

## 네덜란드 화훼산업 현황과 특징\*

이 동 소  
(한국농촌경제연구원 연구원)

### 1. 네덜란드 화훼산업 개황

네덜란드는 유럽에서 가장 활발한 유통구조를 갖춘 대표적인 농산품 생산국가로, 수세기 전부터 해수면보다 낮은 땅을 간척하여 국토면적과 농지면적을 확대시켜온 나라이다. 농업선진국인 네덜란드는 우리나라 국토면적의 1/2에 불과하나, 지리적으로 영국, 독일, 프랑스 등 국가들 사이에 위치하고 있어 유럽 물류 유통의 허브역할을 수행하기에 적합한 곳에 위치하고 있다. 이에 네덜란드는 산업적으로 인프라구조가 잘 구축되어 있어 네덜란드에서 직접 수출되는 것뿐 아니라 타국에서 원재료 또는 상품을 수입해 재가공 후 수출되는 품목들이 많다.

네덜란드는 미국과 함께 수출농업육성국가로서 2010년 기준 농업 및 원예 수출이 650억 유로로, 네덜란드 경제 및 고용에서 차지하는 비중이 각각 10%에 달한다. 농업 수출은 전체 수출의 17.5%를 점유하며, 주요 수출품은 밀, 사료, 감자, 채소 및 화훼류이다. Piet Rijk & Ernst Bos(2009)에 따르면, 세계 화훼시장에서 절화, 분화 등 관상식물의 네덜란드 수출물량이 세계 수출물량의 48%를 차지하는 것으로 나타났다.

\* (petit211@krei.re.kr 02-3299-4322).

그림 1 네덜란드의 지리적 위치



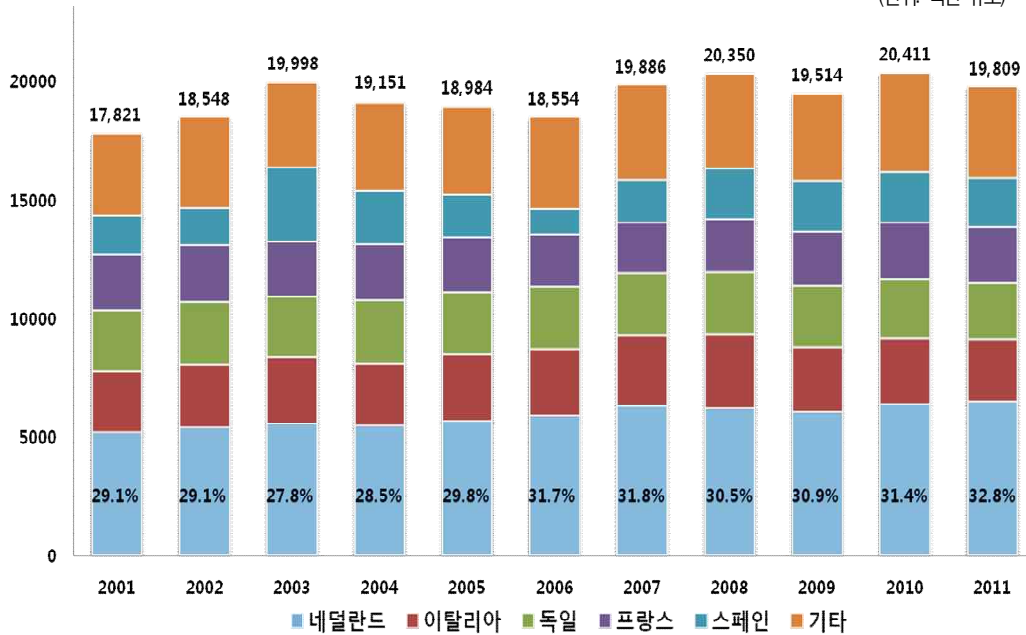
자료: 네이버 지도 참조

EU 화훼 생산액은 2011년 기준 19,809백만 유로이며, 전년대비 2.9% 감소하였다. 국가별로 생산액을 살펴보면 네덜란드는 6,503백만 유로로, 이는 전년대비 1.5% 증가한 수치이다. 네덜란드에 이어 다음으로 생산액이 많은 국가는 이탈리아로 2011년 기준 2,645백만 유로, 독일 2,364백만 유로, 프랑스 2,363백만 유로 순이다. 네덜란드는 지난 10년간(2001~2011년)간 화훼 생산액이 연평균 2.3% 증가한 반면, 독일은 1.0% 감소한 것으로 나타났다. 따라서 유럽연합 화훼 생산에서 차지하는 비중도 2001년 29.1%에서 2011년 32.8%로 증가한 것으로 나타났다.

네덜란드 화훼 재배면적은 2003년 28,400ha로 증가 추세를 보이다가, 이후 감소하는 추세를 보이며 2010년 기준 26,200ha로 2001년과 비교해 거의 변동이 없는 것으로 나타났다. 반면, 독일과 스페인은 2001년과 비교해 화훼 재배면적이 각각 31.2%, 24.1%로 증가한 것으로 나타났다.

그림 2 유럽연합(EU) 화훼 생산액

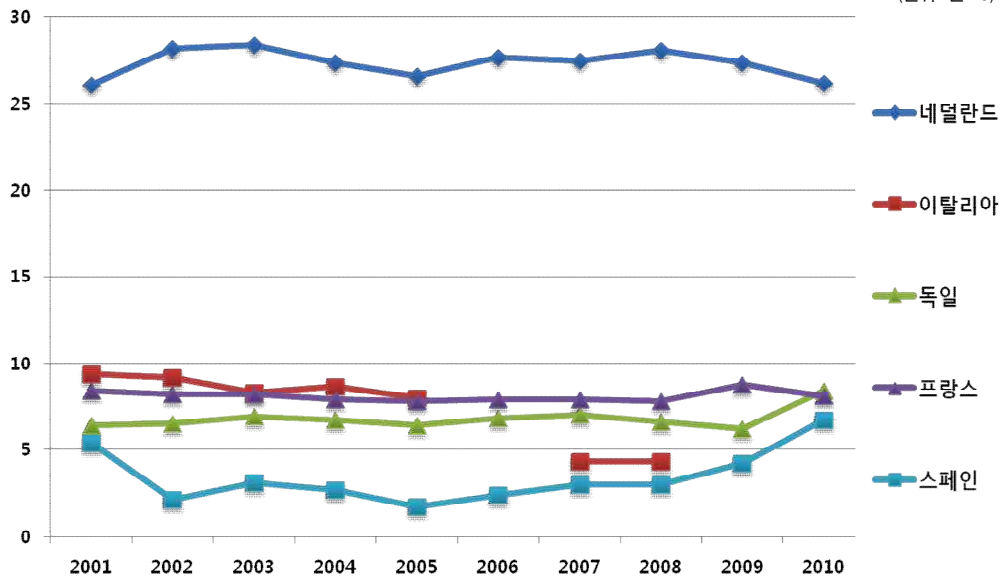
(단위: 백만 유로)



자료: European Commission, 2012.

그림 3 유럽연합 주요국의 화훼 재배면적

(단위: 천 ha)



자료: European Commission, 2012.

네덜란드의 화훼 재배농가는 기업농을 포함하여 2010년 기준 8,760농가이며, 2003년과 비교해 26.0%, 2007년과 비교해 12.3% 감소하였다. 기업농 형태의 재배농가는 2010년 5,500농가로, 2007년과 비교해 23.1% 감소하였다. 구체적으로 살펴보면, 2010년 기준 노지재배는 2007년과 비교해 25.8% 감소한 2,940농가, 온실재배는 24.8% 감소한 3,250농가로 나타났다. 이에 반해, 일반 재배농가는 2010년 기준 3,770농가로 2007년 대비 9.9% 증가한 것으로 나타났다.

네덜란드 화훼산업의 경우 재배 면적은 큰 변화가 없으나, 재배농가 수가 감소하여 규모화가 진행되는 추세이다. BTC보고서(2011)에 따르면, 유리온실 규모가 2ha 미만인 농가의 비중은 감소하는 반면, 5ha 이상 농가는 증가하는 추세를 보이는 것으로 나타났다. 이러한 시설 규모화와 생산성 향상으로 화훼 생산액은 증가하고 있다.

표 1 네덜란드 화훼 재배 농가 추이

구분	2003	2005	2007	2010	2010 vs 2007	2010 vs 2003	
기업농	노지재배	4,880	4,390	3,960	2,940	-25.8%	-39.8%
	온실재배	5,600	5,070	4,320	3,250	-24.8%	-42.0%
	계	8,900	8,040	7,150	5,500	-23.1%	-38.2%
일반 재배농가	3,640	3,420	3,430	3,770	9.9%	3.6%	
계	11,830	10,850	9,990	8,760	-12.3%	-26.0%	

주: 노지재배와 온실재배를 동시에 하는 기업농의 경우, 합계에서 1개의 농가로 셈함.  
 자료: European Commission, 2012.

다음으로 네덜란드 화훼 수출물량과 수출액을 살펴보면, 수출액은 2011년 기준 661,250만 유로이며, 주요 수출대상 국가별 비중은 독일 26.3%, 프랑스 12.8%, 영국 12.1%순이다. 수출물량은 1,957,200톤이며, 물량기준 비중은 독일 28.6%, 영국 12.6%, 프랑스 10.2% 순으로 나타났다.

네덜란드 정부가 추진하고 있는 화훼 관련 정책으로는 보조금 지원(기술 혁신 등), 세금 감면 혜택, 보증, R&D 투자 등이 있다. 네덜란드 정부는 2009년 유럽 경제위기로 인한 마이너스 성장과 신흥 아시아국가의 급성장에 따른 국가경쟁력 저하가 사회문제로 대두되면서, 2010년 지속가능한 성장 동력 및 일자리 창출을 위한 “Top 9” 신성장 정책을 수립·계획하여 발표하였다. Top 9 분야는 농식품(Agro-Food), 원예, 첨단기술, 에너지, 물류, 창의산업(Creative Industry), 생명과학, 화학, 물 등이며, 네덜란드 GNP의

그림 4 화훼 수출액 비중(2011년)

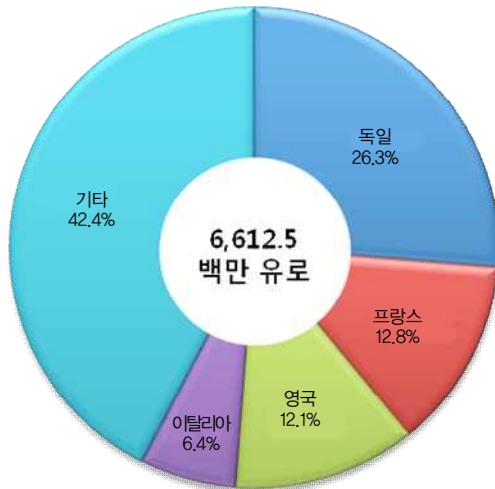
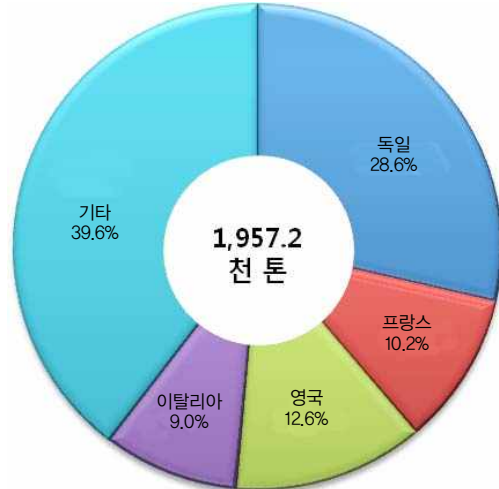


그림 5 화훼 수출물량 비중(2011년)



자료: European Commission, 2012.

27.2%를 차지한다. 주요 정책 내용은 ① 혁신적 연구개발 추진을 위한 민관 공동 투자, ② 연구개발에 대한 세제 인센티브 부여, ③ 혁신형 중소기업에 대한 재정지원 강화, ④ 기업 활동 관련 행정규제 25% 감축, ⑤ 금융조달에 대한 접근성 확대 등이다. 이를 위해 네덜란드 정부는 분야별로 산·학·연이 참여하는 "Top Team"을 구성하고, 7개 핵심 목표를 선정해 발표하였다. 7개 핵심 목표는 지속가능성(Sustainability), 부가가치 2배 증대, 지식·연구·교육의 허브, 글로벌 리더기업 육성, 글로벌 브랜드 육성, 분야별 핵심조직 육성 등이다.

## 2. 네덜란드 화훼산업의 산업구조분석

산업구조 및 시장구조를 분석하는 방법론은 여러 가지 있으나, 하버드대학교의 마이클 포터(Michael E. Porter)교수가 1980년 경쟁전략(Competitive Strategy)에서 제시한 다섯 가지 요인(Five Forces) 분석틀이 가장 대표적이라고 할 수 있다. 이 분석틀은 산업의 경쟁강도와 수익성 및 산업의 구조적 매력도를 결정하는 5가지 요인을 분석하는데 유용하다. 포터 교수는 장기적으로 특정산업의 수익성 및 매력도는 산업의 구조적 특성에 영향을 받으며, 구매자의 힘, 공급자의 힘, 대체재의 힘, 신규진입자의 위협, 내부경쟁의 강도에 의해 결정된다고 보았다.

표 2 마이클 포터가 제시한 산업구조 영향 요인

다섯 가지 요인	각 요인별 세부 결정 요소
구매자의 힘	후방통합, 구매자독립성, 구매자의 규모, 재정적 능력, 전환비용, 과점 위협, 가격민감성, 제품 중요도, 전환경향, 비차별화 된 제품 등
공급자의 힘	차별화된 재화, 전방통합, 품질/비용의 중요성, 대체 생산요소 미비, 과점 위협, 기업 중요도, 기업독립성, 공급자의 규모, 전환비용 등
대체재의 위협	유용한 대안, 저렴한 대안, 낮은 전환비용 등
신규진입자의 위협	유통망 접근성, 기존기업의 묵인, 지적재산권 관련성, 규제, 고정비용, 전환비용, 시장성장성, 규모의 중요성, 공급자 접근성, 비차별화 된 제품, 브랜드 등
내부경쟁 강도	경쟁자의 규모, 확대 용이성, 퇴출장벽, 다양성, 전환비용, 고정비용, 기업의 숫자, 기업의 유사성, 저장비용, 비차별화 된 제품, 제로섬 게임 등

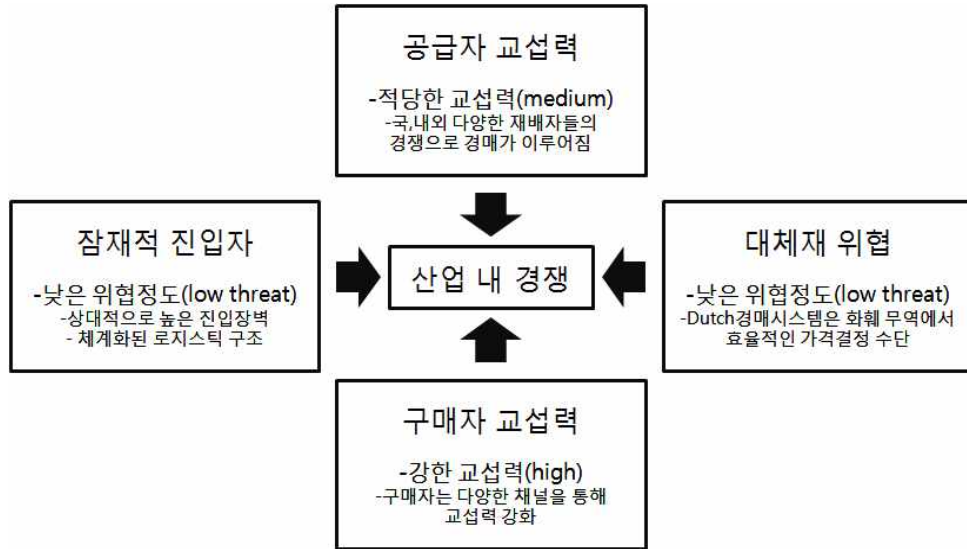
자료 : 김규호, 세계 농식품 산업 현황과 구조(2012) 재인용.

## 2.1. 증압

네덜란드 화훼산업에 대해 산업구조적인 측면에서 산업 내 경쟁, 잠재적 진입 위협, 구매자의 교섭력, 공급자의 교섭력, 그리고 대체재의 위협 등 5가지 요인으로 나누어 살펴보았다. 네덜란드 화훼산업은 생산 노하우, 수확 전반의 로지스틱 및 마케팅 시스템을 구축하여 산업 내 다른 경쟁 국가들에 비해 시장에서 우위를 점하고 있는 것으로 분석된다. WTO/FTA 체결로 세계적으로 무역장벽이 낮아지는 추세이나, 산업 내 신규 경쟁들에 비해 네덜란드는 고품질 화훼 생산 능력 및 체계적인 품질관리 시스템을 갖추고 있어 품질 등에 의한 진입장벽이 긍정적으로 작용할 것으로 예측된다. 화훼산업의 핵심 구매자인 유통업체가 대형화 되고, 다양한 채널을 통해 상품에 대한 정보를 획득할 수 있게 됨에 따라 교섭력이 점점 커지고 있는 추세이다. 공급자인 육종회사의 경우 높은 시장 점유율에도 불구하고, 실제로는 강력한 교섭력을 보이지 못하고 있다. 이는 화훼 육종이 상대적으로 동질성을 띄는 상품으로 유사 품종을 해외시장으로부터 수입대체가 가능하기 때문이다. 대체재의 위협은 화훼의 뚜렷한 대체재가 존재하지 않고, 타국에 비해 효율적인 유통시스템과 인프라를 구축하고 있어 대체재의 위협정도는 낮다고 판단된다.



그림 6 네덜란드 화훼산업의 산업구조분석



자료: 박지숙, 2012.

## 2.2. 산업 내 경쟁 분석

산업 내 경쟁은 해당 산업 내에서 제품 및 서비스에 대해 현존하는 경쟁자와의 가격 및 품질 경쟁, 시장 범위 등에서의 경합정도를 평가하는 것이다(Porter, 2008). 전 세계 화훼시장은 네덜란드를 비롯한 유럽시장, 미국·캐나다 등 북미시장, 콜롬비아·에콰도르 등 중남미시장, 케냐·에티오피아 등 아프리카시장, 일본·중국 등 아시아 시장으로 구분 가능하며, 상대적으로 높은 거래비용으로 인해 산업 내 진입장벽이 존재한다고 평가할 수 있다. 네덜란드의 경우 오랜 기간 산업 경쟁력을 축적해 왔으며, 생산단계에서의 노하우, 화훼 유통 전반의 로지스틱 및 마케팅 시스템을 관리·조직하는 노하우, 검역관련 문제 등 행정업무 처리 능력 등에 있어 다른 경쟁자들에 비해 우위에 있다고 볼 수 있다. 따라서 네덜란드가 화훼산업에서 직면하고 있는 산업 내 경쟁 정도는 높지 않은 수준이다.

## 2.3. 잠재적 진입 위협 분석

잠재적인 진입의 위협은 신규 경쟁자나 산업에 진출하고자 하는 의향이 있는 경쟁자들의 정도를 살펴보는 것으로, 시장에 존재하는 진입장벽의 크기에 따라 달라진다

고 볼 수 있다. 포터 교수는 진입장벽을 크게 규모의 경제로 인한 낮은 생산비용, 브랜드에 대한 고객 충성도, 기존 기업과 경쟁하기 위해 요구되는 투자자본의 크기, 구매자가 공급자를 변경하는 데 드는 전환비용, 유통경로의 확보 가능성, 기존 기업들의 노하우 축적 정도와 정부 규제 등 7가지를 제시하고 있다.

WTO/FTA 체결 등 시장개방으로 무역장벽이 낮아지는 추세로 이는 신규 경쟁자들에게 유리하게 작용할 수 있다. 하지만 수입검역기준 강화 등과 같은 새로운 무역장벽은 고품질의 화훼 생산능력과 체계적인 품질 시스템을 구축하고 있는 네덜란드에게 긍정적으로 작용할 수 있다. 향후 네덜란드 화훼산업에 있어 잠재적 위협이 가장 큰 국가는 세계 화훼시장에서 매년 15% 내외의 수출 증가율을 보이고 있는 케냐이다. 케냐는 낮은 노동비로 인해 생산비 절감이 가능하고, 생산기술 전문화 및 최신기술 도입을 통해 경쟁력을 높이고 있다(Lone Risgaard, 2009). 또한 재배여건이 우수하고 물류부담이 적은 국가들도 잠재적 위협국가가 될 수 있다. 예를 들어, 콜롬비아의 카네이션, 에콰도르의 장미, 뉴질랜드의 나리 등이 대표적이다.

#### 2.4. 공급자의 교섭력 분석

공급자의 교섭력에 영향을 미치는 요인으로는 원가 또는 차별화 우위에 대한 투입요소의 영향, 산업 내 기업에 의한 수직적 통합의 위협의 정도, 그리고 산업내 공급자와 기업들의 교체비용 등이 있다. 화훼산업에서의 가장 대표적인 공급자는 육종을 관리하는 육종회사와 화훼를 재배하는 농가를 들 수 있다. 네덜란드 시장에서 육종을 화훼농가에게 공급하는 생산회사들은 높은 시장점유율에도 불구하고, 공급자의 교섭력이 낮은 편이다. 화훼 육종은 동질성을 띄는 상품으로 대체가 가능하며, 거래 육종회사가 가격을 인상하는 경우 동일 품질의 육종을 낮은 가격으로 공급하는 다른 육종회사로 변경하는 것이 어렵지 않다. 또한 Rabobank, Plantum NL 등과 같은 협동조합을 통해 육종 품질 및 가격에 대한 정보가 투명하게 공개되고 있어 가격차별이 어렵다(민연태, 2010).

#### 2.5. 구매자의 교섭력 분석

구매자의 교섭력(bargaining power of buyers)은 제품에 차별성이 적고, 구매자의 공급선 전환비용이 적을 경우에 높아진다. 네덜란드의 경우 주요 구매자인 유통업체의 규모가 커지고 다양한 공급선에 대하여 실시간으로 광범위한 정보를 확인할 수 있게 되어 구매자들의 교섭력이 점점 커지고 있다. 이런 다양한 유통채널의 증가는 구매자가



---

상품을 구매하는 데 있어 많은 정보를 획득할 수 있도록 하고, 유통채널이 다양하기 때문에 구매자는 적은 전환비용으로 공급자를 변경할 수 있다. 그 예로 네덜란드에 정착된 경매 시스템이 구매자의 교섭력 강화에 큰 영향을 미치고 있는 것을 들 수 있다. 기존의 매매 및 경매 홀에서 이뤄지는 경매 뿐 아니라 이미지경매, 디지털경매, 원격 경매 등과 같이 상품이 여러 경로로 전달됨에 따라 상품에 대한 정보가 별다른 제약 없이 구매자들에게 공개되었고, 구매자들은 손쉽게 상품의 품질, 가격 등의 정보를 비교하며 상품을 구매할 수 있게 되었다.

## 2.6. 대체재의 위협

대체재는 비슷한 편익을 가져다주는 재화가 있을 경우에 소비자가 해당 재화 외에 선택할 수 있는 것을 말한다. 그러나 화훼산업에서는 명백히 대체할 수 있는 재화를 찾기가 어렵고, 네덜란드는 이미 타국과 비교하여 효율적인 유통시스템 및 인프라구조를 갖추고 있어서 상대적으로 대체재의 위협 정도가 매우 낮은 수준이다.

## 3. 네덜란드 화훼산업의 가치사슬 및 네트워크

### 3.1. 네덜란드 화훼산업의 네트워크 및 주요 활동주체

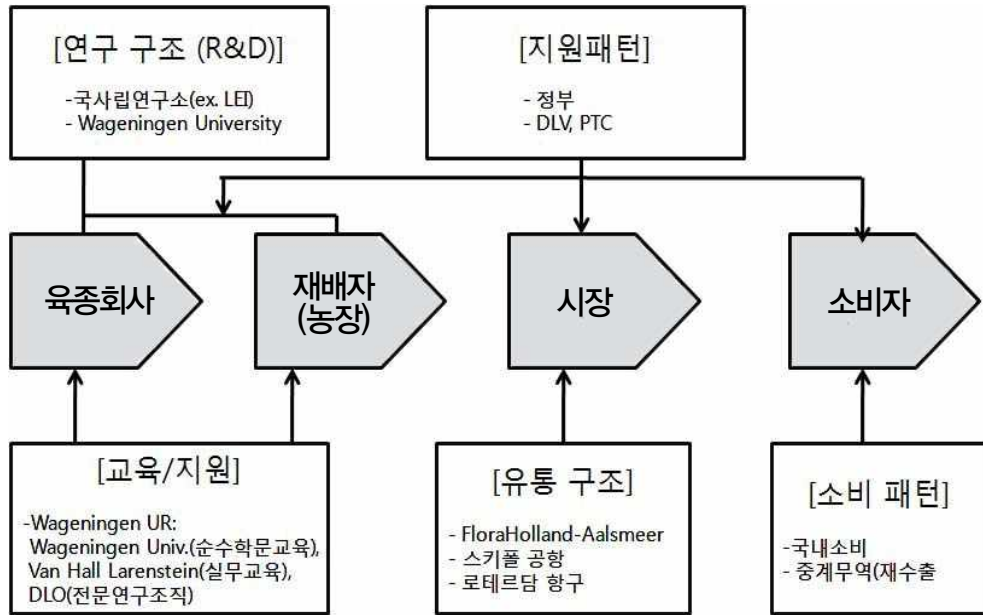
재배 및 육종회사에서부터 소비자 단계까지 이어지는 네덜란드 화훼산업의 가치사슬주체들은 각 단계별로 고유한 역할을 수행하고 있으며, 아래 <그림 5>와 같이 상호 유기적으로 관계를 맺고 있다.

육종회사 및 생산 단계에서는 Wageningen UR을 중심으로 LEI(네덜란드 농업경제연구소)와 같은 산하연구기관이 R&D를 주관하고 있으며, 순수학문교육을 담당하는 Wageningen University, 실무교육을 담당하는 VHL, 그리고 전문 연구조직인 DLO재단으로 구성되어 있다. DLO재단은 9개의 과학기관<sup>1)</sup>과 19개의 실험연구소로 구성된 재단으로 Wageningen University와 함께 기초분야의 연구를 담당하고 있다.

---

1) 9개 연구기관은 LEI, Agrotechnology & Food Science Group, Alterra, Animal Science Group, Plant Research International, PPO 등이다.

그림 7 네덜란드 화훼산업의 네트워크 구조와 주요 구성조직



자료: 박지숙, 2012.

다음으로 생산에서 시장단계까지의 유통단계의 경우, 네덜란드는 지정학적 위치로 인해 유럽의 물류허브 역할을 담당하고 있다. 로테르담 항구를 통해 과일 및 채소 등을 수입하고, 암스테르담의 스키폴 공항은 세계 카카오콩 물량의 60%를 수입한다. 이는 시장에서 소비자로 연결되는 공급사슬에 있어서 효율적인 운송구조와 항구, 공항과 같은 물적 인프라가 유기적으로 연계되어 있어 중계무역이 활성화될 수 있었다. 물류 효율성을 제고하기 위해 첫째, 클러스터(cluster)를 통해 농산물의 생산과 가공, 유통을 집적화시켰으며, 둘째, 운송수단을 적절히 결합하여 운송수단의 통합적 관리를 이루었다. 마지막으로 IT기술을 접목시켜서 전 세계적으로 운송과 유통을 통합적으로 관리하고 있다. 네덜란드 화훼산업의 유통구조에서 빼 놓을 수 없는 부분이 네덜란드에서 거래되는 화훼의 95%를 차지하는 FloraHolland-Aalsmeer 화훼경매 협동조합이다.

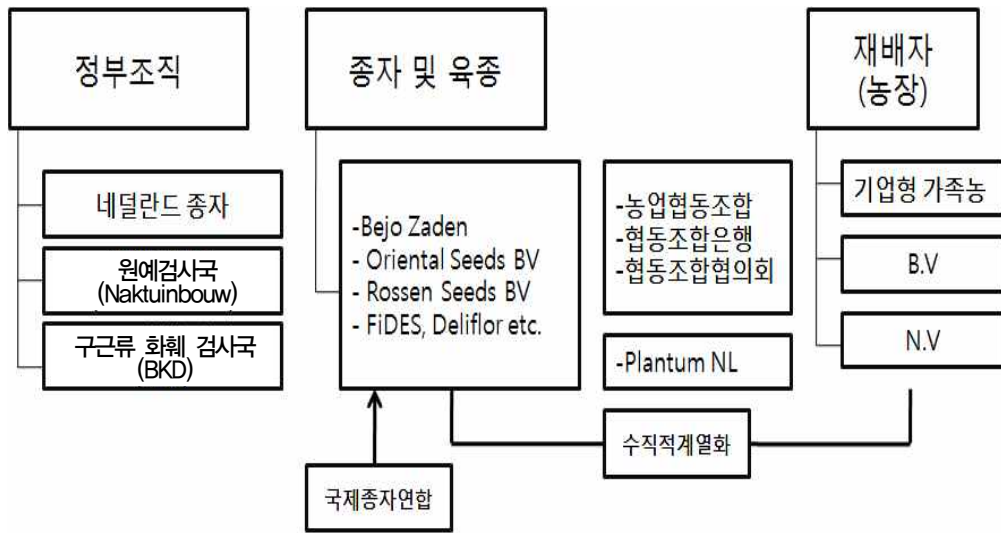
육종에서 소비자에게 이르기까지 네덜란드 화훼산업의 가치사슬에서 가장 중요한 것은 국가적 차원의 지원과 협력이다. 급변하는 환경에서 폐쇄적으로 자국 산업을 보호하고 소득을 지원하는 정책 대신 연구개발 분야에 과감하게 투자하고, 효율적으로 기술을 지도하며, 산하 연구기관과의 긴밀한 연계를 통해 농업지식정보체계를 구축하

였다. 또한, DLV Advisory Group을 설립하여 농촌 지도사업을 전담토록 하였으며, 지역 단위로 구성된 농민조직의 대표와 함께 사업에 대한 평가 및 피드백, 관련 교육을 진행하는 역할을 담당한다. 국가적 차원에서 PTC+(Practical Training Centre)라는 전문교육훈련프로그램을 운영하고 있으며, PTC+는 농업 부문의 지식 개발, 확산 및 응용에 초점을 두고 실기 위주의 농업교육을 실시하고 있다.

### 3.2. 네덜란드 화훼산업의 생산 가치사슬

네덜란드의 화훼산업은 육종회사 → 재배자 → 시장 → 소비자단계까지의 네트워크를 형성하고 있으며, 크게 육종회사에서 재배자 간의 생산 가치사슬과 재배자에서 시장 그리고 소비자까지의 유통 가치사슬구조로 나눌 수 있다.

그림 8 네덜란드 화훼산업의 생산가치사슬 구조



자료: 박지숙, 2012.

<그림 8>에서 보는바와 같이 네덜란드 종자검사국(The dutch seed inspection service, NSK)산하의 원예 검사국(Inspection service for horticulture, Naktuinbouw)과 구근류 화훼 검사국(Inspection service for flowers bulbs, BKD)에서 종자를 검사하고, 종자를 검사한 후에 승인된 종자에 한해서 육종회사가 화훼농가에 공급할 수 있도록 하고 있다.

육종이 검사되는 과정을 간략하게 설명하면 먼저 특정 육종은 VCU와 DUS 두 종류의 품질검사를 통과해야 한다. VCU는 ‘경작 및 사용가치(Value for Cultivation and Use)’ 시험으로 공인된 독립 연구기관에서 주로 발작물관련 신품종을 대상으로 검사가 주로 시행된다. 검사결과, 시험 종자와 분양 종자의 특성상에 차이가 없고 고품질의 종자라고 판단되는 경우에 한해 시장에 유통되도록 하고 있다.

DUS시험은 네덜란드 유전자원센터(Centre for genetic resource the Netherlands)와 원예 검사국(Naktuinbow)에서 위임받아 검사를 실시하고 있으며, 기존 품종과의 차별성, 특성의 통일성, 그리고 장기적인 측면에서의 안정성에 대해서 검사하게 된다.

다음으로 종자 및 육종회사에 대해서 살펴보면 국가별로 종자기업 협회가 구성되어 있으며, 이들 국가별 협회가 모여 국제종자연합(International Seed Federation, ISF)을 이루고 있다. 국제종자연합(ISF)하에서 각 개별기업들은 종자를 생산·유통하고 있다. 네덜란드 화훼산업을 중심으로 한 주요 육종기업들은 다음과 같다.

표 3 주요 종자 육종기업

회사명	모기업	주요작물
Bejo Zaden	독립 기업	광범위한 종류의 노지재배 채소
Oriental Seeds B.V	독립 기업	광범위한 종류의 채소, 화훼, 허브, 경종작물
Rossen Seeds B.V	독립 기업	토마토, 오이, 양배추, 화훼 등 광범위한 종류의 육종 종자
Fides B.V	독립 기업	광범위한 종류의 화훼, 국화, 칼랑코에 등 육종 종자
Royal Van Zaten	독립 기업	여러 종류의 육종 종자, 국화, 칼란디바 등
Deli Flor B.V	Chrysanten	스프레이국화와 디스버드 국화, 산티니 품종들의 육종과 삼수 생산
Dekker B.V	Chrysanten	임페라크림, 만조니, 스프레이를 비롯한 다양한 종류의 화훼, 국화 등
Florist Holland B.V	Royal Hilverda Group	다양한 종류의 거베라, 이절화 및 분화 등
Terra nigra B.V	독립 기업	주로 거베라 및 다양한 장미 육종

자료: 박지숙, 2012.

주요 종자 육종기업을 살펴보면, Fides는 네덜란드의 대표적인 화훼 육종기업으로서 국화, 뉴기니, 피튜니아, 칼랑코에, 칼란디바 등 광범위한 종류의 화훼류를 세계 46개국에 수출하는 회사이다. Dekker는 전통적인 네덜란드 가족농으로 시작한 육종회사로, 현재는 세계에 1,500명의 직원을 바탕으로 다양한 육종을 판매하고 있다. Deliflor는 Chrysanthemums의 계열사로 매년 10억 개의 델리플로 국화를 수출하고 있다. 다음으로

Florist Holland B.V는 Royal Hilverda Group의 계열사로 주로 거베라, 철화 그리고 분화에 집중하고 있는 기업이다. 이들 역시 가족농으로 시작하여 화훼농가와 에이전트, 수입 업체와의 지속적인 커뮤니케이션과 접촉을 통해 사업을 확장해 나가고 있다. Terra Nigra B.V 역시 1971년에 가족농으로 시작하여 거베라 및 다양한 종류의 장미를 생산하고 있다.

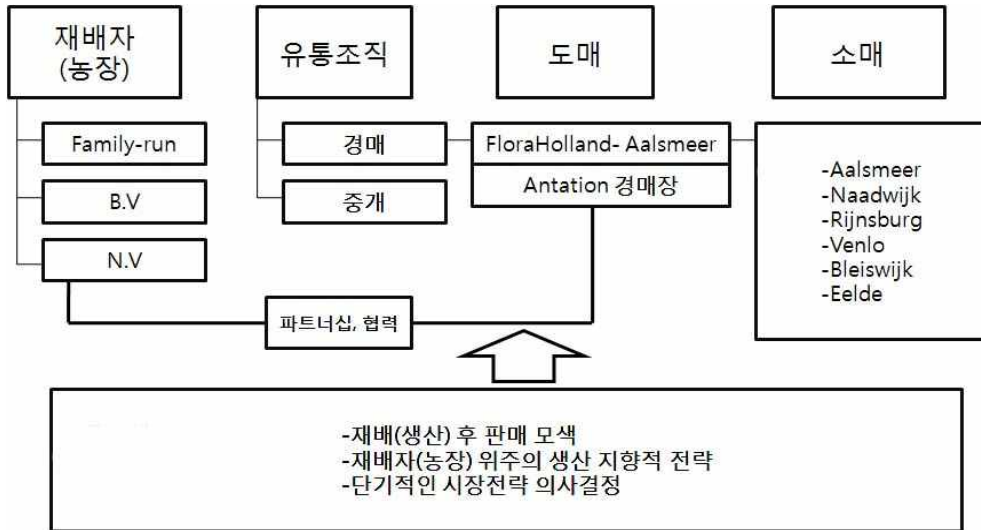
다음으로 살펴볼 생산 가치사슬은 농업협동조합으로 화훼산업 발전에 결정적인 역할을 담당하고 있다. 협동조합은 농자재를 구매하고 화훼 상품의 제조에서부터 판매, 나아가 농업경영자금 대출 및 보험 서비스 제공에 이르기까지 다양한 서비스를 화훼 농가에 제공하고 있다. 이러한 협동조합이 생겨나게 된 원인은 개별 농업인 입장에서 농자재나 소비지에 대한 정보 획득이 어려워, 농가에서 손해를 보는 일이 많았기 때문이다. 이로 인해 육종회사 및 관련 농자재 공급자, 도·소매상을 상대로 강한 교섭력을 갖추기 위해 협동조합을 만들기 시작하였다. 농업인 대상으로 대출 및 용자를 담당하는 협동조합은행인 라보뱅크(Rabobank)와 협동조합 종사자들과 농업인들을 위해 전문 지식을 제공하고 이익을 대변해주는 협동조합협의회(National Corporative Council, NCR)가 있다. 네덜란드는 우리나라와 달리 중앙단위의 단일 협동조합 조직은 존재하지 않으며, 기능중심으로 전문화된 개별 협동조합으로 구성되어 있다.

생산 가치사슬에서 빼놓을 수 없는 단체가 네덜란드 종자 육종자 및 판매자 협회(Plantum NL)이다. 네덜란드의 육종 분야 기업들과 종자 및 묘종 판매 기업들로 이루어진 협회로, 기존의 네덜란드 육종자 협회(NVZP), 화훼 상품 도매상협회의 증식 담당 부서 등 유관 단체들이 통합된 것으로, 450여개 업체가 회원으로 참여하고 있다. 이들은 육종의 연구 및 개발에서부터 재배자 및 대중에게 홍보하는 역할까지 전반적으로 담당하고 있는 비영리 조직으로서, 크게 ① 화훼 육종 분과, ② 화훼 증식 분과, ③ 농업 분과, ④ 채소 종자 분과, ⑤ 채소 묘종 분과 등 5개의 분과로 구성되어 있다.

### 3.3. 네덜란드 화훼산업의 유통 가치사슬

네덜란드 화훼산업의 재배자 → 시장간 유통 가치사슬은 전통적으로 재배자 중심의 구조를 보이며, 유통 가치사슬 구조는 아래 <그림 9>와 같다.

그림 9 네덜란드 화훼산업의 유통 가치사슬



자료: 박지숙, 2012.

전통적인 화훼산업의 유통 가치사슬 구조 하에서는 소비자의 니즈와 같은 시장의 요구를 실시간으로 받지 못하기 때문에, 단기적으로 생산 효율성을 제고하고자 생산 지향적인 전략을 수립할 수밖에 없다.

유통 가치사슬에서 화훼재배 농가를 살펴보면, 재배농가는 크게 유리온실 재배농가와 노지 재배농가로 구분할 수 있다. 유리온실 재배농가는 4,336농가이며 전체 화훼재배농가의 33.6%를 차지하고 있다. 재배면적은 5,462ha로, 전체 화훼 재배면적의 11.1%에 해당된다.

네덜란드 농업 생산 구조의 특징은 기업형 가족농과 산업클러스터를 구축하고 있다는 점이다. 클러스터형 구조 덕분에 화훼 재배농가는 새로운 기술과 혁신에 대한 집단 학습(collective learning)을 할 수 있고, 학습을 통해 형성된 혁신 능력이 실제 수익을 창출하는 데 공헌하도록 시너지 체계가 구축되어 있는 것이다.

기업형 산업 클러스터 형태를 띠는 네덜란드는 95%의 농업경영체가 가족 중심의 가족농이고, 나머지 5%는 농업법인 형태인 B.V(유한회사)와 N.V(주식회사) 형태이다. 가족농의 형태에서 경영규모가 확대됨에 따라 산업 클러스터 형태로 B.V를 설립하여 세계상의 혜택을 누릴 수가 있다. N.V는 우리나라의 농업회사법인과 유사하다고 할



---

수 있는데 농산물의 생산뿐만 아니라 공급, 마케팅까지 연관 산업이 한 곳에 집중하여 비용을 절감하고 이익을 창출하고 있다. 대표적인 N.V로는 Agriport A7단지를 들 수 있는데 이곳에는 유통조직인 웨스트랜드, 알스미어 등 5개의 그린포트(Greenport)가 있으며, 농산물의 생산과 공급, 마케팅을 한 곳에서 수행하고 있다.

생산에서 유통단계까지의 집적화를 통해 효율성 극대화를 추구하고 있는데, 대표적인 조직이 FloraHolland이다. FloraHolland는 네덜란드의 화훼시장의 가장 중요한 중개자 역할을 담당하는 조직으로, 6개의 경매 비즈니스센터, 국가적 차원의 중개운영협회와 수출부서로 구성되어 지역별 네트워크를 형성하고 있다. 뿐만 아니라 단일 비즈니스 시장을 형성하여 국제 화훼시장에서 소비자에게는 고품질의 다양한 제품을 제공하고 있으며, 공급자에게는 손쉽게 판매할 수 있는 기회를 제공하여 화훼시장에서의 선도자 입지를 점하고 있다. 현재 6개의 경매장을 운영 중에 있으며, 알스미어(Aalsmeer), 날드바이크(Naaldwijk)와 라인스 브르그(Rijnsburg)는 주로 수출고객대상으로, 블라이스바이크(Bleiswijk), 엘더(Eelde), 벤로(Venlo)는 내수용으로 주로 운영이 되고 있으며 Veiling Rhein-Maas는 FloraHolland와 Landgard의 합작벤처회사로 운영되고 있다. 2011년 기준 연 매출액은 41.6억 유로(경매장 매출 23.9억 유로, 중개매출 17.7억 유로)이며, 하루 평균 총 경매 거래건수는 112,297건이다. 회원업체는 4,908개로, 국내 협동조합 회원 4,300개, 국외 협동조합 회원 608개이다. 경매는 시계를 이용하는 네덜란드 방식의 경매를 이용하고 있으며, 총 38개의 경매시계를 통해 다양한 종류의 절화와 분화의 거래가 이루어지고 있다.

유통단계는 경매와 중개인을 통한 중개거래 두 가지 형태로, 네덜란드 화훼 유통은 대다수가 전자인 경매거래를 통해 이루어진다. 이미지, 디지털, 원격 경매제도와 같이 다양한 경매 움직임이 나타나면서 경매의 비중은 더욱 커질 것으로 예상된다. 이미지 경매(Image Auctioning)는 경매장에 상품을 비치하지 않고 오로지 경매 시계와 사진으로만 경매가 이루어지는 방식으로, 구매자들 대부분이 생산자의 이름을 보고 구매하며, 운반비가 절감되는 효과가 있고, 경매가 이루어지면 곧바로 저온저장고에서 낙찰된 물건을 가져 갈 수 있다. 디지털경매(Projection Auctioning)는 경매시계 대신 대형 디지털 경매시계를 이용하며, 구매자들에게 더 많은 정보를 제공해 줄 수 있다. 또한 생산자들은 회사 로고나 사진들을 경매 중에 구매자들에게 보여줄 수 있다. 원격구매(Remote Buying)는 새로운 시장의 요구, 경제적 부가가치, 기술적 가능성을 고려하여 온라인경매를 통해 원격구매(KOA)서비스를 제공함으로써 해외 구매자들의 구매력을

향상시킨다.

화훼경매장은 크게 경매장구역과 구매자와 수출업자, 도매업자등이 상주하는 구매자구역으로 구분된다. 구매자구역에서는 구매자는 제품의 선별, 포장, 도·소매, 운송을 담당하고, 수출업자는 제품의 선별, 재포장, 검역, 통관, 선적, 공항운송 등을 담당하고 있다. 도매업자는 소매상 및 수요자인 소비자에게 판매한다.

### 참고문헌

- 박지숙. 2012. "IT기술이 1차 산업의 가치사슬에 미치는 영향 연구: 네덜란드 화훼산업을 중심으로." 한국항공대학교 석사논문.
- BTC. 2011. The European Market for Fair and Sustainable Flowers and Plants
- European Commission. 2012. "Flowers and Ornamental Plants"
- Piet Rijk, Ernst Bos. 2009. "Dutch agriculture and horticulure with a glance at South Korea Polices and results in the past, present and future", KREI.

### 참고사이트

FloraHolland ([www.floraholland.com](http://www.floraholland.com))