

전략연구 2012-21

지역생협의 활성화 방안 연구

윤병선 외

발간사

지난 2012년 12월에 협동조합기본법이 발효된 이후 충남 뿐만 아니라 전국 각지에서 협동조합에 대한 관심이 높아지고 있습니다. 협동조합은 기본적으로 자본주의 사회의 사회경제적 약자들이 주체적으로 스스로의 문제를 해결하기 위한 방식의 하나로 출발하였습니다. 한국에서 '결사체'이면서 '사업체'라는 정신을 간직하면서 활동해 온 협동조합이 그다지 많지 가운데, 생활협동조합(이하 생협)은 한국적 특수성에서 농업위기를 극복하는 대안운동과 결합되면서 사회적 의미를 갖는 조직으로 인식되어 왔습니다.

한국의 생협은 생산자와 소비자가 함께 생태위기, 특히 땅과 먹거리의 오염을 극복하기 위해 노력하는 과정에서 성장해 온 측면이 강합니다. 그러나, 유기농업이 관행농업화되면서 생산자들은 수익을 쫓아서 친환경 유기농업을 선택하고, 소비자는 웰빙이나 로하스의 열풍을 따라 유기농산물을 찾는 경향이 심화되면서 생협이 갖는 사회의미가 퇴색하고 있는 것도 사실입니다. 또한, 유기농 직거래운동에 전념해 온 대부분의 생협들은 지역먹거리에 대한 고민은 부족했다고 할 수 있습니다. 물론 지역에서 생산된 농산물을 지역에 공급하고자 노력해 온 지역생협도 존재하고 있지만, 현실적인 어려움으로 인해서 목표를 수정하거나 아예 포기하는 사례도 발생하고 있습니다.

이런 상황에서 본 연구보고서는 외국 및 한국의 사례조사를 통해지역생협이 지역에서 생산된 안전한 먹거리를 공급함으로써 지역내 선순환을 구축할 수 있는 방안을 제시하고자 하였습니다. 특히, 최근 대전지역의 시민사회단체를 중심으로 전개되고 있는 생협운동이 대전 충남의 지역먹거리운동의 활성화에 기여할 수 있는 방안을 마련하기 위하여 생협조합원을 대상으로 설문조사를 진행하였고, 아울러 대전 인근지역의 생산지에 대한 설문 및 현황조사도 진행했습니다.

본 연구에 연구책임자로 참여한 건국대 윤병선 교수를 비롯한 연구진과 자문위원에게 감사의 말씀을 전하며, 연구수행과정에서 적극적으로 협조해준 연구심의위원에게 특별한 감사의 말씀을 드립니다.

2012년 12월 31일
충남발전연구원장 박진도

연구 요약

1. 연구개요

1) 연구목적

한국 생협운동의 역사는 먹거리와 농업, 농촌의 회복을 지향하면서 전개된 사회운동의 측면을 가지고 있으면서, 이를 통해 식탁의 안전을 피하고자 생협은 소비자를 조직해 왔다. 그러나 한국의 생협운동은 지역농업을 바탕으로 한 지역내 순환을 지향하면서 전개되었다기 보다는 한국이라는 특수한 상황에서 지역에는 존재하지 않는 ‘거대한 시장’인 수도권에 주된 소비지를 삼아서 전개되어 왔다. 이 과정에서 지역의 친환경농업 생산자조직들이 수도권에서 기존 유통체계보다 훨씬 경쟁적인 국면으로 내 몰렸으며, 그 피해는 지역농업의 위기로 나타나고 있는 점도 부정할 수 없는 상황이다. 따라서 전국 단위의 수도권 중심적인 생협조직에 의존하지 않고, 지역 물류가 중심이 되도록 생협조직을 개편함으로써 지역농업의 활성화와 중앙물류가 이를 보완하는 체제로 전환이 모색되어야 할 시점이다.

지역은 자연·경제·문화의 복합체이면서, 독자성을 갖는 개성적 존재임에도 현재의 생협체계는 지역을 단순히 물류의 공급처로 인식할 뿐 자율적이고 주체적인 지역에 대한 고려는 부족했다고 할 수 있다. 본 연구에서는 지역먹거리를 매개로 활동하고 있는 지역생협이 안고 있는 과제를 검토함으로써 지역생협의 활성화를 위해서 필요한 조치들 및 고려사항 등을 제안코자 한다.

2) 주요내용

본 연구는 지역생활협동조합을 활성화하기 위한 방안을 제시하기 위하여 다음과 같은 내용을 중심으로 진행하였다.

첫째, 한국생협의 성장과정에 대한 분석과 생협운동의 위기를 분석하였다.

둘째, 국내 지역생협 발전방안 모색에 참고하기 위해 일본 및 구미지역의 생협사례를 조사

· 분석하였다.

셋째, 국내 지역생협 및 유사생협 실태조사와 각 사례, 유형에 따른 SWOT 분석을 통해 지역생협이 갖고 있는 현재의 위상과 과제를 분석하였다.

넷째, 대전·충남지역의 지역생협의 현황을 검토하고 과제를 제시하였다.

다섯째, 대전품앗이생협의 조합원 및 마을공동체에 대한 설문조사를 진행하고 분석하였다.

여섯째, 품앗이생협을 비롯한 지역생협 활성화를 위한 정책적인 과제 도출하였다.

2. 주요 연구내용

1) 한국의 생협운동

① 한국생협의 성장과 생협운동의 위기

친환경 유기농산물의 직거래를 토대로 성장한 한국의 생협은 유기농업이 활성화되지 않았던 1980년대 후반부터 우리나라에 친환경농업을 정착시키고 이를 소비할 의식 있는 소비자층을 형성하는데 지대한 공헌을 해 왔다. 이와 같은 생협의 고속성장의 이면에는 생협의 물류사업 연합이 기여한 바가 크지만, 이들 거대 조직과 경쟁해야 하는 신생 지역생협의 경우에는 물류부분의 선택에서 어려움을 겪을 수 밖에 없게 된 측면도 간과할 수 없다. 생협들이 규모의 경제를 실현하기 위해 만들어낸 전국적인 물류체계로 인해 생산자와 소비자의 연대와 신뢰라는 생협운동의 기본적인 토대마저 왜곡되었기 때문이다. 기존에 다양한 형태의 지역생협이 전국 여러지역에 산재해 있고, 이에 대한 고민도 컸지만, 별개의 조직체로 움직이는 한계로 인해서 지역내 자원을 충분히 활용하지 못한 한계를 가지고 있으며, 지역내 네트워크의 부재로 인해서 선순환의 고리가 활성화되지 못하는 결과를 낳았다.

② 지역과 생협운동

지역은 자연·경제·문화의 복합체이고, 독자성을 갖는 개성적 존재이고, 주체적인 자치단위이면서 자연과 인간, 인간과 인간의 관계가 형성되는 공간이자, 생산과 재생산이 이루어지는 물리적 공간이다. 지역은 대면적 관계가 가능한 ‘제한적 사회적 영역’ 즉 지역의 대면성, 공통의 정체감, 소속감 등 문화적 접근성을 갖고 있기 때문에 상호협력과 지식의 유통을 촉진

한다.

생협운동은 생산과 소비에 있어서 공동의 목적을 실현하기 위한 과정을 통해 고유의 가치를 확산하는 공동체운동이다.(생협운동은 도시의 소비자와 농촌의 생산자 간의 상호신뢰를 바탕으로 산업주의로 야기된 식품위기, 농업위기, 환경위기의 문제를 협동을 통해 해결해 보고자 하는 운동이라는 측면에서 생태공동체, 도농공동체, 도시공동체의 의미를 모두 포괄한다.) 이 속에서 생협운동은 공동체의 기본요소인 지역성을 토대로 농촌과 도시, 그리고 농민과 소비자, 이웃과 이웃의 상호작용을 통해 공동의 결속감을 형성하는 역할을 수행해 왔다.

근래 한국의 여러 지역에서는 안전한 먹거리를 신뢰를 바탕으로 매개해 주는 소극적 역할에서 벗어나 지역내 생산과 지역내 소비를 통한 지역순환경제의 구축 및 공동체성의 회복을 위한 방안에 대하여 고민해 왔다. 일부 지역에서는 농민장터나 직매소의 운영을 추진하고 있으며, 일부 지역에서는 학교급식을 통한 지역먹거리체계의 구축을 시도하고 있는데, 생협의 경우에는 관계성의 지속성이나 신뢰의 구축에서 보다 우위에 있으므로, 지역생활운동을 매개로 지역먹거리운동이 전개될 때 운동의 지속가능성과 관계성의 확대 및 심화가 수월하다고 할 수 있다. 특히, 지역생협에서 공급되는 먹거리 등이 지역산인 경우에는 생산농민과 소비자 사이의 신뢰구축이 용이할 뿐만 아니라, 지역내에서 부가가치를 창출을 통한 순환구조를 만들어 내려는 시도도 쉽게 그 목적을 달성할 수 있다.

2) 해외사례 분석과 시사점

① 일본

일본 생협운동의 전개과정

일본의 생협은 기본적으로 공급을 위한 조직이면서 소비자운동에서 핵심적인 역할을 수행했다. 1970년대 이후 안전한 식품을 소비자에게 전달하는 구조로 생협과 산직이 성장해왔다. 생협 출범 당시 조합원도 적었기 때문에 산지와 논의하면서 상품을 개발하는 것은 어려움이 없었으나, 생협의 성장과 합병 등으로 생협의 규모가 거대해 지고, 조합원 수도 비약적으로 증가하면서, 증가하는 수요를 충족하기 위해 생협은 산직산지를 조직화하여 산지의 기술수준

의 평준화와 유통 문제(수량 조정, 상품종류, 가격 형성)의 해결을 위해 산지와의 정보교환과 협상기관으로 생산자협의회를 구축했다.

1990년대에 들어서면서 점포확대에 따른 과잉 투자로 경영위기 상황이 표면화되자 합병이나 사업통합을 통해 규모를 확대해 경영 기반을 확립하는 방침을 주요한 정책으로 추진하게 되었다(현내 합병, 지역단위의 사업연합의 설립). 이와 같이 지역생협은 연합사업화를 통해서 사업면에서는 경영의 안정이 이루어졌지만, 생협운동은 다음과 같은 새로운 과제에 직면하게 되었다.

첫째, 사업범위의 확대에 따른 조합원의 급증으로 협동조합과 조합원사이의 거리가 커져, 조합의 일체성을 유지하기 곤란하게 되었다.

둘째, 생협의 연합사업화로 인해서 사업이외의 것 특히 사회운동이나 사회활동에서 부정적인 영향을 미치게 되었다.

산직활동의 변화

일본 생협이 발전할 수 있었던 원인 가운데 하나는 기존의 시장 유통을 넘어서 산지와의 직거래(산직) 활성화에 있었다. 일본 생협의 산직활동은 그 발생초기에서부터 경제적 측면의 요구보다는 내용과 품질적 측면의 요구가 많았다. 하지만 생협의 규모가 커지고, 안전한 농산물에 대한 수요가 증가하면서 생협의 직거래 활동 또한 조직적으로 변화하면서 최근 생협산직이 정체경향을 보이고 있다.

그 이유로는 첫째, 버블붕괴 후의 디플레이션의 영향을 받아 안전성을 중시하는 산직상품보다 수입농산물 등 보다 값싼 생선소재를 찾아서 구매하고 가게의 부담을 줄이려하는 점이 반영되었기 때문이다. 둘째, 산직상품의 유통경로가 변화되었다(2001년부터 유기JAS인정제도가 실시됨으로써 동일한 신용도를 갖는 안전한 야채나 과일 등이 생협뿐만 아니라 백화점, 슈퍼 등 가게에서도 구입 가능).

생협의 대규모화에 따라 산직이 가지고 있던 역할이 점점 후퇴하게 되었는데, 현역(県域)을 넘어 생협사업연대의 확산은 거래량의 확대로 점점 대규모 산지 중심으로 이동되고, 작은 산지는 기회를 얻기 힘든 구조로 변화되었기 때문이다.

새로운 생협운동

- 무점포사업

일본 생협의 경우, 무점포사업은 점포매출을 상회하는 생협사업의 주축이다. 무점포사업은 산직과의 결합을 통해서 새로운 변화를 모색하고 있는데 그 형태로는 (1) 야채박스공급 (2) 등록제도(쌀, 우유 등) (3) 기획변경·중량변경·결품대응 (4) 인터넷 한정상품 공급 등이 있다. 이들은 다음과 같은 서로 다른 특징을 갖고 있다.

야채박스공급은 산직의 목적에 따라 청과물을 셋트로 매주 정기적으로 배달하는 활동이다 (5품목~8품목의 청과물을 복수산지의 산직품 혹은 유기농산물을 셋트로 공급. 주문은 약 반년~16주정도를 사전에 주문하거나 매주 주문. 이는 판매액의 예측이 가능하다는 점에서 생산지원적인 주문방법).

등록제도는 등록미, 등록우유, 등록계란, 등록육 등을 매주 혹은 격주간격으로 공급하는 방식이다(기초적인 식재의 예약주문기능을 가지고 있음. 이것도 정기적인 공급량이 결정된다는 점에서 생산지원적 공급형태).

사이즈혼합 기획·양이나 중량변경·결품대응은 생산상황에 따라 공급을 조정하는 역할로서 정착되었다.

인터넷한정기획은 주문서에 게재되지 않았던 상품 혹은 주문서에 게재할 정도로 수량이 많지 않은 상품 등을 취급하여 개별예약구입의 약점을 보강한다.

- 네트워크형 소규모 근거리 직거래

거대화된 생협조직으로는 대응할 수 없는 사업이나 운동을 회구하는 사람들도 늘어나고, 개인의 의지가 반영되기 쉬운 소규모 소비자그룹을 조직하는 움직임을 네트워크형 소규모 근거리 직거래라고 한다. 이 형태의 특징은 개인의 자립을 존중하면서 서로 어우러지는 관계성의 구축에 있다(네트워크형 근거리 직거래는 생산자와 소비자사이에 상호신뢰가 전제되고, 재배조건이 확실한 농산물을 구입하기 위해서는 유통비용 부담의 증가로 인한 상품가격의 상승을 구입자인 소비자는 수용해야 함). 산지가 근거리에 있다면 선도를 유지하기 위한 추가적인 포장 불필요 하고, 이에 따라 수송도 수월하게 이루어질 수 있기 때문에 가격·비용면에서의 효과를 볼 수 있다.

- **복선형 산직**

대규모화된 생협에서는 산직상품의 생산과 보급에 대한 의사결정에 있어서 생협의 실무자의 역할이 크고 상대적으로 생산자와 소비자의 의사는 반영되기 어렵다. 조합원의 참가에 의한 의사결정을 중시하는 경우 직원에 의한 효율성을 추구하는 의사결정이 경시될 수 있고, 직원에 의한 효율성추구의 의사결정을 중시하는 경우는 조합원의 참가에 의한 의사결정이 경시될 수 있다. 조합원의 참가에 의한 의사결정과 직원에 의한 의사결정 모두 중시할 필요가 있다 (이를 통해서 생협산직도 변화하는 현실에 대응. 슈퍼 중에는 이용자를 부점장으로 위촉해서 고객의 목소리를 점포에 반영하려는 활동도 이루어지고 있는 상황에서 생협도 효율성을 중시하는 직원주도형과 민주성을 중시하는 조합원주도형 이 두 가지가 병존하는 복선형산직이 필요).

② 영미권 생협

유형

영미권 생협은 강력한 지원조직과 컨설팅 조직의 발달 및 풍부한 지원금을 바탕으로 성장했다. 2000년대 중후반부터는 지역경제 활성화, 지역공동체 활성화 측면에서 로컬푸드 생협(local food co-op)이 활발하게 조직되고 있다.

영미권 생협들은 다음과 같이 사업유형별, 조직형태별, 판매대상별, 유통모델별로 구분 가능하다.

첫째, 사업유형별로는 매장형과 무점포형, 그리고 혼합형으로 구분된다.

둘째, 조직형태별로는 생산자 협동조합과 소비자 협동조합, 그리고 생산자와 소비자가 함께 구성하는 다중이해관계자 협동조합으로 구분된다.

셋째, 판매대상별로는 가정 소비자 대상, 직장 소비자 대상, 그리고 기관 구매자 대상으로 구분된다.

넷째, 유통모델별로는 소매 주도형, 비영리 주도형, 생산자 주도형, 소비자 주도형으로 구분된다.

영미권 생협들이 판매하는 상품을 보면 지역농산물 및 가공품을 핵심으로 하긴 하더라도 그것만 전적으로 취급하는 경우는 거의 없으나, 로컬푸드를 핵심 코어로 보유(30~50%)한다는 특징이 있다.

지원정책

영국과 미국 모두 다양한 차원에서 기존 생협 및 신규 생협에 대한 지원을 시행하고 있다. 지원 정책으로는 (1)중간지원조직을 통한 컨설팅, (2)신규 생협(준비모임)에 대한 자금 지원, (3)다양한 교육훈련 프로그램을 통한 조합원/직원 재교육 등이 있다. 미국은 최근 로컬푸드 생협에 대한 관심과 지원이 집중되고 있다.

시사점

영미권에서는 생협을 로컬푸드 활성화를 위한 중요한 조직으로 간주하고 있으며, 생협을 통해 주민 건강 증진, 지역농민 소득보장, 지역공동체 활성화 등의 복합적 목표를 달성하기 위해 노력하고 있다. 또한, 생협 활성화를 위한 다양한 지원 프로그램을 제공한다.

영미권 사례가 주는 주요 시사점은 다음과 같다.

첫째, 한국의 생협은 생협법 규정에 의해 협소하고 단일한 형태의 조직만을 뜻하고 생협들의 활동모습도 대동소이한 반면, 영미권에서는 생협이라는 고정된 틀이 존재하지 않으며 다양한 규모, 주체, 방식들로 다종다기하게 펼쳐지고 있다.

둘째, 지역생협이 지역 주민들의 건강을 증진하기 위한 건강 프로젝트로 기능하며 정부와 지자체도 이와 같은 측면을 지원한다.

셋째, 컨설팅과 교육, 운영자금 지원 등 필요한 서비스를 제공하고 생협들 간의 네트워킹과 협력을 지원하는 역할을 수행하는 중간지원조직이 필요하다.

영미권 사례의 시사점을 바탕으로 충청남도에 다음과 같은 정책제안이 가능하다.

첫째, 지역에서 먹거리 관련 활동을 수행하는 지역생협(및 유사조직)에 대한 다양한 지원 사업들을 지자체 차원에서 수행할 필요가 있다.

둘째, 소규모의 다양한 형태의 생협(및 유사생협)들을 지원하는 정책이 필요하며, 발효를

앞두고 있는 협동조합기본법에 의거해 조직되는 먹거리 협동조합도 지원대상에 포함시킬 필요가 있다.

셋째, 지자체의 종합적인 계획 속에서 생협 지원정책이 도출되어야 한다.

넷째, 중간지원조직을 육성하여야 한다.

다섯째, 중간지원조직을 통해 생협 간 협력, 그리고 사회적경제의 주체간 협력을 통하여 지역생협들이 지역 내외에서 다양한 생산물을 공급받을 수 있는 공급체계를 갖출 수 있도록 지원해야 한다.

3) 국내 지역생협사례 조사 분석

① 지역(유사)생협의 물류 및 사업현황

- 중점 사업 및 사업운영상의 특징

국내 지역생협 및 지역유사생협 간의 유사성과 차별성은 비조합원의 이용가능 여부, 매장판매 및 가정배송 여부와 비중, 그리고 그 외의 사업수행 여부에 따라서 구분할 수 있다. 지역(유사)생협은 대부분 매장을 가지고 있으며 가정배송보다 매장판매 비중이 훨씬 큰 특징을 갖고 있다. 기타사업의 수행과 관련해서, 첫째는 계절이나 명절 등 시기에 따른 특판의 형태로 판매 사업을 하고 있으며, 둘째는 직거래장터의 사업형태로 로컬푸드운동이 활성화되면서 전국단위 연합체 소속 단위생협을 비롯해 지역생협, 지역유사생협들은 직거래장터를 통해 매출의 증가를 꾀하면서 생산자와 소비자의 직접대면의 공간으로도 활용하고 있으며, 셋째로 학교급식에 농산물 식재료를 공급하는 사업형태가 있다.

- 물류 관련 특징

산지(생산자)로부터 소비지의 매장 혹은 물류센터까지의 물류체계는 크게 세 가지 형태로 구분할 수 있다.

첫째, 생산자나 생산자단체가 소비지 거점까지의 배송을 책임지는 경우가 있으며, 이 경우에는 소비지에서의 충분한 물량 소비(판매)력이 뒷받침되어야 한다.

둘째, 지역(유사)생협이 직접 수집하는 경우가 있으며, 이 경우에는 생협이 충분한 물류인프라

라를 갖추고 있어야 하며 산지의 범위가 넓지 않아야 한다.

셋째, 위 두 가지 방식을 혼용하는 경우가 있는데, 규모가 크지 않은 지역(유사)생협은 위 두 가지 방식을 적절히 혼용하고 있다.

연합체의 전국적인 물류체계의 지원을 받지 못하는 지역(유사)생협은 지역 내의 협력을 통해 물류의 비효율성을 극복하고자 노력하고 있다(대구지역 유사생협 간 생산지 발굴과 물류의 협력, 한울생협과 전북지역 생협들의 지역물류협의회를 통한 생산지 공유와 물류협력, 부산지역 생협들과 합천의 생산자조직/공동체의 공동물류 등).

- 지역(유사)생협의 물류협력 수준

지역(유사)생협들은 다양한 수준에서 공동구매 또는 공동물류체계를 구축하기 위해 노력하고 있다. 대구지역의 유사생협 간 협력의 사례는 공동구매에 가까운 것으로 볼 수 있으며, 부산지역 생협들과 합천의 생산자조직(공동체) 간의 공동물류는 합천이라는 생산지에만 국한되기는 하지만 공동 물류체계의 사례이며, 전북지역 생협들의 지역물류협의회는 지역에서 생산되는 로컬푸드에 대해 공동 물류체계를 구축하는 과도기에 해당한다.

- 지역(유사)생협의 사업영역

사업방식 및 사업영역의 확대 측면에서 보면 기본적인 생협의 사업방식인 매장판매와 가정배송에서부터 가정배송의 확대된 형태로서 최근에 확대되고 있는 제철꾸러미사업과 직거래장터, 그리고 더 나아가서 지역의 학교급식과 공공급식 식재료 공급사업까지 확장한 경우 등 상당히 다양하다.

② 지역(유사)생협의 물류 및 사업 SWOT 분석

<지역(유사)생협간 물류협력 SWOT 분석>

사례 : 대구지역 유사생협 간 물류협력, 부산지역 생협 간 물류협력	
강점(Strength)	약점(Weakness)
• 물량의 규모화로 물류 효율성 증대	• 물류센터, 배송차량 등 물류체계 구축의

<ul style="list-style-type: none"> 지역 내 생산지 공유, 공동이용 가능 생산자-소비자의 대면적 관계 	<ul style="list-style-type: none"> 추가비용 부담 발생 유통 전문인력, 경험 부족 지역 농축산물 외 다양함 품목 구비의 어려움
기회요인(Opportunity)	위험요인(Threat)
<ul style="list-style-type: none"> 로컬푸드에 대한 인식 및 사회적 수요의 증가 생협에 대한 선호도 상승 먹거리 공급 지역생협 증가, 협동조합기 본법 제정에 따른 먹거리 협동조합 증가 예상(지역생협 생태계의 다양화) 	<ul style="list-style-type: none"> 시장경쟁 심화와 대규모 유통기업의 시장장악력 확대 전국적인 물류체계를 갖춘 생협연합체와의 경쟁격화 유기상승 등 중장기적인 물류비용 상승 예상

<지역(유사)생협의 사업결합 SWOT 분석>

사례 : 유사생협들의 협력적 로컬푸드특판, 직거래장터, 학교급식 사업	
강점(Strength)	약점(Weakness)
<ul style="list-style-type: none"> 지역 내 생협뿐 아니라 시민사회운동 등과의 협력 가능 안전한 친환경 지역산 먹거리 공급 가능 수요의 확대, 매출을 증가로 생산자 조직화 용이 	<ul style="list-style-type: none"> 현재의 생협물류 방식으로는 급식사업에 요구되는 소량 다품목 공급이 어려움 사업의 다양화로 인한 인력 부족, 인건비 부담 지역 농축산물 외 다양함 품목 구비의 어려움
기회요인(Opportunity)	위험요인(Threat)
<ul style="list-style-type: none"> 학교급식, 공공급식 등 안전한 먹거리의 사회적 수요 확장 친환경, 로컬푸드에 대한 정부, 지자체의 지원 강화 	<ul style="list-style-type: none"> 급식영역의 기존 공급업체와의 경쟁구도 형성 가능성 조합원(회원) 확보가 아닌 불안정한 수요처와 물량 문제 ※ 제철꾸러미와 같이 회원방식이 가능한 경우도 있지만 직거래장터, 급식영역 등은 초기에 안정적이지 않은 수요 문제 발생

<연합체 단위생협과 지역(유사)생협 간 물류협력 SWOT 분석>

사례 : 전북지역 지역물류협의회 추진	
강점(Strength)	약점(Weakness)
<ul style="list-style-type: none"> 로컬푸드 활성화+물품다양화 동시 달성 가능 지역물류와 전국물류의 동시 활용 가능 	<ul style="list-style-type: none"> 연합체 단위생협과 지역생협의 협조관계 구축의 어려움

기회요인(Opportunity)	위험요인(Threat)
<ul style="list-style-type: none"> 로컬푸드 활성화 흐름이 협력에 정당성 부여 	<ul style="list-style-type: none"> 지역생협의 연합체로의 흡수 가능성

③ 국내 지역사례의 시사점

• 물류협력

지역생협 간의 물류협력은 독자적으로 생존을 담보할 수 있을 정도로 충분한 소비자 조합원 확보가 가능하지 않은 생협이라면 반드시 모색해야 할 방향이다. 물류협력은 낮은 수준의 공동구매에서부터 시작해 높은 수준의 공동물류체계에로까지 확장하는 것이 바람직하다. 공동물류체계의 구축은 비용부담을 최소화하는 것이 필수적이다(대구지역에서 논의되는 것처럼 향후 대부분의 지역에서 고민하게 될 학교급식·공공급식 물류체계를 이용하거나, 지역 내에 있는 전국단위 연합체 소속 단위생협과의 협력을 모색하는 것도 좋은 방안이 될 것임).

• 사업방식 및 사업영역의 다양화

사업방식 및 사업영역의 확대 측면에서 보면 기본적인 생협의 사업방식인 매장판매와 가정배송에서부터 가정배송의 확대된 형태로서 최근에 확대되고 있는 제철꾸러미사업과 직거래장터, 그리고 더 나아가서 지역의 학교급식과 공공급식 식재료 공급사업까지 확장한 경우 등 다양한 노력이 필요하다.

• 연합체소속 생협의 지역물품 취급확대에 따른 지역생협의 사업결합 가능성

한살림대전의 “가까이愛”, 한살림충주제천의 제철꾸러미사업 등 최근 연합체소속 생협들도 지역물품 확대의 노력을 하고 있으며 이들과 지역생협의 사업결합 가능성도 고려할 필요가 있다.

④ 충남·대전지역의 생협현황

2012년 9월 현재 충청남도의 인가를 받은 소비자생활협동조합은 총 16개이다. 충청남도의

인가생협을 종류별로 보면 의료생협이 10개, 먹거리생협(물류생협으로 분류)이 5개, 대학생협이 1개이다.

<충남 내의 먹거리 생협 현황>

먹거리생협	주 소
풀무생협(지역생협)	충남 홍성군 홍동면 368번지
한살림 천안아산	충남 천안시 쌍용동 1643
아이쿱 천안	충남 천안시 서북구 쌍용동 1385번지
아산 아이쿱	충남 아산시 용화동 641번지 1층
아이쿱 충남 내포 ¹⁾	충남 예산군 예산읍 주교리

먹거리관련 생협은 천안에 2개, 그리고 아산, 내포, 홍성에 각각 1개씩 분포하고 있는데 이는 충남지역 생협이 대도시 중심으로 형성, 충남의 인구나 면적 규모로 볼 때 활성화되지는 않은 것으로 판단된다. 먹거리 생협은 풀무생협(홍성)을 제외한 3개의 생협이 전국단위 연합체의 단위생협이어서 지역생협의 기반은 상당히 취약한 것으로 볼 수 있다.

대전지역에서는 유사의료생협들을 제외하고 민들레의료생협, 불교생협, 아이쿱대전생협, 아이쿱한밭생협, 품앗이생협, 한살림대전생협이 함께 ‘대전지역 생협연대’ 라는 임의조직을 통해 연대활동을 벌이고 있다. 대전의 경우, 민들레의료생협을 제외한 4개의 생협이 먹거리생협으로 충남과 마찬가지로 전국단위 연합체 소속인 아이쿱과 한살림 단위생협을 제외하면 새로 만들어진 품앗이생협이 유일하다(불교생협은 특관 중심).

4) 품앗이생협의 현황과 발전방안

① 설문조사 분석 결과

• 소비자 조합원 설문조사결과

품앗이생협에 참여하는 가까운 생산지로부터 농산물을 공급할 때 최소한이 되어야 할 먹거리 안전도에 대해서는 ‘저농약 이상’ 이면 된다는 응답이 69.6%로 나타났다.

물품을 주문하는 방법에 대해서도 ‘인터넷’ 64.7%, ‘매장’ 14.7%로 나타나 편의성을 중요시하고 있는 것으로 나타났지만 품앗이생협이 지향하는 공동체를 통한 대면적인 관계를 고려하는 거점 주문 방식의 응답도 10.8%로 나타났다.

물품배송의 방법에 대해서는 ‘거점배송’ 38.2%, ‘택배’ 30.4%, ‘매장구매’ 16.7%,

‘그룹배송’ 13.7%로 나타났다.

‘제철 꾸러미’ 형태의 물품 구성과 배송에 대해 참여의사를 묻는 질문에 대해서는 ‘좋다’는 응답이 79.4%로 나타나 선호도가 높았다.

생산지 마을공동체와 함께 하고 싶은 프로그램에 대해서는 농사·농장 체험, 생산지 방문에 대한 요구가 가장 많았으며, 생산지 마을공동체에 대한 요구사항으로는 ‘안전하고 신뢰할 수 있는 먹거리 생산’에 대한 요구가 압도적으로 높았다.

품앗이생협 참여를 통해 얻고자 하는 바에 대해서는 ‘안전한 먹거리’, ‘로컬푸드 확산’, ‘공동체 강화, 인간적인 교류’ 등 품앗이생협의 취지에 공감하는 의견들이 다수 제출되었다.

- 소비지 마을공동체 설문조사결과

6개 마을공동체 모두 친환경 먹거리에 대한 공동구매 경험이 있으며, 지속적인 공동구매를 희망하고 있었다. 6개 마을공동체 모두 산지 체험 및 농촌 일손 돕기를 들었으며, 직거래 장터의 개설을 희망하고 있었다.

- 생산지 마을공동체 설문조사결과

도시지역 생산지 마을은 모두 가공품(발효 빵, 쿠키, 비누, 전통장류, 숯제품, 야채가루 등)을 생산하고 있으며, 안정적인 판로 확보를 품앗이생협에 기대하고 있다.

대청호환경농민연대와 공생공소 등 생산지 마을공동체는 다양한 생산물을 출하하고 있으나, 아직 공동 생산계획을 구성하는 데까지는 이르지 못하고 있으며, 대청호환경농민연대는 친환경 농산물을, 공생공소는 관행 농산물을 생산하고 있다.

품앗이생협 참여로 기대하는 바에 있어서 안정적 판로가 나뉘 확보되어 있는 공생공소는 소비자와의 관계강화에 좀 더 의미를 두고 있는 반면, 안정적인 판로확보에 어려움을 겪고 있는 대청호환경농민연대는 이에 대한 개선을 기대하고 있다.

꾸러미사업에 대해서는 두 생산지 마을공동체 모두 친환경농산물 꾸러미사업참여에 대하여 긍정적인 생각을 가지고 있다.

② 설문조사 결과의 시사점

품앗이생협의 조합원들은 개인소비자로서 안전한 먹거리, 가까운 먹거리, 생산지와 관계 맺기 및 신뢰 형성 등을 요구하고 있다.

위의 사항은 지역생협이어야 가능한 지점이기 때문에 이를 바탕으로 품앗이생협의 비전을 만들어 나갈 수 있을 것이다.

최근 로컬푸드운동에서 활성화되고 있는 ‘꾸러미배송’의 형태를 선호한다는 응답이 79.4%로 매우 높게 나타났다는 것은 품앗이생협이 물적·인적인프자가 미흡한 상황에서도 쉽게 착수할 수 있다는 사업으로 판단된다.

거점배송에 대한 선호도가 높은 것은 소비지 마을의 공동체성이 일반적인 경우보다는 높은 것으로 판단되는 요소인 바, 이를 바탕으로 지역내 또는 지역간 협력체계를 이용한 사업활동이 가능할 것으로 보인다.

5) 정책제언

① 품앗이생협의 활성화방안

지역의 독자생협이 자체 조합원 규모와 물류시설만으로 생산지와 관계를 형성하고 생존하는 것은 매우 어렵기 때문에 지역내 생협들의 협력, 타 협동조합·사회적기업 등 사회적경제 주체들과의 협력, 그리고 지역 시민사회운동 진영과의 협력 관계 구축을 통해 생존을 위한 여건을 만들어야 한다.

가장 우선적으로 필요한 협력은 물류협력이다. 물류협력은 일부 품목의 공동구매라는 낮은 수준에서부터 공동물류센터를 설치하고 공동물류체계를 구축하는 높은 수준까지 다양한 형태로 이루어질 수 있다. 전국단위 연합체 단위생협과 지역생협의 물류협력을 통해서 로컬푸드, 지역물품에 대한 지역공동물류체계 구축이 필요하다.

다음으로 사업협력체계의 구축이 필요하다. 지역생협, 지역유사생협, 전국단위 연합체의 단위생협, 그리고 사회적기업, 마을기업 등 다양한 지역 내 주체들 간에 사업협력 체계를 구축을 통해 안정적 판로를 찾기 어려운 지역의 사회적기업 생산물품을 지역생협 등이 공동으로 취급 물품으로 선정하고 판매하는 것은 지역 사회적경제 활성화에도 기여할 수 있다.

품앗이생협은 연대와 협력을 바탕으로 행복한 지역공동체 형성, 그리고 신자유주의 시장경제에 대한 대안으로 지역공동체 호혜시장의 구축을 지향하고 있다. 이러한 품앗이생협의 기본

지향과 참여조직의 운동성, 공동체성은 로컬푸드 활성화에 좋은 여건을 형성하고 있다.

소비자 조합원의 개인설문조사 결과에 나타난 것처럼 친환경과 로컬푸드에 대한 요구가 분명하고, 지역의 다양한 생협운동, 협동조합 운동을 경험했고 공동체의 참여를 기초로 하고 있기 때문에 그룹배송 혹은 거점배송에 대한 요구도 51.9%에 달하고 있다. 그러나 거점배송방식이 갖고 있는 한계를 극복하기 위해서 마을거점공동체를 중심으로 일정부분의 물류기반 구축이 필요하다. 이를 위해 마을공동체를 중심으로 “관계있는 복합 매장”을 마련하는 것도 하나의 대안이 될 수 있다.

초기 물적, 인적 자원이 부족한 품앗이생협의 여건에서는 독자적인 생존의 방식을 모색하기 보다는 지역협력체계의 구축을 우선적으로 추진할 필요가 있다. 품앗이생협은 이러한 지역협력체계의 구축을 위해서 우선 지역 내 생협들과의 협력체계 구축을 추진해야 한다. 현재도 ‘대전지역 생협연대’의 활동을 통해 협력을 모색하고 있지만 구체적으로 먹거리를 공급하는 지역 내 생협들과 물류협력 및 사업협력을 추진해야 할 것으로 판단된다. 또한, 지역먹거리에 기반을 둔 사업영역의 확대가 이루어지기 위해서는 학교급식, 공공급식, 외식까지 포괄하는 종합유통시스템을 갖추고 그 외 지역먹거리를 이용한 식당과 교육장, 체험장, 카페 등이 구비된 지역먹거리 허브센터의 구축이 필요하며, 이 또한 지역내 생협의 협력체계를 바탕으로 이루어져야 그 실현가능성을 높일 수 있을 것으로 판단된다. 더불어 품앗이생협에 참여하고 있는 사회적기업, 마을기업 등의 경영능력 제고와 안정화의 문제도 함께 고민해야 한다. 이러한 과제는 품앗이생협 자체적으로 해결할 문제라기보다는 지자체의 지원정책과 연계해서 풀어나가야 할 것이다.

② 지자체의 지원 정책

지자체는 지역생협의 안정을 위한 기반을 제공해야 한다. 우선 초기자본조달에 대한 지원책이 강구되어야 한다. 초기자본조달 문제는 대부분의 지역생협들이 설립 초기부터 직면하게 되는 현실적인 어려움이다. 신규 생협은 물류창고, 배송차량, 저온저장고, 소분/포장시설, 인력, 온라인발주시스템등 기본적인 물류시설과 운영시스템에 대한 투자여력이 부족하다.

다음으로 지자체는 중간지원조직을 통한 지원체계를 구축해야 한다. 예를 들면 협동조합의 주체 역량 강화를 위한 민간지원조직의 컨설팅 업무에 대한 지원이 강구되어야 한다. 초기에 협동조합에 대한 지원 업무를 지원조직이 담당하기에는 인적·물적 자원이 부족할 것이므로

이에 대한 지원이 고려되어야 한다. 지원기관의 주요한 활동은 경영능력 향상, 협동조합의 조직운영, 지역생태계 구축등 전반적인 지원활동 등이 될 수 있다.

지역생협 활성화를 위한 지역생협기금 조성도 고려할 수 있다. 유럽과 미국의 사례에서 보듯이 지역생협이 활성화될 수 있었던 데에는 지역생협들이 접근할 수 있는 기금의 지원이 커다란 역할을 하였다. 이탈리아의 협동조합들은 매출의 3%를 협동조합기금으로 적립하도록 함으로써 자체적 협동조합기금을 적립하였다.

지자체는 지역차원의 지역계획을 수립하고 이의 실현단위로서 생협과의 협력을 모색해야 한다. 지역생협은 단순한 재화의 거래 뿐만 아니라 사회적 관계회복과 지역사회 안전망의 역할을 담당할 수 있으므로 지역생협에 대한 다양한 지원사업들을 지자체 차원에서 수행하는 것이 다양한 정책적 목표달성 측면에서 유용성을 가질 수 있다.

그 외에도 지역에서 먹거리 관련 활동을 수행하는 지역생협(및 유사조직)에 대한 다양한 지원사업들을 지자체 차원에서 수행하고, 소규모의 다양한 형태의 생협(및 유사생협)들을 지원하는 정책이 필요하다.

목 차

제1장 서 론	1
1. 연구의 배경 및 목적	1
1) 연구 배경	1
2) 연구 목적	2
2. 선행연구 검토	3
1) 국내외 선행연구	3
3. 주요내용과 연구방법	4
1) 주요내용	4
2) 연구방법	6
 제2장 한국의 생활협동조합운동	7
1. 한국 생협의 성장	7
2. 생협운동의 위기	10
3. 지역과 생협운동	12
 제3장 소비자생활협동조합 해외사례 분석과 시사점	16
1. 일본의 생협운동	16
1) 일본 생협운동의 전개 과정	16
2) 일본 생협의 산직활동	19
3) 일본의 새로운 생협운동	23
4) 복선형 산직	26

2. 영미권의 생협	28
1) 개요	28
2) 유형	30
3) 지원정책	31
4) 시사점	34

제4장 국내 지역사례 분석 및 시사점 36

1. 지역생협 및 지역유사생협의 로컬푸드 사례 조사	36
1) 국내 지역사례 조사의 목적	36
2) 지역생협 및 지역유사생협의 물류 및 사업	37
3) 지역생협의 물류 및 사업 SWOT 분석	45
2. 국내 지역사례의 시사점	48
1) 지역 내 물류협력	48
2) 지역유사생협의 사업방식 및 사업영역의 다양화	52
3) 연합체 소속 지역 단위생협의 지역물품 확대	55
3. 충청남도 지역생협 개괄	59
1) 충청남도 인가생협 현황	59
2) 대전광역시 인가생협 현황	60

제5장 품앗이생협의 현황과 발전 방향 63

1. 조합원 개인 설문 조사 결과	63
2. 품앗이생협 마을공동체 기초조사 설문 분석 결과	76
1) 개요	76
2) 설문 조사 결과	78
3) 종합 분석	90
3. 품앗이생협의 먹거리 공급 능력	94
1) 품앗이생협의 먹거리 공급 현황	95
2) 품앗이생협 참여 농촌공동체의 생산 현황	98
3) 사회적기업협의회소속 조직의 생산능력	102
4. 설문조사 결과의 시사점	103

제6장 정책 제언 106

1. 지역생협, 품앗이생협의 활성화 방안	106
2. 지자체의 지원 정책	109

참고문헌	112
-------------------	------------

<부록1> 일본생협 사례	114
<부록2> 영미권생협 사례	151
<부록3> 국내 지역생협, 유사생협 사례	185

표 목 차

<표 3-1> 영국 및 미국 생협의 특징	28
<표 3-2> 생협의 사업유형별 분류	30
<표 3-3> 생협의 조직형태별 분류	31
<표 3-4> 생협의 판매대상별 분류	31
<표 3-5> 생협의 유통모델별 분류	31
<표 4-1> 조사 지역생협 및 지역유사생협	36
<표 4-2> 조사 지역생협 및 지역유사생협의 사업 현황	42
<표 4-3> 조사 지역생협 및 지역유사생협의 물류 현황	43
<표 4-4> 지역생협, 지역유사생협 간 물류협력 SWOT 분석	46
<표 4-5> 지역생협, 지역유사생협 사업방식 및 사업영역 다양화 SWOT 분석	47
<표 4-6> 연합체 단위생협, 지역생협 간 물류협력 SWOT 분석	48
<표 4-7> 대구지역 유사생협 간 물류협력	49
<표 4-8> 전북지역 생협, 유사생협 간 지역물류의 변화 과정	51
<표 4-9> 한살림충주제천생협의 지역물품 품목	56
<표 4-10> 충청남도 인가생협 현황	59
<표 4-11> 충청남도 먹거리관련 생협과 소재지	60
<표 4-12> 대전광역시 인가생협 현황	61
<표 5-1> 품앗이생협 조합원 개인 설문 공동체별 참여	63
<표 5-2> 시중 먹거리의 안전성 신뢰	64
<표 5-3> 주요 먹거리 구매처	64
<표 5-4> 먹거리 구매 고려 우선순위1	65

<표 5-5> 먹거리 구매 고려 우선순위2	66
<표 5-6> 먹거리 구매 고려 우선순위3	66
<표 5-7> 먹거리 구매 고려 우선순위4	67
<표 5-8> 먹거리 구매 고려 우선순위5	67
<표 5-9> 품앗이생협 공급 고려 우선순위1	68
<표 5-10> 품앗이생협 공급 고려 우선순위2	68
<표 5-11> 품앗이생협 공급 고려 우선순위3	69
<표 5-12> 품앗이생협 공급 고려 우선순위4	69
<표 5-13> 품앗이생협 공급 고려 우선순위5	70
<표 5-14> 요구하는 농산물의 안전 수준	71
<표 5-15> 상품정보 전달 방법 선호도	72
<표 5-16> 물품주문 방법 선호도	72
<표 5-17> 물품결제 방법 선호도	73
<표 5-18> 물품배송 방법 선호도	74
<표 5-19> 배송주기 선호도	74
<표 5-20> 꾸러미배송 선호도	75
<표 5-21> 품앗이생협을 통해 구매하고 싶은 먹거리	75
<표 5-22> 기초조사 실시 품앗이생협 공동체	76
<표 5-23> 마을공동체가 속해 있는 지역의 지리적 특성	78
<표 5-24> 마을공동체 지역의 생활수준	78
<표 5-25> 마을공동체 구성 가구 규모(단위 : 가구)	78
<표 5-26> 생활수준과 가구 수 연계(전체, 단위 : 가구)	79
<표 5-27> 생활수준과 가구 수 연계(소비지 성격 마을, 단위 : 가구)	79
<표 5-28> 마을공동체의 조직이나 기구	79
<표 5-29> 마을공동체 형성 기간	79
<표 5-30> 마을공동체 구성원의 연령층	80
<표 5-31> 마을의 거점 공간	81
<표 5-32> 거점 공간 마련 자원 조달 방식	81
<표 5-33> 앞으로 필요하다고 생각되는 교육	82
<표 5-34> 마을공동체 프로그램 운영을 위한 자원 조달 방식	82
<표 5-35> 마을 축제 운영 현황	83
<표 5-36> 마을공동체에서 가장 필요로 하는 사업이나 프로그램	83
<표 5-37> 마을공동체 운영 상의 애로점	83
<표 5-38> 지역에서의 마을공동체에 대한 인식 정도	84

<표 5-39> 지역에서의 마을공동체 확대 방안	84
<표 5-40> 마을공동체의 특성화 계획	84
<표 5-41> 품앗이생협에서 지원받고 싶은 것	85
<표 5-42> 마을공동체에서 품앗이생협에 기여할 수 있는 것(중복 응답)	85
<표 5-43> 품앗이생협에 바라는 것	86
<표 5-44> 도시지역 생산지 마을공동체의 현황 및 요구	86
<표 5-45> 농촌지역 생산지 마을공동체의 현황 및 요구	88
<표 5-46> 품앗이생협 공동체배송 거점목록	96
<표 5-47> 품앗이생협 물류시설·인력 현황	97
<표 5-48> 품앗이생협 온라인 쇼핑물 농·축산물 공급 품목(2012년 10월 현재)	97
<표 5-49> 대청호환경농민연대 생산 품목	98
<표 5-50> 홍성유기농영농조합법인 생산 품목	100
<표 5-51> 공생공소 꾸러미 공급 품목	101
<표 5-52> 노동부인증 사회적기업 공급가능 품목, 서비스	102
<표 5-53> 노동부 예비 사회적기업 공급가능 품목, 서비스	103

그 립 목 차

<그림 1-1> 연구 흐름 및 전략	6
<그림 2-1> 한국 생협 조직의 변천	10
<그림 3-1> 일본생협의 규모와 활동지역	18
<그림 3-2>일본의 생협산직 공급고와 부문별 구성비(2010년도, 단위: 억엔)	21
<그림 3-3>생협의 산직공급고와 지산지소상품의 공급고 비교(품목별, 2010년)	21
<그림 3-4>지산지소상품의 공급고와 부문별 구성비(2010년, 단위 : 억엔)	22
<그림 3-5> 종래의 산직과 네트워크형 산직의 개념도	26
<그림 3-6> 직원주도형 산직과 조합원주도형 산직	27
<그림 4-1> 지역생협, 지역유사생협 로컬푸드 특판사업 홍보물	38
<그림 4-2> 지역생협, 지역유사생협의 물류협력 수준	40
<그림 4-3> 지역생협, 지역유사생협의 사업방식, 사업영역 확대 수준	41
<그림 4-4> 부산지역 생협 - 합천지역 생산자조직 공동물류	50
<그림 4-5> 한살림대전생협의 지역물품 자체브랜드와 마크	57
<그림 5-1> 시중 먹거리의 안전성 신뢰	64
<그림 5-2> 주요 먹거리 구매처	64
<그림 5-3> 먹거리 구매 고려 우선순위1	65
<그림 5-4> 먹거리 구매 고려 우선순위2	66
<그림 5-5> 먹거리 구매 고려 우선순위3	66
<그림 5-6> 먹거리 구매 고려 우선순위4	67
<그림 5-7> 먹거리 구매 고려 우선순위5	67
<그림 5-8> 품앗이생협 공급 고려 우선순위1	68
<그림 5-9> 품앗이생협 공급 고려 우선순위2	68

<그림 5-10> 품앗이생협 공급 고려 우선순위3	69
<그림 5-11> 품앗이생협 공급 고려 우선순위4	69
<그림 5-12> 품앗이생협 공급 고려 우선순위5	70
<그림 5-13> 요구하는 농산물의 안전 수준	71
<그림 5-14> 상품정보 전달 방법 선호도	72
<그림 5-15> 물품주문 방법 선호도	72
<그림 5-16> 물품결제 방법 선호도	73
<그림 5-17> 물품배송 방법 선호도	74
<그림 5-18> 배송주기 선호도	74
<그림 5-19> 꾸러미배송 선호도	75

제1장 서론

1. 연구의 배경 및 목적

1) 연구 배경

먹거리의 위기가 지속적으로 반복되고 있는 상황에서 소비자들은 안전한 먹거리를 확보하기 위해서 생협 등을 통한 구매를 증대시키고 있는데, 이는 생협의 조합원 및 공급량의 증가를 통해서 확인할 수 있다. 먹거리의 위기는 양적인 측면과 질적인 측면에서 파악할 수 있는 바, 2010년의 일기불순으로 인하여 채소값이 폭등했을 시기에 생협을 통한 친환경농산물 구매가 관행유통체계의 일반농산물 판매가보다 낮아 생협의 출하물품의 품귀현상이 발생한 경험 이 있으며, 2008년 미국산 광우병의심쇠고기파동과 멜라민파동 이후 생협이용 소비자의 수가 급증하기도 했다.

친환경 유기농산물의 직거래를 토대로 성장한 한국의 생협운동은 유기농업이 활성화되지 않았던 1980년대 후반부터 우리나라에 친환경농업을 정착시키고 이를 소비할 의식 있는 소비자층을 형성하는데 지대한 공헌을 해왔고, 최근의 웰빙 열풍을 타고 급성장해 왔다. 그러나 최근에 들어서면서 매장이 가능한 입지가 부족하게 되고, 특정 입지 내에서는 생협간의 경쟁이 심화되면서 곧 친환경유기농 전문매장이 포화상태에 이를 것이라는 전망도 나오고 있다. 한편, 생협들이 규모의 경제를 실현하기 위해 만들어진 전국적인 물류체계로 인해 생산자와 소비자의 연대와 신뢰라는 생협운동의 기본적인 토대마저 왜곡될 위험에 처해 있다.

생협의 신장이 협동조합운동 자체의 노력과 함께 끊임없는 먹거리의 위협이라는 외적인 요

인이 크게 작용한 측면이 있기 때문에 생산자와 소비자의 관계성보다는 물류효율을 중시하는 사업전개는 일반기업의 친환경농산물시장진입과 경쟁하면서 운동성을 더욱 빈곤하게 만들 수 있다. 이런 과정에서 생협운동이 출발할 당시 지니고 있던 총체적인 사회운동으로서의 문제의식이 퇴색하고, 생협운동이 현실의 단선적인 유기농산물 직거래사업으로 귀착되어 버리는 측면을 간과할 수 없다. 이러한 문제점을 인식하고 있는 몇몇 지역생협에서는 가까운 거리에서 생산된 먹거리를 중심에 놓고 공급하려는 노력을 해 오고 있으며, 일정 정도 성과를 내고 있는 생협도 존재하지만, 물류의 비효율로 인해서 경영악화에 직면한 사례도 발견된다. 다른 한편으로는 최근에 지역먹거리운동을 통한 지역재생을 생협운동을 매개로 추진하려는 움직임도 보이고 있다. 이러한 상황에서 지역먹거리를 매개로 활동하고 있는 지역생협이 안고 있는 과제를 검토함으로써 지역생협의 활성화를 위해서 필요한 조치들 및 고려사항 등을 제안하고자 한다.

2) 연구 목적

한국 생협운동의 역사는 먹거리와 농업, 농촌의 회복을 지향하면서 전개된 사회운동의 측면을 가지고 있으면서, 이를 통해 식탁의 안전을 꾀하고자 생협은 소비자를 조직해 왔다. 그러나, 먹거리의 안전을 담보하기 위한 유기농업이 관행농업화되면서 생산자들은 수익을 쫓아서 친환경 유기농업을 선택하고, 소비자는 웰빙이나 로하스의 열풍을 따라 유기농산물을 찾는 경향이 심화되면서 유기농업이 본래 갖고 있는 생태적 의미나 생협의 사회운동으로서의 의미가 급속하게 퇴색되고 결과를 낳고 있다. 특히 유기농 직거래운동에 전념해 온 대부분의 생협들은 지역먹거리운동에 대한 고민은 부족했다고 할 수 있다. 이는 한국의 생협운동이 지역농업을 바탕으로 한 지역내순환을 지향하면서 전개되었다기 보다는 한국이라는 특수한 상황에서 지역에는 존재하지 않는 ‘거대한 시장’인 수도권에 주된 소비지를 삼을 수 밖에 없었던 측면도 간과할 수 없다. 이 과정에서 지역의 친환경농업 생산자조직들이 수도권에서 기존 유통체계보다 훨씬 경쟁적인 국면으로 내 몰렸으며, 그 피해는 지역농업의 위기로 나타나고 있는 점도 부정할 수 없다. 따라서 전국 단위의 수도권 중심적인 생협조직에 의존하지 않고, 지역물류가 중심이 되도록 생협조직을 개편함으로써 지역농업의 활성화와 중앙물류가 이를 보완하는 체제로 전환이 모색되어야 할 시점이라고 할 수 있다.

지역은 자연·경제·문화의 복합체이면서, 독자성을 갖는 개성적 존재임에도 현재의 생협체계는 지역을 단순히 물류의 공급처로 인식할 뿐 자율적이고 주체적인 지역에 대한 고려는 부족했다고 할 수 있다. 기존에 다양한 형태의 지역생협이 전국 여러지역에 산재해 있고, 이에 대한 고민도 컸지만, 별개의 조직체로 움직이는 한계로 인해서 지역내 자원을 충분히 활용하지 못한 한계를 가지고 있으며, 지역내 네트워크의 부재로 인해서 선순환의 고리가 활성화되지 못하는 결과를 낳기도 했다. 이런 이유로 목표상으로 지역내에서 생산된 친환경 농산물을 지역내 소비자들과 직거래함으로써 지역자급과 자치를 꾀하려 했던 조직들조차 현실에서는 하나의 거대한 ‘전국적인 물류조직에 편입되는 현상이 나타났다. 본 연구는 순환의 체계를 지역내에 구축함으로써 경제적·사회적·물질적 선순환을 목표로 지역생협의 활성화를 도모해 내는 방안을 찾고자 한다.

2. 선행연구 검토

1) 국내외 선행연구

친환경 유기농산물의 직거래를 통한 생명운동, 소농과 도시 소비자간의 협동조합운동이라는 가치를 내걸고 지난 30여년 동안 한국사회에서 전개되어 온 생협운동에 대해서는 많은 연구들이 이루어졌다. 2000년대 이후 웰빙바람 속에서 유기농 시장이 본격적인 틈새시장으로 성장하면서 유기농업과 생협운동과 관련한 많은 연구는 주로 지역에 대한 고민보다는 생협조직의 활성화를 위한 대규모 물류체계의 구축과 효율화를 모색하는 방향에 치중되어 전개되고 있다. 현재 생협은 현재 소비자들에게 유기농산물을 공급하는 데 그치지 않고 복지과 환경, 교육과 같은 일련의 사회운동을 전개하고 있지만, 기존의 연구들은 협소한 시각에서 생협을 단지 유기농산물 유통기제로만 보는 경향이 있다.

한국보다 훨씬 앞서서 밀도있게 생협운동이 진행되고 있는 일본의 경우, 생협의 대규모화에 따른 운동성의 약화에 대한 자기 성찰이 최근에 활발하게 이루어지고 있으며, 그 대안으로서 지역먹거리를 매개로 한 지역생협운동에 관심을 갖고 사업을 진행하고 있는 연구도 다수 발견된다(제2장 참조). 한편, 생협운동의 본질이 변질되고 있다는 지적과 연구들도 이루어지고 있는데, 생협의 사회참여와 최근 개정된 생협법은 생협의 다양한 사회 참여와 역할을 기대케 하

고 있다. 생협을 통해서 구축되는 신뢰라는 사회적자본이 안전한 먹거리 공급의 동인일 뿐만 아니라 호혜적 공동체 구축을 위한 사회적 협력을 이끌어내는 동인으로 작용할 수 있기 때문이다. 또한, 생협은 최근 화두로 떠오르고 있는 사회적경제의 구축에 있어서도 중요한 역할을 수행할 수 있는 가능성을 확인할 수 있는 희망들이 전국 여러 지역에서 싹트고 있다(제3장 참조).

특히, 한국의 여러 지역에서는 안전한 먹거리를 신뢰를 바탕으로 매개해 주는 소극적 역할에서 벗어나 지역내 생산과 지역내 소비를 통한 지역순환경제의 구축 및 공동체성의 회복을 위한 방안에 대하여 고민하고 있다. 그러나, 지역먹거리체계의 구축에 대하여 많은 지역에서 고민을 하고 있지만, 그 출발의 고리를 마련하는데 어려움에 직면해 있는 경우가 많다. 일부 지역에서는 농민장터나 직매소의 운영을 추진하고 있으며, 일부 지역에서는 학교급식을 통한 지역먹거리체계의 구축을 시도하고 있다. 농민장터나 직매소는 지역먹거리체계의 구축에서 중요한 기제로 활용할 수는 있지만 생산농민과 소비자의 관계성에서는 다소 긴밀감이 떨어지는 면이 있으나, 생협의 경우에는 관계성의 지속성이나 신뢰의 구축에서 보다 우위에 있다고 할 때, 지역생활운동을 매개로 지역먹거리운동이 전개될 때 운동의 지속가능성과 관계성의 확대 및 심화가 수월하다고 할 수 있다. 특히, 지역생협에서 공급되는 먹거리 등이 지역산인 경우에는 생산농민과 소비자사이의 신뢰구축이 용이할 뿐만 아니라, 지역내에서 부가가치를 창출을 통한 순환구조를 만들어 내려는 시도도 쉽게 그 목적을 달성할 수 있을 것으로 기대된다.

3. 주요내용과 연구방법

1) 주요내용

본 연구는 지역생활협동조합을 활성화하기 위한 방안을 제시하기 위하여 다음과 같은 내용을 중심으로 진행한다. 첫째, 해외사례의 분석을 통하여 이를 국내 상황에서 고려해야 할 부분을 발굴해 낸다. 둘째, 한국 생협전체에서 지역생협이 가지고 있는 위치가 왜소화된 배경을 분석함으로써 지역생협 활성화의 장애물이 무엇이며, 지역생협이 활성화를 통해서 지향해야 할 부분이 무엇인지를 현재의 지역생협의 현황 분석을 통해서 밝혀낸다. 셋째, 지역생협의 활

성화를 위한 구체적 방안을 제시하기 위해서 대전지역 품앗이생협에 대한 심층분석을 통해서 현단계 당면과제와 그 대안을 모색한다. 이를 위해 본 연구는 다음과 같은 내용을 주요 연구내용으로 다루도록 한다.

○ 소비자생활협동조합의 해외사례 검토

- 일본 생협운동의 개괄 및 현단계 특징
- 일본 생협에 대한 성찰과 새로운 운동의 모색
- 영미권 생협운동의 특징과 사례 분석

○ 한국 생협운동에 대한 개괄과 새로운 운동의 모색

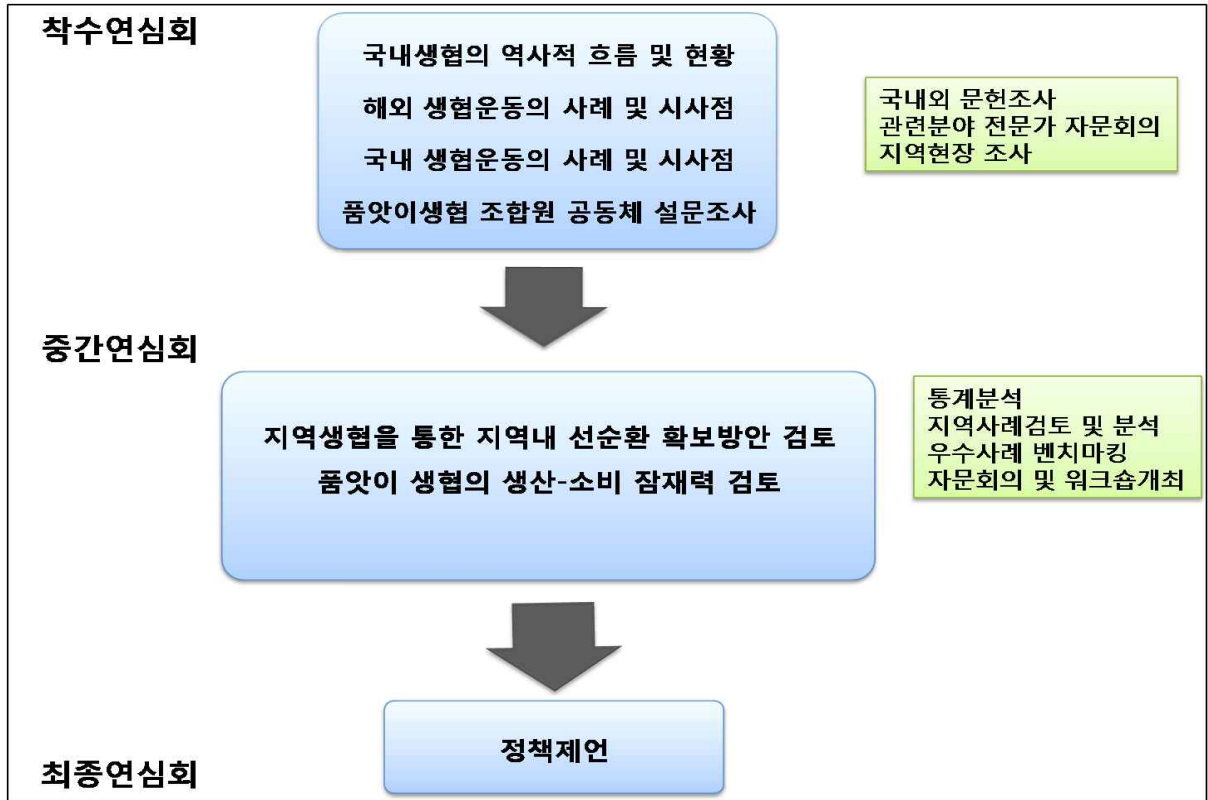
- 한국 생협운동에 대한 성찰
- 단위생협의 새로운 운동의 모색(지역먹거리운동과 CSA)
- 지역생협의 다양한 운동사례

○ 지역생협 활성화정책 도출을 위한 설문조사 및 기초조사

- 품앗이생협 조합원 및 마을공동체 대상 설문조사 결과 분석
- 공급(생산)품목의 분석을 통한 지역내순환시스템 구축안 도출
- ‘새로운 지역생협’의 활성화를 위한 정책과제 도출

2) 연구방법

<그림 1-1> 연구 흐름 및 전략



제2장 한국의 생활협동조합운동

1. 한국 생협의 성장

농산물의 포드주의적 생산, 유통, 소비가 우리 사회 전체를 지배하고 있는 상황에서 농산물 유통의 새로운 대안으로 소비자생활협동조합운동(이하 생협운동)이 주목을 받고 있다. 1960년대 이후의 경제성장과정에서 농촌과 농업의 붕괴, 전통적인 공동체의 붕괴, 빈부격차의 확대, 환경오염 등 산업화과정의 문제가 심각하게 대두되고, 대외적으로는 1980년대 이후 급속하게 전개된 신자유주의 세계화는 산업화과정의 문제를 심화시켰고, 농업의 위기뿐만 아니라 밥상의 안전도 위협하게 되면서 생협에 대한 사회적 관심이 높아졌다고 할 수 있다.

친환경 유기농산물의 직거래를 토대로 성장한 한국의 생협은 유기농업이 활성화되지 않았던 1980년대 후반부터 우리나라에 친환경농업을 정착시키고 이를 소비할 의식 있는 소비자층을 형성하는데 지대한 공헌을 해 왔고, 최근의 웰빙 열풍을 타고 급성장해 왔다. 먹거리의 위기가 지속적으로 반복되고 있는 상황에서 소비자들은 안전한 먹거리를 확보하기 위해서 생협 등을 통한 구매를 증대시켰다.

이런 점에서 한국의 생협운동은 유기농산물 직거래운동과 함께 발전해 왔다고 해도 과언이 아니다. 한살림과 가톨릭농민회의 생명공동체운동 등을 시발로 1980년대 후반부터 시작된 우리나라의 생협운동은 친환경유기농업을 육성하고 뒷받침하면서 생산자와 소비자의 유기농산물 직거래운동을 사회적으로 정착시켜왔다. 녹색혁명의 폐해를 몸소 체험한 생산자들의 자주적인 실천으로 유기농업운동이 이루어졌으며, 생산자는 유기농업의 가치를 소비자에게 직접 알리는 교육을 통하여 유기농산물의 직거래사업을 전개했다. 생협을 통한 직거래사업은 정농

회, 한국유기농업협회, 한국자연농업협회 등 유기농업 생산자단체의 회원을 비롯하여 농민운동에서 시작된 한살림, 여성운동단체인 한국여성민우회생협, 노동운동에서 지역운동으로 전환한 활동가들이 주도한 지역생협 등 다양한 운동주체들에 의해 추진되었다. 초창기에는 열성적인 생산자·소비자·운동가들의 헌신에 의존하던 생협들은 1990년대에 들어서면서 낙동강 폐놀오염사건, 시화호 오염사건 등 대형 환경관련사건들이 터져 나오고, 생활환경에 대한 관심들이 높아지면서, 또한 식품오염사고들이 계속 이어지고 아토피와 같은 문명병이 급속도로 퍼져가면서 시민들의 호응을 얻어 성장의 기반을 마련하게 되었다. 아울러 생협조합원은 단순히 먹거리의 소비자에 머물지 않고, 농업을 지키기 위한 적극적인 행동에도 나섬으로써 생협의 힘을 보여주기도 했다. 예를 들면 우리쌀 지키기, 우리밀 살리기 1만인 대회를 주도적으로 진행했고, 한미FTA소비자대책위원회에서 적극적으로 활동하기도 했고, 미국산 쇠고기 수입반대 촛불집회도 주도적으로 참여하기도 했다.

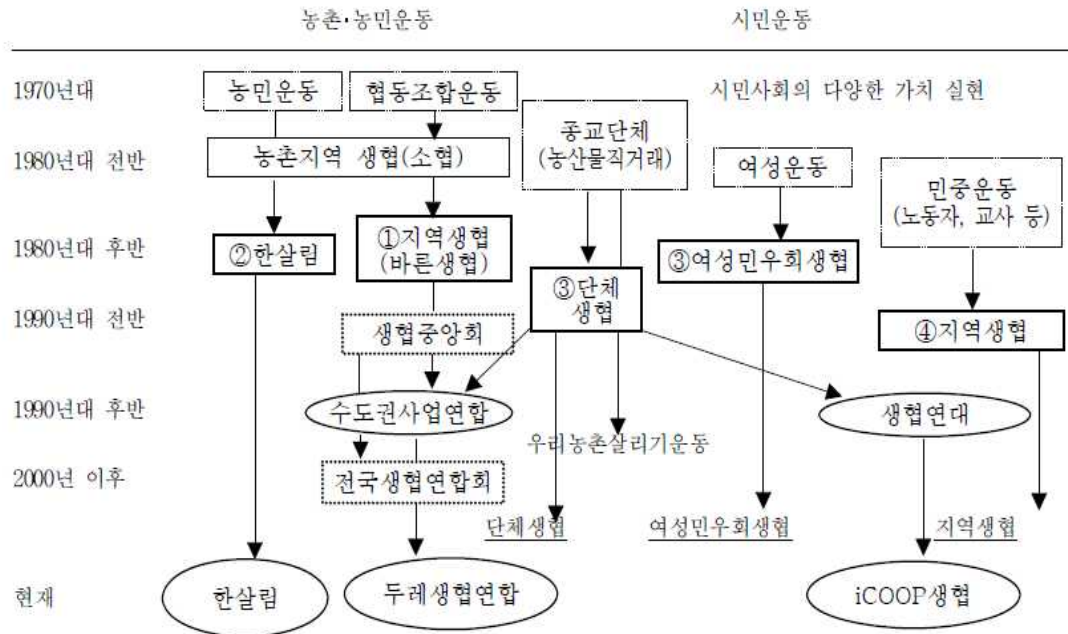
짧은 기간동안 한국 생협의 성장속도는 매우 빨랐다. 대표적인 생협연합체인 한살림, iCOOP생협연대, 두레생협연합 등은 2000년대이후 연평균 20~40%의 초고속 성장을 거듭해오면서 2011년 말 현재 매출합계가 6,500억원에 육박하였다. 2000년의 매출합계가 300억 원이 채 안되었던 것을 감안하면, 11년 동안 매출이 20배 이상 성장한 셈이다. 최근에 들어서면서 식품·유통자본들이 유기농식품까지 수입을 확대하면서 유기농산물에 대한 생협의 독점적 지위는 크게 약화되었으나, 2008년 4월 이후 미국산 광우병의심 쇠고기 파동과 10월 이후 멜라민 파동 등 먹거리의 안전성을 둘러싼 굵직한 사회적 이슈가 등장하면서 생협의 조직 및 사업이 급격하게 확대되었다.

이와 같은 생협의 고속성장의 이면에는 생협의 물류사업 연합이 기여한 바가 크다. 단위조합들이 모두 동일한 패턴의 생협운동을 전개하면서 당시 몇 안 되는 생산자지와 교류하고 있었는데, 이 수도권의 생협들은 상당히 산재해 있었고 이들 생산지들은 생산지별로 단위조합의 주문에 대한 배송업무를 개별적으로 수행하였다. 이에 따라 생협중앙회는 1993년 중앙회 사업부를 신설하고 물류를 집중하게 된다. 이로부터 약 5년간 이 물류센터가 운영 되는데 당시 생협운동의 열악성과 경영부실, 생협중앙회의 지도력 빈곤 등이 결합하여 적자가 누증되는 결과를 가져왔다. 생협중앙회의 물류사업이 누적되는 적자경영을 극복하기 위해 1997년 수도권지역의 7개 지역생협을 중심으로 공동물류사업으로 새롭게 출발하였다. 이후 생협중앙회의 중앙회사업부는 ‘생협수도권사업연합회’가 인수하여 독립하고, 또 다른 생협그룹은 ‘21세기

생협연대' (현 한국생협연대)로 독립하여 이후 '한국생협연합회'를 구성하였다. 또한, 1998년에는 수도권 지역의 한살림생협은 생협중앙회에서 탈퇴하여 독자적인 사단법인 '한살림'으로 독립하고 독자적인 물류체계와 브랜드체계를 가져갔다. 이후 한살림은 전국적인 한살림조직사업을 조직하여 2003년 독자적인 '한살림 사업 연합'을 창립함으로써 한국의 생협운동은 3개의 거대 조직으로 분화되고 경쟁체제를 갖추게 되었다.

이것은 생협운동의 분열이라는 부정적 측면을 가지고 있지만 한편으로는 생협운동의 성장기에 나름대로의 노선들을 가지고 그룹별로 조직적인 체제정비를 했다는 측면에서는 긍정적이라고 할 수 있으나, 이들 거대 조직과 경쟁해야 하는 신생 지역생협의 경우에는 물류부분의 선택에서 어려움을 겪을 수 밖에 없게 된 측면도 간과할 수 없다. 더욱이 최근에 들어서면서 생협매장의 신규입지가 부족하게 되고, 특정 입지 내에서는 생협간의 경쟁이 심화되면서 곧 친환경유기농 전문매장이 포화상태에 이를 것이라는 전망도 나오고 있으며, 현재 유기농산물의 유통에서 생협비중이 상대적으로 낮아지고, 백화점이나 전문유기농 매장을 통한 비중이 급격하게 늘어나고 있어서 생협연합체 간의 경쟁도 격화되고 있다.

<그림 2-1> 한국 생협 조직의 변천



주 1) 그림의 설명 ○:연합체, —:단위생협, →:영향
 2) 우리농촌살리기운동은 '한국가톨릭농민회'와 도시지역 교회가 생협 등 정형의 조직을 구성하지 않고 종교단체 내부에서 이루어지는 유기농산물 직거래운동이다.
 자료: 정은미, "한국 생활협동조합의 특성", 농촌경제 제29권 제3호, 한국농촌경제연구원

2. 생협운동의 위기

생협은 협동조합의 특수한 형태이므로 협동조합의 정의에 의해서 규정된다. 생협은 협동조합의 한 영역으로서 그 목적과 사업내용에 있어서 특수성을 가지고 있다. 1995년 국제협동조합연맹이 발표한 협동조합 정체성에 대한 선언에서는 “협동조합은 공동으로 소유하고 민주적으로 운영되는 사업체를 통하여 공통의 경제적, 사회적, 문화적 필요와 요구를 충족시키고자 하는 사람들이 자발적으로 결성한 자율적인 조직”으로 정의하고 있다. 즉, 협동조합은 자발성에 기초한 자치조직으로서의 성격과 효율적이고 민주적인 사업체적인 성격을 동시에 지니고 있는 조직이라고 할 수 있다. 생활의 문제를 협동의 방식으로 해결하고자 하는 소비자(생활자)들의 자발적 자치조직인 생협은 먹거리와 농업, 농촌의 회복을 지향하면서 전개된 사회운동의 측면을 가지고 있으면서, 이를 통해 식탁의 안전을 꾀하고자 생협은 소비자를 조직해

왔다. 생협운동이 친환경물품 구매조직이라는 것을 넘어서서 사회운동단체로서 목소리를 높인 영역은 농업, 환경, 급식, 식품문제 등 다양한 범위에 걸쳐있다.

그러나, 생협에 가입하는 조합원이 늘어나고, 가입동기가 안전한 먹거리의 구매에 집중되면서 생협을 시민운동의 관점에서 이해하기 보다는 생활재를 구매할 수 있는 매장으로 인식하는 경우가 많아졌다. 또한, 먹거리의 안전을 담보하기 위한 유기농업이 관행농업화되면서 생산자들은 수익을 쫓아서 친환경 유기농업을 선택하고, 소비자는 웰빙이나 로하스의 열풍을 따라 유기농산물을 찾는 경향이 심화되면서 유기농업이 본래 갖고 있는 생태적 의미나 생협의 사회운동으로서의 의미가 급속하게 퇴색되는 결과를 낳고 있다.

또한, 생협들이 규모의 경제를 실현하기 위해 만들어낸 전국적인 물류체계로 인해 생산자와 소비자의 연대와 신뢰라는 생협운동의 기본적인 토대마저 왜곡될 위험에 처해 있다. 생협의 신장이 협동조합운동 자체의 노력과 함께 끊임없는 먹거리의 위험이라는 외적인 요인이 크게 작용한 측면이 있기 때문에 생산자와 소비자의 관계성보다는 물류효율을 중시하는 사업전개는 일반기업의 친환경농산물시장진입과 경쟁하면서 운동성을 더욱 빈곤하게 만들 수 있다.

생협의 대규모화에 따라 생협의 직거래가 갖고 있던 역할은 점차 후퇴하고 그 의미는 퇴색했다. 생협의 사업연대가 전국단위에서 이루어지고, 거래량의 확대로 산지도 소규모 산지에서 점차 대규모 산지중심으로 변화하여 소규모 산지는 기회를 잃어버리게 되었다. 다품목소량생산과 다품목소량소비의 결합은 무너져 버리고, 대도시나 그 주변에서의 지역 농산물보다도 대규모 산지의 단일품목을 중심으로 물류사업을 전개하여 생산자와 소비자의 직거래를 통하여 서로간의 관계를 만들고자 했던 과거의 모습은 찾아보기 어렵게 되었다. 소비자와의 협동을 통해서 농업생산을 계속하자는 생산자의 운동과 농업생산을 같이 지원하면서 안전하고 안심할 수있는 식생활을 실현하고자 하는 생협운동이 현재는 안전한 농산물을 제공하기 위한 방법으로 그 역할이 축소되었다. ‘얼굴있는 농산물’의 자리에 ‘얼굴’은 사라지고 ‘안전’이 대신하고 있다.

또한, 조합원 참여에 의한 상품선택도 어렵게 되었다. 과거에는 조합원 참여에 의한 상품선택이 이루어졌으나, 이제는 기획상품도 조합원 아니라 실무직원이 결정하는 경우가 많다. 생산자와 소비자의 직접적인 관계를 매개로 하는 물품선택이 이루어지지 못하고 있다.

이런 과정에서 생협운동이 출발할 당시 지니고 있던 총체적인 사회운동으로서의 문제의식

이 퇴색하고, 생협운동이 현실의 단선적인 유기농산물 직거래사업으로 귀착되어 버리는 측면을 간과할 수 없다. 전국적인 물류구조를 가진 일부의 생협들이 지역의 생산자들을 줄 세우고 있다는 최근의 비판들은 이런 상황과 무관하지 않다. 생협의 신장이 협동조합운동 자체의 노력과 함께 끊임없는 먹거리의 위협이라는 외적인 요인이 크게 작용한 측면이 있기 때문에 생산자와 소비자의 관계성보다는 물류효율을 중시하는 사업전개는 일반기업의 친환경농산물시장진입과 경쟁하면서 운동성을 더욱 빈곤하게 만들 수 있다. 이런 과정에서 생협운동이 출발할 당시 지니고 있던 총체적인 사회운동으로서의 문제의식이 퇴색하고, 생협운동이 현실의 단선적인 유기농산물 직거래사업으로 귀착되어 버리는 측면을 간과할 수 없다. 물류의 효율성과 경제성을 얻기 위한 공동물류만의 전국연대·연합조직은 협동조직의 생명인 지역자립과 자치성을 훼손하고 시장의 물량주의와 획일주의를 그대로 답습하고 있다. 기존에 다양한 형태의 지역생협이 전국 여러지역에 산재해 있고, 이에 대한 고민도 컸지만, 별개의 조직체로 움직이는 한계로 인해서 지역내 자원을 충분히 활용하지 못한 한계를 가지고 있으며, 지역내 네트워크의 부재로 인해서 선순환의 고리가 활성화되지 못하는 결과를 낳기도 했다. 이런 이유로 목표상으로 지역내에서 생산된 친환경 농산물을 지역내 소비자들과 직거래함으로써 지역자립과 자치를 꾀하려 했던 조직들조차 현실에서는 하나의 거대한 ‘전국적인 물류조직’에 편입되는 현상이 나타났다. 따라서 현재 전국단위로 편재되어 있는 현재의 구조를 지역을 중심으로 구축할 필요가 있으며, 지역 물류가 중심이 되도록 생협조직을 개편함으로써 지역농업의 활성화와 중앙물류가 이를 보완하는 체제로의 전환이 모색되어야 할 시점이라고 할 수 있다.

3. 지역과 생협운동

지역은 자연·경제·문화의 복합체이고, 독자성을 갖는 개성적 존재이고, 주체적인 자치단위이다. 첫째, 지역은 인간이 서로 협동하여 자연에 작용하고 자연의 일원으로서 인간답게 살아가는 생활권역으로서 인간발달·자기실현·문화의 계승과 창조가 이루어지는 복합체이다. 둘째, 지역은 자연, 자원, 경관 뿐만 아니라 문화 및 삶의 방식에서 독자성과 개성을 지니고 있다는 점에서 개성적 존재라고 할 수 있다. 셋째, 지역은 주체적인 자치단위이므로 지방분권과 주민참가를 토대로 한 자치단위라고 할 수 있다. 인간은 바로 이러한 지역성을 전제로 인간 삶의 터전을 만든다고 할 수 있다. 이런 점에서 지역은 지역이라는 것은 자연과 인간, 인간과

인간의 관계가 형성되는 공간이자, 생산과 재생산이 이루어지는 물리적 공간이라고 할 수 있다. 또한, 지역은 대면적 관계가 가능한 ‘제한적 사회적 영역’ 즉 지역의 대면성, 공통의 정체감, 소속감 등 문화적 접근성을 갖고 있기 때문에 상호협력과 지식의 유통을 촉진하는 역할을 한다.

그러나, 연합체로 거대화된 생협조직은 생산지 지역에 대한 고민은 상대적으로 부족하게 되었다. 이는 한국의 생협운동이 지역농업을 바탕으로 한 지역내순환을 지향하면서 전개되었다기 보다는 한국이라는 특수한 상황에서 지역에는 존재하지 않는 ‘거대한 시장’인 수도권에 주된 소비지를 삼을 수 밖에 없었던 측면도 간과할 수 없다. 이 과정에서 지역의 친환경농업 생산자조직들이 수도권에서 기존 유통체계보다 훨씬 경쟁적인 국면으로 내 몰렸으며, 그 피해는 지역농업의 위기로 나타나고 있는 점도 부정할 수 없다.

생협운동은 생산과 소비에 있어서 공동의 목적을 실현하기 위한 과정을 통해 고유의 가치를 확산하는 공동체운동이라고 할 수 있다. 즉, 생협운동은 도시의 소비자와 농촌의 생산자 간의 상호신뢰를 바탕으로 산업주의로 야기된 식품위기, 농업위기, 환경위기의 문제를 협동을 통해 해결해 보고자 하는 운동이라는 측면에서 생태공동체, 도농공동체, 도시공동체의 의미를 모두 포괄하고 있다고 할 수 있다. 이 속에서 생협운동은 공동체의 기본요소인 지역성을 토대로 농촌과 도시, 그리고 농민과 소비자, 이웃과 이웃의 상호작용을 통해 공동의 결속감을 형성하는 역할을 한다. 생협운동이 선언적인 의미에서의 도농공동체가 아니라, 생태적으로 지속가능한 자치와 공생의 이념을 실천하는 공동체가 되어야 한다.

공동체란 인간의 생물적, 사회적 기본 필요의 충족을 위한 가장 기본적인 단위로서 지역성을 전제로 하며, 나아가 집단적으로 공유하는 가치의 공간으로 문화적 전통, 사회적 융합, 그리고 규범적 구조가 생산되고 재생산되면서 전환하게 되는 영역을 의미한다. 지역성을 전제로 한다고 하는 것은 기본적으로 인간 삶의 터전으로서의 의미를 지닌다.

이런 점에서 볼 때, 이제 한국의 생협운동이 지역에 대하여 보다 관심을 갖고 운동대상으로 삼아야 할 필요가 있다. 생협운동이 지역을 중심으로 한다는 것은 조합원을 모집하는 ‘장소’로서의 의미가 아닌 운동의 대상이 되고, 장소가 되는 것을 통해 ‘생명·공동체·협동’을 구현해 낸다는 의미를 지니고 있다. 이러한 생협운동의 가치는 ‘협동’이라는 사람과 사람의 관계형성 방식을 기초로 하고 있기 때문에 ‘조합원과 조합원’, ‘조합과 조합원’, ‘조합과 지역사회’와의 관계 맺기를 어떻게 이루어낼 것인가가 중요하다. 따라서 대형유통

업체조차 지역먹거리를 마케팅전략으로 삼고 있는 상황에서 생협운동에서 지역먹거리운동에 대하여 관심을 갖지 않을 수 없는 것이다.

익히 알려져 있는 바와 같이 지역먹거리운동은 단순한 직거래운동을 넘어서서 농업의 지속가능성을 담보해 내기 위해서는 농(農)과 식(食)사이의 단절된 관계를 극복하고 지역내 자원의 선순환을 꾀함으로써 지역의 재생도 도모하자는 목표를 가지고 있다. 지역먹거리체계의 효과는 크게 경제적, 생태적, 사회적 측면으로 나누어서 살펴볼 수 있다. 우선 경제적으로는 지역사회의 유지 발전, 농민들의 안정적 생활, 지역경제의 다양화, 대안시장의 창조 등을 들 수 있으며, 사회적으로는 지역내의 관계의 복원, 신뢰의 구축을 가져오며, 생태적으로는 외부자원에 대한 의존감소, 지역 내 자원에 대한 의존증대와 자원의 절약 등을 들 수 있다.

지역먹거리운동이란 순환의 체계를 만들어 가고자 하는 운동이고, 화학비료나 농약의 대량살포, 공장식 축산 등이 가져온 생태적 재앙과 먹거리 불안을 극복하는 운동이기 때문에 지역먹거리운동의 대상은 안전하게 생산된 먹거리일 수밖에 없지만, 지역먹거리운동을 시작할 때에는 여건상 어쩔 수 없이 관행재배 농산물도 당분간 대상에 포함시키더라도, 일정한 경과조치를 둔 후에는 강화된 기준을 충족하는 농산물이 운동의 대상으로 되어야 한다. 또한, 대규모 단작 혹은 특화단지에 의해 주도되고 있는 농업현실에서 지역의 다양한 먹거리수요를 지역에서 생산된 먹거리로만 충족하는 것은 불가능하기 때문에 ‘물리적 거리’에 근거한 지역설정은 운동방향의 설정에 오히려 장애가 될 수 있다. 좀 더 유연한 자세로 ‘사회적 거리’를 축소시킬 수 있도록 노력해야 할 것이고, 이 경우에는 가까운 인근지역을 묶어내는 일종의 제휴산지의 개념을 도입할 필요도 있다. 아울러 지역의 품목별 생산현황을 파악하여 지역먹거리운동의 출발로 삼을 주요품목을 무엇으로 설정할 것인가를 고민하면서, 지역의 다양한 수요에 대응하는 다품목생산을 유도해야 한다. 또한, 농민과 소비자사이의 소통의 확대를 꾀하는 구체적인 작업을 전개함으로써 먹거리의 생산으로부터 철저히 유리되어 있는 도시민들이 먹거리에 대하여 올바르게 인식하도록 하는 일도 중요하며, 지역의 생산자, 소비자, 자치단체 등의 참여를 끌어내야 한다. 개별 생산자와 소비자가 분산되어 있는 상태에서 동력을 만들어내기 힘들기 때문에 마을별, 품목별로 생산자조직을 묶어내고 이를 바탕으로 지역협의체를 구성하는 작업이 필요한 것은 말할 것도 없다.

또한, 지역먹거리체계의 확립은 고용창출과 지역자원의 활용을 촉진할 수 있다. 농업을 통한 지역사회의 신뢰관계 구축은 사람사이의 관계를 활성화하여 지역을 보다 활기치게 만들

것이다. 지역먹거리체계에는 규모와 상관없이 참여할 수 있기 때문에 전업농가뿐만 아니라 겸업농가도 주역이 될 수 있기 때문에 경작을 포기하는 휴경지의 감소에도 기여할 수 있다. 지역 전체로서는 외부로의 화폐유출을 막아 지역내 소득의 향상을 가져와서 지역경제에 공헌할 수 있을 것이다.

특히, 한국의 여러 지역에서는 안전한 먹거리를 신뢰를 바탕으로 매개해 주는 소극적 역할에서 벗어나 지역내 생산과 지역내 소비를 통한 지역순환경제의 구축 및 공동체성의 회복을 위한 방안에 대하여 고민하고 있다. 그러나, 지역먹거리체계의 구축에 대하여 많은 지역에서 고민을 하고 있지만, 그 출발의 고리를 마련하는데 어려움에 직면해 있는 경우가 많다. 일부 지역에서는 농민장터나 직매소의 운영을 추진하고 있으며, 일부 지역에서는 학교급식을 통한 지역먹거리체계의 구축을 시도하고 있다. 농민장터나 직매소는 지역먹거리체계의 구축에서 중요한 기제로 활용할 수는 있지만 생산농민과 소비자의 관계성에서는 다소 긴밀감이 떨어지는 면이 있으나, 생협의 경우에는 관계성의 지속성이나 신뢰의 구축에서 보다 우위에 있다고 할 때, 지역생활운동을 매개로 지역먹거리운동이 전개될 때 운동의 지속가능성과 관계성의 확대 및 심화가 수월하다고 할 수 있다. 특히, 지역생협에서 공급되는 먹거리 등이 지역산인 경우에는 생산농민과 소비자사이의 신뢰구축이 용이할 뿐만 아니라, 지역내에서 부가가치를 창출을 통한 순환구조를 만들어 내려는 시도도 쉽게 그 목적을 달성할 수 있을 것으로 기대된다.

지난 30년간의 생협의 역사는 새롭게 변화해가는 시장의 위기 앞에서 또 다시 소멸해 갈 것인지, 아니면 새로운 대안적 사회운동의 가능성을 높여갈 것인지 고민해야 할 시점에 놓여 있다. 이것은 단순히 시장경쟁에서 살아남기 위한 자구책이 아닌 생협의 정체성과 가치, 원칙을 가지고 농업의 미래, 인간간의 신뢰회복, 생명을 지키기 위한 공동체운동을 통해 미래를 준비해야 한다.

제3장 소비자생활협동조합 해외사례 분석과 시사점

1. 일본의 생협운동

1) 일본 생협운동의 전개 과정

(1) 먹거리위험과 생협운동의 확대

1960년대까지 생협의 주역은 대학생생활협동조합 등을 중심으로 한 이른바 직장생협이었고, 일본에서 생협이 광범위한 대중의 친밀한 존재가 될 정도로 확대된 것은 1960년대 후반 이후 지역생협의 성장이 계기가 되었다. 지역생협의 발전은 일본의 경제성장과 밀접히 관련된다. 고도경제성장으로 일본 각지는 급격한 도시화와 급격한 과소화가 동시에 진행된다. 즉 도시와 농촌 구분없이 고도성장의 변화의 물결에 노출되었지만, 도시에서는 인구의 급격한 증가로 인해 발생한 다양한 수요에 적절히 대응할 수 없는 상황이 되었고, 생필품 가격폭등이 문제시 되게 되기도 했다.

이즈음에 카네미유증사건¹⁾으로 상징되는 것처럼 먹거리위험으로 인해서 소비자(특히 육아 중인 주부)들은 공동구매를 통해 안전하고 안심할 수 있는 상품을 저렴한 가격으로 공급한 생협의 확대를 가져오는 계기가 되었다. 특히, 반별 예약공동구매의 납품구조는 특히 아이를 키우는 주부의 지지를 얻어서 생협성장의 기폭제로 작용했다. 또한 업무의 일부를 조합원의 노동으로 대체하여 가격을 억제하는 등의 장점도 있었다. 뿐만 아니라, 신혼 주택단지에 있어서 인간관계를 구축하는 부차적인 이익도 있었다. 반이라는 장소는 실질적인 조합원 교육의 장으로 기능했다. 이런 점에서 반별 공동구매는 생협의 양적 확대를 위한 장치인 동시에 질적 개선 측면에서도 중요한 장치였다.

일본의 생협은 기본적으로 공급을 위한 조직이면서 소비자운동에서 핵심적인 역할을 수행해 왔다. 이전의 사회 운동이 노동운동 등 남성 중심의 조직이었던 것에 비해 생협운동은 여성, 특히 주부를 중심으로 하는 운동이며, 소비에 관한 여러 문제를 사회운동으로 가지고 들어

1) 1968년, PCB등이 혼입된 식용유를 섭취한 사람들에게 장애가 발생한 사건으로, 주로 후쿠오카현을 중심으로 서일본일대에 수천명에게 건강상 피해를 입힌 사건을 말한다.

왔다는 점에서 당시로는 ‘새로운 사회운동’ 이었다고 평가할 수 있다.

1970년대 이후 안전한 식품을 소비자에게 전달하는 구조로 생협과 산직은 성장해왔다. 생협 출범 당시 조합원도 적었기 때문에 산지와 논의하면서 상품을 개발하는 것은 어려움이 없었다. 그러나 생협의 성장과 합병 등으로 생협의 규모가 거대해 지고, 조합원 수도 비약적으로 증가하면서, 증가하는 수요를 충당하기 위해 생협은 산직산지를 조직화하여 산지의 기술수준의 평준화와 유통 문제(수량 조정, 상품종류, 가격 형성)의 해결을 위해 산지와 정보교환과 협상기관으로 생산자협의회를 구축했다.

(2) 1990년대 경영위기와 연합사업화

1990년대 취약한 경영 기반하에 많은 협동조합이 경영 위기에 빠져 생협에서도 1996년 점포 확대 노선의 과잉 투자에 따라 경영위기 상황이 표면화된다. 이런 위기상황에서 협동조합은 합병이나 사업통합을 통해 규모를 확대해 경영 기반을 확립하는 방침을 주요한 정책으로 추진하였다. 생협에서도 같은 현내의 합병을 지향했고, 지역단위의 사업연합의 설립이 확대되었다. 이에 따라 사업연합의 사업점유율이 급상승했다.

지역생협은 연합사업화를 통해서 사업면에서는 경영의 안정이 이루어졌다는 평가가 가능하지만, 생협운동은 새로운 과제에 직면하게 되었다. 첫째, 사업범위의 확대에 따른 조합원의 급증으로 협동조합과 조합원사이의 거리가 커져, 조합의 일체성을 유지하기 어렵게 된 것이다. 둘째, 생협의 연합사업화로 인해서 사업이외의 것 특히 사회운동이나 사회활동에서 부정적인 영향이 나타났다. 즉, 구매업무기능이 사업연합으로 집중되면서 지역단위의 협력은 쇠퇴하여 지역단위의 이해와 조합원의 사적 이해의 일치도가 감소하고, 협동으로부터 사업이 분리되어 자립화하는 경향이 나타나게 되었다. 즉, 구매사업의 구매사업화가 더욱 심화되는 모습을 보이게 되었다. 사업 통합이나 합병에 의하여 거대화된 생협의 구매사업은 대형마트의 구매사업과 거의 유사하게 되어 버렸다는 평가도 나오고 있다.²⁾ 지역생협의 조합원수는 2000년 1,450만명에서 2009년에는 1,856만명으로 28%증가하여 세대가입률은 30.8%에서 34.8%로 상승했다. 한편, 조합원의 평균연령은 53.1세로 2000년의 48.6세보다 4.5세 상승했고, 가족구성도 부부와

2) 現代生協論編集委員会編, 2006, 『現代生協論の探求<理論編>』コープ出版.

자식으로 구성되는 세대가 46%인데 대하여 부부만의 세대도 25%를 차지하고 있다.

지역생협의 사업연합화로 양과 상품종류가 가능한 농협(JA)이나 물류에 뛰어난 청과물 전문상사와의 거래로 귀결된다. 그리고 생협의 대규모화와 함께 제품의 “확실한 품질”에만 집약된 거래가 생협에서 진행된다. 산지에서는 신선도와 품질 관리에 종래보다 더 요구되고, 생산자 가격은 시황에 따라 낮은 가격에 만족해야 하는 상황이 되어버려서 생협 출범 당시를 아는 조합원 생산자는 현재의 생협을 ‘낭만을 잃은 생협’으로 생각하는 경우가 많다. 이에 따라 일부 소비자는 개별적으로 생산자와 거래하거나, 소규모의 소비자 그룹을 결성하게 되었고, 산지의 생산자도 대형매장이나 외식업체와의 거래를 피하기도 한다.

<그림 3-1> 일본생협의 규모와 활동지역



(3) 공동배송의 위기와 개인배송의 확대

일본형 생협의 특징으로는 ① 출자이용계약 ② 소유와 경영의 융합, ③ 세대 단위의 가입, ④ 다기능 포괄적인 조직, ⑤ 여성·주부의 조직, ⑥ 말단 기초 조직(班)을 통한 출자·이용·운영의 삼위일체의 6가지로 정리할 수 있다³⁾(大窪,1994:61-67). 특히 주부로 구성된 반을

중심으로 한 예약 공동구매는 바로 일본형 생협의 상징이라고도 할 수 있다. 특히 반은 단순히 구매뿐만 아니라 조합원들의 교류의 장을 형성하고, 생협을 알기위한 교육의 장이었다.

하지만 반별 공동구매시스템은 뛰어난 시스템이면서 모순을 안고 있는 시스템이기도 했다. 일본형 생협은 여성 조합원의 무상 노동에 힘입어 공동 구매, 성별역할분업 위에서 발전했다고도 할 수 있다⁴⁾(末川, 2001:12). 그러나, 1980년대에 들면서 반별 예약공동구매는 그 존립기반인 전업 주부의 해체로 결정적인 위기를 맞게 된다. 반별 예약공동구매는 시간에 비교적 여유가 있는 전업주부의 존재를 전제로 하는데, 여성의 사회진출로 인한 전업주부의 감소는 반별공동구매의 확대를 막는 요소가 되었다. 1990년대에 들어서면서 반 평균 조합원수는 계속 감소하고, 조합원의 탈퇴로 인해 조합원이 하나뿐인 반도 다수 속출하게 되었다.

이러한 상황에 대응하기 위해서 일본 생협들은 ‘사업통합’과 함께 ‘개별대응’을 모색하게 된다. 즉, 개별대응이란, 개인배송을 말하는데, 개인배송은 택배의 장점을 살리면서 새로운 고객의 획득을 가능케하는 방식으로 작동하게 되었다. 반별 공동구매는 여러 조합원이 반을 형성하여 구매하는 것이 전제가 되었지만, 개인배송은 한 사람이라도 예약 공동구매를 이용할 수 있는 시스템이다. 개인배송을 추진한 많은 생협에서 성공을 거두었다. 즉 조합원의 유지에 성공을 했을 뿐만 아니라, 신규 조합원 가입도 빠르게 늘었다.

그러나, 개인배송의 경우 평균구입액이 반조합원과 비교하면 낮은 수준이어서 조직율은 높아졌지만, 공급고의 성장에는 크게 기여하지 못했고, 개인배송조합원의 조합원 활동은 반조합원보다는 낮은 모습을 보여 구매에만 국한되는 경향이 나타났다. 또한, 생협은 사회운동분야에서 중요한 위치를 차지해왔으나, 조합원의 사회운동에 대한 관심이 줄어드는 모습을 보이게 되었다. 즉, 예전에는 반 및 여러 가지 형태의 조직활동을 통해서 생협의 사회운동적 측면에 대하여 조합원들의 이해를 얻을 수 있었고, 이를 바탕으로 조합원들이 사회운동에 참여가 용이했으나, 현재는 개인배송으로 인해 많은 생협은 이러한 사회운동을 거의 포기하는 상황에 이르렀다. 즉, 개인배송으로 인해 생협은 당장의 위기에서는 벗어났지만, 일본 생협특유의 생협다움을 지탱하고 있던 반별 예약 공동구매를 해체시키는 결과를 만들어 냈다.

2) 일본 생협의 산적활동

3) 大窪一志, 1994, 『日本型生協の組織像 改革のトレンドとキーワード』コープ出版.

4) 末川千穂子, 2001, 『虹のメッセージ』かもがわ出版.

(1) 생협의 산직활동의 특징

일본 생협이 발전할 수 있었던 원인 가운데 하나는, 생협과 외부 특히 생산자와의 관계에서 기존의 시장 유통을 넘어선 산지와 직거래(산직)관계가 있었다는 점에서 찾을 수 있다.

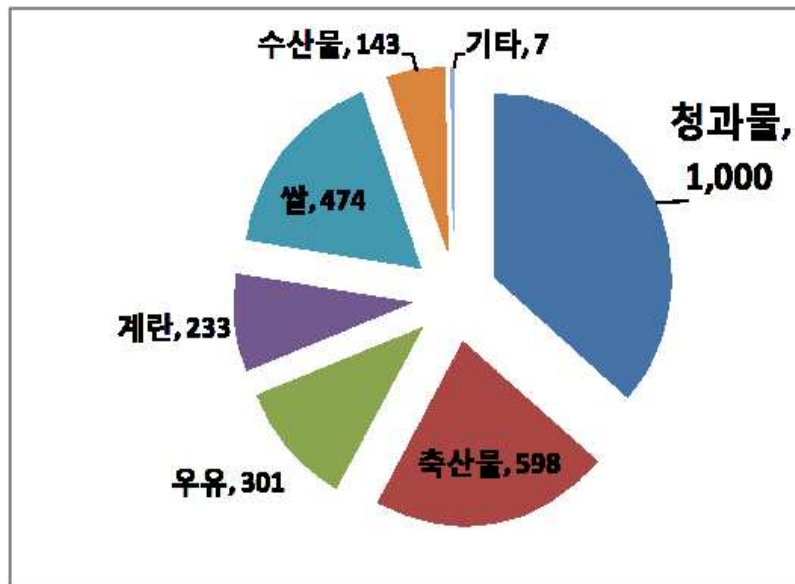
일본 생협의 산직활동은 크게 두 단계로 나누어 살펴볼 수 있다. 먼저 첫 번째 단계에서의 산직활동은, 안전하고 안심할 수 있는 소비재를 바라는 조합원 요구에 부응하기 위해 유기, 무농약, 저농약농산물을 생산자로부터 직접 계약 구매하는 방식에서부터 시작한다.

산지 직거래를 경제이론적 시각에서 접근해보면, 유통단계의 축소에 의한 가격의 안정으로 이해되기 쉽다. 그러나 일본 생협의 산직활동은 그 발생초기에서부터 경제적 측면의 요구보다는 내용과 품질적 측면의 요구가 많았다. 즉 일반시장에서는 기본적 거래물량도 되지 않고 가격에도 맞지 않음에도 불구하고 안전한 농산물에 대한 조합원 요구에 부응하기 위해 이러한 물품을 개발해 갔으며, 따라서 유통에서도 소규모이고 개별적인 생산자와의 산직거래로 나타날 수밖에 없었다.

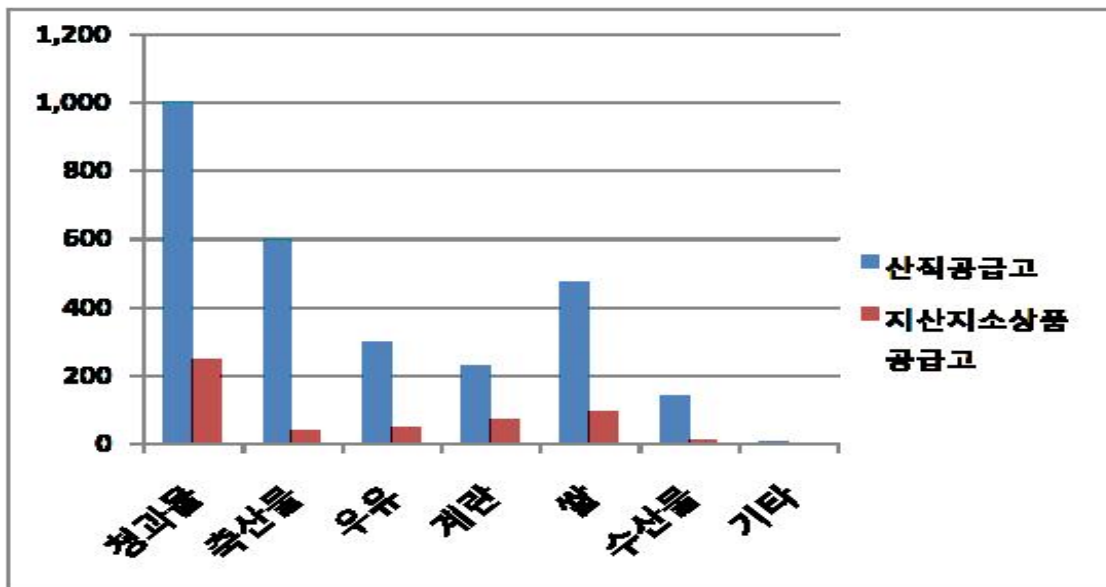
그러나 생협의 규모가 커지고, 안전한 농산물에 대한 수요가 증가하면서 생협의 직거래 활동 또한 조직적으로 변화하게 되는데, 이를 두 번째 단계에서의 생협의 직거래 활동으로 볼 수 있다. 두 번째 단계에서의 생협 직거래 활동이 지니는 특징은, 이전 단계에서 지녔던 직거래 활동의 목적, 즉 안전하고 품질 좋은 농산물의 취급이라는 조합원 요구에 부응하면서도, 그 방법에서는 기존의 소규모 개별 생산자와의 거래에서 벗어나, 소비자 생활협동조합과 생산지의 농업협동조합이 협동조합간 협동을 통해 구체화시킨다는 점으로 요약될 수 있을 것이다.

일본 생협에서의 산직활동은 유통경로의 단축을 통한 가격안정이라는 경제적 측면보다는, 안전하고 신선하며 질 좋은 농산물을 생산자와 연대 협동하여 조합원에게 안정적으로 공급하기 위해 만들어진 시스템으로서, 이를 통해 지역과 국내 농업을 살리고 나아가 조합원의 생명을 보호하려는 보다 근원적인 취지와 목적에서 이루어졌다고 할 수 있다.

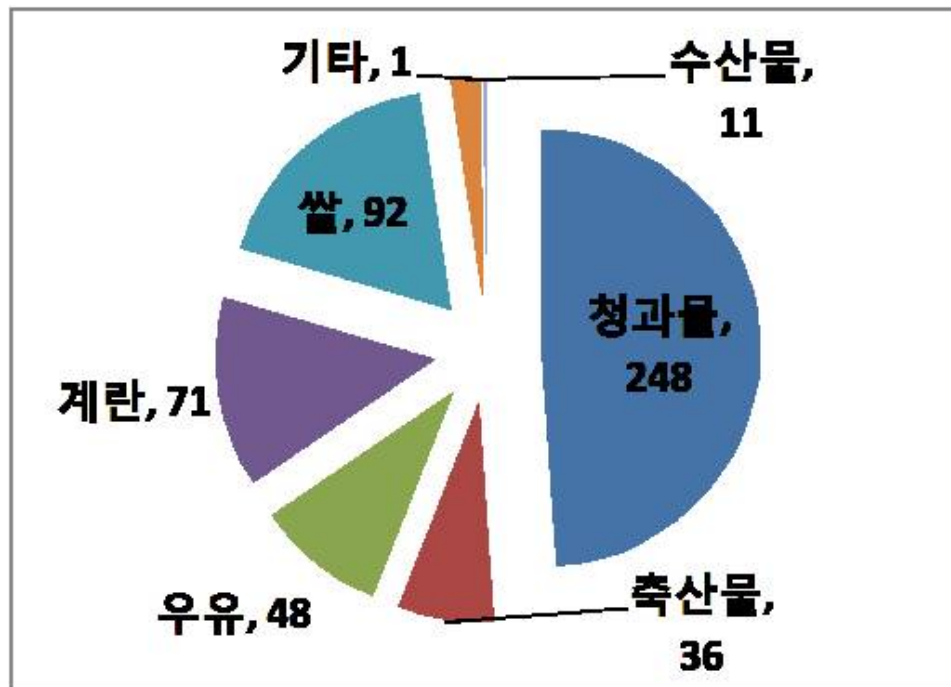
<그림 3-2>일본의 생협산직 공급고와 부문별 구성비(2010년도, 단위: 억엔)



<그림 3-3>생협의 산직공급고와 지산지소상품의 공급고 비교(품목별, 2010년)



<그림 3-4>지산지소상품의 공급고와 부문별 구성비(2010년, 단위 : 억엔)



(2) 일본 생협운동에서 산직의 후퇴

일본 생협운동에서 산직은 그 자체가 운동이었다. 소비자와의 협동을 통해서 농업생산을 계속하자는 생산자의 운동과 농업생산을 같이 지원하면서 안전하고 안심할 수있는 식생활을 실현하고자 하는 소비자 운동이 결합된 것이 산직이라고 할 수 있다. 산직은 소비자에게 값싼 농산물을 제공하기 위한 방법의 하나로 1960년대부터 시작되었는데, 1980년대에 들어서면서 안전한 농산물을 제공하기 위한 방법으로 간주되면서 산직의 역할이 변하게 되었다. 생협은 안전하고 안심할 수 있는 먹거리를 제공하기 위해서 (1) 생산지와 생산자가 명확할 것 (2) 재배, 비육방법이 명확할 것 (3) 조합원과 생산자가 교류할 수 있는 것을 ‘산지3원칙’으로 삼게 되었다. 그러나 최근 생협산직이 정체경향을 보이고 있는데, 그 원인은 다음과 같다.

(1) 버블붕괴 후의 디플레이션의 영향을 받아 안전성을 중시하는 산직상품보다 수입농산물 등 보다 값싼 생선소재를 찾아서 구매하고 가게의 부담을 줄이려하는 점이 반영되었다고 할 수 있다.

(2) 산직상품의 유통경로의 변화가 관계된 측면이 있다. 2001년부터 유기JAS인정제도가 실시됨으로써 동일한 신용도를 갖는 안전한 야채나 과일 등이 생협뿐만 아니라 백화점, 슈퍼 등 가게에서도 구입할 수 있게 되었다. 유기JAS인정제도가 실시되기 이전에는 산직상품의 제공은 생협 독점이었다고 할 수 있는데, 실시된 이후 소비자는 다양한 유통경로로부터 안전한 산직상품을 구입할 수 있게 되었고, 생협산직은 슈퍼나 백화점 등과 격심한 경쟁을 하게 되었다. 으나, 최근에는 산직에서 운동성이 떨어지면서 본래의 취지는 훼손되어 단순히 하나의 사업으로 왜소화된 측면이 존재하고 있다.

이와 같이 생협의 대규모화에 따라 산직이 가지고 있던 역할이 점점 후퇴하게 되었는데, 현역(県域)을 넘어 생협사업연대의 확산은 거래량의 확대로 점점 대규모 산지 중심으로 이동되고, 작은 산지는 기회를 얻기 힘든 구조로 변하게 된 것이다.

다품목 소량생산과 다품목 소량소비와의 관계가 사라진 산직은 대도시와 그 주변 지역의 농산물보다 핫카이도나 큐슈의 큰 산지와 단품을 중심으로 관계를 강화시켰다. 이것은 지산지소에 열심히 하고 있는 대형마트와 대조적인 모습을 보여주고 있다. 또한, 결품을 방지하기 위해 다중산지화가 진행되고, 소비자에게도 농민의 얼굴이 보이지 않게 되었다. 과거에는 산지 교류하고 신뢰 관계의 유대가 깊어졌는데, 생산자와 소비자 모두에게 실망스러운 산직으로 되어 버렸다.

또한, 조합원 참여에 의한 상품선택도 어렵게 되었다. 과거에는 조합원 참여에 의한 상품선택이 이루어졌으나, 이제는 기획상품도 조합원 아니라 실무직원이 결정하는 경우가 많다. 생산자와 소비자의 직접적인 관계를 매개로 하는 물품선택이 이루어지지 못하고 있다.

3) 일본의 새로운 생협운동

(1) 무점포사업

일본 생협의 경우, 무점포사업은 점포매출을 상회하는 생협사업의 주축이라고 할 수 있다. 151개 지역생협 중 점포사업을 하는 생협은 76개 생협으로 약 절반을 차지하지만, 통계에는 없는 무점포사업은 대부분의 생협이 하고 있는 활동이다. 또한, 지역생협의 무점포사업에서 얻은 이익으로 점포사업에서 발생하는 손실을 커버해서 이익을 발생시키고 있다.

일본 생협이 무점포사업은 산직과의 결합을 통해서 새로운 변화를 모색하고 있다. (1) 야채 박스공급 (2) 등록제도(쌀, 우유 등) (3) 기획변경·중량변경·결품대응 (4) 인터넷 한정상품 공급등이 있다. 이들은 모두 서로다른 특징을 갖고 있다.

(1)은 산직의 목적에 따라 청과물을 셋트로 매주 정기적으로 배달하는 활동이다. 5품목~8품목의 청과물을 복수산지의 산직품 혹은 유기농산물을 셋트로 공급하는 것이다. 주문은 약 반년~16주정도를 사전에 주문하는 방법과 매주 주문이 가능한 방법이 있다. 전자의 경우에는 주문수에 따라 작부를 가능하게 하는 점에서 후자의 경우에도 매주의 주문수는 크게 변하지 않는 경험으로부터 예약주문적인 의미가 있다. 이는 판매액의 예측이 가능하다는 점에서 생산지원적인 주문방법이라고 할 수 있다. 또 양과 품목의 조정이 가능한 생산·수확상황의 변동에 유연하게 대응할 수 있는 방법이다. 청과물과 같이 수확이 기후의 영향을 크게 받는 품목에 적응한 공급형태이다.

(2)는 등록미, 등록우유, 등록계란, 등록육 등을 매주 혹은 격주간격으로 공급하는 것이다. 이는 기초적인 식재의 예약주문기능을 가지고 있다. 이것도 정기적인 공급량이 결정된다는 점에서 생산지원적 공급형태이다. 이 경우 야채박스 이외의 식자재에 적용되고 있는 것이다.

(3)의 사이즈혼합 기획·양이나 중량변경·결품은 생산상황에 따라 공급을 조정하는 역할로서 정착되고 있다. 공동구입에서는 공급의 4주간부터 6주간전에 가격결정이 이루어진다. 이때문에 가격결정 시에 예측된 수확량과 상장과 수확시의 그것 사이에 먹는 차이가 발생할 가능성이 있다. 이러한 생산의 경우를 공급시에 조정하는 것이 중량조정이고, 복수사이즈를 조정하여 공급하는 것으로 생산변동의 대응이 가능하게 된다.

(4)의 인터넷한정기획은 주문서에 게재되지 않았던 상품 혹은 주문서에 게재할 정도로 수량이 많지 않은 상품 등을 빠르게 취급한다는 점에서 개별예약구입의 약점을 보강하는 기능을 수행하고 있다.

무점포사업은 점포를 완전하게 배제하는 것이 아니기 때문에 일시적으로 혹은 정기적으로 일반유통업체의 점포를 함께 이용하는 방안이나, 이동판매도 무점포사업의 새로운 가능성으로 활용될 수 있을 것이다.

(2) 네트워크형 소규모 근거리 직거래

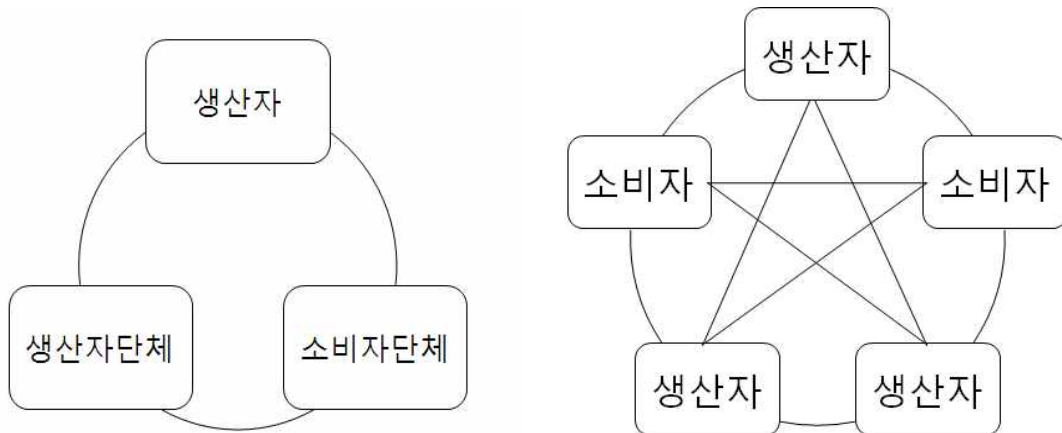
일본의 경우에도 생협은 대규모양판점과의 혹독한 경쟁관계에 있다. 그리고 생협은 살아남기 위한 전략의 하나로 사업연합화를 꾀해왔다. 그러나 거대화된 생협조직으로는 대응할 수 없는 사업이나 운동을 회구하는 사람들도 늘어나고, 개인의 의지가 반영되기 쉬운 소규모 소비자그룹을 조직하는 움직임도 각지에서 발견된다. 이러한 움직임을 네트워크형 소규모 근거리 직거래라고 부를 수 있다. 이 형태의 특징은 개인의 자립을 존중하면서 서로 어우러지는 관계성의 구축이다.

네트워크형 근거리 직거래는 생산자와 소비자사이에 상호신뢰가 전제되고, 재배조건이 확실한 농산물을 구입하기 위해서는 유통코스트 부담의 증가로 인한 상품가격의 상승을 구입자인 소비자는 수용해야 한다. 소규모 산직 = 네트워크형 산직의 사례는 아직은 그다지 많지 않다. 상품가격, 품목, 수량조정, 편리성 등의 점에서 대규모산직이 우월하기 때문이다.

네트워크형 산직의 전개를 위해서는 다음의 세 가지가 필요하다. 첫째 ‘얼굴이 보이고 커뮤니케이션이 가능한’ 소규모 산직을 목표로 하여 생산자와 소비자가 먹거리를 통하여 동료가 되어 먹거리문제를 함께 생각하는 관계성을 키우고, 둘째, 네트워크의 연결망(클러스터)으로 되는 생산자와 소비자가 각각의 유통조건을 정비하면서 농업이나 환경문제의 이념을 공유할 수 있는 교류나 학습의 장을 설정하며, 셋째, 이념공유형 네트워크는 종종 폐쇄적으로 되기도 하지만, 신규참입자도 받아들이는 조직으로 되는 것 등이다.

이상의 세가지 필요조건을 만족한다면 네트워크형 산직조직이 출현할 가능성은 높아지게 된다. 특히, 도시와 농촌의 거리가 보다 가까운 쪽이 네트워크형 산직의 전개가능성이 크다. 현재의 생협산직이 거대하게 되어 소규모 생산과 소비의 결합을 곤란하게 하고 있는 상황에서는 산소제휴가 핵으로 되는 네트워크형성의 필요성은 매우 높다.

<그림 3-5> 종래의 산직과 네트워크형 산직의 개념도



또한 산직이 근거리에 있다면 선도를 유지하기 위한 추가적인 포장도 불필요 하고, 이에 따라 수송도 수월하게 이루어질 수 있기 때문에 가격·코스트면에서의 효과를 볼 수 있다. 근거리산직이 이루어질 경우, 활성화된 산지교류회를 통해서 생산자와 소비자의 직접교류가 이루어짐으로써 전량거래가 가능한 사례들이 확인된다.

4) 복선형 산직

현재 생협에서 취급하는 물품의 결정과 관련해서 조합원이 적극적인 역할을 하지 못하는 경우가 많다. 대규모화된 생협에서는 산직상품의 생산과 보급에 대한 의사결정에 있어서 생협의 실무자의 역할이 크고 상대적으로 생산자와 소비자의 의사는 반영되기 어려운 구조로 되어 있다.

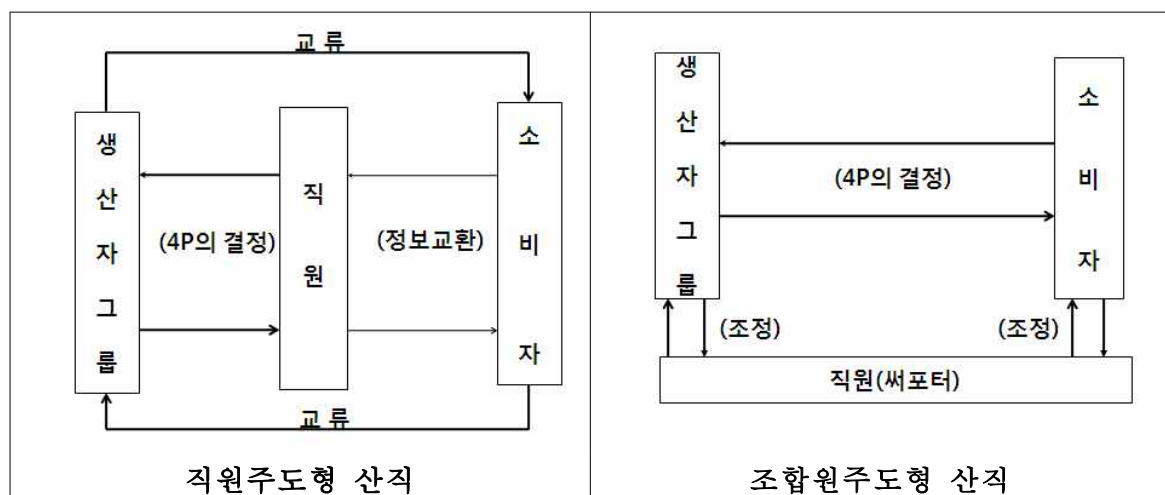
조합원으로 되면 조합장·이사 등의 경영담당자への 선거권과 피선거권을 갖고, 경영방침을 포함하여 경영에 참여할 수 있을 뿐만 아니라, 점포운영위원회나 상품개발운영위원회 등의 활동을 통하여 자신이 요구하는 상품수요가 상품화될 수 있다. 그러나 경영에 참가하거나 점포운영위원회나 상품개발위원회에 참가할 수 있는 조합원은 조합원의 극히 일부에 불과하고, 많은 조합원은 단순한 이용자이다. 이는 조합원은 ‘출자자=이용자=운영자’ 라는 삼위일체적 성격이 실제의 생협의 운영에 있어서는 의사결정과정에서 조합원의 의견이 충분히 반영되지 않

아 대부분의 조합원은 출자자인 것을 제외하면 단순한 슈퍼의 이용자와 다를 바가 없다는 것을 의미한다. 조합원이 주도적인 입장에 서서 산직에 관한 조합원의 목소리를 생산자에게 직접 전달할 수 있는 조직은 실제로는 많지 않다.

많은 생협에서는 조합원에 대해서는 생산자가 갖고 있는 문제를 책상에서만 논의해서 조합원들에게는 알리지 않고 생산자와의 교류는 ‘즐거는 이벤트’에 머무는 경우도 많다. 조합원이 산직에 관한 의사결정에 참가함으로써 농산물의 과잉문제나 주부의 요리경험을 활용한 새로운 해결방안을 제안할 수도 있을 것이다. 조합원이 주도적인 입장에 서서 산직에 관한 조합원의 목소리를 생산자에게 직접 전달하기도 하고, 또한 생산자의 목소리를 조합원이 직접 들을 수 있도록 하는 것이 필요하다.

조합원의 참가에 의한 의사결정을 중시하는 경우 직원에 의한 효율성을 추구하는 의사결정이 경시될 수 있고, 직원에 의한 효율성추구의 의사결정을 중시하는 경우는 조합원의 참가에 의한 의사결정이 경시될 수 있다. 따라서 조합원의 참가에 의한 의사결정과 직원에 의한 의사결정 모두 중시할 필요가 있다. 이를 통해서 생협산직도 변화하는 현실에 대응할 수 있을 것이다. 슈퍼중에는 이용자를 부점장으로 위촉해서 고객의 목소리를 점포에 반영하려는 활동도 이루어지고 있는 상황에서 생협도 효율성을 중시하는 직원주도형과 민주성을 중시하는 조합원주도형 이 두가지가 병존하는 복선형산직이 요구된다고 할 수 있다.

<그림 3-6> 직원주도형 산직과 조합원주도형 산직



2. 영미권의 생협

1) 개요

영미권 생협은 강력한 지원조직과 컨설팅 조직의 발달 및 풍부한 지원금을 바탕으로 성장해 왔다. 전통적인 구매생협(consumer co-op)은 19세기 중반의 로치데일부터 시작되어 1930년대 뉴딜시대에 정점에 이르렀다. 당시에는 식비 절감 등 경제적 이유가 가장 컸으나, 1960년대에 들어서면서 자연식품(유기농, wholefoods 등)에 대한 관심과 반문화를 기반으로 대안적인 먹거리 문화 모색이 유기농 생협(natural foods co-op)을 중심으로 이루어졌다. 이 시기는 점차 대형 소매체인들의 부상이 시작되던 시기이기도 하다. 그 후 유기농 및 로컬푸드에 대한 수요가 지속적으로 증가하면서 생협활동에서 중심적인 주제가 되고 있는데, 대형 소매체인들의 유통 장악 상황과 유기농의 주류화 속에서, 지역경제 활성화, 지역공동체 활성화 측면에서 로컬푸드에 주목한 로컬푸드 생협(local food co-op)이 2000년대 중후반부터 활발하게 조직되고 있다.

<표 3-1> 영국 및 미국 생협의 특징

미국 생협의 특징	<ul style="list-style-type: none"> - 매장 중심의 경향이 강함 - 진짜 ‘협동조합’ 만 생각하는 경향 - 전문가 상담 중시 + 자본조달 중시(매장 중심으로 사고하기 때문) + 경제적 자생력 중시 - 매장 중심 이유: 고객들 기대치 향상(이미 유기농이 주류화된 상태에서 원스톱 쇼핑 충족 목표) - 커뮤니티의 참여 중시
영국 생협의 특징	<ul style="list-style-type: none"> - 매장 중심이 아니라 자유로운 형태: CSA, 박스프로그램과 거의 유사한 형태 - 다양한 운영 주체: 기본적으로 협동조합이라는 민간조직인 점은 동일하지만, 운영을 주도하는 곳이 학교나 공공단체 등으로 다양함 - 정부와 지자체의 지원 프로그램을 통해 소규모 생협 설립 지원: 수십명의 조합원 규모를 갖는 생협들을 양산하고 있음 - 지역민의 건강과 지역공동체 활성화 차원에서 생협 활성화를 지원하고 있음 - 자원봉사자의 역할 중시

영국의 생협 가이드북 내용5)

- 소규모 생협이나 구매클럽은 소비자의 선주문들을 모아서 공급하지만, 다른 곳은 일반 식품사업체와 마찬가지로 생산자로부터 공급받은 물품을 가판대, 꾸러미사업, 이동식 매장, 매장 등에서 소비자에게 판매
 - 협동조합 이외에도 구매클럽 등 다양한 양식 포괄(‘생협’이란 용어가 혼용되어 사용)
 - 매장의 비중은 낮은편: 다양한 운영유형 존재(구매클럽, 가판, 이동식, 택배, 박스체계, 매장 등)
 - 생협 설립 이전에 사전 조사와 계획, 전문가 상담 중시는 미국과 동일함: 커뮤니티의 참여 중시
 - 로컬푸드 붐과 함께 새로운 부흥기를 맞고 있음: 유기농은 충분하지만 로컬은 아직까지 충분치 않다는 인식 하에서, 어떻게 로컬푸드를 조달할 것인가 하는 문제가 중요한 관심사임
- 공통의 원칙
 - 커뮤니티를 위해 커뮤니티에 의해 운영
 - 적절한 가격에 생산물을 공급
 - 비영리 기반으로 운영
 - 일반적으로 자원봉사에 의존
- 지역별, 유형별로 상이함
 - 무엇을 파는가: 많은 생협들은 과일, 채소를 팔지만 어떤 생협은 유기농에 초점을 두고, 어떤 생협은 계란, 육류, 유제품 등을 판매
 - 언제 파는가: 많은 생협들은 주중 하루만 운영, 어떤 생협은 한달에 한번만 운영, 어떤 생협은 매일 운영
 - 어떻게 파는가: 몇몇 생협은 판매대에서 포장 없이 판매, 몇몇 생협은 포장지나 박스에 포장해서 판매
 - 어디서 파는가: 다양한 장소에서 운영(학교, 커뮤니티센터, 교회, 자체 매장 등)
- 생협설립 이유: 좋은 먹거리를 쉽고 값싸게 구매하도록 하기 위함
 - 식품매장이 없는 지역(농촌, 도시)
 - 근처 매장은 비싸거나 질이 낮아서 선택의 여지가 없는 경우
 - 매장이 멀어서 교통수단을 이용해야만 갈 수 있는 경우
 - 일반 슈퍼나 다른 매장들이 갖다놓지 않는 제품을 사고자 할 경우
 - 농민이나 윤리적 공급자로부터 직접 구매하고자 하는 경우

2) 유형

영미권 생협들은 크게 사업유형별, 조직형태별, 판매대상별, 유통모델별로 구분해 볼 수 있다. 첫째, 사업유형별로는 매장형과 무점포형, 혼합형으로 구분해볼 수 있다. 무점포형의 경우 CSA, 박스프로그램(box scheme), 구매클럽(buying club) 간의 구분이 사실상 모호한데, 생협은 협동조합적 조직형태를 지칭하는 명칭일 뿐이고, 실제 사업내용은 구분이 거의 불가능하다. 둘째, 조직형태별로는 생산자 협동조합과 소비자 협동조합, 그리고 생산자와 소비자가 함께 구성하는 다중이해관계자 협동조합으로 구분할 수 있다. 셋째, 판매대상별로 구분해 보면 가정 소비자 대상, 직장 소비자 대상, 기관 구매자 대상으로 구분할 수 있다. 넷째, 유통모델별로 구분해 보면 소매 주도형, 비영리 주도형, 생산자 주도형, 소비자 주도형으로 구분해 볼 수 있다.

한편 영미권 생협은 도시형 뿐만 아니라 농촌형(소도읍)도 사례가 많은데, 농촌형 사례는 주로 식료품을 구하기 어려운 지역을 뜻하는 ‘먹거리 사막 food desert’을 해소하기 위한 목적에서 만들어진 경우가 많다.

<표 3-2> 생협의 사업유형별 분류

매장형 (grocery store)	
무점포형 (온라인/오프라인)	배송형
	거점픽업형
	가판대형
	시장형
혼합형 (매장+배송)	

5) <http://www.sustainweb.org/foodcoopstoolkit>

<표 3-3> 생협의 조직형태별 분류

생산자 협동조합	소비자, 기관구매자에게 배송서비스
소비자 협동조합	소비자조직이 생산자 섭외, 물류조직
다중이해관계자 협동조합	생산자 및 소비자가 협동조합 구성

<표 3-4> 생협의 판매대상별 분류

일반 가정 소비자	가정 배송
	거점 배송(학교, 교회, 커뮤니티 건물 등)
직장 소비자	직장 거점배송
기관 구매자(food hub 형태)	급식 (학교, 공공기관, 기업체)
	외식 (식당)

<표 3-5> 생협의 유통모델별 분류

소매 주도형(retail-driven)
비영리 주도형(nonprofit-driven)
생산자 주도형(producer-driven)
소비자 주도형(consumer-driven)

영미권 생협들이 판매하는 상품을 보면, 지역에서 생산된 농산물 및 가공품을 핵심으로 하긴 하지만 그것만 전적으로 취급하는 경우는 거의 없다. 그리고, 도매시장, 전문소매점, 타 생협 등 다양한 공급처들을 보유하고 있다. 그렇지만 로컬푸드를 핵심 코어로 보유(30~50%)한다는 점은 분명하게 드러나고 있다.

3) 지원정책

생협에 대한 지원 정책을 살펴보면 영국과 미국 모두 다양한 차원에서 기존 생협 및 신규 생협에 대한 지원을 시행하고 있다. 지원 정책의 내용을 구체적으로 살펴보면, (1) 중간지원조직을 통한 컨설팅, (2) 신규 생협(준비모임)에 대한 자금 지원, (3) 다양한 교육훈련 프로그램을 통한 조합원/직원 재교육 등이 있다.

미국에서는 특히 최근 들어 로컬푸드 생협에 대한 관심과 지원이 집중되고 있다. 이는 미국 오바마 정부에서 초점이 되고 있는 로컬푸드 활성화 정책의 영향으로 볼 수 있다. 이러한 영향으로 미국 농무부의 협동조합 지원정책에 있어서 최근 들어 로컬푸드 생협이 화두가 되고 있다. 이러한 경향성은 미 농무부에서 발간하는 <농촌 협동조합 Rural Cooperative>⁶⁾ 격월간 잡지에서 확인할 수 있는데, 이 잡지의 경우 2천년대 중반까지만 해도 대규모 수출지향형 생산자협동조합의 마케팅과 바이오연료 생산 쪽에 초점이 있었으나 2009년 이후로 로컬푸드 생협에 대한 지면 할애가 늘어나고 있다(농무부 장관차관의 서문, 그리고 다양한 사례 소개를 통해).

중간지원조직 현황

○ 연합체

- ▶ National Cooperative Grocers Association(NCGA)(미국) <https://www.ncga.coop>
- 35개 주에서 128개 생협이 165개 매장을 운영하고 있음: 연간 매출액 14억 달러, 130만명의 조합원 보유

○ 중간지원기관(전국)

- ▶ Food Coop Initiative (미국) <http://foodcoopinitiative.coop/>
- ▶ USDA 농촌개발부 협동조합 담당 <http://www.rurdev.usda.gov/cooperatives.html> (격월간지)
- ▶ Sustain & Soil Association (영국) <http://www.sustainweb.org/foodcoops/>

○ 중간지원기관(지역)

- ▶ 미국의 지역별/기능별 Cooperative Development Center (35개소) (연합체 <http://www.cooperationworks.coop>)
- ▶ RRU(영국 웨일즈) <http://www.ruralregeneration.org.uk/>
- ▶ The Neighboring Food Co-op Association(NFCA): 뉴잉글랜드 지역(버몬트, 뉴햄프셔, 매사추세츠, 코네티컷주)의 20개 이상의 생협들의 연합체 www.nfca.coop

미국의 생협 중간지원기관 Food Coop Initiative

6) <http://www.rurdev.usda.gov/rbs/pub/openmag.htm>

○ 개요 및 역사

- 2005년 Food Coop 500으로 출범: 미국 전역에 생협을 2015년까지 10년 동안 300개에서 500개로 늘리겠다는 목표로 설립된 중간지원기관(비영리조직)
- 협동조합개발서비스(Cooperative Development Services/CDS), 전미협동조합소매점연합(National Cooperative Grocers Association), 전미협동조합은행(National Co-op Bank/NCB), NCB 개발공사(NCB Development Corporation)의 공동노력 끝에 출범
- 2010년 Food Coop Initiative로 재출범
- 농무부(USDA) 농촌개발국의 재정지원(rural development grant)
- 현재까지 33개 생협에 지원금 제공(시드펀드, 새싹펀드)

○ 활동

- 1) 시드펀드 제공(Seed Fund): 50% 매칭형태로 1만달러까지 신규생협 준비조직에 시드머니 제공
- 2) 새싹펀드 제공(Sprout Fund): 50% 매칭형태로 25,000달러까지 신규생협 창립임박조직에 융자금 제공
- 3) 교육훈련 및 지원활동
 - 연말에 4차례 교육훈련 프로그램 및 컨퍼런스 개최

미국의 생협 지원자금⁷⁾

1. Food Coop Initiative의 시드펀드, 새싹펀드 (위의 박스 참고)
2. 하워드 바워스 펀드⁸⁾
 - 1993년 시작: 소비자생협운동에 헌신했던 하워드 바워스의 뜻을 기리기 위해 만들어진 기금으로, 생협 직원, 관리자, 이사진의 교육훈련을 통하여 생협 공동체의 강화를 위한 목적 (협동조합개발재단(Cooperative Development Foundation)이 관리함)
 - 2011년 7월 현재 총 지원액수 256,311달러
3. 농촌협동조합 개발 지원금 (Rural Cooperative Development Grants/RCDG)
 - 미국 농무부 농촌개발국의 지원금: 농촌지역 협동조합(생산자, 소비자, 로컬푸드 생협 등) 설립 및 운영 지원
 - 연간 지원규모 580만 달러 (최대 175,000달러 수혜 가능: 자부담 25%)

7) http://www.ehow.com/info_8647590_food-coop-grants.html

8) <http://www.cdf.coop/about-bowers-fund>

4) 시사점

영미권 사례를 살펴봄으로써, 영국과 미국 등 선진국들에서 로컬푸드의 열풍과 함께 다시금 지역생협의 역할에 대해 사회적으로 눈뜨고 있는 것을 알 수 있다. 생협을 로컬푸드 활성화를 위한 중요한 조직으로 간주하고 있으며, 생협을 통해 주민 건강 증진, 지역농민 소득보장, 지역공동체 활성화 등의 복합적 목표를 달성하기 위해 노력하고 있다. 또한 생협 활성화를 위한 다양한 지원 프로그램을 제공하고 있다.

영미권 사례가 주는 주요 시사점을 다음과 같이 세 가지로 정리해 볼 수 있다.

첫째, 한국의 생협은 생협법에서 규정하고 있는 매우 협소하고 단일한 형태의 조직만을 뜻하고 그에 따라 실제로 한국 사회에서 활동하는 생협들의 모습은 거의 대동소이한 반면에, 영미권에서는 생협이라는 고정된 틀이 존재하지 않으며 다양한 규모, 주체, 방식들로 다종다기하게 펼쳐지고 있다는 점이다.

둘째, 지역생협을 국가나 지자체가 지역 주민들의 건강을 증진하기 위한 건강 프로젝트로서 바라보면서 지원하고 있다는 점이다. 지역에서 생산된 신선한 과일과 채소를 좀 더 많이 지역 주민들에게 공급하기 위한 협동적 방편으로서 지역생협이 사회적 의미와 임무를 갖고 있다는 것이다.

셋째, 중간지원조직의 역할이 중요하다는 점이다. 영국이나 미국 모두 협동조합을 지원하거나 로컬푸드 활동을 지원하는 중간지원조직의 역할이 매우 중요하게 지적되고 있다. 단순히 설립을 지원하는 보조금의 형태로서가 아니라, 지속적으로 의사소통하면서 컨설팅과 교육, 운영자금 지원 등 필요한 서비스를 제공하고 생협들 간의 네트워킹과 협력을 지원하는 역할을 수행할 수 있는 기구가 필요하다.

이와 같은 합의를 바탕으로 충남에 적용 가능한 정책적인 제안을 정리해 보자.

첫째, 지역에서 먹거리 관련 활동을 수행하는 지역생협(및 유사조직)에 대한 다양한 지원사업들을 지자체 차원에서 수행하는 것이 다양한 정책적 목표달성 측면에서 필수적임을 알 수 있다.

둘째, 가정 소비자만을 대상으로 하는 대형 종합생협만 염두에 둘 필요는 없으며, 소규모의 다양한 형태의 생협(및 유사생협)들을 지원하는 정책이 필요함을 보여주고 있다. 따라서 생협법 상의 발기인 300명 이상의 생협만을 염두에 둘 것이 아니라, 2012년 12월 발효될 협동조합

기본법 상의 5인 이상이 구성 가능한 (사회적) 협동조합 형태로도 생협에 준하는 먹거리 활동을 수행하는 다양한 협동조합들 역시 지원대상에 포함시켜야 할 것이다.

셋째, 지자체의 종합적인 계획 속에서 생협 지원정책이 도출되어야 한다. 영국 런던의 Well London이나 스코틀랜드의 Food and Community 프로그램, 웨일즈의 생협지원프로그램 사례들처럼, 로컬푸드 활성화를 통한 건강 증진-지역공동체 활성화 차원에서 먼저 지자체 차원의 계획(지역순환식품체계 계획, 지역건강증진계획 등의 맥락)을 수립하고, 생협 지원 정책들이 종합적으로 수행될 필요가 있다.

넷째, 중간지원조직의 필요성을 보여주고 있다. 지원금의 배분, 컨설팅 등 생협이 원하고 필요로 하는 부분에 대한 실질적인 지원을 해줄 수 있는 지역 차원의 민관협력적 중간지원조직이 반드시 필요하다. 이는 협동조합이나 사회적경제 차원의 중간지원조직일 수도 있고, 로컬푸드 활성화 차원의 중간지원조직일 수도 있다.

다섯째, 중간지원조직의 역할 중에서 반드시 필요한 부분 중 하나가 생협 간 협력, 그리고 사회적경제의 주체간 협력을 통하여 지역생협들이 지역 내외에서 다양한 생산물을 공급받을 수 있는 공급체계를 갖출 수 있도록 지원하는 것이다. 지역생협들 간의 협력, 지역생협과 전국적 생협물류연합체와의 협력(특히 가공품류), 지역생협과 지역내 사회적기업/마을기업의 생산품 등을 서로 공유할 수 있도록 하는 것이다. 이를 위해서는 상호간에 지속적인 교류를 가질 수 있도록 자리를 마련하고 서로간에 상시적으로 정보를 교환할 수 있는 플랫폼을 제공하는 일이 시급하다.

제4장 국내 지역사례 분석 및 시사점

1. 지역생협 및 지역유사생협⁹⁾의 로컬푸드 사례 조사

1) 국내 지역사례 조사의 목적

제2장에서 한국의 생활협동조합운동의 전개 과정을 통해 살펴본 것처럼 현재 국내 생협의 주된 흐름은 한살림, 두레생협연합, 아이쿱생협사업연합 등 물류의 효율성을 꾀하기 위해 전국적인 물류체계를 중심으로 형성되고 있다. 이와 같은 흐름을 모두 동일하게 평가할 수는 없지만 생산자와 소비자의 연대와 신뢰라는 생협운동의 근본적인 지향과 운동성이 약화되고 있다는 우려가 높아지고 있다. 한편으로는 지역생협 간의 연대와 협력을 통해 독자물류를 하는 지역생협의 낮은 사업성과 효율성 문제를 극복하기 위한 새로운 생협의 흐름도 활성화되고 있다.

이에 지역 내 생협 혹은 유사생협 간의 협력을 통해 활성화를 모색하는 사례나 독자물류를 통해 로컬푸드 활성화를 위해 노력하고 있는 지역생협의 사례를 중심으로 국내 조사를 진행하였다. 국내 지역사례에 대한 분석과 시사점 도출을 통해 지역생협의 활성화 방향을 모색하고자 한다.

<표 4-1> 조사 지역생협 및 지역유사생협

지역	명칭	유형
대구경북	농부장터	유사생협
	곰네들 장터	유사생협
	안심주민	유사생협 (마을기업)
	대구경북 먹거리연대	유사생협

9) 유사생협이라는 용어는 일반적으로 ‘유사 의료생협’처럼 소비자생활협동조합법에 의거해 지자체의 인가는 받았으나 협동조합적 지향보다는 영리적 목적을 우선시하는 생협을 일컫는 경우가 많다. 하지만 본 보고서에서는 생협 혹은 협동조합으로서의 지향을 가지고 매장운영 혹은 가정배송을 통해 (지역)먹거리를 공급하는 사례를 유사생협이라는 용어로 지칭한다.

	(청송우리농장터)	
	지구마을	유사생협 (사회적기업)
부산	부산한살림	인가생협
	부산생협	인가생협
	시민생산자생협	유사생협
전주	전주한울생협	인가생협
춘천	춘천생협	인가생협
	봄내살림	유사생협 (사회적기업)

2) 지역생협 및 지역유사생협의 물류 및 사업

(1) 중점 사업 및 사업운영 관련 특징

지역생협 및 지역유사생협 간의 유사성과 차별성은 비조합원의 이용가능 여부, 매장판매 및 가정배송 여부와 비중, 그리고 그 외의 사업수행 여부에 따라서 구분해 볼 수 있다.

우선, 기본적으로 소비자생활협동조합법에 의거해 광역지자체의 설립인가를 받은 인가생협의 경우에는 비조합원의 이용¹⁰⁾이 소비자생활협동조합법 시행규칙 제5조에 따라 규제된다. 하지만 유사생협의 경우에는 비회원의 매장이용이 자유롭고 가정배송의 경우에도 간단한 온라인 회원가입만으로 충분한 경우가 많다.

다음으로 매장판매 및 가정배송 여부와 각 사업의 비중에 따른 차이가 나타난다. 국내 지역생협 혹은 지역유사생협은 대부분 매장을 가지고 있으며 가정배송보다 매장판매의 매출비중이 훨씬 크다. 이는 사업연합을 통해 전국적인 물류시스템을 갖춘 연합체들의 단위생협들¹¹⁾도 마찬가지인데 가정배송을 위한 물류인프라 구축과 감가상각비, 배송비용 등에 대한 부담이 크고 카드결제 수수료 부담으로 온라인에서는 결제수단으로 카드를 사용할 수 없는 등 불편함이

10) 생협에 대한 비조합원 이용 문제는 자발적이고 개방적인 조합원제도라는 협동조합의 원칙적 측면과 영리적인 목적으로 비조합원에 대한 진료를 확대하는 유사의료생협의 문제 등으로 논쟁이 되어 왔다. 현재는 2010년 생협법 개정 후 시행규칙에 따라 비조합원의 이용을 규제하고 있다.

11) 한살림의 전국 공급액의 70% 정도가 매장매출이며, 가정배송(공급매출)은 30% 정도에 그치고 있다. (모심과살림연구소, 2012)

마지막으로 농산물 혹은 먹거리 공급의 측면에서 매장판매와 가정배송 외의 기타사업을 수행하는지에 따른 차이가 있다. 기타사업의 유형 중 첫째로 많은 경우 계절이나 명절 등 시기에 따른 특판의 형태로 판매사업을 하고 있다. 특히 최근에는 지역의 농축산물을 가정배송의 새로운 형태인 제철꾸러미 배송, 로컬푸드 상시판매나 특판의 형태로 시작하거나 확대하는 경우가 많아지고 있다. 대구지역 유사생협들의 ‘로컬푸드 공동사업’이나 춘천지역 생협, 단체들의 로컬푸드 특판과 같은 사례가 있다. 둘째로 직거래장터의 사업형태가 있다. 최근 로컬푸드 운동이 활성화되면서 전국단위 연합체 소속 단위생협을 비롯해 지역생협, 지역유사생협들은 직거래장터를 통해 매출의 증가를 꾀하면서 생산자와 소비자의 직접대면의 공간으로도 활용하고 있다. 셋째로 학교급식에 농산물 식재료를 공급하는 사업형태가 있다. 학교급식사업의 경우 시장경쟁적인 현행 학교급식 식재료 공급체계로 인해 일반적인 공급업체들과 입찰경쟁을 해야하기 때문에 인가생협이 학교급식사업을 하는 경우는 친환경쌀의 공급 수준에 머물러 있으며 그 외에는 대부분 사회적기업 인증을 받은 유사생협이 학교급식사업을 하는 경우이다. 대구경북먹거리연대, 시민생산자생협, 봄내살림의 학교급식사업 등이 대표적인 사례이다.

그 외에도 향후에는 로컬푸드의 가공 등과 관련한 사업들도 확대될 것으로 판단된다.

<그림 4-1> 지역생협, 지역유사생협 로컬푸드 특판사업 홍보물

로컬푸드공동사업단 직거래사업

친환경 농산물



유기농 방울토마토
2kg **13,000원**
(국회 미성조 외)



무농약 원숙도마토
2kg **10,000원**
(국회 미성조 외)



유기농 말기름
1.2kg **12,000원**
(고령 직거래)



마카시아 햇꿀
2.4kg **89,000원**
(국회 신상금)



해진 지보 1등급 완우

직송합니다. 현지 시장으로 판매 완우를 일시적 중단합니다. 완우는 2박가 때 재공급하겠습니다.



무항생제 유정란
1판(30구) **10,000원**
(석적 미성조)

발효초독, 여파노산, 원약제 사용
항생제를 전혀 먹이지 않습니다.

춘천 로컬푸드 선물모음은

생산과 소비의 거리를 대폭 줄였습니다.
얼굴을 아는 우리 이웃의 생산품입니다.
수익금 10%는 춘천 사회적 경제 발전을
위해 재투자됩니다.

이/용/안/내

물품상당 및 주문은 전화로!

주부예매 - 031-288-0100 (월~일)

상당 및 주문전화 - 010-2886-0004 (하~일)

결제: 계좌이체, 카드결제, 이차통화 사용도 OK

계좌번호: 000,000,000 (춘천생협)

3만원 이상 무료배송. 타지역 택배비 별도

공급시기 - 031-288-0100 (월~일)

(단, 택배공급은 010-2886-0004까지 발송됩니다.)

▶ 학교 연락처: 주문처: 학교별 농산물 구매: 47-27336 (농부)

▶ 자주 화요일, 목요일까지 홈페이지에 주문하시면 할인! (단, 지보하는 수요일까지)

▶ 물품공급: 매주 수요일, 금요일 학교와 배달합니다. (단, 지보하는 수요일만 배송됩니다)

▶ 문의: 070-7761-0902 (로컬푸드공동사업단 관리 담당)

춘천농민협동조합

CORNSOX

춘천소비자생활협동조합

춘천 **농담가방**

보내실

이장

춘천사회적경제네트워크

대구지역 로컬푸드공동사업단 직거래

춘천지역 로컬푸드 선물모음

(2) 물류 관련 특징

조사 지역생협, 지역유사생협들의 물류와 관련된 특징은 산지·소비지 물류체계 및 방식과 생협 혹은 유사생협 간의 물류협력 여부, 지역물품 외의 물품 조달 방법에 따라 구분할 수 있다.

먼저 산지(생산자)로부터 소비지의 매장 혹은 물류센터까지의 물류체계에 따라 구분해 볼 수 있다. 생산자나 생산자단체가 소비지 거점까지의 배송을 책임지는 경우와 지역생협, 지역유사생협이 직접수집하는 경우, 그리고 이 두 가지 방식을 혼용하는 경우로 나눌 수 있다. 생산자나 생산자단체가 소비지까지의 배송을 책임지기 위해서는 우선 소비지에서의 충분한 물량 소비(판매)력이 뒷받침되어야 한다. 직접수집만으로 소비지 거점까지 가져오는 물류체계는 생협이 이를 위한 충분한 물류인프라를 갖추고 있어야 하며 산지의 범위가 넓지 않아야 한다¹²⁾. 때문에 규모가 크지 않은 지역생협, 지역유사생협은 이 두 가지 방식을 적절히 함께 사용할 수밖에 없다.

다음으로 생협 혹은 유사생협 간의 물류협력 여부에 따라 나누어 볼 수 있다. 연합체의 전국적인 물류체계의 지원을 받지 못하는 지역의 생협, 유사생협들은 대부분 지역 내의 협력을 통해 물류의 비효율성을 극복하고자 한다. 단, 각 생협 혹은 유사생협의 여건과 지역 내 물류인프라의 수준에 따라 독자적으로 조달하는 물류량과 협력을 통해 조달하는 물류량의 비중에 차이를 보이고 있다. 국내 조사사례를 살펴보면¹³⁾ 대구지역 유사생협 간 생산지 발굴과 물류의 협력, 한울생협과 전북지역 생협들의 지역물류협의회를 통한 생산지 공유와 물류협력, 부산지역 생협들과 합천의 생산자조직/공동체의 공동물류 등 형태는 다르지만 충분한 물량의 확보를 통해 물류의 효율성을 높이고 산지와의 관계도 증진하는 모습을 확인할 수 있었다.

(3) 지역생협의 물류협력 및 사업유형

조사 지역생협, 지역유사생협들의 특징을 바탕으로 유형을 구분해볼 수 있다. 유형의 구분

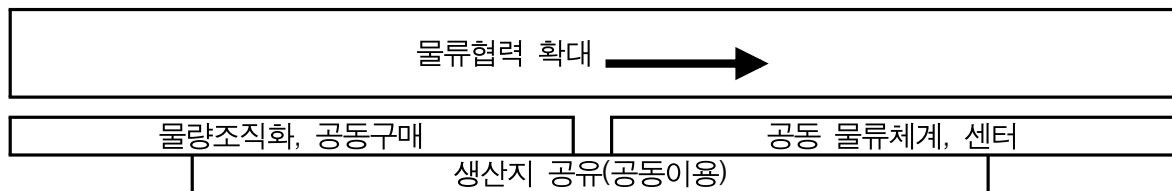
12) 봄내살림의 경우 필요한 품목을 그때그때 조달하는 방식이기 때문에 직접수집을 중심으로 할 수밖에 없는 측면이 강하다.

13) 구체적인 물류협력의 사례는 제2절 참고

은 크게 두 가지의 기준으로 이루어지는데 한 가지는 지역 내 물류협력의 수준이며, 다른 한 가지는 사업방식이나 사업영역의 확대이다.

먼저 물류협력의 수준을 바탕으로 유형을 구분하면 낮은 수준에서는 지역생협의 부족한 소비능력을 보완하고 물류효율성을 높이기 위해 일부 품목에 대해 공동구매를 실시할 수 있고, 높은 수준에서는 공동의 물류체계를 구축¹⁴⁾할 수 있다. 대구지역의 유사생협 간 협력의 사례는 공동구매에 가까운 것으로 볼 수 있으며, 부산지역 생협들과 합천의 생산자조직(공동체) 간의 공동물류는 합천이라는 생산지에만 국한되기는 하지만 공동 물류체계의 사례라고 볼 수 있다. 그리고 전북지역의 생협들 간에 지역물류협의회는 지역에서 생산되는 로컬푸드에 대해 공동 물류체계를 구축하는 과도기에 있다고 볼 수 있다.

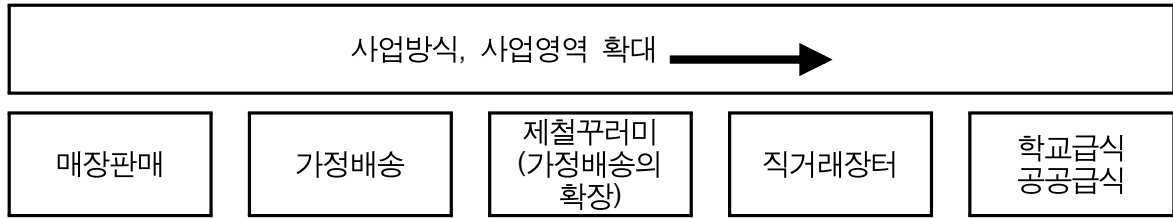
<그림 4-2> 지역생협, 지역유사생협의 물류협력 수준



다음으로 사업방식, 사업영역의 확대라는 측면에서 유형을 구분하면 기본적인 생협의 사업방식인 매장판매와 가정배송에서부터 가정배송의 확대된 형태로서 최근에 확대되고 있는 제철꾸러미사업과 직거래장터, 그리고 더 나아가서 지역의 학교급식과 공공급식 식재료 공급사업까지 확장한 경우로 나누어볼 수 있다.

14) 이는 전국적인 물류체계를 구축한 연합체들과 같은 방식이지만 물류의 범위를 지역산으로 한정한다는 측면에서 차이가 있다.

<그림 4-3> 지역생협, 지역유사생협의 사업방식, 사업영역 확대 수준



<표 4-2> 조사 지역생협 및 지역유사생협의 사업 현황

	사업개시년도	유형	연 공급액	조합원(회원)수	매장	가정배송	기타사업수행여부	기타사업내용	교육사업
농부장터	2009	유사생협	4억원	200	○	○	○	<ul style="list-style-type: none"> • 로컬푸드특판 • 직거래장터 • 텃밭사업 	<ul style="list-style-type: none"> • 생태교육 • 체험교육
곰네들장터	2009	유사생협	1억 5천만원	600(40 ¹⁾)	○	×	×	—	<ul style="list-style-type: none"> • 생태교육 • 체험교육
안심주민	2012	유사생협 (마을기업)	—	110	○	×	×	—	<ul style="list-style-type: none"> • 협동조합교육 • 체험교육
대구경북 먹거리연대 (청송우리농장터)	2010 ²⁾ (2011 ³⁾)	유사생협	—	600	○	×	○	<ul style="list-style-type: none"> • 학교급식 • 직거래장터 • 식생활교육 	<ul style="list-style-type: none"> • 체험교육 • 귀농학교
지구마을	2011	유사생협 (사회적기업)	2억 7천만원	300	×	○	○	<ul style="list-style-type: none"> • 소포장가공 	<ul style="list-style-type: none"> • 체험교육
부산한살림	1998	인가생협	23억 7천만원	2,267	○	○	×	—	
부산생협	2001	인가생협	9억 7천만원	1,412	○	○	×	—	<ul style="list-style-type: none"> • 체험교육
시민생산자생협	2007	유사생협	8억 7천만원 ⁴⁾	—	○	×	○	<ul style="list-style-type: none"> • 학교급식 • 물류유통 • 직거래장터 • 식생활교육 	<ul style="list-style-type: none"> • 체험교육
전주한울생협	1999	인가생협	9억원	1,800	○	○	×	—	<ul style="list-style-type: none"> • 생태교육 • 살림교육
춘천생협	2001	인가생협	7억원	1,200	○(2개)	×	×	—	—
봄내살림	2010	유사생협 (사회적기업)	12억원	120 ⁵⁾	×	○	○	<ul style="list-style-type: none"> • 학교급식 • 로컬푸드특판 	—

주 : 1)곰네들장터는 매장구매에 제한이 없어 매장구매 이용자는 600여명 정도로 추산하고 있으며, 평생회비를 납부한 회원은 40여명

2)사회적기업 인증 연도

3)청송우리농장터 매장 개설 연도

4) 급식 8억 2천만원, 타 생협 공급 5천만원

5) 로컬푸드 꾸러미회원수

<표 4-3> 조사 지역생협 및 지역유사생협의 물류 현황

	산지물류 ¹⁾	소비지물류	물류시설(인프라)	인력	물류협력
농부장터	<ul style="list-style-type: none"> 생산자단체배송 직접수집 	독자배송	<ul style="list-style-type: none"> 물류창고 1톤 냉장탑차 	<ul style="list-style-type: none"> 매장근무 4명 배송 1명(대표) 	<ul style="list-style-type: none"> 농부장터-곰네들장터-안심주민생활커뮤니티 간 생산지 공동 발굴, 물류 협력
곰네들장터	<ul style="list-style-type: none"> 생산자단체배송 직접수집 	-	-	<ul style="list-style-type: none"> 매장근무 1명 	
안심주민	<ul style="list-style-type: none"> 생산자단체배송 직접수집 	-	-	<ul style="list-style-type: none"> 매장근무 3명 (1명 산지수집 병행) 	
대구경북 먹거리연대	-	-	-	<ul style="list-style-type: none"> 사회적일자리 18명 	-
지구마을	-	독자배송	<ul style="list-style-type: none"> 물류창고 저온저장고 냉장탑차 1톤 화물 3.5톤 	<ul style="list-style-type: none"> 상근인력 14명 (사회적일자리) 	-
부산한살림	<ul style="list-style-type: none"> 생산자배송 	독자배송	<ul style="list-style-type: none"> 물류창고(센터) 저온저장고 냉장탑차 1톤 2대 	<ul style="list-style-type: none"> 상근인력 11명 배송 4명 	<ul style="list-style-type: none"> 합천에서 생산되는 농산물은 부산한살림, 부산생협 등 부산지역생협들에 공동 물류체계를 통해 공급
부산생협	<ul style="list-style-type: none"> 생산자단체배송 	독자배송	<ul style="list-style-type: none"> 물류창고 냉장탑차 1톤 2대 	<ul style="list-style-type: none"> 상근인력 6명 배송 2명 	
시민생산자생협	<ul style="list-style-type: none"> 생산자단체배송 직접수집 	-	<ul style="list-style-type: none"> 물류창고 저온저장고 냉장탑차 1톤 4대 	<ul style="list-style-type: none"> 상근인력 13명 (사회적일자리 11명) 	-
전주한울생협	<ul style="list-style-type: none"> 생산자단체배송 	독자배송	<ul style="list-style-type: none"> 냉장탑차 1톤 1대 	<ul style="list-style-type: none"> 상근인력 3명 	<ul style="list-style-type: none"> 한울생협, 한살림전북, 정농생협이 협력하여 지역물류협의회를 만들고 물류협력을 추진
춘천생협	<ul style="list-style-type: none"> 두레연합회 생산자배송 	-			<ul style="list-style-type: none"> 춘천생협의 주도적인 역할을 통해 만들어진 봄내살

	• 봄내살림				림이 춘천생협의 지역물품 물류의 상당부분을 담당
봄내살림	• 직접수집	독자배송	• 물류창고 • 저온저장고 • 냉장탑차 1톤 2대		

주 : 1)생산자단체배송은 영농조합법인 등 생산자조직에서 매장까지 공급하는 형태, 생산자배송은 생산농가가 매장이나 물류센터로 공급하는 형태, 직접수집은 생협 혹은 유사생협에서 산지에 직접 수집하는 형태를 말함

3) 지역생협의 물류 및 사업 SWOT 분석

앞에서 지역생협, 지역유사생협들의 로컬푸드 사례를 통해 확인된 것처럼 이들은 로컬푸드 활성화를 위해 물류협력과 사업영역의 확대를 모색하고 있다. 향후 지역생협의 활성화를 위해서는 이러한 방향이 확대되는 것이 바람직하기 때문에 물류협력과 사업영역 확대를 추진하는 세 가지 방안에 대한 SWOT 분석을 통해 각각의 긍정적인 측면과 부정적인 측면을 파악한다.

먼저, 지역 내의 생협이나 유사생협 간 물류협력의 방안이 있다. 이 방안은 자체적인 매출, 물량소비능력이 부족한 지역생협이 가장 우선적으로 고려할 수 있는 물류효율화 방안이다. 규모가 작은 지역생협, 지역유사생협들은 대체로 1개 농가의 생산량도 다 소화하지 못하는 경우가 많다. 때문에 생산지를 발굴하고 직거래 관계를 맺는 것도 어렵고 적은 물량을 소비지까지 운송하는 것은 생산자 입장에서나 생협 입장에서나 모두 부담스럽다. 하지만 작은 규모의 생협 혹은 유사생협이 3~5개 정도 함께 협력하면 공동으로 산지를 발굴하고 물류비용을 공동으로 부담함으로써 산지와 직거래를 위한 최소한의 여건은 마련할 수 있다. 또한, 매장에서 소비자들이 자주 찾는 친환경 혹은 좋은 품질의 공산품 생활재(치약, 휴지 등)은 공동구매를 통해 비용절감을 추진할 수도 있다. 최근에 로컬푸드에 대한 소비자들의 선호도가 높아지는 것은 물류협력의 번거로움이나 부담을 감수하고라도 지역 내 농산물의 조달을 위한 물류협력의 추진을 가능하게 하고 있다. 하지만 로컬푸드에 대한 물류협력을 위해서는 생산지 발굴 등에 대한 경험이나 전문성을 가진 인력이 필요하며, 로컬푸드만으로는 생협이 필요로 하는 다양한 물품의 구입이 어렵고, 물류비용에 대한 부담이 장애가 될 수 있다.

<표 4-4> 지역생협, 지역유사생협 간 물류협력 SWOT 분석

사례 : 대구지역 유사생협 간 물류협력, 부산지역 생협 간 물류협력	
강점(Strength)	약점(Weakness)
<ul style="list-style-type: none"> • 물량의 규모화로 물류 효율성 증대 • 지역 내 생산지 공유, 공동이용 가능 • 생산자-소비자의 대면적 관계 	<ul style="list-style-type: none"> • 물류센터, 배송차량 등 물류체계 구축의 추가비용 부담 발생 • 유통 전문인력, 경험 부족 • 지역 농축산물 외 다양함 품목 구비의 어려움
기회요인(Opportunity)	위험요인(Threat)
<ul style="list-style-type: none"> • 로컬푸드에 대한 인식 및 사회적 수요의 증가 • 생협에 대한 선호도 상승 • 먹거리 공급 지역생협 증가, 협동조합기본법 제정에 따른 먹거리 협동조합 증가 예상(지역생협 생태계의 다양화) 	<ul style="list-style-type: none"> • 시장경쟁 심화와 대규모 유통기업의 시장장악력 확대 • 전국적인 물류체계를 갖춘 생협연합체와의 경쟁 격화 • 유가상승 등 중장기적인 물류비용 상승 예상

다음으로, 지역생협이나 지역유사생협이 사업방식 및 사업영역의 다양화를 통해 로컬푸드를 활성화하는 방안이 있다. 사업방식의 다양화 측면에서는 가정배송을 새롭게 시작하거나 기존의 개별 물품에 대한 가정배송과 함께 제철꾸러미 형태의 가정배송을 추가하는 경우, 그리고 로컬푸드특판을 확대하는 경우가 많아지고 있다. 사업영역의 확대 측면에서는 매장판매와 가정배송 외에 기관, 학교 등에서 직거래장터를 개설하거나 친환경 무상급식의 확대와 함께 학교급식 식재료 공급사업을 하는 경우가 나타나고 있다. 이와 같이 사업방식 및 사업영역을 다양화하는 방안은 최근의 로컬푸드 활성화의 흐름에 적극적으로 부응하고, 더 나아가 학교급식사업에서는 지역운동에서의 역할을 강화한다는 측면에서 중요하다. 하지만 다양한 품목이 요구되는 제철꾸러미, 학교급식을 위한 생산자조직화가 어렵고 특히 학교급식의 경우 기존의 생협물류 방식으로 식재료 공급을 감당하기 어려운 측면이 있다.

<표 4-5> 지역생협, 지역유사생협 사업방식 및 사업영역 다양화 SWOT 분석

사례 : 유사생협들의 협력적 로컬푸드특판, 직거래장터, 학교급식 사업	
강점(Strength)	약점(Weakness)
<ul style="list-style-type: none"> 지역 내 생협뿐 아니라 시민사회운동 등과의 협력 가능 안전한 친환경 지역산 먹거리 공급 가능 수요의 확대, 매출을 증가로 생산자 조직화 용이 	<ul style="list-style-type: none"> 현재의 생협물류 방식으로는 급식사업에 요구되는 소량 다품목 공급이 어려움 사업의 다양화로 인한 인력 부족, 인건비 부담 지역 농축산물 외 다양함 품목 구비의 어려움
기회요인(Opportunity)	위험요인(Threat)
<ul style="list-style-type: none"> 학교급식, 공공급식 등 안전한 먹거리의 사회적 수요 확장 친환경, 로컬푸드에 대한 정부, 지자체의 지원 강화 	<ul style="list-style-type: none"> 급식영역의 기존 공급업체와의 경쟁구도 형성 가능성 조합원(회원) 확보가 아닌 불안정한 수요처와 물량 문제 <p>※ 제철꾸러미와 같이 회원방식이 가능한 경우도 있지만 직거래장터, 급식영역 등은 초기에 안정적이지 않은 수요 문제 발생</p>

마지막으로 한살림, 아이쿱, 두레생협 등의 연합체 단위생협과 지역생협 혹은 지역유사생협 간의 물류협력 방안이 있다. 현재 전북지역에서는 과거 물류협력을 추진했던 지역생협들과 한살림전북이 모두 참여하는 지역물류협력에 대한 논의가 진행되고 있다. 이 방안은 물류협력의 측면에서는 가장 이상적이라고 할 수 있다. 지역 내의 협력만으로는 다양하고 충분한 물품, 물량의 공급이 어려울 수 있는데 전국 단위의 연합체 물류를 통해 보완할 수 있기 때문이다. 즉, 지역 내에서 생산되는 농축산물을 중심으로 로컬푸드 지역물류협력을 추진하고 그 외에 지역 내에서 조달이 어려운 농축산물이나 공산품 생활재는 전국 단위 물류로 조달하는 것이다. 하지만 현실적으로 연합체 소속이 아닌 지역생협에 이와 같은 서비스를 제공하는 것이 국내 생협 체계 내에서 어려울 수 있으며, 만약 서비스 이용을 위해 연합체 가입을 강제한다면 지역생협이 연합체로 흡수될 가능성도 배제할 수 없다. 때문에 현재 지역물류협의회를 추진하고 있는 전북지역의 경우에도 지역에서 생산되는 로컬푸드에 대해서만 지역물류협력을 추진하고 있다.

<표 4-6> 연합체 단위생협, 지역생협 간 물류협력 SWOT 분석

사례 : 전북지역 지역물류협의회 추진	
강점(Strength)	약점(Weakness)
<ul style="list-style-type: none"> • 로컬푸드 활성화+물품다양화 동시 달성 가능 • 지역물류와 전국물류의 동시 활용 가능 	<ul style="list-style-type: none"> • 연합체 소속 단위생협과 지역생협간 협조 체제 구축의 어려움
기회요인(Opportunity)	위험요인(Threat)
<ul style="list-style-type: none"> • 로컬푸드 활성화 흐름이 협력에 정당성 부여 	<ul style="list-style-type: none"> • 지역생협의 연합체로의 흡수 가능성

2. 국내 지역사례의 시사점

1) 지역 내 물류협력

(1) 물류협력의 사례

① 지역유사생협 간 물류협력(대구지역)

대구지역의 유사생협인 농부장터-곰네들장터-안심주민생활협동커뮤니티 간에는 공동물류 체계의 수준은 아니지만 일정한 생산지공유와 물량조직화를 통한 물류협력이 이루어지고 있다. 기본적으로 이들 매장은 안동가톨릭농민회로부터 물품을 공급받고 있는데 그 외에 지역물품에 대해서는 각기 다른 방식으로 조달하고 있다. 농부장터는 군위·칠곡·의성 등 인근 생산지의 생산자가 출자 농가로 참여하고 있다. 곰네들장터는 안동, 상주, 영주, 점촌, 예천 등지에 11개 농촌 공동체를 기반으로 하고 있는 ‘생명의 공동체’ 생협의 생산지를 주 생산지로 하여 물품을 공급받고 있다. 가장 최근에 설립된 안심주민생활협동커뮤니티는 아직 주생산지라고 할만한 산지를 발굴하지는 못한 상황이다. 이들 세 개 유사생협은 냉장탑차와 저온저장 시설을 가지고 있는 농부장터가 일정하게 주도하는 방식으로 인근 지역 산지 발굴을 공동으로 추진하고 산지에서 필요한 지역물품을 농부장터 냉장탑차를 통해 가져오면 배송비용을 분담하는 방식으로 협력하고 있다. 그리고 인근 경북 지역에서 공급이 어려운 과일이나 계절 품목

은 타 지역 친환경 공급업체(벤더)를 통해 공급하는데 각기 매장에서 필요한 물량을 예측해서 공동으로 조달하는 일종의 공동구매를 진행하고 있다. 이들은 농산물 조달에서는 일정하게 물류협력을 하고 있지만 치약, 휴지 등 공산품 생활재의 경우 동일 제품을 사용하는 경우가 많지만 이에 대한 공동구매 등은 아직 진행하고 있지 않다. 한편으로 대구지역에서 학교급식운동 차원에서 학교급식지원센터와 식재료 물류센터에 대한 논의를 진행하면서 식재료 물류센터를 지역생협, 지역유사생협들이 공동으로 이용할 수 있도록 하는 방안을 논의하고 있는데 이러한 논의는 주목해볼 필요가 있다.

<표 4-7> 대구지역 유사생협 간 물류협력

물품	협력방식	비고
지역 생산물	낮은 수준의 공동물류	수수료분담
타 지역 생산물	공동구매	벤더를 통해 구입

② 지역생협 - 생산자조직/공동체 간 물류협력(부산생협-합천산지)

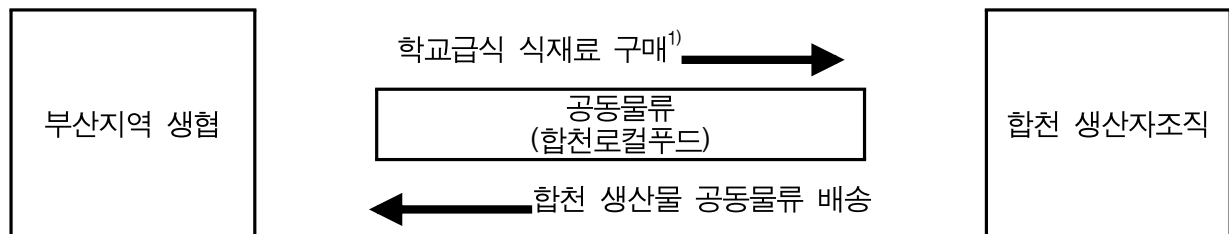
부산지역의 생협들인 부산생협, 노동자생협, 한살림부산 등은 합천의 생산자조직¹⁵⁾과 긴밀한 관계를 맺고 있다. 합천의 몇 개 생산자조직에서 생산된 농산물을 부산지역 생협들에 단일한 물류체계를 통해 공급하고 있다. 먼저 합천의 생산자조직과 연계하고 있던 부산생협 등 일부 생협은 충분한 물량을 소비할 수 없었는데 한살림부산이 생산지조정을 하면서 자연스럽게 부산지역과 연계를 맺고 있던 합천으로 주생산지를 옮기면서¹⁶⁾ 물량도 늘어나고 공동물류체계도 안정적으로 자리잡을 수 있었다. 공동물류는 합천의 생산자조직들이 공동으로 합천지역 생산물을 수집해서 부산지역 생협들에 배송하는 방식으로 이루어진다. 최근에는 경남 예비 사회적기업으로 선정된 ‘합천로컬푸드’가 출범하면서 이 공동물류를 위탁 받아 전담하는 방식으로 변화되었다. 이러한 공동물류 방식은 비용부담은 줄이고 물류효율성은 향상되는 효과를 가져와 부산의 생협들과 합천의 생산자조직들 양쪽에서 긍정적인 결과를 가져왔다. 한편으로 합천의 생산자조직들은 합천 내에서 진행되는 로컬푸드 학교급식 식재료 공급사업을 위해

15) 부산의 생협들과 연계하는 합천의 주요 생산자조직은 대양생명평화공동체와 가야면의 농장, 작목반들이다.

16) 김해/합안/울산 등에서 공급 받던 채소류를 중심으로 합천에서 공급

지역 내에서 생산되지 않는 식재료는 부산지역 생협에 배송을 나갔을 때 구매해서 돌아오는 방식으로 부수적인 효과도 거두고 있다.

<그림 4-4> 부산지역 생협 - 합천지역 생산자조직 공동물류



주 : 1) 학교급식 식재료를 생협에서 구매하는 것은 아니며 부산지역 생협에 물품을 공급하고 배송차량을 이용해 합천에 필요한 식재료를 구매해 간다는 물류의 측면을 의미하는 것임

③ 지역생협 간 물류협력(전북지역)

전북지역의 생협 및 유사생협 간의 지역물류는 상당히 긴 역사적 과정을 가지고 있다¹⁷⁾. 2004년 전북정농영농조합¹⁸⁾이 자부담과 정부, 지자체의 지원을 바탕으로 김제에 물류센터를 짓고 전북지역 내 생협과 유사생협, 소비자조직들에 대한 농산물 공급과 학교급식 식재료 공급사업을 시작하면서 한울생협을 비롯한 7개 생협 및 유사생협들이 전북영농조합에 물류위탁을 한 것이 최초의 지역물류의 경험이었다. 하지만 전북정농영농조합에 대한 지역생협들의 물류위탁은 전북정농의 물류사업이 학교급식 식재료 공급 사업에서 경험 및 경영능력 부족으로 어려움을 겪으면서 중단되었다. 이후 2006년 지역생협들이 공동으로 운영하는 ‘전북생협연합물류’로 전환하여 본격적인 공동물류협력을 시작했다. 이어 2007년 한울생협이 독자적인 물류센터를 마련하여 기존의 ‘전북생협연합물류’를 한울생협이 책임지는 형태로 전환하였다. 하지만 한울생협의 경영이 악화되면서 2010년에 한울생협이 독자 물류센터를 (주)정농에 양도하면서 한울생협의 독자물류와 지역의 물류협력은 중단되었다. 최근에는 한살림전북이 로컬푸드와 지역물품에 대한 적극적인 고민을 시작하면서 지역에서 생산되는 로컬푸드 물품에 대해서는 ‘전북지역 생협공동 지역물류체계’의 구축을 논의하고 있다¹⁹⁾. 현재로서는 공동

17) 주요섭, 2012. “지역생협과 로컬푸드-전북지역의 경험과 교훈을 중심으로”. 연구팀 2차 전문가협의 회 자료.

18) 전북지역의 정농회 회원들이 2004년 2월 설립한 영농조합법인

19) 한혁준, 2011. “한살림전북 지역물류 현황과 과제”. 『한살림전북 지역물류 활성화를 위한 정책토론

의 지역물류체계가 작동하는 단계는 아니며 기존에 한울생협을 중심으로 공동물류에 참여하던 지역생협, 지역유사생협들은 (주)정농에 양도한 물류센터를 통한 물품공급을 계속하고 있으며, 한살림전북과 한울생협은 한밤음공동체 등 일부 산지를 공유하고 해당 산지의 생산물에 대한 물류협력을 수행하고 있다. 향후 로컬푸드 물품에 대한 지역물류체계 구상은 이들을 모두 포괄하는 물류협력체계의 구축을 목표로 하고 있다.

<표 4-8> 전북지역 생협, 유사생협 간 지역물류의 변화 과정

시기	형태	참여조직
2005	전북정농영농조합 물류 위탁	한울생협 등 7개 생협 및 소비자조직
2006	지역생협 공동운영 '전북생협연합물류'	한울생협, 군산유기농, 부안푸른먹거리, 전주생협생협, 익산생협, 애들아하늘밥먹자, 부안산들바다공동체, 무주진안구랑천공동체, 고산땅기운작목반 등
2011	지역물류협의회	한울생협, 한살림전북 주도 전북지역 생협 및 유사생협 지역공동물류 추진

(2) 물류협력의 시사점

생협 간의 물류협력은 크게 두 가지로 나누어서 볼 수 있다. 우선 지역 내 생협 혹은 유사생협 사이의 물류협력의 경우가 있다. 가장 낮은 단계에서는 독자적으로 조달하기 어려운 물품에 대한 공동구매를 진행하며, 생산지 공유와 공동배송, 그리고 완전한 공동물류체계의 구축까지 수준을 높여갈 수 있다.

이러한 물류협력의 효과는 다양하다. 우선 1개의 지역생협의 부족한 소비능력, 물류능력을 물량의 조직화를 통해 물류효율성을 높이고 적은 물량으로 인한 산지의 부담도 덜어줄 수 있다. 다음으로 생산지 조직화와 생산지-소비지의 관계 형성에도 긍정적인 효과가 있다. 많은 신생 지역생협들이 독자적인 산지 발굴에 어려움을 겪는데 이는 소비력의 부족과 경험 부족 등에 기인한다. 이러한 한계는 대구지역 유사생협들의 사례에서 볼 수 있는 것처럼 신생 조직(생협, 유사생협)은 물량조직화에 기여하고 기존의 조직은 산지와 관계, 산지 발굴의 경험을 제공하면서 해결할 수 있다. 궁극적으로 지역생협들이 함께 성장할 수 있는 지역의 생태계를 형성할 수 있는 것이다. 또한, 집단적으로 생산지와 소비지의 관계를 형성함으로써 도농교류,

회 자료집』.

협력의 활성화도 꾀할 수 있다.

지역생협 간의 물류협력은 독자적으로 생존을 담보할 수 있을 정도로 충분한 소비자 조합원 확보가 가능하지 않은 생협이라면 반드시 모색해야 할 방향이다. 그리고 공동구매에서부터 시작해 공동물류체계로까지 확장하는 것이 바람직할 것이다. 그리고 공동물류체계의 구축은 비용부담을 최소화하는 것이 필요한데 대구지역에서 논의되는 것처럼 향후 대부분의 지역에서 고민하게 될 학교급식·공공급식 물류체계를 이용하거나, 지역 내에 있는 전국단위 연합체 소속 단위생협과의 협력을 모색하는 것도 좋은 방안이 될 것이다.

2) 지역유사생협의 사업방식 및 사업영역의 다양화

(1) 사업방식 및 사업영역 다양화의 사례

① 로컬푸드 사회적 기업 설립(춘천지역)

춘천생협은 로컬푸드운동의 활성화 과정에서 생협의 인적, 물적 자원을 적극적으로 지원해 사회적 기업인 ‘봄내살림’의 설립과 안정화에 기여했다. 봄내살림의 입장에서는 사실상 춘천생협이 모기업이나 다름없다. 봄내살림의 설립을 통해 춘천지역의 로컬푸드 사업은 다방면으로 확대될 수 있었다. 기존에 춘천생협은 거의 매장판매 사업을 위주로 운영되고 있었지만 봄내살림은 사회적 기업의 인력지원과 물류체계의 구축을 통해 제철꾸러미(생명밥상) 사업과 춘천지역 학교급식 식재료 공급까지 다양한 영역의 사업으로 확장했다. 또한 전국 단위 연합체로부터 공급 받는 물품²⁰⁾ 외에 지역물품의 물류는 봄내살림이 일정하게 담당하면서 지역물품 취급과 지역물류의 활성화도 이룰 수 있었다. 춘천생협과 봄내살림의 사례는 기존에 물류체계의 미비로 지역물품의 공급 확장이 어려웠던 지역생협이 외곽조직인 봄내살림이라는 사회적 기업을 설립하면서 지역물품의 공급 확대와 안정적 공급을 가능하도록 하고, 제철꾸러미와 학교급식 등 로컬푸드의 사업 영역도 확대하는 성과를 얻어낸 경우이다. 또한 지역 내에서는 요구가 높지만 기존의 생협물류체계로는 접근하기 어려운 학교급식사업을 외곽조직을 통

20) 춘천생협은 지역물품 외에는 두레생협연합회의 이용자생협(준회원 성격)으로 연합회 물품을 이용했으며, 올해 8월에 전산시스템의 이용 등 필요에 따라 두레생협연합회의 정회원이 되었다.

해 진입한 사례라는 측면에서도 의미를 가진다. 향후 춘천생협과 봄내살림은 학교급식의 공공 급식 영역으로의 확대, 생협물품과 로컬푸드 물품이 공존하는 공동매장의 설립 등을 추진할 계획이다²¹⁾.

② 지역유사생협의 사업다양화

지역유사생협들은 최근 로컬푸드의 활성화와 함께 기존의 매장판매와 가정배송 외에 다양한 로컬푸드 사업으로 영역을 확장해 나아가고 있다. 우선 지역 내 유사생협, 생산자조직, 사회적기업 등과 함께 로컬푸드특판 사업을 벌이는 경우가 늘어나고 있다. 춘천생협과 봄내살림이 지역 내 다양한 로컬푸드 생산, 유통 조직들과 함께 춘천 로컬푸드 브랜드화와 특판 사업을 추진하는 사례, 대구지역 유사생협들이 전교조와 협약을 맺고 로컬푸드 공동사업을 하는 사례 등이 이에 해당한다. 다음으로 로컬푸드 직거래장터 사업도 늘어나는 추세에 있다. 대구 농부장터, 대구경북먹거리연대, 부산 시민생산자생협 등이 모두 생산자와 소비자가 대면하는 직거래장터를 진행하고 있다. 마지막으로 학교급식사업에 진출하는 경우도 늘어나고 있다. 학교급식사업의 경우에는 기존의 생협물류로는 감당하기 어려운 측면으로 지역생협은 친환경 쌀공급 수준에 머무르고 있고 학교급식 식재료 전반을 공급하는 사업들은 대부분 (예비)사회적 기업에 선정되거나 인증을 받은 유사생협들이 하고 있다. 춘천 봄내살림, 대구경북먹거리연대, 부산 시민생산자생협의 학교급식사업이 그 사례이다.

③ 지역생협-단위생협-사회적기업 등 사회적경제 조직 간 협동, 협력(원주지역)

원주는 한살림과 원주생협이 협력적 관계를 맺고 있으며 특히 지역사회에 대한 공동 전략을 추진하고 있다. 이들 조직은 지역내 건강한 사회적경제조직을 지원하기 위해 신규 사회적경제조직에 대한 출자, 상품의 매장판매 연계, 소비자회원 공유 등의 활동에 노력하고 있다. 예를 들면 친환경가공식품을 생산해 한살림에 납품하는 햇살나눔 대표는 친환경 학교급식과

21) 이진천, 2012. “춘천생협 · 로컬푸드 · 봄내살림”. 연구팀 2차 전문가협의회 자료.

로컬푸드 식당을 운영하는 사회적기업 맛두레 이사이면서 지역 네트워크의 주요 인사이며, 떡을 가공하는 사회적기업 행복한시루봉 대표는 의료생협의 전무이사를 겸하고 있다. 또한 원주한살림은 오랜 경험을 바탕으로 지역 사회적경제조직에 경험과 인프라를 제공하고 있다. 이외에도 19개 다양한 조직들이 원주협동사회경제네트워크를 구성하고 인적·물적 교류와 협력을 통해 공동발전전략을 구사하고 있다.

원주의 사례는 생협 간 사업협력이면서 다양한 사업영역의 확대라는 두 가지 측면을 모두 보여주고 있다. 우선 한살림이라는 전국단위 연합체 소속인 한살림원주가 참여함으로써 전국 조직과의 연계를 통해 지역조직의 한계를 보완하고 있다. 전국적 조직력을 갖춘 한살림은 사업 경험과 매장 및 회원들을 지역사회와 공유를 통해 지역의 물류와 상품구성에서 부족한 점을 보완하고 있다. 구체적으로 한살림원주는 사회적기업 등 지역 사회적경제 조직들의 생산품을 소비하는 판로의 역할을 하면서 다양한 한살림 물품과의 결합도 가능하게 하고 있다. 이는 신생조직들이 겪는 시장의 확보와 다양한 결핍의 보완이라는 면에서 중요한 의미를 갖는다. 이러한 한살림의 역할은 지역 소비자의 욕구를 충족시키면서 지역물품의 안정적 소비를 확보하고 신생조직들의 정착에 큰 역할을 하고 있다²²⁾. 다음으로 먹거리와 관련해 각각의 사업영역을 가진 지역의 생협들과 먹거리 사회적기업 등이 협력을 통해 지역생협이 독자적으로 확대하기 어려운 사업영역을 분담하고 있다. 구체적으로 행복한 시루봉과 햇살나눔은 생협 납품을 통해 판로를 확보하면서 사업의 안정적 기반을 마련하고 있으며 맛두레는 원주협동사회경제네트워크 참여단체들의 공동출자를 통해 만들어지고 한살림회원등 지역농민들의 지역 농산물을 소비하는 역할을 담당하고 있다. 이렇게 지역 내 다양한 사회적경제 주체들이 인적, 물적 자원을 공유하는 협동을 통해 상호 발전이 가능하다는 것을 실천적으로 보여주고 있다.

(2) 사업방식 및 사업영역 다양화의 시사점

지역생협, 지역유사생협들의 사업방식 및 사업영역 다양화는 기본적으로 다수의 소비자를 확보하고 로컬푸드사업을 활성화하는 것을 목표로 하고 있다.

국내 대부분의 생협들이 매장판매 중심으로 운영되고 있는데 이를 가정배송을 확대하면서

22) 하지만 한살림의 다양한 물품과 물류망을 지역생협이나 사회적기업 등에 제공하지는 못한다는 측면에서 분명한 한계는 존재한다.

가정배송의 방식도 제철꾸러미 등 로컬푸드에 적합한 새로운 방식을 도입하고, 로컬푸드특판, 직거래장터 등 다양한 방식을 통해 소비자, 특히 로컬푸드 소비자를 확대할 수 있다. 그리고 더 나아가 지역의 다수 주민을 대상으로 하는 학교급식·공공급식의 영역까지 사업을 확대하는 것도 가능하다.

한편으로는 다양한 사업방식 도입, 사업영역 확대의 과정에서 지역의 시민사회단체, 그리고 사회적기업 등 사회적경제 영역의 주체들과 소비자조직, 물류, 사업 등의 다방면적인 협력체계를 구축함으로써 로컬푸드 활성화와 사회적경제 생태계 구축 등을 모색할 수 있다는 장점도 가지고 있다.

3) 연합체 소속 지역 단위생협의 지역물품 확대

(1) 기존 연합체소속 생협의 지역물품 취급확대

한살림충주제천은 생산자와 소비자가 함께 조합원으로 참여하여 만들어진 조직으로 초창기부터 지역물품에 대해 관심을 가지고 있었다. 2004년부터 한살림에서 일괄적으로 진행하는 김장공급을 지역의 생산자와 직접 계약·판매하는 체계로 돌리는 등 지역 내 생산자와 소비자를 연결하는 사업들을 진행했다. 특히 충주제천지역의 한살림생산자조직과 논의를 거치면서 지역물품의 확대를 꾀했고, 2008년 10월에 지역물품위원회를 상설화하면서 구체적인 지역먹거리운동을 지역에서 전개하였다. 이후 전체 한살림 차원의 ‘가까운 먹을거리 운동’과 맞물려서 지역물품의 확대가 지속적으로 이루어지고 있다.

<표 4-9> 한살림충주제천생협의 지역물품 품목

연도	품목		품목 수
	전산등록	미등록	
2005		밤, 복숭아, 사과, 수박	4
2006	김장용품(쪽파, 알타리무, 대파, 포장배추, 포장무, 동치미무, 갓,)	밤, 사과, 수박, 찹쌀(혼합쌀포함)	11
2007	김장용품(쪽파, 알타리무, 대파, 포장배추, 포장무, 동치미무, 갓, 절임배추), 찹차	고추장, 메주, 밤, 배, 복숭아, 브로컬리, 양배추, 사과, 오디효소	18
2008	밤, 찹차,	두부, 복숭아, 사과, 오디효소	6
2009	김장용품(포장배추, 포장무, 동치미무, 절임배추), 사과, 밤, 딸기,	감자, 메주, 복숭아, 옥수수,	11
2010	김장용품(쪽파, 알타리무, 대파, 포장배추, 포장무, 동치미무, 갓, 절임배추) 복숭아, 사과, 밤, 딸기, 도라지즙, 마늘	감자, 두부, 배, 복숭아, 사과, 옥수수	20
2011	김장용품(쪽파, 알타리무, 대파, 포장배추, 포장무, 동치미무, 갓, 절임배추), 복숭아, 사과, 밤, 쪽파, 딸기, 마늘, 도라지즙	감자, 고구마, 두부, 배, 복숭아, 사과, 옥수수, 호박	23

한살림대전은 2011년 지역물류 TF 운영단의 활동을 통해 지역물류의 개념과 방향에 대한 내부 논의, 한살림경남·한살림부산 등 독자물류를 하는 지역에 대한 방문조사 등을 진행하고 2012년 11차 대의원총회를 통해 지역물품 자체브랜드의 명칭을 ‘가까이愛’로 결정했다²³⁾. 또한, 지역물류의 활성화를 위해 2013년 물류센터 준공을 준비하고 있다. 한살림대전은 지역물류의 개념을 ‘지역살림을 활성화하기 위하여 지역에서 독자적으로 직거래하는 물류시스템’으로 규정하고 지역물류를 통해 ‘생산자와 소비자 신뢰를 기반으로 지역 먹을거리를 직거래 하여 지속 가능한 농업을 실현하고 지역살림운동을 활성화’한다는 목표를 설정하였다.

23) 한살림대전, 2012. “제11차 정기대의원총회 진행보고”. 한살림대전 소식지 『살림길』 1호.

<그림 4-5> 한살림대전생협의 지역물품 자체브랜드와 마크



(2) 생협조합원을 대상으로 한 제철꾸러미 사업

한살림충주제천생협의 제철꾸러미사업은 현재 전국 각지에서 진행되고 있는 꾸러미사업과는 많은 점에서 차이가 있다. 가장 큰 특징은 년단위로 계약을 한다는 점으로, 이는 미국이나 스위스 등에서 전개되고 있는 CSA운동과 일맥상통한다고 할 수 있다. 또한, 참여하고 있는 생산농민 스스로가 다품종 소량생산을 하면서 필요에 따라 협력생산자가 함께 하고 있다는 점에서 여러 농가가 품목을 분담해서 꾸러미를 구성하는 사업과는 차이가 있다.

한살림충주제천생협의 제철꾸러미사업

1) 배경 및 취지

- 지역 내 생산소비, 도농관계 회복을 위해 지역 내 먹을거리 공동체를 만들어 간다.
- 지역물품의 확대로서 ‘제철농산물꾸러미’라는 새로운 지역물품을 실험한다.
- 다품종 소량생산형태의 생산농가와 일정 수의 도시소비자의 물품 나눔을 통해 “생산자는 소비자의 생명을, 소비자는 생산자의 생활을 책임진다”는 모토에 걸맞는 모델을

만들어 간다.

- 지역 내 생산과 소비 시스템의 시도를 통해 먹을거리를 매개로 하는 보다 안정적인 도농공동체 모델을 구현한다.

2) 배송방식 및 공급방식

① 산지배송 : 생산자가 산지에서 한살림충주제천 물류센터로 입고

② 공급방식 : 한살림충주제천 공급시스템을 활용

(각 매장에서 회원이 직접 수령하는 방식 또는 공급실무자가 해당 회원에게 직접 전달하는 방식)

3) 생산농가

- 솔피공동체 생산자 중 일부가 꾸러미 작목반 구성, 주요품목을 책임짐. 품목의 다양성을 확보하기 위해 주변 회원 농가들의 다양한 생산물품의 협조체계

- 주 생산자:

2010년 -> 4가구+협력생산자(솔피농장 회원 10여 농가),

2011년 -> 2가구+협력생산자(솔피농장 회원 10여 농가)+자활센터(두부) 등

2012년 -> 4가구+1조직(솔피가공사업위원회)+협력생산자(솔피농장 회원 10여 농가) + 자활센터(두부) 등

4) 평균 물품수

연도	평균 물품수
2010	10.6
2011	13.7
2012	12.8

꾸러미 구성 내용 예시



3. 충청남도 지역생협 개괄

1) 충청남도 인가생협 현황

2012년 9월 현재 충청남도의 인가를 받은 소비자생활협동조합은 총 16개이다.

<표 4-10> 충청남도 인가생협 현황

(2012. 9. 18 현재)

일련번호	조 합 명	인 가 일	조합원수(명)	소재지
1	풀무	' 00.06.08	995	홍성
2	한살림	' 03.03.17	9,294	천안
3	아이쿱천안	' 03.07.17	736	〃
4	성모의료	' 06.10.23	3,500	〃
5	성원의료	' 07.04.23	302	아산
6	한기대생협	' 08.08.06	372	천안
7	통합의료	' 08.10.08	443	예산
8	심천의료	' 09.03.02	524	금산
9	홍성의료	' 09.11.18	308	홍성

10	아산아이쿱	' 11.03.21	316	아산
11	충남의료	' 11.10.18	318	천안
12	온누리의료	' 11.11.21	318	아산
13	아이쿱충남내포	' 12.01.05	312	예산
14	백석의료	' 12.02.13	302	태안
15	라온의료	' 12.03.19	305	아산
16	충남우리의료	' 12.07.18	305	천안

자료: 충청남도 내부자료

충청남도의 인가생협을 종류별로 보면 의료생협이 10개, 먹거리생협²⁴⁾이 5개, 대학생협이 1개이다. 이중 본 연구와 연관성이 있는 먹거리관련 생협은 천안에 2개, 그리고 아산, 내포, 홍성에 각각 1개씩 분포하고 있다. 이는 충남지역 생협이 대도시 중심으로 형성되고 있으며 전체 충남의 인구나 면적 규모로 볼 때 활성화되지는 않은 것으로 판단된다. 또한 이들 먹거리 생협은 풀무생협을 제외한 3개의 생협이 전국단위 연합체의 단위생협이어서 지역생협의 기반은 상당히 취약한 것으로 볼 수 있다.

<표 4-11> 충청남도 먹거리관련 생협과 소재지

먹거리생협	주 소
풀무생협	충남 홍성군 홍동면 368번지
한살림 천안아산	충남 천안시 쌍용동 1643
아이쿱 천안	충남 천안시 서북구 쌍용동 1385번지
아산 아이쿱	충남 아산시 용화동 641번지 1층
아이쿱 충남 내포 ¹⁾	충남 예산군 예산읍 주교리

주: 1)매장은 예산과 서산 두 곳에 있음

2) 대전광역시 인가생협 현황

품앗이생협의 활동 중심지인 대전광역시의 생협 환경도 열악한 편이다.

24) 지방자치단체에서는 먹거리생협을 먹거리 등의 생활재를 공급하는 물류적 측면을 강조하여 물류생협이라고 구분한다.

<표 4-12> 대전광역시 인가생협 현황

연번	조합명	구분	인가일	조합원수(명)	소재지
1	아이쿱한밭	지역	2000-01-27	4,579	서구 둔산동
2	대전민들레의료	의료	2002-10-31	1,653	대덕구 법동
3	한살림대전	지역	2004-06-15	10,397	유성구 갑동
4	대전불교	지역	2007-08-30	527	중구 선화동
5	아이쿱대전	지역	2010-04-30	300	유성구 전민동
6	성심의료	의료	2010-06-30	320	동구 중동
7	다인의료	의료	2010-08-23	310	서구 괴정동
8	계룡의료	의료	2010-10-11	304	동구 대동
9	한밭의료	의료	2011-06-20	316	동구 인동
10	금황의료	의료	2011-06-30	309	중구 석교동
11	그린	지역	2011-07-20	315	유성구 반석동
12	하나보건복지의료	의료	2011-11-18	305	서구 월평동
13	다원의료	의료	2011-11-25	300	중구 중교로
14	현대우리들의의료	의료	2011-12-09	434	유성구 문화원로
15	청사의료	의료	2011-12-09	325	동구 대동
16	장수의료	의료	2011-12-20	303	동구옛신탄진로
17	명인의료	의료	2011-12-22	333	서구 계룡로
18	자연건강의료	의료	2012-01-20	317	중구 목중로
19	현의료	의료	2012-02-27	308	대덕구 대덕대로
20	우리칸의료	의료	2012-03-16	334	서구 괴정동
21	충남대학교	대학	2012-06-19	380	유성구 대학로
22	대전의료	의료	2012-06-21	311	중구 대흥동
23	품앗이	지역	2012-07-02	320	유성구 봉명동
24	대전그린의료	의료	2012-09-25	320	동구 판암동

현재 대전지역에서는 난립하고 있는 유사의료생협들을 제외하고 민들레의료생협, 불교생협, 아이쿱대전생협, 아이쿱한밭생협, 품앗이생협, 한살림대전생협이 함께 ‘대전지역 생협연

대’라는 임의조직을 통해 연대활동을 벌이고 있다. 이 중 민들레의료생협을 제외한 4개의 생협이 먹거리생협인데 역시 충남과 마찬가지로 전국단위 연합체 소속인 아이쿱과 한살림 단위 생협을 제외하면 새로 만들어진 품앗이생협이 유일한 상황이다²⁵⁾.

25) 대전불교생협도 먹거리를 공급하고 있지만 주로 명절 등 특정 시기에 특판을 통해 공급하는 수준이다. 화장품, 휴지 등을 포함해 연 5천만원 정도의 매출을 올리며 조합원은 520명 정도이다.

제5장 품앗이생협의 현황과 발전 방향

1. 조합원 개인 설문 조사 결과

품앗이생협의 사업 방향에 대한 의견을 수렴하고 품앗이생협을 통한 먹거리 구매의 요구를 파악하기 위해 2012년 7월 6일부터 25일까지 3주간 공동체별 설문 배포와 회수를 통해 조합원 개인 설문을 진행하였다. 품앗이생협에 참여하고 있는 12개 공동체와 품앗이생협 상근자를 포함하여 총 102명이 설문에 응답하였다.

<표 5-1> 품앗이생협 조합원 개인 설문 공동체별 참여

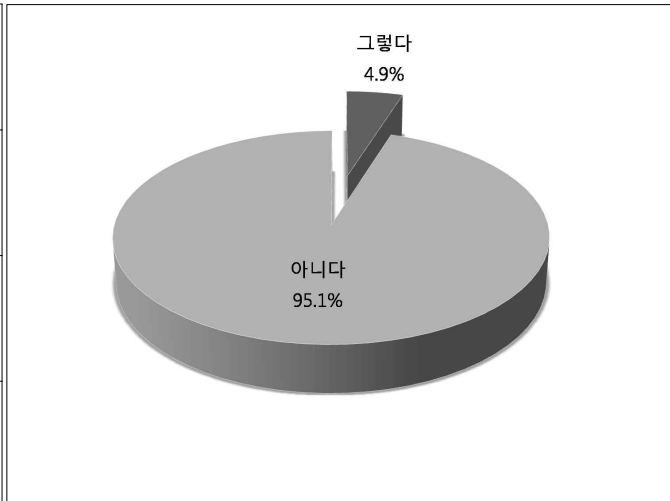
공동체	부수
풀뿌리사람들	7
원도심레츠	10
품앗이생협(상근자)	5
풀뿌리여성마을숲	7
노은	9
민주노총	6
추동	4
관저	16
민들레	9
내동	11
둔산마을모임	4
석교	7
중촌동	7
합계	102

시중의 먹거리가 안전하다고 생각하는지를 묻는 질문에 대해 95.1%가 ‘아니다’라고 답해 시중 먹거리에 대한 불신이 압도적으로 높은 것으로 나타났다.

<표 5-2> 시중 먹거리의 안전성 신뢰

	응답수 (명)	응답비율 (%)
그렇다	5	4.9
아니다	97	95.1
합계	102	100.0

<그림 5-1> 시중 먹거리의 안전성 신뢰

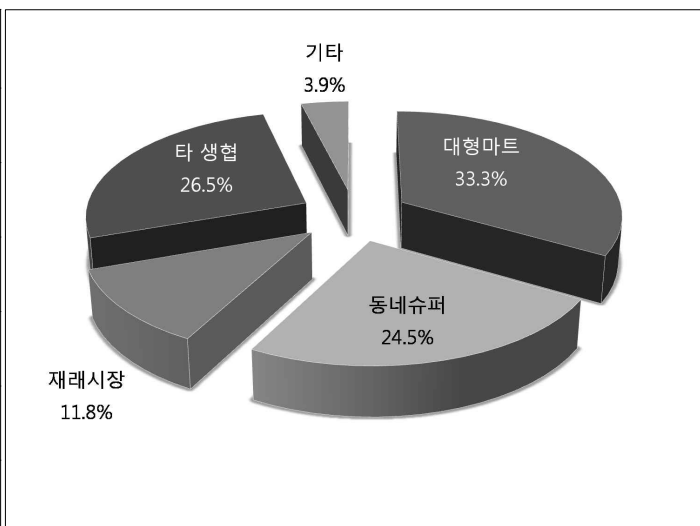


품앗이생협을 통한 먹거리 구매가 아직 이루어지지 않고 있는 현재 시점에서 주로 먹거리를 구매하는 곳에 대한 질문에는 ‘대형마트’ 라는 응답이 33.3%로 가장 많았고 다음으로 ‘타 생협’ 26.5%, ‘동네슈퍼’ 24.5%, ‘재래시장’ 11.8%의 순으로 나타났다. 대형마트의 이용 비율이 가장 높긴 하지만 타 생협과 동네슈퍼 이용비율이 비교적 높게 나타난 것은 지역에서 협동조합 운동, 대안화폐 운동, 공동체 활동 등 다양한 대안적 활동에 참여하고 있는 조합원들의 특성이 나타난 것으로 판단된다.

<표 5-3> 주요 먹거리 구매처

	응답수 (명)	응답비율 (%)
대형마트	34	33.3
동네슈퍼	25	24.5
재래시장	12	11.8
타 생협	27	26.5
기타	4	3.9
합계	102	100

<그림 5-2> 주요 먹거리 구매처



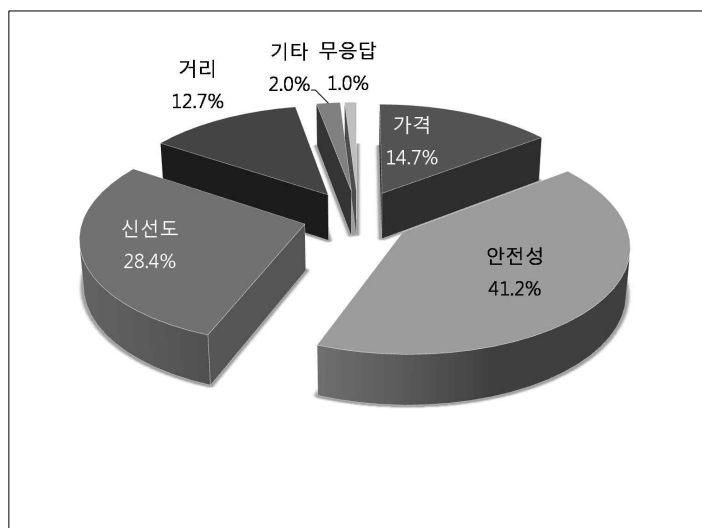
먹거리를 구매할 때 중요하게 고려하는 요인에 대한 우선순위를 묻는 질문에 대해서는 1순위 응답으로 ‘안전성’ 41.2%, ‘신선도’ 28.4%, ‘가격’ 14.7%, ‘거리’ 12.7%의 순으로 높게 나타났다. 이어서 2순위 응답으로는 ‘신선도’ 42.2%, ‘가격’ 23.5%, ‘안전성’ 20.6%, ‘거리’ 4.9%의 순으로 나타났다. 이와 같은 응답의 결과로 볼 때 조합원들의 먹거리 구매에서 안전성과 신선도가 가장 큰 고려 요인으로 작용하고 있으며 다음으로는 가격과 거리의 순이었다. 품앗이생협이 로컬푸드를 지향하고 있지만 아직까지는 거리에 대한 관심과 고려가 높지 않은 것으로 판단된다.

관련해서 품앗이생협이 먹거리를 공급할 때 고려해야 할 사항에 대한 우선순위를 묻는 질문에 대해서는 1순위 응답으로 ‘안전성’ 49.0%, ‘신선도’ 24.5%, ‘거리’ 18.6%, ‘가격’ 7.8% 순으로 높게 나타났다. 2순위 응답으로는 ‘신선도’ 34.3%, ‘가격’ 18.6%, ‘안전성’ 17.6%, ‘거리’ 3.9%의 순으로 나타났다. 조합원 개인의 먹거리 구매 고려 요인과 비교할 때 안전성과 가까운 거리에 대한 요구가 좀 더 높게 나타났다.

<표 5-4> 먹거리 구매 고려
우선순위1

1순위		
	응답수(명)	응답비율 (%)
가격	15	14.7
안전성	42	41.2
신선도	29	28.4
거리	13	12.7
기타	2	2.0
무응답	1	1.0
합계	102	100

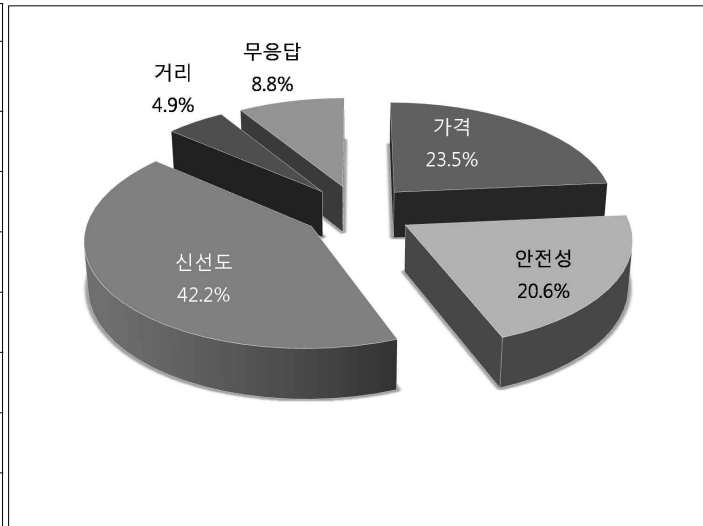
<그림 5-3> 먹거리 구매 고려 우선순위1



<표 5-5> 먹거리 구매 고려
우선순위2

2순위		
	응답수(명)	응답비율 (%)
가격	24	23.5
안전성	21	20.6
신선도	43	42.2
거리	5	4.9
기타	-	-
무응답	9	8.8
총계	102	100.0

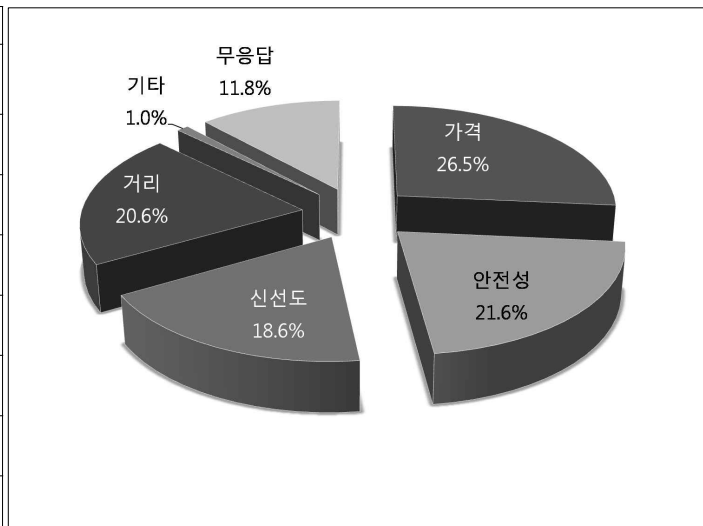
<그림 5-4> 먹거리 구매 고려 우선순위2



<표 5-6> 먹거리 구매 고려
우선순위3

3순위		
	응답수(명)	응답비율 (%)
가격	27	26.5
안전성	22	21.6
신선도	19	18.6
거리	21	20.6
기타	1	1.0
무응답	12	11.8
총계	102	100.0

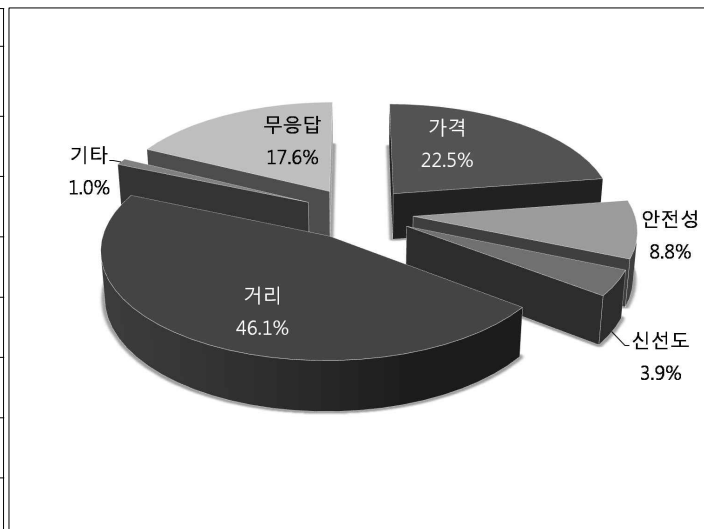
<그림 5-5> 먹거리 구매 고려 우선순위3



<표 5-7> 먹거리 구매 고려
우선순위4

4순위		
	응답수(명)	응답비율 (%)
가격	23	22.5
안전성	9	8.8
신선도	4	3.9
거리	47	46.1
기타	1	1.0
무응답	18	17.6
총계	102	100.0

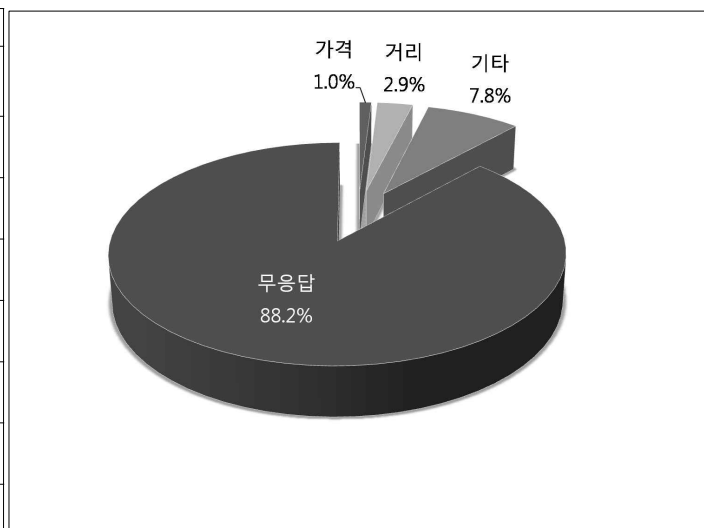
<그림 5-6> 먹거리 구매 고려 우선순위4



<표 5-8> 먹거리 구매 고려
우선순위5

5순위		
	응답수(명)	응답비율 (%)
가격	1	1.0
안전성	-	-
신선도	-	-
거리	3	2.9
기타	8	7.8
무응답	90	88.2
총계	102	100.0

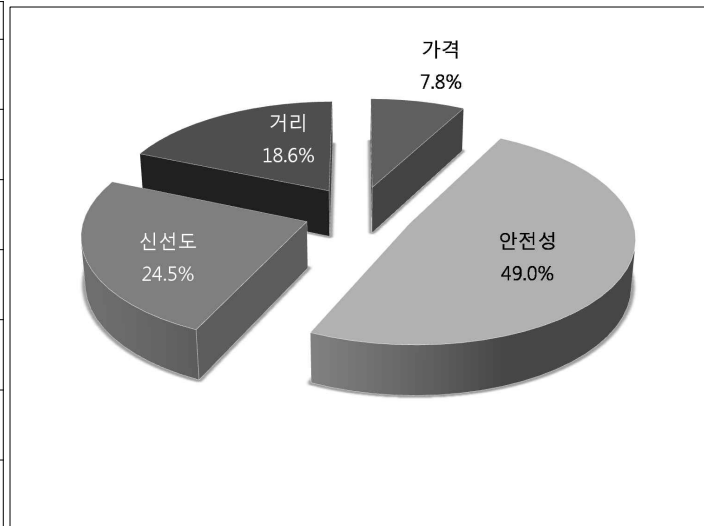
<그림 5-7> 먹거리 구매 고려 우선순위5



<표 5-9> 품앗이생협 공급 고려
우선순위1

1순위		
	응답수(명)	응답비율 (%)
가격	8	7.8
안전성	50	49.0
신선도	25	24.5
거리	19	18.6
기타	-	-
합계	102	100.0

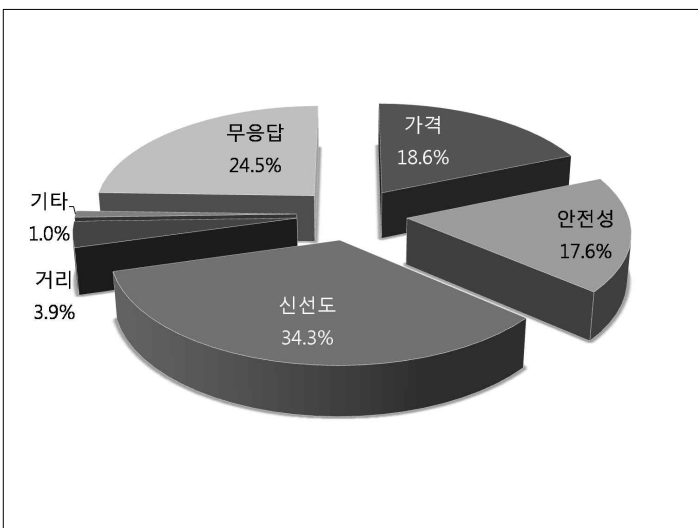
<그림 5-8> 품앗이생협 공급 고려
우선순위1



<표 5-10> 품앗이생협 공급 고려
우선순위2

2순위		
	응답수(명)	응답비율 (%)
가격	19	18.6
안전성	18	17.6
신선도	35	34.3
거리	4	3.9
기타	1	1.0
무응답	25	24.5
총계	102	100.0

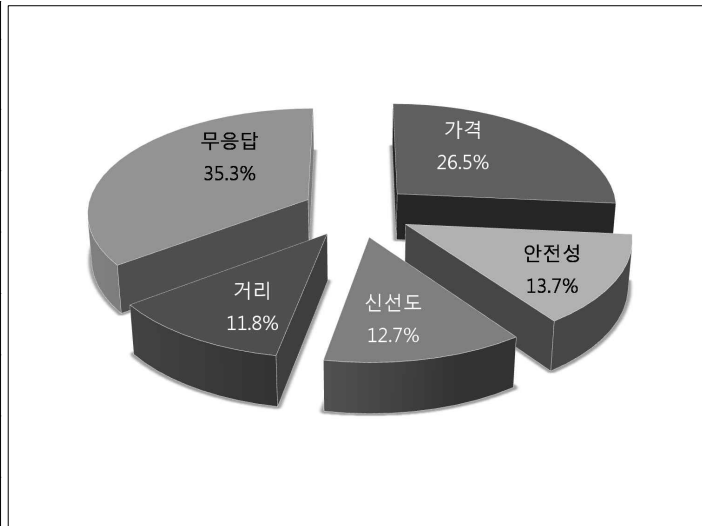
<그림 5-9> 품앗이생협 공급 고려
우선순위2



<표 5-11> 품앗이생협 공급 고려
우선순위3

3순위		
	응답수 (명)	응답비율 (%)
가격	27	26.5
안전성	14	13.7
신선도	13	12.7
거리	12	11.8
기타	-	-
무응답	36	35.3
총계	102	100.0

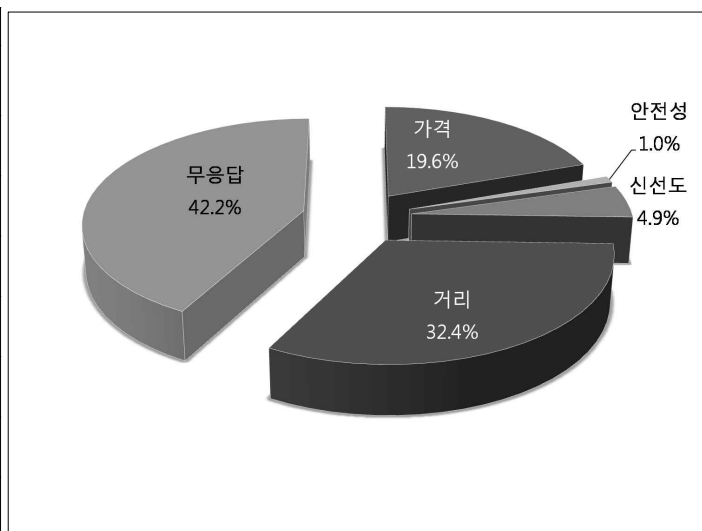
<그림 5-10> 품앗이생협 공급 고려
우선순위3



<표 5-12> 품앗이생협 공급 고려
우선순위4

4순위		
	응답수 (명)	응답비율 (%)
가격	20	19.6
안전성	1	1.0
신선도	5	4.9
거리	33	32.4
기타	-	-
무응답	43	42.2
총계	102	100.0

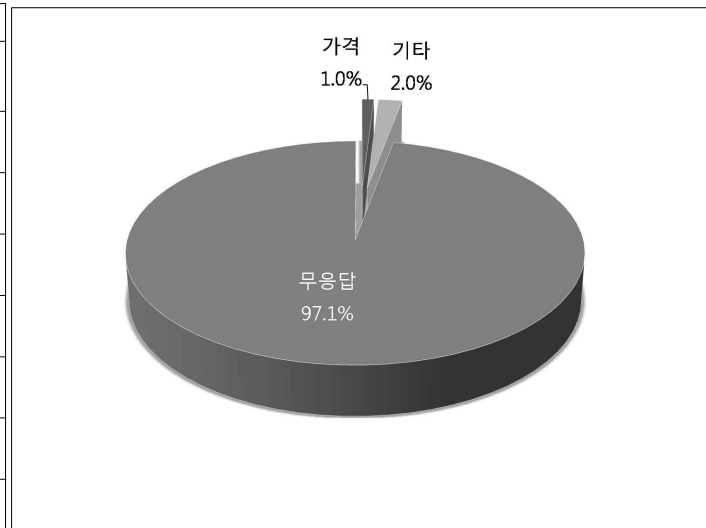
<그림 5-11> 품앗이생협 공급 고려
우선순위4



<표 5-13> 품앗이생협 공급 고려
우선순위5

5순위		
	응답수(명)	응답비율 (%)
가격	1	1.0
안전성	-	-
신선도	-	-
거리	-	-
기타	2	2.0
무응답	99	97.1
총계	102	100.0

<그림 5-12> 품앗이생협 공급 고려
우선순위5

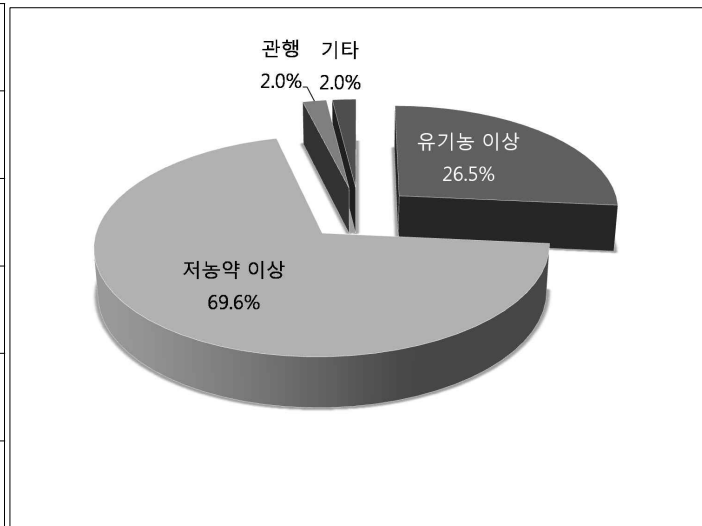


품앗이생협에 참여하는 가까운 생산지로부터 농산물을 공급할 때 최소한이 되어야 할 먹거리 안전도에 대해서는 ‘저농약 이상’ 이면 된다는 응답이 69.6%, ‘유기농 이상’ 이라는 응답이 26.5%로 나타났다. 기존의 화학적 투입물에 의존하는 관행 농법으로 생산된 농산물을 배제하고 친환경을 지향하되 꼭 유기농 이상을 고집할 필요는 없다는 의견이 다수인 것으로 보인다.

<표 5-14> 요구하는 농산물의
안전 수준

	응답수(명)	응답비율 (%)
유기농 이상	27	26.5
저농약 이상	71	69.6
관행	2	2.0
기타	2	2.0
합계	102	100.0

<그림 5-13> 요구하는 농산물의
안전 수준



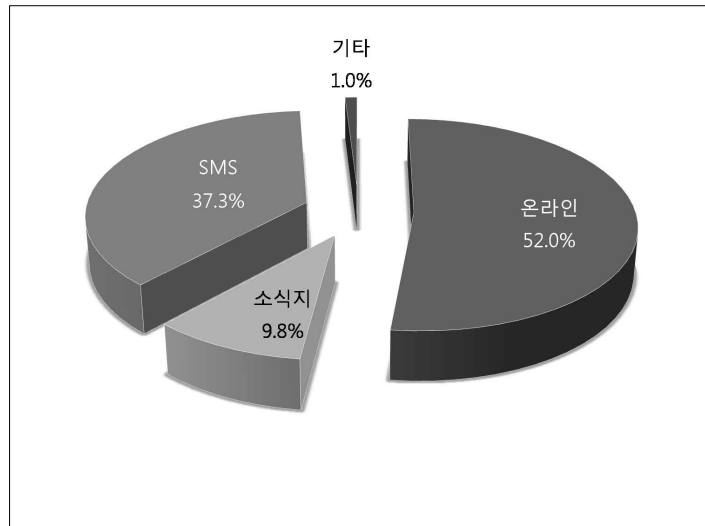
품앗이생협에서 공급할 물품에 대한 정보를 전달하는 방법에 대해서는 ‘온라인(홈페이지, 메일 등)’ 52.0%, ‘휴대폰 문자메시지(SMS)’ 37.3%, ‘소식지(인쇄물)’ 9.8%의 순으로 나타나 역시 편의성을 중시하는 것으로 나타났다.

물품을 주문하는 방법에 대해서도 ‘인터넷’ 64.7%, ‘매장’ 14.7%로 나타나 편의성을 중요시하고 있는 것으로 나타났지만 품앗이생협이 지향하는 공동체를 통한 대면적인 관계를 고려하는 거점 주문 방식의 응답도 10.8%로 나타났다.

<표 5-15> 상품정보 전달 방법 선호도

	응답수(명)	응답비율 (%)
온라인	53	52.0
소식지	10	9.8
SMS	38	37.3
기타	1	1.0
합계	102	100.0

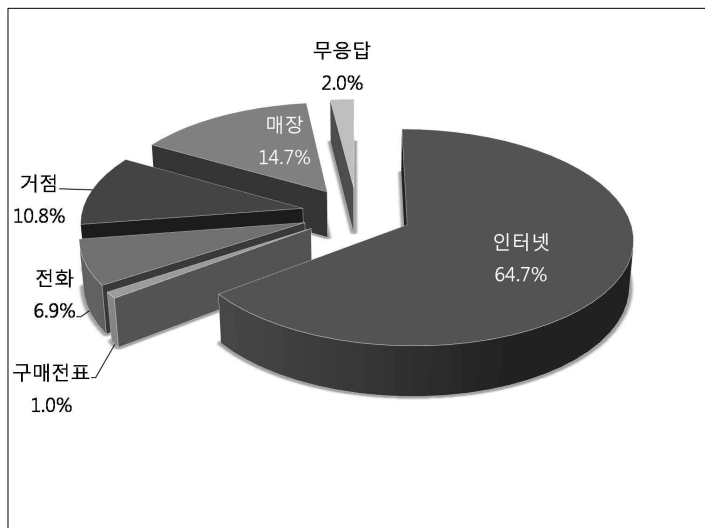
<그림 5-14> 상품정보 전달 방법 선호도



<표 5-16> 물품주문 방법 선호도

	응답수 (명)	응답비율 (%)
인터넷	66	64.7
구매전표	1	1.0
전화	7	6.9
거점	11	10.8
매장	15	14.7
무응답	2	2.0
총계	102	100.0

<그림 5-15> 물품주문 방법 선호도



물품을 결제하는 방식과 배송하는 방식에 대해서는 비교적 품앗이생협이나 품앗이생협의 지향을 고려하는 답변이 많이 나타났다. 물품결제 방법에 대해서는 ‘계좌이체’ 42.2%, ‘카드결제’ 38.2%, ‘CMS’ 11.8%, ‘현금입금’ 7.8%로 카드결제의 방식이 두 번째로 높게 나타나

긴 했지만 그 외의 방법을 이용하겠다는 응답이 상당히 높게 나타났다.

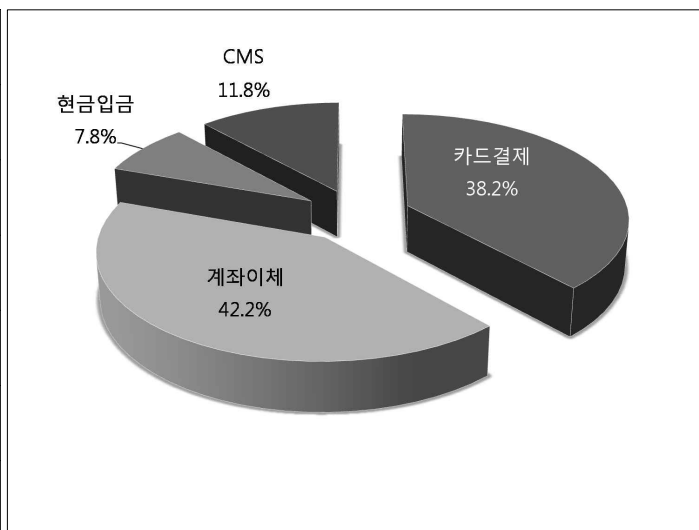
물품배송의 방법에 대해서는 ‘거점배송’ 38.2%, ‘택배’ 30.4%, ‘매장구매’ 16.7%, ‘그룹배송’ 13.7%로 택배를 선호한다는 응답이 두 번째로 높긴 했지만 거점배송을 원한다는 응답이 38.2%로 가장 높았고 거점배송과 그룹배송을 합해 51.9%로 품앗이생협의 취지를 살리는 배송 방식을 원한다는 응답이 높게 나타났다.

배송주기에 대해서는 ‘1주일에 1회’가 56.9%, ‘1주일에 2회’가 28.4%로 나타나 1주일에 2회 이내면 충분한 것으로 나타났다.

<표 5-17> 물품결제 방법 선호도

	응답수 (명)	응답비율 (%)
카드결제	39	38.2
계좌이체	43	42.2
현금입금	8	7.8
CMS	12	11.8
기타	-	-
합계	102	100.0

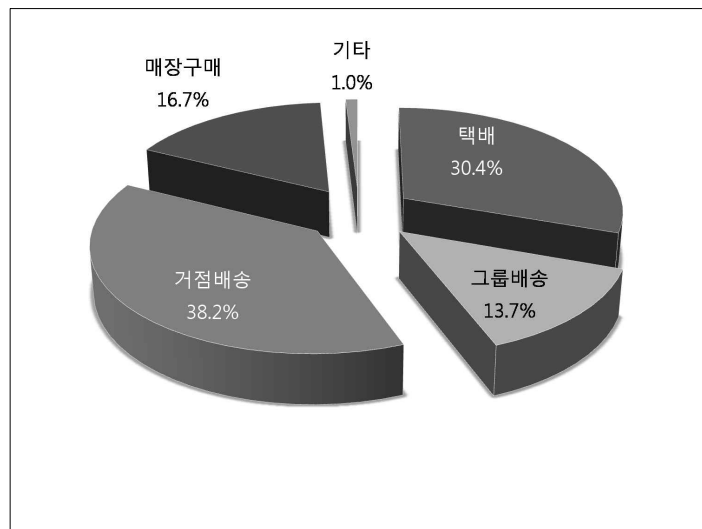
<그림 5-16> 물품결제 방법 선호도



<표 5-18> 물품배송 방법 선호도

	응답수 (명)	응답비율 (%)
택배	31	30.4
그룹배송	14	13.7
거점배송	39	38.2
매장구매	17	16.7
기타	1	1.0
합계	102	100.0

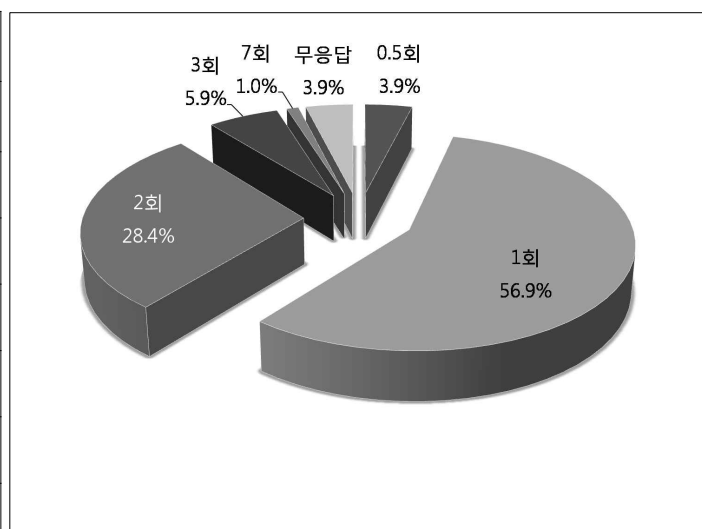
<그림 5-17> 물품배송 방법 선호도



<표 5-19> 배송주기 선호도

	응답수 (명)	응답비율 (%)
2주에 1회	4	3.9
1	58	56.9
2	29	28.4
3	6	5.9
7회(매일)	1	1.0
무응답	4	3.9
총계	102	100.0

<그림 5-18> 배송주기 선호도



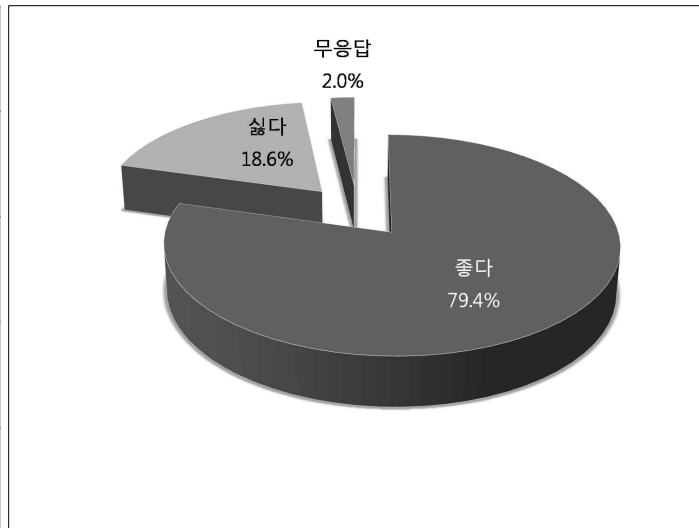
최근 로컬푸드 운동에서 다양한 사례가 나타나고 있는 ‘제철 꾸러미’ 형태의 물품 구성과 배송에 대해 참여의사를 묻는 질문에 대해서는 ‘좋다’ 는 응답이 79.4%, ‘싫다’ 는 응답이 18.6%로 상당히 높은 참여의사가 확인되었다. 관련해서 참여의사가 없는 경우 그 이유에 대해

서는 보내주는 꾸러미 품목(내용물)을 다 소비하지 못할 것에 대한 우려가 가장 많았고, 그 외에 채소류는 가족, 친지를 통해 공급이 가능하다는 답변도 일부 있었다.

<표 5-20> 꾸러미배송 선호도

	응답수 (명)	응답비율 (%)
좋다	81	79.4
싫다	19	18.6
무응답	2	2.0
총계	102	100.0

<그림 5-19> 꾸러미배송 선호도



품앗이생협을 통해 구매하고 싶은 먹거리 품목에 대해서는 아래 표와 같은 품목에 대한 의견이 주를 이루었다. 채소류와 과일류에 대해서는 쌈채류나 김장채소류, 주요 과일 등 품목에 대한 응답도 많았지만 제철 품목을 구매하겠다는 의견이 상당히 많이 나타났다.

<표 5-21> 품앗이생협을 통해 구매하고 싶은 먹거리

품목군	주요 품목
주·잡곡류	쌀, 현미, 흑미, 보리 등
채소류	쌈채류, 배추, 무, 오이, 가지, 감자, 당근, 양파, 마늘, 고추 등
과일류	제철과일, 사과, 배, 복숭아, 참외, 토마토 등
축산물	닭, 쇠고기, 돼지고기 등
가공식품	장류, 양념류, 육가공품, 김치 등

생산지 마을공동체와 함께 하고 싶은 프로그램에 대해서는 농사·농장 체험, 생산지 방문에 대한 요구가 가장 많았으며, 그 외에 먹거리·환경 관련 교육 프로그램에 대한 의견도 많았다.

생산지 마을공동체에 대한 요구사항으로는 ‘안전하고 신뢰할 수 있는 먹거리 생산’에 대한 요구가 압도적으로 높았으며, 그 외에 소비지 공동체와의 교류, 안정적인 공급 등에 대한 의견도 있었다.

품앗이생협 참여를 통해 얻고자 하는 바에 대해서는 ‘안전한 먹거리’, ‘로컬푸드 확산’, ‘공동체 강화, 인간적인 교류’ 등 품앗이생협의 취지에 공감하는 의견들이 다수 제출되었으며 ‘적정 가격’, ‘정보공유’ 등의 의견도 있었다.

2. 품앗이생협 마을공동체 기초조사 설문 분석 결과

1) 개요

(1) 조사기간 및 조사대상

2012년 7월 5일부터 7월 25일까지 21일간 품앗이생협에 참여하고 있는 15개 공동체 중 10개 공동체에 대한 기초조사를 실시하였으며 조사 공동체는 <표 5-22>와 같다.

<표 5-22> 기초조사 실시 품앗이생협 공동체

	소비지 공동체	소비지 겸 생산지 공동체	생산지 공동체
조사 공동체 명 (가구 수)	지역품앗이 원도심레츠(80) 내동 작은나무 어린이도서관(13~15) 알짹마을 어린이도서관(17) 놀이와 배움이 있는 씨앗(20)	풀뿌리 여성마을숲(50) 관저품앗이공동체(70)	대청호환경농민연대 (100~150) (주)공생공소농업회사법인(22) 대전사회적기업협의회(50) 무지개마을(22))
계	4(130~132)	2(120)	4(194~244)

(2) 조사목적 및 조사내용

공동체조사의 기본 목적은 품앗이생협의 초기 사업의 근거를 확보하기 위해 마을공동체의 실태 및 현황 파악하는 데에 있었으며 조사를 통해 품앗이생협에 제기되는 문제를 도출하고

그에 대한 해결방안 모색하고자 하였다.

조사의 주된 내용은 크게 세 가지였다. 첫째, 마을공동체의 일반적 현황(지역 특성, 구성, 조직 등), 거점 공간, 의사결정 방식, 운영되는 프로그램(교육, 축제 등), 운영상의 애로점, 특성화 내지는 확장 계획과 가능성, 품앗이생협과의 관계 설정 등 기본적인 공동체의 현황 및 특성을 파악한다. 둘째, 소비지마을로서의 공동구매 경험과 구매 요구 품목, 생산지 마을에 대한 요구사항과 공동 운영 프로그램 내용 등 소비지마을의 요구사항을 파악한다. 셋째, 생산지마을로서의 생산 품목, 공동생산, 공동구매 경험, 물류, 홍보마케팅, 가격 설정 기준, 운영상의 애로점, 소비지 마을에 바라는 점 등 생산지마을의 요구사항을 파악한다.

(3) 조사방식

마을공동체에 대한 공통적인 문제와 마을 단위 특성에 따라 소비지, 생산지, 소비지 겸 생산지로 구분하여 탐문 조사를 실시하였다. 마을 단위로 우선 기초 설문지를 이용하여 설문조사를 진행한 후 이를 바탕으로 보완하기 위한 마을별 대표 또는 담당자와 인터뷰를 진행하는 방식을 취했다. 또한 필요한 경우 추가로 전화를 통한 인터뷰를 진행하였다.

(4) 유의사항

첫째, 마을의 개념을 말할 때 일반적으로 지역을 중심 기준으로 잡고 있지만, 생산지 공동체의 경우 실제 거주지는 달라도 직장과 같은 생활공동체를 포함하였다.

둘째, 대청호환경농민연대는 지역적으로 청원, 옥천, 영동, 무주, 금산, 홍성, 청양 등 분포가 넓고 5개 영농법인과 지역별 생산자 조직으로 구성되어 있고, 대전사회적기업협의회는 50여개 회사의 협의체이지만 하나로 묶어 조사, 분석하였다. 차후 좀 더 구체적이고 세밀한 조사가 필요하다.

셋째, 분석은 마을공동체의 공통적인 현황과 마을공동체의 성격에 따른 소비지적 성격, 그리고 생산지적 성격의 3가지로 나누어 하였고, 그 중 공통적인 현황의 경우는 성격에 따른 구분을 하지 않았으며, 다만 특별히 언급되어야 할 사항에 대해서만 명기하였다.

넷째, 소비지 겸 생산지 마을공동체는 별도로 분석하지 않고 각각의 내용과 성격에 따라 소비지와 생산지에 포함하여 분석하였다.

다섯째, 모든 가구(구성원)가 소비자이며 생산자일 수 있지만, 조사 방식의 구분에 따라 소비지 성격 마을의 가구와 생산지 성격 마을의 가구로 구분하여 분석하였다.

여섯째, 조사 과정에서 시간적, 거리적 제약으로 인하여 상세한 조사가 이루어지지 못했고, 또 답변자의 주관적 판단이 개입되었을 가능성도 있어, 이후 개인별 의식 및 욕구조사와 더불어 보다 정밀한 조사가 필요하다.

2) 설문 조사 결과

(1) 마을공동체 공통 문항 분석

① 일반적 현황

<표 5-23> 마을공동체가 속해 있는 지역의 지리적 특성

구분	주택중심지역	주택, 상가 복합지역	농촌지역	총계
공동체	작은나무도서관 놀이와배움이있는씨앗 푸뿌리여성마을숲 관저품앗이공동체	원도심레츠 알짹마을 사회적기업(협) 행복한 나눔센터	대청호환경농민연대 공생공소	
계	4	4	2	10

<표 5-24> 마을공동체 지역의 생활수준

구분	중산층	중산층+서민	서민	서민+취약계층	총계
계	1	2	4	3	10

<표 5-25> 마을공동체 구성 가구 규모(단위 : 가구)

구분	20이하	20~40	40~60	60~80	80~100	100이상	총계
마을수	2	3	2	2	0	1	10
가구수	30~32	64	100	150	0	100~150	444~496

- 주: 1)관저품앗이공동체의 경우 온라인 회원은 1750명이지만 지역화폐를 쓰는 가구가 70가구여서 공동체 구성 가구 수를 70가구로 잡음.
2) 마을 단위 평균 가구수 44~50가구, 소비지 성격 마을 평균 가구 수 25가구

<표 5-26> 생활수준과 가구 수 연계(전체, 단위 : 가구)

구분	중산층	중산층+서민	서민	서민+취약계층	계
계	약 20	35~37	222	167~217	444~496

주: 서민층 이하가 전체 가구 중 최소 389~439 가구로 약 87%가 넘는다.

<표 5-27> 생활수준과 가구 수 연계(소비지 성격 마을, 단위 : 가구)

구분	중산층	중산층+서민	서민	서민+취약계층	계
수	약 20	13~15	200	17	250~252

주: 소비지 성격 마을만 따로 구분해도 서민층 이하가 전체 구성비와 같은 87%이다.

<표 5-28> 마을공동체의 조직이나 기구

실무체계	마을공동체
상근실무자 있음	대청호환경농민연대, 공생공소, 알짬마을, 원도심레츠, 관저품앗이
실무자 외부 촉탁	사회적기업(협), 행복나눔센터
운영위원 교대 업무	씨앗, 작은나무도서관, 여성마을숲

- 주: 1) 실무자 외부촉탁은 사회적기업(협)이나 마을기업(연)의 경우 대전 사회적경제 지원센터인 (사)품뿌리사람들에서 사무국 역할을 지원함
2) 소비지 성격을 갖는 마을 6곳 중에 카페나 사업소를 갖고 있는 곳이 4곳이며, 어린이도서관 2곳만이 순수하게 기본 운영체제로서의 회의 체계만을 갖고 있다.
3) 또 생산지 4곳 중 2곳만 기본 실무 조직과 회의 체계를 갖고 있으며, 연합 조직 중 대청호환경농민연대는 5개 지역 영농조합과 지역별 생산자 모임이 있고, 사회적기업협의회는 구별위원회가 있으며 앞으로 업종별위원회를 구성할 예정이다.

<표 5-29> 마을공동체 형성 기간

구분	1년 미만	2년 미만	3년 미만	4년 미만	5년 미만	5년 이상	계
공동체	원도심레츠 사회적기업	공생공소 행복나눔 센터		관저품앗이	대청호환경농민연대	씨앗 알짬마을 여성마을 숲	
계	2	2	0	1	1	3	10

주: 1)원도심레츠는 한밭레츠(13년)로부터 분화한 것이지만 새로 시작된 기간만을 계산한 것이며, 관저품앗이공동체는 온라인 커뮤니티가 형성된 것은 8년 되었지만 오프라인 공동체가 형성된 이후 3년만을 적용하였다.

2) 마을공동체 평균 형성 기간은 약 3년이며, 조사된 공동체 중 제일 짧은 곳은 10개월 제일 오래된 곳은 8년이다.

<표 5-30> 마을공동체 구성원의 연령층

연령대	20~40	30~40	40~50	40~60	50대 이후
공동체	원도심레츠	알짬마을 씨앗 여성마을숲 작은나무(도) 관저품앗이	사회적기업 협의회	대청호환경 농민연대 행복나눔센 터	공생공소
마을 수	1	5	1	2	1
마을 성격	소비지 성격의 마을		생산지 마을		

주: 소비지 성격 마을의 구성원은 참여자 기준으로 30~40대 여성이 주를 이루었으며, 20대부터 참여하고 있는 곳이 1곳이었다. 타 생협의 구성원에 비해 비교적으로 연령층이 젊다는 것에 주목할 필요가 있다. 반면 생산지 마을의 구성원은 40대 이후 60대까지이며, 사업별 성격에 따라 남녀가 섞여 있다.

초기 마을이 형성된 계기 중 하나는 정부나 공공단체의 지원으로 인해 시작된 곳이 10곳 중 5곳이며, 또 다른 하나는 사업 목적이나 내용이 계기가 되었는데, 생산지 마을은 사업 자체의 필요에 의해, 그리고 소비지 성격의 마을은 대부분이(6곳 중 5곳) 어린이도서관 설립이나 육아 등 교육에 대한 관심이 주요 계기가 되었다.

신규 회원 가입은 보통 자유롭게 열려있으나, 공생공소의 경우 농가 주주들의 동의를 얻어야 하며, 사회적기업협의회의 경우 신규 사회적기업은 의무 가입하도록 되어 있고, 관저품앗이공동체와 원도심레츠는 지역화폐 사용이 주요 가입 조건이다.

<표 5-31> 마을의 거점 공간

공동체	어린이도서관	마을카페	사업체(사무실)	소모임방
알짹마을	0		0	0
여성마을숲	0	0	0	
씨앗	0			
작은나무(도)	0			
원도심레츠		0		
관저품앗이		0		
대청호농민			0	
공생공소			0	
사회적기업(협)			0	
행복나눔센터			0	
계	4	3	6	1

- 주: 1) 2개 공동체가 3곳을 확보하고 있으며, 나머지 8개 공동체는 1곳만을 유지하고 있다.
 2) 사회적기업협의회는 별도의 거점공간이 있는 곳이 아니라, 대표의 업체 사무실을 공유해서 쓰고 있다.
 3) 대개 사무실을 뺀 나머지 거점 공간은 복합적인 용도로 사용되고 있다.

<표 5-32> 거점 공간 마련 자원 조달 방식

형태	정부지원 + 자체	개인후원	공동출자	무상임대 → 월세 자체조달	외부차입	사무실 공유	계
계	2	3	2	1	1	1	10

주: 순수하게 협동의 방식으로 거점 공간을 확보한 곳은 3곳이며, 독자적인 공간이 없이 사무실을 공유하는 곳이 1곳이다.

② 마을공동체 운영 방식

마을공동체 운영에 관한 구성원 간의 갈등과 해결 방식을 보면, 마을공동체마다 입장이나 견해의 차이로 인한 갈등은 기본적으로 존재했지만 오히려 화합이나 단결의 긍정적인 계기로 작용한 경우가 많았다. 다만 2곳의 경우 갈등으로 인해 구성원의 탈퇴가 이루어진 경우도 있었다.

갈등 해결 방식으로 대부분의 마을공동체가 소통의 강화를 통한 만장일치 방식을 추구하고 있으며, 2곳 정도가 마지막 결정과정에서 다수결 방식을 취한 경험이 있으며, 대표에 의해 최종 결정이 이루어진 경험을 한곳도 1곳 있었다.

회원 교육과 관련하여 공식적인 신입회원 교육을 하는 곳은 2곳, 정기적으로 공동체 교육을 하는 곳은 2곳에 불과하고, 대부분 체계적이고 정례적인 교육이 이루어지고 있지 않으며, 아예 자체 교육이 없는 곳도 2곳이 있었다.

<표 5-33> 앞으로 필요하다고 생각되는 교육

공동체	자체 사업 이해 교육	협동조합의 이해	사회적 경제 이해	공동체 전망과 가치 강화	철학
원도심레츠	0	0			
작은나무(도)		0			0
씨앗					0
알짹마을		0		0	
여성마을숲		0			
관저품앗이				0	
대청호농민		0	0		
공생공소			0		
사회적기업(협)	0				
행복나눔센터			0		
계	2	4	3	2	2

- 주: 1) 자체사업 이해 교육으로 원도심레츠는 지역화폐 교육을 들었다.
 2) 원하는 교육의 주된 내용을 보면 협동조합이나 사회적경제를 바탕으로 공동체의 미래상이나 전망을 확보하고 싶어 하는 것을 알 수 있다.
 3) 무응답도 2곳이 있었다.

<표 5-34> 마을공동체 프로그램 운영을 위한 자원 조달 방식

공동체	지원금	자체+지원금	자체조달	수익자 부담	프로그램 없음
원도심레츠	0				
작은나무(도)	0				
씨앗		0			
알짹마을		0			
여성마을숲	0				
관저품앗이			0		
대청호농민				0	
공생공소		0			

사회적기업(협)					0
행복나눔센터			0		
계	3	3	2	1	1

주: 1) 프로그램 운영에 있어서 6곳이 전체 또는 부분적으로 공모사업 등을 통한 지원금에 의존하고 있고, 3곳이 후원금을 받거나 수익자 부담을 원칙으로 자체 조달을 하고 있으며, 아예 프로그램을 운영하지 못하는 곳도 1곳이 있다.
2) 프로그램 운영을 지원금에 의존하거나 아예 없는 곳은 7곳이나 되는데, 이것은 그만큼 공동체의 목적에 맞는 자체 프로그램 운영을 제대로 하지 못하고 있다고 볼 수 있다.

<표 5-35> 마을 축제 운영 현황

	자체 축제	지역축제 연계	축제 없음
공동체	원도심레츠, 작은나무도서관, 씨앗, 알짬마을, 여성마을숲 관저품앗이	공생공소	대청호연대 사회적기업(협) 행복나눔센터
계	6	1	3

주: 1) 공생공소는 백제문화제 등과 연계하여 마을축제를 벌리고 있으며, 3곳이 축제를 하지 못하고 있다.
2) 원도심레츠, 작은나무도서관, 씨앗 등 3곳은 연 2회 마을잔치 등의 방식으로 축제를 하고있다.

<표 5-36> 마을공동체에서 가장 필요로 하는 사업이나 프로그램

마을공동체명	필요로 하는 사업이나 프로그램
지역품앗이 원도심레츠	품앗이 만찬과 장터
작은나무 어린이도서관	어린이 대상 정기프로그램, 어른 대상 교육 프로그램
놀이와 배움이 있는 씨앗	지속 가능 자원 조달을 위한 마을기업, 사회적 기업 준비
알짬 마을어린이도서관	공동체 전망에 대한 교육
풀뿌리 여성마을숲	이주민, 노인 등의 그룹핑, 청소년 공간 확보, 중촌마을 역사탐험
관저 품앗이공동체	품앗이학교 : 방학 중의 다양한 교육 체험
대청호환경농민연대	생산자 조직의 확대 강화
(주)공생공소농업회사법인	공동체 의식교육, 사회적 협동경제 교육
대전사회적기업협의회	판로 개척, 홍보마케팅
행복한나눔센터(무지개마을)	자원 확보사업

<표 5-37> 마을공동체 운영 상의 애로점

	실무인력 부족	재원 부족	기타
공동체	알짬마을, 여성마을숲,	작은나무도서관	원도심레츠

	관저품앗이, 대청호농민, 공생공소, 행복나눔센터	씨앗 사회적기업(협)	
계	6	1	3

주: 공생공소는 실무인력 부족과 상품개발을 같이 들었고, 원도심레츠 지역에서의 젊은층을 흡수하기 위한 프로그램 부족을 들었다.

<표 5-38> 지역에서의 마을공동체에 대한 인식 정도

구분	인식 확산	확산 중	미약함	불명확	총계
공동체	작은나무(도) 여성마을숲 관저품앗이 대청호농민 공생공소	원도심레츠	씨앗, 사회적기업(협) 행복나눔센터	알짹마을	
계	5	1	3	1	10

<표 5-39> 지역에서의 마을공동체 확대 방안

구분	구체적 계획 있음	모색 중	계획 없음	무응답	계
공동체	원도심레츠 관저품앗이 행복나눔센터	작은나무(도) 알짹마을 여성마을숲 공생공소 대청호농민	사회적기업(협)	씨앗	
계	3	5	1	1	10

주: 구체적 계획이 있는 3곳 중 2곳은 문화센터나 마을 축제 활용 등 문화를 통해 확대를 꾀하고 있고, 1곳은 밥집을 내서 확대하려고 하고 있다.

<표 5-40> 마을공동체의 특성화 계획

마을공동체	특성화 내용
지역품앗이 원도심레츠	집밥 같은 밥을 내는 밥집
놀이와 배움이 있는 씨앗	대안교육공동체
풀뿌리 여성마을숲	경제공동체, 청년이 있는 마을
관저품앗이공동체	지역화폐 활성화
대청호환경농민연대	순환과 공생의 지역공동체 실현
(주)공생공소농업회사법인	로컬푸드를 통한 내발적 경제 구축
행복한나눔센터(무지개마을)	재활용사업 특화단지, 논스톱 재활용 백화점

주: 나머지 3곳은 아직 계획이 없거나 무응답

<표 5-41> 품앗이생협에서 지원받고 싶은 것

마을공동체명	품앗이생협에서 지원받고 싶은 것
지역품앗이 원도심레츠	유통 후 남은 먹거리 지원(푸드뱅크식)
작은나무 어린이도서관	다양한 프로그램 개설과 참여 기회
놀이와 배움이 있는 씨앗	도농교류 프로그램
알짚 마을어린이도서관	공동체 전망 확보를 위한 교육이나 프로그램
풀뿌리 여성마을숲	믿을 수 있는 안전한 먹거리 공급
관저 품앗이공동체	품앗이생협 관련 교육
대청호환경농민연대	상품기획, 가격 등의 원칙 수립
(주)공생공소농업회사법인	협동조합 교육과 정기적인 소통
대전사회적기업협의회	호혜시장 구축
행복나눔센터(무지개마을)	상품 판촉, 자원봉사

주: 품앗이생협에서 지원받고 싶은 것은 공동체 별로 다양했으나, 안전한 먹거리를 들은 곳은 1곳뿐이고, 소비지 성격의 마을에선 교육과 도농교류 프로그램을 포함한 다양한 프로그램을, 생산지마을에서는 호혜시장 구축과 판촉 등을 들고 있다.

<표 5-42> 마을공동체에서 품앗이생협에 기여할 수 있는 것(중복 응답)

구분	먹거리 구매	회원 조직	거점 배송	물품 공급	도농교류	총계
원도심레츠	0					
작은나무(도)	0				0	
씨앗			0			
알짚마을		0				
여성마을숲	0			0		
관저품앗이		0				
대청호농민				0		
공생공소				0	0	
사회적기업(협)				0		
행복나눔센터			0			
수	3	2	2	4	2	13

주: 마을공동체에서 품앗이생협에 기여할 수 있는 것에 대해, 생산지 성격의 공동체는 주로 물품 공급을 들었으나(4곳), 소비지 성격의 공동체는 먹거리 구매와 회원 조직 확대를 들었으며, 거점 배송과 도농교류는 생산지와 소비지가 각각 1곳씩 기여할 수 있다고 답하였다.

(2) 소비지 마을공동체 관련 문항 분석(소비지마을 4곳과 소비지 겸 생산지마을

2곳, 총 6곳 조사 분석)

6개 마을공동체 모두 친환경 먹거리에 대한 공동구매 경험이 있으며, 지속적인 공동구매를 희망하고 있다.

생산지와 함께하고 싶은 프로그램으로는 6개 마을공동체 모두 산지 체험 및 농촌 일손 돕기를 들었으며, 중복된 답으로 작은나무도서관과 여성마을숲 2곳이 직거래 장터를, 관저품앗이가 절기에 따른 세시풍속 체험을 들었다.

소비자의 입장에서 생산지 마을공동체에 주요하게 요구하고 싶은 것은 4곳이 식품에 대한 안전성이라 하였고, 이 중 2곳은 신뢰성을 중복하여 답하였다. 그 외의 1곳은 소신 있는 농사, 1곳은 신뢰 형성만을 들었다. 표현은 다르지만 안전성과 신뢰 형성을 무엇보다 중시하는 것을 알 수 있다.

<표 5-43> 품앗이생협에 바라는 것

구분	로컬푸드 실현	공동체적인 삶	생산자와의 교류	일자리 창출	무응답	총계
공동체	원도심레츠 씨앗	작은나무(도)	관저품앗이	여성마을숲	알짚마을	
계	2	1	1	1	1	6

주: 씨앗은 품앗이생협에 바라는 것으로 로컬푸드 실현 외에도 소농 보호를 중복하여 답했다.

(3) 생산지 마을공동체 관련 문항 분석(도시지역 생산지마을 4곳과 농촌지역 소비지마을 2곳을 구분하여 분석)

<표 5-44> 도시지역 생산지 마을공동체의 현황 및 요구

	풀뿌리 여성마을숲	관저 품앗이공동체	대전사회적기업 협의회	행복한나눔센터 (무지개마을)
주요 생산물	발효 빵, 쿠키	비누, 천연제품	전통장류, 숯제품,	장바구니

			야채가루 등	
주 소비지	테크노벨리, 대덕연구단지	관저 지역	특정지역 없음	대전협동조합, 대전YMCA 등
공급 기간	1년 5개월	2년	-	1년 2개월
직접물류 경험	직배송	직배송	직배송	직배송
공동구매 경험	우리밀가루	-	-	-
홍보 마케팅 경험	리플렛, 프리마켓, 이동 장터	마을신문, 온라인카페	추석 특판 준비	-
운영상의 어려움	①제조업 허가 없음	①저장시설	①기본 판매수량 ②선금 지급	①선금 지급 ②저장시설 ③운송차량
소비지마을에 원하는 공동프로그램	직거래 장터	생산체험 학습	생산체험, 견학	마을 장터
소비지마을에 요구하고 싶은 것	신뢰와 적극 구매	구매 확대	사회적기업 제품 우선 구매	생산자와 소비자의 교류
가격 결정 기준	원가, 소비자 주머니 사정	원가, 판매 가능성	일하는 사람의 생계 유지	사용의 편리성 구입의 용이성 소비자의 부담
생산의 애로점	①안정적 판로 ②노동력 부족 ③자금 부족 ④제조업 허가	①안정적 판로	①안정적 판로 ②노동력 부족 ③전문인력 ④자금 부족	①안정적 판로 ②노동력 부족 ③자금 부족
품앗이생협 참여로 기대하는 것	①안정적 판로 ②소득 보장 ③소비자와 교류 ④공동체 강화	①안정적 판로 ②공동체 강화 ③소비자와 교류 ④소득 보장	①안정적 판로 ②소득 보장 ③소비자와 교류 ④공동체 강화	①안정적 판로 ②공동체 강화 ③소득 보장 ④소비자와 교류

도시지역 생산지 마을공동체의 생산 제품은 전부 가공품이며, 주 소비지는 대전 일원이고, 공급기간은 대부분이 2년 이하, 물류는 직배송 형태를 취하고 있다.

원자재 등의 공동구매 경험이 있는 곳은 1곳 뿐이었다.

소비지마을과 함께 하고 싶은 프로그램은 생산 체험과 직거래 장터이며, 요구하고 싶은 것은 적극적 구매 확대이다. 제품의 가격 결정 기준은 원가, 소비자의 부담 정도, 일하는 사람의 생계유지 등인데 구체적이고 정확한 가격정책이 요구된다.

생산 상의 애로점으로 대부분이 안정적 판로와 노동력 부족을 들고 있으며, 품앗이생협의 참여로 가장 중요하게 기대하는 것 역시 안정적 판로 확보이다.

<표 5-45> 농촌지역 생산지 마을공동체의 현황 및 요구

	대청호환경농민연대	(주)공생공소농업회사법인
주요 생산물	곡물류, 채소류, 과실류, 축산물, 가공품(과즙, 장류, 쌀과자, 죽염)등	제철 야채, 과일, 콩나물, 두부, 유정난, 잼, 장 종류 등
공동 생산계획	-	-
주 소비지	대전 시민단체, 마을어린이도서관 그 외 불특정 다수	공주, 세종시, 대전시
공급 기간	2년	10개월
직접물류 경험	직배송	직배송
공동구매 경험	지역 법인 차원 일부-미확인	-
홍보 마케팅 경험	5개 영농법인과 작목반에서 공동 홍보, 공동 공급	꾸러미 사업, 직거래 장터 등
운영상의 어려움	품목을 늘리고, 소포장 체계 갖추는 것	① 선금 지급 ② 저장시설 ③ 운송차량
품앗이생협에 공급 가능 품목	위의 모든 생산물	위의 모든 생산물
소비지마을에 원하는 공동프로그램	모내기, 수확 체험 등	도농교류체험
소비지마을에 요구하고 싶은 것	생산지-소비지 로컬푸드 공동교육	생산지위원회를 통한 농업에 대한 소통과 이해
생산품의 친환경 여부	생산품의 대부분 친환경	블루베리외에는 관행 농법 생산
소비자의 새로운 품목 생산 요구	지역 법인이 주도하여 생산계획	협의를 통해 계획생산체계 구축

가격 결정 기준	관행 기준 - 생협 가격과 비교	현재는 시장 가격 적용 향후 노동가치에 따른 산출
생산의 애로점	①안정적 판로 ②노동력 부족	① 노동력 부족 ② 자금 부족 ③ 안정적 판로
품앗이생협 참여로 기대하는 것	①안정적 판로 ②소득 보장 ③소비자와 교류 ④공동체 강화	① 공동체 강화 ② 소비자와 교류 ③ 소득 보장 ④ 안정적 판로
친환경 농사로의 전환 의사	이미 친환경 농사 중심	소비자와의 충분한 소통을 전제로 전환할 의사 있음
다품목 생산의사	있다.	있다.
꾸러미 사업 참여의사	참여 가능	참여 가능(이미 운영 중)

농촌지역의 두 마을공동체 모두 다양한 생산물을 출하하고 있으나, 아직 공동 생산계획을 구성하는 데까지는 이르지 못하고 있으며, 대청호환경농민연대는 친환경 농산물을, 공생공소는 관행 농산물을 생산하고 있다.

주요 공급지는 로컬푸드의 실현을 위해 모두 지역에 국한하고 있고, 공급 기간은 각기 2년과 10개월이며, 직배송을 하고 있다.

공동구매 경험은 2곳 모두 없거나 있더라도 부분적으로 이루어지고 있으며, 홍보 마케팅은 모두 공동으로 진행하고 있다. 공생공소는 특히 꾸러미 사업과 직거래 장터가 활성화되어 있는 편이다.

운영상의 어려움은 대청호환경농민연대는 판로 확장을 위한 소비자와의 관계를 고려하여 생산 품목의 확대와 소포장 체계를 갖추는 것을 들었으며, 공생공소는 상대적인 안정적 판로의 확보로 인해 판로보다는 생산적인 측면에서의 선금 지급, 저장시설, 운송 차량의 순서로 답변하였다.

소비자 마을과의 관계에 있어서 2곳 모두 공히, 같이하고 싶은 프로그램은 도농교류 체험을, 요구하고 싶은 것은 생산자와 소비자간 소통과 로컬푸드의 이해를, 그리고 소비자의 새로운 품목에 대한 요구는 협의하여 생산계획을 갖추겠다고 답변하였다.

기존의 가격 결정 기준은 2곳 모두 관행을 따르고 있으며, 대청호환경농민연대는 생협 가격과 비교하여 보완하고 있고, 공생공소는 차후 노동의 가치에 따른 가격 결정을 희망하고 있다. 2곳 모두 가격 결정의 명확한 원칙과 기준이 보완될 필요가 있다.

생산의 애로점과 이에 대한 해결 방안의 하나로 품앗이생협 참여로 기대되는 것을 살펴보면 상대적으로 안정적 판로가 확보된 공생공소와 그렇지 않은 대청호환경농민연대는 입장의 차이가 정반대로 나타나고 있다. 하지만 대청호환경농민연대처럼 안정적 판로 확보를 원하거나, 공동체 강화를 최우선으로 원하는 공생공소 모두, 소비자가 믿을 수 있는 생산자를 원하듯이, 믿을 수 있는 소비자 조직을 원하는 것은 같다고 볼 수 있다. 공생공소는 이러한 점을 전제로 친환경 농사로의 전환을 표명하고 있다.

그 밖의 다품목 생산이나 꾸러미 사업에 대해서는 2곳 모두 참여의사가 있음을 밝혔다.

3) 종합 분석

(1) 마을공동체의 일반적 현황

마을공동체의 일반적인 현황을 보면 평균적으로 소비지 마을은 30~40대 여성, 그리고 생산지 마을은 40~60대의 남녀가 주된 구성원으로 되어 있는 약 3년 된 마을로써, 생산지 마을은 사업의 목적이나 내용에 따라, 소비지 성격의 마을은 어린이도서관이나 육아 등 교육에 대한 관심으로 시작된 곳(6곳 중 5곳)이 많다.

사랑방 역할을 할 수 있는 거점 공간은 1곳 빼고는 다 갖추고 있는데, 보다 효율적인 공간 활용의 모색이 필요하다.

정부나 사회단체의 지원에 의존하여 형성된 곳도 있으며, 형성 이후 운영도 외부 의존도가 높아 자립 기반이 약하다. 후원회를 운영하는 곳도 있지만 재정 기여도가 낮아 자립적인 재정 확충 방안이 필요하다.

또 서민층이 압도적 다수(87%)이기에 물품 공급 정책에 이를 반영할 필요가 있다.

대부분의 마을공동체가 안전한 친환경 먹거리에 대한 관심 외에도 협동조합과 사회적경제,

지역 대안화폐 시스템, 교육·복지·문화 관련 다양한 프로그램, 일자리 창출 등의 관심을 갖고 있다.

공동체 구성 계기가 소비지 성격의 마을 경우 교육(육아 포함)에 대한 관심으로부터 시작되는 것을 볼 때 이후 조직이나 사업 확장을 위해 교육에 대한 다양한 요구와 필요를 적극적으로 수렴하여 사업화할 필요가 있다.

(2) 마을공동체 운영

대부분의 마을공동체에서 운영의 문제점으로 가장 크게 들어난 것은 재정과 실무 인력 부족인데, 이 2가지 요인이 서로 맞물려 악순환을 거듭하고 있다. 또 보다 근본적으로 구체적인 공동체의 전망을 확보하지 못한 곳도 있어 보인다.

재정과 인력은 맞물려 돌아가는 문제이지만 해결을 위해서는 인력문제가 선결 조건이라 할 때, 인력 부족은 외부에서 수혈할 수 있는 여건이 되지 못하므로 자체 인력을 전문 인력으로 훈련시킬 수 있는 양성 훈련이 필요하다.

이를 지원하기 위해서는 품앗이생협 차원에서 전문 컨설팅 인력 풀의 구성과 전문인력 양성 훈련 프로그램을 적극 고려할 필요가 있다.

의사 결정과정은 대부분 민주적이며, 공동체적인 특성에 따라 다수결보다는 대화와 소통을 바탕으로 한 만장일치를 추구하는 경향이 있다.

각 마을공동체마다 신입회원 교육을 비롯하여 체계적이고 정례적인 교육프로그램을 운영하는 곳이 많지 않고 아예 없는 곳도 2곳이다. 그런데 각 마을공동체에서 우선적으로 필요하다고 생각하는 교육의 내용을 보면 협동조합이나 사회적경제 관련 교육을 바라는 곳이 6곳이고, 공동체의 미래상이나 전망과 관련된 교육을 바라는 곳이 2곳이다.

이로 미루어 볼 때 마을공동체의 자립과 전망에 대한 모색이 주요 고민 중의 하나임을 알 수 있는바, 이를 위한 마을활동가 중심의 교육부터 시작하여, 기존회원과 신입회원에게 대한 교육을 체계적으로 풀어나갈 필요가 있다.

지역에서의 마을공동체에 대한 인식은 긍정적으로 확산되어 있거나 확산 중인 곳이 6곳이지만 미약하거나 불분명한 곳도 4곳이나 되었다.

이후 마을공동체의 확대와 관련해서는 3곳만이 구체적인 계획을 갖고 있고 나머지는 모색 중이거나 계획이 없으며, 마을의 특성화 계획에 대해서는 3곳은 아직 방안이 없고 7곳이 제시를 하기는 하였지만, 많은 곳이 구체적인 실현 방안은 아직 마련하지 못하고 모색을 하는 단계이다.

이는 재정과 실무 인력의 부족에서 기인하는 바가 크다고 여겨지지만, 또한 공동체의 활력에 대한 전체적인 점검이 필요한 곳도 있어 보인다.

각 마을공동체에서 품앗이생협에서 지원받고 싶은 것은 공동체 별로 다양했으나, 안전한 먹거리를 들은 곳은 1곳뿐이고, 소비지 성격의 마을에선 교육과 도농교류 프로그램을 포함한 다양한 프로그램의 개설과 참여 기회를, 생산지마을에서는 호혜시장 구축과 판촉 등을 주요 요구사항으로 들고 있다.

(3) 소비지 마을공동체

6개 마을공동체 모두 친환경 먹거리에 대한 공동구매 경험이 있으며, 지속적인 공동구매를 희망하고 있다.

생산지와 함께하고 싶은 프로그램으로는 6개 마을공동체 모두 산지 체험 및 농촌 일손 돕기를 들었으며, 소비자의 입장에서 생산지 마을공동체에 주요하게 요구하고 싶은 것은 안전성과 신뢰도 형성을 들고 있다.

품앗이생협에 바라는 것은 로컬푸드 실현이 2곳, 공동체적 삶이 1곳, 생산자와의 교류가 1곳으로써 품앗이생협이 강조하고 있는 로컬푸드와 지역 호혜경제 구축과 방향이 일치하고 있으며, 그 외 일자리 창출이 1곳 있었다.

(4) 생산지 마을공동체

① 도시지역 생산지마을

생산 제품은 전부 가공품이며, 주 소비지는 대전 일원이고, 공급기간은 대부분이 2년 이하, 물류는 직배송 형태를 취하고 있다. 또한 원자재 등의 공동구매 경험에 있는 곳은 1곳 뿐이다.

소비지마을과 함께 하고 싶은 프로그램은 생산 체험과 직거래 장터이며, 요구하고 싶은 것은 적극적 구매 확대이다.

제품의 가격 결정 기준은 원가, 소비자의 부담 정도, 일하는 사람의 생계유지 등인데 구체적이고 정확한 가격정책이 요구된다.

생산 상의 애로점으로 대부분이 안정적 판로와 노동력 부족을 들고 있으며, 품앗이생협의 참여로 가장 중요하게 기대하는 것 역시 안정적 판로 확보이다.

② 농촌지역 생산지마을

두 마을공동체 모두 아직 공동 생산계획을 구성하는 데까지는 이르지 못하고 있으며, 대청 호환농민연대는 친환경 농산물을, 공생공소는 관행 농산물을 생산하고 있다. 주요 공급지는 로컬푸드의 실현을 위해 모두 지역에 국한하고 있고, 소비지에 물품을 공급하기 시작한지 각기 2년과 10개월이 되었으며, 모두 직배송을 하고 있다.

판로가 안정적이지 못한 상황에서 공동 생산계획은 무리일 수밖에 없다. 하지만 다른 한편으로 안정적인 판로를 확보하기 위해서는 소비자에게 물품의 구색을 갖추고 안정적이고 지속적인 공급에 대한 믿음을 주는 것 또한 필요하다. 단순히 시간에 의존하지 않고 양측의 입장을 효율적으로 조절하기 위해서는 낮은 수준부터 생산자와 소비자 간의 공동 생산계획을 짜 보려는 노력과 일상적이고 신속한 정보 교류는 물론 계획에 대한 중간 점검과 평가 등이 필요하다. 이러한 일련의 과정을 도농교류 프로그램의 하나로 정착시켜 가는 것도 좋은 방법일 수 있다.

운영상의 어려움은 대청호환경농민연대는 소비자와의 관계를 고려하여 생산 품목의 확대와 소포장 체계를 갖추는 것을 들었으며, 공생공소는 상대적인 안정적 판로의 확보로 인해 판로 보다는 생산적인 측면에서의 선금 지급, 저장시설, 운송 차량의 순서로 답변하였다.

소비자 마을과의 관계에 있어서 2곳 모두 공히, 같이하고 싶은 프로그램은 도농교류 체험을, 요구하고 싶은 것은 생산자와 소비자간 소통과 로컬푸드의 이해를, 그리고 소비자의 새로운 품목에 대한 요구는 협의하여 생산계획을 갖추겠다고 답변하였다.

그러나 2곳 모두 도농교류 프로그램이나 생산자와 소비자간 소통에 있어 제안이 되면 받겠다는 입장이지, 주체로서의 역할은 적극적으로 고려하고 있지 않다. 생산자의 입장이나 소비자의 입장에서 필요한 부분이 있으면 어느 쪽이든 먼저 다가갈 수 있는 계기가 필요한데, 아직은 서로의 이해가 부족하기 때문으로 보인다. 초기 상황에서 특히 적절한 프로그램의 운용과 함께 정책적인 접근이 필요하다.

기존의 가격 결정 기준은 2곳 모두 관행과 비교하여 결정하고 있으며, 대청호환경농민연대는 생협 가격과 비교하여 보완하고 있고, 공생공소는 차후 노동의 가치에 따른 가격 결정을 희망하고 있다.

시장의 가격 결정 기능이 떨어질 수밖에 없는 호혜시장 내에서 생산자와 소비자의 입장을 조절할 수 있는 가격 결정의 원칙과 기준이 마련될 필요가 있다.

생산의 애로점과 이에 대한 해결 방안의 하나로 품앗이생협 참여로 기대되는 것을 살펴보면 상대적으로 안정적 판로가 확보된 공생공소와 그렇지 않은 대청호환경농민연대는 입장의 차이가 정반대로 나타나고 있다. 하지만 2곳 모두, 소비자가 믿을 수 있는 생산자를 원하듯이, 믿을 수 있는 소비자 조직을 원하는 것은 같다고 볼 수 있다. 서로간의 소통과 이해, 더 나아가 신뢰를 형성하기 위해서는 우선 도농교류 프로그램이 활성화될 필요가 있다.

3. 품앗이생협의 먹거리 공급 능력

1) 품앗이생협의 먹거리 공급 현황

(1) 공동체 배송 방식

2012년 5월에 창립한 품앗이생협은 내부 준비과정을 거쳐 9월 11일에 온라인 쇼핑몰²⁶⁾ 운영을 시작하였으며 9월 20일부터 공급업무를 시작하였다. 대전과 대전 인근 지역의 다양한 소비자·생산자 공동체를 기반으로 하고 있는 품앗이생협은 매장 중심이 아닌 공동체배송 중심의 물류체계를 지향하고 있으며 조합원 거주지 인근에 거점배송지가 없을 경우에는 가정배송(개인배송)도 수행하고 있다. 배송은 현재 주 1회만 진행하고 있으며 향후 배송횟수를 늘려나갈 예정이다.

26) <http://prod.donong.kr/index.php?webid=poomcoop>

<표 5-46> 품앗이생협 공동체배송 거점목록

구분	품앗이마을	해당지역	주소
동구 (3)	용운동	용운동 판암동	대전시 동구 용운동 401-2 '새움교회'
	자양동	대동 자양동	대전시 동구 자양동 51-10 '넥스트클럽'
	추동	추동 주산동	대전시 동구 추동 451 '호숫가 품앗이가게'
중구 (3)	선화동	은행동 선화동 용두동	대전시 중구 선화동 184-1 '행복한나눔센터'
	석교동	석교동 호동 천동 가양동 육계동	대전시 중구 석교동 66-7 2층 '알뜰어린이도서관'
	중촌동	중촌동 목동 삼성동	대전시 중구 중촌동 100-13 '보리와 밀'
서구 (4)	관저동	관저동 가수원동	대전시 서구 관저2동 1005 '관저품앗이마을카페'
	월평동 활실아파트	활실아파트 전원아파트 진달래아파트	대전시 서구 월평동 활실아파트 116동 907호
	월평동 다모아아파트	다모아아파트	대전시서구 월평동 다모아아파트 108동 301호
	갈마동	갈마동 가장동 괴정동	대전시 서구 갈마동 377-41 2층 '땅콩어린이도서관'
유성구 (4)	봉명동	봉명동 구암동 장대동 어은동 궁동 원신흥동	대전시 유성구 봉명동 452-8 3층 품앗이생협 사무국
	노은동	노은동	대전시 유성구 노은동 538-9 2층 '씨앗'
	반석동	반석동	대전시 유성구지족동 987-1 성훈빌딩 605호 '대전평화캠프'
	지족동	지족동	대전시 유성구 지족동 916-2 초원미래나눔 '꿈꾸는 숲'
대덕구	목상동 다사랑아파트	목상동 석봉동 신일동	대전광역시 대덕구 목상동 다사랑아파트 104동 1011호
단체 (3)	전국철도노동조합 대전지방본부	노동조합 조합원	대전시 동구 소재동 319-2 3층
	샘머리초등학교	교사, 직원	대전시 서구 유등로 879 샘머리초등학교
	풀뿌리사람들	회원,시민	대전시 중구 대사동 248-271

자료: 품앗이생협

(2) 물류시설

공동체배송을 지향하는 품앗이생협은 초기 물류시설에 대한 투자는 최소화하고 있다. 1톤 냉동탑차 1대를 구입하였으며 저온저장창고는 임대해서 사용하고 있다. 품앗이생협의 인력은 상근인력이 4명이며 이 중 1명이 배송업무를 전담하고 있다. 매주 1회 배송일에 자원봉사자 1명이 배송업무에 함께 참여해 지원하고 있다.

<표 5-47> 품앗이생협 물류시설 · 인력 현황

구분		시설현황
배송차량		1톤 냉동탑차 1대
물류센터(창고)	상온시설	20평
	냉동시설	10평
	냉장시설	3평
인력	상근인력	4명
	배송인력	상근 1명 + 자원봉사 1명 ¹⁾

주: 배송업무는 상근인력 4명 중 1명이 전담하고 있으며, 조합원 중 자원봉사자 1명이 매주 배송일에 참여해 함께 수행하고 있음.

(3) 공급품목

품앗이생협은 생산자공동체와 사회적기업연합회가 참여하고 있어 다양한 먹거리와 서비스 제공이 가능하다. 하지만 안정적인 공급과 소비 능력, 상품준비 등의 문제로 초기 공급물품 선정에 어려움을 겪고 있다. 때문에 현재 쇼핑물 운영에서는 옥천 산계뜰친환경영농조합법인, 홍성유기농 등 일부 산지에서 조달하는 물품만 공급되고 있다.

<표 5-48> 품앗이생협 온라인 쇼핑물 농 · 축산물 공급 품목(2012년 10월 현재)

품목군	품목	생산조직
쌀 · 잡곡류	쌀, 현미, 보리, 수수, 혼합잡곡	산계뜰친환경영농조합(옥천)
엽채류	깻잎, 상추, 케일, 양배추, 새싹채소, 치커리	홍성유기농영농조합
과채류	가지, 고추	홍성유기농영농조합
근채류	감자, 마늘, 당근, 양파	홍성유기농영농조합
나물류	고춧잎, 취나물	홍성유기농영농조합

	콩나물	생수콩나물영농조합
축산물	계란	금산도토리영농조합

2) 품앗이생협 참여 농촌공동체의 생산 현황

(1) 대청호환경농민연대

<표 5-49> 대청호환경농민연대 생산 품목

품목	인증유형	포장단위	지역
백미	무농약	10kg	청산
백미	무농약	20kg	청산
백미	유기농	8kg	옥천
현미	무농약	10kg	옥천
현미	무농약	kg	옥천
현미	유기농	8kg	옥천
찹쌀	무농약	kg	옥천
현미찹쌀	무농약	10kg	옥천
현미찹쌀	무농약	kg	옥천
보리쌀	무농약	kg	옥천
흑미	무농약	kg	옥천
혼합잡곡	무농약	kg	옥천
통밀	무농약	kg	옥천
미숫가루	무농약	kg	옥천
보리차	무농약	kg	옥천
옥수수차	무농약	kg	옥천
밀가루	무농약	kg	옥천
서리태	국내산	kg	옥천
수수	국내산	kg	옥천
기장	국내산	kg	옥천

사과즙	유기농	120g/50포	무주
배즙	저농약	110g/30포	영동
포도즙	저농약	110g/50포	영동
매실액기스	유기농	1L	무주
홍삼즙	GAP	100ml/50포	금산
죽염참고추장	국내산	kg	영동
고추장	무농약	kg	금산
된장	국내산	kg	영동,금산
5년숙성된장	국내산	kg	금산
조선간장	국내산	1.8L	금산
건표고(슬라이스)	무농약	500g	청원
청국장	무농약	kg	옥천
유정란	무항생제	10개	옥천,금산
두부	국내산	500g	옥천
들기름	무농약	2홉	옥천
참기름	무농약	2홉	옥천
쌀과자	무농약	10봉지	금산
무시래기	국내산	100g	영동
무 말림	국내산	100g	영동
쌈채	무농약	kg	금산
옥수수	무농약, 관행	30개	옥천,금산
참깨	무농약,관행		옥천
들깨	무농약, 관행		옥천
백태	무농약,관행,		옥천
삼백초차			영동
토종꿀			영동, 옥천,금산
사과	유기,저농약		무주
매실	유기,무농약		무주,금산

블루베리	유기		무주
사과즙	유기,관행		무주,금산
블르베리엑기스	유기		무주
완숙토마토	무농약		옥천
밀	무농약		옥천
감자	무농약		옥천,금산
마늘	무농약,관행		옥천,청원
방울토마토	무농약		금산
포도	관행,저농약		영동
고구마	무농약,관행		금산
배	무농약,관행		영동,금산
절임배추	무농약,유기농,관행		옥천
양파	무농약		금산
김장배추	무농약		금산

(2) 홍성유기농영농조합법인

<표 5-50> 홍성유기농영농조합법인 생산 품목

유기농쌀	생산사양	유기재배
	품종	멥쌀(운광,추청,호품),찹쌀(설향찰,밀양찰),흑향미
	생산지	장곡면대현리,도산리,가송리,광성리등
	생산면적	약 30ha
	생산량	150톤
발작물	생산사양	유기재배, 무농약재배
	생산품목	엽채류(20품목), 근채류(10품목) 과채류(10품목)
	생산지	장곡면, 금마면, 광천읍 일원
	생산면적	약 10ha
축산현황(한우)	생산사양	무항생제 축산

	사료	유기농 부산물과 non-gmo 사료로 급이
	생산규모	월 15두

(3) (주)공생공소

<표 5-51> 공생공소 꾸러미 공급 품목

월	공급품목	
기본품목	유정란, 콩나물, 두부	
일반품목	농산물	가공식품
4월	대파, 서리태, 표고버섯, 느타리버섯, 숙, 머위, 돌나물, 풍년초	된장, 들깨가루, 밀가루, 순두부, 밤약과, 손간장, 밤묵, 밤잼, 장아찌, 요거트
5월	취나물, 상추, 질경이, 식용꽃, 풋고추, 찹쌀현미, 고사리, 배, 표고버섯, 방울토마토, 도라지, 표고, 토마토, 머윗대, 병잎, 시금치, 유기농쌈채소, 부추, 오이, 깻잎순, 강낭콩, 아욱, 느타리버섯	들기름, 쌀빵튀기, 청국장, 무말랭이장아찌, 서리태빵튀기, 된장, 치즈, 알밤묵, 우리밀가루, 알밤빵튀기
6월	숙음열무, 완두콩, 고추잎순, 마늘쭀, 방울토마토, 유기농배추, 마늘, 양파, 감자, 노지오이, 오디, 감자, 양파, 깻잎, 블루베리, 오이, 열무, 머윗대, 풋고추, 오디, 블루베리, 건표고, 얼갈이, 호박잎, 깻잎	간장, 된장, 장아찌
7월	얼갈이배추, 강낭콩, 자두, 마늘, 가지, 옥수수, 노지오이, 건표고, 무, 된장, 감자, 복숭아, 아삭이고추, 복숭아, 부추, 토종오이, 도라지, 동부콩, 아욱	무장아찌, 한과, 블루베리유과
8월	청양고추, 열무, 단호박, 들깨가루, 가지, 간장, 마늘, 토마토, 볶은참깨, 단호박, 샐러드양상추, 마늘, 양파, 노각오이, 고구마, 대파, 토마토, 포도, 피망, 조림용감자, 호박, 아삭이고추, 쪽파, 호박잎, 쪽파, 대추토마토, 깻잎, 가지, 단호박	메론장아찌, 오이장아찌, 된장, 고춧가루, 블루베리잼, 밤약과, 치즈,
9월	청양/아삭이고추, 단호박, 양파, 고구마, 배, 양파, 마늘, 청양고추, 햇밤, 사과, 햇밤, 피망, 가지	마늘쭀장아찌, 알밤빵튀기, 알밤묵, 한과,

10월	쌈채소, 고구마, 작은감자, 생표고버섯, 강낭콩, 무장아찌, 피망, 골파, 팔, 현미찹쌀, 갯잎, 아욱, 양파, 배	간장, 밤젓, 요거트
-----	---	-------------

3) 사회적기업협의회소속 조직의 생산능력

<표 5-52> 노동부인증 사회적기업 공급가능 품목, 서비스

업 체 명	구분	사 업 내 용
(사)엠마오호스피스회	인증(07년)	무료간병, 재가도우미등 재가케어 사업
대전민들레의료소비자 생활협동조합	인증(07년)	지역사회보건의료서비스
(유)행복을 나누는 파랑새식품	인증(08년)	도시락 및 행사용 음식, 친환경농산물 재배
(유)행복한 밥상	인증(08년)	결식아동 및 행사도시락, 출장뷔페, 김치주문 판 매등
(주)아베스공동체	인증(08년)	숯분재, 꽃배달, 실내조경 등
(주)어울림	인증(08년)	저소득층 집수리, 청소 및 방역, 주거환경개선
사회복지법인성재원-성 세재활원	인증(08년)	장애인의 인쇄 실사 및 전자 제품임가공사업
유성시니어클럽-주)그 린터치	인증(09)	청소용역
사) 함께하는 세상	인증(09년)	전통식 장류 판매(된장, 고추장등)
대전YWCA여성인력개 발센터	인증(10년)	초중학교 방과후 독서 및 생활지도
주)그린텍	인증(10년)	보건 환경 일자리 사업
(주)파란세상	인증(11년)	청소용역
(주)플러스산업	인증(11년)	폐 소형 가전 재활용 사업
(주)하이브	인증(11년)	디자인, 인쇄
대덕구시니어(주)산바들	인증(11년)	택배, 천연조미료 사업

대전중구시니어클럽-은 수레자원 사업단	인증(11년)	재활용품 수거
사회복지법인다원(한울 타리)	인증(11년)	쿠키, 비누제조 및 유통
행복한일터사업단	인증(11년)	장애인 제과제빵

<표 5-53> 노동부 예비 사회적기업 공급가능 품목, 서비스

업 체 명	구분	사 업 내 용
대전YMCA	노동부(예비 사회적기업)	문화체험교육사업단
유성시니어클럽-100세 두부	노동부(예비 사회적기업)	두부집

4. 설문조사 결과의 시사점

지역의 다양한 생산자, 소비자, 마을공동체 간의 연대와 협동을 바탕으로 지역공동체 호혜 시장 형성을 지향하는 품앗이생협은 소비자 조합원 개인의 요구와 각 공동체 조직들의 요구라는 다층적인 요구를 과제로 안고 있다. 또한, 생산자공동체의 요구와 소비자공동체의 요구라는 상반된 측면의 과제 해결도 필요하다. 여기에서는 본 보고서와 관계된 먹거리의 생산, 공급과 로컬푸드의 측면에 한해 조합원 개인 설문조사 결과와 공동체 조사 결과를 바탕으로 품앗이생협의 과제와 방향을 논의한다.

품앗이생협의 조합원들은 개인소비자로서 안전한 먹거리, 가까운 먹거리, 생산지와 관계 맺기 및 신뢰 형성의 세 가지를 요구하고 있다. 먼저 품앗이생협의 조합원들은 안전한 친환경 먹거리의 공급을 품앗이생협에 요구하고 있다. 응답 조합원의 절대다수인 95.1%가 시중 먹거리의 안전성에 대한 불신을 가지고 있으며, 41.2%의 응답자가 먹거리 구매 시 안전성을 우선으로 고려하고 49%가 품앗이생협의 먹거리 공급 우선순위로 안전성을 꼽았다. 그리고 품앗이생협이 먹거리 공급 시 요구되는 농산물의 안전 수준은 저농약 이상 69.6%, 유기농 이상 26.5%로 96.1%의 응답자가 관행과는 차별화된 친환경 먹거리를 요구했다. 다음으로 소비자 조합원

들은 가까운 먹거리(로컬푸드)의 확대와 공급을 요구하고 있다. 각종 설문 항목에서 안전성에 대한 고려가 최우선으로 나타나지만 먹거래 구매 시 개인적인 고려사항의 우선순위와 비교했을 때 품앗이생협이 고려해야 할 사항으로 ‘가까운 거리’에 대한 응답이 6% 정도 높게 나타났다. 그리고 최근 로컬푸드운동에서 활성화되고 있는 ‘꾸러미배송’의 형태를 선호한다는 응답이 79.4%로 매우 높게 나타났다. 이는 품앗이생협의 지역성과 로컬푸드에 대한 지향이 조합원들에게 영향을 주고 있는 측면도 크다고 판단된다. 마지막으로 조합원들은 생산지 공동체와의 신뢰를 바탕으로 한 관계 맺기를 요구하고 있다. 설문에서 생산지공동체에 대한 요구사항 중 가장 많은 응답이 신뢰할 수 있는 물품의 공급이었으며, 품앗이생협에 대한 프로그램 요구에서는 생산지와 관계를 형성하는 체험·방문에 대한 요구가 가장 많았다.

품앗이생협의 공동체들은 안정적 판로 구축과 공동구매/물품공급의 역할을 가장 크게 요구하고 있다. 우선 생산지공동체의 경우는 가장 우선적으로 안정적인 판로 구축, 소비능력을 요구하고 있다. 앞서 국내 지역생협의 사례를 통해서도 확인되는 것처럼 지역생협이 충분한 물량소비능력을 갖추지 못하면 생산자조직의 부담이 크다. 지역생협의 물류센터까지 배송을 책임져야 하는 생산자조직의 입장에서는 충분한 물량이 확보되지 않으면 배송비 부담을 느낄 수밖에 없다. 다음으로 소비지공동체의 경우는 먹거리와 공산품 생활재 등의 공동구매에 대한 요구가 가장 크다. 대부분 친환경 먹거리에 대한 공동구매의 경험을 가지고 있는 마을공동체들은 공동체 개별의 공동구매를 모아 품앗이생협이 공동구매의 조직화와 물품공급의 역할을 해줄 것을 기대하고 있다. 즉, 품앗이생협이 일정하게 개별 공동체 단위의 한계를 보완하는 중간조직으로서 역할해줄 것을 요구하고 있는 것이다. 이러한 생산지·소비지 공동체의 요구해결에는 일정하게 물류체계의 구축이 선행될 필요가 있다. 다른 한편으로 품앗이생협의 참여조직으로서 사회적기업이나 마을기업은 품앗이생협에 대해 경영지원의 역할을 요구하고 있다. 현재 사회적기업과 마을기업들이 생산하는 상품은 안정적인 거래를 위한 기본적인 요건이 미흡한 상황이다. 이는 단순한 상품생산의 문제라기 보다는 기초적인 경영능력의 부족에서 기인하는 바가 크다. 이러한 경영능력의 부족은 상품의 질 문제부터 거래관계의 불안정 등까지 품앗이생협에 부담으로 작용할 수 있다. 초기 품앗이생협이 이에 대한 경영지원 및 컨설팅도 시도했으나 과도한 업무증가로 인해 중단된 상태이다.

위와 같이 품앗이생협은 소비자 조합원 개인과 참여 공동체의 다층적 요구, 그리고 생산지와 소비지의 다면적 요구의 해결을 요구받고 있다. 이와 같은 과제의 해결을 위해서는 품앗이생협 내부의 협력체계와 지역 내 타 조직과의 협력체계 구축, 그리고 지방자치단체의 적절한 지원이 결합되어야 한다.

제6장 정책 제언

1. 지역생협, 품앗이생협의 활성화 방안

얼마 전까지만 하더라도 생협운동은 사회전체가 초래한 생태위기, 특히 땅과 먹거리의 오염을 일부 각성한 생산자들의 노력에만 전적으로 의존해 해결해 왔다. 그것이 바로 친환경 유기농산물이라는 결과였고, 생협은 이 결과를 바탕으로 소비자를 조직했다고 할 수 있다. 하지만, 본래 유기농업으로의 전환과정은 선구적인 몇몇 농민들에게만 의존할 성질의 것이 아니라, 생산자와 소비자, 그리고 우리사회전체가 함께 해결해야 할 문제이다. 망가진 땅과 사람의 관계를 되살리는 ‘과정을 조직하는’ 운동의 부재는 필연적으로 수익만을 쫓는 생산자와 먹거리의 안전만을 찾는 소비자들을 양산하게 되었다. 즉, 생산자들은 수익을 쫓아서 친환경 유기농업을 선택하고, 소비자는 웰빙이나 로하스의 열풍을 따라 유기농산물을 찾는 경향이 심화되면서 유기농업이 본래 갖고 있는 생태적 의미나 생협의 사회운동으로서의 의미가 급속하게 퇴색하고 있다. 또한, 유기농 직거래운동에 전념해 온 생협을 포함한 다양한 조직들이 존재해 왔지만, 지역먹거리운동에 대한 고민은 부족했다. 목표상으로 지역내에서 생산된 친환경 유기농산물을 지역내 소비자와 직거래함으로써 지역자급과 자치를 꾀하는 이들 조직들이 현실에서는 하나의 거대한 ‘전국적인 물류조직에 편입되는 방향으로 성장해 왔다. 생협조직이 유통규모 확대를 통해 살아남기 전략에 몰두하면서 정작 지역사회 내에서 먹거리와 관련한 공적인 활동을 소홀히 한 측면도 간과할 수 없다. 최근의 생협물류의 중앙집중화에 따른 생산자-소비자 관계의 형해화와 지역운동의 약화, 생산자 집단의 약화 등을 해소하기 위한 대책이 필요하다. 특히, 소비자는 ‘안전한 먹거리의 확보’라는 개인적 관심 때문에 생협에 가입하고, 생산자도 생태적 관심이나 사회운동 차원이 아니라 생존전략차원에서 수익이 상대적으로 높은 친환경유기농업을 선택하는 등 현실은 여전히 시장경제의 틀을 넘어서지 못하고 새로운 대안적 농식품유통 패러다임을 구축하지는 못하고 있는 것이 지금의 현실이라고 할 수 있다.

따라서 생협운동은 출발당시에 갖고 있었던 사회운동적 관점을 다시 회복하려고 하는 노력이 필요하고, 그 출발은 지역이 될 수밖에 없으며 여기에 지역생협 활성화의 방향이 담겨있다. 생협운동은 ‘지역’이라고 하는 운동의 현장 속에서 소규모의 사회적 관계망을 통해 생활의 문제를 해결해 가는 공동체운동이므로, 지역공동체를 복원하는 유력한 기체로서 생협의 역할

에서부터 다시 시작되어야 한다.

지역의 독자생협이 자체 조합원 규모와 물류시설만으로 생산지와 관계를 형성하고 생존하는 것은 매우 어려운 실정이다. 앞서 지역사례의 시사점을 통해 확인한 것처럼 다양한 지역의 생협, 유사생협과의 협력, 타 협동조합·사회적기업 등 사회적경제 주체들과의 협력, 그리고 지역 시민사회운동 진영과의 협력 관계 구축을 통해 생존을 위한 여건을 만들어야 한다.

이러한 협력의 체계는 중첩되기 때문에 명확히 경계를 구분되지는 않지만 이 중 가장 우선적으로 필요한 부분은 물류협력이다. 물류협력은 일부 품목의 공동구매라는 낮은 수준에서부터 공동물류센터를 설치하고 공동물류체계를 구축하는 높은 수준까지 다양한 형태로 이루어질 수 있다. 공동물류체계의 구축에서도 현재 전북지역의 생협, 유사생협 간에 추진되는 것처럼 지역먹거리나 지역물품에 한정된 지역공동물류체계의 구축에서부터 더 나아가 전국단위 연합체 단위생협을 통해 전국물류를 결합시키는 형태로 확장하는 것까지 가능하다. 하지만 현실적으로 아이쿱생협은 단위생협의 지역물품 취급을 사실상 규제하고 있고, 한살림도 지역먹거리 활성화에 나서는 단위생협들이 늘어나고는 있지만 연합체 소속이 아닌 지역생협들에게도 물품제공 및 물류협력을 제공하는 문제는 쉽지 않을 것으로 판단된다. 때문에 우선은 지역먹거리, 지역물품에 대한 지역공동물류체계 구축을 추진하는 것이 바람직하다. 한편으로는 물류협력에 있어서 가정배송까지 공동으로 하는 것은 적절하지 않다. 가정배송은 소비자 조합원과의 직접적인 대면이라는 생협운동의 측면도 존재하기 때문에 가정배송까지 공동으로 하는 것은 이러한 운동적 측면을 훼손할 우려가 있기 때문이다. 지역공동물류체계는 산지에서부터 소비지의 매장이나 공동물류센터까지만 이루어지는 것이 바람직하다.

다음으로 사업협력체계의 구축도 지역생협의 활성화에 도움이 된다. 지역생협, 지역유사생협, 전국단위 연합체의 단위생협, 그리고 사회적기업, 마을기업 등 다양한 지역 내 주체들 간에 사업협력 체계를 구축할 수 있다. 지역먹거리, 지역물품에 대한 공동판매는 가장 손쉬우면서 물류협력과도 연계할 수 있는 방안이다. 또한 원주의 사례에서 나타난 것처럼 안정적 판로를 찾기 어려운 지역의 사회적기업 생산물품을 지역생협 등이 공동으로 취급물품으로 선정하고 판매하는 것은 지역 사회적경제 활성화에도 기여할 수 있다. 이와 유사하게 지역먹거리특판, 지역의 직거래장터 등을 공동으로 추진하는 것도 가능하다. 그리고 최근 확대되고 있는 친환경 무상급식 식재료 공급을 생협이 독자적으로 감당하기는 어렵지만 지역먹거리 사회적기업을 통해 공동으로 추진하는 등에 방안도 고려할 수 있다.

위와 같은 지역 내 협력체계의 구축을 원활하게 추진하기 위해서는 내부 협력체계 구축을 위한 지역 논의기구가 반드시 필요하다.

이러한 지역생협의 활성화 방안은 품앗이생협에도 시사하는 바가 크다.

품앗이생협은 연대와 협력을 바탕으로 행복한 지역공동체 형성, 그리고 신자유주의 시장경제에 대한 대안으로 지역공동체 호혜시장의 구축을 지향하고 있다. 이러한 품앗이생협의 기본 지향과 참여조직의 운동성, 공동체성은 지역먹거리 활성화에 좋은 여건을 형성하고 있다. 소비자 조합원의 개인설문조사 결과에 나타난 것처럼 친환경과 지역먹거리에 대한 요구가 분명하고, 지역의 다양한 생협운동, 협동조합 운동을 경험했고 공동체의 참여를 기초로 하고 있기 때문에 그룹배송 혹은 거점배송에 대한 요구도 51.9%에 달하고 있다. 그러나 현실적으로 거점배송 방식을 적용하기 어려운 점들도 드러나고 있는 점도 간과할 수 없다. 예를 들면, 맛별이 부부의 증가로 인하여 거점의 운영 시간을 저녁때까지 연장해야 하지만 현실적으로 연장하기 어려운 점, 물품의 안전도와 신선성을 유지하기 위하여 시설과 장비를 구비해야 한다는 점, 그리고 거점 배송 업무 담당자의 업무 부담 등이다. 이와 같이 거점공동체를 구성하는데 있어 거점 배송 방식만으로는 어렵기 때문에 마을거점공동체에도 일정부분의 물류 기반이 구축될 필요가 있다. 마을공동체를 중심으로 “관계있는 복합 매장”을 마련하는 것도 하나의 대안이 될 수 있다. “관계있는 복합 매장”을 통하여 35~45세의 유·초등학생 자녀를 둔 육아 및 교육에 관심이 많은 주부들의 참여를 이끌어내는 것이 가능할 것이다. 협동조합 기본법에 의거하여 매장 + 보육 및 교육 프로그램 진행 공간 + 카페 등의 복합적 기능을 갖는 마을공동체 협동조합도 장기적으로는 고민할 필요가 있다.

하지만 초기 물적, 인적 자원²⁷⁾이 부족한 품앗이생협의 여건에서는 독자적인 생존의 방식을 모색하기보다는 지역협력체계의 구축을 우선적으로 추진할 필요가 있다. 조합원 개인설문조사에서 응답자의 26.5%가 타 생협을 주요 먹거리 구매처로 꼽은 결과를 볼 때 상당수의 조합원들이 타 생협 조합원이거나 이용경험이 있을 것으로 추정된다. 때문에 먹거리생협으로서 품앗이생협의 안정성이나 차별성이 나타나지 않는다면 조합원들이 실망하거나 이탈할 가능성도

27) 품앗이생협에 참여하는 조직, 공동체를 고려하면 인적자원은 풍부하다고 할 수 있지만, 단기간에 이들이 모두 조합원이 되고 열성적으로 활동할 것이라는 기대를 하기는 힘들다는 측면에서 품앗이생협의 유지에 필요한 충분한 조합원이 확보되었다고 보기는 어렵다.

높다고 볼 수 있다.

품앗이생협은 지역협력체계의 구축을 위해서 우선 지역 내 생협들과의 협력체계 구축을 추진해야 한다. 이미 ‘대전지역 생협연대’의 활동을 통해 협력을 모색하고 있지만 구체적으로 먹거리를 공급하는 지역 내 생협들과 물류협력 및 사업협력을 추진해야 한다. 대전의 먹거리 관련 생협 여건이 열악한 것을 고려할 때 충남지역의 생협들까지 함께하는 협력체계의 구축도 고려할 수 있다. 대전·충남 지역의 생협을 함께 고려하면 아이쿱생협 네 곳, 한살림 두 곳, 그리고 풀무생협 등 품앗이생협을 고려하면 총 8개 생협의 협력체계 구축을 통한 물류부분의 한계를 극복하기 위한 적극적인 모색이 필요하다. 또한, 원활한 물적 유통이 가능하기 위해서는 일정규모 이상의 수요량과 공급량이 존재해야 하므로 학교급식 및 공공 급식을 활용한 대응방안을 모색해야 할 것이다. 이 또한 품앗이생협 독자의 사업영역으로 가져갈 것이 아니라, 지역내 생협의 협력체계의 구축을 우선적으로 고민해야 할 것이다. 또한 지역먹거리에 기반을 둔 사업영역의 확대가 이루어지기 위해서는 학교급식, 외식까지 포괄하는 종합 유통시스템을 갖추고, 그 외 지역먹거리를 이용한 식당과 교육장, 체험장, 카페 등이 구비된 지역먹거리 허브센터의 구축이 필요하며, 이 또한 지역내 생협의 협력체계를 바탕으로 이루어져야 그 실현 가능성을 높일 수 있을 것으로 판단된다.

2. 지자체의 지원 정책

지역생협의 활성화를 위한 지원정책을 고려함에 있어서 이들 협동조합의 정체성이 훼손되지 않고 지역사회에서 구성원들이 그들에게 당면한 다양한 욕구를 해결할 수 있는 역량을 강화할 수 있도록 하는 데 초점을 맞출 필요가 있다.

협동조합은 구성원의 욕구를 해결하기 위한 그들의 자율적인 운영과 역량 강화를 통해서 활성화 될 수 있는 경제공동체 운동이다. 따라서 중앙정부나 지방정부의 일방적인 정책 일정에 따라서 설립되고 육성되는 대상이 아님을 분명히 인식할 필요가 있다. 따라서 기초단위에서 이루어지는 대안적인 활동을 국가가 대체해서는 안 된다는 ‘보충성의 원리(principle of subsidiarity)’에 기초해서 협동조합의 지원정책이 고려되어야 한다.

이러한 내용을 전제로 지역생협 활성화를 위한 자치단체의 정책 과제를 정리할 수 있다.

첫째, 지역생협의 안정을 위한 기반 제공이다. 지역생협 활성화를 위해서는 초기자본조달에

대한 지원책이 강구되어야 한다. 초기자본조달 문제는 대부분의 지역생협들이 설립 초기부터 직면하게 되는 현실적인 어려움이다. 신규 생협은 물류창고, 배송차량, 저온저장고, 소분/포장 시설, 인력, 온라인발주시스템 등 기본적인 물류시설과 운영시스템에 대한 투자여력이 부족하다. 지역생협의 자본금 대부분은 조합원의 출자금으로부터 생성된다. 따라서 지역생협의 자본금 규모는 조합원의 자금 여력에 따라서 결정된다고 할 수 있다. 그런 측면에서 경제적 여유가 적은 시민들이 주요한 구성원으로 참여하고 있는 지역생협은 자본의 부족 문제에 지속적으로 노출될 가능성이 있다. 자본 부족의 문제는 소극적인 사업운영으로 이어지고 이는 소비자 접근성을 저해하는 요소로 작용하여 지역생협 안정을 저해하는 악순환 고리가 되고 있다. 이를 해결하기 위해서는 생협 초기 투자비용과 운영비용에 대한 지원책이 강구될 필요가 있다.

둘째, 중간지원조직을 통한 지원체계 구축이다. 협동조합의 주체 역량 강화를 위한 민간지원조직의 컨설팅 업무에 대한 지원이 강구되어야 한다. 물론 민간지원조직은 협동조합 주체들에 의해서 설립·운영되어야 할 필요가 있을 것이다. 하지만 초기에 협동조합에 대한 지원 업무를 지원조직이 담당하기에는 인적·물적 자원이 부족할 것이므로 이에 대한 지원이 고려되어야 한다. 이는 당사자들의 역할과 역량을 강화한다는 전제에서 구상되고 추진되어야 할 것이다. 지원기관의 주요한 활동은 경영능력 향상, 협동조합의 조직운영, 지역생태계 구축 등 전반적인 지원활동이라고 할 수 있다. 현재 지역생협들은 대부분 경영난과 경쟁압력에 어려움을 겪으면서 이를 극복하기 위한 지원과 협동조합의 경영에 대한 지원욕구는 상당히 높은 것으로 보인다. 본 연구조사에서도 품앗이생협에 조직으로 참여하고 있는 사회적기업이나 마을기업의 경우에도 예외가 아닌 것으로 나타났다. 중간지원조직은 지역생협이 원하고 필요로 하는 부분에 대한 실질적인 지원을 해 줄 수 있는 지역 차원의 민관협력적 중간지원조직이 적절할 것으로 보인다. 중간지원조직의 주요한 역할로는 교육프로그램 개발, 대상자 발굴, 지역별 및 업종별 모델 발굴, 전문가 양성(지원조직 인력양성, 생협 당사자 교육)이다. 특히 전문인력의 양성은 중간지원조직이 중점적으로 해결해야 한 과제이다. 취약한 인적자원은 지속적으로 지역생협의 경쟁력을 위협하는 요인이 아닐 수 없다. 특히 경쟁력의 미비로 구성원의 처우개선에 어려움을 겪는 지역생협에게 이 문제는 더욱 커다란 장애 요인으로 작용하고 있다. 이에 대한 내부적인 극복 노력과 외부적인 정책적 고려가 있어야 될 것으로 보인다.

셋째, 지역생협 활성화를 위해서는 설립·운영을 위한 지역생협기금 조성이 뒷받침 되어야 할 것이다. 유럽과 미국의 사례에서 보듯이 지역생협이 활성화될 수 있었던 데에는 지역생협

들이 접근할 수 있는 기금의 지원이 커다란 역할을 하였다. 이탈리아의 협동조합들은 매출의 3%를 협동조합기금으로 적립하도록 함으로써 자체적 협동조합기금을 모으고 있다.

넷째, 지자체는 지역차원의 지역계획을 수립하고 이의 실현단위로서 생협과의 협력을 모색해야 한다. 지역내 고령농, 여성농 등의 소농을 실현 가능한 방법으로 조직화할 수 있는 유효한 방법이 지역먹거리에 기반한 지역생협의 활성화이므로 이들이 지역의 내적 순환 호혜경제 생태계에 순조롭게 접근, 적응할 수 있도록 정책이 개발되어야 한다. 지역생협은 단순한 재화의 거래 뿐만 아니라 사회적 관계회복과 지역사회 안전망의 역할을 담당할 수 있다. 지역생협에 대한 다양한 지원사업들을 지자체 차원에서 수행하는 것이 다양한 정책적 목표달성 측면에서 유용성을 가질 수 있다. 지역생협은 구성원들의 배타적인 경제적 이해를 추구하기보다는 지역사회의 공익을 위한 경제활동도 수행한다는 점에서 지역사회에 기여하는 조직체라고 할 수 있다. 이를 위해서 지역단위의 사회적경제단위 주체들과 담당 행정부서와의 상호간의 정보 교류와 공동생산을 위한 맞춤형 과제 회의 등을 통해서 지역생협이 지역사회에서 건강하게 활성화될 수 있도록 할 필요가 있다.

참고문헌

- 김기섭. 2005. “생활협동조합의 현황과 과제.” 《농정연구》 14호.
- 김철규·김기섭·김흥주·한도현. 2004. 『농산물의 대안유통 모델 연구: 사회관계론적 접근』. 명진씨엔피.
- 김흥주. 2006. “생협생산자의 존재형태와 대안농산물체계의 모색”, 『농촌사회』 16(1).
- 모심과살림연구소, 2012. “매장에 관한 명상”. 『모심의 눈 살림의 길』 3호.
- 박진도. 2011. 『순환과 공생의 지역만들기』. 교우사.
- 오귀복. 2007. “한국 생활협동조합운동의 특징분석”. 성공회대학교 석사학위청구논문.
- 윤병선. 2010. “대안농업운동의 전개과정에 대한 고찰 - 유기농업운동과 생협운동, 지역먹거리운동을 중심으로.” 《농촌사회》 20(1): 131-160.
- 윤형근. 2006. “먹을거리의 공공화와 새로운 지역자립운동.” 《환경과 생명》 49: 115-129.
- 정규호. 2011. “생협의 지역화 전략-한살림의 지역살림운동 경험” 『사회적경제연구회 월례세미나 자료』 (25회). 1월 24일.
- 정은미. 2006. “한국 생활협동조합의 특성.” 《농촌경제》 29(3): 1-18.
- 조완형. 2006. “생협운동의 최근동향과 대응과제.” 《한국협동조합연구》. 24(1): 115-121.
- 조완형. 2010. “한국 협동조합의 친환경유기농업 추진 경과와 과제.” 『유기농업의 발자취와 미래』. 한국유기농업학회 상반기 학술대회 자료집.
- 허남혁. 2009. “생협 생산자 조직의 생산-소비 관계 변화”, 『농촌사회』, 19(1): 161-211.
- 허 장. 2007. “유기농업의 ”관행농업화“와 위기에 관한 논의”, 『농촌경제』, 30(1): 1-30.
- 大窪一志, 1994, 『日本型生協の組織像 改革のトレンドとキーワード』 コープ出版
- 末川千穂子, 2001, 『虹のメッセージ』かもがわ出版
- 現代生協論編集委員會編, 2006, 『現代生協論の探求<理論編>』 コープ出版
- 角一典, 2008, 「現代生協論に關する考察 - 現代日本の市民社會の課題との關連から」(船橋晴俊 / 石坂悅男編, 『公共圏の創成と規範理論の探求 現代的社會問題の實証的研究を通して』.
- 山本博史, 消費者がだんだん遠くなる—生産者から見た生協産直の変化, 大地のきずな (No.95),

2006. 8.

野見山 敏雄, ネットワーク型産直の可能性, 大地のきずな (No.95) , 2006.8.

山本明文, 生協産直、再生への条件, コープ出版 2005年

下平尾勲・伊東維年・柳井雅也, 地産地消, 日本評論社, 2009.

嘉田良平, 食卓からの農業再生, 家の光協会, 2009.

齊藤 修, 農工商連携の戦略-連携の深化によるフードシステムの革新, 農文協, 2011.

關 満博, 農と食の農商工連携, 新平論, 2010.

岡村信秀, 生協と地域コミュニティ, 日本経済評論社, 2008.

부록1. 일본생협 사례

1. 전국생협연합회의 산직활동

1) 치바현 타고정의 '제철의 맛(旬の味) 산직센터

千葉縣의 '多古町の' 제철의 맛 산직센터'는 '확실한 품질 만들기' 활동을 해 오고 있다. 산직의 야채나 과일을 생협의 조합원에게 공급하고 있다. 생산자는 품목별로 작부·출하계획, 재배이력을 빈틈없이 기장·보관하고, 확인할 수 있게 한다. 산직센터도 조직기반을 확실하게 만들고, 면밀한 확인을 통해서 생산자의 의식을 환기하고 지원한다. 생협은 이 시스템이 기능하고 있는가의 여부를 사는 사람의 입장에서 정기적으로 확인한다. 이러한 공동작업에 의해 산직품의 품질을 확실한 것으로 보증할 수 있게 된다.

최근의 생협산직에서는 상품의 품질을 확실한 것으로 하는 활동에 힘을 기울이고 있다. 산지위장, 표시위반, 무등록농약 등의 문제가 계속되고 있다. 이로 인해 생협산직에 대한 신뢰도 무너지고 있다. 조합원에 대하여 산직품이 확실한 것이라는 점을 보증하고, 안심하고 먹을 수 있도록 하는 활동을 조속히 정비할 필요가 있었다. 생산자의 활동을 기계적으로 점검하는 것만으로는 상호간의 신뢰를 깊게 하려는 본래의 목적으로부터 멀어질 위험이 있다.

2) 이와테생협의 농업소학교

이와테생협의 '농업소학교'은 2008년에 10년째를 맞이했다. 산직파트너인 JA이와테花巻과 공동으로 활동하고 있다. 소학생을 대상으로 농작업, 메밀, 된장 등의 먹거리만들기, 조리, 시식 등을 통하여 농업과 자연환경의 중요함을 배우는 것을 목적으로 하고 있다.

3) 미야키생협

미야키생협의 주요산직활동은 '식료자급률의 향상과 지역발전을 목적으로' 지산지소 '를 추진하고, 신직품이나 지역산품의 보급확대를 꾀하는 것'이다. 미야키생협에서는 2007년도의 원료를 국산으로 하는 가공품의 비중은 20%였으나, 이를 50%로 올리고, 지역의 생산물을 사용한 상품개발을 추진하고 있다.

4) 나가사키현 라라코프

지산지소를 추진하는 활동의 하나로 인숍(점포내 직매코너)도 있다. 라라코프는 2006년부터 인숍을 도입해서 현재는 8개가 있다.

출처 : 全国生協産直レポート2012

2. 오카야마생협의 먹거리안전 종합대책 - 산직품에 대한 고려

(1) 오카야마생협에서는 지금까지 조합원의 ‘안전·안심’으로 ‘맛있는’ 식품을 찾는 목소리를 반영하고, 또한 지역경제의 진흥에 공헌하기 위해 산직상품의 개발, 공급에 힘을 기울여왔다. 조합원과 직원, 전국 각지의 생산자가 교류하고 함께 배우면서 시행착오를 거치면서라도 실천해 왔다. 그 결과 다수의 현내외의 산지와 산직사업이 진전을 보게 되었다.

(2) 오카야마생협의 산직사업이 목표

오카야마의 산직사업은 조합원의 ‘안전·안심·적정한 가격’의 식품을 찾는 목소리를 반영하여 가장 생협다움을 발휘할 수 있는 중심적인 사업이다. 오카야마생협에서는 산직사업을 통하여 이하의 일을 목표로 한다.

- 1. 산직상품의 안전성과 지구환경의 본전에 대한 활동(=지속성이 있는 환경보전형 산직사업)을 강화한다.
- 2. 일본의 풍토를 살린 건강하고 풍요로운 식탁만들기를 추진한다.
- 3. 식료자급률향상을 위해서 식과 농이 결합된 사회를 창조한다.
- 4. 소비자와 생산자의 제휴활동을 강화한다.

(3) 산직원칙

오카야마생협의 산직상품은 이하의 원칙을 만족하는 것을 조건으로 한다.

-1. 생산자와 생산지가 명확할 것

협동의 의지를 확인하는 상대로서 농협 또는 생산자그룹 또는 개인생산자 어느 쪽이든 명확

하게 되어 있다는 것이 원칙이다.

- 2. 재배·비육방법(농약·비료·사료 등)이 명확할 것

건강한 생산물을 생산하기 위해서는 기준에 의거하여 재배·비육관리를 철저히 하고, 적지 적기 적작과 유통과정을 파악하면서 ‘안전·안심’ ‘맛’ ‘선도’를 추구한다.

- 3. 조합원과 생산자가 교류가능할 것

산직사업은 생산자와 소비가 상호의 마음을 결합하는 것이 중요하다. 생협은 조합원과 생산자가 여러 가지 기회에 교류하고, 서로의 입장을 이해하여 성실하게 거래를 하는 것으로 신뢰관계나 긴장관계가 발생한다.

산직품의 개발은 이사회에 보고하고, 확인을 받는다.

(4) 산직원칙을 담보하기 위한 활동

산지·거래선과의 사이에서 재배방법이나 비육방법 등을 비롯하여 생산에 관련된 약속에 관하여 서면으로 확인하고, 산지의 점검 등을 행하고, 산직원칙의 내용을 구체적으로 확인한 것만을 ‘산직’이라고 칭한다.

- 1. 농산품의 산지·거래선과 확인하는 문서류

상품거래기본계약서 : 내용-기본적 거래규칙 등, 갱신빈도-거래개시시

산직에 관한 기본협정서 : 내용- 상품거래기본계약서를 담보, 갱신빈도 - 거래개시시

상품재배관리표 : 내용-재배기준, 상품사양 갱신빈도 : 매년 갱신

품목별생산자대장 : 내용-생산자명부, 재배계획 등 갱신빈도 : 매년갱신

품목별생산자별입하관리표 : 내용-생산자별 입하수량 갱신빈도 : 매년갱신

품목별 거래처 출하관리표 : 내용-오카야마생협에 대한 출하량, 갱신빈도 : 매년갱신

방제일지 : 내용-실제로 방제에 사용한 것의 기록 갱신빈도:매년갱신

- 2. 축산품·수산품의 산지·거래선과 확인하는 문서

축산품·수산품은 상품에 따라 특성이 다르기 때문에 일률적이 아닌 상품마다 ‘산직상품확인서’를 교환하고, 각각의 산직상품확인서에 생산지, 품종, 사료, 투약, 비육방법, 유통경로, 이력관리, 가공, 검사항목 등 확인이 가능한 구체적인 내용을 명시한다.

- 3. 생협산직에 있어서의 청과물의 품질을 확보하는 방법

2005년 생협조합원의 신뢰와 지지를 받은 농산사업을 확립하고, 안전하고 안심할 수 있는 ‘확실한상품(타시카나 상품)’을 조합원에게 제공하는 것을 목적으로 일본생협연에서 ‘청과물품질보증시스템’을 확립했다.

이는 ‘농장’에서 ‘식탁’까지의 각 단계에서 이루어지는 활동을 명확하게 한 품질관리 시스템이다. 농산물의 안전성, 이력추적, 환경배려, 노동안전 등의 시점을 고려한 것이다. CS 네트도 2006년에 일본생협연의 청과물품질보증시스템에 준거한 산직농산품관리기준을 확립하여 오카야마생협의 산직야채의 품질보증을 따르고 있다.




(5) 생산자와 소비자의 교류를 확대하는 활동의 추진

생산자와의 직접교류회나 생산지예의 견학·교류 등을 행함으로써 생산지·생산자·생산 방법을 명확하면서 생산자와 조합원의 상호이해를 깊게 하고, 먹거리의 안전, 안심의 확보에 대한 정확한 정보를 조합원에게 알리고 있다.

오카야마생협은 ‘지산지소’ 활동을 중요시한다

오카야마생협은 오카야마의 기후를 살린 건강하고 풍요로운 식탁을 만들고, 식료자급의 향상을 목적으로 한 농과 식이 어우러진 사회, 도시부와 농촌부의 제휴강화를 모토로 농산물의 안전과 지구환경의 보전을 목적으로 ‘지산지소’의 활동을 전개하고 있다.

‘지산지소’는 ‘지역에서 만들어진 것을 지역에서 소비’하는 것으로 오카야마생협은 ‘지산지소’의 활동으로서 현재의 생산자나 업자의 협력을 받으면서 개발·생산된 상품을 조합이 이용할 수 있는 활동을 전개하여 조합원 모두와 생산자 모두의 교류에도 힘을 쏟고 있다.

<p>「おかやま育ち」</p>  <p>「おかやま育ち」は、おかやまコープが開発し県内の産地と提携した「産直商品」や県内産の農水畜産物を使った「加工食品」です</p>	<p>「こだわり育ち」岡山県産品</p>  <p>「こだわり育ち」はおかやまコープの産直野菜(「こだわり育ち」は県内だけでなく全国各地の生産者のみなさんにご協力いただいています)</p>	<p>店舗の地場野菜コーナー</p>  <p>おかやまコープの店舗の地場野菜コーナーには、地域近隣の生産者のみなさんが手間かけて育てた採れたて新鮮野菜が並んでいます</p>
--	--	---

3. 일본 생협연합회의 산직활동(PAL시스템의 사례)

1) PAL시스템의 개요

일본생협에서 산직활동은 생협에 따라 편차가 존재하고 있다. PAL시스템(팔시스템생활협동조합연합회)은 산직을 중요한 경영전략으로 삼고 산지의 경영자원을 흡수하고 있다. 이에 대해서 코프네트(생활협동조합연합회코프네트사업연합)는 유통기능을 외부에 아웃소싱하여 공급망을 구축하여 효율성과 상품품질에 충실을 중요한 전략으로 삼고 있다. 최근에 들어서면서 많은 생협은 양판점과의 가격경쟁으로부터 효율적인 공급망구축의 필요성을 인식하게 되고, 식품안전사고를 계기로 소비자의 신뢰구축에 힘을 쏟고 있다.

PAL시스템은 수도권(1도 9현)의 지역생협이 조합원의 생활문화의 향상을 목적으로 설립한 사업연합조직이다. 10개의 생협, 2개의 연합회, 9개의 자회사·관련회사로 구성되어 있다. 가맹한 회원생협으로부터 업무를 위탁받아 사업운영을 하고 있다. 팔시스템그룹(팔시스템연합회와 각 회원생협·자회사)은 하나의 이념을 갖고 제휴한 공동의 생협네트워크로서 조합원의 생활파트너가 되어 순환형사회를 만드는데 공헌하고, 사람과 사람의 협동을 넓히는 것을 지향하고 있다.

PAL시스템의 주요업무는

- 상품의 취급 기획, 개발, 개선, 중지 및 폐지, 공급가격 등 제 사항의 결정 및 상품안내작성의 업무
- 통일계획상품의 취급구좌의 개설, 폐지 및 계약갱신에 관한 결정

- c. 통일계획상품의 취급조건(품명, 규격, 가격, 지불조건, 방법, 발주 및 납품방법, 기타 취급에 부수되는 사항)에 대하여 결정
- d. 물류창고(set center)에서 취급하는 통일계획상품을 회원생협의 센터까지 배송하는 업무
- e. 무점포사업에 관한 정보처리업무의 개선 및 향후 운용계획에 관한 입안

2) PAL시스템의 사업전략

일본생협은 반별공동구입방식에서 개별배송방식으로 물품공급방식이 변화하고, 지역단위의 물류체계가 사업연합으로 통합됨에 따라 생산자와 소비자사이의 물리적·사회적·심리적 거리가 확대되는 문제에 직면하게 되었다. 생협에 있어서는 매년 많은 조합원의 입회가 있기는 하지만, 탈회자의 수도 많고, 더욱이 소비자는 많은 구입처를 가지고 있다. 경우에 따라서는 복수생협에서 구입하고, 품목도 분담하고 있는 경우도 많다. 소비자의 계층성도 각각의 라이프스타일에 의해 형성되어 있고, 다수의 생협에서는 30대부터 40대, 50대가 증가했다.

이러한 상황을 반영하여 PAL시스템은 (1)상품정책과 지역정책의 통합화와 교류사업에 의한 소비자참가와 학습 (2)사업영역의 확대로서 청과물부터 쌀, 축산물의 확대, 나아가 수산물, (3)산직4원칙의 심화와 자원순환형 푸드시스템의 구축 (4)새로운 비즈니스모델의 구축을 사업전략으로 내 세우고 있다. 특히 (4)의 비즈니스모델은 각각의 지역에서 활동해 온 자원순환의 푸드시스템을 염두에 두고 있다고 할 수 있다.

PAL시스템의 이러한 전략은 소비자의 라이프스타일에 대응하여 시장을 세분화하고, 거기에 브랜드계층이나 새로운 제품과 접합하게 된다. 마케팅관점으로부터의 전략이고 거기에서 교류사업과 비즈니스모델의 구축에 의해 소비자의 학습과 만족도를 높이는 수법을 가지고 있다는 점에서 시스템으로서의 우위성이 있다고 할 수 있다.

팔시스템은 이러한 관계성마케팅을 의식해서 전개온 것은 아니다. 생산자와 소비자를 연결하는 시스템의 최적성을 지향하고, 거기에서 자원순환시스템을 더해 왔다. 품질평가도 새로운 食味를 더해서 총합화 할 예정이다.

3) PAL시스템의 산직방침 및 기준

PAL시스템은 산직의 목적을 “생활자(소비자·생산자를 포함한다)의 건강하고 안심할 수 있는 살림에 공헌하기 위해서 농업이 갖는 다양한 가치를 공유하고, 환경보전·자원순환을 기본에 두고, 농과 식을 결합하여 풍요로운 지역사회를 만드는 것”에 두고 있다.

PAL시스템의 산직4원칙은 다음과 같다.

- 1) 생산자·산지가 명확할 것
- 2) 생산방법이나 출하기준이 명확하면서 생산이력을 알 수 있는 것
- 3) 환경보전형·자원순환형농업을 목표로 하는 것
- 4) 생산자와 조합원 상호교류가 가능할 것

PAL시스템의 산직관련 주요내용

용어정의

산직 : 조합원과 생산자가 협동하여 위의 산직의 목적을 실현하는 운동과 사업.

산지 : 생산자의 농장, 포장(圃場), 사무소 혹은 시설이 있는 지역을 말한다.

생산자 : 농축산물을 생산, 혹은 생산·가공하고 있는 특정할 수 있는 개인이나 법인 및 단체를 말한다.

주원료 : 상품사양정보의 원료 제1계층의 구성비가 5%이상인 것을 말한다. 주원료는 개개의 원료가 5%이상인가 아닌가를 판정하고, 적산하지는 않는다

산직의 정의

산직산지 : 직산4원칙을 준수하고, 이를 추진해 나간다는 것을 산직협정서로서 교환한 생산자의 산지이다.

산직거래 : 산직산지의 생산자와의 농축산물의 거래를 말한다.

산직상품 : 산직거래되는 상품을 말한다.

산직가공품 : 주원료의 농축산물모두가 산직산지의 생산물로 만든 가공품을 말한다.

산직원료사용품 : 주원료의 하나 이상이 산직산지의 생산물로 만든 가공품을 말한다.

교류와 참가의 중시

1) 교류의 의의는 도시와 농촌, 식과 농의 거리를 축소하고, 조합원·생산자의 상호 이해를 촉진하는 것에 있다.

2) ‘참가’의 의의는 조합원·생산자가 모두 산직상품의 이용, 의견을 내며, 각종행사

기획진행, 산지지역협의회의 운영 등 주체적인 활동에 의해 산직담당자의 육성에 기여한다. 또한 상호방문, 학습회, 농업체험, 생물관찰, 감산인강습회, 공개확딘회 등 다양한 활동에 의해 농과 식의 깊은 이해로부터 식과 생활의 이해를 넓힌다.

3) '교류' '참가'를 통하여 농과 식생활의 본연의 모습, 즉 생산·유통·소비·폐기의 순환을 파악한다.

정보제공의 강화

먹는 것에서 만드는 것으로, 만드는 것에서 먹는 것으로 공감을 만들어 내는 정보를 서로 제공한다.

- 1) 식육(먹거리 교육)의 관점에서 '먹는 것'의 본래의 모습을 제안한다.
- 2) 농산물이나 먹거리의 정확한 정보(리스크를 포함)를 성실하게 전달한다.

산직거래

1. 산직산지와 상품거래

- 1) 생산자, 산지와 협동활동은 서로 자립적으로 거래한다.
- 2) 생산자와의 상품거래는 생산자의 상황을 가미하면서 일정한 비율을 설정하고, 서로 리스크를 경감하기 위해서 노력한다.
- 3) PAL시스템을 주력 출하처로 하고 있는 생산자조직에게는 타 조직과의 교류도 가짐으로써 하나의 조직에 포섭되는 것이 아니라, 시야를 넓게 산직관계를 구축하기 위해서 서로 노력한다.
- 4) 생산자와의 다품목거래는 지역만들기와 식과 농의 학습을 촉진하는 의미를 갖고 있지만, 리스크도 많기 때문에 생산자의 평가와 상품력(품질, 생산능력, 가격경쟁력, 지역적합성 등) 평가는 나눠서 이루어지고 있다. 여전히 생산자의 상품제안력, 상품관리력, 영업력의 강화를 지원한다.

2. 상품거래계약서와 당사자

상품거래에 있어서는 생산자와 상품거래계약서를 체결하고, 계약내용과 책임관계를 명확하게 한다.

- 1) 산직은 생산과 소비를 각각 대표하는 산지생산자조직과 생협뿐만 아니라 집하단체, 가공업자, 유통, 생협의 자회사 등의 제휴와 협동에 의해서 이루어진다.
- 2) 계약에 있어서는 직접계약과 함께 전항의 관계자의 역할을 명확히 한다.

산직상품

1. 품질

- 1) '조합원의 납득'을 중시하는 식미·품질을 추구한다.
- 2) 상품부문별로 품질기준 및 생산기준을 정한다.

2. 가격

1) 이용하기 쉬운 가격

끊임없는 시장가격과의 경쟁을 의식하여 코스트를 삭감하고, 조합원의 이해를 얻는 가격을 실현한다.

2) 생산자와의 합의

안정된 생산을 유지하기 위한 가격으로 되고, 끊임없는 시장가격을 의식하면서 생산자와 합의하여 결정

3) 소비자에 대한 납득

생산자한정상품이나 재배비육 등에서의 부가가치를 가격에 반영하는 경우에는 조합원에게 납득할 수 있도록 설명

4) 조합원이해

산직가격과 일반가격동향(시장가격) 사이에 차이가 발생하는 경우가 있다는 것을 조합원에게 이해를 구하는 노력

3. 품목

1) 생산자의 육성·발전을 의식한 상품개발을 진행시킨다.

2) 품목은 항상 조합원의 생활에 대응한 것을 추구하고, 산직원료를 사용한 상품을 안정적으로 공급하는 기술향상을 꾀한다.

3) '산직산지의 상품이 타산지와 경쟁우위에 있는가'를 끊임없이 평가한다. 생산자측에 개선의 노력이 보이지 않는 경우 관계를 검토한다.

4) 전염병이나 재해 등에 의한 위험을 회피하기 위해서 1품목 복수산지를 기본으로 한다.

4. 결품·대체

무점포사업은 기획부터 택배까지 오래 걸리는 사업시스템이다. 산직상품은 생산자와의 생산계획부터 시작된다. 그러나 기상조건이 생산량에 크게 영향을 미치는 경우 계획수·수확량·사육수·주문수의 격차가 크게 발생할 수 있다. 따라서 조정기능을 갖는 '대체'의 보완이 이루어져야 안정공급이 가능하다.

공급은 될 수 있는 한 조합원의 주문에 따르는 것을 기본으로 하지만, 대체가 불가능한 경우에는 조합원에게는 공급할 수 없는 '결품'으로 처리한다.

1) 대체에 대해서는 기준을 미리 알려주고, 조합원의 오해를 피하기 위해서 이해를 얻도록 한다.

2) 핵심 먹거리상품 등 특정 상품군에 대해서는 사전에 규칙을 주지시켜 대체를 하지 않고 결품으로 처리한다.

생산

1. 퇴비만들기

- 1) 퇴비만들기는 농약에 의존하지 않는 농업의 기본적 작업이고, 지역자원을 활용하여 지속적인 시스템을 가능하게 하기 위한 중요한 요소이다.
- 2) 퇴비만들기에 필요한 축산업은 수입자유화의 영향이나 축산공해 등으로부터 위기에 직면해서 퇴비만들기의 코스트와 노력의 문제는 매우 중요하게 되었기 때문에 팔시스템은 농법연구를 통해서 퇴비만들기를 지원한다.

2. 농약과 화학비료

- 1) 농약이나 화학비료는 가능하면 사용하지 않고 총량으로 삭감을 목표로 한다.
- 2) 독성이 강한 농약은 사용하지 않으려고 노력한다.
- 3) 1항 및 2항을 실현하기 위해서 생산자·소비자·환경영향의 입장에서부터 위험성을 평가하고 책정한 농약삭감 프로그램을 적극적으로 추진한다.
- 4) 농작물의 안정공급, 품질의 보전, 적절한 가격, 노력의 경감 등의 면에서 농약의 필요성은 인정한다.

산직의 중장기적 과제

산직은 글로벌경쟁이 본격화하는 가운데, 신선도·품질·비용의 시점으로부터 다시 구축될 필요가 있다. 다양화(유통다원화, 라이프스타일), 지역성, 환경에 대한 배려, 유통(역사적인 산물, 지역밀착산업), 기술(바이오, 정보화), 고객정보파악 등에 대응하는 산직시스템구성이 필요하다.

현상의 산직과제를 해결하고, 기존 과제와 금후의 연구과제가 있다. 이하의 과제 대하여 연구함으로써 21세기의 새로운 산직활동에 도전한다.

1. 지역자원순환형 농업모델을 만든다.

- 1) 거점산지와 협동하여 먹거리·농업·농촌을 주제로 한 종합적인 산직모델만들기를 추진한다.
- 2) 이때 환경·복지 등을 배려한 종합산직과 새로운 교류의 실현을 지향한다.
- 3) 전국에서 수개소의 모델산지를 만들고, 자원순환형농업을 실현한다.

2. 지역종합산직을 위한 파트너쉽만들기와 산지재편

- 1) 생협의 파트너인 '팔시스템생산자·소비자협의회'와 함께 새로운 관점과 성과를 찾아서 식·농문제를 조직해내는 구조를 확립한다.
- 2) 현행산지활용과 새로운 산지개발을 추진한다.
- 3) 생산자와의 제휴로 가공상품의 개발과 생산물의 공급정책(주로 농수산물부터 종합적인 상품취급으로, 품질과 양, 가격정책)을 확립한다.

3. 농업기술의 연구·실천에 의한 생산자주체의 기술개발

- 1) 바이오기술, 정보화, 오거닉리사이클, 농법·농업기술개발(BMW기술 등)을 추진한다.
- 2) 다국적기업에 의한 유전자조작바이오기술의 독점화가 아닌, 생산자 스스로가 지역에서 재배한 종자의 유지와 발전을 추진한다.

4. 지역자원의 유효한 활용 등 제로에미션(폐기물제로)

- 1) 지역품종의 발굴과 휴경지에서의 사료곡물의 실험전개 등을 행하고, 종자의 보존과 지역자원의 유효한 이용을 추진한다.
- 2) 농업생산단계에서 환경대응(자원순환)과 에너지 부하의 경감(풍차나 바이오에너지 등)을 연구·추진하고, 고에너지의존형 생산을 개선한다.
- 3) 축산폐기물 등의 지역자원화를 추진하고, 순환형지역시스템으로서 제로에미션을 추구한다.

5. 농업담당자문제와 농지취득방침에 의한 공동농장 등 새로운 관계를 만들기

- 1) 농촌유지와 신농지집약화, 경지대책, 신입식운동지원 등 새로운 농업담당자를 만드는 일을 추진한다.
- 2) 파머스마켓(생산자직영점)만들기나 생산·가공·유통·판매 등 생산자의 모든 사업에 협력하고, ISO, HACCP 등에 대응할 수 있는 가공유통면으로부터의 신기술도입을 지원한다.
- 3) 농지취득(생산자단체주체, 생협출자, 조합원참가, 관련회사취득), 농업자육성(단기·중기연수생파견·취농지원) 등 새로운 교류사업의 전개를 추진한다.

6. 그린투어리즘과 식농네트워크 만들기

- 1) 그린투어리즘(농촌에서 여유있는 휴가), 농업체험, 자연힐 등, 교류사업의 문제(계속할 수 있는 구조, 참가의 다양화, 사업화, 교류의 비전·중기계획만들기, 추진모체의 명확화)에 대하여 구체화한다.
- 2) 복지·지역정책(특별양호노인주택건설이나 제휴, 장애인작업시설과의 협력, 요양사의 양성)을 도시와 농촌의 협동활동을 통해서 실현한다.

7. 식의 문제의 해결, 식문화의 연구

- 1) 식료자급률향상의 연구, 유전자조작식품, 세계적인 기아의 극복 등 다양한 먹거리관련 과제의 해결을 모색한다.
- 2) 지산지소(지장주의 : 지역에서 생산된 것을 먹는다), 토탈주의(전부먹는 것 - 큰 뿌리부터 뿌리나 잎까지), 억제주의(80%만 먹고, 포식에 대한 성찰) 등의 평가를 행

하고, 식생활·식문화의 성찰과 식육을 추진한다.

8. 식의 안전성을 높이는 표시·정보개시에 의한 신뢰성 향상

- 1) 생활자의 요구가 있는 유기재배표시의 인증과 정보공개를 추진한다.
- 2) 농약삭감프로그램(생산자과제와 소비자과제, 가공·유통업자과제)을 실현한다.

9. 물류개혁을 통한 개인대응형 무점포사업의 심화

- 1) 청과의 콜드체인시스템화를 실현한다.
- 2) 인터넷에 의한 생활정보네트워크의 정비와 전자산직시스템, 사이버시장 등의 가능성을 추구한다.

4. 소규모 산직사례

유한회사 타베연구소(타베연 : 먹거리연구소)는 도쿄도 고쿠분지시에 사무소를 둔 유기 농산물 전문 유통 · 소매 업체이다. 1976년에 식품 오염 및 식품 첨가물, 합성 세제의 문제를 생각하는 사람들이 모여서 삼타마음식연구회가 발족했다. 이듬해 전담 직원의 신분보장의 문제, 회원과 전담 직원의 역할 분담의 명확화, 생산자와 회원이 책임을 다할 체제로 구축하기 위해 유통 부문 · 타베연을 법인화했다.

현재 회원수는 180 명, 매출액은 7000 만엔이다. 발족 당시는 약 250 명이었으나, 조금은 줄어들었다. 한 달에 한 번 카탈로그 배포 및 일주일에 한 번씩 배달 업무를 하고 있다. 취급 품목은 청과물, 계란, 육류 (소 · 조류 · 돼지), 빵, 조미료, 비누 등의 일용품 등 600 항목에 기본적인 식생활을 충분히 조달할 수 있다. 또한 지속적인 유기 재배에는 소량 다품목 재배가 기본이며, 먹고 연구와 거래하는 농가는 연간 40 품목의 야채를 재배하고 있다. 소량 다품목 생산 소비자 측이 대응하기 위해 생산지의 사정에 따라 농가 측이 바구니의 내용을 결정하는 공급 방법이 야채팩이다.

타베연은 타마지구 두 농가와 전국농가 10호와 직산 거래를 하고 있다. 완전유기재배를 목표로 하고 있지만, 농약이나 화학 비료를 사용하지 않을 수 없는 경우도 있다. 그때는 센터 뉴스 (카탈로그)에 게재하고 있다. 센터 뉴스에는 재배 · 생육 상황, 출하 예정 등의 정보도 게재하고 있다. 또한, 생산 방법 및 품질 검사는 년 20 ~ 30 회 이루어지며, 회원의 2 % 정도밖에

참가하지만, 참가자 보고서를 다른 회원도 읽음으로써 정보가 공유되고 자발적인 학습회도 행해지고 있다. 또한 생산자와 소비자의 긴밀한 관계를 통해 품질 보증이 이루어지고 있고, 가격도 생산자가 제시하는 생산비 보장가격이다.

출처 : http://www.tabeken.net/tabeken_annai.html

5. 근거리산직 사례

1) 빈사상태의 점포를 구출한 [제철채소코너]

센다이시로부터 북으로 약 40킬로. 미야기현 후루카와시는 시내를 흐르는 강을 낀 농업이 발달한 토지이다. 후루카와시의 남부 주택가에 자리잡고 있는 것이 미야기생협 후루카와미나미점이다. 여기에 특별코너인 [제철채소코너]가 있다. 이곳이 미야기생협에서 최근 인기를 끌고 있는 산직채소코너이다.

[제철채소코너]의 채소는 점포인근(후루카와 시내 및 인근 마을의 생산자에 의해서 생산된 물건)의 생산자가 직접 규격과 가격을 정하고, 포장과 라벨을 부착하여 점포에 진열하여 판매한다. 직판장과 다른 것은 미야기생협의 규격과 계획에 따라 생산된 산직채소라는 점이다. 또한, 생산자와 조합원의 교류를 전제로 이루어지고 있다. 신선도를 유지하기 위해서 아침에 수확한 야채를 중심으로 납품하고 하루에 한번이상을 전제로 한다. 판매대금은 점포에 일정의 수수료를 내고 모두가 자신의 수입이 된다. 그러나, 남은 물건은 책임지고 처분을 해야 하는 리스크를 가지고 있다.

후루카와미나미점에서 제철채소시장을 시작한 것은 2001년 5월, 이를 기점으로 순식간에 미야기생협의 다른 점포들에서도 제철채소시장코너가 시작되었다. 현재도 많은 점포에서 제철채소코너를 기획하고 있다. 미야기생협은 점포, 공공구매, 개인배송등 조합원에게 상품을 제공하기도 한다. 이러한 인기코너인 제철채소코너가 만들어지게 된 것은 당시 후루카와미나미점의 경영실적악화에 있었다. 먼저 산직강화의 배경에는 대형마트의 진출에 있었다. 대형마트와의 경쟁상황 속에서 미야기생협의 매장에는 적자매장이 속출하였다. 생협의 존속여부가 달려 있을 정도로 어려웠다고 한다. 이러한 상황을 타개할 만한 대책이 2000년부터 시작된 산직중기계획으로 확정되고, 매력있는 매장으로 탈바꿈하려는 노력으로 제철채소코너를 재정비

했고, 매장의 제철채소코너덕분에 경영악화에서 벗어날 수 있었다. 예전에도 제철채소코너는 있었으나, 매장 한쪽으로 밀려나는 경우가 대부분 이었고, 매장의 상황에 따라 없어지는 경우가 많았다. 특히 매출액이 일정치 않은 관계로 없어지는 경우가 많았다. 이로 인해 산직품을 원하는 조합원들은 불만은 컸다. 더욱이 인근에 대형유통업체의 입점으로 위기가 고조되었고, 매장의 관계자들은 산직으로 승부를 걸자는 분위기이었다. 생협매장에 취급하는 상품의 형식에 ‘산직’이라는 새로운 형식을 더했고, 여기에 생산자그룹도 가세했다. 오랜기간 논의를 거쳐 2001년 5월 후루카와점의 제철채소코너가 개설되었다.

생산자들은 매일아침 실제 매장에 가서 상품을 진열한다. 그 많은 야채를 그 날 아침 수확한 것이다. 이러한 것은 예전에도 그리 했으나, 생산자 자신이 가격을 결정하여 판매량에 따라 수익을 얻고, 남은 물건에 대한 회수리스크를 진다는 점에서 이전과 다르다. 이 시스템의 변화는 큰 의미를 지닌다. 이 변화를 통해 생산자는 조합원의 니즈에 대해 민감하게 반응하지 않을 수 없게 된다. 매장의 다른 청과판매장의 야채를 확인하던가, 가격을 비교한다던가 하는 것이 일상적이 된다.

이러한 성공을 위해서는, 생산기술 역시 필요한 부분이다. 미야기생협은 산직강화를 장기 계획의 목표로 설정하고 있어, 이것을 달성하려고 산직야채를 재배지도전문가를 초청하여 품종개량을 한다. 또한 실제재배에서도 지도를 하게 된다. 이러한 지도에 따라 열심히 따라 준 덕분에 이후 에코파머로 인정받게 될 정도가 되었다.

미야기생협은, 점포와 미야기현내의 생산자단체와 연계하여 상설의 산직판장인 [제철채소코너]을 전개하고 있다.

제철채소코너를 주도하는 것은 점포의 점원과 제철채소부회라고 불리는 생산자만이 아니다. 점포마다 조합원이 자신의 점포와 산지에 관계하고 있다. 예를 들면, 센다이시의 중심부에서 10킬로 서쪽에 있는 아야시점의 제철채소시장은, 타지리지역이나 기오지역의 생산자가 제철채소부회를 조직해 청과물을 공급하고, 조합원들의 [채소그룹]이 매장을 돕고 있다. 그룹활동은 점포에만 끝나지 않고, 정기적으로 생산자인 제철채소부회의 부인부와 회합을 갖고 있다.

2) 생협과 농협, 가공업체가 제휴한 근거리산직 사례 : 후쿠시마 대두의 도입

(1) ‘후쿠시마 대두의 모임’의 발족

코프후쿠시마는 생산자단체나 가공업자와 함께 계약생산농가에 대한 지원제도를 만들고, 1만세대의 소비규모를 목표로 하는 모임이 1998년에 만들어졌다. ‘대두의 모임’은 소비자와 생산자, 가공업자가 하나가 되어 국산품을 먹는 것(지산지소)로 식료자급률을 높이려는 실천적 운동이다. ‘후쿠시마현판 CSA’에 의한 지역농업의 재생, 활성화에 공헌하는 것을 내건 ‘대두의 모임’은 생산자와의 교류나 가공체험 등을 통한 ‘畑의 학교’를 개최하고, ‘먹거리교육’ 활동에도 적극적으로 나서고 있다. 2007년부터는 규격외대두(시장유통규격으로부터 제외된 작은 대두)에 의한 ‘생산자응원납두’를 상품화하고, 1박스당 15엔을 생산자응원기금으로 충당하는 등 지역에서의 기대는 높아지고 있다.

발족부터 10년을 경과하여 ‘대두의 모임’의 원료대두 취급량은 50톤에서 180톤(08년도 계약기준)으로 3배증가했고, 소비자회원은 4,600명에서 13,000명으로 증가했다.

‘코프후쿠시마’는 처음으로 유기야채공급 등 산직거래를 하고 있는 후쿠시마농민운동연합회와 ‘요시야로우(좋은 촌사람)’가 서로 의기가 투합하여 시작했다. 그러나 일정기간에 걸쳐 매일 제품을 공급하기 위해서는 원료가 절대적으로 부족했다. 원료의 일정량을 확보하는 것이 필요했기 때문에 농협의 참가없이 실현하기가 어렵게 되었다. 그래서 농협의 현조직에 힘을 빌리게 되었다. 농협쪽에서도 감반정책은 2할에서 3할로 확대했기 때문에 생산조정의 영향이 크게 되었다. 轉作작물로서 대두재배를 장려하더라도 이용방향이 정해져 있지 않았기 때문에 생산조정보조금을 주는 것만으로 재배에 들어갈 수 없었다. 대두의 유효한 이용이 정해지고, 장래에 대한 전망이 생기면서 폐허가 된 뿡나무밭에 작부를 확대하고 대두의 생산을 확대하게 되었다. 농협현조직은 이 생협의 아이디어에 대찬성했다.

이렇게 해서 원료의 안정적인 확보가 가능하게 되었다. 농협의 참가에 의해 지역 대두의 이용의 길이열렸다. 가공업자는 1960년대부터 공동으로 상품을 개발한 지역업체인 (주)内池醸造에 된장과 간장을 위탁하고, (유)코프푸드에 두부, 낫도(納豆)의 제조를 의뢰하였다. 이처럼 지역의 가공업자를 더함으로써 생산자(농가, 농협), 가공업자, 유통업자(코프후쿠시마) 3자가 협력하게 되었다.

1988년 2월에 ‘후쿠시마 대두의 모임’을 결성준비회를 발족시키고 회원목표나 생산량, 가공품목, 가격, 생산장려조치(가격을 올리는 형태로 산지JA에 1포대에 3,000엔의 조성금을 교

부) 등에 대하여 검토하였다. 3자로 조직을 세우기 위해서 동년 7월에 ‘후쿠시마 대두의 모임’ 발족회가 개최되었다. 그 후 착실하게 운동이 전개되고, ‘대두의 모임의 맹세’의 실현을 위한 활동이 개시되었다. 발족 당시의 구성멤버는 생산자단체(JA후쿠시마중앙회, JA후쿠시마 경제연(經濟連), 후쿠시마농민운동연합회), 소비자단체(코프후쿠시마, 蓬萊타마코 회), 2개의 가공업체 등 모두 7개 단체로 이들을 창구로 하면서 생산자는 농협을 통하여 소비자는 가가각의 소속단체를 통하여 회원등록을 했다. ‘후쿠시마 대두 모임’이 커다란 운동으로서 전개하고 있는 배경에는 (1) 안전하고 안심할 수 있는 먹거리를 찾는 소비자로부터의 강한 요구가 있었던 점 (2) 농민측으로부터는 생산조정에 대한 불만이 있고, 그 속에서 대두재배의 의의가 인정되었던 점 (3) 국가나 현이나 농협이 전작작물로서 대두재배를 장려하고 있었던 점, 농협은 농가에 대두를 재배토록 할 뿐만 아니라 대두의 효율적인 이용대책을 검토중이었던 점 (4) 생협의 오랜 기간에 걸친 안전한 먹거리를 위한 활동이 이루어졌다는 점이다. 유기농산물을 공급해 온 후쿠시마현농민운동연합회, 안전과 고품질을 위해 공동상품개발을 추진해 온 内池醸造와 코프후쿠시마의 자회사 코프푸드, 蓬萊타코마회(會) 등의 소비자단체 및 코프후쿠시마의 일상활동에 의해 지탱되었던 것이다.

(2) 생산·가공·유통체제

① 생산

‘후쿠시마 대두 모임’은 세사업자가 사회적 분업을 이루면서 공통의 목표를 위해 활동했다. 대두의 생산의 지속성을 확보하기 위해서 소비자단체는 등록회원의 확대를 꾀했고, 착실하게 판로를 확대할 필요가 있었다. 세 사업자는 공통의 이념을 달성하기위해 사회적 분업체제를 확립하여, 생산된 대두가 일정가격에서 100%판매 되는 것이 조건이었다. 이에 대두가격에 대해서는 나라의 가격보증제도인 대두교부금제조, 긴급생산조정연관조성금을 활용한 외에도 소비자가 구매를 지지한다는 의미에서 대두 1포(60kg)당 3000엔(장려금)을 가산했다. 이 장려금은 98년산 대두를 50톤 구입하고 다음해 99년도부터는 연간 100톤을 구입하는 것으로 되었다. 이 장려금은 대두가공품가격에서 생산진흥비를 준비하고, 생산자의 대두재배를 지원했다. ‘후쿠시마 대두 모임’은 농협과 유기저농약재배 협정을 체결했고, 협정을 체결한 농협

은 일정규모의 재배면적과 판매량을 갖고 있는 농협이었다.

② 가공

가공에 있어서는 内池釀造가 된장, 간장을 생산했다. 대두 100톤 중 50.3%를 사용한다. 부가재로서의 쌀, 소맥도 국내산에 한정하고 소금은 멕시코원염에 한정했다. 코프푸드는 두부, 낫도 등에 한정하여 생산한다. (1) 현산 대두의 우수함이 나타날 수 있는 상품 (2) 회원(1만명)이 일상적으로 계속해서 소비할 수 있는 상품 (3) 환경친화적인 상품이라는 세가지 조건을 충족하는 것이 상품개발의 기본이었다.

③ 유통과 소비

‘후쿠시마 대두 모임’의 유통과 판로에 대해서는 코프후쿠시마가 중심이 되어 담당한다. 생산된 가공품은 생협이 공동구입하고, 각 회원에게 배달하며, 일정기간 후에 은행구좌에서 인출한다. “1만인이 모이면 현산(안심) 대두를 먹을 수 있다”. 회원모집에 의해 코프아이츠, 후쿠시마현 남(南)생협, 이와키시민생협이 가세함으로써 후쿠시마현 전지역으로 회원이 확대되었다. ‘후쿠시마 대두 모임’의 회원은 1999년도 7,792명, 2007년에는 12,500명이 되었다.

(3) ‘후쿠시마 대두 모임’이 갖는 의의

① 경제적 의의

사업규모의 확대에 따라 일정 품질의 대두를 안정적으로 확보하는 것이 필요하게 되었다. 생산자의 재배의욕의 향상, 작업체계의 기계화·생력화, 재배방법 및 토양개량 등의 진전, 농가에게는 영농지도체제의 강화에 의한 품질향상, 수확량증가, 농업후계자 육성이 이루어졌다. 또한 가공업자 및 유통업자에 있어서도 일정한 판매처가 확보되어 계획생산이 가능하게 되었다.

② 문화적 의의

‘후쿠시마 대두 모임’이라는 판매루트를 안정화시킴으로써 예약생산을 하고, 재고 특히 재고손실을 없게 하는 장점은 판매자의 경제효과 이상을 가져왔다. ‘후쿠시마 대두 모임’을 통해서 생산자·소비자의 교류회가 열리고, 회원상호간의 친목도모가 이루어졌다. 8월하순의 ‘김매기대회’ ‘싱싱한 풋콩(枝豆)교류회’, 10월하순의 ‘대두수확체험’, 2월은 ‘대두모임 교류회’가 개최되어 대두를 통한 사람들의 교류가 계속 확대되었다.

③ 사회적 의의

‘안전한 식품’만이 아니라 ‘예전부터 풍미가 있는 식품’을 농가, 가공업자, 유통업자 및 소비자가 서로 제휴하는 가운데 육성하고, 경제순환, 지역순환을 통해 서로 존중하면서 자립심과 협동성을 만들었다는 점에서 큰 의의가 있다. ‘후쿠시마 대두 모임’운동은 승자와 패자를 만들어내는 시장원리가 아니라 ‘상호 신뢰’와 ‘화합’과 협동정신에 의거해서 지역을 만드는 지역산품의 창조운동이었다.

(4) 문제점

① 대두원료의 부족

‘후쿠시마 대두 모임’에서 사용하는 대두는 현내산에 한정했다. 매년 공급량의 목표치를 각JA로부터 받았는데, 실제로는 기후조건 등으로 수확량에 착오가 발생하고, 부족한 해가 많았다. 여기에 다른 현에서 생산된 원료도 사용할 것인가, 부족하면 생산을 줄일 것인가라는 선택에 놓여서 당장은 생산량을 줄이고 있다.

② 원료대두가격의 상승

농업제도가 크게 변화하여 개인으로는 10ha이상, 집단으로는 20ha이상의 경영규모가 아니

면 대두보조금이 교부되지 않게 되어 소규모농가는 보조금이 없다면 대두의 재배를 포기할 것이라는 예상이 나오고 있다.

③ 대두의 품질저하

대두의 생산자의 대두보조금제도가 없게 되면, 지역산 대두의 품질이 저하할 것으로 예상된다. 지산지소는 브랜드력의 향상과 일체가 되어 발전하기 때문에 생산기술·기능뿐만 아니라, 양질의 안정된 원재료의 확보가 중요하다.



6. 일본 미야기 생협의 지산지소운동

1) 개요

미야기 생협은 1970년에 카쿠다시(角田市)농협과 계란·닭고기·돼지고기를 공급하기 시작한 이래, 식품의 안정성, 미야기현과 일본의 농·축·수산업의 진흥, 지역경제의 활성화와 문화의 발전, 자연환경 보전에 기여하는 것을 목표로, 멤버, 생산자 함께 지산지소활동을 지속해 왔음.

2) 미야기 생협의 지산지소운동의 기본입장

- (1) 건전한 일본식 식생활의 확립과 식품의 안전성을 높인다.
- (2) 식량자급률의 향상을 목표로, 일본과 미야기현의 농·축·수산업과 가공품,

그리고 생산자의 생활을 지키는 국민합의의 운동을 펼친다.

(3) 지산지소운동을 적극적으로 펼치면서, 지역경제활성화와 문화의 발전, 자연환경보호의 이바지한다.

3) 미야기생협의 지산지소운동의 시대별 특성

- (1) 1970년대- 사회적운동으로써 운동시작, 추진
- (2) 1980년대- 안전한 먹거리와 농업의 기반의 안정화
- (3) 1990년대- 산직품의 경쟁력강화
- (4) 2000년대- 생협의 구심점으로 산직품의 위치

4) 미야기 생협의 산직품

- (1) 미야기생협의 산직품의 브랜드명:

메구미노(은혜의 들판)



- (2) 메구미노 상품의 선정기준

- 산지와 생산자의 명확성----- 누가 어디에서 만들었는가?
- 생산방법과 수단의 명확성----- 어떻게 만들었는가?
- 멤버(조합원)와 생산자와의 교류-- 공통의 요구의 실현

5) 메구미노 상품의 재배기준 및 잔류농약검사결과 보고

- (1) 야채재배시 금지농약의 사용하지 않음

- 살충제, 살균제, 제초제로 분류하여 금지농약리스트를 게재

참고) <http://www.miyagi.coop/products/megumino/standard/>

- 2) 야채재배시 사용가능한 농약인 경우, 사용기준에 따라 재배
- 3) 상품에 사용된 농약에 대해서는 사용계획(매년)등을 등록한다.
- 4) 농약사용의 변경이 있을 경우, 사전에 보고한다.
- 5) 홈페이지를 통해 잔류농약검사결과를 보고하고 있음.

참고)<http://www.miyagi.coop/products/megumino/inspection/detail/16/>

6) 메구미노 상품소개

상품은 다음과 같이 ①아채 및 과일 ②육류 및 육가공품 ③생선 및 가공품 ④ 그 외, 가공품으로 분류하고 소개하고 있음. (아래 그림 참조)

<http://www.miyagi.coop/products/commodity/megumino/vege01.html>

生協の商品

めぐみ野商品

めぐみ野商品は、「安全でおいしい食品が食べたい」というメンバーの皆様の声から生まれた「産消直結」の証です。大切に育てられ、恵みに満ちたおいしい幸を、ご紹介いたします。

めぐみ野の恵みたち。



野菜・果物

精肉・肉加工品

鮮魚・魚加工品

その他・加工品

1

2

3

4

「めぐみ野」もも

【産地:福島県伊達市梁川】



味と安全性にこだわった桃です。栽培中の農薬を減らし、おいしさを実現するために、できるだけ樹上で熟してから収穫しています。

取扱期間 8月～9月

備考

品種・出荷時期・特徴

晩星	7月下旬	早生種で食味良い品種です。
白鳳	7月下旬 ～8月上旬	多汁で甘みが強く酸味の少ない品種。
あかつき	8月上旬 ～8月中旬	果肉が緻密で糖度の高い品種。
川中島白桃	8月中旬 ～9月上旬	かりつとした食感。 甘さもしっかりでもしつこくない。

「めぐみ野」大谷果樹組合産りんご

【産地:山形県朝日町】



りんごの有数の産地、山形県朝日町で、農薬を減らし有機質肥料を多投して栽培されたりんごです。代表の品種は、つがる、ジョナゴールド、王林、サンふじなどがあります。

取扱期間 9月～12月

備考

品種・出荷時期・特徴

つがる (ゴールデンデリシャス×不明)	9月上旬 ～下旬	早生種として大玉で甘味が強く果汁が多い。
王林 (ゴールデンデリシャス×印象)	11月上旬 ～12月	果皮は青地に茶色の黒点で和梨に似ている。果肉は白く、甘味が強く酸味が適当にある。
ふじ (国光×デリシャス)	11月上旬 ～1月	しっかりした肉質と豊富な果汁、食味がよく甘味も高い。日本を代表するりんご
昂林(こうりん) (ふじ×不明)	9月下旬	実が大きく、果実全体に明るい紅色。果肉は黄白色で果汁は多い。果肉は緻密で硬く蜜が入る
秋映(あきばえ) (千秋×つがる)	9月～10月	真赤で甘さと酸味の調和が特徴の新品種。長野県生まれ。
シナノスイート (ふじ×つがる)	10月下旬	甘さいっぱい、歯ざわりがよく大玉の品種。長野県生まれ。

7) 미야기생협의 지산지소운동의 연혁

1970 년

- 카쿠다시 농협과 계란 · 닭고기 · 돼지고기의 산직 개시
- 첫해 공급액 1500만엔

1971년

- 카쿠다시 농협과 야채 · 배 공급 개시

1972년

- 센난가공연 설립 · 돼지고기 가공

1974년

- 낫토(일본음식)를 위탁가공하여 산직을 시작
- 첫해 공급액 630 만엔
- 산직 우메보시(일본식 매실짬아치)본격적으로 산직으로 4t공급

1975년

- 카쿠다 딸기부회 설립
- 우메보시위원회 발족

1976년

- 산직 카쿠다딸기 공급개시
- 사토씨 산직야채 공급개시

1977년

- 흑돼지 · 닭(육계) 생산 검토

1978 년

-흑돼지 복서종 시험 도입

1979 년

-츠게모노(절임음식) 산직 시작

-산직으로 배 공급 개시

1980 년

-[산직10주년 정상회담]개최 회담을 통해 다음을 확인했다.

① 서로 공통 인식과 신뢰 관계의 확립을 목적으로 상호 교류 실시

② 협동조합 간 협력을 통해 농산물의 지역내 자급을 목표로 한다.

③ 동지적인 비판은 이른바 산직 발전의 조건이다.

-산직위원회 (야채 · 딸기 · 배 · 계란 · 육류) 발족

-마루모리농협과의 산직 시작

1981년

-유정란공급 개시 7가구 9,000 마리

-타지리농협과의 산직 시작

-유정란 공동 구매 개시

-카쿠다시농협 생산자 21명이 흑돼지협의회를 결성, 산직흑돼지 개시

1982년

-미야기생협설립 합병

-제1회 미야기현 산직교류집회개최 참가자 250 명

-카쿠다시 농협 전작논에 소립대두(스즈마루)을 도입

1983년

-벚꽃계란 공급 개시

- 타지리산직위원회 발족
- 카미오카타해바라기외와 산직 시작

1984년

- 미곡위원회 발족
- 타지리와 모내기 · 벼 베기 교류 시작
- 농약 · 유기 비료 · 자가배합사료 프로젝트 팀 구성 발족
- 이시마키산직 오이공급 개시
- 오사토마을 鶯崎지역의 야채 생산부회의 공급개시

1985년

- 미야기현산 산소제휴추진협의회 발족
- [미야기 소립대두추진협의회]결성
- 미야기 소립낫토 공급 개시
- 고향쿠파라는 상품개발, 산리크산 염장미역 공급 개시

1986년

- 제1회 산소제휴 생산자대회 개최
- 제1회 어머니와 아이의 고향 COOP여행 (이후 매년 개최)
- 우메보시의 생산자인 후루타농업생산조합 아사히 농업상 수상
- 후루카와 산직그룹 산직야채 공급개시

1987년

- [산직야채 사용농약 기준]결정
- 공동 구매, 그린박스 야채산직 시작
- [쌀과 식품관리제도를 둘러싼 문제에 대한 공동성명]발표

1988년

-[미야기 냉해피해 생산자 지원금] 240 만엔 지원 모금

-타지리농협 야채 미곡 축산부회제를 도입

1989년

-산직 고향미 공급개시

-[농산물의 안전성을 높이기 공동견해](미야기현 생협연 & 중앙회)

-저온살균우유의 공급 개시

-산직우유위원회 발족

1990년

-흑돼지생산부회(카쿠타) 일본농업상 은상수상

-미야기흑돼지생산협의회 발족 : 타지리 · 시라이시 · 카쿠다 · 가공연 · 미야기 생협

-산직영계 생산 시작

1991년

-미야기현 협동조합콘와(혼화)위원회 설립

-쌀시장 개방저지 미야기현민 집회

1992년

-오사토마을농협과 산직 제휴 시작

-그린박스 이용자교류회 실시 (카쿠다 2 개소 · 다지리 · 마루모리)

-쌀수입 자유화에 반대하는 미야기현민 집회

1993년

-이상기상에 의한 농산물 피해 긴급 학습회

-쌀시장 개방 허용 항의. 미야기현민 총궐기 대회

-쌀홍작 (작황37) 냉해모금, 모금 금액 335만엔

1994년

- 산직야채 사용 농약의 검토 시작
- 산직 카쿠다 우유 발매

1995년

- 농법 · 농약 프로젝트[산직야채사용 농약기준]결정
- 산직수산 7개의 파트너와 9개의 어종으로 시작
- 산직 시다킨(志田金) [COOP이와테산 염장미역] 호테이수산[케센누마산 생카츠오(가다랑어)구이], 미에현어협[양식돔],[양식전갱이],중원(中元)어협[하마 마츠산 장어구이]시작

1996년

- 제1회 전국 친환경보전형 농업추진콩쿨]우수상 수상
- 전국농협중앙회장상 수상 다지리마을 산직위원회 (JA 미도리노)

1997년

- 산직붉은닭 생산시작
- 미야기생협 상품검사실 이화학검사 시작
- 미야기현 산직 미곡생산자협의회 결성
- 미야기현 산소제휴추진협의회에 가공업자·수산물관계단체 참가
- [산직시즈카와만산 굴] 동참

1998 년

- [제1회 오리자상]수상- [타지리산직위원회] [JA카쿠다시]
- 산직 하코다테오오누마 소 공급 개시
- 집중 호우·태풍피해 발생·모금활동 금액 356만엔
- 산직 달걀생산자명 · 산란일 및 유통기한 표시가 되게 됨.
- [산직 타카츠가와산 양식연어]에 시작
- 1998년 제휴단체 회원가맹, 이와누마 양채소생산조합외 12곳

1999년

-[제4회 전국 친환경 농업추진 콩쿨]대상인 농림부장관상을 JA 미야기센난마루모리지구 벼
농사 부회가 수상

-미야기현 유기농산물등 인증제도 인증취득 (토마토 및 가지 · 고향미)

-나루코 우에하라 낙농우유 발매

-미야기의 산적을 생각하는 [산적미래프로젝트] 시작

-1999년 제휴단체 회원가맹, (주)와타나베수산물외 3곳

2000년

-이시마키 산적딸기 동참

-산적 미래 프로젝트 제언발표

-산적미카산 아사리산직품이 됨

-2000년 제휴단체 회원가맹, (주) 십문자치킨판파니 · 전농치킨푸드 동북지점

2001년

-산적 야채직매소 순채시장 후루카와 미나미점 · 타카쵸점에서 시작

-자오사육생협의 달걀과 유정란 행복란 공급시작

2002년

-산적 야채직매소 순채시장 시라이시점 오픈

-산적 영계가 전사육기간 무투약사료로 사육하기로 됨

-카쿠다지구, 닛벤지구의 야채피해 모금활동 125만엔

-카쿠다 딸기부회 [미야기현 농업콩쿨지역 농업상]수상

2003년

-산적 미치노쿠돼지 시작, JA 카미요츠바, (유)이즈누마농산이 참여

-산적 자오의 흰색달걀 발매개시

- 산직야채의 기술지도, 농업기술고문 도입
- 냉해 모금활동, 모금 금액147만엔
- 2003년 제휴단체 회원가맹, (주)큐리의 7곳

2004년

- 산직위원회가 농업·축산·미곡가공·수산물위원회 4개로 분리
- (주)린료쿠수산과 (유)가즈오와 이치로농장가맹
- 산직 미치노쿠 돼지생산자에 카미다농업고등학교가 협력

2005년

- 산직달걀 30주년 기념식 개최
- [산넷 농산물안전시스템]이 CRM [모범 사례상]으로 수상

2006년

- 카쿠다 딸기부회 30주년, 카쿠다 우메보시부회 30 주년
- [제4회 오리상] 대상 카쿠다시의 고향 안심쌀 생산조합협의회가 수상
- 산직 시스카와산 생굴 생산자에 대한 지원 모금 2,231,754엔

2007 년

- [제12회 전국 환경보전형 농업추진콩쿨]에서 고향안심쌀 생산조합협의회가 농림장관상 수상
- 미야기생협 [제12회 환경보전형 농업추진콩쿨]에서 특별상 수상
- 미야기현산 생굴소비 확대캠페인 실시
- 순채시장을 야기야마점, 리후점, 니시다카점, 이시마키오오하시점에 도입, 29점포에 전개함.

2008년

- 오이타현산 양식전갱이가 산직식품.

- 농업생산법인 (유)이즈누마농산이 제38회 일본농업상 대상수상
- [안심군(君)=청과물품질보증시스템]도입
- 사료 · 비료 · 유류 상승으로 경영이 어려운 생산자를 격려하는 “미야기 생산자를 응원하자” 라는 캠페인을 매월 실시. 산직품 이용을 호소하고 응원 메시지도집합.

2009년

- 산직 고향쌀 공급개시 20 주년
- 마루모리마을 산직고향미부회가 [제5회 오리상]준대상 수상
- [산직 자오달걀과 순미로 만든 원조계란술]발매
- [순채시장]을 산직품판매장으로 알도록 [산직순채시장]으로 명칭 변경

2010 년

- 미야기생협의 산직 활동 40주년을 맞이함.
- 칠레대지진쓰나미피해 산직생산자에 대한 지원 모금 2,262,406엔
- 산직달걀 · 산직닭고기. 산직돼지의 사료용쌀로 사육시작
- 미야자키현 구제역에 맞서는 축산 관계자에 응원모금 2,156,765엔
- [타지리논생물 조사 프로젝트] 농수성의 전원자연재생콩쿨에서 파트너십상 수상
- 산직 소립낫토의 원료를 “코스즈”에서 “스즈호노카”로 전환

2011년

- 3월 11일 동일본 대지진 발생
- 산직생산자 2,500 명으로 구성된 미야기 부흥캠페인 실시
- 7월 [식(食)의 미야기부흥네트워크] 설립
- 9월 [산소직결 메구미노]브랜드 출시
- 지진 피해생산자에 대한 지원 모금 활동 3,341,341엔 기부
- 도쿄 전력 후쿠시마 제1원자력 발전소사고에 의한 메구미노제품의 안전을 담보하기 위해, 생산자와 협력하여 메구미노제품의 방사성 물질의 모니터링 검사를 실시. 3 월부터는 검사대상을 쿠팡상품과 일반시장제품으로 확대

2012 년

-[나루 우에하라 낙농조합]이 환경보전형 농업추진콩쿨에서 우수상 수상

-생산자 부흥응원 모금활동 4,002,987원 기부

8. 미야기현생협의 개요(2011년 3월 현재)

-명칭: みやぎ生活協同組合(미야기생활협동조합)

-설립: 1982년 3 월 21 일

-본부: 미야기 현 센다이시 이즈미구 야오토메 4-2-2

-출자금: 221억 9,631만엔

-조합원 수: 644,559 명 (미야기 현 세대 가입률 70.1 %)

-사업고: 1,003억 7,221만엔

-사업 영역: 미야기현 전역

-사업 내용: 점포 사업, 공동 구매 사업, 문화 서비스 사업, 수탁 공제 사업 두부 · 양주
생산 제조 사업, 고기 · 생선 가공 사업 등

-사업소: 46 점포 (중 1 점포는 재건축 중), 10 (공동 구매 부) 지부, 7 (학교 부) 지소 (2012
년 9 월 27 일 현재) CFT (두부 등의 제조, 고기 · 생선 포장 센터), 재활용 센터

-직원 수: 정규 직원 (693 명)

 촉탁 · 파트 · 아르바이트 직원(5,549 명)

출처: <http://www.miyagi.coop> 가공정리.

7. 이와테생협의 지산지소운동

1) 개요

세계적인 식량 위기가 우려되는 가운데, 일본의 식량 자급률은 칼로리 기준으로 39 %까지
하락, 음식에 대한 불안은 점점 커지고 있다.

이와테 현의 기간 산업인 농림어업은 해마다 어려워져가고 있으며 쇠퇴의 일로를 걷고 있다. 이러한 영향은 2차 산업과 3차 산업에도 영향을 미쳐, 현민 소득 감소로 이어지고 있음.

식품 표시의 위장 사건이나 중독 사고 · 사건, 수입 농산물 잔류농약과 미등록농약사용 등 식품 안전을 둘러싼 문제와 불안이 더욱 커지고 있음.

그러므로, 이와테생협은, 산직운동을 중심으로 [지산지소]에 힘을 쏟아, 현내의 생산자, 농협, 어업, 행정등의 협력을 통해, 생산자와 소비자의 교류, 지역의 생산물의 보급, 농림어업을 지키는 식량자급률을 높이는데 힘을 쓰고 있음.

2) 이와테생협의 [지산지소의 목적]

- ① 건강한 식생활: 이와테의 식문화를 지키고, 현민 및 조합원의 건강한 식생활을 실현.
- ② 안전 안심의 구축: 생산과 소비의 거리를 줄여 안전을 구축함.
- ③ 생산체계의 재검토: 생산체계와 생산방법을 검토하고 농약이나 화학비료의 사용을 줄임
- ④ 가치 검토: 생활 및 식생활, 가치관을 검토하여 먹거리를 소중히 함
- ⑤ 새로운 지역 만들기: 생산자, 소비자, 행정등이 연계하여 새로운 지역사회를 만들어감.

3) 이와테생협의 [산직3원칙]

산지와 생산자의 명확성

생산방법과 수단의 명확성

멤버(조합원)와 생산자와의 교류

4) 이와테생협의 [산직기준]

- (1) 조합원의 참가를 높이고, 조합원의 의견을 상품만들기에 적극 반영한다.
- (2) [지산지소]의 활동을 강화하고, 이와테의 농어임업을 지키고 발전시키는데 공헌한다.
- (3) 조합원과 생산자는 자립과 평등의 입장에서 서로의 발전할 수 있도록 노력한다.
- (4) 산지, 생산자, 생산 및 유통방법을 명확히 하고, 정보를 공개한다.
- (5) 생산방법등을 기록하고, 정기적인 점검과 검사를 한다.
- (6) 후계자양성, 환경부하저감을 지원한다.

5) 이와테 생협의 공개안전확인회과 산지업무확인회 실시

이와테생협은 2002년에 만든 [산직정책]에 따라 2003년도부터 생산자와 조합원·상근자가 생산현장에서 산직품재배방법과 사육방법 등을 확인하는 [공개안전확인회]를 현재 모든 산직 생산자와 매년실시하고 있음.

이 모임은 [재배이력] [위생관리]등의 관리상태를 공개하여, [안전성] 확인 및 제3자에 의한 [인증]을 대신하여 [생산자], [조합원],[생협 상근자]라는 서로의 얼굴과 생활이 보이는 관계 속에서 확인하는 것이다. 이를 통해 신뢰관계가 만들어지고, 더욱 안전한 생산으로 이어짐.

2004년도부터는 생산자와 생협의 조합원과 상근자가 이와테생협매장, 가공시설등에서 산직 상품이 어떻게 입하/가공/저장/공급되는지 확인하는 [산직 업무확인모임]을 실시하여, 매년 지속하고 있음.

이는 생산에서 공급까지의 일련의 산직품 흐름과 그 관리방법을 공개함으로써 보다 신뢰받는 산직을 추구하게 한다.



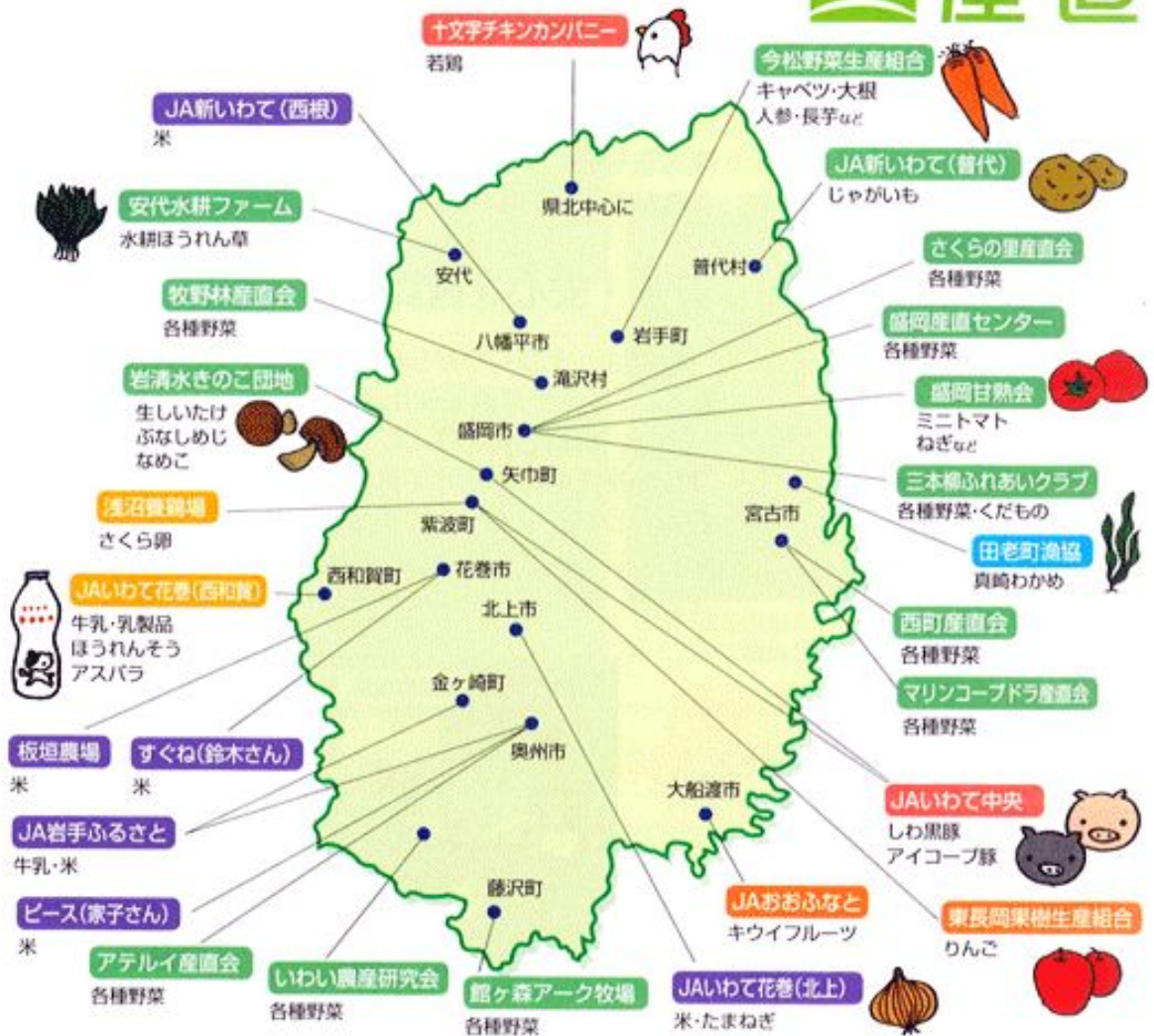
6) 산직연계도 및 산직품 리스트

(1) 산직연계도

- 현재 이이와테현 내의 32단체와 산직연계를 하고 있음.

県内32団体と産直提携

2011年11月現在



(2) 産直 生産品目 生産者 リスト

	생산자	주요 생산품
【야채 · 과일】	야스시로 수경팍	수경 시금치 · 등
	킨마츠노 야채생산조합	양배추 · 무 · 인삼 · 마 · 등
	이와이 농업연구회	순무 · 유채 · 다른
	칸케모리아크 목장	시금치 · 순무 · 다른
	모리오카 감숙회	토마토 · 미니 토마토 · 파 등
	히가시나가요카 과수 생산 조합	사과
	JA 신이와테	감자 (남작 · 기타 아카리)
	JA 이와테 중앙 이와시즈미 버섯단지	생 표고 버섯 · 나메코 · 후나지 메(버섯종류)
	JA 이와테 하나마키	양파
	JA 이와테 하나마키 (니시와카)	시금치 · 아스파라거스
	JA 이와테 오오후나도	키위
	산본야나기후레아이클럽	Belf 센호쿠 점포 산직코너
	모리오카 산직 센터	Belf 야마기시 · Belf 아오야마 점포 산직코너
	벚꽃마을 산직회	Belf 마츠조노점포 산직 코너
	마키노 숲 산직 회	Belf 마키노노린점포 산직 코너
	JA 이와테 고향 아테루이산직회	쿠파테루이점포 산직 코너
	JA 새로운 이와테DORA산직회	마린쿱 DORA 점포 산직 코너
	JA 새로운 이와테 니시초산직회	Belf 西町 점포 산직 코너
【수산물 가공품】	타로마을어업 협동조합	아이쿱 마사키미역
【고기】	JA 이와테 중앙 주름흑돼지 생산자 모임	주름흑돼지
	JA 이와테 중앙 아이쿱돼지 생산자 모임	사료쌀을 준 산직아이쿱 돼지고기
	(주) 십문자 치킨컴퍼니	산직 영계
【우유 · 계란】	JA 이와테 하나마키 (세와키) 낙농조합	아이쿱 생협 우유 · 유제품 외
	JA 이와테 고향 산직 우유 추진조합	아이쿱 생협 우유 외.
	(유) 아사누마 양계장	사료쌀을 준 산직 벚꽃달걀
【미곡】	JA 이와테하나 마키(키타우에)	특별 재배 쌀 히토메보레
	JA 이와테 고향 (미즈사와)	특별 재배 쌀 히토메보레
	JA 새로운 이와테 (니시네)	특별 재배 쌀 아키타고마치
	(유) 이타가키 농장	유기 재배 쌀 히토메보레
	(유) 스구네(스즈키씨)	특별 재배 쌀 히토메보레 유기 재배 쌀 히토메보레
	(유) 평화 (이에노코 씨)	특별 재배 쌀 히토메보레 유기 재배 쌀 히토메보레

7) 이와테현 생협의 개요(2012년 3월 현재)

- 명칭: いわて生活協同組合(이와테생활협동조합)
- 설립: 1990년 3월(이와테현내의 6개의 단위생협의 합병)
- 조합원출자금: 71억 2,541 만엔 (조합원 1인당 34,944엔)
- 공급고(2011 년도): 374억 7,794만엔
- 조합원 수: 205,776명 (이와테현 세대수 대비 40 %)
- 반 수: 11,201 반
- 반 원: 34,845 명
- 개별배송: 35,178 명

출처: <http://www.iwate.coop> 가공정리. .

부록2. 영미권 생협 사례

1. 사례: 웨일즈 커뮤니티 생협 프로그램²⁸⁾²⁹⁾(The Community Food Co-operative programme in Wales)

<그림 1> 웨일즈 커뮤니티 생협 프로그램 CI



1) 연혁

- 2004년 4월 시작: 웨일즈 지방정부의 건강불평등 기금의 보조금
 - 웨일즈 주민들의 과일 채소 소비량이 권장수준보다 낮다는 것이 건강조사 결과 알려지면서 시작함
 - 2개 지역에서 2년짜리 파일럿 프로젝트 시행(먹거리 빈곤과 먹거리 형평성 제고 목적): 이용 주민들의 과일 채소 섭취량 증대 확인
- 2006년 4월 추가 재원 투입
 - 프로그램의 확대 시행
 - 2007년 4월 웨일즈 전역으로 확대 시행
- 현재 프로그램: 2008~2011
 - 재원: 웨일즈 지방정부 보건사회보장부 & 농촌부

28) <http://www.physicalactivityandnutritionwales.org.uk/page.cfm?orgid=740&pid=29570>

29) 사업평가보고서(2012) <http://wales.gov.uk/docs/caecd/research/120628communityfoodfinalen.pdf>

- 집행: 중간지원기관인 Rural Regeneration Unit(RRU)³⁰⁾ 통해 보조금 집행
- 연간 예산(2011): 50만 파운드(약 10억원)
- Wales Local Sourcing Action Plan(2010)과 관련

2) 개요

- 생협을 통해 매주 도매가격으로 신선한 과일과 채소를 공급하는 프로그램
 - 이를 통해 웨일즈 주민들의 신선과일과 채소에 대한 접근성과 섭취량을 제고하고, 농촌과 도시지역 생산자들을 지원하기 위한 목적에서 시작됨
 - 가능한 지역에서 생산된 양질의 과일과 채소를 적절한 가격으로 공급: 3파운드 어치의 채소가방 1개와 과일가방 1개를 통해 각 가정의 “5 A DAY”의 달성을 지원
 - 2010년 동안 육류 및 수산물의 시범공급사업 개시: 몇몇 생협들은 계란과 육류 판매
 - 매주 단위로 자원봉사자들이 지역사회 공공장소에서 농산물을 가방에 패킹하면, 소비자들이 정해진 시간에 찾아감(이 시간이 지역사회의 만남과 사교의 장으로 작동함)
 - 소비자는 한주 전에 선주문: 정확한 내용물을 사전에 정확히 알지는 못함
 - 내용물은 2인 가정에 적합한 규모

3) 목표

- 협력적 행위를 통한 건강 증진
 - 농민-소비자 연결, 지역고용 창출, 푸드마일 감축 통한 지역 수준에서의 직접적인 효과

4) 현황

- 당초 목표는 26개의 지역생협 설립: 첫 2년간 77개 설립

30) <http://ruralregeneration.org.uk>

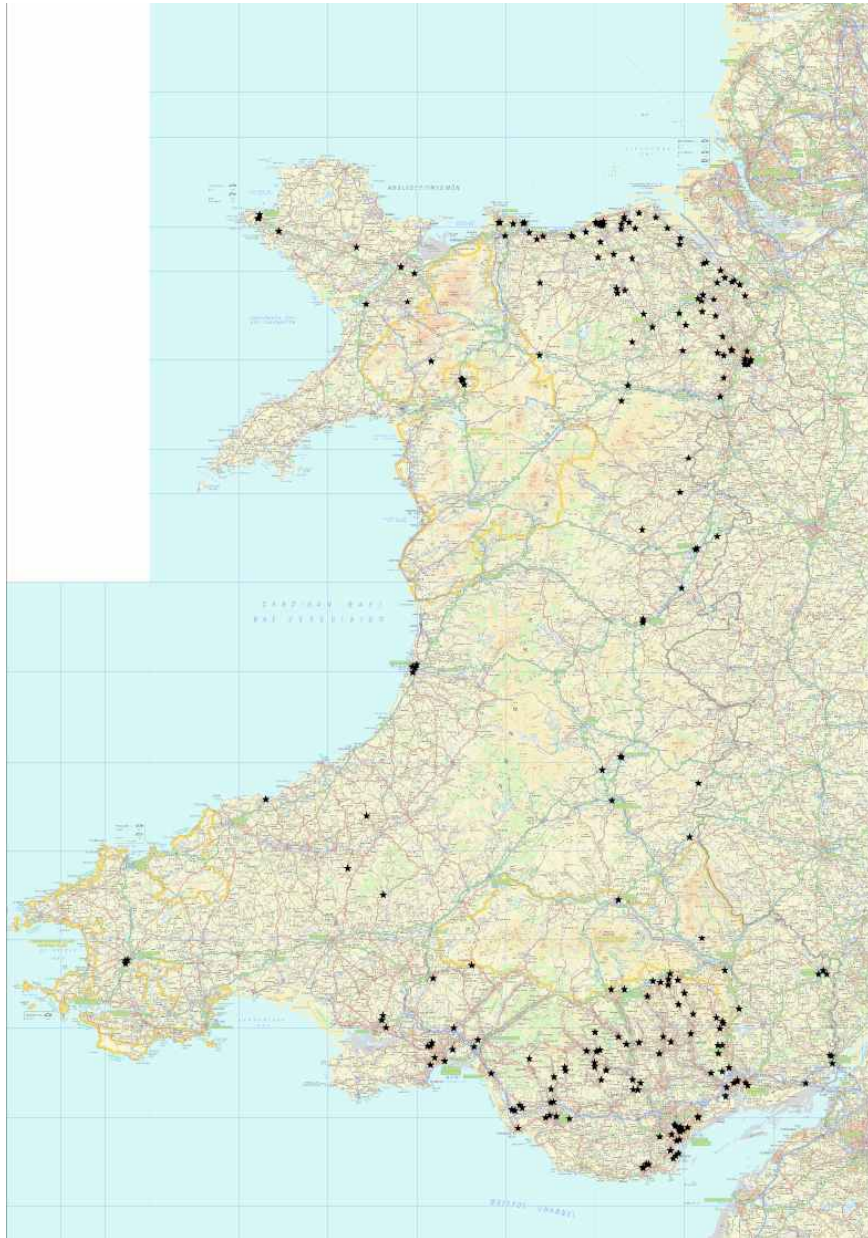
- 2008년말 현재 162개 설립: 약 6천 가정에 공급, 자원봉사자 800명, 연매출 1백만 파운드
(생산자 3곳, 소매업자 10곳, 도매업자 8곳, 사회적기업 1곳이 공급중(가능한 로컬푸드
공급 조건)
- 2009년 7월 현재 220개: 6,500가정에 공급, 자원봉사자 1,400명, 매주 11,000개 꾸러미
배달(생협 1곳당 평균 60개)(생산자 6곳, 소매업자 20곳, 도매업자 16곳, 사회적기업 1
곳)
- 2010년 10월 현재 270개(학교에 80개): 약 1만 가정에 매주 15,000개 꾸러미 배달, 자원
봉사자 2,700명(생산자 10곳, 소매업자 32곳, 도매업자 24곳, 사회적기업 1곳, 수산물공
급자 1곳, 육류공급자 1곳, 빵 공급자 1곳 등)
- 2011년말 현재 300여개 설립: 70곳 이상의 공급처가 생협에 공급(약 30%가 생산자 직
접 공급)
- 2012년 5월 현재 350여개 설립(BBC 뉴스보도³¹⁾)

<현황>(2011년 봄 현재)

- 생협: 276개소
- 주당 평균 4,420명의 소비자에게 공급: 1개 생협당 주당 평균 16명에게 공급(소규모
생협은 10명 안팎~대규모 생협은 40명 이상)
- 주당 꾸러미 총수는 평균 6,800개: 그 중 2/5는 채소꾸러미, 2/5는 과일꾸러미, 1/5는
샐러드꾸러미(생협 당 평균 25개가 공급되고 있음)

31) <http://www.bbc.co.uk/news/uk-wales-17938418>

<그림 2> 웨일즈 커뮤니티 생협 분포현황: 2011년 봄 현재 276개소(Welsh Government Social Research, 2012: 18)



5) 지원체계

- 중간지원기관: Rural Regeneration Unit(농촌지역 사회적경제 컨설팅 전문 사회적기업)
 - 지역에서 생협을 창립할 수 있도록 프로그램 담당자가 지원: 농촌 및 도시 등 웨일즈 전역에 걸친 지역
 - 총괄 담당자, 웨일즈 생산물 담당자, 6명의 식품개발담당자가 생협 프로그램을 지원: 신규 생협설립 가능지역 확인 및 개발, 자원봉사자/공급자/지역공동체단체들과의 관계 유지 활동 수행

- 무료 자문
- 지원
- 기본 시설
- 자원봉사자와 고객을 위한 다양한 무료 교육

- 자원봉사
 - 매주 평균 1,429명의 자원봉사자가 지원: 연인원 160,763명에 달함
 - 대부분 40대 이상의 여성들임: 3/5는 직업이 있는 사람이며, 1/5는 퇴직자임
 - 참여이유는 지역공동체에 대한 봉사, 건강한 식사 장려, 로컬푸드 산업 지원을 원하기 때문: 특히 학교기반의 생협 경우에 건강한 학교 활동을 지원하는 것이 특히 중요한 동기였음
 - 자원봉사자들은 커뮤니티 생협이 과일과 채소 섭취 증진 및 로컬푸드 사용 증진을 가져왔다고 인식하고 있었으며, 커뮤니티 생협이 건강한 식사 증진과 지역공동체 지원 등을 통해 예산에 비해 매우 훌륭한 가치를 창출하고 있다고 인식하고 있었음

6) 소비자 측면

- 이용 동기
 - 지역공동체 지원, 저렴한 신선과일채소에 대한 접근 목적이 주된 이용 동기로 나타남: 뿐만 아니라 산물이 지역 중소기업체와 지역농민들로부터 공급되고 있다는 점 역시 중요한 이유였음

○ 이용 결과

- 4/5가 생협 이용 이후 건강하게 먹고 있으며, 3/4가 가족들 역시 더욱 건강하게 먹고 있다고 응답
- 충성도가 높은 편으로 나타남: 거의 모든 응답자가 다시 이용할 것이라고 응답
- 탈퇴 이유로는 산물의 낮은 품질을 주된 이유로 응답: 하지만 자원봉사자들의 인식으로는 이용자들이 그만두는 이유로 생협 자체에 관한 것 보다는 개인적인 이유(이사 등)가 주된 것이라고 판단하고 있음

7) 공급자 측면

○ 공급(자) 현황

- 총 75곳(2011년 상반기 현재): 소매상 32곳, 도매상 26곳, 생산자 12곳, 수산물 공급자 1곳, 육류 공급자 1곳, 사회적기업 1곳, 빵 공급자 1곳, 건강식품 공급자 1곳
- 대부분의 공급자들은 생협 공급이 매우 작은 부분이라고 응답: 대개 1~5개 생협에 공급
- 소수의 공급자가 공급량의 10% 이상을 차지하고 있으며, 10개 이상의 생협에 공급하고 있다고 응답
- 웨일즈산의 비중은 매우 낮다고 응답함: 웨일즈에서 생산되는 농산물(특히 과일류)이 매우 제한적이기 때문

8) 성과

○ 대외 홍보효과

- 2006년 WHO의 비만퇴치상 수상
- 2009년 영국 카네기재단 Rural Sparks상 수상

- 경제적 효과: 2011년 봄 기준 276개 생협이 매주 6,800개 꾸러미를 통해 20,400파운드 매출 창출³²⁾

- 평균 45주(꾸러미당 3파운드) 기준으로 918,000파운드의 연간 소득을 웨일즈 지역경제에 창출
- 4,500명에 달하는 고객이 매주 꾸러미(과일, 채소, 샐러드 꾸러미 3종) 구매
- 본 프로그램 비용 대비 효과가 1.84배에 달함(프로그램 비용 1파운드 당 1.84파운드가 웨일즈 지역경제에 창출되고 있음)

○ 사회적 효과

- 커뮤니티 생협의 생산물 구매활동과 자원봉사자로서의 참여를 통해 지역공동체에 대한 참여와 사회적 상호활동이 증가함
- 다른 활동과의 연계가 활발해짐: 건강한 학교, 교육, 사회활동 등 지역사회 관련 활동과의 연계
- 교육적 효과: 학교 기반 생협들의 경우 학생들의 음식에 대한 지식과 체험이 증대함

<그림 3> 생협 꾸러미를 들고 있는 소비자들



32) <http://www.facebook.com/RRUFoodCooperatives>

<그림 4> 다양한 형태의 생협 꾸러미들



<그림 5> 3파운드짜리 샘플





<그림 6> 1.5파운드짜리 꾸러미 샘플



2. 사례: 그리니치 커뮤니티 생협(GCFC) (영국 런던)³³⁾³⁴⁾

1) 개요 및 목적

- 2002년 설립: 커뮤니티를 위해 커뮤니티가 운영하는 생협 (유한회사)
- 소득수준이 낮은 그리니치구 주민들에게 과일과 채소의 접근성을 증진할 목적: 그리니치 커뮤니티 Food Initiative로부터 출발
- NHS 그리니치, 그리니치 협동조합개발청(GCDA)의 지원
- Ferrier 생협(가판대)부터 시작해서 점차 다른 생협(가판대)들의 설립을 가져옴: 2010년 말 현재 6개의 하위 생협(가판대) 보유 (시기에 따라 유동적임: 7~8개까지도 확장됨)

<표 1> 그리니치 커뮤니티 생협의 다양한 가판대

가판대 명	요일 및 시간	위치
Ferrier	화 9~14시 수 9~12:30	소광장
Glyndon	목 8~13:30	커뮤니티 센터
Eynsham	목 8:30~13:00	교회
Thamesmead West	목/금 8:30~15:30	초등학교
Abbey Wood	금 10:00~15:15	유치원
Thamesmead Central	금 10:30~14:30	커뮤니티 센터

2) 공급

- 지역산물 공급을 주된 목표로 삼고 있음: 또 한가지 중요한 목표는 다문화 먹거리 공급 (도매시장 통해 구입)
- 물품수는 60여종
- 가격은 슈퍼마켓의 1/3~1/2 수준

33) <http://greenwich-cda.org.uk/gcda/greenwich-community-food-co-op>

34) Sustain, Case Study: Greenwich Community Food Co-op.

<http://www.sustainweb.org/pdf/Greenwichcommunityfoodco-op.doc>

- 직장, 공공기관, 학교식당/매점, 탁아소 등을 대상으로 대량 배달서비스 진행: 그리니치 구청, 초등학교들 등에 배달하고 있음

3) 조직

- 조합원 자격은 개방: 주로 동네 주민들임
- 파트타임 직원 5명, 자원봉사자 20명 이상 활용(초기에는 자원봉사자만으로 운영, NHS 와 GCDA의 지원금)

<그림 7> 그리니치 커뮤니티 생협 가판대



사진출처

<http://www.facebook.com/media/set/?set=a.188078594579438.62364.188026214584676&type=3>





3. 사례: 화이트 시티 생협 White City Food Co-op (영국 런던)

1) 개요

- Well London 프로그램(Buywell 프로젝트)의 지원을 받는 사업으로, 피닉스 고등학교 (학교농장/학습구역)가 운영하는 생협: 건강한 먹거리를 지역주민에게 공급하는 것이 목적
- 다양한 과일과 채소를 판매: 일부는 학교농장에서 공급되며, 생협은 지역의 자원봉사 자들에 의해 운영됨

<Well London 프로그램> <http://www.welllondon.org.uk>



○ 개요

- 런던에서도 가장 낙후된 지역공동체의 건강과 웰빙 증진 목표로 하는 다양한 프로젝트 지원사업(복권기금 지원): 2007~2011년까지 5년 지원(946만 파운드)
- 지역공동체 주도적 프로젝트들에 대한 투자: 정신건강과 웰빙, 건강한 먹거리 선택, 오픈 스페이스 접근성 및 육체활동 증진
- 다양한 단체들의 공동사업: 런던건강위원회, NHS, YMCA 등

<Buywell 프로젝트> <http://www.welllondon.org.uk/32/buywell.html>

- 개요: Well London 프로그램이 운영하는 14개 주제별 프로젝트의 하나(2008~2011)
 - 런던의 10개 낙후지역공동체에서 건강하고 적절한 가격의 지속가능한 먹거리에 대한 시민들의 접근성을 증진하기 위한 목적(공급 측면)
 - 지역 단체들이 먹거리 접근성 프로젝트를 계획, 발전, 운영하는 것을 지원
 - 먹거리운동단체 서스테인(Sustain)의 런던푸드링크(London Food Link)에서 운영
- 지원유형
 - 지역 생산자/시장과 연결되어 있는 지역공동체 주도형 생협, 박스프로그램, 이동식 식품점, 커뮤니티 카페의 설립 및 유지 지원
 - 편의점/소매점에서 과일과 채소 공급 증진 및 전시 개선
 - 기존 생협들의 역할 확장: 정신건강 및 육체활동 지원, 재정적 독립성 증진 지원
 - 식당, 상점에서 로컬푸드 등과 같은 건강한 메뉴선택 지원
- 성과
 - 지역생협과 커뮤니티 카페들을 통해 3200명 이상의 주민들이 수혜
 - 지역 상점들의 과일과 채소 판매량 증대
- 지역생협 지원
 - 기존 생협 3개 지원, 신규 생협 6개 설립: 현장자문 및 지원, 교류 및 학습회, 운영/공급 개선 등의 지원
 - White City 생협, Woodbery Down 생협, Bellingham 생협, South Acton 생협, Larkhall 생협, Hounslow West 박스프로그램

2) 목표

- 자원봉사자들이 운영하는 지역공동체 생협을 통해 지역주민들의 신선하고 건강하며 지속가능한 먹거리의 가용성을 증진
- 지역공동체로 하여금 보다 건강한 식사에 대한 영감과 동기를 제공함
- 지역주민들에게 생협을 활용하여 혜택을 입을 수 있도록 참여시킴

3) 배경

- 런던의 서부 외곽지역에 자리한 화이트시티는 영국에서도 가장 낙후된 6개 지역 중 하나
- 지역주민들에게 신선한 산물을 공급하는 과일과 채소 상점이 극소수에 불과: 건강한 식사의 문제가 주된 문제점으로 부각되는 지역

4) 해결책

- 지역주민들이 원하는 방식에 대한 수요조사 시행
- 생협 운영그룹 구성: 런던의 다른 지역 생협들을 방문하여 학습을 가짐
- 생협 창립: 200명 이상의 주민들이 조합원으로 가입, 현재 160명 이상 유지

5) 운영형태

- 피닉스 고등학교에서 가판대 운영: 매주 금요일 10~14시
- 40~45명이 생협을 매주/격주로 정기적으로 이용
- 지역의 자원봉사자들이 매주 지원활동: 현재 14명의 자원봉사자가 현금관리와 회계업무 훈련받음(지역자원봉사센터의 도움)

영국 스코틀랜드 지방정부의 커뮤니티 식품과 건강 프로그램(Community Food and Health)³⁵⁾

○ 연혁

- 1996년 스코틀랜드 식사 실천계획(Scottish Diet Action Plan) 속의 권고사항으로부터 스코틀랜드 커뮤니티 식사 프로젝트(Scottish Community Diet Project) 출범
- 2006년 명칭 변경: 커뮤니티 식품과 건강 Community Food and Health(Scotland)
- 스코틀랜드 지방정부의 재정지원으로 스코틀랜드 소비자 포커스(구 스코틀랜드 소비자위원회)에서 본부 운영
- 초기에는 건강 증진 의제에서 출발했지만, 점차 사회정의 의제를 포함(사회적 포용, 불평등, 지속가능발전, 지역공동체)

○ 활동

- 1) 다양한 프로그램 진행: 지역공동체에서의 먹거리 활동 관련 연구조사, 정보제공, 지원사업, 교육훈련, 네트워킹, 컨퍼런스 개최 등
- 2) 소규모 프로젝트 지원사업
 - * 소규모 지원금 사업(small grant scheme)³⁶⁾: 건강하고 균형잡힌 식사에 대한 접근성을 높이하고자 하는 단체들에 대해 500~3천파운드까지 지원
 - 건강한 식사의 장애물을 해소하고자 하는 활동: 가격문제, 이용가능성 문제, 문화적 문제, 요리숙련의 문제 등
 - 지역운동단체, 자원봉사단체, 사회적기업 등을 우대하긴 하지만, 학교, NHS, 지자체 공공기관 등과 같은 기관도 가능
 - 2011/2012 지원금 현황: 52개 단체에 총 10만 파운드 지원
 - 워크숍 개최, 텃밭 조성, 교육프로그램, 박스프로그램 시작, 학교클럽 운영, 지역주민 센터에 노인점심제공, 요리교실 운영, 커뮤니티 카페 신설, 지역생협 신설, 지역음식 축제, 주방시설 확충 등
 - * 로컬푸드 접근성 증진을 위한 마이크로펀딩(Local Produce Microfunding): 지역에서 재배된 과일 채소에 대한 접근성 증진(판매 또는 사용)을 꾀하는 지역공동체 먹거리 활동에 대해 1천파운드까지 지원 가능
 - 저소득층 지역에서 활동하는 지역공동체 먹거리 활동(community food initiative) 관련단체들의 지원: 지역생협, 커뮤니티 매장, 커뮤니티 카페, 로컬푸드네트워크 등 지역생산자와의 관계 형성활동, 지역생산물의 주문활동, 지역생산물의 운송(유통), 소비자 홍보활동(홍보물 제작, 메뉴개발 등)

35) <http://www.communityfoodandhealth.org.uk>

36)

<http://www.communityfoodandhealth.org.uk/wp-content/uploads/2012/05/cfhs-small-grant-2012-guidance-notes1.pdf>

4. 사례: 미국 Idaho's Bounty

1) 개요

- 미국 아이다호 주 남부의 온라인 생협
- 1주일 단위의 운영: 생산자들이 판매 가능한 물품 등록 -> 고객들이 웹사이트에서 주문(목요일 8시 ~ 월요일 10시) -> 수요일에 생산자로부터 물품 픽업하여 분류 작업 후 13개 배송지점으로 배송
- => 생산자로부터 직접 배송을 통해 창고비용 절감

2) 규모

- 2007년 설립
- 2010년 매출: \$482,770(2009년 \$372.153에서 30% 증가)
- 연중 운영

3) 취급품목

- 로컬 중심이며, 많은 품목이 유기농임
- 로컬 기준: Magic Valley 기준 250마일 반경 이내
- 가급적 로컬 생산품(아이다호주 남부)을 판매하며, 힘들 경우 광역 수준에서 조달함(미국 북서부: 오레곤주 남동부, 유타주 북부, 몬타나주 남서부), 그 외 로컬 생산이 아예 불가능한 품목은 자체 조달기준에 맞는 물건을 벌크로 대량 구매함(올리브 오일, 아몬드, 연어, 피칸 등)
- 채소, 육류, 유제품, 과일, 가공식품 등 가급적 다양한 품목을 취급(소비자들의 원스톱 쇼핑 지향)
- 2009년 판매액 기준으로 채소, 육류, 유제품 순: 육류와 유제품의 비중이 크고 과일의 비중이 낮은 것이 특징

<표 2> Idaho's Bounty의 판매 품목 및 비중

<그림 8> Idaho's Bounty의 2009년 판매액

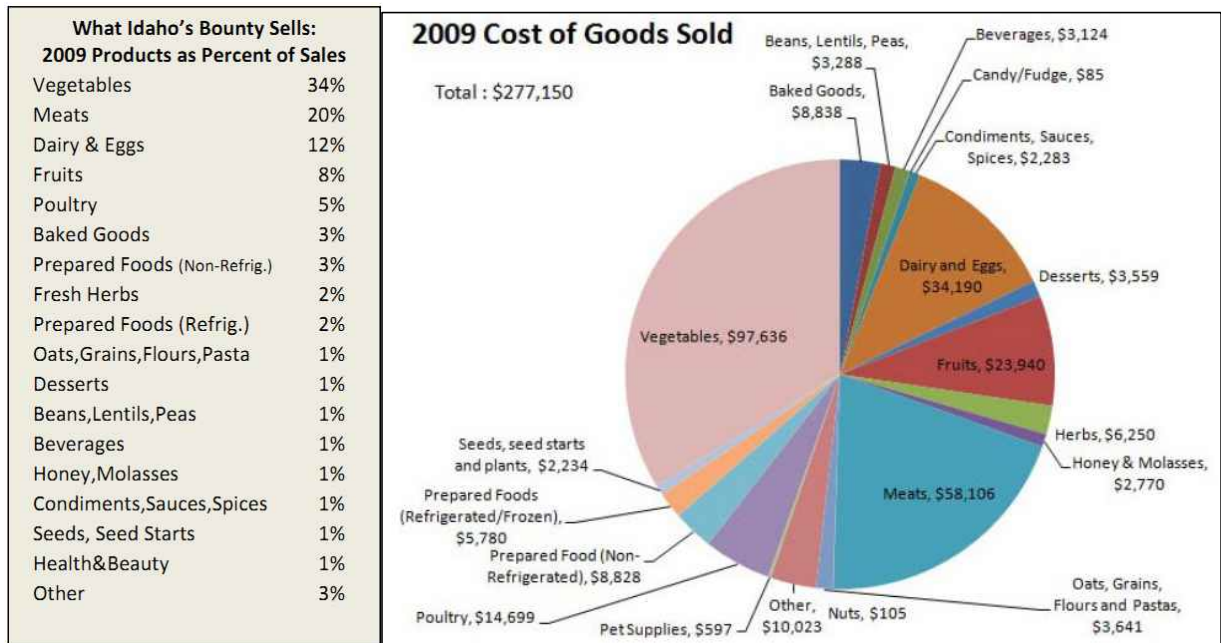


표 출처: Case Study: Idaho's Bounty
An Online, Local Food
Cooperative

도표 출처: Idaho's Bounty 2011 Business Overview (2011.2.18)
- 2010년 매출의 경우에는 육류의 비중이 급성장하여 채소와 비슷한 정도가 된 것으로 보임(비용자료에서 추정)

4) 생산자(조직)

- (2010년 말 현재) 농장수 72개(2009년 66개, 2008년 52개)

5) 소비자

- 회비: 구매조합원(개별가구/사업체/도매업체) 연간 10달러, 생산자조합원 연간 60달러
-> 경제적 자생력 향상 위해 2011년부터 평생 조합비제를 연간 조합비제로 변경했음.
- (2010년 말 현재) 674명(2009년 555명, 2008년 400명)
- 100명 이상의 핵심고객(소비자, 식당, 기관 등)이 매주 주문

- 2010년 매출 기준으로, 일반 소비자 65%, 식당 37.3%, 기타 대형고객 2.7%를 차지: 매출에서 식당을 비롯한 대형고객이 차지하는 비중이 증가하고 있음

<표 3> Idaho's Bounty의 지역별 회원 현황

2010	Members Data, By Region			
Region	Customer Members	Producer Members	Total Signed Up	Total Paid
Wood River Valley	787	14	801	505
Magic Valley	57	35	92	43
Treasure Valley	350	23	373	126
Total	1194	72	1266	674

출처: Idaho's Bounty 2011 Business Overview (2011.2.18)

6) 직원

- 3/4 파트타임직원 2명, 상근직원 2명, 계약직 4명(회계, 웹 관리, 지원금 지원, 운전), 자원봉사자 20명(매주 분류와 픽업 담당)

7) 매장 유무: 없음

8) 특이활동

- 기부금, 각종 지원금(grant) 등의 도움으로 처음부터 부채 없이 계속 운영: 판매액의 약 76%를 생산자에게 돌려주고 있음
- 아직까지 경제적 자생력을 확보하지는 못했음: 외부 지원금과 개인 기부 등을 통해 결손액을 보전하고 있으며 결손액은 계속 줄어드는 추세임
- 설립 전 오클라호마 생협(Oklahoma Food Cooperative) 견학 후 도움 받음: 이들의 시스템을 가져다가 수정하여 사용하고 있음

<그림 9> Idaho's Bounty의 산지 수집차량과 소비자 주문봉투



Idaho's Bounty online orders are filled by picking up the products directly from local producers, sorting the food into order bags and transporting the orders to Bountiful pickup sites or directly to consumers' locations.
Photos courtesy of Idaho's Bounty



출처: Case Study: Idaho's Bounty An Online, Local Food Cooperative

<그림 10> Idaho's Bounty의 상근자와 자원봉사자들



Idaho's Bounty staff and volunteers, December 2008
Photo courtesy of Idaho's Bounty

출처: Case Study: Idaho's Bounty An Online, Local Food Cooperative

5. 사례: City Market-Onion River Food Co-op

1) 개요

- 미국 버몬트주 버링턴(Burlington) 시내의 생협 매장
- 하이브리드형: 자연식품(생협회원) + 관행식품(일반인) 제공

2) 연혁

- 1973년 구매클럽으로 시작하여 몇 번의 장소 이동
- 1999년 버링턴 시내 유일의 대형(full-service) 식품점이 문을 닫자, 시 당국이 도심 내 식품점 개설을 위해 시 부지 임대 경쟁입찰(노약자/이민자 먹거리 접근성 등) 결과 생협이 임대사업자로 선정(임대기간 100년)
- 2002년 City Market란 이름으로 영업 시작(매장면적이 6,000 => 16,000평방피트로 급증: 통상적인 체인 매장들에 비해서는 작은 편임): 생협이 매장 판매품목을 자연식품으로만 제한한다는 대중적 반감을 불식시키기 위한 목적(자연식품만 판매하는 Onion River 생협과의 차별화)

4) 규모

- 매장 면적(16,000평방피트): 버링턴 시내 유일의 식료품 가게
- 연중 운영(오전 7시 ~ 오후 11시)
- 2009년 말 매출액 2,700만 달러(창립 후 7년간 10% 이상씩 성장, 2009년에는 7.5% 성장)

<그림 12> 연간 매출액 변화 추이(2003-2009)



자료: The Little Co-op that could: A Vermont Love Story

5) 취급 품목

- 채소, 육류, 과일, 유제품, 가공식품 등 거의 모든 품목을 취급
- 연중 늘 1,000종 정도의 버몬트산 제품 판매 목표(11월 현재 1,700종 이상 판매)
- 2009년에 약 4백만 달러의 로컬푸드 판매(공급량 부족이 매출 대에 장애물이 되고 있음)

6) 생산자(조직)

- 공급자(vender) 수 1,000개소 이상(홈페이지에 정보 공개된 농장 35개)
- 매년 4백만 달러 이상의 버몬트산 농산물 구매

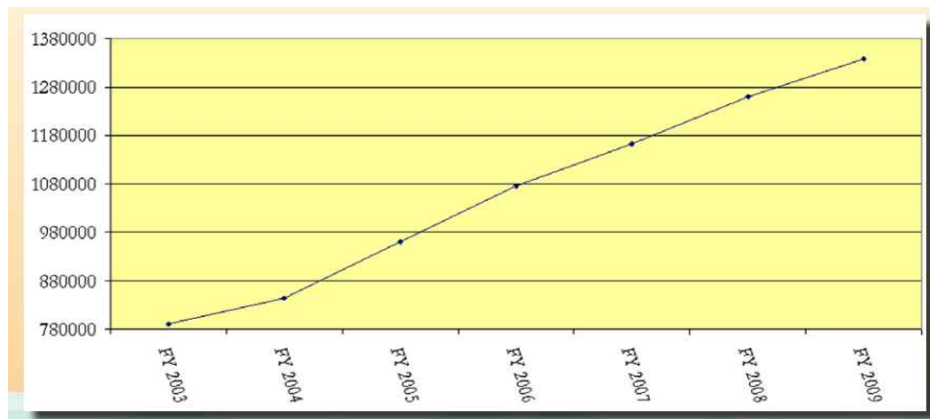
7) 소비자

- 매일 4천명 이상 구매
- 8,600명 이상의 조합원

8) 직원

- 직원수: 173명(상근자 129명(75%))
- 동종 슈퍼마켓 대비 직원 임금이 평균 25% 높음: 직원들의 처우에도 많은 신경을 쓰고 있음

<그림 13> 연간 이용자수 변화 추이(2003-2009)



자료: The Little Co-op that could: A Vermont Love Story

9) 매장 유무: 도심에 매장 운영

- 매장 내 판매 제품에 ‘관행농산물/유기농/지역산’을 각각 다른 색깔로 표시하고 있음

10) 부대 사업

- 출장급식 서비스(catering) 제공
- 생협 매장 내 카페(음식판매)와 샌드위치 코너 운영
- 자체 환경프로그램 실행: 생협 지붕에 태양력 패널 설치, 고효율 전구 사용, 친환경 봉투 (장바구니 가져오면 5센트 할인), 자전거 이용 고객에게 5% 할인 제공
- 사회복지혜택 받는 조합원과 장애인 조합원들에게 10% 할인 혜택 제공

11) 지역사회 기여

- 지역사회 봉사 활발: 각종 지역단체 지원 및 기부
- 노인층 지원: 무료급식(연간 900식 이상), 노인들에게 5% 할인 혜택

12) 조합원 혜택

- 연간 조합비 15달러
- 이용을 늘리기 위해 구매 액수에 따라 연간 조합원 캐시백 제공
- 조합원들이 지역 상점들에서 할인을 받을 수 있도록 하는 프로그램을 운영

<그림 14 > City Market-Onion River Food Co-op 매장 전경



출처: <http://www.rurdev.usda.gov/rbs/pub/mar10/mar10.pdf>

<그림 15 > 매장 내 판매 제품의 '관행농산물/유기농/지역산' 구분



출처: http://www.usda.gov/oce/forum/2010_Speeches/Presentations/NilanC.pdf

6. 사례: 오클라호마 생협 (Oklahoma Food Cooperative)

1) 개요

- 미국 오클라호마 주의 온라인 생협(오클라호마 시티 중심)
- 2003년 소규모 구매클럽으로 시작했으나, 이후 확대되어 푸드허브(food hub)화 됨
- 3대 원칙: (생산자들의) 경제적 자생력, 환경적 지속가능성, 사회정의

1달 단위로 운영이 진행됨

- 생산자들이 판매가능한 품목을 웹사이트에 등록
 - > 고객들이 웹사이트에서 주문(매월 1일~둘째 금요일)
 - > 생산자들이 물류센터로 물품 납품
 - > 자원봉사자들이 분류하여 주 전역의 50개 배송지점으로 배송(매월 셋째 목요일)
 - > 소비자 픽업

2) 규모

- (2010년 현재) 회원수 3,000명 이상, 매달 최대 700건의 주문, 참가 생산자수 200명이 매달 7만 달러의 매출 기록(로컬 제품 4,000종), 자체 물류센터와 몇 대의 트럭

3) 취급품목

- 식품 177종, 가정용품 1,700종(의류 등 여러 가정잡화), 가드닝 용품 480종(모두 오클라호마산)
- 모든 제품에 대해 오클라호마산 고집: 미국 최초의 로컬푸드 전용 생협(“all local foods cooperative”)

<그림 16> 배송지점 현황



4) 생산자(조직)

- 2011년 가을 현재 125명의 생산자
- 농촌지역 생산자들의 경우 생협에서 물품 픽업도 대행함. 하지만 대개는 생산자들이 소비자 주문별로 포장하여 생협에 납품해야 함

5) 소비자

- 2011년 가을 현재 4,000명 이상: 조합원들만 판매, 구매가 가능하고, 오кла호마 주민만 조합원이 될 수 있음
- 가입비: 51.75달러(출자금 50달러, 수수료 1.75달러). 또한 생산자들은 판매액의 10%, 구매자들은 구매금액의 10%를 생협에 출자함

6) 매장유무

- 매장 없음
- 연중 운영

7) 지역사회 공헌

- 생협운영 소프트웨어를 무료로 유사 생협들에 제공(10건 이상의 활용 사례)
- 전적으로 자원봉사자들에 의해 운영
- 저소득층의 경우 기부자들이 회비를 대납해주는 프로그램 있음

<그림 17> 오클라호마 생협 홈페이지 첫화면

Oklahoma Food Cooperative
From Our Family Farms To Your Family Table

Username: Password: Login Search

THE BASICS ABOUT SHOP SELL INFO CONTACT

Welcome • Join • [Membership Brochure Download](#)
[Products Sorted by Producer](#) • [Pick-up Locations](#) • [Classified Ads](#)
[Coop Discussion Board](#) • [Coop Blog](#)

2012 International Year of Cooperatives
The first and most visible one United Nations Year will occur 2012 every

July 2012 Order Dates:
July 1: Order opens at 8 am
July 12: Order closes at midnight
July 19: Delivery Day

Food - 2202 items (176 new)
- 0 items
Bakery - 179 items (9 new)
Beverages - 164 items (5 new)
Candy/Fudge - 10 items
Canned Foods - 30 items (5 new)
Condiments - 30 items
Dairy and Eggs - 99 items (5 new)
Entrees - 286 items (6 new)
Fruits - 14 items (7 new)
Gift Baskets and Boxes - 50 items
Grains and Flours - 27 items
Herbs - 29 items (3 new)
Holiday Foods - 11 items
Jam and Jelly - 91 items (6 new)
Meats - 727 items (77 new)
Natural Sweeteners - 12 items
Nuts - 72 items
Pantry - 46 items
Poultry - 70 items (21 new)
Prepared Foods (Refrigerated/Frozen) - 9 items
Side Dishes - 139 items
Vegetables - 107 items (32 new)

Home - 1700 items (73 new)
Apparel - Men - 68 items (6 new)
Apparel - Women - 101 items (3 new)
Art - 140 items
Baby - 29 items
Bath and Beauty - 346 items
Books - 13 items
Children - 56 items
Classes - 9 items (1 new)
Events - 7 items (1 new)
Fiber Arts - 83 items (15 new)
Fishing Supplies - 0 items
Health - 21 items
Holiday - 147 items
Home Care and Comfort - 34 items
Home Decor - 19 items
Jewelry - 144 items (42 new)
Kitchen - 28 items (4 new)
Laundry Care - 18 items
Music and Media - 7 items
Paper Arts - 277 items
Pet Care - 62 items (1 new)
Scented Home - 91 items
Stained Glass - 0 items

Garden - 480 items (35 new)
Farming Supplies - 0 items
Fundraising Ideas - 1 item
Garden Helpers - 16 items (1 new)
Growing - 1 item
Live Plants - 335 items (34 new)
Seeds - 127 items

Coop - 37 items
Classified Advertising - 2 items
Donations - 9 items
Fundraising Products - 13 items
Oklahoma Food Cooperative Items - 1 item
Sales Tax - 0 items
Volunteer - 12 items

Oklahoma Food Cooperative
PO BOX 57421, Oklahoma City, OK 73157-7421

[Home](#) • [Sell through the Co-op](#) • [Co-op Membership Info](#) • [Member/Producer Log-in](#)
[Articles](#) • [Resources](#) • [Join an Email List](#) • [Ways to Contact Us](#)
[Directory of OK Co-op Products](#) • [Site Map](#) • [Search This Site](#)
[On-line Customer Handbook](#)

http://www.oklahomafood.coop/

<그림 18> 생산자들이 물류센터로 상품을 납품하는 모습



사진출처 : <http://www.ams.usda.gov/AMSv1.0/getfile?dDocName=STELPRDC5092089>

<그림 19> 물류센터에서 고객별 물품 분류하는 모습



사진출처 : <http://www.ams.usda.gov/AMSv1.0/getfile?dDocName=STELPRDC5092089>

<그림 20> 배송지점으로 배달하는 모습



사진출처 : <http://www.ams.usda.gov/AMSv1.0/getfile?dDocName=STELPRDC5092089>

부록3. 국내 지역생협 및 지역유사생협 사례

1. 농부장터³⁷⁾

1) 연혁

- 2009.05.07 생산자 직거래 장터 ‘농부’ 매장 개장
- 2010.02.02 강북우리마을 공동체 설립 총회

2) 조직의 뿌리와 정체성

- 대구 강북지역의 강북 우리마을 생활공동체 운동에서 시작
- 농부 매장 설립의 취지
 - 친환경·지역 농산물 생산자 직거래 장터
 - 생산자와 소비자가 함께하는 직거래 장터
 - ‘강북 우리마을 생활공동체’ 직거래 장터

3) 생산지 개황

- 강북 우리마을 생활공동체에 함께 참여한 생산자 추진위원들이 출자 조합원으로 생산물을 공급하고, 이들이 비 출자 협력농가를 조직(창립 시 출자조합원 31명 중 10명이 생산자 조합원, 현재 생산자조합원 11명)
- 의성농민회, 우리영농조합법인, 한울친환경영농조합법인, 칠곡 동명 한우물 작목반, 군위 부계 외뚜들 농장, 군위 소보 금수강산농원, 군위 부계 참농부식품
- 나눔과 섬김 영농조합법인(안동가톨릭농민회 산하)
- 두레생협 홈페이지에서 주문 가능한 물품은 3일 전 주문하면 배송 가능

4) 소비지 개황

- 매출규모 : 연 4억원

37) <http://gangbook.kr/e-civil/index.htm>

- 회원 200여명
- 군위·칠곡·의성 등 가까운 지역에서 생산된 농산물을 판매하는 직거래 매장
- 인근 아파트 부녀회의 협의하여 아파트 직거래장터
- 영남대학교 직원과 주 1회 직거래

5) 물류시설 및 인력

- 상근인력 : 대표, 매장 4인
- 매장규모 : 35평, 외에 물류창고로 사용하는 컨테이너 박스
- 저온저장고 : 컨테이너 박스 내에 2.5평
- 배송차량 : 1톤 냉장탑차 1대

6) 교류, 교육, 기타 활동

- 대구경북지역먹거리연대 농민장터 참여
- 아파트 부녀회와 격주 직거래장터 개최
- 텃밭 공동체 운영
- 칠곡군 농업기술센터 원예치료센터 ‘도시소비자’ 프로그램 참여
- 도농교류 및 농촌체험 프로그램 운영
- 학교 생태·농촌체험교실 협약 사업 계획(2012년)

7) 애로사항 및 개선과제

- 지역, 마을공동체 단위를 전제로 한 직거래, 교류를 지향함
- 협동조합 조직 지향(가능하다면 협동조합기본법에 근거한 협동조합)

<그림 1> 농부장터 매장 전경과 농민장터



농부장터 매장 전경

대구경북지역먹거리연대 농민장터 참여

2. 곰네들장터³⁸⁾

1) 연혁

- 2008.04.15 ‘생명체를 위한 공동체를 지향하는 공간’ 으로 ‘곰네들누리터’ 를 열고 교육, 생태활동 시작
- 2009.01.16 유기농매장 ‘곰네들장터’ 개소
- 2010.04 곰네들누리터 대구시 비영리 민간단체 등록

2) 조직의 뿌리와 정체성

- 대구대학교 고산 본당의 정홍규 신부를 통해 생태영성을 접하고 생태운동을 시작
- 도시생태공동체 형성을 목표로 곰네들누리터 개소 및 본격적인 활동 시작
- 생태운동의 일환이자 관심 유도를 통한 인적 인프라 구축을 위해 유기농 매장을 설립
- 유기농 매장은 로컬푸드 지향

3) 생산지 개황

38) <http://cafe.daum.net/gomnedeul>

- 생명의 공동체³⁹⁾(예천) : 곶네들장터 농산물의 주 생산지로서 쌀, 잡곡, 채소, 과일, 유정란, 참기름 등을 공급
- 나눔과 섬김 영농조합법인(안동가톨릭농민회 산하)
- 맷돌공동체(합천)

4) 소비지 개황

- 매출규모 연 1억 5천만원
- 유기농 매장 곶네들장터는 누구나 이용할 수 있음
- 하지만 평생회원제로 운영되는 곶네들누리터의 진성회원들이 주된 이용자
- 평생회비는 최초가입시 1가구당 40,000원
- 현재 평생회원은 40여명
- 그 외 매장 구매 회원은 600여명

5) 물류시설 및 인력

- 매장 상근 1명
- 매장 규모 15평, 차량은 다마스 1대
- 주요 생산지에서 공급되는 물품은 생산자조직에서 매장으로 배송
- 필요한 경우 직접 수집 : 대구 인근 경북 지역에서 공급이 어려운 과일이나 계절 품목은 타 지역 친환경 공급업체(벤더)를 통해 공급. 농부장터/곶네들장터/땅이야기 3개 매장에서 필요한 물량을 예측해서 공동으로 조달
- 지역, 직거래 생산자조직에서 생산하지 않는 품목은 친환경농산물 벤더(공급업체)를 통해 조달함

6) 교류, 교육, 기타 활동

39) 안동, 상주, 영주, 점촌, 예천에 11개 농촌 공동체를 두고 있는 단체로 2006년에 생명의공동체생활협동조합을 창립하였다.(<http://http://cafe.daum.net/smgdc/>)

- 곶네들의 교류, 교육 등 모든 활동은 곶네들누리터가 주체가 되어 진행됨
- 생산지 교류 : 생명의 공동체. 예천에 가족 단위 농사/생태 체험

7) 애로사항 및 개선과제

- 개인후원으로 매장 건물을 무료임대하는 상황
- 대구에서 경제적 수준이 높은 지역에 매장이 있어 나름대로 매출을 올리고 적자를 면하고 있으나 매장을 무료임대해서 사용하는 상황이 아니면 적자를 면할 수 없음
- 생태운동을 지향하는 곶네들누리터의 발전을 모색하는 과정에서 유기농매장을 고민했지만 향후에는 매장 자체의 안정화와 발전을 모색할 필요가 있음

<그림 2> 곶네들장터 매장, 교육장 전경



곶네들장터 매장 전경

1층 매장과 2층 교육장(곶네들누리터)

3. 안심주민생활협동커뮤니티⁴⁰⁾

1) 연혁

- 2011.09 협동조합TF 구성 및 1차회의

40) <http://http://cafe.daum.net/ansimcoop>

- 2011.10 협동조합 2,3차 회의
- 2011.12-2012.03 협동조합 4-11차회의
- 2012.01.31 마을협동조합만들기 설명회
- 2012.02.15 대구시 동구청 ‘마을기업’ 선정(5,000만원 1차지원)
- 2012.06.19 매장 개소(땅이야기, 사람이야기)

2) 조직의 뿌리와 정체성

- 사회복지법인 한사랑⁴¹⁾, 동구행복네트워크⁴²⁾ 등
- 협동조합기본법에 의한 협동조합 설립 준비
- 활동의 목표
 - 지역 경제가 자립할 수 있는 힘 기르기
 - 순환과 공생의 지역 만들기
 - 생산자와 소비자가 얼굴을 아는 신뢰관계 쌓기
 - 마을과 단체에서 물품 유통의 거점 만들기
 - 주민참여형, 주민생활 중심의 지속가능한 마을공동체 실현하기(마을공동체에서 직접적 생산활동하기)
- 조직적 지향
 - 지역주민경제활동사업 : 마을공동체의 직접적인 생산활동을 통한 물품 생산과 판매(천연 염색물, 친환경 세제, 김치, 두부, 콩나물 등)
 - 친환경로컬푸드사업 : 지역내 친환경농산물 생산농가와의 직거래 활성화 사업
 - 매장운영 및 협동조합화 활동 : 위 사업을 통해 지역주민과 함께 지속가능하며, 상부상조하는 주민생활협동조합 구성

3) 생산지 개황

- 농부장터, 곰네들 생산지와 함께 직거래
- 나눔과 섬김 영농조합법인(안동가톨릭농민회 산하)

41) 사회복지법인 한사랑은 장애아/비장애아 통합 어린이집(공동육아협동조합 형태), 어린이도서관 아띠 등의 조직을 만들었던 경험과 주민 축제, 교육 등 다양한 활동 경험들을 갖고 있음

42) <http://http://blog.daum.net/edghn/>

- 경산, 영천 지역의 농민회 등과 함께 직거래 논의 중
- 친환경 인증이 의무사항은 아님. 친환경 인증을 받지 않은 농민의 경우에는 조합원 가입을 유도하여 조합 내의 직거래로 할 생각

4) 소비지 개황

- 친환경유기농매장 ‘땅이야기’
 - 마을주민 직접 출자, 참여, 운영 마을기업(마을기업 지원)
 - 조합원 가입 기준 : 1구좌(25,000원) 이상 출자자
 - 출자 조합원 110명
 - 조합원 출자금 3천여만원, 마을기업 5천만원
- 마을까페 ‘사람이야기’
 - 발달장애 지역주민 운영, 고용
 - 출자 회원 40명

5) 물류시설 및 인력

- 상근 3명 : 매장 관리, 산지 수집
- 땅이야기(유기농매장) 규모 22평, 1톤 냉장탑차 1대 보유
- 현재 저온저장고가 없어 신선식품류의 경우 2일 이내의 매장 예상 판매량을 공급받아서 운영하고 있으며 필요한 경우 농부장터의 저온저장고를 이용하고 있음

6) 교류, 교육, 기타 활동

- 생산지 교류 : 땅이야기 도농 공생 농촌캠프, 상주 지역활성화센터
- 공부방 운영
- 동네 축제 : 율하마을 축제한마당
- 협동조합 교육

7) 애로사항 및 개선과제

- 초기 물품 조달은 농부장터, 곰네들장터와 공동으로 진행하면서 도움을 받았으나 자체적인 생산지 발굴과 개척이 필요함
- 현재 농부장터, 곰네들장터와의 농산물 공동물류를 체계적으로 발전시켜 사업규모의 영세성을 물류의 효율성을 통해 보완할 필요가 있음

<그림 3> 안심주민생활협동커뮤니티 친환경매장, 마을까페



유기농 매장 땅이야기

마을까페 사람이야기

4. 대구경북먹거리연대

1) 연혁

- 2006.02.22 「대구경북 농업회생과 지역자치를 위한 사회연대 준비위원회⁴³⁾」 구성
- 2006.06.29 학교급식대구운동본부 창립
- 2006.07.21 금요 농민장터 시작
- 2009.02 사회적 일자리 창출 사업 수행기관 선정

43) 참가단체 : 전국농민회총연맹 경북도연맹, 안동 가톨릭농민회, 생명의 공동체를 중심으로 한 농민단체. 민주노동 대구지역본부, 전교조 대구시지부, 대구한살림, 기독교 생명살리기위원회 등 지역사회 단체.

- 2010 고용노동부 사회적기업 인증

2) 조직의 뿌리와 정체성

- 지역농업 활성화와 로컬푸드 체계 구축을 지향하며 지역의 12개 단체가 함께 참여해 만든 연대체(로컬푸드의 생산-소비 플랫폼을 만들고자하는 지향)
- 주요사업
 - 지역먹거리 네트워크 구축
 - 농민장터(직거래 장터) 운영
 - 로컬푸드 급식센터(학교급식을 비롯한 지역 단체급식 사업)
 - 로컬푸드 직판장 사업(청송 우리농장터)
 - 귀농학교 운영
 - 도농 교류활동
 - 먹거리교육 및 생태교육(대구 식생활교육 네트워크 사무국 역할)

3) 생산지 개황

- 농민장터 참여 단위 : 경산, 봉화, 상주, 성주, 안동, 영주, 영천, 의성, 청송, 예천, 고령
- 청송 우리농장터 : 2009년 11월 「대구경북지역먹거리연대-청송군 사업 협약」 체결. 대구경북먹거리연대가 대구에서 로컬푸드 판매, 소비자 교육, 홍보 사업을 담당하고 청송군이 생산지 역할(청송친환경영농조합법인)을 담당함.
- 참여 농민단체를 통한 산지 발굴 및 개척 가능

4) 소비지 개황

- 대구경북먹거리연대 12개 단체, 600여명 회원
- 청송 우리농장터 매장(대구 달서구 상인동)
- 단체급식 : 대구문화방송 구내식당, 복지관 및 복지시설
- 농민장터 : 매주 금요일
- 대구시민생협 창립 추진 중(2012년 창립 목표)

5) 물류시설 및 인력

- 사회적일자리 인원 18명

6) 교류, 교육, 기타 활동

- 귀농학교 운영
- 대구 식생활교육 네트워크 사무국 역할

7) 애로사항 및 개선과제

- 대구지역 생협들의 공동물류 조직을 통해 지역생협의 작은 규모로 인한 낮은 물류효율성과 비용 문제를 개선하고자 함
- 대구 학교급식을 위한 4개 권역 물류센터를 운영하고 이 중 1개 물류센터를 시민사회가 운영하여 권역 학교급식 물류와 생협 공동물류를 수행하고자 하는 고민
- 청송 우리농장터 매장은 청송 관내 생산자단체 내의 이해관계, 갈등 문제로 인한 문제가 있음

<그림 4> 대구경북먹거리연대 급식센터, 청송 우리농 매장(대구에 위치)



로컬푸드 급식센터

청송 우리농장터

- 과일류 : 칠곡(복숭아, 사과, 토마토), 영천(복숭아, 토마토), 청송(사과), 성주(참외)

4) 소비지 개황

- 2011년 총매출액 2억 7천만원
- 온라인 쇼핑몰은 가입제한(가입비, 회비 등)이 없는 열린 형태
- 고정적인 이용 회원은 300여명
- 일주일 2회 가정 직배송

5) 물류시설 및 인력

- 상근 인력 : 14명
- 시설 규모 : 건평 70평(사무실, 저온저장고, 창고)
- 저온저장고 : 20평
- 배송차량 : 3.5톤 1대, 1톤 1대

6) 교류, 교육, 기타 활동

- 농민회(전농 경북도연맹, 전여농 경북도연합)에서 시민사회단체와 함께 하는 ‘가을걷이 한마당’에 함께 참여
- 교육사업 등은 준비 단계

7) 애로사항 및 개선과제

- 사회적기업으로 사회적 일자리 지원을 받기 때문에 상근 인력을 활용할 충분한 사업을 운영해야 하는데 현재 농산물 직거래만으로는 사업이 충분치 않기 때문에 아이쿱 소분, 포장 사업도 함께 진행하게 되었음
- 향후 매장 개점을 고려하고 있음

<그림 4> 지구마을 사무실, 저온저장고



6. 부산한살림⁴⁵⁾

1) 연혁

- 1990.05.10 '한살림 공부모임' 발족
- 1993.05.27 '부산한살림 공동체'(가칭) 창립준비위원회 발족
- 1993.12.12 '부산한살림 공동체' 창립총회
- 1995.04.29 '부산한살림 공동체' 제1차 정기총회
- 1998.03.28 한살림부산 소비자 생활협동조합 창립총회

2) 조직의 정체성

- 2002년 각 지역의 한살림이 한살림 사업연합을 통해 공동물류를 시작할 때 부산 한살림은 생협의 취지에 반한다는 고민으로 참여하지 않고 독자물류로 남았음
- 현재까지도 사업연합의 물품 취급은 5% 미만이며 독자적인 산지와의 연계와 물류로 운영되고 있음

45) <http://www.hansalim-pusan.or.kr/>

3) 생산지 개황

- 현재 생산지 103곳. 그 중 농산물(1차 생산물) 생산지는 50~60곳 정도.

<표 1> 부산한살림 생산지 개황

품목	생산지	비고
주곡	부여, 벌교, 예천(생명의공동체)	11년산 총 수매량은 나락 67,937kg(멥쌀로 환산하면 약 48,915kg), 찰쌀 나락(18,200kg)
잡곡	합천, 괴산	
채소류	김해, 합천, 밀양, 울산, 해남, 청주, 거창, 제주	김해 토마토마을, 합천 가야채소작목반, 합천 생명평화작목반, 합천 쉼만한물가, 밀양, 울산, 해남, 청주, 거창, 제주
과수	함양, 합천, 담양, 거창, 성주, 제주, 경주, 완주, 청주	배: 함양, 토마토: 합천 생명평화공동체, 단감: 함안 길벗농원/담양 대숲공동체, 포도: 거창, 참외: 성주, 귤: 제주, 딸기: 합천, 산딸기/복분자: 합천 쉼만한물가, 고구마: 경주/합천, 밤: 함안 길벗농원, 귤감: 완주 동상영농/함안, 수박: 청주

4) 소비지 개황

<표 2> 부산한살림 소비지 개황

항목	내용	비고
조합원수	2,267세대	2,099세대(2010년말) + 161세대(순증가) + 7세대(재이용)
임원현황	13명	이사장, 이사 9명, 감사 3명
직원현황	11명	사무국장, 생산구매, 공급실무 4명, 총무회계, 조직활동, 주문상담, 매장 2명
출자금	412,778,423원	2010년 대비 57,550,498원(16%) 증가
공급액	2,373,559,089원	2010년 대비 273,696,849원(13%) 증가

5) 물류시설 및 인력

(1) 수집/집하/배송

- 수집 : 수집은 기본적으로 생산자가 한살림부산 물류센터까지 배송하는 것을 원칙으로 함
- 배송은 한살림부산 배송차량

(2) 물적 인프라

- 독자 물류센터 : 부산 금정구 두구동 소재, 660㎡ 규모(사무실, 물류센터)
- 배송차량 : 1톤 냉장탑차 2대

(3) 인적 인프라

- 사무실 상근 : 11명
- 배송 담당 : 공급실무 4명

6) 교류, 교육, 기타 활동

- 생산지 방문을 1년에 총 50회 진행. 버스로는 1년에 4회.
- 일손돕기 동아리 ‘꽃보다 이모’ 는 수시로 생산지 일손돕기 진행
- 제주 감귤생산지 방문 1년에 1회 4박 5일
- 장담그기 체험
- 생산자-소비자 모임 1년에 1회 생산자를 부산으로 초대해서 진행

7) 애로사항 및 개선과제

- 지역물류를 중심으로하지만 일부 물품은 한살림으로부터 공급받고 있는데 한살림은 단위 생협들의 전산주문체계 등을 공동으로 개발하는 등의 과정에 부산한살림이 공동부담을 하지 않는 것에 대한 문제인식을 가지고 있음. 연합체와의 갈등 문제 해결 필요.

<그림 5> 부산한살림 사무실, 물류센터



부산한살림 사무실

부산한살림 물류센터 내부

7. 부산생협⁴⁶⁾

1) 연혁

- 2000.10.28 발기인대회(부산생협 창립준비)
- 2001.04.28 창립총회(초대 김진덕 이사장 선출)
- 2003.10 물품 선정 및 가격 결정에 관한 내규 선정
- 2007.06 생협 논 모내기

2) 조직의 뿌리와 정체성

- 1994년 부산북구를 중심으로 생활협동조합을 통해 함께 살아가는 마을만들기와 국산 농산물 지키는 운동, 환경운동을 전개하기위해 ‘푸른들’을 만든 것에서 시작하여 2000년 발기인대회를 통해 2001년 창립
- 주요 활동
 - 안전한 먹을거리 공동구매활동 : 건강지킴이 활동

46) <http://www.busancoop.or.kr/>

- 친환경적 물품 구매, 지역 환경 보호운동 : 환경지킴이 활동
- 지역 문제를 이웃과 함께 해결 : 삶터 지킴이 활동
- 아름다운 전통인 두레의 맥을 이어 협동과 상생 : 공동체 지킴이 활동

3) 생산지 현황

<표 3> 부산생협 생산지 현황

품목	생산지	비고
주잡곡	합천, 창녕, 정읍	합천 대양생명평화공동체, 합천 가야면, 창녕 성곡친환경정보화마을
채소류	합천, 남해, 김해, 경주, 창녕, 이천, 완주	이천 연꽃마을영농조합, 완주 봉상생강조합
과수	상주, 밀양, 김해	밀양 여암농원

4) 소비지 현황

<표 4> 부산생협 소비지 현황

항목	내용	비고
조합원수	1,412명	
월 평균 이용률	32.3%	
1인당 월 이용액	167,000원	
임원현황	15명	이사장, 부이사장 2명, 이사 10명, 감사 2명
직원현황	6명	사무국장, 공급/물류 2명, 매장관리/물품소분 1명, 조합원 상담/생산지 발주 1명, 총무회계 1명
매장현황	1개	본부매장(북구) ※ 사하매장(사하구)은 2011년 폐점
출자금		
공급액	965,700,000원	

5) 물류시설 및 인력

- 상근 인력 6명 : 사무국장, 공급/물류 2명, 매장관리/물품소분 1명, 조합원 상담/생산지 발주 1명, 총무회계 1명
- 매장규모 : 본부매장 규모 40평(본부매장 + 물류센터)
- 배송차량 : 1톤 냉장탑차 2대

6) 교류, 교육, 기타 활동

- 장담그기
- 요리교실
- 자연학교 : 여름/겨울
- 농사체험 : 부산생협 논 모내기, 딸기따기, 가을걷이
- 독자물류를 수행하고 있는 지역생협들과 독자생협 모임 진행

7) 애로사항 및 개선과제

- 생협간 경쟁의 심화로 독자물류 생협으로써 경영의 어려움이 나서고 있음
- 2011년 사하매장을 폐점하여 매출증대 및 경영안정화에 어려움을 겪고 있음

8. 시민 · 생산자 생협⁴⁷⁾

1) 연혁

- 2002.02 안전한 학교급식을 위한 5개시민단체 연대 발족(참교육학부모회, 부산환경운동연합, 부산YWCA, 부산여성회, 교육문화센터)
- 2004.06.28 안전한 학교급식을 위한 부산시민운동본부출범과 부산광역시 지원조례 주

47) <http://ecofood.or.kr>

민발의 시작

- 2005.02 합천 지역 생산자 준비위원회 발족
- 2005.04 합천 지역에서 친환경 학교급식물류센터 설립을 위한 준비위원회 결성(합천지역, 함안지역, 경남카톨릭농민회, 거창지역, 부산농민회, 부산귀농운동본부, 부산생태유아공동체 등)
- 2005.09.22 시민과 생산자가 만드는 학교급식물류센터 설립을 위하여 부산운동본부와 생산자준비위원회 실무 준비 시작
- 2006.01.11 안전한 학교급식을 위한 시민/생산자 물류센터 설립을 위한 공청회 개
- 2006.03.10 「안전한 학교급식을 위한 시민·생산자물류센터」(가칭) 창립준비위원회
- 2007.03.16 「시민 생산자 생활협동조합(가칭)」 창립총회 개최
- 2010 「생명밥상 ecofood」 예비사회적기업 선정

2) 조직의 뿌리와 정체성

- 부산 지역의 학교급식 공동구매의 경험을 바탕으로 학교급식 식재료 공급을 통해 도농교류와 로컬푸드의 확산 등을 목적으로 시민, 생산자가 공동으로 출자하는 생협과 급식 물류센터의 설립을 추진하였음
- 주요사업
 - － 학교급식 식재료 계약재배와 직거래공급
 - － 학교별 친환경농업 체험학습
 - － 친환경농산물 가공공장 설립 및 발전
 - － 학교급식지원센터 설치 운동
 - － 도시와 농촌 순환 농업과 공동체 문화기초 마련

3) 생산지 현황

<표 5> 시민·생산자 생협 생산지 현황

품목	생산지	비고
----	-----	----

채소류	밀양, 김해, 함안, 고령, 합천, 부산, 순천, 거창, 영천, 김천, 창녕	부산친환경
과수	밀양, 고성, 영천, 함안, 거창, 하동, 합천, 산청	합천군농민회, 함안 아라작목반

4) 소비지 현황

- 친환경 학교급식 직거래 사업(2011년)
 - － 화명 7개교에 약 2억 7,250만원 식재료 공급
 - － 교육청 현물 지원 사업 약 5억 4,630만원 공급
 - － 지역 급식 협력 사업으로 생태유아공동체 2억 98만원, 합천지역 학교 급식 연대사업 7,890만원 진행
- 소비자 단체 공급사업(2011년)
 - － 지역 내 생협과 협동사업 일환으로 생태유아공동체, 생태유아 아이밥상, 부산YWCA생협, 부산생협, 부산노동자생협 등에 친환경 농산물 총액 5,070만원 공급
- 예비사회적기업 사업단 “생명밥상-ecofood“
 - － 예비사회적기업 2년차 사업 진행
 - － 9명 사회적 일자리
 - － 학교급식 직거래 전처리 사업, 직/특판 사업, 식생활교육 사업 진행

5) 물류시설 및 인력

- 상근인력 13명 : 정직원 2명, 사회적 일자리 11명
- 물류센터(물류센터, 사무실) : 건평 100평
- 저온저장고, 냉동고 : 12평
- 배송차량 : 1톤 냉장탑차 4대
- 함안가톨릭농민회 저온저장고를 공동으로 이용하고 있음
- 부산에 12평 창고 추가 예정

6) 교류, 교육, 기타 활동

- 녹색식생활 교육 : 전통식품체험, 고추장담기, 김치담기

7) 애로사항 및 개선과제

- 학교급식 공동구매를 바탕으로 기존의 시장 공급업체를 통한 식재료 공급 방식을 학교와 생산자조직 간의 직거래 방식으로 일부 바꾸어내는 성과를 만들었으나 이후 영농조합법인들이 다수 생겨나면서 본래의 취지가 퇴색되었음
- 때문에 현재 생산자조직과의 직거래 우선 구매가 없어지고 타 영농조합법인과 경쟁입찰을 해야 하는 상황이 되어 오히려 초기보다 후퇴되었음
- 공공성을 가진 학교급식지원센터의 설치·운영을 통해 본래의 로컬푸드 학교급식의 취지를 다시 살려내고 확산시킬 필요가 있음

<그림 6> 시민생산자생협 물류센터, 저온저장고



시민생산자생협 물류센터 전경

물류센터 내 저온저장고

9. 전주 한울생협

1) 연혁

- 1991.04 한울회 직거래 공동체 출범

- 1999.10 직거래 매장 개장
- 2000.08 (가칭)전주한울생활협동조합 추진위원회 결성
- 2001.02 전주한울생활협동조합 창립총회 개최
- 2001.04 전주한울생활협동조합 법인인가
- 2003.12 한울타리교육관 개관
- 2007.07 전주한울생협 물류센터 운영 개시
- 2010.04 전주한울생협 물류센터 운영 중단
- 2010 정농생협, 전주 지역생협들과 물류협력 시작

2) 조직의 뿌리와 정체성

- 91년 변산지역의 혁신적인 농민운동 진영과 정농회등 생산자가 중심이되어 직거래 운동 시작
- 변산의 농민운동진영, 호남사회연구소의 농업문제 및 직거래운동의 지원, 도시소비자 참여가 주요한 동력이 됨
- 초기 대안적 농업을 지향하는 유기농업을 실천하는 농민들에 대한 감성적 지지차원이 강함
- 농민들과 주민들의 자발적 참여로 이루어짐
- 초기 유기농업과 농민운동이라는 철학이 있는 생산자 존재

3) 생산지 현황

<표 6> 한울생협 농산물 생산지 현황

품목	생산지	비고
주잡곡	정읍, 장수, 군산, 남원, 김제, 완주, 보성, 경북, 청주	남농, 장수친환경
채소류	전주, 부안, 진안, 정읍, 광양, 해남, 팔당, 남양주, 안성, 천안, 평창,	애농(진안), 들뢰수(진주), 팔당생명살림

	제주	
과수	김제, 익산, 완주(고산), 담양, 의성, 제주	사과 : 김제/의성, 방울토마토 : 익산, 딸기 : 완주(고산)

- 한울생협의 생산지는 독자 물류센터를 운영하던 시기와 그 이후로 나누어서 볼 필요가 있음
- 함께 직거래를 시작했던 변산 농민들이 한울생협을 통한 판매의 한계와 별도의 판로개척 요구에 대한 고민으로 한울생협으로의 출하를 포기하면서 타 지역을 통한 수급이 불가피한 상황이 발생하였음
- 이에 2010년부터 전주 지역의 생협들-전주한울생협, 정읍·전주 한살림(현 한살림전북)-과 정농생협이 ‘지역물류협의회’의 형태로 물류협력 사업을 추진하고 있음
- 정읍·전주 한살림(현 한살림전북)과는 정읍 한박음공동체(한살림전북 소속)라는 지역생산지·생산자를 공유함과 동시에 물류협력
- 정농생협과는 물류협력을 통해 지역 내 조달이 어려운 품목을 조달하고 있음
- 2010년 완주 고산 시니어클럽과 연계하였으나 사업단의 사업수행능력에 한계로 인해 성과 있게 진행되지 못함

4) 소비지 현황

- 조합원 현황 : 조합원 1800여명. 1년에 한 번 이상 이용하는 조합원은 1000명 수준이며 한 달에 1회 이상 이용하는 조합원은 400~500명 수준
- 1년 매출액 9억원. 이 중 매장공급과 가정배송(나눔공급)의 비율은 7:3 정도로 매장매출이 6~7억원 수준
- 매장 규모 : 30평(매장과 사무실 공동 사용, 물품을 전시하는 매장만의 규모는 15평)

5) 물류시설 및 인력

- 물류센터 : 2010년 독자물류센터 운영 중단 후 전북정농영농조합 물류센터를 통해 물류협

력을 통해 물품을 공급

- 인력 : 사무국장, 이사장, 회계담당 3명이 상근.
- 사무국장이 매장운영과 총체적인 살림살이를 담당하는 주요한 역할을 함
- 이사장이 이사회 운영, 대외활동, 연대활동등 상근업무 담당하면서 배송업무도 수행
- 내것처럼 아끼고, 무급 봉사등의 역할을 해준 조합원과 실무자들의 노력이 한울생협의 유지에 상당히 기여했음
- 배송차량 : 1톤 냉장탑차 1대

6) 교류, 교육, 기타 활동

- 직거래 운동으로 시작해서 매장을 설립했던 초기에는 생산자와 임원들이 함께 배송업무를 수행하고 직접 대면하는 관계를 유지하면서 생산자와 소비자의 관계가 밀접했음
- 초기에는 5가구 이상 가구가 모여 거점배송을 받는 방식으로 운영되었음
- 하지만 매장구입과 개별배송의 형태가 정착되면서 생산자-소비자 관계가 약화되었음
- 관계의 약화를 극복할 생협다운 교육사업과 조직사업 필요
- 학교급식 조례제정 운동, 불소반대 운동, 탈핵 운동 등에 적극적으로 참여함
- 지역사회와 미래를 준비하는 공감대 형성을 위한 사회적경제 학습 진행중

7) 애로사항 및 개선과제

- 사업진행 과정에서 유기농과 관행농간의 이해문제로 갈등
- 변산의 농민들과 시작한 사업이 물류 현실화와 변산 농민들의 새로운 판로개척이라는 현실적 문제로 관계 종료
- 반, 동아리 활성화 필요(예: 산야초 모임등)
- 교육활동 강화로 핵심주체의 발굴과 육성 필요
- 생협활동에서 교육의 부재가 조직을 느슨하게 만들고 조합원들의 충성도를 떨어트리는 것으로 판단함. 따라서 향후 교육사업을 강화할 계획임
- 향후 사업 발전방향으로는 매장의 수를 늘리기 보다는 현 매장을 조합원 교류와 교육등

기능을 강화하면서 식당이나 상가등과 제휴매장을 개설하는 방안 모색중

- 매장의 개수가 늘어나면 그에 따른 비용이 발생하기 때문에 경영에 어려움을 초래할 수 있기 때문에 제휴매장을 고려중임.

<그림 7> 한울생협 매장 배송차량



전주한울생협 매장 전경

전주한울생협 배송차량

10. 춘천생협 / 봄내살림⁴⁸⁾

1) 연혁

- 1995 춘천/화천 유기농가-시민 직거래 시작(춘천생협 전신 방주공동체)
- 1999 생산자조직 북한강유기농업운동연합 탄생(방주공동체의 분화)
- 2001 소비자와 생산자의 연대 틀이 '춘천소비자생활협동조합'으로 발전
- 2001.11 법인 창립총회 개최
- 2001.11 농림부 시행 소비자단체 물류시설 지원사업으로 매장 설치
- 2004 생산자위원회 구성
- 2006 지역 만들기, 워크샐을 통한 마을모임 조직
- 2008 춘천친환경농산물유통사업단(봄내살림 전신) 운영 시작

48) 봄내살림은 춘천 내 6개 조직(춘천생협 · 춘천친환경농업인연합회 · 춘천시민연대 · 춘천여성민우회 · 춘천노동복지센터 · 한림대산합협력단)의 컨소시엄 형태

- 2009 1개 매장 추가 개설로 2개 매장으로 확대
- 2010.12 봄내살림 사회적기업 인증
- 2012.08 춘천생협 두레생협연합회 정회원으로 가입

2) 조직의 뿌리와 정체성

- 1995년 "방주공동체"를 중심으로 춘천/화천 유기농 실천농가와 춘천시민의 직거래 시작
- 1999년 생산자조직 '북한강유기농업운동연합' 출범
- 2001년 소비자와 생산자의 연대 틀로써 '춘천소비자생활협동조합' 창립

3) 생산지 현황

- 지역물품은 춘천권(춘천, 화천, 홍천)에서 주되게 조달
- 춘천생협은 두레생협의 이용자생협(준회원 자격)으로 지역물품 외의 물품을 조달하다가 최근 정회원으로 가입하였음

4) 소비지 현황

- 현재 춘천생협은 2개 매장을 운영하고 있으며, 연매출 7억대, 조합원 1,200명 규모임.
- 봄내살림은 ①춘천산 (친환경)쌀 학교 50% 공급 ②춘천권 친환경농산물 거점 역할 ③춘천 각급학교 15개 급식식재료 공급 (일반품목, 전품목) ④로컬푸드 꾸러미 120가구 공급 등을 주요사업으로 하고 있음. 연매출은 12억원 규모 예상(2012년).

5) 물류시설 및 인력

- 춘천생협은 정직원 4명. 물류시설은 차량 1대
- 봄내살림은 사회적일자리 16명. 물류시설은 사무실 물류창고 포함 200평. 차량 1톤 냉장탑차 2대, 0.5톤 2대.

6) 교류, 교육 및 기타활동

- 지역 로컬푸드 단체, 조직들과 춘천 로컬푸드 특판사업 추진.
- 춘천 로컬푸드 브랜드화 추진

7) 애로사항 및 개선과제

- 춘천생협은 두레생협연합회 물품을 이용자생협(준회원) 자격으로 조달하다가 온라인 주문 제약 등으로 인해 최근 정회원으로 가입하였음. 특별하게 지역물품 판매에 제약은 없는 상황이지만 두레생협연합회 내에서도 지역물품의 비율 등 구체적인 방안에 대한 논의가 진행될 것으로 예상됨
- 춘천생협의 적극적인 인적, 물적 지원을 통해 봄내살림이 만들어지고 성장했지만 현재로서는 유기적인 결합이 이루어지고 있지 않음. 향후 생협매장과 로컬푸드 매장의 결합 등을 통해 생협의 활성화와 로컬푸드의 활성화를 함께 모색할 고민.

11. 서천생협

1) 연혁

- 2009.03 (사)금강유역생태환경연합 설립
- 2009.08 서천군 로컬푸드 공모사업 선정
- 2011.06 서천군 생산자 연합회 창립(13개면 850명 조직)
- 2012.12 봄의 마을 준공(생협매장 예정지 준공)
- 2012 서천군에서 입장 변화(담당부서 변경)로 모든 업무 중단
- 2012.04 생협 추진 중단 후 매장 예정 건물에 친환경농산물 판매장 개장
- 2012 농정과와 협력하여 충남 학교급식지원센터 공모 신청

2) 조직의 뿌리와 정체성

- (사)금강유역생태환경연합 송홍권 대표는 노동운동과 지역문화운동을 20여년간 서천지역에서 해왔음.
- 2001년 자활사업을 시작
- 2009년 3월 지역에서 일자리 관련 새로운 활동을 위해 사단법인 설립
- 당시 서천군에서 로컬푸드 운동에 관심갖기 시작함
- 2009년 서천군 로컬푸드 공모사업을 계기로 지역에서 지역조사, 농민장터, 생협등 종합적인 계획 수립과 추진을 담당함.

3) 생산지 현황

- 군의 협조 하에 마을 간담회를 통해 13개면 850명 생산자 가입, 서천 농어민생산자연합회 조직
- 봄의 마을 내에 생협 매장과 주말 상설 직거래 장터 개설을 통해 생산자연합회 소속 중소농을 중심으로 출하하도록 할 계획이었으나 군의 계획 중단 후 생산자연합회 활동은 없는 상황

4) 소비지 현황

- 생협 매장 추진이 중단되면서 구체적인 조합원 조직화가 진행되지 못한 상황
- 학교급식 사업을 추진하면서 학교급식지원센터 설치·운영을 준비하고 있지만 35개교 6000명 수준의 작은 학교급식 규모로 인해 지자체의 지원 없이는 적자 운영이 우려됨

5) 물류시설 및 인력

- 현재 사단법인에는 3명이 상근
- 생협 매장 예정 건물에 개장한 친환경농산물 판매처에는 매장 담당 1명이 상근하고 있으

며 인건비는 군에서 지원하고 있음

6) 교류, 교육 및 기타활동

- 지역내 다른 단위들과의 협력은 상시적이지 않음
- 사안마다 결합하는 형국임

7) 애로사항 및 개선과제

- 행정의 주도로 추진되던 사업이 정책이 변경되면서 하루 아침에 중단되었으며 2012년 서천군의 입장 변화로 그동안 추진되던 사업들이 정체기에 접어들
- 현재는 급식센터 추진을 제외하고 모든 사업이 중단된 상황임
- 이로 인해 행정에 대한 불신이 매우 높아진 상황이며 행정의 일방적인 사업 중단 후에 이를 독자적으로 추진할 수 있는 민간 역량과 주체 부족
- 2012년 1월부터 협동조합을 준비중임(104명 회원가입, 2000만원 출자금 조성)

■ 집 필 자 ■

연구 책임 · 윤병선 건국대학교 교수

연구진 · 허남혁 충남발전연구원 책임연구원

박춘섭 충남발전연구원 연구원

이계석 품앗이생협 정책위원장

박대호 충북사회적경제센터 사무국장

송원규 농업농민정책연구소 너름 연구원

전략연구 2012-21 · 지역생협의 활성화 방안 연구

글쓴이 · 윤병선외 5인 / 발행자 · 박진도 / 발행처 · 충남발전연구원

인쇄 · 2012년 12월 31일 / 발행 · 2012년 12월 31일

주소 · 충청남도 공주시 연수원길 73-26 (314-140)

전화 · 041-840-1123(기획조정연구실) 041-840-1114(대표) / 팩스 · 041-840-1129

<http://www.cdi.re.kr>

© 2012, 충남발전연구원

- 이 책에 실린 내용은 출처를 명기하면 자유로이 인용할 수 있습니다.
무단전재하거나 복사, 유통시키면 법에 저촉됩니다.
- 연구보고서의 내용은 본 연구원의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.