

태안역(너나들이 센터)에 맞는 6차산업 정책방안

충남연구원 책임연구원 정현희

(h2jung@cdi.re.kr)

1. 국내 로컬푸드(local food)¹⁾ 현황

- 우리나라가 산업화 도시화가 급속하게 진행되기 전인 1970년까지는 도시지역은 도매시장, 농촌지역은 오일장, 3일장 등이 농식품 유통에서 핵심적인 기능을 수행²⁾.
 - 도시지역은 지방에서 농산물을 쉽게 받을 수 있는 장소에 시장이 늘어섰고, 도시 인근 지역의 상인들이 농산물 공급 기능을 담당
 - 5일장과 같은 정규시장³⁾은 지금의 로컬푸드(local food)와 유사한 특징을 가지고 있었음. 5일장 주변지역의 상인들은 5~12km 반경에 있는 장날에 맞춰 인근지역의 농·특산품을 수집하여 다른 지역에 판매하고 또 해당지역에서 특산물을 구매해 인근 지역의 장날에 판매해 이윤을 남기는 형태로 농산물 거래가 이뤄짐.
 - 정규시장은 직업적 상인뿐만 아니라 지역 농가가 직접 농사지은 농산물/수산물을 들고 나와 판매하기도 하고 판매한 금액으로 다른 농산물/수산물을 구매하는 형

- 1) 로컬푸드(Local Food)에 대한 정의는 매우 다양한 의미로 사용되는데 공간적 측면에서 유통단계 없이 지역에서 생산해서 지역에서 소비하는 것과 같은 물리적 개념과 공간적으로는 멀리 떨어져 있다고 하나 소비자가 생산자로부터 직접 구매하여 농산물에 대한 정보를 수취할 수 있고, 친밀한 관계를 유지하면서 신뢰할 수 있는 사회적 측면에서의 로컬푸드로 정의할 수 있다.
- 공간적인 측면에서 물리적(지리적)인 거리로서도 로컬푸드를 설명하고 있는데 미국 워싱턴DC는 250km, 영국 런던은 160km로 정의하고 있다.
 - 국내에서의 로컬푸드에 대한 정의는 다음과 같이 공간적, 사회적 측면에서 정의되고 있다.

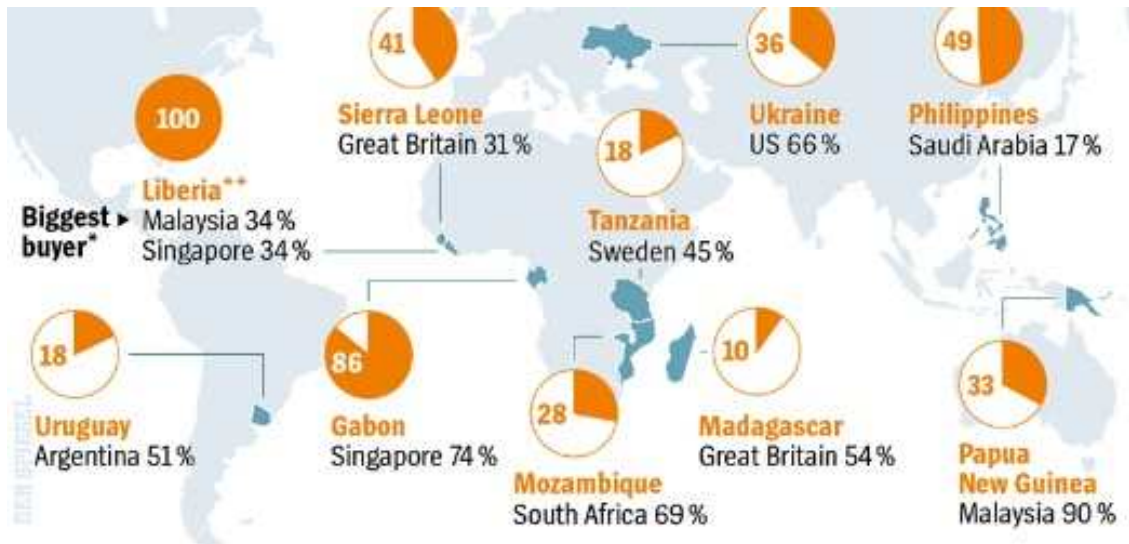
기관/시군	국내 지자체 로컬푸드 정의
농 촌 진 흥 청 (2010)	- 50~100km 거리 내의 지역생활권역이나 인근생활권역에서 생산·가공·유통되는 안전하고 신선한 친환경 먹거리로서 공신력 있는 기관의 인증마크를 획득한 것
원주시(2009)	- 생산자와 소비자에게 적절한 가격을 보장하고 지속가능한 방법(자원순환 및 에너지 저 투입 등의 친환경적 방법을 사용함으로써 지구온난화 방지 및 생물의 다양성 확보에 기여하는 모든 과정)으로 원주시 지역에서 생산·가공되어 직거래 또는 물류센터를 통한 2단계 이하의 유통단계를 거쳐 시민에게 공급되는 농식품
완주군(2011)	- 생산자에게 적당한 가격을 보장하고, 소비자에게 건강하고 안전한 먹을거리 접근성을 보장하기 위해, 지속가능한 방법으로 완주군 지역에서 생산·가공되어, 직거래 또는 로컬푸드 물류센터를 통한 2단계 이하의 최소유통단계를 거쳐 주민에게 공급되는 농식품

2) 국승용, 2012, 로컬푸드 현황과 발전전략, 한국농촌경제연구원

3) 김성훈, 2006, 한국의 전통시장, 한국농촌경제연구원에서 인용

태의 교환거래가 이뤄지기도 하였음.

- 이후 산업화가 급속히 진행되고 교통과 통신이 발달하면서 1985년에는 서울 가락동 도매시장이 개설되었으며 전국 33개의 농수산물 도매시장이 생겨나면서 로컬(지역)이라는 개념이 점차 국내(national)로 범위가 넓어지기 시작.
- UR이후 1994년에는 WTO가 출범하였고 세계시장이 개방화 되면서 다국적 기업의 농산물/농식품이 급속도로 국내 유통 시장을 장악하기에 이르렀음.
 - 거대 농식품 유통기업의 국내 진출은 도시의 대형마트, 기업형 슈퍼마켓, 편의점 등에서 소비자 수요가 증가하면서 점유율은 점차 증가하였고, 이는 여러 부작용을 낳았음.
- 결과적으로 이러한 농산물/농식품의 세계화는 자국의 식량자급, 제철농산물, 농가 경쟁력, 환경파괴, Junk 농산물, New 식량식민지와 같은 부작용을 낳고 있음.



자료 : <http://www.spiegel.de/>

- 우리나라는 이러한 농산물 세계화에 대응하기 위해 1990년대 초반부터 ‘身土不二’ 정책(캠페인)을 시행하였지만, 급속한 외국 자본의 쓰나미로 한계에 직면하였고, 1995년 지방자치제 지방선거 이후 지방분권이 확실해 짐에 따라 점차 로컬의 의미가 증폭되기 시작하면서 로컬푸드에 대한 관심이 증가되었다. 2006년부터는 일본의 지산지소운동, 로컬푸드에 대한 담론(책자) 소개와 더불어 지방정부의 도농교류 활동, 학교급식과 같은 직거래 정책이 동시에 실시되면서 점차 로컬푸드에 대한 정책들이 추진되고 있음.

- 우리나라 지자체의 경우 전북이 가장 앞서 가고 있다. 충남의 경우 3농혁신의 로컬푸드팀 구성, 학교급식팀 구성 및 복합산업화 지원사업을 통한 학교급식지원센터 설립 등 로컬푸드에 대한 추진력이 매우 강한 지역이라고 할 수 있다. 또한 품앗이와 같은 민간지역생협이 출범하면서 로컬푸드 운동이 확산되고 민간과 공공이 점차 유기적으로 움직이고 있는 추세임.
- 지자체 조례제정 실적 : 원주(2009), 완주(2011), 평택(2011), 청송(2011), 김제(2011), 강진(2011), 음성(2012), 아산(2012)
- 거버넌스 : 광역 로컬푸드정책협의회(충북, 경북), 충남3농혁신 로컬푸드팀 및 학교급식 팀
- 대전 충남 생협 : 품앗이
- 우리나라 로컬푸드 주요 활동은 농민장터, 직판장, 꾸러미사업, 로컬푸드 외식업, 지역생협, 지역매장, 학교급식 등이 주로 추진되고 있음.

1) 농민장터

- 청양군 칠갑산 장승공원 농민장터 (관 주도)_매주 주말
- 원주시 새벽시장 (민간 주도)_2일 7일에 운영



사진출처 : <http://blog.naver.com/9080life/220292016091>

- 천안시 목요장터 : 농업기술센터_300세대 아파트 단지를 대상으로 신청을 받아 운영



사진출처 : <http://mynaeil.blog.me/20206959633>

2) 로컬푸드 직판장

- 로컬푸드 직판장은 2012년 용진농협이 1년여간의 준비 끝에 오픈한 용진로컬푸드직매장과 민간이 운영하는 전주 효자동 로컬푸드 직판장(2012)이 대표적임.
- 충남에는 용진농협과 같이 농협 주관하에 운영되는 직판장이 홍동, 아산, 논산, 천안, 서산, 서천에 있으며, 영농조합법인이 운영하는 금산 직판장이 있음.
- 농협이 아닌 민간 협동조합으로 운영되는 곳은 완주로컬푸드협동조합(해피스테이션)이 대표적임.

구 분	완주 용진농협 로컬푸드 직매장	완주 로컬푸드 직매장(전주)	김포 로컬푸드 공동판매장	김포농협 로컬푸드 직매장
운영주체	용진농협	농업회사법인 (주)완주로컬푸드	농업회사법인 (주)엘리트농부	김포농협
개장시기	2012년 4월	2012년 10월	2012년 11월	2013년 4월
매장규모	280m ²	510m ²	132m ²	200m ²
운영시간	09:00~21:00	10:00~21:00	10:00~20:00	09:00~19:00
판매 수수료	농산물 10%, 가공품 12%, 축산물 13%	10%	15%~20%	10%
유통기한	당일수확, 당일소진	당일수확, 당일소진	수확하고 2일까지	당일수확, 당일소진

출처: 용진농협 로컬푸드 직매장 성공요인과 시사점, CEO Focus 303호, 황성혁 외

참고: 완주 로컬푸드 직매장(전주) 및 김포 로컬푸드 공동판매장은 농협의 민간조직임.

3) CSA(지역공동체지원농업)·꾸러미

- 전국 14개 생산자공동체로부터 전국의 1천명 이상의 소비자회원을 대상으로 정기적으로 생산물 꾸러미(제철에 나는 농산물로 금액에 따라 8~9가지 형태로 구성) 공급
- 충남에서 공주의 주식회사법인 ‘공생공소’가 꾸러미사업을 4년간 추진하고 있음.

4) 농가식당/미더유

- 농진청은 농촌에 농가가 직접 생산한 농산물로 만든 음식을 대접하는 ‘농가맛집’을 전국에 83개(2013) 지정하였음.
- 충남은 충남발전연구원 6차산업화센터에서 로컬푸드 인증제도 ‘미더유’⁴⁾를 2012년부터 시행 중에 있으며 현재까지 30개 업소가 성황리에 운영 중에 있음. 청양군에는 ‘바닷물 손두부’가 대표적임.

5) 농민거점가공센터

- 농민거점가공센터에서는 농산물 가공과 관련된 창업보육교육을 정기적으로 실시함과 더불어 농산물 가공에 필요한 설비를 갖춰 농가가 각종 인허가와 시설과 설비에 대한 부담을 줄여줌으로써 언제든지 자신들의 농산물을 들고 와 가공하여 판매함으로써 농가부가소득을 올릴 수 있는 곳이라고 할 수 있음.

4) 충남도 대표 로컬푸드 인증제도로 2012년부터 시행중이다. 지역 농산물 사용량에 따라 등급이 정해진다.

- 충남은 현재 공주, 홍성, 아산, 서산, 서천 이며, 현재 운영 중인 곳은 청양, 논산
임.

6) 학교급식

- 로컬푸드에서의 학교급식은 성장기 학생들에게 좋은 제철 친환경 영양식단을 제
공할 수 있을 뿐만 아니라, 학교급식센터의 영역을 확대할 수 있어서 그 역할의
중요성이 부각되고 있음.
- 우리나라의 경우 전국에서 학교급식이 추진 중에 있으며 충남의 경우 중학교까지
는 무상급식을 시행하고 고등학교에는 친환경식품비를 지원하고 있음.
- 충남의 학교급식은 각 시·군에 2015년까지 학교급식지원센터를 만든다는 계획을
세우고 2015년 현재 당진(66%⁵⁾), 아산, 홍성(60%), 청양(53%) 학교급식센터가
운영 중이며, 천안, 공주, 논산이 설립 중에 있음. 그 외 서천, 부여, 예산, 서산,
보령은 현물공급형태의 센터로 준비 중임.

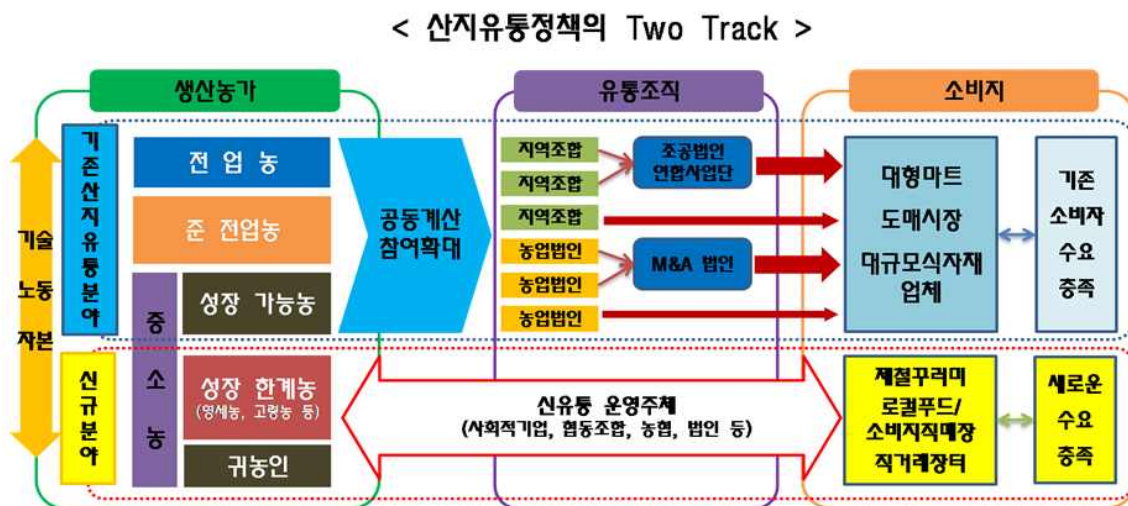
5) 지역농산물 사용량(비중)

2. 로컬푸드 직매장 사례

1)완주 용진농협 사례

◦ 농협 로컬푸드(Local Food) 모델 개요

- 농협주심의 투트랙(Two Track) 유통체계: 중규모 이상 농가를 중심으로 하는 기존의 농협 산지유통체계에 더불어 소농, 한계농, 귀농인 등 영세 농가를 중심으로 새로운 로컬푸드 유통체계를 구축



자료 : 로컬푸드(Local Food)추진전략, 농협중앙회,2013

◦ 일반현황

- 완주 용진농협 로컬푸드 매장은 2010년 완주군 로컬푸드 활성화 종합전략의 일환으로 완주군에서 용진농협에 직매장 사업을 건의하면서 시작되었음.
- 위치는 전북 완주군 용진면 완주로 187으로 전형적인 면소재지이며 전주시내 인접되어 있어 전주시 북쪽에서 전주로 진입하는 차량 통행이 빈번한 장점이 있음.
- 2층 건물로 기존 하나로 마트를 2층으로 이동하고, 1층을 로컬푸드 직매장으로 운영 중이며 직매장의 면적은 260m², 소포장실 85m² 임.
- 사업초기 2011년 70여 농가 50여 품목으로 시작하여 2015년 200여 농가 월 1천여만 원 매출을 달성함
 - ▶ 주요품목은 신선채소이며, 농산물이 30%, 축산물 25%, 가공식품이 20%를 차지하고 있음(2013년 기준).

- ▶ 농산물은 엽채류 30%, 곡류·화훼류 20%, 과일·과채류 50%로 구성되어 있음
- 2013년 기준 용진농협(하나로마트와 로컬푸드 매장)의 총 매출액은 9.4억원으로 2012년 5월부터 월평균 9.3% 증가추세임
- ▶ 2013년 기준 전체 고객 수는 30058명이고 이중 관내 고객은 20%인 반면 관외(전주시) 고객이 다수인 80%를 차지하고 있음.

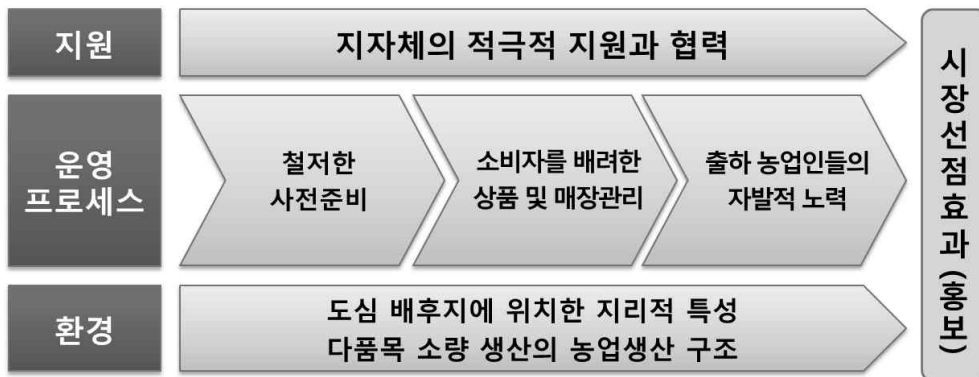
◦ 운영방법

- 로컬푸드 직매장 참여 농업인은 용진농협 인근지역의 농협조합원으로 규정함.
- 로컬푸드직매장 운영체계는 직매장 참여신청->농협상담->출하약정->교육이수->생산->안정성검사->수확->단위포장->가격결정->바코드출력->가격부착->진열->농협매장판매->재고관리(회수)->농산물대금정산의 체계로 운영됨.
- 대금정산, 매장판매, 안정성검사 항목을 제외하고 수확에서부터 포장, 운송, 가격결정, 매장 진열까지 모든 과정을 생산 농업인이 담당
- 농협은 매장에서 판매되는 상황을 CCTV로 촬영하여 실시간적으로 농업인에게 전송하여 농업인이 재고를 관리할 수 있는 시스템을 구축
- 당일생산 당일 판매를 원칙으로 하고 판매 후 남은 수량은 농업인이 직접 수거

◦ 용진농협 로컬푸드 직매장의 성공요인

- 완주군의 지원: 2011년부터 6차례에 걸친 농업인 교육과, 일본 미치노에키 선진지 견학, 일본 오오야마 농협과 자매결연을 하는 등 사전에 철저한 준비를 통해 시행착오를 최소화 함
 - ▶ 정책제안에서부터 사업비 지원(총사업비 5억7천만원 중 완주군 45%지원)까지 완주군과 농협의 상호협력
- 사전준비 철저: 생산자 조직화 및 출하 농업인에 대한 일본견학, 로컬푸드 활성화 교육, 친환경 GAP 인증절차 등에 대한 교육 실시
- 운영주체, 관리주체의 명확화: 농민은 생산과 재고관리에 집중하고, 홍보, 판매, 교육 등 농업인이 능숙하지 않은 분야에 대해서는 농협이 관리하여 상호간에 신뢰 확보
- 소비자 신뢰 저렴한 가격: 당일생산 당일판매(1일유통 원칙) 원칙을 지키고, 가격결정 또한 지속적인 모니터링을 통해 농업인이 합리적인 가격을 결정할 수 있도록 유도함으로써 소비자들과의 신뢰 관계 형성

- ▶ 상품 및 매장관리를 위한 준수사항 위반 시 출하정지, 출하등록 말소, 제재 조치



출처: 용진농협 로컬푸드 직매장 성공요인과 시사점, CEO Focus 303호, 황성혁 외

2) 완주로컬푸드협동조합: 해피스테이션

◦ 일반현황

- 완주 로컬푸드 해피스테이션은 로컬푸드를 통한 관계적 소비를 확대하기 위해 완주군과 단위농협이 출자한 「농업회사법인 완주로컬푸드주식회사」로부터 시작
- 2013년 12월에는 13개 읍·면의 주민 1,068(2014년)이 참여하는 협동조합으로 전화를 결의하고, 2014년 2월부터 「완주로컬푸드협동조합」으로 전환하였음.
- 완주로컬푸드협동조합은 2012년 10월 전주시 효자동에 로컬푸드 직매장을 오픈하였고, 이후 모악산에 2호점 모악점을 2013년 7월에 개장 하였으며, 2014년 1월에는 3호점인 하가점을 개장 함
 - ▶ 특히 모악점은 일본의 미치노에키와 비슷한 형태로 가공처리시설과, 레스토랑까지 갖추고 있어 명실상부한 우리나라의 대표적 로컬푸드 직매장이라 할 수 있음. 이곳에서는 농업인이 제조시설을 이용해 간단한 가공처리 식품을 제조해 매장에서 직접 판매할 수 있고, 2층에서는 로컬푸드 식재료를 사용한 레스토랑이 있어 모악산 등산객 및 전주시민을 주요 고객층으로 삼고 운영 중에 있음.
- 2013년부터 2014년까지 매출액은 로컬푸드 직매장으로 전주시내에 위치한 1호점(효자점)이 월평균 7억을 유지하고 있고, 모악산에 위치한 2호점(모악점)은 월평균 4억 정도의 안정적인 매출액을 올리고 있음.
 - ▶ 비슷한 시기에 개장한 완주군 용진농협이 월평균 1000만원인데 반해 매우 큰 매출액을 달성하고 있음. 이는 용진농협은 신선채소 중심의 농산물 위주로 판매되고 가공식품, 공산품의 경우에는 2층 하나로 마트에서 판매되기 때문임. 효자점은 로컬푸드 직매장이긴 하지만 가공식품과, 지역 공산품까지 일반 마트와 차이없는 구색을

갖추고 있고, 시내 중심가에 위치하고 있어 로컬푸드의 장점과 일반 마트와 갖은 구색으로 소비자의 편리를 충족하여 매출액이 높음.

- 해피스테이션의 2013년 7월에서 8월까지의 품목별 매출 분포는 효자점의 경우 농산물이 전체 매출액의 절반인 50%를 차지하고 가공품과 축산물이 각각 15.8%, 33.8%비율을 보이고 있음.
- 모악점 또한 비슷한 수준으로 농산물이 48.7%, 가공품이 22.4%, 축산물이 26.7%비율을 보이고 있음.

품목분류별 매출 분포

구분	농산물(%)	가공품(%)	축산물(%)	기타(%)
효자점	49.3	15.8	33.8	1.1
모악점	48.7	22.4	26.7	2.3

출처 : 완주로컬푸드협동조합, 2014년 7월~9월 기준

- 직매장에서 판매되는 상품의 품목 수는 2013년 380여개에서 2014년 695개로 80% 향상되었으며, 이는 완주로컬푸드협동조합에서 생산자를 조직화하고 기획생산제체를 구축해 연중 다양한 품목이 매장에 공급되도록 하였기 때문임.

◦ 운영방법

- 생산자 조합원으로 참여하기 위해서는 완주군에서 거주하는 농업인으로 제한되며 농산물은 완주군 내에서만 생산된 농산물만을 판매하는 것을 원칙으로 함.
- 완주군에서 거주하는 농업인이더라도 3개월 이상 농업인으로 거주해야 하며, 조합원으로 가입 후 신규 농가 교육을 이수해야만 농산물 공급의 기회가 주어짐
- 조합원 본인이 직접 생산한 농산물을 직접포장, 직접 진열을 원칙으로 하며 ‘농가 스스로가 주인인 가게’를 표방 함.
- 뿐만 아니라 가격 또한 스스로 결정할 수 있음. 다만 가격책정의 실수로 직매장의 신뢰도를 해칠 수 있으므로 정기적으로 도매시장 가격과 대형마트 등의 가격을 모니터링 하여 생산자 조합원이 참여하는 가격결정 분과위원회를 열어 합리적인 가격 결정이 가능하도록 함.
- 로컬푸드 직매장의 핵심은 농산물의 신선도와 가격 그리고 품질임으로 진열된 농산물은 당일 생산 당일 판매 원칙을 따름. 다만 신선채소를 제외한 과채류는 2

일, 근채류는 3일의 진열기간을 두고 있으며, 기한이 지난 농산물은 직접 회수해야 함.

- ▶ 완주로컬푸드협동조합은 사회적 약자와 지역사회 기여 차원에서 조합원에게 남은 농산물을 푸드뱅크에 기부하도록 권유하고 있음.

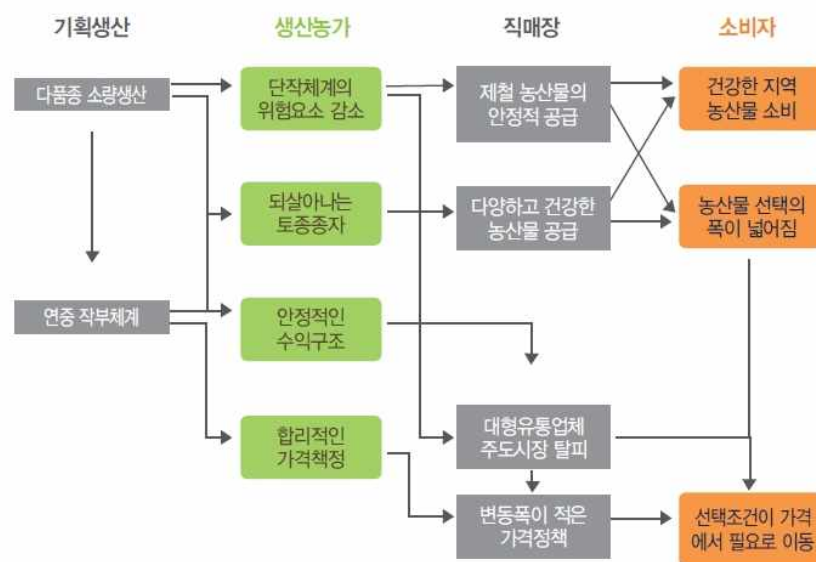
완주로컬푸드 해피스테이션 농산물 진열기간

엽채류	과채류	근채류	버섯류	건나물류
1일	1~2일	1~3일	1~2일	1달

출처 : 완주로컬푸드협동조합, 2014년 7월~9월 기준

- 정산은 1주에 1회 매주 수요일에 정산하여 조합원 통장에 입금하며, 사업자가 있는 농업인의 경우에는 세금계산서 발행 등의 사유로 월 1회 정산하는 것을 원칙으로 하며, 수수료는 농산물 매출액의 10%임.
 - 로컬푸드 직매장의 가장 우선시 되어야하는 부분은 농산물 안정성임. 따라서 생산자 조합원이 판매하는 농산물 라벨에는 조합원의 이름, 출하일자, 전화번호, 주소를 기입하게 하여 생산자가 농산물에 대한 책임을 갖고 있음을 상기시키고, 농산물을 신규로 출하 할 때마다 샘플에 대한 농약잔류검사 여부를 간이키트를 사용하여 검사해야함. 또한 2주에 한번 매장에서 판매되는 농산물 중 무작의 샘플링을 통한 농산물 샘플을 채취해 완주농업기술센터에서 정밀검사를 실시하고 있음.
 - 또한 완주군 농업기술센터에서 자체적으로 시행하고 있는 농산물 안전성을 보장하는 ‘로컬푸드 인증’제도를 운영하고 있으며 농산물 인증을 받기 위해서는 생산자는 인증교육을 이수한 뒤, 농산물 검사, 토양검사, 수질검사를 받아서 기준을 통과하면 인증을 받을 수 있음
 - 해피스테이션은 완주군민과 관외 지역에서 로컬푸드 직매장의 인지도를 높이기 위해서 모악점 2층 로컬푸드 레스토랑에서 건강한 요리를 제공하고 있으며, ‘완주로 떠나는 농촌체험 팸투어’를 운영해 농촌체험을 하고자 하는 초등학생과 부모에게 인근 농촌마을에서 농산물을 직접수확하고 직매장을 방문하는 투어를 통해 소통의 장을 만들고 있음. 이밖에도 블로그와 페이스북 등을 통해서 로컬푸드 직매장 알리기에 힘쓰고 있음.
- 완주로컬푸드협동조합 ‘해피스테이션’의 성공요인

- 운영주체의 명확성: 농업회사법인완주로컬푸드는 민간 중심의 운영조직이나, 실질적으로 공공에서 출자하여 조직의 안전성을 도모하였고, 조직을 운영하는 리더에게 전폭적인 지원과 신뢰를 아끼지 않았음. 이는 완주군 커뮤니티비즈니스센터에서부터 로컬푸드 체계를 추진하기 위한 리더가 있었고, 리더의 경험이 효자동로컬푸드 직매장을 운영하면서 성공할 수 있다는 확신을 얻을 수 있었던 것으로 파악됨. 또한 기존의 커뮤니티비즈니스센터에서 추진한 꾸러미 사업으로 생산자 조직화 및 기획생산체계가 구축되었고, 이러한 경험이 완주로컬푸드협동조합 해피스테이션으로 이어졌다고 판단됨.
- 생산자 조직화 및 기획생산체계 : 해피스테이션 로컬푸드 직매장은 초기 300개 품목에서 마을단위로 작목반을 구성해 다품종 소량생산 연준 기획생산 체계를 확고히 함으로써 직매장의 구색을 가질 수 있었음.



출처 : 완주로컬푸드협동조합

- 로컬푸드 직매장과 농특산물 직판장의 가장 큰 장벽은 구색인데 반해, 효자동의 경우 신선식품과 더불어 지역의 우수 공산품까지 판매해 로컬푸드의 장점인 가격과, 품질, 신선도에서 일반 마트와 차별화되었음.
- 모악점의 경우에는 모악산 기슭에 위치하여 지리적으로 불리함에도 불구하고, 로컬푸드 레스토랑이라는 테마와, 관광정보 제공, 농가가 직접 제조가공하여 판매할 수 있는 시설을 갖추어 로컬푸드 직매장의 경쟁력을 강화하였음.

- 종합하여보면 로컬푸드 직매장을 안정적으로 운영할 수 있는 지원주체와 운영주체가 모색되어야하고, 협동조합체제와 같이 출자금에 상관없이 1인1투표제와 같은 협동조합 형태로 조합을 운영할 수 있는 리더가 존재하였으며, 조합원의 조직에 대한 신뢰와 더불어 기획생산체계, 질 좋은 농산물이 생산되어 공급되었고, 이로 인해 자연스럽게 다양한 품목들이 직매장에 전시되어 소비자의 구매욕을 자극하였다고 볼 수 있음. 조직의 리더 및 주체자는 일관된 로컬푸드 직매장을 개설하지 않았고, 지리적여건과 규모, 테마 등을 고려하여 적재적소에 맞는 직매장을 개설하였음. 이는 효자동에 지역 공산품을 판매하여 경쟁력을 강화하였고, 모악산에서는 관광객과, 등산객을 타겟으로 로컬푸드 레스토랑을 개설해 직매장을 쉽게 방문할 수 있도록 하였음.
- 완주로컬푸드협동조합은 고객의 욕구를 만족시키기 위해 2008년부터 마을회사를 육성하고 마을회사에서 다양한 상품 군을 창출할 수 있도록 지원하였으며, 신규 농가 교육, 선진지 견학, 조합원가입 유도, 정기 보수 교육 등 농업인 역량을 강화 하였으며 이러한 노력이 로컬푸드 직매장의 부싯깃 역할을 하였다고 볼 수 있음.

3. 태안역(너나들이)센터 로컬푸드 직매장 모델 제안

- **운영주체**: 앞서 언급했던 것과 같이 태안역 너나들이 센터(이하 너나들이 센터)는 두 가지 모델로 제안될 수 있을 것임.
 - **농협주도** : 농협주도 모델은 용진농협과 같이 용진농협이 출자한 자회사가 농협에서 제안한 로컬푸드 운영형태(운영방법, 생산자조직화, 원칙, 안전성, 인테리어 등 시스템)에 따라 운영하는 방식임. 본 방식의 장점은 지금까지 농협모델이 실패한 적이 없었으며, 농협이라는 주체의 경영안전성에 확보되었고, 농협조합원이 구성되어 있어 좀 더 손쉽게 로컬푸드 직매장을 꾸려 갈 수 있다는 점임. 다만 약점으로는 로컬푸드 직매장의 기본원칙인 중소농 지원 및 경쟁력강화 원칙에 어긋나 기존의 중규모 이상의 농협조합원이 계속해서 혜택을 볼 수 있거나, 신규 농가조직화가 구성이 안 될 수 있다는 점임. 특히 기존의 농협의 체계를 답습하여 점차 농민이 아닌 농협의 로컬푸드 직매장으로 변화될 가능성이 있음.
 - **민간주도** : 민간주도 모델은 순수민간조직과, 제3섹터⁶⁾의 형태로 구분될 수 있는데, 순수민간조직은 영농조합법인, 농업회사법인 그리고 농민이 연합하여 새로운 조직화를 통해서 민간영역에서 자본을 투자해 사업체를 운영하는 것임. 이러한 모델은 자본주의 사회에서 이익집단의 당연한 조직형태임. 반면 본 모델은 태안군의 정책수진을 할 경우나 로컬푸드와 같은 공공성이 작용하기 때문에 조직의 설립이 어렵거나, 이익창출이 어려워 도산의 위험이 있음. 따라서 로컬푸드 직매장은 민간영역에서 제3섹터의 형태를 가장 많이 띄고 있는데, 완주로컬푸드협동조합이 대표적임. 완주의 모델은 공공에서 출자하여 협동조합법인(기존에는 농업회사법인)을 설립하고 리더를 영입하여 리더가 조직 운영을 도맡아 하는 형태임. 이때 공공(태안군)은 조례를 만들어 운영조직을 지원하고, 의회 혹은 운영위원회에서 조직의 발전을 위한 원칙을 세울 수도 있음. 본 모델의 장점은 운영조직의 리더가 공공의 자금력으로 본인의 창의력과 구성원의 맨파워를 가지고 조직을 안정적으로 이끌어 갈 수 있다는 점임. 반면 단점으로는 리더의 역량이 약할 때 조직이 와해되거나 파산되어 혈세낭비의 결과를 초래할 수 있음. 또한 리더의 도덕적 해이를 불러올 수 있음.
 - 위 두 가지 모델 중에서 공공의 이익과 태안군의 발전을 위해서는 영향력이 있는

6) 행정개설 민간위탁(제3 섹터)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 전형적인 농특산물 판매장 형태가 많음. ◦ 공모를 통해 위탁업체를 선정 ◦ 조례를 통해 운영기준 마련 ◦ 시설비·홍보비 등 일부지원 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 행정지원으로 경영안정 ◦ 공모를 통해 전문경영 조직선정 (단, 운영주체의 역량에 따라 성공 여부가 결정됨)
---------------------------	--	--

리더의 발굴과 태안군민 누구나 참여할 수 있는 민간 조직형태의 명확한 운영주체가 모색되어야 할 것임.

◦ 너나들이 센터 운영 형태

- 너나들이 센터의 위치는 태안군 중심부에 위치하고 있음. 위치상으로 보아 태안군민(주민, 학생, 공공 등)과 지역의 관광객까지 포섭하기 위한 대상지로 판단되며 정책 또한 완주 모악산과 같이 가공, 포장, 진열, 레스토랑까지 있는 복합 센터를 계획하고 있는 것으로 판단됨.
- 완주 모악산 사례에서도 언급하였듯이 관광지의 경우 해당 군민이 이용율은 20% 인 반면 80%는 외지인이나 관광객이 주 고객층 임. 따라서 로컬푸드 직매장은 관광객을 주요 타겟으로 하는 직매장을 설립해야 함. 만약 관광객이 너나들이 센터에 오지 않는다면 의미가 없는 사업이 될 수 있음. 단기적으로는 관광객을 주요 타겟으로 하고 장기적으로 지역사회 공헌을 위한 센터로 발돋움 이 필요함.
- 관광객을 주요 고객층으로 한다면 1)사업초기부터 농산물, 6차산업상품 등 완벽한 구색을 갖추 필요 없음. 관광객은 태안군에서 생산된 가격이 저렴하고, 품질이 뛰어나며 신선한 특산물(6차산업상품)과 농산물을 구입하려는 의도가 매우 강할 것임. 특히 믿을 수 있는 상품이라면 더욱 그럴 것임. 2)관광객은 무엇보다도 관광이 주목적이기 때문에 너나들이 센터에서 재미나 관광을 위한 필요충분조건이 성립되어야 할 것임.
- 관광객의 필요충분조건은 1차적으로 태안군에 도착해서와, 2차적으로 나갈 때임. 태안군에 들어 올 때는 관광(재미)정보, 맛집 정보, 캠핑의 경우 반조리 음식 등 일 것이며 돌아가는 길에는 지역 농산물과 6차산업 특산물, 외식 등이 주를 이룰 것으로 보여 이에 대한 적절한 테마가 필요함.
- 3) 장기적으로는 관광객의 편의와 지역민(공공급식)의 소비까지 고려해 지역 공산품 까지 상품 구색을 갖추 필요는 있음.

◦ 테마와 재미가 있는 너나들이 센터가 되어야 함: 주요 고객층이 관광객임으로 너나들이 센터에서 고려해 볼 만한 테마를 아래와 같이 제시할 수 있음.

- 로컬푸드 레스토랑 : 로컬푸드 식재료와 최고 요리사의 레시피로 태안군의 대표 음식을 맛 볼 수 있는 로컬푸드 레스토랑 운영
- 로컬푸드 레스토랑운영(지역식재료를 사용하는 가성비 높은 레스토랑, 유명요리

사 초청회, 시식회 등 운영, 충남 로컬푸드 인증제도 미더유 인증필요, 제철요리 제안, 블로그 운영) 해산물중심(漁반), 육류중심(Grill), 채소중심(소반) 이렇게 레스토랑을 구분해서 운영하는 것도 방법일 듯 하며, 유명 요리사나 경영인이 참여할 경우(공모전) 인센티브를 부여해 사업에 적극 참여할 수 있도록 함.(임대비, 간판, 세금감면 등)

※ 충남 로컬푸드 인증제도 미더유 식당 인증 취득

- **농산물 수산물 로컬푸드 직매장** : 로컬푸드 직매장은 태안군의 주요 특산물과 6차산업 상품으로 구성하고 타지역에서는 시도되지 않았던 수산물도 전시하여 태안군의 지리적 특성을 살릴 수 있도록 함. (전국에서 최초로 수산물과 농산물을 동시에 운영)

- ▶ 수산물 전시장은 선술집이나 포장마차와 같이 간단하게 음식을 섭취할 수 있거나, 포장해 갈 수 있는 전통시장의 느낌을 재현(3~4개 소규모 판매대)
- ▶ 아래 사진은 일본 후쿠오카 카루토 수산시장의 음식점들임.



- **태안군 관광 안내 및 관광안내원 운영**: 태안군의 다양한 관광, 해수욕장, 체험 프로그램과 농가 민박 등을 소개하는 리플렛을 제작하여 여행안내(information center)하고, 관광 해설 및 가이드를 원할시 적절한 비용을 지불하고 관광해설사도우미 지원

※ 국립공원 관리공단 협조 요청

※ 호주는 적재적소에 여행안내소를 전국에 배치하고 있음. 사막 한가운데에서도 여행안내소가 있으며 영문 소문자 i로 표시하여 누구나 쉽게 접근할 수 있도록 하고 있음.



- 종합해 보면 주체가 안정적으로 운영될 수 있도록 태안군이 참여하는 제3섹터 형태의 민간조직이 구성되어야하고, 본 조직을 이끌어 갈 수 있는 혁신적인 리더가 절실히함. 태안군은 리더가 조직을 구성하고, 생산자를 조직화해 기획생산체계를 구축하며 너나들이 센터에서 관광객이 재미를 느낄 수 있고 태안군에 오면 꼭 들러야하는 곳이 될 수 있도록 테마를 확정하여 사업이 성공적으로 안착될 수 있도록 동기를 부여해야할 것임. 마지막으로 너나들이 센터가 일회성 사업에 지나지 않고 장기적으로 태안군의 상징으로 자리 잡기 위해서는 건축적 가치와 시설 디자인에 있어서 가치 있는 형태로 시공되어야 할 것임.