



전라북도 로컬푸드 활성화 방안

Contents

- I. 로컬푸드란?
- II. 왜 로컬푸드인가?
- III. 전라북도 중소농 육성 핵심정책, 로컬푸드
- IV. 전북 로컬푸드 어떻게 활성화할 것인가?
- V. 전라북도 로컬푸드 발전비전 및 전략

Issue Briefing



전북발전연구원

연구진

이민수 전북발전연구원 연구위원

Jeonbuk Development Institute Issue Briefing

C O N T E N T S

전라북도 로컬푸드 활성화 방안

I. 로컬푸드란?

- 1. 로컬푸드의 다양한 정의 4
- 2. 외국의 로컬푸드 사례 5
- 3. 국내 로컬푸드 사례 6

II. 왜 로컬푸드인가?

- 1. 로컬푸드는 지역의 일자리와 소득증대에 기여 7
- 2. 환경을 보호하는 로컬푸드 8
- 3. 그 외 로컬푸드의 효과들 9

III. 전라북도 중소농 육성 핵심정책, 로컬푸드

- 1. 전북 농업 현황 : 농가소득은 증가했지만 양극화는 더 심화 10
- 2. 전라북도 농정 방향 : 로컬푸드를 중소농 육성 핵심 정책으로 추진해야 ... 11

IV. 전북 로컬푸드 어떻게 활성화할 것인가?

- 1. 소비자 설문 결과 12
- 2. 외국의 로컬푸드 활성화 정도 12
- 3. 국내 로컬푸드 미활성화 이유 : 생산과 소비의 불일치(Mismatch) 12
- 4. 전북 로컬푸드 활성화를 위한 단계적 발전방향 13

V. 전라북도 로컬푸드 발전비전 및 전략

- 1. 전북 로컬푸드 발전비전과 4대 전략 14
- 2. 전북 로컬푸드 전략 1 : 시장활성화 14
- 3. 전북 로컬푸드 전략 2 : 생산자 조직화 15
- 4. 전북 로컬푸드 전략 3 : 가공·유통활성화 17
- 5. 전북 로컬푸드 전략 4 : 통합운영체계 구축 17
- 6. 사업추진 전략 17

전북발전연구원 이슈브리핑 2013년 2월 19일 vol.99 발행처 : 전북발전연구원 발행인 : 김경섭 전북 전주시 완산구 콩쥐팍쥐로 1696(효자동3가 1052-1)
 TEL : 063)280-7100 FAX : 063)286-9206
 ※이슈브리핑에 수록된 내용은 연구진의 견해로서 전라북도의 정책과는 다를 수도 있습니다.
 ※지난 호 이슈브리핑을 홈페이지 (www.jthink.kr)에서도 볼 수 있습니다.

요 약

전라북도 로컬푸드 활성화 방안

로컬푸드는 지역의 경제와 환경을 살리고 건강을 지키기 위해 지역에서 생산된 먹거리를 지역에서 소비하는 농식품체계이다. 로컬푸드는 지역의 경제적, 환경적, 사회적 측면에서 많은 효과를 가져온다. 첫째, 로컬푸드는 지역농산물에 대한 소비증가로 농가소득 증대와 일자리창출에 직접적으로 기여한다. 이와 함께 승수효과를 통해 로컬푸드는 간접적으로 지역경제에 영향을 미친다. 일반적으로 로컬푸드는 기존 대규모 농식품 유통에 비해 2배 이상의 승수효과가 발생하는 것으로 알려져 있다. 둘째, 로컬푸드는 식품의 생산에서 소비까지의 이동거리를 줄여, 농식품 수송에 따른 온실가스의 배출을 감소시킨다. 2010년 현재 우리나라는 1인당 농식품수입량(468kg)과 농식품 이동거리(7085km)가 세계 최고 수준이다. 셋째, 경제적, 환경적 효과뿐만 아니라 로컬푸드는 사회적, 건강, 식품안전성 측면에서도 긍정적 효과가 있다. 농민장터에서는 일반 마트에 비해 10배 이상의 대화가 이루어진다거나 소비자와 생산자가 직접 만나기 때문에 신뢰를 바탕으로 한 농식품 거래가 이루어진다.

로컬푸드는 전라북도 중소농 육성의 핵심정책이 되어야 한다. 전라북도 2000년대 농업현황을 살펴보면, 고부가 농산업구조 개편 정책의 지속적인 추진으로 농가소득 성장률은 전국평균에 비해 3배 이상 높았다. 그러나 농가 간의 양극화는 타 지역에 비해 심화되고 있다. 따라서 성과를 나타내고 있는 고부가 농산업 구조 개편 정책을 지속적으로 추진하면서, 중소농의 농업소득을 안정적으로 확보할 수 있는 로컬푸드 정책 추진이 필요하다. 현재 1천 만원 대에 몰려있는 다수의 중소농가 소득을 3천 만원 대로 우향시키는 로컬푸드체계 구축이 향후 주요 정책 과제가 될 것이다.

도민을 대상으로 한 설문조사 결과에 의하면 로컬푸드를 적극 이용하겠다는 의견은 47.6%로 로컬푸드 잠재력은 매우 높았다. 그러나 생산과 소비의 불일치(Mismatch)로 도내 로컬푸드 시장은 매우 미미한 수준이다. 생산자 측면에서는 생산 후 판매할 소비처가 없고, 중소농가의 비조직화로 공급가능한 물량이 없다. 소비자 측면에서는 신뢰할 만한 로컬푸드 판매점이 없고, 가공품 등 다양한 로컬푸드 제품이 부족하다.

생산과 소비의 불일치를 해소하기 위해서는 단계별 발전전략이 필요하다. 우선 시작단계에는 농가유인책이 필요하므로 공공급식과 직판장을 중심으로 안정적인 공공형 시장형성이 필요하다. 두번째 단계로는 안정적 시장을 바탕으로 로컬푸드를 공급할 수 있는 중소농가를 조직화해야 한다. 세번째는 생산기반이 확보되면 가공품 포함 로컬푸드 제품을 다양화하고, 인증제도로 소비자 신뢰 확보하는 단계이다. 최종 단계는 민간영역인 전문판매점, 슈퍼와 외식업체 등으로 로컬푸드 제품 공급을 확대하는 것이다.



I. 로컬푸드란?

1. 로컬푸드의 다양한 정의

- 로컬푸드는 지역의 경제와 환경을 살리고 건강을 지키기 위해 지역에서 생산된 먹거리를 지역에서 소비하는 농식품체계
 - 농장에서 식탁까지의 거리를 최대한 줄여 지역내 농식품 공급체계를 확보하고, 생산자와 소비자 간의 사회적 거리를 줄여 공동체를 만들려는 노력의 일환
- 로컬푸드는 지역(로컬)의 범위를 어떻게 볼 것인가에 따라 다양하게 정의¹⁾
 - 지리적 거리 : 지역규모에 따라 다양하게 정의되며, 미국 IOWA는 74km, Washington D.C는 250km, 영국 런던은 160km, 영국 그 외 지역은 약 50km 이내의 거리를 로컬푸드로 정의
 - 시간적 거리 : 시간 단위로 정의되며, 많은 경우 24시간 이내에 소비자에게 배달될 수 있는 식품을 로컬푸드로 정의
 - 정치적 행정적 거리 : 행정구역인 도나 시·군의 경계 내에서 이루어지는 경우를 로컬푸드로 정의

〈표-1〉 로컬푸드의 공간적 정의²⁾

국가	문헌 또는 단체	공간적 거리
영국	영국농민시장연합회 (National Association of Farmers' Market)	반경 48km 이내
	런던농민시장 (London Farmers' Market)	외곽순환도로에서 160km 이내
미국	미국의 신선지역식품 정의 (Fresh and local food in the U.S.(2007))	400km 이내 차로 하루 안에 갈수 있는 거리
	신 옥스퍼드 미국어 사전 (New Oxford American Dictionary)	반경 160km 이내
	미국 농업법 (2008 Farm Act)	생산지에서 640km 이내 생산된 주(State) 내

- 국내의 로컬푸드 정의를 살펴보면 아래와 같음

〈표-2〉 국내 로컬푸드의 정의

기관/사군	로컬푸드 정의
농촌진흥청 (2010)	- 50~100km 거리내의 지역생활권역이나 인근생활권역에서 생산·가공·유통되는 안전하고 신선한 친환경 먹거리로서 공신력있는 기관의 인증마크를 획득한 것
원주군 (2009)	- 생산자와소비자에게 적절한 가격을 보장하고 지속가능한 방법(자원순환 및 에너지 저투입 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
원주군 (2011)	- 생산자에게 적절한 가격을 보장하고, 소비자에게 건강하고 안전한 먹거리 접근성을 보장하기 위해, 지속가능한 방법으로 원주군 지역에서 생산·가공되어, 직거래 또는 로컬푸드 물류센터를 통한 2단계 이하의 최소유통단계를 거쳐 주민에게 공급되는 농식품

1) Agricultural and Agri-Food Canada

2) 국승용. 2012. 농업전망 2012 : 로컬푸드와 지역 농식품산업의 활로. 한국농촌경제연구원

2. 외국의 로컬푸드 사례

○ 일본 : 지산지소(地産地消) 운동

- 2002년 '식-농 재생계획' 수립을 통해 중앙정부 차원에서 지산지소 운동을 본격적으로 지원
- 최근에는 2010년 '6차산업화법', 2011년 '지역 농림수산물 이용촉진 기본방침'을 통해 식품가공, 외식, 관광 등 다른 업종과의 연계를 적극적으로 지원
- 지자체는 지산지소 조례 제정, 지산지소 추진협의회 구성을 통해 지산지소 운동 추진

<주요성과>

지역농산물 직판장(2009) : 전국 16,816개소, 연매출 8,767억엔, 농민 가격수취율 80%, 가공품 판매로 농가부가가치 향상

학교급식 지역농산물(채소) 비중 확대 : (2004) 64.0%(33품목) → (2007) 66.6(44)

기타 : 농촌관광 연계 지역레스토랑, 일본경제단체연합회 협조를 통한 지역기업의 사원식당내 지역농산물 공급 등

○ 미국 : 먹거리 생산농부 알기(Know Your Farmer, Know Your Food)

- 오바마 정부가 들어서면서 연방정부 차원에서 종합적인 로컬푸드 정책 수립 시행
- 기존 농무성, 교육부 등의 로컬푸드 관련 인력으로 팀을 구성하여 로컬푸드 관련정책 통합 추진

<주요성과>

농민장터(Farmer's Market) : 매년 1천 개소씩 증가, (2012)7500개소, 전국협회 결성

지역공동체지원농업(CSA) : 전국 1천 개소 이상 추정

농가-학교 직거래(Farm-to-School) : (2011)전국 2,300개 프로그램, 1만개 학교 참여

농가-대학 직거래(Farm-to-College) : (2011) 167개 대학 참여

지역식량정책위원회(Food Policy Council) : (2011)주정부, 시정부, 카운티 포함 전국 100개 이상 운영

○ 영국 : 로컬푸드 워킹(Making Local Food Work)

- 미국, 일본 등에 비해 영국은 정부, 지자체, 비영리단체(NPO) 등 사회의 다양한 주체들이 힘을 합친 거버넌스(Governance) 구조가 매우 잘 갖추어져 있음
- 거버넌스 체제에서 정부는 하향적 업무 수행이 아니라 다양한 참여주체를 조정하는 역할 수행
- "Making Local Food Work"은 정부기관, 민간연구소, NPO 등의 연합으로 이루어진 가장 대표적인 거버넌스 조직으로, 로컬푸드 커뮤니티 사업체(사회적 기업)나 프로젝트 컨설팅 지원
- 사업분야: CSA, 농민장터, 생협, 동네빵집/정육점, 학교급식, 커뮤니티 텃밭 등

<주요성과>

농민장터(Farmer's Market) : (2009)전국 800개소 이상, 전국협회 결성

지속가능 먹거리 도시네트워크 결성 : (2011) 카디프, 브리스톨, 맨체스터 등 20개 도시

지역공동체후원제빵(Real Bread Campaign) : 지역산 밀과 식재료 활용 전통발효 빵집 인증·지원하는 NGO 주도 캠페인으로 전국에 100곳 이상

3. 국내 로컬푸드 사례

○ 농민장터 : 원주 새벽시장

- 1994년 UR대책으로 '원주시농업경영인회'가 시에 요청하여 하천둔치를 직거래 장터로 이용 시작
- 4월 하순부터 12월 초순까지 매일 새벽 4시~오전 9시까지 개장하며 직접 생산한 신선농산물 판매
- 2009년 기준으로 등록된 생산농가 450여명 중 일평균 170여 명의 생산자가 장터에 참여하고 있으며, 1일 평균 3천 2백 만원 매출을 올리고 있음(연 매출 75억원, 연 22만명 소비자 방문)

○ 로컬푸드직매장 : 완주 용진 로컬푸드 직판장

- 완주군과 용진농협이 공동 출자하여 일본식 1일 유통 로컬푸드 직매장을 2012년 4월에 개장
- 150여농가가 참여하고 있으며, 생산자가 가격결정, 진열, 수거를 책임지고 10%의 수수료 지불
- 신선채소, 육류, 가공품 등 200여개 품목 판매(1일 1천명 이용, 1일 평균 1천 5백 만원 매출)

○ 꾸러미(CSA) : 전국여성농민회총연합 “언니네텃밭”

- 2009년 횡성군 여성농민회 5가구가 제철농산물을 소비자 21가구에 택배로 보내는 사업으로 시작
- 현재 홍천, 상주, 김제 등 전국 14개 생산자공동체 110여명의 생산자 회원이 도시 소비자 1천명의 회원에게 매주(또는 격주) 꾸러미(두부, 콩나물, 계란, 제철채소 및 반찬류)를 택배로 배달
- 소비자는 월 회원제로 운영되며, 소비자가 월 회비 10만원을 선납하고 주 1회(월 4회) 또는 격주(월 2회, 2개월)로 생산자가 보내는 꾸러미를 받음

○ 농가식당 : 완주 농가레스토랑 “아하라”

- 농촌여성 일자리 창출 및 농가소득창출 위해 완주군 지원사업으로 2012년 9월부터 운영
- 식당은 20인 이상 단체가 이용할 수 있는 채식뷔페(1인당 7천원)와 가족단위가 이용할 수 있는 상차림 코스(1인 1만 2천원)가 있음
- 여성공동체 3명이 (주)아하라를 설립하여 위탁운영하고 있으며, 월 1천명 정도 방문하여 1천 만 원 정도의 매출을 올리고 있음

○ 농민가공 : 완주군 거점농민가공센터

- 농식품 가공품의 부가가치를 농가에게 환원하고, 가공식품 제조허가와 관련된 농민의 부담을 덜어주기 위해 농민들이 자신들의 농산물을 들고 와서 필요할 때 사용할 수 있는 공동가공시설
- 공공성을 위해 완주군이 직접 설립·소유하고 있으며, 주민창업공동체인 ‘농부의 부엌’ 등 2개 법인 위탁 운영

○ 커뮤니티키친(community kitchen) : 서울 마포 “장독대프로젝트”

- 2012년 마포 시민단체(민중의 집)가 매개가 되어 도시민들이 공동으로 장독대를 운영관리하면서 직접 장을 담가먹는 프로젝트

II. 왜 로컬푸드인가?

1. 로컬푸드는 지역의 일자리와 소득증대에 기여

- 로컬푸드는 지역경제 측면에서 몇가지 긍정적 효과가 있음
- 첫째, 지역농산물에 대한 소비증가로 지역경제와 일자리창출에 직접적으로 기여
 - 예를 들어 가계 음식료품비 770만원³⁾ 중 10%를 로컬푸드 소비에 사용한다면(수입 농식품 등을 지역내 농식품으로 대체한다면), 전라북도는 로컬푸드 판매로 연 5,000억의 소득이 창출 (770만원 * 10% * 66만가구)

〈학교급식 두부 사례〉

- 현재 전라북도 학교급식 두부는 거의 수입콩을 사용한 대기업 제품
- 수입콩을 도내 콩으로 대체하면 농가는 18억원의 소득이 창출(학생 1인당 두부 소비액 6천원 * 초·중·고 학생 30만명)
- 도내 콩을 직접 가공하여 두부로 판매하면 40억원의 소득이 발생(농가 18억원 + 지역두부제조업체 22억원)

- 둘째, 승수효과⁴⁾를 통해 로컬푸드의 경제적 효과가 지역경제에 파급·확대 재생산
 - 지역생산~지역소비의 선순환으로 기존 농식품유통 구조에 비해 2~3배의 승수효과가 발생

〈농민장터 사례〉⁵⁾

- 수출 중심의 대규모 지역농은 1달러의 농산물을 판매하면 지역에 최종적으로 1.7달러 총 소득 발생시킴
- 이에 비해 농민장터에서 소비된 1달러는 지역에 최종적으로 2.8달러 소득발생을 가져옴
- 100달러를 사용했을 경우 일반대형슈퍼는 25달러, 지역슈퍼는 52달러 지역에 재사용, 농민장터는 62달러 재사용

〈지역레스토랑 사례〉

- 100달러 사용했을 때 체인점 레스토랑은 31달러만 지역에 재사용
- 반면에 지역레스토랑은 79달러를 지역에 재사용

- 셋째, 농가직판 활성화를 통해 지역내 관광·식당과의 연계를 통한 시너지 효과 발생, 식생활교 육서비스·로컬푸드 정보제공 등의 신규 일자리 영역을 창출

〈미국 디트로이트 로컬푸드 사례〉⁶⁾

- 인구수가 전주시와 유사한 미국 디트로이트시를 대상으로 한 연구에 따르면, 지역농식품 사용이 20% 증가할 경우, 지역소득이 5억 달러 증가하고 신규로 4,700명의 고용이 창출되고, 2천만 달러의 세수가 증대되는 것으로 나타남

3) 가계 음식료품비는 통계청 가계동향조사(2011) 자료 활용. 음식료품비에는 음료, 주류, 식사비가 포함됨

4) 승수효과는 투자(소비)에 의한 직·간접 효과를 모두 고려한 개념. 예를 들어 철수가 100만원의 식품을 L 마트에서 소비했을 때, L 마트가 100만원을 전부 서울로 송금했을 경우에는 지역내 100만원 소비만 일어났으므로 승수는 1이 됨. 이와 달리 L 마트 주인이 50만원을 지역레스토랑에서 사용하고, 레스토랑 주인은 25만원을 지역농산물 구매에 사용했을 경우 지역내에는 최종적으로 175만원의 소비가 일어났으므로 승수는 1.75가 됨

5) Viki Sonntag, Why Local Linkages Matter: Findings from the Local Food Economy Study (Seattle, WA: Sustainable Seattle, April 2008)

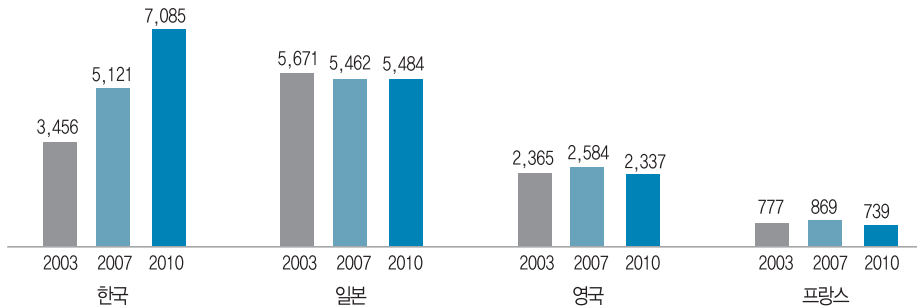
6) Oran Hesterman, Buying Local Makes Economic Sense.

<http://zesterdaily.com/world/buying-local-makes-economic-sense> (Accessed 2013. 1. 30)

2. 환경을 보호하는 로컬푸드

- 우리나라는 2000년 이후 푸드마일리지⁷⁾가 세계에서 가장 빠르게 증가한 국가로, 2010년 현재 1인당 푸드마일리지는 7,085t·km로 프랑스에 비해 약 10배 수준
 - 2003년 이후 일본, 영국, 프랑스 푸드마일리지가 소폭 감소한 데 비해 한국은 매년 10.8% 증가

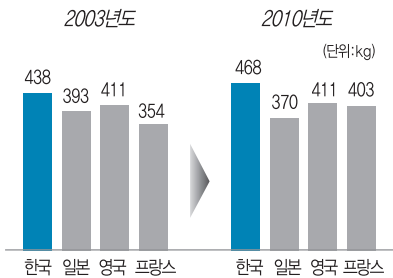
〈그림 1〉 국가별 1인당 푸드마일리지



자료: 국립환경과학원 보도자료(2012. 5. 17)

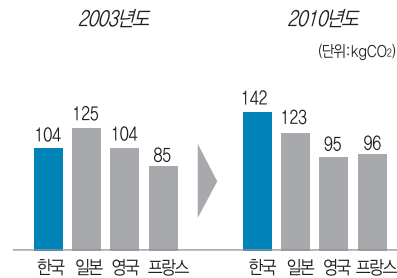
- 우리나라는 푸드마일리지를 구성하는 식품수입량 및 이산화탄소 배출량에서도 비교 대상 국가 중 1위를 차지

〈그림 2〉 국가별 1인당 식품 수입량



자료: 국립환경과학원 보도자료(2012. 5. 17)

〈그림 3〉 국가별 1인당 CO2 배출량



- 따라서 푸드마일리지와 온실가스 감축을 위해 로컬푸드 소비를 확대할 필요가 있음
 - 로컬푸드를 통해 현재 7000km의 농식품 수송거리를 70km 이내로 줄이면, 푸드마일리지가 99% 감소되는 효과를 가져옴
 - 농식품 수송에 따른 이산화탄소 배출을 감소시키고 개개인의 건강한 삶을 위해 수입농식품을 로컬푸드로 전환하기 위한 정책적 노력 필요

7) 푸드마일리지는 생산지에서 소비지까지 식품수송량(t)에 수송거리(km)를 곱한 값으로 식품수송의 환경부하를 파악하기 위한 지표. 푸드마일리지가 환경부하 지표인지에 대해서는 많은 논쟁이 있음. 예를 들면 환경부하의 절반이상은 농업생산에서 발생하므로 규모의 농업이 환경측면에서 더 유리하다는 논의 등이 있음. 자세한 논의는 'B. Born, & M. Purcel. 2006. Avoiding the local trap. Journal of Planning Education and Research, 26:195-207' 참고

3. 그 외 로컬푸드의 효과들

- 지역사회의 소통을 활발하게 한다.
 - 로컬푸드를 통해 농민과 소비자의 접촉이 증가할수록 농민은 소비자에게 최상의 농산물 제공을 위해 노력하고, 도시소비자의 농가와 농촌에 대한 관심이 증대됨
 - 연구에 의하면 농민장터에서는 일반 슈퍼마켓보다 10배 이상의 대화가 이루어짐⁸⁾
- 식품의 질과 신선도를 높인다.
 - 로컬푸드에서 공급되는 식품은 상대적으로 신선하고, 많은 가공을 거치지 않아 풍부한 영양소를 함유하고 있음
 - 또한 다양한 농식품 생산이 가능하여 전국 시장에서는 구입할 수 없는 토종 채소 등 건강에 이로운 농식품 생산이 용이
 - 유통 시간의 단축으로 신선 농식품의 선도 유지가 용이하고, 냉장 등에 소요되는 비용이 절감
- 식품안전성을 높인다.
 - 로컬푸드는 농식품 생산자와 소비자 간의 연계와 신뢰를 강화하기 때문에 식품 안전성 측면에서도 긍정적인 효과를 가짐
 - 생산과 소비의 유통단계 축소로 긴 유통과정에서 나타날 수 있는 오염 등의 문제를 원천적으로 제거하는 것이 가능
 - 소비자가 유통과정을 직접 확인하는 것이 용이하여 소비자 신뢰가 증대되며, 생산자와 소비자 간의 교류가 원활해지면 상호 신뢰를 바탕으로 농식품의 거래를 발전시킬 수 있음
- 포장재 사용이 감소한다.
 - 로컬푸드는 많은 경우 장바구니 형태로 신선하게 배달되며, 이에 따라 장거리 유통에 필요한 개별 포장재 사용이 적게 사용됨
- 토지사용 다양성이 증가한다.
 - 로컬푸드는 지역의 토종 작물과 전통음식의 소비를 활성화시키며, 이에 따라 지역의 토종 종자와 전통식단이 보존되는 효과를 가져옴
 - 토지사용의 다양성 증대로 단작에 따른 토양침식을 방지하고 유전적 다양성의 손실을 줄임

8) Halweil, Brain, 2003. The Argument for Local Food. World Watch, 16(3).

III. 전라북도 중소농 육성 핵심정책, 로컬푸드

1. 전라북도 농업 현황 : 농가소득은 상대적으로 증가했지만 양극화는 더 심화

- 2000년대 전북 농가소득 성장률은 전국평균에 비해 3배 이상 높았음
 - 2000~2010년 농가소득 증가율(불변가격) : 전국 5.1%, 전북 16.1%
 - 전국대비 전라북도 농가소득 : 0.88(2000) → 0.97(2010)
- 이 같은 농가소득 증가는 전라북도 농가의 농업소득이 유지되었기 때문임
 - 2000년대 전국 농가의 농업소득이 거의 30% 하락한데 비해 전북만 농업소득이 유지됨
 - 전국대비 전라북도 농업소득 : 0.95(2000) → 1.32(2010)

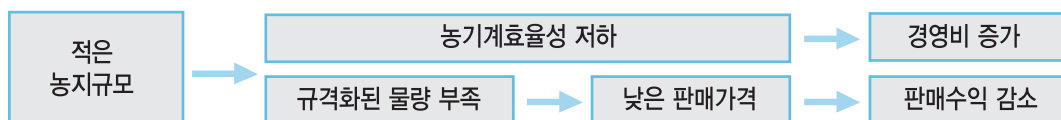
〈표-3〉 농업소득 현황

(단위: 천원)

시도별	2000년	2010년	증감율	전국평균대비	
				2000년	2010년
경기	12,214	6,710	-45.1%	1.01	0.77
충남	13,474	8,331	-38.2%	1.12	0.96
 전북 	 11,456 	 11,450 	 -0.1% 	 0.95 	 1.32
전남	10,874	7,649	-29.7%	0.90	0.88
경북	13,287	9,086	-31.6%	1.10	1.04
전체	12,053	8,698	-27.8%	1.00	1.00

*자료: 통계청, 농가경제통계(2005년 불변가격)

- 민선4기 이후 추진되어 온 고부가 농산업구조 개편 정책의 지속적인 추진으로 전라북도의 역대 농부는 전국에 비해 크게 증가함(통계청, 농가경제통계)
 - 농업총수입 1억원 이상 농가비율(전국) : 4.2%(2005) → 5.0%(2010)
 - 농업총수입 1억원 이상 농가비율(전북) : 2.3%(2005) → 7.0%(2010)
- 그러나 전라북도 농가의 양극화는 타 지역에 비해 더욱 심화되고 있음
 - 5분위 소득비율(전국) : 7.6(2000) → 9.6(2008) → 11.7%(2010)
 - 5분위 소득비율(전북) : 6.1(2000) → 9.5(2008) → 13.9%(2010)
- 이같은 격차는 하위 농가일수록 판매수익 감소와 경영비 증가폭이 크기 때문임
 - 소득 1분위(하위20%) 농업소득률은 2000~2010년간 34.4% 감소 : 19.5(2000) → 12.8%(2010)
 - 소득 5분위(상위20%) 농업소득률은 2000~2010년간 13.4% 감소 : 58.8(2000) → 50.9%(2010)



2. 전라북도 농정 방향 : 로컬푸드를 중소농 육성 핵심 정책으로 추진해야

- 농가의 양극화를 해소하기 위해서는 규모의 효율성을 달성하기 어려운 중소 가족농의 특성에 맞는 새로운 정책 추진이 필요
- 전라북도 농가는 아래와 같이 크게 3계층(규모화가 가능한 전업농 30%, 중소 가족농 40%, 경지 규모와 농업소득이 극히 미미한 재촌탈농 가구 30%)으로 구분이 가능

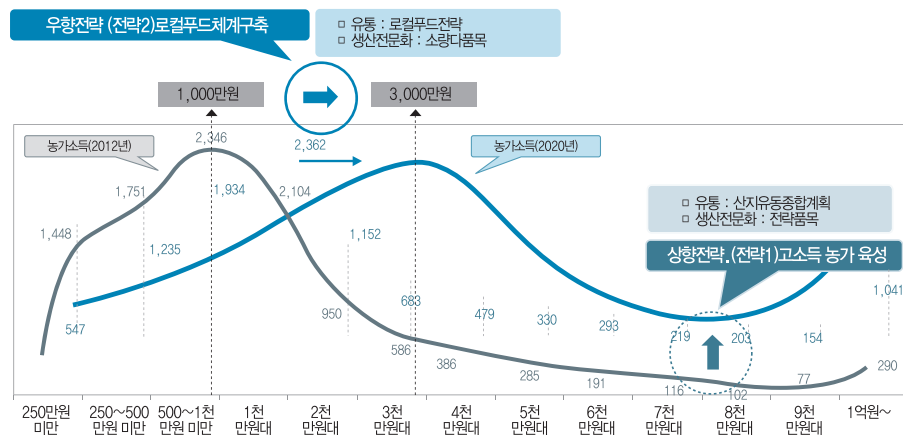
구분	규모화된 전업농	중소 가족농	재촌탈농 가구
경지면적기준(통계청, 2010) ⁹⁾	21.3%(2ha 이상)	42.6%(0.5~2ha 미만)	36.1%(0.5ha 미만)
농업소득기준(남원시, 2012)	28.1%(2천만원 이상)	41.9%(5백~2천만원 미만)	30.1%(5백만원 미만)

- 계층별 농가특성을 고려하여, 향후 전라북도의 농정방향은 계층별 맞춤 정책 추진이 필요

구분	당면과제	전략
농업 정책	규모화된 전업농 (30%)	지속적인 농업소득 확보
	중소 가족농 (40%)	농가간 양극화 해소 및 중소농 지속가능성 증대
농촌 정책	재촌탈농 가구 (30%)	농촌복지 및 농외소득 확보

전략
① 고부가 농산업구조로의 개편 지속 -고부가 농산업 구조 개편 정책(시설현대화, 유통체계 개선) 지속 추진
② 로컬푸드체계 구축 -중소농의 안정적인 농업소득 확보위해 기획생산 중심의 로컬푸드체계 구축
③ 지역순환경제체계 구축 -지역내 공동체형성과 농외소득 기회증대를 위해 지역순환경제체계 구축

- 향후 농업정책 방향은 성과를 나타내고 있는 고부가 농산업 구조 개편 정책의 지속적인 추진과 병행하여, 중소농의 농업소득을 안정적으로 확보할 수 있는 로컬푸드 정책 추진 필요
 - 상향전략(전략1) : 전략품목 육성과 수출농업을 통해 고소득 농가를 확대
 - 우향전략(전략2) : 1천 만원 대에 몰려있는 다수의 중소농가 소득을 3천 만원 대로 우향시키는 로컬푸드체계 구축



자료: 남원시, 농가소득관리프로그램

9) 일반적으로 소농(~0.5이하), 중농(~1.5미만), 대농(1.5ha 이상)으로 구분하였으나, 이는 평균경지면적이 1ha 정도였던 1980년대 구분방법. 여기서는 전복 호당 경지면적이 1.6ha인 점을 고려하여 '0.5~2ha미만'을 중소가족농으로 구분

IV. 전북 로컬푸드 어떻게 활성화할 것인가?

1. 소비자 설문 결과(전북발전연구원, 2012)¹⁰⁾

- 로컬푸드직매장 이용의향
 - 응답자 98.2%가 보통 이상의 이용의향을 나타내었으며, 적극 이용 소비자도 65.7%를 차지
- 로컬푸드 이용 확대 의향¹¹⁾
 - 신선채소 (83.2%) > 제철과일 (79.7%) > 육류 (73.2%) > 양념류 (71.0%) > 곡류 (70.9%) > 가공품 (68.9%)
- 일반농산물 보다 로컬푸드에 20%이상 추가지불 의사를 가진 소비자는 47.6%
- 로컬푸드 유형별 이용의사¹²⁾
 - 직매장(65.7%) > 농민가공품(61.0%) > 동물복지 축산물(51.9%) > 농민장터(45.7%) > 인증식당(45.2%) > 꾸러미(36.5%)
- 로컬푸드 장애요인¹³⁾
 - 판매처 부족(83.7%) > 정보부족(65.7%) > 판매종류 한정(62.5%) > 인증시스템 부재(53.0%) > 공급불안정(47.4%)

2. 외국의 로컬푸드 활성화 정도¹⁴⁾

- 영국 로컬푸드 소비자(IGD, 2010 소비자조사) : 15%(2006년) → 30%(2010)
- 일본(2009) : 직판장 참여농가는 35만호로 총 농가의 12%, 전체 유통의 5~10%차지
- 프랑스(2005) : 농가의 16.3%가 직판활동을 하며, 직판농가 중 47%가 농가가공 수행
- 생산물 50% 이상 직판 농가 비율(2007) : 그리스 24%, 이탈리아 17%

3. 국내 로컬푸드 미활성화 이유 : 생산과 소비의 불일치(Mismatch)

- 설문조사의 로컬푸드 적극이용층 47.6%, 외국의 로컬푸드 시장 20% 수준을 고려하면, 국내 로컬푸드 잠재시장은 10% 이상일 것으로 추정됨
 - 그러나 국내 조직화된 로컬푸드 시장은 약 2% 이내로¹⁵⁾, 잠재수요의 현실화를 위한 전략이 필요

10) 대형마트(205명)와 로컬푸드직매장(244명)을 대상으로 2012.11.3~2012.11.6일에 걸쳐 현장 설문조사 실시

11) 품목별 구매의향(확대, 유지, 감소) 중 '확대' 비율

12) 유형별 이용의사(5점척도:적극이용, 다소, 보통, 거의, 전혀) 중 '적극이용' 비율

13) 요인별 장애정도(5점척도:매우, 다소, 보통, 거의, 전혀) 중 '다소 그렇다' 이상 비율

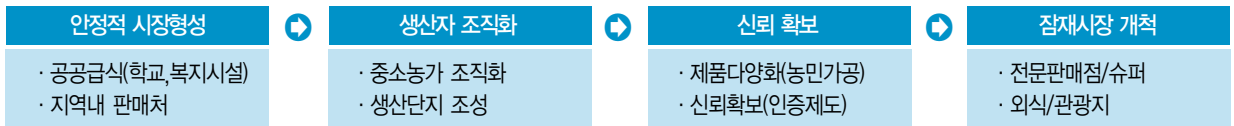
14) 허남혁, 2012, 충남 지역순환식품체계 구축 기본계획, 충남발전연구원

15) 농수산물 국내공급액 55조원(한국은행 산업연관표, 2010) 중 어느 정도 조직화되어 직거래체계가 판매가 이루어지는 국내유기농(0.5조원), 생협(0.6조원)의 시장점유율 고려하여 추정

- 국내 로컬푸드의 미활성화 이유는 생산과 소비의 불일치(Mismatch) 때문
 - 생산측면 : 생산 후 판매할 소비처가 없고, 중소농가의 비조직화로 공급가능 물량이 없음
 - 소비측면 : 신뢰할 만한 로컬푸드 판매점이 없고, 가공품 등 다양한 로컬푸드 제품이 부족

4. 전북 로컬푸드 활성화를 위한 단계적 발전방향

- 생산과 소비의 불일치를 해소하기 위해서는 단계별 발전전략이 필요
 - ① 초기에는 농가유인책이 필요하므로 공공급식과 직판장을 중심으로 안정적인 공공형 시장형성
 - ② 안정적 시장을 바탕으로 로컬푸드를 공급할 수 있는 중소농가를 조직화
 - ③ 생산기반이 확보되면 가공품 포함 로컬푸드 제품을 다양화하고 인증제도로 소비자 신뢰 확보
 - ④ 최종적으로 민간영역인 전문판매, 슈퍼와 외식업체 등으로 로컬푸드 제품 공급을 확대



- 전북 로컬푸드 단계별 발전전략에 따른 시기별 주요내용을 제시하면 아래와 같음

단 계	단계별 주요내용
1단계 : 기반 구축기 (2012~2013) 	▶기본계획수립 ▶제도정비(조례, 인증제도 정비) ▶홍보/마케팅 ▶로컬푸드생산/유통조직 지원 · 꾸러미공동체 활성화 · 농민장터 정비 및 신설 · 로컬푸드스레이션
2단계 : 시장 형성기 (2013~2014) 	▶안정적 로컬푸드시장 확보 : (핵심시장) 공공조달, 공공급식 ▶기획생산단지 조성 ▶로컬푸드 선도사업 추진 · 예)전북로컬푸드식당, 전북로컬푸드 경진대회 ▶농촌형 연계사업 개발 : 농촌마을사업을 로컬푸드와 통합·연계 추진
3단계 : 시장 확대기 (2015) 	▶로컬푸드시장 확대 : (핵심시장) 준공공영역(관광서, 병원 등) ▶로컬푸드 통합지원센터 구축 : 사회적 지역유통센터, 대도시직매장 ▶도시형 연계사업 개발 : 도시농업, 도시마을가꾸기와 통합·연계 추진
4단계 : 시장 안정화기 (2016~)	▶민간영역 로컬푸드 활성화 : (핵심시장) 외식, 가공, 유통, 관광지 ▶민간 로컬푸드기업 창업 지원

V. 전라북도 로컬푸드 발전비전 및 전략

1. 전북 로컬푸드 발전비전과 4대 전략

- 2012년 직매장·꾸러미 중심의 약 100억 로컬푸드 시장을 2016년까지 약 2,000억으로 확대
- 이를 달성하기 위해 4대 전략 수립(시장활성화, 생산자조직화, 가공·유통활성화, 통합운영체계 구축)

비전	생산자와 소비자 모두가 행복한 지속가능한 전북농업·농촌 육성	
목표	<ul style="list-style-type: none"> • 로컬푸드 시장 활성화 : 100억(2012) → 2,000억(2016) • 로컬푸드 생산자 조직화 <ul style="list-style-type: none"> -참여농가 500농가(2012) → 2만농가(2016) -협동조합(작목반) 20개 소(2012) → 450개 소(2016) • 로컬푸드 가공·유통 활성화 <ul style="list-style-type: none"> -거점농민가공센터 1개 소(2012) → 28개 소(2016) -로컬푸드유통센터 1개 소(2012) → 14개 소(2016) 	
전략	1. 로컬푸드 시장활성화	<ul style="list-style-type: none"> • 공공급식 연계 • 시군 로컬푸드 직매장 활성화 • 전북 꾸러미 활성화 • 로컬푸드 식당인증제 실시 • 순회 농민장터 활성화
	2. 로컬푸드 생산자 조직화	<ul style="list-style-type: none"> • 로컬푸드 마을협동조합 조직화 • 전북 두레농장 구축 • 광역품목 협동조합 조직화 • 핵심전략품목 협동조합 조직화 • 전북로컬푸드밸리 조성
	3. 로컬푸드 가공·유통활성화	<ul style="list-style-type: none"> • 거점농민가공센터 구축 • 시군 로컬푸드 유통센터 구축 • 제휴푸드(광역유통) 체계 구축
	4. 통합운영체계 구축	<ul style="list-style-type: none"> • 전북로컬푸드 종합전략 수립 • 제도기반 정비(조례, 행정시스템정비) • 로컬푸드 정보·홍보센터 운영

2. 전북 로컬푸드 전략1 : 시장활성화

1) 단계적 로컬푸드 시장 개척

- 1단계 : 안정적 공공급식 시장, 시군 진행 사업(직매장, 꾸러미)

- 2단계 : 지역식당, 농민장터, 체험연계 직거래, 단체급식(관공서, 대학)
- 3단계 : 단체급식(대기업, 연수원), 일반영역(슈퍼, 외식재료, 가공재료)

2) 로컬푸드 시장목표 및 정책수단

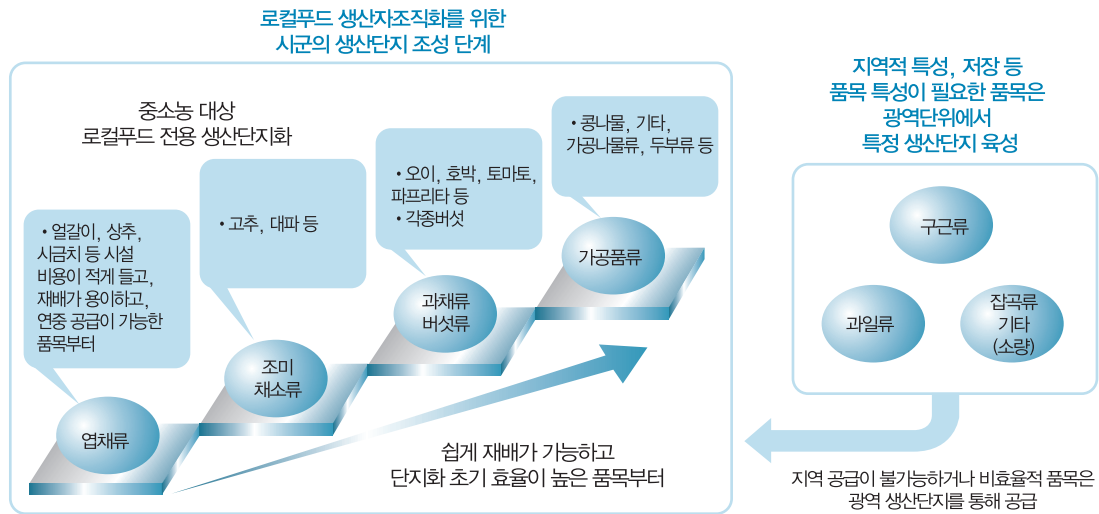
- 안정적 공공급식 시장을 중심으로 2016년까지 전북농축산물 5% 시장 형성
 - 공공형 시장(학교급식, 복지급식)은 대부분 로컬푸드를 통해 공급
 - 현재 완주를 중심으로 시장이 급속히 확대되는 직매장은 10~15% 시장 점유를 목표로 설정
 - 기타 일반영역(식당, 가공, 단체급식)은 5~10%의 시장 점유를 목표로 설정

구분	시장규모	로컬푸드 시장목표			정책수단
		2014년	2015년	2016년	
학교급식	500억원 *전북급식시장 1000억 중 농산물, 쌀, 김치 비중	100	300	500	• 친환경차역지원과 · 시군급식센터 설립통 해 전북급식 농산물을 로컬푸드로 공급
복지급식	100억원 *약 4만명, 100역시장	10	30	50	• 복지시설평가제도에 '지역농산물' 사용 정도 항목을 포함
단체급식	1,000억원 *7조3천억 시장 중 전북 3%, 식품 50% 비중 적용	10	50	100	• 관공서, 병원(1차), 지역내기업(2차) 대상 • 로컬푸드사용기업에 대한 홍보, 시상식
직매장	4,500억원 *마트,슈퍼 신선식품 15조 전북비중 3% 적용	200	300	500	• 시군직매장설치 지원 • 순회농민장터 지원
농민가공	5,700억원 *식품가공농산물 19조 전북비중 3% 적용	50	150	250	• 거점농민가공센터 구축 • 6차산업, 향토산업마을 연계
지역식당	1,500억원 *외식업 농산물 5조 중 전북비중 3% 적용	10	50	150	• 로컬푸드 식당인증제 • 6차산업과 연계한 농가레스토랑 육성 • 로컬푸드사용 식당에 대한 홍보, 시상식
꾸러미	-	10	50	150	• 꾸러미택배지원 • 연중생산시설지원
지역생협	300억원 *2012년 약 100억 매년 2~30%성장	150	200	300	• 지역생협을 활성화하기 위한 협동조합 지원조례 제정
전체		540	1,130	2,000	-

3. 전북 로컬푸드 전략2 : 생산자 조직화

1) 품목별 생산자 조직화 및 로컬푸드 생산단지 조성 방안

- 시군생산 비효율 품목(구근, 과일, 잡곡) → 광역단위 협동조합
- 생산용이 품목(엽채류, 조미채소) → 마을협동조합, 두레농장
- 상대적 생산 어려운 품목(과채, 가공) → 품목협동조합(작목반)



2) 생산자 조직화 기본방향 및 핵심정책

기본방향	핵심 정책	목표(2016)
기존 마을사업 통합·연계	▶마을형 로컬푸드 협동조합 육성 - ①관광·체험형 ②가공형 ③직판중심형	280개 소(시군당 20개) ※참고 : 기존마을사업 400개 소 ·향토산업마을 100,체험마을 250, 종합마을개발 56
고령농·영세농 복지정책과 통합	▶전북 두레농장 - 고령농, 귀농자 참여형 공동농장	60개소(시군당 5개 소)
광역품목 생산단지 조성	▶광역단위 품목협동조합(작목반) 육성 ※시군단위 생산 비효율적 품목 중심	28개 소(시군당 2개 소) ※친환경농업지구(48개) 연계
핵심전략품목 집중육성	▶핵심전략품목 협동조합(작목반) 육성 - 유정란, 두부, 콩나물, 떡류 등	56개 소(시군당 4개 소) ※핵심전략작목 시군별 육성
전북 로컬푸드 이미지 극대화	▶전북로컬푸드밸리 조성 -로컬푸드 특화단지, 관광루트 조성	30개 소 ※ '로컬푸드' 메카 이미지를 극대화해 골짜기지역을 로컬푸드단지로 특성화

▶ **중소농 2만농가 조직화 : 중소농가 연계 다품목 연중생산체계 구축**

4. 전북 로컬푸드 전략3 : 가공·유통활성화

○ 가공·유통활성화 기본방향 및 핵심정책

기본방향	핵심 정책	목표
농민가공 조직화	▶거점농민가공센터 구축 - 주유가공품 : 밀반찬류, 천연조미료, 잡곡류 - 주유시설 : 밀반찬조리실, 건식가공실, 섭식가공실	28개 소(시군당 2개 소) ※시군당 신규 1, 시설보완 1
통합물류체계 구축으로 유통단계 축소	▶로컬푸드 통합유통센터 구축 - 순회수집시스템, 신선편이전처리시설, 저장시설	14개 소(시군당 1개 소)
시군연계 광역물류시스템 구축	▶광역로컬푸드 사업단 운영 - 아파트순회 농민장터 운영 - 광역품목 시군간 연계·유통	1개 소(광역) ※공모방식으로 선정

▶ 공공급식과 연계하여 협동조합방식 가공·유통센터 구축

5. 전북 로컬푸드 전략4 : 통합운영체계 구축

○ 통합운영체계 구축 기본방향 및 핵심정책

기본방향	핵심 정책	목표
제도기반 구축	▶전북 로컬푸드 조례 제정 ▶로컬푸드 전담행정체계 구축 ▶로컬푸드 인증제 도입	조례제정 : 2013년 인증제 : 2014년
패키지형 공모사업통해 시군로컬푸드 선도	▶패키지형 공모사업 시행 - 종합적인 시군로컬푸드육성계획(생산, 가공·유통, 시장활성화)과 연계한 2~3년 공모사업	14개 ※시군민간전담조직(사업단)을 통해 지원
전북로컬푸드 홍보 활성화	▶로컬푸드 창업경진대회(민간공모) ▶우수사례/사람/단체/시군 시상 제도 ▶전북로컬푸드의 날 제정 ▶로컬푸드교육정보센터 운영(홈페이지,잡지)	-

▶ 로컬푸드 핵심전략(기획생산, 공공급식연계 등)에 대한 종합계획 수립

6. 사업추진 전략

○ 패키지형 공모사업을 통해 시군 맞춤형 로컬푸드 계획 추진 지원

- 현재 시군마다 로컬푸드 추진여건과 역량이 상이하므로 시군상황에 따라 유연하게 사업비가 투입될 수 있도록 공모사업 설계(예 : 완주 H/W 지원, 진안 전담조직 운영지원, 순창 교육지원)

- 시군 로컬푸드 계획 수립, 전담조직 활성화에 초점을 맞추어 최소한의 예산을 지원하고, 시군에서 기존에 추진하고 있는 공동체사업, 광특사업 등과 연계되도록 유도
- 전라북도는 도 차원의 제도기반 정비를 중심으로 전북도 공통사업을 직접 수행
 - 공공급식이 로컬푸드 핵심전략과 연계되어 추진되도록 행재정적으로 통합하고, 시군 단위 수행이 어려운 로컬푸드 인증제도(식당인증제, 생산인증제 등)를 운영
 - 전북 로컬푸드의 날 제정, 창업경진대회, 우수시군 사례/포상 등을 통해 중소농 육성 핵심 정책으로 전북 로컬푸드를 적극적으로 홍보
- 이와 함께 많은 사업비 투입이 필요한 H/W사업은 도 광특회계 사업이나 국도비 공모사업을 통해 역량을 갖춘 시군을 대상으로 지원

구 분	개별사업 (전북도 직접사업)	패키지형 지원사업 (전북도 공모사업)	비 고
전체시군 대상 (S/W사업)	○제도기반 정비 <ul style="list-style-type: none"> - 전북로컬푸드조례 - 로컬푸드인증제(식당,생산) - 행정정보 시스템 통합 정비 ○전북도 공통사업 <ul style="list-style-type: none"> - 아파트 순화농민장터 - 로컬푸드 창업경진대회 - 전북로컬푸드의 날 ○우수사례/단체/시군 시상 ○부진시군 패널티 <ul style="list-style-type: none"> - 차년도 공모사업예산 삭감 	○ 필수사항 <ul style="list-style-type: none"> - 시군 로컬푸드조례 제정 - 민간전담조직 설립 - 교육·홍보 사업 등 	공모신청 전제조건 공모예산으로 지원
일부시군 대상 (H/W사업)	○국도비 공모사업 <ul style="list-style-type: none"> - 예)도기술원 파일럿플랜트 (거점농민가공센터) ○광특회계 사업 <ul style="list-style-type: none"> - 예)농식품 6차산업화 	○선택사항 <ul style="list-style-type: none"> - 생산 : 두레농장, 생산단지조성 등 - 가공 : 유통 : 거점가공센터 등 - 시장 : 직매장, 꾸러미 등 	공모예산지원 필요한 핵심H/W 제시
		○지자체 연계사업 <ul style="list-style-type: none"> - 학교급식, 6차산업 - 마을기업, 사회적기업, 협동조합 	공모예산 외 핵심시설에 대한 시군지원계획





이슈브리핑
Issue Briefing



전북발전연구원

560-860 전라북도 전주시 완산구 공주팔죽로 1696(효자동3가 1052-1)

Tel.063-280-7100 Fax.063-286-9206

www.jthink.kr