



친환경농산물 생산·유통업체인 학사농장 직원들이 가맹점과 전국 유통업체로 보낼 당근을 작은 단위로 포장하고 있다.

전남 농산물 판매장 전국 확산

4개 업체에서 100여개 점포 운영
2011년 총매출 265억... 판로 견인

전남도는 지난 2006년 4월부터 지역향토기업을 대상으로 '프랜차이즈 지원사업'을 추진하고 있다. 이 사업은 친환경농산물 판매장을 운영하려는 사업자에게 보조금 지원없이 저리융자 지원해 전남도에서 생산되는 친환경 농산물의 안정적인 판로를 확보하기 위해 마련됐다.

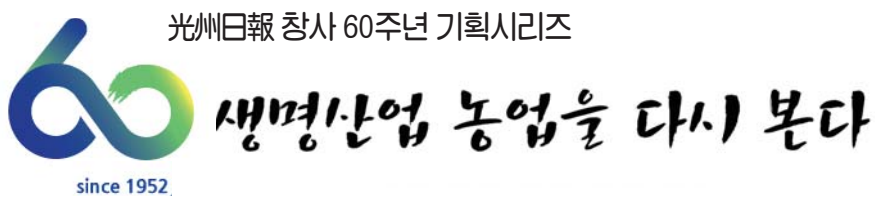
판 주도 가 아닌 민간주도의 프랜차이즈형 매장확보라는 점이 특징이다. 1990년대 초부터 전국 지자체들이 앞다투어 수도권에 많은 판매장을 국·도비 보조사업으로 개설하고도 대부분 실패한 사례와 대조적이다.

전남도는 지난 2006년부터 현재까지 ▲한마음공동체 54억원(41개소) ▲학사농장 10억8000만원(3개소) ▲녹색장터 7억원(9개소) 등 가맹점 53개소에 71억8000만원을 융자지원했다. 이에 따라 사업초기 40여 개소에 불과했던 가맹점은 현재 100개소로 급증했다. 가맹점 개설지역도 기존 광주·전남지역 외에 수도권·영남권 등 전국으로 확대되고 있다.

또 총매출액도 2006년 113억원에서 2008년 189억원, 2011년 265억원으로 증가하는 등 전남 친환경농산물 판로 확보에 견인차 역할을 하고 있다.

해당 업체는 가맹점 희망자를 대상으로 친환경농업 대한 이해도 등 자체 심사를 거쳐 전남도에 추천하는 절차를 밟는다. 전남도는 농·어촌진흥기금과 친환경농업 육성기금을 연리 1%의 저리(10년거치 일시상환)로 5억원 이내에서 융자지원하고 있다. 문의(전남도 식품유통과 061-286-6421)

전라도 '안심 먹거리' 소비자에게 더 가까이



光州日報 창사 60주년 기획시리즈

(11)

〈2부〉 유기·생태농이 대안이다 ⑥ 친환경 농산물 프랜차이즈

한마음공동체와 학사농장, 녹색장터, 자연과 농부들 등 전남지역 친환경 농산물 생산·유통업체들의 약진이 눈부시다. 이들 업체는 단순히 친환경 농산물을 생산하는데서 머무르지 않고, 친환경 농산물의 안정적 판로확대를 위해 광주·전남지역은 물론 수도권, 영남권 등 전국 각지에 직영 또는 가맹점 형태의 프랜차이즈(franchise) 시스템을 구축했다.

◇친환경 농산물 판매장 확충= 전남도에 따르면 현재 이들 4개 업체의 총 점포는 100개소에 달한다. 이 가운데 업체에서 자체개설한 점포는 47개소이고, 전남도의 친환경 농산물 프랜차이즈 지원(박스 참조)을 받은 점포는 53개소이다. 이와 같은 친환경 농산물 전문매장이 속속 들어서며 업체는 농산물을 연중 안정적으로 공급할 수 있게 됐고, 도시 소비자들은 전남산 친환경 농산물을 집 근처에서 손쉽게 구입할 수 있게 됐다.

가맹본부 역할을 하고 있는 한마음공동체 등 4개 업체는 모든 농산물을 계약재배해 농가가 생산에만 전념할 수 있는 시스템을 구축했으며, 유통단계를 2~3단계(농가→가맹본부→판매장)로 축소시켜 가격 경쟁력을 높였다.

한마음공동체는 광주 40개소를 비롯해 경남 창원·마산 15개소, 서울·경기 15개소 등 80여 개소를 운영중이며, 학사농장은 직영점인 상무점과 수완점을 비롯해 가맹점 5개



한승철 한마음공동체 대표 강우희 학사농장 대표

'친환경 농산물은 비싸다'는 소비자들의 생각을 바꾸는 일이었다. 하지만 이들 업체는 기존 유통체계를 뛰어넘는 '발상의 전환'으로 조금씩 문제점을 해결해 나갔다. 학사농장의 경우 산지→본사 매입→상품화→가맹점→소비자로 이어지는 기존 유통단계 줄이기에 나섰다. '유통단계를 줄여야 싸게 팔 수 있다'는 전략 아래 본사가 가맹점에 직접 배달하는 방식이 아닌 가맹점주가 직접 가져가도록 함으로써 유통마진을 최소화하는 대신 물류공급 비용을 줄였고, 상품을 백화점식으로 예쁘게 나열해 진열하는 방식을 탈피해 상자째 매대에 올려 인력낭비를 줄였다.

학사농장 강우(45) 대표는 "본사에서 가맹점에 배달을 해주면 친환경농산물 신상품 정보나 친환경 농업 흐름에 대한 정보가 없어 자칫 울타리에 갇히기 쉽다"며 "그것보다는 가맹점주가 직접 오게되면 유통마진을 줄여 싸게 친환경농산물을 공급할 수 있는데다 가맹점주가 신상품을 직접 보고 질문하면서 스스로 경영자가 되는 셈"이라고 설명했다.

◇친환경농산물 소비자 확대 관건= 한마음공동체와 학사농장은 지속적으로 가맹점을 확대해 나갈 계획이다. 한마음공동체 한 대표는 "농민들이 생산한 친환경농산물을 더 많이 팔아주는 것이 우리 목적이기 때문에 지금보다는 규모를 더 키워야 한다"고 말했다.

학사농장 강 대표도 "전국에 크고작은 2000개 매장 식당을 만들고 싶다. 그렇게 되면 최소한 3000~5000명의 친환경 생산농가를 책임지고 갈 수 있다"고 강조했다.

하지만 친환경 농산물 프랜차이즈 가맹점 운영이 '순풍에 돛단 돛' 하는 것만은 아니다. 타 친환경농산물 전문 판매장의 대형화와 함께 매장이 늘어나며 도내 업체의 프랜차이즈점 역시 매출액 증가 추이가 정체를 보이고, 일부 매장은 지속적인 영업적자로 폐점하기도 했기 때문이다.

전남도 관계자는 "점포당 월 매출액이 지난 2010년 2552만원에서 2011년 2618만원으로 2.5% 증가했다"며 "본사 직영점 확대를 통한 점포 대형화로 경쟁력을 갖춘 판매장을 확대하고, 매출이 저조한 판매장은 부러회를 초형해 '녹색의 땅 체험행사' 추진 등 소비 회원을 확보할 수 있도록 다양한 이벤트와 방안을 강구하겠다"고 말했다.

한편 전남도는 앞으로 프랜차이즈 가맹점을 타 지역보다 매출이 높은 영남지역에 10개소를 개설하는 등 전국에 32개소를 확대할 계획이다. 또 YWCA 등 시민단체 주관의 친환경농산물 판매장 모델을 개발·확산시킬 계획도 갖고 있다.

/글·사진 송기동기자 song@kwangju.co.kr

유통단계 줄여 가격 경쟁력 우월

산지 계약 재배로 연중 안정 공급

직매장 이어 식당까지 점진 확대

소, 취급점 50여 곳을 운영중이다. 특히 지난 2006년 9월에는 1호 직영매장인 상무점 2층에 '소비자가 요구하는 친환경 식당'을 모토로 유기농 전문식당을 열었다. 또 녹색장터는 광주지역에 12개소, 자연과 농부들은 서울에 1개소를 운영중이다.

학사농장은 여기서 한걸음 더 나아가 오는 5월께 수완점 2층에 유기농 쌀체소와 해산물을 함께 먹을 수 있는 '유기농 뷔페'를 오픈할 예정이다.

이들 업체가 광주·전남지역을 비롯해 전국에 친환경농산물 전문 판매장을 구축할 수 있는 것은 연중 공급체계를 마련했기 때문이다. 월별 열풍에 따라 도시 소비자들의 친환경 농산물 구매욕구가 높아진 것도 한몫했다.

이러한 생산·가공·유통 시스템 구축은 어느 날 갑자기 이뤄진 것이 아니다. 1990년대 생소했던 친환경농산물 생산·유통시장에 뛰어든 한마음공동체와 학사농장은 많은 시행착오와 어려움을 극복하며 현재의 모습을 갖췄다.

한마음공동체 한승철(46) 대표이사는 "초창기에는 1t 트럭을 갖고 친환경농산물 판매를 시작했는데 지금은 물류센터를 갖춘 정도로 성장했다"며 "처음에는 아파트 단지 소비자들을 대상으로 친환경농산물 교육을 하면서, 친환경 농산물 직거래 운동에 나섰다"고 말했다.

이들 업체가 전문 판매장을 구축하면서 부딪힌 난관은

Advertisement for 'New Zealand English' featuring children and the text '새롭다! 즐겁다! 뉴질랜드 어학연수'. Includes details about classes and contact information for Hannew.org.nz.