

로컬푸드 현황과 발전 전략

국 승 용

(한국농촌경제연구원 연구위원)

1. 농식품 유통구조의 변천과 로컬푸드
2. 로컬푸드의 유형
3. 로컬푸드 유형별 사례
4. 로컬푸드 발전 과제

1. 농식품 유통구조의 변천과 로컬푸드

1.1. 우리나라 농식품 유통구조 변천과 로컬푸드

- 우리나라에서 산업화와 도시화가 급속하게 진행되었던 1970년대까지는 도시지역은 도매시장, 농촌지역은 정기시장¹⁾이 농식품 유통에서 핵심적인 기능을 수행하였다.
 - 도시지역은 지방에서 농식품을 받거나 지방으로 농식품을 보내기 용이한 지역을 중심으로 상인들이 밀집하면서 도매시장이 형성되었고, 도매시장을 중심으로 도시 지역의 농식품 유통이 이루어졌다.
 - 농촌지역은 도시지역에 비해 장터 주변에 거주하는 인구가 적은 등 소비 기반이 미약하여 상설시장이 형성되지 못하고 정기시장을 중심으로 농식품의 거래가 이루어졌다.
- 정기시장의 농식품 거래는 최근 강조되는 로컬푸드와 유사한 특징을 가지고 있었다.
 - 상인은 1일 이내에 이동 가능한 3개 내외의 정기시장을 오가며 특정 지역 시장에서 매입한 농식품을 타 지역에 판매하는 기능을 수행하였다. 상인들의 이동거리는 일반적으로 8~12km, 강원지역의 경우 12~16km로 도보로 이동 가능한 범위 내에서 이루어졌다²⁾.
 - 정기시장에서 농가는 자신이 생산한 농식품을 판매하는 한편 자신이 필요로 하는 농식품을 구입하기도 하였다.
 - 이처럼 정기시장은 지역에서 생산된 농식품이 지역내에서 교류되도록 하는 로컬푸드 거래 기능을 수행하였다.
- 농식품 유통기구가 현대화되면서 개별 유통기구의 사업 규모가 확대되고 전국 차원의 유통 구조가 형성되었다.
 - 1985년 서울 가락도매시장 개장 이후, 대도시를 중심으로 33개의 농수산물도매시장이 단계적으로 건립되었으며, 이들 도매시장은 전국에서 농산물을 수집하여 도매시장 인근지역에 판매하는 기능을 수행하고 있다. 특히 가락시장은 전국의 농산물이 모이고, 수도권은 물론 도매시장을 비롯한 전국 주요 유통기구에 농산물을 공급하고 있다.
 - 농촌지역은 인구 밀집 지역을 중심으로 정기시장이 상설시장으로 전환되었으며, 슈퍼마켓과 같은 소매점이 확산되면서 지역 농식품의 거래를 중개하던 정기시장의 기능이 약화되었다. 슈퍼마켓 등 소매점의 가공식품의 취급 비중이 증가하면

1) 정기시장(periodic market)은 상설시장과 상대되는 유형의 시장으로 우리나라에서는 5일에 한번 장이 열린다 하여 5일장으로 불리기도 한다.

2) 「한국의 정기시장」(김성훈, 2006, 한국농촌경제연구원)에서 인용

서 식품제조업체에서 대량 생산된 식품의 농촌지역 공급이 확대되었다.

- 상인들은 과거 정기시장에서 구매와 판매를 동시에 수행하였으나, 대도시 도매 시장이나 식품제조업체에서 농식품을 구매하고 장터에서는 판매 기능에 주력하고 있다. 정기시장을 통한 농가 판매 역시 감소하여 농가에서 포장되지 않은 소량 농산물이 상대적으로 낮은 가격에 판매하는 경우가 일부 있으나 대부분의 농산물은 도매시장 등을 통해 유통되고 있다.
- 세계적으로 시장 개방 추세가 확대되면서, 수입 농식품의 공급이 확대되고 유통 대기업의 소매 시장 점유율이 확대되고 있다.
 - 농식품의 수입 개방이 확대되면서 소비자들의 수입 농식품 소비도 증가하고 있어 세계적 범위의 농식품 유통 구조가 국내 시장에도 확산되고 있다.
 - 특히 대형마트, 기업형 슈퍼마켓, 편의점 등 유통 대기업의 소매시장 점유율이 확대되면서 수입 농식품의 공급, 전국적 규모의 농식품 유통이 보편화되고 있다. 유통 대기업은 독립적인 물류센터를 확보하고 전국 또는 전 세계에서 수집한 농식품을 매장에 공급하는 현대적인 물류망을 운영하고 있다.
- 이처럼 우리나라의 농식품 유통 구조 역시 국가 또는 세계 수준으로 지역적 범위가 확대되고 있다. 이처럼 농식품 유통구조가 변화되면서 최근 우리나라에서도 로컬푸드에 대한 관심이 확대되고 있다.

1.2. 왜 로컬푸드인가?

- 로컬푸드³⁾(local food)에 대한 관심이 최근 확대되고 있으나, 농식품 유통체계 측면에서 로컬푸드는 최근에 등장한 것이 아니다. 도로나 차량과 같은 교통수단이 발달되기 이전에는 농식품의 생산과 유통, 소비는 주로 지역 단위에서 자족적으로 이루어졌다.
 - 장거리 이동이 용이하지 않았던 전근대 사회에서 지역을 단위로 농식품의 생산과 유통 체계가 구성되는 것은 일반적인 현상이었다.
 - 산업화·도시화로 도로망이 확충되고, 도시로 인구 집중이 이루어지기 이전에는 대부분의 음식을 지역에서 생산된 원료로 만드는 로컬푸드 시스템이 보편적인 농식품 유통 체계였다.
- 최근 로컬푸드에 대한 논의는 국가 수준의 농식품 유통체계(national food)나 세계적 범위의 농식품 유통체계(global food)⁴⁾에 상대되는 개념으로 제기되고 있다.

3) Local food or the local food movement is a "collaborative effort to build more locally based, self-reliant food economies - one in which sustainable food production, processing, distribution, and consumption is integrated to enhance the economic, environmental and social health of a particular place." It is part of the concept of local purchasing and local economies; a preference to buy locally produced goods and services rather than those produced by corporatized institutions(위키백과사전 www.wikipedia.org)

- 생산성 향상을 위해 생산 규모를 확대하는 것은 일반적인 경향으로 산업화가 진전되면서 식품제조업은 물론 농업도 생산 기반을 확대하여 생산성을 증대시키려는 노력이 지속적으로 이루어지고 있다.
 - 교통수단의 발달로 농식품의 지역 간 이동이 용이해 지고, 농식품의 유통 범위가 지역의 범위를 넘어 국가적 차원으로 확대된다. 최근 세계적으로 무역 장벽이 완화되면서 다국적 농식품 기업이 주도하는 세계적 범위의 농식품 유통도 확산되고 있다.
 - 과거에는 로컬푸드가 일반적인 유통구조였지만, 산업화가 진전된 사회에서는 글로벌 푸드가 일반적인 유통구조로 정착된다.
 - 복잡한 중간 유통 단계를 거치면서 생산자를 소비자를, 소비자는 생산자를 알 수 없게 되며, 이는 농식품 품질, 안전성 등에 대한 신뢰가 저하되고 있다.
 - 대규모 물류센터를 경유하여 개별 매장으로 배송되는 대형유통업체의 중앙집중식 물류 체계 역시 생산자와 소비자 간의 단절을 유발한다.
- 로컬푸드를 통해 지역경제발전, 건강과 영양, 식품 안전성, 에너지와 온실가스 절감 등의 이득을 얻을 수 있다⁴⁾.
 - 외부에서 식품을 구입하는 것에 비해 지역 내에서 식품의 생산과 소비가 이루어지면 소비자의 지출이 지역의 생산과 고용을 창출하는데 기여하는 긍정적 효과가 지역경제에 파급·확대 재생산 될 수 있다.
 - 로컬푸드에서 공급되는 식품은 상대적으로 신선하고, 많은 가공을 거치지 않아 많은 영양소를 함유하고 있다. 또한 다양한 농식품 생산이 가능하여 전국 시장에서는 구입할 수 없는 건강에 이로운 농식품 생산이 용이하다.
 - 로컬푸드는 농식품 생산자와 소비자 간의 연계와 신뢰를 강화하기 때문에 식품 안전성 측면에서도 긍정적인 효과가 있다.
 - 로컬푸드는 수송과정에서 발생하는 에너지를 절감하고 나아가 이산화탄소와 같은 온실가스 배출 저감에 기여한다. 유통 시간이 단축되면 신선 농식품의 선도 유지가 용이하고, 냉장 등에 소요되는 비용을 절감시킬 수 있다.
 - 생산자와 소비자 간의 교류가 원활해지면 상호 신뢰를 바탕으로 농식품의 거래를 발전시킬 수 있으며, 중소 농식품 생산자의 사업 기반을 강화시켜 지역 경제 활성화에 기여할 수 있다.
 - 국가 수준에서는 경쟁력을 확보하기 어려운 중소 농식품 생산자도 로컬푸드 기반을 활용하여 중소규모의 생산을 안정적으로 추진할 수 있으며, 이는 지역경제

4) 이 글에서는 글로벌푸드(global food)를 국가 또는 세계 수준의 상업적 식품수급체계를 의미하는 용어로 사용하기로 한다.

5) Local Food Systems (USDA, 2010)에서 인용

활성화에 기여할 수 있다.

2. 로컬푸드의 유형

2.1. 로컬을 어떻게 이해할 것인가?

- 로컬푸드에서 이야기하는 지역이 어느 정도 넓이의 지역을 의미하는지에 대해서는 다양한 정의 또는 주장이 존재한다. 다만 로컬(local)의 사전적 의미는 공간적인 차원에서 전국에 상대되는 제한된 지역이다.
 - 영국에서는 일반적으로 반경 **48km⁶⁾**을 로컬의 범위로 하지만, 대도시인 런던의 경우에는 **160km**를 기준으로 하고 있다. 미국에서는 **160km**, 차로 1일 이내에 도달할 수 있는 거리, **640km**, 생산된 주(state) 이내 등 다양한 기준이 제시되고 있다.
- 이와 같이 로컬에 대한 이해는 사회 문화적 배경, 국토의 규모, 행정구역 체계 등에 따라 상이하다. 따라서 로컬푸드에 대한 외국의 특정 기준을 그대로 우리나라에 도입하는 것은 적절하지 못하다.
 - 예를 들어 미국의 **640km** 규정이나 운전해서 1시간 이내에 도달하는 거리라는 기준을 우리나라에 도입한다면 전국이 로컬로 간주될 것이나 이는 로컬이 전국과 상대되는 지역을 뜻한다는 정의에 부합하지 않는다.
 - 따라서 다른 나라의 기준을 충분한 검토없이 수용하기보다는 우리나라 실정에 맞게 로컬의 범위를 이해하려는 노력이 요구된다.

표 3. 로컬에 대한 공간적 정의

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

- 로컬의 범위를 절대적인 거리가 아닌 상대적인 거리로 이해한다면 로컬과 관련된 불필요한 논란을 해소할 수 있을 것이다.

6) 영국과 미국에서는 마일을 거리 단위로 사용하나 이를 1.6km로 환산하여 표기하였다.

- 예를 들어 반경 **100km**이내에서 생산되면 로컬푸드이고 해당 권역 밖에서 생산되면 로컬푸드가 아니라는 식의 절대적 거리 개념보다는 가까울수록 로컬의 취지에 부합한다고 상대적으로 이해할 수 있을 것이다.
 - 이처럼 상대적 개념을 적용한다면, 멀리서 생산된 것보다는 가까운 지역에서 생산된 농식품을 선호하고, 멀리 떨어진 시군에서 생산된 것보다는 해당 시군내 또는 인접 시군에서 생산된 농식품을 선호하는 것으로 이해할 수 있다.
- 로컬푸드에서 공간적 범위에 대한 상대적 이해는 로컬푸드의 취지와 부합한다. 로컬푸드는 공간적 거리와 사회적 거리를 단축시켜 국가 또는 세계 수준의 상업적 유통구조가 야기할 수 있는 폐해를 완화시키고자 추진되는 사회적 경향이다.
 - 공간적 측면에서는 처음에는 다소 넓은 공간에서 농식품을 조달하되 점진적으로 농식품 수급의 공간을 축소시켜나가는 단계적 발전 과정으로 로컬푸드를 이해할 수 있다.
 - 또한 공간적 기준을 완화시키되 생산자와 소비자간의 사회적 거리를 단축시키는 방식으로 로컬푸드의 유형을 확장시킬 수 있다. 예를 들어 비록 공간적으로 멀리 떨어져 있다 하더라도 친지가 생산한 농식품을 소비하는 것도 서로 믿을 수 있다는 점에서 긍정적인 면이 있다.

2.2. 로컬푸드와 지역 농식품 산업의 연계

- 로컬푸드는 그 특성에 의해 농업인 또는 중소 규모의 식품제조업체에서 생산된 농식품을 대상으로 하고 있어 지역 단위 소규모 식품제조업체와의 관련성이 높다.
 - 대규모 기업은 전국 또는 세계 시장을 대상으로 사업을 전개하고 있어 해당 기업이 생산한 식품이 지역의 원료가 일부 포함되어 있어도 이를 로컬푸드로 볼 수 없다.
 - 우리나라의 농업은 대부분 가족농 중심의 중소 규모로 경영되고 있어 농가에서 생산되는 농산물이나 가공식품은 로컬푸드의 범주에 포함된다.
 - 전통식품, 향토식품 등 지역 특산 식품 역시 생산의 지역적 특성이 강하여 로컬푸드의 범주에 포함시킬 수 있다.
- 농업 부문에서는 규모화·전문화된 산지유통조직보다는 중소규모 자영농이 생산한 농산물이 로컬푸드 측면에서 중요하게 고려되어야 한다.
 - 미곡종합처리장(RPC), 농산물산지유통센터(APC) 등을 통해 대규모 시장에 대한 표준화된 농산물의 산지 유통기반이 조성되어 있다. 이들 시설을 경유하는 농산물보다는 농가 단위에서 소량 생산되어 시장이나 지역 내에서 판매되는 농산물이 로컬푸드 측면에서 우선 고려되어야 한다.

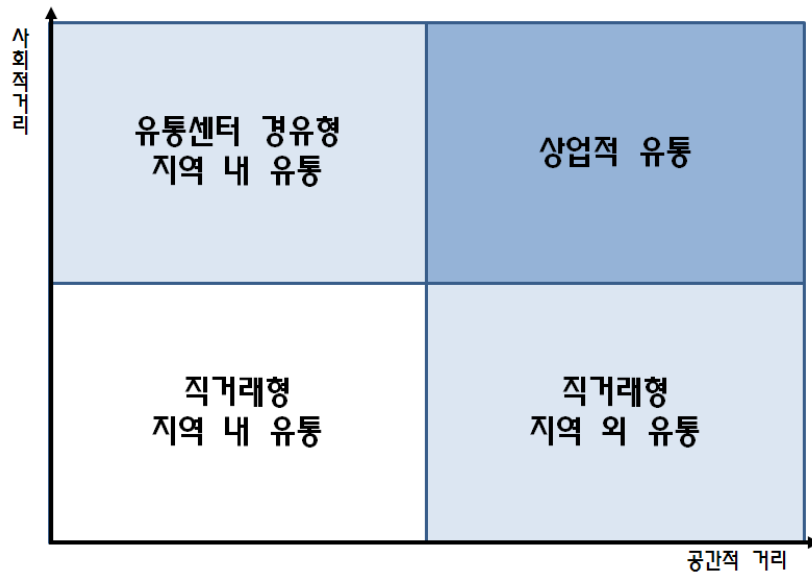
- 로컬푸드는 상업적인 대량 유통경로를 통해 판매하기 어려운 소농의 다품목 소량 생산물의 판로로 활용될 수 있다. 소득 수준이 낮은 소규모 농가에서 생산된 농산물의 판매를 활성화시킴으로써 소농의 소득 안정화에도 기여한다.
- 전통식품과 같이 지역에서 생산되는 소규모 가공식품 역시 로컬푸드를 통해 활성화될 수 있다.
 - 지역의 소규모 식품제조업은 전국 시장보다는 지역 시장을 통한 판매에 주력하는 경우가 많다. 글로벌푸드의 확산으로 지역 시장까지 대기업에서 생산된 가공식품의 점유율이 확대되면서 지역 식품제조업의 사업 기반이 약화되고 있다.
 - 로컬푸드를 통해 지역에서 생산된 가공식품의 지역 내 판로가 확보되면 지역 소규모 식품제조업의 경영 개선에 기여할 수 있다. 또한, 지역의 식품제조업이 지역의 농산물을 원료로 사용하게 되면 로컬푸드의 지역 경제 활성화 효과는 확대 재생산될 수 있다.
- 지역 차원에서는 로컬푸드를 통해 다양한 편익을 창출할 수 있으나 글로벌푸드 체계를 운영하고 있는 유통 기업의 입장에서 로컬푸드는 효율적이지 못하다.
 - 전국, 전세계적 범위에서 농식품을 조달·공급하는 물류체계를 갖춘 기업의 입장에서 특정 지역에서 생산된 소량 다품목의 농식품을 해당지역에 공급하는 사업은 효율성이 낮다. 로컬푸드를 통한 지역 경제의 활성화도 전국을 사업범위로 하는 기업에게는 별다른 관심거리가 될 수 없다.
 - 이와 같은 이유에서 기업이 자발적으로 로컬푸드를 추진할 것으로 기대하기 어려우며, 사회운동이나 정책적 차원에서 로컬푸드의 확산이 이루어지도록 할 수 밖에 없다.

2.3. 로컬푸드의 유형

- 로컬푸드에서 공간적 거리와 사회적 거리의 단축을 주요 추진 과제로 설정하고 있으므로 이 2가지 차원의 거리를 기준으로 로컬푸드의 유형을 구분할 수 있다.
 - 상대적인 공간적 거리와 사회적 거리의 멀고 가까움에 따라 4가지 농식품 유형의 구분이 가능하다. 그 중 공간적 거리와 사회적 거리가 모두 먼 유형은 상업적 유통으로 로컬푸드로 볼 수 없다⁷⁾.

그림 1. 로컬푸드의 유형

7) 최근 대형마트에서 지역 농산물을 취급하는 것을 로컬푸드로 표현하는 경우가 있으며 전세계적인 조달에 비해 바람직한 측면이 있다. 하지만 글로벌 푸드를 지향하는 유통기구에서 부분적으로 지역에서 조달한 농산물을 취급하는 것을 로컬푸드로 인정할 것인가에 대해서는 논란의 여지가 있다.



- 공간적 거리와 사회적 거리가 모두 가까운 ‘직거래형 지역 내 유통’은 로컬푸드의 개념에 충실한 전형적인 로컬푸드 유형이다.
 - 생산자와 소비자가 직거래하는 방식으로 이들 간 원활한 정보 교류와 소통이 가능하여 상호 신뢰를 제고시킬 수 있다. 공간적 측면에서 일정 지역 내에서 농식품의 유통이 이루어지므로 물류 비용을 절감시킬 수 있다.
- ‘유통센터 경유형 지역 내 유통’과 ‘직거래형 지역 외 유통’은 로컬푸드의 확장된 유형으로 로컬푸드가 추구하는 가치를 실현할 수 있다는 점에서 유의미하다.
 - 생산자 측면에서는 농식품의 안정적 판로를 확보할 수 있다는 점, 소비자 측면에서는 공간적, 또는 사회적 거리의 단축으로 농식품이나 생산자에 대한 신뢰를 확보할 수 있다는 점에서 가치가 있다.
 - ‘직거래형 지역 외 유통’은 유통의 공간적 거리가 확대되어 물류비 절감 등의 효과는 기대하기 어려우나 생산자와 소비자 간의 신뢰에 기반하여 농식품이 유통된다는 측면에서 의의가 있다.
 - ‘유통센터 경유형 지역 내 유통’은 대규모 유통센터를 경유해 농식품이 유통되기 때문에 생산자와 소비자 간의 관계를 강화시키는데 어려움이 있으나 지역에서 생산된 농식품을 지역 내에서 소비한다는 측면에서 긍정적이다.

3. 로컬푸드 유형별 사례

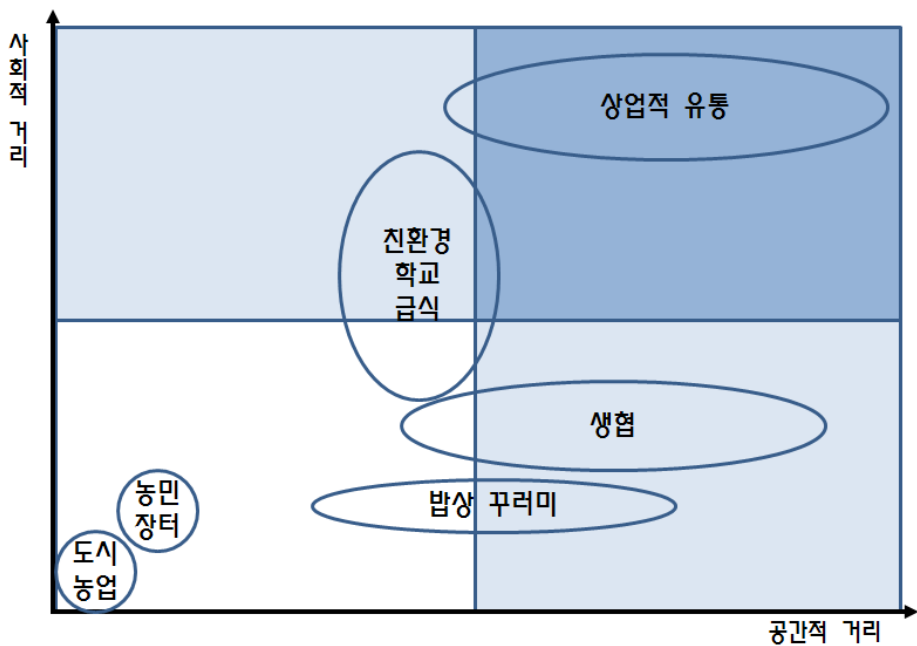
3.1. 로컬푸드 활동의 유형별 분류

- 대형마트 등 상업적 유통 기구에서도 지역 농식품을 판매하는 시도를 하고 있으나 로컬

푸드에 대한 논의에서 이같은 부분은 제외하기로 한다.

- 로컬푸드가 국가 또는 세계적 범위의 농식품 유통에 대한 문제제기 차원에서 추진되고 있으므로, 상업적 유통기구에서 일부 농식품을 지역에서 조달한다 하여도 이는 로컬푸드의 취지와는 어긋나는 측면이 있어 로컬푸드에 대한 논의에서는 제외하는 것이 바람직하다.
- 직거래형 지역내 유통 유형은 도시농업, 농민장터, 생산자 직판장, 회원제 밥상 꾸러미 등이 있다.
 - 도시농업과 농산물 직거래, 지역 농민이 농민장터를 활용하여 직접 생산한 농식품을 판매하는 것 등은 전형적인 로컬푸드의 유형이다. 생산자 단체가 지역에서 운영하는 특산물 매장, 부정기적으로 열리는 지역 특산물 장터 등도 농민장터와 유사한 유형으로 분류할 수 있다.
 - 회원제 밥상 꾸러미 사업은 지역의 소비자 회원을 모집하여 지역에서 생산된 농식품을 공급하는 활동으로 최근 국내에서 확대되고 있는 로컬푸드 사업이다.
- 직거래형 지역 외 유통은 회원제 방식으로 생산자와 도시에 거주하는 소비자 간의 유대를 강화하고, 주기적으로 농식품을 소비자에게 제공하고 유형의 사업이다.
 - 회원제 밥상꾸러미 사업 중 대도시 등 원격지 소비자에게 택배 등의 방식으로 지역 농식품을 공급하는 경우가 이 유형에 해당한다.
 - 생협도 이 유형의 로컬푸드로 분류할 수 있다.

그림 2. 로컬푸드의 활동의 유형별 분류



- 학교급식은 지역에서 생산된 친환경농산물을 해당 지역 학교급식 식재료로 공급하는 사업으로 유통센터 경유형 지역 내 유통 유형으로 구분할 수 있다.
 - 대부분의 학교급식이 현대적인 시설을 갖춘 물류센터를 경유하여 학교에 공급되고 있으며, 학교급식 수요자인 학생들에게 생산과 관련된 정보가 원활하게 제공되고 있는 못하다.
 - 지역에 따라 학교급식 식재료를 학교별로 소분하는 과정을 생산 농가가 직접 하는 경우도 있으나 대부분 학교급식 식재료 공급과정은 기업적인 유통 체계로 이루어지고 있다.

3.2. 로컬푸드 유형별 사례

3.2.1. 도시 농업

- 도시농업이란 공간적으로 도시지역과 도시근교지역에서 행해지는 생업농업과 생활농업을 말하며, 환경보전이나 재해방지, 경관형성 등 다원적 기능을 발휘한다⁸⁾.
 - 활동 주체 관점에서는 생업으로서 농업인과 생활농업으로서 텃밭농원 이용자, 교류나 직거래 참가자 등이 포함된다.
 - 도시농업의 유형으로 산업형, 체험형, 학습형, 교류형, 순환형 등이 있으며 산업형은 로컬푸드의 범주로 분류하지 않는 것이 적절하다.
 - 주말 농장과 같은 텃밭 농원 조성, 다중 이용시설의 옥상 농원 등은 비교적 일반화된 지방자치단체 차원의 도시농업 지원 프로그램이다.
- 도시농업은 도시민이 직접 농산물을 생산·소비한다는 측면에서 로컬푸드의 주요한 영역으로 볼 수 있다.
 - 도시농업을 통해 소비자가 직접 생산에 참여함으로써 생산과 소비 사이의 간격을 줄이고자 하는 로컬푸드의 취지를 잘 실현할 수 있다.
 - 도시농업은 농산물의 공급 이외에도 도시민의 농업에 대한 이해와 관심을 높임으로써 로컬푸드의 문화적 기반을 강화하는데 기여한다.
- 로컬푸드의 취지에 비추어 도시농업은 중요한 위치를 차지하고 있으나 로컬푸드 발전의 견지에서 도시농업의 활성화를 위한 시도는 미흡하다.
 - 텃밭 농원은 도시농업의 유형중 가장 활성화되어 있는 것으로 가족 중심의 농업 체험 활동이라는 인식이 강하고, 농산물 공급 기능은 강조되고 있지 못하다.
 - 학교급식법에는 “학교에서 작물재배, 동물사육 등의 생산활동으로 얻은 생산품은 학교급식의 식재료로 사용⁹⁾”할 수 있도록 하고 있으나 학교 텃밭의 설치나

8) 도시농업의 비전과 과제(김태곤, 박문호, 허주녕, 2010.)의 관련 내용을 요약

학교텃밭에서 생산된 농산물을 학교급식 식재료로 활용하려는 시도는 미흡하다.

3.2.2. 농민 장터

- 농민장터는 인근 지역에서 생산된 농산물을 농민이 직접 가지고 나와 판매하는 장터로 로컬푸드의 전형적 형태 중의 하나이다. 농민시장(farmers' market)이라는 이름으로 외국에서도 활성화되어 있는 로컬푸드 형태이다. 우리나라의 대표적인 농민장터로는 원주 새벽시장이 있다¹⁰⁾.
 - 농민장터는 농가에서 생산된 소량 다품목 농산물이 거래되는 곳으로 비규격·비포장 농산물의 거래도 활발하게 일어나 소농이 활용하기에 적합하다.
 - 상업적 유통 경로를 통해 판매하기 어려운 소규모 농가 가공품도 농민 장터에서 활발하게 거래가 이루어진다.
- 원주 새벽시장은 1994년 원주시 농업경영인연합회가 시에 요청하여 하천둔치를 직거래 장터로 정비하여 개장되어 당일 출하된 농산물을 새벽 4시부터 판매한다¹¹⁾.
 - 450여 명의 농업인이 등록되어 있으며 일평균 170여명의 생산자가 농산물을 판매하고 있다.
 - 새벽시장에는 반경 30km 이내의 생산자가 농산물을 출하하며 새벽에 개장되어 일반 소비자가 구매하기는 쉽지 않으나 인근 음식점이나 소매점에서 주로 이용하고 있다.
 - 농업인은 비규격, 비포장 상품을 판매할 수 있어 다양한 소득 기회를 얻을 수 있으며, 소비자는 상대적으로 저렴한 가격에 농산물을 구매할 수 있다는 이점이 있다.
- 원주 새벽시장과 같이 많은 수의 농민이 출시하는 상설 장터는 드물지만, 지역 특성에 맞게 다양한 형태의 농민 장터가 운영되고 있다.
 - 시청과 같이 안정적인 공간을 확보할 수 있으면서 유동인구가 많은 곳에 지역 특산물 직거래 장터를 운영하는 사례가 있다. 지역의 농특산물 생산자들이 주 1회 장터를 열어 시청 직원과 인근 주민들을 대상으로 농특산물을 판매한다. 농산물의 비중이 높지만, 전통 장류, 전통 주류, 과일 음료 등 가공식품도 판매된다.
 - 명절을 앞두고 지역 특산물을 대도시 임시 장터에서 판매하는 방식의 직거래 장터도 존재한다. 정부나 지방자치단체, 도시 농협 등이 주차장 등 장터를 마련하고, 농협 등 지방 생산자단체가 일정 기간 지역 특산물을 판매한다. 소비자와 산

9) 학교급식법 제17조

10) 최근 전북 완주 용진농협에서 농민장터 방식으로 운영되는 매장을 개설하였으며, 이는 이 토론회에서 사례 발표가 이루어질 것이므로 이 원고에서 중복하여 언급하지 않기로 한다.

11) 지역경제 활성화를 위한 로컬푸드 시스템 구축 방안(정은미 2011)의 관련 내용을 참조

지가 자매결연 등을 통해 매년 반복적으로 장터를 개설하기도 한다. 공간적으로 떨어져 있지만 직거래 방식으로 거래가 이루어지므로 직거래형 지역 외 거래로 분류할 수 있다.

그림 3. 천안시청 직거래 장터



- 70년대에는 정기시장이 농민장터의 기능을 수행하였으나, 오늘날 농민이 직접 자신이 생산한 농산물을 판매하는 장터는 찾아보기 어렵다.
 - 정기시장이 열리는 지역에 따라 농가에서 직접 생산된 농산물을 판매하는 경우가 있으나, 정기시장 거래의 대부분을 차지하는 상인들은 도매시장 등에서 농산물을 구입하여 정기시장에서 판매하고 있어, 정기시장에서 과거와 같은 농민장터의 기능을 수행하지 못하고 있다.

3.2.3. 생산자 직판장

- 생산자단체에서 지역 특산물을 판매하는 상설 매장을 운영하는 사례가 있으나, 상품의 구색 측면에서 로컬푸드 활성화에 적극적인 역할을 하고 있지 못하다.
 - 신선 농산물은 제때 판매되지 못하면 폐기할 수밖에 없고, 이는 매장 운영에 많은 부담이 되기 때문에 지역 특산물 매장은 저장성이 용이한 가공품, 곡류 등을 주로 취급하고 있다.
 - 지역 특산물 상설 매장에서 충분한 고객을 확보하고 지역에서 생산되는 다양한 농산물을 판매하기 곤란하기 때문에 이를 통해 지속가능한 로컬푸드 사업 유형을 창출하기 어렵다.
 - 지역 농협에서 운영하는 파머스마켓이나 하나로마트 등의 매장이 지역 농산물을 부분적으로 취급하고 있으나 슈퍼마켓 등 상업화된 소매점과 유사한 구색의 상

품을 취급하고 있어 로컬푸드 활성화에 대한 기여는 제한적이다.

- 도로변 휴게소를 활용한 지역 농식품의 직거래 사업은 우리나라에서는 활성화되지 못하고 있다.
 - 일본은 도로변 휴게소(道の驛)를 활용한 지역 농특산물의 판매가 활성화되어 있어 국내에도 많은 사례가 소개된 바 있다.
 - 우리나라도 고속도로 휴게소 등을 활용한 지역 농특산물의 판매를 추진하는 사례가 있으나 지역 농식품 산업과의 연계는 활발하지 못하다. 휴게소 농특산물 판매장의 판매가 활성화되지 못하거나 지역 농특산물보다는 타 지역에서 생산된 농특산물의 판매 비중이 높은 경우가 많다.

3.2.4. 생협

- 생협은 회원제 방식으로 농식품의 직거래를 추진하고 있으며, 상업적인 유통의 대안으로 추진되고 있어 로컬푸드의 취지와 부합하는 사업 유형이다.
 - 친환경농산물, 친환경 원료를 이용한 가공식품, 유전자 변형 농산물을 사용하지 않거나 식품첨가물을 사용하지 않은 가공식품, 환경 부담이 적은 생활필수품 등 대규모 제조업체나 유통업체에서 취급하지 않은 친환경 상품을 다수 취급하고 있다.
 - 생협은 협동조합의 일종으로 조합원으로 가입한 소비자에게 생협에서 취급하는 다양한 농식품과 생필품을 공급한다.
- 지역 사회를 기반으로 한 생협도 있으나 전국 규모의 사업 범위를 갖춘 생협의 활동이 활발하다.
 - 한살림, 아이쿱, 두레 등은 전국 규모의 생협으로 중앙 물류센터를 활용하여 전국에서 농식품과 생필품을 조달하고, 전국의 조합원에게 공급하는 역할을 수행한다.
 - 전국 규모 생협은 직거래형 지역의 유통 로컬푸드 유형으로 분류할 수 있으며, 지역 생협도 조합원이 특정 지역을 기반으로 하고 있을 뿐 적지 않은 상품을 지역 외에서 조달하고 있다.
- 생협은 매장과 택배를 활용하여 농식품과 생필품을 조합원에게 제공하고 있다.
 - 조합원이 사전에 필요한 농식품과 생필품의 공급을 요청하고 생협에서 지역을 구분하여 이들 물품을 주1회 자체 차량을 활용하여 배송하는 방식이 생협의 보편적인 물품 공급 방식이다.
 - 생협 매장을 통한 물품 공급도 전형적인 공급방식 중의 하나이며, 생협의 사업

- 소비자는 믿을 수 있는 식재료를 편안하게 구입할 수 있다는 면에서 생산자는 다품목 소량 농산물을 꾸준히 공급할 수 있는 판로를 확보할 수 있다는 면에서 이점이 있다.
 - 밥상 꾸러미를 매주 받는 회원은 대부분의 식재료가 공급되기 때문에 별도로 장을 볼 필요가 없다. 예를 들어 청국장이 꾸러미에 포함된 주에는 청국장 조리법, 돼지고기, 각종 양념 채소 등을 함께 공급하여 가정에서는 편안하게 조리해 먹을 수도 있다.
 - 생산자는 대규모 시장에 출하하기 어려운 다품목 소량 농산물과 농가 가공품의 안정적인 판로를 확보할 수 있다.

- 전국여성농민회의 제철 꾸러미 사업은 농촌과 도시의 여성이 공감대를 가지고 추진되는 사업이다.
 - 제철꾸러미 사업은 **2009년** 강원도 횡성군 여성농민회에서 시작된 사업이며 참여 지역이 확대되어 강원 홍천, 전북 김제, 전남 나주 순천, 경북 안동 상주, 제주 우영 등 생산자 조직이 확대되었다.
 - 여성 농업인이 텃밭에서 가꾼 농산물과 산나물과 같이 산에서 채취한 농산물, 두부, 유정란 등이 주 1회 또는 격주로 소비자 회원에게 제공된다.
 - 전국여성농민회와 전국여성연대가 함께 사업을 추진하면서 농촌여성과 도시 여성이 농식품을 매개로 공동의 사업을 추진하고 공감대를 확대해 나가고 있다는 측면에서 의의가 있다.

- 밥상 꾸러미 사업은 전국 규모의 유통망을 갖춘 조직도 추진할 수 있다는 면에서 로컬푸드의 정체성을 유지하는 것이 쉽지 않은 사업이다.
 - 다양한 구색의 농식품을 갖추고 택배를 활용해 전국으로 배송할 수 있다는 면에서 유통 기업이 상업적인 목적으로 밥상 꾸러미 사업을 전개할 수 있다. 소비자는 다양한 구색을 갖추어 상대적으로 저렴하게 공급받을 수 있다면 상업적 기업이 공급하는 밥상 꾸러미를 선호할 수도 있다.
 - 밥상 꾸러미 사업이 로컬푸드의 취지를 살려 지속가능한 사업 기반을 확보하기 위해서는 생산자와 소비자 사이의 사회적 거리를 좁히려는 노력이 지속적으로 강화되어야 할 것이다.

3.2.6. 학교급식

- 전국적으로 지역에서 생산된 친환경농산물을 학교급식 식재료로 공급하는 학교급식 사업이 확대되고 있다.
 - 서울, 경기, 전남, 제주 등의 광역 자치단체에서 학교급식 사업이 전개되고 있으며, 충북 청원, 충남 아산 등 다수의 기초자치단체에서도 학교급식이 추진되고 있다.

- 한 여름에는 고랭지에서만 채소의 생산이 가능한 우리나라의 농산물 생산 특성 때문에 학교급식 식재료 전체를 지역에서 생산하는 것은 어려우나 점차적으로 지역산 식재료가 학교급식에 활용되는 비중이 증가하고 있다.
 - 서울시는 친환경 유통센터를 경유하여 관내 학교에 친환경농산물을 공급하고 있으나, 제주, 김해, 나주 등 전국에서 농산물을 조달하고 있으며, 생산자-소비자간 정보 교류도 원활하지 않아 로컬푸드로 보기 어렵다.
- 최근 확대되고 있는 학교급식은 지역의 농산물을 유통센터를 통해 공급하는 로컬푸드 사업의 유형이다.
 - 울산 북구의 경우 농가가 직접 소분 작업에 참여하는 등 식재료 공급에서 농가의 역할이 비교적 높으나 대부분의 학교급식은 전문적인 유통 기구를 통해 이루어지고 있다.
 - 경기도, 충북 청원, 전남 순천·나주 등은 생산자조직에서 운영하는 전문화된 학교급식 유통센터에서 친환경농산물을 수집하여 학교에 공급하고 있다.
 - 경기도와 전남 나주는 친환경농산물의 생산과 구매는 생산자조직에서 수행하고 배송은 민간 업체를 활용한다. 전남 순천의 친환경 농산물의 생산과 구매, 배송 등 학교급식 식재료 공급 업무 전반을 생산자단체인 순천농협에서 담당한다.
 - 순천의 학교급식은 순천농협의 친환경농산물 생산 확대, 친환경 가공식품 개발 등 지역 농식품 산업의 변화에 기여하였다.
 - 순천시 관내의 학교에 친환경농산물을 공급하기 위해 순천농협은 친환경농산물의 계약재배, 직영농장 등의 사업을 전개하여 친환경 농업 생산 기반을 확대할 수 있었다.
 - 또한 관내에서 다량 생산되는 뽕은 감을 친환경적으로 가공하여 학교급식에 간식으로 공급되는 ‘홍시 퓨레’를 생산하는 등 가공식품의 개발과 공급사업도 추진하였다.
 - 경기도는 학교급식 사업 추진을 위해 ‘경기친환경조합공동사업법인’이라는 생산자 연합 조직을 구성하여 친환경농업 생산 기반을 강화해 나가고 있다.
 - 팔당 상수원 주변으로 친환경농업이 발달하였으나 사업초기인 2009년에는 업체류의 비중이 높고 학교급식에 소요되는 다양한 농산물이 경기지역에서 생산되지 않는 상황이었다.
 - 학교급식 공급량을 예측하고 다양한 품목의 계약재배를 실시하여 경기지역에서 생산량이 충분하지 않던 양파, 감자 등의 품목으로 친환경농산물 생산을 다각화하고 있다.

3.3. 시사점

- 다양한 형태의 로컬푸드가 추진되고 있고 이를 통한 지역 농식품 산업의 활성화가 추진되는 사례도 창출되고 있으나 전반적으로 로컬푸드가 차지하는 유통 비중은 높지 못하다¹²⁾.
 - 생협에 의한 친환경 농산물과 친환경 가공식품 유통 활성화, 학교급식에 의한 지역 단위 농산물 유통 활성화, 농민장터·생산자직판장·밥상꾸러미 등을 통한 소규모 농가와 식품제조업체의 판로 활성화 등은 일정한 성과를 실현하고 있다.
 - 하지만 전반적으로는 로컬푸드의 비중이 높지 못하여 로컬푸드가 지역 농식품 산업의 활성화에 기여하는 정도는 미미하다.

- 도시농업은 로컬푸드의 주요 유형 중의 하나이지만 우리나라에서는 식품 공급 측면보다는 농사 체험을 강조하는 형태로 정착되어 있어 생산된 농산물을 활용하는 것에 대한 관심은 낮다.
 - 도시농업이 식생활 교육과 연계되고, 적절하게 작목을 선정하고 생산된 농산물을 식재료로 활용하는 체계가 형성되면 도시민의 농업에 대한 이해와 관심을 확대시키고 로컬푸드의 기반을 강화시킬 수 있을 것이다.

- 농민장터는 전형적인 로컬푸드의 유형이지만 우리나라에서는 활성화되지 못하였다. 과거에는 정기시장이 농민장터의 역할을 수행하였으나 오늘날 정기시장은 상인들이 주도하는 시장으로 기능이 변환되어 농민 장터로서 역할을 수행하지 못하고 있다.
 - 지역마다 다양한 유형의 농민장터가 운영되고 있으며 농민장터의 활성화를 위해서는 지역 농업인과 소상공인, 지역 주민 등 지역 사회 차원의 논의와 협력이 필요하다.

- 생산자 직판장은 지역 농특산물의 판매 비중이 높은 경우는 상품 구색이 부족하고, 상품 구색이 다양한 경우는 지역 농특산물의 취급 비중이 낮아지는 문제를 안고 있다. 생산자 직판장 운영 시 지역에서 생산되는 다양한 농특산물의 취급을 확대하기 위한 충분한 협의와 노력이 필요하다.

- 밥상꾸러미 사업은 지역에서 소량 단위로 생산되는 다품목의 농식품을 회원으로 참여하는 소비자에게 공급하는 사업으로 향후 지속적인 확대가 예상되는 부문이다.
 - 지역 생산자를 조직적으로 연계하여 다양한 농식품이 계획적으로 생산되어 밥상꾸러미를 연중 풍성하게 제공할 수 있는 생산기반 확보가 필요하다.
 - 사업성이 확인되면 전국적 유통망을 갖춘 유통기업이 택배망을 활용하여 유사한

12) 생협의 경우 우리나라의 한살림, iCoop, 두레, 민우회 4대 생협의 취급액은 2010년 기준 약 5,300 억원으로 추정되어 종합소매업 매출규모의 1%에도 미치지 못한다. 반면 이탈리아의 생협인 coop italia의 소매 점유율은 18%, 스위스 2대 생협인 Migros와 Coop Swiss의 소매 점유율은 40%에 이르는 것으로 알려져 있다.

사업을 전개할 수 있으므로 상업적 유통과 차별화되는 로컬푸드의 가치를 소비자와 공감할 수 있는 노력이 요구된다.

- 학교급식은 다양한 로컬푸드 유형 중 지역에서 생산된 농산물을 안정적으로 많은 물량 공급할 수 있는 사업이다.
 - 대부분의 경우 유통센터를 경유하여 지역 농산물이 공급되고 있으며 지역의 친환경농산물이 학교급식 식재료로 공급되고는 있으나 생산자와 학교의 교사나 학생 간의 교류는 원활하게 이루어지지 못하고 있다.
 - 학교급식이 로컬푸드의 취지를 제대로 실현하기 위해서는 생산자와 교사·학생 간의 상호 이해를 높일 수 있는 다각적인 활동이 병행되어야 할 것이다.
 - 또한 농산물에 집중되어 있는 식재료를 지역에서 생산된 다양한 가공식품까지 포괄할 수 있도록 사업 영역의 확대가 필요하다.

4. 로컬푸드 발전 과제

4.1. 왜 로컬푸드가 빠르게 확산되지 못하는가?

- 로컬푸드는 그 취지에 공감하는 생산자와 소비자가 조직을 결성하여 이루어지는 유통 체계라는 점에서 시장 유통과 구분된다.
 - 시장유통은 수요와 공급에 의해 거래 가격이 형성되고, 소비자는 화폐를 지불하여 필요한 물건을 구매할 수 있다. 하지만, 로컬푸드는 생산자와 소비자가 각각 자신의 이익을 추구하는 시장 유통 체계와는 분명한 차이가 있다.
 - 로컬푸드가 실현되려면 로컬푸드의 취지에 공감하는 생산자와 소비자가 조직을 결성해야 하며, 이는 자연발생적으로 이루어지지 않고 교육과 토론이 선행되어야 한다.

- 로컬푸드는 시장 유통에 비해 구입하기 용이하지 않으며, 가격이 항상 저렴한 것도 아니다. 시장, 대형마트, 슈퍼마켓 등 소비자 접근이 용이한 판매장은 대부분 로컬푸드를 취급하지 않으며 농민장터, 생산자 직판장, 생협, 인터넷 등을 통해서 소비자는 로컬푸드를 구입할 수 있다.
 - 상업적 유통기구는 대량 유통을 통해 생산자로부터 매입 단가를 낮추고 수송효율성을 높여 상대적으로 낮은 가격에 농식품을 판매할 수 있는 체계를 갖추고 있다. 반면 로컬푸드는 상업적 유통에 비해 사업 규모, 사업 경험 등의 측면에서 충분히 효율적이지 못하다. 로컬푸드가 수송거리 단축, 포장재 절감 등의 사회적 편익은 발생시키지만 상업적 유통에 비해 항상 판매가격이 저렴한 것은 아니다¹³⁾.

- 로컬푸드의 취지에 대한 공감의 선행되어야 한다는 점, 상업적 유통에 비해 항상 편리하거나 저렴하지는 않다는 점 등이 로컬푸드의 빠른 확산을 어렵게 하는 요인이다.
- 우리나라는 로컬푸드가 발달한 유럽에 비해 산업화가 상대적으로 짧은 시간에 진행되어 시민사회가 충분히 성숙되지 못한 것도 로컬푸드의 확산을 어렵게 하는 요인 중의 하나이다.
 - 유럽 지역에서는 시민 사회가 성숙되어 생협과 같은 협동조합에 다수의 소비자가 참여하여 사회 운동 차원에서 로컬푸드를 추진되면서 로컬푸드가 확산되고 있다.
 - 북미 지역의 공동체지원농업(CSA: Community Supported Agriculture)도 소비자가 조합을 결성하거나 출자하여 농업과 연계하는 방식으로 조직된 소비자가 농업 발전에 기여하는 로컬푸드의 유형으로 볼 수 있다.
- 로컬푸드 차원에서 지역에서 생산되는 다양한 농식품 공급을 위한 사업 주체를 마련하는 것도 쉽지 않은 일이다.
 - 로컬푸드가 일상적으로 거래되는 시장이 존재하지 않기 때문에 다수의 생산자와 조직을 결성하고 로컬푸드를 필요로 하는 소비자를 확보해야 로컬푸드의 유통이 가능하다.
 - 로컬푸드에는 상업적인 홍보나 광고, 판촉 행사 등 일반적인 농식품 유통에서 활용하는 마케팅 수단을 활용하기 어려워 유통 사업 차원에서 추진하기 어려운 영역의 사업이다.
- 중앙 정부 차원에서 로컬푸드 확대를 위해 직접 생산자나 소비자를 지원하는 정책 수단이 부족하다는 점도 고려되어야 한다.
 - 정부의 농식품 유통정책이 산지유통조직의 규모화 도소매 유통의 효율화에 초점을 맞추고 있어 로컬푸드 육성과 취지가 부합하지 않는다. 다만 농산물유통센터, 농산물 구매자금 등의 기존 정책도 유통센터 경유형 지역 내 유통과 같은 로컬푸드 유형에서는 활용 가능하다.
 - 로컬푸드의 취지에 공감하는 특정 생산자와 소비자가 추진하는 사업이기 때문에 정부에서 이들을 직접 지원하는 지원 정책을 개발하기 어렵다.

4.2. 로컬푸드 발전 과제

13) 예를 들어 생협을 통해 물품을 구입하는 경우 포장재 재활용 등을 통한 사회적 편익, 매장을 방문하지 않고 집에서 수령하기 때문에 시간·구매비용절감 등의 효과는 발생하지만, 구입가격만 비교하면 생협의 판매가격이 판촉 행사 등을 고려하면 유사한 상품의 대형유통업체 판매가격보다 항상 저렴한 것은 아니다.

4.2.1. 로컬푸드의 가치에 대한 인식 확산

- 로컬푸드의 발전을 위해서는 로컬푸드의 취지에 공감하는 생산자와 소비자가 확대되어야 하며, 이를 위해서는 로컬푸드의 가치를 발굴하고 전파하는 활동이 필요하다.
 - 로컬푸드는 지역경제 활성화, 건강과 영양, 식품 안전, 에너지와 온실가스 절감 등의 측면에서 사회적인 편익을 창출하는 의미있는 활동이다.
 - 이같은 내용을 구체화하고 다양한 방식으로 국민이 로컬푸드에 대한 풍부한 정보를 얻을 수 있도록 하는 것은 정부 차원에서 추진할 수 있는 활동이다.
 - 정부에서 추진하는 ‘국가 식생활교육 기본계획’에 로컬푸드와 관련된 내용을 포함시키고 국가적 차원에서 로컬푸드의 가치를 전파하는 노력이 요구된다.

- 생산자와 소비자 간의 연계를 강화하고 정보 교류를 원활하게 추진해 나가야 한다. 로컬푸드의 핵심 가치 중의 하나는 생산자와 소비자 간의 사회적 거리를 단축시키는 것으로 서로 이해를 높이는 노력이 필요하다.
 - 로컬푸드를 공간적 거리의 단축이나 직거래 차원으로만 이해할 경우 기업이 효율성을 앞세워 로컬푸드의 영역까지 사업의 영역을 확대할 수도 있다. 농식품의 공급 구조 개선 뿐만 아니라 생산자와 소비자의 관계를 밀접하게 할 수 있는 다양한 활동이 필요하다.

- 도시농업은 그 자체로 로컬푸드의 주요한 유형이면서 소비자가 농업과 농업인에 대한 이해를 높일 수 있는 수단이다.
 - 도시농업을 통해 도시에서 농산물을 생산하여 소비하는 구조를 정착시킬 수 있으며, 도시민이 생산 과정을 체험함으로써 농업의 가치에 대한 이해를 높일 수 있다.
 - 식생활 교육의 차원에서 학교 텃밭과 같은 활동이 중요한 가치를 지니며, 농사 체험의 차원을 넘어 자신이 생산한 농산물을 식품으로 섭취하는 전 과정을 경험하도록 하는 것이 로컬푸드의 저변 확대에 기여할 것이다.

4.2.2. 로컬푸드 소비자 운동 활성화

- 로컬푸드의 정착을 위해서는 소비자의 역할이 중요하다. 농업인이나 소규모 식품제조업체의 노력을 통해 로컬푸드를 생산할 수는 있으나 로컬푸드가 유통되도록 하고 지속가능한 로컬푸드 체계를 수립하기 위해서는 로컬푸드 소비기반이 마련되어야 한다.
 - 로컬푸드는 대규모 시장을 통해 유통되기 어렵기 때문에 그 취지에 공감하는 소비자 집단이 구성되어 지역 농식품을 소비해 주어야 지속적으로 유지·발전할 수 있다.

- 최근 로컬푸드는 소비 부문이 생산 부문을 견인하는 방식으로 추진되고 있으며 소비 부문의 운동 활성화가 로컬푸드 발전을 위한 주요 과제로 부각되고 있다.
 - 미국에서 활성화된 공동체지원농업의 경우, 소비자가 자금, 노동 등의 자원을 농민에게 투자하여 그 농장의 회원이 됨으로써 형성된다. 소비자 회원은 대개 1년 회비를 선납함으로써 작황의 불확실성에 따른 부담을 함께 진다¹⁴⁾. 즉 소비자가 조직을 결성하고 자금 등을 모아 농가에 제공하여 지역 농산물의 생산을 지원하는 방식의 로컬푸드이다.
 - 생협 역시 소비자 조합원을 모집하고, 생협의 취지에 부합하는 생산자를 확보하여 농식품의 직거래를 추진하고 있다.
 - 이처럼 최근 확대되고 있는 로컬푸드의 유형의 공통점은 로컬푸드의 취지에 공감하는 소비자가 조직을 구성하고 그 취지에 부합하는 생산을 촉진하고 있다는 것이다.
- 로컬푸드 소비자 운동의 활성화를 위한 다각적인 노력이 필요하다.
 - 소비자 운동의 소비자들이 자발적인 노력으로 추진되는 것이 바람직하다. 다만, 식생활교육과 같이 로컬푸드와 연계된 정부 정책 사업 추진 시 소비자 조직과 연계된 다양한 프로그램 개발이 필요하다.
 - 또한 로컬푸드 사업 추진 시 생산자 중심으로만 로컬푸드를 바라보지 않고 소비자 운동의 활성화를 통해 로컬푸드의 지속가능한 발전을 추진하는 노력이 요구된다.

4.2.3. 지역 농정 체계 재편

- 정부의 농업 또는 농산물 유통 정책은 규모화, 전문화를 통한 경쟁력 제고를 추구하고 있다. 지역 농정이 정부의 농정을 그대로 수용한다면 지역의 특성을 고려한 농정을 전개하기 어렵다.
 - 정부의 농업정책은 규모화된 전업농의 경쟁력 제고에 초점을 맞추고 있어, 생산 규모가 적은 고령농, 가족농 등은 정부의 농업정책에서 주요한 부분을 차지하지 못한다.
 - 반면, 소규모 가족농은 그 수가 많아 농촌 지역에서는 대단히 중요한 농업정책의 대상이다. 따라서 지방자치단체가 중앙 정부의 농정 방침을 그대로 수용한다면 지역의 특성을 감안한 농정을 펼치기 어렵다.
- 로컬푸드는 지방자치단체의 농정을 중앙정부의 농정과 차별화하는 주요한 농정 목표이다. 지방자치단체는 중앙정부의 농정을 수용함과 동시에 로컬푸드를 통해 지역의 특성에 맞는 다양한 농정을 전개할 수 있다.

14) 「한국 로컬푸드 운동의 현황과 과제」(김철규, 2011, 한국사회 제12집 1호)에서 인용

- 로컬푸드는 소량 다품목을 생산하는 가족농에게 안정적인 판로를 확보할 수 있는 사업이다. 로컬푸드 체계가 정착된다면 소규모 가족농의 소득을 안정시킬 수 있다.
 - 또한, 로컬푸드는 텃밭 규모의 소규모 영농을 통해 농산물을 생산하므로 생물 다양성, 환경 보전 등 농업의 다원적 가치 창출에 기여한다. 실제 로컬푸드에 공급되는 농산물은 대부분 친환경농산물이며, 전국여성농민회의 제철꾸러미 사업은 토종 종자를 지켜나가는 것에도 기여하고 있다.
 - 두부, 콩나물, 장류, 떡 등 농가 단위에서 수행할 수 있는 소규모 농산물 가공의 활성화도 추진할 수 있다.
- 전북 완주의 농정 체계는 로컬푸드를 기반으로 지역 농정 체계를 재편한 사례 중의 하나이다.
 - 완주군은 5천여 가구의 1ha 가족농, 고령농의 지속가능한 경영을 위해 로컬푸드 정착을 주요한 농정 목표로 설정하였다. 완주군은 이들 농업인이 다품목 소량생산과 직거래 유통을 통해 안정적인 소득원을 창출할 수 있다는 판단 하에 로컬푸드 추진을 위한 농정 체계를 정비하였다.
 - 건강 밥상 꾸러미 사업을 통해 안정적인 수요를 발굴하고, 이에 대응할 수 있도록 작목반과 마을공동체와 계약재배를 추진하고 있다. 또한 향토요리 발굴, 마을 단위 또는 농가 단위 가공식품 개발, 가공 식품 제조 활성화를 위한 공동가공시설 등 농가 가공을 위한 다각적인 사업을 전개하고 있다. 로컬푸드 농식품에 대한 수요 확대를 위해 농식품 직매장, 농가 레스토랑, 시민텃밭, 가공체험 등을 종합적으로 추진할 수 있는 스테이션 사업을 추진하고 있다.
 - 이같은 지역 농정의 원활한 추진을 위해 군청내에 로컬푸드팀을 신설하였고, 실제로 로컬푸드와 관련된 다양한 사업을 수행하는 민간 조직으로 지역경제순환센터를 설립하였다.

4.2.4. 장기적 관점의 지속적인 사업 추진

- 로컬푸드는 생산자와 소비자의 인식 전환을 요구하는 대안의 유통 체계이므로 로컬푸드가 정착되기까지는 적지 않은 노력과 시간이 요구된다.
 - 로컬푸드는 단기간의 성과를 거두는데 주력하기보다는 장기적 관점에서 단계적으로 사업을 확대해 나가려는 노력이 요구된다.
 - 이탈리아 생협(coop italia)에서 운영하는 소매 판매점의 매출액이 이탈리아 전체 소매시장의 18%를 점유할 정도로 사회적 여건에 따라 대안적 유통체계가 무시할 수 없는 비중을 차지할 수 있다.
 - 로컬푸드는 단기적인 틈새시장 전략으로 접근하지 말고 장기적으로 농식품의 유

통 구조를 변환시키는 관점에서의 접근이 요구된다.

- 외국이나 다른 지역의 사례를 천편일률적으로 따라할 것이 아니라 지역의 특성에 맞는 다양한 시도가 필요하다.
 - 로컬푸드는 생산자와 소비자, 즉 사람과 사람의 관계에 의해 유지·발전되는 사업이다. 따라서 지역마다 사람 사이의 관계가 상이하기 때문에 특정 지역에서 성공한 사업 방식이 다른 지역에서도 성공을 보장해 줄 수 없다.
 - 현재 성공한 다른 지역의 사례를 그대로 따라하는 것보다는 해당 지역의 특성, 성공에 이르기까지 지역 공동체에서 노력한 과정 등을 주의 깊게 살펴 자신의 지역에 적합한 사업 방식을 찾는 것이 필요하다.

- 단기간에 대규모 투자를 하기보다는 충분한 경험을 축적하면서 점진적으로 사업을 확대하는 것이 요구된다.
 - 농촌시장의 발전과정을 보면 처음에는 소규모 정기시장이 개설되다가 거주 인구가 증가하여 지역의 구매력이 확대되면서 상설시정으로 전환되고, 판매장이 대규모화하는 과정을 밟는다.
 - 로컬푸드는 일반 시장 유통과는 상이한 유통 체계이다. 그런데 로컬푸드가 확대될 수 있는 여건이 성숙되지 못한 상황에서 대규모 판매장을 운영하기 시작한다면 물품을 조달하기도, 물품을 구매할 고객을 유치하기도 어려울 것이다. 이런 상황에서는 사업을 중단하거나 매장 경영을 위해 일반 매장으로 전환해야 할 수도 있다.
 - 따라서 초기에는 투자 부담을 최소화하여 적은 규모로 사업을 시작하고 경험과 역량을 축적하면서 사업 규모를 점진적으로 확대해 나가는 것이 바람직하다.