

전북 시설농업 청년농업인 농산물 유통실태와 개선방안

Assessment of the Current Agricultural Distribution Landscape Facing Young Farmers Practicing Protected Cultivation and Relevant Improvement Measures

황영모 가순호 정호중



설립목적

전북특별자치도 및 전북지역 시·군의 지역발전 등에 관련된 체계적인 조사·연구 활동을 통하여 지역단위의 정책개발 기능을 수행함으로써 지역발전에 기여

주요기능

- 도정에 관한 중장기 개발계획 및 주요 현안에 대한 조사·연구
- 지역경제, 지역발전에 관한 연구 및 정책대안의 모색
- 정부, 지방자치단체, 국내외 연구기관 및 민간단체의 연구 용역 수탁
- 연구관련 도서 및 간행물 발간
- 연구기관 간 공동연구·학술대회 및 정보교류 협력
- 국내외 각종 정보자료의 수집·관리 및 제공

연구진 소개

항영모

전북대학교 경제학 박사
일본 홋카이도대학 연구원
전북연구원 선임연구위원

가순호

전북대학교 경제학 박사(농업경제학)
익산시 정책개발담당관 지방농업주사보
다다름컨설팅 대표

정호중

부산대학교 식품자원경제학 석사
전북연구원 연구원

전북 시설농업 청년농업인 농산물 유통실태와 개선방안

Assessment of the Current Agricultural Distribution Landscape Facing Young Farmers Practicing Protected Cultivation and Relevant Improvement Measures

황영모 가순호 정호중

연구진 및 연구 세부 분담

연구책임	황영모	선임연구위원	연구총괄, 제1장, 2장, 4장, 5장, 6장
공동연구	가순호	초빙연구위원	제5장
	정호중	연구원	제1장 4절, 4장

자문위원	이소진	지역농업네트워크 정책연구센터 센터장
	장민기	농정연구센터 소장

연구관리 코드 : 24JU21

이 보고서의 내용은 연구자의 의견으로서
전북연구원의 공식 입장과는 다를 수 있습니다.

1. 연구목적 및 방법

□ 연구목적

- 시설농업 청년농업인은 기존 농업인에 견줘 생산 기술의 활용과 디지털 기반 역량이 높아 이를 바탕으로 출하·판매 등 유통·마케팅 등에서 농업경영 전략의 혁신이 필요
- 농업생산 후계 인력인 청년농업인의 중요성을 고려, 시설농업 청년농업인의 농업소득을 결정짓는 유통 전략에 주목하여 실태 파악과 정책 영역에서의 지원 방안을 제안

□ 연구방법

- 현황조사 : 전북특별자치도 14개 시군별로 시설농업을 하는 농업인 중 만 45세 미만 청년농업인의 현황을 행정을 통해 파악하고, 주요 영농 현황을 조사 정리
- 설문조사 : 행정조사로 파악한 시설농업 청년농업인(117명) 대상으로 농산물 유통 현황과 요구를 구조화된 조사표를 작성하고 이메일과 모바일로 조사하여 통계분석 실시
- 사례조사 : 정부가 발간한 최근 2개년 간 청년 창농 우수 사례 정책자료에서 시설농업과 유통 혁신과 관련한 사례를 추출하고 질적 메타분석 방법으로 사례를 분석

2. 결론 및 정책제언

□ 시설농업 청년농업인 유통 실태 진단

- 시설농업 청년농업인은 전통적 방식의 유통 출하처를 중심으로 대안적인 유통 채널을 병행해 농산물을 분산 출하하고 있는데, 생산자 수취가격 향상을 위한 개선 요구가 큼
- 주된 농산물 판매처가 갖는 ‘출하 안정성’을 고려하고, 농가 수취가격 향상과 가격 변동성 완화에 효과적인 ‘판매 혁신성’을 동시에 고려하여 유통 출하에 대응하고 있음

□ 시설농업 청년농업인 유통 개선 방향

- 시설농업 청년농업인 영농규모를 고려해 ‘출하 안정성’과 ‘판매 혁신성’을 동시 고려하되, 농산물을 안정적으로 판매하는데 나서는 위험을 최소화하여 관리하는 것이 관건임
- 농산물 판매 구조는 기본적으로 출하물량·출하시기·형태 등에 따라 적합한 출하처 형태가 결정되며, 가격 변동성을 고려해 농가 수취가격 위험을 관리하는 방안이 중요함

□ 실효적 농산물 유통개선 방향과 전략

- 시설농업 청년농업인은 전통적 유통채널(도매시장·계통출하) 이용 수준·의향 비율이 높지만, 대안적 유통채널(가공·직거래·온라인·직매장) 선호가 높다는 점에 주목 대응
- ‘전통적 유통채널’을 통해 농산물의 안정적 판매를 이룰 ‘출하 안정화 전략’과 이를 보완하는 ‘대안 유통채널’로 ‘판매 혁신화 전략’을 결합해 실효적으로 대응해 나가야 함
- ‘전통적 유통채널’ 활용 농산물 출하 이용을 안정화하는 방안으로 ‘공선출하회 등 계통조직 참여, 도매시장 출하 대응역량 강화, 유통전문회사 공급산지화 전략’ 등 검토
- ‘대안적 유통채널’에서는 이용 의향이 높은 수단으로 ‘가공업체 원물 공급 계약 연계 지원, 로컬푸드 직매장 출하 기회 활용, 온라인 직거래 플랫폼 이용 촉진’ 등을 검토

〈시설농업 청년농업인 농산물 유통개선 대응전략의 기본구조〉

구 분	〈영역 1〉 주류 유통채널	〈영역 2〉 대안 유통채널
전 략	농산물 ‘출하’ 안정화 전략	농산물 ‘판매’ 혁신화 전략
목 표	계통 출하로 ‘안정성’ 제고	직접 출하로 ‘효과성’ 확보
성 격	일정 수준의 ‘주된 출하처’	추가 확대의 ‘보완 판매처’
출하처	도매시장·산지공판장·지역농협·조공법인 등	직매장·가공업체·직거래·온라인판매 등
지 원 방 안	공선출하회 등 계통조직 참여	가공업체 원물 공급 계약 연계 지원
	도매시장 출하 대응역량 강화	로컬푸드 직매장 출하 기회 활용
	유통전문회사 공급산지화 전략	온라인 직거래 플랫폼 이용 촉진

차 례

CONTENTS

연구요약	i
------------	---

제1장 연구개요

1. 연구배경과 목적	3
2. 연구내용과 방법	5
3. 선행연구의 검토 논의	8

제2장 청년농업인 특성과 유통채널 경향 논의

1. 시설농업 청년농업인 특성 논의	17
2. 유통 출하처별 주요특성 검토	21
3. 농산물 유통채널의 경향 검토	24

제3장 전북 시설농업 청년농업인 주요 현황

1. 연령별·지역별 현황	31
2. 시설농업 규모 현황	32
3. 시설조성·품목 현황	34

제4장 전북 시설농업 청년농업인 유통실태

1. 시설농업 청년농업인 조사개요	41
2. 시설농업 청년농업인 영농현황	44
3. 시설농업 청년농업인 유통실태	48

4. 창업농·승계농에 따른 비교	53
5. 시설농업 규모에 따른 비교	59
6. 권역별(지역)에 따른 비교	66
7. 실태조사 종합논의와 시사점	72

제5장 시설농업 청년농업인 유통 혁신 사례

1. 사례검토 개요	77
2. 사례분석 결과	79
3. 분야별 혁신 사례	85
4. 사례분석 논의와 시사점	96

제6장 시설농업 청년농업인 유통개선 지원 방안

1. 검토와 진단의 종합논의	101
2. 대응전략 기본구조	104
3. 시설규모·소득목표 결합 판로 다각화	106
4. 주류 유통채널 안정화 방안	108
5. ‘대안 유통채널’ 활성화 방안	111
6. 연구 한계와 향후 과제	114

참고문헌	115
------------	-----

영문요약	119
------------	-----

표 차례

LIST OF TABLES

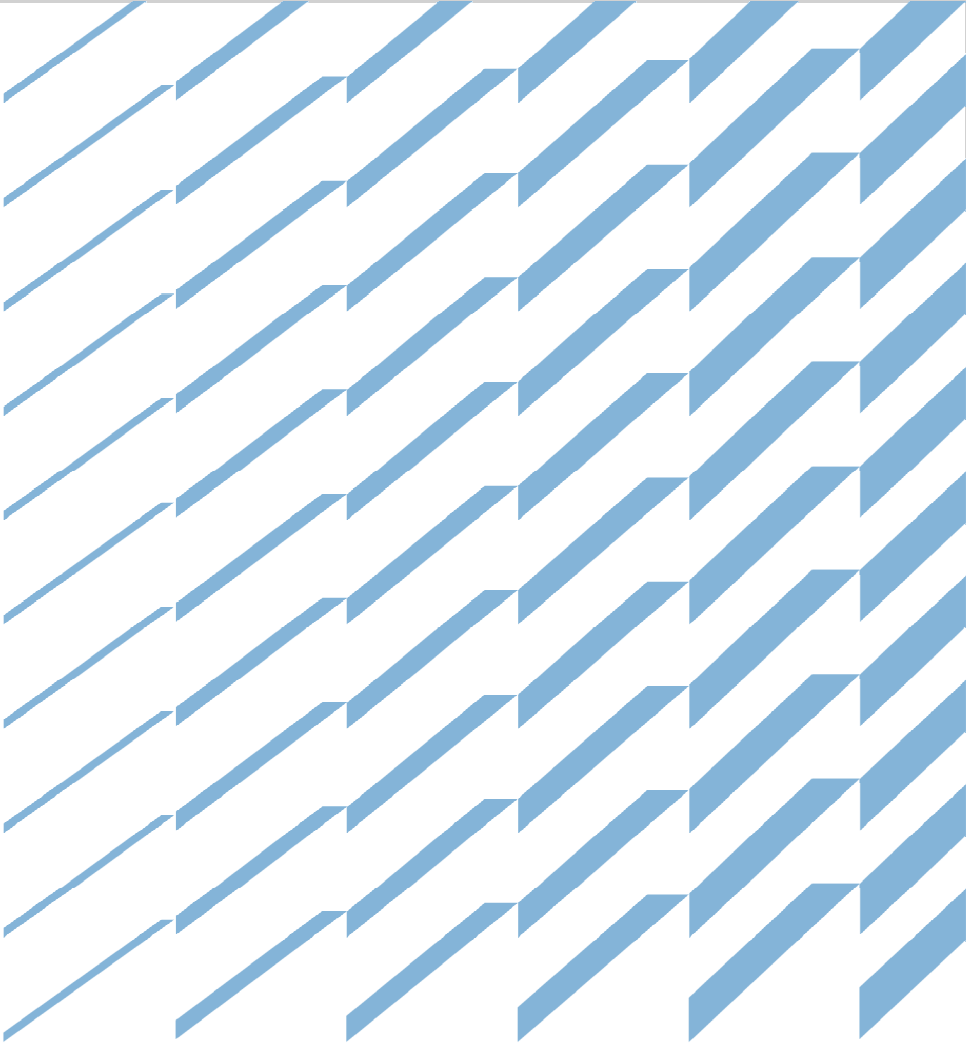
[표 1-1] 주요 선행연구 검토 (종합)	12
[표 2-1] 청년농업인의 일반적 영농 특성	18
[표 2-2] 주요 유통 출하처별 장점과 청년농업인 활용 방안 검토	23
[표 2-3] 전통적 농산물 유통 채널의 유형별 특징 비교	26
[표 2-4] 대안적 농산물 유통 채널의 유형별 특징 비교	27
[표 2-5] 전통적 및 대안적 농산물 유통 채널의 특징 비교 (종합)	28
[표 3-1] 전북 시설농업 청년농업인 시설 주요 현황	33
[표 4-1] 시설농업 청년농업인 유통실태 조사 주요 항목과 세부 내용	42
[표 4-2] 시설농업 청년농업인 응답자 기본 특성	43
[표 4-3] 청년농업인 시설 규모 수준	44
[표 4-4] 청년농업인 시설 형태별 평균 면적	44
[표 4-5] 청년농업인 시설 자동화 수준	44
[표 4-6] 시설농업 청년농업인 작기	45
[표 4-7] 시설농업 청년농업인 재배 품목부류	46
[표 4-8] 시설농업 청년농업인 친환경 인증 수준	46
[표 4-9] 시설농업 청년농업인 연간 매출액과 순소득	47
[표 4-10] 시설농업 청년농업인의 농업생산에서의 가장 큰 어려움	47
[표 4-11] 시설농업 청년농업인의 농산물 유통에서의 가장 큰 어려움	48
[표 4-12] 시설농업 청년농업인의 현재 농산물 출하처 (복수응답)	49
[표 4-13] 시설농업 청년농업인의 선호 농산물 출하처 (복수응답)	50
[표 4-14] 시설농업 청년농업인의 대안적 농산물 유통 경로 벤더 선호도	51
[표 4-15] 시설농업 청년농업인의 특화 유통조직 참여의향(리커트 5점 척도)	52
[표 4-16] 창업농·승계농에 따른 연령과 영농경력	53
[표 4-17] 창업농·승계농에 따른 영농규모	53
[표 4-18] 창업농·승계농에 따른 매출액과 순소득	54
[표 4-19] 창업농·승계농에 따른 연중 작기 분포	54
[표 4-20] 창업농·승계농에 따른 영농시설 규모	55
[표 4-21] 창업농·승계농에 따른 시설지원 여부	55

[표 4-22] 창업농·승계농에 따른 시설 자동화 수준	56
[표 4-23] 창업농·승계농에 따른 현재와 선호 판매·출하처	56
[표 4-24] 창업농·승계농에 따른 농업생산의 어려움	57
[표 4-25] 창업농·승계농에 따른 출하·유통의 어려움	58
[표 4-26] 창업농·승계농에 따른 유통방식·특화조직 이용·참여 의향	59
[표 4-27] 영농규모별 연령과 영농경력	60
[표 4-28] 영농규모별 영농규모	60
[표 4-29] 영농규모별 매출액과 순소득	61
[표 4-30] 영농규모별 연중 작기 분포	61
[표 4-31] 영농규모별 시설지원 여부	62
[표 4-32] 영농규모별 시설 자동화 수준	62
[표 4-33] 영농규모별 현재와 선호 판매·출하처	63
[표 4-34] 영농규모별 농업생산의 어려움	64
[표 4-35] 영농규모별 출하·유통의 어려움	65
[표 4-36] 영농규모별 유통방식·특화조직 이용·참여 의향	65
[표 4-37] 권역별 연령과 영농경력	66
[표 4-38] 권역별 영농규모	67
[표 4-39] 권역별 연중 작기 분포	67
[표 4-40] 권역별 영농시설 규모	67
[표 4-41] 권역별 시설지원 여부	68
[표 4-42] 권역별 시설 자동화 수준	68
[표 4-43] 권역별 현재와 선호 판매·출하처 비율(%)	69
[표 4-44] 권역별 농업생산의 어려움	70
[표 4-45] 권역별 출하·유통의 어려움	71
[표 4-46] 권역별 유통방식·특화조직 이용·참여 의향	71
[표 5-1] 사례 분석을 위한 검토자료 목록	79
[표 5-2] 시설농업 청년농업인 유통 관련 혁신사례 추출의 주요내용 (요약)	82
[표 5-3] 시설농업 청년농업인 유통 관련 사례의 유통 단계별 혁신 유형의 구분	84
[표 6-1] 시설농업 청년농업인 유통개선 대응전략 기본구조	106
[표 6-2] 시설농업 청년농업인 시설규모×소득목표 결합 판로 다각화 검토 기초자료	107

그림 차례

LIST OF FIGURES

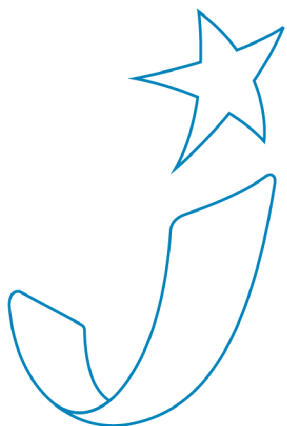
[그림 1-1] 연구의 주요 내용과 추진 흐름	6
[그림 3-1] 전북 시설농업 청년농업인의 지역별 분포	31
[그림 3-2] 전북 시설농업 청년농업인 연령별 분포	32
[그림 3-3] 전북 시설농업 청년농업인의 시설면적	34
[그림 3-4] 전북 시설농업 청년농업인의 정책지원	35
[그림 3-5] 전북 시설농업 청년농업인 시설 조성 시점	35
[그림 3-6] 전북 시설농업 청년농업인 생산 품목 부류별 현황	36
[그림 3-7] 전북 시군별 청년농업인 비중과 시설원에 청년농업인 분포	37
[그림 4-1] 월별 농산물의 평균 출하 비중	45
[그림 4-2] 시설농업 청년농업인 작물 부류별 현황(워드클라우드)	46
[그림 4-3] 시설농업 청년농업인 농산물 출하처의 현재 이용도와 향후 선호도 비교	50
[그림 5-1] 질적 메타분석의 7단계 수행 절차	78
[그림 5-2] 연중 생산체계 구축을 통한 차별화-논산시 '초록이들' 사례	86
[그림 5-3] 딸기재배 혁신과 판매 전략으로 경쟁력 강화-사천시 '땡큐베리' 사례	87
[그림 5-4] 농산물 수확시기 조절을 통한 수익률 향상-김제시 '하늘아래농장' 사례	88
[그림 5-5] 딸기 가공을 통한 농산물 해외 유통의 한계 극복-나주시 '담청랩' 사례	89
[그림 5-6] B2B 거래 포함 유통 포트폴리오 경영 안정성 제고-황성군 '발상600' 사례	90
[그림 5-7] 지역기업과 중소규모 B2B 거래 확대 수요처 확보-강릉시 '오누이농장' 사례	92
[그림 5-8] 온라인 직거래 플랫폼으로 수취가격 제고-서귀포시 '흙런농장' 사례	93
[그림 5-9] 소비자 경험과 전달방식의 창의적 접근-원주시 '원프리카' 사례	94
[그림 5-10] 브랜드 전략으로 가치 제고 및 비즈니스 확장-진주시 '힘토농장' 사례	95



제 1 장

연구개요

1. 연구배경과 목적
2. 연구내용과 방법
3. 선행연구 검토 논의



제1장. 연구개요

1. 연구배경과 목적

- 농업 생산을 담당하는 농업인이 감소하고 있고, 고령화가 진전되고 있는 상황에서 농업 후계인력으로 청년농업인을 육성하기 위한 정책적 지원이 갈수록 강조되고 있음
- 정부는 ‘청년농업인 영농정착 지원 사업’¹⁾ 등을 통해 청년농업인 육성을 정책으로 지원하고 있지만, 청년농업인의 비중을 높이는 데에 현실적으로 어려움과 제약이 많음
- 청년농업인 지원 정책에도 그 수가 늘지 않는 이유로 전문가들은 ‘①낮은 농업소득, ②영농기반 확보 어려움(준비), ③농업경영의 어려움(초기), ④농촌생활의 어려움(정착)’ 등을 꼽고 있음(마상진, 2022)
- 최근 청년농업인은 영농의 수도작 중심 작목²⁾이나 노지 재배³⁾보다 농업생산성이 높고 연중 소득을 올릴 수 있는 농작물 재배가 가능한 ‘시설농업’으로 진입이 많아지고 있음(이항미, 2022)
- 시설농업은 농작물 재배에 필요한 온도, 습도, 일사량 등을 조절할 수 있는 구조(시설)를 이용하여 작물을 재배하는 농업 방식으로 생산성을 높이면서 연중 생산과 농산물의 품질 균일화 등이 가능한 영농 방식으로 주목되어 왔음
- 특히 시설농업에 ICT를 접목한 지능형 농업 시스템인 스마트 농업은 생산성 극대화, 노동력 절감, 정밀한 농업경영이 가능하여 청년농업인이 영농에 진입하고 창업하는데 매력적인 수단으로 꼽히고 있음

-
- 1) 40세 미만으로 영농 초기 단계의 청년 농업인(독립경영 3년 이하)의 안정적 영농 정착을 지원하는 프로그램으로 정착 지원금(최대 3년) 지원, 연계지원(창업자금 및 농지·시설 매입과 임대 자금, 농지 임대 우선지원, 기술·경영·교육·컨설팅 등 프로그램 지원)을 결합하고 있음
 - 2) 수도작은 농업인의 기간 작목으로 안정적 영농의 이점이 있지만, 농업소득을 높게 향상시키기에 한계가 큼
 - 3) 빈번한 이상기상 등 기후요인의 취약성이 높아지고 있어 신규 농업인은 시설 구축을 선호하고 있음

- 청년농업인(40세 미만 농업경영주)의 스마트 농업 비중은 2018년 9.2%에서 2020년 10.9%로 늘어 시설농업에 더 적극적으로 진입하고 있으며, 논·밭 노지 재배 영농방식보다 시설원에 기반의 스마트팜에 대한 수요가 더 높음이 확인되었음(이향미, 2022)
- 정부는 ‘스마트팜 혁신밸리’를 통해 청년농업인을 선발하여 영농 창업 교육과 임대형 농장 실습을 제공하는 등 청년농업인의 스마트팜·시설농업 진입을 지원하고 있음⁴⁾
- 구체적으로 시설농업의 장점⁵⁾을 감안하여 스마트팜과 ICT 기반의 자동화 설비 등을 지원하고 있는데⁶⁾, 설비 투자 재정 부담을 고려하여 스마트 농업 교육과 임대형 스마트팜 방식으로 시설농업 청년농업인을 육성하고 있음
- 시설농업은 설비를 갖추는데 재정 부담이 높아 영농 정착 청년농업인이 진입하는데 어렵고, 농산물을 관행적인 방식으로 출하하게 되면 농가 수취가격이 적정하지 못해 투입된 자금의 회수 등 농업경영 유지에 커다란 한계가 되고 있음
- 노지재배에 비해 시설농업이 생산성과 수익률이 높고, 연중 생산으로 일정한 수익을 올릴 것으로 기대했지만, 현실에서는 생산 이후 판매 단계에서 농업소득을 일정하게 유지할 수 있는 수준이 되지 못하는 경우가 많은 것으로 보고되고 있음
- 한편 시설농업을 하는 청년농업인은 기존 농업인에 비해 생산 기술 활용과 디지털 기반 농업생산에 있어 장점을 가지고 있어 이 역량을 활용하여 출하 및 판매 등 유통·마케팅 등 농업경영 전략 혁신을 도모해 나가는 것이 중요한 과제로 꼽히고 있음
- 청년농업인 중 우수 농업경영 혁신 사례로 소개되고 있는 농업경영체를 보면, 시설농업을 기반으로 기존 도매시장과 농협 등 계통출하 방식과 차별화된 온라인과 오프라인 방법을 결합하여 안정적 농업소득을 올리는 농산물 유통 혁신 사례가 다수임

-
- 4) 스마트농업 기술 활용 역량이 부족한 상황에서 농업생산 세대전환 촉진을 위한 청년 스마트 농업인 육성을 정책과제로 정하였음. 자세한 내용은 농림축산식품부(2025)의 ‘제1차 스마트농업 육성 기본계획’을 참고
 - 5) 시설농업의 장점으로는 기상 영향 최소화, 연중생산, 생산성 극대화, 노동력 절감, 정밀농업 가능 등을 꼽음
 - 6) 세부 정책사업으로는 ICT 융복합 확산 지원사업, 스마트팜 신규농가 확대 보급사업, 신기술 접목 차세대 영농인 육성 지원사업, 원예분야 ICT 융복합 지원사업, 청년창업 스마트팜 패키지 지원사업, 청년인재 유입 스마트팜 육성사업, 청년희망 간편형 스마트팜 지원사업 등이 있음

- 지금까지 청년농업인에 대한 연구는 주로 영농정착 지원, 생산역량 향상, 주체 육성 등에 초점을 두어 왔는데, 농업생산 방식 재편 전략 일환으로 강조되는 시설농업 청년 농업인에 주목하여 안정적 농업경영을 위한 유통에 대한 대책 연구가 필요한 시점임
- 이 연구에서는 농업생산 후계 인력인 청년농업인의 의미에 기반하여, 시설농업을 하는 청년농업인의 농업소득을 결정짓는 유통 전략을 주제로 실태를 파악하고 정책의 영역에서 어떠한 방식으로 지원을 준비할 것인가에 대해 논의하는데 목적이 있음
- 시설농업 방식의 농업경영에 친화적인 청년농업인의 특성에 주목하여 지역의 시설농업 청년농업인의 농산물 유통이 어떠한지 조사하거나 분석한 연구가 없다는 것이 이 연구의 주된 배경이며, 이에 관련 정책을 기획하는데 근거를 마련하는 것이 필요함
- 이 연구는 전북의 시설농업 청년농업인인 현황을 파악하여, 어떠한 방식으로 농산물을 유통·판매하고 있는지 조사하고, 우수 혁신 사례를 검토하여 전북특별자치도의 시설농업 청년농업인 유통 개선 지원 정책 방안을 제안하고자 함

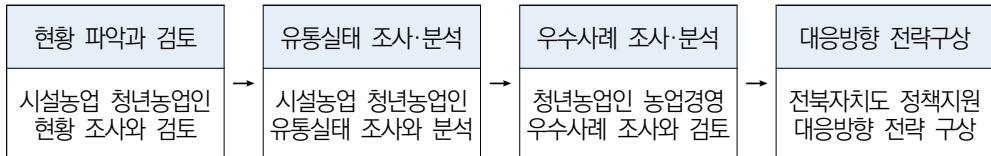
2. 연구내용과 방법

□ 연구 내용

- 이 연구는 전북특별자치도에서 시설농업을 하는 청년농업인의 농산물 유통 실태를 파악하고, 유통 전략의 개선을 위한 정책 지원의 방향과 방안을 마련하는데 목적이 있음
- 이 연구에서 대상으로 하는 ‘청년농업인’은 ‘전북특별자치도 청년농업인 육성 및 지원 조례’(제2조)에 의거하여 만 45세 미만의 농업경영체임
- 연구에서 다루는 ‘시설농업’은 농지법 시행규칙에 따라 작물의 생육에 필요한 환경 조건을 조절할 수 있는 비닐하우스, 유리온실 등 안에서 농작물을 재배하는 농업 형태로 규정하고자 함

- 연구의 주요내용은 전북 시설농업 청년농업인의 ‘①현황 파악과 검토, ②유통실태 조사와 분석, ③우수사례 조사와 검토, ④대응방향 전략구상’ 등으로 구성하였음

[그림 1-1] 연구의 주요 내용과 추진 흐름



- 첫째, 전북특별자치도에서 시설농업을 하는 농업인 중 청년농업인의 현황을 조사하고 그 실태를 검토하여 이 연구에서 정하는 연구대상을 정리함
- 이를 위해 전북특별자치도 행정 협조를 받아 시군 사업부서를 통해 시설농업 청년농업인을 직접 조사하여 목록을 만들고 시설농업 및 농업생산 관련 현황을 파악하여 그 수준을 검토함
- 둘째, 전북 시설농업 청년농업인을 대상으로 농산물 유통 실태와 희망하는 유통전략 등에 대해 설문조사를 진행하여 분석하여 유통 개선 지원의 현실적 근거를 마련함
- 시설농업 농업인 중 만 45세 미만 청년농업인은 117명(2023년말 기준)으로 조사 파악되었는데, 이들을 대상으로 이 연구에서 다루는 농산물 유통 방안에 관련한 내용을 중심으로 조사하고 욕구를 분석함
- 셋째, 청년농업인 중 농산물 유통에서 혁신적인 성과를 내고 있는 활성화 사례를 검토하여 시설농업 청년농업인의 유통 개선 농업경영 전략 방식의 근거로 삼음
- 농업인 농업경영에 관한 다양한 혁신 사례 중 정부가 발간한 시설농업(스마트팜 등)과 청년 창농에 관한 우수 사례집을 활용하여 사례를 선별하고, 사례별로 농업경영의 혁신과 활성화 요인을 유통 개선의 관점에서 정리하여 시사점을 도출함
- 넷째, 전북특별자치도 차원에서 시설농업 청년농업인의 농산물 유통 방식을 개선하여 농업경영 성과를 제고할 수 있는 지원 전략을 구조화하여 정리하고, 정책의 영역에서 지원할 수 있는 방향을 제안함

- 지원 전략의 구상은 도내 시설농업 청년농업인 특성, 현황, 요구를 근거로 시설농업 (스마트팜 등) 청년 창농 우수 사례에서 정리한 농업경영 전략을 종합하여 전략구조, 지원방안 등의 위계로 내용을 작성함

□ 연구 방법

- 이 연구의 연구대상과 주요내용에 따라 ‘문헌조사, 현황조사, 설문조사, 사례조사’ 등의 방법으로 연구를 진행함
- 문헌조사 : 청년농업인 육성과 농산물 유통 전략 등에 관한 선행연구, 시설농업 및 청년농업인 육성에 관한 정책자료 등을 검토함
- 현황조사 : 도내 14개 시군별로 시설농업을 하는 농업인 중 만 45세 미만 청년농업인의 현황을 행정을 통해 파악하고, 주요 영농 현황을 조사 정리함
- 설문조사 : 행정 조사로 파악한 시설농업 청년농업인(117명) 대상으로 유통 현황과 요구를 구조화된 조사표를 작성하여 이메일과 모바일로 조사하고 통계 분석을 진행함
- 사례조사 : 정부가 발간한 최근 2개년 간 청년 창농 우수 사례 정책 자료에서 시설농업과 유통 혁신과 관련한 사례를 추출하고 질적 메타분석 방법으로 사례를 분석함

□ 용어 정의

- 이 연구는 ‘시설농업 청년농업인 유통개선 전략’을 검토 제시하는데 목적이 있는 바, 이 연구에서 사용하는 주요 용어를 사전적으로 정의하여 내용을 명료하게 하고자 함
- 이 연구의 대상인 ‘청년농업인’은 ‘전북특별자치도 청년농업인 육성 및 지원 조례’에 따라 ‘농어업경영체 육성 및 지원에 관한 법률’ 제4조제1항에 따른 농어업경영정보를 등록한 농업경영체로 도내에 거주하는 18세 이상 45세 미만인 자로 정의함⁷⁾
- ‘시설농업’은 주로 고정된 인공 구조물(온실, 스마트팜 등)을 기반으로 하는 집약적·고

7) 정부는 ‘후계농어업인 및 청년농어업인 육성·지원에 관한 법률’에서 청년농업인을 만 40세 미만으로 정하고 있는 점에 유의해야 함. 세부 내용은 시행령 제3조(청년농어업인의 요건)를 참조

부가가치 농업 생산 방식으로⁸⁾ 비닐하우스, 온실 등 과수·원예에 제한하여 검토⁹⁾하는데, 스마트팜은 시설농업의 한 형태로 포함함

- 이 연구에서 주되게 접근하고 있는 ‘농산물 유통’은 농업 생산자가 농산물을 생산한 이후 농산물 시장(도매·소매시장, 유통·가공주체, 소비자 등)에 출하하는 판매처를 중심으로 하는 일련의 방법으로 규정함¹⁰⁾

3. 선행연구 검토 논의

- 이 연구와 관련한 선행연구는 크게 ‘청년농업인 육성, 산지유통 전략, 농업인 출하전략, 시설농업 출하전략’ 등으로 구분할 수 있는데, 선행연구의 주요 내용을 다음과 같이 대별하여 정리함

□ 청년농업인 육성에 관한 선행연구

- ‘청년농업인 육성’에 관한 선행연구는 청년농업인의 원활하고 성공적인 영농정착을 위한 핵심 요인과 정책적 지원 방안 등을 검토하고 있음
- 승계 청년농업인은 신규 창농자에 비해 영농정착과 농업경영에 유리하며, 청년농업인 창농 생태계를 갖추고, 농업경영 단계에서 시설 현대화 지원 수요가 큼을 보여주고 있음
- 이 연구에서 검토할 수 있는 시사점으로는 청년농업인 영농정착 지원 이후 농업경영 전략 관점에서 청년농업인의 영농 특성에 따른 영농 시설의 확충, 일정한 수준의 농업 소득 창출이 중요 과제임을 꼽을 수 있음

8) 자세한 내용은 농림축산식품부(2023) ‘2023년 농업정책 시행계획’을 참조

9) ‘농업·농촌 및 식품산업 기본법’ 시행령 제2조제2호에서는 시설농업을 온실, 비닐하우스, 버섯재배사, 축사 등 인공적인 시설에서 농작물 또는 축산물을 생산하는 농업으로 정하고 있으나, 축산업과 버섯재배사 등은 제외함. 이 연구의 주된 목적이 과수·원예를 중심으로 하는 시설농업을 하는 청년농업인의 유통개선 방안 마련에 배경이 있음

10) ‘농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률’ 제2조 2호에서는 ‘농산물 유통이란 도매 또는 소매를 위하여 농산물을 거래하거나 그 거래를 알선하는 행위’로 정의하고 있음

- 마상진·김남훈(2019)은 2017년 실시된 청년농업인 영농정착 실태조사 자료를 기반으로 청년농업인의 성공적 영농 정착에 미치는 요인을 실증 분석함
- 승계 창농자가 신규 창농자에 비해 높은 수입을 가지며, 창농준비 자금의 규모, 영농 경력, 경영장부 기록 여부가 청년농의 소득에 영향을 줌을 실증 분석함¹¹⁾
- 석다솜 외(2022)는 청년농업인 영농정착 지원사업 참여 청년농업인을 대상으로 농장 경영 단계에서 시설투자 자본 부족이 크고, 시설현대화 지원 요구가 큼을 확인함
- 농업경영 자금 확보를 위해 청년농업인이 투자 자본을 확보하고 재투자할 수 있는 여건을 마련할 수 있도록 변화 정보 제공과 거래를 지원하는 플랫폼으로 재편을 제안함
- 정용경 외(2019)는 청년농업인의 경영 특성과 농축산물 판매액에 영향을 미치는 요인을 분석하여 청년농업인 육성 방향에 대한 시사점을 제시함
- 청년농업인은 비 청년농업인보다 소득¹²⁾이 높고 농기계 보유는 낮게 나타났는데, 생산자조직 참여와 정보화 기기 활용에 있어 청년농업인의 비율이 더욱 높음을 확인함

□ 산지유통주체 관점 유통에 관한 선행연구

- 농산물의 유통에 관한 선행연구는 주로 ‘지역농업 산지유통 주체’의 관점에서 산지유통 활성화를 위한 시스템 전환 및 구축에 관한 방안 등을 주로 논의하고 있음
- 산지유통 주체가 변화하는 농산물 유통 구조에 대응한 거래 방식의 전환과 대응, 산지유통 조직화의 효과, 산지와 소비자를 직접 연결하는 혁신 기술의 도입 등을 제시함
- 산지유통조직이 지역농업 수준에서 생산 조직화 이후 유통 조직화에 크게 기여함을 확인하면서 수확 후 단계에서의 조직적 관리, 유통 주체로서의 거래처 다변화, 데이터 활용 시장 대응력, 디지털 물류 시설과 농가 관계에 대해 시사점을 얻을 수 있음

.....

11) 부모의 경영기반을 전수 받은 농업관련 지식 및 기술이 중요하여 체계적인 농업교육을 전수하는 지원이 요구, 영농에 있어 충분한 기간과 준비자금, 재무적 관리 등의 준비가 필요함을 시사

12) 도매시장 출하가 청년농업인 확률이 높았는데, 농축산물 판매금액에서도 도매시장이 정(+)의 영향을 미치므로 농업경영 성과에 긍정적 영향을 미칠 것으로 판단함

- 주재창 외(2020a)는 농산물을 대량으로 구매하는 주체는 도매시장보다 산지의 생산자·산지유통조직과 개별적으로 직거래하는 현상이 고착되는 상황에 주목하고 있음
- 대량 구매처 대응 온라인 농산물 거래 시스템 활성화 전략으로 온라인 농산물 조달체계, 구매자 확보·마케팅 전략 수립, 비현물 거래 품질인증 체계 구축 등을 제시함
- 김창환·위태석(2015)은 농협 조직에 농가의 자발적 참여가 부족하고, 농협도 양적인 성장에만 치중하며, 농업법인도 경영 효율성 달성에 미치지 못하는 어려움을 지적함
- 산지유통 활성화를 위해 수확 후 관리, 공동사업 요인 등 상대적으로 활성화가 요구되는 영역에서의 대책 마련이 필요함을 시사함
- 박기형·김기범(2017)은 농산물 유통은 도매시장 중심, 경매의 유통단계에 의한 소모성 물류비·유통마진 증가, 농업인의 시장가격 결정력 미흡, 전산화 노후화를 지적함
- 빅데이터 시스템은 경매정보, 시기별 농산물 출하·배송 정보, 물류이동 정보와 실수요자 지역 정보 기반이 요구되며, 소상공인 편의를 고려한 전용 결제 시스템을 제시함

□ 농업인 관점의 출하·유통에 관한 선행연구

- 생산자 농업인 관점에서 ‘농산물의 출하 및 유통’에 관한 선행연구는 해당 농산물 유통 출하처별로 농가 수취가격에 어떠한 관계가 있는지를 실증적으로 검토하고 있음
- 주로 공동출하의 효과를 실증적으로 규명하며, 유통 채널의 다각화를 통한 농업경영 전략의 성과를 분석하고, 온라인 직거래 확대 등이 농업인에게 유리함을 보여줌
- 개별 농업인 입장에서 농산물 판매액 또는 농가 수취가격을 높이기 위해서는 통합마케팅조직 참여의 효과가 크지만, 직거래, 도매시장 등 출하처를 다변화하는 농업경영 전략이 유효함을 확인할 수 있음
- 주재창 외(2020b)는 농산물 통합마케팅 조직화 사업 정책을 평가하기 위해 통합마케팅 조직화가 정책 추진 목적인 농가소득 증대에 어떠한 기여를 했는지 분석함

- 일반적인 출하에 비해 연합사업단, 품목별 광역조직 등에 참여할 경우 농가 수취가격이 증가한 것으로 나타나 해당 사업이 긍정적인 영향을 미치는 것으로 규명함
- 황성혁(2023)은 농업인이 지역농협 범위의 농산물 공선출하회에 참여하게 되면 농업소득의 증대에 미친 영향을 실증적으로 분석하고 이를 촉진하는 개선과제를 제안함
- 공선출하회에 가입한 농가가 공선출하회에 가입하지 않을 경우보다 농산물 판매 금액이 성향점수 매칭방법에 따라 차이가 있지만 농가당 914만원~1,060만원 더 높음
- 황영모 외(2016)는 농업인 입장에서 농산물 유통 출하처를 다양한 유통 채널과 경로(직거래, 도매시장, 공판장, 지역농협 등)를 활용할 때, 농산물 판매액 증가에 영향력이 높음을 확인함
- 이다예·이희연(2016)은 특히 농산물 직거래를 운영하는 농가는 그렇지 않는 농가에 비해 농산물의 매출액이 약 1.3배 높게 나타난 것으로 조사 분석하였음

□ 시설농업 생산자의 출하 전략에 관한 선행연구

- 개별 생산자 관점에서 '시설농업에 특화된 농산물 출하 전략'에 관한 선행연구는 우리나라 시설농업의 구조를 진단하면서 현실적 문제를 지적하고 개선 과제를 제안함
- 시설농업 농업인은 개별적으로 분산된 구조에 있으며, 출하처가 편중되고, 상품 표준화 제약으로 시장에서의 경쟁력이 낮아지므로 산지유통 조직화 트랙의 대응을 강조함
- 시설농업 농업인의 개별적 출하 전략으로는 시장 대응력이 낮아 산지유통조직(기존+신규)을 통해 거래처를 다양화하는 것이 농업소득 향상에 실효적 전략임을 강조함
- Agroberichten Buitenland(2021)는 우리나라 시설농업 현황 진단과 농산물 출하 및 유통전략에 있어 구조를 진단하면서 문제점과 정책적 대응방안을 제시하고 있음
- 우리나라 시설농업(비닐하우스·유리온실 등)은 비닐하우스 기반으로 자동화율이 낮고 소규모·개별농가 중심인데, 대부분 공판장 또는 도매시장에 의존한다고 지적함

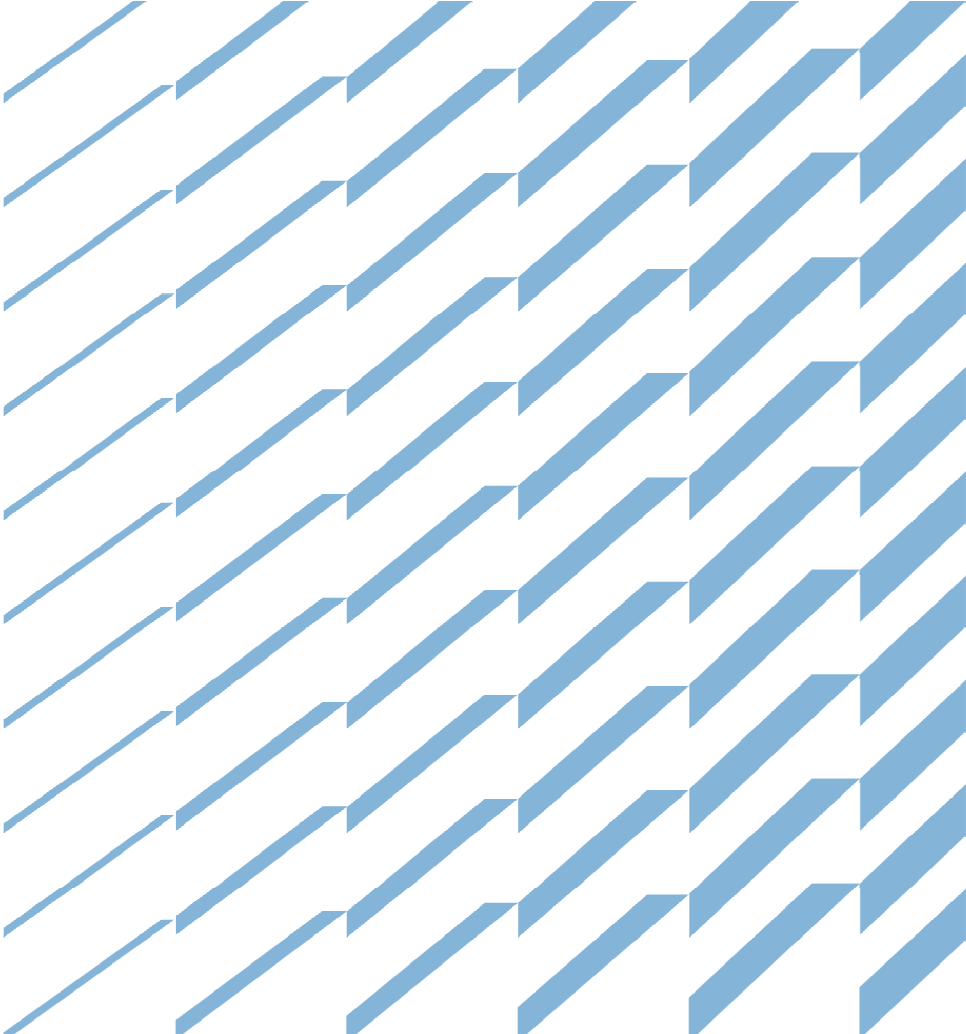
- 출하처 편중, 표준화 미흡, 농가 협업 부족을 문제로 지적하면서 시설 투자 대비 출하·유통 전략이 미흡한 것을 한계로 파악하고, 생산-출하-마케팅의 연계 강화와 조직화·브랜딩 확대를 제안함
- OECD(2018)는 우리나라 시설농업의 유통 및 출하 전략의 구조를 진단하고 문제를 지적하면서 선진적인 출하전략의 사례¹³⁾를 토대로 정책적 과제를 제시함
- 시설농업 농산물 유통 경로 대부분이 공판장·도매시장 중심이며, 개별 농가 중심으로 협동조합·산지유통조직 활용률이 낮고, 표준화·포장 규격 부재로 고부가 유통에 어려움이 있다고 지적함

[표 1-1] 주요 선행연구 검토 (종합)

구분	연구자	주요내용	시사점
청년농업인 육성 선행연구	마상진 외(2019) 석다솜 외(2022) 정용경 외(2019)	· 승계 청년농업인은 신규 창농자에 비해 영농정착과 농업경영에 유리 · 청년농업인 창농 생태계 갖추고, 농업경영에서 시설 현대화 지원에 대한 수요가 큼	· 청년농업인 영농정착 지원 이후 농업경영 전략 관점 특성에 따른 영농시설의 확충이 중요 · 일정한 수준의 농업소득 창출이 중요 과제
산지유통 전략 선행연구	주재창 외(2020a) 김창환 외(2015) 박기형 외(2017) 임세화 외(2023)	· 산지유통 주체가 변화하는 농산물 유통구조에 대응한 거래방식의 전환과 대응 · 산지유통 조직화의 효과, 산지와 소비지 직접 연결하는 혁신 기술의 도입 등 제시	· 산지유통조직이 지역농업 수준에서 생산 조직화 이후 유통 조직화에 크게 기여 · 수확 후 단계에서 조직적 관리, 유통 주체로서 거래처 다변화, 데이터 활용 시장 대응력 시사
농업인 출하전략 선행연구	주재창 외(2020b) 황성혁(2023) 황영모 외(2016) 이다예 외(2016)	· 주로 공동출하의 효과를 실증적으로 규명 · 유통채널 다각화로 농업경영 전략 성과를 분석하고, 온라인 직거래 확대 등이 농업인에게 유리	· 개별 농업인 입장에서 판매액, 농가수취가격 향상이 중요 과제 · 통합마케팅조직 출하조직 참여, 직거래, 도매시장 등 출하처를 다변화하는 농업경영전략 유효
시설농업 출하전략 선행연구	Agroberichten Buitenland(2021) OECD(2018)	· 시설농업 농업인은 개별 분산된 구조에 있으며, 출하처가 편중 · 상품 표준화 제약으로 시장 경쟁력이 낮아 산지유통 조직화 트랙 대응을 강조	· 시설농업 농업인의 개별적 출하 전략으로는 대응력이 낮음 · 산지유통조직(기존+신규)을 통해 거래처를 다양화가 농업소득 향상을 위한 실효적 전략

-
- 13) 시설농업의 선진적인 출하 전략 사례로 부여군(스마트팜 기반 고품질 파프리카·토마토 생산 이후 수출 및 대형유통사 납품), 청년농업인·법인농가(ICT 활용한 정밀 출하 타이밍 조절, 수요 맞춤형 생산), 민간협업형 APC(포장·등급화 자동화 시스템 도입으로 푸드서비스·급식계약 체결) 등을 들고 있음

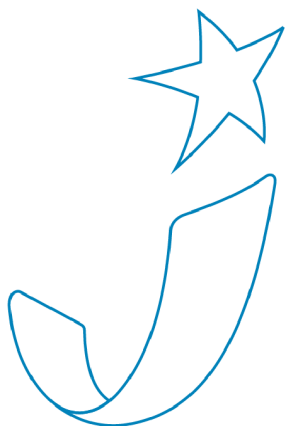
-
- 문제 해결방안으로 조직화 촉진(산지유통센터, 작목반, 생산자조직과 연계 강화), 출하 정보 공유 시스템 구축(스마트 온실 데이터 기반 출하 시기 분산 조정), 고부가 유통 연계(GAP 인증, 브랜드 포장, B2B 연계 등 다양한 유통 채널 확보) 등을 제시함
 - 이상과 같이 검토한 이 연구의 주제 관련한 선행연구를 요약하면 <표 1-2>과 같음
 - 지금까지의 선행연구는 청년농업인의 영농정착 지원을 중심으로 논의하고 있어 청년농업인이 농업생산 이후 농산물의 유통·판매를 주제로 한 연구는 부족함
 - 이러한 점에서 시설농업 청년농업인은 시설 구축 비용의 안정적 회수는 물론 지속가능한 농업경영을 결정하는 농업소득 유지를 결정짓는 농산물 유통 판매에 특화하여 정책 지원 방안을 검토하는 것은 시의적절한 것으로 판단함



제2장

청년농업인 특성과 유통채널 경향 논의

1. 시설농업 청년농업인 특성 논의
2. 유통 출하처별 주요특성 검토
3. 농산물 유통채널의 경향 검토



제2장. 청년농업인 특성과 유통채널 경향 논의

- 이 장에서는 연구 대상과 주제와 관련한 선행연구를 검토하고, 청년농업인 영농 특성, 유통 출하처별 주요 특성을 논의하여 연구의 주요한 근거를 마련하고자 함
- 이 연구 대상인 청년농업인이 영농을 하는데 있어 어떠한 특성을 가지고 있는지를 검토하고, 더 나아가 시설농업을 하는 청년농업인이 갖추고 있는 역량을 살펴보면서 시설농업 청년농업인의 특징을 논의하고자 함
- 시설농업 청년농업인의 농산물 유통 개선을 위해 요구되는 농산물 출하·판매 전략의 주요한 방법(채널)별로 해당 내용과 청년농업인이 접근 가능성을 개괄하여 연구의 결론으로 제시하고자 하는 정책적 지원 방안 구상의 윤곽으로 삼고자 함

1. 시설농업 청년농업인 특성 논의

- 연구 대상이 갖는 시설농업을 하는 청년농업인의 현실적인 특성을 파악하기 위해 청년농업인의 실제적 영농 특성을 우선 검토하고, 시설농업 청년농업인의 특징을 개괄하여 논의 자료로 삼고자 함

□ 청년농업인의 일반적 영농 특성 검토

- 청년농업인은 농가 감소, 농업인 고령화 여건에서 미래의 농업을 담당할 주체로 강조 되는데, 기존 고령 농업인과 구별되는 여러 특징이 있어 이에 대한 사전 검토가 필요함
- 선행연구 등을 통해 청년농업인 갖는 주요한 영농 특성을 ‘①진입경로, ②작목선택, ③경영규모, ④기술 수용성, ⑤유통전략, ⑥협업·조직화, ⑦교육수준, ⑧경영전략’ 등 8가지 영역에서 대별하여 정리할 수 있음

- 첫째, 청년농업인은 정부의 정책지원 사업 등을 활용하여 가족의 농업기반을 승계하거나 귀농하는 방식의 경로로 농업에 진입하고 있음(농림축산식품부, 2020)
- 둘째, 청년농업인은 수도작 보다 시설농업 기반을 활용하여 채소·과채류 등의 작목을 선택하고 있는데, 논농업·밭농업 작목보다 소득이 높은 작목에 집중하고 있는 경향임(한국농촌경제연구원, 2017)
- 셋째, 청년농업인의 농업경영 규모는 영농 정착과 농업경영 초기를 고려할 때 1~2ha 미만의 소규모 영농 기반이지만, 점차 확대되는 추세에 있음(농림축산식품부, 2022)
- 넷째, 청년농업인은 시설농업 기반의 환경 제어, 농작물 생육 모니터링 등이 가능한 ICT 기반 시설농업 기반(스마트팜 등)을 적극 도입하는 기술 수용성이 높음(LAN & RVO, 2021)

[표 2-1] 청년농업인의 일반적 영농 특성

구분	주요내용	인용출처
① 진입경로	정부 지원사업(청년창업농, 스마트팜 보육센터)이나 가족 농장 승계, 귀농 등을 통해 진입	농림축산식품부(2020)
② 작목선택	수도작보다 시설 채소·과채류를 선호. 고소득 가능 작목 집중	한국농촌경제연구원(2017)
③ 경영규모	영농 초기 단계로 소규모 경영(1~2ha 미만) 비중이 높으나 점차 확대 추세	농림축산식품부(2022)
④ 기술 수용성	ICT 기반 스마트팜(온실환경 제어, 생육 모니터링 등) 첨단기술 적극 도입	AN & RVO(2021)
⑤ 유통전략	로컬푸드·온라인·계약재배 등 출하 다변화, 일부는 소비자 대상 직거래 중심 출하	aT·KREI·농식품부(2018)
⑥ 협업·조직화	작목반, 영농조합법인 등 공동출하조직 참여율 증가, 자율적 협동 성향 강화	충남연구원(2020)
⑦ 교육수준	다른 농업인 세대에 비해 전문대졸 이상 비율이 높고, 전공의 다양성	통계청 농림어업총조사(2020)
⑧ 경영전략	안정적 소득분 아니라 브랜드화·가공·6차산업 등 확장 의지 강화	한국농촌경제연구원(2019)

- 다섯째, 청년농업인이 갖는 기술 수용성과 연계하여 로컬푸드·온라인·계약재배 등 출하 구조를 다변화하는 사례가 많고, 소비자 대상 직거래 중심 판매 유통 전략을 취하고 있음(충남연구원, 2020)
- 여섯째, 영농 초기 개별적 농업경영을 넘어 일정 시점에서는 지역농업 수준의 작목반, 영농조합법인 등 공동출하조직에 참여하는 비율이 늘어 자율적인 협동 조직화의 성향이 강하다는 특징이 있음(aT·KREI·농식품부, 2018)
- 일곱째, 청년농업인은 다른 세대의 농업에 비교하여 전문대학 졸업 이상자의 비율이 높으며, 대학에서의 전공 또한 다양하다는 특징이 있음(통계청 농림어업총조사, 2020)
- 여덟째, 청년농업인의 기술 수용성과 다각적 유통 전략은 농산물 원물 판매를 넘어 브랜드화, 농가가공, 6차산업화 등 융복합화 경영전략을 갖는 경향이 높음(한국농촌경제연구원, 2019)

□ 시설농업 청년농업인의 특성 검토

- 이러한 청년농업인의 영농 특성에 따라 청년농업인 영농 유형을 살펴보면(2023년 기준) 노지재배(20.0%), 시설원예(11.6%), 과수재배(5.3%), 축산(22.1%) 등의 분포로 나타나 시설농업 비중이 큼을 알 수 있음(이향미 외, 2024)
- 시설농업 방식으로 영농에 종사하는 청년농업인은 시설기반, 기술수용, 단계적 자립의 구조적 특징을 보이고 있음을 선행연구를 통해 확인할 수 있음
- 특히 정책적으로는 청년창업농 지원 사업, 스마트팜 혁신밸리, 임대형 농장 지원 등과 연계되어 있음
- 이렇게 보았을 때 ‘시설농업 청년농업인’은 기술·데이터를 활용해 생산성 향상과 브랜드화 전략의 농업경영을 지향하는 농업인으로 시설농업·스마트농업 등 영농기반을 도입하여 전통적인 농업생산 방식과 차별화된 역량을 가진 것으로 특징지을 수 있음
- 첫째, 이러한 시설농업 청년농업인의 ‘기본적인 영농 특성’¹⁴⁾을 살펴보면, 연령은 대체로 만 20~39세 사이로 고등학교·대학 졸업 후 영농창업을 한 형태의 비율이 높음

- 영농 진입배경을 보면 가족농 승계보다는 비농가 출신 또는 창업농 중심이 증가하고 있는데, 창업농(정착지원), 후계농, 스마트팜 보육생, 귀농 지원 프로그램 등 정책지원을 활용하고 있음
- 시설농업 청년농업인은 스마트팜 혁신밸리 및 임대형 스마트 농업 시설에 기반하여 진입을 하여 영농 초기 시설 기반의 부담을 줄이면서 안정화를 도모하는 ‘임대구조 중심 진입 경로’를 밟고 있음¹⁵⁾
- 시설농업 청년농업인의 주요 재배 작목은 시설농업 기반에서의 딸기, 토마토, 파프리카, 멜론, 상추 등 다른 작목에 비해 판매가격이 높은 고부가가치 작물임
- 둘째, 시설농업 청년농업인은 기존의 농업인에 비교하여 높은 기술 수용력과 정보 활용력이 높아 ‘농업경영에서 발휘하는 역량’에서 주된 특성을 찾을 수 있음
- 농업경영에 대한 의식이 높아 농업생산에 대한 투자와 회수를 전략적으로 적용하여 생산성 향상, 경영비 절감, 판매가 향상 등 수익성을 지향하는 사업가적 마인드를 갖고 있음
- 농업경영 역량은 생산한 농산물의 수취 가격을 높이고 부가되는 가치를 창출하기 위한 시장 대응력으로 이어지는데, 주로 온라인 직거래, 로컬푸드 직매장 출하, 스마트스토어 출품·이용 등 비 전통적인 유통 채널을 주로 활용하고 있음
- 본인이 생산한 상품(농산물·가공품 등)에 대한 브랜드 감각이 높아 농장명, 포장, SNS 홍보 등 본인의 고유한 서사적 맥락을 반영하여 브랜드를 개발하는 역량을 보유하고 있다고 평가됨
- 특히 농업기술 유튜브, 블로그, 커뮤니티 등을 통하여 비공식적인 학습을 스스로 활발히 하면서, 공공기관(농촌진흥청·농업기술센터 등 농촌진흥기관 등)과 연계한 정보 접근성 또한 우수함

14) 농촌진흥청(2022), 한국농촌경제연구원(KREI), 스마트팜 혁신밸리 교육생 실태자료 등을 토대로 작성

15) 청년창업농 사업 지원 및 스마트팜 보육센터를 수료하고 임대형 시설에 입주하는 단계적 정착 모델이 일반적으로 활용되고 있음(석다솜 외, 2022)

- 스마트폰 앱, 엑셀 등의 전문화된 프로그램을 기반으로 농업생산, 상품의 재고, 판매를 체계화하여 관리하는 등 농업경영 역량 중 회계·관리능력도 우수하다고 보고됨
- 농업생산 단계에 있어서는 시설농업 기반에 갖춰진 ICT 모니터링, 자동화 제어를 통해 기상·병해충 등의 위험 요인을 통제하면서, 온실 환경 제어, 양액 공급, 데이터 분석, 센서 기반 시스템 활용 등에 있어 능력을 갖추고 있음
- 셋째, 정부는 ‘제1차 스마트팜 육성 기본계획(2025~2029)’을 통해 지역적으로 시설농업·스마트팜과 연관 산업이 집적화된 클러스터를 만들고자 ‘스마트농업 육성지구¹⁶⁾’를 지정하여 청년농업인을 육성하는 거점화 전략을 추진하고 있음
- 특히 스마트농업 육성 지구에는 장기 임대형 스마트팜(5+5년)을 조성하여, 청년농업인의 안정적인 농업경영 및 창업기반을 제공할 거점으로 기능할 것으로 전망되고 있음
- 2029년까지 앞으로 5년 동안 전국적으로 온실(약 55천ha)의 35%를 스마트팜으로 전환하고, 전문적인 경영능력을 갖춘 스마트 농업인을 육성하겠다는 방침을 밝히고 있음 (농림축산식품부, 2025)
- 이러한 정부의 스마트농업 육성 전략에 따라 시설농업 기반으로 스마트농업에 진입하는 청년농업인을 육성하는 정책이 더욱 강조되고 확대될 것으로 전망할 수 있음

2. 유통 출하처별 주요특성 검토

- 청년농업인의 일반적 특성과 시설농업 청년농업인 주요 역량 등을 검토하여 기존 농업인과 차별되는 청년농업인의 농업경영 역량의 특징이 어떠한지를 파악할 수 있음
- 이 연구 주제인 시설농업 청년농업인의 농산물 유통 개선은 유통 채널의 활용 역량과

16) 지자체가 임대형 스마트팜 단지와 연계한 스마트팜 관련 전후방산업 단지의 조성계획을 수립하고 공모 등의 방식으로 조성, 스마트팜 육성지구에는 공동육묘장, 스마트APC, 스마트팜 관련 기업 등 지자체가 자체 계획을 수립하고 지자체·민간기업·농업법인 등 투자 유치 또는 기존 정책사업 공모로 추진

직결되기 때문에 청년농업인이 활용 가능한 다각화 방안을 검토하고자 함

- 시설농업 청년농업인이 활용할 수 있는 유통 채널(방법)으로는 ‘①산지유통조직(통합마케팅전문조직), ②도매시장, ③오프라인 직매장, ④온라인 직거래, ⑤B2B 납품, ⑥공공 급식’ 등으로 구분할 수 있음
- 첫째, ‘산지유통조직’(통합마케팅전문조직)을 통한 출하는 농가 개별 출하에 비해 규모의 경제, 협상력 강화, 브랜드 구축에서 큰 이점이 있어 중요한 선택지로 강조되고 있음
- 청년농업인의 산지유통조직 접근성을 위해 ‘통합마케팅 조직 출하 약정’ 참여자에게 시설 설치 자금 지원 우선 제공¹⁷⁾, 물류비 및 포장비 등 유통비 절감 지원, 참여 후 경영 역량과 네트워크를 축적해 조직 리더·브랜드 담당자로서 역할 부여가 가능할 것임
- 둘째, ‘도매시장’을 통한 농산물 출하는 청년농업인의 접근이 용이한 출하처·유통처로 활용되고 있지만, 도매시장(중도매인)이 요구하는 수준의 일정 조건을 맞추기가 쉽지 않은 것이 현실임
- 농산물 경매 방식, 입찰 구조, 중도매인·경매사와의 관계 등 도매시장 메커니즘에 대한 이해를 통해 중도매인들이 선호하는 수준의 상품성, 선별·포장 등의 조건을 갖춰야 하는데, 이는 소규모 청년농업인이 활용하고자 할 때 제약요인이 될 수 있음¹⁸⁾
- 셋째, ‘오프라인 직매장’은 로컬푸드 직매장, 파머스마켓 등 지역 소비자 대상으로 신뢰 기반 확보가 가능한 출하처로 영농 초기 청년농업인 이용 접근성이 높은 방안임
- 로컬푸드 전문 청년농업인 제도(40세 이하 청년농 대상 하우스 자재비 지원)와 직매장·공공급식 우선 출하권¹⁹⁾ 제공 등 진입 기회를 지원하고 있고, 안정적 초기사업 기반, 상품화 역량 강화, 지역 브랜드 구축의 기회를 제공하는 채널로 주목되고 있음

17) 전북특별자치도는 청년농업인이 통합마케팅전문조직과 3년 약정하면 단동·연동비닐하우스 지원 대상에 우선 포함(www.jeonbuk.go.kr/index.jeonbuk?menuCd=DOM_000000104008000000&utm_source=chatgpt.com)

18) 경영도매시장의 디지털화(전자경매, 출하자 등록관리 강화 등)는 신규 진입자(청년농업인 등)의 진입 장벽을 낮추는 효과가 있음. 자세한 내용은 농림축산식품부(2021)을 참조

19) www.nongmin.com/article/20191121317269?utm_source=chatgpt.com 참조

- 넷째, 농협몰·네이버스마트스토어 등에서 청년농업인 전용관이 개설되고, 핫딜·라이브 커머스 진행으로 ‘온라인 직거래’ 채널이 본격 구축되고 있어²⁰⁾ 마케팅 역량을 갖춘 다수의 청년농업인이 주요 채널로 이용하고 있음
- 온라인 직거래 플랫폼의 입점 기회 확대를 지원하고 있고, 청년농업인은 디지털 활용 역량이 높지만, 스마트스토어 상세 페이지, 숏폼 영상, 블로그·SNS 통합 활용 등 디지털 기반의 소비자 소통 역량을 강화하는 것이 과제로 지적됨²¹⁾

[표 2-2] 주요 유통 출하처별 장점과 청년농업인 활용 방안 검토

구분	주요 장점	청년농업인 활용방안
① 산지유통 조직	농가 개별 출하에 비해 규모의 경제, 협상력 강화, 브랜드 구축에서 큰 이점	·통합마케팅 조직 출하 약정 참여자에게 시설 설치 자금 지원을 우선 제공 ·경영 역량과 네트워크를 축적해 조직 리더·브랜드 담당자로서 역할 부여가 가능
② 도매시장	접근 용이한 출하처로 활용되지만, 도매시장(중도매인)이 요구 일정 조건 제약	·경매방식, 입찰구조, 중도매인·경매사 관계 등 도매시장 매커니즘에 대한 이해 ·중도매인들이 선호하는 수준의 상품성, 선별·포장 등의 조건 구비
③ 오프라인 직매장	로컬푸드 직매장, 파머스마켓 등 지역 소비자 대상으로 신뢰기반 확보가 가능한 출하처	·로컬푸드 전문 청년농업인 제도, 직매장·공공급식 우선 출하권 등 기회 지원 ·안정적 초기사업 기반, 상품화 역량 강화, 지역 브랜드 구축 기회 제공 채널
④ 온라인 직거래	농협몰·네이버 스마트스토어 등에서 청년농업인 전용관이 개설되고, 핫딜·라이브커머스 진행	·온라인 직거래 플랫폼 입점 기회 확대 지원, 청년농업인 디지털 활용 역량 높음 ·스마트스토어 상세페이지, 숏폼 영상, 블로그·SNS 통합 활용 역량 강화 중요
⑤ B2B 납품	식당·카페·소형마트 등 안정적 소규모 정기 납품 가능, 품질·신선도 유지 중요, 수익 예측 가능	·영농정착지원사업 등 초기 사업자 마트·레스토랑 납품 시 가점 부여하는 지원 ·청년농업인들의 협업을 통해 B2B 거래처 공동 개척
⑥ 공공급식	학교·군부대·복지시설 등 공공기관 대상 안정적인 수요처를 확보할 수 있는 장점	·지역먹거리통합지원센터 등을 통해 기획생산 출하가 관건 ·기획생산 체계에 적극적 참여와 친환경농업 계약재배

20) www.evaluation.go.kr/upload2/atch/eval/20220510141833474.pdf?utm_source=chatgpt.com 참조

21) 특히 물류·포장·배송 시스템 구축이 필요한데, 신선도 유지 위한 냉장 포장, 배송 파트너, 이커머스 기준 파악 등 추가 역량이 요구됨

- 다섯째, 식당·카페·소형마트 등 ‘B2B 납품’은 안정적인 소규모 정기 납품이 가능하여 도매시장보다 규모는 작지만 품질·신선도 유지가 중요하며 수익도 예측이 가능하다는 장점이 있음
- 정부는 영농정착 지원사업 등 초기 사업자에게 마트·레스토랑 납품 시 가점 부여하는 지원²²⁾을 하고 있으며, 청년농업인은 디지털 마케팅·브랜드화 기획에 강점이 있으므로 청년농업인들이 협업을 통해 B2B 거래처를 공동으로 개척²³⁾하고 정보를 공유하는 것이 관건임
- 여섯째, 학교·군부대·복지시설 등 공공기관 대상의 ‘공공급식처’는 지역먹거리계획의 확대 실행 등으로 안정적인 수요처를 확보할 수 있는 장점이 있는 판매처로 강조됨
- 공공급식처 식재료 출하는 지자체 먹거리통합지원센터 등을 통해 기획생산 출하되고 있어 기획생산 체계에 적극적인 참여가 중요하며, 일부 지자체에서는 친환경 농업 계약재배 청년농업인 대상으로 학교급식 계약 가점 및 시설하우스 지원을 하고 있음

3. 농산물 유통채널의 경향 검토

- 최근 농업인의 농산물 유통 출하처에 대해 전통적 농산물 유통 구조(레거시 농산물 유통채널, legacy agricultural distribution)의 개선, 생산자 중심 직접 유통을 포함한 지역 기반 새로운 유통 가치를 창출하는 방식(대안적 농산물 유통채널, alternative agricultural distribution)으로 논의가 이어지고 있음
- 전통적 농산물 유통채널은 도매시장 등 관행적 방식으로 운영되어 온 기존 농산물 유통 구조이며, 이에 대한 대응 방안으로 대안적 농산물 유통채널 이용 전략이 강조되고 있는 것임

22) www.mafra.go.kr/bbs/home/792/571047/artclView.do?utm_source=chatgpt.com 참조

23) 이러한 사례로는 경기도 김포시 청년농업인 품목모임인 ‘소소한 농’을 꼽을 수 있음

□ 전통적 농산물 유통 채널(legacy agricultural distribution)의 특징²⁴⁾

- 전통적 농산물 유통 채널은 크게 4가지로 그 특징을 대별할 수 있는데, 그 주요내용을 검토하고자 함
- 첫째, 전통적으로 농산물의 유통 구조는 도매시장을 중심으로 하여 ‘출하→중개→소매’의 단계별로 거래가 이뤄지고 있음
- 이 구조에서 생산자는 판매하는 농산물의 가격 결정에 관여하기 어렵고, 가격은 시장에서 수요와 공급에 따라 결정되는 데, 품질과 규격에 있어 기준을 맞춘 농산물은 비교적 높은 가격을 받지만, 비규격품은 저가에 낙찰되고 있음
- 둘째, 기존의 농산물 유통 구조에서는 농산물의 출하, 판매 등의 여러 단계와 과정으로 인해 중간의 유통 단계가 많다는 특징이 있음
- 구체적으로 ‘산지→중도매인→소매상→소비자’로 이어지는 경로에서 소비지에 이룰수록 유통 비용이 높아지는데, 이 과정에서 생산자의 수취가격은 낮아지고, 소비자의 구매가격은 올라가는 구조임
- 셋째, 유통 단계가 많다는 것은 출하·판매되는 농산물의 거래 투명성이 부족하다는 점으로 이어져 이러한 지적이 이어져 왔는데, 이는 농산물의 유통 구조에서 단계별 주체의 이해관계가 복잡하게 반영된 결과임
- 이러한 원인은 농산물의 가격 결정 구조, 거래 이력, 유통 흐름에 관한 정보의 비대칭성에 기인하는 바, 개별 생산자와 산지는 자본력을 앞세운 유통 주체의 결정력에 종속된다는 비판이 제기되어져 왔음
- 넷째, 도매시장 등과 같이 불특정 유통 주체에게 출하는 방식은 가격 결정은 물론 품질의 평가에서 유연성과 신뢰 기반이 부족할 수밖에 없는 한계가 있음
- 구체적으로 계약재배보다 불확실성이 크며, 기상(날씨 등)과 생산한 물량에 따라 농산물 매출액이 급격히 변화하여 변동성이 높음

24) 이 내용은 농림축산식품부(2021), 최병욱 외(2017), 농림수산물교육문화정보원, 농민신문 기사에서 작성

- 이러한 전통적 농산물 유통 채널의 경향과 한계에 따라 최근에는 스마트팜, 기획생산, 디지털 플랫폼 기반의 이른바 ‘신유통’ 방식으로 그 한계를 보완하고 있고, 전통적 채널도 디지털 전환(전자경매, 출하이력관리 등)을 통해 현대화하고는 노력이 이어짐
- 전통적 농산물 유통 채널은 ‘①산지 집하장→ 도매시장→소매상, ②농협 RPC·APC, ③산지유통조직(지역농협·생산자조직), ④중간 상인(브로커) 유통, ⑤지방 농산물 도매시장’으로 나눌 수 있고, 채널의 주요내용과 특징을 <표 2-3>과 같이 정리할 수 있음

[표 2-3] 전통적 농산물 유통 채널의 유형별 특징 비교

유통 채널	주요 내용	특징
① 산지 집하장→ 도매시장→소매상	전국 공영도매시장, 농협 공판장 등	전통적·대규모 유통, 가격 변동성이 높음
② 농협 RPC, APC	농협 조직 주도로 수집·가공·선별·포장	품질의 표준화 가능, 납품기준 엄격
③ 산지유통조직 (지역농협, 생산자조직)	품목별 전문조직의 공동출하·유통	산지 조직화 등 조직력 필요, 기획생산 기반이 가능
④ 중간 상인(브로커) 유통	산지에서 상품 구매 후 도매·소매 유통	유연한 거래, 가격불안정·불투명성 존재
⑤ 지방 농산물 도매시장	지역 단위 농산물 유통 거점으로 역할	신뢰성 확보 가능, 물량 규모 제한

□ 대안적 농산물 유통채널(alternative agricultural distribution)의 특징²⁵⁾

- 대안적 농산물 유통 채널의 특징은 크게 4가지로 정리하여 그 내용을 살펴볼 수 있음
- 첫째, 생산자 중심으로 생산자가 직접 유통에 참여하거나 과정을 주도하여 농가의 수취가격을 높이고 브랜드를 통제하는 것이 가능함
- 둘째, 생산자가 소비자와의 관계를 직접 형성할 수 있는데, 판매하는 상품에 스토리텔링·지역성을 반영하여 생산자와 소비자가 연결되는 관계형 유통을 만들 수 있음

25) 이 내용은 최병욱 외(2017), Virginie Noireaux(2024), 농림축산식품부(2021), 농촌진흥청 ‘똑똑! 청년농부’ 사례집에서 작성함

- 셋째, 디지털 기술을 활용하는데, 플랫폼 입점, 콘텐츠 마케팅, 배송 추적 등 디지털 전환의 기반을 활용하여 생산자와 소비자 간의 공간적·사회적 거리를 줄일 수 있음
- 넷째, 소규모·다품종에 유리한 방식으로 다양한 품목을 생산하거나 영농기반이 비교적 영세한 농업인이 생산하는 작목을 특색 있는 상품으로 전환이 가능할 수 있음
- 대안적 유통은 생산자-소비자 직접 연결, 지역순환경제, 유통 구조의 다각화라는 측면에서 그 중요성이 강조되고 있음
- 이러한 이유로 청년농업인은 브랜드와 콘텐츠 중심의 마케팅, 고객 소통 기반의 커뮤니티 운영 등에서 경쟁력을 발휘할 수 있고, 이를 통해 기존 유통채널과 차별화된 전략을 구사할 수 있음
- 대안적 유통채널에서 청년농업인은 디지털 친화성²⁶⁾, 작은 규모로도 시장 진입 가

[표 2-4] 대안적 농산물 유통 채널의 유형별 특징 비교

유통 채널	주요 내용	특징
① 온라인 직거래 (e-commerce)	스마트스토어, 쿠팡, 마켓컬리, SNS 등 플랫폼 활용	진입 장벽 낮음, 마케팅 역량 중요
② 로컬푸드 직매장	지역 내 소비자와의 직거래를 위한 오프라인 매장	지역밀착형, 소비자 신뢰 구축
③ 공공급식 연계	학교·공공기관에 계약재배 방식으로 공급	안정적 수요, 품질 기준 엄격
④ 구독경제 모델	주간·월간 꾸러미 정기배송(공동체 지원농업 CSA 모델)	고정 고객 확보, 생산자-소비자 관계 강화
⑤ 라이브커머스 및 콘텐츠 기반 유통	유튜브, 인스타, 네이버 쇼핑라이브 등 활용	브랜딩과 콘텐츠 기획이 핵심
⑥ 협동조합형 유통	생산자협동조합, 사회적기업 등을 통한 공동 유통	공동체 기반, 사회적 가치 지향
⑦ 식당·카페 B2B 소매 납품	소규모 외식업체 대상 직거래 납품	품질·납기 중요, 유연한 대응 가능

26) SNS, 온라인 마켓 운영 능력이 강점

능²⁷⁾, 브랜드 창출 가능²⁸⁾, 생산 외 가치 창출²⁹⁾ 등에서 연계와 활용 가능성이 높음

- 대안적 농산물 유통 채널은 ‘①온라인 직거래 (e-commerce), ②로컬푸드 직매장, ③ 공공급식 연계, ④구독경제 모델, ⑤라이브커머스 및 콘텐츠 기반 유통, ⑥협동조합형 유통, ⑦식당·카페 B2B 소매 납품’으로 나눌 수 있고, 채널의 주요내용과 특징을 <표 2-4>과 같이 정리할 수 있음
- 지금까지 살펴본 전통적 및 대안적 농산물 유통 채널의 특징을 ‘유통의 단계, 가격의 수취 구조, 운영되는 방식, 네트워크 성격, 물류 방식’으로 종합하여 비교하면 다음의 <표 2-5>와 같음

[표 2-5] 전통적 및 대안적 농산물 유통 채널의 특징 비교 (종합)

유통 채널	전통적 농산물 유통 채널	대안적 농산물 유통 채널
유통단계	다중 단계 (중도매 포함)	최소 또는 단일 단계 (직거래)
수취구조	생산자의 낮은 수취가격	생산자의 가격 제어 가능
운영 방식	대규모 중심	소규모·소비자 중심
네트워크	전문적으로 진입 장벽 높음	협업·조직화로 네트워크 형성 가능
물류방식	물류 인프라(시설) 우수	초기 인프라(시설) 부족

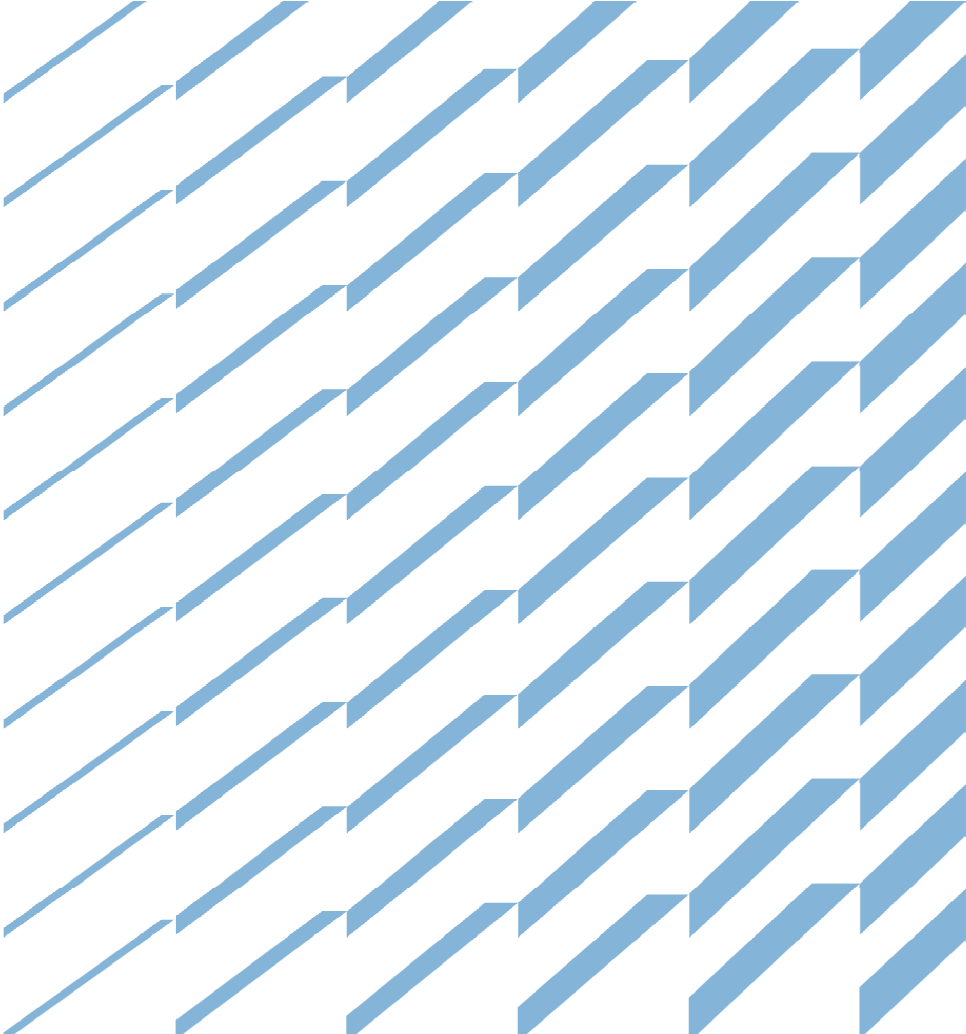
- 이렇게 보았을 때, 시설농업 청년농업인 입장에서는 기존 전통적 농산물 유통 방식의 유통 채널과 대안적 유통 채널을 혼합하여 농업경영 전략의 성과를 극대화하고 위험을 분산할 수 있는 전략 채택이 필요하며, 이를 위한 역량강화³⁰⁾도 강조되는 것임

27) 초기 자본이 적더라도 소량 판매 가능

28) ‘OO농부, □□팜’ 등 개인 브랜드화 전략이 용이

29) 농업+체험+가공 등 6차 산업과 연계해 소득 다변화 가능

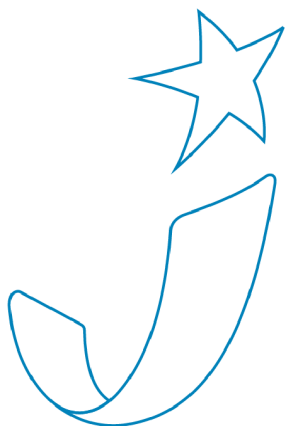
30) 온라인 마케팅, 디지털 기술 활용, 해당 법규의 이해 등이 주요내용임



제3장

전북 시설농업 청년농업인 현황

1. 연령별·지역별 현황
2. 시설농업 규모 현황
3. 시설조성·품목 현황



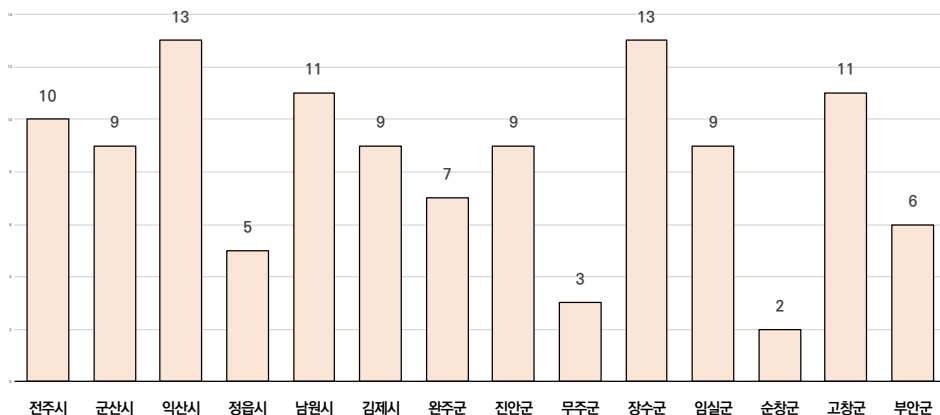
제3장. 전북 시설농업 청년농업인 현황

- 이 장에서는 행정(도 및 시군)을 통해 직접 파악한 도내 시설농업을 하는 45세 미만 청년농업인 전수조사 결과 자료를 활용하고 분석 가능한 수준에서 검토하고자 함
- 시설농업 청년농업인 연령과 지역별 현황, 실제 조성·운영하는 시설농업 규모 현황, 시설농업의 조성 시점과 정책지원 여부, 주되게 생산하는 품목 등을 개괄하고자 함

1. 연령·지역별 현황

- 시설농업으로 영농에 종사하고 있는 청년농업인(만 45세 미만)³¹⁾을 행정(전북자치도, 시군)을 통해 직접 조사한 결과, 2023년말 기준 총 117명의 농업인으로 확인되었음
- 지역별로는 익산시·장수군(13명), 남원시·고창군(11명), 전주시(10명), 김제시·진안군·

[그림 3-1] 전북 시설농업 청년농업인의 지역별 분포 (2023년 기준)



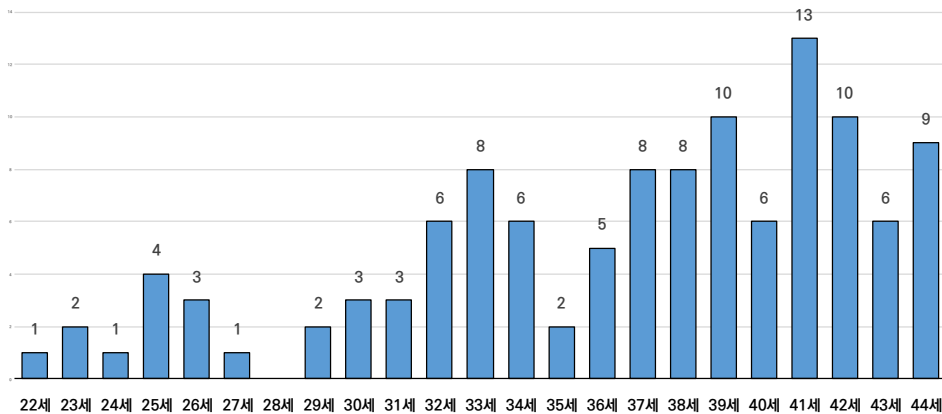
자료 : 전북특별자치도 및 시군 행정 부서를 통한 직접 조사 결과에서 작성

31) 이 연구의 청년농업인은 도 청년농업인 육성 및 지원 조례에 의거하여 대상을 정하였음

임실군(9명), 군산시·완주군(7명), 부안군(6명), 정읍시(5명), 무주군(3명), 순창군(2명) 등 순으로 분포함

- 연령은 22세부터 44세까지인데, 20대 14명(12.0%), 30대(50.4%), 40대(37.6%)로 확인되었으며, 20대가 전체의 12.0%, 30대는 50.4%, 40대는 37.6%를 차지함

[그림 3-2] 전북 시설농업 청년농업인 연령별 분포



자료 : 전북특별자치도 및 시군 행정 부서를 통한 직접 조사 결과에서 작성

2. 시설농업 규모 현황

- 청년농업인이 보유하고 있는 시설을 '단동과 연동'으로 구분해 보면, 단동 시설은 47.9%(58명), 연동 시설은 52.1%(63명)임(이중 2명은 단동과 연동 시설을 동시 운영하고 있음)
- 청년농업인의 시설농업 개수(동수)는 총 522개 동으로 청년농업인당 평균 4.4동으로 조사되었는데, 단동 시설은 평균 4.4동, 연동 시설은 평균 5.0동으로 나타남
- 청년농업인이 보유하고 있는 시설 동수는 고창군(11.4동), 무주군(9.7동), 김제시·장수군(5.0동), 진안군(4.7동), 정읍시·남원시(4.2동), 순창군(3.5동), 전주시·임실군(3.3동),

부안군(2.5동), 익산시(2.4동), 군산시(2.2동), 완주군(1.0동) 등의 순임

- 시설농업 동수를 지역별로 보면, 고창군(125동, 23.9%), 장수군(65동, 12.5%), 남원시(46동, 8.8%), 김제시(45동, 8.6%), 진안군(42동, 8.0%), 전주시(39동, 7.5%), 익산시(31동, 5.9%), 임실군(30동, 5.7%), 무주군(29동, 5.6%), 정읍시(21동, 4.0%), 군산시(20동, 3.8%), 부안군(15동, 2.9%), 순창군·완주군(7동, 1.3%) 등의 순임
- 시설농업 면적은 고창군(71,576㎡, 18.5%), 장수군(44,758㎡, 11.6%), 남원시(33,753㎡, 8.7%), 임실군(33,854㎡, 8.8%), 전주시(30,791㎡, 8.0%), 군산시(30,332㎡, 7.9%), 김제시(29,831㎡, 7.7%), 진안군(26,844㎡, 6.9%), 부안군(25,111㎡, 6.5%), 익산시(22,134㎡, 5.7%), 무주군(12,966㎡, 3.4%), 완주군(11,600㎡, 3.0%), 정읍시(8,898㎡, 2.3%), 순창군(3,900㎡, 1.0%) 등 순임

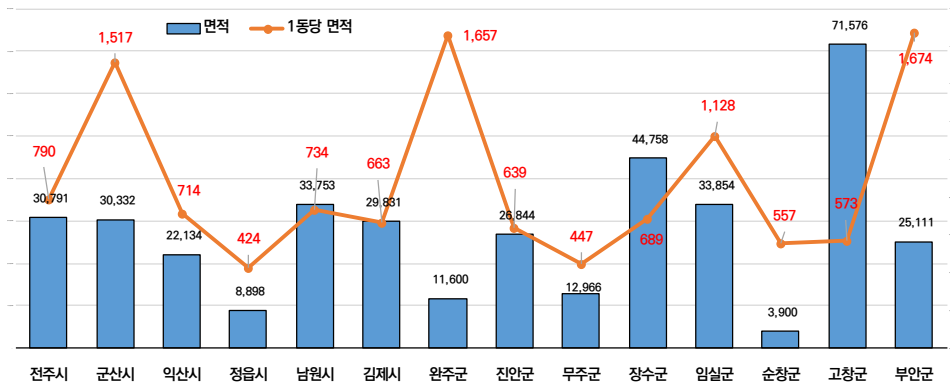
[표 3-1] 전북 시설농업 청년농업인 시설 주요 현황

구분	동수		(합계)	평균 동수	면적(㎡)	(비율)	1동당 면적(㎡)
	단동	연동					
전주시	7	3	39	3.3	30,791	8.0	790
군산시	2	7	20	2.2	30,332	7.9	1,517
익산시	13	-	31	2.4	22,134	5.7	714
정읍시	2	3	21	4.2	8,898	2.3	424
남원시	3	8	46	4.2	33,753	8.7	734
김제시	2	7	45	5.0	29,831	7.7	663
완주군	4	3	7	1.0	11,600	3.0	1,657
진안군	4	5	42	4.7	26,844	6.9	639
무주군	2	1	29	9.7	12,966	3.4	447
장수군	4	9	65	5.0	44,758	11.6	689
임실군	2	7	30	3.3	33,854	8.8	1,128
순창군	1	1	7	3.5	3,900	1.0	557
고창군	8	5	125	11.4	71,576	18.5	573
부안군	2	4	15	2.5	25,111	6.5	1,674
합계	56	63	522	4.4	386,348	100.0	740

자료 : 전북특별자치도 및 시군 행정 부서를 통한 직접 조사 결과에서 작성

- 청년농업인 시설농업 영농 규모는 동별로 평균 740㎡인데, 1동 당 면적이 전북 평균 이상인 지역은 부안군(1,674㎡), 완주군(1,657㎡), 군산시(1,517㎡), 임실군(1,128㎡), 전주시(790㎡)로 파악됨

[그림 3-3] 전북 시설농업 청년농업인의 시설면적

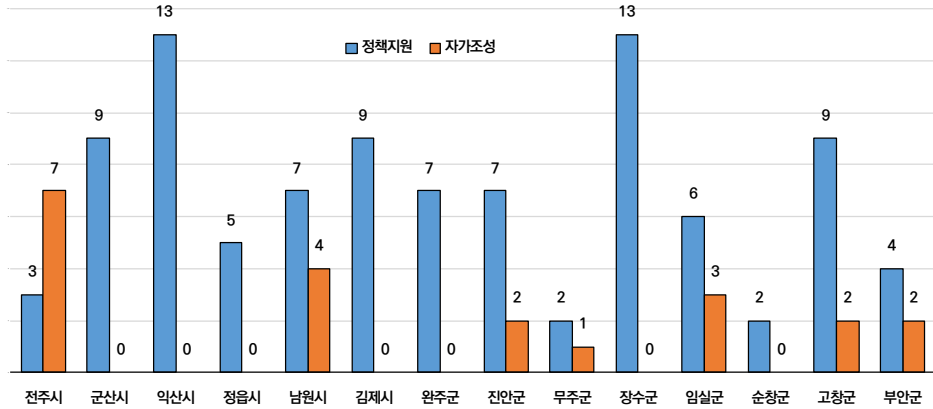


자료 : 전북특별자치도 및 시군 행정 부서를 통한 직접 조사 결과에서 작성

3. 시설조성·품목 현황

- 시설농업 기반을 구축하기 위해 82.1%(96명)는 정부 정책 사업을 지원받았으며, 17.9%는 자비로 조성하였거나 다른 농업인의 시설을 매입 또는 승계받아 농업경영을 하고 있는 것으로 조사되었음
- 정책 사업 지원 비율은 군산시·익산시·정읍시·김제시·완주군·장수군(100%), 고창군(81.8%), 진안군(77.8%), 부안군·임실군·무주군(66.7%), 남원시(63.6%), 남원시(63.6), 전주시(30.0%) 등의 순으로 조사됨
- 청년농업인을 대상으로 시설농업을 구축하는데 지원한 세부적인 정책 사업을 보면 다음 <표 3-5>와 같음

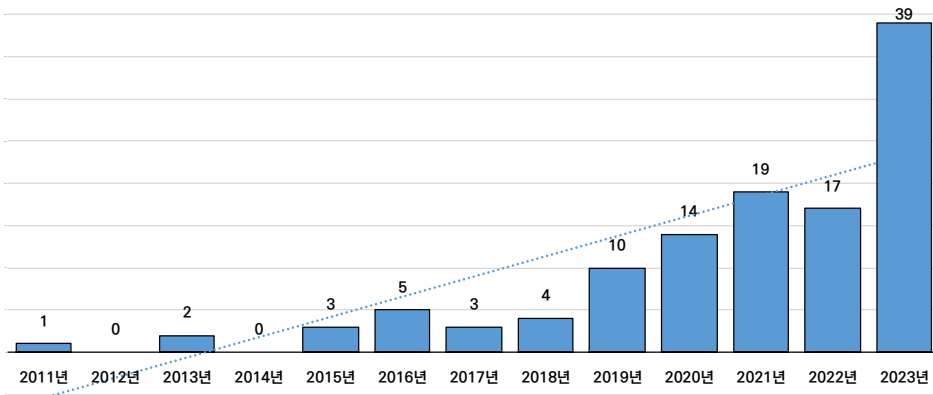
[그림 3-4] 전북 시설농업 청년농업인의 정책지원



자료 : 전북특별자치도 및 시군 행정 부서를 통한 직접 조사 결과에서 작성

- 청년농업인이 지원 세부 정책사업 : ICT 융복합확산 지원사업, 지역특화품목 비닐하우스 지원사업, 비닐하우스 설치 지원사업, 스마트팜 신규농가 확대 보급사업, 시설하우스 설치 및 환경개선 사업, 신기술 접목 차세대 영농인 육성 지원사업, 원예분야 ICT 융복합 지원사업, 지역특색농업 발굴 소득화 사업, 지역특화 비닐하우스 지원사업, 청년창업 스마트팜 패키지 지원사업, 청년인재 유입 스마트팜 육성사업, 청년창업 농 경영실습농장 지원사업, 청년희망 간편형 스마트팜 지원사업 등

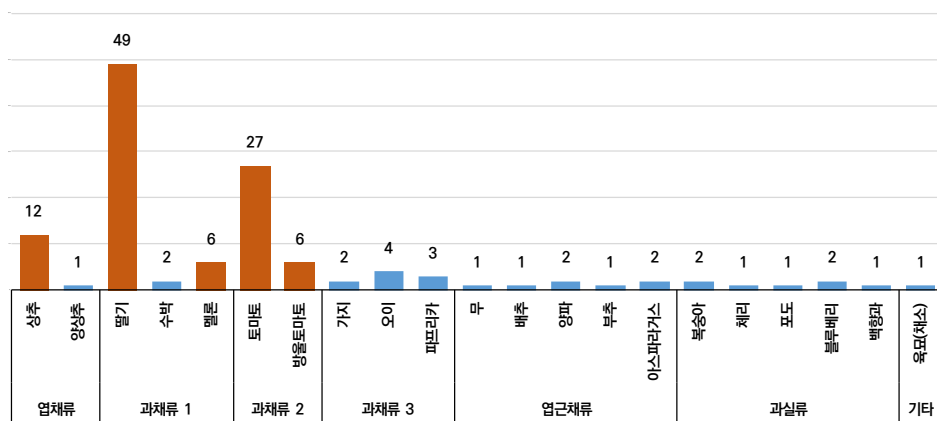
[그림 3-5] 전북 시설농업 청년농업인 시설 조성 시점



자료 : 전북특별자치도 및 시군 행정 부서를 통한 직접 조사 결과에서 작성

- 청년농업인의 농업시설은 2011년 이후에 주 되게 조성되었고, 2019년 이후에는 매년 10명 이상으로 증가하고 있고, 2023년에만 39명의 청년농업인이 시설농업 기반을 구축한 것으로 확인됨
- 시설농업 청년농업인이 생산하는 주요 품목을 보면, 과채류 1(딸기·수박·멜론) 44.9%, 과채류 2(토마토·방울토마토) 26.0%, 엽채류(상추·양상추) 10.2%, 과채류 3(가지·오이·파프리카) 7.1%, 엽근채류(무·배추·양파·부추·아스파라거스) 5.5%, 과실류(복숭아·체리·포도·블루베리·백향과) 5.5%, 기타(채소육묘) 0.8%로 조사됨
- 도내 시설농업 청년농업인은 주로 과채류 중 딸기, 토마토, 상추, 방울토마토, 멜론을 주 작목으로 영농을 하고 있음을 확인함

[그림 3-6] 전북 시설농업 청년농업인 생산 품목 부류별 현황

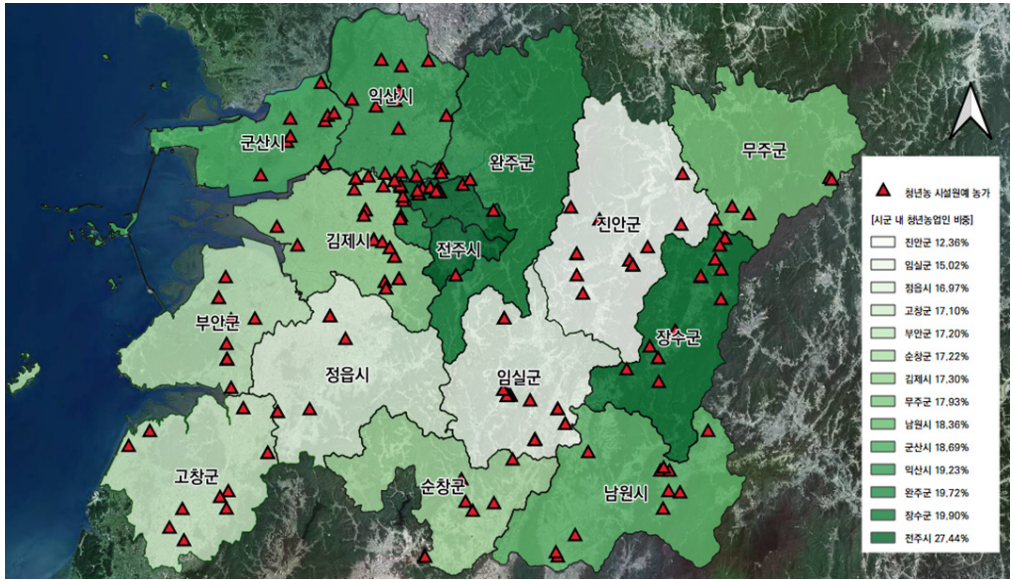


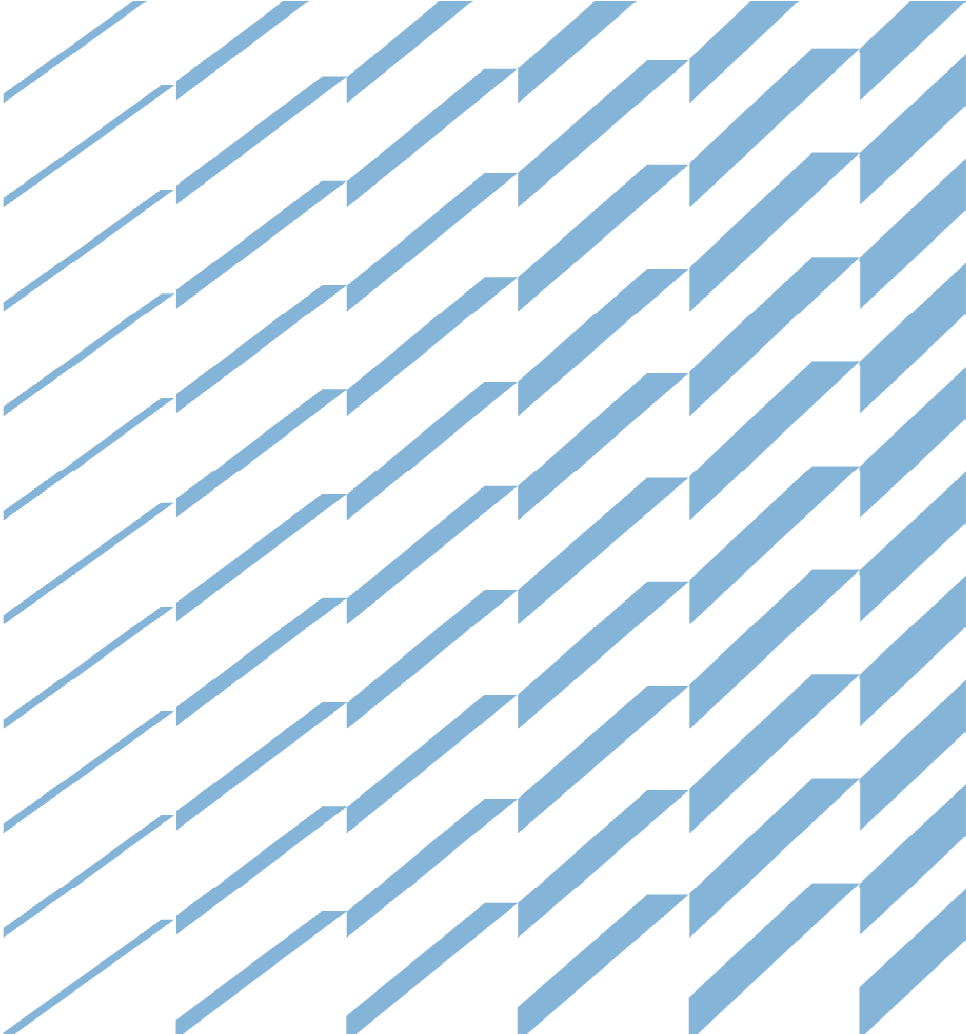
주 : 엽채류(상추, 양상추), 과채류 1(딸기, 수박, 멜론), 과채류 2(토마토, 방울토마토), 과채류 3(가지, 오이, 파프리카), 엽근채류(무, 배추, 양파, 부추, 아스파라거스), 과실류(복숭아, 체리, 포도, 블루베리, 백향과), 기타(채소육묘)로 구분
 자료 : 전북특별자치도 및 시군 행정 부서를 통한 직접 조사 결과에서 작성

- 한편 시군별 청년농업인(45세 미만)의 분포 비율을 기초로 시설농업 청년농업인의 지역적 위치를 지도로 나타내면 <그림 3-7>과 같음
- 도내에서 청년농업인의 시군별 비중은 전주시(27.44%)가 가장 높고, 장수군(19.90%)·완주군(19.72%)·익산시(19.23%), 군산시(18.69%)·남원시(18.36%), 무주군(17.93%)·김제시(17.30%)·순창군(17.22%)·부안군(17.20%)·고창군(17.10%), 정읍시(16.97%), 임실

군(15.02%), 진안군(12.36%) 순으로 분석됨(2022년 기준)

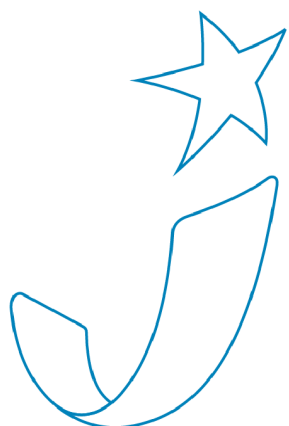
[그림 3-7] 전북 시군별 청년농업인 비중과 시설원에 청년농업인 분포





제4장

전북 시설농업 청년농업인 유통실태



1. 시설농업 청년농업인 조사개요
2. 시설농업 청년농업인 영농현황
3. 시설농업 청년농업인 유통실태
4. 창업농·승계농에 따른 비교
5. 시설농업 규모에 따른 비교
6. 권역별(지역)에 따른 비교
7. 실태조사 종합논의와 시사점

제4장. 전북 시설농업 청년농업인 유통실태

- 이 장에서는 전북에서 시설농업을 하는 청년농업인을 대상으로 이 연구에서 다루는 유통실태 파악과 개선방안을 검토하기 위해 진행한 설문조사 분석 내용을 살펴봄
- 행정조사를 통해 파악한 시설농업 청년농업인 현황으로는 개괄적인 영농 실태만 파악할 수 있어, 설문조사는 청년농업인의 농산물 유통 현황과 특성, 유통 개선 방안 등에 대한 욕구를 파악하는데 목적을 두었음
- 조사한 내용은 시설농업 청년농업인의 영농현황, 유통실태를 중심으로 살펴보고, 주요 특징이 되는 영농특성(승계농·창업농), 시설규모, 지역(권역)별로 비교 분석을 하였음

1.시설농업 청년농업인 조사개요

□ 조사개요

- 이 조사의 모집단은 도내에서 시설농업으로 영농을 하고 있는 만 45세 미만 청년농업인이며, 도와 시군 행정 조사를 통해 전수 조사된 117명임(2023년말 기준)
- 조사를 위해 전북특별자치도(스마트농산과)를 통해 14개 시군으로부터 시설농업에 종사하는 만 45세 미만 청년농업인의 리스트를 작성하고 해당 청년농업인으로부터 정보 제공 동의서를 사전에 받았음
- 설문조사는 구조화된 조사표를 작성하고 온라인 폼으로 응답 양식을 만들어 인터넷 주소(URL)를 발송하여 2025. 4.21.~6.20.까지 진행하였고, 조사에 응답한 104명을 분석에 활용하였음(응답율 88.9%)

□ 조사내용

- 조사내용은 시설농업 청년농업인의 영농 특성을 파악하는 문항, 농산물을 출하·판매하는 현재 유통 경로와 본인이 희망하는 방식에 대한 문항 등으로 구성하였음
- 응답은 질문 항목별로 응답자의 영농 특성을 직접 기입하게 하였으며, 선호하는 정도는 5점 리커트 척도(1-전혀 아니다~3-보통이다~5-매우 그렇다)로 측정하였음

[표 4-1] 시설농업 청년농업인 유통실태 조사 주요 내용

구분	세부내용	
응답자 주요특성	지역, 연령, 영농경력, 진입유형(창업농·승계농)	
영농의 주요현황	시설유형(비닐하우스, 유리온실, 재배사), 시설영농 규모, 시설지원 여부, 자동화 수준(자동, 반자동, 수동), 연간 작기(회), 주요 생산작물, 친환경 인증 여부, 연간매출액, 연간 순소득	
농산물 유통 현황과 특성	유통 경로별 출하 비중	도매시장, 산지공판장, 지역농협, 조공법인, 산지수집상, 유통전문회사, 가공업체, 직거래, 온라인업체, 로컬푸드직매장 등
	유통 경로별 선호도	도매시장, 산지공판장, 지역농협, 조공법인, 산지수집상, 유통전문회사, 가공업체, 직거래, 온라인업체, 로컬푸드직매장 기타등
	유통 관련 조직 참여	작목반, 농업법인, 공선출하회, 강소농연구회, 품목연구회, 개별품목단체 기타등
	생산단계 애로사항	품목선정, 재배기술, 생산자재, 광열비, 농작업인력, 상품화기술, 규모확대, 연중생산, 경영역량 등
	출하단계 애로사항	출하시기, 선별기술, 포장기술, 주출처처 확보, 출처처 다양화, 납품방법, 정산시기, 가격정보, 마케팅역량 등
	선호하는 유통·판매 방식	민간 오프라인 벤더, 민간 온라인 벤더, 온라인 직거래 플랫폼
유통조직 참여 의향	청년 시설농업인 특화 공선출하회 및 특화 판매·마케팅 조직 참여의향	

□ 응답자 특성

- 응답자는 익산시·장수군(10.6%), 전주시·남원시·고창군(9.6%), 김제시(8.7%), 군산시

- (7.7%), 완주군·진안군·임실군(6.7%), 부안군(4.8%), 무주군(2.9%), 순창군(1.9%) 순임
- 응답자 평균 연령은 39.8세로 30대(53.4%), 40대(31.2%), 20대(15.5%) 순으로 나타남
 - 청년농업인의 진입 유형은 신규 창업농이 71.2%인 반면 승계농이 28.9%를 차지함
 - 시설농업 영농 규모는 평균 5,304.8㎡로 나타났는데, 3천㎡ 미만(37.5%), 3천~6천㎡ (32.7%), 6천~9천㎡ 미만(15.4%), 1만2천㎡ 이상(7.7%), 9천~1만2천㎡ 미만(6.7%) 등의 순이며, 최소 시설 규모는 662㎡, 최대 시설 규모는 33,100㎡로 조사됨
 - 영농 경력은 5년 이하(46.7%), 6년~10년(33.3%), 11년~15년(11.4%), 16년 이상 (8.6%)로 나타남

[표 4-2] 시설농업 청년농업인 응답자 기본 특성

구분		빈도	비율(%)	구분		빈도	비율(%)
거주 지역	전주시	10	9.6	연령 대	20대	16	15.5
	군산시	8	7.7		30대	55	53.4
	익산시	11	10.6		40대	32	31.1
	정읍시	4	3.8		소계	103	100
	남원시	10	9.6		평균 : 35.8세 (21세~44세)		
	김제시	9	8.7	진입 유형	신규농	74	71.2
	완주군	7	6.7		승계농	30	28.9
	진안군	7	6.7		소계	104	100
	무주군	3	2.9	시설 농업 규모	3천㎡ 미만	39	37.5
	장수군	11	10.6		3천~6천㎡	34	32.7
	임실군	7	6.7		6천~9천㎡	16	15.4
	순창군	2	1.9		9천~1만2천㎡	7	6.7
	고창군	10	9.6		1만 2천㎡ 이상	8	7.7
	부안군	5	4.8		소계	104	100
	소계	104	100.0		평균 : 5,304.8㎡ (662~33,100)		

주 : 일부 항목에 대해서 무응답

2. 시설농업 청년농업인 영농현황

□ 시설영농 규모 및 자동화 수준

- 청년농업인의 시설농업 규모는 3천㎡~6천㎡ 미만인 경우가 33.3%로 비중이 가장 크고, 3천㎡ 미만(25.7%), 6천㎡~9천㎡ 미만(22.9%) 등 순임

[표 4-3] 청년농업인 시설 규모 수준

구분	3,000㎡ 미만	3,000㎡~6,000㎡ 미만	6,000㎡~9,000㎡ 미만	9,000㎡~12,000㎡ 미만	12,000㎡ 이상	합 계
빈도	39	34	16	7	8	104
비율(%)	37.5	32.7	15.4	6.7	7.7	100

- 시설농업 형태를 비닐하우스와 유리온실로 구분하여 평균 재배면적을 살펴보면, 비닐하우스(102명)는 평균 5,288.7㎡, 유리온실(2명)은 평균 9,339㎡, 재배사(4명)는 평균 584.1㎡로 조사되었음

[표 4-4] 청년농업인 시설 형태별 평균 면적

구분	빈도	평균(㎡)	s.d.	최소	최대
비닐하우스	102	5,186.4	4,887.0	660	33,000
유리온실	2	9,339.0	793.4	8,778	9,900
재배사	4	584.1	942.5	6.6	1,980
합계	104	5,288.7	4,881.0	660	33,000

- 영농하고 있는 농업시설의 자동화 수준은 반자동(51.9%)이 가장 많았고, 자동(37.5%), 수동(10.6%)의 순임

[표 4-5] 청년농업인 시설 자동화 수준

구분	자 동	반자동	수 동	합 계
빈도	39	54	11	104
비율(%)	37.5	51.9	10.6	100

□ 작부체계와 친환경 인증 수준

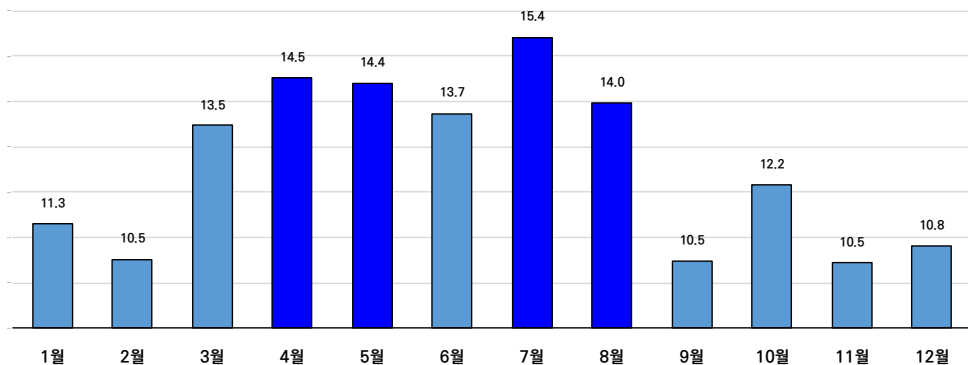
- 시설농업 청년농업인이 재배하는 농작물의 작기는 연 1회가 44.2%로 가장 많았고, 연 2회(38.5%), 연 3회(8.7%), 연 4회(4.8%), 연 5회(3.9%) 순으로 나타나, 평균 1.86회로 연 2회 미만으로 조사됨

[표 4-6] 시설농업 청년농업인 작기

구분	1회	2회	3회	4회	5회	합계
빈도	46	40	9	5	4	104
비율(%)	44.2	38.5	8.7	4.8	3.9	100

- 재배 농산물의 출하시기를 월별로 살펴보면, 7월(15.4%), 4월(14.5%), 5월·8월(14.0%)이 높으며, 2월·9월·10월(10.5%)과 12월(10.8%)의 출하 비중은 상대적으로 낮은 것으로 나타남

[그림 4-1] 월별 농산물의 평균 출하 비중 (%)



- 주 작목을 품목 부류별로 분류하면, 과채류(72.6%)가 가장 많고, 엽채류(14.2%), 과일류(6.6%), 근채류(4.7%), 조미채소류(1.9%) 순으로 조사됨
- 품목 부류별 재배 품목을 세밀하게 살펴보면, 엽채류는 상추·시금치, 과채류는 딸기·토마토, 조미채소류는 고추, 근채류는 감자, 과일류는 블루베리 등의 응답이 많은 것

으로 나타남

[표 4-7] 시설농업 청년농업인 재배 품목 부류

구분	엽채류	과채류	조미채소류	근채류	과일류	특용작물류
빈도	15	77	2	5	7	-
비율(%)	14.2	72.6	1.9	4.7	6.6	-

[그림 4-2] 시설농업 청년농업인 재배 품목(워드클라우드)

엽채류	과채류	조미채소류	근채류	과일류
오이 쪽파 부추 상추 양상추 미나리 샐러드 멜무	수박 오이 딸기 토마토 파 양파 마늘 고추 호박	파 양파 마늘 고추 호박	무 감자 고구마	블루베리 복숭아 멜론 체리 포도

- 친환경 농산물 인증(무농약·유기)을 받은 비율은 19.0%로 나타났는데, 무농약 농산물 인증(13.3%), 무농약 농산물 인증(5.7%)이며, 친환경 미 인증 응답자가(81.0%)가 많음

[표 4-8] 시설농업 청년농업인 친환경 인증 수준

구분	무농약	유기농	일 반	합 계
빈도	14	6	85	105
비율(%)	13.3	5.7	81.0	100

주 : 중복응답 포함

□ 판매액·순소득³²⁾과 참여 생산조직

- 설문조사에 응답한 도내 시설농업 청년농업인은 농산물 판매로 연간 평균 1억 6,031만원의 판매액(매출액)을 올리는 것으로 조사되었음

32) 농산물 판매액과 순소득은 온라인 설문조사 특성 상 편의적으로 응답하는 경향이 높아 실제와 상이할 수 있음에 유의할 필요가 있음

- 농산물 매출액에서 경영비 등을 제외한 농산물 순 소득액은 연간 6,006.0만원인데, 순소득액/판매액으로 계산한 소득율은 37.5%로 나타남
- 이러한 시설농업 청년농업인의 연간 농산물 순소득액은 도내 농업인의 평균 농업소득보다 상회하는 것으로 확인함

[표 4-9] 시설농업 청년농업인 연간 매출액과 순소득

구분	평균(만원)	Std. Dev.	최소	최대	빈도
연간 농산물 매출액(a)	16,031.7	20,485.5	300	160,000	101
연간 농산물 순소득액(b)	6,006.0	4,736.5	500	20,000	100
소득율(b/a)	37.5%				

- 시설농업 청년농업인이 참여하는 생산자 조직은 ‘작목반과 품목연구회’가 다수를 차지하는데, 참여하고 있는 생산자 조직이 없는 경우도 다수여서 생산자 조직에 대한 참여를 높여 유통 출하처 다각화에 대한 조직적 대응이 필요함

□ 농업생산에서의 어려움

- 시설농업 청년농업인이 농업 생산 과정에서 겪고 있는 주된 어려움을 품목 선정에서부터 농업경영 역량 등에 이르기까지 10가지 항목으로 조사를 진행함
- 농업 생산에서 겪는 가장 큰 어려움으로 농작업 인력 확보(21.2%), 영농규모 확대

[표 4-10] 시설농업 청년농업인의 농업생산에서의 가장 큰 어려움

구분	빈도	비율(%)	구분	빈도	비율(%)
품목 선정	3	2.9	규모 확대	21	20.2
재배 기술	10	9.6	연중 생산	16	15.4
생산 자재	2	1.9	경영 역량	4	3.9
광열비	5	4.8	기타	7	6.7
농작업 인력	22	21.2	합계	104	100
상품화 기술	14	13.5			

(20.2%), 연중 농작물 생산(15.4%), 상품화 기술(13.5%), 농작물 재배기술(9.6%), 시설유지 광열비(4.8%), 농작물 품목 선정(2.9%), 생산자재비(1.9%) 등의 순으로 꼽았음

- 농업 생산 과정에서 당장의 현실적인 어려움은 농작업 인력 부족이 가장 크지만, 영농 규모를 늘리고 연중 농산물을 생산하면서 상품화를 통해 농업소득을 일정 수준 유지하는 데 애로사항이 있음을 확인함

3. 시설농업 청년농업인 유통실태

□ 농산물 유통에서의 어려움

- 시설농업 청년농업인이 농산물을 생산한 이후 출하 및 판매의 과정에서 직면하고 있는 주된 어려움을 출하 시기에서부터 마케팅 역량 등에 이르기까지 10가지 항목으로 조사를 진행함
- 농산물의 판매·유통에서 겪는 가장 큰 어려움은 출하처 다양화(36.5%)와 주 출하처 확보(25.0%)로 나타났으며, 가격정보(9.6%), 출하시기·마케팅 역량(6.7%), 선별기술·포장기술(3.9%), 포장기술·기타(5.7%), 납품방법(2.9%) 등을 다음의 어려움으로 꼽음
- 시설농업 청년농업인은 농산물 판매 소득의 안정화를 위해 출하처 다양화와 주된 출

[표 4-11] 시설농업 청년농업인의 농산물 유통에서의 가장 큰 어려움

구분	빈도	비율(%)	구분	빈도	비율(%)
출하 시기	7	6.7	정산 시기	-	-
선별 기술	4	3.9	가격 정보	10	9.6
포장 기술	4	3.9	마케팅 역량	7	6.7
주 출하처 확보	26	25.0	기 타	5	4.8
출하처 다양화	38	36.5	합계	104	100
납품 방법	3	2.9			

하처 확보에 관심이 높은 것을 확인할 수 있는데, 정산시기·납품방법 등의 응답이 없거나 적은 것은 농산물 판매를 판매처와의 직접 거래가 거의 없음을 반영한 결과임

□ 농산물 유통의 현재 출하처와 향후 선호도

- 생산한 농산물의 출하·판매 등 유통 경로를 전통적 유통 경로와 대안적 유통 채널을 모두 제시하고, 현재 이용하고 있는 출하처에 대해 조사를 진행함
- 시설농업 청년농업인이 현재 이용하는 농산물 출하처는 조합공동사업법인(43.1%)과 도매시장(산지공판장 포함)(42.7%)이 가장 많았으며, 지역농협(38.9%), 직거래(38.0%), 로컬푸드 직매장(36.0%), 농산물 유통전문회사(28.0%), 산지수집상(22.5%), 농산물 가공업체(14.0%), 온라인 판매업체(7.0%) 등의 순으로 조사되었음
- 전반적으로 조공법인·지역농협, 도매시장 등 전통적 방식의 출하처 이용 비율이 높았으며, 대안적 출하처 중 직거래와 로컬푸드 직매장은 이용자가 많은 데 비해 온라인 업체와 가공업체로의 출하자는 상대적으로 적게 나타남

[표 4-12] 시설농업 청년농업인의 현재 농산물 출하처 (복수응답)

구분	비율(%)	구분	비율(%)
도매시장(산지공판장 포함)	42.7	가공업체	14.0
지역농협	38.9	직거래	38.0
조공법인	43.1	온라인업체	7.0
산지수집상	22.5	로컬푸드직매장	36.0
유통전문회사	28.0	기타	5.0

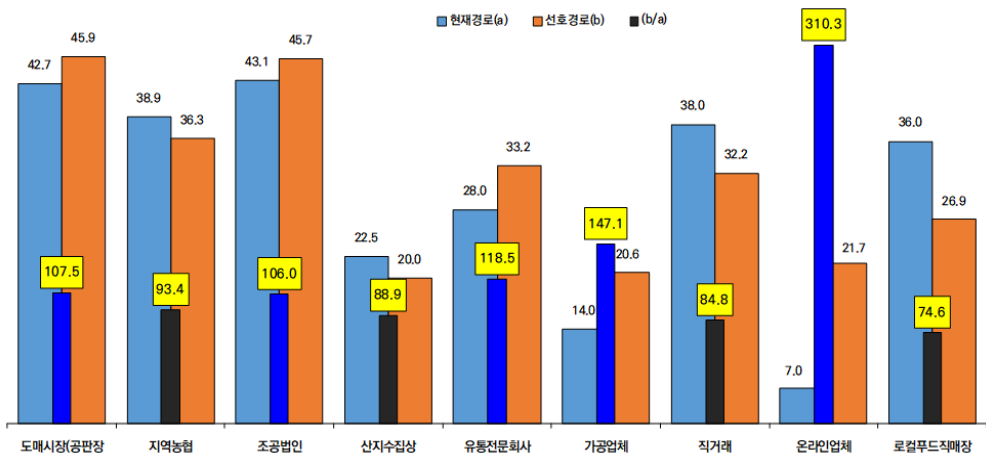
- 현재의 농산물 출하처를 제시하고 앞으로 이용 선호가 높은 농산물 출하처를 파악한 결과, 도매시장(산지공판장 포함)(45.9%)과 조합공동사업법인(45.7%), 지역농협(36.3%)에 여전히 높은 선호도를 나타냄
- 이어 농산물 유통전문회사(33.2%), 직거래(32.2%), 로컬푸드 직매장(26.9%), 온라인 업체(21.7%), 온라인 업체(21.7%), 농산물 가공업체(20.6%), 산지수집상(20.0%) 등이 뒤를 이음

[표 4-13] 시설농업 청년농업인의 선호 농산물 출하처 (복수응답)

구분	비율(%)	구분	비율(%)
도매시장(산지공판장 포함)	45.9	가공업체	20.6
지역농협	36.3	직거래	32.2
조공법인	45.7	온라인업체	21.7
산지수집상	20.0	로컬푸드직매장	26.9
유통전문회사	33.2	기타	63.3

- 시설농업 청년농업인 이용하는 현재와 향후 선호하는 농산물 출하처 비중을 비교하면, 전통적 판매처에 대한 이용도와 선호도가 여전히 높지만, 현재 이용도에 견줘 향후 선호도의 차이를 보면 유통채널 다각화에 대한 수요가 있음을 포착할 수 있음
- 현재의 출하 비중을 줄이겠다는 판매처는 지역농협(93.4%), 산지수집상(88.9%), 직거래(84.8%), 로컬푸드 직매장(74.6%)으로 조사됨

[그림 4-3] 시설농업 청년농업인 농산물 출하처의 현재 이용도와 향후 선호도 비교



- 반면 앞으로 출하 비중을 늘리겠다는 비중이 높은 판매처는 온라인업체(310.3%)이며, 가공업체(147.1%), 유통전문회사(118.5%), 도매시장(산지공판장 포함)(107.5%), 조합 공동사업법인(106.0%) 등의 순으로 나타남

□ 대안적 농산물 유통 경로 벤더에 대한 선호도

- 농산물 유통 경로는 산지에서 농산물을 수집하는 주체(벤더)에 의해 집산되고 상품화되어 시장(도매시장, 소매시장, 소비자 등)에서 거래되는 구조임
- 전통적 농산물 유통 방식과 달리 최근 대형 유통회사를 중심으로 산지로부터 농산물을 수집하는 벤더의 역할이 높아지고 있으며, 생산자가 직접 직거래 플랫폼을 활용하는 비중도 많아지고 있음
- 이에 대안적 농산물 출하를 가능하게 하는 벤더(오프라인·온라인)와 직거래 플랫폼에 대해 시설농업 청년농업인의 선호도를 파악하였음(5점 리커트 척도로 측정)
- 조사결과 네이버스토어·스마트스토어 등 직거래 플랫폼³³⁾(3.35점), SSG·롯데몰 등 민간의 오프라인 벤더³⁴⁾(3.28점), 마켓컬리·오아시스마켓 등 민간 온라인 벤더³⁵⁾(3.09) 순의 선호였는데, 이들 경로의 출하에 대해 보통 이상의 의사가 있음을 확인함

[표 4-14] 시설농업 청년농업인의 대안적 농산물 유통 경로 벤더 선호도

구분	빈도	평균	sd
민간 오프라인 벤더 판매(SSG, 롯데몰 등)	104	3.28	1.35
민간 온라인 벤더 판매(마켓컬리, 오아시스마켓 등)	104	3.09	1.33
직거래 플랫폼 판매(네이버스토어, 스마트스토어 등)	104	3.35	1.40

주 : 5점 리커트 척도로 측정(1-전혀아니다)~3-보통이다)~5-매우그렇다)

□ 시설농업 청년농업인 특화 출하 방식에 대한 의향

- 청년농업인은 기본적 영농 및 농업경영 역량 등에 있어 기존의 일반적인 농업인과 다

-
- 33) 민간 직거래 플랫폼은 별도 물류센터 없이 온라인에서 상품의 직거래를 증개하는 방식의 유통 형태로 제시함. (예) 네이티브스마트스토어, 카카오톡 스토어, 쿠팡 등
 - 34) 민간 오프라인 벤더는 자체 물류센터 및 오프라인 판매기반(대형마트 등)을 기반으로, 유통 과정에 참여하는 유형으로 제시함. (예) SSG닷컴, 롯데몰 등
 - 35) 민간 온라인 벤더는 자체 물류센터 및 온라인 판매기반(모바일 앱) 기반으로, 유통 과정에 참여하는 유형으로 제시함. (예) 마켓컬리, 오아시스마켓, 쿠팡이츠마트 등

른 역량을 가지고 있음을 제2장에서 논의하였음³⁶⁾

- 특히 시설농업 청년농업인은 시설을 통해 농산물을 재배하기 때문에 농산물의 상품 품위와 출하 시기 등에 있어 노지재배 방식과 다른 농업경영 성과를 내고 있음
- 이에 그동안 전북도에서 주류적 농산물 유통 경로로 역할하면서 산지유통 조직화 진전에 큰 역할을 하고 있는 것으로 평가되는 조합공동사업법인에 청년농업인 특화 출하회를 만들거나, 별도의 판매·마케팅 조직을 설치할 경우 참여할 의향을 조사함
- 기존의 공선출하회와 구분되는 시설농업 청년농업인 특화 공선출하회 참여 의향(3.54점)과 시설농업 청년농업인 특화 판매·마케팅조직 참여 의향(3.83점)은 보통 이상 수준으로 조사되었는데, 상대적으로 특화한 판매·마케팅 조직의 선호가 높았음

[표 4-15] 시설농업 청년농업인의 특화 유통조직 참여의향(리커트 5점 척도)

구분	빈도	평균	sd
청년 시설농업인 ‘특화 공선출하회’ 조직 참여 의향	104	3.54	1.21
청년 시설농업인 ‘특화 판매·마케팅’ 조직 참여 의향	104	3.83	1.22

주 : 5점 리커트 척도로 측정(1-전혀아니다)~3-보통이다)~5-매우그렇다)

- 시설농업 청년농업인은 주류적 유통 채널인 조합공동사업법인의 이용도와 선호도가 높고, 영농 특성을 고려해 ‘특화한 공선출하회’를 만들면 참여 의향이 높지만, 현장에서의 공선출하회는 품목 단위로 운영되어 출하자 중심으로 구별하여 운영하는 데에는 현실적으로 여러 한계가 있음
- 반면 시설농업 청년농업인 영농 특성을 고려하여 생산한 농산물(품위·시기 등)을 연계 종합하여 판매하기 위한 특화된 판매·마케팅 조직이 없는 상황에서 이에 대응하기 위한 대책을 마련하여 유통 경로 개선을 추진할 경우 참여 수준이 높을 것으로 예상함

36) 이에 대한 구체적인 내용은 제2장을 참조

4. 창업농·승계농에 따른 비교

- 시설농업 청년농업인은 영농을 시작한 배경에 따라 농산물의 출하·판매 등 유통 구조에 대한 현황과 욕구가 다를 수 있어, 창업농과 승계농으로 구분하여 특성을 살펴봄

□ 연령과 영농경력

- 평균 연령을 살펴보면, 신규 창업농(36.7세)이 후계 승계농(33.4세)보다 상대적으로 나이가 많으며, 평균 영농 경력도 신규 창업농(6.0년)보다 후계 승계농(8.4년)이 더 긴 것으로 조사됨
- 연령대별로 보면 30대 비중이 전반적으로 높지만, 신규 창업농은 40대가, 후계 승계농은 20대가 차지하는 비중이 그 다음인 점이 특징임

[표 4-16] 창업농·승계농에 따른 연령과 영농경력

구분	연령	20대	30대	40대	합계	영농경력
신규 창업농	36.7세	8 (10.8)	38 (51.4)	28 (37.8)	74 (100.0)	6.0년
후계 승계농	33.4세	8 (27.6)	17 (58.6)	4 (13.8)	29 (100.0)	8.4년
전체평균(합계)	35.8세	16 (15.5)	55 (53.4)	32 (31.1)	103 (100.0)	6.7년

□ 영농규모와 매출액·순소득

- 평균 영농규모를 보면, 신규 창업농(5,204.4㎡)보다 후계 승계농(5,496.5㎡)이 더 크게 나타났는데, 전반적으로 신규 창업농의 영농 규모가 후계 승계농의 약 93.9% 수준임

[표 4-17] 창업농·승계농에 따른 영농규모

구분	비닐하우스	유리온실	재배사	전체 시설규모
신규 창업농(a)	5,089.3㎡	9,339.0㎡	19.8㎡	5,204.4㎡
후계 승계농(b)	5,418.6㎡	-	772.2㎡	5,496.5㎡
수준(a/b)	0.939	-	2.564	0.947
전체평균	5,186.4㎡	9,339.0㎡	584.1㎡	5,288.7㎡

- 농산물 매출액은 신규 창업농(15,527.8만원)이 후계 승계농(17,282.8만원)보다 적어 89.8% 수준이며, 순 소득액도 신규 창업농(5,608.5만원)이 후계 승계농(6,979.3만원)보다 낮은 80.5%에 있음
- 농산물의 연 매출액(판매액)에서 순 소득액이 차지하는 비율로 소득율을 비교하면, 신규 창업농(36.1%)보다 후계 승계농(40.4%)이 더 높음³⁷⁾

[표 4-18] 창업농·승계농에 따른 매출액과 순소득

구분	연 매출액(a)	순 소득액(b)	소득율(b/a)
신규 창업농(c)	15,527.8만원	5,608.5만원	36.1%
후계 승계농(d)	17,282.8만원	6,979.3만원	40.4%
수준(c/d)	0.898	0.804	0.894
전체평균	16,021.9만원	5,994.5만원	37.5%

□ 농산물 연중 생산 시기

- 시설농업 청년농업인의 연중 재배 작기는 평균 1.86회로 조사되었는데, 1회~2회가 전체의 82.7%로 차지하였지만 신규 창업농과 후계 승계농으로 구분하면 현격한 차이가 있음
- 연 2회 미만의 영농 작기 비율은 신규 창업농(82.4%)과 후계 승계농(83.3%)이 비슷하게 나타났음

[표 4-19] 창업농·승계농에 따른 연중 작기 분포

구분	1회	2회	3회	4회	5회	합계
신규 창업농	34 (45.9)	27 (36.5)	7 (9.5)	3 (4.1)	3 (4.1)	74 (100)
후계 승계농	12 (40.0)	13 (43.3)	2 (6.7)	2 (6.7)	1 (3.3)	30 (100)
합계	46 (44.2)	40 (38.5)	9 (8.7)	5 (4.8)	4 (3.8)	104 (100)

37) 농산물 판매액과 순소득은 온라인 설문조사 특성 상 편의적으로 응답하는 경향이 높아 실제와 상이할 수 있음에 유의할 필요가 있음

□ 시설농업 영농규모

- 시설농업 청년농업인의 시설농업 평균 규모는 5,304.8㎡이지만, 시설규모를 5개 구간으로 구분하여 신규 창업농과 후계 승계농의 차이를 살펴보았음
- 신규 창업농은 3천㎡ 미만(43.2%)이 가장 많은 반면, 후계 승계농은 3천~6천㎡ (46.7%) 구간이 가장 큰 비중을 차지함
- 9천㎡ 이상 규모는 신규 창업농(13.5%)보다 후계 승계농(16.7%)이 높아 전반적으로 시설농업 청년농업인 중 후계 승계농의 시설규모가 신규 창업농보다 큼을 알 수 있음

[표 4-20] 창업농·승계농에 따른 영농시설 규모

구분	3천㎡ 미만	3천~6천㎡	6천~9천㎡	9천~1.2만㎡	1.2만㎡ 이상	합계
신규 창업농	32 (43.2)	20 (27.0)	12 (16.2)	4 (5.4)	6 (8.1)	74 (100.0)
후계 승계농	7 (23.3)	14 (46.7)	4 (13.3)	3 (10.0)	2 (6.7)	30 (100.0)
합계	39 (37.5)	34 (32.7)	16 (15.4)	7 (6.7)	8 (7.7)	104 (100.0)

□ 정책사업 지원과 자동화 수준

- 시설농업 영농 기반에 대한 정책사업 지원 여부에 대해 비교해 보면, 시설지원 정책사업은 신규 창업농(71.6%)과 후계 승계농(73.3%)의 비율이 비슷하게 조사됨

[표 4-21] 창업농·승계농에 따른 시설지원 여부

구분	시설 지원받은 적 없음	시설 지원 받음	합계
신규 창업농	21 (28.4)	53 (71.6)	74 (100.0)
후계 승계농	8 (26.7%)	22 (73.3%)	30 (100.0)
합계	29 (27.9%)	75 (72.1%)	104 (100.0)

- 시설농업 수준을 살펴보면, 자동화 시설은 신규 창업농(37.8%)이 후계 승계농(36.7%)보다 다소 높으며, 반자동 시설은 후계 승계농(56.7%)이 신규 창업농(50.0%)보다 약간 높음

[표 4-22] 창업농·승계농에 따른 시설 자동화 수준

구분	자동	반자동	수동	합계
신규 창업농	28 (37.8)	37 (50.0)	9 (12.2)	74 (100)
후계 승계농	11 (36.7)	17 (56.7)	2 (6.7)	30 (100)
합계	39 (37.5)	54 (51.9)	11 (10.6)	104 (100)

□ 현재와 향후 농산물 판매·출하처

- 농산물 판매처를 비교하면, 신규 창업농은 도매시장(산지공판장 포함)(51.5%), 지역농협(44.6%), 조공법인(40.4%)도매시장(67.1%), 유통전문회사(39.1%), 직거래(27.6%), 온라인업체(26.0%) 순으로 출하하고 있는 것으로 조사됨
- 후계 농업인은 조공법인(47.3%), 도매시장(산지 공판장 포함)(37.4%), 유통전문회사(35.0%) 로컬푸드 직매장(30.0%), 지역농협(26.7%) 순임
- 대안적 유통 채널에서 있어서 신규 창업농은 직거래·온라인업체 이용이 후계 승계농

[표 4-23] 창업농·승계농에 따른 현재와 선호 판매·출하처

구분	신규 창업농			후계 승계농		
	현재 이용(a)	향후 선호(b)	(b/a)	현재 이용(c)	향후 선호(d)	(d/c)
도매시장(산지공판장 포함)	51.5	52.5	1.02	37.4	29.4	0.79
지역농협	44.6	35.9	0.80	26.7	37.5	1.41
조공법인	40.4	40.4	1.00	47.3	55.8	1.18
산지수집상	20.0	20.0	1.00	25.0	-	0.00
유통전문회사	39.1	33.7	0.86	35.0	32.0	0.91
가공업체	6.7	21.8	3.27	12.0	19.1	1.59
직거래	27.6	34.0	1.23	13.8	27.1	1.97
온라인업체	26.0	23.8	0.92	7.5	16.3	2.17
로컬푸드직매장	19.0	25.0	1.32	30.0	31.3	1.04
기타	38.4	63.3	1.65	-	-	-

에 비해 상대적으로 높음

- 앞으로 선호하는 농산물의 출하 유통 경로를 살펴보면, 신규 창업농은 도매시장(산지 공판장 포함)(52.5%), 조공법인(40.4%), 지역농협(35.9%), 직거래(34.0%), 유통전문회사(33.7%) 순으로 희망하는 것으로 나타남
- 후계 승계농은 조공법인(55.8%), 지역농협(37.5%), 유통전문회사(32.0%), 로컬푸드 직매장(31.3%), 직거래(27.1%) 순으로 조사됨
- 현재의 농산물 출하처와 선호하는 판매처를 비교해보면, 신규 창업농은 가공업체(3.27배)에 대한 수요가 높은 반면, 후계 승계농은 온라인업체(2.17배)로 차이가 있음

□ 농업생산의 어려움

- 농산물 생산에서의 어려움으로 신규 창업농은 규모 확대(24.3%), 농작업 인력(18.9%), 연중 생산(13.5%), 상품화 기술(12.2%) 등의 순으로 꼽고 있는데, 후계 승계농은 농작업 인력(26.7%), 연중 생산(20.0%), 상품화 기술(16.7%), 재배 기술(10.0%) 순임

[표 4-24] 창업농·승계농에 따른 농업생산의 어려움

구분	신규 창업농	후계 승계농	합계
품목 선정	2 (2.7)	1 (3.3)	3 (2.9)
재배 기술	7 (9.5)	3 (10.0)	10 (9.6)
생산 자재	2 (2.7)	-	2 (1.9)
광열비	2 (2.7)	3 (10.0)	5 (4.8)
농작업 인력	14 (18.9)	8 (26.7)	22 (21.2)
상품화 기술	9 (12.2)	5 (16.7)	14 (13.5)
규모 확대	18 (24.3)	3 (10.0)	21 (20.2)
연중 생산	10 (13.5)	6 (20.0)	16 (15.4)
경영 역량	4 (5.4)	-	4 (3.8)
기타	6 (8.1)	1 (3.3)	7 (6.7)
합계	74 (100.0)	30 (100.0)	104 (100.0)

- 신규 창업농과 후계 승계농 모두 연중 생산에 어려움이 있지만 신규 창업농이 규모 확대에 대한 요구가 높음을 알 수 있음

□ 농산물 유통의 어려움

- 농산물 생산 이후의 출하 등 유통 과정에서의 어려움으로 신규 창업농은 출하처 다양화(33.8%), 주 출하처 확보(24.3%), 마케팅 역량(9.5%) 등의 순으로 꼽음
- 반면 후계 승계농은 출하처 다양화(43.3%), 주 출하처 확보(26.7%), 가격정보(16.7%) 등으로 나타나서 신규 창업농과 후계 승계농의 유통 출하 과정에서의 어려움 차이를 확인할 수 있음

[표 4-25] 창업농·승계농에 따른 출하·유통의 어려움

구분	신규 창업농	후계 승계농	합계
출하 시기	5 (6.8)	2 (6.7)	7 (6.7)
선별 기술	4 (5.4)	-	4 (3.8)
포장 기술	4 (5.4)	-	4 (3.8)
주 출하처 확보	18 (24.3)	8 (26.7)	26 (25.0)
출하처 다양화	25 (33.8)	13 (43.3)	38 (36.5)
납품 방법	2 (2.7)	1 (3.3)	3 (2.9)
정산 시기	-	-	-
가격 정보	5 (6.8)	5 (16.7)	10 (9.6)
마케팅 역량	7 (9.5)	-	7 (6.7)
기타	4 (5.4)	1 (3.3)	5 (4.8)
합계	74 (100.0)	30 (100.0)	104 (100.0)

□ 농산물 유통 벤더 선호도와 특화 유통조직 참여 의향

- 대안적 유통 채널로 주목되는 벤더(온라인·프라인)와 직거래 플랫폼에 대한 선호도를 보면, 모두 보통 이상으로 선호하고 있으며, 전반적으로 후계 승계농의 선호도가 높음

- 신규 창업농은 직거래 플랫폼(3.27), 오프라인 벤더(3.23), 온라인 벤더(3.01) 등 순으로, 후계 승계농은 직거래 플랫폼(3.53), 오프라인 벤더(3.40), 온라인 벤더(3.27)로 응답하여 선호하는 순위는 같지만 선호 정도에서는 차이를 보임
- 시설농업 청년농업인에 특화된 유통·판매조직으로 조합공동사업법인의 공선출하회에 대한 참여의향은 신규 창업농(3.54)과 후계 승계농(3.53)의 차이가 없는데 비해, 특화 판매·유통조직 참여도는 후계 승계농(3.97)이 신규 창업농(3.77)보다 높았음

[표 4-26] 창업농·승계농에 따른 유통방식·특화조직 이용·참여 의향

구분	유통방식 선호도			특화 유통조직 참여도	
	오프라인 벤더	온라인 벤더	직거래 플랫폼	특화 공선출하회	특화 판매·마케팅
신규 창업농	3.23	3.01	3.27	3.54	3.77
후계 승계농	3.40	3.27	3.53	3.53	3.97
전체평균	3.28	3.09	3.35	3.54	3.83

5. 시설농업 규모에 따른 비교

- 시설농업 청년농업인의 영농 규모에 따라 농산물의 출하·판매 등 유통 구조에 대한 현황과 욕구가 다를 수 있어, 시설 규모를 3개 구간(3천㎡ 미만, 3천~9천㎡ 미만, 9천㎡ 이상)으로 구분하여 특성을 살펴봄³⁸⁾

□ 연령과 영농경력

- 시설 규모별로 평균 연령을 살펴보면 소규모 집단(35.3세), 중규모 집단(35.7세), 대규모 집단(37.4세)로 영농 규모가 작을수록 청년농업인의 연령이 낮게 나타남
- 연령대별로 보면 30대 비중이 전반적으로 높지만, 소규모 집단은 30대, 중규모 집단

38) 이하에서는 소규모 집단(3천㎡미만), 중규모 집단(3천~9천㎡미만), 대규모 집단(9천㎡이상)로 약칭함

은 30~40대, 대규모 집단은 40대 비중이 상대적으로 높음

[표 4-27] 영농규모별 연령과 영농경력

구분	연령	20대	30대	40대	합계	영농경력
3천㎡미만	35.3세	5 (12.8)	27 (69.2)	7 (17.9)	39 (100.0)	5.2년
3천~9천㎡미만	35.7세	10 (20.0)	22 (44.0)	18 (36.0)	50 (100.0)	6.9년
9천㎡이상	37.4세	1 (7.1)	6 (42.9)	7 (50.0)	14 (100.0)	9.9년
전체평균(합계)	35.8세	16 (15.5)	55 (53.4)	32 (31.1)	103 (100.0)	6.7년

□ 영농규모와 매출액·순소득

- 전체 영농 규모는 소규모 집단의 시설 규모가 작지만, 대규모 집단은 소규모 집단에 비해 8.1배 이상, 중규모 집단보다 2.7배 이상 시설 규모가 큰 것으로 나타남

[표 4-28] 영농규모별 영농규모

구분	비닐하우스	유리온실	재배사	전체 시설규모
3천㎡미만(a)	1,768.1㎡	-	-	1,776.7㎡
3천~9천㎡미만(b)	5,219.9㎡	8,778.0㎡	330.0㎡	5,299.1㎡
9천㎡이상(c)	14,706.1㎡	9,900.0㎡	668.9㎡	14,385.7㎡
(c/a)	8.3배	-	-	8.1배
(c/b)	2.8배	-	-	2.7배

- 농산물의 매출액은 시설 규모가 작을수록 낮는데, 대규모 집단이 소규모 집단보다 7.1배 많으며, 순 소득액은 대규모 집단이 소규모 집단보다 3.3배 높음³⁹⁾
- 연간 농산물 매출액(판매액)에서 순소득이 차지하는 비율(소득율)을 비교하면, 소규모 집단(49.5%), 중규모 집단(45.9%), 대규모 집단(23.0%) 순으로 규모가 작을수록 소득율이 높는데, 대규모 집단의 소득율이 다른 집단에 견줘 낮은 점이 특징임

39) 농산물 판매액과 순소득은 온라인 설문조사 특성 상 편의적으로 응답하는 경향이 높아 실제와 상이할 수 있음에 유의할 필요가 있음

[표 4-29] 영농규모별 매출액과 순소득

구분	연 매출액(a)	순 소득액(b)	소득율(b/a)
3천㎡미만	5,913.9만 원	2,927.8만 원	49.5%
3천~9천㎡미만	15,586.0만 원	7,161.2만 원	45.9%
9천㎡이상	41,800.0만 원	9,620.0만 원	23.0%
전체평균	16,021.9만원	5,994.5만원	37.5%

□ 농산물 연중 생산 시기

- 농산물 연중 재배 작기는 시설규모에 따라 다른데, 소규모 집단은 2회(46.2%), 중규모 집단(54.0%)과 대규모 집단(40.0%)은 1회가 가장 높음
- 연간 1~2회 작기 비율은 대규모 집단(73.3%), 소규모 집단(79.5%), 중규모 집단(88.0%) 순으로 조사되었음

[표 4-30] 영농규모별 연중 작기 분포

구분	1회	2회	3회	4회	5회	합계
3천㎡미만	13 (33.3)	18 (46.2)	5 (12.8)	2 (5.1)	1 (2.6)	39 (100)
3천~9천㎡미만	27 (54.0)	17 (34.0)	3 (6.0)	2 (4.0)	1 (2.0)	50 (100)
9천㎡이상	6 (40.0)	5 (33.3)	1 (6.7)	1 (6.7)	2 (13.3)	15 (100)
합계	46 (44.2)	40 (38.5)	9 (8.7)	5 (4.8)	4 (3.8)	104 (100)

□ 정책사업 지원과 자동화 수준

- 시설을 갖추기 위한 정책사업 지원 여부를 살펴보면, 정책사업을 받은 비율은 소규모 집단(74.4%), 중규모 집단(72.0%), 대규모 집단(66.7%)으로 나타나 규모가 작을수록 정책지원을 상대적으로 더 많이 받았음을 확인할 수 있음
- 시설 수준은 반자동화는 소규모 집단(59.0%)과 대규모(53.3%) 집단에서, 자동은 중규모 집단(48.0%)에서 비율이 높았는데, 수동은 대규모 집단에서는 없는 것으로 조사됨

[표 4-31] 영농규모별 시설지원 여부

구분	시설 지원받은 적 없음	시설 지원 받음	합계
3천㎡미만	10 (25.6)	29 (74.4)	39 (100.0)
3천~9천㎡미만	14 (28.0)	36 (72.0)	50 (100.0)
9천㎡이상	5 (33.3)	10 (66.7)	15 (100.0)
합계	29 (27.9)	75 (72.1)	104 (100.0)

[표 4-32] 영농규모별 시설 자동화 수준

구분	자동	반자동	수동	합계
3천㎡미만	8 (20.5)	23 (59.0)	8 (20.5)	39 (100.0)
3천~9천㎡미만	24 (48.0)	23 (46.0)	3 (6.0)	50 (100.0)
9천㎡이상	7 (46.7)	8 (53.3)	-	15 (100.0)
합계	39 (37.5)	54 (51.9)	11 (10.6)	104 (100.0)

□ 현재와 향후 농산물 판매·출하처

- 영농규모별 시설농업 청년농업인의 현재 농산물 출하처는 소규모 집단은 도매시장(산지공판장 포함)(40.2%), 유통전문회사(40.0%), 중규모 집단은 도매시장(산지공판장 포함)(48.8%), 조공법인(44.5%), 지역농협(41.9%), 대규모 집단은 조공법인(57.5%), 도매시장(산지공판장 포함)(55.8%), 유통전문회사(42.9%)가 높은 비중을 차지함
- 대규모 집단은 산지수집상과 가공업체로의 출하가 전혀 없는 것이 특징이며, 소규모 집단과 중규모 집단은 다른 판매처에 일정한 비율로 출하를 하는 것으로 조사됨
- 앞으로 선호하는 농산물 출하처로는 소규모 집단은 도매시장(산지공판장 포함)(38.8%), 조공법인(36.0%), 직거래(32.5%), 로컬푸드 직매장(30.9%) 순으로 희망하고 있음
- 중규모 집단은 조공법인(49.7%), 도매시장(산지공판장 포함)(48.9%), 지역농협(42.5%), 직거래(31.8%) 순으로 출하를 원하는 것으로 조사됨

- 대규모 집단은 도매시장(산지공판장 포함)(55.63%), 조공법인(51.47%), 유통전문회사(42.23%), 지역농협(29.56%) 순으로 나타남
- 현재 농산물 출하처와 향후 선호 판매처를 비교하면, 가공업체가 소규모 집단(3.03배)과 중규모(1.90배) 집단에서 높았는데, 대규모 집단은 현재의 농산물 출하 구조를 유지하려는 경향이 있는 것으로 판단할 수 있음

[표 4-33] 영농규모별 현재와 선호 판매·출하처

구분	3천㎡미만			3천~9천㎡미만			9천㎡이상		
	현재이용(a)	향후선호(b)	(b/a)	현재이용(a)	향후선호(b)	(b/a)	현재이용(a)	향후선호(b)	(b/a)
도매시장(공판장 포함)	40.2	38.8	0.96	48.8	48.9	1.00	55.8	55.63	1.00
지역농협	37.6	22.5	0.60	41.9	42.5	1.02	30.0	29.56	0.99
조공법인	36.8	36.0	0.98	44.5	49.7	1.12	57.5	51.47	0.90
산지수집상	20.0	-	-	23.3	20.0	0.86	-	-	-
유통전문회사	40.0	30.8	0.77	33.1	33.6	1.01	42.9	42.23	0.99
가공업체	7.5	22.7	3.03	10.0	19.0	1.90	-	-	-
직거래	31.5	32.5	1.03	19.8	31.8	1.61	17.0	10.59	0.62
온라인업체	25.0	26.3	1.05	10.0	17.0	1.70	10.0	5.88	0.59
로컬푸드직매장	25.0	30.9	1.24	19.3	20.0	1.04	10.0	9.63	0.96
기타	21.7	60.0	2.77	63.5	65.0	1.02	-	-	-

□ 농업생산의 어려움

- 농산물 생산 과정에서 어려움을 살펴보면, 영농 규모에 상관없이 공통적으로 농작업 인력이 가장 큰 애로사항으로 나타남
- 소규모 집단은 규모 확대(20.5%), 농작업 인력(15.4%), 경영 역량(10.3%)이, 중규모 집단은 농작업 인력(22.0%), 재배 기술(16.0%), 규모 확대(14.0%), 연중 생산(14.0%)이, 대규모 집단은 농작업 인력(33.3%), 상품화 기술(26.7%) 등을 영농의 큰 어려움으로 꼽았음

- 영농규모별 모든 집단이 농산물의 연중 생산에 어려움이 있지만, 소규모 집단이 규모 확대에 대한 요구가 큼을 알 수 있음

[표 4-34] 영농규모별 농업생산의 어려움

구분	3천㎡미만	3천~9천㎡미만	9천㎡이상	합계
품목 선정	1 (2.6)	2 (4.0)	-	3 (2.9)
재배 기술	2 (5.1)	8 (16.0)	-	10 (9.6)
생산 자재	-	2 (4.0)	-	2 (1.9)
광열비	-	4 (8.0)	1 (6.7)	5 (4.8)
농작업 인력	6 (15.4)	11 (22.0)	5 (33.3)	22 (21.2)
상품화 기술	2 (5.1)	4 (8.0)	4 (26.7)	14 (13.5)
규모 확대	8 (20.5)	7 (14.0)	1 (6.7)	21 (20.2)
연중 생산	2 (5.1)	7 (14.0)	1 (6.7)	16 (15.4)
경영 역량	4 (10.3)	3 (6.0)	-	4 (3.8)
기타	11 (28.2)	2 (4.0)	3 (20.0)	7 (6.7)
합계	39 (100.0)	50 (100.0)	15 (100.0)	104 (100.0)

□ 농산물 유통의 어려움

- 농산물 출하 등 유통 과정에서의 가장 큰 어려움을 비교해 보면, 출하처 다양화와 주 출하처 확보가 모든 집단별에서 가장 큰 애로사항으로 조사되었음
- 소규모 집단은 출하처 다양화(41.0%), 중규모 집단은 출하처 다양화(34.0%)와 주 출하처 확보(26.0%), 대규모 집단은 주 출하처 확보(40.0%)와 출하처 다양화(33.3%)를 주된 어려움으로 지적하였음

□ 농산물 유통 벤더 선호도와 특화 유통조직 참여 의향

- 벤더(온라인·오프라인)와 직거래 플랫폼에 대한 선호도는 소규모 집단에서 선호도가 상대적으로 높았는데, 직거래 플랫폼(3.64), 오프라인 벤더(3.44), 온라인 벤더(3.26)의 순으로 나타남

[표 4-35] 영농규모별 출하·유통의 어려움

구분	3천㎡미만	3천~9천㎡미만	9천㎡이상	합계
출하시기	4 (10.3)	3 (6.0)	-	7 (6.7)
선별기술	-	4 (8.0)	-	4 (3.8)
포장기술	1 (2.6)	3 (6.0)	-	4 (3.8)
주 출하처 확보	7 (17.9)	13 (26.0)	6 (40.0)	26 (25.0)
출하처 다양화	16 (41.0)	17 (34.0)	5 (33.3)	38 (36.5)
납품방법	2 (5.1)	1 (2.0)	-	3 (2.9)
정산시기	-	-	-	-
가격정보	4 (10.3)	4 (8.0)	2 (13.3)	10 (9.6)
마케팅 역량	3 (7.7)	3 (6.0)	1 (6.7)	7 (6.7)
기타	2 (5.1)	2 (4.0)	1 (6.7)	5 (4.8)
합계	39 (100.0)	50 (100.0)	15 (100.0)	104 (100.0)

- 중규모 집단은 오프라인 벤더(3.28), 직거래 플랫폼(3.20), 온라인 벤더(3.06) 순이고, 대규모 집단은 직거래 플랫폼(3.07)을 선호하며 오프라인·온라인 벤더는 보통 이하임
- 조합공동사업법인의 공선출하회에 시설농업 청년농업인에게 특화한 공선출하회를 만들 경우 참여할 의향은 중규모 집단(3.76), 소규모 집단(3.44), 대규모 집단(3.07) 순임
- 시설농업 청년농업인 특화 판매·유통조직에 대한 참여도는 소규모 집단(3.90), 대규모 집단(3.80), 중규모 집단(3.78) 순으로 나타났지만, 참여 의향이 아주 높음

[표 4-36] 영농규모별 유통방식·특화조직 이용·참여 의향

구분	유통방식 선호도			특화 유통조직 참여도	
	오프라인 벤더	온라인 벤더	직거래 플랫폼	특화 공선출하회	특화 판매·마케팅
3천㎡미만	3.44	3.26	3.64	3.44	3.90
3천~9천㎡미만	3.28	3.06	3.20	3.76	3.78
9천㎡이상	2.87	2.73	3.07	3.07	3.80
전체평균	3.28	3.09	3.35	3.54	3.83

6. 권역별(지역)에 따른 비교

- 지역별로 영농과 판매에 차이가 있으므로, 도내 14개 시군을 지리적 위치를 고려해 4개 권역(중추권, 서남권, 동남권, 동부권)으로 구분하여 그 특성을 살펴봄
- 지역은 중추권(전주시·익산시군산시·김제시·완주군), 서남권(정읍시·고창군·부안군), 동남권(남원시·임실군·순창군), 동부권(진안군·무주군·장수군)으로 구분하였음

□ 연령과 영농경력

- 평균 연령은 동부권(32.4세)이 가장 젊으며, 동남권(35.5세), 서남권(36.9세), 중추권(37.0세) 순으로 조사되었음
- 연령대별 30대의 비중이 전반적으로 높지만, 동남권에서는 20대와 40대 비중이 다른 권역보다 높았음

[표 4-37] 권역별 시설농업 청년농업인 연령과 영농경력

구분	연령	20대	30대	40대	합계	영농경력
중추권역	37.0세	5 (11.4)	24 (54.5)	15 (34.1)	44 (100.0)	6.5년
서남권역	36.9세	3 (15.8)	8 (42.1)	8 (42.1)	19 (100.0)	7.8년
동남권역	35.5세	4 (21.1)	8 (42.1)	7 (36.8)	19 (100.0)	6.0년
동부권역	32.4세	4 (19.0)	15 (71.4)	2 (9.5)	21 (100.0)	6.9년
전체평균(합계)	35.8세	16 (15.5)	55 (53.4)	32 (31.1)	103 (100.0)	6.7년

□ 영농규모

- 평균 영농규모를 보면 서남권(6,433.3㎡)이 가장 많고, 중추권(5,581.6㎡), 동부권(4,747.3㎡), 동남권(4,048.9㎡)의 순으로 나타남

□ 농산물 연중 생산 시기

- 농산물의 연중 재배 작기를 1~2회 비율로 보면, 서남권(89.5%), 동부권(85.7%), 중추

권(82.2%), 동남권(73.7%) 순으로 조사되었음

[표 4-38] 권역별 시설농업 청년농업인 영농규모

구분	비닐하우스	유리온실	재배사	전체 시설규모
중추권	5,463.4㎡	8,778.0㎡	999.9㎡	5,581.6㎡
서남권	6,415.9㎡	-	330.0㎡	6,433.3㎡
동남권	4,048.6㎡	-	6.6㎡	4,048.9㎡
동부권	4,489.7㎡	9,900.0㎡	-	4,747.3㎡
전체평균	5,186.4㎡	9,339.0㎡	584.1㎡	5,288.7㎡

[표 4-39] 권역별 시설농업 청년농업인 연중 작기 분포

구분	1회	2회	3회	4회	5회	합계
중추권	19 (42.2)	18 (40.0)	4 (8.9)	1 (2.2)	3 (6.7)	45 (100.0)
서남권	8 (42.1)	9 (47.4)	2 (10.5)	-	-	19 (100.0)
동남권	7 (36.8)	7 (36.8)	1 (5.3)	4 (21.1)	-	19 (100.0)
동부권	12 (57.1)	6 (28.6)	2 (9.5)	-	1 (4.8)	21 (100.0)
합계	46 (44.2)	40 (38.5)	9 (8.7)	5 (4.8)	4 (3.8)	104 (100)

□ 시설농업 영농규모

- 시설규모를 5개 구간으로 구분하여 살펴보면, 중추권·서남권·동부권은 3천㎡ 미만이 가장 많은 반면, 동남권은 3천~6천㎡ 구간이 가장 큰 비중을 차지함

[표 4-40] 권역별 시설농업 청년농업인 영농시설 규모

구분	3천㎡ 미만	3천~6천㎡	6천~9천㎡	9천~1.2만㎡	1.2만㎡ 이상	합계
중추권	18 (40.0)	12 (26.7)	9 (20.0)	3 (6.7)	3 (6.7)	45 (100.0)
서남권	6 (31.6)	4 (21.1)	5 (26.3)	-	4 (21.1)	19 (100.0)
동남권	7 (36.8)	10 (52.6)	-	2 (10.5)	-	19 (100.0)
동부권	8 (38.1)	8 (38.1)	2 (9.5)	2 (9.5)	1 (4.8)	21 (100.0)
합계	39 (37.5)	34 (32.7)	16 (15.4)	7 (6.7)	8 (7.7)	104 (100.0)

□ 정책사업 지원과 자동화 수준

- 영농시설을 구축하기 위해 정책사업 지원 여부를 보면, 동남권(89.5%), 중추권(77.8%)이 높았으며, 상대적으로 서남권(57.9%)과 동부권(57.1%)은 낮음

[표 4-41] 권역별 시설농업 청년농업인 시설지원 여부

구분	시설 지원받은 적 없음	시설 지원 받음	합계
중추권	10 (22.2)	35 (77.8)	45 (100.0)
서남권	8 (42.1)	11 (57.9)	19 (100.0)
동남권	2 (10.5)	17 (89.5)	19 (100.0)
동부권	9 (42.9)	12 (57.1)	21 (100.0)
합계	29 (27.9%)	75 (72.1%)	104 (100.0)

- 시설의 수준은 자동 시설은 동남권(47.4%)이 가장 많았으며, 서남권(36.8%), 중추권(35.6%), 동부권(33.3%) 순이었음

[표 4-42] 권역별 시설농업 청년농업인 시설 자동화 수준

구분	자동	반자동	수동	합계
중추권	16 (35.6)	24 (53.3)	5 (11.1)	45 (100.0)
서남권	7 (36.8)	11 (57.9)	1 (5.3)	19 (100.0)
동남권	9 (47.4)	8 (42.1)	2 (10.5)	19 (100.0)
동부권	7 (33.3)	11 (52.4)	3 (14.3)	21 (100.0)
합계	39 (37.5)	54 (51.9)	11 (10.6)	104 (100)

□ 현재와 향후 농산물 판매·출하처

- 현재 출하 이용하고 있는 농산물 판매처를 비교하면, 중추권은 유통전문회사(63.9%), 조공법인(50.5%), 지역농협(42.7%), 도매시장(산지공판장 포함)(40.4%), 직거래(30.4%) 등으로 나타나 거래처가 다양한 것을 확인함
- 서남권은 조공법인(35.4%), 도매시장(산지공판장 포함)(35.0%)이 비교적 높은 출하처

이며, 동부권도 도매시장(산지공판장 포함)(49.7%), 지역농협(36.3%), 조공법인(32.5%)으로 유사한 구조임

- 동남권은 도매시장(산지공판장 포함)(71.8%), 조공법인(55.0%), 지역농협(47.8%), 직거래(40.0%) 방식으로 출하를 하고 있어 다른 권역과 차이를 보임

[표 4-43] 권역별 현재와 선호 판매·출하처 비율(%)

구 분	중추권			서남권			동남권			동부권		
	현재(a)	향후(b)	(b/a)	현재(a)	향후(b)	(b/a)	현재(a)	향후(b)	(d/c)	현재(a)	향후(b)	(d/c)
도매시장(산지공판장 포함)	40.4	28.8	0.7	35.0	20.0	0.6	71.8	90.0	1.3	49.7	46.0	0.9
지역농협	42.7	36.7	0.9	28.6	28.3	1.0	47.8	43.3	0.9	36.4	36.7	1.0
조공법인	50.5	48.1	1.0	35.4	41.1	1.2	55.0	55.7	1.0	32.5	38.9	1.2
산지수집상	30.0	20.0	0.7	20.0	-	-	10.0	-	-	-	-	-
유통전문회사	63.9	46.0	0.7	21.4	23.0	1.1	20.0	26.7	1.3	29.4	32.5	1.1
가공업체	6.9	23.2	3.4	5.0	13.3	2.7	17.5	18.0	1.0	8.3	21.7	2.6
직거래	30.4	41.4	1.4	15.0	23.6	1.6	40.0	10.0	0.3	15.0	23.0	1.5
온라인업체	20.0	26.7	1.3	21.7	25.0	1.2	-	10.0	-	-	16.7	-
로컬푸드직매장	29.6	31.7	1.1	18.2	22.5	1.2	7.5	15.0	2.0	9.0	20.0	2.2
기타	46.8	63.3	1.4	-	-	-	-	-	-	5.0	-	-

- 향후 이용하고자 하는 출하처로는 중추권은 조공법인(48.1%), 유통전문회사(46.0%), 지역농협(36.7%), 로컬푸드 직매장(31.7%)을 선호하고 있음
- 동남권은 도매시장(산지공판장 포함)(90.0%), 조공법인(55.7%), 지역농협(43.3%)으로의 출하 선호가 높은데 비해, 서남권은 조공법인(41.1%)으로의 출하 의향이 높음
- 동부권은 도매시장(산지공판장 포함)(46.0%), 조공법인(38.9%), 지역농협(36.7%), 유통전문회사(32.5%)를 이용하겠다는 비율이 높게 나타남
- 현재 출하처와 향후 선호하는 판매처를 비교하면, 가공업체에 대한 출하 선호 의향은 중추권(3.4배)·서남권(2.7배)·동부권(2.6배)이 높는데 비해 동남권은 로컬푸드직매장

(2.0배)·유통전문회사(1.3배)으로 출하 선호도가 상대적으로 높은 것으로 분석됨

□ 농업생산의 어려움

- 농산물 생산 과정의 어려움으로는 중추권은 규모 확대(22.2%)와 농작업 인력(20.0%), 서남권은 연중 생산(26.3%), 동남권은 농작업 인력(36.8%), 동부권은 규모 확대(28.6%)를 꼽았음

[표 4-44] 권역별 농업생산의 어려움

구분	중추권	서남권	동남권	동부권	합계
품목 선정	1 (2.2)	1 (5.3)	1 (5.3)	-	3 (2.9)
재배 기술	2 (4.4)	1 (5.3)	3 (15.8)	4 (19.0)	10 (9.6)
생산 자재	1 (2.2)	-	1 (5.3)	-	2 (1.9)
광열비	2 (4.4)	1 (5.3)	1 (5.3)	1 (4.8)	5 (4.8)
농작업 인력	9 (20.0)	3 (15.8)	7 (36.8)	3 (14.3)	22 (21.2)
상품화 기술	7 (15.6)	3 (15.8)	2 (10.5)	2 (9.5)	14 (13.5)
규모 확대	10 (22.2)	3 (15.8)	2 (10.5)	6 (28.6)	21 (20.2)
연중 생산	6 (13.3)	5 (26.3)	2 (10.5)	3 (14.3)	16 (15.4)
경영 역량	3 (6.7)	1 (5.3)	-	-	4 (3.8)
기타	4 (8.9)	1 (5.3)	-	2 (9.5)	7 (6.7)
합계	45 (100.0)	19 (100.0)	19 (100.0)	21 (100.0)	104 (100)

□ 농산물 유통의 어려움

- 농산물 유통 과정에서 어려움은 주 출하처 확보와 출하처 다양화로 요약되는데, 서남권은 다른 권역보다 주 출하처 확보(47.4%)에 더 큰 애로사항이 있는 것으로 확인됨

□ 농산물 유통 벤더 선호도와 특화 유통조직 참여 의향

- 오프라인 벤더와 온라인 벤더로의 출하에 대한 선호도는 서남권이 가장 높고 중추권이 가장 낮았으며, 직거래 직거래 플랫폼에 대해서는 서남권이 가장 높았고, 동남권이 가장 낮았음

[표 4-45] 권역별 출하·유통의 어려움

구분	중추권	서남권	동남권	동부권	합계
출하 시기	4 (8.9)	1 (5.3)	2 (10.5)	-	7 (6.7)
선별 기술	2 (4.4)	-	-	2 (9.5)	4 (3.8)
포장 기술	3 (6.7)	1 (5.3)	-	-	4 (3.8)
주 출하처 확보	9 (20.0)	9 (47.4)	4 (21.1)	4 (19.0)	26 (25.0)
출하처 다양화	16 (35.6)	6 (31.6)	7 (36.8)	9 (42.9)	38 (36.5)
납품 방법	-	1 (5.3)	2 (10.5)	-	3 (2.9)
정산 시기	-	-	-	-	-
가격 정보	6 (13.3)	-	2 (10.5)	2 (9.5)	10 (9.6)
마케팅 역량	3 (6.7)	1 (5.3)	-	3 (14.3)	7 (6.7)
기타	2 (4.4)	-	2 (10.5)	1 (4.8)	5 (4.8)
합계	45 (100.0)	19 (100.0)	19 (100.0)	21 (100.0)	104 (100.0)

- 시설농업 청년농업인에 특화한 공선출하회와 특화 판매·마케팅 조직에의 참여 의향은 서남권이 가장 높았는데, 동부권은 다른 권역보다 특화 판매·마케팅에 대한 참여 선호가 높음

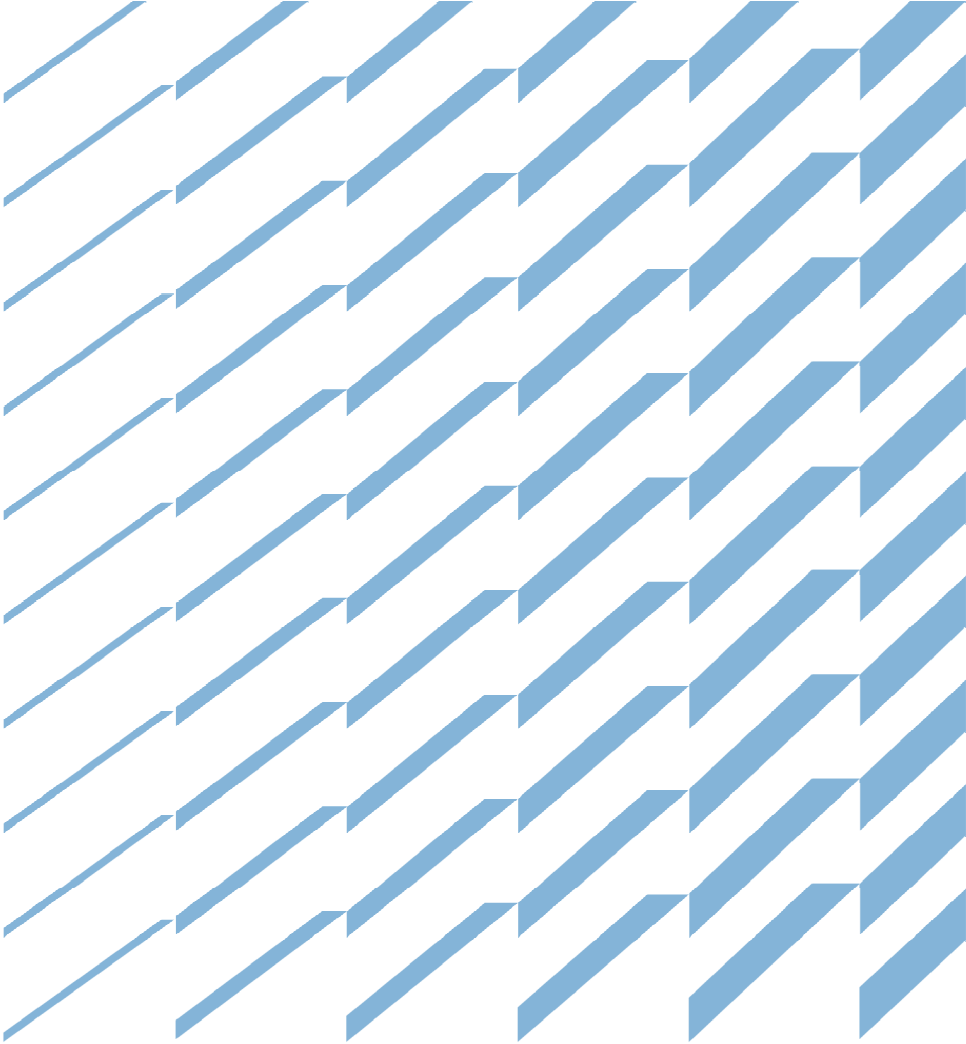
[표 4-46] 권역별 유통방식·특화조직 이용·참여 의향

구 분	유통 방식 선호도			특화 유통조직 참여도	
	오프라인 벤더	온라인 벤더	직거래 플랫폼	특화 공선출하회	특화 판매·마케팅
중추권	3.09	2.78	3.04	3.44	3.71
서남권	3.63	3.58	4.21	4.05	4.26
동남권	3.21	2.95	2.89	3.32	3.42
동부권	3.43	3.43	3.62	3.48	4.05
전체평균	3.28	3.09	3.35	3.54	3.83

7. 실태조사 종합논의와 시사점

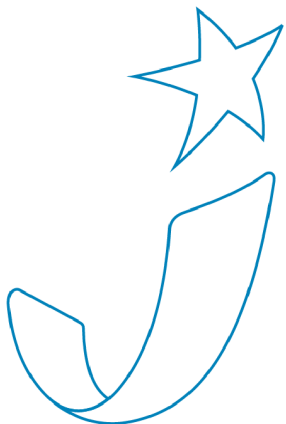
- 도내 시설농업 청년농업인을 대상으로 영농과 유통실태를 조사한 결과를 종합하여 논의하면 다음과 같이 5가지 영역으로 정리하여 시사점을 논의할 수 있음
- 첫째, 시설농업 청년농업인은 평균 5,304㎡의 시설에서 연 1.86 작기로 주로 과채류(72.6%) 생산을 하면서 영농을 하여 연 평균 16,031.7만원의 매출액과 6,006.0만원의 순소득을 올리는 것으로 조사됨
- 시설영농 규모에 견주어 매출액과 소득액이 농업인 평균보다 높지만, 농작업 인력 확보, 영농규모 확대, 연중 농작물 생산, 상품화 기술 등에서 어려움이 큰 것으로 조사되었는데, 농업경영의 대응과 지역 단위 지원으로 영농의 어려움을 줄여나가야 하겠음
- 둘째, 농산물의 출하와 유통에서 겪는 가장 큰 어려움으로 출하처 다양화와 주 출하처 확보를 꼽았는데, 시설규모가 작은 집단은 출하처 다양화에 어려움을, 큰 집단은 주 출하처 확보에 애로사항이 있는 것으로 나타남
- 농업경영 수익 확대가 시설농업 청년농업인의 주된 영농 목적이자 결과인데, 개별 경영체 입장에서 농산물 시장 출하에 있어 위험 요인을 관리하면서 안정적인 소득을 올리는 전략을 동시에 결합해 나가는 것이 중요함을 알 수 있음
- 셋째, 현재의 출하 이용과 앞으로 희망하는 농산물 출하처로는 계통 출하와 도매시장 등 전통적 판매처에 대한 이용도와 선호도가 여전히 높았지만, 현재의 출하처와 향후 출하처의 선호도 차이를 비교하면 유통 채널 다각화에 대한 수요가 있음을 알 수 있음
- 이러한 결과는 개별 농업인 입장에서는 일정 규모의 농산물은 전통적 판매처를 주된 출하처로 출하 안정성을 유지하면서, 온라인업체·가공업체·유통전문회사 등을 결합한 출하처 다양화로 위험 요인을 관리하겠다는 경영 전략이 반영된 것으로 파악할 수 있음
- 넷째, 시설농업 청년농업인의 영농 특성을 고려할 때, 농산물 수집 벤더에 대한 선호를 파악한 결과 대형 유통망과 결합한 오프라인 벤더이 이용 선호가 높았지만, 직거래 방식의 온라인 플랫폼 이용 의향도 보통 이상으로 조사되었음

- 이는 기존의 계통 출하와 달리 대형 유통회사에 속한 오프라인 벤더를 통한 출하를 희망하면서도 청년농업인이 갖는 농업경영의 혁신성을 토대로 개별적인 판매망을 갖추어 나가고자 하는 농업경영 혁신과 적극성이 반영된 결과로 이해할 수 있음
- 다섯째, 시설농업 청년농업인의 특성을 고려하여 특화된 유통 조직으로 조공법인에 결합한 특화 공선 출하회를 만드는 것에 대한 선호는 보통 이상지만, 이보다 특화된 판매·마케팅 조직에의 참여 의향이 높다는 점에 주목할 필요가 있음
- 이는 조공법인 공선 출하회가 품목을 중심으로 지역적으로 안정적으로 운영되고 있는 상황에서 청년농업인만을 위한 별도 출하회를 신설하기보다 개별 청년농업인의 농산물을 연결하여 공동 대응하는 판매·마케팅 방식이 실효적일 수 있다는 점을 보여줌
- 조사결과와 시사점을 종합하면 시설농업 청년농업인은 농산물 판매액이 기존 농업인보다 높고, 영농규모·연중출하·농업인력 등에 있어 어려움이 큰 것으로 나타나 시설규모를 단계적으로 늘리면서 연중 출하를 통해 농업기반과 경영의 안정화를 과제로 꼽음
- 시설농업 청년농업인은 전통적 농산물 출하처에 대해 현재 이용과 향후 선호 의향이 높지만, 농업소득의 안정화를 위해 주된 출하처를 유지하면서도 유통경로를 다양화하는 전략을 결합하는 대응이 현실적인 방법으로 판단됨
- 특히 지역별로 분산되어 있는 시설농업 청년농업인의 농산물을 결합하여 시설농업 청년농업인에게 특화한 판매·마케팅 조직을 통해 대안적 유통경로로 농업경영의 혁신을 도모해 나가야 하겠음



제5장

시설농업 청년농업인 유통 혁신 사례



1. 사례검토 개요
2. 사례분석 결과
3. 분야별 혁신 사례
4. 사례분석 논의와 시사점

제5장. 시설농업 청년농업인 유통 혁신 사례

- 시설농업 청년농업인은 ‘사회적 위치’로는 미래농업을 책임질 후계인력으로 청년농업인이면서, ‘영농의 형태’로는 시설농업을 기반으로 기술을 적용하여 영농 기반을 갖추어 농업경영을 한다는 특성이 있음
- 이 점에 주목하여 우리나라 청년농업인이 농산물 유통에 있어서 혁신 성과를 내고 있는 관련 사례를 검토하고, 시설농업 청년농업인 농산물 유통 혁신 조직화 방안 구상에 참고하고자 함

1. 사례검토 개요

□ 분석방법

- 시설농업 청년농업인 유통 관련 혁신사례 조사 분석은 ‘질적 메타 분석’⁴⁰⁾ (qualitative meta-synthesis) 방법을 사용하였는데, 이 방법은 기존에 생성된 인터뷰, 수기, 관찰 자료 등 질적 자료를 활용하는 방식임
- 기존 자료에 담긴 맥락을 보존하면서 자료에 담긴 정보를 심층적으로 분석한 후, 이를 통합하고 재구성하여 새로운 해석 틀을 제시하는데 적합한 방법임

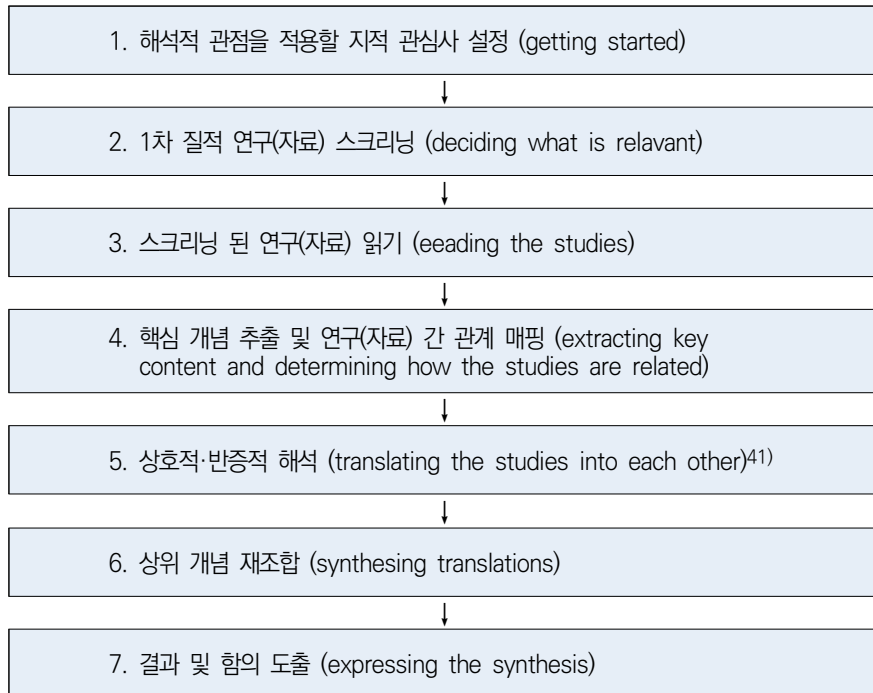
□ 1차 자료수집

- 정부가 발간한 ‘스마트팜 및 청년 창농 관련 우수사례’ 자료 등에 담겨 있는 질적 자

40) 질적 메타 분석은 특정 주제와 관련하여 기존에 수행된 질적 연구들을 종합적으로 분석함으로써, 개별 연구에서 도출된 결과들을 통합·재구성하여 새로운 통찰력을 얻는 연구 방법

41) 질적 연구나 문헌 종합 과정에서 서로 다른 연구 결과나 관점을 비교하고 연결하면서, 한 연구의 통찰이 다른 연구의 의미를 확장하거나 반박하도록 해석하는 방법

[그림 5-1] 질적 메타분석의 7단계 수행 절차



출처 : Noblit&Hare(1988), Meta-Ethnography: Synthesizing Qualitative Studies. Sage Publications.

료(인터뷰, 수기 등)를 1차로 수집하여 분석에 활용함

- 일반적으로 메타 분석은 논문과 같은 연구 자료를 대상으로 실시되지만, 이 연구의 목적과 주제를 고려할 때 반드시 논문 등의 연구 자료만을 대상으로 할 필요는 없음
- 메타 분석의 대상으로서의 적절성은 '2차 해석'의 가능성에 달려있기 때문에, 질적 탐구 결과가 적절한 형태로 담긴 자료라면 질적 메타 분석의 대상이 된다고 볼 수 있음
- 이 연구에서 분석에 활용하고자 하는 '정부 발간 사례집'은 단순 사실의 나열이 아니라 청년농업인 및 시설농업 등의 주제와 맥락, 행위자, 과정 설명 등 질적 내용이 충실하게 담겨 있음
- 자료 간에 공통적인 서술 구조 및 해석 프레임이 담겨 있어 기술 수준이 양호하고, 정부 발간 자료인 만큼 출처의 신뢰성 또한 담보할 수 있어 좋은 자료 기반이 됨

[표 5-1] 사례 분석을 위한 검토자료 목록

자료명	포함 사례	발간기관
2023년 스마트팜 선도사례집, 「팜 스마트해지다」	15	농림축산식품부 농림수산식품 교육문화정보원
2022년 스마트팜 선도사례집, 「팜 스마트해지다」	13	
2021년 스마트팜 선도사례집, 「팜 스마트해지다」	10	
2020년 스마트팜 선도사례집, 「팜 스마트해지다」	12	
2024 청년농업인 21인의 우수사례 이야기 「반갑습니다 청년농업인입니다」	21	
2023 청년농업인 20인의 우수사례 이야기 「반갑습니다 청년농업인입니다」	20	
2022년 청년후계농 22인의 우수사례 이야기	22	
2021년 청년후계농 20인의 우수사례 이야기	20	
2022년 스마트팜 청년창업 보육센터 우수사례집 「스마트팜 청년창업 꿈을 이루다」	9	
2021년 스마트팜 청년창업 보육센터 우수사례집 「스마트팜 청년창업 꿈을 이루다」	8	
그린매거진 2025년 1월호~2월호	2	농촌진흥청
그린매거진 2024년 1월호~12월호	12	
합계	164	

수집처 : 그린대로(<https://greendaero.go.kr>), 스마트팜코리아(<https://www.smartfarmkorea.net>)

2. 사례분석 결과

□ 스크리닝 조건

- 1차로 수집된 자료를 대상으로 분석을 위한 스크리닝 조건은 이 연구의 주제에 맞춰 크게 3가지로 설정하였음
- 구체적으로 ①청년농업인(만 45세 미만, 자료발간 시점 기준), ②시설농업이 주 영농형태인 경우(스마트팜 등), ③뚜렷한 유통 관련 혁신 성과 보유(수취가격 제고, 출하구조 개선, 부가가치 향상 등)가 그것임

- 수집된 1차 자료를 검토하고, 자료에 포함된 개별 사례 가운데 위 3개 조건을 모두 충족한 사례를 스크리닝하여 핵심 개념을 추출하였음

□ 핵심개념 추출

- 스크리닝된 자료를 토대로 ‘주된 품목, 시설유형, 주된 판로, 사례개요, 혁신성과’로 구분하여 핵심 개념을 추출하였음
- 주품목, 시설유형, 주판로 : 질적 메타분석은 귀납적 해석을 기반으로 하므로 분석에 쓰인 추출 사례의 경향성과 특이점을 해석하는데 필요한 기초자료로 활용함
- 사례개요 : 사례별 농산물 유통 개선 내용을 구분하기 위해 로그라인(Log-line) 형태로 정리한 것으로 혁신 유형을 분류하는데 필요한 기초자료로 이용함
- 혁신성과 : 해당 농업인이 유통 개선을 위해 수행한 구체적 활동과 그 결과로 나타난 변화(성과)를 기술한 것으로, 혁신 성과 방식을 이해하기 위한 보조 자료로 활용함

□ 상호적·반증적 해석

- 추출된 사례의 기본적 특성을 살펴보면, ‘주된 품목’은 토마토(6개, 65.3%), 딸기(4개, 23.5%), 샐러드 채소(3개, 17.6%) 순이며, 시설 유형은 연동형 온실(76.5%)이 가장 많았음
- ‘주판로’는 온라인 직거래(8개, 47.1%)를 채택한 사례가 가장 많았고, 오프라인 직거래까지 함께 포함하면 12개(70.6%)로 늘어 직거래 관련 사례가 다수 포집되어 있음
- 주품목과 시설 유형을 막론하고 추출된 ‘사례 개요’에서 집중적으로 나타나는 내용은 ‘직거래를 통한 수취가격 향상’으로, 이는 ‘관행적인 유통방식’으로는 적절한 농산물 수취가격을 받기 어렵다는 문제의식에 기초하고 있음
- 시설농업(특히 스마트팜)의 높은 생산성이 농업경영 전략에서 장점으로 작용하려면 유통 방식 개선이 필요하다는 과제로 연결되며, 이점에서 시설농업 청년농업인에 맞는 대응이 필요함을 시사하고 있음

- 특히 기존 주류적인 유통 방식이 갖는 ‘가격 결정권, 출하시기 조정, 타켓 시장 선택’의 제한이라는 경직성을 극복하려는 실천적 노력이 반영된 것으로 파악할 수 있음
- 이점에서 개별 청년농업인 입장에서는 기존의 농산물 유통 체계에 편입함으로써 얻을 수 있는 이점이 그다지 크지 않다는 것으로 이해할 수 있는데, 이는 관행적인 유통 구조의 개선 또는 추가적인 대책이 필요함을 시사함

□ 상위개념 재조합

- 추출된 사례에 대한 상호적·반증적 해석을 통해 ‘청년농업인의 요구를 반영할 수 있는 유통체계’의 필요성과 ‘기존의 관행적 유통체계의 개선 필요성’을 확인할 수 있음
- 사례별 내용에서 농업경영체의 농산물 유통 혁신은 생산자로부터 소비자에게 상품을 전달하는 유통(distribution)의 ‘본질적 특성⁴²⁾ 관련 혁신’과 하위 기능으로 실체적 활동으로 나타나는 ‘물류(logistics)⁴³⁾에 대한 혁신’이 개념적으로 혼재되어 있음
- 따라서 혁신 사례의 유형을 보다 직관적으로 파악하기 위해 농업경영 주체가 채택하고 있는 접근 방식을 ‘후방단계(생산·수확·선별 등), 중간단계(집하·운송·도매 등), 전방단계(소매·소비자접근·가치제고 등)’으로 통합하여 재구성하였음
- 또한 각 농업경영 주체가 이끌어낸 실질적인 개선 효과를 구분하고자 ‘직거래 기반(온라인·오프라인 포함), B2B 기반(납품계약·계약재배 등), 계통출하 기반(도매시장 출하 등)’으로 통합하여 재구성하였음
- 농업경영 혁신 주체들은 이러한 농산물 출하·유통 경로를 단독 채택하거나 혼합적으로 적용함으로써 가격 결정권과 시장 접근성·대응력을 높이는데 활용하고 있는 것으로 이해할 수 있음

42) 구체적으로 농산물의 수요와 공급, 가격 등의 관점이 이에 해당함

43) 구체적으로 농산물의 전달 체계, 운송비용 등의 관점이 이에 해당함

□ 결과 및 함의 도출

- 시설농업을 하는 청년농업인 대부분은 농업 기반을 구축하는데 대규모 자본을 투자하여 그에 따른 자본 비용을 고려할 때 상대적으로 수익성에 대한 압박이 높은 것으로 판단할 수 있음
- 시설농업 청년농업인은 스마트팜 등 우수 농업생산 시설기반과 자신의 역량을 결합하여 시장에서 선택받는 개성 있는 상품·서비스를 생산하고 있지만, 기존의 주류적인 농산물 유통 구조에서는 생산물 가치를 충분히 인정받지 못한다고 여기고 있음
- 대부분의 사례에서 기존 농산물 도매시장 중심의 관행적인 농산물 유통 체계에 대한 참여 의향이 낮거나 거부감이 있음을 확인할 수 있음
- 시설농업 청년농업인은 온라인 직거래 및 B2B 거래 확대 등 다양한 혁신을 시도하여 독자적으로 농산물 판로 구축을 적극 모색하고 있다는 것으로 정리할 수 있음
- 시설농업 청년농업인의 농산물 유통 또는 농업경영 혁신 활동은 유통단계 측면에서는 ‘후방단계, 중간유통단계, 전방단계’로, 출하 방식 측면에서는 ‘직거래 기반, B2B 거래 기반, 계통출하 기반’ 등으로 구분할 수 있음
- 이 연구의 배경과 전제는 시설농업 청년농업인의 요구를 반영할 새로운 농산물 유통 체계 구축 또는 기존 관행적인 유통 체계 개선을 통해 해당 유통 방식에 참여할 방안을 찾는데 있으며, 실제 사례 분석에서 확인되는 방식을 그 방안으로 고려해야 할 것임

[표 5-2] 시설농업 청년농업인 유통 관련 혁신사례 추출의 주요내용 (요약)

no	주인공	주품목	시설유형	주판로	사례개요	혁신성과	수목자료
1	김제시 허정수 대표	토마토	유리온실	B2B 코스 트코	인근 6개 농가와 협력구조 구축, 납품물량 확보로 유통 경쟁력 강화	주변 시설농가와 협력 납 품 역량 확보→ 대형 유통 사(코스트코) 납품계약으로 안정적 운영	'20년 스마트팜 선도사례집, 23p
2	김제시 김선배 대표	토마토	연동형 온실	계통 출하	수확시기 조정으 로 수익률 향상	스마트팜으로 작물 생육 조정해 홍수 출하기 회피 → 농업경영 수익 확대	'21년 스마트팜 선도사례집, 8p
3	진주시	토마토	연동형	온라인	자체의 캐릭터	토마토에 차별화된 가치	'21년 청년농업인 영농정착

no	주인공	주품목	시설유형	주판로	사례개요	혁신성과	수록자료
	박지현 대표		온실	직거래	굿즈 제작 등 브랜딩 전략 활용 경쟁력 확보	반영 목적 '힙도' 브랜드 론칭 및 캐릭터 개발→ 농업경영 수익모델 다각화	우수사례집, 109p
4	원주시 이준 대표	아열대 과일	연동형 온실	온오프라인 직거래	농업경관을 상품 및 서비스와 연결 농업경영 수익성 강화	아열대 작물이 창출하는 이색적 경관 활용 확대 → 브랜드 가치 제고와 서비스(카페 등) 부가 가치 향상	'21년 청년농업인 영농정착 우수사례집, 197p
5	화성시 조현범 대표	딸기	연동형 온실	온라인 직거래	온라인 직거래로 수취가격을 4배 향상	행잉베드 활용 단위면적당 생산성 향상 → 온라인 직거래로 수취가격 제고와 경영수익 극대화	'22년 스마트팜 청년창업 보육센터 우수사례집, 12p
6	서귀포시 조현범 대표	감귤류	연동형 온실	온라인 직거래	지자체 운영 온라인 직거래 플랫폼 활용, 유통에 필요한 시간과 비용 등 절감	지자체가 직접 운영하는 온라인 플랫폼(서귀포 in 정) 입점 → 마케팅 및 CS에 필요한 시간과 비용 크게 절감	'22년 청년농업인 영농정착 우수사례집, 28p
7	영천시 김주형 대표	핑거 라임	연동형 온실	온라인 직거래	유튜브 채널로 농산물 브랜드 가치 제고 및 직거래 유통 확대	자체 유튜브 채널 개설·운영으로 기존 온라인 플랫폼 경쟁 회피→ 구독자 기반 안정적 판매 경로 확보	'22년 청년농업인 영농정착 우수사례집, 90p
8	당진군 민정욱 대표	토마토	연동형 온실	온라인 직거래	온라인 직거래로 수익률 극대화	스마트팜으로 단위면적당 생산성 제고 → 직거래 비중 확대, 경영수익 극대화	'23년 스마트팜 선도사례집, 54p
9	부여군 김성채 대표	토마토	연동형 온실	온라인 직거래	네이버 스마트스토어, 쿠팡, 우체국 쇼핑 등 멀티채널로 원물 및 가공품 판매	특정한 유통 채널에 집중되지 않은 다각화된 판매 경로 보유 → 안정적인 가격 결정권 유지	'23년 청년농업인 영농정착 우수사례집, 165p
10	논산시 안경수 대표	샐러드 채소	연동형 온실	온라인 직거래	스마트팜 생산데이터 기반으로 연중생산·연중판매 체계 구축	일괄정식·일괄수확이 아닌 시장수요 대응 생산조절 역량 구축 → 연중생산·연중판매 안정 경영체계 마련	'23년 청년농업인 영농정착 우수사례집, 175p
11	광주시 임태정 대표	샐러드 채소	연동형 온실	B2B 계약 재배	로컬푸드 등 온·오프라인 직거래 기반 구축으로 수취가격 제고	온·오프라인 직거래 기반 구축 → 관행 유통 대비 2.5배 이상 수취가격 향상	'24년 청년농업인 영농정착 우수사례집, 147p
12	진주시 정동훈 대표	딸기	연동형 온실	오프라인 직거래	지역 청년농업인 간 협력 기반 유통체계 구축으로 공동 이익 도모	지역 내 청년농업인 연결 기반 공동유통회사 설립 → 직영판매점 개설·운영으로 유통·마케팅 효율 제고	'24년 청년농업인 영농정착 우수사례집, 185p
13	사천시 문성일	딸기	연동형 온실	온오프라인	스마트팜 장점 살려 유통시장	시장 특성(홍수출하기, 중간사이즈 선호 등) 분석	'24년 청년농업인 영농정착 우수사례집, 195p

no	주인공	주품목	시설유형	주판로	사례개요	혁신성과	수목자료
	대표			직거래	특성 고려 독자적 경영 최적화 전략 도출	→ 무적화·무적과 및 초축성 재배방식으로 수익 극대화	
14	황성군 김태석 대표	토마토	단동시설 하우스	온 오프라인 직거래	수익성(온라인 직거래)과 안정성(급식, 군납 등) 고려한 유통 포트폴리오 구축	유통 포트폴리오로 판로 다각화 → 시장가격 변동에 따른 부정적인 영향 최소화	'24년 청년농업인 영농정착 우수사례집, 207p
15	강릉시 윤승현 대표	샐러드 채소	연동형 온실	B2B 호텔 마트	다양한 체험프로그램 연계 브랜드 인지도 향상으로 B2B 유통 채널 구축	지역기반 체험프로그램 운영 → 독자적 브랜드 구축 → 브랜드 가치와 연계한 비즈니스 모델 다각화로 수익 제고	'24년 청년농업인 영농정착 우수사례집, 21p
16	구례군 서동형 대표	수박	단동시설 하우스	온라인 직거래	SNS·라이브커머스·온라인직거래 플랫폼으로 생산 농산물 전량 출하	SNS 연계한 온라인 직거래 기반 구축 → 시장 가격 급락에도 적정 수취가격 확보	'24년 청년농업인 영농정착 우수사례집, 9p
17	나주시 강경필 대표	딸기	연동형 온실	해외 수출 직거래	자체 개발 딸기 가공품과 연계한 해외시장 개척	생딸기 그대로 활용 고품질 가공품 개발(동결건조칩, 스틱형 딸기잼, 딸기식초 등) → 해외시장 개척	그린매거진 2023년 1월호, 24p

[표 5-3] 시설농업 청년농업인 유통 관련 사례의 유통 단계별 혁신 유형의 구분

유통 단계		혁신 유형	사례번호
후방 단계	생산	스마트팜 생육 데이터 활용 시장선택(크기·숙성도 등) 고려 맞춤형 생산	13
		스마트팜 생산 데이터 활용 연중 생산체계 구축	10
	수확	스마트팜 생육 데이터 활용 생산 및 출하시기 조절	2
	산지처리	-	-
중간 유통 단계	집하	-	-
	운송	-	-
	보관	-	-
	가공	유통에 불리한 상품 특성을 가공으로 상품 성질 변경 극복	17
	도매	인근 시설농가 간 연계협력을 통한 B2B 유통채널 구축	1
		B2B(군납·학교급식) 거래를 포함한 유통 포트폴리오 구축	14
		지역 내 기업과의 중·소규모의 B2B 거래 활성화	15

유통 단계		혁신 유형	사례번호
전방 단계	소매	온라인 직거래를 통한 생산자의 농산물 수취가격 제고	5,6,7,8,9, 11,12,16
	소비경험	기존 농산물 및 농촌자원에 대한 소비자 경험 향상	4
	가치제고	브랜드 전략 활용한 농산물 가치 제고, 굿즈 등 비즈니스 모델 다각화	3

- 이상과 같이 시설농업에 관련된 청년농업인의 농산물 유통을 혁신하고 있는 것으로 파악하여 추출한 사례의 주요 내용을 검토하고자 함

3. 분야별 혁신 사례

(1) 후방 단계 혁신 (생산·수확·산지처리 등)

□ 연중 생산체계 구축을 통한 차별화 (충남 논산 ‘초록이들’ 안경수 대표)

- 일반적으로 시설원에 농업은 작물의 특성에 따라 일정한 작기를 두고 식재와 수확을 반복하는 방식인데, 특히 엽채류는 작기별 수확 기간이 상대적으로 짧아 1년에 5~6회의 작기를 운영하는 것이 일반적임
- 생산한 농산물을 농산물 도매시장에 출하하는 경우, 운송비 등을 고려해 일괄 수확해 출하하고 이후 경매를 거쳐 출하한 농산물 가격이 결정되는데, 작물별로 출하가 집중되는 홍수 출하기에는 경매 가격이 폭락하면서 적자가 발생하는 사례가 빈번함
- ‘초록이들’ 안경수 대표 역시 창농 초기에는 많은 생산자가 이용하는 출하처로 농산물 도매시장을 선택하였으나, 경매가격 폭락으로 적자를 본 이후 온라인 직거래로 출하 경로를 점차 전환하기 시작하였음
- 온라인 직거래 초기에는 주문량이 적었지만 차츰 고객이 늘어나면서 안정적으로 온라인 직거래 환경을 만들어 갔는데, 그동안 축적한 농산물 생산 데이터를 바탕으로 작물 생산 시스템을 ‘연중생산-연중판매’ 방식으로 전환함

- 구체적으로 5가지 샐러드 채소를 소비자들이 원하는 종류로 선택하여 구성할 수 있도록 맞춤형 판매를 위한 생산 기반을 구축하였음
- 주문 기반 맞춤형 판매 방식은 포장 및 출하 준비에 더 많은 시간이 소요되지만, 차별화된 상품·서비스를 제공할 수 있어 소비자 만족도를 높여 확대해 나갈 계획임

[그림 5-2] 연중 생산체계 구축을 통한 차별화-논산시 '초록이들' 사례

〈'초록이들' 인경수 대표와 농장 내부〉

〈라이브 스토어 등을 통한 직거래〉



자료 : 농림축산식품부, 2023년 청년농업인 영농정착 우수사례집

□ 딸기재배 혁신과 판매 전략으로 경쟁력 강화 (경남 사천 '뽕큐베리' 문성일 대표)

- 딸기는 높은 단위 면적당 수익성, 탄탄한 국내 수요 기반, 표준화된 재배 기술과 매뉴얼, 체험과 가공을 통해 추가 소득의 가능성 등 다양한 장점을 갖고 있어 시설원예의 창농을 계획하는 청년농업인이 선호하는 작목 가운데 하나임
- 딸기 재배 농가가 점차 늘어남에 따라 본격적인 출하 시기가 되면 시장이 과포화 되고 결국 유통·마케팅 비용이 증가하는 문제점으로 이어지고 있음
- 이에 '뽕큐베리' 문성일 대표는 '모든 가격 결정권을 농부가 쥐자'는 생각 아래, 남들보다 일찍 수확해 시장을 선점하는 전략을 설계하고 그에 맞는 재배방식을 도입함
- '초촉성(促成性) 재배법'을 적용하기 위해 육묘 방식을 변경하고, 딸기 수확 시기를 예측하기 위한 '화아분화 검경((花芽分化 檢鏡, 꽃눈형성 확인)' 기술을 익혔고, 그 결과 시장에서 가장 빠르게 딸기를 출하하여 높은 판매 성과를 거두었음

- 농업경영 성과를 높이기 위한 기본 조건은 ‘고품질과 다수확’이지만, 그에 못지 않게 남들과 다른 독자적인 판매 환경을 구축하는 것 역시 매우 중요함을 강조하고 있음
- 주된 출하 경로인 로컬푸드 직매장과 온라인 직거래 특성을 고려해 중간 크기 딸기가 수익에 더 유리하다고 판단하였음
- 이를 위해 무적화(無薺花)·무적과(無薺果) 재배로 크기를 조절하고, 노동력을 절감하였으며 초촉성 재배의 단점인 ‘1·2화방의 중휴(中休)’⁴⁴⁾ 현상을 해결하여 농업경영 효율을 극대화하였음
- 이와 같은 농업경영 방식은 농업경영의 효율성 제고는 물론 더 나은 품질의 농산물을 생산할 수 있는 기반이 되어 개별 농업경영체가 시장에서 경쟁력을 확보하는데 큰 도움이 될 것으로 보임

[그림 5-3] 딸기재배 혁신과 판매 전략으로 경쟁력 강화-사천시 ‘땡큐베리’ 사례

〈‘땡큐베리’ 문성일 대표와 농장 내부〉

〈중간 크기의 딸기와 화아분화 검경 모습〉



자료 : 농림축산식품부, 2023년 청년농업인 영농정착 우수사례집

□ 농산물 수확시기 조정을 통한 수익률 향상 (전북 김제 ‘하늘아래농장’ 김선배 대표)

- 토마토는 1년 1작기로 재배 방식에 따라 약간의 차이는 있지만 일반적으로 8~9월 중 모종을 정식하여 당해 11월부터 이듬해 6~7월까지 장기간 수확이 이뤄지는 작목임

44) 1화방과 2화방 사이에 일시적으로 생육과 생식 활동(개화, 착과 등)이 정지되는 현상

- 토마토는 딸기와 함께 시설원에 농가가 가장 선호하는 작목 중 하나로 농가별 작기가 대부분 비슷하기에 전국적으로 같은 시기에 수확되어 시장에 출하되기 때문에 높은 값을 받기 어렵다는 한계가 있었음
- ‘하늘아래농장’ 김선배 대표는 스마트팜 시설을 활용해 작물의 광합성 정도를 조절하여 토마토 출하량이 상대적으로 적은 시기에 출하가 가능하도록 재배하여 농업 수익률을 제고하고 있음
- 다년간의 토마토의 재배 경험을 통해 얻은 노하우로 햇빛량과 이산화탄소량을 적절하게 조절하여 토마토 수확량을 대폭 개선하였음
- 스마트팜으로 얻은 수확 시기 조절 능력과 경험을 통해 축적한 수확량 개선 노하우를 바탕으로 다른 농가 수확이 끝나는 시점을 선택하여 상대적으로 높은 가격에 상품을 출하하고 있음
- 많은 생산량을 단기간 소화해야 하는 만큼 계통 출하를 주 출하 경로로 하고 있는데 그 밖에 토마토 가공 상품이나 저온 저장고를 통해 보관한 상품은 직거래로 판매함
- 해당 사례는 계통 출하를 주된 출하 경로로 하고 있는 경우에도 생산 시기 조절을 통한 수익률 향상이 유효한 전략으로 작용할 수 있음을 보여줌

[그림 5-4] 농산물 수확시기 조정을 통한 수익률 향상-김제시 ‘하늘아래농장’ 사례

〈‘하늘아래농장’ 김선배 대표와 수강생〉

〈농장 내부 모습〉



자료 : 농림축산식품부, 2021년 스마트팜 선도사례집

(2) 중간유통 단계 혁신(집하·운송·보관·가공·도매 등)

□ 딸기 가공을 통한 농산물 해외 유통의 한계 극복 (전남 나주 ‘담청랩’ 강경필 대표)

- 딸기는 세포벽이 얇은 연조직으로 기계적 충격이나 압력에 취약하고, 수분이 90% 이상을 차지하는 등 부패하기 쉬운 특성을 지니고 있어 신선도 유지에 어려움이 큼
- 이와 같이 저장성과 유통 기한이 짧은 작목의 특성으로 인해 딸기는 운송 시간과 비용에 대한 부담이 커 장거리 유통에는 적합하지 않다는 제약이 높은 작목임
- 이러한 특성은 딸기 생과의 해외 수입을 막아주는 요인이지만, 국내의 생산 기반만으로도 특정한 시기에 과잉 생산과 출하되고 있다는 것이 문제가 되는 상황임
- 스마트팜으로 딸기 농사를 짓고 있는 담청랩 강경필 대표는 공급 과잉으로 가격하락이 반복되는 국내 딸기 시장 문제점을 수출로 해결할 수 있는 방안을 고민해 왔음
- 딸기의 생과 수출은 항공 운송과 콜드체인이 필수적으로 요구되는 만큼 높은 유통 비용으로 가격 경쟁력의 하락은 필연적인데, 이를 고려하여 담청랩은 딸기 가공으로 수출의 실마리를 찾았음

[그림 5-5] 딸기 가공을 통한 농산물 해외 유통의 한계 극복-나주시 ‘담청랩’ 사례

〈‘담청랩’ 강경필 대표와 농장 내부〉

〈스마트폰을 통한 스마트팜 기능 제어〉



자료 : 농림축산식품부, 2023년 청년농업인 영농정착 우수사례집

- 원물 함량이 70%에 달하는 알룰로스⁴⁵⁾ 스틱 딸기잼, 냉동딸기가 아닌 생딸기를 직접 건조하는 동결 건조칩 등 고품질 가공품을 통해 해외 수출 시장을 공략하고 있음
- 장기적으로 가공품 수출에 그치지 않고 딸기 스마트팜 기술, 육묘 기술, 재배기술 등을 하나의 상품으로 묶은 딸기 농장 패키지를 해외에 직접 수출하는 것을 준비 중임

□ B2B 거래 포함 유통 포트폴리오 경영 안정성 제고 (강원 횡성군 ‘발상600’ 김태성 대표)

- 횡성군 고지대에서 시설원예로 토마토를 주로 생산하는 발상600 김태성 대표는 부모의 영농기반을 물려받아 농업경영을 시작한 승계 농업인임
- 날씨 등 외부환경의 변화로 일시에 작물의 상품 가치가 사라지는 것을 보아온 그는 농업경영 리스크를 줄이기 위해서는 외부 환경과 작물 생산 환경을 분리할 수 있는 시설농업이 필요하다는 판단으로 삼중식 가온시설을 갖추었음
- 김 대표의 농장은 강원도 600m 고지에 위치하여 난방비 등 농업경영 비용은 상대적으로 높지만, 병충해 피해가 적고 일교차가 커 고품질 농산물 생산에 이점이 있는 등 장점이 되고 있음
- 이러한 이점을 적극적으로 활용하고자 친환경 저탄소 농법으로 농산물의 품질을 향상

[그림 5-6] B2B 거래 포함 유통 포트폴리오 경영 안정성 제고-횡성군 ‘발상600’ 사례

〈‘발상600’ 김태성 대표와 농장 내부〉

〈‘발상600’의 주요 생산물(토마토, 감자)〉



자료 : 농림축산식품부, 2023년 청년농업인 영농정착 우수사례집

45) 건강한 당류 대체제로 주목받고 있는 저칼로리 감미료

시켜냈으며, 5개 종의 품질 인증을 획득하여 소비자의 신뢰를 얻어나가고 있음

- 그러나 농산물 도매시장에 의존하던 기존 유통 방식으로는 제값을 받기가 어려웠고, 농산물 가격의 급락과 수확 시기 판매 지연 등으로 생겨나는 손실은 농업경영 안정성을 크게 위협하였음
- 이 위기를 극복하기 위해 직거래 등을 통한 판로 다변화를 하게 되었고, 온라인 채널(네이버 카페 등)에서는 소비자와 직접 소통하며 직거래 관계를 만드는 한편, 오프라인에서는 학교급식 납품과 군납 참여 등 중·소규모 B2B 거래 관계를 구축하였음
- 전체 판매량의 70%는 직거래와 B2B 거래로 판매하고, 나머지 30%는 농산물 도매시장을 활용하는 유통 포트폴리오 전략을 마련하여 수익성과 안정성을 도모하고 있음

□ 지역기업과 중소규모 B2B 거래 확대로 수요처 확보 (강원 강릉시 '오누이농장' 윤승현 대표)

- 오누이 농장 윤승현 대표는 한국농수산대학교 출신으로 뉴질랜드 해외 연수 과정에서 농업의 비전과 가능성을 확인한 이후부터 농업경영을 본격적으로 주도하기 시작함
- 농업인인 부모의 파프리카 농장을 물려받지 않고 자신이 교육과정에서 가능성을 확인한 '유럽상추'를 안정적으로 재배할 수 있는 독립적인 영농기반을 갖추고자 노력함
- 각종 영농정착 지원과 대출 등을 활용해 독립된 시설기반(1,500평)을 구축하였고, 생산과정에서 발견한 문제점을 스스로 해결하는 과정에서 관련 특허까지 취득하는 등 노력을 기울였지만 결국 농산물 판로의 문제에 봉착하였음
- 농산물 도매시장에서 일정 수준의 가격으로 거래되는 일반 상추와 달리 윤 대표가 생산하는 유럽상추는 소비자의 수요가 아직 부족한 탓에 헐값에 판매되기 일쑤였음
- 이 문제를 극복하기 위해 지역의 유통기업(지역농협 등)을 활용하여 유럽상추에 대한 소비자들의 인식을 점차적으로 확대해 나가는 전략을 구상하고 추진함
- 처음에는 일반 적상추 번들에 유럽상추를 끼워 넣는 방식으로 납품을 시작하였지만, 점차 '이 상추 맛있다'는 입소문이 퍼지며 주문량이 늘자 유럽상추로만 구성된 패키지

를 판매하게 되었음

- 현재는 강릉시의 중대형 마트(하나로마트, 식자재 마트 등) 15개소와 지역 호텔, 일반 음식점 등에 유럽상추를 전문적으로 납품하고 있음
- 한편으로는 팜투테이블(농장에서 식탁까지)과 같은 농업 체험 프로그램과 소셜다이닝⁴⁶⁾ 등을 통해 상품에 대한 소비자의 가치 인식을 지속적으로 제고해 나가고 있음

[그림 5-7] 지역기업과 중소기업 B2B 거래 확대로 수요처 확보-강릉시 '오누이농장' 사례

〈'오누이농장' 윤승현 대표와 농장 내부〉

〈스마트한 재배 방식과 판매 전략〉



자료 : 농림축산식품부, 2023년 청년농업인 영농정착 우수사례집

(3) 전방 단계 혁신(소매·소비자접점·가치제고 등)

□ 온라인 직거래 플랫폼으로 수취가격 제고 (제주 서귀포시 '흙런농장' 오장훈 대표)

- 국내 농산물 유통시장 구조가 온라인 채널을 중심으로 재편되면서 신선 농산물의 판매까지 온라인 채널을 활용하는 사례가 크게 늘어나고 있는 상황임
- 온라인 채널은 독립적인 상품 구성과 유통 역량을 보유한 청년농업인이 가격 결정권을 가질 수 있다는 장점이 있어 판매 수수료를 부담하면서 네이버 스마트스토어, 쿠팡마켓플레이스, 카카오 쇼핑 등 직거래 플랫폼에 경쟁적으로 입점하고 있음

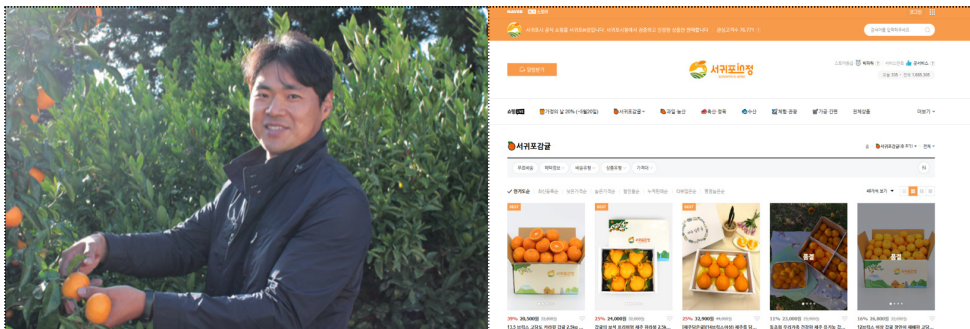
46) 식탁을 매개로 한 소셜 네트워킹이자 공동체적 활동

- 서귀포시로 귀농하여 감귤류를 생산하고 있는 ‘홈런농장’ 오장훈 대표는 스마트스토어를 통한 직거래 방식으로 농산물을 유통해 왔지만, ‘생산-유통-고객응대(CS)’까지 많은 일을 해야 하는 것이 큰 부담이자 한계로 느끼게 되었음
- 이에 서귀포시가 개설한 네이버 스마트스토어 ‘서귀포in정’에 입점하여 출하 및 고객응대 등의 여러 어려움을 해결하고 있음
- ‘서귀포in정’은 생산자는 생산-포장까지만 하고 상품 페이지 작성, 주문·발주관리, 고객응대 등은 전문 위탁업체가 업무를 담당하여 엄격한 품질관리 기준에 따라 입점농가를 관리⁴⁷⁾하고 있어 입점 생산자들의 이익을 지원하고 있음
- 서귀포in정 몰의 수수료는 P/G사⁴⁸⁾ 결제 수수료를 포함하여 7% 수준으로 해당 수수료는 판매대금 정산 시 공제하여 지급하는 방식임
- 오 대표는 감귤, 레드향, 한라봉 등 생산하는 농산물의 50% 정도를 서귀포in정을 통해 판매하고 있는데, 온라인으로 농산물 유통 구조 변화에 시의 적절하게 대응할 수 있으면서 농가가 개별 온라인 유통을 할 때의 애로사항을 해결하고 있는 사례임

[그림 5-8] 온라인 직거래 플랫폼으로 수취가격 제고-서귀포시 ‘홈런농장’ 사례

〈‘홈런농장’ 오장훈 대표〉

〈온라인 플랫폼 내에 개설된 ‘서귀포in정’〉



자료 : 농림축산식품부, 2023년 청년농업인 영농정착 우수사례집

47) 당도 11브릭스 이상 고품질 감귤 생산 농가만 입점 가능하며 생산자가 아닌 단순 유통사업자는 입점 불가
48) 신용카드·간편결제 등 결제 서비스를 제공하는 회사(PG사, Payment Gateway)

□ 소비자 경험과 전달방식의 창의적 접근 (강원 원주시 '원프리카' 이준 대표)

- 유통은 상품·서비스를 생산자로부터 소비자에게 전달하는 일련의 과정으로 과정에서 창출되는 경제적 효용은 일반적으로 시간과 공간의 간극을 메우는 과정 속에서 발생한다고 파악할 수 있음
- 상품·서비스를 소비자에게 전달하는 유통 방식이나 형태는 매우 다양하며, 이를 정형화된 형태로 재단할 경우 유통 혁신의 실마리를 찾는 작업은 어려워질 수 있음
- 농업은 생산물의 특성 상 기존 유통 방식과 경로에서 벗어나는 게 쉽지 않은 분야인데, 원주시에서 열대작물을 재배하고 있는 '원프리카' 이준 대표의 사례는 서비스의 형태나 전달방식 등에서 새로운 시도를 거듭하고 사례로 시사하는 바가 큼
- 국내에서 시설을 통해 열대작물 재배 사례가 늘고 있지만, 대부분은 열매를 생산해 시장에 판매하는 방식인데, 원프리카는 열매가 아닌 묘목 판매를 주 분야로 하고 농업경관 등과 연계한 '소비자 경험' 자체를 비즈니스로 하는 차별화를 하고 있음
- 원프리카의 공간은 농장, 카페, 체험장으로 다른 농장과 유사하지만 제공하는 상품·서비스의 특성을 고려해 일관성 있는 소비자 경험을 만들어 낸다는 점이 큰 특징임
- 농장에서 생산한 농산물을 시장에 단순히 내다 파는 방식에서 벗어나 소비자들이 찾

[그림 5-9] 소비자 경험과 전달방식의 창의적 접근-원주시 '원프리카' 사례

〈'원프리카' 이준 대표와 농작업 모습〉

〈원프리카 농장 경관 및 사업운영 모습〉



자료 : 농림축산식품부, 2023년 청년농업인 영농정착 우수사례집

아와 농업을 통해 생산한 다양한 상품·서비스를 경험하고 구매하도록 유도하는 기존 방식을 혁신한 사례임

□ 브랜드 전략으로 가치 제고 및 비즈니스 확장 (경남 진주시 ‘힙토농장’ 박지현 대표)

- 브랜드는 생산자를 구별하게 하는 지각된 이미지 또는 경험의 집합을 의미하며 일반적으로 명칭이나 디자인 요소(로고 등)를 활용하고 있는데, 단순히 식별하는 수준을 넘어 독립적으로 가치를 창출할 수 있는 주체로도 기능할 수 있음
- 품질 및 안전성 향상 등 생산자의 노력을 통해 소비자가 해당 브랜드의 가치를 높게 인식하는 경우가 있고, 브랜드 가치를 우선 높인 다음 이를 생산물에 부여하여 실물의 가치를 높이는 방식도 있음
- 진주시에서 ‘힙토농장’을 운영하는 박 대표는 농업에 대한 기존의 고정적인 이미지와 관념을 브랜드 전략을 통해 혁신하고 있음
- 젊은 세대들이 ‘멋지고, 세련됐다’는 의미로 사용하는 ‘힙(hip)’이라는 단어를 농장의 주된 농산물인 토마토와 결부시켜 ‘힙토’라는 브랜드를 론칭하였고, 브랜드 가치를 높이기 위해 캐릭터와 굿즈 등을 개발하고 농업문화 전시회 등의 프로젝트를 추진함
- 농업에 문화를 결부시킨 다양한 프로젝트의 추진을 통해 힙토 브랜드의 가치를 높였고 그 결과 토마토 주문이 늘어나면서 매출이 상승하는 효과를 거두었음

[그림 5-10] 브랜드 전략으로 가치 제고 및 비즈니스 확장-진주시 ‘힙토농장’ 사례

〈‘힙토농장’ 박지현 대표와 농장 내부〉

〈도시지역에서 개최한 힙토 농업문화 전시회〉



자료 : 농림축산식품부, 2023년 청년농업인 영농정착 우수사례집

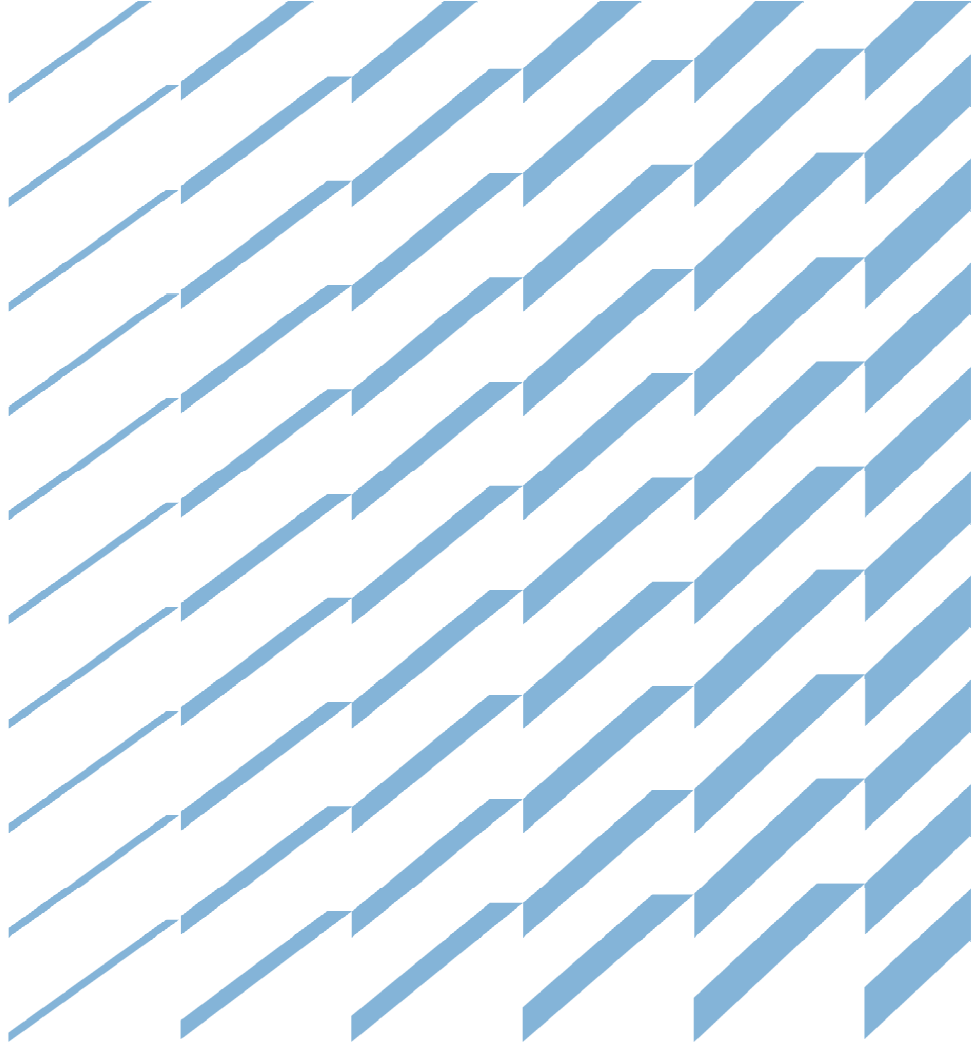
- 여기에 그치지 않고 자신만의 새로운 비즈니스 모델을 만들어 크라우드 펀딩을 통해 소비자에게 상품·서비스를 제공하는 모델을 구상하였는데, 목표 금액의 570%에 달하는 펀딩 성과를 거두었음

4. 사례분석 논의와 시사점

- 기존 농산물 유통 체계에 관행적으로 참여해 왔던 기성 농업인과 달리, 사례를 통해 살펴본 시설농업을 주된 영농 기반으로 하는 청년농업인은 기존 농산물 유통체계에 참여하기보다 자체적인 유통·판매 전략을 만들어 농업소득을 유지하고 있음
- 전국적으로 활성화되었다고 평가되는 시설농업 청년농업인 사례에서는 ‘관행적인 농산물 유통 방식은 농가 수취가격이 낮다’는 의견이 자주 등장하고 있음
- 이는 도매시장 등 기존 관행적인 농산물 유통체계는 시설농업 청년농업인의 영농과 농업소득 창출에 적절한 유통 방식이 아니라는 점이 반영된 결과로 평가할 수 있음
- 앞서 검토한 시설농업 청년농업인 유통 관련 혁신 사례를 보면, 기존의 농산물 유통 체계에 편승 또는 편입하지 않고, 추가적 시간과 비용을 들여서 독자적으로 온라인·온프라인의 직거래, 기업체 납품 등의 유통채널을 개척하는 노력을 확인할 수 있음
- 이러한 노력은 청년농업인 입장에서 기존의 농산물 출하·유통 방식으로는 본인이 생산한 농산물에 대해 경제적인 보상은 물론 사회적 가치를 충분히 보상받기 어렵다는 판단에 따른 농업경영 전략으로 창의적인 유통·판매 혁신을 시도하고 있는 것임
- 이는 기존 농산물 출하·판매 방식에 시설농업 청년농업인의 참여 또는 활용 의지가 낮음을 반영하는 것으로 해석할 수 있고, 이점에서 시설농업 청년농업인이 활용할 수 있는 유통·판매 전략을 보완 또는 지원하는 것이 필요하다고 판단할 수 있음
- 기존의 주된 농산물 유통 체계가 ‘전통적 농산물 유통채널’(legacy agricultural distribution channels)이라면, 시설농업 청년농업인의 요구를 반영하여 이를 보완하

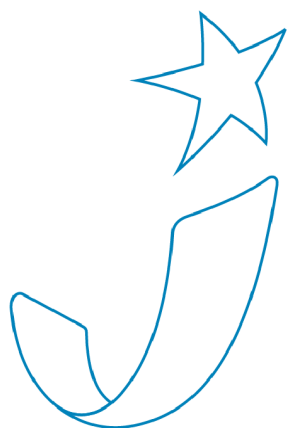
거나 혁신하는 ‘대안적 농산물 유통채널’(alternative agricultural distribution channels)로 확장해 나가야 함

- 대안적 농산물 유통은 정보통신기술, 빅데이터, 사물인터넷, 인공지능, 로봇 등을 활용한 스마트 유통 또는 협동조합 방식의 문제해결형 방식에 국한된 것이 아님
- 기존 도매시장 중심 전통적 채널에 대응해 생산자 중심, 직접 유통, 지역 기반 등 새로운 유통 가치를 창출하기 위한 유통·출하 역량(프로그램)이 강조되는 것임
- 스마트팜 등 시설농업을 경영하는 청년농업인은 농작물의 생육환경 조정을 통해 생산성과 품질 향상 등 농업생산 기술의 혁신에 간헐 것이 아니라, 생산 이후의 유통 단계에서 적절한 수준으로 상품을 판매하거나 부가가치는 늘리는 전략이 중요함
- 농업기술 혁신을 먼저 채택하는 혁신가 또는 초기 수용자가 시설농업 청년농업인이라는 점에서 기존 농업인보다 높은 농업생산·경영 역량을 뒷받침하는 유통·판매 전략의 보완은 지역농업 수준에서 ‘생산력’과 ‘후계력’을 동시에 충족할 수 있는 방안임
- 이렇게 볼 때, 이 장에서 살펴본 시설농업 청년농업인 유통 혁신 사례를 종합하면, 스마트팜, 기획생산, 디지털 플랫폼 기반의 신유통 체계를 통해 전통적 채널의 한계를 보완해 나가는 전략의 마련이 중요한 과제임을 보여주고 있음



제6장

시설농업 청년농업인 유통개선 지원 방안



1. 검토와 진단의 종합논의
2. 대응전략 기본구조
3. 시설규모·소득목표 결합 판로 다각화
4. 주류 유통채널 안정화 방안
5. '대안 유통채널' 활성화 방안
6. 연구 한계와 향후 과제

제6장. 시설농업 청년농업인 유통개선 지원 방안

- 지금까지는 청년농업인의 영농 정착에 중점을 두어 영농 기반 지원에 주력하는 정책을 추진해 왔는데, 실제 시설농업 청년농업인의 영농 특성을 고려하면 출하·유통 단계에서 농업소득 향상 등 농업경영 전략 혁신을 위한 정책적 지원 방안이 필요함
- 이 장에서는 앞서 검토하고 조사·분석한 내용을 토대로 시설농업 청년농업인이 농산물 유통을 개선하기 위해 정책의 영역에서 현실적으로 고려할 수 있는 방안을 검토하여 제안하고자 함

1. 검토와 진단의 종합논의

- 이 연구의 대상이 되는 시설농업 청년농업인의 현황과 유통 실태, 우수 사례를 조사·분석하였는데, 영농규모와 매출수준, 출하의 애로사항과 출하처, 활성화 사례 등으로 결과를 요약하고 검토과제를 정리하고자 함

☐ 영농현황과 매출액·순소득

- 도내의 시설농업 청년농업인은 총 117명이며(2023년 기준), 이들의 평균 시설농업 영농규모는 4.4동 총 3,256㎡(1동 당 740㎡)로 확인되었는데, 3천㎡ 미만이 25.7%, 3천~9천㎡는 56.2%, 9천㎡ 이상은 18.1%로 분포함
- 시설농업 청년농업인 대상 조사 결과(104명) 연간 농산물 판매액은 평균 16,021.9만원이며 순소득은 평균 5,994.5만원인데, 3천㎡ 미만의 매출액(5,913.9만원)·순소득(2,927.8만원)은 9천㎡ 이상 농업인에 비해 매출액(7.1배)·순소득(3.3배)에서 차이가 있음
- 시설에서 농작물은 연 평균 1.86 작기로 생산하고 있는데, 1작기(44.2%), 2회 이상

다작기(55.8%)로 연중 생산 작기에는 미치지 못하고 있음

□ 출하의 어려움과 유통 출하처

- 농산물 출하에서 겪고 있는 어려움은 출하처 다양화(36.5%), 주 출하처 확보(25.0%)로 조사되어 안정적 출하처를 만들면서 판매처 분산을 원하는 것으로 나타남⁴⁹⁾
- 출하처별로 현재 이용하는 채널과 앞으로 선호하는 출하처를 종합하면, 전통적인 판매처에 대한 이용도와 선호도가 여전히 높지만, 현재 이용도에 비해 향후 선호도의 차이를 살펴보면 유통채널 다각화에 대한 수요가 있음을 알 수 있음
- 민간의 오프라인 벤더 이용 의향이 온라인 벤더에 비해 상대적으로 높지만, 직거래 플랫폼에 대한 이용 선호도도 높았는데, 특히 3천㎡ 미만 농업인의 선호가 높았음
- 시설농업 청년농업인에 특화된 통합마케팅조직(특화공선출하회)와 맞춤형(특화) 판매마케팅 전략에의 참여하겠다는 의향이 보통 이상(3.5)으로 높음

□ 시설농업 유통혁신 주요 사례

- 시설농업 청년농업인의 우수 혁신 사례 중 농산물 출하·유통 분야를 중심으로 살펴보면, 관행적 농산물 출하 판매 방식으로는 농가 수취가격이 낮다는 점에 주목해야 함
- 활성화 사례는 일정한 수준으로 농산물을 판매하면서 농업 순소득을 올리고 있는데, 기존의 도매시장·공판장에 대한 안정적인 출하와 지역농협·조공법인의 계통출하 방식보다 직거래, 온라인, 직매장 등 대안적 유통 채널을 적극 활용하고 있음
- 시설에서 농산물을 생산하는 단계에서는 데이터를 활용하여 상품성과 출하 시기를 조절하면서도 유통 단계에서는 지역기업과의 B2B 거래로 안정적 출하를 갖추면서 소비자와 직접 거래하여 농산물의 부가가치를 높이는 농업경영 전략을 채택하고 있음

49) 시설재배 면적이 클수록 주 출하처 확보와 출하처 다양화에 대한 어려움이 큰 것으로 확인됨

□ 시설농업 청년농업인 유통개선 검토과제

- 시설농업 청년농업인의 농산물 유통개선 검토과제로는 ‘영농규모와 매출액·순소득에 따른 검토, 출하·유통처의 안정화 및 다변화’ 등으로 대별할 수 있음
- 첫째, 시설농업 청년농업인은 보유하고 있는 영농규모에 따라 농산물 매출액·순소득에서 차이가 있는데, 순소득 기준으로 매출액과 소득율을 상향시킬 것인가가 과제임
- 영농규모(3개 구간)에 따라 매출액·순소득·소득율⁵⁰⁾ 차이가 있는데, 생산단계에서의 대응 방안을 제외하면, 이는 농산물 판매 및 출하 전략을 어떻게 할 것인가로 귀결됨
- 한편에서는 시설농업 규모별로 청년농업인이 농가경제를 유지할 수 있는 수준에서 매출액과 순소득의 목표를 정하는 ‘영농규모×농업소득’을 결합하는 농업경영 전략의 안내와 지원을 검토하는 것도 정책의 영역에서 검토할 수 있는 과제임
- 둘째, 영농 규모별 현재 이용 출하처와 향후 이용 선호 채널을 종합할 때, 영농규모(3개 구간)별로 청년농업인이 선택 가능한 출하 전략의 수준을 고려한 대응과제 검토가 요구됨
- 현재 이용하는 출하처로는 영농규모가 작을수록 산지공판장·조공법인·지역농협 이용율이 높으면서도 온라인업체·직매장·직거래 이용율도 일정 수준이 되는데, 시설 규모가 클수록 조공법인·지역농협으로의 계통 출하 이용이 높음
- 선호하는 유통 채널로는 영농 규모가 작은 청년농업인은 도매시장·가공업체·직거래·직매장을, 영농규모가 클수록 조공법인·지역농협 등 계통출하 의향이 높는데, 이는 출하하는 물량의 규모를 고려하여 유통 출하 전략을 검토하는 것이 필요함을 보여줌
- 셋째, 현재 이용 출하하고 있는 여러 출하처와 이용 방식을 고려할 때, 시설농업 청년농업인 특성을 고려한 특화한 전략을 어떻게 마련하여 지원할 것인가가 핵심 과제임
- 유통업체의 벤더, 온라인 벤더, 직거래 플랫폼 이용 의향이 보통 수준으로 나타났고,

.....
50) 농업소득율은 3천㎡ 미만 53.6%, 3천~9천㎡ 46.2%, 9천㎡ 이상 19.9%로 조사됨

시설농업 청년농업인 특화 출하조직 신설에 보통 수준의 참여의향을 보이고 있음

- 청년농업인이 현재 수준에서 채택하고 있는 유통 출하처를 인위적으로 재구조화하여 개선방안을 찾기보다 ‘현재이용×선호의향’을 결합하여 종합적으로 고려한 출하처의 다각화로 유통개선의 실마리를 찾는 것이 현실적이라는 것을 보여주는 결과임
- 넷째, 농산물 판매처는 전통적 방식과 대안적 성격의 채널로 대별할 수 있고, 시설농업 청년농업인이 채택할 전략은 변동성을 줄이고 안정성을 갖춰갈 것인가에 있음
- 도매시장·공판장, 조공법인·지역농협 등 전통적 유통 채널에 대해 시설농업 청년농업인의 다수가 주된 출하처로 이용하고 있고 앞으로도 이용 의향을 갖고 있다는 점은 이들 판매처가 안정적이라는 점을 반영할 결과임
- 농산물의 농가 수취가격을 높이고 부가가치를 향상시키기 위한 유통 판매의 혁신 방안으로 가공업체·직거래·온라인업체·직매장 등에 대한 이용 의향이 높다는 점에서 주된 출하처와 보완 판매처를 결합한 농업경영·유통판매 전략이 실효적일 수 있음

2. 대응전략 기본구조

□ 시설농업 청년농업인에 주목하는 이유

- 청년농업인은 농업생산의 핵심 인력으로 특히 시설농업 청년농업인은 생산의 주축을 맡을 핵심 주체로 중요성이 갈수록 강조됨
- 청년농업인의 영농정착 지원과 시설농업의 농업경영 지원을 위한 다수의 지원 정책에도 농업소득을 결정하는 핵심 단계인 생산 이후 유통 전략에 대한 검토는 부족함

□ 시설농업 청년농업인 농업소득의 개선

- 일반 농업인 전체 평균보다 농업소득·판매액이 높지만, 시설농업 규모에 따라 매출액·순소득·소득율의 차이로 상향 개선 필요함

- 시설농업의 기반시설을 구축하는 초기 투자 비용이 높고, 안정적인 비용의 회수가 가능해야 농업경영의 지속이 가능하므로 매출·소득을 높이기 위한 유통 개선이 필요함

□ 시설농업 청년농업인 유통 실태 진단

- 전통적인 방식의 유통 출하처를 중심으로 대안적인 유통 채널을 병행하여 분산 출하하고 있으나, 농가 수취가격 향상을 위한 개선의 요구가 큼
- 현재의 주된 농산물 판매처가 갖는 ‘출하 안정성’을 고려하면서, 농가 수취가격을 높이면서 가격 변동성을 완화하는데 효과적인 ‘판매 혁신성’을 동시에 고려하고 있음

□ 시설농업 청년농업인 유통 개선 방향

- 시설농업 청년농업인의 영농 규모를 고려해 출하 안정성과 판매 혁신성을 고려하되, 청년농업인의 판매 위험을 최소화가 관건임
- 농산물 판매 구조는 기본적으로 출하물량, 출하시기, 출하·형태 등에 따라 적합한 출하처가 결정되며, 가격 변동성을 고려해 농가 수취가격 위험을 관리하는 방안이 중요함

□ 실효적 농산물 유통개선 방향과 전략

- 농산물 판매 전략은 ‘전통적 유통 채널’과 ‘대안적 판매 채널’로 대별할 수 있고, 채널별 장점을 농업경영 전략으로 결합해야 함
- 전통적 유통 채널(도매시장·계통출하)의 이용 수준과 출하 의향의 비율이 높지만, 대안적 유통 채널(가공·직거래·온라인·직매장)의 출하 선호 비율이 높다는 점에 주목함
- ‘전통적 유통 채널’을 통해 생산한 농산물의 안정적 판매를 이를 ‘출하 안정화 전략’과 이를 보완하는 ‘대안 유통채널’로 ‘판매 혁신화 전략’을 결합하여 대응해 나감

□ 현실적 농산물 유통개선 지원의 수단

- 민간 영역의 유통 주체가 ‘사업력’으로 운영되는 현실을 고려, 기존 유통 채널 참여를 촉진하고 이용을 지원하는 방안을 검토함

- ‘전통적 유통 채널’을 활용하여 농산물 출하 이용을 안정적으로 할 방안으로 ‘공선출하회 등 계통조직 참여, 도매시장 출하 대응역량 강화, 유통전문회사 공급 산지화 전략’ 등을 검토할 수 있음
- ‘대안적 유통 채널’로서는 이용 의향이 높은 수단으로 ‘가공업체 원물 공급 계약 연계 지원, 로컬푸드 직매장 출하 기회 활용, 온라인 직거래 플랫폼 이용 촉진’ 등을 검토할 수 있음

[표 6-1] 시설농업 청년농업인 유통개선 대응전략 기본구조

구 분	〈영역 1〉 주류 유통채널	〈영역 2〉 대안 유통채널
전 략	농산물 ‘출하’ 안정화 전략	농산물 ‘판매’ 혁신화 전략
목 표	계통 출하로 ‘안정성’ 제고	직접 출하로 ‘효과성’ 확보
성 격	일정 수준의 ‘주된 출하처’	추가 확대의 ‘보완 판매처’
출하처	도매시장, 산지공판장, 지역농협, 조공법인 등	직매장, 가공업체, 직거래, 온라인판매 등
지 원 방 안	공선출하회 등 계통조직 참여	가공업체 원물 공급 계약 연계 지원
	도매시장 출하 대응역량 강화	로컬푸드 직매장 출하 기회 활용
	유통전문회사 공급산지화 전략	온라인 직거래 플랫폼 이용 촉진

3. 시설규모×소득목표 결합 판로 다각화

- 시설농업 청년농업인의 유통 개선 지원을 논의하는 목적은 청년농업인의 농업소득을 향상시키기 위해 생산 이후 단계에서의 현실적인 정책적 지원방안을 검토하는데 있음
- 시설농업 청년농업인은 보유하고 있는 시설 면적에 따라 영농 방식과 유통 패턴이 달라질 수밖에 없고, 판매액·순소득을 평균이 아니라 규모별로 구분한 대응이 필요함을 보여줌

- 이에 시설 규모를 고려하여 3개 집단(소규모-3천㎡ 미만, 중규모-3천~9천㎡ 미만, 대규모-9천㎡ 이상)으로 구분하여 매출액·순소득의 상향 목표를 정하고, 이를 위한 유통 출하처를 다각화하여 결합하는 방식이 실효적임
- 시설농업 청년농업인 유통실태 조사 결과를 토대로 시설규모별 매출·소득과 출하처를 고려하여 판로 다각화 포트폴리오 전략을 개별 청년농업인이 농업경영 전략으로 구사할 수 있도록 정책의 영역에서 유통 개선 컨설팅과 지도가 필요함

[표 6-2] 시설농업 청년농업인 시설규모×소득목표 결합 판로 다각화 검토를 위한 기초 자료

규모	매출액(만원)	순소득(만원)	선호 출하처 순위
3천㎡미만	5,913.9	2,927.8	도매시장, 조공법인, 직거래, 로컬푸드 직매장, 유통전문회사, 온라인업체, 가공업체, 지역농협
3천~9천㎡	15,586.0	7,161.2	조공법인, 도매시장, 지역농협, 유통전문회사, 직거래, 로컬푸드직매장, 산지수집상, 가공업체, 온라인업체
9천㎡이상	41,800.0	9,620.0	도매시장, 조공법인, 유통전문회사, 지역농협, 직거래, 로컬푸드 직매장, 온라인업체

- 특히 시설농업 청년농업인의 숫자를 감안할 때, 이들의 농업경영 특성을 고려하여 농업경영체별로 농업소득의 목표를 농업정책 부서에서 관리하고 육성해 나가는 전략을 추진할 필요가 있겠음
- 한편으로는 시설농업 청년농업인은 분산되어 영농을 하고 있는데, 시설농업 개별 농장을 네트워크로 연계하는 클러스터 방식의 권역을 정하고 권역별⁵¹⁾로 스마트팜 앵커기업⁵²⁾을 지정 연계하는 전략을 검토할 수 있음
- 도내에 조성하여 운영 중인 스마트팜 핵심거점(김제시, 남원시, 무주군, 장수군 등)의 조성과의 운영을 고려할 때 시설농업 청년농업인 영농 거점을 물류를 중심으로 연결하는 전략의 마련이 필요함

51) 5개 권역(김제·익산·군산, 완주·전주, 고창·부안·정읍, 임실·순창·남원, 무주·진안·장수)으로 구분

52) 정부의 스마트팜 기본계획에는 스마트팜 기본지구를 지정·운영의 기준으로 앵커기업의 유치가 기본조건이 되고 있음

4. 주류 유통채널 안정화 방안

(1) 대응과제 1. 공선출하회 등 계통조직 참여 지원

□ 현실과 수요

- 전북 14개 시군별로 설립하여 공동출하를 담당하고 있는 조합공동사업법인은 대표적인 통합마케팅전문조직으로 계약생산으로 선별, 출하, 정산에 이르기까지를 담당함
- 시설농업 청년농업인 상당수가 조합공동사업법인(65.0%)으로 농산물을 계통 출하하고 있고, 향후 의향도 통합마케팅전문조직 등을 이용하겠다는 의사(68.3%)가 높음⁵³⁾

□ 대응방향

- 지역농업의 대표 유통조직으로 기능하는 조합공동사업법인은 농산물 유통 조직화와 스마트 유통 인프라를 갖춰 공선출하회 참여는 청년농업인의 안정적 주력 판매처가 됨
- 조합공동사업법인 공선출하회에 출하 약정을 맺은 시설농업 청년농업인의 계통 출하를 장려하고, 출하 이용을 확대하기 위해 정책적 인센티브 방안을 마련하여 추진함⁵⁴⁾

□ 지원방안

- 통합마케팅전문조직과 출하 약정을 맺은 시설농업 청년농업인 대상으로 비닐하우스 등 시설지원 사업에서 가점을 두어 우선 지원하는 사업지침을 해당 사업 등에 반영
- 통합마케팅전문조직과 출하 약정을 맺은 시설농업 청년농업인에게 ‘시설농업 맞춤형 농업경영 컨설팅, 시설 유지·보수 용자’ 등 우대하는 패키지 지원 프로그램을 도입
- 시설농업 청년농업인의 영농 역량을 고려하여 출하 약정 단계에서부터 생산계획·품질·출하계획 등에 대한 사업조직의 전담 지도와 관리체계를 갖추고, 교육 프로그램(코칭, 물류, 마케팅)을 통해 공선출하회 조직 내 역할을 부여하여 역할을 촉진해 나감

53) 지역농협으로의 출하는 현재 70.6%이지만 향후 의향은 51.3%로 낮아짐

54) 현재는 농림축산식품부가 ‘청년창업농 영농정착 지원사업’ 대상자 선정에서 공선출하회 참여에 가점을 부여

(2) 대응과제 2. 도매시장 출하 대응역량 강화 지원

□ 현실과 수요

- 도매시장은 산지에서 집산한 농산물을 소비지로 공급하기 위해 운영하는 공공시장으로 경매, 집하, 정보제공 등을 담당하는데, 농업인의 거래 안정화에 기여하고 있음
- 시설농업 청년농업인 상당수가 도매시장(64.5%)으로 농산물 출하한다고 조사되었는데, 향후 의향(65.2%)도 높아 도매시장이 농산물의 안정적인 출하 판매처로 꼽힘⁵⁵⁾

□ 대응방향

- 도매시장 농산물 출하는 일정한 물량이 안 되는 개별 농업인은 접근이 어려우므로 지역농협 등이 도매시장을 출하·이용하는데 있어 적정 가격으로 경매가 이뤄질 수 있도록 출하자의 품목선택, 출하시기, 품질 규격 등의 역량을 높여야 함
- 각각의 도매시장별로 농산물 유통의 흐름, 주요 품목, 선호하는 규격과 품위 등이 상이하므로 출하량, 단가, 총수익 등을 기록하여 연간 출하 전략을 수립하도록 지원

□ 지원방안

- 전북농식품인력개발원의 농업인 전문 교육과정에 청년농업인을 대상으로 하는 농산물 마케팅 과정으로 ‘도매시장 공략법, 농가 수취가격 제고 전략, 우수 활용 사례’ 과목을 개설하여 운영⁵⁶⁾
- 도매시장으로 직접 출하하는 선도 농업인 또는 출하조직이 시설농업 청년농업인을 대상으로 도매시장 출하 이용·활용에 대한 맞춤형 멘토링할 수 있는 전문인력을 지원
- 청년농업인 공선출하회 참여자를 중심으로 분기별 도매시장 현장 연수를 정례화하여 변화하는 농산물 시장 여건에 대응하여 농산물 출하를 기획하는 역량을 지원해 나감

55) 지역농협으로 출하(70.6%)하는 농산물 다량이 도매시장에서 거래되어 실제 이용율은 더 높을 것으로 추정

56) 전북특별자치도는 농식품인력개발원에 조공법인 실무자를 대상으로 마케팅 전문가 양성 과정을 개설하여 도매시장 이용 전략을 교육하고 있음

(3) 대응과제 3. 전문유통회사 공급 산지화 연계 지원

□ 현실과 수요

- 농산물 전문유통회사는 산지에서 소비지까지 연결하는 통합 유통 구조 구축 역할을 하는데, 산지 집산·선별, 물류, 마케팅, 판매, 정산까지 전 과정을 관리·운영하고 있음⁵⁷⁾
- 시설농업 청년농업인의 절반 이상이 유통전문회사(55.9%)으로 농산물을 판매하고 있는데, 앞으로의 이용 의향(57.1%)도 높아 농산물의 안정적인 출하 판매처로 인식됨

□ 대응방향

- 생산·유통·판매 전 과정을 통합 운영하여 유통전문회사의 일괄적인 농산물 코디네이션 전략에 시설농업 청년농업인의 품목별·시기별 조직화하는 산지화 전략 추진을 지원
- 전문 유통회사 공급 산지화는 단순 집산(集散)에 그치는 것이 아니라 생산·선별·포장·마케팅·정산 체계를 갖춘 산지 기반 유통 조직화와 디지털 운영 체계의 결합이 중요

□ 지원방안

- 민간 농산물 전문 유통회사 물류 관리 및 공급망(SCM) 관리 비즈니스 전략을 활용해 디지털 SCM 구축, 전자경매, 온라인 판매 시스템 지원 정책 프로그램을 매개로 시설농업 청년농업인 중심 농산물 공급 산지화(supply origin organization)를 지원
- 행정에서 파악하고 있는 시설농업 청년농업인이 생산·출하하는 품목, 품위, 규격, 시기, 물량 등을 지역농업 수준의 산지유통 주체(지역농협, 조공법인 등)가 전문 유통회사의 사업전략과 연계시키는 유통전문회사 출하 산지화 촉진 마케팅 전략을 지원
- 시설농업 청년농업인이 참여하는 산지기반의 농산물 유통 전문회사로 기능과 역할을 하는 농업회사법인을 운영할 수 있게 마케팅, 품질관리, SCM 전문역량을 강화하기 위한 프로젝트 사업조직 설립을 직간접적으로 지원

57) ㈜에버굿(신선농산물 수출 전문회사), 누보(주)(플랫폼 기반 전문 유통매장), 한국청과(주)(온라인 도매전문법인), 영진농산(친환경 농산물 특화법인), 매봉농업회사법인(산지기반 유통회사) 등이 대표적임

5. '대안 유통채널' 활성화 전략

(1) 대응과제 4. 가공업체 원물 공급 계약 연계 지원

□ 현실과 수요

- 농산물 가공업체는 농산 가공품의 단순한 생산 역할을 넘어 원물을 가치 있는 소비재로 변환하여 생산자와 지역농업의 이익을 동시에 달성할 수 있는 비즈니스 주체임
- 시설농업 청년농업인 소수(5.0%)만이 농산물 가공업체로 출하하고 있으나, 향후 출하하려는 의향(40.0%)이 매우 높아 기존 판매처를 보완할 수 있는 출하처로 주목됨

□ 대응방향

- 농산물 가공업체로 원물을 공급하기 위해서는 계약재배 형태의 생산·공급 계약이 일반적으로 필요한데, 생산자와 가공업체 간 사전 계약출하 조건⁵⁸⁾을 만드는 것이 중요
- 농산가공에 적합한 작목과 품종을 계약에 의해 생산하는 작부체계를 갖추어야 하는데, 시장출하 일반 신선 농산물과 다른 가공용에 적합한 규격과 품질 기준을 맞춤

□ 지원방안

- 지역 내 농산물 가공업체를 대상으로 지역 농산물 우선 구매 협약을 기초지자체 차원에서 체결할 수 있도록 전북 수준에서의 활동 지원 프로그램을 마련해 실행
- 시설농업 청년농업인 농산물이 가공업체로 적절히 원물 출하할 수 있는 공급역량을 사전에 조직화하기 위해 품목·품종·규격 등의 맞춤형 공동출하 조직화 프로그램을 운영
- 시설농업 청년농업인 중심으로 가공업체와 계약재배 클러스터를 조성하는 방안과 가공업체가 청년농업인과 계약하면 가공·마케팅·포장비의 일부를 지원하는 지원책 마련

58) 논산고구마^(주)는 사용 원재료의 70% 이상을 논산시 농가로부터 계약재배 방식으로 매입. 논산시는 CJ제일제당·HY한국야쿠르트 등 대기업과 지역 농산물 우선 구매 협약 체결을 지원. 김제시 베리라이프^(주)는 청년농업인의 스마트팜 기반 딸기 전문 농업회사로 농산가공 회사로 사업을 전개

(2) 대응과제 5. 로컬푸드 직매장 출하 확대 지원

□ 현실과 수요

- 로컬푸드 직매장은 생산자가 농산물을 직거래 방식으로 출하 판매하여 유통단계를 줄여 생산자의 수취가를 향상시키며, 지역 중소농가의 농업유지의 기반이 되고 있음
- 시설농업 청년농업인의 일부(29.4%)가 로컬푸드 직매장으로 출하하고 있으나, 향후 출하하려는 의향(35.2%)이 높아 주류 판매처를 보완할 수 있는 대안적 출하처로 강조

□ 대응방향

- 로컬푸드 직매장은 영농 초기의 청년농업인이 생산한 농산물의 일부를 안정적으로 판매할 수 있는 대안적 판매처로 기능하고 있다는 점에 주목하여 출하처 활용을 촉진
- 지역농협·협동조합 기반 로컬푸드 직매장 출하 기획생산 체계에 시설농업 청년농업인은 지역 중소농가가 생산·출하하지 않는 품목·상품을 중심으로 출하 시기를 조절함
- 로컬푸드 직매장 기획생산 생산자가 중소·고령농가가 다수인 점을 고려하여 청년농업인이 해당 지역의 출하회(생산자조직)의 리더로 역할을 하도록 역할 방안을 부여⁵⁹⁾

□ 지원방안

- 시설농업 청년농업인 보유 시설의 일부에서 로컬푸드 직매장 기획생산, 연중 출하가 가능한 작목과 품목을 재배하는 청년농업인 로컬푸드 생산 소규모 거점을 기획 운영
- 기 설치하여 운영하고 있는 로컬푸드 직매장별로 1명 이상의 청년농업인 기획생산 출하를 지원하는 프로그램을 마련하고, 이와 연계한 시설농업 청년농업인 매칭을 지원
- 시설농업 청년농업인의 농업생산 특징과 장점을 활용하여 로컬푸드 직매장별로 출하회 소속 중소농의 판매를 보완하는 품목·출하 시기 등을 반영한 계약 출하 협약을 체결

59) 지역농협은 농협 로컬푸드 직매장별로 3년 이상 90일 이상 의무 출하한 전문 청년농업인을 정하고 시설 재배 등을 지원

(3) 대응과제 6. 온라인 직거래 플랫폼 이용 촉진 지원

□ 현실과 수요

- 온라인 직거래 플랫폼은 생산자가 농산물을 직접 등록·판매하고 소비자는 주문·구매하는 디지털 유통 채널로 디지털 기반 유통 환경에 익숙한 청년농업인에게 효율적이고 확장 가능한 판매처로 평가되고 있음
- 시설농업 청년농업인의 일부(29.4%)가 온라인 업체를 통해 농산물을 출하하고 있지만, 향후 출하하려는 의향(51.4%)이 매우 높아 대안 유통채널의 대표 수단으로 주목

□ 대응방향

- 온라인 직거래 유통 플랫폼의 유형(오픈마켓, 전문몰, 자사몰, SNS기반, 라이브커머스, 지자체)⁶⁰⁾의 특성에 따른 청년농업인 활용성을 판단하여 입점 전략을 전반 지원
- 온라인 판매를 위해 요구되는 필수 역량(상품화, 콘텐츠 제작, 스토리텔링, 배송, 가격)을 고려하여 분야별·단계별 준비 능력과 태세를 갖추는데 중점을 두어 지원해 나감

□ 지원방안

- 시설농업 청년농업인이 온라인 직거래 플랫폼에 농산물 판매 입점을 기획⁶¹⁾하고 준비할 수 있도록 전북농식품인력개발원에 청년농업인 전용 전문 교육과정을 개설 운영
- 온라인 플랫폼 개별 입점하여 청년농업인이 직접 콘텐츠 기반 마케팅과 고객관리를 하는 부담을 완화·해결하는 방안으로 지자체 수준의 스마트스토어를 개설하여 운영
- 청년농업인이 공동으로 온라인 직거래 플랫폼에 입점 및 판매를 할 수 있는 협업 프로그램을 기획하여 지원

60) 오픈마켓형(네이버 스마트스토어, 쿠팡, 11번가), 전문 유통몰형(마켓컬리, 오아시스마켓, SSG), 자사몰형(독립형 쇼핑몰-카페24·식탁이있는삶), SNS 기반형(인스타그램, 카카오톡, 틱톡), 라이브커머스형(네이버 쇼핑라이브, 그립, 유튜브), 지자체 운영형(전북생생장터, 완주 로컬푸드몰, 나주팜) 등으로 구분

61) 입점 준비(간편 플랫폼부터 시작, 사업자 등록, 통신판매업 신고, 식품위생법·표시사항 요건 확인), 콘텐츠 기반 마케팅(생산 사진, 수확 브이로그, 후기 모음, 인스타그램·유튜브 브이로그·스토어 링크 운영), 고객과의 관계 관리(단골고객 확보, 정기배송·리워드 쿠폰 제공, 질문답변, 채팅상담 등 실시간 응대)

6. 연구 한계와 향후 과제

- 이 연구는 도내 45세 미만의 시설농업 청년농업인 대상으로 유통 출하에 한정하여 현황과 개선방안을 검토하여 정책적 지원방안 구상에서 고려해야 할 점을 검토하였음
- 시설농업 청년농업인의 전체를 행정조사를 통해 파악하고, 이들을 대상으로 현재의 유통 출하처와 앞으로 희망하는 판매처를 파악하여 유통개선의 대응방안을 검토하였음
- 이 연구에서 주요하게 검토하고 논의한 내용은 시설농업 청년농업인의 실체와 특징을 현실적으로 파악하였고, 유통을 위한 판매처의 수준을 확인하였다는데 의미가 있음
- 그럼에도 이 연구는 연구 내용과 범위에서 한계가 있는데, 이러한 한계는 앞으로 추가하여 논의할 과제로 판단함
- 첫째, 시설농업은 작물의 재배 환경을 제어 통제할 수 있다는 점에서 농산물의 출하 판매 이전의 생산 단계에서부터 출하 판매를 전제로 작부 체계를 갖출 수 있는 특징이 있지만, 이 연구에서는 이점을 고려하지 않았고 살펴보지 못하였음
- 둘째, 시설농업 청년농업인은 ‘청년농업인’이면서 ‘시설재배 농업인’이라는 이중적 특성을 가지고 있는데, 청년농업인 및 시설 재배와 비교하여 시설농업 청년농업인의 위치와 특징을 비교하지 못한 한계가 있음
- 셋째, 시설농업 청년농업인이 생산한 농산물은 지역농업 수준(기초·광역)의 산지유통에 관한 정책적인 지원전략의 틀 속에서 상당수가 포함되는데, 도내 산지유통 조직화 전략의 수준에서 연구대상의 위치와 활용 수단을 비교하지 못하였음
- 이와 같이 이 연구가 갖는 한계점은 이 연구의 대상과 주제가 지역농업의 전반적인 이슈와 주제(청년농업인, 산지유통, 시설농업 등)와 연관되는 점이 많아 연구를 수행하는 과정에서 비교에 활용할 자료를 광범위하게 분석에 사용하는데 제약이 많았음
- 이러한 연구의 제약과 한계를 명확히 하여 이 연구를 통해 우선 검토하고 논의한 내용을 보다 구체적으로 확장하고 고도화하는 추가 연구가 필요함

참 고 문 헌

REFERENCE

- 김기흥. (2016). 충남 청년농업인 육성을 위한 실태조사 및 정책 추진 방향. 충남연구원.
- 김기흥. (2021). 청년 농업인 육성을 위한 실천농장의 특성. 농촌사회, 31(1), 363-396.
- 김동환 외. (2017). 과학기술기반 채소류 수급·유통 고도화 사업단 보고서. 농림축산식품부.
- 김병률·채상현 (2017). 시설원예농업 활성화를 위한 정책방향. 한국농촌경제연구원.
- 김병률·채상현. (2017). 시설원예농업 활성화를 위한 정책방향. 한국농촌경제연구원.
- 김성섭, 서상택. (2013). 수박공선출하 확대요인 분석 - 충북지역 수박 재배농가를 대상으로. 농업경제 연구, 54(2), 121-139.
- 김성우 외. (2018). 원예농산물 통합마케팅조직 운영 실태와 활성화 방안. 한국농촌경제연구원.
- 김영준. (2022). 신규 진입농의 유동성 제약에 관한 연구. 한국농촌경제연구원.
- 김정섭, 신소희, 구본경. (2018). 청년의 지방 이주 지원 정책 추진 실태와 개선 방안. 서울시 청년허브
- 김정섭. (2015). 청년 귀농 정책의 방향. 귀농·귀촌 활성화 포럼 자료집 . 경상북도.
- 김종인, 김정섭. (2016). 일본의 청년 신규 취농 지원 정책과 시사점. 농촌지도와 개발, 23(2), 115-122.
- 김창환, 박성호. (2016). 경북 산지조직화 운영현황 분석 -경북 사과를 중심으로-. 한국식품유통학회 동계학술발표논문집, 2015권, 49-66.
- 김창환, 위태석. (2014a). 산지유통조직의 유형별 활성화 조건에 관한 연구. 식품유통연구, 31(4), 1-19.
- 김창환, 위태석. (2014b). 전북 산지조직화 운영현황 분석 -남원시, 임실군을 중심으로-. 한국식품유통학회 하계학술발표논문집, 2014권, 49-65.
- 김창환, 위태석. (2015). 산지유통조직 활성화 요인 분석. 한국식품유통학회 동계학술발표논문집, 2014권, 459-482.
- 김태훈, 유찬희, 김종인, 임준혁, 김현정. (2022). 공익직불제 증장기 발전방안 마련을 위한 심층 연구. 농림축산식품부.
- 김홍배. (2014). 농협의 역할과 품목별 조직화. 신유통 포커스, 14-08, 농식품신유통연구원.
- 김홍상. (2021. 6. 9.). 김홍상 칼럼-농업 인력 정책, 틀 전환 필요. 농민신문.
- 농림수산식품교육문화정보원. (2020). 청년농 농업경영컨설팅 운영방안 연구. 농림수산식품교육문화정보원
- 농림축산식품부. (2020), 청년농업인 정착 및 지원 실태 분석.
- 농림축산식품부(2022), 청년농업인 실태조사.

농림축산식품부. (2021). 2020년 자체평가 결과보고서(주요정책 부문).

농림축산식품부. (2022). 청년농업인 패널조사 2018~2022.

농림축산식품부. (2024). 원예농산물 생산유통 통합조직 육성. 농림사업시행지침.

농림축산식품부. 「농산물 유통체계 혁신 종합계획(2021)」

농림수산물교육문화정보원. (2020). 2020년 스마트팜 선도사례집 팜 스마트해지다. 농림축산식품부.

농림수산물교육문화정보원. (2021). 2021년 스마트팜 선도사례집 팜 스마트해지다. 농림축산식품부.

농림수산물교육문화정보원. (2022). 2022년 스마트팜 선도사례집 팜 스마트해지다. 농림축산식품부.

농림수산물교육문화정보원. (2023). 2023년 스마트팜 선도사례집 팜 스마트해지다. 농림축산식품부.

농림수산물교육문화정보원. (2023). 2023 청년농업인 21인의 우수사례 이야기 반갑습니다 청년농업인입니다. 농림축산식품부.

농림수산물교육문화정보원. (2024). 2024 청년농업인 21인의 우수사례 이야기 반갑습니다 청년농업인입니다. 농림축산식품부.

농림수산물교육문화정보원. (2021). 2021년 청년후계농 22인의 우수사례 이야기. 농림축산식품부.

농림수산물교육문화정보원. (2022). 2022년 청년후계농 22인의 우수사례 이야기. 농림축산식품부.

농림수산물교육문화정보원. (2021). 2021년 스마트팜 청년창업 보육센터 우수사례집 스마트팜 청년창업 꿈을 이룬다. 농림축산식품부.

농림수산물교육문화정보원. (2022). 2022년 스마트팜 청년창업 보육센터 우수사례집 스마트팜 청년창업 꿈을 이룬다. 농림축산식품부.

농촌진흥청. (2024). 그린매거진 2024년 1월호~12월호.

농촌진흥청. (2025). 그린매거진 2025년 1월호~2월호.

농민신문 기사: “유통단계 줄이고 수취가격 높이자”

농민신문. (2019.11.21.). 농협, ‘로컬푸드 전문 청년농업인’ 육성.

농촌진흥청. 똑똑 청년농부-함께 꿈을 일구는 청년농업인 품목모임체 경기 김포 ‘소소한 농’

마상진, 김정인. (2017). 청년 영농창업 활성화를 위한 지원 프로그램 개발. 농림축산식품부.

마상진, 김남훈. (2019). 청년 창업농의 성공적 정착에 미치는 요인 분석. 농촌경제, 42(1), 27-49.

마상진, 박대식, 엄진영, 하인혜. (2020). 청년농업인 육성을 위한 한국농수산대학 기능 및 역할 확대 방안 연구. 농림축산식품부.

마상진, 정기환. (2008). 신규 취농의 진입장애 해소방안. 한국농촌경제연구원.

마상진, 정은미, 김정인. (2017). 고령화시대 청년 창업농업인 육성체계 개선방안. 한국농촌경제연구원.

박기형, 김기범. (2017). 농산물 유통효율 개선을 위한 온라인 직경매 시스템 설계. 한국통신학회논문지, 42(9), 1771-1780.

- 박종명, 김종문, 김용우, 유영현, 박종한. (2016). 표준규격 농산물의 소매단계 유통실태 조사 및 개선 방안 고찰. 농업생명환경연구, 28(2), 10-17.
- 박준기, 유찬희, 김종인. (2019). 직불제를 다시 생각한다. 농업전망 2019, 한국농촌경제연구원.
- 석다솜, 소남호. (2022). ISA분석(중요도-만족도)을 통한 청년농 지원정책 개선방안. 한국식품유통학회 2022 하계학술대회 자료집.
- 석다솜, 이상래, 김윤희. (2022). 청년농업인 지원정책의 개선방안. 한국산학기술학회 논문지, 23(5), 515-521.
- 안주영, 엄지범. (2023). 농업법인을 통한 청년농업인의 취농의향 영향요인. 농촌지도와 개발, 30(2), 53-67.
- 왕설, 광영식, 홍재원. (2023). 출하의사결정시스템에 있어 품질변화효과가 출하량에 미치는 영향에 대한 실증연구. JOURNAL OF PLATFORM TECHNOLOGY, 11(4), 62-70.
- 이다예·이희연. (2016). 농산물 직거래 결정 요인 및 농산물 매출액 증대 효과 분석. 농촌경제 39(1). 한국농촌경제연구원
- 이명기, 정진호, 한이철, 성주인, 김정섭, 황윤재, 김태훈, 정학균, 서대석, 김성우, 임소영, 엄진영, 김미복, 정도채. (2021). 2021년 10대 농정이슈. KREI 농정포커스 제196호, 한국농촌경제연구원.
- 이수행, 이상훈, 김정호, 박정지. (2018). 경기도 청년농부 육성 지원방안. 경기연구원.
- 이영석, 최수환, 김중원, 김경록. (2011). 우리나라 농산물 유통구조의 문제점과 개선에 관한 연구. 한국유통과학회 학술대회 논문집, 2011(4), 319-332.
- 이향미. (2016). 농산물 산지유통센터 이용 만족도 결정요인 분석. 농업경영·정책연구, 43(2), 346-369.
- 임세화, 김원경, 강지훈, 위태석. (2023). 농산물 산지유통센터(APC) 디지털 전환 효과 연구: 사과 APC 사례를 중심으로. 한국식품유통학회 하계학술발표논문집, 2023권, 137-149.
- 장민기, 이재현. (2011). 농산물 산지출하조직의 농업노동력 지원 필요성과 운영 사례 분석. 식품유통연구, 28(4), 109-128.
- 장민기. (2019). 소비 변화에 대응한 농산물 산지유통 혁신 - 산지 유통조직의 전략 과제 -. 한국식품유통학회 하계학술발표논문집, 2019권, 77-93.
- 전북농식품인력개발원. (2024). 농업인 전문 교육 운영 계획. 전북특별자치도.
- 전북특별자치도. (2024). 전북형 청년창업농 영농정착 지원사업 지침.
- 정성지. (2020). 청년 농업인 정착을 위한 사회적 농업의 역할 탐색. 농촌지도와 개발, 27(2), 89-110.
- 정용경, 황정민, 최윤지, 최정신. (2019). 청년농업인의 농업경영 특성과 성과에 대한 영향요인 분석. 농촌지도와 개발, 26(3), 143-151.
- 주재창, 김성우, 강혜정. (2020). 통합마케팅조직화가 원예농산물 도매가격에 미친 영향 분석. 식품유통연구, 37(2), 81-99.

- 주재창, 김성우, 김병률. (2020). 온라인 농산물 거래소 추진방향과 과제. 한국식품유통학회 하계학술 발표논문집, 2020권, 193-204.
- 최병옥 외. (2017). 농산물 유통체계의 국제비교 분석과 유통정책 개선방향(2/2차년도). 한국농촌경제연구원.
- 충남연구원(2020), 충남 청년농업인 정책과제 연구.
- 태희원, 송미영, 신유리. (2021). 청년여성농업인 육성 및 정착 활성화 방안 연구. 농림축산식품부.
- 황성혁. (2023). 성향점수매칭법을 이용한 공선출하 여부가 농산물 판매에 미치는 영향 분석. 식품유통연구, 40(3), 137-162.
- 통계청 농림어업총조사(2020)
- 통계청. (각 년도). 농림어업조사.
- aT·KREI·농림축산식품부(2018), 과학기술기반 채소류 수급유통 고도화사업단 보고서.
- Agroberichten Buitenland. (2021). Greenhouse Horticulture in South Korea. LAN Seoul.
- Beata Kowalczyk. (2016). CHANGES TO THE SYSTEM OF DIRECT PAYMENTS IN THE FRAMEWORK OF THE CAP REFORM FOR THE YEARS 2014-2020. Annals of Marketing Management & Economics Vol. 2, No 1, 2016, 39-51.
- KREI. 「농산물 유통환경 변화와 정책과제(2020)」
- LAN & RVO(2021), Greenhouse Horticulture in South Korea.
- OECD. (2018). Innovation, Agricultural Productivity and Sustainability in Korea.
- Virginie Noireaux. 2024. Agricultural distribution channels under pressure and stress for farmers to access markets. Supply Chain Forum: An International Journal 25.

Assessment of the Current Agricultural Distribution Landscape Facing Young Farmers Practicing Protected Cultivation and Relevant Improvement Measures

Young-Mo Hwang · Soonho Ga · Ho-Jung Jeong

1. Research Goals and Methods

☐ Research Goals

- Compared to traditional farmers, young farmers engaging in protected cultivation are better positioned to capitalize on production technologies due to their strong digital competencies, leaving significant room for them to develop innovative agricultural management strategies to take their marketing and distribution to the next level.
- Given that young farmers are crucial for the future of agriculture, this study aimed to assess their current status and propose viable policy support measures while focusing on distribution strategies that dictate the agricultural income of young farmers.

☐ Research Methods

- Status assessment: Using administrative data, we identified the current status of young farmers under the age of 45 in each of Jeonbuk State's 14 cities and counties and analyzed the main aspects of their agricultural management and operations.

- Surveys: We designed a structured questionnaire to ask 117 young farmers selected during the status assessment stage about their distribution channels and needs. We then collected their responses through email and mobile devices for statistical analyses.
- Case studies: We selected cases of protected cultivation and distribution innovation from the government policy data on best youth farm startup practices for the last 2 years and examined them using qualitative meta-analysis.

2. Conclusions and Policy Recommendations

☐ Assessment of the Current Distribution Landscape Surrounding Young Farmers in Protected Cultivation

- Agricultural products are currently being distributed through traditional distribution outlets (primary distribution points) and alternative distribution channels (supplementary distribution points). However, there remain opportunities for improvement in increasing sellers' net proceeds.
- Relevant stakeholders are proactively pursuing "sales innovation" to maximize farmers' net proceeds and address price volatility while striving to secure sustainable delivery at agricultural distribution channels.

☐ Measures to Improve Distribution Mechanisms for Young Farmers Practicing Protected Cultivation

- It is crucial to create the roadmaps for both sustainable delivery and sales innovation that are tailored to the farm's size, as well as to minimize and manage the risks associated with their implementation.
- In a typical sales structure of agricultural products, the appropriate mechanism of an initial delivery point is determined by product shipment volume, time, and

method. This necessitates steps that stabilize farmers' net proceeds and assist them in efficiently managing price volatility concerns.

☐ Tangible Roadmaps and Related Action Plans for Advancing Agricultural Distribution Systems

- It is worth noting that although many consumers use and are willing to use traditional distribution channels (wholesale markets and cooperative marketing), more and more farmers market their products through alternative distribution channels (processing and selling, direct transactions, online, and direct sales outlets).
- Thus, we propose a valid and effective two-pronged strategy that combines 1) “stable shipment and distribution strategies” focused on ensuring stable agricultural sales through traditional distribution channels and 2) “sales innovation strategies” capitalizing on alternative distribution channels as complements.
- To optimize agricultural distribution and sales through traditional distribution channels, the following action plans must be reviewed: encouraging participation by system organizations (e.g., joint distribution and marketing associations), reinforcing farmers' response capabilities for wholesale market penetration and expansion, and promoting supply-to-production strategies for specialized distributors.
- To revitalize alternative distribution channels preferred by farmers, it is of the utmost importance to support processing companies with their raw material contracts, strengthen the presence of local food at direct sales outlets, and promote online direct transaction platforms.

Key Words

Protected cultivation, Young farmers, Distribution structure, Distribution channels

정책연구 2025-14

전북 시설농업 청년농업인 농산물 유통실태 및 개선방안 연구

발 행 인 | 이 남 호

발 행 일 | 2025년 7월 31일

발 행 처 | 전북연구원

55068 전북특별자치도 전주시 완산구 콩쥐팍쥐로 1696

전화: (063)280-7100 팩스: (063)286-9206

ISBN 978-89-6612-583-8 95330 (PDF)

본 출판물의 판권은 전북연구원에 속합니다.

2025년도 주요 연구과제

기초연구

전북특별자치도 지역대학의 지역사회 기여도 분석 연구
전북특별자치도 청년의 결혼·출산·양육 인식 및 정책 수요조사 연구
전북자치도 기후변화에 따른 신선식품 가격변동 요인 분석 연구
지방재정투자심사 제도 운영 사례 검토 및 전북형 모델 개발 연구
농촌 식품사막 지수 개발 및 전북자치도 활용 방향
전북자치도 농촌지역 마을소멸 분석 및 대응 전략
전북 수자원의 효율적 활용을 위한 물발자국 정책활용 방안 연구
인구감소 시대 공간계획방향 설정을 위한 토지이용 특성 분석
전북자치도 외국인 유학생들의 적응 경험 연구

기획연구

도민 건강증진을 위한 생활체육 활성화 방안
농생명 전통·미래 자산 예코뮤지엄 구축 방안
전북자치도 지역특화자원의 글로벌 관광콘텐츠 방안 연구
새만금 농생명용지 경관농업 적용과 추진방안
전북자치도 지역상권 활력제고 전략 수립
전북 스타트업 생태계 활성화를 위한 지원 방안
전북자치도 중추도시 육성 전략(공간체계 개편 중심)
체류인구 활성화를 위한 어메니티 웨딩(Amenity Wedding) 연구

미래전략연구

전북형 RE100 특구 도입 방안 연구
K-방위산업 MRO 클러스터 조성 방향 연구
K-컬처 복합 엔터테인먼트파크 조성 방향
전북자치도 초저온 산업 육성 전략 연구
합계출산율 제고를 위한 전북형 반일제 정규직 도입방안 연구

정책연구

전북특별자치도 산업맞춤형 인력양성 실태와 발전방안
사회적 질병으로서 외로움과 문화적 치유 방안 연구
혁신도시 성과공유 지역균형발전기금 활용방안 연구
전북자치도 수소특화단지 조성 방향 연구
전북자치도 정부 R&D사업 대응력 제고 방안 연구
전북 동부산악권 체류형 생태관광 활성화 방안 연구
군산시 산단 체류인구의 정주화를 위한 과제발굴 연구
전북형 쌀 생산안정 기금 조성·운용 방안 수립 연구
프로스포츠클럽단 창단 타당성 분석 연구
전북특별자치도 청년농업인 농산물 유통실태 및 개선방안 연구(시설농업 중심)
전북특별자치도 생성형 AI 적용방향 연구
전북특별자치도 상용차산업 근로자 복지 증진 방안
전북자치도 반려식물산업 육성 방안 연구
농지관리 제도 개편에 따른 전북자치도의 대응방안 연구
전북특별자치도 소방본부 별도청사 신축·이전 타당성 연구
전북특별자치도 기후대응기금 활성화 방안

현안연구

제2중앙경찰학교 입지 경제성 분석을 위한 연구
한익임상술기교육센터 건립을 위한 기초연구
전북자치도 시외버스 재정지원의 효율적 배분기준 연구



55068 전라북도 전주시 완산구 공취팔주로 1696

Tel 063. 280. 7100

Fax 063. 286. 9206

www.jthink.kr

