

농업, 대한민국 새로운 미래를 열다!

성공사례 시리즈 ②
지역과 연계 강화



농업, 대한민국
새로운 미래를 열다!

성공사례 시리즈 ②

지역과 연계 강화

성공사례 시리즈 ②
지역과 연계 강화

지역자원, 향토자원, 어메니티자원들이 체험관광사업, 가공사업, 브랜드사업, 마을사업이 융복합되어 새로운 농업의 트렌드가 된 6차산업화의 현장, 로컬푸드 사례를 알아본다.



C O N T E N T S

토종 와인으로 세계와 어깨 나란히 영동 도란원 농장(샤토미소)	06
우리 아이들을 위해 탄생한 최고의 로컬푸드 당진시농협해나루조합공동사업법인	10
대한민국 으뜸 6차산업 일군 할머니들의 반란 백석올미 영농조합법인	14
지역 주민들의 협동으로 일궈낸 문화 명소 알프스마을	18
서산 회포마을에 멧돌호박이 넝쿨째! 참샘골식품	22
변신 께한 고구마, 20억 매출 신화 이루며 '싱긋' 미소머금고	26
소비자와 소통으로 일군 6차산업화 성적 '베리굿' 베리팜영농조합법인	30
'꽃보다 아름다운 사람'들이 브랜드 신화를 만들다 임실치즈마을	34
아시아가 주목하는 로컬푸드 성공 모델 완주로컬푸드 협동조합	38
치유와 휴식이 된 나무나라 장흥편백숲우드랜드	42

안남락
043-743-2109
충청북도 영동군 매곡면
유전장척길 143
www.샤토미소와인.kr

토종 와인으로 세계와 어깨 나란히

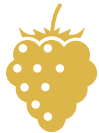
-영동 도란원 농장(샤토미소)-

전국 최대 포도 생산지이면서 우리나라 유일의 포도 와인 산업특구인 영동. 이 일대를 지나면 70여 곳에 이르는 와이너리(포도주 양조장)에서 술술 피어나는 달달한 포도 향이 가는 이의 발길을 멈추게 한다. 영동에서 생산되는 와인 브랜드만 해도 100여 종에 달하는데, 이중에서도 '샤토미소' 브랜드로 꾸준히 자신만의 와인을 개발하며 세계 와인 시장에 도전장을 내민 농가가 있다. 바로 와인의 매력에 푹 빠져 살고 있는 안남락 대표의 영동 도란원 농장이다.



포도, 와인으로 부가가치 상승 중!

포도 생산량



충북 대비 영동 생산량 **70%**

가공 소득비율



생포도 10a당 소득 **1,900**만원

증가하는 영동군 귀농인구



316가구

주요 사업 & 품목

추진 주체 영동 도란원 농장

1차산업 고품질 포도 생산
1,500여평의 포도 농장을 운영하면서 친환경 재배로 고품질의 포도 생산

2차산업 와인 제조
'샤토미소' 브랜드로 스위트, 드라이, 로제 스위트 등 6종의 와인 생산, 판매

3차산업 와인 체험
매년 포도 따기와 와인 만들기 체험 프로그램 진행, 주류 박람회 참가 와인 시음회로 관광객 유치 실천

열정, 와인으로 빛어내다

'샤토미소'는 2013년 '우리 술 품평회' 과실주 부문 대상과 2014년 한국국제소믈리에협회가 주관한 '제3회 코리아와인 어워즈'에서 금상을 차지한 영동 도란원 농장의 와인 브랜드다. '샤토미소' 와인은 2011년 열린 '대한민국 와인축제'에 출품된 23농가 출품 와인 가운데 최고의 와인으로 평가받으며 업계의 주목을 받기 시작했다. 안남락 대표는 2000년에 고향인 영동군 매곡면에 귀농해 가업인 포도



TIP

농가형 와이너리란?

전국 포도 생산량의 13%를 차지하는 영동군은 포도와인특구로 지정된 뒤 농가소득원을 다원화하고 와인을 관광 상품화하기 위해 농가형 와이너리 육성에 힘을 쏟고 있다. 영동군은 2008년부터 와인 제조 경험이 풍부하고 일정 규모의 품종별 포도를 재배하는 농가를 선정해 와인 제조기반시설을 지원하고 있다. 와이너리에 뽑힌 농가에는 와인 1000L 이상을 만들 수 있는 파쇄기, 착즙기, 스테인리스 발효 숙성 탱크, 와인 이송펌프, 여과기, 코르크 충전기, 캡슐수축기 등을 설치해 준다. 농민들은 영동포도클러스터사업단에서 운영하는 '와인 아카데미'에 참여해 주류제조 이론 및 실습 등 와인을 만드는 데 필요한 모든 것을 기초부터 배울 수 있다. 특색 있는 와인 개발을 위해 선진지를 돌아보는 기회도 준다. 영동군은 2014년 기준, 현재까지 모두 58곳의 농가형 와이너리를 육성하고 있다.

농사를 이으며 포도주를 접했고, 2009년 영동군에서 지원하는 '와인아카데미' 심화과정까지 마치며 와인제조 주류면허를 취득했다. 이후 자체 브랜드인 '샤토미소'를 내고 자신만의 최고급 와인을 생산해내고 있다. 국내는 물론 세계에서도 손꼽히는 와인을 만든다는 목표 아래 안남락 대표는 2011년부터 2013년까지 이탈리아와 호주, 프랑스로 와인 연수를 다녀오기도 했는데, 당시 와인 중추국인 프랑스의 한 연구소가 평가한 결과가 눈길을 끈다. 프랑스 라포(와인) 연구소에 '샤토미소' 와인의 분석을 의뢰해 와인 가운데 최상위 등급 판정을 받은 것이다. '샤토미소'는 이렇듯 안남락 대표의 열정을 발판으로 국내는 물론 세계인의 입맛을 평정할 브랜드로 거듭나고 있다.

지역 축제와 연계한 체험 네트워크 구축

영동 도란원 농장은 농업기술센터의 '2012년 농가체험 발효액 보급 시범사업'을 계기로 와인 가공, 발효실, 와인숙성 시설, 체험시설 등 제대로 된 시설을 갖추고 20종의 가공장비 및 체험 장비를 설치해 와인제조와 체험을 연계한 프로그램을 운영하고 있다. 특히 영동군의 특

성을 살려 국악과 와인을 결합한 체험 프로그램을 마련한 것이 두드러진다. 이는 와인축제와 난계국악 축제를 동시에 열어 관광객 유치에 힘을 보태고자 하는 영동군과 뜻을 함께 하는 행보다. 영동군은 포도 가공산업을 신성장 미래사업으로 육성하고 있다. 이에 농가형 와이너리 100개 육성을 목표로 하는 것은 물론, 다양한 와인 산업 육성 정책을 펼치고 있다. 영동 도란원 농장도 영동군이 지원하는 농가형 와이너리 중 한곳으로, 제조에서 판매까지 많은 도움을 받으며 커나가고 있다. 안남락 대표는 더 많은 이들에게 '샤토미소'의 매력을 알리기 위해 각종 주류 박람회에 참가하며 시음행사를 열고 있다. 또 앞으로도 체험프로그램을 적극 활용해 '샤토미소' 와인을 널리 전파할 계획이다. 최상의 토종 와인을 만들기 위한 안 대표의 열정이 꺼지지 않는 한, 우리나라를 넘어 세계 와인 애호가들의 입맛을 사로잡을 '샤토미소' 와인의 탄생도 멀지 않아 보인다.

INTERVIEW






영동 도란원 농장(샤토미소) 안남락 대표

2000년에 고향인 영동군 매곡면에 귀농해 가업을 이으며 포도주를 접하게 된 안남락 대표는 포도주의 매력에 빠져 2009년 영동군에서 지원하는 '와인아카데미' 심화과정까지 마치며 와인제조 주류면허를 취득하기에 이르렀다. 이후 연구와 개발에 몰두해 '샤토미소' 브랜드를 내고, 로제와인, 대나무통 숙성와인, 이순포도(꿀포도)를 이용한 프리미엄 와인과 같은 자신만의 고유한 와인을 빚어내고 있다. 대나무통 숙성법은 와인을 대나무 통에서 3년 동안 숙성을 시켜 대나무의 향을 그대로 느낄 수 있는 것이 강점이다.



전문가가 말하는 영동 도란원 농장(샤토미소) 성공비결

충남발전연구원 농어업6차산업화센터 유학열 센터장

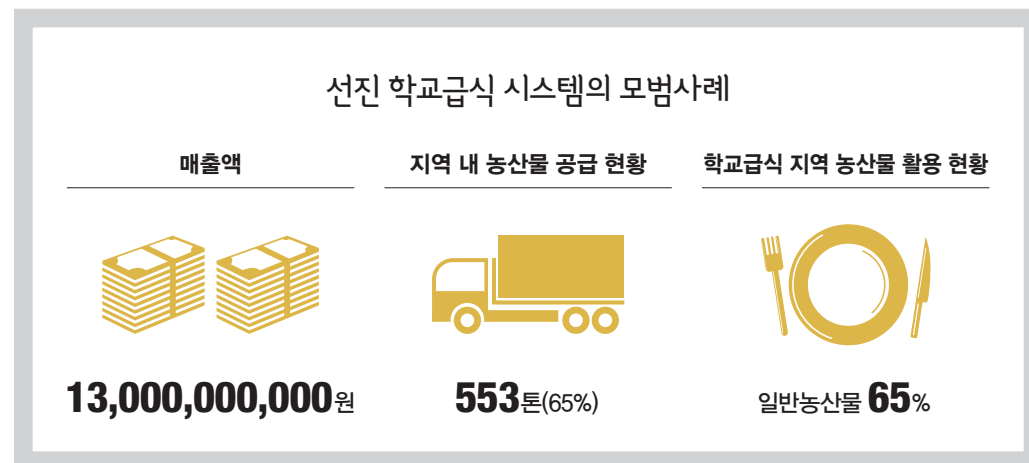
 성공비결 01	 성공비결 02	 성공비결 03
<p>지자체 지원과 동반성장</p> <p>고품질의 와인을 생산해 다양한 와인 행사에 적극 참가, 홍보 주력</p>	<p>“도전 또 도전”</p> <p>‘샤토 미소’만의 와인 개발로 경쟁력 갖추고 신제품에 체험 접목</p>	<p>“세계 최고 와인을 목표로”</p> <p>세계 유명 와인 생산국 방문해 제품의 단점 보완, 해외 시장 발굴 및 품질 향상</p>

이부원
041-358-6186
충청남도 당진시
시곡로 264

우리 아이들을 위해 탄생한 최고의 로컬푸드

-당진시농협해나루조합공동사업법인-

학교에서 많은 시간을 보내는 청소년들에게 친환경 급식을 제공하는 것은 매우 중요한 일이다. 그러나 단가나 수급의 문제뿐 아니라 간혹 농약이 검출된다거나 집단 식중독이 발생하는 등 적지 않은 문제가 발생하기도 한다. 지역 내의 건강한 농산물을 직거래로 급식에 사용하면 얼마나 좋을까? 2011년 전국 최초로 개소한 당진학교급식센터는 이렇듯 '우리 아이들을 위한 로컬푸드를 제공하겠다'는 바람으로 시작되었다. 운영 3년째를 맞이한 올해는 당진 지역 초·중학교 전면 무상급식과 함께 지역농산물 소비에 앞장서고 있어 주목을 받고 있다.



주요 사업 & 품목

추진 주체 당진시농협해나루조합공동사업법인

- + **급식품목**
양곡, 잡곡, 두류, 채소, 축산, 가공, 공산품
- + **주산품목**
감자, 고구마, 파리고추, 사과, 수박
- + **신선편이**
김치, 고추장, 각종 육류 등 가공식품

지역 내 친환경 농축산물 활용의 모범사례

당진학교급식센터는 3년 전 당진 지역 89개 초·중·고등학교에 농축산물 납품하며 힘차게 문을 열었다. 지역 농가에서 해마다 생산되는 품질 좋은 식재료를 기반으로 다양한 가공품 생산, 철저한 관리로 해썬(HACCP) 인증을 받는 등 성장을 거듭했다. 해마다 단계적으로 공급 대상을 확대해 현재는 어린이집 40곳을 비롯해 공공기관, 관내 기업체 단체 급식소 등에도 지역 농축산물을



TIP

로컬푸드 운동이란?

반경 50km 이내에서 생산된 믿을 수 있는 친환경 농산물을 해당 지역에서 소비하는 것을 말한다. 미국이나 영국, 캐나다, 이탈리아, 일본 등의 나라에서는 수십 년 전부터 활발하게 전개되고 있다. 이탈리아의 슬로푸드(Slow Food), 네덜란드의 그린 케어팜(Green Care Farm), 미국의 '100마일 다이어트 운동', 일본의 '자산지소 운동'이 그 예이다. 지역경제 활성화와 장거리이동이 필요치 않아 이산화탄소 발생량이 적다는 점도 장점으로 꼽을 수 있다. (출처_환경 경제용어사전)



공급하고 있다. 지난해 9월에는 서울시 친환경 학교급식 지원센터에 충남도 대표 공급처로 선정되기도 했다. 지역 농산물을 지역 내에서 소화하는 것을 넘어서 수익을 창출하는 새로운 사업으로 확장시킨 셈이다. 이렇듯, 당진학교급식센터는 다른 지역에 당진의 친환경 농산품 10여개 품목, 250여 톤을 공급하는 등 꾸준히 판로 개척을 해왔다. 뿐만 아니라 지역 농가와의 계약 재배, 매취 사업을 통해 전체 납품 농산물의 65%(해나루쌀 100%)를 지역 우수 농산물로 공급하고 있으며 축산물도 90% 이상을 지역 축산물로 공급하고 있다. 당진학교급식센터는 수익성 증대를 위해 2차 가공품 개발에도 박차를 가하고 있다. 직접 공장과 연계해 지역산 원료로 가공한 식품을 학교에 공급하고 있는 것. 당진 지역에서 나고 자란 우수한 친환경 농축산물에 대한 소비촉진 노력으로 진정한 '로컬푸드'를 실현해낸 셈이다.

새로운 급식 트렌드에 벤치마킹 잇달아

당진학교급식센터는 매달 생산자와 영양교사, 시민단체, 학부모 등으로 구성된 운영협의회를 개최하고 있다.

학교 급식은 우리 아이들의 건강과 미래와 직결된 사안인 만큼 식재료 공급 품목과 단가 등을 결정하는 데 있어 공공성과 투명성이 필수라고 판단했기 때문이다. 시시때때로 급식 관리 비리 문제가 터져 나오는 일부 학교의 문제점을 반면교사 삼아 선진적이고 투명한 시스템을 정착시킨 것이다.

이러한 당진학교급식센터의 성공에 다른 지자체에서도 관심을 보이고 있다. 특히 학교급식에 소요되는 농·축·수산물을 비롯한 전 식자재를 일괄 공급해 효율성과 안전성을 확보한 것은 전국에서 처음 시도된 일로, 수도권 학교급식 관계자들이 당진학교급식센터를 직접 방문해 운영상황을 벤치마킹하면서 화제가 되기도 했다. 안전한 먹을거리 공급 체계를 구축한 당진학교급식센터. 학교는 성장기 학생의 건강을 지키고 농가는 안정적 판로 확보로 소득 증대의 기쁨을 누리는 로컬푸드 운동의 바람직한 모델이 바로 이곳에 있다.

INTERVIEW






당진시농협해나루조합공동사업법인
이부원 대표

지역 농산물 소비의 중요성을 누구보다 잘 알고 있는 이부원 대표는 '음식은 양심이다'라는 신조로 센터를 운영하고 있다. 소비자와 생산자의 거리가 줄어들수록 건강한 음식을 만들 수 있다는 신념으로 아이들의 건강을 위해 지역 농산물 소비에 앞장서고 있는 것. 현재 당진학교급식센터는 학교급식의 벤치마킹 코스로 손꼽히고 있다. 당진 농민들이 '내 아이, 내 가족이 먹는다는 생각'으로 농산물을 공급하기 때문이다. 각 학교에 지역농산물을 공급하면서 아이들의 건강은 물론 농민들의 판로도 해결되었다.

전문가가 말하는 당진학교급식지원센터 성공비결

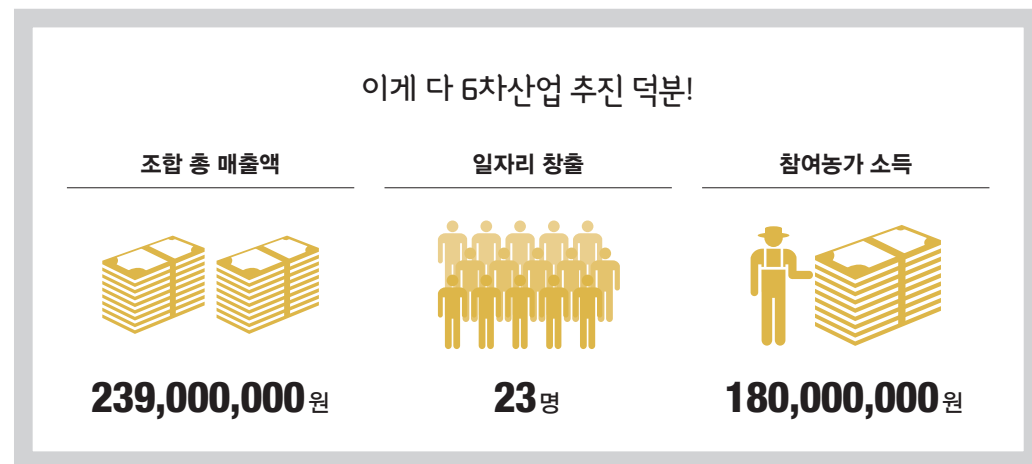
충남발전연구원 농어업6차산업화센터 권오성 연구원

 성공비결 01	 성공비결 02	 성공비결 03
“투명성과 공공성 확보” 학교, 지역단체, 교육청과 연계하여 매달 운영협의회의 운영, 정기적 협의체계 구축	“전국 최초 일괄배송 체계 구축” 소규모학교 동일단체 공급시스템을 통해 공익 우선급식체계 완성	“판로 없던 지역 농가와 협업” 판로를 못 찾던 친환경 지역농가와 계약재배, 지역을 넘어 외부 홍보 극대화

대한민국 으뜸 6차산업 일군 할머니들의 반란

-백석올미 영농조합법인-

75.7. 이는 올해 농림축산식품부가 개최한 '제2회 6차산업화 우수사례 경진대회'에서 대상을 거머쥔 51명의 주인공들 나이를 평균으로 셈한 값이다. 충남 당진 백석올미영농조합 조합원인 이 멋진 어르신들은 아무런 지원 없이 자신들만의 힘으로 사업을 일궈 2년 만에 2억원이 넘는 연 매출을 이뤄냈다. 젊은이들은 이들이 일궈 낸 놀라운 삶의 신화에서 희망과 도전의 불씨를 보고, 고령화로 침체된 농가는 '도약의 가능성'이라는 긍정의 단어를 발견한다.



주요 사업 & 품목

추진 주체 백석올미마을영농조합 부녀회

- 1 차산업
 친환경 농산물 생산
 찹쌀, 쌀, 참깨, 검은깨, 매실, 대추, 두릅, 엄나무, 양파, 마늘
- 2 차산업
 전통 계승한 마을 고유의 가공품 생산
 매실한과, 매실액기스, 매실고추장, 매실장아찌
- 3 차산업
 유통·마케팅·체험관광, 손주사랑 체험 브랜드화 직거래 장터, 온라인 마케팅, 체험휴양마을, 농촌체험학습장

지역 안에서 나누고 즐기니 마을 기업으로 성장

충남 당진군 순성면 백석올미영농조합은 조합원 51명 가운데 46명이 여성이고, 평균연령이 75세이니 그야말로 할머니들의 반란이란 소리가 틀리지 않다. 이 반란의 중심에는 백석올미영농조합 김금순 대표가 있다. '시골 인심'을 찾아 가족과 함께 2008년 남편의 고향 인근으로 귀농한 김금순 대표. 본디 나눔이 몸에 밴 김 대표는 2010년 부녀회 회장을 맡으며 나눔 실천을 부녀회 회원



TIP

6차산업 경진대회란?

농촌지역의 다양한 자원과 2·3차 산업간 융·복합화를 통해 부가가치를 높이고 일자리를 창출해 지역경제 활성화에 기여하고 있는 6차산업화 성공 모델을 발굴, 전파하기 위한 대회. 농업의 6차산업화에 대한 국민의 관심을 높이고 농업인의 참여 촉진을 위해 2013년부터 농림축산식품부에서 개최하고 있다. 농식품부는 지난해 제1회 경진대회에서 입상한 10건의 경영성과 조사 결과 우수사례로 선정된 이후 전년(2012년)에 비해 평균 매출액은 51%, 일자리는 42%의 증가세를 보였다고 밝혔다.

들에게까지 확산시켰고, 홀몸어르신과 불우이웃 봉사에 필요한 기금 마련을 위해 한과를 만들어 판매한 것이 오늘날 마을기업을 일으킨 원동력이 됐다. 당시 마을에는 남원천변에 심어진 10만 그루의 매실나무를 주민들이 공동 관리하며 매실축제를 마을잔치로 진행하고 있었다. 33명의 부녀회원들은 검은들 권역 사업의 소득사업으로 매실한과 공장을 설립했다. 그리고 매실축제에 한과를 만들어 판매한 것을 시작으로 오늘날 참쌀 5톤, 연매출 3억5천만원을 내다보는 마을기업으로 성장하게 된 것이다.



조합원도 안심 소비자도 안심

한과와 약과 등의 원재료는 조합원의 농산물을 수매하는 것을 원칙으로 한다. 또 수매가는 소비자 가격을 기준으로 값을 쳐주니 조합원들은 농산물 판매 걱정 없이 안심하고 농사지을 수 있다. 이와 더불어 어르신들의 고용 창출은 마을에 새로운 바람을 몰고 오기 충분하다. 매실한과와 매실농축액, 매실장아찌, 매실고추장을 손수 만들며 마을 안에서 용돈벌이를 할 수 있어 할머니들에게는 큰 즐거움이



되었다. 판로도 조합원들이 서로 힘을 모았기에 '함께한다'는 유대감이 수익보다 더 큰 기쁨으로 돌아온다.

‘같이’의 가치 실현

조합원 모두가 한마음일 수 있는 계기에 대해 김금순 대표는 “투명한 회계관리와 각자의 역할 분담, 기준을 정하고 그에 따른 정확한 시행”을 꼽는다. 이는 조합원 모두에게 공평하고 공정하니 어느 한사람 불평불만 없이 화합을 이룰 수 있다는 이야기로 풀이된다. 38명으로 출발했던 마을기업 조합원 수는 현재 51명으로 늘어났다. 백석올미영농조합은 2차 가공품을 바탕으로 지역을 체험휴양마을로 조성하고 농촌체험학습장을 마련해 관광수익도 마련하고 있다. 여기에 평생학습마을과 자원봉사센터 운영은 더불어 살기에 즐거운 마을이 됨을 깨닫게 하는 또 다른 움직임이다.

INTERVIEW






백석올미영농조합 김금순 대표

백석올미영농조합을 이끌고 있는 김금순 대표는 2008년 남편과 함께 자식들에게 고향의 따뜻한 사랑을 마련해 주고 싶어서 남편의 고향 인근으로 귀농했다. 지역 봉사료 두각을 보인 김 대표가 2010년 마을사람의 신뢰를 얻어 부녀회를 이끌고, 홀몸어르신과 불우이웃 봉사에 필요한 기금 마련을 위해 부녀회원들의 손맛을 살려 한과를 만들어 팔게 된 것이 오늘날 마을기업을 일으킨 계기가 됐다. 당진시 순성면 주도로 진행돼 오고 있는 매실축제 또한 주민들의 화합과 단결을 이끌어 매실한과사업의 든든한 토대가 되었다.

전문가가 말하는 백석올미마을 성공비결

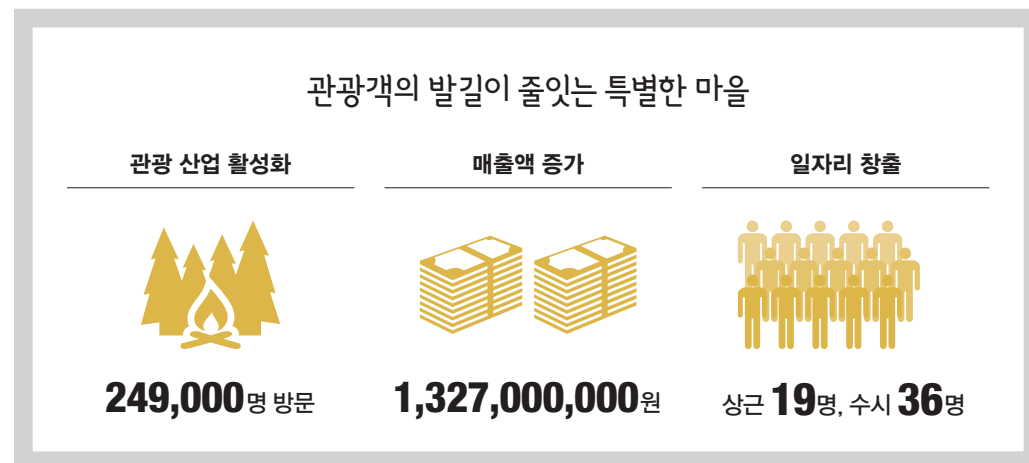
충남발전연구원 농어업6차산업화센터 권오성 연구원

 성공비결 01 “같이의 가치 실현” 주 1회 회의 및 월 1회 월례회의, 무엇이든 더불어 함께하는 상생의 정신	 성공비결 02 “나이가 무슨 상관” 선진지 견학과 전문교육 등으로 할머니들의 자신감 향상, 마을 활력으로 이어져	 성공비결 03 “혼자만 잘살은 무슨 재민겨?” 투명한 관리, 공동체 중심의 기업경영과 이익 배분으로 단합심 고취
--	---	---

지역 주민들의 협동으로 일궈낸 문화 명소

-알프스마을-

36번국도를 따라 대전을 지나다 보면 아름다운 천장호수를 낀 마을 하나가 나타난다. 충남 청양군 정산면 천장리. 하늘이 마치 천장처럼 높다고 하여 붙여진 이름으로, 현재는 '알프스마을'로 변신했다. 이곳은 우리에게 가요로 잘 알려져 있는 '칠갑산'이 우뚝 서 있지만, 사실 10여 년 전만 해도 별다른 특색도 없고 인구도 적은 두메산골에 불과했다. 그런데 대체 10년 동안 이 작은 시골마을에 무슨 일이 생긴 걸까. 이제는 해마다 20만 명 이상의 관광객들의 발길이 줄을 잇는 문화명소로 거듭난 천장리, 아니 알프스마을의 기적이 궁금하다.



주요 사업 & 품목

추진 주체 알프스마을 운영위원회

- + 세계 조롱박 축제**
 2.4km길이의 조롱박 터널, 희귀박, 대형박 등 이색전시와 체험활동, 매년 여름 개최
- + 칠갑산 얼음분수축제**
 조롱박 터널에 얼음을 얹러 볼슬레이장, 썰매장으로 활용, 매년 겨울 개최
- + 도농교류센터 운영**
 각종 체험 프로그램과 세미나는 물론 숙박까지 제공하는 센터 운영

이곳에 가면 특별한 축제가 있다

천장리를 '충남의 알프스'라고 하는 까닭은 청양 땅에서도 응달진 산골짜기에 자리해 한번 눈 오고 얼음이 얼면 좀처럼 녹지 않아서다. 그만큼 열악하고 외진 곳에 있는 시골 마을이지만 마을 주민들은 이러한 단점을 특색 있게 변화시켰다. 매년 1, 2월에 열리고 있는 얼음분수축제에는 무려 10만 명 넘는 관광객이 이곳을 찾는다. 마을 곳곳에 눈과 얼음을 이용해 즐길거리를 마련해 새로

운 레저체험을 제공하여 가족 단위 여행객들의 사랑을 받고 있다.

반면, 여름철 이 마을의 명물은 조롱박 터널이다. 마을 길 2.4km 양쪽에 50cm 간격으로 조롱박을 심어 만든 터널은 멕시코, 중국 등 전 세계에서 가져온 110여 종의 박이 다양한 모양을 뽐내며 눈길을 사로잡는다.

사실, 천장리는 인구가 100명 남짓한 작은 마을로 농업 기반조차 취약했다. 그러나 그 열정만큼은 대단했다. 처음에는 700m 길이에 불과했던 조롱박 터널은 2007년 이후 계속된 주민들의 적극적인 참여로 2.4km에 달하는 엄청난 규모의 명소로 거듭났다.

희귀한 조롱박을 보러 두메산골까지 찾아온 사람들은 수려한 경관에 반하고, 생각지도 못한 새로운 경험에 열광했다. 소달구지와 꽃마차를 타고 터널을 달리고, 박으로 만든 탕수와 박잎전, 박갈국수와 박각두기 등 색다른 맛도 느낄 수 있다. 게다가 조롱박화장품 만들기, 동물 먹이 주기 등 온 가족이 함께 할 수 있는 다양한 체험활동도 가득하다.

주민들의 열정이 일궈낸 관광 명소

시골 마을의 이 같은 변신은 정부로부터 인정받아 2011년 도농교류경진대회에서 대통령상을 받기도 했다. 지난해에는 대한민국농촌마을 대상(국무총리상)을 받으면서 대한민국 농촌의 위상을 높였다. 아름다운 경관과 깨끗한 공기밖에 없었던 두메산골은 지역 주민들의 아이디어와 노력으로 놀라운 변신을 이룩했다. 청양알프스



스마을의 성공의 열쇠는 이렇듯 순수하게 지역주민들만의 노력으로 만들어진 마을축제의 힘에 있다.

칠갑산 얼음분수축제는 이 마을 100명 남짓한 주민의 절반이 참여해 꾸린 영농법인 '알프스마을 운영위원회'가 주최한다.

얼음분수, 빙어낚시터, 눈조각과 얼음조각, 눈썰매장과 얼음봅슬레이, 하우스 안에 꾸려진 먹거리장터 등을 갖춰 충남 대표 겨울축제로 자리잡았다. 낮에는 할아버지가 끄는 소썰매도 타고, 어둑해진 저녁에는 장작불에 밥을 구워 먹기도 한다. 모 심을 때 쓰는 이앙기로 썰매도 탄다. 도시에서는 절대 경험할 수 없는 독특한 즐거움에 많은 관광객들은 지금도 산 넘고 물 건너 청양의 작은 마을을 찾고 있다. 순수 조롱박 씨를 심고 동네를 가꾼 이 지역 주민들의 평균 수입은 축제를 시작하기 전보다 10배쯤 높아졌다. 해마다 동네를 가득 채우는 아이들의 웃음소리는 즐거운 덩이다.

INTERVIEW



알프스마을 황준환 대표

천장리는 전형적인 산골마을이다. 고향마을을 발전시키고 싶었던 황준환 위원장 눈에 들어온 것이 마을 옆 칠갑산 실개천. 북향이어서 겨우 내 눈이 녹지 않았다. 황 위원장은 주민들을 설득해 2008년 이곳에 얼음축제장을 만들었다. 아이들을 '하이디'로 변신시켜 마을 캐릭터로 내세웠고, 칠갑산과 알프스를 접목시켜 마을 이름을 '알프스마을'이라 지었다. 천장호수와 도농교류센터, 웰빙체험농원 숙박시설 등이 체류형 관광지로 자리매김하는 역할을 했다. 2007년에는 마을경관사업으로 하천 독에 조롱박을 심기 시작했다. 조롱박과 얼음축제가 한 곳에서 열리는 '융합형 축제'가 탄생했다.

전문가가 말하는 알프스마을 성공비결

충남발전연구원 농어업6차산업화센터 권오성 연구원



성공비결 01

“마을 사람”

마을의 조직화, 사회적 기업을 만들어 직업적 안정감, 소속감 증대



성공비결 02

“지역 자원”

지역의 자연 환경을 관광자원으로 활용, 명품 축제 브랜드화



성공비결 03

“농산업화”

명품축제에서 6차산업으로, 농촌 관광의 고부가가치를 보여줌

서산 회포마을에 맷돌호박이 넝쿨째!

- 참샘골 식품 -

뜻밖의 큰 행운을 접했을 때 '호박이 넝쿨째 굴러들어왔다'고들 한다. 충남 서산에는 진짜 호박을 재배하고 가공해 체험농가 인증까지 받으며 그야말로 '호박을 넝쿨째' 차지한 농가가 있다. 흔히 늙은 호박으로 일컬어지는 맷돌호박에서 아이디어를 찾아 마을 전체를 호박체험 관광단지로 탈바꿈시키는 등 지역경제에 활기를 불어넣은 최근명 대표의 서산 참샘골 호박농원이 그 주인공이다.



6차산업을 먹고 뺏어가는 호박넝쿨!

매출액



350,000,000원 달성

체험 방문객



연간 5,100여명

참여농가 소득



연간 80,000,000원

주요 사업 & 품목

추진 주체 참샘골식품

1차산업 지역 소득작목 발굴
맷돌호박을 지역 고령농가 소득작목으로 발굴

2차산업 호박 가공상품 개발
고구마&호박죽, 호박미인, 호박순 달인물 등

3차산업 사계절 호박 체험관광마을 육성
호박전통음식체험장을 비롯한 농촌체험관광마을 육성

착한 호박, 2차 산업으로 몸값 '깡충'

충남 서산 회포마을의 효자 노릇을 톡톡히 하고 있는 참샘골 맷돌호박. 이 맷돌호박이 어느 호박과 무엇이 얼마나 다르고 특별하기에 농가에 역대 연매출을 안기며 고공행진 중일까.

우선 참샘골 맷돌호박은 친환경 호박이라는 점이 좀 다르다. 농약과 화학비료를 아예 쓰지 않는 데다 종자 때부터 성장할 때까지 키토산을 뿌려주니 병충해 예방은 물론



TIP

맷돌호박 상온 저장법이란?

호박은 가을에 수확하는데, 보통 3개월 정도만 지나면 썩어 버린다. 이러한 호박의 단점 덕에 저장만 잘한다면 가을에 kg당 1000원에서 2000원 정도 가격에 거래되는 것을 봄이 되면 kg당 8000원에서 1만원까지 값을 받을 수 있는데다, 여름에 시장에 내놓을 수만 있다면 판매가는 2만원을 넘어산다. 여기에 착안한 참샘골식품 최근명 대표는 지난 2000년 맷돌호박을 상온에서 장기 저장할 수 있는 기술을 개발했다. 한번 자리 잡은 호박은 절대로 옮기지 않고 참고 온도는 12~14도, 습도는 60~65%로 유지하는 게 상온 저장법의 비결이다.



론 맛과 영양도 덩달아 좋아진다. 또 호박의 연중 보관이 가능하다는 게 두드러진 강점이다. 가을에 열리는 호박은 이듬해 봄을 넘기기 전에 썩는 저장성이 약한 농산물이다. 이점에 주목한 최근명 대표는 저장법을 연구하는데 3000통의 호박을 사용하고 1년의 연구 기간을 투자했다. 최 대표의 이러한 끈질긴 노력 끝에 우리나라에서는 처음으로 습도·온도·환기 3박자를 맞춘 ‘늪은 호박 상온 장기저장법’을 개발해 사계절 싱싱하게 호박을 보관할 수 있게 됐고, 이렇게 사철 내놓는 맷돌호박은 고스란히 매출 증가로 이어졌다. 저장법 개발의 성공으로 최대표는 1998년 농림축산식품부가 선정하는 신지식인에도 이름을 올렸다. 더불어 못생긴 호박은 ‘호박미인’이라는 이름을 달고 호박즙, 호박죽과 같은 가공 과정을 거쳐 고부가가치 상품으로 거듭났다.

‘온라인 판매’ 유통의 벽 가뿐히 뛰어넘다

맷돌호박을 주 종목으로 삼기 전까지 최근명 대표는 직소농장에서부터 버섯 재배까지 여러 분야를 전전했다. 생산은 성공적이었으나 유통의 벽은 넘기 어려워 연이어 고배를 마셔야 했다. 맷돌호박의 상온 장기저장법을 개발했을 때도 유통은 큰 난관이었다.

그동안 판로확보와 유통실패로 어려움이 많았던 최근명 대표는 중간 유통마진을 줄일 수 있는 방안으로 인터넷을 활용한 전자상거래에 눈을 돌렸다. 직접 유통에 나서야겠다는 생각으로 최 대표는 ‘참샘골’이라는 브랜드를 특허청에 등록하고 농촌진흥청을 방문해 홈페이지를 무

료로 개설, 판매에 나섰다. 1년을 넘기도록 판매 문의가 없어 답답했지만, 곧이어 ‘웰빙’ 바람이 거세게 불면서 호박이 언론의 주목을 받기 시작했다. 온라인 판로를 열어둔 덕에 ‘참샘골 호박농원’에 대한 취재요청과 고객들의 문의가 밀려들기 시작했다.

온라인 고객들은 상품개발을 위한 아이디어를 제공하며 사업 방향에 나침반이 돼 주었다. 이에 최대표는 2003년 ‘호박미인’ 브랜드를 특허청에 등록하고 가공 상품들을 내놓으며 소위 ‘대박’을 터뜨렸고, 체험마을 만들기도 힘을 쏟아 2004년 농협중앙회 회포 팜스테이 지정과 서산시농업기술센터 전통음식체험관 1호 지정, 행정자치부 회포 정보화마을 지정, 농림부 녹색농촌체험마을 지정, 회포농어촌체험휴양마을 등으로 지금의 체류형 체험농장의 면모를 갖췄다. 회포마을은 이제 55농가가 있는 지역에 해마다 5천여 명이 넘는 관광객이 밀려들 만큼 상황을 이루는 관광지역이 됐다.

INTERVIEW






참샘골식품 최근명 대표

최근명 대표는 고객의 눈높이와 요구(Need)에 맞춰 상품을 개발한 신지식 농업인이다. 그가 선택하고 집중한 고객과의 눈맞춤 좌표는 온라인이었다. 홈페이지 고객들의 문의를 아이디어로 만들어냈기 때문이다. 그는 재구매 비율을 높이는 비결에 대해 “상품을 명품으로 만드는 게 우선”임을 강조한다. 가공용으로 좋은 맷돌호박을 황토에서 키토산 농법으로 재배해 무농약 인증을 받고, 농산물이력추적관리 시스템에 등록해 안전한 농산물이라는 믿음과 신뢰를 쌓은 최 대표는 ‘신뢰만 있으면 없어서 못 판다’는 시장의 위력을 일찌감치 깨달아 참샘골 호박농원을 성공으로 이끈 것이다.

전문가가 말하는 참샘골식품 성공비결

충남발전연구원 농어업6차산업화센터 유학열 센터장

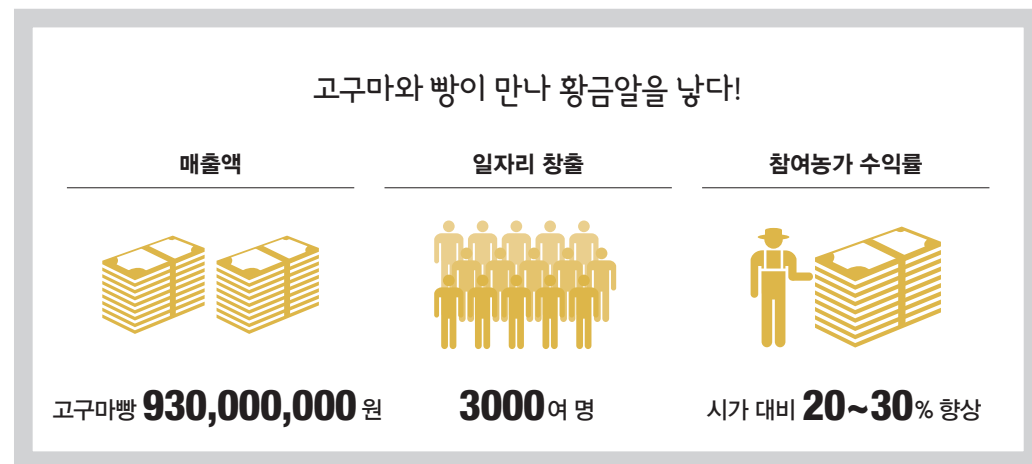
 성공비결 01	 성공비결 02	 성공비결 03
<p>“사계절 호박 풍년”</p> <p>키토산농법으로 무농약 호박 생산 및 호박 상온 장기저장법 개발로 연중 판매 실현</p>	<p>“소비자가 왕!”</p> <p>소비자 아이디어를 활용한 다양한 가공상품 개발과 체험프로그램 발굴</p>	<p>“온라인 직거래 시스템 도입”</p> <p>인터넷 쇼핑몰 직거래 시스템 구축으로 유통 거품 빼</p>

박찬설
 054-636-1599
 경상북도 영주시 봉현면
 소백로 1727
 www.고구마빵.com
 www.미소머금고.net

변신 피한 고구마, 20억 매출 신화 이루며 '싱긋'

-미소머금고-

경북 영주에 가면 꼭 맛봐야할 명물이 있다. 바로 이름만 들어도 절로 그 달콤한 맛이 떠올라 입가가 올라갈 것만 같은 '미소머금고' 고구마빵이다. 지역 특산물인 고구마를 가공해 만든 고구마빵이 이전 영주 고구마보다 더 이름을 떨치고 있다. 그 뒤에는 6차산업화의 모범사례로 꼽히고 있는 미소머금고 영농조합법인의 박찬설 대표가 있다.



주요 사업 & 품목

추진 주체 미소머금고 영농조합법인

- 1차산업** 고구마 생산
 직영과 임대 혼합 통한 직접 생산, 주변 농가, 작목반, 농협과 연계해 물량 확보
- 2차산업** 고구마빵 '미소머금고' 가공품 생산
 HACCP(식품위해요소 중점관리기준) 시설에서 12가지 단일상품과 4가지 묶음상품 가공생산
- 3차산업** 직거래, 유통, 교육, 체험
 고구마와 고구마빵 온·오프라인 직판, 직영점, 가맹점 납품

흔한 고구마가 효자 품목으로

박찬설 대표는 경북 영주가 고향이다. 13년 동안 저온 저장시설의 고압가스 냉동기사로 일하다가 2000년 귀농을 결심하고 고향으로 돌아와 재배품목을 고르던 박찬설 대표. 그는 별다른 고민 없이 고구마를 선택했다. 예부터 영주는 일조량이 풍부하고 토질도 배수가 좋은 사질 양토인 덕에 고구마 재배에 적합하다. 게다가 고령화된 농촌에서, 다른 작물에 비해 재배하기가 쉽고 대규모

모 농사도 가능한데다 유기농 재배를 할 수 있다는 매력까지 갖춘 고구마는 박찬설 대표에게 완벽한 조건을 갖춘 '정답'이었다. 게다가 '좋은 먹을거리'의 기준을 내밀어도 고구마는 완벽했다. 열량은 낮으면서 각종 비타민과 식이섬유가 풍부한 고구마는 맛과 영양 모두에서 나무랄 데 없는 답안인 셈이다.

박 대표는 귀농 첫해 500평에 고구마를 심었다. 고구마는 연작하면 토양의 질이 떨어지는 탓에 인근 농가와도 계약재배를 했다. 이렇게 수확한 고구마를 저온 저장고에 보관했다가 4월부터 본격적으로 판매했다. 해마다 농사 규모를 키워 현재는 연간 50만㎡에서 800~1000톤의 고구마 생산량을 자랑하는 박찬설 대표는 고구마 생산과 판매로만 연간 6억원에서 10억원 이상의 매출을 올리고 있는 단일작물 최대농업인이 됐다.

빵이 된 고구마, 훨훨 날개를 달다

박찬설 대표는 상품성이 떨어지는 20%의 고구마가 헐값에 팔리는 것이 못내 아쉬웠다. 맛과 품질 면에서는 문제가 없었지만 200톤에 가까운 고구마가 시세의 1/10 가격에 팔리고 보니 마냥 손 놓고 있을 수 없었다. 그는 2004년부터 제빵사인 친구에게 부탁해 고구마 앙금을 사용한 빵 만들기에 몰두했다. 그렇게 2007년 말 고구마를 이용한 12가지 상품과 4가지 세트상품을 내놓았다. 하지만 문제는 판로였다. 고구마빵을 출시한 첫해에는 2000만원 매출을 올리는 데 그쳤다. 기대에 못 미치는 성적표였다. 박 대표는 직접 발로 뛰며 식품박람회나 백



화점, 기관단체를 찾아가 고구마빵을 알렸다. 방부제나 첨가물 없이 순수 국내산 고구마를 50%에서 80% 이상 앙금으로 사용하고 설탕과 밀가루 함량도 대폭 줄여 제대로 된 고구마 맛을 담은 고구마빵이라는 입소문이 나기 시작했다. 신문과 방송에서도 주목했다. 2008년 농림축산식품부의 향토산업에 선정되면서 최첨단 공장(HACCP인증)과 매장을 갖추게 됐다. 2013년 3월에는 영주시 풍기읍 북영주(풍기)IC 입구에 423평 규모의 공장과 매장, 체험관을 열었다.

미소머금고의 고구마빵은 현재 본점인 풍기매장과 영주점이 직영으로 운영 중이며, 가맹점으로 대구, 울산, 창원, 구미, 진주, 경주, 황성점이 운영되고 있다. 박찬설 대표는 직거래 판매를 고수한다. 이는 고구마빵의 희소성을 유지하고 소비자에게 좋은 제품을 저렴하게 맛보이기 위함이다.

INTERVIEW



미소머금고 영농조합법인 박찬설 대표

박찬설 대표는 성공 키워드로 성실함을 꼽는다. 그의 고구마빵 공장은 생산라인의 동선을 짧게 해 노동력을 절감하고 최적의 위생 상태를 유지하기 위해 공장 전역에 HACCP시설을 갖췄다. 이러한 노력은 연매출 20억원이라는 소득 외에 지역경제에도 영향을 미쳤다. 고구마 계약재배를 통해 기존 시세보다 20~30% 비싸게 구매해 농가소득 향상에 기여할 뿐만 아니라 생산·판매 인력으로 3000여명의 일자리도 창출했다. 성실함을 무기로 박대표가 일곱 다음 받은 세계 시장이다.

TIP

전직의 노하우, 귀농 이후에도 빛나

고구마는 수확한 뒤 이듬해 이른 봄이 되면 싹이 나거나 썩기 쉽다. 이렇게 폐기되는 고구마만 해도 수확량의 20%를 차지한다. 햇고구마가 나오기 직전인 7·8월까지 어떻게 해서든 저장할 방법이 필요했다. 박찬설 대표는 자신의 전공 분야였던 저온 저장시설 관리의 노하우를 심분 발휘해 고구마 전용 저온저장 창고를 마련했다. 그 덕분에 생물인 고구마를 약 800톤이나 저장할 수 있게 되었다. 귀농을 했어도 전직의 노하우를 살리면 커다란 시너지 효과가 나타난다는 것을 보여주는 좋은 사례다.

전문가가 말하는 미소머금고 영농조합법인 성공비결

충남발전연구원 농어업6차산업화센터 권오성 연구원



성공비결 01

“농산물에 있어선 내가 박사!”
13년간 쌓은 농산물 저온저장 및 유통 업무 노하우로 농산물 특성 파악



성공비결 02

“지역 특산물을 브랜드로!”
고구마가 잘 자라는 지역의 기후와 토양 특성을 활용해 시너지 효과 톡톡



성공비결 03

“빵이야, 고구마야?”
고구마 가공식품에 설탕과 밀가루는 최소화하고 고구마 함량 높여 제대로 된 고구마 맛 선사

박재숙
 063-563-1764
 전북 고창군 부안면 용산용흥길 12
 610번지 베리팜힐링파크
 www.berryfarm.kr

소비자와 소통으로 일군 6차산업화 성적 '베리굿'

- 베리팜영농조합법인 -

복분자로 유명한 고창이 이제는 아로니아 재배지로 주목받으며 소비자들을 끌어 모으고 있다. 아로니아는 포도의 80배, 복분자의 20배, 블루베리의 4배가 넘는 항산화 성분인 안토시아닌과 폴리페놀을 함유하고 있어 노화 방지·시력 개선·비만 예방·당뇨병 치유 등에 효과적이라는 사실이 알려지며 새로운 슈퍼푸드로 등극하였다. 고창의 우수한 토질은 아로니아의 맛과 품질을 높여주기에 안성맞춤. 게다가 아로니아 소비자가 그대로 관광객이 되어 체험과 나들이까지 즐기니 농업 6차산업화에 이보다 더 좋은 모범 사례를 찾기는 힘들다.



복분자 주산지 고창의 명성 '온라인 날개' 달고 훨훨

매출액



800,000,000원

참여농가



115농가

블로그 회원 수



20,000명

주요 사업 & 품목

추진 주체 베리팜영농조합법인

- 1차산업** 신제품 개발과, 귀농 농가 115곳에서 베리류 생산 농업기술센터와 작목연구회를 중심으로 품질관리 및 생산성 향상
- 2차산업** 즙, 음료 등 가공품 생산과 가공체험 복분자즙, 음료 등 가공제품 생산
- 3차산업** 복합테마파크 조성해 체험과 숙박, 식당과 관광 연계 인근 관광지와 연계해 소득과 관광 접목

아로니아로 찾은 귀농인생의 돌파구

베리팜영농조합법인 박재숙 대표는 남편 오영은 씨를 따라 지난 2005년 고창군으로 귀농했다. 오 씨의 고향인 고창에서 재배한 첫 작물은 복분자. 농사 지식이 별로 없던 이들 부부는 먼저 고창농업기술센터가 주관하는 고창 농촌개발대학 복분자 개발과에서 받은 3년간의 교육과 농촌진흥청 전북농업기술원의 블로그 마케팅 교육으로 부족한 지식을 채워나갔다.



TIP

베리팜이 계획하는 6차산업 엿보기

박재숙 대표는 베리팜을 판매와 관광까지 함께 할 수 있는 농원으로 만들 계획이다. 이를 위해 전시 카페형 판매장과 1박 2일 체험이 가능한 캠핑장 등 소득과 관광이 조화된 베리팜힐링파크를 열었다. 박 대표는 농업의 6차산업화를 이뤄가는 과정에서 이웃 농가들과의 상생도 잊지 않았다. 그가 판매하는 즙 등 가공제품의 원료는 전량 법인 회원 및 이웃 농가들로부터 시중가격보다 비싸게 매입한다. 또한 가공용으로 쓰지 않는 생과는 홈페이지 소핑몰에 농가 개인별 코너를 마련해 판매할 수 있도록 하고 있다.



하지만 복분자는 기후변화에 약하고, 3년 수확 후 재배지를 옮겨 땅을 쉬게 해야 한다는 점에서 박 대표를 조금 하게 했다. 최소 5년은 수확해야 투자비용을 거둬들일 수 있다는 판단이 서자 복분자를 대신할 작물로 박 대표는 아로니아를 선택했다.

아로니아는 자생력이 좋아 복분자를 옮겨 심고 휴식 중인 땅에 재배할 수 있는데다, 식재 후 3년 차에 생산이 가능하고 10년 차까지 수확할 수 있다. 매년 2배 이상 수확량을 확보할 수 있고 묘목이 비교적 저렴한 것도 큰 장점이다.

박재숙 대표와 남편 오영은 씨는 농사를 짓기 시작한 순간부터 베리류 농사를 '농촌 6차산업 성공모델'로 만들겠다 결심하고, 가족끼리 조합을 만들어 생산, 제조, 유통까지 가능한 시스템을 마련했다. 가공 공장과 홈페이지를 개설하고 베리류의 재배에서부터 가공, 판매를 일원화한 것이다. 부족한 생산 물량을 해결할 수 있는 대책으로 2009년 영농조합법인을 만들고, 30여 농가를 참여하게 했다. 이렇게 결성된 아로니아 생산자 단체는 교육과 세미나를 통해 재배 방법과 노하우를 나누며 품질을 점점 높여갔다.

온라인으로 소통하며 충성고객 확보

현재 베리팜의 전체 판매량 가운데 90%는 온라인 판매로 이루어지고 있다. 이러한 결과를 일군 것은 블로그 마케팅의 공이 가장 크다. 박재숙 대표는 블로그에 농촌 현장에서 일어나는 소소한 일상에서부터 복분자의 성장 과정 및 가공장·판매장을 만들어가는 과정, 각종 베리류의 효능·정보 등을 자세히 올렸다. 또 홈페이지에 일일·월별·연중 이벤트 등을 알려 블로그 방문자를 고정 고객으로 유도했다. 무료 체험과 체험 후기를 공유할 수 있는 카페도 개설해 고객과의 신뢰를 쌓아 나갔다.

앞으로는 고창 관광지와 연계해 베리팜 제품과 고창농·특산물을 전시·판매할 예정이다. 이 계획은 수익 창출 방식을 다양화해 지역 농가와 함께 성장하는 것을 원칙으로 한다. 진정한 6차산업은 '모두 함께 잘사는 마을'을 만들어준다는 확고한 믿음이 있기 때문이다.

INTERVIEW






고창 베리팜영농조합법인 박재숙 대표

2010년부터 시작한 블로그는 비싼 광고비에 비해 수익이 나지 않는 홈페이지를 두고 고심하던 박재숙 대표가 선택한 대안이었다. 이렇게 확보한 홈페이지 소핑몰 회원 수는 현재 2만 명을 훌쩍 넘어섰고, 이중 연간 구매액이 150 만원을 넘는 VIP 회원이 900여명이나 된다. 블로그를 운영해본 사람이라면 방문자 수 늘리는 일이 얼마나 어려운지 안다. 키워드를 분석하고, 어쩌다 들어온 방문자의 마음까지 사로잡을 수 있는 정성이 있어야 한다. 박재숙 대표는 사람 마음을 움직이는 법을 안다. 상대의 마음을 헤아리는 마음 씀씀이로 휴과 농작물의 성질을 바로 알았기에 이같은 성과를 올렸다.

전문가가 말하는 고창 베리팜영농조합법인 성공비결

충남발전연구원 농어업6차산업화센터 유학열 센터장

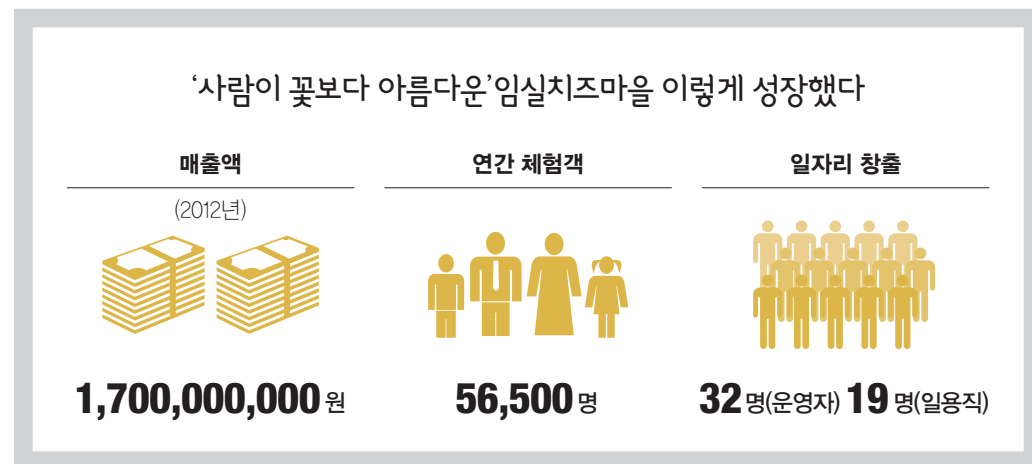
 <p>성공비결 01</p>	 <p>성공비결 02</p>	 <p>성공비결 03</p>
<p>“온라인 활성화로 충성고객 확보”</p> <p>재배·가공과정을 블로그로 상세히 알려 소비자에게 신뢰를 얻고 온라인 판매로 유통단계 축소</p>	<p>“뭉쳐야 잘산다!”</p> <p>40여 농가와 베리류 재배 연구 활동을 통해 재배 실패 위험을 줄여</p>	<p>“관광 연계로 여행객 발길 잡아”</p> <p>선운산 관광객이 거쳐 가는 도로에 인접한 접근성 살려 농촌체험관광 인프라 구축</p>

이진하
063-643-3700
전라북도 임실군 임실읍
치즈마을 1길 4
cheese.invil.org

‘꽃보다 아름다운 사람’들이 브랜드 신화를 만들다

-임실치즈마을-

치즈는 ‘신이 인간에게 준 최고의 식품’이라는 말이 있다. 그만큼 영양이 풍부하고 깊은 풍미를 자랑하는 치즈는 서양인들의 식생활에 없어서는 안 될 소중한 식품이다. 언젠가부터 우리나라에도 치즈에 대한 수요가 늘면서 자연스럽게 ‘임실’이라는 지역에 대한 관심이 높아졌다. 임실은 우리나라 최초로 치즈가 만들어진 곳이다. 특별한 자랑거리도, 특산품도 없었던 임실이라는 작은 농촌은 치즈를 만들면서 우리나라 최고의 치즈 브랜드로 거듭났다.



주요 사업 & 품목

추진 주체 임실치즈마을

- 1차산업 우유, 농축산물 생산
치즈쌀, 잡곡류, 낙농업
(300두 이상의 젖소)
- 2차산업 유가공품 제조
우유, 치즈, 요구르트, 피자
- 3차산업 체험 프로그램 운영
치즈 만들기 체험, 경운기 체험,
피자 체험, 방앗간 체험 등

대한민국 치즈의 대명사, 임실

임실치즈마을은 69가구가 사는 작은 농촌마을이다. 1967년, 선교를 위해 임실에 들어온 지정환 신부가 가난한 농가를 돕고자 산양 두 마리를 밀천으로 치즈 가공을 시작한 것이 지금의 임실을 만들었다.

임실치즈마을은 1980년대 본격적으로 행보를 시작했다. 친환경 농업과 체계적인 공동체 마을을 지향하며 다양한 실험을 통해 생산조직화를 실현했다. 물론, 시행착

오도 적지 않았다. 열악했던 시대 상황, 구성원 사이 갈등 등으로 실패를 거듭하는 가운데서도 끊임없는 노력을 계속했다. 임실치즈는 유명 외국 치즈만큼의 깊은 풍미는 없지만 신선하고 깨끗한 맛으로 미식가들의 입맛을 사로잡았다. 이후, 임실에서 신용조합이 결성됐고 1990년대 임실치즈농협으로 거듭났다. 2000년대부터 불어온 웰빙 열풍은 임실치즈의 입지를 더욱 공고히 했다. 임실치즈마을은 마을 운영위원회를 중심으로 개별 주민의 역량을 활용한다 다양한 도농교류, 체험 프로그램을 운영하고 있다. 치즈체험장, 농·특산물 직매장, 숙박, 식당 등 대부분의 수익시설을 마을에서 공동으로 운영해 나가고 있다. 또한 농가 개별적으로도 경운기 타기, 초지낙농 체험, 농가 레스토랑, 피자 체험장 등을 운영하고 있다. 마을 주민이 직접 운영하는 치즈공방과 유가공공장은 임실치즈마을에서만 만날 수 있는 독특한 문화 체험을 제공한다.

도농교류의 대표 모범 사례

임실치즈마을에는 해마다 7만 명이 넘는 관광객들이 방문한다. 체험프로그램을 주민이 직접 운영하는 만큼 기여율에 따라 매출액의 상당액이 참여 주민에게 분배된다. 2012년의 경우 연간 매출액이 17억원을 기록했는데 그중 66.4%가 84명의 주민에게 돌아갔다. 직영, 개별 사업 운영을 통해 창출되는 고용효과도 상당하다. 사무국, 체험장, 판매장 등에 7명이 상근하고 있으며, 운영자 25명, 일용직 19명의 일자리가 만들어졌다. 수익의



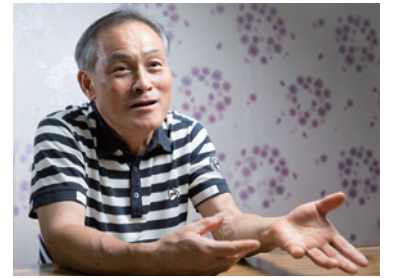
TIP

세계의 유명 치즈

프랑스의 '까망베르' - 원산지 이름이기도 한 까망베르(Camembert)는 프랑스 북서부에 있는 인구 200명 남짓의 시골마을이다. 독특한 식감을 가지고 있는 이 부드러운 크림색 치즈는 19세기 이후 까망베르 마을을 중심으로 프랑스 및 세계 곳곳으로 퍼져나갔기 때문에 마을은 치즈와 더불어 큰 유명세를 얻었다. 오늘날에도 마을 주민들은 소규모 전통 방식으로 까망베르 치즈를 제조·판매하고 있다. 이탈리아의 '고르곤졸라' - 밀라노에 있는 작은 행정 구역인 고르곤졸라(Gorgonzola)에서 그 이름이 유래했다. 형태는 대개 딱딱하거나 버터와 비슷한 모양이며 맛은 짠맛이 난다. 중세부터 생산되던 11세기가 되면서 형태가 푸른빛이 도는 치즈가 됐다. 스위스의 '에멘탈' - 스위스 베른이 원산지이며 '스위스의 한 조각'이라고 표현될 만큼 스위스를 대표하는 치즈로, 표면에 톱질러 있는 구멍 때문에 누구나 쉽게 기억할 수 있다. 유럽에서는 전체 우수 생산량의 6%가 에멘탈 치즈를 만드는 데 쓰인다. 프랑스와 스위스 국민들은 1년에 1인당 약 3.3kg 분량의 에멘탈 치즈를 소비하는 것으로 알려져 있다.

일부는 마을과 지역사회를 위해 별도로 적립되고 있다. 2009년부터 2013년까지 약 5억여원이 조성되었고, 이는 어린이 복지기금·노인복지기금·마을경관 조성기금 등으로 쓰였다. 더 살기 좋은 곳, 다시 찾고 싶은 곳으로 만들기 위한 선순환인 셈이다. 임실이 치즈체험관광의 메카로 성장하면서 치즈를 테마로 한 공방, 체험프로그램이 점점 활성화되고 있다. 특히 치즈마을과 인접한 곳에 치즈테마파크가 생기면서 많은 단체 관광객이 몰리고 있으며 치즈마을과도 협력 관계가 구축되고 있다. 체험프로그램뿐만 아니라 직매장에서 판매하는 치즈, 요구르트, 건나물류 등의 수요도 많아 다양한 개발이 진행되고 있다. 이제 '임실'은 명실공히 우리나라 치즈를 상징하는 대명사가 되었다. 임실치즈마을은 열악한 환경에도 불구하고 치즈 가공, 도농교류 등을 통해 성공적으로 6차산업화에 안착한 대표 사례로 손꼽힌다.

INTERVIEW






임실치즈마을 운영위원회 이진하 위원장

15여 년 전, 부농의 꿈을 키우던 이진하 위원장은 별다른 특색이 없던 고향을 발전시키기 위해 다양한 노력을 해왔다. 덴마크와 일본 등 농업선진국을 돌며 우리 농촌이 살 길을 찾아 나선 것. 그 여정을 통해 이 위원장은 치즈생산체 함마을을 만들기로 결심했다. 2003년 마을 운영위원장을 맡은 그는 주민들을 설득한 뒤 농식품 관련 기관들의 도움을 구했다. 특히 교육의 힘에 주목했다. 이 위원장의 권유로 2박3일 과정의 농협 지도자연수를 받은 주민들은 몰라보게 달라졌고 마을 공동체를 일구는 데 중심적 역할을 했다.

전문가가 말하는 임실 치즈마을 성공비결

충남발전연구원 농어업6차산업화센터 유학열 센터장

 <p>성공비결 01</p> <p>“주민들의 자발적 참여”</p> <p>마을 운영위원회를 중심으로 한 다양한 네트워크, 마을 활성화 산업</p>	 <p>성공비결 02</p> <p>“지속가능한 발전 체계”</p> <p>차별화된 관광 프로그램을 개발해 지속적인 발전 체계 구축</p>	 <p>성공비결 03</p> <p>“수익금의 합리적인 배분”</p> <p>참여자의 기여도에 따라 정직하게 수익을 배분하고 추가 이익은 사유화하지 않고 마을 기금으로 전환</p>
--	---	--

아시아가 주목하는 로컬푸드 성공 모델

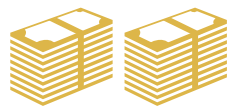
- 완주 로컬푸드 협동조합 -

2012년부터 올해까지 전북 완주군의 주민등록 인구수를 보면 매년 증가하는 추세다. 완주의 지역내총생산 (GRDP) 또한 2008년부터 2011년까지 단 한 번도 떨어진 적이 없었다. 단순히 수치만을 놓고 행복을 가능하기란 쉽지 않지만, 완주군이 살고 싶어지는 지역으로 변화하고 있는 것은 조심스레 인정해볼 만하다. 이 변화는 지난 2008년 국내 최초로 로컬푸드 정책을 도입하면서 부터이다.



살기 좋아진 완주군의 변화를 한눈에!

매출액



20,000,000,000원

참여 농가



1,080가구(중소농 참여)

회원가입 소비자



30,000명

주요 사업 & 품목

추진 주체 완주로컬푸드 협동조합

- 1차산업 다품종 소량생산, 기획생산 로컬푸드 인증시스템, 기획 생산 체계 구축
- 2차산업 농민가공 활성화 마을회사 육성정책(농촌활력과) 농민가공지원(거점농민가공센터)
- 3차산업 생산자-소비자 관계 구축 직매장, 농가레스토랑, 소비자단체와의 교류사업, 농촌체험 팸투어

소농 살린 로컬푸드 운동

‘로컬푸드 운동’이란 지역에서 생산된 먹을거리를 그 지역에서 소비하는 운동으로 생산자(농업인)와 소비자 사이의 이동 거리를 최소화해 먹을거리의 신선도와 안정성을 확보하고, 중간 유통마진을 줄여 생산자와 소비자 모두에게 이익을 돌려주는 것을 목적으로 한다.

지난 10월 경기도의 대규모 벤치마킹 방문단이 완주군을 찾았다. 목적은 로컬푸드의 성공사례를 벤치마킹하기



TIP

로컬푸드, 대도시 소비자 잡은 비결

완주로컬푸드 직매장의 성공 요인 중 하나는 전주라는 대도시를 배후에 두고 있다는 입지 특성이다. 2014년 4월 우리나라 최초로 직매장을 오픈한 용진농협의 경우 직매장을 이용하는 소비자의 80% 이상이 전주 시민이었다고 한다. 처음부터 이러한 지역적 이점을 염두에 두고 완주로컬푸드 직매장 위치를 선정했다. 전주 시내에 매장을 연 효자점과 하기점이 그 예다. 또 모악점은 최근 매장에서 남은 농산물을 소진할 수 있도록 2층에 농가레스토랑을 열었다. 농가레스토랑은 요리연구회를 조직하고 조리 인력과 전문 매니저를 양성하는 한편, 제철나물 등 건강 뷔페 식단으로 차별화를 꾀했다. 이와 함께 도농교류에 힘을 싣고자 매주 80여 소비자가 참여하는 농촌체험 투어버스도 운영하고 있다.



위함이다. 완주는 생산자와 소비자, 지자체 등이 협업해 상생하는 로컬푸드 성공사례로 꼽히는 곳으로, 국내뿐 아니라 아시아 여러 나라의 벤치마킹 대상이 되고 있다. 완주군은 전체 9700여 농가 중 1ha미만을 경작하는 곳이 6200여 농가에 이른다. 일곱 집에 한 집은 소농인 셈이다. 게다가 65세 이상 고령농이 36.5%에 달했는데 이들 중 68%가 판로를 마련하지 못하는 상황이었다. 이들의 판로를 확대해 마음 놓고 농사를 짓도록 하는 것이 급선무였다. 완주군은 로컬푸드에서 답을 찾기로 하고 5억 원, 10개 농·축협이 7억9500만원을 출자해 농업회사법인 완주로컬푸드(주)를 출범해 문제를 풀어나가기로 했다. 완주로컬푸드는 가족농이나 소농의 안정적인 소득보장을 위해 유통 시스템을 갖춰나갔다. 농가뿐만 아니라 소비자도 저렴하게 믿고 살 수 있도록 하는 직매장 개설을 목표로 했다. 판매 품목은 가족농과 소농들이 많이 참여할 수 있으면서도 소비자가 매일 찾아오도록 밥상에 자주 오르는 300여 가지로 잡았다. 이를 위해 사전 농가 교육을 진행하며 다품종 소량생산의 체계를 잡아 갔다. 이로써 현재는 1080여 농가가 매월 평균 480여 가지 품목을 판매하고 있다.

신선하고 안전한 식품으로 신뢰 쌓아

현재 완주로컬푸드는 생산자와 직원이 출자하는 협동조합으로 전환됐다. 지난해 12월 완주군과 지역 농축협에 출자금 전액을 돌려주고 새롭게 1044여 명의 지역소농과 마을공동체 등이 조합원으로 참여해 조합이

다시 꾸려진 것이다.

완주로컬푸드는 소비자의 신뢰를 높이기 위해 모든 출하 농산물의 잔류 농약검사를 자체적으로 시행하고 있다. 또한 소비자가 믿고 살 수 있도록 농산물 이력 라벨지를 부착해 생산 농가와 이름, 출하된 일자 등을 표시했다. 매장 진열대에는 농산물 출하농가의 사진도 배치했다. 출하농가는 매일 새벽 당일 판매할 농산물을 매장에 진열하고 재고를 스스로 확인하거나 매장 관리자가 긴급히 출하를 요청할 경우 보충해 주고 있다. 농산물의 신선도 유지를 위해 기존 소매장까지 납품하는데 사흘이 걸리던 것에서 하루로 줄인 1일유통 제도를 운영하고 있다. 또 식품 종류에 따른 판매기간도 설정해 두고 있다. 완주로컬푸드는 앞으로 농식품·음식·체험이 결합된 복합문화교류 공간을 목표로 로컬푸드 직매장과 농가레스토랑, 농촌체험팜투어 등을 지속적으로 발전시켜 나간다는 계획이다.

INTERVIEW






완주로컬푸드 협동조합 안대성 이사장

완주로컬푸드 직매장에서 취급하는 농산물 품목은 300가지를 훌쩍 넘긴다. 보통은 읍·면 단위로 50~60가지 품목을 생산하는 게 고작이지만 소비자는 이 정도로 만족하지 않는다. 그래서 완주는 다품종 소량생산으로 연중 다양한 농산물이 끊임없이 생산될 수 있게끔 작부체계를 새로 짰다. 30일·60일·90일마다 33~99㎡(10~30평) 단위로 수확이 이뤄지게끔 농민들을 유도했다. 농가마다 생산 품목도 재조정했다. 그 결과 4년 전 60여 가지에 불과했던 품목은 가공식품 150여 종까지 합쳐 400여 품목이 로컬푸드 직매장을 채우는 셈이다.

전문가가 말하는 완주로컬푸드 협동조합 성공비결

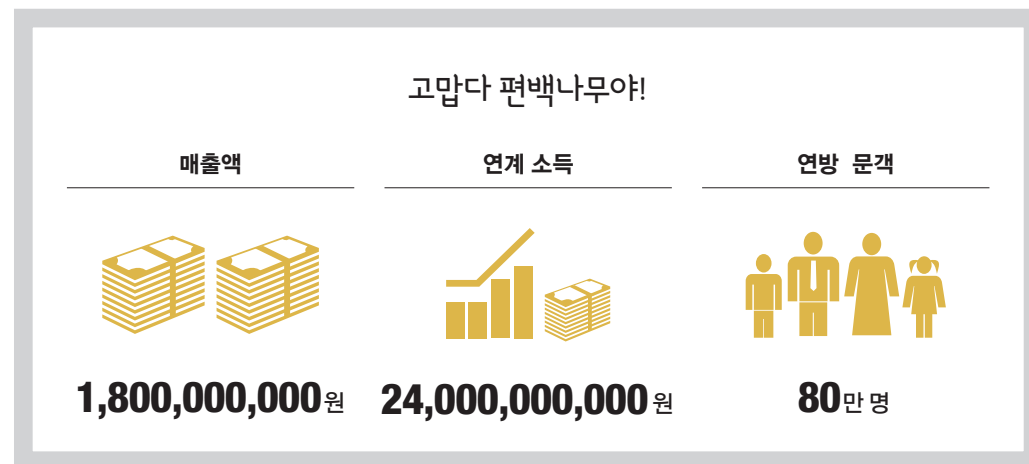
충남발전연구원 농어업6차산업화센터 권오성 연구원

 성공비결 01	 성공비결 02	 성공비결 03
<p>“내 식구가 먹는다고 생각하고”</p> <p>완주군의 자체 인증 체계 도입 등으로 1일 유통 원칙을 통한 품질 안전성 확보</p>	<p>“맞춤 생산, 맞춤 판매”</p> <p>마을별, 품목별 농가조직화를 추진해 품목 다양성 확보</p>	<p>“소비의 조직화 추구”</p> <p>소비자 팜투어, 주말직거래장터 등을 꾸준히 열어 지역농산물에 대한 안전성과 우수성 홍보</p>

치유와 휴식이 된 나무나라

- 장흥 편백숲우드랜드 -

장점을 두드러져 보이게 하는 것만큼 매력적인 홍보 방법이 있을까. 산림면적이 66%를 차지하는 정남진 장흥군은 자랑거리인 빼어난 자연환경을 잘 활용해 성공적인 6차 산업화 모델이 되고 있다. 해마다 꾸준히 방문객이 늘어 지난해에는 80만명이 다녀갔고, 올해 어린이날 연휴기간에는 작년의 2배에 가까운 3만명이 방문했다. 전국에서 밀려오는 방문객들 때문에 연일 북적이는 장흥 편백숲 우드랜드의 인기 비결은 대체 뭘까?



주요 사업 & 품목

추진 주체 전남 장흥군

- 1차 산업 자연환경 활용한 관광 아이템 조성
편백숲과 억불산 머느리바위, 편백숲 우드랜드 톱밥산책로, 톱밥찜질방
- 2차 산업 체험 프로그램 마련과 연계 제품 판매
수공예 고급 목공펜, 표창장·감사패 제작, 다양한 편백제품 판매, 목공예품 만들기
- 3차 산업 치유 프로그램 개발
숲속음악회, 편백치유숲 풍욕체험, 편백소금집 요가교실, 편백숲 힐링캠프

장흥 경제의 밑거름, 천혜의 자연

스트레스나 환경적인 요인으로 심신 건강이 위협받고 있는 요즘, 자연에서 휴식을 통해 치유 받고 싶어 하는 사람들이 늘고 있다. 장흥군은 이러한 시대의 흐름을 읽고 2006년 억불산 편백숲 일부를 매입하고 산림청 공모를 통해 2007년부터 5년에 걸쳐 체험장을 조성했다. 이렇게 마련된 편백숲 우드랜드에는 생태건축체험장인 숲속의 집 16동을 비롯한 목재문화전시관, 편백소금집, 비

비에코토피아, 음이온 폭포, 목공예센터, 톱밥찜질방, 톱밥산책로, 말레길, 강의실, 작업실 등 다양한 시설이 들어섰다. 시설은 사업 집적화를 통해 산림 치유와 체험 활동, 목공예품 구매를 한곳에서 해결할 수 있도록 한다. 또한 산과 들, 강과 바다가 어우러진 청정지역의 다양한 먹을거리와 볼거리, 즐길 거리가 맞물려 최적화된 관광지의 면모를 갖추게 됐다.

또 오고 싶게 만드는 다양한 요소

편백숲 우드랜드는 약 120ha에 걸쳐 40~50년 이상 자생한 아름드리 편백나무가 군락을 이룬 산림휴양 관광지, 편백 톱밥을 이용한 숲 산책로와 친환경 황토흙집, 일반 숲의 3배 이상 음이온을 발생하는 폭포 등이 어우러져 아토피와 천식 등 환경성 질환을 앓는 이들의 발길까지 끌어들이고 있다. 편백숲 우드랜드에서 억불산 정상까지 오를 수 있는 약 3.8km 구간의 계단 없는 테크길인 '말레길'은 특히 인기가 높다. '말레'는 장흥지역 사투리로 '대청'을 뜻한다. 말레길은 계단 대신 나무 갑판만을 이용해 518m 높이의 억불산 정상까지 이어놓아 아이들도 쉽게 오를 수 있고, 휠체어로도 등반이 가능한데다 맨발로 걸으면 지압효과도 뛰어나다.

옛 장터의 향수 부추기는 정남진 장흥토요시장

장흥편백우드랜드에 보다 많은 방문객을 끌어들이기 위해 장흥군은 재래시장 부흥에 무게를 실었다. 그 결과



TIP

정남진토요시장의 부흥 비결은?

정남진토요시장의 부흥을 성공으로 이끈 것은 푸짐한 시골인심도 한 몫 하지만 '한우 특화 거리' 조성이 주요했다. 장흥은 소 사육농가가 많아 쇠고기 값이 비교적 저렴했다. 장흥군은 이를 적극 활용해 한우로 승부수를 던졌다. 처음엔 농협 등과 손잡고 150석 안팎의 대형 정육식당 3개를 만들었다. 쇠고기를 산 뒤 삼차림비만 내면 즉석에서 구워먹을 수 있는 공간이다. 차츰 한우농가를 끌어들여 20여 개 정육식당이 늘어난 거리를 형성했다. 이곳에서는 시가보다 크게는 40% 싸게 소고기를 맛볼 수 있다는 입소문에 방문객이 눈에 띄게 늘었고, 식당 간 서비스 경쟁으로 점점 더 많은 손님이 북적였다. 이렇게 해서 2005년 100억 원이던 시장 매출은 지난해 1000억 원으로 10배가 뛰었다.



정남진 장흥토요시장은 연간 관광객 120만 명이 찾는 특색 있는 전통시장으로 자리 잡게 되었다. 기존 2, 7일 문을 열던 재래시장에 토요일 개장을 추가해 관광객을 끌어들이고 있는 것이다. 정남진 장흥토요시장의 매력은 옛 시골 장터 같은 정겨움에 있다. 군수가 내주는 '텃밭에서 재배 야채' 인증서를 가진 할머니들로 '할머니 장터'가 열리니 옛 향수를 불러일으키기 충분하다. 또 시중 가격보다 20~30% 저렴하게 판매하는 한우가 또 하나의 인기비결. 특히 한우와 키조개 판자, 표고버섯을 함께 구워먹는 '장흥 3합'은 버섯 매출까지 끌어올렸다. 시장이 살아나면서 장흥만을 비롯한 다른 지역 관광지도 북적인다. 2005년 100억 원이던 시장 매출은 지난해 1000억 원으로 10배가 뛰었다. 장흥 편백숲 우드랜드는 이처럼 쉽고 맛, 즐길 거리가 풍성한 것은 물론, 방문객보다 앞선 생각으로 끊임없이 진화해가고 있다.

INTERVIEW



전남 장흥군 김성 군수

장흥 편백숲 우드랜드는 독립가가 조성한 120ha의 편백숲 가운데 33ha를 장흥군에서 사들여 2006년부터 2010년까지 5년에 걸쳐 생태건축체험장(숲속의 집) 16동을 비롯한 다양한 시설들로 차츰 채워졌다. 산림을 활용한 휴양, 목재가공제품 생산과 판매, 체험이 한 곳에서 이뤄져 2013년도 한 해 80만 명의 관광객을 끌어들이며 18억 원의 재정수입을 창출했다. 또 정남진 장흥토요시장과 연계해 장흥군을 널리 알리는 중요한 관광 브랜드로 입지를 다져 지역특산물 판매와 관광유발 등 지역경제 활성화에 크게 기여하고 있다.

전문가가 말하는 장흥 편백숲 우드랜드 성공비결

충남발전연구원 농어업6차산업화센터 유학열 센터장



성공비결 01

“한 곳에서 다양한 체험이 가능하도록 집적화”

편백숲과 목재문화체험장인 우드랜드와 치유숲, 편백소금집, 목공예센터, 말레길 등을 집적화



성공비결 02

“다양한 체험 거리의 지속적 발굴”

산림치유체험거리, 즐길 거리와 다양한 체험, 교육 프로그램 꾸준히 개발



성공비결 03

재래시장과 연계 상생발전 “토요시장으로 오세요”

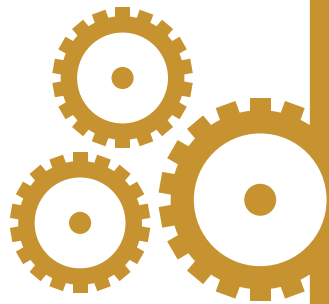
토요시장의 한우특화거리 조성, 할머니 장터 등 친환경 농산물 판매로 친환경 이미지 강화

S

IR

O

together



1. 농업 시스템 구축

선진농업을 위해서는 농업을 지속가능하게 하는 시스템 구축이 중요하다. 과학화되고 전문화된 농업시스템을 구현하고 있는 농업현장을 담았다.



2. 지역과 연계 강화

지역자원, 향토자원, 어메니티자원들이 체험관광사업, 가공사업, 브랜드사업, 마을사업이 융복합되어 새로운 농업의 트렌드가 된 6차산업화의 현장. 로컬푸드 사례를 알아본다.



3. 기업의 농업 참여

보다 나은 농업을 위한 기업과 농업의 상생협력, 동반성장, 공동지분출자 사례와 협업 성공사례를 담았다.



4. 미래 성장동력 확충

신기술 개발을 통해 성장동력을 마련하고 발상의 전환을 통해 틈새시장을 공략하는 미래 농업의 가능성 실천사례를 소개한다.



5. 농식품 수출 확대

K-Pop을 넘어 K-Food 바람을 일으키기 위해 세계로 뛰는 우리 농식품의 현장. 생산효율성을 증대시키고 수출 기반을 확충한 현장의 목소리를 담았다.

Y

