현의송의

일본농업 따라잡기

⑰ 하나마키 농협 파머스마켓

쌀 위주서 소량다품종으로…농업지도 바꾼 '여성의 힘'

도쿄 동북쪽인 이와데(岩手)현 하나마키(花卷)농협의 파머스마켓 '오카상 하우스다아스코'(이하 다아스코)을 방문했을 때 점내는 이른 시간인데도 고객들로 꽉 차있었다. 군데군데 주황색 모자를 쓴 출하자들이 상품 진열을 돕거나 소비자들과 대화를 나누고 있었다. 이 곳은 여성조직의 파워로 지역농업 지도를 바꾼 사례로 유명하다.

파머스마켓의 발단은 1995년부터 검토해 온 '그린멧세'(멧세 는 독일어로 대규모 전시장을 말함)구상에서 시작됐다. 하나마키 농협이 교외에 4ha의 부지를 확보하고 농협본소, 영농생활 활동의 종합시설, 생산자와 소비자의 교류시설 등을 정비해서 농업의'복권'을 도모하는 전략거점으로 삼고자 출발했다.

정성들여 가꾼 농산물과 가공상품이 직판매되는 하나마키 농협 파머스마켓 '다아스코'의 내부의 분주한 모습. '여성파워'가 바꾼 농촌현장의 상징으로 큰 관심을 끌고 있다.

이러한 구상의 배경에는 농가와 지역주민의 다양한 요구에 응하기 위해 농협이 30년이상 축적해온 사업의 실적과 경험이 있었다. 예를 들면 농번기에 유아들을 맡기는 계절 탁아소 운영 경험을 살려 1968년에 농협 직영의 유치원을 설치했다. 같은 세대의 친구가 적고 고립되기 쉬운 농업후계자를 위해 농협이 운동장과 체육관을 건설해서 스포츠를 통한 이업종 교류를 지원한 점도 주효했다.

고령자 도우미 등 꾸준한 활동

1991년부터는 농협 여성부원을 중심으로 고령자를 위한 도우미를 양성했으며 1996년부터는 농협지점의 폐쇄된 시설을 개조해서 고령자 건강관리복지센터를 개설했다. 현재는 데이서비스 센터(고령자복지시설)와 홈 헬프스테이션(가사도우미 대기사무소)을 병설해서 천연온천 이용객과 각종 강의 수강자를 포함하면 연간 1만여 명의 고령자가 이용하는 사랑방이 되고 있다. 1997년에는 장제사업을 하는 100%출자 자회사를 설립 했다. 즉 '요람에서 무덤까지'라는 협동조합의 이상을 실현, 농가와 지역주민의 신뢰를 얻었다.

하나마키 농협은 1995년부터 시작된 일본의 쌀부분 수입자유화에 대응해 쌀농업 일변도의 농업구조를 전환 시키기 위해서는 채소류를 중심으로 직매하는 시장 외 유통의 거점이 되는 파머스마켓 설치가 불가피하다고 판단했다. 소량다품목의 농산물을 재배하는 겸업농가나 고령농가의 소득을 증가시켜 지역주민들이 삶의 보람을 느끼게함으로써 건강하고 활력있는 생활 기초를 다지자는 것이다.

당초 계획은 매장면적 200평, 연간 매출액 5억엔에서 10억엔 정도를 예상했다. 그러나 지역주민 경지면적의 90%가 논인데 채소류중심의 파머스마켓이 운영되겠느냐는 반론이 제기됐다. 더욱이 오랜 겨울동안은 눈이 많고 저온이 계속되는 지역 기후때문에 채소류의 연중재배가 불가능하다는 판단도 무리는 아니었다.

'다아스코'에 진열돼 있는 깜찍한 모습의 공예품도 방문객의 인기가 높다.

1997년 6월 하나마키시와 농협이 공동으로 주최하는 '꽃과 녹음의 잔치' 개최일에 맞추어 파머스마켓이 오픈됐다. 여기서 가장 중요한 역할을 한 것은 농협의 여성부 조직이었다. 이제까지 여성부 활동으로 축적해온 경험과 인맥을 활용해서 농가의 주부들을 중심으로 출하자를 모집 조직화했다.

농협 여성부에서는 오래전부터 자가채소의 자급운동을 해왔고, 자급하고 남은 채소류를 파는 아침시장 '오카상 시장'을 정기적으로 열어왔다. 그런 활동을 통해서 소량다품목 재배 경험이 있는 주부들에게 출하회원 등록을 권유했다. 농산가공연수 과정을 통해 상품개발과 가공기술을 습득한 여성에게는 제조와 판매가 가능한 농산가공실을 설치해 주었다.

여성부 조직, 주부 출하자 적극 모집…생활거점으로 탄생

채소류·농산 가공품 계획적 출하… 6년만에 매출 3배 늘어

요리교실에서 습득한 요리기술을 활용해서 식당경영을 원하는 여성그룹에는 주방과 70개의 객석이 있는 식당을 만들어 임대했다. 이제까지의 여성부 활동으로 배운 것을 활용해서 취미도 삼고 돈도 벌면서 사는 보람을 느낄 수 있는 생활의 거점으로 파머스마켓이 탄생했다.

국고보조 없이 농협 자금으로 투자

이 지역은 일본의 초등학교 교과서에 나오는 농촌문화 운동가이며 작가인 미야자와 겐지가 탄생한 곳으로도 유명하다. 그의 작품중 '주문이 많은 요리점'이라는 소설이 유명하다. 작품 속에서 표현된 북소리 중 '다다스코 단단'이 나오는데 이를 따서 파머스마켓의 이름을 '다아스코'라고 했고 , 앞에 붙은 '오카상'은 여성의 파워를 상징하기위해 붙였다. 다른 지역 파머스마켓은 운영은 대개 판매부가 운영을 담당하는데 여기는 여성의 '파워'를 유지하기 위해 생활부가 담당한다.

1997년 6월 개업해서 1년간의 판매액은 약 2억엔으로 당초 매출액 목표를 달성했지만 역시 예상대로 겨울철 채소류 부족으로 매출액이 늘지 않는다는 점이 문제였다.

그러나 개업 4년째는 출하회원의 증가와 생산량의 확대로, 출하량이 급증해 매장면적이 한계점에 달해 시설을 당초 개획대로 두배정도의 넓이로 증축하기로 결정했다. 개업 6년째인 2002년 매출액은 초년도의 3배인 6억 7천만엔이 되었고 회원도 두배로 증가했다. 회원 1인당 연간 판매액은 첫 해 70만엔 이었으나 130만엔으로 늘었다. 그중에서도 눈에 띄게 증가한 품목이 농산 가공품이다. 농산가공품에 대한 이용객의 평가는 가격, 품질, 구색갖추기도 만족하다고 조사 결과가 나왔다.(지역사회계획센터의 앙케이트 조사) 떡종류, 김치류, 찰밥 등 주로 쌀로 가공한 것이 많다. 농산가공품만으로 연간 1천만엔을 달성한 여성부 회원도 있다.

'다아스코'의 또 하나의 특징은 국고보조를 전혀 받지 않고 투자액 2억엔을 전액 농협의 자기자금으로 충당했다는 점. 물론 경영상의 부담은 되었지만 오히려 메리트는 더 컸다. 우선 사업결정을 해서 4개월만에 개업 할 수 있었다는 점이다.

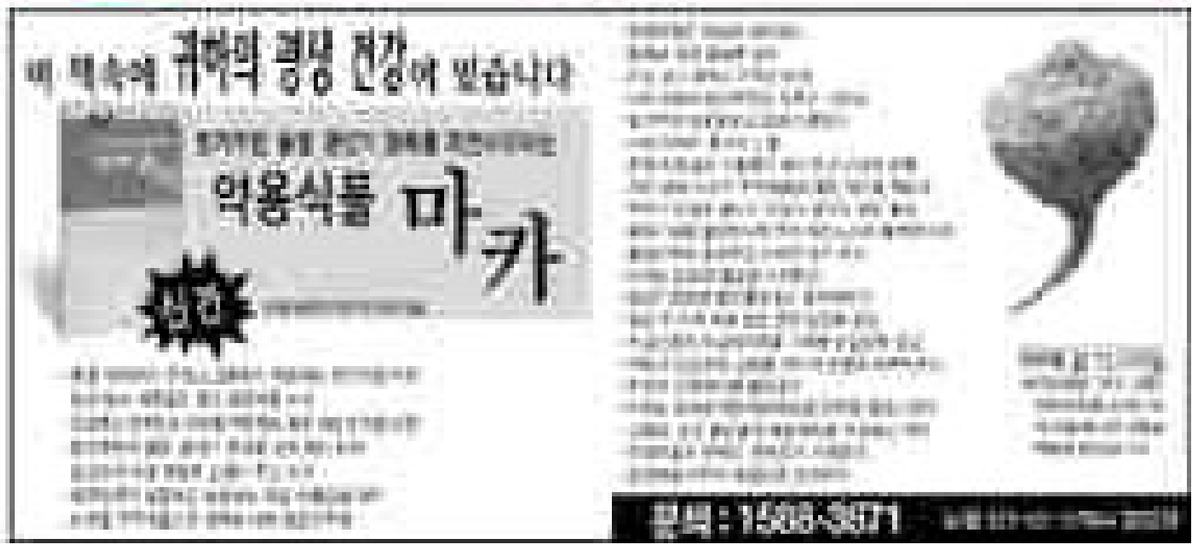
'다아스코' 한쪽 귀퉁이에는 즉석도정 쌀판매장을 설치 고객들의 인기를 끌고 있다. 투명한 용기에 각종 현미 쌀을 전시하고 가격 표를 붙여 놓았다. 자연건조(논에서 볏단을 거꾸로 걸어 자연건조)한 히토메보레는 400엔(kg), 지역산 히토메보레는 320엔, 특별재배미(감농약,감화학 비료재배)는 400엔 등이다. 소비자 한 명이 대개 2~5kg의 현미를 구입, 즉석에서 도정해 간다. 최근 이런 형태의 판매가 인기다.

하나마키 파머스마켓 개장이래 지역농업과 농가도 크게 변모했다. 우선 가장 크게 변한 것은 농가의 주부들이다. 개업당초는 자가생산 채소중 자급하고 남은 것을 출하하는 체제였으나, 지금은 주부들 자신의 통장예금을 증가시키기 위해서 팔리는 농산물을 계획적으로 재배, 출하하는 형태로 바뀌었다는 점이다.

젊은 농업후계자들 뒤늦게 동참

여기에다 여성들이 타고난 도전정신을 발휘해서 농산가공이나 식당경영 등 농산물에 부가가치를 높이는 '여성기업'도 속출했다. 이를 지원하기위해 농협에서는 10억엔의 자금을 마련 농산가공시설이나 소형 하우스를 시설하는 주부들에게 장기 저리로 융자 지원한다. 그 결과 집 마당에도 가공시설이 만들어지고, 휴경지 논에는 비닐하우스가 설치 되는 등 지역의 농업이 변하고 있다.

이런 모습을 지켜보고만 있던 고령자들도 변했다. 주부들과 고령자들이 적극적으로 참여하자, 젊은 농업후계자들도'다아스코'직판에 적극 참여했다.

'다아스코'는 앞으로 운영 방향을 '물질의 교류'에서 '사람의 교류'로 전환 시킬 계획이다. 예를 들면 자유시장 개설, 메밀국수 만들기 체험 등 소비자 참가형 도시 농촌 교류를 논농사학교 개설, 농산가공, 수공예품 만들기 등 다양한 체험 메뉴와 본래 모습 그대로의 농가민박을 곁들여서 그린투어리즘을 추진할 계획이다. 그렇게 되면 단순한 파머스마켓에 그치지 않고 당초 계획했던 '그린멧세' 구상이 실현돼 지역농업의 지도가 변함으로써 지역농업의 재생과 함께 지역경제의 활성화에 공헌할 것으로 굳게 믿고 있다.

〈일본 히로시마 슈도대학 객원연구원·광주일보 일본통신원〉/eshyun21@naver.com