



현의송의

일본농업 따라잡기

② 都-農교류·관광농원 활성화

‘농업은 6차 산업’ 생산자-소비자 상생의 실천

(1차×2차×3차산업)

최근 일본 농업계에서는 ‘농업은 6차 산업’이라는 말을 자주 한다. 이것은 농업이 농산물생산(1차 산업)만이 아니고 가공(2차산업), 판매와 관광(3차 산업)까지 유기적으로 연결되는 데서 나온 논리다. 즉, 1차산업×2차산업×3차산업=6차산업이라는 것이다.

1차산업(농업)이 제로(0)이면 2차, 3차 산업이 아무리 발달했다 해도 그 곱하기는 제로(0)가 되고 만다. 따라서 ‘6차산업’이라는 말은 이처럼 농업의 기반 위에 2차, 3차 산업이 발달해야 한다는 의미도 내포하고 있으며, 이미 상당수의 농민단체나 농업 생산법인 등은 농업을 6차 산업의 관점에서 이해하며 적용하고 있다.

농업의 영역을 확대하기 위해서는 예전의 농업영역에서는 필요가 없었던 수법이나 기술 등 경영기법을 도입하는 것이 필수적이다. 소비자의 요구를 직접 파악하거나 소비자를 상품개발이나 경영에 참여시켜 그들의 요구에 부응하거나 일반기업과 연대해 상호교류하는 사례도 많이 있다.

소비자를 농원의 주주로

야마구치(山口)현의 후나가다(船方)종합농장은 일정 범위 내에서 소비자를 주주로 모집하고 있다. 이 농장은 중소기업협동조합법에 의한 사업협동조합이면서 행정기관으로부터 농업협동조합과 동등하게 인정받고 있었다.

후나가다종합농장은 도시-농촌 교류를 위한 다양한 프로그램을 구축했고, 이를 인정받아 국가로부터 일부 시설의 지원도 받고 있다. 축산, 화훼, 과수, 벼농사 등의 종합농장으로 100% 직매를 하는 이곳을 찾는 관광객은 연간 8만 명이고 매출액은 7억 엔이다.

이 농장은 소비자를 경영 파트너로 인식하고, 소비자가 경영에 참가하여 그들의 관점에서 상품개발이나 교류활동 등에 대한 의견을 제안하도록 권장하고 있다. 즉, 생산자의 입장만이 아니라 소비자의 지혜와 노하우를 적극적으로 경영에 반영하고 개선하는 것이다.

기회 있을 때마다 농사 체험

도쿄 근교에 있는 오히라(大平)농원은 2000평의 밭에서 20여 품목의 채소류를 무농약 유기재배로 생산, 300명의 새싹(若葉)부녀회원에게 전량 일정한 가격으로 공급하고 있다.

새싹부녀회 회원은 구입한 농산물에 대한 감사나 평가와 함께 재배품목과 생산량에 대한 의견을 농원주인에게 전달한다. 그러면 농원주는 그때그때 요



일정 범위 내에서 소비자를 주주로 모집해 유대를 강화하고 있는 야마구치현 후나가다 종합농장에서 젓소 사육과정을 살펴보고 있는 도시의 어린이들. 최근 일본에서는 도시와 농촌의 교류가 크게 활성화되고 있다.

도시민 소비자 주주 상품개발·경영 직접 참여 생산-가공-판매·관광 모든 분야 유기적 연대

구가 많은 농산물 20품목을 무농약재배로 생산한다. 이 방식을 통해 회원인 소비자는 자신이 먹고 싶으면서 신선하고 안전한 농산물을 구입할 수 있고, 생산자 농민은 안정적인 경영을 하게 된다.

처음 20여 명의 주부들이 새싹회를 구성하고 무농약으로 재배한 농산물을 전량, 그리고 일정가격으로 구입한다는 기본 원칙을 정했다. 오히라 농원의 무농약채소 재배는 안전하고 맛이 좋은 농산물을 요구하는 소비자들에게 입에서 입으로 전달되었고, 지금은 새싹부녀회의 회원 수가 300명에 이른다. 생산된 채소는 주 1회 농장의 직매소에서 직접 수령하거나 택배로 받는다. 직매소에는 회원별로 이름표가 붙은 바구니가 선반에 진열되어 있고, 회원은 자기의 것을 찾아서 가져간다.

새싹부녀회의 지역별 대표들은 월 1회 모인다. 여기서는 농장주로부터 재배상황에 관한 설명을 듣기도 하고 판매된 채소의 평가와 앞으로 생산을 희망하는 채소의 품목에 대한 이야기도 나눈다. 회원들은 기회가 있을 때마다 농원을 찾아 두 시간 간

도 농작업을 체험한다.

정중회사와 농협의 제휴

니가타현 에치고산토우농협은 10년 전부터 ‘건강한도양만들기추진협의회’를 설치하고 철저한 땅심높이기 운동을 전개해 왔다. 농협은 토양개선의 성과를 확인하기 위해 450개 지점의 토양분석을 실시하고 그 분석 결과를 토대로 토양지도를 작성했다. 토양지도는 고품질 쌀 생산을 위한 포장별 시비설계 등에 활용되었고, 그 결과 관내에서는 고품질 쌀이 안정적으로 고르게 생산되었다.

이렇게 선진적인 쌀생산 체제를 갖추기까지는 관내에 있는 일본 유수의 정중회사인 아사히(朝日)주조회사의 역할이 컸다. 이 회사는 ‘구보타(久保田)’라는 브랜드의 술을 생산하는데, 이 브랜드는 일본 술꾼들에게 명주(銘酒)로 널리 알려져 있다.

명주를 만들기 위해서는 좋은 쌀이 필수적이다.

그서서 10여 년 전 농협과 공동으로 양질의 양조용 쌀 생산, 감농약(減農藥)재배, 감비(減肥)재배 등의 기술개발에 착수했다. 양조용 쌀은 단백질과 지방질이 적어야 한다. 현재 농협은 니가타의 대표적인 양조용 쌀인 ‘오백만석(5百萬石)’과 ‘천추락(千秋樂)’을 아사히주조회사와 400ha 계약재배를 하고 있다. 이들 계약재배한 양조용 쌀은 품질 기준에 따라 60kg 현미 한 포대에 600엔부터 4천엔까지 차등 가산금을 지급한다.

슈퍼마켓과 농협의 악수

슈퍼마켓은 채소 판매과정에서 발생한 쓰레기로 퇴비를 만들어 쌀 생산농가에 제공하고, 농가는 이 퇴비로 유기재배한 쌀을 슈퍼마켓에 납품한다.

이바라키현 기타쓰쿠바농협 관내 54농가는 도쿄와 지역 내에 점포가 있는 에코스(주)와 제휴하여 채소 쓰레기로 만든 퇴비를 이용, 52ha의 논에서 유기재배한 쌀 260톤을 생산하고 이를 에코스에 공급함으로써 상생을 실현해보고 있다.

에코스의 점포에서 나온 채소와 음식물 쓰레기는 트럭으로 퇴비센터로 옮겨져 3개월에 걸쳐서 퇴비로 재탄생한다. 완숙된 퇴비는 에코스와 계약재배하는 농가에 무상으로 공급되고, 계약재배를 생산하는 포장에는 생산자 이름과 파종일 및 정식일 등의 정보가 기재된 간판이 설치된다.

2004년에는 300평당 200kg의 퇴비를 뿌리고 살균제와 제초제는 1회만 살포해 생산한 쌀을 ‘특별재배미’로 판매하였다. 에코스는 이 쌀을 주주에게 특별히 공급하는 우대품(2kg)으로 사용하기도 한다. 또 고객 20가족을 선정, 무료로 계약 농가에 모내기 체험관광을 주선하는 등 연대와 교류를 점점 확대하고 있다.

서로 얼굴 아는 생활공동체

일본 전국에 산재한 2천500명의 농어가는 안전규격을 엄격하게 지켜서 우수농산물을 생산하고, (주)대지는 이를 사들여 7만 명의 소비자에게 슈퍼마켓의 가격보다 1.5배 비싼 가격으로 택배 판매를 한다. 연간 매출액은 300억 엔으로 매년 20%씩 증가한다. 소비자회원은 연회비로 1000엔을 내는데 유전자조작식품 반대운동 등 환경운동에도 참여한다.

이들 생산자와 소비자들은 1년에 한 번씩 도쿄에 모여 교류집회를 열고 서로 연대감을 돈독히 한다. 지역별 생산자와 소비자의 체험교류도 자주 열린다. 서로 얼굴 아는 농산물 생산과 유통으로 이룬 공동체인 셈이다.

일본 히로시마 슈도대학 객원연구원·광주일보 일본통신원eshyun21@naver.com

제언

식(食)과 농(農)하나돼 수입개방 파고를 넘자

식(食)과 농(農)은 서로 떨어질 수 없는 불가분의 관계다. 농업이 없으면 식생활이 불가능하기 때문이다. 그러므로 식과 농은 더욱 밀접해져야 하는데, 어렵게도 오히려 점점 멀어지고 있는 것이 현실이다. 식과 농이 밀착되기 위해서는 서로 이해하고 제휴해야 한다. 그래야 수입개방의 험난한 파고도 이길 수 있다.

중국산 농산물의 홍수에 우리 한국농업의 어려움이 갈수록 커져가고, 농산물의 안전성 문제 등으로 위기감을 느끼는 소비자들도 적지 않다.

그렇다면 우리도 상식 먹는 두부와 된장, 간장부터라도 생산자와 소비자가 제휴하여 생산하고 공급한다면 서로에게 도움이 되지 않을까. 농민은 농가소득이 증대되고 생산한 콩의 안정적인 판매처도 확보된다.

소비자는 안전한 콩으로 만든 두부와 된장, 간장을 먹을 수 있다. 국가적으로도 유흥농지를 활용하므로 환경보전이나 식량 자급을 향상에 도움이 될 것이다.

더욱이 식품의 안전성 확보가 중요한 과제가 된 이 시점에서 소비자는 식생활의 현실을 제대로 파악하고 국내농업을 좀 더 정확히 이해할 필요가 있다. 생산자 역시 소비자의 의사 변화와 욕구를 정확히 파악하여 농업의 동반자 확보와 안전농산물 생산을 위해 더욱 노력해야 한다는 것은 두말할 필요가 없다.



후나가다 농장의 화훼단지. 도시인들이 농장을 찾아 아름다운 꽃을 감상하는 사이 농촌에 대한 친근감이 높아진다.

최신 출시된 SONY의 명품들

2006 소니 엔터테인먼트 어워드상 수상

가정용 캠코더, 디지털 캠코더, 디지털 캠코더, 디지털 캠코더

소니 광주전시판매점 ☎ (062)522-2000

소니 공식 시메스센터 ☎ (062)514-3000

이용기능장 1호

기술 12년 경력의 최고실력자 이수재원장 직접시공관리

가발

심는가발 완성!!

대신남녀 프러모가발맞춤