光州日報 창사 60주년 기획시리즈

since 1952

생명산업 농업을 다시 본다 〈16〉

〈3부〉 농업은 생명산업

③ 향토산업

특색있는 농수산물 가공 생산 지역 핵심 전략산업으로

진도 울금 향토산업 공동 브랜드

영광하면 굴비를 떠올리기 쉽지만 최근에는 모싯잎 송편을 먼저 생각하는 사람들이 많다. 모싯잎 송편이 지역을 대표하는 특산품으로 자리를 잡으면서 나타난 현상이다.

모싯잎 송편은 지역 향토자원을 산업화로 연계해 성공했다. 영광에서는 일제 강점기 대규모 모시재배단지가 조성되면서 잎으로 송편을 빚어먹던 풍습이 있었는데 웰빙시대에 이를 복원시킨 것이다. 영광군은 떡 명품화 사업에 나서 떡 만들기 기술보급과 저온저장고 구입 및 공동 포장재 등을 지원했다. 마침 농식품부가 향토산업 육성사업을 시작하자 이 사업에 참여해 2009년부터 3년동안 적극적인 지원으로 모싯잎 송편을 단순 제조에서 유통까지 아우르는 1~3차 복합산업으로 발전시켰다.

그 결과 사업참여 전에는 8개에 불과하던 영광지역 떡집이 지난해에는 115곳으로 늘었고 매출도 120억원으로 증가했다. 대부분 5000만~1억원의 매출을 올리지만 10억원 이상을 올리는 떡집도 있다. 전 공정이 수작업으로 이뤄지고 물량의 95%가 택배로 나가다보니 일자리 창출효과도 뛰어나 700여개의 일자리가 생겼다. 더구나 큰 손들이 독차지한 굴비시장과 달리 소규모 가게들이 많아 서민경제를 살리는 효과도 크다.

진도 울금도 향토자원을 산업으로 성공시킨 사례다. 진도군은 울금 전국 생산량의 70%라는 점을 활용해 2009년 4개 생산법인과 농협이 참여한 '울금향토사업단'을 만들어 산·학·연·관 네트워크를 구축하고 생산·가공·유통 과정을 조직화 해 품질을 끌어 올렸다. '마플로'라는 공동 브랜드를 만들어 분말·환·화장품 팩 등 기능성 제품과 막걸리까지 울금 제품의 브랜드 파워를 키웠다.

모싯잎 송편과 진도 울금처럼 브랜드 파워를 키워가는 전남지역 특산품들이 늘고 있다. 지역 고유의 향토자원을 산업화하는 향토산업 육성사업에 따른 것으로, 농가의 소득증대와 일자리 창출 효과를 내면서 침체된 지역경제에 촉매제 역할을 하고 있다.

모싯잎 송편을 빚고 있는 영광의 한 전통 떡집. 영광군내 100여 업체는 5000만~1억원의 연매출을 올리면서 지역경제 활성화에 기여하고 있다. 〈광주일보 자료사진〉

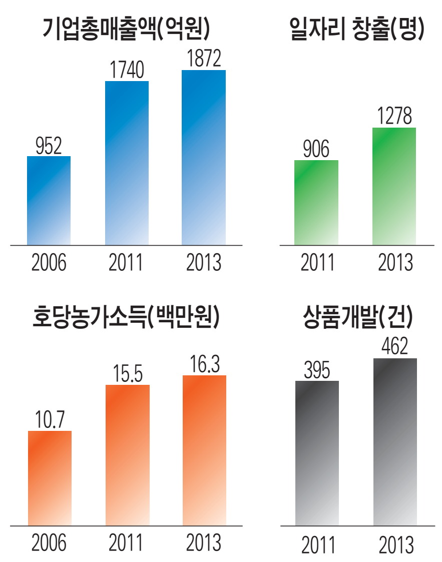
영광 모싯잎 송편·진도 울금 등 원재료보다 10배이상 부가가치

전남 36개사업 전국서 가장활발 906개 일자리·395개 제품 창출

2007년부터 시작된 농식품부의 향토산업 육성사업에 참여한 전남지역 향토자원은 모두 36개. 지난해까지 영광 모싯잎 송편·나주 쪽·진도 구기자·고흥 유자·장흥 표고버섯 등 18개 사업이 3년 기간의 사업을 마쳤고 현재는 해남 고구마·장성 편백나무·영암 대봉감·담양 블루베리 등 18개 사업이 진행중이다. 전남의 36개 향토자원 발굴사업은 전체 160개의 22%에 해당하는 것으로 전국에서 가장 활발하다.

가시적인 실적도 좋아 전남도의 조사결과 지난해까지 도내 204개 향토산업 관련 기업의 매출액은 전년대비 1.8배, 참여농가 가구당 소득은 500만원이 증가했다. 특히 기업 매출은 향토산업 시행전인 2006년과 비교해 786억원이 증가해 참여 업체당 평균 4억원의 증대 효과를 보였다.

■ 지표별 주요 성과와 전망



새로운 일자리도 906개가 생겼다. 향토자원을 소재로 395개의 새로운 상품이 개발됐고 특허, 지리적표시 단체표장등록 등 향토자원 관련 49건의 지적재산권도 확보했다.

명창환 전남도 식품유통과장은 "제 가치를 인정받지 못했던 향토자원들이 고부가가치 산업화 소재로 주목받고 있다"며 "가공제품의 경우 원재료보다 최소 10배 이상의 부가가치가 생긴다"고 밝혔다터

하지만 해결해야 할 과제도 있다. 향토산업 육성이 정부의 공모사업으로 시작된만큼 지원이 끊긴이후 자생할수 있는 생존력을 갖추는 것이 중요하다. 대다수 향토산업 추진 주체의 경영능력이 미흡해 지원이 끊길경우 안정적인 시장 진입이 어려운만큼 사후지원 강화에 나서야 한다는 지적이 나오고 있다.

전남지역 한 사업단 관계자는 "경영 컨설팅과 포장·물류 등 수출지원과 함께 향토산업 추진 주체간 전국 단위의 네트워크 구축이 필요하다"고 말했다. /장필수기자 bungy@kwangju.co.kr

■ 장흥 헛개나무

재배면적 전국 37% 20여종 가공품 생산

작년 72억 매출…2연속 향토산업 '최우수'

장흥 헛개는 지역 향토자원을 산업화 해 성공한 대표 사례로 꼽힌다. 장흥 헛개는 농식품부의 향토산업 평가에서 2010년과 2011년, 2년 연속 전국 최우수사업으로 선정됐다.

성공 비결은 전국 최대 식재자원인 헛개를 사업 아이템으로 선택해 사업 주체별로 재배와 가공, 유통의 업무 분담을 효율적으로 했기 때문이다. 장흥은 헛개나무의 최대 주산지로 170여 농가에서 172ha를 재배하고 있다. 이는 전국 재배면적의 37%를 차지한다.

장흥이 헛개나무 주산지가 된 데는 젊은 귀농인들의 노력이 큰 역할을 했다. 도시에서 직장 생활을 하던 장흥헛개영농조합법인 김대일 대표(34)는 2003년 귀농해 헛개나무 7만5000그루를 처음으로 심었다. 이후 김 대표의 동생 등이 헛개나무 재배에 동참해 현재는 이 조합에서 140ha를 재배하고 있다.

여기에 2008년 '피엔케이'라는 회사가 장흥군 장동면에 가공공장을 지으면서 헛개의 본격적인 산업화가 이뤄졌다. 피엔케이는 인근에 있는 장흥헛개영농조합법인에서 원재료를 납품받아 헛개 진액과 환, 차는 물론 '디펜스'라는 숙취해소 음료 등을 생산하고 있다. 푸르밀과 매일유업 등 대기업과 인터넷 G마켓에 입점하면서 공장 설립 첫해 1억원이던 매출은 3년만인 지난해 35억원으로 급증했다.

장흥군이 추진하고 있는 생약초와 한방산업 지원도 헛개의 향토자원화에 한 몫을 하고 있다. 헛개를 이용한 간장과 된장, 고추장 제조에 관한 3건의 지적재산권 취득도 이 같은 지원의 결과다.

장흥 헛개의 성공은 매출 증가 등 수치에서도 확인된다. 2010년부터 농식품부의 향토산업 사업에 선정된이후 매출액은 선정 전인 2009년 13억2000만원에서 2010년 47억4000만원, 2011년 71억5000만원으로 급증했다.

피엔케이 박종국 대표(56)는 "장흥산 유기농 헛개나무를 원재료로 유산균 발효유 등 20여종의 가공식품을 생산하고 있다"며 "일본 수출을 시작으로 장흥 헛개의 성능을 세계에 알리는데 힘쓰겠다"고 말했다.

/장필수기자 bungy@kwangju.co.kr

광주신세계백화점서 열린 우수 중소기업상품전에 출품된 장흥 헛개 상품들.