

RDA Interrobang (9호)

인터넷(www.rda.go.kr)에서 보실 수 있습니다.

작성 : 최상호 박사(031-299-1057)

김영수, 감사균

# 한국 농업의 새로운 희망

- 작지만 강한 농업, 强小農 -

2011. 3. 16. (제9호)

## 〈 목 차 〉

요 약

I. 갈림길에 선 우리 농업 .....	1
II. 한국농업의 새로운 희망 .....	6
III. 시사점 .....	18



## 《 요 약 》

우리 농업은 시장 개방의 물결 속에서 계속 어려움을 경험해 왔다. 농업소득과 농가 수가 감소하고, GDP에서 농업이 차지하는 비중도 감소했다. 최근에는 자유무역협정의 확대와 구제역 파동, 기상재해 증가 등으로 농업을 더욱 위축시키고 있다. 이제 한국 농업은 침체의 길로 접어들 것인지, 아니면 새로운 돌파구를 찾아 재도약을 할 것인지를 선택할 시점이다. 이러한 상황에서 우리는 ‘소규모 가족농’에서 희망을 본다. 품질 뿐 아니라 창의적 ‘아이디어’를 통한 서비스 경쟁력 등 우리만의 농업경쟁력을 살릴 필요가 있다. 이러한 우리 농업의 희망 한 가운데에는 ‘작지만 강한 농업경영체, 강소농(強小農)’이 있다.

우리 농업의 희망은 “**STRONG + α**”로 표현할 수 있다. ① **Spirit**은 도전정신이다. 혼을 담은 장인정신과 실패를 두려워하지 않는 불굴의 도전정신이다. ② **Technology**는 남들 보다 한 발 앞선 기술개발과 신기술 도입으로 품질과 서비스를 혁신하여 경쟁력을 확보하는 기술력이다. ③ **Relationship**은 고객, 관련 전문가와의 소통과 협력으로 고객감동을 주고 전문가 네트워크를 확보하는 것을 말한다. ④ **Origin**은 최고가 아니더라도 ‘나만의 고유한 제품과 서비스’로 차별화를 확보한 경쟁력을 말하며, ⑤ **Niche**는 창의적 아이디어와 발상의 전환을 통해 새로운 틈새시장과 고객을 창출하는 전략이다. ⑥ **Group**은 조직화를 통한 시너지 극대화, 개인의 성공 노하우를 주변과 나누어 더 큰 열매를 얻는 것이다. ⑦ 그리고 **+ α**는 농업경영체와 운명을 함께 한 농촌진흥 공직자의 열정과 헌신을 의미한다.

우리 농업의 재도약을 위해서 (1) 무엇보다 농촌진흥 사업이 변해야 할 때이다. 농업인에게 감동을 주는 실질적인 농촌진흥사업이 되도록 체질개선을 해야 할 것이며, 이를 위해서는 농촌진흥 공무원의 역량 강화도 필요하다. (2) 농업인도 스스로 강해져야 한다. 장인정신과 핵심역량, 창의적 아이디어로 중무장하여 변화의 주체가 되어야 한다. (3) 강소농, 구호가 아닌 액션으로 진행되어야 한다. 맞춤형 역량향상모델 제공과 더불어 생산기술에서 마케팅, 디자인, 서비스까지 확대한 현장 지도가 필요하다. 농업경영체와 지도 공무원의 전문역량을 동시에 강화할 수 있는 교육 프로그램을 도입해야 할 것이다. 또한 농촌진흥청은 관련 기관 및 다양한 분야와의 협력과 역할 분담을 이루어 강소농 육성을 전략적이고 실천적으로 추진해야 한다. 우리 농업이 희망의 길로 안착할 수 있도록, 작지만 강한 농업경영체와 농업관련 공직자의 열정이 필요할 때이다.



## I. 갈림길에 선 우리 농업

### 가중되는 한국 농업의 어려움

□ 한국 농업은 '93년 우루과이라운드 타결로 시작된 시장 개방의 물결 속에 어려움을 경험

○ 작은 영농규모와 높은 경영비 등으로 인해 저가 수입 농산물과의 가격경쟁이 어려운 실정

- \* 우리 농가의 호당 경지면적은 평균 1.46ha로, 미국의 100분의 1 수준
- \* 경지소유 1ha 미만 농가가 전체의 76.7%로 소규모. 2ha이상 농가는 14.4%에 불과
- \* 농업수입 중 경영비 비중은 '96년 37.3%에서 '09년 63.7%까지 상승

○ 농업 총소득과 농가 수는 지속적으로 줄어들었으며, GDP 대비 농업 비중도 감소하는 추세

- 농업소득은 '94년 이후 증가세가 둔화되고 최근에는 감소

구 분	1995년	2000년	2009년
GDP에서 차지하는 농업비중(%)	5.5	4.2	2.2
1인당 소득비율(%) (농가/도시가구)	99	91	86
농가 수 (만 호)	150.0	138.3	119.5
농가 인구(만 명)	485	403	311

\* 자료 : 통계청('10)

□ 최근 자유무역협정의 확대, 구제역 파동, 기상재해 증가 등 농업에 대한 위협요소가 증가하여 농업이 더욱 위축

- 칠레를 시작으로 한 FTA는 미국과 EU로 확대되었고 현재는 농업 강국인 캐나다, 호주, 뉴질랜드와도 추진 중
- 최근 발생한 구제역과 조류독감 등은 축산업은 물론 농업 전반에 침체를 불러올 것이라는 위기의식이 확산

## 우리 농업의 불확실한 미래

- 현재의 추세가 유지된다면 이후 우리 농업은 더욱 위축되고 농산업의 경쟁력 약화로 이어질 우려까지 존재
  - 농업부문 부가가치는 장기적인 감소세를 보일 것으로 전망되며 경지면적도 '21년까지 연평균 0.8%씩 감소할 전망
  - 농산물구입가격의 상승세로 농가교역조건이 점차 악화됨으로써 농가소득이 불투명하고 규모확대도 한계
    - \* 농가교역조건(농가판매가격/농가구입가격) 변화 : ('90) 127 → ('00) 112 → ('09) 84
  - 농가인구 감소와 고령화가 진행되어, 농촌이 공동화되고 실질 생산력 감소로 농업의 지속가능성에 대한 우려가 증대
    - \* '21년 농가인구는 '10년 대비 74% 수준(220만 명)으로 감소하고, 농촌 고령화 비율은 '10년 대비 1.3배 증가한 45.6%에 달할 것으로 예측 (농경연 '11)

## 침체인가? 재도약인가?

- 한국 농업이 지속적으로 침체의 길로 접어들 것인지, 아니면 새로운 돌파구를 찾아 재도약을 할 것인지를 선택할 시점
  - 소농 중심의 농업은 규모화를 통한 가격경쟁에는 불리하지만 다품목 소량 소비 시대에는 오히려 사업의 기회가 증대
    - \* 미국 농무부는 소농, 신규농, 이주민, 여성농업인 등이 영농에 정착하도록 경영을 지원하고 성공사례를 확산 (미국 소농의 경영이야기, 2010)
- 고비용, 고령화, 소농위주의 구조적 약점을 극복하고 새로운 도약을 위한 우리 농업의 새로운 대안 마련이 필요한 시점
  - 경쟁력의 요소를 가격 중심에서 품질 중심, 소비자안심, 디자인 등 다양한 요소로 확장하는 인식의 전환이 필요
    - 식품의 구매결정 요소가 양 → 질 → 영양 → 감성으로 변화

## 선진국의 활성화 노력

- 농가소득의 감소는 전 세계 농업이 직면한 공통의 문제이며 이를 극복하기 위해 각 국은 다양한 노력을 경주
  - 미국은 지속적인 규모화를 통한 가격 경쟁력 확보, 자유무역의 확대를 통한 세계시장 확대라는 농업경쟁력 강화 전략을 유지
    - 지속적 인수합병을 통해 규모를 키운 세계 최대 종자 및 곡물 유통 회사를 무기로 세계시장의 점유율을 확대
  - 유럽은 규모화를 통한 가격경쟁 보다는 농업의 다원적 가치에 기초한 차별화를 통한 소규모 농업의 지속가능성을 강조
    - 상품과 서비스의 차별화를 통해 작은 농업의 약점을 다각경영과 유연성이라는 장점으로 역이용
    - 프랑스는 소규모 농가 위주의 사업 다각화를 통한 지속가능성 확보

### 프랑스 농촌을 살리는 방법(How to Save Rural France)

#### ▷ 창의적 농업이 프랑스 농촌을 살리는 대안 ('10년 8월 2일, TIME誌 칼럼)

- 전 세계적으로 농가소득이 감소하는 상황에서 우리는 이 문제의 해결책이 더 넓은 땅에서 더 많은 농산물을 생산하는 규모화라고 생각하지만, 규모화는 소비자의 다양한 요구를 충족시키지 못하는 획일화의 문제를 만든다. 프랑스 국민들이 좋아하는 '검정돼지고기'를 먹지 못할 수 도 있다. 결국, 프랑스 농업인들이 살아남기 위해 신선한 아이디어가 필요하고, 이는 프랑스인들만의 소망은 아닐 것이다.

- 독일 연방정부는 '농업의 10가지 기능'(농업, 우리가 살기 위해 그것이 필요하다)을 발간하여 농업의 중요성을 국민들에게 홍보
  - \* 식량보장, 문화경관 보존, 국토환경관리, 국민의 휴식 공간 제공 등
- 일본은 농업농촌의 6차 산업화, 도농 교류의 활성화를 통한 관광 촉진, 농업인의 창의성을 바탕으로 특색이 있는 경영을 유도

## 한국형 농업의 희망 요소

우리 농업의 근간을 이루고 있는 대부분의 소규모 가족농이 꿈과 희망을 가지고 지속적으로 발전할 수 있는 모델 구축이 필요한 시기

□ 우리 농업의 새로운 희망을 찾기 위해 규모화 전략과 차별화되는 한국형 전략이 필요

○ 과거 농업이 토지+노동+자본이라는 더하기(合)의 경쟁력이었다면, 이제는 창의적 '아이디어'를 곱하는 승(乘)의 경쟁력이 중요

- 즉, 가격 중심의 경쟁을 넘어 새로운 가치를 창출할 수 있는 품질과 서비스 중심의 경쟁력이 필요

\* 저가의 수입농산물 속에서도 고품질 한우와 제주 천혜향 등과 같이 품질과 서비스 강화를 통해 차별화한 경우에는 시장 확보가 가능

### 제3의 물결에 대응한 10년 후 농업 비즈니스는 서비스가 핵심!

▷ 소비 중심이 상품에서 서비스로 이동하면서 '서비스농업'이 확대될 전망이며, 경영 패러다임도 성과는 점유율에서 시장창조로, 강점의 원천은 안정성에서 변화로, 경영자원은 자본보다 정보로, 우위요소는 동질적인 것에서 '의미 있는 차별화'로 변화 ('차세대 농업', 일본 미쓰비시총합연구소, 2007)

○ 한국만의 지역특성과 전통을 갖춘 '나만의 고유한 제품과 서비스 (Origin)'를 개발하여 사업의 외연을 확장

- 가격보다 가치를 추구하여 소비자에게 감동주는 상품이 요구

- 농식품경제의 '세계화'와 '지역화' 경향은 대기업 중심의 '대량생산' 뿐만 아니라 소규모 가족농의 장점이 발휘될 '틈새상품'에도 좋은 기회

\* 고도로 표준화된 생산과 효율을 추구하는 패스트푸드(대량식품)와, 장인정신과 진실성을 바탕으로 품질의 전통을 강조하는 슬로우푸드(전통식품)가 공존  
(*'The Food Economy'*, Wageningen Academic publishers, 2009)



- 이대로 무너질 수 없다는 절박한 상황인식을 바탕으로 차별화된 상품과 장인정신으로 무장한 ‘작지만 강한 농업경영체’가 증가
  - 가격위주의 경쟁방식에서 벗어나 소비자를 감동시키는 고품질 제품과 서비스를 제공하여 경쟁력을 확보하는 사례가 증가
    - 규모화를 통한 가격경쟁력 확보 전략의 한계를 인식하고 창조적 아이디어를 통한 품질, 나아가 서비스 경쟁력을 확보
  - \* 경영혁신 의지와 적극적인 온라인 고객소통을 바탕으로 사이버농업인들이 다양한 아이디어를 상품화하는 사례가 탄생
  - 고품질 농산물에 생산자의 감동적인 스토리를 부여하고 지역의 경관자원 등을 활용하는 다양한 사업 모델이 출현
    - 여성농업인들을 중심으로 전통가공식품과 슬로우푸드 등을 상품화하여 고소득을 올리는 사례가 지속적으로 증가
    - \* 농가맛집과 향토음식 뿐만 아니라 종가음식, 궁중음식 등 우리 전통음식에 대한 국민들의 관심이 높아지는 추세
  - 농업이 새로운 비즈니스로서 가능성이 인식되고 농업에 대한 관심이 증가하면서 젊은이들의 귀농도 최근 증가 ('09년 4,080호)

#### 성공한 농업인의 숨은 조력자

- ▷ 작지만 강한 농업경영체의 약진의 뒤에는 그들과 운명을 같이하는 농업 관련 공직자의 열정도 존재
  - 농업경영체의 도전정신에 공무원들의 헌신이 더해져 농업에 성공하는 사례가 증가
  - 농민과 함께 울고 웃으며 성공을 만들어가는 동반자, 지역의 숨겨진 보물을 발굴하여 농업인과 함께 새로운 시장을 창출해가는 든든한 후원자로서 우리 농업의 희망을 함께 만들어가고 있음

## II. 한국 농업의 새로운 희망

### 작지만 강한 한국 농업, 강소농(强小農)

- 한국 농업의 새로운 희망은 “STRONG + α”로 표현이 가능
- **Spirit** (도전정신) : 혼을 담은 장인정신과 실패를 두려워하지 않는 불굴의 의지
  - **Technology** (기술력) : 남들보다 한 발 앞선 기술개발과 신기술 도입으로 품질과 서비스를 혁신하는 기술력
  - **Relationship** (고객감동) : 고객과 관련 전문가들과의 끊임없는 소통과 협력으로 고객감동과 전문가 네트워크를 확보
  - **Origin** (차별화) : 최고가 아니더라도 나만의 고유한 온리 원 (Only One) 제품과 서비스를 개발하여 차별화
  - **Niche** (틈새시장) : 창의적 아이디어와 발상의 전환을 통해 새로운 시장과 고객을 창출
  - **Group** (조직화) : 개인의 성공 노하우를 열린 사고를 바탕으로 주변과 나누어 더 큰 시너지로 승화
  - **+ α** (공직자의 열정과 헌신) : 농업경영체와 운명을 함께하는 농촌진흥 공직자의 열정과 헌신



## Spirit

## 도전정신

## 30년 장인정신이 만들어 낸 명품 버섯

- 경기 여주 이남주 농가는 혼과 열정을 담은 도전을 통해 10여 년 간의 적자 경영에서 벗어나 새로운 시장을 개척
  - '79년 느타리버섯 농사를 시작하였으나 여러 번의 실패로 10여 년 넘도록 이익을 내지 못하는 어려움을 경험
  - 하지만, '자연산느타리'와 같은 품질의 버섯을 만들겠다는 확고한 목표의식과 끊임없는 재도전으로 결국 성공의 열매를 수확
    - '88년 느타리 봉지재배법을 개발하여 '자연에 가장 가까운 건강 버섯'을 생산하는 데 성공하여 대량 생산체계까지 구축
- 자체브랜드 개발, 유통혁신, 소득 다각화, 소비자와의 신뢰 확보 등을 위한 노력도 함께 전개
  - 자연과 가깝다 하여 '태고 버섯'이라는 자체브랜드를 개발하고 고품질 소량생산 방식으로 프리미엄 시장을 개척
    - \* 현재 대형마트에서 일반 느타리버섯 보다 5~6배 비싼 가격으로 판매 중
  - 버섯 재배과정을 소개하고 직접 수확한 버섯을 직거래하는 등 볼거리와 체험을 제공하여 연간 1만 명의 관광객이 방문
    - \* 900m<sup>2</sup> 규모로 시작하여 '10년 2,800m<sup>2</sup>에서 연간 4억 이상의 매출을 기록



봉지재배법



자체 브랜드 '태고버섯'



버섯 체험장의 모습

Technology

기술력

## 연구와 개발을 통한 과학농업만이 살 길

- 배에 대해 아무것도 모르던 전자대리점 주인이 모든 것을 잃고 바닥부터 시작한 학습과 연구를 통해 최고의 배를 생산
  - 경북 영천 **안홍석** 대표는 '95년 빗보증 실수로 30년간 운영하던 전자대리점을 폐업하고 생계를 잇기 위해 농업을 시작
    - 처음에는 경험부족으로 실패를 거듭했으나 농업기관 및 대학 교육이수, 선진국 견학 등 끊임없는 연구를 통해 한 해 매출 1억 5천만 원을 달성
- 안대표가 꼽는 용수농원의 성공비결은 끊임없는 학습과 연구 그리고 과학이 뒷받침된 '기술'개발
  - Y자 모양 재배방식을 도입하고 양분을 배에 집중시키는 관리방법을 개발하여 당도 15°Bx(브릭스)의 최고 품질 배를 생산
    - 수확기에도 반드시 품질검사를 거쳐 통과한 것만 수확하고 철저한 저온저장 원칙을 지켜 '고품질 배'의 이미지를 확립
  - 배 재배에 성공한 이후에도 세계최고의 배 생산을 목표로 자가 발효퇴비, 바닷물 염면살포 등 품질혁신을 위한 농법을 계속 개발
    - 배 판로 확장을 위해 대구대 한방대학과 공동으로 도라지 등 한약재를 넣어 만든 건강배즙도 개발하여 미국에 수출하는 등 부가가치를 극대화



### 언제나 공부하는 자세를 잃지 않는 배 박사 안홍석

- ▷ 우연히 들은 정보도 소홀하게 하지 않으며, 농작업 효율을 높이기 위해 꾸준히 연구하여 다양한 기술을 개발
  - 배 재배 뿐 아니라 Y자 과원 전용 경운기, 계단식 작업 사다리 등 작업효율을 높이는 농기구를 직접 제작
  - 현재도 방문하는 외국인들과의 정보교환을 위해 매일 영어공부를 할 정도로 학습을 생활화

## Relationship

## 고객감동

## 컴퓨터를 농기구로, 블로그를 농장으로

□ 충남 천안 봉황농장 조영숙 대표는 다양한 인터넷 매체를 활용한 소비자와의 진솔한 소통으로 신뢰를 구축

○ '02년 생산한 오이를 제값에 팔지 못해 고심하다 천안시 농업 기술센터의 지원으로 전자상거래를 시작

○ 인터넷 카페도 개설해 하루하루 일어나는 소소한 농촌의 생활, 오이 재배과정, 요리법 등을 도시 소비자에게 진솔하게 전달

\* 봉황농장 홈페이지 : [www.524co.co.kr](http://www.524co.co.kr), 블로그 : <http://blog.daum.net/524co>

□ 온라인 뿐 아니라 '번개탕' 등 오프라인 이벤트도 시도하여 고객의 기대치를 넘는 감동을 선사

○ 단골회원을 농장으로 갑자기 초대하여 오이 수확 체험, 요리 비법 전수, 푸짐한 식사대접 등을 제공하는 등 고객감동을 실현

○ 현재 6,000㎡의 농장에서 생산된 오이의 40%를 전자상거래로 판매하고 있으며 연간 2억 원 정도의 매출을 기록

\* '09년 농촌진흥청이 주최한 농업인 정보화 촉진대회에서 블로그 분야에서 최우수상을 수상

## 고객감동이 가져 온 기적

▷ 지속적으로 쌓아온 고객과의 신뢰가 희망으로 돌아오다

- '08년 추석이 지나고 4만 원이던 오이가 2천 원으로 폭락하여 시름에 빠져있던 차에, 그 동안 농촌생활과 영농경험을 소비자와 공유하고 대화를 나누던 인터넷카페에 힘든 심정을 담은 글을 올리자 회원들의 격려의 글과 함께 주문이 쇄도하여 박스 당 1만 원에 3일 만에 매진





## 찾아가는 서비스로 고객감동

- 강원 고성 진혜련 대표는 소비 트렌드를 읽은 발상의 전환으로 옛에서 떡 카페로, 이제는 맞춤형 출장 서비스를 통해 고객 감동 서비스를 제공
  - 떡이 가지 못하면 사람을 오게 하겠다는 발상의 전환으로 일본 화과자의 디자인을 응용하여 떡 카페를 창업
    - \* 강원도 고성 쌀을 어떻게 많이 소비할 수 있을까 고민하다 옛을 제조하였으나 단 것을 싫어하는 트렌드로 인해 떡으로 방향을 수정
  - 떡을 원하는 사람이 있는 곳이면 어디든지 달려가 5분 만에 떡을 만들어주는 이동서비스로 신선도와 맛을 유지
    - 즉석에서 빻어낸 떡을 판매하기 시작하였으나 유통기한이 하루로 짧아 유통에 어려움이 있어, 맞춤형 출장 서비스를 시작
- 아름다운 떡을 만드는 강원도 고성의 '촌스러우면서 정감이 있는 순수감자 강원도 사람'으로 입소문이 나면서 판매가 증가 (1.2억, '09)
  - 연간 설악권 관광객 10만 명의 고객을 확보하겠다는 목표로, 고객과의 온·오프라인 소통을 시작
    - 떡메 체험 프로그램을 운영하고, 소비자를 지속적으로 찾아오게 하는 농가맛집 '젓놀이'도 운영
      - \* 온라인 카페에서 남편은 떡맨, 진 대표는 설악 한식봉 어머니로 불리며 젊은이들과도 쉽게 소통



Origin	차별화
--------	-----

## 어머니의 손맛에 기능성을 담은 명품

□ 벽장에 숨겨두었던 조청을 어른들 몰래 한 숟갈씩 훔쳐 먹던 추억에 한약재의 기능성을 더해 차별화 한 경북 울진 **이원복** 대표

○ 사라져가는 전통의 맛을 재현하고 피부재생에 좋은 수수와 피를 맑게 하는 당귀 등의 재료를 참나무 숯으로 고아낸 명품 조청

- 전래 기술을 재현한 독창성과 기능성 성분으로 2010 Foodex Japan에서 코리아 조청잼으로 주목 받는 등 매출이 급신장

\* '09년 9천만 원이던 매출이 '10년에는 1.5억 원으로 증가



왕비천 하늘조청



채 화칠기에 담긴 단감

## 무형문화재의 작품과 격을 같이 한 명품 단감

□ '06년 롯데백화점에서 최고급 선물용품으로 무형문화재 청목 **김환경** 선생이 만든 채화칠기<sup>1)</sup>에 담아 격을 맞춘 명품은 바로 '단감'

○ 경남 진주 **성재희** 명인은 '90년대 중반부터 저수고 재배법, 잡초방제법 등의 신기술을 개발, 단감을 경남의 대표 품목으로 육성

- 가락동시장에서 최고시세를 보장받고 있으며, 최고의 품질을 인정받아 서울 시내 주요 백화점과 호텔에 전량을 납품

\* '99년부터 미국, 캐나다로 수출. '09년 과수분야 대한민국 최고 농업기술명인, '10년 세계농업기술상 수상

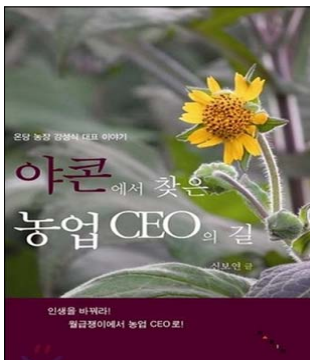
1) 나무 등에 옷칠하고 그 위에 정제한 옷과 천연물감을 조합하여 그림을 그리는 우리 고유의 공예기법

Niche

틈새시장

## 새로운 시장을 보는 안목

- 농업인에게도 비교적 알려지지 않은 작물 ‘야콘’을 재배하기 위해 대기업을 그만두고 귀농한 충북 옥천 강성식 대표
  - 전도유망한 대기업 연구원 생활을 버리고 야콘의 매력에 빠져 귀농을 결심
    - ‘야콘’은 일본에서는 기능성 식품으로 널리 판매되는 등 앞으로 유망한 작목이 될 것으로 판단하여 5년여의 가족설득을 거쳐 귀농
  - 초기의 시행착오를 연구원 출신이라는 장점으로 극복하여 기술을 계속 개발함으로써 성공한 농업인으로 자리매김
    - 끊임없는 연구로 현재 야콘에 대한 최대의 DB를 보유하고 있으며, 초기부터 부가가치를 높일 수 있는 가공연구를 병행
- 남들보다 뒤늦게 농사에 뛰어 들었기 때문에 남들이 하지 않는 틈새시장 개척만이 살길이라는 전략적 사고로 성공
  - 현재 8,264m<sup>2</sup>의 면적에서 야콘 재배와 묘종 생산을 통하여 ‘10년 1.5억 원의 소득을 기록
    - 다양한 가공 제품의 개발과 육묘사업의 확대로 매출이 증가



### 야콘 전도사로 더 유명한 온당농장 강성식 농가

- ▷ 대기업 연구원의 안목으로 농업에 접근하여 틈새시장을 찾아낸 대표적인 귀농인이며 농업 CEO
  - 인터넷 동호회, 카페 ‘야콘사랑’ 등을 활용하여 야콘의 건강기능성을 알리고 신품종을 개발하여 전국 2만여 야콘 농가에 종묘를 공급



## 구기자 + 토마토 = 구기자 토마토

- 충남 청양 류홍렬 대표는 청양의 대표적 작물인 구기자와 자신이 재배하던 방울토마토를 결합하여 새로운 틈새시장을 창출
  - 구기자의 비타민C와 항산화 물질을 토마토에 옮겨와 구기자와 토마토의 영양을 모두 갖춘 방울토마토를 개발하기로 결심
  - 청양 구기자 시험장을 통해 구기자 뿌리, 지골피(구기자 줄기), 열매 등을 이용한 추출액을 지원 받아 개발을 시작
  - 사람이 먹기도 부족한 구기자를 비료로 쓴다는 주위의 비난에도 불구하고 꾸준한 노력으로 결국 구기자 액비 제조법을 개발
  - 구기자 비료로 농사를 지은 토마토는 당도가 기존 토마토 보다 2~3도가 높았고 과육도 단단해지는 효과를 확인
- 차별화된 품질과 청양 특산품인 구기자의 명성이 더해지고 구기자와 비슷한 모양까지 소비자들의 흥미를 유발하여 판매가 증가
  - 5,600㎡의 하우스에서 구기자 토마토를 생산하여 4kg 한 상자에 20,000원 ~ 25,000원에 서울, 대전 등 대도시로 출하
  - \* 기존 방울토마토 농가에 비해 소득이 20~30% 높음
  - 재배기술 습득을 원하는 주변의 농가에도 적극적으로 기술을 보급하여 현재 30여 농가가 구기자 토마토를 생산 중



Group

조직화

## 백지장도 맞들면 낫다, 80만 원의 기적

- 소규모 작목반이던 경북 상주 오이농가들은, 효율적 상품관리와 안정적 소득을 확보를 위해 직접 상주원에영농조합법인을 설립
  - 그 동안은 수수료를 내고 농협 공판장을 사용하였으나 성수기 공간의 부족, 요구사항 거절 등으로 어려움과 설움을 경험
  - 결국 '그 누구도 아닌 스스로' 우리를 도와야 한다는 생각에, 조합원의 직접 출자를 통해 영농조합법인을 설립
  - \* 농가별로 주당 80만원의 출자금을 모아 출발
- 개인이라면 할 수 없던 일들이 조합 법인을 통해 이루어지면서 기적 같은 일들이 발생하기 시작
  - 영농기술지원단이 마련되어 재배기술 지도가 진행되었고, 고문 위촉, 외부 전문가 초빙 등으로 생산 기술의 상향평준화를 달성
  - 모든 상품은 법인의 철저한 검품을 통과하여 출하되어 시장에서 신뢰를 확보, 그 결과 현재 시장 선호도 1위에 등극
  - '샘물오이'라는 브랜드로 인지도를 높이고 조합이 힘을 합쳐 '폴리페놀 오이'를 개발, 매출액 147억('10년)을 달성
  - 한편, 조합은 '시세차익 보전제'와 퇴조금 제도를 운영하여 농가의 피해와 노후까지도 책임, 조합원의 높은 만족도를 확보



김영국 조합장 부부



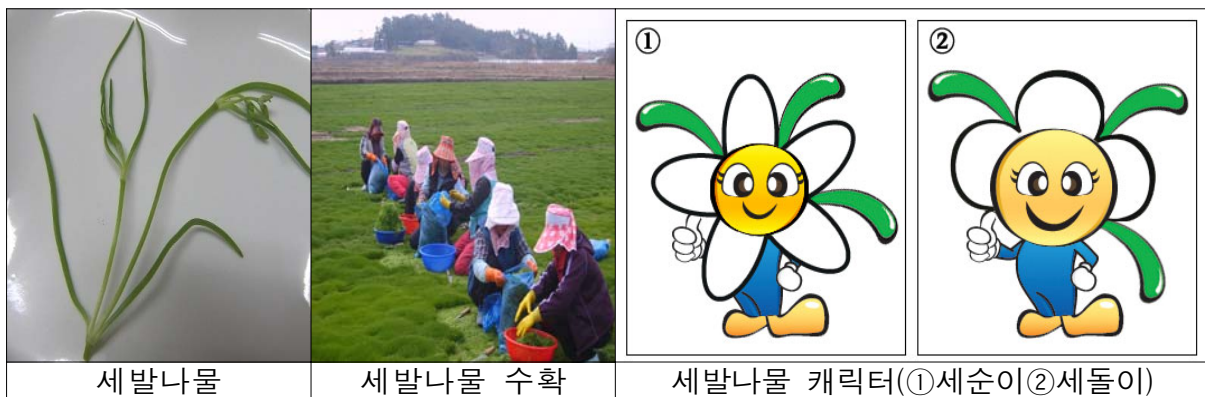
샘물오이 브랜드



폴리페놀 오이

## 함께 만든 해남의 새 명물 ‘세발나물’

- ‘세발나물’은 한 농가가 판매에 성공한 경험을 인근 농가에 적극 확산하여 전남 해남의 새로운 명물로 탄생시킨 대표적 사례
  - 겨울철 푸른 나물채소가 드물다는 것에 착안한 농가가 성공을 거둔 후 지역주민에게 적극 권장하여 ‘땅끝 세발나물 연구회’를 발족
    - ‘세발나물’(갯개미자리)은 예전부터 전남의 바닷가 주민들이 먹어오던 나물로 미나리, 시금치를 빼면 거의 유일한 겨울철 푸른 채소
  - 해남군 농업기술센터와의 긴밀한 연계로 인공재배기술과 기능성을 연구하여 지역특산물로 특화
- ‘땅끝 세발나물 연구회’는 지역 공동체의식과 유대를 공동생산, 판매체제와 결합한 새로운 강소농 모델을 제시
  - 연구회에서는 공동명의를 단일통장을 개설하여 회원별 작업량을 기준으로 공정하게 이익을 배분하여 불신의 여지를 사전에 제거
    - 공동생산과 판매창구 단일화를 통해 납품과 시장출하량을 조절하여 호당 3,000만 원의 새로운 소득원으로 자리매김
  - \* 일손이 적게 들고 난방이 필요 없어 1,000㎡당 순소득이 비닐하우스 재배 600만 원, 노지재배 300만 원으로 봄배추(약 60만 원), 시금치(약 100만 원)에 비해 높음



+ α

## 공직자의 열정과 헌신

### 농업계 마이더스의 손

- 연구를 하는 학자보다는 농업인과 현장에서 함께 호흡하는 지도 업무가 좋아 농촌지도사업을 택한 경기도농업기술원 **이준배** 박사
  - '96년 용인시 농업기술센터에서 공직을 시작한 때부터 “나는 농업인의 성공 도우미” 라고 스스로를 규정
    - 현명농장 **이윤현** 대표가 대한민국 최고농업명인에 선정되는 등 그동안 수 많은 농업인들의 성공의 길을 함께 한 숨은 조력자
  - 높아진 농업인의 역량에 걸맞게 자신의 역량도 더욱 높이기 위하여 타 분야 전문가와도 소통하며 자신을 단련
    - \* 이메일 주소도 과수에 관해서는 최고가 되어야 한다는 생각에 과수왕을 뜻하는 [pomoking@korea.kr](mailto:pomoking@korea.kr)(pomo : 과수 + king : 왕)을 사용
- 과수농가들이 출하 시 당도를 표시하여 20~30%이상 높은 가격을 받을 수 있게 한 간편 비파괴 당도선별기를 개발하여 보급
  - 5 ~ 10억짜리 비파괴 선별기를 구매할 수 없는 지역의 소규모 농업인들의 성공을 돕기 위하여 개발
    - 농업인들이 기존의 중량 선별기에 쉽게 부착하여 당도를 측정하여 출하 시 포장에 표시가 가능
  - 경기도 내 모든 시군의 과수전문가와 뜻있는 농업인들과 함께 과수연구회를 조직하여 성공 노하우의 확산에도 노력
  - 그 동안의 헌신적인 노력과 열정이 알려져 2010 지방 행정의 달인<sup>2)</sup>으로 선정

2) 행안부와 서울신문이 주관한 행사로 농촌진흥 공무원이 전체 29명중 7명이 선정(농업 5명, 산업 1명, 공간 1명)



## 하동 야생녹차의 달인

- '03년 하동군청 녹차팀장으로 온 이종국 지도관은 지리산 자락에 천년 동안 숨어 있던 하동 보물의 명성과 가치를 세상에 알리기 시작
  - 첫 사업으로 하동이 수령이 가장 오래된 차나무를 보유하고 있는 점을 알려 '하동녹차'를 지리적 표시로 등록 ('03년 8월)
    - \* 지리적표시제 등록이 되면 해당 지역 농산물이 특산품으로 인정되어 타 지역 농산물에 비하여 높은 가치로 판매
  - '00년 초 까지만 해도 하동 야생차는 주로 마니아층에서만 애용하던 숨은 명품
- 축산분야로 공무원 생활을 시작한 이 지도관은 녹차가 전공분야가 아님에도 불구하고 발로 뛰고 몸으로 부딪치며 녹차를 공부
  - 하동 녹차산업을 특화하기 위하여 국내외 녹차정보를 수집하고 산업여건을 분석한 뒤 중장기 발전계획을 작성
    - '04년 정부 지자체 연구소 육성사업 공모에 선정이 되어 168억의 사업비를 지원받아 '08년 녹차연구소를 개소
- 녹차를 통해 지역경제를 활성화 해보겠다는 강한 열정으로 다양한 사업을 추진하여 '10년 지방행정의 달인으로 선정
  - '왕의 녹차' 브랜드 개발로 명품화를 추진하고 하동 녹차체험관 건립도 주도하여 '10년에 23,000명의 체험 관광객이 방문



녹차연구소



왕의 녹차 브랜드



하동 녹차 체험

### Ⅲ. 시사점

#### 농촌진흥사업의 반성과 변화가 요구되는 시점

- 한국은 세계 7위 수준의 농업과학기술을 보유하고 있으나 영농 현장 활용도가 여전히 미흡해 체질 개선이 필요
  - 평균적인 기술수준은 높으나 영농현장에서 요구하는 종합화된 실용기술 보급이 미흡하고 연구결과의 현장접목 비율도 낮음
  - 개발기술을 패키지로 엮어 현장의 눈높이에 맞춘 보급형 기술로 가공하는 전략이 부재
- 현장에서 요구되는 생산, 가공, 경영, 마케팅 등 종합적 지식과 기술에 대응하는 농촌진흥 공무원의 역량 강화가 필요
  - 단편적인 공급자 위주의 기술보급보다는 농업경영체가 요구하는 종합 컨설팅으로 농업인들의 호응을 제고
  - 농업경영체 진단과 비전제시, 소비트렌드 변화와 틈새시장 정보 등 기술정보 컨설팅 역량도 배양
  - 예산을 활용한 시범사업 위주의 관행을 넘어 농업인에게 감동을 주는 사업으로 탈바꿈해야 할 시점
    - '60~70년대 열악한 환경에서도 녹색혁명을 주도한 선배들의 헌신과 열정을 상기하여 농촌진흥사업의 부활을 꿈꾸어야 할 시점

#### 농촌진흥 공무원의 헌신이 만든 역사

##### ▷ 피와 땀 그리고 끈기로 이루어낸 녹색혁명

- '60년대 만성적인 식량부족국가를 식량자급국가로 탈바꿈시킨 역사적인 성과로 농촌진흥 공무원의 열정과 헌신이 바탕
- 이후 보릿고개를 벗어나 경제성장에 매진하여 이탈리아를 넘어 '10년 세계 7위의 수출대국으로 성장, 통일버는 '09년 '국가연구개발 반세기 성과 Top 10'에 선정

## 농업인도 스스로 강해져야, 자강불식(自彊不息)

- 농업인 스스로가 장인정신과 핵심역량을 갖추고 스스로 실질적인 변화를 주도
  - 한국농업의 경쟁력 강화는 정부정책 뿐 아니라 농업인 스스로의 열정과 역량 향상을 위한 노력도 중요
  - 장인정신과 도전정신을 바탕으로 남들보다 한 발 앞선 기술개발과 신기술 도입으로 품질과 서비스를 혁신
  - 고객 뿐 아니라 다양한 분야의 전문가들과 끊임없이 소통하고 협력하여 새로운 사업의 기회를 창출
- 창의적 아이디어를 기반으로 새로운 시장과 고객을 창출하고 개인의 성공 노하우를 나누어 더 큰 시너지로 승화
  - 어떠한 유형이든 나름대로의 가치를 부여하여 아이디어를 찾고 이를 상품화하는 노력이 중요
  - 스스로의 노력으로 위기를 돌파하고 어떠한 어려움에도 결코 포기하지 않는 불굴의 의지가 중요
  - 결국, 작지만 강한 농업경영체의 노력에 농업관련 공직자의 열정과 헌신이 더해지는 것이 우리 농업의 새로운 희망

### 취업률 1위 한국농수산대학

- ▷ 한국 교육개발원이 발간한 '2010 교육기본통계'에서 졸업자 취업현황 분석에서 당당히 취업률 1위로 조사
- '11학년도 신입생 수시모집에서 4.61:1의 경쟁률을 보였으며 졸업 후 평균 소득이 7,400만 원으로 일반 농가의 두 배 수준 (500대 기업 초임 : 3,193만원)
  - 농림수산식품부 산하기관으로서 식량작물과 등 9개 학과, 학년 당 330 명 정원으로 운영되는 3년제 국립대학

## 강소농, 구호가 아닌 액션으로

- 작지만 강한 10만 농업경영체 육성이라는 목표의 달성은 단순한 구호가 아닌 구체적 액션이 필요
  - 매 년 자발적으로 참여한 15,000 ~ 20,000 농가를 대상으로 소득 10%를 올릴 수 있는 맞춤형 역량향상 모델을 제공
    - \* 1개 강소농의 성공은 주변의 3~4개 경영체에 확산되어 10만 강소농이 30~40만 농업경영체의 성공으로 이어져, 한국 농업의 경쟁력 확보가 가능
  - 현장 기술지원 범위를 생산부터 소비까지의 전 단계로 확장하여 생산기술, 마케팅, 디자인, 서비스 까지 통합적으로 컨설팅
    - 농업관련 기관, 외부전문가들이 함께 참여하는 드림 컨설팅팀을 구성하고 분야별 전문가 네트워크도 구축
- 강소농과 함께 동반자로서 한국 농업의 미래를 이끌어 갈 지도직 공무원의 전문 역량을 강화
  - 농업기술 전문교육과 더불어 전문 컨설턴트 양성 교육 프로그램을 도입하고 외부 위탁 교육도 실시하여 컨설팅 능력을 배양
    - \* 컨설팅 기법은 농업 지식과는 별도의 분야로 인식하는 것이 중요
  - 지도공무원에 의한 단방향 교육에서 벗어나 성공 농업경영체를 강사로 한 쌍방향 교육으로 담당 공무원의 현장 감각을 제고
- 농촌진흥청은 관련 기관 및 다양한 분야의 파트너와의 역할분담 및 협력을 통하여 강소농 육성을 추진
  - 농협, 농어촌공사, 농수산물유통공사, 중소기업청 등과의 MOU 체결을 통해 농업정책과 기술개발 및 보급을 일관되게 추진
    - 농협(유통, 가공), 농어촌공사(기반구축, 도농교류), 중기청(농업 창업지원), 농수산물유통공사(수출정보) 등 역할을 분담