

# 지역농업 자립시스템의 추진 전략

독자성 · 주체성 · 협동성 등 구축, 정치 경제 사회 문화적 측면서 지역자치 실현  
전략본부 구성 · 경쟁주체 양성 훈련 · 경쟁수단 구비 · 다양한 전술 · 자립 달성

**농**업 강대국과의 자유무역협정(FTA)은 우리 농업을 심각하게 위협하는 중요한 요인이다. WTO/DDA를 넘어 이제는 한미 FTA를 추진하고 있는 세계화의 열풍은 우리 농업 · 농촌에 적지 않은 위기를 주고 있다. 세계화시대에 있어 우리 농업인은, 국내 타 지역 농업인 뿐 아니라 외국의 농업인과의 경쟁해야 하는 여건에 직면하고 있다. 따라서 무한경쟁시대라는 표현처럼 우리 농업은 거의 전쟁수준의 전략과 전술을 추진해야 하는 실정이다. 이러한 전쟁에서 승리하기 위해서는 탁월한 지도자(지역농업 지도자)와 잘 훈련된 병사(높은 수준의 기술을 가진 생산자조직), 최신 무기(고품질, 기능성, 브랜드 농산물) 등이 필요할 것이다.

각 지방자치단체는 세계화에 대응하기



김 호  
단국대 환경자원경제학과 교수

위해 지역농업의 활성화에 노력하고 있다. 이러한 지역농업 활성화의 목표는 농업지대별 및 품목별, 영농특성별 특징을 극대화함으로써, 궁극적으로 지역농업 자립시스템을 구축하는 데에 있다. 즉 지방화시대에 있어 지자체는, 지역의 특성에 부합되는 농업 · 농촌의 활성화 및

발전을 위한 지역농업 특화전략의 추진에 초점을 두어야 한다. 특히 과거의 중앙집권적 및 획일적 농정추진 체계에서 벗어나 지역 중심적, 탄력적인 형태로 전환되어야 할 것이다. 지역 내에서 인간 및 자연과 산업의 조화라는 원칙하에, 지역농업을 기반으로 한 제2차 산업과 제3차 산업을 육성하는 것이다. 따라서 지역농업의 주체(지자체, 농축협 및 영농조합 등 생산자조직, 농민단체, 학계 등)의 역할이 더욱 중요해지

고 있다. 이러한 주체들이 공동으로 합의하여 지역농업 활성화 전략을 수립, 추진하는 체계를 갖출 필요성이 있다.

지역농업 발전목표인 지역농업 자립시스템이란 지역의 독자성, 주체성, 협동성 등을 구축하는 것이다. 이는 지역농업 문제를 지역이 주체가 되어 스스로 결정하고 해결해 가는 것을 의미한다. 이를 정치, 경제, 사회 문화적 측면으로 구분하면 다음과 같다.

첫째, 정치적 측면에서 지역자치를 실현하는 것이다. 즉 지역농업 문제의 발굴 및 해결방안을 지역구성원이 자치적으로 논의하고 합의하여 결론을 도출하는 것이다. 둘째, 경제적 측면으로는 지역의 인적자원, 산업자원, 환경자원, 사회문화적 자원 등 지역자원을 발굴하고 그 활용을 극대화하는 것이다. 또한 농업(제1차)을 기초산업으로 하여 제2차, 제3차 산업을 연계 육성하여 산업간 조화를 이룸으로써 농업을 6차 산업화하는 것이다. 셋째, 사회 문화적 측면으로서 지역문화와 전통을 보전 및 계승하고, 자연환경과 자원을 잘 보전하며 국민에게 안전한 식품과 쾌적한 휴양지, 자연환경에 대한 교육장소 등을 제공하는 것이다.

### 전략본부 구축 및 경영주체 양성 훈련

이러한 지역자립 시스템을 추진하는 전략으로서, 우선 전략본부를 구성하고 지역농업 주체를 양성하고 훈련하는 일이다. 그리고 최신 경쟁수단을 구비하여 다양한 전

술을 구사함으로써 궁극적인 목표를 달성하는 것이다. 이를 요약하면 “개방화시대 지역농업의 대외 경쟁력 향상 로드 맵”으로 나타낼 수 있다.

이를 살펴보면 첫째, 지역농업 추진 전략 본부를 구축하여 전략을 수립하여야 한다. 전략본부는 협치(協治, governance) 농정 체제를 구축하는 것으로서, 농업인 단체 및 시민사회단체, 정부, 농업관련 산업, 학계 등 산·학·관의 유기적 결합체가 되어야 한다. 그리고 구성 목적은 구성주체의 합의를 바탕으로 한 민주적이고 효율적인 농정의 틀을 구축하여, 지역현장 맞춤형 농정을 구현하며, 농업인의 실익 증대와 지위 향상을 도모하는 데에 두는 것이다.

또한 전략본부에서는 지역농업의 특화 및 유통·가공 전략을 수립하여 추진하여야 한다. 지역농업의 중장기적인 청사진을 그린 후, 구체적이고 세부적인 대책을 수립하여 지속적으로 추진하여야 한다. 기본방향은 농업지대별 및 품목별, 영농특성별로 특성화 전략 추진과 지역자원·지역산업의 연계성 강화하는 데에 두어야 할 것이다. 예컨대 농촌·농업지역별 특성에 부합되는 전략으로서 친환경지역농업 지역, 농촌관광 및 체험 지대, 휴양지대, 명품 쌀 및 보리 지역, 과수지역, 채소류, 축산 등으로 구분하여 특화전략을 추진하는 것이다. 이러한 지역농업 특화사업이 지역 부존자원과 연계되면, 지역산업을 발전시키는 데에 시너지 효과를 발휘할 수 있다.

둘째, 경쟁력이 있는 지역농업 주체를 양

성하고 훈련시키는 일이다. 우리 농업의 경쟁력은 생산자조직을 통해 가속화시켜야 한다. 이를 위해 필수적인 요소가 생산자조직을 이끌어 갈 탁월한 농업·농촌 리더이다. 개방화시대에는 외국의 농업경영체에 대한 경쟁이 주된 과제이다. 실제로 전국 각 지역에서 선도적인 지도자를 중심으로 생산자를 조직화하여 경영활동을 성공적으로 이끌고 있는 사례가 곳곳에서 나타나고 있다.

특히 외국 농업경영체에 대한 경쟁의 기본 주체단위로서 지역농업 생산자조직 또는 품목별 전국 생산자조직화 등이 중요하다. 더욱이 지역별 및 품목별과 상품 특성별로 생산자조직간 연합, 산·학·연·관 연계체제 강화 등을 실천하여야 한다. 또한 농업인의 경영마인드 고취를 위한 교육도 강화하여야 한다. 예컨대 생산자 및 생산자조직의 농업경영·유통에 대한 패러다임의 전환과 유통환경의 변화에 대한 인식을 위한 지속적인 교육이 필요하다. 즉 소비자 지향적인 생산 및 유통을 추진하는 사고방식과 품질경쟁력 향상을 위한 기술개발 교육이 요구되고 있다. 뿐만 아니라 기술, 경쟁, 고객의 선호도 변화에 즉각적으로 대응할 수 있는 탄력적인 경영조직과 마인드를 가질 수 있어야 한다.

이러한 생산자조직의 육성과 농업인의 마인드 전환을 바탕으로 지역특산물의 마케팅 전문기구를 설립하여야 한다. 이 기구는 지자체와 생산자단체(농축협, 영농조합 등)가 공동으로 마케팅을 전담할 수 있는

독립적인 성격을 가질 필요성이 있다. 그리고 필요에 따라서는 경영 전문가를 영입하여 시장상황의 변화에 신속하게 대응할 수 있는 책임경영을 추진하고, 지역대학에서는 마케팅 담당 인력을 공급하는 역할을 맡는다.

### 경쟁수단 구비 및 다양한 전술 개발

셋째, 최신 경쟁수단을 구비하여야 한다. 시장환경의 변화에 부응하기 위한 수단으로서 자원순환형 친환경농업, 축산물의 고급화 및 브랜드화, 표준규격화, 지역 공동브랜드화, 가공식품의 품질차별화와 공동 브랜드 등을 들 수 있다. 먼저, 자원순환형 친환경농업의 추진이다. 최근에 전국적으로 친환경농업 생산지역의 확대에 따라 친환경농산물간의 경쟁이 심화되고 있다. 그래서 다른 지역의 친환경농업과 차별화하기 위해서는 지역을 단위로 하는 자원순환형 친환경농업으로써 경쟁력을 가져야 한다. 또한 현재 미개척 분야인 유기축산을 추진함으로써 새로운 가치의 창출, 시장의 선점 등이 가능하게 될 것으로 생각된다.

그리고 미국산 수입쇠고기에 대응할 수 있는 축산물의 고급화 및 브랜드화를 추진할 필요성이 있다. 농협중앙회(2005)의 조사에 따르면, 소비자의 약 63%가 육류 브랜드에 대해 긍정적인 인식을 가지고 있으나, 안전성의 문제에 대해서는 약 72%가 대체로 심각하다고 인식하고 있는 것으로 나타났다. 따라서 축산물 안전관리의 투명

성을 위해 이력추적제와 HACCP 등을 적극 도입할 필요성이 있다. 또한 축산물 공동브랜드의 제작과 관리를 위해 축협, 생산자, 육가공업체, 유통업체, 소비자 대표 등이 자발적으로 위원회를 구성하는 것이다. 그리고 관내 공동브랜드 축산물 판매점 및 음식점 등에 판매인증서를 부착토록 함으로써 소비자의 신뢰를 확보하고 판매점을 관리하는 시스템을 도입하는 방법도 있다.

지역농업을 활성화시키는 수단 중 하나로서 철저한 표준규격화와 지역공동 브랜드화가 있다. 공동 브랜드는 고품질 기능성 농산물 생산, 철저한 선별 및 검사, 표준규격화, 저온유통체계 등 품질의 차별성이 있어야 발휘되는 것이다. 공동 브랜드가 부착되고 디자인된 박스는 상품검사 등 엄격한 품질관리를 거쳐 사용함으로써, 상품의 신뢰성을 지속시키는 것이 중요하다. 또 개발된 브랜드는 상표등록을 통해 유사 브랜드의 침해를 방지하고, 브랜드 관리 주체의 공동선별 또는 검사에 합격한 것만을 부착 또는 박스 사용을 제한하는 사후관리가 매우 중요한 요건이다.

또한 국내농산물 가공식품의 품질차별화와 공동 브랜드도 추진하여야 한다. 가공식품은 철저하게 국내산 또는 지역산을 원료로 사용하는 것이 차별화 전략 중 하나이다. 뿐만 아니라 식품첨가물 중 건강에 양호하지 않는 재료는 사용하지 않는 기술을 개발하여 도입함으로써 차별화가 가능해질 것이다.

넷째, 다양한 전술을 개발하고 추진하여야 한다. 예컨대 등급별 출하처 다양화, 예약 판매 및 전자상거래 추진, 학교급식, 도농교류의 추진 등이 있다. 백화점 슈퍼마켓, 대형 할인매장, 일반 슈퍼마켓, 노변 및 직거래장터 등 출하처별로 요구하는 농산물의 등급이 각각 다르게 나타나고 있다. 이를 활용하는 출하전략을 추진하는 것이다. 또한 타 지역에 거주하고 있는 출향민과 친인척의 주소를 파악하여 고향 농산물 예약 판매시스템을 도입하고, 고객별 구매주기를 관리하는 예약판매 시스템을 도입하는 것이다. 특히 명절에 고향을 방문한 지역출신 귀향객을 대상으로 한 농산물 예약 신청을 권유하고 미리 접수를 받는 방식도 있다.

그리고 지역농산물의 학교급식을 추진하여야 한다. 지역 내에는 다양한 보육시설과 각급학교 및 기업이 있는 바, 이에 대한 급식을 적극적으로 추진할 필요성이 있다. 또한 농촌지역이 인접해 있지 않은 서울 등 대도시와 자매결연을 맺어 급식원료 공급계약을 체결하는 것이다. 그리고 도시 소비자와 농촌 생산자간 인적교류와 긴밀한 관계를 형성하는 도농교류를 적극적으로 추진하여야 한다. 그리하여 도시 소비자를 우리 농업인에 대한 실질적인 우근으로 만드는 것이다. 이를 위해 지역 내에 존재하고 있는 산지와 숲, 저수지 등 자연 및 환경자원, 지역의 전통문화 및 예술 등 사회문화적 자원, 농산물 등 경제적 자원을 하나의 테마로 상호 결합하여야 한다. Y