

낙농6차산업 성공을 위한 제언



이종인 교수

강원대학교 농업지원경제학과

농업6차산업, 몇 년 전부터 우리나라 농업에서 핫 이슈가 되고 있는 사업이다. 농업6차산업은 일본의 이마무라 나라오미 교수가 1990년대 중반에 제안한 것이다. 농업6차산업이란 “농촌에 존재하는 모든 유무형의 자원을 바탕으로 농업, 식품, 특산품에 대한 제조와 가공, 그리고 이것에 유통과 판매, 문화, 체험, 관광, 서비스 등을 연계함으로써 새로운 부가가치를 창출하는 활동”을 의미한다. 일명, 더해도 6, 곱해도 6이 된다는 사업이다. 농업과 농산물은 1차, 그것을 가공하면 2차, 그리고 가공된 것을 유통시키거나 이를 바탕으로 체험

등을 하면 3차산업이라는 것이다. 그 중심에는 농업과 농산물이 있다.

우리나라에서는 2015년 6월 농촌융복합산업 육성 및 지원에 관한 법률이 시행되면서 더욱 활발하게 추진되고 있는 사업이다. 이 법에 의하면 농업6차산업을 “농촌융복합산업의 육성 및 지원에 관하여 필요한 사항을 정함으로써 농업의 고부가가치화를 위한 기반을 마련하고 농업·농촌의 발전, 농촌경제 활성화를 도모하여 농업인과 농촌주민의 소득증대 및 국민경제의 발전에 이바지하는” 것이라고 그 목적을 밝히고 있다. 그러니까 농업6차산업은 농업과 농산물의 부가가치를 높이고 농업인과 농촌주민의 소득을 증대시키기 위한 것이다.

농업6차산업에서는 사업의 유형을 1+2+3차, 1+2차, 1+3차로 구분을 한다. 각 유형을 보면 공통적으로 1차가 있다. 1차가 2차와 3차를 어떻게 통합해서 운영할 것인가가 관건인 셈이다. 그런데 과연 농업6차산업이 농산물의 부가가치를 높이고 농업인과 농촌주민의 소득을 증대시키자는 목적을 충분히 달성할 수 있는 사업일까? 나는 6차산업의 중심에 1차산업이 있어야하는 것은 맞지만, 1차가 2차와 3차를 아울러야 한다는 것에는 다소 의문이다. 그 이유는 농업6차산업이 농업인들에게는 너무 힘든 사업이기 때문이다.

우리나라 농업의 현실을 보자. 우리나라 농업인들은 아직도 생산단계에서 벗어나기가 어렵다. 생

산에 대한 부담이 적거나 없을 때 가공이나 유통, 체험까지도 생각을 할 수가 있을 것이다. 배가 불러야 다른 생각이 나는 것이다. 상대적으로 규모가 큰 전업농들의 기술력은 대단하다. 농업선진국에 비해 적은 토지, 또는 규모를 가지고서도 집약된 기술로 대단한 생산실적을 올리고 있다. 그러면 상대적으로 규모가 적은 영세한 농가는 어떨까? 일부 대규모 농가를 제외한 나머지 농가는 아직도 생산기술에 대한 갈망이 큰 농가들이다. 그러니 다른 것에 관심을 갖기도 어렵다. 생산이 문제인데 경종이건, 원예이건, 축산이건 어느 분야나 모두 똑같다. 그런데 규모가 큰 농가들은 6차산업에는 별 관심이 없다. 다른 사업으로 눈을 돌리는 것보다는 생산성을 높이거나, 경영효율을 높이는 것이 오히려 소득을 더 증가시킬 수 있기 때문이다. 6차산업에 관심을 갖는 농가들은 비교적 소규모의 농가들이 많다. 생산규모가 적으니 소득은 적고, 이것을 극복할 방법을 찾아보니 자연히 6차산업에 관심이 가는 것이다.

가공은 어떨까? 자신이 생산한 농산물을 가공하기 위해서는 자본, 시간, 기술 등 필요한 것이 한두 가지가 아니다. 농가의 규모가 작은 이유는 자본이 부족하기 때문일 것이다. 자본이 충분하다면 영농규모를 늘리겠지. 기술 역시 그리 만만하지는 않다. 제품을 개발하기 위해서는 오랜 시간 동안의 투자와 시행착오가 필수적이다. 그러다보니 농가 또는 마을에서 생산하는 가공품은 장류,



건나물, 발효식품 등 거의 비슷비슷한 것들뿐 소비로서 관심이 갈만한 제품은 드물다. 흔한 말로 그 밥에 그 나물.

유통은? 일반적인 제품을 보자. 먼저 상품에 대한 기획이 있어야 한다. 마케팅 전략이 필요한 것이다. 그렇게 제품이 생산된 이후에는 이 제품을 유통시킬 유통망이 필요하다. 상품의 유통과정을 간단하게만 봐도 이렇다. 마케팅전략과 유통망. 마케팅전략은 농업인들도 할 수 있다고 하자. 유통망은 어떻게 구축할 것인가? 유통망이 없으면 생산된 제품을 판매할 방법이 없다. 유통망이 있다고 해도 이 유통망을 활용할 만큼 충분한 생산량을 유지할 수 있을까? 거의 불가능한 일이다.

그 이외에도 우리나라에는 각종 규제들이 산재해 있다. 인프라가 충분하지 못한 것도 그렇다. 이것을 하려면 저것이 문제고, 저것을 하려면 이것이 문제가 되는 것들, 풀어도 풀어도 끝이 없는 일들이 한두 가지가 아니다.

낙농6차산업에서 성공한 사례라 할 수 있는 여주 ○목장의 사례를 보자. 언론에 보도된 그대로를 요약해보자. 먼저, “○목장은 유럽형 축산을 실현한 국내 몇 안 되는 목장 가운데 하나다. 원유와 고품질의 유제품을 함께 생산하는, 작지만 기술력이 뛰어나고 고소득을 올리는 친환경적인 목장이다. 여기에 다양한 형태의 체험과 교육프로그램을 갖추고 있다. 7년간의 준비 끝에 2006년 낙농진흥회로부터 체험목장으로 인증을 받았고, 현재에는 연 2만 명 이상의 내·외국인이 찾는 국내 대표 체험농장이다.”

이 목장이 겪었던 사례를 보자. “법은 33㎡ 남짓한 유제품 가공 공장을 짓는데 식품회사에 준하는 시설을 요구했다. 검사실을 따로 두고 수의사도 배치해야 허가를 받을 수 있었다.”, “기존의 현 우사를 체험장으로 개조하려는데 용도변경이 안 됐다. 개발차익을 노리는 것 아니냐는 오해가 발목을 잡았다.”, “치즈, 요거트 등 유제품의 질을

한 단계 향상 시킬 계획인데 여기에도 보이지 않는 규제가 있다. 생산량이 많은 대신 유지방·유단백 함량이 상대적으로 적은 홀스타인종에 맞춰진 수정란 수입 기준이 그것이다. 반대 성향인 저지, 브라운스위스 등 타 품종의 수정란을 수입할 방법을 찾지 못하고 있다.”

농업6차산업의 성공적인 정착을 위해 우리가 함께 노력해야 할 것이 한두 가지가 아니다. 무엇보다도 농업인의 부담을 줄여줄 수 있는 방법이 강구되어야 한다. 농업인은 농산물을 생산하기에도 벅하다. 농업인은 생산에만 주력하게 하자.

그리고 나머지 2차와 3차는 전문가 집단에서 담당하게 하자. 브랜드 주체건, 법인이건, 지자체건 이러한 역할을 충실히 담당할 곳이 얼마든지 있을 것이다. 황성축협한우의 사례가 좋은 예다.

황성축협한우에서는 혈통관리, 출하, 사양지도, 농가컨설팅, 마케팅 등등 모든 일은 황성축협에

서 담당을 한다. 황성한우프라자는 이미 전 국민에게 잘 알려진 유명한 곳이다.

황성을 지나칠 때면 한번쯤은 들러가야 할 명소가 되었다. 황성축협은 한우가공공장과 숙박형 체험장도 함께 운영을 하고 있다. 한우가공공장이 계획대로 확장이 되고, 숙박형체험장마저 정착이 된다면 황성에서 사육되는 한우의 부가가치는 더 증가될 것이다. 황성의 한우농가는 좋은 한우를 생산하기만 하면 된다. 나머지는 모두 황성축협에서 처리해 주기 때문이다. 황성축협을 중심으로 생산에서부터 가공, 유통, 체험까지가 체계적으로 유지되고 있다. 농업6차산업의 대표적인 사례라 할 수 있다.

○목장의 계획을 보자 “여주 낙농검정회를 이끄는 ○목장의 대표는 회원 농장의 후계자 8명과 함께 법인을 설립할 계획이다. 사육과 유가공, 원유 생산, 관광·체험 등을 공유하고 분담하는 협업 형태의 융합형 낙농을 준비하고 있다.”

혼자는 어렵다. 힘은 합하고, 역할은 나누자. 정부에서 추진하고 있는 6차산업화지구도 좋은 예다. 

