

한국농업의 새로운 경쟁력 농업벤처



선택의 갈림길에 놓인 한국농업

사람들이/다들 도시로/이사를 가니까/
촌은 쓸쓸하다/그러면 촌은 운다/
촌아 울지마.

어느 시인의 산문집 <촌아 울지마>에 실린 초등학교 학생의 글이다. 현재 우리 농업의 현실을 그대로 표현한 글이 아닐 수 없다. 실제로 우리는 '농업' 하면 웬지 '문제덩어리', '비효율', '쇠퇴' 등 부정적인 말들만 떠올리게 되고, 우리 사회는 농업을 홀대하며 그 소중함을 잊고 있는 것이 사실이다.

더욱 심각한 문제는 농민들이 미래에 대한 희망을 잃어간다는 것이다. 5년 후 농촌의 생활 수준이 현재보다 나아질 것이라고 생각하는 농민은 전체 농민의 채 10%도 되지 않는다는 전문기관의 조사결과가 이를 설명하고 있다.

현재의 상황이 지속될 경우, 10년 후 한국 농업은 산업으로서의 위상이 크게 위축될 것임은 명약관화하다. 전문기관의 분석에 따르면,

GDP에서 차지하는 농업 생산의 비중은 2006년 2.6%에서 2017년에는 1.2%로 축소될 것이라고 한다. 또한 농가인구도 같은 기간 339만 명에서 190만 명으로 급감하고, 농촌의 65세 이상 고령화 비율도 31.9%에서 60.3%로 확대될 것이라고 한다. 다시 말하면, 농가인구의 감소로 농업 공동화 현상이 발생하고 생산인구의 고령화가 가속될 우려가 높다는 것이다.

이제 우리는 참담한 마음으로 한국농업이 '사양화의 길'로 가도록 내버려둘 것인지, 아니면 새로운 경영을 통해서 '산업으로서 경쟁력 있는 농업 만들기'에 적극 나설 것 인지를 선택해야 하는 기로에 서 있다.

농업에도 비즈니스 찬스가 도래

사회 각 분야가 지식기반·디지털 시대로 변화됨에 따라 이는 선택의 문제가 아니라 생존의 문제로 인식되고 있다. 이러한 변화의 흐름은 농업부문에 예외가 아니다. 농업도 이러한 변화의 흐름에 따라 새로운 변화를 시도해야 할 시기이다.

다행히 디지털 혁명이라는 시대의 조류는 농업의 성공 가능성을 높이고 있다. 농업인 개개인이 변화의 기회를 자각하고, 창의력과 벤처정신을 조화시켜 개성있는 농업 비지니스(Agri-Business)를 창출한다면 농업도 얼마든지 첨단산업으로 발전할 수 있는 분야로 바뀌고 있다.

이제 농업에도 비즈니스 찬스가 도래했다. 사업 아이디어, 비즈니스 감각을 가진 능력 있는 농가에 있어서 요즘 농업은 흥미있는 사업이 되고 있다. 아이디어와 기술만 있으면 얼마든지 성장할 수 있으며 농업인의 경영능력과 사고방식에 따라 성패가 좌우되고 있다.

농업분야에 벤처라는 의미는 단지 코스닥에 상장해 주가를 올리는 수준과는 다르며 지금까지 생산에만 급급하던 농업분야에 소비자 즉 고객만족이라는 개념을 인식시키고, 변화를 싫어하는 농업계에 디지털경제에 걸맞는 경영과 마케팅능력을 불어넣는 의미이다. 또한 벤처정신이라는 것은 과거와 같이 정부에 의존하는 농업이 아닌 개개인의 창의력이 중요시되는 농업으로 발전시키고, 이러한 토대를 정착시키고자 하는 것이 바로 벤처 정신이다.

한국농업의 새로운 가능성 벤처농업

다행스럽게도 암울하게만 느껴지던 한국농업의 토양 속에서 최근 ‘농업도 경영’이라는 인식이 조금씩 뿌리를 내리고 싹을 틔움으로써 기업가정신을 바탕으로 “작지만 강한 농업”을 지향하는 소위 ‘벤처농업’이라고 불리우는 농업경영체가 등장하고 있다.

벤처농업은 관행농업의 한계를 극복하기 위한 하나의 대안으로 제시되었다. 필자는 벤처농업을 ‘신기술 또는 아이디어를 바탕으로 고부가가치 농업을 창출하여 틈새 시장을 개척해 나가는 모험적이고 도전적인 경영형태의 농업’이라고 설명한다. 우선 벤처농업은 물적 생산성에 의존하는 관행농업과는 달리 아이디어와 신기술로 승부하기 때문에 일종의 지식기반 농업이라 할 수 있다. 물론 벤처농업에서도 물적 생산성 향상은 여전히 중요한 전략이기는 하지만, 관행농업에 대해 물적 생산성 뿐 아니라 ‘아이디어’ 또는 ‘발상과 창의성’의 비교우위를 갖는다.

매실을 소재로 문화축제 등을 개발하여 연간 100만 명 이상의 관광객을 유치한 전남 광양의 청매실농원, 벼를 5℃의 냉장창고에서 보관한 후 이온수로 가공하는 새로운 도정기술을 개발하여 일반 쌀에 비해 20% 이상 비싸게 판매하는 김해의 PN Rice, 철저한 장인정신을 바탕으로 배농장에서 음악회를 개최하며 농산물에 스토리를 부여하는 등 감성 스토리를 파는 경기도 화성의 현명농장 등이 바로 대표적인 벤처농업의 사례이다.

이들 상품 차별화에 성공한 사례를 보면 가격을 뛰어넘는 품질과 소비자를 감동시키는 서비스를 제공하고 있다는 특징을 갖고 있다. 농업인 스스로도 쉽 없이 강해져야 한다는 ‘자강불식(自彊不息)’의 자세를 견지하는 이들 벤처농업인의 성공 사례는 농업도 얼마든지 수익을 창출하는 비즈니스 모델이 될 수 있음을 보여준다.

한편 ‘농업CEO 사관학교’로 불리는 한국벤처농업대학에서는 온라인과 오프라인을 통해 도전과 열정을 가진 경쟁력 있는 농기업가를 육성하기 위한 시도가 전개되고 있다. 지난 4월 21일에는 700여 명의 벤처농업인이 모여 ‘농산물 명품화를 위한 7가지 전략’을 발표하였다. 경쟁력 있는 명품농산물을 생산하여 농업을 경제발전의 걸림돌이 아닌 새로운 성장동력으로 키우자는 농업인 스스로의 다짐이자 당찬 선언이었다.

한국농업의 새로운 경쟁력 강화를 위해서는 무엇보다 이러한 성공사례가 더 많은 농업인에게 전파되어 한국농업의 대표상이 되어야 한다. 도전적이고 창의적인 농업

경영체가 늘어날수록 ‘소비자와 함께 생각하고 소비자와 함께 감동하는’ 농업경영시대의 본격화도 더욱 앞당겨질 수 있을 것이다.

10년 후, 한국농업은 더 이상 지원의 대상이 아니라 국제경쟁력을 갖춘, 돈 되는 산업으로 탈바꿈되어야 한다. 지금 한국농업은 때늦은 위로금이 아닌 ‘희망’을 필요로 하고 있다. 희망은 곧 변화에서 나온다. ‘변화’와 ‘경쟁력’, 이것이야말로 지금 우리 농업의 키워드이다.

한국벤처농업대학은...

2001년 4월 금산에 설립된 한국벤처농업대학은 전국의 농업인 중 ‘가장 빨리 부자가 될 만한’ 농업인들을 모아 ‘돈 되는 농업’을 교육하고 있으며, 성공한 1천명의 스타 농업인을 만들어 내는 것이 목표이다. 벤처농업인 선발기준은 창의력과 기업을 정신으로서, 졸업논문은 ‘사업 계획서’로 대체하는데 얼마나 독특한 아이템과 실행계획을 내느냐가 심사 기준이다. 수업비용도 철저하게 본인 부담이며 이는 외부의 지원을 받지 않는다는 원칙 때문이며 ‘정부에 의존하는 농업이 아니라 열정을 지닌 농업인의 자발적인 참여를 유도하여 개개인의 창의력과 경쟁력을 강화하고자 하는’ 설립 목적에도 부합한다.

한국벤처농업대학은 현재 신시장 개척을 위한 활동을 벌이고 있는데 그 하나로 2005년 2월 한국벤처농업인 80여명이 시즈오카현(靜岡) 초청으로 일본을 방문하여 양국 농민 300여 명이 ‘한·일 농업의 새로운 가능성’이라는 주제로 세미나를 개최하였고 이후 일본과의 교류는 현재 까지 이어지고 있다. 농업이 우리나라 생명산업의 축으로 자리매김하여 한국경제발전의 성장동력이 될 수 있도록 노력하고, 생동감 있고 지속가능한 농업농촌의 새로운 가치를 창출하는데 기여한다는 희망을 기반으로 꾸준히 발전하는 한국벤처농업 대학은 명실공히 대한민국 스타농업인의 산실이라고 할 수 있다.

양평하나농산

백만가지 영양을 가진 버섯 재배의 모범

경기도 양평 영농조합법인 양평하나농산(대표 전용만 www.hanamushroom.co.kr)은 자체 기술로 재배한 '참송이 버섯'과 '백만송이 버섯'을 매월 20톤 이상씩 일본과 미국에 수출하고 있다. 일본 식품분석센터로부터 면역활성화 성분인 베타글루칸이 100g당 26.2g을 함유하고 있다는 인증을 받아 건강보조식품으로 일본 내에서 인기가 높다.



식생활 개선과 건강 증진을 목표로 10년간 신종버섯의 연구개발 끝에 참송이 버섯과 기타 기능성 버섯을 생산, 판매하고 있는 양평하나농산은 대단위 버섯 단지 조성으로 신종버섯의 대량생산을 추진하고 있으며 전국적인 유통망을 형성하여 최고 품질의 버섯을 공급하고 있다. '백만송이 버섯'이 가장 대표적인 산물인데 이 회사만의 기술개발로 현재 16가지 버섯 품종을 개발하여 곧 시판할 계획이다. 또한 중군배양 및 생육컨설팅 사업 외에도 신종버섯연구, 개발, 버섯의 기능성연구 및 제품개발에 주력하고 있다.

백만송이 버섯은 송이과에 속하는 버섯으로 가을철에 너도밤나무 등의 활엽수, 고사목이나 그루터기에서 다발로 발생한다. 백만송이 버섯의 영양기를 보면 100g 당 열량 33kcal, 단백질 2.7g, 지방 0.5g, 탄수화물 5.4g이다. 무기질과 비타민 C를 함유하고 있으며 감삼작용과 비만억제 등 다양한 효능이 있다. 고분자 성분을 추출하여 분석한 결과 다당류 유도체가 항암

효과를 나타내는 것으로 밝혀졌다. 백만송이 버섯은 식용버섯으로도 뛰어나지만 면역증강 작용이 좋아 질병 예방에도 효과적이다. 하나농산버섯연구소에서 취득한 특허는 수십 개에 이르며 2006년엔 경기도지사 표창과 농림부장관상을 수상했다. 더욱이 하나농산은 자체 생산에 그치지 않고 버섯 균을 배양, 하나농산의 재배 기술 지도와 판로 확보에 힘입어 농가마다 소득이 늘어났으며 전국적으로 버섯을 재배하는 1만1천여 농가 중 단연 모범사례로 평가받고 있다.

맛젤

소비자가 신뢰할 수 있는 농산물 대표 브랜드

'신지식한국농업'은 브랜드의 차별화, 유통의 차별화, 마케팅의 차별화 등을 통해 우리의 농산품을 세계화하여 세계적인 명품 농산물 브랜드 기업으로 성장하고자 '맛젤' (대표 김병철 www.matzell.com)이라는 브랜드를 만들었다. 전문·책임 경영 체제를 구축하고 전문 인력자원과 효율적인 시스템 역량을 더하여 한국대표 농업기업 모델을 구현해 나가고자 하는 이념을 가지고 있다. 농업인 조직이 주체가 되어 생산·가공·판매·수출에까지 이르는 전 과정을 아우를 필요가 있으며 소비를 전제로 한 생산, 부가가치를 더한 '농산물'으로 판매하는 전략이라는 농업의 새로운 패러다임에 대응하여, 산지와 신지식 농업인이 손을 잡고 공동 마케팅 사업을 전개하기 위해 2002년 4월 '한국농업 산지연합 영농조합법인'을 설립하여 유통 사업에 뛰어들어 후 2003년 5월



'신지식한국농업'으로 사명을 변경하고 6월에 '맛젤' 상품 브랜드를 개발하여 오늘에 이르고 있다.

현재 유명 백화점, 할인매장, 농수산소싱몰 등 전국 3,200여개 유통센터에 조합원들이 생산한 농산물을 철저한 품질관리를 거쳐 가공 유통시킴에 따라 소비자가 믿고 신뢰할 수 있는 농산물 대표 브랜드로 자리잡고 있다. 환원순환농법기 및 방법, 식물 환원수 추출 방법, 식물 탄화물 제조 방법, 식물 토착 미생물 배양방법 등의 특허를 보유하고 있는 '맛젤'은 '맛이 제일 좋다!'라는 의미를 표현하고 있다. 즉 '몸에 좋고, 보기 좋고, 맛도 제일 좋은' 대한민국 대표 농산물을 일컫는 신지식한국농업의 브랜드이다. 또한, 세계시장을 겨냥하여 순 우리말인 '맛젤'의 영문을 'Matzell'로 표기하였다.

(주)논산농산물수출물류센터

국내 최초 '공동 마케팅 전문조직' 지정

논산농산물수출물류센터(대표 윤원식 www.freshia.com)는 2000년 백만불수출탑 수상을 비롯하여 2001년 농업 농촌발전 표창장, 2003년 농업 농촌발전 기여 표창을 받았고 2005년엔 농산물 유통교육 기여 감사패와 농산물 유통체계 구현 감사패를 농산물유통공사와 농림부로부터 각각 수여받았다.



저온저장고, GAP 전처리시설, 선과 시설을 갖추고 고품질 농산물을 차별화 된 브랜드와 선진 유통시스템으로 국내외 소비자들에게 안전한 친환경농산물 공급을 목적으로 설립되었다. 선진화된 최첨단 통합정보시스템 구축으로 해외에 우리 농산물의 상품 이미지를 제고시키고 국내 최초로 농림부 지정 '공동 마케팅 전문조직'으로 지정되어 명실공히 농산물산지유통센터의 기능을 발휘하고 있다. 논산지역에서 생산되는 친환경인증 과일 및 농산물 90%를 취급하고 있으며

그 중 60%는 수출하고 있어 농가소득 증대와 지역경제 활성화에 크게 기여하고 있다. 그러나 무엇보다 논산농산물유통센터가 자랑하는 것은 그동안 쌓은 대외 신뢰도이다. 또한 수출 품목을 발굴하고 확대하는 과정에서 각 품목마다 독자적인 브랜드를 개발하여 유통시킴으로써 우리 농산물에 대한 이미지 제고에 커다란 역할을 했고 이것은 곧 농가소득 증대와 연결되었다. 뿐만 아니라 웰빙 시대에 맞춰 친환경 농산물에 'Freshia, 땅꼬마, 햇살마루'와 같은 브랜드를 개발하여 대형 할인점이나 백화점 등에 판매함으로써 국내시장유통도 확대하고 있다. 본사에서 운영하고 있는 산지유통센터는 전국 농업인의 현장교육으로 활용되고 있다.

(주)유기데이

한국형 농업기업의 맹아

학사농장대표 강 웅 www.62farm.co.kr)은 이름 그대로 '항상 배우면서 일하자'는 좌우명으로 희망찬 한국 농업과 찾아올 수 있는 농촌건설을 위해 유기농업단지 조성을 통한 농촌문화사업과 농민들의 소득향상을 위한 직거래 사업, 예측 가능한 디지털 농업기술 확립을 위한 유기농업 연구사업 등 '살 맛 나는 농촌건설'이라는 목표 아래 설립되었다. 일찌감치 판로 확보의 중요성을 인식하고 친환경농업으로 생산된 농산물을 위탁, 가공하고 판매하는 (주)유기데이를 오픈했다. 유기데이는 유기농의 '유기'라는 글자를 딴 브랜드이며 'www.62farm.co.kr' 사이트를 통해 전자상거래 유통전화회사로 전라남도 장성에 본사를 두고 호남지역과 경기도 지역에 물류 센터를 두고 있다. 2001년 대통령 표창, 2002년 농촌진흥청 주최 벤처농업인상 수상, 2005년 농림부, 환경부 주최 제 1회 친환경농업대상 최우수상을 수상했다. 또한 같은 해 친환경 농축산물 전문인증기관으로 지정되기도 했다.



'생산의 차별화, 유통의 차별화, 소비층의 확보, 끊임없는 투자, 확실한 경영 마인드'라는 다섯 가지 경영전략을 실천하고 또한 동종업계 최초로 농업잔류 정밀검사를 실시할 수 있는 안전성 분석실을 설립하고 잔류 농약 정밀분석기기를 도입 및 운용하고 있으며(총 220여종에 대한 농약성분을 분석할 수 있는 분석기기), 출고상품에 대한 정기적인 자체 안전도 검사를 강화하여 최고의 안전한 상품만 공급하고 있다. 더욱이, 파종 전에서부터 수확 이후까지 철저한 안전관리로 오염 원인을 사전에 차단하고 중앙집중관리에 의한 예측을 통해 계획생산은 물론 지속적인 점검을 통한 고품질의 상품을 생산하고 있다. (주)유기데이는 토털 농업 서비스와 중국 및 서구의 전략적 농업기업들을 능가하는 한국형 농업기업을 만들기 위하여 젊은 학사농장과 농민, 소비자, 가공업체 등 한국 농업을 사랑하는 사람들이 참여하여 그 목표를 이루기 위하여 힘을 합쳐 전진하고 있다.

팜몰(주)

농업정보화의 선두

팜몰(주)(대표 김경호 www.farmall.com)은 1998년 농림부 농업 정보화사업의 일환으로 2,000여 개 이상의 농가를 현장방문하며 농업지원사업을 펼쳐 왔다. 이때 농업인들과 함께 정보화교육을 시작하여 지금의 소프트웨어 개발까지 쉽게 달려왔다. 급변하는 세계화 물결과 FTA속의 우리의 농촌도 안전할 수 없는 지금, 팜몰(주)은 우리 농업을 지원하기 위한 체계적인 시스템 구축에 최선을 다하고 있다. 이것은 농업인들의 가장 큰 어려움인 농산물 유통체계 확립을 위한 마인드 교육부터 온라인 판매 시스템 구축에 걸친 다양한 마케팅 전략 구현과 보다 나은 농촌 환경 조성을 위한 연구, 개발에 의해 보다 선진화되고 과학적인 형태로 실현되고 있다. 또한, 미래의 살기 좋은 농촌 구현이라는 목적의식을 갖고, 농촌 환경 개선은 물론, '유비쿼터스' 환경에 맞는 농업 기반 조성에 최선을 다해 매진하기 위해 21세기 선진 농업을 위한 목표를 설정하고



있다. 그것은 다름아닌 '정보기술형 한국형 델몬트사 구축'이라는 목표로, 달성을 위해 지식기반 전문기업, 기술집약형 전문기업, 농업컨텐츠 전문기업, 동북아 농업개발 전문기업, 전문경영 분리형 기업, 현장 중심형 컨설팅 그룹이라는 여섯 가지 세부 사항을 규정하고 있다. 이에 농업관련 전문기업으로 농업의 효율적인 운영체계 확립과 기반미련을 위해 농업 전 분야에 걸쳐 부단한 노력을 경주하고 있으며 향후에도 본 기반을 토대로 실질적인 활성화 단계를 거쳐 궁극적인 최종목표를 달성할 것이다. 농업관련컨설팅, 디자인 및 콘텐츠의 제공, 전자상거래 솔루션개발·운영 및 부가서비스, 친환경농산물 및 가공식품 유통 및 부가서비스 분야 ISO 9001:2000 / KSA 9001:2001 획득한 바 있는 팜몰(주)은 컨설팅과 농촌개발·연구, 농촌교육과 농산물 유통 분야의 세계적인 기업으로 발돋움하기 위해 노력을 경주하고 있다.

한국스테비아(주)

건강한 인류를 위한 신호탄

한국스테비아(대표 정일환 www.koreastevia.com)는 2001년 설립되어 허브식물인 스테비아를 이용한 농축액과 분말을 생산 및 수출하고 독보적인 제조기술과 다양한 효과를 입증 받아 매년 급성장하고 있는 바이오 벤처기업이다. 급변하는 국제경제 여건 속에서도 생명산업을 지켜내야 한다는 시명감과 새로운 기업문화를 통한 미래 가치창조라는 명제를 완성이기 위해 무한경쟁 시장에 도전하고 있는 스테비아는 WTO, FTA 등에 의한 수입 농산물에 대응하고 농산물의 수출증대와 농가소득증대를 꾀하기 위해 식품분야 및 축·수산물분야에 이르기까지 다양한 연구 개발을 통해 국민 건강에 기여하고 있다. 정읍에 생산설비를 갖추고 ISO 9001과 ISO 14001에 준한 철저한 품질검사를 시행하고 있으며 이노비즈 기술인증까지 획득하여 엄선된 제품을 생산하고 있다. 또한 스테비아 원료부터 농업, 축산, 식품까지 수출 3국의 기지가 될 화로 공장을



중국 현지에서 개설하고 최상의 스테비아 원료를 보급하기 위해 직영 스테비아 재배 농장을 운영하여 환경과 건강을 추구하는 기능성 제품을 연구개발하고 있다. 또한 중국, 동남아, 일본, 북미 등에 해외 사업부를 두고 세계 일류를 향해 발돋움하고 있는데, 세계 시장에서 스테비아 활용도가 급속히 증가되고 각각의 기업들도 기능성이 부여된 신제품 개발에 주력함으로써 고객의 입장에서 웰빙에 부합한 제품개발에 노력한다는 각오를 다지고 있다. 기술혁신과 도전정신을 바탕으로 성장해 온 스테비아는 2006년도에는 중국수출 2,500만 불(한화 225억 원)의 계약 성과를 일궈 내기도 했다. 한국스테비아는 지금까지의 성과에 만족하지 않고 세계최고의 친환경 농업 전문회사이자 최고의 허브 전진기지로 도약하는 순간까지 최선을 다하겠다는 의지와, 정도경영과 윤리경영을 바탕으로 '우리농업에게 미래를, 세계 인류에게는 건강을' 드리는 고객만족을 위해 최선을 다할 것이다.