



회포마을에 넉쿨째 굴러온 호박미인

— 충청남도 서산시 대산읍 운산리 회포마을 —

유병연 | 대전충남녹색연합 사무국장

이름 그대로 회포마을은 대호방조제가 만들어진 지기 이전에는 작은 포구에서 배가 돌아오는 포구였으나, 지금은 간척지가 되어 드넓은 농경지가 되었다. 뒤로는 해발 302m의 망일산이 펼쳐져 있어 오르면 서해바다

가 한눈에 들어온다. 망일산에 오르려면 군부대의 협조를 얻어야 하는데, 그렇게 해서 올라간 망일산 정상에서 바라보는 서해의 조망은 이루 말할 수 없을 정도로 좋다. 그래서 2004년 농협중앙회 회포마을 팜스테이

마을 선정, 서산농업기술센터 전통음식체험장 제1호 지정, 2005년 행정자치부 회포정보화마을 지정, 2005년 충남농업테크노파크 우수 농기업 선정, 2007년 농림부 녹색농촌체험마을 지정 등 발전을 해가고 있다.

이 같은 마을의 발전에는 최근명 대표의 남다른 노력이 있었다. 최 대표는 2001년 서산시 신지식인 1호, 2001년 충남 농어촌 발전대상 수상, 2002년 서산시 시민대상 수상, 2003년 농림부 장관상 표창, 2005년 농업인 홈페이지 경진대회 우수상을 수상하였다.

최 대표가 지금의 호박 하나로만 연매출 3억 원을 올리기 전까지는 몇 차례의 숨 가쁜 고비를 넘겨야 했다. 30여 년 전인 1970년대 중반 군 복무시절 우연히 젓소목장에서 한 노인이 젓 짜는 모습에 매료돼 군 제대 후 낙농업에 투신하였다. 최 대표는 처음 10두의 젓소로 출발하여 이후 50두의 목장으로 키워 나갔다. 한참 번성하던 목장은 1990년 초 우루과이라운드 수입개방으로 인해 싼 수입 우유가 밀려오면서 우유는 남아돌았고, 가격은 떨어졌다. 이후 최 대표는 낙농업에서 손을 떼고, 젓소 목장의 초지를 이용하여 1993년부터 시작한 토종닭 방사를 통해 넓은 목장에서 키운 만큼 활동

성이 많아 육질이 여느 닭과는 비교 할 수 없을 정도로 좋아졌다. 한창 많을 때에는 1만수의 닭을 사육했고, 상품도 이만하면 괜찮다는 생각에 어느 정도 성공을 자신했지만 2년이 지나지 않아 유통문제에 부딪혀 사업을 접어야만 했다.

토종닭 사육은 지금 가능성이 많은 품목 중에 하나이다. 우리 국민은 현재 가축을 통한 항생제 오남용에 대한 이야기를 많이 듣고 있다. 비좁은 장소에서 대량생산이 병에 약해 반드시 항생제를 투입하는 악순환이 반복되기 때문이다. 또한 짧은 시간 안에 무게를 늘리는 사육은 성장촉진제를 사용하는 유혹이 따르기 마련이다. 이와 같은 육계 시장에서 시민들은 점점 육류를 줄이고 가능한 비싸더라도 믿고 신뢰할 수 있는 시골 토종닭을 원하고 있기 때문에 발전 가능성이 많다고 생각된다. 하지만 여전히 유통이라는 문제는 쉽지 않다. 이후 최 대표는 대호방조제 간척지에 왕우렁이 양식 사업에 뛰어 들었지만 또 다시 유통 소비부진의 문제에 부딪혀 이 사업도 접어야 했다. 또한 지역주민들과 함께 느타리버섯 작목반을 구성하여 그 동안 부진을 만회하였지만 연작 피해를 보게 되었고, 무균 재배사 없이는 버섯사업도 비전이 없다고



생각한 최 대표는 무균 재배사를 설치하기에 이르렀다. 그러나 연작으로 인한 버섯 수확량이 줄어들면서 고민이 깊어졌고, 1997년 어느 날 버섯판매를 위해 서울 가락동 농수산물 시장으로 올라간 최 대표의 눈에 인생의 전환점을 가져다 준 호박을 만나게 된다. 일반적으로 호박은 가을에 수확하는데 전국에서 일시에 호박이 많이 나오다 보니 가격은 낮아질 수밖에 없었다. 그러나 만약 가을에 수확한 호박을 봄이나, 여름에 먹을 수 있도록 저장 기술만 갖고 있다면 부가가치는 몇 배가 될 것이라고 생

각을 했다. 지난날 어머니들이 호박을 판 후 사랑방 선반위에 두고 이듬해 봄이면 죽을 끓여 주던 생각을 한 최 대표는 이러한 전통 저장방식을 이용할 방법을 생각한 것이 버섯 재배사이다. 최 대표는 보다 많이 호박을 저장할 수 있도록 버섯 재배사를 선반 형식으로 리모델링한 뒤, 호박 장기 저장법 연구에 돌입, 10여 차례의 시행착오를 거치면서 온도와 습도, 환기 등 3박자를 갖추어야만 호박을 오래 저장할 수 있다는 것을 발견하였다. 그 결과 온도 12~15℃, 습도 60~65%, 에틸렌가스농도 0.01ppm이

하 등의 환경이 마련되었을 때 호박을 85% 까지 저장 가능하다는 결과물을 얻어낼 수 있었다.

최 대표는 호박 유통에 있어서도 또 다른 노력을 하였다. 1997년 당시 약 9,900㎡의 밭에 호박을 심어 당시 가을 호박이 한 개에 3,000원 정도 했다면 봄에 내놓은 호박은 1만원에서 2만원까지 받을 수 있었다. 그러나 호박 생산 후 이듬해 봄, 가락동 농수산물 시장에 내놓았으나 문제는 상인들이었다. 일단 제품이 확실하고 봄에 호박이 있다

는 희소성까지 합쳐진 만큼 비싼 가격에 잘 팔릴 것으로 생각하였는데 상인들끼리 단합해서 생각한 만큼 가격을 쳐주지 않고, 반대로 소비자에게는 비싼 가격에 파는 광경을 목격하고, 많은 고민 끝에 전자상거래로 눈을 돌려 중간 유통마진을 줄이는 부분에 관심을 갖게 되었다. 1999년 농촌진흥청에서 무료로 농업인 1호 홈페이지를 개설 각종 포털사이트에 등록한 후 고객을 기다렸다. 그러나 고객은 쉽게 다가오지 않았다. 개설 후 1년이 지나서야 첫 고객이 들어 왔고, 여기에 언론의 웰빙 바람과 맞물려 고객의



문의와 주문이 이어졌다. 당시만 해도 인터넷 검색창에 “호박”을 치면 참샘골 농원이 검색되었고, 언론에서도 자주 보도해 주었다. 이렇게 인터넷을 통하여 잘생긴 호박만을 판매하던 것을 어느 날 여성 고객 한 분이 홈페이지에 그냥 호박도 좋지만 보다 간편하게 먹을 수 있는 상품을 만들어 주었으면 좋겠다는 내용의 글을 남겼고, 여기서 아이디어를 얻어 고객이 항상 옆에 두고 언제 어디서나 먹을 수 있는 호박제품을 원한다는 사실을 알게 되었습니다. 그래서 생각한 것이 가공식품이고, 가공식품 개발시 상품성이 없던 못생기고 작은 호박도 처리가 가능해 졌다. 그리고 2003년 “참샘골식품”이란 상표를 등록하고 대중화를 시도하였다.

특히 최 대표가 심혈을 기울인 상품은 호박죽으로, 서산시로부터 받은 특화사업 지원금과 자신의 자금을 합쳐 호박죽 자동화 시스템을 갖추게 되었다. 이후 식품업을 허가 받기 위한 수질검사, 성분검사, 위생검사 등 까다로운 절차와 시행착오를 통해 허가를 득하여 판매를 시작하였다. 농민들이 가공식품으로 진출할 때 복잡한 인허가 조건을 단순화시키고, 안전성을 높이는 대책의 필요성은 농가 소득의 부가가치를 높이는 일에 있어서 매우 중요한 부분이다. 요즈음

각종 농어촌 개발 사업에서 농민들이 식품 가공업을 선택하고 막상 검토단계부터 허가 사항 등에서 좌절하는 모습을 볼 때, 정부 정책의 일관성과 현실성을 동시에 고려해야 한다는 농민의 목소리는 절실하게 들린다.

최대표의 가공 식품업으로의 진출은 많은 변화를 가져온다.

첫째, 고객과 농민의 선택폭을 늘렸다는 것이다. 고객은 호박죽, 호박죽, 호박국수 등 다양한 상품을 구매할 수 있다는 것이다. 그리고 농민은 생산품의 모양과 크기에 관계없이 판로가 확보되는 장점이 있다. 둘째, 이제까지 최 대표의 개인농장에서 판로를 개척하던 것이 마을 전체로 확대되면서 생산량과 판매량이 동시에 증가되었던 것이다.



셋째, 2007년부터는 그 동안 내수에 머물렀던 것이 수출을 하게 되었던 것이다. 가공식품은 보관과 이동이 편리하여 먼 곳으로의 수출이 가능해졌다. 올해 500박스(1,800만원 상당)를 뉴욕으로 수출하였으며, 일본 시장에도 시제품이 전달되어 검토 중에 있다. 넷째, 참샘골의 대부분의 제품은 전자상거래를 통해서 판매한다. 전자상거래로 판매하면 직접 고객과의 대화가 가능할 뿐더러 물류비나 인건비를 대폭 절감할 수 있다. 이제는 호박과 가공식품의 판매 비율이 2:8로 가공식품의 판매가 절대적으로 많아진 상황이다.

2003년부터 고객의 제안으로 시작한 농촌체험은 호박과 제품을 사먹는 단계를 뛰어 넘어 도농교류에 중요한 요소로 자리 잡았다. 도시민이 직접 농장을 찾아와 아이들과 직접 호박을 따보고, 호박음

식도 만들어 보는 체험프로그램 등이 인기를 얻어 1년에 약 1,500여명이 방문을 한다. 팜스테이마을, 전통음식체험장, 녹색농

촌마을 등 이제는 체류형 관광지로도 손색이 없다. 가까이에는 대호방조제, 망일산 서해 조망, 낙시터 등 주변지역과 어울려 정주형 관광 농촌으로 변화하고 있다.

회포마을에서 생산하는 호박은 일명 땃돌 호박이다. 땃돌처럼 둥글납작하며, 애호박에 비해 성숙하다고 해서 늙은 호박이라고도 부른다. 가을 수확철이 되면 주황색 빛깔이 나고 겉이 단단해진다. 잘 익은 호박 일수록 당분 성분이 많다. 고혈압, 당뇨는 물론 출산한 여성의 부기를 빼는데 효과가



있는 것으로 알려져 있다. 현재는 최신식 가공시설을 갖춰 호박즙도 용도에 따라 산모용, 일반용, 다이어트용 등으로 다양화하

는 한편 호박국수 등 신제품을 개발해 시판하고 있다. 최근에는 충남농업테크노파크의 조언을 받아 한서대 김해경 교수팀과 함께 고구마호박죽을 개발, 소비자들에게 큰 호응을 받고 있다.

호박 하나로 연간 3억 원의 매출을 올리는 최근명 대표는 분명 성공한 농업인이다. 그래서 2005년 충남농업테크노파크 우수농기업에 선정되었다. 앞서 살펴본 바와 같이 몇 번의 실패를 딛고 성공을 거둔 것이다. 우리 농업은 늘 실패를 동반한다. 실패

했다고 좌절하면 거기서 끝난다. 농가부채가 증가되고, 도시로의 이농이 가속화되고, 수입농산물은 물밀듯이 들어오는 현실에서 농산물 가격은 오르내리기가 널뛰듯이 반복되고 있다. 길이 없는 것처럼 보일 때도 생각의 전환은 길을 만들어 준다. 세상이 변화하는 만큼 농민도 변화해야 한다. 아니 한발 앞선 변화를 요구하는지도 모른다.

이제까지 성공한 농촌마을은 몇 가지 공통점이 있다. 첫 번째, 마을 리더가 있다는 것이다. 리더는 항상 자기를 희생하고 공정



하게 일을 처리한다는 점이다. 두 번째, 마을에는 공동의 재산이 많다는 점이다. 마을이 발전하기 위해서는 일정한 공간이 필요한데 이 경우 마을 공동재산은 매우 유용하게 사용된다. 세 번째, 마을이 어디에 있든 중요하지 않다. 어떤 마을이든 성공한 마을은 그 마을 나름대로 장점을 잘 살린다는 점이다. 어촌이든, 산촌이든, 오지든, 도시근교이든 위치가 중요하지 않다. 네 번째, 마을의 구성원이 일치단결하여 추진력을 보였다는 점이다. 정부나 자치단체도 일률적인 지원보다는 농촌의 잠재적 가능성을 많이 보기 때문에 이 점은 대단히 중요하다. 끝으로 미래에 대한 비전을 공유하고, 리더를 신뢰한다는 것이다. 신뢰가 무너지면 여론이 분화되고, 더 이상 나아가는 것은 무

리가 따르기 때문에 중도에 멈추는 경우도 많다. 따라서 우리의 농업, 농촌이 발전하기 위해서는 변화를 주도하는 리더의 육성이 절실히 필요하다.

우리 농업을 도시의 산업과 비교하기에는 무리가 따른다. 우리 농업은 오랜 전통의 문화를 계승하고, 도시민에게 아름다운 자연경관과 휴식처를 제공해 준다. 그리고 가장 중요한 것은 안전하고 질 좋은 먹을거리를 제공해 준다는 점이다. 인간의 생존을 담당한다는 점에서 결코 다른 나라에게 우리의 식량을 맡길 수는 없다. 그래서 우리의 농업이 소중하며, 열심히 노력하는 우리 농민에게 아낌없는 박수를 보내고 싶다.

회포마을 대표전화 041-663-8180