

충남의 화훼산업 육성전략

심재성
(沈載成)

배재대학교
원예조경학부 교수



- I. 들어가는 글
- II. 우리나라 화훼생산과 유통
- III. 세계 주요국가의 화훼생산 및 수출입
- IV. 충남의 화훼생산 실태와 과제
- V. 충남의 화훼산업 경쟁력 제고방안
- VI. 충남의 화훼산업 발전을 위한 제언

I. 들어가는 글

개방화 시대에 있어서 한국의 농촌·농업의 문제점을 해결하고자 하는 몸부림은 실로 다양하다. 호당 경지면적 규모는 지극히 협소하여 주곡만을

가지고는 어차피 수지맞는 농업을 구사하기에는 한계가 있기 때문에 소규모 농토를 대상으로 경영 다각화라는 비상수단을 활용하는 수 밖에 달리 도리가 없다는 것이 최근에 내려진 결론이기도 하다.

말이 쉽지 영농을 다각화한다는 것도 경영적 지식이 풍부해야 가능한 일이다. 그것도 기술적으로 운영해야 하는데, 모든 농민이 그러한 고도의 기술을 발휘하여 경영자적 차원에 입각한 농업을 영위한다는 것은 그리 용이한 일이 아니다. 어쨌든 시대의 소명은 먹거리만을 위주로하는 농업에서 눈으로 보고 즐길 수 있는 농업으로 과감하게 탈바꿈되어 가고 있는 추세가 피할 수 없는 현실로서 우리에게 다가오고 있다.

「먹는 농업에서 보는 농업으로」이 한마디의 구호는 우리에게 많은 것을 시사해 준다. 농업자체가 우리의 생명과 직결되어 있고, 또한 오감(五感)을 주축으로 하는 농업이야말로 우주의 원리에 입각한 가장 자연스러운 형태의 농업이며 바로 세계화와 국제경쟁력에서 이길 수 있는 확실한 방법이라는 인식이 높아가고 있다.

국민 1인당 소득이 1만달러를 웃도는 고소득의 시대는 분명 먹는 것만으로 인간의 욕구를 다 채운다는 자체가 어불성설이다. 화훼농업은 이렇게 인간의 필연적인 욕구가 보는 쪽으로 변모해 가고 있으며 삶을 윤택하게 하는데 있어 '필수불가결의 재료'가 되고 있다는 엄연한 사실에 매우 접근하고 있는 산업의 일부라는 것도 최근에 와서 서서히 인식되어 가고 있다.

이미 꽃이 생활속에서 중요한 한 자리를 차지하고 있는 선진국의 사례에서 알 수 있듯이, 꽃은 더 이상 사치나 호화의 대명사는 아니다. 그러나 여기서 짚고 넘어가야 할 것이 있다. 화훼산업은 우리의 주머니 사정이 뽐뽐해서는 번창할 수 있는 분야가 결코 아니라는 점이다. 아직도 우리네 가슴속에는 '먹어두는게 그래도 버는 것'이라는 통념적 사고의 틀에서 벗어나지 못하고 있다. 그리고 한송이의 꽃으로 대신할 수 있는 모임이나 장소 그리고 축하연에도 반드시 '하이타이' 아니면 쥬스상자를 들고가야 보기 좋은 것으로 체질화되어 있다. 그런가 하면 어느 정도의 여유를 때와 장소를 가리지 않고 사치성 낭비쪽으로 소모해 버리는 풍토도 결코 사라지지 않았다. 이런 상태가 지속된다면 화훼가 비비고 들어갈 틈은 봉쇄될 수 밖에 없다.

그러면서도 일반적인 경향은 화훼산업 쪽으로 유리하게 돌아가고 있으니 반갑지 않을 수 없다.

화훼산업도 하나의 농업적 가치의 틀속에서 얼마든지 존재를 인정받을 수 있다는 징조가 여러 곳에서 나타나고 있으니 말이다. 얼마전 끝난 고

양시 꽃박람회는 그런대로 우리들에게 「꽃은 아름답다」, 「꽃한송이 정도는 집안에 놓아 둘만하다」는 지극히 당연한 인식을 모든 국민들에게 심어주는 데 상당한 자리매김을 했다는 평가를 받았다. 지금까지 그 행사말고도 화훼전시회는 규모를 달리 하면서 전국의 생산지역에서 다채롭게 치루어지고 있다.

꽃이 우리의 마음을 편안하게 해주고 심지어는 안정된 정서를 통해 질병까지도 쾌유시키는데 커다란 몫을 한다는 의학적 보고도 있고보면, 꽃은 더 이상 우리 곁에서 멀어져서는 안 될 귀중한 생산물임에 틀림없다. 자연과 점차 멀어지고 물질문명의 노예가 되어가고 있는 가정과 사회, 그리고 삭막하고 오염되고 있는 우리 세계를 아름다운 꽃으로 정화된다는 것은 결국 화훼산업이 지향하는 궁극적 목적이다.

꽃을 보는 마음은 늘 평안하다. 왜 화훼산업이 앞으로도 더욱 발전되어야 하는가 하는 한가닥의 명분이기도 하다. 꽃과 관련된 산업이 발달한 나라치고 경제적으로 윤택하지 않은 국가는 적다. 꽃을 사랑하고 꽃문화가 번성한 국가로서 삶의 질이 낮은 나라도 거의 없다. 이제 꽃에 대한 국민의 의식이 새롭게 일깨워져 사회가 안고 있는 각종 난제들까지도 꽃을 생활화하는 과정에서 깨끗이 해소시키는 환경조성이 구축되어야 할 것이다. 꽃 소비는 아무리 장려한다 해도 자원고갈이 된다고 더 이상 소비조장 차원의 기피물질로 해석될 수 있는 일은 아닐 것이다.

II. 우리나라 화훼생산과 유통

1. 화훼생산의 특성

산업으로 대접받을 수 있었던 역사가 그리 길지 않는 화훼는 생산적 측면에서 몇가지 특성을 지니고 있다.

가. 화훼는 경제적 상품이라는 특성을 지니고 있으면서 1차 생산품인 원자재와 그리고 여기에 부가가치가 가미된 최종 소비재인 화훼상품으로서 크게 두가지로 구분해서 생각할 수 있다.

원자재에 속할 수 있는 것은 종자, 구근, 묘목, 화목, 관상수 등이고, 화훼상품은 생화, 생화를 이용품(꽃다발, 꽃바구니, 화환, 장식품, 분화), 꽃을 건조시키고 여기에 각종 향기를 첨가한 건조화(乾燥花) 등을 들 수 있다.

이처럼 화훼는 살아있는 생육중인 상태와 일단 채화한 후 건조가공하여 상품화한 상태의 것으로 양분되지만 어쨌든 선별, 포장, 적재, 운송, 진열과 같은 과정의 작업과 작업환경이 상품의 수명에 직접 작용한다는 특징을 가지고 있다는데서 일반 공산품과 차별성이 인정되고 있다.

그러므로 이들을 상품화하는 과정에서 많은 노동력을 투입해야 하는 어려움이 따르게 된다. 뿐만 아니라 수확에서 소비까지의 단계와 소요시간을 최소화하지 않으면 상품으로서의 가치가 그만큼 소멸된다는 것은 같은 농업 범주에 속하는 기타 농작물에 비해 특히 더 심하다는 점도 화훼식물이 갖는 특성중의 하나라고 할 수 있다.

나. 화훼는 보고 즐기는 고급 상품이다.

농산물들이 대개 식량의 역할을 하는 것과는 달리 화훼는 '보고 즐기고 감상하는 생산물'이라는 특징을 갖고 있다. 그러나 생필품이 아니기 때문에 경기에 매우 민감하며 꽃과 같은 물질을 이용하는 자세가 사회 전반적으로 생활화가 되지 못할 때에는 소비구조가 극히 제한적이고 소비행태도 일정한 기간에만 편중되는 기현상이 일어난다는 점이다.

생산이 특정기간에 편중된다면 가격의 당락이 심화되고 생산자나 소비자 모두에게 결코 이익이 되지 못하는 상황으로 발전한다. 가격에서 문제가 발생하면 소비확대나 판매촉진에 대한 소비자의 부정적 시각이 문제가 되기도 한다.

다. 상품의 품질 및 규격을 일관성있게 유지하기가 곤란하다.

화훼류는 생산지에 따라 가격이 일정치 않으며 공정거래가격이 설정되기가 곤란하여 지역간 가격차가 심화될 수 있고 불건전한 가격형성 야기될 위험성도 매우 높다는 특징을 가지고 있다. 또한 한꺼번에 대량 거래가 곤란하며 소량으로 거래되다보니 유통비용이 불필요하게 많이 소요된다. 그러므로 즉흥적인 소비패턴을 유지하기 보다는 거래를 정례화하여 소비를 일정하게 유지정착시키는 일이 시급한 과제로 떠오르고 있다.

라. 화훼만큼 화훼가치를 판단하는 판정기준이 극히 주관적인 것도 없다.

바로 꽃이 보고 즐기는 상품이기 때문이다. 따

라서 누구나 보아도 좋으면 된다는 객관성을 지니기가 어렵다. 다만 가치와 가격은 서로 다른 개념을 지니고 있으면서 이 둘 사이에는 비례관계가 있기 때문에 가치가 있다고 판정되면 그만큼 가격도 상승하는 효과가 있다. 그러나 같은 상품이라 하더라도 시간과 장소에 따라 그 가치와 가격은 현저하게 차이를 보일 때가 있다. 이러한 특성은 바로 꽃만이 지니고 있을 수 있는 장점이면서도 언제든지 단점으로 변질될 수 있는 양면성을 가지고 있다고 할 수 있다.

마. 우리나라 화훼산업은 도시 근교지역, 특히 서울과 부산을 중심으로 하는 대도시 근교에 기초하여 발전해 왔다.

1995년도 통계를 보면 서울·부산과 그리고 이 지역의 근교인 경기·경남지방에만 우리나라 전체 화훼농가의 65.1%인 8천1백54호가 분포되어 있다. 지난 5월 3일부터 18일까지 '97세계꽃박람회가 개최되었던 고양시 단일지역의 화훼재배 농가만해도 우리나라 전체의 11%를 차지하고 있다.

우리나라 화훼산업구조의 진면목을 나타내주는 단적인 예로 볼 수 있다.

화훼산업이 대도시 중심으로 발전하다보니 화훼농장은 가격이 비싼 농지를 이용할 수 밖에 없을것이고 내땅이 없는 사람들은 결국 남의 땅을 임차하여 생산할 수 밖에 없다. 임차농이 다른 농작물을 경작하는 농가보다 특히 높은 것은 바로 이 때문이다.

화훼가 기술자본집약적 업종이기 때문에 전형적인 자본생산체제로 발전할 수 밖에 없다. 그러

나 적은 자본으로 경영하다보면 영세성을 면치 못하고 시세라도 맞지 않으면 그대로 빚으로 남아 부채만 지게되는 경우가 있다. 화훼는 바로 막대한 자본이 들어가는 시설위주의 재배형식을 취하고 있다는데서 위험성은 상대적으로 높을 수 밖에 없다.

생산능가 입장에서 단위면적당 시설투자 액수를 확대하지 않으면 안된다는 불가피한 부담은 가뜰이나 영세한 생산능가의 의욕을 위축시킴은 물론 지속적인 화훼영농의 걸림돌로 작용하게기도 한다.

바. 화훼산업이야말로 가장 고도의 기술을 요하는 농업이다.

일반 농작물 재배에 국한하던 농업에서 고소득 작목으로 각광받는 화훼로 전화되기는 하였지만 화훼생산에 종사하는 농민들은 대체로 재배경험과 전문지식이 거의 전무한 상태에서 출발한 경우가 많았다. 현재 영농규모 600평 미만의 영세화훼농가 비율이 40.3%에 달하고 있고 생산자의 재배경력도 5년미만이 53%로, 완벽한 재배경험을 지니지 못하고 화훼생산에 임하는 재배농민이 전체의 절반이 넘고 있는데, 이와 같은 사실은 결국 선진국과 기술경쟁력에서 열세에 놓여 있음을 뜻하는 것이라고 볼 수 있다.

뿐만 아니라 지역에 따라서는 작목반이나 영농조합법인을 만들어 공동 생산체제를 갖추고 열심히 정보교환을 시도하고 있으나 조직원들의 생산 기술에는 아직도 상당한 격차가 있는 것이 현실이다. 단지화되어 있는 지역에서 조차 일부 농가를

제외하고는 전반적으로 재배기술수준이 낮은 것이 커다란 문제점으로 부각하고 있다.

사. 화훼는 타 작목에 비해 시설투자 또는 경영비가 과다하게 투입해야하는 경향이 높다.

전국적으로 절화중에서 가장 많이 보급되어있는 장미는 새롭게 개발한 신품종이나 고가의 품종에 대해서는 사용료를 지불하고 구입하지 않으면 안된다. 또한 백합의 경우도 일일이 구근을 해외에서 수입하여 사용하지 않으면 안되기 때문에 실제로 전체 생산비 중 구근 구입이 차지하는 비

중이 매우 높아서 실질적인 소득을 높이지 못하고 있다.

예를 들어 국내에서 총 생산되는 시설오이의 경우 '92년도 소득률은 71.7%였고 '94년도에는 67%를 기록했으나, 장미는 1992년도 56.7%, '94년도 57.1%이어서 시설오이가 '94년도에 다소 낮아졌다고 하더라도 그래도 장미보다는 10%가 더 높아 장미의 경영비가 대단히 높다는 사실을 알 수 있다. 경영비가 높은 상황에서 생산능가에 돌아오는 소득이 낮아지는 것은 당연한 일이다.

〈표 1〉 장미와 시설오이의 국내 총소득 비교

(단위 : 천원/10a)

구 분		1992년	1993년	1994년
장 미	조 수 입	11,828	14,642	16,262
	경 영 비	5,112	6,246	6,976
	소 득	6,716	8,395	9,287
	소 득 률(%)	56.7	57.3	57.1
시 설 오 이	조 수 입	5,918	5,639	7,801
	경 영 비	1,710	1,848	2,571
	소 득	4,208	3,791	5,230
	소 득 률(%)	71.7	62.7	67.0

자료 : 농촌진흥청, 「농축산물 표준소득」, 각연도.

아. 우리나라 꽃소비는 지극히 제한된 범내에서 유통이 되고 있다.

일부 화훼를 제외하고는 계절성을 벗어나지 못하고 있고 소비패턴도 애경사 위주로 형성되어 있어 가격의 불안정 요인으로 되어 있다. 이러한 결과는 화훼가 생필품이 아니고 일종의 장식적 성격

을 띠고 있기 때문에 야기되는 결과이지만 어쨌든 이러한 가격불안정 상태는 필경 계절별로 가격의 진폭을 넓게, 그리고 크게 일으킬 소지가 많으므로 이를 연중 고루 분산시키기 위해서라도 다품목 위주로 생산체제를 개선하지 않을 수 없게 된다.

단일품목 재배하에서도 고도의 재배기술은 필

요한데 여기에 품목수마저 확대되면 기술집약이 곤란하고 전문화도 어렵게 된다.

국내에서 가장 많이 생산되고 있는 국화의 경우 송이당 대체적으로 3월경에 가격이 가장 높고 8~9월에 가장 낮은 편으로, 과거 3년('93-'95)간 가격이 가장 높은 1993년 3월(6,361원)과 가장 낮은 1994년 10월(807원)과는 약 8배의 차이가 발생하였다. 이와 같은 가격차는 계절에 따른 생산량의 홍수출하에 기인한 것이 원인이 되었지만 무엇보다 근래에 들어와 국화재배 농가가 급격히 늘어나고 있고 생산시기를 분산하지 못한 채, 성수기에 집중적으로 출하한데서 발생한 결과라고 보아야 할 것이다.

2. 화훼생산 현황

해마다 늘어나던 농가인구는 1967년에 이르러 절정에 달했고 그 이후 감소세로 돌아서면서 '80년대에 들어와 급격하게 줄어들기 시작하였다. 과거 10년간 통계를 보면 '85년부터 '95년까지 10년 동안 전체 농가수는 무려 22.2%가 감소하였고 경지면적도 2백14만4천ha에서 1백98만5천ha로 7.5%나 줄었다. 이러한 경향은 적어도 선진 농업국에서 보여주고 있는 농민의 숫자가 전체 인구의 5% 수준에 이르기까지 계속될 것이라는 전망을 확인시켜주는 추세라고 여겨진다.

농업부문 전반의 하향적 추세에도 불구하고 화훼만은 1985년 이후 계속 증가세를 나타내고 있다. 우선 화훼 재배면적과 인구측면에서 보면 과거 10년동안 각각 2.25배 및 2.3배가 늘어났다. 그

래서 1995년 현재, 1만2천5백9호의 화훼농가가 5천1백56ha로부터 5천89억원을 생산하는 비약적 발전 가능한 분야로 변했다.

더욱이 재배상 상당한 기술이 뒷받침 되어야 하는 점을 감안해서 과거 단순한 부업행태에 머무르던 화훼가 해가 갈수록 전업농으로 전환하는 것도 단순한 숫자증가에 의미를 두기보다는 기술도 함께 발전을 수반한다는 점에서 또다른 농산업의 발전을 기대하게 한다. 1985년도의 5천3백65호에 달하던 화훼재배 농가중 54.9%만이 전업형태이었던 것이 1995년에는 9천8백76호로 78.9%가 증가한 것은 발전하는 화훼산업의 현주소를 그대로 대변하는 수치로 해석할 수 있을 것이다.

물론 화훼가 전반적이 상향곡선을 나타내고 있는 이면에는 국민소득증가에 따른 경제적 여유로 꽃수요가 크게 증가하였으며 이에 부응하는 화훼 농가들의 생산확대와 정부의 적극적인 뒷받침이 크게 도움이 되었음은 두말할 것도 없다. 젊은 층에서의 꽃소비 행태가 달라지고 있으며 특히 선물용과 가정의 장식용으로 용도가 다양하게 전개되어감은 바로 꽃문화가 점차 정착하는 도상에 있음을 의미한다. 여기에 주택보급이 활발해지고 또 개인주택을 보유하고 있는 인구의 증가도 화훼문화를 선도하는 침병이 되고 있다.

이처럼 전반적으로 꽃소비 계층이 두텁게 형성되어가고 있는 배경에는 절화와 분화 두 분야가 주도하는 화훼산업의 기술적 진보와 생활패턴의 변화가 크게 받침되었음을 부인하기 어렵다. 인기리에 소비하고 있는 화훼중에서도 절화는 전체 생

산액의 44.3%를 점유하여 화훼생산의 주류를 형성하고 있다.

처음부터 절화 소비성향이 높았던 것은 아니었다. 1994년도까지만 해도 분화 소비가 압도적이었다. 그러던 것이 '95년도에 들어와 절화가 분화보다 19.4%가 더 많이 생산되기 시작하였다. 가정에서 두고두고 감상하기 위해 많이 구입해 갔던 것이 그러한 경향으로 나타나게 된 요인이었다. 그러나 일본에서 화훼재배 면적 중 절화가 차지하는 비율이 82.7%(1994년도)인점을 감안하면 앞으로 우리나라 화훼도 이러한 생산경향의 범주를 벗어나지 않을 것으로 예측할 수 있다.

3. 화훼유통의 실태

가. 유통의 특성과 현황

화훼류는 유통되는 과정에서 다른 상품과 상이한 요소를 가지고 있다. 우선 화훼류는 살아있는 상태의 상품이다. 따라서 선별, 포장, 적재, 운송, 진열 등과 같은 작업내용과 작업환경이 바로 화훼상품의 가치를 좌우한다. 그러므로 싱싱한 상태를 그대로 유지하면서 유통시키자면 투자비용이 늘어나게 되며 그만큼 최종 상품의 가격도 상승하게 됨은 피할 수 없다.

그 다음 화훼는 일단 경기에 민감하며 소비확대나 판촉활동에 제한적일 수 밖에 없다. 특히 불경기가 지속되면 소비확대 및 판매촉진활동은 상당히 어려울 수 밖에 없다. 뿐만 아니라 대량 거래가 어려운 특성 때문에 화훼류의 상품성을 제고하기 위한 규격이 특수할 수 밖에 없다. 그 규격이라는

것이 소비자의 취향에 접근하는 방식 하나와 화훼의 생리를 감안해야 하는 방식 이 두가지로 구분되는데 이 두 요건을 조화시키면서 품질과 규격을 일관성있게 유지한다는 것이 쉬운 일이 아니다.

여기에 더하여 다른 농산물과는 달리 일물일가 원칙을 적용하기 어려움으로 확인거래를 하지 않을 수 없다는 것도 화훼가 갖는 가격상의 불리한 입장이다. 일반 농산물과 다른 것이 바로 이 점이다. 그리고 화훼의 성격상 소량 거래에 의존할 수밖에 없다는 것도 그만큼 노동력과 유통비용을 상승시키는 결과를 가져오게 된다. 소량 거래를 하면서 동시다발적 거래를 하다보면 거래원칙상 통용되는 정보수집 → 종합적인 정리 및 분석 → 결과의 전파 또는 획득이라는 수순의 정석을 밟아나가기 어렵다. 이러한 결과는 결국 정보를 왜곡하게 되고 그렇기 때문에 가격까지도 불건전하게 형성될 우려가 있다.

화훼는 영농법인과 같이 단체가 중심이 되어 생산되는 곳에서는 공동출하가 가능하나 대부분은 개별출하에 의존하고 있는 실정이다. 화훼가 유통되는 경로를 몇가지 단계로 생각할 수 있다. 우선 생산지에서 출하된 화훼류는 개인이건 단체이건 공영도매시장(양재동 꽃도매시장)이나 소비지의 유사도매시장으로 출하된다. 어떤 때는 생산자단체가 공판장이나 집하장을 거치기도 하지만 결국 공영이나 유사도매시장으로 집결하는 것이 일반적이다.

한국화훼협회의 조사에 따르면 화훼의 도매유통경로는 ① 생산자에서 산지 직판장으로 가는 경

우가 30%, ② 생산자로부터 양재동 화훼공판장으로 가는 경우가 20%, ③ 생산자로부터 위탁도매상의 손으로 넘어가는 것이 50%로 되어 있다. 1995년도에 절화류 생산액이 2천2백57억원이나 되는데

도 양재동공판장의 경매실적이 겨우 1백32억원에 불과한 것도 따지고 보면 상당히 많은 화훼상품이 양재동을 비껴나간 채 위탁도매시장이나 직판장으로 흘러가고 있었음을 말해주는 것이다.

〈표 2〉 화훼생산 추이

(단위 : 백만원)

구 분	1985년	1990년	1992년	1993년	1994년	1995년
절 화	14,369	59,224	123,060	153,708	185,472	225,757
분 화	14,726	99,516	159,566	149,265	197,275	189,046
구 근	1,656	4,641	9,354	5,414	5,013	6,890
화 목	8,459	19,487	23,805	22,704	24,846	19,583
관 상 수	35,356	55,779	57,732	58,095	80,806	67,317
종 자	33	701	186	652	165	377
계	74,599	239,348	373,703	389,838	493,577	508,970

자료 : 농림부, 「화훼재배 현황」, 각연도.

적어도 화훼가 정식으로 공판장으로 들어가야 할텐데도 그렇지 못하고 위탁상인들의 손으로 넘어가게 되는 것은 공판장으로 들어오는 산지직송의 기능이 아직까지 활성화되어 있지 못하기 때문인 것이다. 대신 서울의 강남터미널시장, 강남시장, 남대문시장과 같은 유사도매시장이 절화유통의 핵을 이루고 있다. 한편 생산농가에서 일부 직판 또는 소매상과 직거래를 하는 경우도 고려해 볼 수 있겠으나 이는 화훼유통에 영향을 미칠 수 있는 수준은 아니다.

화훼의 형태, 즉 절화나 분화에 따라 거래방식은 크게 달라질 수 있다. 왜냐하면 이 두가지 형태는 우선 상품적 특성에서 차이가 있기 때문에 이

로 인해 야기되는 유통의 형식 또한 다르게 마련이다. 우선 절화류는 대부분이 공영도매시장이나 유사도매시장을 거쳐서 유통되고 이들은 소속된 중매인에 의해서 주도되기 때문에 주도권도 상업자본을 움직이는 상인에 있다고 할 수 있다. 때문에 이러한 특성으로 절화는 분화와는 달리 농장에서 직접 판매하거나 직영행위가 이루어질 수 없게 된다.

절화의 유통은 생산지를 떠나 도매시장이라는 장소로 수송되는 기간중에 그의 수명과 상품성을 오래 유지시키기 위해서 무엇을 어떻게 조치해야 하느냐 하는 물음에서부터 시작되어야 한다. 다만 절화의 수명연장만을 조건으로 하고자 한다면, 첫

재, 채화(採花) 시점을 소비자의 구매시점으로부터 역산(逆算)해서 결정하고, 둘째, 목표로한 시기에 채화를 할 수 있도록 재배기술을 고도화 해야 하며, 셋째, 수명유지를 위한 상품화 방법과 작업장의 환경을 개선하고, 넷째, 운송장비를 현대화 하여 운송도중에 발생하는 품질손상을 최소화 하도록 해야한다.

분화는 공판장이나 집하장을 통해서 대부분 거래되고 일부 소수농가들이 직판장 혹은 직영농장을 가지고 있어서 주도권이 생산농가나 생산자 조직에 있다. 물론 도심의 외곽지대에 플라스틱 하우스를 가지고 있는 생산농가나 수집상들로부터 조달받은 분화를 상품으로 진열해 놓고 그것이 판매될 때까지 관리해가며 판매하는 단순 판매자들도 있다. 그러나 대부분은 부속농장을 가지고 있으면서 보다 다양한 상품구색을 갖추기 위해 외부로부터 색다른 종류를 공급받고 있다는 점에서 순수한 판매자와는 차이가 있다.

분화의 유통은 무엇보다 수송을 어떻게 안전하고 신속하게 해결할 것인가에서 문제의 시발을 삼아야 한다. 즉 분화는 흙과 화분을 포함하고 있어서 무겁고 생김새도 제각각이어서 대량적 재배가 곤란하다는 단점을 가지고 있다. 그러므로 적재를 위한 별도의 조치가 취해져야 한다. 그러므로 분화물 유통은 운송거리를 최소화하기 위하여 가까운 시장부터 소비를 충족시키고 운송단계에서 발생하는 상처 횃수를 감축시키며 적재를 위한 상자나 파렛트 등과 같은 통일된 도구로 대체하는 새로운 적재 시스템 개발을 서둘러야 한다.

나. 유통상의 문제점

절화나 분화를 불문하고 수요와 공급에 의한 가격결정 기능 문제는 정도의 차이는 있었으나 매우 불확실하다는 점에서 거의 일치하고 있다. 다만 절화에 있어서는 농안법에 의해 양재동과 영남지역에 설치되어 있는 화훼공판장에서 도매기능을 전담하고 있어서 그나마 각각의 상품을 대표하는 가격이 형성되고 있다. 그러나 분화는 경우가 약간 다르다.

절화에 있어서는 전국적으로 영향을 미치는 가격형성은 이루어지고 있지만 전국의 생산농가들로부터 상품을 수집하여 판매해 주는 지정 도매회사의 역할을 농수산물유통공사가 독점하고 있는 실정이다. 그렇기 때문에 비록 거래규모가 작아서 다수의 지정 도매회사가 적극적으로 활동하기는 어렵다고 하지만 어쨌든 생산농가가 자신들게 유리한 출하업체를 선택할 수 없다는 것은 현 우리나라 화훼유통의 한계라고 볼 수 있다.

금년도에 농협에서 운영할 부산화훼공판장이 개설될 예정이지만 실질적인 소비지 공판장으로 운영되고 있는 곳은 서울 양재동공판장 한 곳에 불과하여, 이로 인해 화훼도매는 위탁도매시장이 장악하고 있다. 이처럼 공정한 가격결정기능을 발휘할 수 있는 법정도매시장 부족으로 인해 위탁도매시장 혹은 유사도매시장에 화훼도매기능을 위임함으로써 각종 불공정 행위가 야기되고 있다.

왜 위탁도매시장의 거래가 불공정한가 하면 시장에서의 거래는 상대 매매제를 채택하고 있는데 이 제도는 위탁상인이 거래권한을 장악하면서 고

울의 수수료(판매대금의 15~20%), 판매잔품 처리 및 판매가격 정산과정에서 공정치 못하게 처리하고 있기 때문이다. 그 한 예로 생산자에 대한 대금결제도 상품이 다 팔린 후 7일 내지는 1개월에 걸쳐 지불하고 있다. 이와 같은 불공정거래가 자행되고 있기 때문에 생산자와 상인간에는 보이지 않는 불신풍조까지 만연되고 있다.

절화를 단순히 위탁도매시장에만 의존하는 거래관행은 필경 규격거래의 조기정착을 어렵게 하고 있고 또 화훼유통에서 절대적으로 필요한 표준화, 등급화 및 포장개선을 위한 생산자의 노력을 무산시키는 결과를 초래한다. 특히 등급 및 포장에 최종 소비자 분위가 되지 못하고 유통업자만 유리하도록 이루어져 유통질서를 혼란스럽게 하는 요인도 된다.

위탁도매시장의 기능이 서울·경기지방에 집중되어 있다는 사실도 또다른 문제점을 야기하게 된다. 위탁도매시장의 73%가 수도권에 몰려있고 도 소매기능을 하고 있는 직판장도 1/3이상이 서울 아니면 그 근교에 편중되어 있으니 말이다.¹⁾ 그 결과 지방에서 생산된 절화가 서울로 운송되어 일단 가격이 결정되고 나면 다시 지방으로 분산될 수밖에 없는데 각 지역으로 再반출되는 물량을 보면 부산지역으로 30%, 광주지역으로 45%, 대전지역으로 53.3%나 된다.

물건이 한번 돌아오는데 비용이 덜들리 없으며 신선도 또한 양호해질 리가 없다. 왔다갔다하는 사이에 값은 턱없이 올라가게 마련이다. 결국 산지 유통기능이 취약하고 도매기능이 위탁도매인에 의존하는 상태에서 그마저도 서울·경기지역에 집중되고 있다는 것은 우리나라 화훼유통의 큰 맹점이다.

분화에 있어서는 대부분이 가격형성의 과정과 구조가 검은 베일에 가려져 있어서 거래동향을 정확하게 파악할 수가 없다. 분화류가 정상화되기 위해서는 거래가 투명하게 이루어지는 시장기능 회복이 선행되어야 한다. 즉 수요가 어느 시기에 어디서 얼마나 되고 공급력은 어떤 상태인지도 알 수 없는 상태에서 합리적인 가격을 기대하기 어렵다.

거미줄과 같은 우리나라 화훼유통 난맥상과 함께 금년부터 하나의 큰 변혁을 예고하는 사건이 발생하였다. 유통시장의 개방과 외국인 투자 자유화가 바로 그것이다. 국내 유통시장은 1995년도에 또한 1994년도에는 육묘를 제외한 원예관련 서비스업에 대한 외국인 투자가 자유화되었고, 1995년도에는 곡물 및 종자 도매업, 그리고 1996년도에는 종묘 생산업과 육묘를 포함한 모든 원예관련 서비스업이 현재 완전히 개방되었다. 따라서 지금 당장 어떤 일은 벌어지지 않고 있지만 이로부터 1년

1) 한국화훼협회조사에 의하면 전국 소매단체업체수는 9,231개에 이르고 있는데 이 중에서 화방이 8,391개소, 꽃꽃이원이 397개소, 노점상이 443개소로 구성되어 있다. 이 중 48%인 4,430개업체(화방 : 4,014개소, 꽃꽃이원 : 195개소, 노점상 : 221개소)가 서울과 수도권에 집중되어 있다. 따라서 세계적인 화훼유통업체들이 마음만 먹으면 우리나라 자본과의 합작은 물론 단독 출자형식으로 직판장이나 지사를 설치하는데 아무런 제약을 받지 않는다.

남짓 지난 지금의 현실은 외국 유통업체의 시장 점유율이 5% 정도에 이른 것으로 추정되고 있다.

4. 화훼상품의 수출입 실태

화훼류 수출은 과거 10년동안 13배가 증가하면서 농산물의 7.8배보다 높은 증가율을 보여 향후 유망한 수출품목으로 등장하고 있다. 이는 정부가 '93년도부터 추진하고 있는 농업구조개선사업 실시이후 화훼부문을 전락품목으로 설정하고 수출을 적극 권장함으로써 수출증가가 빠르게 신장되었다. 이는 농산물 전체 수출에서 화훼부문이 차지하는 비중이 1990년도 0.43%에서 1995년도에는 0.71%로 높아진 사실에서도 잘 나타나 있다.

1995년도 화훼수출을 유별로 살펴보면 묘목류가 가장 많은 3백83만달러이며 절화류는 2백68만달러, 절지절엽류 55만달러 등이다. 품목별로는 선인장이 3백31만2천달러로 묘목류 가운데서 86%를 차지하고 있는데 대부분 네덜란드, 캐나다, 미국

및 독일로 수출되고 선인장은 국제유통량의 65% 이상을 점유하고 있다.

절화류 수출은 백합 한 품목에서만 2백31만7천달러로 수출되는 절화류의 대부분을 차지하고 있다. 수출대상국은 일본으로, 전체 수출의 99%를 점유하고 있다. 최근에 와서 화훼 전반적인 수출 신장세가 두드러졌으나 반면에 구근 수입도 크게 증가하여 화훼류 수입증가를 주도하고 있다. 이로 인해 실제 외화 가득률은 그렇게 높지 않다. 절지 절엽수출에서는 알로에가 63.4%(34만6천달러)를 차지하고 있고 수출시장은 일본이다.

한편 화훼류 수입액은 1990년 이후 점차 높아져서 1990년 1천30만달러에서 1995년도에는 3천4백70만달러로 5년동안에 무려 3배이상이 증가하여 수입이 수출 신장률을 능가하고 있다. 또한 농산물 수입에서 화훼가 차지하는 비중도 1990년 0.31%에서 1995년도에는 0.61%로 높아졌다.

화훼수입을 유별로 보면 묘목류가 가장 큰 비중

〈표 3〉 연도별 농산물과 화훼의 수출 추이

(단위 : 백만달러)

구 분	1995년(C)	1990년	1992년	1993년	1994년	1995년(D)	D/C
국가 전체	30,283	65,016	76,632	82,236	96,013	125,058	4.1
농림수산물	1,398	2,920	2,888	2,759	3,049	3,469	2.5
농산물(A)	139	727	716	695	836	1,087	7.8
- 채 소 류	13	10	15	74	79	111	8.6
- 화 훼 (B)	0.6	2.5	3.5	5.4	6.8	7.8	13.0
B / A (%)	0.43	0.34	0.49	0.59	0.66	0.71	

주 : 농산물에는 축산물 제외.

자료 : 농림부, 「농림수산 주요통계」, 각연도.

〈표 4〉 연도별 농산물과 화훼의 수입 추이

(단위 : 백만달러)

구 분	1985년	1990년	1992년	1993년	1994년	1995년
국가 전 체	31,136	69,844	76,632	83,800	102,348	135,119
농림수산물	2,511	5,789	7,147	7,812	8,716	10,520
농 산 물	1,727	3,311	4,068	3,870	4,496	5,675
- 채소류	9	24	25	67	152	140
- 화훼(B)	3.7	10.3	15.6	18.7	25.5	34.7
B/A (%)	0.21	0.31	0.38	0.48	0.56	0.61

주 : 농산물에는 축산물 제외.

자료 : 농림부, 「농림수산물 주요통계」, 각연도.

을 차지하여 1995년도에는 전체 화훼수입의 62%를 차지하였으며 주 품목은 난으로 대만에서 70% 이상을 수입하고 있다. 그 다음에는 구근류로서 백합의 구근수입이 4백6만달러에 달하여 구근 수입액중 48%를 점유하고 있다. 그럼에도 불구하고 화훼류 수출을 지속적으로 추진하기에는 많은 문제점이 있음을 간과할 수 없다.

첫째 그동안 재배면적이 급속하게 증가하는 과정에서 화훼류의 가격의 급락이 우려되고 있었으나 장미의 경우처럼 국내 절화가격이 오히려 수출가격을 능가하여 수출이 기피되고 수출해야 할 물

량이 급감하는 현상이 일어나고 있다.²⁾ 이처럼 국내가격이 수출가격을 능가하는대는 나름대로 원인이 없을 수는 없겠으나, 일단 높은 생산비가 가격상승을 부채질하고 있고 또 이 가격으로는 도저히 수출이 불가능하다는 데 있다.

우리나라 화훼생산농가는 시설면에서 기계화, 자동화율이 낮아 인건비 지출부담이 크고, 또 생산자재와 종묘가 대대적으로 많이 개발되지 않아 거의 전부를 수입으로 충당하다싶이 하고 있기 때문에 비용지출이 높을 수밖에 없다.

네덜란드 알스미어 화훼도매시장³⁾에서 근무하

2) 사례조사에 의하면 1995년도 3월 12일부터 4월 12일까지 2,000단의 장미를 수출한 바 있는데 이때 농수산물유통공사에서는 송이당 90~130엔을 받고 일본으로 수출하였다. 그러나 선별에 노력이 많이 들고 수출물량도 적은데다가 물류비용만 오히려 추가로 부담되었다. 이 비용이 전체 수출가격의 45~50% 수준으로 오히려 국내시장에 출하한 것보다 손해를 보게 되었다. 이후 본격적인 수출이 중단되었다. 또한 (주)우인실크를 통해 동경의 오타시장에 3차에 걸쳐 340단의 장미를 시험수출하였는데 꽃의 품질은 양호하면서도 시세는 송이당 겨우 79~80엔에서 거래가 이루어져 당시 오타도매시장의 최저시세(100엔)에도 미치지 못했다. 이는 물론 수출장미의 품질에도 문제가 있었겠지만 무엇보다도 판매경험 부족과 판매기반이 튼튼하지 못한데서 기인한 것으로 전문가들은 보고 있다.

고 있는 이병국 사장에 의하면 우리나라가 자동화 시설로 생산비를 절감하여 생산단가를 낮추고 고품질의 절화만 생산한다면, 거의 전량 네덜란드 절화로 충당하고 있는 홍콩, 대만, 싱가포르 등 동남아 시장진출에 있어 네덜란드보다 우위에 설 수 있음을 강조하고 있다. 동일한 품질에서 경쟁이 되는 것은 결국 수송비에서 결정이 나기 때문이다.

둘째, 수출경험이 풍부한 업체나 고도의 기술을 보유하고 있는 화훼생산자가 많지 않다. 수출가능한 품종을 제대로 파악하고 있지 못하며 시장에 대한 정보, 가격정보, 소비자 기호도, 운송, 검역, 시장운영형태 및 내부사정 등 경험에서 얻을 수 있는 정보축적이 없으므로 선진국보다 불리한 상태에서 경쟁을 하고 있다.

특히 화훼수출은 운송, 포장에 따른 기본비용이 많이 소요되므로 균등한 고품질의 꽃이 요구되고 있다. 선진국에서는 간은 종류의 꽃이라도 품질간에 가격차가 심하고 소비자들 또한 품질에 대한 선별능력이 대단히 높기 때문에 품질이 우수하지 않고서는 경쟁에서 건디어 내기 힘들다.

그러나 우리의 실정은 고품질 꽃에 대한 개념조차 정립되어 있지 않고 이 때문에 고품질 생산을 위한 시설이나 기술도 부족하다. 또한 우리나라 생산자는 아직도 품질위주에서 물량위주의 경영을

주도하고 있어서 고품질 화훼생산에 제약을 받을 수 밖에 없다.

셋째, 상품을 지속적으로 대량공급이 잘 이루어지지 않고 있다. 우선 수출만을 목적으로 하는 생산자가 거의 없기 때문에 적기에 수출물량을 확보하는 일이 그리 쉽지가 않다. 또한 물량은 많이 확보할 수 있다고 하더라도 일반적으로 생산되는 화훼는 규격통제가 제대로 이루어지지 않아 수출하기에는 부적절한 경우가 많다. 더욱이 국내의 성수기인 졸업시즌이나 가정의 달만 되면 수요가 폭증하면서 수출규격품이라도 시세가 좋은 국내시장으로 빼돌리기 때문에 수출하는데도 지장을 받을 수 밖에 없다. 수출계약을 맺었다 하더라도 이처럼 국내가격이 높으면 생산자들은 수출을 외면함과 동시에 계약을 파기하는 일을 아주 태연스럽게 자행한다. 대외 신용도가 날개없는 새처럼 추락해서 우리나라 화훼의 미래에 희망이 있을 리 없건만 생산자들에게 이러한 가상적 자각은 철저하게 외면되고 있다.

Ⅲ. 세계 주요 국가의 화훼생산 및 수출입

화훼소비량이 많은 나라가 대체로 경제적으로도 부유한 국가들이다. 여유가 있기 때문이기도 하겠지만 꽃을 가까이 하지 않으면 안된다는 그들

3) 공식명칭은 협동조합 알스미어 생화중앙시장(VBA)이다. 알스미어시는 네덜란드 암스텔담의 남서쪽 20km지점에 위치해 있는 화훼도매 중심도시이며 이곳에 위치한 생화중앙시장은 1972년에 두 개나 되던 시장을 하나로 병합한 대조직으로 변신하였다. 부지 42ha의 세계 최대 규모의 화훼전용시장으로 그 중 24ha를 경매장으로 사용하고 있다. 화훼재배농가의 협동조합으로 현재 4천7백 호 이상의 농가가 회원으로 가입되어 있다. 본 시장에서 취급하는 절화와 분물은 80% 이상이 수출되고 있다.

의 생활자세가 오늘날과 같은 꽃산업을 부흥시킨 원동력이라고 보아 옳을 것이다.

세계적으로 화훼산업의 대상작목으로 부상되어 것은 장미, 국화, 카네이션, 백합 등의 절화와 피커스, 드라세나 등의 분물, 칼란코예, 베고니아 등의 분화이다. 분화의 소비는 절화의 소비비율보다 대단히 빠른 속도로 신장하고 있다. 분물과 절화만으로도 장식용 식물의 세계무역량중 80%이상을 차지하고 있다는 데서도 잘 알 수 있다.

화훼부문에 있어서도 최근 국제적인 경쟁판도에 큰 변화가 일어나고 있다. EC통합, 동구의 민주화, GATT에서의 무역자유화 교섭이 화훼의 국제무역에도 영향을 미치고 있기 때문이다. 화훼시장은 이미 포화의 조짐을 나타내고 있다. 그러나 이것은 화훼산업의 수익과 생산부문간에서의 시장적 정서와 여기에 국제간에 얽힌 무역수지와 역학관계와 무관할 수 없다. 전통적으로 화훼강국인 네덜란드는 새로운 국제질서와 환경입법이 제정됨에 따라 현재의 생산방법과 유통 및 체계적인 수출계획 수립에 벌써부터 발빠른 대응자세를 취하고 있다.

예기치 않은 여러가지 변화는 화훼산업의 장래에 대한 명확한 전망을 곤란하게 하지만 한편으로 이러한 사태에 대비한 정확한 정보와 적응력을 배양하는 것이 무엇보다 우선되어야 할 것이다. 세계의 동향을 알아야 하는 이유는 여러가지가 있겠지만 무엇보다도 우리 화훼산업의 방향을 올바르게 정립하는데 필요불가결한 정보가 된다는 데 있다. 일본을 위시한 세계 주요 화훼국가를 대상으로 간단하게 생산 및 소비동향을 살펴보고자 한다.

1. 네덜란드

세계최대의 화훼생산국 네덜란드에서는 화훼산업이야말로 황금알을 낳는 거위로 생각하고 있는 사람들이 많다. 환경문제의 변화에 대응하는 육종, 훌륭한 상품을 생산하는 생산자들, 서두르지 않고 각가지 노하우를 축적해 나가는 전 국민적 노력이 오늘날 네덜란드를 꽃의 나라로 만들 수 있었다.

화훼 중 튜울립과 백합을 주력으로 한 구근은 1995년 생산면적이 1만8천ha나 되며 25년전에 비해 50%나 신장되었다. 구근의 총 생산수량만 해도 90억구에 이르고 있고, 이 중 76%가 수출되고 있다. 10월부터 이듬해 1월까지 백합구근의 굴취가 이루어진다. 1구획이 10-15ha정도로 넓은 농지에서 대형 트랙터에 연결된 굴취기로 구근이 수확된다.

절화생산은 장미를 중심으로 국화 튜울립, 카네이션, 백합이 주품목이다. 온실에서 5천5백ha, 논지에서 2천4백ha 정도 재배되고 있다. 따라서 절화는 대체로 유리온실에서 총면적의 70%를 재배하고 있기 때문에 화색이나 품질이 지극히 우수할 수 밖에 없다.

화훼업에 종사하고 있는 재배농민의 수는 2만5천명 정도이며, 관련된 기업수만도 약 1만1천개가 넘고 있는데 이중 15%는 분물생산에, 85%는 절화생산에 관여하고 있다.

네덜란드에서의 화훼산업 특색은 생산액 신장이 재배면적을 능가하고 있다는 사실이다. 이러한 현상은 주로 1980년대 중반서부터 나타난 것으로 제한된 국토를 계속 재배지로 활용하는 것보다는 단위면적에서 생산액을 증진하는 방향으로 정책을

전환하고서부터 나타난 현상이다.

물론 단위면적에서 생산성이 높아진 것은 재배 방법의 끊임없는 개량, 온실구조의 개선, 재배기술의 놀라운 발전덕을 톡톡히 보고 있다. 신품종의 개발이나 인공토양에 의한 재배, 조명의 균질화와 자동화 등 기술과 시설의 현대화를 촉진시킨 덕택이기도 하다. 인공토양에 의한 재배가 증가일로에 있기 때문에 생산성은 앞으로도 더욱 향상될 것으로 기대하고 있다.

1980년도 이래 장미와 국화를 합치면 경매로 거래되는 금액이 35%에서 40%를 차지하고 있다. 그 뒤의 거래금액은 튜울립, 카네이션, 백합, 프리지어, 거베라, 안개순이지만 거래액은 장미와 국화보다 훨씬 적다.

분물부문에서 경매로 거래되는 양은 해마다 다르지만 금액으로 5억8천만달러에 이르고 있는데 화훼왕국이라는 이름에 걸맞는 큰 규모는 아니다. 그러나 이 금액은 해마다 큰 폭으로 증가하고 있다. 분물의 경우 특히 두드러지게 매상이 큰 식물은 존재하지 않는다. 그러나 관엽식물의 경매거래액은 급속히 증가하고 있다.

이미 1980년대 초반부터 관엽식물은 거래 절대액수에서 분화를 능가하고 있었다. 이처럼 관엽식물이 인기가 있는 것은 품종개발에 역점을 두고 추진해 왔기 때문이다. 피커스, 드라세나는 경매시장에서도 대단히 인기가 있는 작물이 되었다.

분화의 경우에는 상당수의 품종이 대량생산되고 있고, 적기는 제한되어 있지만 다양한 품종 때문에 인기는 여전히 높은 편이다. 대표적인 분화

로서는 칼란코예와 아잘레아와 베고니아가 있다. 이 중 칼란코예가 가장 잘 팔리는 분화이고 그 뒤를 아잘레아와 베고니아가 이어주고 있다.

절화와 분물 생산량의 70%는 경매로 거래된다. 경매를 통해서 거래되는 상품의 70% 이상은 수출로 전환된다. 네덜란드 국내에서는 그 해의 경매가를 보고 다음 해에 절화와 분물을 얼마나 공급을 할 것인가 결정하는 자료로 활용하기도 한다.

네덜란드는 절화와 분물의 세계 최대 수출국이다. 절화로는 세계수출의 59%를, 분물은 48%를 차지하고 있어 네덜란드는 화훼제품에 있어서 국제무역의 중심이다. 국제적인 수요와 공급이 네덜란드에 의해 주도되고 있다고 해도 과언이 아니다. 그러므로 네덜란드 시장에서 결정되는 경매값은 화훼제품의 국제거래 정세를 나타내는 지표가 된다. 네덜란드의 절화와 구근 분물을 합쳐 국내 생산의 약 70%가 수출된다. 이 중 절화는 총생산의 41%가 수출용이며 주로 콜롬비아, 이탈리아, 이스라엘등이 주요 수출대상국이다.

네덜란드라고 꽃을 수출만 하는 것은 아니다. 수입도 한다. 그런데 수입되는 절화의 약70%와 분물의 약 40%는 다시 해외로 역수출된다. 1995년도에 해외로 수출된 절화와 분물은 32억5천만달러이고 2000년대까지는 40억달러를 예상하고 있다. 생산되는 화훼는 주로 미국, 독일, 이탈리아 및 일본으로 실려나가고 있다.

네덜란드 화훼가 프랑스나 영국, 이탈리아와 같은 EU국가에서 맹위를 떨치고 있지만 이 지역을 제외한 국가를 대상으로 한 수출물량은 기대한 만

큼 현저하게 늘어나지 않고 있다. 특히 미국과 일본으로 수출물량이 크게 둔화되고 있다. 더욱이 저렴한 노동력을 앞세워 파격적으로 낮춘 원가에도, 최적의 재배 기후조건을 갖춘 아프리카 및 중남미의 저개발국으로부터의 끊임없는 도전은 네덜란드 화훼산업에 위협적으로 압박해 오고 있다. 특히 아프리카에서 들어오는 각종 절화 및 분화는 이미 홈센터, 슈퍼마켓에서 맹위를 떨치고 있고 오히려 자국산 절화판매점이 길거리로 밀려나는 판국이 되었다. 이처럼 급변하고 있는 시장판도에 어떻게 대응해야 할지는 앞으로 네덜란드정부와 재배농민들이 풀어야할 숙제로 남게 된다.

꽃의 나라 네덜란드에서는 절화 소비도 많고 국민들도 꽃을 좋아한다. 꽃가게 외에도 거리모퉁이에 텐트를 쳐서 만든 판매점 뿐만 아니라 주유소에도 판매코너가 설치되어 있는 등 누구든 어디서나 손쉽게 구입할 수 있는 편리한 시스템을 갖추고 있다.

절화의 소매가격은 백합, 장미, 튜립이 1단(10본)에 약 5~8길더(한화로 3천원~4천원)이다. 대부분 캐주얼 꽃이기 때문에 저렴하게 구입할 수 있어 이것이 꾸준한 소비증가와 연결되고 있는 것으로 보인다.

2. 일본

일본은 세계 최대의 절화 소비국의 하나다. 꽃의 총 소비액만 해도 일본은 1조엔을 넘고 있으며 연간 한사람이 평균 40본 이상을 소비하고 있다. 때문에 일본은 이 수요를 충족시키기 위해 해마다

4백40억엔(1995년도 기준)대의 꽃을 외국에서 수입한다. 이 많은 꽃을 가정에서만 감상하기 위해 사간다고는 할 수 없고 선물이나 기타 업무용으로 소비하는 양이 대부분을 점하고 있다. 따라서 1년에 한사람이 소비하는 꽃값만 해도 8천5백엔에 이르고 있는데, 수요면에서는 독일에 뒤이어 세계 7위로 부상하고 있다.

우리가 일본에 주목하고 있는 점도 바로 이 점을 간과할 수 없다. 지리적으로 매우 가까이에, 그것도 화훼 대소비국인 일본을 이웃하고 있다는 것은 화훼산업의 입장에서는 크나큰 다행이 아닐 수 없다. 다만 이러한 지리적 경제적 잇점을 어떻게 우리의 화훼산업 발전과 연계시킬 것이냐하는 것은 바로 우리가 해결해야 할 몫으로 남게 된다.

최근에 무역흑자와 더불어 소비수준이 높아진 일본은 꽃을 이용한 각종 이벤트가 점차 늘어나고 있다. 서구생활을 동경하고 생활스타일도 서구화되어가고 있는 시기와 더불어 꽃소비 패턴도 분명 변화의 조짐이 뚜렷하다. 일본에서 꽃의 소비축진이 그렇게 요원한 일이 아니라는 것을 자신있게 주장할 수 있는 것도 이러한 경향과 결코 무관하지 않다. 현재의 사정은 꽃의 가격이 비교적 비싸다는 점과 그것마저도 마음대로 구입할 수 있는 장소가 흔하지 않다는 데서 소비신장이 두드러지지 않는다.

일본 소비자들의 품질에 대한 요구는 지극히 까다롭다. 그만큼 고품질 꽃을 인정할 줄 알며 우수한 꽃의 가격에 대해서는 거의 불문에 붙이는 것이 통상적인 예다. 새로운 꽃과 진귀한 꽃에 대한

구매욕구는 일본인에게서 특히 강하게 나타나고 있다.

현재 일본의 화훼재배 면적은 1만7천4백69ha로서 이 중 시설재배 면적은 7천7백23ha, 노지가 9천7백46ha로 노지재배가 전체 재배면적의 56%를 차지하고 있다. 여기서 생산되고 있는 화훼수량은 1995년도에 금액으로 6천1백42억엔이었다. 이 중 절화가 2천8백60억엔으로 전체의 47%를 차지하고 있다. 주요절화는 국화(국내생산의 40%), 카네이션, 장미(국내생산의 10.7%)를 인데 이 세가지 꽃의 재배는 현재도 증가일로에 있지만 최근에는 스프레이 카네이션, 스타티스, 튜울립, 글라이올러스, 백합의 비중도 상승하고 있다.

일본에서는 절화의 1/3이 유리온실 혹은 비닐온실에서 재배되고 있으며 시설주년재배로 전환되어 가고 있다. 결과적으로 노동생산성이 높아져서 판매 기회도 많아졌다. 생산자 한사람이 출하하는 물량은 증가하고 있으나 생산액 그 자체는 아직 네덜란드 수준에 미치지 못하고 있다.

분물의 생산은 난과 관엽식물이 주작목이다. 이 두가지가 총생산량의 1/4을 차지한다. 분물의 소비는 주로 선물용으로 판매되는 고가인 대형관엽식물과 소비자가 자신을 위해서 구입하는 두가지 형태로 구분해서 판매하는 것이 특징이다. 일본에서는 계절을 나타내는 꽃이 인기를 끈다. 꽃의 용도가 증가함에 따라 수요도 증가할 것으로 기대되고 있다.

시장경매는 사실 생산자들에게는 비정하기 짝

이 없는 곳이다. 일본 최고의 취급량을 과시하는 동경 오타시장, 7월상순이면 신흥산지의 장미가 경매에 들어가지만 한상자에 10엔이 넘는 경우가 흔하지 않다. 이 때문에 산지측에서는 시장유통과는 별도로 새로운 판매대응으로 가격안정을 도모하고자 하는 몸부림이 한창이다.

JA경제연에서 1993년도에 창설한 화훼센터는 일본의 관동지방 각지에서 진행되는 유통변화의 하나인데 바로 생산자 스스로 가격안정을 도모하고 화훼생산을 정상적인 궤도에 올려놓겠다는 의지의 표현이라고 할 수 있다. 때문에 시장관계자는 물론이고 다른 지방에서까지 이 단체의 움직임에 대해 비상한 관심을 집중하고 있다.

화훼센터에서 주로 취급하는 것중의 하나는 '꽃다발 만들기'인데 연간 60만속을 생산하여 판매소득 1억7천만엔을 올리고 있다. 지역의 슈퍼마켓, 홈센터 등의 주문에 따라 거의 매일 가공생산하고 있다. 이러한 꽃다발 가공은 10년전만 하더라도 소매점의 일이었다. 그러나 양판점, 홈센터 등의 참여에 의해서 꽃다발 판매의 수요도 점차 증가하자 대규모 도매업자들이 가만히 보고만 앉아 있지 않았다. 화훼소비면에서 세계 선두를 달리는 일본을 옆에 두고 있는 우리로서는 보다 깊이있게 일본의 유통시장을 연구하지 않으면 안될 것이다.

3. 미국

미국의 화훼는 국내수요의 71%를 외국으로부터 공급받고 있다. 따라서 고품질 품종의 취급 확대, 수입에 대한 식물검역체제가 일찍부터 자리잡

고 있어 엄격하기로 정평이 나있다. 이러한 조치는 미국의 화훼생산자에게는 경쟁상 유리하게 작용하기도 한다.

미국으로 수출하는데 있어 가장 큰 문제점으로 대두되고 있는 것은 특정 시기에 수요가 집중되는 일이다. 콜롬비아로부터 수입되는 카네이션, 장미, 국화와 같은 화훼류는 가격과 품질면에서 경쟁력을 가지고 있기 때문에 세가지 품종에 대한 미국 내 재배면적이 감소하는 결과를 초래하였고 대신 국내 생산자에게 있어서는 대륜의 장미 등이 중요한 품목으로 등장하고 있다.

급속히 성장하는 수요에 맞춰 분화의 공급량도 빠른 속도로 증가하고 있다 아잘레아, 백합, 포인세티아의 생산량이 현저히 증가하고 있고 그외의 품목도 생산량이 늘어나고 있으며 재배품종도 확대되고 있다. 관엽식물 생산은 장기간 정체상태를 면치 못하고 있으나 현재는 수요가 회복되어 있다 수량은 포토스, 헤데라 아이비, 디펜바키아가 각각 7%의 점유율을 차지하고 있다.

미국은 세계 화훼품종의 전시장이라고 부를 수 있을 만큼 각국에서 앞다투어 미국시장으로 꽃을 실어내고 있다. 절화는 56개 국가가 수출하고 있는데 그 중에서도 중남미의 콜롬비아, 멕시코, 에콰도르, 코스타리카로부터 들어온 물량이 전체의 68.6%를 차지하고 있으며 여기에 네덜란드의 수입물량을 더하면 91.3%를 나타내고 있다. 더구나 카네이션, 국화, 장미의 3대 절화는 해마다 수입량이 증가하고 있다.

미국의 절화 재배역사는 20세기 전반으로 거슬

러 올라갈 수 있는데 한 일본인이 미국으로 이주하면서 시작되었다고 한다. 2차대전후 동해안에서 서해안으로 재배 중심지가 옮겨지면서 한때 캘리포니아가 전미주 절화 생산량의 79%를 차지한 적도 있었으나 1970년경부터 남미지역으로 자리를 내주면서 절화생산이 쇠퇴일로로 걷고 있다.

절화 재배가 중단되자 화목생산자가 화단묘산업으로 전향하여 한참 재미를 보고 있다. 슈퍼마켓이나 홈센터에서 흔히 볼 수 있는 화초와 관엽식물들은 바로 이들이 개발해 놓은 작품들이다. 최근에는 대량생산기술까지 개발되어 생산량이 급격하게 증가하고 있다. 많은 화초가운데서도 아프리카봉선화의 수요가 증대하고 있으며 또 임파센스, 팬지, 베고니아와 같은 품목들은 프러그묘로 생산되어 국내에 판매되고 있다.

전에는 초장이 긴 것이 인기가 있어 판매가 양호했으나 최근에는 도장문제로 인해 오히려 길이가 짧은 화초를 더 선호하고 있다. 즉 초장이 짧은 초화를 4인치화분에 심겨져 있는 것이 잘 팔리고 있는데 소비자들은 이들을 분물로 감상하고 후에는 뒷뜰에 심어 장기간 꽃을 즐기는 경향이 일반화 되어가고 있다.

현재 미국의 화훼생산면적은 2만1백81ha에 이르고 있고 이 중 노지가 1만2천5백ha를 차지하고 있어 전체의 61%를 점유하고 있다. 총수요는 일본과 비슷한 수준으로 108억3천만달러 수준까지 육박하고 있지만 국내생산은 31억2천만달러에 그치고 있어 29%정도를 국내에서 공급하고 있다. 국민 1인당 소비액은 국가별로는 12위를 기록하고

있는 45달러 수준에 불과하여 겨우 일본의 33%수준에 만족하고 있는 실정이다.

4. 대만

절화 수출은 수년전부터 대만의 농정기관이 적극적으로 추진하고 있는 수출사업의 하나가 되고 있다. 대만의 절화수출시장은 역사적으로 일본이 가장 중요한 시장이다. 대만은 지리적으로 아열대에 속해 있기 때문에 우량, 일조, 온도 등 자연환경 면에서 다양한 화훼재배에 적합하다.

겨울에도 각종 화훼는 노지에서 재배되기 때문에 생산원가면에서 대단히 유리한 입장이다. 일본이 추운 겨울에 가온처리시설을 이용하여 재배하는 것과 비교하면 대만산과 경쟁이 되기 어렵게 되어 있다. 거기에도 대만, 일본 두나라의 거리가 서로 가까워 운송면에서도 아무런 불편이 없다. 따라서 매년 11월에서 다음해 3월사이에 대만산 절화는 일본시장을 무참하게 강타한다. 대만이야말로 국가가 가지고 있는 유리한 자연조건을 최대한 활용하고 있는 것이다.

대만이 절화용으로 자랑하고 있는 화초는 국화와 글라디올러스를 들 수 있다. 국화는 매년 일본 시장에 5천만본 이상을 수출하고 있어 수출 주 품목으로 이미 자리매김을 완료하였다. 그 뒤를 이어 물량면에서 국화보다는 떨어지지만 글라디올러스를 전략 수출품목으로 지정해 놓고 있다. 글라디올러스는 대만 자체가 재배에 적합한 아열대기후를 가지고 있기 때문에 일본시장에서 충분히 경쟁력을 확보있다고 자신하고 있는 작물이기도 하

다. 대만이 일본에 수출하고 있는 글라디올러스는 연간 1천만본 이상이다.

대일본 글라디올러스 수출은 1980년부터 본격적으로 시작되었다. 당시에는 200만본 수준이어서 국화보다 오히려 더욱 각광받는 화초로 인식되기도 하였으나 품종의 노화로 한때는 겨우 8천본으로 급락하는 경우도 있었다. 근래에 들어와서는 신품종의 육성, 품질개선, 선도유지를 위한 과감한 시설투자, 운송방법 개선, 포장개선 등의 첨단 기술제고로 수출량이 다시 급속도로 증가하여 1991년에는 9백47만본까지 수출물량이 증가하였다.

현재 대만의 글라디올러스 재배면적은 약 5백82ha인데 이 중 대중현(臺中縣)에서만 4백68ha가 집중하고 있어 전체 식부면적의 80%를 차지하고 있다. 그다음은 창화현(彰化縣)이 76ha로 전체 시재면적의 13%를 차지하고 있다. 때문에 대중현지방은 글라디올러스 수출에 편리한 행정서비스와 시설이 대단히 잘 갖추어져 있다.

그러나 이 지역은 한류관계로 1~2월 사이에 기온이 저하되어 생육이 완만하고 생산시기를 통제하기 어려운 단점이 노출되고 있다. 또 봄에는 강우량이 많은데다 설상가상으로 짙은 안개까지 빈번해 병충해 피해가 대단히 높아 수출화훼의 품질에 좋지못한 영향을 끼치고 있다. 이 때문에 1~3월사이의 수출용 절화 생산지는 남쪽으로 이동, 대남(臺南) 및 고웅(高雄)지방이 절화의 주 생산지로 자리해 가고 있다.

생산지가 이동됨에 따라 재배기술상의 문제가 대두되긴 했지만 2~3년간의 기술훈련과 재배경

힘, 정부의 적극적인 기술지도로 이 지역은 이미 수출용 절화 전문생산단지로 모양을 달리하고 있고 농업위원회(한국의 농협과 같은 기구)의 생산 확대 정책과 수출용포장센터를 여러 곳에 설치하는 등 공격적 추진에 힘입어 1991년부터 본격적으로 일본을 향해 진출이 가능할 수가 있었다.

현재 대만의 절화 생산자들은 생산기술면에서는 상당한 기초를 보유하고 있으나 절화를 수확한 후의 선도처리, 등급구분, 포장, 집하, 운송과정과 방법에 대해서는 일반적으로 등한시하고 있는 것이 문제로 대두되고 있다. 사실은 수확후의 각종 작업이 가장 중요할 뿐만 아니라 번거롭고 복잡하기 때문에 이는 꽃농장과 수출상사가 책임을 지고 해야할 일들이다.

지금 생산자들은 수확후처리에 대한 전문적인 지식이 풍부하지 못하고 생산현장에서는 현대적인 시설이 부족한 실정이고 포장하는 일도 제대로 가동되지 않아 큰 문제점으로 지적되고 있다. 더욱이 생산자 스스로가 덩핑수출을 하는데까지 가담하고 있다보니 대만 절화의 품질과 명예는 엄청난 타격을 받고 있다.

5. 이탈리아

이탈리아는 세계에서 세번째로 절화를 많이 생산하는 나라다. 그런데 대부분의 꽃은 내수용으로 소비되고 있어 수출비중은 겨우 7%에 불과하다. 절화 재배면적은 7천7백ha로 생산액도 연간 19억 달러를 상회하고 있다.

이탈리아 국민들은 대체로 품질을 가장 중요시

하고 있는데 판매되는 형식을 보면 지역적으로 큰 차이를 보이고 있다. 즉 비교적 윤택한 지역으로 손꼽고 있는 북부지방과 대도시 근처가 절화판매의 중요한 장소가 되고 있다. 북부 이탈리아는 전통적으로 꽃을 사치품으로 보고 있어 사람들은 절화를 주로 특별한 경우에만 구입하고 있는데 생일 파티나 친지방문시 선물용으로 48%를 소비하고 있고 성묘용으로 15%를 소비하고 있다. 자기 자신이 즐기기 위해 꽃을 구입하는 경우는 그다지 많지 않다.

점차 시설재배로 형식을 바뀌어나가고 있으며 유리온실이 총 면적의 54%를 차지하고 있다. 그러나 일반적으로 주년재배는 이루어지지 않고 있으며, 재배되고 있는 품목도 몇 가지에 치우쳐 있다.

카네이션 재배는 감소했다고 하더라도 절화용으로 인기를 누리고 있는 점에서는 변함이 없다. 카네이션 이외에 글라디올러스, 국화 및 장미가 절화로 인기가 있는데 현재는 이러한 전통적인 화훼에서 점차 새로운 것으로 전환하려는 움직임이 엿보이고 있어 주목되고 있다.

이탈리아의 절화 주요 생산지는 리그리아, 카스카니, 칸파니아, 라즈리오 등이다. 생산지역이 남부에 주로 분포되어 있으며 영세한 농원이 많기 때문에 어느 특정 지역에 의해 공급이 집중되는 현상은 나타나지 않는다. 또한 대부분의 생산자는 자기가 생산한 것은 자신의 책임하에 유통시켜야 한다는 점이 커다란 불편사항 중의 하나다. 판매업자 입장에서든 분산된 생산지역에서 일일이 수집해야 하기 때문에 번거로움도 있거니와 우선 유

통비용이 과다하게 소요되고 있다는 점 때문에 부득이 판매단가를 인상하고 있다.

생산한 꽃을 유통시키기 위해 생산자는 집하도매업자나 도매시장을 통해서 판매하고 있지만 소매업자에게 직접 판매하는 경우도 적지 않다. 더욱이 생산자가 스스로 수출전선에 뛰어들어 해외로 직접 상품을 가지고 나가는 경우도 흔히 볼 수 있는 광경이다. 적어도 꽃을 어떤 형식으로 파느냐 하는 문제는 일단 생산자 자신의 책임하에 있기 때문에 방법은 다양각색으로 나타나고 있다.

대부분의 절화가 국내에서 소비된다 하더라도 이탈리아는 여전히 세계절화수출 3위를 달리는 절화왕국이다. 세계 절화수출액의 6%를 점유하고 있다는 사실에서 잘 입증되고 있다. 총 수출의 59%는 독일이 차지하고 있고 그외 스위스에서 19%를 차지하고 있어 독일과 스위스가 이탈리아 절화의 주요한 고객으로 되어있다. 반면 이탈리아의 절화 수입은 국내생산보다도 신장률이 빠르게 진행되고 있다. 그 이유는 국내에서의 절화 공급이 체계화되고 있지 못하고 있기 때문이다.

이탈리아에서도 생산농민이 고령화가 되어 근심이 대단하다. 특히 주생산지역의 하나인 리그리아지역에서는 화훼농원 소유자 절반 이상이 50세를 넘고 있으며 그것도 후계자가 전혀 없어, 그들이 죽고난 뒤 리그리아의 절화 명성은 아마도 크게 떨어지거나 않을까 벌써부터 우려의 목소리가 높다.

IV. 충남의 화훼생산 실태와 과제

1. 화훼생산 동향과 특징

충남도는 한반도의 중서부에 위치하고 있으며 수도권을 인접하고 있어 화훼류 생산 및 판매에 불리한 위치에 있는 것은 아니다. 지형에 있어서는 중부와 동남부의 준산간지대와 북부 및 남부지방의 평야지대, 서해안의 구릉지대가 골고루 분포되어 있어 화훼류와 같은 다양한 작물을 재배하기에는 유리한 입지조건을 갖추고 있다. 특히 서해안 일대는 내륙지방과는 달리 기온의 편차가 그렇게 심하지 않고 토질이 화훼에 적합한 지대가 많아 작물선택에 따라서는 우수한 꽃을 생산할 수 있는 잠재력도 있다.

따라서 이러한 잠재력을 최대한 활용하여 화훼생산에 기술과 재정지원을 아끼지 않는다면 화훼특성화 지역으로의 비약적인 발전도 불가능한 일은 아니라고 생각된다. 다만 지역적 혜택을 생산으로 연결시키기 위해서는 해결해야 할 많은 과제가 있음을 부인할 수 없다.

현재 충남지역의 화훼생산단지인 서산, 부여, 아산, 천안, 태안지역에 분포되어 있고 특히 태안지역과 예산지역은 전문 시험장과 연계한 작목을 중심으로 발전할 수 있는 여지가 많다. 지역 전반적으로 대기 오염권에서 벗어나 있는 관계로 수도권 지역에 비해볼때 재배가 확산되면 충남의 화훼산업의 미래는 기대할 만하다.

충남지역의 화훼재배 현황을 보면, 1995년도 현재 699농가가 405ha에서 화훼를 재배하고 있다. 이러한 규모의 재배농가에서 생산된 화훼는 금액

으로 3백17억4천7백만원에 이르고 있다. 그러나 어서는 겨우 5.6%에 불과 하고 면적에 있어서도 전국적인 규모로 볼 때 충남은 재배농가 수에 있 7.4% 정도에 그치고 있어 화훼 주생산지역으로

〈표 5〉 주요 지역의 화훼재배 농가 및 생산현황(1995년도)

지 역	농 가 호 수		생 산 면 적		생 산 액	
	호 수	전국대비(%)	면 적(ha)	전국대비(%)	금액(백만원)	전국대비(%)
전 국	12,509		5,347		508,970	
충 남	699	5.6	397	7.4	3,747	6.2
경 기	4,140	33.1	1,436	26.9	165,358	32.5
경 남	1,851	14.8	849	15.9	80,444	15.8
전 북	778	6.2	617	11.5	43,493	8.5
전 남	777	6.2	405	7.6	26,113	5.1
세 주	724	5.8	347	6.5	38,833	7.6
충남순위	6		5		5	

자료 : 농림부, 「'95 농림수산 주요통계」, 1996.

〈표 6〉 주요 지역의 재배농가 형태(1995년도)

(단위 : 가구, %)

지 역	총 계				전 업			부 업		
	계	자 가	임 차	비 율	계	자 가	임 차	계	자 가	임 차
전 국	12,509	6,630	5,876	47.0	9,876	4,550	5,326	2,633	2,080	553
충 남	699	651	48	6.9	372	343	29	327	308	19
경 기	4,140	1,421	2,719	65.7	3,839	1,277	2,562	301	144	157
경 남	1,851	1,183	668	35.1	1,521	918	603	330	265	65
전 북	778	604	174	22.4	391	279	112	387	325	62
전 남	777	692	85	10.9	424	366	58	353	326	27
세 주	724	544	180	24.9	422	307	113	302	235	67
충남순위*	7	4	12	1	8	4	14	4	3	8
전국대비	5.6	9.8	0.8		3.8	7.5	0.5	0.5	14.8	3.4

자료 : 농림부, 「'95 화훼재배 현황」, 1996.

* 충남순위는 본 자료에 포함되지 않은 시도까지를 합하여 작성된 순위임.

도약하기에는 기반 자체가 상당히 미약한 실정임을 알 수 있다.

충남지역 전체 재배농가 699호중 6.9%인 48농가만이 임차농으로 전국평균 47%를 훨씬 밑도는 낮은 수치를 보이고 있다. 충남도는 각 시도별 순위별로 볼 때 임차농의 비율이 가장 낮고 자가농의 비율이 대단히 높다. 특히 화훼 전업농중 자가농의 비율이 92.2%에 이르고 있고 부업형태의 경우라 하더라도 94.2%가 일단 자기토지에서 자영하고 있어서 화훼산업을 특화하는데는 상당히 유리한 입장에 있음을 알 수 있다. 임차농의 경우 토지이용의 영속성이 없기 때문에 시설의 현대화와 자동화가 이루어지기 곤란하다. 따라서 화훼류 재배시 품질향상 및 노력절감이 그만큼 미흡할 수밖에 없기 때문에 생산성이 낮은 요인이 된다. 이러한 경향은 그만큼 충남의 화훼산업을 경영적으로 일단 안정된 조건에서 운영되고 있음을 반증하는 것이다.

충남도의 절화류, 분화류, 구근류 및 화목류 생산현황을 보면 총 면적 397ha에 절화류 225ha, 분화류 43ha, 구근류 8ha, 화목류 18ha이다. 그러나 이러한 규모는 전국적인 수치에 비하면 절화류는 9.7%에 불과하고 분화류는 3.8ha의 아주 저조한 상태에 놓여 있다. 생산액도 절화류에서는 162억1천3백만원, 분화류에서는 93억8천6백만원에 이르고 있지만 이것도 전국규모에 비하면 6.2%에 불과한 낮은 수치이다.

뿐만 아니라 구근생산에 있어서는 더욱 저조하여 8ha에 생산액은 9억8백만원에 머무르고 있는데 전국규모로 볼 때 겨우 8.8% 및 13.2%에 불과

한 수치다. 그리고 화목류에 있어서는 재배면적 18.2ha에 생산액 2억7천1백만원으로, 재배면적이나 생산액 어느 측면에서 보더라도 그리 높은 수치라고 보기는 어렵다. 특히 전국의 1.5%라는 면적의 점유율은 대단히 낮다.

그러나 순위별로 보면 절화류의 경우는 경기도와 경남에 이어 3위를 달리고 있으며 아주 비슷한 수치로 부산이 근접하게 따라오고 있는데 전체규모로 보아 10%에도 미치지 못하는 규모로 전국에서 3위를 달리고 있다는 것은 그만큼 각 도의 절화생산이 상당히 평준화되어가고 있음을 반영한다. 한편 화훼재배 역사가 비교적 짧은데도 불구하고 근소한 차이지만 절화 생산량이 전국 수위를 달리고 있고 해마다 증가추세를 나타내고 있어 충남도의 절화산업을 발전잠재력이 높은 분야가 될 것으로 전망된다.

절화용 화훼로 충남도에서 두번째로 가장 많이 재배되고 있는 것은 안개꽃인데 면적 36.9ha에서 연간 1천4백59만8천본을 생산하고 있다. 생산액도 12억2천4백만원에 이르고 있어 충남화훼의 효자노릇을 톡톡히 하고 있다. 안개는 전국적으로 경남과 전북에 이어 3위를 달리고 있으나 전남과 강원도 충남의 뒤를 바짝 쫓고 있다.

충남지역에서 가장 많이 재배되고 있는 꽃은 국화인데 재배면적을 보면은 57.9ha에 이르고 있고 전국 총면적의 8.8%를 점유하고 있다. 순위별로는 경남, 경기, 부산에 이어 4위를 기록하고 있으나 전국에서 가장 재배면적이 큰 경남의 1/3수준에도 미치지 못하는 57.9ha에 그치고 있다.

〈표 7〉 주요 지역 절화류·분화류·구근류·화목류 생산현황(1995년도) (단위 : ha, 백만원)

구 분			전 국	충 남	경 기	경 남	전 북	전 남	제 주
절화류	면 적	시 설	2,030	183	380	531	166	128	142
		노 지	294	42	71	101	11	16	2
		계	2,323	225(9.7)	452	632	177	144	144
	생산액	시 설	211,505	14,559	46,539	51,757	20,445	14,235	17,091
		노 지	14,142	1,654	3,883	4,285	467	833	113
		계	225,757	16,213(7.2)	50,422	56,042	20,912	15,068	17,204
분화류	면 적	시 설	1,054	42	593	29	19	20	40
		노 지	94	1	31	7	3	4	23
		계	1,148	43(3.8)	624	36	22	24	63
	생산액	시 설	181,644	9,197	91,722	8,629	2,452	3,963	13,737
		노 지	7,402	189	2,200	1,646	430	774	884
		계	189,046	9,386(5.0)	93,922	10,275	2,882	4,737	14,621
구근류	면 적	시 설	55	7	10	3	9	5	8
		노 지	36	1	3	8	8	3	10
		계	91	8(8.8)	13	11	17	8	18
	생산액	시 설	4,820	818	795	303	905	270	488
		노 지	2,069	90	129	403	426	78	740
		계	6,889	908(13.2)	924	706	1,331	348	1,228
화목류	면 적	시 설	50	0.2	10	4	3	2	2
		노 지	460	18	31	51	153	83	59
		계	510	18.2(3.6)	41	55	156	85	61
	생산액	시 설	3,377	37	135	123	546	118	51
		노 지	14,702	234	915	2,276	5,172	2,072	1,760
		계	18,079	271(1.5)	1,050	2,399	5,718	2,190	1,811

자료 : 농림부, 『95 화훼재배 현황』, 1996.

주 : ()은 전국대비 충남지역의 비율임.

국화는 경남에서만 전국의 33.4%에 해당되는 생산면적을 차지하고 있다. 충남지역에서 생산되고 있는 국화는 연간 2천9백35만 송이에 금액으로는 22억6천4백만원에 달하고 있다.

스타치스 재배면적은 28.9ha로 전국 총 재배면적 61.1ha의 47.3%를 차지하고 있어 전국 수위를 차지하고 있다. 특히 단위면적당 생산량도 ha당 29만본에 생산액도 6천만원에 이르고 있어 전국 평균치인 27만4천본 보다 월등히 수량성이 높은 것으로 나타났다. 총 생산액은 17억3천5백만에 이르고 있어 안개 생산액보다 오히려 더 높다.

백합의 재배면적은 24.5ha로 경남과 경기 다음

으로 넓은 재배면적을 가지고 있으나 강원도와 전북이 각각 23.9ha 및 21.6ha로 충남과 근소한 차이를 두고 추격하고 있다. 더욱이 재배면적은 적지만 단위면적당 생산량은 전북이 충남보다 많으며 생산액에서도 충남이 1본당 434원인 데 비해 전북에서 생산되는 백합은 1본당 874원으로 생산성이나 가격에서 충남을 크게 능가하고 있다.

카네이션은 경남과 부산에서 전국의 73%를 점유하고 있다. 순위상 충남지역이 4위에 기록되어 있으나 재배면적으로 보면 7.4ha에서 더 이상 진전하지 못하고 있고 점유율도 4.9%에 그치고 있다. 카네이션에 있어서는 충남과 경쟁관계에 있는

· 절화류

〈표 8〉 충남지역 주요 화훼류 생산현황(1995년)

화 화 명	전 국			충 남		
	면 적 (ha)	생산량 (천본)	생산액 (백만원)	면 적 (ha)	생산량 (천본)	생산액 (백만원)
국 화	658.1	380,408	45,588	57.9	29,357	2,264
카 네 이 션	152.7	239,651	21,348	7.4	3,243	484
장 미	480.6	513,494	63,019	10.7	86,299	2,108
백 합	186.0	41,548	19,606	24.5	6,401	2,776
안 개	329.7	274,256	28,854	36.9	14,598	1,224
글라디올러스	76.4	21,235	4,848	21.0	7,660	784
스타치스	61.1	16,662	3,057	28.9	8,384	1,735
아이리스	18.6	18,042	2,449	4.7	2,712	1,255
튜울립	14.7	12,366	4,191	6.7	5,890	2,252
기 타	182.8	67,947	11,212	26.0	14,567	1,332

자료 : 농림부, 「'95 화훼재배 현황」, 1996.

· 분화류

화 화 명	전 국			충 남		
	면 적 (ha)	생산량 (천본)	생산액 (백만원)	면 적 (ha)	생산량 (천본)	생산액 (백만원)
관 음 죽	150.3	5,379	23,966	0.8	42	140
벤 자 민	129.0	6,697	18,173	1.4	12	160
양 란	128.5	11,504	31,180	25.3	2,505	6,587
야 자 류	76.7	5,408	15,210	0.6	19	84
선 인 장	61.6	28,747	9,483	1.4	755	254
동 양 란	73.9	4,944	17,994	4.4	307	832
초 화 류	79.9	10,538	2,160	1.8	1,326	328
동 백	16.4	644	1,526	2.0	90	283
기 타	297.6	38,257	29,438	5.1	638	718

자료 : 농림부, 「'95 화훼재배 현황」, 1996.

· 구근류

화 화 명	전 국			충 남		
	면 적 (ha)	생산량 (천본)	생산액 (백만원)	면 적 (ha)	생산량 (천본)	생산액 (백만원)
백 합	54.0	24,232	4,524	1.1	323	365
글라디올러스	9.6	5,549	525	2.1	2,010	151
튜 올 립	12.3	7,050	882	3.3	2,395	192
기 타	9.1	2,541	601	1.5	792	200

자료 : 농림부, 「'95 화훼재배 현황」, 1996.

전북에 비해 재배면적은 더 넓으면서도 생산량은 크게 뒤지고 있다. 충남의 대표성을 지니고 있는 백합과 함께 생산성이나 수지면에서 전북지역보다 월등히 낫다는 것은 기술적으로 그만큼 낙후되어

있음을 반증하는 사례라고 할 수 있다.

분화류에 있어서는 양란부문에서 전국 재배면적의 19.7%에 해당하는 25.3ha에 이르고 있다. 이 면적에서 2백50만본이 생산되고 있고 생산액도 65

억8천7백만원에 이르고 있다.

구근류에 있어서는 충남지역의 글라디올러스가 전국 총 면적의 21.9%를 점유하면서 최대 생산지역으로 부상하고 있다. 생산량도 36.2%에 해당하는 2백1만본에 달하고 있고 생산액도 1억5천80만 원을 기록하고 있다. 백합은 전북과 제주도가 전국의 47.4%를 독점하면서 상대적으로 충남은 전국 9위인 1.1ha에 그쳤다. 충남지역에서는 절화에 비해 구근생산의 비중이 매우 낮게 평가되고 있다는 사실로 해석되는 부분이기도 하다.

2. 생산체제의 재검토

이미 전향에서 언급한 바와 같이 화훼는 충남지역이 가지고 있는 잠재력을 최대한 발휘해야 그나마도 경쟁력에서 뒤지지 않는 산업으로 발전시킬 수 있다. 그 잠재력이란 아무리 기후나 지리적으로 우수한 능력을 보유하고 있더라도 이 자원들은 효율적으로 개발하여 활용하지 못하면 소용이 없다.

분명 화훼는 농촌에서 부가가치가 높은 유망업종이어서 각 지방자치단체가 역점사업으로 추진하고 있는 미래산업의 일부다. 그렇다면 이러한 발전지향적인 산업으로 끌어올리기 위해서는 생산체제의 개선보완이 뒤따라야 할 것이고 확고한 정책의 일관성과 신뢰도 조성, 미래지향적 연구개발 및 지원 확대, 생산전문인 양성 및 화훼관련산업 육성들이 신속하게 이루어져야 한다. 이들은 바로 충남 화훼산업이 본궤도에 진입하기 위한 전제조

건으로 제시할 수 있는 항목들이다.

가. 정책의 일관성과 신뢰도 구축

농업의 성격자체가 단시일에 성공을 거둘 수 있는 산업은 아니다. 각종 재해에 가장 민감하며 가격에 취약성을 지니고 있기 때문에 안정적인 생산을 보장받기가 어렵다. 가격에서 불이익을 염려해야 하는 상황이라면 여기에 종사하는 사람들의 의욕과 희망이 강하게 일어날 수 없다. 화훼산업을 장려하기 위해 각종 보조금과 융자를 대폭 확대하다가도 어느날 갑자기 사치성 상품이니 과소비의 주범이니 하면서 규제를 가하는 것은 결코 생산자로 하여금 최선을 다해서 생산에 임하게끔 하는 배려는 아니다.

생산자들은 그 어떤 특혜에 앞서 해결되어야 할 가장 큰 문제점으로 화훼산업에 대한 정책의 일관성이라고 말하는데 주저하지 않고 있다. 주무장관이 바뀌거나 국가시책이 변경되었다고 지금까지 추진되던 사업이 갑자기 중지 내지는 취소가 되는 사례가 너무 빈번하다. 행정 담당자들의 인사교류 원칙을 빌미로 농업부서 담당 공무원이 너무 자주 자리를 이동하고 있다. 화훼산업정책이 최소한의 결실을 얻기 위해서는 몇 년간만이라도 수립해 놓은 시책을 일관되게 수행하는 자세가 필요하다.

더욱 개선의 여지가 있다고 여겨지는 것은 연구직에 종사하는 인력까지도 수시로 교체되는 일이다. 이 때문에 지속적인 연구수행에 엄청난 차질을 가져올 뿐만 아니라 연구의욕이 떨어져 연구의 질저하 현상도 우려되는 것이 현실이다.

나. 연구개발 지원확대

다양한 화훼류 중에서도 충남도는 장미, 튜울립, 백합 등 몇가지 종류에서 이를 적극 장려하고 있다. 물론 장려한다는 것은 품질과 수량면에서 경쟁력을 확보한다는 뜻으로 해석할 수 있다. 이 경쟁력을 확보함에 있어서 가장 시급한 것은 신품종 개발과 재배법 개선을 들 수 있다.

충남지역에는 화훼와 관련되는 연구기관으로 농촌진흥원과 태안의 백합시험장 및 예산의 국화시험장이 설치되어 있다. 이러한 시험연구기관을 중심으로 신품종 개발이나 재배체계개선 연구가 본격적으로 추진되어야 한다. 다만 이러한 과업을 수행하기 위한 연구기관의 연구인력이 턱없이 부족하다는 것이 걸림돌로 작용하고 있다.

현재 충남 농촌진흥원내 화훼연구사업은 원예과에서 총괄적으로 다루고 있고 연구도 24명의 연구관과 연구사가 연구업무를 담당하고 있다. 이는 겨우 연구직 총인원의 22%에 해당되는 것으로 화훼를 전략사업으로 적극 육성할 수 있는 적절한 연구원 수에는 턱없이 모자라는 규모다.

고양 꽃박람회와 열렸던 경기도는 진흥원의 직제를 개편하여 현 화훼계를 화훼과로 승격시켜 본격적으로 화훼관련 연구업무를 수행할 것이라고 한다. 적어도 지역을 상징하는 몇몇개의 화훼류에 대해서는 비용과 시간을 따지지 말고 집중육성한다는 차원의 행정지원책을 수립한다는 의지가 표출되어야 한다. 추진방식은 적극적이고 차별적이면 더욱 좋다. 특히 대학기관과 연계한 공동프로젝트를 활성화하고 이와 병행하여 개발비 지원도 대폭 강화해야 할 것이다.

다. 전업농 및 전문 생산업체의 확대

화훼경영은 형태자체가 고도의 집약적인 생산기술을 요하고 있고 경기상태에 매우 민감하게 작용한다. 이 점을 감안하여 생산기술 및 경영을 분업화하는 생산방식을 도입하는 것이 바람직 하다. 우선 화훼류가 한정된 수명(상품가치)을 갖는 생명체라는 특수성을 지니고 있고 저장성이 거의 불가능한 관상용 상품이라는 점에서 재배생산기술이 다른 농작물과는 다를 수 밖에 없다.

따라서 총체적인 생산관리방식에서 생육단계별 기술체계로 전문화하는 것이 바람직스럽다. 다시 말해 육묘나 병충해 방제와 같이 전문적인 지식을 요하는 부분이나 사실상 자력으로 하기 어려운 적기 방제체계 구축을 위해서는 별도 전문업체나 생산자가 참여할 수 있도록 분업화 해야 할 것이다. 그러면 생산농민은 전문 육묘업자로부터 묘를 구입하여 상품생산관리에만 전념할 수 있다. 병해충 방제도 역시 별도 조직에 의해 집단적으로 관리하는 시스템을 개발하면 작업은 더욱 편리하게 될 것이다.

V. 화훼산업 경쟁력 제고방안

충남지역의 화훼류 생산성이나 품질은 유치단 계임을 감안할 때 타 시도와는 물론 국제시장에서 경쟁력있는 상품으로서의 화훼를 육성하기 위해서도 우선 생산기반 구축, 지속적인 품종육성, 종묘(종구) 생산기술 개발, 전문 생산주체 또는 전업 생산농가 육성 및 기술지원체제 강화 등의 대책을 강구해 나가야 할 것이다.

1. 생산기반 구축

현재 충남지역에서 화훼생산이 본격적으로 이루어지고 있는 곳은 부여, 천안, 아산, 예산, 당진, 서산, 보령 등의 일부 지역에 국한되어 있는 실정이다. 자연발생적이기는 하지만 전통적으로 단지가 형성되면서 화훼기반이 구축되어 있지를 못하다. 몇몇 뜻있는 자영농가가 의욕 하나만으로 시작된 경우가 많기 재배단지를 집단지화한다는 것은 약간 요원한 감을 느끼게 한다. 생산농가의 재배경력도 길지 않은 것은 고도의 기술집약산업인 화훼의 입장에서 볼 때 커다란 취약점으로 등장하고 있다.

충남지역의 화훼가 타 지방보다 앞서가는 주산단지를 구축하자면 사전에 기후, 지역적 여건을 보다 철저히 조사하여 적합한 품종을 선택하고 기술조건을 우선적으로 고려해야 한다. 고품질 화훼를 생산하는데 따른 생산비 절감은 주산단지가 가장 염두에 둘 내용이다. 이미 단지화되어 어느 정도 재배기술과 수익성이 안정권에 진입해 있는 지역을 중심으로 재정지원을 대폭 강화함으로써 대단위 단지생산기반이 강화되도록 해야한다.

수출을 적극 권장하는 것은 적어도 수출을 가능케 함으로써 품질인증을 획득하자는 것이다. 수출이 된다는 것은 이미 외국으로부터 어느정도 품질

〈표 9〉 충남지역 화훼재배 농가 인력현황(1995년도)

(단위 : 명, %)

시 도 별	재 배 인 력		재 배 경 력									
			1년미만		1~3년		3~5년		5~10년		10년이상	
	인원수	자영비율	명	비율	명	비율	명	비율	명	비율	명	비율
전 국	25,267	76.2	1,851	7.3	4,425	17.5	7,151	28.3	7,630	30.2	4,211	16.7
충 남	1,583	78.3	69	4.4	518	32.7	583	36.8	325	20.5	88	5.6
서 울	2,338	86.6	296	12.7	222	9.5	478	20.4	984	42.1	358	15.3
부 산	2,142	75.1	11	0.5	135	6.3	670	31.3	950	44.4	376	17.6
경 기	7,152	83.6	559	7.8	327	13.0	1,490	20.8	2,478	34.6	1,698	23.7
전 북	2,412	41.0	176	7.3	771	32.0	1,039	43.1	319	13.2	107	4.4
전 남	1,538	87.8	82	5.3	364	23.7	552	35.9	383	24.9	157	10.2
경 남	4,271	72.1	278	6.5	754	17.6	1,223	28.6	1,104	25.8	912	21.4
제 주	1,296	66.9	225	17.4	181	14.0	378	29.2	374	28.9	138	10.6
전국대비	6.3		3.7		11.3		8.2		4.3		2.1	
충남순위	6	9	6	10	3	2	5	3	6	12	9	12

자료 : 농림부, 「'95 화훼재배 현황」, 1996.

인증을 받은 것으로 간주될 수 있기 때문이다. 모든 상품은 바로 수출규격에 준하는 등급으로 유인하는 정책이 요구된다. 적어도 수출용 화훼들로 제대로 생산해 내자면 끊임없는 기술지도 외에도 생산자들을 대상으로하는 적절한 교육훈련이 필요하다.

불행하게도 충남지역에는 화훼생산에 종사하고 있는 생산농가의 재배경력이 대체로 1년에서 5년 밖에 되지 않는다. 소위 화훼재배지대인 경기도는 5년이상인 경력자가 도내 전 농가의 56%를 상회하고 있다. 10년이상의 유경험자도 24%나 된다. 반면 충남지역은 5~10년 경력자가 겨우 20.5%이

고 10년이상된 생산자는 겨우 5.6% 정도에 그쳐 전국에서도 하위권에 속해 있는 실정이다.

화훼의 품질을 결정하는 요건은 다양하지만 무엇보다 자연광선과 온도가 가장 중요하다. 이미 화훼생산이 본격적으로 이루어지고 있는 지역외에도 충남도를 각각 북부권, 서해안권, 공주·청양·금산 등 내륙준산간권, 내륙평야권으로 구분해서 지역별로 일조, 강우, 온도교차, 토양, 미기상, 수질과 같은 재배요인을 과학적으로 분석한 뒤 특화 화훼작목을 결정하여 단지화 방향으로 추진해 갈 필요가 있다.

예를 들면 절화류 단지는 온도차가 큰 지역이

〈표 10〉 우리나라 화훼재배시설 현황

(단위 : 동, ha)

시 도 별	면적 합계	시설재배		영 구						반영구 ^x		노지
				소 계		유 리		기 타 ^y				
		동수	면적	동수	면적	동수	면적	동수	면적	동수	면적	면적
전 국	4,949.4	55,878	3,023.1	1,251	134.1	186	47.2	1,065	86.9	54,627	2,889	1,926.7
충 남	336.4	2,016	181.4	70	12.5	31	8.0	39	4.5	1,946	168.9	155.0
경 기	1,382.9	17,502	941.2	256	19.9	53	7.3	203	12.6	17,246	921.3	441.7
경 남	817.2	13,307	562.5	49	9.0	10	2.7	39	6.3	13,256	553.5	254.7
전 북	530.0	1,546	162.2	23	16.9	22	16.4	1	0.5	1,523	145.3	367.8
전 남	371.9	1,731	154.0	73	9.7	3	1.3	70	8.4	1,658	144.3	217.9
부 산	334.9	3,834	280.8	503	32.5	-	-	503	32.5	3,331	248.3	54.1
전국대비	6.8	3.6	6.0	5.6	9.3	16.7	17.0	3.7	5.2	3.6	5.9	8.0
충남순위	5	6	6	6	4	3	2	5	4	6	6	5

x : 기타는 PET, PC, FRP 및 시설을 합계한 수치임.

y : 청제파이프, 목재 및 축재가 포함된 수치임.

자료 : 농림부, 「'95 화훼재배 현황」, 1996.

화색이나 향기의 발현이 유리한 점을 고려하여 지역을 선정해야 한다. 서해안권은 기온이 비교적 온난하다는 점을 활용하여 종구 및 구근 생산단지로 개발하는 것도 좋을 것이다.

생산기반을 다져가는데 있어 시설의 현대화를 제외할 수 없다. 충남지역의 화훼시설 현황을 보면 총 시설재배 면적은 181.4ha인데 철골재를 이용한 영구온실재배 면적은 12.5ha이며, 이 중 유리온실은 8ha에 불과하고 철판이프, 목재 등을 이용한 반영구 비닐하우스가 168.9ha로서 93.1%를 차지하고 있다. 화훼영농기반이 상당히 취약한 실정임을 알 수 있다.

고품질 화훼생산은 바로 시설 현대화를 기본으로 하고 있기 때문에 시설확충은 시급한 현안과제로 떠오르고 있다. 그나마도 충남의 유리온실 면적은 전북 다음으로 가장 많은 온실을 보유하는 지역이 되고 있다. 그러나 고품질 화훼생산이라는 명분만으로 고가의 유리온실만을 고집하는대는 실용성이라는 측면에서 문제점이 대두되는 것도 사실이다.

시설의 현대화는 온실과 같은 하드웨어도 중요하지만 이에 못지않게 작물생육의 전과정을 제어장치로 관리하는 소프트웨어시스템 개발도 소홀히 할 수 있는 부문은 아니다. 아무리 정교하게 관리한다 해도 미세한 환경을 인위적으로 통제한다는 것은 그리 용이한 일이 아니다.

2. 생산성 향상

화훼가 농가입장에서 고소득 작목임에는 틀림

없다. 그러나 최근 10년간 통계에서 나타난 바와 같이 재배면적이나 소비량은 엄청나게 증가한 반면, 가격은 거의 제자리 수준을 벗어나지 못하고 있다. 현재도 우리나라 화훼가격은 일본보다도 월등히 비싼 입장이기 때문에 앞으로 화훼시장 조차 개방이 되면 가격은 지금보다 훨씬 빠른 속도로 떨어질 것이라는 개연성을 부인하기 힘들다.

따라서 품질향상 못지않게 생산성을 향상시키는 일 또한 게을리 할 수 있는 일은 아니다.

생산성을 향상시키기 위해서는 먼저 국내환경에 적합한 품종이 육성되어야 한다. 우리나라에서 재배되고 있는 화훼류의 대부분 품종은 외국에서도 도입된 것이다. 그러므로 그 특성을 제대로 파악하기란 그리 쉬운 일은 아니다. 다행히 충남은 전략품목인 백합과 국화에 대한 전문 연구기관이 있기 때문에 이러한 기관을 중심으로 신품종 육성에 박차를 가해야 할 것이며 이와 더불어 지역대학과 민간업체와도 특성화하고자 하는 작목에 대해 품종을 개량하기 위한 협력체제를 구축하는 것도 필요하다.

고품질 규격품 생산은 세계적인 추세로 되어 있다. 어떤 꽃의 품질은 품종 자체의 고유특성이기도 하지만 그 특성도 재배환경을 개선하지 않고서는 발현시킬 수가 없다. 작목수가 많은데 비해 적절한 재배기술 체계가 수립되지 않고 있으며 재배 규모는 자꾸 증가하고 있고 노동력도 부족한 실정에서 생력화, 자동화 시설은 필수적이지만 여전히 낙후된 상태에 머물러 있다.

충남을 제외한 각 지방의 화훼재배 농가는 임차

농이 큰 비율을 차지하고 있어서 재배지역을 마음대로 이동하거나 변경하기가 사실상 불가능하다. 그러므로 한 장소에서 계속 연작을 하지 않으면 안되는 구조적 모순을 안고 있다. 연작으로 인한 화훼의 장해적 현상은 거의 만성적인 증상으로 나타난다. 화훼류의 병해충은 주로 연작에 의해 유발되는 경우가 많다. 특히 염류집적으로 인해 일어나는 것은 증상 자체가 뚜렷하게 나타나지 않은 채 품질만을 떨어뜨린다. 이를 방지하자면 돌려짓는다던가 담수처리를 하면 간단하게 해결될 수 있으나 그 간단한 작업이 생산자가 마음대로 할 수 없는 경우가 허다하다.

최근에 양액재배가 널리 보급되어 토양장해로부터 어느정도는 벗어날 수는 있게 되었다. 주로 시설내에 적정한 양·수분 공급과 온도조절이 가능하도록 장치가 되어 있어서 생육을 촉진시키고 품질도 향상시킬 수 있게 되었다. 일본에서의 예를 보면 1996년 9월 현재 장미는 총 재배면적의 36.7%를 양액으로 재배하고 있고, 거베라는 9.3%를 같은 양식으로 재배하고 있다. 일본내에서도 장미 재배로 유명한 아이치현(65%), 시즈오카현(45%), 와카야마현(50), 가나가와현(35%)에서는 이미 상당수의 농가가 양액으로 장미를 재배하고 있다.

3. 전문단지 육성

이 문제는 생산농민의 기술수준을 전문·정예화 한다는 것과 생산지를 가급적이면 지역내 단지로 육성한다는 두가지 내용을 담고 있다. 우선 기술

수준을 전문·정예화 하기 위해서는 재배경력이 짧은 농민들에게 작목의 생산성을 높이고 고도의 품질을 기하기 위한 단기 기술훈련을 강화하도록 한다. 농촌지도기관과 연계한 지도체제를 수립하여 수시로 교육을 통해 기술획득 기회를 확대해 나가도록 한다.

작목별 연구회를 조직하여 선진국의 전문가도 초청하여 변화되어가는 새로운 기술을 접하도록 하는 등 스스로 기술을 축적해 나가는 적극성을 보이는 것도 숙련화의 길을 더욱 단축할 수 있다.

화훼 신기술의 조기 확산 및 신속한 보급, 생산과 판매 그리고 유통의 효율성을 제고하기 위해 작물별 생산단지가 조성되는 것이 바람직 하다. 전문 생산단지내에서는 작목반, 영농조합법인과 갖는 생산자조직체가 만들어 회원간의 유기적인 협조와 기술정보 교류를 활성화 하도록 해야 할 것이다. 또한 단지화가 되어있는 지역에서는 종묘, 종구, 및 개화, 상품생산에 이르기까지 모든 생산과정이 유기적으로 연계될 수 있어 재배노력 및 농자재가 과다 투입되는 것을 사전에 막을 수 있다.

4. 정부의 지원 추진체계

현재 정부는 농특세를 위시한 구조개선 사업비를 들여 생산기본시설은 물론 보조시설도 지원해 주고 있는데 지원대상이 기존의 생산단체가 주축이 되고 있는 실정이다. 그리고 고품질의 화훼생산을 위해서는 보조시설의 설치는 기반시설 못지

않게 중요한 역할을 한다. 그러나 실제 전국적으로 설치되어 있는 보조시설은 아직 초보적 단계를 벗어나지 못하고 있다.

충남지역의 보조시설 현황을 살펴보면 양액재

배시설 면적 측면에서는 전국에서 3위를 기록하고 있고 선별처리시설수는 3위에 올라와 있다. 대체로 보조시설에 대한 충남도의 수준은 4~5위권에 머물고 있다.

〈표 11〉 화훼재배 보조시설 현황(1995년도)

시 도 별	조직배양실		저온처리실		양액재배시설		선별처리시설	
	개 소	면적(평)	개 소	면적(평)	개 소	면적(평)	개 소	면적(평)
전 국	171	8,813	984	7,174	83	55,012	320	8,725
충 남	16	824	110	841	8	10,820	20	463
경 기	43	1,814	231	1,785	30	13,510	53	1,700
경 남	24	2,050	206	1,243	11	12,500	174	4,297
전 북	9	190	71	796	4	7	20	518
전 남	4	242	83	495	1	350	3	40
재 주	43	1,061	128	854	3	405	2	280
광 주	4	140	61	365	19	10,500	3	150
전국대비	9.4	9.4	11.2	11.7	9.6	19.7	6.3	5.3
충남순위	4	5	4	4	4	3	3	6

자료 : 농림부, 「'95 화훼재배 현황」, 1996.

한편 기존 생산지는 재배환경을 과학적으로 철저하게 분석한 뒤 조성된 것이 아니라 소비지역과의 거리, 노동력 확보 등을 고려하여 자생적으로 형성된 경우가 많고 적지적작의 원칙에도 크게 벗어나 있는 경우가 많다. 행정당국은 당국대로 막대한 자금만 보조 또는 저리융자를 지원해 주고 있을뿐, 정작 중요한 시설설치 및 유지관리에 대한 구체적인 조사·관리·감독은 게을리하고 있다. 금후에 새로이 조성되는 첨단 시설지역은 무엇보다

다 환경여건을 참작하고 철저한 타당성 조사를 거친 뒤에 단지형태로 조성하는 것이 바람직하다.

Ⅵ. 충남의 화훼산업 발전을 위한 제언

화훼는 점차 고도화되어가는 산업사회와 도시 권역의 끊임없는 확장으로 녹지공간이 지속적으로 파괴되어가고 있는 상황에서 자칫 상실되기 쉬운 인간의 감성을 회복시키고 쾌적하고 풍요로운 삶을 제공하는데 큰 역할을 한다. 여기에 소득이 증

대되어감에 따른 생활의 여유와 단조로운 환경에서 좀 더 변화를 바라는 현대인의 욕구를 충족시키는 수단으로서의 화훼의 가치는 더욱 증대될 것이다. 우리의 농업이 그간 빠른 속도로 변화되어 온 추세를 감안하면 화훼산업은 산업으로서의 중요한 한 부분을 차지하게 될 것이 분명하다.

이러한 화훼산업을 생산적인 측면에서 본다면 도시근교에서 충남지역을 위시한 전국적으로 확산되는 추세이다. 특히 절화부문은 소득작목으로서 인식되어지고 있어 재배면적이나 재배농가가 다함께 계속 증가하고 있다. 다만 문제가 되는 것은 규모의 영세성과 재배경력이 짧아 기술상의 애로가 크다는 점이다. 더욱이 시설면에서 시공업체의 난립과 설치경험이 많지 않아 부실시공으로 인해 피해농가가 속출하고 있다. 따라서 전문생산인력을 지속적으로 확보하고 전문경영인, 작목반, 영농조합, 농업경영인 조직을 강화하여 다양한 교육프로그램을 개발하고 이 계획에 입각한 정예화 교육을 서둘러야 할 것이다.

미래형 화훼산업의 구축을 위해 신품종 육성 및 신기술개발을 활성화하고 연구기관의 연구인력보강 및 전략산업으로 육성하는데 따른 기구개편도 고려해야 할 것이다. 또한 고품질 화훼상품생산을 위한 시설 및 자재를 지속적으로 연구개발 생산하기 위하여 제3섹터 형식의 기업을 육성하고 원자재생산을 물론 시설의 수요저변확대를 꾀하여야 할 것이다.

유통측면에서는 많은 농가가 위탁도매시장을 이용함으로써 공정한 가격형성이 어렵고 품질에

대한 통제가 제대로 이루어지지 않아 고품질생산에 걸림돌이 되고 있다. 건전한 경매제도가 정착되지 못하고 있어 절화의 신선도가 떨어지고 규격화가 진전되지 않고 있는 것도 화훼산업 발전에 지장을 가져오고 있는 요인이다.

따라서 화훼산업 육성책의 하나로 공정거래가 정착될 수 있도록 도매유통을 활성화하는 방안이 깊이 연구되어야 할 것이다. 그 중의 하나로 현재 건설중이거나 계획중인 도매시장 또는 물류센터에서 화훼를 정식 품목으로 취급하는 방안을 강구하도록 한다. 무엇보다 화훼의 신선도 유지를 위해서는 생산지에서부터 출하관행이 개선되어야 하는데 이를 위해 생산자 조직을 강화하는 한편 행정기관의 적극적인 지원이 뒤따라야 한다.

마지막으로 충남의 화훼산업이 활성화되고 수출생산물로서 기능을 다하기 위해서는 화훼생산 거점단지를 조성하여 종묘·종구 생산으로부터 절화의 출하에 이르기까지 일관된 공정하에서 대량생산이 가능할 수 있는 체제구축이 필요하다. 단지화가 조성되면 철저한 사전조사가 이루어지고 적지 선정을 원칙으로 하는 조치가 선행되어야 한다. 규모는 수출물량을 충족시킬 수 있어야 하고 주년생산이 가능하여 수출이 중단되는 일이 없어야 한다. 그러면서도 생산성과 품질면에서는 외국산과 충분한 경쟁력을 갖춰야만 한다. **열린충남**

참 고 문 헌

- 국제농업개발원, 월간 상업농경영, 1990~1997.
- 김재민, 화훼재배기술과 경영, 화훼유통, 1996
- 농림부, 화훼재배현황, 1985~1996.
- , 농림수산주요통계, 1993~1996.
- 박병우, “화훼산업의 현황과 발전과제”, 농협조사
월보, 농협중앙회, 1996.12.
- 배상원, “화훼의 소비행태에 관한 조사분석”, 유통
조사월보, 1995. 8.
- 성배영 외, 화훼류의 시장유통체계개선방향, 한국
농촌경제연구원. 1992.
- 이상영·이한주, “한국 절화장미의 현황과 수출전
망·절화장미 품질향상과 수출증대방안”,
고양시, 1997.5.
- 이영석, 경기지역 화훼류유통실태와개선방향,
1997.3.
- 家の光協會, 農業年鑑
- 農林水産省統計情報部, ホケツト 農林水産統計, 平
成七年度版, 1995.
- Florisucture International 94, 1995.
- Ornamental Crops National Market Trends and
Floriculture Crops, USDA, 1995.