

로카보어(Locavore)운동을 통한 농촌 활성화 방안

Rural Revitalization through the Locavore Movement

김진영

한국외국어대학교

Jin-Young Kim

Hankuk University of Foreign Studies

요약

먹거리 안전에 대한 우려가 커져가면서, 무엇을 먹을 것인지 식료품을 어떻게 구매할 것인지에 대한 소비자들의 관심이 증가하고 있다. 미국에서 2000년 중반부터 생겨난 신조어인 ‘로카보어 (locavore)’는 이와 같은 현상을 반영한 것이다. 이 용어는 지역이라는 의미의 ‘로컬(local)’과 먹는다는 뜻의 ‘vore’에서 파생된 것으로서 ‘지역에서 생산된 음식을 먹는 사람’이라는 의미를 가지고 있다. 건강에 좋은 음식을 소비하기 위한 적절한 장치로 로카보어 운동은 여러 가지 방식으로 음식 공급 체계를 유지할 수 있다. 농촌경제는 이어지는 FTA체결 등 시장 개방의 압력으로 인해 쇠퇴 일로에 있다. 이와 같은 관점에서 보면 지금은 지역농업을 살리기 위한 보다 효과적이고 실질적인 대응책을 개발할 시점이다. 따라서 로카보어 운동을 활성화함으로써 농촌 공동체는 사회적 결속을 강화할 수 있을 뿐만 아니라 지역경제 활성화를 꾀할 수 있다. 이 연구에서는 경기도 포천을 로카보어 운동의 한국형 모델로 선정하였다. 이는 포천이 서울과 근접해 있으며 관광객들이 자주 찾는 관광콘텐츠가 지역에 산재해 있을 뿐만 아니라 도·농복합도시로서 다수의 농장과 경작지로 구성되어있기 때문에 인근 대도시의 농축산물 수요를 충족할 수 있는 충분한 농축산물 산지라는 것이 장점이다. 이러한 측면에서 포천은 품질 좋은 지역의 농축산물의 공급처로서 ‘농축산 플랫폼 (agro-platform)’의 구축을 체계화함으로써, 한국형 로카보어 운동의 중추적인 역할을 할 수 있을 것이다.

I. 서론

으로 지역 경제를 살리는데 핵심적인 역할을 할 것이다.

1. 로카보어 운동의 개념

Locavore (신토블이)는 ‘local (지역)’과 ‘vore (-식 동물)’의 합성어로, “지역에서 생산되고 시장까지 장거리 운송을 하지 않은 신선한 음식을 선호하는 사람”을 의미한다. 이 신조어는 처음 캘리포니아의 샌프란시스코 지역의 제시카 프렌티스라는 한 여성에 의해 2005년 처음으로 주창되었다. 지역 농산물을 먹자는 내용의 locavore는 안전한 먹거리에 관심이 큰 시민들 사이에서 커다란 반향을 일으켜 마침내 2007년 옥스포드 사전의 ‘올해의 단어’로 선택될 정도로 높은 인기를 얻게 되었다. 그 결과 지역 농산물에 대한 지원과 구매는 소비자들의 열렬한 지지를 얻으며 체계적인 소비자 운동으로 확산되었다. 로카보어 운동은 대중에게는 상대적으로 새로운 것일 수도 있지만 친환경적으로 먹거리를 즐기면서 어려움에 처한 농촌을 도울 수 있는 방식을 보여줌으로써 현명한 소비와 동시에 사회적 연대감을 제고하여 생산자와 소비자 모두의 지지를 끌어낸다.

우리정부는 올 3월까지 전세계 10개국과 FTA를 체결한 바 있으며 시장 자유화와 무한 경쟁으로 우리 농촌은 더욱 더 큰 어려움을 겪게 될 것으로 예상된다. 따라서 도시 거주자와 연관된 로카보어 운동은 생산자뿐만 아니라 도시 소비자에게 친환경 농산물을 공급함으로써 농촌 경제를 살리고 도시 소비자의 식품안전을 책임지는 방식

2. 로카보어 운동의 목표

로카보어 운동의 목표는 다음과 같다:

- (1) 가장 가까운 농축산 시장에서 음식을 산다.
- (2) 먹는 음식에 대해 호기심을 유지한다.
- (3) 도시 농민이 된다. (4) 농축산물의 생산, 유통, 구입의 과정을 공동으로 관리, 감독할 수 있는 커뮤니티 키친 (Community Kitchen)을 조직한다. (5) 지역 내 농축산 종사자들을 지원한다. (6) 유기농 먹거리를 먹는다. 이러한 목표들은 실천가들에게 권장되는 조항인데 공식 웹사이트에는 로카보어 운동이 추구하는 13가지 조항을 규정하고 있다. (1) 신선도: 대개 지역에서 자란 과일과 채소는 단시간 내에 소비자에게 배달된다. (2) 맛: 가장 신선한 상태에서 수확하여 먹는 음식은 맛이 더 좋다. (3) 영양: 수입먹거리와 비교하였을 때 영양가가 훨씬 높다. (4) 순수: 대다수의 도시인들은 농약, 곰팡이 제거제의 잔존물, 혹은 식중독 등으로 인해 음식의 안전에 대한 우려가 높다. (5) 지역의 경제 건전도: 지역의 농축산물의 소비는 지역 경제를 개선한다. (6) 유기농 소비: 지역에서 재배한 음식을 소비하는 것은 지역 내에서 富가 순환하도록 하는 것으로 지역 경제에 기여한다. (7) 다양성: 지역에서 생산되어 장거리 운송을 하지 않으며 소비자들의 기호에 따라 신선하고 건강한 상태로 식탁에 오를 수 있다. (8) 토양 관리: 토양의 건전성은 많은 생물종들이

생존한다. (9) 에너지 절약: 지역에서 자란 유기농 식품을 사게 되면 에너지 소비를 줄인다. (10) 환경 보호: 공해 문제는 오늘날 대부분의 농경 방식과 연관이 되어 있다. (11) 비용: 기존의 농업은 생산 실행의 환경, 건강, 사회적 결과에 고비용을 담보한다. (12) 자금자족: 지역의 식품 자금자족에 한 걸음 가까이 간다. (13) 기업 윤리: 지역에서 재배된 유기농 제품을 사는 것은 지역민들의 결속을 강화하고 농·축산업에 대한 인식을 개선할 수 있다.

II. 포천의 농축산 플랫폼(agro-platform) 구상

포천은 한반도의 수도권 중심부에 위치해 있다. 면적은 826.48km(서울의 1.4배)에 달하며 경기도 북동부에 위치한 베드타운으로서 2012년 12월 현재 157,559명의 인구를 기록하고 있다. 통계에 따르면 7,217가구에서 23,000명가량이 농사에 종사하며 대략적인 농경지의 규모는 약 37.22km에 달한다. 포천은 서울과 산이 많은 강원도의 북서쪽 지역 사이에 위치하고 있다.

따라서 접근성이 좋은 편이다. 최근에는 여러 방향에서 도로가 개설되며 교통이 더욱 편해지고 있다. 행정지역은 세 개의 동, 한 개의 읍, 여덟 개의 면을 포함하고 있으며 많은 중, 소규모의사업체가 산재하며 농지도 꽤 많은 편이다. 전체의 69.2%가 곡식을 경작할 수 있는 땅으로 구성되어 있으며 도심지역은 4.4%정도이다. 포천에서 생산되는 주요 작물은 깨, 들깨, 인삼과 같은 지역 특산물뿐만 아니라 쌀과 보리도 많이 재배된다. 축산업 역시 전역에서 이루어지고 있다.

포천에는 대규모 가금농장을 운영하는 세대가 91세대 있으며 한우와 육우 농장이 700개, 돼지 농장이 120개, 오리 농장이 37개, 염소 농장이 46개, 사슴 농장이 66개 있다. 공식적인 자료를 통해 보자면 2010년 현재 축산업의 가장 큰 부분을 차지하는 것이 개 사육이다. 또한 이 도시에는 대학교 두 곳과 전문대학 1개가 있다. 2,000개가 넘는 중소규모의 생산업자들이 직물과 금속 제품을 만들어낸다.

포천은 막걸리 주조와 이동 갈비로 유명하다. 포천에는 관광콘텐츠도 풍부하여 일동면을 비롯한 도시 북부에는 대규모 온천단지가 조성되어 있으며, 광릉수목원으로 알려진 국립 수목원은 의정부, 남양주와 접경마을인 고모리 일대에 위치하고 있다. 고모리는 분위기 좋은 카페와 아늑한 레스토랑, 낭만적인 예술가 마을이 모여 있는 마을이다. 또한 포천은 대규모 국립 관광지가 자리 잡고 있는 산정호수, 명성산과 운악산을 포함하여 생태가 잘 보존되어 있는 지역이다.

유, 무형 문화재 현황을 살펴보면 2010년 현재 국가가 지정한 보물과 역사유적지가 있으며 4개의 유형문화재, 1개의 무형 문화재, 2개의 지정문화재와 8개의 문화재자료를 포함하여 경기도가 지정한 15개의 문화재를 가지고 있다. 이처럼 포천은 과거와 현재를 넘나드는 다양한 문화재와 함께 문화와 관광의 도시로서 훌륭한 명성을 구

가하고 있다. 지역민들의 애郷심을 고취하기 위한 행정적인 노력이야말로 성공적인 지자체로 가는 중요한 전제 조건이다. 포천의 지역문화자원을 효율적으로 활용하고 재배치하는 데 로카보어 운동은 좋은 모델이 될 것으로 판단된다.

포천은 많은 농경자원이 산재하며 대도시에서 접근하기 쉬운 지역이므로, 마케팅의 우선순위는 지역의 협동조합의 구축에 초점이 맞추어져야 한다. 우리나라에는 이른바 농협이라는 전국적인 농업 협동조합이 있다. 하지만 농협의 주된 관심사는 사회적 위계 체계에서 농민의 위상을 끌어올리고 농업의 생산성을 높이는 것을 포함한다. 그러나 대형 기업이 특화된 전략을 구상하는 데 항상 효과적인 것은 아니다. 작은 농장을 대상으로 하는 마케팅은 관료주의가 오히려 걸림돌이 될 수도 있다. 따라서 지자체나 농협의 역할은 꼭 필요한 농축산 플랫폼을 구축하고 지역 농경의 특징을 반영하는 농경 정책을 실행하는 것과 같은 종합적 정책과 지원 프로그램을 이행하는 것에 초점이 맞추어져야 한다. 예를 들면, 지자체나 농협은 지역 생산자들에 의해 조직된 플랫폼을 관리하고 감독함으로써 사업의 일관성을 유지하며 공신력을 확보할 수 있다.

III. 결론

극적으로 변화하는 국제 경제와 사회 환경에서, 농장 관리는 더 나은 생산성을 위한 유형적인 기술이라는 관점에서 뿐 아니라 보다 다양한 차원에서의 마케팅이라는 차원에서도 보다 발전된 농업 기술을 필요로 하였다. 공동화와 경제적 어려움을 겪고 있는 시골 공동체들은 결국 그들의 경제와 위상을 높일 강력한 영향력을 필요로 하고 있다. 그림 1에서 보는 것처럼, 소비자와 생산자를 위한 농축산 플랫폼은 농촌과 도시 간 자원의 상호 교환을 활성화하는 것을 목표로 한다.

생산자, 파머스 마켓, 지자체, 지역 내 NGO나 협동조합과 같은 농축산물 공급자들이 플랫폼에 포함된다. 도시 지자체와 도시에 기반을 둔 NGO와 같은 소비자들 역시 포천지역 생산자들과 함께 네트워킹 시스템에 포함된다. 전술한 바와 같이 포천은 다양한 문화콘텐츠 및 관광지를 가진 도·농 복합도시로서 로카보어 운동을 통해 소비자들의 다양한 요구를 충족시킬 수 있다.

■ 참고 문헌 ■

- [1] Ruth-McSwain, A., Eating Green: Coverage of the Locavore Movement, Journal of Extension, Volume 50 Number 5 (2012)
- [2] Locavore official web site, www.locavores.com
- [3] City of Pocheon official web site, www.pcs21.net
- [4] Darby, K., Batte, M. T., Ernst, S., & Roe, B. (2008). Decomposing Local: A Conjoint Analysis of Locally Produced Foods. American Journal of Agricultural Economics, 90(2), 476-86.