

■ 18년째 전남 농산물 홍보하는 전남도새마을회

도농 잇는 직거래 활성화...지역순환경제 모델 정착 앞장



전남도새마을회는 서울 양천공원에서 열린 '새마을 희망장터'에 참여해 전남 우수 농·수·특산물을 알리는 직거래 홍보부스를 운영했다.

전라남도새마을회

지역경제 활성화의 해법은 거창한 구호보다 현장에서 작동하는 시스템에 있다. 전남도새마을회는 18년간 지역 특산물의 판로 개척과 관광·소비 연계를 통해 농어촌의 실질적 소득 기반을 키워왔다. 천일염을 비롯한 전남 대표 농수산물을 전국 새마을 조직망으로 확산시키고, 도시 소비자와의 직거래를 활성화하면서 '도농 상생형 지역경제 모델'을 구체화하고 있다. 전남도새마을회가 구축한 지역순환경제 구조와 그 경제적 파급효과, 그리고 향후 확장 방향을 짚어봤다.

전남도새마을회가 추진한 '전남 우수농수산물 알리기 팸투어'가 올해로 18년째를 맞았다. 매년 전국 각지의 새마을 조직이 전남을 찾아 지역의 대표 특산물과 관광자원을 체험하고, 이들 각 지역 소비자에게 다시 연결하는 구조가 자리 잡았다. 행사의 본질은 단순한 홍보가 아니라, 생산자와 소비자가 신뢰를 기반으로 재거래를 이어가는 유통 네트워크의 구축이다.

전남도새마을회는 올해도 충북, 강원, 이북5도, 충남, 대구, 울산, 경기 등 7개 시·도의 새마을가족을 초청해 전남 농수산물의 현장을 소개했다.

신안산 천일염을 비롯해 진도 미나밤호박, 여수 갓김치, 나주 배, 완도 미역과 다시마, 신안 새우젓과 마늘 등 전남 각지의 특산물이 홍보됐다. 특히 신안 천일염은 전국 생산량의 80% 이상을 차지하며, '청정 전남'의 상징으로 자리 잡

여수 향일암, 순천만국가정원, 보성 녹차밭 등은 단순한 관광지가 아니라 전남산 농수산물의 스토리텔링 무대이기도 하다.

전남도새마을회의 지역경제 활동은 천일염 직거래사업을 중심으로 현실적 성과를 내고 있다. 2007년부터 전국 새마을 조직망을 활용한 신안산 천일염 직거래사업을 꾸준히 이어온 결과, 연 매출은 약 15억원에 달한다. 매년 10만 포(약 2000t)가 넘는 천일염이 전국으로 공급되며, 품질이 검증된 전남산 브랜드에 대한 소비자 신뢰가 확고히 자리 잡았다. 전남도새마을회는 이를 기반으로 미역·다시마 300t, 절임배추 10t, 새우젓 5t 등 지역 특산물 판매로 영역을 확대하고 있다.

직거래는 단순한 판매 이상의 효과를 내고 있다. 지역 생산자는 안정적인 판로를 확보하고, 도시 소비자는 합리적 가격으로 고품질 상품을 구매한다. 유통 과정에서 발생하는 수익은 다시 지역경제로 환원된다. 이러한 구조는 '지역에서 생산하고 지역과 도시가 함께 소비하는' 순환경제의 실질적 구현으로 평가된다.

특히 전남도새마을회는 영호남 교류를 통한 상생경제 구축에도 앞장서고 있다. 2021년부터 경북 새마을회와 협약을 맺고 전남 천일염과 경북 청송사과를 상호 교류 판매하는 사업을 진행 중이다. 매년 약 4000박스의 청송사과가 전남 시군에 공급되고, 천일염은 경북으로 판매되면서 지역 간 신뢰와 교류가 경제적 시너지로 이어지고 있다.

이 같은 노력은 수도권에서도 확산되고 있다. 전남도새마을회는 지난 9월 서울 양천공원에서 열린 '새마을희망장터'에 참여해 신안 천일염, 여수 갓김치, 무안 양파, 구례 매실장아찌 등 전남산 농수산물을 선보였다.

도시 소비자와의 직접 접점을 확보하면서

'전남산' 브랜드의 인지도와 신뢰도를 동시에 높였다.

현장에서 "전남산 천일염은 믿고 먹을 수 있다"는 반응이 이어졌고, 직거래 상담과 재구매 예약이 잇따랐다. 전남도새마을회 관계자는 "도시 소비자들 전남 농수산물의 품질을 직접 확인하며 신뢰를 쌓는 계기가 됐다"고 말했다.

전남도새마을회의 경제 모델이 주목받는 이유는 '지속가능성'에 있다. 농수산물 판로 개척에 그치지 않고, 관광·교류·소비를 결합한 구조적 경제모델로 진화하고 있기 때문이다. 이러한 구조는 농가소득 증대와 지역 일자리 창출, 도시와 농촌의 소비 균형이라는 세 가지 효과를 동시에 낸다. 지역 농민에게는 안정적인 수익을, 도심 소비자에게는 신뢰할 수 있는 먹거리를 제공하면서, 지역 내부의 순환경제 기반을 강화한다.

전남도새마을회는 앞으로도 이 모델을 확장할 계획이다.

천일염·해조류·절임식품 등 핵심 품목의 품질 표준화와 유통체계 고도화를 추진하고, 디지털 직거래 플랫폼을 통해 전국 단위 소비자 접근성을 높일 방침이다. 또한, 지역 청년과 연계한 온라인 홍보·라이브커머스 프로그램을 도입해 청년 일자리 창출과 연계된 지속가능한 경제모델로 발전시킬 계획이다.

양재원 전남도새마을회장은 "전남의 천일염과 농수산물이 가진 경쟁력을 전국에 알리고, 관광과 연계한 지역경제 활성화 모델을 정착시키는 것이 목표"라며 "새마을운동의 실천정신으로 농어촌이 스스로 자립할 수 있는 구조를 만들어 가겠다"고 말했다.

이현규 기자 gnnews1@gwangnam.co.kr
사진=최기남 기자 bluesky@gwangnam.co.kr



양재원 전남도새마을회장

전남 우수농수산물 알리기 팸투어...지역 대표 농산물 홍보 신안 천일염·완도 해조류 직거래로 연 매출 15억원 달성 충북·강원 등 7개 시·도의 새마을가족 초청 교류 활동도

었다. 완도 해역의 해조류, 무안의 양파 등도 건강식품으로 주목받으며 구매 상담이 이어졌다.

이 같은 팸투어는 단순한 전시 행사가 아니라 지역경제 구조의 한 축을 담당한다. 전남도새마을회는 이번 행사를 통해 농수산물 홍보와 관광을 결합한 '블루투어형 지역경제 모델'을 제시했다. 관광객이 현장을 체험하고, 상품을 구매하며, 다시 입소문을 통해 소비를 확산하는 선순환 구조다. 팸투어 참가자들이 방문한 목포 유달산,



신안군새마을회-서울마포구새마을회 농산물 직거래 장터 모습.



전국 새마을조직망을 활용해 신안 천일염 직거래사업을 실시하고 있다.



청정·힐링·생명의 땅 전남 우수 농산물 알리기 팸투어 참가자들이 보성 녹차밭을 방문해 기념촬영을 하고 있다. 전남도새마을회는 행사를 통해 농수산물 홍보와 관광을 결합한 '블루투어형 지역경제 모델'을 제시했다.