

동물복지·저탄소·친환경 목장 구현… 농업의 6차 산업 선도

메트로가 만난 기업인

이성철 아침미소목장 대표

관광목장 조성… 제주 명소 자리매김
치즈·요구르트 등 다양한 제품 생산
“농업도 기업이 되고 기업 될 수 있어”

“농업도 기업이 되고 기업이 된다”는 것을 증명하기 위해 꾸준히 도전하고 실험하는 목장이 있다. 목표하는 프랜차이즈가 현실이 되면 가족같은 직원들에게 하나, 둘씩 나눠줄 계획도 갖고 있다.

농업회사법인 ㈜아침미소가 운영하는 아침미소목장은 제주시 월평동 한라산 자락 370m 고지에 위치해있다. 제주국제공항에서 차로 약 30분 정도면 닿을 수 있는 거리에 있는 아침미소목장은 연평균 35만 명이 찾는 명소가 된지 오래다.

“97년 IMF 시절 목장이 어려워져 매물로 내놓기도 했다. 4~5년간 적자를 버티기가 힘들었기 때문이다. 그러다 친구가 ‘전업’을 권고했다. 목장을 관광목장으로 바꿔보는 것이 어떻겠느냐고 말이다. ‘위기’라는 말에는 ‘위험’과 ‘기회’가 같이



이성철 아침미소목장 대표가 목장안에 있는 동물농장 앞에서 포즈를 취하고 있다. /김승호 기자

있다. 위기를 넘긴 지금은 기회를 만들고 있다.”

1975년 당시 젓소 5마리로 시작했던 부친에 이어 2대째 목장을 운영하고 있는 이성철 대표의 말이다. 이 대표는 석탄산업 훈장(94년)을 받았다. 부인 양혜숙 대표는 신지식 농업인으로 지정됐다. 양 대표는 ‘농업의 노벨상’이라고 불리는 대산농촌상(제34회)을 수상하기도 했다. 부창부수다.

지금은 경찰을 하다 그만둔 아들 이원신 이사가 부부의 뒤를 든든하게 받쳐주며 3대째 경영 기반도 마련했다.

아침미소목장의 가장 큰 특징이자 장점은 ‘친환경’이다. 부친은 친환경 개념이 희박하던 당시부터 친환경 목장을 고집했다. 우유 생산량보다 젓소의 건강과 목장의 지속가능성을 최우선에 뒀기 때문이다.

이 대표는 “목장의 면적은 약 8만평 정도다. 이곳에선 최대 100마리의 젓소를 키우고 있다. 소 한마리당 면적이 800평인 셈이다. 다른 목장들은 대부분 수입견초를 쓰지만 우리 여기서 나는 풀만 먹인다”고 설명했다.

아침미소목장은 2025년 6월 현재 우리

나라에서 유일하게 정부로부터 ‘자유방목 동물복지 인증 젓소 목장’ 타이틀을 받았다. ‘저탄소 축산물 인증’, ‘방목생태 축산 농장’ 등에도 이름을 올렸다.

“방목은 비합리적이고 비경제적일 수밖에 없다. 그러나 젓소가 행복하면 그것으로 됐다. 목장이 받을 수 있는 인증 8가지를 우린 다 받았다.”

외환위기와 2008년 글로벌 금융위기 등을 만나 잠시 주춤했지만 이 대표의 말대로 위험을 선택해 지금은 기회를 만들고 있는 것이다.

이 대표 부부는 우유 생산에 그치지 않고 치즈, 요구르트, 그릭요거트, 카이팍 등 다양한 유제품을 생산하기 시작했다. 목장은 무료로 개방해 많은 사람들이 체험 등을 통해 즐길 수 있도록 했다.

1차 산업(생산)→2차 산업(제조)→3차 산업(경험)을 융합해 농업의 6차 산업에 도전한 것이다.

결과는 성공적이었다.

아침미소목장에서 생산한 제품은 2019년 낙농가 최초로 해외에 수출한 후 어느새 홍콩, 일본, 미국, 캐나다, 대만, 말레이시아, 아랍에미리트(UAE) 등 11개국에 나가고 있다. 2019년 당시 5200달러 수준이던 수출액은 많을 땐 21만5000달러까지

늘었다. 해외 수출 문은 갈수록 넓어지고 있어 기록 갱신은 시간 문제다.

홍콩 시내를 다니는 트램에는 이 대표의 손자가 아침미소목장에서 만든 제품을 소개하는 광고판이 붙어 있기도 하다. 국내에선 대형백화점 등을 비롯한 유통망도 30곳이 훌쩍 넘는다.

2017년 당시 1만5000명 정도에 그쳤던 연간 방문객은 현재 23배 가량 늘었다.

이 대표는 “목장을 왜 무료로 개방하느냐는 질문도 있다. 처음엔 예약제를 실시했지만 지금은 예약 뿐만 아니라 상시적으로 방문할 수 있도록 하고 있다. 많은 분들이 와서 보고 체험하고 즐기시면 된다. 방문객이 많으면 제품 구입 등 매출도 늘어 우리도 좋다(웃음).”고 말했다.

아침미소목장의 제품은 우유샌드, 우유웨하스, 아채샌드 등 디저트로까지 확대되고 있다.

“젓소가 행복하고 건강해야 우유와 유제품의 맛도 좋고 건강한 먹거리를 만들 수 있다. 자유방목, 동물복지, 저탄소, 친환경 운영이 우리 목장이 지향하는 가치다. 그래야 목장의 지속가능성도 담보할 수 있다.”

/제주=김승호 기자

bada@metroseoul.co.kr



metro

3분기 中企 수출 334억 달러… 역대 최고치

화장품·반도체 중심 수출 증가세
중기부 “해외인증 등 지원사업 강화”

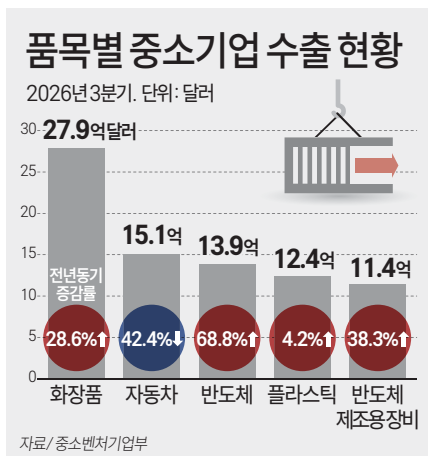
K-뷰티를 이끄는 화장품, 인공지능(AI) 산업 확산에 따른 반도체 수출 호황으로 올해 3분기 중소기업 수출이 역대 최고치를 기록했다.

중소벤처기업부가 26일 내놓은 ‘중소기업 수출 동향’에 따르면 올 3분기 중소기업 수출액은 전년 동기보다 8.8% 증가한 334억 달러(약 44조2200억원)를 기록했다.

1~9월 누계 수출액도 전년 대비 9.5% 증가한 965억 달러(127조7600억원)로, 당기누계 모두 역대 최고치를 기록했다.

수출 중소기업 숫자도 9만765개사(1~9월 누계 기준)로 전년보다 1.6% 증가해 역대 최고치다.

수출 품목 가운데 화장품은 3분기 27억 9000만 달러로 전년 동기보다 28.6% 증가



했다. 1~9월 누계 76억5000만달러로 26.4% 늘어난 모습이다. 북미(+33.1%)와 유럽(+58.6%)을 중심으로 수출 증가세가 이어지며 분기누계 모두 역대 최고치를 냈다. 신형시장인 중남미에서 전년 동기 대비 141.3% 증가한 3분기 실적을 내며 수출국 다변화를 보여줬다.

반도체, 반도체 제조용 장비도 역대 3

분기 최대 실적을 냈다. 반도체는 전년 동기보다 68.8% 증가한 13억9000만 달러를 기록했고, 반도체 제조용 장비는 38.3% 늘어난 11억4000만 달러를 내며 AI 시장 호황을 보여줬다.

석유제품은 국제유가 상승 영향으로 일본·필리핀향 수출이 크게 늘며 역대 3분기 최대 실적을 기록했다. 전년 동기 대비 29.3% 증가한 6억6000만 달러다. 반면 중고자동차는 중동 전쟁에 따른 항로 봉쇄 영향으로 UAE 수출이 크게 줄어, 3분기 수출액이 전년 동기 대비 42.4% 감소한 15억 달러에 그쳤다. 1~9월 누계는 26.4% 감소한 48억 달러다.

중기부 심재윤 중기부 글로벌성장정책관은 “향후에도 수출바우처, 해외인증, 대중소 동반진출 등 각종 지원 사업을 강화하는 한편, 중소기업의 수출 애로를 최소화할 수 있도록 노력하겠다”고 말했다.

/김승호 기자



한진, 토론토 풀필먼트 센터 가동

한진은 캐나다 토론토 피어슨 국제공항(Pearson International Airport) 인근에 있는 ‘한진 토론토 풀필먼트 센터’를 새로 가동했다고 26일 밝혔다. (왼쪽 3번째부터)한진 노상석 대표이사 사장, 조현민 사장이 캐나다 토론토 풀필먼트 센터를 방문해 시설 및 운영 상황을 점검하고 임직원들과 기념촬영을 하고 있다.

/한진

태광산업·대한화섬, 친환경 소재 사업 확대

‘에이스포라 에코’ 중심 수요 대응

태광그룹 섬유·석유화학 계열사인 태광산업과 대한화섬이 친환경 원사 브랜드 ‘에이스포라 에코(ACEPORA-ECO)’를 앞세워 지속가능한 소재 시장 공략에 나선다. 리사이클 소재를 넘어 바이오 기반 원료와 폐섬유 재활용 기술까지 개발 범위를 확대해 글로벌 친환경 소재 수요에 대응한다는 전략이다.

태광산업과 대한화섬은 친환경 원사 브

랜드 에이스포라 에코를 중심으로 친환경 소재 사업 경쟁력을 강화한다고 26일 밝혔다.

에이스포라 에코는 양사가 2019년 공동 개발한 섬유 브랜드로, 대표 화학섬유 소재인 나일론과 폴리에스터를 재활용 방식으로 생산하는 것이 특징이다. 양사는 축적된 생산 기술과 연구개발(R&D) 역량을 바탕으로 리사이클 및 바이오 기반 소재로 제품군을 확대하고 차별화된 소재 경쟁력을 확보할 계획이다.

/양성운 기자

현대글로비스, 쇼피 물류협력 본격화… K-뷰티시장 뒷받침

국내 화장품 기업 해외시장 진출 지원

현대글로비스가 동남아시아 최대 온라인 플랫폼 쇼피와 손잡고 국내 화장품 기업의 해외 시장 진출 지원에 나선다. 국제 운송부터 통관, 현지 인허가와 물류 대행까지 공급망 전 과정을 통합한 서비스를 앞세워 K-뷰티의 글로벌 시장 확대를 돕고 비계열 물류 사업도 강화한다.

현대글로비스는 쇼피코리아와 체결한 국내 화장품 브랜드의 글로벌 이커머스 진출 활성화를 위한 중대 간(E2E) 물류 파트너십에 따라 이달부터 관련 사업을 시작했다고 26일 밝혔다.

이번 협력의 핵심은 물류 서비스의 일원화다. 현대글로비스는 국내 화물 픽업부터 항공·해상 국제 운송, 수출입 통관, 국가별 인허가 지원, 현지 풀필먼트까지 물류 전 과정을 아우르는 E2E 솔루션을 제공한다. 물류 단계마다 서로 다른 업체를 이용하면서 발생했던 업무 지연과 병목 현상을 줄이고 배송 효율을 높인다는 목표다.

특히 국가별로 상이한 화장품 인허가 절차와 현지 물류 체계는 중소 브랜드의 해외 진출을 가로막는 주요 장벽으로 꼽혔다. 현대글로비스는 관련 절차를 윈스톱으로 지원해 기업들의 초기 진입 부담을 낮추고, 판매와 마케팅 등 핵심 사업에

집중할 수 있도록 돕겠다는 방침이다.

양사는 사업 지역도 확대해 나갈 방침이다. 양사는 동남아시아를 시작으로 향후 중남미 등으로 서비스 범위를 넓혀 국내 브랜드의 글로벌 진출을 지원할 계획이다. 이번 협력은 현대글로비스의 비계열 사업 확대 전략과도 맞닿아 있다. 현대글로비스는 현재 30%대 수준인 비계열사 매출 비중을 2030년에는 40%까지 끌어올린다는 목표를 세웠다.

현대글로비스 관계자는 “쇼피의 플랫폼 영향력과 현대글로비스의 글로벌 E2E 물류 네트워크가 시너지를 낼 것으로 기대한다”고 말했다.

/양성운 기자 ysw@

한국엔컴퍼니그룹, AI 기반 업무효율 개선

지식나눔회 개최… 임직원 AI 역량 강화

한국엔컴퍼니그룹이 임직원의 인공지능(AI) 활용 역량 강화를 통한 업무 효율 개선에 나섰다.

한국엔컴퍼니그룹은 지난 23일 경기도 판교 본사 테크노플렉스에서 사내 소통 프로그램 ‘지식나눔회’를 열고 업무 효율

향상을 위한 AI 활용법을 소개했다고 26일 밝혔다.

이번 행사에서는 AX기획팀 담당자가 그룹 자체 AI 서비스 ‘챗HK(ChatHK) 2.1’과 구글 클라우드의 기업용 AI 플랫폼 ‘제미니AI 엔터프라이즈’의 주요 기능과 차이점, 실무 활용 노하우를 공유했다.

/양성운 기자