

## 18

# 기린<sup>1)</sup>이 내린 인제 내린천두부

## 인제군 향토산업육성사업 : 내린천두부 클러스터사업

강원도 인제하면 ‘인제가면 언제 오나’, ‘원통해서 못 살겠네’라는 말로 유명하다. 젊은이들이 군대에 갈 때 오지 중의 오지인 강원도 인제군과 원통으로 가지 않았으면 하는 뜻에서 회자되는 말이다. 그 인제에서 콩을 매개로 수도권과 적극적으로 소통하고 있다는 소식이다. 인제군은 쌀 다음으로 많이 재배되는 콩(인제군 전체농경지 7,890ha의 11.4%인 900ha에서 콩 1,530톤 재배)을 두부로 가공하여 수도권 시장 소비자들의 까다로운 입맛에 접근하고 있다. 그 중심에는 인제군 기린농협이 있었다. 기린농협은 2001년부터 두부생산에 착수하여 2007년도까지 기반시설 구축(건물신축, 차량, 대도시 직판장구축 등)과 내린천두부 시설현대화, 고품질 콩생산기반 조성 및 콩생산 클러스터육성, 내린천두부 명품화 브랜드 사업 등으로 사업을 확대해 왔다. 최근에는 HACCP 등 위생적 생산 및 프랜차이즈 사업으로 생산에서 제조, 유통판매시스템까지 구축하여 농가소득 증대와 일자리창출로 지역 경제를 활성화시키고 있다. 휴전선과 마주한 접경지이며 산간고랭지로 대한민국의 허파지대이자 수도권의 물탱크 지대인 이곳. 약점이라면 약점일 수 있고 강점이라면 강점일 수 있는 지역적 특색을 잘 부각시켜 믿을 수 있는 콩 가공식품을 만들어 낸 인제군과 기린농협의 콩사랑 두부사랑을 만나보자.

주(註) | 성인이 이 세상에 나올 징조로 나타난다고 하는 상상 속의 짐승.  
몸은 사슴 같고 꼬리는 소 같고, 발굽과 갈기는 말과 같으며 빛깔은 오색이라고 한다.



## 콩다운 콩 인제콩의 변신

인제군은 전통적으로 콩 주산지로서 지리적 기후적 특성으로 인해 품질이 우수한 콩이 생산되고 있다. 콩재배 면적은 2009년 기준으로 900ha 1,530톤으로 강원도내 생산량의 11.5%를 차지하고 있다. 강원도 정선, 영월 다음으로 세 번째로 콩을 많이 재배하고 있으며 군내에서도 쌀 다음으로 가장 많이 재배하고 있는 작목이다.

생산되는 콩은 연평균기온 10.2℃인 고랭지 일교차가 큰 기후에서 재배되고 있어 품질이 우수한데, 꼬투리 수가 많고 모양과 색채, 크기, 단백질 함량에서 타 지역의 콩보다 월등하며, 토양 또한 내수성이 좋은 사양토로서 콩 재배의 적지이다. 특히 인제콩은 기능성 있는 이소플라본(콩에 들어 있는 독특한 물질로 떫은맛을 주며, 여성호르몬인 에스트로겐과 비슷한 기능을 담당하는 콩 단백질의 하나로 여성의 골다공증과 항암효과가 있다) 함량이 타 지역산에 비해 높으며 단백질, 식이섬유, 탄수화물 또한 타 지역에 비해 높은 품질적 특성

을 보유하고 있다.

이러한 우수한 품질을 가지고 있음에도 불구하고 그동안 생산되는 콩 대부분이 원곡 상태로 판매되고 있어 농가소득증대에 아무런 도움이 되지 못하고 있었다. 이에 대한 개선책으로 콩을 국산두부로 제조·가공하여 도내 및 수도권시장에 판매해 부가가치를 증대해 보자는 것이 일차적인 계획이었다. 차츰 ‘국산콩’, ‘청정 인제산’이라는 이미지로 수도권 공략시 판매가 늘어날 수 있다는 판단에 따라 소득이 불안정한 시간경사의 고행지 채소 대체작목으로 콩을 선택해 생산량을 늘리기 시작했다.

인제콩의 두부로의 변신에는 콩 자체의 품질도 중요하지만 물도 중요하다. 기린면의 방동약수는 자연보호중앙협의회에서 ‘한국의 명수’로 지정할 만큼 효험이 있는 신비의 물로 알려져 있다. 탄산과 망간, 철 불소 등의 성분이 포함된 광동수로 위장병 치료와 소화증진에 효과가 있다고 한다. 청정 인제콩과 청정 약수의 만남이 있었으니 이곳에서 만들어진 두부 맛이 어떨지 기대할 수밖에 없을 것이다.

#### | 인제콩 성분분석결과 |

구분	강원인제	충북음성	전남강진	전북장수	경주파주
이소플라본 (mg/100g)	155.3	122.4	137.0	126.1	134.33
식이섬유(%)	33.0	33.9	32.9	33.6	29.82
단백질 (g/100g)	32.1	32.7	31.7	31.9	30.33
탄수화물 (g/100g)	39.0	38.0	23.6	41.1	33.35
지방(g/100g)	11.0	11.7	11.2	10.0	19.34

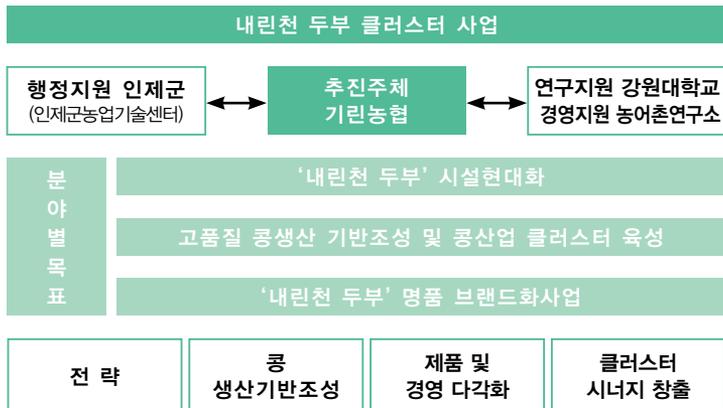
(자료 : 수원여자대학 식품분석센터)

## 변신을 위한 기반 구축

향토산업육성사업인 내린천 두부 클러스터 사업은 처음부터 인제군 농업기술센터와 기린농협, 강원대학교 농어촌연구소와 클러스터를 구성하여 각각 역할을 분담하였다. 인제군은 고품질 콩품종 육성, 콩 재배능가 기계화, 친환경유용미생물(EM) 공급, 행정 및 예산지원을 담당하고 기린농협은 내린천 두부 브랜드 개발, 가공시설 현대화, 농가계약재배 등 기반조성을 담당, 강원대학교는 제품개발, 경영컨설팅 등을 담당하는 협력체계를 구축한 것이다.

이와 별도로 기린농협에서는 전담기구인 가공사업소를 설치하여 두부는 물론 잡곡과 기타 농특산물 가공품을 통합 생산·유통 체계를 갖추었다. 기린농협은 자체적으로 2001년부터 청정계곡으로 이름난 ‘내린천’이라는 브랜드를 활용하여 ‘내린천 두부’를 생산하였고, 2002년에는 저온창고와 냉온시설을 설치하는 등 시설을 개선하였다. 2004년에는 두부 유통전용차량을 구입하고 2005년에는 서울시 광

### | 내린천 두부클러스터 사업 추진체계도 |



진구에 내린천 두부 직판장을 개설하는 등 다각적인 판매 시스템을 갖추어 나갔다. 2006년에는 기능성 ‘침두부’와 포장재를 개발하였다. 기린농협은 독자적으로 제품을 개발하고 수도권 시장 확보가 가능하다고 판단하여 추진하였으나, 국내 대기업의 높은 벽에 좌절할 수밖에 없었다. 대기업과 경쟁하기 위해서는 무엇보다 시설개선 즉 현대화 시설 도입과 HACCP 인증 획득을 통한 제품의 고급화가 필요했다. 이를 위해 2007년 산학관연 클러스터 체계를 구축하였고 2008년에서 2010년까지 농림부 향토산업육성사업인 ‘내린천두부클러스터 사업’에 선정되어 한 단계 전진할 수 있었다.

## 인제콩으로 만든 두부세상

내린천두부클러스터 사업을 추진한 결과, 인제군의 콩생산 농가는 중간상인 또는 일반상인에게 콩을 팔지 않고 기린농협에 직접 판매함으로써 안정적 판로를 구축할 수 있게 되었다. 그동안은 일반상인이나 중간상인들의 농간으로 가격을 제대로 받을 수 없는 경우가 많았는데 이제 적정 가격으로 걱정을 덜었다. 콩 시중가격도 전반적으로 상승되는 결과를 가져왔다.

원료 콩의 구매는 2008년도 75톤 구매에서 2010년도 193톤으로 157%로 증가하였고 두부 생산량은 2008년도 351톤에서 2010년도 432톤으로 23%증가했다. 참여농가 소득은 2009년도 425백만원에서 2010년도 985백만원으로 560백만원 증가(계약재배 물량: 09년도 141톤에서 10년도 193톤으로 52톤 증가)하여 안정적 소득창출에 기여하고 있다. 자리도 두부사업 직접종사자 3명, 수시고용 900명을 창출하는 등 지역고용에도 기여하고 있다. 2010년도 기준 계약재배에 840명, 원료 구매에 10명, 원료 수확 탈곡에 40명, 원료 가공 선





별에 8명 등 고용창출 관련 총 3,941백만 원의 효과를 거두었다. 일 자리도 2010년도 상시고용 3개, 수시고용 900명을 창출하는 등 지역 고용에도 기여하고 있다.

판로도 점차 다양해지고 있다. 현재 서울과 수도권을 중심으로 웰빙 친환경농산물 선호추세에 힘입어 국산두부 특히, 청청환경인 내린천 주변에서 생산되는 콩으로 만든 두부를 구매하겠다는 층이 확산되고 있다. 서울 광진구 구이 3동의 경우 마을기업으로 관내 동민에게 직접 공급하고 있다. 광진구 구의3동 마을기업인 '구삼마을기업'에서는 직접 주민들의 주문을 받아 내린천두부제품을 판매한다. 기린농협은 OEM 방식으로 주 3회 공급하고 있다.

## 대기업이라는 걸림돌 뛰어넘기

2001년부터 무리없이 두부판매를 늘려가던 기린농협은 2006년 큰 고비에 부딪혔다. 중소기업 고유업종제도(정부는 중소기업 고유업종제와 비슷한 제도로 중소기업 적합 업종제도를 도입하여 올 8월 선정을 앞두고 있다.)의 폐지로 두부제조업 등에 대기업이 진출하기 시작한 것이다. 대기업의 시장진출은 빠르게 이루어졌고 기린농협처럼 소규모 두부판매처들은 판로에 심각한 타격을 입었다. 대기업은 대형 유통점에 홍보요원을 고용하였고 미끼상품 또는 샘플상품 등을 통해 시장을 삼켜버렸다. 대기업에서는 대부분의 원료콩으로 외국콩을 사용하면서도 이를 감추고 있으며 국산콩 제조업체를 고사시키기 위해 국내 콩 주산지의 일부 지역인 파주와 양구 등 지자체와 전략적 제휴를 맺고 있다.

하지만 손을 놓고만 있을 수는 없었다. 기린농협은 원료 콩의 품질을 보증하는 지리적표시제 등록을 따내는 한편 다른 판로를 뚫기 위

해 노력했다. 일단은 이마트와 롯데마트, 홈플러스 등을 대형 유통망을 통한 판매보다는 농협 자회사인 ‘농협유통’을 위주로 우선 공급하고 점진적으로 대형유통과 협력방안을 모색해 나갔다. 이 외에도 구삼마을기업처럼 OEM 방식의 직접 판매 방식과 학교급식, 군부대 납품 등의 방법에 대해서도 꾸준히 타진하고 있다.

HACCP 인증 체계 구축과 시설 고급화 및 현대화도 경쟁력을 높이기 위한 일련의 방법이었다. HACCP 인증 설비에 따른 기본지식 부족으로 어려움을 겪기도 했지만 이제는 고품질 두부를 만들어내는 데 손색없는 설비 체계를 구축하고 있다.

뿐만 아니라 두부 맛에 대해서도 기계를 바꾸면서까지 새로운 시도를 했다. 전에는 간수로 염화마그네슘을 사용하던 것을 밀크마그네슘으로 바꾼 것이다. 밀크마그네슘 간수는 일본에서 가져온 방식으로 콩의 고소한 맛을 잡아주는 효과가 있다. 또 인제콩만을 사용하는 내린천 두부는 맛을 고르게 낼 수 있다는 점도 강점이다. 여러 콩이 합쳐지면 두부의 맛은 달라질 수밖에 없다. 동일한 원료 사용은 분명 내린천 두부가 명품으로 나아가는 데 큰 역할을 하게 될 것이다. 이처럼 대기업을 뛰어넘기 위한 노력은 전화위복의 기회가 되어 인제콩과 내린천 두부의 발전으로 이어졌다.

## 콩까지 낀 조합장의 “나는 조합장이다!”

인제콩이 이처럼 부가가치가 높은 두부로 변신하기까지 최고 공로자로 전현진 기린농협 조합장을 빼놓을 수 없다. 전 조합장은 1998년 잡곡 가공산업을 시작으로 기린면의 발전을 고심하던 중, 2002년 기린농협 전무시절부터 인제콩의 가치를 판단하고 명품화와 부가가치를 높이는데 총력을 기렸다. 그는 내린천 두부 탄생을 주도적으로 추

지역은  
살아움직인다  
강원도 인제군



전현진 조합장



지리적표시제등록증

진한 장본인이며 인제콩 변신의 산증인이다.

전현진 조합장은 인제콩의 차별화를 위해서는 지리적표시제 등록이 필연적임을 인식하고 2008년 지리적 표시제 등록을 신청했다. 그러나 인제콩의 지리적 특성과 명성이 미흡하다는 이유로 좌절되고 만다. 그리고 2011년 6월 다시 지리적 표시제 등록을 위해 심사위원들 앞에 선 그는 이렇게 말했다고 한다. “2008년도에 인제콩 지리적 표시제 등록을 위해서 이 자리에 섰을 때가 생각납니다. 당시 인제콩이 지리적 특성에 기인한 것이 없고 유명성이 없다는 이유로 거절되었습니다. 저는 2년 동안 충분한 조사와 분석을 통해 완성된 입증자료를 가지고 이 자리에 다시 섰습니다. 우리 인제콩 농업인들에게 기필코 등록시키고 오겠다고 약속했습니다. 인제콩의 진면목을 확인해 주십시오.” 처음엔 황당해하던 심사위원들은 조합장의 열의와 탄탄한 자료에 탄복하였고 결과는 성공적이었다. 인제콩은 2011년 7월 11일 지리적표시제에 등록되어 그 진가를 인정받게 되었다. 지리적표시제를 통한 특성화는 대기업은 할 수 없는 일이다. 중소기업 고유업종에서 해제된 이후 대기업과의 경쟁에서 뒤질 수밖에 없었지만 이제는 두부의 원재료인 콩의 품질로 승부를 걸어볼 수 있게 되었다. 전현진 조합장은 지리적표시제 관련 연구로 석사논문을 쓰는 등 남다른 열정으로 국내 최초 콩 지리적표시제 등록이라는 성과를 만들어낸 것이다.

전현진 조합장은 ‘콩에 미친 사람’이라는 얘기를 종종 듣는다고 한다. 그는 1974년 농협에 입사한 후 2005년 조합장이 되기까지 평생을 기린농협 사람으로 살았다. 인제콩과 내린천두부가 이만큼 자리 잡기까지 모든 과정 속에 그의 땀과 열정이 녹아 있다. 왜 그렇게 콩까지가 씹였냐는 농담같은 질문에 그는 “조합장이기 때문에 그렇다”는 굵은 한 마디를 던졌다. “그 역할에 맞는 책임을 다할 뿐”이라는 전현진 조합장. 이 시대 조합장 장인이라 불리도 무방할 것 같다.

## 인제는 내린천두부다

2010년 제2회 농어촌산업박람회 내린천 두부 홍보 부스. 소비자들은 “특이한 제품도 아닌 시중에서 흔히 볼 수 있는 두부를 박람회에 가지고 나오냐”는 반응이 대다수였다. 그리고 “두부맛이 오십보백보지 뭐가 다르겠냐”는 반응으로 처음에는 시식조차 하지 않았다. 그러나 “인제에서 자란 햇콩으로 만들어 품질이 우수한 내린천 두부”는 금새 똑똑한 소비자들을 사로잡기 시작했다. 시식 후 몰린 인파로 인해 3일간 홍보용으로 준비했던 두부가 이틀 만에 소진된 것이다. 3일째에는 소량으로 홍보를 진행밖에 할 수가 없었다. 맛과 품질을 알아보는 소비자들은 인제콩과 내린천 두부의 저력을 실감할 수 있을 것이다. 2010년 수도권 소비자 300명을 설문조사한 결과에서도 인제콩의 인지도가 상승한 것으로 나타났다. 인제콩(내린천콩)에 대해서 38.5%가 ‘알고 있다’고 답한 것이다. 그러나 가격이 비싸다는 인식이 많아 순수 국내콩 사용에 따른 품질차별성에 대한 지속적인 홍보가 과제로 남아 있다.

인제군은 지역발전을 위해 5대 명품농산물(콩, 황태, 곰취, 오미자, 풋고추)을 선정하여 집중 육성할 예정으로 이 중 인제콩을 주제로 한 축제를 개최하여 인제콩의 우수성을 홍보할 계획도 가지고 있다. 우량콩 생산을 위한 채종포 설치(호반콩, 대원콩, 청한콩), 두부원료 품질저하 방지를 위한 대규모 저온저장고설치, 두부 즉석식 제품생산 등 인제콩 및 내린천 두부의 전국 명품화를 위한 인제군과 기린농협의 노력은 여전히 진행형이다. 3개년 사업으로 진행되었던 부분 중 미진한 부분은 군 자체로 추가 추진할 계획이며 전 국민이 인제콩과 내린천 두부의 진가를 알게 될 그 날까지 이들의 콩사랑 두부사랑은 식지 않을 것 같다.



제2회 농어촌산업박람회 내린천 두부 홍보



내린천 두부 로고