

제 2 주제

금산군 발전방향과 사업화 전략

김 태 명

한남대학교 도시부동산학과 교수

금산군 발전방향과 사업화 전략

김태명 | 한남대학교 교수¹⁾

I. 서론

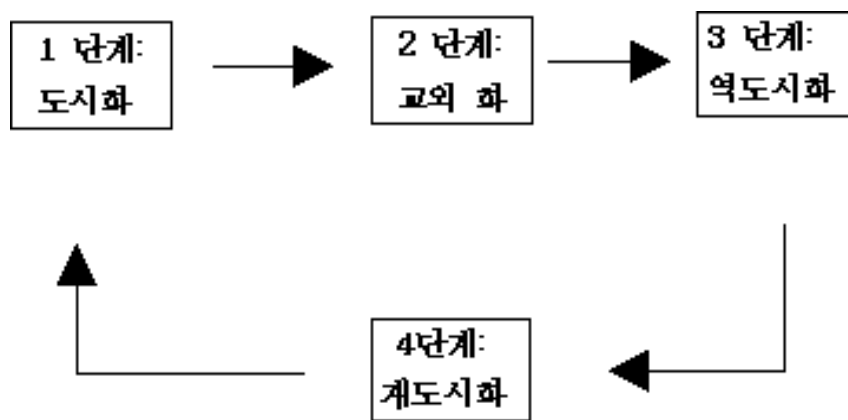
- 세계화라는 국경 없는 무한 경쟁시대에 승자만이 살아남는 시대에 돌입
- 특히 DDA협상과 FTA확산에 의한 농산물시장 개방폭의 확대는 농촌경제를 위협하고 개방 확대에 의한 농민의 피해의식과 미래의 불안감은 영농의욕과 농촌정착의식을 땅에 떨어뜨리고 있음
- 농업 농촌이 주를 이루는 금산군도 날로 심화되어가는 농업 농촌의 위기와 개방화에 대비한 보다 효율적인 생존전략 모색이 시급한 실정임
- 금일 정책간담회를 위한 본 발제는 금산군의 현황과 잠재력을 분석하여 현실로 엄습해오는 개방과 경쟁시대에 부응한 금산군의 경쟁력 강화를 위한 발전방향과 추진전략을 제시하고자 함

1) 현, 한국지역경제학회 충청지회장, 아시아도시지역계획학회 연합회장

II. 금산군 발전방향 모색을 위한 이론적 검토

1. 도시발전순환론

- Klassen과 Paelinck의 도시발전단계모델(1979)
- 도시는 국토공간 안에서 4단계를 거치며 순환발전
- 도시의 4단계 순환발전론



- 도시발전이 역도시화 단계(3단계)에 이를 때 도시인구가 농촌으로 이주, 농촌인구가 증가
- 대전이 도시발전의 2단계인 교외화 단계에 있기 때문에 금산 발전에 주는 시사점이 큼

2. Polarization and Trickle-down Effects

- Hirshman이 주창한 이론(The Strategy of Economic Development, 1958)
- 국가경제성장과정에서 성장 중심지와 주변 지역사이에는 분극화 효과(Polarization Effect: PE)와 파급효과(Trickle-down: TD)가 작용됨

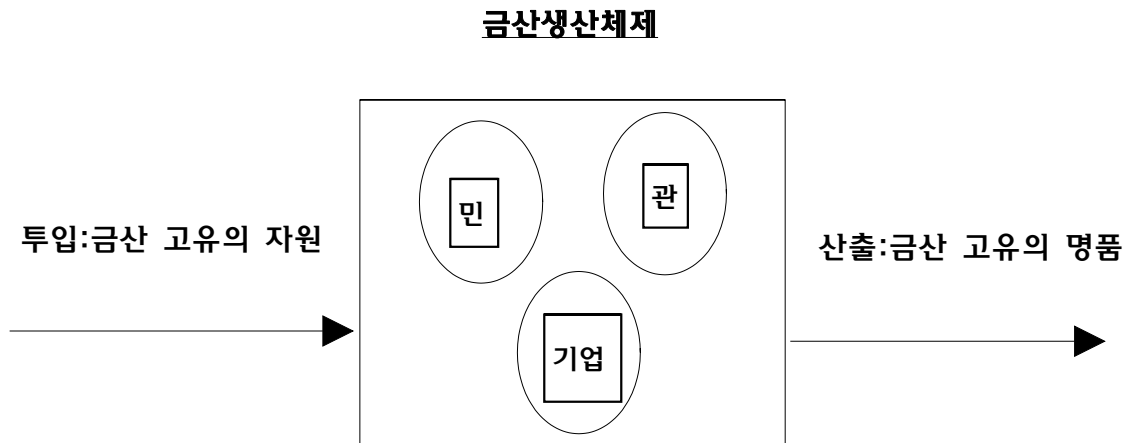
- 개발초기에는 PE효과가 TD효과 보다 커서 생산요소(노동, 자본, 원료 등)가 중심으로 집중하여 중심지와 주변지역 간 지역격차가 확대됨
- 개발 후기에는 중심지의 집중과 고밀도로 인한 집적불경제로 주변지역으로의 생산요소 이동이 일어나 PE효과보다 TD효과가 크게 나타나 지역 간 격차가 균형을 나타냄
- 이 이론 역시 금산 발전에 주는 시사점이 큼

III. 금산군 현황 분석: SWOT분석

<p><Strength: 강점></p> <ul style="list-style-type: none"> ○높은 지명 인지도 ○대도시 근접지역 ○인삼 명산지 ○천혜의 자연경관 ○아름다운 자연자원과 개발잠재력 보유 	<p><Weakness: 약점></p> <ul style="list-style-type: none"> ○지리적으로 오지 ○취약한 산업기반 ○열악한 사회. 복지. 의료. 교육 환경 ○협소한 시장 ○취약한 재정
<p><Opportunity: 기회></p> <ul style="list-style-type: none"> ○Wellbeing 시대의 도래 ○레저-레크레이션 욕구증대 ○대전의 교외화 진행 ○환경재에 대한 수요증대 ○녹색성장시대도래 	<p><Threat: 위협></p> <ul style="list-style-type: none"> ○농산물시장 개방에 따른 농업위축 ○지속적인 인구감소(96-06: 약20%감소) ○중국인삼 범람에 따른 인삼시장 위협 ○고령화·부녀화에 따른 농업인력 단절 ○금산을 이끌고 갈 젊고 능력 있는 차세대 인재 부재

IV. 금산군 발전방향과 사업화 전략

1. 발전방향과 전략 모색을 위한 개념적 틀(Conceptual Framework)



2. 발전방향과 사업화 전략

1) 기본전제

- 금산 고유의 자원을 투입하여 금산만의 명품을 생산한다.
- 수요 지향적 개발을 추진한다.
- Hardware 중심개발에서 Software 중심개발로 전향한다.

2) 발전방향

- 높은 지명도를 이용하여 Place-Marketing을 한다.
- 대도시 근접지역으로서 대도시와 공동발전을 추구한다.
- 인삼을 이용하여 지속적인 발전을 도모한다.
- 금산의 잠재력을 극대화 할 수 있는 발전을 도모한다.
- 새로운 시대적 욕구를 적극 수용한 개발을 모색한다.
- 지속가능한 개발이 될 수 있도록 개발을 추진한다.

3) 사업화 전략

- 전략 1 : 금산 지명을 이용한 분야별 '금산 브랜드 명품' 시리즈를 개발
 - 예시 : 인삼식품 10선, 인삼제품 10선, 인삼음식/제품 글로벌 컨테스트(Global Contest), 장수식단개발
- 전략 2 : 대전시와의 공동 발전을 모색한다.
 - 예시1 : 대전금산공동발전지역(Daejeon-Geumsan Joint Development Area: DGJDA)을 지정하여 개발한다.
 - 예시2 : 인삼과 온천(Spa)을 결합한 웰빙관광상품 개발
- 전략 3 : 인삼을 이용한 건강과 장수의 이미지를 지속적으로 세계화한다.
 - 예시1 : 세계장수도시연합회(World Health and Longevity City Association: WHLCA)의 발족
 - 예시2 : 세계 장수(長壽)컨테스트 실시
- 전략 4 : 아름다운 자연과 녹색성장, 그리고 4대강 가꾸기 사업에 부응한 금강을 중심으로 한 개발을 추진한다.
 - 예시 : Eco-Healing Zone개발, [금강에 살으리랬다] 주거단지개발 추진
- 전략 5 : [금산인삼문화체험단지]를 조성하여 금산의 인삼문화를 국내외적으로 보급
- 전략 6 : 새로운 레저-레크레이션 수요에 부응한 개발을 추진한다.
 - 예시 : 승마산업 클러스터 조성

- 전략 7 : 대전과 금산이 만나는 결절지에 인삼과 웰빙으로 특화된 위성도시(Ginsengpolice)의 개발을 추진한다.
- 전략 8 : 도농교류활성화를 통해 지역경제 활성화를 도모한다.
 - 예시1 : 대전 아파트단지-금산마을 간 자매결연체결로 농산물 직거래와 상호교류
 - 예시2 : 주1회 [금산 방문의 날]을 지정 운영하고 가격파괴(50%)와 특별 서비스로 지속적으로 고객유치
- 전략 9 : 교육환경개선으로 우수인재의 역외유출을 막고 차세대 지도자를 육성한다.
 - 예시 : 명문교(인삼과학고/인삼과기대)의 설립 추진
- 전략 10 : 각종 시설물·조형물에서 인삼이미지를 구현한다.
- 전략 11 : 기존의 명승지와 역사문화 유적지 그리고 유명제품의 Story-Telling을 발굴·개발하여 그 매력도와 호기심을 자극하여 격(格)을 끌어올리고 부가가치를 창출하도록 한다.
 - 예시 : 개삼터, 적벽강, 12폭포 등

V. 결론

- 무한경쟁시대에 살아남을 수 있는 것은 경쟁력 있는 명품을 만들어 내는 것이다.
- 금산의 명품은 “가장 금산적인 것이 가장 세계적인 것이다.”

- 가장 금산적인 것을 찾기 위해서는 기존 것에 대한 전면 재검토와 평가가 필수적이다.
- 금산형(錦山型) 명품개발만이 살길이다.
- 이를 위해 전 군민의 창의적이고 혁신적이며 도전적인 정신 자세가 그 어느 때보다도 필요한 시점이다.