

기본연구  
2010-07

기본연구  
2010-07

청양 구기자 산업의 가치사슬과 발전방안

## 청양 구기자 산업의 가치사슬과 발전방안

이관률 · 유학열

2010.12

충남발전연구원

ISBN: 978-89-6124-141-0 03350

기본연구 2010-07

# 청양 구기자 산업의 가치사슬과 발전방안

이관률 · 유학열



## 발 간 사

최근 내생적 지역발전이 주요 화두로 재등장하고 있다. 도시에 비해 발전역량이 낮은 농촌지역이 지속적인 발전을 추진할 뿐 아니라, 지역주민의 삶의 질을 개선하기 위해서는 지역의 고유한 특화자원을 활용한 차별화된 발전전략이 요구된다. 선진외국에서는 이미 오래전부터 지역특화자원을 활용한 내생적 지역발전정책을 추진해 왔고, 그 성공사례 또한 어렵지 않게 찾아볼 수 있다. 그러나 우리나라에서는 지역의 특화자원을 활용한 내생적 발전의 성공사례를 찾아보기 쉽지 않은 것이 현실이다. 그러므로 농촌지역의 자생력과 지속가능한 발전을 위해서는 특화자원을 활용한 농어촌산업을 활성화하고, 이의 성공메커니즘을 규명하는 노력이 요구된다고 하겠다.

그간 농어촌산업에 대한 접근은 주로 M. Porter의 클러스터적 측면에서 되어 왔지만, 농어촌산업의 또 다른 주요 이론적 기반으로 가치사슬이론을 꼽을 수 있다. 그럼에도 불구하고, 지금까지 농어촌산업의 발전잠재력을 분석하는데 있어서 가치사슬이론이 활발히 적용되지 못하고 있는 것이 우리의 현실이다. 이는 가치사슬이론과 관련된 다수의 기존 연구들은 주로 2차 산업을 중심으로 이루어져 왔기 때문이다. 이러한 측면에서 볼 때, 충남의 대표적 특화자원인 청양 구기자를 대상으로 하여 산업적 측면에서 가치사슬을 분석하고, 발전방안을 제시하는 본 연구는 정책적·학술적 측면에서 매우 큰 의의를 가진다고 하겠다.

지금까지 우리나라는 농촌지역의 특화자원을 산업화하기 위한 매우 다양한 정책을 추진해 왔다. 그 결과 농촌지역에서 많은 농어촌산업이 성장한 것도 사실이다. 그러나 농어촌산업의 발전과 지역발전이 선순환적으로 연결되지 못하고 있고, 농어촌산업이 농촌지역발전의 원동력으로 원활히 작동되지 못한 것도 사실이다. 이의 가장 큰 원인은 특성화된 농어촌산업의 전후방산업연계가 농촌지역 내에 형성되어 있지 못하였기 때문이다. 특히 부가가치가 높은 기계장비와 유통·마케팅 분야의 경우, 대부분 농촌지역 외부에 있는 기능과 시설에 의존하고 있다. 결과론적으로 농어촌산업으로 인해 발생하는 성과의 대부분은 외부지역으로 유출되고, 농촌지역은 단순한 생산지 기능만을 수행하기 때문에 농어촌산업이 농

촌지역발전의 중추적 역할을 수행하지 못하는 것이다. 이러한 문제를 해결하기 위해서는 특성화된 농어촌산업을 중심으로 한 전후방 가치사슬이 농촌지역사회에 뿌리내릴 수 있어야 할 것이다. 아무쪼록 본 연구에서 제시한 학술적·정책적 논의가 청양 구기자 산업을 비롯한 충남지역 농어촌산업을 활성화를 위한 정책과정에 귀중한 자료로 활용될 수 있기를 기대한다.

끝으로 본 연구를 수행한 이관률 박사에게 감사를 드린다. 아울러 본 연구가 원활히 수행될 수 있도록 도와주신 청양 구기자 관련 종사자 및 연구자문위원, 그리고 충청남도과 청양군의 관계공무원에게 감사의 말씀을 드린다.

2010년 12월 31일  
충남발전연구원장 박 진 도

# 연구요약

## 1. 연구개요

우리나라는 지난 10여년간 농업자원의 고부가가치화를 위해 다양한 정책적 노력을 경주해 왔다. 그럼에도 불구하고 우리나라에서 성공적인 농업클러스터로 소개될 수 있는 곳은 순창의 장류클러스터, 성주의 참외클러스터, 영동의 포도클러스터 등만을 꼽을 수 있는 실정이고, 대부분의 농촌지역은 농업클러스터로 발전하지 못하고 있다고 하겠다. 반면 선진외국의 경우에는 지역의 특화된 농업을 바탕으로 한 다양한 형태의 클러스터를 찾아볼 수 있다. 특히 선진외국의 농촌지역은 대부분 농업 및 농촌자원을 지역 경제발전의 토대로 활용하고 있다. 최근 국내외 선행연구에서 농업클러스터의 사례로 소개되고 있는 영국 요크셔-햄버클러스터, 스웨덴 외레순 식품클러스터, 네델란드 라흐닝언 식품클러스터, 이탈리아의 와인클러스터, 캐나다 나이아가라 아이스와인클러스터, 미국 캘리포니아 와인클러스터 등을 꼽을 수 있다. 이처럼 대부분의 선진외국은 농업 부문과 식품산업의 연계화를 통해 새로운 성장동력산업으로 발전시키고 있음을 알 수 있다.

이처럼 농업클러스터가 성장한 이유는 두 가지 측면에서 설명이 가능하다. 그 하나는 개발도상국의 지역클러스터이론이고, 다른 하나는 세계적인 가치사슬이론이다. 따라서 농어촌산업을 클러스터이론과 가치사슬이론에서 접근하는 것은 매우 중요하다고 하겠다. 그럼에도 불구하고 농업클러스터를 가치사슬적 측면에서 분석한 연구는 국내외적으로 매우 드문 것이 현실이다. 그러므로 농업클러스터의 구조를 분석함에 있어서 가치사슬적 접근을 취해야 할 필요성이 있다고 하겠다.

따라서 본 연구의 목적은 충남지역의 대표적 농업자원 중의 하나인 청양 구기자를 사례로 하여 구기자 산업의 가치사슬과 발전방안을 모색하는데 있다. 이를 위해서 청양 구기자 산업의 현황과 실태를 종합적으로 살펴본 이후 가치사슬적 측면에서 청양 구기자 산업의 가치사슬 구조를 분석하고 발전방안을 모색하고자 한다.

## 2. 주요 연구내용

본 연구에서는 농업클러스터와 가치사슬이론을 검토하였다. 그리고 청양구기자 산업의 현황 및 실태분석을 바탕으로 재배농가, 가공업체, 유통·마케팅, 그리고 지원정책의 4개 부문으로 구분하여 가치사슬을 분석하였고, 각 분야별로 문제점과 발전방안을 도출하였다. 주요 연구내용을 요약하면 다음과 같다.

첫째, 청양 구기자 재배부문의 가치사슬은 이원적 형태로 구분되고 있다. 즉 일반 재배농가에서는 지역내 수집상을 통해 한약재 시장으로 구기자가 유통되는 반면, 친환경 재배농가는 소비자에게 직거래하거나 자체가공업을 수행하는 것으로 나타났다.

둘째, 청양 구기자 가공부문의 가치사슬은 매우 단순한 구조를 갖고 있다. 우선 가공업체는 모두 자체적으로 구기자를 재배하고 있고, 청양구기자시험장의 연구개발을 지원받고 있는 것으로 나타났다. 그러나 가공업체가 필요로 하는 후방산업은 모두 청 이외의 지역에서 공급받고 있는 것으로 나타났다. 한편 가공부문의 소비자도 대부분 지역외부에 위치하고 있는 것으로 나타났다.

셋째, 청양 구기자 유통·마케팅부문의 가치사슬은 유통상회, 청양구기자조합, 그리고 향토상품전시관에 따라 상이한 형태를 갖고 있다. 우선 유통상회는 구기자를 단순히 수집하는 역할을 담당하고, 수집된 구기자를 지역외의 한약재도매상에게 전달하는 단순한 기능을 수행하고 있는 것으로 나타났다. 그리고 청양구기자조합은 계약재배를 통해 구기자를 수매하고, 수매된 구기자 중 대부분은 한약재 도매상으로 유통을 하고, 일부는 자체가공하거나 식품가공업체에 납품하는 것으로 나타나고 있다. 반면 향토상품전시관은 지역의 재배농가와 가공업체의 상품을 단순히 위탁판매하는 형태를 취하고 있다. 그리고 유통·마케팅 단계에서 필요로 하는 포장재는 향토상품전시관만 지역내 외에서 조달하고, 그 외 단체는 모두 지역외에서 공급받고 있는 것으로 나타났다.

넷째, 청양 구기자 지원정책부문의 가치사슬은 2가지 측면에서 고찰해 볼 수 있다. 우선 자생단체의 측면에서 볼 때, 자생단체의 활성화가 이루어지지 못한 것으로 평가되지만, 현재 단체 중에서 비가림구기자작목반이 중심적 역할을 수행하는 것으로 판단된다. 한편 향후 청양 구기자 산업이 활성화되기 위해서는 청양구기자조합이 중심이 되어 군청, 작목반, 가공업체가 상호 유기적인 협력을 해야 하는 것으로 나타났다.

### 3. 결론 및 정책제언

본 연구에서는 청양 구기자 산업의 가치사슬분석을 통해서 문제점을 도출하고, 각 분야별 발전방안을 제시하였다. 우선 본 연구에서 도출된 문제점을 재배, 가공, 유통·마케팅, 그리고 지원정책으로 구분해 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 청양 구기자 재배분야의 문제점으로는 소규모 재배농가, 기능성 품종의 구기자 재배 미흡, 생산비용 증대로 재배규모 확대 곤란 등을 꼽을 수 있다. 둘째, 청양 구기자 가공분야의 문제점으로는 가공업체의 미활성화와 영세성, 생산-가공-유통 다기능의 수행, 시장성이 없는 다수의 가공상품 생산, 가공업체의 후방산업의 지역내 미발달 등이다. 셋째, 청양 구기자 유통·마케팅분야의 문제점으로는 한약재시장 위주의 유통구조, 친환경 및 고급 구기자의 시장 미형성, 구기자를 전문적으로 수매하는 기관 부재, 청양 구기자 구매 매장의 미활성화 등인 것으로 나타났다. 넷째, 청양 구기자 지원정책 분야의 문제점으로는 자생조직의 미활성화, 가공산업의 체계적 육성 미흡, 축제와 체험 프로그램의 미활성화, 청양구기자조합의 정책지원 미흡 등인 것으로 나타났다.

앞서 지적한 바와 같이, 청양 구기자 산업의 가장 큰 문제점은 청양 구기자 산업 자체가 그 규모에 비해서 참여하는 주체가 매우 영세하다는 것이고, 그럼에도 불구하고 이들 주체간의 유기적인 협력이 이루어지지 않고 있고, 개별 주체가 생산-가공-유통의 모두 책임지고 있는 구조를 가지고 있다는 것이라고 하겠다. 이러한 문제점을 해결하기 위해서는 관련 주체들이 현재 청양 구기자 산업이 당면하고 있는 문제점을 명확히 공유하고, 이들 주체들이 필요로 하는 정책수요를 우선적으로 추진하는 것이 바람직할 것이다. 각 부분별 발전방안을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 청양 구기자 산업의 발전을 위해서 재배부문의 추진전략은 다음과 같다. ① 청양 구기자 산업이 활성화되기 위해서는 주소득으로 구기자를 재배하는 농가를 육성해야 하고, ② 청양 구기자 가공산업이 필요로 하는 기능성 품종을 재배하고, 이를 가공업체에 제공해야 하며, ③ 구기자의 제품품질을 손상시키지 않고 자동으로 수확할 수 있는 수확기기의 개발·보급이 절대적으로 요구된다. 그리고 ④ 청양 구기자가 대규모로 재배되고 있는 곳을 2-3곳 선정하여 구기자재배단지를 조성하고, 이를 기반으로 구기자체험프로그램을 운영해야 할 것이다.



둘째, 청양 구기자 산업의 발전을 위해서 가공부문의 추진전략은 다음과 같다. ① 구기가 가공산업을 육성하기 위해서 구기자 가공기술의 보급과 관련분야 창업지원시스템의 도입해야 하고, ② 구기자 가공업체가 담당하고 있는 유통·판매망을 전문화해야 하며, ③ 현재 개발·시판되고 있는 구기자 가공상품에 대한 시장성 조사와 더불어 새로운 가공상품의 개발가능분야를 선정해야 할 것이다. 그리고 ④ 구기자 가공산업의 후방산업 중 포장재료와 제조기기 산업의 육성이 병행되어야 할 것이다.

셋째, 청양 구기자 산업의 발전을 위해서 유통·마케팅부문의 추진전략은 다음과 같다. ① 기존 한약재시장의 유통 구조에서 탈피하여 가공산업 및 웰빙식품으로 시장전환이 이루어져야 하고, ② 구기자의 유통·마케팅 단계에서 구기자의 선별과 품질관리가 이루어져야 하며, ③ 청양 구기자를 손쉽게 구매할 수 있는 매장을 지역내에 추가설립함과 동시에 청양구기자의 통합된 인터넷 쇼핑몰의 구축이 요구된다. 그리고 ④ 중소기업청에서 시행하는 공동브랜드 지원과 특허청의 단체포장 사용을 적극적으로 활용하도록 한다.

끝으로 청양 구기자 산업의 발전을 위해서 지원정책 부문의 추진전략은 다음과 같다. ① 청양 구기자 산업이 활성화되기 위해서는 민간차원의 다양한 자생조직이 결성되고 운영되어야 하고, ② 가공품을 만들기 적합한 기능성 품종개발이 이루어져야 하며, ③ 청양 구기자 체험프로그램의 개발이 이루어져야 한다. 그리고 ④ 청양구기자조합의 유통기능을 확대하는 전략적 정책이 추진되어야 한다.

# 차 례

제1장 서론 .....	1
제1절 연구배경 및 목적 .....	1
1. 연구배경 .....	1
2. 연구목적 .....	3
제2절 연구내용 및 방법 .....	3
1. 연구내용 .....	3
2. 연구방법 .....	4
제3절 연구추진체계 .....	6
제2장 이론적 논의 및 선행연구의 검토 .....	7
제1절 농업클러스터의 이론검토 .....	7
1. 농어촌산업의 특징과 관련정책 .....	7
2. 농업클러스터의 개념과 구조 .....	10
3. 농어촌산업의 혁신체계 .....	12
제2절 가치사슬의 이론검토 .....	15
1. 가치사슬과 가치사슬모형 .....	15
2. 농어촌산업의 가치사슬구조 .....	19
3. 가치사슬분석의 사례 .....	21
제3절 선행연구의 검토 .....	26
1. 농업클러스터 관련연구 .....	26
2. 가치사슬 관련연구 .....	27
3. 기존 연구와 차별성 .....	28

<b>제3장 청양 구기자 산업의 현황 및 실태분석</b>	29
제1절 구기자의 이해와 유래	29
1. 구기자의 이해	29
2. 청양 구기자의 재배역사	29
제2절 청양 구기자 산업의 현황	32
1. 재배	32
2. 가공	34
3. 유통·마케팅	35
4. 지원정책	36
제3절 청양 구기자의 혁신주체와 주요사업	37
1. 구기자 관련 혁신주체	37
2. 청양 구기자 협력네트워크	39
3. 구기자 관련 주요사업	39
제4절 실태분석의 종합	43
<b>제4장 청양 구기자 산업의 가치사슬과 발전방안</b>	45
제1절 청양 구기자 재배의 가치사슬	45
1. 재배규모	45
2. 품종 및 농자재의 공급	46
3. 판매 및 유통구조	47
4. 지원서비스 및 정책공급	48
5. 정책수요	49
제2절 청양 구기자 가공의 가치사슬	50
1. 기업규모	50
2. 원재료의 구입	51
3. 제조기기 및 포장재료	52

4. 소비자 및 판매경로 .....	53
5. 연구개발 및 지원서비스 .....	54
6. 정책수요 .....	55
 제3절 청양 구기자 유통·마케팅의 가치사슬 .....	56
1. 주요 주체 .....	56
2. 구기자 유통상회 .....	57
3. 청양구기자조합 .....	60
4. 향토상품전시관 .....	62
 제4절 청양 구기자 지원정책의 가치사슬 .....	63
1. 청양 구기자 자생단체 .....	63
2. 청양구기자포럼 .....	64
3. 청양군의 정책지원 .....	65
 제5절 청양 구기자 산업의 발전방안 .....	67
1. 청양 구기자 산업의 문제점 .....	67
2. 청양 구기자 산업의 발전방안 .....	70
 <b>제5장 결론</b> .....	74
제1절 연구의 요약 .....	74
 제2절 정책적 제언 .....	75
 <b>참고문헌</b> .....	77

## 표 차 례

<표 1> 청양지역의 구기자 재배현황 .....	32
<표 2> 전국 대비 청양지역의 구기자 비중 .....	33
<표 3> 구기자 관련 가공현황 .....	35
<표 4> 청양군 농촌활력증진계획의 주요내용 .....	37
<표 5> 청양 구기자 관련 혁신주체 .....	38
<표 6> 자생단체의 중복가입 현황 .....	63

## 그림 차례

[그림 1] 연구의 구성 및 추진체계 .....	6
[그림 2] 농업클러스터의 기본모형 .....	11
[그림 3] 식품클러스터의 범위와 농업클러스터와 관계 .....	14
[그림 4] McKinsey의 가치사슬 6단계 모형 .....	18
[그림 5] M. Porter의 가치사슬모형 .....	19
[그림 6] 농어촌산업의 가치사슬구조 .....	20
[그림 7] Parmigiano Reggiano 치즈의 가치사슬 .....	22
[그림 8] 청양 구기자 재배농가의 가치사슬 .....	50
[그림 9] 청양 구기자 가공업체의 가치사슬 .....	56
[그림 10] 구기자 유통·마케팅의 가치사슬 .....	59
[그림 11] 청양구기자조합의 가치사슬 .....	61
[그림 12] 향토상품전시관의 가치사슬 .....	62
[그림 13] 청양 구기자 자생단체의 연계도 .....	64
[그림 14] 청양 구기자 산업 육성을 위한 이상적 협력구조 .....	66



# 제1장 서론

## 제1절 연구배경 및 목적

### 1. 연구배경

우리나라 대부분의 농촌지역은 농업중심의 단선적 산업구조를 갖고 있다. 이로 인해 농촌지역은 낙후지역의 속성을 탈피하지 못하고 있다. 특히 WTA와 DDA로 인해 농수산물의 수입개방이 증대됨에 따라 우리나라의 농촌지역은 자생적 지역발전을 위한 최소한의 기반마저도 붕괴되고 있는 실정이다(이성근외, 2007). 이를 극복하기 위해서 선진외국들은 이미 오래전부터 농촌지역활성화를 위한 대안모델로써 지역의 농업자원에 초점을 두고 이를 고부가가치화하는 노력을 경주해 왔다. 대표적 사례로는 미국 캘리포니아 나파밸리 와인클러스터, 노르웨이 농식품 클러스터, 일본 야마나시 와인산업 특구 등을 꼽을 수 있다(김정호외, 2004).

우리나라에서도 국가균형발전특별법(제16조), 농림어업인 삶의 질 향상 및 농산어촌지역개발촉진에 관한 특별법(제31조), 그리고 농업·농촌기본법(제33조)을 제정하고 농업자원육성과 산업화를 위한 다양한 정책을 추진해 왔다. 대표적인 정책으로는 농림수산물식품부의 지역특화품목육성사업, 지역농업클러스터사업, 지리적표시제, 신활력사업, 행정안전부의 향토지적재산육성사업, 재정경제부의 지역혁신특성화사업, 그리고 중소기업청의 지역특화산업육성사업과 지역향토산업 등을 꼽을 수 있다(이관률, 2008). 이러한 정책적 노력은 이명박 정부에서도 중요한 농촌지역발전의 정책수단으로 강조되고 있다. 현 정부는 국가균형발전을 초광역경제권, 광역경제권, 기초생활권으로 구분하고, 지역경쟁력 강화와 삶의 질 제고를 추진하고 있다. 이 중에서 농촌지역과 밀접한 관계를 갖고 있는 정책은 기초생활권발전정책이다. 기초생활권발전계획에서는 포괄보조사업군을 7대 분야, 24개 사업군으로 구분하고 있는데, 이 중에서 농업자원의 고부가가치화와 관련있는 것으로는 농어촌자원복합산업화지원 사업군이 있다.

이상에서 살펴본 바와 같이, 우리나라는 지난 10여년간 농업자원의 고부가가치화를 위해 다양한 정책적 노력을 경주해 왔다. 그럼에도 불구하고 우리나라에서 성공적인 농업클러스터로 소개될 수 있는 곳은 순창의 장류클러스터, 성주의 참외클러스터, 영동의 포도클러스터 등



만을 꼽을 수 있는 실정이고, 대부분의 농촌지역은 농업클러스터로 발전하지 못하고 있다고 하겠다. 반면 선진외국의 경우에는 지역의 특화된 농업을 바탕으로 한 다양한 형태의 클러스터를 찾아볼 수 있다. 특히 선진외국의 농촌지역은 대부분 농업 및 농촌자원을 지역경제발전의 토대로 활용하고 있다(Clackmas County, 2010). 최근 국내외 선행연구에서 농업클러스터의 사례로 소개되고 있는 영국 요크셔-햄버클러스터(이병오외, 2009), 스웨덴 외레순 식품클러스터(김태연외, 2009), 네델란드 라흐닝언 식품클러스터(이철우외, 2009), 이탈리아의 와인클러스터(Morrison, A. & R. Rabellotti, 2009), 캐나다 나이아가라 아이스와인클러스터(신동호외, 2008b), 미국 캘리포니아 와인클러스터(신동호, 2008a) 등을 꼽을 수 있다. 이처럼 대부분의 선진외국은 농업부문과 식품산업의 연계화를 통해 새로운 성장동력산업으로 발전시키고 있음을 알 수 있다.

최근 와인시장이 급속하게 팽창하고 있고, 이로 인해 주목을 받는 나라 중의 하나가 바로 칠레이다. 칠레와인 시장은 1990년대 이후 급속하게 성장을 하였다. 1990년대 초반에 전 세계의 와인생산량은 2.1% 성장한 것에 불과하였지만, 칠레의 경우는 63% 성장을 하였다. 또한 칠레 와인의 경우 라틴아메리카 지역을 중심으로 약 2% 정도를 수출하였지만, 현재는 전체 생산량의 67%를 북미, 영구, 유럽, 러시아, 중국 등 세계 각국을 수출을 하고 있다. 이처럼 칠레와인이 급성장하게 된 이유는 두 가지 측면에서 설명이 가능하다. 그 하나는 개발도상국의 지역클러스터이론이고, 다른 하나는 세계적인 가치사슬이론이다(Visser E. & Peter de L., 2006).

따라서 농어촌산업을 클러스터이론과 가치사슬이론에서 접근하는 것은 매우 중요하다고 하겠다. 그럼에도 불구하고 농업클러스터를 가치사슬적 측면에서 분석한 연구는 국내외적으로 매우 드문 것이 현실이다(이종호외, 2009). 기존 선행연구들은 농업클러스터를 구성하는 주체의 기능과 역할에 초점을 둔 것이 다수를 이루고 있다. 일부 연구에서 농업클러스터를 네트워크적 측면에서 접근하고 있기도 하지만(이성근외, 2007; Morrison, A. & R. Rabellotti, 2009), 이들 연구 역시 가치사슬적 측면이 아닌 주체간의 연계(linkage)를 중심으로 접근하고 있는 한계가 있다. 그러므로 농업클러스터의 구조를 분석함에 있어서 가치사슬적 접근을 취해야 할 필요성이 있다고 하겠다.

## 2. 연구목적

본 연구의 목적은 충남지역의 대표적 농업자원 중의 하나인 청양 구기자를 사례로 하여 구기자 산업의 가치사슬과 발전방안을 모색하는데 있다. 이를 위해서 청양 구기자 산업의 현황과 실태를 종합적으로 살펴본 이후 가치사슬적 측면에서 청양 구기자 산업의 가치사슬 구조를 분석하고 발전방안을 모색하고자 한다.

한편 본 연구의 연구대상으로 청양 구기자 산업을 선택한 이유는 다음과 같다. 첫째, 청양군은 2005년 신활력사업이 추진된 이후 구기자 산업을 육성하기 위한 정책적 지원을 지속적으로 추진해 오고 있다. 둘째, 청양 구기자 산업은 가족단위 생산구조, 소규모, 영세성이라는 구조적 특성을 갖고 있는데, 이는 다른 시군의 특화농업자원과 성격적 유사성을 갖고 있다. 따라서 본 연구의 결과는 일반 농촌지역에 적용할 수 있는 보편성을 가질 것이다.

## 제2절 연구내용 및 방법

### 1. 연구내용

앞서 지적한 바와 같이, 본 연구의 목적은 충남지역의 대표적 농업자원인 청양 구기자를 사례로 선정하여 가치사슬적 측면에서 청양 구기자 산업의 현황과 실태를 분석한 이후 구기자 산업의 발전방안을 모색하는데 있다. 따라서 본 연구의 주요내용은 ① 이론적 논의 및 선행연구 검토, ② 청양 구기자 산업의 현황 및 실태분석, ③ 청양 구기자 산업의 가치사슬 분석, ④ 청양 구기자 산업의 발전방안 모색 등으로 구성된다. 각 부문별 주요내용을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 이론적 논의 및 선행연구의 고찰이다. 우선 이론적 논의에서는 청양 구기자 산업을 설명할 수 있는 이론적 기반인 농업클러스터와 가치사슬에 대한 이론검토와 더불어 선행연구를 검토하도록 한다. 농업클러스터의 이론논의에서는 농어촌산업의 특징과 관련정책, 농업클

러스터의 개념과 구조, 그리고 농어촌산업의 혁신체계 등에 대해서 논의하도록 하고, 가치사슬의 이론논의에서는 주요개념과 모형, 그리고 적용사례에 대해서 논의하고자 한다. 끝으로 선행연구의 검토에서는 농업클러스터 및 가치사슬에 대한 선행연구로 구분하여 논의하도록 한다.

둘째, 청양 구기자 산업의 현황 및 실태분석에서는 구기자의 이해와 유래, 청양 구기자 산업의 현황, 청양 구기자의 혁신주체와 주요사업에 대해서 분석을 하고, 이를 종합하도록 한다. 우선 구기자의 이해와 유래에서는 청양지역에서 구기자를 재배한 역사적 배경에 대해서 논의한 이후 청양 구기자 산업의 현황에서는 재배, 가공, 유통·마케팅, 지원정책 등에 대한 현황분석을 하도록 한다. 그리고 청양 구기자의 혁신주체와 주요사업에서는 혁신주체의 현황과 협력 네트워크, 구기자 관련 주요사업의 현황을 살펴보도록 한다. 이상의 논의를 바탕으로 구기자 산업의 실태를 종합적으로 분석하도록 한다.

셋째, 청양 구기자 산업의 가치사슬과 발전방안 모색을 위해서 재배, 가공, 유통·마케팅, 지원정책으로 구분하여 가치사슬분석을 수행하도록 한다. 그리고 이를 종합하여 청양 구기자 산업의 문제점과 발전방안을 도출하도록 한다.

## 2. 연구방법

본 연구의 연구방법은 크게 문헌연구, 정책연구, 그리고 조사연구로 구분하여 수행하도록 한다. 문헌연구를 통해서는 이론적 논의 및 선행연구의 검토를 수행하고, 정책연구를 통해서는 청양 구기자 산업의 현황 및 실태분석을, 그리고 조사연구를 통해서는 청양 구기자 산업의 가치사슬과 발전방안을 수행하도록 한다.

첫째, 문헌연구이다. 문헌연구를 통해서는 우선 농업클러스터와 가치사슬, 그리고 관련 선행연구를 수행하고자 한다. 국내외 관련문헌을 통해서 농업클러스터, 농어촌산업의 혁신체계, 그리고 가치사슬에 대한 이론적 논의와 선행연구의 의의 및 한계에 대해서 논의하도록 한다.

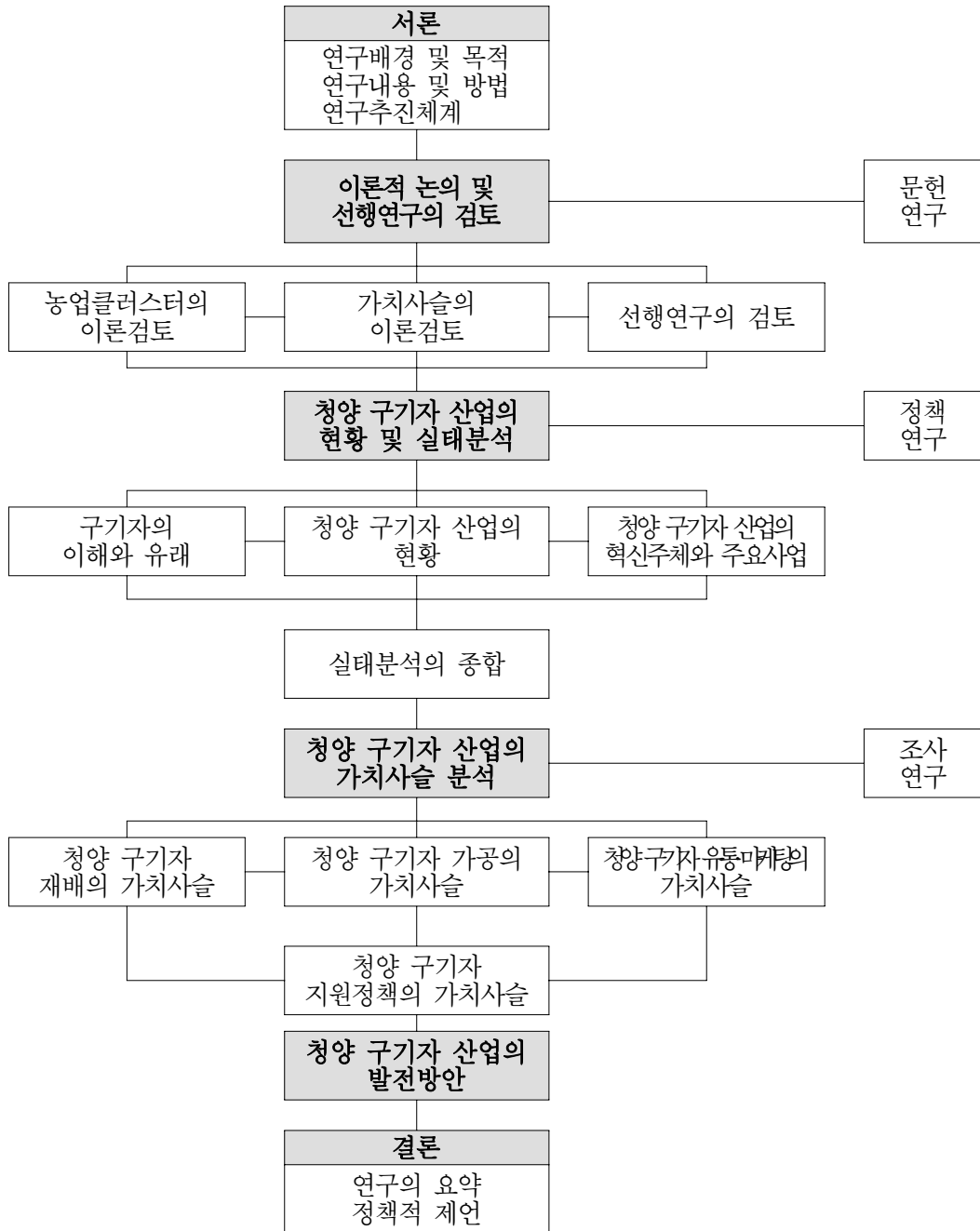
둘째, 정책연구이다. 기본적으로 청양 구기자 산업의 현황 및 실태분석은 정책연구를 통해서 수행하도록 한다. 청양 구기자 산업의 현황 및 실태분석의 시간적 범위는 최근 10년간으로

설정하고자 한다. 이는 2005년 신활력사업으로 구기자 산업을 육성한 전후 5년을 비교해 본다는 측면에서 의의를 가진다. 한편 본 연구에서는 청양 구기자 산업의 현황 및 실태분석을 위해서 크게 생산, 가공, 유통·마케팅, 지원조직(협회, 청양구기자시험장 등), 그리고 정책·제도 등으로 구분해 각 분야별 현황 및 실태를 규모/종류, 인프라, 주요 행위자, 노동력 등을 중심으로 살펴보고자 한다. 본 연구에서는 현황 및 실태분석은 주로 기존 발행된 통계연보 및 정책자료, 그리고 청양군의 내부자료 등의 2차 자료를 바탕으로 하고자 한다. 이러한 청양 구기자 산업에 대한 현황 및 실태분석을 통해 기존 청양 구기자 산업에 대한 이해를 도모할 뿐 아니라, 청양 구기자 산업의 발전역량을 객관적으로 파악할 수 있을 것이라 기대된다.

셋째, 조사연구이다. 지금까지 대다수의 선행연구들은 가치사슬적 측면에서 농업클러스터를 분석하지 못한 한계가 있다. 따라서 본 연구에서는 생산적 측면에서 ① 생산(재배), ② 가공, ③ 유통·마케팅, ④ 지원정책으로 구분하고, 이들 각 영역이 어떠한 가치사슬을 형성하고 있는가를 면접조사를 통해 수행하고자 한다. 따라서 청양 구기자 산업의 가치사슬 구조는 2010년 현 시점을 기준으로 수행하게 된다. 본 연구에서는 기본적으로 청양 구기자 산업의 가치사슬 구조를 생산네트워크와 지원네트워크로 구분하고, 실제 조사는 생산네트워크의 주체를 대상으로 한 면접조사를 통해 청양 구기자 산업의 가치사슬을 분석하고자 한다.

한편 본 연구에서 수행한 조사연구의 주요 개요에 대해서 보다 구체적으로 살펴보면 다음과 같다. 본 연구에서는 청양 구기자 관계자를 대상으로 2010년 9월 27일부터 11월 12일까지 대면접촉에 의한 인터뷰 조사를 수행하였다. 인터뷰 조사대상은 크게 재배농가(일반, 대규모), 가공업체, 유통업체, 그리고 관계공무원으로 구분하였다. 실제 조사를 위해서 우선 청양군 관계공무원에게 재배농가(5개 농가)와 가공업체(5개 업체), 유통업체(4개 업체), 그리고 관계공무원(4명)을 추천받아 인터뷰 조사를 수행하였다. 그리고 인터뷰의 대상자의 일반적인 특성을 익명으로 제시하더라도 관련 종사자는 인터뷰 대상자를 파악할 수 있는 바, 본 연구에서는 인터뷰 대상자에 대한 직접적인 특성을 제시하지 않고자 한다. 끝으로 인터뷰 조사내용은 각 재배농가, 가공업체, 유통업체, 그리고 관계공무원별로 차별화를 두었고, 인터뷰의 용이성을 위해서 비구조화된 질문지를 미리 작성하여 수행하였다.

### 제3절 연구추진체계



[그림 1] 연구의 구성 및 추진체계

## 제2장 이론적 논의 및 선행연구의 검토

### 제1절 농업클러스터의 이론검토

#### 1. 농어촌산업의 특징과 관련정책

##### 1) 농어촌산업의 특징

농어촌산업은 지역성과 전통성을 갖고 있고 자원이나 생산과정, 산출물의 성격을 기초로 상품화 또는 산업화하여 부가가치를 창출하며, 지역 내 동종 업체들이 집단화되어 있다는 특징이 있다. 이와 같은 농어촌산업의 특성은 향토자원을 판단하는 준거나 잣대로서 역할을 하기도 하며, 농어촌산업의 어떤 특성을 중시하느냐에 따라 그 범위가 달라질 수도 있다.

비록 농어촌산업의 특성은 농어촌산업의 개념과 기준을 어떻게 설정하느냐에 따라 매우 다양한 측면에서 파악할 수 있지만, 보편적으로 다음의 네 가지 측면에서 논의해 볼 수 있다(윤칠석외, 2005). 첫째, 농어촌산업은 지역의 향토자원에 기반을 두되, 그 자원을 개발, 활용하여 고부가가치를 창출할 수 있도록 상품화 및 산업화되었거나 될 수 있어야 한다. 둘째, 농어촌산업은 원료, 노동력, 자본, 기술 등이 지역성을 갖게 되는데, 그렇기 때문에 농어촌산업은 특정한 지역의 부존자원 및 노동력, 자본 및 기술 등을 바탕으로 상당한 정도의 지역적 연고 및 배태성을 지니게 된다. 셋째, 농어촌산업은 역사성과 전통성을 특징으로 하는데, 특정한 지역에서 산업형성이나 상품화가 상당한 기간에 걸쳐 형성된 시간적 연속성을 지닌다. 넷째, 농어촌산업은 지역적 산업생태계성을 형성하고 있다. 따라서 농어촌산업과 관련된 전후방 연관산업의 지역적으로 존재하게 되고, 이는 바로 농어촌산업 성장의 토대가 되기도 한다.

이러한 특성을 갖고 있는 농어촌산업은 그 본질적 특성으로 인해 다음의 몇 가지 한계를 공통적으로 지니고 있다. 그것은 바로 영세성, 비표준화, 노동력 확보의 곤란, 거버넌스 미구축, 지역내 전후방연계의 취약 등의 문제점을 지니고 있다. 이에 대해서 보다 구체적으로 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 농어촌산업의 영세성이다. 대부분의 농어촌산업은 10인 이하의 가내수공업 형태를 띠고 있는 바, 사업규모가 매우 영세하다. 이로 인해 경영의 효율화를 도모하지

못하고 있고, 특히 최근 수입개방으로 인한 경쟁력 약화가 우려되고 있는 실정이다. 둘째, 농어촌산업은 생산제품의 표준화가 어려우며, 작업공정도 가내수공업형태로 전통적인 방식을 고수하는 경우가 대부분이다(이동필, 2008). 셋째, 농어촌산업과 관련된 노동력 확보가 곤란하다. 농어촌산업의 영세성과 가내수공업의 두 가지 특성은 부차적으로 노동력의 고령화와 후계 인력확보의 어려움으로 이어지고 있다. 넷째, 농어촌산업의 집적된 기술과 노하우를 관련 업체 간 공유하거나 연구개발하는 거버넌스 구축이 취약하다. 특히 유통 및 판매마케팅이 취약하여 주로 개별 판매 및 농협을 통해 판매하고 있는 실정이다. 다섯째, 농어촌산업은 특정한 지역에 집단화되어 오랜 시간에 걸쳐 성장·발전해왔으나, 대부분 제품의 원료공급과 구매 사슬이 단순하고 전후방 연계가 미약한 실정이다. 특히 지역에서 생산되는 원재료를 이용하는 경우가 별로 없고, 생산지의 출처를 알 수 없어서 품질관리가 어려운 경우도 일반적이다.

그렇기 때문에 대부분의 농어촌산업은 그 기능적 중요성에도 불구하고, 지역발전에 긍정적 기여를 못하고 있는 것이 현실적 문제이다. 따라서 농어촌산업을 선정은 두 단계로 구분되어 객관적으로 추진되어야 할 것이다. 우선 1단계에서는 농어촌산업의 특성을 충분히 반영할 수 있어야 하고(필요조건의 충족), 그리고 2단계에서는 농어촌산업의 한계를 극복할 수 있는 시장잠재력과 역량을 갖추고(충분조건의 충족) 있어야 할 것이다(이관률, 2010).

한편 변필성(2006)은 농어촌산업의 발전조건을 김태환외(2004)가 논의한 제도적 역량으로 설명하고 있다. 즉 그는 농어촌산업이 발전하기 위해서는 참여주체의 다양성과 참여방식, 주체들간의 파트너십, 지역외부와의 협력 네트워크, 지역 주체들의 리더십, 그리고 각종 규범·협약법령의 다섯가지 조건이 갖추어져야 한다고 주장하고 있다. 이들 내용에 대해서 보다 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 참여주체의 다양성과 참여방식은 지역자원의 활용을 통한 지역발전의 추진에 다양한 이해관계자를 광범위하게 참여시키고 있는지, 그리고 실질적인 참여가 이루어지고 있는지를 의미한다. 둘째, 파트너십은 지역발전의 추진과정에서 다양한 이해관계자들 간의 상호작용, 즉 의견교류나 상호학습 또는 이해관계 조정 등이 긴밀하고 지속적으로 이루어지는 제도적 장을 의미한다. 셋째, 지역외부와의 협력네트워크는 지역외부의 민간기업, 대학, 연구소, 정부기관 등과의 협력관계, 즉 지역이 가질 수 있는 능력상의 구조적 한계를 극복할 수 있는 외부자원을 의미한다. 넷째, 리더십은 변화하는 환경에 대응해서 구체적이지는 않지만, 지역의 발전방안을 제시하거나 특정자원을 발굴해서 지역발전에 활용하는 방안을 선도하게 된다. 따라

서 리더십은 지역이해관계자들의 관심을 유발하고, 그러한 주체들을 조직화하는 계기를 제공하게 된다. 다섯째, 규범·협약법령 등은 일반적으로 지방자치단체가 법령 및 조례로써 공식화하는 것을 의미한다. 즉 어떤 산업을 육성하기 위한 특수조직 혹은 사업을 추진하기 위한 조례, 협약, 제도 등을 의미하는 것이다. 이러한 다섯가지의 제도적 역량은 지역발전이라는 공동의 목적을 중심으로 지역의 이해관계자들을 조직화시켜 그들 간에 지속적이고 긴밀한 상호작용을 촉진함과 동시에 지역발전에 기여할 수 있는 사회자본을 형성하게 된다.

## 2) 농어촌산업 관련정책

농어촌산업과 관련한 정책은 농림수산물부, 행정안전부, 기획재정부, 그리고 지식경제부 등 다수의 중앙부처에서 다양한 정책을 시행하고 있다. 뿐만 아니라 최근 새롭게 도입되고 있는 지식경제부의 지역특화사업기획포럼사업과 행정안전부의 창조지역사업 등도 다소 거리는 있지만 본질적으로 농어촌산업과 관련되어 있다고 하겠다. 농어촌산업과 관련된 주요정책을 부처별로 간략히 살펴보면 다음과 같다(이관률, 2010).

우선 농림수산물부는 2005년부터 시작한 향토산업육성사업 이전에도 농어촌특산단지개발사업, 전통식품육성사업, 농어촌휴양자원개발사업 등 지역의 부존자원을 활용한 농외소득원개발사업을 추진해 왔다. 이들 사업의 경우 짧게는 20년에서 길게는 40년 가까이 추진되어 온 정책수단이다. 그 후 농림수산물부는 농어업·농어촌 및 식품산업기본법, 국가균형발전특별법, 농림어업인 삶의 질 향상 및 농산어촌지역 개발촉진에 관한 특별법 등을 기반으로 향토산업육성사업, 지역특화품목육성사업, 지역농업클러스터사업 등을 추진하고 있고, 농산물품질관리법을 근거로 지역특산농산물 및 가공품의 명성을 보호하기 위한 지리적 표시제도를 운영하고 있다. 한편 농림수산물부는 향토산업, 신활력사업, 지역특화품목육성사업을 통합하여 농촌활력증진계획을 추진하고 있는데, 이의 주요 내용은 지역농어촌산업을 매개로 하여 지역경제활성화를 도모하는데 초점을 두고 있다.

그리고 행정안전부의 경우 고부가치화가 가능한 주요 향토지적재산의 발굴 및 육성하고, 지역경제를 활성화하기 위해 2001년부터 향토지적재산활용 지역특화상품개발사업을 시행해 왔다. 지역마다 차별적으로 존재하는 전통문화, 고유한 유무형의 농어촌산업을 산업화함으로써 지역의 경쟁력을 제고함을 정책목적으로 하고 있다. 한편 기획재정부의 경우 지방자치단체의 지



역특화발전사업을 지원하기 위해 일정 지역을 특구로 지정하여 선택적으로 규제특례를 적용하는 지역특화발전특구제도를 시행하고 있다. 전국에 걸쳐 획일적으로 적용되는 규제내용을 지역특성에 맞게 완화 또는 강화하거나 권한을 이양해 줌으로써, 각 지역이 특색 있는 발전을 추진할 수 있도록 제도적 뒷받침을 마련하는 제도이다.

끝으로 지식경제부는 2005년부터 산학연관 및 기업지원기관간의 협력촉진과 연계강화를 통해 지역혁신역량을 결집·확충하고, 지역산업경쟁력 증대 및 자립형 지방화를 이루기 위해 지역혁신특성화사업을 추진하고 있다. 지역혁신특성화사업은 프로젝트사업과 포럼활동지원사업으로 구분된다. 이중 프로젝트사업은 지역의 특성과 여건에 맞는 농어촌산업이나 자연산업을 육성하기 위해 기술개발, 전문인력양성 등 다양한 산학연 협력요소를 연계하여 추진하는 사업이다.

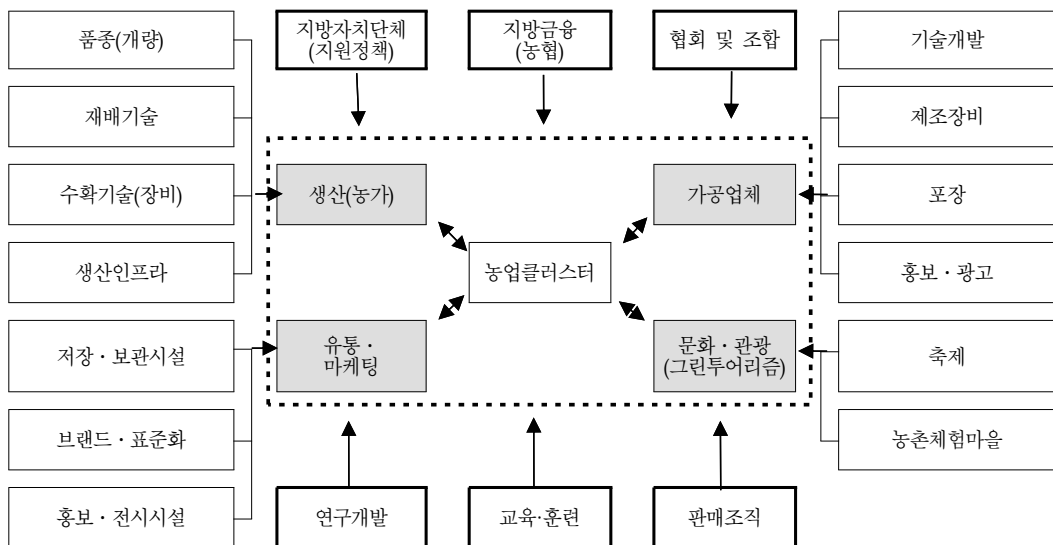
## 2. 농업클러스터의 개념과 구조

농업을 클러스터 관점에서 분석한 대표적인 연구는 Porter의 캘리포니아 와인클러스터 사례연구를 꼽을 수 있다. Porter는 농산물의 생산과 유통과정 이외에도 가공산업과 지원산업 및 연관산업을 포괄하여 분석하고 있다. 즉 캘리포니아 와인클러스터의 경우 1차 산업 부문에서는 포도재배농가 및 조직, 묘목, 생산장비, 농약 등 생산지원산업, 2차 산업 부문에서는 와인제조업체 및 조직, 병, 마개, 라벨 등의 와인제조 지원산업, 3차 산업 부문에서는 홍보, 출판산업 및 관광산업을, 그리고 산업지원부문에서 정부기관과 교육 및 연구기관 등을 포괄하는 특정산업과 연관된 산업과 지원부문을 포괄하는 가치사슬이 캘리포니아 와인클러스터를 구성하고 있다(Porter, 1998).

우리나라에서 농업부문에 클러스터의 개념을 도입하기 시작한 것은 농림수산식품부가 지역 농업 클러스터 정책을 수립하면서이다. 농업클러스터는 지역농업을 구성하고 있는 산학연관의 네트워크를 강화하여 혁신주체로 재편성하는 것이다(이종호, 2005). 즉 농업클러스터는 단순한 농작물 주산지 범주를 탈피하여 특정작물의 생산-가공-유통체계를 형성, 생산자 네트워크를 통한 상호작용적 학습체계의 구축, 산학연관 주체들간의 협력체계 구축으로 정의할

수 있다. 이러한 농업클러스터 구축은 지역특화작물의 경쟁우위를 확보하고, 지역농업의 구조 고도화를 확보하며, 소득기반 및 고용창출기반을 강화함으로써 농촌을 경쟁력을 갖춘 농촌지역으로 육성하게 된다. 이러한 농업클러스터가 구축되기 위해서는 농업과 관련된 연계산업을 포괄하여 가치사슬에 준거한 특정 농업의 지리적 집적이 이루어져야 한다. 즉 1차적으로 작물의 지역특화도가 상대적으로 높아야 할 것이다. 아울러 생산주체 간에 경쟁과 산학연관 주체들 간의 네트워크에 기반한 혁신시너지가 발생해야 클러스터가 될 수 있다(이성근외, 2007). 따라서 농업클러스터 형태로 발전하기 위해서는 지역특화작물에 대한 가공산업이 발전되어야 할 것이다. 이러한 측면에서 볼 때, 우리나라 대부분의 농촌지역은 단순집산지 수준에 머물고 있는 것으로 판단되며, 각 지역의 농업을 농업클러스터로 체계화되어야 할 것이다.

이런 맥락에서 볼 때, 농촌발전을 위한 농업클러스터는 생산-가공-유통-문화(체험)의 가치사슬을 형성하는 형태가 되어야 할 것이다([그림 2] 참조). 우선 특화작물의 생산을 위해서는 품종(개량), 재배기술, 수확기술(장비), 생산인프라가 확충되어야 할 것이고, 가공을 위해서는 기술개발, 제조장비, 포장, 홍보·광고가 이루어져야 할 것이며, 유통·마케팅을 위해서는 저장·보관시설, 브랜드·표준화, 홍보·전시시설 등이 갖추어져야 할 것이다. 아울러 지역특화작물을 매개로 한 문화·관광을 활성화하기 위해서는 축제와 농촌체험마을 등이 확충되어야 할 것이다.



자료: 이성근외(2007)

[그림 2] 농업클러스터의 기본모형

이러한 농업클러스터의 가치사슬의 단순한 생산에서 탈피하여 경쟁력 있는 지역특화작물의 생산을 기반으로 하여 가공과 유통체계를 정비하여 고부가가치화는 물론, 소비자(도시민)들에게 추억·체험을 판매함으로써 다시 특화작물을 구매 혹은 농촌지역을 방문할 수 있도록 연계화한 것이다. 한편 농업클러스터가 유기적으로 작동하기 위해서는 지방자치단체, 지방금융(농협), 협회 및 조합, 교육·연구조직(농업기술센터), 지역정보화, 그리고 판매조직 등과 같은 다양한 지역내외의 혁신주체들이 농업클러스터를 후방에서 지원해야 하게 된다.

한편 농업클러스터는 기본적으로 지역사회의 내부자원, 즉 사회자본에 의해서 추진되어야 할 필요성이 있다. 만약 문화적·환경적 측면에서 지역사회의 수용능력을 초과하는 외부자원을 유입하게 될 경우 오히려 지역시장에 혼란을 가중하게 될 것이다(이병오외, 2009). 이런 맥락에서 볼 때, 지역농업클러스터는 내생적 지역발전에 기초해야 할 것이고, 기술개발의 수준 또한 E. Schumacher가 주창한 중간기술을 활용해야 할 것이다(이관률, 2010).

그리고 농업클러스터가 형성되기 위해서는 산업생산시스템과 과학기술시스템의 조화가 요구된다. OECD 정책브리프에 의하면, 성장하는 지역의 특징을 인프라의 통합적 공급, 인적자본에 대한 투자, 혁신과 연구개발의 강조, 그리고 통합적인 지역정책의 존재 등으로 제시하고 있다(OECD, 2009). 이런 맥락에서 보면 단순히 농업생산시스템에 기반을 하여 농어촌산업을 활성화하기에는 한계가 있다. 즉 농업생산과 연계될 수 있는 인적자본, 혁신과 연구개발, 그리고 장기적인 지역정책의 수립이 병행되어야 할 것이다.

### 3. 농어촌산업의 혁신체계

특정지역을 혁신체계를 규명하는 중요한 접근방법 중의 하나가 바로 H. Etzkowitz(2002)의 삼중나선모형(triple helix)을 꼽을 수 있다. 이러한 삼중나선모형은 클러스터의 주도적인 주체의 역할과 그들 간의 연관관계에 초점을 두기 때문에 클러스터의 역동성을 파악하는데 유용하다. 삼중나선모형은 기업, 정부, 대학의 협력적 관계의 여건을 분석하는 위한 개념이다. 동 모형에 의하면, 특정한 기술패러다임에 기초한 클러스터는 그 패러다임의 유효성이 떨어지고 새로운 기술패러다임으로 전환되면 쇠퇴의 위험에 빠지게 된다. 따라서 지속적인 기술변화

에 대응하기 위해서는 끊임없는 혁신이 요구되는데, 이를 위해서는 산학관 관계의 삼중나선형이 효과적으로 작동해야만 한다(Etzkowitz & Klofsten, 2005; 이철우외, 2009). 혁신의 3주체 즉 대학, 기업, 정부 간에는 의사소통, 네트워크, 그리고 조직간 중첩현상이 나타나는데, 기술변화와 기술혁신과정에서 나타나는 세 주체 간의 관계적 특징은 지식기반경제에서 혁신역량을 제고함에 있어서 가장 중요한 조건이 된다.

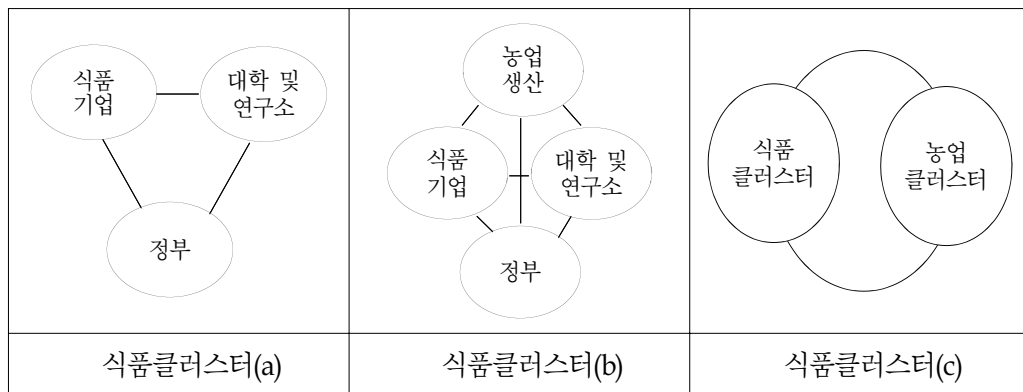
삼중나선모형에서는 기업, 정부, 대학의 상호관계를 기준으로 3가지 형태의 삼중나선모형을 제시하고 있다. 즉 정태적 모형은 정부가 대학과 산업을 통제하는 거버넌스 형태를 띠고 있고, 방임주의 모형은 3주체들이 서로 명확한 경계를 가지고 유기적인 관계없이 독립적으로 존립하는 형태이며, 마지막으로 규범적 모형은 세 3주체가 상호수평적인 네트워크를 가지고 있으며, 각기 제도들은 복합적 조직특성을 나타낸다. 따라서 국가혁신체제 혹은 지역혁신체제가 안정적이고 고착적인 형태로 인식된다면, 반대로 삼중나선모형은 불안정하고 전환적인 체계로 간주된다.

클러스터는 기업의 가치사슬에 있어 수직적 상호의존성 및 연구기관과 대학 등의 지식기관과 기업 간의 수평적 상호의존성에 기초하여 혁신을 유발하는 네트워크로 간주할 수 있다. 따라서 삼중나선모형은 대학, 정부, 기업 등 3자가 혁신의 주체로 어우러진 모형으로 대학, 국가, 산업을 혁신의 분리된 주체로 보지 않고, 각 주체간의 역동적 발전이 서로의 발전을 추동하는 관계에 있다는 것을 전제로 한다.

네델란드 푸드밸리의 경우, 젤더란트 주정부, 라흐닝언 시정부, 그리고 동네델란드 지역개발청 등 3개 기관이 공동으로 설립한 푸드밸리재단이 담당하고 있다. 푸드밸리재단은 여러 사업을 주도하여 수행하기 보다는 주로 푸드밸리의 대학과 기업들 간의 니즈를 연결하고, 조정하는 코디네이터의 역할을 수행하고 있다(이철우외, 2009). 푸드밸리에서 활동하고 있는 대학, 연구기관, 식품제조업체, 신생기업, 매개기관 등 산학연관 주체들은 네트워크를 통한 시너지효과를 상호인식하고, 마치 하나의 유기체와 같이 작동하고 있다. 라흐니언 푸드밸리의 경우, 푸드밸리협회와 같은 자발적인 결사체가 운영되고 있을 뿐 아니라, 푸드밸리재단(Food Valley Foundation)과 같은 공식적 조직도 존재하고 있다.

삼중나선구조에 의해서 혁신주체를 확인하고, 개별 혁신주체의 기능과 네트워크를 분석할 수 있을 것이다. 청양 구기자의 경우 기업, 연구, 정부 및 지원기관을 보다 세분하여 생산, 기업(가공), 연구, 정부 및 지원기관 등으로 구분이 가능할 것이다. 혹은 M. Porter의 가치사슬에

따라 혁신주체를 보다 세분화하여 구분할 수 있을 것이다. 흔히 식품산업클러스터는 식품기업, 대학 및 연구소, 정부 등이 특정지역에 모여 네트워크를 구축하고 상호작용을 통해 기술개발, 원료조달, 인력과 정보교류 등에서 시너지 효과를 창출하는 메커니즘을 의미한다(이병오 외, 2009). 이런 맥락에서 보면, 식품산업의 원재료를 생산하는 농업분야는 식품산업클러스터의 범주에 포함되지 않는다. 그러나 우수한 농산물이 식품산업클러스터 형성의 필요조건임을 감안할 때, 식품산업클러스터에 농산물의 생산과정이 포함되거나 별도의 특정농산물클러스터와 식품산업클러스터가 유기적인 연계구조를 갖고 있어야 할 것이다. 지금 현재 논의되고 있는 식품클러스터는 주로 a유형에 치중되어 있지만, 식품클러스터가 지속적인 발전메커니즘을 유지하기 위해서는 식품클러스터의 범주 내에 농업부문을 포함(b유형)하거나 혹은 식품클러스터와 농업클러스터가 유기적인 연계구조를 형성(c유형)하는 형태로 변화·발전되어야 할 것이다. 그러나 전 세계적으로 유명한 네덜란드의 라흐닝언 푸드밸리의 경우에도 실제 농업부문이 식품클러스터에 포함되지 못한 한계가 있다. 관련한 대표적 선행연구(Etzkowitz & Klofsten, 2005; 이철우외, 2009)에서도 식품클러스터의 핵심주체로써 기업, 연구, 그리고 공공 부문으로 한정하고 있는 문제가 있다.



주: 연구자 작성

[그림 3] 식품클러스터의 범위와 농업클러스터와 관계

반면 기존의 농업클러스터는 식품산업으로 그 영역이 확장되지 못한 측면이 있다. 예컨대 현재 추진되고 있는 향토산업육성사업, 지역농업클러스터사업, 신활력사업 등은 지역에서 생

산되는 농산물의 부가가치를 높이기 위해 단순한 가공수준에 머무르고 있는 실정이다(이병오 외, 2009). 그렇기 때문에 제품개발이나 고부가가치 창출을 위한 시스템이 미비하다는 문제점이 있는 바, 이들 농업클러스터정책은 식품산업클러스터의 맹아단계라고 할 수 있을 것이다.

## 제2절 가치사슬의 이론검토

### 1. 가치사슬과 가치사슬모형

#### 1) 가치사슬

가치사슬(value chain)이란 기본 원자재의 공급에서부터 소비자에게 전달되는 최종 제품이나 서비스에 이르기까지 상호연계된 일련의 가치창출 활동을 의미한다. 따라서 가치사슬에는 제품을 설계, 생산, 판매, 지원하기 위하여 수행하는 모든 과정이 포함된다. 대부분의 생산물은 “생산-분배-교환-소비”라는 일련의 과정을 거치게 되는데(이희연외, 2008), 이러한 개별 과정을 통해 각 단계별로 생산물이 변경되며 이로 인해 새로운 부가가치가 발생하게 된다. 이런 맥락에서 박경숙외(2007)에 의하면, 가치사슬은 생산, 홍보, 마케팅, 유통과 같은 가치사슬의 주요활동과 이와 연계된 부문으로 구성된 전체로 정의된다. 또한 최정수(2006)는 가치사슬을 구상, 물리적 변형의 조합과 다양한 생산자서비스의 투입을 포함하는 연구개발, 생산, 최종소비자에게 유통, 사용 후 최종처리라는 여러 단계를 거쳐 재화나 서비스를 발생하는데 필요한 모든 범위의 활동으로 정의하고 있다.

그렇기 때문에 가치사슬은 생산 이외에 부가가치를 창출하는 수 많은 연결고리의 종합이라고 할 수 있다. 따라서 가치사슬의 각 연결고리에는 다양한 범위의 활동이 포함(Kaplinsky, 2000)되는 바, 가치사슬은 실제 상황에서 매우 복잡한 형태를 나타내게 된다. 예컨대 한 산업 부문 내에서 그 산업부문에 필요한 여러 사슬이 존재하고, 또 이들 사슬들은 서로 연결되어 있다. 또한 중간생산자들을 통해 기타 연관산업부문의 수 많은 다른 가치사슬과 연결된다. 여

기서 가치사슬 내의 각 결절은 가치사슬 내의 다른 가치사슬과의 연결을 통해 상호작용할 뿐 아니라, 가치사슬 외부의 동일 산업 또는 타 산업과의 네트워크를 통해 가치를 창출하게 된다 (박경숙외, 2007).

한편 Kaplinsky(2000)와 Kaplinsky and Morris(2001)는 연결고리의 흐름을 가치사슬이라고 한다. 그리고 Hartwick(1998)은 가치사슬과 유사한 개념으로 상품사슬(commodity chain)의 구성요소를 결절, 결절간의 연결고리, 제품의 흐름에 영향을 주는 사회적·문화적·자연적 조건으로 설명하고 있다. 여기서 결절은 가치사슬 상의 활동을 수행하는 주체를 의미하고, 연결고리는 이들 주체들 간의 연결을 의미한다. 가치사슬은 실제 모두 복잡한 양상을 띠고 있으나, 이를 단순화하면 가치사슬은 연구개발, 제작, 유통, 소비의 4개의 연결고리, 즉 4단계로 구분가능하다. 가치사슬은 최종소비자에게 건네질 때까지의 모든 과정과 활동들을 포괄하기 때문에 소비활동이 포함된다.

## 2) 가치사슬분석

이상을 종합해 볼 때, 가치사슬이란 생산과정에서 부가가치가 생성되는 전 과정이라고 할 수 있다. 이처럼 새로운 부가가치가 창출되는 과정을 M. Porter(1985)는 가치사슬이라고 규정하였는데, 이러한 가치사슬은 특정산업 혹은 기업의 잠재적 경쟁우위 원천을 파악하는데 매우 유용하다. 특히 M. Porter가 경쟁우위의 기원을 규명·분석하는 도구로써 가치사슬분석을 제안한 이후 가치사슬에 대한 중요성이 더욱 부각되고 있다. 가치사슬분석은 단순 제조에서부터 제품과 서비스를 소비자에게 공급하는 활동까지 포함하기 때문에 기존의 산업분석 및 경쟁우위분석보다 우월한 것으로 평가되고 있다.

가치사슬분석은 특정 산업의 가치사슬 내 어떤 활동이 보다 많은 수익을 창출하고, 또 어떤 활동이 적은 수익을 창출하는지를 설명할 수 있는 방법이다. 그러나 가치사슬분석의 궁극적 목적은 고부가가치를 창출하는 활동을 찾는 데서 그치는 것이 아니라 부가가치 창출활동의 지속과 잠재적인 고부가가치 창출요소의 발견을 통하여 산업의 발전을 유지하는데 있다(박경숙, 2005). 따라서 가치사슬분석은 고부가가치 활동 및 저부가가치 활동의 규명을 통해 산업의 강점과 약점을 파악하고, 상대적으로 경쟁력이 낮은 구성요소의 제고방안까지 발견할 수 있도록 돕는다고 하겠다. 일반적으로 가치사슬의 기능강화방법은 4가지 유형, 즉 혹은 기업간 관

계를 통한 공정개선, 기업내 혹은 기업간 관계를 통한 제품개선, 특정 사슬단계내 활동의 조정이나 다른 사슬단계내 활동으로의 이동에 의한 기능적 위치 변화, 그리고 다른 가치사슬로의 이동 등을 꼽을 수 있다.

그리고 가치사슬을 분석하기 위해서는 무엇보다도 부가가치 흐름을 파악해야 한다. 즉 가치사슬상 어느 단계에서 부가가치가 가장 많이 창출되는지, 여러 개의 가치사슬에 연결되어 있는지, 어느 단계에 주력해야 부가가치를 창출할 수 있는지 등의 부가가치 구조를 분석해야 한다. 한편 부가가치는 가치사슬내 관련 행위자들이 지식 및 정보를 교환하면서 네트워크를 형성하고 이러한 상호작용을 통해 혁신역량이 강화되어 지속적인 혁신활동을 수행하면서 창출된다. 이러한 가치사슬내 혁신창출메커니즘을 살펴보기 위해서는 주요 행위자인 기업간 네트워크를 살펴봐야 한다. 이상의 부가가치, 노동력, 기업간 네트워크는 가치사슬의 특성에 영향을 주며 개체를 이룬다.

그렇기 때문에 가치사슬분석은 한 기술 또는 산업의 가치가 어디에서 또는 어떠한 활동으로부터 창출되는가에 대한 보다 적극적이고 적절한 관점을 반영할 수 있다. 또한 특정 산업이 경쟁력을 갖기 위해서는 어떻게 상호작용해야 하는가를 제시해 줄 수 있다. 따라서 가치사슬분석은 변화하는 시장환경에서 부가가치가 향상된 제품을 생산하기 위해 함께 종사하는 동종산업내 기업간의 시장지향적 협력활동을 제시할 수 있는 것이다(홍석인외, 2009). 또한 가치사슬분석은 해당산업을 구성하는 세부적 유관산업들을 파악하는데 유용하게 이용된다(마강래, 2010). 아울러 가치사슬분석은 관련시설의 공간적 분포를 이용해 산업간 공간적 상호작용을 파악할 수 있다.

### 3) 가치사슬의 주요모형

McKinsey사는 가치창출의 원천이 되는 산업 혹은 기업활동을 연구개발, 제품디자인, 제조, 마케팅, 유통, 서비스로 분류하였다. 즉 각각의 가치사슬 단계에서 다양한 기업활동들을 다른 기업의 활동과 비교하여 강점과 약점을 분석하고, 각 활동들이 서로 얼마나 긴밀하게 연결되어 있는가를 살펴보는 것이다. 또한 이러한 과정을 통하여 경쟁우위의 원천이 되는 기업자원과 역량을 파악하고, 자원과 역량이 체계적으로 결합된 핵심역량을 도출할 수 있게 된다.



연구개발	제품디자인	제조	마케팅	유통	서비스
원천기술 응용기술 특허권획득 신제품 및 생산 공정 결정	상품기획 기능가감 외양선택 물리적 특성 품질수준설정	생산 입지 능력 원자재 조달 부품생산·구입 생산인력배치 품질검사	가격전략 광고 판촉활동 포장 브랜드전략	유통채널 수송 재고관리 창고관리 출하	품질보증 서비스범위 서비스단가 서비스부문 유통전략

[그림 4] McKinsey의 가치사슬 6단계 모형

반면 Porter(1985)는 가치사슬을 산업 혹은 기업활동을 크게 본원적 활동과 지원적 활동으로 구분하고 있다. 본원적 활동은 원자재 구매, 제조, 물류, 판매, 서비스 등 매출 및 이윤창출과 직접적인 관련이 있는 활동이고, 지원활동은 연구개발, 기획조정, 재무, 인사 등 본원적 활동을 보조하는 활동이다. 포터는 가치사슬을 물류투입(Inbound Logistics), 운영·생산(Operations), 물류산출(Outbound Logistics), 마케팅 및 영업(Marketing & Sales), 그리고 서비스(Services)로 구분하고 있다. 그리고 지원활동은 인프라, 인적자원관리, 기술개발, 구매조달로 구분하고 있다.

그러므로 McKinsey사의 가치사슬모형이 주로 본원적 활동에 초점을 둔 반면, Porter의 모형은 지원적 활동과 본원적 활동간 연계성을 강조하였다고 할 수 있다. 한편 M. Porter는 특정 산업의 경쟁력이 구매물류, 생산, 마케팅, 출하물류, 서비스 등의 본원적 활동과 원료조달, 연구개발, 기업전반관리, 인적자원관리 등의 지원활동으로 이루어지는 가치사슬에 의해 결정된다고 주장하고 있다. 따라서 특정 산업의 경쟁력을 제고하기 위해서는 개별 활동에 대한 원가 또는 차별화 요소를 분석하여 가치창출 수준과 가치기능을 파악한 후 활동들이 어떻게 연계되어 있는지를 파악해야 한다. 하나의 활동이 다른 활동의 이행과 비용에 영향을 줄 때, 이들 활동은 서로 연계되어 있다고 할 수 있기 때문에 기업의 경쟁력은 이런 연계된 활동들을 최적화하고 조정하여 시너지효과를 이끌어낼 때 획득할 수 있다.

지원적 활동	인프라				
	인적자원관리				
	기술개발				
	구매조달				
본원적 활동	물류투입	운영·생산	물류산출	마케팅 및 영업	서비스

자료: M. Porter(1985)

[그림 5] M. Porter의 가치사슬모형

## 2. 농어촌산업의 가치사슬구조

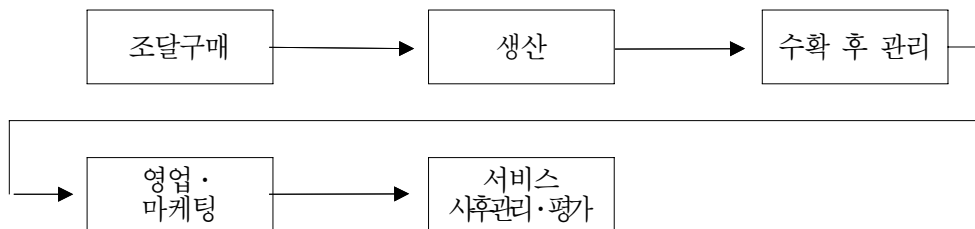
일반적으로 농어촌산업의 가치사슬이란 농어민이 생산하거나 수입된 농수축산물이 최종 소비자에게 전달되기까지 행하여지는 수집, 가공, 저장, 포장, 유통, 판매 등을 포함하는 제반 경제행위를 수행하는 업체를 통칭한다. 따라서 농어촌산업에는 원재료, 재배, 가공, 유통 및 판매, 문화체험 등이 포함된다. 이러한 농어촌산업은 국민의 건강과 생명유지의 시발점이며, 국가발전의 기반분야이다. 그리고 농어촌산업은 다른 상품에 비해 부패, 변질이 쉽고 불특정 다수에게 위해를 줄 수 있는 분야이지만, 다른 산업에 비해서 경기에 대한 영향이 적고 경제안정에 기여하는 특징을 갖는다. 또한 농어촌산업은 생산원가에서 재료비, 즉 원료비가 차지하는 비중이 높은 특징을 갖고 있다(홍석인외, 2009).

앞서 지적한 바와 같이, 농어촌산업에 있어 가치사슬은 고객에게 제품을 공급하기 위하여 농업경영체가 수행하는 일련의 활동으로 정의할 수 있다. 이러한 제반활동들이 어떻게 상호작용하는가를 체계적으로 파악함으로써 경쟁우위의 원천을 규명할 수 있게 하는 산업주체의 능력을 분석하는 도구라고 할 수 있다. 개별 산업의 가치사슬은 산업별·지역별로 매우 상이하게 되는데, 이러한 차이점이 바로 개별 산업의 경쟁력을 결정짓는 원천이 된다고 하겠다.

일반적으로 기업경영과 농업경영의 차이를 고려하여 농업경영의 가치사슬구조를 도출하면 [그림 6]과 같다. 농업의 가치사슬은 조달구매, 운영·생산, 수확 후 관리, 영업·마케팅, 그리고 서비스 및 사후관리·평가로 구분이 가능하다. 이러한 가치사슬은 농업활동을 전략적으로 중요

한 몇 가지 활동으로 나누고, 그 연계성을 제시함으로써 이를 통해 원가가 발생하는 원천과 자신의 농산물과 다른 경영체의 농산물과 차별화시킬 수 있는 원천을 파악할 수 있기 때문에 경영체는 전략적으로 중요한 활동들을 잘 수행함으로써 경쟁우위를 확보할 수 있는 것이다. 농업의 가치사슬은 연계시스템으로 결합하는 상호의존적인 활동이다. 한 활동을 수행할 때 다른 활동의 비용이나 효율성에 영향을 주기 때문에 자동적으로 이루어진다. 또한 모든 농업경영활동들이 협조적으로 수행되어야 연계가 자연스럽게 이루어지며, 비용절감과 이윤증대에 영향을 미칠 수 있다.

한편 미국 농어촌산업의 부가가치 구성 비율을 살펴보면, 농산물 원료는 8%에 불과한데 반해, 가공과 유통은 전체 부가가치의 56%를 차지하는 것으로 나타나고 있다(M. Renkoski, 1998). 따라서 농어촌산업의 부가가치를 제고하기 위해서는 우수한 농산물을 생산하는 것도 중요하지만, 이와 더불어 농산물의 가공산업 및 유통분야의 활성화가 요구된다. 이러한 농어촌산업의 가치사슬은 농산물의 생산하기 위한 원자재의 공급에서 시작하여 재배, 가공, 문화체험에 이르기까지 매우 광범위한 유통과정을 거치게 된다. 따라서 농어촌산업의 가치사슬을 규명하는 것은 매우 복잡하고 난해한 작업이라고 하겠다. 만약 농어촌산업의 가치사슬구조가 간단한 구조를 가지고 있다면, 그것은 역설적으로 부가가치를 창출하는 구조가 간단함을 의미하게 되고, 따라서 해당 농어촌산업은 경쟁력이 떨어진다고 하겠다.



자료: 정훈희외(2009)

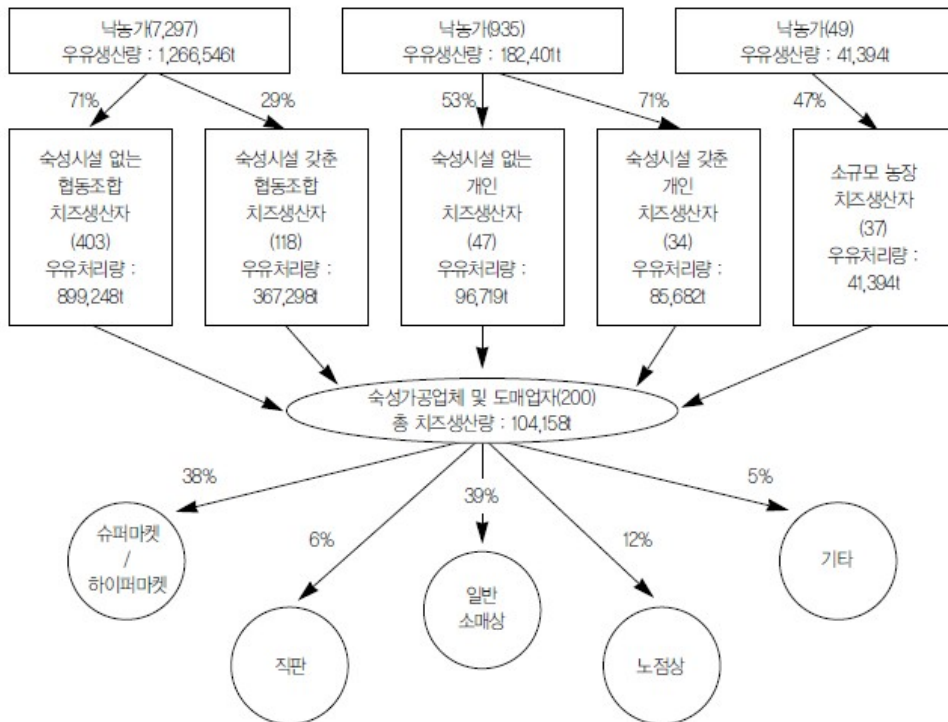
[그림 6] 농어촌산업의 가치사슬구조

### 3. 가치사슬분석의 사례

#### 1) 이탈리아 Parmigiano Reggiano

이탈리아의 대표적 치즈 중의 하나로 Parmigiano Reggiano 치즈를 꼽을 수 있다. Parmigiano Reggiano 치즈 가치사슬에서 주요 행위자는 낙동가들과 치즈 생산자들, 그리고 숙성가공업체들이다(김정섭, 2008). 이러한 가치사슬 안에서 약 7,300여 낙동가들이 생산지역 전체에 걸쳐 산재하고 있는 600여 치즈생산농가들에 하루에 2회 원료 우유를 배달한다. 낙동가들과 치즈생산자들 간의 경제적 연계는 매우 강한 편인데, 낙동가들과 치즈생산자들이 어울려 협동조합을 이루고 있는 경구가 전체 생산자 수의 85% 이상을 차지하고 있으며, 각 협동조합들은 15 농가 이하만의 구성원들로 조직되어 있는 경우가 대다수이다. 치즈생산농가들 중 협동조합에 속하지 않는 생산자들의 사회적 조직도 협동조합의 형태와 매우 유사한데, 이들 역시 우유를 공급하는 낙동가들과 긴밀하고 안정적인 관계를 유지하고 있기 때문이다. 우유 생산자들과 치즈 생산자들 간에는 상당한 정도의 협조가 존재한다. 우유의 품질과 생산활동에 대한 상호간의 사회적 조정은 우유 생산자들 사이의, 그리고 협동조합 내 우유생산자들과 치즈생산자들간의 무임승차 행위를 억제한다. 치즈생산자들이 기획주의적인 행동을 보일 경우에는 제재가 부과된다. 치즈생산농가들과 치즈숙성가공업체들간의 수직적 관계도 오랫동안 안정화되어 있다. 치즈생산농가들은 소수의 구매자들에게 치즈를 판매하고 그들의 판매선을 쉽게 바꾸지 않는다. 수년 동안 계속 생산된 치즈의 거의 대부분이 동일한 숙성가공기업이나 도매상에게 판대한다. 그리고 치즈생산농가들은 그들의 치즈를 구입하는 이들과 장기간에 걸친 신뢰관계를 형성하기 위해 노력한다. 생산농가들은 도매상이나 숙성가공업자들과 거래를 할 때, 교섭능력이 현저히 떨어지는데, 그들은 최대한 높은 가격의 판매가격을 지불할 능력도 없고, 그렇게 하려고도 하지 않는다. 대신에 소수의 구매자들과 형성하고 있는 관계의 안정성은 치즈생산농가들이 그 생산물에 대해서 안전하고 꾸준한 판매선을 지닐 수 있도록 보장해 준다. 소수의 구매자들과 일정한 관계를 가지면서 형성된 장기간에 걸친 판매의 안정성으로 인해 그 상업적 관계에는 높은 수준의 신뢰가 보장되고 지불조건이 존중된다. 즉 치즈의 시장가격과 우유의

시장가격은 서로 연동하여 변동하기 마련인데, 그 변동이 시장메커니즘에 따라 이루어지는 것이 아니라 신뢰에 토대를 둔 관계적 거래에 의해 이루어짐으로써 가격의 진폭이 상당히 줄어든다. 치즈의 소매가격이 떨어지더라도 치즈생산자들은 예전 수준의 비교적 높은 도매 공급가격을 확보할 수 있으며, 동시에 이는 우유생산자들에게도 안정적인 우유판매가격을 확보해 주는 기능을 한다. 거꾸로 치즈소매가격이 오르는 경우에도 치즈생산자들은 보다 유리한 가격조건을 제시하는 도매상으로 판로를 바꾸는 행동을 자제하여 전체 가치사슬의 안정성을 제고하게 된다. 이러한 행동이 기존 거래관계에 더욱 신뢰를 형성시킴으로써 장 기간에 걸쳐 안정적인 치즈가치사슬이 유지된다. 이러한 점으로 인해 거래비용을 줄일 수 있다.



자료: 김정섭(2008)

[그림 7] Parmigiano Reggiano 치즈의 가치사슬

## 2) 덴마크 아그리콘밸리

덴마크 홀른스시의 아그리콘밸리(Agricon Valley)는 지역고유의 농축산물 없이 최고의 농식품 네트워크를 이룬 새로운 개념의 농업클러스터다. 아그리콘밸리의 핵심 주체 중의 하나인 엔스아이비 아그리콘밸리는 농민들과 기업, 그리고 연구소를 적재적소에 잘 연결시켜주는 역할을 담당하고 있다. 이 단체는 농산물의 부가가치화를 위해 무엇이 필요하며 어떤 것을 해주면 되는지를 꼼꼼히 점검해서 최적의 효과를 내도록 지원해 준다(국제신문, 2008).

덴마크 유틀란드 반도 남동부 해안에 위치한 홀른스시는 수도 코펜하겐에서 기차로 3시간 가량 떨어진 인구 6만의 소도시. 너른 초원과 깨끗한 바다로 둘러싸인 덕에 부자들이 즐겨찾는 전원도시이기도하다. 빌레(Vejle), 프레데리치아(Fredericia), 콜딩(Kolding)을 잇는 삼각지대 중앙에 자리잡은 이 도시가 농업 클러스터의 중심도시로 떠오르고 있다.

농업과 식품네트워크라고 불리는 아그리콘 밸리에 입주해 있는 크고 작은 기업은 모두 5,000이다. 이중 GEA, APV Baher, Alfa Lava는 세계 낙농업장비 시장의 80%를 독점하고 있다. 또 덴마크 2위 기업인 데니쉬크라운, 3위 기업인 알라푸드(Alar Foods) 등도 밸리의 주요구성원이다. 그러나 아그리콘밸리의 대부분은 중소기업들이다. 1인 기업 등 중소형 기업의 비중이 80%를 넘는다고 한다.

아그리콘밸리의 가장 큰 성공요소는 토양, 기후, 작물 등 농업적 요소가 아닌 지리적 이점이다. 홀른스시가 위치한 유틀란드 반도는 스칸디나비아와 유럽연합(EU)을 연결하는 최단 거리의 교통 요지다. 물류 허브의 이점을 앞세워 홀른스시는 지난 2002년 유럽 최고의 축산회사인 데니쉬크라운을 유치하는 데 성공했다. 데니쉬크라운이 홀른스시에 세운 도축 공장은 일주일에 7만8000 마리의 돼지를 처리할 수 있는 규모로 유럽내 최다, 최고시설을 갖추고 있다.

한편 홀른스시는 유틀란드 반도 내 모든 돼지 사육 농가에서 1시간 30분 안에 도달할 수 있는 데다 북유럽과 서유럽 수출에도 유리한 장점을 갖고 있다. 또한 광역교통망이 잘 구축되어 있어 노동력을 구하기도 용이한 점이 있다.

아그리콘밸리의 또 다른 장점은 농업 덴마크를 지탱하는 세계적인 수준의 연구인력과 시설이 밀집돼 있다는 것이다. 농업기술학교인 빅홀름 농업대학은 축산분야에 대한 연구와

함께 농민들에 대한 재교육을 담당하고 덴마크 농업과학센터(DASC)는 농기계, 설비 중심의 공동연구를 기업들과 함께 진행하고 있다.

아그리콘밸리는 아직도 성장하고 있는 클러스터다. 작은 농촌도시 홀른스시는 지난해 덴마크 전체 도시 중 가장 역동적인 도시 4위에 올랐다. 덴마크 전역의 실업률 증가에도 불구하고 홀른스시는 지난 10년간 취업자가 10% 이상 증가했고, 밸리 내 생산액도 2배 가량 증가했다. 아그리콘 밸리는 철저히 지역중심적으로 운영되고 있다. 사무국의 본부는 지역 상공회의소가 맡고 있고 운영자금은 지방정부에서 나온다. 상공회의소의 회원들은 밸리 내 기업의 CEO들이다. 중앙정부는 개별 연구소에 대해 자금 지원을 하지만 통상적인 수준에서 크게 벗어나지 않는다. 반면 아그리콘밸리는 규제를 통해 농업클러스터의 경쟁력을 제고하고 있다. 즉 공공부문은 도축공장에 수의사를 파견해 돈육 제품을 정밀 점검함으로써 지역농업클러스터의 경쟁력을 키우고 있는 것이다. 한편 아그리콘밸리는 창업이나 기술제휴를 위해 찾는 외부인들을 위한 프로그램도 만들어 놓고 있다. 슈퍼마켓, 연구소 및 대학, 농업회사 등을 돌아볼 수 있는 일주일짜리 유료 프로그램이다. 이를 통해 아그리콘밸리는 기업유치와 홍보라는 이중적 효과를 거두고 있다. 그 결과 홀른스시를 찾는 방문객만 연간 6만 명에 이른다.

### 3) 순창 전통 고추장

순창 전통 고추장의 가치사슬에서 주된 행위자는 고추재배농민들과 전통고추장 제조업자들이다. 이러한 가치사슬 내에서 순창군내 7,300여 농가들 중 약 4,650호의 농가로부터 생산되는 고추가 연간 1,500M/T 정도이다. 이 가운데 약 18%에 해당되는 200M/T 가량이 순창군내 순창 전통 고추장 미숙마을에 집단화되어 있는 75개의 고추장 제조업체 원료를 공급하고 있다. 1990년대 후반에만 하더라도 고추장 제조업체와 고추 재배농민들간의 경제적 연계는 그다지 긴밀하지 않아 당시 계약재배 및 계통구입을 하는 비율은 불과 3.4% 수준이었다. 따라서 시장이나 산지 방문을 통해 구입하거나 중간수집상을 통해 구입하는 비율이 86.7%로 압도적인 비중을 차지했다. 고추재배 농민 또한 순창 전통고추장의 원료공급자들끼리 묶여진 조직이 없었으며, 고추재배 농민들의 계통출하 물량의 대부분은 순창군 농협의 유통망을 통해 지역외부로 유통되었다(김정섭, 2008).

1994년부터 순창군의 정책적 지원 하에 순창 전통 고추장 제조업체들이 민속마을에 집단화되기 시작하였다. 민속마을이 꾸며지기 전에도 이미 1986년에 14명이 순창전통고추장 보전협의회를 구성하여 과당 가격경쟁과 이로 인한 품질저하를 막기 위한 자율규제가 이루어지는 등 강한 결속을 이루고 있었다. 그 후 순창군에서도 전통고추장산업을 육성하기 위해 군 규칙을 1999년도에 제정한 이후 일정한 규제와 지원을 함으로써 지역산업으로 성장하게 되었다.

이러한 과정 속에서 다양한 정부지원정책이 이루어졌고, 그 결과 순창전통고추장을 주된 상품으로 하는 가치사슬이 형성된 것이다. 현재 순창군의 장류업체는 총 2,700억원의 매출액과 600여명의 고용을 유지하고 있다. 이 업체들은 52억원 규모의 지역농산물을 구매하는 것으로 추정된다. 고추의 경우 재배농가들로부터 고추를 수집하여 지역내 장류 제조업체에 공급하는 고추계획재배사업단이 형성되어 있다. 순창군에서 정책적으로 지원하는 주요 정책 중의 하나가 순창산 원료농산물 사용 확대와 음식업, 숙박업 등 연계시책의 추진이다. 이러한 순창군의 정책은 생산자들을 엄격히 규정하여 무자격자의 신규진입을 억제하고, 품질에 영향을 줄 수 있는 원료배합, 제조시기, 숙성기간 등을 명시·감독함으로써 순창전통 고추장의 명성을 보존하는데 중요한 역할을 하고 있다.

한편 순창 전통 고추장의 유통, 판매와 관련해서는 전후방 연계가 뚜렷하게 나타나지 않는다, 과거 소수의 생산자가 참여하여 지역판매나 우편판매에 의존하는 초기와는 달리 생산규모가 확대되고 다수의 생산업체가 신규 진입하여 판매경쟁은 더욱 치열해지고 있고, 지역내 판매의 확대는 한계에 부딪히고 있는 실정이다. 지역의 판매를 늘리기 위해서 백화점 등을 통한 판로확보에 힘쓰고 있으나 큰 성과를 보이지 못하고 있는 실정이다. 판매의 대부분은 순창군내에서의 직판에 의존하고 있으며, 체계적인 판매망은 아직 갖추고 있지 못한 실정이다.



### 제3절 선행연구의 검토

#### 1. 농업클러스터 관련연구

M. Porter의 클러스터 이론은 다양한 산업에 접목되어 왔고, 그 영역은 2000년 이후 더욱 다양화되는 형태를 취하고 있다. 그럼에도 불구하고 농업분야에서 클러스터적 접근을 취한 선행연구는 많지 않은 것이 사실이다. 비록 농업클러스터에 관한 몇몇 선행연구들에서 클러스터적 접근을 취하고 있지만, 실제 가치사슬적 접근이 아닌 혁신주체에 초점을 두고 있는 경향을 띠고 있는 것이 현실이다.

농업클러스터에 대한 국내의 선행연구로는 김정호외(2004), 이종호(2005), 옥한석(2006), 박삼옥(2006), 이성근외(2007), 신동호(2008a, 2008b) 등을 대표적으로 꼽을 수 있다. 김정호외(2004)는 우리나라에서 농업클러스터의 개념을 가장 처음 소개하였다는 측면에서 의의를 가지지만, 기존 제조업분야에서 사용하는 개념과 틀을 그대로 농업분야에 적용하였다는 한계를 가진다. 그 이후 개별 사례를 통해 농업클러스터를 분석하였는데, 이종호(2005)는 봉화군의 특화작물인 고추를 사례로, 옥한석(2006)은 영동의 포도를, 박삼옥(2006)은 순창의 장류, 이성근외(2007)는 성주 참외, 그리고 신동호(2008a, 2008b)는 캐나다와 미국의 와인을 사례로 수행한 연구들이 있다. 그리고 가장 최근에는 외레순을 사례지역으로 한 이종호외(2009)와 김태연외(2009), 네덜란드 라흐닝언 식품산업 클러스터를 사례로 한 이철우외(2009)의 연구, 그리고 영국 요크셔-험버 식품클러스터를 사례로 한 이병오외(2009)의 연구 등을 꼽을 수 있다. 이처럼 2000년 중반 이후 농업클러스터에 대한 다양한 사례연구가 진행되어 오고 있지만, 앞서 지적한 바와 같이 주로 클러스터의 주요 혁신주체의 역할과 기능에 초점을 두고 있는 것이 대부분이다. 부분적으로 박삼옥(2006)은 장류네트워크에서 기업간의 연계구조를 파악하고자 하는 시도를 하였고, 이성근외(2007)는 혁신클러스터의 구성요소가 혁신성과에 미치는 인과구조를 파악하는 시도를 하기도 하였다. 그러나 농업클러스터에 대한 전반적인 경향은 주로 클러스터의 행위자의 역할에 초점을 두어 왔던 것이 사실이다.

이러한 연구경향은 해외에서도 크게 다르지 않다. 농업클러스터와 관련된 최근 연구로는

Lagenevik, Sjöholm, Lareke & Österg(2003), Maye & Ibery(2006), Beckman & Skjoldbrand(2007) 등을 꼽을 수 있지만, 이들 역시 농업클러스터의 행위자에 초점을 두고 있는 한계가 있다. 그러나 일부 연구에서는 농업클러스터 내 구체적인 행위자의 관계에 초점을 두고 있는 사례가 소개되고 있다. 대표적 연구로는 Morrison, A. & R. Rabellott(2009)이 이탈리아 와인 클러스터를 사례로 한 연구를 꼽을 수 있다. 이들은 이탈리아 와인클러스터의 행위자가 생산네트워크 속에서 어떠한 전후방 관계를 갖는지를 실증적으로 분석하였다는 의미를 가진다.

## 2. 가치사슬 관련연구

가치사슬에 대한 소개는 1980년대 중반에 시작되었지만, 클러스터이론과 네트워크이론의 부각됨에 따라 상대적으로 가치사슬이론에 대한 검토는 충분히 이루어지지 못한 것이 사실이다. 또한 가치사슬에 관한 기존연구가 주로 제조업과 서비스업을 중심으로 진행되어 왔기 때문에, 농어촌산업을 대상으로 한 연구는 시작단계인 것이 현실이다. 농어촌산업은 식품산업 및 서비스산업과 가치사슬이 연계되어 있어 산업적 측면의 역할이 비중이 매우 큼에도 불구하고, 국내외적으로 관련연구가 미약한 것이 현실이다(이종호외, 2009). 따라서 여기서는 그간 국내외에서 소개된 가치사슬에 대한 전반적인 연구내용을 간략히 검토해 보고자 한다.

우선 박철외(2010)는 한국과 중국의 온라인게임의 가치사슬을 비교하고 있다. 이들은 온라인게임의 가치사슬을 크게 게임개발단계, 온라인게임 유통단계, 온라인게임 유지단계로 구분하고 있다. 그리고 이외에 보조활동과 정부정책을 가치사슬에 포함하고 있다.

그리고 Pratt(2004)는 창조산업의 가치사슬구조를 창작, 제작, 재제작과 유통, 그리고 소비 및 교환의 4단계로 구분하고 있다. 한편 이희연외(2008)는 Pratt의 연구모형을 기준으로 하여 창작, 제작, 재제작 및 유통, 소비 및 교환의 각 가치사슬 단계별로 창조산업의 공간적 분포를 분석하였다. 이희연외(2008)의 연구결과에 의하면, 창조산업이 성장함에 따라서 특정지역으로 집중되는 경향을 갖는 것을 확인하였다.

한편 농어촌산업을 대상으로 하여 가치사슬의 접근을 시도한 유일한 연구로 정훈희외

(2009)가 있다. 이들은 M. Porter의 가치사슬구조를 원용하여 농어촌산업의 가치사슬구조를 조달구매, 운영·생산, 수확 후 관리, 영영·마케팅, 서비스의 원천적 활동과 하부구조, 인적자원 관리, 농업기술연구개발, 경영능력향상의 지원적 활동으로 구분하고 있다. 정훈희외의 연구는 농어촌산업 분야에서 시론적으로 가치사슬모형을 접목하였다는 측면에서 의의를 가지지만, 우리나라 농업경영의 일반적 수준에서 논의한 한계가 있다. 즉 특정지역 혹은 특정 농어촌산업을 사례로 하여 가치사슬분석을 접목하지 못함으로써, 실제 농어촌산업의 가치사슬구조를 실증하지 못한 한계가 있다고 하겠다.

### 3. 기존 연구와 차별성

클러스터에 관한 기존의 선행연구와 이론고찰을 전제로 할 때, 클러스터의 기본적 작동기제는 바로 네트워크이다. 즉 클러스터가 원활히 운영되고 작동되는가를 결정하는 가장 중요한 요소는 바로 네트워크의 밀도와 구조라고 할 수 있을 것이다. 그럼에도 불구하고 농업클러스터에 대한 다수의 연구에서 산업의 전후방 관계에 기반한 접근이 이루어지지 못한 것이 현실이다. 따라서 본 연구는 최근 클러스터 연구에서 새로운 테마로 강조되고 있는 농업분야를 대상으로 하여 가치사슬적 측면에서 네트워크 구조를 분석한다는 의의를 가진다고 하겠다.

이런 맥락에서 볼 때, 본 연구는 국내외 선행연구와 비교할 때 농업클러스터를 가치사슬이라는 측면에서 접근한다는 차별성을 가진다. 따라서 본 연구결과는 다음 3가지 측면에서 의미가 있을 것이다. 첫째, 청양 구기자 산업의 현황 및 가치사슬 구조를 경험적으로 분석함으로써 청양 구기자 산업의 발전방안을 구체적으로 제시할 수 있을 것이다. 둘째, 청양 구기자 산업이 클러스터로서 발전잠재력을 갖고 있는지, 만약 클러스터로 진입되어 있다면 어느 단계에 있는지를 실증적으로 규명할 수 있을 것이다. 셋째, 청양 구기자 산업은 대다수의 특화농업자원을 산업화하는 분야와 공통성을 갖고 있는 바, 향후 특화농업자원을 활용하여 지역발전을 추구하는 경우에 일반적으로 적용할 수 있는 범용적인 이론모형을 제시할 수 있을 것이다.

# 제3장 청양 구기자 산업의 현황 및 실태분석

## 제1절 구기자의 이해와 유래

### 1. 구기자의 이해

구기자는 구기자와 구기자속에 속하는 목본식물로 한방에서 생약제로 성숙한 과실은 구기자, 잎은 구기엽, 뿌리는 지골피로 칭한다. 구기자는 한방약제, 차 및 건강식품 등에 활용되는 약용식물로써 우리나라를 비롯한 중국, 일본 등 동북아시아에만 서식한다. 구기자는 8월~10월에 열매가 붉게 익기 시작하여 11월 하순까지 수확하게 되는데, 가을에는 열매와 뿌리껍질을 함께 채취한다.

한편 구기자는 내한성이 매우 강하여 전국적으로 재배가 가능하지만, 일조가 풍부하고 통풍이 잘되는 곳이 재배하기가 좋다. 구기자의 토양은 배수가 잘 되는 식양토 사양토가 유리한 것으로 전해지고 있다. 국내의 경우 충남 청양, 예산, 보령, 공주, 홍성과 전남의 진도와 해남에서 주로 재배하고 있다(신종섭외, 2001).

일상생활에서는 구기자를 구기나물, 구기엽녹즙, 구기밥, 구기엽차, 구기자차, 구기자주, 구기자식혜, 구기밥, 구기죽 등 다양하게 활용해 왔다. 이는 구기자의 효능이 동의보감 등을 비롯한 많은 한의서에서 그 효능을 다루고 있기 때문이다. 최근 이루어진 구기자에 관한 과학적 실험결과에 의하면, 항균효과, 항암효과, 면역증진효과, 간기능개선, 혈압강화 및 항당뇨효과, 항산화 효과, 콜레스테롤 저하효과, 미용효과(자외선 흡수, 미백 등) 등이 있는 것으로 나타나고 있다(박원종, 1995; 이주찬 2003). 따라서 구기자는 향후 기능성 작물로 활용될 분야가 매우 광범위한 것으로 판단할 수 있다.

### 2. 청양 구기자의 재배역사

청양군의 대표적 지역특화작물인 구기자는 1925년부터 처음 재배가 되기 시작되어 2010

년에는 150ha를 재배하여 전국의 71%를 생산하고 있고, 구기자 재배면적이 지속적으로 증가하고 있다. 청양에서 구기자를 재배한 역사를 간략히 살펴보면 다음과 같다.

청양에서 구기자가 처음 재배된 것은 1920년대 후반부터이다. 청양에서 처음 구기자를 재배한 것은 박관용이라는 분이 처음으로 청양군 목면에 구기자를 재배하면서 부터라고 할 수 있다. 1920년대 당시 구기자는 약재로 사용되었다. 당시 구기자 600g은 70~80전에서 1원 정도를 하였는데, 동일 시점에 3.3㎡에 10~20전을 감안할 때 고가의 소득작물이라고 할 수 있다. 1920년대 당시에는 구기자를 소득 작물로 재배한 것이 아니라, 야생으로 담장 밖이나 밭두렁에 자랐던 것이 일반적이었다. 그렇기 때문에 당시에는 구기자를 대량으로 재배하는 방법이 보급되지 못한 것이 사실이다.

이런 상황에서 박관용이라는 분이 처음으로 구기자를 재배하는 방법을 연구하기 시작하였고, 소규모 시험재배단지를 조성하기 시작하였다. 시험재배단지를 통해 종자개량을 지속적으로 함과 동시에 재배방법을 표준화하기 시작하였다. 이로 인해 처음으로 구기자의 재배가 상업적으로 이루어지게 되었다. 박관용씨가 처음으로 구기자를 대량으로 재배하기 시작한 곳이 지금의 청양군 목면 신흥리 임장골 마을이다. 이곳에 그는 “박관용생약시험장”이라는 구기자 농장을 운영한 것이다. 그 이후 1930년대에 접어들면서 인근 지역으로 구기자 재배지역이 지속적으로 확장되어 나갔다. 이러한 역사적 유래에 의해 청양지역이 구기자 재배주산지로 자리매김을 하게 된 것이다.

한편 청양지역이 구기자의 주산지로 자리매김을 하게 된 것에는 청양지역과 기후조건과 구기자의 재배조건이 일치하였기 때문이다. 즉 예전에 박관용씨가 시험재배단지를 청양을 비롯한 여러 곳에 설치하였는데, 청양지역의 시험재배단지의 수확량과 품질이 가장 우수했기 때문에 대규모 재배단지를 청양지역에 설치하게 된 것이다.

이는 다음과 같은 청양지역의 기후조건에 기인한다고 할 수 있다. 청양은 칠갑산으로 둘러싸인 지역으로 다른 지역에 비해 배수가 잘 되고, 일조량이 적당하여 구기자를 재배하기에 최적의 조건을 갖추고 있다고 평가받고 있다. 한 밤낮의 일교차가 타 지역보다 커 구기자의 결실에 매우 좋은 조건을 갖추고 있을 뿐 아니라, 주로 사질양토이기 때문에 심근성인 구기자의 재배에 최적의 조건을 갖추고 있다.

그 결과 청양은 1992년 농림수산부로부터 구기자 주산단지로 지정받았고, 같은 해 농촌지도소에서 구기자 가공품인 액장차, 과립차를 개발하여 특허를 획득하였으며, 구기자 수요확대

를 위하여 1989년 운곡농공단지에 가공공장을 설립하였다. 여기서 구기자 주원료로 오미자, 대추, 산수유를 혼합·분쇄·가공하여 쉽게 이용할 수 있는 티백차를 생산하여 우편판매와 농협 판매를 하고 있다. 최근 재배면적 급증에 따른 소득안정을 기하기 위하여 1993년 비봉농공단지에서 액상차, 과립차, 캔음료를 가공할 수 있는 가공공장을 부지 1,000평, 건물 350평 규모로 설치하였다. 이 공장은 1994년 8월부터 가동하여 1년차에 106M/T, 2년차에 135M/T, 3년차에 213M/T의 구기자를 가공하였다. 그리고 1994년 3월에 구기자 협동조합을 설립하게 되어 생산과 유통을 일괄지원하는 시스템을 구축하였다. 그리고 신기술개발 보급을 위하여 운곡면 후덕리에 청양구기자시험장이 설치되어 우량품종육성, 새로운 재배기술의 개발, 가공제품을 개발하고 있고, 1993년에 내병성 품종인 청양종을 개발하여 1994년부터 농가에 보급하고 있다. 구기자 품질향상과 성력화 기술보급을 위하여 농촌지도소에서 1993년부터 비가림 재배법을 보급하였다. 이는 탄저병 이병률 감소, 열과방지, 농약살포횟수 감소 등의 효과가 있는 것으로 나타나고 있다.

한편 청양 구기자의 가장 큰 경쟁자는 중국산과 진도 구기자인 것으로 나타났다. 우선 가격적으로 저렴한 중국산 구기자와 경쟁하기 위해서는 청양 구기자에 대한 지리적 표시제가 이루어져야 한다. 그러나 현재 소규모로 재배되고 있는 지역여건을 고려할 때, 지리적 표시제를 획득하는 것은 현실적으로 매우 어려운 측면이 있다. 특히 최근에 중국산 구기자와 청양 구기자를 육안으로 구별하지 못하는 현실적 여건<sup>1)</sup>을 감안할 때, 청양 구기자에 대한 지리적 표시제를 어떻게 해결하느냐가 가장 큰 관건이라고 할 수 있다. 그리고 청양 구기자와 진도 구기자의 경우에는 수확시점과 색상의 차이로 인해 발생한다. 진도구기자는 여름구기자로 청양에 비해서 수확시기가 2-3달 앞선다. 따라서 시장에 진도 구기자가 처음 공급되는 측면이 있고, 청양에서 수확되는 일부 여름구기자는 진도 구기자와 달리 색상이 검은 특징을 갖고 있어 상대적으로 시장에서 가격이 낮게 형성되는 문제점이 있다.

1) 최근 중국에서 수입되는 구기자의 품종은 국내산인 경우가 대부분이다. 즉 과거에는 우리나라와는 품종이 다른 중국 구기자였지만, 최근에는 우리 품종이 중국에서 재배되어 수입되기 때문에 관련 종사자도 육안으로 구별하지 못하는 실정이다.

## 제2절 청양 구기자 산업의 현황

### 1. 재배

구기자 재배에 대한 정확한 통계자료는 청양군에서 발행되는 통계연보의 “특용작물생산량”과 청양구기자시험장의 내부자료를 꼽을 수 있다. 동 자료에 의하면, 구기자 생산량은 2008년 현재 청양군의 구기자 재배면적은 109.5ha이고, 생산량은 295.4M/T, 그리고 단위당 생산량은 269.8kg/10a인 것으로 나타나고 있다. 최근 6년간 구기자 재배면적의 변화추이를 살펴보면, 2003년 136.6ha에서 374.3M/T가 생산된 것에 비해서 재배면적은 19.8%, 생산량은 21.1%, 그리고 단위당 생산량은 1.5% 감소한 것으로 나타나고 있다. 그러나 최근의 구기자 재배면적과 생산량은 큰 변화 없이 현상 수준을 유지하는 것으로 나타나고 있다고 할 수 있다. 한편 청양지역 내에서는 운곡면(30.0ha), 비봉면(15.4ha), 청양읍(13.7ha), 정산면(12.0ha), 목면(10.1ha) 등이 주요 재배지역인 것으로 나타나고 있다.

〈표 1〉 청양지역의 구기자 재배현황

(단위: ha, M/T, kg/10a)

연도	면적	생산량	단위당 생산량
2003	136.6	374.3	274.0
2004	117.0	296.0	253.0
2005	108.5	284.3	262.1
2006	108.8	285.5	262.4
2007	109.8	286.8	261.2
2008	109.5	295.4	269.8

자료: 청양군(2009), 통계연보

한편 청양지역의 구기자 재배비중을 살펴보면, 2003년 이후 그 비중이 지속적으로 감소하고 있는 경향을 나타내고 있다. 즉 2003년의 경우 전국 대비 청양의 재배면적은 63.0%, 그리고 생산량은 74.0%였으나, 2008년은 각각 59.0%와 48.0%로 감소하고 있다. 그러나 실제 청양지역에서 재배면적과 생산량은 큰 변화가 없음에도 불구하고, 전국에서 차지하는 비중이 감소하고

있는 것이다. 이는 구기자를 재배하는 타 지역과 상대적 작황의 차이로 인한 것으로 이해된다. 이상을 고려해 볼 때, 청양지역에서 연간 생산되는 구기자의 양은 평균적으로 300톤 내외이다. 그러나 실제 전국단위에서 청양구기자로 유통되고 있는 양은 500톤 정도인 것으로 추정되고 있다. 이를 산술적으로 비교해 볼 때, 약 200톤 정도는 중국산이 청양구기자로 유통되고 있다고 짐작할 수 있다.

〈표 2〉 전국 대비 청양지역의 구기자 비중

(단위: %)

연도	전국/충남		전국/청양		충남/청양	
	면적	생산량	면적	생산량	면적	생산량
2003	74.0	82.0	63.0	74.0	85.1	90.8
2004	71.0	82.0	60.0	68.0	84.3	83.3
2005	46.0	70.0	42.0	64.0	90.7	90.7
2006	65.0	73.0	59.0	54.0	90.4	74.9
2007	67.4	84.6	61.0	55.0	90.2	64.6
2008	63.0	77.1	59.0	48.0	93.1	62.3

자료: 청양구기자시험장 내부자료(2010)

그리고 앞서 지적한 바와 같이, 청양지역은 구기자 재배를 위한 지리적, 기후적 환경이 매우 양호하고 있을 뿐 아니라, 생산기술과 생산량 부문에서 전국 최고의 경쟁력을 갖추고 있다고 하겠다. 특히 청양지역에서 구기자의 생산과 유통이 모두 이루어짐에 따라 외부지역 자금이 지역내 유입되어 파급효과가 큰 것으로 추정되고 있다.

청양군의 내부자료에 의하면, 2008년 현재 청양군에서는 약 1,300 농가에서 109.5ha를 재배하여 약 295톤의 구기자를 생산하고 있으며, 이로 인해 연간 36억원의 소득을 창출하는 것으로 집계되고 있다. 또한 청양지역은 국내 구기자 생산량의 60~70%를 차지하는 국내 최대의 구기자 생산지역으로 저가 중국산 구기자와는 품질에서 경쟁적 우위를 확보하고 있는 것으로 평가되고 있다. 그러나 생산된 구기자의 70~80%는 단순히 지역에서 수매·선별되어 전국의 한약상이나 건강보조식품 제조업자들에게 납품되는 실정으로 1차적인 생산에서 비롯되는 매출 이외에는 지역에 커다란 부가가치를 제공하지 못하고 있는 실정이다. 또한 청양지역 전체 농가의 18.2%가 구기자를 재배하고 있음에도 불구하고, 구기자 관련 작목반의 활동이 활발하지 않은 것으로 판단된다. 각종 관련자료에 나타나고 있는 구기자 관련 작목반은 비가림구기자작



목반을 비롯해 6개 내외인 것으로 추정되고 있다. 따라서 청양지역이 전국 최대의 구기자 생산지역임에도 불구하고 대부분의 농가가 영세하여 구기자의 생산전문화가 미흡하고, 작목반 구성과 같은 농업경영체가 취약한 것으로 평가된다. 그렇기 때문에 개별 농가들은 구기자의 개별 판매와 마케팅에 의존하고 있는 바, 앞서 지적한 바와 같이 대부분이 청양지역에서 수매·선별되어 중간도매상을 통해 전국으로 유통되는 저부가가치형 구조를 가지고 있다고 하겠다.

## 2. 가공

2010년 현재 청양지역에는 구기자를 활용한 가공업체가 모두 13곳인 것으로 파악되고 있다. 주요 가공품은 구기자 한과, 구기주(와인포함), 구기자다림차, 구기자떡, 구기자순쌀편빔, 그리고 구기자엿 등인 것으로 나타나고 있다. 이들 가공업체는 청양군에서 생산되는 구기자 중 약 10%를 가공하고 있는 것으로 파악되고 있다. 한편 구기자를 활용한 가공품 중 술과 차를 제외하고는 기존의 식품에 단순 첨가하는 수준에 머물고 있는 실정이다.

한편 청양 구기자가공상품 중에서 청양구기자원예농협에서 생산하고 있는 구기자차는 2009년 이후 미국에 지속적으로 수출하고 있다. 2010년의 경우 구기자차 6,000상자(1만달러 상당)를 수출하였는데, 미국 현지소비자들로부터 건강식품으로 인기를 끌면서 판매량이 지속적으로 증가하고 있는 것으로 파악되고 있다. 이에 청양군에서는 세계수출 시장을 일본, 유럽 등지로 다각화할 계획을 수립하고 있다.

또한 최근 청양군은 구기자 산업을 2차 산업 위주로 재편함과 동시에 관광·체험 등의 3차 산업과 연계할 수 있는 방안을 마련하고 있다. 특히 청양군에서는 2005년부터 추진된 신활력 사업을 통해 구기자 육성정책을 체계적·지속적으로 추진해 왔을 뿐 아니라, 구기자명품화사업 추진단 및 청양구기자조합 등과 같은 독자적인 추진조직과 역량을 확보하고 있는 것으로 평가된다.

〈표 3〉 구기자 관련 가공현황

종류	생산업체	위치	생산량	비고
구기자한과	칠갑산구기자한과	청양군 비봉면	500톤	200g, 1kg, 1.5kg
	칠갑산어머니한과	청양군 청양읍	10톤	1kg, 2kg
	청양구기자한과	청양군 운곡면	10톤	200g, 1kg, 2kg
구기주	청양양조	청양군 청양읍		
	둔송구기주	청양군 운곡면		
	칠갑산주조(목면양조장)	청양군 목면		
	여의주영농법인	청양군 대치면		구기자 와인
	자임	청양군 대치면		
구기자다림차	청양구기자농협	청양군 청양읍	300톤	
	청양식품	청양군 정산면	200톤	
구기자떡	꽃피떡	청양군 장평면		
구기자순쌀편빵	햇쌀랜드	청양군 운곡면	20톤	1박스 20개
구기자 엿	엿고을	청양군 목면		

### 3. 유통·마케팅

청양지역의 구기자와 관련한 대표적인 유통업체는 청양구기자원예농협협동조합, 청양칠갑산유통, 그리고 청양구기자타운 등을 꼽을 수 있다. 우선 청양군에서는 구기자를 테마로 한 전문농협인 청양구기자원예농협협동조합을 1994년 설립하였다. 청양구기자원예농협은 전국 생산량의 80% 정도를 공급하는 대표적 유통지원기관이라고 할 수 있다. 한편 청양군에서는 구기자를 비롯한 지역특산물을 판매할 수 있는 특산물판매장으로써 청양구기자타운을 조성 운영하고 있다.

그러나 실제 청양지역에서 구기자의 유통은 중간도매상과 개별농가가 개별적으로 연계되는 구조를 갖고 있다. 청양지역에서 구기자 유통과 관련한 민간업체는 청양칠갑산 유통이 유일한 실정이다. 그렇기 때문에 청양지역에는 구기자의 유통-마케팅구조가 전무한 것이 현실이라고 할 수 있다. 이는 청양지역이 구기자 주생산지로서 기능을 하고 있음에도 불구하고, 구기자의 집하, 경매 등의 기능을 담당하는 기능과 조직을 갖추고 있지 못하기 때문이라고 할 수 있다.

#### 4. 지원정책

청양군이 구기자 관련하여 수립한 종합적 계획은 “청양군 농촌활력증진계획(과워7갑 특화사업)(2008)”이 대표적이라고 할 수 있다. 동 계획은 농림수산식품부가 추진하던 기존의 신활력사업, 향토산업육성사업, 그리고 특화품목육성사업을 통합한 사업이다. 청양군은 주요사업내용으로 지역특산물인 고추, 구기자, 멜론을 선정하고, 이들 특화작물을 차별화, 명품화, 그리고 산업화전략으로 3차원적 발전전략에 의해 육성할 것을 계획하였다. 동 계획의 특징은 청양군의 주요 특산물인 고추, 구기자, 멜론을 통합육성하고, 이를 위해서 개별 작목별로 포럼사업을 진행하고 동시에 마케팅은 공동으로 추진하였다는 측면이 가장 특이한 점이라고 하겠다. 그리고 2010년 수립된 기초생활권발전계획에서는 구기자가공산업육성사업, 구기자타운활성화사업을 제시하고 있다. 한편 올해 지식경제부의 지역연고산업으로 “청양그린웰니스육성사업”이 선정되었는데, 이는 구기자의 가공품 생산을 지원하는 정책이 중심을 이루고 있다.

이상을 종합해 볼 때, 청양군은 충남의 다른 지역과는 차별화된 농어촌산업육성 전략을 추진하고 있다고 평가할 수 있다. 즉 농어촌산업육성 초기에는 구기자의 생산기반을 확충하는데 초점을 두었고, 이를 달성한 이후에는 구기자의 가공산업에 초점을 두어 구기자 산업화를 추진하고 있다. 이런 농어촌산업육성 전략은 다른 지역에서 농어촌산업의 다각화를 추진하는 전략, 그리고 농어촌산업의 연계성을 강조하는 전략과 다소 차별화된 것으로 평가할 수 있을 것이다. 그러나 청양군의 농어촌산업정책에서는 연구개발 분야와 구기자를 활용한 투어리즘 분야가 강조되고 있지 못한 한계가 있다. 그러므로 향후 청양 구기자 농어촌산업의 경우, 농어촌산업을 테마로 한 연구개발-생산-유통-체험의 가치사슬이 연계될 수 있도록 섹터를 다양화하는 전략을 추진하는 것이 바람직할 것이다. 아울러 농어촌산업의 자발적 추진체계를 확충하기 위해서는 작목반 및 농협을 중심으로 한 공동학습 및 관계자 교류가 활성화될 수 있는 메커니즘의 구축이 매우 중요하다고 하겠다.

한편 일부에서는 공공주도의 산업발전정책에 대한 문제점을 지적하기도 한다. 예컨대 캐나다 와인클러스터의 성공요인은 혁신적인 포도주업체의 지도자, 정부의 공격적 지원정책, 그리고 지역의 대학과 연구소 등의 협력적인 노력이 중요한 역할이라고 할 수 있다(신동호외, 2008). 반면 우리나라의 경우 지방의 혁신적인 지도자들의 역할이 미약한데 비해 중앙정부의

역할이 너무 커서 정책 및 재정에 있어서 공공부문에 의존하는 경향을 갖는다. 이는 지방의 내생적 지역발전역량을 억제하는 리바운드 효과(rebound effects)를 유발하게 된다고 견해도 있다.

〈표 4〉 청양군 농촌활력증진계획의 주요내용

구분	특화자원	주요사업
신활력사업	고추, 구기자, 멜론	지역혁신체계구축 및 혁신역량강화 과워7갑 안전성 향상 시스템 구축 과워7갑 품질향상 시스템 구축 과워7갑 홍보마케팅 강화
향토산업육성사업	청양구기자	품질향상을 위한 영농교육 구기자 건조 및 저장시설 포장재 및 홍보디자인 개발 청양구기자 홍보 및 마케팅 구기자 가공식품 개발
특화품목육성사업	고추, 구기자, 멜론	구기자 생산시설 현대화 멜론·고추 재배시설 현대화 하우스 현대화사업

자료: 청양군(2008), 청양군 농촌활력증진계획.

### 제3절 청양 구기자의 혁신주체와 주요사업

#### 1. 구기자 관련 혁신주체

청양 구기자 관련 혁신주체를 살펴보면, 생산부문과 지원부문에서 모두 잘 갖추어진 것으로 나타나고 있다. 우선 생산에서는 1,300여 농가에서 구기자를 생산하고 있는 것다. 생산에서 취약한 것은 구기자 관련 작목반이 활성화되어 있지 못하다는 것이라 하겠다. 그리고 비록 시작단계의 수준이지만, 청양지역에는 구기자 관련 가공업체가 모두 13개 운영되고 있고, 구기자술과 구기자차는 시장성을 갖추고 있는 것으로 판단된다. 한편 구기자의

유통·마케팅을 담당하는 혁신주체로는 청양구기자농협, 청양칠갑산유통, 그리고 청양구기자타운 등이 있다. 청양 구기자의 경우 다른 분야에서 비해서 유통·마케팅의 혁신주체들이 상대적으로 취약한 것으로 평가된다. 끝으로 체험관광에서는 청양고추구기자축제와 청양구기자고추마을을 꼽을 수 있다.

그리고 지원부문에서도 연구개발, 교육훈련, 금융, 그리고 각종 지원정책 등에서 구기자와 관련한 다양한 혁신주체들이 활동하고 있는 것으로 나타나고 있다. 우선 연구개발부문에서는 청양구기자시험장과 농업기술센터, 그리고 민간조직인 구기자연구회 등을 꼽을 수 있다. 이들 조직은 연구개발조직인 동시에 교육훈련기능을 수행한다. 그러나 상대적으로 구기자 관련 교육훈련기능이 취약한 것으로 평가된다. 그리고 금융부문에서는 우리나라의 유일한 구기자 협동조합인 청양구기자농협이 존재하고 있다. 끝으로 청양군에서는 청양구기자를 육성하기 위해서는 다양한 정책을 지속적으로 추진해 오고 있다. 대표적인 사업으로는 구기자명품화사업추진단 구성과 향토산업, 신활력사업, 기초생활권발전계획, 그리고 지역연고산업 등을 꼽을 수 있다.

〈표 5〉 청양 구기자 관련 혁신주체

구분		혁신주체
생산 부문	생산(재배)	농가(1,300농가), 구기자작목반(6개)
	가공	청양구기자가공협회(13개 업체)
	유통·마케팅	청양구기자농협, 청양칠갑산유통, 청양구기자타운, 청양서포터즈
	체험관광	청양고추구기자축제, 청양구기자고추마을(농촌체험마을)
지원 부문	연구개발	청양구기자시험장, 농업기술센터, 구기자연구회
	교육훈련	청양구기자시험장, 농업기술센터, 구기자연구회
	금융	청양구기자농협
	지원정책	구기자명품화사업추진단, 향토산업, 신활력사업, 기초생활권발전계획, 지역연고사업 등

## 2. 청양 구기자 협력네트워크

청양 구기자의 경우 다양한 형태의 협력네트워크를 갖고 있을 뿐 아니라 지역외부와 유기적으로 연계된 구조를 갖고 있는 것으로 판단된다. 그러나 협력네트워크가 특정목적에 위한 목적지향적이기 때문에 일시적이고 공식적인 네트워크라는 취약성을 갖고 있다. 우선 청양 구기자 협력네트워크를 객관적으로 파악하기 위해서 청양군의 “2009년 농촌활력증진사업 실적평가보고서”를 바탕으로 협력네트워크에 관한 내용분석을 수행하였다. 주요내용은 다음과 같다.

우선 구기자의 연구개발과 관련하여 청양군은 매우 다양한 협력네트워크를 형성하고 있는 것으로 나타나고 있다. 청양군 구기자와 관련하여 협력하는 기관을 살펴보면, 순청향대 학교(파워7잡 잔류농약검증기관), 농산물품질관리원(고추, 구기자지리적표지관리), 공주대학교(파워7잡 품질관리, 구기자수확기개발 연구), 충남테크노파크(파워7잡 기술연구용역), 구기자시험장(구기자 품종, 기술연구), (주)학림수생명공학연구원, 바이오뉴트리젠(대전), 한국본초의학연구센터 등인 것으로 나타나고 있다. 따라서 지역내외의 다양한 연구기관들과 협력네트워크를 형성하고 있다고 평가할 수 있을 것이다. 그러나 이들 협력네트워크는 특정사업을 추진하기 위해서는 일시적으로 형성된 네트워크가 다수를 이루는 한계점이 지적된다.

그리고 구기자 관련농가를 직접 지원하기 위해 사업과 구기자 원재료를 구매하는 네트워크는 청양지역내와 홍성지역인 것으로 나타나고 있다. 반면에 디자인 및 홍보는 주로 서울에 있는 전문업체에 의존하는 경향을 갖고 있다. 청양군의 경우, 구기자를 비롯한 고추, 멜론 등 지역특산물의 홍보를 서울에 소재한 특정기업에 지속적인 네트워크를 형성하고 있는 것으로 나타나고 있다.

## 3. 구기자 관련 주요사업

청양군은 농촌활력증진사업을 통해서 구기자 관련 사업을 다양하게 추진하고 있는데, 주요사업내용을 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 청양군은 구기자 산업육성을 위해서 청양이노스쿨사

업(사업비 570만원)을 추진하였다. 이노스쿨사업은 신활력사업을 위한 거버넌스 구축에 주요 초점을 두고 있다. 청양이노스쿨사업을 통해서 고추구기자축제 기간 중 특산물 홍보 및 만족도조사를 실시하였다. 아울러 지역발전아카데미(20명)를 운영하였다.

둘째, 청양군 농업기술센터(고추연구담당)에서는 구기자명품화포럼을 운영하고 있다. 실제 구기자명품화포럼은 공주대학교에서 위탁운영하고 있어 구기자 관련주체의 자발적인 참여에 한계가 있다고 하겠다. 한편 구기자명품화포럼은 청양구기자의 비전과 전략을 제시하고 지역 리더 육성을 주요 목표로 하고 있다. 2009년 기준으로 연 6회 포럼운영을 하였고, 총 42명의 외부전문가와 420여명의 지역주민이 참석하였다. 구기자명품화포럼사업을 통해서 청양구기자 관련종사자가 구기자의 실태를 보다 객관적으로 파악할 수 있었고, 생구기자 및 건구기자 이외의 가공품 개발의 필요성을 인식하게 되었다. 그러나 외부전문가의 초청특강에 의한 일방적 운영으로 인해 구기자 산업에 대한 합의형성이 충분히 이루어지 못한 한계가 있다.

셋째, 청양군은 구기자 품질을 향상하기 위해서 구기자수확기개발과 친환경 비가람시설지원을 하였다. 우선 구기자수확기개발(4,000만원)은 공주대학교에 의뢰하여 추진하였다. 농촌의 고령화 및 부녀화로 인해 노동력 부족현상이 심각한 바, 이를 해결하기 위해서 구기자수확기를 개발하였다. 구기자수확기 개발로 노동력 및 생산비를 절감하여 구기자의 경쟁력과 농가소득 증대가 기대된다. 그러나 실제 개발된 구기자수확기에 대한 성능시험이 제대로 시행되지 못한 한계가 있다. 그리고 친환경 비가람시설(20,000만원)은 구기자 비가람시설을 3.7ha 지원하였다. 이는 구기자 비가람 사업을 통해 고품질 구기자를 생산하는데 초점을 두고 있는 것이다.

넷째, 토양검정시비체계(8,000만원) 구축사업을 추진하고 있다. 이는 청양군이 신활력사업으로 추진하는 고추, 구기자, 멜론의 토양관리를 위한 사업으로 토양검정과 토양중금속 분석을 지원하는 사업이다. 실제 사업은 대전광역시 소재하고 있는 전문기업에 위탁하여 수행되었다. 이와 별도로 청양군 농업기술센터에서는 자체적으로 친환경 구기자 생산토양개량기술개발사업(9,927,500원)을 추진하였다.

다섯째, 부직포지원사업(8,600만원)을 추진하였다. 각종 병충해를 줄이고 친환경 고품질 구기자생산을 지원하기 위해서 구기자 부직포를 216농가에 734롤을 지원한 것이다. 구기자 부직포 지원사업을 통해 제초제 미사용과 각종 병충해를 방지를 주요 목적으로 하고 있다. 이

처럼 농가에 직접적으로 지원하는 사업의 경우 농업인들의 과다 신청으로 사업비가 부족한 실정이다.

여섯째, 친환경 설비확충(160백만원)사업을 추진하고 있다. 이는 구기자의 시설보완으로 구기자 비가람시설이 설치된 하우스 내의 환풍기 및 개폐기, 그리고 관수시설 등을 확충하기 위한 사업이다.

일곱째, 구기자생산이력제 추진(10백만원)을 추진하고 있다. 청양구기자의 생산단계에서부터 판매단계에 이르기까지 정보를 기록관리하여 상품의 안정성과 소비자 신뢰성을 제고하기 위한 사업이다. 총 46농가를 대상으로 현지방문하여 구기자생산이력제를 조사하였고, 농가의 애로사항 및 생산이력제 일자별 기록을 추진하였다. 그러나 사업비 부족으로 많은 농가를 수혜대상으로 하지 못한 한계가 있다. 한편 구기자생산이력제 추진사업은 순천향대학교에 위탁의뢰하여 추진하였다.

여덟째, 파워7갑 잔류농약 평가체계 도입(80백만원)하고 있다. 이는 청양군이 지정한 파워7갑 중 구기자(70건)와 고추(86건)의 잔류농약을 검사한 사업이다. 이는 안전 농산물의 생산 기반 조성을 위한 사업이다. 동 사업은 순천향대학교에 위탁하여 추진한 사업이다.

아홉째, 구기자 병충해 방제(100백만원) 연구사업을 추진하였다. 청양군은 청양구기자시험장에 의뢰하여 구기자 병충해 방제연구사업을 수행하였다. 이는 구기자 적용약제 신규 등록 및 친환경제제를 이용한 구기자 병해충 방제체계를 구축하기 위한 사업이다. 이를 위해서 세계 최대의 구기자 생산지인 영하구기자에 대한 사례연구를 수행하였다. 동 사업을 통해서 구기자 적용약제의 확대를 추진하였다.

열 번째, 현재 청양군에는 친환경구기자연구회(26농가 참여, 2008년 1월 24일 조직)와 청양구기자연구회(59농가 참여)가 구성·운영되고 있다. 그러나 이들 연구회는 농가가 주도적으로 참여하고 있지만, 실제 구성단계에서는 농업기술센터가 주도적 역할을 수행하였다. 한편 구기자와 관련한 농가의 자발적 참여조직이 2개로 구분되어 있으나, 이들 조직의 목적 및 사업내용에 대해서는 차별성을 확보하고 있지 못한 것이 사실이다. 현재 청양군에는 구기가 이외에 고추, 멜론, 농촌문화체험연구회, 농산물가공연구회가 구성·운영되고 있는데, 이들 모두 농업기술센터가 주도적으로 운영하고 있다. 그렇기 때문에 개별 연구회의 회칙이 모두 동일한 내용으로 구성되어 있다.

열한번째, 청양군은 매년 8월에서 9월 사이에 청양고추구기자축제를 개최하고 있다. 청양



고추구기자축제의 홍보를 위해서 국내 언론사의 메인방송에 광고방송(16,000,000원)을 하였다. 아울러 파워7갑 홍보를 위해서 서울, 대전 지하철에 동영상 광고를 각각 1개소 설치하였고, TV홈쇼핑과 인터넷 신문 등을 대상으로 한 홍보사업(50백만원)을 추진하였다. 청양군에서는 지하철 홍보보다는 TV를 통한 보다 적극적인 홍보에 초점을 두고자 하지만, 사업비의 부족으로 사업확장에 어려움을 겪고 있다.

열두번째, 청양군은 구기자 학술대회(5백만원)을 하였다. 구기자 학술대회의 목적은 구기자에 대한 소비자의 인식을 바꿔 인지도를 향상하고 고품질 구기자 주산지로서 명성을 제고하기 위한 것이었다. 구기자 학술대회를 개최하여 약 100여명이 참석하였고, 구기자의 발전전략 및 대응전략 등이 모색되었다. 기존의 구기자 학술대회는 청양군 차원에서 개최되었는데, 장기적으로는 전국단위 행사로 규모를 확대해 나가야 할 것이다.

열세번째, 청양군은 구기자의 홍보를 위해서 파워7갑 홍보서포터즈(5,000만원)를 구성·운영하고 있는데, 동 사업의 실질적인 운영은 청양대학에 위탁하여 수행하고 있다. 동 사업은 파워7갑 서포터즈에 대한 교육과 UCC 공모전이 중심을 이루고 있다.

열네번째, 청양군은 구기자 포장디자인(9,500,000원)을 개발하였다. 디자인 개발은 서울에 소재하고 있는 전문디자인기관에 의뢰하여 추진되었다. 그리고 개발된 포장디자인으로 제작된 구기자 포장재(10,444,000원)를 구입하여 농가에게 지원하는 사업을 추진하였다.

열다섯번째, 청양군은 구기자 약초시장 홍보마케팅 사업(10백만원)을 추진하였다. 동 사업은 구기자의 홍보물을 제작하는 사업이나, 사업추진의 곤란으로 실제 사업집행이 되지는 못하였다.

열여섯번째, 구기자 기능성 식품등재사업을 추진하였다. 이와 연계하여 구기자 건강기능식품 기능성원료 개별인증을 위한 기초조사를 수행하였다. 동 사업은 외부전문기관에 의뢰하여 추진되었다.

열일곱번째, 청양군은 한국한약제조협회와 청양구기자, 맥문동, 오미자 직거래 협약식을 2009년 4월 12일 체결하였다. 협약식을 통해 농협중앙회 주관으로 직거래사업을 실시키로 했다. 아울러 공급자 측면에서는 품목별 평가, 보관 작황, 그리고 소비자 측면에서는 한의원 및 병원 등 소모량 실태 조사해 직거래를 활성화될 수 있도록 제도적 장치를 마련하기로 하였으며, 직거래 예산규모를 800억원대로 추정하였다(청양신문, 2009. 4. 15일자).

열여덟번째, 청양군은 “청양구기자” 라는 상표 사용권에 대해서 독점적 권리를 확보하였다. 이를 통해 청양에서 생산·가공된 제품에만 청양구기자라는 명칭을 사용할 수 있게 되었다. 청

양군은 청양구기자의 품질과 명성을 높이기 위해서 특허청에 단체표장 등록을 하였고, 1년 6개월간의 심의를 거친 후 특허청 44-25호로 “청양구기자 단체표장 등록”이 완료되었다.

## 제4절 실태분석의 종합

농어촌산업은 식품산업을 비롯한 다른 산업으로 적용가능성이 높은 기반적 특성을 갖고 있다. 네델란드 라흐닝언의 경우 푸드밸리의 사례에서 알 수 있듯이, 실제 푸드밸리의 원천이 되는 산업은 농어촌산업이라 하겠다. 따라서 농어촌산업이 활성화되어야 다른 산업의 경쟁력이 제고될 수있다고 하겠다.

네델란드 라흐닝언의 경우 푸드밸리재단이 중심적인 혁신주체로서 역할을 담당한다. 푸드밸리재단은 마케팅 및 각종 홍보 문헌 발간, 푸드밸리에 대한 정책적 지원 로비, 혁신적 식품연구프로그램의 주도, 산학협력지원, 외국투자기업에 대한 지원, 각종 세미나 및 모임의 개최, 창업지원 등의 기능을 지원하고 있다. 청양 구기자클러스터가 경쟁력을 갖추기 위해서는 기업을 중심으로 산학연관 주체들 간의 네트워크가 구축되어야 한다. 네델란드 푸드밸리의 경우 2003년 초에 푸드밸리협회(Food Valley Society)를 결성하였다(이철우외, 2009). 푸드밸리협회는 결성 초기에 25개 정도의 기업과 관련기관만이 참여하였으나, 점차 참여기관이 증가하여 2009년 현재 94개의 식품업체 및 유관기관들이 회원으로 참여하고 있다.

그러나 청양 구기자의 경우 푸드밸리재단과 같이 혁신주체를 통합할 수 있는 조직이 부재한 것이 현실이다. 이러한 청양구기자 산업의 문제점을 살펴보면, 관련분야 신생기업의 미활성화, 기술의 상업화 및 창업 부족, 단순 생산위주의 연구개발구조, 지역사회와 산업적 연계성 부족, 지역내 관련지원체제의 부족, 비공식적인 네트워크 미형성, Super Cluster의 미존재 등이라고 할 수 있다. 따라서 청양구기자가 산업클러스터로 발전하는데 많은 어려움이 있다고 판단된다.

이상을 종합해 볼 때, 구기자 산업의 경우 단순한 생산집적지 수준에 머물고 있다. 따라서

트리플 힐릭스에서 주장하는 지식공간, 합의공간, 혁신공간이 미흡한 실정이다. 현재 청양에는 초기단계의 지식공간만 이루어져 있다고 하겠다. 그러나 혁신공간의 기반은 전혀 형성되어 있지 않다. 우리나라 향토산업의 전반적인 문제는 향토산업의 산업화가 미약하다는 것이다. 즉 향토산업의 소재로 한 기업창업 및 분가가 활발하지 않고, 이를 지원할 수 있는 메커니즘이 형성되어 있지 못하다는 문제점이 있다. 특히 구기자 산업이 식품산업 혹은 한의약산업으로 고부가가치화되지 못하고 있다는 한계도 있다. 이런 측면에서 볼 때, 외례순식품클러스터의 경우에는 단순한 식품클러스터가 아니라 기능성 식품클러스터로 차별화됨으로써, 외례순식품 클러스터의 경쟁력을 제고 하고 있는 사례를 벤치마킹해야 할 것이다.

특정지역 혹은 산업이 클러스터로 성장하기 위해서는 일반적으로 강력한 R&D 기반, 혁신성이 높은 기업, 지속적인 기술혁신을 산학연관 네트워크가 복합적으로 작동해야 한다 (이종호외, 2009). 이런 맥락에서 볼 때, 청양구기자의 산업화를 위해서는 산학연관 협력의 공동재단법인 설립, R&D기능(기능성평가, 품질안전평가, 포장기술개발, 시범생산), 창업보육기능과 공동집배송기능이 강조되어야 할 것이다. 아울러 구기자 산업화에 필요한 인력을 안정적으로 양성·훈련할 수 있는 메커니즘 구축이 요구된다. 아울러 농공단지를 Agro Business Park로 구조고도화하는 방안도 함께 고려되어야 할 것이다.

## 제4장 청양 구기자 산업의 가치사슬과 발전방안

### 제1절 청양 구기자 재배의 가치사슬

#### 1. 재배규모

청양 구기자를 재배하고 있는 농가는 약 1,300농가이다. 이중에서 1,000평 이상을 재배하는, 즉 주소득 작물로 구기자를 재배하는 농가는 불과 10농가 내외인 실정이다. 반면 절대다수인 1,290농가는 300평 내외의 소규모 면적으로 구기자를 재배하고 있다. 그렇기 때문에 구기자 작목반이 활성화되어 있지 못하다. 현재 공식적으로 활동하고 있는 작목반은 비가림구기자작목반이 유일한 것으로 파악된다.<sup>2)</sup> 한편 비가림구기자작목반에 가입·활동하고 있는 인원이 13명인 바, 청양지역에서 대규모로 구기자를 재배하는 농가수와 비슷한 수준임을 알 수 있다. 이상을 종합해 볼 때, 청양 구기자는 다수의 농가에서 재배하고 있지만, 주소득 작물로 재배하고 있지 않아 구기자 재배농가의 작목반 결성과 활동이 미약함을 알 수 있다. 그리고 구기자 총 생산량에서 대규모 재배농가 차지하는 비중은 약 5% 내외이고, 일반 농가에서 재배하는 비중이 95% 정도임을 알 수 있다.<sup>3)</sup>

한편 구기자 재배농가는 대부분 가족노동력에 기반하여 재배를 하고 있는 것으로 나타났다. 그리고 노동력이 많이 필요로 하는 수확기에는 일용직 인력을 사용하고 있는 것으로 나타났다. 재배농가와 인터뷰에 의하면, 인건비의 상승<sup>4)</sup>으로 인해 수확비용이 전체 재배비용의 6~70%를 차지하는 것으로 나타나고 있다. 이러한 문제점으로 인해, 대부분의 농가는 가족노동력에 의해 재배할 수 있는 면적인 300평 내외로 경작규모를 한정하고 있다는 것이다. 이점을 해결하기 위해서 현재 청양군에서는 자동수확장비를 개발하고 있는데, 일부

2) 인터뷰 조사과정에서 마을별로 소규모 작목반이 있는 것으로 추정되지만, 이들 작목반은 공식적으로 활동하고 있는 것이 아니라 본 연구에서 제외하고자 한다.

3) 생산량의 비중은 대규모 재배농가 10농가에서 평균적으로 1,500평을 재배하고, 일반 농가 1,290농가에서 평균적으로 200평을 재배한다는 가정 하에서 추정한 것이다.

4) 현재 수확기철의 일용직 노동자의 1일 인건비는 30,000원에서 35,000원을 지불하는 것으로 나타나고 있다. 그리고 대부분은 필요인력은 지역에 거주하고 있는 고령부녀자로 충당되고 있다.

대규모 농가에서는 자동수확장비가 개발될 경우 경작규모를 확대할 수 있지만, 그렇지 못할 경우 재배면적을 확대하기에는 현실적 어려움이 있다고 설명하고 있다.

## 2. 품종 및 농자재의 공급

구기자 재배농가들은 구기자 품종을 청양구기자시험장에서 공급을 받거나 자체적으로 인근 농가에서 공급받는 것으로 나타나고 있다. 즉 신품종인 경우는 청양구기자시험장에서 1주당 70원 정도의 실비 수준에서 공급받고 있는 것으로 나타났다. 그리고 재래품종의 경우는 대규모 재배농가에서 그다지 큰 비용을 지불하지 않고 공급받고 있는 실정이다. 그리고 대부분의 농가에서는 신품종과 재래품종을 동시에 재배하고 있는데, 이는 병충해에 대한 피해를 줄이기 위한 농가의 자구적 수단인 것으로 나타났다. 또한 재래품종은 시장성이 좋은 반면, 신품종은 생과로 판매하기 위한 이점이 있어 신품종과 재래품종을 동시에 재배하고 있다고 하겠다. 한편 구기자 재배에 관한 기술 또한 청양구기자시험장과 인근의 농가에서 자체적으로 이전받는 것으로 나타나고 있다. 분명 청양구기자시험장에서 신재배기술을 농가에 지속적으로 공급해 주고 있음에도 불구하고, 재배농가는 경험적으로 습득한 재배기술이 우수하다는 생각을 갖고 있다. 그렇기 때문에 대부분의 농가는 새로운 재배기술은 청양구기자시험장에서, 그리고 전통적인 재배기술은 인근 농가에서 이전받는 이중적 경로를 갖고 있는 것으로 나타나고 있다.

이처럼 청양지역 재배농가들은 구기자 품종과 재배기술을 습득함에 있어서 매우 개방적인 구조를 갖고 있을 뿐 아니라, 언제 어디서나 손쉽게 관련 품종과 기술을 습득할 수 있는 구조를 갖고 있다고 하겠다. 인터뷰 과정에서 한 재배농가의 이야기에 의하면, “청양에 사는 사람들은 누구나 구기자를 재배할 수 있다. 왜냐하면 아주 어렸을 때부터 보고 배운 것이 그것이기 때문이다. 그러나 다른 지역 사람들은 그것을 모른다. 그렇기 때문에 청양 지역에 구기자가 많은 생산되는 것이다”라고 주장하고 있다. 이러한 주장은 구기자의 묘목과 재배기술이 청양지역 어디서나 손쉽게 획득될 수 있음에서 유추할 수 있다. 여기에 구기자의 작물적 특성이 하나 더 추가될 수 있다. 구기자는 재배를 시작한 첫해부터 수확이

가능하고 5년간 지속적으로 수확이 가능하다. 이러한 작물적 특성에 앞서 지적인 품종과 재배기술의 용이성을 고려해 보면, 청양지역에서 구기자가 왜 많이 재배되고, 또한 구기자의 재배면적량이 왜 큰지를 알 수 있다. 즉 청양지역 농가에서는 구기자 재배에 있어서 시장의 진입과 탈퇴에 있어서 매우 자유로운 구조를 갖고 있다. 그렇기 때문에 구기자의 가격동향과 시장성이 어떻게 형성되느냐에 따라 구기자의 재배농가와 재배면적은 매우 큰 폭으로 변동이 가능한 상황이라고 하겠다.

한편 구기자 재배농가에서 필요로 하는 대부분의 농자재 및 수확장비 등은 청양군의 농자재상점을 통해서 구입을 하고 있는 것으로 나타나고 있다. 그러나 일부 친환경 구기자를 재배하는 농가에서는 청양지역내 농자재상점을 통해 친환경 농자재를 구입하지 못하고 있고, 인근의 천안시에서 관련 농자재를 공급받고 있는 것으로 나타났다. 이는 청양지역에서 친환경 농자재를 필요로 하는 농가의 절대수가 매우 작다는 것을 의미한다고 하겠다. 그리고 농자재의 구매는 개별 농가 단위로 이루어지고 있는 것으로 나타났다. 이는 작목반이 활성화되어 있지 못하기 때문인 것으로 이해된다.

### 3. 판매 및 유통구조

청양 구기자의 판매 및 유통구조는 매우 단순한 구조를 갖고 있다. 절대 다수를 차지하고 있는 일반농가는 청양구기자약초시장에 위치하고 있는 10여개의 약초상회를 통해 시장에 유통하고 있다. 반면에 대규모 재배농가는 자체적으로 대도시의 소비자와 직거래를 하는 형태를 취하고 있다고 하겠다. 그러므로 다수를 차지하고 있는 일반 농가는 별도의 브랜드가 없을 뿐 아니라 선별의 과정 없이 단순히 건조상태에서 약초상회에 유통하고 있는 것이다.

반면 대규모 재배농가의 일부에 있어서는 보다 부가가치가 높은 형태의 판매 및 유통구조를 갖고 있다. 한편 대규모 재배농가의 경우는 일반 농가와 상이한 점이 있다. 그것은 바로 대규모 재배농가는 친환경 구기자를 생산한다는 측면에서 일반 농가와 차이성을 갖고 있다. 그러므로 일반 농가에서 생산되는 구기자와는 시장적 차별성을 갖고 있는 상이성

을 갖고 있다고 하겠다. 대규모 재배농가의 경우는 일반 농가와 도시민과의 직거래의 비율이 높은 것으로 나타나고 있다. 친환경 구기자를 생산하는 농가의 경우는 90% 이상을 직거래를 통해 유통하는 반면, 일반 구기자를 생산하는 대규모 농가에서는 직거래의 비율이 50% 내외인 것으로 나타나고 있다. 한편 대규모 재배농가는 우체국 택배를 주로 이용하고 있는 것으로 나타나고 있다.

한편 구기자 재배농가는 공동판매도 하지 않고 개별적으로 시장을 개척하고 있는 상황이다. 그리고 대규모로 구기자를 재배하는 농가의 경우에도 자체적으로 브랜드를 갖고 있는 경우는 1-2곳에 불과한 실정이다. 대부분은 자체브랜드를 갖고 있지 못하고 있는 실정이다. 이들 대규모 재배농가는 청양군으로부터 신활력사업으로 일환으로 포장재를 공급받고 있는 바, 일반 농가와와는 달리 공인력을 갖는 포장재를 사용하고 있는 것으로 나타나고 있다. 그러나 청양군에서 유통되고 있는 다수의 구기자 포장재는 지역내에서 조달되기 보다는 지역외의 포장재 회사를 통해 유입되는 형태를 갖고 있는 것으로 나타나고 있다.

이상을 종합해 볼 때, 구기자의 판매 및 유통구조의 구조적 한계성을 파악할 수 있다. 즉 다수의 구기자가 지역내에서 생산됨에도 불구하고, 공동판매가 이루어지지 않고, 개별적으로 구축하고 있는 단편적인 유통구조를 통해 시장에 판매하고 있고, 그 과정에서 자체적인 브랜드와 포장재를 갖추고 있지 못하고 있다.

#### 4. 지원서비스 및 정책공급

청양 구기자를 재배함에 있어서 필요로 하는 각종 지원서비스, 예컨대 브랜드 및 특허, 법률·회계, 검사·인증, 시장정보 등에 있어서는 특별한 연계가 형성되어 있지 못한 것으로 나타나고 있다. 이는 일반 농가 뿐만 아니라 대규모 재배농가에서도 동일한 현상을 갖고 있다. 한편 교육·훈련, 연구개발 등의 정책지원은 청양구기자시험장을 통해 재배농가와 연결되는 구조를 갖고 있는 것으로 나타났다. 그리고 구기자 재배에 필요한 자금은 청양구기자농협이 아닌 지역농협을 이용하고 있는 것으로 나타났다.

그리고 구기자 재배농가를 대상으로 청양군은 다양한 지원정책을 지속적으로 추진해 왔

다. 재배농가에서 주로 지원받은 정책내용은 부직포와 포장박스의 지원이 중심을 이루고 있다. 부직포의 경우는 농약사용량을 줄일 수 있게 해 줌으로써 구기자의 친환경성을 제고 한다는 측면에서 재배농가의 호응도가 높은 것으로 나타났고, 포장박스도 재배농가가 긍정적으로 평가하고 있는 것으로 나타났다. 그러나 재배농가에서는 정책적 지원의 내용이 일시적으로 소규모라서 큰 성과를 내지 못하고 있고, 청양군을 비롯한 공공부문의 정책관심도에 비해서 실질적인 정책지원이 매우 취약하다고 평가하고 있는 것으로 나타났다. 이런 맥락에서 재배농가는 매년 집행되고 있는 고추·구기자축제가 당초에는 구기자축제였음을 강조하고 있다.

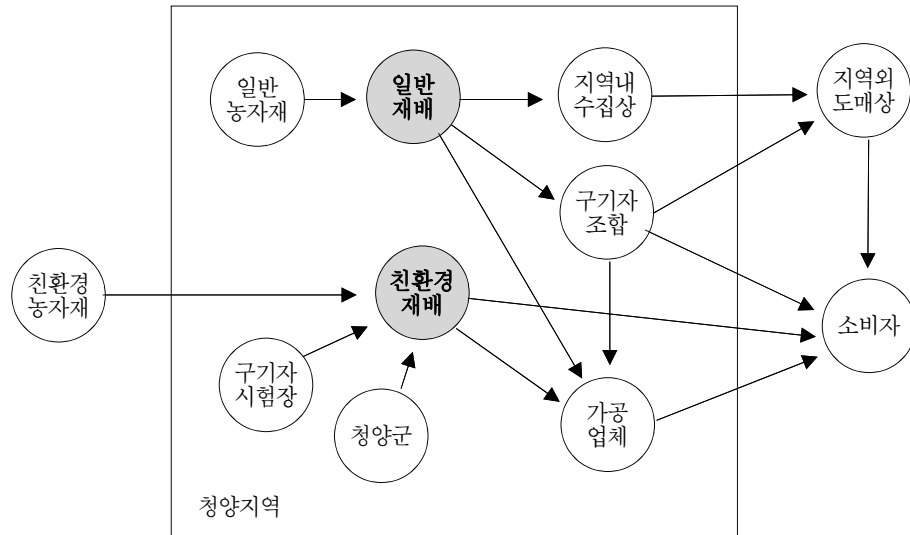
## 5. 정책수요

다수의 재배농가들은 청양 구기자 산업이 활성화되기 위해서 청양구기자조합, 작목반, 그리고 청양구기자시험장이 중심적 역할을 해야 한다고 생각하고 있는 것으로 나타났다. 그리고 일부 재배농가들은 청양구기자가공협회의 기능이 활성화되어야 한다고 평가하고 있다. 즉 재배농가들은 연구개발-생산-가공-유통의 순환적 구조를 갖추어야 함을 인지하고 있다고 하겠다. 아울러 대부분의 재배농가에서는 구기자 재배와 체험프로그램의 복합화, 그리고 자체브랜드의 개발이 중요함을 인식하고 있는 것으로 나타났다.

한편 청양 구기자 산업의 발전을 위해서 우선적으로 해결해야 할 문제점으로는 구기자 시장의 미형성과 홍보부족을 공통적 과제로 꼽고 있다. 즉 청양에서 전체 구기자의 절대량을 공급함에도 불구하고, 청양 구기자의 시장이 미형성되고 있다는 것이 가장 큰 문제점으로 나타나고 있다. 이는 구기자의 유통구조가 전통적인 한약재시장에 의존하고 있기 때문인 것으로 판단된다. 현재 구기자에 대한 인식과 홍보는 어느 정도 수행되고 있다고 하겠다. 그러나 기존의 홍보는 주로 구기자 자체에 초점을 둔 특징을 가지고 있다. 인터뷰 과정에서 지적된 바 있지만, 청양 구기자는 생산 및 재배적 측면에서는 아무런 문제점이 없다고 하겠다. 문제는 시장을 확보하고 있지 못하다는 것이다. 여기서 시장은 한약재시장이 아닌 일반 식품시장을 의미하는 것이다. 이를 위해서는 구기자 가공산업이 활성화되어야



할 것이고, 구기가 가공산업에 부합한 새로운 기능성 품종의 연구개발이 진행되어야 할 것이다. 아울러 현재 전문한 실정인 도농교류프로그램의 활성화를 통해 구기자에 대한 인식과 수요를 창출하는 것이 필요하다고 판단된다.



[그림 8] 청양 구기자 재배농가의 가치사슬

## 제2절 청양 구기자 가공의 가치사슬

### 1. 기업규모

현재 청양구기자가공협회의 모두 19개 업체이다. 이들 가공업체는 특정지역에 집중되어 있는 것이 아니라, 청양군 전역에 개별입지하고 있다. 이들 가공업체는 대부분 가족노동력에 기반한 가내수공업 형태를 취하고 있고, 계절적 특성에 따라 가공품의 생산량이 증가할 경우 임시적 노동자를 인근지역에서 공급받고 있는 것으로 나타나고 있다. 한편 이들 가공업체는 대부분 설립된 지 10년 이상인 업체가 대부분인 것으로 나타나고 있다. 그리고 대

분의 가공업체는 체험프로그램을 수행할 수 있는 여건을 현재는 갖추고 있지 못하지만, 향후 사업확장을 위해서는 체험프로그램의 도입이 필요하다고 인식하고 있다.<sup>5)</sup>

그리고 대부분의 가공업체는 연중 가동하지 못하고 있는 실정이다. 19개 업체 중에서 가장 가동률이 높은 한과업체의 경우 6월과 7월의 2달을 제외하고는 연중 가동하는 것으로 나타나고 있지만, 그 외의 업체는 연간 가동일수가 60일을 넘기지 못하는 것으로 파악되고 있다. 한편 이들 가공업체는 관계법령에 의거하여 수익률을 10% 이상 올리지 못하는 것으로 나타나고 있고<sup>6)</sup>, 대부분의 업체는 연구개발에 투자하지 못하고 있고 혹 투자하는 경우에는 5% 미만인 것으로 나타나고 있다.

한편 구기자 가공업체에서 생산하고 있는 구기자 가공품의 종류는 업체의 규모와 구기자 소비량에 비해서 매우 다양한 형태를 취하고 있다. 평균적으로 1개 가공업체에서 생산하고 있는 가공품의 종류는 4종류 이상인 것으로 나타나고 있다. 그리고 이들 가공업체는 특허권과 상표권을 대부분 가지고 있지 못한 상태이다. 일부 가공업체에서는 상표권을 갖고 있지만, 특허권을 갖고 있지 못하고 있다. 따라서 향후 가공산업이 성장하게 될 경우 우선적으로 상표등록과 같은 기본적 조건이 선행되어야 할 필요성이 있다.

## 2. 원재료의 구입

청양구기자 가공업체는 대부분 영세한 실정이다. 따라서 청양구기자 가공만으로는 해당 업체를 유지할 수 있는 수익률을 발생하지 못하는 것이 현실이다. 따라서 대부분의 가공업체는 자체적으로 구기자를 재배하고 있다. 경우에 따라서 구기자가 더 필요한 경우에는 가공업체가 위치하고 있는 인근 마을에서 자체적으로 구입하는 형태를 취하고 있다. 따라서 가공업체는 청양지역의 유통상회와 청양구기자조합과 거의 관계를 형성하고 있지 않음을 알 수 있다. 일반적으로 볼 때, 청양구기자조합이 중심이 되어서 가공업체에 대해서 구기

---

5) 현재 가공업체 중에서 체험시설을 갖추고 있는 곳은 한과 관련업체와 주류 관련업체 2곳 정도인 것으로 파악된다.

6) 실제 가공할 경우, 구기자를 그냥 판매하는 것에 비해서 15% 이상의 부가가치가 발생하는 것으로 추정된다.

자 원재료를 공급하는 형태를 취할 것으로 예상되지만, 청양구기자조합과 가공업체와는 아무런 관계를 갖고 있지 않고, 오히려 가공분야에서는 경쟁관계를 설정하고 있다. 아울러 청양구기자 가공업체는 대부분 청양구기자를 대규모 채배하는 농가이거나 과거부터 구기자를 이용한 가공품을 생산할 수 있는 기술자 중심으로 구성되어 있음을 알 수 있다. 한편 이들 가공업체는 창업초기에는 청양구기자시험장 혹은 농업기술센터로부터 기술지원을 직간접적으로 받은 것으로 나타나고 있다.

한편 이들 구기자가공업체에서 사용하는 구기자의 양은 업체마다 차이가 있지만, 적게는 연간 2kg에서 많게는 10kg 내외인 것으로 나타나고 있다. 따라서 19개 업체가 평균 연간 5kg을 가공한다고 하여도 95kg에 불과한 실정이다. 따라서 청양지역에서 생산되는 구기자의 약 1%도 가공하지 못하는 수준이라고 할 수 있다. 이처럼 구기자의 연간 가공량이 낮은 이유는 우선 구기자가공업체가 영세하고 소규모이며, 그 절대수가 작다는 것에 기인한다. 이와 더불어 구기자 가공업체에서 구기자를 주원료로 사용하기 보다는 보조원료로 사용하는 경우가 대부분이기 때문이다. 현재 가공되고 있는 상품 중에서 구기자를 주원료로 사용하는 경우는 차와 술, 그리고 엑기스 종류 정도이다. 그 외의 한과, 떡, 약과, 고추장, 찜장 등은 구기자를 보조원료로 사용하기 때문에 구기자의 사용량이 많지 않다.

### 3. 제조기기 및 포장재료

구기자를 가공하기 위해서는 다양한 제조기기와 장비, 그리고 포장재료 등이 요구된다. 현재 한과와 떡을 비롯한 일부 구기자 가공제품은 수작업으로 제조되고 있기 때문에 별도의 제조기기를 필요하지 않고 있다. 그러나 그 외의 차와 술, 그리고 엑기스 등의 가공과정에는 전문제조기기가 사용되고 있다. 현재 구기자 가공을 위한 제조기기는 수도권 남부와 경남지역의 기계업체로부터 공급을 받고 있는 것으로 나타나고 있다. 이들 기업으로부터 주문생산의 형태로 제조기기가 공급되기 때문에 가격이 일반범용기기에 비해서 고가로 공급되고 있음을 알 수 있다. 뿐만 아니라 제조기기가 고장이 날 경우 당초 해당 기기를 공급한 업체에서 수리를 담당하고 있는 바, 만약 기기가 고장이 날 경우 가공공정이 중단

되는 상황이 발생하기도 한다. 실제 한 가공업체에 의하면, 제조기기를 공급한 기업이 도산을 하였기에 때문에 기기 고장 시 당시 그 기업체에 근무하던 사람들의 개인적으로 수 소문해서 수리하는 불편함을 겪고 있었다.

그리고 포장재료 또한 수도권의 업체로부터 공급을 받고 있는 것으로 나타났다.<sup>7)</sup> 현재 가공업체들이 필요로 하는 포장재료가 상이하기 때문에 공동구매가 이루어지지 않고 개별적으로 이루어지고 있다. 그렇기 때문에 주문물량이 매우 소량일 수 밖에 없기 때문에 가격결정권과 거래의 우선권을 확보하지 못하고 있는 것으로 나타났다. 또한 공급받는 포장재의 가격도 다른 경우에 비해서 고가로 형성되어 있다.<sup>8)</sup> 한편 여기서 흥미로운 것은 포장재료를 공급해 주는 외부업체가 해당 상품의 제품디자인을 하고 있다는 것이다. 즉 가공업체의 영세성으로 인해 별도의 제품디자인을 하지 못하고 있고, 포장재를 구입하는 단계에 포함하여 간단한 형태로 제품디자인을 하고 있다는 것이다. 이는 가공업체가 제품의 신뢰성과 홍보를 위해서 별도로 디자인을 할 만큼의 여력을 갖고 있지 못함을 의미한다.

#### 4. 소비자 및 판매경로

청양에서 생산되는 가공상품 중 한과 이외에는 그 수량이 소규모인 것으로 파악된다. 그렇기 때문에 실제 가공상품의 생산량 또한 정확히 집계가 되지 못하고 있는 실정이다. 이는 다수의 가공업체가 가공상품을 주소득원으로 생산하고 있지 않기 때문인 것으로 파악된다. 앞서 지적한 바와 같이, 구기자 가공업체는 주로 자체 채배한 구기자를 가내수공업 형태로 가공하여 판매하는 형태를 취하고 있다. 그리고 이들 업체에서 생산하고 있는 가공품의 종류는 평균적으로 4개 정도이다.

가공업체 관계자의 인터뷰에 의하면, 청양 구기자 가공상품의 주요 소비자는 주로 대도시에 위치하고 있는 것으로 나타나고 있다. 이들 소비자는 주로 전화판매에 의존하고 있는

---

7) 현재 청양지역에서 포장재를 생산하는 경우는 한과와 생구기자를 포장하는 2가지 경우인 것으로 파악된다.

8) 실제 기성 주류업체에서는 병을 1개당 300원에 공급을 받지만, 구기자 가공업체에서는 동일한 병을 개당 1,100원에 공급을 받고 있다. 그렇기 때문에 공급받는 병 재료만 전체 원가의 5% 이상을 차지하게 된다.

것으로 나타났다. 즉 대부분의 가공업체는 가공상품을 판매하기 위한 웹사이트를 구축하고 있지 못하고 있을 뿐 아니라,<sup>9)</sup> 가공상품을 판매할 수 있는 별도의 매장을 갖고 있지 못한 상태였다. 이러한 가공업체 사정을 종합해 볼 때, 가공업체는 직접 재배하고 가공하고 판매까지 독자적으로 하고 있는 실정이다. 그렇기 때문에 가공품을 판매하기 위한 별도의 시장개척에는 엄두도 내지 못하고, 기존의 단골고객을 중심으로 판매망을 유지하고 있는 실정이라고 하겠다. 그리고 이들 가공업체는 주로 우체국 택배를 통해 소비자와 거래를 하고 있는 것으로 나타났다.

현재 구기자가공업체가 가공품을 판매하는 경로 중의 하나로 향토상품전시관을 꼽을 수 있다. 그러나 이들 가공업체의 입장에서 볼 때, 향토상품전시관을 통해 판매하는 비중은 매우 미약한 것으로 인식되고 있다. 그럼에도 불구하고, 이들 구기자가공업체는 공동의 마케팅 활동을 선호하지 않는 것으로 나타나고 있다.

이상을 종합해 볼 때, 구기자가공업체는 개별적으로 판매시장을 확보하고 있고, 새로운 시장개척이 곤란한 상황이라고 하겠다. 실제 인터뷰 과정에서 구기자 자체의 상품성에도 불구하고 시장이 확보되지 못해 구기자 산업의 발전가능성이 불투명하다는 문제점이 지적되었다. 이를 극복하기 위해서는 가공업체가 공동구매와 공동의 마케팅을 해야 함과 동시에 인터넷 쇼핑몰의 운영 등이 필요하다고 하겠다.

## 5. 연구개발 및 지원서비스

청양 구기자 가공업체는 독자적인 연구개발시스템을 확보하고 있지 못하고 있다. 다만 창업초기 혹은 가공상품의 기능개선을 위해서 청양구기자시험장을 주요 채널로 한 연구개발네트워크를 구축하고 있다. 그리고 청양구기자시험장을 통해서 지역대학의 관련 전문가와 공동으로 연구개발프로젝트를 수행하고 있는 것으로 나타나고 있다. 그러나 청양 구기자 가공업체의 연구개발 네트워크는 특정 목적을 위해서 일시적으로 형성되는 특성을 갖고 있기 때문에 네트워크의 밀도와 지속성이 높지 않은 것으로 평가된다. 그 결과 가공업

---

9) 청양구기자 가공상품을 구입할 수 있는 웹사이트는 청양구기자조합에서 운영하는 웹사이트와 외지의 구기자 관련 상품을 취급하는 인터넷쇼핑몰 2곳 정도가 유일하다.

체가 독자적으로 연구개발 네트워크를 형성하고 있지 못한 실정이다.

그리고 이들 가공업체는 홍보·마케팅, 브랜드, 검사·인증을 위한 자체적인 지원체계를 갖추고 있지 못한 실정이다. 반면 대부분의 가공업체는 청양지역의 세무사를 통해 회계지원을 받고 있지만, 아직 법률지원은 제공받지 못한 것으로 나타나고 있다. 한편 교육훈련과 시장정보에 대해서는 자체적으로 해결하는 시스템을 갖추고 있고,<sup>10)</sup> 관련 가공업체간의 교육훈련과 시장정보의 교류가 활발히 이루어지 못한 것으로 평가된다. 19개의 회원으로 구성된 청양구기자 가공협회가 활동을 하고 있지만, 실질적인 정보교류 보다는 친목차원에서 구성이 되고 있는 것으로 평가된다.

## 6. 정책수요

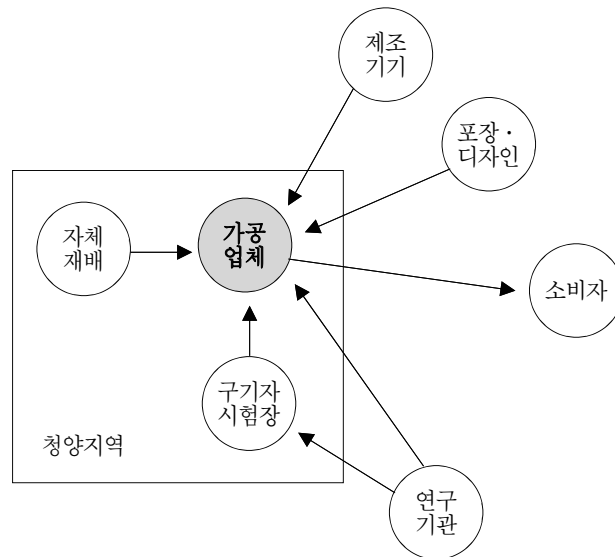
청양 구기자 가공업체 대부분은 구기자 가공상품의 발전잠재력이 높은 것으로 평가하고 있다. 그럼에도 불구하고 구기자 가공산업이 발전하지 못하는 이유로는 시장확보가 어렵다는 점을 지적하고 있다. 이는 기본적으로 구기자 가공상품에 대한 시장이 형성되어 있지 못함에 기인하는 것이다. 그러나 앞서 지적한 바와 같이, 구기가 가공업체는 공동구매와 공동판매와 같은 협력메커니즘을 형성하고 있지 못한 것이 현실이다.

한편 청양군의 정책관심도에 대해서는 높은 것으로 평가하지만, 실제 정책지원에 대해서는 다른 경제주체와 동일하게 실질적인 지원규모가 작다고 평가하고 있다. 그리고 이들 가공업체가 지금까지 공공부문에서 지원을 받은 분야는 포장재와 가공제품의 개선에 초점을 두고 있었다. 그러나 최근 가공업체가 필요로 하는 시장개척과 시장정보에 대한 구체적인 경영컨설팅은 전무한 실정이라고 하겠다. 가공업체 관계자 인터뷰에 의하면, 농민들이 가공산업을 하기 위해서 가장 부족한 것은 경영지식 부족이라고 지적하고 있다. 그럼에도 불구하고 이에 대한 체계적인 지원이 이루어지 않고 있다고 지적하고 있다. 특히 농민들이 가공산업을 함에 있어서 가장 곤란하게 직면하는 문제가 사업자등록 등을 비롯한 각종 인허가 문제라고 지적하고 있다. 이런 애로사항 때문에 대부분의 가공업체는 상표등록과 특

---

10) 가장 한정된 범위에서 진행되고 있지만, 일부 가공업체는 충남테크노파크를 통해 시장정보와 교육훈련 기능을 제공받고 있다.

허등록을 하지 못하고 비공식적 채널을 통해 경영하는 문제점이 발생하는 것이다. 이런 맥락에서 가공업체 일부 관계자는 재배농가에게 무조건적으로 가공산업을 장려하는 것은 농업의 경쟁력을 저하할 뿐 아니라, 실질 재배농가가 가공산업을 통해서 성공할 가능성도 매우 희박하다는 문제점을 지적하고 있다.



[그림 9] 청양 구기자 가공업체의 가치사슬

### 제3절 청양 구기자 유통·마케팅의 가치사슬

#### 1. 주요 주체

청양 구기자 유통과 관련한 주요 주체는 크게 3가지로 구분해 볼 수 있다. 우선 가장 오랫동안 청양 구기자를 전국적으로 유통해 온 민간 유통상회를 꼽을 수 있다. 현재 이들 유통상회는 청양지역내에 약 10개 이지만, 실질적으로 운영되고 있는 것은 6개 정도이다. 이

들 유통상회는 대부분 1-2명이 종사하는 가족지향적 인력구조를 갖고 있다. 그리고 이들의 평균 연령은 60대 중반으로 대부분 30년 이상 관련업종에 종사하고 있는 특징을 갖고 있다.

그리고 1994년에 설립된 청양구기자조합을 꼽을 수 있다. 청양구기자 종합은 900명의 조합원 출자로 형성되었지만, 1인당 출자규모가 매우 제한되어 실제 총 출자금은 2억원 정도에 불과한 실정이다. 현재 청양구기자조합의 직원은 총 3명이고, 신용사업은 하지 않고 오직 수매와 가공의 역할만 담당하고 있다. 2010년 9월 새롭게 청양구기자약초시장이 개설됨에 따라 10개의 유통상회와 청양구기자조합은 약초시장 내에 위치하게 되었다.

끝으로 청양군이 설립하고 위탁운영하고 있는 향토상품전시관을 들 수 있다. 향토상품전시관은 공주시와 청양군을 연결하는 국도 36번 상에 위치하고 있다. 향토상품전시관은 구기자를 비롯하여 고추 등의 청양군 특산품을 판매하는 기능을 담당하고 있다. 2007년에 매장을 설립하여 2010년 현재까지 민간에 의해 운영되고 있다.

## 2. 구기자 유통상회

청양의 구기자 유통상회는 과거에 청양읍 송방리 일대에 가건물 형태로 입지하여 기능을 하고 있었다. 과거 1990년대에는 청양장날에 약 30톤의 구기자가 청양에서 유통되었지만, 현재는 불과 1,200kg에 불과한 실정이다. 이는 20년전의 거래량의 5%에도 미치지 못하는 규모이다. 따라서 구기자 유통상회의 수와 거래규모는 과거에 비해서 지속적으로 축소되고 있고, 발전가능성이 낮은 것으로 관련 종사자는 판단하고 있다. 실제 구기자 유통상회를 운영하고 있는 다수의 종사자가 1-2명의 가족노동력에 기반하고 있고, 60대 중반의 고령자가 중심을 이루고 있는 것으로 나타났다. 또한 이들은 새로운 신규투자에 대해서 계획을 갖고 있지 않고, 후세대에 가업을 승계할 계획이 없는 것으로 나타났다.

인터뷰 조사에 의하면, 청양구기자약초시장에서 실제 운영하고 있는 유통상회는 모두 6개인 것으로 나타났고, 이들은 대부분 1980년대부터 관련업종에 종사한 것으로 파악되고 있다. 주요 취급품종은 구기자와 맥문동이고, 연중 무휴 개업을 하고 있지만 실제 상회의 기능을 하는 경우는 장날로 한정되어 있는 실정이다. 현재 이들 상회에서 취급하는 구기자



취급량은 약 70% 정도로 추정된다.<sup>11)</sup> 따라서 일반 농가에서 생산되는 물량은 거의 대부분 유통상회를 통해 시장으로 거래되고 있다는 보는 것이 바람직할 것이다. 그럼에도 불구하고 이들 유통상회는 동종업종에 종사하는 관계자들의 모임을 결성하고 있지 못하다. 인터뷰 조사에 의하면, 과거 10년 전에 관련모임을 결성한 적이 있지만 그 활동이 활발하지 못하였다. 다시 구기자 관련유통모임 결성을 할 경우 참여의향이 있는가에 대해서는 대부분 부정적 입장을 나타내고 있는 것으로 파악된다.

이들 유통상회에서는 재배 농가에서 가지고 온 구기자를 현금거래를 통해 수매하는 방법을 취하고 있다. 일부 중규모의 농가와 장기적인 거래관계를 갖고 구기자의 안정적인 수매를 하는 경우도 있지만, 대부분은 재배농가에서 구기자를 유통상회에 직접 가지고 와서 현금으로 교환하는 방식을 취하고 있다. 이렇게 수매된 구기자는 유통상회에서 선별, 건조하여 외지의 도매상에게 판매하는 방식을 취하고 있다. 즉 유통상회를 통해 거래되는 대부분은 구기자는 도매상을 통해 전국의 약초시장으로 유입되는 것이 바람직할 것이다.<sup>12)</sup> 따라서 이들 유통상회에서 수매된 구기자가 청양지역내에서 유통되는 경우는 거의 없다고 보는 것이 바람직할 것이다.<sup>13)</sup> 이때 유통상회에서는 발생하는 부가가치율은 5~10% 내외인 것으로 조사되고 있다.

한편 이들 유통상회는 대부분 20평 내외의 사무실 면적을 사용하고 있고, 동일 장소에서 구기자의 모든 유통과정을 처리하고 있다. 즉 수집, 선별, 보관 등의 기능을 단일 공간에서 사용하고 별도의 저장고와 선별시설을 갖고 있지 못한 실정이다. 따라서 유통상회에 종사하는 관계자들은 기존의 경험을 통해 구기자를 A, B, C 등급으로 분류하고 있고, 일부를 볶음구기자로 유통하고 있는 것이다. 아울러 유통상회는 별도의 브랜드와 포장재를 갖고 있지 못하다. 따라서 유통상회가 필요로 하는 포장재는 서울 경동시장에서 공급되고 있는 한약재포장재를 사용하고, 자체적으로 생산지를 부착하는 형태를 취하고 있다.<sup>14)</sup>

11) 청양 구기자의 평균 생산량을 300톤으로 가정할 경우, 유통상회에서 취급하는 물량은 약 220톤 정도로 추정된다. 한편 220톤 중에서 실제 유통상회가 직접적으로 거래하는 양은 60% 정도인 132톤 정도이고, 그 외 구기자는 외지의 수집상이 재배농가에서 직접 수매하는 것으로 이해된다. 그러나 본 연구에서는 외지의 수집상이 직접 수매하는 경우도 일단 유통상회와 관계가 간주하도록 한다.

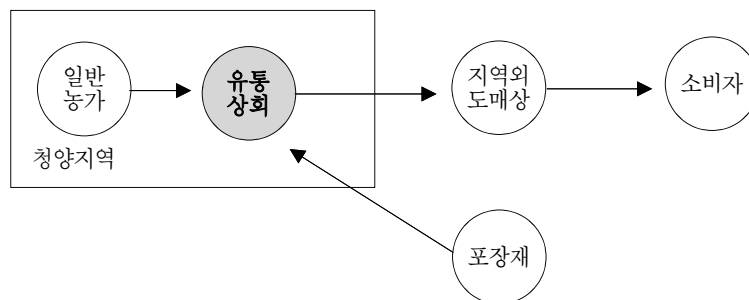
12) 이들 유통상회와 거래하고 있는 도매상은 전국적으로 분포되고 있다. 주요 거래처는 우리나라의 대표적 한약재시장인 서울 경동시장과 경북 영천시장인 것으로 나타나고 있다.

13) 유통상회를 통해 일부 소매로 유통되는 경우도 있지만, 이는 전체 거래량에서 차지하는 비중이 매우 경미한 실정이다.

14) 실제 경동시장에서 공급되고 있는 한약재포장재는 인천에 소재하고 있는 포장재 공장에서 공급하고

한편 이들 유통상회는 홍보, 법률·회계, 검사·인증, 연구개발, 교육훈련 등의 지원을 전혀 받지 못하고 있다. 또한 구기자를 유통하는 조합인 청양구기자종합과 경쟁적 구조를 갖고 있어 유통단계에서 상호협력이 형성되지 못하고 있는 실정이다. 청양군에서는 이러한 문제점을 해결하기 위해서 유통상회와 청양구기자종합이 함께 입지한 청양구기자약초시장을 2010년 9월에 개장하게 된 것이다. 현재 이들 유통상회에서 매달 되는 임대료는 109,200원 정도인 것으로 파악되고 있다.

끝으로 이들 유통상회 입장에서 보면, 청양군이 구기자를 육성하기 위한 정책적 의지는 있으나 실질적인 지원이 없는 것으로 평가하고 있다. 그리고 구기자 산업에 대해서는 전국적인 경쟁력을 청양지역이 갖고 있는 것으로 평가하고 있고, 구기자 산업의 가장 큰 애로사항으로는 생산단가 상승으로 인한 가격경쟁력 저하를 꼽고 있다. 그리고 구기자 산업이 발전하기 위해서는 유통단계에서 공동구매가 확대될 필요성이 있는 것으로 평가하고 있다.



[그림 10] 구기자 유통·마케팅의 가치사슬

있는 것으로 파악된다.

### 3. 청양구기자조합

청양구기자조합은 청양지역 유일의 구기자조합이다. 청양구기자조합은 대외적으로 청양 구기자의 대표성을 갖는 조직으로 역할을 하고 있다. 현재 청양구기자조합은 구기자와 맥 문동을 모두 취급하고 있고, 수매, 가공, 유통의 3가지 역할을 수행하고 있다.

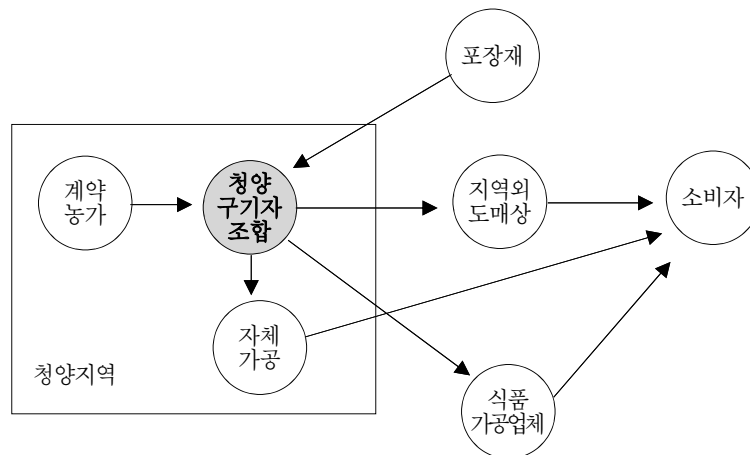
청양구기자조합은 연간 약 70톤 정도를 수매하고 유통하는 것으로 조사되고 있다. 이는 청양구기자의 약 23%에 해당하는 물량이다. 그리고 10개의 유통상회에서 처리하고 있는 구기자의 양의 1/3에 해당되는 것이다. 청양구기자조합은 150여 농가와 계약재배를 통해 구기자를 수매하고 있지만, 일반 농가에서 구기자 수매를 요구할 경우 일부 수매하는 경우도 있다. 청양구기자조합과 계약재배를 하고 있는 농가들의 평균 재배규모는 200평 내외로 일반적으로 구기자를 재배하는 소규모 농가라고 할 수 있다. 이런 맥락에서 볼 때, 대규모로 구기자를 재배하지 않는 대부분의 농가의 경우, 유통상회와 청양구기자조합을 통해 유통하는데, 이중 청양구기자조합은 그 성격상 조합원과 계약을 통해 구기자를 재배·수매하는 것으로 이해할 수 있다.

한편 청양구기자조합은 유통상회와 달리 수매된 모든 구기자를 한약재시장으로 유통시키지 않는 것으로 나타나고 있다. 즉 청양구기자조합은 수매량의 70톤 중에서 절대다수인 60% 정도는 경동시장과 영천시장과 같은 한약재시장에 도매로 유통시키고 있지만, 25%는 한국담배인삼공사와 국순당 등의 식품가공업체에 납품하고 있고, 그 외 15%는 자체가공하는 유통경로를 갖고 있는 것으로 파악되고 있다. 그리고 청양구기자조합이 가공하지 않는 구기자를 시장에 유통할 경우 발생하는 이윤은 유통상회와 유사한 5~10%인 것으로 파악되고 있다.

청양구기자조합은 구기자와 관련한 유일한 단체임에도 불구하고, 실제 구기자의 유통단계에서 실질적인 영향력을 미치지 못하는 것으로 파악되고 있다. 최근 청양구기자조합이 가공분야에서 급속한 성장을 함에 따라 가용한 자금력이 확대되어 구기자의 수매량을 증대하고 있지만, 구기자의 가격결정권을 가질 만큼의 영향력을 행사하지 못하고 있다. 또한 청양구기자조합이 청양지역에서 구기자를 재배하는 관련 농가의 이익을 충분히 대변하지 못하고 지역사회에서 공인된 평판을 형성하고 있지 못한 문제점도 있다고 하겠다. 이는 기

본적으로 청양구기자조합의 영세성에 기인하는 것이다. 즉 청양구기자농협은 자금 및 규모의 한계로 인해서 청양지역 구기자 재배농가에서 생산되는 구기자를 실질적으로 수매하지 못하는 문제점이 있는 것이다. 과거 청양농협에서 구기자를 한시적으로 수매를 한 적이 있었지만, 청양농협에서 판로를 확보하지 못함으로써 더 이상 구기자를 수매하지 않음에 따라 농협에 대한 전반적인 불신이 있는 것도 사실이다. 최근 청양구기자조합의 신장에 따라 청양구기자에서 수용가능한 구기자의 양이 확대되고 있다. 이로 인해 2010년부터 청양구기자농협과 청양농협이 협력하여 과거에 비해서 구기자 수매량을 확대하고 있다. 즉 청양농협은 자금과 저장창고를 지원하고, 청양구기자농협은 수매와 판로를 책임지는 형태로 협력하여 구기자 수매량을 확대해 나가고 있는 상황이다.

한편 청양구기자조합에서 공급하는 구기자는 청양구기자로 시장에서 유통되고 있지만, 실제 재배농가에서 동일한 재배방법에 의해서 생산되는 것은 아니다. 또한 청양구기자조합가 유통조직의 측면에서 볼 때, 별도로 홍보와 광고를 수행하고 있지 못한 실정이다. 뿐만 아니라 자체적인 검사·인증시스템을 갖추고 있지 못하고 있는 것으로 평가된다. 그리고 청양구기자를 포장하는 포장재는 서울에 있는 포장업체를 이용하는 것으로 나타나고 있다.



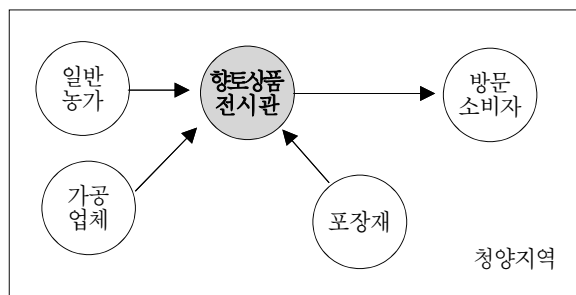
[그림 11] 청양구기자조합의 가치사슬

#### 4. 향토상품전시관

청양군에서는 지역특산품인 구기자와 고추를 판매하기 위한 향토상품전시관을 건립하였다. 이 향토상품전시관은 청양지역에서 구기자 관련 상품을 구매할 수 있는 유일한 장소인 동시에 구기자와 구기자 가공상품을 구매할 수 있는 곳이다. 앞서 지정한 바와 같이, 향토상품전시관은 청양군의 주요 관문인 36번 국도상에 위치하고 있어 교통접근성이 양호하다.

현재 향토상품전시관은 민간에 2년 단위로 위탁하여 운영되고 있고, 현재 1명이 전일제로 종사하고 있으며, 연중 365일 운영되고 있는 것으로 나타나고 있다. 향토상품전시관은 청양지역에서 생산되는 구기자 및 가공제품을 전시·판매하고 있는데, 이 역시 위탁판매의 형태로 운영되고 있다. 즉 재배농가 혹은 가공업체에서 판매를 향토상품전시관에 의뢰할 경우, 향토상품전시관은 판매액의 일정액을 수수료로 하는 형태를 하고 있고, 만약 상품이 판매되지 않을 경우 반품이 되는 것을 기본전제 조건으로 하고 있는 것이다.<sup>15)</sup>

그러나 향토상품전시관 관계에 의하면, 실제 상품이 반품되는 경우는 매우 드물 경우라고 한다. 이는 반대로 향토상품전시관에 많은 외부 관광객이 방문을 하고 있음을 반증하는 것이라고 하겠다. 실제 향토상품전시관의 관계자에 의하면, 1달에 평균적으로 1만명 정도가 매장을 방문하는 것으로 파악된다. 주요 방문객은 대전지역인 것으로 나타나고 있다. 그리고 향토상품전시관의 판매액을 기준으로 할 때, 매장판매액이 95%이고 전화판매액이 5% 정도이며, 부가가치율은 약 18% 내외인 것으로 파악되고 있다. 한편 향토상품전시관은 아직 인터넷 판매망을 구축하고 있지 못하고 있는 실정이다.



[그림 12] 향토상품전시관의 가치사슬

15) 향토상품전시관 관계자에 의하면, 실제 반품이 되는 경우는 거의 없는 것으로 파악되고 있다. 즉

## 제4절 청양 구기자 지원정책의 가치사슬

### 1. 청양 구기자 자생단체

청양 구기자와 관련한 자생적 단체로는 친환경구기자연구회(27명), 비가림구기자작목반(13명), 청양구기자가공협회(19명), 청양구기자연구회(59명) 등이 있다. 4개 단체에 가입된 총 회원수는 모두 118명이다. 이중에서 2개 이상의 단체에 가입하고 있는 사람은 모두 12명인 것으로 나타나고 있다. 따라서 2개 이상의 단체에 가입하고 있는 사람들의 중복가입 현황인 <표 6>를 기반으로 하여 4개 단체의 상호연계성을 Ucinet을 이용해 분석하면 [그림 13]과 같다.

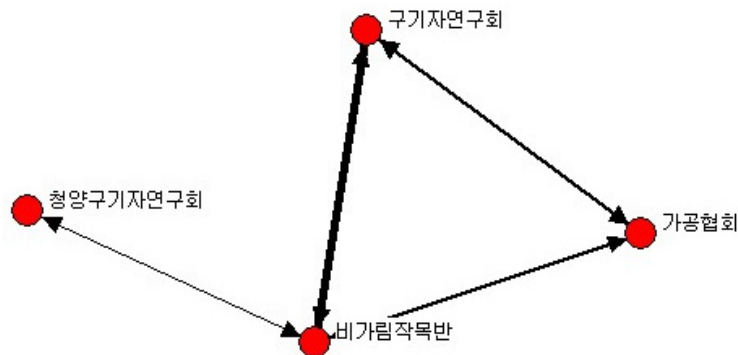
<표 6> 자생단체의 중복가입 현황

가입회원	가입단체
A	비가림구기자작목반, 청양구기자가공협회
B	친환경구기자연구회, 비가림구기자작목반
C	친환경구기자연구회, 비가림구기자작목반
D	친환경구기자연구회, 비가림구기자작목반
E	비가림구기자작목반, 청양구기자연구회
F	친환경구기자연구회, 비가림구기자작목반
G	친환경구기자연구회, 청양구기자가공협회
H	친환경구기자연구회, 비가림구기자작목반, 청양구기자가공협회
I	친환경구기자연구회, 비가림구기자작목반
J	친환경구기자연구회, 비가림구기자작목반
K	친환경구기자연구회, 청양구기자가공협회
L	친환경구기자연구회, 비가림구기자작목반

분석결과에 의하면, 4개의 단체는 어떤 형태로든 모두 연결되어 있는 것으로 나타나고 있다. 그러나 전체 118명 중에서 중복가입한 사람의 수가 12명에 불과하기 때문에 개별 단체간의 상호협력은 그다지 활발하지 못한 것으로 판단할 수 있다. 2010년 10월 경 친환경구기자연구회와 비가림구기자작목반, 그리고 청양구기자연구회가 연합하여 청양구기자연합 단체를 결성하였는 바, 향후 이들 단체간의 연계성이 확대될 것으로 기대된다. 한편 4개

단체 중에서 가장 중심성이 높은 단체는 비가림작목반(중심성 1.00)인 것으로 나타나고 있고, 친환경구기자연구회와 청양구기자가공협회의 중심성은 각각 0.67인 반면, 청양구기자연구회의 중심성은 0.33으로 가장 낮은 것으로 나타나고 있다.

이상을 종합해 볼 때, 청양 구기자 관련 자생단체에서 가장 중심적 역할은 하는 것은 비가림구기자작목반인 것으로 나타났고, 비가림구기자작목반과 친환경구기자연구회와의 관계가 밀접한 것으로 분석이 된다. 반면 청양구기자연구회는 다른 단체에 비해서 상대적으로 다른 단체와의 협력관계가 낮은 것으로 파악된다.



[그림 13] 청양 구기자 자생단체의 연계도

## 2. 청양구기자포럼

청양군은 신활력사업의 일환으로 청양구기자포럼을 개최해 오고 있다. 청양구기자포럼은 청양구기자의 명품화, 가공식품화 및 소비촉진전략, 브랜드 및 포장디자인 개선 등에 초점을 두고 있다. 반면 청양구기자를 활용한 농어촌산업의 창업에 대한 지원프로그램은 부족한 것이 현실이다. 아울러 연구개발의 경우에도 주로 생산량 증진에 초점을 두고 있는 바, 기능성 가공품을 생산하기 위한 연구개발이 취약한 것이 현실이다.

한편 청양구기자포럼의 경우 연간 6회 개최되고, 매회 약 70여명이 참석하는 것으로 되어 있지만, 대부분의 운영방식이 외부전문가를 초청한 강연위주로 되어 있기 때문에 실제

청양구기자 관련종사자들의 자발적인 참여가 미약한 것이 현실이다. 한편 청양구기자포럼 이외에도 청양구기자연구회 2개가 설립·운영되고 있고, 다수의 작목반이 활동하고 있음에도 불구하고, 청양구기자포럼에 이들 관련조직이 공식적인 네트워크를 형성하고 있지 못한 실정이다. 즉 청양구기자와 관련한 다양한 자발적 결사체가 존재함에도 불구하고, 이들 대부분의 단체들은 그 활동이 활성화되어 있지 못하고 개별 단체간의 연계협력 활동 또한 활성화되어 있지 못한 것이 현실이다.

따라서 청양구기자포럼은 다음과 같은 한계점을 갖고 있다. 즉 구기자 생산농가 및 관련 종사자들의 포럼 참가 열의가 낮고, 저명한 웰빙식품 관련 전문가 초빙에 어려움이 있으며, 포럼의 이해부족으로 구기자 농가들의 민원성 의견 수렴이 중심을 이룬 문제가 있다. 또한 포럼을 통한 구기자 생산농가 장려를 위한 아이디어의 정책반영에 한계가 있고, 포럼의 생산적 의견수렴을 결과를 정책화하는데 미흡하며, 구기자연구회 조직 및 조합의 이해관계로 의견을 통합화를 이루지 못한 한계가 있다.

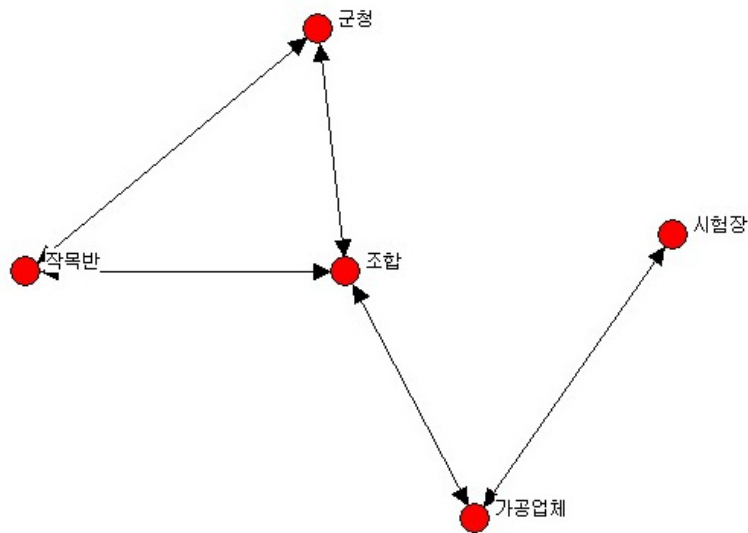
### 3. 청양군의 정책지원

청양 구기자와 관련한 정책지원은 크게 청양군과 청양구기자시험장으로 구분해 볼 수 있다. 그러나 청양 구기자 관련 종사자들은 청양구기자시험장, 농업기술센터, 청양군 등 정책지원이 분산되어 있어 청양 구기자에 대한 정책수요를 요구할 수 있는 것이 불명확할 뿐 아니라, 각 기관에서 경우에 따라서는 적극적으로 대응하지 못한다는 한계점을 지적하기도 한다.

우선 청양군은 신활력사업을 통해서 구기자 산업의 재배기반을 확충하는 사업을 추진하였다. 주요 사업내용은 구기자 재배과정에서 농약의 사용량을 줄이기 위해 필요한 부직포를 재배농가에게 공급을 하였고, 구기자의 수확에 필요로 노동력을 저감하기 위해 자동수확기 개발에 착수하였으며, 청양 구기자의 공동포장재를 공급하였다. 이처럼 청양 구기자를 육성하기 위한 청양군의 정책은 주로 재배기반을 확충하는데 초점을 두고 있다고 하겠다.



한편 청양구기자시험장은 1992년 지역특화작물시험장 설치령에 따라 1992년 설립된 기관이다. 청양구기자시험장의 주요 업무는 다수성의 신품종 육성, 고품질 환경친환경 생력 재배기술 확립, 그리고 가공신제품의 개발로 크게 구분되고 있다. 현재 총 8명의 인원으로 구성되어 있지만, 실제 연구개발에 종사하는 인력은 불과 5명에 불과한 실정이다. 그간 청양구기자시험장에서는 병해에 강하고 수확량이 많은 새로운 품종을 개발하는데 초점을 두어 왔다. 최근 들어서는 인근의 대학과 공동으로 구기자 가공상품을 개발하기 위한 연구개발사업을 지속적으로 추진해 왔다고 하겠다. 현재 청양구기자시험장에서 보급한 신품종 9종은 구기자 전체 재배면적의 50%에 해당하고 있다. 한편 청양구기자시험장과 청양군 농업기술센터는 기능적으로 역할분담을 하고 있는데, 청양구기자시험장은 기술개발에 초점을 두고 있는 반면, 청양군 농업기술센터는 기술보급 및 지도에 초점을 두고 있다. 그리고 청양구기자시험장은 인근 대학과 지속적인 연구개발 네트워크를 형성하고 있는데, 주요 협력기관은 공주대학교, 배재대학교, 순천향대학교 등인 것이다.



[그림 14] 청양 구기자 산업 육성을 위한 이상적 협력구조

그리고 청양군과 청양구기자시험장의 관계자를 대상으로 주요한 핵심주체를 조사한 결과에 의하면, 청양구기자조합, 청양군청, 작목반, 가공업체, 그리고 청양구기자시험장 등인 것으로 나타났다. 이들 5개 단체 중에서 핵심적인 역할을 해야 하는 단체는 청양구기자조합인 것으로 나타났고, 군청과 작목반, 그리고 가공업체의 중요도는 같은 것으로 나타났다. 반면 청양구기자시험장의 역할은 상대적으로 다른 4개의 단체에 비해서 낮은 것으로 분석되었다. 한편 개별 단체간의 협력관계를 보면, 조합과 군청, 그리고 작목반이 3각 협력구조를 형성하고 종합을 경유하여 가공업체와 협력하는 구조를 갖는 것이 바람직하다고 평가하고 있다. 한편 그간 구기자의 생산력 증대에 초점을 맞추어 온 청양구기자시험장은 재배보다는 가공분야에 초점을 두고 가공업체와 협력관계를 강화하는 것이 바람직한 것으로 분석되고 있다.

## 제5절 청양 구기자 산업의 발전방안

### 1. 청양 구기자 산업의 문제점

청양지역은 우리나라 최대의 구기자 생산지역이다. 그리고 구기자 산업을 활성화기 위한 정책적 노력을 청양군에서 지속적으로 추진해 온 것도 사실이다. 그럼에도 불구하고 청양 구기자가 지역경제에서 차지하는 비중은 매우 미약하고, 향후 발전가능성도 높지 않은 것이 현실이다. 청양은 구기자 산업에 필요한 기본적 조건을 모두 양호하게 갖추고 있음에도 불구하고, 개별 조직을 유기적으로 연결하지 못하고 있으며, 구기자를 고부가가치화할 수 있는 가공산업을 활성화지 못함으로써 발전가능성이 낮게 평가되고 있다고 하겠다. 다음에서는 청양 구기자 산업의 문제점을 보다 구체적으로 살펴보고자 한다.

## 1) 재배

첫째, 청양 구기자를 생산하는 절대 다수의 농가는 300평 이하의 소규모 농가로 구성되어 있다. 이로 인해 작목반이 활성화되어 있지 못하고, 친환경 구기자 및 지리적 표시제 등이 활성화되지 못하고 있다.

둘째, 구기자의 생산성에 치중함으로써 기능성 구기자의 재배가 활발하지 않은 실정이다. 현재 재배되고 있는 구기자는 대부분 병해충에 강하고 생산량이 많은 품종이 다수를 이루고 있다. 반면 구기자 가공상품에 적합한 품종을 재배하지 못하고 있다.

셋째, 구기자 생산비용의 증대로 인해 영세농가에서 규모를 확대하는데 한계성을 갖고 있다. 부부의 노동력을 바탕으로 할 때, 1가구에서 300평 이상의 경작하기 어려운 실정이다. 현재 노동집약적 재배구조를 가질 경우 구기자의 재배면적을 확장하기에는 한계가 있다.

## 2) 가공

첫째, 가공업체가 영세할 뿐 아니라 가공산업 규모가 발전하지 못하고 있다. 현재 구기자 관련 가공업체는 총 19개에 불과한 실정이다. 뿐만 아니라 이들 가공업체에서 가공하는 구기자의 양은 전체 생산량의 1%에도 미치지 못하고 있다.

둘째, 가공업체는 재배농가의 기능을 수행하고 있을 뿐 아니라, 유통기능까지 담당하고 있다. 대부분의 가공업체가 연중 생산을 하지 못하기 때문에 직접 구기자를 재배하고 있고, 전문화된 유통조직을 갖추고 있지 못한 실정이다.

셋째, 가공업체의 영세성에도 불구하고 다수의 가공상품을 생산하고 있고, 가공상품에 대한 시장수요 등을 고려하지 못하고 있다. 대부분의 가공업체는 평균 4개 이상의 가공상품을 개발하고 있으나, 개별 가공상품에 대한 시장성을 확보하고 있지 못한 실정이다.

넷째, 가공산업과 관련된 후방산업이 지역내에 발전하지 못함으로써 지역경제에 미치는 효과가 미약하다. 가공산업이 발전하기 위해서는 제조기기와 포장재료 등의 후방산업이 지역내에서 발전해야 하는데, 현재 이들 후방산업은 주로 수도권과 경남에 의존하고 있는 실정이다.

### 3) 유통 · 마케팅

첫째, 구기자의 주요 유통경로는 지역외의 한약재시장이 지배적이다. 지역내 수집상을 통해 수매된 구기자는 서울과 경북 등의 한약재시장으로 전량 유출되는 구조를 갖고 있다. 그 결과 지역내에서 구기자를 연중 안정적으로 확보하기 곤란한 실정이다.

둘째, 구기자의 수매과정에서 선별이 되지 않아 친환경 혹은 고급 구기자의 시장이 형성되지 못하고 있다. 유통단체를 통해 구기자가 수매될 경우 구기자의 선별과정이 전문적으로 이루어지지 않아 친환경 및 고급 구기자에 대한 시장이 형성되지 못하고 있다.

셋째, 친환경 및 지리적 표시제 갖춘 구기자를 안정적으로 수매하는 유통구조를 갖추고 있지 못하다. 친환경 구기자는 대부분 소비자와 직거래를 통해 유통되고 있고, 이를 수매할 수 있는 유통단체가 없는 실정이다.

넷째, 청양 구기자 및 구기자 가공상품을 소비자가 손쉽게 구매할 수 있는 매장과 온라인 쇼핑몰이 구축되어 있지 못한 실정이다. 현재 대부분의 상품들은 기존 단골고객을 중심으로 전화판매가 중심을 이루고 있다.

### 4) 지원정책

첫째, 청양 구기자 산업과 관련한 민간자생조직이 불과 4개에 불과하다. 또한 이들 자생조직에 참여하고 있는 인원도 불과 118명 정도이다. 또한 이들 자생조직간의 교류가 비교적 활발하지 않은 것으로 평가된다.

둘째, 청양 구기자의 연구개발은 주로 병해충과 생산량을 증대하는데 초점을 두었다. 즉 기존의 구기자 관련정책은 생산기반 확충에 주요 초점을 두어 왔다. 그러나 실제 청양지역에서 구기자 생산기반은 더 이상 정책지원이 필요없는 분야로 평가된다. 한편 청양구기자 시험장을 중심으로 기존의 가공상품을 개선하는 연구개발사업을 추진해 왔다. 그러나 개발된 가공상품에 대한 시장성은 전혀 고려하지 않은 한계성이 지적된다.

셋째, 청양 구기자와 관련하여 축제와 체험프로그램이 활성화되어 있지 못할 뿐 아니라 청양구기자를 상징할 수 있는 상징공간이 조성되어 있지 못하다. 청양군에서는 고추·구기

자축제를 매년 개최하고 있지만, 구기자가 중심을 이루고 있지 못하다. 아울러 구기자의 생산·가공·유통의 전 단계에 걸쳐 체험프로그램이 활성화되어 있지 못한 실정이다. 또한 청양구기자 관련기관이 집적화되어 청양구기자를 홍보할 수 있는 공간적 상징성을 확보하고 있지 못하다.

넷째, 청양 구기자 산업의 핵심주체로 평가받고 있는 청양구기자조합에 대한 정책지원이 상대적으로 미약하였다. 지금까지 청양구기자조합에 대한 지원은 주로 가공상품에 대한 정책지원이었으나, 실질적으로 청양구기자 산업이 활성화되기 위해서는 청양구기자 산업이 가공산업에 탈피하여 본연의 기능인 수매·유통기능에 초점을 두어야 할 것이다. 그러나 지금까지 청양구기자 산업의 유통기능을 강화하기 위한 정책지원이 이루어지지 못하였다.

## 2. 청양 구기자 산업의 발전방안

청양 구기자 산업의 가장 큰 문제점은 청양 구기자 산업 자체가 그 규모에 비해서 참여하는 주체가 매우 영세하다는 것이고, 그럼에도 불구하고 이들 주체간의 유기적인 협력이 이루어지지 않고 있고, 개별 주체가 생산·가공·유통의 모두 책임지고 있는 구조를 가지고 있다는 것이라고 하겠다. 이러한 문제점을 해결하기 위해서는 관련 주체들이 현재 청양 구기자 산업이 당면하고 있는 문제점을 명확히 공유하고, 이들 주체들이 필요로 하는 정책수요를 우선적으로 추진하는 것이 바람직할 것이다. 이를 위해서는 기본적으로 다음과 같은 청양 구기자 산업의 발전방안이 제시될 수 있을 것이다.

### 1) 재배

첫째, 청양 구기자 산업이 활성화되기 위해서는 주소득으로 구기자를 재배하는 농가를 육성해야 할 것이다. 이를 위해서는 다양한 형태의 구기자 작목반을 활성화해야 할 것이다. 한편 구기자 작목반에서는 일반 구기자 아닌 친환경 구기자를 재배함과 동시에 지리적 표시제를 확보하도록 한다. 이를 통해 청양 구기자의 시장명성을 확보함과 동시에 차별화

를 도모해야 할 것이다.

둘째, 청양 구기자 가공산업이 필요로 하는 기능성 품종을 재배하고, 이를 가공업체에 제공해야 할 것이다. 현재는 수확량을 증대하는 품종을 중심으로 재배하고 있지만, 청양구기자시험장에서 개발하는 기능성 품종을 보급 받아 재배하여 가공산업의 기반을 제공해야 할 것이다.

셋째, 청양 구기자 산업의 제약조건 중의 하나가 수확철의 높은 인건비이다. 이 문제를 해결하기 위해서는 구기자의 제품품질을 손상시키지 않고 자동으로 수확할 수 있는 수확기기의 개발·보급이 절대적으로 요구된다. 따라서 재배 부문에서 가장 우선적으로 해결해야 할 사항은 바로 수확장비의 개발·보급이라고 하겠다.

넷째, 청양 구기자가 대규모로 재배되고 있는 곳을 2-3곳 선정하여 구기자재배단지를 조성하고, 이를 기반으로 구기자체험프로그램을 운영하는 것이 필요하다. 구기자에 대한 도시민의 수요를 창출하기 위해서는 체험프로그램의 도입이 필요로 하고, 이를 위해서는 공간적으로 상징성을 갖춘 대규모 구기자재배단지의 조성이 요구된다.

## 2) 가공

첫째, 구기가 가공산업을 육성하기 위해서 구기자 가공기술의 보급과 관련분야 창업지원 시스템의 도입이 요구된다. 공공기관과 지역대학이 중심이 되어 구기자 가공기술에 대한 설명회를 개최함과 동시에 지역내에서 구기자 가공업체를 창업할 경우 이를 체계적으로 지원할 수 있는 시스템의 구축이 요구된다. 특히 가공산업이 활성화되기 위해서는 상표 및 특허에 대한 제도적 장치가 마련되어야 할 것이다. 그리고 장기적으로 구기자 가공산업에 필요로 하는 1차 가공재료를 공급하는 산업이 활성화되어야 할 것이다.

둘째, 구기자 가공업체가 담당하고 있는 유통·판매망을 전문화해야 할 것이다. 자체적인 유통·판매망을 확보해야 하겠지만, 청양 구기자 산업의 전체 규모를 확대시키기 위해서는 청양 구기자와 관련 가공상품을 전문적으로 유통·판매할 수 있는 기관에서 전문화하는 것이 바람직할 것이다.

셋째, 현재 개발·시판되고 있는 구기자 가공상품에 대한 시장성 조사와 더불어 새로운 가공상품의 개발가능분야를 선정해야 할 것이다. 현재 구기자 가공상품은 1-2 종류를 제외

하고는 시장성을 확보하고 있지 못한 것으로 평가된다. 따라서 많은 종류의 가공식품을 생산할 것이 아니라, 단기적으로는 시장성이 있는 1-2분야를 선정하여 집중적으로 육성하는 것이 바람직할 것이다.

넷째, 구기자 가공산업의 성장에 따른 지역성장효과를 극대화하기 위해서는 구기자 가공산업의 후방산업 중 포장재료와 제조기기 산업의 육성이 병행되어야 할 것이다. 이를 위해서 지역내외의 관련업체를 전략적으로 유치함으로써 구기자 가공업체가 안정적으로 생산할 수 있는 기반을 확보해야 할 것이다. 이런 맥락에서 볼 때, 구기자 가공산업지구를 조성하는 것이 바람직할 것이다.

### 3) 유통 · 마케팅

첫째, 기존 한약재시장의 유통 구조에서 탈피하여 가공산업 및 웰빙식품으로 시장전환이 이루어져야 할 것이다. 이를 위해서는 친환경 구기자 및 가공산업으로 유통되는 구기자를 별도로 취급하는 유통망 확충이 요구된다. 이를 위해서는 기존 개별 농가에서 직거래하던 방식에서 탈피하여 청양구기자조합을 중심으로 유통구조를 통합화하는 것이 필요하다.

둘째, 구기자의 유통 · 마케팅 단계에서 구기자의 선별과 품질관리가 이루어져야 할 것이다. 이를 위해서는 구기자의 색상과 당도 등을 기준으로 표준화된 선별기준의 마련이 요구된다. 한편 대부분의 구기자의 경우 건조 상태로 유통되는 바, 생구기자, 건조구기자 등으로 구분하여 선별기준이 확립되어야 할 것이다.

셋째, 청양 구기자를 손쉽게 구매할 수 있는 매장을 지역내에 추가 설립함과 동시에 청양구기자의 통합된 인터넷 쇼핑몰의 구축이 요구된다. 현재 향토상품전시관과 같은 구기자 판매장을 추가 설립 · 운영함과 동시에 청양구기자 관련단체가 공동으로 운영관리하는 인터넷 쇼핑몰이 운영되어야 할 것이다. 이를 통해 청양구기자가의 독자적인 브랜드를 확보해 나가야 할 것이다.

넷째, 청양 구기자 산업의 명성과 품질을 제고하기 위해서 유통 · 마케팅 분야에서 중소 기업청에서 시행하는 공동브랜드 지원과 특허청의 단체포장 사용을 적극적으로 활용하도록 한다. 이를 위해서는 청양 구기자라는 단체포장을 공동으로 사용하데 개별 가공 및 재배농가가 공동으로 브랜드화하는 전략을 취하는 것이 바람직할 것이다.

#### 4) 지원정책

첫째, 청양 구기자 산업이 활성화되기 위해서는 민간차원의 다양한 자생조직이 결성되고 운영되어야 할 것이다. 이를 위해서 공공부문에서는 지식경제부에서 추진하고 있는 포럼활동지원사업 등을 통해 지역내 혁신주체를 양성하고 이들 상호간의 협력을 증진시켜야 할 것이다.

둘째, 청양 구기자 산업이 활성화되기 위해서는 반드시 가공산업의 발전이 전제되어야 한다. 따라서 품종개발이 병해충과 수확량에 초점을 두어 진행되기 보다는 청양군이 시장성이 있다고 판단하는 가공품을 만들기 적합한 기능성 품종개발이 이루어져야 할 것이다. 이와 더불어 시장성이 있을 새로운 가공상품에 대한 연구개발이 병행되어야 할 것이다.

셋째, 청양 구기자의 홍보와 산업활성화를 위해서는 청양 구기자 체험프로그램의 개발이 절대적으로 요구된다. 따라서 공공부문에서 민간차원에서 수행되고 있는 구기자 체험프로그램을 기반으로 하여 표준화된 체험프로그램개발 및 내용적 다양화를 도모해야 할 것이다. 아울러 청양 구기자와 관련된 상징로고와 상징공간을 조성해 나가야 할 것이다.

넷째, 청양구기자조합의 유통기능을 확대하는 전략적 정책이 추진되어야 한다. 지금까지 청양구기자조합은 유통보다는 가공분야에 초점을 두어 성장해 왔다. 친환경 구기자와 구기자 가공상품의 시장개척을 위해서는 청양구기자조합이 중심이 되어 구기자를 수매·분류해야 하고, 청양구기자조합이 중심이 되어 유통망과 시장을 선도적으로 개척해 나가야 할 것이다.



## 제5장 결론

### 제1절 연구의 요약

본 연구의 목적은 충남지역의 대표적 특화자원인 청양 구기자를 사례로 하여 구기자 산업의 가치사슬과 발전방안을 모색하는데 있었다. 이를 위해서 본 연구에서는 농업클러스터와 가치사슬이론을 검토하였다. 그리고 청양구기자 산업의 현황 및 실태분석을 바탕으로 재배농가, 가공업체, 유통·마케팅, 그리고 지원정책의 4개 부문으로 구분하여 가치사슬을 분석하였고, 각 분야별로 문제점과 발전방안을 도출하였다. 주요 연구내용을 요약하면 다음과 같다.

첫째, 청양 구기자 재배부문의 가치사슬은 이원적 형태로 구분되고 있다. 즉 일반 재배농가에서는 지역내 수집상을 통해 한약재 시장으로 구기자가 유통되는 반면, 친환경 재배농가는 소비자에게 직거래하거나 자체가공업을 수행하는 것으로 나타났다.

둘째, 청양 구기자 가공부문의 가치사슬은 매우 단순한 구조를 갖고 있다. 우선 가공업체는 모두 자체적으로 구기자를 재배하고 있고, 청양구기자시험장의 연구개발을 지원받고 있는 것으로 나타났다. 그러나 가공업체가 필요로 하는 후방산업은 모두 청양 이외의 지역에서 공급받고 있는 것으로 나타났다. 한편 가공부문의 소비자도 대부분 지역외부에 위치하고 있는 것으로 나타났다.

셋째, 청양 구기자 유통·마케팅부문의 가치사슬은 유통상회, 청양구기자조합, 그리고 향토상품전시관에 따라 상이한 형태를 갖고 있다. 우선 유통상회는 구기자를 단순히 수집하는 역할을 담당하고, 수집된 구기자를 지역외의 한약재도매상에게 전달하는 단순한 기능을 수행하고 있는 것으로 나타났다. 그리고 청양구기자조합은 계약재배를 통해 구기자를 수매하고, 수매된 구기자 중 대부분은 한약재 도매상으로 유통을 하고, 일부는 자체가공하거나 식품가공업체에 납품하는 것으로 나타나고 있다. 반면 향토상품전시관은 지역의 재배농가와 가공업체의 상품을 단순히 위탁판매하는 형태를 취하고 있다. 그리고 유통·마케팅 단계에서 필요로 하는 포장재는 향토상품전시관만 지역내외에서 조달하고, 그 외 단체는 모두 지역외에서 공급받고 있는 것으로 나타났다.

넷째, 청양 구기자 지원정책부문의 가치사슬은 2가지 측면에서 고찰해 볼 수 있다. 우선 자생단체의 측면에서 볼 때, 자생단체의 활성화가 이루어지지 못한 것으로 평가되지만, 현재 단체 중에서 비가림구기자작목반이 중심적 역할을 수행하는 것으로 판단된다. 한편 향후 청양 구기자 산업이 활성화되기 위해서는 청양구기자조합이 중심이 되어 군청, 작목반, 가공업체가 상호 유기적인 협력을 해야 하는 것으로 나타났다.

## 제2절 정책적 제언

본 연구에서는 청양 구기자 산업의 가치사슬분석을 통해서 문제점을 도출하고, 각 분야별 발전방안을 제시하였다.

우선 본 연구에서 도출된 문제점을 재배, 가공, 유통·마케팅, 그리고 지원정책으로 구분해 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 청양 구기자 재배분야의 문제점으로는 소규모 재배농가, 기능성 품종의 구기자 재배 미흡, 생산비용 증대로 재배규모 확대 곤란 등을 꼽을 수 있다. 둘째, 청양 구기자 가공분야의 문제점으로는 가공업체의 미활성화와 영세성, 생산-가공-유통 다기능의 수행, 시장성이 없는 다수의 가공상품 생산, 가공업체의 후방산업의 지역 내 미발달 등이다. 셋째, 청양 구기자 유통·마케팅분야의 문제점으로는 한약재시장 위주의 유통구조, 친환경 및 고급 구기자의 시장 미형성, 구기자를 전문적으로 수매하는 기관 부재, 청양 구기자 구매 매장의 미활성화 등인 것으로 나타났다. 넷째, 청양 구기자 지원정책분야의 문제점으로는 자생조직의 미활성화, 가공산업의 체계적 육성 미흡, 축제와 체험 프로그램의 미활성화, 청양구기자조합의 정책지원 미흡 등인 것으로 나타났다.

앞서 지적한 바와 같이, 청양 구기자 산업의 가장 큰 문제점은 청양 구기자 산업 자체가 그 규모에 비해서 참여하는 주체가 매우 영세하다는 것이고, 그럼에도 불구하고 이들 주체 간의 유기적인 협력이 이루어지지 않고 있고, 개별 주체가 생산-가공-유통의 모두 책임지고 있는 구조를 가지고 있다는 것이라고 하겠다. 이러한 문제점을 해결하기 위해서는 관련 주체들이 현재 청양 구기자 산업이 당면하고 있는 문제점을 명확히 공유하고, 이들 주체들

이 필요로 하는 정책수요를 우선적으로 추진하는 것이 바람직할 것이다. 각 부분별 발전방안을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 청양 구기자 산업의 발전을 위해서 재배부문의 추진전략은 다음과 같다. ① 청양 구기자 산업이 활성화되기 위해서는 주소득으로 구기자를 재배하는 농가를 육성해야 하고, ② 청양 구기자 가공산업이 필요로 하는 기능성 품종을 재배하고, 이를 가공업체에 제공해야 하며, ③ 구기자의 제품품질을 손상시키지 않고 자동으로 수확할 수 있는 수확기기의 개발·보급이 절대적으로 요구된다. 그리고 ④ 청양 구기자가 대규모로 재배되고 있는 곳을 2-3곳 선정하여 구기자재배단지를 조성하고, 이를 기반으로 구기자체험프로그램을 운영해야 할 것이다.

둘째, 청양 구기자 산업의 발전을 위해서 가공부문의 추진전략은 다음과 같다. ① 구기가 가공산업을 육성하기 위해서 구기자 가공기술의 보급과 관련분야 창업지원시스템의 도입해야 하고, ② 구기자 가공업체가 담당하고 있는 유통·판매망을 전문화해야 하며, ③ 현재 개발·시판되고 있는 구기자 가공상품에 대한 시장성 조사와 더불어 새로운 가공상품의 개발가능분야를 선정해야 할 것이다. 그리고 ④ 구기자 가공산업의 후방산업 중 포장재료와 제조기기 산업의 육성이 병행되어야 할 것이다.

셋째, 청양 구기자 산업의 발전을 위해서 유통·마케팅부문의 추진전략은 다음과 같다. ① 기존 한약재시장의 유통 구조에서 탈피하여 가공산업 및 웰빙식품으로 시장전환이 이루어져야 하고, ② 구기자의 유통·마케팅 단계에서 구기자의 선별과 품질관리가 이루어져야 하며, ③ 청양 구기자를 손쉽게 구매할 수 있는 매장을 지역내에 추가 설립함과 동시에 청양구기자의 통합된 인터넷 쇼핑몰의 구축이 요구된다. 그리고 ④ 중소기업청에서 시행하는 공동브랜드 지원과 특허청의 단체포장 사용을 적극적으로 활용하도록 한다.

끝으로 청양 구기자 산업의 발전을 위해서 지원정책 부문의 추진전략은 다음과 같다. ① 청양 구기자 산업이 활성화되기 위해서는 민간차원의 다양한 자생조직이 결성되고 운영되어야 하고, ② 가공품을 만들기 적합한 기능성 품종개발이 이루어져야 하며, ③ 청양 구기자 체험프로그램의 개발이 이루어져야 한다. 그리고 ④ 청양구기자조합의 유통기능을 확대하는 전략적 정책이 추진되어야 한다.

## 참고문헌

- 고복남외(2005), “지역농업 클러스터의 경제적 효과”, 농업경영·정책연구, 제32권 제3호, 한국농업경영정책학회.
- 권기대외(2007), “한약재 구기자의 구매의사결정요인과 마케팅전략”, 농업경영·정책연구, 제34권 제2호, 한국농업경영정책학회.
- 김정섭(2008), “지역농식품 클러스터의 발전과정과 그 함의”, 전북발전포럼, 제9권, 전북발전연구원.
- 김정호외(2004), 지역농업 클러스터의 형성과 발전방향, 한국농촌경제연구원.
- 김태연외(2009), “외래수 식품클러스터의 산학관 협력체계와 지원기관의 역할 연구”, 식품유통학회, 제26권 제4호, 한국식품유통학회.
- 농림수산식품부(2009), 식품산업 R&D 중장기 기본계획 수립연구.
- 마강래(2010), “산업 가치사슬에 기반한 광역경제권 선도산업의 공간적 연계”, 국토계획, 제45권 제3호, 대한국토·도시계획학회.
- 박경숙외(2007), “대구 문화콘텐츠산업의 가치사슬 체계와 경영 특성”, 한국지역지리학회지, 제13권 제2호.
- 박삼옥(2006), “지식정보사회의 신경제공공간과 지리학 연구의 방향”, 대한지리학회지, 제41권 제6호, 대한지리학회.
- 박철외(2010), “가치사슬을 통한 온라인게임산업의 경쟁력 강화 방안에 관한 연구”, 벤처경영연구, 제13권 제2호.
- 백승우외(2008), 구기자를 이용한 민속주 및 건강한방차 개발, 생리활성 구명 연구, 농촌진흥청.
- 변필성(2006), “지역발전을 위한 향토자원 상품화의 사례로서 보령시 머드화장품 사업에 대한 고찰”, 한국경제지리학회지, 제9권 제1호.
- 신동호(2008a), “미국 캘리포니아의 와인생산 클러스터에 관한 연구”, 한국경제지리학회지, 제11권 제호, 한국경제지리학회.
- 신동호(2008b), “선진국 지역혁신정책상의 거버넌스 구조”, 한국지역개발학회지, 제20권 제4호, 한국지역개발학회.
- 신정엽(2009), “계층적 공간 클러스터분석을 이용한 도시 경제중심지 탐색 연구: 서울

- 시 사업서비스 산업을 사례로”, 한국도시지리학회지, 제12권 제1호, 한국도시지리학회.
- 옥한석(2006), “한국의 포도 재배와 와인테마마을 조성 가능성에 관한 연구”, 한국지역지리학회지, 제12권 제6호, 한국지역지리학회.
- 이관률(2008), 충남지역 향토산업 선정과 발전방향에 관한 연구, 충남발전연구원.
- 이관률(2010), “향토산업의 선정과정과 선정기준의 영향력 분석에 관한 연구”, 지방행정연구, 제24권 제3호, 한국지방행정연구원.
- 이병오외(2009), “식품산업 클러스터 형성정책과 단계별 발전전략”, 식품유통연구, 제26권 제3호.
- 이병오외(2009), “식품산업 클러스터의 형성 정책과 단계별 발전전략”, 식품유통연구, 제26권 제3호, 한국식품유통학회.
- 이성근외(2007), “성주참외 클러스터의 구조분석에 관한 연구”, 한국지역개발학회지, 제19권 제3호, 한국지역개발학회.
- 이종호(2005), “지역 농산업산지의 혁신환경과 클러스터의 육성전략”, 한국지역지리학회지, 제11권 제2호. 한국지역지리학회.
- 이종호외(2009), “외레순 식품 클러스터의 트리플 힐릭스 혁신체계”, 한국경제지리학회지, 제12권 제4호, 한국경제지리학회.
- 이철우외(2009), “네델란드 라흐닝언 식품산업 클러스터(푸드밸리)의 트리플 힐릭스 혁신체계”, 한국지역지리학회지, 제15권 제5호.
- 이희연외(2008), “창조산업의 집적화와 가치사슬에 따른 분포특성”, 국토연구, 제58권.
- 임현빈외(2007), 충청남도 농산물 가공산업 육성대책 연구, 충남발전연구원.
- 장재홍(2005), 지역혁신정책과 지역균형발전간의 관계분석 및 정책대응, 산업연구원.
- 정훈희외(2009), “농업경영 가치사슬 구조에 근거한 지속가능성 연구”, 농촌지도와 개발, 제16권 제2호.
- 최병현(2009), “상하이 GM과 상하이폭스바겐의 가치사슬에 관한 연구”, 중국연구, 제46호.
- 최정수(2006), “경북 문화산업의 가치사슬 특성”, 한국경제지리학회지, 제9권 제1호.
- 홍석인외(2009), 식품산업 R&D 중장기 기본계획 수립연구, 농림수산식품부.
- 홍일여외(2009), “서울시 소프트웨어 기업 간 파트너십 네트워크의 구조와 공간적 특징”, 서울도시연구, 제10권 제2호, 서울시정개발연구원.

- Acs, Zoltan J.(2000), "Regional Innovation", Knowledge and Global Change, Pinter: London.
- Asheim, B. & L. Coenen(2005), "Knowledge bases and regional innovation systems: comparing Nordic clusters", Research Policy, Vol. 34, No. 8.
- Beckman, M. & Skjoldebrand, C.(2007), "Clusters, Network promote food innovations", Journal of Food Engineering, Vol 79.
- Camagni, R.(1991), Innovation Networks: Spatial Perspectives, Bellhaven Press: London.
- Capello, R.(1999). "Spatial Transfer of Knowledge in High Technology Milieux: Learning Versus Collective Learning Process", Regional Studies, Vol 33, No. 4.
- Cooke, P.(1996). Regional Innovation System: concepts. analysis. and typology, The Working Papers of RESTPOR '96: Global Comparison of Regional RTD and Innovation Strategies for Development and Cohesion, The European Commission in Brussels.
- Cooke, P.(1998). "Introduction," in Braczyk, H. J. & P. Cooke, M. Heidenreich(Eds). Regional Innovation Systems, UCL Press: London.
- Cooke, P.(2004), University Research and Regional Development, Brussels: EU.
- Etzkowitz, H. & M. Klofsten(2005), "The innovating region: toward a theory of knowledge-based regional development", R&D Management, Vol. 35. No. 3.
- Etzkowitz, H.(2002), The Triple Helix of University-Industry-Government Implications for Policy and Evaluation, SiSTER.
- Hartwick, E.(1998), "Geographies consumption: a commodity chain approach. Environment and Planning D: Society and Space, Vol. 16.
- Kaplinsky, R. and M. Morris(2001), A handbook for Value Chain Research, IDRC.
- Kaplinsky, R.(2000), "spreading the gains from globalisation: What can be learned from value chain analysis?", Journal of Development Studies, Vol. 37, No. 2.
- Lagnevik, M., I. Sjöholm, A. Lareke & J. Ostberg(2003), The Dynamics of Innovation Clusters, Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Maye, D. & Ibery, B.(2006), "Regional economies of local food production",

- European Urban and Regional Studies, Vol. 34 No. 4.
- Morrison, A. & R. Rabellotti(2009), "Knowledge and Information Networks in an Italian Wine Cluster", European Planning Studies, Vol. 17, No. 7.
- OECD(2009), "How Regions Grow", Policy Brief, March 2009.
- Oinas, P. & E. J. Malecki(1999), "Spatial Innovation Systems", in Malecki. E. J. & P. Oinas(Eds), Making Connections, Aldershot: Ashgate.
- Porter, M.(1998), On Competition, Cambridge: Harvard Business School Press,
- Renkoski, M.(1998), AgBioForum, Vol. 1. No. 2
- Segelod, E. & Jordan, G.(2004), "The Use and Importance of External Sources of Knowledge in the Software Development Process", R&D Management, Vol 34.

■ 집 필 자 ■

연구책임 · 충남발전연구원 지역정책연구부 이관률 책임연구원

공동연구 · 충남발전연구원 공간계획연구부 유학열 책임연구원

기본연구 2010-07 · 청양 구기자 산업의 가치사슬과 발전방안

글쓴이 · 이관률, 유학열 / 발행자 · 박진도 / 발행처 · 충남발전연구원

인쇄 · 2010년 12월 31일 / 발행 · 2010년 12월 31일

주소 · 충남 공주시 금홍동 101 (314-140)

전화 · 041-840-1204(직통) 041-840-1114(대표) / 팩스 · 041-840-1129

ISBN · 978-89-6124-141-0 03350

<http://www.cdi.re.kr>

©2010. 충남발전연구원

- 이 책에 실린 내용은 출처를 명기하면 자유로이 인용할 수 있습니다.  
무단전재하거나 복사, 유통시키면 법에 저촉됩니다.
- 이 연구는 본 연구원의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.