

향토산업과 로컬푸드의 전략적 공조

이관률(충남발전연구원)

1. 향토산업과 로컬푸드

○ 향토산업

- 향토산업이란 일정한 지역사회를 기반으로 특성 있는 향토자원을 개발 또는 활용하여 부가가치를 창출하는 산업(농림부, 2005)

<표 1> 충남도 향토산업육성사업 추진현황

구분	2007	2008	2009	2010	2011	2012
금산			고품질 안전 인삼농식품생산	명품 껌 마케팅사업		금산약초 명품음식
공주					알밤산업 고도화전략	
천안					병천순대 웰빙 명품화	
서산					발효식품 어리굴젓 산업화	전통 생강 한파 명품화
연기					운주산 자연효소식품 명품화	
논산			강경 전통맛깔젓	양촌 감와인산업		
당진	초량도리 약쭈개발					
부여		굿뜨래밥 이용가공상품		굿뜨래 멜론 글로벌 유통활성화		
예산				주사 다이포그래피 활용농산물문화상품화		은행 자원 녹색산업화
서천		한산소곡주명품화				한산 도시인 건강기능성 식품
청양	구기자산업육성					
태안				태양초 산업화단지		화훼산업 구조 고도화
홍성				광철토굴새우젓 명품화		
계	2개	2개	2개	6개	4개	5개

자료: 농림수산식품부(2011)

○ 로컬푸드

- 농산물이 지역적으로 생산·유통·가공되어 소비되는 것(허남혁외, 2011)

2. 향토산업과 로컬푸드의 문제점과 성공조건

1) 문제점

- 영세성
 - 대부분의 10인 이하의 가내수공업 형태를 띠고 있는 바, 사업규모가 매우 영세
- 비표준화
 - 상품의 표준화가 어려우며, 공정도 전통적인 방식 고수
- 노동력 확보 곤란
 - 노동력의 고령화와 후계 인력확보 곤란
- 유통구조의 취약
 - 개별 판매에 의존
- 지역내 전후방 산업연계 취약
 - 지역에서 생산되는 원재료를 이용하는 경우가 별로 없음

2) 성공조건

- 참여주체의 다양성과 참여
 - 지역자원의 활용을 통한 지역발전의 추진에 다양한 이해관계자를 참여와 실질적인 참여여부
- 파트너십
 - 지역발전의 추진과정에서 다양한 이해관계자들 간의 상호작용, 즉 의견교류나 상호학습 또는 이해관계 조정 등이 긴밀하고 지속적으로 이루어지는 제도적 여건
- 지역외부와의 협력네트워크
 - 지역외부의 민간기업, 대학, 연구소, 정부기관 등과의 협력관계, 즉 지역이 가질 수 있는 능력상의 구조적 한계를 극복할 수 있는 외부자원
- 리더십

- 변화하는 환경에 대응해서 구체적이지는 않지만, 지역의 발전방안을 제시하거나 특정자원을 발굴해서 지역발전에 활용하는 방안

○ 규범·협약·법령

- 어떤 산업을 육성하기 위한 특수조직 혹은 사업을 추진하기 위한 조례, 협약, 제도 등

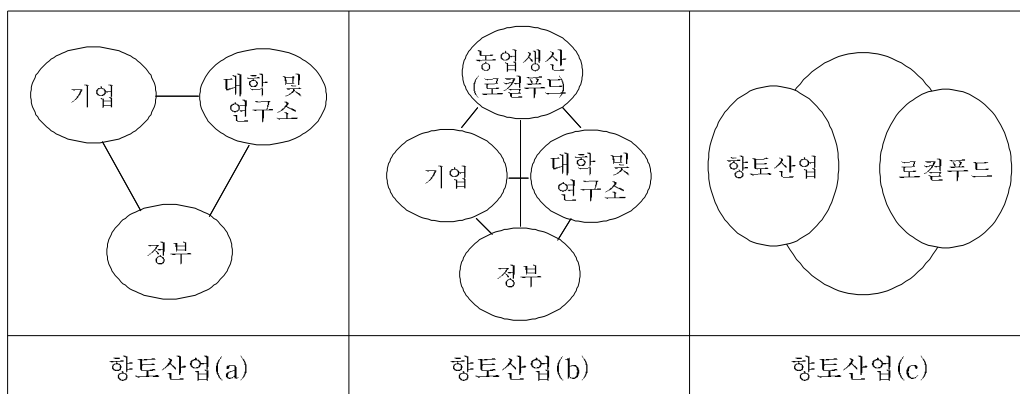
3. 향토산업과 로컬푸드의 관계

○ 공통점과 차이점

<표 2> 향토산업과 로컬푸드의 공통점과 차이점

구분	향토산업	로컬푸드
공간범위	지역(시군)	지역(시군)
특화여부	유	무
주요영역	가공	생산, 소비
접근방식	클러스터	가치사슬

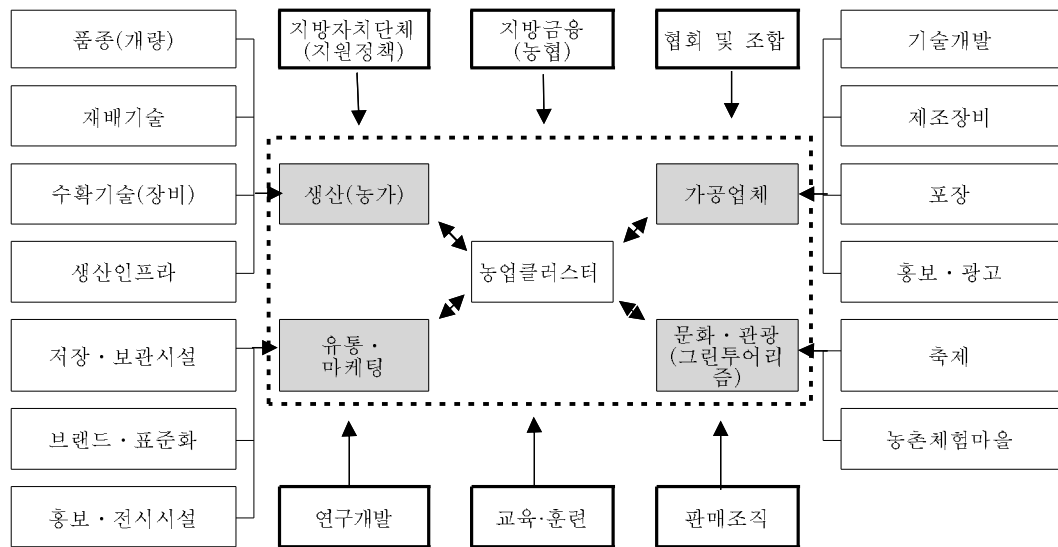
○ 양자의 관계



주: 이관률(2010)

[그림 1] 향토산업과 로컬푸드의 관계

○ 농업클러스터의 기본모형

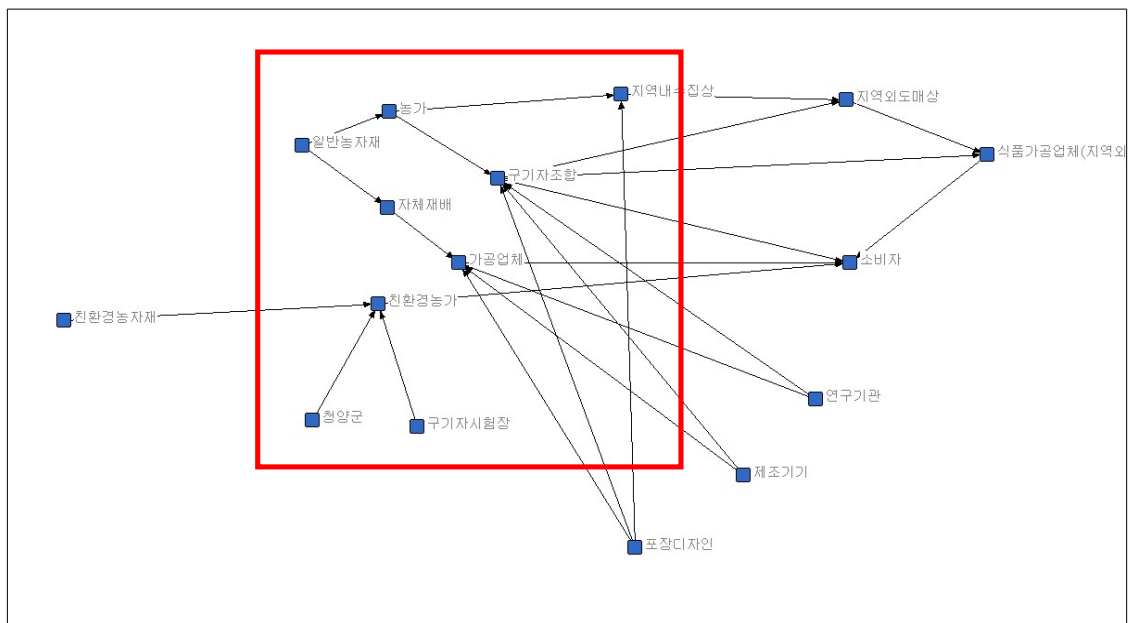


자료: 이성근 외(2007)

[그림 2] 농업클러스터의 기본모형

4. 향토산업과 로컬푸드의 가능성 모색: 청양구기자 산업을 중심으로

1) 청양구기자 산업의 네트워크 구조



[그림 3] 청양구기자 산업의 네트워크 구조

<표 3> 청양구기자 산업의 네트워크 중심성

구분	OutDegree	InDegree	NrmOutDeg	NrmInDeg
구기자조합	3	4	20.000	26.667
포장디자인	3	0	20.000	0.000
연구기관	2	0	13.333	0.000
제조기기	2	0	13.333	0.000
농가	2	1	13.333	6.667
일반농자재	2	0	13.333	0.000
가공업체	1	4	6.667	26.667
청양군	1	0	6.667	0.000
자체재배	1	1	6.667	6.667
식품가공업체(지역외)	1	2	6.667	13.333
지역내수집상	1	2	6.667	13.333
구기자시협장	1	0	6.667	0.000
친환경농자재	1	0	6.667	0.000
친환경농가	1	3	6.667	20.000
지역외도매상	1	2	6.667	13.333
소비자	0	4	0.000	26.667
Network Centralizaiton (Outdegree)			11.111	
Network Centralizaiton (Indegree)			18.222	

2) 청양구기자 산업의 문제점¹⁾

○ 재배부문

- 청양 구기자를 생산하는 절대 다수의 농가는 300평 이하의 소규모 농가로 구성되어 있음. 이로 인해 작목반이 활성화되어 있지 못하고, 친환경 구기자 및 지리적 표시제 등이 활성화되지 못하고 있음.
- 구기자의 생산성에 치중함으로써 기능성 구기자의 재배가 활발하지 않은 실정임. 현재 재배되고 있는 구기자는 대부분 병해충에 강하고 생산량이 많은 품종이 다수를 이루고 있음. 반면 구기자 가공상품에 적합한 품종을 재배하지 못하고 있음.
- 구기자 생산비용의 증대로 인해 영세농가에서 규모를 확대하는데 한계성을 갖고 있음. 부부의 노동력을 바탕으로 할 때, 1가구에서 300평 이상의 경작하기 어려운 실정임. 현재 노동집약적 재배구조를 가질 경우 구기자의 재배면적을 확장하기에는 한계가 있음.

○ 가공부문

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

1) 이관률(2010)에서 발췌한 것임.

- 가공업체는 재배농가의 기능을 수행하고 있을 뿐 아니라, 유통기능까지 담당하고 있음. 대부분의 가공업체가 연중 생산을 하지 못하기 때문에 직접 구기자를 재배하고 있고, 전문화된 유통조직을 갖추고 있지 못한 실정임.
- 가공업체의 영세성에도 불구하고 다수의 가공상품을 생산하고 있고, 가공상품에 대한 시장수요 등을 고려하지 못하고 있음. 대부분의 가공업체는 평균 4개 이상의 가공상품을 개발하고 있으나, 개별 가공상품에 대한 시장성을 확보하고 있지 못한 실정임.
- 가공산업과 관련된 후방산업이 지역내에 발전하지 못함으로써 지역경제에 미치는 효과가 미약함. 가공산업이 발전하기 위해서는 제조기기와 포장재료 등의 후방산업이 지역내에서 발전해야 하는데, 현재 이들 후방산업은 주로 수도권과 경남에 의존하고 있는 실정임.

○ 유통·마케팅부문

- 구기자의 주요 유통경로는 지역외의 한약재시장이 지배적임. 지역내 수집상을 통해 수매된 구기자는 서울과 경북 등의 한약재시장으로 전량 유출되는 구조를 갖고 있음. 그 결과 지역내에서 구기자를 연중 안정적으로 확보하기 곤란한 실정임.
- 구기자의 수매과정에서 선별이 되지 않아 친환경 혹은 고급 구기자의 시장이 형성되지 못하고 있음. 유통단체를 통해 구기자가 수매될 경우 구기자의 선별과정이 전문적으로 이루어지지 않아 친환경 및 고급 구기자에 대한 시장이 형성되지 못하고 있음.
- 친환경 및 지리적 표시제 갖춘 구기자를 안정적으로 수매하는 유통구조를 갖추고 있지 못함. 친환경 구기자는 대부분 소비자와 직거래를 통해 유통되고 있고, 이를 수매할 수 있는 유통단체가 없는 실정임.
- 청양 구기자 및 구기자 가공상품을 소비자가 손쉽게 구매할 수 있는 매장과 온라인 쇼핑몰이 구축되어 있지 못한 실정임. 현재 대부분의 상품들은 기존 단골고객을 중심으로 전화판매가 중심을 이루고 있음.

5. 향토산업과 로컬푸드의 전략적 공조

1) 공조의 당위성

- 향토산업과 로컬푸드는 모두 지역자원을 활용한다는 공통성 확보
- 향토산업(가공)과 로컬푸드(생산과 소비) 양자의 기능적 연계가능

- 향토산업과 로컬푸드는 각자의 협소한 시장을 전략적 공조로 다각화 및 확대 가능

2) 공조의 방안: 청양구기자 산업을 중심으로

○ 재배부문

- 청양 구기자 산업이 활성화되기 위해서는 주소득으로 구기자를 재배하는 농가를 육성해야 할 것임. 이를 위해서는 다양한 형태의 구기자 작목반을 활성화해야 할 것임. 한편 구기자 작목반에서는 일반 구기자 아닌 친환경 구기자를 재배함과 동시에 지리적 표시제를 확보하도록 함. 이를 통해 청양 구기자의 시장명성을 확보함과 동시에 차별화를 도모해야 할 것임.
- 청양 구기자 가공산업이 필요로 하는 기능성 품종을 재배하고, 이를 가공업체에 제공해야 할 것임. 현재는 수확량을 증대하는 품종을 중심으로 재배하고 있지만, 청양구기자시험장에서 개발하는 기능성 품종을 보급 받아 재배하여 가공산업의 기반을 제공해야 할 것임.
- 청양 구기자 산업의 제약조건 중의 하나가 수확철의 높은 인건비임. 이 문제를 해결하기 위해서는 구기자의 제품품질을 손상시키지 않고 자동으로 수확할 수 있는 수확기기의 개발·보급이 절대적으로 요구됨. 따라서 재배 부문에서 가장 우선적으로 해결해야 할 사항은 바로 수확장비의 개발·보급임.
- 청양 구기자가 대규모로 재배되고 있는 곳을 2-3곳 선정하여 구기자재배단지를 조성하고, 이를 기반으로 구기자체험프로그램을 운영하는 것이 필요함. 구기자에 대한 도시민의 수요를 창출하기 위해서는 체험프로그램의 도입이 필요로 하고, 이를 위해서는 공간적으로 상징성을 갖춘 대규모 구기자재배단지의 조성이 요구됨.

○ 가공부문

- 구기가 가공산업을 육성하기 위해서 구기자 가공기술의 보급과 관련분야 창업지원시스템의 도입이 요구됨. 공공기관과 지역대학이 중심이 되어 구기자 가공기술에 대한 설명회를 개최함과 동시에 지역내에서 구기자 가공업체를 창업할 경우 이를 체계적으로 지원할 수 있는 시스템의 구축이 요구됨. 특히 가공산업이 활성화되기 위해서는 상표 및 특허에 대한 제도적 장치가 마련되어야 할 것임. 그리고 장기적으로 구기자 가공산업에 필요로 하는 1차 가공재료를 공급하는 산업이 활성화되어야 할 것임.
- 구기자 가공업체가 담당하고 있는 유통·판매망을 전문화해야 할 것임. 자체적인 유통·판매망을 확보해야 하겠지만, 청양 구기자 산업의 전체 규모를 확대시키기 위해서는 청양 구기자와 관련 가공상품을 전문적으로 유통·판매할 수 있는 기관에서 전문화해야 함.
- 현재 개발·시판되고 있는 구기자 가공상품에 대한 시장성 조사와 더불어 새로운 가공상품의 개발가능분야를 선정해야 할 것임. 현재 구기자 가공상품은 1-2 종류를 제외하고는 시장성을 확보

하고 있지 못한 것으로 평가됨. 따라서 많은 종류의 가공식품을 생산할 것이 아니라, 단기적으로는 시장성이 있는 1-2분야를 선정하여 집중적으로 육성하는 것이 바람직할 것임.

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

○ 유통·마케팅부문

- 기존 한약재시장의 유통 구조에서 탈피하여 가공산업 및 웰빙식품으로 시장전환이 이루어져야 할 것임. 이를 위해서는 친환경 구기자 및 가공산업으로 유통되는 구기자를 별도로 취급하는 유통망 확충이 요구됨. 이를 위해서는 기존 개별 농가에서 직거래하던 방식에서 탈피하여 청양구기자조합을 중심으로 유통구조를 통합화하는 것이 필요함.
- 구기자의 유통·마케팅 단계에서 구기자의 선별과 품질관리가 이루어져야 할 것임. 이를 위해서는 구기자의 색상과 당도 등을 기준으로 표준화된 선별기준의 마련이 요구됨. 한편 대부분의 구기자의 경우 건조 상태로 유통되는 바, 생구기자, 건조구기자 등으로 구분하여 선별기준이 확립되어야 할 것임.
- 청양 구기자를 손쉽게 구매할 수 있는 매장을 지역내에 추가 설립함과 동시에 청양구기자의 통합된 인터넷 쇼핑몰의 구축이 요구됨. 현재 향토상품전시관과 같은 구기자판매장을 추가 설립·운영함과 동시에 청양구기자 관련단체가 공동으로 운영관리하는 인터넷 쇼핑몰이 운영되어야 할 것임. 이를 통해 청양구기자가의 독자적인 브랜드를 확보해 나가야 할 것임.
- 청양 구기자 산업의 명성과 품질을 제고하기 위해서 유통·마케팅 분야에서 중소기업청에서 시행하는 공동브랜드 지원과 특허청의 단체포장 사용을 적극적으로 활용하도록 함. 이를 위해서는 청양 구기자라는 단체포장을 공동으로 사용하되 개별 가공 및 재배농가가 공동으로 브랜드화하는 전략을 취하는 것이 바람직할 것임.

6. 마무리

- 향토산업과 로컬푸드는 공조적 전략관계를 유지해야 하고, 이는 기본적으로 가치사슬적 측면에서 접근되어야 할 것임.
- 사실 향토산업과 로컬푸드는 별개의 것이 아님
 - 그러나 그 동안 향토산업과 로컬푸드의 연계성에 대해서 고민하지 못하였음.

- 로컬푸드의 주요 영역으로는 공공급식, 농촌체험/식교육, 꾸러미사업, 로컬푸드 가공판매 등이 강조되고 있음.
- 향토산업과 로컬푸드는 이음동의어로 동시에 추진되어야 할 연계정책임.
 - 좋은 지역농산물을 생산하고, 이를 가공하여 소비자에게 안전한 먹거리를 제공함으로써 지역경제를 활성화시키는 것이 양자의 공통점임.
- 지금의 문제는 재료만 지역 내의 것을 사용할 뿐, 궁극적인 부가가치는 모두 지역외부에서 발생하고 향유한다는 것임.
 - 궁극적 성과를 지역이 향유하기 위해서는 전후방산업의 지역내 발전이 중요함.
 - 이런 맥락에서 현행 농공단지 내 식품업체들이 지역농산물을 주원료로 하는 산업을 육성할 필요가 있음.
- 향토산업과 로컬푸드의 전략적 공조로 시장의 다양화 및 개척
 - 상대적으로 향토산업은 로컬푸드에 비해서 주류시장으로 진입이 용이
 - 향토산업을 중심으로 주류시장을 개척하고, 로컬푸드를 중심으로 틈새시장을 유지하는 이중적 전략이 가능할 것임.
- 유사 관련정책의 전략적 제휴의 확대
 - 향토산업, 로컬푸드, 학교급식과 공공급식, 친환경농업, 사회적 기업 등의 정책적 연계성 제고

<표 4> 로컬푸드와 관련정책

(단위: 빈도 %)

구분	사업명	빈도	구성비
기여도가 높은 관련정책	학교급식/공공급식	33	14.4
	친환경농업	27	11.8
기여도가 있는 관련정책	사회적 기업	19	8.3
	식생활교육	19	8.3
	농가가공활성화	16	7.0
	귀농귀촌지원	16	7.0
	마을기업	14	6.1
관련정책	협동조합육성	11	4.8
	전통식품육성	9	3.9
	농어촌공동체회사	8	3.5
	커뮤니티비즈니스	7	3.1
	여성농민지원	7	3.1
	향토산업육성사업	7	3.1
	마을만들기사업	6	2.6
	도시농업	6	2.6
	농가맛집, 향토음식	4	1.7
	1사1촌활성화	4	1.7
	청년일자리창출	4	1.7
	여성일감찾기지원	4	1.7
	여성농민지원	3	1.3
	농상공용합	2	0.9
	노인일자리창출	2	0.9
	슬로시티	1	0.4

자료: 허남혁 외(2011)

참고문헌

농림수산식품부(2011), 향토산업육성사업 내부자료.

이관률(2010), “향토산업의 선정과정과 선정기준의 영향력 분석에 관한 연구”, 지방행정연구, 제24권 제3호, 한국지방행정연구원.

이관률(2010), 청양 구기자산업의 가치사슬과 발전방안, 충남발전연구원.

이성근 외(2007), “성주참외 클러스터의 구조분석에 관한 연구”, 한국지역개발학회지, 제19권 제3호, 한국지역개발학회.

허남혁 외(2011), 충남 지역순환 농식품체계 구축: 로컬푸드 활성화방안, 충남발전연구원(내부자료 - 미발표).