

일본 히로시마현 세라정의 6차 산업화 추진사례와 의의*

김 태 곤
(한국농촌경제연구원 연구위원)

1. 들어가면서

농가인구의 고령화가 진전되고 영세한 농업구조에서 시장개방이 확대됨에 따라 농가소득이 감소하면서도 계층 간 소득격차가 확대되는 등 소위 소득문제가 농정에서 중요한 과제로 등장하고 있다.

한국 농업이 직면하는 문제는 급격한 고령화와 동시다발적인 시장개방으로 인해 농업생산의 축소과정에 진입하고 있다는 점이다. 농업경영은 이미 소수의 대규모 경영과 다수의 영세규모 경영으로 분화하는 양극화 현상이 나타나고 있다. 양극화의 진행과 함께 도농 간 소득격차와 농업내부의 계층 간 소득격차가 확대되는 소득문제가 또한 심화되고 있다. 소득문제는 성장하는 소수의 상위계층과 추락하는 다수의 하위계층간의 격차가 확대되는 문제이며, 지나친 격차확대는 회피되어야 한다. 상위계층의 성장은 가속화하되, 하위계층에 대한 적절한 대응으로 격차를 축소하는 길을 찾아야 한다. 하위계층은 경영면에서 영세규모이거나 고령자·여성이 중심이고, 지역적으로는 조건이 불리한 지역에 입지하는 농가들이다.

이러한 문제해결을 위한 하나의 수단으로서 농업내부의 부존자원을 활용하여 일자

* (taegon@krei.re.kr, 02-3299-4241).

리를 창출하고 부가가치를 향상하는 ‘농업의 6차 산업화’가 현장에서 주목을 받고 있다. 정책적으로도 적극적으로 대응하는 단계에 이르고 있다. 농업의 6차 산업화란 농지면적이나 자본규모를 확대하는 기존의 단순한 농업구조 개선의 노선이 아니라 농업생산이라는 1차 산업을 기본으로 하여, 농산물 가공이나 특산물 개발 등 2차 산업으로, 다시 농산물 유통이나 직거래, 도농교류 등 3차 산업으로 비즈니스 영역을 확대하여 지역에서 일자리를 늘리고 소득문제를 해결하는 농업경영면에서의 새로운 전략이다.

이러한 비즈니스를 특정지역을 단위로 하여 농업생산자가 담당함으로써 지역에서 일자리가 늘어나는 동시에 부가가치를 향상하는 효과를 기대할 수 있다. 6차 산업화는 농촌지역에서 소득문제를 해결하고 지역 활성화를 도모할 수 있다는 점에서 이를 확산하기 위한 시도가 필요하다.

6차 산업화는 우리나라와 같은 영세한 농업구조를 가지는 일본과 중국에서 소득문제를 해결하는 유효한 정책수단으로 활용되고 있다. 6차 산업화는 개별 경영주체보다는 지역단위의 조직경영체가 추진하는 것이 바람직하며, 지역자원을 활용하는 것이 경영성고가 높고 지속성이 있다는 점에서 ‘커뮤니티 비즈니스’의 하나의 형태가 된다는 점에서 중요한 의의가 있다.

일본 히로시마현(廣島縣) 세라정(世羅町)에는 농업경영의 불안정, 가공품 판매장 부족, 직매소의 상품부족이나 관광농원 부진 등 농업을 둘러싼 과제가 산적해 있었다. 이를 해결하기 위해 생산자끼리 연대하여 ‘세라고원 6차 산업 네트워크’를 설립하여 노력한 결과로 6차 산업 관련시설의 고객수와 매출액이 증가하는 경제적 효과를 비롯하여, 농업종사자 자신에 의한 농작물을 활용한 가공품 개발이나 판매 활동의 촉진, 6차 산업화를 추진하는 지역기업의 설립 등의 효과가 나타나고 있다. 세라정의 사례를 통하여 6차 산업화가 가지는 의의를 살펴보고자 한다.

2. 6차 산업화의 정책동향

2.1. 경과

일본의 6차 산업화는 농촌지역의 생존전략의 일환으로 현장에서 실시되는 과정에서 그 효과가 인정되어 정책적인 지원에 의해 최근 확산되고 있다. 농업구조개선은 대규모경영의 경우 개별경영으로 규모 확대를 통해 어느 정도 경쟁력을 갖출 수 있으나, 영세규모의 고령·여성농가의 경우 규모 확대는 기대하기 어렵다. 대안이 조직화에 의

한 6차 산업화의 길이다.

6차 산업화는 1990년대 초부터 농촌현장에서 자생적으로 등장하기 시작하여 지역에서 일자리를 만들고, 고부가가치를 실현하여 농촌 활성화를 도모한다는 평가를 받고 있다. 6차 산업화란 농업이 가지는 1차 산업(생산)의 기반 위에서, 2차 산업(가공), 3차 산업(서비스업)으로 비즈니스를 확대하는 방식이며, 주체는 농가그룹(여성, 고령자, 전업농), 작목반 또는 마을영농 등 다양한 형태가 있다.

중요한 것은 1차 산업 부문, 즉 농업생산의 조직화이다. 농업을 기본으로 하지 않는 6차 산업화란 지역농업이나 지역사회에 파급영향이 적은 것은 물론이고 지속적인 발전도 불가능하다. 지역을 단위로 생산부문의 조직화가 반드시 이루어져야 하며, 일본에서는 ‘마을영농’을 중심으로 생산부문의 조직화가 진행되고 있다.

일본에서 6차 산업화의 발전경과를 보면 지산지소(地產地消), 산지직판장, 마을영농, 농상공연대 등과 밀접한 관계가 있다. 우선 6차 산업화가 확산된 배경과 관련하여서는 지산지소운동이 있다. 지산지소란 ‘지역에서 생산된 농산물을 지역에서 소비하는’ 운동이다. 이것은 농업과 식품안전성에 대한 소비자의 관심이 높아지는 것을 배경으로 생산자와 소비자가 연대하여 지역산 농산물이나 가공품, 특산품 등의 판매를 확대하는 운동이다.

이 운동에는 단순한 ‘지역에서 생산된 것을 지역에서 소비한다’는 의미보다는 ‘지역 소비자의 기호를 반영한 상품 생산’과 ‘생산된 상품을 지역에서 소비하는 활동’ 등 양면을 포함한다. 소비자와 생산자가 얼굴이 보이는 위치에서 신뢰관계를 기본으로 하여 생산자가 소비자의 기호를 파악하여 이것을 생산현장에서 활용함으로써 농업에 대한 이해를 확대하고, 농가의 소득원 증대, 소비자의 기호에 대응한 생산, 지역 실정을 살린 농업 육성, 나아가 지역경제 활성화 등 다양한 효과가 나타나고 있다.

현재 실시되고 있는 지산지소의 주요 활동을 살펴보면 다음 몇 가지로 구분된다. 먼저 산지직판장을 통하여 소비자에게 농산물을 직접 판매하는 활동(산지직판), 지역 농산물을 가공하여 판매하는 활동(농산물가공), 학교 및 복지시설 급식에 지역 농산물을 제공하는 활동(급식제공), 지역 가공업자나 식당에 지역 농산물을 공급하는 활동(원료 농산물공급), 그리고 채소 트러스트(trust)나 전통주 트러스트(trust) 등 소위 생산자·소비자 연대형 교류활동(생소연대) 등이 보편적이다.¹⁾

지산지소는 지역농업을 진흥하는 동시에 ‘유통비용 축소’와 장거리 수송에 따른

1) 김태곤. 2005.

‘환경오염 경감’ 등의 효과도 인정되고 있다. 이와 같은 지산지소는 농업생산을 기본으로 하여, 이것을 지역에서 직접 판매하거나 가공 판매하고, 나아가 생산자·소비자의 교류와 연대를 지역단위에서 실시함으로써 지역에서 고부가가치를 실현하는 6차 산업화의 실천사례이다.

다음으로 6차 산업화의 추진주체와 관련하여서는 ‘마을영농’과의 관계도 중요하다. 마을영농은 마을을 단위로 농지의 소유권은 그대로 두고, 농지를 ‘공동 경작’하거나 ‘농기계 공동이용’ 등의 초보적인 조직에서부터 마을전체의 농업을 하나의 농장형태로 경영하는 ‘마을농장’에 이르기까지 다양한 형태가 있다. 마을영농의 공간적 범위는 한 개 또는 2~3개 마을을 범위로 하되, 마을 주민의 합의를 전제로 하여 설립된다. 조직의 형태는 유연한 조직에서부터 법인화된 조직도 있다.²⁾

마을영농은 세 가지 요소로 구성된다. 마을영농을 운영하고 주민 합의를 도출하는 ‘리더’(대표), 대형 농기계를 운전하는 ‘오퍼레이터’, 단순 농작업에 참여하는 ‘보조작업자’ 등이다. 보조 작업자는 농지를 임대한 농가이며, 농작업에 참여하고 노임소득을 수취한다<그림 1 참조>. 마을영농은 개별경영이 실현하기 어려운 가공부문이나 도농 교류, 농촌체험, 직거래 등에 이르는 다각경영, 즉 6차 산업화가 가능한 경영조직이다.

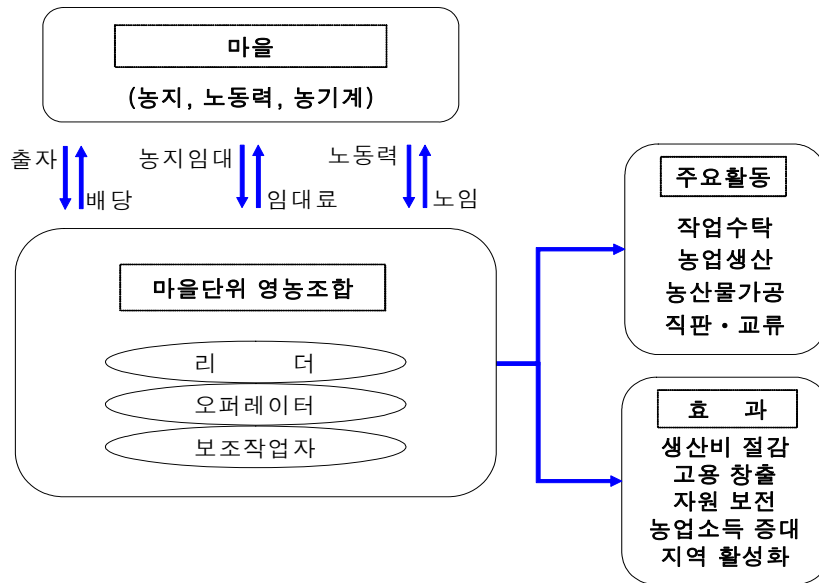
2.2. 정책

6차 산업화는 지산지소와 산지직판장 등과 함께 농촌현장에서 자발적으로 등장하여 전국으로 확산되어갔다. 이를 정책적으로 지원한 것이 지방자치단체이며, 국가단위에서의 지원은 2007년 실시된 모든 품목을 아우르는 경영안정대책이라는 직불제에서 마을영농을 대상으로 인정하면서부터이다. 이것은 6차 산업화에 대한 직접적인 지원이라기보다는 6차 산업화를 추진할 수 있는 경영조직으로서 마을영농을 대상으로 함으로써 간접적으로 지원하게 된 셈이다.

6차 산업화에 대한 본격적인 지원은 2009년 민주당으로 정권이 교체되면서부터이다. 6차 산업화는 호별소득보상제도와 농정의 2대 정책으로 위치할 정도로 중요한 비중을 차지하고 있다. 6차 산업화가 중요시되는 배경에는 농업 내외의 여건변화에 의해 소득이 감소하고 지역 간 격차가 확대되고 있는 점이 있다.

2) 마을영농 조직수는 2012년 2월 1일 현재 1만 4,736개에 달한다. 이 중에서 74.9%가 ‘마을1농장’ 형태이다. 1개 조직당 평균규모는 37호, 34ha이며, 참가하는 총 농가수는 54만호, 농지면적은 50만ha에 달한다.

그림 1 마을영농의 개념도



이러한 문제에 대응하기 위해 종전의 대형 개발 사업이나 하드웨어사업과는 달리 ‘내발적 발전’이라는 관점에서 ① 지역주민이 주도로 하여, ② 지역자원을 활용하여, ③ 지역단위에서 일자리를 확보하고 소득을 창출하여 자급률을 향상하고 지역 활성화를 도모한다는 목적으로 지원을 강화하였다.

2010년 3월 ‘6차 산업화법’이 제정되었다.³⁾ 이 법률에 의하면 사업추진은 다음 두 가지 유형이 있다. 하나는 농림어업자가 생산·가공·유통(판매)을 일체화하여 소득을 증대하는 유형이다.⁴⁾ 대체로 ‘지역단위’의 활동으로 경영의 다각화와 복합화를 통하여 부가가치를 높이는 동시에 농림수산물이나 식품의 수출촉진을 도모하는 효과를 기대한다.

다른 하나는 농림어업자가 지역의 2차, 3차 사업자와 연대하여 지역비즈니스 또는 새로운 산업을 창출하는 유형이다.⁵⁾ 대체로 농공상연대에 의하여 지역에서 생산·가공·판매를 통하여 부가가치를 향상하며, 추진주체에 따라 농림어업종사자가 2차 산업, 3차 산업으로 비즈니스 영역을 확대해 나가는 ‘농림어업자 주도형’과 지역의 타산업

3) 법률의 명칭은 ‘지역자원을 활용한 농림어업자 등에 의한 신사업 창출 및 지역 농림수산물의 이용촉진에 관한 법률’이며, 줄여서 ‘6차 산업화법’이라 한다.

4) 6차 산업화형.

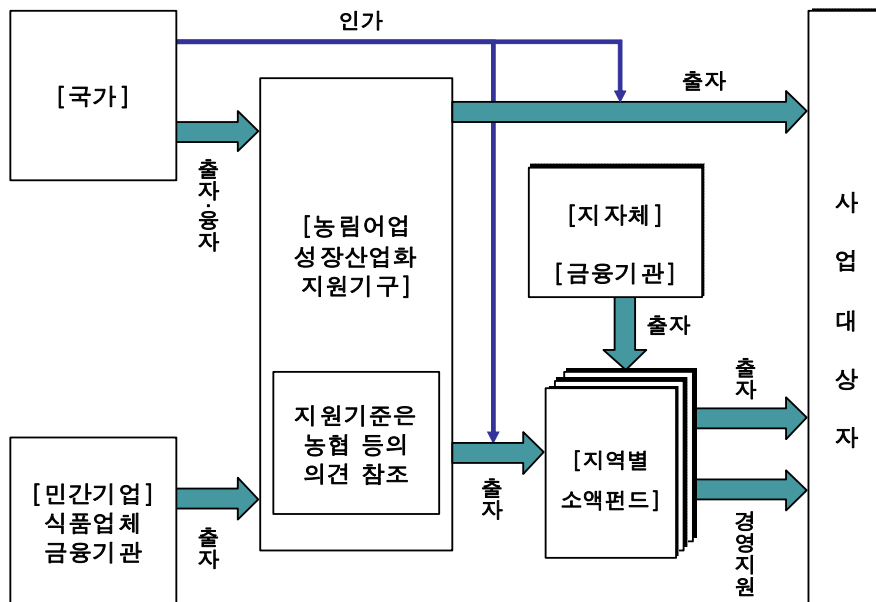
5) 지산지소형.

사업자가 농림어업자와 협력 하에 비즈니스를 전개하는 ‘타산업사업자 주도형’으로 구분된다.

6차 산업화를 활성화하기 위해 2012년 ‘관민농업펀드’를 설립하였다. 펀드를 통하여 농업(1차 산업)과 식품제조 등 가공(2차 산업)이나 유통·판매(3차 산업) 등의 지역단위 공동사업체에게 자금을 제공하는 방식이다. 투자자금 확보와 시장기능 활용에 의한 농업의 경쟁력 제고가 목적이다.

국가와 민간이 320억 엔 출자(일부 융자)하여 ‘농림어업성장산업지원기구’를 설립하고, 동 기구 본부와 지역별로 설립되는 소액 펀드는 농가와 식품제조업체 등으로 구성되는 사업체에게 자금을 제공하는 방식이다<그림 2 참조>.

그림 2 농림어업성장산업지원기구의 개요



2.3. 유형

6차 산업화에 대해 유형화하면 알기 쉬운 동시에 사업의 평가도 용이해진다. 6차 산업화를 유형화하는 경우 다음 두 가지 기준이 있다. 하나는 6차 산업화를 달성하기까지의 과정에 대한 유형화이고, 다른 하나는 활동주체의 성격에 착안한 유형화이다. 먼

저 과정에 대한 유형화는 다음 세 가지 형태가 있다.

첫째, 특산품개발 등 고부가가치형 농업에 대한 활동으로, 1차 산업인 농업 진흥을 시작으로 하여 2차 산업, 3차 산업으로 순차적으로 확산되어 6차 산업화에 이르는 유형이 있다. 둘째, 농산물 가공 등의 2차 산업의 진흥을 통해서 그 원료의 공급기반인 1차 산업을 활성화시키는 동시에, 가공품 판매 등 3차 산업까지 확장하여 6차 산업을 실현하는 유형이 있다. 셋째, 도농교류나 관광 등 3차 산업을 출발점으로 하여 교류 인구를 농촌에 끌어들이고 이것을 계기로 1차 산업이나 2차 산업의 진흥을 도모하는 것으로 6차 산업화를 실현하는 유형이 있다.

다음으로 활동주체의 성격에 착안한 유형화이다. 6차 산업화 추진에는 강력한 리더십을 발휘하는 인재가 필수 불가결하다. 동시에 이러한 리더에 의해 어떠한 사람들이 참가하여 어떤 활동을 하는지도 중요하다. 일본에서 현재까지 참여하는 활동주체는 다음과 같이 여섯 개 그룹으로 구분할 수 있다.

- ① 전업농가 또는 후계자를 중심으로 한 생산자그룹
- ② 농가여성그룹
- ③ 고령자그룹
- ④ 마을 또는 마을 내 소그룹 등에 의한 마을영농 등 지연성 집단
- ⑤ 지자체 또는 농협 등과 같은 조직
- ⑥ 농업공사 등의 제3섹터 등이다.

여기서 ①, ②, ③은 자발적인 임의활동 또는 주체이며, ⑤와 ⑥은 제도화된 활동 또는 주체이다. ④는 양자의 중간에 가까운 존재이다. 이러한 활동주체의 성격 차이는 6차 산업화의 성격이나 발전방향을 결정하는데 중요한 의미가 있다.

이상 두 가지 기준으로 6차 산업화의 활동을 유형화하는 경우 '3×6=18'의 유형으로 구분할 있다. 이 중에서 중요한 몇 가지 유형에 대하여 특징 등을 정리한다.

첫 번째 생산자 주도에 의한 농업 진흥을 기점으로 한 6차 산업화이다. 이 유형은 전업농이나 젊은 후계자를 중심으로 한 농업생산자·농업경영자그룹으로 농업 진흥을 기본으로 하면서, 판매 전략의 일환으로 소비자와의 교류나 도시농촌교류 등에 노력한 결과로 6차 산업화를 달성하는 경우이다. '질 좋은 농산물이나 가공품을 개발하여 승부'하는 정통적인 활동이다. 이 유형은 전업적인 농업 경영체를 육성하는 효과가 있다.

발전과정을 보면, ① 생산자주도로 시설원예, 화훼, 채소, 특산품, 농업가공, 유기농업 등 고부가가치 농업으로 활동을 시작하여, ② 농업경영체로서 육성·발전해나가면

서 산지를 형성하고, ③ 소비자와의 교류, 산지직거래, 도농 교류로 발전한다.

두 번째 여성·고령화에 의한 농업 진흥을 기점으로 한 6차 산업화이다. 이 유형의 발전 기본방향은 첫 번째 사례와 같은 형태이다. 농가 여성그룹이나 고령자 등 반드시 농업만으로 생계를 꾸려나갈 필요는 적은 사람들이 주체로 구성되어 있다. 따라서 시작하기 용이해서 착수하기 쉽고 기동성도 높다. 농산물 직매소의 설치를 계기로 여성이나 고령자의 열정을 살려서 농산물 가공이나 지역 식재를 사용한 식당이나 농가민박 활동으로 발전한다. 일반적으로 산업진흥으로 발전하지는 않지만, 소규모인 농촌 창업이나 지역 활성화에 중점을 둔다. 또한 지자체나 농협에 의한 지원을 받는 경우도 많다.

발전과정은 ① 생활개선 그룹·고령자 등에 의한 특산물 생산, 농산물 가공, 농산물 직판, 음식점, 민박 등의 활동으로 시작하여, ② 여성·고령자에 의한 농업 진흥·지역 활성화를 실현하고, ③ 직판시설 준비, 특산물 전시장, 식당, 농가민박 등의 도농교류로 발전해 나간다.

세 번째 지자체나 농협주도에 의한 농업 진흥을 기점으로 한 6차 산업화이다. 이 유형의 발전 과정은 앞의 첫 번째, 두 번째 사례와 큰 차이는 없지만 농촌주민의 주체적인 활동이 아니라 지자체 또는 농협이 리더십을 발휘하고 있다는 점에서 크게 다르다. 또한 보조사업 등의 도입에 직결되는 경우가 많아 지역 실정이나 필요성과는 달리 추진될 가능성도 있다.

앞의 사례와 중복되는 부분도 있지만 그 발전 과정은 다음과 같다. 먼저 지자체·농협·제3섹터에 의한 특산물 개발, 농산물 가공시설·농산물직매소 개설 또는 시설원예, 화훼, 채소, 유기농산물 등 고부가가치농업으로 활동을 시작하여, 교류시설 정비, 온천·숙박시설 건설 등에 의한 도농교류로 발전한다.

이상의 세 사례는 모두 ‘1차 산업↔2차 산업→3차 산업’⁶⁾이라는 발전과정을 거쳐 6차 산업화를 실현하는 유형이다. 단지 활동주체의 차이에 의해 세 가지로 분류하였다. 도농교류를 기점으로 6차 산업화를 도모하는 활동은 활동주체가 지자체나 농협인 경우가 대부분을 차지하고 있기 때문에 다음과 같이 유형화할 수 있다.

네 번째 도농교류를 기점으로 한 6차 산업화이다. 도농교류를 기점으로 한 6차 산업화는 활용되는 지역자원의 종류에 따라 ① 자연환경자원 활용형, ② 역사전통문화 활용형, ③ 농업·농촌 활용형 등 세 가지로 분류할 수 있다.

전체적으로 보면 지자체나 농협 주도에 의한 부분이 많기 때문에 보조 사업으로 건

6) 농산물 가공이 기본인 경우는 1차 산업과 2차 산업이 동시에 진흥되는 형태가 된다.

설한 교류시설 등을 거점으로 도농교류를 전개하고 있는 사례가 많다. 시설의 관리운영을 위하여 제3섹터를 설립하는 경우도 있다. 어떠한 유형도 최종적으로는 특산물 개발이나 현지 판매에 의한 직접적인 농업 진흥에 기여한다. 단지 활용자원의 차이로 인해 ‘6차 산업화’의 방향은 달라지며, 이에 따라 직접적인 농업 진흥 또는 농산물 가공을 통한 간접적인 농업 진흥을 최종적인 목표로 하고 있다.

6차 산업화를 가장 지향하고 있는 것이 ‘농업·농촌 활용형’이다. 이것은 생산과 관련한 지역자원을 활용한 활동이며, 관광농원, 농산물직판장, 농가민박 등이 적합하다. 이와 같은 활동의 경우는 농업생산자·도시주민과의 사이에 개인적인 인간관계가 형성될 가능성이 높고, 농업 진흥에 직결되는 경우가 비교적 많다. 이에 대해 ‘자연환경자원 활용형’은 자연관광으로 대표되는 자연 그대로를 활용한 도농 교류로서 산촌유학이나 자동차캠핑장 정비 등으로 인한 레저 등이 주체이며, 그 지역에 직접적으로 유입되는 효과는 크게 기대할 수 없기 때문에 지역산업의 활성화에는 한계가 있다. 교류인구의 증대, 지역 지명도의 확대가 농업 진흥에 직접 연결되어 있지 않은 경우도 있다.

또한 ‘역사전통문화 활용형’은 그 지역이 가지고 있는 역사나 전통·문화 중심 활동이다. 산업진흥이라는 점에서는 전통공예가 중심이 되는 경우가 많고, 지방의 산업진흥, 특히 전통기술을 살린 고령자활용 등에 역점을 두어 농업 진흥과는 반드시 연계되지 않는 경우도 있다.

이상을 바탕으로 도농 교류를 기점으로 한 ‘6차 산업화’에서 이상적인 발전과정은 ① 관광농원·관광농업, 농산물직매, 농가민박 등 농업생산에 관련성이 강한 지역자원을 활용한 도농교류 실시, ② 지자체·농협의 지원(보조 사업에 의한 교류시설정비 등), ③ 3차 산업 확립, 여성·고령자에 의한 농업 진흥, 농산물 가공·지역산업 진흥 등과 같이 상정할 수 있다.

3. 세라정의 6차 산업화 추진과 성과

3.1. 세라정의 개황

세라정은 히로시마현(廣島縣) 중부에 위치하고 전통적으로 쌀 농업을 중심으로 한 논 농사가 번창한 중산간지역이다. 해발 350~400m에 위치하여 세라고원(世羅高原)이라고도 불리고 있다. 2004년 세라군(世羅郡)의 세라정(世羅町), 코산정(甲山町), 세라니시정(世羅西町) 등 세 개 정(町)이 합병하여 현재의 세라정(世羅町)가 탄생했다.

인구는 1960년 이후부터 감소경향에 있고, 고령화율도 2010년 국세조사에서는 약 36.0%로, 히로시마현 평균치 23.9%를 크게 웃돌고 있어 고령화 진행이 두드러진 상황이다. 2011년 현재 인구는 17,888명(6,729세대), 면적은 278,29km²이다.

2007년 1차 산업 생산액이 총생산액의 9.4%이다. 이것은 히로시마현 전체의 1차 산업 비율 0.7%와 비교하면 상당히 높은 수치이다. 농업은 1차 산업 중에서도 유난히 높은 비율을 차지하고 있어 세라정의 기간산업이다.

농업 현황을 살펴보면, 우선 농가호수⁷⁾는 1995년 3,063호에서 2010년 1,783호로 41.8%나 감소하고 있다. 특히 제2종 겸업농가는 2,210호에서 1,147로 되어 감소가 두드러진다. 농업취업인구는 1995년 3,674명에서 2010년에는 2,242명으로 39.0%나 감소하고 있다. 경지면적은 1995년 3,141ha에서 2005년 2,301ha로 감소하는 한편, 경작 포기지는 118ha에서 170ha로 44.1%나 증가하고 있다. 여기서 주목해야 할 점은 농가 호수, 인구, 경지면적이 감소하는 가운데 농업생산액은 2005년 80억 엔에서 상승으로 전환하여 2010년 130억 엔으로 늘어나고 있다는 점이다. 이유는 농산물 가공품 개발이라는 6차 산업화의 확산과 관련되어 있다. 지역에서 개발된 가공품 판매가 늘어남에 따라 원료농산물의 수요가 크게 증가하였기 때문이다. 주요 생산물은 배, 아스파라거스, 양배추, 토마토, 대두, 계란 등이다.

3.2. 6차 산업화의 추진경과

세라정의 농업 진흥에 중요한 역할을 하고 있는 6차 산업화의 추진경과에 대해 다음과 같이 정리하고자 한다. 1977년부터 1997년까지 21년간 세라정은 임야 등을 대상으로 한 대규모 개간사업이 추진되어 광대한 면적의 농지가 개발되었다. 이러한 개발농지에 19개 단지 38개 농장이 설립되었다. 38개 농장 중에서 법인화된 농장이 18개에 달한다. 또한 배, 포도, 사과, 유기채소, 토마토, 화훼, 낙농 등의 관광농원도 9개가 있었지만, 대부분의 농원은 시설이나 환경 등이 불충분했던 것도 있어 고객 수는 점차 감소하였다.

또한 같은 시기에 지역 여성들을 주체로 한 ‘생활연구그룹’이 지역산 식재를 활용한 가공품개발사업인 ‘고향일품운동’을 전개하였으나 매장 확보에 어려움이 있었다. 한편 공설 직거래시장에서는 회원농가가 제공하는 농산물이 부족하여 판매할 상품이 항상적으로 부족한 것이 문제점이었다.

이러한 농업경영의 불안정, 가공품의 매장부족, 직매소의 상품부족이나 관광농원의

7) 판매농가기준이며, 경지면적 30a이상 또는 농산물 판매금액이 연간 50만 엔 이상인 농가이다.

고객수 감소라는 과제를 극복하기 위해서는 지역이 하나가 되어 농업 진흥을 추진하는 것이 불가결하다는 판단에서 세라고원 전체를 하나의 농업공원으로 하는 광역적인 6차 산업화를 추진하게 되었다.

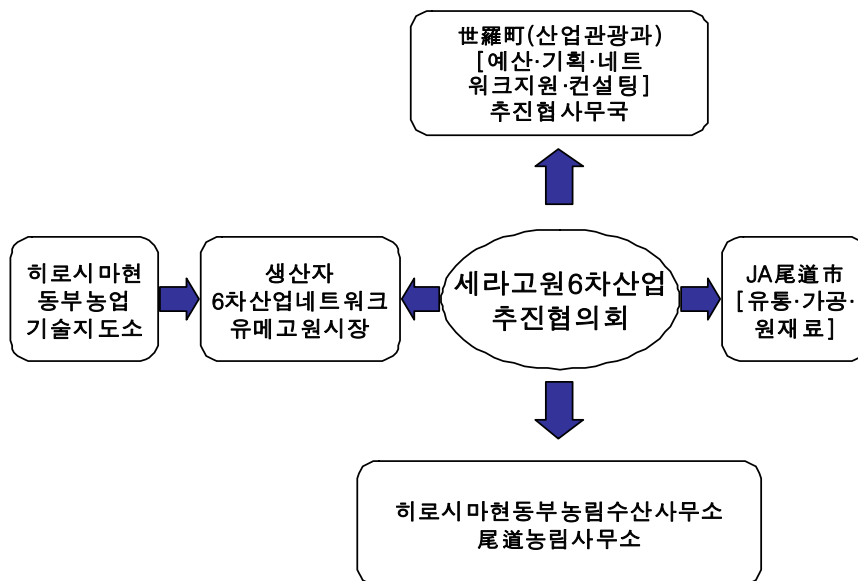
3.3. 세라고원 6차 산업 추진협의회 설립

세라정은 국가가 6차 산업화를 추진하기 이전부터 독자적으로 이를 추진해 왔다. 추진 체제로서 대표적인 조직이 1988년 1월에 설립된 ‘세라고원 6차 산업 추진협의회’(이하 ‘협의회’라 한다)이다. ‘협의회’는 6차 산업화의 개념정의에서부터 비전 수립, 사업 도입, 연수회 개최, 네트워크 육성 등의 활동을 착수하였다.

‘협의회’를 설립할 시기에는 히로시마현의 6차 산업화소프트사업인 ‘농촌지역 6차 산업 추진사업(현 단독사업, 보조율 50%)’을 활용하여 합병전의 세라군 3정이 공동으로 사업을 실시하였다.

사업은 3개 정외의 구분에 관계없이 세라군 전체를 광역농업공원으로 파악하여 매력을 발산하고, 농산물 가공, 직매, 관광 등의 업무에 복수의 농업인이 참가하여 행하는 6차 산업화를 신속하게 추진하고, 또한 홍보활동과 인재육성, 자원과 환경, 시설 등에

그림 3 세라고원 6차 산업추진협의회 조직도



자료 : 히로시마현 세라정.

관련한 사업을 대상으로 하고 있다.

‘협의회’는 우선 활동방침을 정하는 6차 산업 비전 만들기를 했다. 비전으로는 ‘100만 명의 고객과 같이 만드는 인간우선 세라고원’을 슬로건으로 내걸고, ① 브랜드상품 개발, ② 이벤트 실시, ③ 안내판 설치, ④ 안테나숍 개설, ⑤ 세라고원의 이미지 강화 등 5개의 활동을 중심으로 6차 산업화를 추진하였다. ‘협의회’는 <그림 1>에서와 같이 지역에서 중심된 역할을 하고 있다.

3.4. 세라고원 6차 산업 네트워크 설립

3.4.1. 활동목적과 구성

6차 산업화 활동을 구체적으로 추진할 때 당사자인 농업인간의 연대가 불가결하다. 그래서 네트워크 구축이 필요하다. 협의회는 다음해인 1999년 7월 ‘세라고원 6차 산업 네트워크’(이하 ‘네트워크’라 한다)를 설립하였다.

‘협의회’ 사무국은 ‘네트워크’에 대해 인적지원이나 보조금에 의한 지원, 활동에 대한 지도 등 다양한 면에서 지원하고 있다. ‘네트워크’가 내세우는 ‘정 전체를 농촌공원’을 목표로 세라정 전체에서 6차 산업화 확산에 노력하고 있다.

‘네트워크’는 세라군의 1차 산업을 중심으로 2차, 3차 산업의 종합화 및 상호보완이라는 연대에 의해, 세라군 전 지역에서 6차 산업화를 추진하여 소득과 취업기회 증대와 지역사회 활성화를 목적으로 활동하고 있다.

‘네트워크’ 구성은 세라군내에서 생산되는 농림수산물 등의 자원(농산물, 축산물, 임산물, 수산물, 가공품, 요리, 환경, 문화 등)을 활용하여 소비자와 교류하는 생산자로 연회비를 납입한 자로 한정한다.

‘네트워크’는 상기 목적을 달성하기 위해 다음 사업을 실시한다.

- ① 생산자간의 교류에 의한 지역자원 활용
- ② 고객 확대를 위한 세라고원의 이미지 만들기
- ③ 소비자에게 만족도가 높은 교류활동
- ④ 기타 목적 달성을 위해 필요한 사업

현재 ‘네트워크’ 회원은 기본적으로 1차 산업을 중심으로 하여 농작물 등의 자원을 활용하여 소비자와 교류를 추진하는 연회비 3,000엔을 납입한 단체이다. 회원수는 2012년 5월 현재 66개 단체로 되어 있다. 그 구성은 과일관광농원(10), 꽃 관광농원(7), 가공그룹(13), 농가식당(3), 산지직거래시장(3), 직관농원(19), 마을영농법인(8), 고등학교

(1), 농협(1), 복지시설(1) 등이다. 이들 단체가 각각 ‘체험교류부회’ ‘판매촉진부회’ ‘향토요리부회’ ‘생산상품개발부회’ ‘이벤트부회’ ‘연수정보부회’ 등 6개 부회 중 하나에 소속하는 것으로 되어 있다.

3.4.2. 활동내용

(1) 이벤트사업

‘네트워크’는 히로시마시(市)에 있는 현내 각지의 특산품을 판매하는 안테나숍 ‘히로시마유메프라자’에 연 1회 여름에 2주 출품한다. 여기에 적배(赤梨)를 비롯한 지역특산품을 판매한다.

판매활동 당초부터 전문가에 의한 연구회 모임 실시, 생산자 직접 대면판매, 직접 만든 전단지 배부, 어린이를 대상으로 한 여름방학 공작교실 등의 이벤트도 실시한다. 또한 지역 미디어에 이러한 활동을 소개하여 판매장에는 예상을 뛰어넘은 방문자를 찾아오는 효과를 올리고 있다. 성공체험이 참가자의 동기를 향상하여 그 후의 활동 전개에 좋은 영향을 주고 있다.

2001년부터는 매년 9월 ‘세라유메고원’을 장소로 하여 상품판매텐트촌의 노점이나 요리체험 등을 행하는 대형 이벤트 ‘과일왕국세라고원유메축제’를 개최하고 있다. 봄에는 패랭이꽃 등의 개화시기에 맞춰 2009년도부터 ‘꽃왕국세라고원유메축제’를 개최하는 등 지속적으로 이벤트를 실시하고 있다.

(2) 특산품·가공품개발

특산품·가공품개발 활동은 ‘네트워크’의 향토요리부회가 지역 상공회의소와 연대하여 실시한다. ‘지산지소형 모임’을 개최하여 지역 상품을 사용한 본격적인 메뉴개발에 노력하는 등 특산품이나 가공품을 개발한다.

(3) 새로운 농작물 재배

‘네트워크’는 가공품의 개발이나 판매를 추진하는 동시에, 6차 산업의 기본이 되는 농작물의 종류를 늘리기 위하여 히로시마현농업진뱅크⁸⁾를 활용한 새로운 특산품 재배를 시도하고 있다. 현재는 튀김요리가 가능한 무나 순무 신품종을 개발하여 재배에 주력하고 있다.

8) 1989년에 설립되어 현재는 재단법인 히로시마현 농림진흥센터가 운영하고 있다. 지역전략작물이나 신품종개발을 위한 육종소재인 식물유전자원을 수집, 보존관리를 하고 있는데, 최근에는 지산지소의 추진과 함께 재래품종이 다시 재고되는 속에서 농업진뱅크의 종자를 활용한 지역특산물만들기 등 현내 많은 생산자에 의한 종자이용이 늘어나고 있다.

(4) 연수의 개최

‘네트워크’는 6차 산업화를 목적으로 하는 회원의 기술 수준을 향상하기 위하여 연수회를 개최하고 있다. 주된 내용으로는 경영개선을 도모하기 위한 경영관련 세미나나 JAS법, 식품위생법 등의 법률에 관한 연구회 모임, 또는 6차 산업화에 관한 저명인을 초청한 강연회 등을 실시하고 있다.

3.4.3. 유메고원시장 설치

(1) 경과

‘네트워크’가 활동을 하는데 있어서 활동거점의 정비가 중요하다. 2004년 합병에 의한 ‘세라정’의 탄생과 같은 시기에 히로시마 중부지역 국영 개발사업에 의한 개발지역에 세라정과 히로시마현이 공동으로 ‘세라유메공원’을 정비하였다. 세라정은 세라유메공원 내에 농업공원 ‘세라와이너리’의 부지 한쪽에 농림수산성 보조 사업을 활용하여 2006년 4월 지역 특산품을 취급하는 시설로서 ‘유메고원시장’을 개설했다.

‘네트워크’는 시설관리운영에 관한 연구회 모임 등을 2년간에 걸쳐 실시하고, 사업협동조합으로 ‘협동조합법인 유메고원시장’을 설립하여 ‘유메고원시장’의 지정관리자로서 시설운영에 관여하게 되었다.

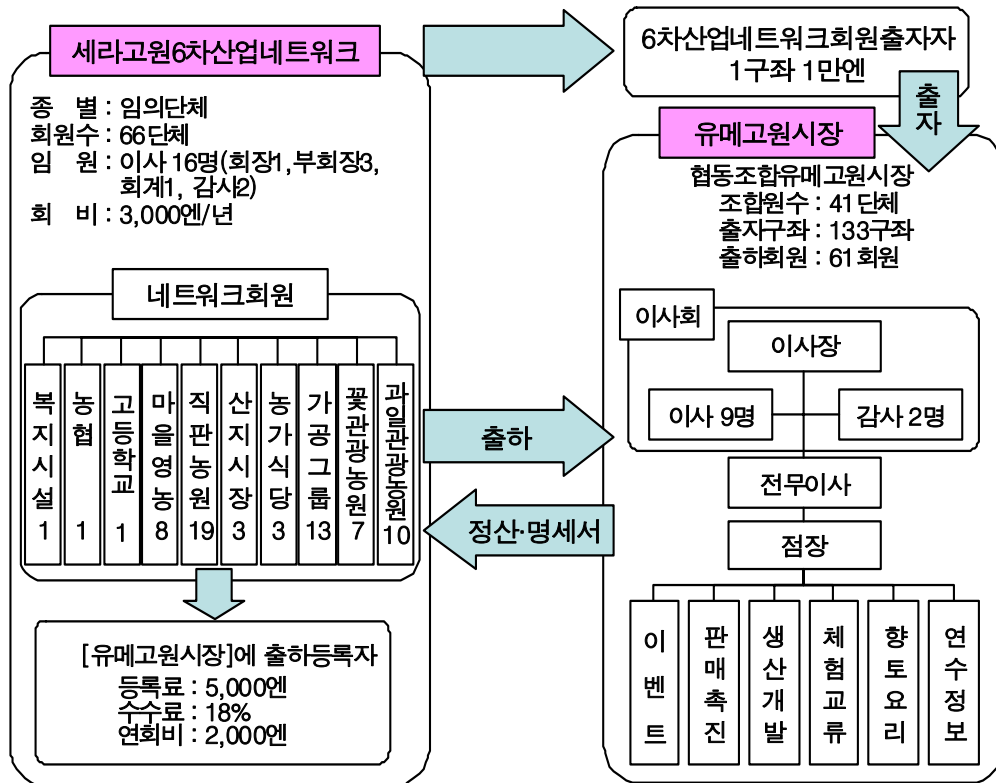
(2) 조직체제와 활동내용

유메고원시장의 조직체제와 ‘네트워크’와의 관계에 대해 살펴본다. 유메고원시장에서는 정회원으로서 ‘네트워크’ 회원으로부터 1구좌 1만 엔의 출자를 모집한다. 동시에 유메고원 시장으로 출하희망자는 별도 등록료 5,000엔, 연회비 2,000엔, 상품판매에 관련된 수수료 18%를 지불한다. 출하등록에는 판매상품의 일정한 품질확보, 판매활동 이외의 봉사 작업에 적극적 참가 의사를 확인하기 위해 이사회 심사를 거친다.

2012년 5월 현재 조합원수 41개 단체, 출자 구좌수 133구좌, 출하회원 61개 회원이다. 이 밖에 이사장, 이사, 감사 등 이사회 임원 12명, 전무이사, 유메고원 시장 점장, 그리고 회원들이 참가하는 6개 부회로 구성되어 있다.

주요 활동은 생산자에 의한 대면판매, 특산품과 가공품 부스판매, 향토음식 계승, 농업·농촌체험, 네트워크회원들에 대한 정보발신, 고향소포발송, 세라와이너리 내의 식당에 식재제공 등이 중심이다.

그림 4 세라고원 6차 산업 네트워크와 유메고원 시장과의 관계



주 : 2012년 5월 현재.
 자료 : 히로시마현 세라정.

3.4.4. 세라정 제1차 장기종합계획 수립

세라정은 2006년 9월 ‘세라정 제1차 장기종합계획(계획기간 2006~15년)’을 수립하였다. 이 계획에서는 농업이 세라정의 기간산업으로 위치 설정하고, 생산기반정비를 비롯하여, 마을영농의 설치·법인화 촉진이나 새로운 기업적 경영체 육성지원 등에 의한 지역영농체제를 강화하고, 6차 산업화의 추진이나 고품질 농산물 만들기를 중시하고 있다.

특히 6차 산업화에 대해서는 1차 산업인 농업을 기본으로 하여, 특산물 개발·가공품 개발 등의 2차 산업, 나아가 직거래 시장에서의 상품판매나 관광농원 운영 등의 3차 산업으로 비즈니스를 확장하는 소위 농업인의 ‘제2의 창업’으로서 중요한 의미를 가진다.

또한 이 계획에는 ‘네트워크’에 대한 지원을 규정하고 있다. 이에 근거하여 ‘네트워크’는 세라정의 6차 산업화를 도모하는데 중요한 역할을 담당하고 있다.

3.5. 주요 성과

‘네트워크’는 설립 당시의 회원수 32개 단체에서 2012년 5월 현재 66개 단체로 회원수가 늘어났다. 동시에 직거래시장, 직판농원, 관광농원, 지역 고등학교 등과의 폭넓은 연대 등을 통하여 6차 산업화를 활발하게 추진한 결과 지역사회에서 다음과 같은 성과를 올리고 있다.

3.5.1. 농업인 등에 의한 가공·판매와 기업 등 설립

(1) 다양한 가공품의 개발

농업인은 종전에는 농작물을 농협에만 출하하는 것으로 머물렀다. 6차 산업화에 참여함으로써 스스로 농작물을 생산하여 가공하고 신상품을 개발하는 활동에 적극적으로 노력한 결과로 세라정의 새로운 사업 창출로 이어지고 있다.

현재 세라정 내에는 산지직거래시장 등에 설치된 공동가공시설을 포함하여 29개소의 가공시설이 있다. 이들은 농업인 자신이 가공품 개발을 하기 위해 개인 또는 가공그룹을 결성하여 독자적으로 가공시설을 설치한 결과이다.

이와 같이 활발한 활동이 계속된 결과로 특산품인 적배를 가공한 젤라토나 젤리, 대두를 가공한 반찬이나 된장, 계란 가공품인 훈제계란 등 신상품 개발과 관련한 매출액이 연간 100만 엔을 넘어서고 있다.

특히 주목해야 할 상품으로는 ‘네트워크’ 전체가 노력하여 회원이기도 한 현립 세라고등학교 학생과 공동 개발한 ‘런닝워터’를 들 수 있다. 지역브랜드로서 정착되어 있는 적배의 이미지를 향상하기 위해 전국적으로 이름이 알려진 세라고등학교 역전마라톤부의 이미지를 활용하여 신상품 음료수를 개발한 것이다. 2010년 4월 판매이후 히로시마현 내외에서 높은 평가를 받고 있다.

(2) 판매활동 촉진

농업인은 자신이 생산한 농산물과 가공한 상품을 직접 판매함으로써 부가가치를 향상하고 있다. ‘네트워크’의 활동거점인 유메고원 시장의 특산품·가공품 부스판매에서는 출하 등록한 농업인 자신이 상품 진열장소나 가격을 결정한다. 협동조합법인 유메

고원 시장에서는 농업인이 판매를 함으로서 1차 산업인 농업만으로는 경험할 수 없는 판매의 즐거움을 얻고 있고, 가공·판매까지를 고려한 농산물 생산에 적극적으로 대응한다. 다른 생산자와의 차별화를 의식한 활동이 행해지고 있는 등 생산의욕이 향상되는 효과가 나타나고 있다. 그리고 지역 특성을 살리면서 기존의 생산 활동을 넘어서는 신규 사업으로 활동범위를 넓혀나가는 효과가 나타나고 있다.

(3) 6차 산업화를 추진하는 기업 등의 설립

‘네트워크’의 활동을 통해 6차 산업화를 추진하는 기업 등의 설립되는 경우도 있다. 현재는 마을영농법인, 주식회사, 유한회사 9개 단체가 창업을 하여 ‘네트워크’ 회원으로 가입하고 있다.

마을영농법인은 9개 단체 중 5개 단체 모두가 마을의 대부분의 농가가 참가하여 설립된 ‘전체농가 참가형’ 마을영농으로 분류되고, 비농가도 새로이 참가하는 단체도 있는 등 마을 전체가 하나의 농업경영에 노력하고 있다. 이들 법인의 주된 사업으로는 쌀, 밀, 대두를 비롯하여 아스파라거스 등의 채소류 생산과 자기비용으로 설치한 가공시설을 이용하여 떡, 된장, 야채절임 등의 가공품 개발, 양판점이나 유메고원 시장, 인터넷을 활용하여 직접 판매하여 부가가치를 향상하는 방향으로 발전하고 있다.

특징적인 점으로는 이들 단체의 대부분에 여성그룹이 있고, 여성그룹이 주로 가공, 판매를 하고 있다는 점이다. ‘네트워크’에서도 여성회원이 많은 점 등에서 볼 때 세라정 6차 산업화에서 여성이 중요한 역할을 하고 있다는 것을 알 수 있다.

또 창업면에서는 규모가 큰 식품제조업체와 지역 건설업의 공동출자에 의해 토마토 재배 및 양판점 등으로의 판매를 추진하는 주식회사가 창업되었다. 규모가 큰 농업기계 제조업체가 창업되어 채소류의 생산에서 가공, 판매까지 직접 실시하는 경영 사례도 나타나고 있다. 그 밖에 버섯재배에서 튀김이나 과자 가공, 판매까지 하는 유한회사나 쌀 생산·판매를 추진하는 유한회사도 설립되고 있다. 이러한 기업들은 ‘네트워크’와 연대하면서 6차 산업화로 발전해가는 것을 목표로 하고 있다.

3.5.2. 고객수 및 매출액 증가

‘네트워크’에 가입하는 6차 산업 관련시설에 대한 고객수 추이를 살펴보자. ‘네트워크’가 설립된 1999년 70만 6,468명에서 2010년 125만 3,708명으로 77.5% 증가하였다. 또한 시설별 내역을 보면 ‘산지직거래시장’과 ‘가공·기타’의 증가 경향이 두드러지며 ‘산지직거래시장’이 1999년 35만 5,000명에서 2010년 59만 7,674명으로 68.4% 증가하

였으며, ‘가공·기타’가 2001년 4만 2,000명에서 2010년 17만 4,978명으로 316.6% 나 증가하고 있다<표 1 참조>.

매출액 추이를 보면 2000년 11억 9,100만 엔에서 2010년 16억 7,383만 엔으로 40.5% 증가하였다. 시설별 내역을 보면 고객수 증가경향과 마찬가지로 ‘산지직거래시장’과 ‘가공·기타’가 증가경향이 현저하며, 각각의 추이를 보면 ‘산지직거래시장’은 2000년 2억 2,300만 엔에서 2010년 5억 5,833엔으로 150.4% 증가, ‘가공·기타’가 2000년 1억 6,900만 엔에서 2010년 3억 6,277만 엔으로 114.7% 증가하고 있다<표 2 참조>.

이상에서와 같이 고객수와 매출액 추이에서 농업인이 6차 산업화를 추진하는 과정에서 특히 2차 산업인 가공품 개발과 3차 산업인 산지직거래시장에서 판매 확대가 현저하다는 것을 알 수 있다.

3.5.3. 기타 관련 요과

‘네트워크’ 활동에 의해 지역이 하나가 되어 세라고원의 농업을 활성화해 나간다는 회원들의 의식이 형성되고 있는 점도 성과이다. ‘네트워크’는 지역주민이나 지자체와의 연대를 더욱 강하게 하기 위해 2009년 11월 ‘네트워크’가 독자적으로 ‘일본에서 제일 크고 아름답고 풍족한 농촌공원플랜’을 수립하여 세라정장에게 제안한 바 있다.

‘네트워크’의 각 부회에서 1년에 걸쳐 워크숍을 계속하면서 현상분석과 과제 발굴, 해결방법 등에 대해 검토해 왔다. 그 결과 향후 주된 활동방침으로는 ‘세라브랜드화추진(지산지소 추진, 기술 지원 체제 확립, 농축산물 브랜드화)’ ‘자연자원 활용(민박·농업체험 추진, 체험투어 충실 등)’ ‘농촌공원 정비(안내간판 설치, 세라고원시장 개선)’ ‘추진주체 육성’ 등을 내걸고 있다.

6차 산업화를 통하여 이상과 같은 성과를 올리는 배경에는 여성들과 고령자의 역할이 크다. 여성들은 특히 가공이나 판매, 교류 등의 부문에서 특유의 역할을 발휘하고 있다. 농업부문의 고령자들도 단순한 고령자가 아니라 일종의 기능인이다.

기상조건 등 자연의 지배를 강하게 받는 농업의 특성을 감안한다면 장기간에 걸쳐 축적된 지혜와 기능을 활용하여 비즈니스의 성과를 올리고 있다. 향후도 여성이나 고령자에게 적합한 일자리를 제공하여 지역사회를 위해 활동하는 기회를 제공하는 것이 중요한 의의가 있다.

표 1 고객수 추이

단: 천 명

구분	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
관 광 지	220	263	300	311	309	336	383	403	405	341	394	383
과수관광	131	144	170	209	221	151	130	128	196	119	100	98
산지시장	355	450	440	438	529	572	614	695	673	596	570	598
가공·기타			42	46	33	70	87	124	96	179	196	175
합 계	706	857	952	1,003	1,092	1,129	1,214	1,370	1,235	1,259	1,259	1,254

주: 히로시마현 세라정 산업관광과.

표 2 매출액 추이

단위: 백만 엔

구분	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
관 광 지	320	350	310	302	336	380	377	419	286	360	361
과수관광	479	441	533	494	305	343	371	322	323	402	392
산지시장	223	278	307	348	452	494	580	585	551	570	558
가공·기타	169	249	203	207	218	183	249	285	276	351	363
합 계	1,191	1,317	1,354	1,351	1,312	1,399	1,577	1,611	1,435	1,682	1,674

주: 히로시마현 세라정 산업관광과.

4. 세라정 마을영농의 주요사례와 효과

4.1. 마을영농의 형태

세라정은 마을영농의 법인화가 발달한 지역이다. 마을영농이란 마을의 농지소유자와 이용자를 분리하여, 농지를 단지화하여 이용하는 경영방식이다. 이를 통하여 영세 분산 농업구조문제를 해소하는 동시에 생산비를 절감하여 경쟁력을 강화하는 효과가 나타난다. 동시에 지역 내에서 일자리를 창출하고 부가가치를 향상하여 지역 활성화를 도모하는 효과를 기대할 수 있다.

마을영농은 두 가지 형태가 있다. 하나는 마을 내의 전체농가가 참가하는 ‘전체농가 참가형’이고, 다른 하나는 전업농이 주도적인 역할을 하는 ‘전업농 주도형’이 있다. 세라정의 마을영농은 전체농가 참가형이 28개 법인, 전업농 주도형이 4개 법인이며, 32개 마을영농 전부가 법인화되어있다.

4.2. 농사조합법인 히지리사토

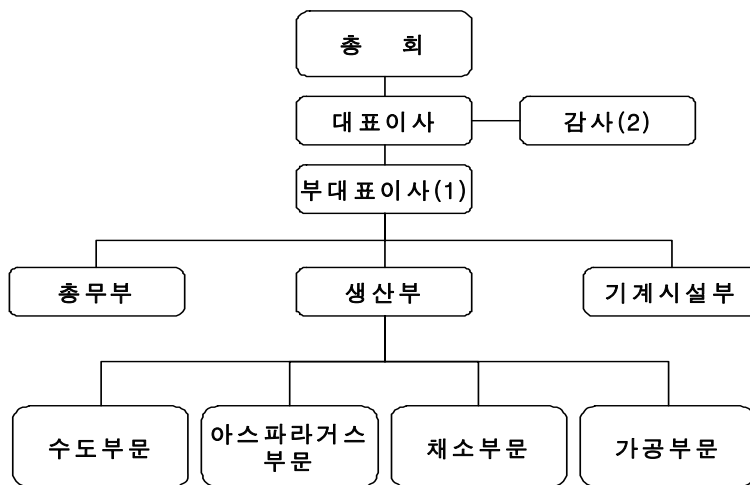
마을영농의 사례로서 히지리사토는 2006년 설립되었다. 2개 마을의 43호가 참가하는 ‘전체농가 참가형’이다. 논 20.8ha, 밭 0.6ha를 경영하고 있으며, 주요 작물은 쌀과 대두이며, 최근 아스파라거스 재배를 확대하고 있다. 아스파라거스는 현재 1ha를 재배하고 있으나 2ha 정도를 추가할 계획이다.

지금까지는 농업생산의 1차 산업이 중심부문이었다. 2012년부터 채소가공 등 가공 부문을 도입하여 2차 산업으로 경영을 확대하고 있다.

고용노동력은 주로 조합원 가족 20명이 중심 노동력이며, 급여는 시급 800엔으로 통일되어 있다. 남녀노소를 불문하고, 단순노동이든 기계작업이든 동일한 금액을 지급하는 것은 고령자에 대한 배려라고 한다. 조합원 이외의 고용은 없다.

히지리사토는 마을농지를 단지화하여 논벼와 대두, 아스파라거스 등의 재배함으로써 생산비를 절감하고 있다. 또한 가공부문을 도입함으로써 고부가가치를 실현하는 동시에 여성들의 일자리를 만들고 있다. 조직은 <그림 5>와 같다.

그림 5 농사조합법인 히지리사토의 조직도



4.3. 농사조합법인 메구미

농사조합법인 메구미는 2007년 설립된 ‘전업농 주도형’ 마을영농이다. 대형 농기계 등을 보유한 전업농 3호가 종업원 4명을 고용하여 경영하는 형태이다. 인근지역의 논

30ha에 대하여 쌀(22ha)을 비롯하여, 대두(3), 맥류(6), 메밀(6), 상추(9), 사료용 벼(5), 옥수수(1) 등 재배하고 있다. 농업생산의 1차 산업과 직접 판매가 중심이다.

생산물은 개인소비자나 업자 등을 대상으로 직접 판매하고 있다. 농번기 임시고 시급은 오퍼레이터나 일반작업 관계없이 시급 1,000엔이다.

메구미는 단지화 된 경영을 통한 생산비 절감을 비롯하여 친환경생산과 직거래에 의한 고부가가치를 실현하고 있다. 특히 중요한 것은 후계자 육성이다. 지역의 젊은이를 고용하여 연수기회를 제공하는 등 영농후계자를 육성하여 지역사회에 공헌하는 역할도 한다.

4.4. 농사조합법인 코스이농원

농사조합법인 코스이농원은 1963년 개간농지에 입식한 조합원 20호의 영농조합이다. 63ha의 농지에 대해 배(57ha)를 비롯하여, 포도(3), 딸기, 복숭아, 자두, 감, 매실, 밤, 무화과 등 12품목을 재배하고 있다. 판매는 직판장에서 개인소비자, 업자 등에게 직접 판매를 한다. 노동력은 조합원 40명(남자 28명, 여자 14명), 정규종업원 25명, 기능실습생 7명 등이다. 고용노동의 급여는 시급으로 남자 1,300엔, 여자 1,000엔이다. 현재 조합원은 20호로서 1호 1조합원제이며, 출자금 9,626만 엔(20명 평등출자)이다.

배는 적배(행수, 풍수 등)가 중심이다. 토양관리를 기본으로 무대재배, 방충자재인 형광등 등을 도입하여 안전과 안심을 기본으로 한 재배에 노력하고 있다. 배 생산량은 약 1,000톤에 달하며, 관광농원으로서 매력을 높이기 위해 최근 다양한 품목을 도입하고 있다. 특히 포도는 생식용과 현지 ‘세라와이너리’에 원료를 공급하기 위하여 가공용 품종을 도입하여 확충하고 있다.

판매는 배의 60%를 관서지방, 히로시마, 기타큐슈 등의 시장에 출하하고, 40%는 현지에서 직판장에서 판매하고 있다. 또한 그 밖의 과실은 모든 다양한 루트로 현지에서 직접 판매하고 있다. 특히 1998년 직판장 ‘빌네라든’을 개설하여 자신의 생산한 과일과 가공품은 물론이고, 인근 지역의 다채로운 농축산물을 판매하고 있다.

또한 배나무 오너제도를 실시하여 소비자가 농원을 방문하여 수확을 즐기거나 포도와 딸기 따기나 체험 등 다채로운 판매방법을 통하여 소비자와의 다양한 교류에도 힘을 쏟고 있다. 주민의 지역 농업과 전통문화 등에 대한 이해도를 높이기 위해 초중등학교 등과 연계하여 배의 연간 농작업 체험교실을 실시하여 농업의 역사와 매력, 소중함, 고생 등의 체험기회를 제공하고 있다. 또한 지역 축제 시에는 이 농원이 행사의 주

체가 되어 다양한 이벤트를 개최하고, ‘네트워크’ 회원과 함께 소비자와의 교류행사를 실시하고 있다.

4.5. 마을영농의 진화

마을영농은 진화한다. 지역자원이나 지역사회의 요구에 따라 역할이 확장되고 발전해나가고 있다. 6차 산업화와 관련한 마을영농의 진화과정을 보면, 주민의 합의를 기본으로 하여 마을영농을 설립하되, 초기에는 임의단체로 설립되어 몇 년간의 준비를 거쳐 법인화한다.

주요 활동은 초기에는 농작업 수탁사업이나 농업생산이 중심이다. 체제가 갖추어지면 생산한 농산물을 가공하여 직접 판매하거나 도농교류 등으로 발전해간다. 최종적으로는 고령화 등에 대응하여 지역사회에 복지서비스를 제공하는 데까지 발전하는 사례도 있다. 이러한 과정에서 생산비 절감이나 가공부문이나 판매·교류부문의 도입에 의한 일자리 창출과 부가가치 향상 등의 성과가 나타나고 지역주민의 삶의 질이 향상된다.

5. 세라정 6차 산업화의 의의

5.1. 6차 산업화에 대한 새로운 조명

세라정은 일본에서 6차 산업화 선두 주자로서 평가되고 있다. 1차 산업, 2차 산업, 3차 산업에 해당하는 각각의 분야를 다시 한 번 새로운 시점에서 조명하여 새로운 평가를 얻고 있다.

농업에 의한 지역 활성화에 대해서는 새로운 평가가 있다⁹⁾. 농업의 다원적 기능과 관련하여 이마무라(今村奈良臣)는 애그로폴리스, 푸드폴리스, 에코폴리스, 메디코폴리스라는 의미로 해석하고 있다. 폴리스(polis)라는 개념은 그리스어로서 ‘거점’이라는 의미를 가진다. 즉 농업이란 지역에서 일자리와 부를 창출하는 농업 거점(agropolis)이라는 기능이 중심이 되어, 농산물직매소나 농축산물 가공시설, 그리고 식당 등을 통하여 소비자에게 다양한 서비스를 제공하는 식품 거점(foodpolis), 농업이라는 활동과 연계하여 국토보전을 하는 동시에 생물다양성을 유지하는 환경 거점(ecopolis), 그리고 농업체험을 통하여 어린이와 학생들은 비롯하여, 고령자나 여성 등 사회적 약자의 심신을 치

9) 세라정 6차 산업화의 의의에 대해서는 이마무라 나라오미(今村奈良臣) JA총합연구소 소장이 새롭게 평가하고 있다. JA총합연구소 홈페이지(<http://www.jc-so-ken.or.jp>)를 참고하기 바란다.

유하는 치유 거점(medicopolis) 등의 기능을 가진다.

요컨대 ‘농업 거점’ ‘식품 거점’ ‘환경 거점’ ‘치유 거점’ 등 네 가지 거점을 서로 연계하여 더욱 활력을 불어넣고 있는 것이 ‘세라고원 6차 산업 네트워크’의 활동이라고 평가하고 있다. ‘네트워크’는 세라정 전체를 농촌공원으로 만들어서 6차 산업화를 추진하는 대담한 구상이다.

이러한 구상 하에서 세라정은 환경을 보전하고 경관을 형성하면서 안전하고 안심할 수 있는 농산물과 식료품을 생산하여 지역에 공급하는 새로운 ‘거점’으로서의 역할이 확산되고 있다.

5.2. 광역 6차 산업화의 성과

농업과 농촌에서 나타나는 현상은 성장과 소득이 정체하거나 감소하면서 일자리가 축소하고, 이로 인해 도농 간 격차와 농가 계층 간 격차가 확대되는 동시에 빈곤층도 확대되어 지역사회가 붕괴하는 우려도 나타나고 있다.

동시다발적인 FTA에 의한 시장개방이 확대됨에 따라 농촌지역은 고령화·여성화·다문화가정 등 사회적 약자가 누적되고, 인력이나 농지 등 농업자원이 축소하는 등 농업과 농촌을 둘러싼 내외적 여건은 농업성장을 더욱 압박하고 있다.

한편 지방의 자율성 증가를 비롯하여, 귀농 확산, 안전·안심에 관한 국민의식 고조 등의 사회적 현상을 활용한 농업의 새로운 성장 동력으로서 6차 산업화와 마을영농이 대안으로서 활발하게 추진되고 있다.

일본 히로시마현(廣島縣) 세라정(世羅町)은 광역 6차 산업화와 마을단위 영농조합을 통해, 지역에서 일자리를 창출하는 동시에 부가가치를 향상하고, 교류인구가 증가하여 농촌지역의 활력이 재생되고 있다.

세라정은 정 전체를 대상으로 하는 광역 6차 산업화의 전형적인 사례이다. 직판장, 식당, 가공시설, 교류시설 등을 전 지역에 집적하여 성과를 높여나가고 있다. 6차 산업화의 유형화와 관련하여서는 지역의 생산자가 주도하면서 상공업과의 연대도 강화하고 있다. 농업생산이라는 1차 산업을 기본으로 하여, 2차 산업, 3차 산업의 영역으로 비즈니스를 확장하여 일자리와 부가가치를 향상하는 것이다. 또한 원료·노동력·자본 등 자원의 활용에 대해서는 부족한 경영자원은 지역 외의 식품제조업체나 관련기업, 시험연구기관 등과 보완관계를 유지하는 내발적 발전을 중시하고 있다.

6차 산업화는 지역전체로 보아 일자리와 부가가치를 창출하는 효과가 크다. 이를 위

한 비즈니스는 생산에서 가공으로, 그리고 교류나 관광 등 서비스업까지 가능성은 광범위하게 걸쳐 있다. 비즈니스의 성공을 위해서는 개별경영으로는 한계가 있기 때문에 지역단위의 조직화에 의한 분업적 경영이 필수적이다. 일정수준의 기술이나 경영관리 능력을 갖추어야 한다. 지역자원을 발굴하여 지역 내 순환형 시스템을 구축하는 것이 비즈니스의 지속성을 유지하는데 필요하다.

향후 시장개방의 확대로 소득감소가 예상되고, 또한 계층 간 소득격차의 확대가 우려되는 상황에서 영세 계층이나 조건이 불리한 지역에서 지역단위의 농가의 조직화를 통한 6차 산업화가 대안이 될 수 있다.

6차 산업화의 창업은 우선 주민합의에 의한 마을단위의 조직화가 선행되어야 한다. 이를 통해 농산물 가격이 하락하는 단계에서 생산비 절감이 가능하다. 다음으로 단순 노동이 필요한 채소나 화훼 등의 품목을 도입하여 고용기회를 확대하고, 지역자원을 활용한 가공품이나 특산물 개발, 그리고 직거래와 교류, 관광 등으로 비즈니스 영역을 확대하여 고부가가치를 창출하는 것으로 발전할 수 있다.

참고문헌

- 김태곤. 2012. 5. “농업의 새로운 성장 동력 : 6차 산업화, 마을영농법인, 로컬푸드”. 농경토론회. 한국농촌경제연구원.
- 김태곤. 2005. “일본의 지산지소운동”. 「농정연구」 2005년 가을. 농정연구센터.
- 김태곤·허주녕. 2011. 10. 「농업의 6차 산업화와 부가가치 창출방안」. 한국농촌경제연구원.
- 齋藤修. 2012. 「地域再生とフードシステム」. 農林統計出版.
- 今村奈良臣. 2011. 2. “地域農業・農村改革の包括的構想の提起：アグロポリス・フ・ドポリス・エコポリス・メディコポリスの創設による地域活性化の新戦略・世羅高原 6 次産業ネットワークの實踐を踏まえて”. (www.jc-so-ken.or.jp)
- 廣島縣世羅町. 2011. “廣域 6 次産業化の推進で ‘町中を農村公園’に! ～農業を基軸とした連携による新事業創造に向けた取り組み～”.