농촌계획
vol. 18, no. 4, 2012 (103-115) http://dx.doi.org/10.7851/ksrp.2012.18.4.103

곡성 목화를 활용한 향토자원 산업화의 가능성과 한계에 관한 사례 연구

조 진 상
동신대 도시계획학과

The Case Study on the Possibilities and Limitations of the Industrialization in the use of Local Resources of Gokseong Cotton

Jinsang CHO
Dept. of Urban Planning, Dongshin University

ABSTRACT : There are many attempts to develop rural areas by the use of local resources. Local industrialization is a well-known means to found industrialization by the local people using specialized local resources. However, there are many difficulties local people face in the industrialization of these local resources. This is mainly due to local people's lack of experience and knowledge in the development of these resources and the foundation of industrialization in these rural areas require further assistant. This thesis intends to examine the local conditions in order to represent the possibilities and limitations of the industrialization in the use of local resources, Gokseong cotton. We will further suggest various methods & means of these applications and illustrate the efficient approach to development scheme.

Key words : territorial/local resource, Gokseong cotton, territorial/local industrialization, rural development, endogenous regional development, place marketing, 6th complex industrialization

I. 머리말

1. 연구목적 및 배경

우리나라 농촌지역개발은 공간개발차원에서 1970년대 새마을 운동에서부터 출발해 80-90년대에 이르러 마을단위 지역개발이 중심을 이뤘고 2000년대 이후에는 권역단위 농촌지역개발방식이 중심을 이루고 있다. 경제적 측면에서는 지역개발수단의 하나로 신활력사업, 농업클러스터사업, 향토산업육성사업 등을 추진했거나 추진하고 있다.

2000년대 추진하고 있는 농촌지역개발사업들의 특징은 공간적 계획이든 경제적 계획이든 간에 지역주민의 참여를 강조하고 있으며 지역의 특화된 자원을 바탕으로 내생적 지역개발방식을 택하는데 큰 비중을 두고 있다는 점이다.

이와 같은 노력의 일환으로 지역의 특화된 자원인 향토자원을 활용한 산업화에 대한 다양한 노력들이 이루어지고 있다. 그러나 대부분의 지역에서 향토자원의 산업화는 지역내 산업적 기반의 취약, 경험과 전문지식이 있는 역량있는 인적 자원의 부족, 지역내 추진주체간 지역발전에 대한 공감대 형성의 부족 등 여러 요인으로 그 성과를 제대로 발휘하지 못하는 경우가 많았다(농림수산식품부, 2011).

곡성군은 목화를 향토자원으로 해 2009년 농림수산식품부(이하 '농식품부')로부터 향토산업육성사업 대상지역으로 선정받아 2011년부터 향토사업을 착수하였다. 그러나 우리나라의 많은 지방자치단체들이 향토사업을 추진하는데 있어서 지역내 산업적 기반의 취약 등 앞서 지적한 여러 가지 어려움을 격듯이 곡성군에서도 목화 향토자원 산업화를 추진하는데 있어서 유사한 어려움과 한계

Corresponding author : CHO, Jin-Sang
Tel : 061-330-3175
E-mail : jscho3175@hanmail.net

가 많이 나타나고 있다.

본 논문은 곡성군 목화 향토자원을 활용한 사업화에 있어서 곡성군이 갖고 있는 가능성과 한계를 진단하고 그와 같은 문제점을 극복하는 대안으로는 무엇이 있을지에 대한 검토에서 비롯되었다. 곡성군 목화 향토자원 산업화 방안을 탐구하는데 있어서 먼저 향토자원 산업화의 이론적 배경과 정책적 지원 현황, 향토자원 산업화의 추진전략 등을 살펴 보았다.

이어서 곡성 목화를 사례로 향토자원을 활용한 산업화의 가능성과 한계를 진단하고 향토산업화에 대한 정책적 대안을 살펴 보았다. 곡성 목화 향토자원 산업화를 추진하는데 있어서 1차, 2차, 3차 산업으로 구분해 곡성군에서 추진 가능한 사업들을 모색해 보고 그 가능성과 한계를 검토하였다. 그러나 곡성군이 비록 향토사업대상 지역으로 선정은 되었을 망정 1차, 2차, 3차 산업 부문 모두가 너무 취약해 어느 것 하나 경쟁력있고 지속가능한 자립화가 어려운 지역 여건을 타개해 나가기 위한 대안으로 장소마케팅적 접근방법과 내생적 지역개발 전략을 병행한 6차 복합 산업화 를 통한 곡성목화 향토산업 육성전략에 대해 집중적인 논의를 제공하고자 한다.

2. 연구내용, 연구범위 및 연구 방법

연구의 주된 내용으로는 향토자원, 향토자원의 산업화에 관련된 이론적 검토 및 선행 연구의 검토와 함께 향토자원 산업화를 위한 정부의 노력 등을 검토한 후 곡성 목화를 사례로 지역여건분석, 곡성 목화 향토산업화의 가능성과 한계, 곡성 목화 향토자원 산업화의 다양한 대안의 검토 등을 통해 향토 산업화의 기본 방향을 제시하고자 한다.

이를 위해 관련 논문과 보고서를 중심으로 문헌조사를 통해 향토자원의 산업화에 대한 이론적 배경을 검토하고 곡성 목화 향토자원의 파악을 위한 현지 조사, 관계자 인터뷰 및 관련 자료의 수집을 통해 필요한 자료와 정보를 취득·분석하고자 한다.

II. 향토자원과 향토자원의 산업화

1. 향토자원, 향토자원산업화의 의의

1) 향토자원의 개념과 특성

'향토자원'이란 일정한 지역사회내에 부존하고 있는 자원을 말한다. 신혜진(2008)은 향토자원을 '일정한 지역사회에서 향토적 특성과 산업상 이용가능성이 있는 유무형의 자원' 또는 '인간이 정착한 지역의 자연여건에서 생활하면서 얻은 문화적 산물'로 정의하고 있다. 여기에는 크게 자연적인 자원과 문화적인 자원 그리고 최근 여가문화 발달로 고려되는 레크레이션 기능의 휴양자원이 포함된다(안덕초, 2007, 여화선 등, 2008)

농촌자원개발연구소(2007)는 '향토자원은 다른 지역과 차별화되는 향토적 전통성과 고유성을 가진 자원으로 시·군·구 지역내 경제적 부가가치를 창출하거나 잠재력이 있는 모든 자원'이라고 정의하였다.

이를 통한 향토자원의 중요한 개념적 요소로는 지역성, 고유성, 전통성, 경제성을 들 수 있으며 고유성은 지역차별화 측면에서 중요한 요소가 될 수 있다. 고유성은 역사적으로 축적된 전통성에 의해 발현될 때 복제가 어려운 지역적 차별화를 가져올 수 있다는 점에서 전통성과 고유성을 핵심요소로 볼 수 있다(김영택 등, 2011).

김현호·한표환(2004)은 향토자원의 특성으로 입지의 비대체성, 배태성, 전통성 등의 특성을 들고 있다. 입지 비대체성은 특정한 지역을 제외한 다른 지역에서는 존재하지 않는 속성, 지역적 편재성을 지칭한다. 배태성은 특정한 지역의 역사나 문화, 삶 등에 체화된 속성을 지칭한다. 이것은 향토자원이 특정한 지역에 뿌리내리고 존속되어 올 수 있는 착근의 근거로서 특정지역의 생활습관이나 전통기술, 삶 등 향토자원의 전승과 발전의 토대가 되는 특수한 지역적 환경이라고 하겠다. 전통성은 특정 지역사회에서 상당기간 체득, 계승되어 온 속성을 지칭한다. 독특한 생활양식이나 관습. 기술, 조업방식 등에 내재돼 전해 오는 역사성인 셈이다. 향토자원의 개념 또는 특성에 관한 다양한 논의중에서 핵심적이면서도 공통적인 것은 고유성, 지역성, 전통성이라고 할 수 있다.

2) 향토자원의 유형화

향토자원의 유형화에는 자연·생태자원으로부터 인문·사회자원, 보이는 자원에서 보이지 않는 추상적 자원, 제품화 자원에서 관광화 자원 등 다양하고 많은 유형화가 가능하다. 일반적으로 가장 많이 쓰이는 유형은 산업분류에 따라 1차 산업, 2차 산업, 3차 산업으로 구분하는 것이다. 산업별 분류 외에도 연구목적에 따라 다양한 향토자원의 유형화가 논의되고 있다.

김현호·한표환(2004)은 대표적인 향토자원의 유형을 크게 4가지로 구분하였다. 자원의 형태에 따라 유형자원과 무형자원, 개발 주체에 따라 지자체, 기업, 주민으로 구분, 자원의 내용에 따라 산업적 자원, 역사 · 문화자원, 생태 · 자연자원, 활용 목적에 따라 경제활성화, 자원보전 및 재생, 공동체활성화로 구분하였다. 경제활성화가 목적인 경우는 자원을 활용하여 소득 및 일자리를 창출

하자는 취지로 향토산업의 발전을 위한 자원의 활용이라 든지 매력도를 증가시켜 관광수입의 증대를 도모하는 경우의 자원활용이 여기에 해당된다(김영택 등 2011의 논문 재인용).

광주전남발전연구원 등은 투입단계별(자원, 생산과정, 산출물), 자원활용별 유형(전통지식복원활용형, 부존자원개발형, 전통산업발전형), 산업추진주체별 유형(사업가주도형, 지역민주도형, 행정주도형)으로 구분하기도 하였다(광주전남발전연구원·한국지방행정연구원 등, 2004).

안옥선 등(2007)은 향토산업의 유형분류로 판매중심형, 관광객유치형, 지역브랜드형으로 크게 구분하고 이를 다시 판매중심형은 원료품, 가공품, 공예품으로, 관광객유치형은 관람·휴양, 학습·체험, 축제로 세분하였다.

농촌자원개발연구소(2007)에서는 산업화 패턴 등에 따라서도 향토자원을 구분할 수 있다고 하였다. 산업화 패턴에는 가공하지 않은 원형의 소재를 활용하는 1차 자원, 가공 · 제조한 2차 자원, 서비스를 제공하는 등으로 활용하는 3차 자원으로 구분할 수 있다. 이것을 서로 유기적으로 융복합한다면 6차 산업으로 발전시키는 것이 가능하다.

3) 향토산업의 개념과 특성

광주전남발전연구원 등(2004)은 향토산업에 대해 '일정한 지역사회에서 특성있는 향토자원을 개발 또는 활용하여 부가가치를 창출하는 산업'으로 정의하였다. 중소기업청(2003)에서는 '당해 지역에 생산자 집단을 이루는 산업으로서 자원, 생산과정, 산출물이 지역성과 전통성을 띄는 산업'으로 정의하고 있다(여기에서 지역성은 지역의 특성으로 인해 특정지역에만 존재하거나 타 지역과 차별화되는 것을 말하고 전통성이란 지역적 생활과정을 통해 생성 · 소멸 · 진화하는 것을 말한다.).

향토산업의 개념 정의에서 중요한 요소는 지역사회, 향토자원의 개발 · 활용, 부가가치이며 '향토'라는 말에는 이미 지역성이 내포되어 있으므로 향토산업에서 창출된 부가가치가 지역사회에 흡수될 때 의미가 있다고 할 수 있다. 따라서 향토산업은 '향토자원이 가지고 있는 지역성, 전통성, 고유성 등을 활용 · 개발하여 상품화함으로써 부가가치를 창출하는 산업'이라고 정의할 수 있다(안옥선, 2007).

향토자원이 향토자원에 그치지 않고 산업화되기 위해서는 자원의 규모성과 시장성을 갖춰야 한다. 규모성은 향토자원이 존재 자체에 그치지 않고 자원의 규모나 생산규모 또는 참여자가 어느 정도 규모를 갖춰야 한다는 것이며 시장성은 소비자로부터 수익을 창출함으로써 기업육성이 가능하고 산업화를 할 수 있느냐 하는 문제다.

향토자원의 산업화는 수요와 공급이 적정하게 시장경제에서 작용하지 못하고 있고 지역내 산업적 기반이 취약하며 상응하는 인력구조도 취약하다. 지역내 추진주체 및 관련자간의 갈등 조정의 어려움도 큰 과제중 하나다. 더욱이 산업화 초기 단계에서 시장경제가 제대로 작동하지 못하므로 향토자원을 활용한 산업화를 통해 농촌지역 개발을 도모하기 위해서는 정부와 지자체의 효율적인 행·재정적 지원이 필요한 경우가 많다.

우리나라 향토산업은 시장경제체제에서 기업의 성장단계를 기준으로 보면 아직 산업이라고 부를 수 있는 단계까지 발전하지 못하였고(김정흥, 2004, 양병우, 2007, 24쪽 재인용), 가족적 수공업의 형태와 상업적 가공업의 행태가 결합된 수준이 대부분이다(양병우, 2007, 24쪽).

더욱이 향토산업은 산업의 정의 즉 '같은 종류의 재화를 생산하고 법률적으로 소유와 경영이 분리된 기업들의 집단'에 부합하는 개념의 경영체도 아니다(양병우, 2007, 24쪽).

향토산업의 상품화의 대상은 향토성이 강하기 때문에 지역의 이미지를 제고시키는 이중의 효과를 갖기도 하지만 지역의 기반이 되는 산업(1차 산업)과 연관되고 전통적인 문화나 기술 그리고 자연자원을 활용하여 이를 기술적으로 발전시킬 수 있는 것을 향토자원 산업화의 목표로 삼아야 할 것이다. 이를 통해 지역주민의 참여를 높이고 지역내 연관효과가 높아 내생적 지역발전을 달성할 수 있는 것이다(김재철, 1999).

2. 향토자원 산업화를 위한 정부 및 지자체의 노력

1) 우리나라 향토자원 산업화 정책의 개요

1990년대 이후 지방자치제가 본격 시행되면서 지역이 중앙정부 중심의 정책중심에서 점차 지방정부 중심으로 추진되고 있으며 지역경제활성화를 위한 다양한 정책이나 전략들이 모색되고 있다. 지역경제 활성화를 위한 지방정부의 전략은 지역적 한계를 극복하고자 하는 노력이며 과거와 같은 대규모 산업화보다는 지역의 문화나 자원을 활용하여 한계를 극복하려는 경향이 있다(안옥선 등 2007). 각 지역에 전래해 온 고유문화와 기술, 특정지역에 뿌리를 두고 지역주민의 삶과 밀접하게 관련된 지역의 상징물이나 정체성을 상품화, 수익화하는 것이다(안옥선 등, 2007).

중앙정부에서도 향토자원의 지역발전에서 차지하는 중요성을 인식하여 발굴 및 육성을 위한 다양한 정책사업을 추진하고 있다. 농식품부, 지식경제부, 행정안전부 등에서 1990년대 후반부터 현재에 이르기까지 다양한

향토자원 산업화 정책 프로그램을 개발·지원하고 있다. 대표적인 것이 지식경제부의 지역연고진흥사업, 농식품부의 농업클러스터조성사업, 신활력사업, 농촌활력증진사업, 향토산업육성사업 등을 들 수 있다.

2) 향토산업육성사업의 추진 현황

이중에서 특히 농식품부의 향토산업육성사업을 예로 동 사업의 개요를 간단히 설명하면 계획기간은 3년, 사업비는 30억원(국고 15억, 지방비+자부담 15억), H/W사업은 전체의 절반을 초과할 수 없다. 사업목적은 농어촌지역의 향토자원을 발굴, 1·2·3차 산업이 연계된 복합산업으로 육성하여 지역경제 활성화 및 소득기반을 확충하고 산학연관 등 사업주체간 유기적인 네트워크 활성화를 통해 농어촌지역의 사업역량을 제고하며 지속가능한 사업체계를 구축하기 위한 것으로 농어업·농어촌 및 식품산업기본법 제50조(농어촌지역산업의 진흥 및 개발), 농림어업인 삶의 질 향상 및 농산어촌지역개발촉진에 관한 특별법 제31조(향토산업의 진흥)에 법적 근거를 두고 있다. 2013년까지 총 200개 향토자원 산업화를 목표로 하고 있고 2011년말 총 199개의 사업단을 선정한 바 있다.

3. 향토자원의 산업화에 대한 선행연구 검토

향토자원의 산업화에 대한 연구는 1990년대까지도 원론적 수준 또는 당위성 주장에 그쳤지만 2000년대 들어서서는 정책제안, 사례연구, 효과적인 추진방안 등 주제도 다양해지고 논의도 구체화되고 있다.

김현호 외(2004)는 향토자원 산업화에 있어서 주제 제시의 중요성을 강조하면서 주제와 관련된 일관성있는 프로그램을 개발해 주제의 선명성을 높이고 지역의 이미지를 향상시켜야 한다고 주장하였다.

임경수(2006)는 지역의 자원이 가지고 있는 문화적 가치를 현대화해 경제적 가치가 있는 문화로 만드는 것이 문화지향적 지역개발이라고 보고 지역특산물, 관광자원, 지역명소, 지역역사인물을 부각시켜야 한다고 주장하였다(윤유석 등 2010).

김미희 등(2011)은 산업성을 나타내는 지표로 권리화, 시장환경부합성, 타깃시장규모, 수익성, 고용창출, 지역활성화 및 산업파급수준을 선정하였고 향토성을 나타내는 요소로는 지속성, 존재량, 차별성, 인지도, 활용성을 선정해 분석하였다. 김영택 등(2011)은 하나의 농촌마을권역을 대상으로 향토자원을 활용한 농촌마을개발전략을 다루기도 했다.

박덕병(2003)은 지역주민이나 지역경영체들이 그들 지역의 문화적이고 지역적인 정체성을 재생산하고 그들 스스로 상품을 판매해야 한다고 주장한다.

윤유석・김미희 등은 향토자원의 산업화에 있어서 특히 광양 홍쌍리 청매실 농원의 문화콘텐츠 측면을 다루었다. 본 논문에서는 홍쌍리의 청매실농원이 매실생산, 매실가공제품의 개발 뿐만 아니라 문화콘텐츠적 요소를 적극 반영한 관광부문도 크게 활성화되어 매실 향토자원을 활용한 6차 복합산업화에 성과가 있음을 인정하고 있다. 그러나 향토자원산업화에 있어서 문화콘텐츠개발이 향토자원 산업화의 주요 수익원이 되기는 힘들다고 보고 수익을 창출하는 향토자원 산업화의 본원적 활동은 실제적 제품의 생산과 판매를 통해 이루어지고 있고 문화콘텐츠적 요소는 제품에 대한 이해와 공감대 형성을 도움으로써 친숙하고 긍정적 이미지를 갖게 하는 지원활동적 성격을 띠고 있음을 주장하고 있다.

양병우(2007)는 향토자원의 장소마케팅에 대한 소비자 수요결정요인분석에서 순창 전통고추장 민속마을을 사례로 장소마케팅의 결정 요인에 대해 논하였다. 저자는 우리나라 향토산업육성정책이 6차 복합산업화를 추구하는 과정에서 1차 산업과 2차 산업의 연계와 조직화가 부족한 상태에서 3차 산업만을 강화하는 문제점이 많다고 지적하고 '산업중심적 장소마케팅'이 필요함을 역설하고 있다. 특히 장소마케팅 전략은 지역내부의 성장잠재력을 창출하고 지역주민의 주체 역량을 배양할 수 있는 내생적 발전전략과 연계되어야 함을 강조하였다.

4. 향토자원을 활용한 산업화의 기본방향 설정

앞에서 논한 바와 같이 향토자원 또는 향토산업의 유형 분류는 연구 목적 또는 정책적 목적에 따라 다양한 분류가 이루어지고 있다. 본 논문에서는 향토자원 산업화의 여러 가지 유형 분류중에서 가장 보편적으로 많이 사용되는 바 산업유형의 구분에 따라 향토자원 산업화의 방향을 설정하고자 한다.

향토자원을 활용한 수익창출 및 산업화는 향토자원의 가치와 특성에서 논한 바와 같이 '향토' 또는 '지역'이라는 공간적 영역을 중심으로 산업화가 이루어지고 있다. 또한 향토자원이 갖고 있는 특성으로 보아 특정 장소를 마케팅함으로써 보다 많은 제품의 부가가치를 창출할 수 있음을 알 수 있다. 객관적인 평가가 쉬운 일반적인 공산품은 상품 자체의 가치를 품질로 인식한다. 장소마케팅 개념에 의해 제공되는 향토자원을 활용한 제품과 서비스는 상품 자체의 가치보다는 전통 및 장소자산의 가치를 알게 됨으로써 얻어지는 무형적, 소멸적 품질로서 소비자의 주관적 지각에 의해 품질을 평가하게 되는 경향이 있다(양병우, 2007).

향토산업은 지역의 부존자원을 활용하여 지역의 주체가 스스로 지역 발전을 위해 노력하는 점에서 내생적 지역개발전략이 필요하다. 그러나 우리나라 농촌지역의 현실상 역량있는 인적 자원이 부족하고 지역산업기반이 취약하여 내생적 지역개발에 많은 한계가 있는 것이 사실이다. 이를 어떻게 극복하느냐 하는 것도 중요한 과제에 속한다.

특정 지역내에서 하나의 향토자원을 활용한 수익창출 및 산업화가 1차, 2차, 3차 산업중 어느 것 하나도 제대로 착근하지 못하는 경우 어느 한 산업분야에 집중하는 것도 고려할 수 있을 것이나 오히려 1차, 2차, 3차 산업이 서로 유기적으로 연계·협력과정을 거쳐 상호 도움을 주고 받는 6차 복합산업화 전략을 택하는 방안도 대안으로 적극 검토할 수 있다.

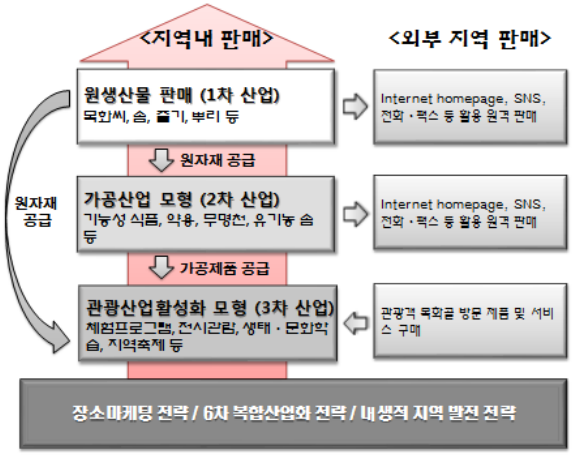

Figure 1. 목화 향토자원 활용 산업화 기본방향.

선행연구들과 향토산업이 갖고 있는 본질적 특성을 종합해 보면 향토자원의 산업화는 하나의 특정 지역 또는 공간을 중심으로 1차, 2차, 3차 산업이 서로 유기적으로 연관을 맺고 6차 복합산업화하는 과정을 거치면서 장소마케팅 전략과 내생적 지역개발전략을 중심으로 지역이 갖고 있는 향토자원을 산업화하는 과정을 거치고 있음을 확인할 수 있다.

곡성목화 향토자원의 경우에 있어서도 1차 생산물의 판로가 불확실하고 외국 수입면과의 가격경쟁력이 현저하게 뒤떨어지는 상황에서 지역의 가공산업과 관광산업 활성화를 통해 지역내 자체 소비를 촉진해 1차 산업을 어느 정도 뒷받침하는 것이 중요하다고 볼 수 있다. 목화가공제품 판매(2차 산업)와 관광상품 판매(3차 산업)도 어느 정도의 목화재배(1차 산업)없이는 실현하기 어려운 실정이므로 2차 산업과 3차 산업의 활성화를 위해서는 또한 1차 산업이 이를 뒷받침하지 않으면 안된다.

결국 곡성 목화 향토자원의 산업화 모델은 1차, 2차, 3차 산업이 모두 취약함에도 불구하고 서로 유기적으로 연계를 맺고 상호 협력하면서(6차 복합산업화 전략) 하나의 특정 지역(겸면)을 중심으로 지역주민과 기업, 행정이 주체가 되어 내생적 지역개발 전략을 추진하며 또한 외부 관광객을 상대로 장소마케팅적 전략에 의해 판촉활동을 강화하는 방향으로 진행되어야 할 것이다.

III. 곡성 목화 향토자원 산업화 관련 여건 분석

1. 곡성 목화 관련 지역여건분석

목화재배는 과거 전라남도, 경상북도가 주산지였는데 1905년 육지면이 도입된 이후 생산이 급격하게 증가하게 되었다. 국내 유일하게 1904년부터 목포 면작시험장에서 육지면 품종 육종시험을 해오다가 2004년 목화의 생산성 및 경제성을 이유로 목화관련 연구가 중단되었다. 곡성군에서는 1932년부터 본격적으로 목화를 재배해 오다가 화학제품 옷감으로 산업이 대체되면서 목화산업은 사양산업화되었다(작물과학원 목포시험장, 2004, 국립광주박물관(편), 2009).

2002년도에 사라지고 잊혀져가는 목화산업을 부활시키기 위해 곡성군에서는 겸면천 일대와 겸면목화공원 일대에 작물과학원 목포시험장 관계자 등의 도움을 받아 비교적 큰 규모의 목화밭을 조성하고 지역축제로 곡성겸면목화축제를 개최하게 되었다(곡성군, 2010).

곡성 목화의 경우 예로부터 목화를 많이 재배해 왔고 전국 무명베짜기 기능대회 출전 장인 2명(정정균, 이연옥)이 겸면에 거주하며 권역내에 10여명의 무명베짜기 경력자가 있다. 겸면내에 목화생산자협의회가 구성되어 있고 곡성목화향토자원관광사업단(향토산업육성사업단)이 조직되어 있다.

곡성군 겸면 일대에는 2012년 현재 10ha 정도의 목화밭이 경작되고 있고 겸면목화공원, 목화전시관이 있다. 목화경작 주민은 대략 10여 가구다. 곡성군에서는 매년 1-2ha의 목화밭을 직접 재배도 하고 농가들에게 농업경관형성 목적으로 곡성목화향토산업육성사업 기간(2010-2013) 동안 목화재배생산장려금으로 10a(300평)당 40만원의 재정지원을 하고 있다.

2012년의 경우 겸면 칠봉리 등에 총 8명의 주민 및 기업에게 재배면적 86,449㎡에 대해 34,579천원의 예산을 재정지원했다. 이와는 별도로 곡성군과 전라남도는 곡성 목화 재배에 대해서 논대체작목 육성을 위한 소득

약용작물생산지원사업을 통해 10a 당 45만원의 재정지원을 하고 있다(곡성군 35%, 전라남도 15% 재정지원, 자부담 50% 별도 부담 조건).

겸면천변에 조성된 목화공원은 겸면 칠봉리 95번지 일대에 부지 20,000㎡로 목화밭, 목화생태전시관, 체육시설, 연못, 초화류 동산, 편의시설 등이 조성되어 있다. 겸면목화축제는 2002년부터 시작되었으며 지금까지 총 10회에 걸쳐 매년 9월 중순 내지 하순경 겸면천변 둔치 및 목화밭에서 개최되었다. 목화관련 체험프로그램으로는 목화제품만들기체험, 천연염색체험, 목화관련제품전시 및 판매(목화씨, 목화솜, 방석, 쿠션 등). 목화음식(다래식혜 등) 시음장 운영, 목화공원 및 전시관 관람 등을 시행하였다(곡성군 겸면 행정 내부 자료).

목화축제가 개최된 겸면 일대는 대도시인 광주광역시 인근(자동차로 30-40분)에 위치하고 있으며, 호남고속도로(곡성 IC, 옥과 IC)에 인접해 있어 지리적 접근성이나 교통이 편리한 편이다. 또한 전남지역의 주요 관광지인 지리산과 섬진강으로 가는 길목에 있어 방문객이 중간 경유하기에 유리한 점도 있다.

관광지역으로서 겸면 일대의 경쟁력은 곡성의 유명 관광지인 섬진강이나 섬진강 기차마을 또는 심청 테마 관광지 등과는 상대적으로 낮은 편이지만 향후 발전 정도에 따라 잠재력은 충분한 것으로 판단되고 있다.

목화를 활용한 곡성군 겸면 일대의 발전을 위해 하나의 계기가 된 것은 목화 향토산업육성사업의 선정을 들 수 있다. 2009.12.30. 향토산업육성사업(2011-2013년) 공모사업이 농식품부로터 최종 선정되었다. 2010년도에 4회에 걸친 전문가 컨설팅 과정을 통해 향토산업추진을 위한 기본방향이 설정되었고 2010.12.23. 향토산업 사업계획을 최종 승인받았다. 2011.3.27. 곡성목화향토자원관광사업단이 창립되어 발기인총회를 마쳤다(곡성군, 2010, 사업단 내부자료).

겸면 일대에는 농식품부의 권역단위종합정비사업이 선정되어 추진되고 있다. 사업추진기간은 2011-2015년 5년이며 사업비는 6,997백만원이다. 겸면초교(폐교)를 활용한 도농교류센터, 다목적 운동공간 조성 등과 함께 목화 관련 사업으로는 목화유통가공시설조성사업, 목화공원 재정비, 목화체험프로그램 운영 및 목화축제 개최 등을 포함하고 있다(곡성군, 2011).

곡성 목화를 활용한 향토자원 산업화를 위해서는 곡성 목화의 지역주민소득연계 미흡의 문제, 수익성 저조로 인한 곡성 목화 경작지 재배 증가 어려움 및 보조금에 의존한 목화 재배 등의 과제가 개선되어야 하며 지역특화 자원으로서 곡성 목화의 지역주민 소득연계 강화 및 새로운 향토자원 산업화를 위해 적극적으로 활로를 모색할 필요가 있다.

2. 곡성 목화의 향토자원으로서 가치에 대한 진단

어떤 지역의 자원이 향토자원으로서 적합한 지 여부는 일반적으로 고유성, 지역성과 전통성을 주요 판단요소로 꼽고 있다. 곡성 목화의 고유성과 지역성은 비교적 높은 편이다. 곡성 목화의 고유성은 목화축제, 목화밭, 목화공원, 목화전시관, 목화장인(무명천 베짜기) 등에서 비롯된다. 전국적으로 목화 관련 축제는 마을단위에서 소규모로 간헐적으로 개최된 적은 있지만 곡성에서처럼 10회에 걸쳐 지속적으로 개최된 경우는 없었다.[1)]

목화전시관의 경우 산청 문익점 목화박물관이 규모가 큰 편이고 영등포구 문래동의 목화전시관은 마을 차원의 소규모 시설로 존재한다. 목화공원조성은 곡성이 유일한 편이다. 목화를 주제로 하는 농촌체험관광마을로는 춘천 섬배마을이 있으나 아직 지속적이거나 체계적이지는 않다. 목화를 산업적으로 이용하는 경우는 전국적으로 찾아 보기 어렵다. 개인 차원에서 또는 영세규모의 사업체로서 약용, 식용, 관상용으로 목화씨나 면실유 등을 판매하는 경우는 있지만 체계적인 산업화 단계에 이른 경우는 없는 것으로 파악된다. 곡성 경우 (주) 바이오코튼이 목화를 활용한 유기농 솜이불, 물티슈, 천식 치료용 기능성 식품(다래꿀) 등 제품을 구상하고 있다.

곡성 목화의 전통성은 특별하지는 않지만 근거가 약한 것은 아닌 점(1930년대부터 주요 목화재배지로 성장, 현재까지도 무명천베짜기 명인의 생존, 9회에 걸친 목화축제의 개최 등)에서 중간 수준이라고 보면 될 것 같다. 산청군 경우 문익점 목화시배지라고 하는 뚜렷한 전통과 역사적 유래가 있고, 영등포구 문래동 경우 그 이름에서나 문익점의 손자 문래가 물래를 만들었다는 역사적 유래와 1960년대 이후 문래동 일대에 방직공장이 다수 가동되고 있었다는 점에 비추어 스토리텔링에 적합하고 의미가 있다고 볼 수 있다. 곡성 목화는 산청군이나 서울 영등포구 문래동에 견줄 만한 전통성은 약하다고 볼 수 있다.

향토자원이 잠재력을 가지려면 산업화를 전제로 기업규모, 재배규모, 종사자 등 측면에서 어느 정도 규모를 갖추어야 한다는 점에서 곡성 목화는 재배면적이나 종사자가 소수에 그치고 있지만 이나마 전국에서 가장 큰 규모라는 점에서 향토자원으로서 가치는 충분하다고 하겠다.

3. 곡성 목화 향토산업화의 잠재력

곡성 목화를 활용한 향토산업화의 가장 큰 잠재력은

무엇보다도 2002년부터 10회에 걸쳐 개최된 곡성목화축제로 인해 축적된 '목화의 고장'이라고 하는 지역이미지의 형성 및 이를 통한 지역브랜드가치를 들 수 있다. 우리나라 지역 축제에 대해 일반적으로 부정적 견해가 존재하듯이 곡성목화축제의 경우에도 프로그램의 획일성, 방문객 유치의 어려움, 주제에 대한 낮은 충실도 등 일부 지적이 있기도 하지만 특별한 지역이미지를 형성하지 못했던 겸면에 대해 '목화골'이라고 하는 지역이미지와 지역브랜드를 형성시킨 효과는 매우 긍정적이라고 보여진다.

곡성 목화의 브랜드가치는 겸면 일대의 지역발전을 위해 나름대로 큰 기여를 하였다고 판단된다. 특히 가시적 성과는 정부 정책 사업을 유치하는데 기여하였다. 곡성 목화 향토산업육성사업(농식품부, 30억원), 목화골 권역단위 종합정비사업(농식품부, 70억원)을 유치하는데는 곡성 목화 축제의 개최와 이를 통한 지역이미지형성이 직·간접적으로 많은 영향을 미쳤을 것으로 판단된다.

곡성 목화의 잠재력중 하나는 전국 최대의 목화재배지라는 점이다. 물론 전국 최대라고 해도 연간 10ha 정도에 불과하지만 어느 정도 규모가 있는 목화재배가 전국적으로 전무하다시피하고 있는 상황에서 10ha의 목화재배는 우리나라 목화의 명맥을 유지하고 있다는 점에서 그 중요성이 적지 않다[2)]

곡성 목화의 또다른 잠재력은 목화관광인프라의 구축이다. 겸면천변 둔치를 활용해 목화공원을 조성했고 겸면 일대에 10ha 규모의 목화밭이 조성되었는데 이는 전국 최대 규모로 알려져 있다. 겸면천변의 목화공원은 곡성목화축제의 장소와 주민휴식공간으로 활용되어 왔다.

목화씨 또는 목화솜의 경제적 가치는 많이 상실했지만 관광자원으로서 활용은 곡성목화 향토산업화의 큰 잠재력중 하나다. 50대 이상에게는 추억과 향수를 불러 일으키고 어린이들에게는 다양한 체험프로그램을 통해 많은 호기심을 자극하고 있다. 목화를 활용한 다양한 체험프로그램 개발이 가능하다는 점도 잠재력중 하나다. 방직산업으로서 우리나라의 목화·목면의 원재료 공급은 경제적, 산업적 가치를 상실했지만 무명천(면)은 우리 모두의 일상생활에서 뗄레야 뗄 수 없는 가장 중요한 의류자원중 하나다. 프로그램만 잘 개발된다면 그만큼 많은 사람의 흥미와 관심을 유발할 수 있는 것이기도 하다.

4. 곡성 목화 향토산업화의 한계

목화 재배(1차 산업)의 한계를 살펴 보면 우선 국내 최대 생산규모라고 하지만 지역내 목화 생산규모가 크지 않다는 점을 들 수 있다. 2011년 이후 목화생산농가는 10여 세대, 목화재배면적은 10ha, 목화솜 수확량(씨앗 포함)은 5-7톤 정도에 그치고 있다. 더욱이 재배면적과 생산규모에 있어서 지역내 관련 기업인 바이오코튼이 전체 생산량의 85%를 차지하고 있어 실제 지역주민이 생산하는 목화의 양은 그다지 많지 않다.

곡성군 겸면의 지역주민과 면사무소 관계자 인터뷰 내용을 종합해 보면 목화는 노동집약적 작물인데다 영농규모화가 이루어지지 않아 자동화 및 기계화가 어렵고 파종부터 수확까지 일일이 수작업을 통해야 하는 문제점이 있음을 확인할 수 있다. 다행히 노동력을 가장 많이 필요로 하는 솜수확 기간이 2-3개월에 걸쳐 있어(9-11월) 농번기를 피해 농촌의 유휴노동력을 활용할 수 있는 장점을 가지고 있지만 인건비가 많이 소요되고 노령화가 많이 진행된 지역의 실정을 고려해 볼 때 노동력 확보가 쉽지 않은 현실적 문제가 있음을 알 수 있다.

목화 재배에 있어서 큰 문제점중 하나는 소규모 생산에도 불구하고 국내목화시장이 제대로 형성되어 있지 않아 겸면사무소와 바이오코튼을 통한 목화솜과 목화씨앗을 일부 판매하는 것을 제외하고는 목화 소비처를 제대로 찾지 못하고 있다는 점이다.

목화 판매 실적이 저조한 것은 수입목화에 비해 현저하게 높은 가격 때문이다. 수입목화의 가격은 ㎏당 7천원 내외에 판매되고 있다. 곡성에서 생산한 솜은 겸면사무소와 (주)바이오코튼이 지금까지 판매한 실적에 따르면 ㎏당 2만 5천원-3만원 내외에 판매되고 있다[3)]. 수입면과 곡성면의 가격차이가 4배 가량에 이르는 것이다.

곡성군에서는 목화재배농가에게 목화향토사업 시행기간(2011-2013년)동안 10a당 40만원의 목화재배생산장려금을 지급하고 있고, 이와는 별도로 소득약용작물생산지원사업의 일환으로 10a당 90만원(도비 15%, 군비 35%, 자부담 50%)의 보조금을 지급하고 있다. 곡성군과 전라남도의 목화생산에 대한 적지 않은 재정지원이 이루어지고 있다. 그럼에도 불구하고 생산자(농민) 입장에서는 노동력과 비용이 많이 소요되어 생산비가 높아지고 이로 인해 생목화 수확물의 판매처 확보가 쉽지 않아 재배면적을 크게 확대할 수 없는 어려움이 있다.

목화가공제품(2차 산업)에 있어서도 목화추출물 활용 농자재 생산이 이루어지고 있고 일부 솜 가공제품이나 무명천 천연염색제품 판매 등이 있지만 사실 초기단계의 목화가공산업도 제대로 가동되지 못하고 있다.

목화 뿌리나 줄기와 같은 부산물을 활용한 가공산업(약용, 음용, 기능성 식품, 친환경 비료나 농자재 등)을 활성화하기 위해서는 시설설비 구축과 기술개발의 과제가 해결되어야 하지만 이또한 쉬운 일이 아니다. 무엇보다 목화 생산을 위해 비용이 많이 들 뿐만 아니라 목화

생산량 자체가 너무 적어 가공공장 운영을 위한 기본적인 원료조달조차 쉽지 않은 실정이다.

지역내 목화관광산업(3차 산업)도 목화축제개최를 제외하고는 뚜렷한 관광프로그램이 가동되지 못하고 있다. 관광자원화에 있어서는 경험있는 관광종사자가 미비하고 관광인프라가 미흡한 것 등의 문제가 있다. 지금까지 10회에 걸쳐 목화축제를 개최하였지만 그것이 지역주민의 소득증대와 직접 연계가 미흡했던 것은 해결해야 할 과제중 하나다.

그러나 가공 또는 관광에 관심있는 주민 입장에서는 목화생산규모가 영세한 것이 가공산업 활성화와 관광기반구축에 제약을 주고 있다고 보고 있다. 목화 재배는 지역내 가공산업과 관광산업의 활성화와 유기적으로 연계와 협력을 강화해 지역안에서 서로 도움이 되는 구조로 발전되어야 하지만 지금까지 이와 같은 시도가 적극적으로 논의되었거나 추진되지 못하고 있다.

곡성 목화 향토산업화에 대해 지역 구성원들이 비전과 목표를 갖지 못하고 공감대 형성의 미흡으로 사업 추진에 탄력을 받지 못하고 있는 점도 목화 향토산업화의 걸림돌 중 하나다.

IV. 곡성 목화 향토자원의 산업화 유형

1. 곡성목화 향토 산업화의 유형

앞서 이론적 검토에서 향토산업의 여러 가지 유형에 대해 언급했다. 본 논문에서는 곡성 목화의 향토산업 유형과 관련하여 특히 산업유형별 분류체계에 따라 3가지 유형을 분류하고자 한다.

첫째, 목화 향토자원의 1차 생산물을 활용해 수익을 창출하는 유형이다(1차 산업 유형). 목화씨, 목화솜, 목화가지, 목화 뿌리 등을 원물 그대로 또는 약간의 가공 또는 건조 과정을 거쳐 상품화해 판매함으로써 수익을 창출하는 방식이다.

둘째, 목화 향토자원의 가공산업을 통해 수익을 창출하는 유형이다(2차 산업 유형). 가공산업은 면실유, 목화식용 또는 약용 식품 개발, 솜 가공, 무명천 가공, 목화부산물 활용 친환경 비료생산이나 목화 추출물 활용 친환경 농자재 생산 등 가공제품 위주로 향토산업을 육성하는 방식이다.

셋째, 목화 축제 및 전시·관람, 놀이 및 체험관광 프로그램 등의 운영 등 관광활동을 통해 수익을 창출하는 유형이다(3차 산업 유형).

단순히 곡성 목화의 무형의 브랜드 가치만을 활용해 지역경제활성화를 꾀하는 유형도 고려해 볼 수 있다. 목화축제와 목화밭 조성을 통해 형성된 목화 지역 이미지를 통해 목화 자체를 산업화하기 보다는 지역의 다른 자원 예를 들면 다른 농산물 판매 또는 농촌산업화 등과 연계시키는 전략이다. 동 유형은 곡성목화 축제가 나름대로 지역을 알리는데 기여한 점에서 장점이 있으나 곡성 목화가 직접 산업적, 경제적 가치로 활용되지 못하는 한계가 있다.

여기에서 지역브랜드 가치만을 활용하는 것은 목화의 향토산업으로서 가치를 적극적으로 활용하지 않는다는 점에서 본 논문에서 추구하는 바 향토산업화의 논의 대상에서 제외하기로 한다. Table 1은 산업별로 목화향토산업화를 위해 가능한 여러 가지 방안들을 제시한 것이다.

2. 곡성 목화 향토산업화 유형 검토의 기본 요소

곡성 목화를 활용한 향토산업화의 가능성과 한계를 다루는데 있어서 검토되어야 할 중요한 요소로 제품, 공급자, 소비자를 들 수 있다.

첫째, 판매제품(Product)이다. 곡성 목화 관련 소비자에게 판매할 수 있는 제품은 어떤 것들이 있는지 검토한다. 판매 가능한 제품으로는 table 1에서 제시하는 바와 같이 목화 1차 생산품(씨앗, 줄기, 뿌리, 묘목, 화분, 꽃꽂이 재료, 목화솜 등), 단순 가공품(면실유 등), 가공산업제품(실, 무명천, 유기농 솜, 목화 부산물 활용 유기질 비료, 목화 추출물 활용 친환경 농자재 등), 경관적 가치·관광적 가치 등 정신적 서비스(관광상품, 체험관광프로그램) 등 다양하게 검토 가능하다.

둘째, 제품의 공급자(Producer)다. 누가 곡성 목화 관련 각종 제품을 만들고 수익을 창출하는 지 검토한다. 곡성지역내 기업(예: 바이오코튼), 단체(예: 목화향토사업단), 동호회(예: 천연염색 동호회, 퀼트공예동호회 등), 개인(1인창조기업), 일반 농민 등이 그 대상이라고 할 수 있다. 곡성 목화를 소재로 향후 사업체를 운영할 의사가 있는 개인 또는 단체를 포함할 수 있다.

셋째, 제품의 소비자(Consumer)다. 곡성 목화 관련 제품별로 분명하고 구체적인 목표 시장이 선정되어야 한다. 목화 향토산업의 성과를 거두기 위해서는 시장세분화를 통한 소비자 그룹을 명확하게 설정할 필요가 있다. 어린이, 가족, 단체 등 표적시장을 명확하게 해야 소비자에 맞는 프로그램 및 상품의 개발방향, 판매·홍보 방법 등의 구체적인 구상이 가능하기 때문이다(안옥선 등, 2007). 예로서 광주와 곡성 지역의 유치원·초등학교 어린이를 대상으로 한 목화체험관광프로그램의 운영이라든지

Table 1 산업유형별 곡성 목화 향토자원 활용 산업화 방안의 예시

구분	번호	내용	비고
목화 원생산물 판매 (1차 산업)	1-1	목화 가지 꽃꽂이 재료 판매	전국 꽃꽂이회/ 꽃꽂이 취미 개인/ 꽃꽂이 재료상 대상 목화 송이 판매
	1-2	목화씨, 목화 화분 판매	조경용, 관상용, 농업용, 관광용 목화씨 및 목화 묘목, 화분 판매 단일품목 목화씨, 화분판매의 시장경쟁력 확인. 종묘상, 조경업체와의 경쟁 가능성 검토. 종묘상 및 조경업체에게 도매로 목화씨, 묘목 및 화분을 공급하는 방안
	1-3	목화 뿌리, 목화줄기, 목화씨 판매	약용, 기능성 식품의 원재료
목화가공 제품 판매 (2차 산업)	2-1	면실유 판매	식용, 기타 용도 등
	2-2	유기농 솜 및 무명베 판매	유기농 솜 경우 친환경 의식 높은 소비자를 대상으로 주문판매 방식에 의해 판매처 확보 가능(예: 효도용, 혼수용, 아토피 어린이용 등) 무명베 판매는 경쟁력 저하로 사실상 판매 채산성 확보 곤란 및 목화원물 물량 확보 곤란
	2-3	일반식품 및 기능성 식품 개발	다래식혜, 천식·신장병 환자 대상 기능성 식품개발 등
	2-4	유기농 무명천 활용 목화가공제품 판매	물티슈, 생리대, 아기 기저귀 등
	2-5	목화부산물 활용 친환경 비료/목화추출물 활용 친환경 농자재 판매	(주) 바이오코튼에서 친환경 농자재 관련 5종의 목화추출물 활용 유기농 인증고시 목록 취득
곡성목화 관광자원화 (3차 산업)	3-1	목화밭 방문객 대상 체험학습형 프로그램 운영	곡성군 및 광주 대도시 유치원, 초등학생, 성인 대상 체험학습 프로그램 운영. 목화체험학습참가비 징수 가능성 : 유치원, 초등학교 체험학습프로그램 이행 의무, 곡성 목화의 고유성/독자성
	3-2	축제 및 이벤트 방문객 대상 목화 부스운영 판매	심청축제, 장미축제, 기차마을 토요장터 등과 연계해 목화 제품 관련 판매 부스 운영 제품 판매 유형 : 목화화분, 목화송이가지, 목화가공제품(다래식혜, 다래꿀, 목화티슈, 목화물수건 등), 목화규방공예제품, 목화퀼트공예제품, 목화천연염색제품, 목화그림 등
	3-3	전시관람형 프로그램 운영	전시체험관 및 온실 인프라 필요
	3-4	곡성 목화 무명천 만들기 전통 수공예 체험프로그램 운영 및 관련 제품 판매	프로그램 : 씨앗기, 실만들기, 천 직조하기 등 수익창출 : 체험프로그램 참가비 준비사항 : 공간 문제, 전통수공예 도구 제작
	3-5	무명천 공방 체험프로그램 운영 및 관련 제품 판매	무명천 천연염색 체험프로그램 운영 수입 및 천연염색 제품 판매 무명천 규방공예 체험프로그램 운영 수입 및 규방공예 제품 판매

천식환자/신장병 환자를 대상으로 한 기능성 음료 개발이라든지 결혼 예정자를 대상으로 한 유기농 목화솜 이불 판매 등을 들 수 있다.

곡성 목화 향토 산업화와 같이 아직 시장이 제대로 성립되어 있지 않는 단계에서는 소수일지라도 타켓으로 삼고 있는 소비자 계층을 분명하게 설정해 전략적으로 접근하는 것이 중요하다. 곡성 목화와 관련해 소비자의 구매희망제품의 파악, 구매 동기, 소비자의 제품 만족도 등을 정밀하게 파악해 적절하게 대응해야 한다. 막연하게 다수의 일반 대중을 목표로 TV, 라디오 등 대중언론매체를 통해 홍보·마케팅에 집중한다든지 하는 것은 투입된 비용에 비해 성과가 미흡하거나 비효율을 초래할 수 있다.

3. 곡성 목화 6차 복합산업화방안의 검토

곡성 목화 향토자원의 산업화는 아직 극히 초기단계에 머물고 있다고 해도 과언이 아니다. 무엇을 어디서부터 시작해야 좋을 지 모르는 상태에서 산업유형별로 가능한 대안을 제시하고 이를 지역 실정에 따라 취사선

택해 접근할 필요가 있다.

1) 목화원생산물판매(1차 산업)

목화 1차 생산물의 판매는 약용, 관상용, 관광용, 농업용 목적의 목화씨 판매, 화훼 목적의 목화송이나 목화가지의 판매, 약용 목적의 목화뿌리 판매 등을 예로 들 수 있다. 목화 1차 생산물의 판매는 가장 단순한 형태로 특별한 전문지식이나 경험이 없이도 판매와 연결할 수 있는 장점이 있다. 그러나 부가가치가 낮고 소비시장이 크지 않은 단점이 있다.

전국적으로 가장 큰 재배면적(약 10ha)을 갖고 있고 그동안 형성된 목화의 고장이라는 지역이미지를 살려 1차 생산물의 판매를 촉진하는 것도 하나의 대안이라고 할 수 있다. 또한 1차 생산물의 판매는 목화 활용 가공산업화(2차 산업)및 관광자원화(3차 산업)를 위한 기초 또는 기반이 된다는 점에서 수익성이 낮거나 시장규모가 적다는 이유로 이를 외면해서는 안될 것이다.

2011-2012년 목화 수확 추정량이 한해 5-7톤 내외로 그리 많지 않음에도 불구하고(겸면 목화생산자 인터뷰 조사 근거) 생산된 목화의 외부지역 판매처 확보가 쉽지 않은 편이다. 우선 초기단계에서 지역내 목화 생산물의 재배를 확대하기 위해서는 지역내 목화가공산업 기반확충(2차 산업)과 목화관광산업 활성화(3차 산업)를 통해 지역내 자체 소비를 확대하는 것이 중요하다. 지역내 자체 소비가 어느 정도 뒷받침될 때 지역농민들의 소득증대와 재배면적 확대를 위해 큰 도움이 될 것이다.

2) 목화가공제품판매(2차 산업)

하나의 목화가공제품이 생산·판매되기 위해서는 원료의 원활한 조달, 생산설비의 구축, 판매처 확보 등 일련의 해결해야 할 과제가 많다. 여러 가지 원인이 있겠지만 곡성의 목화가공제품이 제대로 생산되지 못하고 있는 것은 무엇보다도 원료 공급의 불확실성이 큰 요인 중 하나다.

곡성군이 목화향토산업 차원에서 초기에 원활한 가공제품의 생산 및 유통을 촉진하기 위해서는 다량의 원료가 필요한 품목, 높은 비용의 생산설비구축이 필요한 품목, 판매처 확보가 곤란한 품목은 지양해야 할 것이다.

조기에 상품화 가능한 품목, 시설투자없이도(OEM 방식 등을 통해) 곧바로 착수할 수 있는 품목, 높은 기술과 자본을 필요로 하지 않는 품목, 체험관광과 접목해 주민과 함께 할 수 있는 품목을 우선적으로 선정하는 것이 바람직하다.

이와 같은 목화가공제품으로는 면실유(목화씨 오일) 가공, 목화솜 제작, 무명천 제작, 솜 또는 무명천 활용 연관 상품 주문제작(물티슈, 생리대, 아기 기저귀, 1회용 세면수건, 1회용 행주 등), 일반 식품 개발(다래식혜 등), 기능성 식품개발(천식, 신장병 환자 등 대상), 목화 부산물(줄기, 뿌리 등) 또는 추출물 활용 친환경 농자재 · 비료 생산 등 가공제품을 예로 들 수 있다.

우리나라의 목화솜 또는 무명천 제작은 높은 원가로 인해 일반적으로 수입원물과의 가격경쟁이 곤란한 문제점이 있다(근래 수입목화 가격이 국내 목화보다 1/4 수준으로 조사되고 있다). 이와 같은 한계를 극복하기 위해서는 장소마케팅적 접근방법을 적극 활용해 화학약품을 사용하지 않고 직접 생산 재배한 유기농 솜 또는 무명천이라는 점을 강조함으로써 특수계층 또는 매니아(예: 결혼을 앞둔 딸에게 친정 엄마가 혼수이불을 주문)를 대상으로 시장세분화를 통해 판매전략을 구사하는 방안이 있다.

목화부산물 활용 친환경 비료 생산 또는 목화추출물 활용 친환경 농자재생산은 버려지는 목화 부산물을 활용한다는 점에서 틈새시장의 가능성과 가격경쟁력을 확보할 수 있다.[4] 2차 산업 제품을 검사, 시험 및 제품 연구개발을 위해서는 관련 전문기관의 도움이 많이 요청된다.

3) 목화관광산업활성화(3차 산업)

관광산업 활성화 유형은 곡성 목화 향토자원이 갖는 한계를 극복하는데 많은 도움을 줄 수 있다. 소비자들이 직접 지역을 방문해 전시관람, 학습, 놀이·체험 및 교류를 하도록 함으로써 목화 관련 제품 및 서비스나 지역농산물의 판매를 높일 수 있기 때문이다.

관광자원화 상품의 예로는 체험학습 프로그램, 전시관람 프로그램, 축제 및 이벤트 프로그램, 무명천 만들기 전통 수공예 체험 프로그램, 무명천 공방체험 프로그램 등을 통한 프로그램 운영 및 관련 제품 판매를 들 수 있다.

체험학습 프로그램, 전시관람 프로그램, 전통수공예 체험 프로그램 등은 근래 유치원 및 초등학교의 체험학습 프로그램의 확대 추세와 관련해 프로그램 운영의 잠재력이 풍부하다고 할 수 있 다.

목화관광산업활성화를 위해서는 프로그램 운영자의 역량강화 및 조직화, 체험관광인프라구축이 선행되어야 하고 체험프로그램 참가자의 모집과 관련 제품의 판매가 소기의 성과를 얻어야 한다.

특히 관광산업 활성화에 있어서는 윤유석·김미희가 주장하는 바 '수익을 창출하는 본원적 활동' 또는 양병우가 주장하는 바 '산업중심적 장소마케팅'의 개념을 적극 도입해 목화체험관광활성화가 목화원생산물·목화가공상

품의 판매와 밀접하게 연계될 수 있는 판촉시스템을 구축하고 노력하는 것이 무엇보다 중요하다.

4) 6차 복합산업화 전략을 통한 목화향토산업 육성 방안의 검토

지금까지 곡성 목화 향토자원을 활용한 향토산업화를 위해 3가지 대안을 탐색하였다. 향토산업이 일반 기업체처럼 규모 경제의 이익에 의존하기 보다는 공간적 범위를 의미하는 '범위의 경제'가 우선하는 산업으로서 특정 지역이 강조되는 산업이라는 의미에서 산업유형별 분류에 의한 독자적 발전방안보다는 이들을 모두 하나의 특정 지역내에서 함께 하는 6차 복합산업화 전략이 적극적으로 추진될 필요가 있다.

농식품부가 추진하고 있는 향토산업육성사업은 지역의 향토자원을 토대로 6차 복합산업화를 목표로 하고 있다. 물론 1, 2, 3차 산업중 어느 하나에 상대적으로 더 많은 비중을 두고 나머지는 보완적으로 추진하는 것은 가능하다.

곡성 목화 향토자원을 활용한 향토산업화를 추진하는데 있어서 지역의 한정된 역량과 자원을 고려하지 않고 백화점식으로 모든 것을 다 하겠다는 것도 문제가 있다. 1, 2, 3차 산업유형중에서 중점적으로 추진해야 할 산업유형이나 분야, 과제를 선정해 투자의 집중과 효율이 이루어지는 것도 필요하다. 그러나 일정한 지역내에서 1차에서 3차 산업에 이르기까지 가능한 향토 산업화 대안을 두루 탐색하고 산업유형간 또는 사업간에 서로 긴밀한 연계와 협력 체계속에서 상호 발전하는 것이 곡성 목화 향토산업화에 있어서 중요한 과제중 하나다.

곡성 목화 관광을 활성화하기 위해서 기본적인 목화재배는 필수 조건이다. 어느 정도 규모를 갖춘 목화밭이 없이 목화축제개최, 목화체험프로그램운영, 목화전시체험관 운영은 사실상 곤란하다.

목화체험관광 활성화는 곡성 목화 원생산물의 판매나 2차 가공제품의 판매에 있어서도 매우 중요하다. 목화체험관광프로그램을 통해 생산된 목화 수확물이나 목화 가공제품을 자체 소비하는 것이 가능하다. 목화체험프로그램의 목화 소비량을 개략적으로 추정하면 체험객 1일 평균 50명 방문, 150일 프로그램 운영, 목화소비량 1인당 500g 가정의 경우 3.75톤(50인*150일*0.5kg=3,750kg)의 목화 소비가 가능하다. 이는 2012년 목화 생산량의 절반에 해당한다.

목화체험관광활성화는 직접 관광활동에서 소비하지 않더라도 지역이미지 및 지역브랜드 형성으로 목화 수확량과 가공제품의 판매에 직접적으로 큰 영향을 미칠 것이다. 지역에서 생산되는 목화나 가공제품을 현장에서 보고 체험과 장소가 갖는 의미나 이미지가 매출에 직접 영향을 미치기 때문이다.

더욱이 목화를 솜이나 면의 재료로 활용하는데 있어서는 그 자체가 해외로부터 수입 원자재에 비해 산업 경쟁력 또는 시장경쟁력을 잃은 상태이므로 단순한 경제적 측면에서의 경쟁은 감당하기 어렵다. 이와 같은 점에서 곡성 목화의 향토산업화에 대한 활로는 장소마케팅적 관점에서 접근할 때 그 가능성을 엿볼 수 있는 것이고 이 점에서 관광활성화 유형은 그 의미가 크다고 할 수 있다.[5)]

4. 곡성 목화 향토자원 활용 산업화 추진전략

곡성 목화 향토산업화는 아직 초기 단계로 판매제품, 공급자, 소비자 모두 명확하지 않은 상태로 시장의 기능이 제대로 작동되지 못하고 있다. 즉 공급자가 제대로 조직되어 있지 못하고 소비자가 특정되어 있지 못하며 제품이 제대로 개발되어 있지 못한 상태다.

국가 정책 사업인 향토산업육성사업의 지원을 통해 초기 시장 진입의 어려움을 극복하게 해 줄 필요가 있다. 향토산업육성사업의 지원을 전제로 어떻게 곡성 목화 산업화와 관련하여 수익을 창출하고 산업화를 꾀할 수 있을 것인가를 진지하게 검토할 필요가 있다.

첫째, 곡성 목화 제품 공급자의 육성 및 지원이다. 주가공사업자인 (주) 바이오코튼의 역량강화 및 지원. 목화체험관광프로그램 운영 희망자(주민, 동호회원, 단체, 평생교육프로그램 참가자 등)의 발굴 및 육성, 기타 목화 관련 사업자의 발굴 및 지원, 관심있는 사업자, 주민을 대상으로 다양한 역량강화 및 인적 네트워크 강화 프로그램을 수행하여야 한다.

둘째, 곡성 목화 제품의 개발이다. 향토사업의 추진기간이 매우 촉박하므로 우선 단기적으로 제조 및 공급 가능한 제품(예: 목화씨, 면실유, 목화 화분, 목화 묘목 등)이나 단기적으로 추진 가능한 목화체험관광프로그램을 조기에 개발해 시범운영하는 것이 필요하다. 중장기적으로 기술개발이 필요한 제품도 목표로 한다.

셋째, 곡성 목화 제품 소비시장의 발굴 및 개척이다. 제품 유형별로 시장 세분화를 통해 타겟 시장을 분명하게 설정하고 전략적 사고에 의해 선택적으로 홍보 및 마케팅을 수행한다(예 : 곡성 목화체험프로그램 - 유치원 어린이/ 초등학교 어린이/ 가족별로 차별화된 목화체험프로그램 운영).

넷째, 곡성 목화 제품의 판매촉진(Promotion)이다. 곡성 목화 제품 홍보 및 판매용 홈페이지를 개발 및 운영한다. 목화 관련 제품 소개, 사업단, 목화 관련 각종 문

화 콘텐츠 및 스토리텔링 등을 소개한다. 홈페이지 뿐만 아니라 인터넷 카페, SNS, 이메일, 소식지, 홍보책자, 박람회 및 지역축제 참가 등 다양한 방법으로 홍보·마케팅 방안을 강구한다. 시장 진입 초기 단계이므로 다수의 대중을 상대로 하는 홍보 및 판매촉진은 비효율(예: TV, 라디오 등)을 초래한다고 할 수 있다.

다섯째, 곡성 목화 관광자원화를 위해서는 관련 인프라의 구축 및 정비가 선행될 필요가 있다. 기존 목화전시관은 콘테이너 2개 크기의 한정된 전시에 그쳐 경쟁력 확보에 어려움이 많다. 제대로 갖추어진 목화전시체험관 구축이 필요하고 목화공원의 재정비가 필요하다. 겸면초교(폐교) 부지의 다목적 교류센터 및 공원 조성시 목화 관련 주제를 강화하고 목화전시체험관과의 시너지 효과를 제고할 수 있도록 시설 입지에 대해 협력할 필요가 있다.

여섯째, 목화 재배와 관광산업, 가공산업과의 연계를 강화할 필요가 있다. 목화가공산업과 목화재배와의 연계에 있어서는 가공제품별 목화원생산물에 대한 수요가 얼마나 되는가에 대한 정확한 분석과 추계가 중요하다. 목화재배와 관광산업의 연계에 있어서는 목화재배면적의 다소보다는 목화재배장소의 특정 공간에 대한 집적화가 더 우선적 과제가 될 것이다. 목화재배생산보조금의 지급에 있어서 목화공원 또는 면소재지 인근으로의 공간적 집중화에 대한 기준마련이 필요하다.

일곱째, 곡성 목화가 상품 경쟁력을 가지려면 제공하는 제품이나 서비스 자체에만 국한하기 보다는 장소마케팅적 특성화 전략을 적극적으로 수립·추진하는 것이 필요하다. 잘 수립된 장소마케팅 전략에 의해 소비자는 지역특산물(제품)을 구매할 때 단순히 제품 자체를 구매했다고 생각하지 않고 제품을 구매하는 과정 자체를 하나의 통합된 품질로 인식하게 된다(양병우, 2007).

V. 결 론

농촌지역개발 수단으로 향토자원의 산업화에 대한 다양한 시도가 이루어지고 있다. 향토산업은 지역의 특화된 자원을 활용하여 지역이 주체가 되어 수익창출 및 산업화를 도모하는 것으로 내생적 지역개발(endogenous development) 방식의 일환으로 이해되고 있다.

지역에서 향토자원을 산업화하는데는 많은 어려움이 따르고 있다. 무엇보다도 지역의 역량이 미흡하고 산업화에 대한 경험이 부족하며 농촌지역의 산업기반이 취약하여 향토자원을 활용한 산업화에 많은 애로가 발생하기 때문이다.

본 논문은 곡성군의 목화 향토자원을 사례로 지역의 여건을 분석하고 그 가능성과 한계를 살펴 보았다. 단순히 기업적 관점에서 곡성 목화를 활용해 과거처럼 솜과 무명천을 만들어 판매하는 것은 외국으로부터 수입된 원자재와 비교해 현저하게 가격경쟁력이 낮으므로 이와는 다른 접근 방식으로 접근하지 않으면 안된다.

곡성 목화 향토자원을 활용해 수익을 창출하고 산업화를 추진하기 위해서는 지역의 역량이 부족하고 지역내 관련 산업과 인프라가 현저하게 부족할 지라도 어느 특정 분야나 사업에 한정되어 단편적으로 사업을 추진하기 보다는 1차 산업에서 3차 산업에 이르기까지 두루 다양한 수익창출 유형을 마련하고 이들이 상호 유기적으로 연계되어 6차 복합산업으로 발전하는 것이 중요하다.

여기에 겸면 일대 목화골의 지역 이미지를 제고하고 관련 인프라 구축, 경관개선 등 장소자산을 증대시키는 방식으로 장소마케팅 전략을 적극 도입하여야 한다. 한정된 지역의 자원과 인력이나마 이들을 적극 참여시키고 역량을 증대시키며 지역주체간 협력과 공감대를 이끌어내는 내생적 지역개발전략도 적극 추진되어야 한다.

본 논문은 하나의 사례 연구로서 본 연구의 접근방법이 다른 향토자원에 그대로 적용될 수 있는 것은 아니다. 더욱이 곡성 목화 향토자원이 다른 향토자원에 비해 대표성을 띠고 있다든지 모범성을 띠고 있다는 것도 아니다. 본 논문은 곡성 목화 향토자원이 갖고 있는 많은 한계점에도 불구하고 농식품부가 추진하고 있는 향토산업육성사업에 선정되어 사업이 진행되고 있는 상황에서 크고 작은 문제점과 한계를 극복해 작은 성과라도 거둘 수 있는 논리적 근거와 실행 방안이 무엇일까에 대한 고민에서 비롯되었다. 사례 연구가 갖고 있는 논문의 일반화에 대한 한계는 향후 과제로 남겨 둔다.

주1) 서울 영등포구 문래동의 이야기가 있는 목화마을에서 목화축제를 1회 개최한 바 있다. 경기도 양주시에서 2012년 9월 처음으로 목화축제를 개최하였다.

주2) 전국적으로 곡성군의 목화 재배면적이 가장 크며 두 번째로는 양주시로 2012년 처음으로 시차원에서 목화도시이미지 조성을 위해 3ha의 목화밭을 조성한 바 있다.

주3) 겸면사무소 내부행정자료에 의하면 곡성군 겸면에서는 2012. 1.-9.까지 28회에 걸쳐 총 15백만원의 매출 실적을 올린 바 있다.

주4) 곡성목화향토자원사업단에서는 2011년 친환경 유기농 목록 고시 5종 인증 획득한 바 있다.

주5) 향토자원에 대한 소비자 지향적 장소마케팅의 중요성에 대해서는 양병우 논문(2007) 참조

참고문헌

1. 곡성군, 2010.12., 목화를 이용한 관광 및 산업화 육성사업시행계획서, 2011-2013.
2. 곡성군, 2011.11., 목화골 권역단위종합정비사업 기본계획.
3. 곡성목화향토자원관광사업단, 2011.11., 곡성목화 향토자원 연계 목화골 지역발전전략수립연구.
4. 광주시립박물관(편), 2009, 남도의 길 목화의 길.
5. 광주전남발전연구원 등, 2004, 향토산업육성방안, 전라남도.
6. 김미희 등, 2009, 김포지역 산업화 유망 향토자원 발굴 조사 연구, 한국농촌지도학회, 농촌지도와 개발, 16(4), 993-1019.
7. 김미희, 이상영, 박덕병, 2011, 향토자원의 산업성에 영향을 미치는 요인 분석, 한국농촌지도학회, 농촌지도와 개발, 18(3), 485-509.
8. 김양식, 2011, 충북 향토문화자원을 활용한 지역발전방안, 충북발전연구원, 충북 이슈앤트렌드.
9. 김영택 등, 2011, 향토자원을 활용한 농촌마을 활성화 계획 -가평군 운악산 포도향 권역을 대상으로-, 한국농촌계획학회, 농촌계획, 17(3), 113-124.
10. 김재철, 1999, 전남 기초자치단체의 경제활성화전략 -향토지적재산권의 발굴, 현대사회과학연구, 10, 163-190.
11. 김현호, 한표환, 2004, 지역발전을 위한 향토자원의 개발 및 활용방안, 한국지방행정연구원.
12. 농림수산식품부, 신활력사업의 성과분석과 발전방향 - 제2기 신활력사업을 중심으로, 2011.
13. 농촌자원개발연구소, 2006, 지역어메니티자원을 활용한 향토산업사례분석.
14. 안옥선, 김미희, 안윤수, 박한식, 2007, 향토자원을 활용한 산업화 유형별 성공요인분석 - 마케팅 전략을 중심으로, 한국농촌사회학회, 농촌사회, 17(2), 225-267.
15. 양병우, 2007, 향토자원의 장소마케팅에 대한 소비자 수요 결정 요인 분석 - 순창 전통 고추장 민속마을을 사례로, 한국축산경영학회, 농업경영정책연구, 34(1), 22-40.
16. 윤유석 등, 2010, 향토자원 산업화를 위한 문화콘텐츠 개발 요소 - 광양 홍쌍리 청매실 농원의 문화콘텐츠 요소 분석, 한국농촌경제연구원, 농촌경제, 33(5), 35-58.
17. 이관률, 2010, 향토산업의 선정과정과 선정기준의 영향력 분석에 관한 연구- 충청남도를 사례로, 한국지방행정연구원, 지방행정연구, 24(3), 33-56.
18. 이정갑, 임용택, 2011, 향토산업육성에 따른 경제적 파급효과에 관한 연구 -고창군 복분자 천일염의 향토산업화를 중심으로, 한국도서학회, 한국도서연구, 23(3), 55-80.
19. 작물과학원 목포시험장, 2004, 목화의 소망 - 농업연구 100주년 기념 회고문집.
20. 황진수, 장동헌, 2010, 계층분석과정(AHP)을 이용한 향토산업육성사업의 우선순위분석, 한국산업경제학회, 산업경제연구, 23(3), 1557-1569.

접 수 일: (2012년 8월 9일)
수 정 일: (1차: 2012년 11월 21일, 2차: 12월 7일
3차: 12월 17일)
게재확정일: (2012년 12월 17일)
■ 3인 익명 심사필