

# 농촌지역 농촌여성기업(起業)의 그룹경영<sup>1)</sup>의 특징과 지역에 미치는 효과 -고베시 기타구의 레스토랑 아와타케를 사례로-

장경화 · 山崎壽一

고베대학대학원

## Characteristics of Management Group Members of Rural Women Enterprise in Rural Areas and Effects towards the Region - A Case Study of Awatake Restaurant at Kita Ward, Kobe -

Chang, Kyoung-Hwa · Zuichi, YAMAZAKI

Kobe University

**ABSTRACT** : In this paper, in order to clarify the effect and characteristics of rural women enterprise in rural areas, AWATAKE Restaurant at Kita Ward, Kobe is taken as a case study, and its management and operation condition, and the effects towards the region are analyzed. As a result, it can be concluded that: 1) according to the local employment and purchase of local food products, the economic effect towards the area shows a returning 73% of the gross sales to the area, 2) lifestyle technology which is empowered by women and food culture which is used as a start in the enterprise activities, are functioning as new workplace to cultivate technologies own by the women, moreover, members have never decreased, and most of them stayed for as long as 10 years, 3) however, the average age of the members are high and decreasing, leaving a new task on how to encourage participation of young members, 4) lastly, rural women enterprise is easy to manage, and also received cooperation from family in the members' working environment.

**Key words** : Rural Women Enterprise, Employment, Local Food Product, Family Cooperation, Ggroup Management

## I. 서 론

### 1. 연구배경 및 목적

농촌지역을 둘러싼 엄격한 환경 속에서 농촌지역 기계화의 증대는 농촌여성의 노동시간을 감소하게 하였으며 그와 더불어 소비자의 식(食)에 대한 안심·안전성의 지향은 농촌지역 여성들이 주체가 되어 아침시장과 농산물 가공 판매, 산지직송등과 같은 활동을 전개하게 되었으며 이를 통해 지역사회와 지역경제 활성화에 공헌하고 있는 경우가 많이 보여 지고 있다(Iwasaki,1993). 이러한 활동은 생활개선 그룹이나 농협 부인부 등 지역의 작은 그룹 활동에서 부터 행해졌으며 농가생활 속에서

축적된 생활기술에 경제적 가치를 부가 시키는 것이며 (Iwasaki, 1993), 또한 농업의 6차 산업화의 관점에서 그 지역에서 생산된 농산물에 경제적 부가가치를 더해 농가소득 증대를 도모하는 것으로서 여겨지고 있다 (Saitou, 2011).

이러한 활동이 농촌여성기업 설립으로 이어지는데 농촌여성 측면에서 보면 농산어촌 여성의 주체성을 발휘하는 하나의 장으로서 대단히 유효하다. 또한 여성의 경제적 자립, 주체성과 능력을 발휘함으로써 주위(가족·지역) 사람들의 공감과 이해를 얻고 (Iwasaki,1993) 나아가 보다 많은 여성들에게 자극을 주면서 농촌 여성 지위향상에도 큰 공헌을 하고 있다 (Miyasiro,2001). 한편 이러한 농촌여성기업은 지역사회에 새로운 고용을 창출하고 지역 내에서 생산된 식품 재료를 이용함으로써 지역 내 경제적 활성화 등에도 중요한 역할을 담당하고 있다

Corresponding author : Chang, Kyoung-Hwa

E-mail : chang74kw@hanmail.net

(Sawano, 2006)는 측면에서도 주목받고 있다. 이렇듯 농촌여성기업을 구성하고 있는 여성들이 주목받고 있는 배경으로는 먼저 고령화의 증가와 젊은 노동력의 감소로 인해 인구의 절반을 차지하는 여성들에 대한 기대가 높아진 점, 산업구조의 변화로 인한 다양한 가치관을 갖는 새로운 인력의 필요성, 여성의 경제적 자립이 중요시 되고 있다는 점 등을 들 수 있다. 또한 일에 대한 의식 향상과 주체성의 발휘 등 여러 가지의 효과가 기대되며 여성 개인의 효과 뿐 만 아니라 지역농업과 지역사회 활성화에 공헌 한다는 측면에서도 중요한 역할을 담당하고 있다.

일본의 농림수산성은 농촌여성기업의 정의로서 ①농촌 등에 거주하고 있는 여성이 중심이 되어서 ②지역 농산물을 이용한 농림어업관련의 여성에게 수입으로 연결되는 경제 활동, ③여성중심의 경영 등을 들고 있다. 또한 농림수산성 「농촌여성에 의한 기업(起業)활동 실태 조사 개요」에 의하면 농촌여성기업의 경영 형태는 개인경영과 그룹경영으로 나누어 지며 1997년에는 개인경영이 678건이며 그룹 경영이 3, 362건, 2010년은 개인경영 4, 473건과 그룹 경영 5, 284건이다. 개인경영이 그룹 경영에 비해 증가율은 높지만 그룹경영이 개인경영보다 많다는 것은 농촌지역에서 전개되고 있는 농촌여성기업은 그룹경영이 주류를 이루고 있다는 것을 알 수 있다. 그 배경으로는 농촌여성들인 경우 농협의 조합원 자격이나 자기 명의의 계좌를 가지고 있는 여성들이 적으며 새로운 사업을 시작하려고 할 때 담보가 될 수 있는 자기 명의의 재산이 거의 없으며 보증도 받기 어려운 실정으로 개인경영이 갖는 리스크보다 같은 지역내의 회원을

그룹으로 하는 그룹경영이 기업으로 참가하기 안이하다고 생각되어 진다. 또한 지역내의 마을 자치회등의 협조도 구하기 쉬울 것으로 본다.

이에 본 연구에서는 고베시 기타구 레스토랑·아와타케를 사례로 농촌여성기업의 그룹경영에 착안하여 경영·운영 상황의 실태를 분석하여 그룹경영의 특징과 지역내에 미치는 효과를 밝히는 것을 목적으로 한다.

## 2. 연구내용 및 방법

농촌지역 농촌여성기업의 그룹경영의 특징을 밝히기 위해서 농촌여성기업 그룹 경영인 레스토랑·아와타케를 사례로 이 기업의 경영·운영 상황과 지역 내에 미치는 효과의 실태를 파악한다. 그러기 위해서 그룹경영을 구성하는 멤버의 속성, 멤버 가족의 협력 상황, 지역과의 관계를 분석한다. 또한 기업에 고용된 사람의 인건비와 사용되고 있는 지역 내 생산 식품 재료 구입비용을 지역에 미친 경제적 효과로서 판단하고 분석한다. 또한 레스토랑 이용자들이 지역에 미친 경제적 효과로서 레스토랑 아와타케에서 사용한 비용이외의 지역 내 타시설의 이용여부, 평균사용 된 비용 등을 분석한다. 지역에 미친 사회적 효과의 분석으로는 방문자의 이용하게 된 경위 등을 토대로 분석한다. 이들을 바탕으로 종합분석하여 농촌여성기업 그룹경영의 특징과 그 효과를 밝히는 것으로 한다.

참고자료로 이용한 것은 레스토랑·아와타케의 수지결산표 (2005년~2010년)와 7차례에 걸친 현장 조사이다. 리더의 면접 조사, 멤버의 면접 조사와 조사표, 현지관찰

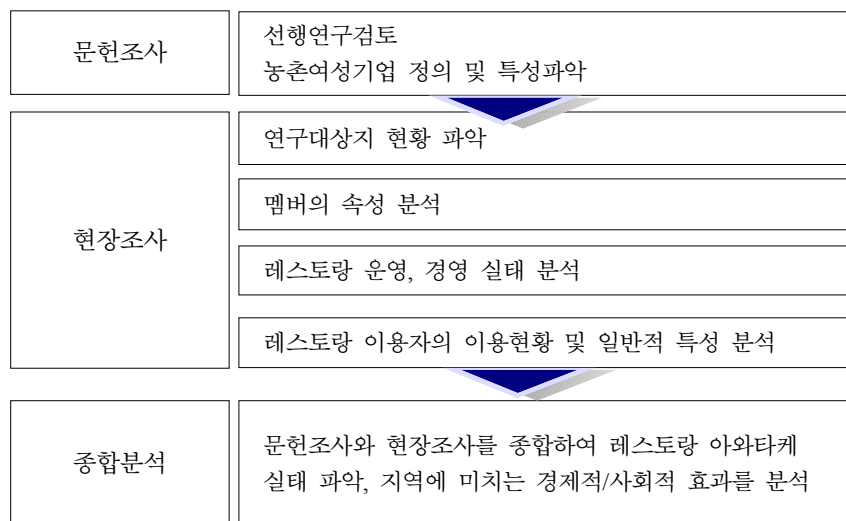


Figure 1 연구의 흐름도.

(조사기간 : 6월 22일, 7월 9일, 13일, 16일, 19일, 23일, 27일)을 실시했다. 또한 레스토랑 이용자들의 이용현황과 지역내 소비를 통한 경제적 효과를 알아보기 위해 설문조사를 실시했다.(설문지 조사일정 : 7월 16일, 23일, 27일). 설문조사는 레스토랑 영업시간 내에 영업에 방해되지 않는 선에서 실시했으며 조사대상인 레스토랑을 이용한 손님에게 설문지를 직접 배포하여 현지에서 설문하였으며 92부를 회수 분석하였다. 데이터 분석방법은 각 항목에 대한 빈도수와 백분율을 이용한 기술분석을 실시하였다(Figure 1).

### 3. 선행연구

농촌여성기업에 관한 다수의 연구 중에서 본 연구와 관련이 있는 선행연구는 다음과 같다. 레스토랑 아와타케처럼 농촌지역에서 운영되고 있는 농가레스토랑에 관한 연구로 Inokami(2001)는 전국 농가레스토랑의 설치, 운영, 경영상황 등을 설문조사를 통해 농가레스토랑은 지역특성을 살리는 것이 지역활성화에 연결된다고 논하고 있다. Takakuwa(2010)도 현재 불고 있는 식(食)의 안전심리가 산지회귀 움직임으로 이어지고 그린투어리즘 등과 같은 사회운동으로 퍼지는 중에 농가레스토랑도 그린투어리즘 사업중에서 중심적인 교류거점이 될 수 있다고 시사하고 있다. 또한 2006년에 발행된 현대농업에서도 많은 농가레스토랑 경영자가 지역의 삶을 전하고 그 지역의 좋은 점을 전해주는 곳, 계속해서 그 장소에 남겨두고 싶다는 생각을 가지고 있다고 적고 있다.

다음으로 경영자의 속성에 착안하여 사업의 특징을 분석한 연구를 보면 Shibuya(2005)나 Hujimori(1998)는 경영자의 속성에 의해 사업의 「규모」·「목적」 등이 변화 되고 있다는 점을 시사하고 있다. 나아가 Iioka(2009)는 경영자의 연령층에 착안하여 사업의 규모와 목적을 분석했다. 또한 Mihara(2005)는 농촌여성기업이 어그리비즈니스로서 발전해 가기 위해서는 그 활동의 경영적 성격을 파악할 필요성이 있다는 것을 지적하며 논하고 있다. 그 외 Nishiyama(2001)는 여성의 경영 참가는 종래 농업의 틀을 벗어난 경영내용과 노동 스타일을 지적하며 그 변용을 정리하여 여성의 주체성의 변화는 농업경영에도 주체적으로 참가하는 계기가 되며 경영 발전의 가능성을 넓혀가고 있다고 분석했다. Kosio(1997)는 농촌여성기업의 그룹경영에 초점을 두고 여성에 의한 사업이 복합화 되어가는 과정을 분석하고 있다. Nkisi(2000)는 그룹에 의한 기업조직 형성에 대해서 조직은 여성의 주체성을 존중하고 자유로운 발상과 행동을 배양하는 조직풍토를 갖지 않으면 안 된다는 점을 지적하며 농촌여성기

업의 조직의 형성에 주목해야한다는 점을 논하고 있다. Akitsu(2007)도 농촌여성기업을 구성하는 멤버가 자신들의 내부와 주위관계들과 어떤 관계를 형성해 왔는지 알 필요가 있으며 더욱이 가족과 지역사회가 도움을 주거나 방해가 될 수도 있다는 점을 지적하고 있다. 이러한 연구를 토대로 본 연구에서는 농촌여성기업과 지역과의 관계, 기업활동을 위한 가족관계가 농촌여성기업에 미치는 영향을 분석하고 기업의 운영, 경영상황과 더불어 레스토랑 방문자의 이용현황을 분석하여 농촌여성기업이 지역 내에 미치는 효과를 경제·사회 측면에서 분석했다.

### 4. 연구대상지 선정 및 현황

고베시(神戸市)의 농업농촌 진흥지역중 하나인 기타구(北區)에 속해 있는 오고초(淡河町)는 국도428호선과 현도 미키(三木) 산다선(三田線)이 교차하고 산요(山陽) 자동차가 개통되어 고베(神戸) 북인터와 미키(三木) 교류지점 사이에 위치해서 고베(神戸) 시내에서 차로 30분거리인 교통이 매우 편리한 입지 조건의 지역이다(Figure 2). 남쪽으로 니유우(丹生)·다이샤쿠(帝釋) 산맥이 있고 오고초 중앙에 오고강이 동서로 흐르고 있으며 그 지역 평야가 펼쳐져 있는 아름다운 마을과 산으로 둘러싸인 지역으로 면적 37.69km<sup>2</sup>과 인구 3, 240명의 자연이 풍부한 농촌지역이다 (Figure 6). 옛부터 숙박지역으로 번성하여 마을 내에는 「이시미네테라(石峯寺)의 야쿠시도(藥師堂)와 삼층담」, 「관음당(觀音堂)」, 「오고야하타신사(神社)」 등의 문화재와 지역전통행사가 많이 남겨져 있기도 하다. 또한 농산물은 쌀 코시히카리와 기누히카리, 주조미 「야마다니시키(山田錦)」의 산지이며 틀립은 전국에서도 우수한 산지로서 특히 유명하다.

그러나 주조미인 야마다니시키(山田錦)의 생산은 1995년 한신(阪神)·아와지(淡路) 대지진 재해로 주조장의 축소와 쌀 경작 면적 감소 정책 등으로 미작중심에서 야채, 메밀등의 생산으로 대체되어 졌다. 또한 오고지역의 대나무를 왕자동물원 팬더곰의 사료로 제공하고 있어 「팬더 마을」 로도 알려져 있다.

레스토랑 아와타케는 올해로 오픈 10주년을 맞이하였다. 구성 멤버는 JA(농협)부인회에서 활동하던 여성들이 그룹을 만든 경우이며 구성멤버에 속하지 않은 경우에도 레스토랑에서 나온 음식물 쓰레기를 주변 농가에 제공해 비용을 만들어 그 비용으로 재배한 고구마 아이스크림을 레스토랑에서 판매하는 등 구성원과 비구성원간의 적절한 지역 활성화의 거점으로서도 활발한 활동을 벌이고 있다. 또한 그룹경영이 축소되어가고 있는 시점에서 총 매출 5,000만 엔을 넘는 선진모델로서도 충분한 연구가

치가 있는 지역이라고 사료된다.

## II. 사례분석



Figure 2 고베시 기타구 오고초 위치.



Figure 3 오고초 농촌풍경.

### 1. 레스토랑·아와타게의 설립배경과 활동내용

오고지역은 주조미를 공급하는 농촌으로서 번성하였지만 경작 면적 감소 정책으로 메밀밭으로 환전을 시작했다. 이를 계기로 메밀을 사용해서 지역 활성화에 공헌하고 싶었던 현지 여성들은 리더인 T씨<sup>2)</sup>를 중심으로 오고여성가공 그룹을 만들고 JA(농협)에 상의하여 2003년 고베시(神戸市)에 처음으로 열게된 『미치노에키오고』<sup>3)</sup>의 지역진흥 시설로서 어머니 손맛을 컨셉으로 지역 식품 재료를 제공하는 레스토랑으로 오픈 했다. 오고여성가공 그룹을 중심으로 한 그룹경영의 형태로 기업(起業) 당시 멤버들은 5만 엔씩 출자하여 자금을 만들고 동시에 오고초(淡河町) 자치회는 보증인<sup>4)</sup>으로서 지원했으며 JA는 시설 지원 등을 했다. Figure 4은 레스토랑·아와타게를 운영하는 오고여성가공 그룹의 구성도이다.

레스토랑·아와타게는 오고에서 재배된 메밀가루 100%를 사용하며 계절에 생산된 식품 재료를 사용한 창작 메뉴 등 12가지가 준비되어 있다. 메뉴를 정할 때는 멤버 전원이 맛을 보고 평가를 통해 정하는 걸 원칙으로 하고 있다. Figure5, 6는 레스토랑 내부의 멤버들의 활동과 아와타게를 대표하는 메뉴 소바이다.

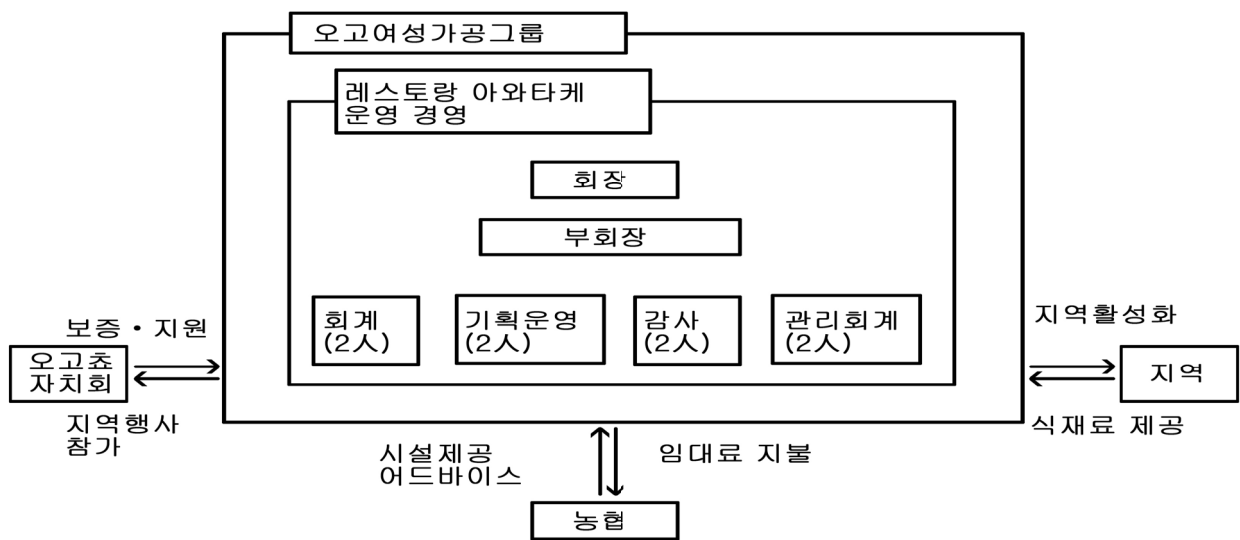


Figure 4 오고여성가공그룹 구성도.



Figure 5 멤버들의 활동.



Figure 6 아와타케의 대표메뉴.

## 2. 아와타케 경영체 오고여성가공그룹 멤버의 속성과 지역활동

2003년도 레스토랑·아와타케 개업과 함께 운영·경영하고 있는 오고여성가공 그룹의 멤버는 현지 여성으로 구성되어 있다. 농촌여성기업을 설립할 때 이 여성들은 출자금을 내고 멤버가 됨과 동시에 레스토랑·아와타케의 종업원, 그룹경영의 공동경영자가 되었다. 설립 당시는 멤버가 15명이었지만 2명이 가정형편으로 탈퇴했다. 그 후 새로운 3명의 멤버가 가입하는데 그 중 한사람은 남성으로 철도회사를 정년하고 들어오게 됐다. 오랜 세월 회사에서의 실무경험을 경영 등에 적극적인 어드바이스를 하고 있다. 또한 여성들 멤버는 요리 실력이 뛰어나는 등 평소 개인이 가지고 있던 식생활에서의 기술을 발휘하고 있다. 그러나 10년 동안 새로운 멤버는 겨우 3명으로 멤버가 고정화되고 있으며 멤버를 추가 가입하는 계획을 세우지 못하고 있는 상황이다.

다음 Table 1은 10년간 계속 활동하고 있는 구성 멤버의 속성이다. 멤버의 연령이 66세로 고령화 되어 있다. 또한 오고지역에서의 거주 년도가 40년 이상으로 지역을 잘 알고 항상 지역 활성화 등에 큰 관심을 가지고 있다.

지역내의 활동으로는 부인회나 마을 만들기 활동 등의 지역 활성화, 지역에서 실시하는 모든 행사 참가, 고령자를 보호하는 순찰 활동, 마을 청소 등 다양한 방법으로 지역과의 관계를 형성하고 있었다. 더욱이 전업농가가 적고 많은 분이 겸업 농가였다. 이것은 시간적 여유를 만들 수 있는 멤버가 많아져서 농번기 등에 멤버간의 근로 시간 조절이 쉬워 질수 있다고 사료되어 진다. 그로 인해 멤버들은 활동을 그만 두지 않고 계속 일 할 수 있는 환경을 갖출 수 있었다고 보여 진다. 그러나 농촌여성기업의 멤버들은 가족의 협력을 얻지 못하면 활동을 지속하기가 어려워진다. 실제로 이전에 활동을 그만 둔 멤버도 가정상황에 의한 것이었다.

## 3. 멤버 가족의 협력 내용과 멤버의 활동목적에 관한 의식조사

다음 Table 2은 멤버들에게 어떤 측면의 가족 이해를 얻고 있는지와 멤버들의 레스토랑·아와타케에 대한 의식을 면접 조사한 결과다. 먼저 가족 협력으로는 가사 도움, 농작물 작업시간 배려 등을 통해 멤버가 사업 활동을 할 수 있도록 시간을 할애 해 주고 있었다. 또한 농

Table1 오고여성가공그룹 멤버의 속성

No	연령	가족구성	거주연도	농가유형	지역활동
1	68	3세대가족(5人)	46	제1겸업농가(田, 야채)	지장강(신양강의) 등에 참가
2	67	3세대가족(7人)	44	전업농가(田)	-
3	73	부부(2人)	73	제2겸업농가(田, 야채)	부인회 ‘마을만들기등의 활동
4	64	-	41	제1겸업농가(田, 야채)	-
5	68	2세대가족(3人)	48	제1겸업농가(田, 야채)	지역 절 행사 참가
6	61	부부(2人)	40	제1겸업농가(田, 야채)	부인회 행사, 크린데이 참가
7	69	3세대가족	47	제2겸업농가(田, 야채)	지역의 전 행사참가
8	68	3세대가족(7人)	50	제2겸업농가(田, 야채)	-
9	67	부부(2人)	45	제1겸업농가(田, 야채)	-
10	59	2세대가족(3人)	33	제2겸업농가(田, 야채)	지역 개호 자원봉사
11	67	부부와자녀(3人)	43	제2겸업농가(田)	지역 당번(고령자) ‘아오고 신문발행 참가

Table 2 멤버 가족의 협력·의식의 면접조사 결과

No.	면접조사 결과	
	가족협력 내용	활동목적의 의식
1	남편이 싫은 내색없이 출퇴근시 웃으면서 대해줌	삶의 보람. 가게가 번성하여 재미있음
2	가족과 상의하여 일정을 정함 농업·가사등의 도움	손님을 접하면서 기분이 밝아지는 것 같다
3	가사를 도와줌	삶의 보람. 지역발전
4	집에 일이 있어도 아와타케의 일을 우선적으로 해줌	일하는 곳
5	가사를 도와줌	삶의 보람
6	남편이 농사일에 대해 배려해줌	50살부터 농업 이외의 일을 하는 즐거움
7	전면적으로 협력해줌	생활의 일부, 삶의 보람
8	바빠서 요리를 소홀히 할 경우 이해해줌	이 나이에 일한다는 것
9	식사 준비	정보교환을 할 수 있는 곳

촌여성기업 활동의 목적을 Hujimoto(藤本)(2005)의 분류를 참고로 보면 지역 만들기·삶의 보람형과 비즈니스형으로 크게 구분할 수 있는데 레스토랑·아와타케 멤버의 경우 삶의 보람을 느끼고 즐거움을 추구, 농업이외의 일을 하는 것에 대한 즐거움, 지역 발전 등 활동 그 자체에 의미를 부여하는 자기실현으로서의 활동에 중점을 두고 있다는 것을 볼 수 있으며 이러한 활동의 목적은 「지역 만들기·삶의 보람형」이라 할 수 있다.

#### 4. 레스토랑·아와타케의 운영과 경영상황

조직 체제는 오고여성가공 그룹 구성 Figure 4로 나타난 것과 같으며 임원을 중심으로 활동을 전개하고 있다. 또한 매년 1회의 총회를 개최하고 있다. 1년을 통해서 사업 활동의 휴업일이 적고 휴업 기간은 연초 3일정도이다. 근무 체제는 평일의 경우 오전 (8시30분~1시30분) 5명 정도, 오후 (1시30분~6시30분) 3명 정도이며 주말

은 8명 정도와 4명 정도로 일하고 있다. 평균 근로 시간은 평일 4-5시간과 주말 5-6시간이다. 일의 역할담당은 메밀국수의 다레(소스장)을 만드는 분 2명을 중심으로 구분되어 있지만 기본적으로 요리는 모든 멤버가 다 할 수 있다. 그래서 그 날의 분담되어진 일이외의 모든 일을 누구나 다 할 수 있는 체제를 취하고 있다. 즉 레스토랑의 어떤 일이라도 담당할 수 있는 유연한 체제이다. 그러기 때문에 멤버들의 형편에 맞는 시프트를 짤 수 있고 멤버가 지속해서 일 할 수 있는 사업환경과 영업에 지장이 없는 체제를 만들 수 있었다고 사료된다. 또한 운영에 관한 의사결정은 멤버 전체 의견으로 정하는 것을 전제로 의견을 교환하고 회장을 중심으로 임원진에서 조절하고 있다.

다음 Figure 7은 2005년~2012년에 걸친 총매출이다. 농촌여성기업은 5000만엔 이상의 매출이 있으면 「성공한 경영체」로 간주하는데<sup>9)</sup> 레스토랑·아와타케의 매출 현황을 보면 순조롭게 성장하고 있다는 것을 알 수 있다.

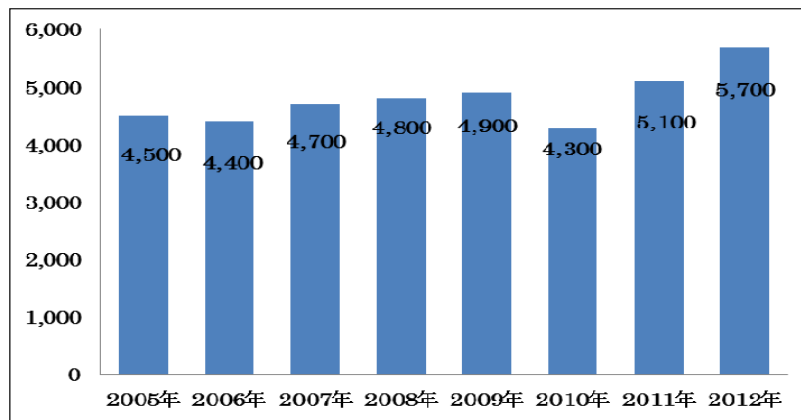


Figure 7 레스토랑·아와타케의 총매출 추이.

### 5. 레스토랑·아와타케의 방문자 현황

레스토랑·아와타케의 하루 평균 방문객은 리더 T씨에 의하면 평일 50명~60명 정도, 주말과 경축일은 200명~300명 정도가 된다고 한다. 이것을 추계하면 한 달에 2,000명 정도가 아와타케를 방문한다고 볼 수 있다. 이번 설문조사의 결과에 의한 이용객의 인구 통계적 특성은 Table3과 같이 성별로는 남성(57.6%)이 많았으며, 연령별로는 50대(23.9%)와 60대(37%)가 많았다. 아와타케 방문시 동반자수는 2명(58.7%)이 제일 많았으며 다음으로 1명(21.7%), 함께 방문한 동반자와의 관계로는 가족단위(53.3%)가 제일 많았다. 또한 아와타케 방문횟수로는 월1,2회를 합하면(42.2%) 절반에 가까웠으며 주 1회 방문자(16.3%)도 많았다. 그 외 방문횟수로는 주 2-3회와 연 6회이상등이 있었다.

방문자의 거주지는 레스토랑·아와타케 소재지를 중심으로 소재지 내가 31.5%, 소재지외가 64.1%로 지역외부에서 방문하는 경우가 많았으며, 아와타케를 알게 된 정보원으로서는 그 지역이어서 알고 있었다가 34.7%로 제일 많았으며 그 다음으로 친구나 가족의 소개15.8%, 간판 15.8%에 이어 입소문이 11.6%였다. 또한 이 지역방문 목적이 레스토랑·아와타케를 들리기 위한 것이었는지? 아니면 다른 시설 방문을 목적으로 와서 아와타케에 들렀는지는 그렇다가 50%를 차지했으며 그렇지 않다가 42.4%를 차지했다. 그렇지 않다는 답변에 같은 시설 내에 있는 미치노에키에 들릴 목적으로 왔다 방문한 경우가 대부분이었으며 미치노에키에서 사용한 지역내 농산물 구입 평균 비용은 2,500엔 정도였다.

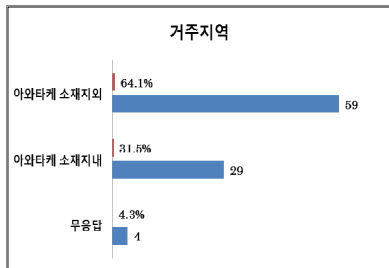


Figure 8 방문자의 거주지.

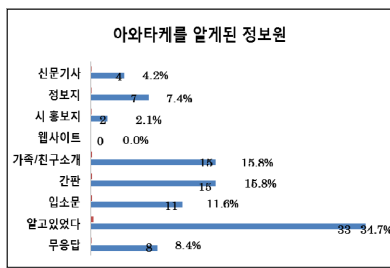


Figure 9 알게된 정보원.

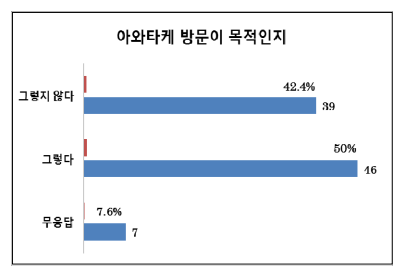


Figure 10 지역방문 목적.

Table 3 레스토랑·아와타케 이용자의 인구 통계적 특성

(N=92)

항목	빈도	백분율(%)
성별	남자	53 / 57.6
	여자	39 / 42.4
연령	30대이하	4 / 4.3
	40대	18 / 19.6
	50대	22 / 23.9
	60대	34 / 37
	70대이상	14 / 15.2
동반자수 (본인포함)	1명	20 / 21.7
	2명	54 / 58.7
	3명	12 / 13.1
	4명	5 / 5.4
	5명이상	1 / 1.1
동반자와의 관계	혼자	20 / 21.7
	가족	49 / 53.3
	친구	18 / 19.6
	일관계자	5 / 5.4
	그 외	- / 0
아와타케 방문수	처음방문	12 / 13.1
	연1회	4 / 4.3
	연2회	18 / 19.6
	월1회	20 / 21.7
	월2회	19 / 20.7
	주1회	15 / 16.3
그 외	4 / 4.3	

## 6. 레스토랑·아와타케가 지역내에 미친 영향

### 1) 경제적 효과

지역내의 효과는 지역내의 고용에 의한 인건비와 지역내 식품 재료 사용의 지역내 생산 식품 재료 구입비용 액수를 산출하여 지역내에 미친 경제적 효과로서 분석한다. 인건비는 멤버 전원이 오고지역에 거주하고 있어 100%의 지역내 고용으로 영향을 미치고 있다. 또한 식품 재료 구입비용은 폐밀은 개업 당시부터 지역에 있는 2군데의 메밀농장과 계약을 맺어 매년 일정량을 구입하고 있다. 또한 그 계절에 생산된 야채도 모두 지역내의 식품 재료를 구입하고 있다. 이렇게 철저하게 지역내 생산 식재료를 구입하는 것은 리더인 T씨의 지역활성화를 위한 강력한 의지와 그와 뜻을 함께한 멤버들의 결과라고 볼 수 있다. 그로 인해 인건비가 39%, 지역내 생산 식품 재료 구입비용 비율이 34.4%로 지역내 경제적 효과는 매출의 73.2%에 달했으며 지역에 약3, 721만엔 정도의 경제적 효과가 있었다고 예상 된다 (Table 4).

Table 4 레스토랑·아와타케의 지역내 경제적 효과

경비항목	금액 (円)	비율(%)
매출①	5,080万	100.0
인건비②	1,978万	39
지역내고용	1,978万	100.0
식품 재료 구입비용	1,241万	24.4
소바 구입비용	502万	10
총식재료구입비용③	1,743万	34.4
지역내 생산 식재료구입비용	1,743万	100.0
지역내경제적효과②+③/①	3,721万	73.2

또한 레스토랑·아와타케 이용객중 약40%에 달하는 방문객이 다른 시설에 들러 평균 사용한 비용이 2,500엔임을 감안하면 레스토랑·아와타케 이외의 지역내 다른 시설을 들린 방문객과 비용을 추정하면 연간 방문객중 약 10,000명 정도가 되며 약 2,500만엔 정도의 지역내 경제적 효과를 기대할 수 있다.

### 2) 사회적 효과

사회적 효과를 정량적으로 분석하는 것은 어렵기 때문에 본 연구에서는 지역내 레스토랑·아와타케 운영이 활발함에 따라서 일어날 수 있는 효과를 정성적으로 분석한다. 예를 들면, 레스토랑·아와타케 이용객중 레스토랑·아와타케를 알게 된 정보원으로 입소문을 들었

는데 여기에서 보듯 지역이미지가 향상되어 지고 있음을 알 수 있다. 또한 많은 이용객이 레스토랑·아와타케를 알고 있었다고 하는 것은 그 지역의 하나의 브랜드로서 자리 잡아 가고 있음을 보여 준다. 마지막으로 방문객들의 레스토랑·아와타케의 평가는 그곳에서 종사하는 멤버들의 활동목적의식에서 보여지듯 삶의 보람, 지역발전과 번성 등 지역에 대한 애착심을 고조시키고 자랑스러워 하는 효과로 연결된다고 사료된다. 이상의 효과를 통해서 지역 전체의 활력을 향상시키는 효과가 기대된다고 생각한다.

## III. 고 찰

본 논문에서는 농촌지역 농촌여성기업 그룹경영의 특징과 그 효과를 밝히기 위해서 고베시(神戸市) 기타구(北區)의 레스토랑·아와타케를 사례로 사업 활동의 경영·운영 상황과 지역내에 미치는 경제·사회적 효과 실태를 분석했다. 그 결과 ①지역내에 미친 경제적 효과는 지역내의 고용과 지역내 생산 식품 재료의 구입으로 약3, 721만 엔 정도가 지역내에 환원되고 있다는 것을 밝혔다. 또한 방문객에 의한 다른 시설이용으로 인한 경제적 효과도 기대할 수 있다 ②지역내에 미친 사회적 효과로는 지역 이미지 향상과 브랜드 화, 멤버들의 지역에 대한 애착심 고조 등을 들 수 있다. ③ 여성이 농촌 생활 속에서 키워 온 생활 기술과 식(食)문화를 이용한 사업 활동은 모든 멤버가 지니고 있는 기술을 발휘할 수 있는 장으로서 기능하여 일의 역할분담이 명확하지 않는 상태에서도 순조로운 활동을 가능하게 하였으며 유연한 근로 시간 체제와 가족의 협력을 농번기 등 제약을 받지 않고 활동을 계속할 수 있는 원인이 되어 멤버가 탈퇴하지 않고 10년간 지속적으로 활동할 수 있는 사업 환경을 만들어 주었다. 그러나 고정화된 멤버의 평균 연령이 높아져서 이 후 후계자인 새로운 젊은 멤버를 어떻게 추가 가입시킬 것인가가 새로운 과제로 남아있다. ④ 사업 활동을 하는데 있어서 멤버들은 다양한 지역관계를 형성하고 있으며 지역활동을 통해 활동을 전개하고 있다는 것을 알 수 있었다. 마지막으로 이번 연구에서는 10년간 같은 멤버가 활동하면서 멤버가 고정화되어 있으며 그로 인한 멤버의 고령화는 새로운 멤버 가입을 어떻게 해야 할 것인가의 과제를 안고 있다. 그런데 이번 조사에서는 멤버가 고정화된 장단점과 원인, 새 멤버 가입 자격 등을 전부 파악할 수 없었으며 파악할 필요성이 보여진다. 이러한 문제해결을 위해 추가 조사가 필요하며 앞으로의 과제로 삼고 싶다.



- 주1) 농촌여성기업의 60%는 그룹경영이며 이러한 활동은 생활 개선그룹이나 농협부인부를 모체로 하고 있다. 생활개선 그룹은 농림수산부의 지도를 시작으로 설립당시인 1949년에는 2,610그룹이 있었으며 멤버수는 161,503명에 달했다. 또한 농협부인부는 농협 조합원 제도에 가입 되지 못한 여성들이 모여 만든 조직이며 1948년부터 1949년에 걸쳐 활동이 전개되어 농협의 출자증가 운동이나 저축 운동 등을 했다. 1970년대의 각 부인 그룹은 건강관리인 식생활 개선과 식품첨가물, 잔류농약문제, 식생활과 가족관계, 야채생산으로 인한 쌀생산 감소와 축소, 식비 절약 등을 테마로 농산물자금운동을 전국적으로 전개했다. 그리고 나중에 이 운동은 남은 농산물을 활용한 아침 시장이나 농산물 가공으로 발전하여 자급적 식품에 경제적 가치를 부여한 농촌여성기업의 기원이 됐다. 이러한 그룹에서 가공이나 산지직송 판매를 하는 기업형태를 그룹경영이라 말한다.
- 주2) T씨(70대)는 지역의 여성 리더적인 존재로, 오고초(淡河町) 출생 오고초(淡河町)에서 성장했으며 가정 환경도 어려서부터 아버지가 오고초(淡河町)가 고베시(神戸市)에 합병되도록 추진 해온 분으로 항상 지역을 생각하고 있는 인물이다. 오고초(淡河町) 부인회를 시작으로 오고 마을만들기 협의회, NPO 활동, 전통행사 활동등 대내외적으로 다양한 활동을 하면서 레스토랑·마와타게 회장을 맡고 있다.
- 주3) 미치노에키 아오고 : 안전하고 쾌적한 도로교통 환경 형성 및 지역농업진흥에 기여하는 것을 목적으로 특정 교통 안전 시설과 지역진흥 시설을 갖춘 시설이며 고베시(神戸市)와 효고(兵庫) 룩코(六甲) 농업 협동조합이 준비를 추진했다.
- 주4) 리더 T씨에 의하면 여성인 경우 자신 명의의 재산등이 적어 기업을 설립할 경우 자금조달, 사업성공에 대한 리스크 등에 어려움을 느낀다고 한다. 아와타게의 경우 오고초 자치회에서 보증인역할을 해 줌으로서 쉽게 사업을 전개할수 있었다고 한다. 즉, 지역전체의 전면적인 지원을 받았으며 그로인해 아와타게를 중심으로 한 지역활성화에 더욱 활발한 활동을 하려고 한다고 한다.
- 주5) 농림수산성 「농촌여성에 의한 기업활동실태조사의 개요」 참고

## 참고문헌

1. 岩崎由美子, 1993, 農村에 있어서 女性起業의 意義와 方向性- 農損女性起業實態調査을 통해서-, 村落社会研究, 31, 182-184.
2. 齊藤朱実, 藤崎浩幸, 2011, 立地状況에서 본 個別經營型 農家레스토랑-東北地方을 対象으로-, 農村計画学会誌, 30, 297-302.
3. 宮城道子, 2001, 成長하는 農村女性起業-그 「자세」와 「비즈니스」-, 協同組合經營研究月報, 2-11.
4. 澤野久美, 2006, 農村女性起業으로의 農家레스토랑의 役割에 관한 研究-東北地方을 事例로서-, 農村生活 研究, 50(2), 36-43.
5. 澤野久美, 2007, 生活改善実行グループから農村女性起業への展開とその意義-栃木県および長野県の事例を中心にして-2007年度日本農業經濟学会論文集, 47-54.
6. 澤野久美, 2012, 社会的企業をめざす農村女性たち, 筑波書店.
7. 澁谷美紀, 2005, 農村女性の 世代的特徴으로 본 起業의 促進要因, 農村計画学会誌, 26(1), 13-18.
8. 藤森英樹, 1998, 農村女性에 의한 起業의 現状과 可能性, 農林業問題研究, 34(3), 142-153.
9. 飯岡恵子, 千賀裕太郎, 2009, 經營者の 年齢層으로 본 農村의 女性起業의 特徴-千葉県の 農村女性起業을 事例로서-, 農村計画学会誌, 27, 275-280.
10. 三原育子, 2005, 農村의 女性起業의 經營的性恪과 課題, 国立女性教育会館研究紀要, 8, 73-83.
11. 西山末真, 吉田義明, 2001, 農村女性による起業活動の展開と個別經營發展に関する一考察-うつのみやアグリランドシテイショップを事例として -, 千葉大學學報, 第55号, 59-67.
12. 小塩道子, 1997, 農村女性グループ經營の展開, 農, No234.
13. 根岸久子, 2000, 農村女性による起業と法人化, 筑波書房, 35-50.
14. 秋津元輝他, 2007, 農村ジェンダー, 昭和堂, 111-143.
15. 藤本保恵, 2004, 農村女性起業의 經營的可能性, 日本農業228, 農政調査委員会.
16. 川手督也, 2005, むらつくりの展開と農村組織の改革, 農林業問題研究, 第157号, 393-402.
17. 川手督也, 2007, 農村版コミュニティ・ビジネス実現に女性の果たす役割は大きい-農村女性の展開と地域農業・むらづくりへの女性の参画の必要性-農文協, 第39号, 4-9.
18. 川手督也, 2007, むらづくりと女性の参画, 農村計画学会誌, 第26号1卷, 27-32.
19. 井上, 2001, 農家레스토랑과 그린투어리즘, (財)都市農山漁村交流活性化機構, 東京.
20. 高桑隆, 2010, 행복한 레스토랑 農家레스토랑 農家레스토랑의 開業과 經營手法, (株)同友館, 東京.
21. 農山漁村文化協會, 2006, 現代農業 처음이지만 그리운 발 카페 논 레스토랑, 農山漁村文化協會, 東京.
22. 国民生活金融公庫総合研究所, 2003, 女性の起業と事業經營, 国民生活金融公庫調査月報, 503, 4-15.
23. 農政調査委員会, 2004, 農村女性起業의 經營的可能性, 農政調査委員会.

접 수 일: (2013년 8월 12일)

수 정 일: (1차: 2013년 9월 9일, 2차: 9월 26일  
3차: 12월 19일)

게재확정일: (2013년 12월 19일)

■ 3인 익명 심사필