

# 지역특성을 고려한 추사김정희문화상품화사업 사례분석

## A Case Study on Chusa Kimjeonghee Cultural Assets Commercialization Project Considering Regional Characteristics

정남수\*, 윤혜려\*\*

국립공주대학교 지역건설공학전공\*, 국립공주대학교 외식상품학전공\*\*

Nam-Su Jung(ruralplan@kongju.ac.kr)\*, Hei-ryeo Yoon(avonle@kongju.ac.kr)\*\*

### 요약

지역 경제 활성화를 위해 과거와 같은 대규모 산업화보다는 각 지역에 전래해 온 고유문화와 기술, 특정 지역에 뿌리를 두고 지역주민의 삶과 밀접히 관련된 지역명 또는 지역의 상징물이나 정체성을 상품화, 수익화 하려는 지역자원 개발의 일환으로 향토산업육성사업이 시작되었으나 아직까지 향토자원의 조사에서 산업화까지 일관되게 적용될 수 있는 방법의 개발은 부족한 실정이다. 본 연구에서는 추사김정희문화상품화 사례 연구를 대상으로 지역의 특징, 고용, 수요를 바탕으로 향토자원의 발굴, 사업화 방향의 결정, 사업내용을 도출하는 과정을 정리하였다.

연구 방법과 내용은 향토자원의 평가, 관련 주요산업의 결정, 사업내용의 도출 등 세 가지 부분으로 구성된다. 그 첫 번째 작업으로 향토자원의 목록을 작성하고 관련전문가를 대상으로 중요도와 산업화 가능성에 대한 평가를 진행하여 중심자원을 설정하였다. 두 번째로 입지계수를 응용하여 사업체수와 고용인원으로 대상지역의 보조사업계수를 설정하여 주요 관련 산업을 결정하였다. 세 번째로 방문객을 대상으로 한 설문 조사를 진행하여 향토자원에 대한 인지도조사와 사업내용을 결정하였다. 마지막으로 사업추진결과를 정리하였으며, 향후 향토자원산업화사업에서 고려해야 할 시사점을 도출하였다.

■ 중심어 : | 지역자원 | 지역개발 | 향토자원 | 추사김정희 |

### Abstract

There are many local resources industrialization projects for regional development in South Korea but a lack of method for being adapted for project planning from survey of local resources to commercialization. In this research, we composed local resource commercialization process with a case study of Chusa Kimjeonghee cultural assets commercialization project considering regional characteristics of resources, employment, and needs.

This research is composed with three parts such as resource assessment, main manufacturing area selection, and project contents development. In first step, local resource lists are gathered and graded by expert survey with the item of importance and industrialization possibility. In second step, we proposed project assistant coefficient with numbers of enterprises and employment data by manufacturing are gathered in national and target area level. In third step, we propose questionnaire survey items for developing project contents based on customer needs. Finally we summarized project results and induced implications for future cultural assets commercialization projects.

■ keyword : | Local Resources | Regional Development | Regional Characteristics | Chusa Kimjeonghee |

## I. 서론

성장거점전략과 효율성 위주의 국토개발과정에서 대도시와 수도권권을 제외한 대부분의 지역은 활력이 저하되었으며[1], 농촌지역에서 추진해 온 개발사업 또한 지역격차 해소를 위한 물적인 생활 인프라 구축에 치중되어 소득이나 일자리 창출을 통한 자립적인 지역 활성화를 달성하지 못하였다[2]. 이러한 외부주체에 의한 외생적 발전은 지역발전을 지속할 수 없다는 비판이 제기되면서 지방주도의 상향식 발전전략 즉 영역기반의 내생적 발전이 강조되고 있다[3].

지역경제 활성화를 위한 다양한 정책이나 전략은 과거와 같은 대규모 산업화보다는 각 지역에 전래해 온 고유문화와 기술, 특정지역에 뿌리를 두고 지역주민의 삶과 밀접히 관련된 지역명 또는 지역의 상징물이나 정체성을 상품화, 수익화 하려는 향토 산업 육성 사업이 시작되었으며, 유형별 성공요인, 성공사례, 참여주체별 역할, 매뉴얼 개발 등 관련된 연구도 진행 중에 있다[1][4][5].

하지만 현재까지 향토 산업에 관련된 연구는 개별지역의 사례를 정리하거나[2], 유형별 마케팅 방안 등 자원특성만을 고려하거나 분석하는데 그치고 있어서[6], 대상지역의 인구 및 산업특성 등을 반영하지 못하는 현실이다. 이러한 한계로 인해서 농림수산식품부에서 주관하는 향토산업육성사업의 경우 중점자원의 선정과정, 사업영역의 결정 등이 일관된 과정으로 이루어지지 못하였다는 평가를 받고 있다.

본 연구에서는 2009년에 계획되고 2010년에서 2012년까지 시행된 추사김정희문화상품화 사업의 내용을 정리하여 지역의 향토자원 특성을 고려하여 사업의 주제가 될 수 있는 중심자원의 선정과정과 지역의 산업구조를 바탕으로 사업 분야의 결정과정, 설문조사를 통한 사업내용의 결정과정 등을 정리하고자 한다.

이를 위해 2008년 예산군을 대상으로 향토자원을 조사하였으며 2008년도 기업체 조사 자료를 이용하였고 2009년 추사기념관 방문객을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 또한, 이를 적용한 추사김정희 문화상품화사업의 추진과정, 주요결과 등을 고찰하여 성과와 시사점을 정리하였으며, 향후 관련사업의 올바른 추진방향을 모색하고자 한다.

## II. 향토자원 및 산업

### 1. 향토 산업의 개념 및 특성

농림수산식품부는 생명, 건강, 매력이 어우러진 농림수산식품산업과 농산어촌 비전 2020을 발표하면서 향토 산업을 통한 경제활동 다각화 방안으로 2013년까지 200여개 향토자원에 대한 지역 핵심 전략산업육성 방안을 발표하였다[7]. 향토 산업은 오래전부터 내려오는 전통산업, 지역사회의 발전을 위해 중소기업의 역할에 관심을 갖는 지연산업, 특정 지역에만 특화되어 지역 내외로 제품을 판매하는 특화산업 등 다양한 형태로 사용되었으며, 박성용은 향토 산업을 지역의 특성 있는 향토자원을 개발, 활용하여 고부가가치를 창출하는 산업으로 정의하였다[8].

향토는 개인의 정서와 생활체험이 가미된 주관적 의미를 지니는 용어로 ‘고향의 영토, 혹은 흙’이라는 의미로 대도시와 대비되는 공간의 영역으로 통용되며[2], 향토자원이란 물질적 결과물에 향토성이 체화되어있는 유형의 자원과 물질적 자원의 형태변화를 수반하지 않는 범위 내에서 이루어진 무형의 자원을 의미하며, 유형의 향토자원은 의식주의 생활, 놀이 및 여가생활, 토종동식물, 유전자원 등이며 무형의 향토자원은 전통지식, 전래풍속, 전설, 민요, 지역축제 등 사람에 체화되어 있는 것과 자연생태 환경 등을 말한다[3].

그러므로 향토 산업은 독창적인 산업, 이미 발굴은 되어 있으나 개발 및 활용이 미흡한 사업, 장기적인 상품가치의 의미를 내포하는 산업을 모두 포함한다고 볼 수 있으며, 특정지역이 보유하고 있는 산업으로 볼 수 있으며 기존 산업과는 다른 새로운 지역발전전략 자원으로 고용창출과 소득증대를 통해 지역의 경제를 발전시킬 수 있는 원동력이 될 수 있는 산업이다[9].

안옥선은 향토자원을 활용한 사업화 유형별 성공요인 분석에서 원료품 활용의 경우 연구개발을 통한 1차 산물의 단점과 한계의 극복, 가공품의 경우 전통적인 상품을 보편화된 아이টে이로 결합하는 방안, 공예품의 경우 원재료에 예술적 가치를 부여와 판로개척, 관광 휴양 학습의 경우 산업의 복합화를 통한 부가가치 창출, 지역브랜드의 경우 디자인 개발과 권리화 추진과 브랜드

드 관리체계 구축 등을 제시하였다[4].

김미희 등은 김포지역의 향토자원을 발굴 조사하기 위하여 기본계획의 수립, 향토자원 목록 정리, 기본조사, 심층조사, 향토자원 활용방안 검토 등의 연구추진체계를 제안하였으며 이를 통해 우수향토자원을 발굴하였다[10].

신동선은 역사인물자원을 정의하고 이를 지방자치시대에 지역 정체성을 강화하기 위한 방안으로 활용하고자 하였으며[11], 윤유석은 역사인물을 지역의 주요한 향토문화 자원으로 보고 관광자원화, 문화 콘텐츠화 활용필요성을 제기하였고, 지역 역사인물의 대중화를 위해 스토리텔링 등의 방법론을 적용하고자 하였다[12].

최석은 장소성을 이용한 향토음식브랜드개발 사례연구에서 역사 문화 등 다양한 소재개발이 문화산업의 콘텐츠를 제공하고 브랜드 등 지역의 정체성형성에 기여할 수 있다고 주장하였다[13].

## 2. 유사산업 분석

향토 산업과 유사한 의미로 사용되는 지역의 산업을 지칭하는 것으로 지연산업, 지역특화산업과 포괄적 의미의 지역산업 등의 용어가 사용되고 있다. 지연(地緣) 산업이란 그 지역의 부존자원, 노동력, 자본, 기술 등을 이용하며, 생산과정에서는 사회적 분업체제를 가지고 전통적으로 기업집단인 산지를 형성하고 그 지역의 독자성을 가진 특산품을 생산하여 외부지역에서 판매하는 산업을 말한다[14].

특화산업이란 일반적으로 지역의 잠재력, 산업간 시너지효과, 지역 경제에 대한 기여도 등을 고려할 때, 다른 지역보다 상대적으로 비교우위가 있어 중점적으로 육성할 가치가 있는 산업이다[15]. 하지만 여기서 의미하는 지역이란 그 산업적 특성과 상관없이 각 중앙 부처의 정책적 필요에 따라 수도권에 대응되는 지리적·행정적 구역으로서의 지역을 의미한다[4]. 지역의 정체성이나 지역특성 등은 특별히 고려하지 않는 것이 특화산업이다.

한편, 지역산업은 지방 산업이라고도 하며, 내용적으로는 지역 내의 모든 규모의 기업이며, 그 지역의 자연적, 지리적, 사회적 조건에 알맞은 산업으로 제조업뿐만

아니라 서비스업도 포함한다. 이러한 용어는 지역주의자들의 관점에 따른 것으로 그들은 지역완결적인 경제 체계 즉, 지역 내에서 생산과 소비가 모두 이루어지는 것이 가능하다고 본다[16].

표 1. 지역의 산업을 의미하는 용어

구분	정의 및 특징
지역산업	지역에 존재하는 모든 산업(모든 규모의 기업). 지역완결적인 경제체제를 지향하는 지역주의자들의 관점
지연산업	지역 내의 자원과 노동력으로 상품을 생산하여 외부지역에 판매하는 산업. 일본의 지장산업의 개념과 일부 중첩됨
특화산업	해당 지역에만 특화되어 있고, 지역의 자원을 활용, 상품을 생산하여 지역내외로 판매하는 산업. 지역의 정체성 등은 고려되지 않음
전통산업	어떤 집단이나 공동체에서 고전으로부터 내려오는 산업으로 현재의 생활에 그 의미와 효용이 있는 산업
향토 산업	일정한 지역의 특성 있는 향토자원을 개발·활용하여 고부가가치를 창출하는 산업. 지역성과 전통성을 차별화의 근원으로 함

참여정부의 출범이후 2004년 8월에 확정된 국가균형발전5개년계획에서 전국 16개 광역 지자체는 지자체별로 4개의 지역전략산업과 함께 세계 틈새시장을 겨냥한 지역연고산업의 활성화를 위해 10개 내외의 지연산업(지역연고산업)을 선정하였다. 이를 추진하기 위해 정부에서 지원하는 사업들을 살펴보면 다음 [표 2]와 같다.

표 2. 정부지원사업

중앙부처	사업명
행정자치부 (행정안전부)	신활력사업, 소도읍육성, 정보화마을 조성
문화관광부 (문화체육관광부)	지방 문화산업 클러스트
농림부 (농림수산식품부)	지리적표시제, 농림어업인 삶의 질 향상 및 농촌어촌지역개발 5개년 계획, 지역 농업클러스트산업, 농촌마을종합개발사업, 향토산업육성사업
산업자원부 (지식경제부)	RIS사업(지역연고산업육성사업)
교육인적자원부 (교육과학기술부)	한국향토문화전사대전

위의 사업들을 통해 지역의 핵심자원을 개발하여 활용함으로써 지역발전 및 지역 활성화를 모색하려는 다양한 정부 지원 사업들이 시행되어지고 있다[17].

### III. 사업화 모델 개발

#### 1. 중심자원의 선정

김미희는 향토자원을 조사하여 가치평가를 통한 중심자원을 선정하기 위하여 [그림 1]과 같이 조사지역 선정, 조사내용 및 방법결정, 향토자원 목록을 정리하여 활용가능 자원 선발, 기본조사로서 현장실사 및 심층조사 대상 선정, 심층조사를 통한 산업화 가치평가를 하는 추진체계를 제안하였다[10].



그림 1. 향토자원 조사 추진 체계도[10] 재정리

이와 같은 향토자원별 유형분류는 김포시의 [김포인 삼밭맥주 관광산업]에 적용되어 김포시 지역의 향토자원인 인삼의 생산, 가공과 관광 및 서비스산업 등이 연계하는 융복합적 가치를 가지는 사업으로 분류하고, 향토자원별 유형분류 기준을 제안하였다. 산업화 가치평가 영역은 [표 3]과 같이 향토성, 산업성, 기반성의 세 가지 영역에 대하여 10세부과제 20문항을 제안하였다.

표 3. 산업화가치 평가영역

평가영역(배점)	세부영역	2차 평가자
향토성 (30점)	전통성, 지역성, 개발여건	산업전문가
산업성 (40점)	기술수준, 시장성, 사업성, 파급효과	
기반성 (30점)	추진의지, 추진역량, 추진기반	지자체 공무원
3영역 (100점)	10세부영역 (20문항)	지역당 9인

본 연구에서는 이와 같은 산업화가치 분류 평가영역에 따라 예산지역의 향토자원을 조사하고 사업화가

가능한 중심자원을 선정하려 한다.

#### 2. 사업 분야 결정

향토자원을 바탕으로 육성사업을 추진하기 위해서는 지역의 특성에 부합하는 특화분야를 결정하여야 한다. 특화산업이란 일반적으로 지역의 잠재력, 산업간 시너지 효과, 지역경제에 대한 기여도 등을 고려할 때 다른 지역보다 상대적으로 비교우위가 있어 중점적으로 육성할 가치가 있는 산업을 말한다[15]. 특화산업의 분석 방법은 입지계수분석(Locational Quotient, LQ), 변화할당분석(Shift-Share Analysis) 등이 활용되며, 이중 입지계수분석은 현재의 지역 산업구조에 대한 정태적 분석이라면 변화할당 분석은 국가 및 지역산업구조의 변화에 초점을 맞춘 동태적 분석이다[16]. 이 이외에도 특정업종에 대한 지역경제의 의존도의 크기를 나타내는 특화도 지수(SI: Specialization Index), 지역 내 업종군 내에서 유관 업종이 얼마나 다양하게 분포하는지에 대한 다양성 지수(Diversity Index), 지역의 종사자 규모의 비중을 고려한 NOHI (Nam-Oh-Hong Index) 등이 사용되나[18], 통계청을 통해 시군단위에서 구할 수 있는 자료가 사업체수와 고용 인원이므로 모든 지역에 일반적으로 적용하기엔 어려움이 있으며[8], 경제예측과 같이 장기적 추세예측이 큰 의미를 차지하지 못하며, 보조사업의 특성 상 고용인원 뿐만 아니라 사업의 수혜를 받는 사업자의 수도 중요한 의미를 지니므로 본 연구에서는 이를 고려할 수 있는 방안을 모색하고자 한다.

입지계수(LQ: Location Quotient)는 관심항목의 분산 정도를 나타내는 지수로서 분할계수 혹은 특화계수로 불리며, Isserman이 경제구조와 분화(differentiation)를 평가하기 위해 지역경제와 경제학 측면에서 개발하였다[19]. 입지계수는 식 (1)과 같이 특정산업이 해당 지역 내에서 차지하는 비중과 전국에서 차지하는 비중을 비교하여 해당산업의 지역 간 상대 특화도를 측정하는 지수이다. 입지계수가 1보다 크면 지역 내에 해당 산업 특화 정도는 높다고 할 수 있으며, 반대로 1이하이면 해당 산업이 전국에 비해 적게 분포함을 나타낸다. 또한 통상적으로 입지계수가 1.25 이상이면 해당 산업이 지역 내 집적되어 있다고 판단할 수 있다.

$$LQ_{ij} = \frac{Q_{ij}}{Q_j} / \frac{Q_i}{Q} \quad (1)$$

여기서, i는 지역, j는 산업, Q는 전국 종사자 수,  $Q_i$ 는 i지역의 전국 종사자수,

$Q_j$ 는 j 산업의 종사자 수,  $Q_{ij}$ 는 i지역 내 j 산업의 종사자 수

그러나 현행의 입지계수는 지역 간 특화정도 혹은 집중정도만을 관심대상으로 함으로써 해당 산업이 지역 내에서 차지하는 비중은 간과되고 있다[20]. 특히, 향토 산업육성사업과 같은 보조사업의 경우 지역개발의 효과를 산출하는 관련 분야의 종사자수 뿐만 아니라 보조사업의 다양성과 효용성을 담보할 수 있는 수혜를 받는 기업의 수 또한 중요한 요인이 된다. 따라서 본 연구에서는 식 (2)과 같이 은 기존의 입지계수에 관련업체수를 곱한 보조사업계수를 설정하여 사용하였다.

$$M_{ij} = LQ_{ij} \times N_{ij} \quad (2)$$

여기서,  $M_{ij}$ : 보조사업계수

$N_{ij}$ : i지역내 j산업의 업체수

### 3. 사업내용의 결정

보조사업의 내용을 결정하기 위해 현재까지 객관적으로 적용할 수 있는 방법론에 대한 연구는 부족하다. 다만 주민주도의 상형식 사업인 농촌마을종합개발사업의 경우 기본계획 수립이 주민의 수요를 바탕으로 사업내용을 결정하도록 되어 있으며[18], 이를 위해 설문조사를 실시하도록 하였다. 본 연구에서도 선정된 향토자원의 관광객을 대상으로 설문조사를 실시하여 사업내용을 결정하고자 하였으며, 이를 위한 조사항목은 [표 4]와 같이 정리하였다.

표 4. 향토 산업 관련 설문조사 항목

분류	조사 항목
개인특성	거주 지역, 연령, 직업, 자녀수, 소비패턴, 구매행동
지역특성	지역이미지, 관광명소, 특산물, 방문빈도, 방문시 지출액
향토자원 특성	향토자원이미지, 응용 가능한 상품, 추가지불의사, 마케팅 장소, 홍보 방안

## IV. 추사김정희문화상품화 사업

### 1. 중심자원의 선정

본 연구에서는 이를 활용하여 2008년도 예산군 향토 자원 조사를 수행하였다. 그 결과 총 133개 향토자원이 조사되었고, 이를 예산군의 향토사학자 및 지역전문가 5인을 대상으로 유형별 가치와 산업화 가능성을 조사하였다. 그 과정에서 예산오미와 같이 분리가 필요한 항목과 독자적인 평가가 어려운 항목을 제외한 122개 자원에 대해 [표 5]과 같은 결과를 도출하였다.

표 5. 2008년 향토자원 조사

유형 분류	향토자원명(별칭)	가치 및 산업화	
		항목	점수
생가 · 묘소 (10)	남연군묘, 김구선생묘, 김정희 묘, 김한종의 사 유적지, 이광임 고택, 이남규 고택 '평원정', 정동호 가옥, 조익선생묘, 추사고택, 하탄방리 박기성 전통가옥	추사고택	4.7
		남연군묘	3.9
동·식물 (9)	교촌리 은행나무, 권곡리 은행나무, 교촌리 느티나무, 남생이, 동산리 느티나무, 동서리 느티나무, 매화마을, 예산 백송, 천년나무(상종리 풍흉잡치는 나무)	예산 백송	3.9
		천년나무	3.6
유적사적지 (7)	대흥입존성, 김정희선생 유적, 이응로선생 사적지, 매헌 윤봉길의사 사적지, 여사울성지, 고새울 태봉 태실(조선시대), 충의사	대흥입존성	4.2
		김정희선생 유적	4.4
특산물 (12)	사과, 쪽파, 예산 한우, 삼다리 더덕, 예산 황복, 예산 쌀, 예산 배, 예산 애호박, 방울토마토, 파리고추, 표고버섯, 수박	사과	4.6
		쪽파	3.6
향토 축제 (15)	달길축제(정월대보름축제), 삼베길쌈마을 작은축제, 재래시장, 사과축제, 생태보리축제, 예당낙시대회, 예당호반축제, 예산벚꽃마라톤대회, 예산 예술제, 예산풍물제, 옛이야기 축제, 윤봉길 문화 축제, 의좋은 형제 축제, 추사문화제, 한내장 4.3만세운동 기념행사	의좋은 형제축제	4.2
		윤봉길문화	3.8
		추사문화제	3.7
건축 전시 관람 시설 등 기타 (79)	수덕사, 보덕사, 이성만·이순 형제 묘제비, 향천사, 대련사 극락전, 예산선당, 대흥동원, 광시 한우 타운, 삼베길쌈마을, 증실골사과마을, 창소쪽파마을, 이광수/비나리의 명인, 이응로, 윤봉길, 묘순이 바위, 상가리미륵불 이야기, 수덕사 관음바위전설, 덕산온천 학의전설, 삼신도 연지, 열녀바위, 손가락바위, 국사당보, 원행이 말무덤, 예당저수지, 덕산온천, 무한천, 대목장 전홍수, 소목장 조관형, 김한종의사기념관, 보부상 전시관, 한국고건축박물관, 윤봉길의사기념관, 예당호 조각공원, 선미술관, 수덕사 근역성보관, 한국문인인장박물관, 삼박골 버섯 테마 박물관, 예산 전통 옹기 등	수덕사	4.9
		예당저수지	4.8

예산의 향토자원유형 중 거처, 생가, 묘소 유형은 추 사고택(4.7)과 남연군묘(3.9) 순서로 가치평가와 산업화 가능성 높게 나타났고 동·식물 유형은 예산 백송

(3.9), 천년나무(3.6)가 가치평가가 높은 것으로 조사되었으며, 유적·사적지 유형은 대흥 김정희선생 유적(4.4), 임존성(4.2) 순으로, 특산물 유형은 사과(4.6)와 쪽파(3.6)가 가치가 높은 것으로, 향토축제 유형은 의종은형제 축제(4.2), 추사 문화제(3.7) 등이 높게 조사되었다. 기타 자원으로는 수덕사(4.9), 예당저수지(4.8) 등이 가치와 산업화 가능성이 높은 것으로 조사되었다.

이를 토대로 개별자원으로는 수덕사, 예당저수지, 추사고택, 사과 등이 가치 및 산업화 가능성이 가장 높은 것으로 조사되었으나, 예산백송, 김정희선생 유적, 추사문화제 등 추사김정희와 연계된 항목이 많아 이를 대상자원으로 선정하였다.

## 2. 추사김정희문화상품화 사업 계획

보조금을 통해 농업생산을 부양하는 정책이 장기적으로 농업부문의 경쟁력과 자생력을 약화시킴에 따라 경종농업에 대한 직접지원을 축소해나가고 관련 산업과의 연계를 강화시켜 부가가치를 높이는 간접지원으로 정책전환이 이루어졌다.

산업형친원도시를 추구하는 예산군은 농·식품 기업 및 향토 산업을 발굴하여 농업의 부가가치를 높이고, 덕산온천을 제외하고는 인물이나 역사 위주의 경유형 관광의 한계를 극복하기 위하여 사업을 기획하였다.

사업의 목표는 지역의 추사자원을 바탕으로 추사문화의 정립과 전문교육, 추사체를 활용한 예산군 추사문화상품화를 통해 농·식품 가공업체의 능력을 향상시켜 지역 농·식품 업체의 자생적 성장구조를 구축하는 것이다. 즉 예산군에서 생산되는 농산물의 지역 내 유통경로를 확보하여 농·식품 가공업체의 주원료수급을 해결하고 예산군 농·식품 가공 상품의 부가가치 창출에 기여하며, 선진국형 문화상품 생산체계를 지역의 다양한 연구주체들의 참여로 구축함으로써 지역 명소마케팅을 유도한다. 또한 최종적으로 예산의 대표적 향토자원인 ‘추사’를 기반으로, 현대화되고 세련된 추사문화정답 및 추사체를 IT와 디자인 등과 연결시킨 ‘타이포그래피’를 테마로 활용하여 예산의 추사문화상품 브랜드 개발을 통한 이미지 제고와 문화상품화 가치창출을 하는 것이다.

따라서 본 사업에서는 지역의 음식료품과 농림수산물 연관관계를 강화하기 위하여 [그림 2]와 같은 농산물 수급, 제품생산, 인증, 홍보 및 마케팅 등의 추진전략을 수립하였다.



그림 2. 사업 추진전략

이하에서는 이러한 과정을 통해 추진한 추사김정희문화상품화 사업의 현재까지의 추진 성과와 이후의 사업 내용에 대해 살펴보고자 한다.

## 3. 보조사업분야 도출

본 연구에서는 보조사업분야를 결정하기 위하여 사업체기초통계자료를 바탕으로 [표 6]과 같이 제조업분야에 대하여 관련업체수와 총고용 인원, 전국업체수와 전국고용인원을 정리하였다. 관련업체수를 기준으로 정렬해 보면 식료품 제조업, 금속가공제품 제조업, 비금속 광물제품 순으로 나타났으며, 이들 기업의 경우 업체당 고용인원이 전국평균에 못 미치고 있어 영세한 구조를 가지고 있는 것으로 판단된다. 반면 업체당 고용인원은 전자부품, 컴퓨터, 영상, 음향 및 통신기기 제조업, 자동차 및 트레일러 제조업, 전기 장비 제조업, 고무제품 및 플라스틱 제조업 순으로 나타났으며 이들 분야에 투자할 경우 효과가 클 것으로 예상되나 업체수가 한정되어 있어 지역개발사업이 특정기업에 집중되어 형평성 논란을 야기할 소지가 있다.

구축된 자료를 바탕으로 입지계수와 보조사업계수를 산정해본 결과는 [표 7]과 같다. 입지계수의 경우 의료

용 물질 및 의약품 제조업이 6.26으로 가장 높았으며, 통상적으로 지역 내 집적되어 있다고 판단되는 1.25이상의 입지계수를 보이는 분야는 비금속 광물제품, 식품 제조업, 고무제품 및 플라스틱 제조업, 전기 장비 제조업, 1차 금속 제조업, 자동차 및 트레일러 제조업, 목재 및 나무제품 등으로 나타났다. 입지계수와 관련업체수를 이용한 보조사업계수 산정결과로는 식품품 제조업이 가장 높았고, 비금속 광물제품, 의료용 물질 및 의약품 제조업, 고무제품 및 플라스틱 제조업 순으로 나타났다. 산정된 보조사업순위의 경우 입지계수와 어느 정도는 유사한 특성을 보이나 업체의 다양성을 고려하는 것으로 보조사업의 시행 시 공모를 통해 사업 참여 의지를 확보함으로써 사업의 성공가능성을 높일 수 있을 것으로 기대된다.

구체적인 사업내용을 결정하기 위하여 2009년 추사기념관 방문객을 49명을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 조사결과 방문자는 충남지역이 57%로 가장 높아

추사자원을 공유하는 과천, 제주 지역과의 연계가 부족한 것으로 조사되었고, 연령은 30대와 40대가 35%씩으로 높았으며, 예산지역 이미지에 대해 황토사과가 52%, 추사김정희가 23%로 나타나 농산물에 대한 인식이 강하였다. 예산지역 관광명소로는 수덕사가 52%, 추사교택이 23%로 나타났으며, 추사김정희의 이미지에서 서예 등 직접적인 작품에 대한 인식이 94%, 이야기 등 파생적인 이미지가 2%, 청림과 같은 교훈적 이미지가 4%로 나타나 이야기 발굴, 디자인 개발 등이 필요한 것으로 나타났다. 추사관련 방문의 문제점으로는 음식점이나 관련 상품이 부족하다는 응답이 69%로 가장 높게 나타나 추사 체험 및 관련 상품 개발이 필요한 것으로 나타났고, 추사문화를 바탕으로 한 상품개발은 한과, 사과가공품 등 농·식품이 92%로 대부분을 차지하였다. 이들을 종합하고 사업의 지속적인 추진을 위해 교육, 홍보, 모니터링 등의 사업을 추가하여 [표 8]과 같이 사업내용을 결정하였다.

표 6. 예산군 제조업 고용현황

제조업분류	관련 업체수	총고용 인원	업체당 고용인원	전국 업체수	전국 고용인원	업체당 고용인원
식품품	206	727	4	53,659	258,349	5
음료	7	17	2	1,172	15,920	14
담배	0	0	0	15	2,846	190
섬유제품	14	53	4	19,571	142,020	7
의복, 의복액세서리 및 모피제품	16	22	1	23,065	146,867	6
가죽, 가방 및 신발	2	48	24	4,021	32,910	8
목재 및 나무제품 제조업	17	64	4	6,422	34,895	5
펄프, 종이 및 종이제품	5	75	15	5,324	66,744	13
인쇄 및 기록매체 복제업	14	31	2	16,814	72,805	4
코르크, 연탄 및 석유정제품 제조업	2	17	9	265	11,001	42
화학물질 및 화학제품	10	161	16	6,688	117,015	17
의료용 물질 및 의약품	11	274	25	788	30,215	38
고무제품 및 플라스틱제품	15	543	36	16,185	217,420	13
비금속 광물제품	39	335	9	9,337	103,924	11
1차 금속	10	292	29	5,550	133,537	24
금속가공제품 제조업	48	246	5	53,209	361,486	7
전자부품, 컴퓨터, 영상, 음향 및 통신장비	2	425	213	9,089	383,808	42
의료, 정밀, 광학기기 및 시계	1	16	16	6,860	78,583	11
전기 장비	13	449	35	15,780	182,059	12
기타 기계 및 장비	16	355	22	31,287	348,553	11
자동차 및 트레일러	13	530	41	6,054	262,897	43
기타 운송장비	2	3	2	2,272	151,940	67
가구	9	34	4	10,059	62,672	6
기타 제품	14	29	2	16,567	58,805	4

표 7. 입지계수와 보조사업 계수

번호	부분명칭	입지 계수	입지 계수 순위	보조 사업 계수	보조 사업 순위
C10	식품 제조업	1.94	3	400	1
C11	음료 제조업	0.74	14	5	12
C12	담배 제조업	0.00	24	0	24
C13	섬유제품 제조업; 의복제외	0.26	20	4	16
C14	의복, 의복액세서리 및 모피제품 제조업	0.10	22	2	20
C15	가죽, 가방 및 신발 제조업	1.01	10	2	19
C16	목재 및 나무제품 제조업; 가구제외	1.27	8	22	7
C17	펄프, 종이 및 종이제품 제조업	0.78	12	4	15
C18	인쇄 및 기록매체 복제업	0.29	19	4	14
C19	코크스, 연탄 및 석유정제품 제조업	1.07	9	2	18
C20	화학물질 및 화학제품 제조업; 의약품 제외	0.95	11	10	11
C21	의약품 물질 및 의약품 제조업	6.26	1	69	3
C22	고무제품 및 플라스틱제품 제조업	1.72	4	26	4
C23	비금속 광물제품 제조업	2.23	2	87	2
C24	1차 금속 제조업	1.51	6	15	9
C25	금속가공제품 제조업; 기계 및 가구 제외	0.47	16	23	5
C26	전자부품, 컴퓨터, 영상, 음향 및 통신장비	0.76	13	2	21
C27	의료, 정밀, 광학기기 및 시계 제조업	0.14	21	0	22
C28	전기 장비 제조업	1.70	5	22	6
C29	기타 기계 및 장비 제조업	0.70	15	11	10
C30	자동차 및 트레일러 제조업	1.39	7	18	8
C31	기타 운송장비 제조업	0.01	23	0	23
C32	가구 제조업	0.37	17	3	17
C33	기타 제품 제조업	0.34	18	5	13

표 8. 사업내용 결정

체계	단위사업	세부사업
추사문화상품 육성체계 구축	추사네트워킹	지역네트워킹 구축 예산향토산업 추진단 운영
	홍보 및 마케팅	제품 홍보 문화상품 마케팅
	유통 및 건설링	유통시스템 구축 모니터링 및 건설링
문화상품 교육 및 연구사업	연구개발	추사타이포그래피 폰트개발 추사 스토리발굴 추사 문화상품 디자인 개발
	인력양성	문화상품화 교육 우수사례 벤치마킹
문화상품 생산 및 마케팅	산업화 시설	추사문화상품 개발지원
	홍보체험시설	체험시설(추사기념관) 명품관설치

## VI. 주요추진결과

사업의 주요추진 결과로 추사폰트개발, 추사 스토리 발굴, 추사문화체험객수, 관광·입장료 수입, 지적재산 확보건수 등의 특성화 성과 달성 실적과 추사 홍보관 스토리텔링 기획, 추사홍보관 설치, 추사문화상품 디자인 개발 등의 홍보 마케팅 실적, 비즈니스 모델개발 실적을 달성하였으며 자세히 살펴보면 다음과 같다.

## 1. 특성화 성과 달성 실적

향토 산업 시행된 '추사 김정희 문화상품화 사업'은 2010년부터 2012년까지 3개년 동안 시행하였다.

2010년도 추진성과를 살펴보면 추사폰트개발의 경우 목표를 4,800자로 잡았으나, 실적은 6,860자로 143%의 달성도를 보였으며, 추사 스토리발굴은 50가지의 스토리발굴을 목표로, 실적은 71가지의 스토리를 발굴하여 142%의 달성도를 보였다. 추사문화체험객수(명)는 2010년 목표로 5,000증가를 예상했으나 실적은 23,840명 증가로 478% 달성하였으며, 추사문화 관광·입장료 수입(백만 원)은 09년도 실적은 37.8이었으며, 10년도 실적은 49.4로 131% 달성하였다. 지적재산(상표권등록) 확보 건수(건)의 경우 '추사 김정희'로 상표출원을 신청하여 6건이 등록 완료 되었다. 이는 2012년까지 꾸준히 증가하여, 참여업체 매출액 25억, 일자리 165개, 참여농어가 소득 21억 등 경제적 성과 이외에도 지적재산확보, 디자인개발 등 향후 지속적인 성과를 창출할 수 있는 실적을 달성하였다[표 9].

표 9. 특성화 성과 목표 및 실적

성과지표명	'10실적	'11실적	'12실적
· 참여업체매출액(백만 원)	470	1,712	2,529
· 일자리(개)·업체총근무인원	164	193	165
· 참여농어가(주민)소득 (백만 원)	282	1,269	2,103
· 수출실적(달러)	9,237	15,793	10,975
· 지적재산확보건수(건)	6	13	4
· 추사문화정립및디자인개발(건)	6	12	12
· 추사문화방문·체험객수(명)	131,287	146,813	165,106
· 추사문화관광입장료수입(백만 원)	49	56	50
· 추사문화프로그램운영(회)			28



## 2. 홍보 마케팅 실적

### 2.1 추사홍보관 설치

연 70만 명의 관광객이 방문하는 거점관광지인 덕산 스파캐슬에 위치한 추사홍보관 내에는 지역 농가에서 생산한 농산물을 활용한 추사상품 및 예산 농·특산물을 판매, 홍보하고 있으며, 추사의 편지스토리를 읽고, 편지를 쓸 수 있는 편지쓰기체험과, 고증학과 금석학을 위해 추사가 탁본을 했음을 전달해 주는 탁본 쓰기 체험 공간이 조성되었다.

이러한 홍보관 운영을 통해 지역관광객을 문화상품 소비자로 유도하여 지역 경제 활성화에 기여하며, 추사 문화상품을 지역민 및 타 지역 방문객들에게 적극적으로 홍보, 마케팅 함으로써 상품의 판매 및 정기적인 유통망을 확보하고 궁극적으로 지역 농가 및 지역 내 관련 가공업체의 수입증대에 기여하였다.



그림 3. 추사홍보관 설치

### 2.2 추사 홍보관 스토리텔링 기획안

추사 홍보관 스토리텔링 기획안의 경우 덕산 리솜 스파캐슬 내 추사홍보관 스토리텔링을 기획하여 광고홍보영상을 제작하였으며, 이는 추사 김정희 및 ‘추사사랑’ 브랜드를 홍보하는 내용으로, 향토브랜드인 ‘추사사랑’의 의미를 알려주고, 추사 김정희의 가치를 알려주기



그림 4. 추사 홍보관 스토리텔링 기획안

위해 제작되었다. 광고홍보영상은 현재 추사홍보관내 전시매체로 홍보하도록 기획되었다.

### 2.3 추사문화상품 디자인 개발

추사문화상품 디자인 개발의 경우 상품패키지 디자인 개발(4개), 추사고택 공공디자인 개발, 엠블럼개발을 하였으며, 상품패키지 디자인 개발의 경우 공모를 통한 2010년도 추사상품 선정기업(\*\*\*팜, \*\*식품, \*\*농원 영농조합법인)의 기존판매제품들에 추사폰트를 활용한 브랜드로고를 제작, 그래픽이미지의 경우 각 제품들의 이미지를 살려 차별화된 디자인을 제작, 지원하여 현재 추사홍보관에서 추사상품으로 판매·전시하고 있다.

엠블럼개발은 추사문화상품화사업의 4가지테마를 선정하여 각 테마의 대표이미지(엠블럼)를 개발해 활용하고 있으며, 엠블럼로고는 추사사랑체를 사용하고 있다. 4가지테마는 공간, 상품, 문화, 교육으로 공간은 추사고택, 추사홍보관등 추사를 중심으로 한 공간을 말하며, 상품은 추사문화상품에 선정된 상품류, 문화는 전시, 패션쇼, 대회, 추사를 주제로 한 이벤트 행사, 교육은 교육 프로그램, 체험학습 프로그램 등의 교육행사의 이미지에 활용된다.

추사고택 공공디자인 개발의 경우 추사고택 시설물을 조사, 분석하여 문제점을 도출, 추사고택의 가옥 및 각종 시설물들은 비교적 관리는 잘되어 있으나 일전적이고 흔히 볼 수 있는 사인물들로 통일성은 없고 추사고택만의 디자인적 모티브는 찾을 수 없었으며, 고택 내에 곳곳에 비치되어 있는 설명 및 안내 표지판들 역시 일반적이고 제각각의 형태로 통일성이 없는 것으로 분석되었다. 이를 바탕으로 공공디자인을 개발하였으며, 추후 추사고택 디자인 개선사업으로 활용할 예정이다.



그림 5. 추사문화 상품 디자인

## 3. 비즈니스 모델 개발 및 지속가능체계 구축

비즈니스 모델 개발의 경우 2010년도 산업화시설지

인 사업 공고로 선정된 3개 업체(\*\*\*팜, \*\*식품, \*\*농원 영농조합법인)와 ‘추사 김정희’를 홍보하고 추사문화상품을 판매, 체험활동을 할 수 있는 추사홍보관 추사\*\*\*\*(주)를 설립하였다. \*\*\*팜과 \*\*식품의 경우 HACCP인증 및 시설확충공사, 신규 판매 루트 개척, 기존제품 디자인개선 등으로 위생적인 가공시설 지원과 상품 디자인 및 이미지 제고를 통한 제품인지도 향상으로 수익이 증가하였다. \*\*농원 영농조합법인의 경우 기업창업을 통한 신제품의 제작, 시설확충, 디자인지원 등으로 제품제조 판매하고 있다. 추사\*\*\*\*(주)의 경우 추사홍보관인 추사향 설치를 통하여 위의 3개 업체에서 생산된 추사문화상품들을 판매·전시하고 있으며, 편지쓰기, 탁본 뜨기 등의 추사 체험 할 수 있는 공간을 구성하였다. 개발된 추사한글서체는 현재 추사상품디자인에 적용하여 상품을 판매하고 있으며, 추사스토리 71선은 현재 동화와 만화책이 개발되어 제작되었다.

추사문화상품디자인개발은 2010년도 3개 업체에서 2011년도 공모사업 중 산업화시설지원업체 3개 업체와 디자인지원 2개 업체에 대해서 상품디자인 개발을 할 예정이며, ‘추사김정희’ 상표출원 및 등록은 등록 완료된 6개류 외에 현재 추가출원 및 등록예정인 12개류까지 추사관련 상품 및 서비스에 대한 독점 배타권을 확보하였다. 이밖에도 홍보·소식 기사 게재, 추사체험 프로그램개발, 추사밥상메뉴얼개발 등을 2011년도 사업으로 진행하였다.

진행된 사업의 지속가능한 체계를 구축하기 위하여 사단법인 내포향토자산관리센타를 충남도청 산하에 설

립하였고 예산군의 추사상표 관리 및 육성에 관한 조례 제정 및 관리협약을 체결하여 지적재산을 위탁관리·운영하도록 하였으며, 관련대학 연구소와 연계하여 공동 연구사업 등 끊임없는 향토자원의 발굴 및 활용방안을 모색하도록 하였다.

### V. 결론

본 연구에서는 2009년에 계획되고 2010년에서 2012년까지 시행된 추사김정희문화상품화 사업의 내용을 정리하여 향토산업육성 사업의 중심자원의 선정과정, 사업영역의 결정, 사업시행과 결과 등을 정리하였다. 첫째로 2009년의 농촌진흥청에서 예산군을 대상으로 한 향토자원 조사내용이며, 둘째로 2005년도 예산군 산업통계와 충남지역 산업 연관표를 활용하여, 지역의 향토자원 특성을 고려하여 사업의 주제가 될 수 있는 대상자원의 선정과정이다. 셋째로 지역의 산업구조를 바탕으로 사업 분야의 도출과정, 파급효과를 고려한 사업내용의 결정과정이며 넷째로 예산군 향토산업육성 사업에 적용한 결과이다.

예산의 향토자원 조사결과 거쳐, 생가, 묘소 유형은 추사고택과 남연군묘 순서로 가치평가와 산업화 가능성이 높게 나타났고 동·식물 유형은 예산 백송, 천년나무가 가치평가가 높은 것으로 조사되었으며, 유적·사적지 유형은 대흥 임존성, 김정희선생 유적 순으로, 특산물 유형은 사과와 쪽파가 가치가 높은 것으로, 향토축제 유형은 의좋은 형제 축제, 추사 문화제 등이 높게 조사되었다. 기타 자원으로는 수덕사, 예당저수지 등이 가치와 산업화 가능성이 높은 것으로 조사되어 추사를 중심자원으로 선정하였다.

사업체기초통계자료를 바탕으로 사업 분야를 설정한 결과 임지계수의 경우 의료용 물질 및 의약품 제조업이 6.26으로 가장 높았으나 본 연구에서 제한한 보조사업계수의 경우 식료품 제조업이 가장 높았다. 이는 현재까지 농림수산식품부와 지식경제부를 중심으로 다양한 지역산업개발사업이 시행되고 있으나 이들이 기존의 임지계수를 기반으로 한 특화산업으로 분화되지 않고

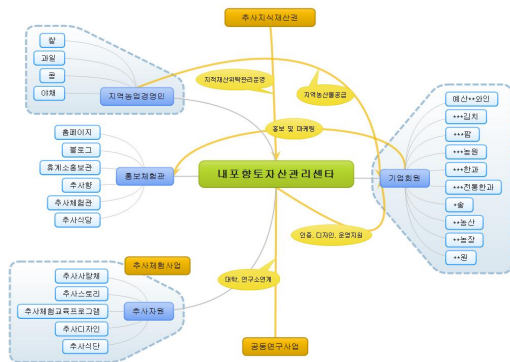


그림 6. 내포향토자산관리센터 운영(안)

대부분이 농·식품에 집중되는 이유를 설명할 수 있을 것으로 기대된다.

본 연구는 지역을 대표하는 향토자원 중 역사인물을 상품화시켜 지역발전을 추구하는 사례로서 예산군 추사김정희문화상품화 사업의 현재까지의 성과와 이후의 발전방향 및 기대효과를 고찰하였다.

첫째, 지역 경제 활성화로는 2010년도 추사상품 선정 기업의 위생적인 가공시설 지원과 상품 디자인 및 이미 지 제고로 매출 및 고용창출 효과가 두드러지며, 예산군 덕산면에 위치한 리솜 스파캐슬 내부의 예산농산물 홍보관을 운영하게 됨에 따라 홍보 및 마케팅 지원 실적이 더욱 증가할 것으로 기대된다.

둘째, 국가보조가 없더라도 지역 내 향토자원을 조사 발굴하고, 향토 산업 등 국가 보조 사업을 통해 구축된 추사사랑채, 추사스토리, 교육자료 등 관련자산을 지속적으로 보완하고 활용할 수 있도록 2010년도 후반부터 사단법인 내포향토자산관리센터 설립을 추진 중에 있으며, 시설보조사업자가 모두 기업회원으로 참여하여 향토자산이 지역 내 농·식품의 가치를 향상시키고 그 부가가치 중 일부를 향토자산을 유지 발전시키는 선순환구조 확립이 가능할 것으로 기대된다.

마지막으로 연구개발의 성과 중 추사사랑채의 경우 예산군 공문 및 플래카드 등에 사용이 급증하고 있어 지역이미지 통일에 기여하고 있으며, 현재 예산군에서 시행되는 지역개발사업 등에 적극적인 활용이 예상되고, 추사이야기의 경우 이를 기반으로 추사기념관 내 체험장 조성 및 프로그램 구축이 이루어질 계획이다.

본 연구에서는 지금까지 정성적 평가에 그쳤던 향토 산업을 정량적으로 평가하여 사업계획을 도출하고자 하였으며 향후 본 연구에서 제시한 방법론을 다양한 지역에 적용하여 볼 필요가 있는 것으로 판단된다. 향후 향토 산업과 같이 농촌 어메니티를 기반으로 한 내생적 발전전략이 지역에 많아진다면 지역경제 활성화는 물론 고용창출과 같은 산업적 경쟁력이 커질 것으로 기대된다.

## 참 고 문 헌

- [1] 윤대식, *도시모형론*, 홍문사, 2011.
- [2] 김현호, 한표환, 김홍래, *지역발전을 위한 향토자원의 개발 및 활용연구* 한국 지방행정연구원, pp.7-10, 2004.
- [3] 이한기, 박덕병, 박은식, “전통문화와 전통지식을 통한 농촌의 내생적 발전 요인에 관한연구,” 농촌사회, 제12권, 제2호, pp.51-74, 2002.
- [4] 안옥선, 김미희, 안윤수, 박한식, “향토자원을 활용한 산업화 유형별 성공요인 분석 -마케팅 전략을 중심으로,” 농촌사회, 제17권, 제2호, pp.225-267, 2007.
- [5] 안형순, “지역자원의 향토산업화 과정 및 참여주체별 역할에 대한 사례연구 -담양대나무신산업과 광양매실산업을 중심으로,” 도시행정학보, 제20권, 제1호, pp.61-80, 2007.
- [6] 최은영, 안희정, “영주향토음식 콘텐츠개발을 위한 주성분분석 및 문화유산(소수서원, 부석사) 자원의 활용 연구,” 한국식품영양학회지, 제30권, 제5호, pp.1068-1079, 2017
- [7] 농림수산식품부, <http://www.mifaff.go.kr/>, 2018.06.20.
- [8] 통계청, *사업체통계조사보고서*, 통계청, 2018.
- [9] 박성용, 윤철석, “향토산업의 성공전략에 관한연구 : 안동,영주지역을 사례로,” 지방행정연구, 제20권, 제2호, pp.101-134, 2006.
- [10] 김미희, 이영옥, 이기만, “김포지역 산업화 유망향토자원 발굴 조사연구,” 농촌지도와 개발, 제16권, 제4호, pp.993-1019, 2009.
- [11] 신동선, 김익식, “지방자치단체의 역사인물자원을 활용한 지역정체성 확립에 관한 연구,” 경기행정논총, 제22권, pp.77-100, 2009.
- [12] 윤유석, “스토리텔링을 통한 지역 역사인물의 대중화,” 인문콘텐츠, 제19호, pp.301-325, 2010.
- [13] 최석, “장소성을 이용한 충무공이순신 향토음식 브랜드개발 사례분석,” 한국콘텐츠학회논문지, 제12권, 제11호, pp.422-431, 2012.

- [14] 박인호, “자연산업의 개념정립과 진흥에 관한 이론적 고찰,” 도시문제, 제20권, 제4호, pp.65-76, 1985.
- [15] 박인호, “지방산업의 육성 : 경북의 자연산업을 중심으로,” 지방행정, 제33권, 제374호, pp.73-79, 1984.
- [16] 박원석, 이철우, “영남지역 특화산업 분석과 정책적 시사점,” 한국지역지리학회지, 제11권, 제4호, pp.463-475, 2005.
- [17] 한국농어촌공사, 농촌마을 종합개발사업 편람, 농림부, pp.451-454, 2007.
- [18] 남기성, 오민홍, 홍현균, “기대빈도를 활용한 새로운 상대집중지수의 제안,” 응용통계연구, 제21권, 제4호, pp.581-588, 2008.
- [19] A. D. Isseman, “The Location Quotient Approach to Measuring Regional Economic Impacts,” Journal of the American Institute of Planners, Vol.43, No.1, pp.33-41, 1977.
- [20] 이남승, 지역별 산업 특성 분포 파악을 위한 추도 간 비교 연구, 서울대학교 대학원, 석사학위논문, 2016.

윤혜려(Hei-ryeo Yoon) 정회원



- 1993년 5월 : University of Illinois at Chicago(이학석사)
- 1997년 5월 : Texas Woman's University(Ph.D)
- 2006년 ~ 현재 : 국립공주대학교 식품과학부 의식상품학전공 교수

<관심분야> : 외식경영, 푸드비즈니스, 상품개발

저자소개

정남수(Nam-Su Jung) 정회원



- 1999년 2월 : 서울대학교 농공학과(공학석사)
- 2003년 8월 : 서울대학교 농공학과(Ph.D)
- 2006년 ~ 현재 : 국립공주대학교 생물산업공학부 지역건설공학전공 교수

학전공 교수

<관심분야> : 지역계획, 농업정보