
관계인구의 로컬 뿌리내림 추진방안

I. 연구요약	2
II. 연구내용	3
1. 연구의 필요성 및 목적	4
2. 관계인구 관련 이론 고찰	5
3. 관계인구의 로컬 뿌리내림	13
4. 관계인구의 로컬 뿌리내림:완주군을 사례로	19
5. 관계인구의 로컬 뿌리내림:완주군을 사례로	28
III. 참고문헌	30



연구요약

□ 연구요약

노동력 부족과 생산가능 인구 감소로 인한 지방도시의 위기가 국가적 난제로 논의되고 있다. 이에 대한 대응책으로, 주민등록상의 거주지가 아닌 지역에서 활동하는 인구, 즉 ‘관계인구’에 대한 관심이 증가하고 있다. 최근 3년 동안 중앙정부와 지방정부는 관계인구의 유입 촉진을 위한 다양한 지원사업을 추진하고 있다. 이러한 지원사업은 활동의 성격에 따라 관계인구를 관광객, 귀농·귀촌자, 로컬 크리에이터 등으로 구분 짓는다. 학계에서는 주로 이주와 정주 사이의 관점에서 관계인구를 바라보고 있다. 그중에서도, 상대적으로 지역 내수시장에 크게 기여할 것으로 예상되는 체류형 관계인구에 주목하는 경향이 있다.

본 연구는 도시활력 및 지역경제 활성화의 주체로서 관계인구의 사회적·경제적 역할을 재조명하고, 이들이 지역사회에 어떻게 뿌리내리는지 탐구한다. 선행연구 및 지원사업 검토, 사례연구를 통해 관계인구의 뿌리내림 양상을 개념화하였다. ‘탐색단계’ → ‘지역사회와의 교류(도움받는 단계)’ → ‘자아실현 단계’ → ‘지역사회와의 교류(협업하는 단계)’ → ‘지역기여 단계’ → ‘뿌리확장 단계’이다. 이와 같은 단계를 거쳐 관계인구는 지역의 도시활력/지역경제 활성화의 주체가 된다. 완주군을 사례로 삼아, 자아실현형 관계인구인 귀농인과 지역기여형 관계인구에 속하는 로컬 크리에이터, 완주군청 고향 사랑 운영팀을 대상으로 대면 인터뷰를 진행했다. 인터뷰를 통해, 원주민 및 지역사회와의 상호작용이 관계인구의 로컬 뿌리내림에 중요한 역할을 한다는 것을 확인했다. 연구결과를 바탕으로, 본 연구는 관계인구에 대한 투자가 미래세대를 위한 중요한 자산이 될 수 있도록, 이들이 지역사회에 뿌리를 내리는 데 필요한 환경을 조성하기 위한 정책적 방안을 제시한다.



연구내용

1 연구의 필요성 및 목적

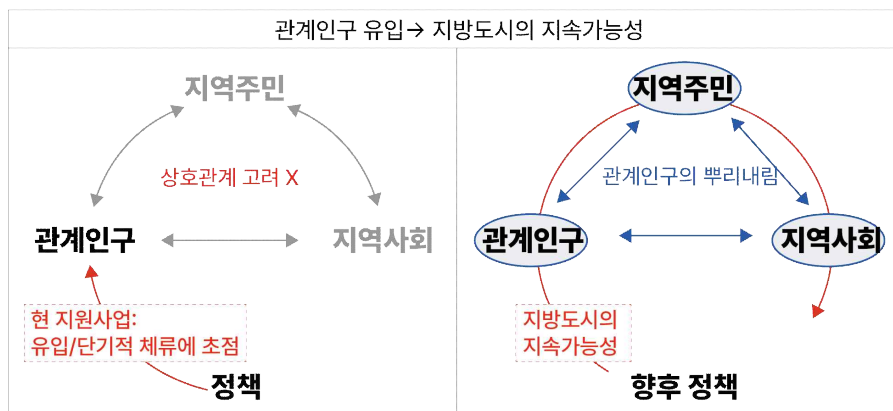
□ 연구 배경

수도권 인구 집중 현상과 급속한 고령화·저출산 현상이 맞물리면서, 인구로 야기되는 도시 문제가 지방 도시의 생존을 위협하고 있다. 국가 총인구 감소 현상과 수도권 선호의 사회적 기조를 고려하였을 때, 지방의 정주 인구를 중심으로 한 인구전략은 인근 지자체 간의 제로섬 게임으로 여겨질 수 있다는 시각이 제시되었다. 이에 주민등록상의 거주지가 아닌 지역에서 활동하는 인구, 즉 ‘관계인구’, ‘생활인구’, ‘체류인구’ 등에 대한 개념이 사회적으로 주목받고 있다. 2021년, 행정안전부는 인구감소시대의 대응책으로 ‘균형발전특별법’에 따라, 인구감소 지역 89곳을 지정하였다. 이에 따른 후속 조치로, 2022년 5월 ‘인구감소지역 지원 특별법’이 제정되었다.

최근, 중앙정부와 지방정부는 관계인구를 유입하기 위해 다양한 지원사업을 진행하고 있다. 이러한 사업들은 대상 인구를 관광객, 귀농·귀촌자, 로컬 크리에이터 등으로 구분하며, 이들을 위한 보조금 및 바우처 사업을 실시하고 있다. 이 보조금들은 주로 가벼운 단계의 관계인구를 형성하는데 기여한다. 외지인의 정주안착과 관련된 선행연구를 살펴보면, 외지인의 정주 환경 만족도에는 원주민과의 관계, 지역사회의 열린 커뮤니티 등을 강조한다. 즉, 관계인구, 원주민, 지역사회의 연속성을 고려할 필요가 있음을 시사한다. 관계인구가 지역사회에 뿌리내릴 수 있는 환경이 조성되면, 이들이 자발적으로 해당 지역을 방문하는 경우가 생길 것이다.

본 연구는 관계인구 투자가 미래 세대를 위한 자산이 될 수 있도록, 도시 활력과 지역 경제 활성화의 관점에서 이들을 재조명한다. 이를 통해 관계인구가 지역사회에 어떻게 뿌리를 내리는지 탐구하고자 한다.

〈그림 1〉 연구의 핵심(안)



(자료 : 연구진 작성)

□ 연구목적과 기여

이에 본 연구는 관계인구의 본질적 개념에 주목한다. 지방소멸 우려 현상에 대한 대응책으로 부상한 관계인구는 도시활력/지역경제 활성화의 주체로 지방에서 유입되길 희망하는 인구이다. 관계인구가 유입될 수 있는 도시로의 전환은 지방도시의 지속가능성을 의미한다. 관계인구가 뿌리내림하는 과정을 밝혀 관계인구에 대한 투자가 미래세대를 위한 자산이 될 수 있는 방안을 제시함에 의의가 있다.

□ 선행연구와의 차별성

기존 연구들은 관계인구 유입의 필요성을 강조하며 주로 체류 및 정주의 관점에서 관계인구를 개념화하거나 유형화한다. 그러나 본 연구는 관계인구가 지역사회에 뿌리내리는 단계를 밝히고, 뿌리내림 과정에서 원주민, 지역사회와의 상호작용을 파악함으로써 기존 연구와의 차별성을 확보한다.

□ 연구 흐름도

〈그림 2〉 연구 흐름도



(자료 : 연구진 작성)

2 관계인구 관련 이론 고찰

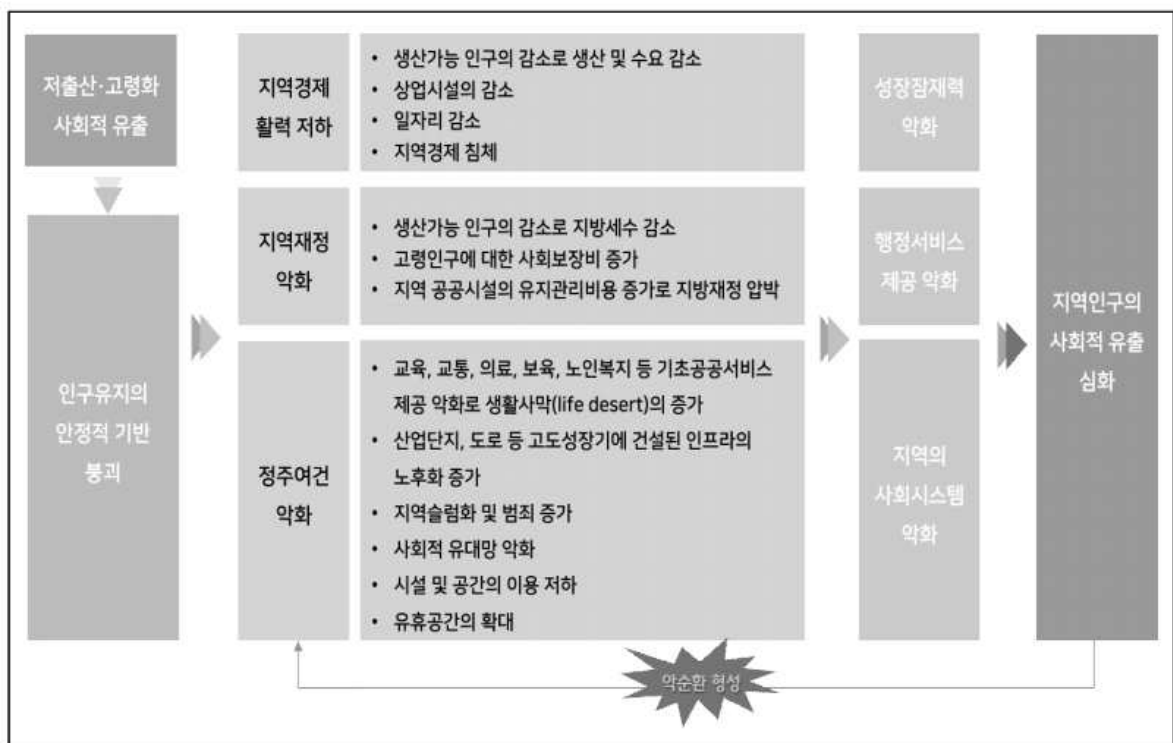
2-1. 인구감소에 따른 도시 문제

우리나라는 2020년 사망자 수가 출생자 수보다 많아 인구가 자연 감소하는 ‘인구 데드크로스(Dead-Cross)’ 현상을 경험했다. 동시에, 국가 전체 인구의 절반 이상이 수도권에 집중됨에 따라 지역 간 인구 불균형 문제가 심화되고 있다. 이로 인해 인구 문제로 인한 도시 문제가 사회적 담론의 중심이 되고 있다.

인구는 국가와 지역의 기본 구성 요소로서, 생산자와 수요자의 중요한 역할을 동시에 수행한다(고우림 외, 2020). 인구감소는 소비 축소를 초래하며 지역 경제의 활력 저하와 지역 재정에 대한 부정적 영향을 가져옴으로써, 결과적으로 지역발전을 위한 다양한 사업이나 활동에 제약이 발생한다. 더불어, 교통·의료·보육 등의 수요감소는 기본 정주 조건을 악화시키며, 이는 도시와 지역 커뮤니티의 활력 손실로 연결되고, 새로운 주민들의 정착이 어려워진다(박진경·김선기, 2017; 안흥기 외, 2018). 이런 현상들이 악순환을 이루며, 지역경제의 침체와 인구감소가 가속화되어, 인구로 야기되는 도시 문제가 더욱 심각해진다(안소현 외, 2022).

이러한 맥락에서, ‘관계인구’는 인구 공백으로 인한 도시문제를 완화하는 중요한 인구 유형으로 부상하고 있다. 국가 총인구가 감소하고 있는 상황에서 정주 인구를 증가시키는 것이 국가의 입장에서 실질적인 효과가 없기 때문에, 관계인구를 활용하여 지역경제와 도시 활력을 강화하는 것이 필요하다. 관계인구의 유입은 인구감소로 인한 도시 문제 완화를 목표로 한다. 이를 위해서는 관계인구의 체류 기간을 연장하고, 관계인구 수를 증가시키는 것을 목표로 하는 실효성 높은 정책이 마련되어야 한다.

〈그림 3〉 인구감소가 지역에 미치는 영향

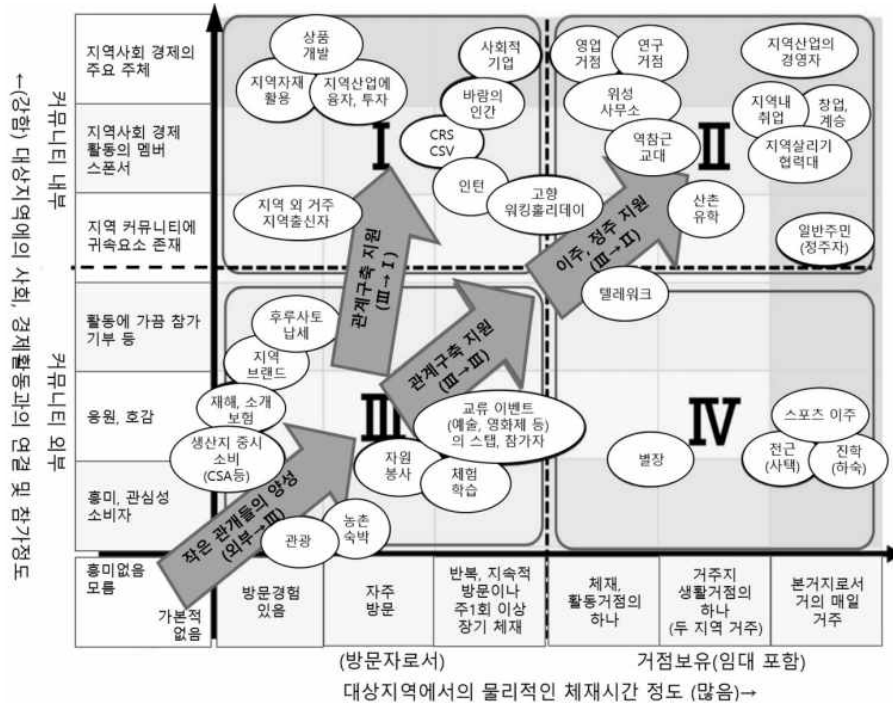


(출처 : 고태호, 2018; 박진경·김선호, 2017; 안흥기 외, 2018, 이상림 외, 2018; 안소현 외, 2022)

2-2. 관계인구의 개념 및 지역사회 활성화 역할

관계인구는 현장 활동가들의 저널리즘적 제언에서 시작된 개념으로, 최근 5년 동안 학술적 개념과 정책 대상으로 주목받으며 그 의미가 확장되고 있다. 시민활동가 타카하시 히로유키(2016)는 관광과 정주 사이의 관점에서 관계인구를 정의한다. 그는 관광인구의 경우, 일회적 성격이 강하여 궁극적으로 지역사회에 지속적인 활력을 불어넣기에는 부족하고, 완전한 이주는 사람들의 심리적 진입장벽이 높다고 덧붙인다. 사시데 가즈마사(2016)는 지역에 대한 관심도와 지역에 대한 애착을 기준으로 관계인구와 교류인구를 구분한다. 교류인구는 관광이라든지, 쇼핑이라든지 뚜렷한 목적이 있는 반면, 관계인구는 뚜렷한 목적보다는 지역에 대한 애착과 지역과 관계하고 싶다는 의식이 담긴 개념으로 구분한다. 그는 관계인구가 유입되기 위해서는 지역 내 여백이 필요하며, 폐쇄적인 공동체 문화를 지닌 지역에서는 관계가 형성되기 어렵다고 강조한다. 오다기리 토쿠미(2017)는 관심과 관여를 기준으로 무관계와 이주 사이의 중간지대 전체에 포함되는 인구로 정의한다. 무관심과 이주의 양극 사이에는 다양한 관계인구의 층위가 발생하며, 그 단계들은 일정하지도 일률적이지도 않다고 설명한다(류영진, 2020). 덧붙여, 오다기리는 무관심에서 이주로까지 이어지는 단계를 모두 거쳐 정주자가 되는 것은, 관계인구로부터 기대할 수 있는 여러 가지 효과 중 하나일 뿐으로 각 층위의 다양성을 인정하며 대응할 필요가 있다고 주장한다(류영진, 2020). 이후 오다기리를 중심으로 일본 총무성에서 2018년 발간한 보고서에서는 “장기적인 정주인구도 단기적인 교류인구도 아니면서 지역이나 지역 사람들과 다양하게 관계를 맺는 사람들인 관계인구에 착목할 필요가 있다”라고 전제하며, “지역(고향)에 호의를 가지고 있는 지역 외의 인재와의 지속적이고 복층적인 네트워크를 형성하고, 지역에 공헌하는 인재들의 지역과의 관계를 깊게 하며, 지속시키는 것이 중요”하다고 강조한다(류영진, 2020). 즉, 관계인구를 인구감소시대의 도시문제를 해결할 수 있는 인재로 의미 짓고 있다. 또한, 그는 “교류인구”라는 개념은 본디 지금 논의되는 관계인구의 의미를 함께 포함하는 개념이었지만, 교류인구가 어느 시기부터 단순히 ‘관광인구’, ‘여가인구’로서 해석되기 시작했다”고 지적하며, 이를 다시 보완하기 위한 개념으로 관계인구라는 개념이 중요하다고 설명한다. 총무성의 기초를 받아들여 일본 국토교통성은 대상 지역의 물리적 체재시간 정도와 대상 지역의 사회 경제 활동과의 관계 정도를 기준으로 ‘사람과 지역의 관계 매트릭스’를 제시한다.

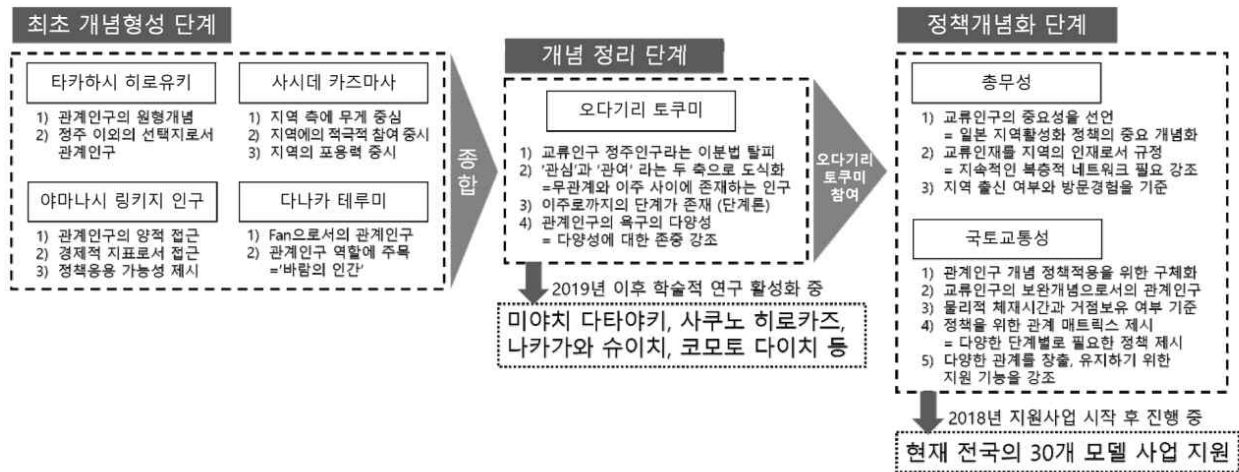
〈그림 4〉 사람과 지역의 관계 매트릭스



(출처 : 국토교통성,2018; 류영진, 2020)

관계인구 개념이 최초 형성된 단계부터 이론화 단계, 그리고 정책 개념화 단계에 이르기까지의 주요 내용은 다음과 같다.

<그림 5> 관계인구 개념 형성 개요



(출처 : 류영진, 2020)

일본에서 처음 제기된 관계인구의 개념을 한국에서 재정의하여 활용되고 있는 개념들은 다음과 같이 정리된다.

〈표 1〉 한국에서 재정의하여 활용되고 있는 인구개념

용어	개념	기준	비고
생활인구	주소지를 둔 사람은 물론, 업무, 관광, 의료, 교육 등 일시적으로 지역을 찾아 행정수요를 유발하는 인구를 총칭하여 특정시점에 서울의 특정지역에 존재하는 모든 인구로 현주인구(de facto population) 또는 현재인구, 서비스인구	주민등록법에 의거 주민등록표에 등재된 내국인	행정안전부
서비스인구	상주인구와 관광, 쇼핑, 의료, 교육 등 일시적으로 지역을 찾아 행정 수요를 유발하는 현상	조사되는 시점 당시 지역을 기반으로 집계	
생활인구	거주 목적으로 지역에 일정시간 이상 체류하는 상주인구와 관광 등의 목적으로 제주지역을 방문하여 일시적으로 체류하는 유동인구를 합한 인구수	관광객수 × 계획일집중률 × 동시체제율	제주시
체류인구	관광, 직장, 업무, 교육, 생활서비스 등의 목적으로 제주지역을 방문하여 하루 이상 머무르는 인구	단기(1일~1개월 내) 중장기(1개월이상~)	전라북도
관계인구	해당 지역에 정착하지 않고 지역 경제, 지역 주민 등과 관계를 맺으면 지역사회와 밀접하게 연결되어 있는 인구	해당사항 없음	전라남도

(자료 : 김동영 외, 2020, p.16; 김동영·김형오, 2018, p.6; 서울특별시 정보기획관, 2018, p.6; 「인구감소지역지원특별법」; 전라남도 청년인구 유입·정착 지원 조례; 제주특별자치도 인구정책 기본조례; 통계청, 2020을 토대로 작성함)

국내에서 정의된 관계인구와 유사한 개념들은 '교류'와 '정주'에 대한 관점에 중점을 둔 채, 이주 및 관계 촉진 전략을 수립하고 있다. 이를 위해 여러 기관이 단계별로 관계인구 유입을 지원하는 다양한 사업을 주도하고 있다. 기존의 선행연구들 또한 주로 '교류'와 '정주'라는 이분법적인 관점에서 관계인구를 주로 분석하고 있다. 그러나 본 연구는 관계인구가 인구감소시대의 도시 문제를 해결하는 데 기여하는 인재로서의 역할에 중점을 두어 차별화된 접근법으로 연구를 수행한다. 청년 유출과 고령화 등으로 인한 인재 부족에 직면한 지역사회에서, 이 연구는 지역 활성화의 핵심 주체로서 작용하는 관계인구에 주목한다.

2-3. 국내 관계인구 유형 파악 및 관련 사업 검토

본 절에서는 관계인구와 관련된 제도 및 지원사업을 검토함으로써 국내에서 목시적으로 분류하고 있는 관계인구의 유형을 파악하였다. 또한, 각각의 사업들이 추진되는 과정을 통해 관계인구와 관련된 주체간 관계망을 개념적으로 파악할 수 있었다.

□ 국내 관계인구 유형

2021년 행정안전부는 국가균형발전특별법에 의거하여 인구감소지역 89곳을 선정하여 지정·고시하였다. 이에 따른 후속 조치로, 2022년 인구감소지역 지원 특별법을 제정하고, 2023년 1월부터 시행하고 있다. 인구감소지역 지원 특별법 제2조에서는 생활인구의 법적 개념을 정의하고 있으며, 제15조를 통해 인구감소지역 지방자치단체가 조례를 통해 생활인구 확대를 위한 시책을 실행할 수 있도록 법적 기반을 제공하고 있다. 국내에서 진행된 관계인구 관련 사업들의 최근 동향을 살펴보면, 지역 체험 및 경험과 로컬 자원을 활용한 창업에 집중하는 양상이 보인다. 특히, 창업 지원이 주요 추세로 수요가 많으며, 이와 관련된 사업들은 중소벤처기업부와 행정안전부가 주도하여 주로 진행하고 있다. 또한, 지방정부는 다양한 체험 프로그램과 현지 적응 지원사업을 병행하여 운영하고 있다.

〈표 2〉 관계인구 관련 사업 (공공기관 주관)

부처명	사업명	사업내용	근거법 및 상위계획
한국관광 공사	MICE 산업	<ul style="list-style-type: none"> • 국제회의부(현 코리아 MICE뷰로)를 설치하여 국제회의 유치 • 국제회의 개최지원, • 해외 마케팅 활동, • 국제회의 관련 정보 제공 • 전문인력 양성 • MICE업계 네트워킹 구축 활동 등을 전개 	-
	위케이션 활성화 사업	<ul style="list-style-type: none"> • 휴가지 원격근무 제도 정착 및 지역 위케이션 확산을 위한 활성화 사업의 일환 • 2022 위케이션 시설 디렉토리북 및 '지자체/기업용 위케이션 가이드 북'을 제작, 배포 	-
	관광두레	<ul style="list-style-type: none"> • 관광두레PD의 활동 지원과 관리 • 주민사업체의 발굴과 육성(사업화계획 수립 지원, 역량강화, 창업과 경영개선 파일럿사업 지원 등) • 사업 모니터링, 평가 등 사업을 총괄 운영 	-
한국철도 공사	KTX와 함께 떠나는 여행	<ul style="list-style-type: none"> • 쏘카 - KTX 묶음 상품으로 쏘카 앱에서 KTX 기차편과 쏘카 카셰어링 예약 및 50% 할인. • KTX 좌석 조회/선택과 카셰어링 기능 포함하여 여행 및 이동 간편화 	-
제주국제 자유도시 개발센터 (JDC)	제주창업 하우징 지원 한달살기	<ul style="list-style-type: none"> • 체류기간 최소 7일, 최대 30일 • 제주에서 창업 또는 사업화를 원하는 창업팀, 제주도 외 창업팀 대상 • 업무 공간, 숙소, 이동차량 등 지원 	-
공무원 연금 공단	은퇴자 공동체 마을	<ul style="list-style-type: none"> • 지자체와 업무협약을 통해 귀농·귀촌 체험 및 공동체생활 지원 • 단기체험형(2,3개월), 장기체험형(8,10개월), 체류형(1년), 귀농귀촌형(10개월) 총 26개의 마을이 있으며, 모집시기에 입주신청을 하여 입주 및 생활 	-

〈표 3〉 관계인구 관련 사업 (중앙정부 주관)

부처명/지역명	사업명	사업내용	근거법 및 상위계획
중기부	로컬크리에이터 활성화	<ul style="list-style-type: none"> • 지역 특성과 자원을 활용하여 로컬크리에이터의 창업사업화 지원 	중소기업 창업지원법
행안부	청년마을만들기 지원사업	<ul style="list-style-type: none"> • 청년의 지역 탐색, 정착, 지역과의 교류·관계, 협력을 통한 지역활력 제고 프로그램 	국가균형 발전특별법
	지역주도형 청년일자리 사업	<ul style="list-style-type: none"> • 지방자치단체가 지역 청년 일자리 창출을 위한 사업 지원 	고용정책 기본법, 지자체조례

〈표 4〉 관계인구 관련 사업 (지방정부 주관)

부처명/지역명	사업명	사업내용	근거법 및 상위계획
경상북도	경북청춘 창업드림 지원사업	경상북도 지역외 청년(만19세~39세) 대상으로 최대 3년간 사업 지원, 인구감소지역 14개 시·군 대상	지자체조례
	시골청춘 뿌리내림 지원사업	경상북도 인구감소지역에 주소지를 둔 청년(만19세~39세) 대상으로 최대 3년간 사업 지원, 인구감소지역 13개 시·군 대상	지자체조례

(자료: 안소현. (2022). 인구감소시대, 체류인구를 활용한 지역유형별 대응전략 연구; 한국관광공사 홈페이지를 참고하여 작성함)

국내에서 진행된 관계인구 관련 사업들을 통해 파악한 관계인구 유형은 크게 6가지로, 아래와 같다.

〈표 5〉 국내 관계인구 유형

국내 관계인구 유형	
1 워케이션서너	4 농촌유학생
	
2 체류형 관광객	5 청년
	
3 귀농·귀촌인	6 로컬 크리에이터
	

2-4. 로컬 크리에이터/로컬 체인지메이커와 지역발전

본 연구에서는 관계인구를 지역활성화의 중심 역할을 수행하는 주체로 본다. 관계인구 개념의 등장 배경과 필요성을 고려할 때, 지역사회에서 이 역할을 가장 잘 수행하는 관계인구는 '로컬 크리에이터'로 볼 수 있다. 로컬 크리에이터는 자신의 라이프스타일을 기반으로 로컬자원을 활용하여 사업화함으로써 지역에 경제적·사회문화적 가치를 창출하며 로컬과 관계 맺기를 경험한다(송주연·이병민, 2022). 이와 유사한 개념인, 로컬 체인지메이커 역시 지역에서 활동하면서 지역의 정체성을 강화하고 주변 지역에 긍정적인 영향을 미친다. 여기서, 로컬 체인지메이커는 관계인구에 포함될 수도, 포함되지 않을 수도 있다. 본 연구는 로컬 크리에이터와 로컬 체인지메이커 사이를 엄격히 구분하지 않고, 그들이 관계인구의 궁극적 목적과 연결되며 지역발전에 기여하고 있음에 주목하였다. 이를 잘 보여주는 사례를 선정하였다.

□ 양양 서피비치

강원도 양양군의 고령 비율은 전국 평균 수치 17.6%의 2배인 32%로 매우 높다(2022년 6월, 행정안전부). 그런데도, 한 해 평균 1,400 ~ 1,500만 명대의 관광객이 방문하며(한국관광공사, 2020) 전국 주요 바닷가 10곳 중에서 20~30대 비중이 45.9%로 가장 높은 곳이 죽도해변이다(BC카드사 제공). 이와 같은 기록을 보유하게 된 계기에는 양양 서피 비치에 있다. 양양 서피 비치는 한국 최초 '서핑 전용 해변'이라는 타이틀을 얻은 곳이다. 원래 이 부지는 군사 보호구역으로써 민간인이 사업장 허가를 받기 어려운 곳이다. 그러나 지자체의 도움과 마을 주민들의 동의로 서핑장을 열게 되었고, 양양군의 성장을 견인하였다. 지역사회의 도움으로 사업장을 운영할 수 있었던 서핑 비치는 양양군에 지역발전 기금을 기부하며 지역 경제 활성화의 주체로 활동하고 있다.

□ 양양 데스크

데스크는 사무가구 전문 브랜드로, 2022년 강원도 양양군에 위케이션 센터를 개장하였다. 이 센터는 위케이션을 희망하는 참가자들에게 일과 관광을 동시에 즐길 수 있는 기회를 제공한다. 양양군은 서핑 애호가들이 계절마다 찾는 명소로 알려져 있는데, 이곳에서 그들이 취미생활과 일을 동시에 할 수 있는 지역으로 변화시킴으로써 지역의 방문 매력도가 상승한다. 뿐만 아니라, 데스크는 업무공간과 숙박시설 외에도 명상, 조향, 커피 클래스 등을 무료로 제공하여 참가자들의 니즈를 충족시키고 있다. 지난해 7월부터 11월까지 559명이 이용했으며, 재참여 의향이 94%에 달했다. 결과적으로, 데스크의 위케이션 센터는 관계인구 유치와 지역 경제 활성화에 기여하고 있다고 볼 수 있다.

□ 강릉 테라로사

테라로사 커피점은 2002년 강릉에서 창업한 강원도 출신 대표가 운영하는 커피 브랜드로, 현재 강릉에 4개, 전국에 13개의 지점이 있다. 그는 테라로사 브랜드를 전국적으로 확산시키는 전략을 취하되, 단순히 강릉의 테라로사를 모방하는 것이 아니라 각 지역의 특성을 반영하여 브랜드를 확장해나갔다. 이러한 파생형 전국구화 전략을 통해 테라로사는 결과적으로 강릉의 커피산업 정체성을 강화시켰다. 실제로, 2009년부터 매년 10월에 개최되는 커피 축제는 전국 최초의 커피 축제로, 많은 관광객을 유치하며 강릉을 커피 산업의 중심지로 부상시켰다. 이러한 성공의 배경에는 테라로사 대표와 함께한 강릉 커피 산업

의 개척자들의 노력이 큰 부분을 차지한다. 이들은 커피 교육 과정을 운영하며 강릉의 대학에서도 커피와 관련된 교육 과정을 제공함으로써, 연간 5,000명에 이르는 바리스타를 양성하고 있다(강원연구원, 2023)

□ 전라북도 완주군

완주 로컬푸드는 전체 인구 중 약18%가 농업에 종사하고 있는 완주가 관계인구를 활용하여 농업의 새로운 패러다임을 제시한 사례이다. 도시와 농촌 간 실질적인 연대와 상생을 모토로 삼아 농가에서 직접 기르고 수확한 먹거리를 생산자가 직접 직매장에 전시함으로써 유통프로세스를 최소화하고, 최상의 신선도를 유지하며 소비자에게 전달된다. 또한, 5개의 직매장과 2개의 농가레스토랑 운영, 연매출 약293억원, 조합원의 직매장 출하 참여율79%의 전례없는 성과를 내고 있다. 완주로컬푸드는 생산자와 소비자의 사회적 요구에 주목하며 설립되었다. 완주는 넓은 면적과 다수의 소농이 존재하는 반면 이를 소비할 시장이 부족하였고, 65만명의 인구를 가진 전주는 도시화되어 소비수요를 공급할 면적과 양이 부족하였다. 완주는 3,000여명의 완주 소농과65만의 전주 소비자를 직접 매칭하는, 다소 투박하지만 가장 확실한 ‘관계시장’을 창출하였다. 또한, <그림 11>과 같이 온라인 유통 ECOMMERCE를 통해 관계의 접근성을 전국으로 확대하였다.

〈그림 6〉 완주로컬푸드 모악산점 농가레스토랑



(출처: 연구진 촬영)

〈그림 7〉 완주로컬푸드 이커머스 해피스테이션



(출처: 해피스테이션 홈페이지)

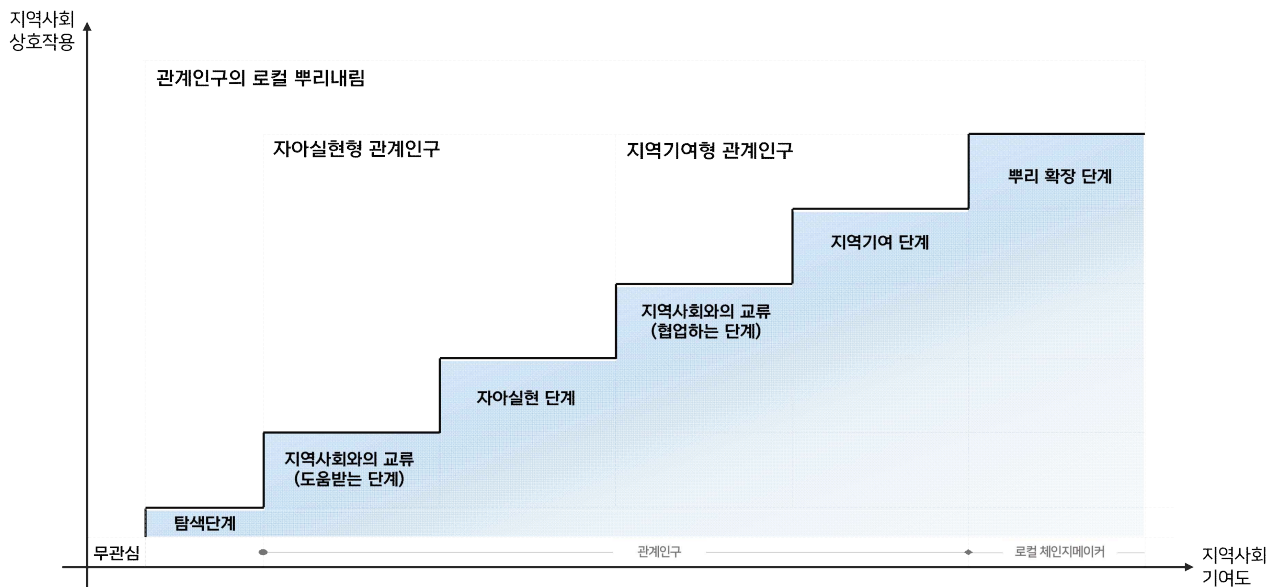
전통적으로 농촌의 어려움은 값싼 수입산 농산물로 인해 가격 경쟁력에서 뒤처지는 것과 기후에 따라 수확이 크게 좌우된다는 점이다. 이러한 배경 속에서 완주군은 2008년부터 지속가능한 농촌 발전을 위해 로컬푸드 시스템을 구축하였다. 단작체계의 위험요소를 감소시키고 연중 안정적인 수익구조를 발생시키는 다품종 소량생산 체계를 도입하고 공급자들의 참여를 도모하여 ‘월급 받는 농부’를 슬로건으로 완주의 농촌 산업의 안정성을 높였다. 그 과정에서 근본적인 제도정비를 통해 지자체 지원조례를 제정하여 산업 자체의 안정성과 관계인구의 산업 진출 매력도를 높인 사례라고 할 수 있다. 따라서, 완주 로컬푸드는 지역 커뮤니티와 연결되어 있어, 소비자들은 지역 경제에 기여하고 지역 농민을 지원함으로써 지역 사회에 소속감을 느끼며 관계를 형성한다. 즉, 소비자들은 신선하고 안전한 식품을 구매하며 지역 경제를 지원하고, 생산자들은 자신의 제품을 직접 판매하고 브랜딩을 강화하며 지역 커뮤니티의 발전을 촉진하며 관계를 확산한다. 완주 로컬푸드는 로컬 농산물을 매개로 소비자와 생산자 간의 관계를 인근 도시와 전국으로 확산하고, 지역 로컬산업 구성원(생산자)의 경제적 안정성을 보완하여 지역산업의 매력도를 증진시켰다.

3 관계인구의 로컬 뿌리내림

□ 관계인구의 로컬 뿌리내림 정의

2-3 절에서는 중앙정부와 지방자치단체에서 관계인구의 유입을 증진하기 위해 여러 정책을 실행하고 있음을 확인하였다. 2-4절에서는 지역사회의 가치를 창출하고 정체성을 강화하는 데 있어 로컬 체인지메이커와 로컬 크리에이터의 활동이 중심적인 역할을 하고 있음을 확인하였다. 본 연구는 지역사회가 청년 유출 및 고령화 문제로 인재가 부족한 상황에서 관계인구가 지역 활성화에 기여하는 인재로서 기능할 수 있음에 주목한다. 본 연구의 목적은 관계인구가 지역사회에 관심을 가지고 관여하면서 그들의 역량이 효과적으로 발휘되고 그 결실이 지역의 자양분이 되는 실천적 방안을 모색하는 것이다. 이러한 배경에서, “관계인구의 로컬 뿌리내림”은 관계인구가 지역사회와 상호작용하며, 지역 경제와 활력을 증진하는 주체로서 활동하는 과정으로 정의된다. 관계인구의 로컬 뿌리내림은 2-3절과 2-4절의 내용에 기초하여 관계인구가 지역사회와 맺는 관계망, 지역사회 기여도 및 지역사회와의 상호작용 정도를 고려하였을 때, 6가지 주요 단계로 구분된다. 이에 관계인구는 지역사회와의 상호작용 정도 및 지역에 대한 기여도를 기준으로 '자아실현형 관계인구'와 '지역기여형 관계인구'로 나눌 수 있으며, 관계인구의 로컬 뿌리내림에 대한 개념도는 아래와 같다.

〈그림 8〉 관계인구의 로컬 뿌리내림 개념도



(자료 : 연구진 작성)

□ 관계인구의 로컬 뿌리내림 개념화

관계인구의 로컬 뿌리내림의 각 단계는 아래와 같이 개념화된다.

◆ (1) **탐색 단계** : 주로 관광, 워크ेशन, 출장 등을 통해 지역에 방문하게 된다. 이 과정에서 지역 경제의 소비자로서 지역경제 활성화에 기여하며 지역에 관심을 가지게 된다.

◆ (2) **지역사회와의 교류단계 (도움받는 단계)** : 이 단계에서는 중앙정부나 지방자치단체에서 추진하는 지원사업의 혜택, 지방자치단체에서 운영하는 중간지원조직의 컨설팅 등의 도움을 받는 단계에 해당한다. 예를 들어, 귀농귀촌 지원센터의 일자리 컨설팅과 함께 지역 내 농부들의 도움으로 어떤 작물을 재배하기 쉬운지 등을 배우는 과정이 속한다.

◆ (3) **자아실현 단계** : 지역사회에 대한 이해와 애정을 키우면서, 그들의 관계인구로서의 개인적 동기가 실현된다. 관계인구로서의 개인적 동기에는 슬로우 라이프, 귀농귀촌, 혹은 창업과 같은 것들이 있으며 지역사회의 도움으로 지역에 안착하기 시작한다. 이 단계의 관계인구는 소비자이자 생산자로서 지역 경제에 기여하나 이들의 활동은 주로 개인의 자아실현에 중점을 둔다.

◆ (4) **지역사회와의 교류단계 (협업하는 단계)** : 이 단계에서는 지역 내 다양한 이해관계자와 협력하며, 지역사회와의 동반 성장을 위해 노력한다. 업종 간의 기업과 활발한 커뮤니티를 구축하고자 힘쓰며, 지역에 일자리를 창출하는 등 지역사회와의 공생을 위해 고민하고 활동한다.

◆ (5) **지역기여 단계** : 개인의 내적 동기를 넘어 지역사회 전체의 발전을 목표로 활동한다. 이 단계에서 그들의 활동은 지역사회에 긍정적인 변화를 가져오며, 지역사회의 성공이 그들 개인의 성취와 연결된다. 또한, 지역경제에 보다 적극적으로 참여하며, 지역사회의 중요한 구성원으로 자리매김한다.

◆ (6) **뿌리 확장 단계** : 이 단계는 로컬 크리에이터의 뿌리내림 혹은 로컬 체인지메이커의 활동으로 지역을 대표하는 브랜드가 형성되거나, 해당 업장의 브랜드가 전국에 파생되거나, 지역 특산품이 전국으로 판매되는 현상을 의미한다. 지역의 명성을 전국적으로 확산시켜, 관계인구의 탐색 단계에 영향을 줌으로써 새로운 관계인구가 유입되는 동력이 된다. 뿌리확장 단계는 세부적으로 '로컬기업의 브랜드화', '로컬기업의 전국구화', '로컬기업의 생태계화'로 구분된다. "로컬기업의 브랜드화"는 지역을 상징하는 고유한 브랜드로 성장하여 해당 지역에서만 경험할 수 있는 유형이다. 로컬 자원을 활용하여 홍보하고 로컬기업을 지역 밖으로 확산하지 않음으로써 로컬기업의 가치를 지역 브랜드로 승화시킨다. "로컬기업의 전국구화"는 로컬에서 성장해 기업의 분신들이 전국으로 확산한다. 전국구 로컬기업으로 성장하면, 기업의 평판은 해당 산업의 시장이 그 지역에서 커지는 기반으로 작용하거나 지역을 대표하는 상권을 형성한다. 대표적으로, 테라로사 커피점, 삼진어묵 등이 있다. "로컬기업의 생태계화"는 로컬기업이 협동조합 및 중간지원조직의 도움으로 지역 내 해당 산업의 생태계를 구축하는 형태이다. 대표적으로, 완주군 내 구축된 생태계로, 완주군의 농민들이 재배한 제품들이 협동조합을 통해 전주시 등 근교로 판매된다.

□ 분석의 틀

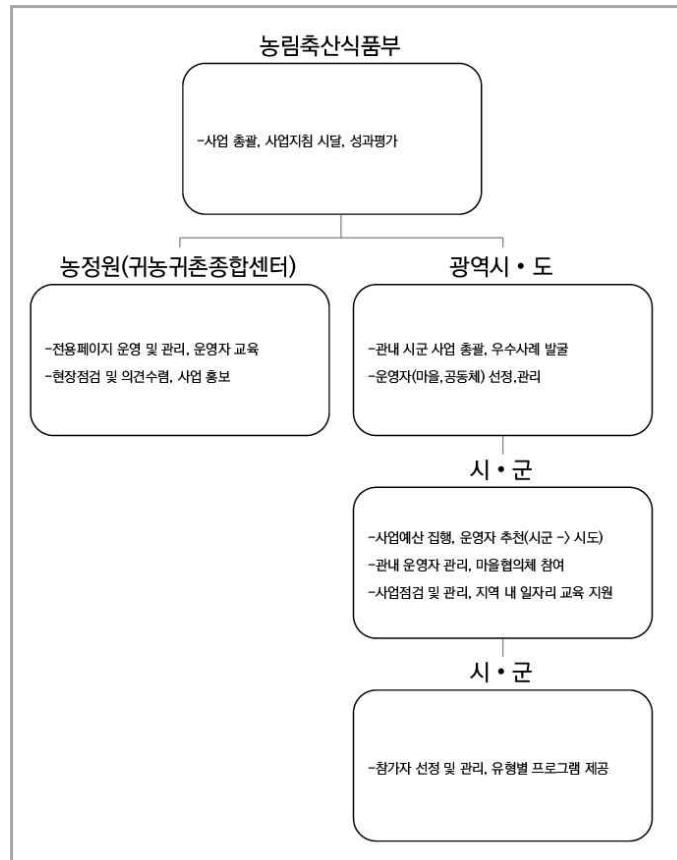
〈표 6〉 관계인구의 로컬 뿌리내림 추진방안 분석의 틀

		탐색 단계	지역사회와의 교류 (도움받는 단계)	자아실현 단계	지역사회와의 교류 (협업하는 단계)	지역기여 단계	뿌리 확장 단계
관계 인구의 로컬 뿌리 내림 정의 및 개념화	개념	관광, 위케이션, 출장 등을 통해 지역에 방문	중앙정부나 지방자치단체에서 추진하는 지원사업의 혜택이나 지방자치단체에서 운영하는 중간지원조직의 컨설팅 등의 도움을 받는 단계	지역사회에 대한 이해와 애정을 키우면서, 관계인구로서의 개인적 동기 실현에 중점을 두는 단계	지역 내 다양한 이해관계자와 협력하며, 지역사회와의 동반 성장을 위해 노력하는 단계	지역경제에 보다 적극적으로 참여하며, 지역사회의 중요한 구성원으로 자리매김하는 단계	지역을 대표하는 브랜드가 형성되거나, 해당 업장의 브랜드가 전국에 파생되거나, 지역 특산품이 전국으로 판매되면서 지역의 명성이 전국으로 확산, 새로운 관계인구 유입의 동력이 되는 단계
	지원사업	한국관광공사 주관 관 광두레, 위케이션 활 성화 사업 등	지방정부 주관 시골청춘 뿌리내림 지원사업 등		중소벤처기업부 주관 로컬크리에이터 활성화 사업 등		
	활동자 유형 (예시)	관광객, 위케이션서너, 서핑, 등산 등	협동조합, 중간지원조직	창업자, 귀농·귀촌 프로그램 체험자	커뮤니티, 중간지원조직	로컬 크리에이터	로컬 크리에이터, 로컬 체인지메이커
연구 방법	정책검토	자아실현형 관계인구, 지역기여형 관계인구에 속하는 귀농인, 로컬 크리에이터, 고향사랑기부제 관련 지원사업 검토					
	인터뷰	사례지역 선정 (전라북도 완주군, 충청북도 음성군) 관계인구 및 기업, 중간지원조직 등 뿌리내림 관계자와 현장 인터뷰 수행					
종합	관계인구 뿌리내림 단계 세분화	정책검토와 인터뷰 내용을 종합하여 자아실현형 관계인구/ 지역기여형 관계인구 유형의 뿌리내림 단계 세분화					
시사점 도출	정책 제안	관계인구가 지역사회에 뿌리를 내리는 데 필요한 환경을 조성하기 위한 정책적 방안 제시					

(출처: 연구진 작성)

□ 자아실현형 관계인구 관련 정책 검토 (귀농인 관련)

〈그림 9〉 완주군 귀농귀촌 시행령 및 지원사업 체계도



(출처: 완주군청)

○ 시행령

「완주군 귀농·귀촌 활성화 및 지원에 관한 조례 시행규칙」이 존재한다. 이는 「귀농어·귀촌활성화 및 지원에 관한 법률」에 따라 완주군에 이주한 귀농인과 귀촌인의 안정적인 농촌 정착을 유도하여 농촌의 지속가능한 발전에 이바지하기 위해 귀농·귀촌 활성화 및 지원에 관한 사항을 규정한 「완주군 귀농·귀촌 활성화 및 지원에 관한 조례」에 의거한다. 시행규칙에서 규정하는 지원은 ‘농지대입비 및 임차비 지원’, ‘영농정착장려금지원’, ‘교육훈련지원’, ‘이사비지원’ 총 4개이며 ‘체류형 농업창업지원센터 및 임시거주시설’의 역할을 별도로 규정하고 있다.

○ 지원사업 (인턴십, 교육)

완주군에서 시행하고 있는 귀농귀촌 지원사업은 총 8개로, 완주군 귀농인 지원사업, 지역 기여 및 융합 지원사업, 예비귀농인 임시거주시설, 주택(빈집) 및 농지 정보 제공, 두레농장 육성이 있다.

○ 소결

시행규칙에서 규정하는 지원과 지원사업을 통해 대부분 초기 단계를 지원함을 알 수 있다. 또한, 체류 중점 사업으로 귀농인이 자아실현형 관계인구 유형에 속한다는 것을 다시 한번 검증할 수 있다.

□ 완주군 귀농귀촌센터

귀농귀촌지원센터는 전라북도 완주군 고산면 삼기리에 위치한 기관으로, 도시민의 농촌 유치 및 귀농·귀촌 활성화를 목표로 다양한 지원사업을 운영한다. 2013년에 개소하였으며 완주군 귀농귀촌 협의회가 위탁 운영한다. 연간 운영계획 수립, 종합자료 구축, 도시민 유치 지원, 체류형 농업 창업 지원센터 운영을 비롯한 귀농·귀촌인 상담 및 교육 지원 등을 포함한다. 귀농·귀촌인의 안정적 정착 지원을 통해 지속가능한 농촌 발전에 기여하고 있다.

다양한 교육 및 체험 프로그램을 운영하는데, '귀농귀촌 3박 4일 교육'은 완주의 농가와 기관을 방문하여 현재의 사업과 정책에 대한 소개를 받을 수 있는 프로그램이다. 또한 '체류형 농업창업지원센터'는 1년 동안 귀농귀촌 실전 교육을 받을 수 있는 기회를 제공한다. 참여 기간 동안 주거가 보장되며 공동텃밭과 세대별 텃밭을 통해 농촌 생활을 현실적으로 체험할 수 있는 것이 차별점이다. '농촌에서 살아보기' 프로그램은 도시인들이 1개월에서 최장 6개월까지 지역에서 생활하며 유형별 프로그램에 참여하고 지역을 탐험할 수 있는 기회를 제공한다. 주거지를 지원하며 유형에 맞는 프로그램을 통해 지역 사람들과 소통할 수 있는 창구를 마련한다. 이는 지역 농부들과의 소통을 넘어 일자리 연결로 이어져 융화를 이룬다면 귀농귀촌인들은 관심과 탐색의 체험을 하는 '자아실현형 관계인구'에서 경제적 정착까지 이루어 '지역기여형 관계인구'로 발전될 가능성을 가질 것이다.

〈그림 11〉 완주군 귀농인의 집



연구진 촬영

□ 지역기여형 관계인구 관련 정책 검토 (고향사랑기부제)

고향사랑기부제는 개인이 ‘고향(지자체)’에 기부하고 지자체는 이를 모아서 주민복리에 사용하는 제도’로써, 「고향사랑 기부금에 관한 법률」이 2023년 01월 01일부터 시행 중에 있다(한국지방행정연구원, 2023). 고향사랑기부제의 운영체계는 ‘모금홍보(지자체) > 기부자(개인) > 접수&확인(지자체) > 답례품 수령 세액공제 혜택(기부자) > 모금액 사용(지자체) > 결산(기금심의위원회)’이다. 기부자에게 다양한 유·무형의 답례품을 제공하는 것은 지자체의 고향사랑기부제 운영에 있어 기부자의 지속적인 기부로 이어지게 한다.

〈그림 10〉 고향사랑기부제 체계도



(출처: 행정안전부)

○ 기부주체/대상

개인(법인불가)만 가능한 상태이며, 주민등록 주소지 외 전국 모든 지자체에 기부할 수 있다.
(Ex)수원시민은 경기도와 수원시를 제외한 모든 지자체에 기부 가능

○ 기부 상한액

1인당 연간 500만원까지 가능하다. 지자체는 기부금의 30% 이내에서 답례품 제공 가능하다.
(Ex)10만원 기부하면, 3만원 상당의 기부포인트로 답례품 선택

○ 세액공제

10만원까지 전액 공제, 10만원 초과분 16.5% 공제
(Ex)100만원 기부하면, 24.8만원 공제 (10만원 + 초과분 90만원의 16.5%인 14.8만원)

4

관계인구의 로컬 뿌리내림 : 완주군을 사례로

본 장에서는 사례지역으로 선정한 전라북도 완주군에 방문하여 관계인구 로컬 뿌리내림의 대상자 및 관계자에 해당하는 분들을 인터뷰한 결과를 정리하였다.

□ 전라북도 완주군

완주군 사례지역 선정 배경 :

완주군은 경제기여형 관계인구의 뿌리내림 단계를 로컬 협동조합 및 중간지원조직과 연계한 대표적인 사례이다. 또한, 완주는 귀촌인구의 비율이 높으며, 특히 30대 이하의 귀촌인구가 전체 인구의 40%를 차지하는 정도로 젊은 층의 유입이 많다(유상춘, 2022). 협동조합과 중간지원조직은 지역사회와 관계를 맺고 경제기반형 관계인구로 자리매김하는 데에 있어 관계인구-주민, 소비자-생산자 등 경제주체들 간 협력을 촉진하고, 경제기반을 안정화 및 활성화시킴에 있어 긍정적인 영향을 미치고 있다. 또한 완주는 로컬푸드 사업으로 3,000여명의 완주 소농과 65만의 전주 소비자를 직접 매칭하는, ‘관계시장’을 창출하여 생산자-소비자 관점에서의 경제기여형 관계인구의 확장된 패러다임을 제시한다.

〈표 7〉 완주군 관계자 인터뷰이 개요

업종	대상자	로컬 뿌리내림 기여 단계	인터뷰 방법	인터뷰 시점
중간지원조직	완주소셜굿즈혁신센터 직원 A	지역사회와의 교류단계	대면	23년 9월 말
협동조합	완주로컬푸드협동조합 직원 B	뿌리 확장 단계	대면	23년 9월 말
중간지원조직	완주완두콩미디어센터 직원 C	뿌리 확장 단계	대면	23년 9월 말
중간지원조직	완주 귀농귀촌지원센터 직원 D	뿌리 확장 단계	대면	23년 9월 말
마을기업	푸드인더마더쿠키 직원 E	지역기여 단계	대면	23년 9월 말
군청	완주군청 고향사랑팀 직원 F	지역기여 단계	대면	23년 11월 초
사회적기업	친절한 박서방 직원 G	지역기여 단계	대면	23년 11월 초

□ 한달살이 사례

지방의 청년 유출을 방지하기 위해 전국적으로 ‘한달 살기’와 같은 지원사업을 추진 중이다. 경상남도 함양에서 추진 중인 ‘2주 살이’에 참여한 사람들의 인터뷰를 통해 농촌에서의 삶에 관심을 가지는 사람들이 적지 않음을 알 수 있다. 원주민과의 연대 형성은 농촌에서 정착하기 어려운 부분으로 지적되지만, 역설적이게도 **이웃들과의 소통, 소속감 형성이 귀촌 정착을 결심에 크게 기여함을 파악할 수 있다.** 농촌 생활이 단순히 농사나 자연환경에 국한되지 않고, 지역사회와의 교류, 문화 활동, 새로운 사업 기회 등 다양한 측면에서 풍부한 경험을 제공할 수 있음을 보여주고 있다. 이는 농촌 정착을 고려하는 다른 사람들에게도 긍정적인 영감을 줄 수 있는 사례이자, 한달살이가 지역을 탐색하는데 유의미한 지원사업임을 파악할 수 있다.

다음 표는 뉴스 기사 인터뷰(라이프인, 2023.07) 일부 내용을 요약·정리하였다.

〈표 16〉 한달살이 사례 인터뷰 기사 요약

이름	유형	요약
김승현	정착인1	방송작가로서 바쁜 도시 생활을 벗어나 함양에서 새로운 시작을 했습니다. '고마워, 할매' 프로그램을 통해 지역 할머니들과 교류하며 시골의 따뜻한 정을 경험했고, 이웃과의 친밀한 관계에 감동하여 정착을 결심했습니다. 숲속언니들의 홍보팀장으로 활동하며 자신의 전문성을 살리는 동시에 지역사회와 깊이 연결되어 있습니다.
박세원	정착인2	숲속언니들의 다양한 활동에 적극적으로 참여하고 있으며, 특히 팝업 레스토랑 '함무랑' 운영과 두부 만들기 키트의 크라우드 펀딩을 통해 지역사회에 긍정적인 영향을 미치고 있습니다. 이러한 활동은 시골 생활에 대한 새로운 관점을 제공하며, 지역사회와의 긴밀한 관계를 구축하는 데 도움이 되었습니다.
심현점	원주민	'고마워, 할매' 활동을 통해 청년들이 지역사회에 크게 기여하고 있습니다. 특히, 할머니들의 건강과 안녕에 관한 관심을 강조하며 지역사회 내에서 중요한 역할을 하고 있습니다.

(출처: 라이프인, 2023.07, <https://www.lifein.news/news/articleView/html?idxn=15895>)

□ 자아실현형 관계인구(귀농인) : ‘지역사회의 교류(도움받는 단계)’ - ‘자아실현형 관계인구’ 도약 과정

‘지역사회의 교류(도움받는 단계)’에서 ‘자아실현형 관계인구’로의 도약 과정에 적용되는 지원사업들의 실태와 지역주민, 지역사회와의 상호작용을 파악하기 위해 청년 귀농인을 대상으로 인터뷰를 수행하였다. 완주군 청년 귀농인 한 분과 인제군 4-H 활동을 하는 귀농인 두 분을 뵈었다. 아래는 행정적 지원을 받는 도움받는 단계에 해당한다.

귀농인은 크게 후계농과 창업농으로 구분되지만, 실질적으로 두 귀농인 모두 **지원금을 절실히 필요로 한다**. 창업 초기 부족한 수입을 충당하거나 비료 구매, 계절근로자 인건비 등의 지출이 적지 않기 때문이다. 한편, 10명 중 9명의 창업농은 실패한다고 하셨습니다, 이는 같은 작물을 재배하는 기존 원주민들이 **영업 기밀**이라며 새로 정착한 귀농인들에게 같은 작물의 **재배 비법**을 전수해주지 않기 때문이었다. 귀농귀촌센터가 중간지원자의 역할로서 농업 교육을 진행하지만, **실질적인 작물 재배에 필요로 하는 교육이 아닌** 유통과 판매 중심의 교육이 이루어지고 있다. 이는 작물의 본질적인 상태가 고려되지 않은 교육방식으로 귀농인들의 유통과 판매 방식이 개선되더라도 생계유지가 어려운 결과를 초래한다.

〈표 17〉 청년 귀농인 인터뷰

〈A〉: 후계농에게 필요한 지원

현실적으로 경제적인 어려움이 가장 큼니다. 귀농 초기 지출 증빙이 되지 않아서 인건비 보조가 안 되는 것이 가장 큰 문제입니다. 특히, **지방 농촌의 경우 인구감소로 이미 지역 내 노동력이 부족해서 외국인 근로자를 채용하는 것이 필연적입니다**. 그러나, 농장의 경우 겨울에는 근무할 수 없다 보니, 공장에서 일하는 것을 선호하는 경우가 **비일비재해서 계절근로자 채용**을 많이 하는데요. 계절근로자의 경우 채용하는데 너무 비쌉니다. 더불어, 귀농귀촌센터에서 이루어지는 교육의 경우 실제 농사에 필요한 작물 재배 방법의 내용이 아닌 일반적인 작물의 재배와 유통과 판매에 중점을 두고 교육이 진행됩니다.

〈그림 18〉 인제군 4H 청년 후계농 최현성 농업인 인터뷰



(자료 : 연구진 촬영)

□ 자아실현형 관계인구 (귀농인) : ‘자아실현형 관계인구’ - ‘지역사회의 교류 (협업하는 단계)’ 도약 과정

완주 로컬푸드는 자아실현형 관계인구를 유입하는 매개이자, 지역기여형 관계인구를 양성하는 창구이다.

완주 로컬푸드는 차별적인 수급, 생산, 유통체계를 통해 소외된 산업이었던 완주군의 지역 농업을 누적매출액 5518억원의 완주군 대표 산업으로 만들어낸 사례이다. 완주군의 지역농업은 정책적으로 소외되었던 고령농, 소농 위주로 남아있었다. 또한, 산지가 70%라는 지리적 특성을 반영하지 못하고 기후나 지역수요의 변화에 취약한 생산체계를 가지고 있었다. 따라서 단작 중심의 대농과 대기업 중심 유통을 기반으로 한 상업농과의 가격경쟁에서 경쟁력을 잃어 쇠퇴하는 산업이었다.

로컬푸드를 통해 완주군은 전통적인 지역 소농업 방식에서 벗어나, 지속 가능하고 안정적인 방식으로 생산을 전환하였다. 이는 농부의 삶의 질을 향상시키는 긍정적인 변화로 이어진다. 특히, 직영푸드 센터를 통해 농부와 소비자 간의 직접적인 만남을 가능하게 한다. 직영점(농민 직접진열 농가 상품과 소비자 구매의 1:1 직거래가 이루어지는 장소)에서는 **농민들은 농산물의 직접 진열하여 판매한다.** 이는 농부와 소비자 간의 관계를 강화하고, 로컬푸드에 대한 신뢰를 높이는 데 기여하였다.

농산물의 수급 또한 변화하였다. 농산물의 신선도와 품질 유지를 위해 차량 서비스가 도입되어, 농장에서 직매장까지의 운송 과정을 최적화하였다. 농산물이 소비자에게 신선한 상태로 전달되며 고령농의 소외를 보완한다. 농민은 자신의 농산물에 직접 적절한 가격을 책정한다. 이는 공정한 가격 형성을 가능하게 하여 농부의 수익을 보장하고, 소비자에게도 합리적인 가격으로 농산물을 제공하는 데 일조한다.

직영점을 넘어, **완주로컬푸드의 온라인 시장의 도입은 농산물 유통의 새로운 창구이다.** 이를 통해 농부는 더 넓은 시장에 접근하며, 더 넓은 영역에서 소비자는 농산물을 쉽게 구매한다.

완주로컬푸드는 단순한 농산물 판매를 넘어, 농민의 생활과 지역사회에 긍정적인 영향을 미치는 방향으로 나아가고 있음을 보여준다. 차량 서비스, 가격 책정, 판매 유통, 그리고 판매 시장의 각 단계는 서로 연결되어 로컬푸드의 성공을 이끌었다.

〈그림 12〉 농민이 직접 가격 책정



(출처: 연구진 촬영)

〈그림 13〉 농민들의 농산물 직접 진열 및 판매



(출처: 연구진 촬영)

** 완주의 소셜굿즈혁신파크는 완주군(지역,주민)의 경제적·사회적·문화적 필요와 욕구를 충족시키고자 민관협치를 통해 각 부문별 경제조직을 통합적이고 체계적으로 육성함으로써 지역자립과 순환경제를 지원하는 중간지원조직이다. 미래100년 혁신프로젝트의 일환으로 교육, 협력, 모니터링 등 다양한 활동을 통해 로컬 내의 공동체를 발굴하고 지원한다.

〈표 8〉 소셜굿즈 혁신파크 운영주체별 역할

역할	운영주체	비고
공간 및 시설 관리	완주군(행정)	-
입주기관 관리	초기: 완주소셜굿즈센터 중장기:입주기관협의회	-
교류협력 촉진	완주소셜굿즈센터 민간 전문운영기관	프로그램별 역할분담
사회혁신 지원		

(출처: 소셜굿즈혁신센터 제공)

<표 8>에 따라, 소셜굿즈 혁신파크에서 입주기관 관리 및 교류협력 촉진을 담당하는 소셜굿즈센터 관계자와의 현장 심층 인터뷰를 통해 실증적인 사례분석을 진행하였다. 관계인구가 커뮤니티를 이루고 조직체를 구성하고 로컬에 뿌리내리는 과정에 있어 중간지원 조직의 기능에 대해 보다 깊은 이해를 도출해보고자 한다.

〈표 9〉 소셜굿즈센터 관계자 인터뷰

〈A〉 : 중간지원 조직의 역할과 특성

중간지원 조직은 로컬의 경제 조직을 발굴하고 육성하는 일이 메인이죠. 교육하고 협력하는 일들, 그니까 입이 좀 넓은 스펙트럼으로 현장의 상황에 맞추어 일을 해요. 예를 들어 공동체를 발굴하기 위해 설명회 개최하고 데이터 관리를 통해 모니터링을 하죠. 발굴한 공동체를 성장시키기 위해서 공모를 연계하고 홍보 마케팅을 진행해서 협력을 유도해요. 최근에는 정책 개발과 같은 일에 여러 협동조합들이 힘을 모아 공동의 프로젝트를 이끌어내는 데 힘쓰고 있어요.

관계인구의 로컬 뿌리내림에 있어 완주의 소셜굿즈혁신파크는 관계인구가 경제기여형 관계인구로 발전하기 위한 육성사업을 체계적으로 지원하고, 경제기여형 관계인구가 정착하기 위한 협력 상생 체계를 조성하고 있다. 구체적인 사업분류 및 내용은 <표 9>와 같다.

〈표 10〉 소셜굿즈 혁신파크 사업

소셜굿즈 성장지원	공동체 기반조성	연대협력 촉진
<ul style="list-style-type: none"> - 전문가 컨설팅 - 단계별 공동체 지원 - 소셜굿즈 주제공모전 - 사회적경제 수시 상담 및 모니터링 	<ul style="list-style-type: none"> 분야별 간담회 운영 지역혁신 리빙랩 공유경제 활성화지원 공동체 활동 지원 및 모니터링 	<ul style="list-style-type: none"> 사회적경제포럼운영 연대협업활성화지원 지역축제활성화지원 연대협업행사진행
교육 및 역량강화	실태조사 및 정책개발	통합 홍보 마케팅
<ul style="list-style-type: none"> 소셜굿즈 아카데미 수요맞춤형 교육기획 직원역량 강화지원 상설설명회 	<ul style="list-style-type: none"> 현장방문 및 활동지원 전문가 정책 자문 사회적경제조직 데이터관리 	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 홍보 매체관리 홍보물 제작 배포 통합 마케팅 지원 정기소식지 제작

(출처: 소셜굿즈혁신센터 제공)

완주의 사례는 지역 내 커뮤니티형 경제조직이 관계인구를 유입하고, 경제기여형 관계인구가 협업할 수 있는 인적, 물적 지원체계를 바탕으로 지역 순환 경제를 이루어 다시 관계인구의 증가를 촉진하는 형태이다.

〈표 11〉 소셜굿즈센터 관계자 인터뷰

〈A〉 : 관계인구의 유입과 정착에 있어 다방면적인 지원체계의 중요성

관계인구가 정착까지 유도되는 과정에는 거주지, 소득, 수익, 친구 이런 여러 가지 요소들이 결합됩니다. 완주의 경우, 지역 순환 경제가 인구 정책 측면에서 아주 효과적이라고 생각해요. 완주로 유입된 사람들이 할 수 있는 게 많아지고, 협업이 용이해지고, 또 실패했을 때에도 다시 일어설 수 있는 인적, 물적 지원체계가 있기 때문입니다.

그러나 공적 예산으로 투입되는 정책사업의 성과관리체계가 중간지원조직의 장기적 운영목표와 다소 상이하다는 점이 주목된다. 특히 공모 사업으로 경제조직의 지원여부가 결정되는 사례에서, 공모 평가 체계가 장기적 관점에서의 성공적인 뿌리내림 가능성보다는 단기적 측면에서의 경제적 성과에 우선순위를 두고 있다고 말한다.

〈표 12〉 소셜굿즈센터 관계자 인터뷰

〈A〉: 공적 예산집행 평가체제의 보완 방향성

단순한 지원만으로는 제대로 된 운영이 어렵습니다. 인력 모집, 프로그램, 서류 작업, 시범 사업 등 프로세스들을 꼼꼼하게 모니터링하고 코칭이 들어가야 건강한 조직이 하나 만들어져요. 저희 사업은 단순히 시장에서 경쟁력 있는 사람을 지원하는 사업이 아니잖아요. 중간지원조직이나 행정이 거시적으로 성과를 잘 가져올 사람들을 선발하고 지원하는 것이 옳을까요? 그런데 중간지원조직이 공모를 통해서 조직을 선정하고 지원하면, 사회적 경제에서도 시장구조의 논리로 경쟁력 있는 사람들만이 사업을 가져가게 됩니다.

인터뷰 결과 및 시사점 :

◆ 공적 예산으로 투입되는 정책사업의 성과관리체계가 중간지원조직의 장기적 운영목표와 상이함
 -> 중간지원조직과 공적 예산으로 지원되는 정책사업의 성과 관리체계 간 차이가 존재하며, 장기적인 관점을 갖는 평가와 지원이 필요함을 시사하였다. 중간지원조직이 공모를 통해서 조직을 선정하고 지원하게 되면 시장구조의 논리로 경쟁력 있는 사람들만이 지원을 받게된다.

◆ 지역의 환대 분위기와 함께 행정력이 중요함

-> 지역의 따뜻한 환대가 귀농·귀촌을 희망하거나 연고가 없는 지역에서 청년 창업을 희망하는 사람들의 안착에 영향을 준다. 관계인구가 지역의 새로운 소비자이자 생산자임을 인식하고 따뜻하게 대할 필요성을 인지할 수 있도록 암묵적인 메시지 전달이 필요함을 시사한다. 또한, 행정적으로 처리할 일들이 많아 신속한 일처리가 이뤄질 수 있는 시스템을 구축하는 것도 관계인구의 관계 심화에 영향을 준다고 하였다.

□ 고향사랑기부제

생산가능인구 감소 및 사회복지비용 부담 증가로 지방도시의 재정 체력이 저하되고 있다. 재원확보를 위해 통해 지방의 재정난을 완화하고자 ‘고향사랑기부제’를 도입하였다.

○ 답례품 선정 기준

완주군의 경우, 답례품 업체 선정에 있어 공고 후 신청 접수를 받는데 기준을 ‘특산품, 가공품, 관광서비스, 공예품’ 4가지로 나뉘었다. 완주군 내에서 생산되는 것만 취급하고, 사업장도 완주군으로 주소가 되어 있어야 하며 농산품의 경우 지역 생산물의 50% 이상인 것들이어야 한다. 또한, 한 업체당 한 제품만 선정하고 있다. 이를 통해 한 곳에서 여러 제품을 판매하여 시장독점체제가 아닌 다수의 사회적경제 기업들에게 기회를 주고 있다. 사회적경제 기업의 제품의 경우 완주 내 지역자원을 활용하여 생산한 제품을 판매하여 지역경제 활성화를 이루고 지역 내 기업들이 동반성장할 수 있는 ‘일석삼조’에 의미가 있다.

〈표 13〉 완주군 답례품 선정현황

구 분	답례품 및 공급업체
상품권	완주사랑상품권(완주군), 완주관광상품권(완주군)
농축산 가공품 (22종)	한우(완주한우협동조합), 로컬푸드꾸러미(공공급식센터), 로컬푸드가공품세트(용진농협), 흑수박(삼례농협), 흑곶감(운주농협), 생강가공품선물세트(봉상생강조합), 감식초(고산농협), 유기농치즈(대광목장), 참기름·들기름(창창푸드), 양파(화산농협), 생강청(홍삼이생강날때), 과자세트(마더쿠키), <u>과실농축스트(완주로컬푸드과실생산자협동조합)</u> , <u>해피파이세트(완주지역자활센터)</u> , <u>미숫가루세트(완주로컬푸드가공식품생산자협동조합)</u> , <u>한식간장드레싱세트(참드림)</u> , <u>양금찰떡세트(떡메마을)</u> , <u>밀키트(건강한밥상)</u> , <u>유기농발아현미(구암쌀두부영농조합법인)</u> , <u>떡갈비선물세트(휴넷)</u> , <u>고종시곶감(고산농협)</u> , <u>한우사골곰탕(모심)</u>
공예품	친환경오비누세트(꽃님이숍)
관광서비스 (4종)	안덕마을 체험권(안덕파워영농조합법인), 다정레스토랑상품권(다정다감협동조합), <u>산속등대입장권(유한회사제이와이프롭)</u> , <u>완주관광상품권(완주군)</u>

(출처: 완주군청 제공, 2023)

○ 답례품 공급현황

한편, 완주군청의 고향사랑기부제로부터 받은 자료에 의하면 실질적인 기업이 생산하는 제품보다 지역화폐(완주사랑상품권)의 비중이 가장 많이 차지하고 있다. 이는 완주에 직접 방문할 기회가 있는 사람이 직접 본인이 원하는 곳에서 사용하거나 부모님(가족)이 완주에 거주중인 사람들이 구매 후 부모님에게 경제적 지원에 목적이 있었다. 또한, ‘안덕마을 체험권’과 ‘산속등대입장권’과 같이 지역의 관광서비스 측면에서의 답례품 유형은 적은 비중을 차지하고 있음에도 지역의 관광적 측면에서의 홍보를 기대하고 제안하고 있었다. 그러나, 기부자들은 실질적인 ‘편리성’ 측면에서 답례품을 선정하고 있다. 식품의 경우 답례품 수령으로 끝이지만, 관광서비스 유형의 경우 타지역에서 직접 방문해야하는 물리적 거리를 고려했을 때 선택이 적은 상태로 보인다(인터뷰, 완주군청 관계자)

〈표 14〉 완주군 고향사랑기부제 답례품 공급현황(비율)

합 계		완주사랑 상품권	한 우		흑곶감		참들기름		생강청		치 즈		로컬꾸러미		생강종합	
100%		26%	23.2%		10.3%		9.6%		6.4%		6.2%		2.9%		2.8%	
두부과자		포인트기부	용진꾸러미		말기트		감식초		미숫가루셋트		떡갈비셋트		양금찰떡세트		해피파이	
2.6%		1.8%	1.5%		1.1%		1%		1%		0.8%		0.7%		0.7%	
천연비누	과일 농축스틱	발아현미	안덕마을		양 파		다정레스 토랑 상품권		한식드레 싱		한우사골곰 탕		고종시꽃 감		산속등대 입장권	
0.7%	0.2%	0.2%	0.1%		0.1%		0.1%		0%		0%		0%		0%	

(출처: 완주군청 제공, 2023)

○ 고향사랑 기부제 홍보 측면에서의 어려움

현실적으로 고향사랑기부제의 **홍보 측면에서 제도적 제한**이 많은 어려움이 있다. 출향인 위주의 모금이 주가 되는 제도의 특성임에도 **출향인들의 모임에서 홍보는 불가**하고 불특정 다수를 대상으로 하고 있으나 이마저도 옳은 방법인지 아닌지에 대한 불확신을 갖고 있다(인터뷰, 완주군청 관계자). 또한, 지역자원을 활용한 답례품은 특히, 농산품의 경우 지역 간 거리로 인해 **온라인 플랫폼상의 홍보가 원활히 전달되고 있지 못한 실정**으로 타 민간 온라인 플랫폼에 비해 제품 판매 등에 대한 기대감을 상실하고 지자체에 효과적인 홍보가 필요하다(인터뷰, ‘친절한박서방’ 참기름 답례품 업체 대표). 먼저 고향사랑기부제의 원활한 홍보가 이루어질 수 있는 제도적 개선이 필요한 것으로 사료된다.

○ 기금사업

완주군의 경우, 기금사업은 크게 두 가지로 구분된다. 먹거리 복지사업과 에너지 복지사업이다. 사업비가 기금으로 충당이 될 때까지 해당 사업은 잠정 보류된다.

〈표 15〉 완주군 고향사랑 기금 사업

유형	먹거리 복지 사업	에너지 복지사업
사업내용	· 먹거리 복지가 필요한 취약계층을 대상으로 완주군 내에서 생산된 농축산가공식품 등 로컬푸드를 지원하는 사업(꾸러미, 도시락 등)	· 에너지 복지가 필요한 완주군 내 주거 취약계층 및 생활서비스 취약주민 대상으로 에너지효율 등을 높일 수 있는 개선사업 추진
사업비	5,000천원	5,000천원
수행기관	(재)완주공공급식지원센터	사회적협동조합 완주사회적경제네트워크
예산과목	공기관등에 대한 경상적위탁사업비	민간경상사업보조

(출처: 완주군청 제공, 2023)

□ 지역의 일거리와 잉여 두뇌 관계시장 형성하자

○ 핵심 내용

- 로컬푸드 생태계는 그 자체로 지역의 자산으로 작용하고 있으나 사람과 사람의 관계와 신뢰를 바탕으로 형성된 체제로, 다음 세대로 이어지기 어려움
- 또한, 일정 수준 이상 사회적 경제 시스템이 성장하면, 조합원 간 이익 배분에 의한 갈등 발생
- 이는 전문 경영인 부재와 맞닿아 있음
- 지방의 일거리와 잉여 두뇌를 연결하는 관계시장을 형성하여 사회적 경제가 계승될 수 있는 시스템으로 정착시키는 것이 필요

○ 기대 효과

- N잡러 시대이며, 가치 소비를 중시여기는 사회적 분위기가 형성됨
- 지방에 관심을 가지는 많은 이들이 있으며, 국가적 난제 해결에 이바지하고 싶은 준비된 자들이 많음
- 이에, 지방의 일거리와 잉여 두뇌를 연결하는 관계시장을 형성한다면, 관계인구와 일자리를 동시에 창출하는 효과와 함께, 지역 내 부족한 인력 문제를 해결할 수 있음

□ 귀농인 지원사업 중 교육 측면 질적 변화를 꾀하자 : 이론 중심에서 실무 중심으로, 단 지방마다 해당 지역의 농부 중 교육자 배치

○ 핵심 내용

- 후계농/창업농 육성은 지방에 생산가능 인구를 유치할 수 있고 농업의 기반을 유지할 수 있다는 측면에서 굉장히 장려해야 할 지원사업은 맞음
- 그러나, 현재 이뤄지고 있는 지원사업은 지역주민과 지역사회의 상호작용의 가능성을 배제하고 있음
- 창업농은 해당 지역의 토질에 맞는 농사 비법이 필요하고, 기존 농부들은 비법 전수에 따른 본인들의 경쟁력 저하 우려로 지식 교류가 이뤄지고 있지 않음
- 지방마다 숙련된 농부들 중 교육자를 선발하여 실무 중심의 교육사업을 지원함으로써, 창업농의 경제적 자립을 돕고, 기존 농부들은 본인들의 지적재산권에 해당하는 급여를 받음으로써 상생할 수 있음

○ 기대 효과

- 대부분의 농업 활동을 하시는 분들은 고령농으로 농사일이 체력적으로 힘들 수 있으나 생계 유지를 위해 어쩔 수 없이 진행하는 경우가 있을 수 있음

- 이들은 국가의 지원을 받아 교육자로서 급여를 받아 생계유지를 할 수 있고, 창업농들은 그들에게 필요한 교육을 받음으로써 상생할 수 있음

□ 고향사랑기부제, 유연하게 접근하여 좋은 선례를 만들자 : 주주제도 도입

○ 핵심 내용

- 지역마다 비슷한 특산품을 내세우고 있으며, 사람들은 상품권을 택하는 경우가 가장 많음
- 해당 지자체 역시, 상품권을 도입하는 것에 대한 고민이 많았으나 기부 장려를 위해 상품권을 도입함
- 그러나, 유연하게 접근하여 혁신적인 변화를 꾀할 필요가 있음
- 일본 히가시카와 마을의 경우, 히가시카와주주제도를 운영중임
- 히가시카와 주주제도는 후루사토납세 대상(고향사랑기부제와 유사)으로 선택해 준 분들을 히가시카와의 미래에 투자해 준 주주로 모시겠다는 취지로 주주명패와 주주카드를 주고, 히가시카와 마을을 방문할 시 문화시설, 식당, 카페, 기념품 가게 등을 할인된 가격에 이용할 수 있게 해줌
- 시범지역을 선정하여 주주제도를 도입하여 해당 도시의 주주가 되는 명예를 부여하며 해당 지역의 방문을 꾀하여 아주 우수한 경험을 할 수 있도록 서비스 상품을 만드는 것이 방법이라 생각됨

○ 기대 효과

- 고향사랑기부제는 기부이기 때문에 특정인을 대상으로 홍보할 수 없는 것이 현실적인 고충임
- 홍보하기 위한 가장 효과적인 방법 중 하나는, 아주 좋은 선례를 만들어 사람들에게 알리는 것



참고문헌

- 류영진, 2020, 일본의 ‘관계인구’ 개념의 등장과 의미, 그리고 비판적 검토, 지역사회학
- 모종린·박민아, 2023, 로컬 브랜드 상권 중심의 지역산업 육성, 강원연구원
- 사시데 카즈마사(指出一正), 2016, 「ぼくらは地方で幸せを見つける(ソトコト流ローカル再生論)」, ポプラ社
- 서수정 외 5인, 2021, 로컬리즘 기반의 중소도시 재생정책 방안, 건축공간연구원
- 조한나·김영미, 2022, 위케이션을 통한 지방소멸 대응방안 연구: 전라남도를 중심으로, 융합관광콘텐츠학회
- 안소현 외 6인, 2022, 인구감소시대, 체류인구를 활용한 지역유형별 대응전략 연구, 국토연구원
- 유상춘, 2022, 문화귀촌인의 공동체사업 참여와 관계맺기: 완주군 고산면 커뮤니티 공간을 중심으로, 지역과 문화
- 이소영·김도형, 2021, -작지만 강한 연결-관계인구를 활용한 인구유입방안, 한국지방행정연구원
- 차미숙, 2021, 지역활력 증진과 ‘관계인구’ 활용, 국토연구원
- 타카하시 히로유키(高橋博之), 2016, 「都市と地方をかきまぜる「食べる通信」の奇跡」, 光文社
- 한주성, 2019, 농업교육과 체험에 의한 관계인구의 지역활동-서울시와 지방과의 교류를 중심으로-, 대한지리학회지
- 한국은행 강원본부, 2020, 지역경제보고서
- 한국은행 강원강릉본부, 2013, 커피시장 현황 및 강원지역 커피산업 발전방안 보고서
- 조원지, 2023, 전북 농촌 활성화를 위한 관계인구 활용 방안
- 심재현 & 민경찬, 2023, 제 8 장 지방소멸 위기에 대응한 농촌 생활서비스 혁신, 한국농촌경제연구원 기타연구보고서, 247-277
- 韓柱成, 2023, 농·산촌의 다원적 기능에 의한 지역 만들기-농촌융복합산업 우수사례 인증사업체를 중심으로, 대한지리학회지, 58(1), 11-25
- 제안에 & 이해, 2023, 귀농·귀촌인 (가구)의 삶과 문제해결 경험 및, Journal of Community Welfare, 85, 1-38
- 김상근, 2023, 지방소멸방지를 위한 특별자치도의 정책방안 연구, 고 문 오진모 한국관광개발원 원장
- 장세길, 2023, [정책제안] 전북특별자치도 현황과 발전방안, 월간 공공정책, 215, 55-57
- 송인방, 조희정 & 이영재, 2023, 새로운 인구 개념의 정책 적용 가능성과 과제: 일본의 관계인구를 중심으로, 21 세기정치학회보, 33(3), 29-58
- 정서인 & 서지은, 2023, 정주여건 개선을 통한 농촌의 지역활성화 방안 연구, 한국주거학회 학술대회논문집, 35(1), 241-244
- 이새벽, 2023, [村라이프] 농사말고 할매랑 장사해볼까?, 라이프인
- 이새벽, 2023, [村라이프] 할매, 나 또 왔어! 이번엔 2주 살이 아니라 정착하러!, 라이프인
- 한국지방행정연구원, 2023, 고향사랑기부제 개요-개념 및 도입배경, 한국지방행정연구원
- 완주군청 고향사랑팀, 2023, 완주고향사랑기부제, 완주군청