

사회적 경제 네트워크를 통한 로컬푸드 운동의 활성화 방안: 한·일 비교를 중심으로*

네모토 마사쓰구

국문요약

본 연구는 로컬푸드 운동의 발전방안을 모색하기 위해 사회적 경제 네트워크라는 관점을 도입하고, 구체적인 사례로 충청북도 청주·청원지역과 일본 이바라키 지역을 비교분석함으로써 시사점을 획득하고자 하였다.

선행연구 검토를 통해 사례 분석 틀로서 행정·기업과의 관계, 전문가·일반시민과의 관계라는 두 가지 행위자 관계유형을 구분하였고 각각 비공식 영역의 가시화, 관계의 대등성, 새로운 공공영역의 창출이라는 분석기준을 설정하였다. 사례분석결과, 일본에서는 광역자치단체가 로컬푸드 운동의 인증제도, 기념일, 식생활 교육 등에 일정한 역할을 수행하고 있으나 비영리 민간단체 등과의 협력은 초기 단계에 있다. 한편 한국에서는 오히려 사회적 기업, 협동조합, 시민단체 등이 구성하고 있는 사회적 경제 네트워크가 지역과제를 가사화시키면서 로컬푸드 운동을 적극적으로 추진하고 있으므로 향후 지자체가 지원정책을 정비함에 있어 사회적 경제 네트워크와 대등한 관계가 구성되면 로컬푸드 운동에 의한 보다 효과적인 새로운 공공영역과 지역 공감대가 형성될 것으로 전망된다.

주제어: 로컬푸드 운동, 사회적 경제 네트워크, 지산지소(地産地消)

I. 서론

지구적 규모의 환경·사회변화 속에서 세계 각국, 각 지역에서 ‘사회적 경제’의 중요성이 인식되고 있는 가운데 한국 역시 여러 방면에서 신속한 대응을 보이고 있다. 대표적 전략으로 사회적 기업 육성법, 협동조합법 등을 열거할 수 있다. 하지만 정책에 기반을 둔 양적 확대를 이루고 있는 반면에서 질적인 과제가 제기되고 있다.

사회적 기업이 시장 경쟁력을 갖추는 것도 중요하지만 ‘사회적 목적’을 어떻게 실현할 것인가가 더욱 중요한 과제로 남아 있다(김지현, 2014: 92). 협동조합은 현재 자영업 소자본 사업체가

* 이 논문은 정부(교육과학기술부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (KRF-2009-413-B 00031).

주를 이루고 있으나 교육, 자금, 행정지원을 통해 지역사회 문제해결에 더욱 기여할 것이 기대되고 있다(이인영, 2014: 96).

그런데 이러한 과제들에 대해서는 내부거래망 구축, 공공구매 확대와 같은 개별적 접근을 벗어나 공동으로 접근할 필요가 있다. 이미 국내에서는 ‘충북 사회적 경제 협의회’처럼 사회적 기업, 협동조합, 자활센터, 시니어클럽, 마을기업, 시민단체 등을 아우른 조직이 구성되어 있으며 일정한 공감대가 형성되고 있다.

이러한 사회적 경제 조직들이 전체적인 발전방안을 모색하고 있는 가운데 현재까지 지속적으로 추진되어 온 것으로 ‘로컬푸드 운동’이 있다. 로컬푸드 운동은 지역 농수산물 생산 및 소비를 지역사회 과제해결과 연계 지으려는 노력과 함께 전개되고 있다. 한·중 FTA 교섭을 비롯해 더욱 많은 변화를 겪을 것으로 예상되고 있는 상황(李炳昨, 2013)에서 로컬푸드 운동과 사회적 경제가 많은 기대를 모으고 있는 것이다. 실제로 운동이 활발한 지역(예를 들어 원주, 완주 등)은 사회적 경제조직의 선진지역으로 평가받고 있다. 로컬푸드 운동이 사회적 경제 네트워크에 있어서 중요한 구심점 중의 하나가 되고 있음을 방증한다고 할 수 있을 것이다.

이에 따라 본 연구는 로컬푸드 운동을 사회적 경제 네트워크의 관점에서 재조명하고 그 활성화 방안을 찾고자 한다. 우선 로컬푸드 운동과 사회적 경제 및 네트워크에 대한 선행연구를 검토한 다음 구체적 사례로 충청북도 청주·청원지역과 일본 이바라키 지역의 비교분석을 한다. 두 지역 모두 도청(현청) 소재지로서 지자체 및 다양한 사회적 경제조직들이 로컬푸드 운동에 참여하고 있다는 공통점이 있으므로 각 특징을 부각시킬 수 있을 것으로 판단된다. 이 과정을 통해 마지막으로 사회적 경제 네트워크를 통한 한국 로컬푸드 운동의 활성화 방안을 도출하고자 한다.

II. 선행연구 검토

1. 로컬푸드 운동

1) 로컬푸드 운동의 개념

식량자급률의 하락, 수입개방 가속화, 전국적인 농산물 판매 경쟁 격화, 식품 안전성 문제 등이 발생하고 있는 가운데 농업생산과 소비의 관계에 있어 새로운 변화가 일어나고 있다. 예를 들어 공장 가공품에서 수제 가공품으로, 값싼 음식에서 진짜 지역의 음식으로, 건강·지역·환경을 생각하는 생산과 소비, 생산자와 소비자의 상호소통과 신뢰관계를 지향하는 움직임이다(정은미, 2011: 16; 허남혁, 2013). 이 새로운 동향은 로컬푸드 운동이라고 불리며 그동안 다양한 연구가 추진되어 왔다.

로컬푸드의 정의에 대해 살펴보면 우선 나영삼(2011: 17-18)은 세계화에 대한 근본적인 성찰을 바탕으로 지역과 농업의 가치를 재발견하고 실천 시스템을 구축하는 운동이며, 또한 지역자치·자립·지역주민의 연대와 협동의 관점에서 먹거리를 매개로 생산자와 소비자 간의 관계를

맺는 활동이라고 정의하였다. 이 정의에서는 특히 생산자·소비자라는 구분을 넘은 지역주민 연대라는 관점의 중요성이 부각되었다.

나아가 소농의 주체성에 주목한 김주영(2012: 4-7)은 로컬푸드를 지역의 소농들이 다품종 소량생산 방식으로 지역에서 생산한 먹거리를 지역 내 소비자들에게 유통시켜, 생산자와 소비자와의 유대 강화와 신뢰 구축, 유통거리 축소와 신선도 유지를 추구하는 농산물 또는 그러한 움직임이라고 정의하였으며, ‘로컬’의 범위를 물리적인 거리와 사회적 거리로 나누어 그 각각을 단축한다는 특징을 제시하였다.

그리고 허남혁(2013)은 지역에서 지역 주체에 의해 지속가능한 방식으로 소비자와의 직거래적 신뢰관계 속에서 생산·가공·유통·조리·판매되는, 출처가 명확한 농산품으로 정의하였다.

이상을 종합하면 로컬푸드 운동이란 생산자, 소비자가 모두 지역주민으로서 어울리면서 스스로 생활과 지역 먹거리의 바람직한 관계를 구축해 나가기 위해 전개하는 모든 활동을 가리키며, 그 형태는 생산·가공·유통·조리·판매는 물론, 유대 강화와 신뢰 구축에 기여하는 활동도 포함되며, 구체적으로 현장직판·직거래, 학교급식·공공급식, 식품산업·외식산업과의 협력, 평생학습 등으로 전개될 수 있다.

이 로컬푸드 운동의 의의는 식량주권 확보, 가족소농 보호, 소비자 안전밥상 보장(제철, 가까운 먹거리), 종자 및 전통음식의 다양성 보존, 저탄소 녹색성장 기여, 지구 온난화 방지 나아가 농업 및 지역경제 희생과 도농교류를 통한 지역 공동체 형성 등이 있다(박연수, 2011; 안대성, 2013).

2) 로컬푸드 운동 활성화 논의

로컬푸드 운동은 국내 각지에서 다양하게 전개되고 있다. 대표적으로 완주, 원주, 청주·청원 등의 사례가 있다.

완주는 생산 조직화(고령농·귀농자 참여형 공동농장, 마을회사 육성, 기획생산 활성화), 농민 가공 조직화(거점농민가공센터, 로컬푸드 컨트롤센터), 물류 조직화(직거래 배달 시스템, 1일 유통 직매장, 로컬푸드 스테이션), 종합전략 수립(전담 추진조직 육성) 등이 추진되고 있으며, 이와 함께 농촌 체험투어 운영, 지역축제 연계 등을 통한 소위 관계형 시장을 구축하고 향후 학교급식, 복지 등 공공조달 분야에 영역으로 확대될 전망이다(안대성, 2013). 완주의 특징은 마을 만들기 사업, 지역 공동체 사업(커뮤니티 비즈니스, 마을기업 등), 도시민 유치사업(귀농귀촌교육)을 민관 거버넌스 형태로 추진하고 있다는 것이다(임경수, 2012). ‘협동조합식 순환경제구조 구축’을 표방하는 군수의 리더십도 크게 기여하고 있다.

한편, 원주는 1960년대부터 시도해 온 협동조합 운동, 의료생협 창립 등의 오래된 지역운동 경험 위에 로컬푸드 운동이 전개되고 있다. 전국 최초로 로컬푸드 지원조례(2009년 제정)를 만들어 제도적 지원 시스템을 마련하였다. 구체적으로는 원주푸드 종합센터 건립, 원주푸드 인증 시스템 구축, 원주푸드 추진위원회 구성 등이다. 원주 로컬푸드의 특징은 기존의 생협운동과 유기농업 운동으로는 지역주민의 다양한 일상생활의 요구를 충족할 수 없다는 반성적 성찰과 지역사

회 운동으로 전환해야 한다는 공감대 속에서 형성되었다는 과정에 있다. 따라서 원주의 로컬푸드 운동은 당초부터 먹거리 영역을 넘어 지역보건 체계, 지역 에너지 체계, 지역경제 체계 등으로 확장해 가는 매개체로 설정되어 있다(김선기, 2012; 이해진 외, 2012).

완주와 원주의 사례를 각각 위에서부터의 운동과 아래에서부터의 운동으로 나누면 청주·청원의 경우는 그 중간에 위치한다고 할 수 있을 것이다. 청주시와 청원군은 2014년 7월에 시군통합을 앞두고 있는데, 이 지역의 로컬푸드 운동은 시군통합에 이르는 과정에서 도시지역인 청주시와 농촌 지역인 청원군의 정서적 거리를 좁히려는 여론과 함께 청원군 농민회에 의한 대안적 농민운동, 그리고 충북 사회적 경제 지원조직들의 관심이 결합되어 시작되었다. 구체적 사업으로 농민시장 진행, 아카데미 및 지역 네트워크 연계를 추진되었고, 이에 사회적 기업·자활센터·시니어클럽·사회적 일자리·여성 장애인 연대와 귀농자가 참여하였다(박연수, 2011: 183-184; 하재찬, 2011).

이러한 상황에서 로컬푸드 운영체계(정은미, 2011), 사회적 일자리 또는 사회적 기업 연계(충북 개발연구원, 2009; 박송춘 외, 2009; 김영철, 2010), 활성화 정책(김종덕, 2008; 우장명 외, 2011), 인증 시스템(김주영, 2012), 소비자 인식(백승우 외, 2013; 장현옥 외, 2013), 학교급식 연계(김홍주, 2013), 성공요인(권기대 외, 2013; 서장원, 2013) 등의 다양한 연구가 추진되어 왔다.

각 연구는 주로 로컬푸드의 당위성, 정책 및 시스템 연계성이 종합적으로 분석되고 있다. 단, 지역사회 주민의 주체성을 분석한 연구는 충분하지 않다는 비판 또한 제기되고 있으며, 특히 이해진 외(2012)는 로컬푸드를 추진하는 주체들에 의한 사회적 경제 지역화의 중요성을 제시하고 있다. 이는 로컬푸드와 사회적 경제의 연계 필요성이 제기되고 있는 현재 충북의 상황과 궤를 같이하는 주장이라고 할 수 있다.

2. 사회적 경제와 네트워크

1) 사회적 경제의 개념

사회적 경제는 시장부문과 공공부문 사이에서 양자를 통해 만족되지 못한 필요를 해결하기 위해 재화와 서비스를 제공하는 경제활동 영역으로 정의되며, 사회적 경제조직으로서 사회적 기업, 협동조합, NPO(비영리 민간단체) 등이 포함된다. 그 원칙으로 ①이윤보다는 구성원들 혹은 집합적 이해를 위한 목적, ②독립적인 경영, ③민주적인 의사결정 과정, ④이윤분배에 있어 자본보다는 지역주민들과 노동자들에게 우선권을 부여하는 등의 항목이 있다(Defourny, 2001; OECD, 2007; 장원봉, 2006; 송백석, 2011; 채중헌·최준규, 2012; 채지희, 2013).

오늘날 사회적 경제의 중요성에 대한 인식이 세계적으로 확대하고 있는 이유를 Mendell(2013)은 2008년 경제위기, 사회복지 위주의 경제 생산과 서비스 제공에 대한 대안책 탐색, 사회적 경제 조직의 민주적 운영과 선례를 통해 증명된 협동 가능성 때문이라고 하였다.

사회적 경제의 역할을 특히 지역사회 활성화에 있다고 파악한 채중헌·최준규(2012)는 사회적 기업, 협동조합, 비영리 단체와 정부, 기업을 아우르는 연대와 혁신의 포괄적 차원에서 사회적 경제의 발전전략을 검토할 필요성을 제시하였다.

사회적 경제의 경제적 자립 성공요인을 연구한 채지희(2013) 역시 사회적 경제를 개별 조직 단위가 아니라 생태계 차원으로 접근하고, 조직 내재적 요인이 아닌 조직을 둘러싼 외재적 요인에 초점을 맞출 필요성을 제시하고, 이를 통해 인적 기반, 사회적 금융·투자 기능, 협력 네트워크, 독립경영이라는 성공요인을 도출하였으며, 향후 연구·교육체계 정립, 민간 사회적 금융·투자조직 양성, 전집·중간 지원조직 양성, 영리기업 협력 필요성을 제시하였다.

나아가 사회적 경제의 가능성과 한계에 대해 김경희(2013)는 그 가능성으로서 지역자원의 혁신적 활용과 지역문제 해결을 위한 혁신적 아이디어, 그리고 민주적 참여와 협력을 제시하는 한편, 그 한계로서 특히 한국에서는 일자리 창출 실적 등 경제적 목적 달성에 치중되고 있는 성과평가의 문제와 정부 주도적 지원정책의 문제를 제기하였다.

실은 사회적 경제영역은 사회적 기업 육성법, 협동조합 기본법 등의 법제도가 마련되기 이전부터 존재해 왔지만 가시적 영역이라고 하기보다는 그림자처럼 가려져 있는 경향이 있었다(內山哲朗, 2007). 따라서 이를 가시화시켜 그 가치를 공식적으로 인정할 필요가 있지만 그 방법은 단지 법제도화밖에 없는 것이 아니다. 즉, 영리기업이나 정부기관과는 다른 원리를 가진 존재로서 사회적으로 인식되어야 한다. 그때 간과하면 안 될 것은 사회적 경제조직을 이른바 하청적 존재로 자리매김하는 것이 아니라 대등한 존재로 역할분담을 해야 한다는 것이다. 이를 통해 비로소 새로운 민관 협력영역의 확대가 가능하게 될 것이다.

이와 같은 사회적 경제의 의의와 역할은 로컬푸드 운동이 지향하는 바와 일맥상통하다. 나아가 로컬푸드 운동과 사회적 경제를 연계하는 매개적 개념으로 네트워크 이론을 살펴보면 다음과 같다.

2) 사회적 경제와 네트워크 개념의 접목

가장 원리적으로 네트워크를 정의하면 두 개 이상 있는 일련의 연계된 교환관계(Axelsson & Easton, 1992)라고 할 수 있다. 이 원리를 바탕으로 행정학, 경영학, 공학 등 다양한 분야에서 더욱 세분화된 정의가 이루어지고 있다.

그중에서 지역사회 연구와 접목을 시도한 조명래(1998: 29-30)는 사회의 다양한 행위자들이 상이한 역할과 이해를 가지고 상호작용의 관계를 유지해 가는 가운데 형성되는 관계적 형태 혹은 구조를 네트워크라고 하였다. 상호작용은 목적과 의도, 참여자의 역할, 관계의 범위, 지속성 등의 조건에 따라 다양한 배열적 형태를 띠면서 이루어지지만, 상호작용의 망은 그 자체로서 행위자들의 관계를 반복적으로 재생산해 가면서 전체로서 집합화된 질서와 힘의 구조를 갖는다.

다시 말해 네트워크는 그 관계에 있어 행위자들이 활동하지만 이들이 개인으로서 의미를 가지는 것보다는 공유된 관심을 가진 하나의 구조로서의 의기가 강조되는 개념이다(김순양, 2003: 195). 이러한 특징을 지닌 네트워크 개념을 사회적 경제에 접목하면 사회적 경제 네트워크는 공공복리를 추구하고 상호 호혜성, 신뢰와 같은 사회적 가치를 부각시킬 수 있으며, 이를 통해 지역사회에 집합적인 호혜성 자산을 형성한다(Putnam: 1993).

사회적 경제 네트워크의 구성요소를 행위자, 상호작용, 관계구조로 나누면 각각에 대한 다음

과 같은 선행연구가 축적되고 있다. 행위자에 대해서는 정부부문, 민간영리 부문, 민간사회 부문으로 구분한 연구(최지영, 2012: 39), 상호작용에 대해서는 정보 및 자원 공유의 여부, 관계구조에 대해서는 공식성 또는 비공식성으로 구분한 연구(양세진, 2011: 90-91)가 있다. 그 외 자원, 영역, 관리자 등을 변수로 설정하고 네트워크 연결, 근접, 매개 중심성을 분석한 연구(배정희, 2013) 등이 있다.

그러나 사회적 경제 네트워크의 구조와 기능을 주로 통계적으로 분석한 기존 연구는 관계망 확대에 관한 시사점 제시를 달성하였지만 대등성이라는 분석기준이 강조되어 있지 않기 때문에 정부, 기업과의 관계에 있어 정부주도 또는 기존 대기업 주도가 아닌, 혁신적 발전방안을 도출하는 데 한계가 있었다. 따라서 사회적 경제 네트워크의 행위자, 상호작용, 관계구조 분석에 있어 대등성이라는 분석기준이 추가될 필요성이 있다.

그리고 새로운 사회적 경제 네트워크가 사회적 배제 등의 문제를 어떻게 포섭해 나갈 것인가, 지역과제를 협력적으로 해결해 나가려는 유대감(藤井絢子, 2006: 92-93)이라고도 표현할 수 있는 새로운 공공영역의 창출 여부가 평가될 필요성이 있다.

3. 사례분석 틀

로컬푸드 운동은 단순한 물리적 거리의 단축뿐만이 아니라 생산자와 소비자를 포함한 지역주민들 간의 연대관계를 재구축해 나가는 과정이다. 그 과정은 구체적으로 생산, 유통, 소비 및 사회적 경제 관계망 구축을 통해 전개된다. 이에 기존 연구는 주로 로컬푸드의 당위성, 정책 및 시스템 위주로 추진되어 왔지만, 지역주민 주체성과 관련된 사회적 경제 네트워크 관점에서의 분석은 충분히 이루어졌다고 하기 어려운 실정이다.

따라서 본 연구는 로컬푸드 운동의 사회적 경제 네트워크에 초점을 맞추고자 하는데, 그 이유는 사회적 경제 네트워크가 공공영역과 민간영역 또는 전문가와 일반시민 간의 관계 재구축을 지향한다는 의미에서 로컬푸드 운동 전개에 반드시 필요한 요소라고 할 수 있기 때문이다.

로컬푸드 운동의 사회적 경제 네트워크는 생산, 유통, 소비 등 각 단계에 있어 공공영역과 민간영역의 관계 또는 전문가와 일반시민의 관계가 어떻게 형성되고 있는지에 따라 개별 구체적으로 분석이 가능하다.

다음으로 사회적 경제 네트워크의 분석기준에 대해서는 수익창출 지향적인 가치에 치우치지 않도록 해야 함은 이미 다수 선행연구에서 지적되어 온 바이다(Defourny, 2001; 송백석, 2011; 今瀬政司, 2011).

이와 관련해 SROI(Social Return On Investment, 사회적 투자수익률) 지표, NPO 회계기준 등이 고안되었으나 본 연구에서는 앞에서 언급하였듯이 정부·기업·사회적 경제조직과의 관계 및 전문가·일반시민 간에 있어 어떠한 구체적 관계와 성과가 나타나고 있는지를 확인한 다음, 그 관계가 ①기준에 가려져 있던 영역을 공식적으로 인식하는 데 기여하고 있는지, ②각 관계가 서로 대등한 관계로 형성되고 있는지, ③새로운 공공적 영역을 창출하였는지를 평가하고자 한다.

이상 로컬푸드 운동의 사회적 경제 네트워크 분석기준을 정리하면 <표 1>과 같다.

〈표 1〉 로컬푸드 운동의 사회적 경제 행위자간 네트워크 분석기준

구 분	비공식 영역 가시화	관계의 대등성	새로운 공공영역 창출
행정·기업과의 관계	로컬푸드 운동과 행정·기업과의 협력관계 가시화 여부	로컬푸드 운동의 특성에 대한 행정·기업의 인식 여부	행정·기업과의 새로운 협력관계에 의한 지역과제 해결내용
전문가·일반시민과의 관계	전문가와 일반시민과의 협력관계의 가시화 여부	전문가·일반시민의 상하관계가 아닌 횡단적 협력관계 구축여부	전문가·일반시민과의 새로운 협력관계에 의한 지역과제 해결내용

Ⅲ. 사례분석결과

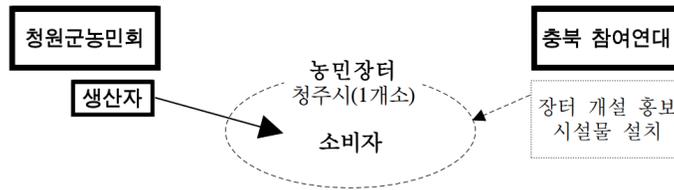
1. 청주·청원의 로컬푸드 운동

청주·청원 로컬푸드 운동은 시군통합, 농민회 활동, 그리고 사회적 경제조직의 관심 등을 배경으로 시작되었으며, 그 목적은 청원군에서 생산된 농산물을 농민장터 등을 통해 청주시민이 소비하는 구조를 만들면서 지역 공동체를 재구축하는 데 있다. 청주시와 청원군을 합친 총 인구는 2014년 현재 약 83만 명(청주 67만, 청원 16만 명), 면적은 약 940km²이다.

농민장터는 청주시 신시가지와 외각 도로가 만나는 공원에서 개최된다. 2005년 청주의 시민단체가 이 지역의 먹을거리 운동의 활성화를 위해 청원군 농민회에 농민장터의 개설을 제안한 것이다. 2006년부터 연간 4회의 장터 개설을 계획하고 2009년 6~7월에는 1개월간 격주로 운영하는 등 장터 개설 시기를 다양하게 시도하였으나 수급이 어려워 실제 연 2~4회(추석, 김장철) 1~2일씩 개설하게 되었다. 매출규모는 2008년 연 4회의 총 매출액이 2천만 원이었고 2009년은 전년에 비해 매출액이 크게 감소하였으나 2010년 김장철 2일간 매출액은 약 4천만 원이었다. 주요 품목은 청원에서 제철 생산되는 주잡곡류, 채소류, 과일류, 특산 가공품 등이고 김장철에는 배추, 무를 비롯해 갓, 대파 등의 부속 채소류와 사전 예약의 절임배추를 취급하였다(정은미, 2011). 이 때까지 시기는 로컬푸드 운동의 초기단계로서 홍보와 관계구축 활동이 주를 이루고 있다.

로컬푸드 운동은 농가 입장에서 비규격, 비표준화 농산물을 처분할 수 있는 판로가 된다. 생산자는 유통을 위한 노동력 투하(다듬기 등)만큼 농가 수취 가격이 향상되기 때문에 농가소득이 적은 영세농과 고령자의 참여 의지가 강한 반면 젊은 전업농은 관심도가 낮고 참여율도 낮은 상황이다(정은미, 2011). 농산물 수급 및 장터 운영 주체는 시민단체가 중심이 되어 다양한 참여단체가 확대되고 매출이 신장되었다.

〈그림 1〉 청주·청원 농민장터 운영체계



자료: 정은미(2011: 203).

1) 행정·기업과의 관계

청원군, 충북농협 등도 직거래 장터를 개장하고 저렴하고 품질 좋은 장터라는 인식으로 추지고 있다(뉴시스, 2013; 경향신문, 2013). 로컬푸드 운동 주체 측에서는 충북 로컬푸드 네트워크를 결성해 충북 식생활 교육 네트워크 참여, 지자체와 학교급식 선진지 견학 및 간담회, 학교급식 조사 실시와 적극적인 의견 제시 등으로 행정·기업과의 관계 구축을 추진해 오고 있다.

2) 전문가·일반시민과의 관계

다음 <표 2>처럼 지역 농민단체, 참여연대, 지속가능발전실천협의회, 실업극복연대, 지역자활센터가 중심이 되어 농민장터를 진행 중이다. 지역 내 로컬푸드 운동을 실현할 다양한 자원이 존재하나 아직 유기적인 협력이 미비한 것으로 평가되고 있다(박연수, 2011).

네트워크 조직으로서는 다음 세 가지가 있다. 첫째, ‘충북 로컬푸드 네트워크’가 운동 및 활동 범위, 참여 대상을 다양화시키고 있다. 둘째, ‘충북 로컬푸드 가공 유통 협의회’는 로컬푸드를 표방하며 일자리 사업을 전개하는 4개 단체가 공동판매 개척과 생산자·소비자의 중간자로서 로컬푸드 가공·유통 중요성을 인식하고 명절 선물 세트 공동판매 사업(공동 브랜드 ‘행복 담쟁이’)을 위해 결성한 네트워크이다. 셋째, ‘충북 식생활 교육 네트워크’는 로컬푸드 개념을 갖고 ‘식생활 교육지원법’ 통과와 더불어 활동을 시작하였다(하재찬, 2011).

또한 소비자의 참여를 높이기 위해 장터에서 무료법률상담소나 충북문화단체인 ‘예술공장 두레’의 문화공연과 ‘극단 새벽’의 공연을 열기도 하였다(정은미, 2011).

현재까지의 진행과정은 2007년부터 농민시장을 계절형(추석시장 및 김장시장), 지역연계형 농민장터(아파트 단지 직거래 장터) 등을 개최하고 있으며, 학교급식지원센터 설립을 위한 간담회, ‘못난이 가게’ 검토, ‘충북 지역 먹을거리 시스템’ 구축 간담회 추진과 이에 따라 충청북도 위원회 설치를 약속하는 등의 성과를 올렸다.

한편 과제로서 농민시장을 저렴한 장터로 인식하거나 새로운 판로로 인식하는 경향이 있는 반면 지역 공동체성 목적의식은 약화되고 있음이 지적된다. 또한 품목 부족, 소비자·생산자 접

근성 부족, 행사 부족, 비정기성 장터로 인한 관계형성 한계 등이 제기되고 있다(하재찬, 2011).

따라서 향후 방향으로 지역 연계형 로컬푸드 직거래 장터(생산농가와 아파트 단지 연계 월 1~2회 정기 운영, 예약 및 현장 판매 병행, 회원 접수처 등), 거점확보형 로컬푸드 직거래 장터(로컬푸드 가공업체 주축으로 농산물 예약, 장터형식으로 일요일일 공급), 지역참여형 농민시장(언론, 문화예술, 교육 및 복지기관 등 참여확대, 학교급식 및 먹거리 복지, 시민이 함께 참여하는 지역 먹거리 문화 체험 등)이 계획되고 있으며(하재찬, 2011), 경제적 가치보다 사회적 관계성 회복의 모델이 모색되고 있다.

〈표 2〉 청주·청원 로컬푸드 운동 참여단체

구분	단체명	주요역할
농민 단체	청원군 농민회	2007년부터 중심 단체
	대청호 환경 농민연대	2008년 결성, 연대협력
	신기농장	2010년부터 행복담쟁이 연대활동
	하늘농부	간헐적 지원
시민 사회 단체	청주시 지속가능 발전실천 협의회	청주시 예산확보와 민관 중재
	충북 참여자치 시민연대	농민시장 실체 주체로 2007년부터 활동
	일하는 공동체	2008년부터 참여, 로컬푸드 도시락 사업(행복담은 네모)과 로컬푸드 사업단 운영
	충북 여성 장애인 연대	로컬푸드 두부생산 여성장애인작업장 '다울' 운영, 2009년부터 간헐적 참여·지원
사회적 기업	생명살림 올리	2008년부터 지속 참여(친환경 콩 버거, 콩 쌀바 등 생산)
	행복 담은 네모	2009년 SK 행복 도시락 사업으로 로컬푸드 도시락 생산
	휴살림	유기농산물 생산과 유통 수행
	충북 사회적 경제 센터	업종 네트워크 사업 추진, '행복 담쟁이' 추진협력
사회적 일자리	청주지역 자활센터	2009년 여성 장애인 작업장 '다울'과 콩을 계약재배
	우렁각시	청원지역 자활에서 나온 자활공동체로서 지역 생산자와 계약재배를 통해 식당운영
	청주 시니어 클럽	2007년부터 운명해 온 아파트 단지 내 매장을 2009년부터 로컬푸드 매장 전환, 농민시장 적극 참여
	청주 수동 시니어 클럽	2009년부터 네트워크 참여
	청주 수곡 시니어 클럽	2010년 김장맛이 농민시장 참여
	여성 장애인 작업장 '다울'	충북 여성장애인 연대 내 사업단으로 로컬푸드 두부 생산

자료: 하재찬(2011)의 재구성.

3) 사회적 경제 네트워크 분석결과

먼저 청주·청원 로컬푸드 운동 배경에는 시군통합이라는 배경이 있었다. 충북 로컬푸드 네트워크는 학교급식 조사 및 의견제시 등을 통해 현황문제를 가시화시키고 있다. 충청북도는 ‘충북 지역 먹을거리 시스템’ 구축을 위한 위원회 설치를 밝혔다.

전문가·일반시민과의 관계에 있어 로컬푸드 운동은 특히 농민장터를 통해 농민회, 영세농가, 고령농가가 생산한 농산물을 판매할 수 있는 기회를 제공하고 있다. 그리고 사회적 기업, 마을 연개를 통해 다양한 관계구축을 유도하고 있다.

청주·청원에서는 ‘충북 지역 먹을거리 시스템’ 구축 간담회와 이를 계기로 한 충청북도에 의한 위원회 설치 약속 등 로컬푸드 운동 주체와 대등한 관계에서 운동 공식화가 진행되고 있다. 현장에서는 개별적이기는 하나 충북농협, 청원군, 충북 로컬푸드 네트워크가 각각 직거래 장터를 열고 있으며, 충북 로컬푸드 네트워크의 경우 특히 영세농가와 고령농가의 강한 참여 의지, 농민단체, 시민사회단체, 사회적 기업, 교육단체 등도 함께 참여해 새로운 공공적 영역을 창출하는 성과를 올리고 있다.

〈표 3〉 청주·청원 로컬푸드 운동의 사회적 경제 행위자간 네트워크

구 분	비공식 영역 가시화	관계의 대등성	새로운 공공영역 창출
행정·기업과의 관계	학교급식 조사 및 의견제시 등	충북 지역 먹을거리 시스템 구축 간담회 추진 위원회 설치 방향	영세농가·고령농가가 참여하는 직거래 장터
전문가·일반 시민과의 관계	충북 로컬푸드 네트워크, 가공 유통 및 식생활 교육 네트워크 구축	농민단체, 시민사회단체, 사회적 기업, 사회적 일자리 등 참여	개절형·지역연계형 농민 장터 활동

2. 일본 이바라키의 로컬푸드 운동

이바라키 현(茨城県)은 2014년 현재 총 인구 약 290만 명, 면적 약 6,095km²의 광역자치단체이다. 일본에서 로컬푸드 운동을 ‘지산지소(地産地消)’라고 표현되기도 하는데 지역에서 생산하고 지역에서 소비함을 의미한다. 이 운동은 광역자치단체 행정구역 단위에서 이루어지는 경향이 강하다는 특징이 있다.

1) 행정·기업과의 관계

이바라키현은 ‘맛고장 식채운동(うまいもどころ食彩運動)’ 추진 협의회를 통해 로컬푸드 운동을 전개하고 있다. 주요 활동내용은 ①이바라키현 산품 판매 촉진(이바라키현 산품 판매구획을 설치한 양판점과 이바라키현 산품 식재료를 제공하는 식당을 지정하고 홍보 도모, ‘맛의 고

장' 캐치프레이즈 사용허가 지정), ②이바라키 농산물 서포터 사업(정보제공과 농업체험 등을 통해 이바라키 농업 이해 제고), ③식채(食彩) 운동·학교급식 추진사업(협의회 개최, 식생활 교육 추진 불런티어 설치, 학교급식에 대한 지역산품 활용촉진) 등이다. 그리고 2005년부터 매월 세 번째 일요일과 그 전의 금·토요일을 '지산지소의 날'로 지정하고 활동을 활성화시키고 있다. 이에 대한 평가로서는 민간·기초 자치단체의 협력을 확대할 필요가 있으며, 특히 '지산지소'와 식생활 교육에 있어서는 지역주민, 민간에 있어서의 자주적 전개 또한 중요하다고 지적되고 있다(茨城県, 2010).

기업에서는 이바라키현 산품 판매 외에도 각종 행사에 참여하기도 한다. 유명한 행사로서는 '가을 수확축제'가 열렸으며 2013년에는 이바라키현 내 행정기관, 기업, 농협, 협동조합 등 190개 단체가 참여하고 이바라키 농림수산물을 소개·판매하였다. 기타 '나토(納豆, 청국장과 비슷한 발효식품) 열차'를 나토 상공업 협동조합과 철도회사가 함께 특별 운행하였다. 이바라키현의 나토와 쌀, 양념 등을 무료 배포하였고, 토박이 아이돌(출신 지역 내에서 활동하는 아이돌)도 같이 행사에 참여하였다.

2) 전문가·일반시민과의 관계

(1) 호수가 기뻐하는 채소 생산·판매

행정위주의 지산지소 운동과 별도로 비영리 단체인 아사자 프로젝트가 2005년부터 가스미가우라(霞ヶ浦, 일본에서 2번째로 큰 호수로 이바라키현 내에 위치) 어협과 유역 농협, 슈퍼마켓 등과 공동으로 호수에 서식하는 외래종 물고기를 포획하고 어분(魚粉) 비료를 만들어 농산물을 재배하며 '호수가 기뻐하는 채소'라는 브랜드로 주변 슈퍼마켓에서 판매하고 있다(アサザ基金, <http://www.asaza.jp>).

가스미가우라에서는 외국에서 유입된 외래종 물고기가 늘어 토종 물고기를 비롯한 생물 다양성이 감소되고 있는 문제가 있다. 이에 외래종 물고기를 어업인이 포획하고 그것을 어분(魚粉)으로 가공한 다음 비료와 사료로 주변 농축산업에서 이용되도록 한 것이다.

이 농산물을 구매함으로써 가스미가우라 생물 다양성 보전, 수질정화 등 호수재생에 공헌할 수 있다는 부가가치가 부여된 농산물 브랜드가 탄생한 것이다.

지금까지 연계 기회가 거의 없었던 어업과 농업이 서로 협업함으로써 어업·농업·유통·소비가 연결되어 그 순환에 의해 어업·농업 활성화(지역 내 일자리 창출), 생태계 보전, 수질정화, 지역 활성화 등 다면적 효과를 창출하고 있다.

(2) 이바라키 미래기금 연계

시민단체가 주체가 되어 운영되는 이바라키 최초의 커뮤니티 기금이다. NPO뿐만 아니라 언론, 사업체, 노동조합, 생협, 대학, 행정 등 다양한 주체가 모여 구성된 이 기금의 특징은 다음과 같다(いばらき未来基金, <http://ibaraki-mirai.org>).

우선 기부 희망자는 기부 모집 중인 활동·단체의 정보를 제공받은 후 기부를 선택할 수 있으

며 활동결과 또한 보고받을 수 있다. 기부방법은 행사나 점포설치 모금뿐만 아니라 인터넷 모금, 기부결합상품, 카드적립 포인트 등이 가능하다. 특히 이바라키현 로컬푸드 행사인 ‘가을 수확축제’, ‘낮토 열차’에서도 기부행사가 함께 진행되고 있다. 기부한 경우 세제혜택이 부여된다는 것도 특징이다.

각 단체에 있어서는 기부 획득은 물론 활동 홍보, 자원봉사(볼런티어) 지원, 물품·장소 제공을 받는 등 지원자들과의 연대를 확대할 수 있다. 이러한 관계가 확대될 수록 각 단체는 지원자에서부터 신뢰를 얻기 위해 사업내용과 재정정보, 인재육성 등을 더욱 적극적으로 추진하게 된다.

현재 이바라키 미래기금 모집내용은 크게 ①사람들의 자립과 커뮤니티 활성화 활동, ②이바라키의 미래를 만드는 활동, ③지역사회 유대관계를 형성하는 활동이 있다. 여기에 구체적으로 후쿠시마 원전사고 피난민 지원, 은둔형 외톨이 지원, 비어 있는 전통가옥 재생, 과학실험 출장수업 확대 등이 제시되어 있다.

3) 사회적 경제 네트워크 분석결과

이바라키 로컬푸드 운동은 행정·기업의 다양한 활동과 결합되면서 전개되고 있다. 행정 측은 ‘맛의 고향’ 로고 보급, 학교급식 추진, 각종 행사를 추진하고 있다. 전문가·일반시민과의 관계에 있어서는 비영리 민간단체가 중심이 되어 ‘호수가 기뻐하는 채소’ 생산·판매, 이바라키 미래기금 연계를 전개하고 있다.

행정·기업과의 관계에 있어서는 광역자치단체가 ‘맛의 고향’ 로고를 인증 및 보급하고 ‘지산지소의 날’ 지정, 학교급식 활용 추진, 식생활 교육 추진 볼런티어 등을 통해 로컬푸드 영역의 공식화, 관계자 간의 대등한 관계 속에서 로컬푸드 영역을 확대해 나가고 있다.

전문가·일반시민 관계에 있어서는 비영리 민간단체가 중심이 되어 호수에 서식하는 외래종 물고기를 잡아 만든 비료로 채소를 생산, 판매하는 과정에서 어업, 농업, 소비자 등의 새로운 협력관계가 구축되었고, 이바라키 미래기금에 있어서는 상실되어 가던 지역사회 유대관계 재구축을 추진하면서 로컬푸드 운동 참여자 또는 지원자의 지평을 확대해 나갈 역할을 짊어지고 있다.

〈표 4〉 이바라키 로컬푸드 운동의 사회적 경제 행위자간 네트워크

구 분	비공식 영역 가시화	관계의 대등성	새로운 공공영역 창출
행정·기업과의 관계	① 지산지소 ‘맛의 고향’ 로고 인증·보급 ② ‘지산지소의 날’ 지정(매월 세 번째 일요일과 직전의 금·토) ③ 학교급식에 대한 지역상품 활용 추진, 식생활 교육 추진 볼런티어		
전문가·일반시민의 관계	④ 외래종 물고기 비료로 채소를 만들어 판매(어업, 농업, 소비자 등) ⑤ ‘이바라키 미래기금’ 연계를 통한 로컬푸드 운동 지원기반 마련		

IV. 결론 및 종합논의

본 연구는 로컬푸드 운동의 발전방안을 사회적 경제 네트워크라는 개념을 통해 도출하고자 하였고, 구체적 사례로 충청북도 청주·청원지역과 일본 이바라키 지역을 비교분석해 한국에 대한 시사점을 획득하고자 하였다.

먼저 선행연구 검토를 통해 로컬푸드 운동을 사회적 경제 및 네트워크 개념과 연결되는 것으로 파악하였다. 또한 기존 연구의 성과와 과제를 바탕으로 로컬푸드 운동의 사회적 경제 네트워크에 대한 분석 틀을 구성하였다. 즉, 행정·기업과의 관계, 전문가·일반시민과의 관계라는 행위자 간 네트워크에 관한 두 가지 구분을 설정하였고, 이에 각각 비공식 영역의 가시화, 대응한 관계성, 새로운 공공영역의 창출이라는 분석기준을 추가하였다.

다음으로 한국과 일본 사례를 조사해 비교한 결과, 다음과 같은 시사점을 얻었다.

첫째, 행정·기업과의 관계를 보면, 청주·청원의 경우, 시군통합이라는 행정구역 상의 배경이 있었다. 충북 로컬푸드 네트워크는 학교급식에 관한 간담회, 조사 등을 실시해 지역과제를 가시화시켰고, 충청북도는 ‘충북 지역 먹을거리 시스템’ 구축으로 다양한 로컬푸드 운동 주체들과 대등한 협력관계를 지향하고 있다. 실제로 영세농가, 고령농가가 참여할 수 있는 직거래 장터가 형성되었고, 협동조합, 시민단체, 예술단체 등도 대등한 관계로 참여할 수 있는 새로운 공공영역이 창출되고 있다.

일본 이바라키의 경우, 주로 광역 자치단체 행정을 중심으로 지산지소(地產地消)라는 명칭 하에 로컬푸드 운동이 전개되고 있다. 구체적인 사업으로 지산지소 ‘맛의 고장’ 인증을 통해 로고 마크를 보급하고, 매월 셋째 주 주말을 지산지소의 날로 지정하고 각종 행사를 실시하고 있으며, 학교급식에 대한 지역 농수산물 활용 촉진 및 식생활 교육 추진 자원봉사를 조직화하고 있다. 인증제도를 통한 로컬푸드 가시화, 매월 주말행사와 학교급식, 식생활 교육 추진 자원봉사 조직화를 통해 다양한 로컬푸드 주체들과 협력영역을 구축해 나가고 있다.

한국의 경우, 사회적 기업, 협동조합, 시민단체 등, 지역사회의 과제에 대해 지역주민들과 함께 활동하는 조직들이 다수 존재하고 있으므로 향후 로컬푸드 관련 인증제도, 각종 행사, 교육 등을 추진함에 있어 하청(下請) 또는 명목적 관계가 아닌 대등, 공동의 협력관계를 구축함으로써 비공식적 협력영역을 지역주민에게 가시화할 수 있게 될 것이다.

둘째, 전문가·일반시민과의 관계를 보면, 청주·청원의 경우, ‘충북 로컬푸드 네트워크’, ‘충북 로컬푸드 가공 유통 협의회’, ‘충북 식생활 교육 네트워크’라는 세 가지 네트워크가 구성되어 있으며 간담회, 토론회, 선진지 견학 등을 통해 전문가와 일반시민과의 얼굴이 보이는 관계가 구축되고 있다. 또한 농민단체, 시민단체, 사회적 기업, 협동조합 등이 대등한 관계를 지향하면서 참여하고 있으며, 개질에 따라 지역 연계형 농민장터를 열어 새로운 공동체 문화를 조성하고 있다.

일본 이바라키현의 경우에도 사회적 경제조직이 선도적 역할을 수행하는 사례들이 존재한다. 예컨대 호수 환경 재생을 목적으로 한 새로운 방법에 의해 생산, 판매되는 채소가 있고, 이에 따라 지역 일자리 창출과 공동체 문화 활성화를 이루고 있다. 또한 로컬푸드 운동과 시민기금을 연계함으로써 참여자, 지원자를 확대하고, 지역사회에 폭넓은 공감대를 형성하고 있다.

한국에 대한 시사점으로 환경운동단체, 각종 기부·기금 프로그램 등과도 연계된 사회적 경제 네트워크를 확대해 나감으로써 행정부, 기업, 각종단체, 지역주민들이 참여할 수 있는 폭넓은 새로운 공공영역이 형성될 것이다.

따라서 향후 발전방안으로 지자체가 로컬푸드 인증제도, 기념일 지정 및 행사, 식생활 교육 등에 일정한 주도적 역할을 하되, 이에 참여하는 주체는 사회적 경제 네트워크, 즉 농민단체, 시민단체, 사회적 기업, 협동조합 등이 명확하고도 대등한 관계를 구성하면서 새로운 공공영역을 확대해 나가는 것이 중요하다. 청주·청원의 경우 시군통합이 로컬푸드 추진배경 중의 하나가 되지만 충북이라는 행정구역을 대상으로 하면 각 시군의 로컬푸드 운동과 어떻게 협력해 나갈 것인가가 향후 과제이고, 여기에 있어서도 행정차원뿐만 아니라 사회적 경제 네트워크가 중요한 역할을 수행할 수 있을 것으로 전망된다.

본 논문은 로컬푸드 운동 활성화 방안을 도출하기 위해 사회적 경제 네트워크 개념을 적용하고 한국과 일본의 사례 비교를 통해 시사점을 제시하고자 하였다. 그러나 분석 틀로 행위자 간 네트워크를 심층적으로 설정하는 데 한계가 있었다. 앞으로 로컬푸드 운동과 사회적 경제 네트워크의 세부적 변수 설정 그리고 상호 간 관계를 보다 세밀하게 비교하는 연구가 필요하다.

참고문헌

- 경향신문. (2013). 이종운 청원군수 ‘직거래장터에서 추석용 제수용품 사가세요. 9.10
- 권기대·김신애·권송·서장원. (2013). 로컬푸드의 성공요인에 관한 탐색적 연구: 충청지역을 중심으로. 한국식품유통학회 2012 동계학술대회 논문집.
- 김경희. (2013). 사회적 경제를 통한 지역혁신의 가능성과 한계—마을기업과 협동조합을 중심으로—. 「공공사회연구」, 3(2): 126-150.
- 김선기. (2012). 원주 협동조합 운동의 역사와 원주 협동 사회경제 네트워크 비전. 원주 협동 사회경제 네트워크 사례 소개자료.
- 김순양. (2003). 정책 네트워크 모형의 이론적 쟁점 분석. 「정부학연구」, 9(1): 178-217.
- 김영철. (2010). 로컬푸드와 사회적 기업—대구 경북의 사례를 중심으로—. 「계명대학교 산업경영연구소 경영경제」, 43(1): 1-23
- 김종덕. (2008). 우리나라 로컬푸드 정책의 방향. 「지역사회학」, 9(2): 85-113.
- 김주영. (2012). 「로컬푸드 인증 시스템에 관한 연구」. 석사학위논문. 우석대학교 대학원.
- 김지현. (2014). 사회적경제 실현을 위한 충청북도의 과제. 사회적경제 활성화를 위한 충북 사회적 경제 정책 토론회 자료. 충북 사회적경제 협의회, 91-94.
- 김홍주. (2013). 학교급식과 로컬푸드: 한·일 비교연구. 「농촌사회」, 23(1): 87-139.
- 나영삼. (2011). 「로컬푸드를 이용한 지역농업 활성화 방안 연구—완주군 사례를 중심으로—」. 석사학위논문. 전북대학교 생명자원과학대학원.
- 뉴시스. (2013). 충북농협, 농산물직거래 금요장터 12일 개장. 4.10

- 박송준·임홍수·조영석. (2009). 로컬푸드의 개발과 사회적 기업의 육성방안—전남을 중심으로—. 「한국협동조합연구」, 26(2): 151-171.
- 박연수. (2011). 청주·청원 로컬푸드 운동 진행경과와 과제. 제6회 전국지역리더대회 로컬분과 지정토론회.
- 배정희. (2013). 네트워크 중심성이 사회적기업의 사회적 경제적 성과에 미치는 영향: 서울시 고용노동부 인증 사회적기업을 중심으로. 석사학위 논문. 서울대학교 대학원.
- 백승우·김수현. (2013). 로컬푸드 직매장 소비자의 쇼핑동기와 만족도 분석—전북 완주 로컬푸드 직매장 소비자를 중심으로—. 「식품유통연구」, 30(2): 47-66.
- 서장원. (2013). 「우리나라 로컬푸드의 성공요인에 관한 연구」. 석사학위논문. 공주대학교 대학원.
- 송백석. (2011). 사회적 경제모델과 한국의 사회적 기업정책. 「공공사회연구」, 1(2): 5-32.
- 안대성. (2013). 로컬푸드를 통한 지역농업 활성화—다수소농, 고령농가 조직화로 일구어낸 힘—. 충북 사회적 경제 콜로키엄 발표자료.
- 양세진. (2011). 「한국 사회적기업의 협력적 거버넌스에 대한 사례연구」. 박사학위 논문. 상군관대학교.
- 우장명·홍기운. (2011). 로컬푸드를 이용한 충북 농업·농촌의 활성화 방안. 「지역정책연구」, 22(2): 105-127.
- 이인영. (2014). 협동조합 진영의 이슈와 과제. 사회적경제 활성화를 위한 충북 사회적경제 청책 토론회 자료. 충북 사회적경제 협의회, 96-98.
- 이해진·이원식·김홍주. (2012). 로컬푸드와 지역운동 네트워크의 발전—원주 사례를 중심으로—. 「지역사회학」, 13(2): 229-262.
- 임경수. (2012). 완주 커뮤니티 비즈니스 센터의 지역 공동체 만들기. 「완주 커뮤니티 비즈니스 이야기」, 3: 2.
- 장원봉. (2006). 「사회적 경제의 이론과 실제」. 나눔의 집.
- 장현옥·이민수·유소이. (2013). 로컬푸드에 대한 소비자 인식 비교연구. 「농업경영·정책연구」, 40(2): 248-269.
- 정은미. (2011). 로컬푸드의 사례별 운영체계와 시사점. 「농업전망 2011—농업·농촌과 농식품 산업: 새로운 시장과 기회—」, 195-216.
- 조명래. (1998). 새로운 산업 공간과 네트워크 이론. 한국지역개발학회지, 10(2): 25-47.
- 채중헌·최준규. (2012). 지역사회 활성화를 위한 사회적 경제의 역할에 관한 연구: 이발리아 사회적 협동조합 사례를 중심으로. 한국지방자치연구, 14(3): 195-225.
- 채지희. (2013). 「한국 사회적 경제의 경제적 자립 성공요인에 대한 사례연구」. 석사학위논문. 연세대학교 경제대학원.
- 충북개발연구원. (2009). 「로컬푸드를 활용한 사회적 일자리 창출에 관한 연구」.
- 최지영. (2012). 「관광 사회적기업의 네트워크와 사업성과와의 관계 연구」. 석사학위 논문. 한양대학교.
- 하재찬. (2011). 충북 로컬푸드 운동의 실천과 과제—청주 청원 농민시장 중심—. 충북 로컬푸드 네트워크 발표자료.

- 허남혁. (2013). 지역발전과 로컬푸드. 충북 사회적 경제 콜로키엄 발표자료.
 アサザ基金(<http://www.asaza.jp>).
- 伊藤智毅. (1993). 日立市の生涯学習とまちづくり—「百年塾」運動の先導の実験. 「企業城下町日立の『リストラ』」, 209-234.
- 茨城県. (2010). 平成21年度事業評価書(うまいもんどころ県民食彩事業).
 いばらき未来基金(<http://ibaraki-mirai.org>).
- 李炳旽. (2013). 韓·米FTAの影響と対策. 2013年11月14日JA茨城中央会説明資料.
- 今瀬政司. (2011). 「地域主権時代の新しい公共—希望を拓くNPOと自治·協働改革—」. 学芸出版社.
- 内山哲朗. (2007). 解題—サードセクターの動態と社会的企業. 「社会的企業—雇用·福祉のEUサードセクター」. 日本経済評論社, 501-528.
- 藤井絢子. (2006). 実践者によるディスカッション. 「勃興する社会的企業と社会的経済—T. ジャンテ氏招聘市民国際フォーラムの記録」, 74-103.
- Axelsson, Bjorn & Geoffrey Easton. (1992). *Industrial Networks: A New View of Reality*, London: Routledge.
- Jacques Defourny and Carlo Borzaga. (2001). *The Emergence of Social Enterprise*, London: Routledge.
- Marguerite Mendell. (2013). *The Role of the Social Economy in Urban Regeneration and Its Impact on Societal Well-Being*. Global Social Economy Forum Proceedings.
- OECD. (2007). *The Social Economy: Building Inclusive Economies*. LEED Programme.
- Putnam, R. D. (1993). The Prosperous Community: Social Capital and Public Life. *The American Prospect*, 13: 35-42.

네모토 마사쓰구(根本眞嗣): 한국 충북대학교에서 행정학 박사학위를 취득하고(논문: 지방정부 수준의 국제교류에 있어서 비영리민간단체의 역할, 2009), 현재 충북대학교 사회과학연구소 전임연구원으로 재직 중이다. 주요관심분야는 사회적 기업, 지방자치, 지역정책 등에 있으며, 최근 논문으로 ‘도시 저개발 지역 주민요구에 기초한 커뮤니티 비즈니스 관련정책의 적용과 지역적 사회 안전망의 구축’(2012), ‘사회적기업에 대한 재정·세제지원 개편방향’(2012), ‘도·농 지역별 삶의 질 분석에 따른 사회적 경제조직의 발전방향’(2013) 등이 있다(motomotonemoto@gmail.com).

Abstract

Improvement Strategy for Local Food Movement through Social Economy Network: Focused on Comparative Case Study of Korea and Japan

Nemoto Masatsugu

This study analyzed improvement strategy for local food movement through a social economy network. For this purpose, two cases of Korea and Japan were compared. There are three types of criteria for this analysis: first, visualization of invisible social value, second, equal partnership; third, creativity of new public. The result pointed that local government take roles of visualization of invisible social value through a certificate system, anniversary events and food education programs for local food movement in Japan. An equal partnership between government and non profit organizations which perform for community development and environmental restoration with local food movement are improving toward new public society. On the other hand, local food movement in Korea are based on social economy network includes social enterprises, cooperatives and other third sectors. Thus it is important for the Korean situation to develop an equal partnership between local government and social economy network for building local food system.

Key Words: local food movement, social economy network, local production for local consumption

