



향토산업가치혁신센터

흩어진 향토자원을 모아 새로운 가치를 만들어 낸다.



구슬이 서말이라도 꿰어야 보배라고 했다. 대한민국 방방곳곳 숨어있는 향토의 보석같은 자원을 발굴하고 가치를 키우는 향토산업가치혁신센터(www.rivic.org)의 한광식 대표를 만났다. 향토자원산업화와는 공익과 수익이라는 두 마리 토끼를 잡기위한 매뉴얼을 만드는 향토산업가치혁신센터에 들려본다.

향토산업가치혁신센터는 말그대로 향토의 숨어있고 흩어져있는 가치를 발굴하여 향토산업의 혁신과 발전을 도모하는 지식서비스제공 기업이다. 센터에서는 주로 지자체의 용역을 수행하는데, 향토자원의 조사발굴부터, 지역발전에 기여도가 높은 자원을 선택해서 최적의 산업화 방안 및 전략을 수립한다. 또한 향토브랜드 구축, 해당 지역 산업조직의 진단, 향토산업과 관련된 창업 및 기술 사업화를 촉진하기 위해 일반기업과의 연결 등 체계적인 향토자원의 산업화를 추진하고 있다.

“국내로는 보성녹차산업, 통영진주산업, 국외로는 보르도 와인처럼 향토 산업은 지역이 갖고있는 자원을 활용해 부가가치를 창출하는 사업입니다. 최근에는 지역 자원을 브랜드화한 수많은 제품과 축제 같은 문화콘텐츠 까지 다양하게 볼 수 있게 됐지요. 녹차를 예로 들자면 녹차육종 및 재배, 화장품, 식품, 약품으로의 가공과 축제 개최, 관광지와의 연계 등 하나의 자원으로 다양한 형태의 가치를 만들어 내고 있습니다. 향토산업에 대한 정부의 육성지도도 아주 높습니다.”

이같은 향토자원의 가능성을 간파한 한광식 센터장 그는 김포대학 교수로 재직하면서 지역과 연계한 관·학官學협동모형을 최초로 제시하는 한편, 지역활성화를 위한 향토지적재산의 활용방안을 탐색하는 등 활발하게 향토 자원의 개발을 위한 네트워크를 구축해왔었다고 이후 2005년 ‘향토산업 가치혁신센터’를 설립하며 본격적으로 50여 명의 전문가집단과 함께 향토 자원의 산업화를 도모하게 되었다.

센터가 진행해온 대표적인 사례로는 통영진주, 청송사과, 강화인삼·순무·화문석 원도 전복, 영월군 박물관 고을 육성전략 수립, 김포 농촌미를 전통 지식자원 발굴 및 활용 연구 등을 들 수 있다. 그 성격 역시 기본적인 컨설팅과 사업계획서 작성부터 특산물을 한 방향으로 묶어주고, 지역자원의 디자인 및 브랜드 구축, 지역문화 콘텐츠 육성, 지리적 표시 등록 등 향토자원의 가치를 발굴하는 모든 분야를 아우르고 있다. 최근에는 녹차소비자를 촉진시키기 위해 커피메이커 같이 간편하게 녹차를 우려 먹을 수 있는 녹차

메이커 ‘T-mate’를 개발해 상용화 작업에 한창이다. 수많은 지자체의 수요가 있다 보니 센터의 역량을 찾는 곳만 찾아다니기도 쉽지 않다고 한다.

업무 특성상 1년에 50곳 이상의 지역을 방문하느라 힘들지만, 일이 너무 좋다는 한광식 센터장은 좀 더 큰 소명의식을 갖고 있다. 바로 지금 그가 하고 있는 향토자원산업화를 명확한 프로세스로 구현하는 것이다.

“센터에서는 ‘사업화’가 아닌 ‘산업화’를 추구합니다. 단순히 하나의 농산물, 이미지를 일회성으로 사업화하는 것이 아닌, 해당 지역의 자원 전반을 아울러 지속적인 가치창출과 지역발전을 이끌어 내는 ‘산업화’입니다. 어떤 지역과 산업이라도, 범용화된 ‘향토자원산업화 프로세스’를 정립시켜 놓는다면 지역 주민은 물론, 실제 많은 자본을 투입하는 지자체, 해당 산업에 연관된 기업까지 모든 관련자들이 시행착오를 줄이고 부가가치를 높일 수 있습니다.”

기존의 향토자원사업화의 경우, 전문 인력과 사업성 분석 기법의 부재로 인해 지역의 명확한 목표를 확립하지 못한 채 한 곳에서 성공사례가 나오면 따라가는 경우가 많았다. 단기간에 실적을 보여야 하는 지자체의 실정도 일관성 있는 사업화를 막는 이유 중 하나였다. “성공했다는 향토자원사업도 투입된 엄청난 예산과 인력을 감안하면, 대부분 결과가 투자에 부응한다고 보기 어렵습니다. 성공했다 하더라도, 노후유가 축적되지 않아 다음번 시도에 다시 성공하기는 쉽지 않죠. 그래서 범용화된 틀을 짜 자원의 효율적인 사용을 유도하여 실패위험을 줄여야 합니다.”

대한민국에는 도시만 있는 것이 아니다. 대한민국에는 3면의 바다와 수많은 산과 들에서 나오는 다양한 농수산물도 있고, 유구한 역사 속에서 탄생한 캐릭터와 문화가 있다. 이 모든 것이 바로 향토의 자원이고 우리가 헤쳐나가야 할 블루오션이다. 새로운 시각으로 흩어진 자원을 지역특성에 맞춰 유기적인 사업화 시스템을 개발하며 향토자원산업화라는 블루오션을 향해가는 향토산업가치혁신센터와 한광식 대표의 도약을 기대해 본다.