http://dx.doi.org/10.14577/kirua.2016.18.4.9

일본 미찌노에끼의 농촌지역 활성화 사례

A Case Study on the Regional Activation Review on the Road Station in Japan

남 윤 철*
Nam, Yun-Cheol

Abstract

Since 2000, family tour has increased a lot by effect of five-day workweek in South Korea. So, it became much needed road station. however road station's facilities are lacking. Recently, there is a growing emphasis on rural regional activation. So the government is concentrating in rural policy. In Japan case study, Road Station(RS, Michinoeki) make regional activation by Road station service. Rs is rest area for motor driver in rural area. In general, it is construct at rural roads, not a highway.

In this paper, we hope to take a lesson from the RS case study. 2015, 2016, in japan, we visited to 7 case study and interviewed to a staff. As a result, In Japan's Rs was offering convenient services to motor driver and raising farmers's profits by selling local produce. The aim of that this paper is to suggest to Korean Type's Rs. There are five results from this paper as follows : First, Japan Rs, it works well to improve in regional activation in rural area. Two, Also Rs has to community facilities attached to the culture, welfare, library etc. Three, 5 Korean Type Rs can sort out. There are Community type, Joint tourism type, 6th industrialization type, Urban-Rural Interchange type, Shopping center type. This RS is introduced to Korea hopes to contribute to the regional activation in rural area.

주 요 어 : 미찌노에끼, 로드스테이션, 농촌, 지역경제, 활성화, 로컬푸드
Keywords : Michinoeki, Road Station, Rural Area, Regional Economy, Activity, Local Food

1. 서론

1.1 연구의 배경 및 목적

1998년 출범한 김대중 정부의 공약사항으로 시작된 주 5일 근무제(주 40시간 근무)는 2004년부터 단계적으로 시행하면서 근로자의 업무와 생활의 질적 향상을 가져왔다. 특히 내수증대를 통한 경제 활성화와 여가문화 조성 등의 기대효과가 크게 작용하며 가족여행의 증가를 가져왔고 도로와 휴게소를 확충하는 계기가 되기도 했다. 이러한 추세에 맞춰 근래 들어 고속도로 휴게소는 자동차 운전자의 휴게기능에서 발전하여 쇼핑, 문화, 볼거리 등 사람들을 끌어들일 수 있는 매력적인 복합서비스 시설로 변신하고 거듭하고 있다.

한편 국도나 지방도로변의 휴게소는 개인이 주유소나 매점, 식당 등을 소규모로 운영하고 있는 경우가 많아 체계적인 서비스는 기대하기 어렵다. 그에 반해 일본의 경우에는 농어산촌 지역의 도로변에 미찌노에끼[1] (이후 RS, Road Station 라고 함)라는 휴게소를 설치하고 휴게소기능 외에도 지역의 농특산물을 판매하거나 지역 연계 관광, 농촌체험을 유도 또는 지역 내 공공문화시설 등 커뮤니티의 중심시설로 복합화하는 등 다양한 방법으로 발전하고 있다.

본 고에서는 다양한 기능의 일본의 RS(미찌노에끼)에 대해 살펴보고 국내 농산어촌의 지역활성화에 기여할 수 있는 새로운 타입의 휴게소로 어떻게 발전시킬 수 있을지 고찰하고 방안을 제시하고자 한다.

1.2 연구의 내용과 방법

연구의 내용은 아래와 같다.

첫째, 문헌을 통해 RS에 대한 기초적인 내용으로 RS의 시설, 복합화, 우수사례 등을 살펴본다.

둘째, 일본의 사례를 현장방문하고 직원인터뷰를 통해 RS의 특징과 운영내용 등을 살펴본다.

셋째, 국내 농촌지역 활성화를 도모할 수 있는 한국형 RS의 유형을 제시한다.

RS의 조사는 중부대학교 링크사업의 일환으로 시행한 「글로벌 캡스톤디자인」 교과목의 주제로 하여 3학년·4학년 수강자와 함께 2016년 1월과 5월 2차례에 교토, 오사카 지역을 방문하면서 시작하였다. 조사지역 선정은 일본 현지 건축사들과 교수의 자문이 가능하고 국토교통성 홈페이지를 살펴보고 비교적 우수한 사례라고 판단한 7곳을 선정하였다. RS의 기초적인 개요에 대해서는 국내외 문헌과 인터넷, 특히 일본 국토교통성 홈페이지는 내용이 충실하고 정리가 잘 되어 있어 많은 참고가 되었다. 현장방문시에는 직원 인터뷰, 사진촬영, 도면작업, 관련자료 수집을 하였다.

* 정회원, 중부대학교 건축공학과 조교수, 공학박사
(Corresponding author : Department of Architecture, Joongbu University, ycnam@jbm.ac.kr)

1) '道の驛', '도로변의 역'이라는 뜻으로 일반도로 휴게소를 말한다.

1.3 기존문헌 고찰

건축분야에서 휴게소 건축은 잘 다루지 않는 특수한 분야에 속한다. 그래서 기존 연구문헌도 연구된 사례가 적다. 국내에서는 일반도로 휴게소보다 고속도로 휴게소를 우선 연상시키며 고속도로 휴게소에 대한 문헌이 상대적으로 많은 편이다.

연2000년대 후반부터 국내 몇 몇 연구자들에 의해 일본 RS에 대해 다룬 문헌이 발표되기 시작했다. RS가 갖고 있는 지역경제 활성화에 대한 관심과 효과를 반증하는 것으로 볼 수 있다. 일본 국토교통성에 따르면 최근 개발도상국에서 일본 RS를 벤치마킹하려는 시찰단의 방문이 늘고 있다고 한다.

RS를 소개하는 초기 연구로 양금석(2008)[2]은 RS의 제도와 분포현황, 서비스 기능과 시설내용을 소개하고 있어 RS를 이해하기 용이하도록 기초적인 건축적 측면을 다루었다. RS의 기본적인 시설(주차장, 식당, 매점, 화장실 등)에 병설시설로 숙박, 문화, 관광, 복지 등의 사례를 소개하였다.

이승창(2015)[3]은 유통측면에서 본 RS에 대해 고찰하고 국내 도입 시 농촌지역 경제활성화에 크게 기여할 것으로 보았다. 특히 지역시장의 역할로 지산지소(地産地消)[4]와 6차 산업의 역할을 강조하였다. 즉, 지역농산물을 지역 내에서 집하-가공-판매로 이어지는 근거리 유통구조가 필요하며 그 역할의 중심에 RS가 적임시설이라고 했다.

한편 RS는 연구문헌보다 기고문을 통해 선진사례 답사 형식으로 소개된 경우가 있다. 임준홍(2007)[5]은 해외탐방기 기고문으로 특징있는 3곳의 사례를 방문하였고 RS를 통해 지역교류의 장으로써, 지역활성화의 거점으로써 국내도입 가능성을 기술하였다. 특히 농산어촌지역의 난립한 휴게소를 정비하고 기능을 재정립함으로써 지역고유의 경관과 문화를 살리고 커뮤니티시설 확충, 지역관광 및 지역경제 활성화에 기여할 것으로 보았다.

위의 기존 문헌들의 내용을 종합하면, 지역경제활성화는 물론이고 휴게기능과 커뮤니티 기능의 강화까지 그 효과가 크다는 공통된 의견이 있었다. 본 고에서는 문헌을 통해 우수사례를 조사하고 현장 방문한 RS의 특징과 직원인터뷰 내용을 고찰하여 향후 한국의 농촌에 적용할 수 있는 유형을 제안하는데 의의가 있다.

2. RS의 개요

우선 2장에서 RS에 대해 자세히 살펴 볼 필요가 있다. RS에 대한 전반적인 내용은 일본 국토교통성에 게재되어 있거나 관련 기관홈페이지로 링크된 인터넷 공개자료를 적극 활용하였다. 국토교통성 홈페이지의 '미찌노에끼 안내[6]'에는 개요에서부터 전국의 모든 시설의 리스트, 특징까지 상당히 방대한 내용을 담고 있고 RS와 관련된 기관, 단체의 홈페이지를 링크하고 있다.

2.1 RS의 분포와 추이

1991년 지역활성화 시범사업으로 야마구치켄, 기후켄, 토치기켄의 12개소에서 시작한 RS는 1993년 103개로 전국에 설치되기 시작했으며 해마다 증가하여 2015년 5월 1,093개로 확대되었다. 홋카이도는 114개로 가장 많다 <Fig 1>. 현재 RS는 농어산촌지역의 농수산 특산물, 관광자원을 소재로 하여 지역의 고용창출과 지역경제 활성화, 주민 복리 서비스 향상에 기여하고 있다. 국토교통성은 RS를 농산어촌지역의 경제활성화의 중심으로 보고 관계기관과 연계 협력하여 다양한 지원정책을 실시하고 있다. 또한 매년 우수사례, 중점사례를 선정발표하고 있는데 2015년에는 우수사례 6곳, 중점사례 35곳, 중점후보사례 49곳을 선정하여 증서를 교부하고 있다.

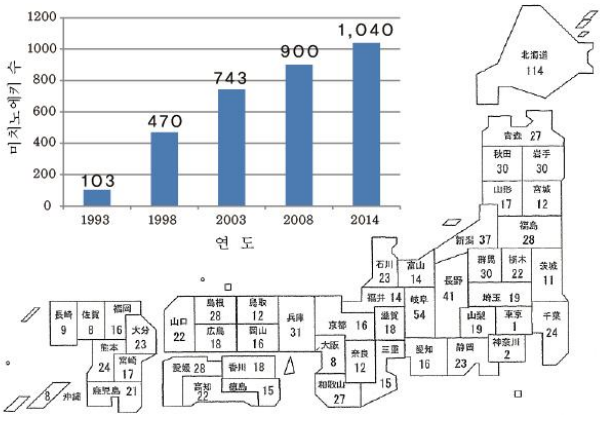


Fig. 1. Distribution of RS in Japan

2.2 RS의 설치배경과 구비시설

(1) 설치 배경

일본에서 RS의 설치 배경은 크게 3가지이다.

첫째, 점차 장거리 여행 운전자가 증가하고 있고 특히, 여성 및 노인운전자가 늘어가는 추세로 운전 중 안심하고 휴식할 수 있는 장소가 필요했다.

둘째, 자동차여행 중 그 지역의 문화, 역사, 명소, 특산물 판매 등의 다양한 여행정보와 유통 서비스를 제공할 필요가 있었다.

셋째, 지역마다 개성있는 휴게시설을 설치하고 지역의 중심시설이 되어 활력있는 도로 및 마을 만들기를 추진하여 지역 간 연계를 효과적으로 촉진하는데 있다.

설치주체는 지자체 또는 이와 동등한 공적단체로 한정하고 있다. 시설 설치는 2가지 타입이 있다. 첫 번째 타

2) 양금석, 일본의 Road Station사업을 통한 지역활성화 사례에 대한 기초적 연구, 한국농촌건축학회논문집 10(2), 2008. pp. 45-52

3) 이승창·정혜진, 미치노에키 유통사업의 이해 : 일본 지역경제 활성화 방안 사례, 한국유통학회 학술대회발표논문집, 2015. pp.5-16

4) 지역에서 생산된 것을 지역 내에서 소비하는 것. 지역농업을 이해하고 유통비용을 줄이며 신선한 식품 구입 등에 유리하다.

5) 임준홍, 지역교류 활성화의 거점「미찌노에끼」, 열린충남 2007・1, 2007. pp.222-231

6) 국토교통성>정책, 업무>도로>미찌노에끼 안내 (www.mlit.go.jp/road/Michi-no-Eki)

입으로 주차 및 휴게시설부분은 국토교통성측에서 담당하고 농특산물시설 등은 지자체측에서 담당하는 방법이 있고 두 번째 타입은 모두 지자체에서 설치하는 방법이 있다. 2015년 5월 기준 전자(국토교통성+지자체)는 610개 56%이고 후자(지자체 단독)는 483개 44%이다.

(2) 기본시설

RS의 위치는 도로운행 시 접근이 편리하고 RS 상호간에 기능 분담을 고려하여 적절히 이격하여 설치해야 한다. 또한 지역의 자연경관을 훼손하지 않도록 주변환경을 배려한 시설 계획이 필요하다.

이러한 RS에는 기본적인 시설로 주차장, 화장실, 안내서비스시설을 갖추어야 한다. 이 시설들은 24시간 상시 이용할 수 있도록 개방되어 있어야 하며 노유자, 장애인이 사용하기 용이하도록 설비를 갖추어야 한다<Table 1>.

Table 1. Basic Facilities of RS

시 설	내 용
주차장	24시간 무료 이용가능하고 장애인용 등을 포함하여 충분한 공간일 것
화장실	24시간 이용가능하며 장애인용 화장실을 설치할 것
안내서비스시설	원칙으로서 안내인이 있고 도로와 지역의 다양한 정보를 친절하게 제공할 것

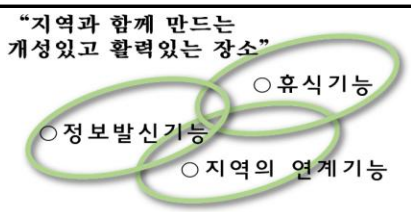
출처 : 국토교통성 (www.mlit.go.jp/road/Michi-no-Eki)

2.3 RS의 기능

RS는 <Table 2>와 같이 3가지의 기능을 갖추어야 한다. 휴식, 정보발신, 지역연계 기능이다.

① 휴식기능 : 주차, 화장실, 도로안내 등 기본적인 기능 외에 식당, 매점 등 휴식에 필요한 제반시설을 갖추고 있다. 여기에 부가시설로 지역에 따라 온천, 바비큐, 운동, 커뮤니티 등의 시설이 추가하고 있다.

Table 2. Function of RS



기 능	내 용
휴식기능	· 화장실, 주차장은 24시간 이용이 기본. · 매점(농특산물), 식당도 거의 기본. · 문화, 복지, 온천, 숙박시설 등이 부속 가능.
정보발신 기능	· 도로안내, 주변관광안내. · 지역 내 다양한 행사를 주도적으로 지원.
지역의 연계기능	· RS를 매개시설로 하여 마을과 마을을 이어주는 활력있는 지역발전을 도모함. · RS간에 긴밀한 상호연락을 통해 관리운영상의 질적 향상을 도모하고 시설기능을 상호보완하여 이용자에게 편리하고 매력적인 시설이 되도록 함.

출처 : 국토교통성 (www.mlit.go.jp/road/Michi-no-Eki)

② 정보발신기능 : 도로안내와 지역문화, 관광지 등을 소개하는 안내판, 자료관, 특산물 홍보판매코너 등을 설치 운영하고 있다. 또한 직거래장터, 전시회, 향토예능 관련 이벤트와 나아가 지역의 다양한 행사를 주최 주관하는 등 지역교류를 도모한다.

③ 지역연계 기능 : RS 및 직원들은 주변의 마을과 마을을 이어주는 매개공간과 역할을 수행하여 활력있는 지역발전도모에 노력한다. 또한 주변 RS간에도 긴밀한 상호연락을 통해 관리운영상의 질적 향상을 도모하고 시설기능을 상호보완하여 편리하고 매력적인 시설이 되도록 노력한다.

또 다른 관점으로 게이트웨이형과 지역센터형으로 나눌 수 있다. 게이트웨이형은 지역외부로부터 활력을 찾는 방법으로 외부인을 위한 서비스로 지역관광, 숙박예약에서부터 지방이주에 이르기까지 서비스를 제공하는 형태이다. 지역센터형은 지역내부로부터 활력을 찾는 방법으로 지역특산물의 브랜드화와 6차 산업에 따른 지역산업 진흥, 지역복지 향상, 방재기능 등이다. 이 2개 형태가 완벽한 RS가 목표겠지만 시작 초기에는 이 중 하나에 집중하여 시작하는 것도 바람직하다.

출처 : 국토교통성 (www.mlit.go.jp/road/Michi-no-Eki)

Fig. 2. RS's Function Considered of Regional Characteristics

2.4 국토교통성이 선정한 6개 모델

국토교통성에서 선정한 6개의 기본모델이 있다. 이 6개의 RS는 지역의 특징을 살린 것으로 RS를 설치할 계획이 있는 지차체는 이 중에서 하나를 롤 모델로 선정하도록 추진한다면 그 효과를 극대화할 수 있다.

필자는 6개의 모델에 다음과 같이 명칭을 붙여 정리하였다. 광역방재거점, 6차 산업, 농업플러스 관광, 여행패키지, 민간회사 연계, IT활용 등이다<Fig 3>.

① [방역방재거점 모델] : '토노가제노아카'는 우리에게는 조금 낯선 광역방재검점시설을 갖추고 있다. 자위대와 소방대, 자원봉사자를 위한 후방 지원기지 역할을 할 수 있는 시설을 갖추고 있다.

② [6차 산업 모델]로 '모테기'가 선정되었는데 유자와 오리 등 농산물을 소재로 6차 산업에 주력 성공한 케이스이다. 또한 증기기관차와 자동차 레이스 트랙 등 주변 시설을 활용하여 관광객 유치가 용이하다. 현재 지역특산물 33여개 종을 개발 판매하고 있다.

③ [농업플러스관광 모델] : '가와바전원프라자'가 선정되었는데 농업플러스관광은 농촌체험관광과 연계한 것으로 넓은 대지에 RS등 다양한 시설을 완비하고 농산물 수

① [방역방재거점 모델] '토노가제노오카' (이와테현 토노市 소재)
광역방재거점으로서의 고도의 방재기능을 분담함.
(자위대, 소방대와 자원봉사자의 후방 지원기지 역할)

② [6차 산업 모델] '모테기' (토치기현 모테기정 소재)
유자, 오리 등의 6차 산업에 주력. 증기기관차 운영, 자동차 레이스 트랙 등을 활용하여 관광객을 유치하고 지역특산물 33종 개발 판매함.

③ [농업플러스관광 모델] '가와바 전원프라자' (군마현 가와바촌 소재)
농업플러스관광이라고 하여 농촌체험과 연계하는 모델. 인구 3700명 마을에 년 120만 명 방문. RS가 있는 대규모 전원프라자를 중심으로 마을전체가 관광에 주력. 관동지역 RS 선호도 5년 연속 1위. 블루베리, 우유, 도자기 등 특산물이 있으며 채소와 과일 따기 등 농촌체험을 활성화. 관광협회전담직원이 상주하여 숙박, 체험 등을 지원함.

④ [여행패키지 모델] '도미우라' (치바현 미나미보소市 소재)
RS를 중심으로 한 6차 산업이 활발. 50여종의 지역특산물 판매. 특히 비파나무열매를 가공한 상품이 유명. 비파나무열매를 테마로 한 여행패키지를 운영.

⑤ [가공업체협력 모델] '하기시마토' (야마구치현 하기市 소재)
민간회사와 협동하여 히트상품을 개발하고 판매하며 다양한 상도 수상함. 어획량의 15%를 RS에서 판매함.

⑥ [IT활용 모델] '우치코프레슈파크' (에히메현 우치코정 소재)
농가를 중심으로 한 가공상품을 개발하고 판매. 지역내 농산품 판매액의 15%를 RS에서 달성. IT를 활용하여 판매홍보센터에서 주문정보를 생산자 전송, 소비자에게 직접 배송하여 최상의 신선도 유지함.

출처 : 국토교통성 RS(www.mlit.go.jp/road/Michi-no-Eki)와 링크된 각 지자체 홈피에서 발췌함

Fig. 3. 6 RS Model of Japan MLIT

확체험과 우유, 도자기 체험 등 다양한 농촌체험이 가능하다. RS내에는 관광전담직원이 상주하여 지원하고 있어 매년 120만명 이상이 방문하는 관동지역 선호도 1위의 RS이다.

④ [여행패키지 모델] : '도미우라'가 선정되었는데 이곳은 RS내 시설을 활용하여 6차 산업에 주력하고 있다. 50여종의 지역특산물을 판매하고 있는데 특히 비파나무열매를 테마로 한 여행패키지와 가공상품이 유명하다.

⑤ [가공업체협력 모델] : '하기시마토'는 지역 내 민간회사와 적극적으로 협력하여 지역수산물을 소비를 촉진하도록 히트상품을 개발 판매하고 있다. 어획량의 15%에 달하는 양을 RS에서 판매하고 있어 지역경제활성화에 기여하는 바가 크다고 한다.

⑥ [IT활용 모델] : '우치코프레슈파크'는 신선한 농산물의 배송과 관리를 위해 IT를 적극 활용하고 있다. IT (농산물 배송추적 및 판매시점 정보관리시스템, POS system)를 적극 활용하여 판매홍보센터에서 주문정보를 생산자 전송, 소비자에게 직접 배송하여 최상의 신선도 유지하고 있다.

3. 사례 조사

현장 방문한 교토북부와 오사카지역의 RS 7곳 중 우수한 사례 4곳을 선정하여 사진과 조사내용을 기술하였다 <Fig 4, Table 3, Table 4>. 이들 사례는 커뮤니티형, 연계관광형, 6차 산업형, 쇼핑센터형 등 4가지로 명칭을 붙였다.

① 지역커뮤니티형 : 지역주민들이 커뮤니티센터 역할에 충실한 형태로 휴게소기능에 부가하여 문화, 복지, 휴식의 장소로 활용되는 경우이다. 여기서는 카메오카市의 '갤러리아 카메오카'를 사례 조사하였다.

② 연계관광형 : 지역 내 관광자원과 연계하여 RS의 활용도를 높이는 방식이다. 여기서는 댐과 온천을 관광요소를 연계한 나단市의 '스프린구스 히요시'를 사례조사하였다.

③ 6차 산업형 : 1차(생산)-2차(가공)-3차(판매)가 한곳에서 이루어지는 6차산업형은 최근 농촌경제활성화 방안으로 활발하게 진행되고 있다. 여기서는 지역 내에서 생산된 우유를 아이스크림, 치즈 등으로 가공 판매하는 '미야마 후레아이 히로바'를 사례 조사하였다.

④쇼핑센터형 : 쇼핑센터와 복합한 형태로 근래 마트 등과 같은 대규모 상점이 도심외곽에 설치 운영되는 경우가 많아 RS도 이러한 복합쇼핑의 일부로 설치되는 경우이다. 여기서는 오사카 하비키노市 외곽에 위치하여 마트, 옷가게, 전자상점 등과 인접한 '시라토리노사토 하비키노'를 사례 조사하였다.

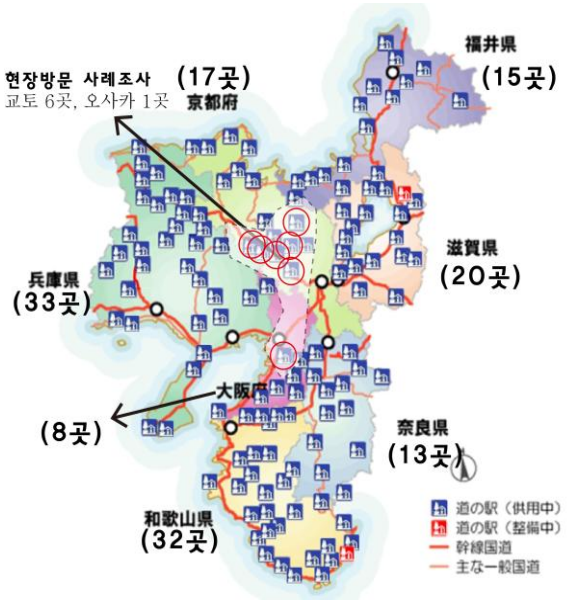
한편, RS에서 상품과 식사 등에 관련된 운영방법은 7곳의 사례 모두 유사하였는데 이를 종합하면 아래와 같다.

①상품의 원산지 : 기본적으로 지역 내 농특산물을 판매하고 지역 내에 없는 물품만 외부에서 들여오고 있다. 쌀은 특수미를 제외하고 100% 지역쌀을 판매하고 있다.

②판매전시대 : 지역특산물에 해당하는 농산물과 가공품 등은 별도의 판매코너에 전시하고 있어 지역을 알리

고 판매증대에 효과를 주고 있었다. 대부분 농촌지역이므로 쌀을 이용한 술과 떡, 과자와 우동 및 메밀국수 등 농산물 가공품이 많으며 지역에 따라 대나무와 나무 등을 이용한 공예품 등이 있다.

③ 식당 식자재 조달 : 기본적으로 식사에 사용되는 식자재는 지역 내 농산물을 사용한다. 지역내에 없는 식자재만 외부로부터 반입을 하고 있다.



1	ガレリア　かめおか 갤러리아 카메오카	京都府亀岡市余部町宝久保1-1
2	スプリングスひよし 스프링스 히요시	京都府南丹市日吉町中宮ノ向8番地
3	美山ふれあい広場 미야마 후레아이히로바	京都府南丹市美山町安掛下２３番地
4	しらとりの郷・羽曳野 시라토리노사토 하비키노	大阪府羽曳野市埴生野９７５－３
이상 4곳을 본고에서 사례로 선정함.		
5	京都新光悦村 교토 신코에츠무라	京都府南丹市園部町曽我谷縄手１５番地３
6	京丹波　味夢の里 교탐바 아지노사토	京都府船井郡京丹波町曽根深シノ65番地1
7	瑞穂の里・さらびき 미즈노사토 사라비키	京都府船井郡京丹波町大朴休石10番地1

Fig. 4. Case study in Kinki Area

3.1 갤러리아 카메오카

(교토 카메오카市 소재, 커뮤니티형)

① 주변환경 및 접근성 : 이곳은 카메오카시내권 초입에 설치되어 있고 도서관, 강당 등의 시설은 외부인보다 내부인(시민)의 니즈충족에 초점이 맞춰져 있다고 볼 수 있다. 주변환경은 도시와 농촌의 경관이 혼재되어 있고 외곽에 있기 때문에 시내권에 비해 대규모 시설과 넓은 잔디밭 등을 확보하는데 유리할 수 있다.

② 특징 : 이곳은 외부보다 카메오카 시민들의 이용이 많아 RS 본연의 운전자 휴식기능보다 지역의 커뮤니티센터의 역할을 하고 있다. 일반적으로 RS는 농산어촌에 위치하고 있으나 이곳은 카메오카 시내 초입에 있어 지역주민들의 이용이 많다. 시내권에 사는 주민들은 이곳에 병설된 시립도서관과 강당, 향토박물관, 세미나실이 있으며 커다란 중정은 휴게공간으로 이용률이 높은데 특히 초중고 학생들의 방과 후 학습공간으로 인기가 높다. 외부의 넓은 잔디밭겸 놀이터는 취학 전 아이들이 마음껏 뛰놀 수 있어 이용이 잦다. 주말에는 가족단위와 이용이 많다. 주부들은 귀가 시 지역농산물 판매소에 들러 장을 보는 경우가 많아 유리 여러모로 유리한 점이 많다.

3.2 스프린구스 히요시

(교토 나단市 소재, 연계관광형)

①주변환경 및 접근성 : 주변환경은 댐을 중심으로 산책로와 공원이 있고 주변에 전형적인 산촌마을의 형태를 갖추고 있다. 접근성은 난탄市에서 10㎞(15분), 교토에서 40㎞(40분)으로 드라이브 겸 바비큐, 온천코스로 적격이라고 할 수 있다.

②특징 : 이곳은 애초에 댐 건설계획과 함께 RS를 추진한 사례이다. RS와 함께 온천, 온수풀장, 체육관 시설을 건설하고 주변 잔디밭 곳곳에는 바비큐장을 두었다.

댐에서 흐르는 강 계곡을 사이에 두고 전면도로측에는 RS, 특산물, 온천 시설이 있고, 계곡 건너에는 온수풀장, 체육관, 산책로가 있다.

특히 온천측에서 운영하는 셔틀버스로 주변지역에서 당일 온천관광이 활성화 되어 있다. 주말에는 바비큐장을 찾는 가족단위 이용객이 많고 바비큐에 필요한 모든 재료는 RS에서 구입할 수 있다. 죽공예, 목공예 등 실버인력을 활용한 가내수공업 특산품이 특화되어 있다.

3.3 미야마 후레아이 히로바

(교토 미야마초 소재, 6차 산업형)

① 주변환경 및 접근성 : 주변에는 수려하기로 유명한 '유라강'과 은어낚시가 유명하며 연계관광지로 전통가옥마을이 7㎞(13분)떨어져 있다. 전형적인 산촌마을로 교토까지는 1차선의 협소하고 고저차가 심한 도로로 연결되어 있는데 약50㎞, 90분 거리로 교통이 불편한 편이다.

② 특징 : 이곳은 6차산업의 중심이 되는 우유가공공장과 함께 다른 RS에서 보기 어려운 보건진료소, 관광협회, 노인정, 목공소 등과도 복합되어 있다. 지역에서 생산된 우유를 가공하는 시설과 판매소가 하나의 건물에 있다. 지역 내 우유를 조달하여 이곳에서 생산-가공-판매하고 있고 아이스크림과 치즈가 주요판매품목이며 아이스크림이 유명하다. 또한 주변은 수려한 강가와 은어낚시, 전통가옥마을 관광과 연계 가능하다. 같은 대지에 목공소도 있으나 RS와의 연관성이 적다.

3.4 시라토리노사토 하비키노

(하비키노시 소재, 쇼핑센터형)

①주변환경 및 접근성 : 오사카남부 하비키노市에 소재한 이곳은 주변에 사야미市, 사카이市 등 크고 작은 도시로 둘러싸여 있다. 그래서 다양한 소비자에 대응할 수 있도록 대형 쇼핑센터와 마주보고 있는 형태로 RS가 건설되었다. 복합쇼핑센터가 되어 소비자 측면에서도 이용편의성이 높다고 할 수 있다.

Table 3. Case Study of RS

	갤러리아 카메오카 (카메오카시 소재)	스프린구스 히요시 (나단시 소재)	미야마 후레아이 히로바 (미야마초 소재)	시라토리노사토 하비키노 (하비키노시 소재)
유형	커뮤니티형	연계관광형	6차산업형	쇼핑센터형
특징	· 병설된 시립도서관을 중심으로 향토박물관, 강당, 휴게공간, 잔디광장 겸 놀이터 등 커뮤니티센터 역할을 담당. · 방과 후 학생들의 공부장소로 활용빈도 높음.	· 댐, 온천, 온수풀장, 체육관, 바비큐장과 병설되어 주변지역민들의 이용이 빈번함. · 특히 당일 온천관광과 주말 바비큐장 이용객이 많음. · 죽공예, 목공예 등 실버인력을 활용한 가내수공업 특산품이 특화되어 있음.	· 지역내에서 원유생산-가공-판매로 이어지는 우유가공(아이스크림, 치즈 등)공장이 있음. · 우유를 가공 판매하는 6차산업형이면서 주변 강가와 전통가옥 관광지와 연계함.	· 대형 쇼핑센터와 마주보고 있어 쇼핑객 흡인 시너지효과가 있음. · 일반적인 RS보다 상대적으로 큰 규모의 지역농산물판매소와 특산물 가공시설이 설치되어 있음.
주변 환경 및 접근성 (입지 환경 분석)	 · 카메오카시내권 초입에 있기 때문에 시민들의 장보기, 여가생활의 중심이 되고 있음.	 · 주변의 댐을 활용한 산책 공원을 만들고 온천을 개발함. · 따라서 한적한 곳에 위치해 있지만 일부러 찾아오는 사람들이 많음.	 · 전형적인 산촌마을로 교토에서 90분 거리. · 수려한 강가와 주변 전통마을을 찾는 관광객의 이용이 많음.	 · 왕복 4차선 도로변에 있어서 차량 통행량이 많음. · 4차선도로가 지하로 지나가고 그 위에 RS와 대형 쇼핑센터가 마주보고 있음.
전경				

② 특징 : 일반적으로 농특산물과 가공품은 동일공간에 함께 전시 판매되고 있는데 이곳은 특이하게도 독립된 건물에 각각 지역농산물판매소와 특산물 가공시설이 설치되어 있는 특징이 있다.

4. 한국형 RS 유형의 제안

본고에서는 크게 운영 주체별로 3개, 운영 유형별로 5개 분류 하고 제안한다.

4.1 운영 주체

앞서 기술한 바와 같이 일본은 RS 설치운영자로서 지자체 혹은 이와 유사한 공적 단체로 한정하고 있다.

국내 RS 도입시에는 설치 운영하는 주체는 농협, 지자체, 민간(기업, 대학)등을 고려할 수 있다.

농협은 현재 농촌의 다양한 사업에 밀접하게 활동하고 있는 특수한 단체(협동조합)이다. 따라서 국내 RS 도입시 가장 적합한 주체라고 볼 수 있으며 농협 단독이 아닌 지자체와 민간이 함께 하는 복합 주체로의 형태도 가능하다. 그 외 농특산물을 가공 판매하는 민간 기업과 산학협력에 주력하는 지방대학 산학협력단과의 참여와 협력도 가능할 수 있다.

4.2 운영 유형별 분류

본 고에서는 커뮤니티형, 연계관광형, 6차 산업형, 도농교류형, 로컬푸드 판매형 등 5가지 유형으로 분류하였다. 이들 유형 중 각 지역특성에 맞는 중점 유형을 선정하고 점차 복합형으로 발전시켜 나갈 수 있다.

① 커뮤니티형 : 도서관, 노유자시설 등 문화복지시설과 병설하여 지역주민들과의 커뮤니티 형성에 기여할 수 있는 유형으로 이는 외부인을 대상으로 휴게와 홍보 및 판매는 물론 지역주민의 니즈를 해결하는 일석이조의 효과를 거둘 수 있다.

Table 4. Case Study Facilities of RS

	갤러리아 카메오카 (카메오카市 소재)	스프린구스 히요시 (나단市 소재)	미야마 후레아이 히로바 (미야마초 소재)	시라토리노사토 하비키노 (하비키노市 소재)
기본 시설	・주차장, 화장실, 농특산물 판매장, 식당			
주요 병설 시설	・시립도서관 ・향토박물관 ・강당 ・잔디광장겸 놀이터 ・경로당	・온천 ・온수풀장 ・바비큐장	・우유가공공장 ・목공소 ・노인정 ・미야마초 관광협회 ・보건진료소	・바비큐장(공원) ・운동장, 외부 무대 ・JA(농협)직거래 마트 ・특산물 가공 판매장
시설 사진	 농특산물 판매장	 농특산물판매소와 온천시설	 농특산물판매소 전경	 농특산물판매소 전경
	 식당	 지역 죽공예품 판매대	 지역 가공품 판매대	 특산물 판매장
	 중정부분 휴게공간	 온천풀장(좌) 체육관(우)	 (우유가공공장(좌) 및 판매소(우)) 아이스크림이 유명	 JA(농협)직거래 마트
	 시립도서관	 당일온천 관광이 활발	 미야마초 관광협회	 특산물 가공 및 판매시설
	 강당	 바비큐장	 노인정	 공원(바비큐) 관리사무소
	 잔디놀이터	 육류, 장작 등 바비큐에 필요한 모든 물품을 판매	 보건진료소	 공원내 무대시설
그 외 인접 근접 시설	 경로당	 댐	 강(은어낚시), 전통가옥마을	 쇼핑센터(마트, 전자제품)

② 연계관광형 : 지역의 관광자원과 연계함으로써 관광객의 이용률을 높이고 보다 질 높은 서비스를 제공하는 것으로 이미 국내에는 연계관광에 주력하는 지자체가 많다. 이러한 연계관광을 지원하는 시설의 하나로써 RS 설치를 고려한다.

③ 6차 산업형 : 1차(생산) - 2차(가공) - 3차(판매)로 이어지는 유형이다. 이 유형은 농산물 생산만 하던 기존 농가가 고부가가치 제품을 가공하고 나아가 판매와 체험 프로그램에 이르는 서비스업으로 확대하여 더 높은 고부가가치를 창출할 수 있는 유형이다.

④ 도농교류형 : 농촌체험과 일맥상통하는 것으로 도시와 농촌을 잇는 중요한 농촌의 키워드로 자리 잡았다. 도시민들의 농촌체험을 지원하고 직거래 장터 등을 통해 도시와 농촌을 이어주는 가교역할을 하는 유형이다.

⑤ 로컬푸드 판매형 : 농협은 몇 년 전부터 로컬푸드 직매장을 설치해 왔다. 로컬푸드 운동은 지역에서 생산된 농산물을 지역에서 소비하자는 운동이다. 농협주도의 로컬푸드는 보통 도심의 소비자를 겨냥하여 도심내 슈퍼마켓과 같은 농산물직거래판매소의 형태로 운영되고 있다. 판로에 어려움을 겪는 농가는 소비자에게 직접 공급하는 장소를 제공할 수 있다.

위의 사항을 종합하면 <Table 5>에 나타낼 수 있다. 커뮤니티형은 내부인을 지향하는 형태로 가장 주요한 고려사항이며 연계관광형인 경우에는 외부인 지향으로 보유한 농특산물과 관광자원이 필요하다는 의미이다.

Table 5. Considered Factor of RS

유형	고려사항				
	내부인 지향	외부인 지향	보유 농특산물	보유 관광자원	지역내 제조업
① 커뮤니티형	◎	△	△	△	△
② 연계관광형	△	◎	◎	◎	△
③ 6차 산업형	△	◎	◎	○	◎
④ 도농교류형	△	◎	◎	○	△
⑤ 로컬푸드 판매형	△	◎	◎	△	△

(범례 : 관련성 순서 ◎ > ○ > △)

5. 결론

이상 살펴본 내용을 아래에 정리한다.

첫째, 일본의 RS는 25년 전인 1991년 지역활성화사업의 일환으로 12곳에서 시범적으로 시작해 2015년 5월 기준 1,093개까지 늘어났다. 그 실효성이 검증되었다고 할 수 있다.

둘째, RS의 기능은 다양한 방면으로 발전하여 외부방문자(차량운전자)를 위한 RS에서 보다 발전하여 지역내부 주민들을 위한 복지, 문화, 커뮤니티 등 다양한 복합시설로 발전하고 있었다.

셋째, 현장방문 시 직원 인터뷰에 따르면 RS는 지역농특산물의 주요한 판매거점과 유통라인의 역할을 하며 RS 내 식당의 재료 역시 지산지소(地産地消)를 원칙으로 하고 있었다. 또한 지역 내 다양한 행사를 주최 주관하며 장소제공을 하고 직원은 진행에 도움을 주기도 했다.

넷째, 국토교통성은 6개 모델사례를 선정하였는데 필자가 이들 특징을 분류하면 방재거점, 6차산업, 농업플러스관광, 여행패키지, 가공업체협력, IT활용 모델 등으로 분류할 수 있었다. 각각의 사례들은 그 용어에서 알 수 있듯이 지역민의 니즈를 반영한 경우, 주변 자연환경 및 지역 내 기업과 농산물 등 보유자원을 활용한 경우, 창의적인 아이디어를 접목한 경우 등 이었다.

다섯째, 한국형 RS 모델로 커뮤니티형, 연계관광형, 6차 산업형, 도농교류형, 로컬푸드 판매형 등 5개 유형으로 분류 제안하였다. 또한 설치운영의 주체로는 농협, 지자체, 민간 등을 생각할 수 있으며 복합운영도 가능할 것이다.

이상과 같이 일본의 RS는 휴게기능과 더불어 농촌지역 경제활성화에 크게 기여하고 있는 점이 확실하다. 국내 각 지자체의 지역적 특성을 고려한 한국형 RS의 도입에 관한 다양한 연구와 검토가 수반되어 몇몇 지역에서라도 시범적인 실천을 선행할 필요가 있다.

참 고 문 헌

1. 양금석, 일본의 Road Station사업을 통한 지역활성화 사례에 대한 기초적 연구, 한국농촌건축학회논문집 10(2), 2008. pp.45-52
2. 이승창, 정혜진, 미치노에키 유통사업의 이해 : 일본 지역경제 활성화 방안 사례, 한국유통학회 학술대회발표논문집, 2015. pp.5-16
3. 임준홍, 지역교류 활성화의 거점「미찌노에끼」, 열린충남 2007・1, 2007. pp.222-231
4. 국토교통성>정책, 업무>도로>미찌노에끼 안내 (www.mlit.go.jp/road/Michi-no-Eki)

접수일자 : 2016.10.10
심사완료일자 : 2016.11.20
게재확정일자 : 2016.11.23