

인구 과소화에 대응한 농촌 마을의 경제 활력 제고 방안

- 일본 농촌 커뮤니티 비즈니스(CB) 사례를 중심으로 -

김현수 | 시민상상센터 선임연구원 (ddackue@makehope.org)

요약

- 지난 6월 행정안전부는 인구 감소로 향후 30년 내 전체 읍·면·동 중 40%가 사라질 것으로 전망했다. 특히 경북 의성군 등 소멸위험이 가장 높은 6곳 모두 농어촌 지역이었다. 실제 지역 소멸의 대표 징후인 '인구 과소화'는 농어촌에서 극심하다. 따라서 인구 과소화 해결의 첫 단추는 농어촌 마을의 활력 회복이다.
- 본 이슈에서는 한국에 앞서 인구 과소화 문제를 겪고 이에 대응해 경제 활력 제고에 나선 일본 농촌마을의 커뮤니티 비즈니스(CB) 사례를 살펴보고, 국내 농어촌 마을에 적용할 수 있는 시사점을 고민하고자 한다.
- ㈜마이팜은 농업에 관심이 있는 도시민이 농사를 체험할 수 있게 농가에서 휴경지를 빌려 체험장으로 제공하는 사회적 기업으로, 2007년 설립 당시 25세였던 니시츠치 카즈마 대표의 도·농 자원 연계 능력이 성공 요인이었다.
- 도쿠시마현 카미카초정은 고급 음식점에서 나뭇잎이 장식으로 쓰인다는 점에 착안, 지역 산림에서 자라는 다양한 잎을 상품화한 사례로 이른바 '한계 노동력'이라 불리는 노년층의 노동력을 재발견 했다.
- '그린 투어리즘'으로 잘 알려진 교토의 미야마정은 주민들이 '아름다운 마을만들기 조례'를 만들어 전통가옥 내 상행위를 금지하고 유흥시설 설치를 금지하는 등 지역 고유의 풍경을 지키기 위해 다양한 노력을 기울이고 있다.
- 일본 농촌마을의 CB 사례는 '자원의 재발견', '외부 인적자원 유치', '생태자원에 대한 가치 공유'라는 세 가지 의미 있는 시사점을 준다.
- 농어촌 마을이 처한 상황은 여전히 녹록치 않다. 하지만 어느 지역보다 공동체성이 강하고 커뮤니티 활동이 활발한 곳이 농어촌인 만큼, 경제 활성화를 통해 활력을 회복하려는 노력은 인구 과소화에 대응하는 작지만 중요한 시도다.

키워드 지역소멸, 인구과소화, 커뮤니티비즈니스, 농촌활력, 카미카초, 미야마

1. 들어가며

지난 6월 전국 지자체의 인구감소 추이를 예측한 행정안전부의 발표는 적잖은 충격을 주었다. 핵심은 30년 이내 전체 3,482개 읍·면·동 중 40%에 육박하는 1,383곳이 사라질 위협에 놓인다는 것이었다. 특히 올 3월 기준 소멸 위험이 가장 높은 지자체로 경북 의성군, 군위군, 영양군, 경남 합천군, 남해군, 전남 고흥군 등 농어촌 지역 6곳을 거론했다. 모두 소멸위험지수¹가 0.2에도 미치지 못하는 곳이었다(최희석, 2017).

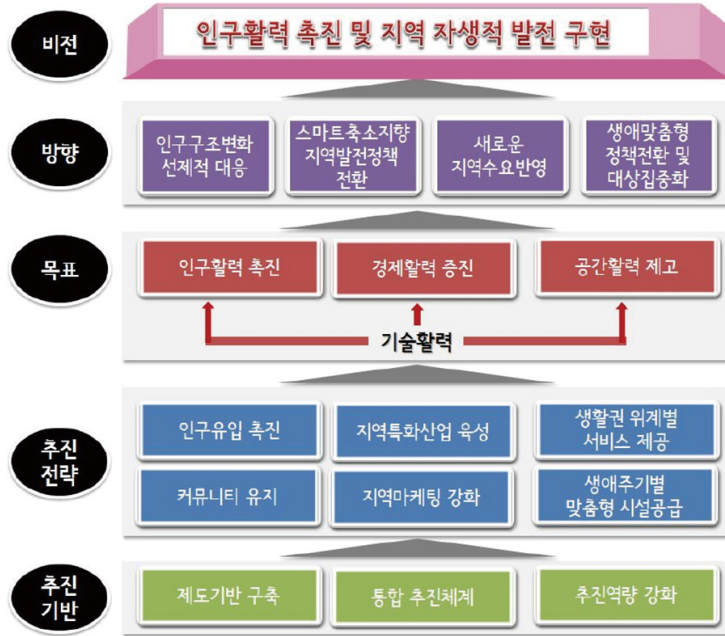
소멸위험의 대표적 징후가 바로 인구 과소화²다. 생산가능인구³가 급격히 빠져 나가는 데 반해, 노령 인구는 늘면서 지역 내 각종 서비스를 온전히 제공할 수 없는 상태에 이르는 것이다. 이 같은 과소화 위험은 지방 전역에서 나타난다. 하지만 산업화·도시화로 인한 인구유출을 어느 곳보다 심하게 겪고, 공공 인프라마저 부족한 농어촌만큼 이를 체감하는 곳은 없다. 농어촌 마을에서 학교 통폐합에 따른 교육의 질 저하, 버스 노선 감축으로 인한 이동권 침해, 잇단 병·의원 폐업이 가져온 의료 서비스 품질 악화 등은 이미 흔한 모습이다.

따라서 인구 과소화를 해결하는 첫 단추는 농어촌 마을의 활력을 회복하는 일이다. 특히 마을 소득을 늘리고 신규 먹거리를 창출해 경제 활력을 제고하는 일은 생산가능인구 유입과 직결되는 핵심 과제다.

그렇다면 농어촌 마을의 경제는 어떻게 활성화 시켜야 할까. 행정안전부는 올 초 관련 연구용역을 통해 지역발전정책 중 경제 활력 증진 방안으로 ‘투자유치촉진’, ‘기존 자원의 고부가가치화’, ‘지역 마케팅’ 등 3가지 추진전략을 제시한 바 있다.⁴ 전략의 기본 전제는 ‘지역 수요에 부합하는 발전정책 마련’이다. 이를 농어촌 마을에 적용하면 ‘마을 고유의 인적·물적 자원을 기반으로 한 커뮤니티 비즈니스(CB) 활성화’라는 방향성을 도출할 수 있다.

본 이슈에서는 정부의 ‘3대 추진 전략’에 부합하는 해외 사례, 특히 한국에 앞서 인구 과소화 문제를 겪고 이에 대응해 경제 활력 제고에 나선 일본 농촌마을의 CB 사례를 살펴보고, 국내 농어촌 마을에 적용할 수 있는 시사점이 무엇인지 고민해보고자 한다.

-
- 1) 20~39세 가입여성 인구수를 65세 이상 노인 인구수로 나눈 지표를 말한다. 이 수치가 낮을수록 인구 감소로 인해 소멸위험이 높은 지자체로 분류된다. 대개 지수가 0.5 미만이면 소멸가능성이 있다고 진단한다(매일경제용어사전).
 - 2) 지역의 인구가 감소하여 그 지역의 사회 시스템이 종래의 수준을 유지할 수 없게 되어 주민이 여러 가지 생활상의 불편을 회피할 수 없게 되는 상태를 말한다(토목용어사전).
 - 3) 생산가능연령인 15~64세에 해당하는 인구. 경제활동인구(취업자, 실업자)와 비경제활동인구로 구성됨.
 - 4) 박진경 외(2017) pp99. ‘투자유치촉진 전략’의 골자는 양질의 일자리를 지속적으로 창출해 생업이 가능한 산업의 촉진. ‘기존 자원의 고부가가치화 전략’의 핵심은 지역 고유 자원의 상품화 및 산업화. ‘지역 마케팅 전략’은 지역 연고사업의 재가치화 및 적극적 외부 마케팅 강조.



▲ 새로운 지역발전정책 추진방향(박진경 외, 2017)

II. 일본 농촌의 커뮤니티 비즈니스(CB) 사례

1. (주)마이팜 ‘유휴농지를 체험 농장으로’

(주)마이팜은 농업에 관심이 있는 도시민이 농사를 체험할 수 있게 농가에서 휴경지를 빌려 체험장으로 제공하는 사회적기업이다. 설립 초 주식회사라는 형태 때문에 순수 영리기업으로 오해를 받아 농가의 외면을 받았으나, 점차 공공성을 인정받으며 현재는 민간 기업의 출자도 받고 있다.

올해로 설립 10년을 맞은 마이팜은 2007년 당시 25세였던 니시츠지 카즈마가 ‘사람과 농업을 잇는 회사’라는 모토로 지역 농장주들로부터 유휴지를 빌려 체험농장을 운영한 게 시초다. 장비 대여료, 비료 값 등을 포함해 한 해 6만 엔이면 한 필지(15㎡)의 농장을 언제든지 찾을 수 있다. 일반 시민과 농업을 잇는 다리 역할을 하는 셈으로 젊은 부부부터 정년퇴직자, 귀농·귀촌 희망자 등이 핵심 고객이다.

마이팜 농장의 가장 큰 특징은 방문객 수준에 따라 맞춤형 프로그램을 제공한다는 점이다. 취미로 농사를 짓는 사람, 원예활동을 원하는 사람, 귀농·귀촌을 염두에 둔 사람 등 다양한 수요를 고려한 과정을 운영 중이며, 현재 일본 전역에서 100개 농원이 참여하고 있다. 체험객은 총 4,000여 명에 달한다.



▲ 마이팜 홈페이지
<http://myfarm.co.jp>



▲ 어그리이노베이션 홈페이지
<https://agri-innovation.jp/course/#course01>

농장 체험 후 본격적인 유기농업을 배우려는 사람에게는 2010년 설립한 1년 과정의 어그리이노베이션(Agri-innovation) 대학이 유용하다. 실제 이곳 졸업생 350여 명 중 100여 명이 관련 분야에 진출했다. 이와 함께 어그리이노베이션 대학 졸업생 등에게 일자리를 제공하는 직영농장도 운영 중이다. 2012년엔 마이팜 농장과 농가의 농작물을 다루는 전문 유통 회사 유통이노베이션을 설립해 월 최대 2,000만 엔의 매출을 올렸다.

이처럼 사회적 가치를 추구하면서도 비즈니스 성과까지 거두자 최근에는 은행과 기업이 출자에 나서기도 했다. 정직원원은 30여 명으로, 체험농장에서 활동하는 지도원 및 아르바이트 등을 포함하면 전체 90여 명이 근무 중이다(희망제작소, 2015).

2. 카미카츠정 '나뭇잎을 사업 아이템으로'

도쿠시마현 카미카츠정의 '츠마모노 비즈니스'는 지역 고유의 자산을 활용해 상품화 및 부가가치를 창조한 대표 사례다. '츠마모노(妻物)'란 일본 음식점에서 요리를 장식하기 위해 사용하는 나뭇잎을 가리키는 말로, 전체 면적의 85.4%가 산지인 지역 환경이 사업 바탕이 됐다.

카미카츠정은 1980년대까지 급속도로 진행된 도시화에 따라 젊은층이 수도권으로 몰리면서 인구가 급격히 줄었다. 지난 1950년대 6,265명이던 주민은 2005년 3분의 1 수준(1,955명)으로 감소했다. 반면 고령화율(65세 이상 인구 비중)은 48%까지 치솟았다.

이 시기 도시화에 대응해 일본 각지에서 이뤄진 마을만들기 운동, '마치즈쿠리(まちづくり)'의 확산과 함께 카미카츠정에서도 다양한 사업이 이뤄졌다. 특히 이 지역에는 민관이 아닌 제3섹터⁵의 사업이

5) 제1섹터(1st sector)인 공공 부문과 제2섹터(2nd sector)인 민간 부문의 공통 영역을 지칭하는 개념이다. 본래 제3섹터는 공공 부문과 민간 부문 어디에도 속하지 않은 제3의 부문을 일컫는 말이었으나, 공공기관과 민간기업이 공동으로 자본을 투자해 설립한 특수법인을 지칭하는 개념으로도 사용되며, 비정부기구(NGO)를 가리키는 개념으로도 사용된다(행정학사전).

두드러졌는데, 대표적인 게 바로 지자체와 지역 제3섹터 기업 (주)카미카츠바이오가 각각 7대3으로 출자해 1999년 설립한 (주)이로도리의 ‘츠마모노 비즈니스’다.

시작은 1981년으로 거슬러 올라간다. 당시 한파로 주요 작물인 감귤류 나무가 얼어 죽어 지역 경제가 파탄에 이르자 주민들은 실의에 빠지고 다름이 잦아졌다. 이에 재기의 발판을 찾던 농협 소속 농업지도원 요코이시 토모지가 주민들이 산림자원으로 할 수 있는 일을 찾던 중 우연히 음식점에서 츠마모노를 보고 사업화 계기를 마련했다(이시재, 2008).

지역 고유의 기후와 환경을 바탕으로 고급스러운 색과 맛을 가진 츠마모노에 시장은 반응했다. 자본금 1,000만 엔으로 시작한 (주)이로도리는 매년 2억6,000만 엔의 수익을 거둬들일 정도로 성장했고 사업 참가 노인 중 일부는 연 1억 원의 소득을 올렸다. 규칙적으로 일을 하게 된 노인들의 건강도 좋아져, 정원을 못 채운 양로원이 결국 문을 닫는 일도 생겼다. 효과는 지역의 성장 동력을 회복하는 데까지 이르렀다. 도시로 나간 젊은이 중 고향으로 돌아오는 비율이 높아지면서 자연스레 인구도 2,200여 명으로 회복된 것이다(김낙희, 2017).



▲ 간사이 원도 홉페이치
<http://www.kansai.gr.jp>



▲ (주)이로도리 홉페이치
<http://www.irodori.co.jp>

3. 미야마정 ‘마을의 가치를 높인 녹색 관광’

교토시 중앙에 위치한 미야마정은 기존 마을 관광사업에 잘 보전된 자연 경관과 특산품의 가치가 더해지며 부가가치를 높인 ‘그린 투어리즘’의 대표 사례로 평가된다.

전형적인 산간지역으로 전체 면적의 96%가 산림인 미야마정은 목재 판매가 주요 수입원이었으나 석유, 가스 등으로 연료가 바뀌고 외국의 저렴한 목재가 대거 수입되면서 지역 경제가 쇠퇴했다. 1955년 1만2,000명이던 마을 인구는 2010년 들어 절반 이하로 줄었고 고령화 문제도 본격 대두됐다.

급격한 도시화 및 인구유출에 맞선 미야마정의 마을만들기는 4단계로 진행됐다. 마을 농지를 반듯

하게 정리한 1기(1978~88년), 숙박 거점이자 도농교류 기반인 자연문화촌을 지은 2기(1989~92년), 체험하고 행동하는 ‘그린 투어리즘’으로 관점을 전환한 3기(1993~2000년), 주민 주도 마을만들기 등 핵심 자치조직인 ‘진흥회’를 설립한 4기(2001~)가 그것이다. 일찌감치 마을이 갖고 있는 고유한 환경과 가치, 즉 ‘어메니티’⁶를 잘 유지해온 덕분에 단계를 거듭할수록 지역 주민들의 공동체 의식은 강해졌고, 비즈니스 마인드 역시 강화됐다.

이 과정에서 마을의 자원인 물과 경관, 초가지붕 등을 활용한 마을기업을 설립해 일자리 창출 및 관광객 유치 성과도 거뒀다. 대표적인 마을기업이 1992년 설립된 (주)미야마 후루사토로 지자체가 지분의 70%를 내고, 나머지 30%를 전체 주민이 낸 출자금으로 마련했다. 미야마정으로 이주를 원하는 사람들을 위해 토지와 집을 중개하는 정주촉진사업, 지역 농산물과 특산품을 판매하는 특산진흥사업을 각각 벌이고 있다.

이와 함께 지역 대표 자원인 가야부키(역새지붕)를 민가에 지속적으로 전승하고 관련 기술을 가진 장인을 길러내기 위해 지난 2000년 세운 주민출자법인 (유)가야부키 사토는 숙박, 식당, 자료관, 공방 등을 운영하며 연 1억4,500만 엔씩 수익을 내고 있다. 마을기업의 든든한 매출이 마을의 상징을 더욱 지속가능하게 만들고 있는 것이다.



▲ 가야부키 마을 경관(김재현, 2008)

그린 투어리즘의 핵심인 가야부키 마을을 이야기 할 때 지역을 옛 모습 그대로 지키려는 주민들의 고집이 담긴 ‘아름다운 마을만들기 조례’도 빼놓을 수 없다. 조례는 가옥 안에서의 상행위를 금지하고 마을 내 파친코 등 유흥시설과 골프장, 산업폐기물 처리시설 등을 짓지 못하게 하고 있다.

이처럼 마을의 문화적 보존과 경제적 가치를 잘 조화시키면서 부가가치가 올라가자 젊은 귀농·귀촌

6) 어떤 장소나 기후 등에서 느끼는 쾌적함을 일컫는 용어. 농촌 특유의 자연환경과 전원풍경, 지역 공동체 문화, 지역 특유의 수공예품, 문화유적 등 다양한 차원에서 사람들에게 만족감과 쾌적성을 주는 요소를 통틀어 일컫는다(두산백과사전).

및 이주민도 점차 늘고 있다. 과거엔 가야부키를 이을 장인이 부족했지만 지금은 많은 젊은이들이 지역에서 안정적 수익을 거두며 장인의 길을 가고 있다(희망제작소, 2015).

난단시 <아름다운 마을만들기 조례>

(풍속영업 등의 규제)

제21조 다음에 지정하는 구역에서는 아름다운 자연 경관을 지키고, 양호한 생활환경을 보전하기 위해, 파친코점(풍속영업 등의 규제 및 업무의 적정화 등에 관한 법률(1948년 법률 제122호) 제2조 1항 7호에 규정하는 유흥시설 중 마장을 목적으로 하는 것을 제외한 유흥 시설)의 설치를 인정하지 않는다.

- (1) 구미야마정 구역
- (2) 그 외 시장이 특별히 지정하는 구역

(골프장 개발의 규제)

제22조 다음에 지정하는 구역에서는 골프장(5헥타르 이상)의 개발을 인정하지 않는다.

- (1) 구미야마정 구역
- (2) 그 외 시장이 특별히 지정하는 구역

(폐기물 처리 시설의 규제)

제23조 일반 및 산업 폐기물 시설을 설치하고자 하는 자는, 법률이 정하는 외에, 지역 특성을 배려하고 생활환경 보전 등에 지장이 없는 것으로 해야 한다.

▲ 난단시 아름다운마을 만들기 조례(희망제작소, 2015)

III. 시사점

앞서 살펴본 일본 농촌의 커뮤니티 비즈니스(CB) 사례들은 공공성은 물론 시장성까지 인정받아 외부 투자를 받거나, 고위 자산을 상품화 해 부가가치를 새롭게 창조했다. 또 기존 사업을 보완해 가치를 더 끌어올리기도 했다. 마을 환경이 서로 다른 만큼 그에 따른 경제 활력 제고 방안도 다양하게 도출한 것이다. 하지만 이처럼 추진 전략을 다양하게 마련하기 위해서는 기본적으로 주민들의 수요를 파악하고 이를 지역 자원과 정확하게 연계할 내·외부 역량을 키우는 것이 매우 중요하다. 앞서 언급한 일본 농촌 CB사례들은 한국의 농어촌 마을에 어떤 역량이 필요한 지 시사점을 던져주고 있다.

1. 자원의 재발견

마을에 자리한 자연자원, 인적자원, 공간자원 등은 시대와 상황, 환경이 변함에 따라 가치가 달라졌다. 개발 시대에는 깎거나 허물어야 할 대상이었던 산이 힐링·헬스관광이 중요해진 요즘엔 보존해야 할 대상으로 바뀌었듯 말이다.

따라서 마을 자원 중 흔하거나, 마땅한 활용 방안을 찾지 못해 저평가 되는 자원에 대한 재조명이 필요하다. 대표적인 것이 이른바 ‘한계 노동력’⁷⁾이라 불리는 노년층이다. 과거 농경·산업사회에선 육체적 능력이 쇠퇴한 노인들을 생산성이 낮은 존재로 여겼다. 하지만 첨단 산업이 중심인 지금은 다양한 경험과 아이디어, 마을의 역사와 이야기를 체득한 노인에 대한 평가가 점차 달라지고 있다. ‘츠마모노 비즈니스’ 사례가 대표적으로 카미카츠정에선 누구보다 나뭇잎을 잘 알고 세심하게 다듬는 노인들이 바로 고급인력이었다. 동시에 산촌 마을에서 이전까지 누구도 쳐다보지 않던 나뭇잎을 주 소득원으로 만든 발상의 전환 역시 기존 자원들의 가치를 되짚어 보게 하는 부분이다.

2. 외부 인적 자원 유치

마을의 기존 자원을 재발견 및 재평가 하려면 남다른 시각과 경험, 생각을 가진 외부인의 유입이 매우 중요하다. 특히 마을 자원의 사업화 가능성을 살피는 차원을 넘어 자원 간 연계, 혹은 외부의 수요와 적절하게 연결하는 능력은 외부인에게 가장 기대할 수 있는 지점이다. 농업에 대한 도시민의 다양한 관심을 예민하게 인지하고 근교 휴경지를 떠올린 ‘마이팜’ 설립자 니시즈지 카즈마와 도심 음식점의 나뭇잎 장식을 보고 ‘츠마모노 비즈니스’를 개척한 요코이시 토모지가 호평을 받은 이유가 바로 연계능력이다.

7) OECD 국가의 경우 비활동성이 높은 그룹을 한계노동력으로 일컬으며, 여기서 비활동성이 높은 그룹이란 노동시장에 대한 정착도가 낮은 그룹으로서 한계의 의미는 통상 남성 청장년 노동력을 주 근로자그룹이라 할 때 이를 제외한 나머지 노동력 즉 여성, 고령, 청소년그룹으로 지칭할 수 있다(윤희숙, 2016).

또 남다른 아이디어를 가진 '키맨(Key man)'이 아니더라도 외부인의 유입은 산업 기반이 허약한 농촌에서 든든한 기초자원이 될 수 있다. 관광전문가, 홍보 마케터, 문화예술인, 유통전문가 등 지역에 필요한 다양한 인적자원의 유입을 위해 도농 간 접점을 넓히는 각종 체험 및 교류 프로그램이 활성화돼야 한다. 그러나 외부 인적자원의 유입은 마을 단위 노력만으로 이뤄지기 어려운 게 사실이다. 일본은 2014년 총리 직속 범정부 조직인 '마을·사람·일자리 창생본부'를 만들어 도시민의 지방이주를 적극 지원하기 시작, 꾸준히 정주민이 증가하는 성과를 거두고 있다.⁸

3. 생태 자원에 대한 가치 공유

마을 자원을 재발견해 사업화 가능성을 모색하기 위해선 기존 자연자원에 대해 자부심을 갖고 그 가치를 공동체 내에서 공유하는 것이 중요하다. 마을 내 일부 개인이나 가구가 개발이익 또는 보상을 기대해 생태적 가치를 외면하고 훼손한 경우가 빈번했기 때문이다. 미야마정 주민들은 자원 보존에 대한 공감대를 바탕으로 수십 년 간 마을만들기를 해온 끝에 고유의 풍광을 유지했다. 특히 가야부키 마을을 지키기 위한 주민 조례 제정은 그 자체로 하나의 좋은 모델이다.

생태자원 보존에 대한 이 같은 자부심과 공감대는 지역 정체성 및 브랜드 확립으로 이어진다. '그린투어리즘' 하면 미야마정, '즈마모노 비즈니스' 하면 카미카츠정을 자연스럽게 떠올리게 되는 건 마을 스스로 정체성을 쌓은 덕분이다. 나아가 지역의 브랜드는 특정 마을을 방문하고 싶다는 생각을 넘어 살고, 일하고 싶고 창업 및 투자를 하고 싶은 장소로 만드는 핵심이기도 하다.⁹

IV. 나가며

농어촌의 인구 과소화, 그로 인한 지역 소멸 위기는 오래된 주제다. 그러나 갈수록 심화되는 중앙과 지역 간 격차는 지역 공동체들이 좀 더 적극적인 대안을 모색하게끔 하고 있다. 중앙정부가 내놓는 대책에만 기대어 마을 스스로 활력을 제고할 방안을 찾지 않으면 우려가 더 빨리 현실이 될 거란 전망도 있다.

커뮤니티 비즈니스(CB) 활성화는 농어촌 마을의 활력을 회복하는 중요한 요소다. 지역의 다양한 자원을 상품화하는 과정에서 주민들의 소통과 협력, 경쟁이 자연스럽게 나타나는 것은 물론 이를 통한 이윤 역시 마을로 환원돼 경제공동체로서 결속도 강화되기 때문이다. 따라서 일본 농촌 커뮤니티 비즈니스의 성공 사례가 주는 세 가지 시사점('자원의 재발견', '외부 인적자원 유치', '생태자원에 대한

8) 박승규 외(2016) pp89

9) 김중기(2015) pp46.

가치 공유')은 침체된 국내 농어촌 마을에 변화의 단초가 될 수 있다.

여기에 새 정부가 인구감소지역을 지원하기 위한 범정부 대책기구 설치를 예고하고 가칭 '지방소멸 대응 지역활력특별법' 제정을 검토 중인 만큼, 마을 단위의 경제 활력 제고 노력이 충분히 힘을 얻을 수 있는 환경도 마련됐다.

농어촌 마을의 쇠퇴가 산업화와 시장개방으로 인한 어쩔 수 없는 흐름이라는 인식을 뒤집는 사례들이 드물지만 여기저기에서 나오고 있다. 물론 여전히 부족한 기초 인프라와 노동력, 들쭉날쭉한 생산량이 농촌의 성장을 가로막는 장애물인 것도 사실이다. 그러나 어느 지역보다도 공동체성이 강하게 남아 있고 커뮤니티 활동이 활발한 곳이 농어촌임을 감안하면, 마을 경제를 활성화시켜 활력을 회복하려는 노력은 인구 과소화에 대응하는 작지만 중요한 시도가 될 것이다.

The Hope Issue

참고문헌**논문**

- 이시재(2008), '일본 산촌지역 활성화 연구 : 토쿠시마현 카미카츠정의 (주)이로도리 사례를 중심으로', 한국민속학 48, pp71-108
- 윤희숙(2016), '한계노동력 경제활동참가 형태에 대한 연구', 한국개발연구 27(2), pp155-203

연구보고서

- 박승규 외(2016), '저출산·고령화에 의한 소멸지역 분석', 한국지방행정연구원 정책연구 2016-19
- 박진경 외(2017), '인구감소 시대의 지역발전정책 방향과 추진체계', 한국지방행정연구원 정책연구 2017-1, pp97-99

기타

- 희망제작소(2015), '도농교류와 마을만들기 현장을 가다', 희망제작소 일본정책연수 결과자료집
- 김중기(2015), '지역주도형 농촌관광 혁신시스템 구축전략', 삼락농정포럼 3차 정책세미나, 전북발전연구원, pp37-68
- 김낙희(2017), '지역 재창조', 김낙희의 樂書房, (사)국가미래연구원 홈페이지.
http://www.ifs.or.kr/bbs/board.php?bo_table=Newsinsight&wr_id=1006&device=mobile
- 김재현(2008), '커뮤니티 비즈니스와 사회적 기업', 사회적기업 열린포럼 4차 자료집, 실업극복국민재단

관련기사

- 채효진(2015), '생명산업(일본)-버려진 땅으로 사업대박 낸 청년', TJB뉴스, 2015.10.22.
https://www.youtube.com/watch?v=MDO_TtQ6F8U
- 최희석(2017), '인구절벽 발등의 불...의성 고흥 사라진다', 매일경제, 2017. 4.17
<http://news.mk.co.kr/newsRead.php?&year=2017&no=266568>

