

박근혜정부
농정 중간보고서

08 가축전염병의 발생과
방역체계 선진화

09 농식품 수출시장 개척을 위한
노력과 성과

07 농업과 ICT의 융합,
한국형 스마트 팜 확산

10 정부3.0에 기초한
농식품 분야의 일하는 방식 개선

06 귀농·귀촌 정책의 추진과
창농활성화

우리는 어디를 바라보면서

다들
어떻게
어떻게
어떻게

05 농촌지역개발의
새로운 접근

11 신 성장동력 창출과
현장중심의 기술농업

12 국민행복 증진을 위한
'산림'과 '복지'의 결합

일하고 있는가

04 농촌 어르신에 대한
배려농정

01 쌀 관세화의 추진과 쌀산업 대책

03 농축산물 유통구조 개선

02 농업의 새로운 도전, 6차산업화

농림축산식품자료실



0013573



희망찬 농업, 활기찬 농촌, 행복한 국민

농림축산식품부

Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs

머 리 말

최근 우리나라도 규모화된 전업농이 꾸준히 증가하고 있으나, 아직도 농가의 다수는 중소농이 차지하고 있는 것이 현실입니다. 중소농의 경우 영농규모가 작기 때문에 농업생산 활동만으로는 도시 수준의 소득 향상을 기대하기 어렵습니다. 그러나 농산물과 지역자원을 활용하여 식품제조·가공이나 유통·체험·외식·관광 등을 융복합할 경우 부가가치를 높이고 새로운 일자리 창출과 소득향상을 기대할 수 있습니다.

농외소득 창출을 위한 시도는 1960년대부터 있어왔습니다. 60년대 농가부업단지 육성, 70년대 새마을공장 건설, 80년대 농공단지 조성, 90년대 농어촌특산단지 개발, 2000년대 농촌체험관광 등이 그 예라 할 수 있습니다. 그러나, 개별 정책사업 차원에서 추진되어 창업에서 판매에 이르는 체계적인 창업 생태계 구축에 이르지 못하였으며 그 효과도 제한적이었다고 할 수 있습니다.

박근혜정부 출범 후 농림축산식품부는 '6차산업화' 개념을 정립하고 이를 뒷받침하기 위해 「농촌융복합산업 육성 및 지원에 관한 법률」을 제정하였습니다. 또한, 각 도별로 6차산업 지원센터를 건립하고 창조경제혁신센터와 시·군의 농산물종합가공센터 등과 협조하여 창업코칭, 시제품생산, 자금지원, 경영컨설팅, 판로개척 등 6차산업화 전 과정에 걸친 맞춤형 지원체계를 도입하였습니다. 또한 주산지를 중심으로 '6차산업지구'를 지정하고 공동인프라 구축, 규제특례 적용 등을 통해 특화품목 중심의 지역특화산업클러스터로 육성해나가고 있습니다. 그 결과, 농촌지역에서 6차산업 창업 열기가 확산되고, 많은 성공사례가 나타나고 있습니다.

그러나 아직도 6차산업화 추진을 위해 개선해야할 과제들이 많이 있습니다. 경영체별 특성과 발전단계를 고려한 맞춤형 지원을 확대하고, 지속적인 규제개선을 통해 농업인의 창의력과 역량이 맘껏 발휘될 수 있도록 환경을 개선해 나가야 할 것입니다. 농촌관광 활성화를 위해 다양한 상품을 개발하고 친절·위생·안전 등 서비스도 대폭 향상시켜 나가야할 것입니다.

지난해 말 박근혜정부의 농정에 대한 중간점검 성격의 책자인 '우리는 어디를 바라보면서 어떻게 일하고 있는가' 를 통해 '6차산업화'에 대해 개략적인 설명을 한 바 있습니다.

여기서는 동 책자에 수록되어 있던 '6차산업화'를 보다 자세히 분석해보았습니다. 6차산업화 정책의 접근방법, 지원내용, 사업체계, 추진방식 등 그 동안 추진해 온 정책의 내용과 성과를 살펴보고, 앞으로 해야할 과제를 재확인하고자 집필을 기획하게 되었습니다.

아무쪼록 이 책이 6차산업을 하고자하는 농업인들에게는 좋은 길잡이가 되고 농림축산식품부 공무원들에게는 각자 맡은 바 역할과 책임을 점검하는 기회가 되며, 국민에게는 우리 농정에 대한 이해와 공감대를 확산하는 계기가 되기를 바라 마지않습니다.

2016. 1.

농림축산식품부 농촌정책국장 **안 호 근**



목 차



I. 추진배경	6
1. 대내외 여건의 변화	8
2. 농업의 6차산업화의 의미	10
II. 다양한 농외소득 정책의 전개	12
1. 농외소득 정책의 추진성과와 한계	14
2. 6차산업화 개념 하에 다양한 정책을 통합·연계	16
3. 농업·농촌의 신성장동력, 6차산업화	18
III. 박근혜정부 6차산업화의 정책 구상과 내용	20
1. 새로운 정책 패러다임	22
2. 6차산업화 정책의 내용	26
IV. 박근혜정부 6차산업화의 정책 성과와 과제	40
1. 정책 성과	42
2. 향후 과제	46
〈부록〉 6차산업화 성공사례 12선	48



I

추진배경

1 대내외 여건의 변화

2 농업의 6차산업화의 의미





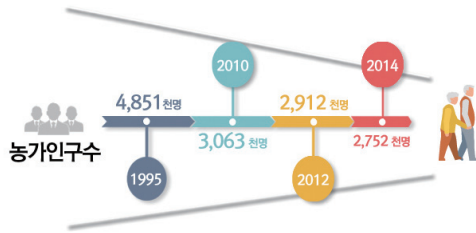
1 대내외 여건의 변화

농산물시장 개방, 농촌지역의 고령화로 인해 농업소득이 정체되고 농촌활력이 떨어지는 등 농업·농촌을 둘러싼 여건이 어려운 상황

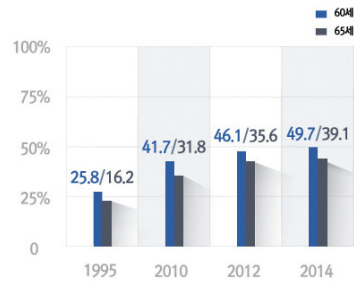
산업이 고도화되고 도시화되면서 농촌 지역의 젊은층이 대규모로 이농하여 농촌인구와 농가인구가 감소하였고, 농가 경영주 평균 연령은 66.5세('14)로 고령화가 빠르게 진행

※ 농가인구 수 : ('95) 4,851천명 → ('10) 3,063 → ('14) 2,752

※ 농가인구 대비 60세/65세 이상 비중 : ('95) 25.8%/16.2% → ('10) 41.7%/31.8 → ('12) 46.1%/35.6 → ('14) 49.7%/39.1



〈그림 1〉 최근 20년간 농가인구 수의 감소 추이

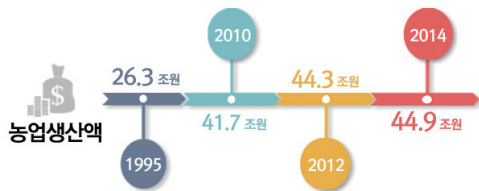


〈그림 2〉 전체 농가 인구 중 60세·65세 이상 인구 비중의 증가 추이

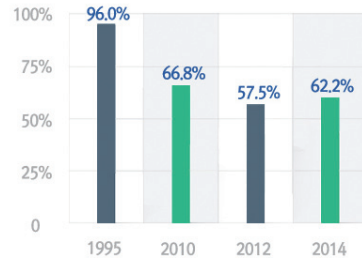
농업생산액이 증가하고 있음에도 불구하고 농산물시장 개방 등 외부 요인으로 인해, 농가 수취가격이 하락하여 농가와 도시 근로자 가구와의 소득 격차도 확대

※ 농업생산액 : ('95) 26.3조원 → ('10) 41.7 → ('14) 44.9

※ 도시근로자 가구 평균소득 대비 농가소득 비중 : ('95) 96.0% → ('10) 66.8 → ('14) 62.2



〈그림 3〉 최근 20년간 농업생산액의 증가 추이

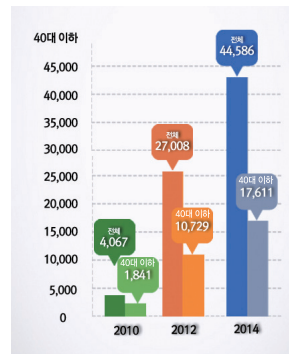


〈그림 4〉 도시근로자 가구 평균소득 대비 농가소득 비중의 감소 추이

귀농·귀촌 인구가 꾸준히 증가하고 있고, 삶의 질을 중시하는 가치관과 안전한 농산물·식품에 대한 선호가 확산되는 등 어려운 여건에서도 위기를 극복하고 농가소득을 높일 수 있는 기회 요인도 존재

다양한 기술과 경험, 아이디어, 네트워크를 가진 귀농·귀촌 인구가 꾸준히 증가하고 있어, 이러한 인적·물적 자원을 농업에 접목함으로써 새로운 일자리와 부가가치 창출 가능

※ 귀농·귀촌 가구 수(전체/40대 이하) :
 ('10) 4,067명/1,841명 → ('12) 27,008/10,729 → ('14) 44,586/17,611



주5일제 정착 등 삶의 질을 중시하는 가치관의 확산과 생활패턴의 변화는 농업·농촌이 재도약 할 수 있는 기회 제공

- 경관, 전통문화, 음식 등 다양한 농촌자원을 활용하여 도시민 유치 가능

〈그림 5〉 귀농·귀촌 가구의 증가 추이

최근들어 식품 안전성에 대한 소비자의 관심이 높아지면서, 친환경 농산물이나 로컬푸드의 소비가 확대되는 추세

- 소비패턴의 변화는 대량 생산체계보다 소량 다품목 생산에 적합하며, 지역 내 생산과 지역 내 소비를 통하는 로컬푸드 체계 구축을 유도



〈그림 6〉 서울에서 음성으로 귀농하여 6차산업을 창업한 '젊은농부들' 대표



〈그림 7〉 '2015 농촌에서 여름휴가 보내기' 캠페인에 참여 중인 이동필 장관과 허창수 전경련 회장

2 농업의 6차산업화의 의미

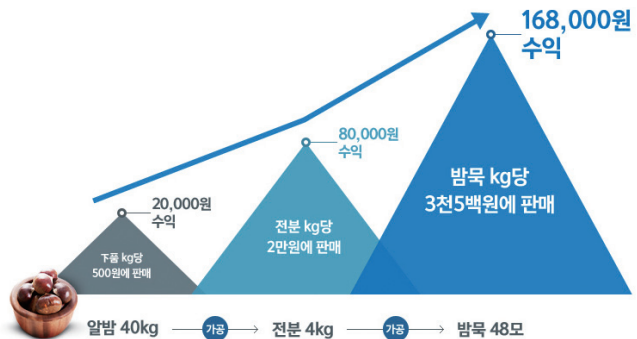
6차산업이란 농촌에 존재하는 유·무형의 자원을 바탕으로 농업과 식품제조·가공(2차산업) 및 유통·체험·외식·관광 등의 서비스(3차산업)를 융복합함으로써 새로운 부가가치를 창출하는 활동



〈 그림 8 〉 6차산업화의 개념과 모식도

6차산업은 창의력을 바탕으로 다양한 형태의 가공 및 서비스 상품을 제공함으로써 농촌지역에 일자리를 창출하고 생산적 복지를 실현할 수 있는 기틀을 마련

6차산업이 농가경제의 대안으로 주목받는 이유는 농산물 등의 자원이 다양한 처리과정을 거치면서 부가가치를 창출하고, 창출된 부가가치가 농업·농촌으로 내부화되기 때문



〈 그림 9 〉 농산물이 가공과정을 거치면서 부가가치를 창출하는 사례(밤)



〈 표 1 〉 운영주체 및 사업유형에 따른 6차산업의 분류



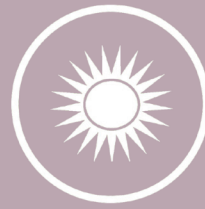
운영주체 사업유형		농가 주도	법인 주도	마을 주도	지역 주도	
제조 가공 (2차 중심)	농 산 물	식 량	▶ 코메가 (들기름) ▶ 행복우리영농조합법인 (미숫가루)	▶ 영주미소머그고 (고구마빵) ▶ 궁골식품 (된장)	▶ 백석율미영농조합법인 (참쌀매실한과) ▶ 송천떡마을 (떡)	▶ 군산현찰쌀보리 (보리빵) ▶ 정선수리취떡 (떡)
		원 예	▶ 보향다원 (녹차) ▶ 예산사과와인 (사과와인, 썸) ▶ 파주산머루농원 (산머루)	▶ 미녀와김치 (김치) ▶ 하동슬로푸드영농조합법인 (매실청) ▶ 안동탁촌장 (마빵)	▶ 감미로온마을 (아이스홍시) ▶ 가외골마을 (감말랭이)	▶ 제천한방바이오밸리 (한방식품, 화장품) ▶ 영천와인사업단 (포도와인)
	축 산 물	가 축	▶ 은아목장 (치즈, 요거트) ▶ 두마리 목장 (산양유)	▶ 돼지문화원 (소시지) ▶ 제주아침미소 (치즈, 요구르트)	▶ 임실치즈마을 (치즈)	▶ 돼지카페마블로즈 (소시지)
		곤 충 애 미	▶ 계봉농원 (누에생태체험) ▶ 스머프곤충나라 (곤충빵이)	▶ 에덴양봉원 (벌꿀) ▶ 아이빅스캠프 (곤충학습)	▶ 용인 숲속곤충체험 마을 (곤충체험)	
서비스 중심 (3차 중심)	체 험	▶ 공주 엔젤농장 (허브 비누만들기) ▶ 제주 환상숲 농장 (한라봉 재배)	▶ 돼지보러오면돼지 (돼지박물관) ▶ 선돌메주농원 (농촌체험)	▶ 담양 삼지내마을 (체험패키지) ▶ 평창 의아지마을 (양떼체험)	▶ 화천 산천어축제 ▶ 장흥 편백숲우드랜드 (편백숲)	
		▶ 김천 화가의 농원 (농업·미술 연계) ▶ 보성 우리원농장 (유기농 가공체험교육)	▶ 선돌메주농원 (농촌체험교육) ▶ 비슬도예원 (도예)	▶ 산청 갈전마을 (별자리 관찰) ▶ 자연사랑영농조합법인 (경제교실)	▶ 철원 두리미평화마을 (철새교육) ▶ 해남에 다녀왔습니다 (교과연계 체험)	
	치 유 · 힐 링	▶ 팍카밀레 관광농원 (힐링허브농원) ▶ 남양주 대가농원	▶ 흥천 할리언스선마을 (자연 치유 프로그램)	▶ 가평 초롱이등지마을 (숯테라피) ▶ 파주산촌생태관광마을 (산촌문화 체험)	▶ 장흥 편백숲 우드랜드 (숲) ▶ 영주 녹색농업치유단지	
		▶ 정강원 관광농원 (전통음식만들기) ▶ 젊은농부들 (팜핑)	▶ 양평나드리 (농촌체험, 축제) ▶ 귀한농부학교	▶ 안성 선비마을 (선비체험) ▶ 고령 개실마을 (전통놀이)	▶ 대가야 체험축제 (전통 문화 체험)	
	레 포 츠	▶ 산새미 (승마체험)	▶ 울진 명도리 캠프홀스 (승마) ▶ 거제 맹종죽영농법인 (서바이벌게임)	▶ 양평수미마을 (ATV, 수상자전거, 딸기수확) ▶ 평창 여름치마을 (래프팅, 스카이점프)	▶ 삼진강기치마을 (레일바이크)	
	신 유 통	▶ 농부의 마음 (직거래)	▶ 고창베리팜영농법인 (온라인 직거래) ▶ 좋은예감 (직거래)	▶ 장안농장 (로컬푸드) ▶ 진안마을주식회사 (직거래)	▶ 안성농업인직거래센터 ▶ 용진농협 (직거래)	
	외 식	▶ 황성 오을산산아초밥상 (산아초 향토음식체험) ▶ 거창 돌담사이로 (산채나물 산내음 밥상)	▶ 애농 (카레프랜차이즈)	▶ 완주 비비정마을 (마을레스토랑)	▶ 완주 로컬푸드협동조합 (부페)	

II

다양한 농외소득 정책의 전개

- 1 농외소득 정책의 추진성과와 한계
- 2 6차산업화 개념 하에 다양한 정책을
통합 · 연계
- 3 농업 · 농촌의 신성장동력, 6차산업화





1 농외소득 정책의 추진성과와 한계

'60년대부터 농외소득을 높이기 위해, 풍부한 노동력과 값 싼 입지조건을 바탕으로 한 제조업 유치, 농촌 어메니티를 활용한 농촌관광 활성화 등을 다양한 부처에서 추진

'60년대 < 농가부업단지 육성 >

- 전체인구의 70%가 농촌에 거주하는 상황에서, 풍부한 유희인력을 활용하여 가공품 및 왕골공예품 등을 주로 생산하는 농가부업단지 육성



< 그림 10 > '60년대에 농가부업단지에서 주로 생산하던 왕골공예품

'70년대 < 새마을공장 건설 >

- 읍·면 단위에 중소기업을 입주시키므로써 제조업을 유치하여 농촌지역 내 일자리 창출



< 그림 11 > '70년대 농촌에 건립한 새마을공장 전경

'80년대 < 농공단지 조성 및 관광농원 개발 >

- 분산입지로 인한 새마을공장의 한계를 극복하고자 농촌에 중소규모의 공업단지를 조성하고, 관광농원개발 등 추진
- 「농어촌소득원개발촉진법」 제정('83): 농촌의 제조업 유치와 관광소득원 개발하여 농가소득 제고를 위해 제정하였고, 농공단지와 관광농업을 핵심정책으로 제시

'90년대 < 농어촌특산단지 및 휴양단지 개발 >

- 농가부업단지의 명칭을 '농어촌특산단지'로 바꾸고 생산품을 지역특산품과 일반공산품 중심으로 전환하였으며, 자연경관을 활용한 휴양단지를 개발하여 농촌관광 활성화를 추진
- 「농어촌개발특별조치법」('90) 및 「농어촌정비법」('95) 제정

‘00년 이후 < 농촌관광 활성화, 정보화마을 조성 및 지역연고기업 육성 >

- 농촌 어메니티에 대한 관심이 높아짐에 따라 농촌체험휴양마을 등 도시민의 여가수요를 충족할 수 있는 다양한 농촌관광기반의 확대를 추진
- 전자상거래 기반 조성, 농업인 정보화 교육 등을 통해 농촌 지역의 정보격차를 해소하고 농업인의 소득 증대에 기여 (행정자치부)
- 지역의 특화자원을 활용한 산업화를 지원하여 지역에 기반을 둔 기업을 육성(산업통상자원부)

< 표 2 > 다양한 농외소득 정책의 추진성과와 한계

구 분	내 용
성 과	<p>▶ 농가부업단지, 농공단지 조성 등을 통한 기업 유치, 일자리 창출로 농외소득 제고</p> <p>※ 농공단지 조성 현황 및 고용 :</p> <p>(‘01) 299개소 / 105천명 → (‘10) 421/130 → (‘14) 459/148</p>
한 계	<p>▶ 외부기업에 의한 투자 유치라는 한계로 인해 창출된 부가가치의 농촌 재투자가 부족</p> <p>▶ 지역사회와 연계성이 낮아 양질의 일자리 창출에는 미흡</p>



2 6차산업화 개념 하에 다양한 정책을 통합·연계

기관별로 산재되어 개별적으로 추진되던 농외소득 정책을 연계하여 박근혜정부 들어서 '6차산업화' 개념으로 체계화하고 중소농 소득대책, 농촌창업 및 일자리 대책 등 종합적으로 접근

구 분	2000년 이전	2000년 이후	박근혜정부 (6차산업화 도입)
농림축산 식품부	<ul style="list-style-type: none"> 농가 부업단지 (특산단지) 육성 관광농원 개발 농공단지 조성 	<ul style="list-style-type: none"> 체험마을 조성 공동체회사 지원 황토산업 육성 지역전략 식품산업 육성 	<ul style="list-style-type: none"> 농촌 융복합산업 육성 로컬푸드 직매장 6차산업화 지구
농촌진흥청		<ul style="list-style-type: none"> 교육농장 소규모 창업지원 	6차산업 수익모델사업
산림청		<ul style="list-style-type: none"> 임산물 유통센터 임산물 가공활성화 	임산물 산업화단지 조성
산업통상 자원부	<ul style="list-style-type: none"> 지역특화산업 육성 	<ul style="list-style-type: none"> 지역연고 산업육성 (RIS) 	
행정자치부		<ul style="list-style-type: none"> 정보화마을 마을기업 육성 	

6차산업 경영체 육성 지역단위 6차산업
 지자체 자율 예산 편성 사업 (지역발전특별회계)

〈 그림 12 〉 정부부처별·시대별 농외소득 정책의 변화



〈 표 3 〉 정부부처별 농외소득 지원사업의 개요

구분	사업 목적	사업 내용	지원 대상	도입 시기	
농식품부	6차산업화 지구 조성사업	주산지를 중심으로 1·2·3차산업이 융복합된 지역특화 산업 클러스터 육성	산업주체간 연계·협력, 기술·경영 컨설팅 등 지원, 규제특례 발굴 적용 등	지방자치단체, 참여경영체	2014년
	향토산업 육성사업	농촌지역의 향토자원을 산업화하여 지역경제 활성화	가공·판매·체험시설, 기술 개발, 홍보, R&D 등 지원	농업인조직, 향토기업체, 생산자단체 등	2007년
	농공단지 조성사업	농촌지역에 산업기반을 확충하여 외부기업 유치	단지 시공(도로, 상하수도, 통신 등), 용지 취득, 부대시설 등 지원	지방자치단체 (시·군)	1984년
	로컬푸드 직매장 지원사업	농업인주도형 직거래 확산을 통한 유통비용 절감으로 농가소득 제고	직매장 설립에 필요한 인테리어, 장비, 시설 등 지원	농협, 영농조합법인 등	2013년
농진청	6차산업 수익모델 시범사업	지역자원을 활용하여 다양한 사업모델 창출	수익모델 컨설팅, 생산기술, 상품개발 등 지원	마을단위, 영농조합법인, 농업회사법인	2014년
산림청	임산물 관련 산업화 단지 조성사업	생산·가공·유통·서비스시설 확충을 통한 6차산업화 기반 조성	저장·선별장, 홍보판매장, 체험시설 등 지원	지자체, 산림조합, 생산자단체 등	2013년
산자부	지역연고산업 육성사업 (RIS)	기업의 특화(연고)자원을 산업화하여 부가가치 창출	기업의 R&D, 마케팅 장비 등 지원	지역기업	2004년
행자부	마을기업 육성사업	마을 주민 주도로 지역자원을 활용한 주민소득 증대	교육, 경영컨설팅, 박람회 참가, 판로 등 지원	민법법인, 상법회사, 협동조합, 영농조합 등	2010년
	정보화마을 사업	도시와 농산어촌간 정보격차 해소	신규 상품기획 및 판매전략, 교육, 전자상거래, 정보채널, 정보화마을 홈페이지, 개발 등 지원	농어촌마을	2001년

3 농업·농촌의 신성장동력 6차산업화

핵심가치 ① 창업 및 일자리 창출을 통해 중소농, 영세고령농 등의 안정적 소득기반 확충

낮은 1인당 경지면적 등 경영여건이 영세한 농업 현실에서, 농가단위의 창업·사업다각화·전문화 등을 통해 중소농, 영세고령농 등에게 다양한 유형의 소득창출 기회 제공

※ (백석올미 영농법인조합) 65세의 여성 귀농인을 중심으로 평균 연령 77세의 마을 사람들이 법인을 설립하여, 마을에서 재배한 찹쌀, 매실을 이용해 엑기스, 한과 등으로 가공하고, 한과만들기와 같은 체험프로그램을 운영하여 연간 3억원 이상의 매출 달성

핵심가치 ② 창출된 부가가치가 농업·농촌으로 내부화됨으로써, 농촌의 자생적인 산업생태계가 구축

※ 농업분야 실질자본투자는 지속적으로 감소 추세 : ('85~'87) 연간 2.9조원 → ('95~'97) 7 → ('08~'10) 3.4

6차산업은 '농촌지역'에서 '농업인'이 부가가치를 창출하고, 창출된 부가가치는 농업·농촌으로 재투자됨으로써 농촌경제 활성화에 기여

- 새마을공장, 농공단지 등은 외부기업을 농촌지역에 유치함으로써 지역경제 활성화를 도모하였으나, 지역사회와 지역 부존자원과 연계성이 부족하여 지역경제에 뿌리내리기에는 부족
- 6차산업은 경제적 거래관계(linkage) 뿐만 아니라 비경제적 협력관계(network)를 바탕으로 산업을 발전시킴으로써 지역의 순환경제 체계 구축과 지역발전을 가능하게 함

농업생산 외에 다양한 형태의 일자리가 창출되어 농업에 대한 경험이 부족한 도시인도 농업·농촌으로 유인할 수 있음

핵심가치 ③ 6차산업화를 통해 농업·농촌의 다원적 가치를 확산·공유하고, 농촌공동체의 회복에도 기여

농촌이 가지는 경관자원, 전통문화 등 다양한 가치를 상품화하여 제공함으로써, 농업·농촌의 다원적인 가치를 향유할 수 있는 기회를 국민들에게 제공

지역 내 다양한 주체들이 6차산업을 위해 협력하는 과정에서 농촌공동체를 회복하고 농촌 지역의 활력 제고

※ (제1호 농업유산 청산도) 지역의 유·무형 자원을 발굴하고 사업화 하는 과정에서 지역 주민의 참여를 통해 공동체 활성화 계기 마련



〈 그림 13 〉 농업유산 제1호로 지정된 청산도 구들장논

핵심가치 ④ 타 산업과 연계를 통한 지역농산업의 시장규모 확대

우선적으로 농업과 연관성이 높은 식품 제조·가공업, 체험·관광업으로 사업을 다각화함으로써 지역 농산업의 시장규모를 확대

※ (순창 장류 6차산업화 지구) 기존의 지역 농산업은 농산물 생산, 장류 가공업 중심이었으나, 식당과 숙박시설 설치가 가능하도록 규제를 개선하여 순창의 체류형 관광산업 육성을 추진

관련 제조업 등 전후방 산업을 유치·발전시킴으로써 농어촌지역의 산업구조 고도화 견인

※ (미국 캘리포니아 나파밸리) 와인으로 유명한 캘리포니아 나파밸리는 포도생산과 관련한 묘목, 비료, 농약 산업, 와인생산과 관련한 가공시설, 제조장비산업 및 연간 300만명 이상이 방문하는 관광산업까지 전후방 산업이 고르게 발달

III

박근혜정부 6차산업화의 정책구상과 내용

- 1 새로운 정책 패러다임
- 2 6차산업화 정책의 내용



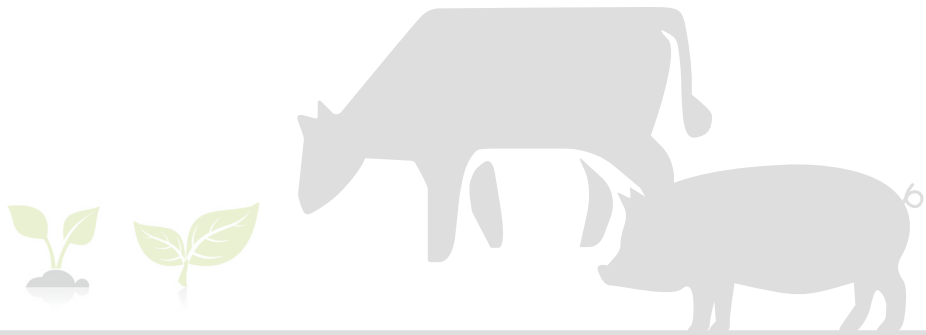


1 새로운 정책 패러다임

기존 농외소득 정책의 한계를 넘어 농촌지역의 지속가능한 융복합산업 생태계를 구축하기 위해 산업구조적 접근, 소프트웨어 중심 지원, 사업 간 연계, 상향식 사업 추진 등 정책 패러다임 전환

〈 표 4 〉 기존 농외소득 정책과 6차산업 정책의 패러다임 비교

구분	기존 농외소득 정책	6차산업화 정책
접근 방법	▶ 외부기업의 농촌지역 유치 등 단편적 접근을 통한 소득제고 도모	▶ '생산-부가가치 창출-재투자'로 연결되는 융복합 산업의 선순환 생태계 구축
지원 내용	▶ 농가부업단지, 농공단지 조성 등 하드웨어 중심 지원	▶ 하드웨어뿐만 아니라 기존자원 활용 및 주체 간 네트워킹 강조
사업 체계	▶ 가공산업육성, 농공단지 및 관광농원 조성 등 산발적 농외소득 지원사업 시행	▶ 6차산업의 개념을 명확히 하고, 사업간 연계를 통한 시너지 창출
추진 방식	▶ 중앙정부 주도의 하향식 추진	▶ 유관기관 협업 및 지역 자율성에 입각한 상향식 추진

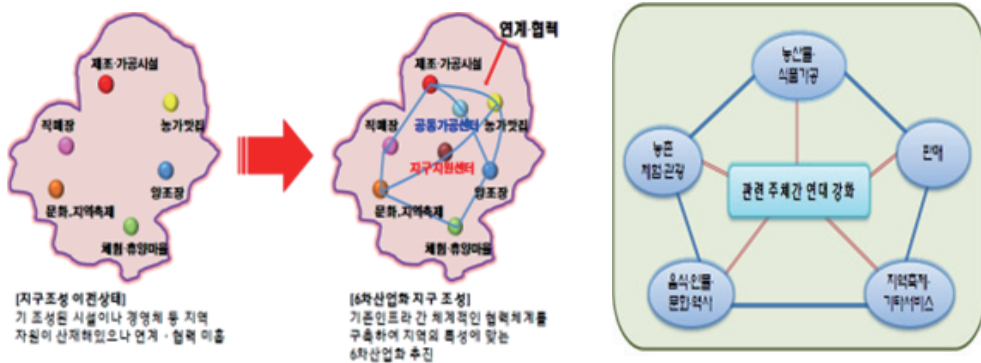


접근 방법 외부 기업 유치를 통한 일자리 창출이라는 단편적 접근에서 벗어나 농촌자원에 기반한 관련 산업 육성, 창출된 부가가치의 내부화를 통해 '생산-부가가치 창출-재투자'가 이루어지는 융복합 산업의 선순환 생태계 구축

- 도별 6차산업 지원센터를 통해 창업코칭·시제품생산·자금·기술·판로 등을 체계적으로 지원하여 6차산업 창업을 활성화하고 귀농·귀촌인 등 새로운 경제주체의 농촌지역 내 정착 유도
- 사업유형, 발전단계 등을 고려한 맞춤형 컨설팅(경영, 회계, 마케팅 등)으로 6차산업 경영체의 안정적 성장 지원

지원 내용 산업인프라, 물리적 시설 구축 위주의 사업 지원방식을 벗어나 지역 내·외의 가용자원을 활용할 수 있는 네트워킹 및 클러스터화 등의 소프트웨어 정책을 중점적으로 지원

- '14 선정된 6차산업화 지구인 영동포도도 와인 지구는 43개의 와이너리가 기존 와인시설을 활용한 와인탐방로드를 조성하여 체험관광 기반을 강화하고, 와인아카데미를 운영하여 관련 창업 지원 및 와인전문가 양성
- 국산 오크통·오크칩 제조 기술을 개발하고, 오크통 공장 등 관련 기업을 유치하여 전후방 산업 간 연계 촉진



〈 그림 14 〉 6차산업화 지구 내 다양한 산업주체 간 연계·협력 체계

사업 체계 가공산업·전통식품 육성, 농공단지 조성 및 농촌관광 활성화 등 산발적인 농외소득 지원사업을 6차산업의 개념으로 통합하고, 6차산업 경영체 창업·보육과 지역단위 6차산업 시스템 구축으로 체계화

- 6차산업화로 농촌산업의 지역연계를 강화하고, 6차산업 사업자 인증제를 통해 정책 대상을 명확히 하고 집중 지원·육성

※ 6차산업 인증사업자 수 : ('14) 379개소 → ('15) 802

추진 방식 농진청, 산림청뿐만 아니라, 미래부(창조경제혁신센터), 산업부, 문화부 등 관련부처와 협업을 강화하고, 지자체 스스로 경쟁우위를 확보할 수 있는 영역을 발굴하여 육성할 수 있도록 상향식으로 정책 추진

- 전남 창조경제혁신센터를 중심으로 농식품 창업유관기관(46개소)이 연계하여 농식품 창업 일괄 지원 체계 구축('15.6)
- 산업부가 구축한 다양한 유통플랫폼(현대백화점 명인명촌관 등)을 통해 6차산업 제품의 판로개척 지원
- 한국관광공사 등과 협업하여, 외국인들이 선호할 만한 우수 농촌관광자원을 해외에 홍보하여 중국 등 외국인 관광객을 농촌지역으로 유치



농 립 축 산 식 품 부	
경영체 지원	컨설팅, 자금, 판로, 인증 등 맞춤형 지원
6차산업화 지구 조성	지구조성 기본계획 및 지원방안 마련
특화산업 육성	전통식품, 전통주, 말, 곤충 등 산업별 육성대책 추진

농 촌 진 흥 청	
창업지원	농산물 종합 가공센터를 통한 창업코칭, 시제품 생산 등 지원
사업모델발굴	가공, 체험, 유통 등을 중심으로 한 다양한 수익활동 발굴
R&D	분야별 R&D 지원 및 기술이전

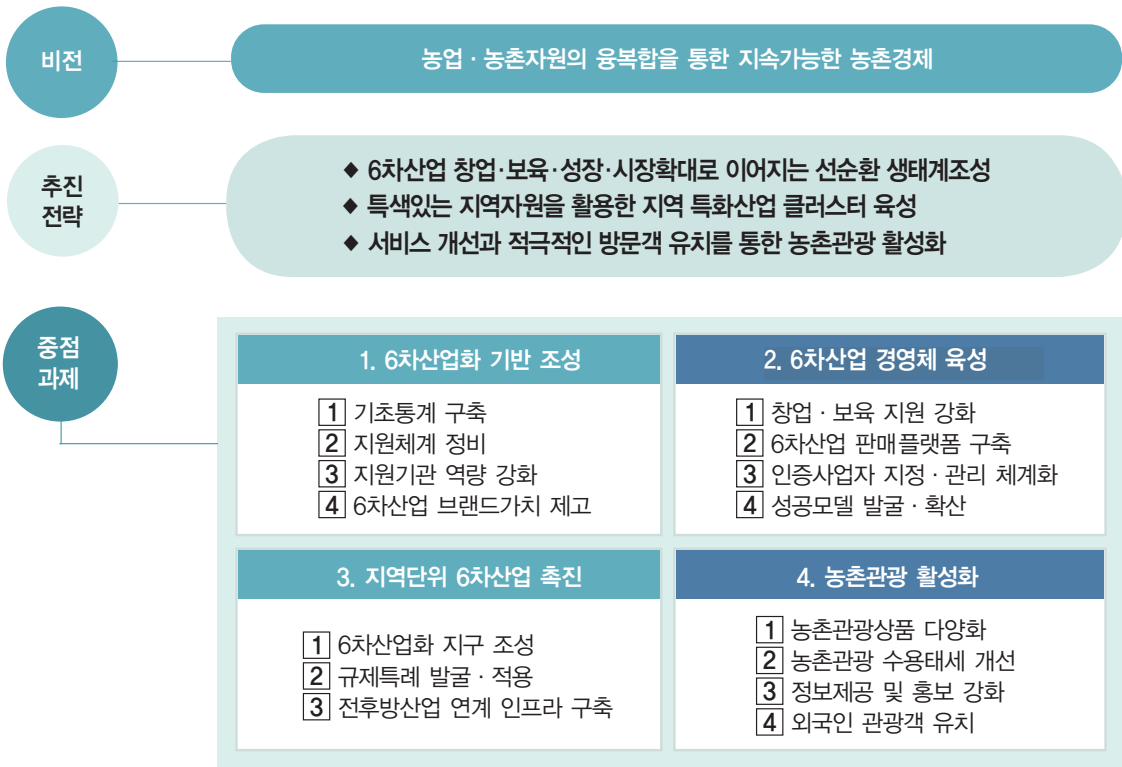
산 립 청	
임산물 6차산업 지원	임산물 관련 가공시설, 컨설팅, 판로개척 등 지원
산림관광 활성화	자연휴양림, 치유의 숲, 산악승마 등 육성

지 자 체	
지역특화산업 발굴·육성	향토산업육성사업, 농촌자원 융복합산업 활성화사업 등을 통해 지역자원을 활용한 특화산업 육성
6차산업화 지구 조성	지역 내 주체간 네트워킹 공동인프라 구축, 현장 규제 해소 등을 통해 지구를 지역특화산업 클러스터로 육성

〈 그림 15 〉 농업의 6차산업화 추진기관별 주요 역할

2 6차산업화 정책의 내용

6차산업 경영체에 대한 실태 분석을 통해 4개 분야 15개, 중점 추진 과제를 추진 중 (제1차 6차산업 육성 기본계획, '15.11)



< 그림 16 > 제1차 6차산업 육성 5개년('16~'20) 기본계획('15.11)의 주요 내용



6차산업화 기반 조성

법률 제정, 지원 전문기관 설치 등 6차산업 활성화 기반을 조성하고
6차산업에 대한 현장 열기 확산

※ 농업인 인지도 : ('13) 83.6% → ('14) 96.0 → ('15) 97.5

6차산업 경영체 인증제도 도입, 6차산업화 지구, 창업·판로·금융 지원, 지원 전문기관 지정 등을 주요 내용으로 하는 「농촌융복합산업 육성 및 지원에 관한 법률」을 제정·시행('15.6)

도별 지원 전문기관(6차산업 지원센터, 9개소)을 설치하여 컨설팅, 판로개척 등 현장밀착형 지원

- 지역별 6차산업화 정책 세미나 및 설명회 등 52회 개최 3,200여명 참가('15기준)

규제현장포럼(장관주재, '15.7,8,10,12), 관계부처 협업 등을 통해 현장 규제 개선

- 농어촌민박 방문자의 불편을 해소하기 위해 농어촌민박에서 조식 제공 허용('15.7 「농어촌 정비법」 개정)
- 지자체 조례 제정을 통해 농업인이 소규모 식품 제조 시 적용되는 제조·가공시설 기준 완화 ('15.10까지 136개 지자체 조례 제정)
- 농촌체험마을의 경우에 그린벨트 내에서도 2천㎡ 범위 내에서 음식점 등 설치 허용 ('15.9 「개발제한구역 특별조치법 시행령」 개정)
- 우체국, 농수산식품유통공사(aT) 외에 농협쇼핑몰, 전통주협회 홈페이지에서도 전통주의 온라인 판매를 허용('15.4 「주류 통신판매에 관한 고시」 개정)
- 2천㎡ 이하의 농산물 가공·판매·유통시설의 경우, 진입도로(4m) 의무 확보 적용 대상에서 제외 ('15.5 「개발행위 허가지침」 개정)

- 농업진흥지역 내에서 설치 가능한 농수산물 가공처리시설(1ha→1.5) 및 사료 제조시설(1ha→3) 면적 확대 ('14.12 「농지법」 개정)
- 농업법인의 사업범위에 「농어촌정비법」에 따른 농어촌관광휴양사업을 추가('14.12 「농어업경영체법」 개정)
- 산림훼손을 최소화하는 범위 내에서 안전 등을 고려하여 산림 내 캠핑·레포츠 시설 설치 허용 ('14.12 「산림문화·휴양에 관한 법률 시행령」 개정)
- 산지(山地)생태 축산을 활성화하기 위해 가축 방목 절차를 간소화하고 방목허용 면적(3ha→5)을 확대 ('14.9 「산지관리법 시행령」 개정)
- 6차산업화 지구의 경우, 생산관리지역 내에서도 농업인 등이 교육·체험 등 복합시설을 설치하는 경우 음식점 허용('15.12 「국토의 계획 및 이용에 대한 법률 시행령」 개정)

지자체 및 전문조사기관을 활용한 전국 6차산업 실태조사(7,300여개)를 실시하여 기초통계자료 확보

- 농식품 가공업체, 농촌체험휴양마을, 농가맛집, 관광농원 등 6차산업 경영체에 대한 사업내용, 매출액, 종사자, 원료 확보방안 등 조사
- 6차산업 포털(www.6차산업.com) 운영하고 상담앱을 개발('15.9)하여 관련 정책 홍보, 우수사례 확산 및 실시간 현장애로 해소
- 지역별 식품제조·가공시설에 대한 DB 구축(5,100여 건)



〈그림 17〉 장관 주재 제4차 농식품 규제개선 현장포럼

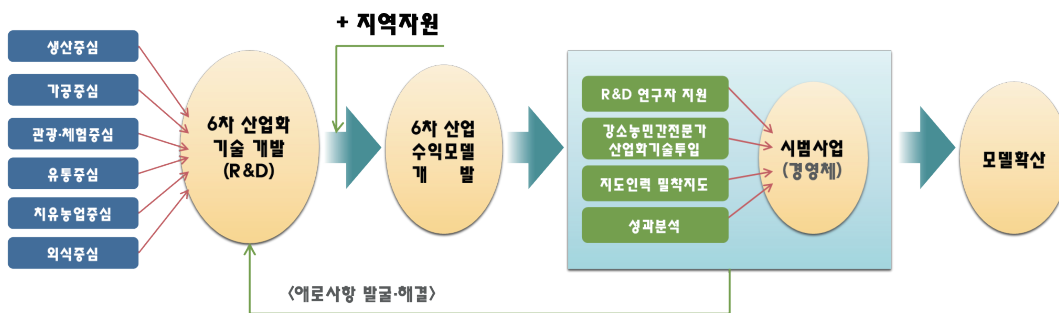


〈그림 18〉 6차산업 인터넷 포털인 'www.6차산업.com' 메인 화면

다양한 6차산업 수익모델을 창출·확산하고, R&D 및 기술이전을 통해 6차산업 활성화(농촌진흥청)

생산, 가공, 관광, 치유농업 등 다양한 분야의 6차산업 수익모델을 창출

- 식량·원예·특용작물·축산 등 지역 특화품목의 생산성을 높이고, 상품화 기술을 지원하여 6차산업 경영체의 수익 제고
- 향토음식의 상품화, 메뉴 개발 등을 지원하고 전통식문화 및 체험관광 등과 연계한 농가맛집 조성 (117개소, '15)
- 자유학기제('16 시행) 등 학교 교육과정과 연계된 농직업 및 농촌 체험학습프로그램 운영하는 교육농장 조성(78개소)



〈그림 19〉 농촌진흥청이 지원하는 6차산업 수익모델 창출 및 확산 흐름도

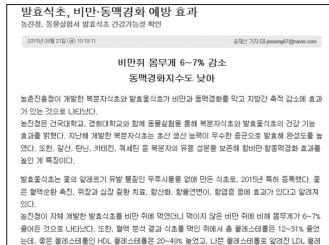
농업과 2차·3차산업간 융복합 시 필요한 관련 기술을 개발하고 적극적인 기술이전으로 6차산업화를 촉진

※ 연구과제 추진 현황 : ('13) 12과제 / 20억원 → ('14) 23 / 49 → ('15) 22 / 44

- (사례 1) 기능성 수수 '동안메'를 개발하고 케이크, 과자 등으로 가공하여 판매
- (사례 2) 천연발효식초(옷, 복분자)의 건강기능성을 입증하여 판매 확대
- (사례 3) 초등학교의 논리력 향상에 효과가 있는 원예활동 가이드북 개발·보급



〈 그림 20 〉 기능성 수수 '동안메'를 활용하여 만든 롤케이크



〈 그림 21 〉 천연발효식초의 건강기능성 구명을 보도한 기사



〈 그림 22 〉 초등학교 교육용 원예활동 가이드북

6차산업 경영체 육성

창업부터 사업활성화까지 맞춤형으로 지원하여 6차산업 창업자 수(20%)와 인증사업자 매출액(12%)이 증가하였고, 다양한 성공사례(135건) 창출·확산

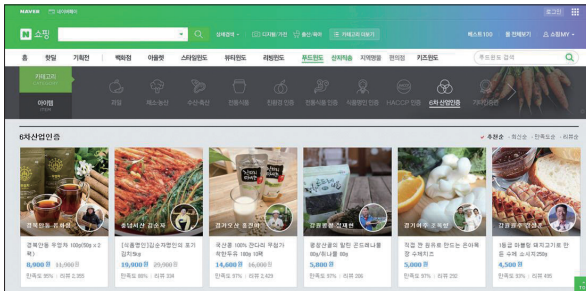
우수사업모델 발굴, 창업코칭, 시제품 생산, 컨설팅 및 판로개척 등 6차산업 맞춤형 지원



〈 그림 23 〉 6차산업 지원사업 내용

네이버쇼핑몰 내 '6차산업 전용 판매관' 개설('15.9), 안테나숍 설치(18개소) 등 6차산업 제품에 대한 판매플랫폼을 구축하여 안정적인 판매 지원

- 판로지원의 경우, 1회성 지원이 아닌 경쟁력있는 제품을 소비자에게 지속적으로 노출할 수 있도록 판매 플랫폼을 구축하는 방식으로 접근



〈 그림 24 〉 네이버쇼핑몰 내에 개설한 '6차산업 전용 판매관' 메인 화면



〈 그림 25 〉 갤러리아 백화점(천안점) 내에 설치된 슝인숍(Shop in Sop) 형태의 안테나숍 모습

소비자 지향적인 '6차산업 제품 BI(Brand Identity)'을 개발하고, 홍보·마케팅에 활용하여 판매 촉진

- 품평회, 판촉전 및 안테나숍 등 각종 판로개척 사업에서 6차산업 인증사업자 제품의 통합브랜드로 활용



"네이밍" 융복합산업의 확장을 의미하는 'beyond'와 맑은 농촌을 상징하는 'farm'을 결합
 "서비스로건" '농부가 만듭니다'는 생산자가 정성을 담아 만든 '소박하지만 믿을 수 있는' 제품을 의미

〈 그림 26 〉 6차산업 제품 BI의 이미지와 의미

우수사례 경진대회('13~'15), 이달의 6차산업인('15.8~) 등 성공사례를 지속적으로 발굴·홍보하여 벤치마킹 유도

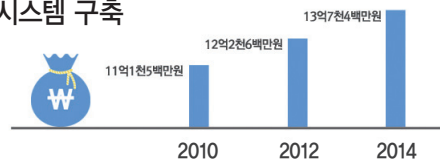
- ※ 이달의 6차산업인 : ('15. 8) 보향다원 최영기 대표, (9) 궁골식품 최명선 대표, (10) 미소머금고 박찬설 대표 (11) 예산사과와인 정제민 부대표, (12) 에코맘의 산골이유식 오천호 대표, ('16.1) 백련동 편백농원 김진환 팀장

**생산자 조직화, 임산물 종합유통센터 설치 및 가공시설 지원 등을 통해
청정 임산물을 활용한 6차산업화 촉진 및 산지(山地)생태축산 활성화**

주산지를 중심으로 임산물생산단지와 산림복합경영단지를 확대하고 임산물 종합유통센터를 설치하여 '생산지에서 식탁까지' 일원화된 임산물 유통시스템 구축

※ 임산물생산단지·산림복합경영단지 현황
: ('12) 131개소 → ('15) 315

※ 임산물 종합유통센터 현황
: ('12) 72개소 → ('15) 96



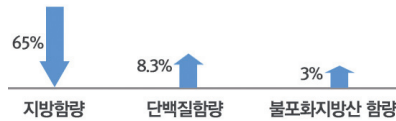
〈그림 27〉 임산물 종합유통센터의 개소당 매출액 증가 추이

현대적 임산물 저장·가공 시설을 지원하고 다양한 상품을 개발하여 임산물 가공산업 활성화 추진

- 식품·약품 기업 등과 연계하고 건강기능성 식품 및 식의약품 개발

산지를 활용한 친환경 양계 모델을 개발하고 규제를 완화하여 통한 산지 생태축산 육성

- 밤, 대추, 산채 등의 재배지에서 닭을 사육
- 산지에서 가축방목 허용면적을 확대(3ha→5)하고 인허가 절차를 간소화하는 등 규제 완화



〈그림 28〉 산지양계가 닭고기 성분에 미치는 영향



〈그림 29〉 산지에서 가축을 방목하는 모습



〈그림 30〉 산지 규제 완화 등 농식품 관련 규제개혁 홍보 포스터


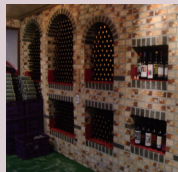
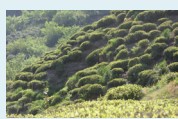
지역단위 6차산업 촉진

농촌자원이 집적된 지역을 6차산업화 지구('15, 9개소)로 지정하여 공동인프라 조성, 규제특례 적용 등을 통해 지역 특화산업 클러스터로 육성

지역자원이 집적된 지역은 기존 인프라를 활용하여 생산·가공·유통·수출·관광 등을 종합적으로 연계한 산업 가치사슬(value chain)을 효율화 함으로써 지역단위 6차산업화 촉진

- ① 지역자원과 기존 인프라를 활용하여 新제품 및 서비스 개발 촉진
- ② 지역주도(지자체를 중심으로 경영체, 유관기관 등 참여)의 사업 추진
- ③ 규제 개선, 연관기업 유치 등을 통한 전후방 산업 활성화

〈 표 5 〉 6차산업화 지구의 조성 전과 조성 후 변화 모습

지구	조성 전	조성 후
 <p>순창 장류지구</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 소규모 전통장류업체(42개)가 집적되어 있으나, 가공산업 발달에 비해 숙박 등 관광인프라 부족으로 관광산업과 연계 미미 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 장류산업을 숙박·음식·체험·관광과 연계한 체류형 관광산업으로 육성 ▶ 식당, 민박, 편의시설 등 설치가 가능하도록 입지규제 완화
 <p>영동 포도와인지구</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 농가와이너리(43개)가 개별적으로 운영, 주체 간 네트워킹을 통한 부가가치 창출 미흡 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 소규모 포도 농가를 위한 공동가공 인프라를 조성하여 경쟁력 제고 ▶ 와이너리-와이너리·다른 외식·관광자원과 연계한 인프라 확충 ▶ 와인숙성 시 오크칩 사용을 허용하여 품질향상
 <p>하동 녹차지구</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 소규모 다원(93개)이 집적되어 있으나, 가공제품 개발이 미흡하고 지역 관광자원과 연계 부족 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 개별업체가 개발이 어려운 신규 녹차가공품 개발을 위한 R&D ▶ 지역 관광자원과 연계한 체험프로그램(다도, 족욕 등) 운영



지구	조성 전	조성 후
 <p>황성 한우지구</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 한우 부산물의 제조·가공 인프라 미비, 한우 관련 2·3차 산업과 연계 미흡 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 한우의 전부위(정육, 부산물) 가공을 통한 부가가치 창출 ▶ 인근 유통업체와 연계한 판매촉진 및 수출시장 개척
 <p>서천 소곡주지구</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 가가호호(200여 농가) 생산으로 소곡주 품질관리가 어렵고, 저장성이 약함 ▶ 홍보·판매전략 미흡으로 대중성 및 인지도 부족 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 지역 내 원료곡 공동 구매 및 품질관리로 고품질 소곡주 생산 ▶ 다양한 제품개발 및 스토리텔링으로 대중화 ▶ 지역 관광자원(갈대숲, 생태원)과 연계한 소비 촉진
 <p>영광 찰보리지구</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제조업체 직접판매 위주 유통 ▶ 보리제품 전문 판매점·음식점 부재 ▶ 다양한 가공식품·식단 개발 부족 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 찰보리 전문 레스토랑 구축, 보리제품 전문판매점, 특화거리 조성 등 1차·2차산업 기반을 3차산업(외식, 관광)과 연계
 <p>문경 오미자지구</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 수급불안에 따른 가격 불안정, 기능성식품 개발 R&D 부족 ▶ 체험·숙박 등 각종 문화컨텐츠와 연계할 수 있는 결속력 미흡 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ R&D를 통해 오미자 기능성 시장 확대 ▶ 외식·숙박·체험 등 관광자원간 연계
 <p>의성 마늘지구</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 농협 중심의 획일화된 유통으로 직거래, 가공 등 마늘 고부가가치화 미흡, ▶ 관광인프라 연계 부족 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 직거래 유통 활성화를 통한 부가가치 창출 ▶ 마늘 생산 중심의 산업구조에서 외식·체험을 연계
 <p>서귀포 감귤지구</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 분산된 감귤 체험장 ▶ 감귤농가·가공업체·농가식당·민박·관광지 등과 연계 미흡 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 감귤농가, 가공업체, 농가식당, 민박, 관광지, 문화축제, 체험장 등과 연계 ▶ 스킨십 설치 등을 통한 판매 활성화



농촌관광 활성화

민간과 협업하여 관광상품을 다양화하고 안전관리를 강화하여 서비스 품질을 높이고, 우수한 농촌관광자원에 대한 정보를 적기에 제공하여 으뜸촌 방문객 25% 및 매출액 11% 증가

※ 으뜸촌 : 농촌관광 등급평가의 4개 분야(경관, 체험, 숙박, 음식)에서 모두 1등급을 받은 농촌체험휴양마을

코레일, 민간여행사와 협업하여 농촌관광자원과 인근 관광지를 연계한 패키지형 관광상품 개발·판매(55종)

- 으뜸촌 기차여행 : 기차를 타고 으뜸촌과 인근 관광지를 방문하는 1일 또는 2일 코스 관광상품
- ※ 청양알프스마을 코스(1일) : 용산역-예산역-알프스마을-예산사과농장-수덕사-예산역-용산역

소비자에게 정확한 정보를 제공할 수 있도록 농촌관광 등급평가를 확대하여 자발적인 서비스 향상 유도

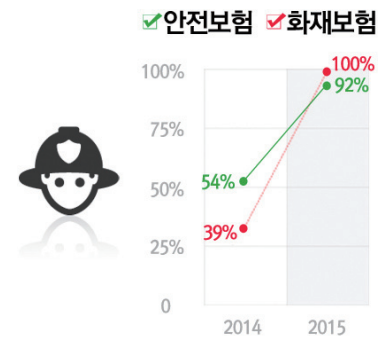
※ 평가대상 : (‘13) 200개소 → (‘15) 350 → (‘17) 전체 마을

도시민이 안심하고 농촌을 방문할 수 있도록 농촌체험휴양마을의 안전·화재보험 가입률을 높이고, 질병예방 수칙 등을 포함토록 ‘안전관리 매뉴얼’을 보완(‘15.10)

- 농어촌민박 사업자 대상 소방안전·식품위생·서비스교육 의무화(‘15)



〈그림 31〉 코레일과 협업하여 개발한 농촌관광상품 ‘으뜸촌 기차여행’ 홍보 포스터



〈그림 32〉 농촌체험휴양마을의 안전·화재보험 가입률 증가 추이

‘농촌사랑상품권’ 사용처를 농촌관광지로 확대하고 농촌 민박에서 조식제공이 가능토록 현장규제를 개선하여 방문객 편의성 제고

- 상품권 사용처 : 농촌체험휴양마을, 관광농원, 교육농장, 명품고택, 찾아가는 양조장, 농가맛집 등 400여개 가맹점



〈그림 33〉 산머루농원에서 농촌사랑상품권을 사용하는 이동필 장관

다양한 농촌관광정보를 통합하여 관리하고, 우수한 농촌관광자원을 발굴하여 SNS, 체험관 등을 통해 도시민에게 적기에 정보 제공

- 대한민국 대표 농촌관광명소 300선 선정 및 매월 계절·테마별 농촌체험휴양마을 10선 선정·발표
- 매주 3개 내외의 우수 농촌관광자원을 카카오토리(우리나라 좋은마을, 구독자 39천명)에 소개
- 직접 농촌 체험이 가능한 '도심 속 상설체험홍보관'을 운영(롯데월드 키자니아, '15.7~'16.1)

농촌관광 예약결제시스템 구축 등으로 접근성을 높여 도시민을 유치하고, 전용 관광상품 개발 등을 통해 외국인 관광객을 유치

체험프로그램·숙박 서비스 예약결제시스템 도입('16), 카드사·항공사 포인트를 활용한 상품 판매 등으로 통해 방문객 편의성 제고

경영 마인드 및 고객 응대서비스 교육, 우수인력 유치를 위한 사무장 지원제도 개선

쇼핑, 음식 등 외국인의 선호를 반영한 전용 관광상품을 개발하고, 해외 현지설명회, 해외 현지 여행사 대상 팸투어 개최 등으로 중국인 등 외국인 관광객 적극 유치

- 한국방문의 해('16~'18), 코리아그랜드세일, 관광주간과 연계한 안내책자, 쿠폰북 배포

증가하는 산림휴양 수요에 맞춰 다양한 산림휴양 서비스를 제공할 수 있도록 제도를 정비하고 시설 인프라를 구축하여 산림관광 활성화

해안생태형·문화체험형 자연휴양림, 도시근교 산림욕장, 치유의 숲, 숲길 네트워크 등 다양한 인프라를 구축하고 체험 프로그램을 개발·보급하여 방문객 유치

※ 자연휴양림 이용객 : ('12) 1,161만명 → ('13) 1,278 → ('14) 1,395 (9.1% 증)



〈 그림 34 〉 변산의 해안생태형 자연휴양림 전경



〈 그림 35 〉 자연휴양림 내에서 문화행사를 개최하는 모습

산악승마 활성화를 위한 제도적 정비 및 인프라 구축

- 산악승마 등 산림레포츠 시설 기준 연구('14) 및 법적 근거 마련('15.1)
 ※ 시설기준 마련을 위한 「산림문화·휴양에 관한 법률 시행령」 추진('16.1)
- 산림레포츠형 테마 임도 지정 및 조성('17 까지 300km)

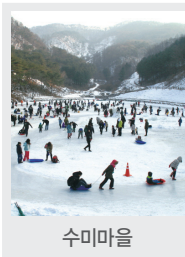


〈 그림 36 〉 미국의 트레일을 이용한 산악승마 모습

미국의 산악승마 사례

- 미국은 세계 최대의 말산업 국가
 * 말산업 참여인구 460만명, 경제효과 1천억불
- 말의 약 50%가 휴양 목적으로 이용되고, 산악승마는 증가 추세 (산악승마 트레일 961개소, '14)
- 국립·주립공원 내 승마 캠핑장과 트레일 조성
 * Great Smoky산맥 국립공원의 경우, 885km의 트레일이 조성되어 있고 말을 타고 이동·숙박하는 말캠핑을 운영

〈 표 6 〉 2015 신규로 선정된 우수 농촌체험휴양마을(으뜸촌) 8개 마을 개요



수미마을

주 소 : 경기 양평군 단월면 봉상리 531
 연 락 처 : 0505-505-1114
 홈페이지 : <http://www.soomyland.com>
 주요 체험 : 딸기수확, 물고기잡기,
 짬뽕만들기 등



무월마을

주 소 : 전남 담양군 대덕면 금산리
 335번지 무월길 40
 연 락 처 : 061-381-1607
 홈페이지 : <http://www.moowol.kr>
 주요 체험 : 천연염색, 떡만들기,
 대나무 물총 만들기 등



어름치마을

주 소 : 강원 평창군 미탄면 마하길 42-5
 연 락 처 : 033-332-1260
 홈페이지 : <http://www.mahari.kr>
 주요 체험 : 백룡동굴탐사, 동강레프팅,
 카약, 전기자전거 하이킹,
 동강스카이라인 등



삼지내마을

주 소 : 전남 담양군 창평면돌담길 56-24
 연 락 처 : 061-383-3807
 홈페이지 : <http://www.slowcp.com>
 주요 체험 : 소달구지, 한과만들기, 쥐불놀이,
 꿀초, 쌀엿



산들강 옹포마을

주 소 : 전북 익산시 옹포면 교창리 845-3
 연 락 처 : 063-861-6627
 홈페이지 : <http://www.ungpo.net>
 주요 체험 : 갈임공예, 백제마을탐방,
 블루베리심기, 친환경농산물
 수확, 함라산둘레길 탐사 등



빗돌배기마을

주 소 : 경남 창원시 의창구 진산대로
 505번길 51-17
 연 락 처 : 055-291-6639
 홈페이지 : <http://www.sweetvillage.co.kr>
 주요 체험 : 단감따기, 단감파이만들기,
 단감설기 떡 만들기, 딸기따기,
 농사짓기



창포마을

주 소 : 전북 완주군 고산면 소항리 254-4
 연 락 처 : 063-261-7373
 홈페이지 : <http://www.changpovil.com>
 주요 체험 : 창포베누 만들기, 다듬이,
 손수건 천연염색, 들녘밥상차리기



가외골마을

주 소 : 경남 진주시 명석면 관덕길 176
 연 락 처 : 010-7665-2121
 홈페이지 : www.가외골.com
 주요 체험 : 유실수·관상수 심기,
 감따기, 매실따기, 나물캐기,
 단감피자만들기, 두부만들기,
 찜질방 등

IV

박근혜정부 6차산업화의 정책 성과와 과제

1 정책 성과

2 향후 과제





1 정책 성과

다양한 농외소득 정책을 6차산업 정책으로 체계화하고 활성화 기반을 조성하여, 6차산업에 대한 농업인과 소비자의 인지도가 높아졌으며, 이를 토대로 6차산업화에 대한 현장 열기 확산

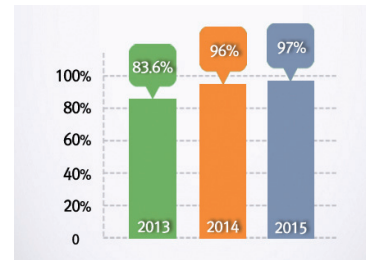
- 「농촌융복합산업 육성 및 지원에 관한 법률」 제정('14.6), 지원 전문기관 설치(9개소) 등을 통한 6차산업 기반 조성

- 체계적 지원과 다양한 성공사례 발굴·확산을 통해 6차산업화 필요성에 대한 공감대가 형성되고 인지도도 향상

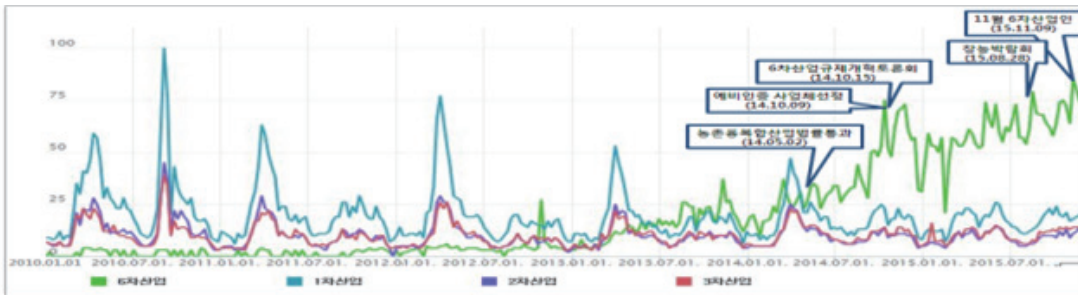
※ 6차산업화 인지도

: 농업인 ('13) 83.6% → ('14) 96 → ('15) 97
 : 소비자 ('14) 38.3% → ('15) 66.3

- 「농촌융복합산업법」 제정 시점('14.6)을 기준으로 6차산업 관련 검색이 1차·2차·3차산업 검색 횟수를 추월하여 하나의 산업형태로 자리잡고 있는 것으로 추론



〈그림 37〉 농업인의 6차산업에 대한 인지도 증가 추이



〈그림 38〉 네이버에서 6차산업에 대한 관련 키워드 검색 결과

NAVER 지식백과

시사상식사전

정의 1, 2, 3차 산업을 복합해 농가에 높은 부가가치를 발생시키는 산업

이동필 농림축산식품부 장관이 한국농촌경제연구원장으로 활동하던 당시 사용한 개념으로, 정부는 2002년부터 녹색농촌체험마을을 선정하여 각종 지원을 하고 있다. 또한 박근혜 정부는 6차 산업을 국정과제로 채택한 바 있다.

〈그림 39〉 네이버 지식백과에 등재된 6차산업의 정의

6차산업 지원센터를 통해 창업부터 사업활성화까지 맞춤형으로 지원하여 6차산업 창업자, 인증사업자 및 인증사업자 평균매출액이 지속적으로 증가

- 농산물 종합가공센터를 확대(30개소)하고 창업코칭, 시제품 생산 등을 일괄 지원하여 6차산업 창업자 수 증가
 - ※ 창업자 수 : ('13) 364명 → ('14) 396 → ('15) 472 (20.4% 증)
- 지역농산물을 활용하여 6차산업을 추진 중인 경영체 802개소 인증
- 컨설팅 및 판로개척 등을 통해 인증사업자 평균 매출액 증가
 - ※ 매출액 : ('14) 831백만원 → ('15) 931 (12.1% 증)



〈 그림 40 〉 6차산업 창업자 수, 인증사업자 및 인증사업자 매출액 증가율 증가 추이

로컬푸드 직매장과 연계한 지역 내 판로 지원 및 안테나숍, 네이버쇼핑몰 내 '6차산업 전용판매관' 설치 등을 통한 6차산업 전용 온·오프라인 플랫폼 구축

- (로컬푸드 직매장) 100개 로컬푸드 직매장 내 6차산업 제품 판매 비중은 20% 수준이며, 인증사업자 입점 매장은 33개소('15)
- (안테나숍) 지역 안테나숍 설치(18개소)로 매출액 약 30억원
 - ※ 18개소 중 3개소(제주 이마트점)는 소비자 반응이 좋아 상설매장으로 전환
- (네이버전용관) 전용관 설치 후 6차제품 매출액 111% 증가(43백만원/월→91)

현장규제를 과감히 개선하여 통한 향후5년간 경제적 편익 약 1조원 창출

※ 6차산업화지구 생산관리지역 내 음식점 허용('15.12), 농산물 가공·유통시설에 대한 진입도로 확보 기준 완화('15.5), 농어촌민박 조식제공 허용('15.7) 등



〈 그림 41 〉 6차산업화 관련 현장규제 개선으로 인한 경제적 편익 분석 결과

6차산업화 지구의 경우, 주체 간 네트워킹 및 공동인프라 조성 등으로 지역단위 6차산업 활성화

〈 표 7 〉 순창 장류 6차산업화 지구의 변화된 모습

	지구 조성 전	지구 조성 후
순창 장류 지구	(‘13) 장류 매출액 400억원 방문객 100만명	(‘15) 장류 매출액 450억원 방문객 126만명
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 고추장 민속마을(42개 업체)을 중심으로 전통장류 가공산업 발달 ○ 입지규제 등으로 식당, 숙박시설 설치가 제한되어 체험·관광 등과 연계 미흡 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 관광시설과 연계한 장류 판매 활성화 ○ 제조업체 리모델링을 통한 민박·장류체험 서비스 제공 ○ 고속도로 휴게소-민속마을 간 연결도로 조성으로 휴게소 이용객 방문 유도 ○ 식당, 편의시설 설치가 가능토록 특례 적용('16.2)

**상품다양화, 안전관리 강화 등을 통한 농촌관광 품질 제고로
우수 농촌체험휴양마을(으뜸촌) 방문객 15% 증가**

- ※ 으뜸촌 : 농촌관광 등급평가 4개 부분(서비스·경관, 숙박 등)에서 모두 1등급을 받은 우수 농촌체험휴양마을('15, 23개소)
- ※ 으뜸촌 방문객/매출액 : ('13) 56천명/621백만원 → ('14) 54/694 → ('15) 61/800

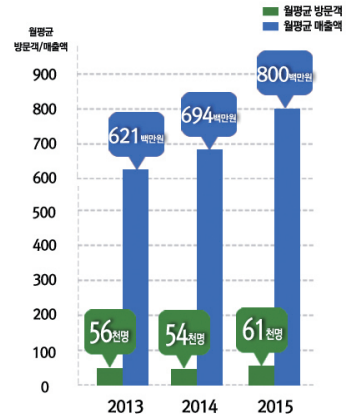
- 농촌관광 등급평가를 확대하여 자발적인 품질 개선 유도
 - ※ ('13) 200개소 → ('14) 300 → ('15) 350 → ('16) 450

**‘으뜸촌 기차여행’ 등 코레일, 민간여행사와 협업하여 다양한
농촌관광상품 개발·운영(55종)**

- 운영실적('15) : 관련 여행상품 1만여명 이용, 만족도 94%



〈그림 43〉 농촌에서 벼를 베고 탈곡하기 체험중인 아이들



〈그림 42〉 으뜸촌 월평균 방문자 수 및 매출액 증가 추이

2 향후 과제

유관기관 협업을 통한 창업·보육지원 내실화 및 국내외 판로개척으로 6차산업 인증사업자 육성

창조경제혁신센터와 연계하여 창업코칭, 시제품 생산, 자금, 기술 등 창업 일괄 지원 체계 구축

- ‘6차산업 사업모델 공모전’ 등을 통해 우수 사업모델을 발굴하고 창업희망자에게는 사업화에 필요한 컨설팅, 멘토링 등 제공
- 농산물 종합가공센터를 확대(30개소→44)하고, 창업자를 DB화하여 지속 관리

경영체의 사업화발전단계, 매출액 등 특성을 고려하여 6차산업 지원센터를 통한 맞춤형 지원 내실화

〈 표 8 〉 6차산업 경영체의 발전단계에 따른 주요 지원정책

I. 창업·보육단계	II. 성장단계	III. 성숙단계
① 사업모델 발굴 및 사업화 ② 창업코칭 및 시제품 제작 ③ 로컬푸드 직매장 중심 판로 ④ 시설 및 운영 자금	① 대형마트 등 전국단위 판로 ② 리모델링 자금	① 해외 판로 ② R&D
제품 업그레이드(품질, 포장, 디자인, 상품구성 등)		

로컬푸드 직매장, 학교급식 지원센터 등과 연계하여 지역 유통망을 구축하고, 우수제품에 대해서는 대형마트, 백화점 등 전국단위 판로 및 해외시장 개척 지원

- 로컬푸드 직매장(70개소) 내 전용 매대 설치, 지역별 안테나숍 및 학교급식 연계 등을 통해 6차산업 제품의 로컬 유통망 구축
- 수출경쟁력이 있는 6차산업제품에 대해서는 해외시장 정보제공, 해외박람회 참가 등 해외시장 개척 지원

지역의 다양한 주체들이 생산·가공·유통·수출·관광을 종합적으로 연계한 지역단위 6차산업 시스템 구축

지역단위 6차산업 시스템을 4가지 유형으로 분류하고 산업집적도 등을 고려하여 지역별 후보군을 조사·관리

- 지역단위 6차산업 시스템 유형 : 제조·가공형, 유통·수출형, 체험·관광형, 융복합형
- 조사대상 : 품목별 주산지, 지역특화발전특구, 지리적표시 등록지 등을 대상으로 후보지 선정

지자체와 협업하여 컨설팅, 공동인프라 조성, 규제완화 등을 통해 지역단위 6차산업 시스템 구축

인근 관광자원과 연계하여 상품을 다양화하고 접근성을 높여 국내외 관광객을 적극 유치

민간과 협업하여 고택·종택, 전통음식 등 다양한 테마관광상품을 개발하고, 자유학기제와 연계한 직업체험프로그램을 운영하여 도시학생들을 유치

- 국내외 방문객들의 선호를 조사하여 상품 개발에 반영하고 인근 관광자원과도 연계하여 다양한 볼거리, 즐길거리를 제공

국내외 농촌관광 예약결제시스템 구축, 교통 및 통역서비스를 제공하여 접근성·편의성 제고

- 네이버, airbnb 등을 통해 숙박, 체험, 특산물 등 구매가 가능한 농촌관광 예약, 결제시스템을 구축하고 우수 농촌관광자원 등재
- 외국인이 많이 찾는 마을을 대상으로 거점교통망과 마을을 연결하는 교통프로그램을 시범 운영하고 통역서비스를 제공
- 중화·동남아 등 주한 유학생 대상 농촌관광서포터즈를 운영하여 국내 관광자원을 해외에 적극 홍보

〈부록〉
6차산업화
성공사례 12선

1 제조·가공중심형 성공사례

2 체험·관광중심형 성공사례







1 제조·가공중심형 성공사례





- 1-1 예산사과와인
- 1-2 궁골식품
- 1-3 장수드림협동조합
- 1-4 농도원목장
- 1-5 안동고을탁춘장
- 1-6 좋은영농조합법인
- 1-7 군산농산물종합가공센터



①-1 | 예산사과와인
 우리 가족이
 만들어가는
 사과농원과
 와이너리의 하모니

1차산업 : 사과 재배

2차산업 : 와인, 잼 등 사과 가공

3차산업 : 찾아가는 양조장 운영

어느 해 가을이었다. 예산사과와인의 정제민 부대표는 장인의 피와 땀의 결실인 사과가 발떼기로 거래되는 것을 속절없이 지켜볼 수밖에 없었다. 장인은 30여 년 간 과수원을 경영하며 사과농사의 외길을 걸어온 '정직한 농업인'이었다. 발떼기로 사과를 넘기면 사과는 제값은커녕 오히려 손해였다. 농부가 피땀 흘려 지은 사과농사였지만, 돈은 사과장사가 더 많이 벌었다.

정 부대표는 고민했다. '정성들여 재배한 농산물의 가치가 농업인에게 돌아갈 수 있는 방법은 없을까' 방법을 찾던 정 부대표는 농가에서 직접 사과를 가공하고, 체험 프로그램을 운영해 보기로 했다. 6차산업화가 그가 찾은 길이었다.

단순히 사과만을 재배하던 사과 농원에 와이너리 설비를 갖추고 소비자와 직접 만나는 공간을 만들었다. 과수원은 소비자들이 사과를 직접 체험하는 공간으로 변했고, 사과의 가치를 느끼는 장소가 되었다. 8천만원에 불과하던 사과 판매액은 와이너리를 운영하면서 2억2천만원 이상의 값으로 돌아왔다. 두 배가 훨씬 넘는 이득을 올린 것이다.

사과생산(1차)은 장인이, 와인제조(2차)는 와인 전문가인 정제민 부대표가 생산과 판매에 주력하고 있다. 관광분야(3차)는 와이너리를 운영하는 정제민 부대표의 아내가 담당한다. 가족이 각자의 장점과 특기를 살린 효과적인 6차산업화를 통해 성공을 거두었다.

양조(술)만의 2차산업에 그쳤다면 실패했을 가능성이 높다. 하지만 체험·숙박 등 3차산업과의 연계는 자연스럽게 유통 및 홍보로 이어져 성공의 원동력이 되었다. 특히 10년 이상 이어온 와인만들기 동호회 등 인적 네트워크도 홍보에 큰 도움이 되었다. '14년에는 찾아가는 양조장으로 선정되었고 '15년에는 코레일이 운영되는 으뜸촌 기차여행 상품에 포함되어 국내외 관광객을 유치하고 있다. 가을사과를 의미하는 <추사>라는 브랜드로 사과와인을 출시하여 '12년에는 「대한민국 우리술 품평회」에서 과실주부문 대상을 수상하기도 하였다.



효과

사과와인 제조로 부가가치 창출

체험객의 사과구매로 인근 사과농가 소득 증대

'12년 대한민국 우리술 품평회 대상



①-2 | 궁골식품

뒷방 할매들의 유쾌한 반란 궁골마을의 명품 장류 이야기



그녀도 소위 말하는 '뒷방 할매'가 되어가고 있었다. 나이가 들면 농촌으로 돌아가리라 생각하고 귀촌을 결심했던 최명선 대표, '04년에 귀촌하여 콩밭 매는 아낙네로 살아가려했다. 그러나 애써 지은 콩은 혈값에 팔리기 일쑤였다. 온 마을사람들이 모두 최명선 대표와 비슷한 상황을 겪었다. 견디다 못한 최명선 대표는 마을 할머니들과 뜻을 모아 '궁골식품영농조합법인'을 세웠다.

궁골식품이 생산하는 제품은 전통의 손맛이 살아있는 맛좋은 '장'이다. 모든 제품의 품질을 함께 책임지며 그 이익도 함께 분배하는 것이 궁골식품의 원칙이다.

1차산업 : 콩, 고추 재배

2차산업 : 된장, 고추장, 간장 등 장류 생산

3차산업 : 장 담그기 체험



마을사람들은 생산한 콩과 고추를 더 이상 유통업체에 판매하지 않고 궁골식품으로 넘긴다. 궁골식품에서는 마을주민들이 생산하는 콩을 농협수매가보다 kg당 200원을 더 높은 가격으로 수매하기 때문이다. 덕분에 농업인들은 연간 안정적인 소득원이 생겨 궁골식품을 고마운 존재로 생각하고 있다.

마을주민의 농산물로 마을주민과 함께 장을 만들어온 궁골식품은 '04년 160kg의 콩으로 회사를 시작해 '14년에는 40톤이 넘는 콩을 사용해서 장을 생산하고 있다. 사업 초기 아무것도 모른채 시작했지만 현재는 지역주민 13명(귀촌인 3명 포함)이 직원이자 주인인 작지만 탄탄한 기업으로 자리잡았다.

궁골식품은 전통장 외에도 지역에서 가장 흔하게 구할 수 있는 시래기를 이용한 소스를 개발하였고, 현재는 비빔소스, 즉석 국, 맛 간장 등 3종의 소스를 판매하며 '14년 매출액이 30% 이상 급증 했다. '12년에는 전부 국제발효식품엑스포에 출품해 최우수상(농림축산식품부장관상)을 수상하는 쾌거를 올리기도 했다.

궁골식품은 단순한 장류의 생산에만 머무르지 않고 6차산업의 명품화를 추진하고 있다. '15년에는 지역의 창조경제혁신센터와 손을 잡고 백화점 컨셉에 맞는 장류 패키지 디자인으로 개선하여 장류의 명품화를 현실화하기도 했다.

궁골식품은 지역 농산물로 우수한 제품을 생산하고, 창조경제혁신센터에서는 고급스런 디자인 제작과 스토리텔링을 지원함으로써 지역의 단순한 장류 가공식품이 아닌 명품장류로 자리 잡을 수 있도록 한 것이다. 덕분에 대도시의 백화점에 입점하면서 지난해('14년)에 비해 매출액이 10% 이상 늘었다.

아울러 궁골식품은 전통장류의 맛을 제대로 알리기 위한 노력도 하고 있다. 이를 위해 장 담그기 체험, 우리음식 체험 등의 프로그램을 운영하고 인근의 관광자원과 연계한 관광상품도 개발하여 체험객들을 유치하고 있다.



효과

고령농 일자리 창출

지역농산물 수매로 마을 소득 향상

창조경제혁신센터 지원으로 소비자 인지도 제고



❶-3 | 장수드림협동조합

사과 잼과 도심 속의 팜파티 발상의 전환으로 매출성장 극대화

1차산업 : 사과, 오미자, 복분자 재배

2차산업 : 사과잼, 사과칩, 오미자 청 등 가공

3차산업 : 도심속의 팜파티

서울 청담동의 한 레스토랑에 100여명의 국내 식품업계 리더들이 한자리에 모였다. 장수드림협동조합이 주최한 도심 속의 팜파티(Farm Party)였다. 지금까지의 팜파티가 도시민이 시골을 찾아 현지의 식재료로 만든 음식을 먹고 즐겼다면, 그와 반대로 장수군에서 생산되는 청정자연 농식품을 도시 속에 선보이는 신개념 행사였고, 반응은 뜨거웠다.

장수드림협동조합은 과일이 가장 맛있는 해발 500m 고지에서 50여명의 조합원들이 사과와 오미자를 생산해 가공하는 농업인들의 모임이다. 이들은 1차산업으로 사과와 오미자 농사를 짓고, 이를 가공해 잼을 만들어 2차산업에도 성공했다. 이곳에서 생산하는 잼은 장수사과가 최소 70%이상 들어있어 과육이 씹히는 고급 사과잼으로 입소문이나 최근들어 찾는 이들이 부쩍 늘었다.

'13년 설립할 때만 해도 32개 농가참여에 불과하였으나, 장수드림협동조합에서 생산되는 제품을 찾는 소비자가 늘면서 사과, 오미자, 복분자, 토마토 등을 재배하는 50여개 농가로 규모가 늘었다.

규모가 커지면서 장수드림협동조합은 생산자를 조직화하고 품질인증체계를 구축하였다. 또한, 인근





지역 대학교와 협력하여 가공식품의 개발에 힘써 농가들의 소득 향상에 기여하고 있다.

가장 큰 성공요인은 제조원과 판매원을 구분하여 전문성을 향상하는 것이다. 가공품 생산은 공동가공센터인 장수군농업기술센터(제조원)에서 제조하고 판매는 장수드림협동조합(판매원)에서 전담하고 있다. 각각의 고유한 전문성을 살리고 초기 시설 설치 부담도 줄일 수 있었기에 조합 창립 1년여 만에 매출 1억원을 넘어섰고 올해(15)는 약 5억원의 매출이 가능할 것으로 전망하고 있다.

장수드림협동조합은 유통전문가들의 지원을 받아 수도권 유통업체들과 위탁판매계약을 맺었고 CJ몰, GS몰 등의 대형 쇼핑몰에 입점했다. 농식품 관련 전시회와 박람회, 직거래 장터, 엑스포에도 정기적으로 참석해 다양한 소비자를 대상으로 제품을 알리고 있다.

효과

‘도심속의 팜파티’로 인지도 제고

참여농가의 안정적 소득 확보

공동가공시설을 이용한 시설부담 완화



①-4 | 농도원목장

소도 사람도
행복한
아름다운 청정
낙농체험목장

서울에서 50km 떨어진 경기도 용인시, 마치 외국의 전원 풍경을 보는 듯 아름다운 건축물과 풍경을 자랑하는 목장이 있다. 국내에서 가장 아름다운 목장으로 선정된 농도원목장이다. 아름다운 풍경은 물론 목장에서 반딧불이가 서식할 정도로 청정지역을 자랑하는 농도원목장은 해마다 열리는 반딧불이 축제로도 인근에 소문이 자자한 목장이다.

'73년에 처음 목장의 문을 연 농도원목장의 황병익 대표는 2대째 가업으로 목장을 운영하고 있다. 황 대표는 11년전 목장을 직접 체험할 수 있는 젓짜기, 송아지 우유주기와 같은 프로그램을 만들었다. 체험 프로그램을 도입한 첫해('05년)에는 관광객이 420명에 불과했지만, '15년에는 3만여명이 농도원목장을 다녀갔다. 이제 농도원목장은 성공한 농촌체험목장의 대명사가 되었다.

농도원목장은 120마리의 젓소를 사육하고 수제요구르트를 생산하며, 다양한 프로그램을 운영하여 농업의 6차산업화를 추진하고 있다. 황 대표는 1차산업도, 3차산업도 큰 어려움이 없었다. 2대째 이어온 낙농업은 자리를 잡았으며 반딧불이 축제와 목장체험으로 국내외 관광객도 지속적으로 늘었다.

1차산업 : 젓소 사육

2차산업 : 수제 요구르트, 치즈 등 우유 가공

3차산업 : 낙농 체험, 반딧불이 축제

그런데 예상치 못한 복병이 있었다. 사업확장을 위해서는 수제요구르트를 생산하기 위한 유가공 시설이 필요했다. 국토교통부 관련규정에 따르면 농산물 가공·유통·판매시설을 설치할 때에는 폭 4m 이상의 진입도로를 확보해야 한다는 규정이 있는데 마을 도로와 목장도로의 폭이 4m가 되지 않았다. 황 대표는 정부에 '6차산업 규제완화'를 건의했고, 관계부처는 규제개선에 힘을 모았다. 건의가 받아들여져 농도원목장은 진입도로 폭을 넓힐 필요없이 유가공 시설을 증축할 수 있었고, 이로 인해 약 1억원 가량의 사업비를 절감할 수 있었다.

농도원목장은 대기업 유제품과의 차별화를 위해 원유를 직접 가공한다. 로봇착유시스템을 도입하고, 체세포분석기(OCC)를 통해 실시간 착유한 젖소의 유질을 파악하고 관리한다. 특히 수제 요구르트 생산에는 체세포 5만이하의 원유(국내 1등급 우유 : 체세포 20만 이하)만을 선별·집유하여 수제 요구르트를 생산하고 있다.

농도원목장은 젖소를 키우는 1차산업만이 아니라 생산한 원유를 직접 가공처리하고 이 과정을 체험할 수 있는 프로그램을 만들어 6차산업을 완성했다. 이 과정에서 걸림돌이 될 수도 있었던 불필요한 규제를 개선하기 위해 직접 정부의 문을 두드리 성공적인 규제개선을 이끌어냈다.

효과

진입도록 폭 규제완화로 사업비 절감

용인시 시티투어 코스와 연계하여
국내외 관광객 증가

체세포분석기를 활용한 고품질 수제요구르트 생산





1차산업: 참마 생산

2차산업: 참마보리빵, 국수 등 참마 가공

3차산업: 온라인 직거래

❶-5 | 안동고을탁촌장

마의 트렌디한 변신 안동특산물에 가치를 더하다

농사를 짓느라 여념이 없던 탁상훈 대표는 경주에서 찰보리빵으로 대박을 냈다는 소문을 들었다. ‘요즘 소비자들은 건강에 관심이 높다는데, 그러면 무엇으로 소비자를 사로잡을까’ 그는 안동의 특산물이자 건강식품인 마를 활용해보기로 했다. 탁 대표는 그때부터 바빠졌다. 경주 찰보리빵을 만드는 이들을 따라다니며 기술을 가르쳐달라고 졸랐다. 시행착오가 거듭되던 끝에 '07년 마침내 안동의 지역특산물인 참마를 이용한 보리빵을 만들었다. 매출도 성공적이었다. 첫 해 3억의 매출을 올렸고, 2년 차에는 2배까지 늘었다.

안동의 참마를 이용한 <안동참마보리빵>은 안동에서 생산하는 재료를 수매해서 생산한다. 안동참마의



최대 생산지인 북후농협의 최대 수매 계약자를 통해 품질이 뛰어난 안동참마 원료를 안정적으로 공급받고 있으며 제조에 필요한 쌀과 달걀도 지역산을 사용한다. 기업이 단순히 돈만 버는 것이 아니라, 지역 경제 활성화에 기여하고 있다.

다양한 제품을 지속적으로 개발하려는 가장 필요했던 것은 사업자금이었다. 특히 가공품을 만들기 위해 막대한 자금이 필요했던 탁 대표는 자금 마련을 위해 정부의 힘을 빌렸다. 기능성 분말제품인 ‘안동참마플러스’를 개발할 때는 정부지원이 큰 힘이 되었고, 지자체에서 소개해 준 덕분에 6차산업화 모태펀드로부터 원료 구매 자금을 지원받기도 했다. 정부의 적절한 지원이 6차산업화의 성공을 이끄는 기반이 된 것이다.

처음에 참마보리빵을 만들기 시작한 뒤, 차류 4종, 국수류 8종, 참마플러스, 초콜릿류 등 총 15개 종류의 제품을 연이어 개발해 판매하기 시작한 <안동고을탁춘장>은 찰떡, 안동찜닭 등 다양한 상품을 개발 중에 있다. 안동 특산물과 현대 소비자의 트렌드를 고려한 다양한 상품을 개발하고 마케팅을 펼치며 소비자에게 <안동고을탁춘장>을 각인시키고 있다. 소비자의 취향을 고려해 만든 건강상품은 예상대로 소비자의 입맛을 사로잡아 매출로 이어지고 있다.

안동시에는 세계적인 관광지인 하회마을이 있다. 탁 대표는 하회마을을 찾는 관광객을 놓치지 않았다. 그는 하회마을은 물론 안동시를 찾는 관광객들에게 <안동고을탁춘장>이라는 브랜드를 인식할 수 있는 공격적인 마케팅을 펼치고 있다. 현장을 찾아가 직접 시식행사를 하는 등 안동시의 다양한 축제, 행사에 적극 참여하고 있으며 특산물을 판매하는 쇼핑몰 등에도 입점했다. 온라인 홈페이지를 구축하고 방송국과 신문 등 매체를 활용하여 <안동고을탁춘장>을 널리 알리는 중이다. 최근에는 전국 농협 하나로마트에 안동마국수 입점이 확정되었고, 공영홈쇼핑에 입점하여 목표대비 116% 이상의 매출을 올리는 성과를 거두었다.



효과

기능성 제품 개발로 참마 소비 촉진

공영홈쇼핑 등 신유통을 활용한 매출 증대

지역특성을 살린 마케팅으로 제품 이미지 제고

①-6 | 좋은영농조합법인

귀농으로 찾은 제2의 인생 나주배로 해외시장을 넘보다



1차산업 : 친환경 배 재배

2차산업 : 기능성주스, 뷰티케어 제품 생산

3차산업 : 마을 축제

대기업에 다니며 도시에서 안락하게 살아가던 이기선 대표에게는 나이가 들면 고향으로 돌아가겠다는 꿈이 있었다. 귀향의 꿈을 조금 일찍 서둘렀던 그는, '93년에 고향 나주에 정착하였다. 귀농인이 된 이 대표는 배농사로 재2의 인생을 시작했다. 친환경농법으로 배를 재배하던 그는 주스나 가공식품을 만들어 부가가치를 높이는 것이 이익을 올리는데 도움이 된다는 것을 알았다. 이후 좋은영농조합법인을 만들고 친환경유기농산물을 이용한 제품을 개발하였다.

유기농야채 스프 등의 가공식품 개발이 성공을 거두자, 자신감을 갖게 된 이 대표는 CJ등 대기업에 조합에서 생산한 가공식품을 납품하며 농산물의 2차산업화에 성공했다. 매년 배를 비롯한 국내 농산물 3억원, 연간 300톤 분량을 꾸준히 매입해 지역 농산물의 소비촉진에 큰 도움이 되는 기업으로 성장했다.





청정한 마을, 아름다운 경관을 혼자 보기 아까웠던 이 대표는 전 국민을 대상으로 하는 마을 체험 행사도 기획했다. 나주시와 공동으로 추진한 체험행사는 매년 2~3만명이 마을을 방문하는 명품행사가 되었다. 이후 '이슬촌'이란 마을의 이름을 기업의 브랜드로 사용하며 기업의 이미지를 높이고 마을의 수익도 올리고 있다.

전라남도 최초의 HACCP 지정업체이자 유기인증 지정업체가 된 좋은영농조합법인의 이 대표가 성공을 거둔 제품 중에는 낙과 및 미숙과를 이용한 고부가가치 뷰티케어 제품이 있다. 폐기될 농산물을 활용하여 고부가가치의 기능성 제품을 개발하며 경제적 가치를 더욱 높였다. 최근에는 학교 급식브랜드로 '이슬촌'을 등록하고 약 30여개의 대리점을 운영하고 있다.

판매처가 단순하여 점차 새로운 판매처를 강구하고 있던 이 대표는 '15년 창조경제혁신센터의 도움으로 GS 편의점에 납품하게되어 부가가치가 높은 제품의 대량유통이 가능해졌다.

국내시장에서 어느 정도 성공을 거두자, 이에 머물지 않고 이 대표는 해외시장으로 수출의 방향을 잡았다. '13년 중국수출에 성공한 것을 계기로, '14년에는 두바이와 수출계약을 체결했다. '15년에는 농림수산물기술기획평가원 연구지원으로 콜라겐 3종, 비타민 음료 2종 등 5종의 제품을 할랄인증 받아, 우리 농산물 제품의 해외 판로 개척에 선구자가 되었다. 멈추지 않고 전진하는 그는 '16년에도 어린이 장 활동 보조 음료 등 할랄인증 제품을 추가해 해외 수출의 길을 넓혀갈 예정이다.



효과

창조경제혁신센터를 통한 편의점 입점으로
지역농산물 소비 증대

할랄인증 등으로 신시장 개척

인근체험 마을과 연계하여 마을소득 증대



①-7 | 군산농산물종합가공센터
농부의 식품공장
창업을
도와드립니다

지금까지 농업인이 농산물을 가공 창업하기 위해서 토지비용까지 1억 5천만원에서 2억원 정도의 투자부담을 해야 했다. 이는 개별 농업인이 감당하기에 결코 적은 액수가 아니었다. 좋은 아이템이 있어도 투자부담 때문에 실제로 사업으로 시행하기에는 어려웠다. 그랬던 농업인들에게 희망의 소식이 생겼다. 군산농산물종합가공센터인 <농부의 식품공장 영농조합법인>의 탄생이다.



<농부의 식품공장>이 설립되기 이전에는 농가들은 소규모로 농산물을 가공하여 직거래로만 팔아야 했다. 그러나 <농부의 식품공장>의 설립으로 농가들은 법적인 문제 해소는 물론, 위생적인 시설과 장비를 활용해 농산물 가공품을 생산하게 되어, 품질과 제품 안전성이 향상되었다. <농부의 식품공장>이 상시 가동되며 연중 판매가 가능한 가공품을 생산하여, 농산물의 부가가치를 높여 농가들이 농산물 가공사업에 적극적으로 나서며 수익을 올리고 있다.

- 농업인 창업교육
- 시제품 생산 등 상품화
- 공등가공시설을 이용한 위탁생산

뿐만 아니라 군산의 로컬푸드 직매장에 다양한 농산물 및 가공식품을 공급하여, 농민들에게는 안정적인 판매처를 확보하여 수익을 올리고, 지역 로컬푸드 활성화에도 기여하게 돼 일석이조의 효과를 거두는데 <농부의 식품공장>이 큰 역할을 하고 있다.

처음에 <농부의 식품공장>이 문을 열 때는 27개의 농가에서 직접 생산한 농산물을 가져와 가공 상품화하기 시작했는데, 지속적인 창업교육을 통해 창업에 도전하는 농업인들이 늘어나고 있다. 현재는 식품 관련 법규, 식품위생, 가공기술 등 4개의 정규교육과정을 운영하고, 1대1 창업코칭으로 농업인의 창업을 지원하고 있다. 한발 더 나아가 창업 교육 및 코칭을 통해 매년 200여명에게 창업의 길을 열어주고 있다. <농부의 식품공장>을 통해 5종의 상표등록이 이루어졌으며, 잼류·조청·과자류·고형차·환제품·분말제품 등 총 16개 품목의 상품을 개발하는 성과를 올렸다.

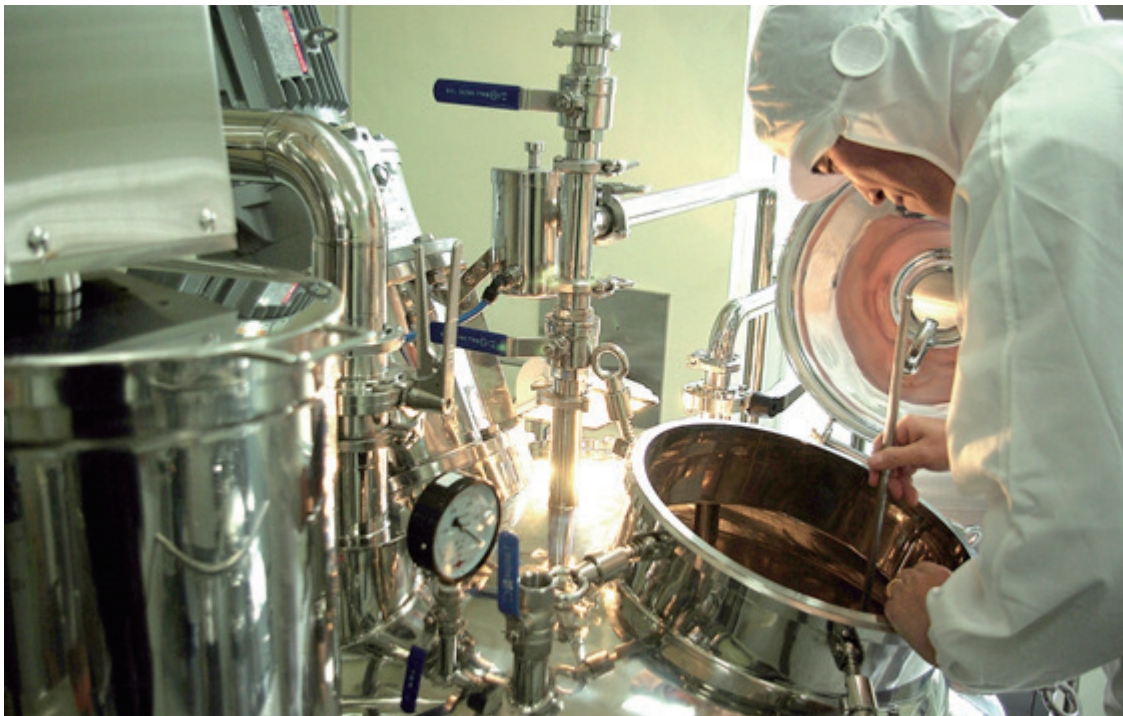


효과

위탁생산으로 인한 창업초기 자금 부담 완화

농산물 부가가치 제고

농업인의 창업 역량 강화





2 체험·관광중심형 성공사례





2-1 양평수미마을

2-2 오음산캠프

2-3 젊은농부들

2-4 완주로컬푸드협동조합

2-5 영동 6차산업화지구

②-1 | 양평수미마을

여름에는 메기잡고 겨울에는 빙어잡고 1년 내내 축제다



1차산업 : 고구마, 딸기, 감자 등 재배

2차산업 : 찜빵, 감자칩 등 가공

3차산업 : 딸기도시락 축제, 메기수염 축제

‘07년 농촌체험휴양마을로 지정받은 수미마을은 지금은 365일 축제가 있는 마을로 잘 알려져 있고, 농식품부에서 주관하는 농촌관광사업 등급심사에서 2회 연속 평가 전부문 1등급을 받으며 으뜸촌으로 지정되기도 하였다.

수미마을의 모든 체험 프로그램은 마을공동체 조직을 통해 운영이 된다. 40가구 90여명이 참여하여 대표 및 감사를 선출하고, 마케팅, 재무회계, 인사노무 등 7개의 팀으로 나눠 조직을 구성해 공정한 운영을 도모하고 있다.

현재 운영되고 있는 체험 프로그램은 모두 주민참여 회의를 통해 결정되고 추진되어 ‘마을주민에 의하고, 마을주민을 위한 운영’이라는 대원칙을 지켜온 결과, 성공적인 운영을 지속할 수 있었다. 또한, 수미마을은 정부에서 체험관 신축과 마을 운영진을 대상으로 한 역량 강화 교육 등의 지원을 받아 우수 농촌체험휴양마을로서 성공할 수 있는 기반을 마련하였다.

이후, 대규모의 소비적인 축제를 지양하고 딸기 축제 및 김장축제 등 계절별로 농촌만의 특색을 경험할 수 있는 체험프로그램을 중심으로 축제를 개최하여 방문객들의 신뢰와 인기를 얻게 되었다. 또한,





“수미마을”이라는 마을 이름에 착안하여, (주) 농심과 연계하여 농심에서 생산하는 “수미칩”을 마케팅 수단으로 활용하는 등 다양한 홍보 방법으로 마을을 알리는 데 성공하였다.

아울러, 마을의 전체적인 운영은 “영농조합법인 수미마을”에서 총괄하고, “농업회사법인(주) 광장”에서는 농촌관광 및 농산물 유통을 맡아 기업 운영의 효율성을 높였으며, 농촌체험휴양마을로 운영되어 발생한 수익의 10%는 마을복지기금으로 적립하고 주민에게 배당함으로써, 주민들의 적극적인 참여로 매출이 상승하고 이를 다시 마을과 주민들을 위해 쓰이는 선순환 구조를 유지하여 앞으로도 지속적인 발전이 가능할 것으로 보인다.

수미마을의 주요 체험프로그램

시기별	체험프로그램
봄	딸기도시락 축제 및 농사체험
여름	물놀이축제 및 메기잡기, 카누타기, ATV, 뗏목타기 체험 등
가을	농산물 몽땅구이 축제 및 연만들기, 피자만들기 체험 등
겨울	김장축제 및 빙어잡기, 찜빵만들기, 달고나만들기 체험 등

효과

관광수입으로 안정적 소득 확보

공동사업을 통한 공동체 회복

방문객 증가로 농촌활력 제고



②-2 | 오음산캠프

자연과 사람이 만나 음식에 멋과 맛을 담다



1차산업 : 친환경 산야초 생산

2차산업 : 천연 샴푸 · 세제 등 생산

3차산업 : 향토음식 축제, 농가맛집

강원도 횡성의 오음산캠프에서는 오음산 일대에서 채취한 산야초를 수매해 농가맛집을 운영하고 이를 가공한 제품을 판매한다. 조합원이 생산한 농산물의 90% 이상을 소비하여 6차산업화의 성공적인 모델로 정착하였다.

오음산캠프는 농가맛집을 성공적으로 운영하여 지역민에게는 일자리를 제공하고 농가에게는 소득을 안겨준다. 강원도의 향토음식을 절기 한상차림으로 개발해, 관광객들에게 특색있는 강원도 음식, 스토리가 있는 강원도 밥상을 제공한다. 고유의 절기문화를 접목하고 산야초를 활용하다 보니 입소문을 듣고 찾아오는 이들이 계속해서 늘고 있다. 특히 외국인들이 많이 찾고 있으며 한국의 전통식문화를 접한 외국인들이 높은 만족감을 표시한다고 한다. 최근에는 '18년에 개최될 동계올림픽을 상품과 접목한 산야초 올림픽도시락 등을 개발하여 판매하고 있다.

또한 조합원들은 농업기술센터를 통해 새로운 기술을 습득하고, 각자 보유한 기술을 공유하는 등 새로운 제품을 개발하기 위해 지속적으로 노력하고 있다. '15년에는 산야초와 천연수세미를

활용한 천연제품인 산야초 천연샴푸, 세제, 비누를 개발하였으며, 천연샴푸의 효능을 입증하여 기능성제품으로 등록하였다. 지역 특색을 반영하여 소비를 촉진하기 위해 브랜드 컨설팅을 거쳐 상표 등록도 마쳤다.

오음산캠프는 '14년부터 지역주민, 녹색생활을 실천하는 단체, 관광객들이 함께 어우러져 즐길수 있는 참여형 힐링 문화축제를 개최하여 큰 호응을 얻고 있다. 축제를 통해 농촌의 아름다운 자연, 경치 등 다양한 자원을 도시민들과 공유하고 그 자리를 서로 소통할 수 있는 장으로 만들었다. 지역주민들은 축제 덕분에 오음산캠프의 인적역량이 높아졌다고 얘기한다.

또한 조합원들은 오음산캠프를 이익을 극대화하기 보다 사회적 기업 형태로 운영하여 마을사람들끼리 상생하고 농촌 공동체 활성화에 도움이 되고자 노력하고 있어, 앞으로도 오음산캠프에 대한 지역주민의 신뢰는 더욱 높아질 것이다.



효과

농가맛집을 통해 조합원이 생산한 농산물의 90%를 안정적으로 소비

전통식민화를 활용한 외국인 관광객 유치

지역주민의 신뢰를 바탕으로 농촌공동체 형성





②-3 | 젊은농부들

**톡톡튀는
아이디어로 승부
서울청년
귀농에 성공하다**

1차산업 : 유기농 블루베리 재배

2차산업 : 잼, 쿠키 등 블루베리 가공

3차산업 : 팜핑(Farm ping) 운영

서울을 비롯한 대도시에서 대학을 다니며 평범한 직장생활을 꿈꾸던 청년들은 취업만이 미래를 위한正道(正道)가 아니라고 판단해 귀농을 결심했다. 젊은농부들은 시작 전부터 반짝이는 아이디어를 활용한 6차산업 사업모델을 계획하였다. 이들은 '10년에 충북 음성에 터전을 마련하고 블루베리 농장을 운영하며 생산·가공·체험의 체계적인 6차산업을 추진하는 '젊은농부들 농업회사법인'을 설립하였다.

젊은농부들은 '11년 국내 최초로 '팜핑(Farm ping)'이라는 신조어를 만들며 새로운 개념을 시도하였다. 팜핑(Farm ping)'은 농장의 Farm과 야영을 뜻하는 Camping의 합성어로, 농촌체험에서부터 캠핑까지 하나의 프로그램으로 진행되어 방문자들에게 새롭고 유익한 경험을 제공하는 것이다. 생산에서부터 가공·체험·교육이 결합한 하나의 프로그램은 체험객들의 높은 호응을 얻었고, 이는 농장 매출액과 방문객 증가로 이어졌다.

젊은농부들은 방문객을 유치하기 위해 블루베리 유기농 채소텃밭 수확체험, 블루베리 초콜릿 만들기, 블루베리 담금주 숙성 바비큐, 블루베리 잼 만들기 등 다양한 체험 프로그램을 개발하였다. 이를 통해 도시민들이 좋아하고 어른, 아이가 함께할 수 있는 짜임새 있는 체험 프로그램의 운영이 가능해 졌다.

젊은농부들은 농촌에 와서 농부가 되었고 인터넷을 통한 새로운 판매전략과 마케팅기법을 능동적으로 활용하여 첨단 농부가 되었다. 이들은 ICT를 적극적으로 활용하여 생산성을 높이고 소셜네트워크 서비스(SNS)를 통해 보다 쉽고 가깝게 소비자들과 소통하며 귀농의 새 역사를 쓰고 있다.

효과

최신 소비트렌드를 반영한 작목 선택으로
농촌에 안정적으로 정착

모바일, 인터넷을 활용한 적극적 홍보 · 마케팅

‘팜핑’이라는 새로운 6차산업 모델 발굴



②-4 | 완주로컬푸드협동조합

생산자와 소비자의 행복이 머무는 공간!



'14년 400여 농가와 직원, 시민단체가 함께 모여 설립한 완주로컬푸드협동조합은 새로운 유통모델의 선구자가 되었다. 완주로컬푸드협동조합이 본격적으로 설립되기 전인, '12년 농업회사법인 완주로컬푸드주식회사라는 이름으로 회사를 설립했지만, 자금부족으로 로컬푸드 직매장을 개설할 수 없었다. 이에, 완주군청과 완주 군내의 단위 농협, 축협이 출자하고 민간에서 운영하는 방식으로 사업을 추진하기 위해 관련 법령을 정비하여 사업의 타당성, 장래 예측성 등에 대한 철저한 분석을 선행하며, 협동조합으로써 성공의 길을 준비했다.

완주로컬푸드협동조합은 참여농가 및 참여직원의 출자금과 행정과의 거버넌스에 의해 운영되고 있다. 사업 구분은 크게 로컬푸드 직매장과 농가레스토랑, 온라인 쇼핑몰 운영, 소비자 농촌체험 활동으로 나눌 수 있으며, 직매장은 1호 효자점, 2호 모약점, 3호 하가점이 문을 열었다. 특히 모약점 2층에는 농가레스토랑을 운영하며 관내 농업인이 생산한 농산물을 소비자가 직접 맛볼 수 있도록 하는데 성공했다.

1차산업 : 감자, 고구마, 흑미 등 생산

2차산업 : 주스, 차 등 가공

3차산업 : 로컬푸드 직매장 및 농가레스토랑 운영



완주로컬푸드협동조합에서 가장 중요하게 생각하는 것은 농가의 자발적인 참여를 유도하는 것인데, 이를 위하여 공동체 활성화를 위한 로컬푸드 생산농가의 조직화 교육에 힘쓰고 있다. 조합에서는 먼저, 마을의 공동체 대표들을 중심으로 로컬푸드 워크숍을 개최하고, 매일 밤 공동체마다 품목 별 생산단위로 농가를 조직화하는 교육을 시행하였다. '13년 시작한 이후 '15년 현재, 400여 농가에서 1,000여 농가로 참여농가가 점차 확대되고 있다. (표 참조)



효과

소비자 수요를 고려한 다품종 소량 기획생산 및 직거래로 영세농가의 소득향상

농가레스토랑 운영을 통한 지역주민 일자리 창출

팜투어 등으로 지역 농산물 신뢰 제고

완주로컬푸드협동조합에 참여한 농가는 60세 이상이 72.6%에 이를 정도로 고령농이 많은 것이 특징이다. 이는 조합 설립단계부터 생산농가의 고령화에 따라 생산·출하 조직화 등을 정책적으로 고려한 것으로 중·소농 고령농 참여의 확대에 초점을 맞추어 생산자에서 판매장까지 순회 수집 서비스를 진행하는 등의 서비스를 통해 고령농의 참여를 지원하고 있다.

〈표〉 조합원 수 변화(2013.5, 2015.2)

구분	경천	고산	구이	동상	봉동	비봉	삼례	상관	소양	용진	운주	이서	화산	기타	계
'13	17	15	92	10	37	27	12	42	11	24	26	72	21	0	406
'15	51	62	262	26	136	91	54	73	43	71	29	113	46	2	1,059





②-5 | 영동 6차산업화 지구

산-학-연-관이 함께한 포도와인 클러스터

프랑스에 샤토가 있다면, 대한민국에는 영동이 있다. 기후와 토양이 포도를 재배하기에 좋은 조건을 갖춘 충청북도 영동군이다. 주로 생식용으로 사용하고 있는 포도 품종들을 개량하거나 혼합하여 특색 있고 차별화된 와인을 생산하는데 주력해왔다. 지역에 있는 산-학-연-관이 협력하여 포도생산과 와인 가공, 와이너리 투어 등이 융복합된 포도와인 산업을 발전시켜왔다. 와인연구소에서 포도품종을 개량하고 영동대학교에서 와인아카데미를 개설해 이론과 실습교육도 실시하고 있다.

인력양성은 영동대학교에서 말고, 일반 개인이 하기 까다로운 주류제조면허 취득 등 복잡한 행정절차 업무는 AMS영농미래농업(주)이 담당하여 효율성을 높이고 있다. 특히 AMS 영농미래농업(주)에서는 와이너리 농가에 기술지원은 물론 이론을 교육하고 현장 방문교육 등 컨설팅과 교육을 병행하고 있다.

'15년 현재, 영동와인은 3년 연속 대한민국 대표브랜드 대상을 수상했으며, 한국와인품평회 대상(샤토미소 1개), 금상 4개, 은상 4개, 동상 1개 등을 수상했다. 또한 아시아 와인트로피 골드메달과 실버메달, 우리술 품평회 우수상 등을 수상하며 대한민국 와인의 역사를 새롭게 쓰고 있다.

영동군에서는 외식산업과 연계한 관광상품화 전략도 효과를 얻고 있다. 와인-삼겹살 거리를 조성하여 영동와인의 대중화를 꾀하고 있다. 또한 기존 음식점 시설 개설과 음식레시피를 개발하여 지원하고 있다.



1차산업 : 포도 생산

2차산업 : 와인, 주스 등 포도 가공

3차산업 : 포도와인 축제, 와이너리 투어

'15년 한국국제소믈리에협회가 주관하는 와인축제에서 와인음식 경연대회를 개최하여 와인과 가장 어울리는 음식을 발굴하고, 영동대 호텔외식조리학과와 연계하여 와인과 어울리는 레시피를 개발하였고 관내 음식점에 보급할 계획도 세웠다.

영동군에서는 농가와이너리들을 따라 안내포지판을 설치하는 등 독특하고 차별화된 탐방로드를 구축했다. 특히 포도·와인 체험관광코스과 연구·개발 체험, 가공·판매 체험 등 3개 체험구간을 구성하여 관광객들을 유인하고 있다. 이와 같은 와인탐방로드는 영동와인의 홍보는 물론 농가와인 체험과 판매로 농가의 수익 증대에도 도움이 된다.

영동와인이 포도와 와인의 고장이라는 이미지에 맞게 와이너리 농가 특유의 와인포장재를 제작하고 보급하는 등 적극적인 홍보마케팅 전략을 펼치고 있다. 영동지역의 특색을 반영한 세련되고 감각적인 브랜드를 공동으로 개발하여 영동와인 브랜드의 경쟁력을 강화했다.

고품질의 와인제조를 위해서는 하나의 가격이 1백만원이 넘는 오크통에 와인을 발효하고 숙성시켜야 했다. 그동안 오크통과 동일한 효과를 내는 오크칩을 사용할 수 없었던 것을 '16년부터는 규제완화를 통해 와인 첨가용 오크칩을 사용할 수 있도록 하여 와인사업을 활성화 할 수 있도록 하였다.



효과

R&D와 규제개선 등을 통한 외부기업 유치로
전후방 산업 연계


영동와인 공동브랜드화로 경쟁력 강화

산·학·연·관이 협력하여 고품질 와인생산
※ 3년연속 대한민국 대표브랜드 대상 수상





02 농업의 새로운 도전, 6차산업화

발행일	2016년 1월
발행인	농림축산식품부장관 이동필
책임집필자	농림축산식품부 농촌정책국장 안호근
감수자	농림축산식품부 차관보 오경태
집필자	농림축산식품부 농촌산업과장 이정삼, 사무관 김정락
기획	 농림축산식품부

디자인·제작 코피아
02) 2062-7890

※ 이 책에 수록된 글과 사진의 무단 게재를 금합니다.