



**6 육차가  
나르샤**  
농부들의 산업혁명!



농부들의 산업혁명!

6 육차가 나르샤 [원예작물]



발간등록번호

11-1543000-001053-01

농부들의  
산업혁명!

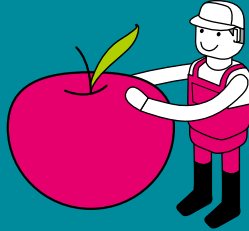
; 원예  
작물



**6 육차가  
나르샤**

농부들의  
산업혁명!

; 원에  
작물



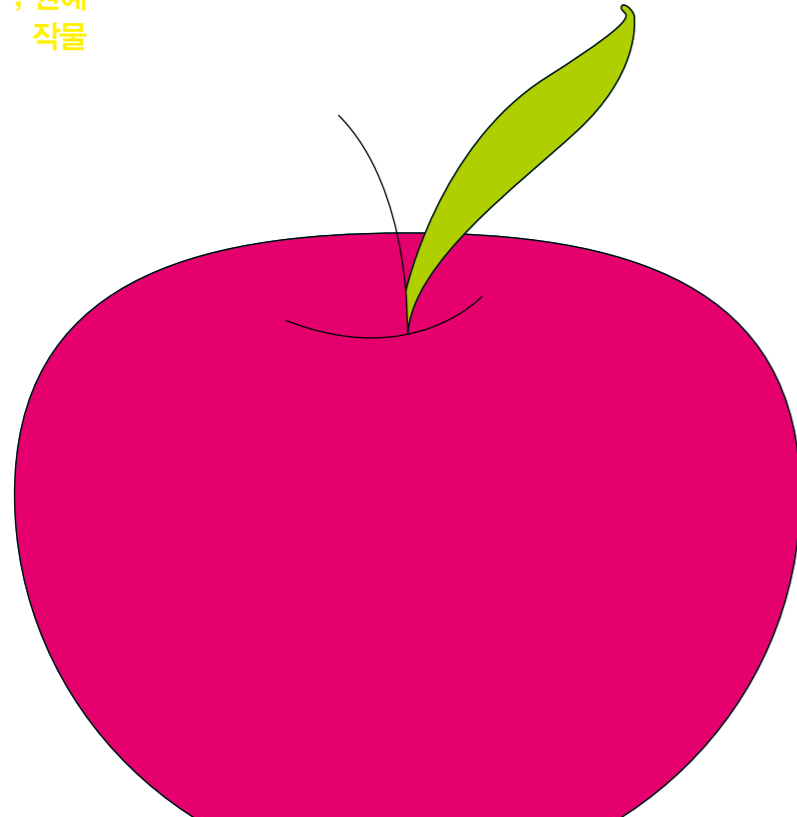
6육차가  
나르샤

# Contents

# 육차가 나르샤

농부들의  
산업혁명!

; 원예  
작물



사과와 와인의  
환상적 만남!

006  
예산사과와인

+

사과·오미자 가공식품  
맛도 일품, 매출도 일품

012  
장수드림협동조합

자연에 가까운 맛있 재배로  
세계 명차와 어깨를 나란히 하다

036  
보향다원

함께 가꿔 더 달콤한  
'햇살어린' 여름의 맛!

060  
무릉도원영농조합법인

100% 골즙 과즙  
제주과자의 대명사로 탄생

084  
신호생활개선회

창농(創農)을 이끄는  
기술 농촌의 메카

108  
문경시농업기술센터

섬마을의 새로운 고가 소득원,  
거문도 특산물

018  
거문도해풍속영농조합법인

친환경 농법과 사랑 먹고 자란  
유자와 석류 있어요!

042  
에덴식품

꽃차로 잊지 못할  
향기를 전하다

066  
모후실에서 만난 차

하하하~  
대추나무 희망 걸렸네!

090  
바람햇살영농조합

SNS로 퍼지는  
알싸한 창녕의 맛

114  
창녕마을6차산업사업단

'철학'을 심고  
'희망'을 싹 틔우다

024  
애농영농조합법인

명인이여,  
고객의 소리에 귀를 열어라!

048  
참샘골호박농원

부각과 튀각으로  
마을에 새로운 활력을~

072  
금원산마을협동조합

명인이 만든 장아찌  
세계 밥상에 진출하다

096  
창녕도리원

지역을 살리는  
구중구포의 힘!

120  
금산혁신특성화사업단

나무가 더불어  
숲으로 성장하다

030  
백련동편백농원

대통령 건배주로 선택된  
국내산 명품주

054  
청도감와인주인회사

로컬푸드  
유통의 거점

078  
진안마을 주식회사

선견지명으로  
황칠나무의 선구자가 되다

102  
황칠코리아

보배섬에서 발견한 노다지  
황금? 울금!

126  
울금식품가공사업단

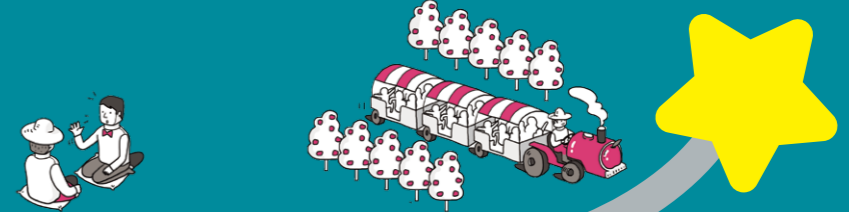
# 예산사과와인

사과와 와인의 환상적 만남이 이룬  
초특급 상품의 발견!



## what

체험장을 통해 직거래가 확보되자 발떼기로 8천만원에 거래되었던 사과는 연 매출 약 2.2억이라는 2배 이상의 가치를 낳았고 지역 농가의 사과 판매가 공동 상승되는 효과를 거두었다.



## when

2010년부터 본격적으로



## how

사과 농장에서 재배되는 사과를 활용해 와인을 생산하고 나만의 와인 만들기, 사과잼 · 파이 만들기, 사과 따기 체험 등 소비자 체험 프로그램을 운영하고 있다.



## why

발떼기로 사과가 판매되어  
땀 흘린 가치에 대해 제 값을 받지 못하는  
사과 농장의 현실을 보고

## who

30년간 사과 재배를 해온  
사과 농부 장인과  
와인을 공부한 사위가



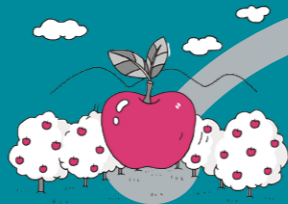
6차산업  
성공  
6하원칙

사과 재배하는 장인과  
와인 사랑 사위의 시너지 창출 이야기

서정학 대표 · 정제민 부대표  
충청남도 예산군 고덕면 대천리 501  
<http://www.chusawine.com/>  
041-337-9584

## where

사과의 본고장  
충남 예산에서





정성 들여 키운 농작물이 제 값을 받지 못한다면, 모든 농가의 고민이다.

## 사과 농부가 사과 장수보다 더 나올 수 있다!

충남 예산군 서정학 대표와 사위 정제민 부대표는 사과를 와인과 접목, '사과와인'을 개발하고 농장 체험 등의 3차 산업으로 연계해 2배 이상의 수익을 냈다. 수익 상승뿐 아니라 문화 상품으로 사과의 활용도와 가치를 넓히는 효과까지 거두었다.

### 1차산업으로 시작하라



### “사과 품질은 최고, 판매는 반값에?”

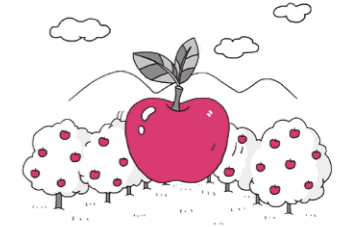
“장인어른, 이렇게 정성 들여서 키우면 뭐 해요, 제 값도 못 받는데.”

“사과 농부보다 사과 장수가 돈 더 번다면서요?”

장인어른은 충남 예산에서 30년 가까이 사과농장을 운영하고 있다. 장인어른이 운영하는 은성농원은 2.3h 규모로 연간 50톤의 사과를 생산한다. 예산을 대표하는 사과를 생산한다는 자부심으로 품질 개선을 위해 다양한 시도를 이어왔다. 믿을 수 있는 먹거리를 생산코자 노력하고 선진농법 보급 활동에도 심혈을 기울였다. 사과농업 전문 교육 등의 활동도 꾸준히 이어가며 선진농법을 보급하기 위해 노력했다. 하지만 발매기 거래가 일반화되다 보니 농가의 수익은 제자리였다. 농가 수익은 물론 맛 좋은 사과를 더 많은 사람들과 즐기기 위한 새로운 방법이 필요했다.



### 2차산업을 개발하라



### “좋은 품질의 사과로 와인을 만들어보면 어떨까?”

와인을 공부한 경험을 바탕으로 새로운 사업을 제안했다. 나는 캐나다 이민 시절 과실주 양조를 경험했고 2002년 귀국하여 와인만들기 동호회를 조직하고 서울에 양조공방을 만들면서 국내 와인제조 전파를 위해 노력하고 있었다. 와인을 사과에 접목시켜 보기로 했다. 품질 좋은 재료를 제대로 된 와인기술과 접목시키니 결과는 당연히 좋았다. '사과와인'이라는 초특급 상품이 탄생하게 된 것이다. 연간 30톤의 와인을 생산할 수 있는 설비를 갖추고 와이너리 건물을 구축했다. 예산사과 중 먹기도 아까운 고품질의 사과를 선별하여 재료로 사용했다. 재료 그대로의 맛과 풍미를 살리기 위해 물과 주정을 첨가하지 않는다는 원칙을 세워 원료에 충실했다. 투자와 설비를 갖추느라 준비 기간이 길었지만 조금해하지 않았다. 술은 세월이 만든다는 믿음 때문이었다.

### 3차산업을 창조하라



“인근 지역 관광객을 체험 프로그램에 끌어들이자”

재배와 제품생산만으로는 부족했다. 좋은 품질의 사과를 재배하고 와인을 생산해도 판로가 없거나 유통 마진이 높아 제값을 받지 못하면 노력한 보람이 없다. 소비자와 직접 만나 직판의 기회를 얻고 새로운 부가가치를 창출해낼 3차 산업이 필요했다. 그래서 선택한 것이 체험 관광이다. 사과와인 생산 및 사과따기 체험, 잼·파이 만들기 등 소비자 체험 프로그램을 개설해 소비자가 사과와인을 비롯한 2차 생산물과 사과를 가깝게 접하는 기회를 갖도록 했다. 근처에 관광 명소가 있어 소비자의 접근이 쉽다는 지리적 이점을 살렸다. 마침 주말 농장 체험이 인기를 끌고 있어서 가족과 각종 단체 등에서 체험객이 농장을 찾았다. 서울, 대전 등 인구밀집 도시와 높은 접근성, 수덕사 등의 문화자원과 인근 리조트를 방문하는 관광객을 대상으로 예산사과와 사과와인을 홍보함으로써 적은 비용으로 효율적 성과를 달성했다. 특히 주한미군 가족과 국내 원어민 강사, 중국 유학생 등을 대상으로 체험 프로그램을 운영함으로써 외국인 방문객 유치에도 성공했다. 주로 주중에 많이 찾는 외국인 방문객들이 늘어나면서 체험 수익이 안정화되었다.

### 6차산업의 완성



성공적 6차 산업화를 위해 근본이 되는 1차 산업 분야의 기반을 단단히 하고자 했다. 체험객들이 농업과 농촌의 가치를 느낄 수 있도록 농원을 아름답게 꾸몄다. ‘기꾸8’, ‘피텍스’, ‘자홍’등의 신품종 사과를 도입하고 품질제고를 위해 당도, 색도를 높였다. 2013년 4억8000만원 매출이 지난해 6억5000만원으로 늘었다. 체험 방문객도 2013년 2만5000명에서 지난해 4만 명으로 증가할 만큼 매년 인기를 더하고 있다. 우리 농원을 찾은 체험객들이 주변 농가의 사과를 직거래로 구매하는 등 지역 소득 제고에 기여했다. 장기적인 안목으로 투자하고 개발한 것이 성과로 나타나게 된 것이다.

서정학 대표 · 정제민 부대표가 말하는 6차산업 성공 노하우



#### 1차산업으로 시작하라

2·3차 산업과 연계 가능한 작물을 찾아라  
30년 넘게 사과농장을 운영하며 축적한 선진농법으로 지속적인 품질 개선이 가능했다.



#### 2차산업을 개발하라

먹기도 아까운 원료로 가공품을 만들어라  
원료의 품질이 가공품의 맛과 품질을 좌우한다.



#### 3차산업을 창조하라

공산품이 아닌, 문화적 상품을 만들어라  
단순히 소비하고 끝나는 것이 아닌 추억과 의미를 남길 수 있는 문화 상품을 만들어라.

# 장수드림협동조합

농산물종합가공센터에서 시작한 6차산업,  
맛도 일품, 매출도 일품



사과, 오미자 가공식품으로  
달콤한 인생을 사는 50개 농가 이야기

류기행 이사장  
전라북도 장수군 장수읍 와동길 56  
www.Jangsudream.com  
063-351-3500

## where

사과와 오미자가  
맛있다는 전북 장수군에서



6차산업  
성공  
6하원칙

## who

50개  
농가가 모여



## when

2013년 장수드림협동조합을  
설립하면서부터



## why

농가 가공산업의  
올바른 발전을 위해서

## what

1, 2, 3차의 성공적인 조합으로  
2015년 매출이 5억 원 이상으로 예상된다.  
더불어 50여 농가에 안정적 소득을 보장하고,  
지역 일자리 창출에도 기여하고 있다.



## how

장수군농업기술센터에서 운영하는 가공센터는 사과즙,  
사과칩, 사과잼, 오미자청의 가공품을 만들고 있다.  
또 농촌진흥청의 도움을 받아 수도권 유통업체들과 위탁판매  
계약을 맺고 CJ몰, GS몰에도 입점한 상태다. 동시에 전시회와  
박람회 참여는 물론, 최근에는 국내 식품업계를 이끄는  
100여명을 초청해 청담동의 한 레스토랑에서 '도심 속  
팜파티'도 진행했다.



## 조합 창립 1년 만에 매출 1억 원을 넘어서다

농업의 새로운 가치를 입혀보자. 장수드림협동조합의 류기행 이사장은 협동조합을 만들어 사과와 오미자를 이용해 사과즙, 사과칩, 사과잼, 오미자청 4종의 가공식품을 만들기 시작했다. 조합 창립 1년 만에 매출은 1억 원을 넘어섰고, 올해는 5억 원 대 매출을 예상하고 있다.

1차산업으로  
시작하라



**"이제 농촌도 새로운 시도와 새로운 행동을  
두려워하지 않아야 한다고 생각한다"**

나는 농촌 가공산업의 건전한 발전을 위해서 2013년에 뜻이 있는 32개 농가와 함께 장수드림협동조합을 만들었다. 정성껏 키운 과실이 보다 높은 가치를 얻어야 한다는 마음과 이제 농가도 1차산업을 넘어서야 한다는 생각 때문이었다. 장수드림협동조합은 과일이 가장 맛있는 해발 500m 고지에서 생산하는 사과와 오미자만을 활용한다. 2014년 기준 조합농가에서 오미자 1.5톤과 사과 14톤을 수매했으며, 연 매출은 1억 원을 넘어서었다. 이제 복분자와 토마토를 재배하는 농가도 함께해 장수드림협동조합은 50개 농가로 확대됐다. 내가 키운 농산물의 특성을 누구보다 잘 아는 우리들이 가공품을 만드는 도전을 시작한 것이다.

2차산업을  
개발하라



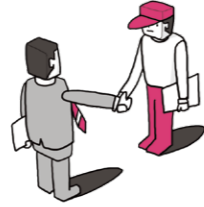
**"사과와 오미자로 만든  
건강하고 맛 좋은 가공식품"**

우리는 장수군농업기술센터에서 운영하는 가공센터에 가공비를 지급하고 위탁가공 형식으로 사과즙, 사과잼, 사과칩, 오미자청 4종류의 가공품을 생산함으로써 창업초기 시설투자로 인한 위험을 최소화했다.

가공품 제조는 전문적인 가공과 연구에 주력할 수 있는 장수군농업기술센터에서, 판매는 장수드림협동조합으로 구분해 기존 가공시설의 활용도와 사업의 효율성을 높이고 있다.

조합에서 생산하는 가공품 중에서도 과육이 살아있어 식감이 좋고 전국 최고 수준의 과일 성분을 함유하고 있는 사과잼은 고객들의 입소문을 통해 수요량이 급증하고 있다. 또한 사과를 그대로 갈아만든 사과즙도 소비자들의 큰 호응을 받고 있다. 이에 따라 조합원을 더 받아들여 사과와 오미자 등의 생산량을 확대하고, 가공품 생산량도 3배 이상 늘릴 계획이다. 또, 가공산업이 활성화되면서 고용 인력도 4명에서 6명으로 총원할 예정이다. 향후에는 복분자와 토마토 농가도 조합원으로 함께하는 만큼 다양한 가공품 생산을 구상하고 있다.

### 3차산업을 창조하라



### “도심 속 팜파티 등 다양한 마케팅을 추진하라”

우리는 농림축산식품부와 농촌진흥청의 마케팅 사업 지원을 받아 다양한 홍보활동에 힘쓰고 있다. 소비자 접점 매장의 판매전에도 참가할 뿐만 아니라 수도권 유통업체들과 위탁판매 계약을 맺고 CJ몰, GS몰 등에 입점해 사과선물용세트 판매와 4가지 가공품 판매에도 주력하고 있다. 동시에 농식품 관련 전시회와 박람회, 직거래 장터, 엑스포 등에 정기적으로 참여해 장수드림협동조합이 생산하는 우수한 농산품과 가공품을 선보이며 제품 알리기에 노력했다. 또한 오프라인 매장인 로컬푸드 매장이나 특산물 판매장에도 제품을 공급해 인지도를 쌓았다.

특히 2014년 12월에는 서울 창담동의 한 레스토랑에서 국내 식품업계를 이끄는 리더 100여명을 대상으로 장수군이 생산하는 다양한 농산물을 알리는 ‘도심 속 팜파티(Farm Party)’를 개최했다. 기존의 팜파티가 도시민이 시골을 찾아 그곳에서 생산된 식재료로 만든 음식을 먹고 즐기는 개념인데 비해, 이 행사는 장수드림협동조합이 생산하는 청정자연 농식품을 도시 속에서 즐길 수 있도록 하여 소비자와의 거리를 좁혀갔다.



## 6차산업의 완성

장수군의 가공산업 발전을 위해 뜻이 맞는 농가와 협동조합을 설립했다. 농가의 사과와 오미자를 이용해 농업기술센터에 위탁가공 형식으로 가공품을 만들기 시작했다. 제조는 농업기술센터에서 담당하고 우리는 질 좋은 원재료 생산과 판매를 담당했다. 현재 사과즙, 사과칩, 사과잼, 오미자청 4종류의 가공품을 생산하고 있으며, 인터넷몰 입점, 전시회, 박람회 참가, 직거래 장터 등 다양한 마케팅 사업으로 매출을 증대시키고 있다. 그 결과 조합 창립 1년 만에 1억이라는 매출을 올렸으며, 올해는 5억원이 넘는 연 매출을 기대하고 있다. 우리가 이런 좋은 성과를 낼 수 있었던 데에는 몇 가지 이유가 있다.



### 류기행 이사장이 말하는 6차산업 성공 노하우



#### 1차산업으로 시작하라

뜻이 맞는 농업인들과 열정과 의지를 함께해라

우리는 50개의 농가가 모인 협동조합을 설립했다.



#### 2차산업을 개발하라

농가 농작물로 지속가능한 아이템을 찾아라

사과와 오미자를 활용해 사과잼, 사과즙, 사과칩, 오미자청을 생산하고 있다.



#### 3차산업을 창조하라

소비자를 찾아 나서라

도심 속 팜 파티, 박람회, 전시회, 직거래 장터 등 다양한 마케팅을 적극적으로 추진했다

# 거문도해풍속영농조합법인

섬마을의 새로운 고가 소득원  
거문도 특산물



썩만 캐던 사람들이  
썩으로 돈 버는 이야기

남주현 대표

전라남도 여수시 돌산읍 돌산로 1491-21

<http://www.gmdssuk.com/>

061-644-6968

## where

해풍속이 자라는 청정지역  
거문도에서



6차산업  
성공  
6하원칙

## who

거문도에서 썩 캐며 살던  
섬주민들이



## when

2013년부터  
거문도  
해풍속영농조합법인을  
설립하고



## why

거문도의 고운 흙과 바닷바람이 키운  
청정썩을 지역민들의 새로운 가계  
소득원이 될 수 있도록 하기 위해

## what

거문도해풍속 제조·가공시설을 설치함에 따라 이전 6억 원 수준이던  
매출은 가공식품 판매와 홍보 마케팅 확대로 1년 만에 10억에 육박하게  
되었으며 2015년 9월 현재 14억을 바라보고 있다.



## how



첫째, 썩 재배 농가가 2013년 28개 농가에서 2015년 190개 농가로  
늘어났으며 수확량도 500톤에 달한다. 조합에서는 해풍썩을  
시중단가보다 1000~1500원 더 비싸게 매입하여 1차산업을  
안정시키고 농가의 수익도 안정시켰다.  
둘째, 썩차, 썩분말, 썩개덕 등 10여 종의 상품 제조하기 시작했으며  
셋째, NS 홈쇼핑, 여수로컬푸드, 자체 쇼핑몰 등을 운영하여 다양한  
판로를 확보할 수 있게 되었다.



## 쑥 생산에서 가공으로 전환하면서 사업 영역이 급성장한 모범적 사례

‘거문도해풍쑥영농조합법인’은 특산물 해풍쑥을 사업화하기 위해 2007년 주민들이 결성한 영농조합이다. 초창기에는 단순 가공식품 수준에 그쳤으나 정부의 6차산업 제품 개발 지원 사업을 활용해 쑥차, 쑥분말 등으로 제품 다양화에 성공했다. 또 판로 확보를 위해 지난해 6차산업 우수제품 품평회에 참가해 다양한 바이어를 확보한데 이어 NS홈쇼핑에 입점하였으며 자체 쇼핑몰도 운영하고 있다.

### 1차산업으로 시작하라



거문도해풍쑥은 거문도특산물이다. 일부 주민들을 중심으로 농가에서 쑥을 재배하고 있었으나 규모는 적었고 소득도 일정치 않았다. 2013년 뜻있는 주민들과 함께 거문도해풍쑥영농조합법인을 설립하면서 쑥재배 참여농가수가 2013년 당시 28개 가구에서 2015년 현재 190개 농가로 늘어났다. 재배면적도 두 배로 늘어났고 연 수확량도 500톤에 달한다. 조합에서는 해마다 500톤의 해풍쑥을 시중단가보다 1000~1500원 더 주고 매입하고 있다. 1차산업도 안정화시키고 쑥 재배 농가에도 연 800만 원의 안정적인 수익을 보장할 수 있게 되었다. 1차산업이 안정적으로 자리를 잡아야 향후 2차, 3차 산업으로 성장할 수 있을 것이라고 생각했기 때문이다. 거문도해풍쑥의 균일한 품질관리를 위해 여수에서는 전담부서를 두고 친환경재배를 철저히 관리하고 있다.



“쑥만 캐던 섬 주민들을 위한 새로운 가게 소득원”

### 2차산업을 개발하라



“제품의 다양화로 방앗간 수준을 벗어나라”

쑥 재배농가에서 안정적으로 쑥을 공급해 줄 수 있겠다는 확신이 들면서 거문도해풍쑥의 산업화를 이끄는 향토사업단은 여유를 가지고 2차산업 개발에 집중할 수 있었다. 초기에는 쑥을 활용한 제품 개발 노하우가 없어서 냉동쑥처럼 단순 가공식품으로 시작했다. 하지만 제품 구성이 너무 단순해 방앗간 수준을 벗어나질 못하고 있었다. 다행히 정부의 6차산업 제품 개발 지원 사업을 활용해 2014년부터 가공시설을 구축하고 쑥차, 쑥분말, 쑥추출액, 쑥개떡, 쑥송편, 쑥추출액 등을 제조하기에 이르렀다. 제품의 종류가 다양해지면서 거문도 현지에서는 원료 가공을 하고 운송과 인력 수급을 위해 여수에 가공 공장을 세우고 2차 가공을 하고 있다.

### 3차산업을 창조하라



“길거리 시식회는 물론,  
마트 행사에서 박람회까지  
발품이 이룬 기적”

썩상품의 시장진입은 처음부터 난관의 연속이었다. 이미 시장에는 썩을 활용한 상품들이 수를 헤아리기 어려울 만큼 많이 출시되어 있었기 때문이다. 하지만 거문도에서 재배한 해풍썩으로 만든 제품이기엔 자신감이 있었다. 맛을 알리려면 발품을 파는 수밖에 없다고 생각했다. 특히 본격적인 제품 생산에 앞서 길거리 시식행사를 펼쳤으며 대형마트, 백화점 등에도 행사부스를 마련하여 소비자들의 입맛을 점검했다. 박람회 참여는 물론이고 해외 바이어 초청 설명회까지 해풍썩 제품을 알릴 수 있는 기회라면 때와 장소를 가리지 않았다. 특히 농림축산식품부에서 지원하는 유통품평회와 유통매장 기획판매전 등에 참여하면서 많은 바이어들 눈에 띄게 되었다. 덕분에 NS홈쇼핑에 납품을 하게 되었고, 2014년 3개월동안 전제품 완판의 기록을 세울 수 있었다. 앞으로 거문도 관광객을 대상으로 해풍썩 제품의 인지도를 높이고 신뢰관계를 구축하기 위해 체험관을 설치·체험 프로그램을 운영할 계획이다.

## 6차산업의 완성

거문도해풍썩 실용화에는 조합뿐만 아니라 지자체가 적극적으로 참여해 주었다. 무엇보다 정부기관에서는 해풍썩 전담부서를 설치하여 해풍썩이 친환경으로 재배될 수 있도록 철저한 관리감독이 이루어졌다. 지역학교와 연구소도 제품 개발에 참여한 덕분에 바로 시장에 내놓을 수 있을 정도의 시상품을 만들 수 있었다. 연매출은 1년 만에 10억에 육박하는 돌풍을 일으켰으며 2015년 9월 현재 14억을 바라보고 있다. 앞으로의 숙제는 체험형 공간을 마련하는 것이다. 거문도는 관광객들이 지속적으로 유입되는 섬이기 때문에 힐링에 포인트를 맞춰 관광객들에게 해풍썩과 관련된 체험형 휴게시설을 마련할 예정이다.



### 남주현 대표가 말하는 6차산업 성공 노하우



#### 1차산업으로 시작하라

원물 품질관리가  
가장 중요하다.

거문도해풍썩은 누가 뭐래도 믿을 수 있는 썩이다. 해풍썩 전담부서까지 두어 친환경 재배를 철저하게 관리감독했기 때문이다.



#### 2차산업을 개발하라

후발주자의 각오, 발로 뛰며  
소비자 입맛을 점검하라

본격적인 출시에 앞서 현장에서 소비자들을 만나며 고객의 반응을 즉각적으로 살폈다. 그리고 빠르고 정확한 개선책을 강구했다.



#### 3차산업을 창조하라

상품 판매처  
전담화

판매 채널이 분산되면 유통성을 얻는 대신 집중도는 잃는다. 단일화해 제품 판매와 고객확보 및 관리, 상품 유통 등의 전 과정에 책임을 강화했다.



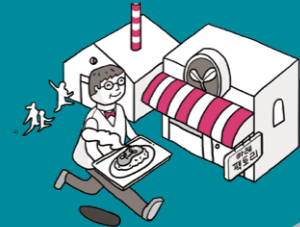
# 애농영농조합법인

‘철학을 심고  
‘희망’을 싹 틔우다



## what

어린잎채소 생산으로만 연 18억 원의 매출을 올리고 있으며,  
가공품 및 카레음식점 매출까지 합하면 연 33억 원에 이르고 있다.



## when

2004년 3월, 12년간의  
일본 유학생활을 정리하고  
돌연 귀국하면서



## how

가격경쟁력까지 갖춘 친환경 어린잎채소를 재배해  
우리밀을 활용한 어린잎채소 쿠키와 잼을 만들고,  
안정적 판로 확보를 위한 카레음식점 사업까지 운영하고 있다.  
또 다양한 체험 프로그램을 진행해 지역 홍보와  
지역 농가에 도움을 주고 있다.

## who

농업을 사랑하고 친환경 농법을  
연구하던 박사님이



## why

깨끗한 물과 공기, 흙을 보존하고 농업을  
가꿔야겠다는 오랜 생각을 실천하기 위해서



## where

전라북도 진안에서



어린잎채소로  
흙을 살리고 건강을 지키는  
친환경 농업의 선교사 이야기

6차산업  
성공  
6하원칙

천춘진 대표  
전라북도 진안군 진안읍 연장리 1456  
<http://www.aenong.com>  
063-245-2154

## 농업은 국가의 근간이요, 국민 건강은 국가의 미래다

애농영농조합의 사훈이자 천춘진 대표의 신념이기도 하다. 애농영농조합은 친환경으로 재배한 어린잎채소 생산으로 연 18억 원의 매출을 올린다. 거기에 어린잎채소를 활용한 잼과 쿠키 등의 가공품, 카레전문식당 가맹점 사업까지 더하면 연 매출 33억 원을 기록한다. 각종 체험 프로그램도 활성화시켜 지역 홍보는 물론 지역 농산물 판매에 큰 도움을 주고 있다.

### 1차산업으로 시작하라

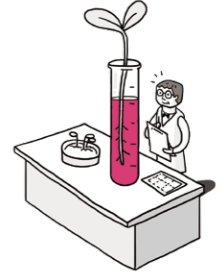


나는 12년간 일본에서 유학생생활을 했다. 그러던 중 어린잎채소를 우연히 알게 됐고, 한국으로 돌아가 자연에서 농사를 지어야겠다는 꿈을 실현하기 위해 돌연 귀국했다. 귀국한 후 완주지역에 휴경하고 있는 하우스를 임대해 새싹을 재배하기 시작했다. 나는 '건강한 자연에서 건강한 농산물'을 만들어야겠다는 확고한 신념이 있었다. 그래서 어린잎채소 씨앗을 친환경 농법으로 재배하기 시작했고, 실험과 실패를 거듭하면서 드디어 재배에 성공했다. 하지만 친환경 재배로 인한 높은 원가는 경쟁력이 없었다. 그래서 친환경으로 재배하되 원가를 낮추기 위한 연구를 시작했고, 160여 번의 실험 끝에 판매가를 절반으로 낮출 수 있었다.

### “친환경 어린잎채소, 가격경쟁력까지?”



### 2차산업을 개발하라

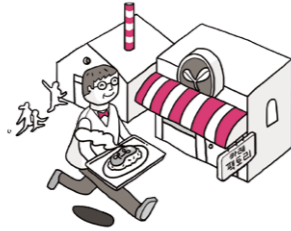


### “우리밀과 어린잎채소가 만나 건강 먹거리로”

2004년 9월, 나는 애농영농조합법인을 만들었다. 친환경 재배로 키운 어린잎채소가 가격경쟁력까지 확보하자 매출은 급증하기 시작했다. 우리는 단순히 어린잎채소를 생산하는 데 그치지 않았다. 소비자들의 다양한 욕구와 기호를 맞추기 위해서 건강 먹거리 상품을 개발하는 데 박차를 가했다. 그래서 지역에서 나는 우리밀과 어린잎채소를 이용해 잼, 쿠키, 영유아 쌀과자를 생산하고 있으며, 어린잎을 활용한 잼, 쿠키 등은 기존 유통시장에서 흔히 볼 수 없는 차별화된 제품으로 소비자들의 관심을 끌기 시작했다. 그외에도 카레 등을 만들어 판매하고 있다.

그 결과 첫째 20평에서 시작한 비닐하우스는 어느새 80여 동(만평 규모)으로 증가했고, 400만 원이던 첫째 매출은 10년만에 2014년 기준 18억 원을 달성했다. 그리고 새싹을 활용한 카레를 생산하기 위해 지역농가 등을 대상으로 양파작목반을 구성하고 전량 매입함으로써 농가소득 제고에도 기여하고 있다.

### 3차산업을 창조하라



### “우여곡절 카레팩토리 안정적 판로를 열다”

애농영농조합의 어린잎채소는 한국생협연대를 비롯해 전국 700여 레스토랑에 공급되고 있다. 2004년 이후 엄청난 성장을 이룬 것이다. 그러나 2007년 태풍으로 농장이 무너지고, 안정적 판로를 위해 시작한 음식점 사업은 큰 실패로 끝이 났다. 애농영농조합은 위치적 특성상 수도권 농장과 유통센터와의 경쟁에서 시간과 비용을 이겨낼 수가 없었다. 그래서 생각해 낸 것이 음식점 사업이었고, 그것만이 안정적 판로를 위한 방법이라고 생각했다. 재도전한 프랜차이즈 가맹점 사업은 첫 해에 본사의 원료 값을 견디지 못하고 적자를 기록했다. 결국 나는 직접 식당을 운영하기로 마음먹고 지금의 ‘카레팩토리’를 열게 된 것이다. 카레팩토리는 친환경 쌀을 비롯해 무, 고춧가루는 물론 양파작목반을 조직해 100% 지역 농산물을 사용하고 있다. 연이은 실패와 시행착오 끝에 탄생한 카레팩토리는 전국에 5개 지점, 연 매출 15억 원을 올리며 순항중이다.

그 밖에도 우리는 새싹 키우기, 새싹고구마잼 만들기, 새싹 뷔페 등 다양한 새싹·어린잎 체험 프로그램을 운영하고 있다. 2013년에는 농림축산식품부로부터 우수체험공간으로 지정받고, 2014년에는 스타팜으로 인증도 받았다. 또한 2015년에는 6차산업 우수사례 경진대회에서 대상을 수상하여 대외적 인지도도 높아졌다.

### 6차산업의 완성

나는 ‘일신우일신(日新又日新)’하는 사고로 애농영농조합을 이끌어 간다. 160번의 실험을 통해 가격경쟁력을 가진 친환경 어린잎채소를 개발했고, 태풍과 레스토랑 사업 실패로 큰 피해를 입었을 때도 또 다시 도전해 지금의 ‘카레팩토리’를 만들었다. 나의 6차산업화는 아직 진행 중이다. 하루하루 끊임없이 새로운 것을 찾는 나는 앞으로 경쟁력 있는 농산물을 재배해 세계시장에 진출하는 것이 목표다. 그래서 지역 농가가 아닌 대한민국 농가에 힘이 되고 싶다. 물론, 어떤 형태로든 실패와 좌절이 따를 것이다. 하지만 그것 또한 성공을 위한 과정이라 생각하고 묵묵히 이겨나갈 것이다.



### 전종진 대표가 말하는 6차산업 성공 노하우



#### 1차산업으로 시작하라

**친환경 농업만이 생존할 수 있다**

수입 농산물이 쏟아지는 요즘, 소비자들에게 신뢰(건강)를 주지 못한다면 무한경쟁시대에서 살아남을 수 없다.



#### 2차산업을 개발하라

**내가 할 수 있는 범위에서 사업을 시작해라**

어떤 시련이 닥칠지 모르고, 세상에 공짜는 없다. 더불어 지나친 보조금과 지원금은 피해라.



#### 3차산업을 창조하라

**소비를 진작시켜라**

소비 없는 생산은 무너질 수밖에 없다. 안정적인 생산을 위한 유통 판로 개척에 최선을 다해라

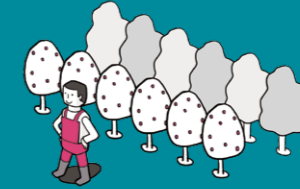
# 백련동편백농원

나무가 더불어  
숲으로 성장하다



## what

연간 4천8백 명의 체험객이 다녀가고, 연 매출 5억2천만 원을 올리고 있다. 더불어 지역 주민들에게 무료로 체험지도사 교육을 실시해 체험 선생님이로 활동할 수 있게 돕고 있으며, 지역 농산물을 이용한 상차림을 판매해 지역 홍보 및 일자리 창출에도 기여하고 있다.



## when

1995년 할아버지, 아버지가  
백련동 편백농원을 만든  
이후부터 차근차근



## how

자연순환농법으로 편백묘목과 대추나무를 재배하고,  
90여 가지의 편백 가공품과  
40여 가지의 체험 프로그램을 개발해



## why

대추나무와 편백나무의 생산만으로는  
한계를 느껴서

## who

3대에 걸쳐 이어 오고 있는  
가족농장 백련동 편백농원이



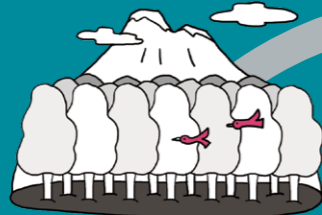
6차산업  
성공  
6하원칙

대추나무 · 편백나무로  
90여 가지의 가공품과 40여 개의 체험을  
진행하는 청년농부 이야기

정순임 대표  
전라남도 장성군 서삼면 추암로 555  
www.brdong.com  
061-393-7077

## where

국내 최대의 난대 조림지로 유명한  
전남 장성에서



## 3대에 걸쳐 이어 온 가족농장

백련동 편백농원은 1995년부터 3대에 걸쳐 이어 온 가족농장이다. 자연순환농법을 이용해 편백묘목과 대추나무를 재배하고, 이를 활용한 편백 가공품을 생산하고 있다. 여기에 다양한 편백 체험 프로그램을 구성하고, 일자리 창출과 지역농산물 판매에 앞장서며 지역 주민들과 더불어 성장하는 6차산업을 만들어 가는 중이다.

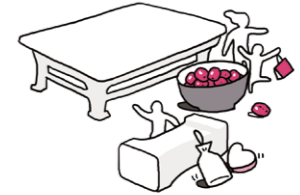
### 1차산업으로 시작하라



### “3대가 함께한 대추나무와 편백나무”

1995년 나의 아버지와 할아버지는 국내 최대의 난대 조림지로 이름 나 있는 전남 장성 축령산 인근에 귀농을 했다. 아버지는 작물의 차별성을 두기 위해서 그 당시 최초로 고랭지에 대추나무와 편백나무를 심어 재배했었다. 그때만 해도 대추로 얻을 수 있는 주요 수입원은 생과 판매가 전부였기 때문에 형편이 그리 넉넉하지는 않았다. 그래서 나는 편백씨앗을 가지고 1~3년생 묘목을 키워 판매하고, 다 자란 편백을 베어내 그 자리에 새 묘목을 심고 가꾸는 작업을 하면서 또 다른 수입원을 만들었다. 편백나무의 활용도는 무궁무진하다는 것을 깨달은 이후였다.

### 2차산업을 개발하라



### “편백나무, 가공품만 150여 가지”

나는 축령산 편백숲에서 간벌로 버려지는 나무들을 활용해 가공품을 만든다. 연간 200~400톤 정도를 사용하는데 특정 품목에 집중하려면 필요한 설비가 적지 않아 도마나 주걱 등의 제품과 소량 다품목으로 가구나 소품들만을 만든다. 편백은 목재뿐만 아니라 잎으로도 수많은 제품을 만들 수 있다. 편백 천연염색, 에센셜 오일을 뽑아서 만드는 화장품, 비누, 마스크팩, 치약 등 그 종류만도 150여 가지가 된다. 편백나무의 새로운 가치를 찾은 것이다. 또 가공과정에서 발생한 편백잎 찌꺼기는 대추농장 퇴비로 활용할 수 있어 자연순환농법을 실현하고 있다.

백련동 편백농원에서 생산되는 다양한 가공품들은 농장 내에 있는 판매장이 주요 판매처이며 그 외에는 도청이나 관공서 위주로만 판매하고 있다. 물론 더 많은 부가가치를 위해서 새로운 판로를 개척할 수도 있지만, 편백숲에 찾아온 체험객들에게만 줄 수 있는 특별한 혜택을 찾다 보니 이런 결정을 내리게 됐다.

### 3차산업을 창조하라



### “배워서 남도 주는 6차산업”

나는 부모님과 함께 3차산업 분야의 다양화를 위해 한방천연염색, 한약재배 및 산업화, 한방피부미용전문가, 장성군 문화관광해설가, 목재 생산 제재업 등에 관한 교육을 수료했고, 자격증만 해도 한식·양식조리사, 아로마테라피스트, 천연비누화장품제조사, 체험지도사, 특수아동지도사, 놀이상담지도사까지 갖췄다. 그 덕분에 40여 개의 체험 프로그램을 운영할 수 있게 됐고, 다채로운 체험이 가능한 백련동 편백농원으로 이름을 알릴 수 있게 됐다. 뿐만 아니라 지역 주민들에게 체험지도사 교육을 실시해 자격증을 취득할 수 있도록 돕고, 편백농원의 체험 선생님이로 함께하고 있다.

편백농원에서는 치유의 숲을 이용할 수 있으며 대추 따기 체험을 비롯해 비누, 천연염색, 방향제, 공예품 등 편백나무를 활용한 다양한 가공품을 직접 만들어 볼 수 있다. 소비자들은 편백나무의 다양한 활용도에 놀라고 그 가치에 공감하게 된다. 더불어 지역의 친환경 농산물로 만든 시골밥상과 백련동밥상을 맛볼 수 있다. 이런 6차산업을 통해 편백농원은 농원 뿐만아니라 지역경제 활력의 중요한 역할을 하고 있다.



## 6차산업의 완성

나는 할아버지와 아버지가 가꿔 놓으신 편백나무와 대추나무 생산이라는 1차산업을 키우기 위해 수많은 준비와 노력을 해왔다. 간벌로 버려지는 나무들을 가져와 90여 가지의 가공품을 만들어 판매하고, 천연염색부터 놀이상담지도사까지 다양한 자격증을 준비해 편백나무를 활용한 40여 가지의 체험활동으로 연계했다. 그 결과 2014년 기준 연 매출 5억 2천만 원, 방문객 수만 4천8백 명이 넘는다. 그동안 지금의 백련동 편백나무를 만들기 위해 셀 수 없는 시행착오를 겪으면서 확고해진 신념이 있다.



### 정순임 대표와 아들 김진환이 말하는 6차산업 성공 노하우



#### 1차산업으로 시작하라

**1차산업부터 차별성을 두어라**

편백잎 찌꺼기를 대추나무 퇴비로 활용하는 자연순환농법을 실현하고 있다.



#### 2차산업을 개발하라

**소비자 선택의 폭을 넓혀줘라**

나는 90여 가지의 편백나무 가공품과 40여 가지의 체험을 진행하고 있다.



#### 3차산업을 창조하라

**지역 주민을 동참시켜라**

6차산업화의 성공을 위해 지역 주민들의 적극적인 동참을 유도, 공공의 시스템을 만들어 가고 있다.



# 보향다원

자연에 가까운 찻잎 재배로  
세계 명차와 어깨를 나란히 하다



세계적으로 인정 받는  
명차(名茶)를 만든 이야기

최영기 대표

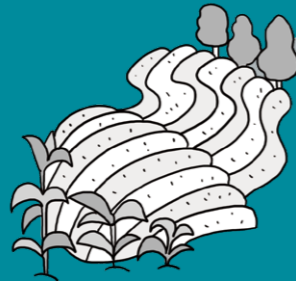
전라남도 보성군 보성읍 동암 1길 144

<http://www.bohyang.com>

061-852-0626

## where

차의 본고장 전라남도 보성에서



6차산업  
성공  
6하원칙

## who

5대째 이어온 차 농사 베테랑인  
최영기 대표가



## when

2009년부터



## why

전통 차 문화를 계승 발전시키고,  
우리의 자랑스러운 차 문화를 해외에  
널리 알리고자

## what

한 해 약 3억2천만원의 수익을 올리고 1만2천여 명의  
방문객이 찾는 다원으로 자리잡았다.



## how

친환경 재배로 유기 인증과 각종 해외 인증을 받아  
우리 차(茶)의 품질에 대한 신뢰를 높이고  
금녹차 등의 명차를 개발했다.  
차 문화 교육원인 <제다 체험장>를 운영하여 녹차, 발효차,  
떡차 만들기, 녹차 초콜릿, 차 음식 만들기, 다례교육 등을  
직접 체험하게 했다.



커피와 탄산음료에 밀려 그 가치를 인정받지 못하는 우리 전통 차 문화.

## 우리 차의 뛰어난 맛과 효능을 되살릴 수 있을까?

이런 고민에서 시작해 세계 명차와 어깨를 나란히 할 정도로 뛰어난 품질의 차를 생산한 농업인이 있다. 보향다원 최영기 대표가 그 주인공이다. 친환경 재배로 차의 품질을 높여 국내뿐 아니라 세계에서 인정 받는 차를 만들어낸 그는 체계화된 체험 프로그램을 통해 전통 차 문화를 널리 알리는 데에도 일조하고 있다.

### 1차산업으로 시작하라



**“농약 먹인 녹차는 모른다”  
“친환경 재배만이 생존할 수 있다”**

나는 보성에서 5대째 차를 재배하고 있다. 5.6ha 규모의 차 밭을 친환경 유기농법으로 재배하고 있다. 친환경 재배를 고집하는 이유는 찻잎의 품질이 2차 가공품의 부가가치까지 좌우하기 때문이라는 확신 때문이다. 나의 이런 신념 덕분에 지난 2007년, ‘농약 살포 보도’로 인해 녹차산업이 공황상태에 빠졌을 때도 보향다원은 유일하게 자가 생산 찻잎 전량을 가공, 판매할 수 있었다. 이 사건으로 타 재배 농장에도 친환경 재배의 중요성이 확산되었고, 2007년 보성군 관내 8개소에 불과했던 유기차 인증 농가가 2년 후에는 28개소로 단기간에 3.5배로 급증하는 결과를 낳았다. 유기농 녹차 재배는 내가 생산하는 가공품의 프리미엄화의 원동력이다.

### 2차산업을 개발하라



**“친환경, 고품질, 차별화  
세계인에게 인정 받는 명차의 품격”**

침체의 늪에 빠진 국산차 소비 진작뿐 아니라 중국과 일본의 차 산업시장에서 생존하기 위해서는 차별화된 전략과 경쟁력이 필요했다. 국내 최초로 유기인증 발효차인 ‘황금명차’ 개발에 성공했지만 만족하지 않았다. 친환경, 고품질, 차별화 전략을 하루빨리 안착시켜야 한다는 생각으로 연구개발에 더욱 박차를 가했다. 결국 2009년 5월, 세계 최초로 금콜로이드 용액을 차나무의 뿌리에 관수하여 탄소동화작용을 거쳐 찻잎에 금 성분이 함유된 ‘금녹차’, ‘금발효차’의 개발에 성공하였다. 금차(金茶)는, 차의 여러 효능에 금이 지닌 항산화 작용 및 면역력 강화 등 다양한 효능을 배가시킨 고품격 명품 녹차다. 또한 고품질의 원료가 사용되는 녹차는 미국(USDA-NOP), 일본(JAS), 유럽(EU) 국제유기인증과 할랄(HALAL) 인증을 획득하며 보향다원뿐만 아니라 차의 고장 보성, 더 나아가 국산차의 브랜드 가치를 높이게 되었다.



### 3차산업을 창조하라



“우리 차의 가치를 전파하라”

또한 보향다원에서 생산되는 녹차는 고급제품에 맞게 호텔신라, 프라자호텔 객실과 미니바에 공급함으로써 프리미엄 유통채널 내 국내차의 위상을 알리고 있다. 차 문화를 보급하고자 <제다 체험장>을 운영하고 있다. 처음에는 차 관련 학계나 업계에 있는 사람들을 대상으로 운영했으나 체험객들의 반응이 좋아 2007년부터 일반인과 외국인 관광객까지 대상을 넓혔다. 찻잎 따기부터 차꽃 따기, 녹차, 발효차, 떡차 만들기, 차 음식 만들기 등과 함께 다도문화를 함께 즐길 수 있도록 다채롭게 꾸몄다. 체험객은 유치원생부터 대학생, 주부에 이르기까지 다양하며, 특히 미국, 프랑스, 중국, 아랍에미리트 등에서 관광객이 방문해 한국의 차, 발효문화를 체험한 후 해외로까지 입소문을 내며 홍보대사 역할을 자처하고 있다. 2012년에는 사우디아라비아의 각료급 인사들이 방문한 뒤 자신의 자녀들을 체험에 참여시킨 일도 있었다. 보향다원의 연간 방문객은 약 12,000여명. 수익에 도움이 된다는 것도 좋지만 지역경제는 물론 국내 차 산업 활성화를 돕는다는 사명감이 크다. 단순한 체험이 아니라 우리나라 차문화를 국내외에 알리는 데 중요한 역할을 하고자 한다.



## 6차산업의 완성

5대째 이어온 가업을 천직으로 여기며 묵묵히 연구한 끝에 6차산업을 완성했다. 유기인증 발표차인 황금명차와 금 성분이 함유된 금차는 세계 시장에서도 인정 받는 명차다. 보향다원은 현재 면적 5만 6507㎡의 밭에서 재배한 유기농 녹차로 발효차 등의 가공품을 생산해 국내뿐만 아니라 해외 수출 중이며, 내외국인을 대상으로 제다체험장을 운영하고 있다. 지난해 거둔 매출액은 3억5400만원이다. 이런 성공의 요인을 다음과 같이 꼽는다.



### 최영기 대표가 말하는 6차산업 성공 노하우



#### 1차산업으로 시작하라

친환경 재배만이 생존비결이다

소비자들에게 신뢰를 주지 못한다면 성공할 수 없다.



#### 2차산업을 개발하라

고품질/차별화 전략을 위한 끊임없는 연구와 개발

외국 농산물과 경쟁하기 위해서는 고품질, 차별화 전략이 필요하다.



#### 3차산업을 창조하라

프리미엄에 특화된 유통채널을 확보하라

프리미엄 제품은 호텔 객실, 제다체험장으로 채널을 특화시켰다.

# 에덴식품

친환경 농법과 사랑 먹고 자란  
유자와 석류 있어요!



— 못생겨도  
맛과 영양은 최고를 자랑하는  
유자와 석류 이야기

— 송재철 대표  
전남 고흥군 두원면 예회리 783-2  
<http://www.edenfood.kr>  
061-834-1003

## where

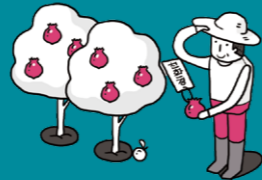
전국 유자 생산의 3분의 1을  
차지하는 전남 고흥에서



6차산업  
성공  
6하원칙

## who

1980년에 귀농한  
유자와 석류 농사꾼이



## when

가공시설의 HACCP 인증 및  
유기가공품 인증을  
받으면서 본격적으로



## why

농약을 쓰지 않는 친환경 농법으로  
재배한 과실은 짧은 기간 내에  
소비해야 하기 때문에  
가공품 생산을 구상하다가



## what

연 6천 명이 넘는 체험객들이 다녀가고,  
수출 등을 통해 20억 원의 매출을 올리며 승승장구 하고 있다



## how

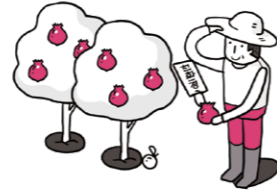
유자차, 유자분말, 크런치, 액기스 등 다양한 가공품을 만들어  
내고, 농장체험 및 잼 만들기, 과실 따기 등 체험 프로그램을  
운영하고 있다.



## 친환경 농법으로 유자와 석류를 재배

이미 친환경이란 말이 나오기 전부터 무농약 농법으로 유자와 석류를 재배해온 에덴식품은 유자와 석류의 생과 판매를 비롯해 HACCP 인증 및 유기가공품 인증을 받은 가공시설에서 잼, 과자, 농축액 등의 가공품을 생산한다. 더불어 농장 체험 프로그램으로 연간 6천 명의 체험객들을 맞이해 6차산업화를 진행하고 있다. 1·2·3차산업의 체계적인 운영으로 연 매출 20억 원을 올리고 있는 에덴식품을 만나보자.

### 1차산업으로 시작하라



“작고 못 생겼지만  
달고 건강해”

35년 전 건축업을 하던 나는 전남 고흥으로 귀농했다. 고흥은 전국 유자 생산의 39%를 담당하고 있을 만큼 대부분의 농가들이 유자를 재배한다. 그런 환경 덕분에 나도 귀농 후 유자 재배에 도전했다. 그런데 향간에 유자는 농약을 많이 친다는 헛소문이 돌면서 나를 비롯해 지역의 유자 농가가 어려움을 겪었다. 그러던 중 석류 재배에 도전하게 됐고, 현재는 유자와 석류 두 가지를 키우고 있다. 나는 모든 과실에 농약을 전혀 사용하지 않는 친환경 농법을 고집한다. 할미꽃이나 돼지감자, 은행잎을 이용해 해충을 퇴치하고 있다. 물론 그러다 보니 과실의 크기가 작고 못 생긴 것이 많다. 하지만 우리 몸에 좋은 것들을 그대로 담고 있어 그 맛과 영양만큼은 어디 내놓아도 손색이 없다. 또한 지역 농가와 계약재배를 함으로써 지역농가의 소득도 함께 높여가고 있다. 이를 통해 농업기반을 다져가며 6차산업을 실현하고 있다.

### 2차산업을 개발하라



“HACCP(식품안전관리인증기준) 인증 및  
유기가공품 인증 받은 명품 가공단계”

농약을 사용하지 않은 친환경 과실은 변질이 쉽게 될 수 있기 때문에 짧은 기간 내에 소비해야 한다. 그래서 생과로는 10~15%만 팔고, 나머지는 전량 가공에 사용한다. 에덴식품의 가공단계는 HACCP 인증 및 유기가공품 인증을 받았다. 원재료가 친환경 과실인 만큼 가공단계에서도 위생적으로 관리하기 위해서이다. 1년이 넘는 인증 준비 과정은 무척 힘들었다. 하지만 시스템이 자리를 잡고 난 후부터는 바이어들의 마음을 사는 최고의 자산이 됐다.

이렇게 온갖 애를 써서 독자 개발한 가공라인에서는 에덴식품의 친환경 유자와 석류로 유자차, 유자음료, 유자분말, 유자크런치, 석류농축액 등을 만들고 있다. 다양한 소비자를 겨냥하여 제품군을 다양화하였다. 그리고 첨가제를 넣지 않음으로써 순수한 원료의 맛을 그대로 느낄 수 있도록 하였다. 이는 '바른먹거리 자연이 준 소중한 먹거리를 슬로건으로 걸고 있는 나의 신념이 있기 때문이다. 또한 고흥의 석류 가공품을 미(美)산업화로 연계하여 지역전략산업의 활성화도 꾀하고자 한다.

### 3차산업을 창조하라



“소비자의 신뢰,  
3차산업의 시작이다”

에덴식품은 유자를 해외 레몬즙을 대체하는 수출 판로에도 박차를 가하고 있다. 유자·석류 따기, 유자차 만들기 등 유자와 석류를 활용한 다양한 체험 프로그램을 운영하고 있다. 단, 체험 프로그램에 참여하기 전에 제일 먼저 해야 할 것은 '에덴농장 체험'이다. 나는 원활한 6차산업을 위해서는 1차산업인 농산물이 굳건히 자리 잡아야 된다고 생각한다. 따라서 체험객들에게 우리 에덴농장을 직접 보여주고 친환경 유자와 석류를 어떤 노력과 정성으로 키우는지 느끼도록 돕는다. 그래서 믿고 먹을 수 있는 농산물과 가공품이라는 것을 확실히 알게 한다. 물론 나 역시 소비자의 신뢰를 얻기 위해서 유자와 석류의 재배부터 제품 가공과 체험까지 세세하게 관리한다. 가끔 냉장보관을 하지 않아 갈변될 수 있는데, 이런 컴플레인이 들어오면 내가 직접 나서서 가공 공정을 소개하고, 소비자를 이해시킨다. 이러한 소비자 최접점 서비스는 기업 마케팅의 시작이다. 6차산업 사업자로서 균질한 제품만큼 서비스에도 신중을 기하여야 한다.



## 6차산업의 완성

나는 30년간 농업에 종사하고 있다. 유자와 석류를 6차산업화하면서 연 20억 원의 매출을 올리고 있지만 내가 늘 느끼는 것은 아직도 배울 게 많다는 것이다. 이미 농사를 짓고 있거나 귀농을 한 사람들이 6차산업을 대하는 태도를 보면 안타까울 때가 많다. 나름대로 연구와 고심을 거듭했겠지만 하루아침에 가공공장을 세우고 체험을 진행하는 것이 위태로워 보인다. 1차산업은 실패해도 부분적으로 회복이 가능하다. 하지만 가공 혹은 체험단계에서 실패하면 상대적으로 다시 재기하기가 무척 어렵다. 막상 제품 개발과 체험시설을 만들었는데, 법적인 부분이나 판로 확보에서 막혀버린다면 사업이 뿌리째 흔들릴 수 있기 때문이다. 농업의 6차산업화는 분명 필요하다. 하지만 실행에 앞서 충분한 사전조사는 필수이다.



### 송재철 대표가 말하는 6차산업 성공 노하우



**1차산업으로 시작하라**  
제품에 소비자의 신뢰를  
사기 위한 모든 것을 더해라  
나는 유기농산물을 이용한  
무농약 유자와 석류를 재배한다.



**2차산업을 개발하라**  
가공품도 친환경으로,  
가공시설은 엄격한 위생관리로  
내가 독자 개발한 가공시설은 HACCP  
인증 및 유기가공품 인증을 받았다.



**3차산업을 창조하라**  
고객과의 접점에서  
브랜드 이미지가 결정된다  
소비자 최접점 서비스는  
기업 마케팅의 시작이다.

# 참샘골호박농원

명인이여,  
고객의 소리에 귀를 열어라!



농민 공동체 기업의  
선진 모델이 된 성공 이야기

최근명 대표

충청남도 서산시 대신읍 운산리 200-19

<http://www.camsemgol.com>

041-663-8180

## where

특별할 것 없는 농촌,  
충남 서산 화포마을에서



6차산업  
성공  
6하원칙

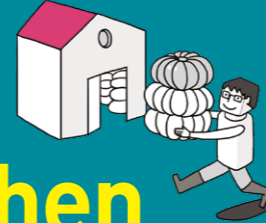
## who

낙농업, 느타리버섯 재배 등  
4번의 농사를 실패하고  
농촌생활을 접으려했던  
최근명 대표가



## when

수십 번의 수행착오 끝에  
1998년 늙은 호박  
장기저장법을 개발해



## how

농업인 1호로 홈페이지를 개설해  
호박을 판매하고 가공 생산한 호박즙으로  
시장의 큰 호응을 얻어 호박떡, 호박죽 만들기 체험농장까지  
운영하게 되었다.



## why

500원 짜리 멧돌호박이 여름철 도시에서  
2만원으로 꺽충 뛰는 것을 보고



## 고객의 불만사항을 오히려 성공의 열쇠로 바꾸자

고객의 불만은 선물이다? 흔히 제품에 대한 고객의 불만은 단순한 서비스 해결대상으로 취급하는 것이 일반적이다. 하물며 명인이 만든 제품이라고 하면 더더욱 그러하다. 이런 틀에서 벗어나 고객의 불만사항을 오히려 성공의 열쇠로 바꾼 곳이 있다. 바로 호박명인 최근명 대표가 운영하는 <서산 참샘골호박농원>이다.

1차산업으로 시작하라



“아니, 작년 가을에 개당 500원 하던 호박이 여름에는 2만원이라구요?”

너타리버섯을 재배하다 실패했다. 다시 서울로 올라가야겠다고 생각하고 우연히 가락시장에 들렀을 때였다. 농촌에서의 여러 번 사업 실패로 지칠 대로 지쳐 몸과 마음이 쇠약해 있었던 터라 호박죽이나 해먹을까 하고 가격을 물었다. 개당 2만원. 아니 지난 가을만 하더라도 장날 개당 500원에 내다 팔지 않았나? 보관이 어려워 늙은 호박이 해가 지나 여름이 되면 가격이 수십 배 된다는 설명이었다. 그 순간, 이거구나 싶었다. 그래, 한 번 해보자. 그 길로 서산 회포마을로 돌아와 호박 장기저장법 연구에 매달렸다. 어렸을 때 할머니가 사랑방 선반에 호박을 말리던 모습에 아이디어를 얻어 연구를 거듭, 결국 호박 장기저장법 개발에 성공했다. 이것으로 1998년 농림부 선정 신지식인으로 선정되는 영광을 누렸다. 맷돌호박과의 인연은 이렇게 시작되었다.



2차산업을 개발하라

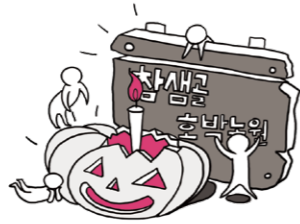


“왜 호박만 파세요?  
호박죽 같은 가공 상품도 팔아주세요!”

호박 장기저장법을 개발한 나는 바로 유통에 눈을 돌렸다. 2000년대 초반 다른 농가들보다 한발 앞서 홈페이지를 개설하여 온라인 직거래 시스템을 구축했다. 반응은 아주 좋았다. 도시민들에게는 경제적인 가격에 양품의 호박을 직접 구매할 수 있게 하고, 나는 판매처를 찾아 발품을 파는 시간과 비용을 단숨에 줄이게 되었다. 그렇게 호박명인으로 경력을 쌓아갈 때 쯤, 한 여고생에게 호박죽을 만들어달라는 제안을 받게 되었다. 단순히 저장법 개발에만 만족하고 있던 나는 이 제안에 크게 고무되었다. 결국 고객의 의견 하나가 새로운 세계를 열어준 계기가 되었다. 나는 즉시 고객의 아이디어를 적극 활용해 전문지식을 쌓는 것과 동시에 여러 식품전문가들에게 조언을 구했다. 그 결과 호박즙뿐만 아니라 호박죽, 호박소 달인 물 등의 가공품을 만들어내고, 간편한 것을 선호하는 고객의 요구에 맞춰 레토르트 공법으로 소포장 제품을 개발했다. 고객의 불만사항과 제안을 적극 수용하고 빠르게 변화하는 소비자들의 트렌드를 반영한 결과가 아닐까 싶다.



### 3차산업을 창조하라



### “아이들과 호박농장 체험을 해보고 싶은데요?”

나는 초창기부터 온라인 직거래를 시작했다. 소비자와의 유통단계를 없애 직거래하는 것이 농업인이 살길이라고 생각했다. 14년이 된 참샘골 쇼핑몰은 우수고객 회원만 2만 명에 이르고 모든 판매가 100% 온라인 직거래로만 이루어지고 있다. 특히 붓기를 제거하는 호박의 효능이 알려지면서 임신부들 사이에 크게 호응을 얻고 있다. 오랜 기간 동안 단골고객들과 소통하면서 진솔한 의견과 이야기들이 홈페이지를 통해 자연스럽게 흘러나왔다.

참샘골 홈페이지는 시간이 흐르면서 판매만 하는 곳이 아니라 소비자의 의견을 들을 수 있는 소통의 공간이 된 것이다. 농장 체험도 바로 이 홈페이지 게시판을 통해서 시작되었다. 아이들과 함께 호박농장 체험을 하고 싶다는 중년 남성의 요구를 바로 실행에 옮겼다. 호박농장 호박 캐기, 호박즙, 호박죽 만들기, 호박피자 만들기 등 다양한 체험과 숙박, 가공품 시음 이렇게 3차산업으로 확대하게 되었다. 체험비를 책정할 때는 합리적이고 타당한 가격으로 체험객들이 "지불의지"를 가질 수 있도록 해야한다. 이러한 나의 노력은 2013년 6차산업 경진대회에서 '대상'의 영광을 가져다주었다.



## 6차산업의 완성

이렇게 고객의 소리에 귀를 기울이고 아이디어를 얻어 적극 활용하고 연구한 결과, 참샘골호박농원은 자연스럽게 1차, 2차, 3차, 6차산업으로 확대될 수 있었다. 이 과정을 돌이켜 보면서 내가 내린 결론은 6차산업의 핵심은 2차산업, 즉 가공이라는 것이다. 가공이 원활하지 않으면 1차 생산품도 낮은 가격에 판매되기 때문에 부가가치가 떨어지게 된다. 마찬가지로 3차산업도 2차 가공품이 없으면 체험관광이 효과적으로 이루어지지 않는다. 따라서 1차와 3차를 연결고리 역할을 하는 2차 가공이 확실해야 6차 산업이 가능한 것이다. 또한 이 과정을 통해 지역 주민들과 함께 호박 체험마을을 조성해 지역경제 활성화에 기여하게 된 것이 가장 자랑스러운 성과이다.



### 최근명 대표가 말하는 6차산업 성공 노하우



#### 1차산업으로 시작하라

**기분에 충실하고**

**오직 끈기와 인내로 버텨라**

호박 장기저장법을 개발하기 위해 호박 수천 통을 버렸다. 연구 자체가 호박을 말리고 저장하는 과정이라 오랜 시간동안의 끈기와 인내가 필요하다.



#### 2차산업을 개발하라

**음식도 소통이 필요하다!**

나의 연구와 기술에만 집착하지 않고 고객의 소리에 귀를 기울여라. 내가 가진 틀을 버리고 고객과 적극적으로 소통하는 것. 이것이 바로 제품개발의 키포인트다.



#### 3차산업을 창조하라

**체험비는 합리적으로 책정하라**

먹거리 체험의 경우 체험객이 보기에 비싸다고 느끼지 않게 책정해야한다. 체험으로 수익을 남긴다기보다 홍보한다는 마인드를 가져야한다.

# 청도감와인주식회사

대통령 건배주로 선택된  
국내산 명품주



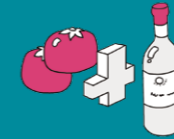
## what

1억5,000만원 상당의 감말랭이 10톤을 일본으로 수출한 데 이어  
5년간 100억원 어치의 감와인을 미국으로 수출키로 하는 등  
명품 와인 브랜드로 성장했다.



## when

2003년부터



## who

감의 가치를 본  
하상오 대표가



## how

지역 특산물이던 청도 감을 와인과 접목시켜  
세계 최초로 감 와인을 개발했으며, 아이스홍시 감말랭이  
감카스테라 등 다양한 가공제품을 개발하고  
와인터널 주변에 테마파크를 조성했다.



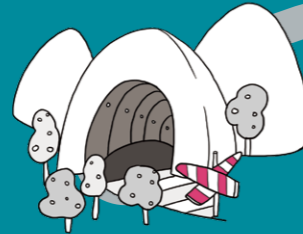
## why

감 재배 농가의 경쟁력 강화와  
안정적 수익 창출을 위해



## where

감의 고장 경상북도 청도에서



버려지는 감으로 명품 와인을  
만든 이야기

하상오 대표

경상북도 청도군 풍각면 봉기1길 27

<http://www.gamwine.com/>

054-371-1100

6차산업  
성공  
6하원칙



## 청도 감, 세계인이 즐겨 찾는 명품 와인으로 환골탈태하다

다른 지역에 비해 특별한 경쟁력이 없었던 청도 감. 대부분의 농가가 감을 재배하지만 타 지역에 비해 감의 품질 경쟁력이 떨어지고 작황에 따라 소득이 들쭉날쭉했다. 청도와인 하상오 대표는 청도 감을 활용한 다양한 가공품과 와인 개발로 청도 감을 세계적인 인기 상품으로 변화시켰다.



1차산업으로 시작하라

“씨 없는 홍시로 뭘 할 수 있을까?”  
 “한 철 장사 말고 다른 방법 없을까?”  
 “좀 더 안정적인 수익이 필요해.”

씨 없는 납작 감으로 유명한 청도 반시는 청도를 대표하는 특산물이다. 청도에서는 전체 농가의 절반이 넘는 6,000여 가구가 감을 재배한다. 단감을 제외하고 국내 뚝은 감 생산량의 30%로 전국에서 가장 많다. 씨가 없고 물기가 많아 홍시로 인기가. 하지만 꺾임 상품으로는 상주산 등에 비해 경쟁력이 떨어진다는 단점이 있다. 또 작황에 따라 소득이 들쭉날쭉할 수밖에 없다. 농가들은 좀 더 안정적인 수입을 위해 2차 가공품 개발이 필요했다. 이처럼 농산물이 갖고 있는 약점과 강점 모두 가공의 이유가 될 수 있다.

2차산업을 개발하라



“세계 최초, 감와인 개발  
 아이스 홍시, 감 말랭이 등으로 세계인의 입맛 공략”

나를 비롯한 8명이 농업회사법인 청도와인(주)을 설립, 감와인 개발에 박차를 가하고 마침내 2003년에 세계 최초로 감와인을 탄생시켰다. 1등급 감만 사용해 독특한 맛과 고급스러운 향을 지닌 감와인은 포도와의 장점을 두루 갖추고 있으며 특히 탄닌의 함량이 많아 몸에도 좋다. 우리 고장 감의 약점을 가공화해서 새로운 가치를 얻게 된 것이다. 감와인은 그 품질과 맛이 인정 받으며 2005년 부산 APEC 정상회의 만찬주로 선정되기도 했으며 2007년엔 반기문 UN사무총장이 미국 뉴욕에서 주최한 'KOREA, Sparkling in New York 2007' 행사에도 만찬주로 선정되기도 했다. 또 이명박 전 대통령과 박근혜 대통령의 취임식 만찬주에 차례로 선정되는 영광도 안았다. 감와인뿐 아니라 아이스홍시, 감말랭이, 감카스테라, 감와인 등도 국내·외 시장에 성공적으로 파고들었다. 2007년 1억5,000만원 상당의 감말랭이 10톤을 일본으로 수출한 데 이어 2008년에는 5년간 100억원 어치의 감와인을 미국으로 수출하기도 했다.

### 3차산업을 창조하라



### “버려진 터널을 와인 저장고로 청도의 명물이 된 와인터널”

감와인은 감으로 와인을 만든다는 재료의 특색도 있지만 100년 역사의 와인터널에서 숙성돼 맛과 향이 우수한 고품격 와인으로 평가받고 있다. 폐철도 터널을 빌려 저온 숙성고로 활용한 ‘와인터널’ 덕분이다. 유럽의 와인 동굴저장 방식에서 착안한 청도 와인터널은 1904년에 완공된 경부선 초기의 기차터널로 길이가 1000m가 넘는 대형 터널이다. 온도(15±1°C)와 습도(60~70%)가 일정해 와인 숙성고로서 천혜의 조건을 갖추고 있다. 나는 와인터널 주변을 테마파크로 조성해 음악회를 여는 등 관광 산업으로도 발전시켰다. 와인터널은 지난해 16만명의 국내외 관광객이 다녀가며 대구 근교의 대표적인 테마관광지로 부상하고 있다. 가공을 위한 시설로 활용이 제한 될 수 있던 것을 나는 관광상품화 하기로 했다. 6차산업은 “생각의 전환”으로 또 다른 부가가치가 창출될 수 있다.

## 6차산업의 완성

청도 반시가 평범한 홍시에서 그쳤으면 지금의 성공은 없었을 것이다. 지역 특산물을 좀 더 폭 넓게 활용하고자 하는 의지와 기발한 아이디어가 합쳐져 청도 감와인이라는 히트 상품을 만들 수 있었다. 또 가공품을 개발하고 폐철도 터널로 와인터널을 만드는 등 지속적인 개발과 새로운 시도가 있었기에 지역 경제 발전까지 견인하는 성공적인 6차산업이 완성될 수 있었다. 지역 특산품인 반시에 대한 다각적인 연구를 바탕으로 지역 농가 모두가 협업하여 이룬 성과라고 생각한다.



### 하상오 대표가 말하는 6차산업 성공 노하우



#### 1차산업으로 시작하라 지역 특산물에 대한 연구를 거듭하라

나는 청도 감의 특성을 공부하고 연구한 끝에 가장 잘 어울리는 가공품을 찾을 수 있었다.



#### 2차산업을 개발하라 틈새시장을 공략하라

감 와인, 감 말랭이, 감 카스테라 등 차별화된 가공품으로 틈새시장을 공략할 수 있었다.



#### 3차산업을 창조하라 아이디어를 적극 활용하라

관광명소가 된 와인터널은 버려진 폐철도를 활용한 것이었다. 테마 파크와 음악회 등 문화 콘텐츠를 활용하는 것도 좋다.

# 무릉도원영농조합법인

함께 가꿔 더 달콤한  
'햇살어린' 여름의 맛!



공동브랜드 '햇살어린 복숭아'로  
친환경 복숭아의 왕좌를 차지한 이야기

박영재 대표  
경상북도 의성군 금성면 하리길 181  
054-834-0761

6차산업  
성공  
6하원칙

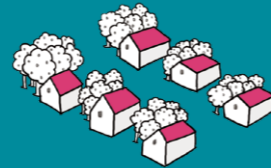
## where

활기찬 전원도시  
경북 의성군에서



## who

10개  
복숭아재배농가가 모여



## when

2007년  
친환경 복숭아를 납품하면서



## why

안정적 공급망 확보와  
시장교섭력 강화를 위해



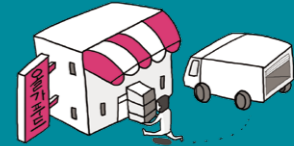
## what

우수한 품질의 복숭아 생산을 바탕으로  
브랜드 고급화 전략에 성공해 연간 11억 원의  
매출달성 신화를 기록하고 있으며,  
중국 시장 진출도 준비 중이다.



## how

의성군 10개 농가 연합브랜드 '햇살어린 복숭아'는  
복숭아 춘추전국시대를 평정하고 친환경농산물 유통업체  
올가푸드(주)에 안정적으로 납품하는 한편, 농촌진흥청의  
기술지원을 받아 복숭아 병조림과 말랭이, 음료 등 가공품을  
생산하고 있다. 또한, 한중 FTA를 발판으로 삼아 중국 소비자  
입맛 역시 사로잡을 계획이다.



## 무릉도원 대륙으로 가지를 뺏어 가다

무릉도원영농조합법인은 틈새시장 공략과 위기를 기회로 삼는 전략에 능하다.

흩어져 있던 의성군 복숭아 농가를 하나로 모아 복숭아 씨앗만큼 단단한 생산기반을 구축하고, 당도 높은 친환경 브랜드 '햇살어린 복숭아'를 선보였다. 여기에 한중 FTA를 기회로 삼아 12개 품종의 복숭아를 수출하기 위해 대륙으로 가지를 뺏고 있다.

### 1차산업으로 시작하라

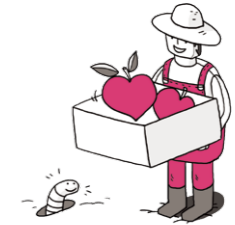


**"우리는 친환경, 고급화 전략으로 갑시다!"**

복숭아는 일교차가 크고 수확 철 강수량이 적어야 육질이 연하면서 당도가 높고 과즙이 많다. 경북 의성군 기후는 달콤한 복숭아 재배에 딱이다. 무릉도원영농조합법인은 지난 2007년 울가푸드(주)에 친환경 복숭아 납품을 목적으로 10개 농장이 모여 결성됐다. 우리는 다른 복숭아 농가와 차별성을 위해 친환경, 고급화를 전략으로 내세웠다.

철저한 재배관리로 탄생한 '햇살어린 복숭아'가 전국 최고수준의 브랜드로 입소문을 타자 환경농산물 유통업체들의 주문이 쇄도했다. 일반적으로 서울 가락시장에 출하한 지 보통 3년 정도는 지나야 전국 최고가격을 받는데 우리 브랜드는 출하 2개월 만에 최고가를 기록했다. 울가푸드(주)에 안정적으로 납품한 지도 벌써 8년째지만 우리는 아직 배가 고프다.

### 2차산업을 개발하라



**"말랑말랑 달콤한 여름의 맛을 일 년 내내 즐기게 하자!"**

그렇게 허기를 느끼고 있을 때, 농촌진흥청의 기술자금지원은 가뭄의 단비와도 같았다. 우리 조합은 2014년 6차산업 수익모델시범사업자로 선정되면서 2년 동안 복숭아 가공사업으로 영역을 넓힐 수 있었다. 단순히 고품질 복숭아를 생산·출하하던 기존의 1차산업 구조를 넘어 2차가공품으로 고부가가치를 창출할 수 있게 된 것이다. 여름 한 철 즐기던 제철 복숭아의 달콤한 과육과 과즙을 이제 일 년 내내 소비자에게 전달할 수 있게 됐다.

우리는 복숭아 병조림, 음료, 말랭이 세 가지 품목에만 집중해서 생산공정의 전문성을 확보하고 특화상품으로 성장시켰다. 복숭아처럼 가공품 역시 고급 브랜드 이미지를 강화하여 판효과를 높여가고 있다. 현재 무릉도원영농조합법인은 3,100㎡ 규모의 가공공장을 확보하고 있으며, 여기에 필요한 지역 인력을 고용해 지역경제 활성화에도 기여하고 있다.

### 3차산업을 창조하라



“언젠가 우리 농장에 요우커들이 복숭아 따기 체험을 오지 않을까?”

복숭아 출하기인 6월 말부터 10월 사이 우리 농장에는 ‘햇살어린 복숭아’의 달콤한 맛에 반한 사람들이 찾아온다. 직접 복숭아를 따고 잼을 만드는 체험행사에 참여하기 위해서다. 연간 300명 이상이 다녀갈 정도로 인기다. 체험행사는 그 자체로도 소득원이 되지만, 브랜드 홍보 차원에서 생각하면 마케팅 효과는 10배가 넘는다.

요즘 우리 조합은 중국시장 진출 준비로 바쁘다. 중국 북경지역 소비조사를 통해 고가·고품질 판매를 핵심 마케팅 방향으로 잡고 있다. 우리 농가의 복숭아 재배기술은 중국보다 10년 앞서 있다고 알려져 있기 때문에 한중 FTA는 우리에게 오히려 복숭아 수출의 기회라고 생각했다. 12개 품종의 복숭아를 재배하고 연중출하시스템을 구축해서 다양한 맛으로 중국 소비자들의 입맛을 확보하려고 한다. 언젠가 중국에서 ‘햇살어린’ 맛에 반한 요우커들이 우리 농장에 찾아와 복숭아 따기 체험행사에 참여할 날이 오지 않을까. 6차산업을 통해 우리 ‘햇살어린 복숭아’와 가공품이 전세계로 이름을 떨칠 수 있도록 더욱 노력할 것이다.



### 6차산업의 완성

무릉도원영농조합법인의 핵심 경쟁력은 안정적인 1차생산을 토대로 2차, 3차산업에 진출하는 것이다. 복숭아를 기반으로 하는 6차산업을 성공적으로 이끌어내기 위해서는 무엇보다 복숭아 자체의 품질이 우수해야 한다. 우리는 철저한 재배관리를 통해 브랜드의 친환경, 고급화 이미지 마케팅에 성공했고, 일반유통가격보다 월등하게 높은 금액에 판매하고 있다. 10개 농가에서 생산되는 ‘햇살어린 복숭아’는 연간 200톤을 판매해 11억 원 매출을 달성하고 있으며, 전문화된 가공시설 확보로 고부가가치 전략을 추진하고 있다. 지난 8년간 쌓은 노하우라면 우리 브랜드의 중국시장 진출도 문제없을 것이다.



#### 박영재 대표가 말하는 6차산업 성공 노하우



#### 1차산업으로 시작하라

농가 공동브랜드로 소비시장에 진출하라

‘햇살어린 복숭아’는 안정적 공급망 확보와 시장교섭력 강화에 이바지했다.



#### 2차산업을 개발하라

안정적인 1차 생산을 토대로 고품질 가공품을 생산하라

정부의 전문적인 컨설팅을 받아 특화된 복숭아 가공품을 선보이고 있다.



#### 3차산업을 창조하라

고급화된 브랜드로 해외시장에 눈을 돌려라.

한중 FTA를 발판삼아 체계적으로 중국 진출을 준비 중이다.

# 모후실에서 만난 차

녹차 맛은 거기서 거기다?

홈메이드 녹차,  
꽃차로 잊지 못할 향기를 전하다



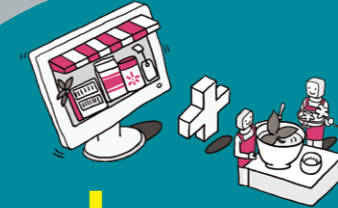
## what

녹차 잎을 생산해도 특별한 개성이 부족했던 후곡마을의 녹차를  
홈메이드 수제차, 꽃차로 개발해 마을에 활기를 불어넣고  
연소득 1억 5천 원의 강소농으로 성장했다.



## when

2010년 시작해 이듬해  
농업 비즈니스 모델 개발  
교육을 들으면서부터



## how

철저한 고객기호 분석과  
온라인쇼핑몰, 직거래 방식에  
녹차 잎 따기와 녹차 만들기 체험 프로그램까지 더했다.



## why

수입 녹차로 어려워진  
마을 위기를 극복하고  
새로운 전통차를 판매하고자

## who

아버지의 사업을 이어받기 위해  
순천으로 귀농한 김경자 대표가



6차산업  
성공  
6하원칙

평범한 녹차를 새로운 전통차로  
탄생시킨 성공 이야기

김경자 대표

전라남도 순천시 송광면 후곡안길 154

061-755-3557

## where

물 좋고 공기 좋은  
순천 후곡마을에서





## 새로운 전통차로 마을경제를 살려내었다

녹차가 '새로운' 전통차냐고 묻는다면, '새로움을 더한' 전통차라고 할 수 있다. 녹차 맛은 거기서 거기라는 일반적인 생각을 깨고 새로운 녹차와 꽃차 등 다양한 전통차를 개발해 연 소득 1억 5천 만 원 이상을 내고 있는 강소농을 소개한다. 수입 녹차와 판로 개척의 난점으로 위기에 처한 마을에 활기를 불어넣은 <모후실에서 만난 차(茶)>가 그 주인공이다.

### 1차산업으로 시작하라



### “녹차 앞의 상품가치를 어떻게 올리지?”

나는 지난 2010년도에 전남 순천의 후곡마을로 귀농했다. 아버지가 운영하던 차밭 1만 6500㎡와 제다시설을 이어받아 차(茶) 농사를 짓기 위해서였다. 인생에 느끼막이 새로운 도전장을 낸 것이다. 순천 송광면 후곡마을은 송광사를 지나 주암호를 가로지르는 신평교를 건너 굽이굽이 산길을 돌면 나타나는 모후산 아래 자리하고 있다. 깨끗한 공기와 오염되지 않은 토양을 갖추고 있어 잎녹차를 재배, 생산하기에 매우 적절한 입지다. 그러나 이러한 환경적 장점에도 불구하고 10ha 규모의 녹차를 생산하는 대표적인 단지였던 후곡마을이 늘어나는 수입 녹차와 소비감소로 마을 경제가 위축되고 있었다. 아버지의 사업을 이어받긴 했지만 후곡마을의 위기를 극복하고 요즘의 차 문화를 접목할 수 있는 아이디어가 필요했다.

### 2차산업을 개발하라



### “기호에 딱 맞는 홈메이드 수제차 세트 어떨까?”

우선 아버지가 하던 사업의 상호명을 '모후실에서 만난 차'로 바꾸고 2011년도에 전남농업기술원에서 시행한 농업 비즈니스 모델 개발 과정을 이수했다. 이 교육과정을 통해 생산한 녹차잎을 어떻게 하면 소비자 기호에 맞는 차별화된 제품으로 개발할 수 있을 지 본격적인 준비에 들어갔다. 어디에 내놔도 손색이 없는 후곡마을의 녹차 잎을 많은 사람들에게 알리고 상품가치를 높일 수 있는 방법을 찾아 나선 것이다. 이듬해인 2012년도에는 '삼색 공간(행사, 체험, 온라인)의 대(茶) 나눔 프로젝트'라는 판촉활동을 적극적으로 펼쳤다. 덕분에 강소농으로 선정되어 심화교육과 후속교육을 연이어 받고, 보름마다 한 번씩 실행보고서를 통해 구매고객 데이터를 분석했다.

철저한 고객기호 파악으로 소비자들이 골라 마실 수 있는 다양한 소포장 제품을 세트화시킨 '홈메이드 수제차'를 출시했다. 일반 녹차에 비해 종류별로 맛 볼 수 있는 배려와 고급스러움을 더했다. 또 각종 꽃을 활용한 꽃차를 개발해 전통차를 새롭게 하는 일에 주력했다. 포화된 녹차시장에서 살아남기 위해서이다. 소비트렌드를 읽고, 과감하게 도전해보는 정신도 필요했다.

### 3차산업을 창조하라



### “맛과 향은 물론 전통차 체험프로그램으로 힐링까지!”

홈메이드 수제차와 꽃차는 전통차의 새로움에 목말라 있던 일반고객은 물론 인근 마을 주민들에게까지 빠르게 입소문을 탔다. 2012년에 우수고객 100명을 확보했고, 생산량의 60%를 직거래로 판매했다. 덕분에 소득이 2011년 5000만 원에서 2014년에는 2배 성장한 1억 원으로 증가했다. 새롭게 선보이는 전통차를 직거래 방식으로 판매하는 데서 그친다면 차 문화에 대한 이해가 떨어질 것 같았다. 후곡마을은 2004년에 산촌생태체험마을로 지정되어 4채의 펜션과 녹차 제다시설을 보유하고 있다. 이를 적극 활용해 녹차 잎을 수확하는 체험과 제다 체험을 공유할 수 있는 '별이 빛나는 1박 2일' 프로그램을 진행했다. 온라인 쇼핑몰과 직거래, 다양한 판촉활동 그리고 체험프로그램까지 가세하니 매출은 지속적으로 올라갔다. 체험객들의 지속구매로 이어진 결과이기도 하다. 그동안 생산을 해도 사가는 곳이 없어 주춤했던 마을 주민들도 잎 녹차 판매량이 많아지자 생산량을 늘렸고 마을에도 활기가 돌기 시작했다. 앞으로도 후곡마을과 모후산의 향토자원을 지속적으로 개발하고 가치를 높여 마을 주민과 상생하는 전통차를 만들 계획이다. 더불어 영국의 티타임처럼 우리나라도 전통차를 쉽게 즐기고 나눌 수 있는 문화를 만드는 차 명인이 되고 싶은 바람이다.



## 6차산업의 완성

녹차 잎을 재배하기에 더없이 좋은 환경인 후곡마을의 장점을 적극 활용하여 익숙하게 알고 있는 녹차 맛에 개인의 기호와 취향을 결합한 홈메이드 수제차 세트, 다양한 꽃차를 개발했다. 커피산업으로 인해 차 문화의 저변이 넓어진 것은 분명하지만 우리 전통차에 대한 관심이나 이해도는 향상되지 못하고 있다는 점을 감안해 녹차 잎 수확 체험 프로그램과 제다 체험 프로그램을 접목시켰다. 후곡마을의 펜션과 모후산 계곡, 주암호의 풍경과 어우러진 녹차 밭 등의 향토자원은 차를 통해 힐링이 가능하다는 확신을 갖게 했다. 체험프로그램은 주민들과 상생할 수 있는 기회가 돼 위기였던 마을에 활기를 제공했고 연 소득 1억 5천만 원을 웃돌며 꾸준히 성장하고 있다.



### 김경자 대표가 말하는 6차산업 성공 노하우



#### 1차산업으로 시작하라

##### 향토자원에 눈떠라

녹차를 재배하기에 좋은 환경을 적극 활용하고 녹차 잎과 보리순, 꽃 등의 향토자원에 새롭게 접근했다.



#### 2차산업을 개발하라

##### 녹차에 홈메이드와 수제 콘셉트를 입히다

흔히 알고 있는 익숙한 녹차 맛에 '홈메이드'와 '수제'라는 콘셉트를 더해 개인의 취향이 들어간 녹차를 개발했다.



#### 3차산업을 창조하라

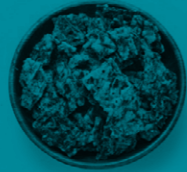
##### 영국의 티타임 같은 문화를 형성하라

소비자들이 녹차에 좀 더 친숙해질 수 있도록 수확과정을 직접 경험하거나 만들 수 있는 체험 프로그램을 운영 중이다.



# 금원산마을협동조합

부각과 튀각으로  
마을에 새로운 활력을~



손맛 좋은 아낙들의  
성공 이야기

6차산업  
성공  
6하원칙

우지호 대표

경상남도 거창군 위천면 서원길 13-13

www.gwsan.com

055-943-9430

## where

경남 거창군의 서북쪽에  
위치하고 있는 위천면에서



## who

한살림 실무자로 오랜 시간  
일하면서 농촌 문제에 대해  
고민하던 우지호 대표가



## when

2011년  
협동조합 형태의  
금원산마을  
영농조합법인을  
설립하여



## why

지역 주민이 함께 일할 수 있는  
일터를 만들기 위해



## what

지역상생형 6차산업화를 추진하여  
마을 수입원을 확보하고  
부녀회원들을 고용해 노령 여성인력 고용 창출에 기여하고  
마을 공동체 중심의 경영 및 이익을 배분하고  
연매출 3억 원 이상을 기록하는 튼실한 기업으로 성장했다.



## how

친환경 인증 농수산물을 계약 재배하고  
부각과 튀각을 만들어 반찬 및 영양간식으로 인기를 얻고  
차류, 건조과일류까지 가공·포장·생산하고  
온라인 및 오프라인의 유기농 전문 매장에 납품했다.



## 부각으로 마을 일터를 꾸려간다

옛날부터 집집마다 손수 만들어 먹던 부각이 마을의 주요 수입원으로서 효자 역할을 제대로 하고 있다. 친환경 원재료와 전통방식으로 맛과 건강을 추구하는 것은 물론, 튀각, 말랭이, 차 등 다양한 제품을 개발 생산하여 믿을 수 있는 웰빙기업으로 성장하고 있는 6차산업의 성공모델이 된 기업은 바로 '금원산마을협동조합'이다.

### 1차산업으로 시작하라



“부각이나 튀각이 일거리가 되나보네?”

금원산 마을은 신라시대부터 고려시대까지 불교문화가 왕성하게 발달하였으며 사대부가 크게 자리 잡고 있던 지역으로 부각이 자연스럽게 발전하였다. 그래서 마을의 숨씨 좋은 어머니들과 함께 부각을 만들면 지역의 일자리 창출도 되고 공동체 문화도 형성되고 여러모로 좋겠다는 생각을 했다.

그런데 부각은 원재료를 그대로 튀겨낸 것이기 때문에 원재료의 품질이 가장 중요하다. 그래서 생산자 및 생산방식이 관리 가능한 계약 재배를 통해 농산물을 수급하고 원산지 증명과 유기인증이 증명 가능한 국내 친환경 농산물만 사용해 원재료 품질 보증을 하고 있다. 시중에서 판매하는 재료를 사용하면 누가 어떻게 생산했는지 알 수가 없고 품질 관리가 어렵기 때문이다. 예를 들어 고추는 무농약 재배, 지주식 무염산 김, 방사능 검사를 마친 국내산 다시마 등을 사용한다. 이런 철저함은 가공품에 대한 소비자 신뢰로 이어진다.

### 2차산업을 개발하라



“손이 많이 가고, 재료가 비싸도 OK!  
내 가족이 먹는다는 마음으로 건강한 재료로 깨끗하게”

금원산마을은 옛날 방식 그대로 부각을 만든다. 원재료를 직접 하나하나 손질하고 일일이 솔로 찹쌀풀을 발라 말린 후 2개월 정도 숙성한다. 일반적으로 부각을 만들 때 숙성 과정을 거치는 경우가 많지 않지만, 숙성하는 과정에서 전분이 다 빠져야 바삭하게 튀겨지고 맛도 좋아지기 때문이다.

다시마튀각은 다시마 표면을 세척한 후 말리는 과정을 추가했다. 그래서 금원산마을 다시마튀각은 시중 다시마튀각에 비해 훨씬 덜 짜고 다시마의 참맛을 느낄 수 있다. 부각과 튀각을 튀길 때 사용하는 기름도 원재료만큼이나 중요하다. 사실 부각은 기름을 먹으려고 만든 음식이라 해도 과언이 아니기 때문이다. 또한 GMO 우려가 없는 현미유와 유기농 원당 사용, 화학첨가물 무첨가 등 친환경 재료만을 사용하도록 품질을 관리하고 있다. 또한 가내수공업과 자동화 시스템을 조화시켜 제조공정을 안정화하는 데 성공했다. 금원산마을은 부각과 튀각 외에도 우영차, 비트차, 연근차 등을 함께 생산하고 있다.

### 3차산업을 창조하라



“유기농 식품을 선호하는 타깃을 공략하기에 앞서 신뢰는 기본”

나는 농촌이 살아나려면 돈이 풍족해지는 것보다 함께 하는 문화를 살려내는 것이 더 중요하다고 생각했다. 그래서 지역 주민이 함께 부대끼며 일할 수 있는 일터, 함께 일하며 소통하고 주체적으로 일할 수 있는 일자리를 위해 금원산마을을 영농조합법인으로 운영하다가 협동조합으로 전환했다. 처음엔 어머니들이 협동조합의 운영 방식을 어색해했지만 이제는 스스로 공정 계획도 세우고 신제품 제안도 하는 등 금원산마을 협동조합의 주인이라는 인식을 하고 있다. 제조 및 판매에도 주체적으로 참여하고 있어 3차산업으로까지 확장하는 데 별 어려움이 없었다.

또한 유기인증 원재료와 친환경 가공과정을 통해 믿고 먹을 수 있는 친환경 웰빙 식품으로 신뢰를 쌓은 덕분에 판로도 넓어졌다. 행복중심생협, 한살림, 현대백화점 명인명촌관, 두레생협 등 유기농 전문 매장에도 납품하고 있으며 전통식품 매장에도 유통되고 있다. 유기농을 선호하는 소비자들로부터 반찬거리 및 영양간식으로 인기를 얻고 있기 때문에 매출은 갈수록 증가하고 있는 추세다.



### 6차산업의 완성

부각이나 튀각 등은 원재료를 그대로 사용하기 때문에 무엇보다 품질이 중요하다. 그래서 생산자 및 생산방식이 관리 가능한 계약 재배를 통해 농산물을 수급하고 원산지 및 유기인증이 증명 가능한 국내 친환경 농산물만 사용했다. 또한 원재료 본연의 맛을 살리는 전통 가공법을 활용하고, 슬로푸드의 미학을 살린 건조 숙성과정을 고수했다. 친환경 먹거리만을 사용한 생산 품질관리와 자동화 시스템을 접목해 대량 생산을 구현했다. 이를 통해 직원수도 2013년 5명에서 현재 12명으로 늘어나 일자리 창출과 지역활성화에 기여했다. 또한 친환경 웰빙식품으로 유기농 전문매장을 통해 소비자를 공략한 결과 연매출 3억 원 이상의 고수익을 얻을 수 있었다.



우지호 대표가 말하는 6차산업 성공 노하우



#### 1차산업으로 시작하라

믿고 먹을 수 있는 원재료를 확보하라

식품은 우선적으로 믿고 먹을 수 있어야 한다. 유기농 식품에 대한 소비자들의 관심이 뜨거운 것을 감안해 계약 재배를 함으로써 친환경 원재료를 확보할 수 있었다.



#### 2차산업을 개발하라

손이 많이 가더라도 정확하게

제대로 만들기 위해 옛날 방식 그대로 2개월의 숙성과정을 거치는가 하면 다시마 표면을 일일이 세척하고, 현미유와 유기농 원당을 사용하고, 친환경 재료만을 고수했다.



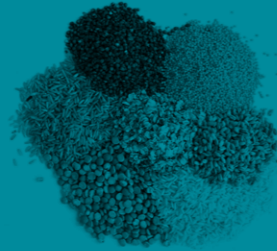
#### 3차산업을 창조하라

제품에 맞는 타깃을 공략하라

친환경 웰빙 식품이라는 신뢰를 바탕으로 유기농 전문 매장과 전통식품 매장으로 유통 판매함으로써 유기농 제품을 선호하는 소비자들 쉽게 구매할 수 있도록 하였다.

# 진안마을 주식회사

## 로컬푸드 유통의 거점



농민 공동체 기업의  
선진 모델이 된 성공 이야기

강주현 대표

전라북도 진안군 진안읍 단양리 781  
063-433-9100

6차산업  
성공  
6하원칙

## who

진안마을 주식회사  
강주현 대표가



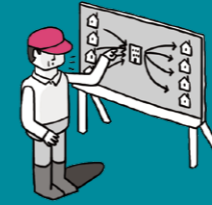
## where

전북 진안군 진안읍 단양리에서



## what

지역상생형 6차산업화를 추진하여 농민에게 안정된 소득을 보장하고  
지역민에게 일자리를 제공하고  
소비자에게 건강한 먹을거리를 제공하고  
농민 공동체 회사의 선진 모델로 자리잡아가고 있다.



## when

2011년 농민들이  
주주로 참여한  
진안마을 주식회사를  
설립하여



## how

진안군 내 학교에 친환경 식재료를 공급하고  
진안마을의 로컬푸드 브랜드와 상품을 개발하고  
진안의 친환경 농축산물로 꾸러미배달 상품을 만들었으며  
로컬푸드 직매장과 한식당을 열어 유통을 활성화했다.



## why

작은 농가들까지도 함께 수익을  
창출할 수 있는 구조를 만들기 위해

## 작은 농가는 농사만 짓는다?

로컬푸드 사업 등을 통해 마을의 소농과 가족농을 보호하기 위해 진안군의 21개 마을과 11개 단체, 농업인 68명 등이 공동출자하여 2011년 농업회사법인으로 설립한 기업이 화제가 되고 있다. 지역에서 생산한 농산물을 전량 가공, 판매하자는 지산지공 운동을 통해 6차산업의 성공모델이 된 기업은 바로 '진안마을 주식회사'이다.

### 1차산업으로 시작하라

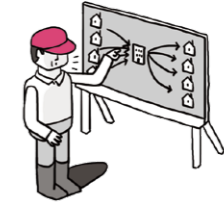


**“우리 지역 농산물은 우리가 직접 소비하고 가공하고 판매한다”**

사실 진안마을 주식회사가 설립되기 10년전인 2001년부터 나는 진안군 마을 만들기 사업을 진행해 왔다. 그 이유는 오로지 하나, 영세한 농가들이 안정적으로 수익을 창출할 수 있도록 하기 위해서였다. 실제로 다품종 소량생산 체제로 지역 자투리 틈새농업을 특화함으로써 소농, 노령농, 가족농 등 저소득, 소규모 농가의 소득을 올리고 마을 단위 공동체 사업을 활성화시켜 일자리를 창출할 수 있었다. 진안마을 주식회사는 진안군 관내의 다양한 농산물을 마을 주민과 계약재배를 통해 수급하고, 연중 공급이 가능하도록 농가를 조직화하였다. 진안마을 주식회사의 주요 사업 가운데 하나는 진안 지역 내 학교 급식에 사용될 친환경 식자재를 공급하는 일이다. 또한 로컬푸드 플랫폼, 농산물 꾸러미 배달 사업을 통해 진안의 농산물이 밥상까지 이동하는 물리적 거리를 줄이고, 생산자와 소비자의 사회적 거리를 좁힘으로써 '식품 안전'과 '가격 안정'을 보장받고 있다.



### 2차산업을 개발하라



**“농산물에 대해 누구보다 잘 아는 농민이 가공까지 해야 한다”**

진안마을 주식회사는 '농산물 가공분야'에 가장 큰 힘을 쏟고 있다. 나는 농민의 가장 중요한 능력이자 권리 가운데 하나가 바로 농산물 가공이라고 생각한다. 앞으로 농촌이 잘 살기 위해서는 농산물 생산에 그쳐서는 안 된다. 부가가치와 소득을 높일 수 있는 2차 농산물 가공사업까지 챙겨야 한다.

이에 따라 산나물, 잡곡 등 독자 브랜드 상품을 개발하는 데 앞장섰다. '진안고원 잡곡+나물 선물세트'에는 향암초로 알려진 신이 내린 곡물 아마란스를 비롯해 장염, 위염, 관절염 등에 좋은 친환경울무와 무농약 울무·현미·흑미·찰수수 등을 섞은 혼합잡곡이 있다. 또 진안마을 산과 들에서 채취한 자연산 고사리, 장염·위염·관절염에 좋은 망초 등 산야초가 담겨 있다. 이처럼 직접 생산한 농산물을 원료로 농민 가공을 활성화시켜 농가의 부가수익을 창출하기 위해 노력하고 있다. 그리고 판매 수익금에 대해서는 판매금액의 85% 이상을 농가에 환원하는 것을 원칙으로 삼고 있다. 가공이 농가소득으로 직결될 수 있도록 하기 위해서이다.



### 3차산업을 창조하라



**“누이 좋고 매부 좋고!  
직거래로 생산자와 소비자 모두가 만족!”**

북부 마이산 관광단지 내의 농촌테마공원에는 로컬푸드 한식당, 직매장, 잡곡가공장, 농가공장, 발효 체험장 등 6차 산업화 사업을 진행하고 있다. 직매장에서는 제철 나물들과 각종 식재료, 다양한 가공식품까지 고루 만나볼 수 있는데, 로컬푸드 플랫폼인 만큼 진안의 농축산물을 90% 이상 취급하고 있다. 모든 제품은 생산과 유통단계에서 안전성 검사를 실시해 식품안전성을 강화하고 있다. 또한 직매장에서 상품을 판매할 경우 농가에서 직접 참여하는 것을 기본으로 한다. 생산 농가가 직접 판매 가격을 결정하고 포장과 진열을 손수 진행할 수 있는 설비도 마련되어 있다. 진안마을 한식당에서는 진안에서 생산되는 식재료를 90% 이상 사용하는 것은 물론, 철저한 생산자 이력제 관리로 안전하고 믿을 수 있는 먹을거리를 제공하고 있다. 이처럼 지역농민이 주도적으로 참여함으로써 주인의식과 적극성을 갖게 되었으며 그로 발생하는 수익은 농가에 그 이익이 환원되도록 했고, 이를 통해 지역경제가 활성화되는 선순환 구조를 이루는 셈이다. 앞으로도 진안군이라서 잘 할 수 있는, 경쟁력과 사업성을 더 확보할 수 있는 ‘진안스러운’ 지역 특화 상품을 기획하고 연구하는 데 힘을 쏟을 계획이다.



## 6차산업의 완성

농민이 잘 살아야 마을이 발전하고 마을이 발전해야 지역 경제가 활성화된다 고 생각한다. 그래서 지역 농민의 적극적인 참여를 이끌어내고 농가에 그 이익이 환원되도록 했고, 이를 통해 지역경제가 활성화되는 선순환 구조를 이루도록 했다. 이를 위해 농산물 꾸러미 배달 사업을 시작했고, 학교급식 지원센터로서 진안군 전 학교에 친환경 급식 재료를 공급하고 있다. 농민들과 산나물, 잡곡 등 독자브랜드 상품도 개발했다. 북부 마이산 관광단지 내의 농촌테마공원에는 로컬푸드 식당, 직매장, 잡곡가공장, 농가공장, 발효 체험장 등의 6차 산업화 사업을 진행하고 있다. 지역민이 주인인 진안마을 주식회사는 수익금을 농민과 지역에 환원하기 위해 노력하고 있다.



강주현 대표가 말하는 6차산업 성공 노하우



**1차산업으로 시작하라**  
지역 농민들의 안정적인  
수익을 확보하라

농민들이 마음 놓고 우수한 품질의 농산물을 생산할 수 있도록 진안군 전 학교에 급식 재료를 납품하도록 하는 등 농산물 생산으로 안정적인 수익을 보장받을 수 있도록 했다.



**2차산업을 개발하라**  
농민들이 주체가 된  
부가수익을 창출하라

독자적인 브랜드를 개발에 있어서 농민들의 아이디어와 의견을 적극 반영한다. 또한 농가에서 직접 판매가격 및 포장과 진열을 손수 진행하여 운영될 수 있도록 한다.



**3차산업을 창조하라**  
직거래, 체험 등을 통해  
소비자와의 거리를 좁혀라

마을 농산물을 기반으로 한 로컬푸드 직매장, 한식당 등의 운영을 통해 생산자와 소비자의 거리를 좁힘으로써 서로가 상생하는 구조를 만들어야 한다.



# 신호생활개선회

100% 곶줍 과즐,  
제주과자의 대명사로 탄생하기까지



감귤 농사 짓는 여성농업인들의  
6차산업 성공 이야기

현무순 대표  
제주특별자치도 서귀포시 신호로 7  
064-733-2268

## where

제주 서귀포시 신호동에서



6차산업  
성공  
6하원칙

## who

현무순 감귤과즐 영농법인  
대표를 비롯해 감귤농사를 짓는  
여성농업인 15명이 뭉치면서



## when

마을에서 이어져 온  
전통비법과 서귀포농업기술센터의  
기술지원을 받아  
2009년 10월부터 본격적으로



## how

감귤 농장을 기반으로 100% 감귤즙으로만 반죽해 튀긴 과자에  
쌀 튀밥을 묻혀 만든 <곶향과즐>을 만들고  
다양한 판로를 개척하고 있을 뿐만 아니라 소비자들을 대상으로  
과즐 만들기 체험 프로그램을 운영하고 있다.



## why

크기가 너무 크거나 작아서 비상품으로 분류되는 곶을  
처리하는 데 어려움을 겪고 있는 점에 착안,  
이마를 맞대고 비상품 감귤을 이용해  
뭐라도 만들어 보자는 데 의견을 모았다.



## what

감귤과즐의 성공으로 인한 가장 큰 성과는 애초의 목적인  
비상품 감귤의 처리 걱정을 완벽히 덜었다는 점이다. 성공은 매출로  
이어져 2015년 현재 연매출 7~8억 원을 내다보고 있다.



## 제주를 대표하는 '제주과자'

제주지역 농업이 거듭 진화하고 있다. 신호생활개선회에서 만들어 판매하고 있는 '신호 곶향과즐'은 전국적으로도 맛이 좋기로 유명해 제주를 대표하는 '제주과자'로 자리매김했다. 신호생활개선회는 제주도의 대표적인 과즐생산업체 가운데 한 곳이다. 상품성이 떨어진다고 꿀맛 같은 감귤이 버려지는 것을 보고 활용할 아이템을 찾다가 개발한 것이 곶향과즐이다. 2009년, 6평도 채 안 되는 좁은 공간에서 시작했지만 현재는 연 매출 8억 원의 기업으로 성장했다.

1차산업으로 시작하라



**“크기가 너무 크거나 작은 것은 골라내야 해요  
상품성이 떨어져서 안 팔리거든요”**  
**“뭐라도 해보아야지 이렇게 꿀맛 같은 감귤을  
아까워서 어떻게 버려”**

감귤은 크기가 너무 작거나 너무 크면 상품성이 떨어져 비상품으로 분류된다. 감귤로 과즐 만들기에 뛰어든 건 2009년 11월 '베스트마을 만들기'가 계기가 되었다. 당시 신호생활개선회 회원들이 '일감 갖기 사업'으로 15명이 뜻을 모아 시작한 것이다. 당시 회원들은 신호동에서 감귤 농사를 짓는 여성 농사꾼들이었다. 감귤 농사를 짓는 사람들에게겐 비상품으로 분류된 귤을 처리하는 것도 곤역이었다. 그래서 차라리 이 귤들을 이용해 뭐라도 해보자는 데 뜻을 모은 것이다. 회원들이 직접 생산한 귤이니 당도에 대한 자신감이 있었다. 제일 맛있는 귤로 가공하여 가공품의 품질도 보장한다.

2차산업을 개발하라



**“제주 감귤, 전통한과로 거듭나다  
100% 감귤즙이다”**

과즐을 만들기로 의견을 모으긴 했지만 레시피는 막연했다. 두 달 동안 밤낮으로 실험을 거듭한 끝에 드디어 레시피를 확정지었다. 물 대신 100% 곶즙으로만 밀가루 반죽을 했다. 그리고 180도의 튀김온도를 준수해야 제대로 된 맛이 난다는 것도 확인했다. 이렇게 완성된 레시피가 밀가루 37%, 감귤즙 30%, 물엿 10%, 설탕 10%, 쌀튀밥 12.8%, 소금 0.2%이다. 곶과즐은 회원들이 직접 생산한 곶과 신호동 주민들이 생산한 가장 맛있는 곶을 구매해서 쓰고 있다. 동네 어르신들을 모셔 곶껍질을 까게 하고, 젊은 부녀자들에게는 곶을 갈고 끓이고 진공 포장하도록 하면서 마을일자리 창출에도 도움이 되고 있다.

이렇게 만든 곶과즐은 저온저장실에 저장해두고 쓰고 있다. 처음에는 6평도 채 안 되는 좁은 공간에서 일을 했지만 현재는 회원들의 출자로 넓은 공간에서 일을 할 수 있게 되었다. 과즐이라는 전통적인 과자를 지역 특산물인 곶과 결합하여 소비시장에서 호응을 얻게된 것은 6차산업의 융복합 궤도의 연장선이라 볼 수 있다.

### 3차산업을 창조하라



“직접 과즙을 머리에 이고 거리로, 어부지리로 얻은 입소문 마케팅”

만들어 놓고 보니 판로가 막막했다. 처음엔 굴 아까운 생각에 활용해야겠다는 욕심으로 제품 개발에 나섰지만 제품을 판매하는 것은 또 다른 문제였다. 처음엔 회원들이 직접 과즙을 머리에 이고 길거리로 나섰다. 장이 서는 곳마다 찾아다녔고 올레 코스마다 나가서 상인들을 만나면 ‘팔아달라’고 부탁을 했고, 올레길 여행자를 만나면 ‘일단 먹어보고 맛있으면 하나 사 달라’고 했다.

지금 생각해보면 그리 세련된 방법은 아니었다. 하지만 직접 농사지는 감귤로만 만든 감귤즙으로 반죽했고 신호생활개선회 회원들이 독자적으로 개발한 과즙이라는 스토리를 듣고 소비자들도 조금씩 관심을 보였다. 신호 곶향과즙이 맛있다는 입소문은 그렇게 나기 시작했다. 제주를 방문한 올레꾼들이 올레길을 걷다 주전부리로 과즙을 즐기면서, 전국적으로 명성이 퍼져나갔다. 제주도를 많이 찾는 중국인 관광객들에게 입소문이 나면서 중국 수출의 길도 열렸다.

### 6차산업의 완성

지역에서 생산하는 감귤을 활용해 전통한과인 과즙을 생산, 일자리 창출은 물론 주민소득으로 이어지면서 성공적인 마을 만들기 사례로 손꼽히게 되었다. 특히 과즙의 수요가 높아지자 지역주민들은 감귤 수확철 외에도 연중 과즙 생산에 나서면서 새로운 일터를 얻게 된 것이다. 무엇보다 지역의 감귤을 소재로 부가가치 높은 가공식품을 생산하고 있다는 점에서 지역경제 활성화에 기여하고 있다는 자부심이 대단하다. 또한 과즙 판매에서 나온 수익금 일부를 소외계층 어르신들에 전달하며 나눔을 실천하고 있다.



#### 현무순 대표가 말하는 6차산업 성공 노하우



#### 1차산업으로 시작하라

제일 맛있는  
감귤만 사용하라

비상품으로 분류되었다고  
맛까지 떨어져서는 안된다.  
회원들과 지역 농민들이 생산한  
당도 높은 감귤만을 사용했다.



#### 2차산업을 개발하라

표준화된  
레시피를 만들어라

두 달 밤낮으로 실험을 거듭해  
지금의 과즙맛이 탄생했다.  
맛의 비결은 튀김의 온도,  
반죽의 비율 등에서 나온다.



#### 3차산업을 창조하라

입소문 마케팅으로  
승부하라

곶향과즙은 맛으로 입소문에  
날개가 달리면서 제주도를 벗어나  
육지로도 번져갔고 중국에까지  
수출길이 열렸다.

# 바람햇살영농조합

하하하~  
대추나무 희망 걸렸네!



대추를 농사지어 대추즙을 만들고  
대추파티까지 하는 대추 농사꾼 이야기

박도한 대표

경상북도 경산시 압량면 강서리 185-16번지  
<http://www.brhsfarm.com>  
053-802-5800

## where

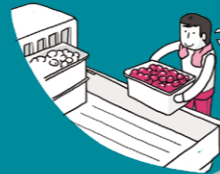
바람과 햇살 잘 드는  
경북 경산에서



6차산업  
성공  
6하원칙

## who

선친으로부터 물려받은 30년 된  
과수원을 대추농장으로 변모시킨  
젊은 농사꾼이



## when

2009년부터 차근차근



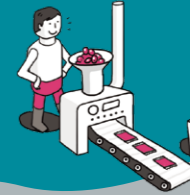
## why

1년 농사지은 자식 같은 대추가  
2분 만에 경매상에게 헐값으로 매겨지는 것에  
회의를 느껴



## what

연간 1천8백 명 정도의 방문객이 다녀갔으며 체험 활동 및  
대추 판매로 얻은 부가가치가 연 2억을 넘는다. 또 지역의 농업인 교육생  
및 방문객들에게 자신의 노하우를 알려 농촌에 대한 관심을 높이고 있다.



## how

친환경 농법으로 맛이 달고 과육이 많은 대추를 생산하고  
열과는 대추즙으로 가공해 온라인으로 직접 판매하고 있다.  
또 대추 파티, 대추 따기 체험 등을 진행해 방문객들이 찾을  
수밖에 없을 정도로 즐겁고 적극적인 마케팅을 벌이고 있다.



## 농촌이 더욱 잘 살 수 있는 길을 끊임없이 연구

바람햇살영농조합 박도한 대표는 20가구 되는 조합에서 약 30톤 정도의 대추를 생산해, 생대추 판매와 함께 건대추·진액 가공 및 직거래로 수익의 소득을 올리고 있다. 또 대추 팸파티를 개최하고 한옥 체험관을 운영 중이며, 전통가옥을 민박으로 고쳐 가족단위 체험객을 유치하고 있다. 농촌이 더욱 잘 살 수 있는 길을 끊임없이 연구하고 노력하는 바람햇살영농조합을 소개한다.

### 1차산업으로 시작하라



**“1년 동안 땀 흘려 키운 대추가 2분만에 헐값에 팔려가다니...”**

나는 선친이 30년 넘게 가꿔온 과수원을 물려받아 친환경 농법으로 지금의 대추농장을 일궈냈다. 바람햇살농장은 바람과 햇살이 잘 들어 맛이 달고 과육이 풍부한 대추가 열린다. 농장은 약 4천 평 가량으로 복조(재래종 대추)와 사과대추를 생산하고 있다. 20가구 조합이 합쳐 약 30톤 정도를 수확하는데, 그중 20%가 우리 농장에서 나온다. 시기에 맞춰 상품성이 높은 대추는 생매품으로 판매하고 남은 대추는 건조하거나 즙을 만들어 판매하고 있다. 나는 애초부터 6차산업을 생각하고 있었다. 1년 동안 열심히 농사지은 대추가 2분 만에 경매상에 의해 헐값으로 매겨지는 것에 심한 화의를 느꼈기 때문이다. 농산물이 제 값을 받을 수 있도록 내가 스스로 내 농산물의 가치를 올려 보자라는 생각을 했던 것이다.

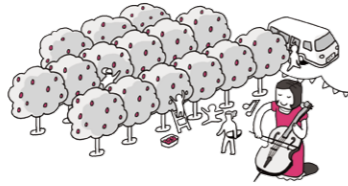
### 2차산업을 개발하라



**“배워야 산다”**

가공기술을 익히느라 대추를 50상자는 버렸던 것 같다. 대추라는 과실 특성상 수확하면서 상품성이 떨어지는 열과가 나온다. 맛의 차이가 아니라 대추 외양에 상처가 있어 보기에 안 좋다는 이유다. 나는 이러한 열과를 상품으로 재탄생시키기 위해 대추즙을 개발했다. 그 당시는 정부의 6차산업 정책이 본격 추진 전이라 혼자 가공기술을 익히는 과정은 어려움의 연속이었다. 전문기관에 컨설팅이라도 한번 받으려면 수천만 원을 요구했고, 결국 직접 발로 뛰며 스스로 배워나갈 수밖에 없었다. 경산에서 대추즙을 OEM 방식으로 생산하겠다고 하자 주위 사람들은 무척 걱정스러워 했다. 하지만 첫째 생산한 대추즙을 전량 팔아냈고 이제는 다른 농가들도 대추즙 생산에 뛰어들고 있다. 대추즙에 경우 가공하기 위해서는 까다로운 식품허가와 시설이 구비돼야 하는데, 경산 지역에서는 바람햇살농장을 포함해 단 2곳밖에 없다. 이제 우리 농장 내에 세척과 선별, 건조, 진액 생산, 포장까지 2차 가공에 필요한 모든 시설이 완비돼 있으며, 우리 농장 외에도 15~20농가가 이 가공시설을 이용해 대추즙을 뽑아내고 있다.

### 3차산업을 창조하라



**“가격은 유통 능력으로 결정된다”**

농업인 스스로가 가격을 결정하려면 유통 능력이 있어야 한다. 바로 그 대안이 온라인을 통한 유통망 확보였다. 이를 위해 농업기술센터에서 온라인 매체 운영 강좌를 들었고, 현재 아내가 블로그를 직접 운영하며 홍보 및 판매 주체로 활동하고 있다. 직거래를 시작하고 나서 매출은 4~5배 정도 올랐으며, 지금도 매년 만족할 만한 성장을 이루고 있다.

바람햇살농장에서는 대추 따기와 대추 가공 체험 그리고 음악 공연이 펼쳐지는 팸파티를 운영하고 있다. 처음에는 지역 대학인 영남대 음대 학생들이 도움을 주었는데, 반응이 너무 좋아 <라임 퓨전 국악팀>이라는 전문 공연팀을 초빙해 정기적으로 공연을 진행한다. 앞으로는 가공 체험 시설을 확대하고, 대추로 특화시킨 음식을 다양하게 개발해 방문객 유치에 박차를 가할 예정이다.

내가 처음 6차산업에 발을 들였을 때는 지금처럼 정부의 체계적 지원시스템이 없었지만, 이제는 지역별로 6차 산업을 지원해주는 조직도 구성되는 등 맞춤형 지도체계가 구체화 되고 있다고 생각한다. 6차산업을 하고자 하는 농업인은 이런 접점을 적극 활용하면 도움이 될 것이라 생각된다.



### 6차산업의 완성

바람햇살농장은 대추 생산에서부터 온라인 가공품 판매, 체험 프로그램까지 진행해 연 2억원을 남기고, 연간 1천8백 명 정도의 방문객이 다녀간다. 최근 도시민들의 귀농·귀촌이 잇따르면서 지자체에서의 지원과 대책도 다양해졌다. 하지만 귀농했던 입장에서 볼 때 가장 중요한 점은 결코 단시간에 성과를 얻으려고 해서는 안 된다는 것이다. 최소 3년을 버티는 인내가 필요한데, 그 시간을 꾸준히 배우고 시행착오를 겪는 값진 시간으로 보내야 한다. 또, 처음부터 시설에 투자하지 말고 시장을 확보한 후에 시작해도 늦지 않는다. 그래야만 가공품 재고 리스크를 최소한으로 줄일 수 있고 생산도 더욱 전략적으로 할 수 있다. 마지막으로 6차산업 성공 농가를 찾아 그 노하우를 배우는 것도 좋은 방법이다.



#### 박도한 대표가 말하는 6차산업 성공 노하우



**1차산업으로 시작하라**  
무엇이든 시작은 학습이다

나는 주변의 성공사례와 농업기관을 최대한 활용해 대추 재배에서부터 친환경 농법 등 다양한 지식과 정보를 얻었다.



**2차산업을 개발하라**  
투자보다는 확실한 시장을 먼저 확인하라

대추즙의 시장성을 확인한 뒤 가공공장을 만들었고, 다른 농가의 가공품 생산을 도와 부수익을 얻고 있다.



**3차산업을 창조하라**  
정부의 지원 시스템을 적극 활용하라

예전과 달리 지금은 지역별로 6차 산업을 지원해주는 맞춤형 지도체계가 구축되어 있다.



# 창녕도리원

명인이 만든 장아찌  
세계 밥상에 진출하다



## what

세계적으로 인정 받는 명품 장아찌 브랜드로 성장하였으며  
귀농·귀촌인을 유치하는 성과를 거두었다.



## when

2002년부터



## who

신지식농업인  
권수열 대표가



## how

자연에서 나는 각종 약초를 채취해  
24절기 권수열 약초장아찌라는 브랜드를 만들고  
전통 발효 체험장 등을 운영했다.



## why

우리 농산물의 우수한 품질을 입증하기 위해



## where

경상남도 창녕군에서



전통 발효 장아찌로  
세계 입맛을 사로잡은 이야기

6차산업  
성공  
6하원칙

권수열 대표  
경상남도 창녕군 영산면 운천로 103-25  
<http://www.doriwon365.co.kr/>  
055-521-6622

## 우리 농산품의 우수성을 알릴 수 있을까?

개방화 시대, 영농법인 도리원 권수열 대표는 100% 국산 재료를 사용, 질 좋은 농산물과 우리 고유의 발효 기술을 접목시켜 장아찌를 개발했다. 우리 농산물에 대한 자부심과 명인의 기술력이 결합해 전통 발효장아찌 100여 종 개발에 성공, 우리나라를 넘어 중국과 미국에까지 수출하는 기업으로 성장했다.



1차산업으로 시작하라



**“몸에 좋고 맛도 좋은 우리 농산물”  
“절기에 따라 나는 농산물도 여러가지.”  
“우수한 농산물을 널리 알리자.”**

내가 살고 있는 경상남도 창녕군은 특히 기후 조건이 모든 작물에 잘 맞아 주 작목인 양파·마늘뿐만 아니라 어떤 작물의 농사도 가능하다. 하지만 값싼 해외 농작물에게 판로를 빼앗기는 게 요즘의 현실이다. 나는 우수한 우리 농작물로 가공품을 개발하기로 하고 직접 농산물과 약초를 재배했다. 가공품을 염두에 두고 각 절기별로 각기 다른 효능과 맛을 품고 있는 농산물을 수급하기 위해 품종을 다양하게 했고 계약 재배를 겸해 농산물 과잉 생산 및 출하가격 변동에 능동적으로 대처하도록 했다.



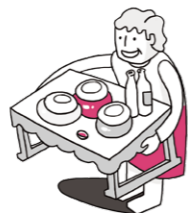
2차산업을 개발하라



**“국산 농산물과 발효 기술의 만남  
소비자 기호에 맞춰 취향 저격”**

우리 농산물과 약초의 다양한 맛을 건강하게 즐기기 위해 가공품으로 선택한 것은 장아찌다. 장아찌는 우리 고유의 발효기술과 손맛이 고스란히 녹아 있고 재료에 따라 맛과 종류도 무한대라는 장점을 갖고 있다. 각 절기 별로 모든 재료를 유기농법으로 엄선하여 재배하고 가공 과정에서는 각 재료의 특성과 성분을 최대한 살리는 데 중점을 두었다. 모든 재료는 국산 100%이며 모든 공정은 수작업으로만 진행한다. 재료의 성분과 특성에 따라 찌는법, 건조법, 염장법 등 제조방법이 다양하다. 그렇게 새송이장아찌, 감장아찌, 매실장아찌, 더덕장아찌 등 120여 종의 장아찌를 개발, 소비자 품평회를 통해 도리원 장아찌를 알렸다. 창녕을 대표하는 장아찌 브랜드가 되자 해외 수출의 판로도 열렸다. 중국내륙에서 진행된 전시, 소비자품평회를 통해 상품 가치를 알리고 수출 계약도 체결하게 되었다. 우리 농산물의 "고급이미지"가 중국에서도 빛을 발했다고 생각한다.

### 3차산업을 창조하라



**“체험 교육이 가공식품 구매로 이어지는 선순환 구조 실현”**

도리원은 가공품 판매뿐 아니라 전통 발효장아찌 음식점 및 체험 교육장을 운영한다. 직접 만든 장아찌를 활용한 건강한 밥상을 통해 소비자들에게 장아찌의 맛을 선보이는 기회를 갖기 위해서다. '장아찌 밥상'은 문화관광부로부터 '한국을 대표하는 음식점 100집'에 선정됐고 창녕을 찾는 관광객에게 인기가 있다.

2012년부터 '창녕생태귀농학교'도 운영해오고 있다. 방문객에게 전통발효음식의 우수성을 알리고, 체험교육과 가공식품 구매로 이어지게 하는 선순환 구조를 만들었다. 지난 해에는 식품안전관리인증기준(HACCP) 적용업소 인증을 획득하며 웰빙식품이라는 이미지를 굳혔다. 도리원은 여기서 그치지 않고 '저염화 전통 장아찌'를 개발, 연구하기 위한 사업을 진행중이며 학교급식 진출까지 노리고 있다.

### 6차산업의 완성

나는 내 고장 창녕의 질 좋은 농산물을 알리고자 장아찌를 선택했다. 우수한 농산물과 발효기술, 지극한 정성이 만나 품질 좋은 장아찌를 탄생시켰다. 1~3년 이상의 발효 과정, 전 과정의 수작업화, 100% 국산재료 사용 등의 엄격한 기준을 지키는 것은 쉽지 않은 과정이었다. 하지만 이러한 장인정신 덕분에 도리원 장아찌는 '웰빙', '명품'이라는 브랜드 이미지를 갖게 되었고 소비자의 취향을 저격할 수 있었다. 음식점을 통해 장아찌를 알리고 소비자의 피드백에 귀 기울인 결과다. 해외 시장 진출도 두려워하지 않았다. 해외 식품관에 꾸준히 참여하며 국내외로 성장하기 위한 노력도 이어가고 있다. 그 과정에서 깨달은 몇 가지 법칙이 있다.



권수열 대표가 말하는 6차산업 성공 노하우



**1차산업으로 시작하라**  
지역 농산물에  
기반하라.

나는 원료의 품질 확보를 위해 양파, 마늘 등 지역 특산품을 적극 활용했다.



**2차산업을 개발하라**  
품질을 지키려면  
확고한 기준이 필요하다

100% 국내산 재료, 1~3년의 발효과정 등 확고한 기준이 세워야 한다. 그래야 품질에 대한 자신감도 생긴다.



**3차산업을 창조하라**  
체험 교육으로 우수성을  
전파하라.

생태귀농학교, 발효식품체험관 등은 우리 가공품의 우수성을 전파할 수 있는 기회이자 브랜드의 지속가능성을 높이는 통로가 된다.

# 황칠코리아

선견지명으로  
황칠나무의 선구자가 되다



10년의 기다림 끝에  
황칠의 가치를 알린 이야기

정현오 대표  
전라남도 강진군 강진읍 덕남로 87  
<http://www.dpkorea.com/>  
061-434-3737

## where

전라남도 강진에서



6차산업  
성공  
6하원칙

## who

정현오 대표가



## when

2009년부터



## why

"숨겨진 진주"  
황칠나무의 뛰어난 효능을 알리기 위해



## what

20만평 이상 규모로 국내 최대 황칠나무 재배단지를 조성하며  
황칠나무 음료 등을 보급하고 있다.



## how

나무인삼이라 불릴 정도로 뛰어난 효능을 갖고 있는  
황칠나무를 재배, 차와 건강식품 등을 개발했다.



## 남다른 안목으로 황칠나무의 가치를 알아보다

아무도 주목하지 않은 돌도 그 가치를 알아보는 사람에겐 옥석이 된다. 국내 최초로 황칠나무 재배를 시도한 정현오 대표는 10년의 기다림으로 재배와 가공품 개발에 몰두했다. 그 정성에 보답하듯 황칠나무는 뛰어난 효능을 인정받으며 차세대 건강식품으로 주목 받고 있다. 덕분에 정현오 대표는 건강식품업계를 선도하는 농업인이자 기업가로 성장하게 되었다.



### 1차산업으로 시작하라



황칠나무를 처음 알게 된 것은 1990년 후반. 다산 정약용의 시에 등장할 정도로 예부터 뛰어난 성분을 갖고 있는 작물이지만 국내엔 생소하고 재배하는 경우가 거의 없었다. '만병통치 나무'라고도 불리는 황칠나무는 과학적 연구를 통해 간 질환, 당뇨, 혈압, 정력, 특히 여성들의 피부 미용에 상당한 효과가 있는 것으로 밝혀졌다. 나는 황칠나무를 공부하며 많은 사람들을 이롭게 할 수 있으며, 새로운 소득 작목이 될 수 있을거란 확신을 갖게 되었다. 그래서 전국 최대의 황칠재배단지를 조성하였고, 학교 부지를 활용하여 황칠가공 공장을 조성했다. 완성도 높은 작물을 재배하기까지는 꼬박 10년이 걸렸다. 현재 나는 전남 강진 등 국내 최대 황칠나무 재배단지를 20만평 이상 조성하고 있다.



### “만병통치 나무?”

### 2차산업을 개발하라

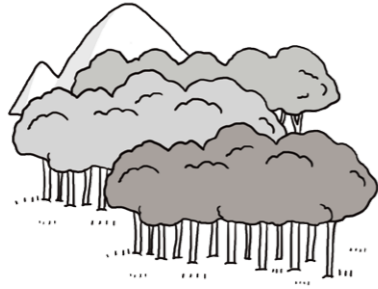


### “기아 타이거즈가 즐겨 마시는 음료? 황칠음료와 차로 이름 알리기”

처음 황칠나무를 재배할 때부터 가공품으로 활용하겠다는 목표가 분명했다. 숙취해소와 노화 방지 등에도 좋아 인삼이나 가시오가피를 능가하는 건강 식재료가 되리라고 생각했다. 황칠나무 본연의 효능은 그대로 살리되 거부감 없이 쉽게 즐길 수 있는 가공품을 개발했다. 차로 우려 마실 수 있도록 말린 황칠나무와 황칠나무 진액, 음료수처럼 부담 없이 마시되 몸에 좋은 건강음료인 '황칠코리아(茶)다'등을 선보였다. 원료가 갖고 있는 효능을 가공품에 고스란히 담으려는 노력이 필요했다.

황칠나무의 효능을 알리며 적극 홍보하자 점차 판로가 확보되었다. 특히 '황칠코리아(茶)다'는 기아 타이거즈 야구단, 천하무적 연예인 야구단, 연예인DJ, 레이싱 팀이 애용하는 음료로 알려지며 건강음료 업계에 확실하게 자리잡았다.

### 3차산업을 창조하라



### “나눔과 상생으로 고부가가치 산업을 알려라”

황칠코리아로 황칠나무의 우수성을 알리는 데 성공했지만 사업적 성과보다는 우리 지역을 대표하는 천연자원을 만들어 냈다는 자부심이 더 크다. 황칠나무에 대한 인지도가 높아지며 재배와 가공을 희망하는 사람들도 늘고 있다. 황칠나무의 선구자로 보다 많은 농가에 재배 노하우를 전수하는 데 앞장서고 있다. 또 황칠나무가 지역의 미래수종으로 자리 잡고 대표 브랜드로 육성되어 지역경제 활성화에 기여할 수 있길 바라면서 1000여 그루의 묘목을 지역사회에 기증하기도 했다.

이 외에도 다양한 사회공헌 행사에 적극 참여하고 지원해 황칠코리아 상품의 가치를 알리고 브랜드 이미지를 구축하고자 노력하고 있다. 우리 땅에서 자란 나무이기에 우리나라 발전과 성장에 이바지 하는 것은 당연한 의무라고 생각하기 때문이다.



## 6차산업의 완성

황칠코리아는 30여년의 농업 경험과 20여년의 기업 운영 그리고 10여년의 꾸준한 기다림을 바탕으로 성공적인 6차산업을 달성했다. 신체 면역력 회복과 항균 효과가 뛰어난 황칠나무는 서남해안의 섬, 지방 또는 인근의 지역에서만 자생하는 특성을 갖고 있다. 따라서 전남의 천연자원이라는 지역적 강점을 가지고 전남의 지역경제에 지대한 영향을 끼칠 고부가가치 산업을 선도하고 있다. 아무도 그 가치를 몰랐던 시절부터 독심으로 한 길을 걸어난 나의 선견지명이 마침내 그 빛을 발하고 있는 것이다. 지금의 6차산업을 일구기까지 고비도 많았지만 그 과정에서 깨달은 점도 많다.



### 정현오 대표가 말하는 6차산업 성공 노하우



#### 1차산업으로 시작하라 끈기를 갖고 기다리라.

나는 우리 고유 수종인 황칠나무의 우수성을 알았기에 묵묵히 10년을 준비했다.



#### 2차산업을 개발하라 가공품을 개발하고 브랜드를 알려라.

요즘 트렌드에 맞춰 부담 없이 즐길 수 있는 가공품을 만들고 친근하게 느낄 수 있도록 다양한 홍보 채널을 활용해야 한다.



#### 3차산업을 창조하라 지역사회와 더불어 성장하라.

황칠나무의 가치를 보존하고 확장하기 위해서는 지역 사회와 함께 성장해야 한다.



# 문경시농업기술센터

창농(創農)을 이끄는  
기술 농촌의 메카



가공 기술로 농촌을  
변화시키는 이야기

김길태 소장  
경북 문경시 중앙로 280  
<http://www.mgac.com>  
054-550-8231

## where

경북 문경에서



6차산업  
성공  
6하원칙

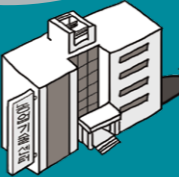
## who

문경시농업기술센터는



## when

2006년  
기술센터를 준공 후



## why

1,268㎡ 규모에 농산물가공지원센터, 사과주스  
플랜트, 산채처리시설, 문경향토음식학교, 저장시설  
등의 시설을 갖추고 있으며 149종의 기자재를  
보유하고 있다.

## what

5개 분야 162건의 가공기술을 개발하였으며, 73개 업체에 88종을  
기술이전을 했다. 또한 지적재산권 115점 확보하고 있으며 개발기술 자료를  
21종 12,000부를 보유하고 브랜드 디자인도 5종을 개발하는 데 성공했다.



## 창업



## how

이를 바탕으로 가공기술교육을 비롯해 제품개발, 공동기기 활용  
제품생산, 마케팅, 창업에 이르기까지 창업 보육을 추진하고 있다.  
센터 장비를 활용하여 농가에서 생산한 농산물을 스스로 가공,  
포장 판매하도록 지원하고 있다.

## 가공기술 교육을 비롯해 제품개발, 생산, 마케팅, 창업까지~

문경시농업기술센터는 '1·2·3차 연계 시스템 구축'하고 농촌 현장에서 생산된 작물을 활용해 농업기술센터 내 농산물 종합가공센터에서 생산자가 직접 가공품을 생산하고 유통할 수 있도록 지원하고 있다. 가공기술 교육을 비롯해 제품개발, 제품 생산, 마케팅, 창업까지 전단계를 아우르며 창업보육을 추진하고 있다.



**“지역 농특산물 재배 농민이라면  
2차산업도 도전하라”**

문경시농업기술센터를 중심으로 문경에서 생산한 농특산물을 활용하여 6차산업화를 추진하고 있다. 특히 오미자, 사과, 표고버섯, 약돌돼지, 산채 등 5개 분야의 농특산물에 대해 162건에 달하는 가공기술을 개발하였으며 이중 73개 업체에 88종의 기술을 이전한 상태이다.

또한 50개 업체를 대상으로 창업 보육프로그램을 운영하고 있다. 창업보육 대상은 친환경인증농가로서 자체교육 이수자에 한해 참여할 수 있는데 보육기간은 1년이다. 이처럼 센터를 활용하면 농특산물을 재배하는 지역농민들은 지금 당장의 가공시설이나 마케팅 능력이 없어도 2차산업 도전이 가능해진다. 즉 농가들이 초기 위험부담을 최소화하고 안정적으로 창업할 수 있도록 지원한다.



**“제조원 농업기술센터,  
판매원 농가”**

센터에는 진공추출탱크 등의 기자재를 갖춘 농산물가공지원센터를 비롯해 사과주스 플랜트, 산채처리시설, 문경향토음식학교, 저장시설 등의 시설을 갖추고 있다. 특히 2009년 10억 원을 투자하여 농업인 공동이용 사과주스 플랜트를 설치·운영하고 있는데 200 농가를 수용할 수 있는 규모이다. 각 시설에는 총 149종의 첨단 기자재를 보유하고 있는데 이러한 장비들은 공동으로 활용할 수 있기 때문에 농가에서도 직접 가공, 포장, 판매가 가능하다. 이곳에서 생산되는 가공품의 제조원은 농업기술센터가 되고 판매원은 해당 농가이다.



**“1인 창조기업 비즈니스 특화센터,  
대박의 산실로 기억하다”**

2011년부터 2015년까지 농촌진흥청의 농산물가공기반과 중소기업청의 1인 창조기업 비즈니스특화센터를 운영하고 유기적 연계를 통한 농·공·상 협력체계 확산을 추진했다.

비즈니스 센터 내에는 입주자 전용의 사무실, 컴퓨터실, 교육장 등을 갖춘 사무공간을 제공하고 네트워크 구축, 전문가 상담 등 경영지원 프로그램을 운영했다. 또한 농산물 수익창출 서비스 유형 특화센터에는 20개 기업이 입주하여 47개 기업이 졸업하는 성과를 거두었다. 예를 들어 오미자청을 생산하는 수지누리식품의 경우 입주 전 매출이 62백만 원에 불과했으나 2014년에는 3억 2천만 원으로 상승했다. 특화센터에서 입주기업에게 R&D·창업·마케팅뿐만 아니라 판로 개척에도 적극적으로 지원을 한 결과라고 할 수 있다. 이러한 성과를 바탕으로 2012년부터 2014년까지 중소기업청 운영평가에서 최우수 등급을 받았다.



**6차산업의 완성**

오미자, 사과 등 문경지역에서 생산되는 5개 분야 농특산물들을 중심으로 가공기술을 개발해 지역 농민들에게 창업의 기회까지 부여하고 있다. 또한 센터에서는 창업농들을 위해 온오프라인 마케팅 및 판로를 개척할 수 있도록 지원하여 농가 수익을 향상시키고 있다. 이를 통해 1·2·3차 산업이 자연스럽게 연계됨으로써 지역민들이 6차 산업에 도전할 수 있는 기회를 확산시켜 나가고 있다.



**문경시농업기술센터로 보는 6차산업 성공 노하우**



**문경 지역의  
농특산물에 주목하라**  
오미자, 사과, 표고버섯,  
약들돼지, 산채 등 5가지  
농특산물 가공기술을 개발했다.



**농업인 창업보육을  
실시하라**  
친환경인증농가 등 50개 업체를  
대상으로 1년간 창업보육을 실시하여  
지역 경영체들의 홀로서기를 도왔다.



**보이지 않는  
힘을 축적하라**  
지적재산권, 개발기술, 브랜드 디자인  
개발 등을 확보하여  
데이터베이스를 구축했다.

# 창녕마늘6차산업사업단

SNS로 퍼지는  
알싸한 창녕의 맛



창녕군이 힘을 모아 성공한  
마늘산업 이야기

6차산업  
성공  
6하원칙

## who

창녕의 마늘농가, 지자체, 사업단,  
농업기술센터가 모여



## when

2012년  
창녕마을 향토사업을  
추진하면서

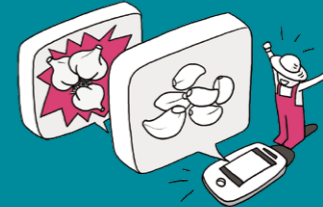


## why

특산물인 마늘 가공상품 개발과  
홍보를 위해

## what

R&D 참여 업체의 기술이전을 통한 마늘 매입의 상승, 이를 활용한  
상품개발이 연쇄적으로 늘어났다. 또한, 이와 관련된 24개의 새로운  
정규직 일자리가 창출됐다.



## how

창녕마늘6차산업사업단은 창녕마늘을 활용한 요리교실 개최와  
마늘요리 레시피 경연대회를 열어 마늘요리의 대중화를  
유도했고, 특히 창녕 군민을 위한 SNS홍보마케팅전문가  
과정을 개설하여 SNS를 이용한 농산가공품 홍보마케팅 비법을  
전수하며 창녕군민들의 폭발적인 호응을 얻었다.

## where

신비로운 우포늪을 품은  
경남 창녕에서



## 창녕마늘6차산업사업단은 창녕마늘의 자존심

마늘은 전 세계적으로 인기 있고 대중적으로 사용되는 향신료다. 경남 창녕은 우리나라 대표 마늘 산지 가운데 하나다. 지리적표시등록으로 창녕마늘이라는 타이틀까지 얻었지만, 유명세에 비해 가공품이 많지 않았던 것이 사실이다. 창녕마늘6차산업사업단은 창녕마늘의 자존심을 걸고 국내 마늘6차산업의 왕좌를 노리고 있다.

### 1차산업으로 시작하라



**“최대의 마늘 생산지에서 무한한 가능성을 품은 마늘6차산업 성공지로!”**

경남 창녕은 재정자립도가 20%가 채 되지 않은 낙후된 지역으로 지역 경제활성화를 위한 사업이 시급한 형편이었다. 이에 우리는 농림축산식품부의 향토산업을 추진하기 위해 향토사업단을 꾸리고 2012년 창녕군 최초로 마늘을 주제로 사업을 진행했다. 창녕은 전국 최대의 마늘 생산지라는 명성에 비해 마늘의 1차 재배에만 머물러 있어 2차, 3차 산업의 개발은 무한한 가능성의 6차산업 완성을 예상하게 했다. 우리 사업의 추진으로 향후 안정적인 마늘 판로 확보와 가격 상승을 유도하여 농가 소득에 도움을 줄 뿐만 아니라, 사업단과 함께하는 지역 참여기업의 발전에도 영향을 줄 것으로 예상된다. 6차산업의 기본은 원료농산물의 품질 유지와 안정적 공급일 것이다. 우리는 이 2가지를 모두 확보했으니 두말할 나위 없이 6차산업이다.

### 2차산업을 개발하라



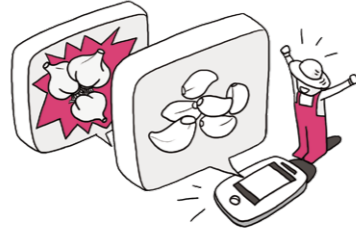
**“성공적인 6차산업을 위해 창녕군 전체가 힘을 모았다!”**

2014년부터 본격적으로 진행된 창녕마늘육성사업은 출발 시점만 해도 4개에 불과했던 참여기업이 현재 13개로 늘어날 정도로 지역적 관심과 참여도가 높아졌다.

우리는 지자체, 농업기술센터, 지역 업체와의 R&D를 통해 창녕마늘로 곱창용 홍마늘소스와 홍마늘 발효주를 개발해 각각 우포따오기식품과 우포의 아침에 기술 이전하여 상품화에 성공했다. 최초 진행된 이 2건의 기술이전을 통한 신제품 개발은 이후 마늘 매입의 상승과 연쇄적인 상품개발을 가능하게 했다. 또한, 이와 관련한 24개의 새로운 정규직 일자리가 창출되기도 했다.

여기에 (재)창녕양파장류연구소의 합류는 사업의 자립화와 참여기업의 안정적 지원을 가능하게 했다. 이를 통해 우리는 지속적으로 참여 업체의 기술적인 노하우와 역량 제고에 아낌없이 지원할 수 있게 되었다. 처음에는 어렵고 막막했던 사업들도 창녕군 농가와 기업, 연구소, 지자체가 하나 되어 성공적인 6차산업의 청사진을 그려나갈 수 있었다.

### 3차산업을 창조하라



### “온라인을 점령한 창녕마늘 홍보마케팅”

우리는 사업 시행 첫해에 농림부가 주관한 2014년 향토산업육성사업 추진실적 평가에서 전국 1위를 차지했다. 여기에는 우리 사업단만의 SNS를 통한 비즈니스 모델 개발 사업이 큰 영향을 줬다. 사업의 성패를 좌우할 만큼 중요한 것이 홍보마케팅이다. 우리는 소비자의 일상에 더 가깝고 친숙하게, 더 많이 노출될 수 있도록 다양한 SNS 홍보마케팅을 펼쳤다. 창녕마늘 요리교실과 마늘요리 레시피 공모전 외에도 SNS 홍보마케팅 전문가과정이 큰 호응을 받았다. 창녕 소상공인을 대상으로 진행한 SNS 홍보마케팅 교육은 사업 종료 후에도 수료자 스스로 자생할 수 있는 능력을 배양시키는 데 큰 밑거름으로 작용할 것이다.

창녕마늘6차산업사업단은 지역 관광자원을 활용한 홍보와 서비스 산업 개발에도 주력하고 있다. 지난해 미국 캘리포니아주에서 열리는 세계 최대의 마늘 축제 길로이 갈릭 페스티벌 참관 후 얻은 노하우를 바탕으로, 제9회 창녕우포누리 농특산물한마당축제에서 '창녕마늘양파 즉석빵 신상품 품평회'를 가져 연일 밀려드는 관광객들로부터 가장 큰 인기를 얻어내기도 했다. 앞으로도 소비자 접점에서 제품 홍보에 앞서 '마늘'과 관련 다양한 콘텐츠를 개발·노출함으로써 좀 더 친숙하고 생활 깊숙히 파고들 계획이다.



## 6차산업의 완성

2014년부터 4년간 추진하는 창녕마늘6차산업화사업은 지리적표시제로 등록된 창녕마늘을 이용하여 마늘육가공품, 마늘제과류 등 2차 가공산업을 육성하고 우포늪, 화왕산, 부곡온천 등 우리 군의 우수한 관광자원과의 연계를 통해 6차산업화를 실현할 예정이다.

지역 특산품이었으나 재배·생산의 1차산업에만 머물러있던 마늘을 활용해 창녕군 농가와 기업, 연구소, 지자체가 힘을 모아 지역 경제활성화라는 결과를 가져올 수 있었다. 우리는 현재에 머무르지 않고, 창녕군이 마늘사업을 통해 재정자립 할 수 있도록 노력할 것이다.



### 김진열 소장이 말하는 6차산업 성공 노하우



#### 1차산업으로 시작하라

**기본은 재배 농가의 안정적인 소득확보다.**

기업에 기술이전 시 반드시 창녕마늘 2~3톤 이상을 사용토록 하는 계약을 맺었다.



#### 2차산업을 개발하라

**타 지자체향토사업의 접목과 R&D를 연계하라**

타 지자체의 특허 기술을 이전받아 연구개발 사업비를 절감할 수 있었다.



#### 3차산업을 창조하라

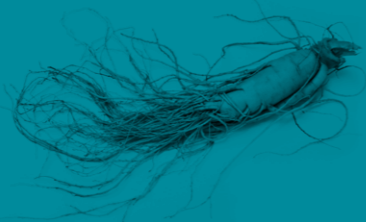
**지역 소상공인의 역량 강화에 힘써라**

지역 소상공인을 대상으로 SNS홍보마케팅 전문가과정 교육을 진행했다.



# 금산흑삼특성화사업단

지역을 살리는  
구증구포의 힘



홍삼 인기 넘보는  
금산흑삼 이야기

6차산업  
성공  
6하원칙

민병훈 단장  
대전광역시 유성구 테크노 1로 11-3  
관평동 1337 배재대학교 대덕산학협력관  
www.geumheuk.com  
070-4362-6401



## where

고려인삼의 종주지인  
충남 금산에서

## who

금산 인삼 농가와 대학,  
기업 등이 모여



## when

2013년 농업회사법인  
금산흑삼주식회사를  
설립하면서



## why

포화된 인삼 · 홍삼 시장의 영토 확장을 위해

## what

2015 대한민국 대표브랜드 대상을 받아 가치를 인정받은 '금흑'은  
베트남과 태국을 시작으로 다시 한 번 우리 인삼의 우수성을  
세계에 알릴 예정이다.



## how

기존 구축되어 있는 금산의 인삼산업 인프라와 인지도를  
바탕으로 흑삼 제품의 생산 · 유통 영리법인체를 설립했다.  
흑삼 가공품과 포장 디자인의 개발, 안전성 실현, 생산시설  
구축, 마케팅, 건강 테마 체험관광 등 6차산업 특성화를 통한  
지역경제 활성화 실현에 목표를 두고 있다.

## 금산의 명예를 걸고 태어난 금산흑삼 브랜드 '금흑'

1500년 역사를 자랑하는 인삼 종주지 금산의 명예를 걸고 태어난 금산흑삼 브랜드 '금흑'은 국내를 넘어 세계시장에 도전장을 내밀고 있다. 원료삼의 재배부터 가공까지 깐깐한 관리하에 생산되는 '금흑'은 흑삼 농축액은 물론 흑삼을 원료로 한 초콜릿, 젤리, 음료, 화장품 등 지역 전문 가공업체와 손잡고 다양한 제품을 선보이고 있다.

### 1차산업으로 시작하라

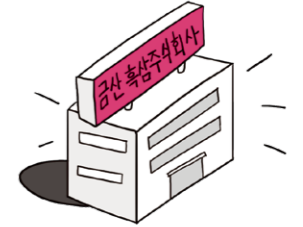


**“금산의 인삼산업을 바탕으로  
천 년 전통의 금산흑삼 재현”**

금산은 전국 인삼의 생산과 유통의 80%를 차지하는, 인삼의 세계적인 중심지다. 실제 인삼을 사기 위해 금산을 방문하는 외국인을 흔히 볼 수 있다. 우리는 포화된 인삼과 홍삼 시장의 영역을 넓혀 흑삼을 대중화하기 위해 뜻을 모아 사업단을 꾸렸다.

널리 알려진 홍삼에 비해 생소한 흑삼은 인삼을 원료로 구증구포(九蒸九曝), 즉 아홉 번 찌고 말려 만든 명품 건강보조식품이다. 인삼의 재배와 가공기술이 발달한 금산에는 이미 천 년 전부터 흑삼 제조기술이 전해 내려오고 있었다. 우리는 2012년 흑삼 생산이 합법화됨에 따라 제조 기술과 효능에 대한 과학적 연구를 진행하는 한편, 금산흑삼주식회사를 설립하고 금산군 흑삼 공동브랜드 '금흑'을 상표출원 했다.

### 2차산업을 개발하라



**“금흑은 사람이 사람을 생각하는  
마음으로 탄생한 브랜드”**

금산의 뿌리 깊은 인삼산업을 기반으로 진행되는 사업인 만큼, '금흑'의 원료인 흑삼은 세계 최초로 종자부터 식탁에 오르기까지 안전한 고품질의 제품을 생산하도록 노력하고 있다. 사업단은 금산의 인삼 농가와 기업을 지원함과 동시에 그 사후관리도 철저하게 하고 있으며, 소비자와의 신뢰구축을 위해 생산된 모든 제품에 대하여 공인된 기관으로부터 위해요소 검사를 실시, 안전한 제품만을 판매한다.

금산흑삼주식회사는 농업인, 기업인, 유통인이 참여한 농업법인으로 설립하여 생산, 제조, 판매의 유기적 구조를 확립하고 있다. 또한, 작목반, 제조기업인, 유통인, 군 공무원, 학계 인사 대표로 구성된 인삼수매 협의체는 국내 최초 GAP인증 원료삼의 공동선별을 추진하여 투명하고 공정한 거래를 통해 농가 소득향상과 소비자 신뢰도 향상에 이바지하고 있다. 이러한 정성에 힘입어 '금흑'은 2015년 향토제품대전에서 대한민국 대표 브랜드 대상을 받기도 했다.

### 3차산업을 창조하라



**“틈새시장인 젊은 층 공략과 해외시장 개척을 통해 흑삼의 대중화 선도”**

금산흑삼주식회사는 농림축산식품부, 충청남도, 금산군의 지원과 배재대학교 산학협력단, 금산 관내 5개의 식품가공 업체와의 협업을 통해 설립됐다. 원료삼 재배부터 관리, 가공품 생산과 연구에 이르기까지 각 분야 최고의 베테랑이 모인 만큼 ‘금흑’은 최고의 품질을 자랑한다. 특히 흑삼 연구가 활발하게 진행되면서 홍삼보다 항암 효과가 뛰어난 진세노사이드와 항산화 물질이 월등히 높고, 항비만 항당뇨 효능까지 함유하고 있다는 사실이 알려지면서 소비자들의 관심은 한층 높아졌다.

우리는 흑삼 소비 영역을 넓히기 위해 젊은 층을 대상으로 마케팅 전략을 펼치는 한편, 해외시장 진출 사업도 활발하게 진행하고 있다. 2013년에는 베트남 호치민과 하노이에 금흑대리점을 입점하고, BORAM사와의 수출계약을 체결했다. 또한, 세계적으로 유명한 태국 방콕공항 해외 관광객 전용 면세점에 상품을 입점하고 프로모션을 진행하였으며, 그 성과로 M과 수출협약을 맺기도 했다. 지속가능한 성장을 위해서는 2030세대와 수출시장에 대한 공략이 필요하기 때문이다.



### 6차산업의 완성

우리는 금산에 기반을 둔 인삼재배 농업인과 인삼가공 기업, 연구원, 유통인이 모여 사업단을 구성하고 6차산업을 완성했다. 이러한 지역사회의 생산, 가공, 유통 전문인의 유기적 연대와 협력은 우리 사업단의 성공 요인으로 작용했다. 특히 주체 간 GAP인증 인삼의 공동 선별과 유통은 생산자에게 정당한 가격을 보장해주고 가공과 유통업계 역시 합리적 가격과 규격화된 원료삼을 구매할 수 있게 했다. 이는 자연스럽게 소비자가 최상의 흑삼 제품을 비교적 저렴한 가격에 구매할 수 있는 결과로 이어졌다. 우리 사업단은 향후 중국, 베트남, 태국 등 아시아를 넘어 북미시장 진출을 목표로 하고 있다.



#### 민병호 단장이 말하는 6차산업 성공 노하우



#### 1차산업으로 시작하라

**최고 품질의 원료를 생산하라**

GAP인증 재배농가와 인삼 공동선별 및 구매가격 결정 협의체를 구성했다.



#### 2차산업을 개발하라

**지역 기반의 가공·제조 기업과 손잡아라**

규격화된 흑삼을 지역 기업체에 공급·제조하는 방식으로 지역경제 발전에 이바지하고 있다.



#### 3차산업을 창조하라

**차별화된 마케팅을 선보여라**

공동브랜드 ‘금흑’을 탄생시켜 스토리텔링 마케팅을 진행하고 있다.

# 울금식품가공사업단

보배섬에서 발견한 노다지  
황금? 울금!

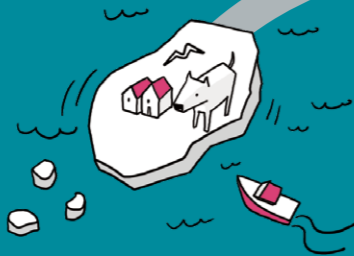


희망찬 울금가공사업으로  
진도 농민들 웃음꽃 핀 이야기

6차산업  
성공  
6하원칙

## where

남해안의 보배섬 진도에서



## who

울금 농사를 짓는 농민들이



## when

2014년  
지역전략식품산업육성사업으로  
울금식품가공사업단이  
출범하면서



## why

울금 가공사업을 통해 진도의 지역경제를  
활성화하기 위해



## what

2014년 200여 농가가 63ha에서 1,100톤의 울금을 생산해  
110억 원의 소득을 올렸다. 2015년에는 189ha에서  
3,000톤을 생산할 예정이다.



## how

진도에서 울금이 본격적으로 재배되기 시작한 것은 2012년  
농림부가 울금을 지역전략식품육성사업으로 선정하면서부터다.  
진도 농민들은 울금식품가공사업단을 꾸리고 울금의  
생산에서부터 가공, 유통, 마케팅에 이르는 전 과정을  
체계적으로 진행하고 있다. 현재 사업단은 회원 270명과  
3개의 울금 가공업체로 구성되어 있다.

## 황금빛 희망으로 물들이는 작물

진도를 황금빛 희망으로 물들이는 작물이 있다. 바로 울금이다. 울금의 면역력 강화에 대한 관심이 높아지면서 주목받기 시작한 식품으로, 진도는 울금 재배에 적합한 천혜의 자연환경을 갖추고 있다. 진도 농민들은 2014년부터 2018년까지 정부 지원을 받아 울금 재배와 가공품 생산 등 울금 식품산업 육성에 박차를 가하고 있다.

### 1차산업으로 시작하라



“진도에서 새로운  
노다지를 발견했습니다”

진도에 놀러 온 관광객들이 밭에 심어진 낯선 작물에 호기심을 보인다. 파초와 비슷한 형태의 이 식물은 사람 키만큼 크고, 여름에는 하얀 꽃도 핀다. 하지만 이것의 ‘진짜’는 땅속에 있다. 노란빛이 도는 생강과 비슷한 이것의 뿌리는 강황으로도 알려진 울금이다. 사람들은 카레의 주원료로만 생각하는데, 사실 울금은 조선시대 이전부터 재배하던 작물이다. 다만 맛과 향이 강해서 우리 식생활에 맞지 않아 약용이나 염색에 주로 이용됐을 뿐이다. 그런데 재배의 맥이 끊겼던 울금이 웰빙 열풍에 힘입어 재조명받고 있다. 울금은 파종부터 수확까지 품이 많이 들지 않는 데다 농약을 쓰지 않아 친환경 재배가 가능하다. 최근 지역 특산품인 대파와 겨울배추 가격 파동으로 어려움을 겪는 진도 농민들은 대체 작목으로 울금 재배 면적을 해마다 늘리는 추세다.

### 2차산업을 개발하라



“울금의 대중화를 위해  
대기업과 손잡았지요”

농림축산식품부의 지역전략산업육성사업단에 우리 울금 재배·가공 사업이 선정된 것은 필연이다. 진도는 풍부한 일조량과 비옥하고 물 빠짐 좋은 토양, 청정바닷가 해풍 등 천혜의 울금재배 조건을 갖췄다. 곧바로 진도에서 울금 농사를 짓던 270여 명이 뜻을 모으고 농협, 영농조합법인이 힘을 보태 (사)울금식품가공사업단이 결성됐다. 진도에서 2대째 울금 농사를 짓던 나는 사업단의 단장이 되었다. 우리는 2014년부터 2018년까지 정부 지원을 받아 울금 식품산업 육성을 위한 다양한 사업을 진행하고 있다. 일단 아직은 생소한 울금의 대중화를 위해 CJ제일제당, 이마트 등 대기업과 업무협약을 체결하고 본격적인 마케팅에 나섰다. CJ제일제당은 울금을 활용한 다양한 상품개발을, 이마트는 신세계그룹 유통망을 이용해 판매에 나서기로 했다. 카레의 원료로 여겨지던 울금의 소비를 확대하기 위해서는 대중화 할 수 있는 제품개발과 생산이 필요했다. 지난 4월 출시된 ‘한뿌리 울금차’는 씹쌀한 울금의 맛에 현미의 구수함이 더해져 부드러운 풍미로 소비자들에게 좋은 평가를 받았다.

### 3차산업을 창조하라



**“우리 손으로 생산한 울금을 직접 가공, 판매할 수 있게 됐습니다”**

대기업과의 업무협약 외에도 우리는 지역 일간지와 온라인 광고, 주요 방송 3사 건강정보 프로그램 출연 등 다양한 매체를 통해 홍보활동을 펼치고 있다. 이러한 활동에 힘입어 진도 울금은 홈쇼핑 9회 방송 완판 신화와 더불어 인지도를 높이는 데 성공했다. 사업초기 기존에 인지도가 있는 기업과 함께 하는 공동마케팅은 저비용으로 높은 효과를 낼 수 있다.

2015년 말에는 전국 최초로 울금식품 가공클러스터 공장이 문을 연다. 연면적 1,334.2㎡ 규모의 저온저장 시설과 식품안전관리인증기준(HACCP) 시설을 갖춘 위생적인 공장에서 울금 티백차 등 다양한 가공 제품을 생산할 예정이다. 울금가공 제품을 직접 대량 생산하면 우수한 품질과 가격 경쟁력까지 갖춰 시장 점유율 향상에 유리할 것이고, 진도군 농가소득에도 큰 보탬이 될 것으로 예상된다. 음료를 만드는 대기업에 원료를 공급하고 사업단은 티백이나 식품에 들어가는 엑기스 생산에 주력하는 등 틈새시장을 공략하면 승산은 충분하다. 황금빛 울금이 우리 보배섬 진도에 진짜 보물이 되도록 노력할 것이다.



## 6차산업의 완성

진도 울금은 타 지역보다 색깔이 좋고 향이 깊은 데다 수확 시기가 늦어 알이 굵다. 우리는 울금을 대한민국 대표 건강식품으로 만들기 위해 '명품화 프로젝트'를 추진하고 있다. 대기업과 함께 제품 개발에 나서는 한편 지역전략식품육성사업 선정을 계기로 발작물 대체작목으로 집중 육성하고 있다. 전국 최초로 지리적표시제에 등록하면서 브랜드화에도 성공했다. 조만간 대규모 가공공장이 완공되면 그동안 주문자생산방식에 의존했던 울금 티백차, 울금엿, 울금젤리 등을 대량 생산할 수 있게 돼 지금보다 농가 소득이 크게 늘 것으로 기대하고 있다. 지역의 농민들이 힘을 모으면 새로운 작물로 6차산업을 이루는 것도 문제가 아니다.



### 박시우 단장이 말하는 6차산업 성공 노하우



#### 1차산업으로 시작하라

**새로운 품종 생산에 두려워하지 말라**

진도 특산물 가격 파동으로 어려움을 겪고 있을 때, 울금재배는 신의 한 수였다.



#### 2차산업을 개발하라

**참여기관의 네트워크 구축으로 인적 인프라를 강화하라**

울금 재배·가공과 연계된 농·산·관·학·연과의 워크숍, 교육을 통해 역량을 강화했다.



#### 3차산업을 창조하라

**대기업과의 공동 마케팅은 지역 특산물 발굴과 지역경제 활성화를 도모하는 대표적인 상생협력 사례다.**



# 6 육차가 나르샤

농부들의  
산업혁명!

; 원예  
작물



---

**인쇄일** 2015년 12월

**발행일** 2015년 12월

---

**발행처** 농림축산식품부

**발행인** 농림축산식품부 장관

**기획편집** 농림축산식품부 농촌산업과

**주소** 세종특별자치시 다솜 2로 94(어진동) 정부세종청사

**전화** 044-201-1585

---

**디자인·기획** 컬러커뮤니케이션즈 (02-333-6555)

---