

발간등록번호

11-1543000-000804-01



농림축산식품부
Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs

대학생 농업·농촌
6차 산업화
창업 아이디어
공모전



농림축산식품부
Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs

목차 대상 최우수상 — 우수상 —

4

공모전
개요

5

심사평

6

현장
스케치



8

**쌈채소
벼릿줄
프로젝트**

LTE-A

쌈채소의 무한변신!
치아건강부터 피부미
용까지. 쌈채소의 넘
치는 매력을 LTE-A가
발견했다!



13

**신흥리
주식회사
4남매농장**

달콤한 고구마가 4남
매를 만났다! 따뜻한
고구마 잎 차와 구수
한 고구마 잎 밥이 입
맛을 살려요!

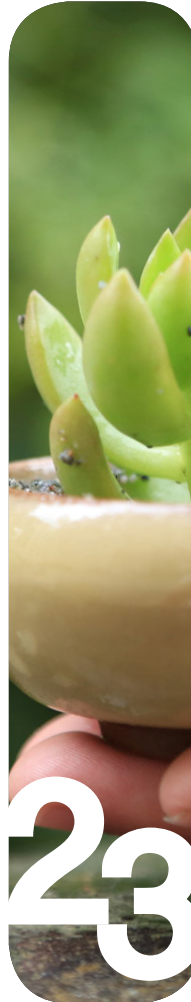


18

**원예
치유마을
만들기**

힐링블링

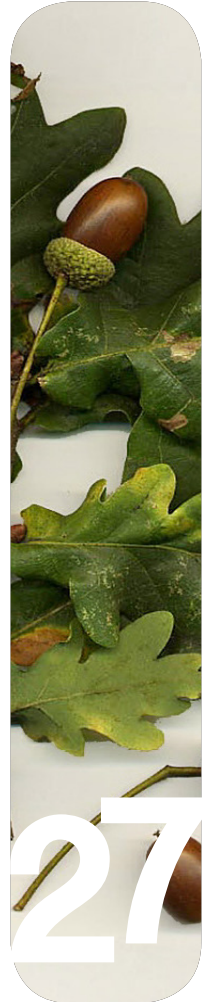
꽃으로 마음을 치료
해 보세요. 건강한 마
음을 찾아주는 힐링
프로그램, 원예 치료
로 농촌을 만나다.



23

**포켓가든
농촌의
아들**

게임으로 식물을 키운
다? 그것도 나만의 발
에서! 포켓가든을 만
나 가능한 이야기가
됩니다.



27

**Leaf
Poom
수풀;림**

나뭇잎으로 만든 기
특한 천연 방부제를
소개합니다. 잎품 한
지포장재와 잎품 티백,
나뭇잎의 가치를 높입
니다!

전북대학교

경북대학교

단국대학교

홍익대학교

경북대학교

장려상



32

엄마,
아빠도
꿀재미

이산가족
양봉

아이들은 꿀 아이스크림, 어른들은 꿀 보약. 칠곡 꿀로 재미와 건강을 한꺼번에 잡는다! 양봉의 신성장 산업을 발견하다.

경북대학교



37

감굴
된장차

제주
된장남녀

제주의 싱그러움과 우리 된장의 영양을 담았습니다. 어디서도 만나지 못한 새로움! 감굴 된장차, 제주만의 향기를 담아냅니다!

제주대학교



42

소시지
팩토리

Treasure
Hunter

독일마을에서 펼쳐지는 소시지 파티. 흑마늘 소시지부터 유자 소시지까지, 남해군의 맛을 담다!

충남대학교



47

Re
메이크

Re里利
제작팀

하얀민들레로 정직한 밥상을! 한옥 농가레스토랑에서 어머니의 손맛과 친환경 먹거리가 기다립니다.

청주대학교
공주대학교



52

하동
불그레
홍차

Team423

소녀의 수줍은 감성 한 스푼, 하동의 건강한 찻잎 두 스푼. 우리나라 홍차의 새로운 역사가 시작됩니다.

고려대학교

57
참가소감

대학생 농업·농촌 6차산업화

창업 IDEA 공모전

❖ 전체 일정

2014

6/27 ~ 7/11
접수

7/23 ~ 7/25
예선

7/30 ~ 9월말
사업계획 구체화
현장 활동

10/7
본선 1차

10/15
본선 2차 및
시상식

❖ 개요

「대학생 농업·농촌 6차산업화 창업 아이디어 공모전」은 농림축산식품부에서 2030세대의 농업·농촌에 대한 관심과 농촌지역 비즈니스 모델개발 및 활성화를 목적으로 우리 농업과 농촌의 6차산업화에 관심있는 전국 대학생을 대상으로 진행한 공모사업입니다.

공모주제는 ‘1·2·3차 산업이 융합된 농촌마을의 6차산업화 수익모델 개발’로, 2014년 6월 27일(금)부터 7월 11일(금)까지 서류접수를 진행하여 총 72개팀(218명)의 접수를 받았습니다.

농식품부는 이 중 서류전형, 예선, 워크숍, 현장활동, 본선1차, 본선2차, 총 6단계를 거쳐 선발된 10개 우수팀에게 농림축산식품부 장관상과 상금을 수여하였습니다.

농림축산식품부는 해당 공모전에서 우수한 성과를 거둔 수상작들을 모두가 쉽게 이해할 수 있게 본 수상집을 제작하였습니다. 본 수상집이 6차산업에 관심있는 모두에게 도움이 되는 6차산업 길라잡이가 될 수 있기를 기원합니다.

※ 6차산업화란?

6차산업화란 농촌 주민이 중심이 되어 농촌에 존재하는 모든 유·무형의 자원을 바탕으로 식품 또는 특산물 제조·가공(2차산업) 및 유통·판매, 문화·체험·관광 서비스(3차산업) 등을 복합적으로 연계·제공함으로써 새로운 부가가치를 창출하는 활동을 뜻합니다. 6차산업화에 관한 더 자세한 정보는 6차산업 홈페이지(www.6차산업.com)를 통해 확인할 수 있습니다.

심사평

김 성 희^{팀장}
청년창업사관학교



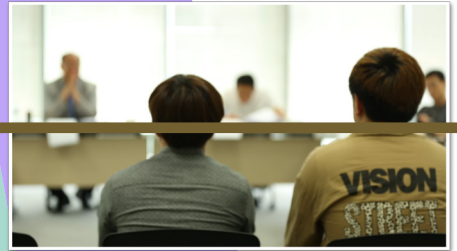
학생들의 우수한 6차산업 아이디어가 실현될 경우 우리 농촌에 무궁무진한 부가가치 창출이 가능하다. 따라서 학생들의 우수한 아이디어가 단순히 아이디어로만 끝나선 안 된다. 이를 원활히 실현할 수 있도록 정부에서 정책마련 및 추진 등의 올바른 이끔을 진행하고, 대학생들은 이에 시너지 효과를 낼 수 있는 열정과 노력을 투자해야 한다.

최 인 석^{부장}
농민신문사



우리 농촌은 아직 1차산업 또는 2차산업화에만 머물러 있거나 상품화 되지 않은 것들이 많은 블루오션이다. 하지만 국내의 농촌에 대한 관심도가 낮고 농촌 거주인구의 고령화로 인해 이를 활성화 시킬 수 있는 방안이 없는 실정이다. 금번 공모전이 농촌에 대한 국민 관심도를, 특히 대학생들의 농촌에 대한 관심 및 이해를 높였다고 생각한다. 대학생들의 젊은 패기와 도전정신이 앞으로의 국내 농업시장 활성화에 큰 희망이 될 것이라 굳건히 믿는다.

현장 스케치



대학생 농업,농촌 6차 산업화 창업 아이디어 공모전 1차 인터뷰심사



대학생 농업,농촌 6차 산업화 창업 아이디어 공모전 2차심사



대학생 농업,농촌 6차 산업화 창업 아이디어 공모전 발표장 모습 및 판넬 전시



최종결선 발표 모습



최종결선 심사 및 시상식

대학생 농업·농촌 6차산업화 창업 IDEA 공모전



대학생 농업,농촌 6차 산업화 창업 아이디어 공모전 수상자 단체사진

쌈채소 버킷줄 프로젝트

전북대학교 LTE-A

선정 마을

전라북도 장수군 장수읍 (구락마을)

주요 사업

1차 산업



쌈채소



마스크팩



가글



칫솔



3차 산업



유통



관광



선정 배경



대부분의 지역이 해발 300m 이상에 경사도 10°~30° 사이가 57.9%를 차지하는 중산간지역



큰 일교차로 병충해 발생이 적어 상추와 같은 호냉성 작물을 재배하기 좋음



인근에 고속도로가 있어 접근성이 뛰어나

사업화 제품 소개

쌈채소

1차 산업의 아이템으로 선정한 쌈채소는 가공품으로 개발했을 때 성장가능성이 높기 때문에 차별화 전략이 가능하다. 쌈채소는 특히 피로 회복력이 우수하고 뛰어난 미백효과, 항산화 효과를 보여준다. 이러한 쌈채소를 이용해 가글과 팩, 칫솔과 같은 가공품뿐 아니라 파스타나 비빔컵 등의 식품도 개발할 수 있다.

장점

쉽게 재배 가능

차별화 유리

특성화 유리

생산성 높음

효능분석

피로 회복력 우수

미백 효과

항산화 효과

생산제품

쌈채 가글, 칫솔

쌈채 팩, 선크림

쌈채 파스타

사업 추진 체계

지역과 연계

❖ 도시와 농촌의 연결고리를 통한 제품 활성화 방안 기대

❖ 한옥마을과 연계하여 마케팅 판로 개척

향후계획 및 기대효과

정량적효과

평당 8천원정도의 순이익을 통한 농가 매출 2배이상 증가, 장기적 수익창출 가능

정성적효과

농촌활성화, 해외시장진출 등

사업 추진 전략

ICT 활용 등

ICT기술을 이용해서 소비자의 반응을 즉각적으로 반영할 수 있는 '쌈클라우드'를 만들어 농촌과 소비자의 연결고리로 활용한다. 또 앱으로 QR코드를 연동해 제품을 신속하게 구매할 수 있고, 제품에 대한 정보도 얻을 수 있다. SNS 등을 통한 바이럴 마케팅도 진행된다.

ICT활용을 통한
쌈클라우드를
활용하여
정보 공유 제공

QR코드를 통한
가공품 판매
활성화

투어 바스킷
페이지 구축을
통한 마케팅
강화

1. 선정 배경

구락마을 선정 배경

지역경제를 살리고 동시에 창의적인 6차산업의 수익모델을 만들기 위해 전라북도 장수군 장수읍의 구락마을을 대상지로 선정하였다. 이 마을에는 여러 특화작물이 있는데, 그 가운데 산야초농법을 이용한 쌈채소가 대규모로 재배되고 있다. 또한 고속도로가 가까이 있으며 대구, 대전, 광주와 같은 대도시가 근접하다는 장점이 있다.

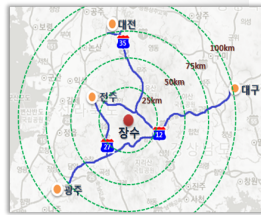
특화작물

- 쌈채소를 특화 작물로 하여 대규모의 재배 지역



접근성

- 대구, 대전, 광주 등 주요 도시 인접



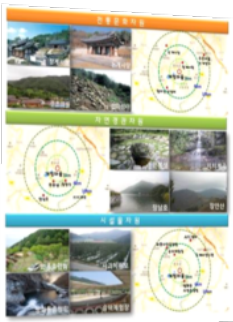
농법

- 산야초 농법을 통한 친환경 쌈채소 재배



마을 현황

구락마을은 등산로나 올레길로 활용할 수 있는 다양한 전통문화자원과 자연경관자원이 있고, 활용 가능한 시설물도 풍부하다. 또 현재 사용하지 않는 유휴농지는 60ha에 이르는데, 이 중에 1/3은 바로 사용이 가능하며, 고령인구가 전체인구의 32.6%에 달하는 초고령화 지역이다.



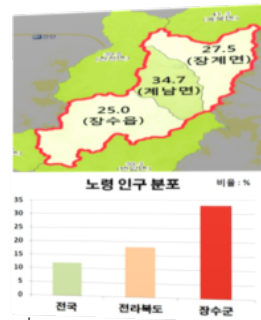
다양한 마을자원

- 다양한 전통문화자원, 자연경관 자원, 시설물자원 보유



유휴농지

- 유휴농지 60ha 분포, 이중 1/3 활용가능 지역



노령 인구 분포

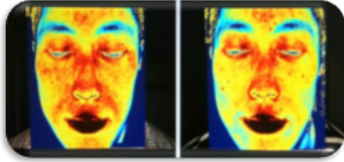
- 사업구역은 노령인구가 32.6%로 초고령 지역

2. 사업화 제품

쌈채소 효능 분석

쌈채소에는 피부미백의 효과가 있어 팩이나 가글로 활용할 때 미백에 큰 도움을 준다. 또 항산화 효과도 뛰어나 노폐물을 배출하고 손상된 세포의 재생을 돕는다. 또 암세포가 발생하지 않도록 억제하는 효과도 가지고 있을 뿐만 아니라 신진대사를 활발하게 해주고, 비타민이나 미네랄이 풍부해 피로를 예방하는데 탁월하다.

01 미백 효능



02 항산화 효과

- ❖ 노폐물을 배출시키는 정화능력
- ❖ 손상된 세포를 재생
- ❖ 암세포의 발생을 억제

03 피로 회복

- ❖ 신진대사를 도와 피로회복에 효과
- ❖ 비타민, 미네랄 등 피로회복에 필요한 영양분이 풍부



쌈채소 사업화 제품

쌈채소를 활용한 가공품으로는 먼저 가글을 들 수 있다. 다른 제품과의 차별성을 위해 천연의 미백성분을 담았다. 칫솔은 칫솔모에 미백성분을 넣은 기능성 제품을 선보인다. 또 쌈채 팩은 천연성분으로 미백과 진정효과를 얻을 수 있다. 자외선 차단제는 자외선 차단 기능에 미백효과까지 첨가한 일석이조 제품이다. 쌈채소는 가공품과 함께 새로운 식품메뉴로도 개발되는데, 쌈채 비빔컵이나 쌈채 파스타도 함께 만나볼 수 있다.



3. 사업 추진 체계

도시와 농촌의 연결 고리

곧 들어설 전북대학교 지역농업산업화 연구센터의 가공연구시설을 통해 제품개발을 진행하고, 연구센터내의 DB를 통해 지역유통망을 확보해 새로운 시장전략을 수립한다. 또한 장수군 구락마을에서 친환경적이고 특수한 농법으로 쌈채소를 재배하여 쌈채소의 생산을 진행하고, 마을이 가진 자연, 문화, 특산자원을 다양한 체험활동과 연계하고 쌈채소로 만든 가공품을 판매할 수 있는 유통망도 만들어 농촌과 쌈채소 제품 판매의 활성화를 함께 도모한다.



추진 체계

구락마을에서 재배된 쌈채소는 산업화 연구센터의 제품개발을 통해 전주 한옥마을에 제공되며 다양한 방법으로 판매와 홍보가 이루어진다. 이 과정에서 소비자의 반응을 반영해 제품의 선호도가 결정되면 다음 재배에 참고할 수 있으며, 이 과정을 통해 고객의 요구를 만족하는 제품을 만들 수 있다.

“고객 니즈 충족 제품 개발”



4. 사업 추진 전략

제품에 대한 홍보는 온라인과 오프라인을 통해 각각 진행된다. 먼저 온라인에서는 최근 가장 반응이 좋은 수단인 SNS를 활용해 제품의 정보를 공개하고 이벤트 등으로 관심을 유도한다. 이는 언제 어디서든 참여할 수 있다는 장점이 있다. 또 온라인의 배너광고를 사용하고 파워 블로그를 이용해서 홍보를 진행한다.

한편 오프라인에서는 ‘쌈’이라는 글자와 새싹 이미지를 활용해 브랜드 로고를 만들어 활용한다. 토속적인 이미지의 로고로 소비자가 보다 친근하고 안전한 제품으로 기억할 수 있을 것이다. 또 전주 한옥마을에 부스와 자판기를 설치하고 제품을 판매해 관광객에게 직접적인 홍보를 시행한다. 나아가 전단지 광고가 아닌 오프라인 소식지를 활용해 지역 여행정보와 함께 제품을 홍보할 수 있다.



5. 향후 계획 및 기대효과

먼저 현장에서 진행한 선호도 조사결과 수익창출부분에서는 국내소비자들은 친환경제품을 더 선호한다는 것을 알 수 있었다. 이는 장기적인 관점에서 수익을 얻을 수 있다는 긍정적인 결과이다. 또한 이번 사업을 통해 우리 농촌을 활성화시킬 수 있다. 귀농을 희망하는 사람들에게는 새로운 가능성을 보여주고, 농업의 6차 산업화를 통해 젊은이들이 농촌에 관심을 갖도록 유도할 수 있다.

뜨거운 관심과 함께 탄생한 기능성 제품들은 우리 농촌을 넘어 해외 시장에서도 경쟁력을 가질 수 있다. 더불어 제품을 가공하는 과정에서 고용창출효과를 얻을 수 있고, 농가는 안정적인 수익을 기대할 수 있다.

신흥리 주식회사

경북대학교 4남매 농장

선정 마을

경상북도 포항시 북구 청하면 신흥리 마을

주요 사업



1차 산업



고구마잎 쌀

2차 산업



차 케이크 막걸리

3차 산업



매체홍보

사업화 제품 소개 고구마와 쌀의 변신

현재 활용도가 낮은 고구마 잎을 활용해 차(茶)를 만들고, 소비자가 직접 만들 수 있는 고구마 케이크를 기획하였다. 또 시리얼이나 이유식과 같은 메뉴에 고구마가루를 활용하고, 신흥리의 쌀을 이용해 막걸리, 된장 등의 제품을 만든다.

신흥리의 고구마와
쌀 재배

고구마와 쌀을 활용한
차, 케이크, 막걸리
등의 가공상품 개발

사업 추진 전략 마을 주민 모두가 주주

신흥리 주식회사에서 마을주민들이 재배한 쌀과 고구마 구입 → 이를 활용한 가공식품 제작 → 마을단위로 판매 → 판매를 통해 얻은 회사의 수익을 다시 신흥리 주식회사의 주주인 마을주민에게 배당 → 배당된 금액을 다시 재투자하여 지속적인 선순환 메커니즘이 가능하도록 사업진행

4남매 농장의
성공 사례 제시

출자금을 통한
주식회사 설립

파워블로그/
카카오스토리/
잡지/신문 등
대중매체를 이용한
홍보와 여러
이벤트 진행

선정 배경



농촌 일손 부족 심각 사태가 지속



농가인구 비율 감소와 함께 농가인구의 고령화를 증가 추세

사업 추진 체계

- ❖ 신흥리주식회사 설립이후 가공식품 개발
 - ▷ 마을 단위 판매
- ❖ 회사 수익 발생
 - ▷ 마을주민배당&재투자
 - ▷ 신흥리 마을주민들 농산물 구입

향후계획 및 기대효과

정량적효과

회사설립 2년차 출자금 회수 및 안정화

정성적효과

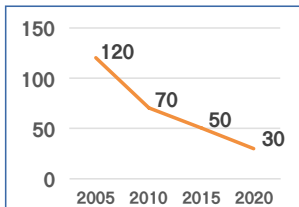
농촌마을의 중요성을 알고 농촌사회가 그 가치를 인정·공유

1. 선정 배경

신흥리 마을조사

신흥리 마을의 거주인구는 현재 70명도 되지 않는다. 그마저도 고령화가 빠르게 진행되고 있다. 지금 추세라면, 2020년에는 신흥리 마을이 존폐위기에 처하게 된다. 마을 분위기는 전반적으로 평화로우며, 암각화와 같은 선사시대 유물이 있다. 신흥리 마을에는 약 40만평 규모의 평야가 있으며 연간 1,300톤의 쌀을 생산한다. 1차 산업이 주로 이루어지고 있는 전형적인 농촌마을이다.

[마을 인구]



현재 약 70명 마을주민
2020년엔 지속어려움

[마을 경관]



평화로운 농촌 마을
마을 암각화

[마을 자원]



40만평 규모의 평야
연간 1300톤 쌀 생산

특별한 것 없는 농촌마을에서 6차 산업의 시작

2. 추진 목적 및 추진 체계

4남매농장이 느끼는 농촌은 큰 욕심을 부리지 않고, 확실한 믿음이 없는 변화를 싫어하며, 고령화로 몸살을 앓고 있는 곳이다. 이런 농촌에 4남매농장이 그간 성공적으로 일구어 온 여러 사례들을 보여 주며 농촌 사람들을 설득한다면 변화의 움직임이 가능할 것이다. 나아가 마을 주민 모두가 주주로서 같은 목표를 위해 노력하는 것이 신흥리 주식회사의 설립 목적이다.

이번 사업은 농가의 소득에 큰 도움이 될 수 있다. 신흥리 주식회사를 세우고 여기에서 쌀을 가공한 식품을 만들게 된다. 만든 제품은 마을 단위로 판매하고 다양한 판로를 거쳐 유통한다. 판매를 통해 얻은 회사의 수익은 다시 신흥리 주식회사의 주주인 마을주민에게 배당되며 다시 재투자로 이어진다. 이와 같은 구조는 결국 농가의 수익을 올리는 선순환 구조로 계속이어질 수 있다.

내가 느낀 농촌이란 곳은

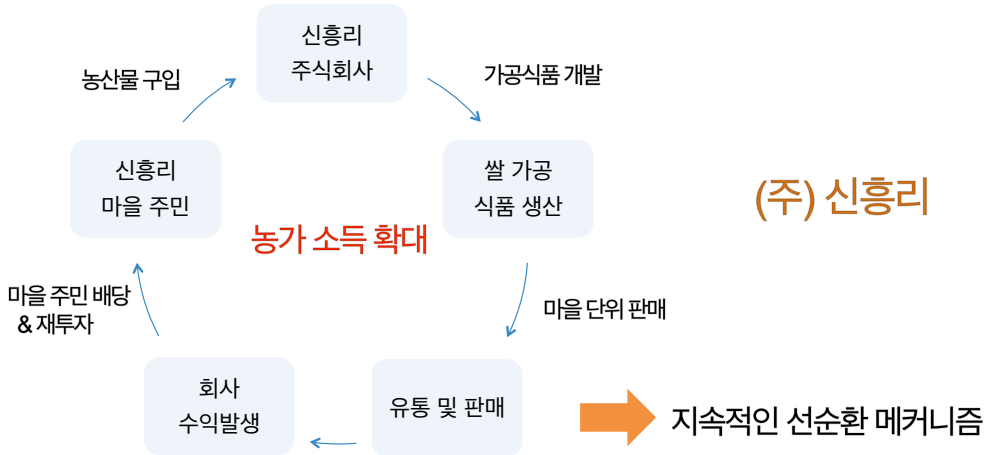
욕심이 없다
변화를 싫어한다.
고령화



마을 주민 모두가
동일한 목표를 향하여
주주로 참여하는

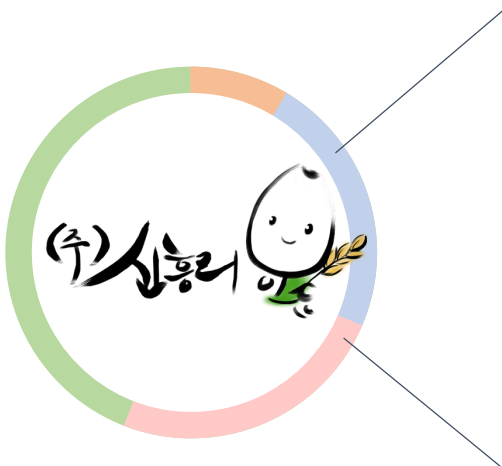
- 신흥리 주식회사

→ 4남매농장의 성공사례 제시



신흥리 파급효과

신흥리 주식회사를 통해 농사를 쉬는 기간 여유가 있는 농민들에게 새로운 일자리를 제공할 수 있다. 그로 인해 농가의 수입은 늘고 다시 신흥리 주식회사로 투자하는 구조를 그릴 수 있다. 더불어 우리 농촌의 지속 가능한 밝은 미래도 함께 기대해볼 수 있다.



•마을 일자리 창출

- 주식회사를 통한 새로운 마을 일자리 창출

•농가 소득 확대

- 마을 일자리 창출로 농가 소득 확대

•선 순환 메커니즘

- 농가소득확대를 통한 농촌 선 순환 고리 완성

•지속 가능한 농촌

- 선 순환 메커니즘을 통한 지속 가능한 농촌마을 형성

3. 사업화 제품

고구마 잎을 활용한 차

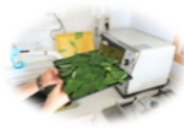
그동안 고구마의 잎과 줄기에 대한 수요는 거의 없었는데, 최근에는 잎과 줄기에 단백질, 비타민이 풍부하고 항염효과가 있다는 사실이 알려지면서 많은 관심을 받고 있다. 이번 사업에서는 이러한 고구마 잎을 이용해 새로운 가공식품을 선보이고자 한다. 잎을 활용한 차를 시음해보니 녹차만큼 구수한 맛이 아주 좋았으며, 기존에는 이용하지 않던 잎을 이용하기 때문에 충분한 시장성을 가진다고 판단된다.

1. 고구마 잎에 대한 재조명

- 고구마 잎에는 많은 영양분 함유
- 고구마 잎을 이용한 새로운 가공상품개발



1. 재료준비!!!



2. 고구마잎을 씻고



3.오븐에 건조시킨 후

2. 사업성 평가

- 녹차만큼 구수하고 맛이 좋음
- 버려지는 부분을 활용한 새로운 가치 창출



4. 곱게 가루를 내어서



5. 티백안에 실며서 넣어주면



6. 고구마잎차 완성

신흥리 쌀과 고구마를 활용한 상품

한편, 4남매농장의 고구마와 신흥리의 쌀을 결합해 고구마 잎 밥, 고구마 떡과 같은 새로운 가공식품을 만들 수도 있다. 고구마 잎 밥의 경우, 밥을 지을 때 고구마 잎 차를 함께 넣어주면 더욱 구수한 밥을 만들 수 있다. 또 아이들과 함께 만들 수 있는 체험상품으로 고구마 떡과 케이크 등을 구상했다. 고구마 잎을 이용하는 차별화된 전략은 시장에서 판매 경쟁력을 충분히 가질 수 있을 것이다.

1. 신흥리 쌀과 4남매고구마의 결합

- 쌀과 고구마를 통한 새로운 가공상품개발
- 차별성 확보 및 유통할로 개척



1. 재료준비!!!



2. 밥을 할 때 함께 넣어주고



3. 고구마잎밥 완성

2. 사업성 조사

- 밥짓는 물에 대한 관심 증가
- 아이와 함께 할 수 있는 만들기 상품



1. 재료준비!!!



2. 고구마를 넣은 송편 만들기



3. 고구마 송편 완성

4. 판매 계획

우선은 4남매농장의 홈페이지를 통해 상품 판매를 시작한다. 이어서 경상북도 지정 농산물 판매처인 사이소와 같은 온라인 판매처를 통해 판매할 수 있다. 또 회원수가 약 3만 명에 이르는 포항 맘 놀이터 카페에도 제품을 홍보하고 판매할 수 있으며, 지자체 브랜드와 협력을 통해서 인증 브랜드로 상품화도 가능하다.



5. 바라는 점

4남매농장이 바라는 농촌마을이란, 농촌이 발전해서 도시가 되는 것이 아니다. 농촌마을의 가치를 그대로 살리는 것이다. 20년, 30년 이후에도 농촌 그 자체로 유지될 수 있기를 바란다.

4남매농장이 바라는 농촌마을은...

$$\begin{array}{c} \text{0} \\ \text{농촌의} \end{array} \times \begin{array}{c} \text{2} \\ \text{근본은} \end{array} \times \begin{array}{c} \text{3} \\ \text{농업이다} \end{array} = \text{0}$$

농촌이 잘 살게 되어 도시가 되는 것이 아니라 **농촌마을 그대로 평생** 남아 있는 것

원예치유마을 만들기

단국대학교 힐링블링

선정 마을

경기도 안성시 대덕면 죽리 외평마을

주요 사업

1차 산업



꽃

2차 산업



원예 프로그램
키트

3차 산업



교육
관광



선정 배경



꽃으로 세상을 치유하는 힐링 블링, 원예치료 제안



도시와의 접근성이 뛰어나고, 주민들의 단합력이 높음

사업 추진 체계

협업 Co-Work

- ❖ 안성시 교육청 : 안성여자중학교와 프로그램 공동 기획/운영
- ❖ 사랑 손 클럽 : 벽화 그리기 활동, 마을환경 개선 활동
- ❖ 단국대학교 원예치료 동아리 : 벽화 그리기 활동, 보조치료사 실습

향후계획 및 기대효과

정량적효과

원예치료 외부강사로, 키트 판매, 토지 임대료 등 발생

정성적효과

원예치료 센터, QR코드, 스마트폰 어플 운영 등으로 인한 매출증대

사업화 제품 소개

먼저 1차 생산 단계에서는 기존에 짓던 농사를 계속 유지하면서 주말 농장과 상자텃밭으로 밭농사를 확장한다. 생산된 재료는 원예치료 프로그램에 활용되며 원예 프로그램 키트로 사용된다. 또 외평마을의 벽화길이나 꽃길을 이용한 마을 관광, 원예치료 프로그램 등의 서비스 산업도 준비한다.

생산

기존의 농사 유지

주말농장과 상자
텃밭으로 밭농사의
확장

가공

원예치료 프로그램
운영

원예 프로그램 Kit
개발

서비스

마을 관광
(벽화길/꽃길)

원예치료 프로그램

사업 추진 전략

홍보 및 운영방안

홍보는 파급력이 좋은 SNS를 이용해 입소문 마케팅을 사용해 진행한다. 20-30대가 주로 이용하는 SNS와 30-40대가 주로 이용하는 SNS를 각각 구분해 연령대에 맞게 맞춤형 정보를 제공한다.

20-30대와의
소통을 위한
SNS활용
인스타그램,
페이스북

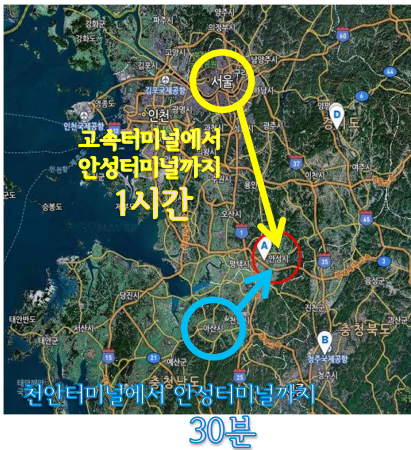
30-40대와의
소통을 위한
SNS활용
블로그,
카카오톡

1. 선정 배경

힐링블링에게 선택받은 외평마을

경기도 안성시 대덕면 죽리에 위치한 외평마을은 주민의 연령대가 높고, 젊은 사람이 적은 농촌마을이다. 하지만 안성시내에서 10분이면 도착할 수 있고, 대중교통도 많아 도시와의 접근성이 뛰어난 곳이기도 하다. 마을 주민은 모두 170여 명인데, 가을걷이가 끝나면 마을 주민 모두 모여 제사를 지내고 식사를 하며 단합의 시간을 갖는다. 힐링사업을 위해 필수적인 지리적, 감성적 부분을 분석한 결과 도시와 가깝고, 주민들의 결집력도 좋기 때문에 외평마을을 대상마을로 선정하였다.

도시와의 접근성



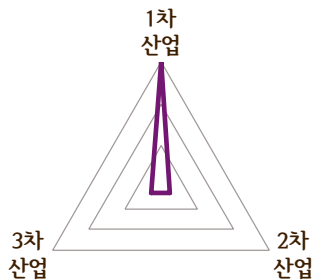
주민들의 단합력



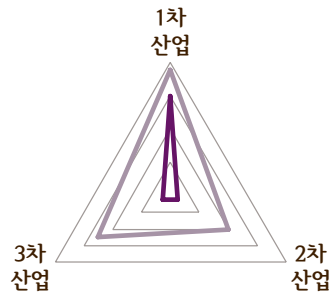
6차산업화 수준진단 및 기대수준

외평마을은 전형적인 농촌마을로, 대부분의 주민이 농업으로 생계를 이어가고 있다. 주로 쌀과 토마토를 재배하며 주민의 연령대가 높아 가공이나 서비스와 같은 2차, 3차 산업으로의 수익은 거의 없는 상태이다. 하지만 원예치료 프로그램으로는 1차 산업 뿐만 아니라 2차 가공, 3차 서비스 산업까지 가능하다.

6차산업화 실시 전
외평마을



6차산업화 실시 후
외평마을



2. 사업화제품

외평마을에서는 주로 쌀과 토마토 등을 재배하고 있다. 그런데 고령화로 인해 힘든 밭농사를 포기한 곳이 많아 이곳을 활용해 주요 작목들을 밭에 심기로 한다. 기존의 쌀, 토마토 농사를 유지하면서 주말농장, 상자텃밭과 같은 아이템을 활용할 것이다. 생산된 마을 작물은 원예치료에 사용할 수 있도록 원예키트로 가공해 관광객에게 판매하고, 키트를 이용한 원예치료 프로그램뿐만 아니라 벽화길과 꽃길을 활용한 마을관광, 주말농장 등의 서비스도 제공하게 된다.

1. 생산



☆ 기존의 쌀, 토마토 위주의 농사 유지

☆ 사용되지 않는 밭농사지에 주말농장과 상자텃밭으로 활성화 도모

2. 가공



☆ 원예치료/활동 프로그램 KIT 개발

3. 서비스



☆ 마을 관광지 개발(벽화길, 꽃길)

☆ 원예치료 프로그램 제공

3. 협업

협업 단체로는 먼저 경기도 안성시 교육지원청이 있다. 안성여자중학교에서 원예치료로 8회기 프로그램을 진행하고, 원예치료사라는 자리로도 얻을 수 있었다. 또 2013년, 사랑손클럽과 업무협약을 맺어 위기학생들이 사회봉사를 할 수 있도록 돕고 있으며 마을 벽화 그리기에 학생들이 참가하도록 안내하였다. 이를 통해 원예치료를 통한 상담이 가능했으며, 학생 선도 프로그램을 구성하는데도 도움이 될 수 있었다. 마지막 협업 단체로는 단국대학교 원예치료동아리 힐링블링이 있다. 2014년 8월, 동아리 회원 20명과 함께 밭뜰마을 입구에 벽화 그리기 작업과 원예치료, 보조치료사 실습을 진행하였다. 마을 입구의 벽화로 마을 분위기가 한결 밝아졌으며 젊은 사람들에게 농촌체험의 기회도 제공할 수 있었다.

	안성시 교육청	사랑 손 클럽	단국대학교 원예치료 동아리
협업 사진			
협업 내용	- 안성여자중학교 (8회기 프로그램)	- 벽화 그리기 활동 - 마을 환경 개선	- 벽화 그리기 활동 - 원예치료 프로그램 보조치료사 실습
기대 효과	- 다양한 원예치료 프로그램 제공 - 원예치료사 일자리 창출	- 원예치료 상담 기회 제공 - 학생 선도 프로그램 계획 및 제공	- 단합과 친목도모 - 농촌 체험 - 마을 분위기 전환 - 젊은 세대 유입

4. 홍보 방법

홍보는 주로 SNS를 이용하여 입소문 전략, 즉 버즈마케팅을 활용한다. 먼저, 사람들이 가장 많이 이용하는 상위 4개의 SNS를 대상으로 홍보를 진행했다. 20-30대는 페이스북과 인스타그램을 활용했는데, 페이스북에는 원예치료와 마을 정보를 게시하고, 인스타그램에는 사진 위주로 홍보했다. 30-40대는 카카오토티와 블로그를 이용했고, 블로그에는 매주 힐링블링의 활동을 보여주고 검색을 통해 접근한 사람들에게는 활동 내용을 알리는 글을 게시하였다. 마지막으로 카카오토티는 주로 기혼자가 사용하는 경우가 많은데, 가족단위 참가자를 모집하는 이벤트 글을 통해 큰 관심을 얻었다. 실제로 카카오토티를 통해 방문한 가족들도 있었을 만큼 좋은 성과를 거두었다.

20-30세대와의 소통을 위한 SNS

Instagram




Facebook




30-40세대와의 소통을 위한 SNS

Blog



Kakao Story



5. 힐링블링이 꾸는 꿈

평범한 농촌 마을이었던 외평마을. 젊은 세대가 벽화를 그리고 원예치료를 하며 이곳은 더욱 활기찬 마을이 될 것이다. 또 다양한 원예치료를 통해 치료 대상자는 좋은 서비스를 제공받을 수 있고, 도시에서 방문한 관광객은 주말을 농장과 함께 알차게 보낼 수도 있다. 또 농촌으로 주말 나들이를 와 몸과 마음을 치료하는 시간을 가질 수 있을 것이다. 원예치료사나 복지치료사도 원예치료를 이용해 홍보와 교육을 이어나갈 수 있다. 더불어 외평마을이 6차 산업화의 본보기가 될 수 있기를 희망한다.



포켓가든

홍익대학교 농촌의 아들

선정 마을

충청남도 서산시 모월 2리

주요 사업

1차 산업



농작물



게임

3차 산업



체험



관광



사업화 제품 소개 포켓가든 구조

포켓가든의 구조는 기본적으로 게임의 형태이다. 체험을 원하는 학생에게 가상의 땅을 제공한다. 선택한 작물이 잘 자랄 수 있도록 물주기, 비료주기와 같은 기능을 이용할 수 있다. 또 퀴즈풀기나 순위 정하기 같은 게임 요소를 활용해 사업을 운영하고 있는 농촌과 소통할 수 있는 기회도 마련한다.

게임 형태로 아이에게
가상의 땅을 제공

물, 비료주기 등의 기능을
이용하여 작물 재배

퀴즈, 퀘스트, 랭킹의
게임 요소들을 바탕으로
작물을 기르며
농촌과 소통

사업 추진 전략 홍보 및 운영방안

게임 형태의 작물재배 이후 모월 2리 마을에서 진행되는 농장파티, 일명 '천사와 함께 춤을'을 기획한다. 마을에서 자란 작물로 음식을 만들고, 농부와 체험자 가족이 함께 모여 재배 과정에서 느낀점과 정보를 공유할 수 있는 자리이다. 또 류방택 천문기상과학관과 해미읍성을 방문하는 프로그램도 함께 진행된다.

'천사와 함께 춤을'이라는
컨셉의 파티를 마을
정원에서 진행하며
직거래 진행

류방택 천문
기상 과학관과
해미읍성 방문체험
진행

선정 배경



가상과 현실의 결합을 통한
포켓가든 제안



농촌에 대한 관심을 제고하
여, 활성화 방안에 대한 제시

사업 추진 체계 협업 Co-Work

- 1 농림축산식품부 : 자금 지원
- 2 농촌 : 노동, 토지, 교육을 제공
- 3 참가자(초등학생 등) : 교육, 농산물
의 혜택 부여
- 4 서산시 : 홍보지원

향후계획 및 기대효과

정량적효과

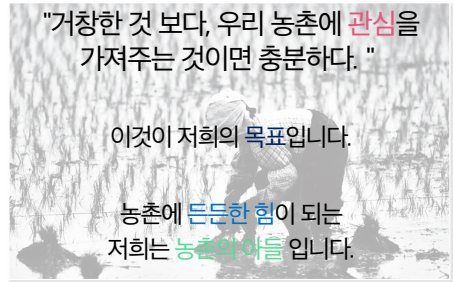
농촌체험활동 시장규모 연간 4,000억원,
사교육시장 진입가능

정성적효과

게임을 통해, 농촌에 대한 관심도 증가

1. 사업 목표

“거창하고 대단한 목표를 이루는 것보다 농촌에 대해 관심을 가져주는 것으로 충분하다”는 마을 이장의 말처럼, 우리 농촌에 대해 따뜻한 애정을 갖도록 이끄는 것이 이번 사업의 목표다.



2. 아이템 흐름도

먼저 체험자는 모바일 앱을 통해 받을 계약을 한다. 기르고 싶은 작물을 선택하고 재배를 시작하게 되는데, 이때 농부는 주문받은 작물을 가꾸면서 체험자에게 필요한 정보나 사진 등을 제공한다. 체험자도 물론, 농부에게 궁금한 점을 질문할 수 있고 자신의 작물이 커가는 과정을 사진으로 볼 수도 있다. 이 뿐만이 아니다. 포켓가든은 가상과 현실을 결합한 사업이다. 체험자는 농장을 직접 방문해 '천사와 함께 춤을' 프로그램과 관광체험을 함께 즐길 수도 있다. 사업에 대한 체험자의 긍정적인 평가와 반응은 재계약으로 이어지게 될 것이다.



Pocket Garden은 가상과 현실의 결합입니다.

3. 사업화 제품

로고

초록색, POCKET GARDEN이라는 글자는 밭을 의미하고, 빨간 토마토는 이 밭에서 기른 아이들의 농작물을 뜻한다. 아이가 두 팔을 벌려 밭을 안고 있는데, 이는 자신만의 밭을 상징한다. 또 'e'는 인터넷과 스마트폰이 밭과 연결되어 있음을 보여준다.



제품 구성

참가자는 키우고 싶은 작물과 재배 면적 등을 선택한 후 밭을 계약한다. 시골 농부는 해당 정보를 받아 그대로 농작물을 관리하며 관리상황과 코멘트를 참가자에게 전달한다. 수확시기가 되면 게임상으로 알림이 뜨며, 참가자는 부모님과 직접 밭을 방문하여 농작물을 수확한다.





아이는 3.3m²(1평당)
6,000원을 지불하고
작물은 선택합니다.



무분별한 작물기르기 가능 구매 방지를 위해, 같은 기능의 경우 1분 후에 구매할 수 있습니다.

 전사의 나팔 가격 0 수량 무제한 레벨 0↑ 시간 무제한 그룹 - 구매 선물	 6쪽 마늘 가격 0 수량 무제한 레벨 0↑ 시간 무제한 그룹 - 구매 선물
 고추 가격 0 수량 무제한 레벨 0↑ 시간 무제한 그룹 - 구매 선물	 배추 가격 0 수량 무제한 레벨 0↑ 시간 무제한 그룹 - 구매 선물

물, 비료주기 등의 기능을 이용하여 작물을 기릅니다.

	물주기 5회 가격 0 수량 무제한 레벨 0 ↑ 시간 무제한 그룹 구입 선물		물주기 3회 가격 0 수량 무제한 레벨 0 ↑ 시간 무제한 그룹 구입 선물
	물주기 1회 가격 0 수량 무제한 레벨 0 ↑ 시간 무제한 그룹 구입 선물		비료주기 5회 가격 0 수량 무제한 레벨 0 ↑ 시간 무제한 그룹 구입 선물
	비료주기 3회 가격 0 수량 무제한 레벨 0 ↑ 시간 무제한 그룹 구입 선물		비료주기 1회 가격 0 수량 무제한 레벨 0 ↑ 시간 무제한 그룹 구입 선물



제 작물이 말라가고 있어요.

작물 관련 | 포켓가든 | 2014.09.06 11:15 | Given Points 0

제 작물이 말라가고 있어요. 어떻게 하면 좋을까요?

💬 의견 (0)

수정

션 (1)



포켓가든 2014.09.06 11:16

현재 물을 준 횟수가 너무 적기 때문에, 하루에 한번씩 물을 주도록 하시고 비료등을 통해서 땅의 힘을 보충해주세요!
그리고 해가 너무 강렬해서 그릴 수도 있습니다.

이런 잘못 키웠군요!
농부의 조언과 Q&A로 소통이 이어집니다.

퀴즈, 퀘스트, 랭킹의 게임 요소들을 바탕으로 작물을 기릅니다.

포인트	퀴즈정보	남은시간
OP	<p style="text-align: center;">[마늘] 마늘</p> <p>OO은 서늘한 기후를 좋아하는 뿌리채소다. 보통은 가을에 파종해 봄에 수확하는데 이는 겨울에 잠에서 깨어나(휴면타파) 봄에 성장하는 특성 때문인 이 작물은? 백승현 님이 출제하신 문제입니다.</p> <p style="text-align: center; background-color: #00a08a; color: white; padding: 5px; border-radius: 5px; display: inline-block;">문제수정</p>	95시간 59분
OP	<p style="text-align: center;">[카라] 칼륨</p> <p>비료의 3요소 중 하나로서, 탄소동화작용에 관계하고 태양광선의 물리적 에너지를 화학적 에너지로 바꾸어 식물에 도움을 주는 이것은 무엇일까요? 포켓가든 님이 출제하신 문제입니다.</p> <p style="text-align: center;">시간종료로 인해 더 이상 문제를 풀 수 없습니다.</p>	시간종료



마을을 방문하여
작물을 수확하고
농부의 생생한 교육을
받습니다.



4. 사업 추진 체계

포켓가든은 4가지 주체가 함께 만들어 간다. 먼저 체험자는 비용을 지불하고 밭을 계약한다. 체험자는 포켓가든을 통해서 농업에 대한 기본적인 교육을 받게 되고 직접 기른 농산물도 얻게 된다. 모월 2리 영농법인은 포켓가든에 작물과 농업교육에 대한 정보, 노동력과 토지를 제공하며 계약금, 평당 6,000원을 지급받는다. 또 서산에 관광객을 유치한 대가로 서산시청과의 연계·협업을 추진하다. 이 과정에서 서산시청은 포켓가든을 홍보하고, 포켓가든은 서산을 홍보한다.

정부와 지자체는 포켓가든이 계속해서 활동할 수 있도록 홍보하고 돕는 역할을 한다. 체험자의 계약이 끝나면 소정의 수수료를 제외하고 나머지는 영농법인으로 전달된다. 결국, 포켓가든을 통해서 농촌의 경제적, 사회적 문제를 해결할 수 있다.

5. 바라는 점

농촌이 처한 현실은 정말 절박했다. 우리가 답사를 간 곳에선 대중교통을 이용하기 위해 수십분을 기다려야 했고, 할머니께서 들고가시던 크고 무거운 양파 자르는 단돈 오천원이었다. 마을 이장님을 만나 사업을 통한 이익창출을 말씀드렸으나 돌아오는 말은 너무나도 뜻밖이었다. “거창한 것 보다, 우리 농촌에 관심을 가져주는 것이면 충분하다.” 농촌은 관심이 절실했다. 포켓가든을 통해 많은 사람들이 농촌에 관심을 가지고, 더 나아가 농촌의 환경까지 개선될 수 있으면 한다.



Leaf Poom

경북대학교 수플;림

선정 마을

경북 봉화군 상운면 구진벨 마을

주요 사업

1차 산업



나뭇잎



2차 산업



한지포장재



티백



3차 산업



사회적 기업



선정 배경



큰 연교차, 풍부한 일조량 등으로 인해 수목조성에 적합



떡갈나무잎을 활용한 제품제안(방부효과, 경제성, 심미성, 친환경성이 우수)

사업 추진 체계

생산 시스템 구축

- ❖ 부지조성 ▷ 인력수급 ▷ 제조공정
▷ 한지포장재, 티백 생산 시스템 구축
- ❖ 농가, 대형 할인 매장, 도시락 업체 등이 직접 유통 시스템 구축

향후계획 및 기대효과

정량적효과

지역경제 활성화, 부가가치 증대 및 매출 증가

정성적효과

나뭇잎 사업 확장 가능, 사회적 기업의 역할

사업화 제품 소개

떡갈나무잎 상품

떡갈나무 잎은 다양한 상품으로 활용될 수 있다. 우선 방부와 방습효과가 뛰어나 포장재로 변신이 가능하다. 잎품 한지포장재는 기능이 뛰어나고 고급스러워 경쟁력을 가질 수 있다. 또한 잎품 티백은 방부, 항균 효과가 있어 다양한 쓰임을 자랑한다. 휴대하기 편하며 음식물 보존제로 사용할 수 있다.

한지 포장재

방부/방습효과

고급스러움

▶농산물 포장재 활용

잎품 티백

방부 효과

휴대 용이

다용도 활용 가능

▶음식물 보존제 활용

사업 추진 전략

홍보 및 운영방안

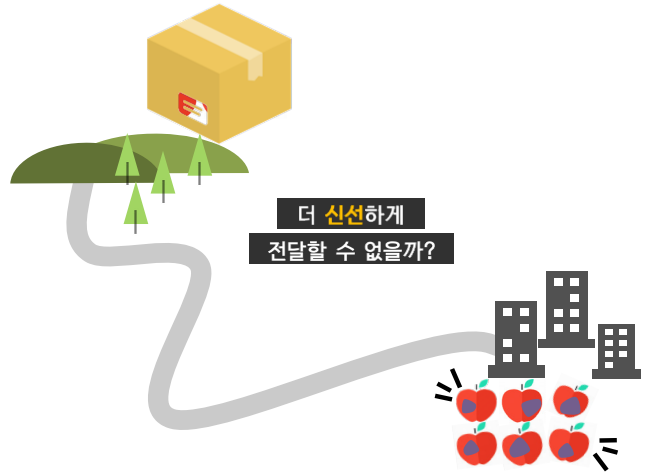
B2B마케팅
농가 품평회,
지역축제 방문마케팅,
포장박람회
전시 참가

B2C마케팅
체험단운영,
온라인마케팅,
전단지 및
샘플 배포

1. 선정 배경

아이디어 선정

구진벨 마을에는 송이, 약재 등 고가의 특산물이 재배되고 있는데 상품을 포장해서 유통하는 과정이 매우 까다롭다는 것을 알고, 나뭇잎 사업을 구상하게 되었다. 특히 송이 등은 제품을 신선하게 보내기 위해 아이스 팩을 이용하는데 이 과정에서도 나뭇잎 제품을 활용할 수 있다. 더욱 신선하게, 더욱 깨끗하게 제품을 유통하는 방법을 제안한다.



구진벨 마을 선정

그렇다면 왜 구진벨 마을인가? 구진벨 마을은 나무가 잘 자라는 환경을 갖추고 있어서 떡갈나무나 청미래덩굴 같이 활용가치가 높은 나무들이 자라고 있다. 더불어 마을에는 나무를 심을 수 있는 넉넉한 부지가 있다. 나뭇잎 사업에는 힘든 노동력이 필요하지 않아 고령층의 노동력도 충분히 이용할 수 있는데, 구진벨 마을은 전체 인구의 80%가 60대 이상 고령자인 만큼 나뭇잎 사업을 진행하기에 무리가 없다.

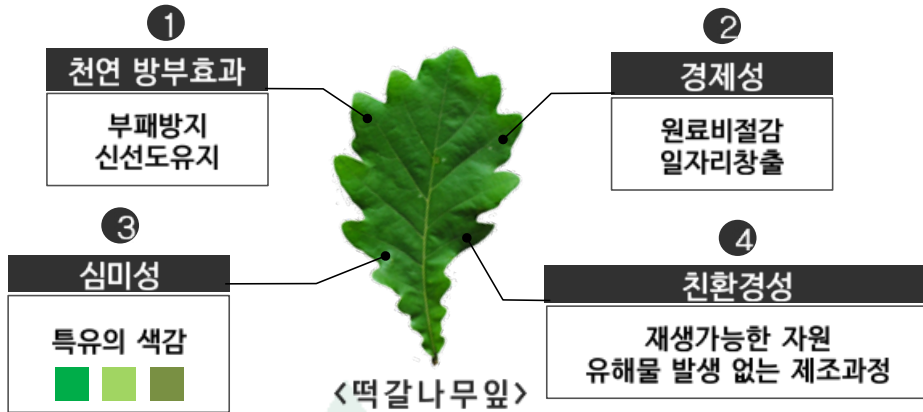


- ☀️ 큰 연교차, 풍부한 일조량 - 수목조성에 적합
- 🌲 떡갈나무, 청미래덩굴 군락 형성
- 👴 60세 이상 고령층 일자리 창출 가능

2. 사업화 제품

사업화 제품 선정

나뭇잎 사업의 주재료로 선택한 떡갈나무 잎은 농산물이 신선하게 유지될 수 있도록 부패를 막는 천연 방부 효과를 갖고 있다. 또 떡갈나무 잎은 구진벨 마을 어디서나 쉽게 구할 수 있어 원재료비가 적게 들고 고령으로 일을 쉬고 있는 노동력도 활용할 수 있는 알뜰한 사업이다. 나뭇잎 특유의 푸른 색감은 깨끗하고 안전한 이미지를 주고, 제조과정도 유해물이 발생하지 않는 친환경적인 공정으로 이루어진다.



제품화 가능성

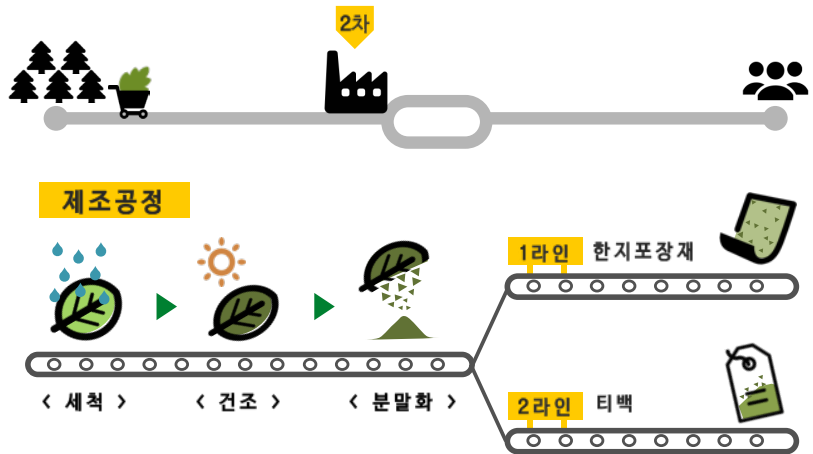
그동안 송이나 약재를 포장, 유통하는 과정에서는 여러 불편함을 감수해야 했다. 위생문제나 짧은 보존기간으로 인해 보관이 힘들었던 점이 나뭇잎 제품, 잎품 한지포장재와 잎품 티백을 통해 개선될 수 있다.



3. 사업 구체화

먼저 떡갈나무와 청미래덩굴 등 깨끗하고 윤기 나는 잎을 채취한다. 노동력은 마을 주민을 채용하여 진행하며, 잎 채취는 나무 전체의 80% 정도 가능하다. 채취한 나뭇잎은 먼지와 벌레를 씻어내고 깨끗하게 세척하는 과정을 거친다. 세척한 나뭇잎은 건조단계를 거쳐야 하며, 이때 건조 작업은 잎의 위생 상태를 결정하는 중요한 과정이다. 말린 나뭇잎은 곱게 갈아 분말로 만드는데, 다른 물질로의 이식성이 좋고 보관이나 관리가 쉬워지기 때문이다.

나뭇잎 분말은 각각 한지포장지와 티백으로 만들어진다. 포장지는 고가인 지역 특산물의 신선도를 높이기 위해 제작된다. 티백은 통기성 있는 천에 분말을 담아 만들고, 크기를 다양하게 제작해 여러 용도로 사용할 수 있게 한다. 천연 탈취, 방부제로 사용할 수 있다.



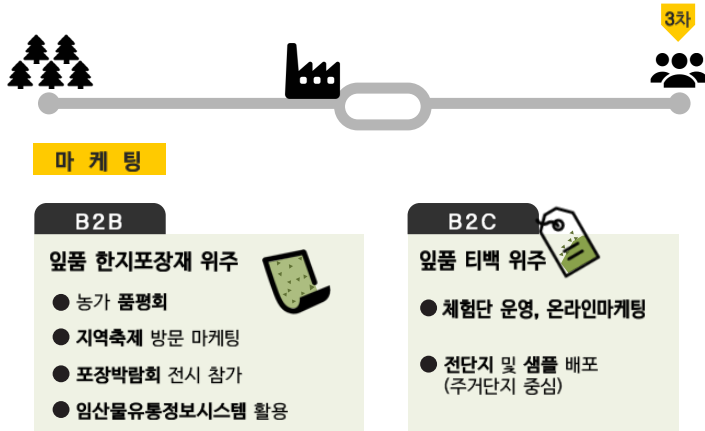
사업화 가능성

나뭇잎 사업 시장은 성장 가능성이 매우 크다. 최근 친환경제품에 대한 선호도가 급격히 늘고 있으며, 공공기관에서도 친환경제품을 의무적으로 구입해야 하는 법률이 제정되면서 친환경제품 시장이 지속적으로 커 나갈 것으로 예상되기 때문이다. 또한 구내식당과 도시락 배달 업체의 자체 조사결과, 잎품 제품을 사용하겠다고 답한 사람이 응답자의 89%에 달했다. 뿐만 아니라 잎을 채취할 때 나무 전체 잎의 약 80%를 사용할 수 있기 때문에 매우 효율적이다. 잎은 1개월 후 다시 나기 때문에 원재료 공급에 대한 염려가 없다.



4. 사업 추진 전략

마케팅은 B2B, B2C로 나누어 진행된다. B2B마케팅은 잎품 한지포장재를 위주로 진행되며 농가 품평회와 지역축제를 방문해서 홍보한다. 또 포장박람회와 같은 전시회에도 참가해 제품을 알리는 기회를 얻고자 한다. 임산물유통정보시스템도 활용할 계획이다. B2C마케팅은 잎품 티백을 위주로 진행하며 체험단을 운영하고 온라인으로 마케팅도 진행한다. 또 주거단지를 중심으로 전단지과 샘플을 배포해 제품을 직접 만나볼 수 있는 계기를 마련한다.



5. 기대효과

친환경제품에 대한 소비자의 관심이 늘면서 나뭇잎 제품 시장도 주목받을 수 있다. 우리 주변에서 흔히 볼 수 있는 솔잎에는 방부, 향균 기능이 있고 은행잎은 방충효과를 가지고 있다. 그만큼 손쉽게 얻을 수 있는 재료를 통해 우수한 기능의 제품을 만든다면 나뭇잎 제품 시장도 충분히 성장할 수 있을 것이다. 또한 나뭇잎을 채취하는 과정에서 고령의 마을 주민들을 채용한다면 사회적 기업으로서의 역할도 다할 수 있고, 친환경적 제품이라는 이미지도 얻을 수 있다. 결과적으로는 나뭇잎 사업을 통해 지역 경제를 살리고, 부가가치도 얻을 수 있다. 나아가 마을 전체가 함께 일을 하며 공동체 의식도 갖게 될 것이다.



엄마, 아빠도 꿀재미

경북대학교 이산가족양봉

선정 마을

경상북도 칠곡군 지천면/약목면

주요 사업



사업화 제품 소개

체험 프로그램

BeeBee버스	웰빙체험	스마트 체험
타요버스 벤치마케팅	검증된 약품 의료행위	실시간 생산과정 중계
아동 흥미 유발	봉독주사	벌의 생태교육
소비자 스스로 홍보	꿀 보약	협동심 교육
	체험 후 구매유도	

사업 추진 전략

홍보 및 운영방안

이 사업은 양봉농가와의 협업으로 진행되는데, 우선 양봉농가에서는 벌꿀, 밀랍, 프로폴리스 등을 제공한다. 칠곡 군청에서는 꿀벌나라 테마파크를 조성해 관광객을 유치하고 더욱 편리하게 대중교통을 이용할 수 있도록 돕는다. 다양한 체험프로그램과 부대시설로 방문객이 늘면, 마을의 분위기도 더욱 활성화 될 수 있다. 또 이러한 분위기는 자연스럽게 농가소득증대로 이어지게 될 것이다. 일자리를 늘리는데도 도움이 된다.



선정 배경



꿀에 대한 신뢰성 제고 필요



대규모 밀원수 조성, 양봉농가
협력가능, 대도시 대구와 인접

사업 추진 체계 재무 계획

- ❖ 시설임대, 교통시설, 마케팅 비용 등으로 5,500만원 내외 지출 발생
- ❖ 자기자금, 금융차입, 양봉연구회 등으로 자금조달 준비

향후계획 및 기대효과

정량적효과

벌꿀 체험수익, 꿀판매 수익 발생

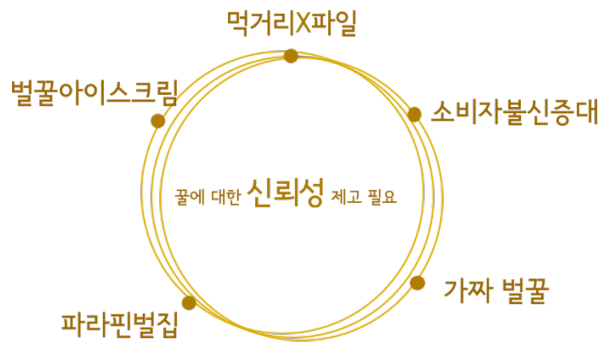
정성적효과

꿀에 대한 이미지 제고 및 지역 활성화

1. 선정 배경

사업의 필요성

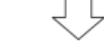
현재 칠곡에서 생산되는 꿀은 연간 708t(시가 250억원)으로 전국 생산량의 10%이상을 차지하고 있으며, 꿀의 품질도 매우 우수하다. 또한 양봉산업특구의 명칭에 걸맞게 2016년까지 석적읍 2만 5000 m² 부지에 100억원 규모의 ‘꿀벌나라 테마공원’도 조성할 예정이다. 이는 양봉 연관산업의 부가가치 창출에 매우 용이한 환경이다. 꿀에 대한 신뢰성이 저조한 현재, ‘꿀벌나라 테마공원’을 통해 지역 벌꿀의 브랜드를 강화시키고, 해당 지역의 관광객 유입을 늘릴 수 있는 본 사업은 양봉 농가 소득 증대와 마을 전체 경제 활성화와 같은 긍정적인 결과를 가져올 수 있을 것이다.



마을 선정 이유

마을자원 평가

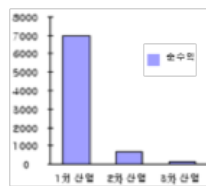
아카시아밭	면적:44ha	가구:11호
양 봉	사육군수:846군	가구:9호
한 우	사육군수:2953두	가구66호
참 외	면적:60ha	가구:77호



핵심자원선정



6차 산업화 수준 진단



1차 산업

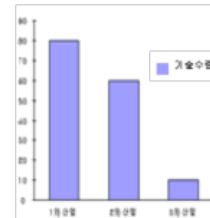
판매액 : 1억 3천만원
순 수익 : 7000만원
천체수입의 70%이상

2차 산업

판매액 : 1억 3천만원
전체 수익의 10%미만

3차 산업

낮은 3차 산업 비중
인력부족 및 개발비 부족



체험,관광 사업아이템 개발 → 농가 소득 증대

마을에서는 주로 쌀, 양봉, 한우, 참외 등을 키우고 있다. 쌀의 경우 상주와 경산지역에, 참외는 성주에, 기타 과수는 영천 지역에 비해 경쟁력이 떨어진다. 때문에 지천면의 새로운 성장 동력을 양봉산업에서 찾고자한다. 왜냐하면, 양봉은 쌀과 참외에 비해 상품성이 높고, 한우나 쌀에 비해서는 차별성이 높다. 결국 고차별화, 고상품성을 가진 양봉산업을 핵심분야로 육성해야 한다는 결론에 이른다.

일단, 6차 산업화를 위한 현황을 살펴보면, 칠곡군 지천면의 수입은 주로 1차 산업을 통해 얻는다. 순수익은 약 7,000만 원 정도이고, 전체 수입의 70%를 차지할 만큼 1차 산업에 대한 의존도가 높다. 2차 산업은 1차 산업과 비슷한 판매액을 기록하지만 이를 통한 수입은 전체 수입액의 10% 정도이다. 지천면에서 3차 산업은 거의 이루어지지 않으며, 그 이유로는 일손과 개발비가 부족하기 때문으로 분석된다. 때문에 체험과 관광프로그램을 만들어 3차 산업을 육성한다면 농가 소득이 더욱 늘어날 수 있다.

2. 사업화 제품

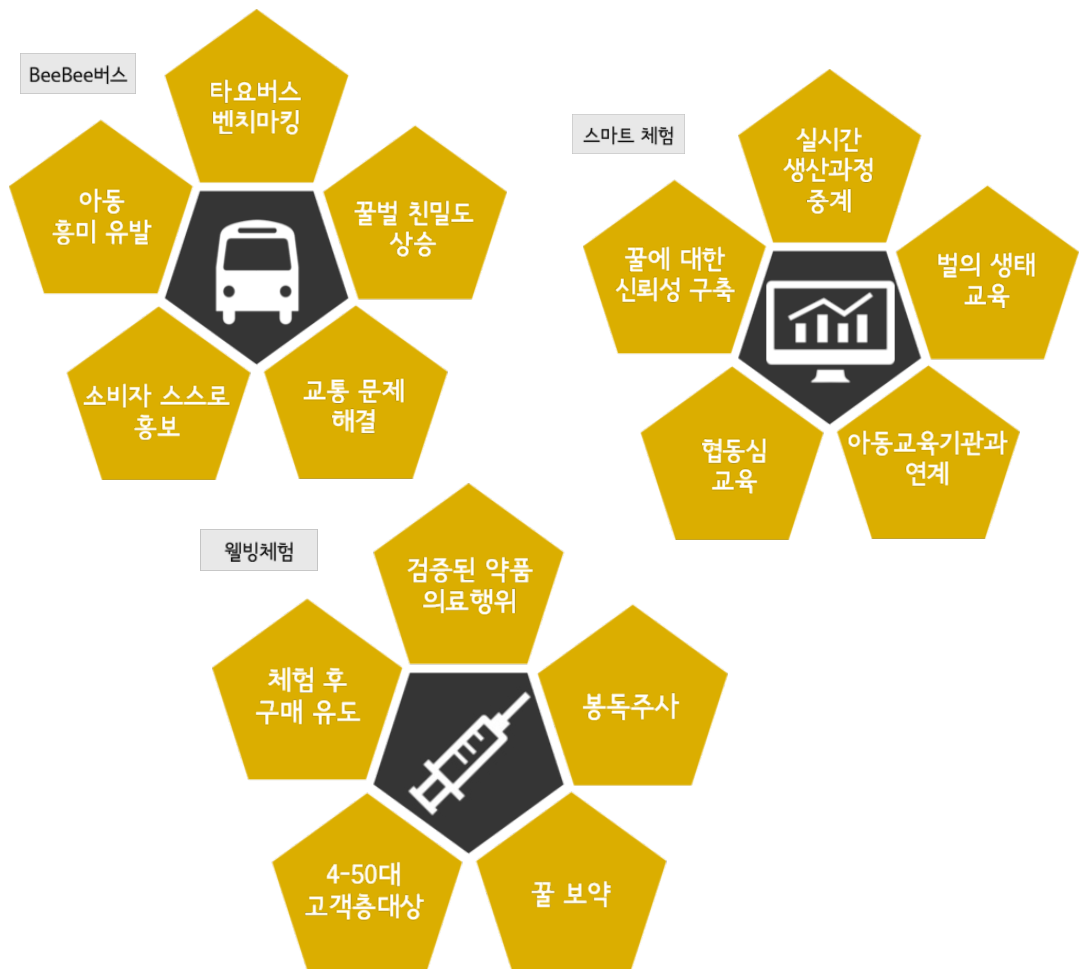
제품 구조

BeeBee버스를 이용해 행사장에 쉽게 도착할 수 있으며, 꿀 아이스크림과 꿀 보약을 맛보고 향초 만들기, 스마트 체험, 봉독주사, 생활용품 만들기 등을 체험할 수 있다.



체험 프로그램

BeeBee버스로 불편한 교통문제도 해결할 수 있고, 더불어 어린이들의 관심을 받으며 방문객이 매년 20% 이상 증가할 수 있을 것으로 보인다. 또 벌꿀 아이스크림의 경우, 체험농가의 꿀을 직접 이용하기 때문에 꿀에 대해 갖는 불신을 해소할 수 있다. 뿐만 아니라 꿀을 다양하게 활용할 수 있는 방법을 소개해 꿀에 대한 긍정적인 이미지를 만들 수도 있다. 밀랍을 이용해 향초를 만들고, 프로폴리스로 비누와 치약을 만드는 체험도 준비했다. 만든 상품을 사용해본 소비자가 다시 구매를 원할 때는 인터넷을 통해 쉽게 구입할 수 있다. 이렇게 생활용품을 만드는 체험을 통해 농가의 실질적인 소득이 30%이상 증가할 수 있을 것으로 기대된다. 뿐만 아니라 40-50대 고객을 위해 봉독주사와 꿀과 한약재를 넣은 꿀 보약을 맞볼 수 있는 기회도 마련된다. 스마트 체험도 준비하고 있는데, 생산과정이 실시간으로 중계되고, 벌의 생태에 대한 교육영상을 아동교육기관에 제공한다. 이 영상을 통해 협동심과 생명의 소중함을 배우고, 더불어 우리 꿀에 대한 신뢰를 다시 찾을 수 있을 것이다.



3. 사업 추진 체계

수익 구조

수익을 얻는 구조는 크게 두 가지로 볼 수 있는데, 벌꿀 체험프로그램과 꿀 판매이다. 벌꿀 체험프로그램의 경우, 꿀아이스크림은 아이스크림과 함께 농가에서 직접 수익한 꿀을 제공하며 개당 10,000원으로 책정했다. 꿀 보약은 꿀과 로얄제리, 한약이 들어가며 가격은 20,000원이다. 꿀을 직접 채밀해볼 수 있는 꿀 뜨기 체험 역시 20,000원으로 책정됐다. 밀랍향초나 프로폴리스 치약, 비누 만들기 와 같은 생활용품 만들기 체험은 회당 10,000원이다. 관광객이 지속적으로 늘어나면 칠곡군 꿀에 대한 관심도 높아지고, 꿀 판매량도 더욱 늘 것으로 기대된다.

벌꿀체험수익



꿀판매수익



4. 기대효과

우선, 소비자의 긍정적인 호응을 기대할 수 있다. 실제로 이번 사업의 체험의향을 조사했더니, 응답자의 77%가 체험을 원한다고 답했다. 뿐만 아니라 이들 가운데 65%가 체험 후 꿀 제품을 구입하겠다고 응답했다.

또한 양봉농가의 수익 구조가 다양해져 소득이 늘어나게 되고, 이는 결국 지역경제를 활성화하는데 밑거름이 될 수 있다.



체험 프로그램 운영

협력하고자 하는 농가 **3** 곳



숙박



꿀벌 교육

칠곡 군청과의 약속 **2** 가지



대중교통 개선



꿀벌나라 테마파크 조성

소비자의 선호적 반응 **∞**



긍정적인 꿀 이미지



체험 의향 77%

구분	구분	구분	구분	구분
1. 칠곡군청과의 약속	2. 칠곡군청과의 약속	3. 칠곡군청과의 약속	4. 칠곡군청과의 약속	5. 칠곡군청과의 약속
6. 칠곡군청과의 약속	7. 칠곡군청과의 약속	8. 칠곡군청과의 약속	9. 칠곡군청과의 약속	10. 칠곡군청과의 약속
11. 칠곡군청과의 약속	12. 칠곡군청과의 약속	13. 칠곡군청과의 약속	14. 칠곡군청과의 약속	15. 칠곡군청과의 약속
16. 칠곡군청과의 약속	17. 칠곡군청과의 약속	18. 칠곡군청과의 약속	19. 칠곡군청과의 약속	20. 칠곡군청과의 약속
21. 칠곡군청과의 약속	22. 칠곡군청과의 약속	23. 칠곡군청과의 약속	24. 칠곡군청과의 약속	25. 칠곡군청과의 약속
26. 칠곡군청과의 약속	27. 칠곡군청과의 약속	28. 칠곡군청과의 약속	29. 칠곡군청과의 약속	30. 칠곡군청과의 약속
31. 칠곡군청과의 약속	32. 칠곡군청과의 약속	33. 칠곡군청과의 약속	34. 칠곡군청과의 약속	35. 칠곡군청과의 약속
36. 칠곡군청과의 약속	37. 칠곡군청과의 약속	38. 칠곡군청과의 약속	39. 칠곡군청과의 약속	40. 칠곡군청과의 약속
41. 칠곡군청과의 약속	42. 칠곡군청과의 약속	43. 칠곡군청과의 약속	44. 칠곡군청과의 약속	45. 칠곡군청과의 약속
46. 칠곡군청과의 약속	47. 칠곡군청과의 약속	48. 칠곡군청과의 약속	49. 칠곡군청과의 약속	50. 칠곡군청과의 약속
51. 칠곡군청과의 약속	52. 칠곡군청과의 약속	53. 칠곡군청과의 약속	54. 칠곡군청과의 약속	55. 칠곡군청과의 약속
56. 칠곡군청과의 약속	57. 칠곡군청과의 약속	58. 칠곡군청과의 약속	59. 칠곡군청과의 약속	60. 칠곡군청과의 약속
61. 칠곡군청과의 약속	62. 칠곡군청과의 약속	63. 칠곡군청과의 약속	64. 칠곡군청과의 약속	65. 칠곡군청과의 약속
66. 칠곡군청과의 약속	67. 칠곡군청과의 약속	68. 칠곡군청과의 약속	69. 칠곡군청과의 약속	70. 칠곡군청과의 약속
71. 칠곡군청과의 약속	72. 칠곡군청과의 약속	73. 칠곡군청과의 약속	74. 칠곡군청과의 약속	75. 칠곡군청과의 약속
76. 칠곡군청과의 약속	77. 칠곡군청과의 약속	78. 칠곡군청과의 약속	79. 칠곡군청과의 약속	80. 칠곡군청과의 약속
81. 칠곡군청과의 약속	82. 칠곡군청과의 약속	83. 칠곡군청과의 약속	84. 칠곡군청과의 약속	85. 칠곡군청과의 약속
86. 칠곡군청과의 약속	87. 칠곡군청과의 약속	88. 칠곡군청과의 약속	89. 칠곡군청과의 약속	90. 칠곡군청과의 약속
91. 칠곡군청과의 약속	92. 칠곡군청과의 약속	93. 칠곡군청과의 약속	94. 칠곡군청과의 약속	95. 칠곡군청과의 약속
96. 칠곡군청과의 약속	97. 칠곡군청과의 약속	98. 칠곡군청과의 약속	99. 칠곡군청과의 약속	100. 칠곡군청과의 약속

체험 후 꿀 구매의사 65%

감귤된장차

제주대학교 제주된장남녀

선정 마을

제주특별자치도 제주시 구좌읍 덕천리

주요 사업

1차 산업



콩



2차 산업



메주



된장



3차 산업



유통



관광



사업화 제품 소개

제주의 콩과 된장

본 사업에서 소개하는 감귤 된장차는 콜레스테롤 수치를 낮추고 혈관을 튼튼하게 한다. 또한 감귤의 비타민C는 피부미용에 좋으며 피로회복을 돕는다. 본 제품으로 인근 마을과의 연계를 통해 맞춤형 3차 산업을 진행하고, 함께 체험프로그램을 운영한다.

감귤된장차

콜레스테롤 제거

혈관을 건강하게 하는
효능

3차 산업 개발

인근의 2개 마을과 결합
하여 체험 프로그램 운
영

사업 추진 전략

홍보 및 운영방안

감귤 된장차라는 생소한 아이템을 구체화하기 위해 특유의 향과 침전물, 또 재료와 생산에 대한 부분을 먼저 해결한다. 또 이웃마을과 연계해 덕천된장축제와 같은 축제를 기획하고 지역문화의 활성화를 돕는다.

감귤된장차
개발을 통해 향,
재료, 생산,
침전물에 대한
문제 해결

덕천 된장축제
제안을 통해
지역문화의
활성화

선정 배경



전국 나물콩 생산량의
80% 차지



UNESCO 세계자연유산
마을 선정



세계 지질 공원 핵심 지역

사업 추진 체계

시장 조사

- ❖ 시장현황 : 건강한 음료로의 시장의 트렌드 변화 가속화
- ❖ 경쟁자현황 : 디올가 제품의 된장차 판매증
- ❖ 제주 감귤과 된장의 차별화를 통해 시장의 성공적인 진입 달성

향후계획 및 기대효과

정량적효과

농가의 소득 증대 및 지역경제 활성화

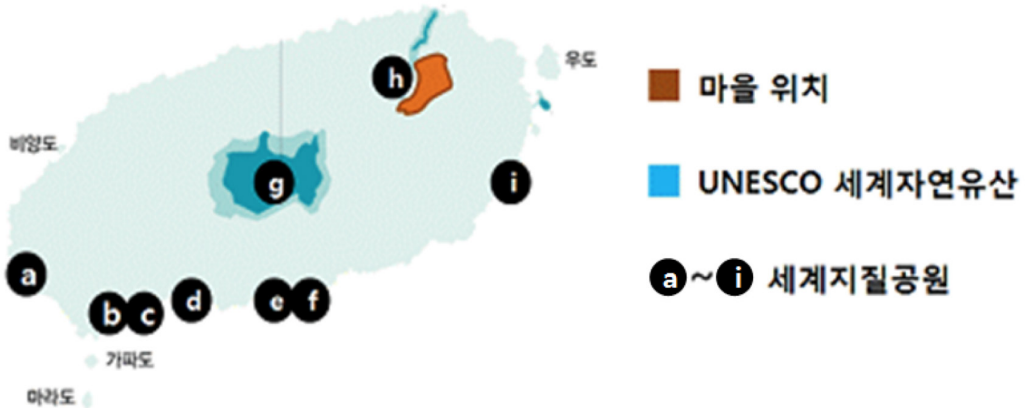
정성적효과

제주의 청정 이미지 제고 및 다양한
연계상품 개발 기대

1. 마을 선정 배경

덕천리 선정

제주시 구좌읍 덕천리는 제주 동쪽에 위치하며 면적은 약 20.71km²이다. 공항에서 약 50분 거리에 위치하고 있으며 이 마을의 특징은 다음 그림과 같다.



현재 덕천리의 경우 된장의 주재료인 콩을 주로 수확하며 이는 전국의 나물콩 생산량의 80%에 달한다. 재배되어지는 콩은 스프링클러 등의 장치를 사용하지 않고 최대한 자연 그대로의 환경에서 재배되고 있다. 또한 메주의 주원료인 장콩 또한 동시에 재배하고 있으며 나물 콩 대신 장콩 재배에 대한 유연성을 가지고 있는 마을이다.

2. 자원 조사

가. 자연 자원

덕천리는 지역 내 용암 동굴계, 기생화산을 바탕으로 7개마을과 함께 세계자연 유산마을로 선정되었으며, 그 외에 각종 기생화산과 돌담길, 마을연못, 팽나무쉼터 등이 존재하고 있다.



용암 동굴계



복오름



제주 밭담

나. 작물 및 음식 자원

작물의 경우 콩이 대부분을 차지하며 그 외에 무, 배추, 메밀, 감귤 등이 있으며 요리에는 된장 및 된장을 이용하여 만드는 물회, 된장무침, 팥 엿, 팥 메밀 칼국수, 고사리요리 등이 존재하고 있다.



콩



된장



팥 엿

다. 기타 자원

메주, 무말랭이, 고추 등을 건조·가공 할 수 있는 기계 및 건물이 2009년 농업 기술센터의 지원을 받아 건립되어 있으며 이 외에 활용 가능한 마을회관, 교회, 마을부지 등이 있다.



덕천 이모네 식품



마을 내 팜 파티



쉼터 및 체육 공간

3. 사업화 제품

감귤된장차(茶)

생된장 1g에는 2억 1천만 마리의 유익균(바실러스 균)이 있다. 하지만 일반적인 한국음식에서 된장을 고온에서 오래 끓여 먹으면 콩의 영양은 섭취할 수 있으나 유익균은 다 사라진다. 그렇기에 된장은 차로 마시는 것이 좋다. 된장차를 꾸준히 3개월 이상 복용할 경우 변비완화 및 간장이나 자궁 기능 개선도 가능한 보양 차이다.

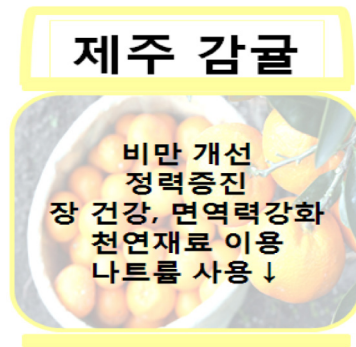
다만 된장의 강한 향과 짠맛이 거부감을 들게 할 수 있으므로 제주감귤, 생강, 사과분말 등을 이용한다.

제품의 우수성

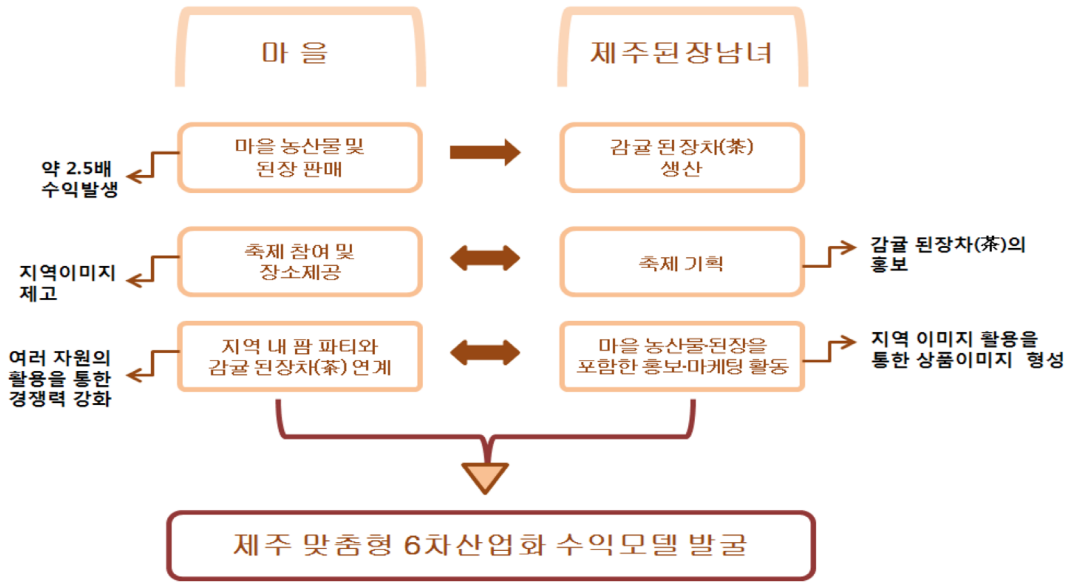
제주의 된장은 타 지역의 된장보다 젖산의 함량이 많아 장 건강에 탁월하며 글루탐산 또한 다른 된장보다 많아 두뇌 회전에 도움을 준다. 또한 메티오닌의 함량이 많아 혈중 콜레스테롤의 수치를 낮추는 효과가 있는 물질로 고혈압 환자에 탁월하다.

시트룰린의 경우 다른 된장에서는 검출되지 않고 오직 제주 된장에서만 검출 되었는데 시트룰린을 섭취를 하게 되면 아르기닌으로 전환되며 이는 근육강화, 정력증진, 면역력강화, 비만개선 효과가 있다고 연구되었다.

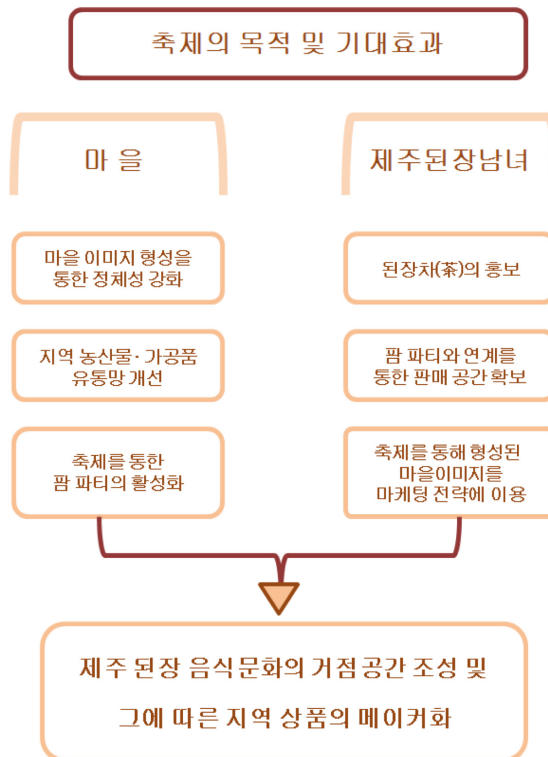
감귤의 경우 알칼리성 식품이고 신진대사를 원활히 하며 피부와 점막을 튼튼히 하여 감기예방 효과가 있다. 비타민 C의 작용으로 피부미용과 피로회복에 좋으며 동맥경화, 고혈압예방에 좋다.



4. 사업 추진 체계



5. 축제 추진 전략



6. 기대효과

❖ 농가의 소득

▶콩을 재배하여 현재와 같은 형태로 단순히 대형 식품업체에 납품할 경우 1kg당 평균 3,500원의 수익을 얻는다. 하지만 이를 된장으로 가공하여 판매할 경우 인건비를 포함하여 1kg당 약 10,000원 정도의 수익을 얻을 수 있다. 된장으로 가공 및 판매시 현재보다 약 2.5배가량의 수익 창출이 가능하며, 부수물인 간장 또한 활용할 수 있어 마을 수익 향상에 크게 기여할 수 있다.

❖ 팜 파티(Farm party)의 활성화를 통한 3차산업 발전

▶축제를 통해 현재 진행되고 있는 팜파티(FarmParty)의 활성화 또한 기대할 수 있다. 현재 덕천리 농가에서 팜 파티(Farm Party)가 이루어지고 있는데 축제를 통해 덕천의 콩과 된장의 대한 관심이 증대된다면 팜 파티(Farm Party)의 활성화를 통해 지역 농가의 추가 수익 구조의 가능성을 열 수 있다.

❖ 자연자원의 활용과 체험 프로그램 운영을 통한 관광수익 증대

▶팜 파티(Farm party)와 지역 축제를 통하여 콩과 된장의 이미지 제고 및 경쟁력 강화를 통해 농사를 짓지 않는 기간에 체험 프로그램을 운영한다. 또한 잘 알려지지 않은 제주 덕천을 축제를 통한 홍보, 감귤 된장차를 통한 간접노출, 마을 단위의 홍보, 기타 기관에 의한 홍보 활동 등을 통하여 사람들에게 점진적으로 마을을 각인시키고 세계자연유산마을, 세계지질공원, 각종 기생 화산과 용암 동굴을 배경으로 마을 올레, 돌담길 등의 운영을 통하여 3차 산업의 활성화를 통한 관광수익 증대를 기대 할 수 있다.

소시지 팩토리

충남대학교 Treasure Hunter

선정 마을

경남 남해군 삼동면 독일마을



주요 사업



사업화 제품 소개

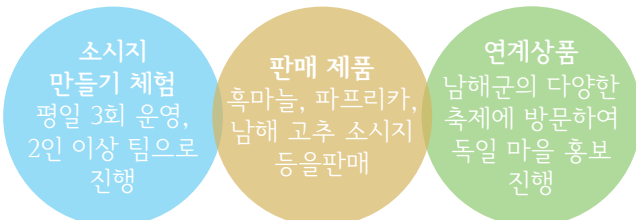
남해 특산품과 함께하는 맛난 소시지

<p>수제스모크햄 식품 첨가물을 최소화한 건강한 수제 스모크햄</p>	<p>수제 훈연 소시지 식품 첨가물을 최소화한 소시지</p>	<p>고추 수제 소시지청 정해역 남해군의 해 풍을 받고 자란 고추로 만든 수제 소시지</p>
<p>남해 파프리카 수제 소시지 청정해역의 온화한 기후에서 자란 파프리카를 더한 수제 소시지</p>	<p>흑마늘 수제 소시지 일반마늘보다 향산화 효과가 10배 높은 남해군 흑마늘을 첨가한 수 제 소시지</p>	<p>수제베이컨 식품 첨가물을 최소화하고, 나트륨의 함량도 절 반을 줄인 건강한 수제 베이컨</p>

사업 추진 전략

홍보 및 운영방안

사용하지 않는 마을회관을 리모델링하여 남해군의 특산품을 넣은 소시지를 가공·판매하는 가공장 및 판매점 등으로 활용한다. 또한 육가공 체험을 필요로 하는 단체 관광객을 대상으로 독일마을 관광과 연계하여 소시지를 직접 만들어 볼 수 있는 육가공 체험프로그램을 제공한다. 제품홍보는 남해군에서 열리는 다양한 축제에 이동식 판매차량을 이용하여 직접 참여하여 판매와 홍보를 함께 진행한다.



선정 배경

국내 축산관련 6차 산업체의 부족

육가공품 관련 체험 산업은 극소수

사업 추진 체계

6차 산업 연계

- ❖ 1차 산업 : 청정돈육, 흑마늘, 파프리카, 유자, 고추, 알로에 등
- ❖ 2차 산업 : 흑마늘 제품, 마늘 제품, 유자제품등 생산
- ❖ 3차 산업 : 온라인 판매, 지역특산물 판매장, 각종 축제와의 연계

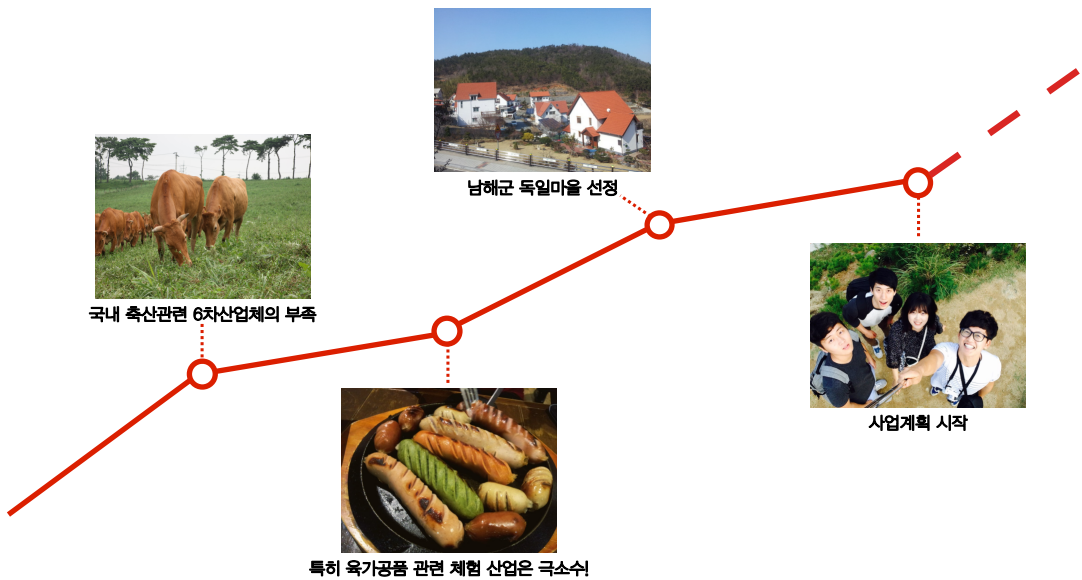
기대효과

지역경제 활성화, 부가가치 증대, 일자리 창출, 관광객 및 재방문을 증가 등

1. 선정 배경

사업 배경

현재의 6차 산업은 주로 농작물과 관련해 진행된다. 반면, 축산식품이나 가공품을 이용한 체험마을은 손에 꼽을 정도로 적다. 또한 대상 마을인 독일 마을은 연간 120만 명의 방문객이 다녀가는 명소이지만 수익을 내기 위한 특별한 방안은 마련되어 있지 않다. 때문에 마을에는 안정적인 수익원이 필요한 시점이다. 독일마을의 새로운 수익원으로 신선육이나 가공육을 활용한 체험 마을을 구상한다. 축산과 관련한 6차 산업은 경쟁력이 강한 참신한 사업으로 성장할 수 있을 것이다.



사업 개요

‘소시지 팩토리’라는 이름으로 경상남도 남해군 삼동면의 독일마을에서 사업을 시작한다. 육가공 체험장을 운영하며 관광 서비스를 함께 한다. 주요 대상은 어린이집이나 유치원 등의 단체 관광객과 가족 단위 관광객이다. 수제 소시지를 판매하며 관련한 체험 프로그램도 함께 즐길 수 있다.

Wurst Fabrik

남해 독일마을과 함께하는

소시지 팩토리

업체명 (사)Wurst Fabrik (소시지 팩토리)
 대표자 김병욱 외 3명
 소재지 경남 남해군 삼동면 독일로 89-7
 종 목 육가공 체험장
 업 태 관광서비스
 창업일자 2015년 3월 6일(예정)
 주요대상 유치원 및 어린이집 단체 관광객
 가족 단위 관광객
 주요품목 수제 소시지 즉판, 체험활동



2. 사업 내용

체험 상품

방문객이 체험할 수 있는 프로그램으로, ‘소시지 만들기’가 있다. 준비된 고기와 남해의 특산물 등의 재료를 함께 반죽한 뒤 유향을 거쳐 충전기로 직접 케이싱에 넣는다. 훈연과 가열을 차례로 거쳐 포장한다. 이 프로그램은 2인 이상이 1조가 되어 참가할 수 있으며 1회 체험에 최대 30명까지 수용할 수 있다.

<소시지 만들기 체험>



1. 다진 고기 준비



2. 첨가할 재료 준비
(남해의 특산물)



3. 재료의 혼합 후 유향



4. 충전기를 이용하여
재료를 케이싱에 주입



5. 훈연/가열



6. 포장

체험대상	2인 이상 1조 (1회 최대 30명)
이용시간	매주 월요일 휴무 평일 3회 운영(주말은 4회) 11시·13시·15시 예약제 운영
소요시간	총 40분(중간 유향과정에서 20분 소요)
체험비용	1인기준 15,000원(200g) 가족 3인기준 35,000원(450g)

* 유향에 소요되는 시간 약 20분 동안
 체험장 바로 옆의 파독전시관 관람 및 안내
 * 소시지 만들기 체험 후에는 가공장 견학

판매 제품 - 제품의 다양화

남해의 특산물을 활용한 소시지를 대표 판매 상품으로 들 수 있다. 남해 흑마늘 수제 소시지

는 일반 마늘보다 항산화 효과가 10배 가까이 뛰어난 남해산 흑마늘을 첨가했다. 남해 파프리카 수제 소시지는 청정해역의 온화한 기후에서 자란 파프리카를 소시지에 더했으며, 남해 고추 수제 소시지는 남해군의 해풍을 받고 자란 고추를 넣었다. 남해 유자 수제 소시지는 남해의 대표적인 특산물인 유자를 원액 그대로 넣어 상큼한 맛이 일품이며, 수제 베이컨은 식품 첨가물과 나트륨 함량을 줄인 건강한 제품이다. 마지막으로 수제 스모크햄 역시 식품 첨가물을 줄인 제품이다.

	<p>남해 흑마늘 수제 소시지 일반 마늘보다 항산화 효과가 높은 남해군 흑마늘을 첨가한 소시지</p>		<p>남해 유자 수제 소시지 남해의 대표적 특산물인 유자를 원액 통째로 넣은 상큼한 소시지</p>
	<p>남해 파프리카 수제 소시지 청정해역 남해군의 파프리카의 싱그러움이 담긴 소시지</p>		<p>수제 베이컨 합성첨가물을 최소화하고, 나트륨 함량을 줄인 건강한 수제베이컨</p>
	<p>남해 고추 수제 소시지 청정해역 남해군의 해풍을 받고 자란 고추로 만든 소시지</p>		<p>수제 스모크햄 합성첨가물을 최소화한 건강한 수제 스모크햄</p>

3. 사업 추진 체계

사업화 계획

먼저 가공장 및 판매점은 마을회관을 리모델링해 사용할 계획이다. 이곳은 독일 마을 입구에 위치하고 있어 1차 생산품을 배송하기 쉽다. 또 가공장 옆 작은 공간에는 판매와 매점 시설을 만든다. 소시지 만들기가 진행될 체험장은 독일마을에서 유동인구가 가장 많은 곳인 파독전시관 옆 넓은 공터를 활용한다. 약 40평 규모로 내부에는 간단한 주방시설을 설치할 계획이다.

• 가공장 및 판매점 - 쓰지 않는 마을회관을 리모델링 후 이용



• 체험장 - 파독전시관 옆 포드존으로 쓰이는 넓은 공터 활용



 <p>훈연기</p>	 <p>민서기 그 외 열자기계, 진공포장기, 냉동·냉장고 등</p>	 <p>증진기</p>	 <p>냉장소케이스</p>
 <p>냉장고</p>	 <p>휴대용증진기 그 외 찜기, 테이블, 의자, 유아용의자 등</p>	 <p>진공포장기</p>	

남해군 6차산업 연계도

이번 사업의 주요 아이템인 소시지는 남해군에 있는 양돈농가 5곳에서 돈육을 공급받아 만든다. 청정돈육을 비롯해 남해군의 특산물인 흑마늘, 파프리카, 유자와 고추, 알로에, 쪽파, 멸치 등이 1차 산업으로 기본을 이룬다. 이 재료들을 가공하는 2차산업에는 흑마늘을 이용한 진액이나 젤리 제품, 마늘을 활용한 비누나 막걸리, 유자를 활용한 샴푸, 비누, 동동주 등이 있다. 이렇게 만든 제품들은 서비스 산업인 3차 산업으로 연계된다. 제품은 온라인과 현장에서 각각 판매되며 지역특산물 판매장에서도 만날 수 있다. 또 택시관광, 수상레저스포츠, 어촌마을 체험과 같이 다양한 체험프로그램도 이어진다. 마늘축제나 맥주축제 같은 지역축제에도 참가해 홍보할 계획이다.



- 1차 산업(농수산업)
청정돈육, 흑마늘, 파프리카, 유자, 고추, 알로에, 쪽파, 멸치 등



- 2차 산업(제조업)
흑마늘 제품(진액, 젤리, 양갱 등),
마늘 제품(비누, 막걸리 등), 멸치액젓,
유자 제품(원액, 샴푸, 비누, 유자동동주, 유자청) 등



- 3차 산업(서비스업)
온라인판매, 현장판매, 지역특산물 판매장,
택시관광, 수상레저스포츠, 어촌마을 체험,
각종 축제(마늘축제, 맥주축제, 원예예술촌 꽃밭 축제) 등

4. 기대효과

농업에 비해 축산업은 6차 산업화 모델이 단조롭다. 한편, 독일마을은 연간 100만명 이상의 관광객이 찾는 곳이지만 수익이 안정적이지 않아 새로운 사업 동력이 필요한 곳이다. 그래서 독일마을에서 소시지를 이용한 6차 산업화 모델을 찾게 되었다. 이미 독일마을에는 충분한 숙박시설이 갖춰져 있고, 기존의 시설로 가공장과 체험장을 이용하기 때문에 비용을 절감할 수 있다. 근처에 있는 체험마을과 관광상품을 함께 묶어 제공할 수도 있고, 원예 예술촌, 맥주 축제처럼 기존에 독일마을이 갖고 있던 관광 콘텐츠를 활용할 수도 있다. 독일마을에서 진행되는 사업인 만큼, 독일마을의 이미지가 사업이 고유한 브랜드로 자리매김하는데 큰 보탬이 될 것이다.

남해 관광에 있어 필수 코스로 언급되는 독일마을은 이번 사업을 계기로 많은 관광객을 유치할 수 있다. 다양한 제품과 체험 프로그램으로 다시 찾는 관광객도 늘어나게 될 것이다. 이번



사업이 소비자의 호응을 얻으면 마을의 수익은 증가하고, 자연스럽게 인근 상권도 활성화 될 것이다. 더불어 노인이나 농민의 일자리를 만드는 기회도 된다. 함께 일하는 사람들과 공동체 의식도 느끼고, 지역 특산물을 적극적으로 홍보하는 계기도 될 것이다. 마을수익의 일부는 파독광부와 간호사를 위한 추모공원을 건립하는데 사용된다.

이번 사업추진은 단순히 마을에만 긍정적인 영향을 주는 것이 아니다. 나아가 축산업 전체에도 큰 영향을 미칠 것이다. 축산업 분야의 6차 산업 성공모델로 주목받아 독일마을 육가공 체험장이 전국적으로 확산될 것이라 기대한다. 또 남해군의 침체된 양돈 농가가 다시 살아날 수 있는 기회이기도 하다. 한편, 지금은 삼겹살 위주로 소비되고 있는 돈육소비 형태를 바꾸어 한돈이 다양한 제품으로 만들어 질 수 있는 계기도 될 수 있을 것이다.

마을사업

- 관광객, 재방문을 증가 및 상권 활성화
- 지역 특산물 홍보효과
- 거주민들의 경제적 수입 증대
- 일자리 창출
- 마을주민들의 공동체 화합 도모

축산산업

- 축산분야 6차산업의 스타모델로 추진
→ 전국적 육가공 체험장의 증대
- 남해군의 침체된 양돈농가 활성화 도모
- 현재 삼겹살 중심의 돈육소비형태를 변화시켜 한돈 유통의 활성화 도모

청주대학교 공주대학교 Re프로젝트팀

Re메이크

선정 마을

충청북도 보은군 하안민들레 마을

주요 사업

1차 산업



민들레



곶감



2차 산업



하안민들레
밥상



3차 산업



레스토랑

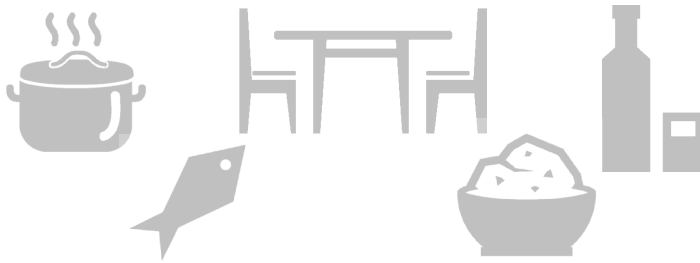


관광



사업화 제품 소개 하안 민들레 밥상

일년 사계절 메뉴를 달리하여 자연이 살아있는 건강한 제철 식탁으로 마을의 신선한 유기농 식재료와 지역 주민들의 정성이 담긴 따뜻한 '하안 민들레 밥상'



사업 추진 전략 Re메이크 사업

사업을 적극적으로 추진하기 위해, 기존의 마을 주민들을 사업 조직도에 맞게 재편하는 작업을 진행한다. 즉, 마을 조직도를 다시(Remake) 구성해 체계적인 사업을 구상한다. 인력뿐만 아니라 필요한 장소도 기존의 공간을 활용한다. 또한 자연친화적인 유기농 방식으로 농사를 짓고 있는 하안민들레 생태마을이 지속적으로 성장할 수 있는 방법을 함께 찾는다. 나아가 마을의 안정적인 소득을 위해 유통 시스템을 재편한다.

농가 품평회,
방문 마케팅
실시

지역축제
포장박람회
전시 참가

체험단운영,
온라인마케팅,
전단지 및 샘플
배포

선정 배경



부수리 하안 민들레 생태 마을은 1차 생산, 2차 가공이 어 느정도 진행됨



체계적인 소득이 연결되는 시스템 구축 필요 (6차 산업화)

사업 추진 체계 Re메이크 시스템

- ❖ 농가레스토랑 : 하안민들레 밥상회 모임, 비비정 마을 방문, 메뉴선정
- ❖ 마을방앗간 : 방앗간 실측, 시장조사, 채취 및 세척, 시장조사 및 인터뷰

향후계획 및 기대효과

정량적효과

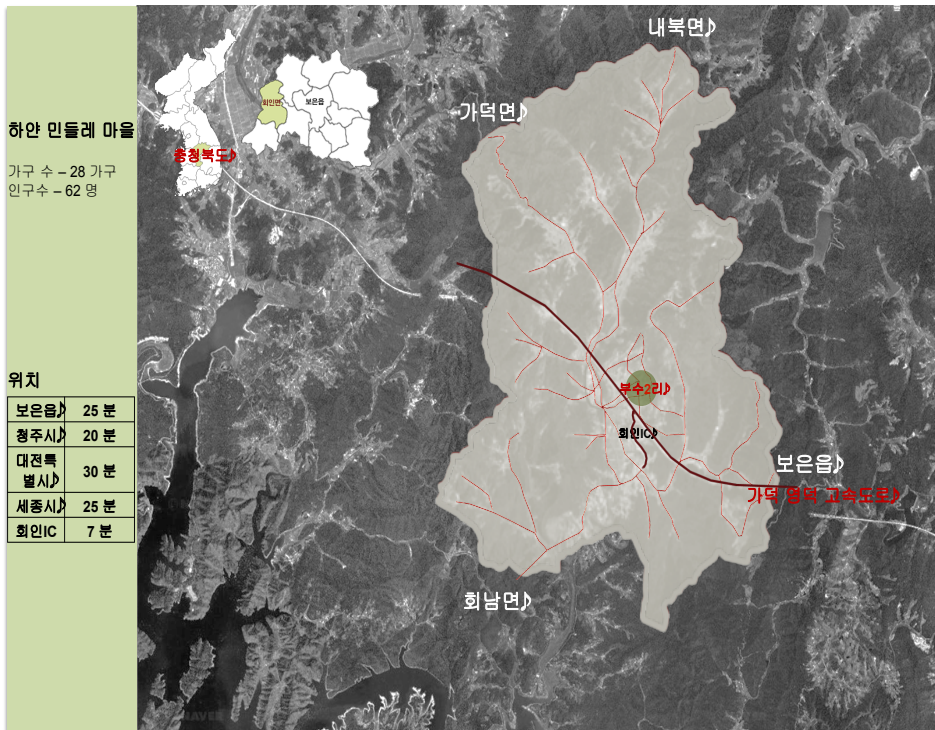
농가소득 증가, 일자리 창출, 연 8,000만원 이상의 소득증가 기대

정성적효과

공실&공가 감소

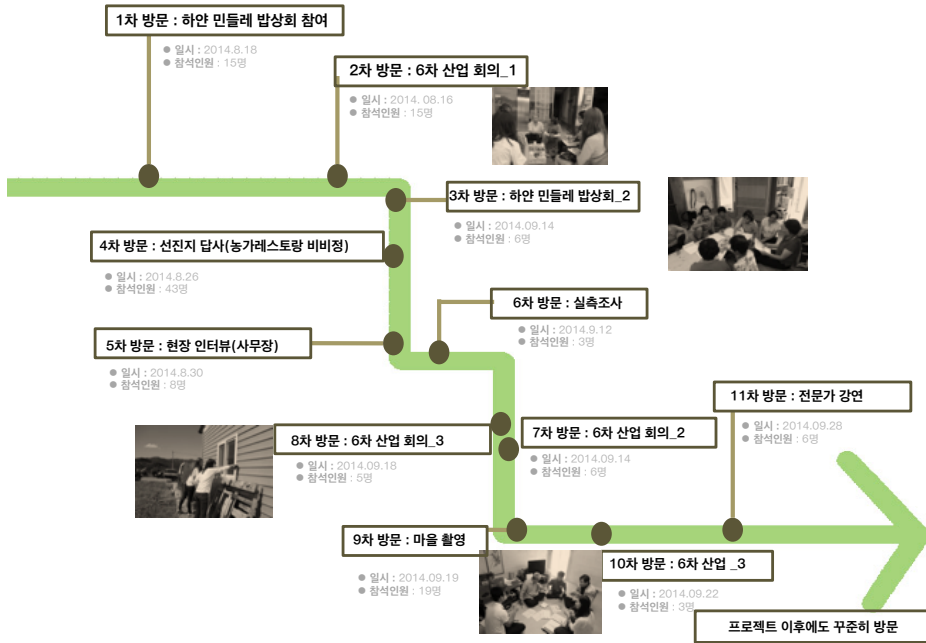
1. 마을 선정 배경

하얀민들레 마을에서는 하얀민들레를 중심으로 각종 농산물이 생산, 가공되고 있다. 하얀민들레 즙이나 자연건조 곶감 등이 대표적인 가공품이다. 다시 말해, 1차 생산에서 2차 가공까지 이미 진행하고 있는 마을이다. 녹색농촌체험 마을이나 종합정비 사업 등으로 3차 산업까지 연계를 시도했으나, 아직 부족하다. 하지만 하얀민들레 마을은 자연친화적인 방법으로 농사를 짓고 있는 마을이며, 청주나 세종, 대전 등의 대도시까지 30분 내외에 닿을 수 있다는 장점이 있다. 또한 이미 1차 산업, 2차 산업까지 진행되었고, 3차 산업을 시도하며 다양한 교육을 받은 주민들의 역량이 매우 높다는 점에서 6차 산업화의 가능성이 크다고 판단된다.



추진 경과

마을 자원을 조사하고 구체적인 계획을 세우기 위해 다양한 현장활동을 실시했다. 가장 먼저 하얀민들레 밥상을 개발하기 위해 민들레 밥상회를 추진하였다. 그리고 주민들이 6차 산업화에 대한 취지와 개념을 이해할 수 있도록 여러 번의 회의를 거쳤으며, 하얀민들레 밥상을 개발하기 위해 비비정 농가 레스토랑과 꾸러미 사업을 직접 답사하는 시간도 가졌다. 이후 하얀민들레 마을을 방문해 다시 활용할 수 있는 마을 자원을 점검하고, 하얀민들레를 가공, 판매하기 위한 방법을 함께 연구하였다. 마을 인력을 재편하고, 가공장소를 섭외했으며 설문조사도 진행하였다.

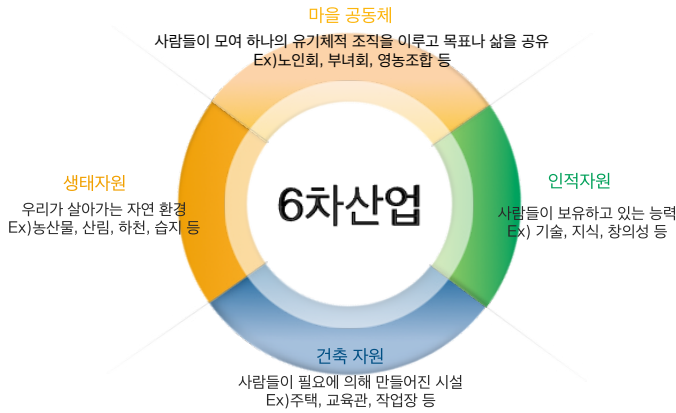


2. 사업화 제품 소개

하얀 민들레 밥상

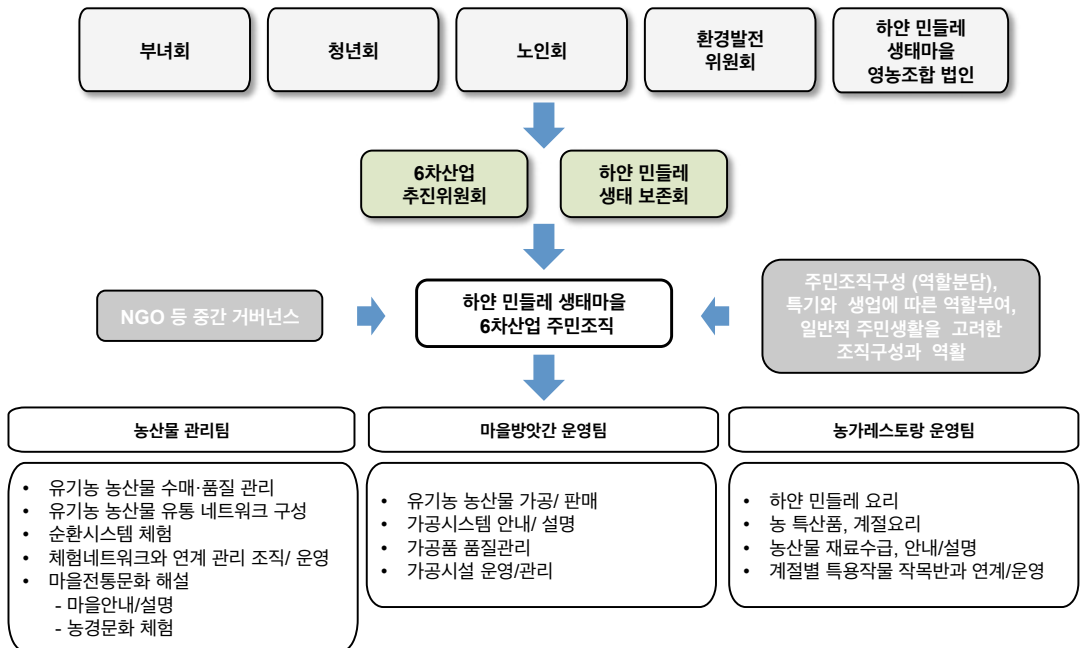
예상 가격		기본 반찬	
마을 한상 밥상 정식	예약제 15,000원	민들레 장아찌, 잡채, 조기 구이, 부침개, 고추멸치 무침, 김치, 된장찌개, 버섯무침 산나물 무침 5종류, 도토리묵	
민들레 밥상 정식	12,000원		
민들레 다과 7,000원	민들레 안주 10,000원		
		계절 메뉴	
		봄	여름
		반찬: 민들레 김치, 민들레 밥, 민들레 전, 민들레 찜, 냉이 된장국, 썩 부침개, 잡채, 도토리묵, 장아찌, 고추멸치 무침, 조기구이	
		메인메뉴: 돼지고기 버섯찌개 디저트: 민들레 차, 다과	메인메뉴: 민들레 삼계탕 디저트: 민들레 차, 배
		가을	겨울
		기본 반찬에 감말랭이, 동치미, 옥수수 샐러드 메인메뉴: 민들레 버섯찌개 메인메뉴: 민들레 버섯찌개 디저트: 꽃감, 대추차, 옥수수	메인메뉴: 돼지고기 버섯찌개 디저트: 꽃감, 민들레차
농산물 활용 예시			
하얀 민들레: 민들레김치, 무침, 장아찌, 찜, 된장찌개, 샐러드, 민들레 전, 민들레 막걸리, 민들레 차, 민들레 밥			
감: 꽃감, 홍시, 감말랭이, 감푸딩	두릅		
배: 동치미	머위		
대추: 대추차, 달백숙	마늘		
원추리: 원추리 무침	옥수수: 옥수수 샐러드		
냉이: 냉이 무침, 냉이 된장국	콩: 콩밥		
밤, 도토리: 도토리 묵, 밤 달백숙	들깨, 참깨		
서리태: 서리태 밥	고추: 고추무침		
썩: 썩 무침, 부침개	벼: 밥		
버섯: 버섯찌개, 버섯무침			
민들레 요리 및 계절메뉴 개발 중			
<ul style="list-style-type: none"> - 자연이 살아있는 건강한 제철 식재료로 마을의 신선한 유기농 식재료를 이용해 따뜻함이 느껴지는 민들레 밥상을 담아 소비자에게 제공. - 마을 주민들과 민들레 밥상의 메뉴 개발과 어머님의 옛 손맛을 살리기 위한 비법 전수를 통해 전통이 있는 밥상을 꾸려나감. 			

3. 사업 추진 체계



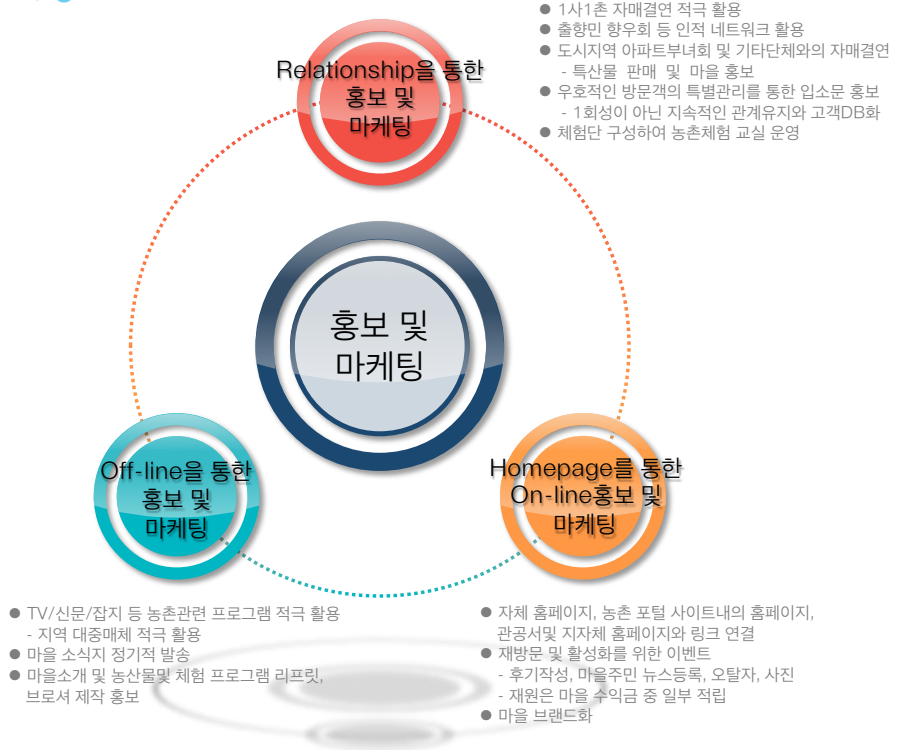
Re인적자원

Re메이크 사업을 위해 먼저, 마을 주민들을 체계적인 조직으로 정리하였다. 하얀 민들레 마을의 모임조직은 부녀회, 청년회, 노인회, 환경발전위원회, 하얀민들레 생태마을 영농조합 법인으로 꼽을 수 있는데, 이 다섯 모임을 토대로 하얀민들레 생태보존회, 6차 산업추진위원회를 구성하였다. 주민들은 각각 자신의 특기와 생업을 고려해 세부적인 역할을 담당한다. 먼저, 농산물 관리팀은 유기농 농산물을 관리하고 마을을 안내하는 일을 하고, 마을방앗간 운영팀은 농산물을 가공하고 판매하며, 가공시설을 운영하게 된다. 다음으로 농가 레스토랑 운영팀은 하얀민들레를 재료로 한 요리를 선보이며 농산물 재료에 대한 안내를 담당하게 된다.



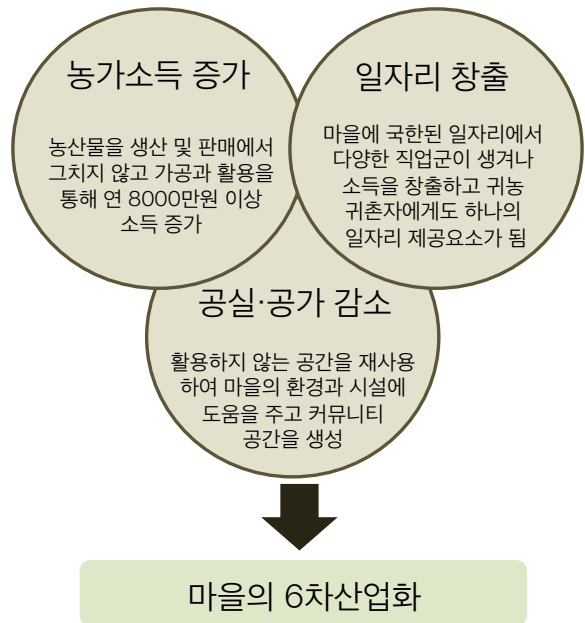
4. 사업화 전략

홍보 및 마케팅



5. 기대효과

Re메이크 사업을 통해 마을 소득이 기존보다 약 2-3배 이상 늘어날 것으로 기대된다. 또 제품 판매뿐 아니라 농가 레스토랑 서비스까지 제공하기 때문에, 연 8,000만원 이상의 소득이 예상된다. 또한 레스토랑 운영을 위해 서빙이나 요리사, 회계 담당자 등 약 30명에게 제공할 수 있는 일자리 창출 효과를 볼 수 있다. 그리고 마을에서 사용하지 않던 공실이나 공가를 활용하기 때문에 마을 분위기를 보다 쾌적하고 활기차게 만들 수 있고, 비용절감도 기대할 수 있다.



하동 불그레 홍차

고려대학교 Team423

선정 마을

경상남도 하동

주요 사업

1차 산업



찾잎



2차 산업



홍차,
밀크티 등



3차 산업



디저트
문화



관광



선정 배경



관광체험시설 조성 마을 정비
필요성 증가



마을과 자원에 대한 소비자들
의 인지도 부족

사업화 방안 인식 변화

- ❖ 홍차에 대한 대중의 인식 변화
- ❖ 새로운 홍차의 이미지로 브랜드 구축
- 하동 불그레 홍차

향후계획 및 기대효과

정량적효과

농가 소득 증대와 일자리 창출효과 기대

정성적효과

국산 홍차 등 차 산업 활성화 등

사업화 제품 소개

하동 불그레 홍차

한국에서 가장 품질이 좋고 야생차의 시배지(始培地)라는 전통성을 가지고 있는 하동의 찾잎으로 만들어진 홍차를 메인으로 하는 저칼로리 디저트 및 웰빙서비스를 제공하는 중저가 카페 브랜드



사업 추진 전략

홍보 및 운영방안

‘하동 불그레 홍차’라는 이름의 브랜드를 만들어 홍차에 대한 대중들의 이미지를 바꾸고, 홍차와 하동에 대한 인지도를 높여 국산 홍차 시장을 활성화 한다. 홍차를 소녀에 비유해 ‘홍차는 소녀다’라는 이미지를 활용한 마케팅을 펼칠 계획이며, 붉은 빛을 띠는 홍차를 소녀에 대입해 순수함, 사랑, 따뜻함 등을 어필한다. 이를 통해 누구나 편하게 즐길 수 있는 홍차의 이미지를 만들 수 있다. 또, 이동이 가능한 스낵카와 카페를 동시에 운영해 적극적인 마케팅을 진행하고, 파급력이 높은 SNS와 인터넷 커뮤니티에서 하동 불그레 홍차를 홍보한다.

하동을 포함한
브랜드 아이덴티티
구축

‘홍차는 소녀다’
라는 컨셉으로
캐릭터 마케팅
전략 진행

카페 마케팅,
스낵카 마케팅,
인터넷 커뮤니티
마케팅 활용

1. 사업 아이템 선정 배경

기존 관광체험마을의 문제점

관광과 체험을 새로운 동력으로 삼는 마을이 늘어나면서 관광체험마을이 우후죽순 늘어나고 있다. 하지만 대부분의 관광체험마을은 자신만의 경쟁력이 없거나 부족해 비슷한 내용으로 마케팅을 하고 있다. 획일적으로, 보여주기 식으로 진행되는 프로그램에 소비자들은 발길을 돌리고 있다.

기존의 관광체험마을이 갖고 있는 문제점들을 분석하고, 하동 홍차와 하동 지역의 관광상품을 연계해 고급스러운 차의 이미지와 대중성을 동시에 잡는 것이 필요하다.

아이템 선정 이유

생활용품부터 먹거리까지 요즘의 트렌드는 웰빙이다. 소비자의 건강함을 지킬 수 있는 웰빙자원을 찾던 중, 최근 차에 대한 관심이 높아지고 있는 것을 발견 했다. 차는 단순히 마시는 것 말고도 기능성 식품, 뷰티관련 산업으로까지 다양하게 활용되고 있는 추세다. 이렇듯 변화하고 있는 음료시장에서 하동의 차잎은 국내에서 가장 품질이 좋고, 전통성도 갖고 있다. 또 충분한 양이 재배되고 있어 트렌드를 따라잡기에 아주 적합하다. 한편, 하동에는 풍부한 관광자원이 있어 하동을 직접 방문한 관광객들에게 홍차와 더불어 즐거움을 줄 수 있다.

6차 산업화 연결방안

국내산 홍차에 대한 소비자의 인식이 높아지면 자연스럽게 국산 홍차 브랜드의 원산지로서 하동의 인지도도 높아질 수 있다. 임실치즈마을과 보성녹차마을을 그 예로 들 수 있다. 임실치즈마을은 원래 전형적인 농촌마을에 불과했다. 하지만 낙농업과 치즈 사업을 통해 성공적인 6차 산업의 모델로 자리 잡았다. 지역과 연계한 이미지를 통해 마을 이름도 '임실치즈마을'로 바꾸고, 각종 관광 상품을 도입한 것이 성공의 비결로 꼽힌다. 보성녹차마을도 마찬가지다. 인공적인 파종을 통해 '보성 녹차'를 재배하면서 '보성은 곧 녹차'라는 브랜드 아이덴티티를 만들었다. 보성 녹차의 인기가 높아지면서 보성에서는 차밭을 이용한 관광 프로그램을 도입했고, 국내에서 높은 인지도를 자랑하는 지금의 보성녹차마을이 탄생하게 되었다. 하동도 가능하다. 조사결과, 현재 하동은 대중에게 큰 인지도가 없는 지역으로 인식된다. 하지만 홍차를 통해 하동이라는 지역에 대한 인지도가 높아지면, 하동을 방문하는 사람들이 그만큼 늘어나게 될 것이다. 여기에 관광 프로그램이 뒷받침 된다면 하동 지역 역시 크게 발전할 수 있다.



임실치즈 테마파크



보성 녹차마을 체험현장

마을 자원의 브랜드 이미지 확립 대표적인 6차산업화 성공 모델

❖ 하동을 포함한 Brand Identity 구축

1. 하동 홍차의 브랜드 이미지 확립
2. 하동에 대한 대중의 인지도 상승
3. 관광연계 프로그램 도입

2. 사업화 방안

성공적인 하동 불그레 홍차 사업을 추진하기 위해 우선 카페 시장을 세분화해보았다. 하동 불그레 홍차는 웰빙이라는 트렌드를 반영해 웰빙 문화요소가 많은 편이며, 가격도 상대적으로 저렴한 점을 이용해 카페 시장 중에서 저가의 저칼로리, 웰빙 서비스를 제공하는 테이크 아웃점으로 포지셔닝 했다. 먼저 스타벅스나 민들레영토와 같은 카페는 고급 브랜드의 이미지, 한 장소에서 여러 문화생활을 동시에 할 수 있는 등의 장점으로 인기가 높다. 하지만 비용이 고가이고 웰빙 문화 요소가 적은 편이다. 상대적으로 비용이 저렴한 이디야는 저가라는 장점이 있지만 웰빙 문화 요소가 역시 적다. 반면, 공차나 레드망고는 저칼로리, 밀크티 제품 등을 내세워 웰빙 문화 요소가 많은 브랜드이다. 다만 고가의 비용을 감수해야 한다. 이에 반해 하동 불그레 홍차는 웰빙이라는 트렌드를 반영해 웰빙 문화 요소가 많은 편이며, 가격도 상대적으로 저렴하다. 때

<p>웰빙 문화 요소 적은 고가의 카페 시장 (ex) 스타벅스, 민들레영토 등)</p>	<p>웰빙 문화 요소 많은 고가의 카페 시장 (ex) 공차, 레드망고 등)</p>
<p>웰빙 문화 요소 적은 저가의 카페 시장 (ex) 이디야 등)</p>	<p>웰빙 문화 요소 많은 저가의 카페 시장 (불그레 홍차)</p>

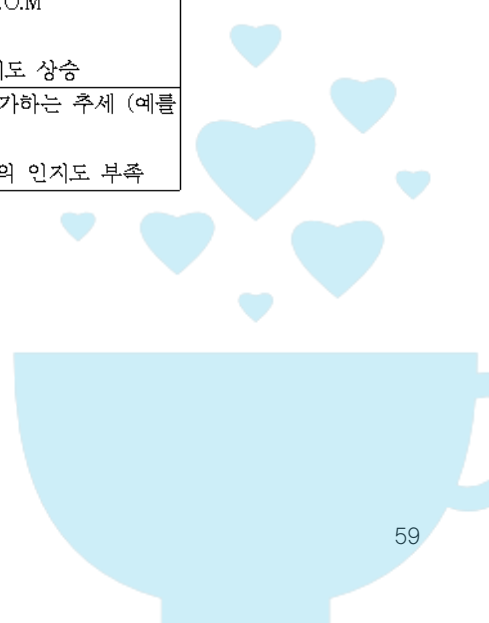
문에 하동 불그레 홍차는 카페 시장 중에서도 저가의 저칼로리, 웰빙 서비스를 제공하는 테이크 아웃 점이라고 분류된다.

그렇다면 보다 명확한 시장 분석을 위해 하동 불그레 홍차의 강점과 약점을 알아보자. 가장 큰 장점으로서는 단연 웰빙을 꼽을 수 있다. 또한 다른 6차 산업화 모델과는 달리 수도권과 서울 내 변화가에 점포를 운영하고 이동식 스낵카를 이용해 소비자에게 언제든지 다가갈 수 있다는 점도 장점이다. 또 하동의 우수한 차잎과 풍부한 맛도 소비자에게 어필할 수 있다. 더불어 하동 지역의 영농조합과 직접 연계해 유통비를 절감할 수 있어 가격 경쟁력도 가질 수 있다.

하지만 아직까지 하동 불그레 홍차는 브랜드 이미지가 매우 낮은 편이다. 그리고 웰빙 트렌드와 함께 경쟁업체와 상품이 앞다투어 늘어나고 있는 것도 역시 위험요소다. 하지만 웰빙에 대한 관심이 높은 소비자들이 소비 변화를 도모한다면 약점은 장점으로 얼마든지 보완할 수 있다. 때문에 우선, 국내산 홍차 브랜드로서의 확고한 이미지를 만들어야 한다. 시장 입지가 다져지면, 하동의 홍차뿐만 아니라 하동지역에 대한 인지도도 크게 상승할 것으로 기대한다.

구 분		특 징
기업내부	Strength	<ul style="list-style-type: none"> - 웰빙 트렌드에 부합하는 국내산 홍차 브랜드 - 점포+이동식 스낵카 동시 운영으로 인한 홍보 시너지 효과 - 하동의 차가 갖고 있는 고품질 차잎 - 유통비 절감에 따른 가격 경쟁력 확보
	Weakness	<ul style="list-style-type: none"> - 확고한 브랜드 이미지가 구축 되지 않음 - 하동의 차 인지도와 지역 인지도 부족

기업외부	Opportunity	<ul style="list-style-type: none"> - 소비자의 건강(웰빙)에 대한 관심이 증대되는 추세 - 국내산 홍차 브랜드로 이미지 구축 시 T.O.M (Top Of Mind) 효과 기대 - 브랜드 이미지 구축 시 하동의 지역 인지도 상승
	Threat	<ul style="list-style-type: none"> - 웰빙을 테마로 한 경쟁업체와 상품이 증가하는 추세 (예를 들어, 레드망고, 저칼로리 음식 등) - 외국의 유명한 홍차에 비해 국내산 홍차의 인지도 부족



3. 사업 홍보 전략

하동 홍차에 순수하고 따뜻한 이미지를 심어 마케팅에 활용한다. 붉은 홍차를 소녀에 비유해 소비자에게 감성적으로 다가갈 계획이다. 이전에도 차 제품에 캐릭터를 사용하는 경우는 있었다. 보성의 의돌이, 다향이, 하동의 다사돌이 등을 예로 들 수 있다. 하지만 이와 같은 캐릭터는 차와 관련한 이미지를 떠올리기 어렵거나 세련되지 않아 대중에게 어필하는데 한계가 있다. 하동 불그레 홍차 캐릭터 ‘레이디 홍’은 기존의 차 캐릭터가 가진 단점을 보완해 대중에게 친근한 이미지를 만들고자 한다.

부드러운 색감에 홍차의 이미지가 직관적으로 드러날 수 있도록 붉은 색과 찻잔을 강조했다. 또 불그레라는 이름이 어울리도록 수줍어하는 듯한 홍조를 그려 넣었다. ‘레이디 홍’은 어렵고 낯설게 느껴질 수 있는 홍차에 친근하고 부드러운 이미지를 심어줄 것이다. 캐릭터는 간판과 로고, 종이컵 등 다양한 부분에서 홍보에 활용된다.

불그레 홍차 캐릭터 “레이디 홍”



누구나 보기 편한 부드러운 색감

직관적으로 드러나는 홍차의 이미지

수줍어하는 홍조가 매력적인 귀여운 캐릭터

→ 친근하고 부드러운 이미지로 폭넓은 대중에게 어필
홍보와 관련된 모든 물품과 서비스에 폭넓게 활용

4. 기대효과

현재는 포화상태에 있는 국내 테이크아웃 음료 시장에 하동 불그레 홍차는 새로운 트렌드가 될 수 있다. 또한 아직까지 차에 대한 인식이 낮은 우리나라에 차 문화를 활성화 시킬 수 있다. 특히, 유행에 민감한 20-30대 젊은 사람들을 대상으로 친근하고 대중적인 차 문화를 전한다면 차는 하나의 트렌드로 대중문화에 자리 잡을 수 있다. 이로 인해 다소 침체된 국내 차 시장을 다시 살릴 수도 있다. 뿐만 아니라 국산 홍차라는 건강한 이미지로 하동 지역의 인지도도 높아질 수 있다. 하동에 대한 관심이 많아지면 홍차뿐만 아니라 대봉 같은 다른 특산물도 함께 주목받을 수 있고, 하동 지역의 차나무 재배 지역도 늘어날 것으로 기대된다. 제품 판매를 넘어 관광 상품과 연계했을 때는 더 큰 효과를 기대할 수 있다. 십리 벚꽃 길이나 악양 슬로시티 등, 하동의 관광 자원도 활기를 띠게 될 것이다.

한편, 하동 불그레 홍차는 웰빙은 곧 국내산이라는 이미지를 주어 국내산 농산물 전체에 긍정적인 이미지를 심을 수도 있다. 더불어 농가의 소득이 늘어나고 더 많은 일자리도 기대되며, 중간 유통단계를 생략해 가격 경쟁력도 갖추게 될 것이다. 마지막으로 홍차는 주로 디저트와 함께 마신다는 점에 착안해, 지역의 다른 특산물을 이용한 디저트를 만들어 판매할 수도 있다.

참가소감

4남매농장

안녕하세요^^ 4남매농장팀입니다.

이번 공모전을 준비하면서 농촌의 현실에 대해 좀 더 많은 부분들을 알 수 있게 되어 좋았습니다. 그리고 지속가능한 농촌을 만들기가 어렵지만 실현 가능하다는 그런 밝은 미래 역시 볼 수 있었습니다. 하나 내세울 것 없는 농촌 마을에서의 6차 산업화 실현. 그리고 그것으로 인해 농촌마을이 10년 20년 30년 뒤 우리의 자손들이 와서 뛰어놀 수 있다면... 생각만으로도 행복해지는 시간이었습니다.

저희 4남매농장팀은 농촌 마을이 잘살게 되고 발전되어 도시가 되는 것을 바라지 않습니다. 그냥 농촌 마을 그대로 평생 우리 옆에 있어주는 그런 농촌마을이 되었으면 좋겠습니다.

지속가능한 농촌 6차 산업이 미래다 화이팅!

Re프로젝트작팀 박재업

대학교 마지막을 농촌에 대한 여러 전문가 및 타분야 학생들과 이야기를 공유할 수 있는 공모전과 함께하여 너무 기쁩니다. 또한 공모전을 통해 농촌에 희망을 확인할 수 있는 시간이 되어서 기쁩니다.

저희 팀은 건축학과 학생으로서 농촌의 사용하지 않는 시설에 대한 고민을 중심으로 6차 산업을 진행하였습니다. 그러나 다른 팀들은 프로그램, 새로운 아이템 개발, 앱 등의 참신하고 다양한 아이디어로 6차 산업을 진행하였습니다.

이러한 아이디어를 통해 사람마다 경험이 다르고 전문지식이 다르기 때문에 문제에 대한 해결방법도 다양하게 나온다는 것을 다시 한 번 인식할 수 있었습니다. 내년에도 6차산업 공모전이 진행되어 농촌에 대한 문제를 함께 고민할 수 있는 시간이 되었으면 좋겠습니다.

곽은지

농촌에 있는 모든 유무형의 자원을 1차와 2차, 3차산업을 연계하여 새로운 부가가치를 창출하는 활동을 하였는데 저희는 건축학과 학생으로 6차산업을 통해 농촌지역의 문제점인 공실공간 활용방안과 일자리문제 등을 해결하는 방법을 생각해 보았습니다.

또한 저희가 농촌에서의 문제점을 하나하나 찾고 해결해가는 과정에서 농촌에 숨어있는 좋은 자원의 활용법을 주민들의 생활에서 직접 보고 느끼며 체험해 볼 수 있었으며, 나쁜 방법들의 예도 간접적과 직접적인 방법으로 경험할 수 있었습니다.

그전에는 마을자원이 6차산업을 하기까지 왜 실패를 했었는지 왜 6차산업을 소중한 가치를 가지고 있는지도 잘 알지 못했었으며 6차산업이라는 단어가 건축학도인 제게는 생소한 단어였지만 이제는 6차산업의 부가가치와 경영자원을 통해 시너지를 높일 수 있는 활동이라는 것을 몸소 배우며 알게 되어 정말 뜻깊고 많은 배움을 알 수 있는 시간이었다고 생각합니다.

Treasure Hunter

김병옥

이번 공모전은 저에게 대학교 시절의 처음이자 마지막 공모전입니다. 6차 산업 아이디어 공모전을 통해 좀 더 농촌의 현실에 대해서 알게 되었고, 제 전공분야도 살릴 수 있는 기회가 주어져서 감사하게 생각하고 있습니다. 졸업 전에 이런 좋은 기회와 좋은 사람들과 함께 할 수 있어서 매우 만족하고 있습니다. 앞으로도 국내 6차산업의 꾸준한 발전을 위해 기여하고 싶습니다.

이수현



공모전을 한번쯤 나가보는게 좋다고 한 말이 빈말이 아니라는 것을 이번 공모전을 통해 깨달았습니다. 고속도로를 한달에 4번이상 타볼 수 있는 경험도 이제 더는 못하겠지만, 식육가공장, 돼지문화원, 농업기술센터 등 많은 곳을 방문하면서 현재 축산 분야에서 쓰이는 많은 기술과 현황 등을 한눈에 볼 수 있었고, 이런 경험들도 이번 공모전이 아니었다면 불가능했을 것입니다. 무엇보다 학우들과 사업을 구상하고 계획하며 6차산업에 대해 흥미를 느끼고 진지하게 임했던 두 달의 기억이 가장 값진 경험이었습니다.

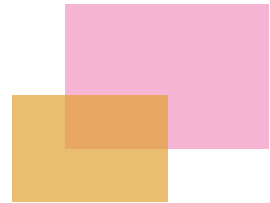
김학수



공모전을 통해 농촌의 현실을 직시하고 앞으로의 방향을 모색할 기회가 되어서 좋았습니다. 저뿐만 아니라 현재 젊은이들이 농촌에 대한 관심이 부족한 상황입니다. 하지만 이번 공모전을 참여하면서 농촌에 아직 희망이 있고 이것을 충분히 부흥시킬 수 있다는 것을 느꼈습니다. 특히 농촌마을을 방문하고, 사업관련 정보를 얻기 위해 돌아다니면서 만나 뵈었던 분들 중에 생각보다 많은 분들이 농촌 활성화에 대한 열정을 갖고 계신 것을 알 수 있었습니다. 앞으로 이번 대회와 같이 젊은 인재들과 농촌을 연결해줄 수 있는 기회가 많이 있었으면 좋겠습니다.

김은주

창업이란 것에 무지했던 저는 이번 공모전을 통해 또 하나의 미래의 길을 틔운 것 같습니다! 6차산업이라는 좋은 사업을 이번 기회로 알게 되어 농촌에 대한 시각이 더 넓어지고, 제가 앞으로 해야 할 일도 늘어난다는 생각을 했습니다. 두 달 동안 바쁘게 달려왔던 모든 시간들이 소중하게 느껴집니다.



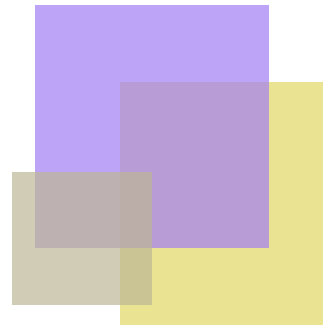
Team423

처음 공모전을 시작했을 때 인문계열의 4명이 모여서 어떻게 해야 할지 갈피를 못 잡고 있었던 것이 사실입니다. 그만큼 6차산업화에 대해서 평범한 사람들의 인지도가 부족하다는 것을 알고 접근 방법에 대해 고민을 하면서, 저희 나름대로의 해결 방안이 다가갈 수 있었습니다. 현장활동을 하면서 농민들이 단순히 생산만을 하는 것이 아니라 그들의 노하우를 가지고 엄청난 경쟁들을 하고 있다는 것을 깨달았고, 우리들의 노력이 헛되지 않도록 농민들의 소리를 많이 반영하고 싶었습니다. 이러한 기회를 주셔서 감사드리고, 앞으로도 계속되는 관심을 가지고 지켜볼 수 있도록 하겠습니다.

제주된장남녀

이번 공모전을 하면서 농업과 농촌에 대해 깊은 관심을 가지게 되었습니다. 이를 통해 우리나라 농촌의 현실과 어려움을 알게 되었고 이와 더불어 농촌의 어려움을 극복할 수 있는 다양한 매력을 동시에 지니고 있는 곳 또한 농촌이라는 사실을 발견할 수 있었습니다. 선정 마을주민들과 직접 이야기도 하고 아이디어를 공유하며 함께 고민하면서 농촌에 한 걸음 더 다가갈 수 있었습니다.

농촌이 단순히 “1차산업의 공간”이라는 인식에서 “먹거리뿐만 아니라 기쁨과 즐거움을 주고 다양한 경험을 할 수 있는 매력적인 공간”으로 농촌에 대한 인식이 변하게 되는 계기가 되었던 것이 이번 6차산업화 창업 IDEA 공모전에서 얻은 가장 큰 수확입니다.



농촌의 아들

처음에는 ‘부자가 된 농촌’을 꿈꾸며 이 공모전에 참여하였습니다. 어떻게 하면 수익을 늘릴 수 있을까, 도시보다 어떻게 하면 잘 살 수 있을까. 하지만 농촌에서 만난 할아버지, 할머니께선 그런 거창한 것을 원하지 않으셨습니다. 농촌이 무가치하게 여겨지는 지금, 사회 구성원으로서 여전히 의미 있는 역할을 하고 싶어 하셨습니다.

포켓가든(Pocket Garden; 교육용 농작물 재배 게임 앱)에서 아이들은 게임을 통해 농촌의 작물을 키우고, 농부는 아이가 작물을 잘 키울 수 있도록 교육적인 피드백을 제공합니다. 포켓가든으로 6차산업 공모전에 참여하면서 저희는 희망을 보았습니다. 농부들이 단순한 생산자가 아닌 교육자가 될 수 있다. 그를 바탕으로 퇴색되어버린 현대사회 농업의 진정한 의미를 다시 일깨울 수 있다. 저희는 이렇게 확신합니다.

이번 6차산업공모전에 나온 좋은 아이디어들이 농촌을 그리고 사회를 좀 더 나은 방향으로 이끌 것으로 확신하며, 부족한 저희가 이러한 일에 참여할 수 있었다는 것은 더할 나위 없는 영광이었습니다.

고향에 다시 찾아온 봄바람



농림축산식품부
Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs