

농어업인 삶의 질 향상 계획 심층연구 : 농어촌 여성의 6차산업 창업 지원을 통한 일자리 창출 방안

박 성 정 선임연구위원
김 둘 순 연구위원
김 복 태 연구위원
이 승 현 부연구위원
장 희 영 연구위원
서 제 인 위촉연구위원



한국여성정책연구원
Korean Women's Development Institute

한국농촌경제연구원

제 출 문

농림축산식품부 장관 귀하

본 보고서를 「농어업인 삶의 질 향상 위원회 전문지원기관 업무위탁: 농어촌 여성의 6차산업 창업 지원을 통한 일자리 창출 방안 (2015 농어업인 삶의 질 향상정책 심층연구)」의 최종보고서로 제출합니다.

2015년 12월

연구기관명: 한국여성정책연구원
연구책임자: 한국여성정책연구원

박 성 정 선임연구위원

요 약

1. 연구의 필요성 및 목적

- 본 연구는 농어촌 여성의 6차산업 창업 실태와 지원 정책을 분석하여 정책의 개선 방안을 제시하고자 하며, 다음과 같은 목표를 설정하고 있음.
 - 첫째, 6차산업 및 창업 관련 정책의 여성 참여 현황을 파악함.
 - 둘째, 농어촌 여성의 6차산업 창업 지원을 위한 정책 개선방안을 제안함.

2. 연구 내용과 방법

□ 연구 내용

- 농어촌 여성의 6차산업 참여 현황 분석
 - 6차산업의 여성고용 현황 분석
 - 농어촌 여성의 6차산업 참여에 대한 선행 논의
- 농어촌 6차산업 창업 관련 정책의 여성 참여 현황
 - 관련 정책 및 사업 현황
 - 여성 참여 현황 분석

- 농어촌 여성의 6차산업 참여 실태 및 사례 분석
 - 참여 동기, 정책 인지도, 정책서비스의 문제, 정책요구 등 조사
 - 성공 사례 분석

- 정책 제안
 - 농어촌 여성의 6차산업 창업 지원을 위한 정책과제 제안

- 연구 방법

- 문헌 및 자료 분석
 - 6차산업 관련 문헌 고찰
 - 관련 정책 및 사업 자료 수집·분석
 - :6차산업 창업 관련 사업의 여성 참여 현황 조사
 - 농촌진흥청(황대용·고민주·김민재, 2015)의 “농업·농촌 6차산업화 기초 실태조사” 원데이터 성별 재분석

- 설문조사
 - 6차산업 참여 여성 대상 설문조사: 65인

- 면담조사 및 사례조사
 - 사업추진기관 관계자 면담
 - :6차산업 창업 지원 및 농어촌형 새일센터 관계자 면담
 - 참여여성 면담
 - :6차산업 참여 여성대표 면담을 통해 문제와 개선요구 파악

- 전문가 회의

3. 연구 결과 및 시사점

□ 6차산업의 여성 참여 현황

- 2차 산업에 종사하는 농가 수는 2005년 6,503호에서 2010년 8,564호로 2,061호가 증가하여 32%의 증가율을 나타냈음. 3차 산업에 종사하는 농가 수도 같은 기간 동안 97,478호에서 154,076호로 약 58%나 증가한 것으로 나타났음. 경영주의 성별을 살펴보면 2차 산업과 3차 산업 모두에서 남성이 여성보다 8배 이상 더 많은 것으로 나타났음(농림어업총조사의 농가조사).
- 농촌진흥청(2015)의 “농업·농촌 6차산업화 기초실태조사 결과 보고서”에서 6차산업 농가의 가구원은 농가인구의 10.8%로 조사되었고, 6차산업화 농가 인구 중 남성은 49.9%, 여성은 50.1%로 여성이 약간 더 많음. 일반 농가의 경영주 중 여성 비율이 16.9%인 데 비해, 6차산업화 농가 경영주 중 여성 비율은 10%로 더 낮게 나타났음.
- 농어촌에서 6차산업이 크게 성장하고 있고 여성일자리도 늘어나고 있으나, 경영주의 성비는 남성이 여성보다 8~9배 정도 많아, 여성이 6차산업의 성장 과정에서 경영자로서의 역할은 아직 미약한 것으로 볼 수 있음. 여성은 농가단위에서 6차산업에 참여하는 편이고, 농업법인을 통한 참여는 남성보다 저조한 편임. 그러나 6차산업 우수 사례에 여성이 경영하는 사업체가 다수 포함되어 있어 향후 6차산업에의 여성 참여 가능성은 크다고 할 수 있음.
- 6차산업화 경영 농가 및 농업법인의 성별 고용실태를 보면(농촌진흥청, 2015: 85, 147), 농가와 농업법인이 차이를 보이는데, 농가는 남녀 각각 평균 2.98명을 고용하고 있는 것으로 나타나 성별 고용 차이가 없었음. 하지만 농업법인은 평균적으로 남성 8.48명, 여성 3.46명을 고용하고 있는 것으로

나타나 여성의 고용은 남성에 비해서 약 절반에 그치고 있었음.

- 즉, 여성들이 농가단위에서 6차산업에 소규모로 참여하는 편이고, 법인 참여에 소극적임을 알 수 있음. 따라서 농어촌 여성의 6차산업 참여를 제고하기 위해서는 정부의 지원정책이 성별 특성을 고려해서 마련될 필요가 있음. 여성들이 선호하는 소규모 농가의 6차산업 창업 지원을 강화하고, 다른 한편으로는 여성농업인 운영 사업체의 법인화 지원, 농업법인이나 생산자단체 등 조직 활동에 여성 참여를 활성화시키기 위한 노력이 병행될 필요가 있음.

□ 농가의 6차산업화 정부 지원 사업 이용 경험 및 경영 애로사항

- 6차산업화 경영 농가의 6차산업화 정부 지원 사업에 대한 인지도, 이용 경험 및 경영 애로사항이 성별에 따라 차이가 있는지에 대해서 분석해보았음.¹
- ‘6차산업화’에 대한 인지 정도는 남성농업인이 여성농업인에 비해서 더 높게 나타났음. ‘잘 알고 있다’ 여성 1.0%, 남성 4.6%, ‘대략 알고 있다’ 여성 2.9%, 남성 8.5%였음.
- 정부 지원 이용 경험: 6차산업화 농업 관련 사업을 시작 또는 운영하면서, 정부의 지원제도나 지원사업 이용 경험은 남성 17.1%, 여성 7.7%로 남성농업인이 여성농업인에 비해서 약 9.4%p 높았음.
- 정부 지원 내용: 6차산업화 농업관련 정부 지원사업을 이용한 경험이 있는

1 이에 대한 분석은 농촌진흥청(황대용·고민주·김민재, 2015. 농업·농촌 6차산업화 기초실태조사 결과보고서)으로부터 원자료를 제공받아 분석하였음. 농업법인 조사결과는 성별 분리가 불가능하여 농가 중심으로만 제시함.

농가를 대상으로 이용 내용이 무엇인지를 성별에 따라서 살펴보았음. 남성 농업인은 ‘보조금 지원’이 51.0%로 가장 높았고, 다음으로 ‘시설 및 장비 지원’이 36.3%로 높았음. 여성농업인도 마찬가지로 ‘보조금 지원’이 60.0%로 가장 높았고, 다음으로 ‘시설 및 장비 지원’이 41.4%로 높았음.

- 정부 지원 만족도: 6차산업화 농업관련 정부 지원 사업에 대한 이용 만족도는 성별에 따른 차이 없이 모두 상당히 높은 것으로 나타났음.

□ 6차산업 관련 정책의 여성 참여 현황

- ‘지역단위 6차산업 활성화 지원’ 사업은 전국적인 성별분리 자료가 생산되고 있지 않아서 일부 지역 사례를 찾아보았음. 2015년 업무계획(농림축산식품부, 2015b: 4)에서² “6차산업 창업자가 전년 대비 8.8% 증가”하여 일자리 창출 효과가 있었다고 발표하였음. 일부 사례를 통해서 살펴보기는 하였지만 6차산업 창업 경영체에서 CEO나 여성 종사자들이 상당수 참여하고 있음.
- ‘로컬푸드 확산’ 추진 결과를 보면, 2015년 2월 현재 전국에 74개 로컬푸드 직매장을 설치 지원하였음(농림축산식품부, 2015c: 1-2). 직매장 대표는 대부분 남성으로 확인되었음³.
- ‘농어업인 창업 촉진 및 사업화 지원 강화’사업 추진 결과 2015년 10월 현재 6차산업 인증사업자 선정은 총 544명임. 2015년 6차산업 인증사업자 선정

2 자료: 농림축산식품부(2015b). 2015년 업무계획 “농업의 미래성장산업화 원년, 소통과 실천으로 대도약을 이루겠습니다=농업분야 경제혁신 3개년 계획 실천계획”, p.4 (http://ebook.mafra.go.kr/src/view_er/main.php?host=main&site=20150123_111909&pagenum=0&category=0&page=0&search=&mem=). 검색일 2015. 11.13)

3 농림축산식품부 관계 공무원 전화 문의(2015.11.17.)

결과, 여성은 전체 544명중에서 170명으로 31.3%로 나타났음. 현재 6차산업 인증사업자 신청서 양식을 살펴본 결과 성별을 표기할 수 있는 칸이 없는 것으로 나타났음. 향후에는 6차산업 인증사업자 선정 결과의 여성 참여 현황을 파악하기 위해서 신청서 양식을 개선하여 성별을 표기할 수 있도록 할 필요가 있음.

- ‘소규모농업인 창업 및 소득화 지원’은 농촌진흥청 소관 사업으로서, 여성 참여 현황을 파악하기 위하여 성별 자료 수집을 시도하였음. 2012년 농촌진흥청이 전국에 있는 소규모 창업 지원 대상 농업인을 대상으로 성별 고용 현황을 조사한 바가 있음(김들순 외, 2012: 119-120). 이 조사는 ‘농업인 소규모 창업기술 시범사업’과 ‘향토음식 자원화 사업’, ‘농촌교육농장 사업’ 대표자 256명을 대상으로 조사한 것임. 조사 결과 3개 사업 전체 고용 현황을 보면, 상시 임금근로자는 여성 57.1%, 남성 42.9%로 여성이 많았음. 임시·일용 임금근로자는 여성 78.2%, 남성 21.8%로 여성이 약 4배 많았음(김들순 외, 2012: 119). 이와 같이 소규모 창업기술 시범사업을 비롯하여 향토음식 자원화 사업이나 교육농장 사업에는 고용형태를 막론하고 여성의 참여가 비교적 높게 나타나고 있음을 알 수 있음. 특히 ‘농업인 소규모 창업기술 시범사업’의 여성 고용 현황을 보면, 상시 임금 근로자 채용 286명 전체가 여성으로 나타났음. 임시·일용 임금 근로자 채용은 여성 1,540명, 남성 68명으로 여성이 약 22배 많았다(김들순 외, 2012: 119). 따라서 소규모농업인 창업 지원 및 소득화 사업이 대체적으로 여성일자리 창출 효과가 긍정적으로 나타나고 있다고 평가할 수 있음.
- 여성가족부는 2014년 경력단절여성의 경력, 지역의 산업 특성 등을 고려한 대상별로 전문화된 취업 지원을 위해 ‘유형별 새일센터’ 10개소를 지정하면서 그 중 2개소를 농어촌형으로 지정하였음. 농어촌형 새일센터(2개소)는 도

시와는 다른 인구·산업적 특성을 지닌 농어촌 지역에 맞춰 취·창업을 지원하며, 기장 새일센터(부산)와 영월 새일센터(강원)가 지정되었음.⁴ 2015년에는 농어촌형 새일센터가 5개소로 확대되었는데, 기존 농어촌형 새일센터인 영월 새일센터와 신규로 지정된 홍성새일센터, 완주새일센터, 영동새일센터, 부여 새일센터 등임. 농어촌형 새일센터는 아직 운영 초기 단계로 종사자들의 전문성이 크게 미흡한 상황임. 창업을 할 수 있는 자원의 파악, 창업 교육, 교육 후 창업까지의 연계 등 농어촌 창업을 지원할 수 있도록 새일센터의 전문성을 제고하기 위한 방안이 시급하게 요구됨. 여성가족부의 지원은 물론 농림축산식품부, 농진청 등과의 연계체제 구축이 필요할 것임.

□ 농촌 여성의 6차산업 참여 실태조사

- 6차산업 여성창업가들을 대상으로 한 설문조사(65인) 결과 6차산업에 종사하고 있는 여성창업가들은 여성들이 6차산업에서 보다 적극적인 기업 활동을 할 수 있다는 자신감을 내비치고 있었음. 그러나 현실적으로 육아·가사를 병행하는 것에 큰 부담을 느끼고 있었고, 창업 초기 판매처 확보, 홍보 및 마케팅, 운영 자금 확보 등에 어려움을 겪는 것으로 나타났음.
- 지원제도별 인지도
 - 가장 인지도가 높은 제도는 창업자금 지원이고, 경영 역량 강화·교육 지원, 컨설팅제도에 대한 인지도도 높은 편임. 반면 수출 지원, 연구개발(R&D) 지원, 출원, 인증 및 평가 지원의 경우 인지도가 상대적으로 낮았음.
- 제도별 수혜 경험 여부
 - 창업과정 컨설팅 지원이나 창업자금 지원, 경영 역량 강화, 마케팅·브랜

⁴ 여성가족부, 2014년 7월 14일 보도자료. ‘경력단절여성 맞춤형 취업지원 강화된다.’

드·디자인 지원은 30~40%대의 이용률을 보이고 있으나, 수출 지원, 연구개발(R&D) 지원, 출원, 인증 및 평가 지원은 수혜 경험이 10% 초반에 그쳤음.

○ 지원사업 도움 정도

- 창업자금(금융) 지원은 71.4%가 매우 도움이 되었다고 응답함. 연구개발(R&D) 지원, 마케팅·브랜드·디자인 지원도 각각 62.5%, 61.5%가 매우 도움이 되었다고 응답했음. 반면 경영 역량 강화·교육 지원, 수출 지원, 지역개발 사업 지원의 경우 매우 도움 되었다고 응답한 비율이 각각 29.6%, 25.0%, 14.3%로 비교적 낮은 수치를 보였음.

○ 6차산업 창업과 여성의 관계 인식

- 여성과 6차산업의 관계를 긍정적으로 인식하고 있지만, 가사와 양육 부담, 정보와 협력 네트워크 구축에 어려움을 인식하고 있음.

○ 6차산업 창업 지원제도에 대한 만족도 조사 결과 5점 만점에 평균 2.91점의 만족도를 보이고 있음. 맞춤형 지원정책의 필요성 조사에서 5점 만점에 4.52점, 매우 필요하거나 필요한 편이라고 응답한 비율이 92.3%에 달해 현재 운영 중인 지원제도의 여성맞춤형 개선이 필요한 것으로 보임.

○ 6차산업 창업 여성에 대한 지원제도의 중요성 인식 분석 결과, 여성기업 판로 및 판매 확대 지원이 가장 중요하다고 생각하고 있으며, 여성 창업자금 지원(4.34점), 실무능력을 배양할 수 있는 전문적 교육(4.34점), 창업 이후 지속적인 경영컨설팅(4.31점), 창업단계에서의 창업 상담(4.09점), 여성창업자간 네트워크 형성(4.05점), 여성 창업 및 경영 교육 강좌 개설(3.92점), 해외시장 개척 및 해외투자 지원(3.91점), 여성창업보육센터 설치 및 운영(3.71점) 순임.

○ 애로사항

- 핵심 애로사항은 마케팅 등 판매처 확보와 자금 조달(창업자금, 추가 자금, 시설 및 설비확보)과 같은 재정적 부문에 집중되어 있음. 다음으로 사업부지 확보, 인허가 절차 등도 애로사항인 것으로 나타났음.

□ 여성의 6차산업 성공 요인

- 6차산업 창업에 성공한 여성들의 사례 조사를 통해 성공요인을 분석하였음. 네 업체의 사례를 통해 추출한 6차산업 여성 기업의 성공요인은 다음과 같이 요약할 수 있음.

- 제품에 대한 대표의 전문성과 꾸준한 학습노력
- 정부의 기술적, 재정적 지원을 적극 활용
- 여성들 간의 네트워킹 활용
- IT, SNS 등 정보화 기술의 활용
- 가족의 참여와 지원
- 지역 자원의 활용, 지역 주민 고용 등 지역의 인적 물적 자원을 적극 활용

□ 개선과제

- 6차산업 전문교육의 농어촌 여성 참여 기회를 확대해야함.
 - 고품질의 신상품 개발을 위해 지속적인 학습이 요구되므로, 품목별 수준별 전문교육 프로그램
 - 개인이나 집단이 자체적으로 전문교육 프로그램을 찾아 참여할 수 있도록 교육비 지원
 - 제품 개발을 도와줄 수 있는 국내외 전문연구기관에 대한 정보
 - 여성특화 교육 프로그램

- 농어촌 여성의 6차산업 정책 인지도 및 정보 접근성 제고함.
 - 농어촌 여성을 대상으로 다양한 지원사업에 대한 교육과 홍보 강화로 정책인지도를 제고함.
 - 정보 접근성과 교육기회가 적은 농어촌 여성들을 위한 연수기회, 특화프로그램을 지원함.

- 인증제 활용 및 인허가 지원을 증대시킴.
 - 창업 관련 교육에서 인증제, 인허가 등에 대한 교육을 진행함.
 - 행정절차에 어려움을 갖는 농어촌 여성들에게 도움을 주는 서비스를 강화함.

- 6차산업 여성사업체에 대한 자금 지원조건 완화함.
 - 소규모 사업체의 경우 매출액, 담보 등 자금지원 조건을 완화함.
 - 담보가 부족한 여성을 위한 여성 대출제도 등 농어촌 여성들을 위해 자금 수혜의 장벽을 낮춰주는 것이 필요함.
 - 기술과 사업계획서 평가를 통해 자금을 지원함.

- 가족경영에 대한 지원을 증가함.
 - 가족경영에 참여하는 젊은 자녀들을 대상으로 경영 교육을 지원하여 가족중심 사업체의 경영 역량을 강화함.

- 6차산업 여성사업체에 대한 판로를 지원함.
 - 6차산업 사업체들의 우수한 상품을 상시 홍보, 판매할 수 있는 온·오프라인 매장 등 판로를 지원함.

- 6차산업 참여 여성의 정보화기술 활용 역량을 제고함.
 - 맞춤형 정보화교육, 홈페이지와 블로그 구축 및 정기적 관리를 지원함.

- 지속적인 컨설팅을 지원함.
 - 사업 단계에 맞게 지속적으로 경영 지원과 자문을 해 줄 수 있는 컨설팅을 강화함.
 - 지역의 전문인력풀을 구축하여 연계 지원함.

- 6차산업 여성사업자 네트워크 및 멘토링을 강화함.
 - 6차산업 참여를 희망하는 청년여성, 신규 창업 희망 여성들과 성공한 여성사업가를 멘토로 연결함.
 - 여성사업자 네트워킹으로 여성만의 장점과 단점을 함께 해결할 수 있는 기회를 제공함.

- 농어촌형 새일센터의 전문성 강화 및 여성창업보육지원 네트워크를 구축함.
 - 농업기술센터와 농어촌 새일센터의 긴밀한 협업이 필요함.
 - 지역의 창업 지원기관들이 참여하는 창업보육지원 네트워크를 구성하고 역할을 분담함.
 - 새일센터 종사자 전문역량교육, 창업 지원기관과 연계협력함.
 - 여성가족부와 농림축산식품부, 농진청 등 관련 부처의 연계체제 구축함.

- 6차산업 관련 기구에 여성 참여를 촉진시킴.
 - 정부 사업담당자와 6차산업 여성사업자 간의 소통 통로를 마련함.
 - 주요 위원회나 협회에 여성 참여를 장려함.
 - 여성사업가의 애로사항을 수렴하고 해결 지원함.

- 여성맞춤형 6차산업 창업매뉴얼 개발 및 성공사례를 발굴함.
 - 6차산업 창업 과정에서 농어촌 여성이 겪는 애로와 지원 요구를 고려한 여성맞춤형 매뉴얼 개발, 보급함.

- 농어촌 여성의 창업 도전 사례, 성공사례, 관련 정책 참여 사례를 발굴하여 홍보함.
- 성별 통계를 생산함.
 - 인적 통계를 반드시 성별로 구분해서 생산하고 보고함.
 - 정책의 효과를 성별에 따라서 분석함.

차 례

제1장 서론

- 1. 연구의 필요성 및 목적 1
- 2. 연구 내용 3
- 3. 연구 방법 4

제2장 농어촌 여성의 6차산업 참여 현황

- 1. 6차산업 현황 5
- 2. 6차산업의 여성 고용 현황 12

제3장 6차산업 관련 정책의 여성 참여 현황

- 1. 관련 법적 근거 및 정책 현황 23
- 2. 관련 정책의 여성 참여 현황: 농어업인 삶의 질 기본계획 30
- 3. 소결 57

제4장 농촌 여성의 6차산업 참여 실태조사

- 1. 조사 개요 61
- 2. 조사 결과 분석 65
- 3. 소결 85

제5장 성공 사례

1. 사례 조사 대상 87
2. 성공 사례 88
3. 성공요인 및 시사점 120

제6장 결론 및 정책 제언

1. 결론 129
2. 개선과제 134

참고문헌 139

부록 143

표 차 례

제2장

표 2- 1.	농어촌 인구 변화 추세	6
표 2- 2.	농가 및 어가 인구	6
표 2- 3.	성별·연령별 농·어가 인구	7
표 2- 4.	농업 관련 사업별 경영농가	9
표 2- 5.	사업 유형별 농업법인 수	10
표 2- 6.	농업법인 종사자 수	10
표 2- 7.	농가 및 농가인구 비교	11
표 2- 8.	6차산업화 경영 농가 및 농업법인의 고용 실태	13
표 2- 9.	6차산업화 농가 및 농업법인의 산업 결합 유형별 성별 고용	14
표 2-10.	6차산업화 농가 및 농업법인의 주요 업태별 성별 고용	15
표 2-11.	6차산업화 농가 및 농업법인의 경영 유형별 성별 고용	17
표 2-12.	6차산업화 농가의 6차산업화 성별 인지도	18
표 2-13.	6차산업화 농가의 6차산업화 성별 인지 경로	19
표 2-14.	6차산업화 농가의 정부 지원사업 성별 이용 여부	20
표 2-15.	6차산업화 농가의 정부 지원사업 성별 이용내용	20
표 2-16.	6차산업화 농가의 정부 지원사업 성별 도움 정도	21
표 2-17.	여성농업인 농업의 2·3차 경제 활동 참여율	22

제3장

표 3- 1.	삶의 질 기본계획 및 시행계획: 경제 활동·일자리	27
표 3- 2.	제3차 여성농어업인 육성 기본계획: 여성일자리 및 창업	30

표 3- 3.	전국 로컬푸드 직매장 설치 지원 및 인력 현황(2015.2 기준)	35
표 3- 4.	2015년도 6차산업 인증사업자 성별 선정 현황	37
표 3- 5.	성별 농업인 소득화 기술지원 사업의 고용 총인원	42
표 3- 6.	농업인 소득화 기술지원 사업 운영 애로사항	44
표 3- 7.	여성 새로일하기 센터 사업내용 및 세부사항	45
표 3- 8.	농어촌형 새일센터의 서비스 대상 및 주요사업	46
표 3- 9.	농어촌형 새일센터의 취창업 등 취업 현황 실적	50
표 3-10.	농어촌형 새일센터의 직업교육훈련 실적	51
표 3-11.	농어촌 여성새일센터 FGI의 대상	52
표 3-12.	농어촌 여성새일센터 FGI의 질문지 구성	53

제4장

표 4- 1.	설문조사 내용	62
표 4- 2.	응답자 인구학적 특성	64
표 4- 3.	사업체 특성 및 운영 현황	67
표 4- 4.	6차산업 사업체 운영상 주요 애로사항	75
표 4- 5.	6차산업 창업 지원제도 인지 현황	77
표 4- 6.	지원사업 도움 정도	78
표 4- 7.	지원 제도 중요성과 서비스 제공 적절성 분석	82
표 4- 8.	6차산업 창업 여성들이 뽑은 중요 지원제도	84

제5장

표 5- 1.	약식동원 개요	89
표 5- 2.	약식동원 단계별 사업 추진 방향	95
표 5- 3.	약식동원 체험장 조성 계획	95
표 5- 4.	은아목장 개요	103

표 5- 5. 콩세상 개요 114
표 5- 6. 사례 비교 123
표 5- 7. 성공요인, 애로사항, 정책요구 124

그림 차례

제2장

- 그림 2- 1. 2014년 성별·연령별 농·어가 인구 8
- 그림 2- 2. 농가 경영주 성별 분포 비교 11
- 그림 2- 3. 6차산업화 농가 및 농업법인의 주요 업태별 성별 고용 16

제3장

- 그림 3- 1. 제3차 여성농어업인 육성 기본계획 비전 및 추진과제 29
- 그림 3- 2. 6차산업화 사업자 예비인증 사업자 신청서 양식(현행) 38
- 그림 3- 3. 6차산업화 사업자 예비인증 사업자 신청서 양식(수정안) ... 39
- 그림 3- 4. 농어촌형 새일센터의 수행사업 47

제4장

- 그림 4- 1. 6차산업 인지 현황 65
- 그림 4- 2. 6차산업 창업 동기 66
- 그림 4- 3. 창업 준비기간 66
- 그림 4- 4. 창업 성과 평가 68
- 그림 4- 5. 1년 매출액 69
- 그림 4- 6. 연간 운영일 수(공장 가동일 수) 70
- 그림 4- 7. 애로사항 71
- 그림 4- 8. 자금조달 애로사항 72
- 그림 4- 9. 제품 생산 및 판매 관련 애로사항 72
- 그림 4-10. 사업 환경에서 발생하는 애로사항 73

그림 4-11. 정책 접근의 어려움	74
그림 4-12. 조직관리의 어려움	74
그림 4-13. 영역별 애로사항	76
그림 4-14. 지원사업 수혜 경험	78
그림 4-15. 여성과 6차산업 창업에 대한 인식	79
그림 4-16. 6차산업 여성창업을 위한 창업 지원제도 만족도	80
그림 4-17. 6차산업 창업 여성 대상 맞춤형 지원정책의 필요성	80
그림 4-18. 창업 당시 준비 정도	81
그림 4-19. 지원 제도 중요성과 서비스 제공 적절성 분석	83

제 1 장

서 론

1. 연구의 필요성 및 목적

- 농어촌의 산업구조가 1차 산업 중심에서 2차, 3차, 6차산업 등으로 발전하면서, 농어촌 여성의 일자리도 농업과 어업 중심으로부터 다변화되는 양상을 보이고 있음. 농어촌 여성들이 종사할 수 있는 일자리가 다양해지는 가운데 특히 생산물 가공, 유통, 체험관광 등이 활성화되면서 6차산업에서의 여성의 역할이 주목을 받고 있음. 이미 농어가 인구 및 농어업 주 종사 인구 중 여성 비율이 50%를 상회하고 있고, 여성들의 장점이 발휘될 여지가 많은 2, 3차 산업이 발전하면서 농어업에서 여성의 역할에 대한 기대가 증대하고 있고 일자리도 늘어나고 있음. 농어촌의 여성들도 농어업 외의 경제 활동을 통해 소득 증대를 희망하고 있음.
- 이러한 변화와 요구는 정부 정책에도 반영되어 왔음. 농림수산식품부는 ‘제3차 여성 농어업인 육성 기본계획’에서 “농가인구 및 농업 주 종사 인구 중 여성의 비율이 절반 이상으로 증가하고, 쌀 생산 위주에서 시설원예, 축산, 농수산물 가공 등 복합영농으로 생산 유형이 다양화되어 여성농어업인의

활동 분야가 증가하고 있다. 농어업인의 소득 증대 및 농업 외 소득 창출에 대한 요구가 증가함에 따라 전통식품 제조, 농수산물을 이용한 가공식품 제조 등 여성농어업인의 창의적 손맛을 이용한 소규모 창업 활동 지원, 여성농어업인들의 공동 창업 지원, 지역 특화 상품 개발을 통해 여성 공동 창업 및 일자리 창출 지원계획을 수립하였다”고 하였음(농림수산식품부, 2011: 1-14).

- 정부가 이러한 농어촌의 변화를 정책적으로 적극 지원하게 되면서, 최근에는 6차산업이 더욱 주목받고 있음. 6차산업은 “농업·농촌자원(1차)과 농산물 가공, 외식, 유통, 관광, 레저 등 2, 3차 산업의 융·복합을 통해 새로운 상품과 시장을 창출하여 부가가치를 높이고 일자리를 창출하는 경제 활동”(농촌진흥청, 2015: 1)으로 “6차산업화는 농업·농촌의 발전 전략에 관한 개념”으로 이해할 수 있음(농촌진흥청, 2015:190).
- 정부는 ‘제3차 농어업인 삶의 질 향상 기본계획’에서 ‘농어업인 창업 촉진 및 사업화 지원 강화’ 과제를 설정하고 있고, 이 가운데 ‘6차산업화 창업 지원’과 ‘소규모 농업인 창업 및 소득화 지원’ 과제 등이 포함되어 있음. 이러한 정책 변화와 더불어 6차산업에서 여성들의 경제적 역할 강화에 관련한 정책 요구도 증가하고 있음. 정은미 외(2012: 168)는 “농업의 범위가 2·3차 산업으로 확대되면서 농산물 가공의 주제, 교육체험프로그램의 아이디어 제공자, 2·3차 산업의 사업 주체로서 여성농업인의 역할 변화가 나타나고 있다”고 하였음.
- 이에 본 연구는 농어촌에서의 6차산업의 발전과 여성의 참여 실태 변화를 살펴보고, 6차산업 육성 정책이 여성들의 상황과 요구를 적절하게 고려하고 있는지, 정책접근성에 어떤 어려움이 있는지 등을 분석함으로써, 6차산업과 관련하여 농어촌 여성들의 취업과 창업을 활성화할 수 있는 정책과제를 모색해보고자 하였음.
- 본 연구에서는 다음과 같은 구체적 목표를 설정하고 있음. 첫째, 6차산업

및 창업 관련 정책의 여성 참여 현황을 파악함. 둘째, 농어촌 여성의 6차산업 창업 지원을 위한 정책의 개선방안을 제언함.

2. 연구 내용

농어촌 여성의 6차산업 참여 현황 분석

- 6차산업의 여성고용 현황 분석
- 농어촌 여성의 6차산업 참여에 대한 선행 논의

농어촌 6차산업 창업 관련 정책의 여성 참여 현황

- 관련 정책 및 사업 현황
- 여성 참여 현황 분석

농어촌 여성의 6차산업 참여 실태 및 사례 분석

- 참여 동기, 정책 인지도, 정책 만족도, 애로사항, 정책 요구 등 조사
- 성공사례 분석

정책 제안

- 농어촌 여성의 6차산업 창업 지원을 위한 정책과제 제안

3. 연구 방법

문헌 및 자료 분석

- 6차산업 관련 문헌 고찰
- 관련 정책 및 사업의 성별 자료 수집·분석
- 농촌진흥청(황대용·고민주·김민재, 2015)의 “농업·농촌 6차산업화 기초실태조사” 원데이터 성별 재분석

설문조사

- 6차산업 참여 여성 대상 설문조사: 65인

면담조사 및 사례조사

- 사업 추진기관 관계자 면담
 - 6차산업 창업 지원 및 농어촌형 새일센터 관계자 면담
- 여성대표 사례조사
 - 6차산업 참여 여성대표 면담을 통해 성공요인 파악

전문가 회의

제 2 장

농어촌 여성의 6차산업 참여 현황

1. 6차산업 현황

1.1. 농어촌 인구구조 변화

- 농어촌 인구는 지속적인 감소 추세를 나타내고 있음. 2010년 현재 농어촌 전체 인구는 약 860만명으로 1980년도 대비 감소율이 46%에 달함. 2010년 농어촌 인구 중 남성은 428만 명, 여성은 434만 명으로 여성의 비율(50.4%)이 약간 더 높음.

표 2-1. 농어촌 인구 변화 추세

단위: 천 명(%)

	1980		1990		2000		2005		2010	
	전체	여성								
전국	37,407	18,658 (49.9)	43,390	21,619 (49.8)	45,985	22,917 (49.8)	47,041	23,576 (50.1)	47,991	24,150 (50.3)
도시	21,409	10,712 (50.0)	32,290	16,101 (49.9)	36,642	18,225 (49.7)	38,338	19,192 (50.1)	39,363	19,805 (50.3)
농어촌	15,997	7,946 (49.7)	11,100	5,519 (49.7)	9,343	4,692 (50.2)	8,704	4,384 (50.4)	8,627	4,345 (50.4)
읍	4,537	2,260	3,602	1,798	3,742	1,865	3,923	1,950	4,149	2,063
면	11,461	5,685	7,498	3,720	5,601	2,827	4,781	2,434	4,478	2,282

주: 내국인 기준임.

자료: 통계청, 인구주택총조사, 각 연도.

- 2014년 농가인구 중 남성은 134만 명, 여성은 141만 명(51.3%)으로 남성보다 여성의 인구가 약간 많음. 어가인구 중 남성은 6만 9천 명, 여성은 7만 2천 명으로 역시 여성이 51.1%로 더 많음.

표 2-2. 농가 및 어가 인구

단위: 천 호, 천 명(%)

	농가		어가	
	2010	2014	2010	2014
가구	1,177	1,121	65.8	58.8
인구	3,063	2,752	171	141
남성	1,501	1,340	86	69
여성	1,562	1,412	86	72
여성 비율	51.0	51.3	50.0	51.1

주: 농림어업총조사는 전수조사 결과이며, 2014년 자료는 표본조사 결과임.

자료: 통계청, 2010년 농림어업총조사, 2014년 농림어업조사.

- 2014년 농가인구를 연령별로 살펴보면, 70세 이상이 27.9%를 차지하며, 다음으로 60대(21.9%), 50대(19.6%)의 순임. 농가인구에서 60대 이상이 2010년 41.8%에서 2014년 49.8%로 증가하였음. 어가인구는 50대가 25.8%로 가장 큰 비중을 나타내며, 60대(24.0%), 70세 이상(20.3%)의 순임. 어가인구에서 60세 이상은 2010년 34.2%에서 2014년 44.3%로 증가하였음. 즉, 농어가 인구구조는 계속해서 고령인구와 여성인구의 비중이 증가하는 추세임.

표 2-3. 성별·연령별 농·어가 인구

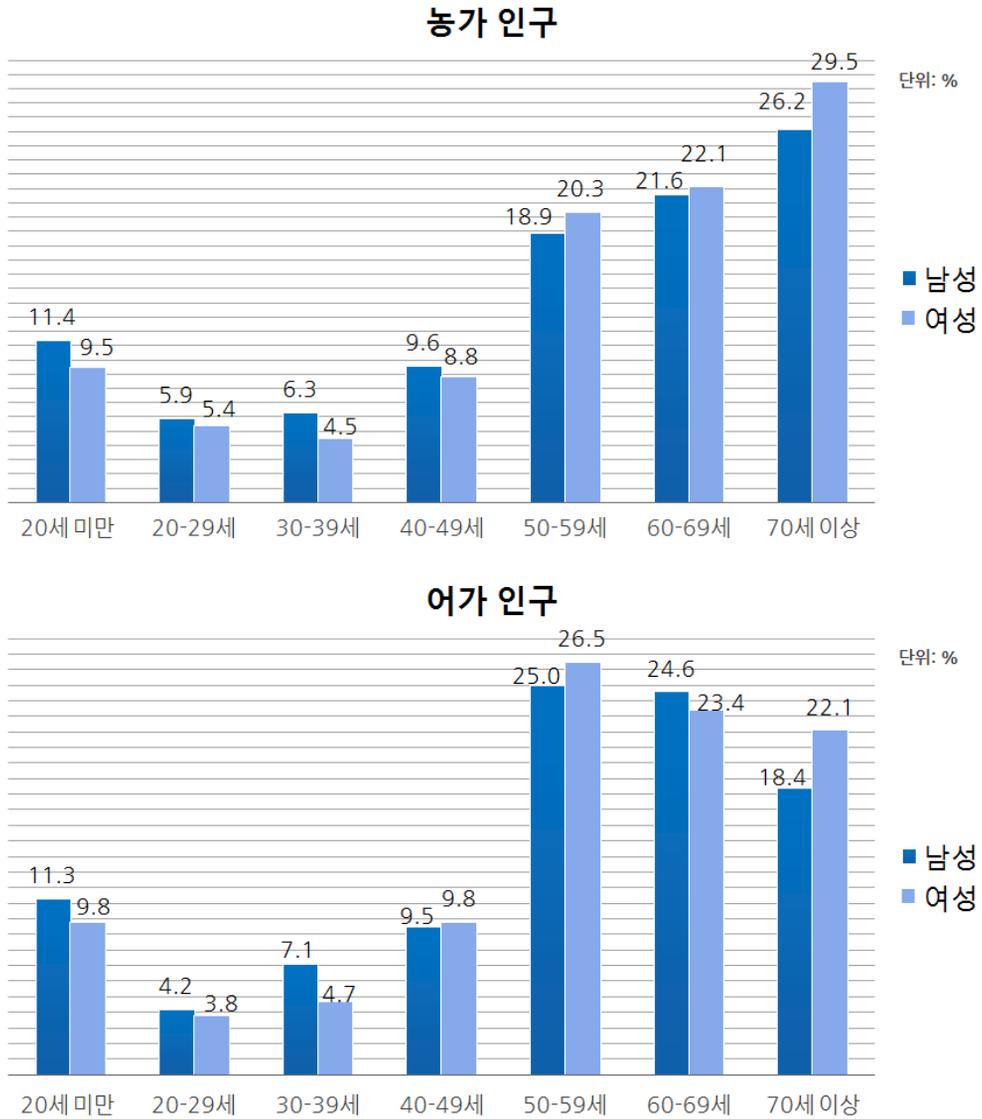
단위: 천 명(%)

	농가 인구						어가 인구					
	2010			2014			2010			2014		
	계	남성	여성	계	남성	여성	계	남성	여성	계	남성	여성
계	3,063 (100.0)	1,501 (100.0)	1,562 (100.0)	2,752 (100.0)	1,340 (100.0)	1,412 (100.0)	171 (100.0)	86 (100.0)	86 (100.0)	141 (100.0)	69 (100.0)	72 (100.0)
20세 미만	403 (13.1)	212 (14.1)	191 (12.1)	287 (10.4)	153 (11.4)	134 (9.5)	23 (13.4)	12 (13.9)	11 (12.7)	15 (10.5)	8 (11.3)	7 (9.8)
20-29세	213 (6.9)	111 (7.4)	102 (6.5)	155 (5.6)	79 (5.9)	76 (5.4)	12 (7.0)	7 (7.8)	5 (6.3)	6 (4.0)	3 (4.2)	3 (3.8)
30-39세	217 (7.1)	121 (8.1)	96 (6.2)	149 (5.4)	85 (6.3)	64 (4.5)	13 (7.5)	7 (8.7)	5 (6.3)	8 (5.9)	5 (7.1)	3 (4.7)
40-49세	364 (11.9)	182 (12.2)	181 (11.6)	253 (9.2)	129 (9.6)	124 (8.8)	24 (14.2)	12 (13.9)	12 (14.5)	14 (9.6)	7 (9.5)	7 (9.8)
50-59세	587 (19.2)	278 (18.5)	309 (19.8)	539 (19.6)	253 (18.9)	286 (20.3)	41 (23.7)	20 (23.1)	21 (24.3)	36 (25.8)	17 (25.0)	19 (26.5)
60-69세	622 (20.3)	297 (19.8)	324 (20.8)	602 (21.9)	290 (21.6)	312 (22.1)	35 (20.2)	18 (20.9)	17 (19.6)	34 (24.0)	17 (24.6)	17 (23.4)
70세 이상	657 (21.5)	299 (19.9)	358 (23.0)	767 (27.9)	351 (26.2)	416 (29.5)	24 (14.0)	10 (11.7)	14 (16.3)	29 (20.3)	13 (18.4)	16 (22.1)

주: 농림어업총조사는 전수조사 결과이며, 2014년 자료는 표본조사 결과임.

자료: 통계청, 2010년 농림어업총조사, 2014년 농림어업조사.

그림 2-1. 2014년 성별·연령별 농·어가 인구



주: 농림어업총조사는 전수조사 결과이며, 2014년 자료는 표본조사 결과임.
 자료: 통계청, 2010년 농림어업총조사, 2014년 농림어업조사.

1.2. 6차산업 현황

- 농림어업총조사의 농가조사에서 농업 관련 경영 활동을 하는 농가를 분석해 보면 2차 산업(가공)과 3차 산업(농산물 판매, 농촌관광 등)에 종사하는 농가 수가 크게 증가하였음을 알 수 있음. 2차 산업에 종사하는 농가 수는 2005년 6,503호에서 2010년 8,564호로 2,061호가 증가하여 약 32%의 증가율을 나타냈음. 3차 산업에 종사하는 농가 수도 같은 기간 동안 97,478호에서 154,076호로 약 5만 6천호 이상 증가하여 약 58%나 증가한 것으로 나타났음. 경영주의 성별을 살펴보면 2차 산업과 3차 산업 모두에서 남성이 여성보다 8배 이상 더 많음.

표 2-4. 농업 관련 사업별 경영농가

단위: 호

	2차 산업			3차 산업		
	전체	남성	여성	전체	남성	여성
2005	6,503	5,827	676	97,478	88,250	14,228
2010	8,564	7,675	889	154,076	137,509	16,567

주 1: 2차 산업과 3차 산업 분류는 다음과 같음(농촌진흥청 2014: 40 참고)

- 2차 산업: 농산물 가공업

- 3차 산업: 농축산물 직판장, 농축산물 직거래, 식당경영, 농촌관광사업 등

- 2010년의 경우, 2005년 농업관련사업 항목에 없는 농기계 작업 대행도 3차 산업에 포함하였음.

주 2: 각 연도의 2차 산업과 3차 산업 항목의 합계가 일치하지 않는 이유는 농업 관련 사업 항목이 중복체크 항목이기 때문임.

자료: 통계청, 농림어업총조사, 각 연도.

- 농업법인의 수는 2000년 5,208개에서 2010년 14,552개로 크게 증가하였음. 농업생산을 주로 하는 법인의 비중은 계속 감소 추세에 있는 반면, 2차 산업인 가공업은 증가 추세에 있음. 3차 산업의 경우, 유통업의 비중은 2000년 16.0%에서 2005년 15.2%로 약간 감소하였다가 2010년 20.7%, 2013년에는 27.4%로 증가세를 보이고 있음. 농업서비스업의 경우는 2000년 23.6%로 가

장 높았으나 2005년 9.2%로 크게 감소하였고, 2013년에는 6.4%로 지속적으로 비중이 감소하고 있음.

표 2-5. 사업 유형별 농업법인 수

단위: 개

		2000	2005	2010	2013
총계		5,208	5,260	9,740	14,552
계		3,366(100.0)	3,549(100.0)	8,361(100.0)	13,333(100.0)
농업 생산		1,425(42.3)	1,545(43.5)	3,112(37.2)	4,123(30.9)
2차	가공업	336(10.0)	498(14.0)	1,568(18.8)	2,762(20.7)
3차	유통업	538(16.0)	540(15.2)	1,730(20.7)	3,655(27.4)
	농업서비스업 (위탁영농)	795(23.6) -	326(9.2) 238	613(7.3) 369	851(6.4) 714
	기타	272(8.1)	640(18.0)	1,338(16.0)	1,942(14.6)

주 1: 출자자 개별 운영법인 수가 유형별 농업법인 수에서 제외되면서 총계의 차이가 있음.

주 2: 농업 생산에는 작물재배업과 축산업 포함, 농업서비스업에는 위탁영농 포함, 기타는 농지분양 및 위탁판매, 관광 및 음식점 포함.

자료: 통계청, 농업법인조사, 각 연도.

- 농업법인에 종사하는 사람은 외국인근로자를 제외하고 2013년에 총 91,469 명이고 이중 여성은 33,774명으로 37% 정도임. 상근출자자 중 여성의 비중은 16.0%, 상용근로자 중에는 42.3%, 임시 및 일용근로자에서는 62.5%에 달함.

표 2-6. 농업법인 종사자 수

단위: 명, %

	종사자	법인당 종사자	상시종사자				임시 및 일용근로자		외국인 근로자	
			상근출자자		상용근로자		전체		전체	
			전체	여성	전체	여성				
2013	91,469	6.9	33,653 (100.0)	5,379 (16.0)	38,234 (100.0)	16,163 (42.3)	19,582 (100.0)	12,232 (62.5%)	3,447 (100.0)	1,112 (32.3)

주: 외국인 근로자자는 상용근로자 또는 임시 및 일용근로자에 포함됨.

자료: 통계청, 농업법인조사, 각 연도.

- 농촌진흥청의 “농업·농촌 6차산업화 기초실태조사”에서 6차산업 농가 수는 13.1%, 가구원은 농가인구의 10.8%, 6차산업화 농가인구 중 남성은 49.9%, 여성은 50.1%로 여성이 약간 더 많은 것으로 발표하였음. 또한 일반 농가의 경영주 중 여성 비율이 16.9%인 데 비해, 6차산업화 농가 경영주 중 여성 비율은 10%로 더 낮게 나타났음.
- 이상을 보면, 농어촌에서 6차산업이 크게 성장하고 있고 여성일자리도 증가하고 있으나, 경영주의 성비는 남성이 훨씬 많아 여성이 6차산업의 성장과정에서 경영자로서의 역할은 아직 미약한 것으로 볼 수 있음.

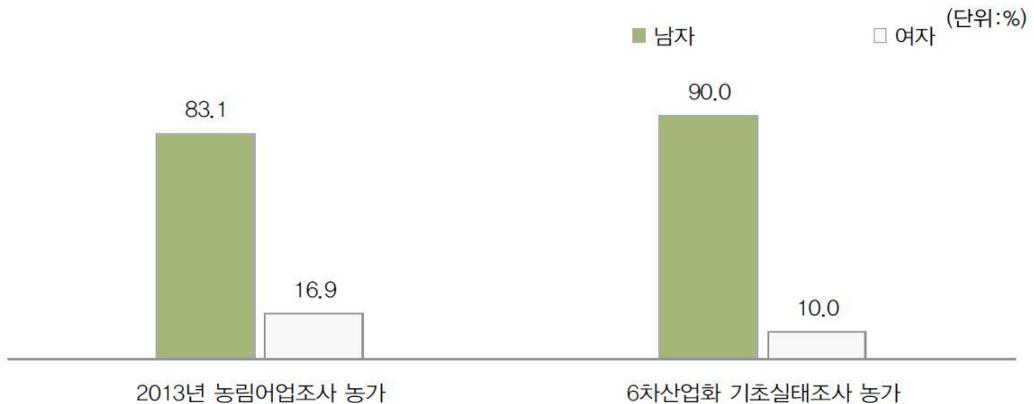
표 2-7. 농가 및 농가인구 비교

단위: 가구, 명

구분		2013년 농림어업조사 농가(A)		6차산업화 기초실태조사 농가(B)		6차산업화 농가의 비중(B/A)
농가 수		1,142,029		150,015		13.1%
농가 인구	전체	2,847,435	100.0%	307,199	100.0%	10.8%
	여성	1,460,756	51.3%	153,913	50.1%	11.1%
	남성	1,386,679	48.7%	153,287	49.9%	10.5%

자료: 농촌진흥청(2015). 농업·농촌 6차산업화 기초실태조사 결과보고서. p.93.

그림 2-2. 농가 경영주 성별 분포 비교



자료: 농촌진흥청(2015). 농업·농촌 6차산업화 기초실태조사 결과보고서. p.95.

2. 6차산업의 여성 고용 현황

- 이하에서는 농촌진흥청(황대용·고민주·김민재, 2015)의 ‘농업·농촌 6차산업화 기초실태조사’⁵⁾를 참고로 여성의 6차산업 참여 실태를 분석하였음. 본 연구에서는 성별 실태 파악을 위해 ‘6차산업 실태조사’의 원데이터를 요청하여 일부 문항을 성별로 재분석하였음.

2.1. 6차산업화 경영 농가 및 농업법인에의 여성 고용 현황

- 기초실태조사를 통해서 파악된 6차산업화 경영 농가 및 농업법인에의 여성 고용 현황을 살펴보면 다음과 같음.
- 첫째, 6차산업화 경영 농가 및 농업법인의 성별 고용실태를 보면(농촌진흥청, 2015: 85, 147), 농가와 농업법인이 차이를 보이는데, 농가는 남녀 각각 평균 2.98명을 고용하고 있는 것으로 나타나 성별 고용 차이가 없었음. 하지만 농업법인은 평균적으로 남성 8.48명, 여성 3.46명을 고용하고 있는 것으로 나타나 여성의 고용은 남성에 비해서 약 절반에 그치고 있었음. 농업법인이 남성을 더 많이 고용하고 있음을 알 수 있음.

5 이 조사는 현재 6차산업을 경영하고 있는 전국의 9,033개 농가와 1,001개 농업법인을 조사하였으며, 조사기간은 2014년 9월 1일~2014년 10월 31일이었고, 1:1 방문면접조사를 하였음(농촌진흥청, 2015: 3).

표 2-8. 6차산업화 경영 농가 및 농업법인의 고용 실태

단위: 명

구분	고용 형태			성별		연령별	
	무급	상시	임시 (일수)	남성	여성	65세 미만	65세 이상
농가	1.93	0.36	177.1	2.98	2.98	3.48	2.48
농가법인	7.34	4.60	438.2	8.48	3.46	9.66	2.28

자료: 농촌진흥청(황대용·고민주·김민재, 2015). 농업·농촌 6차산업화 기초실태조사 결과보고서. p.85, p.147.

- 둘째, 산업간 결합 유형별로 성별 고용 현황을 살펴보았음(농촌진흥청, 2015: 85, 147). 먼저 농가를 보면 산업간 결합 유형에 따라서 성별 고용 현황이 다소 차이가 있는 것으로 나타났음. 여성 고용이 남성 고용에 비해서 높은 결합 유형은 농업생산을 기반으로 하는 1차 산업과 외식·관광체험, 유통업(직판장)을 기반으로 하는 3차 산업과의 결합 형태에서 나타났음. 남성 고용은 2.47명인 데 비해서 여성 고용은 2.55명으로 여성 고용이 상대적으로 약간 높았음. 하지만 그 외 1차*2차 산업(농산물 가공이나 특산품 개발), 1차*2차*3차 산업의 결합 유형에서는 모두 남성 고용이 여성 고용에 비해서 약간 높은 것으로 나타났음. 1차*2차 산업에는 남성 고용이 2.37명, 여성 고용이 2.08명, 1차*2차*3차 산업에서는 남성 고용 3.59명, 여성 고용 3.49명으로 남성 고용이 약간 많은 것으로 나타났음.
- 다음으로 농업법인의 산업간 결합 유형별 성별 고용 현황을 보면, 모든 결합 유형에서 남성 고용이 여성 고용에 비해서 높게 나타났음. 우선 2차 산업, 3차 산업 경영 농업법인 각각의 남성 고용이 여성 고용에 비해서 약 2~3배 높은 것으로 나타났음. 이것이 산업간 결합을 하면 성별 고용 격차가 더 커지는 경향이 있는 것으로 나타났음. 예를 들어 1차*3차 산업 결합 유형에서는 남성 고용 16.31명, 여성 고용 3.67명으로 남성이 약 4배 이상 높았음. 이것은 농가 수준의 1*3차 산업 결합에서 여성 고용이 조금이나마 높았던 것과는 크게 대비되는 결과임. 그리고 1차*2차*3차 산업 결합 유형에서는

남성 고용 19.41명, 여성 고용 5.94명으로 남성이 약 3.3배 많이 고용되어 있는 것으로 나타났다. 이것 또한 같은 결합 유형의 농가 수준에 성별 고용 차이보다 더 남성 고용이 높음. 이것은 농업·농촌 6차산업화 활성화를 통해 여성일자리도 늘었지만, 남성에게 더 많은 고용 혜택이 있었음을 시사함.

표 2-9. 6차산업화 농가 및 농업법인의 산업 결합 유형별 성별 고용

단위: 명

농가			농업법인		
산업 결합	성별		산업 결합	성별	
	남성	여성		남성	여성
-	-	-	2차 (n=39)	8.38	3.66
			3차 (n=337)	3.51	1.44
1차x2차 (n=24)	2.37	2.08	1차x2차 (n=9)	5.77	2.05
1차x3차 (n=4,888)	2.47	2.55	1차x3차 (n=124)	16.31	3.67
-	-	-	2차x3차 (n=355)	6.17	4.24
1차x2차 x3차 (n=4,112)	3.59	3.49	1차x2차 x3차 (n=137)	19.41	5.94

자료: 농촌진흥청(황대용·고민주·김민재, 2015). 농업·농촌 6차산업화 기초실태조사 결과보고서. p.85, p.147.

- 셋째, 주요 업태별 성별 평균 고용 현황을 보면(농촌진흥청, 2015: 86, 148), 먼저 농가는 업태별 유형에 따라서 성별 고용이 다르게 나타났다. 여성의 고용이 높은 업태 유형을 보면, 직판장·직매장, 농가식당, 농가민박이 다른 업태 유형에 비해서 상대적으로 높았음. 반면 농산물 가공, 직거래, 체험·관광, 기타 농기계 작업 대행 또는 위탁영농 농가 유형은 남성 고용이 높았음.
- 반면 농업법인은 체험·관광을 제외한 나머지 모든 업태 유형에서 남성 고용이 더 많은 것으로 나타났다. 흥미로운 것은 개별 농가 수준의 경영에서는 여성 고용이 높게 나타난 업태임에도 불구하고 농업법인 수준에서는 남성 고용이 높게 나타난다는 점임. 예를 들어 농가 수준에서 여성 고용이 높았던 직판장·직매장은 농업법인 수준에서는 남성 고용이 2.7배 높게 나타났으

며, 농가식당도 3.5배 높은 것으로 나타났음.

표 2-10. 6차산업화 농가 및 농업법인의 주요 업태별 성별 고용

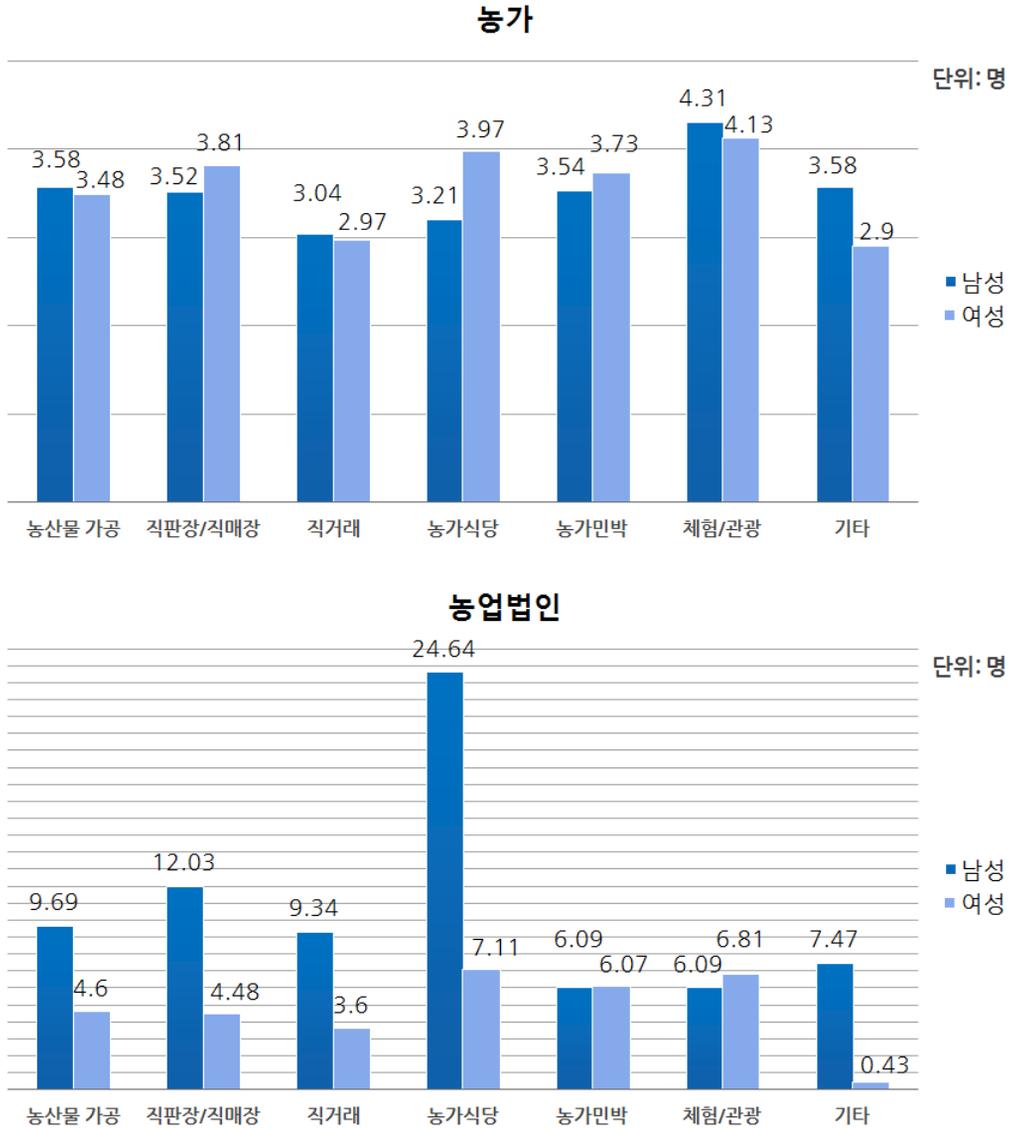
단위: 명

농가			농업법인			
업태별	성별		업태별	성별		
	남성	여성		남성	여성	
농산물 가공 (n=4,145)	3.58	3.48	농산물 가공 (n=540)	9.69	4.60	
직관장· 직매장 (n=1,100)	3.52	3.81	직관장· 직매장 (n=211)	12.03	4.48	
직거래 (n=7,742)	3.04	2.97	직거래 (n=750)	9.34	3.60	
농가식당 (n=716)	3.21	3.97	농가식당 (n=46)	24.64	7.11	
농가민박 (n=295)	3.54	3.73	농가민박 (n=32)	6.09	6.07	
체험·관광 (n=190)	4.31	4.13	체험·관광 (n=97)	6.09	6.81	
기타a) (n=1,051)	3.58	2.90	기타 (n=61)	7.47	0.43	

주: a) 기타는 농기계 작업대행 또는 위탁영농 농가

자료: 농촌진흥청(황대용·고민주·김민재, 2015). 농업·농촌 6차산업화 기초실태조사 결과보고서. p.86, p.148.

그림 2-3. 6차산업화 농가 및 농업법인의 주요 업태별 성별 고용



주: 농가의 기타는 농기계 작업대행 또는 위탁영농 농가
 자료: 농촌진흥청(황대용·고민주·김민재, 2015). 농업·농촌 6차산업화 기초실태조사 결과보고서. p.86, p.148.

- 넷째, 경영 유형별 성별 고용 현황을 살펴보았음(황대용·고민주·김민재, 2015: 52, 87, 148). 먼저 농가의 경영 유형별 성별 고용 현황을 보면, 경영 유형에 따라서 성별 고용이 차이가 있는 것으로 나타났음. 여성 고용이 상대적으로 높은 경영 유형은 유통중심형, 외식형, 체험·관광형, 농가민박형으로 나타났음. 반면 남성 고용이 상대적으로 높은 경영 유형은 생산중심형, 가공 중심형으로 나타났음. 하지만 모든 경영 유형에서 성별 고용 차이는 1명 미만이었음.
- 한편 농업법인의 경영 유형별 성별 고용 현황을 보면, 외식형에서만 여성 고용이 남성 고용에 비해서 높게 나타났고, 나머지 모든 경영 유형에서는 남성 고용이 높게 나타났음.

표 2-11. 6차산업화 농가 및 농업법인의 경영 유형별 성별 고용

단위: 명

농가				농업법인			
경영 유형	성별		경영 유형	성별			
	남성	여성		남성	여성		
생산중심형 (n=2,789)	3.23	2.87	생산중심형 (n=27)	12.00	2.50		
가공중심형 (n=1,072)	3.43	3.35	가공중심형 (n=325)	8.05	3.95		
유통중심형 (n=4,391)	2.76	2.95	유통중심형 (n=686)	9.29	3.65		
외식형 (n=577)	3.00	3.95	외식형 (n=15)	4.40	6.53		
체험관광형 (n=51)	2.88	2.92	체험관광형 (n=40)	5.75	5.18		
농가민박 (n=124)	2.83	2.95	농가민박 (n=7)	5.86	2.00		

주 : 경영 유형 설명

- 생산중심형: 출하판매 매출이 전체 매출의 50% 초과
- 가공중심형: 가공사업 매출이 전체 매출의 50% 초과
- 유통중심형: 직거래/직판장 매출이 전체 매출의 50% 초과
- 외식형: 농가식당의 매출이 전체 매출의 50% 초과
- 체험관광형: 체험관광 매출이 전체 매출의 50% 초과
- 농가민박: 농가민박 매출이 전체 매출의 50% 초과

자료: 농촌진흥청(황대용·고민주·김민재, 2015). 농업·농촌 6차산업화 기초실태조사 결과보고서. p.52, p.87, p.148.

- 이상을 보면, 여성들이 농업법인을 통해 6차산업에 참여하는 비율이 남성에 비해 낮은 것으로 나타남. 즉, 여성들이 농가단위에서 6차산업에 소규모로 참여하는 편이고, 법인 참여에 소극적임을 알 수 있음. 따라서 6차산업화 활성화를 위한 지원 정책이 성별에 따라 형평성 있게 혜택이 주어지도록 하기 위해서는 농가에 대한 지원책을 강화하거나 여성농업인으로 하여금 농업법인이나 생산자단체 등 조직 활동 참여를 활성화시키기 위한 노력이 병행될 필요가 있음.

2.2. 농가의 6차산업화 정부 지원 사업 이용 경험 및 경영 애로사항

- 6차산업화 경영 농가 구성원의 성별에 따라 6차산업화 정부 지원사업에 대한 인지도, 이용 경험 및 경영 애로사항이 차이가 있는지에 대해서 살펴보았음.⁶
- 첫째, ‘6차산업화’에 대한 인지 정도를 성별에 따라서 살펴보았음. 그 결과 인지도는 남성농업인이 여성농업인에 비해서 더 높게 나타났음. ‘잘 알고 있다’ 여성 1.0%, 남성 4.6%, ‘대략 알고 있다’ 여성 2.9%, 남성 8.5%였음.

표 2-12. 6차산업화 농가의 6차산업화 성별 인지도

단위: 명, (%)

인지도	남성	여성
계	8,126(100.0)	907(100.0)
전혀 모른다	6,041(74.3)	809(89.2)
이름만 들어보았다	1,020(12.6)	63(6.9)
대략 알고 있다	690(8.5)	26(2.9)
잘 알고 있다	375(4.6)	9(1.0)

자료: 농촌진흥청(황대용·고민주·김민재, 2015). 농업·농촌 6차산업화 기초실태조사 원자료의 성별 재분석.

6 이에 대한 분석은 농촌진흥청(황대용·고민주·김민재, 2015. 농업·농촌 6차산업화 기초실태조사 결과보고서)으로부터 원자료를 제공받아 분석하였음. 농업법인 조사결과는 성별 분리가 불가능하여 농가 중심으로만 제시함.

- 둘째, ‘대략 알고 있다’와 ‘잘 알고 있다’고 응답한 농가 중에서 어떤 경로로 ‘6차산업화’를 인지하게 되었는지 그 경로를 살펴보았음. 그 결과 성별에 따라 인지 경로는 유사한 것으로 분석되었음. ‘TV, 신문, 라디오 등 대중매체를 통해’를 통해서 인지했다고 응답한 비율이 남성 36.7%, 여성 38.2%로 가장 높았고, 그 다음으로는 ‘농업기술센터 등 농촌지도기관을 통해’서 인지했다고 응답한 비율이 남성 33.9%, 여성 29.4%로 높았음. 여성은 대중매체를 통해 인지한 비율이 남성보다 높고, 남성은 농촌지도기관을 통해 인지한 비율이 여성보다 더 높음.

표 2-13. 6차산업화 농가의 6차산업화 성별 인지 경로

단위: 명, (%)

인지 경로	남성	여성
계	1,049(100.0)	34(100.0)
TV, 신문, 라디오 등 대중매체를 통해	385(36.7)	13(38.2)
지인을 통해	42(4.0)	3(8.8)
중앙 및 지방 행정기관을 통해	49(4.7)	2(5.9)
농업기술센터 등 농촌지도기관을 통해	356(33.9)	10(29.4)
농업단체(농협 등)를 통해	184(17.5)	6(17.6)
대학 등 연구기관을 통해	23(2.2)	0(0.0)
일본 농촌 현장시찰을 통해	2(0.2)	0(0.0)
기타	8(0.8)	0(0.0)

주: 모름·무응답(남성 16명, 여성 1명)은 제외함.

자료: 농촌진흥청(황대용·고민주·김민재, 2015). 농업·농촌 6차산업화 기초실태조사 원자료의 성별 재분석.

- 셋째, 6차산업화 농업 관련 사업을 시작 또는 운영하면서, 정부의 지원제도나 지원사업을 이용한 적이 있는지를 성별에 따라서 살펴보았음. 그 결과 이용 경험은 성별에 따라 차이가 있는 것으로 나타났음. 남성 17.1%, 여성 7.7%로 남성농업인이 여성농업인에 비해서 약 9.4%p 높았음. 지원제도 인지도와 이용경험 모두 남성이 더 높은 것으로 나타났음.

표 2-14. 6차산업화 농가의 정부 지원사업 성별 이용 여부

단위: 명, (%)

이용 여부	남성	여성
계	8,126(100.0)	907(100.0)
이용함	1,393(17.1)	70(7.7)
이용안함	6,733(82.9)	837(92.3)

자료: 농촌진흥청(황대용·고민주·김민재, 2015). 농업·농촌 6차산업화 기초실태조사 원자료의 성별 재분석.

- 넷째, 6차산업화 농업관련 정부 지원사업을 이용한 경험이 있는 농가를 대상으로 이용내용이 무엇인지를 성별에 따라서 살펴보았음. 그 결과 정부 지원사업 이용내용에 따라 이용정도가 높은 순서를 기준으로 보면 성별 차이가 없는 것으로 나타났음. 남성농업인은 ‘보조금 지원’이 51.0%로 가장 높았고, 다음으로 ‘시설 및 장비 지원’이 36.3%로 높았음. 여성농업인도 마찬가지로 ‘보조금 지원’이 60.0%로 가장 높았고, 다음으로 ‘시설 및 장비 지원’이 41.4%로 높았음.

표 2-15. 6차산업화 농가의 정부 지원사업 성별 이용내용

단위: 명, (%)

이용내용	남성	여성
계	1,393	70
보조금 지원	710(51.0)	42(60.0)
융자지원	484(34.7)	20(28.6)
시설 및 장비 지원	506(36.3)	29(41.4)
교육	199(14.3)	6(8.6)
경영지도 혹은 컨설팅	67(4.8)	2(2.9)
관로 지원(수출포함)	26(1.9)	1(1.4)
외국인연수생 등 인력 지원	2(0.1)	0(0.0)
기타	11(0.8)	1(1.4)

주 1: 복수응답임.

주 2: 모름·무응답(남성 10명)은 제외함.

자료: 농촌진흥청(황대용·고민주·김민재, 2015). 농업·농촌 6차산업화 기초실태조사 원자료의 성별 재분석.

- 다섯째, 6차산업화 농업 관련 정부 지원사업을 이용한 경험이 있는 농가를 대상으로 정부 지원사업이 어느 정도 도움이 되었는지에 대해서 성별에 따라 살펴보았음. 그 결과 남녀 모두 95% 이상이 ‘매우 도움이 되었다’, ‘도움이 되는 편이다’라고 응답하였음. 6차산업화 농업관련 정부 지원사업에 대한 이용 만족도는 남녀 모두 상당히 높은 것으로 나타났음.

표 2-16. 6차산업화 농가의 정부 지원사업 성별 도움 정도

단위: 명, (%), n=1,464

도움 정도	남성	여성
계	1,393(100.0)	70(100.0)
매우 도움이 되었다	649(46.6)	41(58.6)
도움이 되는 편이다	697(50.0)	26(37.1)
도움이 되지 않는 편이다	42(3.0)	3(4.3)
전혀 도움이 되지 않는 편이다	5(0.4)	0(0.0)

자료: 농촌진흥청(황대용·고민주·김민재, 2015). 농업·농촌 6차산업화 기초실태조사 원자료의 성별 재분석.

2.3. 선행 논의

- 정은미 외(2012)는 “여성농업인의 경제·사회적 역할 제고 방안” 연구에서 여성농업인의 농업의 2·3차 경제 활동 참여 실태를 조사하였는데, “농업의 2·3차 경제 활동참여율을 보면, 20~40대 여성농업인은 농산물 가공이나 판매, 비농업분야 시간제 노동, 취업 등에 참여하는 비중이 다른 연령대에 비해 높게 나타났다”고 분석하였음(정은미 외, 2012:73).
- 조사 결과, 여성농업인의 60%는 경제적 이유로 농업의 2·3차 경제 활동에 참여할 의향이 있지만, 농사일로 인한 시간 부족, 정보와 자본 부족 등으로 어려움을 겪고 있으며, 소득규모도 적은 것으로 나타났음(정은미 외, 2012: 75-79). 여성농업인의 경제 활동 관련 교육 참여율도 낮게 나타났음. 농업의

2·3차 경제 활동 관련 교육에 참여한 적이 없는 경우는 20~30대의 73.3%, 40대의 77.2%, 50대의 78.1%임. 교육요구는 ‘농업생산 기술’교육 요구가 13%, ‘농산물 가공·판매’교육 요구가 20%로 나타났음(정은미 외, 2012: 85-87).

표 2-17. 여성농업인 농업의 2·3차 경제 활동 참여율

단위: %

	가공	직·판매	체험·관광	자영업	취업	시간제 노동	품앗이
20-30대	13.3	28.9	8.9	6.7	11.1	13.3	20.0
40대	15.0	21.6	2.4	4.8	7.2	10.2	28.1
50대	6.1	19.3	0.9	4.0	3.5	8.4	28.2
60대	4.9	18.9	2.1	2.1	2.1	5.6	37.8
전체	8.4	20.4	2.0	4.0	4.6	8.5	29.6

자료: 정은미 외(2012:74)

- 권영근 외(2006)는 여성농업인이 농산물 가공식품 사업 참여를 통해 가공원료 수매를 통한 지역농산물 판매처로의 역할, 지역 여성농업인 등의 일자리 제공, 농가소득 증대, 여성농업인의 역할 확대, 지위 향상 등 지역에서 다양한 기여를 하고 있는 것으로 보았음. 가공사업 참여의 어려움으로는, 지원 정책에 대한 정보 부족, 사업신청서 작성의 어려움, 전문기술 부족, 공장 허가 과정 수행의 어려움, 사업 관련 기관들의 연계 부족, 판로 확보, 경영자금 등을 들고 있음(권영근 외, 2006: 90-94).
- 여성농업인 가공식품 산업 창업 지원의 정책적 과제로는 가공식품 산업 창업 지원 교육 및 컨설팅, 가공식품 산업 창업 지침서, 마케팅 능력 제고, 기술 향상, 전문경영 교육, 농산물 가공 지원사업 참여 이후의 사후관리, 소규모 가공식품 산업 육성지원, 창업보육센터, 자금 지원, 전통식품 가공과 소규모 식품산업의 특성을 반영한 식품위생법과 기준 마련, 소규모 가공식품 산업 육성의 법률적 명시와 관련 제도 개선 등을 제안하였음(권영근 외, 2006: 93-131).

제 3 장

6차산업 관련 정책의 여성 참여 현황

1. 관련 법적 근거 및 정책 현황

1.1. 관련 법적 근거

- 이 절에서는 농어촌 여성일자리 창출 및 6차산업 창업 관련 정책에 여성 참여를 뒷받침하고 있는 법적 근거가 있는지를 살펴보았음.
- 첫째, 「농어업인 삶의 질 향상 및 농어촌 지역개발 5개년 기본계획(2015~2019)」의 법적 토대인 「농어업인 삶의 질 향상 및 농어촌지역 개발촉진에 관한 특별법」⁷ 및 시행령, 시행규칙을 살펴본 결과, 농어촌 여성에 대해서 언급하고 있는 경우는 특별법 제18조(농어촌 여성의 복지증진)였음. 해당 조항 내용을 보면 “국가와 지방자치단체는 농어촌 여성의 모성보호, 보육여건 개선 및 사회적·경제적 지위 향상을 적극적으로 지원하여야 한다.”고 규정하고 있음. 어촌 여성의 전반적인 복지와 경제적 지위 향상을 적극적으로 지원하

7 자료: 국가법령정보센터, 법률 제13134호, 2015.2.3., 일부개정 (<http://www.law.go.kr/>, 검색일 2015.10.2)

여야 한다고 규정함으로써 농어촌 여성일자리 창출 및 6차산업 창업 관련 정책에 여성의 참여를 독려할 수 있는 법적 근거를 마련하고 있다고 볼 수 있음.

- 그리고 특별법 제19조의3(농어업인등의 일자리 창출 기여 등 단체에 대한 지원)에서는 농림축산식품부장관 또는 해양수산부장관이 농어업인등의 일자리 창출에 기여하는 농어업법인이나 조합에 재정 지원 등을 할 수 있다고 규정하고 있음. 이 조항에는 여성에 대해서 특별히 별도로 규정하고 있지는 않았음. 동 시행령 및 시행규칙에도 농어촌 여성에 관해서 규정하고 있는 조항은 없는 것으로 파악되었음.
- 둘째, 「여성농어업인 육성법」⁸ 및 시행령, 시행규칙을 살펴 본 결과, 이 법은 기본적인 제정 목적이 여성농어업인의 권익보호와 삶의 질 제고, 전문인력화를 적극 지원하기 위한 것임. 동 법 제3조(국가와 지방자치단체의 책무)에서는 “국가와 지방자치단체는 정치적·경제적·사회적 생활의 모든 영역에서 여성농어업인의 능력개발과 지위 향상 및 삶의 질 향상을 위하여 종합적인 정책을 수립하고 필요한 재정을 지원 할 수 있다.”고 규정하고 있음. 농어촌 여성일자리 창출과 좀 더 밀접한 관련이 있는 조항은 법 제9조(여성농어업인의 경영능력 향상), 제10조(여성농어업인의 지위 향상)라고 할 수 있음. 해당 조항에서는 국가와 지방자치단체가 여성농어업인의 전문인력화의 기반을 구축할 것을 명시하고 있음.
- 셋째, 농업·농촌의 6차산업과 관련이 깊은 「농촌 융복합 산업 육성 및 지원에 관한 법률」⁹ 및 시행령, 시행규칙을 검토한 결과, 법 제37조(농촌 여성의 농촌 융복합 산업 지원)에 “국가 및 지방자치단체는 농촌 여성의 농촌 융복

8 자료: 국가법령정보센터, 법률 제13408호, 2015.7.20., 일부개정
(<http://www.law.go.kr/>, 검색일 2015.10.2)

9 자료: 국가법령정보센터, 법률 제12730호, 2014.6.3., 제정
(<http://www.law.go.kr/>, 검색일 2015.10.2)

합 산업 참여를 촉진하고 농촌 여성의 경제적 권익 신장을 위하여 농촌 여성에게 농촌 융복합 산업 관련 자금·인력·기술·교육 등을 우선하여 지원할 수 있다”고 규정하고 있음. 여기서 “농촌 융복합 산업’이란 농업인 또는 농촌 지역에 거주하는 자가 농촌 지역의 농산물·자연·문화 등 유형·무형의 자원을 이용하여 식품가공 등 제조업, 유통·관광 등 서비스업 및 이와 관련된 재화 또는 용역을 복합적으로 결합하여 제공함으로써 부가가치를 창출하거나 높이는 산업”을 의미함(법 제2조). 이와 같이 농업·농촌 6차산업과 관련 근거법에서도 농촌 여성에 대해 관련 자금·인력·기술·교육 등을 우선 지원하도록 규정함으로써 농어촌 여성의 6차산업 참여 및 창업이 용이하도록 법적 근거를 마련하고 있음.

- 넷째, 그 외 「농어업경영체 육성 및 지원에 관한 법률」¹⁰ 및 시행령, 시행규칙을 검토한 결과 농어촌 여성일자리 창출과 관련한 근거 조항은 발견하기 어려웠음.
- 이상으로 농어촌 여성일자리 창출 및 6차산업 창업 관련 정책에 여성 참여를 지원할 수 있는 관련 법령을 검토하였음. 그 결과 「농어업인 삶의 질 향상 및 농어촌지역 개발촉진에 관한 특별법」과 「여성농어업인 육성법」, 「농촌 융복합 산업 육성 및 지원에 관한 법률」에 관련 근거가 마련되어 있음을 확인할 수 있었음.

1.2. 정책 현황

- 다음은 농어촌 일자리 창출 및 6차산업 창업 관련 정책에 여성이 얼마나 참여하고 수혜를 받고 있는지를 분석하였음.

¹⁰ 자료: 국가법령정보센터, 법률 제12961호, 2015.1.6., 일부개정 (<http://www.law.go.kr/>, 검색일 2015.10.2)

1.2.1. 농어업인 삶의 질 기본계획

- 「(2015~2019) 제3차 농어업인 삶의 질 향상 및 농어촌 지역개발 5개년 계획」(이하 삶의 질 기본계획)은 「농어업인 삶의 질 향상 및 농어촌 지역 개발촉진에 관한 특별법」제5조(농어업인 삶의 질 향상 및 농어촌 지역개발 기본계획의 수립)에 근거하여 5년 단위로 수립되는 법정계획임(관계부처 합동, 2014). 5개년 기본계획과 2015년 시행계획에서 제시하고 있는 농어촌 여성 일자리 창출 및 6차산업 창업 관련 정책 현황을 살펴보도록 하겠음.
- 제3차 삶의 질 기본계획은 7개 부문, 182개 세부 과제로 구성되어 있음(농림축산식품부, 2015a: 4). 이 중에서 농어촌 여성일자리 및 6차산업 창업 관련 정책은 ‘경제 활동·일자리’ 부문에 포함되어 있는 36개 세부 과제와 관련이 높다고 볼 수 있음. 이에 대해 세부 과제명과 소관부처, 여성일자리 및 6차산업 창업 관련성 여부를 <표 3-1>에 제시하였음. 좀 더 자세히 살펴보면 첫째, 36개 세부 과제에 대한 소관부처는 농림축산식품부가 14개, 해양수산부가 7개, 농진청이 5개, 고용노동부 3개, 산림청 3개, 문화체육관광부 2개, 중소기업청 1개, 여성가족부가 1개로, 총 8개 부처가 추진하고 있는 것으로 파악되었음.
- 둘째, 36개 세부 과제에 대해서 여성일자리 및 6차산업 창업 관련성 여부를 2015년 시행계획 자료(농림축산식품부, 2015a: 283-418)를 활용하여 검토해 보았음. 판단기준은 정부 지원사업 내용이 일자리 창출 또는 인력 육성, 교육을 포함하고 있거나 6차산업 창업과 관련해서 자금지원(보조금, 융자), 관련 농업경영체 또는 마을 육성, 시설 설치 지원, 6차산업 창업 운영에 대한 홍보나 판매, 마케팅 지원 등이 포함되어 있는 경우 관련성이 크다고 분류하였음. 이러한 기준으로 농어촌 여성일자리 창출 및 6차산업 창업과 관련성이 있다고 분류된 세부 과제는 15개로 전체 36개 세부 과제의 41.7%에 해당됨. 36개 세부 과제 중 지원사업 내용에서 여성에 대해 직접적으로 명시하고 있는 과제는 여성가족부의 ‘여성 새로일하기센터 지정·운영’ 한 가지였음.

표 3-1. 삶의 질 기본계획 및 시행계획: 경제 활동·일자리

삶의 질 기본계획		시행계획	소관 부처	여성일자리·창업 관련성a)
부문	주요과제	세부 과제		
경제 활동 · 일자리 (36)	향토자원을 활용한 6차산업화 기반 마련(12)	지역단위 6차산업 활성화 지원	농식품부	○보조금
		6차산업 모델 정착	농진청	○보조금
		어촌 6차산업화 지원	해양수산부	
		농업인의 제조·가공활동 규제완화	농식품부	
		지역특화발전특구 신규 규제특례 발굴	중소기업청	
		6차산업화 지구 조성	농식품부	
		지역전략식품산업육성	농식품부	○농식품경영체 육성
		수산식품산업 거점단지 조성	해양수산부	
		수산물 가공산업 육성	해양수산부	
		수산물전자직거래 활성화	해양수산부	
		로컬푸드 확산	농식품부	○직매장 설치 지원
		수산정보이용 활성화	해양수산부	
	농어업인 창업 촉진 및 사업화 지원 강화(5)	6차산업화 창업 지원	농식품부	○융자지원
		소규모농업인 창업 및 소득화 지원	농진청	○가공시설, 창업교육
		산림분야 6차산업 육성	산림청	
		6차산업 경영체의 맞춤형 지원 강화	농식품부	○판매, 홍보, 마케팅
		농촌 전통지식 발굴 및 활용 지원	농진청	
	농어촌 관광 체계화 및 품질제고 (13)	농어촌 관광 품질 제고	농진청	○창업, 일자리
		관광두레 조성	문화체육관광부	○관광경영공동체 조성
		농촌관광 품질 제고	농식품부	
		도농교류 활성화 지원	농식품부	
		어촌관광 활성화	해양수산부	○홍보, 컨설팅, 사무장채용
		산림휴양·치유공간 조성	산림청	
		수목원 조성 및 산림박물관 건립	산림청	
		말산업 육성 지원	농식품부	
		음식관광 활성화 지원	농식품부	○인력양성
		슬로시티 녹색관광 자원화	문화체육관광부	
		농촌체험활동 활성화 지원	농진청	○컨설팅, 교육

삶의 질 기본계획		시행계획	소관 부처	여성일자리·창업 관련성a)
부문	주요과제	세부 과제		
		농촌유학 활성화	농식품부	
		농어가-마을-거점 농어촌 체험휴양 기반 확충	농식품부, 해양수산부	
	농어촌 일자리 지원(6)	도·농협력 일자리 연계	농식품부	○일자리 중개
		외국인근로자 근무처 추가제도 활성화	고용노동부	
		쿼터확대 및 외국인근로자 처우 개선	고용노동부	
		여성 새로일하기센터 지정·운영	여성가족부	
		농어촌 고용환경개선지원사업	고용노동부	○일자리 확대
		들녘경영체	농식품부	

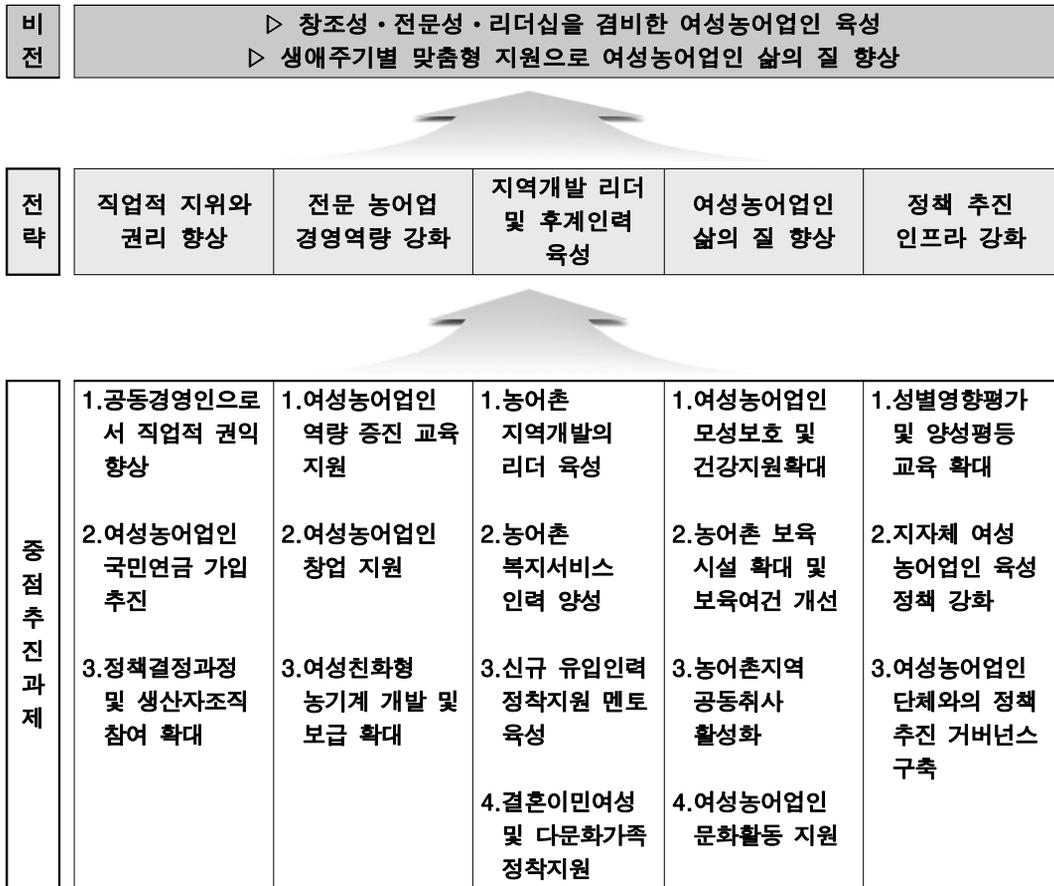
주: a)세부 과제의 여성일자리 및 6차산업 창업 관련성은 연구자가 임의로 분류함
 자료: 관계부처 합동 (2014). 「(2015-2019) 제3차 농어업인 삶의 질 향상 및 농어촌 지역개발 5개년 계획」, 농림축산식품부 (2015a). 2015년도 농어업인 삶의 질 향상 및 농어촌 지역개발 시행계획. pp.283-418 자료를 토대로 작성

1.2.2. 여성농어업인 육성 기본계획

- 현재 「제3차('11~'15년) 여성농어업인 육성 기본계획」(농림축산식품부, 2011)이 추진되고 있음. 이 기본계획은 「여성농어업인 육성법」11제5조(기본계획의 수립)에 근거하여 농림축산식품부장관 또는 해양수산부장관이 5년마다 수립하는 법정계획임. 올해는 3차 기본계획 추진의 마지막 연도임. 기본계획의 핵심 정책과제로는 ‘농어업 경영능력 향상’, ‘여성농어업인의 지위 향상’, ‘여성농어업인의 모성 보호, 보육여건 개선 및 삶의 질 향상’, ‘그 밖에 여성농어업인 육성에 필요한 시책’을 포함하도록 법 제5조에 명시되어 있음.
- 여성농어업인 육성 기본계획의 비전과 전략은 <그림 3-1>과 같음(농림수산식품부, 2011: 7).

11 자료: 국가법령정보센터, 법률 제13408호, 2015.7.20., 일부개정 (<http://www.law.go.kr/>, 검색일 2015.11.5)

그림 3-1. 제3차 여성농어업인 육성 기본계획 비전 및 추진과제



자료: 농림수산식품부 (2011). 제3차(‘11~’15년) 여성농어업인 육성 기본계획, p.7

- 제3차 여성농어업인 육성 기본계획은 5대 전략, 17개 중점추진과제, 38개 세부 과제로 구성되어 있음(농림수산식품부, 2011: 36-39). 이 중에서 여성 일자리 창출 및 6차산업 창업 관련 정책과제를 <표 3-2>와 같이 추출해 보았음. 그 결과 4개 세부 과제가 여성일자리 창출 및 6차산업 창업과 관련이 깊을 것으로 판단되었음. ‘후계농 및 영농규모화 사업 우선 선발’, ‘여성농어업인 소규모 창업 지원’, ‘여성농어업인 공동 창업 지원’, ‘전문 도우미 인력 육성’이 그것임.

표 3-2. 제3차 여성농어업인 육성 기본계획: 여성일자리 및 창업

전략	세부 과제	소관 부처
여성농어업인의 직업적 지위와 권리 향상	후계농 및 영농규모화 사업 우선 선발	농식품부
여성농어업인 창업 지원	여성농어업인 소규모 창업 지원	농진청, 지자체
	여성농어업인 공동 창업 지원	농식품부, 여성가족부
농어촌 사회서비스 인력육성	전문 도우미 인력 육성	농식품부, 지자체, 농협

자료: 농림수산식품부 (2011). 제3차('11~'15년) 여성농어업인 육성 기본계획. pp. 36-39. 자료를 바탕으로 임의 분류함

- 이상으로 6차산업 정책 중에서 창업 및 일자리 분야에 여성 참여 관련 정책 현황을 살펴보았음.

2. 관련 정책의 여성 참여 현황: 농어업인 삶의 질 기본계획

- 이하에서는 ‘농어업인 삶의 질 기본계획’을 중심으로 좀 더 자세하게 관련 정책의 여성 참여 현황을 분석하였음.

2.1. 향토 자원을 활용한 6차산업화 기반 마련 사업의 여성 참여

- ‘향토 자원을 활용한 6차산업화 기반 마련’에는 여성의 일자리 및 6차산업 창업과 관련한 세 개의 사업이 포함되어 있음. 이러한 사업 추진 결과 여성 참여가 어느 정도인지를 살펴보도록 하겠음.

2.1.1. 지역단위 6차산업 활성화 지원 사업과 여성 참여

- ‘지역단위 6차산업 활성화 지원’ 사업의 여성 참여 현황을 한 눈에 파악할 수 있는 전국적인 성별 분리 자료가 생산되고 있지 않아서 일부 지역 사례를 찾아보았음. 이 과제는 농림축산식품부가 소관하고 있는데, 2015년 업무계획(농림축산식품부, 2015b: 4)에서¹² “6차산업 창업자가 전년 대비 8.8% 증가”하여 일자리 창출 효과가 있었다고 발표하였음. 예를 들어 “여수 거문도해풍썩 영농조합법인은 고용인원이 ’12년 17명에서 ’14년 27명으로 증가”했다고 하였음. 고용인원 중에서 여성의 비중이 어느 정도인지를 파악하기 위해 영농조합법인 관계자에게 전화문의 한 결과 2015년 12월 초 현재 상시 고용인원은 총 12명이고 나머지 인원은 모두 임시아르바이트 고용인원이라고 하였음. 이 중에서 상시고용은 남녀 비율이 50:50이고 임시아르바이트 고용인원은 대부분 여성이라고 응답하였음.¹³ 그리고 농림축산식품부가 2015년에 발간한 「미래성장산업을 이끄는 우수 농업인들」에 소개된 사례를 보면,¹⁴ 6차산업 창업 농업경영체에 여성 참여 사례도 종종 발견할 수 있음. 예를 들어 종사자 규모가 2인인 경북 경산 ‘바람햇살농장’(농림축산식품부, 2015g: 10-13), 경기도 이천 ‘와우목장’(농림축산식품부, 2015g: 14-17)의 경우 부부가 중심이 되어 운영하고 있음. 여기서 여성은 주로 홍보 마케팅, 체험프로그램 운영을 담당하고 있음. 그리고 경기도 여주 ‘은아목

12 자료: 농림축산식품부 (2015b). 2015년 업무계획 “농업의 미래성장산업화 원년, 소통과 실천으로 대도약을 이루겠습니다=농업분야 경제혁신 3개년 계획 실천계획” p.4 (http://ebook.mafra.go.kr/src/viewer/main.php?host=main&site=20150123_111909&pagenum=0&category=0&page=0&search=&mem=. 검색일 2015. 11.13)

13 거문도해풍썩 영농조합법인(<http://www.gmdssuk.com/shop/service/company.php?&>. 2015. 12. 2 관계자 전화 문의)

14 이 자료는 농림축산식품부가 농업경영체등록 DB 분석을 통해 6차산업으로 판매금액이 1억원 이상을 창출한 성공사례를 소개하고 있음.(농림축산식품부, 2015g. 미래성장산업을 이끄는 우수농업인들)

장'은 여성이 CEO이면서 두 딸도 낙농과 유가공, 관련 요리·제과 전문인력으로서 업무에 종사하고 있음(농림축산식품부, 2015g: 26-29). 충남 당진에 있는 '백석올미 영농조합법인'은 마을 부녀회를 중심으로 여성농업인이 각각 일정액을 출자하여 설립한 법인으로서 대표가 여성이고 종사자 18명도 대부분 여성임(농림축산식품부, 2015g: 38-41). 경기도 양평 '다물농산'은 전통한과를 생산·판매하는 경영체이며 CEO가 여성임. 이 여성은 평범한 가정주부였다가 한과에 대한 전문 경영인이 된 사례임. 종사자는 5명인데(농림축산식품부, 2015g: 50-53) 모두 여성임.¹⁵ 전북 익산의 '미들채'는 CEO가 여성이며, 종사자 수 6명(농림축산식품부, 2015g: 94-97) 중에서 여성이 4명임.¹⁶ 경남 산청에 있는 '산골농장'의 CEO는 남성이며, 종사자 수가 40명인데(농림축산식품부, 2015g: 102-105) 이 중에서 여성은 약 50%를 차지하고 있음.¹⁷

- 이상과 같이 일부 사례를 통해서 살펴보기는 하였지만 6차산업 창업 경영체에서 CEO나 여성 종사자들이 상당수 참여하고 있다는 것을 알 수 있음. 이것은 6차산업의 특성과 여성의 노동특성이 상호 긍정적으로 결합되면서 나타난 결과로 보임. 6차산업은 농업 생산(1차)과 가공(2차) 그리고 서비스(3차)를 상호 결합하는 농업융복합(6차)산업으로서 가공이나 서비스업에 여성의 참여가 나타나고 있는 것임.
- 앞으로 농림축산식품부가 추진하는 지역단위 6차산업 활성화 지원사업에 전국적으로 여성이 어느 정도 참여하는 지를 파악하기 위해서는 관련 행정 보고 통계를 생산할 때 성별로 구분된 자료 생산이 이루어져야 함. 농림축산식품부는 지원 대상 기관으로 하여금 추진실적을 보고할 때 성별 구분 자료를 제시하도록 안내할 필요가 있음.

15 '다물농산 관계자' 전화문의(2015.12.14.)

16 '미들채' 관계자 전화문의(2015.12.14.)

17 '산골농장' 관계자 전화문의(2015.12.14.)

2.1.2. 지역전략식품 산업 육성 사업과 여성 참여

- ‘지역전략 식품 산업 육성’ 사업은 “지역 농수산업 주체(산·학·연·관)들의 역량을 집중하여 특화된 농산물의 생산·유통·가공·판매 등을 통한 소득 증대 일환으로 식품사업단을 육성”하는 것을 목적으로 추진하고 있음(농림축산식품부, 2015f: 1).¹⁸ “2017년까지 단계적으로 사업단 100개소를 육성” 하는 것을 추진 목표로 하고 있음(농림축산식품부, 2014c: 1).¹⁹ 국고보조금은 2014년에 18,528백만 원을 지원하였고, 2015년에는 22,136백만 원을 지원함(농림축산식품부, 2015f: 1). 그런데 지원 결과에 따른 농어촌 여성일자리 창출 및 6차산업 창업에 여성 참여가 어느 정도 이루어졌는지를 파악할 수 있는 성별 분리 자료가 부재하였음. 관계 공무원에게 문의하였으나 파악이 어렵다고 응답하였음. 따라서 ‘지역전략 식품 산업 육성’ 결과 여성 참여가 어느 정도 이루어지고 있는지를 파악하기 위해서는 우선 추진 실적 자료를 남녀 구분하여 생산하는 것이 필요함.

2.1.3 로컬푸드 확산 사업과 여성 참여

- ‘로컬푸드 확산’ 사업의 추진 결과를 보면, 2015년 2월 현재 전국에 74개

18 자료: 농림축산식품부. (2015f). 2015년도 지역전략식품산업육성사업 시행지침서. p.1 (http://www.mafra.go.kr/list.jsp?id=30970&pageNo=1&NOW_YEAR=2015&group_id=4&menu_id=72&link_menu_id=&division=B&board_kind=C&board_skin_id=C1&parent_code=71&link_url=&depth=2&code=left&link_target_yn=&menu_introduction=&menu_name=정책분야별자료&popup_yn=N&reference=1&tab_yn=N). 검색일 2015.11.13.)

19 자료: 농림축산식품부. (2014c). 지역전략식품산업육성사업 시행지침(2013기준). p.1 (http://www.mafra.go.kr/list.jsp?id=29723&pageNo=1&NOW_YEAR=2015&group_id=4&menu_id=72&link_menu_id=&division=B&board_kind=C&board_skin_id=C1&parent_code=71&link_url=&depth=2&code=left&link_target_yn=&menu_introduction=&menu_name=정책분야별자료&popup_yn=N&reference=1&tab_yn=N). 검색일 2015.11.13.)

로컬푸드 직매장을 설치 지원한 것으로 나타났음(농림축산식품부, 2015c: 1-2).²⁰ 지역별로 지원 현황을 보면 경기도 및 전라북도에 각 14개로 가장 많고, 다음으로 충청남도 12개, 경상남도 10개 순으로 많이 지원되었음. 직매장 설치 지원을 통해 직매장 대표 뿐 아니라 고용인원 규모가 어떠한지, 그리고 여성의 참여 정도는 어떠한지를 분석하기 위해 관계 공무원에게 성별 분리된 자료 협조 요청을 하였음. 그 결과 성별에 따라 고용인원 현황 자료를 다시 조사하기는 어려우며, 직매장 대표는 대부분 남성이라고 응답하였음.²¹ 직매장에 고용되어 있는 인원의 성별 구성을 파악해야 정책 추진에 따른 혜택이 여성에게는 어떻게 영향을 미치고 있는지를 가늠해 볼 수 있을 것임. 예를 들어 <표 3-3>은 지역별로 직매장 지원 개수를 보여주고 있는데 전체 대표자 중에서 여성 비중이 어느 정도인지, 그리고 고용인원 중에서 여성 비중이 어느 정도인지는 파악 가능한 것이지만 하지 않고 있음. 성별 분리 자료 생산이 기본적으로 이루어질 필요가 있음.

20 자료: 농림축산식품부(2015c). 전국 로컬푸드직매장 현황(2015.2 기준).

(http://www.mafra.go.kr/list.jsp?id=31016&pageNo=1&NOW_YEAR=2015&group_id=4&menu_id=72&link_menu_id=&division=B&board_kind=C&board_skin_id=C1&parent_code=71&link_url=&depth=2&code=left&link_target_yn=&menu_introduction=&menu_name=정책분야별자료&popup_yn=N&reference=1&tab_yn=N 검색일 2015. 11.13).

21 농림축산식품부 관계 공무원 전화문의(2015.11.17.)

표 3-3. 전국 로컬푸드 직매장 설치 지원 및 인력 현황(2015.2 기준)

단위: 개, 명

지역(시·도)	계
전체	74
서울특별시	1
대구광역시	2
인천광역시	1
광주광역시	2
울산광역시	2
경기도	14
강원도	2
충청북도	2
충청남도	12
전라북도	14
전라남도	6
경상북도	5
경상남도	10
제주특별자치도	1

자료: 농림축산식품부 (2015c). 전국 로컬푸드 직매장 설치 지원 및 인력 현황(2015.2 기준). pp.1-2. 자료를 바탕으로 작성. 성별 구분 자료는 확인 불가

(http://www.mafra.go.kr/list.jsp?id=31016&pageNo=1&NOW_YEAR=2015&group_id=4&menu_id=72&link_menu_id=&division=B&board_kind=C&board_skin_id=C1&parent_code=71&link_url=&depth=2&code=left&link_target_yn=&menu_introduction=&menu_name=정책분야별자료&popup_yn=N&reference=1&tab_yn=N 검색일 2015. 11.13)

2.2. 농어업인 창업 촉진 및 사업화 지원 강화 사업에 여성 참여

2.2.1. 6차산업 창업 지원에 여성 참여

- ‘농어업인 창업 촉진 및 사업화 지원 강화’사업에 여성 참여 현황을 살펴보았음. 첫째, 농림축산식품부는 세부 과제인 ‘6차산업화 창업 지원’ 및 ‘6차산업 경영체의 맞춤형 지원 강화’의 일환으로 “경쟁력 있는 주체를 6차산업 인증 사업자로 선정(2014 예비인증 379 → 2015: 600, 누계)하여 홍보 및 판로 집중 지원, 품평회 및 기획관측전 등 경영체 경영 안정화 지원”(농림축산식품부, 2015a: 355)을 추진하고 있음. 추진 결과 2015년 10월 현재 6차산업 인증사업자 선정은 총 544명임. 지역별 선정 결과를 보면, 17개 광역시·도 중에서 13개 시·도에 인증사업자가 선정된 것으로 파악되었음. 선정 결과는 지역에 따라 다소 차이가 있는데, 전라남도 100명, 경기도 70명, 경상남도 66명 등의 순으로 많았으며, 10명 미만인 지역은 인천광역시 6명, 대전광역시 4명, 울산광역시 1명, 세종특별자치시 8명으로 주로 광역시 지역이었음. 서울특별시, 부산광역시, 대구광역시, 광주광역시에는 6차산업 인증사업자로 선정된 사례가 전혀 없는 것으로 나타났음.
- <표 3-4>에 따르면 6차산업 인증사업자 선정 결과, 여성은 전체 544명 중에서 170명으로 31.3%로 나타났음. 인천광역시와 울산광역시는 여성 인증사업자가 한명도 선정되지 않은 것으로 파악되었음.

표 3-4. 2015년도 6차산업 인증사업자 성별 선정 현황

단위: 명(%)

지역(시·도)	계	남성	여성
전체	544(100.0)	373(68.7)	170(31.3)
인천광역시	6	6	0
대전광역시	4	3	1
울산광역시	1	1	0
세종특별자치시	8	3	5
경기도	70	49	21
강원도	45	37	8
충청북도	46	30	16
충청남도	48	26	22
전라북도	64	48	16
전라남도	100	63	37
경상북도	63	44	19
경상남도	66	48	18
제주특별자치도	23	15	8

자료: 농림축산식품부(2015d). 6차산업 인증사업자 대상자 현황(1, 2차 누계). pp.1-2. 자료 및 담당공무원으로부터 성별 자료를 추가로 제공(2015.11.20. 제공)받아서 작성
(URL:http://www.mafra.go.kr/list.jsp?id=29603&group_id=32&menu_id=1281&division=B&board_kind=G&board_skin_id=G1 검색일: 2015.10.27.)

- 한편 현재의 6차산업 인증사업자 신청서 양식을 살펴본 결과 성별을 표기할 수 있는 칸이 없는 것으로 확인되었음. 향후에는 6차산업 인증사업자 선정 결과의 여성 참여 현황을 파악하기 위해서 신청서 양식을 개선하여 성별을 표기할 수 있도록 할 필요가 있음. 예를 들면 다음과 같음.

그림 3-2. 6차산업화 사업자 예비인증 사업자 신청서 양식(현행)

<별지 제1호서식>

6차산업화 사업자 예비인증 신청서

				※ 접수번호	-	
신청인	경영체 등의 명칭				자택	
	성명		직위		직장	
	주소 (사업장 자택)	우편번호 :			핸드폰	
	설립일	년 월 일			E-MAIL	
경영체 등의 형태	영농조합, 농업회사법인, 협동조합, <u>사회적기업</u> , 개인·법인 사업자, 개별농가					
경영체의 6차산업화 유형	<input type="checkbox"/> 1×2차형(가공), <input type="checkbox"/> 1×3차형(체험, 직거래 등), <input type="checkbox"/> 1×2×3차형(복합형) * 해당하는 곳에 √ 표시					

자료: 농림축산식품부. (2015i). 공지·공고. ‘6차산업 예비인증제 신청서 양식(계시용)’
 (http://www.mafra.go.kr/list.jsp?id=29943&pageNo=1&NOW_YEAR=2014&group_id=3&menu_id=123&link_menu_id=&division=B&board_kind=C&board_skin_id=C2&parent_code=3&link_url=&depth=1 검색일. 2015.12.9.)

그림 3-3. 6차산업화 사업자 예비인증 사업자 신청서 양식(수정안)

〈별지 제1호서식〉

6차산업화 사업자 예비인증 신청서

					※ 접수번호	-		
신청인	경영체 등의 명칭				연 락 처	자택		
	성명		직 위			직장		
	주소 (사업장 자택)	우편번호 :				핸드폰		
	설립일	년	월	일		성별	E-MAIL	
경영체 등의 형태		영농조합, 농업회사법인, 협동조합, 사회적기업, 개인·법인 사업자, 개별농가						
경영체의 6차산업화 유형		<input type="checkbox"/> 1×2차형(가공), <input type="checkbox"/> 1×3차형(체험, 직거래 등), <input type="checkbox"/> 1×2×3차형(복합형) * 해당하는 곳에 √ 표시						

자료: [그림 3-2] 자료를 활용하여 수정.

- 둘째, ‘6차산업 경영체의 맞춤형 지원 강화’ 사업은 주로 경영체의 판매, 홍보, 마케팅 등을 지원하는 것임. 관련 사업 추진 결과를 보면, 6차산업 창업에 관한 매뉴얼 및 지원정책 매뉴얼 책자를 발간하였음. 예를 들면, ‘6차산업화 지원정책 매뉴얼: 농업·농촌에 창조를 담다 II’를 발간하였음(농림축산식품부, 2014a).²² 이 매뉴얼은 “6차산업 창업 또는 사업의 확장, 개선 계획

22 자료: 농림축산식품부, 2014a. 6차산업화 지원정책 매뉴얼: 농업·농촌에 창조를 담다 II. p.4 (http://ebook.mafra.go.kr/src/viewer/main.php?host=main&site=20140205_143406&pagenum=0&category=0&page=0&search=&mem=. 검색일 2015.10.23.).

이 있는 사업자에게 지원정책에 대한 정보의 접근성을 높여주고, 누구나 손쉽게 이용할 수 있도록 농림축산식품부 등 17개 기관과 9개 지자체가 추진하고 있는 6차산업화 관련 219개 지원정책을 금융, 컨설팅, 교육, 수출, R&D, 인증 등 10개 분야로 분류하여 정리한 것”임(농림축산식품부, 2014a: 4). 이 매뉴얼에는 여성에 관해서 특별히 언급하고 있는 예는 발견하지 못했음. 하지만 6차산업 창업 및 사업을 준비하고 경영 과정에서 필요한 다양한 정보를 지원 기관별로 일목요연하게 소개하고 있어서 관심 있는 여성농업인에게도 큰 도움이 될 수 있을 것으로 보임.

- 그리고 ‘6차산업 창업매뉴얼: 농업·농촌에 창조를 담다 III’라는 책자에는 6차산업 창업 개요 및 농식품 제조·가공 부문, 유통·판매 부문, 농촌 체험·관광 부문 등 부문별 창업 매뉴얼을 제시하고 있음(농림축산식품부, 2014b: 4-5).²³ 이 매뉴얼에서도 여성에 관해서 특별히 언급하고 있는 예는 발견하지 못했음. 하지만 6차산업 창업에 필요한 정보를 각 부문별로 자세하게 제시하고 있어서 여성농업인에게도 도움이 될 수 있는 매뉴얼로 보임. 그러나 6차산업을 경영하는 여성의 애로와 요구를 고려하여 매뉴얼을 개발한다면 여성들에게 더 큰 도움을 줄 수 있을 것임.

2.2.2. 소규모 농업인 창업 및 소득화 지원과 여성 참여

- ‘소규모 농업인 창업 및 소득화 지원’은 농촌진흥청 소관 사업으로서, 여성 참여 현황을 파악하기 위해 성별 자료 수집을 시도하였음. 그러나 이 사업을 주관하고 있는 농촌진흥청에서는 전국적으로 관련 사업 추진실적으로 보고 받을 때 성별 분리된 자료를 생산하지 않고 있는 것으로 나타났음.²⁴

23 자료: 농림축산식품부, 2014b. 6차산업 창업매뉴얼: 농업·농촌에 창조를 담다 III. pp.4-5 (http://ebook.mafra.go.kr/src/viewer/main.php?host=main&site=20140512_164522&page_num=0&category=0&page=0&search=&mem=. 검색일 2015.10.23.)

여성의 참여 현황을 파악할 수 있는 자료가 허용되는 범위 내에서 살펴보도록 하겠음. 2012년 농촌진흥청이 전문가에게 의뢰하여 전국에 있는 소규모 창업 지원 대상 농업인을 대상으로 성별 고용 현황을 조사한 바가 있음(김들순 외, 2012: 119-120). 이 조사는 ‘농업인 소규모 창업기술 시범사업’과 ‘향토음식 자원화 사업’, ‘농촌교육농장 사업’ 대표자 256명을 대상으로 조사한 것임. 이 사업들은 모두 농업·농촌을 기반으로 하여 가공, 서비스업이 결합된 것으로서 전형적인 6차산업의 성격을 가지고 있다고 하겠음. 조사 결과 3개 사업 전체 고용 현황을 보면, 상시 임금근로자와 임시·일용 임금근로자, 무급가족종사자를 모두 합쳐서 전체 총인원 7,494명을 고용하고 있는 것으로 나타났음<표 3-5>. 이를 다시 고용형태별 및 성별로 보면, 상시 임금근로자는 전체 854명 중에서 여성 57.1%, 남성 42.9%로 여성이 많았음. 임시·일용 임금근로자는 총 4,509명 중에서 여성 78.2%, 남성 21.8%로 여성이 약 4배 많았음. 무급가족종사자는 총 2,131명 중에서 여성 62.1%, 남성 37.9%로 여성이 많았음(김들순 외, 2012: 119). 이와 같이 소규모 창업기술 시범사업을 비롯하여 향토음식 자원화 사업이나 교육농장 사업에는 고용형태를 막론하고 여성의 참여가 비교적 높게 나타나고 있음을 알 수 있음.

- 여기서 특히 ‘농업인 소규모 창업기술 시범사업’의 여성 고용 현황을 보면, 상시 임금근로자 채용 286명 전체가 여성으로 나타났음. 임시·일용 임금근로자 채용은 여성 1,540명, 남성 68명으로 여성이 약 22배 많았음. 무급가족종사자는 여성 845명, 남성 108명으로 여성이 약 8배 많았음(김들순 외, 2012: 119). 따라서 소규모 농업인 창업 지원 및 소득화 사업이 대체적으로 여성일자리 창출 효과가 긍정적으로 나타나고 있다고 평가할 수 있겠음.

표 3-5. 성별 농업인 소득화 기술지원 사업의 고용 총인원

단위: 명(%)

		상시 임금 근로자	임시·일용 임금 근로자	무급가족 종사자	전체 (비율)
전체	소계	854 (100.0)	4,509 (100.0)	2,131 (100.0)	7,494 (100.0)
	남성	386 (42.9)	982 (21.8)	808 (37.9)	2,156 (28.8)
	여성	488 (57.1)	3,527 (78.2)	1,323 (62.1)	5,338 (71.2)
소규모 창업	남성	0 (0.0)	68 (1.5)	108 (5.1)	176 (2.3)
	여성	286 (33.5)	1,540 (34.2)	845 (39.7)	2,671 (35.6)
향토음식	남성	240 (28.1)	76 (1.7)	0 (0.0)	316 (4.2)
	여성	156 (18.3)	284 (6.3)	252 (11.8)	692 (9.2)
교육농장	남성	126 (14.8)	838 (18.6)	700 (32.8)	1,664 (22.2)
	여성	46 (5.4)	1,703 (37.8)	226 (10.6)	1,975 (26.4)

주 1) 고용기간 2011. 10~2012. 9.

주 2) 고용형태의 정의는 다음과 같음

- 상시 임금 근로자: 고용계약기간이 1년 이상 또는 기간을 정하지 않고 지속적 고용된 자
- 임시·일용 임금 근로자: 일당제 또는 1년 미만의 고용계약으로 사업 일거리에 따라 한시적으로 고용된 자
- 무급가족종사자: 노동의 경제적 대가를 받지 않으면서 사업에 일정시간 이상 협력하는 자

자료: 김둘순 외, 2012. 성인지 예산사업 심층진단·분석: 자원활용기술보급사업을 중심으로. p.120. 농촌진흥청.

- 한편 농촌진흥청이 연도별로 농어업인 삶의 질 향상 및 농어촌 지역개발 시행계획에 보고한 소규모 농업인 창업 및 소득화 지원사업의 일자리 창출 효과를 보면, 2011년에 612명이던 것이 2012년에는 623명(비상시 고용)(농림축산식품부, 2013b: 273)으로 조금 증가하였음. 2013년에는 상시인력 일자리 신규 창출이 지원 사업개소 당 평균 2.5명이라고 보고하였음(농림축산식품부, 2014d: 280). 이전까지는 주로 비상시 인력이던 것이 2013년에는 상시

인력을 신규로 창출하는 효과를 보였음. 2014년에는 농업인 소규모 창업 지원을 전국에 15개소에 하였는데, 일자리 창출은 개소 당 상시 3명을 한 것으로 보고하였음(농림축산식품부, 2015a: 332). 이와 같이 농촌진흥청은 소규모 농업인 창업 및 소득화 지원 사업 추진을 통해 상시·비상시 일자리 창출을 꾸준히 증가시켜 왔음을 알 수 있음. 하지만 아쉽게도 성별 분리 자료를 생산하지 않아서 여성의 일자리 창출 효과가 어느 정도인지를 파악할 수는 없었음. 다만, 일부 지역 사례를 보면 제주자치도농업기술원의 경우 소규모 농업인 창업 기술 시범사업의 일자리 창출 효과를 보면, 2012년에는 남성 1명, 2013년에는 여성 7명, 2014년에는 여성 16명, 2015년에는 여성 9명, 남성 2명을 고용한 것으로 파악되었다고 하였음.²⁵ 제주도 사례를 보면 소규모 농업인 창업 및 소득화 지원 사업은 여성일자리 창출 효과가 더 큰 것으로 보임.²⁶

- 다음으로 소규모 농업인 창업 및 소득화 지원 사업에 참여하고 있는 농업인을 대상으로 사업 운영 과정에서의 애로사항이 무엇인지를 김둘순 외(2012: 98-100)의 조사 결과를 바탕으로 살펴보면 다음과 같음. 첫째, 가장 많이 언급된 애로사항은 자금부족(또는 추가 자금 투자 필요) 89.3%, 마케팅(영업) 78.7%, 경영관리 64.0%의 순으로 높게 나타났음(김둘순 외, 2012: 98). 그리고 여성농업인이 인식하고 있는 애로사항도 전체적인 조사 결과와 차이가 없었음.

25 제주자치도농업기술원 담당 공무원 전화문의(2015.12.7.)

26 그 외 몇몇 지역에 여성 참여 현황을 살펴보기 위해 성별 자료 요청을 하였으나 이미 자료 취합이 완료되었기 때문에 다시 조사하기가 어렵다는 답변을 받았음.

표 3-6. 농업인 소득화 기술지원 사업 운영 애로사항

단위: 명, %

구분	사례 수	자금 부족	마케팅 (영업)	경영 관리	기술 고도화 /연구 개발	판매 부진	인력 충원	원료 조달	불안정한 고용	가사 육아 부담	기타	성 차별	
빈도 순위		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
전체	256	85.5	77.3	62.9	56.6	52.3	48.4	24.2	10.9	6.3	2.0	1.6	
사업 종류	소규모 창업	122	89.3	78.7	64.8	54.9	63.1	37.7	29.5	12.3	7.4	0.0	2.5
	향토 음식	28	53.6	60.7	60.7	39.3	57.1	53.6	39.3	21.4	0.0	0.0	0.0
	교육 농장	106	89.6	80.2	61.3	63.2	38.7	59.4	14.2	6.6	6.6	4.7	0.9
성별	남성	128	87.5	76.6	64.1	55.5	50.8	50.0	21.1	10.9	6.3	2.3	2.3
	여성	128	83.6	78.1	61.7	57.8	53.9	46.9	27.3	10.9	6.3	1.6	0.8

자료: 김둘순 외, 2012. 성인지 예산사업 심층진단·분석: 자원활용기술보급사업을 중심으로. p.98. 농촌진흥청.

2.3. 농어촌형 여성새로일하기센터 사업의 현황과 과제

2.3.1. 농어촌형 여성새로일하기 센터 사업의 개요

- 여성새로일하기센터는 「경력단절여성등의 경제 활동 촉진법」의 제13조 제1항에 의거한 사업으로 사업 내용 및 세부 사항은 아래의 표와 같음(농림축산식품부, 2015a).

표 3-7. 여성 새로일하기 센터 사업내용 및 세부사항

분류	내용 및 세부사항
목적	육아·가사 등으로 경력이 단절된 여성 대상 취업지원을 통한 여성 경제 활동 참가율 및 고용률 제고
지원내용	전국 여성새로일하기센터(이하 '새일센터')를 통해 육아·가사 등으로 경력 단절된 여성 대상 직업상담, 직업교육훈련, 인턴십, 취업연계 및 사후관리 등 종합적인 취업 지원
지원대상	경력단절여성
사업규모	해당없음
지원조건	육아, 가사 등으로 경력이 단절된 여성
사업추진체계	여성가족부·고용노동부 → 광역자치단체 → 새일센터

자료: 농림축산식품부(2015a). 2015년도 농어업인 삶의 질 향상 및 농어촌 지역개발 시행계획. p.407.

- 2014년 2개소(강원 영월새일센터, 부산 기장새일센터)를 “농어촌형 새일센터”로 지정하고 시범운영을 진행하였음. 농어촌형 여성새로일하기 센터 사업은 ‘제3차 농어업인 삶의 질 향상 기본계획’ 중 ‘농어촌 일자리 지원’ 세부 과제에서 농어촌 맞춤형 일자리 창출 및 근로자 고용 여건 개선을 구체적인 목표로 하는 사업임. 농어촌형 여성새로일하기 센터 사업에 대한 ‘제3차 농어업인 삶의 질 향상 기본계획’의 주요 내용은 아래와 같음.

경력단절 여성 재취업을 위한 농촌 지역 새일센터(‘14년 9개소) 확대

- 육아·가사 등으로 경력이 단절된 여성을 대상으로 ‘여성 새로일하기 센터’를 통해 직업상담, 교육 등 취업·창업 종합 지원
 - * 농어촌 지역 여성 대상 직업상담, 직업교육훈련, 인턴십, 구인·구직 연계, 취업 후 사후관리 등 종합 취업지원서비스 제공

자료: 관계부처 합동(2014). 제3차 농어업인 삶의 질 향상 및 농어촌 지역개발 5개년 계획, p.54.

*주: 실제 2014년에 2개소, 2015년에 5개소가 지정, 운영되었음.

2.3.2. 농어촌형 여성새로일하기 센터의 수행사업

- 농어촌형 새일센터의 수행사업은 기존 새일센터의 수행 사업과 동일하게 직업상담, 직업교육훈련, 취업 후 사후관리, 취업연계의 크게 네 가지로 구성됨. 2014년 여성가족부는 전공·경력·대상·지역별 특성을 고려한 맞춤형 서비스를 강화하기 위해 새일센터의 유형을 크게 네 가지로 구분하면서(경력개발형, 자립지원형, 농어촌형, 지역산업맞춤형) 각각의 유형별 서비스 대상 및 주요 사업을 특화하였음. 2015년은 일반형, 경력개발형, 농어촌형, 고용복지플러스형의 네 유형으로 운영하고 있으며 농어촌형 새일센터의 세부 내용은 아래의 표와 같음.

표 3-8. 농어촌형 새일센터의 서비스 대상 및 주요사업

새일센터 유형	주요 서비스 대상	운영주체 요건	주요 사업내용
농촌형	농촌 지역 내 취·창업희망 여성	농업기술센터 등 지역 내 유관기관과의 네트워크를 구축하고 농촌특성에 맞는 취·창업 아이템을 발굴할 수 있는 역량을 보유한 기관	<ul style="list-style-type: none"> 지역특성에 맞는 창업아이템 발굴 및 취업처 발굴 식품가공·문화체험 등 취·창업 직업교육훈련 창업업체 견습생 형태로 인턴을 파견하는 등 취·창업 인턴십 오픈마켓 정보 제공 등을 통한 재고부담 경감, 디자인·포장 컨설팅 등 판로 지원 등 사후관리지원

자료: 강원도 공고 2014-247호, 새일센터 지정희망기관 모집공고, 2014. 3. 7.

그림 3-4. 농어촌형 새일센터의 수행사업



자료: 영월새일센터 홈페이지(<http://www.ywsaeil.or.kr/>)

2.3.3. 농어촌형 여성새로일하기 센터 현황

1) 농어촌형 여성새로일하기 센터 지정

○ 임신·출산·육아 등으로 경력이 단절된 여성을 대상으로 직업 상담, 직업 훈련, 인턴십, 구인구직 연계 및 취업 후 사후관리 등을 지원하는 ‘여성새로일하기센터’는 2014년 하반기부터 대상별 욕구에 맞춰 보다 다양하고 전문적인 서비스를 제공하게 되었음.

- 여성가족부는 2014년 경력단절여성의 전공과 경력, 지역의 산업특성, 취업 취약계층 등을 고려한 대상별 전문화된 취업 지원을 위해 ‘유형별 새일센터’ 10개소를 지정하면서 그 중 2개소를 농어촌형으로 발표하였음.
- 농어촌형 새일센터(2개소)는 도시와는 다른 인구·산업적 특성을 지닌 농어촌 지역에 맞춰 취·창업을 지원하며, 기장 새일센터(부산)와 영월 새일센터(강원)가 지정되었음.²⁷

- 영월군과 기장군은 여성가족부로부터 여성새로일하기센터를 농촌형 유형으로 신규 지정받아 기장군이 2014년 7월에 먼저 개소하고 이후 8월에 영월군이 개소하여 2014년에 시범운영에 들어갔음.
- 2개소 모두 기초자치단체 직영으로 영월센터는 여성회관 내 별도 공간에 소재하고, 기장센터는 군청사 1층 내 별도 공간에 소재하였음(오은진 외, 2014)²⁸.
- 2015년에는 농어촌형 새일센터가 5개소로 확대되었는데, 기존 농어촌형 새일센터인 영월새일센터와 신규로 지정된 홍성새일센터, 완주새일센터, 영동새일센터, 부여새일센터 등임.

2) 기장 여성새로일하기 센터 운영 현황

- 부산 기장지역은 도·농·어촌 복합지역으로 지역특산물인 찰토마토, 장안흑미가 특성화 사업으로 재배되고 있고, 정관신도시²⁹로 인구가 지속 유입되고 농공단지과 지방산업단지에 500여개 업체가 산재해 구인구직이 활발히 일어나고 있는 지역임.
- 기장 여성새일센터는 2014년에 도시농업활동가 과정, 자연음식자격증 과정, 천연염색사 과정 등 농촌형 지역특화 직업훈련교육을 통해 지역 일자리 수요에 대응하고, 동화구연지도자 자격증 과정과 방과 후 돌봄서비스와 아동지도사 과정 등을 운영하였음.

27 여성가족부, 2014년 7월 14일 보도자료. '경력단절여성 맞춤형 취업지원 강화된다.'

28 오은진 외(2014). 경력단절여성 맞춤형 취업지원 강화를 위한 새일센터 중장기 발전 전략 연구. 여성가족부.

29 정관신도시는 "기장군 정관면 일대 425만여㎡에 조성된 신도시로 부산 최대 규모의 신도시이고, 2만 8천여 가구에 8만 6천여 명의 인구를 수용할 수 있는 거대 주거용 신도시이며 대형 쇼핑시설 등과 대규모 산업단지, 관광단지 조성사업이 진행되고 있음(출처: 부산일보, "정관신도시가 재조명되고 있다". 이현우 기자, 2013년 6월 18일).

- 기장새일센터는 기장군 취업센터와 농업기술센터, 기장군민대학, 기장군민 어학당, 우리동네 배달강좌 등과 연계해 새일센터를 통합관리 운영하고 주도적인 직업상담, 교육훈련, 취업지원, 사후관리 등이 가능한 체계적 시스템의 구축을 추진하며 변화를 모색하였으나 농촌형 새일센터의 특성이 부각되지 않고 농촌형의 차별성에 대해서 다소 혼란을 겪고 있음이 지적되었음(오은진 외, 2014). 결국 기장 새일센터는 2015년 7월 1일자로 일반형 새일센터로 변경되어 운영 중에 있음.

3) 영월 여성새로일하기 센터 운영 현황

- 영월 새일센터는 2014년 교육 프로그램으로 지역적 특성을 반영한 김치마이스터 과정, 협동조합 취·창업 과정 등 농촌형 교육과정을 운영하였고, ITQ(정보화)자격증 과정, 상담심리사 과정 등의 일반 사무능력 향상을 위한 교육과정도 운영하였음.
- 2015년 현재는 농특산물 사이버장터 관리자 과정으로 농촌형 교육과정을 이어가고 있음. 영월새일센터는 현재 주요 기능을 ‘여성의 취업 및 창업교육 제공’과 ‘여성의 사회·문화 교육 제공’으로 두고 있음. 영월 새일센터는 농촌형 새일센터에 대한 이해도가 상대적으로 높으며 지역 특성에 맞는 직업훈련 과정을 발굴하고 운영하는 데 노력을 기울이고 있음(오은진 외, 2014).

2.3.4. 농어촌형 여성새로일하기 센터 실적

- 농어촌형 여성새로일하기 센터의 실적은 2014년 4/4분기 기장 및 영월 새일센터의 실적자료를 통해 분석하였음. 기장센터와 영월센터의 취업률을 보면 기장이 40.5%, 영월이 33.3%로 일반형 새일센터에 비해 저조한 수치를 보였음. 이는 농어촌 지역의 특성상 일자리 수요가 많지 않은 것이 주요 원인인 것으로 보임.

표 3-9. 농어촌형 새일센터의 취창업 등 취업 현황 실적

센터	구인 (건)	구인 자 (수)	구 직 자 (수)	취창업 등 취업현황					취업률
				취업 인원	취업자 근로형태				
					기간 정함 없는 근로계약	기간 정함 없는 근로계약 (시간제)	기간 정함 있는 근로계약	기간 정함 있는 근로계약 (시간제)	
기장	143	467	447	181	83 (45.9%)	8 (4.4%)	85 (47.0%)	5 (2.8%)	40.5%
영월	69	33	153	51	36 (70.6%)	- (0.0%)	14 (27.5%)	1 (2.0%)	33.3%

자료: 여성가족부(2015). 2014 새일센터 4/4분기 실적자료.

- 기장센터의 직업교육훈련 과정은 도시농업활동가 양성과정, 천연염색사 양성과정, 자연음식 자격증 과정, 방과 후 돌봄 서비스 및 아동지도사 과정, 동화구연 전문지도사 자격증 취득과정으로 이루어져 있는데, 앞의 세 가지 과정은 농어촌형에 맞게 구성된 것으로 볼 수 있고, 나머지 두 가지 과정은 일반 새일센터의 직업교육훈련 과정과 동일함. 전체 수료율은 91%로 매우 높은 편이나, 취·창업률이 9%로 매우 낮게 나타났음. 다만 도시농업 활동가 양성과정의 취·창업률이 17%로 가장 높게 나타났음.
- 영월센터의 직업교육훈련 과정은 김치마이스터 과정, 제6차산업 힐링 영월협동조합 취·창업 아카데미 과정, 실무에 바로 쓰는 ITQ 자격증 과정, 사람마음에 상담심리사 양성과정으로 이루어져 있는데, 앞의 두 가지 과정은 농어촌형에 맞게 구성된 것으로 볼 수 있음. 전체 수료율은 75%로 기장센터에 비해 낮은 편이며, 전체 취·창업률은 6%로 저조한 수치를 보였음. ‘제6차산업 힐링 영월협동조합 취·창업 아카데미 과정’은 취·창업을 전혀 이루어지지 않았으나, 창업은 시간이 걸리기 때문에 즉시의 성과로 평가할 수는 없음.

표 3-10. 농어촌형 새일센터의 직업교육훈련 실적

단위: 명, %

센터	과정명		직종		교육 시간	목표 인원	교육 인원	수료 인원			수료 율	자격증 취득		취창 업률
			대분류	중분류				소개	수료 인원	조기 취업		인원	비율	
기 장	총계	5				120	117	106	106	-	91	5	5	9
	도시농업활동가 양성과정	농림 어업 광업	농업	104	24	21	18	18	-	86	-	0	17	
	천연염색사 양성과정	섬유	섬유가 공	160	24	23	21	21	-	91	-	0	0	
	자연음식 자격증과정	서비스	음식 서비스	144	24	25	20	20	-	80	5	25	15	
	방과후돌봄 서비스 및 아동지도사과정	서비스	기타 서비스	120	24	24	24	24	-	100	-	0	17	
	동화구연 전문지도사 자격증 취득과정	서비스	기타 서비스	98	24	24	23	23	-	96	-	0	0	
영 월	총계	4				80	67	50	48	2	75	10	20	6
	김치 마이스터 과정	농림 어업 광업	음식료 품가공	234	20	16	13	13	-	81	-	0	8	
	제6차산업 힐링 영월협동 조합 취창업 아카데미 과정	사무 관리	재무 및 경영	225	20	18	10	10	-	56	-	0	0	
	실무에 바로 쓰는 ITQ 자격증과정	사무 관리	사무 지원	213	20	16	12	10	2	75	10	83	17	
	사람마음에 상담심리사 양성과정	의료	의료 보조	261	20	17	15	15	-	88	-	0	7	

자료: 여성가족부(2015). 2014 새일센터 4/4분기 실적자료.

2.3.5. 농어촌형 새일센터 FGI(focus group interview) 분석

1) FGI의 개요

- 농어촌 새일센터 사업에 대한 2014년 운영 결과와 현재(2015년 10월 기준)의 운영상황, 그리고 앞으로의 운영방향 등을 심층적으로 파악하기 위해 농어촌형 새일센터에 대한 FGI(focus group interview)를 실시하였음. 면담 날짜는 2015년 10월 22일이며 면담대상은 농어촌형 새일센터 사업의 운영자인 농어촌형 새일센터의 담당자 및 관련 공무원으로 구성하였음. 면담 대상은 아래와 같음. 단, 기장 새일센터의 경우 현재 일반형으로 전환되었기 때문에 2014년 운영 당시 애로사항과 한계, 또 운영의 결과에 대해서 담당 팀장과의 전화인터뷰를 실시하였고, 그 결과를 참고하였음.

표 3-11. 농어촌 여성새일센터 FGI의 대상

	소속기관	직위
FGI 대상	영월새일센터	담당
	영동새일센터	담당
	부여새일센터	담당
	홍성새일센터	담당
전화인터뷰 대상	기장새일센터	담당

- FGI에서 사용한 질문은 운영 현황, 일자리, 취업 연계, 농어촌형 센터의 특성 및 지역적 특성, 창업, 교육 프로그램 등의 내용을 포함하고 있음.

표 3-12. 농어촌 여성새일센터 FGI의 질문지 구성

항목	질문내용
농어촌형 센터의 특성	해당 새일센터의 전반적인 현황과 특징 농어촌형 센터의 여건 등
일자리	해당 새일센터에서 수요, 선호가 높은 일자리, 일자리 특성 등
교육프로그램	농어촌형 센터의 교육프로그램 교육의 성과 및 문제 등
취업연계	취업연계 관련 운영사항, 농어촌형에 맞는 특화된 직업상담사 유무 등
창업	농어촌형 창업을 위한 맞춤형 프로그램, 창업전문가 지원, 창업의 어려움 등

2) 농어촌형 새일센터의 문제점

- 농어촌형 새일센터의 주요 서비스 대상은 농어촌지역 내 취·창업희망 여성이며, 운영 주체의 요건은 농어촌 특성에 맞는 취·창업 아이템을 발굴할 수 있는 역량을 보유한 기관이라고 명시되어 있음. 또한 주요 사업 내용은 첫째 지역 특성에 맞는 창업아이템 발굴 및 취업처 발굴, 둘째 식품가공·문화 체험 등 취·창업 직업 교육 훈련, 셋째 창업업체 견습생 형태로 인턴을 파견하는 등 취·창업 인턴십, 넷째 오픈마켓 정보 제공 등을 통한 재고 부담 경감, 디자인·포장 컨설팅 등 판로 지원 등 사후관리 지원까지로 제시되었음³⁰. 그러나 실제 농어촌형 새일센터의 역량과 지원프로그램은 제시된 것과 거리가 있는 것으로 나타났다.

교육이후 교육생들은 농산물을 판매할 홈페이지 구축이나 기타 판로, 소액자금 대출 등의 문제들을 새일센터에 요청하고 있습니다. 이들은 특정 교육프로그램 이후 연계 되는 창업과정지원이 당연히 제공되는 것으로 생각하고 있는데 이 부분을 지원할 수 없는 현실이라 큰 한계를 느낍니다. 농어촌 새일센터의 특성상 취업보다는 창업 부분의 비중을 크게 느끼고 있지만, 지역 내의 창업 성공사례도 찾기 힘든 실정입니다.

30 <표 3-8> 참조.

농어촌 지역 주민들이 실제 사업자등록부터 창업까지의 역량은 매우 부족하고 실제 농사를 지으면서 사업을 병행할 수 있는 시간도 한계가 있습니다. 농어민들이 생산에 치중하면서 판매를 겸하는 것은 거의 불가능하기 때문에 00새일센터의 경우에는 SNS 마케팅 교육을 생산자가 아닌 다른 분들을 대상으로 판매를 전담할 수 있도록 준비하고 있습니다. 하지만 이것도 실효성이 있을지는 의문이 드는데, 여성들이 사업자 등록을 하고 창업으로 이어지는 것은 쉽지 않을 것이기 때문입니다.

농어촌형 새일센터의 경우 일반형 새일센터의 취업설계사와는 다른 역량을 가진 취업설계사가 필요합니다. 농어촌형의 특성이나 지역적 산업수요, 주변 기업 사장의 특성까지 일일이 파악하고 있어야 하는 부분이 많아요. 그런데 저희는 사실 일반 취업설계사로 일했고, 전문지식이 없는 상황입니다. 그래서 농어촌형에 맞는 취업설계사 혹은 창업담당자 등 전문가가 필요한데 저희 입장에서는 농어촌형의 업무가 너무 막연합니다.

- 우선 농어촌형 새일센터의 운영에서 가장 문제가 되는 것은 농어촌형에 맞는 취업 상담이나 창업 지원을 해줄 수 있는 전문가가 부재하다는 점임. 현재의 취업설계사들은 위의 대화에서 나타나듯이 농어촌형에 필요한 전문지식을 보유하지 못하고 있고, 지역에서 창업 지원 전문가도 찾기 어렵다고 함. 따라서 정부에서 제시한 창업 아이템 발굴 및 창업 교육훈련, 판로 지원 등의 서비스가 제대로 진행되지 못하고 있지만, 이에 반해 수요자의 요구는 매우 높은 것으로 파악됨. 특히 수요자의 입장에서는 특정 교육 프로그램 이수 이후 충분한 연계지원이 이루어지지 않는 상황에 불만을 갖고 지원을 요구하고 있는데, 새일센터에서는 이에 적절한 대응을 하지 못하고 있는 것으로 보임.
- 또한 농어촌형 새일센터는 창업 지원금이나 마케팅 지원을 제공할 수 없어, 창업 교육 후 창업 보육 기능을 제대로 수행하기 어려운 상황임.

창업을 하려면 지원이 있어야 하고, 이 부분에 지원금이 꼭 필요합니다. 농어촌 여성들이 자체적으로 창업자금을 마련하여 창업하는 것은 쉽지 않은데, 저희가 지원할 수 있는 부분은 없고 컨설팅을 한다고 해도 현실적으로 창업에 도움을 줄 수 있는지는 의문입니다. 그래서 자연스럽게 농어촌형 새일센터의 업무를 창업을 위한 교육까지로 한정짓게 되는 것인데 창업 인큐베이팅 기관으로의 기능을 정부에서 요구한다

면 그에 합당한 지원금도 제공되어야 할 것입니다.

현재 농어촌형 새일센터에는 창업 컨설팅이나 창업 지원이 거의 전무한 상황인데, 실제 운영자의 입장에서는 농어촌형 새일센터의 경우 취업보다는 창업에 집중해야 한다고 봅니다. 농촌에서 취업이란 결국 다른 일반형과 같이 공장에 들어가고 작은 규모의 회사에 들어가는 것이 전부입니다. 따라서 00새일센터의 경우 인력을 이분하여 한 팀은 아예 취업연계만을 전담하고 한 팀은 농어촌형에 맞는 아이템을 계속 개발하여 창업으로 연계할 수 있도록 하려고 노력하고 있습니다. 그런데 아이템을 개발하고 좋은 제품에 대한 아이디어가 있어도 거기까지입니다. 그 이후에 판로개척이라던가 금융지원이라던가 요구되는 지원들을 어디서 받을 수 있을지는 저희로서는 막막합니다. 각 분야의 전문가를 섭외하고 싶어도 지역적 한계가 있어 서울에서 전문가를 섭외해야 하고 그 비용을 감당하기도 힘든 것이 현실입니다.

- 농어촌형 창업 지원을 위해서는 새일센터 종사자의 창업 지원 전문성 강화가 요구되는데, 계약직 종사자들의 경우 전문성 함양이나 지역 주민과의 안정적 관계 형성에 어려움이 있었음. 도시에서 전문가를 초빙하기 어려운 상황에서 종사자들을 전문가로 양성하여 활용할 수 있는 방안에 대한 고민이 필요할 것으로 보임.

농어촌형 새일센터의 경우 지역특성을 파악하고 주민들에 대해 세세하게 알고 있어야 해서 종사자들의 연속성이 중요합니다. 농어촌 지역은 도시처럼 많은 사람들이 유입되고 전출되고 하지 않기 때문에 지역 주민과의 관계가 중요합니다.

3) 농어촌형 새일센터의 개선과제

- 우선 농어촌 지역의 취업연계에 있어서는 농어촌 지역에서 취업을 원하는 여성들을 크게 두 부류로 나누어 대상별로 차별적인 지원이 이루어져야 할 것임. 농어촌 지역의 여성은 농업에 종사하는 여성과 농업에 종사하지 않는 여성이 혼재하고 있는데, 농업에 종사하는 여성들은 농번기에는 농사에 집중하고 농한기에 단기 취업을 원하는 반면, 농업에 종사하지 않는 여성들은 장기적인 일자리를 원하기 때문임. 따라서 이들에 맞는 취업상담 및 창업상담이 각각 지원되

- 어야 하고 교육프로그램도 대상에 따라 그 내용과 시기를 달리 해야 할 것임.
- 농어촌 지역의 여성 취업은 도시에 비해 그 수요가 매우 적은 편임. 따라서 이외의 일자리는 새롭게 발굴 및 개발해야 하는 실정임. 즉, 농어촌형 새일센터의 역할은 일반형과는 달리 새로운 일자리 창출에 큰 비중을 두어야 하며 이를 위해 창업을 활성화하는 것이 주요 기능이 되어야 할 것임.
 - 특히 농어촌 여성들이 창업에 있어 가장 취약한 행정적 절차 문제, 세무·회계 문제, 소액자금 대출 등 금융 업무, 판로 개척 및 홍보 등에 대해 전문가의 지속적인 멘토링이 필요한 것으로 파악되므로, 농어촌형 새일센터 종사자에 대한 창업 지원 교육, 창업 지원 전문기관과의 연계, 농어촌 창업 전문가의 컨설팅 등이 제공되어야 할 것임. 즉, 창업의 전 과정에서 전문적인 조언 및 컨설팅을 담당하는 전문가와 사업화 이후 판로를 제시할 수 있는 전담조직을 결합한 ‘농어촌형 새일센터의 창업 인큐베이팅’ 프로그램이 요구됨. 또한 창업 지원과 관련하여 지원금의 부재에 대해서는 기관 간 네트워크를 통해 해결해야 할 것으로 보임.
 - 또한 농어촌형 새일센터의 전문적 역량을 강화하고 지속적인 발전을 위해서는 기존 종사자들의 고용 형태를 안정화하고 해당 지역에 대한 전문가를 키워야 할 것임. 물론 외부에서 전문가를 섭외하여 배치하는 것도 중요하지만, 지역 내 전문가를 키워 활용하는 것이 장기적으로 농어촌형 새일센터의 발전에 큰 도움이 될 뿐만 아니라 지역 주민들과 새일센터의 관계를 더욱 돈독히 하는 데도 긍정적 역할을 할 것이라고 생각함.

3. 소결

- 이상으로 이 장에서는 6차산업 관련 정책의 여성 참여 현황에 대해서 살펴 보았음. 우선 관련 정책에 여성 참여를 뒷받침할 수 있는 관련 법·제도적 장치가 있는지 검토한 결과 「농어업인 삶의 질 향상 및 농어촌지역 개발촉진에 관한 특별법」제18조(농어촌 여성의 복지증진)와 「여성농어업인 육성법」, 「농촌 융복합 산업 육성 및 지원에 관한 법률」제37조(농촌 여성의 농촌 융복합 산업 지원)에 법적근거를 마련하고 있다는 것을 확인할 수 있었음.
- 다음은 실제로 6차산업 관련 정책에 여성 참여가 어느 정도 이루어져왔는지를 파악해 보았음. 관련 정책은 주로 삶의 질 기본계획 중에서 ‘경제 활동·일자리’ 부문의 주요과제 ‘향토자원을 활용한 6차산업화 기반 마련’, ‘농어업인 창업 촉진 및 사업화 지원 강화’와 관련된 정책을 중심으로 살펴보았음. 그 결과 특징을 보면 다음과 같음.
- 첫째, 가장 먼저 직면한 큰 어려움은 관련 행정 보고 자료들이 성별로 분리되어 생산되지 않고 있어서 여성의 참여 현황을 전국적으로 파악하는 것이 원천적으로 불가능하다는 현실이었음. 예를 들어 6차산업 관련 정책을 통해서 일자리 창출 규모를 보고하는 경우에도 남녀 구분 없이 총 몇 명이라고만 보고하는 방식임. 고용인원은 성별 구분이 어렵지 않게 가능함에도 불구하고 생산되지 않고 있었음.³¹ 이에 본 장에서는 여성 참여 현황을 전국적으

31 담당 공무원에게 성별자료에 대해 문의한 결과 상당수 공무원은 당초에 이 사업은 성별을 구분하지 않고 하는 것이므로 자료를 구분해서 생산할 필요가 없다는 입장을 보인 경우가 많았음. 그리고 지방자치단체 소속 관련 기관의 담당공무원에게 여성에 관한 자료요청을 하면 중앙부처에서 당초에 실적보고 양식이 성별 구분되어 있지 않은 상태로 오기 때문에 성별 구분해서 생산하지 않는다고 함. 그리고 이미 실적취합과 보고가 완료된 상태이므로 이를 다시 조사해서 성별 구분을 하기도 어렵다는 입장이 많았음.

로, 또 관련 정책 모두를 망라해서 종합적으로 살펴보지는 못했음. 매우 제한된 성별 자료 확보가 가능한 범위 내에서 분석이 이루어진 한계가 있음. 결과적으로 6차산업 관련 정책에 여성 참여 현황이 어떠한지 그 변화 추이나 최근의 현황을 정확하게 파악하는 데는 한계가 있었음. 따라서 삶의 질 기본계획이 6차산업 관련 정책뿐만 아니라 다른 정책도 다수 추진하고 있는데, 향후에는 인적 통계는 반드시 성별 구분해서 생산하고 보고하도록 할 필요가 있음. 그래야만이 정책의 효과가 어떠한 지를 평가할 때 지역별로 뿐만 아니라 성별에 따라서도 분석이 가능해 질 수 있음. 그에 따라 관련 정책도 남녀 농어업인의 현실과 정책 요구를 파악하여 반영할 수 있게 될 것임. 이를 위해 관련 정책 지침이나 사업 결과 보고 과정에서 활용하는 인적 통계 양식을 성별 표기를 할 수 있도록 개선할 필요가 있음.

- 둘째, 6차산업 관련 정책에 여성창업 및 일자리 창출 효과를 분석한 결과, 대체적으로 6차산업 관련 정책은 여성에게 친화적이고 긍정적인 영향을 미치고 있는 것으로 추정됨. 성별 자료 확보 가능한 범위 내에서 살펴본 결과, 6차산업 창업 관련 대표자는 남성이 여성보다 많은 것으로 추정됨. 다만 긍정적인 것은 6차산업의 특성상 과거에 1차 생산에 머물러 있을 때와 비교하면, 농어촌 자원을 활용한 직접 생산(1차), 가공(2차), 서비스(3차)를 융합하는 과정에서 여성이 참여할 수 있는 기회가 더 늘어난 것은 분명해 보임. 예를 들면 앞서 사례에서 살펴본 바와 같이 6차산업 우수 농업인 사례에는 여성농업인이 CEO로 소개된 경우를 어렵지 않게 찾아볼 수 있었으며, 농어촌 관광, 체험 프로그램 등에도 여성농업인이 적극적으로 참여하고 있는 사례들이 소개되고 있음. 그리고 6차산업 관련 정책에 따라 지원을 받은 창업 경영체에 고용되는 인력으로 여성의 참여가 이루어지고 있음을 확인할 수 있었음. 물론 고용 형태는 상시고용과 임시고용을 모두 아우르고 있었고 이 중에서 특히 고용불안정이 상대적으로 큰 임시고용에 여성이 다수 고용되어 있는 경향이 있기는 함. 현재 6차산업 지원정책과 창업 매뉴얼이 개발되어 있으나,

여성의 애로와 요구까지를 고려하고 있지는 못함. 여성맞춤형 매뉴얼이 개발된다면 여성들에게 더 큰 도움을 줄 수 있을 것임. 또한 여성들이 겪는 창업의 어려움과 성공요인을 사례집으로 접근할 수 있도록 하면 도움이 될 것임.

- 셋째, 여성들이 농어촌의 6차산업 창업에 참여할 수 있도록 지원하기 위한 농어촌형 새일센터는 아직 운영 초기 단계로 종사자들의 전문성이 크게 미흡한 상황임. 창업을 할 수 있는 자원의 파악, 창업 교육, 교육 후 창업까지의 연계 등 농어촌 창업을 지원할 수 있도록 새일센터의 전문성을 제고하기 위한 방안이 시급하게 요구됨. 여성가족부의 지원은 물론 농림축산식품부, 농진청 등과의 연계체제 구축이 필요할 것임.

제 4 장

농촌 여성의 6차산업 참여 실태조사

- 본 장에서는 농촌 여성의 6차산업 참여 실태와 우수 사례 조사 결과를 분석하였음. 본 실태조사와 우수 사례 조사의 목적은 6차산업 창업과 관련하여 여성의 참여 특성을 파악하는 데 있음. 실태 조사는 6차산업 여성창업가를 대상으로 설문하는 방식으로 수행하였으며, 우수 사례 조사는 현장조사와 대표자 인터뷰 방식을 통해 수행되었음.

1. 조사 개요

1.1. 조사 설계

- 설문지는 1차적으로 문헌연구를 참고하고 연구진 회의를 통하여 작성하였으며, 이후 4명의 전문가로부터 서면 자문과 1:1 대면 자문을 받아서 연구진이 수정, 보완하였음. 마지막으로 예비조사를 겸한 현장 전문가(6차산업 창업가) 3명의 자문을 통하여 최종적으로 설문지를 확정하였음. 조사 대상은 1차

적으로 6차산업 담당자에게 6차산업 리스트를 받아서, 연구진이 직접 전화 하여 대표자 성별을 확인하고 여성창업가 리스트를 작성하였음. 2차적으로 여성창업가 명단 중 권역별 분포, 사업체 규모, 사업체 조직 특성 등을 고려 하여 조사 대상을 선택하였음. 설문조사는 여성창업가들에게 연구진이 설문 조사 협조를 구한 후 11월 2일부터 17일까지 이메일로 설문조사를 실시하였 음. 총 66부를 수거하였으며, 분석이 어려운 1부를 제외한 65부를 분석하였 음. 모든 질문에 응답을 유도하기 위하여 응답하지 않은 항목은 전화를 통하 여 응답을 완성하였음.

1.2. 조사 내용

- 설문을 통한 조사 내용은 6차산업 창업동기, 사업체 특성 및 운영 현황, 사 업체 운영상의 애로사항, 6차산업 관련 여성창업가 지원제도 인식, 응답자 의 인구사회학적 배경 등으로 구성하였음.

표 4-1. 설문조사 내용

설문 영역	설문 내용
I. 6차산업 창업 동기	1. 6차산업 인지 정도 2. 6차산업 창업동기 3. 창업에 걸린 준비기간
II. 사업체 특성 및 운영 현황	1. 6차산업 사업체 특성 2. 현재 시점에서 창업의 성과 3. 사업체의 1년 매출액 4. 사업체의 연간 운영(가동) 일수
III. 6차산업 사업체 운영 애로 사항	1. 애로사항 발생 부분 1-1. 가장 큰 애로사항 3가지 2. 6차산업 창업 지원제도 인지 여부 및 활용경험과 각 제도의 도움 정도 2-1. 지원 기관 및 지원 받은 사업

설문 영역	설문 내용
IV. 6차산업 관련 여성창업가 지원제도	1. 여성과 6차산업의 관계에 대한 인식 2. 창업 당시 준비 정도 3. 6차산업 창업 지원제도에 대한 만족도 4. 6차산업화 분야 창업여성 대상 맞춤형 지원정책 필요성 인식 5. 6차산업 창업여성 대상 지원제도 중요성 인식 6. 6차산업 여성창업 지원제도 서비스 제공의 적절성 인식
V. 응답자의 인구사회학적 배경	연령, 거주 지역, 학력, 배우자의 6차산업 참여 여부 등

1.3. 응답자 특성

- 본 설문에서 조사한 응답자 특성은 연령, 거주 지역, 학력, 배우자의 6차산업 참여 여부, 귀농·귀촌 여성 여부임. 첫째, 응답자 연령은 40대가 40%를 차지하여 가장 많은 것으로 나타났음. 이어서 50대가 35.4%, 60대 이상이 16.9%, 30대 미만은 7.7%를 차지했음. 둘째, 거주 지역은 충청·강원권이 40%로 가장 많았으며, 호남·제주권이 26.2%, 영남권과 수도권이 동일하게 16.9%를 차지했음. 학력은 고등학교 졸업자가 38.5%, 4년제 대학 졸업자가 33.8%를 차지하였음. 다음으로 전문대 졸업자가 15.4%, 대학원 이상 7.7%, 중졸 이하 4.6%로 나타났음. 셋째, 배우자가 6차산업에 참여한다고 응답한 비율은 69.2%인 데 반해 참여하고 있지 않다고 응답한 비율은 23.1%였음. 마지막으로, 귀농·귀촌 여성 여부를 묻는 질문에서 63.1%가 귀농·귀촌 여성인 것으로 나타났음.

표 4-2. 응답자 인구학적 특성

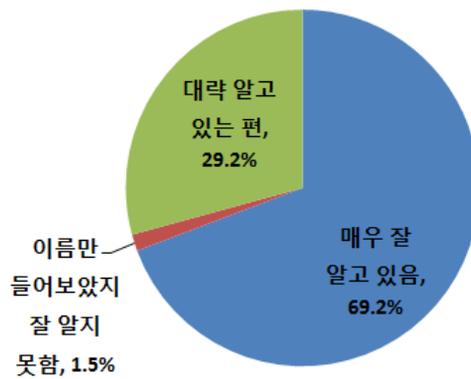
		사례 수(명)	비율(%)
전 체		65	100.0
연 령	30대 미만	5	7.7
	40대	26	40.0
	50대	23	35.4
	60대 이상	11	16.9
거주 지역	수도권	11	16.9
	충청·강원권	26	40.0
	호남·제주권	17	26.2
	영남권	11	16.9
학 령	중졸 이하	3	4.6
	고등학교 졸업	25	38.5
	전문대 졸업	10	15.4
	4년제 대학 졸업	22	33.8
	대학원 이상	5	7.7
배우자 6차산업 참여 여부	참여하지 않음	15	23.1
	참여하고 있음	45	69.2
	배우자가 없음	5	7.7
귀농·귀촌 여성 여부	귀농·귀촌 여성 아님	24	36.9
	귀농·귀촌 여성임	41	63.1

2. 조사 결과 분석

2.1. 6차산업 창업 동기

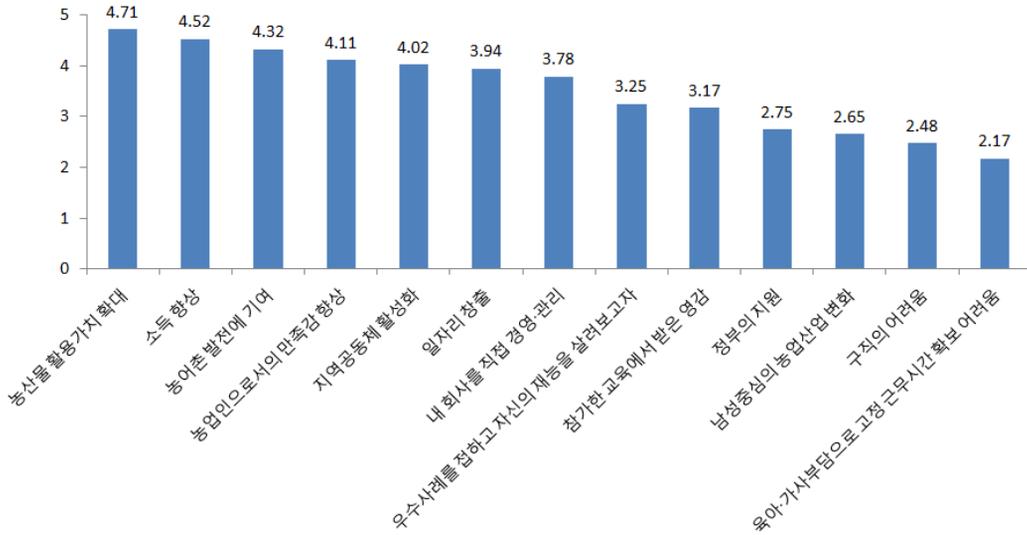
- 6차산업 인지 정도를 묻는 설문에서 응답자의 69.2%는 매우 잘 알고 있고, 29.2%는 대략 알고 있는 편이라고 응답했음.

그림 4-1. 6차산업 인지 현황



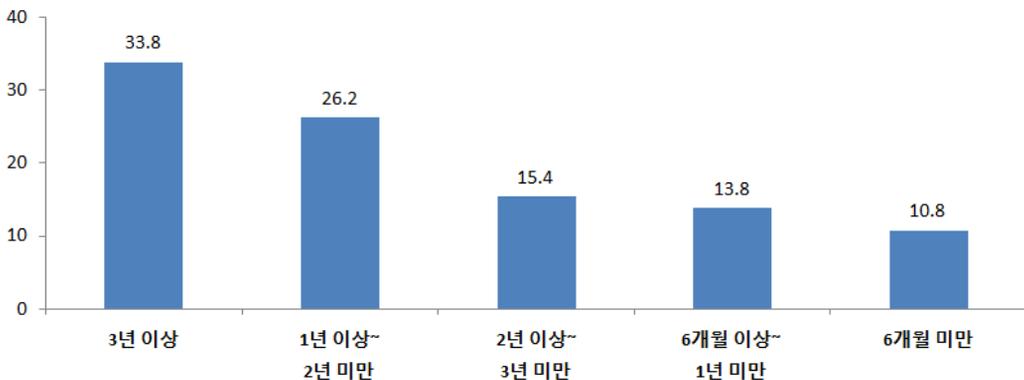
- 6차산업 창업 동기 중 가장 높은 점수를 획득한 동기는 ‘농산물 활용가치를 확대하고 싶다’로 5점 만점에 4.71점을 기록하였음. 이외에 비교적 높은 점수를 받은 동기로 ‘소득 향상’이 4.52점, ‘농어촌 발전에 기여하고 싶어서’는 4.32점, ‘농업인으로서의 만족감 향상’이 4.11점, ‘마을 등 지역공동체 활성화’는 4.02점을 보여주고 있음. 3점대를 기록한 동기를 보면 ‘일자리 창출’이 3.94점, ‘내 회사를 직접 경영·관리하고 싶어서’가 3.78점, ‘우수 사례에 대한 방송이나 견학을 계기로 자신의 재능을 살려보기 위해서’가 3.25점, ‘참가한 교육에서 영감을 얻어서’가 3.17점이었음. 농산물 활용가치 확대나 농어촌 발전에 기여, 농업인으로서의 만족감 향상과 같이 적극적인 동기가 더 큰 영향을 미쳤음을 알 수 있음.

그림 4-2. 6차산업 창업 동기



○ 창업 준비기간 중 가장 높은 응답률을 차지한 기간은 3년 이상으로 33.8%를 차지했음. 다음으로 26.2%가 1년 이상~2년 미만, 15.4%는 2년 이상~3년 미만 창업을 준비한 것으로 나타났음. 상대적으로 짧은 기간인 6개월 이상~1년 미만은 13.8%, 6개월 미만은 10.8%로 낮은 비중을 차지했음.

그림 4-3. 창업 준비기간



2.2. 사업체 특성 및 운영 현황

- 사업체 특성 및 운영 현황과 관련하여 설립연도, 창업당시 여성대표자 신분, 조직형태, 종사자 수, 농산물 생산 여부를 조사하였음. 첫째, 사업체 설립은 53.8%가 2010년 이후에 설립된 것으로 나타나 신생 기업이 많은 것으로 나타났다. 다음으로 2005~2009년에 설립된 비율이 26.2%, 2000~2004년이 12.3%, 1995~1999년 7.7%로 2005년 이후 설립된 사업체가 80%에 달함. 둘째, 창업당시 여성대표자의 신분은 여성농업인이 69.2%로 비농가여성 30.8%보다 두 배 이상 많음. 셋째, 사업체 조직 형태는 영농조합 법인이 47.7%로 가장 많았고, 농업회사 법인이 21.5%, 사회적 경제 조직이 9.3%를 차지했음. 반면 법인화되지 않은 경우도 21.5%를 차지했음. 셋째, 종사자 수는 5~9명인 경우가 40%로 가장 많았고 그보다 적은 규모인 3~4명이 29.2%, 2인 이하가 12.4%로 나타났다. 비교적 큰 규모인 10~29명인 경우는 15.4%, 30인 이상은 3.1%로 나타났다. 넷째, 농산물 생산 여부에서 농산물을 생산하고 있는 경우가 86.2%로 대부분을 차지했음.

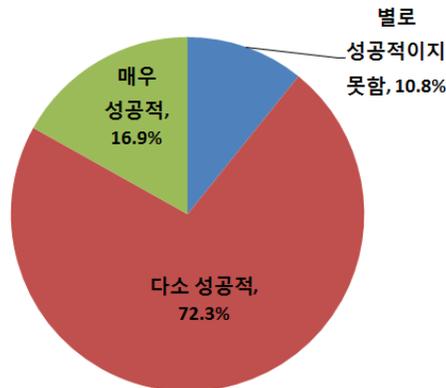
표 4-3. 사업체 특성 및 운영 현황

		사례 수 (명)	비율(%)
전체		65	100.0
사업체 설립연도	1995-1999년	5	7.7
	2000-2004년	8	12.3
	2005-2009년	17	26.2
	2010년 이후	35	53.8
창업 당시 여성대표자 신분	여성농업인	45	69.2
	비농가여성	20	30.8
사업체 조직형태		31	47.7
영농조합법인		14	21.5
농업회사법인			
사회적 경제조직		6	9.3

		사례 수 (명)	비율(%)
전체		65	100.0
법인화되지 않은 농가		14	21.5
종사자 수	2인 이하	8	12.3
	3-4인	19	29.2
	5-9인	26	40.0
	10-29인	10	15.4
	30인 이상	2	3.1
농산물 생산 여부	생산하고 있지 않음	9	13.8
	생산하고 있음	56	86.2

- 현 시점에서의 창업 성과를 평가한 설문에서 매우 성공적이라 응답한 비율은 16.9%였으며, 72.3%가 다소 성공적이라고 응답했음³².

그림 4-4. 창업 성과 평가

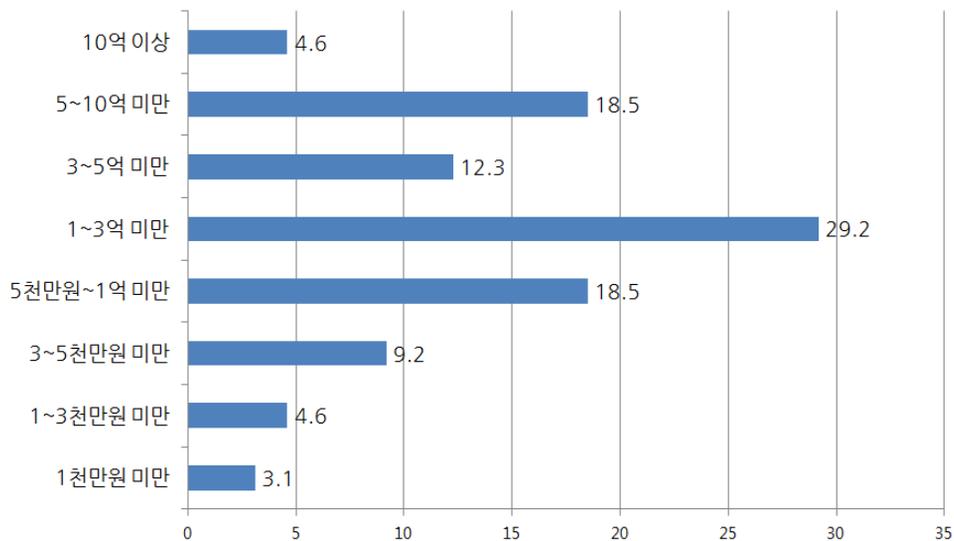


- 2014년 기준 연간 매출액에서 가장 높은 비율을 차지한 것은 1억 이상~3억 미만으로 29.2%를 나타냈음. 매출액 1억 이상~3억 미만 구간을 기준으로

³² 본 조사의 대상이 비교적 성공한 사업체를 대상으로 한 것도 긍정적인 평가의 원인일 수 있을 것임.

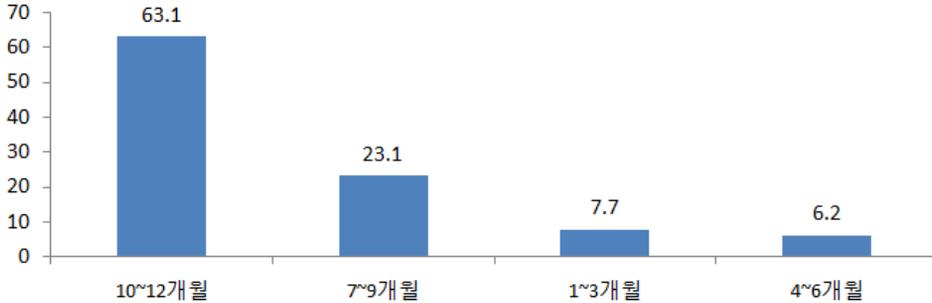
정규분포 하는 것으로 볼 수 있음. 다음으로 5천 만 원 이상~1억 미만, 5억 이상~10억 미만이 동일하게 18.5%를 차지했음. 3~5억 미만은 12.3%, 3천만 원 이상~5천만 원 미만은 9.2%, 1천만 원 이상~3천만 원 미만과 10억 이상은 동일하게 4.6%를 기록했음. 가장 낮은 구간인 1천만 원 미만이라고 응답한 비율은 3.1%로 나타났음.

그림 4-5. 1년 매출액



- 연간 운영일 수 및 공장 가동일 수 조사에서 10개월 이상 운영을 하는 업체가 63.1%로 대부분을 차지했음. 7~9개월은 23.1%, 1~3개월이 7.7%였고, 4~6개월이 6.2%로 가장 낮은 비중을 차지했음.

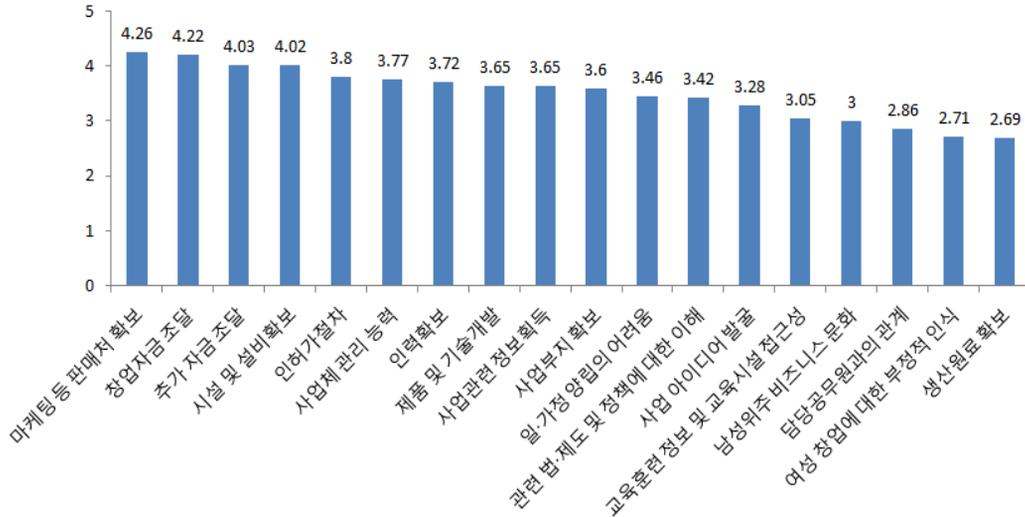
그림 4-6. 연간 운영일 수(공장 가동일 수)



2.3. 6차산업 사업체 운영의 애로사항

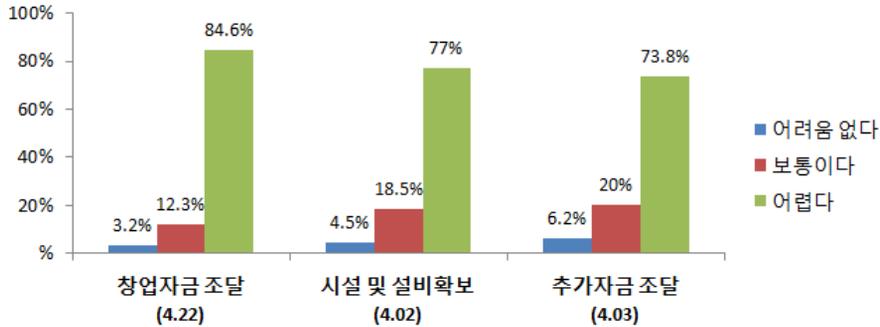
- 6차산업 창업과 관련하여 발생할 수 있는 애로사항에서 각각 어느 정도 어려움을 겪고 있는지를 응답하도록 했음. 애로사항을 각각 살펴보면 마케팅 등 판매처 확보가 4.26점으로 가장 높은 점수를 받았음. 창업자금 조달(4.22), 추가 자금 조달(4.03), 시설 및 설비확보(4.02)도 4점 이상을 받아 6차산업을 운영하는 여성들이 상대적으로 큰 어려움을 느끼는 사항으로 나타났음. 3점대를 기록한 애로사항은 인허가 절차(3.8), 사업체 관리 능력(3.77), 인력확보(3.72), 제품 및 기술개발(3.65), 사업 관련 정보 획득(3.65), 사업부지 확보(3.6), 일·가정 양립의 어려움(3.46), 관련 법·제도 및 정책에 대한 이해(3.42), 사업 아이디어 발굴(3.28), 교육훈련 정보 및 교육시설 접근성(3.05), 남성위주 비즈니스 문화(3.0) 등 11개에 달함. 담당 공무원과의 관계(2.86), 여성창업에 대한 사회의 부정적 인식(2.71), 생산 원료 확보(2.69)는 2점대를 기록하여 상대적으로 어려움이 적은 애로사항으로 나타났음. 결론적으로 여성 6차산업 창업가들이 겪고 있는 핵심 애로사항은 마케팅 등 판매처 확보와 자금 조달(창업자금, 추가 자금, 시설 및 설비확보)과 같은 재정적 부문에 집중되어 있음을 알 수 있어 이에 대한 지원 방안 마련이 중요하다 할 수 있음.

그림 4-7. 애로사항



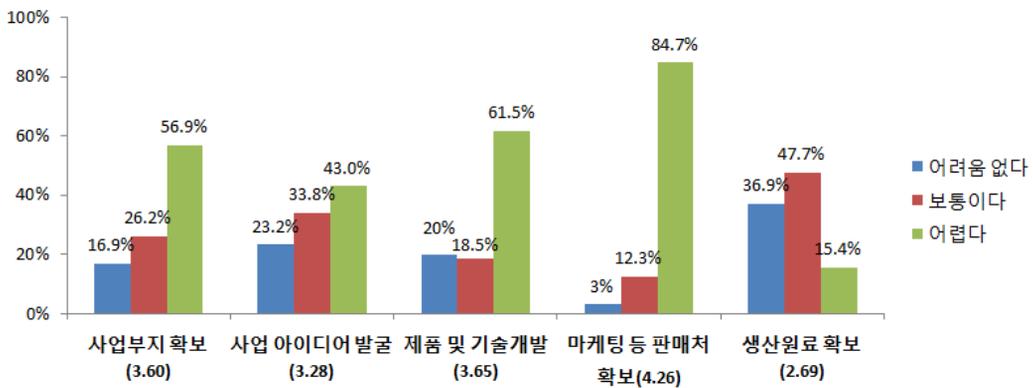
- 요인 분석을 통하여 세부 항목을 자금 조달 애로사항, 제품 생산 및 판매 관련 애로사항, 사업 환경에서 발생하는 애로사항, 정책 접근의 어려움, 조직 관리 어려움으로 구분하여 살펴보았음.
- 자금 조달과 관련한 애로사항을 창업자금 조달, 시설 및 설비확보, 추가 자금 조달로 구분하였을 때, 창업자금 조달이 5점 중 4.22점으로 조사되어 시설 및 설비확보(4.02점)와 추가 자금 조달(4.03점) 보다 더 큰 어려움으로 작용하는 것을 알 수 있음. 창업자금 조달의 어려움을 묻는 질문에서 84.6%가 어려움을 겪었다고 답했으며, 어려움이 없었다는 응답은 3.2%에 불과했음. 시설 및 설비확보에서는 77%가 어렵다고 답했으며, 보통이라고 답한 비율은 18.5%, 어렵다고 답한 비율은 4.5%였음. 추가자금 조달에서는 73.8%가 어렵다고 답했으며, 보통이다가 20%, 어려움 없다가 6.2%였음.

그림 4-8. 자금조달 애로사항



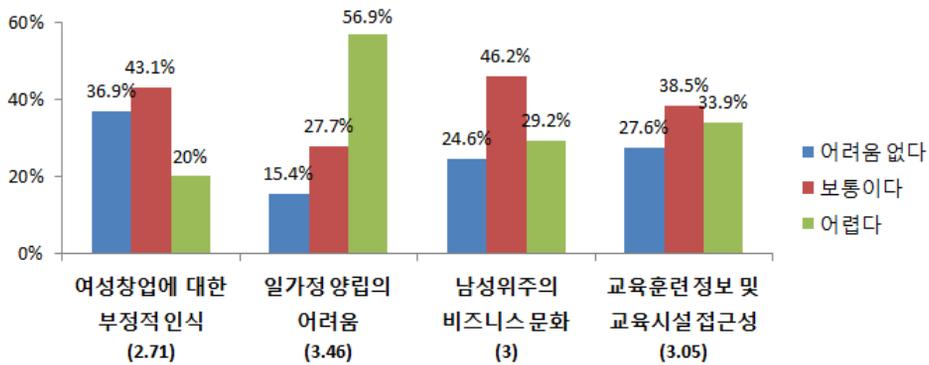
- 제품 생산 및 판매 관련 애로사항은 사업부지 확보, 사업 아이디어 발굴, 제품 및 기술개발, 마케팅 등 판매처 확보, 생산 원료 확보로 구분하였음. 이 중 가장 어려움의 정도가 큰 것은 4.26점을 기록한 마케팅 등 판매처 확보로 나타났음. 이어서 제품 및 기술개발이 3.65점, 사업부지 확보가 3.6점, 사업 아이디어 발굴이 3.28점, 생산 원료 확보 2.69점으로 조사되었음. 어려움이 있다고 응답한 비율은 마케팅 등 판매처 확보에 84.7%, 제품 및 기술개발 61.5%, 사업부지 확보 56.9%, 사업 아이디어 발굴 43%임.

그림 4-9. 제품 생산 및 판매 관련 애로사항



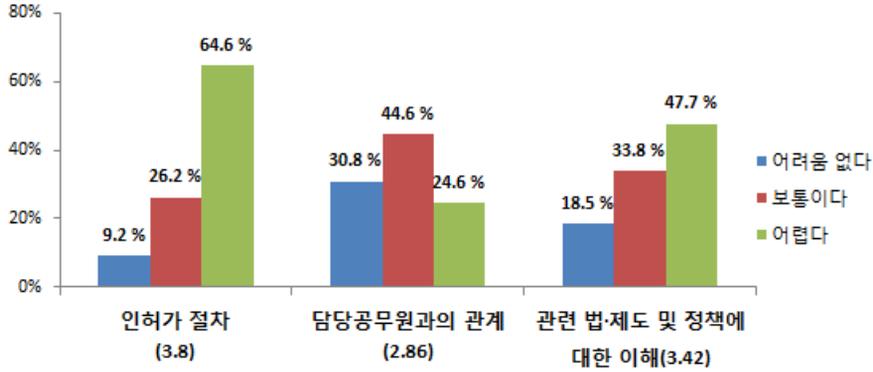
- 여성으로서 겪는 어려움과 관련한 질문에서 가장 높은 점수를 받은 애로사항은 일·가정 양립의 어려움으로 3.46점으로 조사되었음. 이어서 교육훈련 정보 및 교육시설 접근성이 3.05점, 남성위주의 비즈니스 문화가 3점, 여성창업에 대한 부정적인 사회 인식이 2.71점이었음. 어려움이 있다고 응답한 비율은 일·가정 양립에서 56.9%, 교육훈련 정보 및 교육시설 접근에 33.9%, 남성위주의 비즈니스 문화 29.2%, 여성창업에 대한 부정적 인식 20%로 나타났다.

그림 4-10. 사업 환경에서 발생하는 애로사항



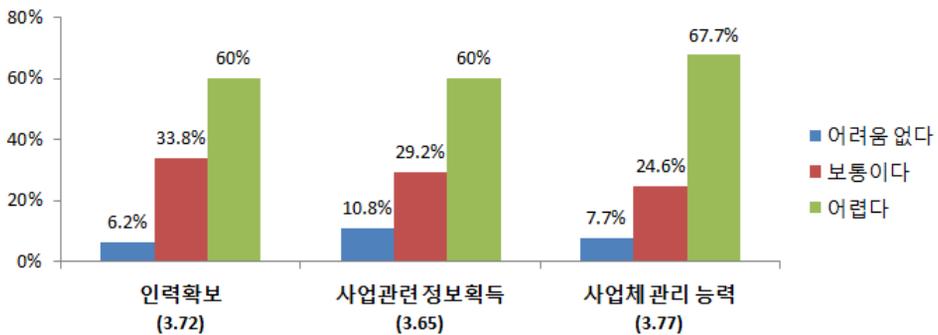
- 사업 운영 시 정책 접근에 겪는 어려움은 인허가 절차, 담당공무원과의 관계, 관련 법·제도 및 정책에 대한 이해로 구분하였음. 이 중 가장 어려움이 큰 것은 인허가 절차(3.8점)로 나타났다. 다음은 관련 법·제도 및 정책에 대한 이해 3.42점, 담당공무원과의 관계 2.86점임. 어려움을 겪는다고 응답한 비율은 인허가 절차에 64.6%, 관련 법·제도 및 정책에 대한 이해 47.7%, 담당공무원과의 관계 24.6%로 나타났다.

그림 4-11. 정책 접근의 어려움



○ 조직 관리와 관련한 애로사항은 인력 확보, 사업 관련 정보 획득, 사업체 관리 능력으로 구분하였음. 어려운 정도에 대한 5점 척도 설문 결과 사업체 관리 능력이 3.77점, 인력 확보 3.72점, 사업 관련 정보 획득 3.65점으로 차이가 거의 없었음. 어려움을 겪는다고 응답한 비율은 사업체 관리 능력에 67.7%, 인력 확보와 사업 관련 정보 획득 60%로 나타났음.

그림 4-12. 조직 관리의 어려움



- 18개 애로사항을 순위별로 조사한 결과 1순위 애로사항에는 마케팅 등 판매처 확보(21.5%)와 창업자금 조달(20%)이 1, 2위를 차지했음. 2순위 애로사항에서도 마케팅 등 판매처 확보(16.9%)와 창업자금 조달(12.3%)이 1, 2위를 차지했음. 이어서 시설 및 설비 확보와 인력 확보도 각각 10.8%씩의 응답을 받았음. 순위별 조사결과 마케팅 등 판매처 확보, 창업자금 조달에서 가장 큰 어려움을 겪는 것으로 나타났으며, 시설 및 설비 확보도 주요 애로사항임을 알 수 있음.

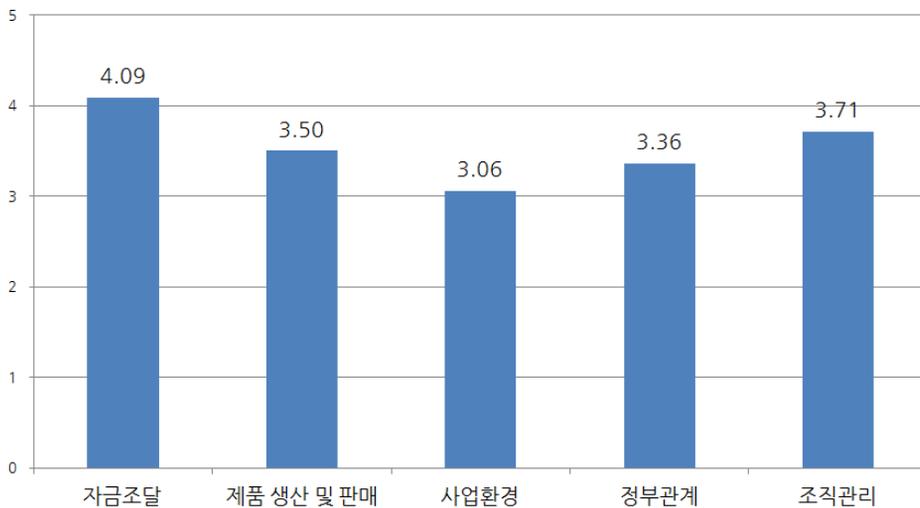
표 4-4. 6차산업 사업체 운영상 주요 애로사항

단위 : %

애로사항	1순위	2순위	3순위
인허가절차	9.2	9.2	4.6
사업부지 확보	10.8	4.6	1.5
창업 자금 조달	20.0	12.3	3.1
인력확보	3.1	10.8	4.6
사업아이디어 발굴	-	3.1	6.2
제품 및 기술개발	4.6	7.7	12.3
마케팅 등 판매처 확보	21.5	16.9	15.4
시설 및 설비확보	6.2	10.8	13.8
여성창업에 대한 사회의 부정적 인식	-	-	-
일·가정 양립의 어려움	3.1	1.5	6.2
사업관련 정보획득의 불편함	1.5	4.6	3.1
남성위주의 비즈니스 문화	3.1	1.5	-
사업체 관리 능력	3.1	4.6	10.8
담당공무원과의 관계	-	-	1.5
생산원료 확보	-	-	3.1
사업체 운영 시 추가자금 조달	9.2	9.2	6.2
6차산업과 관련된 교육훈련 정보 및 교육시설 접근성	-	-	1.5
6차산업 분야와 관련된 법·제도 및 정책에 대한 이해	4.6	3.1	6.2
전체	65명(100)	65명(100)	65명(100)

- 본 연구에서 설문조사한 18가지 애로사항을 자금조달, 제품 생산 및 판매, 사업 환경, 정책 접근, 조직관리 영역으로 구분한 결과 가장 애로사항이 큰 영역은 4.09점을 기록한 자금 조달로 나타났음. 다음으로 조직 관리(3.71), 제품 생산 및 판매(3.5), 정책 접근(3.36) 순으로 나타났고 가장 낮은 수준의 애로사항을 보여준 영역은 3.06점을 기록한 사업 환경이었음.

그림 4-13. 영역별 애로사항



2.4. 6차산업 관련 여성창업가에 대한 지원제도

- 6차산업 관련 여성창업가 지원제도 영역에서는 여성과 6차산업 창업과의 관계 인식, 창업 당시 준비 정도, 6차산업 분야 여성창업 지원제도들에 대한 만족도, 농업의 6차산업화분야 창업여성 대상 맞춤형 지원정책 필요성 인식, 6차산업 창업여성 대상 지원제도 중요성 인식, 6차산업 여성창업 지원제도 서비스 제공의 적절성 인식 등을 조사하였음.

- 6차산업 창업 지원제도의 인지 정도를 묻는 설문에서 가장 인지도가 높은 제도(약간 알고 있음 이상)는 창업자금 지원이고, 경영 역량 강화·교육 지원, 컨설팅제도에 대한 인지도도 높은 편임. 반면 수출 지원, 연구개발(R&D) 지원, 출원, 인증 및 평가 지원의 경우 모른다고 응답한 비율이 각각 63.1%, 60%, 61.5%로 나타나 저조한 인지도를 보임.

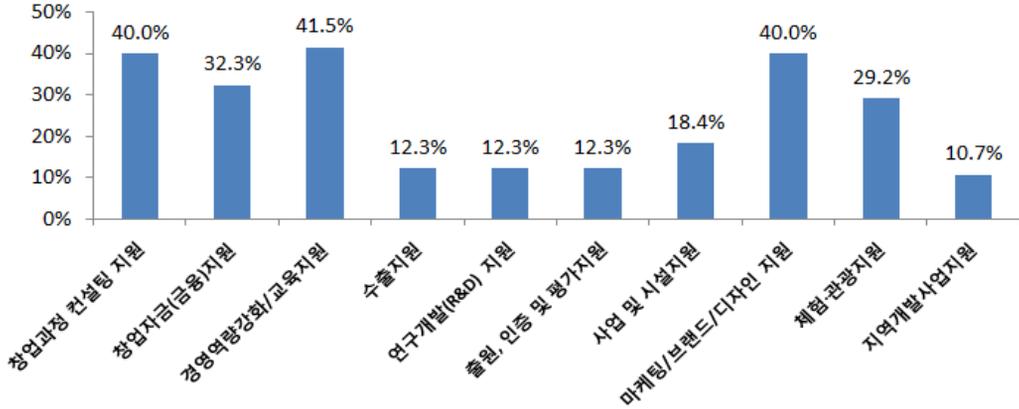
표 4-5. 6차산업 창업 지원제도 인지 현황

단위 : %

	모름	약간 알고 있음	잘 알고 있음	합계
창업과정 컨설팅 지원	29.2	52.3	18.5	100(65명)
창업자금(금융) 지원	27.7	55.4	16.9	100(65명)
경영역량강화·교육 지원	29.2	47.7	23.1	100(65명)
수출 지원	63.1	26.2	10.8	100(65명)
연구개발(R&D) 지원	60.0	27.7	12.3	100(65명)
출원, 인증 및 평가 지원	61.5	23.1	15.4	100(65명)
사업 및 시설지원	32.3	53.8	13.8	100(65명)
마케팅·브랜드·디자인 지원	36.9	43.1	20.0	100(65명)
체험·관광 지원	33.8	50.8	20.0	100(65명)
지역개발사업 지원	55.4	32.3	12.3	100(65명)

- 6차산업 분야에서 창업을 지원하는 제도를 잘 알고 있거나 약간이라도 알고 있는 응답자를 대상으로 각 제도별 수혜 경험 여부를 조사하였음. 경영 역량 강화·교육 지원 제도가 41.5%로 가장 높은 이용률을 보였음. 창업 과정 컨설팅 지원과 마케팅·브랜드·디자인 지원도 각각 40%가 이용 경험이 있는 것으로 나타났음. 상대적으로 낮은 이용률을 보여주는 제도로는 수출 지원(12.3%), 연구개발(R&D) 지원(12.3%), 출원, 인증 및 평가 지원(12.3%)으로 나타났으며, 지역개발 사업 지원제도를 이용한 응답자는 10.7%로 이용률이 가장 낮았음.

그림 4-14. 지원사업 수혜 경험



- 지원사업을 이용해 본 응답자들을 대상으로 어느 정도 도움이 되었는지 조사한 결과 전반적으로 만족도가 높았음. 그 중 매우 도움이 되었던 제도는 창업자금(금융) 지원으로 71.4%가 매우 도움이 되었다고 응답했음. 연구개발(R&D) 지원, 마케팅·브랜드·디자인 지원도 각각 62.5%, 61.5%가 매우 도움이 되었다고 응답했음. 반면 경영 역량 강화·교육 지원, 수출 지원, 지역개발 사업 지원의 경우 매우 도움 되었다고 응답한 비율이 각각 29.6%, 25%, 14.3%로 비교적 낮은 수치를 보였음.

표 4-6. 지원사업 도움 정도

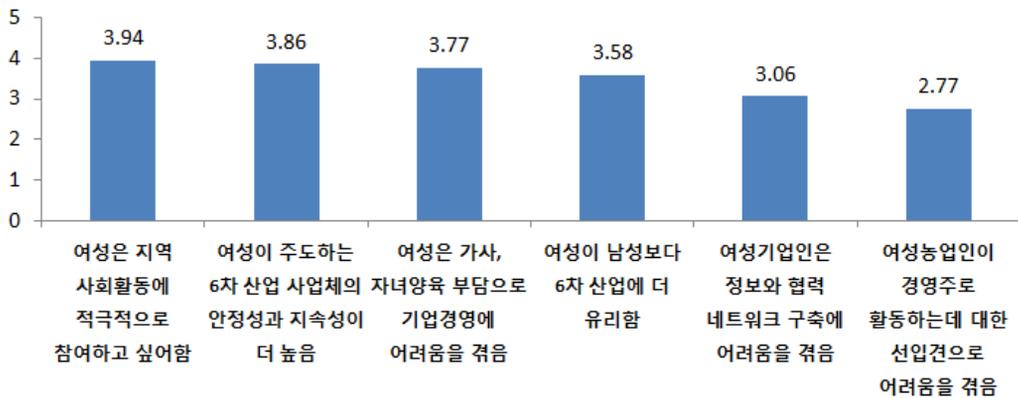
단위 : %

지원사업	별로 도움 되지 않음	약간 도움	매우 도움	합계
창업과정 컨설팅 지원	-	50.0	50.0	100(26명)
창업자금(금융) 지원	-	28.6	71.4	100(21명)
경영역량강화/교육지원	3.7	66.7	29.6	100(27명)
수출지원	-	75.0	25.0	100(8명)
연구개발(R&D) 지원	-	37.5	62.5	100(8명)
출원, 인증 및 평가지원	13.3	33.3	53.3	100(8명)

지원사업	별로 도움 되지 않음	약간 도움	매우 도움	합계
사업 및 시설지원	4.5	40.9	54.5	100(12명)
마케팅/브랜드/디자인 지원	-	38.5	61.5	100(26명)
체험·관광지원	-	57.9	42.1	100(19명)
지역개발사업지원	-	85.7	14.3	100(7명)

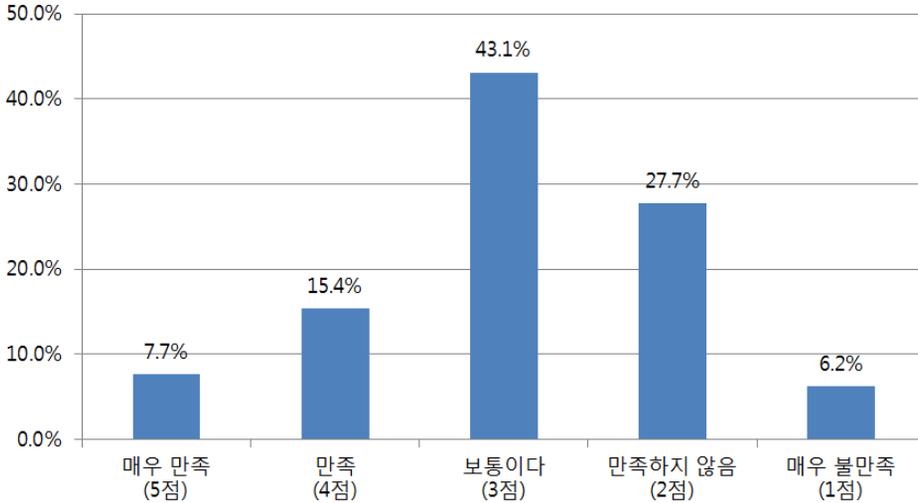
- 여성과 6차산업 창업과의 관계 인식을 묻는 설문에서 ‘여성이 지역 사회활동에 적극적으로 참여하고 싶어 한다’에 5점 만점에 3.94점 정도로 동의했음. ‘여성이 주도하는 6차산업 사업체의 안정성과 지속성이 더 높다’에는 3.86점, ‘여성은 가사, 자녀양육 부담으로 기업경영에 어려움을 겪는다’에는 3.77점, ‘여성이 남성보다 6차산업에 더 유리하다’에 3.58점으로 보통 이상 수준으로 동의하였음. 결과적으로 여성과 6차산업의 관계를 긍정적으로 인식하는 편이라고 할 수 있음.

그림 4-15. 여성과 6차산업 창업에 대한 인식



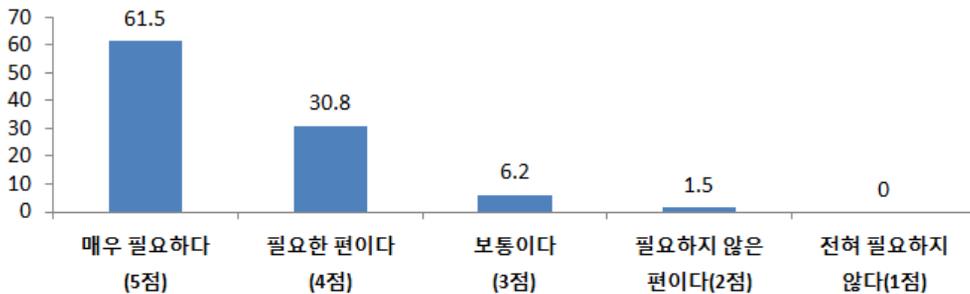
- 6차산업 분야 여성창업을 위한 창업 지원제도에 대한 만족도 조사 결과 5점 척도에서 평균 2.91점의 만족도를 보여주었음. 보통이다가 43.1%로 가장 많았으며, 만족과 매우 만족은 각각 15.4%, 7.7%로 전반적으로 만족한다고 한 비율이 23.1%에 불과했음.

그림 4-16. 6차산업 여성창업을 위한 창업 지원제도 만족도



- 6차산업 분야에서 여성창업가를 대상으로 하는 맞춤형 지원정책이 어느 정도 필요한지를 묻는 설문에서 응답자의 61.5%가 매우 필요하다고 응답했으며, 30.8%가 필요한 편이라고 응답했음. 평균값은 5점 만점에 4.52점으로 높은 수치를 보여주었음. 현 제도에 대한 만족도가 전반적으로 높지 않고, 맞춤형 지원정책이 필요하다고 응답한 비율이 높은 사실은 현재 운영 중인 6차산업 분야 여성창업가를 위한 창업 지원제도가 개선되어야 함을 시사함.

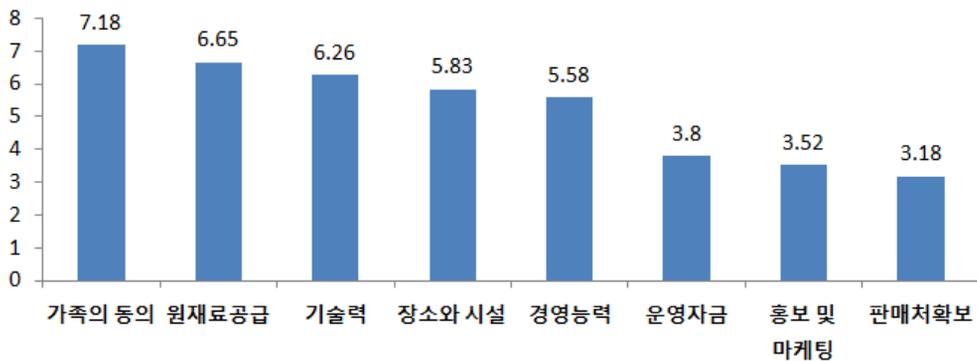
그림 4-17. 6차산업 창업 여성 대상 맞춤형 지원정책의 필요성



2.5. 창업 당시 준비도

- 창업 당시 각 분야별로 어느 정도 창업을 준비했는지에 대한 10점 척도 설문 결과 가족의 동의가 7.18점으로 가장 높았음. 다음으로 원재료 공급에 대한 준비가 6.65점, 기술력이 6.26점으로 비교적 양호했으며, 장소와 시설(5.83점), 경영능력(5.58점)은 보통 수준이었음. 반면 운영 자금(3.8점), 홍보 및 마케팅(3.52점), 판매처 확보(3.18)에 있어서는 상대적으로 준비가 미흡했음.

그림 4-18. 창업 당시 준비 정도



- 6차산업 창업여성 지원제도의 중요성 분석 결과 여성기업 판로 및 판매확대 지원이 4.48점으로 가장 중요하다고 나타났으며, 여성창업자금 지원(4.34점), 실무능력을 배양할 수 있는 전문적 교육(4.34점), 창업이후 지속적인 경영컨설팅(4.31점), 창업단계에서의 창업상담(4.09점), 여성창업자간 네트워크 형성(4.05점), 여성창업 및 경영교육 강좌개설(3.92점), 해외시장 개척 및 해외투자 지원(3.91점), 여성창업보육센터 설치 및 운영(3.71점) 순으로 나타났음.
- 적절성 분석은 정부가 제공하고 있는 6차산업 여성창업가 지원 서비스가 현장에서 어느 정도 적절하다고 인식되고 있는지를 보여주고 있음. 여성창업 및 경영교육 강좌 개설이 2.77점으로 가장 높게 나타났으며, 실무능력을 배

양할 수 있는 전문적 교육(2.69점), 여성기업 판로 및 판매 확대 지원(2.68점), 여성창업자간 네트워크 형성(2.68점), 창업 이후 지속적인 경영컨설팅(2.66점), 창업단계에서의 창업 상담(2.66점), 여성창업자금 지원(2.65점), 여성창업보육센터 설치 및 운영(2.54점), 해외시장 개척 및 해외투자 지원(2.48점) 순으로 나타났음. 적절성 분석 결과 3점 이상을 받은 제도가 없다는 점은 현재 운영 중인 지원제도가 전반적으로 6차산업 참여 여성의 기대를 충분히 만족시키지 못하고 있음을 의미함.

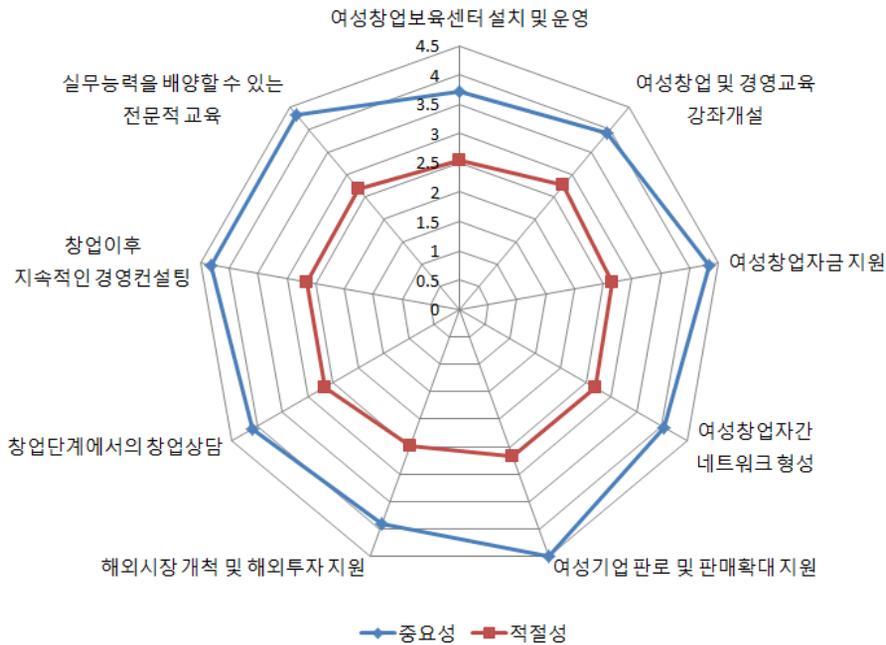
- 보다 구체적인 분석을 하기 위해 격차분석(Gap)을 한 결과, 여성기업 판로 및 판매 확대 지원이 1.8점으로 가장 중요성과 적정성 간의 격차가 가장 큰 것으로 나타났음. 이어서 여성창업자금 지원(1.69점), 창업 이후 지속적인 경영컨설팅(1.65점), 실무능력을 배양할 수 있는 전문적인 교육내용(1.65점), 해외시장 개척 및 해외투자 지원(1.43점), 창업단계에서 창업상담(1.43점), 여성창업자간 네트워크 형성(1.37점) 순으로 나타났음. 여성창업보육센터 설치 및 운영(1.17점)과 여성창업 및 경영교육 강좌 개설(1.15점)은 상대적으로 낮은 격차를 보여주었음.

표 4-7. 지원 제도 중요성과 서비스 제공 적절성 분석

	중요성			적절성			격차(gap)	격차순위
	평균	표준편차	순위	평균	표준편차	순위		
여성창업보육센터 설치 및 운영	3.71	.785	8	2.54	1.001	6	1.17	8
여성창업 및 경영교육 강좌개설	3.92	.714	6	2.77	.932	1	1.15	9
여성창업자금 지원	4.34	.756	2	2.65	1.243	5	1.69	2
여성창업자간 네트워크 형성	4.05	.779	5	2.68	1.062	3	1.37	7
여성기업 판로 및 판매확대 지원	4.48	.731	1	2.68	1.147	3	1.80	1

	중요성			적절성			격차 (gap)	격차순위
	평균	표준편차	순위	평균	표준편차	순위		
해외시장 개척 및 해외투자 지원	3.91	.931	7	2.48	1.091	7	1.43	5
창업단계에서 창업상담	4.09	.879	4	2.66	1.065	4	1.43	5
창업이후 지속적인 경영컨설팅	4.31	.828	3	2.66	1.108	4	1.65	3
실무능력을 배양할 수 있는 전문적인 교육내용	4.34	.853	2	2.69	1.089	2	1.65	3

그림 4-19. 지원 제도 중요성과 서비스 제공 적절성 분석



- 6차산업 분야에서 여성창업가가 성공하기 위해서 가장 중요한 지원제도를 순위별로 설문한 결과 1순위, 2순위에서 모두 여성창업자금 지원과 여성기업 판로 및 판매 확대 지원이 최상위권에 있는 것으로 나타났다. 여성창업

자금 지원의 경우 1순위에서 38.5%, 2순위에서 15.9%로 각각 1, 2위를 차지하였고, 여성기업 판로 및 판매 확대 지원은 1순위에서 23.1%, 2순위에서 38.5%로 각각 2, 1위를 차지하였음. 3순위에서는 창업이후 지속적인 경영 컨설팅(33.8%), 실무능력을 배양할 수 있는 전문적인 교육내용(26.2%)이 각각 1, 2위를 차지하였음. 이들 지원 제도는 1, 2순위에서도 각각 3위를 차지하였음. 1, 2순위 결과는 창업 초기 가장 수요가 많은 제도가 여성을 대상으로 한 창업자금 지원과 판로 및 판매 확대 지원임을 보여줌.

표 4-8. 6차산업 창업 여성들이 뽑은 중요 지원제도

단위 : %

제 도	1순위	2순위	3순위
여성창업보육센터 설치 및 운영	9.2	4.6	4.6
여성창업 및 경영교육 강좌개설	9.2	6.2	1.5
여성창업자금 지원	38.5	16.9	6.2
여성창업자간 네트워크 형성	-	6.2	7.7
여성기업 판로 및 판매확대 지원	23.1	38.5	9.2
해외시장 개척 및 해외투자 지원	-	4.6	9.2
창업단계에서 창업상담	6.2	7.7	1.5
창업이후 지속적인 경영컨설팅	3.1	10.8	33.8
실무능력을 배양할 수 있는 전문적인 교육내용	10.8	4.6	26.2
전 체	65명(100)	65명(100)	65명(100)

3. 소결

- 6차산업 창업 여성들을 대상으로 한 설문조사 결과 6차산업에 종사하고 있는 여성창업가들은 여성들이 6차산업에서 보다 적극적이고, 안정성과 지속가능성이 있는 기업 활동을 할 수 있다는 자신감을 내비치고 있음을 알 수 있었음. 그러나 이러한 자신감에도 현실적으로 육아·가사를 병행하는 것에 큰 부담을 느끼고 있었고, 창업 초기 판매처 확보, 홍보 및 마케팅, 운영 자금 확보에 어려움을 겪는 것으로 나타났음. 이러한 이유로 창업과정 컨설팅 지원이나 창업자금 지원제도를 인지하고 있는 경우는 많았으나, 수출 지원, 연구개발(R&D) 지원, 출원, 인증 및 평가 지원의 경우 인지도가 상대적으로 낮았음. 실제 제도 활용에 있어서도 창업과정 컨설팅 지원이나 창업자금 지원, 경영 역량 강화, 마케팅·브랜드·디자인 지원은 30~40%대의 이용률을 보이고 있으나, 수출 지원, 연구개발(R&D) 지원, 출원, 인증 및 평가 지원은 수혜 경험이 10% 초반에 그쳤음. 지원제도 만족도 조사에서 5점 만점에 평균 2.91점의 만족도를 보이고 있고, 맞춤형 지원정책의 필요성 조사에서 5점 만점에 4.52점의 높은 점수가 나와, 현재 운영 중인 지원제도의 개선이 필요함을 시사함.
- 보다 구체적인 개선 방향을 모색하기 위해 지원제도 중요성과 실제 서비스 제공의 적절성 간의 격차를 분석한 결과 판로 및 판매확대 지원, 창업자금 지원, 창업이후 지속적인 경영 컨설팅, 실무능력을 배양할 수 있는 전문적인 교육 지원이 상대적으로 격차가 큰 제도임을 알 수 있었음.

제 5 장

성공 사례

- 우수 사례 조사는 현장조사와 대표자 인터뷰 방식을 통해 수행되었음. 우수 사례 조사를 통해서는 여성창업가들이 창업과정에서 직면하는 어려움을 어떻게 극복하고, 얼마나 성공적으로 6차산업 사업체를 운영하고 있는지를 심층적으로 기술하였음.

1. 사례 조사 대상

- 6차산업의 여성사업화 모델 성공사례 선정은 농림축산식품부에서 작성한 ‘6차산업화 우수 사례집’의 사례에 해당하는 가공판매와 체험관광 사업체 중 담당자의 추천을 토대로 1차 선정하였음. 2차로 사업 형태와 성공 모델 등을 고려하여 외부 전문가 자문, 사업체 현장방문 및 사업체 대표 1차 면담, 연구진 회의를 통하여 최종적으로 선정하였음.
- 조사 대상자는 6차산업 사업체를 운영하고 있는 여성창업가로, 사례 조사의 목적은 여성들이 6차산업 사업체를 창업하여 성공하기까지 여성들이 겪었

던 어려움과 성공의 요인을 파악하고자 하였음. 구체적으로 창업의 배경과 성장과정, 사업을 창업하여 운영하면서 느낀 보람과 어려움, 여성들이 전통적으로 담당해 오던 가사노동과 자녀양육 역할과의 갈등 등을 조사하였음. 특히, 여성창업가들을 위한 지원제도가 기업 성과에 얼마나 많은 영향을 미쳤는지, 여성창업이 활성화되기 위해서는 어떠한 지원제도가 뒤따라야 하는지에 대해서도 심층적으로 조사하였음. 조사는 11월 6일부터 11월 20일까지 진행하였음.

2. 성공 사례

2.1. 사례 1 : 약식동원

2.1.1. 사업체 개요

- 농업법인 약식동원(주)의 어가행렬은 한국 전통의 맛과 멋을 중시하는 브랜드로서, 전통 차 및 궁중 요리 전문가 유00 대표가 2013년에 설립하였음. 유 대표가 오랜 기간 궁중 전통요리와 차문화를 공부하면서 터득한 자신만의 노하우로 콩차 및 우영차, 연근차 등을 생산하고 있음. 어가행렬이라는 명칭은 조선시대 정조 임금의 어가 행차인 ‘어가행렬’에 모든 음식과 문화 전통이 함께 따른다는 것을 보고 모티브로 삼고 있음.
- 파주 지역 특산물인 장단콩의 문화적 가치와 상징적 가치에 주목하여, 장단콩을 직접 재배하며 장단콩 이외의 콩잎 등을 다양하게 이용한 특화된 상품의 제조, 가공, 판매와 현장 체험학습을 통한 6차산업 구축과 파주의 로컬푸드 브랜드화에 노력하고 있음.

표 5-1. 약식동원 개요

회사명	농업회사법인 약식동원(주)
설립일	2013년 8월 22일
대표자	유00
소재지	경기도 파주시
업종	제조업(차류, 떡류)
생산품목	콩깍지차, 우영차, 연근차, 콩잎떡, 우영잎떡
주요 거래처	고양파주두레생협, 참좋은소비자 생활협동조합, 은평두레소비자생활협동조합, 김포파주인삼농협 롯데아울렛점, ㈜쌈지농부(롯데 백화점 강남점), 파주장단유통사업단영농조합법인(임진각평화누리공원 소재), 인터넷 판매

자료: 약식동원 내부자료

2.1.2. 창업의 동기와 배경

- 유 대표는 한방건강학을 공부한 경력이 있으며, 농업법인 창업 전에는 지인이었던 한 한방병원 부원장의 추천으로 파주 보건소에서 주최하는 ‘성인병 식생활’ 강의의 강사로 6개월간 활동했음. 강의를 준비하면서 새로운 식단 재료를 찾던 중 우영과 연근에 주목하고 자료조사를 통해 본초학에서 뿐만 아니라 양의학 전공 의사의 책에서도 우영과 연근이 가진 독소배출 및 혈당 조절 효능을 인정하고 있다는 것을 알게 되었음. 또한 수업에서 다룬 식품 중 우영차에 대한 수강생들의 반응이 특히 좋아서 새로운 사업의 소재로 선택하였음.

2.1.3. 창업의 준비와 과정

- 유 대표는 10여 년 동안 한국 전통 음식을 연구하고 판매, 운영 하면서 시대 변화에 맞는 실용 전통 음식을 고민하고, 전통음식으로 간편하고 완전한 식품개발에 대한 사업 아이템을 갖고 있었음. 파주 보건소의 ‘성인병 식생활’

강의에서 몸에 흡수율이 좋은 뿌리채인 우엉, 연근 관련 강의가 심혈관, 당뇨, 암환우들로부터 좋은 호응을 받았고, 그 경험을 바탕으로 우엉차, 연근차를 상품화하여 음식점 사업에서 식품제조 사업으로 전환하였음. 또한 과주 특산물인 ‘장단콩’의 다양한 식생활 활용 방안을 모색하고 있었음. 콩 뿐만 아니라 콩잎, 콩깍지 등에도 많은 영양 성분이 함유 되어 있음을 알고 새로운 상품으로 콩깍지차, 콩잎차를 개발 하게 되었음. 장단콩의 활용 방안을 고민하는 과정에서 농업기술센터를 찾아가 적성에서 콩을 대규모로 재배하는 기업가를 소개받았음. 그 기업가의 소개와 초대로 콩을 주제로 한 학술대회에 참석하여 여러 연구 자료를 수집할 수 있었음.

- 사업의 형태는 농업인들로부터 농산물을 공급받았기 때문에 농업법인으로 창업하였음. 창업 준비를 위해 찾았던 농업기술센터에서 개설한 농업인들을 위한 창업반 수강을 계기로 6차산업에 대해 알게 되었음. 그럼에도 불구하고 6차산업 창업을 하기 위한 구체적인 과정 및 신청에 어려움을 느꼈음.
- 유 대표는 창업 과정에서 자금 마련의 중요성을 강조하였음. 아무리 좋은 사업 아이템이 있고 기술력이 있어도 자금이 부족하면 사업을 현실화할 수 없기 때문이라고 설명했음. 또한 아이템 개발 후 빠른 시일 내에 사업화 하지 않으면 다른 곳에서 유사한 제품을 출시하는 문제도 발생할 수 있다고 함. 뿐만 아니라 자금 부족으로 사업 현실화가 늦어질수록 열의나 희망이 사라지고, 이는 창업에 대한 회의감으로 이어져 창업 준비 과정에서 포기하는 중요한 원인으로 작용하고 있다고 하였음.

2.1.4. 성장과정

- 현재까지 약식동원이 보여준 성과는 한 순간에 이루어진 것이 아님. 대표자가 10년 넘게 관련 지식과 경험을 쌓아왔기 때문에 성과를 거둘 수 있었던 것임. 유 대표가 정부 지원을 받기 위해 주로 찾은 곳은 지역 농업기술센터

였음. 콩을 활용한 사업을 구상할 당시 농업기술센터로부터 콩 재배 사업가를 추천받기도 했고, 최근에 공장 신축, 시설 증설 등을 준비하는 과정에서 농업기술센터의 도움으로 6차산업 사업자로 선정되었음. 유 대표는 6차산업 사업자 인증을 받았다는 것에 큰 감사와 보람을 느꼈고 사업 추진에 활력이 되었다고 함. 그러나 다른 한편으로 유 대표는 정부 지원에 아쉬움도 밝혔음. 6차산업 사업자인증을 받았지만, 정부에서 직접적으로 어떤 혜택을 받을 수 있는지 알고 있지 못했음.

- 여성 사업가의 일·가정 양립과 관련하여 유 대표는 배우자와의 가사노동 분담을 강조했다. 기혼 여성이 창업하고 사업체 운영을 하기 위해서는 가사노동의 분담이 필수적인 과제임. 유 대표는 남편이 사업 운영에 참여하고 있는 경우임. 유 대표가 본인의 노하우를 남편에게 전달하면서 제조 과정의 일부분을 맡기고 있음. 숙련 노동의 성격을 가진 차 제조 업무 특성상 전적으로 업무를 맡길 수는 없지만, 남편과 함께 일하는 것이 적지 않은 도움이 된다는 것임.
- 유 대표가 사업 운영에 있어서 겪은 어려움은 안정적인 원재료 확보, 지역의 신뢰 확보, 유사품 판매, 자금 확보에 있었음. 약식동원은 콩을 확보하기 위해 직접 재배와 계약 재배를 병행하고 있음. 공장 뒤쪽 2천 평 부지에 콩을 재배하였는데, 올해 자금 조달 등 사업체 운영 때문에 관리를 충실히 하지도 못했고, 가뭄과 같은 자연조건 때문에 콩이 제대로 열리지 않았다고 함. 계약 재배는 친환경 인증을 받은 곳에서 하고 있고, 관리가 잘 돼서 직접 재배한 것보다 알이 더 많음. 그렇지만 직접재배에 비해 비용이 더 많이 드는 문제가 있음. 현재 유 대표는 내년에 필요한 콩 확보 방안으로 콩의 싹을 틔워서 직접 땅에 심는 방법과 수경재배를 고려하고 있음.
- 두 번째 어려움은 공장 설립 과정에서 나타나는 지역 주민들의 거부감이었음. 그나마 유 대표는 지역에서 10년 넘게 친분을 쌓아 왔기 때문에 큰 무리가 없었음. 그래도 간혹 공장이 들어서는 것 자체를 싫어하거나 폐수 발생을 걱정하는

- 지역 주민들이 있었음. 유 대표에 따르면 농민들이 이전에 악덕 사업체를 경험한 경우가 많기 때문에 새로운 업체가 신뢰를 얻기 어려운 문제가 있다고 함.
- 세 번째 어려움은 타 업체의 유사상품 판매였음. 상품화 과정에서 다른 업체가 유사 상품을 내놓는 경우가 있었음. 땅에서 빨리 분해되는 친환경 티백으로 우영차를 상품화 하려던 중 H 지역에 티백 설비가 있는 것을 알게 되었음. 그러나 대량으로 몇 만개 이상이 되어야 티백으로 만들어 줄 수 있다는 답변을 듣고 다른 대안을 찾아야 했음. H군청에서 티백 기계를 보유하고 있는 것을 알고 연락을 한 뒤에 H와 과주 사이에서 재료와 티백이 오고가는 과정을 거쳤음. 그런데 어느 날 H군청 담당계장이 찾아와 H군에서 홈쇼핑에 우영차를 공급하려고 하는데 약식동원에서 우영차를 공급하거나 우영차 생산 방법을 가르쳐 달라는 요청을 받았음. 유 대표는 그러한 요청을 거절했지만 이후에 H가 인근 지역으로부터 우영을 공급받아 홈쇼핑에 납품해 약식동원이 피해를 봤다고 함. 약식동원은 이러한 피해를 더 이상 받지 않기 위해 조만간 티백 기계를 구매할 예정임. 다행히 최근에는 과거보다 절반에 가까운 가격에도 구매 가능한 기계가 있는 것을 알게 되었음. 차의 경우 제품을 보면 어떤 생산 과정을 거쳤는지 알기 쉬운 편이라 모방 제품이 나오기 쉬워 유 대표는 콩을 이용한 차에서도 모방제품이 나올까 걱정을 하고 있음.
 - 네 번째로 유 대표는 자금 확보에서 큰 어려움을 겪었음. 농가에서 상품을 만들 때는 자금이 필요한데, 대부분 사비를 사용하는 것이 현실임. 유 대표의 경우 신상품을 개발하여 농업인과 상생 관계를 이루기 위해 농업법인을 만들었는데, 자금 지원에 있어서 정부의 조건이 너무 까다롭다고 느꼈음. 정책 자금을 받기위해 노력했으나 결국 조건이 안 맞아 받지 못했음. 실적이 없는 사업 초기임에도 정부에서는 재무제표와 같은 까다로운 조건을 제시하여 사비로 자금을 충당할 수밖에 없었다고 함. 정부 지원 제도가 많다고 하지만 기본적으로 매출액을 기준으로 지원하기 때문에 영세 업체에게는 높은 문턱이 있는 셈임. 이후 남편의 퇴직과 함께 유 대표는 사업을 확장하기 위

하여 공장 신축을 계획하게 되었음. 이 과정에서도 소규모 개인 사업자로서의 한계를 뼈저리게 느꼈음. 건축 허가를 받으면 건축 자금을 쉽게 대출 받을 수 있다는 주위의 말만 듣고 공사를 시작하였지만 대출을 받지 못하여 많은 어려움을 겪게 되었음. 다행히 기술보증과 기업은행의 도움으로 준공을 하여 시설 이전을 하게 되었음.

- 공장 신축을 진행하면서 자금 조달과 같은 생산 외적인 문제로 많은 에너지를 뺏기다 보니 직접 친환경으로 재배한 콩잎, 콩깍지 등을 원료로 쓰기 위해 임대한 2천여 평의 콩 재배에도 지장을 주었음. 가뭄이 들어서 더 많은 신경을 써야 했음에도 불구하고 제대로 관리를 못하고 수확 시기를 놓쳐 원하는 만큼의 물량을 확보하지 못하게 되었음.
- 유 대표는 정책 자금은 자금을 빌려주는 것이지 그냥 주는 것이 아닌데도 정부에서는 그냥 주는 것처럼 귀찮게 해서 아예 포기를 해버렸고, 차라리 은행에서 대출을 받아서 자금을 확보하는 것이 마음이 편하다고 함. 그러나 부동산이 없는 여성대표자들은 자금 확보에 많은 어려움을 겪을 수밖에 없는 실정임.
- 마지막으로, 유 대표가 직접 겪은 것은 아니지만 다른 농촌 여성이 사업을 하는 데 있어서 겪을 어려움으로 지적한 것은 전문지식 부족이었음. 농산물을 활용하여 사업을 하려면 그에 대한 영양학·의학적 효능, 생산, 가공, 마케팅 등의 지식이 필요한데 개인적으로 그러한 지식을 습득하기 위해서는 많은 비용이 듦. 유 대표의 경우 제품 개발과정에서 개인적 노력으로 지식을 습득하였지만, 대부분의 경우 이것이 어렵기 때문에 정부에서 농촌 여성 창업자들이 전문가들에게 창업에 필요한 전문지식을 배울 수 있도록 지속적으로 지원할 필요가 있음을 강조했다. 특히 마케팅과 관련하여 유 대표는 함께 판매 부스를 사용한 타 업체를 보면서 소규모 업체의 마케팅 인식 향상과 역량 증대를 위한 전문가 지원이 필요하다고 느꼈음. 소규모 판매처를 확보하더라도 가서 진열을 해야 함에도 소규모 사업체들이 크게 신경을 쓰지 않는 경우를 보았음. 직접 매장 진열을 할 수 있는 역량이 되지 않으면

전문인에게 맡겨야 하는데 많은 소규모 업체들이 그에 따른 비용을 지출할 필요를 느끼지 못하거나 여력이 없음.

2.1.5. 성공 요인

- 유 대표가 꼽은 여성창업가로서의 첫 번째 성공 요인은 좋아하는 일을 선택해야 한다는 점임. 무슨 일이든지 힘들고 어려움이 있기 때문에 좋아하는 일을 해야 지치지 않고 포기하지 않으며, 이윤만 따져서 사업을 하다보면 포기하기 쉽다고 함. 유 대표는 수익에 너무 많은 것을 기대하지 말기를 당부하면서 본인의 인건비만 나와도 성공으로 간주할 수 있다고 했음. 다른 집에 가서 일하고 100만 원을 받는 대신 창업을 해서 100만원 수익을 창출해도 괜찮다는 생각이 들어야 창업 후 후회하지 않을 것이라 함.
- 두 번째 성공 요인으로는 뚜렷한 목적과 철저한 계획을 꼽았음. 뚜렷한 목적 없이는 철저한 계획이 나오기 힘들다고 했음. 계획은 금방 잘 세우지만 자기만의 어떤 뚜렷한 목적이 없어서 계획만 무성한 사람들을 적지 않게 보았다고 함. 여성창업가들은 사업뿐만 아니라 가정에서 아내, 엄마, 자녀로서의 역할을 다 수행해야 하기 때문에 남성보다 더 많은 어려움을 겪음. 이러한 이유로 유 대표는 목적을 아주 확실하게 두고 계획을 짜야 어려움도 극복해나갈 수 있다고 주장함.
- 세 번째 성공 요인은 진정성 있는 제품 개발임. 사업이 성공하기 위해서는 좋은 재료로 진정성 있는 제품을 고객들에게 내놓아야 함. 약식동원이 친환경 농산물만을 수고스럽게 고집하는 것도 이러한 이유 때문임.
- 네 번째 성공 요인은 학습에 대한 끊임없는 노력임. 유 대표는 쉼 없이 앞만 보고 달려왔고, 사업에 필요한 지식을 쌓기 위해 교육에 많은 투자를 했음. 요즘은 강좌가 많아서 적은 비용 또는 무료로 배우는 경우도 있지만 유 대표가 배울 때는 초급반, 중급반, 고급반, 전문가반을 수강하는 데 천만 원이

들어갔음. 그 과정을 거치고서야 비로소 사업에 필요한 싹이 나왔다고 함. 유 대표는 많은 사람들이 빠른 시일 내에 가시적인 성과를 내고 싶어 하지만 예전처럼 주먹구구식으로 하던 시대는 지났기 때문에 과정을 중요하게 여기고 교육을 통해서 스스로를 발전시켜야 함을 강조함.

- 유 대표의 향후 사업 계획은 기존 사업의 양적 확장과 상품 다양화, 1차, 2차, 3차를 연계하는 6차산업 완성임. 유 대표는 예전에는 경제적 여유가 있는 사람들이 차를 즐겼지만 요즘 커피가 그렇듯이 많은 사람들이 차를 즐길 것으로 전망하고 있음. 기존에 많이 보편화된 녹차, 홍차뿐만 아니라 뿌리채를 이용한 건강차, 꽃차 등 다양한 차를 즐길 것으로 기대하고 있음. 또한 기존에 취급하고 있는 우영이나 콩을 활용한 상품을 다양화시킬 뿐만 아니라 여러 농산물을 가지고 다양한 기능성 식품을 개발할 예정임. 또한 6차산업화를 위해서 현재까지 해 왔던 농사, 가공뿐만 아니라 체험장을 조성하여 콩밭에서 직접 콩잎, 콩각지 등을 채취하고 상품을 직접 만들어 볼 수 있도록 할 계획임.

표 5-2. 약식동원 단계별 사업 추진 방향

구 분	1 단계	2 단계	3 단계
목 표	-콩차 및 콩떡류 생산 -현장 체험학습장 운영	-콩 가공식품 생산	-파주시역 대표 로컬푸드 구축
생산제품	-콩각지차, 콩쌈차 -콩잎차 -콩잎떡, 콩잎밥	-콩잎 쌈채 -콩잎 분말가루 -콩 식초	

자료: 약식동원 내부자료

표 5-3. 약식동원 체험장 조성 계획

위치 및 면적	경기도 파주시 탄현면 대동리 일대(약 3,300㎡)
조성방안	- 공장 인근 토지를 장기 임대 계약하여 장단콩 경작
체험장 구성	- 공장부지 내 생산 제품의 시음 및 시식, 직접 만들 수 있는 체험 공간 구성 - 콩밭에서 직접 콩잎, 콩각지 등을 채취할 수 있는 현장 체험 간 구성

자료: 약식동원 내부자료

- 유 대표가 여성창업가들에게 필요하다고 생각하는 정책은 청년 여성창업가 육성, 여성창업가 네트워킹 구축, 소규모 여성창업가 대상 자금 지원제도임. 유 대표가 청년 여성창업가 육성이 중요하다고 생각한 이유는 은퇴 중장년층에 비해 청년층이 6차산업에 더 유리하다고 보기 때문임. 현재 농촌에서 6차산업에 종사하고 있는 사람들은 주로 은퇴한 중장년층이지만 젊은 사람들은 이들에 비해 체력도 좋고 학습능력이나 최신기술 활용 능력이 뛰어나. 농촌에서 6차산업을 하기 위해서는 직접 농사도 경험해 봐야 함. 다른 사람의 기계와 노동력을 빌리고, 직접 농사를 짓는 데 많은 체력이 필요함. 어려서부터 부모님 밑에서부터 농사를 배워 요령이 있는 사람들은 괜찮지만 회사만 다니다가 은퇴한 사람들은 농사에 대해 아무것도 모르고 시작하니 체력 소모가 더 많고 정신적인 스트레스를 많이 받기 쉬움. 유 대표는 은퇴한 중장년층에게는 6차산업을 별로 권장하고 싶지 않지만 아들에게 농업대진학을 권유했을 정도로 젊은이들한테는 괜찮다고 생각함. 그렇기 때문에 유 대표는 정부가 적극적으로 청년 여성들이 6차산업에 참여할 수 있도록 유도하고 지원해야 한다고 주장했음.
- 또한 정부가 여성 6차산업 종사자끼리 네트워킹을 해서 서로 정보를 공유할 수 있도록 지원할 필요가 있다고 주장했음. 물론 현장에 그런 수요가 실제 있는지를 파악할 필요는 있지만, 6차산업 인증을 받은 사람들은 어느 정도 준비가 된 사람들이기 때문에 이들이 모이면 큰 시너지를 발생시킬 수 있을 것임.
- 마지막으로 소규모 여성창업가 대상 자금 지원제도의 필요성을 역설했음. 유 대표의 경우에는 정부에서 6차산업 인증을 해주었기에 힘을 받아 재투자자를 하고 있음. 소규모로 하다가 매출이 발생하기에 체험학습장과 공장을 지었는데, 이런 것이 준비되어있지 않은 6차산업 창업가들은 정부의 지원이 많이 필요할 것임. 유 대표 역시 정부의 지원을 받았다면 더 큰 공간을 활용하여 사업의 확장을 할 수 있었겠지만 정책자금을 받는 절차가 너무 복잡하고 까다롭다고 지적함. 유 대표의 경우 준비되어 있는 것이 많았지만, 다른

농가들은 준비가 안 되어 있는 경우가 많고 알고 있는 것도 거의 없는 상황임. 컨설팅을 통해야 자금을 받을 수 있는데 컨설팅을 누구한테 받아야 하는지도 모르는 실정임. 사업 현장에서 겪은 유 대표의 경험은 소규모 여성 창업가의 상황을 고려한 자금 지원 제도가 필요함을 시사하고 있음.

2.2. 사례 2 : 궁골식품

2.2.1. 사업체 개요

- 최00 대표가 운영하는 궁골은 콩을 메주와 장으로 가공하여 판매하는 업체로 2007년 8월에 영농조합 법인으로 설립되었음. 주요 연혁을 보면 2010년 3월 지역 특산물을 활용한 특허 3건을 등록했고, 2011년 12월에는 충남 예비 사회적기업을 인증 받았음. 2012년 6월에는 전통식품 품질인증을 획득하여 같은 해 8월 벤처기업으로도 인증 받았음. 2013년 12월에는 고용노동부로부터 사회적기업임을 인증 받았음. 2015년 3월부터 장 공장 및 체험관을 증축하고 있다. 2014년 현재 40여 톤의 지역 농산물을 매입하여 지역 농가 매출 증대에 기여하고 있으며, 4억여 원의 매출을 달성했음. 연 150% 이상의 매출 증가와 함께 2011년 9명이었던 고용인원은 13명으로 증가했음.

2.2.2. 창업의 동기와 배경

- 최 대표가 궁골을 창업하게 된 계기는 귀농 후 지역 농민과 도시 거주 지인들에게 지역 농산물을 중개한 것이었음. 남편 퇴직을 계기로 아픈 딸이 입소해 있는 장애시설 근처에 귀농하게 되었음. 농촌에서 살다 보니 도시의 지인들이 고추나 콩 같은 농산물을 대신 구매해 달라는 부탁이 있었고 지역

농산물을 대신 판매해주게 되었음. 생각보다 저렴한 콩 가격을 보고 주민들에게 보다 부가가치가 높은 메주를 만들어 볼 것을 제안하였음. 점차 거래하는 양이 많아지기도 하고 메주를 주문한 지인들이 최 대표의 집에서 장을 담가주기를 요청하기도 하여 정식으로 장 제조 및 판매 사업을 하게 되었음.

2.2.3. 창업의 준비와 과정

- 최 대표가 메주를 창업 아이템으로 정한 이유는 귀농 지역에서 콩이 많이 생산되고 저렴한 편이었으며, 여성들이 비교적 쉽게 콩을 가공하기에 메주가 적합했기 때문이었음. 최 대표는 소규모로 농산물을 거래하던 지역 주민들에게 대규모 장 사업을 할 테니 안정적인 콩 공급과 메주 제조에 동참해 줄 것을 설득하였음. 궁골은 영농조합 법인으로 설립되었고 창업 당시 소상공인지원센터로부터 자금을 지원받았음. 창업 당시 어려웠던 점은 자금 마련, 기술, 좁은 입지, 판매처 확보였음. 당시에는 장을 만드는 기술이 부족했고, 창업이 아니라 일상생활을 위해 귀농을 했기 때문에 좁은 집에서 메주와 장을 제조해야 했음. 사업 초기에는 대형 판매처를 구할 수 없었기 때문에 약 2년간 지인들을 집에 초대하여 된장, 청국장 등을 대접하면서 제품을 알리는데 주력했고 마을에서 하는 행사장에도 가서 판매를 했음. 판매처가 점차 늘어나면서 방송국에서 찾아오기도 했고 이를 계기로 판로가 더욱 확장되었음.
- 현재 궁골 사업에는 최 대표의 남편과 아들도 참여하고 있어 가족으로부터 많은 지원을 받고 있음. 남편은 처음부터 같이 하였고 아들은 3년 전부터 직장을 그만두고 동참하고 있음. 사업이 점차 확장되면서, 안정적인 사업 관리 및 확장에 젊은 인력의 지원이 필요하다고 느끼고 다른 일을 하고 있던 아들에게 농촌에서의 경제적 성공, 6차산업의 가능성을 제시하며 설득하였음. 평생 직장생활을 한 남편도 퇴직 이후에 새로운 일 찾아야 하듯 아들 역시 40~50대에 퇴직을 하면 제2의 인생을 설계해야 한다면서 아들에게 미

리 6차산업에 뛰어들 것을 권유했음.

- 최 대표는 가족에게 받은 지원 이외에 정부로부터 자금과 교육을 지원받았음. 창업을 위한 자금으로 경제진흥원의 소상공인 지원금에서 5천만 원을 대출 받았음. 농업 테크노파크에 가서 도에서 운영하는 교육 프로그램에도 참여 하였음. 본인의 식구만 먹는 음식이 아니라 고객들의 입맛에 맞추어야 하기 때문에 교육을 받았다고 함.

2.2.4. 성장 과정

- 최 대표는 사업을 하면서 지역의 농산물을 제 값에 팔아줄 수 있고 농촌 주민들에게 일자리를 제공하는 데 보람을 느낌. 현재 남편과 아들을 제외한 열 명의 직원이 생산에 종사하고 있음. 농촌에서 노령 인구가 1년 동안 농사를 지어도 1천만 원의 수익을 벌지 못하는 경우가 많은 현실에서 지역 주민에게 일자리를 제공하는 데 자긍심을 느끼고 있음. 최 대표는 창조혁신센터에 가서 요즘은 자녀를 많이 낳는 사람뿐만 아니라 일자리 창출 5명만 해도 애국자라는 이야기를 듣기도 했음. 최 대표는 궁골의 성장이 논산이 6차산업의 메카로 부상하는 데 기여할 수 있다고 생각함.
- 궁골은 사회적기업, 벤처기업, 6차산업 기업으로 인증을 받으면서 정부의 지원을 활용하고 있음. 특히 사회적기업과 6차산업의 경우 논산에서 가장 먼저 지원 받은 기업이기도 함. 최 대표는 사회적기업이 무엇인지도 모르던 때 시청 관계자의 조언으로 사회적기업 인증을 시도하였음. 시청 관계자가 농촌의 어르신들과 함께 일을 하는 장면을 보고 사회적기업 자격이 되니 인증을 지원해 보라고 권유한 것이 계기였음. 6차산업이 무엇인지도 몰랐다가 관련 교육을 받으면서 궁골이 하고 있는 사업이 6차산업에 해당되는 것을 알고 인증을 지원하게 되었음. 현재는 최 대표가 앞장서서 주위 사람들에게 사회적기업과 6차산업을 권하고 인증 준비에 대한 조언을 하고 있음.

- 정부 지원제도 중 가장 많은 도움을 받은 것은 사회적기업 인증이라고 함. 궁골은 사회적기업으로 인증을 받으면서 사회적기업진흥원으로부터 인건비와 사업 개발비 지원을 받게 되었을 뿐만 아니라 판로 확보에도 도움을 받고 있음. 주와 장을 제조하는 과정은 노동력이 많이 필요한데 사회적기업 인증으로 인건비 지원을 받아 사업 확대에 많은 도움이 되었다고 함.
- 벤처기업의 경우 인증을 받기 위해 식품 분석과 상품 등록 등의 과정이 필요했는데 아들이 많은 도움을 주었음. 한국식품연구원에 의뢰하여 성분 분석을 맡기고 인증서를 발급 받았음. 벤처기업 인증은 특허 및 상품 등록, 사업계획서 등을 갖추어 심사를 거쳐 받게 되었는데 사회적기업으로서 지원 받는 것만큼 지원이 다양하지는 않지만 은행에서 대출 받기보다 쉽고 더 낮은 이율로 대출을 받을 수 있다고 함. 사회적기업, 벤처 기업으로 인정을 받음에 따라 궁골의 대외 신뢰도도 향상되었음.
- 가정과 일의 양립 차원에서 최 대표는 남편으로부터 외조를 받고 있음. 남편이 농사를 지으면서도 아내와 직원들을 위해 간식도 만들어 주고 빨래와 청소 등 가사 일도 많이 함. 최 대표 외에 6차산업을 하는 다른 지인들의 경우에도 남편들이 열심히 돕는다고 함.
- 사업 운영에서 가장 어려운 점으로 최 대표가 꼽은 것은 자금 확보, 전통 음식인 장을 현대인의 입맛에 맞춰나가는 일, 판로 확보임. 현재 주요 판매처는 개인 30~40%, 백화점 및 행사장 30%, 방문고객 30~40%로 구성되어 있음. 개인이 백화점에 입점하는 것은 아주 특별한 예외가 아니면 사실상 불가능하다고 함. 궁골의 경우 사회적기업, 6차산업 기업임을 적극 활용하여 지방자치단체 등으로부터 판로 지원을 받고 있음. 충청남도의 경우 광역자치단체에서 6차산업 품평회를 하여 3~4개의 업체를 백화점 등에 입점하는 것을 지원하고 있는데 궁골은 이를 활용하여 백화점에서 제품을 판매하고 있음.

2.2.5. 성공요인

- 최 대표는 궁골 성공 요인으로 정직과 끈기를 꼽았음. 최 대표는 본인과 가족이 먹는 식품, 누구에게 내 놓아도 부끄럽지 않은 식품을 만들어야 한다는 마음으로 사업을 함. 최 대표는 인맥을 중요시 하여 한 사람, 한 사람과의 관계를 놓치지 않는다고 함. 연 매출액이 5억 원에 이를 정도로 사업은 성장했지만 최 대표는 아직도 벼랑 끝에 선 기분이라고 함. 잠시라도 정신을 안 차리면 낭떠러지로 떨어질 수 있다는 절박함을 가지고 있음.
- 최 대표는 궁골의 3차 산업 영역을 확대하기 위하여 메주 만들기 체험장과 식당 운영을 준비 중임. 메주 만들기 체험장과 식당을 운영하면 지역 관광과 연계할 수 있을 뿐만 아니라 궁골의 장과 그 맛을 자연스럽게 알릴 수도 있음. 뿐만 아니라 아동 식생활 개선 프로그램, 전통식품 인식 개선 강의, 발효의 이해 강의 등의 교육 프로그램도 운영할 예정임. 사업 확장에 따라 현재 13명 수준인 직원도 26명으로 확대할 계획임. 생산 인력은 10명을 유지하고 주로 체험관 프로그램 운영 인력을 보강할 예정임.
- 여성창업가들을 위한 지원 정책으로 최 대표가 필요하다고 생각하는 정책은 6차 산업 여성창업가들 간의 네트워크 형성 지원, 지역별 여성창업가 대표 멘토 선정, 여성창업가 대상 사업비 지원 우대 정책임. 현재 최 대표는 여성창업가 6명의 네트워크에 소속되어 있음. 이들은 지방자치단체나 농업기술센터 등으로부터 얻은 정보를 신속하게 공유하고 있음. 지역 행사 정보가 있으면 사업에 활용할 수 있는 방안도 모색함. 또한 주위에서 창업을 준비하고 있는 사람에게는 조언을 제공하고 있음. 각 지자체에서 6차산업 여성창업가들 간의 네트워크 형성을 지원한다면 지역 내 여성창업가들에게 큰 도움을 줄 수 있을 것임. 10년 전 귀농한 최 대표는 5년 전부터 기술센터 교육장에 젊은 사람들이 눈에 띄게 많아졌다고 함. 만일 지역에서 이미 자리를 잡은 여성창업가들이 멘토로 활동하면서 이들에게 조언을 해 준다면 많은 도움이 될 것으로 생각하고 있음.

- 최 대표는 사업 자금 지원에 있어서 여성들이 남성에 비해 불리함을 느꼈음. 여성들은 남성에 비해 술자리에서의 관계와 학연이 부족하기 때문에 비슷한 수준의 사업계획서를 제출하더라도 사업비 지원의 수혜를 덜 받는 것 같다고 함. 그러한 이유로 사업비 지원 신청은 아들이 맡고 있음. 다행히 농촌진흥청으로부터 자금을 지원 받아 현재 사업 부지를 넓히고 있음. 최 대표가 현장에서 느낀 바는 사업비 지원에 있어서 여성창업가 대상 우대 정책, 여성 간 정보 공유네트워크 등이 중요함을 시사함.

2.3. 사례 3: 은아목장

2.3.1. 사업체 개요

- 조 대표가 남편과 함께 여주로 귀농하여 창업한 은아목장은 1983년 한우 9두 입식으로 시작하여 이듬해 초입우 3두 입식으로 낙농업을 시작하였음. 은아목장은 남편과 두 딸이 사업에 함께 참여하는 가족경영으로 성장한 사례임. 사업 초기부터 고생산 젖소 관리에 중점을 두어, 1993년부터 2008년까지 수차례 한국 홀스타인 품평회에서 수상했음. 유유 생산 및 납품에 그치지 않고 1990년대 초부터 해외에서 유제품 제조방법 기술을 습득하여 치즈, 버터, 아이스크림 등을 제조하고, 밀크스쿨, 목장체험 등을 운영하여 6차산업으로 사업 영역을 확대하였음. 2008년~2009년에는 10개의 상표 등록을 하였으며, 생산시설, 저장 및 유통시설, 체험장, 숙소 등을 보유하고 있음.

표 5-4. 은아목장 개요

회사명	은아목장
설립년도	1983년
대표자	조OO
소재지	경기도 여주시
업종	낙농업, 관광 및 숙박업
생산품목	치즈, 발효유, 유제품 제조 체험
시설	<ul style="list-style-type: none"> - 생산시설 : 우사 1,968.75m³ - 저장시설 : 숙성실 680m³ - 유통시설 : 유가공 공방 154m³ - 기타 : 초지 45,000m², 임야 15,000m², 체험장 380m², 숙소 240m²

2.3.2. 창업의 동기와 배경

- 조 대표는 부친의 고향인 여주로 귀농을 하였음. 젊은 시절 일본에서 유학한 부친이 가진 농업에 대한 긍정적 인식에 영향을 받았고, 학창시절 관악산 자락에 부친의 친구 분이 경영하는 젓소목장에 놀러간 것이 훗날 낙농업을 선택하게 된 계기가 되었음. 귀농 직후 처음 사업을 시작한 1983년도에는 젓소가 아닌 한우 9두를 입식하여 축산업에 뛰어들었지만 소값 파동으로 수익성이 좋지 않았고, 이듬해에 젓소 3두를 입식하여 낙농업을 시작하였음. 처음 사들인 젓소 3두 중 2두의 품질이 조악하여 사기를 당한 것을 알고 자체적으로 고능력우를 양산할 결심을 하게 되었음.
- 조 대표가 가진 경영 방침은 세 가지로 첫째, 가족경영, 둘째, 모든 소를 등록시켜 혈통을 유지하고, 셋째, 고능력우로부터 고품질의 우유를 많이 생산한다는 것임. 모든 소의 혈통을 유지하기 위해 사업 초기부터 소에 일일이 이름을 붙여주고 혈통 관리를 시작하여 현재 9세대에 이르게 되었음.

2.3.3. 창업의 준비와 과정

- 귀농 후 낙농업을 선택하게 된 이유는 조 대표가 어린 시절부터 농촌과 동물을 사랑했고, 학창시절 방문했던 목장에서 암소가 모락모락 김이 나는 쇠죽을 먹는 모습이 너무나 사랑스러워 보였기 때문이었음. 목장 운영을 하며 1차 산업인 원유 생산을 하다가 2차 산업인 가공에 뛰어들게 된 계기는 국내 우유 수급 불균형과 그에 따른 정부 정책의 변화였음. 2000년까지는 전반적으로 국내 목장의 수익성이 좋은 편이었지만 생산과 수요의 불균형으로 잉여 원유가 증가함에 따라 정부 정책이 증산에서 감산 기조로 변화하게 되면서 농가별 젖소 보유 및 원유 생산 할당제를 시행하게 되었음. 그런데 원유 생산 기간이 농가별로 다르다 보니 새끼를 낳은 소가 많은 시기에 생산 할당을 받은 농가에는 유리하고 그렇지 않은 농가에는 불리한 상황이 발생했고, 이에 농가 불만이 고조되며 정부를 향한 시위까지 벌어졌음. 조 대표 역시 시위에 참여한 적이 있었지만 시위로 해결될 일이 아니라고 생각하여 대안을 찾기 시작했음.
- 조 대표는 수급 불균형의 근본 원인이 국내 소비자들의 주식이 쌀이라는 점에 있다고 생각했다. 쌀을 주식으로 하는 국내 소비자들은 우유를 소비하는데 한계가 있고, 이미 2000년대에 우유 소비량이 한계에 이르렀다고 판단했음. 시장 조사 결과 유럽과 미국의 경우 치즈, 버터, 요거트 등의 유가공식품 섭취량이 많아 1인당 연간 원유 소비량이 100~200kg에 이른다는 것을 알게 되었으며, 우리와 같이 쌀을 주식으로 하는 일본의 1인당 원유 소비량이 연 60kg에 이른다는 것을 알고 일본의 사례를 연구하기 시작했음. 일본은 우리나라보다 20년 정도 앞선 1980년대에 비슷한 어려움을 겪었지만 목장 농가에 차별화된 양질의 소를 기르게 하고, 치즈나 요거트 등을 만드는 농가에 장려금을 주는 제도를 운영하여 다양한 유제품 생산을 유도, 원유 수급 불균형 문제를 해소할 수 있었음. 2000년대 초반, 당시 우리나라의 경우 그러한 제도를 시행하기 위한 법령이 마련되어 있지 않았지만 조 대표는 2002년도에 유가공 제품을 통해 보다 안정적인 수익을 창출할 준비를 시작했음.

- 조 대표가 1, 2차 산업에서 6차산업으로 사업을 확장하게 된 배경은 노동집약적인 원유 생산에 필요한 인력을 구할 수 없었기 때문임. 2000년대 초까지만 해도 남편과 함께 하루 500kg의 원유만 짜면 딸 둘을 포함한 네 식구의 생계가 보장되었으나 지금은 생계를 유지하기 위해서 딸 내외와 함께 하루 2~3톤을 짜야 하는 상황임. 3톤의 원유를 짜기 위해서는 젓소 100두 이상이 필요한데, 여기에 필요한 근로자를 구하는 일이 쉽지 않았음. 조 대표는 은아목장이 서울에서 비교적 가까운 거리에 있고 부친으로부터 상속받은 2만 평의 땅이 경관이 아름다운 산지에 있다는 점에 착안하여 유가공 제품을 만드는 관광 목장을 운영할 결심을 했음.
- 조 대표가 관광목장 창업 과정에서 겪었던 어려움은 체험장 조성이었음. 자금 확보에는 큰 어려움이 없었지만, 우사와 종업원들이 쓰던 숙소를 체험장과 펜션으로 바꾸는 일이 쉽지 않았음. 주위에 물어볼 만한 사람도 없어서 해외 농가와 교육기관을 방문하여 직접 관찰하고, 본인의 상황에 맞게 구상할 수밖에 없었음.
- 유가공제품 생산 관련해서는 주변 목장의 어려움을 참고하여 사업을 진행해 나갔음. 인근의 두 세군대 목장에서 조 대표보다 먼저 유가공제품 생산에 뛰어 들었지만 모두 부도가 났음. 제품을 빨리 판매하려고 대형 유통업체를 통하다 보니 대형 업체에 휘둘릴 수밖에 없었던 것이 문제였음. 조 대표는 당장의 판매에 연연하기보다 시간은 더 오래 걸릴지라도 입소문 마케팅을 통해 자체적인 고객 확보를 하기로 했음. 목장 체험을 한 고객들이 사진을 찍어 온라인상의 개인 블로그, 카페, SNS 등을 통해 홍보를 해 주기 시작했음. 또한 공영 방송의 교양 프로그램(KBS 인간극장), 예능 프로그램(아빠 어디가, 우리 결혼했어요, 골드미스가 간다)의 촬영지로 알려지며 큰 홍보 효과를 얻을 수 있었음.
- 가족의 지원이 있어 조 대표가 가장 고마워하는 구성원은 남편임. 목장 일을 같이 하는 것은 물론 조 대표가 국내외에서 사업에 필요한 학습을 하는 데 적극적으로 지원을 해 주었음. 치즈 가공을 배울 당시 순천대 교수님으로부터 더 이상 가르칠 것이 없으니 해외 연수를 가라는 권유를 받게 되었음. 자녀

양육과 가사 때문에 고민을 했지만 남편이 “갈 곳이 있으면 가! 필요하다면 공부를 해야지. 집 걱정하지 말고 다녀”라며 적극적으로 지지해 주었음.

- 조 대표는 가족뿐만 아니라 대산문화재단, 농림부, 지방자치단체로부터 지원을 받았음. 2002년 대산문화재단으로부터 농촌문화상을 수상하여 받은 상금과 대상농촌문화재단의 농가교육 프로그램을 통해 해외 연수를 받을 수 있었고, 기술 축적에 큰 도움이 되었음. 정부 지원도 있었지만 정부 지원을 받아 사업 운영에 도입하기까지의 과정이 순탄하지만은 않았음. 가공 제조 교육 및 체험 공간을 조성하기 위해 경기도, 여주시로부터 각각 6천만 원씩을 지원받아 자비 8천만 원을 보태 2억 원을 투자하여 밀크스쿨을 설립했음. 그러나 건립 당시 여주시청에서 초지법상 창고만 지을 수 있다는 이유로 가공시설, 체험 및 교육시설, 숙소 건립을 허가하지 않았음. 고민 끝에 당시 농림부 장관에게 이메일을 보내 애로사항을 호소했음. 이후 농림부의 연락을 받아 여주시청에서 허가를 해주지 않는 이유를 들을 수 있었음. 당시 경기도에 부동산 업자들이 초지를 매수하여 러브호텔을 짓고, 자산가들이 초지에 분묘를 짓는 등 부적절한 이용 사례가 많아 농림부의 요청으로 경기도에서 초지 용도변경에 제한을 두는 조례를 제정했다는 것임. 이에 조 대표는 농림부에 용도변경 신청인이 자격을 갖춘 농가인 경우에는 용도변경을 할 수 있도록 해달라는 민원을 제기했음. 그 결과 해당 조례가 폐지되었고 여주시청에서 3천 평의 용도변경을 허가해 주었음.

2.3.4. 성장과정

- 은아목장의 성장이 국내 낙농업 발전에 기여하고 있다는 점은 조 대표가 느끼는 보람임. 조 대표에 따르면 십여 년 전에 치즈를 만들어서 행사장 등지에 선보이면 치즈를 생소해 하는 경우가 대부분이었지만, 현재는 지역 행사장에서 제품을 선보이면 많은 사람들이 은아목장에서 체험한 적이 있다고 말해주거나 은아목장의 제품을 좋게 인식하고 있다고 함. 조 대표는 이처럼

유제품에 대한 소비자들의 인식이 많이 바뀌는 과정에 일조했다는 보람을 느끼고 있음. 또한 낙농업 관련 단체의 임원으로 활동하면서 다른 농가도 함께 해외 연수 및 기술 축적 등을 할 수 있도록 했고, 농가들을 규합시키는 일을 하면서 보람을 느끼고 있음.

- 은아목장은 영리 기업이지만 목장을 견학하고, 유제품 제조를 체험한 아이들 중에서 미래에 농업을 사랑하고 전공하는 사람이 나올 수 있을 것이라는 생각을 하며 유 대표는 은아목장 사업이 공익에 기여하는 점이 있다고 생각했음. 조 대표는 어릴 때 소아마비를 앓아 몸이 불편하지만 은아목장 사업을 하면서 두 딸에게 자신이 엄마로서의 능력이 부족하지 않고, 어려움이 있을 때 굴하지 않고 자기의 영역을 개척하고 끈기 있게 노력하는 모습을 보여줄 수 있다는 점도 사업을 하면서 느끼는 보람으로 여기고 있었음.
- 조 대표는 정부가 수립해 놓은 제도를 활용하는 데 그치지 않고 낙농업 단체 임원 자격으로 정부 관계자에 제도 개선을 적극적으로 요구하여 사업 확장의 발판을 마련하였음. 조 대표는 치즈 가공을 배우던 2002년에 한국낙농육우협회에 여성분과위원회를 설립하여 초대 위원장을 맡게 됨. 여성분과위원회 설립 취지는 우유소비촉진 행사 주최뿐만 아니라 낙농업 종사 여성들이 농가에서 단순 노동인 젖 짜는 일만 할 것이 아니라 유가공 관련 공동 학습과 기술 공유를 통해 보다 부가가치가 높은 일에 참여하도록 하기 위한 것이었음. 그러나 농가에서 치즈 제조법을 배울 수 있는 길이 흔치 않았고 해외 전문가를 초청하여 교육을 받는 데도 적지 않은 비용이 필요했음. 조 대표는 한국낙농육우협회 여성분과위원장 신분으로 담당 공무원들을 만나 원유 소비 촉진을 위해서 유제품 다양화를 해야 하지만 농가에서 치즈 제조법을 습득할 수 있는 방법이 없는 관계로 해외 전문가를 초청하여 교육을 받을 수 있도록 비용의 절반을 지원해 달라고 요청했음. 그 결과 천만 원의 정부 지원금을 받을 수 있었음. 총 2천만 원의 자금을 마련하여 신문 공고를 통해 50여명의 교육생을 모집했고, 여주, 순천, 수원 축산과학원 등지에서 교육을 받았음. 조 대표는 2003년 한국목장유가공연구회를 결성하여 교육비를 지원받아 전문가들을 초

청하여 농가가 유제품 제조 교육을 받을 수 있는 자리를 마련하기도 했음.

- 조 대표는 유럽 연수 후 유럽의 중소 목장 운영 시스템을 국내에 도입하려고 했으나 제도적 환경의 차이가 있음을 알고 관련 제도의 개정이 이뤄질 수 있도록 많은 노력을 했음. 조 대표는 고능력우 생산 기술을 온라인에서 공유했던 공로로 2002년 대산농촌문화상을 수상했고 이 인연으로 대산농촌문화재단 이사장이었던 류태영 박사를 찾아가 잉여 우유 증가에 따른 농가의 어려움을 호소했음. 류태영 박사는 대산농촌문화재단의 농가교육 프로그램을 통한 유럽 연수를 제안했음. 이에 조 대표는 남성에 비해 교육 기회가 적은 여성들만으로 연수생을 구성할 것을 건의하였고 이에 26명의 여성 연수단이 꾸려지게 되었음. 연수 방문지 중 독일 남부 고원지대인 알고이 지역에서 조 대표는 팜 스테이 사업을 국내에 도입할 것을 결심하게 됨. 우리의 경우 50~60마리의 젖소로도 한 농가가 생계를 유지하기 어려운데 알고이 지역의 목장에서는 7~10마리의 소를 기르면서도 생계유지를 할 수 있었음. 그것이 가능한 이유는 목장 농가가 펜션을 운영하여 추가 소득을 확보할 수 있었고, 농촌 인구의 삶의 질과 소득이 도시인구의 그것과 동일하도록 정부가 보조금을 지급했기 때문임. 조 대표는 정양(靜養)이라 하여 도시 거주자들이 도시생활에서 지친 심신을 달래기 위해 호텔 숙박비보다 비싼 금액을 지불하면서 목장에서 일도 돕고 2~3개월 정도 펜션에 묵고 가는 것을 보고 감명을 받아 국내 목장에서든 이러한 사업을 할 것을 다짐하였음. 이후 조 대표는 다른 농가들과 함께 3년간 정부에서 연 천만 원의 지원금을 받아 해외 전문가를 초청하여 유가공 교육을 받아 기술적 기반을 쌓을 수 있었음. 그러나 국내 제도상 조 대표가 구상한 유가공 사업을 영세 낙농가에서 할 수 없었음. 당시 유가공처리법상 유가공 공장을 설립하기 위해서는 상근 수의사와, 10평의 검사실 등을 갖추어야 했음. 대형 식품회사가 아닌 중소 목장에서 이러한 요건을 갖추는 것은 사실상 불가능했음. 그러나 조 대표는 포기하지 않고 기회가 오기를 기다렸음.

- 축산과학원에서 치즈 제조를 하던 때 농촌진흥청장의 축산과학원 방문 소

식을 듣고 직접 제조한 치즈를 들고 점심식사 자리에 찾아갔음. 그 자리에서 중소 농가들이 유가공 공장을 설립하는 데 발생하는 애로사항을 전했고, 농촌진흥청장이 축산과학원장에게 유럽 현장조사를 다녀올 것을 지시하였음. 이를 계기로 농진청, 축산과학원, 농가대표, 농업대표 등이 모여서 사절단을 구성하고 15박 16일의 유럽 방문을 하여 국내 낙농업의 문제점, 해외 사례를 분석해 정책 건의를 했음. 그러나 농림부와 농림부 자문위원의 생각은 달랐음. 국산 원유는 해외 원유보다 비싸기 때문에 치즈가격에서도 경쟁력이 열세에 있을 수밖에 없다고 판단했음. 그러나 실제 수입치즈라 해도 국내에서 비싼 경우가 있고 국산 원유로 만든 치즈의 장점도 있기 때문에 국산 치즈 수요가 있다는 것이 조 대표의 생각이었음. 조 대표는 포기하지 않고 직접 만든 치즈, 발효유, 우유가 들어간 떡, 빵 등을 가져가 과천 청사로 가서 관계 공무원들이 맛을 볼 수 있도록 했음. 축산신문사 신년하례회에도 치즈를 가져가 하례회에 참석한 농축산 관련 학자, 공무원들이 국내산 치즈를 맛 볼 수 있도록 했음. 이러한 조 대표의 끈질긴 노력 끝에 농림부 정책과에서 조 대표에게 어떤 도움을 원하는지 묻게 되었음. 조 대표는 목장에서 젖을 짜면서 아래에 공방을 만들 때에는 수의사를 갖추지 않아도 되며, 검사실 10평 기준을 자체 원유검사로 대체하여 생산자가 유제품 검사에 대한 책임을 지는 것으로 규정을 변경해 줄 것을 요구했음. 다음으로 목장별로 남는 우유를 허가를 받아 공장에 가져가 유제품으로 가공할 수 있게 해 줄 것도 요구했음. 조 대표의 요구는 받아들여져 관련 규정이 변경된다. 2006년도에는 한국낙농체협목장협의회를 설립하여 정부에 목장을 공원화시켜 사람들이 찾아오는 장소로 만들어야 한다는 건의를 하였고 해당 건의가 받아들여졌음. 경기도에서는 밀크스쿨을 설립하면서 조 대표에게 자문을 구하기도 했음.

- 조 대표가 은아목장을 운영하면서 느낀 첫 번째 어려움은 대형 유통업체와의 거래에서 대등하지 않은 관계에 있었음. 조 대표는 사업 초기부터 대형 유통업체를 통한 판매에 매달리지 않았다. 학교에서 우유급식을 경험했던

유제품에 익숙한 젊은 세대가 더 성장하면 유제품 시장이 더 확대될 것으로 예상했음. 당장의 판매보다는 은아목장의 이미지를 형성하고 체험 프로그램을 정착시키는 데 더 많은 노력을 기울였고 유제품 판매는 입소문 마케팅을 통한 정도로만 했음. 이후 체험 프로그램이 어느 정도 정착되었다고 생각한 조 대표는 판매 확대에 나서기로 했음. 그러던 중 모 백화점으로부터 판매 제의를 받았지만 입점 과정에서 대등하지 않은 계약관계에 있음을 많이 느껴 새로운 판로를 모색하였음. 인터넷 쇼핑몰을 통한 식품 판매가 증가하는 것을 알고 온라인 유통업체를 통해 인터넷 판매를 하고 있음.

- 두 번째 어려움은 가족경영의 단점인 경영 전문성 부족에 있음. 지금까지는 가족경영의 장점을 살려 은아목장을 성장시킬 수 있었지만 조 대표와 가족들만의 능력으로 앞으로의 경영 전략을 수립하는 데 어려움을 느끼고 있음. 현재까지의 경영 실적을 분석하고, 향후 발전방안 등을 설정하는 것은 전문적인 경영지식이 있어야 하므로 조 대표는 경영 진단을 해 줄 수 있는 정부의 지원이나 민간 컨설턴트가 필요한 상황임.

2.3.5. 성공 요인

- 조 대표가 생각하는 은아목장의 성공 요인은 가족경영임. 특히 구성원 간 신뢰가 두터운 경우 가족경영의 장점이 극대화 될 수 있는데 조 대표의 가족이 이에 해당함. 공동의 목표와 비전을 공유하고 있는 남편과 두 딸이 원유 생산, 치즈 가공 등 각자의 역할을 책임감 있게 맡고 있음. 또한 가족경영을 하는 경우 언제 어디서든 사업 관련 의사소통을 할 수 있으며, 외부에서 고용한 종업원에 비해 회사의 상황을 더 많이 고려한다는 장점이 있음. 종업원을 고용하여 체험목장을 운영하는 지인에 따르면 퇴근시간에 고객이 방문하는 경우 종업원이 퇴근을 해 버리기 때문에 손님을 받기가 어려운 면이 있음. 그러나 가족경영을 하는 경우 주인의식이 있기 때문에 늦은 시간

에 고객이 목장 체험을 하러 오더라도 응대가 가능함.

- 은아목장의 두 번째 성공요인은 생산 제품에 대한 전문성임. 조 대표는 유가공 기술을 배우기 위해 본인이 수여받은 상금과 사비를 들여서 국내외 전문가를 찾아다니며 연수를 받았음. 뿐만 아니라 낙농업 관련 단체나 정부 관계자를 설득하여 본인은 물론 다른 낙농업 종사자들과 함께 국내외 연수 지원을 받기도 했음. 조 대표의 두 딸도 유가공 기술을 배우기 위해 일본과 프랑스에서 유학을 했음. 이렇게 쌓은 전문성이 있었기에 주변 환경 변화에 쉽게 흔들리지 않고 구상해 왔던 사업을 추진할 수 있었음.
- 조 대표는 향후 체험장 편의시설 신축, 오프라인 매장 확대, 중국 진출 계획을 구상하고 있음. 체험장의 경우 10여 년 전에 외부 자문 없이 조성하다 보니 이용에 불편함이 있어 화장실 등을 더 신축할 예정임. 쇼핑물 판매 확대를 위해 빵 굽는 시설을 갖추고, 예약하지 않고 왔다가 돌아가는 고객들이 은아목장의 제품을 맛보면서 잠시라도 머물다 갈 수 있는 카페를 운영할 계획임.
- 오프라인 매장 확대는 안테나숍을 활용할 계획임. 안테나숍은 도시근교에서 브랜드를 알리고 제품을 판매하는 역할을 함. 현재 외부 오프라인 매장에 제품을 납품하는 방식으로만 운영하고 있지만 판매가 보다 활성화 되면 자체 직원을 투입해 카페가 있는 매장을 운영할 계획임.
- 최근 조 대표는 중국 진출에 힘을 쏟고 있음. 로열티를 받는 조건으로 유질 관리 컨설팅, 체험 프로그램 운영 기법을 제공 등의 기술제휴를 할 계획임. 올해 8월부터 150여개의 매장을 운영하는 현지 업체와 논의가 진행되어 12월 중국 출장이 예정되어 있음. 창업 초기에 젓소 구매 과정에서 사기를 당한 경험이 있기 때문에 변호사의 자문을 받아 계약을 추진하고 있음. 장기적으로는 기술 제휴 뿐만 아니라 은아목장에서 생산한 유가공품을 직접 중국에 판매할 계획도 있어, 농림부 수출진흥과와 중국 진출을 논의할 예정임. 기존 홀스타인 소보다 사료를 덜 먹으면서 품질이 더 좋은 원유를 생산하는 유럽의 소를 들여와 그로부터 생산된 유제품을 중국으로 수출하는 방안을

검토하고 있음. 이러한 사업은 장기적으로 진행되기 때문에 조 대표 본인은 사업 인프라 구축에 힘쓰고, 향후 이러한 인프라를 바탕으로 현재 여주 홀스타인 검정중앙회에 소속된 젊은 낙농업 종사자들이 중국 수출에 박차를 가할 수 있으리라는 희망을 가지고 있음.

- 조 대표가 여성창업자들에게 필요하다고 생각하는 정책은 지속적인 6차산업 지원정책, 분야별 전문교육 지원, 거점별 6차산업 전용 쇼핑몰, 여성특화 교육 프로그램 개발, 20~30대 여성들을 위한 6차산업 톨 모델 개발임. 우선, 현 정부에서 추진 중인 6차산업 진흥 정책이 차기 정부에서도 장기적인 로드맵을 가지고 지속적으로 추진되어야 하며, 판로 확보와 기술개발, 제품 컨설팅 등에서 정부가 보다 많은 지원을 해 주어야 한다는 것이 조 대표의 생각임. 또 6차산업 인증에 있어서 여성이 대표로 있는 기업이 많이 인증 받을 수 있도록 지원해 줄 필요가 있음. 여성으로서 불리한 점도 있지만 여성이라는 동질감 때문에 여성 고객들을 대상으로 하는 제품에 있어서는 유리한 점이 많기 때문임.
- 둘째, 분야별 전문교육 지원임. 남성이 대표로 있는 사업체라 하더라도 6차산업 사업체 대부분은 부부가 함께 운영하는 경우가 많기 때문에 전체 6차산업 사업체에 공통적으로 전문교육 지원정책이 필요함. 생산 품목과 사업 단계별로 전문적인 교육을 받을 수 있는 시스템과, 시시각각 변하는 기업 내외부의 상황을 인지하고 대응할 수 있도록 컨설팅 해주는 프로그램이 필요함.
- 셋째, 거점별 6차산업 여성대표 전용 쇼핑몰은 조 대표가 일본에서 본 지역농업판매소를 보고 떠올린 아이디어임. 일본의 경우 지역농업판매소에서 소비자와 생산자가 직접 만날 수 있는데, 주부들이 자녀를 데리고 견학도 하고 제품 생산에도 참여하면서 지역 주민들이 교류함. 국내에는 이러한 장소가 매우 적지만, 일단 시범적으로라도 국내에서 로컬푸드 매장을 만들어 생산자와 소비자가 만날 수 있게 해 주어야 함. 작은 매장에 그칠 것이 아니라 식당과 카페도 있고, 생산자 간 정보교류가 이루어지고, 도시민들이 찾아와 보고 즐길 수 있는 이벤트 공간도 마련하면 6차산업 사업자들에게 큰 도움이 될 것임.

- 넷째, 여성특화 교육 프로그램을 개발하여 지속적으로 운영할 필요가 있음. 창업가들을 대상으로 한 교육 프로그램이 필요하다는 데는 전반적으로 동의하지만 조 대표는 한발 더 나아가 여성을 위한 별도의 교육 프로그램이 필요하다고 생각함. 조 대표는 과거 남성들 사이에서 공부했던 경험을 바탕으로 남성이 다수인 교육 현장에서는 여성들이 위축되기 쉽고, 여성들이 모였을 때 발생하는 시너지가 발생하기 어렵다고 주장함.
- 다섯째로 필요한 정책은 20~30대 여성들을 위한 6차산업 롤 모델 개발임. 농업에 기반을 둔 6차산업이 지속가능하기 위해서는 청년층이 6차산업에 관심을 가지고 뛰어들어야 함. 농촌에서 일하며 살더라도 도시에서의 삶보다 높은 만족을 줄 수 있는 모습을 보여주어야 하고, 사업 방향을 제시해 줄 수 있는 롤 모델이 필요함. 조 대표는 더 이상 농촌에서의 여성의 삶은 과거처럼 고되고 꺾박받는 삶이 아니며, 정보통신 기술이 발전한 시대이기 때문에 굳이 도시에서만 살 필요가 없다고 생각함. 조 대표는 농촌에서 6차산업을 성공적으로 운영하여 행복한 삶을 사는 장면이 영화와 드라마 등 문화 프로그램을 통해 대중들에게 알려질 필요가 있다고 설명했음.

2.4. 사례 4: 콩세상

2.4.1. 사업체 개요

- 2003년 4월 법인으로 전환된 (주)콩세상은 작두콩 생산 농가를 기원으로, 1999년 10월 설립된 콩세상식품이 그 전신임. 1999년 작두콩을 원료로 개발한 냄새 없는 청국장과 차를 계기로 6차산업에 진출하게 되었음. 현재는 청국장뿐만 아니라 된장, 고추장도 제조 및 판매하고 있음. 그동안 충북농산물품평회 금상, 세계일보 세계농업기술개발 우수상, 문화일보 김치엑스포

전통식품부문 대상 등을 수상하였고 2006년에는 농업벤처기업으로 선정되는 등 제품 품질과 기술의 우수성을 인정받고 있음. 콩세상 제품은 현재 서울의 양재 창동 등 전국 농협 하나로마트, 학교 급식으로 납품되고 있으며, 미국, 캐나다, 호주, 뉴질랜드, 독일 등 세계 각국에 수출하고 있음. 투자자본의 제약으로 인해 아직 사업규모는 크지 않으나 꾸준히 성장하고 있으며, 2개의 특허기술을 보유하고 있음.

표 5-5. 콩세상 개요

회사명	(주)콩세상
설립일	1999년 10월 콩세상식품 설립, 2003년 4월 (주)콩세상으로 법인 전환
대표자	김00
소재지	충북 진천군
업 중	제조업
생산품목	장류(된장, 고추장, 청국장), 차류
시 설	대지 3,966㎡, 건평 495㎡
주요 거래처 (매출 비중)	농협 하나로마트(50%), 학교 급식(10%), 온라인 및 행사(30%), 수출(10%)

2.4.2. 창업의 동기와 배경

- 본래 콩 농사를 짓던 김 대표가 창업을 한 이유는 농사만으로 안정적인 소득을 확보할 수 없고, 미래 전망도 밝지 않다고 판단했기 때문이었음. 수확 시기인 가을에 수입보다 비용이 더 많이 지출되는 어려움을 경험하기도 했고, 농업만 하는 것보다는 농산물 가공을 하는 것이 소득 증대에 보다 효과적일 것이라 생각했음.

2.4.3. 창업의 준비와 과정

- 김 대표가 청국장을 창업아이템으로 결정한 건 평소 음식 솜씨가 좋다는 이야기를 많이 들었고, 특히 청국장이 맛있다는 평가를 들어왔기 때문이었음. 아이템 결정 과정에서 기존의 청국장과 차별화된 청국장을 생각하던 중 텔레비전의 한 프로그램을 통해 일반 콩보다 작두콩이 보다 건강에 좋은 성분이 많이 들어있다는 정보를 얻었고, 작두콩을 원료로 한 청국장을 생각하게 되었음. 준비 과정에서 직접 농사지는 일반 콩과 작두콩으로 청국장을 제조해본 결과, 작두콩 청국장이 냄새가 훨씬 적게 난다는 새로운 사실을 발견할 수 있었음.
- 김 대표는 창업 과정에서 큰 어려움을 겪지는 않았음. 남편의 자금 지원을 받아, 집앞 터에 150평의 제조 시설을 갖출 수 있었음. 기계설비 구매는 기술센터에서 지원하는 시설비를 활용하였음. 냄새 적은 청국장이라는 차별성 때문에 제품개발 8개월 만에 청주문화방송에서 주최한 제4회 충북향토음식경연대회 특색식품 출품전에서 감사패를 받았고, 그 직후 충북농협유통, 하나로마트와 납품계약을 체결할 수 있었음. 뿐만 아니라 냄새 적은 청국장 소식을 듣고 기자들이 찾아오는 등 제품홍보를 비교적 쉽게 할 수 있어 창업 초기부터 판매가 순조로웠음. 그 결과 제품개발 4년 만에 주식회사 쿡세상으로 법인 설립을 할 수 있었음.
- 김 대표는 가족으로부터 많은 지원을 받고 있음. 남편은 창업자금을 지원해주었을 뿐만 아니라 영업을 담당하고 있으며, 사업 초기부터 결혼 전까지 딸은 회계업무를 맡았음. 남편과 딸의 지원이 있었기에 김 대표는 생산에 보다 집중할 수 있었음.
- 가족 이외에 김 대표가 도움을 받은 곳은 한국식품개발연구원과 기술센터였음. 창업을 준비하면서 작두콩을 원료로 청국장을 만들려고 하니 발효가 잘 되지 않는 문제가 있었음. 이를 해결하기 위해 알고 지내던 교수, 박사들에게 문의를 하여 한국식품개발연구원을 찾아가 보라는 안내를 듣게 되었음. 한국식품개발

연구원에 상담을 한 결과 작두콩은 약성분이 많아 발효가 잘 되지 않기 때문에 발효를 시킬 수 있는 균을 찾아야 한다는 이야기를 들었음. 다행히 식품개발연구원에서 작두콩에 적합한 발효균을 찾아내는 데 성공했고 제품생산이 가능하게 되었음. 기술센터로부터는 창업 당시 기계 설비를 갖추는 데 시설비를 지원 받았음. 이외에 정부로부터 공식적인 자금, 경영, 기술지원을 받은 적은 없었지만, 전문가들로부터 비공식적으로 자문과 조언을 종종 받기도 했음.

2.4.4. 성장과정

- 김 대표는 기업 운영을 통해 여성 CEO로서의 자부심을 가질 수 있고, 지역 농가를 도울 수 있으며, 농촌에서 일자리를 창출한다는 데 보람을 느끼고 있었음. 최근 정부가 여성기업가 지원 정책 등을 적극적으로 추진하고 있는데, 김 대표도 그러한 변화 속에서 여성 기업가로서 사회적인 인정을 받는 데에 만족감과 자부심을 갖고 있었음.
- 다음으로 지역의 콩 재배 농가 중 판로를 충분히 확보하지 못한 농가에서 콩을 구매함으로써 지역 농가에 도움을 줄 수 있다는 점도 큰 보람임. 콩세상은 한해 지역 농가로부터 일반 콩 30톤, 작두콩 3~4톤을 구매하고 있으며, 고추장 제조를 위해 고추와 찹쌀도 구매하고 있음. 뿐만 아니라 시장가격보다 약간 더 높은 가격에 구매하고 있다는 점도 지역 농가에 도움이 됨. 또 농촌 일자리 창출에 기여하고 있다는 것임. 현재 50~60대 여성 8명이 120~130만 원의 급여를 받으며 종업원으로 근무하고 있음. 근래에 농촌 지역은 쌀농사를 지어도 공급 초과로 정부 수매로 물량을 해소하기 어려운 상황이라 농사만 짓는 고령농가의 소득 수준이 높지 않은 상황임. 그렇기 때문에 종업원들은 각자의 농사일보다 콩세상에서의 작업에 더 많은 시간을 사용하기도 하며, 큰 만족감을 느끼며 일하고 있음. 콩세상에서 일하는 50~60대 여성들은 장 담그는 각자의 기술을 갖고 때문에 김 대표에게도 많은 도움이 되고 있음.

- 김 대표는 정부가 6차산업 기업의 판로 확보에 많은 노력을 기울이고 있지만 매출 상승에 실질적인 영향을 미치지 못하고 있다고 평가함. 농어촌공사에서 6차산업 우수 상품을 선정하여 대형마트와 홈쇼핑에 추천해주는 프로그램이 있었는데, 실제 판매로 이어지는 경우는 많지 않았다는 것임. 당시 130여개 업체가 품평을 해서 20개 업체를 선정했는데 콩세상의 상품도 선정되었음. 농림부가 전문가를 초청하고 업체를 선발하고, 대형 유통업체와의 만남을 주선하고 제품을 추천하는 일련의 과정에 상당한 예산과 노력이 투입된다는 것은 알 수 있었지만, 실제 판매로 이뤄지는 경우는 많지 않았음. 유통업체들이 유사상품을 공급하는 기존 거래 업체가 있거나, 이미 다른 업체와의 거래를 고려하고 있는 경우가 있기 때문이었음. 콩세상의 경우 농림부에서 만든 6차산업 지원센터에서 하나로 마트가 6차산업 제품을 일정 부분 판매해 준 것과, 모 마트에서 20개 업체 우수상품의 판매를 6일 동안 진행해 주었다는 것이 전부였음.
- 김 대표는 창업과정 보다는 사업체 운영과정에서 예상치 못한 여러 가지 어려움을 경험했음. 사업 초기에는 시장 상황이나 새로운 제품에 대한 반응도 좋았고, 가족들의 지원이 있었기에 큰 어려움을 느끼지 못했음. 그렇지만 이후 사업체 운영을 하며 원료값 상승, 가격경쟁력 및 판로 확보 등의 어려움을 겪었음.
- 첫째, 원료값 상승문제가 있음. 국산 농산물 가격이 매우 불안정해서 원료 가격이 폭등했을 때는 판매량이 늘수록 적자를 보았음. 그렇다고 제품 가격을 올리는 결정을 하기는 쉽지 않았음. 둘째, 수입농산물을 원료로 한 제품에 비해 낮은 가격경쟁력이 문제임. 특히 외환위기 때나 2006~2008년에는 경기가 어려워 국내산 농산물보다 저렴한 수입산을 선호해서 국산 농산물을 원료로 하는 콩세상 제품의 판매가 점점 줄어들었음. 한때는 사업을 접는 것을 고민하기도 했다. 다행히 수입 농산물에 대한 안전성 문제가 대두되고 경제적 여유가 있는 소비층이 국산 원료를 사용한 제품을 선호하는 분위기가 형성되어 판매가 회복세를 보이고 있음. 셋째, 대형 유통업체를 통한 판로 확보 문제임. 제품에 자신은 있지만 판매량이 많은 대형 업체를 통해 판

매하는 것이 쉽지 않음. 대형 업체의 경우 자체적인 납품 기준을 요구하거나 납품 준비 중간에 일방적으로 거래 취소를 하는 경우가 있기 때문임. 한 예로 C 업체에서는 제조 과정에 사용하는 물의 안정성 확보를 위해 염소소독기를 사용할 것을 요구했음. 염소소독기를 설치하는 것에는 큰 어려움이 없지만 염소소독을 거칠 경우 제품에 염소 냄새가 배어 품질에 문제가 생김. 콩세상 제품은 500m 지하암반수를 사용하기 때문에 다른 업체에 납품을 하면서 물 안정성으로 문제가 생긴 적이 없음에도 C 업체는 염소소독 요구를 고수했음. F 업체의 경우 홈쇼핑 입점을 준비하면서 5,000박스를 준비할 것을 요구하여 이를 준비했으나, 박스 변경을 세 번이나 요구하였고 이에 따라 많은 비용이 소요되었음. 그럼에도 불구하고 납품을 하지 못했음. 이 과정에서 5~6천만 원 상당의 콩을 확보하는 데 든 비용까지 한해에 7~8천만 원의 손실을 보았음. 네 번째 어려움은 식품공학에 대한 비전문성에서 발생하는 시행착오였음. 작두홍차를 개발하던 당시 미생물이 들어가서 발효가 되지 않고 변질되는 문제가 있었음. 1년 넘게 시행착오를 겪으면서 주변에 자문을 구한 결과 살균과정을 거쳐야 한다는 것을 알게 되었고 남편이 구매해 준 살균기계를 사용하면서 문제를 해결할 수 있었음. 다섯 번째 어려움은 변화하는 식품 제조 및 판매 규제를 반영하는 것임. 사업을 처음 시작할 때만 해도 HACCP 인증을 받지 않아도 되었지만, 지금은 HACCP 인증을 받지 못하면 식품 제조 사업을 하기 어려움.

2.4.5. 성공요인

- 김 대표가 생각하는 콩세상의 성공요인은 두 가지임. 첫째는, 국산 농산물을 원료로 사용한 것임. 한때 경제가 매우 어려웠던 시기에는 수입산을 원료로 한 제품에 가격경쟁력에서 밀려 판매에 어려움을 겪었지만 수입산 원료의 안전성 문제가 종종 불거지면서 국산을 원료로 한 제품의 선호가 차츰 높아져

매출이 상승했음. 김 대표는 행사장이나 판매장에서 국산을 사용한 제품인지를 확인하는 소비자를 많이 만나고 있음. 두 번째 성공요인은 김 대표 본인의 인내심임. 김 대표는 사업을 하면서 어려운 점도 많고 예상 밖의 난관에 부딪힐 때도 많지만 포기하지 않고 열심히 하면 언젠가는 노력의 대가를 얻을 수 있다고 믿었음. 한때 사업을 접어야 하나 고민을 할 정도로 매출이 감소했던 적도 있었지만 포기하지 않고 참고 기다린 결과 매출 상승을 이룰 수 있었음.

- 콩 세상의 향후 사업계획은 장류 중심의 생산 제품을 다양화 하는 것임. 김 대표는 중장년층에 비해 젊은 세대의 장류 선호도가 낮기 때문에, 장기적으로 장류 제품만을 고집하면 향후 매출이 감소할 수밖에 없을 것으로 보고 있음. 현재 콩세상은 옥수수 수염차와 같이 농산물을 원료로 한 음료와 밀반찬 제품 개발과 판매 확대에 힘을 쏟고 있음. 최근 식혜를 개발했고, 밀반찬의 경우 유기농 마트 납품에 노력을 기울이고 있음. 이러한 노력에 힘입어 최근 장류 이외의 상품이 매출액의 절반을 차지하고 있음.
- 김 대표가 여성창업자들에게 필요하다고 생각하는 정책적 노력은 판로 확대 지원이 보다 기업에 도움이 될 수 있도록 내실을 기해야 한다는 것과, 지속적인 경영지원 정책임. 김 대표는 판로 지원 정책에서 정책을 설계, 추진하는 공무원들의 생각과 현장에 있는 유통업체의 생각 간에 큰 격차가 있음을 많이 느꼈음. 유통업체 관계자들과 만남이 주선되었다 해도 일회성 행사에 그쳐 실제 지속적인 판로 확보에는 큰 도움이 되지 못하는 경우가 많았음. 이러한 이유로 김 대표는 판로 확대를 위해 생산자와 소비자가 만나서 직접 제품을 소개하고 제품에 대한 신뢰를 확보할 수 있는 판매처가 있으면 큰 도움이 될 것으로 생각하고 있음. 두 번째로 6차산업 여성 대표자들은 전문적인 경영 지식이 부족하고, 제품 생산 이외에도 혼자서 담당하는 역할이 많아 사업체 운영에 힘을 많이 쏟게 됨. 창업 초기에 일회성 지원에 그치지 말고, 안정적인 사업체 운영을 위한 경영 지원 정책이 필요함. 김 대표는 중앙정부와 지방자치단체가 함께 6차산업 업체들을 대상으로 마케팅,

회계, 경영전략 수립과 같은 사업체 경영 교육 및 컨설팅을 상시적으로 지원해주는 기관 설립이 실질적인 결과를 낼 수 있을 것이라고 보았음.

3. 성공요인 및 시사점

- 위의 네 사례를 통해 성공요인 및 정책적 시사점을 도출하고자 함. 먼저, 사업 초기 여성대표의 창업 아이템에 대한 전문지식이 매우 중요하였고, 창업 이후에도 전문기술을 익히기 위해 지속적인 노력을 하였음. 대표가 직접 전문 지식을 쌓기도 하고, 지역 주민 및 연구기관의 전문성을 활용하기도 하였음. 콩, 우엉, 연근 등을 원료로 차와 떡 등을 생산하는 약식동원의 경우 대표가 한방 건강학을 공부하고 원료에 대한 전문 지식을 쌓기 위한 노력을 통해 오랜 기간 축적해온 기술과 지식이 사업화에 결정적으로 작용했음. 유사하게 은아목장 대표도 고능력우 생산, 유제품 생산, 체험목장 조성에 관한 지식을 쌓기 위해 국내외 연수에 참여하는 등 많은 개인적 노력을 기울였음. 반면 궁골의 경우 창업 당시 메주나 장에 대한 대표의 전문성은 높다고 할 수 없었지만 중장년층 지역 주민들의 메주와 장을 제조해 본 경험을 적극 활용하였음. 궁골과 마찬가지로 장류를 주로 생산하는 콩세상도 사업 초기 중장년층 지역 여성들의 전문성을 활용하였음. 차별화된 냄새 없는 청국장을 개발하는 데는 한국식품개발연구원의 기술지원을 활용했음.
- 둘째, 자금조달에 있어서 자비로 충당한 경우와 정부로부터 창업자금을 지원 받은 경우가 있음. 약식동원은 사업 초기 재무적 성과를 요구하는 까다로운 정책자금 지원 요건 때문에 사비로 사업을 시작할 수밖에 없었음. 이후 공장 증설에 필요한 자금은 기술보증과 기업은행으로부터 지원을 받을 수 있었음. 반면 궁골은 창업시기부터 경제진흥원의 소상공인지원센터로부터 자금을 지원

받을 수 있었음. 콩세상 대표는 남편의 자금 지원으로 생산부지 및 건물을 확보할 수 있었으며, 내부 설비 확보에는 기술센터의 자금 지원을 받았음.

- 셋째, 판로 확보에 있어서 사업 초기 여성대표가 직접 아울렛, 행사장 등을 찾아다니며 판매처를 확보한 경우가 있는 반면 특색 있는 제품으로 비교적 손쉽게 홍보를 할 수 있었던 경우도 있었음. 이와 별도로 입소문 마케팅에 주력한 경우도 있음. 약식동원은 대표가 사업 초기부터 대기업이 운영하는 아울렛 등을 찾아다니며 판매처를 확보하였음. 궁골은 사업 초기 2년간 제품을 알리기 위해 대표가 지인들을 집으로 초대하는 노력을 했으며, 지역 시장 행사장에서 판매를 했음. 사회적기업 인증 이후 사회적기업진흥원과 지방자치단체의 지원으로 백화점 행사장 등 보다 큰 판매처를 확보할 수 있었음. 은아목장은 사업 초기 대형 유통사를 통한 당장의 판매확대에 연연하지 않고 목장 운영, 제조기술 습득, 제품의 품질 등에 내실을 기하며 입소문 마케팅에 주력했음. 그 결과 목장을 방문했거나 제품을 구매한 고객들이 개인 블로그 및 SNS에 경험담을 올리면서 은아목장이 알려지게 되었음. 콩세상의 경우 사업 초기 냄새 없는 청국장인 충북향토음식경연대회 특색식품으로 선정되고 방송을 통해 소개되면서 하나로 마트 등의 판매처를 확보할 수 있었음.
- 넷째, 여성대표가 받은 가족의 지원에 있어서 네 업체 대표 모두 남편의 지원을 받았고 약식동원을 제외한 세 업체의 경우 자녀가 사업에 참여하고 있음. 궁골의 경우 대표의 남편이 창업 단계부터 사업에 참여하였고, 3년 전부터는 아들이 직장을 그만두고 사업 관리 및 기획에 참여하여 큰 도움을 주고 있음. 은아목장 대표의 남편은 두 딸의 양육과 가사에도 불구하고 대표의 해외연수를 적극적으로 지지하였음. 두 딸은 해외에서 치즈 가공 기술을 배워와 치즈 제조를 담당하고 있음. 콩세상 대표의 남편은 창업자금을 지원했고 영업을 담당해오고 있음. 딸은 사업 초기 회계업무를 수행하며 대표를 도왔음. 약식동원 대표는 사업 초기에는 남편이 사업에 참여하지 않았지만 최근 남편이 대표로부터 제조법을 배우면서 사업에 참여하고 있음.

- 다섯째, 여성대표의 개인적 노력 정도에 따라 정부로부터 제도적, 기술적, 금전적 지원을 받는 정도에 차이가 있었음. 약식동원의 경우 사업 초기 농업기술센터로부터 관계자 소개 및 조언을 다소 받기는 했으나 창업 단계에서 정책자금을 지원받지 못했고, 판매처를 본인이 직접 확보할 수 있었기 때문에 6차산업 인증 외에 큰 도움을 체감하고 있지는 않음. 반면 궁골의 경우 창업단계부터 자금을 지원받았고, 사회적기업 인증 이후 사회적기업 진흥원과 지방자치단체의 지원으로 판로 확대에 큰 도움을 받고 있음. 콩세상은 한국식품개발연구원의 기술지원이 창업아이템 개발에 결정적인 역할을 했으며, 기술센터로부터 설비 마련에 자금지원을 받았음. 특히, 은아목장은 대표가 관계부처와 지방자치단체 등에 적극적으로 제품 및 사업계획 홍보, 민원제기 등을 하여 밀크스쿨 건립, 국내외 연수 등에 자금 지원을 받을 수 있었고 장애가 되는 규제의 개정도 이끌어 낼 수 있었음.
- 여섯째, 여성대표의 사업체 운영 시 애로사항에 가장 많이 언급된 것은 자금 확보와 판로 확보였음. 은아목장과 같이 자체적으로 자금 확보가 가능한 일부 경우를 제외하면 민간 금융기관에서 직접 대출을 받는 것보다 정부의 자금지원 정책에 의존하는 것을 선호할 수밖에 없음. 약식동원, 궁골, 콩세상의 경우, 담당 기관의 지원 기준과 업체의 유무형적 자원 보유 상황에 따라 자금지원 여부가 달랐음. 판로 확보의 경우 대등하지 않은 관계 때문에 대형 유통업체를 통해 판매하는 것이 쉽지 않았음. 사업 초기에는 주로 개인적으로 알고 제품을 찾는 고객에 의존할 수밖에 없었으며, 지역 장터, 대형 유통업체가 장소를 제공하는 행사장에서의 판매로 제품을 홍보해야 했음.

표 5-6. 사례 비교

비교 기준	약식동원	궁골	은아목장	콩세상
판매 상품	콩깍지차, 우영차, 연근차, 콩잎떡, 우영잎떡	된장, 고추장, 청국장 등 장류	치즈, 발효유, 유제품 제조 체험	된장, 고추장, 청국장 등 장류, 작두콩차, 식혜
창업 아이템에 대한 지식	개인적 노력으로 상품에 대한 지식을 쌓음	지역 주민들의 전문성 활용	개인적 노력으로 상품에 대한 지식을 쌓음	한국식품개발연구원의 도움, 지역 주민들의 전문성 활용
자금 조달	사업초기 사비로 충당, 공장 증설에는 기술보증과 기업은행으로부터 지원	사업 초기 경제진흥원 소상공인지원센터로부터 지원	사비로 충당하는 데 큰 어려움 없었음	남편과 기술센터의 지원
판로 확보	사업초기 개인적으로 확보	사업초기 개인적으로 확보, 사회적기업 인증 후 판로 지원 받음	사업 초기 대형 유통사를 통한 당장의 판로확대에 연연하지 않고 입소문 마케팅에 주력	사업초기 특색있는 식품으로 주목받아 비교적 홍보가 쉬웠던 덕분에 하나로마트에 납품
가족의 지원	최근 남편이 상품 제조에 참여	창업 단계부터 남편이 사업에 참여, 3년 전부터 아들이 관리 및 기획에 참여	남편의 원유생산 담당과 해외연수 지지, 두 딸이 치즈 제조에 참여	남편의 창업자금 지원 및 영업 업무 수행, 딸의 회계업무 수행
정부 지원	농업기술센터의 자문, 6차산업 인증 이후 큰 체감 없음	창업 자금 지원, 사회적기업 인증 후 판로지원	밀크스쿨 건립에 경기도와 여주시의 자금 지원, 조 대표의 끈질긴 민원을 통해 사업에 장애가 되는 규제를 변경	한국식품개발연구원의 기술지원, 기술센터의 설비 마련 자금지원
애로 사항	안정적 원재료 확보의 어려움, 공장 증설에 따른 지역 주민의 거부감, 유사품 판매, 자금 확보	자금 확보, 장맛 현 대화, 판로 확보	대형 유통업체와의 거래에서 대등하지 않은 관계, 경영 전문성 부족	불안정한 국산 농산물 가격, 대형 유통업체를 통한 판로 확보, 식품공학에 대한 비전문성에서 발생하는 시행착오

표 5-7. 성공요인, 애로사항, 정책요구

정책 영역	성공요인	애로사항	정책 개선요구
교육, 정보	<ul style="list-style-type: none"> - 전문지식과 기술개발에 장기적 교육투자 - 농업기술센터 교육 참여 - 여성사업자 네트워킹을 통한 정보 교류 - 해외 선진사업체 연수 	<ul style="list-style-type: none"> - 전문지식과 기술 부족 - 학습비용과 시간 투자 	<ul style="list-style-type: none"> - 단계별 전문교육시스템 운영 또는 개별학습에 대한 교육비용 지원 - 여성특화 교육프로그램 운영 - 여성경영자 네트워킹 지원
자금	<ul style="list-style-type: none"> - 농업기술센터, 소상공인지원센터 등 정부 자금지원 제도 활용 	<ul style="list-style-type: none"> - 지원제도 정보 부족 - 소규모사업체에 까다로운 지원조건(대출액 기준) - 여성이 충족시키기 어려운 조건(담보), - 서류절차 	<ul style="list-style-type: none"> - 정부, 지자체 주요 기구에 여성경영자 참여로 정책에 여성의견, 애로사항 반영 - 담보, 대출액 등 기준 충족이 어려운 여성에 대한 자금지원제도 - 절차 간소화
마케팅 (판매, 홍보 등)	<ul style="list-style-type: none"> - SNS 홍보 - 지인, 입소문 - 지자체 행사 - 여성소비자 취향 반영 	<ul style="list-style-type: none"> - 유사상품 생산 경쟁 - 백화점 등 대규모 판로 개척 - 실효성 적은 지자체 행사 	<ul style="list-style-type: none"> - 마케팅 교육, 컨설팅 - 도시에 지자체 직매장 운영 - 전용 쇼핑몰
경영 (회계, 관리, 생산 등)	<ul style="list-style-type: none"> - 가족경영 - 안정적 원료 확보 - 품질관리, 신상품 개발 - 국산 재료 - 지역여성 역량 활용 - 전문가 자문 	<ul style="list-style-type: none"> - 전문경영 역량 부족 - 규제 강화 	<ul style="list-style-type: none"> - 가족경영에 참여하는 청년층 자녀에게 전문교육(여성경영주의 경영 지원) - 창업 이후 사업체 경영에 대한 정기적인 컨설팅 지원
인증	<ul style="list-style-type: none"> - 사회적기업으로 인증받아 인건비, 개발비, 판로지원 받음 	<ul style="list-style-type: none"> - 인증제에 대한 정보 부족 - 신청절차 	<ul style="list-style-type: none"> - 교육을 통해 인증제에 대한 정보 제공, 상담 강화 - 인증제 홍보

3.1. 성공요인

- 네 업체의 사례를 통해 추출한 6차산업 여성기업의 성공요인은 다음과 같이 요약할 수 있음.
- 첫째, 제품에 대한 여성대표의 전문성과 꾸준한 학습노력임. 네 업체의 여성

대표들은 정도의 차이는 있지만 상당기간 양질의 원료, 제조 공정을 학습하는 과정을 거쳤음. 전문지식 학습을 위해 투자를 많이 하고 있고, 기술개발을 위해 전문기관 활용, 해외 선진사례 견학 등 자발적으로 많은 노력을 하였음.

- 둘째, 여성대표들은 정부의 기술적, 재정적 지원을 적극 활용하고 있음. 정도의 차이는 있지만 제품 개발 과정에서 기술적 지원을 받았고, 창업 및 사업 확대 과정에서 자금 지원을 받았음. 인증제를 활용하여 더 많은 지원을 받을 수 있었고, 지자체의 행사에도 적극 참여하여 기회를 활용하였음.
- 셋째, 여성대표들은 여성들 간의 네트워킹을 중시하였음. 생산자로서의 여성과 소비자로서의 여성 간 네트워크, 6차산업 여성사업가들 간의 네트워크 등을 통해 판로 확보, 기술 개발, 정책 개선 등을 추진할 수 있었음. 여성사업가들은 소비자 여성의 취향을 잘 파악하고 있고, 이를 제대로 활용하여 성공할 수 있었음. 또한 여성사업가들 간 네트워크를 통해 정보를 공유하고, 제도의 개선도 이끌어낼 수 있었음. 피고용인인 지역 주민 여성들의 역량도 적절히 활용하였음. 앞으로 젊은 여성들의 사업 참여에 멘토를 해주겠다는 의지도 가지고 있었음.
- 넷째, 여성대표들은 IT, SNS 등 정보화 기술을 잘 활용하였음. 여성들은 인터넷을 잘 활용하여 선진 정보를 구하고, 카페, 블로그 등을 통해 상품 홍보를 하였음.
- 다섯째, 가족의 참여와 지원을 기반으로 하였음. 자녀 양육과 가사 분담에 남편이 적극 참여하였고, 남편과 젊은 자녀들도 사업에 함께 참여하는 가족 경영을 통해 여성사업가에게 부족한 역량을 보완해주었음.
- 여섯째, 여성대표들은 지역과의 연계 및 신뢰를 구축하였음. 지역의 특산물을 활용하고, 지역 주민을 고용하고, 주민의 역량을 활용하는 등 지역의 인적 물적 자원을 적극 활용하고 지역에 기여하고 있었음.

3.2. 정책적 시사점

- 네 사례의 비교분석을 통해 다음과 같은 시사점을 도출할 수 있음. 사업체의 발전 단계에 따라 요구되는 사항이 다르므로 이를 구분하여 지원 시스템을 구축할 필요가 있음. 크게 창업단계와 본격 운영단계로 구분하면, 창업 단계에서는 제품 개발 기술, 자금, 인력, 판로 확보가 필수적이었음. 본격 운영단계에서는 경영 전문성과 판로 확대가 요구되었음.
- 첫째, 기술력의 지속적 향상을 위한 전문교육 시스템의 구축이 필요함. 고품질의 신상품 개발을 위해 지속적인 학습이 요구되므로, 품목별 수준별 전문교육 프로그램을 운영하고, 개인이나 집단이 자체적으로 전문교육프로그램을 찾아 참여할 수 있도록 교육비 지원제도를 마련할 필요가 있음. 또한 제품개발을 도와줄 수 있는 국내외 전문연구기관에 대한 정보도 제공하면 도움이 될 것임.
- 둘째, 자금 지원에 있어서는 업체별 수혜 여부가 달랐음. 은아목장과 콩세상과 같은 사업체는 기존에 운영하던 1차 사업을 근거로 자금지원을 받을 가능성이 높지만 약식동원과 궁골은 그렇지 않았음. 약식동원과 궁골 모두 새로운 분야에서 사업을 시작했지만 궁골은 창업자금 지원을 받을 수 있었는데 반해 약식동원은 그러지 못했음. 약식동원의 경우 자금지원 신청과정에서 재무제표를 요구했다는 점에서 창업 자금 지원 보다는 어느 정도 매출을 쌓아 온 업체의 자금지원에 더 적합한 기관에 자금 지원을 신청하려 했을 가능성이 높음. 따라서 사업체가 각자의 상황에 맞는 자금지원 기관을 찾을 수 있도록 정보를 제공해 줄 필요가 있음. 또한 소규모 사업체의 경우 매출액 등 자금지원 조건 완화, 담보가 부족한 여성을 위한 여성대출제도 등 여성들을 위해 자금 수혜의 장벽을 낮춰주는 것이 필요함.
- 셋째, 인력 확보와 관련해서 가족들이 사업에 참여하는 경우가 많았음. 이는 사업 초기의 어려움을 가족의 신뢰와 헌신으로 극복하는 데 긍정적이지만 사업이 확대되어 갈수록 경영 전문성 부족을 체감하기 쉬웠음. 소상공인지

원센터, 기술센터, 지방자치단체 등에서 지역의 6차산업 사업체에 사업 단계에 맞게 지속적으로 경영 지원과 자문을 해 줄 수 있는 역할을 강화할 필요가 있음. 창업 초기는 물론 이후에도 지속적으로 정기적인 경영컨설팅을 받을 수 있도록 하여 사업체의 성장을 지원하는 것이 바람직할 것임. 또한 가족경영에 참여하는 젊은 자녀들을 대상으로 경영교육을 지원하여 가족중심 사업체의 경영역량을 키워주는 방안도 필요할 것임.

- 넷째, 판로 확보의 경우 창업 시기, 본격 운영단계 모두에서 업체들이 어려움을 겪고 있는 분야로 정부의 지원이 보다 강화될 필요가 있음. 개인적인 노력으로 지역 시장 및 유통업체 등의 행사를 통해 판매 및 홍보를 하는 경우가 많았으나 이를 통한 홍보 및 매출 확대에는 한계가 있음. 사회적기업 인증 사업체의 경우 사회적기업진흥원, 지방자치단체에서 판로 확대에 노력을 기울이고 있지만, 이러한 지원을 받지 못하는 업체들은 백화점, 홈쇼핑 등의 대형 유통사를 통한 판매와 홍보효과를 희망하는 경우가 많음. 그러나 대형 유통사와의 대등하지 않은 관계로 인해 납품이 중단되거나 포기하는 경우가 적지 않은 실정임. 따라서 관계부처와 지방자치단체가 협력하여 6차산업 사업체들의 우수한 상품을 상시 홍보, 판매할 수 있는 온·오프라인 매장을 구축할 필요가 있음. 특히 사례 조사 대상 사업체들은 국산 원료 사용과 자체 생산 기법으로 품질에 자신을 가지고 있어 소비자들과 직접 만나 제품의 안정성과 기능성을 홍보하고 싶어 했다는 점에서 지역 거점별 오프라인 매장 설립을 추진할 필요가 있음. 뿐만 아니라 올해 출범한 공영 홈쇼핑으로의 납품을 적극 지원하는 것도 검토할 필요가 있음.
- 다섯째, 여성들 간의 네트워킹을 강화할 필요가 있음. 여성들은 남성경영자에 비해 네트워킹이 약하여 정부 지원제도 정보의 획득이나 지원을 얻는 데 취약한 면이 있음. 인증을 받을 경우 많은 혜택이 있는 데도 불구하고 이를 활용하지 못한 업체도 있었음. 정보 접근성과 교육기회가 적은 여성들을 위한 연수기회, 특화프로그램을 지원하는 것이 필요함. 또한 6차산업 참여를

희망하는 청년여성, 신규 창업 희망 여성들과 성공한 여성사업가를 멘토로 연결하여 여성만의 장점과 단점을 함께 해결할 수 있는 기회도 필요함.

- 여섯째, 정부 사업담당자와 여성사업자 간의 소통 통로가 필요할 것임. 주요 위원회나 협회에 여성대표가 참여하도록 하고, 여성들과의 정기적인 소통 통로를 마련하여 여성사업가의 애로사항을 수렴하고 해결책을 모색할 수 있도록 해야 할 것임.

제 6 장

결론 및 정책 제언

1. 결론

- 농어촌에서 6차산업이 크게 성장하고 있고 여성일자리도 늘어나고 있으나, 경영주의 성비는 남성이 여성보다 8~9배 정도 많아, 여성이 6차산업의 성장 과정에서 경영자로서의 역할은 아직 미약한 것으로 볼 수 있음. 여성은 농가단위에서 6차산업에 참여하는 편이고, 농업법인을 통한 참여는 남성보다 저조한 편임. 그러나 6차산업 우수 사례에 여성이 경영하는 사업체가 다수 포함되어 있어 향후 6차산업에의 여성 참여 가능성은 크다고 할 수 있음.
- 6차산업화 경영 농가 및 농업법인의 성별 고용실태를 보면(농촌진흥청, 2015: 85, 147), 농가와 농업법인이 차이를 보이는데, 농가는 남녀 각각 평균 2.98명을 고용하고 있는 것으로 나타나 성별 고용 차이가 없었음. 하지만 농업법인은 평균적으로 남성 8.48명, 여성 3.46명을 고용하고 있는 것으로 나타나 여성의 고용은 남성에 비해서 약 절반에 그치고 있었음.
- 여성들은 농업법인을 통해 6차산업에 참여하는 비율이 남성에 비해 낮은 것으로 나타남. 즉, 여성들이 농가단위에서 6차산업에 소규모로 참여하는

편이고, 법인 참여에 소극적임을 알 수 있음. 따라서 농어촌 여성의 6차산업 참여를 제고하기 위해서는 정부의 지원정책이 성별 특성을 고려해서 마련될 필요가 있음. 여성들이 선호하는 소규모 농가의 6차산업 창업 지원을 강화하고, 다른 한편으로는 여성농업인 운영 사업체의 법인화 지원, 농업법인이나 생산자단체 등 조직 활동에 여성 참여를 활성화시키기 위한 노력이 병행될 필요가 있음.

- 농촌진흥청(황대용·고민주·김민재, 2015)의 ‘농업·농촌 6차산업화 기초실태조사³³⁾’를 참고로 여성의 6차산업 참여 실태를 분석한 결과, 지원제도 이용 경험과 지원받은 내용은 성별에 따라 차이가 있는 것으로 나타났음. 여성은 남성보다 정부 지원제도에 대한 인지도가 낮고, 이용한 지원내용도 제한적인 특징을 확인할 수 있었음. 이용경험은 남성 17.1%, 여성 7.7%로 남성농업인이 여성농업인에 비해서 약 9.4%p 높았음. 또한 여성은 남성에 비해 이용한 사업내용이 제한적이었음. 지원사업의 홍보 강화로 다양한 지원 사업을 충분히 인지하고 이용할 수 있도록 해야 할 것임.
- 6차산업 관련 정책에 여성 참여가 어느 정도 이루어져왔는지를 파악해 보았으나, 관련 행정보고 자료들이 성별로 분리되어 생산되지 않고 있어서 여성의 참여 현황을 파악하는 것이 어려웠음. 향후에는 인적 통계는 반드시 성별 구분해서 생산하고 보고하도록 할 필요가 있음. 그래야만 정책의 효과가 어떠한 지를 평가할 때 지역별로 뿐만 아니라 성별에 따라서도 분석이 가능해질 수 있음. 그에 따라 관련 정책도 남녀 농어업인의 현실과 정책 요구를 각각 파악하여 반영할 수 있게 될 것임. 이를 위해 관련 정책 지침이나 사업 결과 보고 과정에서 활용하는 인적 통계 양식을 성별 표기를 할 수 있도록

33 이 조사는 현재 6차산업을 경영하고 있는 전국의 9,033개 농가와 1,001개 농업법인을 조사하였으며, 조사기간은 2014년 9월 1일~2014년 10월 31일이었고, 1:1 방문면접조사를 하였음(농촌진흥청, 2015: 3). 본 연구에서는 성별 실태 파악을 위해 ‘6차산업 실태조사’의 원데이터를 요청하여 일부 문항을 성별로 재분석하였음.

개선할 필요가 있음.

- 6차산업 관련 정책에 여성창업 및 일자리 창출 효과를 분석한 결과, 대체적으로 6차산업 관련 정책은 여성에게 친화적이고 긍정적인 영향을 미치고 있는 것으로 추정됨. 성별 자료 확보가 가능한 범위 내에서 살펴본 결과, 6차산업 창업 관련 대표자는 남성이 여성보다 많은 것으로 추정됨. 다만 긍정적인 것은 6차산업의 특성상 과거에 1차 생산에 머물러 있을 때와 비교하면, 농어·농촌 자원을 활용한 직접 생산(1차), 가공(2차), 서비스(3차)를 융합하는 과정에서 여성이 참여할 수 있는 기회가 더 늘어난 것으로 보임. 6차산업 우수 농업인 사례에는 여성농업인이 CEO로 소개된 경우를 다수 찾아볼 수 있었으며, 농어촌관광, 체험프로그램 등에도 여성농업인이 적극적으로 참여하고 있는 사례들이 소개되고 있음. 그리고 6차산업 관련 정책에 따라 지원을 받은 창업 경영체에 고용되는 인력으로 여성의 참여가 이루어지고 있음을 확인할 수 있었음.
- 현재 6차산업 지원정책과 창업 매뉴얼이 개발되어 있으나, 여성의 애로와 요구까지를 충분히 고려하고 있지는 않은 것으로 보임. 여성맞춤형 매뉴얼이 개발된다면 여성들에게 더 큰 도움을 줄 수 있을 것임. 또한 여성들이 겪는 창업의 어려움과 성공요인을 사례집으로 접근할 수 있도록 하면 도움이 될 것임.
- 여성들이 농어촌의 6차산업 창업에 참여할 수 있도록 지원하기 위한 농어촌형 새일센터는 아직 운영 초기단계로 종사자들의 전문성이 크게 미흡한 상황임. 창업을 할 수 있는 자원의 파악, 창업교육, 교육 후 창업까지의 연계 등 농어촌 창업을 지원할 수 있도록 새일센터의 전문성을 제고하기 위한 방안이 시급하게 요구됨. 여성가족부의 지원은 물론 농림축산식품부, 농진청 등과의 연계체제 구축이 필요할 것임.
- 6차산업 창업여성들을 대상으로 한 설문조사 결과, 6차산업에 종사하고 있는 창업여성들은 여성들이 6차산업에서 적극적으로 활약할 수 있다는 자신

감을 내비치고 있었음. 그러나 현실적으로 육아·가사를 병행하는 것에 큰 부담을 느끼고 있었고, 창업 초기 판매처 확보, 홍보 및 마케팅, 운영 자금 확보 등에 어려움을 겪는 것으로 나타났음.

- 창업과정 컨설팅 지원이나 창업자금 지원제도를 인지하고 있는 경우는 많았으나, 수출 지원, 연구개발(R&D) 지원, 출원, 인증 및 평가 지원제도의 경우 인지도가 상대적으로 낮았음. 6차산업 지원정책은 알고 있으나, 일부 사업에 국한되어 있어, 남성에 비해 다양한 지원정책에 대한 인지도가 낮음.
 - 실제 제도 활용에 있어서도 창업과정 컨설팅 지원이나 창업자금 지원, 경영 역량 강화, 마케팅·브랜드·디자인 지원은 30~40%대의 이용률을 보이고 있으나, 수출 지원, 연구개발(R&D) 지원, 출원, 인증 및 평가 지원은 수혜 경험이 10% 초반에 그쳤음.
 - 지원제도 만족도 조사에서 5점 만점에 평균 2.91점의 만족도를 보이고 있음. 맞춤형 지원정책의 필요성 조사에서 5점 만점에 4.52점, 매우 필요하거나 필요한 편이라고 응답한 비율이 92.3%에 달해 현재 운영 중인 지원제도의 여성맞춤형 개선이 필요함을 시사함.
 - 6차산업 여성창업 지원제도의 중요성 분석 결과 여성기업 판로 및 판매 확대 지원이 4.48점으로 가장 중요하다고 답하였으며, 여성창업자금 지원(4.34점), 실무능력을 배양할 수 있는 전문적 교육(4.34점), 창업이후 지속적인 경영컨설팅(4.31점), 창업단계에서의 창업상담(4.09점), 여성창업자간 네트워크 형성(4.05점), 여성창업 및 경영교육 강좌 개설(3.92점), 해외시장 개척 및 해외투자 지원(3.91점), 여성창업보육센터 설치 및 운영(3.71점) 순으로 나타났음.
- 6차산업 창업에 성공한 여성들의 사례조사를 통해 성공요인을 분석하였음. 네 업체의 사례를 통해 추출한 6차산업 여성기업의 성공 요인은 다음과 같음.
- 첫째, 제품에 대한 여성대표의 전문성과 꾸준한 학습노력임. 네 업체의

대표들은 정도의 차이는 있지만 상당기간 양질의 원료, 제조 공정을 학습하는 과정을 거쳤음. 전문지식 학습을 위해 투자를 많이 하고 있고, 기술개발을 위해 전문기관 활용, 해외 선진사례 견학 등 자발적으로 많은 노력을 하였음.

- 둘째, 정부의 기술적, 재정적 지원을 적극 활용하고 있음. 정도의 차이는 있지만 제품 개발 과정에서 기술적 지원을 받았고, 창업 및 사업 확대 과정에서 자금 지원을 받았음. 인증제를 활용하여 더 많은 지원을 받을 수 있었고, 지자체의 행사에도 적극 참여하여 기회를 활용하였음.
- 셋째, 여성들 간의 네트워킹이 중요함. 생산자로서의 여성과 소비자로서의 여성 간 네트워크, 6차산업 여성사업가들 간의 네트워크 등을 통해 판로 확보, 기술 개발, 정책 개선 등을 추진할 수 있었음. 여성사업가들은 소비자 여성의 취향을 잘 파악하고 있고, 이를 적절하게 활용하여 성공할 수 있었음. 또한 여성사업가들 간 네트워크를 통해 정보를 공유하고, 제도의 개선도 이끌어낼 수 있었음. 피고용인인 지역 주민 여성들의 역량도 적절히 활용하였음. 또한 앞으로 젊은 여성들의 사업 참여에 멘토를 해주겠다는 의지도 가지고 있었음.
- 넷째, IT, SNS 등 정보화 기술의 활용임. 여성들은 인터넷을 잘 활용하여 선진 정보를 구하고, 카페, 블로그 등을 통해 상품 홍보를 하였음.
- 다섯째, 가족의 참여와 지원을 기반으로 하였음. 자녀 양육과 가사 분담에 남편이 적극 참여하였고, 남편과 젊은 자녀들도 사업에 함께 참여하는 가족경영을 통해 여성사업가에게 부족한 역량을 보완해주었음.
- 여섯째, 지역과의 연계 및 신뢰를 구축하였음. 지역의 특산물을 활용하고, 지역 주민을 고용하고, 주민의 역량을 활용하는 등 지역의 인적 물적 자원을 적극 활용하고 지역에 기여하고 있었음.

2. 개선과제

- 사업체의 발전 단계에 따라 강조되는 요구되는 사항이 다르므로 이를 단계적으로 지원할 필요가 있음. 크게 창업단계와 본격 운영단계로 구분하면, 창업 단계에서는 상품 개발 기술, 자금, 인력, 판로 확보가 필수적이었음. 본격 운영단계에서는 경영 전문성과 판로 확대가 요구되었음. 기술혁신과 경영 컨설팅은 지속적으로 필요한 지원 사항이라고 할 수 있음.

□ 6차산업 전문교육의 농어촌 여성 참여 기회 확대

- 기술력의 지속적 향상을 위한 전문교육 지원이 필요함. 고품질의 신상품 개발을 위해 지속적인 학습이 요구되므로, 품목별 수준별 전문교육 프로그램을 운영하고, 개인이나 집단이 자체적으로 전문교육 프로그램을 찾아 참여할 수 있도록 교육비 지원제도를 마련할 필요가 있음. 품목별 전문교육 프로그램을 수준별로 개설하고 운영하는 것이 현실적으로 어려움이 있을 수 있으므로, 학습계획서를 제출하여 타당성이 인정될 경우 그 비용을 지원하는 방안을 고려할 수 있음. 또한 제품 개발을 도와줄 수 있는 국내외 전문연구기관에 대한 정보도 제공하면 도움이 될 것임. 농어촌 여성들은 학습에 대한 자신감 부족과 정보획득의 어려움을 호소하므로, 여성특화 교육 프로그램을 제공하는 것도 필요함.

□ 농어촌 여성의 6차산업 정책 인지도 및 정보 접근성 제고

- 농어촌 여성들은 정부 지원제도를 잘 알고 있는 비율은 낮고, ‘약간 알고 있다’는 비율이 높아 정책 인지도가 피상적인 것으로 나타났음. 지원제도 이용 경험과 지원받은 내용도 성별에 따라 차이가 있는 것으로 나타났음.

농어촌 여성은 남성에 비해 지원제도 인지도 및 이용경험이 낮고, 지원받은 사업내용도 제한적이었음. 농어촌 여성을 대상으로 다양한 지원사업에 대한 교육과 홍보 강화로 정책인지도를 제고하고, 정보 접근성과 교육기회가 적은 여성들을 위한 연수 기회, 특화 프로그램을 지원하는 것이 필요함.

□ 인증제 활용 및 인허가 지원

- 조사결과, 농어촌 여성들은 인증관련 제도의 인지율이 낮아, 61.5% 정도가 잘 모르는 편이고 이용률도 낮음. 2015년 6차산업 인증사업자 선정 중 여성은 31.3%임. 인증제를 활용한 여성들의 경우, 자금대출을 포함한 사업운영에 도움을 더 많이 받은 것으로 나타남. 창업 관련 교육에서 인증제에 대한 교육을 반드시 포함하고, 행정절차에 어려움을 갖는 농어촌 여성들에게 도움을 주는 서비스를 강화해야 할 것임. 인증사업자로 선정된 이후, 가능한 활동에 대한 교육도 필요함. 또한 다양한 6차산업 사업체의 인허가 절차를 간소화하는 등 행정상의 애로를 해소주어야 함.

□ 6차산업 여성사업체에 대한 자금 지원조건 완화

- 농어촌 여성들은 소규모 사업을 하는 선호하는 경향이 있으므로, 여성친화적 창업지원책이 필요함. 특히 자금조달에 어려움을 겪는 농어촌 여성들이 매우 많으므로, 사업체가 각자의 상황에 맞는 자금지원 기관을 찾을 수 있도록 정보를 제공해 줄 필요가 있음. 소규모 사업체의 경우 매출액, 담보 등 자금지원 조건 완화, 담보가 부족한 여성을 위한 여성대출제도 등 농어촌 여성들을 위해 자금 수혜의 장벽을 낮춰주는 것이 필요함. 보유 기술과 사업 계획을 토대로 자금을 지원해주는 방안도 고려할 수 있음.

□ 가족경영에 대한 지원

- 농어촌 여성이 운영하는 사업체의 경우 인력 확보와 관련해서 가족들이 사업에 참여하는 경우가 많았음. 이는 사업 초기의 어려움을 가족의 신뢰와 헌신으로 극복하는 데 긍정적이지만 사업이 확대되어 갈수록 경영 전문성 부족이 문제가 될 수 있음. 가족경영에 참여하는 젊은 자녀들을 대상으로 경영 교육을 지원하여 가족중심 사업체의 경영역량을 키워주는 방안도 필요할 것임.

□ 6차산업 여성사업체에 대한 판로 지원

- 지역네트워크가 약한 농어촌 여성들은 판로 개척에 어려움을 겪기 쉬움. 판로 확보의 경우 창업 시기, 본격 운영단계 모두에서 업체들이 어려움을 겪고 있는 분야로 정부의 지원이 보다 강화될 필요가 있음. 개인적인 노력으로 지역 시장 및 유통업체 등의 행사를 통해 판매 및 홍보를 하는 경우가 많았으나 이를 통한 홍보 및 매출 확대에는 한계가 있음. 사회적기업 인증 사업체의 경우 사회적기업진흥원, 지방자치단체에서 판로 확대에 노력을 기울이고 있지만, 이러한 지원을 받지 못하는 업체들은 백화점, 홈쇼핑 등의 대형 유통사를 통한 판매와 홍보효과를 희망하는 경우가 많음. 그러나 대형 유통사와의 대등하지 않은 관계로 인해 납품이 중단되거나 포기하는 경우가 적지 않은 실정임. 따라서 관계부처와 지방자치단체가 협력하여 6차산업 사업체들의 우수한 상품을 상시 홍보, 판매할 수 있는 온·오프라인 매장을 구축하는 등 판로 확대 지원을 강화해야 할 것임.

□ 6차산업 참여 농어촌 여성의 정보화기술 활용 역량 제고

- 성공한 6차산업 여성사업가들은 IT, SNS 등 정보화 기술을 잘 활용하여, 카페, 블로그 등을 통해 상품 홍보를 하고 정보와 기술도 학습하였음. 사업을 시작하는 농어촌 여성들에게 일대일로 맞춤형 정보화교육을 제공하고, 홈

페이지 구축, 블로그 개설과 정기적 관리 등을 지원해서 마케팅 역량을 강화하도록 하는 것이 필요함.

□ 6차산업 여성사업체에 대한 지속적인 컨설팅 지원

- 소상공인지원센터, 기술센터, 지방자치단체 등에서 지역의 6차산업 사업체에 사업 단계에 맞게 지속적으로 경영 지원과 자문을 해 줄 수 있는 역할을 강화할 필요가 있음. 창업 초기는 물론 이후에도 지속적으로 정기적인 경영컨설팅을 받을 수 있도록 하여 사업체의 성장을 지원하는 것이 바람직할 것임. 농어촌에서는 개별적으로 전문인력을 구하는 데 어려움이 크므로, 지자체에서 지역의 전문인력풀을 구축하여 연계해주는 것이 필요함.

□ 6차산업 여성사업자 네트워크 및 멘토링 강화

- 6차산업에 참여하는 농어촌 여성들 간의 네트워킹을 강화할 필요가 있음. 농어촌 여성들은 남성경영자에 비해 네트워킹이 약하여 정부 지원제도 정보의 획득이나 지원을 얻는 데 취약한 면이 있음. 인증을 받을 경우 많은 혜택이 있는 데도 불구하고 이를 활용하지 못한 업체도 있었음. 6차산업 참여를 희망하는 청년여성, 신규 창업 희망 여성들과 성공한 여성사업가를 멘토로 연결하여 여성만의 장점과 단점을 함께 해결할 수 있는 기회도 필요함.

□ 6차산업 관련 기구에 여성 참여

- 정부 사업담당자와 6차산업에 참여하는 여성사업자 간의 소통 통로가 필요할 것임. 주요 위원회나 협회에 여성대표가 참여하도록 하고, 여성들과의 정기적인 소통 통로를 마련하여 여성사업가의 애로사항을 수렴하고 해결책을 모색할 수 있도록 해야 할 것임.

□ 농어촌형 새일센터의 전문성 강화 및 여성창업보육지원 네트워크 구축

- 농어촌 여성의 창업을 지원하기 위해서는 농업기술센터와 농어촌 새일센터의 긴밀한 협업이 필요함. 지역의 창업 지원기관들이 참여하는 창업보육지원 네트워크를 구성하고 역할을 분담해야 함. 특히 여성들이 농어촌의 6차산업 창업교육과 컨설팅을 위한 농어촌형 새일센터의 전문성을 제고해야 함. 종사자 전문역량교육, 창업 지원기관과의 연계협력, 여성가족부와 농림축산식품부, 농진청 등 관련 부처의 연계체제 구축이 필요함.

□ 여성맞춤형 6차산업 창업매뉴얼 개발 및 성공사례 발굴

- 6차산업 창업여성들이 겪는 어려움과 지원요구를 토대로 여성맞춤형 창업매뉴얼을 개발하여 보급하면 여성들에게 도움이 될 것임. 또한 여성농어업인의 창업 도전사례, 성공사례, 관련 정책 참여 사례를 별도로 발굴하여 홍보하는 것이 필요함. 그러한 자료들을 참고하여 농어촌 여성들이 좀 더 적극적으로 6차산업에 관심을 가지고 참여하는 데 동기부여가 될 수 있을 것임.

□ 성별 통계의 생산

- 농어촌 관련 행정보고 자료들이 성별로 분리되어 생산되지 않고 있어서 여성의 참여 현황을 파악하기 어려웠음. 향후에는 인적 통계를 반드시 성별로 구분해서 생산하고 보고하도록 하여, 정책의 효과를 성별에 따라서 분석할 수 있도록 해야 함. 그래야 여성농어업인의 현실과 정책요구를 파악하여 정책에 반영할 수 있을 것임. 이를 위해 사업관련 자료 및 보고 양식에 성별 표기란을 마련해야 함.

참고 문헌

- 관계부처 합동(2013). 박근혜정부 국정과제.
- 관계부처 합동(2014). (2015~2019) 제3차 농어업인 삶의 질 향상 및 농어촌 지역개발 5개년 계획.
- 권영근·송동흙·김자경(2006). 농산물 가공지원사업의 성별영향평가와 효율적인 여성농업인 창업활동 지원방안에 관한 연구. 농림부.
- 김둘순·김경희·최유진·장윤선(2012). 성 인지 예산사업 심층진단·분석: 자원활용기술보급 사업을 중심으로. 수원: 농촌진흥청.
- 농림수산식품부(2011). 제3차('11~'15년) 여성농어업인 육성 기본계획.
- 농림축산식품부(2013b). 2013년도 농어업인 삶의 질 향상 및 농어촌 지역개발 시행계획.
- 농림축산식품부(2014d). 2014년도 농어업인 삶의 질 향상 및 농어촌 지역개발 시행계획.
- 농림축산식품부(2015a). 2015년도 농어업인 삶의 질 향상 및 농어촌 지역개발 시행계획.
- 농림축산식품부(2015g). 미래성장산업을 이끄는 우수 농업인들: 농식품부 핵심개혁과제 추진 사례집.
- 농촌진흥청(황대용·고민주·김민재, 2015). 농업·농촌 6차산업화 기초실태조사 결과보고서.
- 여성가족부(2015). 2014 새일센터 4/4분기 실적자료.
- 여성가족부. 2014년 7월 14일 보도자료. '경력단절여성 맞춤형 취업지원 강화된다'.
- 오은진·신선미·이택면·권소영·김소연(2014). 경력단절여성 맞춤형 취업지원 강화를 위한 새일센터 중장기 발전전략 연구. 여성가족부.
- 정은미·마상진·민자혜(2012). 여성농업인의 경제·사회적 역할 제고 방안. 서울: 한국농촌경제연구원.
- 통계청. 2014년 농림어업조사.
- 통계청. 농림어업총조사. 각 연도.
- 통계청. 농어업법인조사. 각 연도.
- 통계청. 인구주택총조사. 각 연도.
- 통계청. 전국사업체조사. 각 연도.

<인터넷 자료>

강원도 공고 2014-247호. 새일센터 지정희망기관 모집공고, 2014. 3. 7.

(<http://www.provin.gangwon.kr/servlet/download?s=2F7765622F646174612F6777642e676f2e6b722F75706c6f61642F626f6172642F42444141444430322F626f6172645f42444141444430325f32303134303331315f342e687770&d=3134303330375f323031345fEC97ACEC84B1EC8388EBA19CEC9DBCED9598EAB8B0EC84BCED84B05fECA780ECA095ED9DACEBA79DEAB8B0EAB4805fEBAAA8ECA791EAB3B5EAB3A028EC9588292e687770>, 검색일 2015. 12. 19)

거문도해풍축 영농조합법인(<http://www.gmdssuk.com/shop/service/company.php?&>. 2015. 12. 2 관계자 전화 문의).

국가법령정보센터. 「농어업경영체 육성 및 지원에 관한 법률」. 법률 제12961호, 2015.1.6. 일부개정(<http://www.law.go.kr/>, 검색일 2015.10.2.).

국가법령정보센터. 「농어업인 삶의 질 향상 및 농어촌지역 개발촉진에 관한 특별법」법률 제13134호, 2015.2.3. 일부개정(<http://www.law.go.kr/>, 검색일 2015.10.2.).

국가법령정보센터. 「농촌 융복합 산업 육성 및 지원에 관한 법률」. 법률 제12730호, 2014.6.3., 제정(<http://www.law.go.kr/>, 검색일 2015.10.2.).

국가법령정보센터. 「여성농어업인 육성법」. 법률 제13408호, 2015.7.20. 일부개정 (<http://www.law.go.kr/>, 검색일 2015.10.2.).

국가통계포털. 국내통계. 고용·노동·임금, ‘경제 활동조사’.

(http://kosis.kr/statisticsList/statisticsList_01List.jsp?vwcd=MT_ZTITLE&parentId=B, 검색일 2015.11.11.).

국가통계포털. 국내통계. 고용·노동·임금, ‘고용형태별근로실태조사’.

(http://kosis.kr/statisticsList/statisticsList_01List.jsp?vwcd=MT_ZTITLE&parentId=B, 검색일 2015.11.11.).

농림축산식품부(2013a). 창조경제실현을 위한 농업농촌 6차산업화 기본계획(안).

(<http://www.google.co.kr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CC EQFjAAahUKEwjGuYTYwpHJAhUL15QKHRa9C3Y&url=http%3A%2F%2Fwww.abi.re.kr%2Fupload%2Fboard%2F%25EB%2586%258D%25EC%2597%2585%25EB%2586%258D%25EC%25B4%258C%25EC%259D%2598%25206%25EC%25B0%25A8%25EC%2582%25B0%25EC%2597%2585%25ED%2599%2594%2520%25EA%25B8%25B0%25EB%25B3%25B8%25EA%25B3%2584%25ED%259A%258D>

- .pdf&usg=AFQjCNEEnXk3jYHOwIzIqHc7i9fwJIY9lyQ&bvm=bv.107467506,d.dGo.
검색일 2015.11.13.).
- 농림축산식품부(2014a). 6차산업화 지원정책 매뉴얼: 농업·농촌에 창조를 담다 II.
(http://ebook.mafra.go.kr/src/viewer/main.php?host=main&site=20140205_143406&pagenum=0&category=0&page=0&search=&mem=. 검색일 2015.10.23.).
- 농림축산식품부(2014b). 6차산업 창업매뉴얼: 농업·농촌에 창조를 담다 III.
(http://ebook.mafra.go.kr/src/viewer/main.php?host=main&site=20140512_164522&pagenum=0&category=0&page=0&search=&mem=. 검색일 2015.10.23.).
- 농림축산식품부(2014c). 지역전략식품산업육성사업 시행지침(2013기준).
(http://www.mafra.go.kr/list.jsp?id=29723&pageNo=1&NOW_YEAR=2015&group_id=4&menu_id=72&link_menu_id=&division=B&board_kind=C&board_skin_id=C1&parent_code=71&link_url=&depth=2&code=left&link_target_yn=&menu_introduction=&menu_name=정책분야별자료&popup_yn=N&reference=1&tab_yn=N. 검색일 2015.11.13.).
- 농림축산식품부(2015b). 2015년 업무계획 “농업의 미래성장산업화 원년, 소통과 실천으로 대도약을 이루겠습니다=농업분야 경제혁신 3개년 계획 실천계획”.
(http://ebook.mafra.go.kr/src/viewer/main.php?host=main&site=20150123_111909&pagenum=0&category=0&page=0&search=&mem=. 검색일 2015. 11.13).
- 농림축산식품부(2015c). 전국 로컬푸드직매장 현황(2015.2 기준).
(http://www.mafra.go.kr/list.jsp?id=31016&pageNo=1&NOW_YEAR=2015&group_id=4&menu_id=72&link_menu_id=&division=B&board_kind=C&board_skin_id=C1&parent_code=71&link_url=&depth=2&code=left&link_target_yn=&menu_introduction=&menu_name=정책분야별자료&popup_yn=N&reference=1&tab_yn=N. 검색일 2015. 11.13).
- 농림축산식품부(2015d). 6차산업 인증사업자 대상자 현황(1, 2차 누계).
(http://www.mafra.go.kr/list.jsp?id=29603&group_id=32&menu_id=1281&division=B&board_kind=G&board_skin_id=G1 검색일: 2015.10.27.).
- 농림축산식품부(2015e). ‘15년 1차 온라인정책포럼 추진계획’, ‘농림축산식품부 공고 제2015-62호 「음식관광 활성화 방안」마련을 위한 온라인 정책포럼 실시 공고’.
(http://www.mafra.go.kr/list.jsp?id=30875&pageNo=1&NOW_YEAR=2015&group_id=3&menu_id=123&link_menu_id=&division=B&board_kind=C&board_skin_id=C2

&parent_code=3&link_url=&depth=1. 검색일 2015.11.13.).

농림축산식품부(2015f). 2015년도 지역전략식품산업육성사업 시행지침서.

(http://www.mafra.go.kr/list.jsp?id=30970&pageNo=1&NOW_YEAR=2015&group_id=4&menu_id=72&link_menu_id=&division=B&board_kind=C&board_skin_id=C1&parent_code=71&link_url=&depth=2&code=left&link_target_yn=&menu_introduction=&menu_name=정책분야별자료&popup_yn=N&reference=1&tab_yn=N. 검색일 2015.11.13.).

농림축산식품부(2015i). 공지·공고. ‘6차산업 예비인증제 신청서 양식(게시용)’.

(http://www.mafra.go.kr/list.jsp?id=29943&pageNo=1&NOW_YEAR=2014&group_id=3&menu_id=123&link_menu_id=&division=B&board_kind=C&board_skin_id=C2&parent_code=3&link_url=&depth=1 검색일. 2015.12.9.).

부산일보. 2013년 6월 18일자. ‘정관신도시가 재조명되고 있다’. 이현우 기자.

(<http://news20.busan.com/controller/newsController.jsp?newsId=20130618000049>, 검색일. 2015.12.19.).

영월새일센터. 농어촌형 여성 새일센터의 수행사업.

(<http://www.ywsaeil.or.kr/> 검색일. 2015. 12. 19.).

부 록

통계법 제33조(비밀의 보호)에 의해
비밀에 속하는 사항은 보호됩니다.

주관기관:
한국여성정책연구원

「농어촌 여성의 일자리 창출 및 6차산업 창업 지원 방안」을 위한 여성 창업가 대상 설문조사

- 본 조사는 한국농촌경제연구원 의뢰로 「농어촌 여성의 일자리 창출 및 6차산업 창업 지원 방안」 연구의 일환으로 수행 중입니다.
- 본 조사는 6차산업 여성창업가를 대상으로 설문조사를 통해 6차 산업 창업정책의 성과와 문제점을 파악하여 6차산업분야에서 여성창업 활성화 방안을 제시하는 데 주목적이 있습니다.
 - 여러분의 고견을 부탁드립니다, 응답해주신 내용은 본 연구에서의 결과와 정책제언 마련에 중요한 정보를 제공할 수 있을 것입니다.
- 응답해주신 내용은 연구목적 이외에는 절대로 사용하지 아니하며 통계법 제33조에 따라 개인의 비밀이 절대 보장됨을 약속드리오니, 성실하게 작성해 주시길 간곡히 부탁드립니다.

[문의처]

- 연구기관: 한국여성정책연구원
- Tel:
- 전자우편:

I . 농업의 6차산업 창업동기

1. 귀하께서는 농업의 6차산업에 대해서 어느 정도 알고 있습니까?

※ 농업의 6차산업이란 생산(1차)에서 가공(2차)·판매(3차)등의 영역을 통합(1차×2차×3차=6차)하고, 관광이나 교류 등도 포함하는 비즈니스 생태계를 형성하여 농어촌 지역에서 일자리와 부가가치를 창출하는 전략임

- ① 전혀 알지 못 한다 ② 이름만 들어보았지 잘 알지 못하는 편이다
 ③ 대략 알고 있는 편이다 ④ 매우 잘 알고 있다

2. 다음은 6차산업 창업동기에 대한 질문들입니다. 각각의 항목에 해당되는 번호에 표시해(✓) 주시기 바랍니다.

구분	전혀 그렇지 않다	별로 그렇지 않다	보통 이다	약간 그렇다	매우 그렇다
1) 농업인으로서 만족감을 향상시키고 싶어서	<input type="radio"/>				
2) 농산물 활용가치를 확대하고 싶어서	<input type="radio"/>				
3) 내 회사를 직접 경영·관리하고 싶어서	<input type="radio"/>				
4) 소득을 향상하고 싶어서	<input type="radio"/>				
5) 마을 등 지역공동체를 활성화하고 싶어서	<input type="radio"/>				
6) 일자리를 창출하고 싶어서	<input type="radio"/>				
7) 농어촌 발전에 기여하고 싶어서	<input type="radio"/>				
8) 일자리를 찾기가 어려워서	<input type="radio"/>				
9) 육아 및 가사부담으로 고정된 근무시간을 맞추기 어려워서	<input type="radio"/>				
10) 남성중심의 농업산업을 변화시키고 싶어서	<input type="radio"/>				
11) 정부의 지원이 있기 때문에	<input type="radio"/>				
12) 참가한 교육에서 영감을 얻어서	<input type="radio"/>				
13) 우수 사례에 대한 방송이나 견학을 통해서 나 자신의 재능을 살려보자는 의지 때문에	<input type="radio"/>				

2-1 여성창업가로서 주요한 창업 동기는 무엇이었습니까?

위의 보기에서 우선순위대로 3개를 골라주십시오.

1순위_____, 2순위_____, 3순위_____

3 창업에 걸린 준비기간은 얼마였습니까?

- ① 6개월 이내
- ② 6개월에서 1년
- ③ 1년에서 2년
- ④ 2년에서 3년
- ⑤ 3년 이상

II . 사업체 특성 및 운영현황

1. 귀하의 6차산업 사업체 특성에 관한 질문입니다.

[1-1] 귀하의 6차산업 사업체의 설립년도	설립년도 _____년
[1-2] 귀하의 6차산업 사업체의 창업 당시 여성대표자의 신분	① <input type="radio"/> 여성농업인 ② <input type="radio"/> 비농가여성
[1-3] 귀하의 6차산업 사업체의 조직형태	① <input type="radio"/> 영농조합법인 ② <input type="radio"/> 농업회사법인 ③ <input type="radio"/> (예비)사회적기업 ④ <input type="radio"/> 협동조합 ⑤ <input type="radio"/> 법인화되지 않은 농가 ⑥ <input type="radio"/> 마을기업 및 마을공동체
[1-4] 귀하의 6차산업 사업체의 농업생산	① <input type="radio"/> 생산하고 있지 않음 ② <input type="radio"/> 생산하고 있음
[1-5] 귀하의 6차산업 사업체의 사업내용 (업종) ※ 해당하는 것에 모두 체크해주세요.	① <input type="radio"/> 제조·가공 ② <input type="radio"/> 판매(직판장/직매장) ③ <input type="radio"/> 체험관광 ④ <input type="radio"/> 농가식당 ⑤ <input type="radio"/> 농가민박 ⑥ <input type="radio"/> 농산물직거래 ⑦ <input type="radio"/> 기타사업

[1-6] 귀하의 6차산업 사업체의 종사자 수	① <input type="radio"/> 2인 이하 ② <input type="radio"/> 3~4인 ③ <input type="radio"/> 5~9인 ④ <input type="radio"/> 10~29인 ⑤ <input type="radio"/> 30~49인 ⑥ <input type="radio"/> 50~99인 ⑦ <input type="radio"/> 100인 이상
------------------------------	--

2. 현재 시점에서 창업의 성과에 대해 어떻게 평가하십니까?

- ① 전혀 성공적이지 못함 ② 별로 성공적이지 못함
 ③ 다소 성공적 ④ 매우 성공적

3. 귀하의 6차산업 사업체의 1년 매출액은 얼마입니까?

- ① 1천만원 미만 ② 1천만원~3천만원 미만 ③ 3천만원~5천만원 미만
 ④ 5천~1억 미만 ⑤ 1억~3억 미만 ⑥ 3억~5억 미만
 ⑦ 5억~10억 미만 ⑧ 10억 이상

4. 귀하의 6차산업 사업체의 연간 운영일 수(또는 공장가동일 수)는 어떻게 되십니까?

- ① 1~3개월 ② 4~6개월 ③ 7~9개월 ④ 10~12개월

Ⅲ . 6차산업 사업체 운영의 애로 사항

1. 다음은 6차산업 사업을 운영하면서 겪는 애로사항의 예시입니다. 다음과 같은 사항에어 어느 정도 애로사항이 있었다고 생각하십니까? 아래 모든 항목에 대해서 표시해(✓) 주시기 바랍니다.

구분	전혀 어려움이 없다	어려움이 없다	보통 이다	어려움이 있다	매우 어렵다
1) 인허가 절차	<input type="radio"/>				
2) 사업부지 확보	<input type="radio"/>				
3) 창업 자금조달	<input type="radio"/>				

구분	전혀 어려움이 없다	어려움이 없다	보통 이다	어려움이 있다	매우 어렵다
4) 인력확보	<input type="radio"/>				
5) 사업아이디어 발굴	<input type="radio"/>				
6) 제품 및 기술개발	<input type="radio"/>				
7) 마케팅 등 판매처 확보	<input type="radio"/>				
8) 시설 및 설비확보	<input type="radio"/>				
9) 여성창업에 대한 부정적인 사회의 인식	<input type="radio"/>				
10) 가사와 사업의 병행으로 인한 일·가정 양립 어려움	<input type="radio"/>				
11) 사업관련 정보획득의 불편함(소비자정보, 상품정보, 기술정보 시장상황 등)	<input type="radio"/>				
12) 남성위주의 비즈니스 문화	<input type="radio"/>				
13) 사업체관리 능력(총괄적인 운영, 회계 및 세금신고 관련 등)	<input type="radio"/>				
14) 담당공무원과의 관계	<input type="radio"/>				
15) 생산원료 확보	<input type="radio"/>				
16) 사업체 운영 시 추가자금 조달	<input type="radio"/>				
17) 6차산업과 관련된 교육훈련정보 및 교육시설 접근성	<input type="radio"/>				
18) 6차산업 분야와 관련된 법·제도 및 정책의 이해(예, 식품가공 및 식품위생관련 법·제도 및 정책 등)	<input type="radio"/>				

1-1 여성창업가로서 6차산업 사업을 하면서 겪고 있는 가장 큰 애로사항은 무엇이었습니까? 위의 보기에서서 골라주십시오.

1순위_____, 2순위_____, 3순위_____

2. 아래와 같은 정부의 6차산업 창업 지원 제도에 대한 인지 여부 및 활용경험과 각 제도의 도움 정도를 아래의 항목에 표시해(✓) 주시기 바랍니다.

※ 주의: 지원 사업의 도움 정도는 지원 사업에 수혜경험이 있는 경우에만 응답해 주십시오

구분	지원 사업에 대한 인지 수준			지원 사업 수혜경험 여부 (지원 사업에 대해 알고 있는 경우에만 응답해 주십시오)		지원 사업의 도움 정도 (지원 사업 수혜경험이 있는 경우에만 응답해 주십시오)		
	모름	약간 알고 있음	잘 알고 있음	없음	있음	별로 도움 되지 않음	약간 도움	매우 도움
1) 창업과정 컨설팅 지원 (각종 창업 관련 정보제공 포함)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2) 창업자금(금융) 지원	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3) 경영역량강화/교육지원	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4) 수출지원	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5) 연구개발(R&D) 지원	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6) 출원, 인증 및 평가 지원	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7) 사업 및 시설 지원	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8) 마케팅·브랜드·디자인 지원	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9) 체험·관광 지원	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10) 지역개발사업 지원	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

※ 위의 기술한 지원제도의 항목별 주요 내용입니다.

1) 창업과정 컨설팅 지원 (각종 창업 관련 정보제공 포함)	농기업체, 마을공동체 등 6차산업 창업의 계획수립과 추진 등을 지원
2) 창업자금(금융) 지원	시설설치, 장비구입, 리모델링 등에 필요한 자금을 융자지원

3) 경영역량강화/교육 지원	6차산업화 추진 주체의 경영역량강화를 위한 지원
4) 수출 지원	농기업체가 생산한 제품의 수출촉진을 위해 수출상품화, 수출물류비, 국제박람회 참가, 수출바이어 초청 등을 지원
5) 연구개발(R&D) 지원	신제품개발, 기능성평가, 제품·공정개선, 기술이전 등을 지원
6) 출원, 인증 및 평가 지원	유기공가공식품인증, 이력추적관리, 특허출원 등을 지원
7) 사업 및 시설 지원	농업인, 농기업체 및 지역의 6차산업화 사업 지원
8) 마케팅·브랜드·디자인 지원	농촌기업 제품의 판매 촉진을 위해 마케팅·홍보, 로컬푸드, 유통품평회, 박람회 등 지원
9) 체험·관광 지원	농촌체험휴양마을 조성, 민박, 관광농원, 농촌교육농장 등을 지원
10) 지역개발사업 지원	마을종합개발, 농촌공동체 활성화 등 지역개발사업을 지원

IV. 6차산업관련 여성창업가에 대한 지원제도

1. 귀하는 다음과 같은 항목에 얼마나 동의하십니까?

구분	전혀 그렇지 않다	별로 그렇지 않다	보통 이다	약간 그렇다	매우 그렇다
1) 여성들이 가사, 자녀양육 부담으로 기업 경영에 어려움을 겪음	<input type="radio"/>				
2) 여성들이 남성들보다 6차산업 분야에서 더 유리함	<input type="radio"/>				
3) 남성 위주의 사업 네트워크 때문에 여성기업인은 정보와 협력네트워크 구축에 어려움을 겪음	<input type="radio"/>				
4) 여성농업인이 경영주로 활동하는 데 여성기업인에 대한 선입견으로 어려움을 겪음	<input type="radio"/>				
5) 여성들이 지역의 사회활동에 적극적으로 참여하고 싶어함	<input type="radio"/>				
6) 여성들이 주도하는 6차산업 사업체의 안정성과 지속성이 더 높음	<input type="radio"/>				

5. 다음은 6차산업의 여성창업가를 대상으로 하는 지원제도를 예시한 것입니다. 각각의 제도가 어느 정도 중요하다고 생각하시는지 아래 모든 항목에 대해서 표시해(✓) 주시기 바랍니다.

구분	서비스의 중요성				
	전혀 중요하지 않다	중요하지 않은 편이다	보통이다	중요한 편이다	매우 중요하다
1) 여성창업보육센터 설치 및 운영	<input type="radio"/>				
2) 여성창업 및 경영교육 강좌개설	<input type="radio"/>				
3) 여성창업자금 지원	<input type="radio"/>				
4) 여성창업자간 네트워크 형성	<input type="radio"/>				
5) 여성기업 판로 및 판매확대 지원	<input type="radio"/>				
6) 해외시장 개척 및 해외투자 지원	<input type="radio"/>				
7) 창업단계에서 창업상담	<input type="radio"/>				
8) 창업이후 지속적인 경영컨설팅	<input type="radio"/>				
9) 실무능력을 배양할 수 있는 전문적인 교육내용	<input type="radio"/>				

5-1 농업의 6차산업분야에서 여성창업가가 성공하기 위해서 가장 중요한 지원 제도(서비스)는 무엇입니까?

위의 보기에서 골라주십시오.

1순위_____, 2순위_____, 3순위_____

6. 귀하께서는 다음의 6차산업의 여성창업지원제도 서비스가 적절히 제공되고 있다고 생각하시는지 아래 모든 항목에 대해서 표시해(✓) 주시기 바랍니다.

※ 예를 들면 여성창업지금지원, 여성기업 판로 및 판매확대 지원 서비스를 적절하게 제공받고 있지 않다면 전혀 그렇지 않다, 그렇지 않은 편이다 중에서 응답하시고 적절하게 제공 받고 있다면 그러한 편이다, 매우 그렇다 중에서 응답하시기 바랍니다.

구분	서비스의 적절성				
	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	보통이다	그려한 편이다	매우 그렇다
1) 여성창업보육센터 설치 및 운영	<input type="radio"/>				
2) 여성창업 및 경영교육 강좌개설	<input type="radio"/>				
3) 여성창업자금 지원	<input type="radio"/>				
4) 여성창업자간 네트워크 형성	<input type="radio"/>				
5) 여성기업 판로 및 판매확대 지원	<input type="radio"/>				
6) 해외시장 개척 및 해외투자 지원	<input type="radio"/>				
7) 창업단계에서 창업상담	<input type="radio"/>				
8) 창업이후 지속적인 경영컨설팅	<input type="radio"/>				
9) 실무능력을 배양할 수 있는 전문적인 교육내용	<input type="radio"/>				

IV. 응답자 인구사회학적 배경

○ 다음은 통계처리를 위한 응답자의 인구사회학적 통계 설문입니다.

1. 귀하(경영주)의 연령(만)

- ① 만 20 - 29세 ② 만 30 - 39세 ③ 만 40 - 49세
 ④ 만 50세 - 59세 ⑤ 만 60세 이상

2. 귀하(경영주)의 거주 지역

- ① 서울 ② 인천/ 경기 ③ 충청·강원권
 ④ 호남권 및 제주권 ⑤ 영남권

3. 귀하(경영주)의 학력

- ① 중졸이하 ② 고등학교 졸업 ③ 전문대졸
 ④ 대졸 ⑤ 대학원 이상(석·박사)

4. 귀하(경영주)의 연 평균(2014년 기준) 가구소득(6차산업 소득 제외)

- ① 1천만원 미만 ② 1천만원~3천만원 미만 ③ 3천만원~5천만원 미만
 ④ 5천~8천만원 미만 ⑤ 8천만원~1억 미만 ⑥ 1억 이상

5. 배우자의 6차산업 참여 여부

- ① 참여하지 않음 ② 참여하고 있음 ③ 배우자가 없음

6. 귀하(경영주)의 귀농·귀촌 여성 여부

- ① 귀농·귀촌 여성 아님
 ② 귀농·귀촌 여성임

(☞ 귀농·귀촌하셨다면, 귀농·귀촌한 지가 몇 년이나 되십니까? _____년)

귀한 시간 할애하여 응답해 주셔서 진심으로 감사합니다.

성명	주소