

정책연구용역보고서

6차산업 창업 현황 분석 및 지원방안 연구

2016. 12.



농림축산식품부

연구기관 (사)농식품신유통연구원
연구책임 송 정 환 농식품신유통연구원 연구실장
염 윤 미 농식품신유통연구원 연구원
실태분석 현 종 기 아이엔케이(주) 대표이사
박 진 현 아이엔케이(주) 전무이사

목 차

1. 연구 개요

가. 연구의 필요성	1
나. 연구 목적	2
다. 연구 내용	2
라. 연구 방법	2

2. 창업의 개념 및 정책 현황

가. 창업의 개념	3
나. 6차산업 창업관련 주요 정책	5
다. 정책 추진상의 문제점	11

3. 6차산업 창업경영체 기초 실태 분석

가. 조사 개요	13
나. 분석결과	14

4. 6차산업 창업경영체 생멸 통계

가. 분석 대상	19
나. 창업 및 생멸기준	20
다. 6차산업 창업 및 생멸통계	21
라. 참고: 기업행정생멸통계(통계청)	24

5. 6차산업 창업경영체 인증기준에 따른 분석

가. 인증기준	27
나. 분석결과	27
다. 6차산업 유형별 매출추이	30

6. 6차산업 창업경영체 유형별 분석결과

가. 농·식품가공 분야	43
나. 농축산물 직매장 분야	48
다. 체험관광 분야	53
라. 농가식당 분야	57

7. 6차산업 창업경영체 운영형태(조직유형)에 따른 분석	
가. 농가(개인) 및 농가법인	61
나. 농업법인	79
다. 마을공동체	97
라. 일반사업자	115
8. 종합분석	
가. 6차산업 창업경영체와 연간 평균매출 상관관계분석	133
나. 조직유형에 따른 6차산업유형 비교	133
다. 농·식품가공 인증기준 충족률 및 매출 1억 이상 경영체수 비교	134
라. 농·식품가공 시설유형 및 유통망 비교	134
마. 6차산업 지원·육성 정책 방향	135
9. 6차산업 창업경영체 경영실태 심층분석	
가. 분석개요	137
나. 분석결과	138
다. 심층조사	142
10. 사례분석	
가. 정부 창업지원사업 효율화 방안	151
나. 일본의 6차산업 창업지원 현황	154
11. 발전방안	
가. 창업 지원정책의 추진방향	157
나. 정책 개선 방안	158
참고문헌	163

표 목 차

표 1. 연구 방법	2
표 2. 중소기업 창업지원법 및 시행령의 창업 개념	4
표 3. 6차산업 창업관련 법조문	5
표 4. 농산물종합가공센터 설치 현황(2016)	6
표 5. 6차산업 창업관련 주요 정책 현황	10
표 6. 6차산업 창업관련 주요 개념 및 문제점	11
표 7. 6차산업 창업지원 사업 추진 주체 현황	12
표 8. 연도별·지역별 표본현황	13
표 9. 연도별·유형별 표본현황	13
표 10. 6차산업 창업자 생멸 현황	14
표 11. 6차산업 창업자 소득 변화 여부	15
표 12. 6차산업 창업자 소득증가율	15
표 13. 6차산업 창업자 소득증가율(결합유형별)	15
표 14. 6차산업 창업이후 농업경영의 안정감 변화	16
표 15. 6차산업 창업이후 경영의 안정감 변화(결합유형별)	16
표 16. 6차산업 창업이후 농업의 미래비전에 대한 변화	17
표 17. 6차산업 창업이후 농업의 미래비전에 대한 변화(결합유형별)	17
표 18. 6차산업 창업자 원료조달 형태	18
표 19. 6차산업 창업자 원료조달 형태(결합유형별)	18
표 20. 6차산업 기초실태조사	19
표 21. 창업의 연차 기준	20
표 22. 6차산업 인증사업자 생멸 기준	20
표 23. 6차산업 창업대상 사업자 현황	21
표 24. 6차산업 창업자 생멸통계 결과	22
표 25. 6차산업 겸업/전업에 따른 생멸 비율	23
표 26. 6차산업 전업/겸업에 따른 생멸통계 결과	24
표 27. 기간별 기업생존율	25
표 28. 주요산업별 기업생존율	25
표 29. 6차산업 창업경영체 연차별 증축률	28

표 30. 운형형태에 따른 연차별 평균매출 현황	29
표 31. 산업유형에 따른 연차별 평균매출 현황	30
표 32. 6차산업 전업/겸업에 따른 인증기준 충족률	31
표 33. 운형형태에 따른 산업유형별 인증기준 충족률	32
표 34. 운영형태에 따른 연간 매출분포	33
표 35. 창업연수에 따른 매출분포	34
표 36. 겸업/전업에 따른 매출분포	35
표 37. 연간 매출액에 따른 6차산업 참여계기	36
표 38. 귀농여부에 따른 6차산업 매출 현황	37
표 39. 연간 매출구간에 따른 만족도	38
표 40. 연간 매출에 따른 경영체 애로사항	39
표 41. 6차산업 창업경영체의 만족도와 애로사항 상관관계	40
표 42. 영농경력에 따른 연간 매출구간 분포현황	41
표 43. 농·식품가공 창업경영체 시설유형 현황	43
표 44. 농·식품가공 경영체의 시설유형에 따른 가동일수	44
표 45. 농·식품가공 경영체의 판매유형	45
표 46. 농·식품가공 경영체 시설유형별 만족도	46
표 47. 농·식품가공 경영체의 시설유형에 따른 애로사항	47
표 48. 6차산업 창업경영체의 직매장 시설유형	48
표 49. 6차산업 창업경영체 직매장 영업일수	49
표 50. 농·축산물 직매장의 연간 구매자수 현황	50
표 51. 농·축산물 직매장 시설유형별 만족도	51
표 52. 농·축산물 직매장 시설유형에 따른 애로사항	52
표 53. 체험관광 창업경영체의 매출구간에 따른 방문자수 현황	53
표 54. 체험관광 방문자수에 따른 영업일수	54
표 55. 체험관광 방문자수에 따른 만족도	55
표 56. 체험관광 방문자수에 따른 애로사항	56
표 57. 농가식당 창업경영체 연간 이용자수 현황	57
표 58. 농가식당 창업경영체의 이용자수에 따른 영업일수	58
표 59. 농가식당 창업경영체의 이용자수에 따른 만족도	59
표 60. 농가식당 창업경영체의 인증기준에 따른 애로사항	60
표 61. 6차산업유형에 따른 인증기준 충족현황(농가)	61

표 62. 창업연수/6차산업유형에 따른 연간매출추이(농가)	62
표 63. 6차산업유형과 매출 상관관계(농가)	63
표 64. 창업연수와 매출 상관관계(농가)	64
표 65. 겸업/전업과 매출 상관관계(농가)	65
표 66. 창업계기와 매출 상관관계(농가)	66
표 67. 귀농여부와 매출 상관관계(농가)	67
표 68. 애로사항과 매출 상관관계(농가)	68
표 69. 영농경력과 매출 상관관계(농가)	69
표 70. (농가)농·식품 가공분야: 시설유형과 매출 상관관계	70
표 71. (농가)농·식품 가공분야: 시설유형과 가동일수 상관관계	71
표 72. (농가)농·식품 가공분야: 판매처와 인증기준 충족 상관관계	72
표 73. (농가)농·식품 가공분야: 시설유형과 만족도 상관관계	73
표 74. (농가)농·식품 가공분야: 시설유형과 애로사항 상관관계	74
표 75. (농가)체험관광 분야: 방문자수와 매출 상관관계	75
표 76. (농가)체험관광 분야: 방문자수와 영업일수 상관관계	76
표 77. (농가)체험관광 분야: 방문자수와 만족도 상관관계	77
표 78. (농가)체험관광 분야: 방문자수와 애로사항 상관관계	78
표 79. 6차산업유형에 따른 인증기준 충족현황(농업법인)	79
표 80. 창업연수/6차산업유형에 따른 연간매출추이(농업법인)	80
표 81. 6차산업유형과 매출 상관관계(농업법인)	81
표 82. 창업연수와 매출 상관관계(농업법인)	82
표 83. 겸업/전업과 매출 상관관계(농업법인)	83
표 84. 창업계기와 매출 상관관계(농업법인)	84
표 85. 귀농여부와 매출 상관관계(농업법인)	85
표 86. 애로사항과 매출 상관관계(농업법인)	86
표 87. 영농경력과 매출 상관관계(농업법인)	87
표 88. (농업법인)농·식품 가공분야: 시설유형과 매출 상관관계	88
표 89. (농업법인)농·식품 가공분야: 시설유형과 가동일수 상관관계	89
표 90. (농업법인)농·식품가공분야: 판매처와 인증기준 충족 상관관계	90
표 91. (농업법인)농·식품가공분야: 시설유형과 만족도 상관관계	91
표 92. (농업법인)농·식품가공분야: 시설유형과 애로사항 상관관계	92
표 93. (농업법인)체험관광 분야: 방문자수와 매출 상관관계	93

표 94. (농업법인)체험관광 분야: 방문자수와 영업일수 상관관계	94
표 95. (농업법인)체험관광 분야: 방문자수와 만족도 상관관계	95
표 96. (농업법인)체험관광 분야: 방문자수와 애로사항 상관관계	96
표 97. 6차산업유형에 따른 인증기준 충족현황(마을공동체)	97
표 98. 창업연수/6차산업유형에 따른 연간매출추이(마을공동체)	98
표 99. 6차산업 유형과 매출 상관관계(마을공동체)	99
표 100. 창업연수와 매출 상관관계(마을공동체)	100
표 101. 겸업/전업과 매출 상관관계(마을공동체)	101
표 102. 창업계기와 매출 상관관계(마을공동체)	102
표 103. 귀농여부와 매출 상관관계(마을공동체)	103
표 104. 애로사항과 매출 상관관계(마을공동체)	104
표 105. 영농경력과 매출 상관관계(마을공동체)	105
표 106. (마을공동체)농·식품 가공분야: 시설유형과 매출 상관관계	106
표 107. (마을공동체)농·식품 가공분야: 시설유형과 가동일수 상관관계	107
표 108. (마을공동체)농·식품 가공분야: 판매처와 인증기준 충족 상관관계	108
표 109. (마을공동체)농·식품 가공분야: 시설유형과 만족도 상관관계	109
표 110. (마을공동체)농·식품 가공분야: 시설유형과 애로사항 상관관계	110
표 111. (마을공동체)체험관광 분야: 방문자수와 매출 상관관계	111
표 112. (마을공동체)체험관광 분야: 방문자수와 영업일수 상관관계	112
표 113. (마을공동체)체험관광 분야: 방문자수와 만족도 상관관계	113
표 114. (마을공동체)체험관광 분야: 방문자수와 애로사항 상관관계	114
표 115. 6차산업 유형에 따른 인증기준 충족현황(일반사업자)	115
표 116. 창업연수/6차산업 유형에 따른 연간매출추이(일반사업자)	116
표 117. 6차산업 유형과 매출 상관관계(일반사업자)	117
표 118. 창업연수와 매출 상관관계(일반사업자)	118
표 119. 겸업/전업과 매출 상관관계(일반사업자)	119
표 120. 창업계기와 매출 상관관계(일반사업자)	120
표 121. 귀농여부와 매출 상관관계(일반사업자)	121
표 122. 애로사항과 매출 상관관계(일반사업자)	122
표 123. 영농경력과 매출 상관관계(일반사업자)	123
표 124. (일반사업자)농·식품 가공분야: 시설유형과 매출 상관관계	124
표 125. (일반사업자)농·식품 가공분야: 시설유형과 가동일수 상관관계	125

표 126. (일반사업자)농·식품 가공분야: 판매처와 인증기준 충족 상관관계	126
표 127. (일반사업자)농·식품 가공분야: 시설유형과 만족도 상관관계	127
표 128. (일반사업자)농·식품 가공분야: 시설유형과 애로사항 상관관계	128
표 129. (일반사업자)체험관광 분야: 방문자수와 매출 상관관계	129
표 130. (일반사업자)체험관광 분야: 방문자수와 영업일수 상관관계	130
표 131. (일반사업자)체험관광 분야: 방문자수와 만족도 상관관계	131
표 132. (일반사업자)체험관광 분야: 방문자수와 애로사항 상관관계	132
표 133. 6차산업 창업경영체 조사대상	137
표 134. 문경미소 연도별 매출실적	144
표 135. 표 . 문경미소 연도별 수출실적	144
표 136. 양평농촌나드리 회원현황	148
표 137. 양평농촌나드리 실적현황	148
표 138. 창업지원사업 소관부처별 사업수 및 예산현황(2015)	151
표 139. 창업지원사업 소관부처별 사업수 및 예산현황(2015)	152
표 140. 그림. 정부 창업지원사업 추진 방향	153
표 141. 일본의 6차산업 창업관련 주요 정책	154
표 142. 이업종간 결합에 대한 금융지원 정책	155
표 143. 맞춤형 창업지원사업 추진 방향	159

그림 목 차

그림 1. 6차산업의 개념	1
그림 2. 중소기업 창업지원법 상의 창업경영체의 기간 범위	3
그림 3. 6차산업 창업지원 체계화 방안	7
그림 4. 6차산업 사업단계별 지원 사업	8
그림 5. 6차산업 창업경영체 지원사업 추진체계	9
그림 6. 6차산업 창업자 생멸 현황	14
그림 7. 6차산업 창업이후 경영의 안정감 변화(결합유형별)	16
그림 8. 6차산업 창업이후 농업의 미래비전에 대한 변화(결합유형별)	17
그림 9. 6차산업 창업자 원료조달 형태(결합유형별)	18
그림 10. 6차산업 기초실태조사 지역별 현황	19
그림 11. 6차산업 창업경영체 지역별 분포현황	21
그림 12. 6차산업 창업경영체 생멸 추이곡선	23
그림 13. 6차산업 창업경영체 연차별 인증기준 충족률 추이곡선	27
그림 14. 운영형태에 따른 연차별 평균매출 추이곡선	29
그림 15. 6차산업유형에 따른 연차별 평균매출 추이곡선	30
그림 16. 겸업/전업에 따른 운영형태별 인증기준 충족률	31
그림 17. 유형형태에 따른 산업유형별 인증기준 충족	32
그림 18. 운영형태에 따른 매출분포 비율 비교	33
그림 19. 창업연수에 따른 매출분포 비율 비교	34
그림 20. 전업/겸업에 따른 매출분포 비율 비교	35
그림 21. 연간 매출액에 따른 6차산업 참여계기 비율 비교	36
그림 22. 연간 매출에 따른 귀농여부 비율 비교	37
그림 23. 연간 매출구간별 만족도 비율 비교	38
그림 24. 연간매출에 따른 경영체 애로사항 비율 비교	39
그림 25. 6차산업 창업경영체의 만족도와 애로사항 상관관계	40
그림 26. 영농경력에 따른 매출구간 분포비율 비교	41
그림 27. 농·식품가공 창업경영체 시설유형 비율 비교	43
그림 28. 농·식품가공 경영체 시설유형에 따른 인증기준 충족률 비교	44
그림 29. 농·식품가공 경영체 판매유형 비교	45

그림 30. 농·식품가공 경영체 시설유형별 만족도 비교	46
그림 31. 농·식품가공 경영체의 시설유형에 따른 애로사항 비교	47
그림 32. 6차산업 창업경영체의 시설유형 비교	48
그림 33. 6차산업 창업경영체 영업일수에 따른 충족비율 비교	49
그림 34. 농·축산물 직매장의 연간 구매자의 분포 비교	50
그림 35. 농·축산물 직매장 시설유형에 따른 만족도 비교	51
그림 36. 농·축산물 직매장 시설유형에 따른 애로사항 비교	52
그림 37. 체험관광 창업경영체 매출구간별 방문자수 비율 비교	53
그림 38. 체험관광 방문자수에 따른 영업일수	54
그림 39. 체험관광 방문자수에 따른 만족도 비교	55
그림 40. 체험관광 방문자수에 따른 애로사항 비교	56
그림 41. 농가식당 창업경영체 매출구간에 따른 이용자수 비교	57
그림 42. 농가식당 창업경영체의 이용자수에 따른 인증기준 충족 비교	58
그림 43. 농가식당 창업경영체의 이용자수에 따른 만족도 비교	59
그림 44. 농가식당 창업경영체의 애로사항 비교	60
그림 45. 6차산업유형에 따른 인증기준 충족 비교(농가)	61
그림 46. 창업연수/6차산업유형에 따른 연간매출추이 비교(농가)	62
그림 47. 6차산업유형과 매출 상관관계 비교(농가)	63
그림 48. 창업연수와 매출 상관관계 비교(농가)	64
그림 49. 겸업/전업과 매출 상관관계 비교(농가)	65
그림 50. 귀농여부와 매출 상관관계 비교(농가)	67
그림 51. 애로사항과 매출 상관관계 비교(농가)	68
그림 52. 영농경력과 매출 상관관계 비교(농가)	69
그림 53. (농가)농·식품 가공분야: 시설유형과 매출 상관관계 비교	70
그림 54. (농가)농·식품 가공분야: 시설유형과 가동일수 상관관계 비교	71
그림 55. (농가)농·식품 가공분야: 판매처와 인증기준 충족 상관관계 비교	72
그림 56. (농가)농·식품 가공분야: 시설유형과 만족도 상관관계 비교	73
그림 57. (농가)농·식품 가공분야: 시설유형과 애로사항 상관관계 비교	74
그림 58. (농가)체험관광 분야: 방문자수와 애로사항 상관관계 비교	75
그림 59. (농가)체험관광 분야: 방문자수와 영업일수 상관관계 비교	76
그림 60. (농가)체험관광 분야: 방문자수와 만족도 상관관계 비교	77
그림 61. (농가)체험관광 분야: 방문자수와 애로사항 상관관계 비교	78

그림 62. 6차산업유형에 따른 인증기준 충족 비교(농업법인)	79
그림 63. 창업연수/6차산업유형에 따른 연간매출추이 비교(농업법인)	80
그림 64. 6차산업유형과 매출 상관관계 비교(농업법인)	81
그림 65. 창업연수와 매출 상관관계 비교(농업법인)	82
그림 66. 겸업/전업과 매출 상관관계 비교(농업법인)	83
그림 67. 귀농여부와 매출 상관관계 비교(농업법인)	85
그림 68. 애로사항과 매출 상관관계 비교(농업법인)	86
그림 69. 영농경력과 매출 상관관계 비교(농업법인)	87
그림 70. (농업법인)농·식품 가공분야: 시설유형과 매출 상관관계 비교	88
그림 71. (농업법인)농·식품 가공분야: 시설유형과 가동일수 상관관계 비교	89
그림 72. (농업법인)농·식품가공분야: 판매처와 인증기준 충족 상관관계 비교	90
그림 73. (농업법인)농·식품가공분야: 시설유형과 만족도 상관관계 비교	91
그림 74. (농업법인)농·식품가공분야: 시설유형과 애로사항 상관관계 비교	92
그림 75. (농업법인)체험관광 분야: 방문자수와 매출 상관관계 비교	93
그림 76. (농업법인)체험관광 분야: 방문자수와 영업일수 상관관계 비교	94
그림 77. (농업법인)체험관광 분야: 방문자수와 만족도 상관관계 비교	95
그림 78. (농업법인)체험관광 분야: 방문자수와 애로사항 상관관계 비교	96
그림 79. 6차산업유형에 따른 인증기준 충족 비교(마을공동체)	97
그림 80. 창업연수/6차산업유형에 따른 연간매출추이 비교(마을공동체)	98
그림 81. 6차산업유형과 매출 상관관계 비교(마을공동체)	99
그림 82. 창업연수와 매출 상관관계 비교(마을공동체)	100
그림 83. 겸업/전업과 매출 상관관계 비교(마을공동체)	101
그림 84. 귀농여부와 매출 상관관계 비교(마을공동체)	103
그림 85. 애로사항과 매출 상관관계 비교(마을공동체)	104
그림 86. 영농경력과 매출 상관관계 비교(마을공동체)	105
그림 87. (마을공동체)농·식품 가공분야: 시설유형과 매출 상관관계 비교	106
그림 88. 마을공동체)농·식품 가공분야: 시설유형과 가동일수 상관관계 비교	107
그림 89. (마을공동체)농·식품 가공분야: 판매처와 인증기준 충족 상관관계 비교	108
그림 90. (마을공동체)농·식품 가공분야: 시설유형과 만족도 상관관계 비교	109
그림 91. (마을공동체)농·식품 가공분야: 시설유형과 애로사항 상관관계 비교	110
그림 92. (마을공동체)체험관광 분야: 방문자수와 매출 상관관계 비교	111
그림 93. (마을공동체)체험관광 분야: 방문자수와 인증기준 충족 상관관계 비교	112

그림 94. (마을공동체)체험관광 분야: 방문자수와 만족도 상관관계 비교	113
그림 95. (마을공동체)체험관광 분야: 방문자수와 애로사항 상관관계 비교	114
그림 96. 6차산업 유형에 따른 인증기준 충족 비교(일반사업자)	115
그림 97. 창업연수/6차산업유형에 따른 연간매출추이 비교(일반사업자)	116
그림 98. 6차산업 유형과 매출 상관관계 비교(일반사업자)	117
그림 99. 창업연수와 매출 상관관계 비교(일반사업자)	118
그림 100. 겸업/전업과 매출 상관관계 비교(일반사업자)	119
그림 101. 애로사항과 매출 상관관계 비교(일반사업자)	122
그림 102. 영농경력과 매출 상관관계 비교(일반사업자)	123
그림 103. (일반사업자)농·식품 가공분야: 시설유형과 매출 상관관계 비교	124
그림 104. (일반사업자)농·식품 가공분야: 시설유형과 가동일수 상관관계 비교	125
그림 105. (일반사업자)농·식품 가공분야: 판매처와 인증기준 충족 상관관계 비교	126
그림 106. (일반사업자)농·식품 가공분야: 시설유형과 만족도 상관관계 비교	127
그림 107. (일반사업자)농·식품 가공분야: 시설유형과 애로사항 상관관계 비교	128
그림 108. (일반사업자)체험관광 분야: 방문자수와 매출 상관관계 비교	129
그림 109. (일반사업자)체험관광 분야: 방문자수와 인증기준 충족 상관관계 비교	130
그림 110. (일반사업자)체험관광 분야: 방문자수와 만족도 상관관계 비교	131
그림 111. (일반사업자)체험관광 분야: 방문자수와 애로사항 상관관계 비교	132
그림 112. 6차산업 창업경영체의 재무 및 비재무적 평가점수	138
그림 113. 6차산업 창업경영체의 재무적 평가지표 결과	139
그림 114. 6차산업 창업경영체의 비재무적 평가지표 결과	140
그림 115. 농·식품 가공분야 창업경영체의 재무적·비재무적 평가비교	140
그림 116. 체험관광 분야 창업경영체의 재무적·비재무적 평가비교	141
그림 117. (사)양평농촌나드리 역할과 기능	147
그림 118. 양평 소재 체험마을사업을 연계한 양평농촌나드리(협동조합)	149
그림 119. 수요자의 창업지원사업 활용 단계별 애로사항	152
그림 120. 창업지원 정책의 추진 방향	157



1. 연구개요

가. 연구의 필요성

- 최근 10년간 농업소득은 4.7% 감소하고 도농간 소득격차는 13.8%p나 확대되면서, 농업인의 안정적인 소득확보를 위한 농외소득원의 개발이 필요하게 되었음.
- 이에 따라 단순 일자리 창출이 아닌 농업·농촌과 연계된 부가가치 제고의 필요성이 제기되었으며, 이에 따라 6차산업(농촌융복합산업)이 본격적으로 추진되었음.
- 6차산업은 농촌의 부존자원과 연계하여 유통·가공·외식·관광 등 2·3차 산업간 융·복합을 통해 농촌산업을 고도화함으로써 농업의 부가가치를 높이고 농촌지역의 일자리를 창출하는 사업임.
- 이와 같은 6차산업이 활성화되기 위해서는 창업의 활성화가 전제되어야 하며, 이에 따라 6차산업의 창업실태를 확인하고 이를 통해 맞춤형 지원방안을 강구하는 것이 반드시 선행되어야 할 과제임.



그림 1. 6차산업의 개념

나. 연구 목적

- 6차산업 창업경영체에 대한 다양한 성과분석을 통해 6차산업 창업보육 등 관련 정책 수립 시 기초자료로 활용하는데 있음.

다. 연구 내용

- 6차산업 창업경영체 현황 분석
- 6차산업 창업의 정책 현황 분석
- 6차산업 창업 성공 및 실패사례 분석
- 6차산업 성과제고를 위한 체계적 창업 지원 방안 연구

라. 연구 방법

- 본 연구의 중심 과제가 되고 있는 6차산업 창업경영체의 실태 조사를 위해 2가지 조사를 병행하였음. 한가지는 농촌진흥청에서 관리하고 있는 창업경영체를 대상으로 설문조사를 실시한 것이고, 다른 한가지는 2015년 12월에 나온 「6차산업화 기초실태조사」의 원본 데이터에 대한 통계분석작업을 실시한 것임.
- 이렇게 2가지 방법으로 조사 및 분석을 한 이유는 나중에 다시 언급하겠지만, 현재 6차산업 창업경영체에 대한 명확한 기준이 부재한 상황이어서 창업경영체와 인증경영체가 공존하고 있기 때문임.
- 6차산업 정책관련 분석은 문헌자료를 주로 이용하였고, 국내외 사례분석에서는 타 부처의 창업관련 대표 정책을 분석하였으며, 일본의 6차산업 창업정책 역시 문헌을 통해 분석을 수행하였음.

표 1. 연구 방법

구 분	분 석 방 법	분 석 내 용
6차산업 경영체 실태 분석	설문조사	- 2013, 2014, 2015년 창업경영체 대상 - 표본은 각각 24, 28, 28개로 총 80개 - 생멸현황(사업중단 여부), 소득변화, 비전변화 등 조사
	통계분석	- 6차산업화 기초실태조사 원본 데이터 분석 - 창업이후 7년차까지인 2008~14년까지의 경영체 대상 - 생멸현황(인증사업자 기준), 유형별 사업성과 등 비교
정책현황 분석	문헌조사	- 6차산업 창업정책의 현황 및 문제점 도출
사례 분석	문헌조사	- 국내 타 부처 창업관련 정책 분석을 통한 시사점 도출 - 일본의 6차산업 창업정책 분석을 통한 시사점 도출



2. 창업의 개념 및 정책 현황

가. 창업의 개념

- 6차산업의 기반이 되는 「농촌융복합산업 육성 및 지원에 관한 법률」에서는 창업에 대한 명확한 정의 및 기준을 정하고 있지 않으며, 이로 인해 6차산업 창업에 대한 정의와 기준이 다소 모호한 상황에 놓여있음.
- 그러나 중소기업청 소관의 「중소기업 창업지원법」에서는 창업에 대한 정의와 기준을 명확히 설정하고 있는데, 다양한 분야에서 이 정의 및 기준을 활용하고 있음.
- 「중소기업 창업지원법」에 의하면 ‘창업’은 ‘중소기업을 새로 설립하는 것’으로 정의하고 있으며, 사업주의 변경이나 법인의 변경이 있더라도 기존 사업이 연속되는 경우에는 창업에서 제외하고 있음. 그리고 ‘창업자’는 창업한 날로부터 7년이내의 사업자로 규정하고 있으며, ‘초기창업자’라는 정의를 통해 창업한 날로부터 3년이내의 사업자를 별도로 규정하고 있음.
- 상기의 정의를 적용할 경우 ‘6차산업 창업경영체’는 ‘6차산업을 창업하여 7년이 경과하지 않은 경영체’라고 정의할 수 있음. 하지만 이 정의를 그대로 사용하기 위해서는 몇가지 중요한 기준을 추가로 부가할 필요가 있는데 그것은 6차산업의 특징에서 비롯되고 있음.
- 첫째, 6차산업은 1.2.3차 산업이 다양한 방법으로 융합되는 것으로, 그 융합 형태가 변할 경우 이를 어떻게 볼 것인지의 문제가 발생함. 예를 들어 1.2차를 융합한 경영체가 1.3차로 사업을 변경한 경우와 1.2차만 융합된 경영체가 새로이 3차를 추가할 경우 이를 ‘창업’으로 볼 것인지에 있어 기준이 명확하지 않음.
- 둘째, 현재 6차산업의 경우 사업자 인증제가 시행되고 있는데, 6차산업 창업경영체의 범위를 인증사업자에만 적용할 것인지, 아니면 인증사업자 기준에는 미달하더라도 창업경영체로 인정할 것인지에 대한 기준이 필요함.
- 상기 2가지 부가적인 기준 설정 필요성과 관련해서는 현재까지 뚜렷한 합의점이 없는 상태이며, 이러한 점으로 인해 향후 6차산업 창업경영체에 대한 명확한 개념 정립의 필요성이 제기되고 있음.

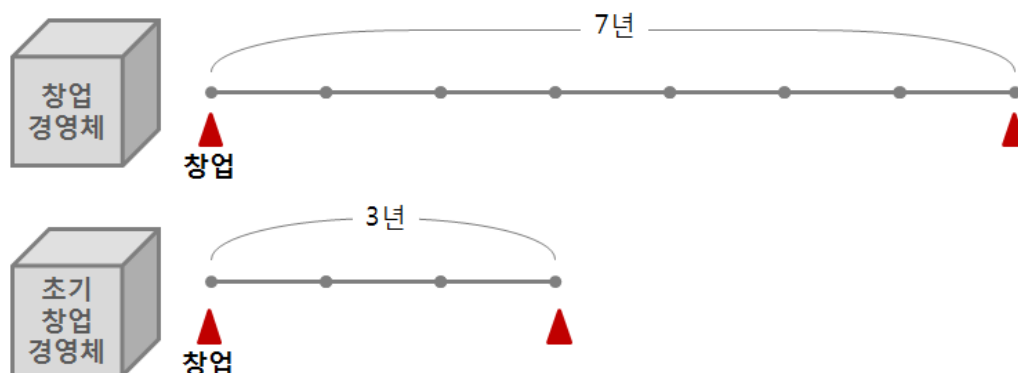


그림 2. 중소기업 창업지원법 상의 창업경영체의 기간 범위

표 2. 중소기업 창업지원법 및 시행령의 창업 개념

중소기업 창업지원법	중소기업 창업지원법 시행령
<p>제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.</p> <p>1. "창업"이란 중소기업을 새로 설립하는 것을 말한다. 이 경우 창업의 범위는 대통령령으로 정한다.</p> <p>1의2. "재창업"이란 중소기업을 폐업하고 중소기업을 새로 설립하는 것을 말한다. 이 경우 재창업의 범위는 대통령령으로 정한다.</p> <p>2. "창업자"란 중소기업을 창업하는 자와 중소기업을 창업하여 사업을 개시한 날부터 7년이 지나지 아니한 자를 말한다. 이 경우 사업 개시에 관한 세부 사항은 대통령령으로 정한다.</p> <p>2의2. "재창업자"란 중소기업을 재창업하는 자와 중소기업을 재창업하여 사업을 개시한 날부터 7년이 지나지 아니한 자를 말한다. 이 경우 사업 개시에 관한 세부 사항은 대통령령으로 정한다.</p> <p>2의3. "초기창업자"란 창업자 중에서 중소기업을 창업하여 사업을 개시한 날부터 3년이 지나지 아니한 자를 말한다.</p>	<p>제2조(창업의 범위) ①「중소기업창업 지원법」(이하 "법"이라 한다) 제2조제1호에 따른 창업은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하지 아니하는 것으로서 중소기업을 새로 설립하여 사업을 개시하는 것을 말한다.</p> <p>1. 타인으로부터 사업을 승계하여 승계 전의 사업과 같은 종류의 사업을 계속하는 경우. 다만, 사업의 일부를 분리하여 해당 기업의 임직원이나 그 외의 자가 사업을 개시하는 경우로서 산업통상자원부령으로 정하는 요건에 해당하는 경우는 제외한다.</p> <p>2. 개인사업자인 중소기업자가 법인으로 전환하거나 법인의 조직변경 등 기업형태를 변경하여 변경 전의 사업과 같은 종류의 사업을 계속하는 경우</p> <p>3. 폐업 후 사업을 개시하여 폐업 전의 사업과 같은 종류의 사업을 계속하는 경우</p> <p>②제1항 각 호에 따른 같은 종류의 사업의 범위는 「통계법」 제22조제1항에 따라 통계청장이 작성·고시하는 한국표준산업분류(이하 "한국표준산업분류"라 한다)상의 세분류를 기준으로 한다. 이 경우 기존 업종에 다른 업종을 추가하여 사업을 하는 경우에는 추가된 업종의 매출액이 총 매출액의 100분의 50 미만인 경우에만 같은 종류의 사업을 계속하는 것으로 본다.</p> <p>③제2항 후단에 따른 추가된 업종의 매출액 또는 총 매출액은 추가된 날이 속하는 분기의 다음 2분기 동안의 매출액 또는 총 매출액을 말한다.</p> <p>제2조의2(재창업의 범위) 법 제2조제1호의2에 따른 재창업은 부도 또는 파산 등으로 중소기업을 폐업하고 중소기업을 새로 설립하는 것으로 한다.</p> <p>제3조(사업의 개시일) 법 제2조제2호, 제2호의2 및 제2호의3에 따른 사업을 개시한 날은 각각 다음 각 호와 같다.</p> <p>1. 창업자 또는 재창업자가 법인이면 법인설립등기일</p> <p>2. 창업자 또는 재창업자가 개인이면 「부가가치세법」 제8조제1항에 따른 사업개시일. 다만, 법 제33조에 따른 사업계획의 승인을 받아 사업을 개시하는 경우에는 「부가가치세법」 제8조제1항에 따른 사업자등록일</p>

자료 : 국가법령정보센터



나. 6차산업 창업관련 주요 정책

1) 법적 근거

- 비록 「농촌융복합산업 육성 및 지원에 관한 법률」에서 창업에 대한 명확한 정의 및 기준을 정하고 있지는 않으나, 지원과 관련된 조문은 마련하고 있음.
- 동법에는 2군데에서 창업과 관련한 내용이 나오고 있는데, 첫 번째는 제17조의 농촌융복합산업 지원 전문기관의 업무에 창업·보육을 포함한다는 내용이며, 두 번째는 제20조에 창업과 관련한 지원내용을 적시한 사항임.
- 특히 제20조는 창업과 관련한 실질적으로 유일한 조문이며, ①자금지원, ②R&D지원, ③컨설팅 지원, ④사업화 지원, ⑤검사 등 상용화 지원, ⑥공간지원의 6가지 창업관련 지원을 할 수 있다는 것을 명시하고 있음.
- 그러나 법률 외에 시행령이나 시행규칙에서는 구체적인 창업관련 지원방안이 명문화 되어 있지 않으며, 창업이라는 단어 자체가 나타나고 있지 않음.

표 3. 6차산업 창업관련 법조문

농촌융복합산업 육성 및 지원에 관한 법률	제17조(농촌융복합산업 지원 전문기관 등) ① 농림축산식품부장관은 기본계획을 체계적으로 추진하고 농촌융복합산업을 전문적으로 육성·지원하기 위하여 전담 인력 및 조직 등 대통령령으로 정하는 일정한 기준을 갖춘 기관을 농촌융복합산업 지원 전문기관(이하 "지원기관"이라 한다)으로 지정할 수 있다. ② 지원기관의 업무는 다음 각 호와 같다. 1. 생략 2. 농촌융복합산업과 관련된 창업·보육 및 경영·컨설팅 지원 3. 이하 생략
	제20조(창업지원) 농림축산식품부장관 또는 지방자치단체의 장은 농촌융복합산업과 관련된 창업을 활성화하기 위하여 창업을 하고자 하는 농촌융복합산업 사업자에게 다음 각 호의 지원을 할 수 있다. 1. 창업자금의 지원 및 용자 2. 농촌융복합산업 연구·개발 성과의 제공 3. 창업에 필요한 법률, 세무, 회계 등의 상담 및 경영·컨설팅 지원 4. 농촌융복합산업 사업자의 우수한 아이디어 사업화 지원 5. 생산된 제품의 성분분석·품질검사 및 상용화 지원 6. 시제품 생산 등 창업을 위한 시설 등 공간의 임대·제공 7. 그 밖에 농림축산식품부장관이 창업지원에 관한 사항으로 정하는 사항

자료 : 국가법령정보센터

2) 정책 방향

가) 농산물종합가공센터 중심의 창업 지원

- 농식품부의 6차산업 창업관련 정책은 2015년 3월에 수립된 「6차산업 창업지원 체계화 방안」과 2015년 12월에 수립된 「6차산업 사업단계별 맞춤형 지원 방안」에 기본 방향이 소개되고 있음.
- 이 2가지 방안을 요약하면, ①농산물종합가공센터 중심의 창업 지원과 ②사업단계별 맞춤형 지원이라고 할 수 있음.
- 먼저 3월에 수립된 「6차산업 창업지원 체계화 방안」에서는 ‘가공’을 창업의 핵심 기능으로 설정하고 있으며, 이를 위해 지역단위의 공동 가공시설인 ‘농산물종합가공센터’가 중심이 되는 창업지원 체계화 구상을 수립하고 있음.
- 즉 ‘농산물종합가공센터’를 전국적으로 확대하여 지역단위 6차산업 활성화의 거점으로 삼고, ‘6차산업지원센터’가 중심이 되어 각 부처의 창업관련 사업들을 체계적으로 연계한다는 것이 체계화 방안의 핵심 골자임.
- 국비 지원을 통한 농산물종합가공센터 설치 사업은 농촌진흥청에서 추진하고 있으며, 2016년 기준으로 전국에 44개소가 설치 또는 조성중에 있음.

표 4. 농산물종합가공센터 설치 현황(2016)

선정연도	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	개소수
2010		횡성			장수		의성	함양	4
2011	강화 ¹⁾				김제	무안	상주		4
2012		정선	제천		군산			의령	4
2013		원주 삼척		논산		영광			4
2014	고양			공주 홍성		장성	칠곡	거창	6
2015	가평 용인 파주	철원	청주	금산 아산		순천			8
2016	안성 화성	홍천	단양		정읍 무주	광양 진도	포항 울진	창원 밀양 하동 합천	14
개소수	6	6	3	5	5	6	5	7	44

주 1 : 인천 강화는 경기도에 포함하였음.

2 : 지자체 자체 예산으로 설치한 농산물종합가공센터는 포함하지 않았으며, 일부 지역은 조성중에 있는 것도 포함하였음.

자료 : 농식품부



목 표

지역중심의 6차산업화 창업지원 체계화

기 본 방 향

◆ 농산물 종합가공센터 기능 확충 및 관련정책 간 연계를 통해 6차산업 창업을 체계적으로 지원할 수 있는 일관된 플랫폼 구축

농산물 종합가공센터 기능 확충

가공센터 활용도 제고

- ① 지역특화품목 중심으로 광역화 추진
- ② 시·군별 종합가공센터간 연계 강화

가공센터 설치 확대

- ① 품목특성에 따라 센터 설치·운영방식 차별화
- ② 연차별 가공센터 설치규모 확대

운영체계 보완

- ① 창·보육업무 전담인력 배치
- ② 제조·가공시설 보완

관련 정책간 연계

- 6차산업지원센터 중심으로 경영체 관리·육성
- 농식품부·농진청·산림청 등 관련 정책 연계
- 창조경제혁신센터를 통한 투자 및 판로 등 활용
- 중기청 창업지원 프로그램과 연계
- 실용화재단 창업보육 사업 연계 등

그림 3. 6차산업 창업지원 체계화 방안

나) 사업 단계별 맞춤형 지원

- 2015년 12월에 수립된 「6차산업 사업단계별 맞춤형 지원 방안」에서는 6차산업 경영체를 사업기간과 매출액을 기준으로 ①창업·보육단계, ②성장단계, ③성숙단계, ④졸업단계의 4단계로 구분하고 성숙단계까지 맞춤형 정책을 지원하려는 계획을 수립하고 있음. 즉 창업·보육단계에서는 자금 및 제품개발을 중심으로 지원하고 성장·성숙 단계에서는 판로 중심의 지원책을 구상하고 있음.
- 여기서 창업·보육단계에 해당하는 경영체는 앞에서 정의한 ‘초기창업경영체’와 동일하게 창업 이후 3년까지의 경영체로 정의하고 있음. 그러나 성장단계, 성숙단계, 졸업단계의 구분은 매출액을 기준으로 하고 있는데, 성장단계는 매출액 5~10억원, 성숙단계는 매출액 10~50억원으로, 졸업단계는 50억원 이상의 경영체로 설정하고 있음.
- 따라서 사업단계의 구분을 기간과 매출액을 혼합하여 사용하고 있는 것이 특징이며, 이는 기간만을 기준으로 하고 있는 「중소기업 창업지원법」에서의 ‘창업경영체’와의 차이점이라고 할 수 있음.¹⁾

구 분	I. 창업·보육단계	II. 성장단계	III. 성숙단계
농업인	①종합 컨설팅 *사업구상 및 사업화 *법인화 및 인증사업화 ②시제품 및 초도물량 제작 ③제품테스트, 상품화판촉 ④시설자금 *기계·장비, 판매장 등 시설	(법인화 유도)	
법 인	①전문 컨설팅 *전문가 및 멘토링 코칭 ②제품 판촉 *로컬직매장 등 로컬 위주 ③시설 및 운영자금 *토지구입, 제조·가공시설 *원료구입 등 운영 ④지역 네트워크 구축 ※ 제품 업그레이드 및 컨설팅	①국내 판로 *판매플랫폼 구축 *유통 협력 네트워크 구축 ②리모델링자금	①해외 판로 *판매플랫폼 구축 *수출제품개발, 수출상담, 박람회 참가 ②모태펀드 ③R&D
공 통 지원	①인력양성(창업 및 기초교육 → 심화교육 → 분야별 맞춤 교육 등) ②홍보(정책홍보, 우수 제품 및 경영체 홍보, 소비자 대상 홍보 등)		

그림 4. 6차산업 사업단계별 지원 사업

1) 「중소기업기본법」 시행령에서는 중소기업 자체에 대한 매출액 기준을 정하고 있는데, 업종에 따라 400~1,500억원까지의 상한 매출액을 설정하고 있음. 6차산업과 관련한 업종들의 기준 매출액을 살펴보면, 농업·임업, 식품제조업, 도·소매업은 1,000억원 이하, 음료제조업은 800억원 이하, 숙박·음식점업은 400억원 이하를 중소기업으로 보고 있음.



3) 추진 체계

- 6차산업 창업관련 정책사업의 추진체계는 농식품부·농촌진흥청 등의 농업관련 중앙기관과 6차산업지원센터·농업기술실용화재단의 농업관련 기관, 그리고 창조경제혁신센터·중소기업청 등의 농업 외부 기관이 협업하는 체계를 구축하고자 하고 있음.
- 그러나 창조경제혁신센터와 중소기업청까지 연계하는 협업 체계는 아직 구축이 미흡한 것으로 판단되며, 따라서 농업관련 기관 중심으로 추진체계를 갖추고 있는 것으로 판단됨.
- 앞에서 살펴본 바와 같이 6차산업 창업정책 방향이 ‘농산물종합가공센터’ 중심의 창업지원과 창업·보육 단계에서의 자금·공간·컨설팅을 중요시하고 있어, 이 사업을 주관하고 있는 농촌진흥청과 농업기술실용화재단이 창업관련 정책에 있어 핵심적인 역할을 하고 있음.
- 농촌진흥청은 농업기술원, 농업기술센터간 연계를 바탕으로 창업관련 사업을 추진하고 있으며, 특히 농업기술센터가 실질적인 업무를 담당하면서 농산물종합가공센터를 운영하고 있음. 또한 농업기술실용화재단은 6차산업 창업정책에 있어 가장 활발하게 활동하고 있는 기관이며, 농산업창업지원시스템(bi.fact.or.kr)을 운영하면서 창업관련 다양한 정보를 제공하고 있고, 교육·컨설팅 사업도 같이 수행하고 있음. 특히 농업기술실용화재단의 창업지원사업은 기술과 연계한 사업화에 초점이 맞추어져 있기 때문에 가공분야 상대적으로 활발하게 운영되고 있음.
- 한편 농식품부의 창업관련 사업은 컨설팅을 중심으로 일부 지원되고 있는데, 6차산업지원센터가 6차산업 경영체의 관리를 담당하게 되면서 자연스럽게 창업경영체의 관리도 담당하고 있는 상황임. 또한 농림수산식품교육문화정보원에서는 6차산업 창업관련 정보 및 온라인 매뉴얼을 제공하고 있으며, 6차산업 창업관련 교육 및 컨설팅 사업의 공모과정을 관리하고 있음.
- 상기의 논의에서도 알 수 있듯이 6차산업 창업관련 정책사업은 농촌진흥청을 중심으로 추진되고 있으며, 특히 가공분야 창업이 중심이 되고 있음.

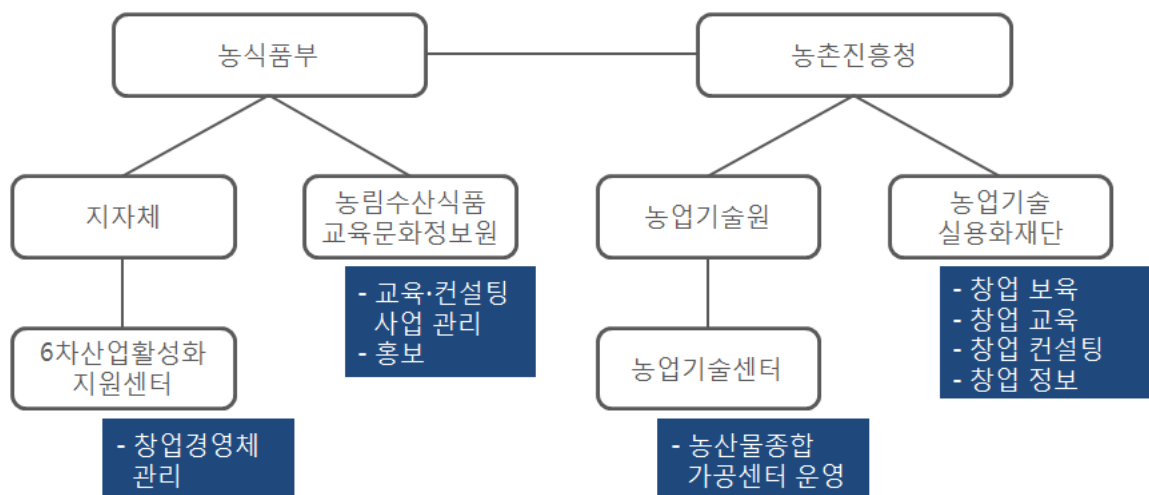


그림 5. 6차산업 창업경영체 지원사업 추진체계

4) 6차산업 창업관련 주요사업

- 6차산업 창업관련 지원은 농업관련 다양한 기관을 통해 수행되고 있지만, 구체적으로 창업지원이라는 명목으로 추진되고 있는 사업은 매우 제한적임. 이에 따라 대부분의 정책사업이 창업경영체 여부와 상관없이 포괄적으로 지원되고 있으며, 또한 6차산업 여부와 상관없이 추진되고 있는 사업도 상당수에 이르고 있음.
- 6차산업 창업지원과 조금이라도 관련을 가지고 있는 사업들을 추려보면, 주로 농식품부, 농촌진흥청, 농업기술실용화재단에서 추진하고 있는 사업들이며, 이들 사업들은 해당 기관에서 독자적으로 수행되고 있음.
- 농식품부의 경우 6차산업 창업관련 정책사업이 구체적이지 않으며 대부분 6차산업 관련 사업 중에 창업경영체가 지원을 받는 형태로 운영되고 있음. 다만 크라우드펀딩 조성사업은 6차산업 창업과 관련성이 높은 사업이라 할 수 있음.
- 농촌진흥청에서는 ‘농촌지도국고보조사업’이라는 시범사업을 통해 창업경영체를 지원하고 있으나, 농식품부와 마찬가지로 창업경영체만을 위한 사업은 제한적임. 그러나 ‘농산물 종합가공기술 지원사업’과 ‘농업인 소규모 창업기술 시범사업’, ‘향토음식 자원화 사업’은 창업과 직접적으로 관련된 대표적인 사업이라고 할 수 있음.
- 농업기술실용화재단은 농식품 경영체의 창업보육을 담당하고 있으며, 이에 따라 6차산업 창업경영체의 창업보육 기능도 병행하고 있음. 본 재단에서는 ‘농산물창업지원시스템’을 통해 온라인으로 창업관련 정보를 제공하고 있고 전국에 ‘농식품 벤처.창업지원 특화센터’를 설치하여 창업경영체에 대한 지원을 하고 있음. 이러한 활동의 기반이 되는 사업은 ‘보육업체 지원사업’이며, 본 사업을 통해 자금알선, 경영컨설팅, 기술이전, 정보제공 등의 지원활동을 하고 있음.

표 5. 6차산업 창업관련 주요 정책 현황

기 관 명	사 업 명	사 업 내 용
농식품부	농식품 전문 크라우드펀딩 전용관 운영사업	창업초기 필요자금을 민간투자를 통해 조달할 수 있는 창구 마련
농촌진흥청	6차산업 수익모델 시범사업	농촌진흥기관에서 개발한 6차산업 수익모델을 경영체에 적용
	지역농업 특성화 기술지원 사업	지역별 특화품목 발굴 및 이를 6차산업과 연계
	농산물 종합가공기술 지원사업	농산물 종합가공센터 설치 및 지원
	농업인 소규모 창업기술 시범사업	농업인 대상의 소규모 가공기술 지원을 통한 창업 유도
	농식품 가공연구회 육성 사업	농업인 창업자의 전문능력 제고를 위해 자율 활동 지원
	향토음식 자원화 사업	향토음식 상품화를 통한 농가맛집 조성
농업기술 실용화재단	전통식문화계승활동 지원사업	한국전통음식학교 운영을 통해 향토음식 및 전통음식에 대한 계승 및 인력 양성
	보육업체 지원사업	실용화재단 창업보육업체에 대해 자금알선, 경영컨설팅, 기술이전 등을 지원

주 : 상기 기관에서 운영되는 사업중 창업과 크게 관련되는 사업만 제시하였음.



다. 정책 추진상의 문제점

1) 창업에 대한 정의 부재

- 「농촌융복합산업 육성 및 지원에 관한 법률」에서 창업에 대한 구체적인 용어 정의가 되어 있지 않아, 6차산업 창업에 대한 구체적인 기준이 부재한 상황임. 이로 인해 법적으로 정책 대상자를 명확하게 구분하는 것이 현실적으로 어려움.
- 또한 「중소기업 창업지원법」 상의 창업에 대한 정의와 농식품부의 「6차산업 사업단계별 맞춤형 지원 방안」에서 제시한 단계구분 등이 대안이 될 수 있으나, 아직까지 어떠한 기준을 적용한다는 명시적인 방향 설정이 되어 있지 않음.
- 게다가 법률상에서 ‘농촌융복합산업 사업자’라고 하는 창업과 유사한 개념도 운영되고 있어, 창업에 대한 개념을 더욱 혼란스럽게 하고 있음.
- 6차산업 창업에 대한 정의 부재는 정책 대상자를 명확화하는 것을 어렵게 함으로써 여타 창업관련 정책사업 추진 전반에 문제점을 야기하는 원인이 되고 있음.

표 6. 6차산업 창업관련 주요 개념 및 문제점

구 분	내 용	적용상의 문제점
중소기업 창업지원법	‘창업자’를 창업한 날로부터 7년 이내의 사업자로 정의	6차산업의 진입이 상대적으로 용이하다는 점을 감안할 때, 7년이라는 기간은 다소 긴 것으로 판단됨
6차산업 사업단계별 맞춤형 지원 방안	6차산업 경영체를 창업.보육단계, 성장단계, 성숙단계, 졸업단계의 4단계로 구분하고 있으며, 창업.보육단계는 창업이후 3년 이내 경영체를, 나머지는 매출액의 규모에 따라 구분	창업에 대한 명확한 기준이 없고, 기간 기준과 매출액 기준을 혼재하여 사용
농촌융복합산업 육성 및 지원에 관한 법률 (인증사업자)	법률에 따라 농촌융복합산업 사업자를 인증	신청에 의한 인증 방식이기 때문에 창업자 외에도 기존에 사업을 영위하는 사업자도 신청할 가능성 높음

2) 창업관련 정책사업의 부족

- 6차산업 창업지원 자체를 목적으로 하고 있는 사업은 많지 않으며, 6차산업 교육, 컨설팅, 판로확보 등 경영체 전반을 대상으로 지원하는 사업들이 대부분임.
- 창업과 직접적인 연관을 가지는 사업으로는 농촌진흥청의 ‘농업인 소규모 창업기술 시범사업’과 농업기술실용화재단의 ‘보육업체 지원사업’ 정도임.
- 예를들어, 농식품부의 ‘농식품 전문 크라우드펀딩 전용관 운영사업’의 경우 펀딩을 받은 업체 중

대부분은 신규 창업 업체가 아니라 기존 업체 중 새로운 기술로 투자금을 모금한 사례임.

3) 기관별 기능 미약과 연계 미흡

- 6차산업 창업지원 사업을 추진하고 있는 기관들의 역할이 명확하지 못하고, 그 기능 또한 부족한 것이 현실임.
- 현재 6차산업 전반의 기획은 농식품부에서 담당하고 있으나, 창업 부문만은 농촌진흥청에서 기획 기능을 담당하고 있음. 그러나 농촌진흥청이 창업지원에서 잘할 수 있는 특정 영역이 정해져 있다는 점에서 한계점을 노출하고 있음.
- 즉 농촌진흥청은 기술을 바탕으로 한 가공중심의 창업지원에 강점을 가지고 있는 반면, 3차산업 분야인 농촌관광, 유통 등에 있어서는 상대적으로 약점을 가질 수밖에 없는 상황임. 이 경우 주요 3차산업들이 창업 지원의 사각지대로 남는 문제점이 발생하며, 이 부분을 대신할 수 있는 기능이 현재 미흡한 상황임.
- 특히 「농촌융복합산업 육성 및 지원에 관한 법률」에서 창업지원의 역할이 명시화 되어 있는 6차산업지원센터의 창업관련 기능이 크게 미흡하여 상기의 문제점을 해결할 수 있는 대안이 되지 못하고 있음.
- 이 외에도 가공중심으로 창업지원이 이루어지고 있다는 점과 중소기업청 등 창업관련 타 기관과의 연계 기능이 미약하다는 점 등이 문제점으로 지적되고 있음.

표 7. 6차산업 창업지원 사업 추진 주체 현황

기 관 명	창 업 관 련 업 무	문 제 점
농식품부	6차산업 관련 사업의 총괄 기획	정책의 총괄 기능을 담당하고 있으나, 창업관련 기능이 미약하고, 자체 추진 사업 또한 부재
농촌진흥청	6차산업 창업관련 업무 총괄	창업관련 기획 기능이 미약하고, 시범사업 중심으로 운영되고 있어 확산에 한계
6차산업지원센터	창업경영체의 관리, 컨설팅	창업경영체 지원의 실무 기관이지만, 창업경영체 지원 기능이 미약하고, 창업경영체의 수 등과 같은 단순 현황을 파악하는 수준에 그치고 있음
농업기술실용화재단	창업경영체의 보육	가공업체 중심으로 창업지원업무를 담당하고 있어, 전체 6차산업 창업경영체 지원에는 한계



3. 6차산업 창업경영체 기초 실태 분석²⁾

가. 조사 개요

- 6차산업 창업경영체의 현황을 파악하기 위하여 2013년부터 2015년까지 각 년도에 창업한 경영체에 대해 전화 설문조사를 실시하였음.
- 창업경영체 목록은 농촌진흥청에서 제공한 것을 기초로 하였으며, 제공된 목록에서 지역별 비중을 감안하여 표본수를 지역별로 배분하여 조사하였음.³⁾
- 총 80개 경영체에 대해 설문조사를 완료하였으며, 지역별로는 경기 18개소(22.5%), 전남 15개소(18.8%), 경북 13개소(16.3%)의 순으로 높은 비중을 차지하고 있음.
- 표본의 유형별로는 1차+2차+3차를 결합한 창업경영체가 33.8%로 가장 큰 비중을 차지하고 있고, 다음으로 1차+2차를 결합한 경영체가 20.0%로 그 다음을 차지하고 있음.

표 8. 연도별.지역별 표본현황

[단위 : 개, %]

구 분	강원	경기	충남	충북	전남	전북	경남	경북	합계
2013	3	8	-	4	5	-	-	4	24
2014	2	7	4	1	4	1	4	5	28
2015	3	3	3	3	6	3	3	4	28
합 계	8 (10.0)	18 (22.5)	7 (8.8)	8 (10.0)	15 (18.8)	4 (5.0)	7 (8.8)	13 (16.3)	80 (100.0)

주 : ()속의 수치는 비중을 나타냄

표 9. 연도별.유형별 표본현황

[단위 : 개, %]

구 분	①+②	①+③	①+②+③	②	③	②+③	합계
2013	3	6	10	-	4	1	24
2014	4	5	8	3	7	1	28
2015	9	3	9	3	2	2	28
합 계	16 (20.0)	14 (17.5)	27 (33.8)	6 (7.5)	13 (16.3)	4 (5.0)	80 (100.0)

주 : ()속의 수치는 비중을 나타냄

2) 3장에서의 분석 대상은 농식품부 성과지표 상의 창업경영체들이기 때문에, 4장부터 9장까지의 분석대상인 기초실태조사 경영체와는 반드시 일치하는 것이 아님. 따라서 구분하여 이해할 필요가 있음.

3) 창업경영체 목록에 연락처가 없어 인터넷을 통해 전화번호를 확인한 후 연락을 취하였는데, 통화를 시도하여 성공한 비율이 40% 수준이었음. 이에 따라 연락가능한 표본수가 적은 지역의 경우 당초 비중을 충족하지 못한 사례가 나왔음.

나. 분석결과

1) 생멸현황

- 이번 조사대상 창업경영체의 생존률은 3년차인 2013년 창업한 경영체가 91.7%, 2년차인 2014년 창업경영체는 92.9%, 1년차인 2015년 창업경영체는 96.4%로 조사되었음. 전체 평균으로는 93.8%의 생존률을 나타내고 있음.⁴⁾
- 사업을 중단한 5개 경영체의 사유들을 살펴보면 ①건강상의 문제, ②마케팅 및 홍보 부족, ③개발로 인한 부지 처분, ④마을사업에서 이익배분을 둘러싼 다툼, ⑤매장 미확보 등의 이유로 사업을 중단한 것으로 나타났으며, 이들 중 2개소는 사업을 재개할 예정으로 있음.

표 10. 6차산업 창업자 생멸 현황

[단위 : 개, %]

구 분	2013	2014	2015	합계/평균
사업유지	22	26	27	75
사업중단	2	2	1	5
합계	24	28	28	80
생 존 률	91.7	92.9	96.4	93.8

그림 6. 6차산업 창업자 생멸 현황

4) 이번 조사에서 전화응답 비율은 40% 수준이었는데, 전화를 받지 않은 경영체의 경우 사업을 중단하였을 가능성이 높다고 판단할 수 있음. 그러나 전화조사만으로는 정확한 현황을 파악하는데는 한계가 있었음.



2) 소득변화

- 6차산업 창업 이후 소득변화가 있었는지에 대한 설문에 79.7%의 창업경영체가 소득이 증가하였다고 응답하였으며, 소득 변화 정도는 기존 소득보다 평균 55.1% 증가하였다고 응답하였음. 여기서 특징적인 것은 ‘변화없다’는 응답이 창업이후 년수가 길수록 줄어든다는 사실임.
- 연차별로는 2013년 창업경영체가 63.5%로 가장 큰 소득증가율을 나타내고 있고, 2014년과 2015년은 각각 51.4%, 51.8%로 비슷한 수준을 나타내고 있음.
- 창업경영체의 유형별로는 2+3차 경영체가 116.7%로 가장 큰 소득증가율을 나타내고 있고, 다음으로 2차만 운영하는 경영체가 101.0%로 높은 소득증가율을 기록하고 있음. 생산(1차)이 결합된 경우와 아닌 경우를 비교하여 보면, 생산이 결합된 경우의 소득증가율이 46.9%로 생산과 결합되지 않은 창업경영체의 73.2%에 비해 낮게 나타나고 있음.

표 11. 6차산업 창업자 소득 변화 여부

[단위 : 개, %]

구 분	소득증가	소득감소	변화없음	합계
2013	19 (79.2)	2 (8.3)	3 (12.5)	24 (100.0)
2014	24 (85.7)	- (0.0)	4 (14.3)	28 (100.0)
2015	20 (74.1)	1 (3.7)	6 (22.2)	27 (100.0)
합계	63 (79.7)	3 (3.8)	13 (16.5)	79 (100.0)

주 : ()속의 수치는 비중을 나타냄

표 12. 6차산업 창업자 소득증가율

[단위 : %]

구 분	2013	2014	2015	전체 평균
소득증가율	63.5	51.4	51.8	55.1

표 13. 6차산업 창업자 소득증가율(결합유형별)

[단위 : 개, %]

구 분	①차 결합				①차 미결합				합계/ 평균
	①+②	①+③	①+②+③	소계	②	③	②+③	소계	
표본수	12	10	18	40	3	12	3	18	58
소득증가율	58.8	18.8	54.7	46.9	101.0	55.4	116.7	73.2	55.1

3) 경영의 안정감

- 6차산업 창업이후 경영에 대한 안정감 변화에 있어, 기존보다 안정감이 높아졌다는 응답이 73.0%로 그렇지 않다는 응답보다 약 3배 정도 높은 것으로 조사되었음. 특히 창업이후의 기간이 길수록 안정감이 높아졌다는 응답이 높아지고 있는데, 2013년 창업경영체의 경우 경영의 안정감이 높아졌다는 응답이 81.0%이지만 2015년 경영체의 경우는 63.0% 수준에 그치고 있음.

표 14. 6차산업 창업이후 농업경영의 안정감 변화

[단위 : %]

구 분	안정감 높아짐	안정감 높아지지 않음	합계
2013	81.0	19.0	100.0
2014	76.9	23.1	100.0
2015	63.0	37.0	100.0
평균	73.0	27.0	100.0

- 결합 유형별로는 1+3차 경영체에서 안정감이 높아졌다는 응답이 83.3%로 가장 높았고, 2차만 운영하는 경영체의 만족도가 50.0%로 가장 낮은 것으로 나타남. 생산(1차)의 결합 여부에 따라서는 각각 73.1%와 72.7%로 큰 차이가 없었음.

표 15. 6차산업 창업이후 경영의 안정감 변화(결합유형별)

[단위 : 개, %]

구 분	①차 결합				①차 미결합				합계/ 평균
	①+②	①+③	①+②+③	소계	②	③	②+③	소계	
표본수	14	12	26	52	6	13	3	22	74
상승 비중	71.4	83.3	69.2	73.1	50.0	76.9	100.0	72.7	73.0

그림 7. 6차산업 창업이후 경영의 안정감 변화(결합유형별)



4) 농업에 대한 미래 전망

- 6차산업 창업이후 농업에 대한 미래비전이 어떻게 변화되었느냐는 질문에 대하여, 기존보다 농업에 대한 전망이 높아졌다는 응답이 82.7%로 나타남. 이 문항에 대해서는 경영체의 창업이후 년수에 따라 차이를 보이지는 않고 있음.

표 16. 6차산업 창업이후 농업의 미래비전에 대한 변화

[단위 : %]

구 분	미래비전이 높아짐	미래비전이 높아지지 않음	합계
2013	81.8	18.2	100.0
2014	84.6	15.4	100.0
2015	81.5	18.5	100.0
평균	82.7	17.3	100.0

- 결합 유형별로는 1+2차, 1+3차, 2+3차에서 농업의 미래 비전이 크게 높아진 것으로 응답하였고, 2차만 단독으로 운영하는 경우는 66.7%로 상대적으로 낮게 나타났음. 생산(1차)의 결합 여부에 따라서는 생산이 결합된 경우가 86.8%로 그렇지 않은 경우보다 14.1%p 높은 것으로 나타남.

표 17. 6차산업 창업이후 농업의 미래비전에 대한 변화(결합유형별)

[단위 : 개, %]

구 분	①차 결합				①차 미결합				합계/ 평균
	①+②	①+③	①+②+③	소계	②	③	②+③	소계	
표본수	14	13	26	53	6	13	3	22	75
상승 비중	100.0	92.3	76.9	86.8	66.7	69.2	100.0	72.7	82.7

그림 8. 6차산업 창업이후 농업의 미래비전에 대한 변화(결합유형별)

5) 원료조달 현황

- 원료조달 방식에 대해서는 자체조달 비중이 평균 67.5%로 나타났으며, 2013년 창업경영체에서 자체조달 비중이 조금 높게 나타났으나, 대체적으로 원료조달 비중은 연차별로 큰 차이를 보이고 있지는 않음.

표 18. 6차산업 창업자 원료조달 형태

[단위 : %]

구 분	자체조달	외부조달	합계
2013	70.2	29.8	100.0
2014	66.2	33.8	100.0
2015	66.5	33.5	100.0
평균	67.5	32.5	100.0

- 결합유형별로 살펴보면, 1+3차의 경우 자체조달 비중이 96.2%로 높게 나타나고 있고, 다음으로 1+2차가 75.4%이며, 1+2+3차의 경우는 58.1%로 가장 낮게 나타나고 있음.

표 19. 6차산업 창업자 원료조달 형태(결합유형별)

[단위 : 개, %]

구 분	①+②	①+③	①+②+③	합계/평균
표본수	14	13	26	75
자체조달 비율	75.4	96.2	58.1	67.5

그림 9. 6차산업 창업자 원료조달 형태(결합유형별)



4. 6차산업 창업경영체 생멸 통계⁵⁾

가. 분석 대상

- 지역의 6차산업화 기초실태조사 결과를 활용하여 향후 6차산업화 정책목표 설정 및 신규사업 발굴 등 정책수립에 활용하고자 2015년 1월부터 12월까지 전국 6차산업 사업자 및 산업화에 관한 현황을 조사함.
- 조사내용은 6차산업 사업자에 대한 자원, 체험·관광 인프라 및 농식품 제조·가공산업 현황과 인적자원 등에 관한 포괄적인 6차산업의 실태를 조사함.
- 조사결과 전국 11개도의 6,174개소가 조사에 응하였으며, 응답한 결과를 토대로 생멸통계 및 6차산업의 현황에 대한 실태분석을 시행함.

표 20. 6차산업 기초실태조사

[단위: 개소]

구분	경기 (08)	강원 (09)	충북 (10)	충남 (11)	전북 (12)	전남 (13)	경북 (14)	경남 (15)	제주 (16)	계
농가(개인)	401	120	173	62	80	439	183	174	27	1,659
농가법인	-	33	18	156	9	72	44	19	3	354
농업법인	43	138	179	212	106	551	209	166	109	1,713
농협	9	-	5	19	4	24	19	7	2	89
마을공동체	-	24	12	100	6	29	32	85	8	296
일반사업자	-	6	109	581	29	365	144	306	271	1,811
기타	-	3	5	7	9	45	41	15	20	145
무응답	-	9	-	-	57	34	6	1	-	107
합계	453	333	501	1,137	300	1,559	678	773	440	6,174

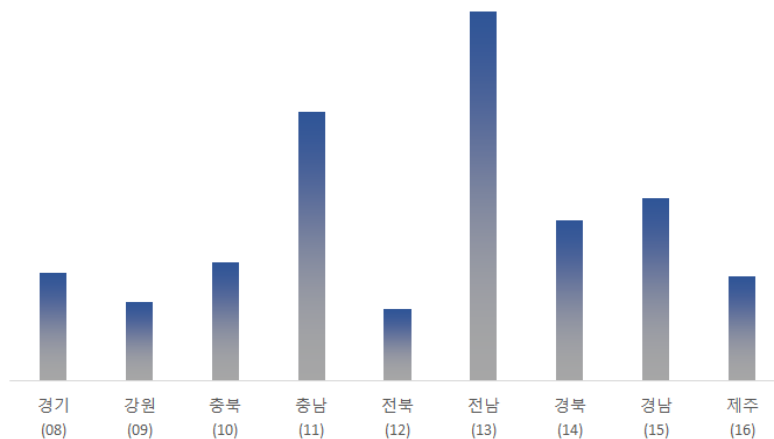


그림 10. 6차산업 기초실태조사 지역별 현황

5) 본장부터 9장까지는 6차산업화 기초실태조사 결과를 토대로 분석한 것임.

나. 창업 및 생멸기준

1) 창업기준

- 앞서도 언급한 바와 같이 「중소기업 창업지원법」에서는 창업경영체를 창업이후 7년이 경과하지 않은 경영체로 정의하고 있음. 이 기준을 6차산업 인증사업자에도 동일하게 적용하여 이하에서는 분석하였음.
- 6차산업 창업기준은 기초실태조사에서 1차 농·축산업을 제외한 순수한 6차산업 분야(농식품가공, 농축산물 직매장, 체험관광, 농가식당)의 가장 빠른 시작연도를 6차산업의 창업연도로 설정함.
- 2015년을 기준으로 2014년에 6차산업 창업자를 1년차로 적용하여 순차적으로 2008년도 창업자(7년차)까지 생멸통계를 작성하고자 함.

표 21. 창업의 연차 기준

연 도	2014년	2013년	2012년	2011년	2010년	2009년	2008년
창업연차	1년차	2년차	3년차	4년차	5년차	6년차	7년차

2) 생멸기준

- 통계청은 2012년도부터 기업의 신생·소멸과 관련된 변화상태 및 고용창출 효과 등을 파악하기 위해 행정자료를 이용하여 기업생멸행정통계를 작성하고 있음.
- 기업생멸행정통계의 주요 기준은 ①국내 영리기업(비영리 제외) 중 당해 연도 매출액이 있거나, 상용근로자가 있는 활동기업을 대상으로 하며, ②법인기업의 별도 지사는 본사에 포함하여 작성하고, 다수의 사업자 등록신고를 한 개인사업자는 각각을 개인기업으로 간주하여 집계하며, ③산업분류는 제9차 한국표준산업분류를 적용하고, ④기업의 신생소멸 판단기준은 OECD와 유럽통계처의 「기업생멸통계 매뉴얼」을 근간으로 작성하고 있음.
- 이에 따라 6차산업의 생멸기준도 1차 농·축산업을 제외한 6차산업 분야(농식품가공, 농축산물 직매장, 체험관광, 농가식당)에서 매출이 없을 경우 소멸된 것으로 간주함.

표 22. 6차산업 인증사업자 생멸 기준

구 분	1차 산업	2차 산업	3차 산업			생멸 기준
	(농·축산업)	(농식품가공업)	직매장	체험관광	농가식당	
매출발생 (○, ×)	○ 또는 ×	○	×	×	×	생
	○ 또는 ×	×	○	×	×	생
	○ 또는 ×	×	×	○	×	생
	○ 또는 ×	×	×	×	○	생
	○ 또는 ×	×	×	×	×	멸



다. 6차산업 창업 및 생멸통계

1) 6차산업 창업

- 기초실태조사 6,174개소 중에서 2008년 이후에 창업한 사업체는 3,088개소로 50.0%를 차지함.
- 지역별로 살펴보면 ①전남, ②충남, ③경남, ④경북, ⑤제주, ⑥충북, ⑦강원, ⑧전북, ⑨경기 순으로 6차산업을 창업하여 활동을 전개하고 있음.
- 운영형태로는 ①농업법인, ②일반사업자, ③개인농가, ④마을공동체(비법인), ⑤농가법인, ⑥농협 순으로 6차산업을 창업함.
- 주목할 점은 법인조직이 6차산업 창업을 주도하고 있으며, 개인농가는 2008년 이후 전체 창업경영체 중 21.2%를 점유하고 있음.

표 23. 6차산업 창업대상 사업자 현황

[단위: 개소]

운영유형	경기 (08)	강원 (09)	충북 (10)	충남 (11)	전북 (12)	전남 (13)	경북 (14)	경남 (15)	제주 (16)	계
농가(개인)	24	69	88	34	51	186	84	97	23	656
농가법인	-	16	8	58	5	34	24	9	2	156
농업법인	22	86	106	126	68	316	118	111	93	1,046
농협	7	-	2	8	2	14	8	5	2	48
마을공동체	-	16	6	64	4	19	20	77	8	214
일반사업자	-	1	44	252	15	203	57	111	162	845
기타	-	2	2	4	4	22	28	8	10	80
무응답	-	5	-	-	26	7	4	1	-	43
합계	53	195	256	546	175	801	343	419	300	3,088

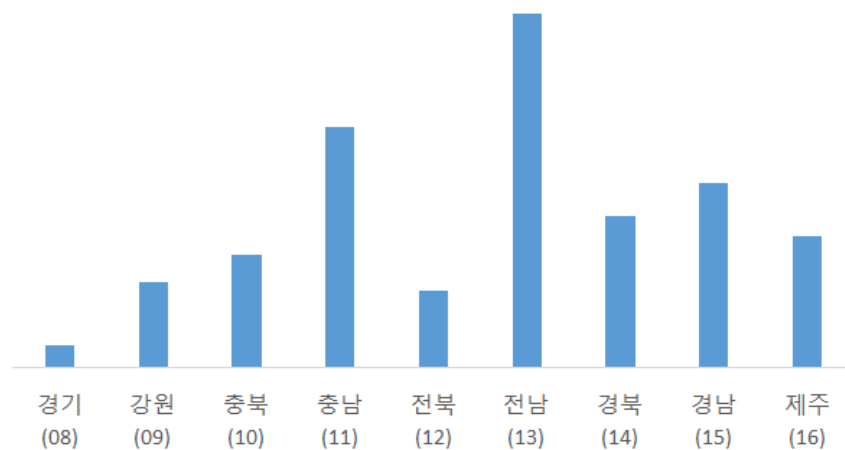


그림 11. 6차산업 창업경영체 지역별 분포현황

2) 연차별 생멸통계

- 7년간 6차산업 창업자의 생멸통계를 분석한 결과 96.0%가 6차산업을 계속적으로 영위하고 있으며, 운영형태별로 ①일반사업자(98.7%), ②농업법인(97.7%), ③마을공동체(97.2%), ④개인농가(96.0%), ⑤농협(95.8%), ⑥농가법인(93.4%)의 순으로 생존율을 나타냄.
- 주목할 점은 일반적으로 기업은 연수가 늘어날수록 생존율이 떨어지는 경향을 보이는 것과 상반되게 6차산업 창업자는 연수가 늘어날수록 생존율이 꾸준하거나 오히려 높아지는 경향을 보임.

표 24. 6차산업 창업자 생멸통계 결과

[단위: 개소]

구 분	계	농가 (개인)	농가 법인	농업 법인	농협	마을 공동체	일반 사업자	기타	미등록	
1 년차	생존	362	54	32	137	8	9	112	9	1
	소멸	41	16	4	9	2	1	6	2	1
	합계	403	70	36	146	10	10	118	11	2
	생존율	89.8%	77.1%	88.9%	93.8%	80.0%	90.0%	94.9%	81.8%	50.0%
2 년차	생존	461	115	10	151	11	29	121	18	6
	소멸	22	8	3	5	0	0	4	1	1
	합계	483	123	13	156	11	29	125	19	7
	생존율	95.4%	93.5%	76.9%	96.8%	100.0%	100.0%	96.8%	94.7%	85.7%
3 년차	생존	506	116	23	175	5	36	139	9	3
	소멸	14	6	1	2	0	1	1	1	2
	합계	520	122	24	177	5	37	140	10	5
	생존율	97.3%	95.1%	95.8%	98.9%	100.0%	97.3%	99.3%	90.0%	60.0%
4 년차	생존	440	72	18	163	4	46	127	3	7
	소멸	7	5	0	2	0	0	0	0	0
	합계	447	77	18	165	4	46	127	3	7
	생존율	98.4%	93.5%	100.0%	98.8%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
5 년차	생존	507	134	21	147	8	50	129	7	11
	소멸	8	3	0	3	0	0	0	1	1
	합계	515	137	21	150	8	50	129	8	12
	생존율	98.4%	97.8%	100.0%	98.0%	100.0%	100.0%	100.0%	87.5%	91.7%
6 년차	생존	391	75	27	130	5	23	117	8	6
	소멸	8	4	0	1	0	2	0	0	1
	합계	399	79	27	131	5	25	117	8	7
	생존율	98.0%	94.9%	100.0%	99.2%	100.0%	92.0%	100.0%	100.0%	85.7%
7 년차	생존	299	47	17	119	5	15	89	5	2
	소멸	22	1	0	2	0	2	0	16	1
	합계	321	48	17	121	5	17	89	21	3
	생존율	93.1%	97.9%	100.0%	98.3%	100.0%	88.2%	100.0%	23.8%	66.7%
합계	생존	2966	613	148	1022	46	208	834	59	36
	소멸	122	43	8	24	2	6	11	21	7
	합계	3088	656	156	1046	48	214	845	80	43
	생존율	96.0%	93.4%	94.9%	97.7%	95.8%	97.2%	98.7%	73.8%	83.7%

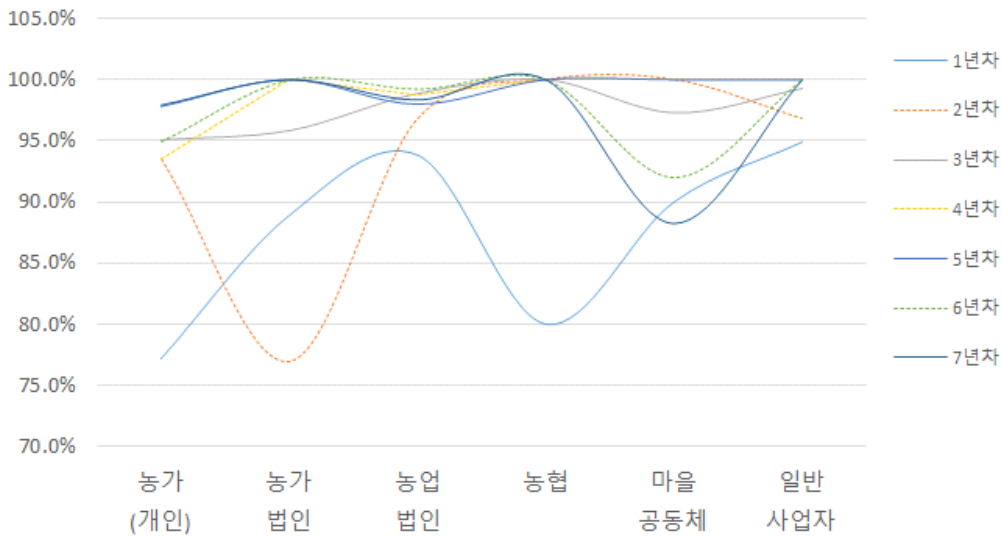


그림 12. 6차산업 창업경영체 생멸 추이곡선

3) 겸업 및 전업에 따른 생멸통계

- 분석을 위해 ‘겸업’은 1차 농축산업에 종사하면서 2차 산업(농식품가공) 또는 3차 산업(직매장, 체험관광, 농가식당)을 부업으로 하여 소득을 올리는 농업 경영체로 정의하고, ‘전업’은 1차 농축산업에 종사하지 않으나 1차 농축산물을 이용하여 2차 산업(농식품가공) 또는 3차 산업(직매장, 체험관광, 농가식당)에 전념하여 소득을 올리는 농업 경영체로 정의함.
- 6차산업의 본질이 1차 농업을 기반으로 2차·3차 산업 육성(1차×2차×3차=6차)을 통한 농업소득 증대에 있기 때문에 겸업/전업의 생멸 차이점을 분석하는 것은 의미가 있을 것으로 판단됨.
- 전체적으로 겸업은 96.2%가 생존을 하였으며, 전업은 96.1%가 생존하여 특별한 차이점을 발견할 수는 없고, 다만 운영형태별로는 개인농가 생존율이 상대적으로 낮게 나타나는 특징이 있음.

표 25. 6차산업 겸업/전업에 따른 생멸 비율

[단위: %]

운영형태	합 계			겸 업			전 업		
	생존	소멸	계	생존	소멸	계	생존	소멸	계
계	96.2	3.8	100.0	96.3	3.7	100.0	96.1	3.9	100.0
농가(개인)	93.4	6.6	100.0	92.9	7.1	100.0	94.0	6.0	100.0
농가(법인)	94.9	5.1	100.0	93.6	6.4	100.0	96.1	3.9	100.0
농업법인	97.7	2.3	100.0	97.1	2.9	100.0	98.1	1.9	100.0
농협	95.8	4.2	100.0	100.0	-	100.0	95.1	4.9	100.0
마을공동체	97.2	2.8	100.0	98.9	1.1	100.0	95.8	4.2	100.0
일반사업자	98.7	1.3	100.0	100.0	-	100.0	98.5	1.5	100.0

표 26. 6차산업 전업/겸업에 따른 생멸통계 결과

[단위: 개소]

구 분	합계	계	겸업				계	전업				
			2종 겸업	3종 겸업	4종 겸업	5종 겸업		1종 전업	2종 전업	3종 전업	4종 전업	
농가 (개인)	생존	613	316	302	13	1	0	297	294	3	0	0
	소멸	43	24	-	-	-	-	19	-	-	-	-
	계	656	340	302	13	1	0	316	294	3	0	0
농가 법인	생존	148	50	48	2	0	0	98	97	1	0	0
	소멸	8	4	-	-	-	-	4	-	-	-	-
	계	156	54	48	2	0	0	102	97	1	0	0
농업 법인	생존	1,028	409	383	22	4	0	619	591	18	10	0
	소멸	24	12	-	-	-	-	12	-	-	-	-
	계	1,052	421	383	22	4	0	631	591	18	10	0
농협	생존	46	7	7	0	0	0	39	39	0	0	0
	소멸	2	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-
	계	48	7	7	0	0	0	41	39	0	0	0
마을 공동체 (비법인)	생존	208	94	88	6	0	0	114	113	1	0	0
	소멸	6	1	-	-	-	-	5	-	-	-	-
	계	214	95	88	6	0	0	119	113	1	0	0
일반 사업자	생존	834	240	220	20	0	0	594	582	11	1	0
	소멸	11	2	-	-	-	-	9	-	-	-	-
	계	845	242	220	20	0	0	603	582	11	1	0
기타	생존	59	7	6	1	0	0	52	52	0	0	0
	소멸	21	-	-	-	-	-	21	-	-	-	-
	계	80	7	6	1	0	0	73	52	0	0	0
합계	생존	2,936	1,123	1,054	64	5	0	1,813	1,768	34	11	0
	소멸	115	43	-	-	-	-	72	-	-	-	-
	계	3,051	1,166	1,054	64	5	0	1,885	1,768	34	11	0

주)37개소 데이터 미기재

라. 참고: 기업행정생멸통계(통계청)

- 통계청 경제통계국 경제통계기획과에서 2012년부터 시행한 기업행정생멸통계에 의하면 1년 평균 생존율이 60.1%이고 해가 거듭될수록 생존율이 하락하여 5년 생존율은 29.0%까지 떨어짐.
- 6차산업 창업경영체의 1년차 생존율은 89.8%로 통계청 기업생존율보다 29.7%P가 높고 5년 동일기간의 생존율도 98.4%로 기업생존율보다 69.4%P가 높은 특징을 보임.



- 이는 성장기간이 일반 기업보다 더디게 성장하면서 시간이 경과될수록 안정화가 되는 농업만의 독특한 특성이 반영된 것으로 예측됨.

표 27. 기간별 기업생존율

[단위: %]

구 분	1년 생존율	2년 생존율	3년 생존율	4년 생존율	5년 생존율
2012년	59.8 (2011)	46.3 (2010)	38.0 (2009)	33.4 (2008)	30.9 (2007)
2013년	60.1 (2012)	47.3 (2011)	38.2 (2010)	32.2 (2009)	29.0 (2008)

표 28. 주요산업별 기업생존율

[단위: %]

구 분	제조업	운수업	숙박/음식업	부동산/임대업	예술/스포츠	평 균
1년 생존율	68.9	72.6	55.6	66.9	54.0	60.1
5년 생존율	37.9	42.3	17.7	43.3	14.3	29.0



5. 6차산업 창업경영체 인증기준에 따른 분석

가. 인증기준

- 농림축산식품부의 농촌융복합산업(6차산업)은 농업인, 농업법인, 농업관련 생산자단체, 사회적기업, 사회적협동조합, 1인창조기업 등을 대상으로 함.
- 자격요건으로 해당산업의 최근 2년 매출액이 평균 35백만 원 이상으로 하고 있어, 1차 농축산업을 제외한 2차·3차 산업의 매출액이 35백만 원을 기준으로 하여 분석하였음.
- ‘충족’이라 함은 연간 매출이 35백만 원 이상이고 ‘미충족’이라 함은 연간 매출이 35백만 원 미만인 경우임.

나. 분석결과

1) 6차산업 창업경영체 연차별 충족률

- 2차·3차 산업의 연간 매출액이 35백만 원 이상(농촌융복합산업 인증)을 기준으로 할 경우에 충족률(60.0%)은 생존율(96.0%)에 비해 36.0%p가 하락함.
- 생멸통계기준으로 창업경영체 3,088개소 중에서 122개소가 연간 매출이 전혀 없었다면 인증기준으로는 1,113개소가 연간 매출이 35백만 원 미만임.
- 인증기준으로 적용할 경우에 개인농가와 마을공동체가 생존율에 비해 현저하게 하락하는 경향을 보임.
- ①개인농가: 96.0%→37.3%(▼58.7%p), ②마을공동체: 97.2%→52.3%(▼44.9%p), ③일반사업자: 98.7%→64.9%(▼33.8%p), ④농업법인: 97.7%→70.1%(▼27.6%), ⑤농협: 95.8%→72.9%(▼22.9%p), ⑥농가법인: 93.4%→73.7%(▼19.7%p)의 순으로 하락함.

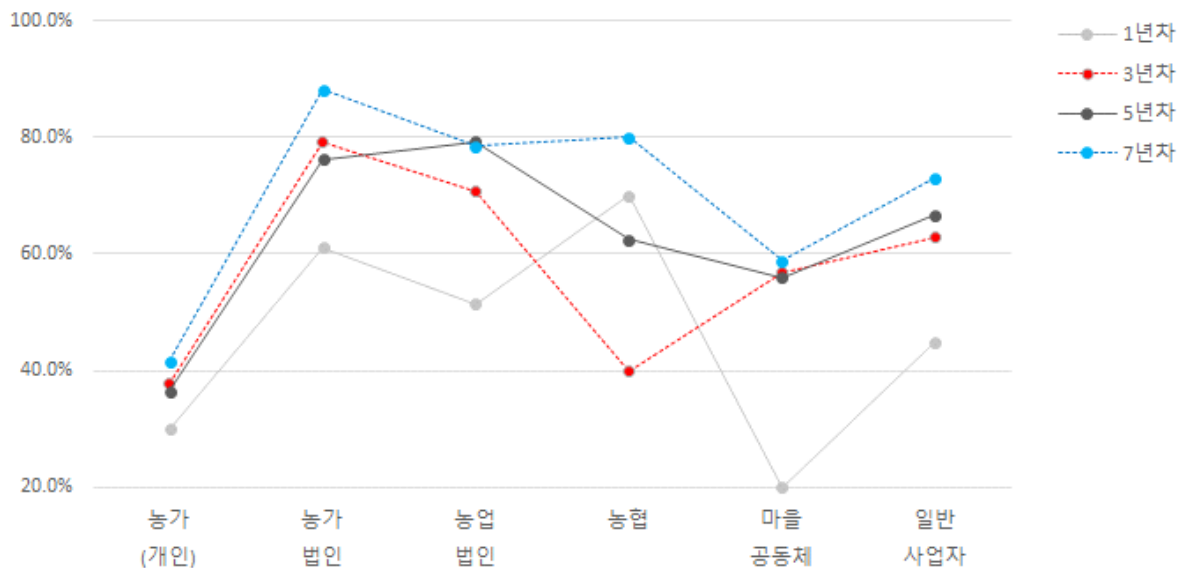


그림 13. 6차산업 창업경영체 연차별 인증기준 충족률 추이곡선

표 29. 6차산업 창업경영체 연차별 총족률

[단위: 개소]

		계	농가 (개인)	농가 법인	농업 법인	농협	마을 공동체	일반 사업자	기타	미등록
1 년차	총족	188	21	22	75	7	2	53	7	1
	미총족	215	49	14	71	3	8	65	4	1
	합계	403	70	36	146	10	10	118	11	2
	총족률	46.7%	30.0%	61.1%	51.4%	70.0%	20.0%	44.9%	63.6%	50.0%
2 년차	총족	257	43	8	92	11	12	74	14	3
	미총족	226	80	5	64		17	51	5	4
	합계	483	123	13	156	11	29	125	19	7
	총족률	53.2%	35.0%	61.5%	59.0%	100.0%	41.4%	59.2%	73.7%	42.9%
3 년차	총족	308	46	19	125	2	21	88	5	2
	미총족	212	76	5	52	3	16	52	5	3
	합계	520	122	24	177	5	37	140	10	5
	총족률	59.2%	37.7%	79.2%	70.6%	40.0%	56.8%	62.9%	50.0%	40.0%
4 년차	총족	311	35	15	127	3	29	95	2	5
	미총족	136	42	3	38	1	17	32	1	2
	합계	447	77	18	165	4	46	127	3	7
	총족률	69.6%	45.5%	83.3%	77.0%	75.0%	63.0%	74.8%	66.7%	71.4%
5 년차	총족	313	50	16	119	5	28	86	6	3
	미총족	202	87	5	31	3	22	43	2	9
	합계	515	137	21	150	8	50	129	8	12
	총족률	60.8%	36.5%	76.2%	79.3%	62.5%	56.0%	66.7%	75.0%	25.0%
6 년차	총족	260	30	20	100	3	10	87	7	3
	미총족	139	49	7	31	2	15	30	1	4
	합계	399	79	27	131	5	25	117	8	7
	총족률	65.2%	38.0%	74.1%	76.3%	60.0%	40.0%	74.4%	87.5%	42.9%
7 년차	총족	216	20	15	95	4	10	65	5	2
	미총족	105	28	2	26	1	7	24	16	1
	합계	321	48	17	121	5	17	89	21	3
	총족률	67.3%	41.7%	88.2%	78.5%	80.0%	58.8%	73.0%	23.8%	66.7%
합계	총족	1,853	245	115	733	35	112	548	46	19
	미총족	1,235	411	41	313	13	102	297	34	24
	합계	3,088	656	156	1,046	48	214	845	80	43
	총족률	60.0%	37.3%	73.7%	70.1%	72.9%	52.3%	64.9%	57.5%	44.2%



2) 창업연도에 따른 평균매출 추이

- 6차산업 창업경영체는 사업연수가 늘어날수록 점진적으로 매출액이 증가하는 추이를 보이고 있으며, 4년 또는 5년차에 성장이 정체되거나 감소하는 사이클이 나타남.
- 1년차부터 7년차까지 운영형태별 평균매출은 ①농가법인(14억 원) > ②농협(12억 원) > ③농업법인(5억 원) > ④마을공동체(4.5억 원) > ⑤일반사업자(3.5억 원) > ⑥개인농가(0.8억 원)의 순을 보임.
- 개인농가는 5년차까지 매출신장이 더디다가 6년차부터 성장세가 크게 신장하는 경향을 보이고 있음. 즉 5년차까지는 연간 매출액이 35백만 원 미만으로 경영적 어려움을 겪는 시기로 예측됨.
- 따라서 개인농가에 대한 6차산업 접근방식은 농업법인체와 다른 방식으로 접근할 필요가 있으며, 법인화를 적극적으로 유도할 필요성이 있다고 여겨짐.(6차산업의 전문화 요구)

표 30. 운영형태에 따른 연차별 평균매출 현황

[단위: 천원]

운영형태	1년차	2년차	3년차	4년차	5년차	6년차	7년차	평균
농가(개인)	74,381	73,435	53,827	70,813	58,249	177,097	118,617	82,327
농가법인	514,937	415,600	662,739	2,334,094	1,598,972	668,715	4,781,118	1,418,244
농업법인	144,108	329,063	399,372	690,911	610,093	942,959	606,874	524,879
농협	907,625	1,061,545	1,978,234	1,324,250	679,000	1,157,400	2,186,520	1,223,430
마을공동체	20,223	60,049	76,781	157,467	81,146	79,838	5,048,120	449,742
일반사업자	119,382	347,588	298,693	488,236	336,167	510,049	375,242	354,186
기타	251,456	306,617	233,111	6,773,333	638,259	591,875	882,800	742,661
무기록	120,000	258,432	1,420,055	603,143	36,900	81,833	105,750	340,517
평균	269,014	356,541	640,352	1,555,281	504,848	526,221	1,763,130	641,998

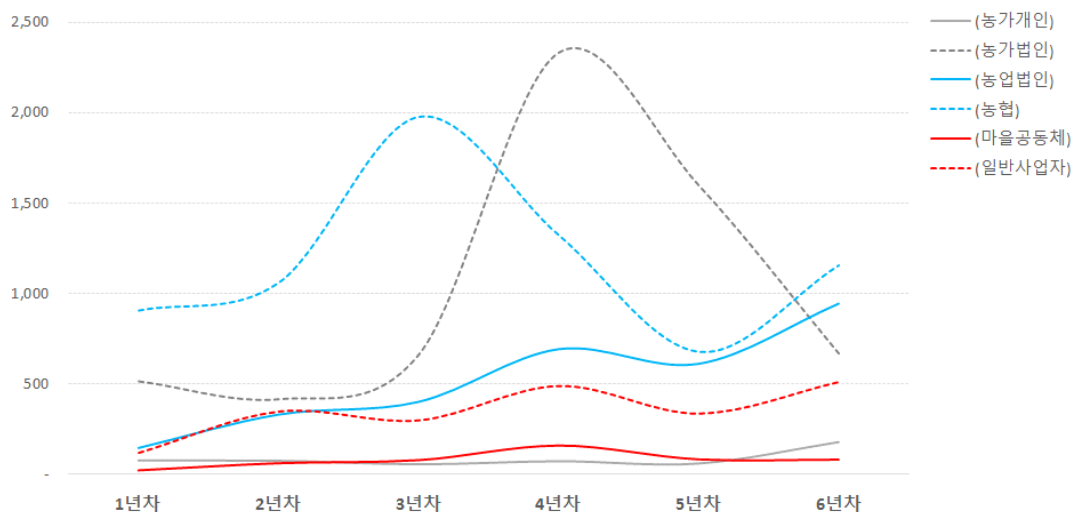


그림 14. 운영형태에 따른 연차별 평균매출 추이곡선

다. 6차산업 유형별 매출추이

- 6차산업 유형에 따른 분석에서도 매출액은 해가 거듭될수록 전반적으로 증가하는 추이를 보이지만 5년차에는 큰 폭의 하락이 나타나고 있음.
- 농·식품가공은 4년차에 매출이 크게 신장하였다가 이듬해 감소하다가 7년차에 다시 신장을 하는 반면에, 직매장은 3년차까지 급신장을 하다가 4년차부터 감소하는 추이를 나타냄.
- 체험관광은 반대로 첫해연도에 매출이 가장 높았다가 이후로 하락하다가 7년차에 급성장하는 곡선을 나타냄.
- 6차산업 유형에 따라 매출추이가 뚜렷한 특징을 보이고 있어 유형에 따른 정책적 접근방식을 차별화할 필요성이 있다고 여겨짐.

표 31. 산업유형에 따른 연차별 평균매출 현황

[단위: 천원]

산업유형	1년차	2년차	3년차	4년차	5년차	6년차	7년차	평균
농식품가공	473,847	363,926	320,851	1,739,358	741,324	496,401	1,428,957	794,952
직매장	188,573	672,947	2,184,513	389,093	340,171	144,267	122,333	577,414
체험관광	404,974	53,898	62,347	124,736	38,199	83,657	1,459,209	318,146
농가식당	120,352	52,712	69,528	179,783	190,688	1,659,667	222,000	356,390
평균	296,937	285,871	659,310	608,243	327,596	595,998	808,125	511,725

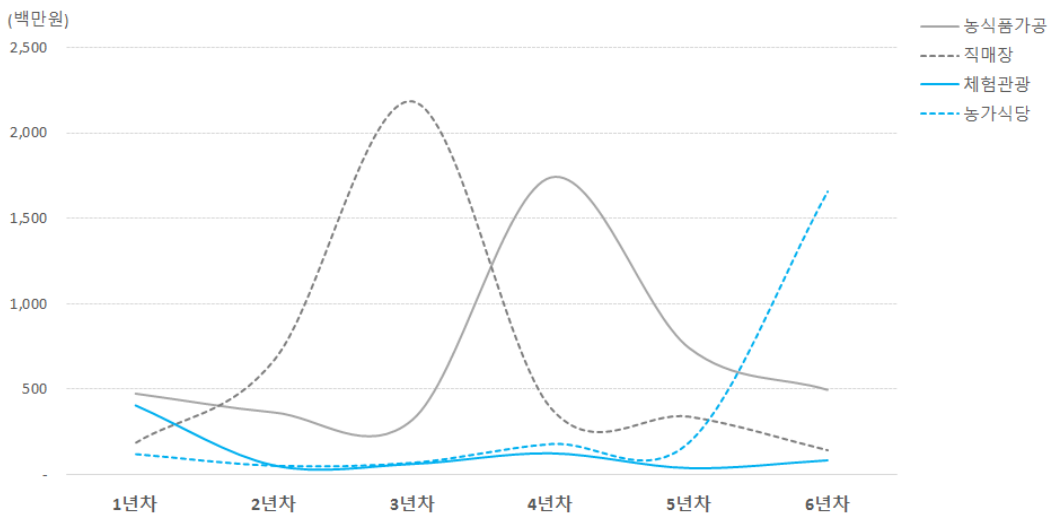


그림 15. 6차산업유형에 따른 연차별 평균매출 추이곡선

시사점

- ➔ 6차산업의 초기 성장진입단계, 성장절벽단계 등에 대한 맞춤형 컨설팅 또는 지원체계 수립이 요구됨.
- ➔ 6차산업 유형에 따른 체계적인 지원방식과 지원체계 수립이 요구됨.



1) 전업/겸업에 따른 인증기준 충족률

- 6차산업 창업경영체는 2차3차 업종(가공, 직매장, 체험관광, 농가식당)을 1개에 집중하는 경영방식보다는 2개 이상을 다각화할 경우에 인증기준인 35백만 원 이상의 충족률이 크게 상승하는 경향을 나타냄.
- 따라서 6차산업의 성공을 위해서는 사업의 다각화·계열화가 중요하다고 판단되며, 농·식품가공과 체험관광을 연계하거나 체험관광과 농가식당을 연계하는 등의 방식이 요구됨.
- 1차 농축산업에 종사하면서 2차3차 산업을 함께하는 경영체보다는 2차3차 산업에 전념하는 경영체의 인증기준 충족률이 마을공동체를 제외하고 대체로 높음.
- 따라서 6차산업의 정의에 따라 1차 산업을 제외한 2차3차 산업만 하는 경영체에 대한 고민과 정책방향 재설정이 요구됨.

표 32. 6차산업 전업/겸업에 따른 인증기준 충족률

운영형태	평균	겸업				전업			
		평균	2종	3종	4종	평균	1종	2종	3종
농가(개인)	37.3%	29.7%	27.2%	92.3%	-	50.8%	50.3%	100.0%	-
농가법인	73.7%	66.7%	65.3%	100.0%	-	82.7%	82.5%	100.0%	-
농업법인	70.1%	68.0%	66.8%	86.4%	75.0%	74.2%	73.9%	77.8%	100.0%
농협	72.9%	28.6%	28.6%	-	-	84.6%	84.6%	-	-
마을공동체	52.3%	60.6%	59.1%	83.3%	-	48.7%	48.7%	-	-
일반사업자	64.9%	55.4%	53.2%	80.0%	-	69.9%	69.9%	63.6%	100.0%

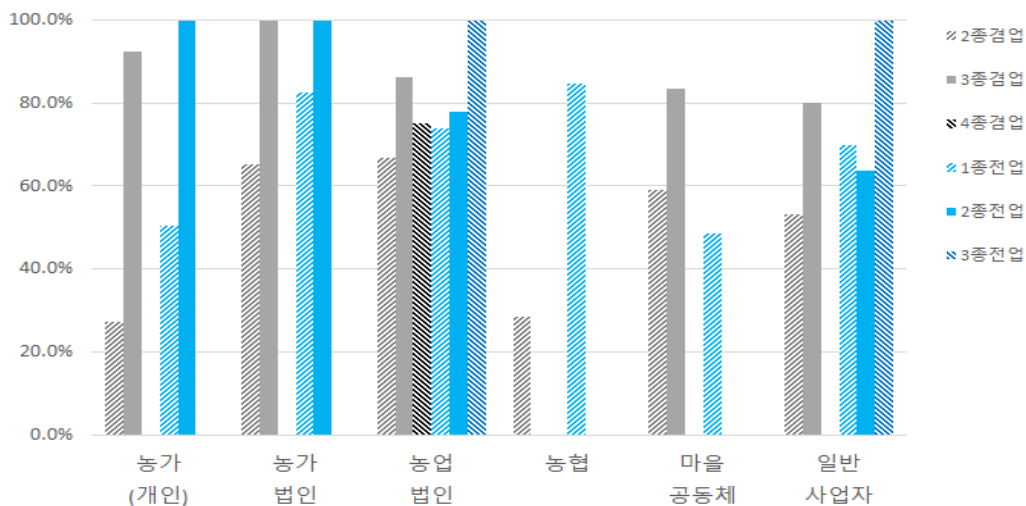


그림 16. 겸업/전업에 따른 운영형태별 인증기준 충족률

시사점

6차산업 창업경영체가 성장진입단계, 성장절벽단계에서 사업의 수익모델을 다각화(계열화)시킬 수 있는 전문컨설팅 및 지원체계 수립이 필요함.

2) 산업유형 인증기준 충족률

- 운영형태에 따른 인증기준 충족률을 분석하면 형태에 따라 뚜렷한 특징을 보임.
- 개인농가는 농가식당을 제외한 나머지 유형에서 충족률이 낮게 나타나고 있어, 상대적으로 취약한 것으로 판단됨.
- 법인경영체는 개인농가와 비교할 경우에 농식품가공, 직매장의 충족률이 높은 반면에 체험관광은 6차산업 유형 중에서 가장 낮은 충족률을 나타내고 있음.
- 주목할 점은 마을공동체는 체험관광이 상대적으로 충족률이 높아 체험관광에 장점이 있는 것으로 판단됨.
- 운영형태(조직)에 따른 강점분야를 산업유형으로 분류하면 개인농가는 ‘농가식당’, 농가법인은 ‘농식품 가공’, 농업법인은 ‘농축산물 직매장 또는 농식품 가공’, 농협은 ‘농축산물 직매장’, 마을공동체는 ‘체험관광’, 일반사업자는 ‘농축산물 직매장’으로 나타남.

표 33. 운영형태에 따른 산업유형별 인증기준 충족률

운영형태	농식품가공	농축산물직매장	체험관광	농가식당	계
농가(개인)	44.1%	40.9%	27.1%	68.2%	37.3%
농가법인	82.7%	100.0%	50.0%	100.0%	73.7%
농업법인	77.2%	90.0%	40.0%	100.0%	70.1%
농협	79.2%	92.9%	33.3%	50.0%	72.9%
마을공동체	52.9%	66.7%	53.9%	0.0%	52.3%
일반사업자	68.2%	81.3%	43.7%	52.9%	64.9%
합계	67.8%	77.7%	41.0%	65.8%	60.0%

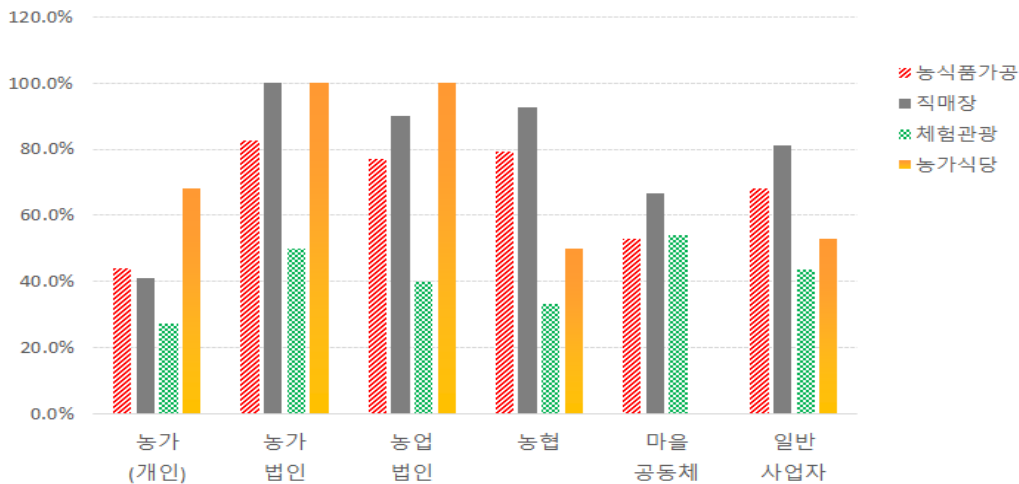


그림 17. 운영형태에 따른 산업유형별 인증기준 충족

시사점

- ➔ 개인농가와 법인체, 마을공동체에 대한 맞춤형 지원체계 및 프로그램이 필요함.
- ➔ 개인농가와 마을공동체의 경우에 사전교육(경영, 마케팅 등)이 더욱 중요하다고 판단됨.



3) 운영형태에 따른 매출분포

- 운영형태에 따른 매출분포 구간을 분석한 결과, 개인농가와 마을공동체는 연간 매출이 35백만 원 미만이 상대적으로 높게 나타나고 법인체(농가법인, 농업법인, 농협, 일반사업자)는 35백만 원 이상이 높게 나타남.
- 분포비율을 비교할 경우 농협은 연간 매출 3억 이상의 비율이 높는데 이는 농협의 농축산물 직매장 매출이 크게 영향을 준 것이며, 농가법인과 농업법인은 5천만 원 이상의 매출비율이 유사한 형태를 보이고 있음.
- 개인농가와 마을공동체는 1억 원 이상 매출비중이 법인체에 비해서 약한 구조를 나타내고 있음.

표 34. 운영형태에 따른 연간 매출분포

[단위: 개소]

구 분	10백만 원 미만	10~35	35~50	50~100	100~300	300백만 원 이상	계
농가(개인)	153	215	66	66	82	31	613
농가법인	16	18	9	25	30	51	149
농업법인	93	196	48	142	228	315	1,022
농협	2	9	3	3	3	26	46
마을공동체	28	68	24	34	39	15	208
일반사업자	86	200	75	176	157	140	834
기타	6	7	2	9	14	21	59
미기재	6	13	2	4	5	8	38
합계	390	726	229	459	558	607	2,969

주)6차산업유형에 기록되지 않는 소멸(연간 매출 없음)경영체 119개소 제외

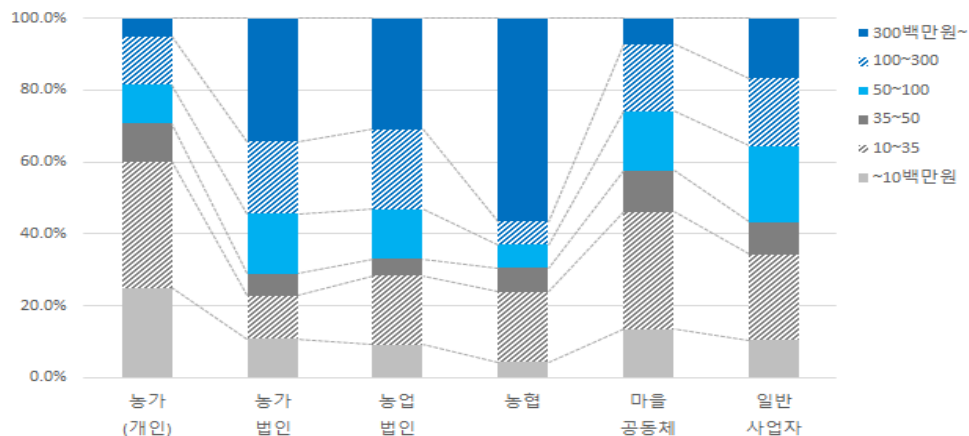


그림 18. 운영형태에 따른 매출분포 비율 비교

시사점

- ➔ 농가, 마을공동체와 농업법인체를 이원화한 맞춤형 지원프로그램이 필요함.
- ➔ 교육, 컨설팅 등에 관한 지원체계를 운영형태에 따라 체계화시킬 필요가 있음.

4) 창업연수에 따른 매출변화

- 창업연수가 3년 이하의 6차산업 경영체는 전반적으로 매출액이 증가할수록 대상 사업체수가 감소하는 경향을 보임.
- 반면에 창업연수가 4년 이후부터는 매출액이 증가할수록 대상사업체수가 증가하는 추이를 나타내고 있음.
- 이는 6차산업을 창업한 후 3년까지 경영·유통·마케팅 측면에서 어려움을 겪다가 4년차부터 성장을 하고 있는 것으로 판단할 수 있음.
- 따라서 창업 후 3년까지 정책지원프로그램과 이후의 정책지원프로그램을 다르게 접근할 필요성이 있다고 여겨짐.

표 35. 창업연수에 따른 매출분포

[단위: 개소]

창업연도	1000만원 미만	1000 ~3500	3500 ~5000	5000 ~1억원	1억원 ~3억원	3억원 이상	계
3년 이하	279	374	109	200	232	212	1,406
4~5년	121	217	79	157	195	193	1,682
6~7년	109	135	41	102	131	202	720
합 계	509	726	229	459	558	607	3,088

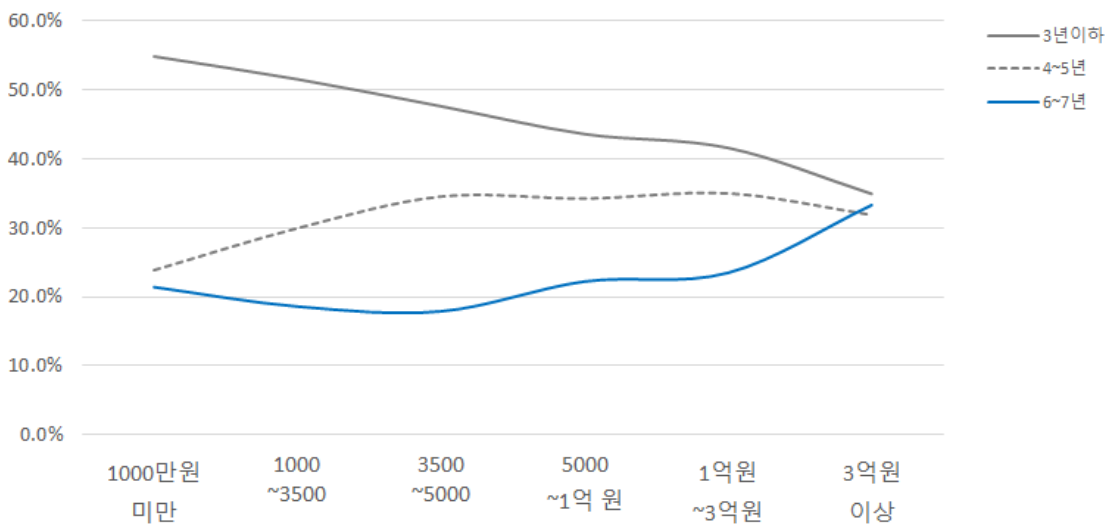


그림 19. 창업연수에 따른 매출분포 비율 비교

시사점

▶ 창업경영체가 3~4년 차에 성장절벽에 부딪히는 것으로 예측됨으로서 6차산업 경영체가 성장절벽을 슬기롭게 극복할 수 있는 교육, 컨설팅 프로그램 지원이 필요함.



5) 겸업/전업에 따른 매출변화

- 1차 농축산업을 영위하면서 2차3차 산업을 병행 운영하는 경영체의 인증기준 충족률은 매출액이 증가할수록 그 점유비가 상대적으로 떨어지는 경향을 나타내고 있음.
- 반면 2차3차 산업만 운영하는 경영체의 인증기준 충족률은 매출액이 증가할수록 그 점유비가 겸업하는 경영체에 비해 높아지는 경향을 나타내고 있음.
- 1차 농축산업을 영위하면서 2차3차 산업을 병행하는 경영체는 운영적 측면, 경영적 측면, 기술적 측면, 마케팅적 측면에서 업무적·사업적 부담감을 겪고 있음을 예측할 수 있음.
- 6차산업 창업경영체는 업종에 따라 차이는 있겠지만 연간 매출 50백만원을 달성하기까지 경영적 애로를 겪고 있다고 예측됨.

표 36. 겸업/전업에 따른 매출분포

[단위: 개소]

구 분	1000만 원 미만	1000 ~3500	3500 ~5000	5000 ~1억 원	1억 원 ~3억 원	3억 원 이상	계
겸 업	261	310	93	181	187	145	1,177
전 업	248	416	136	278	371	462	1,911
합 계	509	726	229	459	558	607	3,088

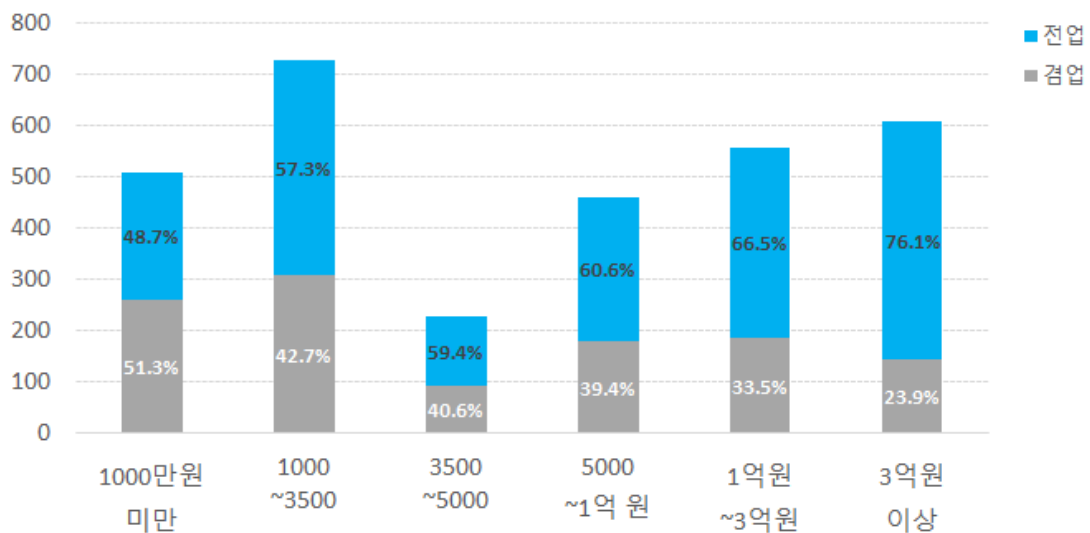


그림 20. 전업/겸업에 따른 매출분포 비율 비교

시 사 점

- ➔ 겸업 경영체와 전업 경영체에 따라 지원정책 및 지원프로그램이 달라질 필요가 있음.
- ➔ 경영적 부담이 큰 겸업 경영체에 대한 교육, 컨설팅이 강화될 필요성이 있음.

6) 참여계기별 매출

- 창업경영체의 6차산업 참여계기는 ①새로운 소득창출(48.2%), ②정책지원사업(20.9%), ③가격하락 대응차원(16.0%), ④마을공동사업(5.5%), ⑤관계기관 권유 및 교육(3.7%)의 순으로 나타남.
- 새로운 소득창출이란 의견은 연간 매출액에 상관없이 고르게 높은 비율을 보이고 있는 반면에 연간매출 3억원 이상의 경영체는 정책지원사업으로 선택한 경우가 많음.
- 새로운 소득창출과 판로확보는 유사한 성격을 가지고 있지만, 엄밀한 의미로 ‘새로운 소득창출’은 신규사업 진출(창업)을 의미한다면 ‘판로확보’는 현행 사업으로 매출을 증대시키는 사업 확장의 의미가 큼.
- 따라서 6차산업 참여계기는 ‘새로운 소득창출’을 위한 창업성격이 48.2%를 점유한다고 할 수 있음.

표 37. 연간 매출액에 따른 6차산업 참여계기

[단위: 개소]

매출구간 (백만원)	가격하락 대응차원	후계자 농업경영	정책 지원사업	새로운 소득창출	마을 공동사업	판로 확보	관계기관 권유/교육	계
~10	56	8	73	193	17	8	16	371
10~35	115	17	120	316	36	7	25	636
35~50	35	7	46	96	18	6	4	212
50~100	75	16	82	180	28	14	21	416
100~300	77	20	94	248	25	13	15	492
300~	72	15	148	265	25	17	19	561
합 계	430	83	563	1,298	149	65	100	2,688

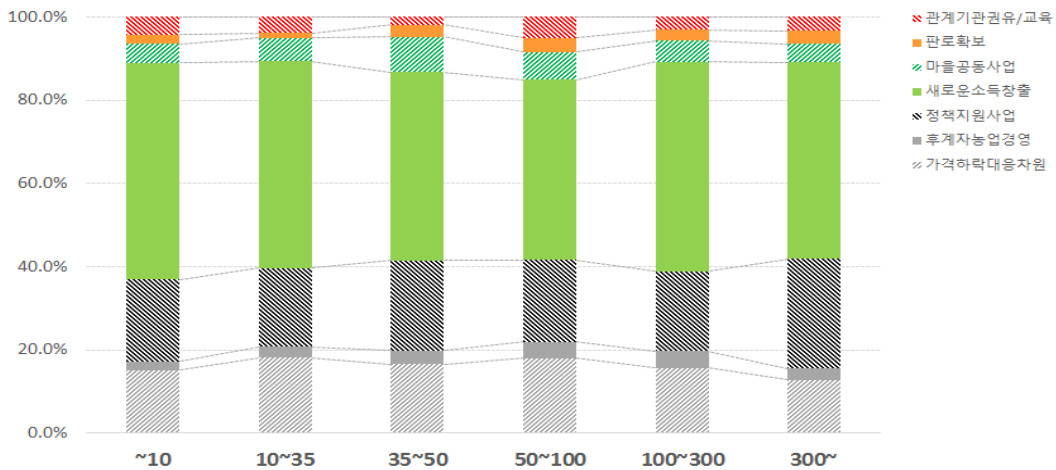


그림 21. 연간 매출액에 따른 6차산업 참여계기 비율 비교

시 사 점

- 새로운 소득창출(창업적 의미)을 위해 6차산업을 시작하는 경우가 많으므로 창업과 관련된 정책지원과 지원프로그램이 요구됨.
- 6차산업 및 창업과 관련된 정책홍보가 보다 적극적으로 이루어질 필요가 있음.



7) 귀농여부에 따른 매출

- 2008년 이후 6차산업 창업경영체 중에서 ❶귀농을 한 경우가 29.8%, ❷농업에 종사하면서 6차산업을 시작한 경우가 70.2%로 나타남.
- 귀농 여부에 따른 매출액을 비교한 결과, 귀농한 6차산업 경영체가 경영적으로 어려움을 겪고 있는 것으로 나타남.
- 이런 원인으로는 ❶6차산업에 대한 충분한 준비가 되지 않은 가운데 창업을 한 경우, ❷귀농에 따른 지역사회와 융화가 잘 이루어지지 않은 경우, ❸1차 농축산물의 수급 문제 등으로 예측됨.
- 반대로 지역사회에 뿌리를 두고 시작한 6차산업 경영체가 성공적으로 사업을 영위하고 있다는 것을 의미하는 것으로 해석될 수 있음.

표 38. 귀농여부에 따른 6차산업 매출 현황

[단위: 개소]

귀농여부	1000만 원 미만	1000 ~3500	3500 ~5000	5000 ~1억 원	1억 원 ~3억 원	3억 원 이상	계
귀농함	221	235	68	137	153	107	921
귀농 아니 함	288	491	161	322	405	500	2,167
합 계	509	726	229	459	558	607	3,088

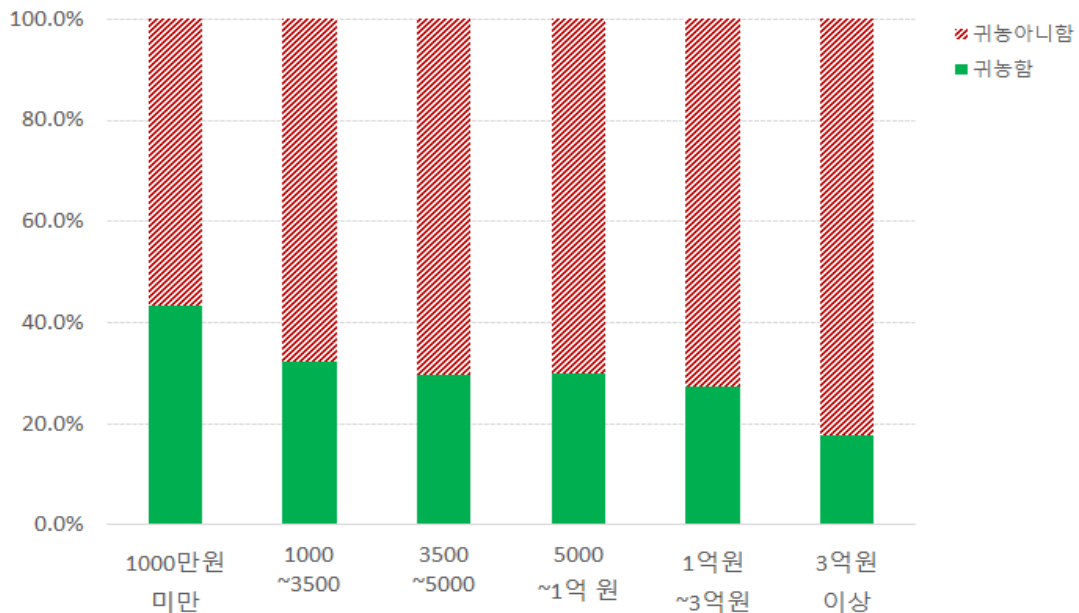


그림 22. 연간 매출에 따른 귀농여부 비율 비교

시사점

- ➔ 귀농(창업)경영체에 대한 별도의 맞춤형 지원정책과 프로그램이 필요함.
- ➔ 지역사회에 뿌리를 둔 경영체에 대한 지속적인 육성정책과 지원프로그램이 요구됨.

8) 만족도에 따른 매출

- 창업경영체의 6차산업 만족도는 36.3%로 높은 편이 아님.
- 당연하겠지만 연간 매출이 작을수록 만족도는 떨어지는데 이는 매출구간이 낮은 개인농가와 마을공동체의 만족도가 매우 낮은 것으로 귀결시킬 수 있음.
- 매출구간별 만족도 비율을 살펴보면 연간 매출이 35백만원 이상에서 일차적으로 만족도가 높아졌다가 이차적으로는 연간 매출이 1억원이 넘어설 때 만족도가 다시 높아지는 경향을 보임.

표 39. 연간 매출구간에 따른 만족도

[단위: 개소]

만족도	1000만 원 미만	1000 ~3500	3500 ~5000	5000 ~1억 원	1억 원 ~3억 원	3억 원 이상	계
매우만족	25	41	22	32	64	62	246
만족	87	148	57	125	160	206	783
보통	234	349	101	203	227	247	1,361
불만	91	100	26	52	40	47	356
매우불만	23	26	5	11	13	8	86
합계	460	664	211	423	504	570	2,832

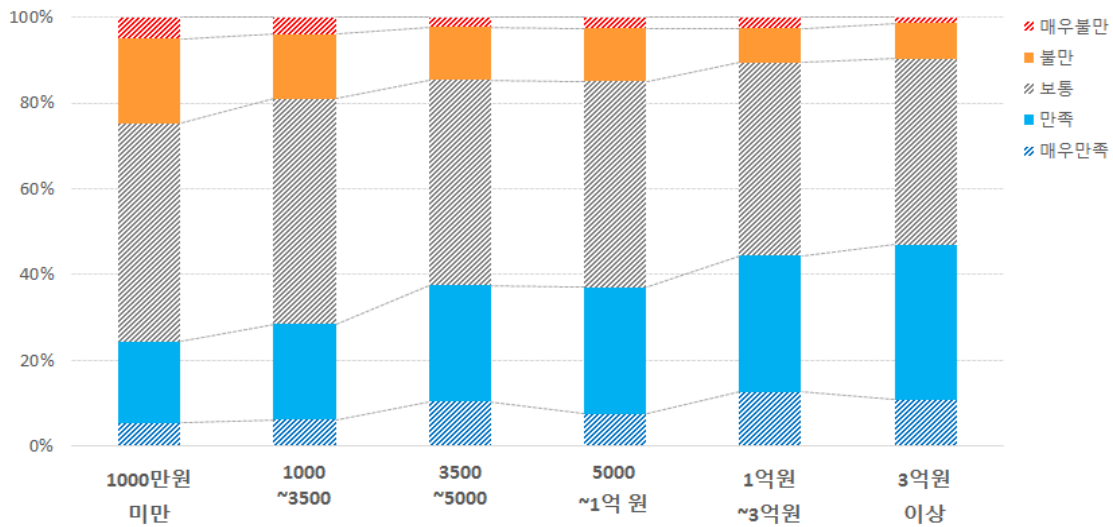


그림 23. 연간 매출구간별 만족도 비율 비교

시사점

- ➡ 6차산업에 대한 만족도가 상대적으로 낮은 개인농가 및 마을공동체에 대한 지원정책과 프로그램을 차별화하여 설정할 필요가 있음.(만족도 향상에 대한 고민 필요)
- ➡ 전체적으로 6차산업 만족도가 낮은 편이며, 매출신장과 관련된 지원정책(컨설팅, 홍보 등)이 요구됨.



9) 애로사항

- 6차산업 창업경영체의 가장 큰 애로사항은 ①판로개척(31.0%), ②시설자금(27.1%), ③운영자금(19.5%), ④상품개발(8.1%), ⑤인허규제(5.7%) 등의 순으로 나타남.
- 자본보조성격의 시설자금과 운영자금을 대한 애로는 매출구간에 관계없이 경영적 애로사항으로 의견을 제시함.
- 판로개척은 연간 매출액이 증가할수록 애로 비율이 줄어들고 있지만, 매출액에 상관없이 자본보조(시설자금, 운영자금)에 대해서는 애로를 느끼고 있음. 그 까닭은 ①순이익이 좋지 않아 재투자에 여력이 없거나 ②경영계획·전략이 취약해서 발생할 수 있다고 판단됨.

표 40. 연간 매출에 따른 경영체 애로사항

[단위: 개소]

매출구간 (백만원)	시설 자금	운영 자금	판로 개척	인허 규제	인력 확보	상품 개발	경영 능력	정책 정보	세무 회계	계
~10	151	59	139	38	18	31	7	8	1	452
10~35	170	117	223	42	25	55	11	15	7	665
35~50	40	52	80	15	5	15	0	6	1	214
50~100	112	79	136	23	23	30	5	7	1	416
100~300	139	114	148	24	18	39	10	8	4	504
300~	154	131	149	20	29	60	10	15	5	573
합 계	766	552	875	162	118	230	43	59	19	2,824

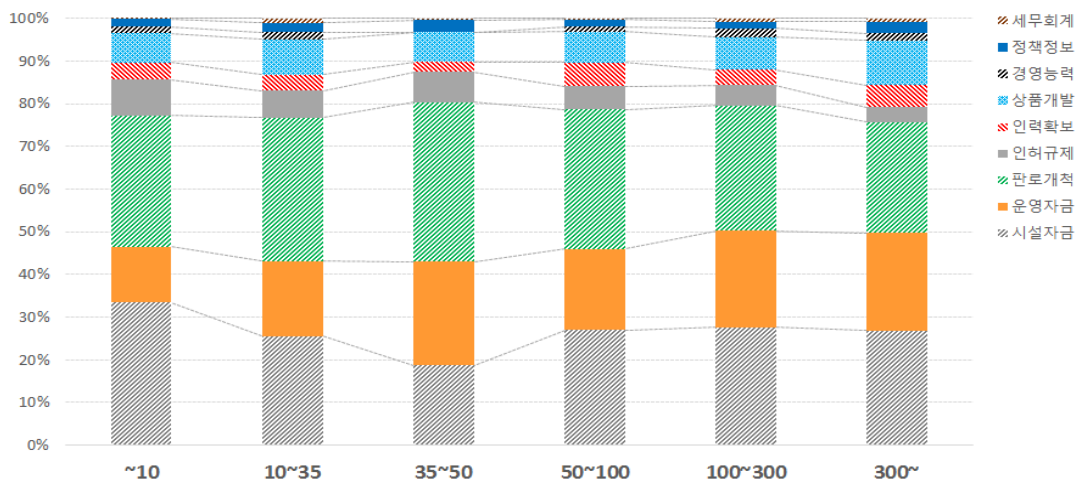


그림 24. 연간매출에 따른 경영체 애로사항 비율 비교

시사점

- 창업경영체의 생애주기별 또는 운영형태, 산업유형에 따라 하드웨어와 소프트웨어 지원성격을 새롭게 설계하여 지원할 필요가 있음.
- 창업초기(H/W+S/W) → 성장기(+S/W, H/W재투자) → 정체/쇠퇴(+S/W)

10) 만족도와 애로사항

- 자본보조성격(시설자금, 운영자금)에 대한 애로사항을 느끼고 있는 창업경영체는 6차산업에 대한 전반적인 만족도도 떨어짐.
- 인허규제, 인력확보, 세무회계, 판로개척 등 경영적 운영과 관련된 애로사항을 느끼고 있는 창업경영체도 6차산업에 대한 만족도가 전반적으로 높지 않음.
- 반면에 상품개발, 경영능력, 정책홍보 등에 애로사항을 겪고 있는 창업경영체는 6차산업에 대한 상대적 만족도가 높게 나타남.

표 41. 6차산업 창업경영체의 만족도와 애로사항 상관관계

[단위: 개소]

만족도	시설 자금	운영 자금	판로 개척	인허 규제	인력 확보	상품 개발	경영 능력	정책 정보	세무 회계	계
매우만족	75	35	76	5	5	22	5	7	1	231
만족	191	125	240	43	37	90	14	20	4	764
보통	372	301	395	67	58	79	17	18	7	1,314
불만	81	62	108	34	14	27	3	12	2	343
매우불만	19	17	27	10	2	3	4	2	2	86
합계	738	540	846	159	116	221	43	59	16	2,738

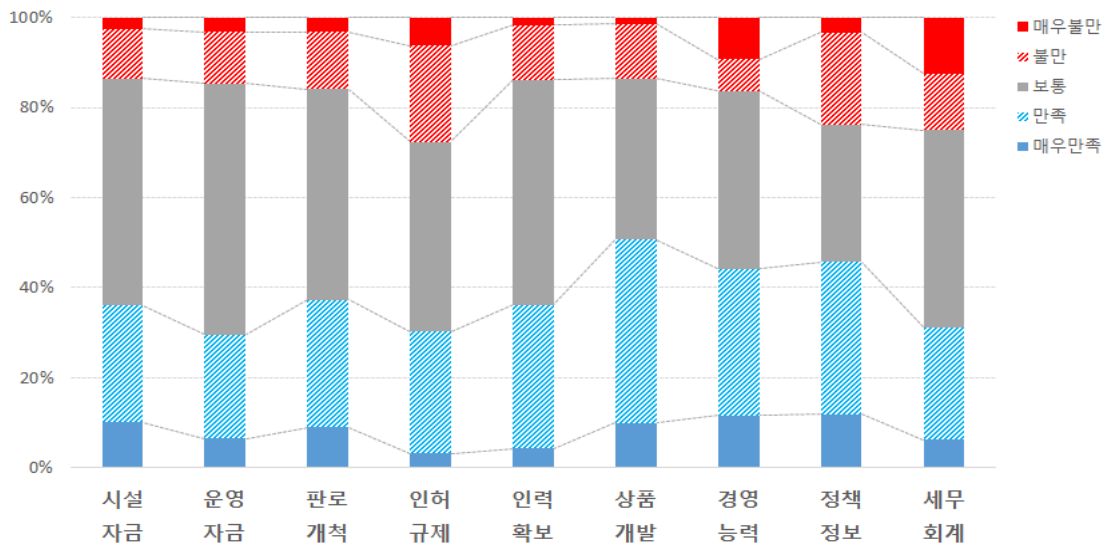
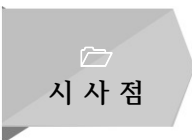


그림 25. 6차산업 창업경영체의 만족도와 애로사항 상관관계



- ➔ 자본보조성격(H/W)의 지원이 정책적 만족도를 직접적으로 높이지 못하며, 6차산업의 지속적인 성공을 위한 직접요인이라 할 수 없음.
- ➔ 따라서 H/W와 S/W 지원정책과 프로그램 설계를 대상자에 맞춰 지원할 필요가 있음.



11) 영농경력에 따른 매출

- 영농경력과 연간 매출액과의 상관관계는 뚜렷하지 않음.
- 따라서 6차산업 창업경영체의 귀농여부는 영향을 주지만, 영농경력이 사업성패에 큰 영향을 주고 있지 않음을 알 수 있음.
- 오히려 영농경력이 짧을수록 연간 매출이 근소하게 높게 나타나는 것으로 보아 창업경영체의 열정을 바탕으로 한 사업추진 의지와 내부적 시스템이 더 중요하다고 볼 수 있음.

표 42. 영농경력에 따른 연간 매출구간 분포현황

[단위: 개소]

영농경력	1000만 원 미만	1000 ~3500	3500 ~5000	5000 ~1억 원	1억 원 ~3억 원	3억 원 이상	계
3년 미만	64	81	27	55	85	92	404
3~5년	46	88	28	62	69	80	373
5~10년	85	106	39	73	91	103	497
10~20년	67	120	37	65	75	96	460
20년 이상	188	257	76	156	164	147	988
합 계	450	652	207	411	484	518	2,722

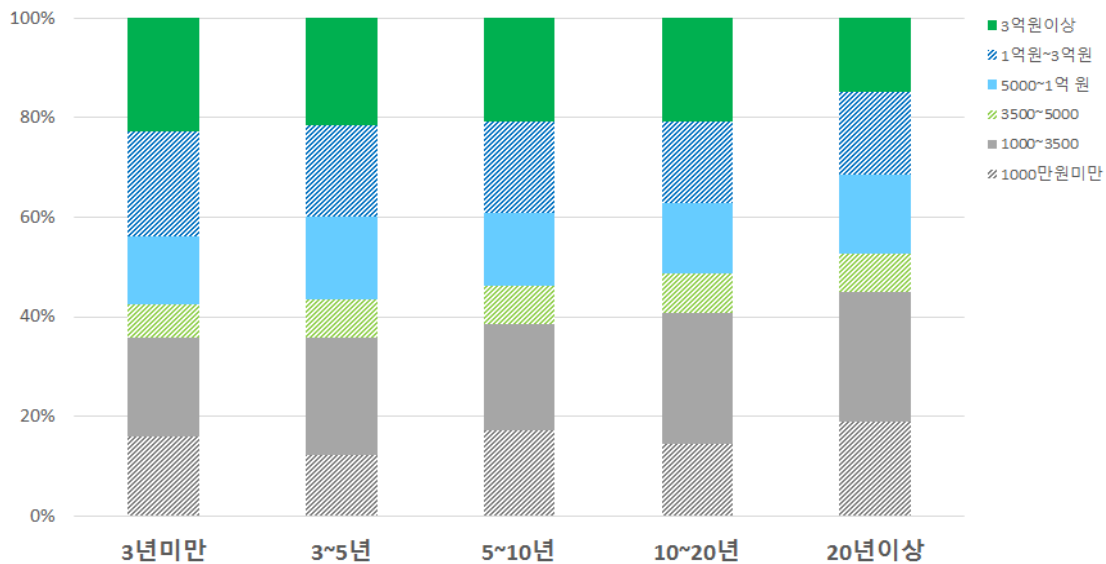


그림 26. 영농경력에 따른 매출구간 분포비율 비교

시 사 점

→ 영농경력과 6차산업 창업경영체의 매출액간에는 상관관계가 뚜렷하지 않음.



6. 6차산업 창업경영체 유형별 분석결과

가. 농·식품가공 분야

1) 시설유형

- 농·식품 가공업 창업경영체의 시설보유현황을 분석한 결과, ❶자가소유(87.2%), ❷공동이용(7.5%), ❸임대사용(4.7%)의 순으로 나타남.
- 매출액이 연간 35백만원 이상부터 자가소유 비율은 높아지고 상대적으로 공동이용 비율은 낮아지는데, 이는 연간 생산량이 일정수준에 도달하면 자가소유의 가공공장에서 생산하기를 희망하기 때문으로 판단됨.

표 43. 농·식품가공 창업경영체 시설유형 현황

[단위: 개소]

매출구간	자가	공동	임대	기타	계
~1,000만원	152	22	8	3	185
1,000~3,500	407	51	18	3	479
3,500~5,000	133	10	6	-	149
5,000~10,000	286	23	13	-	322
10,000~30,000	379	21	29	1	430
30,000만원이상	468	31	24	4	527
합 계	1,825	158	98	11	2,092

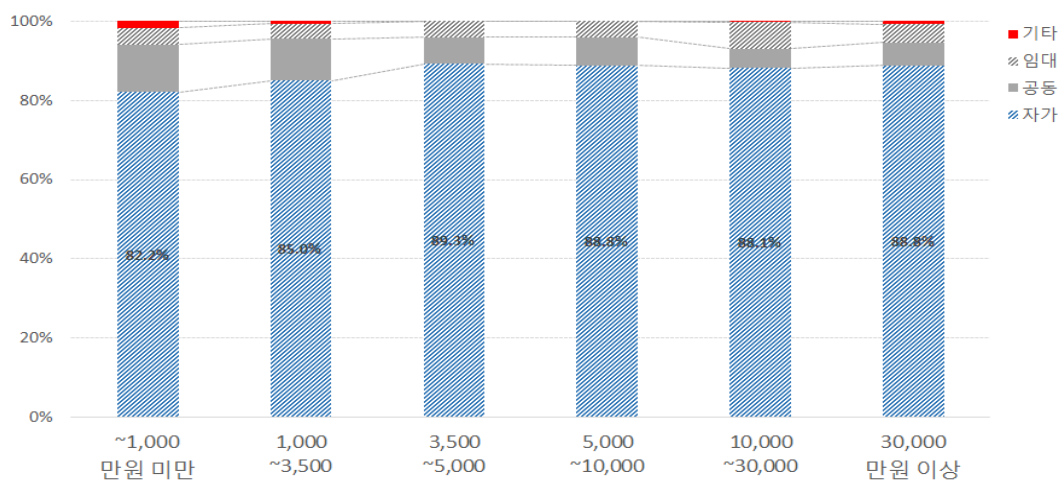


그림 27. 농·식품가공 창업경영체 시설유형 비율 비교

시사점

▶ 창업초기에는 공동이용시설을 권장하여 사업 리스크를 최소화시키고, 일정수준에 도달하면 자가 공장을 건립할 수 있도록 유도하는 지원정책이 필요함.

2) 가동일수

- 농·식품가공 창업경영체의 연간 가동일수는 평균 169.5일로 46.4%(365일 기준) 수준이며, 연간 매출액이 35백만원 이상인 경영체의 가동일수는 214.1일(58.7%), 35백만원 미만인 경영체의 가동일수는 124.9일(34.2%)로 나타남.
- 전반적으로 농·식품가공 창업경영체의 가동률은 높지 못하며, 자가공장과 공동이용시설 간에는 큰 차이가 없으나, 임대방식의 경우는 가동 일수가 상대적으로 높게 나타남.
- 농·식품가공 창업경영체의 성패여부는 규모가 아닌 가동률을 얼마나 끌어올리는가가 더욱 중요한 것으로 판단됨.(시장에 맞춘 적정 생산규모 유지-강소기업 전략)

표 44. 농·식품가공 경영체의 시설유형에 따른 가동일수

[단위: 일/년]

인증기준	자가	공동	임대	기타	평균
총 족	221.4	212.7	252.1	170.4	214.1
미 총 족	119.7	120.7	115.6	143.6	124.9
평 균	170.6	166.7	183.9	157.0	169.5

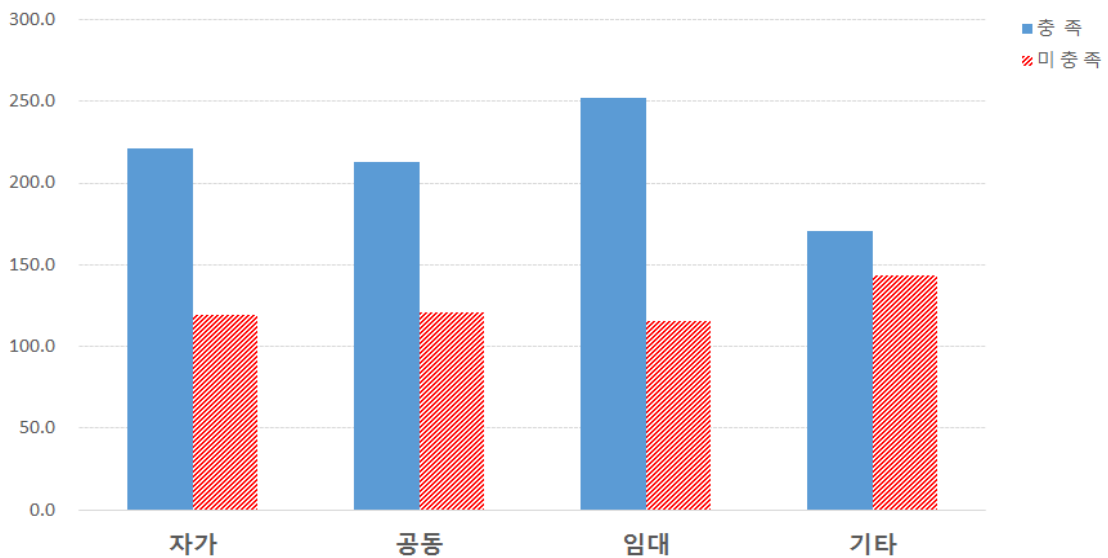
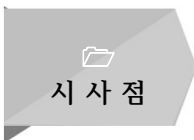


그림 28. 농·식품가공 경영체 시설유형에 따른 인증기준 충족률 비교



- 철저한 시장조사분석, 생산계획, 경영계획, 공정관리 등 식품공장 운영에 요구되는 사전 교육, 컨설팅 등에 관한 정책지원과 프로그램이 필요함.
- 전반적으로 가동일수, 가동률을 배가시키는 노력이 요구됨.



3) 판매유형

- 농·식품가공 경영체의 판로유형은 ①온라인/홈쇼핑(36.5%), ②급식/외식산업(23.9%), ③대형유통업체(20.0%), ④직매장(16.9%), ⑤수출(2.7%)의 순으로 나타남.
- 연간 매출이 35백만원 이상의 창업경영체 경우는 주요 판매처가 급식/외식과 대형유통업체인 반면에, 35백만원 미만 창업경영체의 판매처는 직매장, 온라인/홈쇼핑 비중이 높게 나타나고 있음.

표 45. 농·식품가공 경영체의 판매유형

[단위: 개소]

인증기준	급식/ 외식산업	대형 유통	직매장	온라인/ 홈쇼핑	수출	계
총 족	293	253	163	392	24	1,125
미 총 족	56	38	83	140	15	332
합 계	349	291	246	532	39	1,457

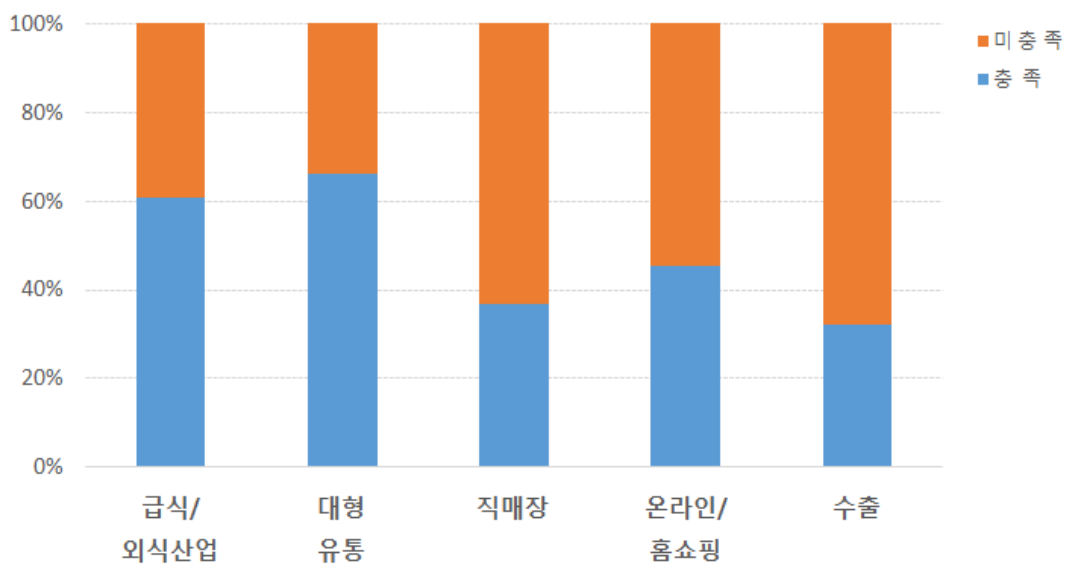


그림 29. 농·식품가공 경영체 판매유형 비교

시 사 점

- ➔ 6차산업 창업경영체의 성격과 시장에 맞는 강소기업 육성전략 실현이 요구됨. (규모에 맞는 다양한 판로 개발 필요)
- ➔ 시장진입장벽 해소를 위한 직매장 확대, 6차산업 상품 코너/판매망 확보가 필요함. (시장진입 후 시장경쟁 유도)

4) 시설유형별 만족도

- 농·식품가공 창업경영체의 시설유형별 만족도는 만족(35.8%), 보통(48.9%), 불만(15.3%)의 순으로 나타나고 있어 만족도가 그리 높지 않음.
- 임대이용을 하는 창업경영체의 만족도가 가장 낮고, 자가시설 보유의 경영체보다는 공동이용시설을 하는 경영체의 만족도가 근소하게 앞서고 있음.
- 공동시설을 이용하는 창업경영체의 만족도가 높은 원인은 시설이용에 대한 불편함은 있지만 경영적 부담을 덜 수 있기 때문인 것으로 판단됨.

표 46. 농·식품가공 경영체 시설유형별 만족도

[단위: 개소]

구 분	매우만족	만족	보통	불만	매우불만	계
자 가	150	450	813	205	51	1,669
공 동	18	40	65	23	4	150
임 대	7	18	52	7	1	85
기 타	1	1	6	2	0	10
합 계	176	509	936	237	56	1,914

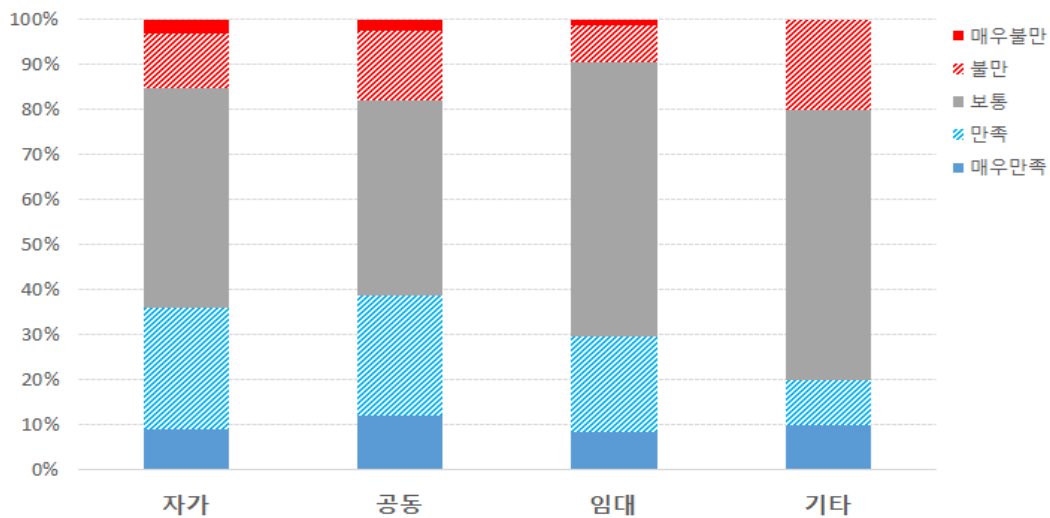


그림 30. 농·식품가공 경영체 시설유형별 만족도 비교

시 사 점

- ➔ 시설유형과 만족도 간의 뚜렷한 상관관계를 찾을 수 없음.
- ➔ 다만, 공동시설을 이용하는 창업경영체의 만족도가 근소하게 높게 나타남.



5) 시설유형에 따른 애로사항

- 농·식품가공업을 하는 6차산업 창업경영체는 시설자금과 운영자금에 대한 애로를 겪고 있으며, 특히 임대시설을 이용하는 창업경영체에서 이 같은 요구가 상대적으로 높은 경향을 보임.
- 판로개척에 대한 애로사항은 공통적으로 높게 나타나고 있어 정상적인 경영활동을 위해서는 무엇보다 판로개척 및 판매망 확보가 중요하다고 여겨짐.
- 자가 가공공장을 운영하는 창업경영체의 경우에는 인력확보와 상품개발에도 상당한 애로를 겪고 있는 것으로 나타남.

표 47. 농·식품가공 경영체의 시설유형에 따른 애로사항

[단위: 개소]

구 분	시설 자금	운영 자금	판로 개척	인허 규제	인력 확보	상품 개발	경영 능력	정책 정보	세무 회계	계
자 가	430	339	574	71	56	142	18	28	11	1,669
공 동	43	25	48	4	8	10	1	5	2	146
임 대	29	23	23	1	-	7	-	-	-	83
기 타	3	3	3	-	-	1	-	-	-	10
합 계	505	390	648	76	64	160	19	33	13	1,908

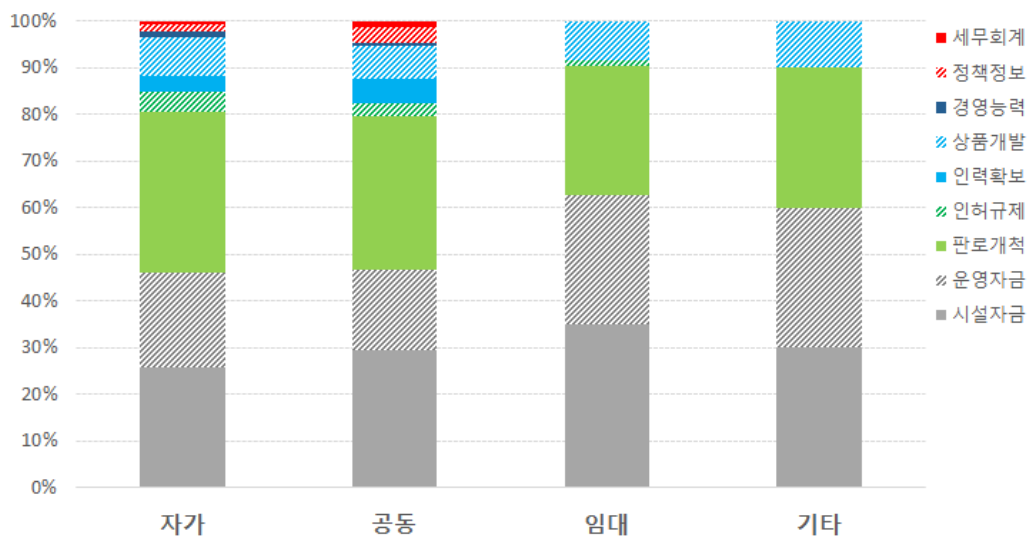


그림 31. 농·식품가공 경영체의 시설유형에 따른 애로사항 비교

시 사 점

- ➔ 판로개척과 관련한 정책과 프로그램 지원방안 마련이 필요함.
- ➔ 운영정상화 및 경영활동 활성화를 위한 종합적인 정책지원 접근방식이 요구됨.

나. 농축산물 직매장 분야

1) 시설유형

- 6차산업 창업경영체 중 농축산물 직매장의 시설유형은 ①전용 자가소유(31.2%), ②병용 자가소유(28.0%), ③전용 공동이용, 숙박업 임대, 임대시설(각각 11.8%), ④병용 공동이용(5.4%)의 순임.
- 직매장을 자가소유한 경우에 인증기준 미충족률이 20.4%고 인증기준 충족률이 79.6%이며, 연간 매출 1억원 이상의 구성비는 43.6%, 3억원 이상의 구성비는 21.8%임.
- 반면에 직매장을 공동이용한 경우에 인증기준 미충족률이 12.5%고 인증기준 충족률이 87.5%이며, 연간 매출 1억원 이상의 구성비는 81.3%, 3억원 이상의 구성비는 62.5%임.

표 48. 6차산업 창업경영체의 직매장 시설유형

[단위: 개소]

구 분	자가소유 (전용시설)	자가소유 (병용시설)	공동이용 (전용시설)	공동이용 (병용시설)	임대 (숙박업)	임대 (기타)	계
~1,000만원	-	1	-	-	-	1	2
1,000~3,500	4	6	2	-	1	-	13
3,500~5,000	5	4	-	-	-	-	9
5,000~10,000	6	5	1	-	2	3	17
10,000~30,000	3	9	3	-	2	4	21
30,000만 원 이상	11	1	5	5	6	3	31
합 계	29	26	11	5	11	11	93

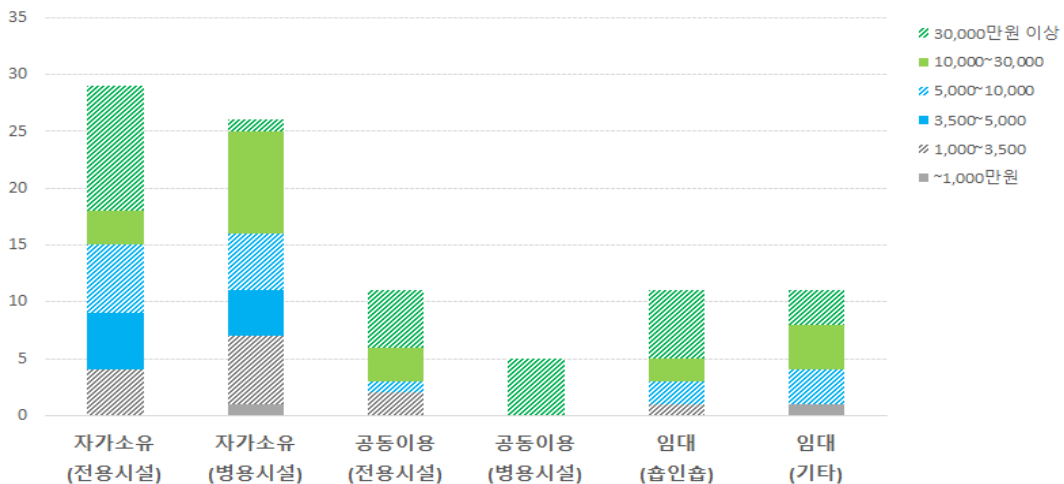


그림 32. 6차산업 창업경영체의 시설유형 비교

시 사 점

- 농축산물 직매장은 자가소유 운영형태보다는 공동이용 운영형태가 매출이 높음.
- 따라서 상품구색 및 운영효율 차원에서 공동이용 직매장을 확대할 필요성이 있음.



2) 시설유형에 따른 영업일수

- 농·축산물 직매장의 평균 영업일수는 자가소유가 207.0일(56.7%), 공동이용이 272.4일(74.6%), 임대이용이 234.0일(64.1%)로 공동이용 직매장의 영업일이 자가소유보다 연간 65.4일 길게 나타남.
- 6차산업 인증기준을 충족하는 직매장의 영업일은 269.2일로 미충족 직매장의 187.5일보다 81.7일이 길게 나타나고 있음.
- 농·축산물 직매장의 평균 영업일수는 237.8일(65.1%)로 나타났는데, 영업일수를 늘리기 위한 노력이 필요할 것으로 판단됨.

표 49. 6차산업 창업경영체 직매장 영업일수

[단위: 개소]

인증기준	자가소유 (전용시설)	자가소유 (병용시설)	공동이용 (전용시설)	공동이용 (병용시설)	임대 (숍인숍)	임대 (기타)	평균
충족	250.8	182.2	274.6	301.3	301.7	304.4	269.2
미충족	163.3	231.5	212.5	-	45.0	285.0	187.5
평균	207.1	206.8	243.5	301.3	173.3	294.7	237.8

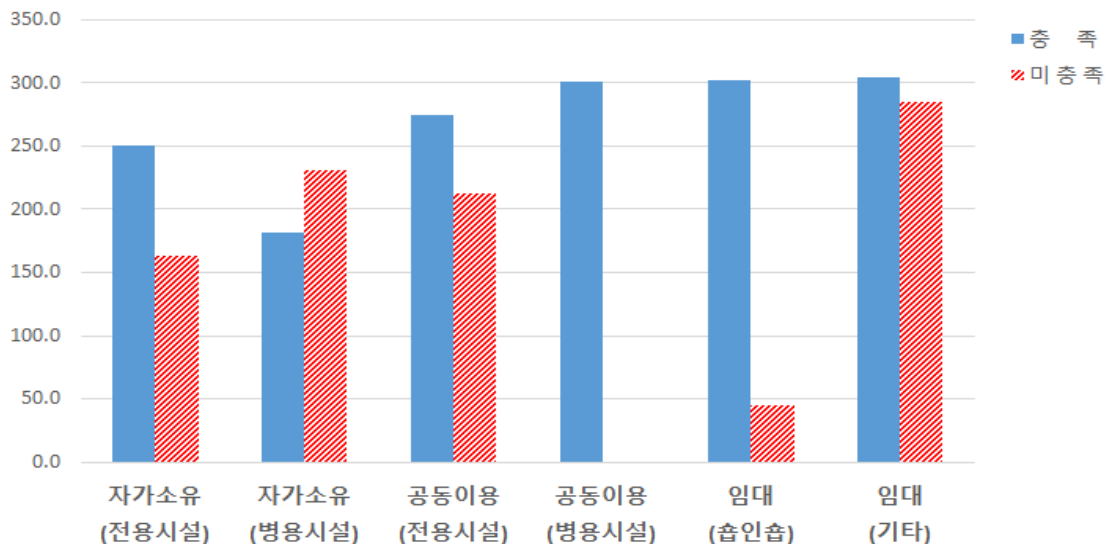


그림 33. 6차산업 창업경영체 영업일수에 따른 충족비율 비교

시사점

- ➔ 농·축산물 직매장의 운영은 자가소유보다는 공동/임대방식 지원체계 마련이 필요함.
- ➔ 상품구색, 운영, 마케팅 차원에서 공동/임대방식 권장이 필요함.

3) 구매자수

- 농·축산물 직매장의 연간 구매자수는 ❶1천명 미만이 30.3%(1천명 기준 시 일평균 2.7명), ❷1~5천명 미만이 26.3%(3천명 기준 시 일평균 8.2명), ❸5~10천명 미만이 18.2%(7.5천명 기준 시 일평균 20.5명), 1만 명 이상이 5.1%(1만 명 기준 시 일평균 27.4명)로 나타남.
- 연간 구매자수가 1천명 이상이 되어야 연간 매출 35백만 원 이상이 되며, 시설운영비와 인건비 등의 비용을 감안할 경우 1천명보다 훨씬 많은 구매자수를 확보하여야 할 것으로 판단됨.
- 따라서 6차산업 성과평가지 농·축산물 직매장의 적정 매출기준을 설정할 필요가 있음.

표 50. 농·축산물 직매장의 연간 구매자수 현황

[단위: 개소]

인증기준	1천명 미만	1~5	5~10	10~50	50~100	100~200	200천명 이상	평균
충족	11	26	17	14	4	1	4	77
미충족	19	-	1	2	-	-	-	22
합계	30	26	18	16	4	1	4	99

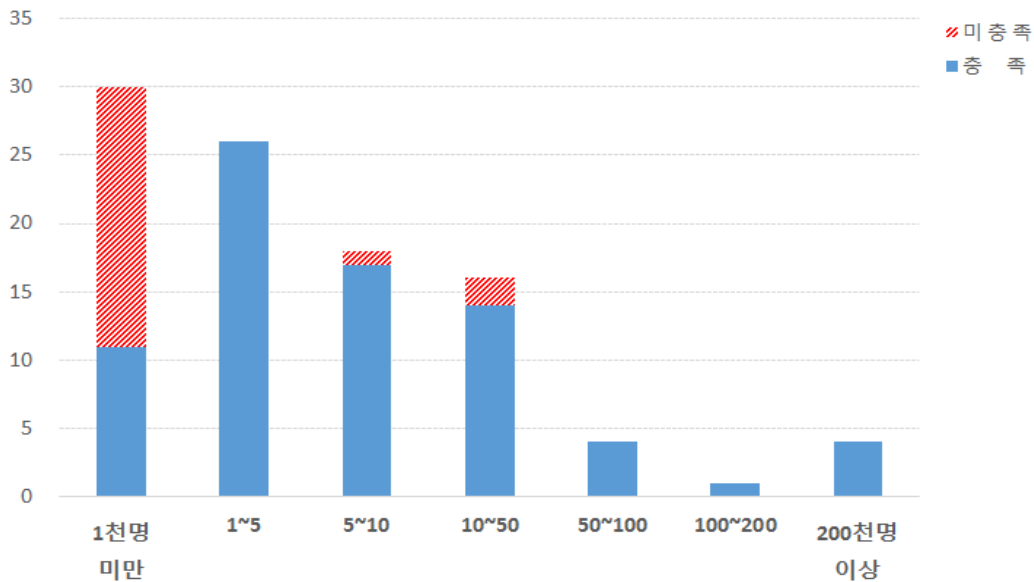


그림 34. 농·축산물 직매장의 연간 구매자의 분포 비교



- ➔ 농촌융·복합산업 인증기준이 연간 매출 35백만원 이상으로 설정되어 있는데 이에 대한 재설정이 필요하고, 성과지표(매출, 구매자수 등)의 객관적 설정이 요구됨.
- ➔ 성과지표는 자가소유, 공동이용, 임대방식 등에 따라 일반·판매관리비(인건비, 시설운영비 등)를 지표로 넣어 손익매출을 예측할 수 있도록 구성할 필요가 있음.



4) 시설유형별 만족도

- 농·축산물 직매장의 만족도 분석결과, ‘만족’ 43.3%, ‘보통’ 40.0%, ‘불만’ 16.7%로 나타남.
- 농·축산물 직매장을 운영하는 창업경영체의 만족도가 농·식품가공 창업경영체보다 높음.
- 자가소유와 임대방식으로 운영하는 창업경영체의 만족도가 공동이용 창업경영체보다 다소 높게 나타났지만 불만비율도 상대적으로 높음.

표 51. 농·축산물 직매장 시설유형별 만족도

[단위: 개소]

시설유형	매우만족	만족	보통	불만	매우불만	계
자 가 소 유	5	18	20	7	3	53
공 동 이 용	-	5	9	1	1	16
임 대	3	8	7	1	2	21
합 계	8	31	36	9	6	90

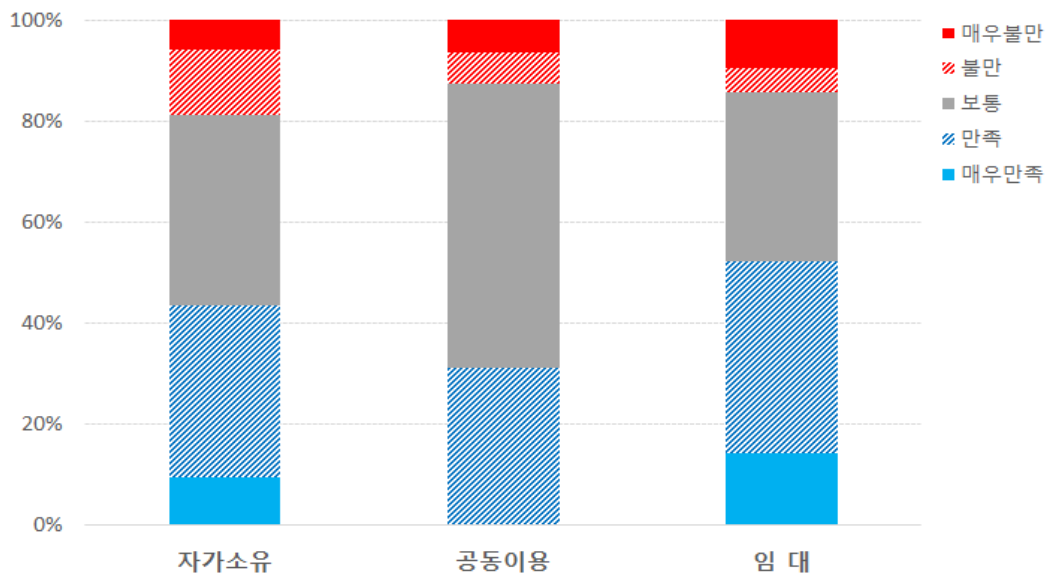


그림 35. 농·축산물 직매장 시설유형에 따른 만족도 비교

시 사 점

▶ 농·축산물 직매장 창업경영체가 운영하는 시설유형에 따라 뚜렷한 특징은 없으나, 전반적으로 농·식품가공 창업경영체보다 만족도가 높은 경향을 보임.

5) 시설유형별 애로사항

- 농·축산물 직매장을 운영하는 6차산업 창업경영체의 애로사항은 ①판로개척(32.2%), ②시설자금(24.1%), ③운영자금(16.1%), ④인력확보, 상품개발(각 6.9%), ⑤경영능력, 정책정보(각 4.6%) 순임.
- 농·축산물 직매장 창업경영체의 애로사항 특징으로는 농·식품가공 창업경영체보다 운영자금에 대한 요구수준이 낮게 나타난다는 점과 자본보조성격(시설자금, 운영자금)의 애로사항이 적다는 점임.
- 농·축산물 직매장을 공동으로 이용하는 창업경영체는 자가소유와 임대 창업경영체보다 시설자금과 인허규제개선에 대한 요구가 높음. 이는 공동이용 창업경영체가 독립적인 직매장 소유·운영을 희망하는 것으로 해석될 수 있으며, 따라서 이에 대한 사업적·경영적 접근을 신중하게 할 수 있도록 이들에 대한 교육/컨설팅이 요구됨.

표 52. 농·축산물 직매장 시설유형에 따른 애로사항

[단위: 개소]

시설유형	시설 자금	운영 자금	판로 개척	인허 규제	인력 확보	상품 개발	경영 능력	정책 정보	세무 회계	계
자가소유	9	9	14	1	5	6	3	4	-	51
공동이용	7	1	5	2	-	-	-	-	-	15
임대	5	4	9	-	1	0	1	-	1	21
합계	21	14	28	3	6	6	4	4	1	87

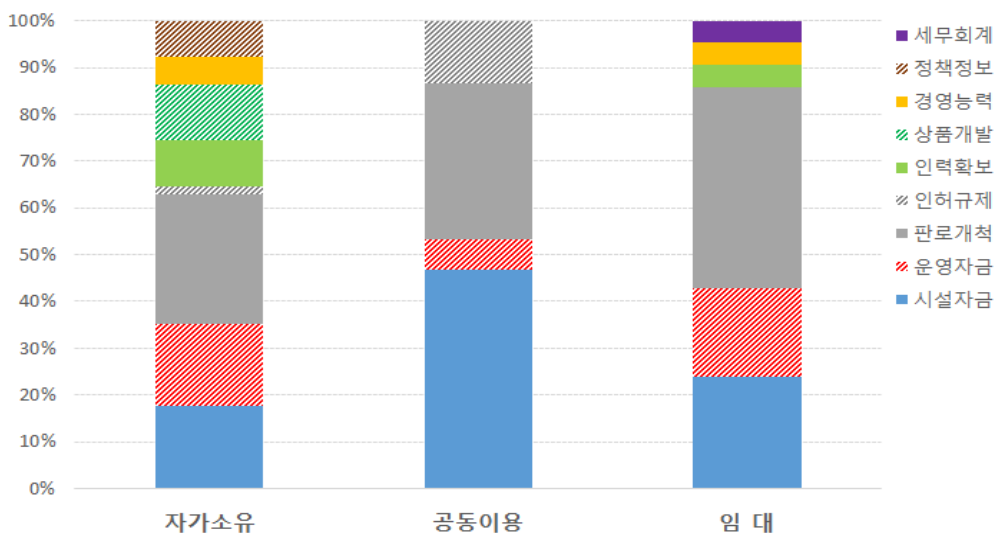


그림 36. 농·축산물 직매장 시설유형에 따른 애로사항 비교

시사점

▶ 공동이용 창업경영체는 독립적인 직매장 소유를 희망하고 있으나 공동이용 직매장의 장점과 경영적 측면을 고려할 수 있는 지원정책과 지속적 프로그램 개발이 필요함.



다. 체험관광 분야

1) 방문자수

- 체험관광 연간 방문자수는 500명 미만이 24.2%(500명 기준 시 일평균 1.4명), 500명~1천명 미만이 16.9%(750명 기준 시 일평균 2.1명), 1~2천명 미만이 17.8%(1.5천명 기준 시 일평균 4.1명), 2~3천명 미만이 10.8%(2.5천명 기준 시 일평균 6.8명), 3~5천명 미만이 12.3%(4천명 기준 시 일평균 10.9명)의 순으로 나타남.
- 일반적으로 매출액이 증가하면 방문자수가 증가하는데 6차산업 체험관광은 이런 경향성이 뚜렷하지 않음. 따라서 체험관광의 경우 방문자수가 아닌 체험관광 콘텐츠/프로그램 개발이 중요하다고 할 수 있음.

표 53. 체험관광 창업경영체의 매출구간에 따른 방문자수 현황

[단위: 개소]

매출구간 (백만 원)	500명 미만	500~ 1천명	1~2 천명	2~3 천명	3~5 천명	5~7 천명	7천명 이상	계
~1,000만원	74	29	20	13	12	10	6	164
1,000~3,500	45	52	48	22	11	4	11	193
3,500~5,000	10	5	15	9	13	3	5	60
5,000~10,000	5	7	10	12	15	13	13	75
10,000~30,000	2	2	4	3	14	7	23	55
30,000이상	1	1	4	2	5	4	3	20
합 계	137	96	101	61	70	41	61	567

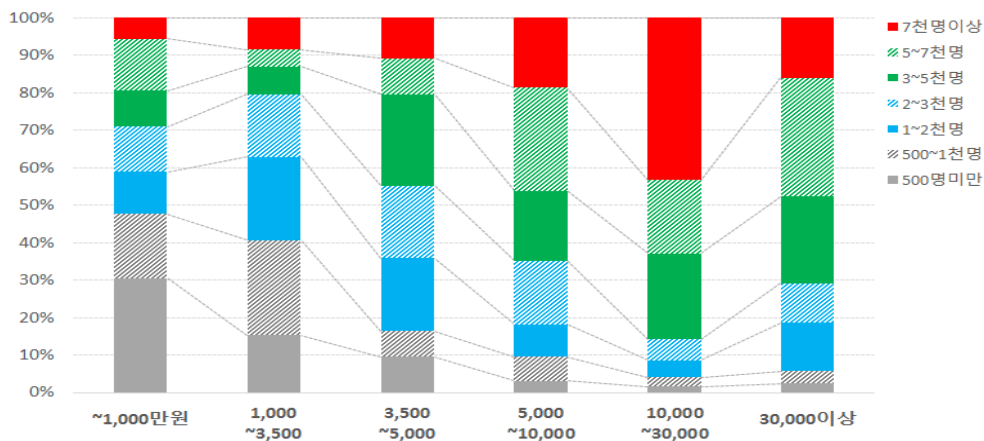


그림 37. 체험관광 창업경영체 매출구간별 방문자수 비율 비교



▶ 체험관광 창업경영체에 대한 콘텐츠, 프로그램 기획·진행 등에 관한 교육/컨설팅 지원방안이 필요함.

2) 영업일수

- 체험관광의 영업일수는 평균 179일(49.0%)로 연간 평균 휴일이 120일인 점을 감안하면 양호한 것으로 판단됨.
- 방문자수가 늘어날수록 평균 영업일수도 늘어나는 것은 일반적인 현상이나 방문자수가 늘어난다고 매출액이 증가하지는 않고 있음. 즉 농촌 융·복합산업 인증기준인 연간 매출 35백만 원을 충족하거나 충족하지 않는 비율이 방문자수에 관계없이 전 매출구간에서 동일 수준으로 나타나고 있음.
- 따라서 방문객 유치도 중요하지만 매출액 증가를 위해서는 적절한 가격설정과 프로그램 운영 등의 콘텐츠 개발에 집중할 필요가 있음.

표 54. 체험관광 방문자수에 따른 영업일수

[단위: 일/년]

인증기준	500명 미만	500~1천명	1~2천명	2~3천명	3~5천명	5~7천명	7천명 이상	평균
충족	142.6	152.2	173.2	220.7	187.8	210.4	272.7	185.2
미충족	123.1	136.6	149.0	146.5	190.2	218.7	228.5	154.1
평균	127.2	139.1	165.7	170.5	192.1	211.8	274.4	179.0

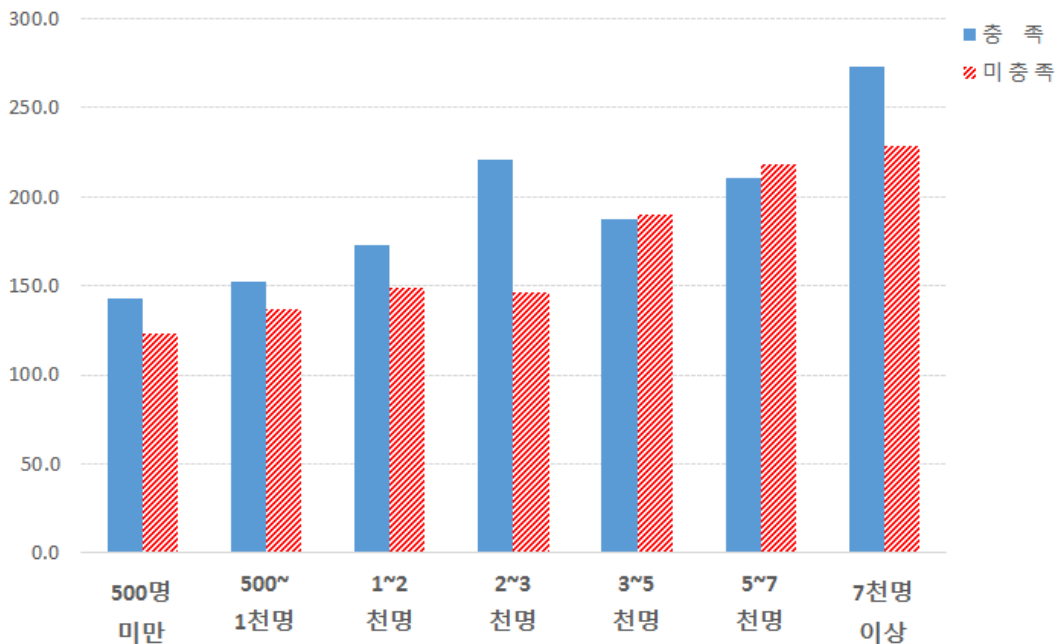


그림 38. 체험관광 방문자수에 따른 영업일수

시사점

- 체험관광은 방문자수가 중요한 변수가 아님.(방문자수와 매출액간 상관관계 없음)
- 체험관광 콘텐츠 개발, 프로그램 운영 등에 대한 지원정책이 필요함.



3) 만족도

- 체험관광 창업경영체의 만족도는 '만족' 39.5%, '보통' 46.34%, '불만' 14.1%로 나타남.
- 방문자수가 늘어날수록 만족도도 상승하지만 뚜렷한 증가추이를 나타내지는 못하는데, 이는 방문자수와 매출액 상관관계가 높지 않기 때문임.
- 따라서 방문자수 증가에 초점을 맞춘 경영이 아닌 상품연계를 통한 매출증진 방안을 고민해야 함.

표 55. 체험관광 방문자수에 따른 만족도

[단위: 개소]

만족도	500명 미만	500~1천명	1~2천명	2~3천명	3~5천명	5~7천명	7천명 이상	계
매우만족	9	4	4	5	4	6	10	42
만족	31	21	41	20	27	12	19	171
보통	65	51	40	24	30	16	24	250
불만	17	16	11	7	4	5	4	64
매우불만	7	-	1	1	1	1	1	12
합계	129	92	97	57	66	40	58	539

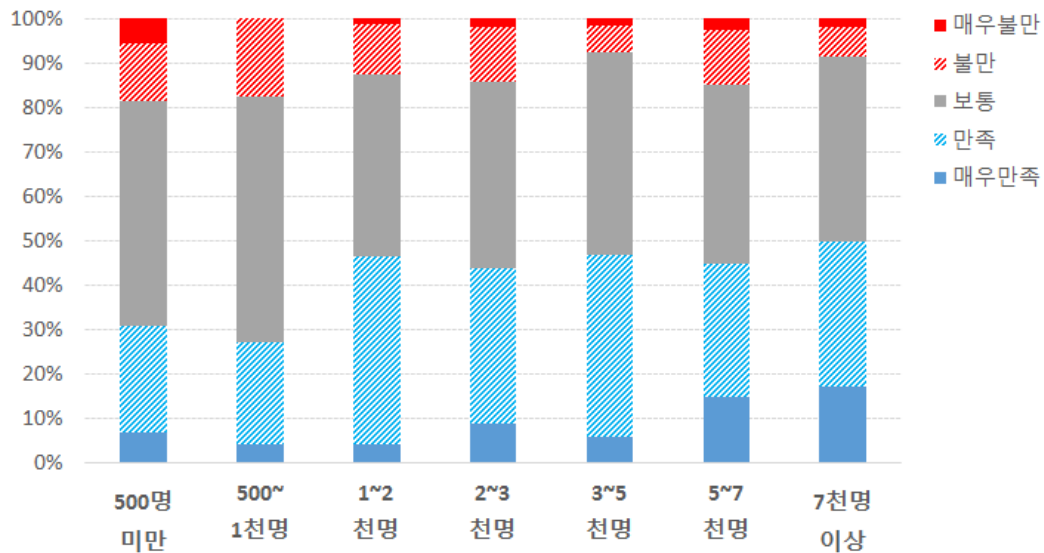


그림 39. 체험관광 방문자수에 따른 만족도 비교

시사점

- ➔ 방문자수와 매출액, 만족도의 뚜렷한 상관관계가 없음.
- ➔ 콘텐츠 개발과 매출증진을 위한 연계전략(직매장, 식당 등)이 필요함.

4) 애로사항

- 체험관광 6차산업 창업경영체의 애로사항은 ①시설자금(29.1%), ②판로개척(22.6%), ③운영자금(17.8%), ④인허규제(10.6%), ⑤상품개발(9.3%), ⑥인력확보(4.4%)의 순임.
- 방문자수에 상관없이 자본보조성격(시설자금, 운영자금)에 대한 요구가 높고, 체험관광 상품(농축산물, 가공식품 등)의 판로개척에 대한 요구수준도 높은 것으로 판단됨.
- 체험관광 애로사항의 특징은 ‘농·식품 가공’과 ‘직매장’보다 인허규제와 인력확보에 대한 요구가 높게 나타난다는 점임.

표 56. 체험관광 방문자수에 따른 애로사항

[단위: 개소]

방문자	시설 자금	운영 자금	판로 개척	인허 규제	인력 확보	상품 개발	경영 능력	정책 정보	세무 회계	계
2천명미만	96	56	70	35	16	25	8	10	2	318
2~5천명	30	24	29	15	5	15	4	4	-	126
5천명이상	31	16	23	7	3	10	2	3	1	96
계	157	96	122	57	24	50	14	17	3	540

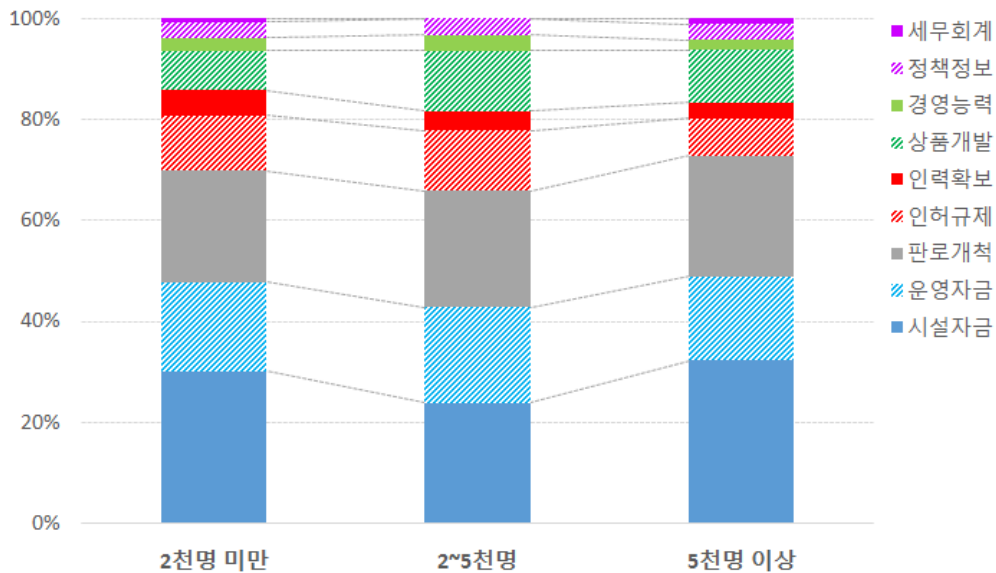


그림 40. 체험관광 방문자수에 따른 애로사항 비교

시 사 점

- 체험관광 창업경영체는 체험프로그램을 기획/운영할 수 있는 인력에 대한 요구수준이 높게 나타나고 있어 인력양성 프로그램 개발 및 컨설팅 등의 지원이 필요함.
- 체험관광은 방문자수에 상관없이 전반적인 경영/콘텐츠/프로그램 재설계를 위한 컨설팅과 전문교육 등에 관한 정책지원과 프로그램 개발이 요구됨.



라. 농가식당 분야

1) 이용자수

- 농가식당 창업경영체의 연간 이용자수가 1천명 미만인 경우에는 연간 매출액이 35백만원 미만으로 나타남. 즉 일평균 매출이 95,890원 수준에 불과해 경영적 애로가 발생하게 됨.
- 농가식당 창업경영체의 매출액은 35백만원 미만이 38.4%, 35~50백만원 미만이 31.5%, 50~100백만원 미만이 21.9%, 1억원 이상이 30.1%로 나타남.
- 농가식당 창업경영체의 연간 이용자수는 2천명 미만이 63.0%, 2천명 이상이 37.0%로 영세한 구조를 가지고 있음.(연간 2천명을 기준으로 할 경우 일평균 이용자수는 5.5명임)

표 57. 농가식당 창업경영체 연간 이용자수 현황

[단위: 개소]

매출구간 (백만 원)	500명 미만	500~ 1천명	1~2 천명	2~3 천명	3~5 천명	5~7 천명	7천명 이상	계
~1,000만원	7	2	-	-	-	-	-	9
1,000~3,500	4	7	7	-	-	1	-	19
3,500~5,000	-	1	1	1	2	-	2	7
5,000~10,000	3	2	4	2	2	-	3	16
10,000~30,000	-	1	5	-	-	4	6	16
30,000이상	-	-	2	-	-	-	4	6
합 계	14	13	19	3	4	5	15	73

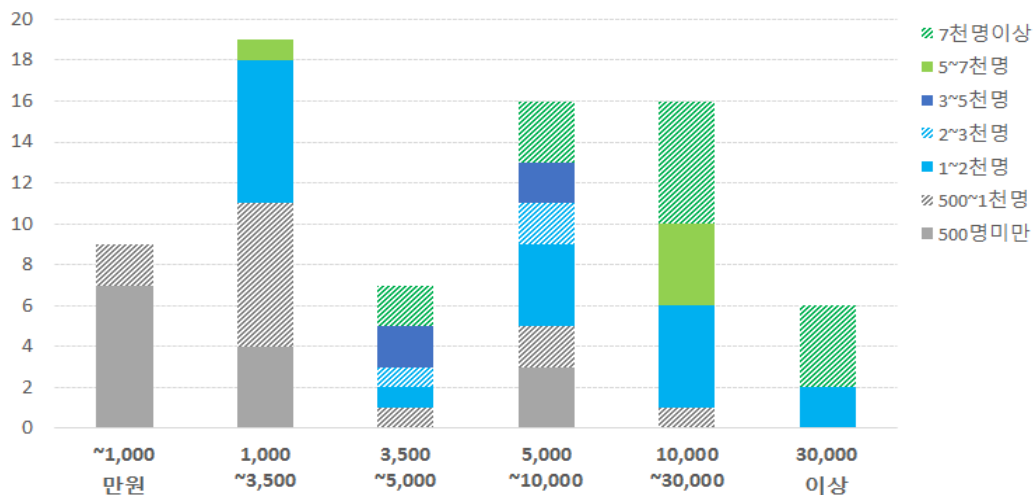


그림 41. 농가식당 창업경영체 매출구간에 따른 이용자수 비교

시 사 점

- ▶ 농가식당 창업경영체는 일반적으로 영세한 사업구조를 지니고 있음.
- ▶ 농가식당 창업경영체의 성과지표 기준(매출액 35백만원)을 상향할 필요성이 있음.

2) 영업일수

- 농가식당 평균 영업일수는 245.9일(67.4%)로 ‘농·식품 가공’, ‘직매장’, ‘체험관광’보다 영업(운영)일수가 상대적으로 긴 것으로 나타남. 농가식당 평균 영업일수는 이용자수가 많을수록 늘어나는 경향을 보이고 있음.
- 한편 농가식당 방문자수가 2천명 미만에서 농촌 융·복합산업 인증기준(35백만 원)을 충족하지 못하는 사례가 나타나고 있는데, 따라서 농가식당의 경우 농촌 융·복합산업 인증기준을 충족하기 위해서는 이용자수가 2천명을 넘어야 할 것으로 판단됨.

표 58. 농가식당 창업경영체의 이용자수에 따른 영업일수

[단위: 일/년]

인증기준	500명 미만	500~1천명	1~2천명	2~3천명	3~5천명	5~7천명	7천명 이상	평균
충족	300.0	288.3	252.8	358.8	262.5	287.5	297.3	277.8
미충족	151.3	130.5	259.4	-	-	-	-	181.3
평균	163.9	155.5	236.2	358.8	262.5	287.5	297.3	245.9

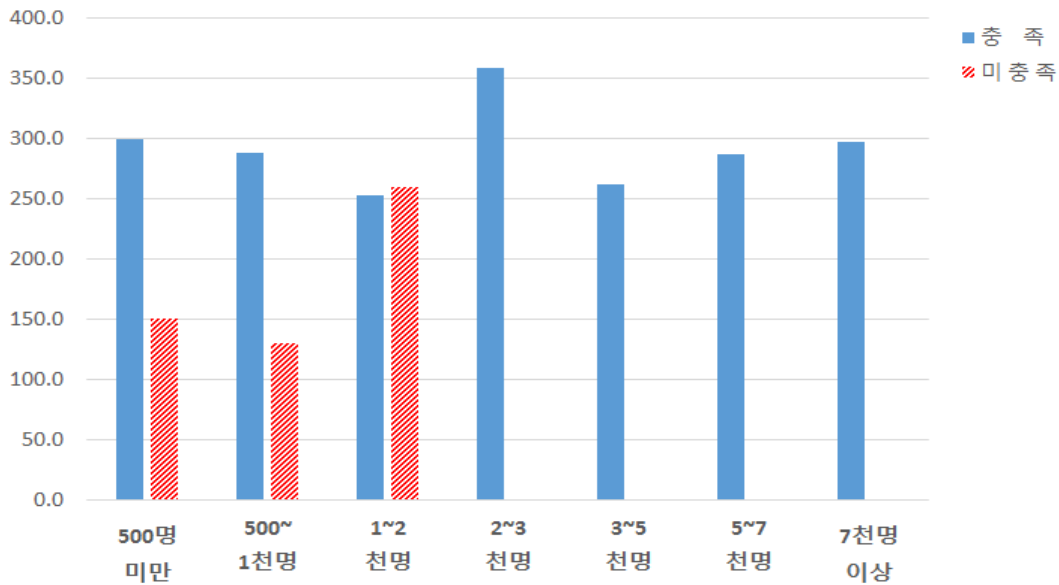


그림 42. 농가식당 창업경영체의 이용자수에 따른 인증기준 충족 비교

시사점

- ➔ 6차산업 농가식당 분야의 핵심성과지표(KPI) 설정 및 방안 제시가 필요함.
- ➔ 성과지표의 하나로 이용자수를 설정할 수 있으며, 이 경우 최소 2천 명 이상으로 설정할 필요가 있음. 특히 농가식당의 안정적 운영을 평가한다면 이용자수를 이보다 상향하여 제시할 필요도 있음.



3) 만족도

- 농가식당 창업경영체의 만족도 분석결과, ‘만족’ 41.2%, ‘보통’ 42.6%, ‘불만’ 16.2%로 만족도가 높게 나타남.
- 농가식당 창업경영체는 이용자수가 연간 2천명 미만에서 불만이 높고, 2천명 이상부터 만족도가 높아짐. 따라서 농가식당의 경우 연간 이용자수는 최소 2천명 이상이 되어야 할 것으로 판단됨.

표 59. 농가식당 창업경영체의 이용자수에 따른 만족도

[단위: 개소]

만족도	500명 미만	500~1천명	1~2천명	2~3천명	3~5천명	5~7천명	7천명 이상	평균
매우만족	1	1	2	-	-	1	2	7
만족	-	3	7	2	2	2	5	21
보통	8	7	4	1	2	2	5	29
불만	4	1	4	-	-	-	2	11
매우불만	-	-	-	-	-	-	-	0
합계	13	12	17	3	4	5	14	68

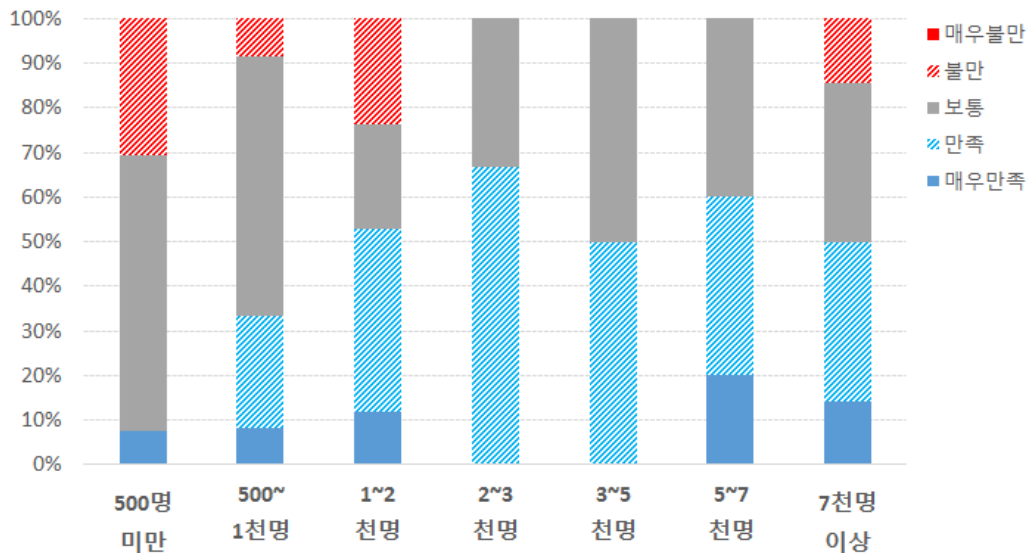


그림 43. 농가식당 창업경영체의 이용자수에 따른 만족도 비교

시사점

- 6차산업 농가식당 분야의 핵심성과지표(KPI) 설정 및 방안 제시가 필요함.
- 성과지표의 하나로 이용자수를 설정할 수 있으며, 이 경우 최소 2천명 이상으로 설정할 필요가 있음. 특히 농가식당의 안정적 운영을 평가한다면 이용자수를 이보다 상향하여 제시할 필요도 있음.

4) 애로사항

- 농가식당 창업경영체의 애로사항은 ①시설자금(31.9%), ②판로개척(27.5%), ③운영자금(15.9%), ④인력확보(13.0%), ⑤인허규제(7.2%)의 순으로 나타남.
- 인증기준을 충족하는 농가식당의 경우는 시설자금에 대한 애로가 많고, 인증기준을 미충족한 농가식당의 경우는 판로개척에 큰 애로를 겪는 것으로 나타나고 있음.
- 인력확보는 인증기준을 충족하는 창업경영체에서 높은 비중을 차지하고 있는데, 이를 통해 인증기준을 충족하는 경영체의 경우 인력확보에 애로를 겪고 있음을 알 수 있음.

표 60. 농가식당 창업경영체의 인증기준에 따른 애로사항

[단위: 개소]

인증기준	시설 자금	운영 자금	판로 개척	인허 규제	인력 확보	상품 개발	경영 능력	정책 정보	세무 회계	계
충족	16	7	9	4	7	1	-	-	-	44
미충족	6	4	10	1	2	1	1	-	-	25
계	22	11	19	5	9	2	1	0	0	69

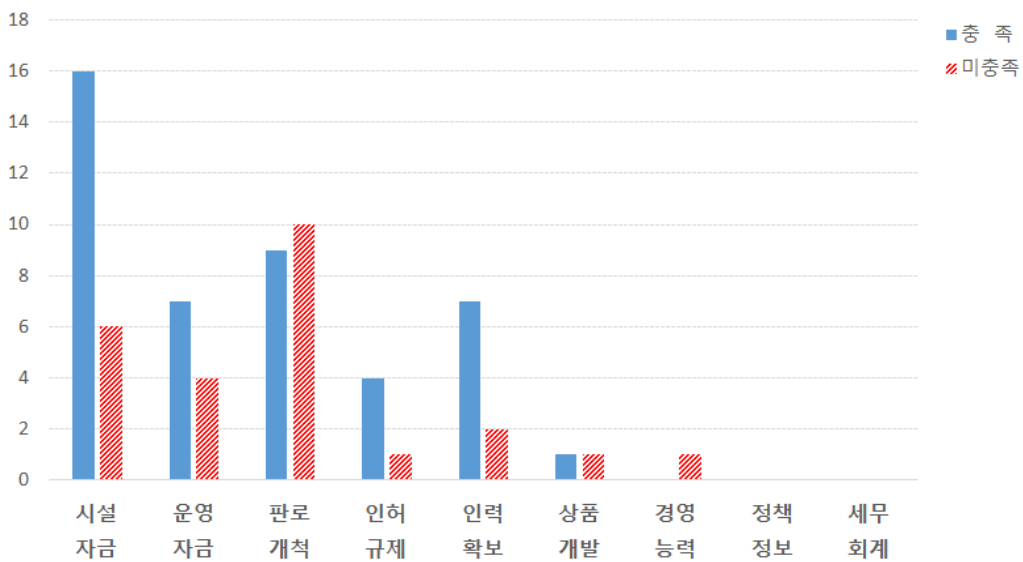


그림 44. 농가식당 창업경영체의 애로사항 비교

시사점

▶ 농가식당 창업경영체는 인력확보에 대한 애로를 겪고 있어 이에 대한 지원정책과 지원프로그램 개발 등이 요구됨.



7. 6차산업 창업경영체 운영형태(조직유형)에 따른 분석

가. 농가(개인) 및 농가법인

1) 6차산업 유형(업태/업종)

- 개인농가 656개소 중에서 농촌융·복합산업 인증기준을 충족하는 농가는 245개소(37.3%)로 농·식품 가공 분야(44.1%), 농축산물 직매장 분야(40.9%), 체험관광 분야(27.1%)에서 크게 미달함.
- 농가법인 156개소 중에서 인증기준을 충족하는 농가법인은 115개소(73.7%)로 농·식품 가공분야(82.7%)의 충족 비중이 높게 나타나고 있고, 체험관광 분야(50.0%)는 상대적으로 비중이 낮음.

표 61. 6차산업유형에 따른 인증기준 충족현황(농가)

[단위: 개소]

인증기준		농식품 가공	농축산물 직매장	체험 관광	농가 식당	소멸	계
농가 (개인)	충족	173	9	48	15	-	245
	미충족	219	13	129	7	43	411
	계	392	22	177	22	43	656
농가 법인	충족	86	7	16	6	-	115
	미충족	18	-	16	-	7	41
	계	104	7	32	6	7	156

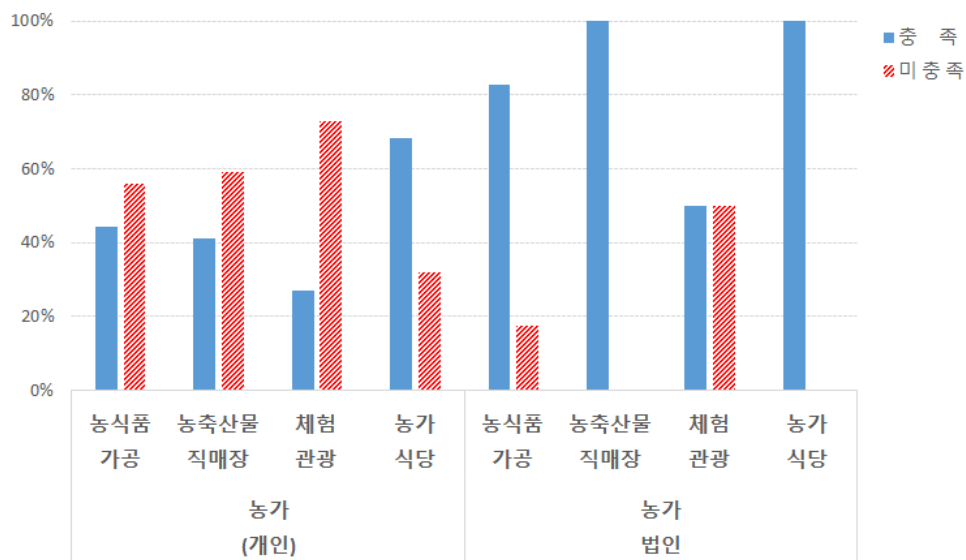


그림 45. 6차산업유형에 따른 인증기준 충족 비교(농가)

시사점

- ➔ 농가는 전반적으로 인증기준 충족률이 낮은 편으로 특히 체험관광 분야가 많이 낮음.
- ➔ 인증기준 상 농축산물 직매장과 농가식당에서 상대적으로 충족률이 높음.

2) 창업연수/6차산업유형에 따른 연간매출 추이

- 농가는 창업연수가 늘어날수록 점진적 증가추이를 나타내고 있으나 뚜렷한 성장패턴이 아닌 매년 상승/하락의 진폭곡선을 보임.
- 이런 경향은 산업유형(가공/식당/직매장/체험) 전반에서 유사한 매출 곡선을 나타내고 있음.

표 62. 창업연수/6차산업유형에 따른 연간매출추이(농가)

[단위: 천원/년]

산업유형		1년차	2년차	3년차	4년차	5년차	6년차	7년차
농가 (개인)	평균	74,381	73,435	53,827	70,813	58,249	177,097	118,617
	가공	104,594	78,693	62,409	78,378	63,515	261,204	62,633
	식당	154,000	40,000	114,444	33,600	233,333	100,000	-
	직매장	23,000	10,167	37,375	86,300	28,028	135,000	65,000
	체험	17,533	70,650	22,300	61,942	24,567	34,496	226,938
농가 법인	평균	514,937	415,600	662,739	2,334,094	1,598,972	668,715	4,781,118
	가공	330,714	456,222	769,053	3,339,333	3,246,700	884,161	6,239,538
	식당	164,807	50,000	-	-	257,210	-	-
	직매장	67,500	-	400,000	1,500,000	150,000	-	-
	체험	1,856,700	-	77,000	88,340	55,875	53,157	41,250

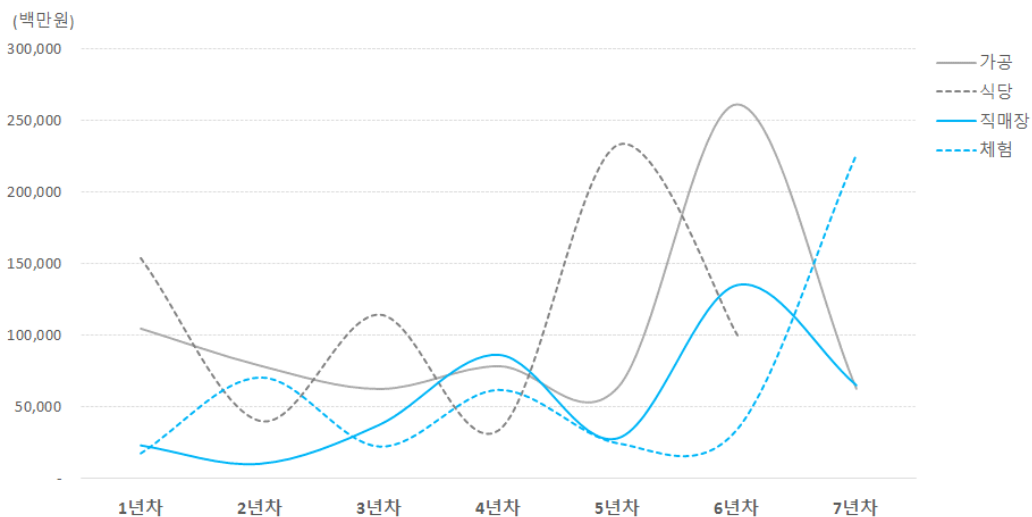


그림 46. 창업연수/6차산업유형에 따른 연간매출추이 비교(농가)

시사점

▶ 일반적 기업생애주기별 성장곡선 패턴이 아닌 창업연수 경과에 따라 반복적인 성장/하락 매출 곡선을 나타내고 있음. → 예측 불확실성이 큼.



3) 6차산업 유형과 매출 상관관계

- 농가의 6차산업 유형과 매출 간의 상관관계를 분석하면 농·식품가공 분야와 체험관광 분야에서 인증기준을 뚜렷하게 충족하지 못하고 있음을 알 수 있음.
- 원인은 농가식당과 농축산물직매장 경영이 농·식품가공과 체험관광에 비해 비교적 진입이 용이하기 때문인 것으로 판단됨.

표 63. 6차산업유형과 매출 상관관계(농가)

[단위: 개소]

산업유형		10백만원 미만	10~35	35~50	50~100	100~300	300백만원 이상	계
농가 (개인)	농 식품 가공	76	143	40	47	62	24	392
	농축산물직매장	7	6	3	3	3	-	22
	체 험 관 광	66	63	20	13	12	3	177
	농 가 식 당	4	3	3	3	5	4	22
	계	153	215	66	66	82	31	613
농가 법인	농 식품 가공	6	12	4	15	22	45	104
	농축산물직매장	-	-	1	2	2	2	7
	체 험 관 광	10	6	4	5	5	2	32
	농 가 식 당	-	-	-	3	1	2	6
	계	16	18	9	25	30	51	149

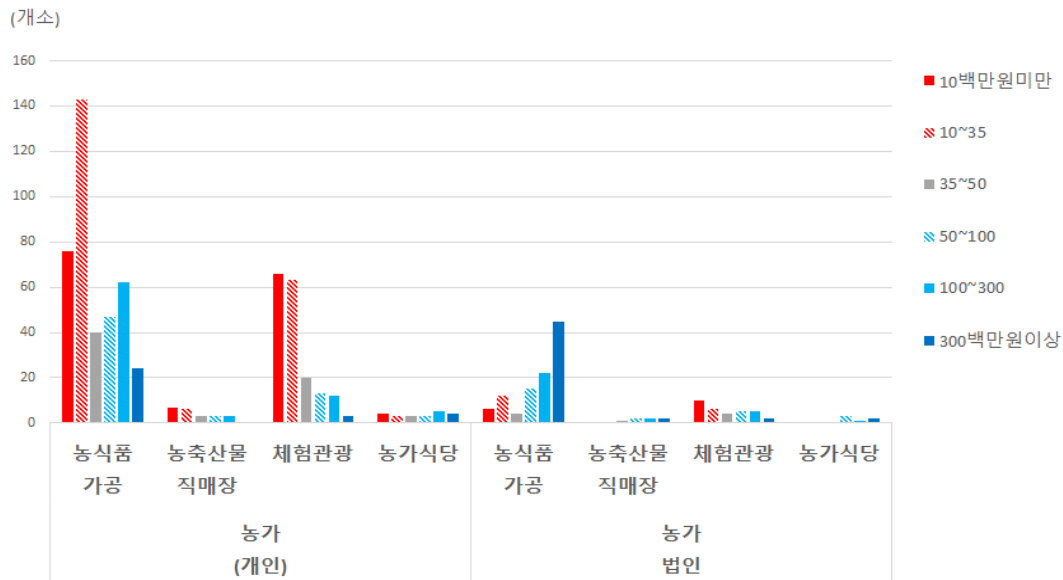


그림 47. 6차산업유형과 매출 상관관계 비교(농가)

시 사 점

➡ 농가를 대상으로 한 6차산업 창업에 있어서는 고도의 경영·마케팅을 요구하는 농·식품가공 분야와 체험관광 분야 보다는 쉽게 진입할 수 있는 직매장과 농가식당을 권장할 필요가 있음.

4) 창업연수와 매출 상관관계

- 3년 미만의 농가 구성비는 45.3%, 4~5년차 농가 구성비는 34.7%, 6~7년차 농가 구성비는 20.0%로 하락하는 추이를 나타내고 있으며 창업연수가 늘어날수록 연간 매출액이 증가하고 있음.
- 따라서 농가는 6차산업 창업 후 3~5년까지 경영적 어려움을 겪다가 점진적으로 매출성장이 일어나는 것으로 보아, 향후 농가는 중장기적 관점에서 6차산업을 육성할 필요가 있다고 여겨짐.

표 64. 창업연수와 매출 상관관계(농가)

[단위: 개소]

창업연수		1000만원 미만	1000 ~3500	3500 ~5000	5000 ~1억 원	1억 원 ~3억 원	3억 원 이상	계
농가 (개인)	3년 이하	109	96	36	20	40	14	315
	4~5년	53	76	22	34	21	8	214
	6~7년	34	43	8	12	21	9	127
농가 법인	3년 이하	13	11	6	14	13	16	73
	4~5년	6	2	2	3	10	16	83
	6~7년	4	5	1	8	7	19	44

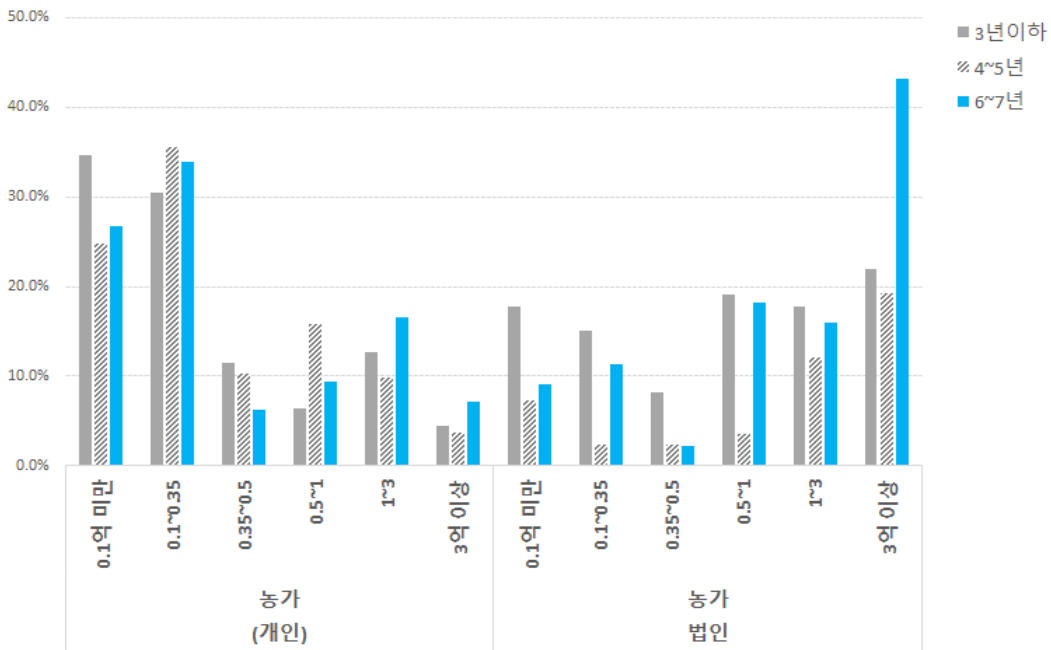


그림 48. 창업연수와 매출 상관관계 비교(농가)

시사점

- ➔ 중장기적인 관점에서 농가의 6차산업 육성정책이 요구됨.
- ➔ 또는 농가의 6차산업 창업 후 조기 목적달성을 위한 현행 프로그램을 강화해야 함.



5) 겸업/전업과 매출 상관관계

- 1차 농축산업을 영위하면서 2차·3차 산업을 겸업하는 394개 농가(48.5%)는 순수하게 2차·3차 산업만 전업하는 418개 농가(51.5%)보다 매출액이 낮게 나타나고 있음.
- 1차 농축산업 소득액을 제외한 2차·3차 매출액을 기준으로 살펴보면 겸업농가보다는 전업농가의 매출이 상대적으로 양호함. (1차 산업을 영위하면서 2차·3차 산업을 병행하는 것이 현실적으로 어렵다는 것을 반증함)

표 65. 겸업/전업과 매출 상관관계(농가)

[단위: 개소]

운영형태		1000만 원 미만	1000 ~3500	3500 ~5000	5000 ~1억 원	1억 원 ~3억 원	3억 원 이상	계
농가 (개인)	겸업	137	109	29	31	26	8	340
	전업	59	106	37	35	56	23	316
	계	196	215	66	66	82	31	656
농가 법인	겸업	13	7	3	10	13	8	54
	전업	10	11	6	15	17	43	102
	계	23	18	9	25	30	51	156

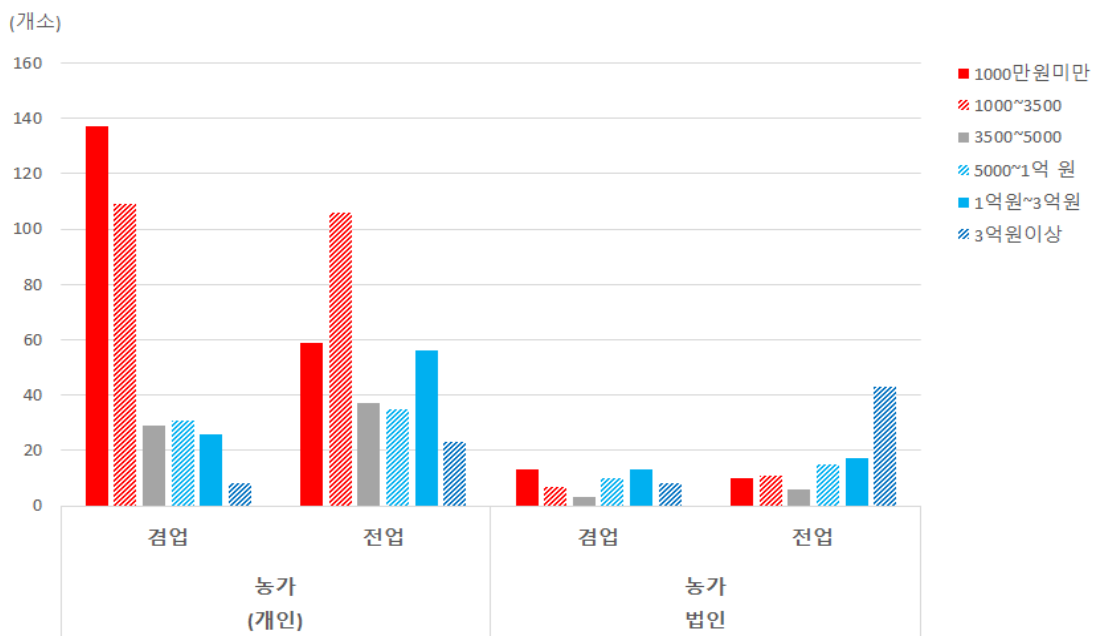


그림 49. 겸업/전업과 매출 상관관계 비교(농가)

시사점

- ➔ 2차·3차 매출액을 기준으로 할 때, 전업농가가 겸업농가보다 양호함.
- ➔ 전업농가 형태 또는 겸업농가 형태의 6차산업 육성에 대한 고민이 요구됨.

6) 창업계기와 매출 상관관계

- 농가는 농축산물의 가격하락, 대외여건 변화 등의 위기 속에서 새로운 소득원을 창출하려는 목적으로 6차산업을 시작하게 됨.
- 창업 후 성공적으로 새로운 소득원 창출에 성공(인증기준)한 농가가 38.9%, 그렇지 못한 농가가 61.1%임.
- 적극성(가격하락 대응차원, 새로운 소득창출)으로 창업을 한 농가의 경우에는 인증기준 충족률이 38.5%이고 소극성(정책지원사업, 관계기관 권유)으로 창업을 한 농가의 경우에는 42.5%를 나타냄.

표 66. 창업계기와 매출 상관관계(농가)

[단위: 백만원, 개소]

매출구간		가격하락 대응차원	후계자 농업경영	정책 지원사업	새로운 소득창출	마을 공동사업	판로 확보	관계기관 권유/교육	계
농가 개인	~10	25	2	28	84	3	2	7	151
	10~35	32	4	40	95	4	1	6	182
	35~50	6	-	21	30	1	-	2	60
	50~100	6	3	11	29	2	1	5	57
	100~300	11	3	14	38	1	1	3	71
	300~	5	-	3	13	-	2	1	24
	계	85	12	117	289	11	7	24	545
농가 법인	~10	3	-	7	6	-	-	-	16
	10~35	4	-	3	8	1	-	-	16
	35~50	1	-	3	2	2	-	-	8
	50~100	3	1	7	9	1	2	-	23
	100~300	4	1	4	16	-	1	1	27
	300~	3	1	6	31	-	3	-	44
	계	18	3	30	72	4	6	1	134

시 사 점

➔ 향후 6차산업에 대한 적극적인 홍보활동 전개가 요구됨.



7) 귀농여부와 매출 상관관계

- 농가는 귀농여부와 매출간의 상관관계가 뚜렷하지 않으나 귀농하지 않은 농가의 매출이 귀농을 한 농가에 비해 비교적 양호한 경향을 보임.
- 농촌 융·복합산업 인증기준으로 미충족(35백만 원 미만) 농가를 살펴보면 귀농한 농가가 57.9%이고 귀농하지 않은 농가가 51.8%로 유사한 수준을 보이고 있음.
- 그러나 연간 1억 원 이상의 2차·3차 산업 매출을 올리고 있는 농가로 좁혀보면 귀농한 농가가 17.1%이고 귀농하지 않은 농가가 27.6%를 차지하고 있음.

표 67. 귀농여부와 매출 상관관계(농가)

[단위: 개소]

귀농여부		1000만원 미만	1000 ~3500	3500 ~5000	5000 ~1억 원	1억 원 ~3억 원	3억 원 이상	계
농가 (개인)	유	98	78	27	29	30	8	270
	무	98	137	39	37	52	23	386
	계	196	215	66	66	82	31	656
농가 법인	유	12	9	3	6	13	7	50
	무	11	9	6	19	17	44	106
	계	23	18	9	25	30	51	156

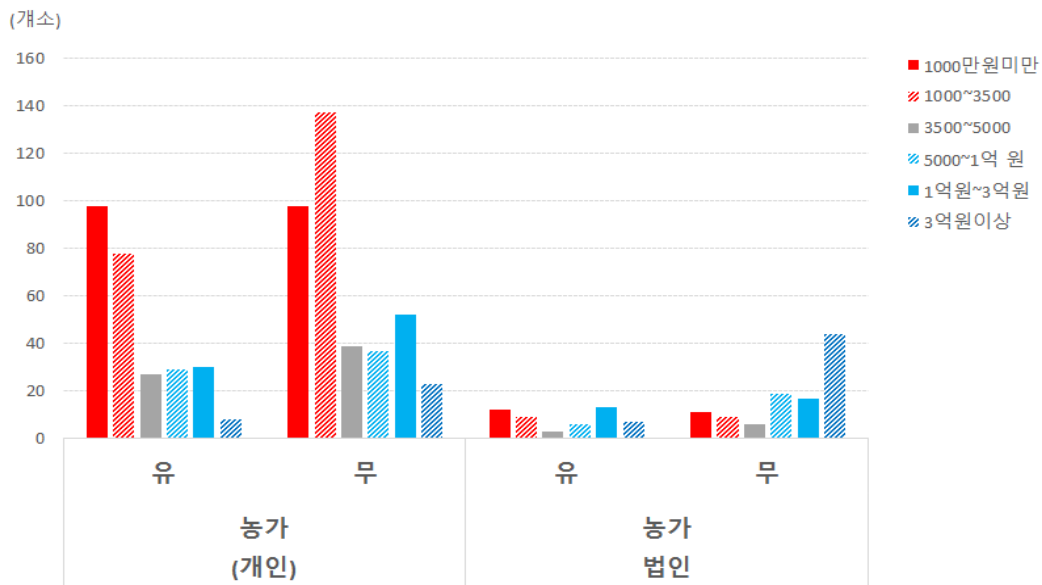


그림 50. 귀농여부와 매출 상관관계 비교(농가)

시 사 점

▶ 귀농여부에 따라 뚜렷한 매출차이 경향을 나타내고 있지 않으나, 매출액이 높은 구간에서는 귀농하지 않은 토착 농가의 매출이 더 양호한 편임.

8) 애로사항과 매출 상관관계

- 농가는 판로개척(30.8%), 시설자금(30.5%), 운영자금(16.3%)의 순으로 애로를 겪고 있음.
- 농촌 융·복합산업 인증기준(35백만 원)으로 살펴보면 인증기준을 충족하지 못한 농가에서는 판로개척>시설자금>운영자금>인허규제>상품개발>인허규제 순으로 애로를 나타내고 있으며, 인증기준을 충족하는 농가는 시설자금>판로개척>운영자금>인허규제>상품개발 순으로 애로를 나타냄.

표 68. 애로사항과 매출 상관관계(농가)

[단위: 개소]

매출구간		시설 자금	운영 자금	판로 개척	인허 규제	인력 확보	상품 개발	경영 능력	정책 정보	세무 회계	계
농가 개인	~10	58	16	69	18	8	8	1	5	-	183
	10~35	53	28	64	20	6	10	2	4	2	189
	35~50	12	16	13	9	3	3	-	-	-	56
	50~100	20	9	7	7	8	2	1	-	-	54
	100~300	25	10	19	5	1	2	1	1	2	66
	300~	10	2	6	2	2	-	1	-	-	21
	계	178	81	178	59	28	25	6	10	4	569
농가 법인	~10	5	4	7	2	3	1	-	-	-	22
	10~35	5	3	7	2	-	1	-	-	-	18
	35~50	1	-	6	-	-	1	-	-	-	8
	50~100	8	7	6	1	1	-	-	-	-	23
	100~300	9	8	8	1	3	1	-	-	-	30
	300~	13	14	9	6	1	3	-	1	-	47
	계	41	36	43	12	8	7	0	1	0	148

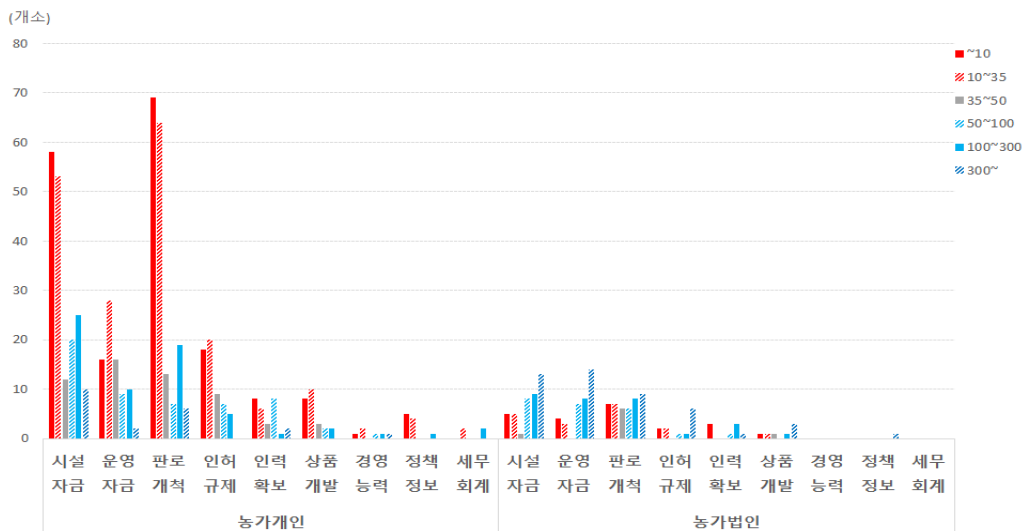


그림 51. 애로사항과 매출 상관관계 비교(농가)

시사점

➔ 시설자금은 매출액에 관계없이 농가가 겪는 문제이지만 단순 지원이 근본적 해결책이 되지 못하기 때문에, 판로개척 지원을 통한 자생력을 갖추는 측면지원이 요구됨.



9) 영농경력과 매출 상관관계

- 영농경력과 매출 간의 상관관계는 뚜렷하게 찾을 수 없음.
- 다만 인증기준을 충족하는 농가의 수는 영농경력이 많을수록 양호한 매출실적을 나타내는 경향을 보임.

표 69. 영농경력과 매출 상관관계(농가)

[단위: 개소]

영농경력		1000만원 미만	1000 ~3500	3500 ~5000	5000 ~1억 원	1억 원 ~3억 원	3억 원 이상	계
농가 (개인)	3년 미만	21	13	6	4	9	4	57
	3~5년	21	30	5	9	8	5	78
	5~10년	33	40	13	16	12	5	119
	10~20년	32	39	14	10	17	4	116
	20년 이상	82	72	18	18	21	6	217
	계	189	194	56	57	67	24	587
농가 법인	3년 미만	1	1	1	5	6	14	28
	3~5년	2	3	2	2	4	5	18
	5~10년	8	4	2	5	4	7	30
	10~20년	2	5	3	5	2	7	24
	20년이 상	9	4	1	8	11	6	39
	계	22	17	9	25	27	39	139

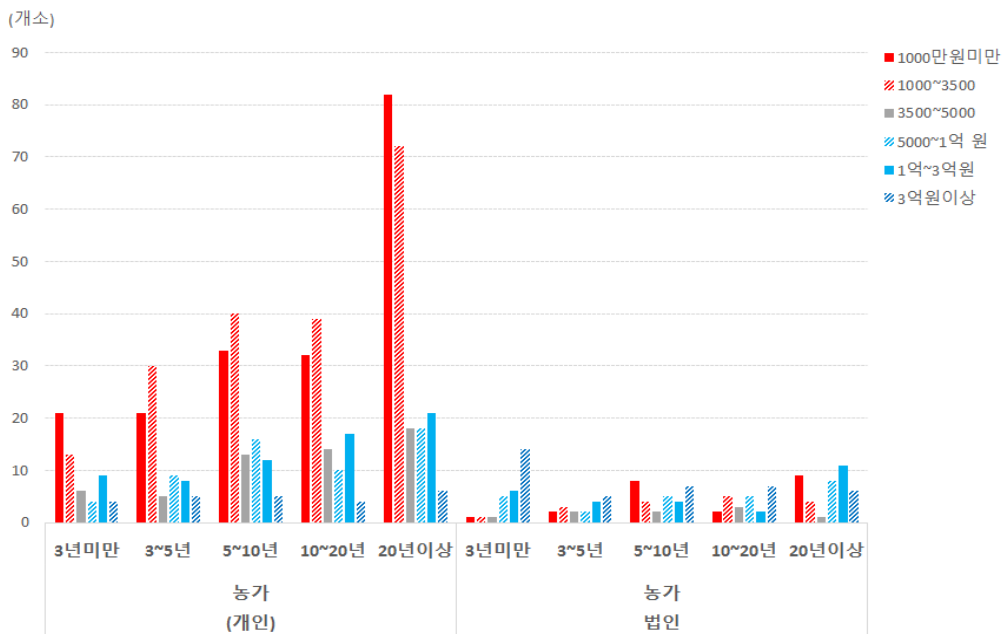


그림 52. 영농경력과 매출 상관관계 비교(농가)

시 사 점

→ 영농경력과 매출신장은 뚜렷한 상관관계는 없으나 영농경력이 길수록 인증기준 이상의 매출실적을 올리는 농가의 수는 증가하는 경향을 보임.

10) 농·식품 가공분야: 시설유형과 매출 상관관계

- 농가의 농·식품 가공분야 이용시설 유형은 ①자가(93.1%), ②임대(4.1%), ③공동(1.7%)의 순임.
- 이용시설이 자가시설일 경우에 개인농가는 매출구간이 증가할수록 농가수가 감소하는데 반해 농가법인은 증가하는 추이를 나타내고 있음.

표 70. (농가)농·식품 가공분야 시설유형과 매출 상관관계

[단위: 개소]

매출구간		자가	공동	임대	기타	계
농가 (개인)	~1,000만원	64	1	4	2	71
	1,000~3,500	123	-	4	2	129
	3,500~5,000	37	-	-	-	37
	5,000~10,000	41	2	-	-	43
	10,000~30,000	56	-	4	-	60
	30,000만원이상	22	1	1	-	24
	계	343	4	13	4	364
농가 법인	~1,000만원	5	-	1	-	6
	1,000~3,500	9	2	-	-	11
	3,500~5,000	4	-	-	-	4
	5,000~10,000	14	-	-	-	14
	10,000~30,000	18	-	3	-	21
	30,000만원이상	40	2	2	1	45
	계	90	4	6	1	101

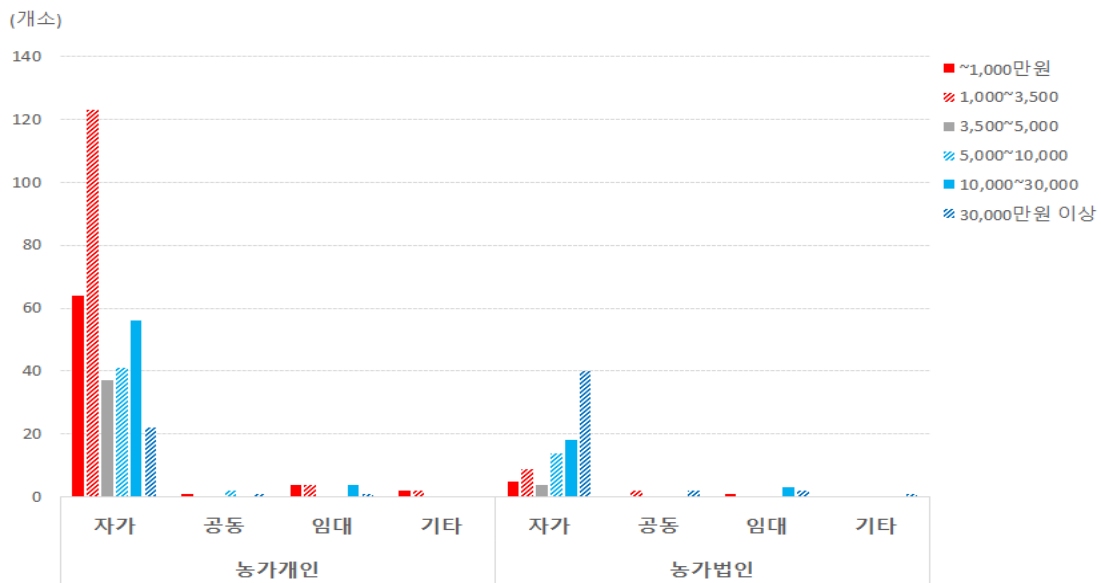


그림 53. (농가)농·식품 가공분야 시설유형과 매출 상관관계 비교

시 사 점

- 개인농가에 농·식품 가공 자가시설 지원을 지양할 필요가 있음.(정책지원 효과 미흡)
- 농가의 경제적·경영적 부담을 덜 수 있는 공동이용시설 확대를 지원할 필요가 있음.



11) 농·식품 가공분야: 시설유형과 가동일수 상관관계

- 개인농가의 연간 가동일수는 151.3일로 농가법인의 227.2일보다 약 75.9일이 짧음.
- 개인농가는 자가시설 가동일수보다 공동이용시설의 가동일수가 높게 나타났고, 농가법인의 경우에는 자가시설 가동일수가 공동이용시설보다 높게 나타남.

표 71. (농가)농·식품 가공분야 시설유형과 가동일수 상관관계

[단위: 일/년]

인증기준		자가	공동	임대	기타	평균
농가 (개인)	충족	193	143.3	234	-	191.9
	미충족	120.1	240	101.9	60.7	119.4
	평균	152.9	167.5	152.7	60.7	151.3
농가 법인	충족	254.7	195	280	30	248.4
	미충족	136.8	107.5	10	-	121.3
	평균	237.9	151.3	244.2	30	227.2

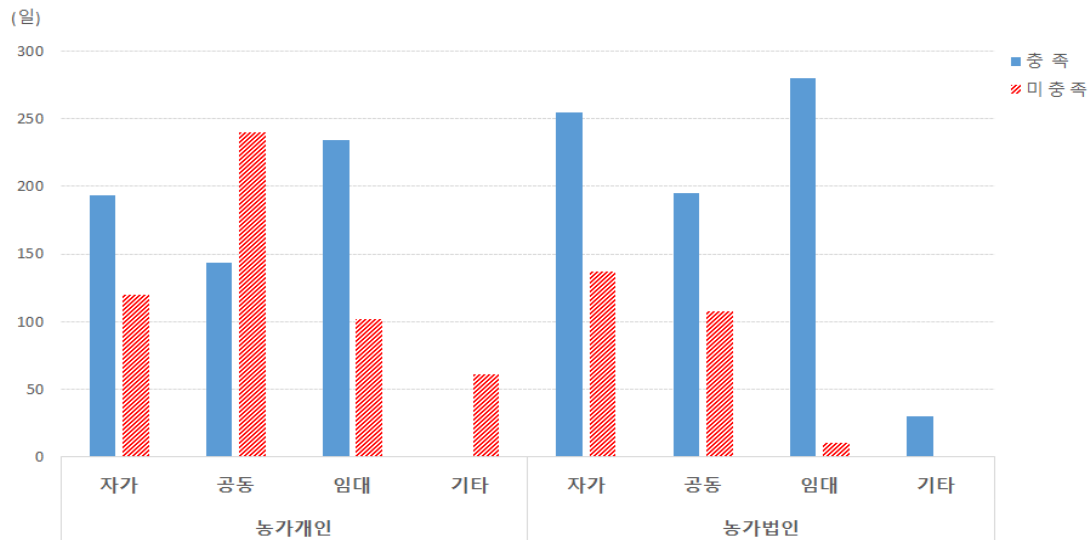


그림 54. (농가)농·식품 가공분야 시설유형과 가동일수 상관관계 비교

시사점

➔ 농가의 경제적·경영적 부담을 덜 수 있는 공동이용시설 확대를 지원할 필요가 있음.

12) 농·식품 가공분야: 판매처와 인증기준 충족여부 상관관계

- 농가의 판매처는 ①온라인/홈쇼핑(44.3%), ②급식/외식산업(24.1%), ⑤직매장(17.4%), ④대형유통업체(12.4%)의 순으로 나타남.
- 인증기준을 충족하는 농가는 미충족 농가보다 급식/외식산업, 대형유통업체, 직매장에서 높은 경영체수를 나타내고 있고, 인증기준 미충족 농가는 온라인/홈쇼핑의 비중이 상대적으로 높게 나타남.

표 72. (농가)농식품 가공분야 판매처와 인증기준 충족 상관관계

[단위: 개소]

인증기준		급식/ 외식산업	대형 유통	직매장	온라인/ 홈쇼핑	수출	계
농가 (개인)	충족	28	15	20	47	4	114
	미충족	16	6	17	55	6	100
	계	44	21	37	102	10	214
농가 법인	충족	22	13	10	17	1	63
	미충족	2	1	2	6	-	11
	계	24	14	12	23	1	74

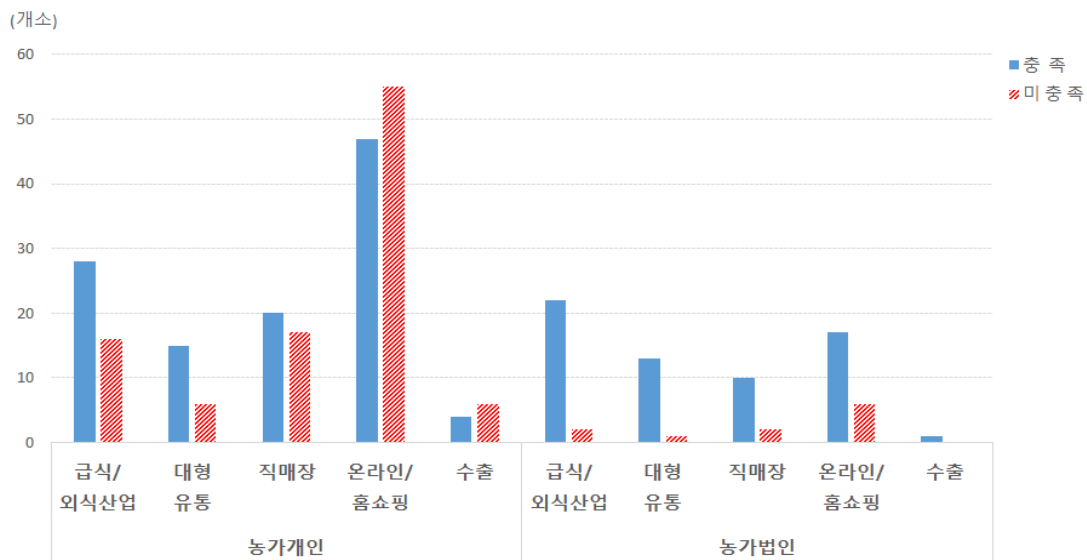


그림 55. (농가)농식품 가공분야 판매처와 인증기준 충족 상관관계 비교

시사점

→ 초기에 농가의 판로개척을 위해 비교적 진입장벽이 낮은 온라인/홈쇼핑과 직매장에 대한 상품개발, 마케팅 등에 관한 정책지원이 요구됨.



13) 농·식품 가공분야: 시설유형과 만족도 상관관계

- 농·식품 가공 분야 농가의 경우 만족도가 높지 않은 편으로 나타나고 있는데, 이는 시설유형에 관계없이 유사한 경향을 보임.
- 자가시설을 운영 중인 농가법인의 경우에는 상대적으로 만족도가 높은 편임.

표 73. (농가)농·식품 가공분야 시설유형과 만족도 상관관계

[단위: 개소]

시설유형		매우만족	만족	보통	불만	매우불만	계
농가 (개인)	자 가	33	60	124	47	18	282
	공 동	1	-	1	1	-	3
	임 대	-	1	9	1	-	11
	기 타	-	1	1	2	-	4
	계	34	62	135	51	18	300
농가 법인	자 가	8	26	42	7	2	85
	공 동	-	1	1	1	-	3
	임 대	-	1	2	2	-	5
	기 타	1	-	-	-	-	1
	계	9	28	45	10	2	94

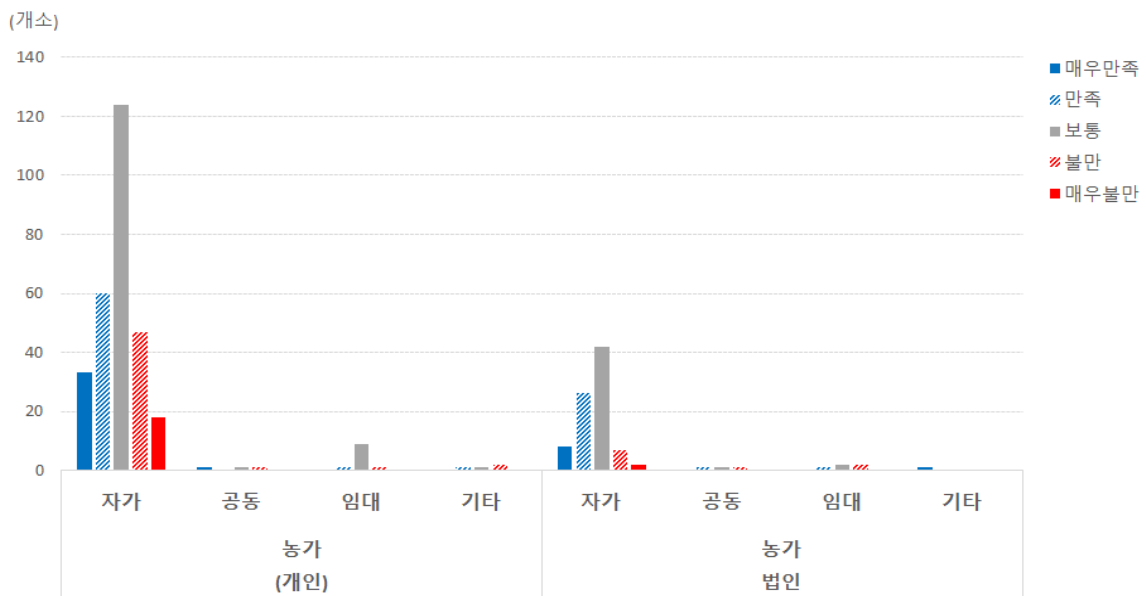


그림 56. (농가)농·식품 가공분야 시설유형과 만족도 상관관계 비교



- 농·식품 가공분야 농가의 시설자금 보조지원은 사업·정책 성공을 위해 생애주기별 계획에 따라 단계적 지원이 요구됨.
- 예를 들어 초기·진입(공동이용시설 활용) → 성장(자가시설 지원)으로 정책 세분화

14) 농·식품 가공분야: 시설유형과 애로사항 상관관계

- 농가는 시설유형에 관계없이 ①판로개척(34.4%), ②시설자금(29.6%), ③운영자금(18.5%)의 순으로 애로사항을 제기하고 있음.

표 74. (농가)농·식품 가공분야 시설유형과 애로사항 상관관계

[단위: 개소]

시설유형		시설 자금	운영 자금	판로 개척	인허 규제	인력 확보	상품 개발	경영 능력	정책 정보	세무 회계	계
농가 (개인)	자 가	86	44	105	17	9	11	2	3	4	281
	공 동	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1
	임 대	4	1	4	-	-	1	-	-	-	10
	기 타	1	-	1	-	-	1	-	-	-	3
	계	92	45	110	17	9	13	2	3	4	295
농가 법인	자 가	21	22	22	9	5	5	-	1	-	85
	공 동	2	1	-	-	-	-	-	-	-	3
	임 대	-	4	1	-	-	-	-	-	-	5
	기 타	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1
	계	23	27	24	9	5	5	0	1	0	94

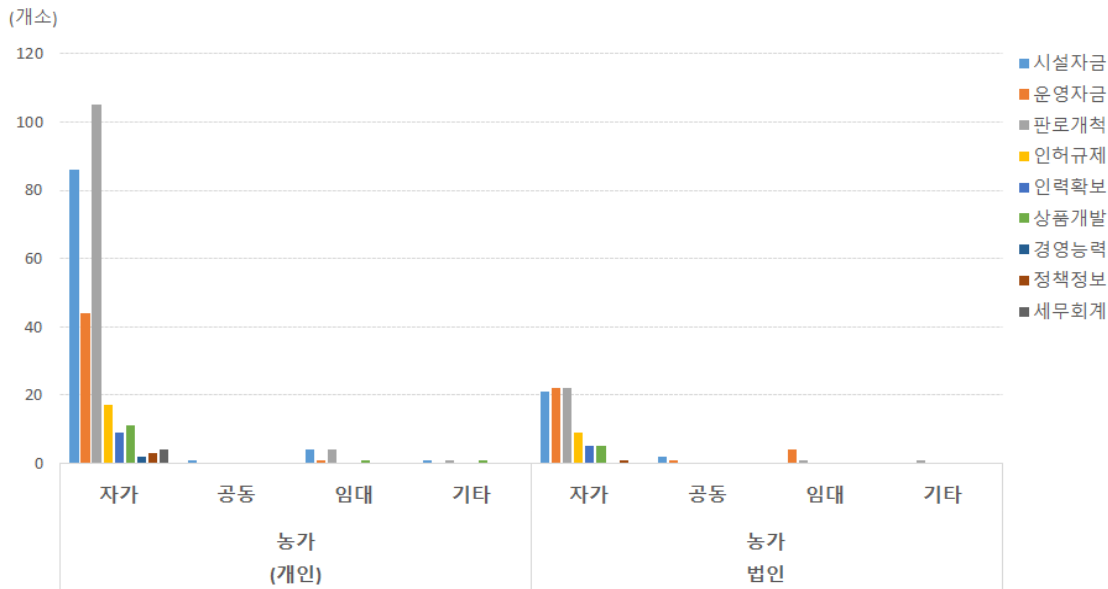


그림 57. (농가)농·식품 가공분야 시설유형과 애로사항 상관관계 비교

시 사 점

- ▶ 농가의 농·식품 가공분야가 다른 경영체와 비교하여 실적 및 성과가 떨어지는데, 원인은 경영능력 부족에서 찾을 필요가 있음.
- ▶ 따라서 농가의 농·식품 가공분야 진출에 대한 대폭적인 경영·마케팅 등에 대한 지원프로그램이 강화될 필요가 있음.



15) 체험관광 분야: 방문자수와 매출 상관관계

- 개인농가는 인증기준 미충족이면서 방문자수 2천명 미만이 61.4%를 차지하고 있고, 연간 매출 1억원 이상(연간 방문자수 2천명 이상)은 3.0% 수준임.
- 농가법인은 인증기준 미충족이면서 방문자수 2천명 미만이 37.9%를 차지하고 있고, 연간 매출 1억원 이상이면서 연간 방문자수가 2천명 이상인 농가는 10.3%를 차지함.

표 75. (농가)체험관광 분야 방문자수와 매출 상관관계

[단위: 개소]

매출구간 (백만 원)		500명 미만	500~ 1천명	1~2 천명	2~3 천명	3~5 천명	5~7 천명	7천명 이상	계
농가 (개인)	~10	33	10	7	5	4	2	2	63
	10~35	23	19	10	2	3	1	3	61
	35~50	8	4	1	3	4	-	-	20
	50~100	2	1	1	3	1	1	2	11
	100~300	1	1	3	1	1	-	3	10
	300~	-	1	-	-	-	-	-	1
	계	67	36	22	14	13	4	10	166
농가 법인	~10	2	4	-	1	1	2	-	10
	10~35	2	1	2	1	-	-	-	6
	35~50	-	-	-	1	1	2	-	4
	50~100	-	1	1	-	1	1	-	4
	100~300	-	-	-	-	1	-	2	3
	300~	-	-	1	-	-	1	-	2
	계	4	6	4	3	4	6	2	29

(개소)

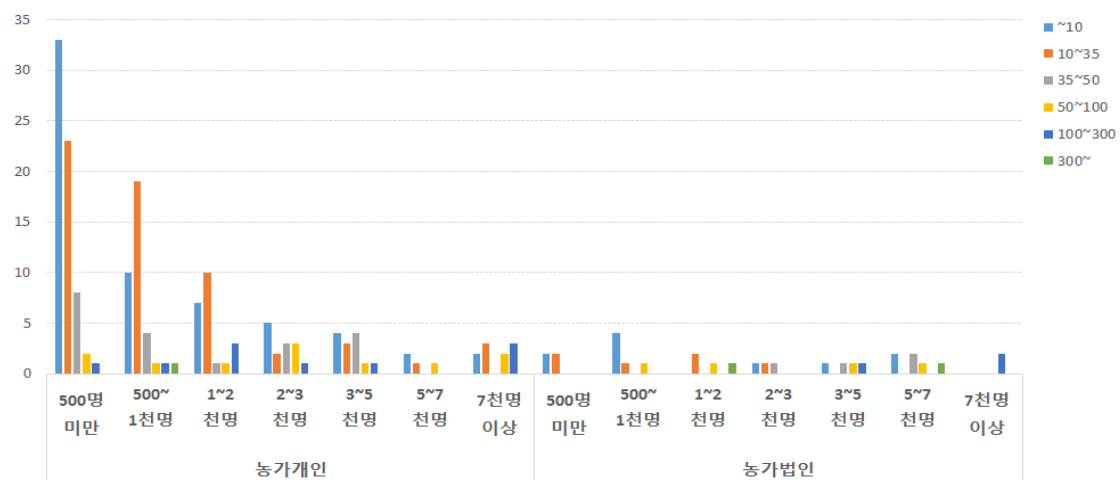


그림 58. (농가)체험관광 분야 방문자수와 애로사항 상관관계 비교

시사점

▶ 농가의 체험관광은 방문자수 및 매출이 현저히 떨어짐.(개인농가 단위의 체험관광에 대한 정책지원 고민 필요)

16) 체험관광 분야: 방문자수와 영업일수 상관관계

- 농가의 체험관광 영업일수는 개인농가가 158.8일(43.5%), 농가법인이 177.1일(48.5%)로 나타남.
- 방문자수와 매출관계가 뚜렷한 상관관계가 없는 것으로 나타났는데, 체험관광의 단가, 마케팅, 경영적 설계가 적절하게 설정되지 않았음을 의미할 수 있음.

표 76. (농가)체험관광 분야 방문자수와 영업일수 상관관계

[단위: 일/년]

인증기준		500명 미만	500~1천명	1~2천명	2~3천명	3~5천명	5~7천명	7천명 이상	평균
농가 (개인)	총 족	113.2	219.9	119.6	140.0	166.0	280.0	276.0	180.8
	미 총 족	107.5	167.2	180.1	143.6	232.8	233.3	295.6	150.4
	평균	108.5	177.5	166.4	141.8	199.4	245.0	285.8	158.8
농가 법인	총 족	-	60.0	212.5	365.0	143.3	228.8	322.5	225.3
	미 총 족	43.3	111.0	175.0	115.0	300.0	160.0	-	125.7
	평균	43.3	102.5	193.8	198.3	182.5	205.8	322.5	177.1

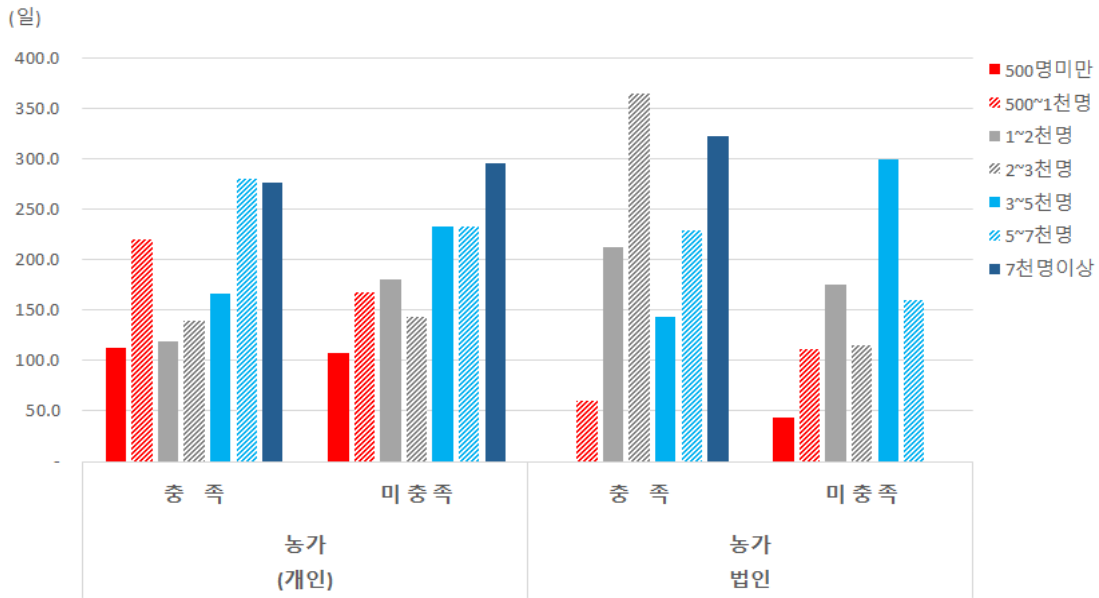


그림 59. (농가)체험관광 분야 방문자수와 영업일수 상관관계 비교

시 사 점

- ➔ 체험관광은 기획력, 전문인력, 차별화된 프로그램 등으로 인해 개인농가에서 소화하여 경영하기 어려운 분야로 전문적인 육성 프로그램 등에 관한 정책적 지원이 필요함.
- ➔ 1차 농축산업과 체험관광을 병행하는 것이 쉽지 않으며 매출증대를 위해 농가식당, 직매장 등을 연계한 체험관광을 계열화할 필요가 있음.



17) 체험관광 분야: 방문자수와 만족도 상관관계

- 방문자수가 증가한다고 해서 만족도가 높아지는 경향을 보이지 않음.
- 이는 앞에서 언급하였듯이 방문자수 증가가 매출과 직결되지 않기 때문인 것으로 여겨짐.
- 따라서 농가의 체험관광은 전반적으로 정책적 재설계와 육성 지원방안이 재설정될 필요가 있음.

표 77. (농가)체험관광 분야 방문자수와 만족도 상관관계

[단위: 개소]

만족도		500명 미만	500~1천명	1~2천명	2~3천명	3~5천명	5~7천명	7천명 이상	계
농가 (개인)	매우 만족	6	2	1	-	1	-	1	11
	만족	14	8	10	3	5	1	5	46
	보통	32	20	7	8	6	1	4	78
	불만	10	4	4	2	-	2	-	22
	매우 불만	3	-	-	-	1	-	-	4
계		65	34	22	13	13	4	10	161
농가 법인	매우 만족	-	-	-	-	-	1	-	1
	만족	-	2	2	-	1	1	-	6
	보통	4	2	2	2	2	3	2	17
	불만	-	2	-	1	1	1	-	5
	매우 불만	-	-	-	-	-	-	-	0
계		4	6	4	3	4	6	2	29

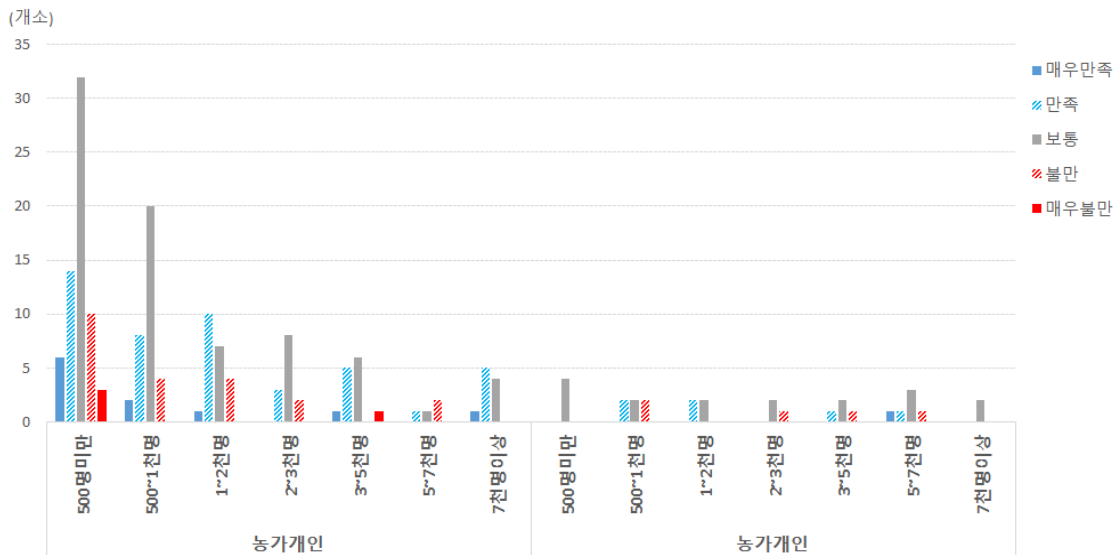


그림 60. (농가)체험관광 분야 방문자수와 만족도 상관관계 비교

시 사 점

- ➔ 농가의 체험관광에 관한 정책적 재설계 및 육성 지원방안이 재설정될 필요가 있음.
- ➔ 농가에서 체험관광을 시행하는데는 경영·마케팅·인력의 한계가 존재함.

18) 체험관광 분야: 방문자수와 애로사항 상관관계

- 체험관광을 하는 농가는 방문자수에 관계없이 ①시설자금(33.2%), ②판로개척(21.6%), ③인허규제(16.8%), ④운영자금(13.7%)의 순으로 애로를 겪고 있음.
- 체험관광의 성공요인으로 프로그램의 차별성이 중요하기 때문에 이에 대한 농가의 고민이 필요함. (즉, 체험관광의 상품개발, 인력확보 등이 애로사항으로 부각될 필요가 있음)

표 78. (농가)체험관광 분야 방문자수와 애로사항 상관관계

[단위: 개소]

방문자수		시설 자금	운영 자금	판로 개척	인허 규제	인력 확보	상품 개발	경영 능력	정책 정보	세무 회계	계
농가 (개인)	2천명 미만	38	17	25	23	8	7	1	3	-	122
	2~5천명	9	4	4	5	1	2	-	-	-	25
	5천명 ~	6	1	3	2	-	-	1	1	-	14
	계	53	22	32	30	9	9	2	4	0	161
농가 법인	2천명 미만	5	2	3	1	3	-	-	-	-	14
	2~5천명	2	1	3	1	-	-	-	-	-	7
	5천명 ~	3	1	3	-	-	1	-	-	-	8
	계	10	4	9	2	3	1	0	0	0	29

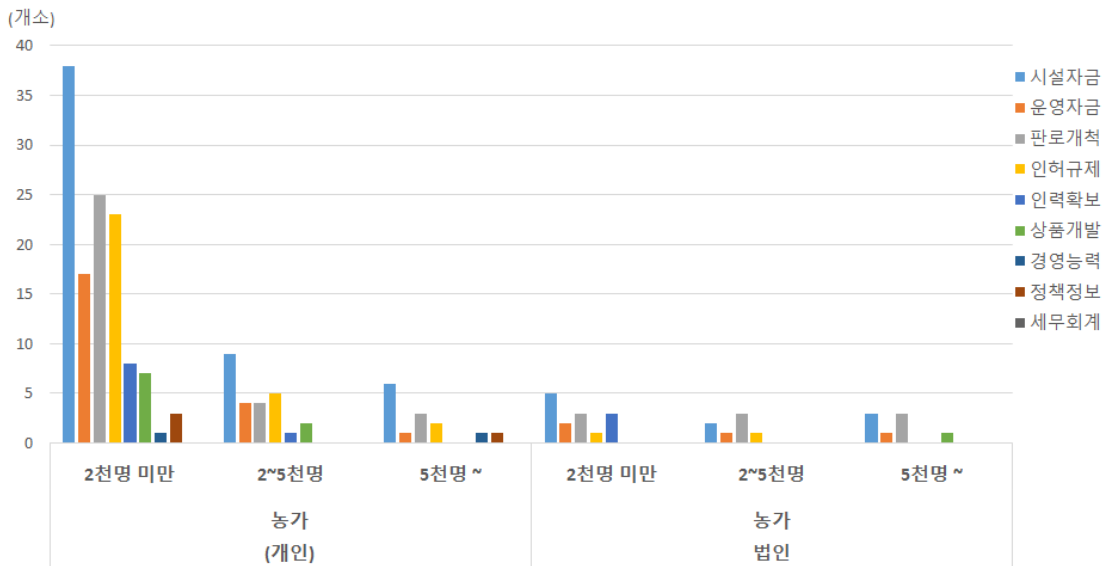


그림 61. (농가)체험관광 분야 방문자수와 애로사항 상관관계 비교

시 사 점

- 농가는 판로개척, 시설자금, 운영자금 등에 관한 애로를 지속적으로 제시함.
- 체험관광은 프로그램의 차별성이 무엇보다 중요함.



나. 농업법인

1) 6차산업유형(업태/업종)

- 농업법인은 ①농·식품 가공(78.4%), ②체험관광(15.8%), ③농축산물 직매장(2.9%), ④농가식당(0.7%)의 순으로 6차산업을 하고 있음.
- 농촌 융·복합산업 인증기준(연간 35백만 원)으로 살펴보면 충족하는 농업법인이 70.1%, 충족하지 못한 농업법인이 29.9%임.
- 농업법인은 농·식품 가공, 농축산물 직매장, 농가식당에서 높은 인증기준 충족률을 나타내는 반면, 체험관광은 미충족률이 상대적으로 높음.

표 79. 6차산업유형에 따른 인증기준 충족현황(농업법인)

[단위: 개소]

인증기준	농식품 가공	농축산물 직매장	체험 관광	농가 식당	소 멸	계
충 족	633	27	66	7	-	733
미 충 족	187	3	99	-	24	313
계	820	30	165	7	24	1,046

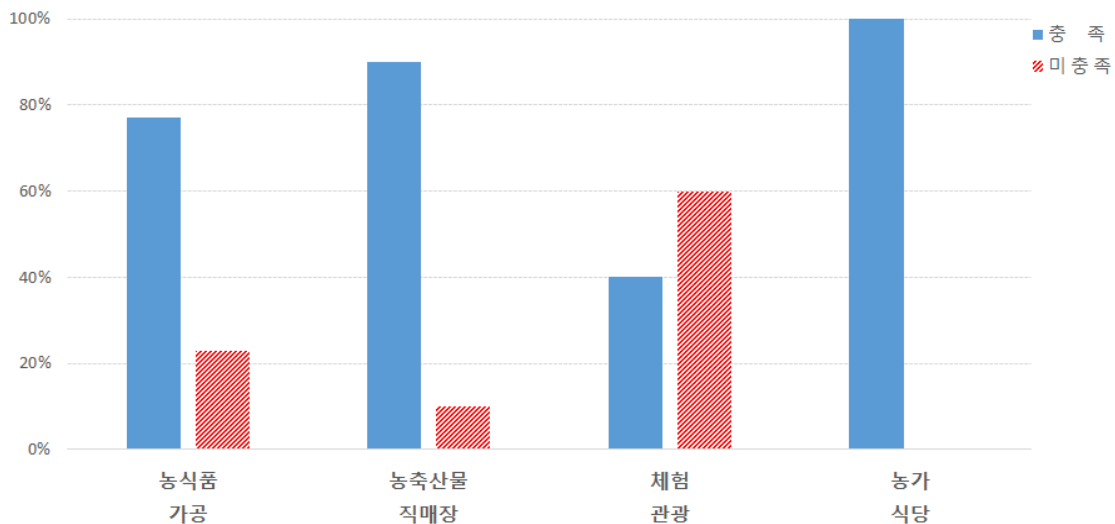


그림 62. 6차산업유형에 따른 인증기준 충족 비교(농업법인)

시 사 점

- 농업법인은 농·식품 가공, 농축산물 직매장, 농가식당에서 인증기준 충족비율이 양호함.
- 반면에 체험관광은 농가와 마찬가지로 취약한 분야로 판단됨.

2) 창업연수/6차산업유형에 따른 연간매출 추이

- 농업법인의 연간 평균 매출규모는 524백만 원으로 ①농·식품 가공(617백만 원), ②농축산물 직매장(403백만 원), ③농가식당(214백만 원), ④체험관광(97백만 원)의 순으로 나타남.
- 농·식품 가공은 창업연수가 늘어날수록 뚜렷하게 성장추이를 보이는 반면에, 농축산물 직매장은 창업연수가 늘어나면서 연차별 편차가 심한 굴곡을 나타냄.
- 농가식당은 3년차까지 감소하다가 4년차 이후로 성장세가 두드러지는 경향을 나타내고, 체험관광은 성장이 정체 또는 감소하는 경향을 보임.

표 80. 창업연수/6차산업유형에 따른 연간매출추이(농업법인)

[단위: 천원]

산업유형	1년차	2년차	3년차	4년차	5년차	6년차	7년차	평 균
평 균	144,108	329,063	399,372	690,911	610,093	942,959	606,874	524,879
가 공	163,727	345,262	459,305	775,952	730,990	1,146,556	725,121	617,914
식 당	115,000	70,000	50,000	-	222,210	-	410,000	214,203
직 매 장	254,875	1,935,000	187,829	107,500	755,000	287,800	100,000	403,260
체 험	34,175	154,185	156,393	116,755	56,976	37,861	115,575	97,817

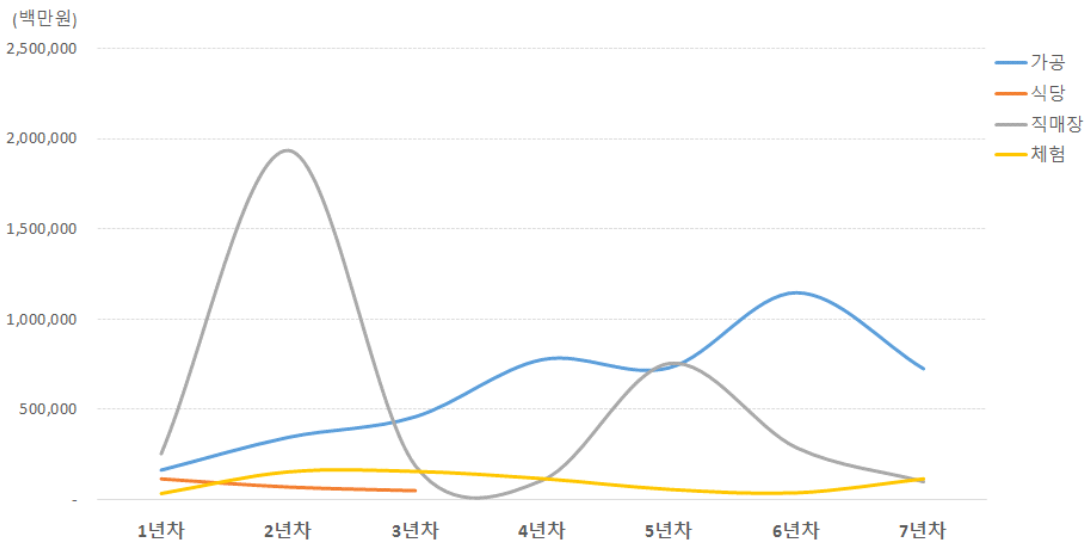


그림 63. 창업연수/6차산업유형에 따른 연간매출추이 비교(농업법인)

시 사 점

- 농업법인의 강점분야: 농·식품 가공, 농가식당
- 농업법인의 약점분야: 체험관광, 농축산물 직매장
- 농업법인의 성격과 장점을 살릴 수 있는 분야에 대한 정책지원과 프로그램을 강화할 필요가 있음.



3) 6차산업유형과 매출 상관관계

- 농업법인을 농촌 융·복합산업 인증기준(연간 매출 35백만 원)으로 살펴보면 인증기준에 충족하지 못하는 법인이 289개소(28.3%), 충족하는 법인이 733개소(71.7%)로 그 중 연간 매출 1억원 이상의 법인이 543개소(53.1%)임.
- 체험관광 분야에서 인증기준을 충족하지 못하는 법인은 99개소(60.0%), 충족하는 법인은 66개소(40.0%)이며, 그 중 연간 매출 1억원 이상의 법인이 36개소(21.8%)임.
- 농·식품가공 분야에서 인증기준을 충족하지 못하는 법인은 187개소(22.8%), 충족하는 법인은 633개소(77.2%)로 그 중 연간 매출 1억원 이상의 법인이 481개소(58.6%)임.
- 농축산물 직매장 분야에서 인증기준을 충족하지 못하는 법인은 3개소(10.0%), 충족하는 법인은 27개소(90.0%)로 그 중 연간 매출 1억원 이상의 법인은 22개소(73.3%)임.

표 81. 6차산업유형과 매출 상관관계(농업법인)

[단위: 개소]

산업유형	10백만원 미만	10~35	35~50	50~100	100~300	300백만원 이상	계
농·식품가공	40	147	41	111	192	289	820
농축산물직매장	2	1	-	5	7	15	30
체험관광	51	48	7	23	27	9	165
농가식당	-	-	-	3	2	2	7
계	93	196	48	142	228	315	1,022

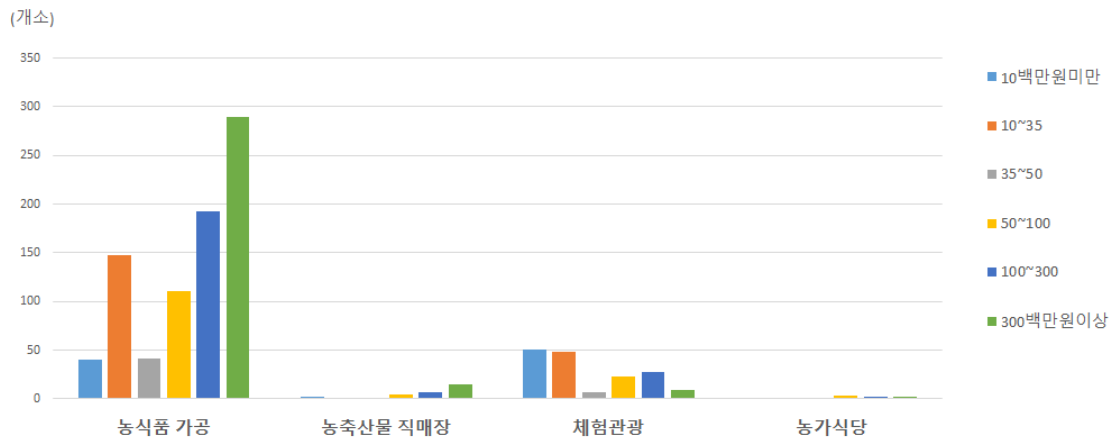


그림 64. 6차산업유형과 매출 상관관계 비교(농업법인)

시사점

- ➔ 농업법인의 인증기준 충족률은 71.7%이고 연간 매출 1억원 이상의 법인은 53.1%를 차지함.
- ➔ 농업법인은 농·식품가공, 농축산물 직매장, 농가식당에서 강점을 가지고 있으며, 체험관광 분야만 상대적으로 성과가 미흡함.

4) 창업연수와 매출 상관관계

- 농업법인은 3년 이하의 창업경영체수가 479개소(36.9%), 4~5년차가 567개소(43.7%), 6~7년차가 252개소(19.4%)로 5년 이내의 창업경영체 비중이 높음.
- 농업법인은 6차산업 매출이 1억원 미만에서는 창업연수와 매출 간에 뚜렷한 상관관계를 찾을 수 없으나, 1억원 이상에서는 창업연수가 늘어날수록 뚜렷하게 법인체수가 증가함.
- 농업법인은 연간 매출액 1억원을 기점으로 성장을 한다고 예측할 수 있으며, 따라서 6차산업 농업법인은 1억원 이상을 기준으로 하여 핵심성과지표(KPI)를 설정할 필요가 있음.

표 82. 창업연수와 매출 상관관계(농업법인)

[단위: 개소]

창업연수	1000만원 미만	1000 ~3500	3500 ~5000	5000 ~1억원	1억원 ~3억원	3억원 이상	계
3년 이하	72	115	24	68	89	111	479
4~5년	25	44	15	52	84	95	567
6~7년	20	37	9	22	55	109	252

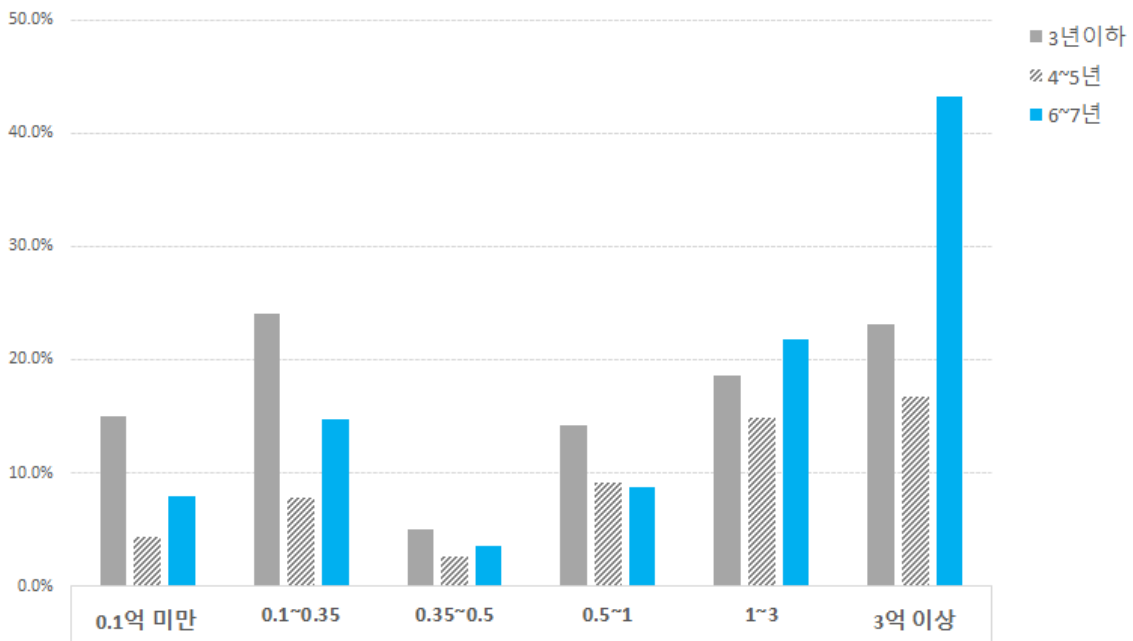


그림 65. 창업연수와 매출 상관관계 비교(농업법인)



- ▶ 농업법인의 6차산업(1차산업 제외) 매출액을 1억원 이상으로 상향조정할 필요가 있음.
- ▶ 6차산업 핵심성과지표(KPI)를 1억원 이상으로 재설정하고 지원정책을 재설계할 필요가 있을 것으로 판단됨.



5) 겸업/전업과 매출 상관관계

- 농업법인은 1차 농축산업을 영위하면서 2차·3차 산업을 겸업으로 하는 창업경영체가 421개소(40.2%), 2차·3차 산업만을 전문으로 하는 창업경영체는 625개소(59.8%)임.
- 농촌융·복합산업 인증기준을 충족하지 못하는 겸업 경영체가 143개소(34.0%), 충족하는 경영체가 278개소(66.0%)이며, 그 중 연간 매출 1억원 이상은 190개소(45.1%)임.
- 인증기준을 충족하지 못하는 전업 경영체가 170개소(27.2%), 충족하는 경영체가 455개소(72.8%)로 그 중 연간 매출 1억 원 이상은 353개소(56.5%)임.
- 따라서 겸업 농업법인보다 전업 농업법인의 6차산업 성과가 양호하게 나타나고 있음.

표 83. 겸업/전업과 매출 상관관계(농업법인)

[단위: 개소]

운영형태	1000만원 미만	1000 ~3500	3500 ~5000	5000 ~1억 원	1억 원 ~3억 원	3억 원 이상	계
겸업	57	86	23	65	87	103	421
전업	60	110	25	77	141	212	625
계	117	196	48	142	228	315	1,046

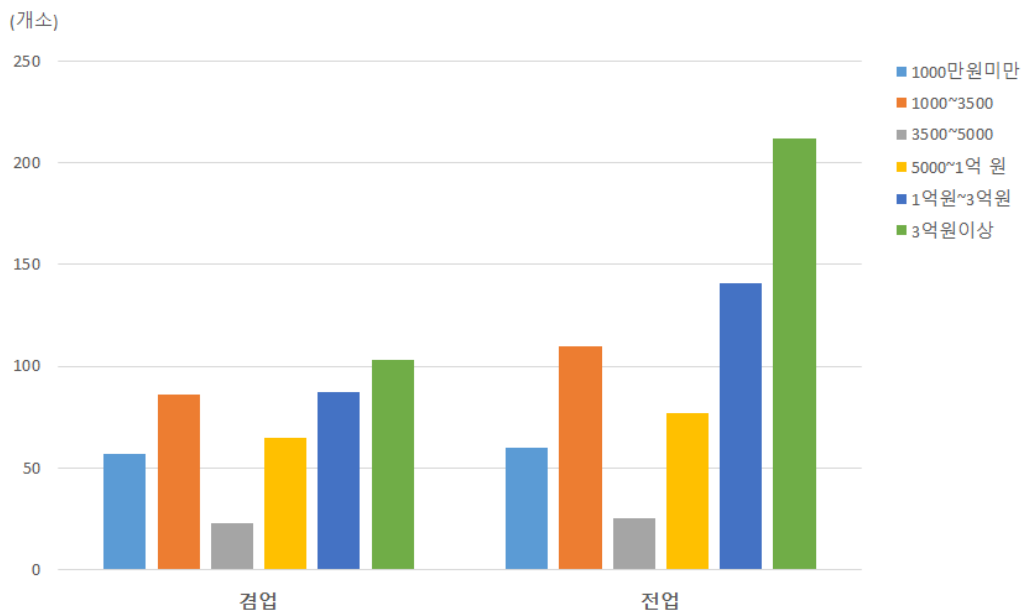


그림 66. 겸업/전업과 매출 상관관계 비교(농업법인)

시사점

- 겸업 농업법인보다 전업 농업법인의 외형적 성과가 우수함.
- 그러나 1차 농축산업을 영위하면서 6차산업을 경영하는 농업법인에 대한 육성 프로그램과 정책지원에 대한 방안이 강구될 필요가 있음.

6) 창업계기와 매출 상관관계

- 농업법인의 6차산업 창업계기는 ①새로운 소득창출(43.6%), ②정책지원사업(26.7%), ③가격하락 등 대응차원(14.3%), ④마을 공동사업(6.3%) 등의 순으로 나타남.
- 가격하락에 대응하기 위해 6차산업을 창업했다는 농업법인 중 인증기준에 미충족하는 경영체가 28.6%이며, 1억원 이상의 총족 경영체는 47.4%를 차지함.
- 정책지원사업으로 6차산업을 창업했다는 농업법인 중 인증기준 미충족 경영체가 25.0%이며, 1억원 이상의 총족 경영체가 57.7%를 차지함.
- 새로운 소득창출을 위해 6차산업을 창업했다는 농업법인 중 인증기준 미충족 경영체가 28.2%이며, 1억원 이상의 총족 경영체가 56.4%를 차지함.
- 따라서 농업법인은 새로운 소득창출과 정책지원사업에 따라 6차산업을 창업한 경우가 매출성고가 높게 나타나고 있음.

표 84. 창업계기와 매출 상관관계(농업법인)

[단위: 개소]

매출구간 (백만원)	가격하락 대응차원	후계자 농업경영	정책 지원사업	새로운 소득창출	마을 공동사업	판로 확보	관계기관 권유/교육	계
~10	8	2	19	36	8	4	3	80
10~35	31	4	43	78	9	1	6	172
35~50	8	2	7	15	6	4	-	42
50~100	23	4	36	47	11	4	7	132
100~300	31	6	52	99	8	7	2	205
300~	32	8	91	129	16	8	12	296
계	133	26	248	404	58	28	30	927

시 사 점

- ➔ 농업법인에 대한 정책지원사업의 성과가 상대적으로 높은 편으로 판단됨.
- ➔ 농업법인이 6차산업에 참여하게 된 동기가 정책지원사업과 새로운 소득창출이므로 적극적인 정책홍보와 지원정책이 뒷받침되어야 할 것으로 보임.



7) 귀농여부와 매출 상관관계

- 농업법인의 대표자가 귀농한 경우가 344개로 32.9%를 차지하고 있고, 귀농하지 않은 경우가 702개 경영체로 67.1%를 차지하고 있음.
- 귀농하여 창업한 농업법인의 경우에는 인증기준 미충족 경영체가 36.3%, 충족 경영체가 63.7%이며, 이 중 연간 매출 1억원 이상의 경영체가 41.3%를 차지함.
- 귀농하지 않고 창업한 농업법인의 경우에는 인증기준 미충족 경영체가 26.8%, 충족 경영체가 73.2%이며, 이 중 연간 매출 1억원 이상의 경영체가 57.1%를 차지함.
- 귀농한 창업 농업법인보다는 귀농하지 않고 창업한 농업법인의 매출성과가 상대적으로 우수한 것으로 분석됨.

표 85. 귀농여부와 매출 상관관계(농업법인)

[단위: 개소]

귀농여부	1000만 원 미만	1000 ~3500	3500 ~5000	5000 ~1억 원	1억 원 ~3억 원	3억 원 이상	계
유	51	74	18	59	76	66	344
무	66	122	30	83	152	249	702
계	117	196	48	142	228	315	1,046

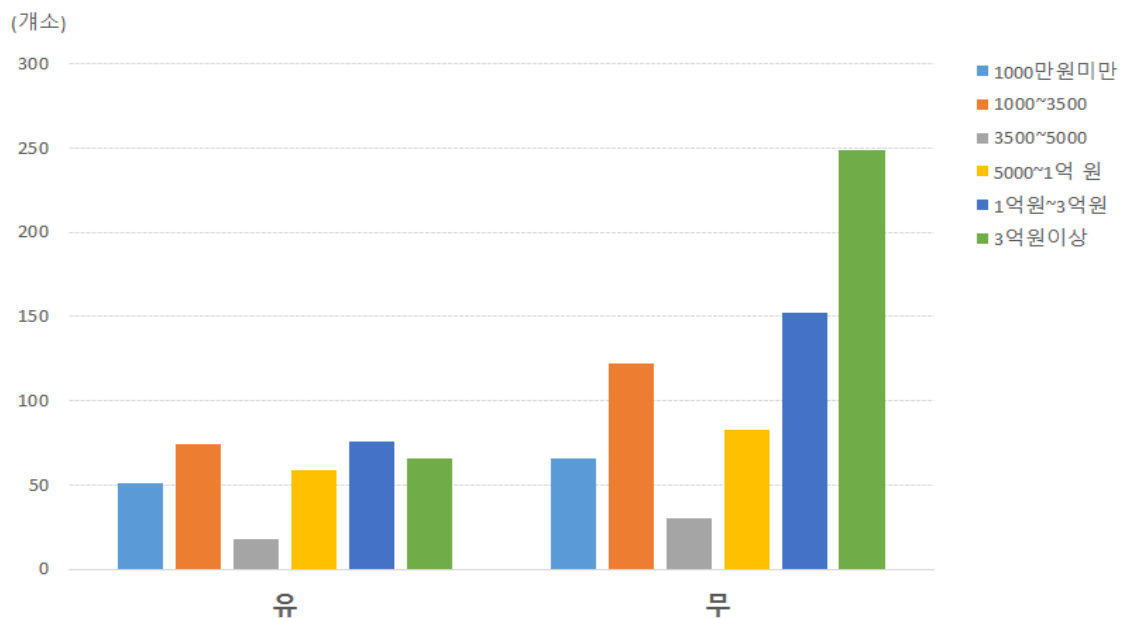


그림 67. 귀농여부와 매출 상관관계 비교(농업법인)

시사점

- ➔ 분석결과 귀농 농업법인보다 비귀농 농업법인의 매출성과가 상대적으로 양호함.
- ➔ 따라서 귀농 농업법인과 비귀농 농업법인에 대한 수요에 따라 맞춤형 지원정책이 요구됨.

8) 애로사항과 매출 상관관계

- 농업법인의 애로사항과 매출 간의 상관관계를 분석한 결과, 농업법인의 애로사항으로는 ①시설자금(28.1%), ②판로개척(28.0%), ③운영자금(22.5%), ④상품개발(8.1%), ⑤인허규제(5.7%) 등의 순임.
- 농촌 융·복합산업 인증기준으로 살펴보면 3대 애로사항(78.6% 비중)에 대한 미충족 경영체는 222개소로 22.5%를 차지하고 있고, 매출 1억원 이상의 충족 경영체는 412개소로 41.8%를 차지하고 있음.

표 86. 애로사항과 매출 상관관계(농업법인)

[단위: 개소]

매출구간 (백만원)	시설 자금	운영 자금	판로 개척	인허 규제	인력 확보	상품 개발	경영 능력	정책 정보	세무 회계	계
~10	40	19	26	10	2	10	4	-	-	111
10~35	45	33	59	12	12	12	3	1	5	182
35~50	9	6	21	4	1	4	-	-	1	46
50~100	38	32	35	10	5	6	3	2	-	131
100~300	59	56	56	12	5	15	3	2	2	210
300~	86	76	79	8	10	33	5	7	1	305
소 계	277	222	276	56	35	80	18	12	9	985

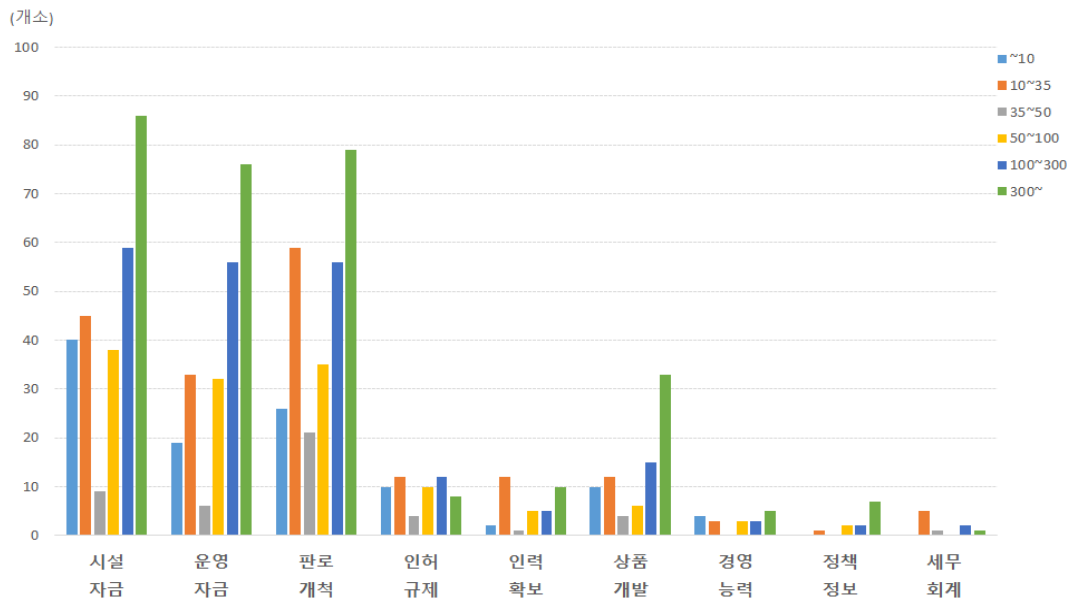


그림 68. 애로사항과 매출 상관관계 비교(농업법인)

시 사 점

- ➡ 농업법인의 3대 애로사항(시설자금, 운영자금, 판로개척) 비중이 전체 78.6% 차지함.
- ➡ 농업법인은 경영상황이 비교적 양호한 것으로 판단됨.



9) 영농경력과 매출 상관관계

- 농업법인은 영농경력이 길수록 매출도 신장되는 경향이 뚜렷하게 나타나고 있음.
- 인증기준 미충족 경영체는 29.6%를 차지하고 있고, 충족 경영체는 70.4%를 차지하고 있으며, 매출액 1억원 이상 경영체는 51.7%를 차지하고 있음.
- 영농경력으로는 20년 이상의 농업법인이 33.8%를 차지하고 있고, 5년 미만의 농업법인이 27.7%를 차지하고 있음.

표 87. 영농경력과 매출 상관관계(농업법인)

[단위: 개소]

영농경력	1000만원 미만	1000~3500	3500~5000	5000~1억 원	1억~3억 원	3억 원 이상	계
3년 미만	16	18	5	16	34	35	124
3~5년	12	27	8	27	33	36	143
5~10년	25	29	7	24	48	64	197
10~20년	15	32	7	25	33	62	174
20년 이상	39	72	17	45	66	87	326
계	107	178	44	137	214	284	964

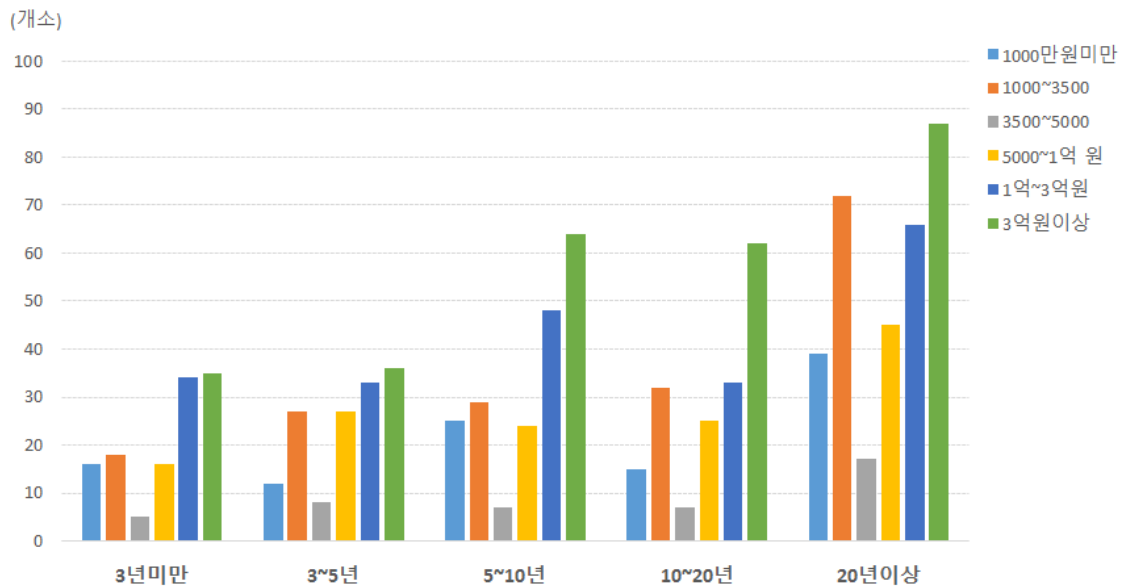


그림 69. 영농경력과 매출 상관관계 비교(농업법인)

시사점

- ➔ 농업법인은 대표자의 영농경력이 길수록 6차산업 성공률이 높아짐.
- ➔ 따라서 귀농귀촌 후 영농경력이 짧은 경영체에 대한 지원프로그램과 장기간 영농경력이 있는 경영체에 대한 지원이 차별화될 필요가 있음.

10) 농·식품 가공분야: 시설유형과 매출 상관관계

- 농업법인의 농·식품 가공시설 유형은 ①자가시설(81.2%), ②공동이용시설(13.6%), ③임대시설(4.9%)의 순이며, 농가보다 공동이용시설과 임대시설 비중이 상대적으로 높게 나타남.
- 자가시설을 가진 농업법인의 인증기준 미충족 비중은 19.1%이며, 매출 1억원 이상의 경영체는 63.1%를 차지함. 공동으로 시설을 이용하는 경영체 중 인증기준 미충족 경영체는 48.6%이며, 매출 1억원 이상의 경영체는 32.1%를 차지함. 임대시설을 이용하는 농업법인 중 인증기준 미충족 경영체는 10.3%이며, 매출 1억원 이상의 경영체는 66.7%를 차지함.

표 88. (농업법인)농·식품 가공분야 시설유형과 매출 상관관계

[단위: 개소]

매출구간	자가	공동	임대	기타	계
~1,000만원	24	14	-	-	38
1,000~3,500	101	39	4	-	144
3,500~5,000	33	6	2	-	41
5,000~10,000	83	15	7	-	105
10,000~30,000	168	13	9	-	190
30,000만원 이상	244	22	17	3	286
계	653	109	39	3	804

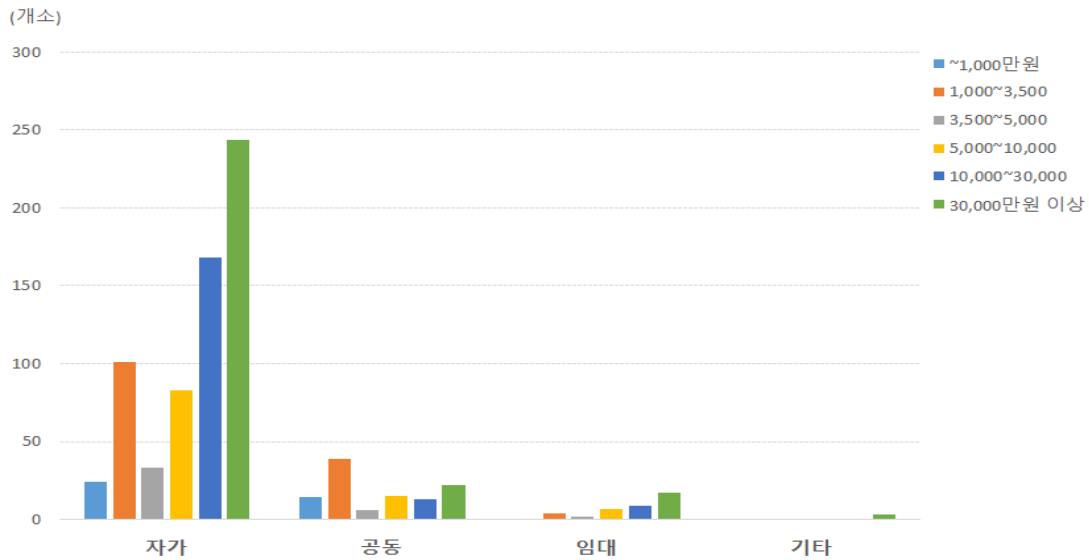


그림 70. (농업법인)농·식품 가공분야 시설유형과 매출 상관관계 비교



- 농업법인의 시설유형 중 임대시설의 매출성고가 가장 양호한 편이며, 공동이용시설보다는 자가시설 보유 농업법인의 성과가 우수한 편임.
- 따라서 농업법인에 대해서는 자가시설을 단계적으로 지원할 필요가 있음.



11) 농·식품 가공분야: 시설유형과 가동일수 상관관계

- 농·식품 가공분야 농업법인의 시설 연간 가동일수는 195.4일(53.5%)로, 인증기준 충족 경영체가 216.3일(59.3%), 미충족 경영체가 126.7일(34.7%)로 89.6일이 차이남.
- 시설유형에 따라 가동률은 ①임대시설(244.2일), ②자가시설(201.4일), ③공동이용시설(147.3일)의 순으로 나타나, 반드시 자가시설을 보유하는 것이 기업을 성장시키는 것은 아님을 알 수 있음. 따라서 재정여건과 상품유형에 따라 공동이용시설 또는 임대시설 등을 활용하는 것이 유리할 수 있음.

표 89. (농업법인)농·식품 가공분야 시설유형과 가동일수 상관관계

[단위: 일/년]

인증기준	자가	공동	임대	기타	평균
충족	217.2	200.1	241.6	241.3	216.3
미충족	137.3	94.6	266.3	-	126.7
평균	201.4	147.3	244.2	241.3	195.4

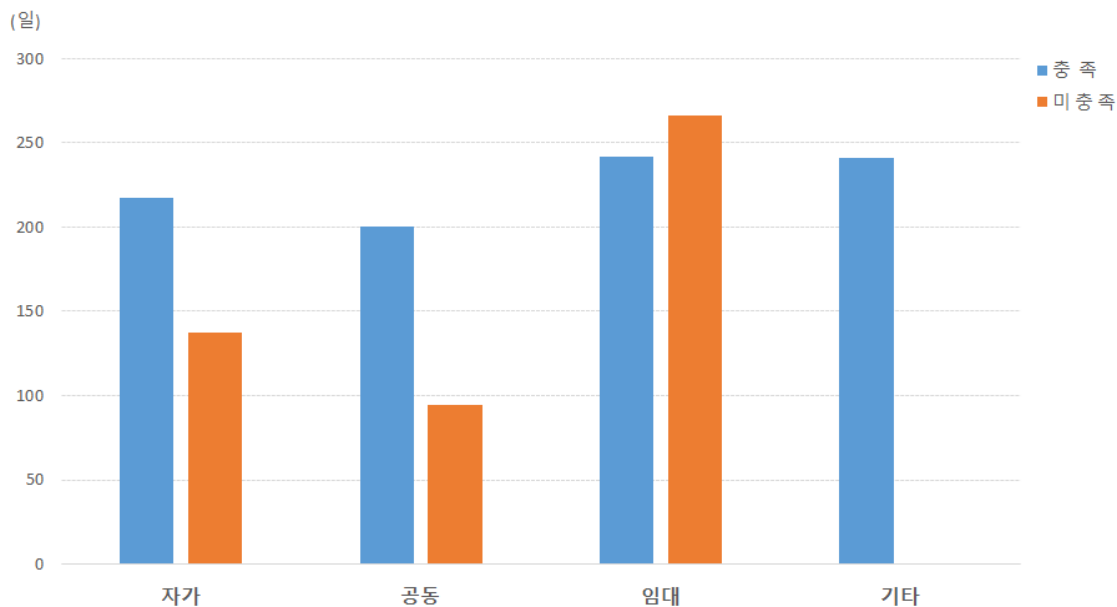


그림 71. (농업법인)농·식품 가공분야 시설유형과 가동일수 상관관계 비교

시사점

- ➔ 임대시설의 가동률이 가장 양호함.
- ➔ 농업법인의 재정여건 및 상품성격에 따라 공동이용시설 및 임대시설을 권장할 필요가 있음.

12) 농·식품가공분야: 판매처와 인증기준 충족여부 상관관계

- 농업법인의 판매처는 ①온라인/홈쇼핑(34.6%), ②급식/외식산업(23.9%), ③대형유통업체(22.0%), ④직매장(17.3%)의 순으로 나타남.
- 인증기준 충족 농업법인과 미충족 농업법인 간의 판매처에 대한 뚜렷한 차이는 없음.

표 90. (농업법인)농·식품가공분야 판매처와 인증기준 충족 상관관계

[단위: 개소]

인증기준	급식/ 외식산업	대형 유통	직매장	온라인/ 홈쇼핑	수출	계
충족	133	120	80	177	10	520
미충족	15	16	27	37	3	98
계	148	136	107	214	13	618

1.25

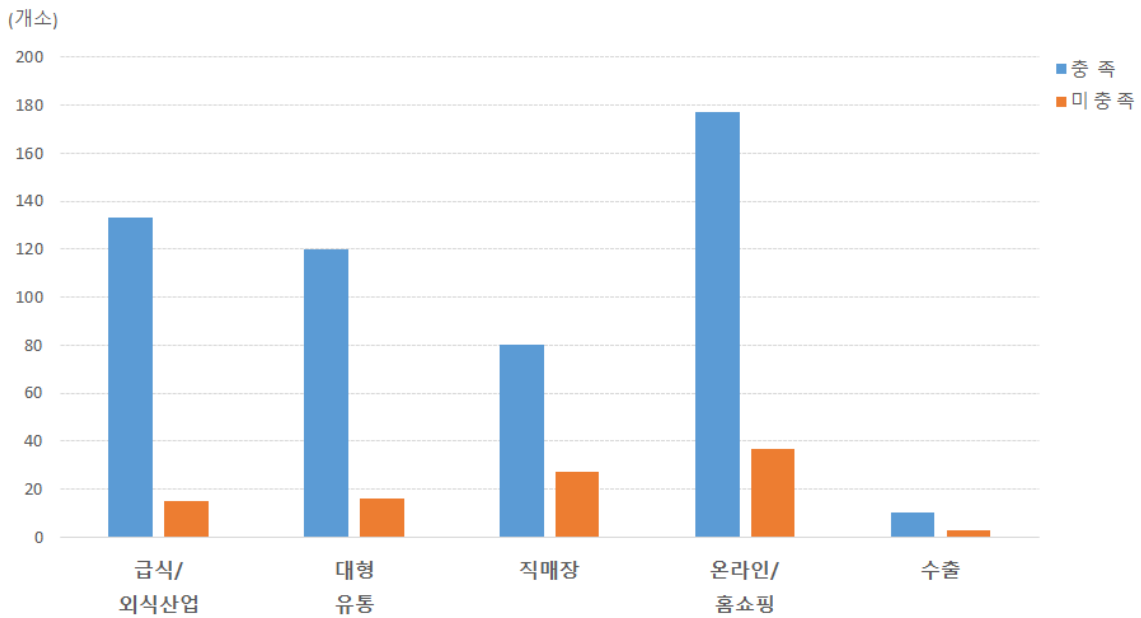


그림 72. (농업법인)농·식품가공분야 판매처와 인증기준 충족 상관관계 비교



- ➔ 판매처에 따른 농업법인의 인증기준 충족 여부에는 뚜렷한 차이점이 없음.
- ➔ 따라서 농업법인의 영업·마케팅 능력이 경영실적에 직접적인 영향을 주고 있는 것으로 판단됨.



13) 농·식품 가공분야: 시설유형과 만족도 상관관계

- 농·식품 가공분야 농업법인의 만족도는 ‘만족(43.4%)’, ‘보통(46.0%)’, ‘불만(10.6%)’으로 나타나 농가보다 만족도가 높은 것으로 분석됨.
- 시설운영별로 살펴보면 자가시설 만족(43.6%), 공동이용시설 만족(41.0%), 임대시설 만족(51.5%)으로 임대시설 이용 농업법인의 만족도가 가장 높게 나타남.

표 91. (농업법인)농·식품가공분야 시설유형과 만족도 상관관계

[단위: 개소]

구 분	매우만족	만족	보통	불만	매우불만	계
자 가	74	194	283	51	12	614
공 동	12	31	45	15	2	105
임 대	6	11	16	-	-	33
기 타	-	-	3	-	-	3
계	92	236	347	66	14	755

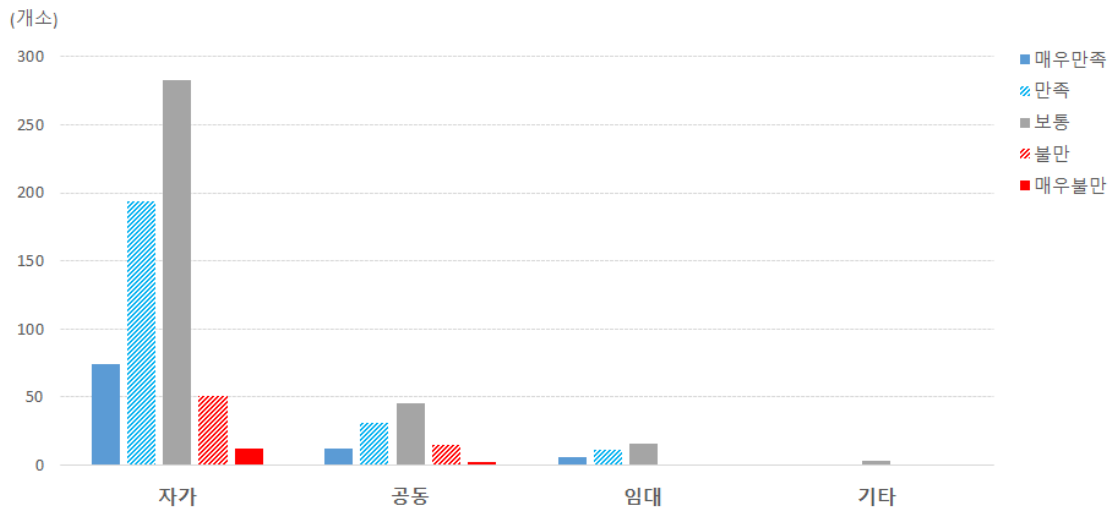


그림 73. (농업법인)농·식품가공분야 시설유형과 만족도 상관관계 비교

시 사 점

- ➔ 농업법인의 농·식품가공시설에 대한 직접적인 시설보조보다는 공동의 임대시설을 정책적으로 지원하여 농업법인의 경영적 부담을 덜어주고 어느 정도 성장궤도에 올랐을 때에 시설보조지원을 할 수 있는 체계 전환도 검토 필요.
- ➔ (초기)공동이용시설 지원 → (성장)임대시설 지원 → (안정적 성장)자가시설 지원

14) 농·식품 가공분야: 시설유형과 애로사항 상관관계

- 농·식품 가공분야 농업법인의 시설유형과 애로사항 간의 상관관계를 분석한 결과, 자가시설 농업법인은 ❶판로개척(29.8%), ❷시설자금(26.4%), ❸운영자금(24.6%), ❹상품개발(8.3%) 순으로 애로가 있는 것으로 나타남.
- 공동이용시설 농업법인은 ❶시설자금(31.4%), ❷판로개척(29.4%), ❸운영자금(18.6%), ❹인력확보(6.9%) 순으로 나타났으며, 임대시설 농업법인은 ❶판로개척(36.4%), ❷운영자금(27.3%), ❸시설자금(24.2%), ❹상품개발(9.1%) 순으로 나타남.

표 92. (농업법인)농·식품가공분야 시설유형과 애로사항 상관관계

[단위: 개소]

	시설 자금	운영 자금	판로 개척	인허 규제	인력 확보	상품 개발	경영 능력	정책 정보	세무 회계	계
자 가	163	152	184	27	18	51	7	10	5	617
공 동	32	19	30	4	7	5	1	2	2	102
임 대	8	9	12	1	-	3	-	-	-	33
기 타	-	2	1	-	-	-	-	-	-	3
계	203	182	227	32	25	59	8	12	7	755

(개소)

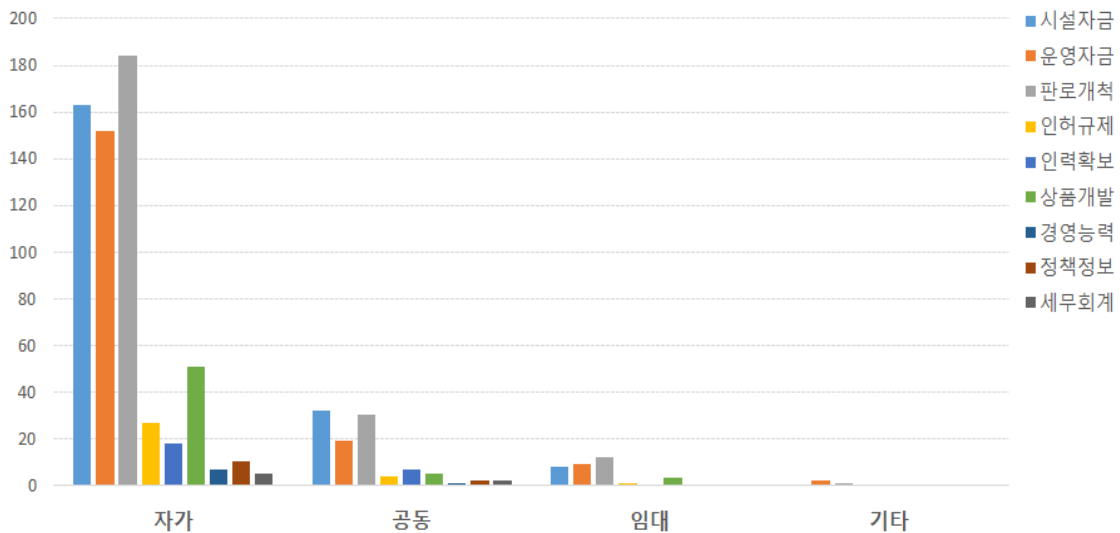


그림 74. (농업법인)농·식품가공분야 시설유형과 애로사항 상관관계 비교



- ➔ 임대시설 농업법인은 시설자금에 대한 애로가 상대적으로 낮음.
- ➔ 공동이용시설 농업법인은 시설자금에 대한 애로를 가장 크게 느끼고 있음.



15) 체험관광 분야: 방문자수와 매출 상관관계

- 체험관광 농업법인은 방문자수 2천명을 기준으로 매출에 있어 뚜렷한 특징이 나타나고 있음.
- 방문자수 2천명 미만의 경우 인증기준 미충족 농업법인은 50.0%를 차지하고 있고, 방문자수 2천명 이상에 연간 매출 1억원 이상의 농업법인은 12.5%를 차지하고 있음.

표 93. (농업법인)체험관광 분야 방문자수와 매출 상관관계

[단위: 개소]

판매구간 (백만원)	500명 미만	500~ 1천명	1~2 천명	2~3 천명	3~5 천명	5~7 천명	7천명 이상	계
~10	17	9	5	3	5	4	3	46
10~35	9	13	15	3	2	1	3	46
35~50	1	-	3	-	2	-	1	7
50~100	1	1	1	4	3	4	5	19
100~300	-	-	-	1	4	1	8	14
300~	-	-	1	1	-	2	-	4
계	28	23	25	12	16	12	20	136

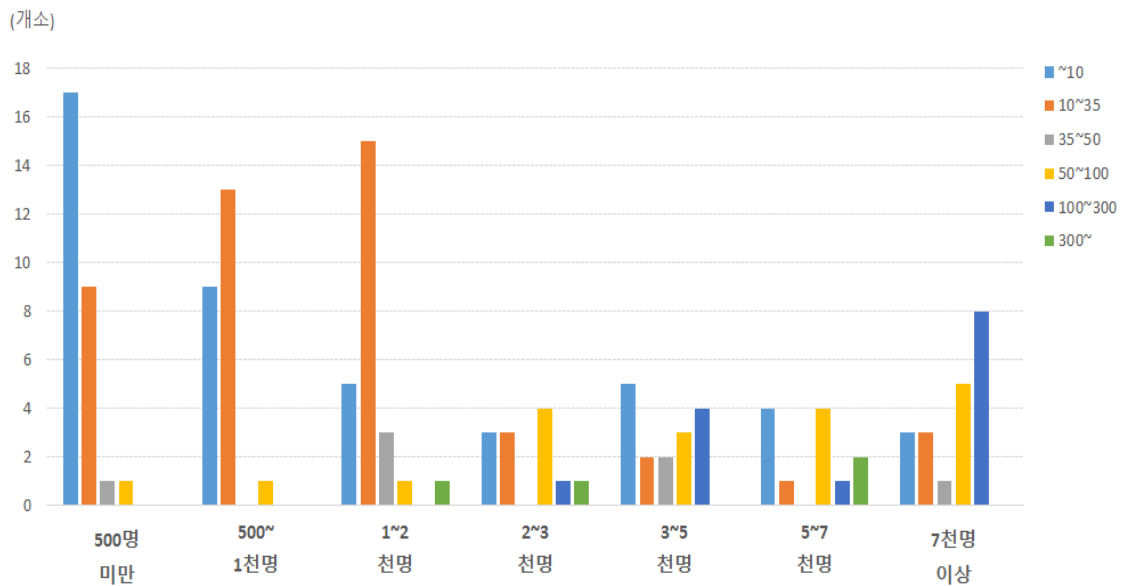


그림 75. (농업법인)체험관광 분야 방문자수와 매출 상관관계 비교

시 사 점

- ➔ 체험관광 농업법인의 최소 방문자수는 2천명을 기준으로 하는 것이 적절할 것으로 판단됨.
- ➔ 체험관광 농업법인은 방문자수 확대와 매출증대를 위한 차별화된 콘텐츠 개발, 홍보·마케팅에 대한 지원정책이 요구됨.

16) 체험관광 분야: 방문자수와 영업일수 상관관계

- 체험관광 농업법인의 인증기준 충족여부와 방문자수 간의 영업일수를 분석한 결과, 방문자수 2천명 미만의 미충족 농업법인의 연간 평균 영업일수는 132.8일(36.4%)이며, 방문자수 2천명 이상이면서 충족하는 농업법인의 연간 평균 영업일수는 228.0일(62.5%)로 나타남.

표 94. (농업법인)체험관광 분야 방문자수와 영업일수 상관관계

[단위: 일/년]

구 분	500명 미만	500~1천명	1~2천명	2~3천명	3~5천명	5~7천명	7천명 이상	평 균
충 족	185.0	60.0	221.0	133.3	255.6	249.3	273.9	253.4
미충족	70.0	158.6	169.8	165.8	157.5	180.0	288.3	158.2
평 균	78.5	154.3	180.0	149.6	216.3	220.4	278.3	196.7

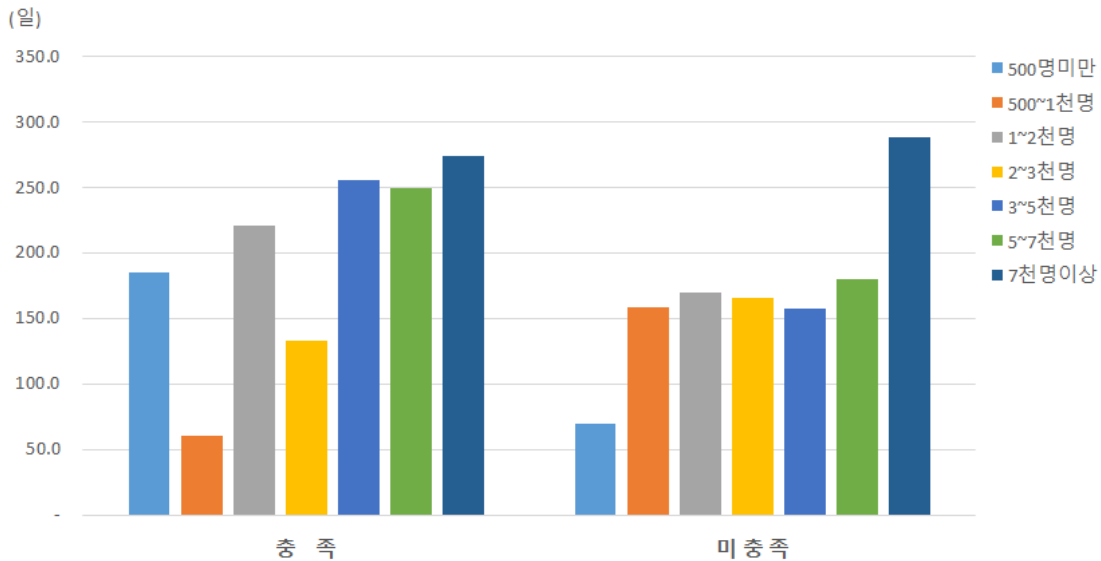


그림 76. (농업법인)체험관광 분야 방문자수와 영업일수 상관관계 비교

시 사 점

- 체험관광 농업법인의 핵심성과지표(KPI) 방문자수는 2천명 수준이 적정할 것으로 판단됨.
- 체험관광 농업법인의 핵심성과지표(KPI) 영업일수는 200일 수준이 적정할 것으로 판단됨.



17) 체험관광 분야: 방문자수와 만족도 상관관계

- 체험관광 농업법인의 방문자수와 만족도 상관관계를 분석하면, 2천명 미만 농업법인의 만족이 29.2%이고 불만의 비중은 23.6%임.
- 2천명 이상 농업법인은 만족이 41.4%, 불만이 20.7%로 나타나 방문자수 2천명 이상의 농업법인의 만족도가 상대적으로 양호함.

표 95. (농업법인)체험관광 분야 방문자수와 만족도 상관관계

[단위: 개소]

구 분	500명 미만	500~1천명	1~2천명	2~3천명	3~5천명	5~7천명	7천명 이상	계
매우 만족	-	-	1	1	-	-	4	6
만족	5	3	12	5	7	4	3	39
보통	13	13	8	2	6	6	8	56
불만	5	7	3	2	3	-	4	24
매우 불만	2	-	-	1	-	1	1	5
계	25	23	24	11	16	11	20	130

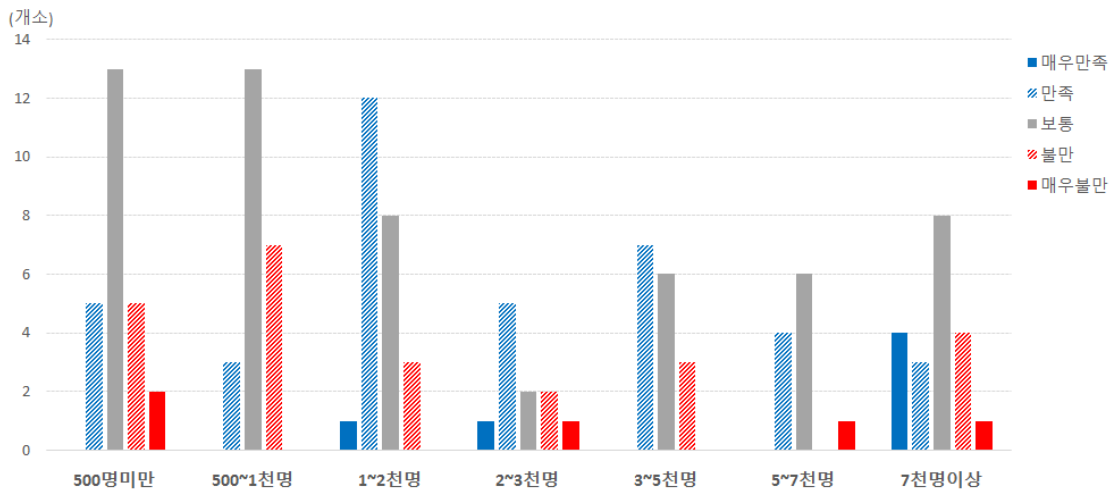


그림 77. (농업법인)체험관광 분야 방문자수와 만족도 상관관계 비교

시 사 점

▶ 체험관광 농업법인의 적정 최소 방문자수는 연간 2천명 이상을 목표로 설정하는 것이 타당할 것으로 판단됨.

18) 체험관광 분야: 방문자수와 애로사항 상관관계

- 체험관광 농업법인의 방문자수와 애로사항의 상관관계를 분석한 결과, 2천명 미만의 농업법인은 ①시설자금(29.6%), ②판로개척(28.2%), ③운영자금(14.1%), ④상품개발(11.3%) 순으로 나타남.
- 2천~5천명 미만의 농업법인은 ①시설자금(28.6%), ②판로개척(25.0%), ③인허규제(17.9%), ④경영능력(10.7%)의 순으로 나타남.
- 5천명 이상의 농업법인은 ①시설자금(40.6%), ②운영자금(25.0%), ③판로개척, 인력확보, 상품개발(각 9.4%)의 순으로 나타남.

표 96. (농업법인)체험관광 분야 방문자수와 애로사항 상관관계

[단위: 개소]

	시설 자금	운영 자금	판로 개척	인허 규제	인력 확보	상품 개발	경영 능력	정책 정보	세무 회계	계
2천명 미만	21	10	20	6	3	8	3	-	-	71
2~5천명	8	2	7	5	1	2	3	-	-	28
5천명 ~	13	8	3	2	3	3	-	-	-	32
계	42	20	30	13	7	13	6	0	0	131

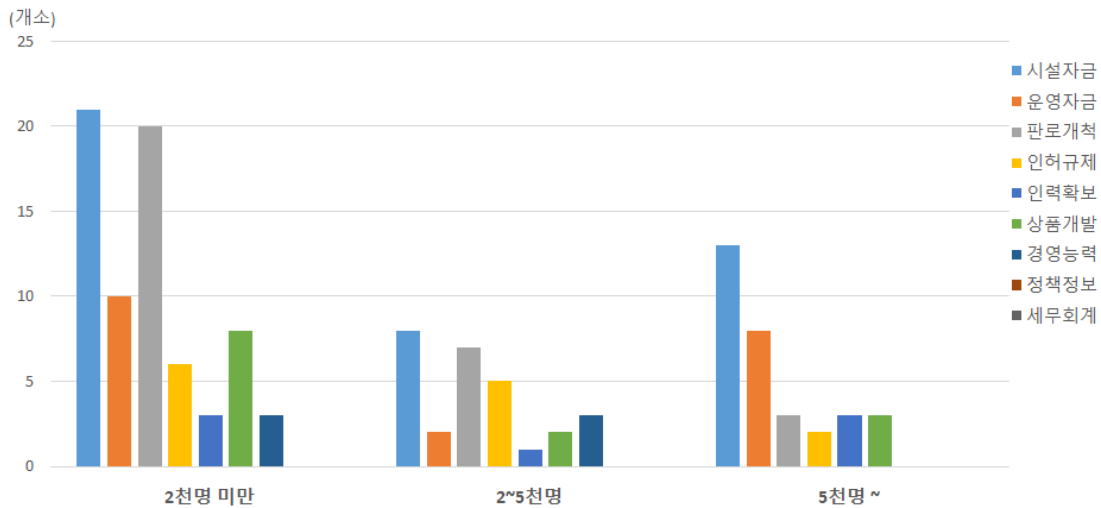


그림 78. (농업법인)체험관광 분야 방문자수와 애로사항 상관관계 비교



➤ 체험관광 농업법인은 연간 방문자수 2천명 미만(프로그램 개발 중심), 2천~5천명 미만(홍보/마케팅 중심), 5천명 이상(시설확충 중심)으로 구분하여 지원정책을 추진할 필요가 있음.



다. 마을공동체

1) 6차산업유형(업태/업종)

- 마을공동체는 ①체험관광(78.0%), ②농·식품 가공(15.9%), ③농축산물 직매장(2.8%), ④농가식당(0.5%)의 순으로 6차산업을 하고 있음.
- 인증기준으로 살펴보면 충족하는 마을공동체가 52.3%, 충족하지 못하는 마을공동체가 47.7%임.
- 마을공동체는 농·식품 가공, 체험관광, 농축산물 직매장 부문에서 전반적으로 저조한 인증기준 충족률을 나타내고 있음.

표 97. 6차산업유형에 따른 인증기준 충족현황(마을공동체)

[단위: 개소]

인증기준	농식품 가공	농축산물 직매장	체험 관광	농가 식당	소 멸	계
충 족	18	4	90	-	-	112
미 충 족	16	2	77	1	6	102
계	34	6	167	1	6	214

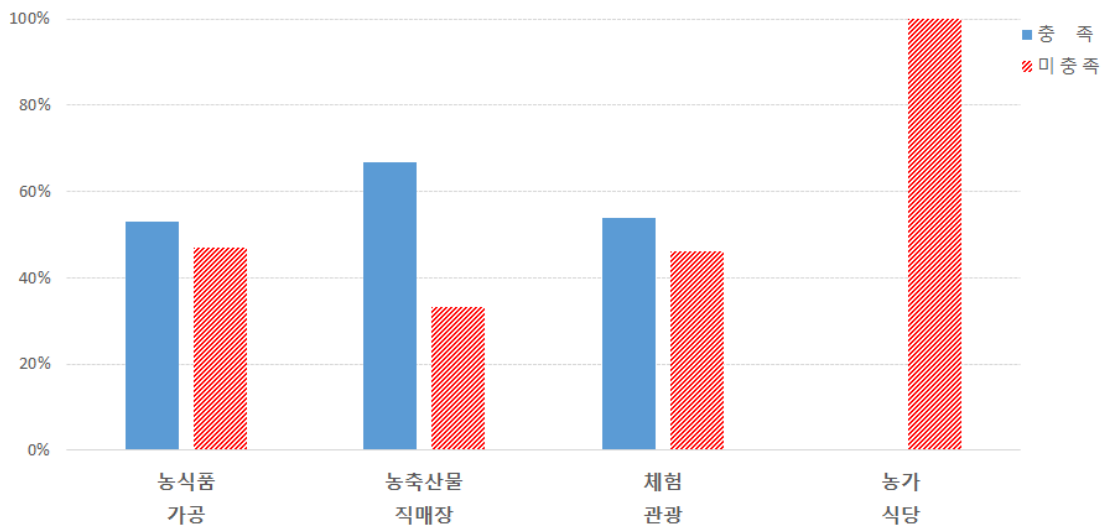


그림 79. 6차산업유형에 따른 인증기준 충족 비교(마을공동체)

시 사 점

- 마을공동체는 체험관광 분야에서 강점을 나타내고 있음.
- 마을공동체는 6차산업 성과가 전반적으로 저조한 것으로 나타나고 있음.

2) 창업연수/6차산업유형에 따른 연간매출 추이

- 마을공동체의 연간 평균 매출규모는 449백만 원으로 ①체험관광(538백만원), ②농축산물 직매장(91백만원), ③농·식품 가공(89백만원), ④농가식당(34백만원)의 순으로 나타남.
- 체험관광은 창업연수가 늘어날수록 뚜렷하게 성장추이를 보이는 반면에, 농·식품가공은 창업연수가 늘어나면서 연차별 편차가 심한 굴곡을 나타냄. 농축산물 직매장은 4년차까지 성장하다가 5년차 이후로 하락세가 두드러지는 경향을 나타내고 있음.

표 98. 창업연수/6차산업유형에 따른 연간매출추이(마을공동체)

[단위: 천원]

산업유형	1년차	2년차	3년차	4년차	5년차	6년차	7년차	평 균
평 균	20,223	60,049	76,781	157,467	81,146	79,838	5,048,120	449,742
가 공	100,000	86,500	31,857	36,000	91,818	93,750	159,833	89,676
식 당	-	-	-	-	-	-	34,000	34,000
직 매 장	14,100	127,000	120,000	142,000	20,000	-	-	91,683
체 험	9,701	49,627	86,468	160,579	79,666	76,909	9,341,100	538,403

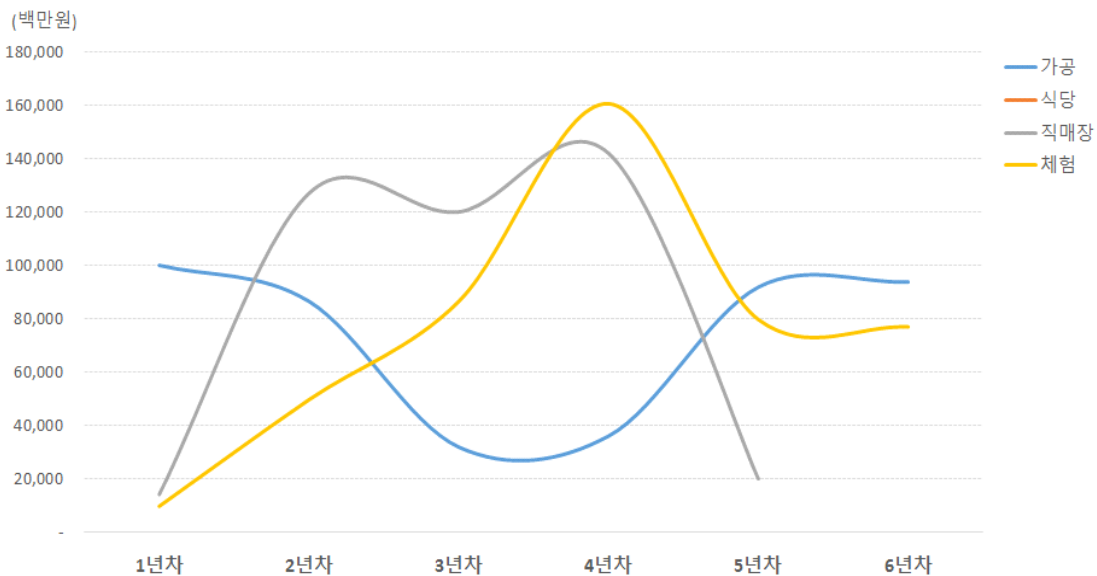


그림 80. 창업연수/6차산업유형에 따른 연간매출추이 비교(마을공동체)



▶ 마을공동체는 체험관광에 강점을 보이고 있으며, 향후 사업의 성과를 높이기 위해 농축산물 직매장과 농가식당 연계전략을 개발하여 다양한 서비스를 제공할 필요가 있음.



3) 6차산업 유형과 매출 상관관계

- 마을공동체의 사업 유형별로는 체험관광 분야에서 인증기준을 충족하지 못하는 공동체가 77개소(46.1%), 충족하는 공동체가 90개소(53.9%)이며, 이 중 연간 매출 1억원 이상의 공동체가 41개소(24.6%)임.
- 농·식품가공 분야에서 인증기준을 충족하지 못하는 공동체는 16개소(47.1%), 충족하는 공동체는 18개소(52.9%)이며, 이 중 연간 매출 1억원 이상의 공동체가 9개소(26.5%)임.
- 농축산물 직매장 분야에서 인증기준을 충족하지 못하는 공동체는 2개소(33.3%), 충족하는 공동체는 4개소(66.7%)임.

표 99. 6차산업 유형과 매출 상관관계(마을공동체)

[단위: 개소]

산업유형	10백만원 미만	10~35	35~50	50~100	100~300	300백만원 이상	계
농 식품 가공	2	14	4	5	5	4	34
농축산물직매장	-	2	-	-	4	-	6
체험관광	26	51	20	29	30	11	167
농가식당	-	1	-	-	-	-	1
계	28	68	24	34	39	15	208

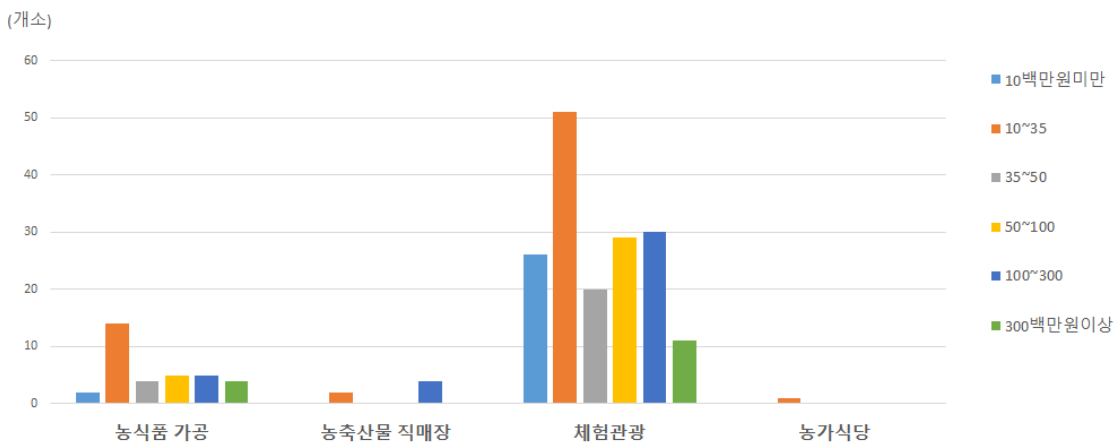


그림 81. 6차산업유형과 매출 상관관계 비교(마을공동체)

시사점

▶ 마을공동체는 체험관광 분야에서 강점을 보이고 있으나 잘 운영되는 곳과 미흡한 곳의 격차가 심해 부진한 마을공동체를 대상으로 한 교육/컨설팅 프로그램 지원이 요구됨.

4) 창업연수와 매출 상관관계

- 마을공동체는 3년 이하의 창업경영체수가 76개소(29.7%), 4~5년차가 138개소(53.9%), 6~7년차가 42개소(16.4%)로 5년 이내의 창업경영체 비중이 높음.
- 마을공동체는 창업연수와 매출 간의 상관관계가 뚜렷하지 않음.
- 이는 마을공동체의 산업유형이 '체험관광'이어서 창업연수가 아닌 콘텐츠와 프로그램, 인지도가 큰 영향을 미치고 있기 때문으로 판단됨.

표 100. 창업연수와 매출 상관관계(마을공동체)

[단위: 개소]

창업연수	1000만원 미만	1000 ~3500	3500 ~5000	5000 ~1억 원	1억 원 ~3억 원	3억 원 이상	계
3년 이하	14	27	9	9	15	2	76
4~5년	10	29	12	18	19	8	138
6~7년	10	12	3	7	5	5	42

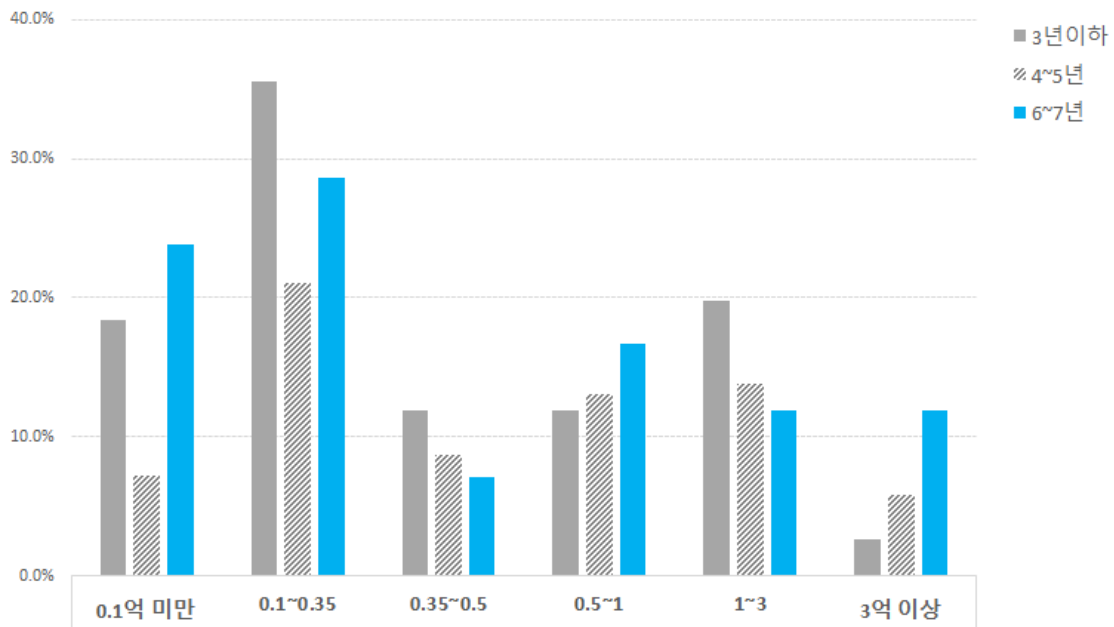


그림 82. 창업연수와 매출 상관관계 비교(마을공동체)



- 마을공동체의 6차산업(1차산업 제외) 매출액을 5천만원 이상으로 상향조정할 필요가 있음.
- 6차산업 핵심성과지표(KPI)를 5천만원 이상으로 재설정하고 지원정책을 재설계할 필요가 있을 것으로 판단됨.



5) 겸업/전업과 매출 상관관계

- 마을공동체는 1차 농축산업을 영위하면서 2차·3차 산업을 겸업으로 하는 창업경영체가 95개소(44.4%), 2차·3차 산업에만 전문으로 하는 창업경영체가 119개소(55.6%)임.
- 인증기준에 충족하지 못하는 겸업 경영체가 38개소(40.0%), 충족하는 경영체가 57개소(60.0%)로 그 중 연간 매출 1억원 이상은 29개소(30.5%)임.
- 인증기준에 충족하지 못하는 전업 경영체가 64개소(53.8%), 충족하는 경영체가 55개소(46.2%)로 그 중 연간 매출 1억원 이상은 25개소(21.0%)임.
- 따라서 전업 마을공동체보다 겸업 마을공동체의 6차산업 성과가 양호한 것으로 나타나고 있음.

표 101. 겸업/전업과 매출 상관관계(마을공동체)

[단위: 개소]

운영형태	1000만원 미만	1000 ~3500	3500 ~5000	5000 ~1억 원	1억 원 ~3억 원	3억 원 이상	계
겸업	16	22	12	16	21	8	95
전업	18	46	12	18	18	7	119
계	34	68	24	34	39	15	214

(개소)

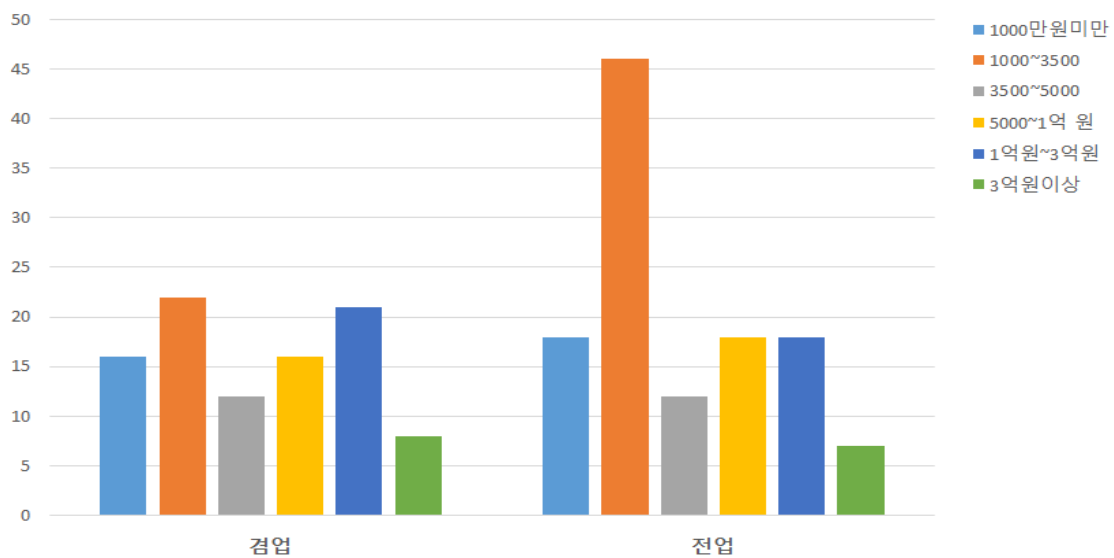


그림 83. 겸업/전업과 매출 상관관계 비교(마을공동체)

시사점

- 전업 마을공동체보다 겸업 마을공동체의 6차산업 외형적 성과가 우수함.
- 따라서 마을공동체는 농업·농촌의 특성을 살리고 마을활성화 차원에서 농축산업과 체험관광상품을 결합시키는 것이 사업적으로 양호한 성과를 나타냄.

6) 창업계기와 매출 상관관계

- 마을공동체의 6차산업 창업계기는 ①마을공동사업(32.5%), ②새로운 소득창출(27.2%), ③정책지원사업(18.8%), ④가격하락대응차원(14.7%) 등의 순으로 나타남.
- 마을공동사업으로 6차산업을 창업했다는 마을공동체의 인증기준 미충족 비중은 38.7%이며, 1억원 이상의 총족 경영체는 29.0%를 차지함.
- 새로운 소득창출을 위해 6차산업을 창업했다는 마을공동체의 인증기준 미충족 비중은 55.8%이며, 1억원 이상의 총족 경영체는 19.2%를 차지함.
- 정책지원 사업으로 6차산업을 창업했다는 마을공동체의 인증기준 미충족 비중은 36.1%이며, 1억원 이상의 총족 경영체는 36.1%를 차지함.
- 따라서 마을공동체는 정책지원사업과 마을공동사업을 계기로 창업한 경우의 매출성고가 다른 창업계기에 비해 상대적으로 높게 나타남.

표 102. 창업계기와 매출 상관관계(마을공동체)

[단위: 개소]

매출구간 (백만원)	가격하락 대응차원	후계자 농업경영	정책 지원사업	새로운 소득창출	마을 공동사업	판로 확보	관계기관 권유/교육	계
~10	3	-	6	9	5	-	-	23
10~35	9	1	7	20	19	1	5	62
35~50	5	1	6	5	7	-	-	24
50~100	7	1	4	8	13	-	-	33
100~300	4	2	9	6	13	1	-	35
300~	-	-	4	4	5	-	1	14
계	28	5	36	52	62	2	6	191

시 사 점

- ➔ 마을공동체에 대한 정책지원사업의 성과가 상대적으로 높은 편임.
- ➔ 마을공동체는 마을공동사업과 정책지원사업을 계기로 창업한 경우의 성과가 높기 때문에, 이와 연계한 정책홍보와 지원정책을 마련할 필요가 있음.



7) 귀농여부와 매출 상관관계

- 귀농여부에 있어 마을공동체 대표가 귀농한 경우는 58개 경영체로 27.1%, 귀농하지 않은 경우는 156개 경영체로 72.9%를 차지하고 있음.
- 귀농하여 창업한 마을공동체의 경우에는 인증기준 미충족 경영체가 63.8%, 충족 경영체가 36.2%로, 이 중 연간 매출 1억원 이상의 경영체가 13.8%를 차지함.
- 대표자가 귀농하지 않고 창업한 마을공동체의 경우에는 인증기준 미충족 경영체가 41.7%, 충족 경영체가 58.3%이며, 이 중 연간 매출 1억원 이상의 경영체가 29.5%를 차지함.
- 귀농한 마을공동체보다는 귀농하지 않고 창업한 마을공동체의 매출성고가 상대적으로 우수한 것으로 분석됨.

표 103. 귀농여부와 매출 상관관계(마을공동체)

[단위: 개소]

귀농여부	1000만 원 미만	1000 ~3500	3500 ~5000	5000 ~1억 원	1억 원 ~3억 원	3억원 이상	계
유	18	19	6	7	3	5	58
무	16	49	18	27	36	10	156
계	34	68	24	34	39	15	214

(개소)

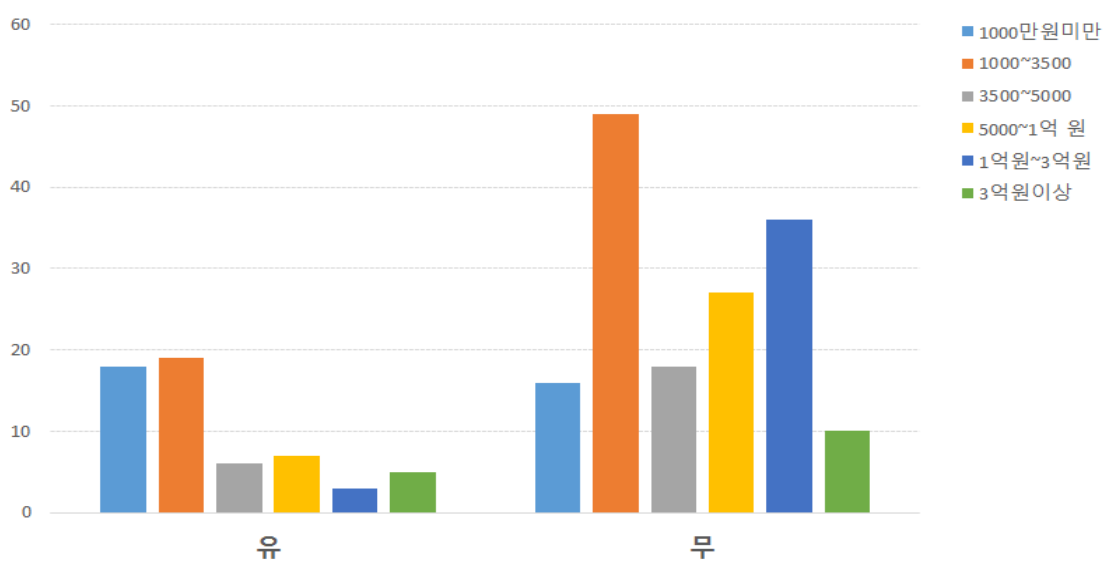


그림 84. 귀농여부와 매출 상관관계 비교(마을공동체)

시 사 점

➔ 분석결과 대표자가 귀농한 마을공동체보다 비귀농 마을공동체의 매출성고가 높게 나타남.

8) 애로사항과 매출 상관관계

- 마을공동체의 애로사항과 매출 간의 상관관계를 분석한 결과, 마을공동체의 애로사항으로는 ①판로개척(26.7%), ②운영자금(23.8%), ③시설자금(19.8%), ④상품개발(14.4%) 등의 순임.
- 인증기준으로 살펴보면 3대 애로사항(70.3%)에 대한 미충족 경영체는 65개소로 32.2%를 차지하고 있고, 매출 1억원 이상의 경영체는 34개소로 16.8%를 차지하고 있음.

표 104. 애로사항과 매출 상관관계(마을공동체)

[단위: 개소]

매출구간 (백만원)	시설 자금	운영 자금	판로 개척	인허 규제	인력 확보	상품 개발	경영 능력	정책 정보	세무 회계	계
~10	12	4	6	3	2	3	2	-	-	32
10~35	13	13	17	3	2	12	2	2	-	64
35~50	2	10	8	-	-	3	-	1	-	24
50~100	5	8	10	1	1	6	-	2	-	33
100~300	7	9	10	2	2	4	1	1	-	36
300~	1	4	3	-	1	1	1	-	2	13
소 계	40	48	54	9	8	29	6	6	2	202

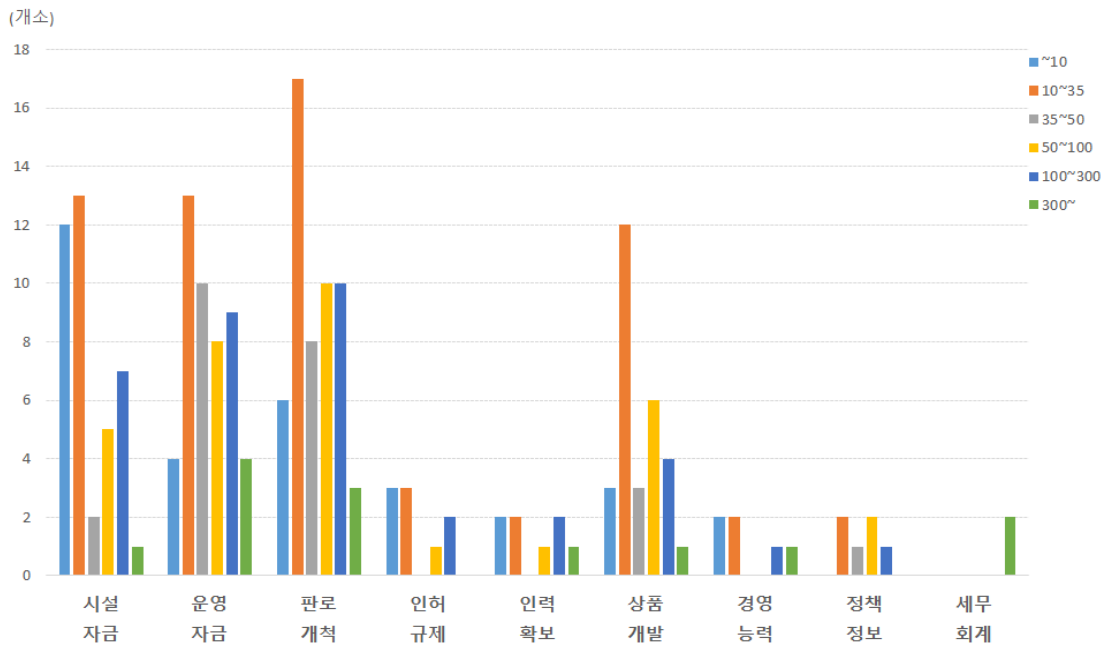


그림 85. 애로사항과 매출 상관관계 비교(마을공동체)

시 사 점

▶ 마을공동체의 3대 애로사항(시설자금, 운영자금, 판로개척) 비중이 전체 70.3%를 차지함.



9) 영농경력과 매출 상관관계

- 마을공동체는 영농경력이 길수록 매출도 신장되는 비교적 뚜렷한 경향을 보임.
- 인증기준으로 판단할 때, 미충족 경영체는 47.4%를 차지하고 있고 충족 경영체는 52.6%를 차지하고 있으며, 그 중 매출 1억원 이상 경영체는 25.4%를 차지하고 있음.
- 대표자의 영농경력이 20년 이상인 마을공동체가 64.1%를 차지하고 있고, 5년 미만의 마을공동체는 12.9%를 차지하고 있음.

표 105. 영농경력과 매출 상관관계(마을공동체)

[단위: 개소]

영농경력	1000만원 미만	1000~3500	3500~5000	5000~1억 원	1억~3억 원	3억 원 이상	계
3년 미만	5	5	1	-	4	-	15
3~5년	3	7	-	2	-	-	12
5~10년	6	5	2	1	2	2	18
10~20년	4	12	4	3	3	4	30
20년 이상	15	37	16	28	29	9	134
계	33	66	23	34	38	15	209

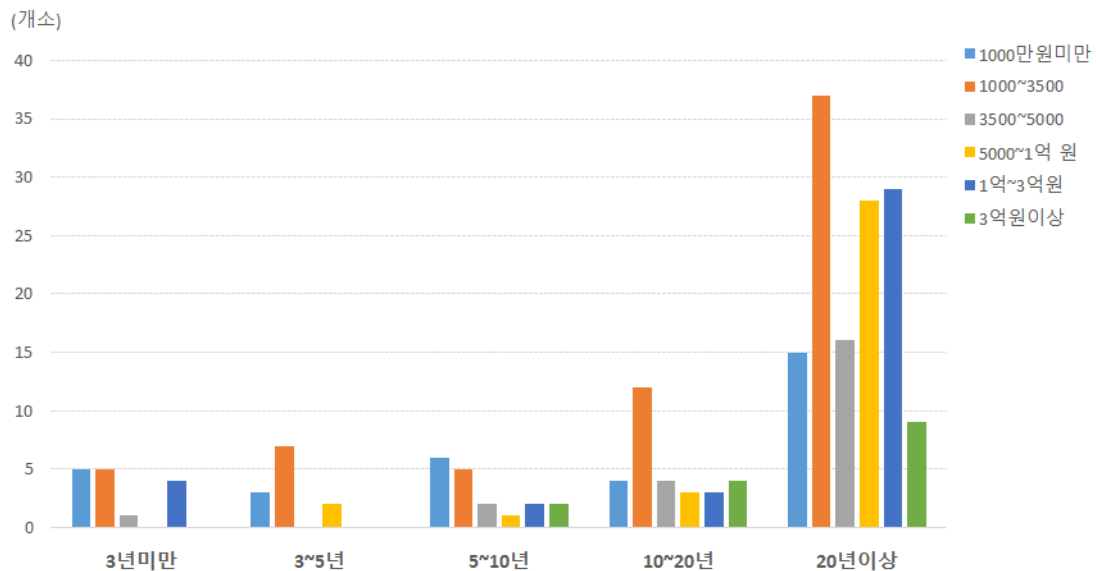


그림 86. 영농경력과 매출 상관관계 비교(마을공동체)

시 사 점

→ 분석결과 대표자의 영농경력이 길수록 6차산업 성공률이 높아짐.

10) 농·식품 가공분야: 시설유형과 매출 상관관계

- 마을공동체의 농·식품 가공시설 유형은 ①자가시설(52.9%), ②공동이용시설(47.1%)로, 공동이용시설 비중이 타 유형에 비해 상대적으로 높게 나타남.
- 자가시설을 이용하는 마을공동체의 인증기준 미충족 비중은 44.4%이며, 매출 1억원 이상의 경영체는 38.9%를 차지함. 이용시설을 공동으로 사용하는 마을공동체의 경우 인증기준 미충족 비중은 50.0%, 매출 1억원 이상 경영체는 12.5%를 차지함.

표 106. (마을공동체)농·식품 가공분야 시설유형과 매출 상관관계

[단위: 개소]

매출구간	자가	공동	임대	기타	계
~1,000만원	-	2	-	-	2
1,000~3,500	8	6	-	-	14
3,500~5,000	1	3	-	-	4
5,000~10,000	2	3	-	-	5
10,000~30,000	4	1	-	-	5
30,000만원 이상	3	1	-	-	4
계	18	16	0	0	34

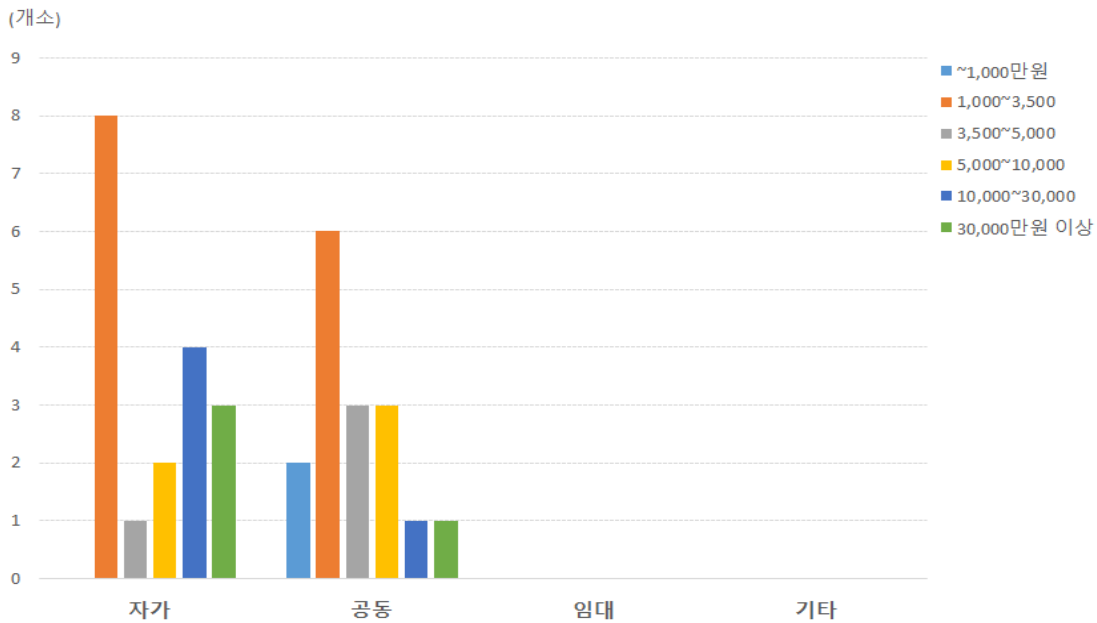


그림 87. (마을공동체)농·식품 가공분야 시설유형과 매출 상관관계 비교

시사점

- ➔ 마을공동체의 공동이용시설 비중이 높음.
- ➔ 따라서 마을공동체의 공동이용시설을 활용한 농·식품가공 육성 정책이 요구됨.



11) 농·식품 가공분야: 시설유형과 가동일수 상관관계

- 마을공동체의 농·식품가공시설의 연간 가동일수는 180.1일(49.3%)로 인증기준 충족 경영체가 242.6일(66.5%), 미충족 경영체가 109.1일(30.0%)로 133.5일이 차이남.
- 시설유형에 따라 가동률은 ①자가시설(223.6일), ②공동이용시설(130.7일)로 공동이용시설의 가동률을 끌어올릴 수 있는 지원정책과 활성화 대책이 요구됨.

표 107. (마을공동체)농·식품 가공분야 시설유형과 가동일수 상관관계

[단위: 일/년]

인증기준	자가	공동	임대	기타	평균
충족	281	187.9	-	-	242.6
미충족	141.7	80.6	-	-	109.1
평균	223.6	130.7	-	-	180.1

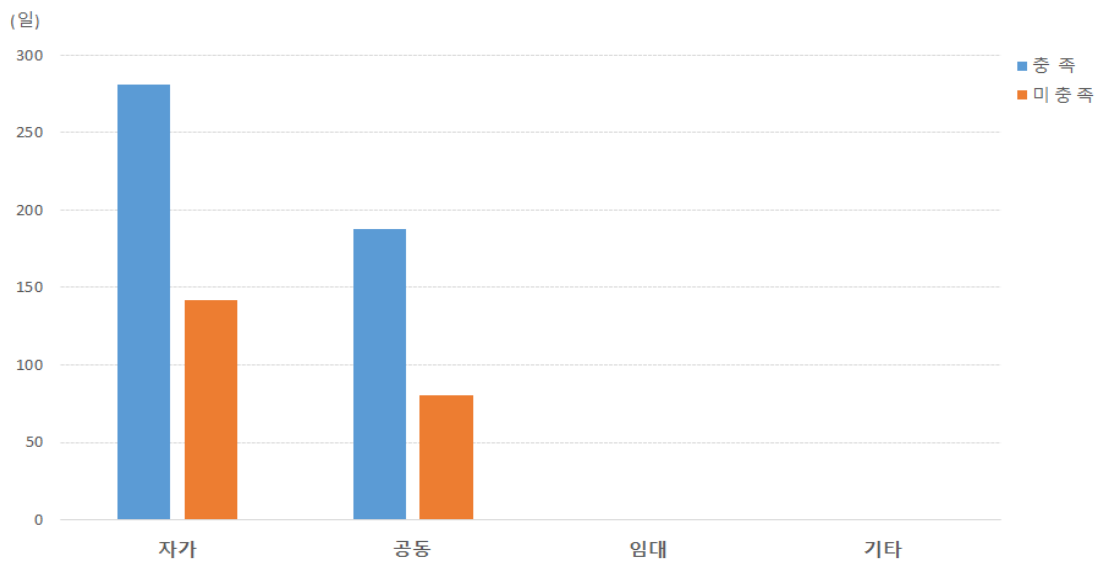


그림 88. 마을공동체)농·식품 가공분야 시설유형과 가동일수 상관관계 비교

시사점

- ➔ 마을공동체의 농·식품 가공공장 가동률은 낮은 것으로 나타남.
- ➔ 마을공동체의 재정여건 및 상품성격에 따라 공동이용시설을 권장할 필요가 있음.

12) 농·식품 가공분야: 판매처와 인증기준 충족여부 상관관계

- 마을공동체의 판매처는 ①온라인/홈쇼핑(40.0%), ②농축산물 직매장(35.0%), ③급식/외식산업(20.0%), ④대형유통업체(5.0%)의 순으로 나타남.
- 인증기준 충족 마을공동체와 미충족 마을공동체 간의 판매처에 대한 뚜렷한 차이는 없음.

표 108. (마을공동체)농·식품 가공분야 판매처와 인증기준 충족 상관관계

[단위: 개소]

구 분	급식/ 외식산업	대형 유통	직매장	온라인/ 홈쇼핑	수출	계
충족	4	-	4	3	-	11
미충족	-	1	3	5	-	9
계	4	1	7	8	0	20

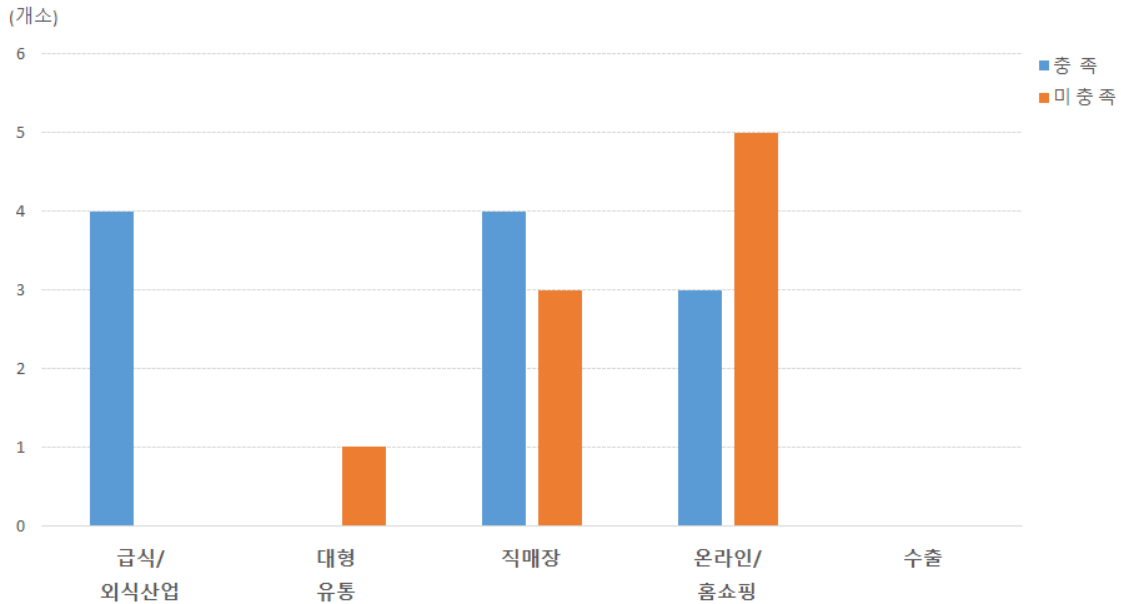


그림 89. (마을공동체)농·식품 가공분야 판매처와 인증기준 충족 상관관계 비교

시사점

- 판매처에 따른 마을공동체의 뚜렷한 차이는 없음.
- 오히려 마을공동체의 영업·마케팅 능력이 경영실적에 직접적인 영향을 주고 있는 것으로 판단됨.



13) 농·식품 가공분야: 시설유형과 만족도 상관관계

- 농·식품가공분야 마을공동체의 만족도는 ‘만족(34.4%)’, ‘보통(53.1%)’, ‘불만(12.5%)’으로 나타나 만족도가 높지 않은 편임.
- 시설운영별로 살펴보면 자가시설 만족수준 29.4%, 공동이용시설 만족수준 40.0%로, 공동시설 이용 마을공동체의 만족도가 상대적으로 높게 나타나고 있음.

표 109. (마을공동체)농·식품 가공분야 시설유형과 만족도 상관관계

[단위: 개소]

구 분	매우만족	만족	보통	불만	매우불만	계
자 가	2	3	9	3	-	17
공 동	3	3	8	1	-	15
임 대	-	-	-	-	-	0
기 타	-	-	-	-	-	0
계	5	6	17	4	0	32

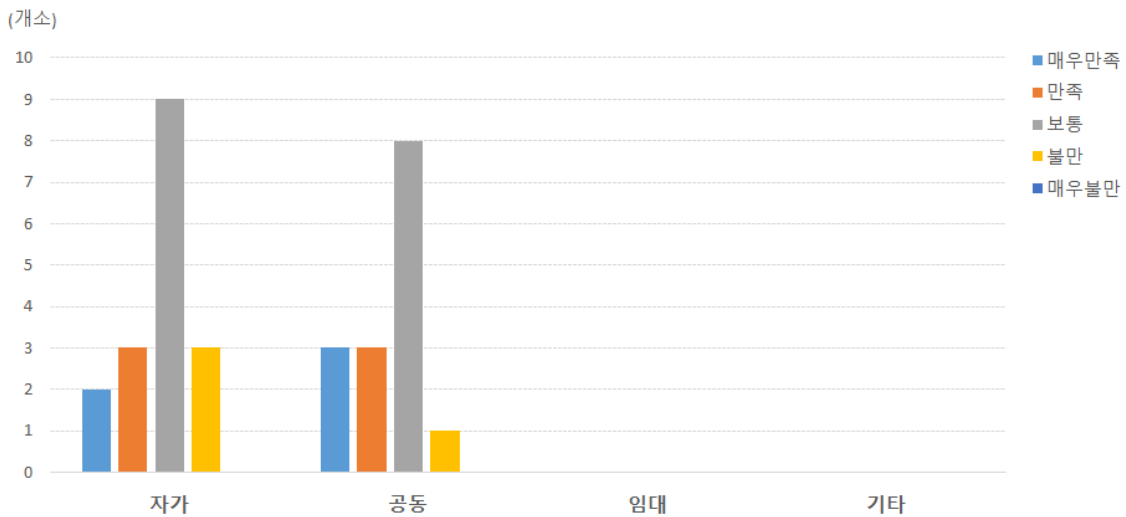
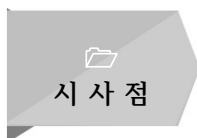


그림 90. (마을공동체)농·식품 가공분야 시설유형과 만족도 상관관계 비교



▶ 마을공동체의 농·식품 가공시설에 대한 직접적인 시설보조보다는 공동이용시설을 정책적으로 지원하여 마을공동체의 경영적 부담을 덜어주고, 일정의 성장궤도에 올랐을 때에 시설보조를 할 수 있는 지원체계 전환도 필요.

14) 농·식품 가공분야: 시설유형과 애로사항 상관관계

- 농·식품 가공분야 마을공동체의 시설유형과 애로사항 간의 상관관계를 분석한 결과, 자가시설 마을공동체는 ❶판로개척(43.8%), ❷시설자금(18.9%), ❸운영자금(12.5%), ❹상품개발(12.5%) 순으로 애로사항 비중이 높게 나타남.
- 공동이용시설 마을공동체는 ❶판로개척(46.7%), ❷운영자금(26.7%), ❸시설자금(20.0%) 순으로 애로가 많은 것으로 나타남.

표 110. (마을공동체)농·식품 가공분야 시설유형과 애로사항 상관관계

[단위: 개소]

	시설 자금	운영 자금	판로 개척	인허 규제	인력 확보	상품 개발	경영 능력	정책 정보	세무 회계	계
자 가	3	2	7	1	1	2	-	-	-	16
공 동	3	4	7	-	1	-	-	-	-	15
임 대	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
기 타	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
계	6	6	14	1	2	2	0	0	0	31

(개소)

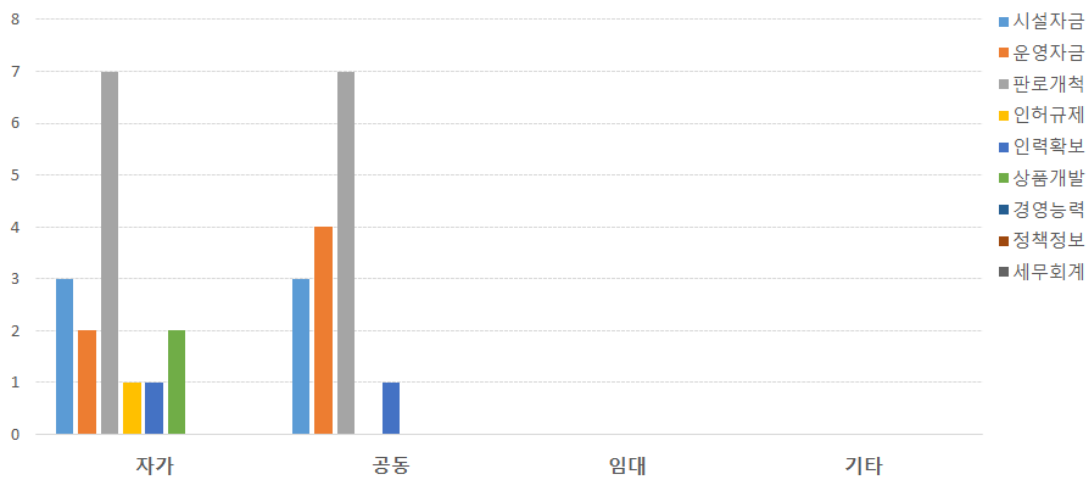


그림 91. (마을공동체)농·식품 가공분야 시설유형과 애로사항 상관관계 비교

시 사 점

- ➔ 농·식품 가공분야의 마을공동체의 가장 큰 애로사항은 판로개척으로 나타남.
- ➔ 따라서 마을공동체의 농·식품 가공분야와 직매장(로컬푸드) 연계전략이 요구됨.



15) 체험관광 분야: 방문자수와 매출 상관관계

- 체험관광 마을공동체는 방문자수 3천명을 기준으로 뚜렷한 매출 특징을 나타내고 있음.
- 방문자수 3천명 미만, 미충족 마을공동체는 40.7%를 차지하고 있고, 방문자수 3천명 이상에 연간 매출 1억원 이상 마을공동체는 17.3%를 차지하고 있음.

표 111. (마을공동체)체험관광 분야 방문자수와 매출 상관관계

[단위: 개소]

판매구간 (백만원)	500명 미만	500~ 1천명	1~2 천명	2~3 천명	3~5 천명	5~7 천명	7천명 이상	계
~10	9	2	7	4	1	2	-	25
10~35	6	7	13	13	6	1	4	50
35~50	-	1	6	3	5	-	3	18
50~100	1	3	2	3	7	6	4	26
100~300	1	-	1	1	6	6	7	22
300~	-	-	1	1	4	1	2	9
계	17	13	30	25	29	16	20	150

(개소)

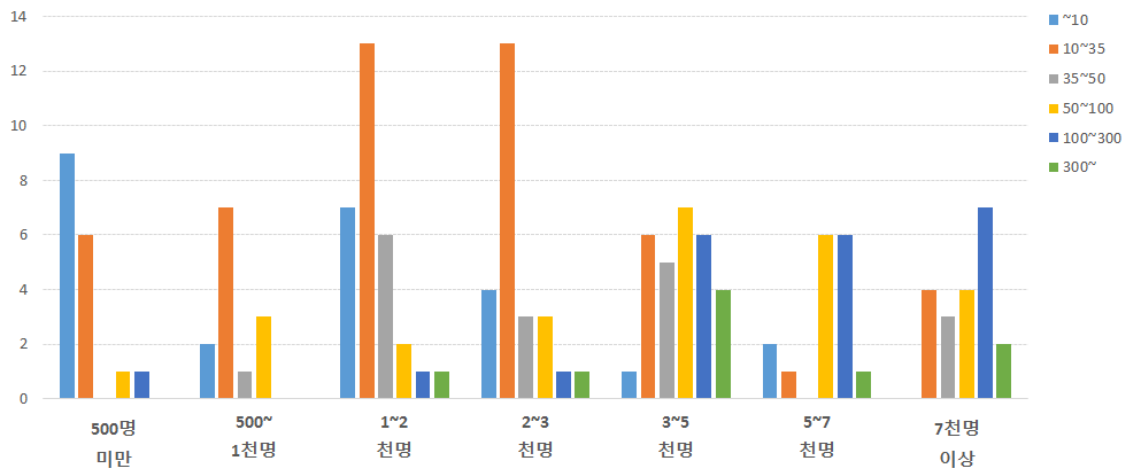


그림 92. (마을공동체)체험관광 분야 방문자수와 매출 상관관계 비교

시 사 점

- 체험관광 마을공동체의 적정 최소 방문자수는 3천명을 기준으로 하는 것이 적절할 것으로 판단됨.
- 체험관광 마을공동체는 방문자수 확대와 매출증대를 위한 차별화된 콘텐츠 개발과 홍보·마케팅에 대한 지원정책이 요구됨.

16) 체험관광 분야: 방문자수와 영업일수 상관관계

- 체험관광 마을공동체의 인증기준 충족여부와 방문자수 간의 영업일수를 분석한 결과, 3천명 미만이면서 미충족 마을공동체의 연간 평균 영업일수는 159.2일(43.6%)이며, 3천명 이상이면서 인증기준을 충족하는 마을공동체의 연간 평균 영업일수는 182.1일(49.9%)로 나타남.
- 체험관광 마을공동체의 방문자수와 영업일수 간에는 뚜렷한 상관관계가 없음.

표 112. (마을공동체)체험관광 분야 방문자수와 영업일수 상관관계

[단위: 일/년]

인증기준	500명 미만	500~1천명	1~2천명	2~3천명	3~5천명	5~7천명	7천명 이상	평균
충족	315.0	221.3	156.1	244.4	151.9	189.0	205.4	201.6
미충족	126.5	154.4	188.0	167.9	170.7	220.0	198.7	169.3
평균	148.6	175.0	177.4	192.4	156.4	194.8	204.4	186.8

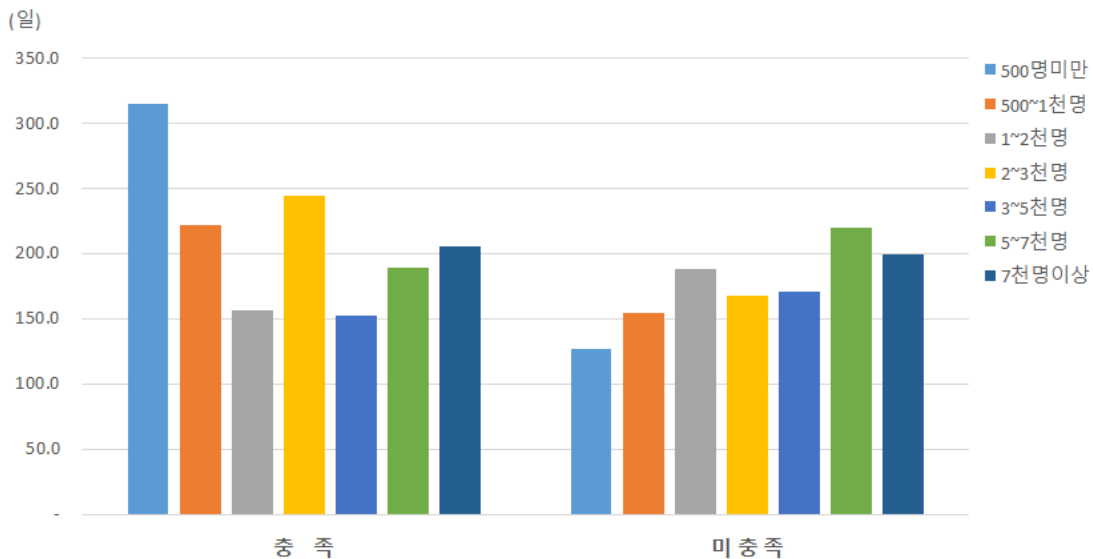


그림 93. (마을공동체)체험관광 분야 방문자수와 인증기준 충족 상관관계 비교

시사점

- 체험관광 마을공동체의 핵심성과지표(KPI) 방문자수는 3천명 수준이 적정할 것으로 판단됨.
- 체험관광 마을공동체의 핵심성과지표(KPI) 영업일수는 200일 수준이 적정할 것으로 판단됨.



17) 체험관광 분야: 방문자수와 만족도 상관관계

- 체험관광 마을공동체의 방문자수와 만족도 상관관계를 분석하면, 3천명 미만 마을공동체의 만족 비중은 43.9%이고 불만을 나타낸 경우는 7.3%임.
- 3천명 이상의 경우는 만족 비중이 59.7%, 불만은 없는 것으로 나타나 방문자수 3천명 이상의 마을공동체의 만족도가 상대적으로 양호함.

표 113. (마을공동체)체험관광 분야 방문자수와 만족도 상관관계

[단위: 개소]

만족도	500명 미만	500~1천명	1~2천명	2~3천명	3~5천명	5~7천명	7천명 이상	계
매우 만족	2	-	1	3	3	4	5	18
만족	5	3	12	10	11	6	8	55
보통	10	8	13	9	13	6	6	65
불만	-	2	3	1	-	-	-	6
매우 불만	-	-	-	-	-	-	-	0
계	17	13	29	23	27	16	19	144

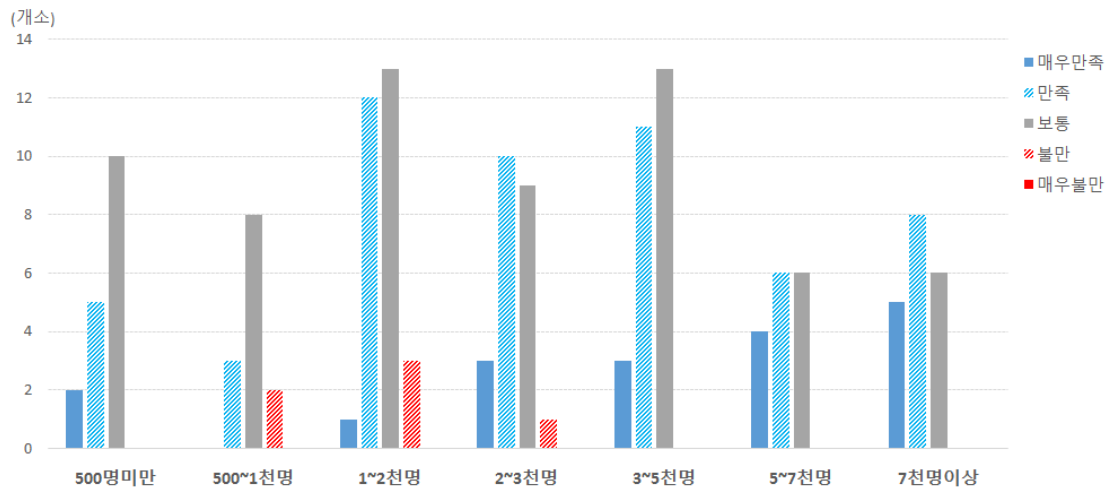


그림 94. (마을공동체)체험관광 분야 방문자수와 만족도 상관관계 비교

시사점

▶ 체험관광 마을공동체의 적정 최소 방문자수는 연간 3천명 이상을 목표로 설정할 필요가 있음.

18) 체험관광 분야: 방문자수와 애로사항 상관관계

- 체험관광 마을공동체의 방문자수와 애로사항의 상관관계를 분석한 결과, 2천명 미만의 마을공동체는 ①시설자금(25.9%), ②운영자금(24.1%), ③판로개척(18.9%), ④상품개발(15.5%) 순으로 나타남.
- 2천~5천명 미만의 마을공동체는 ①운영자금(27.5%), ②판로개척(25.5%), ③상품개발(19.6%), ④시설자금(11.8%)의 순으로 나타남.
- 5천명 이상의 마을공동체는 ①판로개척(37.1%), ②운영자금, 상품개발(각 17.1%), ③시설자금(14.3%)의 순으로 나타남.

표 114. (마을공동체)체험관광 분야 방문자수와 애로사항 상관관계

[단위: 개소]

방문자수	시설 자금	운영 자금	판로 개척	인허 규제	인력 확보	상품 개발	경영 능력	정책 정보	세무 회계	계
2천명 미만	15	14	11	2	1	9	3	2	1	58
2~5천명	6	14	13	4	1	10	1	2	-	51
5천명 ~	5	6	13	1	-	6	1	2	1	35
계	26	34	37	7	2	25	5	6	2	144

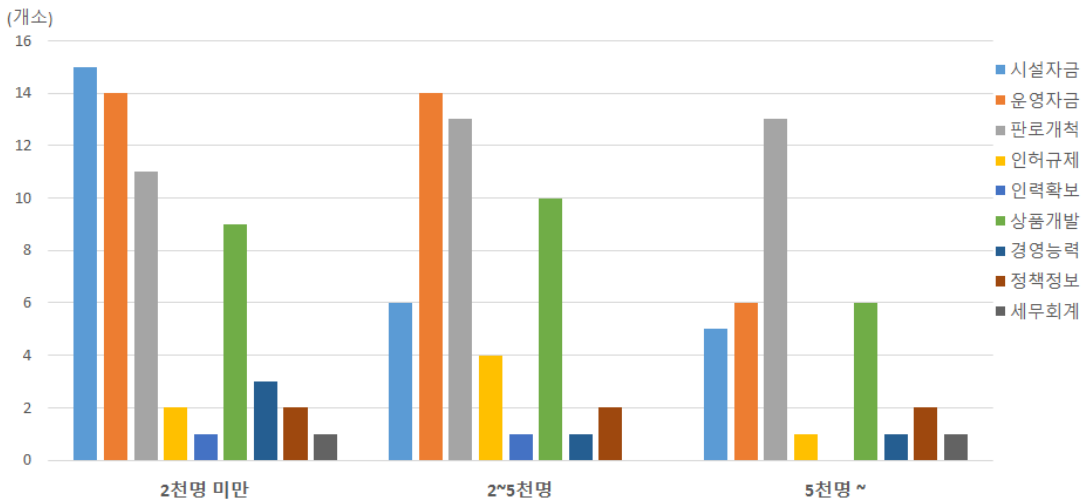


그림 95. (마을공동체)체험관광 분야 방문자수와 애로사항 상관관계 비교



➔ 체험관광 마을공동체는 연간 방문자수 3천명 미만은 프로그램 개발 중심으로, 3천명 이상은 홍보/마케팅 중심으로 지원정책 재설정(재설정)이 요구됨.



라. 일반사업자

1) 6차산업 유형(업태/업종)

- 일반사업자는 ①농·식품 가공(84.4%), ②체험관광(8.4%), ③농가식당(4.0%), ④농축산물 직매장(1.9%)의 순으로 6차산업을 하고 있음.
- 인증기준으로 살펴보면, 충족하는 일반사업자가 64.9%, 충족하지 못하는 일반사업자가 35.1%임.
- 일반사업자는 농·식품 가공과 농축산물 직매장은 양호한 충족률을 나타낸 반면에 체험관광과 농가식당은 미충족률이 상대적으로 높음.

표 115. 6차산업 유형에 따른 인증기준 충족현황(일반사업자)

[단위: 개소]

인증기준	농식품 가공	농축산물 직매장	체험 관광	농가 식당	소 멸	계
충 족	486	13	31	18	-	548
미 충 족	227	3	40	16	11	297
계	713	16	71	34	11	845

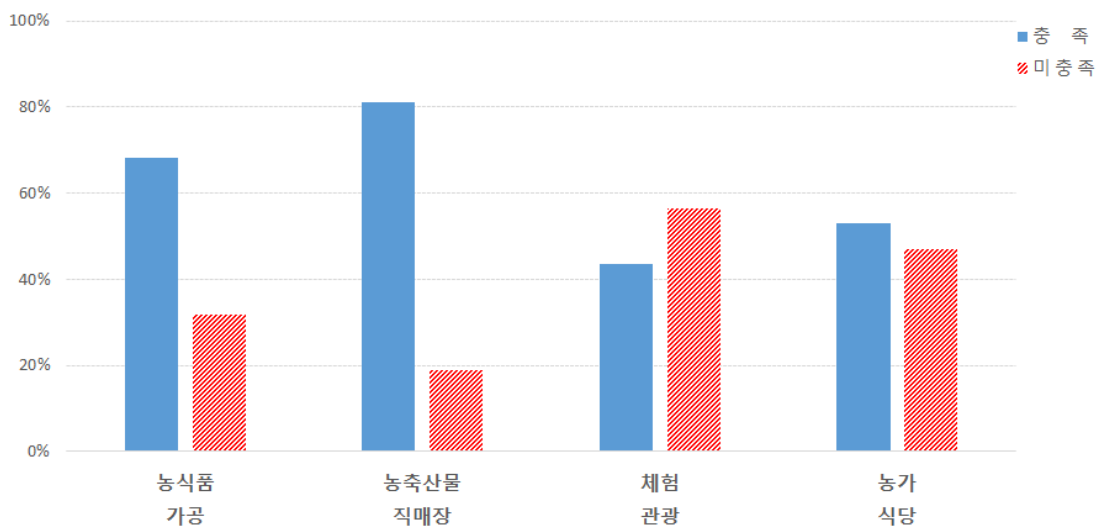


그림 96. 6차산업 유형에 따른 인증기준 충족 비교(일반사업자)

시 사 점

- ➔ 일반사업자는 농·식품 가공, 농축산물 직매장에서 인증기준 충족비율이 양호함.
- ➔ 반면에 일반사업자의 체험관광, 농가식당은 취약한 분야로 판단됨.

2) 창업연수/6차산업유형에 따른 연간매출 추이

- 일반사업자의 연간 평균 매출규모는 354백만 원으로 ①농·식품 가공(402백만 원), ②농축산물 직매장(126백만 원), ⑤체험관광(61백만 원), ④농가식당(58백만 원)의 순으로 나타남.
- 창업연수에 따른 일반사업자의 산업유형별 매출추이곡선을 분석한 결과 뚜렷한 특징이 없이 심한 편차를 나타내고 있어, 일반사업자의 6차산업 불확실성이 크다고 볼 수 있음.

표 116. 창업연수/6차산업 유형에 따른 연간매출추이(일반사업자)

[단위: 천원]

산업유형	1년차	2년차	3년차	4년차	5년차	6년차	7년차	평 균
평 균	119,382	347,588	298,693	488,236	336,167	510,049	375,242	354,186
가 공	145,044	432,991	337,794	520,870	377,979	562,969	392,127	402,478
식 당	47,600	50,846	83,667	55,750	50,000	79,000	-	58,719
직 매 장	20,000	72,214	294,000	109,667	88,000	-	202,000	126,656
체 험	26,733	34,300	47,115	310,800	36,857	36,333	129,600	61,993

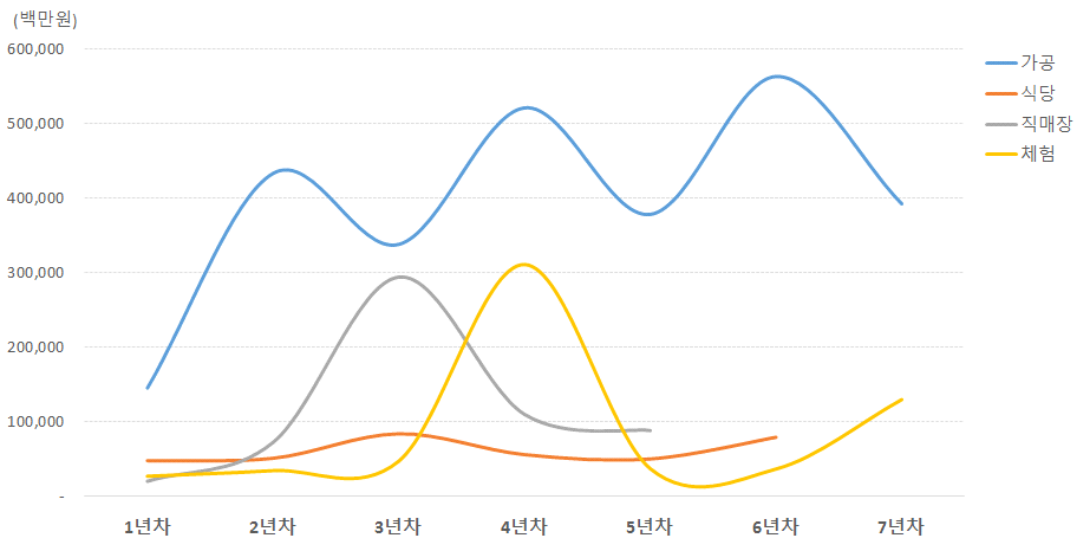


그림 97. 창업연수/6차산업유형에 따른 연간매출추이 비교(일반사업자)

시 사 점

- ➔ 창업연수에 따라 심한 매출편차를 나타내고 있음.
- ➔ 따라서 일반사업자의 6차산업의 불확실성이 비교적 크다고 판단됨.



3) 6차산업 유형과 매출 상관관계

- 일반사업자는 농·식품가공 분야에서 인증기준을 충족하지 못하는 법인이 227개소(31.8%), 충족하는 법인이 486개소(68.2%)이며, 이 중 연간 매출 1억원 이상의 법인이 278개소(39.0%)임.
- 일반사업자는 체험관광 분야에서 인증기준을 충족하지 못하는 법인이 40개소(56.3%), 충족하는 법인이 31개소(43.7%)이며, 이 중 연간 매출 1억 원 이상의 법인이 6개소(8.5%)임.
- 농가식당 분야에서 인증기준을 충족하지 못하는 법인은 16개소(47.1%), 충족하는 법인은 18개소(52.9%)이며, 이 중 연간 매출 1억원 이상의 법인은 7개소(20.6%)임.

표 117. 6차산업 유형과 매출 상관관계(일반사업자)

[단위: 개소]

산업유형	10백만원 미만	10~35	35~50	50~100	100~300	300백만원 이상	계
농 식품 가공	66	161	61	147	142	136	713
농축산물직매장		3	2	5	5	1	16
체 험 관 광	15	25	10	15	4	2	71
농 가 식 당	5	11	2	9	6	1	34
계	86	200	75	176	157	140	834

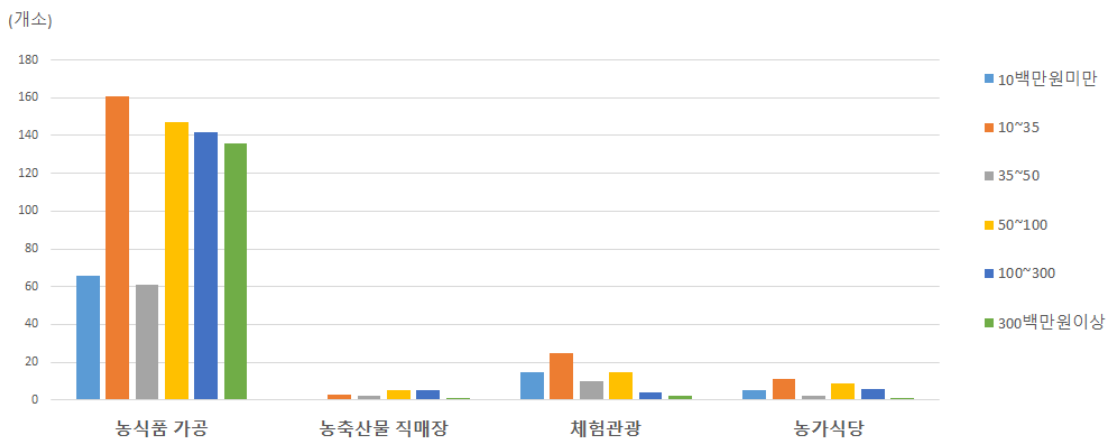


그림 98. 6차산업 유형과 매출 상관관계 비교(일반사업자)

시 사 점

- 일반사업자의 인증기준 충족률은 65.8%이고, 연간 매출 1억원 이상의 법인이 35.6%를 차지함.
- 일반사업자는 농·식품 가공을 제외한 타 분야에서는 미흡한 매출성적을 보이고 있음.

4) 창업연수와 매출 상관관계

- 일반사업자는 3년 이하의 창업경영체수가 383개소(36.4%), 4~5년차가 462개소(44.0%), 6~7년차가 206개소(19.6%)이며, 5년 이내의 창업경영체 비중이 높음.
- 일반사업자는 6차산업 매출이 1억원 미만에서는 창업연수와 매출 간에 뚜렷한 상관관계를 찾을 수 없으나, 3억원 이상에서는 창업연수가 늘어날수록 뚜렷하게 법인수가 증가함. 따라서 일반사업자는 연간 매출액 3억원을 기점으로 성장을 한다고 예측할 수 있음.

표 118. 창업연수와 매출 상관관계(일반사업자)

[단위: 개소]

창업연수	1000만원 미만	1000 ~3500	3500 ~5000	5000 ~1억 원	1억 원 ~3억 원	3억 원 이상	계
3년 이하	56	112	30	81	63	41	383
4~5년	21	54	28	46	56	51	462
6~7년	20	34	17	49	38	48	206

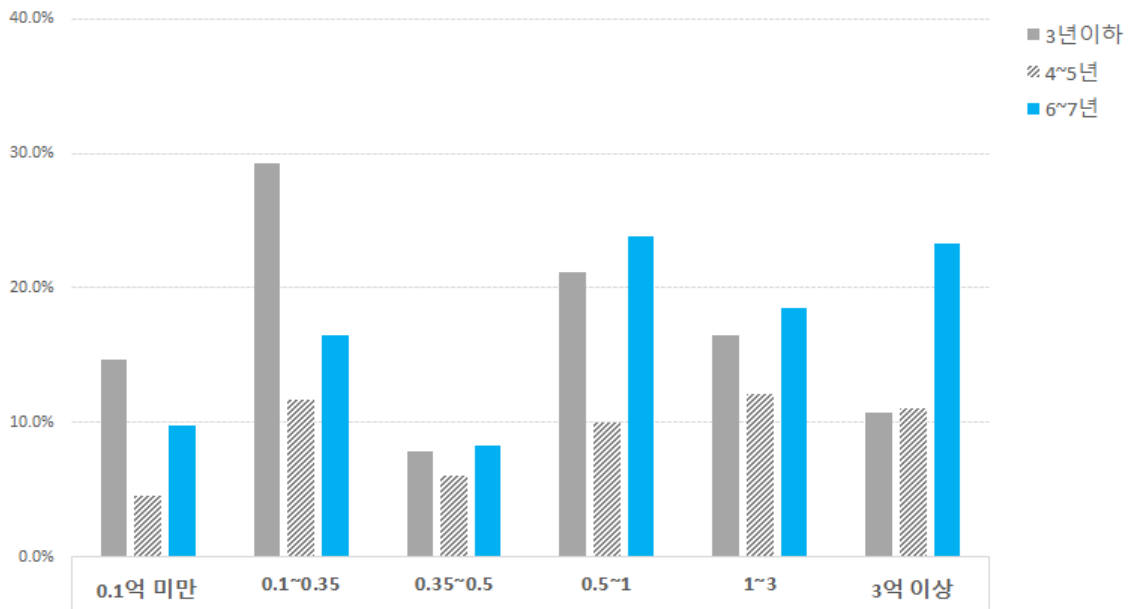


그림 99. 창업연수와 매출 상관관계 비교(일반사업자)

시 사 점

- 일반사업자의 6차산업(1차산업 제외) 매출액을 3억원 이상으로 상향조정할 필요가 있음.
- 산업유형에 따른 핵심성과지표(KPI)의 재설정이 필요함.



5) 겸업/전업과 매출 상관관계

- 일반사업자는 1차 농축산업을 영위하면서 2차·3차 산업을 겸업으로 하는 창업경영체가 242개소(28.6%), 2차·3차 산업에만 전문으로 하는 창업경영체가 603개소(71.4%)임.
- 인증기준을 충족하지 못하는 겸업 경영체가 109개소(45.0%), 충족하는 경영체가 133개소(55.0%)로 그 중 연간 매출 1억원 이상은 51개소(21.1%)임.
- 인증기준을 충족하지 못하는 전업 경영체가 188개소(31.2%), 충족하는 경영체가 415개소(68.8%)이며, 이 중 연간 매출 1억원 이상은 246개소(40.8%)임.
- 따라서 겸업 일반사업자보다 전업 일반사업자의 6차산업 성과가 양호하게 나타나고 있음.

표 119. 겸업/전업과 매출 상관관계(일반사업자)

[단위: 개소]

운영형태	1000만원 미만	1000 ~3500	3500 ~5000	5000 ~1억 원	1억 원 ~3억 원	3억 원 이상	계
겸업	33	76	24	58	36	15	242
전업	64	124	51	118	121	125	603
계	97	200	75	176	157	140	845

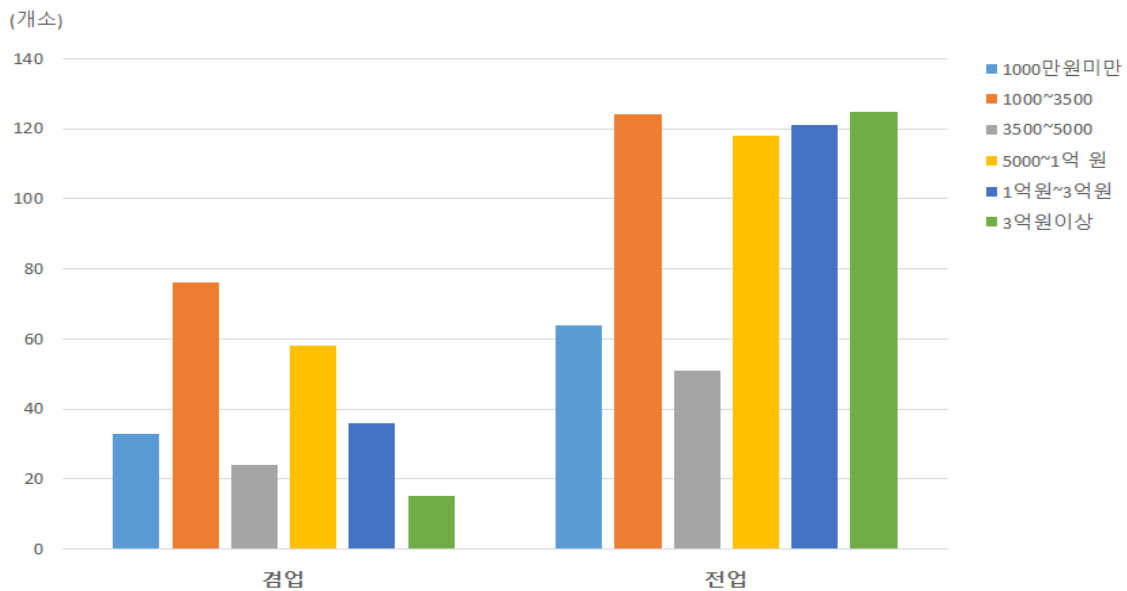


그림 100. 겸업/전업과 매출 상관관계 비교(일반사업자)

시 사 점

- 겸업 일반사업자보다 전업 일반사업자의 6차산업 외형적 성과가 우수함.
- 그러나 1차 농축산업을 영위하면서 6차산업을 경영하는 일반사업자에 대한 육성 프로그램과 정책지원에 대한 방안 강구가 필요함.

6) 창업계기와 매출 상관관계

- 일반사업자의 6차산업 창업계기는 ①새로운 소득창출(55.0%), ②가격하락 대응차원(19.2%), ③정책지원사업(13.1%), ④후계자 농업경영(4.6%) 등의 순으로 나타남.
- 새로운 소득창출을 위해 6차산업을 창업했다는 일반사업자의 경우, 인증기준 미충족 경영체가 34.9%, 1억원 이상의 경영체는 37.1%를 차지함.
- 가격하락에 대응하기 위해 6차산업을 창업했다는 일반사업자의 경우, 인증기준 미충족 경영체가 36.7%, 1억원 이상의 경영체는 29.9%를 차지함.
- 정책지원사업으로 6차산업을 창업했다는 일반사업자의 경우, 인증기준 미충족 경영체가 32.0%, 1억원 이상의 경영체는 38.0%를 차지함.
- 따라서 일반사업자는 새로운 소득창출과 가격하락 대응차원에서 창업한 경우가 다른 창업계기에 비해 상대적으로 매출실적이 높게 나타남.

표 120. 창업계기와 매출 상관관계(일반사업자)

[단위: 개소]

매출구간 (백만원)	가격하락 대응차원	후계자 농업경영	정책 지원사업	새로운 소득창출	마을 공동사업	판로 확보	관계기관 권유/교육	계
~10	16	4	6	50	1	2	4	83
10~35	38	8	26	97	3	4	7	183
35~50	15	4	7	41	2	2	2	73
50~100	34	7	23	77	1	6	9	157
100~300	25	8	13	79	3	2	8	138
300~	19	4	25	77	1	1	4	131
계	147	35	100	421	11	17	34	765

시 사 점

- ➡ 일반사업자에 대한 정책지원사업의 성과가 상대적으로 높은 편으로 판단됨.
- ➡ 일반사업자의 매출성과는 새로운 소득창출과 정책지원사업을 창업계기로 한 경우에 높게 나타났는데, 이와 연계한 지원정책과 홍보가 필요함.



7) 귀농여부와 매출 상관관계

- 일반사업자의 경우 귀농한 경우가 171개 경영체로 20.2%, 귀농하지 않은 경우가 674개 경영체로 79.8%를 차지하고 있음.
- 귀농하여 창업한 일반사업자의 경우에는 인증기준 미충족 경영체가 49.1%, 충족 경영체가 50.9%이며, 이 중 연간 매출 1억원 이상의 경영체가 24.6%를 차지함.
- 귀농하지 않고 창업한 일반사업자의 경우에는 인증기준 미충족 경영체가 31.6%, 충족 경영체가 68.4%이며, 이 중 연간 매출 1억원 이상의 경영체가 37.8%를 차지함.
- 귀농한 창업 일반사업자보다는 귀농하지 않고 창업한 일반사업자의 매출성고가 상대적으로 우수한 것으로 나타남.

표 121. 귀농여부와 매출 상관관계(일반사업자)

[단위: 개소]

귀농여부	1000만 원 미만	1000 ~3500	3500 ~5000	5000 ~1억 원	1억 원 ~3억 원	3억원 이상	계
유	36	48	12	33	26	16	171
무	61	152	63	143	131	124	674
계	97	200	75	176	157	140	845

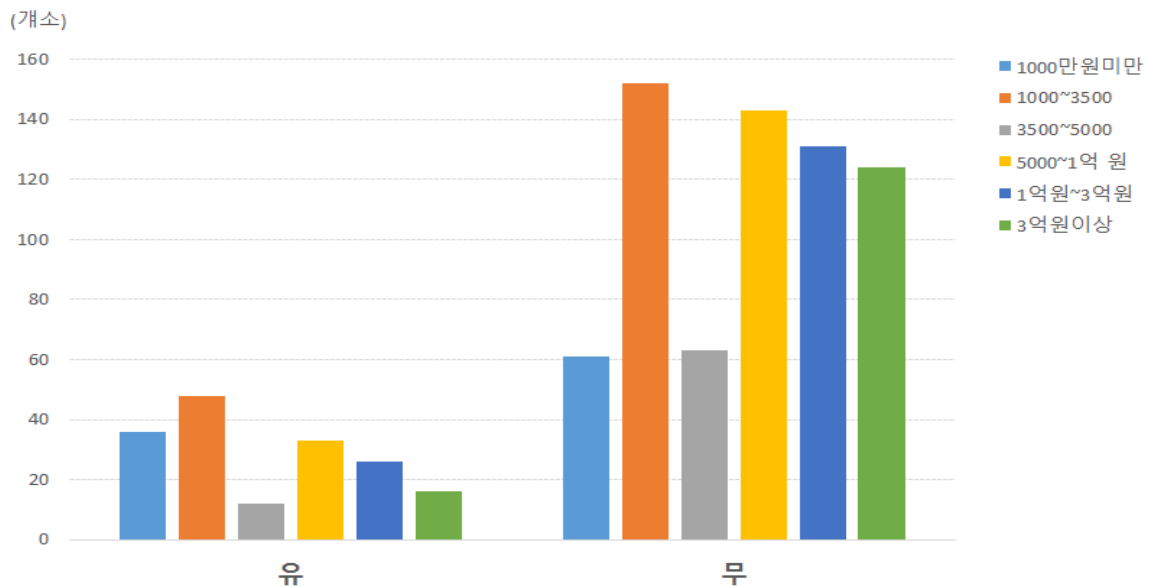


표 122. 그림107. 귀농여부와 매출 상관관계 비교(일반사업자)



- 분석결과 귀농 일반사업자보다 비귀농 일반사업자의 매출성고가 우수성한 것으로 나타남.
- 귀농 일반사업자와 비귀농 일반사업자에 대한 수요에 따라 맞춤형 지원정책이 요구됨.

8) 애로사항과 매출 상관관계

- 일반사업자의 애로사항과 매출 간의 상관관계를 분석한 결과, 일반사업자의 애로사항으로는 ①판로개척(36.0%), ②시설자금(24.6%), ③운영자금(18.2%), ④상품개발(9.9%), ⑤인력확보(3.6%) 등의 순임.
- 인증기준으로 살펴보면 3대 애로사항(78.8% 비중)을 제시한 일반사업자 중 미충족은 216개소로 35.0%를 차지하고 있으며, 매출 1억원 이상의 경영체는 205개소로 33.2%를 차지하고 있음.

표 123. 애로사항과 매출 상관관계(일반사업자)

[단위: 개소]

매출구간 (백만원)	시설 자금	운영 자금	판로 개척	인허 규제	인력 확보	상품 개발	경영 능력	정책 정보	세무 회계	계
~10	30	11	27	3	3	7	-	2	1	84
10~35	45	35	68	3	4	18	3	8	-	184
35~50	14	20	30	1	1	4	-	4	-	74
50~100	37	21	75	4	6	15	1	2	1	162
100~300	35	28	48	4	5	15	5	4	-	144
300~	32	28	34	5	9	19	3	6	-	136
소 계	193	143	282	20	28	78	12	26	2	784

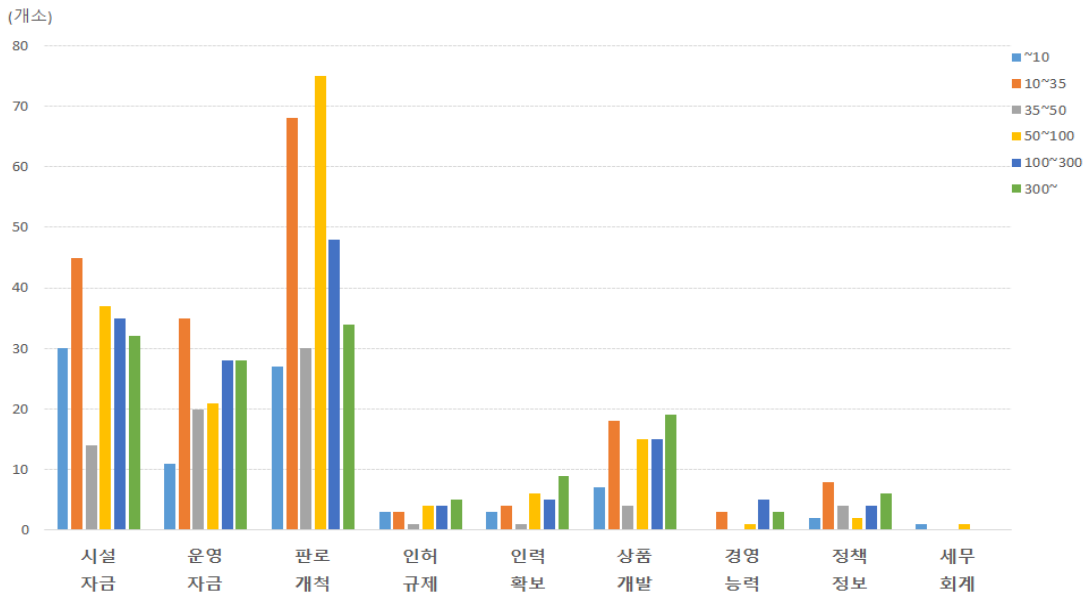


그림 101. 애로사항과 매출 상관관계 비교(일반사업자)

시 사 점

- ➔ 일반사업자의 3대 애로사항(시설자금, 운영자금, 판로개척) 비중이 전체 78.8%를 차지함.
- ➔ 일반사업자는 매출실적이 다소 부족한 것으로 판단됨.



9) 영농경력과 매출 상관관계

- 일반사업자는 영농경력과 매출간 뚜렷한 특징을 나타내고 있지 않음.
- 인증기준을 미충족한 일반사업자는 36.0%를 차지하고 있고, 충족하는 일반사업자는 64.0%이며, 이 중 매출 1억원 이상 일반사업자는 33.2%를 차지하고 있음.
- 영농경력으로는 20년 이상의 일반사업자가 32.8%를 차지하고 있고, 5년 미만의 농업법인이 38.9%를 차지하고 있음.

표 124. 영농경력과 매출 상관관계(일반사업자)

[단위: 개소]

영농경력	1000만원 미만	1000~3500	3500~5000	5000~1억 원	1억~3억 원	3억 원 이상	계
3년 미만	17	43	11	28	29	33	161
3~5년	7	20	13	21	23	28	112
5~10년	9	22	13	24	20	17	105
10~20년	10	28	9	21	16	10	94
20년 이상	36	61	22	54	36	21	230
계	79	174	68	148	124	109	702

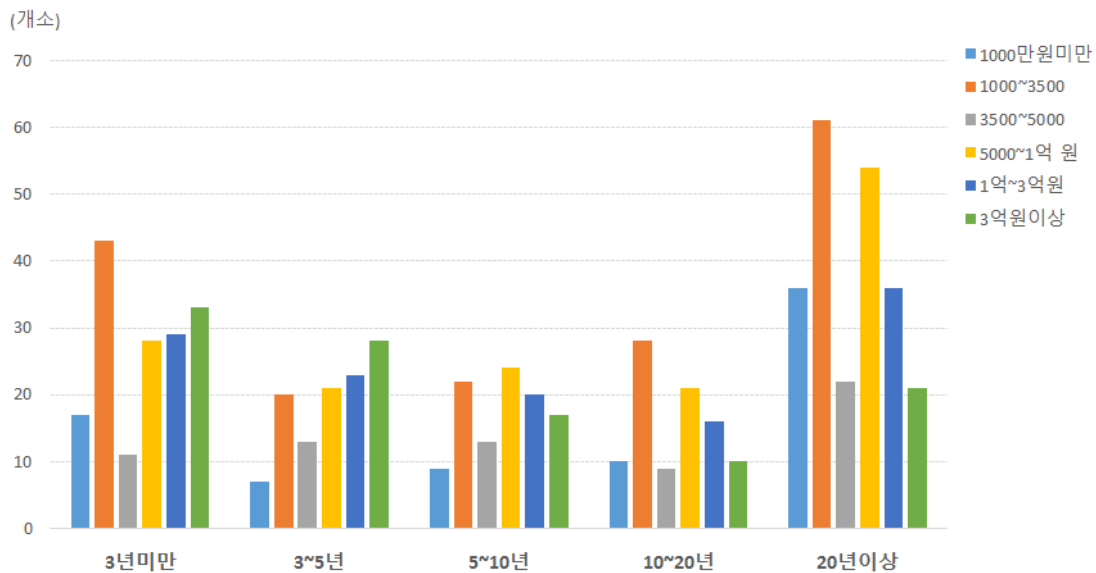


그림 102. 영농경력과 매출 상관관계 비교(일반사업자)

시사점

→ 영농경력과 매출 간의 상관관계가 약함.

10) 농·식품 가공분야: 시설유형과 매출 상관관계

- 일반사업자의 농·식품 가공시설 유형은 ①자가시설(91.6%), ②임대시설(5.2%), ③공동이용시설(2.9%)로 자가시설 보유가 높은 편임.
- 인증기준을 미충족한 자가시설 일반사업자는 31.5%이고, 매출 1억원 이상의 경영체는 39.1%를 차지함. 임대시설을 이용하는 미충족 일반사업자는 33.3%이고, 매출 1억원 이상 경영체는 38.9%를 차지함. 공동이용시설을 이용하는 미충족 일반사업자는 40.0%이고, 매출 1억원 이상 경영체는 40.0%를 차지함.

표 125. (일반사업자)농·식품 가공분야 시설유형과 매출 상관관계

[단위: 개소]

매출구간	자가	공동	임대	기타	계
~1,000만원	55	4	2		61
1,000~3,500	145	4	10	1	160
3,500~5,000	53	1	4		58
5,000~10,000	134	3	6		143
10,000~30,000	120	5	11	1	137
30,000만원 이상	128	3	3		134
계	635	20	36	2	693

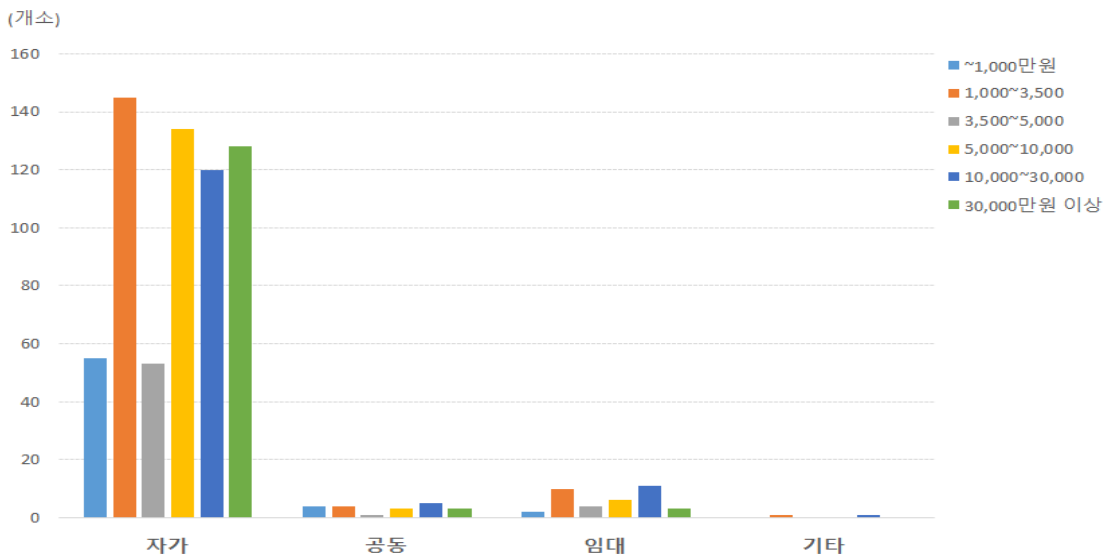


그림 103. (일반사업자)농·식품 가공분야 시설유형과 매출 상관관계 비교

시 사 점

- 일반사업자는 시설유형에 관계없이 매출성고가 미흡한 상황임.
- 농·식품 가공분야 일반사업자를 대상으로 한 지원정책이 필요함.



11) 농·식품 가공분야: 시설유형과 가동일수 상관관계

- 일반사업자의 농·식품 가공시설 연간 가동일수는 202.7일(55.5%)이며, 이 중 인증기준 충족 경영체가 230.8일(63.2%), 미충족 경영체가 140.6일(38.5%)로 90.2일이 차이남.
- 시설유형에 따라 가동률은 ①임대시설(207.6일), ②자가시설(203.4일), ③공동이용시설(192.1일)의 순임.

표 126. (일반사업자)농·식품 가공분야 시설유형과 가동일수 상관관계

[단위: 일/년]

인증기준	자가	공동	임대	기타	평균
충족	230	252.3	251.4	240	230.8
미충족	143.4	81.7	140	150	140.6
평균	203.4	192.1	207.6	195	202.7

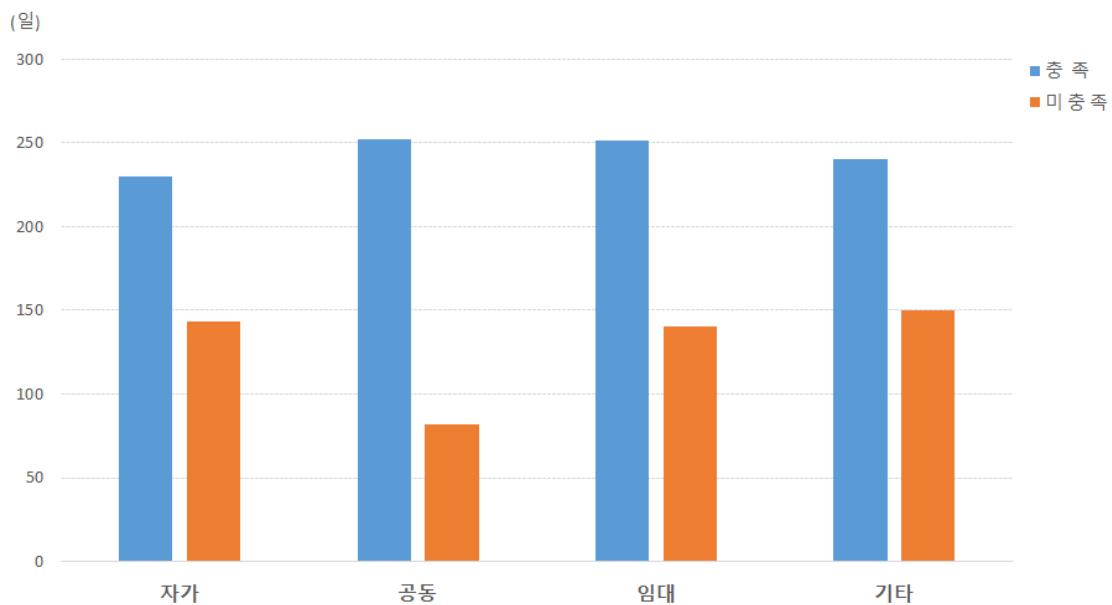


그림 104. (일반사업자)농·식품 가공분야 시설유형과 가동일수 상관관계 비교



- ➔ 임대시설의 가동률이 가장 양호함.
- ➔ 농업법인의 재정여건 및 상품성격에 따라 공동이용시설 및 임대시설을 권장할 필요가 있음.

12) 농·식품 가공분야: 판매처와 인증기준 충족여부 상관관계

- 일반사업자의 판매처는 ①온라인/홈쇼핑(36.6%), ②급식/외식산업(23.6%), ③대형유통업체(22.8%), ④직매장(14.7%)의 순으로 나타남.
- 인증기준 충족 일반사업자는 미충족 일반사업자보다 온라인/홈쇼핑 비중이 월등하게 높은 경향을 보이고 있음.

표 127. (일반사업자)농·식품 가공분야 판매처와 인증기준 충족 상관관계

[단위: 개소]

인증기준	급식/ 외식산업	대형 유통	직매장	온라인/ 홈쇼핑	수출	계
충족	89	93	41	139	6	368
미충족	22	14	28	33	5	102
계	111	107	69	172	11	470

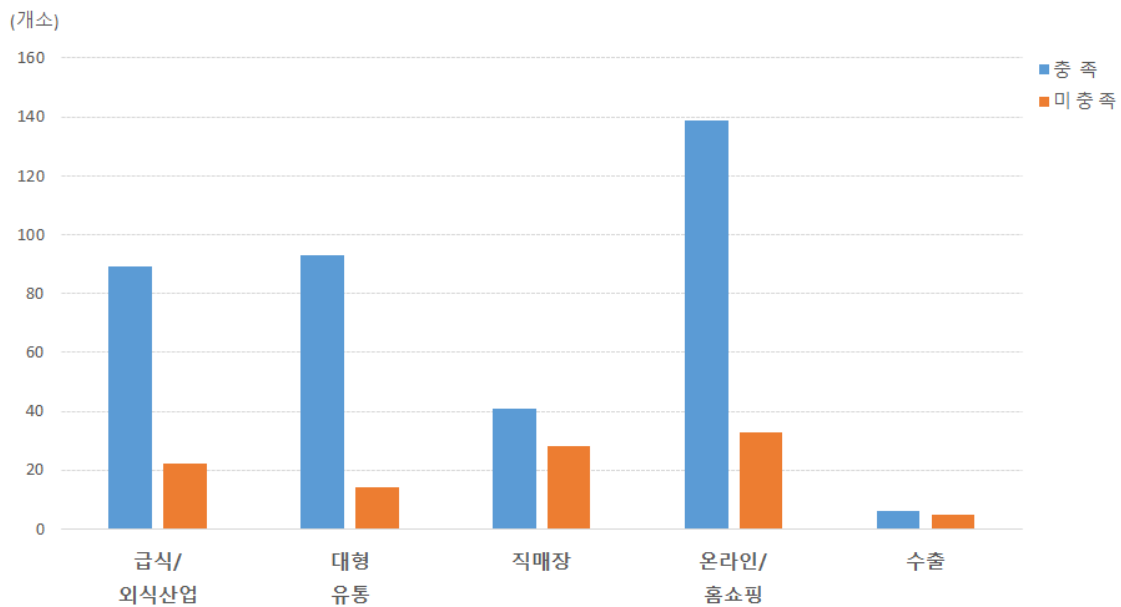


그림 105. (일반사업자)농·식품 가공분야 판매처와 인증기준 충족 상관관계 비교

시사점

- 판매처에 따른 일반사업자의 인증기준 충족 여부에 뚜렷한 특징은 없음.
- 즉, 일반사업자의 영업·마케팅 능력이 경영실적과 직접적인 영향을 주고 있음.



13) 농·식품 가공분야: 시설유형과 만족도 상관관계

- 농·식품 가공분야 일반사업자의 만족도는 ‘만족(28.1%)’, ‘보통(54.7%)’, ‘불만(17.1%)’으로 나타나 타 유형에 비해 만족도가 낮은 편임.
- 시설운영별로 살펴보면 자가시설의 만족도는 28.8%이고, 공동이용시설의 경우는 35.0%, 임대시설의 경우는 12.5%로 공동이용시설 일반사업자의 만족도가 가장 높음.

표 128. (일반사업자)농·식품 가공분야 시설유형과 만족도 상관관계

[단위: 개소]

시설유형	매우만족	만족	보통	불만	매우불만	계
자 가	25	148	326	87	15	601
공 동	2	5	8	3	2	20
임 대	1	3	23	4	1	32
기 타	-	-	1	-	-	1
계	28	156	358	94	18	654

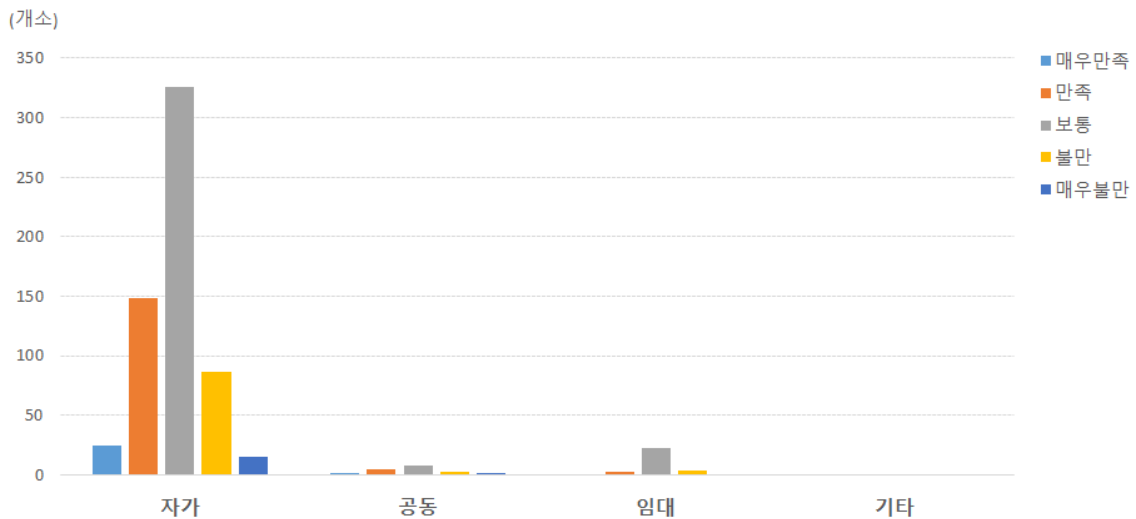


그림 106. (일반사업자)농·식품 가공분야 시설유형과 만족도 상관관계 비교

시 사 점

- 일반사업자의 농·식품 가공시설에 대한 직접적인 시설보조보다는 공동이용시설을 정책적으로 지원하여 일반사업자의 경영적 부담을 덜어주도록 하고, 어느 정도 성장궤도에 올랐을 때에 시설보조 지원을 할 수 있는 체계 전환도 검토할 필요가 있음.
- (초기)공동이용시설 지원 → (성장)임대시설 지원 → (안정적 성장)자가시설 지원

14) 농·식품 가공분야: 시설유형과 애로사항 상관관계

- 농·식품가공분야 일반사업자의 시설유형과 애로사항 간의 상관관계를 분석한 결과, 자가시설 일반사업자는 ❶판로개척(37.1%), ❷시설자금(24.5%), ❸운영자금(18.2%), ❹상품개발(11.2%) 순으로 애로사항을 제시함.
- 공동이용시설 일반사업자는 ❶판로개척(40.0%), ❷시설자금(25.0%), ❸상품개발(20.0%) 순으로 애로사항을 제시함.
- 임대시설 일반사업자는 ❶시설자금(50.0%), ❷운영자금(21.9%), ❸판로개척(18.8%), ❹상품개발(9.4%) 순으로 애로사항을 제시함.

표 129. (일반사업자)농·식품 가공분야 시설유형과 애로사항 상관관계

[단위: 개소]

시설유형	시설자금	운영자금	판로개척	인허규제	인력확보	상품개발	경영능력	정책정보	세무회계	계
자가	136	111	227	14	19	66	8	12	2	595
공동	5	-	8	-	-	4	-	3	-	20
임대	16	7	6	-	-	3	-	-	-	32
기타	2	-	-	-	-	-	-	-	-	2
계	159	118	241	14	19	73	8	15	2	649

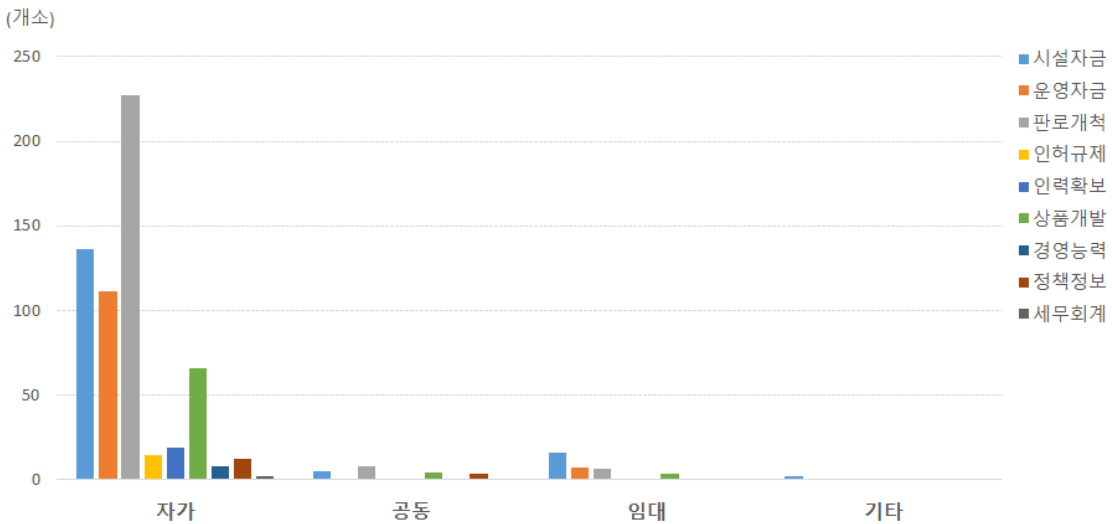


그림 107. (일반사업자)농·식품 가공분야 시설유형과 애로사항 상관관계 비교

시사점

- 임대시설 일반사업자는 시설자금에 대한 애로가 상대적으로 큼.
- 공동이용시설 일반사업자는 판로개척에 대한 애로를 가장 크게 여김.



15) 체험관광 분야: 방문자수와 매출 상관관계

- 방문자수 2천명 미만, 미충족 일반사업자는 49.3%를 차지하고 있고, 방문자수 2천명 이상에 연간 매출 1억원 이상 일반사업자는 7.2%를 차지하고 있음.

표 130. (일반사업자)체험관광 분야 방문자수와 매출 상관관계

[단위: 개소]

판매구간 (백만원)	500명 미만	500~ 1천명	1~2 천명	2~3 천명	3~5 천명	5~7 천명	7천명 이상	계
~10	11	2	-	-	1	-	-	14
10~35	4	10	7	3	-	-	1	25
35~50	1	-	4	2	1	1	1	10
50~100	1	1	5	1	3	1	2	14
100~300	-	1	-	-	2	-	1	4
300~	-	-	-	-	1	-	1	2
계	17	14	16	6	8	2	6	69

(개소)

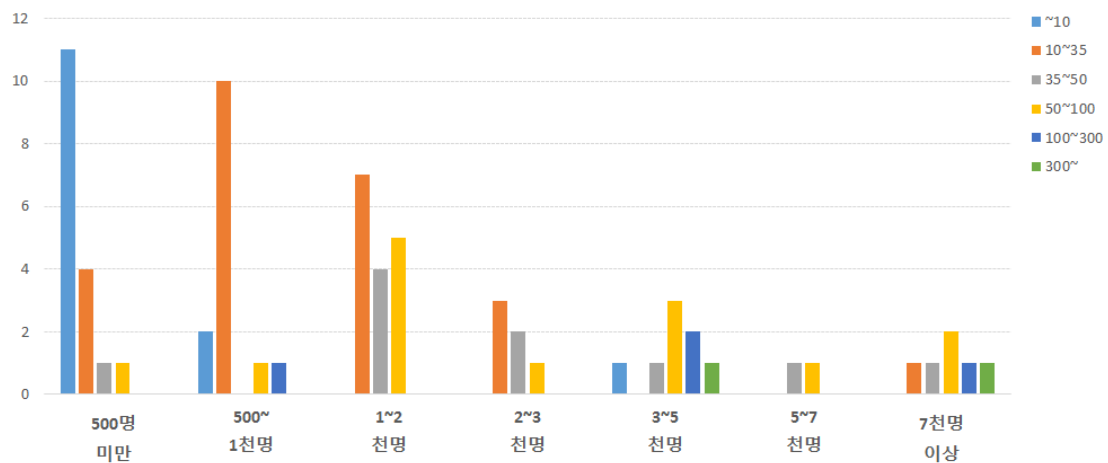


그림 108. (일반사업자)체험관광 분야 방문자수와 매출 상관관계 비교

시 사 점

- 체험관광 일반사업자의 적정 최소 방문자수는 2천명을 기준으로 하는 것이 적정할 것으로 판단됨.
- 체험관광 일반사업자는 방문자수 확대와 매출증대를 위한 차별화된 콘텐츠 개발, 홍보·마케팅에 대한 지원정책이 요구됨.

16) 체험관광 분야: 방문자수와 영업일수 상관관계

- 체험관광 일반사업자의 인증기준 충족여부와 방문자수 간의 영업일수를 분석한 결과, 2천명 미만의 미충족 일반사업자의 연간 평균 영업일수는 163.0일(44.6%)이며, 2천명 이상이면서 인증기준을 충족하는 일반사업자의 연간 평균 영업일수는 225.0일(61.6%)임.
- 방문자수가 증가함에 따라 영업일수가 늘어나는 것은 아님.

표 131. (일반사업자)체험관광 분야 방문자수와 영업일수 상관관계

[단위: 일/년]

인증기준	500명 미만	500~1천명	1~2천명	2~3천명	3~5천명	5~7천명	7천명 이상	평균
충족	85.0	200.0	223.2	341.7	222.3	105.0	231.0	213.7
미충족	142.3	186.8	159.8	140.0	90.0	-	60.0	160.8
평균	135.6	188.7	197.9	240.8	205.8	105.0	202.5	184.2

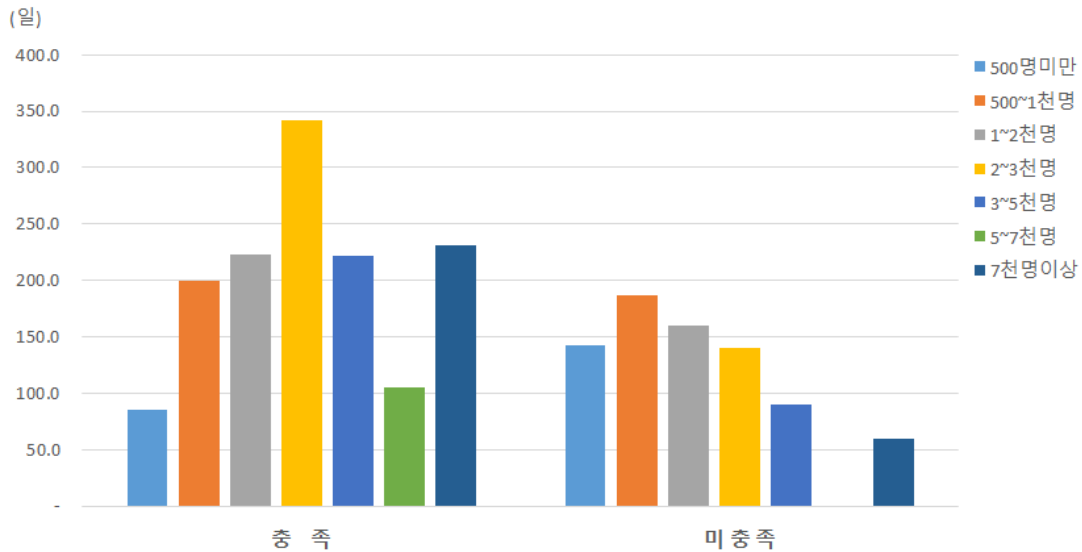


그림 109. (일반사업자)체험관광 분야 방문자수와 인증기준 충족 상관관계 비교



- 체험관광 일반사업자의 핵심성과지표(KPI) 방문자수는 2천명 수준이 적정할 것으로 판단됨.
- 체험관광 일반사업자의 핵심성과지표(KPI) 영업일수는 200일 수준이 적정할 것으로 판단됨.



17) 체험관광 분야: 방문자수와 만족도 상관관계

- 체험관광 일반사업자의 방문자수와 만족도 상관관계를 분석하면, 2천명 미만 일반사업자의 만족 비중이 40.0%, 불만 비중은 10.0%임.
- 2천명 이상 일반사업자의 만족 비중은 50.0%, 불만 비중은 5.6%로 나타나 방문자수 2천명 이상의 일반사업자의 만족도가 상대적으로 높은 것으로 나타남.

표 132. (일반사업자)체험관광 분야 방문자수와 만족도 상관관계

[단위: 개소]

구 분	500명 미만	500~1천명	1~2천명	2~3천명	3~5천명	5~7천명	7천명 이상	계
매우 만족	1	2	1	1	1	1	-	6
만족	5	3	4	2	3	-	2	19
보통	5	7	8	3	3	-	2	28
불만	2	-	-	-	-	1	-	3
매우 불만	1	-	1	-	-	-	-	2
계	14	12	14	6	6	2	4	58

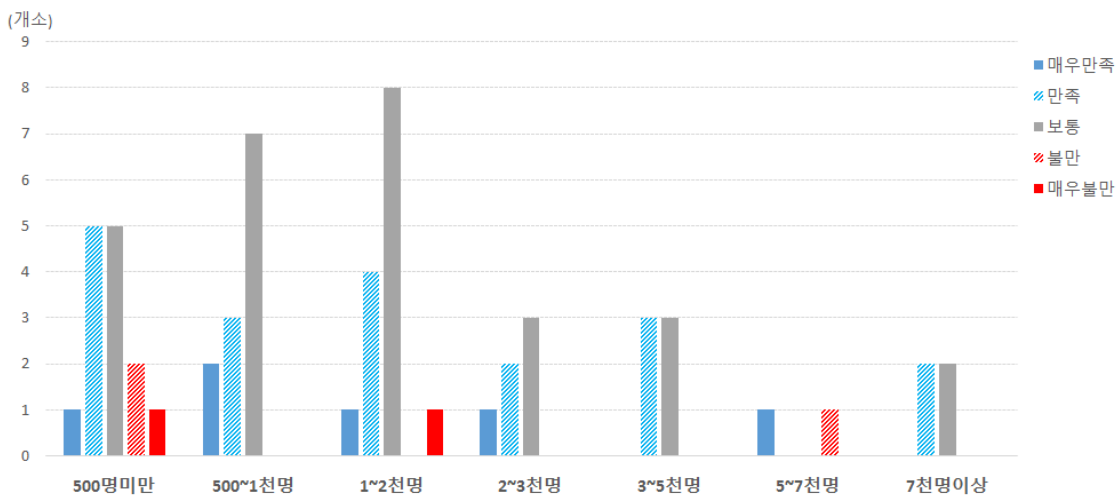


그림 110. (일반사업자)체험관광 분야 방문자수와 만족도 상관관계 비교



▶ 체험관광 일반사업자의 적정 최소 방문자수는 연간 2천명 이상을 목표로 설정할 필요가 있음.

18) 체험관광 분야: 방문자수와 애로사항 상관관계

- 체험관광 일반사업자의 방문자수와 애로사항의 상관관계를 분석한 결과, 2천명 미만의 일반사업자는 ①시설자금(34.1%), ②판로개척(22.0%), ③운영자금(19.5%), ④정책정보(12.2%) 순으로 애로사항을 제시함.
- 2천~5천명 미만의 일반사업자는 ①시설자금(36.4%), ②운영자금(27.3%), ③정책정보(18.2%), ④판로개척(9.1%)의 순으로 애로사항을 제시함.
- 5천명 이상의 일반사업자는 ①시설자금(57.1%), ②인허규제(28.6%), ③판로개척(14.3%)의 순으로 애로사항을 제시함.

표 133. (일반사업자)체험관광 분야 방문자수와 애로사항 상관관계

[단위: 개소]

구 분	시설 자금	운영 자금	판로 개척	인허 규제	인력 확보	상품 개발	경영 능력	정책 정보	세무 회계	계
2천명 미만	14	8	9	2	1	1	1	5	-	41
2~5천명	4	3	1	-	1	-	-	2	-	11
5천명 ~	4	-	1	2	-	-	-	-	-	7
계	22	11	11	4	2	1	1	7	0	59

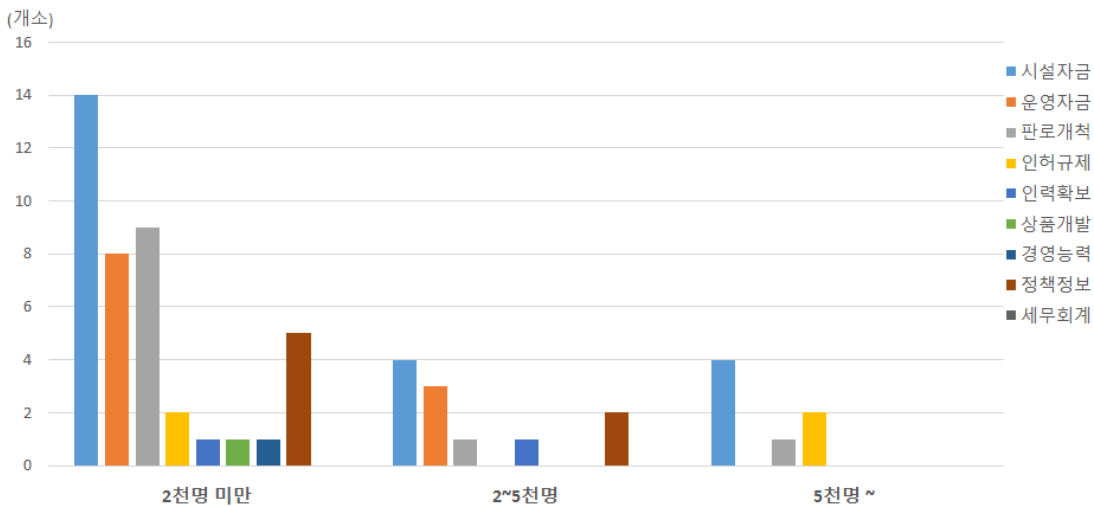


그림 111. (일반사업자)체험관광 분야 방문자수와 애로사항 상관관계 비교



➤ 체험관광 일반사업자는 연간 방문자수 2천명 미만(프로그램 개발 중심), 2천~5천명 미만(홍보/마케팅 중심), 5천명 이상(시설확충 중심)으로 지원정책을 세분화할 필요가 있음.



8. 종합분석

가. 6차산업 창업경영체와 연간 평균매출 상관관계분석

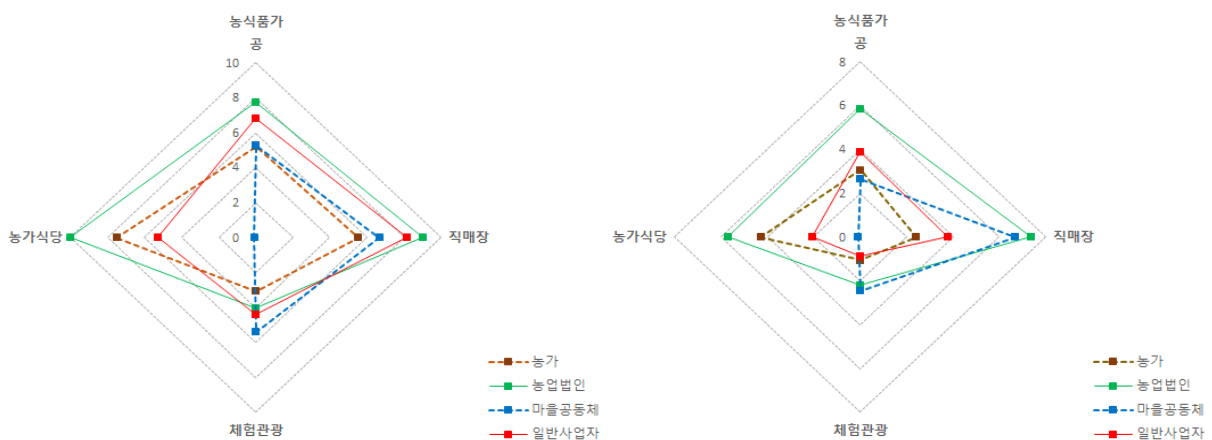
- 6차 창업경영체의 조직유형과 산업유형별 연간 평균 매출액을 비교하면, 농가는 '농가식당', 농업법인은 '농식품 가공'과 '농축산물 직매장', 마을공동체는 '체험관광', 일반사업자는 '농식품 가공'에서 강점을 가지고 있음. 따라서 6차산업 육성·지원 정책은 조직유형과 산업유형을 고려하여 추진하고 지속적인 프로그램 개발이 요구되고 있음.

[단위: 백만 원]

창업 (개소)	조직유형	평균 매출	산업유형			
			농식품 가공	농축산물 직매장	체험관광	농가식당
656	농가	82	94	40	57	108
1,406	농업법인	524	617	403	97	214
48	농협	1,223	1,245	527	28	2,415
214	마을공동체	449	89	91	538	34
845	일반사업자	354	402	126	61	58

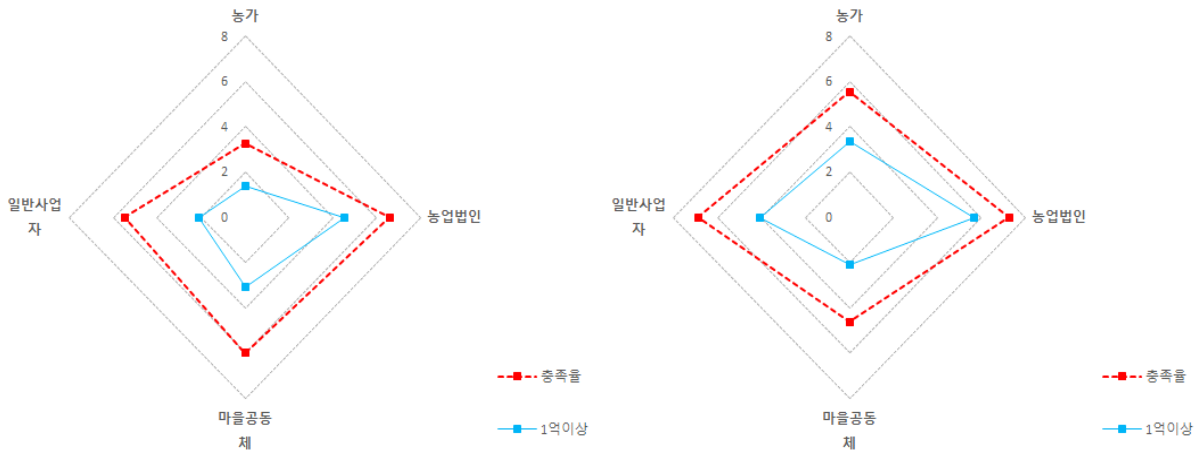
나. 조직유형에 따른 6차산업유형 비교

- 농가는 6차산업 유형 중에 농가식당 부문을 제외한 농·식품가공, 직매장, 체험관광에서 인증기준 충족성도가 가장 취약함.
- 농업법인은 체험관광 부문을 제외한 농·식품가공, 직매장, 농가식당에서 성도가 가장 높음.
- 마을공동체는 6차산업 유형 중에 체험관광 부문에서 가장 양호한 성과를 올리고 있으나 농·식품가공, 직매장에서는 취약하고 농가식당 성과는 전무함.
- 일반사업자는 농·식품가공과 직매장 부문에서 농업법인 다음으로 성과를 거두고 있으나 체험관광과 농가식당 부문은 성과가 미흡함.



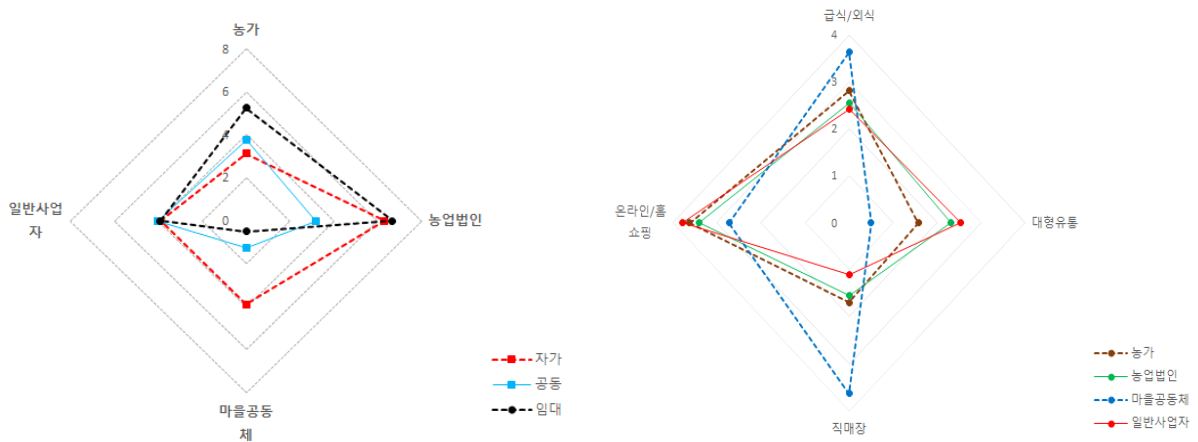
다. 농·식품가공 인증기준 충족률 및 매출 1억 이상 경영체수 비교

- 농·식품 가공분야에서 농촌융·복합산업 인증기준(연간 매출 35백만원) 충족 비중이 가장 높은 조직유형은 ①농업법인 > ②마을공동체 > ③일반사업자 > ④농가 순으로 분석됨.
- 농·식품 가공분야에서 연간 매출 1억원 이상의 성과를 거두는 조직유형은 ①농업법인 > ②마을공동체 > ③일반사업자 > ④농가 순으로 나타남.



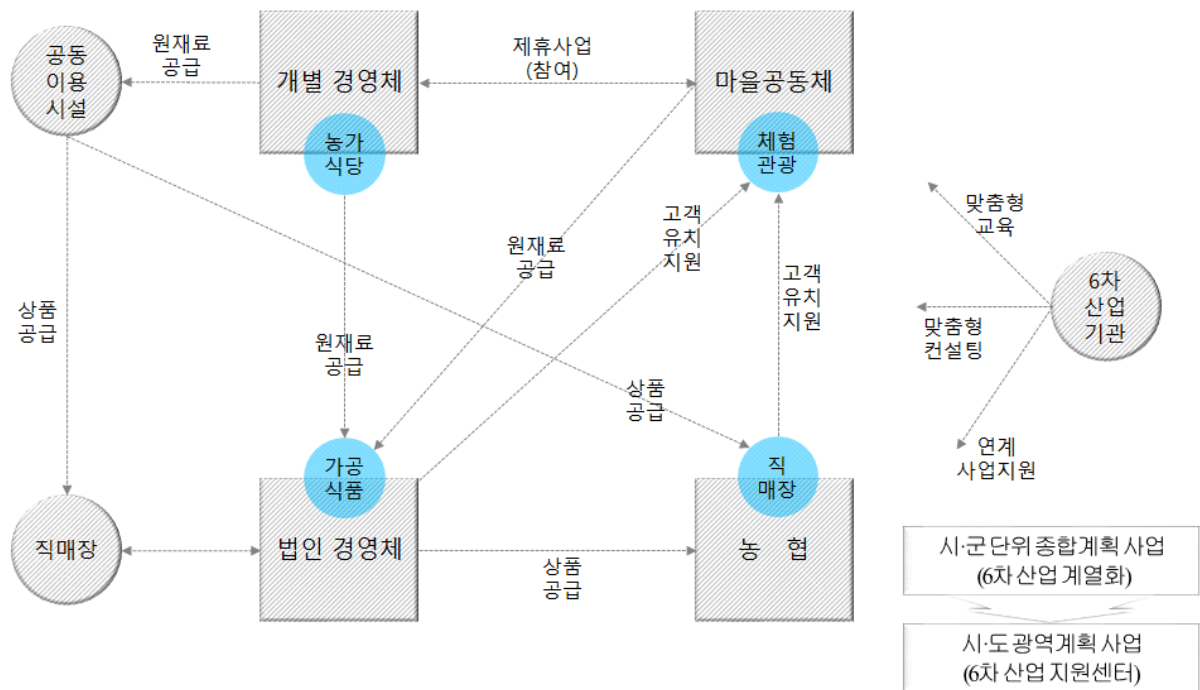
라. 농·식품가공 시설유형 및 유통망 비교

- 농·식품 가공분야의 시설유형별 인증기준 충족성과를 분석하면 자가시설은 ①농업법인 > ②마을공동체 > ③일반사업자 > ④농가 순임.
- 공동이용시설은 ①일반사업자 > ②농가 > ③농업법인 > ④마을공동체 순임.
- 임대시설은 ①농업법인 > ②농가 > ③일반사업자 > ④마을공동체 순임.
- 농·식품 가공분야의 유통/판로망 인증기준 충족성과를 분석하면 급식/외식산업 납품은 ①마을공동체 > ②농가 > ③농업법인 > ④일반사업자 순임.
- 대형유통업체는 ①일반사업자 > ②농업법인 > ③농가 > ④마을공동체 순임.
- 농축산물 직매장은 ①마을공동체 > ②농가 > ③농업법인 > ④일반사업자 순임.
- 온라인쇼핑몰 및 홈쇼핑은 ①일반사업자 > ②농가 > ③농업법인 > ④마을공동체 순임.



마. 6차산업 지원·육성 정책 방향

- 조직유형별 장점을 살리고 산업유형간의 시너지 효과를 창출하기 위해 개별단위 사업육성책이 아닌 시·군 단위 또는 광역단위 6차산업 육성·지원 정책으로 전환할 필요가 있음.
- 1차 농축산물의 수요확대를 위한 지역단위의 원재료 공급체계, 상품 공급·판매 체계, 고객유치계획, 제휴 사업체계 등을 총망라한 종합계획 수립과 이에 따른 단계적 지원·육성이 요구됨.





9. 6차산업 창업경영체 경영실태 심층분석

가. 분석개요

1) 분석내용

☑ 필요성 및 목적

- (우수요인 발굴) 6차산업 창업경영체의 기초실태조사 분석을 토대로 창업경영체의 재무적, 비재무적 분석을 통해 우수요인을 발굴하여 정책지원방안을 마련하고자 함.
- (지원프로그램 활용) 조직유형(개별, 법인), 산업유형에 따른 재무적, 비재무적 지표에 의한 성과를 분석하여 정책지원 및 지원프로그램 수립에 활용하고자 함.

☑ 조사내용

- 기 간: 2016년 12월 15일부터 12월 23일까지
- 대 상: 6차산업 개별 경영체, 법인 경영체, 마을공동체
- 유 형: 농·식품 가공분야, 체험관광 분야
- 내 용: 재무적 관점, 비재무적 관점
- 방 식: 전화 또는 이메일, 방문심층조사(응답률: 5.94%)

표 134. 6차산업 창업경영체 조사대상

[단위: 개소]

조 직	분야	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주	계
개 별 경영체	가공	7	8	5	3	3	11	7	4		48
	체험	1	2	2	2		1	1	2		11
법 인 경영체	가공	9	15	12	17	16	22	18	18	10	137
	체험				2		1	1	2		6
합 계		17	25	19	24	19	35	27	26	10	202

2) 분석방식

- 재무적 관점: ①수익성, ②안전성, ③활동성, ④성장성, ⑤생산성
- 비재무적 관점: ①고객 관점, ②프로세스 관점, ③학습 및 성장 관점

재무적 관점 (50)					비재무적 관점 (50)			합 계 (100)	
수익성	안전성	활동성	성장성	생산성	고객	프로세스	학습/성장	재무	비재무
10	10	10	10	10	15	20	15	50	50

나. 분석결과

1) 종합결과

▣ 농·식품 가공분야

- 100점 만점으로 환산할 경우에 농·식품 가공분야 개별 경영체의 총점은 40.59점이고 법인 경영체의 총점은 55.01점으로, 법인 경영체의 경영실적이 우수하나 전반적으로 경영평가 점수는 낮음.
- 재무적 측면으로 살펴보면 법인 경영체가 개별 경영체보다 4.43점이 높고 비재무적 측면에서는 법인경영체가 9.99점이 높게 나타남.
- 따라서 법인 경영체가 비재무적인 측면에서 개별 경영체보다 운영관리, 고객관리, 학습 및 성장관리가 비교적 우수하게 유지·관리되고 있음.

▣ 체험관광 분야

- 체험관광 분야의 개별 경영체의 총점은 55.28점이고 법인 경영체의 총점은 58.28점으로 법인 경영체가 근소하게 경영실적이 우수하나 전반적으로 경영평가 점수는 낮은 편임.
- 재무적 측면으로 살펴보면 개별 경영체가 법인 경영체보다 8.25점이 높은 반면에 비재무적 측면에서는 법인 경영체가 11.25점이 높게 나타남.
- 따라서 체험관광 분야에서는 개별 경영체가 재무적으로 양호하나 비재무적 측면에서는 개선할 사항이 많음을 알 수 있음.

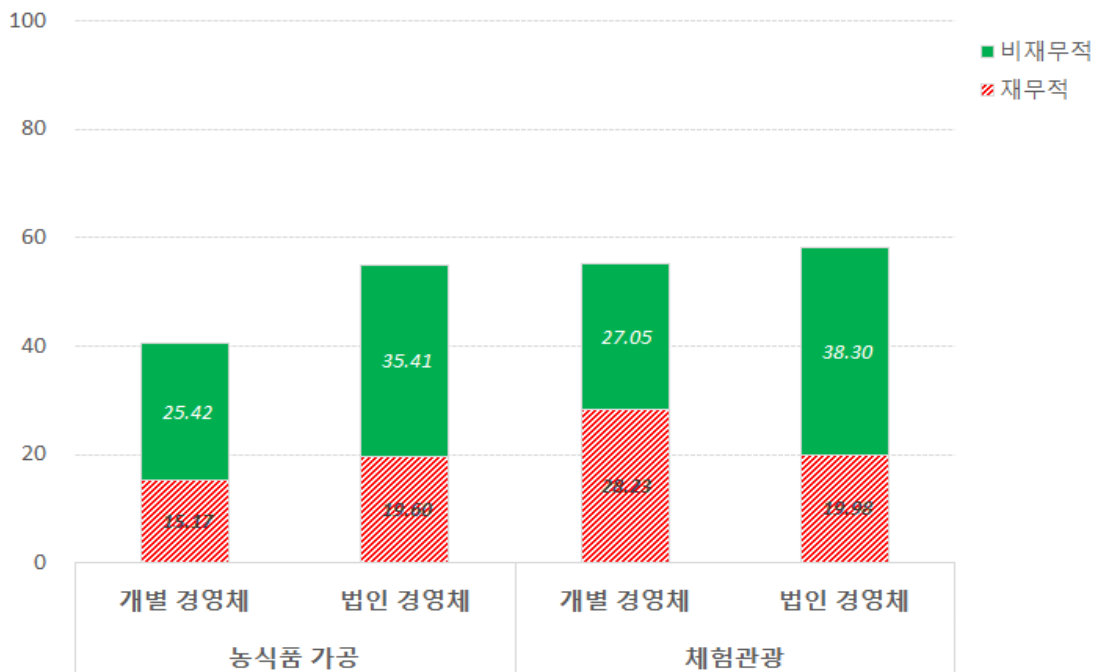


그림 112. 6차산업 창업경영체의 재무 및 비재무적 평가점수



재무적 측면

- 농·식품 가공분야에서 6차산업 창업경영체는 안전성을 제외한 수익성, 활동성, 성장성, 생산성이 모두 떨어지고 있고, 특히 수익성과 성장성이 매우 낮게 나타나고 있어, 농·식품 가공분야에서 개별 경영체 및 법인 경영체가 경영적인 어려움을 겪고 있다고 판단할 수 있음.
- 체험관광 분야에서는 6차산업 창업경영체는 안전성과 생산성은 비교적 양호한 경향을 나타내고 있으나 수익성, 활동성, 성장성은 낮게 나타나고 있어 향후 이를 개선할 수 있는 정책지원 및 컨설팅 프로그램 개선이 요구됨.
- 재무적 측면에서 개별 경영체는 농·식품 가공분야보다는 체험관광분야에서 강점을 나타내고 있는 반면에 법인 경영체는 농·식품 가공분야가 상대적으로 우수한 경영실적을 나타내고 있으나 수익성과 성장성에 있어서는 향후 개선할 사항이 많음.

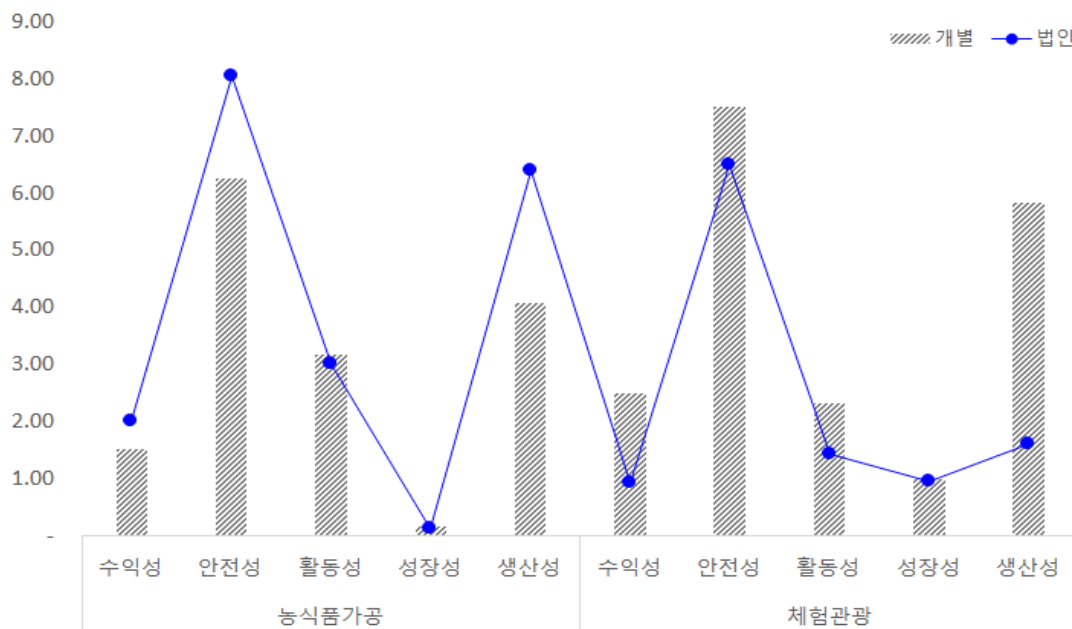


그림 113. 6차산업 창업경영체의 재무적 평가지표 결과

비재무적 측면

- 비재무적 측면에서는 법인 경영체가 개별 경영체보다 ①학습 및 성장, ②고객관리, ③내부 프로세스 관리에서 모두 우수하게 나타남.
- 개별 경영체는 농·식품 가공분야와 체험관광 분야에서 전문적인 경영관리기법 및 인력적인 측면에서 어려움이 있다 보니 법인 경영체보다 운영·관리 상의 애로를 겪고 있음을 유추할 수 있음.
- 측정 지표 중에서 ‘고객관리’가 개별 경영체와 법인 경영체에서 가장 낮게 나타나고 있어 고객의 재방문, 고객 만족도 향상을 위한 활동과 관리를 충실하게 할 필요가 있음.
- 향후 6차산업 창업경영체를 대상으로 고객 세분화에 따른 맞춤형 서비스 제공, 고객관계관리 활동, 서비스 질의 향상을 위한 교육과 컨설팅이 보다 강화될 필요가 있음.

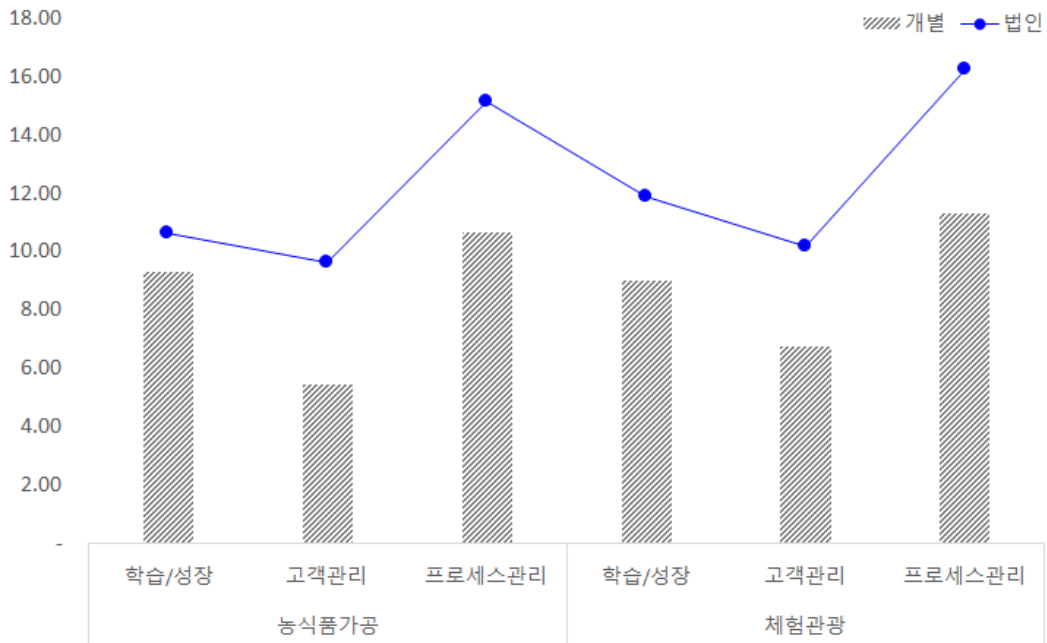


그림 114. 6차산업 창업경영체의 비재무적 평가지표 결과

2) 농·식품 가공분야

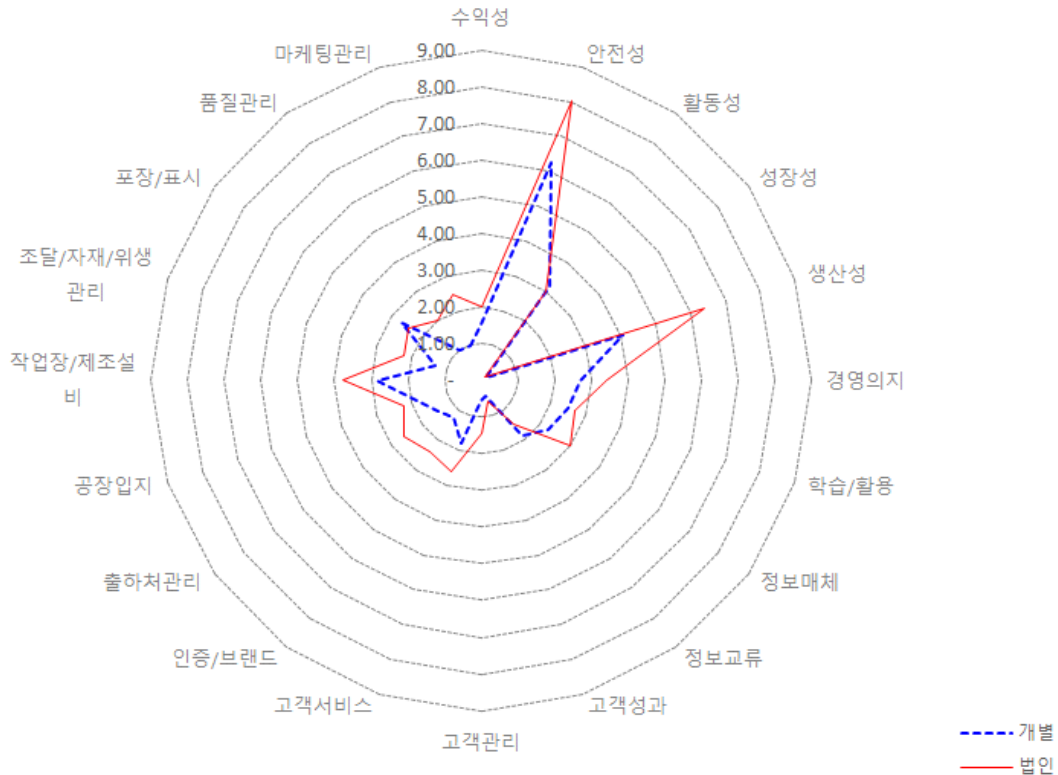


그림 115. 농·식품 가공분야 창업경영체의 재무적·비재무적 평가비교



- 농·식품 가공분야에서는 법인 경영체가 모든 평가지표에서 개별 경영체보다 우수하게 나타나고 있으나 개별 경영체와 법인 경영체 모두 비재무적 측면에서 개선할 사항이 많음.
- 개별 경영체는 농·식품 가공분야의 전문성을 강화하기 위해 내부 프로세스(운영·관리), 고객관리 등에 관한 교육, 컨설팅 등의 지원 프로그램을 강화할 필요가 있음.

3) 체험관광 분야

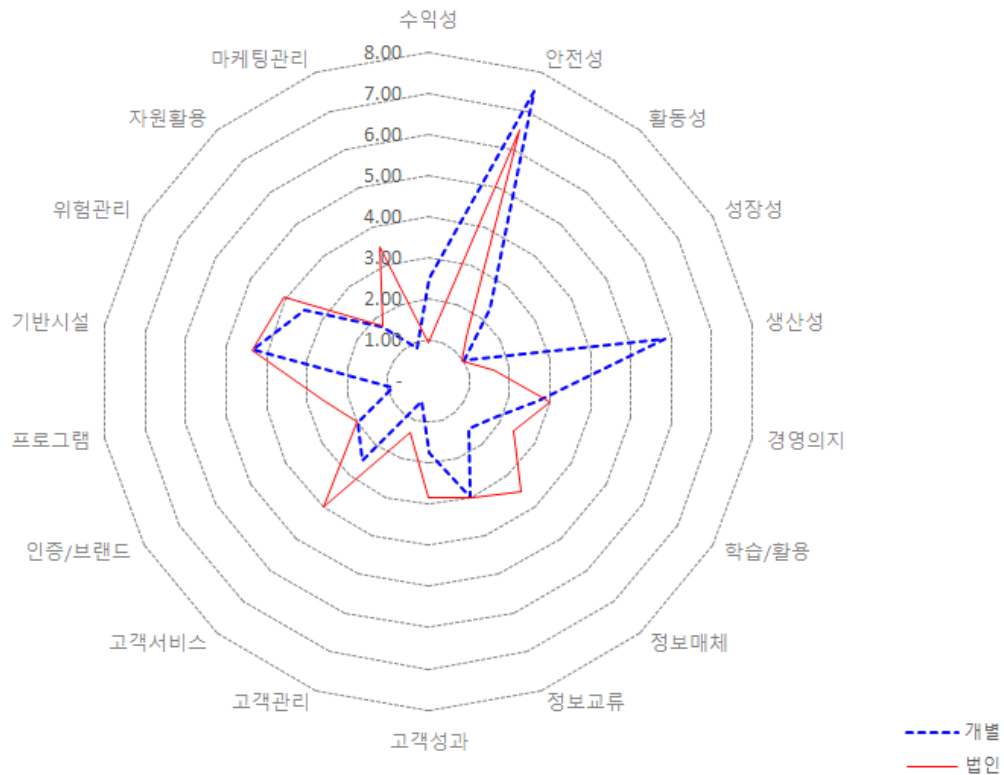


그림 116. 체험관광 분야 창업경영체의 재무적·비재무적 평가비교

- 재무적 지표에서는 개별 경영체가 법인 경영체보다 근소하게 우수한 것으로 나타나고 있으나, 큰 차이를 확인하기는 어려움.
- 법인 경영체가 농·식품 가공분야에 비해 체험관광에서 어려움을 겪고 있다는 점에 관심을 가질 필요가 있음.
- 개별 경영체는 기 보유 자원을 통해 부수적으로 체험관광을 하고 있기 때문에 사업의 위험성이 낮고 사업성도 상대적으로 양호하다고 할 수 있음.
- 개별 경영체가 체험관광을 활성화시키기 위해서는 ①학습과 성장, ②고객관리, ③내부 프로세스 관리 등을 적정궤도까지 끌어올릴 필요가 있는데, 이를 위해서는 자본과 인력에 한계가 있음으로 감안하여 연합형태, 공동마케팅 차원으로 접근하여 이러한 한계를 극복하여야 할 것으로 판단됨.

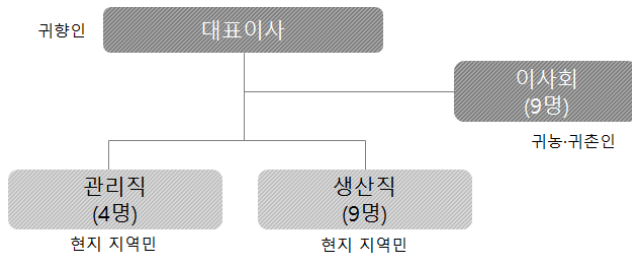
다. 심층조사

1) 농·식품 가공분야

☑ 대 상: 문경미소

☑ 연 혁

- 설립 일: 2013년 11월 5일
- 법인성격: 귀농·귀촌이 공동으로 창업한 농업회사법인(예비사회적기업 1년차)
- 조직체계:



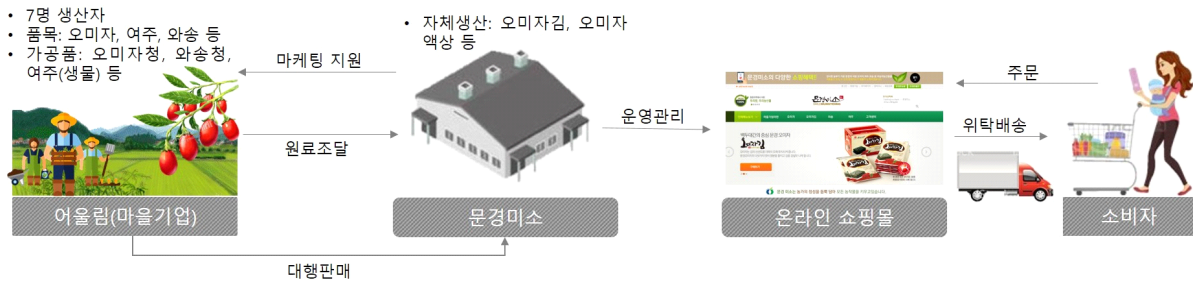
- 지역사회 및 농업·농촌에 기여하고자 귀향을 결심한 후에 뜻을 함께하는 귀농·귀촌 인사들과 오미자를 소재로 한 농·식품 가공 사업을 시작하게 됨.
- 직원은 정규직으로 현지인을 고용하여 농업외 소득에 기여하고 있음.

- 신규 가공공장 건립(가동: `17.04 예정)

- ➔ 총사업비: 10억 원 (자부담 3억 원)
- ➔ 규모: 840㎡ (254.5 YP)
- ➔ 건축: 5억 원
- ➔ 설비: 5억 원
- ➔ 생산: 오미자 조미김, 오미자 액상



- 운영체계:





- 현지 생산자로 구성된 마을기업인 '어울림'과 전략적 협업관계로 '오미자' 원료조달 및 마을기업에서 제조·생산된 가공품을 대행하여 유통·판매하고 있음.
- 마을기업 '어울림'의 취약한 분야인 마케팅·유통에 대한 멘토·지원(상표, 디자인 등)으로 상생의 협력모델을 구축함.



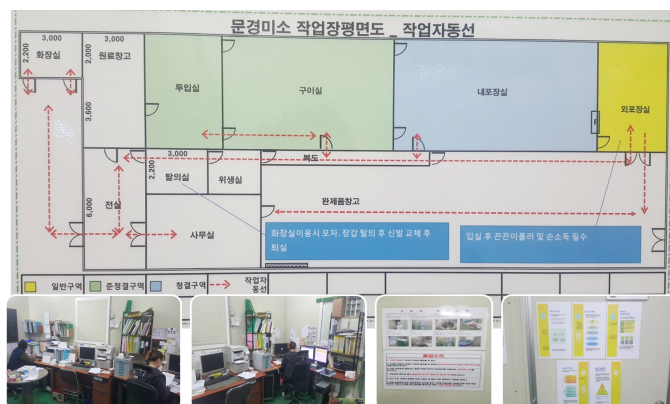
문경 미소는 농가의 정성을 듬뿍 담아 모든 농작물을 키우고 있습니다.

▣ 주요역할 및 기능

- 귀향인사 및 귀농·귀촌인이 지역 농업·농촌 활성화를 위해 제조·유통·마케팅 분야에서 각자의 재능을 발휘하고 있음.
- 지역 생산자와 마을기업 등 개별 경영체가 수행하기에 어려운 영역(유통·마케팅)을 해소해줌으로써 지역 사회 정착과 협업구조를 형성하고 있음.
- 상표, 박스 디자인 등을 제공해줌으로써 지역 생산자에게 좋은 호응을 얻고 있음.

▣ 시설현황

- 2014년 HACCP(위해요소중점관리) 인증을 받음.
- 840㎡ 신축공장 건립 중으로 2017년 4월 정식 본 가동에 들어갈 예정임.



▣ 실적

- 연구개발: 지역 대학교와 R&D활동
- 지식재산권: 특허청 상표출원, 디자인 출원
- 매출: 온라인쇼핑몰을 통한 매출이 총 매출액의 85% 정도를 점유하고 있음.

표 135. 문경미소 연도별 매출실적

[단위: 백만 원]

과 목	2013년	2014년 ^㉔	2015년	2016년(F) ^㉔	증감 (b)/(a)
매 출 액	6	465	917	930	200.0
영 업 이 익	0	-30	7	10	-

자료: 문경미소, 2016.

- 수출: 2016년 중국으로 오미자김을 1회(40PT) 수출한 바 있으며, 2017년부터 본격적으로 중국 수출을 시작할 것으로 전망됨.

표 136. 표 254. 문경미소 연도별 수출실적

[단위: 톤, 백만 원]

과 목	2013년	2014년 ^㉔	2015년	2016년(F) ^㉔	증감 (b)/(a)
수 출 국 가	-	-	중국	중국	-
수 출 물 량	-	-	20PT	40PT	-
수 출 금 액	-	-	-	-	-

자료: 문경미소, 2016.

▣ 지역사회 연계전략

- 문경미소가 위치한 문경시 산양면에 '어울림'이라는 마을기업으로부터 '오미자', '여주', '와송' 등 다양한 농산물을 계약재배를 통해 원료를 순탄하게 공급받고 있음.
- 문경미소는 연구개발, 마케팅, 유통을 맡아 '오미자김', '와송청', '와송즙', '여주즙', '여주차' 등을 생산·판매하는 지역적 협업구조를 갖추고 있음.
- 어울림(마을기업)은 현지인이 대다수이며, 문경미소는 귀농·귀촌인이 주를 이루고 있는데, 농사에 노하우를 가지고 있는 현지인은 생산에 주력하고 귀농·귀촌인은 각자의 재능을 활용한 개발·가공·유통을 담당하고 있어 일의 효율이 양호해짐.



☑️ 성과요인

- 차별화된 가공제품 개발(R&D): 문경의 특산품인 ‘오미자’를 소재로 한 상품개발과 네이밍, 상품디자인 등을 내부 전문가(이사)가 진행하여 차별화된 제품을 개발함.
- 탁월한 인력 활용: 문경미소에 참여한 9인의 이사는 귀농·귀촌을 한 인사로 유통·마케팅 분야의 전문지식을 농·식품 가공에서 적용시키고 지역 대학과의 협력관계를 형성함.
- 지역공동체와의 협업: 마을기업 ‘어울림’과의 오미자 원물조달체계, 지역 농협과의 상생의 마케팅으로 지역사회에 공헌하는 긍정적 이미지를 심어주고 문경미소가 위치한 지역 생산자의 애로사항을 해결해주는 중간지원조직 역할을 함께 수행하고 있음.



☑️ 향후계획

- 문경 특산품인 ‘오미자’의 수요를 증가시키고 생산자의 농업소득에 기여할 수 있도록 2017년부터 신축된 가공공장에서 ‘오미자김’과 ‘오미자액상’의 생산 라인을 추가하고 급식사업, 오프라인 매장 등의 유통다변화를 꾀하여 경영성과와 경영안정화를 도모할 계획임.
- 지역 생산자가 가장 크게 호소하는 농산물과 가공식품의 유통을 해결해줄 수 있는 중간지원 기능과 역할을 확대하여 지역사회와 상생하는 공유경제를 실현시킬 예정임.
- 국내 시장뿐만 아니라 국외 시장(중국)을 본격적으로 공략하여 농·식품 수출판로 확대에 기여하고 지역의 유통주체간의 협력관계 형성으로 지역사회 정착과 지역경제 활성화에 기여하고자 함.

☑️ 발전제언

- 지역 농산물 수요를 확대시키고 고부가가치화를 위해 농·식품 가공산업 육성이 필수적으로 수반되어야 하는데 개별적 접근방식이 아닌 생산자, 제조업자, 유통업자 간의 협력을 기반으로 한 통합적 접근방식이 요구됨.
- 귀농·귀촌인은 지역 생산자와의 소통을 통하여 그들의 애로를 함께 해결해줄 수 있는 열린 사고와 지식·경험을 그들에게 제공해줄 수 있는 나눔 마음이 있어야 지역사회에 빠르게 정착할 수 있음.

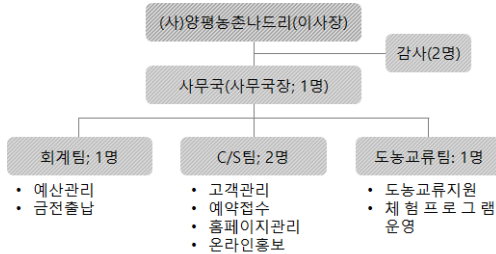
2) 체험관광 분야

☑ 대상: 사단법인 양평농촌나드리

☑ 연혁

- 설립일: 2006년
- 법인성격: 지역 체험관광마을 활성화를 위한 공익적 비영리 법인
- 조직체계:

- ➔ 회원: 23개 체험마을
- ➔ 이사장: 1명
- ➔ 직원: 5명



- `16년 운영예산(세입·세출)

[단위: 백만 원]

계정과목	세입	계정과목	세출
인건비 및 퇴직적립금	60	인건비 및 퇴직적립금	60
운영비	10	운영비	10
온라인 홍보사업	30	온라인 홍보사업	30
도농교류협력사업	10	도농교류협력사업	10
홍보물제작	20	홍보물제작	20
6차산업 활성화	10	6차산업 활성화	10
홍보사진 제작	10	홍보사진 제작	10
육성사업	355	육성사업	355
혁신역량	33	혁신역량	33
계	538	계	538

- 운영체계:

- ➔ 총회(1회/년), 결산보고(1회/년), 정기회의(1회/월)로 구분하여 운영하고 있음.
- ➔ 체험관광마을 회원은 등급에 따라 매년 연회비를 납부함.

항목	우수마을	발전가능마을	미흡마을	비고
연회비	700천원	500천원	300천원	
마을수	8개소	8개소	7개소	23개소



- ▶ 양평군은 매년 체험관광마을에 대한 등급평가를 시행하여 체험관광마을의 자율적 성장과 서비스 개선을 지속적으로 유도하고 있음.



▣ 주요역할 및 기능

- 양평군 소재의 체험마을 간의 연계로 체험관광을 활성화시키는 지역 중간지원조직임.
- 농촌관광프로그램개발, 도농교류 활성화를 위한 홍보 및 마케팅 활동을 위주로 하고 있음.
- 회원마을에 대한 평가를 통해 미흡한 마을에 대한 개선 프로그램 개발 및 지원 등 양평군 체험마을사업의 허브역할을 담당하고 있음.

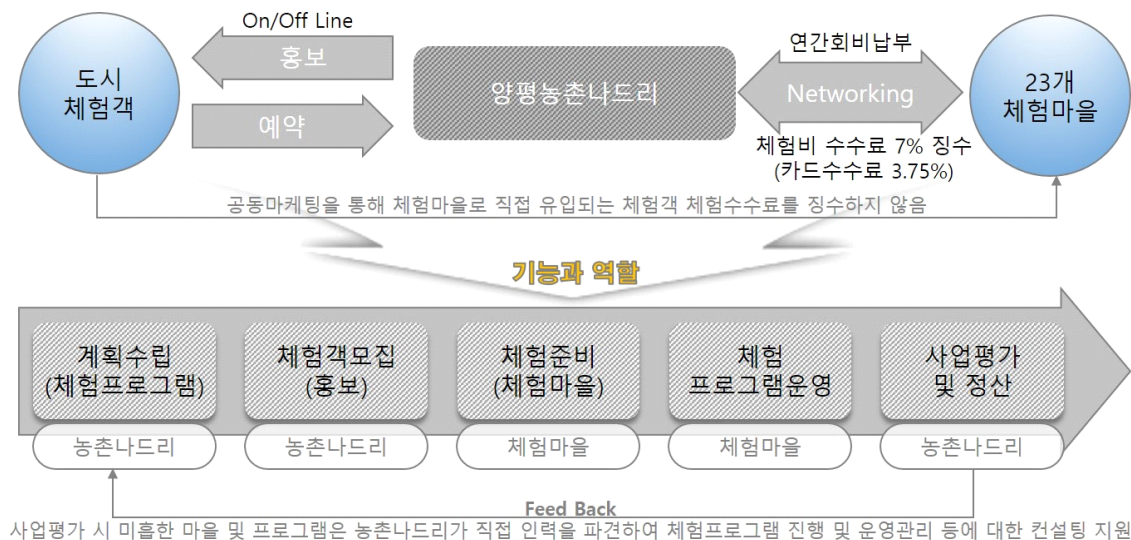


그림 117. (사)양평농촌나드리 역할과 기능

▣ 실적

표 137. 양평농촌나드리 회원현황

회원마을	2012년 [㉠]	2013년	2014년	2015년	2016년(F) [㉠]	증감 (b)/(a)
회원마을	11	13	17	21	23	109.1%
신규회원	0	2	4	4	2	-
탈퇴회원	-	-	-	-	-	-

자료: 양평농촌나드리, 2016.

표 138. 양평농촌나드리 실적현황

회원농가	2012년 [㉠]	2013년	2014년	2015년	2016년(F) [㉠]	증감 (b)/(a)
접속자수(명)	165,800	200,544	317,537	186,643	178,516	7.7%
체험객수(명)	22,235	24,731	32,049	20,159	8,888	-60.0%
예약금액(천원)	509,259	571,191	728,247	441,919	197,662	-61.2%

주)2015년부터 체험마을 단위 홈페이지 개설에 따른 체험객수, 예약금액이 체험마을단위로 집계된 부분이 반영되지 않음.
 자료: 양평농촌나드리, 2016.

▣지역사회 연계전략

- (사)양평농촌나드리는 양평군청 관광진흥과에서 관할하고 있으며, 양평군 체험마을 육성 및 활성화를 위해 중간지원조직으로 양평농촌나드리를 조직화하여 운영·관리하고 있음.
- 양평농촌나드리는 체험마을의 중간지원조직의 역할을 담당하고 있으며, 농업·농촌과 관련된 유관기관(양평공사, 양평관광협동조합, 물소리길협회, 로컬푸드직매장 등)과 협력하여 서비스 질을 높이는 다양한 활동을 전개하고 있음.

▣성과요인

- 양평군 내의 동종의 유사한 업종 간의 연대를 통해 사업의 다양성 및 지속가능성을 확보하고 있음.
- 체험프로그램의 질을 높임으로써 소비자의 선택의 폭을 확대하고 서비스의 질을 지속적으로 개선시키고 있으며,
- 양평군 내의 마을단위에서 추진하고 있는 다양한 형태의 농촌체험마을사업을 연계하고 통합하는 공동체간 연대를 통해 소비자가 365일 연중 시간나면 언제든지 방문할 수 있도록 함으로서 농촌체험마을사업의 지속가능성의 한계성을 극복하고 있음.
- 농촌체험마을 프로그램의 다양성을 확보해 소비자의 선택의 폭을 확대하고 양평농촌나드리 내의 전문가 유치 및 양성을 통해 공동체의 각각의 체험마을에 대한 평가 및 컨설팅 과정을 통해 체험마을의 질적 향상을 유도하고 있음.



▣ 향후계획

- 양평농촌나드리는 소비자의 선택의 폭과 서비스 개선을 위해 홈페이지를 통한 문자메시지 전송체계에서 ICT기반의 SNS서비스를 2017년부터 고객을 대상으로 제공할 예정임.
- 양평 체험마을의 지속적 성장·육성을 위한 다양한 프로그램 및 콘텐츠 개발을 공동마케팅 차원에서 추진하여 이를 체험마을에 안착될 때까지 일관체계를 구축할 계획임.
- 향후 고객의 욕구(니즈)를 파악하고 고객에게 맞춤형 서비스를 제공할 수 있도록 고객관계관리(CRM)시스템을 구축하여 지속적인 고객과의 소통을 추진할 계획임.
- 체험마을의 성패는 참여하는 주민의 의식과 서비스 마인드가 근간이므로 이에 대한 지속적인 교육을 시행하고 공동체 의식을 고양시킬 수 있는 연대행사(워크숍, 세미나, 심포지엄 등)를 추진할 계획임.

▣ 발전제언

- 농촌체험마을사업은 유사한 사업 내용의 중복, 사업의 단조로움, 전문성 결여 등이 문제점으로 제기되어 왔으나 ‘양평농촌나드리협동조합’은 양평 지역 내의 23개 체험마을사업을 연계해 협동조합을 결성함으로써 그동안 농촌체험마을사업에서 제기된 문제점을 완화함.
- 23개 각기 다양한 체험마을사업을 연계함으로써 소비자에게 선택의 폭을 확대시켰을 뿐만 아니라 협동조합을 통해 전문가 유치 및 양성, 체험마을 구성원에 대한 평가 및 개선 방안 도출 등을 통해 체험마을사업의 서비스 질을 개선하고 있음.

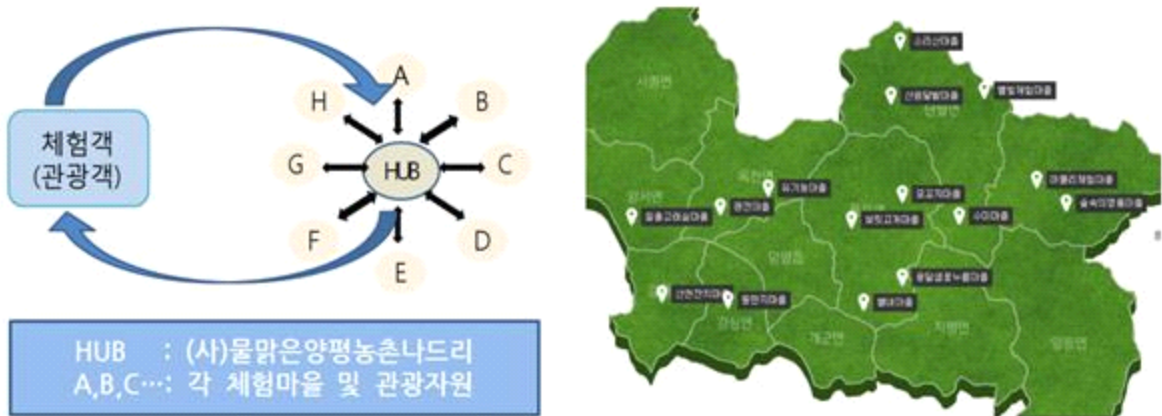


그림 118. 양평 소재 체험마을사업을 연계한 양평농촌나드리(협동조합)

- 체험사업의 아이টে을 확대해 소비자에게 선택의 폭을 확대하는 방향으로 범위의 경제를 실현시키고 있음.
- 마을중심의 농촌공동체는 대부분 농촌체험사업 위주로 추진되고 있지만 농산물 가공사업을 로컬푸드와 연계한 직거래 사업을 추진하여 부가적인 농가수익 창출을 돕고 있음.
- 마을중심의 성공적인 체험관광을 추진하기 위해서는 성공적인 사업 아이টে을 발굴한 이후 아이টে을 중심의 사업을 확대하기보다는 공동체 구성원의 확대와 함께 품목을 확대하는 형태로 한 범위의 경제 실현하고 있음.

- 개별단위 경영체는 사업의 연속성, 다양성, 전문성 등에서 한계성이 노출되고 있으며, 생산 및 가공 또한 규모의 한계성, 품목의 다양성 등에서 적지 않은 문제점을 노출하고 있기 때문에 체험마을 간의 네트워크 구축을 통해 극복하고 있음.(시·군 단위 통합조직 구축)
- 통합조직 내의 다양한 형태의 체험관광을 네트워크화 함으로써 규모의 경제 및 범위의 경제를 실현시키고, 통합조직 내부에 초빙된 전문가를 통해 통합조직에 소속된 체험관광 경영체의 각종 체험프로그램 진단 및 개선, 새로운 농산물 가공기술 유입 및 가공시설의 공동이용 등의 생산성 및 효율성 향상, 공동판매시설 구축을 통한 시장교섭력 강화 등 추진을 통해 지역 활성화에 기여하고 있음.



10. 사례분석

가. 정부 창업지원사업 효율화 방안

1) 개요

- 미래부·기재부·중기청의 3개 기관이 공동으로 '제19차 경제관계장관회의'에서 '정부 창업지원사업 효율화 방안'(2015.10.14)을 발표하였음.
- 이 방안은 창업분야 현장에서 꾸준히 제기된 문제점을 분석하여, 수요자 중심의 창업지원체계를 만들고자 하는 정부의 의지를 담은 것임.
- 따라서 본 방안에서 제기된 문제점 및 개선방안은 6차산업 창업지원사업에도 상당수 적용될 수 있을 것으로 판단되며, 따라서 본 대책에서 인식하고 있는 정부 창업사업의 문제점과 개선방안을 통해 시사점을 도출하였음.

2) 창업지원 사업 현황

- 2015년 기준으로 중앙부처의 전체 창업지원사업 수는 9개 부처 99개 사업이며, 전체 창업지원사업의 예산 규모는 중소기업청의 투융자 및 보증사업을 제외할 경우 6,020억원('15년 예산기준) 규모임.
- 부처별로는 중소기업청이 47개 사업으로 가장 많고, 미래부 39개, 문체부 4개, 농식품부 3개 순이며 여타 부처는 2개 이하임. 농식품부의 3개 사업은 '체류형 농업창업지원센터' 40억원, '역외 창업보육' 4.5억원, '6차산업 창업지원' 162억원으로 구성되어 있음.

표 139. 창업지원사업 소관부처별 사업수 및 예산현황(2015)

단위 : 개, 억원

구 분	중기청	미래부	문체부	농식품부	해수부	교육부	고용부	환경부	농진청	합계
사업수	47	39	4	3	2	1	1	1	1	99
예산	3,800	1,653	174	206	24	14	141	3	5	6,020

주 1 : 투융자 및 보증사업 예산은 제외하였음.

2 : 2015년 예산 기준임.

자료 : 경제관계장관회의 자료, '정부 창업지원사업 효율화 방안'

- 지원내용별로는 사업화를 위한 패키지형 지원사업이 40개로 최다이며, 판로·마케팅·해외진출이 12개, 창업교육과 시설·공간 제공이 각각 11개, 네트워킹·행사가 10개 순임. R&D 지원사업은 사업 수는 적으나, 지원 예산액은 2,000억원 수준임.

표 140. 창업지원사업 소관부처별 사업수 및 예산현황(2015)

단위 : 개, 억원

구분	사업화	판로 마케팅 해외진출	창업 교육	시설 공간	네트워킹 행사	R&D	멘토링 컨설팅	합계
사업수	40	12	11	11	10	6	4	94
예산액	2,433	234	238	918	34	2,016	146	6,020

주 1 : 투융자 및 보증사업 예산은 제외하였음.

2 : 2015년 예산 기준임.

자료 : 경제관계장관회의 자료, '정부 창업지원사업 효율화 방안'

- 창업자의 창업지원사업 활용단계별 문제점으로 먼저 창업전 정보습득 및 신청 단계에서는 ①정책 가시성 미흡, ②정보의 분산, ③신청과정의 부담이 문제점으로 지적되었고, 선정·운영 단계에서는 ①시장 전문가 참여 부족, ②멘토링, 교육품질 격차 등이 문제점으로 지적되었음. 나머지 단계에서의 문제점들은 아래 그림과 같음.

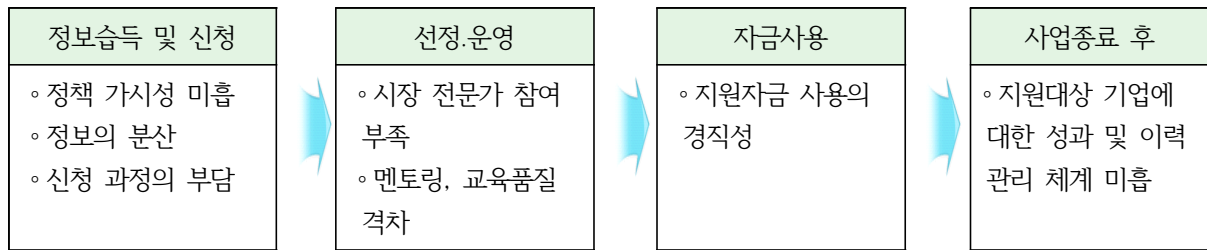


그림 119. 수요자의 창업지원사업 활용 단계별 애로사항

- 이러한 문제점을 해소하기 위하여 정부 창업지원사업에 대한 '인지-정보획득-신청-선정-활용'의 전 단계에 걸쳐 수요자의 인지도와 접근성, 편의성을 획기적으로 제고하는 것을 기본 방향으로 설정함.
- 그 구체적인 방향으로는 ①정책 인지도 및 접근성을 제고하고, ②수요자 편의를 강화하며, ③사업간 연계를 강화하는 3가지를 기본 방향으로 설정하고 있음.
- 이를 위한 구체적인 실천방안으로 ①'K-startup'이라는 통합 브랜드 사용, ②유사사업 통합, ③온·오프라인 정보제공을 위한 싱글윈도우 구축, ④표준사업계획서 양식 적용, ⑤사업 평가위원 중 기업가 등 현장 전문가 비중 확대, ⑥사업비 집행의 유연성 제고를 위해 비목별 한도 폐지, ⑦맞춤형 성장지원을 위한 후속 단계사업 참여 우대, ⑧창조경제혁신센터 중심의 지역 창업생태계 활성화 방안 추진 등을 제시하였음.



목
표

창조경제를 견인하는 선진국형 창업생태계 조성

추
진
과
제

정책 인지도 및
접근성 제고

- ① K-startup 통합브랜드 출범
- ② 프로그램 수 감축
- ③ 싱글윈도우 체계 구축

수요자 편의 강화

- ① 신청서류 표준화.간소화
- ② 평가.선정위원 구성과 평가방식 개선
- ③ 회사설립 원스톱 지원 강화 등
- ④ 사업비 구성.집행 체계 개선

사업간 연계 강화

- ① K-startup 프로그램을 통한 맞춤형 성장지원
- ② 혁신센터를 거점으로 한 지역창업생태계 활성화
- ③ K-startup 브랜딩 강화

수요자 니즈에 맞춘 창업지원사업 체계 구축

표 141. 그림145. 정부 창업지원사업 추진 방향

3) 시사점

- 범정부의 창업지원사업 추진방향 개편에서 얻을 수 있는 시사점은 첫째, 창업예비단계에 대한 지원이 많은 비중을 차지하고 있다는 점임. 즉 통합브랜드 출범, 정보 및 신청의 단일 창구화, 신청절차의 간소화 등 창업 예비자들을 위한 지원들이 중요한 과제로 등장하고 있다는 점임. 6차산업 창업지원 프로그램의 경우 창업예비단계에 대한 지원이 크게 부족하다는 점에서 이러한 정책의 변화를 참조할 필요가 있을 것임.
- 둘째, 거점을 기반으로 연계를 강화하고 있다는 점임. 특히 창조경제혁신센터가 지역의 거점이 되어 다양한 사업의 구심점 역할을 강화한다는 계획은 농업의 지역성을 감안할 때 더욱 중요한 의미를 지닌다고 할 수 있음.

나. 일본의 6차산업 창업지원 현황

1) 개요

- 일본의 6차산업 지원정책은 인증사업자를 중심으로 사업의 활성화를 지원하는데 정책이 집중되고 있으며, 새로이 진입하려는 창업자에 대한 지원은 상대적으로 부족함. 즉 일본도 우리나라와 마찬가지로 창업관련 핵심 기능은 중소기업청(창업·신사업 촉진과)에서 실질적으로 담당하고 있고, 6차산업 정책 내에서는 매우 제한된 정책만 있을 뿐임.⁶⁾
- 따라서 일본도 예비창업자가 창업자로 전환하기까지의 지원정책은 중소기업청에서 담당하고 있고, 이후의 지원정책은 농림수산성이 담당하는 형태를 취하고 있다고 할 수 있음.
- 일본의 6차산업 창업 지원정책을 구체적으로 살펴보면, 일본의 정책은 크게 ①지자체 중심의 정책추진, ②이업종간 결합에 대한 금융 지원, ③맞춤형 교육 지원이라는 3가지 특징이 나타나고 있음. 이하에서는 이들 각각에 대해 사례들을 소개하도록 함.

2) 창업지원 사업 현황

가) 지자체 중심의 정책추진

- 일본 역시 인구의 대도시 쏠림 현상이 심화되면서 일부 현과 농촌에는 인구가 크게 줄어들고 있음. 이에 따라 6차산업화가 지역내 일자리 창출 및 인구 유지에 큰 도움이 된다는 판단하에 창업정책을 추진하고 있음.

표 142. 일본의 6차산업 창업관련 주요 정책

구 분	사 업 내 용	지원방식
시즈오카시 (靜岡市)	-시즈오카시 거주 농업인, 농업인단체, 농업법인 중 농업의 6차산업화를 신규로 개시할 경우 보조금 교부 -지원분야는 기계구입, 조사연구, 판촉행사 등	보조금
도메시 (登米市)	-6차산업 아이디어 평가(사업공모) 방식에 의한 창업준비금 지원 -도호쿠 대학과 연계하여 컨설팅 지원	보조금+융자
마쓰우라시 (松浦市)	-‘창업지원협력회의’를 통해 기관간 협력체계를 구축하여 창업 지원, 지역자원 활용을 강조 -분담형태는 원스톱 민원 창구(마츠우라시청), 경영지원(마츠우라상공회의소, 마츠우라시복응상공회), 금융지원(사가은행 등), 기타협력(마츠우라고등학교, 마츠우라관광물산협회 등)	융자
후쿠시마현 (福島県)	-창업전문교육(후쿠시마 6차화 창업학원)을 통한 지원 -기초반, 실천반, 지원요원(공공기관)반, 마케팅·가공문제 해결반 등의 전문코스를 두고 코스당 5~8회차 교육 실시	-

6) 참고로 일본의 6차산업 정책에서 수출과 관련한 지원정책이 중요하게 자리하고 있다는 점은 특기할 만한 사항임.



- 특히 중앙정부의 창업관련 정책이 많지 않기 때문에 지자체별로 지역에 맞는 특색있는 정책들을 도출하여 추진하고 있음. 예를 들어 시즈오카시는 기계구입 및 연구 등에 대한 보조금 지급이 중심이 되고 있고, 마쓰우라시는 지역의 관련단체간 협업을 통해 창업지원을 하고 있으며, 도메시는 6차산업 아이디어 평가를 통해 보조금과 용자를 지원하고 있고, 후쿠시마현은 창업전문교육을 통해 지원을 하고 있음.

나) 이업종간 결합에 대한 금융지원

- 일본의 6차산업 지원정책 자체에 창업관련 사업은 없다시피 하지만 거의 유일하게 신규 사업자에게 지원하는 정책으로는, 생산자(1차)가 2, 3차 사업자와 결합하여 회사를 설립할 때 이 회사에 대해 출자형태로 지원하는 정책이 있음.
- 이 방식은 생산자와 2, 3차 사업자가 합작회사 등의 형태로 결합할 때, 출자나 후순위대출 등의 방식으로 자금을 지원하고 있으며, 출자형태로 지원을 할 경우는 최장 15년간 주식을 보유하면서 이후 이를 매각하여 투자금을 회수하는 방식으로 운영되고 있음.
- 독립적인 이업종간 결합에 대해 단순히 금융지원만 하는 것이 아니라 경영지원, 판로지원 등의 다양한 지원책을 동시에 제공하는 것이 이 정책의 특징임.
- 또한 생산자와 2, 3차 사업자간 연계를 통해 신상품 개발이나 새로운 서비스 창출을 위한 사업화 가능성 조사에 필요한 조사비를 별도 지원하는 사업도 운영되고 있음.

표 143. 이업종간 결합에 대한 금융지원 정책

구 분	내 용
주식 취득에 의한 지분투자	-생산자(1차)가 2, 3차 사업자와 결합하여 합작회사 등을 만들 경우 자금을 지원 -(주)농림어업성장산업화지원기금에서 출자를 통해 회사의 주식을 취득하여 최대 15년까지 보유한 후 매각하여 투자금을 회수
사업화 가능성 조사 연구비 지원	-생산자(1차) 2, 3차 사업자 간 연계를 통해, 신상품이나 새로운 서비스를 창출하기 위한 사업화 가능성 조사에 대해 지원

다) 맞춤형 교육 지원

- 일본의 창업관련 지원 중에 돋보이는 것은 창업과 관련하여 수요자의 요구에 맞춰 지원을 한다는 것임. 특히 이러한 맞춤형 교육을 통해 지역의 1차 생산물을 활용한 창업 등을 적극적으로 지원하고 있음.
- 예를 들어 앞에서 이미 언급한 후쿠시마현의 창업전문교육에서는 창업학원을 통해 코스별로 전문적인 교육을 실시하고 있으며, 특히 6차산업 관련 공공기관 관계자들에 대한 교육과정도 포함되어 있다는 것이 특기할 만함.
- 후쿠시마현 창업전문교육의 홍보내용 중 일부를 소개하면 아래와 같음.

후쿠시마 6차화 창업 학원

본 현의 농림수산 자원을 활용하고 부가가치 높은 상품개발이나 비즈니스 창업의 방법 등을 배우기 위하여 '후쿠시마 6차화 창업 학원'을 개최합니다.

본 학원은 올해로 7년째를 맞아 지금까지 배출한 총 306명의 졸업생은 현내 각 지역에서 6차화의 리더가 되고 있으며, 새로운 관점에서 신상품 개발 등에 임하고 있습니다.

특히 2016년도는 「음식의 6차 산업화 프로듀서(애칭 : 음식 Pro.)」의 자격 취득을 목표로 한 강의를 신설하는 동시에, 실천자에 의한 사례 소개나 요리의 실연 지도 등 매력적인 내용이 가득합니다.

수강료는 무료입니다.

▣ 코스 개요

● 6차화 기초과정 : 정원 30명

향후 6차산업을 시작할 생각이 있는 분 등을 위한 코스. 6차화에 관한 기본적인 지식을 익힌다.
(국가인정 6차 산업화 프로듀서(사업주 법인 코스) 레벨2의 응시 자격 취득이 가능)

● 6차화 실천 코스(사업주 법인진급) : 정원 20명

구체적으로 6차산업을 하려고 생각하고 있거나 혹은 어느 정도 6차산업을 실시하고 있는 분을 위한 코스. 6차화를 실천하는 데 필요한 실무 지식을 습득한다.
(국가인정 6차 산업화 프로듀서(사업주 법인 코스) 레벨3의 응시 자격 취득이 가능)

● 6차화 실천 코스(지원 요원반) : 정원 10명

직무로 농가 등의 지도를 할 공적인 기관 또는 금융기관 등에 근무하면서, 직무에 필요한 6차화 관련 지식을 익히겠다고 생각하는 직원을 위한 코스.
(국가인정 6차 산업화 프로듀서(지원 스태프 코스) 레벨3의 응시 자격 취득이 가능)

● 마케팅·가공 문제 해결 코스 : 정원 10명

실제로 6차산업을 창업하였지만 상품이 잘 팔리지 않거나, 가공이 제대로 되지 않는 문제를 안고 있는 경영자 및 실무자 등을 위한 코스. 현재의 문제점을 해결하기 위한 개선방안을 배운다.



11. 발전방안

가. 창업 지원정책의 추진방향

- 앞에서 논의되었던 내용들을 정리하면 먼저 현 창업정책의 문제점으로 창업개념의 모호, 창업관련 사업의 부족, 기관별 창업관련 기능 미약, 기관간 연계 부족을 제기하였음.
- 그리고 설문조사와 인증사업자에 대한 실태조사의 분석을 통해 창업경영체별로 맞춤형 지원이 필요하다는 점과 시군단위 지자체가 중심이 되어 지원할 필요가 있다는 점을 시사점으로 도출하였음.
- 그리고 정부의 창업지원정책 개선 사례를 통해 창업예비단계 지원강화, 기관간 협업체계 구축, 지원창구 단일화가 필요하다는 시사점을 얻었으며, 일본 사례를 통해서는 지자체의 역할을 강화하고 창업과 관련한 전문교육이 필요하며, 생산(1차)과 2, 3차 전문기업들간의 상호 결합을 고려해 볼 필요가 있다는 시사점을 얻었음.
- 창업경영체의 실태조사를 통해 얻은 시사점들 중 많은 수는 맞춤형 지원사업이 필요하다는 것과 정책추진 주체의 역량 강화가 필요하다는 것, 그리고 이들 주체간 연계성 강화가 필요하다는 것에 집중되고 있음.
- 이러한 내용들을 종합적으로 정리하여 개편방향을 정리하면 6가지로 요약할 수 있는데, 그것은 ①창업개념의 정립, ②맞춤형 사업·교육 추진, ③지자체 역할 강화, ④기관간 연계 강화를 위한 농식품부 컨트롤타워화, ⑤창업지원창구의 단일화, ⑥독립기업간 결합지원 강화의 6가지 방향임.

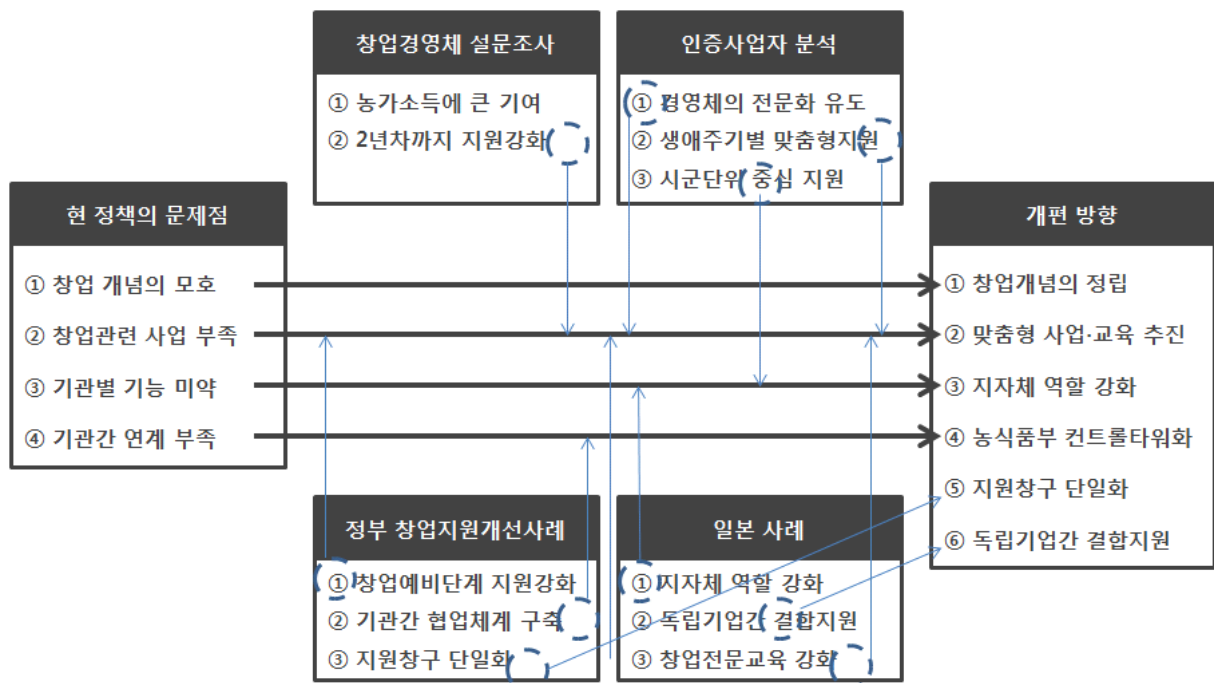


그림 120. 창업지원 정책의 추진 방향

나. 정책 개선 방안

1) 6차산업 창업 개념의 정립

- 창업 개념을 정립하기 위해 사용할 수 있는 대안으로는 앞에서 제시한 바 있는 「중소기업 창업지원법」의 ‘창업자’ 개념과 「6차산업 사업단계별 맞춤형 지원 방안」에서의 ‘창업·보육단계’ 개념, 「농촌융복합산업 육성 및 지원에 관한 법률」에서의 ‘인증사업자’의 3가지 개념으로 집약될 수 있음. 한편 일본의 관련 법에는 창업과 관련한 정의가 없어 참고가 되지 못하고 있음.
- 먼저 「중소기업 창업지원법」의 ‘창업자’ 개념은 그 기간이 7년이어서 6차산업에 적용하기에는 기간설정이 과도한 것으로 판단됨.
- 앞서의 인증사업자 분석에서 3~4년 정도에서 실적이 정상치를 보이는 경우가 많았고 오히려 그 이후에는 하락하는 사례가 많이 나타나고 있음. 이는 사업모델이 빨리 성장하고 쇠퇴한다는 것을 뜻하는 것으로 이러한 6차산업의 성장 패턴에서 7년까지 보육개념을 적용한다는 것은 부적절한 것으로 판단됨.
- 따라서 대안으로 설정할 수 있는 것이 3년을 기준으로 하고 있는 ‘창업·보육단계’ 개념과 ‘인증사업자’ 개념이라고 할 수 있음.
- 먼저 ‘인증사업자’ 개념에 대해 검토하여 보면, 인증제를 도입한다는 것은 인증을 통해 대상의 수준을 일정 이상 높이는 것이 사회적으로 바람직하기 때문에 실시하는 것이며, 따라서 인증을 받는 순간을 창업으로 판단하게 되면 인증대상의 수준 향상을 목적으로 하는 인증제도의 취지가 훼손될 우려가 있음. 즉 보육수준에 불과한 창업경영체를 일정 수준을 요구하는 인증경영체로 인정하는 모양새가 되기 때문에 부적절한 것으로 판단됨.
- 한편 ‘창업·보육단계’에서 정의한 3년의 기간은 인증사업자의 발전 단계가 3~4년 동안 지속적으로 성장하고 이후 하락하는 패턴임을 감안할 때, 성장세가 하락하지 않도록 지속적인 지원이 필요하다는 점에서 3년은 너무 짧은 기간으로 판단됨. 따라서 하락이 나타나는 시점에서 추가 지원관리가 필요할 것으로 판단되어, 최소지원 기간을 감안하여 5년 정도가 가장 합리적인 것으로 판단됨.
- 따라서 6차산업 창업경영체는 “6차산업을 창업한 이후 5년이내의 경영체”로 정의하도록 하고, 이를 관련 법에 명시하여 그 대상을 구체화하는 것이 필요함.
- 한편 농식품부 6차산업 정책사업의 성과지표에 ‘창업자수’가 설정되어 있다는 점과 연계하여 논의를 추가한다면, 향후 창업자에 대한 성과지표를 양적 지표에서 질적 지표로 전환할 필요가 있다는 점을 제안하고자 함.
- 최근 중소기업청 등에서 창업과 관련한 정책사업의 방향이 양적 성장보다 질적 성장으로 변화하고 있다는 점 등을 감안할 때, 6차산업 창업 역시 양적인 성장보다는 질적인 성장 쪽으로 정책 방향을 설정할 필요가 있으며, 또한 이를 측정할 수 있는 질적 성과지표로의 전환을 고민할 필요가 있음.
- 따라서 현재의 ‘창업자수’보다는 질적인 성과를 측정할 수 있는 인증사업자의 매출액 증가율, 영업이익 증가율 등과 같은 질적 성과지표로의 전환을 준비할 필요가 있을 것임.



2) 맞춤형 창업지원사업 추진

- 맞춤형 창업지원사업을 위해서는 창업경영체의 유형에 따른 특성들을 고려할 필요가 있으며, 특히 이번 연구에서 나타난 바와 같이 조직유형에 따라 정책의 차별화가 필요할 것으로 판단됨.
- 특히 창업관련 정책사업 자체가 크게 부족한 실정이기 때문에 맞춤형 정책개발에 앞서 단기적으로는 창업정책 자체를 보강하는 것이 필요하며, 특히 기존 정책에서 크게 부족하였던 창업예비단계에 대한 정책 마련이 필요함.
- 앞에서의 연구 결과를 바탕으로 장기적인 관점에서 맞춤형 창업지원사업의 방향을 정리하면 아래와 같음.

표 144. 맞춤형 창업지원사업 추진 방향

구 분	내 용
경영체의 전문화	조직유형(성격)과 산업분야 특성을 고려한 전문화된 6차산업 창업경영체 육성
경영체의 법인화	농·식품 가공, 직매장은 농업법인 중심으로 육성하고 농가(개별 경영체)는 연합·통합하여 법인화를 유도
생애주기별 맞춤형 지원	‘창업 → 성장 → 확장 → 성숙 → 포화 → 쇠퇴’ 단계에 따른 맞춤형 지원 (선 S/W, 후 H/W)
핵심성과지표 설정	조직유형, 산업분야 등의 특성을 고려한 KPI 및 육성 기준(안) 설정(목표 인증사업자 매출액 등을 차등 책정) → 지속적 6차 산업 견인
시·군단위 중심 지원	시·군의 6차 산업 점조직을 유기적·통합적 관점에서 육성 → 자원 효율화 및 시너지 창출
맞춤형 교육지원	지역별 교육의 전문화 및 내실화 → 지역 밀착형 사업으로 유도
창업예비단계 지원	우수 창업인력 확보를 위한 노력 및 초기 창업자금 지원(일본의 금융지원 사례 참조)

- 한편 맞춤형 창업지원사업을 위해서는 창업경영체와 관련한 통계의 생성과 관리가 무엇보다도 중요하며, 이를 운영하고 관리할 수 있는 주체가 필요함. 이를 위해서는 정보를 전담하고 있는 농정원이 관리하는 방법과 현재 창업보육 실행기관인 실용화재단이 담당하는 방법으로 나눌 수 있는데, 창업에 있어 향후 6차산업지원센터의 역할이 중요하다는 점을 감안하면 지역의 센터가 정보를 수집하고 이를 농정원에서 통합제공하는 방향을 고려할 필요가 있음. 그리고 이후에는 정보의 지원창구를 단일화하는 것까지 확대해 나가야 할 것임.
- 이러한 맞춤형 지원사업들의 추진을 위해서는 현재 구호에만 그치고 있는 법률상의 창업지원 조문을 시행령과 시행규칙에서 보다 구체화 시켜나가는 작업도 필요할 것임.

3) 지자체의 역할 강화

- 맞춤형 정책을 추진하기 위해서는 중앙단위 보다는 시군단위 지자체에서의 역할이 매우 중요함. 특히 6차산업이 지역 자원을 활용한다는 점에서 더욱 중요하다고 할 수 있음.
- 따라서 일본과 같이 창업지원사업의 대부분을 지자체에 위임하고, 중앙정부는 지역에서의 우수사례를 널리 홍보하고, 인센티브를 부여하는 형태로 역할을 전환하는 것도 필요함.
- 지자체 역할 강화에 있어 '6차산업지원센터'의 창업지원 역할을 강화하는 것이 무엇보다 필요함. 특히 창업지원의 중요 기능 중 한가지가 정보제공이라는 점을 감안할 때, 정보 기능을 우선 확대하면서 창업지원 관련 역할들을 강화해 나갈 필요가 있음.
- 특히 센터가 법률상에 창업지원의 역할을 담당하고 있으므로, 시행령과 시행규칙에서 그 기능과 역할을 상세히 제시할 필요가 있음.

4) 농식품부의 컨트롤타워 역할 강화

- 현재 창업지원 사업을 실질적으로 담당하고 있는 농촌진흥청의 경우 식품 가공, 기술, R&D에 강점을 보이고 있으나, 농촌관광, 유통, 수출 등에는 전문성을 발휘하기 어려운 구조임. 따라서 이러한 부분을 보완하고, 서로 연계하기 위해서는 상위의 연계 주체가 필요함.
- 현재 이러한 역할을 수행할 수 있는 주체는 농식품부가 유일하며, 따라서 전체 창업지원사업의 컨트롤타워 역할을 수행할 필요가 있음. 이를 위해서는 우선적으로 농촌진흥청과의 관계 설정을 통해 양 기관의 기능과 역할을 조정하여야 할 것임.
- 또한 농식품부의 컨트롤타워 역할은 중소기업청 등 농업 외부 기관과의 관계에서 더욱 중요하다고 할 수 있음. 창업의 경우 중소기업청의 역할이 크다는 점을 감안할 때, 농식품부는 6차산업 창업경영체 지원에 필요한 다양한 정책수단을 범정부적인 관점에서 검토하고 지원할 필요가 있음.

5) 지원창구 단일화

- 여기서 지원창구를 단일화 한다는 것은 물리적으로 창구들을 통합한다기 보다는 기능적으로 연결한다는 의미로 해석될 필요가 있음.
- 현재 창업보육 역할은 농업기술실용화재단에서 담당하고 있지만 창업 관련 지원창구가 다양한 기관에서 각자 운영되고 있는 것이 현실임.
- 이를 해소하기 위해서는 기능을 연결할 주체를 명확하게 지정하고, 농식품부가 이 기관에 기능 통합과 관련한 권한을 부여하는 것이 필요하며, 이를 바탕으로 기능간 효율적인 연계를 이루어내도록 하여야 함.

6) 독립기업간 결합지원

- 현재 우리나라의 창업지원은 생산자(1차)가 사업 영역을 2차, 3차로 확대하는 것을 염두에 두고 추진되고 있음.
- 그러나 일본의 사례에서 확인한 바와 같이, 1차기업과 2차기업, 3차기업이 결합할 경우 별도의



창업지원을 하고 있는데 이를 참고할 필요가 있음. 비록 국내의 6차산업 발전 수준에서는 너무 앞서가는 형태일 수 있지만 장기적인 관점에서 고려할 필요가 있을 것으로 판단됨.

- 이 결합은 개별 분야에서 독립기업으로 운영된 개인 또는 기업들은 해당 분야에 보다 전문성을 가지고 있다는 장점이 있고, 또한 생산자가 신생 기업에 지분 참여를 함으로써 이익을 공유할 수 있다는 장점이 있음.
- 만약 이 방식을 도입하려고 한다면 반드시 1차가 참여한다는 것을 전제로 하여야 할 것이며, 소규모 보다는 광역단위에서 도입이 고려되어야 할 것임.

참 고 문 헌

농림축산식품부, 「6차산업 창업지원 체계화 방안」, 2015.3.

농림축산식품부, 「6차산업 사업단계별 맞춤형 지원 방안」, 2015.12.

농촌진흥청, 「2015 농촌지도사업보고서」, 2016.5.

농촌진흥청, 「6차산업화 기초실태조사 보고서」, 2015.12.

미래창조과학부 등, 「정부 창업지원사업 효율화 방안」, 경제관계장관회의 자료, 2015.10.

국가법령정보센터 : <http://www.law.go.kr>

일본 농림수산업성 6차산업 관련 자료 : <http://www.maff.go.jp>