

발 간 등 록 번 호

11-1543000-001750-01

6차산업 성과 점검 및 평가를 통한 향후 정책방안 연구

2017. 02.

Policy

Research



농림축산식품부



제 출 문

농림축산식품부 장관 귀하

본 보고서를 농림축산식품부에서 의뢰한 『6차산업 성과 점검 및 평가를 통한 향후 정책방안 연구』 용역의 최종보고서로 제출합니다.

2017. 02.

주식회사 정앤서
대 표 서 윤 정

책임연구원 서 윤 정
참여연구원 한 상 연
윤 종 민
이 민 우
연구보조원 김 아 름

〈목 차〉

I. 과업 개요	1
① 과업의 배경 및 목적	1
1. 과업의 배경	1
2. 과업의 목적	1
② 과업의 범위	2
③ 과업의 추진체계	3
II. 6차산업 성과	5
① 6차산업 정책 동향	7
② 6차산업 정책의 특징과 차별점	9
1. 6차산업 정책 특징	9
2. 현 정부의 6차산업 정책 차별점	10
③ 6차산업 주요 성과	12
④ 6차산업 정책 추진 현황	22
1. 6차산업 주요 지원정책	22
2. 6차산업 사례 분석	32
III. 6차산업 정책방향 수립	35
① 농업·농촌 동향 및 농산업 트렌드	37
1. 농업·농촌 동향 및 전망	37
2. 한국 식품 및 관광 트렌드 전망	42
② 해외 6차산업 정책 및 사례 분석	47
1. 중국의 6차산업 정책 및 사례	47
2. 일본의 6차산업 정책 및 사례	54
3. 외국의 6차산업 정책 시사점	58

③ 6차산업 정책 시사점 및 개선방향 59

④ 6차산업 향후 정책 방향 수립 61

1. 6차산업 정책 고도화 방향 61

2. 6차산업 육성 비전 63

3. 6차산업 향후 정책개선 방향 64

■ 부 록 91

〈표 목차〉

<표 2-1> 전국 6차산업 인증사업자 현황	9
<표 2-2> 6차산업화 참여 농가의 매출, 소득, 수익률	16
<표 2-3> 사업유형별 농업법인 매출액 비중 변화	17
<표 2-4> 농업법인의 농업 생산 외 활동 부가가치 증가	18
<표 2-5> 6차산업화 관련 연간 고용자 수 - 사업분야별 분석	18
<표 2-6> 사업 유형별 농업법인 수	19
<표 2-7> 6차산업화 연도별 투자분야 비중 차이	20
<표 2-8> 6차산업 분야별 창업자 수('15년)	21
<표 2-9> 6차산업화 참여 경영주 귀농/귀촌 여부 및 귀농/귀촌 시기	21
<표 2-10> 지역전략식품산업육성사업 품목별 선정 현황	22
<표 3-1> 호당 농가소득 동향(명목)	38
<표 3-2> 농가호수, 농가인구, 농림업취업자 동향 및 전망	39
<표 3-3> 농촌인구 동향 및 전망	40
<표 3-4> 영농승계자 확보 농가 비율	40
<표 3-5> 경영주 연령 65세 이상 1인 농가 및 부부 농가 비율	41
<표 3-6> 창업·보육 밸리 H/W 기능	67
<표 3-7> 창업·보육 밸리 S/W 기능	68

〈그림 목차〉

<그림 2-1> 6차산업화 관련 매출액 추이	20
<그림 3-1> 종합화 사업계획 관계도	54
<그림 3-2> 나키진자 마미 농장	57
<그림 3-3> 비에이 농산물 시장	57
<그림 3-4> 파머스마켓 오우민치	57
<그림 3-5> 기업성장단계별 육성방안(예시)	64
<그림 3-6> 농촌기업가 정신의 체계적 육성을 위한 정책 방안	65
<그림3-7> 숙박 거점 농촌관광 플랫폼 개발 구조	84
<그림 3-8> 관광디자인 사업 추진 방법 및 유형(안)	85
<그림 3-9> 통합적 성과관리 시스템(안)	89

I. 과업 개요

- ① 과업의 배경 및 목적
- ② 과업의 범위
- ③ 과업의 추진체계

I. 과업 개요

① 과업의 배경 및 목적

1. 과업의 배경

- 농식품부 핵심과제인 6차산업화 정책지원으로 창업자 수 및 인증사업자 매출액 증가 등 성과 가시화
 - 6차산업 지원센터를 중심으로 농산물종합가공센터 등 농식품 유관기관이 협업하여 시제품생산, 컨설팅, 자금, 판로 등 지원
 - 창업자 수(누적) : ('14) 752 → ('15) 1,224 → ('16) 1,785
 - 인증사업자 수/매출액 증가: ('14) 379개소/831백만원 → ('15) 802/931 → ('16) 1,130/1,034
- 정책, 지원체계, 지원 사업 등 객관적 성과점검 및 평가를 통한 성과 확산으로 일자리 창출 및 지역경제 활성화
 - 6차산업 지원센터(10개소), 농산물종합가공센터(44개소), 지역단위 6차산업시스템 지자체(39개소) 등 지원기관의 지원대상, 절차, 성과 등 성과분석
 - 분석결과를 바탕으로 6차산업이 뿌리 내릴수 있도록 성과확산을 위한 향후 정책과제 도출 필요

2. 과업의 목적

- 6차산업 성과를 객관적으로 점검 및 평가를 통한 성과 확산 및 향후 6차산업 정책방향 수립
 - 박근혜 정부 출범 이후 농업·농촌의 경쟁력 향상을 통한 소득 증대를 위한 다양한 6차산업 지원정책이 수행되어 왔음. 이에 따라 현재까지 추진된 사업의 성과 및 문제점 등의 점검을 통하여 향후 6차산업이 더욱 확대되고 정착될 수 있도록 6차산업 정책방향을 수립함

② 과업의 범위

■ 6차산업화 정책 평가

- 정책 대상, 정책 범위, 정책 성과, 지원 체계 등 분석

■ 6차산업 성과 분석

- 6차산업 판매플랫폼 성과 분석
 - 안테나숍(18개소), 하나로마트 등 온·오프라인 판매플랫폼 실적 분석
- 창업지원 및 컨설팅 내실화
 - 창업 지원 : 6차산업지원센터, 농산물종합가공센터, 농식품벤처창업지원특화센터 등을 통한 창업 실적 분석
 - 컨설팅 : 컨설턴트 자격 검증, 컨설팅 실적 평가 및 평가결과 공개 등을 통한 컨설팅 내실화
- 지역단위 6차산업화 추진 현황 점검
 - 6차산업 지구(13개소), 지역단위 6차산업 시스템(26개소) 중심 사업 추진 현황 및 성과 점검
- 농촌관광 활성화 추진 성과 점검
 - 상품개발, 정보제공, 접근성·서비스 제고 등 분야별 사업추진 현황 및 성과(방문객, 운영실적 등) 점검
 - ‘한국방문의해’ 등 협업 사업 추진 현황
- 재정사업 분석
 - 향토산업육성사업, 농촌테마공원, 농촌자원복합산업화지원사업 분석
- 6차산업 규제개선 성과분석
- 6차산업 정책방향 제시
 - 생산·가공·유통·관광·융복합 등 6차산업 전문가를 활용한 성과 점검·분석을 통한 정책방향 제시

③ 과업의 추진체계

- 과업을 효율적으로 추진하기 위하여 각 단계별로 분류하여 과업을 추진함
- 1단계에서는 6차산업 정책에 대한 전반적인 정책현황 및 정책 방향을 조사·분석을 통해 연구의 기초 자료를 제공함
 - 2단계에서는 현재까지 추진된 주요 6차산업 정책에 대한 성과 분석을 위하여 6차산업 경영체 육성 성과, 지역단위 6차산업화 성과, 농촌관광 활성화 성과, 재정사업 성과 분석 및 마지막으로 규제 개선에 따른 성과를 분석함
 - 3단계에서는 1단계 현황 조사·분석 및 2단계 성과분석 등을 토대로 전반적인 성과 및 문제점, 개선방안을 검토하여 향후 6차산업이 성공적으로 추진되기 위한 정책 방향을 수립함

1단계	6차산업 현황 분석	6차산업 정책현황 분석
		6차산업 정책방향 분석
2단계	6차산업 성과 분석	6차산업 경영체 육성 - 창업지원, 판로지원, 현장코칭
		지역단위 6차산업화 - 6차산업화 지구, 지역단위 시스템
		농촌관광 활성화 - 상품 개발 - 정보제공 및 서비스 제고 등
		재정사업 분석 - 향토산업, 농촌테마공원, 복합산업화사업
		규제 개선 성과 분석
3단계	종합분석 및 정책방향 수립	6차산업 종합 성과 분석
		6차산업 정책방향 수립

II. 6차산업 성과

- ① 6차산업 정책 동향
- ② 6차산업 정책의 특징과 차별점
- ③ 6차산업 주요 성과
- ④ 6차산업 정책 추진 현황

II. 6차산업 성과

1 6차산업 정책 동향

○ 개별 사업단위로 추진되었던 과거 농촌산업 육성 정책에서 발전하여, 법·제도 기반 구축을 통해 농촌산업 육성을 위한 추진체계를 확립

- ‘농촌융복합산업 육성 및 지원에 관한 법률(약칭: 농촌융합산업법)’ 2015년 6월 개정, 12월 시행

* 5가지 기본 이념(제3조) : ①농가소득 증대, ②농촌경제 활성화, ③농촌융복합산업 생태계 조성 및 ④고도화, ⑤지역사회 공동체 유지·강화

구분	‘13 농업농촌 6차산업화 기본계획(2013.06)	농촌융복합산업 육성 및 지원에 관한 법률(2015.06)	제 1차 6차산업 육성기본계획(2015.10)
의의	6차산업에 대한 개념과 정책적 합의 도출 - 비즈니스 모델, 경영체단위, 지역단위 등에서의 6차산업 방향 도출 6차 산업 추진체계 및 재정사업 방향 정립	- 법률적 기반하에서의 6차산업 정책 추진 6차산업인증사업자 중심의 정책대상 부각 6차산업지원센터를 중심으로 한 지역의 6차산업 활성화 추진체계 구축 6차산업지구사업을 통한 전후방 연계 및 지역특화발전구상 촉진	6차산업인증사업자와 함께 지역단위 6차산업시스템 고려(인증경영체이외의 공동체 배려, 배려농정의 일환으로 판단됨) - 부서간 부처간 협업 지원체계 구축 및 6차산업지원센터와의 공저체계 마련 - 민관협업의 농촌관광 비즈니스모델 구축 시작
키워드	지역자원의 다각적 활용에 대한 맞춤형 지원체계 구축 (발전단계별, 지역자원 활용 등)	관로 및 금융지원등을 통한 6차산업경영체의 소득 증대	지역단위 및 배려농정등을 통한 농촌경제 활성화
	자원	자원+ 지원체계+경영체	자원+지원체계+경영체+지역(공동체)
기본개념 (취지)	- 지원자원 활용, 공동체활성화를 통한 농업농촌의 창조경제 실현 - 중앙정부에서 지방자치단체로 - 개별경영체 마을에서 주체간 연계강화 - 재정지원에서 생태계조성중심	- 농업의 고부가가치화 기반 마련, 농업농촌의 발전, 농촌경제 활성화를 도모, 농업인과 농촌주민의 소득증대, 국민경제발전이바지 - 상생협력, 생태계, 융복합을 통한 고도화, 공동체 유지 등	- 농업농촌자원의 융복합화를 통한 부가가치 창출로 농촌경제 활성화 - 기추진중인 제도와 관련개선사항 반영하여 조기 성과창출확산에 초점
문제의식	- 기존 개별적으로 추진되어 왔으나, 낮은 부가가치(농촌관광), 성장의 한계(식품제조가공), 대중성 상품성 열위(자원의 산업화), 소비자 신뢰문제(직거래) 존재 - 지원체계 미비	- 사업조정의 신청을 명문화함으로써 농촌융복합사업에 자 대한 대기업의 불공정행위 미연의 방지 - 중소기업과의 협력 강조 - 민간 주체 양성 필요성 제고	- 기초통계미비 - 간막이식 지원체계 - 경영체 융복합 역량 미흡 - 소비자 인지도 미비 - 일괄규제개선의 한계

구분	‘13 농업농촌 6차산업화 기본계획(2013.06)	농촌융복합산업 육성 및 지원에 관한 법률(2015.06)	제 1차 6차산업 육성기본계획(2015.10)
계획방향 (주요전략)	· 지역자원의 통합적연계촉진 · 지역 6차산업의 발전단계별 육성체계 구축 · 불합리한 규제완화 추진 · 6차산업화를 위한 제도적 기반구축	· 기본계획의 수립 및 시행 · 기반조성 및 지원 · 지구 지정 및 육성	· 창업,보육,성장,시장,확대의 선순환생태계구축 · 지역특화산업클러스터육성 · 서비스개선과 방문객유치
성과	· 농촌융복합산업 육성 및 지원에 관한 법률 제정 · 6차산업에 대한 대국민 홍보 시작, 성공사례 확산, 농업인 인식제고 시작 · 6차 산업 재정사업 기틀 마련	· 6차산업경영체 인증제도 도입 · 6차산업 실태조사 실시 · 판로지원사업 실시 · 모태펀드등 금융연계지원	· 기초통계기반조성 · 기관과 협업체계 구축시도 · 6차산업소비자 인지도 배가 · 6차산업창업자수 증가 · 인증사업자 매출액 증가 11% · 6차산업 판매플랫폼 구축 (안테나샵등) · 규제완화 · 민관협업의 관광상품개발 및 홍보 · 외국인 관광객 유치 활성화
미진한 점		· <u>농촌융복합산업 종합정보관리 시스템 구축 및 운영의 비 활성화?</u> · <u>농촌융복합산업지원전문기관 미지정</u> · <u>농촌융복합산업 연구개발</u> · <u>농촌융복합산업 전문인력</u> · <u>농촌융복합산업 연구개발 성과의 제공</u> · <u>농촌융복합산업 사업자 협회 설립?</u> · 폐기물 기준마련 및 유희가공시설의 임대 장려(28조) · 지구지원사항(34조)과 지구사업계획서의 일치정도 · <u>지구육성센터?</u>	· 지원기관(센터) 역량강화 미비 · 인증사업자 관리체계 미비 · 6차산업 창업보육 및 성장단계별 지원 체계 구축 미비 · 6차 산업 시장 전망 정보 공유체계 미비 · 6차산업 제품 공동브랜드 구축미비 · 고부가가치 제품 연구개발 등 미비 · 판매-기획 협업모델 구축 미비 · 농촌관광의 비즈니스모델 다각화 미비

2 6차산업 정책의 특징과 차별점

1. 6차산업 정책 특징

■ 농가 소득 제고와 농촌 지역 경제 활성화 수단으로 6차산업 정책 도입·추진

- 시장개방, 고령화 등 대내외 환경 변화 속에서 영세한 농업 구조의 문제를 해결하기 위한 노력의 일환으로 6차산업화 정책을 본격적으로 추진
 - 농업 생산만으로는 농가 대부분을 차지하는 중소, 고령농의 소득 기반 확충에 어려움이 있는 까닭에 농가 경제 활동의 다각화를 통한 중소농의 새로운 소득 기반 창출 도모
- 농촌 지역주민이 주도하며, 농촌 지역의 부존자원을 활용하고, 창출된 부가가치 및 일자리의 농촌 내 순환을 지향
 - 기업유치 등 외부 자원·자본에 의존하여 농촌 지역 산업의 성장경로를 반영하지 못한 기존의 농외소득·농촌산업 정책과 차별성을 가짐

■ 6차산업 정책의 개요

- 6차산업 경영체 육성을 위해 6차산업 우수 경영체를 발굴하고, 개별 경영체의 경제 다각화 활동을 지원
 - 6차산업 경영체 인증제도를 통해 성장가능성이 높은 우수 경영체를 발굴하고, 금융지원, 경영 컨설팅 지원 등 경영체의 생산활동을 직접 지원

〈표 2-1〉 전국 6차산업 인증사업자 현황

구분	강원도	경기도	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주	세종	합계		
인증자	132	125	103	94	170	165	127	109	73	16	1,130		
구분	인천		대전		광주		대구		울산			부산	
인증자	8		4		1		1		2			0	

자료 : <http://www.6차산업.com/portal/cont/companyCurrent.do>(2015)

- 지역단위 6차산업 육성을 위해 최근 개별 경영체 단위 지원에서 생산-가공-유통-관광 분야가 연계된 지역단위 6차산업 시스템 구축을 통해 농가소득 제고 및 지역경제 활성화 도모
 - 6차산업화지구, 지역컨소시엄 사업 등을 통해 6차산업 생산활동을 중심으로 지역 전반의 산업 구조를 고도화하고 농촌 지역 경제의 활성화를 꾀하는 전략을 취함
- 지원체계 구축을 위해 각 광역 자치단체 별로 중간지원조직인 ‘6차산업지원센터’를 설치하여 6차산업 경영체에 대한 현장 맞춤형 지원 실현
 - 각 센터별로 다양한 지원기관과의 네트워크 형성을 통한 시너지 효과 창출 및 지역단위 6차산업 활성화 도모

2. 현 정부의 6차산업 정책 차별점

■ 농촌산업정책 추진을 위한 제도적 기반 구축

- 개별 사업단위로 추진되었던 과거 농촌산업 육성 정책에서 발전하여, 법·제도 기반 구축을 통해 농촌산업 육성을 위한 추진체계를 확립
 - 농촌융복합산업 육성 및 지원에 관한 법률 제정, 제1차 농촌융복합산업 육성 및 지원에 관한 기본 계획수립(‘16~‘20년)
- 지역단위의 6차산업 지원 체계 구축
 - 시·도별 6차산업지원센터(10개소) 설치·운영
 - * 6차산업 지원센터 : 강원, 경기, 경남, 경북, 세종, 전남, 전북, 제주, 충남, 충북

■ 농외소득정책의 일원화

- ‘6차산업화’로 농외소득 정책을 체계화하고, 농촌개발, 귀농·귀촌 등 농정의 다양한 영역에 대하여 6차산업을 매개로한 통합적 정책 접근
 - 제3차 농어어업인 삶의 질 향상 기본계획 ‘경제활동일자리’ 부문

목표(농어업·농어촌 자원의 융복합을 통해 부가가치 및 일자리 창출)

- 활기찬 농촌 프로젝트 : 농촌지역 통합적인 발전을 위해 지역이 필요로 하는 기업유치, 주거개선 등을 패키지로 지원하는 ‘활기찬 농촌프로젝트’ 도입 ⇒ 6차산업과 연계한 농촌활력 거점 육성

■ 경영지원체계

- 안테나 샵 구축 및 멘토링 등 6차산업 경영체의 실질적 애로사항 해결 노력
 - 지금까지의 6차산업 경영체의 가장 큰 애로사항인 판로확보의 문제를 해결하기 위하여 6차산업 안테나 샵 구축사업을 추진
 - 개별 6차산업 경영체의 경영역량 강화 및 전문성 강화를 위하여 현장코칭제도의 도입을 통하여 문제해결 능력을 배양시키고자 함

■ 통합적 접근 시도

- 금융 - 연구개발 - 사업화 - 농촌관광 - 지역개발 등의 농업·농촌의 6차산업화를 추진하기 위하여 다부서 다기관의 협업적 통합적 접근 시도
 - 지역의 6차산업을 육성하기 위하여 필요한 금융 및 연구개발, 창업 및 사업화, 지역개발의 필요 요소를 관련된 부서 및 관련된 기관과의 협업을 통하여 솔루션을 제공
 - 민간 포털 및 민간 여행사등과의 협업을 통하여 지역의 6차산업활성화 및 농촌관광사업의 확대를 시도

③ 6차산업 주요 성과

■ 농가소득(다각화) 확대

○ 부가가치 및 6차산업화소득(겸업소득) 증가

- 직·간접적으로 6차산업 지원 사업에 참가한 농가들의 매출, 소득 그리고 부가가치가 증가하는 것으로 나타났으며, 전체 농가 대비 소득 증가율이 높은 것으로 나타남

- 농림업이 정제되는 것과는 달리, 농업 경영체(가공, 유통, 음식·관광업의 매출이 발생하는 법인)가 창출하는 농업 생산 외 부가가치는 지속적으로 증가하는 추세를 보임

* 농업생산외 부가가치 추정(KREI, 2016.12.) : 1조 2,689억원('11년) ⇒ 1조 7,559('13)으로 약 38.4% 증가

* 농업생산 외 부가가치 총합은 경상이익, 인건비, 임차료, 조세·공과금, 순금융비용, 감가상각비 등을 고려한 한국은행 가산법으로 측정함

- 모든 농가유형에서 농가 소득이 전반적으로 증가하고 있음. 전체 농가의 15.7% 비중을 차지하는 청장년 중대농의 6차산업화소득 증가율(49.0%)이 가장 높았으며, 전체 농가의 가장 높은 비중(45.5%)을 차지하는 고령 소농(29.0%)이 그 뒤를 이었음

○ 농가 다각화 참여 지속 확대

- 농어업총조사 기준 6차산업관련(다각화) 활동에 참여하는 농가가 확대되고 있으며, 직거래와 농촌관광 부문이 각각 67.1%, 40.4%로 제조·가공 및 농가식당 대비 높게 나타났음

* 농가 다각화 활동 참여 농가수 : 14.3만 명('10년) ⇒ 16.5만 명('15)으로 15.3% 증가

* 전체 농가 대비 다각화 활동 참여농가 비중 : 12.8%('10년) ⇒ 16.1%('15)로 3.3%p 증가

○ 창업자수 증대 및 평균 매출액 증가

- 6차산업 창업자 수 : 392개소(' 14년) $\Rightarrow$ 472(' 15) $\Rightarrow$ 561(' 16)로 지속 증가세
- 6차산업 인증사업자 평균매출액 증가율 : 11.2%(' 14년) $\Rightarrow$ 12.0(' 15) $\Rightarrow$ 11.1(' 16)
- * 일반 식품기업평균 약 2.0% 매출액 증가율

■ 법률 및 지원 제도 구축

○ ‘농촌융합산업법’ 법률 개정 및 시행

- ‘농촌융복합산업 육성 및 지원에 관한 법률(약칭: 농촌융합산업법)’ 2015년 6월 개정, 12월 시행
- * 5가지 기본 이념(제3조) : ①농가소득 증대, ②농촌경제 활성화, ③ 농촌융복합산업 생태계 조성 및 ④고도화, ⑤지역사회 공동체 유지·강화

○ 규제 개혁 및 완화 확대

- 농촌융복합산업 사업자 인증(근거법 : 농촌융합산업법 제8조), 다른 법률에 따른 허가 등의 의제(동법 제9조)로 농지법, 산업집적활성화 및 공장설립에 관한 법률 등 규제 완화 확대
- 농업의 6차산업화 3개 부문(농촌관광 목적의 농지 규제 완화, 농촌융복합산업지구 구체화, 6차산업 사업장 진입도로 규제 합리화) 규제 개혁
- * 농업의 6차산업화 3개 부문 규제 개혁을 통한 경제적 효과(추정) : 1조 5,837억 원
- 최근 2년간 농업의 6차산업화 총 8건의 규제 완화
- * **규제 완화(8건)** : ①농촌관광 목적의 농지규제완화, ②농촌융복합산업지구 구체화, ③6차산업 사업장 진입도로 규제합리화, ④농업진흥지역 해제·변경, ⑤전통주 규제완화, ⑥농업진흥구역 내 농산물 가공·체험·판매 시설 입지 규제 완화, ⑦농어촌 민박 조식제고 허용, ⑧농촌관광을 수행할 수 있는 대상을 개별 경영체로 확대

○ 지원 체계 구축

- 지원기관 주요 기능 : 농촌융합산업 관련 ①조사·분석 및 수집정보 제공, ②창업·보육 및 종합컨설팅, ③협력체계 구축 및 전문가 관리, ④연구·개발지원, ⑤판매·유통 및 홍보지원, ⑥교육·연수 등
- * 농촌융복합산업 지원기관(농촌융합산업법 제17조) 전국 10개소(강원, 경기, 경남, 경북, 세종, 전남, 전북, 제주, 충남, 충북) 개설

○ 부처간 협업 체계(농협, 정부부처 간) 구축

- 농식품부를 컨트롤타워로 기업(6차산업인증사업자 등), 지역농협, 정부부처(미래창조과학부 등), 정부출연기관(창조경제혁신센터, 농금원, 실용화재단 등)이 참여하는 시스템 구축

○ 민간 협업 체계 구축

- 민간기업과의 연계 협업 체계 구축 : 민간여행사(신용카드사, 네이버, 에어비앤비 등) 연계 농촌관광상품 출시로 외국인 방문객 유치

■ 지역 내 네트워크 시스템 구축

○ 지역단위 6차산업시스템 구축으로 농촌융복합산업 생태계 조성

- 지역 컨소시엄 및 지역단위 6차산업시스템 T/F구축, 지역·중앙단위 전담자문위원(FD) 운영
- * ‘지역단위 6차산업시스템’ 기능 : ①정책사업 연계 지원, ②농협 참여 및 역할 강화, ③종합컨설팅 구축 지원

○ 지역단위 6차산업화지구, 지구육성센터 육성 및 운영

- 농촌융복합산업지구 지정 및 육성(농촌융합산업법 제4장 제30조~제36조), 전국 16개의 지구육성센터(제35조) 지정·운영
- * 지정 현황 : ①’ 14년도(3개소)-영동 포도·와인, 순창 장류, 하동 녹차, ②’ 15년도(6개소)-서천 소곡주, 영광 찰보리, 문경 오미자, 서귀포 감귤, 횡성 한우, 의성 마늘, ③’ 16년도(4개소)-강릉·평창 배추, 함양 산양삼, 공주 밤, 장수 레드푸드, ④’ 17년도(3개소)-안동 산약, 고흥 유자, 고창 복분자

■ 소비자 인지도 확대 및 시장 창출

○ 6차 산업 대국민 인지도 상승

- 6차산업 정책을 쉽게 이해하고 공감하는 홍보로 대국민 인지도 제고
(농정원 정책공감실, '16. 11. 30.)

* 소비자 인지도 : ('14) 38.3% $\Rightarrow$ ('15) 66.3 $\Rightarrow$ ('16) 67.3,

* 제품 및 서비스 구매(이용) 의향 : ('15) 6.3 $\Rightarrow$ ('16) 14.4, 전년 대비
8.1%p 상승

* 관심 영역 : 가공식품(35.1%) > 음식(24.4%) > 농촌관광(17.7%) 순으로
나타남

○ 6차산업제품 제품 판로 개척(근거법 : 농촌융합산업법 제23조)

- 3개 부문(제품 개선, 오프라인 판로, 온라인 판로)에 6차산업 제품
시장 진출

* 주요 실적 ①제품 개선 : 총 17건의 지자체 멘토링, 브랜드 개발 및
시제품 생산지원, ②오프라인 판로 : 6차산업안테나숍(상성매장 포
함) 30여 개소 운영, HDC신라면세점 MOU체결, 농협양재하나로마트
6차산업인증제품 전용 판매관 및 A마켓 개설 등, ③온라인 판로 :
공영홈쇼핑 판촉, 네이버, 이베이코리아, aT-사이버거래소 내 6차산
업 전용관 판촉 등

○ 국내외 농촌관광 방문객 확대

- 관광산업 종사자 수 및 농촌관광 수요 등 총량적인 부분에서 지속
증가세

* 관광산업 종사자 수(전국사업체조사, 2016): ('06) 9.5만 명 $\Rightarrow$ ('14)
17.6, 17.5% 증가

* 농촌 체험휴양마을 방문객 수(내국인/외국인) : ('15) 870만 명/0.8만 명
('16)1,001/16.4, 각각 14.9%, 100.5% 증가¹⁾

1) 자료 : 농림축산식품부 내부자료, 2016.

■ 6차산업화를 통한 농촌 경제 활력 제고

- 6차산업화는 농가의 소득이나 고용 창출 등에 있어 농촌 경제의 활력을 높이는데 기여하는 것으로 나타남(정도채 외 2016)
 - 6차산업화 참여 주체는 기존 농업 생산을 넘는 수익을 창출하는 것으로 나타남
 - * 6차산업화 참여농가의 평균 수익률(54.5%) vs 농업생산 농가 평균 수익률(32.0%)(2014년 기준)
 - * 6차산업화 참여 법인 평균 매출액(16.8억) vs 농업생산 법인 평균 매출액(11.7억)(2014년 기준)
 - 6차산업화 관련 매출액 추이를 살펴보면, 최근으로 올수록 사업 분야(직매장, 가공, 관광/체험, 농가/식당)에 관계없이 매출액이 증가하는 추세를 보임

〈표 2-2〉 6차산업화 참여 농가의 매출, 소득, 수익률

구분	매출	경영비	소득						수익률 (소득/ 매출)
			전체 (b+c+d)	농업 생산 (b+c)	6차산업화				
					출하(b)	직거래/ 직판장(c)	농업 생산 외 6차산업화(d)	(c+d)	
전체	3,838	1,745	2,093	1,582	749	833	512	1,344	54.5
농산물 가공	3,403	1,461	1,941	1,731	788	943	210	1,153	57.1
직판장/ 직매장	3,839	1,852	1,987	1,856	405	1,450	131	1,582	51.8
농가식당	6,422	3,430	2,992	615	236	379	2,377	2,756	46.6
농가민박	3,525	1,560	1,965	822	360	462	1,142	1,604	55.7
체험/관광	6,871	2,995	3,876	2,222	823	1,399	1,654	3,053	56.4

자료: 농진청(2014), 농업·농촌 6차산업화 기초실태조사 원자료 가공.

- 대부분의 농업법인에서 6차산업화 활동을 통해서 상당한 비중의 매출액 실적을 거두고 있는 상황

- 6차산업화에 참여하는 농업법인의 매출액에서 6차산업화 관련 매출액의 구성비는 지속적으로 증가하는 추세이며, 6차산업화를 통한 매출액은 전반적으로 증가

* 농업법인의 6차산업화를 통한 매출액(77.3%) vs 농업생산을 통한 매출액(22.7%)(2014년 기준)

<표 2-3> 사업유형별 농업법인 매출액 비중 변화

(단위: 백만 원, %, %p)

구분	2010(A)		2014(B)		증감		증감률 (D-C)
	매출액	구성비 (C)	매출액	구성비 (D)	증감 (B-A)	구성비	
법 인 수	12,872,088	100.0	23,023,039	100.0	10,150,951	100.0	0.0
농 업 생 산	3,294,850	25.6	5,227,656	22.7	1,932,806	19.0	-2.9
농업생산 이외	9,577,238	74.4	17,795,383	77.3	8,218,145	81.0	2.9
가공 판매	2,946,106	22.9	6,241,583	27.1	3,295,477	32.5	4.2
유통 판매	4,609,780	35.8	9,092,446	39.5	4,482,666	44.2	3.7
농업서비스	263,183	2.0	243,916	1.1	-19,267	-0.2	-1.0
기 타	1,758,169	13.7	2,217,438	9.6	459,269	4.5	-4.0

자료: 통계청(각 연도), 농어업법인조사

- 농림업이 정체되는 것과는 달리, 농업 경영체가 창출하는 6차산업의 부가가치는 지속적으로 증가하는 추세

- 6차산업화의 부가가치는 2011년 대비 2013년에 크게 증가하였으며, 법인수의 증가와 함께 각 분야(가공, 유통, 음식·관광)별로 지속적으로 부가가치는 증가하였고, 유통, 음식·관광 분야는 특히 괄목할 성장세를 보여줌

* 분야별 수입 증가율(2011년 대비 2013년 기준): 가공(52.9%), 유통(37.6%), 음식·관광(89.2%)

- 직간접적으로 6차산업 지원 사업에 참가한 농가들의 매출, 소득, 그리고 부가가치가 증가한 것으로 나타났으며, 전체 농가 대비 소득 증가율이 높은 것으로 나타남

〈표 2-4〉 농업법인의 농업 생산 외 활동 부가가치 증가

구 분		2011	2012	2013	증가율(11→13)
6차산업 법인 수		4,497	5,678	6,938	54.3%
6차산업 부가가치(십억 원)		1,268.9	1,521.6	1,755.9	38.4%
농림업 부가가치(십억 원)		26,721	27,359	27,376	2.5%
가공	법인 수	2,046	2,472	3,022	47.7%
	수입(십억 원)	3,474.5	4,217.0	5,313.0	52.9%
유통	법인 수	2,525	3,243	3,896	54.3%
	수입(십억 원)	5,733.8	6,878.2	7,888.8	37.6%
음식·관광	법인 수	340	506	644	89.4%
	수입(십억 원)	86.4	138.2	163.4	89.2%

주) 가공, 유통, 음식, 관광을 중복으로 참여하는 법인이 있기 때문에, 유형별 법인수의 총합과 전체 법인수가 불일치

자료: 통계청(각 연도), 농어업법인조사

- 6차산업화 관련 생산활동의 경우 유사한 기능의 경제활동에 비해 고용 창출을 비롯한 지역경제 파급효과가 큰 것으로 나타남.
- 지난 3년 간 6차산업화 관련 창업자 수는 총 1,082명이며 연간 고용자 수는 평균 45.2명으로 농식품 가공 분야(20.7명)에서 연간 고용자 수가 가장 많음

〈표 2-5〉 6차산업화 관련 연간 고용자 수 - 사업분야별 분석

(단위 : 명)

구 분		합계	가족	임원(이사)	유급 고용자		
					소계	상시고용자	임시고용자
평균	1,393	11.3	1.6	0.9	8.9	2.0	6.9
농식품 가공	4,013	20.7	1.4	0.8	18.4	4.2	14.2
로컬푸드 직매장	304	7.0	1.2	0.5	5.4	1.3	4.0
체험관광	1,068	11.6	1.8	2.1	7.8	1.4	6.4
농가식당	187	5.9	1.9	.3	3.8	.9	2.8

자료: 농진청(2015). 농업·농촌 6차산업화 기초실태조사

■ 6차산업화 기반 확대

- 6차산업화에 해당하는 농업 다각화 활동 참여 농가 및 법인 수는 지속적으로 증가
 - 농가 법인 중 농업 생산 이외의 활동(가공 판매, 유통 판매, 농업서비스 등)에 참여하는 비율은 증가하고 있으며, 이중 우수 경영체라고 할 수 있는 인증 경영체 증가
 - * 인증경영체 수의 증가: 379개('14 예비인증) -> 1,130(' 16년 현재)
 - * 2010년 기준 농업 생산 이외의 활동 참가 법인 5,249개(62.8%) -> 2014년 기준 10,582(70.3%)

〈표 2-6〉 사업 유형별 농업법인 수

(단위 : 개, %, %p)

구분	2010(A)		2014(B)		증감		증감률(D-C)
	법인수	구성비(C)	법인수	구성비(D)	증감수(B-A)	구성비	
법 인 수	8,361	100.0	15,043	100.0	6,682	100.0	0.0
농 업 생 산	3,112	37.2	4,461	29.7	1,349	20.2	-7.6
농업생산 이외	5,249	62.8	10,582	70.3	5,333	79.8	7.6
가공 판매	1,568	18.8	3,154	21.0	1,586	23.7	2.2
유통 판매	1,730	20.7	4,100	27.3	2,370	35.5	6.6
농업서비스	613	7.3	942	6.3	329	4.9	-1.1
기 타	1,338	16.0	2,386	15.9	1,048	15.7	-0.1

자료: 통계청(각 연도), 농업법인조사

- 농가 및 농업법인이 소득개선 등의 효과로 인해 6차산업화의 인지도 및 참여 의향이 높은 것으로 나타남
- 한국농촌경제연구원에서 농업인 394명을 대상으로 6차산업화 정책 인지 여부를 조사한 결과 97.4%에 달하는 농업인들이 6차산업화의 개념을 알고 있다고 응답했으며, 동 조사에서 응답자 중 70% 이상이 6차산업화에 대하여 참여하고자 하는 의향이 있는 것으로 나타남

■ 6차산업화 사업 영역의 다각화 도모

- 6차산업화의 가공 분야이외의 사업 분야에 대한 투자 비중과 매출액이 증가하는 추세

- 연도에 관계없이 제조·가공 분야에 대한 투자 비중이 가장 높지만 줄어들고 있는 추세이며 유통, 관광 분야로의 투자 비중이 눈에 띄게 증가함

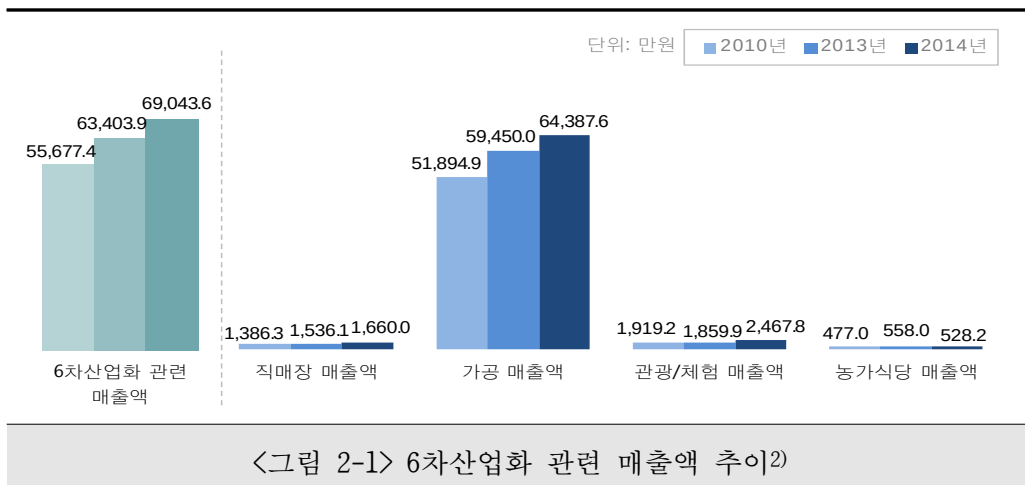
〈표 2-7〉 6차산업화 연도별 투자분야 비중 차이

(단위: %)

구분	가공	유통	가공유통	제조가공	유통제조 가공	관광	농촌자원 복합산업	시설	기타
2012	16.0	13.8	2.5	47.2	1.1	13.5	1.1	1.1	2.1
2013	8.3	14.2	1.2	47.6	-	19.3	1.2	1.6	3.9
2014	5.6	18.9	1.5	44.8	-	18.9	1.9	1.1	4.4

자료: 농진청(2015). 농업·농촌 6차산업화 기초실태조사

- 6차산업화 관련 여러 사업 분야에서 매출액은 지속적으로 증가하고 있는 추세이며, 특히 가공 부문뿐만 아니라 직매장, 관광/체험 부문의 매출액이 소폭 증가



- 농촌체험 휴양마을을 방문하는 관광객이 증가하고 이를 통한 매출액도 증가하는 추세이며, 농촌 관광, 체험 프로그램 등을 통한 도농 교류 기반 확대
- 농촌체험 휴양마을을 방문하는 방문객 수는 지역별로 차이를 보이지만 전국적으로 4,836천 명(2013년)에서 7,665천 명(2015년)으로 증가하였고, 매출액 또한 59,411백만 원(2013년)에서 81,283백만 원(2015년)으로 증가함

2) 자료: 농진청(2015), 농업·농촌 6차산업화 기초실태조사

■ 농촌 산업의 새로운 인력 유입을 촉진

- 창업 확대 및 일자리 창출을 통한 농촌 경제 전반의 활력 제고에 기여
 - 농업기술센터를 통한 2015년 창업 경영체 수를 보면, 다양한 재원으로 부터 여러 사업 분야에 걸쳐 창업 지원이 이루어지고 있으며, 창업한 경영체는 경제활동·일자리 부문에서 농촌 경제 활력을 증진

〈표 2-8〉 6차산업 분야별 창업자 수('15년)

구분	총계	가공	체험관광	외식	유통	기타
가공	472	273	129	27	13	30

자료: 농식품부(2015), 6차산업화 시범사업 성과분석

- 귀농귀촌 인구의 6차산업화 참여 비율이 높게 나타나며, 농촌에 새롭게 정착하는 인구의 경제활동·일자리 부문에 있어 6차산업화의 역할이 중요함을 알 수 있음
 - 귀농·귀촌한 인구는 6차산업화 관련 사업에 다방면에 참여를 하고 있으며, 특히 농촌 관광 부문과 관련해서는 50%에 가까운(체험관광: 44.7%, 농가식당: 46.5%) 비중을 차지하고 있음

〈표 2-9〉 6차산업화 참여 경영주 귀농/귀촌 여부 및 귀농/귀촌 시기

(단위 : %(명))

구 분			귀농/귀촌 함	귀농/귀촌 시기								
				평균	3년 미만	3-5년 미만	5-10년 미만	10-15년 미만	15-20년 미만	20-25년 미만	25-30년 미만	30년 이상
사업 분야	농식품 가공	4,768	25.8	11.9년	8.2	11.2	27.1	19.5	16.0	8.8	5.1	4.1
	로컬푸드 직매장	941	39.3	12.4년	6.7	8.4	29.3	20.4	14.2	11.5	5.9	3.6
	체험관광	1,656	44.7	12.8년	5.5	9.6	24.2	21.7	16.9	12.4	5.9	3.7
	농가식당	492	46.5	14.0년	5.4	8.5	20.2	21.5	17.9	13.5	6.3	6.7

자료: 농진청(2015). 농업·농촌 6차산업화 기초실태조사

4 6차산업 정책 추진 현황

1. 6차산업 주요 지원정책

■ 지역전략식품산업육성사업

○ 경과 및 현황

- 2004년 농림부가 『농업·농촌종합대책』을 통해 지역농업 활성화를 위한 클러스터 정책을 수립하였고, 이를 근거로 2005년부터 지역농업클러스터 20개소 사업단을 선정하여 시범사업을 실시

〈표 2-10〉 지역전략식품산업육성사업 품목별 선정 현황

구 분	계	식량	원예	축산	가공	특작	수산	기타
합 계	81소	7	14	20	18	9	6	7

주) 사·군, 연도별 선정 사업 현황에 대한 자세한 내용은 부록 참조

자료: 농림축산식품부(2015), 지역전략식품산업육성사업 신규사업단 선정 및 사업비 편성기준(안)

○ 사업 개요³⁾

- 지역전략식품산업육성사업은 새롭게 클러스터를 조성하는 것이 아니라 지역의 특화된 농축산업을 중심으로 기존에 형성되어 있는 클러스터 구성요소의 연계성을 강화하는 것임
- 클러스터가 혁신 구심점이 되어 지역농축산업(농·산·학·연·관)들의 역량을 집중하여 특화된 농산물의 생산·유통·가공·판매를 통해 농가소득 증대와 농촌경제 활성화를 도모하며, 기존의 개별사업 중심의 투융자를 지역농업 조직의 관점에서 체계화하는 것을 목표로 함

○ 사업 내용

- 혁신체계 구축 네트워킹 분야(농·산·학·연·관 협의체 육성 및 혁신체계 구축): 인력양성 시스템 구축(참여 농어가 교육, 우수사례 벤치마킹), 클러스터 주체 간 네트워크 촉진(토론회 및 워크숍 개최, 자문단 운영, 사업단 운영), 사업단 CEO 등 인건비(사업단 전담인력 비용), 사업단 컨설팅 용역(사업단 경영, R&D, 홍보·마케팅, 평가)

3) 자료: 김정호 외 (2004), 지역농업 클러스터 육성방안

- 산업화 및 마케팅 분야(지역농식품경영체 육성 및 특화품목 산업화 촉진): 브랜드 개발 육성(브랜드 개발 및 관리), R&D 지원(현장애로 기술지원, 상품개발 기술지원 등), 홍보 및 공동 마케팅(홍보프로그램 운영, 유통전문 조직 구축 펀딩 등), 공동이용시설(체험관, 전문판매장 등 6차 산업관련 시설, 제조가공 할 수 있는 인프라 시설 구축 등)
- H/W 분야로의 예산 지원에 제한을 두기 위해, 시설 유형은 6차 산업관련 시설이어야 하며 시설 건립기간이 2년 이내, 시설에 투입되는 비용을 전체사업비의 60% 미만으로 제한하고 시설비의 20%는 반드시 자부담을 하도록 함

○ 성과 및 한계점

- 지역 중장기 사업계획을 스스로 계획하고 실천하여 성과를 도출하는 책임 운영 체계를 확립하고자 하였으며, 주체 간 네트워크 구축으로 인력, R&D 풀(Pool)을 집적하고 사업실행 주체를 구성함으로써 지역 농업 발전의 기반을 구축
- 기존 선진 기술의 현장 접목 확대와 신기술 개발로 지역농업의 미래 가치 창출을 위한 기반을 마련하고, 본격적인 농산업화와 시장대응으로 사업단 매출액과 참여기업 매출액, 농가 소득 증대 등의 경제적 성과를 도출(장민기 외 2007).
- 유사사업과 차별성이 부족하였고, 지역혁신체계 구축을 추구하거나 대규모 자금투입에 따른 지역 협력 사업을 요구하는 정책이 비슷한 시기에 입안되어 정책 간에 중복, 위계 설정의 문제가 발생
- H/W로의 과도한 예산 투입을 제한하기 위해 시설비용에 대한 예산 지원에 제한을 두었음에도 불구하고, 혁신체계 구축을 위한 S/W 활동보다는 생산기반 정비에 투자된 비율이 높게 나타남.
- 사업 테마가 농축산업에 맞춰져 있어 농축산물을 단순 생산 가공하는 지역농업의 기반시설 구축이 큰 비중을 차지함(이정희 외, 2012).
- 브랜드 개발이나 마케팅 부분으로의 투자가 제대로 이루어지지 못하여, 지역의 농축산물을 지역전략식품으로 발전시키는 수준까지 도달하지 못하고, 실제 추진 단계에서는 특성화된 아이템에 집중된 생산

기반 구축, 연구개발을 실행하는 사업으로 실행 범위가 축소·현실화되고 외연적으로 확장되지 못한 한계가 있음.

■ 향토산업육성사업

○ 경과 및 현황

- 산업화 과정에서 지역적으로 특색 있는 농업을 비롯한 다양한 향토 자원이 사장화되는 과정에서 이를 육성하고 발전시키기 위해 기존에 형성되어 있는 향토산업 관련 클러스터 구성요소의 연계성을 강화하기 위한 목적에서 실시
- 2006년에 18개의 향토산업육성사업 시범사업을 선정하여 2007년부터 시작하였고, 2008년에는 본격적으로 28개 사업을 선정하여 추진했으며, 2016년 사업까지 총 229개 사업을 시행 및 완료

시도	건수	'07 년	'08 년	'09 년	'10 년	'11 년	'12 년	'13 년	'14 년	'15 년	'16 년
합계	229	18	28	28	28	29	26	24	19	14	15
부산	2	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
인천	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
광주	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
세종	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
경기	12	2	0	1	1	3	0	1	1	2	1
강원	25	0	4	1	2	4	5	2	3	2	2
충북	10	2	1	2	0	0	2	2	1	0	0
충남	26	2	2	1	5	3	5	3	2	1	2
전북	30	1	4	5	6	4	2	4	2	1	1
전남	53	3	8	7	7	5	5	4	6	5	3
경북	29	2	2	7	4	2	4	4	1	0	3
경남	26	3	5	3	2	5	1	2	3	1	1
제주	13	2	0	1	1	1	2	2	0	2	2

자료: 농림축산식품부(2015), 2016년도 향토산업육성사업 신규지원 대상사업 선정 가이드라인

○ 사업 내용

- 지역 내 산재한 각종 농특산물, 전통문화, 역사자원, 경관자원 등 전통성과 향토성, 차별성이 강한 유무형의 자원을 활용한 산업화 모델을 만들어가기 위한 사업
- S/W 분야: 사업단 운영(사업추진단, 운영위원회, 자문위원회 운영비), 역량강화 및 네트워크강화(사업계획·추진방향 컨설팅·평가, 워크숍·토론회 개최), 연구개발(신제품개발, 브랜드개발, 제품개발, 지적재산권화), 홍보·마케팅(홍보 프로그램 운영, 마케팅비용 지원, 박람회 참가 등)
- H/W 분야: 향토산업육성을 위해 불가피한 필수분야에 한해 지원하며 제품가공, 판매체험, 관광과 관련된 시설에 대해서 지원하며, H/W 분야로의 예산 지원은 제한을 두기 위해 H/W 분야가 총 사업비의 50%를 초과(최대 70% 미만)할 때에는 사전에 검토하여 시도에서 별도 승인을 취득해야 함

○ 성과 및 한계점

- 상향식 공모사업으로, 지역의 준비정도에 따라 사업을 선정하다보니 지역 내 연관주체들의 다양한 실험과 노력이 진행됨. 다수의 향토자원이 선정되고 지역단위의 향토자원을 새롭게 인식하고 조직화하는 사례가 늘어났으며, 민관협력이 활성화되고 다양한 관계자들이 사업성과를 만들어내기 위해 역할을 분담하고 때로는 협력을 통해 시너지를 극대화하려고 노력함
- 향토산업육성사업에 관련된 산·학·연·관·민의 역량을 강화시키고 시장에 대한 이해를 높이고 대응력을 강화하는 계기가 되었으며, 홍보·마케팅, 연구·개발, 문화와 자연자원이 총체적으로 결합할 때 산업화에 성공할 있다는 데 합의점을 찾을 수 있었음
- 향토산업육성사업의 농특산물을 제외한 다양한 지역 내 향토자원(전통문화, 역사자원, 경관자원 등)을 활용하겠다는 원래 취지와는 다르게 선정된 대부분의 사업이 농특산물을 사업 아이템으로 삼고 있다는 점에서 중복성의 문제는 더 커질 수밖에 없음
- 시·군에서는 여러 향토자원을 놓고 전략적으로 성공가능성, 주체의

의지와 준비정도, 관련 인프라, 파급효과, 성장가능성 등에 대한 종합적인 고려를 바탕으로 향토자원을 선발해야 하나, 이 부분에 대한 검토 및 합의가 제대로 이루어지지 못함

- 향토산업육성사업 아이템이 농특산물인 경우 생산조직화를 등한시키고 단순히 농특산물을 2, 3차 산업으로 결합·확장시키기 위해 제품 가공·판매시설에 초점을 맞춘 경우가 많음(황만길 2012)

■ 농촌자원복합산업화지원사업

○ 경과 및 현황

- 농촌의 다양한 자원을 기반으로 1차·2차·3차 복합산업화를 촉진하고 창업 및 기업유치를 활성화함으로써 지역의 경제활동 다각화와 소득·고용기회 증대를 도모하기 위한 사업임
- 농촌자원복합산업화지원사업에 속하는 세부사업들은 ‘05년 국가균형발전특별법 제정 이후 균형발전특별회계-지역개발사업계정으로 예산을 편성, 개별 세부사업으로 각각 시행하다 ‘10년부터 포괄보조제도를 도입, 농촌의 다양한 자원을 기반으로 복합산업화 촉진을 위해 여러 개별 사업을 1개의 포괄보조사업(농어촌자원복합산업화지원사업)으로 통합하여 지원 중임

○ 사업 내용

- 농촌산업 발전을 위한 핵심주체를 양성하고 지역발전체계(RIS)를 구축하고 지역 부존자원의 발굴 및 산업화에 필요한 지역 R&D 기반을 구축하며, 농산업, 향토식품·특산품 가공 등 농촌형 제조업 육성 및 기업투자를 유치하고 농촌 체험·휴양서비스 및 도농교류 활성화를 도모함
- 포괄보조 제도의 취지와 강점을 최대한 살릴 수 있도록 지자체의 예산편성, 집행상의 자율권을 최대한 보장하며, Negative 방식의 가이드라인 제시로 법령상 금지, 핵심 농정 방향 배치 등의 경우 외에는 지자체 자율적인 사업추진을 허용하고 예산편성 절차의 간소화를 위해 사업성 여부 판단은 지자체 책임으로 함

- 소규모 분산투자를 지양하고 지역발전을 위한 중장기 청사진을 바탕으로 투자대상을 선정하며 농촌 자원 사업화 역량강화를 위한 S/W 지원 및 인프라 구축 등의 정책 수단을 효과적으로 연계
- 시·군 범위를 넘어선 복수 시도, 시·군 간 연계 협력 사업을 다양하게 발굴 시행하며 농산물 자원을 산업화하는 경우뿐만 아니라 농산물 외의 특산물, 전통문화, 역사, 경관 등 유형·무형의 자원을 활용하여 산업화하는 경우를 포함함
- 농업인 조직, 생산자 단체, 농축산물가공업체 등에서 각 시·군 지자체로 사업신청을 하고, 지자체에서는 시·군·구 중장기계획에 포함되어있는 사업에 기반 하여 신청한 사업을 검토하고 포괄보조금 사업 자로써 선정 후 농림축산식품부에 예산 신청함
- 농촌자원복합산업화지원사업으로 추진 가능한 사업을 5개의 산업화 지원 방식으로 구분하고 7개의 사업유형을 제시, 각각의 유형별 사업 외에 여러 개의 유형이 혼합된 사업을 추진함
- 사업유형별 세부내용
 - ① 시도 단위 농촌산업화 기획·평가체계 구축
 - 지자체에 대한 자율성 확대에 상응하는 사업추진 역량의 제고와 사업비 집행의 책임성·투명성 확보를 위해 시도단위 농촌산업화 기획·평가·컨설팅·모니터링을 위한 체계를 구축, 다음 역할 수행에 필요한 비용 지원
 - 지원내용 : 연구·용역비, 인적 네트워크 및 시스템 구축비, 심사·평가·컨설팅·모니터링 비용, 공동 홍보·마케팅 비용 등 지원
 - ② 농축산물 생산·유통 기반구축 지원
 - 생산된 농축산물의 부가가치 창출을 위한 제조·가공 등 전(前) 단계에 필요한 공동 생산, 보관, 유통시설을 지원
 - 생산·유통 기반구축과 관련된 네트워크 구축·운영, 지역리더양성 교육프로그램 등 역량강화, 생산 및 유통관련 혁신을 위한 기술개발, 지리적 표시등록 등 지원

③ 농축산물 제조·가공 지원

- 농축산물의 부가가치 창출을 위한 향토자원 활용형 제조·가공업체 및 식품산업체의 제조·가공 등 시설 및 설비 지원
- 제조·가공 등과 관련된 네트워크 구축·운영, 지역리더양성 교육프로그램 등 역량강화, 대학·연구 등의 R&D네트워크 구축, 지리적 표시, 상품 개발 및 마케팅 활성화를 위한 R&D 및 컨설팅, 상품 특허 등 지적재산권 획득 지원

④ 농축산물 등 체험·전시 지원

- 생산된 농축산물 또는 제품의 홍보·체험 등을 위한 소규모(총사업비 규모 5억 원 미만) 체험 전시시설, 공동판매장 시설 지원(생산 또는 제조·가공 등과 연계하여 지원)
- 체험전시와 관련된 네트워크 구축·운영, 지역리더양성 교육프로그램 등 역량강화, 대학·연구 등의 R&D네트워크 구축, 마케팅 활성화를 위한 박람회 참가 등 홍보전시 및 컨설팅, 상품 특허 등 지적재산권 획득 지원

⑤ 농촌체험·관광 지원

- 농촌 테마공원 조성
- 농촌관광 공동인프라 조성
- 농촌 체험·휴양마을과 연계한 관광 관련 공동인프라 조성 지원
- 지역별 농촌관광안내센터 설치, 공동체험장 조성, 공동예약시스템 구축

⑥ 특화농공단지 조성 및 노후단지 개보수 지원

- 농공단지 부지조성(신규 또는 계속지구) 및 노후단지 시설 개·보수 지원하고, 부지조성비는 '13년부터 특화농공단지 조성만 지원
- 농공단지 입주기업 대상 기술정보·마케팅 지원프로그램 운영 등

⑦ 생산·유통·제조·가공·체험·관광 등 6차산업화 지원

- 생산·유통·제조·가공·체험·관광 등 1차-2차-3차 산업을 연계한 패키지 형태의 관련 시설 지원

- 생산·유통·제조·가공·체험·관광 등과 관련된 구축·운영, 지역리더양성 교육프로그램 등 역량강화, 관련 혁신을 위한 기술개발, 지리적 표시 등록 등 지원

○ 성과 및 한계점

- 기존의 여러 세부사업을 통합적으로 농촌자원복합산업화지원사업이라는 포괄보조금사업의 형태로 운영을 함으로써 세부 사업별 중복성 및 연계성을 고려하여 각 지자체에서는 중장기계획 수립에 반영하여 추진할 수 있음
- 포괄보조금 사업의 역할을 제대로 수행하기 위해서는 다양한 유형의 사업들의 세부 내용을 효과적으로 연계하고 중복을 피할 수 있는 세밀한 지침사항 및 가이드라인을 마련해야 함

■ 농촌융복합산업활성화지원사업⁴⁾

○ 경과 및 현황

- 농촌융복합산업활성화지원사업은 농업·농촌의 1차산업과 유통·가공·외식·관광 등 2·3차산업간 융·복합을 통해 새로운 부가가치 및 일자리를 창출하여 농가 소득원 증대 및 지역 경제 활성화를 목적으로 추진하고 있음

○ 사업 내용

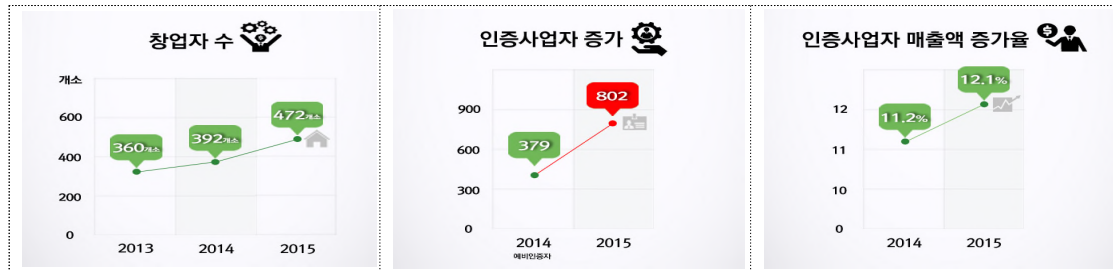
- (기반구축) 「농촌융복합산업 육성 및 지원에 관한 법률(제정:14.6월, 시행 15.6월)」을 마련하고, 각 도에 ‘6차산업 지원센터(9개소)’ 지정·운영
 - * 매년 6차산업 경영체 기초실태를 조사하여 경영분석하고, 지역별 6차산업 제조·가공시설을 조사하여 정보 제공
- (경영체 육성) 귀농·귀촌인 등 젊은 층의 6차산업 진입을 위한 창업 및 보육 지원하고, 6차산업 경영체 컨설팅 및 제품 판로·홍보 지원

4) 자료 : 농림축산식품부 내부자료(2016.12.)

- * 6차산업 융자(연 300억원), 모태펀드(누계 400억원), 클라우드 펀딩 등 자금 지원
- * 6차산업 경영체 애로사항 컨설팅, 제품 발굴부터 시장조사·전문 매장 입점까지 맞춤형 판로지원
- * 성장가능성이 있는 경영체를 6차산업 인증사업자로 지정하고, 경영체 간에 가치사슬 연계를 통한 지역단위 6차산업 시스템을 구축하여 우수 및 성공사례 적극 발굴·홍보
- (지역단위 6차산업 육성) 지역의 생산, 제조·가공, 관광·체험 등의 주체를 융복합 네트워크화 하고, 1·2·3차의 주요 산업을 중심으로 집적화된 지역을 ‘6차산업화 지구’로 지정 지원
- * 지역자원의 활용과 산업주체간 연계·협력, 공동인프라 등을 지원 하고, 규제개선 등을 통한 사업화 촉진
- (농촌관광 활성화) 농촌의 관광자원을 발굴하고, 민·관 협업을 통해 다양한 농촌관광상품 개발·운영하여 내외국인 유치 확대
- * 우수 농촌체험휴양마을을 으뜸촌으로 지정하고, 코레일(으뜸촌 관광여행) 및 민간여행사, 농가맛집 등과 연계한 관광프로그램 개발·보급
- * 농촌관광 온라인 예약결제시스템 및 교통·통역서비스 구축, 우수 민박 해외 숙박플랫폼에 등재 등 방문객 서비스 개선 추진

○ 성과

- 창업부터 사업 활성화까지 맞춤형 지원하여 6차산업 창업자 수 20%, 인증사업자 평균매출액 12% 증가
- 창조경제혁신센터와 연계한 창업플랫폼을 통해 창업코칭·시제품생산·자금·판로·기술 등 창업 일괄 지원
- * 지원실적(‘15년) : 창업코칭 2,037개소, 기술이전 610, 시제품생산 130, 자금 135억원
- 지역별 안테나숍 설치(19개소), 네이버쇼핑몰 내 ‘6차산업 전용관’ 설치(9월) 등 전용 판매플랫폼 구축



- 6차산업 BI 개발, 우수사례 발굴·홍보 등을 통해 6차산업에 대한 대국민 인지도 제고
 - 농업인 인지도(KREI) : ('13) 83.6% → ('15) 97.5 (13.9%)
 - 소비자 인지도(농정원) : ('14) 38.3% → ('15) 66.3 (28.0%)
- 6차산업화 지원 및 육성체계 확립
 - 6차산업 경영체에 대한 현장 맞춤형 지원을 위해 각 도별(9개소) 6차산업 지원센터 설치('14년)
 - 「농촌융복합사업 육성 및 지원에 관한 법률」('15.6월 시행)에 따라 6차산업 육성 기본계획(' 16~ '20)을 수립하여 지원체계 마련
 - * 6차산업화 기반 조성 및 경영체 육성, 지역단위 6차산업 촉진, 농촌관광 활성화
 - 6차산업 경영체를 인증사업자로 지정하여 자금, 컨설팅, 판로확보 등 체계적으로 지원
 - * 인증사업자 960개소 선정('15년 802개소, ' 16년 6월말 158개소)

구분	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주	대구	대전	세종	인천	울산	계
' 15년(a)	98	99	69	64	103	126	88	80	50	-	4	12	8	1	802
' 16년(1차, b)	5	10	7	3	17	7	7	11	-	1	-	-	-	-	68
' 16년(2차, c)	5	5	16	8	24	9	6	7	9	-	-	-	-	1	90
총계(d=a+b+c)	108	114	92	75	144	142	101	98	59	1	4	12	8	2	960

2. 6차산업 사례 분석

1) 6차산업 관련 사례분석

■ (하동녹차 6차산업 지구) 유통망 개척을 통한 사업 안정화 및 확대

- 하동녹차는 안정적 유통망 개척을 위해 CJ E&M 공동기획 마케팅을 통한 프랜차이즈 5개 신규 유통채널을 구축 [1억 6천만원 신규소득 창출]하였으며, 또한 글로벌 유통채널 구축사업을 통한 하동녹차 수출시장을 확대[3개국 / 12만 5천불 수출]하였음
- 또한 CJ E&M 올리브쇼, 한식대첩 프로그램 등을 이용해 하동녹차, 하동녹차 브랜드 홍보 등 다양한 마케팅 실시하였음
- 소비자 트렌드 변화에 맞추어 티테라피 제품 개발 사업 추진으로 하동녹차 기능성 화장품 개발 등 지속적인 개품개발을 위한 노력을 기울이고 있음

■ (고창 청보리밭 축제) 지역의 경관자원을 상품화

- 청보리밭의 경관농업으로서의 성공가능성을 발견하고, 관광수요에 부합하기 위해 메밀을 식재해 계절별로 다른 경관을 조성했음. 이후 청보리와 메밀의 중간에 해바라기를 식재한 것 역시 좋은 반응을 얻고 있음
 - 청보리밭이라는 관광자원을 바탕으로 핵심 콘텐츠, 가치, 이미지가 손상되지 않도록 지속적으로 노력
 - 청보리밭 축제는 수억 원의 예산을 지원받는 다른 축제와 달리 5천만 원의 적은 예산을 투입하여 연간 30~50만 명의 관광객이 방문하며 지역경제에 2백억 원 이상 파급효과 창출
- 고창 청보리밭 축제는 농촌의 아름다운 경관을 관광 상품화해 농가 소득 향상은 물론 지역경제 활성화에 기여하는 대표적 경관농업우수 사례로 선정되었음

■ (군산 흰찰쌀보리 명품화 사업단) 지역의 향토자원을 활용한 융복합화

- 2012년 정부 보리수매 중단으로 위기에 직면한 보리산업을 흰찰쌀보리라는 우수한 농산물에 제조·가공, 유통·마케팅, 체험·관광을 유기적으로 연계시켜 오히려 성공모델로 개척하였음
- 주로 1차적인 생산에만 머물러 있던 보리의 기능성을 최대한 활용해 ‘동네빵집 프로젝트’를 추진하였음. 이리하여 군산 관내 동네빵집 30개소가 ‘보리진포’라는 공동브랜드를 탄생시키고 제2의 제과업체 부흥을 이끌었음. 동네빵집 프로젝트 결과 매출액은 2배에서 10배까지 뛰어 오르는 등 소비자의 폭발적 반응을 이끌어 내는 성과를 거두고 있음

■ (안성팜랜드) 콘텐츠의 다양화로 방문객 유도

- 안성팜랜드는 지난 1969년 한독낙농시험목장으로 설립돼 2007년부터 총사업비 350억원을 들여 2012년에 레저, 체험, 휴식, 교육 등의 다양한 기능을 갖춘 ‘농축산 테마공원’으로 재탄생했음
- 안성 팜 랜드는 가축체험장, 새모이 체험관, 체험마당 등 다양한 놀거리 뿐만아니라 식당, 승마센터, 애견파크, 계절별 축제 개최 등 레저, 체험, 휴식, 교육 등 다양한 콘텐츠 제공을 통해 방문객 유도
- ‘15년 성과 : 매출액 7,293백만원, 방문객 수 303,123명

2) 시사점

- 6차산업 경영체의 가장 큰 애로사항중에 하나인 안정적 판매망 구축을 위해 다양한 유통채널 개척 및 홍보/마케팅을 통한 안정적 판매기반 조성
- 지역자원의 재발견을 통해 다양한 비즈니스 모델 구축 및 상품화를 통한 사업화를 통해 지역경제 활성화
- 우수한 농산물에 제조·가공, 유통·마케팅, 체험·관광을 유기적으로 연계 및 다양한 콘텐츠 개발 및 기능 제공을 통한 방문객 유도

Ⅲ. 6차산업 정책방향 수립

- ① 농업·농촌 동향 및 농산업 트렌드
- ② 해외 6차산업 정책 및 사례분석
- ③ 6차산업 정책 시사점 및 개선방향
- ④ 6차산업 향후 정책방향 수립

Ⅲ. 6차산업 정책방향 수립

① 농업·농촌 동향 및 농산업 트렌드

1. 농업·농촌 동향 및 전망

■ 농가소득 동향 및 전망

- (호당 농가 소득) 2016년 기준 호당 농가소득은 38,113천 원으로 2015년 (37,216천 원) 대비 약 2.4% 증가하였음
 - 농업소득은 전년보다 감소하였으나, 이전소득과 농외소득이 크게 증가하여 농가소득은 전년대비 2.4% 증가한 3,811만원으로 추정됨
- 2026년 기준 호당 농가소득은 41,948천 원으로, 2016년(38,113천원) 대비 약 1.0% 증가하는 것으로 전망됨
 - 농가호수가 계속 감소하여 영농규모가 확대되고, 농업외소득이 증가하여 농가소득이 증가하는 것으로 판단됨
- (소득 구성 요소) 2016년 대비 2026년 농업소득, 농외소득, 비경상소득은 증가하는 반면, 이전소득은 감소하는 것으로 전망됨
 - 농업 소득은 2016년 10,959천 원에서 2026년 11,908천 원으로 연평균 0.8% 증가하는 것으로 전망됨
 - 농외소득은 2016년 15,307천 원에서 2026년 18,531천 원으로 연평균 1.9% 증가하는 것으로 전망됨
 - 비경상소득은 2016년 3,120천 원에서 2026년 3,187천 원으로 연평균 0.2% 증가하는 것으로 전망됨
 - 이전소득은 2016년 8,727천 원에서 2026년 8,323천 원으로 연평균 0.5% 감소하는 것으로 전망됨

〈표 3-1〉 호당 농가소득 동향(명목)

(단위: 천 원, %)

	1996	2015	2016 (추정)	전망			연평균 변화율			
				2017	2021	2026	15/96	16/15	17/16	26/16
농가소득 (실질)	23,298	37,216	38,113	38,311	40,300	41,948	2.5	2.4	0.5	1.0
	(32,741)	(34,963)	(35,274)	(35,230)	(35,217)	(33,767)	0.3	0.9	-0.1	-0.4
농업소득 (실질)	10,837	11,257	10,959	11,156	11,301	11,908	0.2	-2.6	1.8	0.8
	(15,229)	(10,576)	(10,142)	(10,259)	(9,875)	(9,585)	-1.9	-4.1	1.1	-0.6
농외 소득	7,487	14,939	15,307	15,670	16,987	18,531	3.7	2.5	2.4	1.9
이전 소득	4,974	7,906	8,727	8,358	8,858	8,323	2.5	10.4	-4.2	-0.5
비경상 소득	-	3,114	3,120	3,126	3,154	3,187		0.2	0.2	0.2

주 1) ()는 GDP 디플레이터를 이용하여 실질로 변환한 값임

2) 비경상소득은 통계청에서 2003년부터 조사를 시작함

자료: 통계청, 「농가경제조사」, 한국농촌경제연구원 KASMO(Korea Agricultural Simulation Model)

■ 농가·농촌 인구 동향 및 전망

○ (농가인구) 2016년 기준 농가인구는 252만 명으로, 2015년(257만 명) 대비 약 2.0% 감소하였음

- 기 체결 FTA의 영향으로 국내 농축산물의 경쟁력이 약화되고, 국내 농업교역조건이 악화되면서 도·농 간 소득격차가 확대되고 있음. 이러한 요인으로 이농이 증가하면서 농가 인구가 감소한 것으로 판단됨⁵⁾

○ 농가인구는 2016년 252만 명에서 2026년 203만 명으로 연평균 2.2% 감소하는 것으로 전망됨

○ (65세 이상 농가 인구 비율) 65세 이상 농가 인구 비율은 2016년

5) 한국농촌경제연구원(2017), 제20회 농업전망 2017

39.3%에서 2026년 49.3%로 약 10.0%p 증가할 것으로 전망됨. 향후 농가 고령화 현상은 더욱 심화될 것으로 판단됨

- (농가인구 비율) 총 인구에서 농가인구 비율은 2016년 4.9%에서 2026년 3.8%로 약 1.1%p 감소할 것으로 전망됨
- (농림어업취업자 수) 2016년 기준 농림어업취업자 수는 133만 명으로, 2015년(135만 명) 대비 약 0.9% 감소하였음
- 농림어업취업자 수는 2016년 133만 명에서 2026년 116만 명으로 연평균 1.4% 감소하는 것으로 전망됨

〈표 3-2〉 농가호수, 농가인구, 농림업취업자 동향 및 전망

	1996	2015	2016 (추정)	전망			연평균 변화율(%)			
				2017	2021	2026	15/96	16/15	17/16	26/16
농가 호 수(만 호)	148	109	107	106	101	96	-1.6	-1.6	-1.4	-1.1
농가인구(만 명)	469	257	252	247	226	203	-3.1	-2.0	-2.1	-2.2
65세 이상 농가 인구 비율(%)	18.2	38.4	39.3	40.2	44.1	49.3	1.1%p	0.9%p	0.9%p	1.0%p
총 인구 중 농가인구비율(%)	10.3	5.0	4.9	4.8	4.3	3.8	-0.3%p	-0.1%p	-0.1%p	-0.1%p
농림업취업자 (만 명)	243	135	133	132	136	116	-3.1	-0.9	-1.0	-1.4

자료: 통계청, 「농가경제조사」, 한국농촌경제연구원 KASMO(Korea Agricultural Simulation Model)

- (농촌인구) 2016년 대비 2026년 내국인만 포함한 농촌인구는 감소하는 반면, 외국인을 포함한 농촌인구는 증가하는 것으로 전망됨
 - 2026년 기준 내국인만 포함한 농촌인구는 909만 명으로, 2016년(944만 명) 대비 약 0.4% 감소하는 것으로 전망되는 반면, 외국인을 포함한 농촌인구는 2026년 1,004만 명으로, 2016년(987만 명) 대비 약 0.2% 증가하는 것으로 전망됨

〈표 3-3〉 농촌인구 동향 및 전망

(단위: 만 명, %)

구분	2005	2015	2016 (추정)	전망			연평균 변화율			
				2017	2021	2026	15/05	16/15	17/16	26/16
내국인만 시나리오	951	945	944	943	935	909	-0.1	-0.1	-0.1	-0.4
외국인 포함 시나리오	957	982	987	991	1,004	1,004	0.3	0.4	0.4	0.2

주 1) 주민등록 연앙인구를 사용했기 때문에 ‘05년 인구수는 인구총조사 인구 수와 다른
자료: 통계청

○ 농업경영 승계 통한 농가 재생산가능성이 갈수록 희박해지고 있는 것으로 나타남

- (영농승계자 확보 농가) 2014년 기준 영농승계자를 확보한 농가 수는 109,528호로, 국내 전체 농가 수의 약 9.77%(1,120,776호)에 불과하였음
- 특히, 전체 농가에서 영농승계자를 확보한 농가가 차지하는 비중은 2000년 10.88%에서 2014년 9.77%로 약 1.11%p 감소한 것으로 나타남

〈표 3-4〉 영농승계자 확보 농가 비율

(단위: 호, %)

구분	1995	2000	2005	2011	2014
영농승계자 확보 가구(A)	1978,161	150,453	45,163	114,396	109,528
전체 농가(B)	1,500,745	1,383,468	1,272,908	1,163,209	1,120,776
비중(B/A)	13.14	10.88	3.55	9.83	9.77

자료: 통계청, 각 연도, 농림어업총조사, 농림어업조사

○ 농촌의 고령화가 심화되고 있어 이로 인한 농업 노동시장, 농가의 양극화 심화, 복지 수요 증대 등이 측면에서의 대응 방안 모색이 필요함

- (65세 이상 1인 농가 수) 전체 농가 수에서 65세 이상 1인 농가수가 차지하는 비율은 2000년 7%에서 2015년 13%로 약 6%p가 증가하였음
- (65세 이상 부부 농가 수) 전체 농가 수에서 65세 이상 부부 농가 수가 차지하는 비율은 2000년 17%에서 2015년 30%로 약 13%p가 증가하였음
- (65세 이상 농가 수) 전체 농가 수에서 65세 이상 농가 수가 차지하는 비율은 2000년 33%에서 2015년 53%로 약 20%p가 증가하였음

<표 3-5> 경영주 연령 65세 이상 1인 농가 및 부부 농가 비율

(단위: 호, %)

구분	2000	2005	2010	2015
농가수	1,383,468	1,272,908	1,177,318	1,088,518
65세 이상 1인 농가 수(A)	101,162	124,030	126,027	143,565
65세 이상 부부 농가 수(B)	229,487	294,197	286,819	326,682
65세 이상 농가(C)	451,758	549,490	545,748	582,005
비율(A/D)	7	10	11	13
비율(B/D)	17	23	24	30
비율(C/D)	33	43	46	53

자료: 통계청, 각 연도, 농림어업총조사

2. 한국 식품 및 관광 트렌드 전망

■ 식품소비 환경 및 이슈 전망⁶⁾

- 2017년부터 생산가능인구가 감소세로 전환될 것으로 전망되며, 2031년 기점으로 총인구 또한 감소세로 전환될 것으로 전망됨. 세계적으로 유례가 없는 빠른 속도로 인구고령화가 진행되고 있으며, 1인 가구 비중은 2017년 28%, 2021년 31%까지 증가되어 3가구 중 1가구는 1인으로 구성되는 가구가 될 것으로 예측됨
- 생산가능인구의 감소는 국내총생산 성장률을 정체시킬 수 있으며, 노인인구 부양의무 확대에 의한 사회적 비용의 증가는 내수경기 위축으로 연결 될 수 있음
- 총인구의 감소로 인해 식품소비에서의 양적인 감소가 전망되며, 1인 가구의 급증은 간편화 트렌드, 소포장 제품 인기, 온라인 주문 확대, 혼술/혼밥 트렌드 등과 긴밀하게 연관되므로 외식업/유통업/식품가공업에 유의미한 변화를 요구할 것으로 전망됨. 급격한 인구고령화는 고령친화식품과 건강기능성식품의 수요를 증대시킬 것이므로 산업적 차원의 대응이 본격화될 것으로 전망되며 이에 따라 관련 정책 정비가 필요할 것임
- 국내 경기가 침체되어 있는데다가 세계 경제에 다양한 위험요소가 상존하여 수출 증가를 기대하기 어려운 상황이 지속될 수 있어 실질소득의 정체가 전망됨. 이로 인해 가성비 중시 트렌드, 합리화 트렌드, 혼밥/ 혼술 트렌드의 지속 및 확산이 전망됨
- 농식품 수입은 2016년까지 증가추세에 있으며, 보호무역을 강화할 것으로 전망되는 트럼프 행정부의 출범과 조류독감 등 식품안전 사고의 발생은 농식품 수입 증가로 확대시킬 수 있음. 따라서 수입식품안전관리에 대한 정부의 정책적 대응이 강화될 것으로 전망됨
- 2016년 당류 저감 논의가 본격화된 바, 당류 함유량 및 비율 등에 대한 표시정책이 정비·강화될 것으로 전망되며, 국민공통식생활지침에

6) 한국농촌경제연구원(2017), 제 20회 농업전망 2017

당류 섭취량 관련 권고사항이 추가될 것으로 판단됨. 당류 저감과 관련한 과학적 논의가 지속될 수 있으며 비만세/설탕세/탄산세 등의 논의가 촉발 될 수 있을 것으로 전망됨

- GMO완전표시제와 관련한 논의가 지속될 것이며, 기 발의된 법안이 통과되고 그에 따른 후속조치들이 뒤따를 것으로 전망됨
- 배달/테이크아웃 음식의 위생/안전성 확보에 대한 국민들의 요구가 증대되어 관련 정책적 논의가 시작될 것으로 전망됨

■ 식품소비 트렌드 전망⁷⁾

- 우리나라의 식품소비 단계는 1980년대까지의 물량충족단계와 1990년대의 품질추구단계를 거쳐 2000년대 이후 건강/안전 지향, 다양화/고급화, 간편화, 합리화 트렌드가 동시에 나타나고 다양한 소비유형이 공존하는 다각화단계가 진행되고 있는 것으로 분석되었음
 - 식품소비는 생명유지와 직결되므로 기본적으로는 생리적인 니즈를 충족하는 역할을 하겠지만, 점차 소비자들은 식품소비를 통해 건강, 맛, 편리성, 다양성 등을 추구하게 되고 더 나아가 가족 화합 촉진, 감사 표시(선물 등), 지위/ 명성/ 감정/ 가치관/ 윤리관 등을 표출하는 용도로 식품을 소비하려는 경향이 확대될 것으로 전망됨
 - 향후 식품소비 트렌드는 건강/안전 지향이 가장 큰 비중을 점하는 형태가 지속되겠지만, 편리성 추구 경향과 다양화/고급화 경향이 빠르게 확대될 것으로 예상됨. 또한 본인의 선호와 효용극대화에 국한하지 않고 사회 전체와 환경에 대해 관심을 갖는 ‘윤리적 소비’는 우리나라에서는 현재 빠르게 확산되고 있지는 않으나, 국제적으로 대표적⁸⁾인 소비 트렌드로 부상하고 있는 점을 감안할 때 중장기적으로 확대될 가능성이 큼
- ‘식품소비 트렌드’와 ‘식품산업 트렌드’의 상호작용이 시장의 변화를 주도할 것으로 전망됨. 대내외 환경 변화와 이에 따른 소비자의

7) 한국농촌경제연구원(2017), 제 20회 농업전망 2017

8) 2014년 미국 CBS 뉴스 선정 10대 식품 트렌드 중에 ‘사회적으로 책임있는 기업이 선도한다’, ‘낭비를 줄인다’ 등 윤리적 소비와 관련된 항목 2가지가 포함되었음

선호 변화 및 ‘식품소비 트렌드’에 식품산업이 적극적으로 대응하는 과정에서 ‘식품산업 트렌드’가 형성된 것으로 판단됨

- 경기침체 및 청년 실업문제 지속: 식품소비에서 합리화와 간편화 트렌드를 확대시켰으며, 이는 식품산업 트렌드 중 ‘편의점 주도’ 트렌드, ‘가성비 중시’ 트렌드, ‘홈술/홈밥/혼술/혼밥’ 트렌드와 상호작용하며 시장을 주도했고 당분간 주도할 것으로 판단됨

○ 소비자의 특성에 따라 소득 및 연령 수준별로 우세하게 나타나는 트렌드에 차이가 있는 것으로 나타남. 경기침체 지속과 청년 실업문제 등은 저소득 가구와 저연령층의 주요 트렌드 형성에 영향을 미칠 것으로 보임. 1~2인 가구 증가는 간편화 지향 경향과 연관성이 높아 간편화 트렌드와 소포장 제품 선호 트렌드를 확대시키고 있음. 고령화는 건강과 맛에 대한 관심을 증대시키는 역할을 하지만, 고령층의 상당수는 경제적인 어려움에 당면해 있는 것으로 나타나 합리성을 추구하는 경향 증가에도 영향을 미칠 것으로 보임. 우리나라에서는 65세 이상 연령층의 18.6%가 1인 가구이고, 2014년 기준 노인빈곤율이 48.6%로 OECD 국가 중 압도적인 1위를 기록할 만큼 고령층이 경제문제가 심각한 상황임. 고령층의 경제문제는 고령층의 건강한 식품 섭취를 저해할 수 있으므로 고령층을 타겟으로 한 식품 지원정책의 개발·강화가 요구됨

○ 1980년대까지만 하더라도 가구의 소득수준에 따라 소비가 대부분 결정되었으나, 경제·인구·사회 환경의 변화를 겪으면서 소득 이외의 다양한 변수들이 식품소비에 미치는 영향이 확대되면서 식품소비 트렌드가 다각화되었고, 다양한 소비자계층이 형성되었음. 특히 이전까지 식품소비 트렌드 형성에 주목할 만한 영향을 미치지 않았던 소비자계층의 비중이 빠르게 확대되면서 독특한 소비행태를 형성하여 전체 식품소비 트렌드를 변화시키고 있음

- 특히 고령층과 1인가구가 빠르게 증가하고 있어 이들 계층의 식품소비 행태가 식품소비 전체 구조에 미치는 영향력이 확대될 것으로 보임. 고령층은 대체로 건강에 대한 관심이 높은 반면, 거동이 불편하고 음식을

씹는데 불편함을 느끼기 쉬우므로 인구 고령화는 기능성식품과 고령친화식품에 대한 수요를 증대시킴. 건강기능식품과 고령친화식품에 대한 수요에 대응하기 위해서는 환자식이나 약제에 국한하지 않고 산업적인 차원에서의 체계적인 접근이 필요하며, 식품산업 주무부처인 농림축산식품부의 산업발전방안 마련이 시급함. 기능성식품산업과 고령친화식품산업은 건강/안전 지향 트렌드의 지속 및 전례 없는 빠른 고령화 현실을 감안할 때 빠르게 산업화 체계를 마련할 필요가 있으며, 국산 농산물과 연계한 제품 개발·생산을 활성화함으로써 우리 농산물의 수요확대에도 기여할 수 있을 것으로 전망됨⁹⁾

- 1인 가구의 증가는 식품제조, 유통, 외식시장에서 간편화와 소형화 트렌드를 뚜렷하게 확대시킬 것으로 전망됨. 식품제조업계에서는 제품 용량을 줄이거나 소포장제품의 생산을 확대하고, 가정간편식 제품 생산을 확대할 것으로 예상됨. 유통업에서는 온라인과 편의점 거래가 빠르게 확대될 것으로 전망되며, 외식업에서는 배달/ 테이크아웃을 통한 소비가 더욱 증가할 것으로 전망됨. 1인가구의 증가는 패스트푸드와 분식점 및 김밥 전문점 수요를 증대시킬 것으로 판단됨¹⁰⁾
- 식품산업이 경쟁력을 갖기 위해서는 소비자의 변화에 적극적으로 대응할 수 있도록 소비 및 산업 트렌드 변화에 주목하여 선제적인 전략을 마련할 필요가 있음. 경제·인구·사회적인 요인의 변화에 따라 형성된 다양한 소비자 계층이 각기 다른 라이프 스타일을 보유하며 차별적인 식품소비 트렌드를 추구하고 있으므로 품목별 및 업태별로 대상 소비자계층을 세분화하여 대응해야 할 것임. 저소득 독거노인, 골드미스나 골드미스터 등 저연령 고소득층, 미취업 20~30대, 고소득 노인층(우피족), 저소득 노인층(푸피족) 등 특정 계층을 대상으로 한 식품(소비)정책에 대한 수요가 확대될 것으로 전망되며, 식품산업 측면에서도 제품 개발 및 마케팅 차원에서의 전략 수정이 필요할 것으로 전망됨

9) 이계임 외(2015) PP.165-166 참조하였다.

10) 이계임 외(2015) pp.152-155 참조하였다.

■ 농촌 관광 트렌드 및 수요 전망

○ 가족단위 “먹거리 테마 여행자” 증가

- 가처분소득의 증가와 고속도로와 국토 등 도로 인프라의 확대개선으로 자가용을 이용한 가족단위 여행자 시장이 커지고 있으며, 이와 함께 교육적 체험프로그램 상품 체험 수요도 증가하고 있음

○ 건강, 기능성 상품체험 수요 증가

- 유기농 등 친환경 농산물에 대한 수요가 급격히 증가하고 있음
- 전국 대부분의 마을이 유사한 친환경 농산물을 생산, 유통 시키고 있어 구매자는 보다 차별화된 친환경 농산물을 요구하게 됨

○ 교육성이 높은 농촌체험과 청정자연체험 수요 증가

- 가족단위의 여행수요가 증가하면서 단순 휴양지 방문 보다는 교육성과 재미가 내포된 체험활동에 관심이 높아짐
- 급격한 도시화로 인하여 청정자연에 대한 욕구가 증대됨

○ 민간 현장체험, 교육 활동 프로그램 확대 시행

- 각급 교육기관은 특색있는 현장 학습과 단체 인성교육을 위해 다양한 현장교육을 시행하고 있음
- 공공기관과 민간기업 역시 조직 강화차원의 교육, 사회봉사 활동의 일환으로 정기적인 교육 및 봉사프로그램 시행

② 해외 6차산업 정책 및 사례 분석

1. 중국의 6차산업 정책 및 사례

가. 중국의 6차산업 정책 및 특징¹¹⁾

■ 도농간 소득격차 해소를 위한 농업산업화 정책추진

- 소득 격차 문제를 극복하고자 중국에서는 ‘농업의 산업화경영’을 추진
 - 시장 개방에 대응하여 마케팅 능력이 높은 기업의 주도하에 영세농가를 조직화하여 생산·가공·판매를 일체화함으로써 경쟁력을 향상하고 시장교섭력을 증진하여 농공 간 균형발전을 도모하고자 함(최이석 2013).
- 식품제조회사를 중심으로 한 용두기업(농외기업)과 영세농가를 수직적으로 결합하고 손익을 분배하는 방식을 취하고 있음.
- 농업의 산업화경영은 1988년 채소산지에서 시작되어 2002년 농업법 개정으로 산업화경영에 관한 규정을 신설
 - 이에 의하면 농업부는 국가급 용두기업, 성정부는 성급 용두기업, 시는 시급 용두기업을 각각 지정하도록 하였으며, 용두기업에 대해서는 세금감면 및 우대융자 등의 조치를 강구함

■ 농업·농촌의 1:2:3차 산업 융합 발전 정책으로 발전

- 2015년 12월 국무원 상무위원회 회의에서 농업·농촌의 산업 간 융합 발전 추진을 천명
 - 휴한농업, 농촌 전자 상거래, 정책 개발, 융합 플랫폼 구축 등을 강화
- 지역별 특성을 고려 6차산업 지원 정책 수립
 - 지역별 특성을 고려하여 지역의 입지여건 및 산업구조에 따라 다양한 융합 방식을 도모할 수 있도록 지원정책 수립

11) 자료 : 한중 지역단위 6차산업화를 통한 농촌경제활력제고 공동연구, 2017.

○ 융합화를 위한 관련 경영주체의 다변화

- 가정농장(대학, 중등 전문학교 졸업생, 귀향인 합작회사) 설립
- 창업가이드 육성, 1만명 농민 창업 창조 선도자 교육, 1000개의 창업창조 모범기업 선정, 농민 창업 창조대회 개최

■ 농가 소득증대를 위한 일촌일품(一村一品) 사업 추진

○ 지역선도기업 육성

- ‘일촌일품’, ‘여러 농촌 1품목’ 운동 전개를 통한 지역 선도기업 육성

○ ‘일촌일품’ 프로젝트를 통한 경영체 육성

- 농민합작사, 거대 농업 중개인 그룹으로 발전할 수 있도록 지원

■ 지역 농업과 연계한 농촌 가공산업 육성

○ 농업 발전 방식의 전환, 농업과 농촌의 경제구조 구조조정, 농민 취업 및 소득증대를 위한 목적에서 농산물 가공산업의 중점 육성을 위한 정책을 도입(2015년 2월, 농업부)

○ 농산물 생산지역의 가공산업 발전 장려 및 지원

○ 가공산업의 선도기업 육성

○ 농산물 가공단지 구축 및 클러스터화 추진

- 전문화, 규모화, 표준화된 원료 생산기지를 구축함. 즉, 기능이 모두 갖춰져 있으며 주변에 대한 영향력이 큰 가공단지 구축을 지원함

■ 관광농업(휴한농업) 육성

○ ‘10년부터 관광농업 농촌관광 시범 현(縣) 및 관광농업 시범지역 선정 사업 추진

○ 농민들의 팜스테이를 지원하고, 휴한농업을 핵심으로 하는 6차산업형 마을을 개발하고, 지역의 부존자원을 활용한 휴양체험이 가능한 휴양 농장을 개발

○ 특색 있는 관광마을 시범사업 등 브랜드 육성 프로젝트 추진

나. 중국의 6차산업 사례¹²⁾

1) 농촌자원을 활용한 지역관광 활성화 사례

■ 베이징시 시에다오 녹색생태 리조트(北京市蟹岛绿色生态度假村)

- 베이징시 차오양구 동북쪽에 위치, 부지면적 200여 헥타르, 교통이 편리하고, 모든 시설을 갖추었으며, 다양한 프로그램 운영
- 전점후원(前店后园)식 관리 모델, “이원양점, 이점축원(以园养店, 以店促园)”
- 농민 참여 방식
 - 자체적으로 경영하고 손익을 스스로 책임지는 기업경영방식 채택
 - 리조트 부지의 경우, 현지 마을 주민이 소유한 토지를 임대한 것으로 경영인은 매년 농가에 일정한 임대료를 지급
 - 현지 농가로 하여금 토지를 통해 지분에 참여하도록 유도
 - 농민들이 리조트 취업을 배정하여 현지 농가의 취업 문제 해결. 시에다오 리조트의 670명 직원 중 현지 주민은 약 200여 명으로 전체 직원 중 30%를 차지함
- 현대 농업 시범단지
- 베이징 녹색생태원 기지
- 국가 환경보호총국 유기농 식품 발전센터의 유기농식품 인증 획득
- 중국 1대 농업관광 시범대상

■ 웨이팡 양가부 민간예술 대관원 (潍坊杨家埠民间艺术大观园)

- 산둥성 역사문화 명촌(名村) 양가부 민간예술 대관원의 총 부지면적 50 헥타르, 연화(年画), 연 등 민속아이템을 테마로 연 박물관, 회화관, 18 여자작업실, 연화 박물관, 연화 작업실, 민속관, 문물관, 백년 결혼증서 전시회, 무명천 작업실, 농기구 전시회, 홍색 컬렉션, 서예원, 상아분월대(嫦娥奔月台), 옛가게 거리, 삼성 호수, 두슈어산(度朔

12) 자료 : 중국 농업부 농촌경제연구센터, 농촌자원을 활용한 지역관광 활성화, 2016.

山) 및 양가부 청명시대 고촌락, 오래된 왜나무 등 수십 개 볼거리와 전시관 보유

○ “정부+기업+농가+지역사회+관광협회” 모델 “기업+농가” 모델과 “정부+기업+관광협회+여행사” 모델의 결합

- 정부의 역할은 전체 총괄임. 현(县), 향(乡) 각 급 정부와 관광 관련 부서는 시장 수요와 관광 계획에 따라 개발 지역, 개발 내용, 개발 일정 등을 확정함. 개발 진행 과정 중 정부와 관광 관련 부서는 필요한 지도 및 총괄 업무를 이행함

- 업체와 관광협회는 분업을 통해 협업하는 동시에 지역사회 보호 및 농민의 광범위한 참여 유도

- 농민관광협회는 마을사람들이 공연, 가이드, 공예품 제작, 민박(식사 포함) 차질없이 참여할 수 있도록 배정하는 한편 전통 민가의 유지 보수, 업체와 농민의 이익 조율을 담당함. 여행사는 시장 개척 및 관광객 유치를 담당함

○ 서비스업 선진업체

○ 산동성 관광레저업 10대 우수 브랜드

○ 전국 농업관광 시범단지

○ 민족적 특색을 가장 잘 보여주는 56개 관광지 중 하나

○ 국가 AAAA 급 관광지 평가 통과

○ 연화, 연 : 국가 무형문화재로 지정

■ 베이징 자오다오푸형 농업 관광원 (北京交道富恒农业观光园)

○ 2006년 3월 설립, 총 부지면적 80 헥타르. 농업 자원을 기반으로 하며, 베이징 서남 지역의 표준화된 농업 생태공원 조성하자는 취지 하에 설립됨. 유기농업 발전을 출발점으로 하며, 새롭고, 이색적이고, 특별하고, 우수 품질의 농산품을 생산함

○ 현지 농민들이 베이징 더우덴푸형 농산품 전문 협동조합에 자발적으로 가입

- 전국 농민 전문 협력조직 중 가장 먼저 사업자 등록을 한 전문 협력조직
- 조직구조는 “기업+농촌 전문 협력조직”의 모델 채택
 - 관광원은 자체적으로 보유한 자원을 이용, 농촌 전문 협력조직(베이징 더우토펑형 농산물 전문 협동조합)과 일괄 구매, 일괄 판매 계약을 체결하고 “푸형”이라는 상품명을 일괄 사용함
 - “회사+상표+농가”라는 새로운 비즈니스 모델을 구축함. 일괄 구매 및 판매, 재배 과정에 대한 엄격한 관리감독, 종자/시비/수자원 등 생산 과정에 있어서도 일괄 구매 제도를 시행함. 농산품의 수확 및 판매 모두 회사의 제도 하에 관리됨
- 관광, 수확체험, 전원숙박, 레저휴양
- 도시민이 토지 임대해 사용가능한 시민농장 운영
- 전국 농민 전문 협력조직 중 가장 먼저 사업자 등록한 전문협력조직

■ 평구구 따화산진 과자위촌 (平谷区大华山镇挂甲峪村)

- 과자위촌은 베이징시 평구구 따화산진에 위치하며, 베이징 시내에서 80km 떨어져 있음
- 삼면이 산으로 둘러싸여 있으며 전체 면적은 550헥타르. 친환경, 유기농 과수를 주로 생산하며 수려한 풍경을 자랑함. 베이징 교외 “과수의 고향”, 관광 명소로 유명함
- 집단 관리, 농촌 주주합작제 개혁을 시행, 회사 운영 방식 채택
 - 소유권과 경영권 분리하고, 주주총회 소집, 선거를 통해 이사회와 감사위원회 선출. 마을 내 각 종 발전 계획을 세우고, 전문 인력을 채용해 경영을 맡기는 등 완전한 기업경영 실현
 - 감사위원회는 회사의 운영 상황, 재무 상황, 분배 방안 감독
 - 의사 결정은 이사회를 통해 논의하며, 주요사안은 주주총회를 통해 결정
 - 텐자여행사, 텐자공업공사, 텐자농림공사, 텐자물업공사, 텐자건설사

등 5개 주식회사를 설립하고, 마을 주민의 취업 배정 뿐 아니라, 시장 경쟁 참여, 리스크 관리 능력 향상을 통해 규모의 효과 거둠

- 농민 소득은 크게 수익 배당, 토지 임대, 월급, 민속 행사(손님맞이) 소득
- 2009년 과자위촌 주민 일인당 평균 소득은 22600위안으로 시(市) 평균인 11986위안, 구(区) 평균인 10870위안을 훨씬 웃도는 수준

2) 농촌지역 가공업 성공사례 및 성공요인

■ 산둥 서우광(山东寿光) 채소 산업체인

- 생산 단계의 확장모델
- 채소 산업화 적극 추진
- 생산 표준화, 제품 글로벌화
- 생산 프로세스 전 과정에 걸친 품질 관리 진행
 - 생산/가공/판매 One-stop 모델 적용
- 채소 재배업 클러스터 형성
 - 가공, 배송, 판매, 농업기술 R&D의 채소 산업 체인 구축

■ 랴오닝 후이산(辽宁辉山)농산물 가공 산업체인

- 가공 단계 추진 모델
- 농산물 가공업체와의 협력을 통한 차별화된 주도산업 발전에 주력
- 농업기술 관련 R&D 강화로 농산물 가공업 클러스터 모델 정착
- 농업산업화 경영 역량을 기반으로 한 곡물생산기지, 식품가공업체와의 협력
 - 중량(中糧, COFCO)을 중심으로 하는 산업체인이 형성
 - 즉, 원료 생산부터 농산품 정밀가공, 더 나아가 식탁에 오르기까지 전 과정을 아우르는 산업체인의 형성을 의미함

■ 내몽고 싸이바오 오트밀(内蒙古塞宝燕麦食品公司)

- 식품가공업체에 의한 부가가치 창출 및 수익 재분배
- 계약 체결을 통한 재배 표준 명시
 - 재배 농가별 파일 만들어 기지 내 농가에 대한 재배, 기술지도, 농자재 공급, 매입 및 정산 일괄 진행
- 재배의 규범화, 표준화로 품질의 안정성과 우수성 확보
 - 귀리 품질의 안정성과 우수성 확보
- 농산물의 부가가치 공유
 - 매년 수확한 귀리는 모두 시가보다 높은 가격에 일괄 매입함으로써 농가의 재배 적극성 유도
 - 또한, 추가로 창출되는 농산물의 부가가치 공유를 통해 수익의 재분배 실현

■ 칭다오 동성그룹(青岛东生集团股份有限公司)

- 리딩기업의 파급 모델
- 지역 내 땅콩 생산에 경쟁 우위를 갖는 산업체인 형성
- 표준화 기지를 구축하여 농가의 소득 증대 실현
- 자주혁신을 통한 제품의 기술함량 제고
- 관리체계의 전면적인 세분화를 통해 유명 땅콩 브랜드 구축

3) 성공요인

- 리딩 기업의 주도적인 역할 수행
- 생산 규모확대, 업계 협력 강화하여 경쟁우위 확보
- 전체 산업 체인의 각도에서 기업의 발전 방향 모색
- 요소간 융합기제 혁신을 통해 1/2/3차 산업의 융합 발전을 도모함

2. 일본의 6차산업 정책 및 사례

가. 일본의 6차산업 정책 및 특징¹³⁾

■ 6차산업화·지산지소법 시행

- 6차산업화를 추진하기 위한 법률로 2011년 3월 「지역자원을 활용한 농림어업인 등에 따른 신사업 창출 및 지역 농림수산물의 이용촉진에 관한 법률」(통칭 「6차산업화·지산지소법」)이 시행됨
- 「6차산업화·지산지소법」의 목적은 지역 자원을 활용하여, 농림어업인에 의한 사업의 다각화 및 고도화, 새로운 사업 창출 등에 관한 시책 및 지역 농림수산물의 이용 촉진에 관한 시책을 추진
- 또한, 보조금과 농림어업성장 산업화펀드 출자 등을 조치하고 농림어업등에 대한 6차산업화 플래너의 파견이나 6차산업화 네트워크 활동, 교부금 등으로 신상품 개발과 가공·판매시설 등의 정비를 지원

■ 종합화 사업계획

- 종합화 사업계획의 인정을 받은 사업자는 시설장비 등 하드웨어 사업, 신상품개발의 소프트웨어 사업을 시작으로 경영의 발전단계에 따라 다양한 지원을 받음



13) 자료 : 농촌경제연구원, 농업의 6차산업 활성화 방안, 2014.

■ 6차산업화 플래너 파견

- 6차산업화 플래너는 지원센터에 등록되어 파견된 중소기업진단사 등 민간 전문가로 구성됨
- 가공, 판로개척, 위생관리, 경영개선, 수출, 타업조오가의 연계 등 다양한 분야에서 6차산업화에 대한 자문과 종합화 사업계획의 작성 등을 실시함
- 2015년 12월 31일 기준으로, 6차산업화 플래너는 도도부현지원센터 기준으로 771명이 등록되어 4,346건, 중앙지원센터는 239명이 등록되어 758건의 파견활동을 수행함
 - 도도부현지원센터의 주요 파견이유는 신상품 기획, 신상품의 판로개척, 신상품의 제품설계, 신청 서류 등의 작성, 농림 수산물의 가공기술 등의 조언임
 - 중앙지원센터의 주요 파견이유는 신상품의 판로개척, 신상품 기획, 브랜딩, 새로운 상품의 설계, 농림수산물의 가공 기술 등의 조언임

■ 6차산업화를 추진하기 위한 시정촌 추진협의회 구성

- 시정촌 추진협의회는 지자체, 농림어업단체, 농림어업자, 상공단체, 금융기관, 시험 연구기관 등으로 구성됨
- 농림수산업 및 6차산업화 업체의 농림수산물 등을 가공, 직매, 수출, 학교급식 등의 시설급식, 신재생에너지 등 지역의 실정에 맞는 분야를 대상으로 6차산업 활동 방침 및 목표를 설정
- 추진협의회에서 도도부현의 농림수산업 및 6차산업화 관한 전략을 수립하고 관계 기관이 연계하여 추진

■ 6차산업화 지원사업

- 농림어업의 6차산업화 추진하기 위한 지원사업은 다음과 같음
 - 6차산업화에 종사하는 농림어업자 등에 대한 개별 상담
 - 농림어업종사자 등으로 유통업체 등과 상담회 개최
 - 6차산업화 네트워크 활동의 전국적인 추진

- 6차산업화 정보제공 지원
- 사업화 가능성 조사
- 6차산업화 촉진기술대책
- 식재료 개척 박람회 등의 개최
- 국산 식자재 이용정보 제공
- 지역산 재료를 활용한 영양개선 등의 대책 추진

나. 일본의 6차산업 사례¹⁴⁾

■ 나키진자 마미 농장

- 여성시선으로 임하는 전통야채의 기능성 식품 개발
- 수면개선효과가 있다고하는 오키나와 전통 야채의 기능성에 주목하고 차 가공품을 제약 회사에 판매
- 부가가치 향상을 목표로 자사의 스위트 등의 가공품을 제조·판매
- 지역 관광 업체와 연계하여 꽃 따기 버스 투어를 사업화하고 입장객이 증가
- 매출액은 1,500만엔('11) → 1,800만엔(' 13)
- 고용주는 파트타임을 포함하여 3명('11) → 5명(' 13)
- 종합화사업계획 승인(2012년 5월)

■ 비에이 농산물 시장

- 비에이초 산 농축산물을 활용한 오베르 프로젝트
- 축산 업체가 관광 사업자와 연계하여 오베르 주(숙박 시설이 있는 레스토랑) 사업을 실시
- 도쿄도 내에 델리(반찬 소매점)을 확장하고 비에이 농축산물 브랜드 가치 향상을 목표로 함

14) 자료 : 시골살이 궁리소, 일본농촌탐방기, 2016. 4.

○ 종합화사업계획 승인(2015년 8월)



<그림 3-2> 나키진자 마미 농장



<그림 3-3> 비에이 농산물 시장

■ 파머스마켓 오우민치

○ 일반현황

- 주소 : 시가현 모리야마시 스모토쵸 2785
- 영업시간 : 09:00~18:00
- 전화 : 077-585-8318 / 팩스 : 077-585-7774
- 홈페이지 : <http://www.ohmin.jp/ohminchi/>

○ 농업과 관광이 주 산업인 일본 시가현에서 단위농협인 JA오우미후지가 운영하는 ‘파머스마켓 오우민치’는 지역농업의 활성화와 생활향상에 기여하기 위하여 니즈 파악에 주력함

○ 순환형 농업·지산지소·식생활 교육에 중점을 두고 ‘농(農)과 식(食)의 거점 만들기’를 추진

○ 2014년도 매출은 10억 3천만엔으로 2008년 오픈 이래 1.5배 증가, 또한 고용자 수도 4배 증가 하는 등 효과가 많이 나타나고 있음

○ 향후 지역자원을 활용한 새로운 메뉴·상품을 통한 생산자·가공업체·소비자의 네트워크 형성, 농(農)·식(食)·의(医)·환경의 시점에서 신기술을 도입한 재배방법을 모색·확립, ICT를 활용한 스마트농업을 확립하는 것에 주력함



<그림 3-4> 파머스마켓 오우민치

3. 외국의 6차산업 정책 시사점

■ 6차산업의 창업지원 확대 필요

- 농촌의 고령화 및 인구감소 등으로 인해 농촌의 지속성확보에 어려움을 겪고 있음. 따라서 창업지원을 통해 새로운 비즈니스 모델 발굴 및 일자리를 만들어 농촌의 지속성 확보 및 부가가치 향상이 필요함
- 중국의 경우에도 창업활성화 지원을 위해 창업가이드 육성, 1만명 농민 창업 창조 선도자 교육, 1000개의 창업창조 모범기업 선정, 농민 창업 창조대회 개최하고 있음

■ 농촌관광 콘텐츠 고도화 필요

- 현재 단순 농업관련 체험 및 먹거리 체험 등 획일화된 콘텐츠 대신 다양한 산업분야와 IT, 디지털 등 신기술분야와 융복합화가 필요함
- 농축산업과의 융복합 뿐만 아니라 공연예술산업, 공예, 의료, 에너지, 교육 등 다양한 분야의 융복합을 통한 농촌관광 프로그램의 다각화 시도가 나타나고 있음

■ 지역의 선순환적 네트워크 강화 필요

- 지역 내 선순환적 구조를 가지기 위한 생산-가공-유통-외식 등의 상호 유기적 연계체계 강화
- 국내외 우수사례를 살펴보면 대부분 생산에서부터 가공, 유통, 체험관광 등이 상호 유기적 연계체계가 잘 이루어지고 있음. 특히 생산자와 소비자간의 상호 신뢰를 바탕으로 하는 유통구조체계 구축을 위한 다양한 노력들이 시도되고 있음

■ 6차산업 중핵조직 육성 필요

- 생산·가공·체험 등 6차산업의 융복합화 중핵이 되고 있는 조직의 체계적 육성 및 관리(6차산업지구, 6차산업 인증사업자 육성)
- 중국의 6차산업 핵심은 ‘용두기업’이라 불리는 생산·가공·유통의 중핵이 되는 조직이 담당하고 있으며 또한 중국은 ‘일촌일품’, ‘여러 농촌 1품목’ 운동 전개를 통한 지역 선도기업을 육성하고 있음

③ 6차산업 정책 시사점 및 개선방향

■ (정책 대상) 6차산업인증사업자 및 마을 단위에서 농촌기업 가정신을 중심으로 한 대상 확대 필요

- 현 정부 들어서 6차사업 경영체에 대한 관심과 지원이 확대되어 6차산업 경영체의 경영내실화 및 역량강화에 기여하고 있는 것으로 판단됨
- 그러나 주로 6차산업경영체로 인증 받은 대상자에 초점이 맞추어져 있으므로, 여기에 속하지 않은 농업인 및 6차산업 창업준비자 등에 대한 소외현상이 나타나고 있음
- 6차산업 창업에 관심이 있는 농업인 및 준비자, 초기 창업자 등 체계적인 6차산업 창업지원 및 보육 방안이 필요함

■ (사업 모델) 단순가공, 단순체험의 수익모델에서 기술 및 시장 혁신을 선도하는 고도화 된 사업 모델 필요

- 판로지원 활성화는 현 정부의 6차산업 지원정책의 특성으로 가장 큰 차별점으로 꼽히고 있음
 - 안테나숍 개설, 공용 홈페이지 활용, 네이버 등 민간 포털과의 연계 등
 - 코리아 그랜드 세일 참여, 외국인 방문객 유도 노력 등
- 그러나 아직까지는 원료농산물의 단순가공상품이 주를 이루고 있을 뿐만 아니라, 타겟화 된 상품 개발이 미흡한 실정으로 평가되고 있음
 - 대부분의 가공품이 과채 가공류, 장류, 다류, 빵 또는 떡류, 절임식품, 두부류 등의 등의 단순 가공류로서 6차 산업 제품의 기술적 혁신은 미비한 편임
- 따라서 향후에는 보다 고 부가가치의 상품기획 및 고부부가가치 제품개발을 위한 제품 기획방향의 추진이 필요함
 - 식품시장에서의 HMR비중이 높아져 가고 있고, 또한 식품별 연평균 소비증가율을 보면, 외식.빵 및 떡류, 기타 식품류의 소비가 제일 높

은 증감율을 보이고 있음

- 건강기능성 식품으로의 고도화 및 외식연계 상품 개발 등의 새로운 시장과 외연확대가 필요함
- 또한 단순 농업 관련 체험 및 먹거리 체험에서 벗어나 점차 세분화 되고 전문화 되고 있는 도시민 및 외국인에 대한 체험 및 관광수요에 적합한 농촌관광서비스 모델이 필요한 것으로 판단됨

■ (지역특화발전) 지역특화발전을 촉진하는 6차산업의 단계별 지원 정책 수립 필요

- 현 정부의 6차산업 주요 정책사업으로 개별 법인 경영체를 대상으로 하고 있는 6차산업화 복합농장조성, 지역컨소시엄 사업, 6차산업화 지구조성 사업 등이 있음
- 그러나 6차사업이 지역의 주요 농특산물의 다각적 활용 및 지역자원 연계를 강조함에도 불구하고, 지역을 포괄하는 단계별 육성 정책과 연계될 필요가 있음
- 따라서 지역의 새로운 자원을 발굴-> 새로운 사업의 시도 및 농촌기업가 육성-> 인프라 구축-> 다양한 이해관계자의 참여-> 성과의 확산 및 피드백 등의 단계별로 특화된 사업을 정렬하여 6차 산업정책이 지역의 개성 있는 특화발전을 촉진할 필요성이 있음

■ (추진 체계) 민간 협업 강화를 통한 맞춤형 지원체계 구축

- 현재 각 도별로 6차산업 지원센터를 구축하여, 6차산업 사업자 인증 지원 및 사후관리, 현장코칭, 판매 유통 및 홍보지원, 정책모니터링 지원 사업 등을 추진하고 있음
- 이를 통해 6차산업 경영체에 대한 지원과 정책사업 지원이 보다 효율적으로 이루어지고는 있지만, 한정된 인력으로 인해 현장 맞춤형 지원을 추진하기에는 어려움이 존재
- 따라서 민간의 전문 서비스기관과 연계하여 진단, 필요수요 발굴, 대안제시 등의 맞춤형 지원체계를 구축할 필요성이 있음

④ 6차산업 향후 정책 방향 수립

1. 6차산업 정책 고도화 방향

■ (정책 대상) 6차산업 인증사업자 및 마을단위에서 비즈니스 경영체로의 확대

- 6차산업 창업준비자 및 창업단계의 농업인 등에 대한 지원책을 확대 함으로서, 6차산업 창업 촉진하여 지역에서의 다양한 6차산업 경영체가 육성될 수 있도록 함
 - 6차산업 인증사업자에게만 경영체 지원을 한정시킨다면, 지역에서의 새로운 시도 및 6차산업 사업모델의 다양화에 한계가 있을 것으로 판단됨
- 6차산업 인증자는 좀 더 고도화된 비즈니스 모델 및 지역협력 모델을 강화하는 방향 필요
- 한편에서는 새로운 6차산업경영체가 등장될 수 있도록 하는 보육개념의 지원체계 마련이 필요함

■ (수익모델) 단순가공 및 단순체험에서 경제사회적 트렌드를 반영한 사업모델의 다양화 다각화

- 현재 단순가공의 상품에서 보다 부가가치 창출이 가능한 상품군으로의 확대를 위한 기술혁신 및 시장혁신 기회를 제공할 필요가 있음
 - 농산물 활용 단순 가공사업에서 기능성이 강화되거나 또는 사회적 문제에 대한 핵심 과제(기후변화, 미세먼지 등)에 적합한 기술혁신 촉진
 - 식품소비에서 다수를 차지하는 외식분야와의 연계 및 참여를 통한 6차산업의 시장확대가 필요하며, 이는 지역농촌관광 및 음식관광과의 매개체로서 작용
- 농업 및 전통체험 위주의 농촌체험 관광서비스에서 좀 더 타겟팅 되고 테마가 다양한 농촌관광 상품 개발 촉진
 - 음식관광, 승마관광, 힐링 체험, 특정 문화 체험, 펫 산업체험 등 최근 경제사회적으로 선호되고 있는 트렌드에 적합한 사업으로 농촌관

광의 비즈니스 모델 확대

- 또한 개발 및 성장시대에는 물질적 풍요가 주된 핵심가치였지만, 물질적 풍요시대에는 심적인 풍요와 여유가 핵심가치로 부상함에 따라 농촌관광서비스도 이에 맞출 필요가 있음

■ (정책 방향) 단위 사업적 접근에서 지역 발전의 단계적 접근

- 지금까지의 6차산업 정책사업을 지역특화발전을 위한 단계별로 활용할 수 있도록 가이드 및 매뉴얼 제시 필요

구 분	도입기	성장기	성숙기	혁신기 (쇠퇴기)
농어촌자원복합화사업				
지역 컨소시엄사업				
6차산업 수익모델사업(농진청)				
향토 산업				
6차산업지구사업				
지역전략식품산업육성사업				

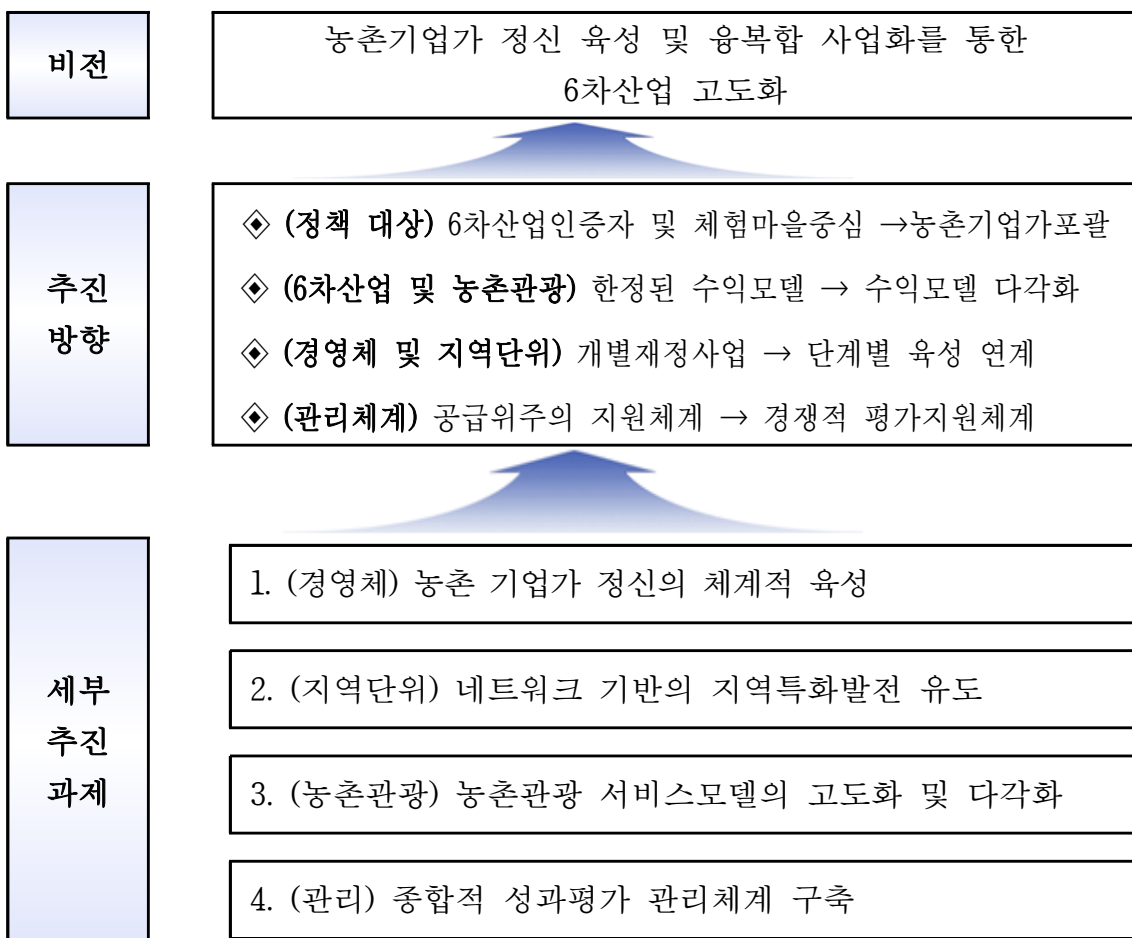
- 장기적 계획을 가지고, 지역에서 다양한 이해관계자들이 참여하고 가치사슬연계를 구축할 수 있도록 하는 자원과 네트워크를 조성하도록 유도

■ (지원 체계) 6차산업 지원 서비스 플랫폼을 통한 정책 전달체계 구축

- 현재 6차산업 인증사업자 및 정책적 6차산업화를 지원하는 체계는 농림축산식품부를 주관으로, 광역 중간지원조직인 6차산업 지원센터를 중심으로 이루어지고 있음
- 지역단위 6차산업 활성화 및 6차산업 경영체 등의 지원을 수행하고 있지만, 진단-> 처방-> 육성-> 피드백의 성장경로를 관리 하고 육성하는 것에는 한계가 존재함
 - 물론 농업정책금융원, 실용화재단, 각 시군농업기술센터, 지역농협 등 다양한 유관부처에서 협업을 추진하고 있지만 한정된 인력으로 전문화된 서비스를 제공하기에는 무리가 있음
- 따라서 6차산업 지원서비스 플랫폼을 통해 관련 서비스 기관 및 관련 전문가와의 연계협력 체계 구축

2. 6차산업 육성 비전

- 6차산업은 기존의 전통적인 농업·농촌 방식에서 벗어나 새로운 시대적 패러다임 맞는 시대적 정신이 필요함. 따라서 비전 설정은 ‘농촌기업가 정신 육성 및 융복합 사업화를 통한 6차산업 고도화’로 설정하였음
- 또한 이를 실현하기 위해서는 기존의 6차산업 인증자 위주의 지원정책에서 농촌 기업가를 포괄적으로 지원하는 정책이 필요하며, 이와 더불어 수익모델의 다각화, 경영체 및 지역단위 6차산업의 단계별 육성, 사업의 효율성 증대를 위한 경쟁적 평가지원체계 마련이 필요함
- 이를 위해 세부 추진과제로서 경영체, 지역단위, 농촌관광, 종합적 관리체계를 효율적으로 실현할 수 있는 전략과제를 제시하였음

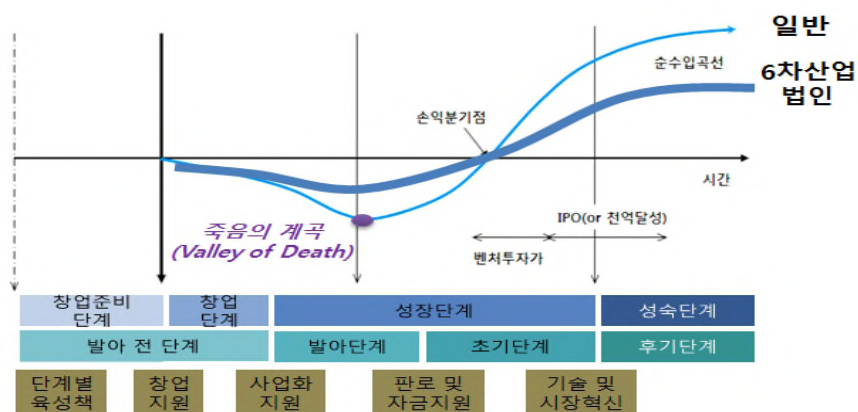


3. 6차산업 향후 정책개선 방향

가. 농촌 기업가 정신의 체계적 육성

1) 필요성

- 대부분의 기업들은 준비단계, 성장단계, 성숙단계 등을 거치게 되어 있으며, 이러한 성장단계에 따라 나타나는 상품계획, 시장계획, 판매계획, 애로사항 등이 조금씩 다르게 나타나고 있음. 따라서 각 성장단계에 맞는 맞춤형 정책지원이 필요함
- 또한 벤처기업에서는 ‘죽음의 계곡(Death Valley)’이란 개념이 있는데 이는 기술 개발에 성공한 벤처기업이 사업화 단계에서 겪는 과정을 일컫는 개념임. 특히, 6차산업 경영체에서도 창업 후 3~4년 경과 후 정책자금 및 초기자금이 소멸되는 시점에서 성장절벽을 극복할 수 있는 새로운 투자여건 점검 및 상품혁신이 필요한 시점임
- * 6차산업 경영체가 일반 경영체보다 성장률은 낮지만 오래 살아남는 특징을 가지고 있음(6차산업 창업경영체는 7년간 평균 96.0%의 생존율을 보이고 있음)¹⁵⁾
- 따라서 정부는 창업기업이 직면하는 죽음의 계곡(Death Valley)을 극복하기 위해, 성장단계별 예산 구조 재편이 필요하며, 또한 창업초기(3년 이내)에 집중되어 있는 창업지원 예산을 단계적으로 조정하여, 창업도약기(3년~7년)기업 지원으로 확대하는 것이 필요함



〈그림 3-5〉 기업성장단계별 육성방안(예시)

15) 자료 : (사)농식품신유통연구원, 6차산업 창업현황 분석 및 지원방안 정책연구, 2016.

2) 정책 개선 방안

- 정책 지원방안은 경영체의 성장단계에 따라 창업준비단계, 창업단계, 성장단계에 따라 정책 방안은 제시하였음
- 이를 위해 주요 단위 사업으로서 창업준비단계 및 창업단계에서는 실질적인 창업에 도움을 줄 수 있는 프로그램 지원 및 창업보육시설 등의 지원 등을 위한 정책 방안을 제시하였으며, 성장단계에 있어서는 창업기업이 지속적으로 성장하고 안정적인 사업화가 가능하기 위해 실질적인 판매망 연계 및 지속화를 위한 유통채널 개척 지원 등을 위한 정책 방안을 제시하였음. 또한 주요 기반사업으로서 안정적인 창업기반 조성을 위해 지역단위 창업보육벨리 사업과 6차산업 브랜드 마케팅 강화를 위한 정책 방안을 제시하였음

단계	창업준비단계	창업단계	성장단계
주요 단위 사업	6차산업 보육 매니저 육성		모델 숍 설치
	기업가정신 및 6차산업 실무교육 확대		대형유통업체와의 전략적 출점
	창업경진대회 (크리우딩 펀딩 연계)	전문영역 현장코칭 (맞춤형 경영체 진단, 현장코칭 관리지침 마련, 현장코칭 전문화 등)	
주요 기반 사업	지역단위 창업보육벨리사업		
	6차산업 브랜드 마케팅 강화		

<그림 3-6> 농촌기업가 정신의 체계적 육성을 위한 정책 방안

(가) 창업준비단계 및 창업단계

- 창업준비단계 및 창업단계에서는 실질적인 창업이 이루어질 수 있도록 창업지원 프로그램과 기반시설 지원 등을 통해 향후 경영체의 성장 발판을 마련할 수 있는 토대를 구축하는 것이 필요함

① 6차산업 경영체 창업지원

- 지금까지의 창업지원은 농업기술센터, 6차산업 활성화지원센터 등으로 분산되어 지역별로 수행되고 있으나, 지역에서 이를 통합하여 활용할 수 있도록 하는 체계적 프로그램 필요함

- 농산물종합가공센터(농업기술센터): 창업코칭, 창업교육, 가공서비스 등
 - 6차산업활성화지원센터 : 6차산업 기초 상담 및 교육, 현장코칭 운영, 안테나숍 운영, 판매 및 홍보 지원 등
 - 귀농지원센터 : 창업희망자 모집 및 소개 등
 - 농촌활성화지원센터 : 창업희망 마을모집 및 소개, 현장리더 육성 등
 - 지역대학 : 6차산업 관련 교육, 전문가 지원, 인재 육성 등
- 특히, 최근에는 **6차산업 청년창업자, 가업승계형 6차산업 창업자, 청년 신규취농자** 등이 확산되고 있어 6차산업을 통해 농촌의 지속성을 확보할 필요성이 있음
- 6차산업 창업준비중인 농업인 및 관련자를 대상으로 하여 기업가 정신 및 6차산업 실무교육 실시, 창업경진대회, 전문영역 현장코칭 등을 통해 지역혁신의 핵심주체로서의 경영체 육성필요

■ 6차산업 창업·보육 매니저 도입

- 6차산업을 활성화시키고 전문 비즈니스 주체로 육성시키기 위해서는 이들을 체계적으로 지원하고 사업을 시행할 전문가 육성이 필요함
- 따라서 대기업 및 중소기업 퇴직자, 6차산업지원센터 등과 같은 6차산업 중간 지원조직 종사자, 사회적기업이나 마을기업 사무장 등을 대상으로 6차산업 관련 집중 교육과정을 통한 6차산업 보육 매니저 양성이 필요함
- 이를 위해 타 분야 퇴직 종사자 및 관련 분야 종사자들에 대한 농업·농촌에 대한 이해 및 관련 지식 습득을 위한 전문 자격증 제도 시행이 필요함
- * 관련 종사자들에게는 관련 지식의 업그레이드가 가능하고 타 분야 퇴직자들에게는 자신이 가지고 있는 노하우를 활용한 새로운 분야로 진출할 수 있는 기회를 제공시킴으로써 6차산업 경영체에 도움을 줌과 동시에 새로운 일자리 창출이 가능할 것으로 판단됨

■ 기업가 정신 및 6차산업 실무교육 확대 및 강화

○ 6차산업 지원센터 및 시군 농업기술센터 등을 활용한 교육프로그램 확대 및 강화

- 기 창업 성공경영체 초청 강의 연계 추진 등을 통해 예비 창업자의 동기 부여 및 현장감 있는 교육 추진

■ 크라우드펀딩 연계 창업경진대회 개최

- 창업경진대회를 통해 발굴된 우수한 창업아이템을 사업화로 연계될 수 있도록 실질적인 재정지원이 이루어질 수 있는 공익적 성격을 가진 크라우드펀딩과 매칭 연계

■ 지역 단위 창업·보육 벨리 시범사업

○ 농촌에서 창업의 희망하는 창업자에게 창업에 필요한 아이디어 기획, 기술, 컨설팅, 판로지원 등을 종합적으로 이루어질 수 있는 창업 종합지원 공간 및 프로그램을 제공함

- 창업·보육시설 설치 : 기존의 대학 및 6차산업 지원센터, 지역농산물 가공센터 등의 시설 개·보수 및 확대
- 연계 협업 : 기존 창업·보육(대학, 6차산업 지원센터, 농산물 가공센터 등) 프로그램 등을 확대 개편하는 방향으로 추진하며, 또한 관련 민간 기업 및 컨설팅기관 등과의 연계 추진

〈표 3-6〉 창업·보육 벨리 H/W 기능

구 분	내 용
연구실	• 예비창업자들을 위해 다양한 아이디어를 공유할 수 있는 공동 공간
농업농촌창업 교육실	• 예비창업자들이 창업을 하기 위해 준비하는 공간
입주공간	• 창업자들이 입주하는 공간으로써 업무를 할 수 있는 공간
소규모 회의실	• 창업·보육 벨리를 이용하는 사람들이 회의하고, 미팅할 수 있는 공간
창업 행사장	• 창업대회와 같은 행사와 프레젠테이션을 할 수 있는 공간
사무 공간	• 창업·보육 벨리를 운영·관리하는 사무공간
지원기관	• 창업의 결과물을 마케팅할 수 있도록 도와주는 지원기관, 경영을 도와주는 경영서비스 지원기관, 투자유치를 지원해주는 기관
테스트 마켓	• 창업자들이 생산한 시제품의 시장진입을 사전에 분석할 수 있는 공간

〈표 3-7〉 창업·보육 벨리 S/W 기능

구 분	내 용
6차산업실무 역량 강화교육	• 자체교육 : 창업·보육벨리에서 직접 운영 - 6차산업 기술사업화, 6차산업 마케팅 실무, 선도기업인 초청행사, 6차산업 창업계획 멘토링 등 • 연계교육 : 기존 창업·보육인프라(대학, 6차산업지원센터, 농업기술센터 등) 기관 등과 연계한 실무교육 추진 - 창업일반교육, 기업가정신교육, 6차산업교육 등
6차산업 현장실습 교육	• 창업자들을 위한 농업생산·가공상품의 시제품 생산 및 생산·유통 실습 등과 연계
창업경진대회 개최	• 6차산업실무역량 강화교육 과정을 수료한 농업인·학생(청년)들에게 제공하는 프로그램이며, 예선과 결선으로 구분하여 진행
6차산업 Open-Lab	• 입주기업 및 6차산업 기창업자들에게 대학 및 관련 기관이 보유한 시설·장비를 연계 제공하여 제품개발 및 연구활동 등의 창업활동 지원
투자유치 지원	• 입주기업 및 6차산업 창업자들을 대상으로 IR행사 개최 • VC(벤처캐피탈) 등을 초청하여 투자검토 및 심의 병행
글로벌마케팅 거점 구축	• 해외진출을 도모하는 창업자들에게 글로벌 아이템 발굴 및 검증, 시장조사 지원, 현지시장 진출기회를 제공

② 현장 밀착형 현장코칭의 내실화

- 현장 밀착형 현장코칭을 통해 6차산업 경영체의 다양한 애로사항 및 문제점 개선에 많은 도움을 주고 있으나 경영체의 정확한 문제점 진단 및 진단 체계 등에 미흡한 부분이 있음. 따라서 현장코칭 진단체계 등의 개선을 통한 현장코칭의 내실화가 필요함

■ ‘현장코칭 관리지침 및 요령’ 마련

- 현장코칭을 체계적으로 수행하기 위한 관리지침 및 요령 마련
- ①코칭분야 구분 정립, ②성과지표 도출, ③성과평가 방법 정립, ④전문가 관리 및 교육시스템 확립, ⑤모니터링 방법 정립 등을 포함한 ‘현장코칭 관리지침 및 요령’ 마련

■ 맞춤형 경영체 진단 강화

- 경영체 현장코칭 방문 전 사전 방문을 통한 경영체 문제점 및 애로사항 파악 후 현장에 맞는 전문가 배정 및 코칭 실시

- 기존의 경영체에서 작성한 신청서를 기반한 전문가 배정 중심에서 사전 방문을 통한 현장문제점 파악 후 전문가 배정 강화
- 추진절차 : 신청·접수 → 상담(지원센터↔신청자) → 담당자 사전 현장 방문(신규 추가) → 코칭분야 및 범위 설정 → 전문가 매칭 및 전문가 매칭결과 안내(지원센터→신청자) → 자부담 입금 → 현장코칭 → 완료점검 → 정산 → 코칭 결과분석

○ 중소기업청 ‘비즈니스지원단 사업’ 및 중소기업 ‘건강관리 시스템’ 등을 참조하여 재 설계

〈비즈니스지원단 사업〉

- 사업 목적 : 비즈니스지원단 사업은 상담만으로 해결이 어려운 애로과제에 대해 분야별 전문가가 중소기업 현장을 직접 방문하여 애로 해결 지원
- 전문가가 : 변호사, 세무사, 회계사, 관세사, 교수, 기술사, 경영·기술지도사 등 각계 전문가
- 지원대상 : 소기업(중기기본법 제2조에 의한 매출액 120억원 이하)
- 지원분야 : 창업/벤처, 법무/규제, 금융/환위험관리, 인사/노무, 세무/회계, 경영전략, 기술/특허, 정보화/융합기술, 생산관리, 마케팅/수출입
- 지원 및 절차
 - 상단접수(지방청)⇒현장클리닉 추천·승인(지방청)⇒전문가 선정(지방청)⇒현장클리닉 수행계획 수립(기업, 클리닉위원)⇒현장클리닉 수행(기업, 클리닉위원)⇒완료보고서 제출(클리닉 위원)⇒만족도 평가(기업)⇒현장클리닉 최종평가(운영기관)⇒자문료 지급(운영기관)

〈중소기업 건강관리 시스템〉

건강관리시스템은 기업경영 전반에 대한 「진단 - 처방 - 치유」 방식의 3단계 문제해결형 프로그램으로 기업경영 전반에 관해 외부 기술 및 경영전문가로부터 진단을 받기 때문에 현재 기업의 위치, 경쟁력 상태 및 보완사항을 파악할 수 있고 처방전에 따라 중소기업 성장에 필요한 자금, 인력, R&D, 마케팅, 수출 등을 종합적으로 지원을 받을 수 있는 제도임

■ 현장코칭 횟수 및 기간 연장

- 현재 연간 경영체당 최대 4회까지 되어 있는 현장 코칭을 최대 6회까지 연장하여 종합적이고 충실한 컨설팅이 이루어질 수 있도록 함.
- 단, 4회 이상 현장 코칭을 원하는 기업은 5회차부터 현재 자부담(20%)보다 높게 책정하여 형평성을 고려하는 것이 필요함

■ 경영체 특성에 맞는 현장 코칭 전문화

- 6차산업경영체의 경우 그 여건에 따라서, 전문식품기업, 지역 공동체 활성화, 전문 테마 관광지 등으로 보다 차별화된 방향으로 성장경로가 달라짐으로 기업성장단계에 따른 코칭전문화
- 이를 위해 다양한 전문분야의 코칭 전문가 풀 구성. 특히, 학계, 연구소, 컨설팅 기관 외에도 현직 관련 분야 종사자 풀 구성

■ 코칭 후 후속사업 연계

- 코칭 후 관련 정부 지원사업 등 관련 사업과 연계될 수 있도록 지속적 연계·협력체계 마련
- 현장 코칭을 받은 경영체에 정책지원사업 인센티브 부여방안 및 현장 코칭 전문가 평가와 연계
 - 코칭 후 후속 연구개발 및 투자유치, 디자인 사업 등이 후속 사업으로 연계될 필요성이 있음

(나) 성장단계

- 경영체가 성장단계에 접어들면 경영체의 지속성 확보 및 수익구조 확보를 위한 안정적 판로개척이 필요하며 이를 위한 다양한 시장개척 지원정책이 필요함

① 판로 및 시장 확대

- 지금까지는 만들어진 제품에 대한 판로확대가 주를 이루었지만 향후에는 주요 채널과 공동으로 상품을 기획하고 제조하는 Pull적 개념의 판로확대 및 마케팅 체계 마련 필요

■ 기획단계부터 유통채널과 협업

- 기획단계부터 안테나샵 및 상설매장, 국내외 온/오프라인의 매체와의 협업을 통해 판로지원 수행

■ 수범 사례 발굴 및 육성

- 1샵 1스타 상품(군) 기획 육성, 모델 Shop 시범사업 등의 수범사례를

발굴함으로서 자연스럽게 시장 친화적인 상품군으로 이전을 유도할 수 있도록 함

* 모델 Shop : 6차산업 이해도 증진 및 체험, 홍보 등을 종합적으로 시행할 수 있는 공간 마련

- 이를 위한 후속 연구개발 사업 및 지식재산권 획득 사업 등이 후속 사업으로 연결함

■ 대형 유통업체와의 전략적 출점 확대

- 유통업체와의 상생 프로그램 지속 발굴 제안
- 6차산업에 대한 브랜드 마케팅 채널 다변화를 통한 소비자 인식 제고
- 대형 유통업체 온라인 비즈니스를 활용한 Volume 확대

■ 주요 교통 집객시설의 ‘모델 숍’ 설치

- 사람들이 많이 왕래하는 주요 교통 집객시설인 공항, 터미널, 지하철역 등을 활용한 6차산업 우수상품 모델 숍 설치
- 현재 고속도로 휴게소 내 지역 농특산물 판매장과 연계를 통해 6차산업 우수상품 판매연계

■ 6차산업 브랜드 마케팅 강화

- 6차산업을 농업농촌을 상징하는 브랜드화 하여, 6차산업참여자 및 경영체들의 위상을 높일 수 있도록 함
- 지역 농업을 기반으로 하여 농업인이 중심이 되는 자연주의적 상품, 서비스를 기본 컨셉으로 한 브랜드 정체성을 확립
 - 관광 상품화 및 시각적 전달 디자인, 장소 등의 환경관광디자인 등을 통한 디자인 경쟁력 확보
 - 안테나 숍을 통해 6차산업 브랜드 및 이미지가 강화될 수 있고, 소비자 선호도 및 요구가 보다 정확하고 신속하게 전달되는 체계 구축
 - SNS 및 블러그, 매스 홍보 및 QR 코드를 통한 생산이력 서비스 제공 등을 통해 소비자 케미(소통) 강화

나. 네트워크 기반의 지역특화발전 유도

1) 필요성

- 6차산업이 농업법인이나 마을단위사업에서 시작되었다 하더라도 지역에 있는 다양한 사업 주체들과 관계를 맺고 상호작용할 수 있도록 해야 함. 그럼으로써 자연스럽게 지역의 브랜드 가치가 높아질 뿐만 아니라 전체적인 가치사슬속에서 건전한 비즈니스생태계가 구축될 수 있음
- 따라서 6차산업이 단계적으로 발전하여 지역의 선순환적 구조를 갖기 위해서는 6차산업 발전단계를 고려한 지역특화발전 유도가 필요함

단계	구 분	내 용
1	사업다각화 단계 (점의 단계)	· 농업인 또는 농업인 단체의 사업 다각화 추진, 농업인 조직화 및 신규사업모델 개발 필요 · 가공, 식당, 체험프로그램, 직매장 등
2	로컬화 단계 (선의 단계)	· 지역내 소비 그룹과의 연대 추진 · 최종 소비자 또는 중간 소비자 대상으로의 협의 및 탐색 · 학교 급식, 직거래 추진
3	지역 내외의 산업 제휴 네트워킹 단계 (면의 단계)	· 지역 내외 타 산업 분야와의 교류 활성화 · 지역 내외 상업인, 공업인과의 교류를 통한 신규 수요처 확보, 공동 사업개발 추진
4	소재개발 및 고도사업화 단계 (입체적 단계)	· 지역 내 주요 품목에 대한 고부가가치화를 위한 신규 사업자 및 자본 참여 촉진 · 공동출자 또는 소재 제공

주) 1, 2, 3, 4단계는 순차적으로도 병렬적으로도 진행될 수 있음

2) 정책 개선 방안

(가) 사업 다각화 단계

- 6차산업 경영체의 고부가가치 확보를 위해서는 기존의 자원이외에도 농업부산물, 업사이클링(Up-cycling), 재생에너지 활용 등 지역의 새로운 소재발굴 및 활용 등을 위한 사업 다각화가 필요함

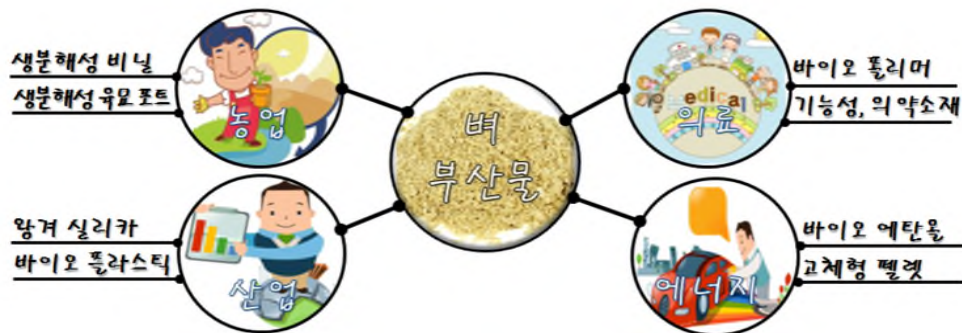
■ 지역의 새로운 소재 발굴 및 활용 확대

- 기존의 자원을 통한 6차산업화 뿐만 아니라 농업부산물, 업사이클링(Up-cycling), 재생에너지, 토종종자 등 새로운 지역적 소재 발굴 및 활용을 통한 6차산업화 촉진

〈벼 부산물로 만드는 신소재〉¹⁶⁾

■ 벼 부산물이 지는 다양한 속성들을 여러 가지 산업에 이용하여 부가가치를 증진하는 연구개발이 활발하게 진행 중임

- 농업용 소재 : 생분해성에 주목하여 환경오염 방지, 노력과 비용절약, 기계화 등을 추구
 - 바이오 필름, 육묘용 포트 개발하였고, 쓰레기 봉투 등 다양한 용도로 적용 분야가 확대 중
- 의료용 소재 : 천연 고분자 물질을 이용한 소재 개발과 기능성 식품으로의 개발이 진행 중
 - 자연 분해되는 의료용 소재로 사용되며, 알레르기 억제, 항산화 활성 등에 주목
- 산업용 소재 : 화석연료자원을 대체하는 소재로서의 이용성이 증대
 - 왕겨에서 얻은 순도 높은 규소를 각종 정밀산업에 이용하며, 친환경 바이오 플라스틱으로도 개발
- 바이오에너지 소재 : 신·재생에너지 중 바이오매스를 이용한 바이오에너지 사용이 30% 정도를 차지
 - 곡물을 이용한 바이오에너지 생산을 대체하는 소재로 개발 중



〈영월의 토종 콩(납떼기콩, 호랑이콩)을 활용한 화장품 개발〉¹⁷⁾

‘아모레퍼시픽은 25일 강원 영월군청에서 영월군, 협력사 ‘지유본초’ 등과 양해각서(MOU)를 체결하고 영월군에 토종 희귀콩 재배단지를 조성하고 2015년부터 희귀콩을 활용한 화장품 생산을 시작하였음

* 토종 희귀콩은 대부분 일반 콩보다 써서 식용으로는 쓰이지 않고 있음

16) 자료 : 농촌진흥청, 벼 부산물의 변신, 2012. 5. 9.

17) 자료 : 경향비즈 기사 발췌(2013. 09. 25)

〈발전소 온배수를 활용한 시설농업 난방〉¹⁸⁾

농업분야에서 온배수 활용은 발전소의 온배수 및 제철소나 공장의 산업 폐열을 시설농업에 난방을 공급하는 시스템이며, 이를 통해 다양한 채소류, 화훼류 등 작물재배와 사계절 농업이 가능해지면서 이는 새로운 소득 창출의 기회가 제공될 수 있음

- 남제주화력발전소의 경우 발전소에서 배출되는 온배수의 열(20~25℃)을 흡수한 후 히트펌프로 온도를 높여(45~50℃) 온실난방에 활용했음. 이를 통해 출하시기 조절로 타 농가대비 수익이 30% 증가하고 기존 경유대비 난방 에너지비용이 86% 절감하는 등 이산화탄소 배출 저감과 더불어 환경보호에도 기여하고 있는 상황임
- 또한 영동화력발전소 온배수열을 활용한 해삼종묘, 넙치 양식장 운영으로 비용의 60% 절감과 더불어 연 2회 해삼종묘 출하가 가능하게 되었음
- 하동화력, 삼천포 화력발전소에서도 온배수열을 활용한 넙치 양식장 운영으로 기존 병커C유 대비 양식경비 약 30%를 절감했음
- 향후 당진화력발전소에서는 온배수열을 활용, 발전소 인근 5ha에 국내 최대 온배수열 활용 유리온실 영농단지를 조성, 파프리카·토마토 등 고부가가치 작물을 재배할 계획이며 하동화력발전소 인근에는 2ha 부지에 아열대 작물 및 블루베리를 재배하고 향후 열대식물원, 공룡 박물관 등과 연계한 농업 관광산업단지를 구축할 예정임
- 또한 제주화력발전소 인근에도 1.6ha 규모의 수출전문 화훼단지를 조성해 고부가가치 작물을 재배할 예정임
- 해외에서는 유럽의 경우 프랑스, 영국, 독일을 중심으로 농업, 수산업에 온배수를 활발히 활용하고 있는 추세임. 미국은 굴, 바다가재, 새우 양식에, 일본은 어패류 종묘 육성, 치어사육과 더불어 수영장·식물원·납시공원 등 공공시설 운영에도 적극적으로 활용하고 있음¹⁹⁾



남제주 화력발전소와 시설재배단지

온배수를 활용한 시설재배

당진화력발전소 온배수 활용 시설단지 조성 조감도

18) 자료 : 농촌진흥청, 벼 부산물의 변신, 2012. 5. 9.

19) 자료 : 투데이에너지 기사 발췌(2016. 02. 29)

(나) 로컬화 단계

- 6차산업 경영체가 2차·3차산업 등을 통한 사업다각화가 이루어졌다해도 지역의 관련 산업과의 연계를 통한 안정적 판매망 확보가 필요함. 따라서 지역 내 소비 그룹 및 유통업체 등과의 상호 연계·협력 체계가 필요함

■ 지역의 생산, 제조, 가공, 외식 등의 순환적 연계

- 지역의 로컬푸드 직매장 등을 활용한 직거래 확대 및 입점절차 간소화, 지역 외식산업 연계, 6차산업 인증식당 지정 등을 통해 선순환적 구조를 가질 수 있도록 함

■ 로컬푸드 기능 확대를 통한 소규모·영세 경영체 판매처 확대

- 6차산업 경영체의 다수를 차지하고 있는 영세 경영체들을 위해 지역 내 판매채널 확대
- 기존의 로컬푸드 판매장 개설확대 및 로컬푸드의 기능확대
 - 기존의 로컬푸드 판매장은 오프라인 판매에 중점을 두고 있지만 향후 오프라인 이외에도 지역내 온라인마켓 판매를 통해 소규모 영세 경영체의 판매확대를 도모
 - 로컬푸드 판매장을 통한 온라인을 통한 신선농산물 판매 및 묶음 포장 배송 확대
 - * 소규모 영세 경영체들이 생산한 1차 신선농산물의 경우 물류 문제 때문에 전국적 온라인 판매에 어려움이 있지만 지역내로 한정하여 온라인 판매가 이루어진다면 이러한 물류문제는 해결이 가능할 것임
 - * 또한 소규모 물량의 경우 배송비 문제 때문에 온라인 판매에 걸림돌이 되고 있지만 로컬푸드 판매장을 창구로 하여 소규모 물량을 묶음 포장으로 판매를 한다면 배송비 문제도 해결이 가능함

■ 지역내 소비자와 생산자 연계를 위한 중간 매개 조직 육성

- 지역내 소비자 및 생산자의 연계를 위한 중간 매개 조직인 6차산업

소비자연합회(가칭) 육성 등을 통해 소비자와 생산자간의 직거래 시스템 구축을 통해 6차산업 경영체에게는 안정된 판매망을 제공하고 소비자는 안전하고 신선한 농산물 공급받을 수 있는 상호 상생연계 체계 구축

<프랑스 AMAP>

■ 협회 목적

- 어떠한 환경에서도 친환경적이고 최적절한 농업이라는 활동을 이루어 질 수 있도록 함
- AMAP과 30만명의 소비자, 2천명의 생산자 사이의 1,500개의 협약 파트너 형성

■ 생산자와 소비자의 연개의식 확산

- 지역생산자들이 생산하는 생산물을 소비해야 한다는 소비자 의식이 형성
- 생산자와 소비자 사이의 철저한 계약을 기반으로 한 파트너관계형성
- (생산자 입장) 친환경 유기농생산물을 시즌에 생산하여 소비자에게 공급할 의무
- (소비자 입장) 시민의식을 가진 공공이익을 향한 운동에 참여하는 사람으로 AMAP 협회 일원으로 활동을 해야 한다는 의무 조항

협회 목적

- 어떠한 환경에서도 친환경적이고 최적절한 농업이라는 활동을 이루어 질 수 있도록 함
- AMAP과 30만명의 소비자, 2천명의 생산자 사이의 1,500개의 협약 파트너 형성

생산자와 소비자의 연대의식 확산

- 지역생산자들이 생산하는 생산물을 소비해야 한다는 소비자 의식이 형성
- 생산자와 소비자 사이의 철저한 계약을 기반으로 한 파트너관계형성

생산자 입장

- 친환경 유기농생산물을 시즌에 생산하여 소비자에게 공급할 의무

소비자 입장

- 시민의식을 가진 공공이익을 향한 운동에 참여하는 사람으로 AMAP 협회 일원으로 활동을 해야 한다는 의무 조항

(다) 지역 내·외의 산업 제휴 네트워킹 단계

- 6차산업 활성화를 위해 최근 소비 트렌드를 반영한 가치소비 및 사회적 문제 해결형 6차산업 사업모델을 지역에서 구축할 수 있도록 전략적 접근이 필요함

- 최근에는 브랜드 상품보다는 가격은 비교적 저렴하나 품질에 충실한 노브랜드 상품군이 하나의 저성장 시대의 소비트렌드로 자리매김 하고 있을 뿐 만 아니라, 혼술, 혼밥 등의 나홀로족의 소비성향도 하나의 트렌드화 되고 있음

■ ‘솔로 이코노미(solo economy)’를 위한 맞춤형 비즈니스 모델개발

○ ‘나홀로 농촌 체험·관광 여행코스’ 개발

- 혼자 여행을 즐기고 체험할 수 있는 지역별·권역별 농촌 체험·관광 코스 개발 및 홍보(나홀로 길찾기, 나홀로 밥먹기, 나홀로 관광하기, 나홀로 잠자기 등에 대한 종합적 연계정보 제공)

하나투어에 따르면 1인 여행객은 2013년에는 7만8천명이었지만 2014년에는 11만9천명, 지난해에는 20만6천명으로 매년 증가하고 있으며 인터파크투어에서도 작년 한 해 동안 혼자 항공권을 예약한 인원이 전년보다 21% 증가했음. 전체 여행객 중에서는 혼자 여행하는 사람들이 36%를 차지한 것으로 나타났음

이에 따라 여행사들은 1인 여행객을 겨냥해 개인 일정은 개별적으로 다니면서도 전문 인솔자가 동행하는 여행 상품을 내놓고 있음²⁰⁾

○ ‘엄지족’을 겨냥한 온라인·모바일 콘텐츠 강화 및 내실화

- ‘엄지족’들의 사용 편의성과 접근성이 용이하며 그들의 관심을 끌 수 있는 ‘킬러 콘텐츠’ 개발
- 따라서 현재 운영 중인 ‘웰촌’, ‘eaTmart(농수산물사이버거래소)’ 등 농촌 관광 및 농산물 판매 관련 사이트에 대한 홍보·마케팅 강화를 통한 소비자 인지도를 확대함

20) 자료 : 연합뉴스 기사 발췌(2016. 03. 20)

- 또한 국내 인지도가 높은 티켓몬스터, 이베이코리아, 공영쇼핑몰 등 온라인 쇼핑몰과의 연계 확대 및 강화

통계청 자료에 따르면 '15년 온라인쇼핑 거래액은 53조9천340억원으로 전년 대비 19.1% 증가했으며, 온라인쇼핑 거래액 중 휴대전화를 이용한 모바일쇼핑 거래액은 24조4천270억원으로 전년 동기 대비 64.3% 늘었음

온라인·모바일 쇼핑의 성장은 매장을 직접 방문하기보다 앉은 자리에서 편하게 쇼핑하기를 즐기는 1인 가구 증가와 연관이 있음

- 대표적인 온라인쇼핑 업체 쿠팡은 연간거래액이 2011년 3천억원에서 2014년 2조원으로 폭발적으로 성장했음
- 티켓몬스터는 '15년 6월 1인 가구를 겨냥해 소량상품 묶음포장, 24시간 이내 배송 등을 내세운 생필품 전용 코너 '슈퍼마트'를 열었음. 슈퍼마트는 론칭 6개월만에 매출이 5배 성장하며 누적매출 1천억원을 넘어섰음²¹⁾

○ 지역 농특산물을 활용한 소량상품 묶음포장 및 가정간편식(HMR) 제품개발 지원 및 향토산업육성사업 연계 추진

- * 2015년 전체 가구 중 1인 가구 비율은 2010년 23.9%보다 3.3%포인트 증가한 27.2%(2015년 인구주택 총조사)로 조사되었음. 1990년만 해도 1인 가구 비율은 9.0%에 불과했으나 그간 3배 넘게 늘어났음. 금액으로 봐도 1인 가구의 월 가처분소득은 80만5000원으로 3~4인 가구의 73만5000원보다 많음

식품업계는 간편하게 즐길 수 있는 가정간편식(HMR) 시장이 급속도로 성장할 것으로 보고 있음. 실제로 가정간편식 시장은 2010년 7천700억원에서 2015년 1조5천억원 규모로 성장했으며, 올해는 2조원을 넘어설 것으로 예상하고 있음

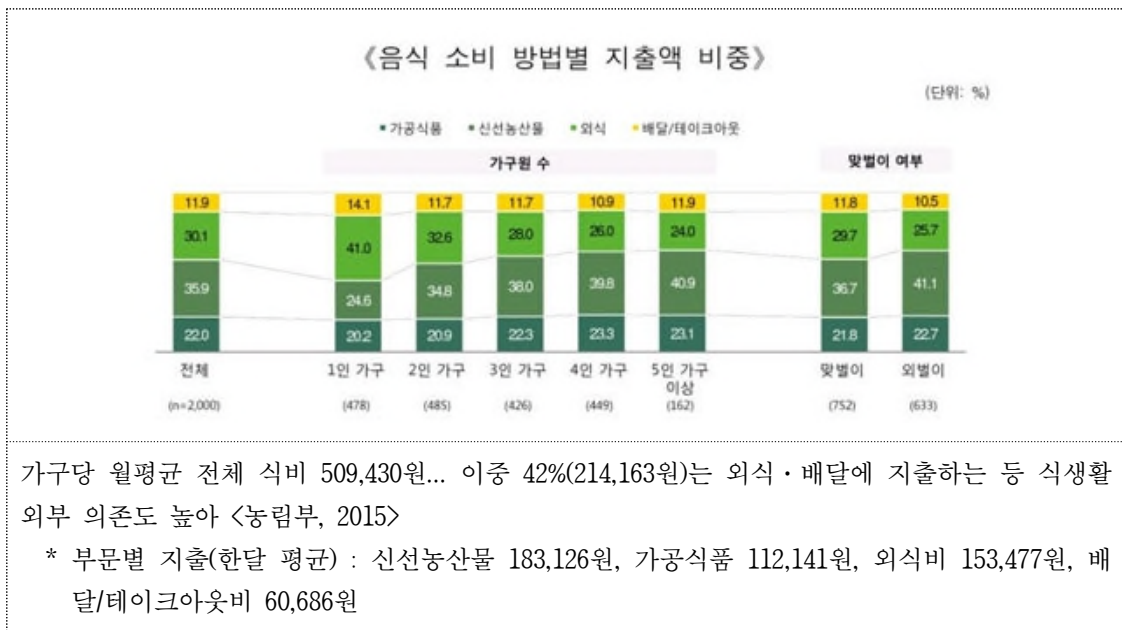
- 편의점은 주요 고객인 1인 가구의 증가를 바탕으로 연매출이 30% 이상 고공성장하고 있음
- 이마트 피코크 가정간편식 매출은 2013년 340억원, 2014년 560억원, 2015년 830억원으로 매년 급증하고 있음
- 이마트가 양파 1개, 당근 1개 등 소용량으로 990원에 판매하는 '990 야채' 가운데 '990 양파'는 올해 들어 3월 현재까지 매출이 49.9% 급증했음²²⁾

21) 자료 : 연합뉴스 기사 발췌(2016. 03. 20)

22) 자료 : 연합뉴스 기사 발췌(2016. 03. 20)

(라) 지역 내외의 산업제휴 네트워킹 단계

- 국민 식품소비 비율을 보면, 외식을 통한 소비비중이 높아져 가고 있으나 6차산업경영체의 경우는 주로 가공식품을 중심으로 수익모델이 구성되어 있어 외식산업 연계가 필요함
- 6차산업경영체의 외식산업에 대한 관심은 농촌지역의 음식관광으로의 확대 활용이 가능함



■ 지역 농특산물과 연계한 ‘이색카페’ 지원사업 추진

- 주변 관광지 인접 ‘도시락 카페’, 자전거 동호회원 등을 타겟으로 한 ‘자전거 카페’ 등 지역 농특산물 및 주변 농촌체험관광지와 연계한 이색카페 지원사업 추진
- 단순 이색카페 개설 지원을 지양하고 이색카페를 통한 시설내 지역 농특산물 연계(음식 개발, 농산물 판매 등) 및 인접 관광코스와 연계를 통해 실질적인 농촌의 농산물 활용 및 농가 소득증대에 기여할 수 있도록 함

자전거 카페²³⁾(예시)

<주요 기능>

① 자전거를 안심하고 보관할 수 있는 장소 제공

- 자전거를 즐기는 사람들이 국내 약 1,000만명에 달하고 있으며 많은 동호회들이 활동하고 있음
- 따라서 자전거를 즐기는 인구가 급증함에 따라 수백만원에 달하는 고가의 자전거를 가지고 있는 사람들도 많아 이를 안심하고 맡기고 쉴 수 있는 공간이 부족함
- 따라서 자전거를 안심하고 보관하고 쉴 수 있는 장소 제공

② 간단한 수리를 할 수 있는 장비 제공 및 직접 수리 지원

- 자전거 여행을 하다보면 예기치 않은 고장 등이 발생할 수 있으나 이를 수리할 수 있는 장소 및 장비 등이 부족한 실정임
- 따라서 간단한 자전거 정비 및 수리 장비 제공 및 초보자를 위한 직접 정비 기능을 수행하고 있음

③ 간단한 식음료 제공

- 자전거 동호회 회원들이 모여 서로의 정보를 교환하고 휴식을 취하면서 간단한 식음료 제공을 통해 수익을 창출하고 있음
- 이색 자전거 카페는 자전거 동호회 회원 뿐만 아니라 일반인들도 독특한 카페 인테리어를 보고 찾는 방문객들도 늘어나고 있는 추세임



카페 벨로마노

■ 농촌 외식산업 프랜차이즈 박람회 개최

- 농촌 지역의 특색 있는 음식을 외식산업 프랜차이즈 업체와 연계할 수 있는 장(場)마련을 위한 ‘농촌 외식산업 프랜차이즈 박람회 개최’

* 외식프랜차이즈와의 연계는 하나의 상품군으로 가맹점 수만점의 판로가 확보됨으로서 이에 대한 비즈니스모델을 유도할 수 있도록 함

23) 자전거 카페는 전국적으로 약 48개(네이버 검색) 이상이 있는 것으로 추정

〈문경 오미자〉

미국의 대형 커피업체인 스타벅스가 경북 문경 특산물인 오미자를 가미한 음료를 출시했음. 국내에서 자체 개발해 첫선을 보인 오미자 피오스 제품(오미자에 건조 적사과 칩을 넣은 스파클링 음료)으로, 오미자라는 전통적 재료에 스타벅스 색깔을 가미했음. 글로벌 업체가 국내 농산물을 사용한 고급 음료를 개발한 점과 지리적표시제로 등록된 '문경 오미자'를 제품명에 붙인 점에서 의미가 큼. 문경 오미자 피지오가 앞으로 아시아를 포함한 해외 스타벅스에 들어가면 오미자 원료를 공급하게 돼 브랜드 홍보와 수출에 큰 도움이 될 것으로 기대됨

문경오미자밸리영농조합은 지난 2년간 엄격한 심사를 거쳐 오미자 피지오의 원료인 오미자청을 스타벅스 측에 납품했음. '16년 4월 19t의 오미자 원액을 공급한 오미자밸리영농조합은 5~6월에 60t을, 7~8월에는 더 많은 오미자 원액을 공급할 예정임²⁴⁾

(마) 소재개발 및 고도사업화 단계

- '외연확대를 통한 6차산업 고도화'를 실현하기 위해서는 다양한 분야의 산업제도속에서 6차산업이 안착될 수 있는 제도적 정비가 필요함
- **기능성식품 영역 및 의약부외품영역 등 확대를 위한 제도적 타당성 확보**
 - 농촌자원을 활용한 상품이 기능성식품영역, 의약부외품영역 등으로 확산되면 이에 적합한 정당한 제도적 자격을 획득하여야 함
- **다양한 농촌관광 서비스 확대를 위한 제도적 타당성 확보**
 - 기존 관광산업의 관점에서 생활문화를 접할 수 있는 농촌관광 서비스에 대한 제도적 타당성확보가 필요
- **새로운 6차산업 소재활용을 위한 제도적 타당성 확보**
 - 새로운 6차산업 소재로서 농업부산물, 업사이클링(Upcycling), 재생에너지, 토종종자 등의 다양한 활용을 위한 제도적 타당성 확보
- **6차산업 유형별 규제개선 로드맵 개발**
 - 6차산업 유형별(생산, 가공, 유통, 관광·체험, 외식 등) 단기, 중기, 장

24) 자료 : 연합뉴스 기사 발췌(2016. 04. 25)

기적으로 해결 할 것과 편익의 확장성을 고려하여 로드맵 작성

- 시대적 환경변화, 규제 목적의 완료 여부, 새로운 시대가치 반영 필요성을 우선적으로 감안
- 국민, 농업인, 농촌주민, 기업 등의 규제개선 수요와 요구가 큰 규제를 발굴하여 우선 완화

○ 6차산업화 관련 민관산학 전문가를 중심으로 규제 발굴 및 완화 체계를 강화하고, 장기적이고, 체계적으로 규제개혁 추진

■ 지역단위 6차산업화 추진 가이드 개발 및 보급

- 지역에서 초기단계의 6차산업화에서부터 혁신주체 육성, 지역 전역으로의 확산, 고도화 등의 단계별 육성 가이드를 제시함으로써 지역단위의 6차산업 육성에 대한 착안점을 제공하도록 함
- 지역단위 6차산업 활성화를 위한 단계별 예시 및 정책사업 예시를 통하여 지역에서 나름의 비전에 입각한 6차산업 발전경로를 설계할 수 있도록 함
- 농림축산식품부 사업뿐만 아니라, 산업통상자원부 및 중소기업청 등의 관련된 사업도 제시함으로써 지역의 코디네이터 역할 기능을 강화하도록 함

다. 농촌관광 서비스모델의 고도와 및 다각화

1) 필요성

- 국민 여가활동 증가에 의해 농촌을 찾는 체험관광객²⁵⁾도 증가하고 있음. 그러나 대부분의 체험관광 상품이 단순 농사체험 및 먹거리 체험에 한정되어 있어 방문객의 유치에 한계점을 드러내고 있음.
- 따라서 기존의 단순 농업체험 및 먹거리체험을 중심으로 한 농촌관광의 상품에서 보다 다양화 된 사회적 이슈에 적합하도록 테마화된 농촌관광서비스 상품 개발 및 방문객층의 다양화가 필요함

* A도의 '16년 6차산업 실태조사 결과 농촌 체험관광 프로그램 중 단

25) 농촌체험휴양마을 방문객 수('12년 4,243천명⇒'13년 4,837⇒'14년 5,587⇒'15년 7,665)(자료:농촌체험휴양마을 사업관리시스템(2016))

순 수확체험 등 농업관련 체험(39.9%) 및 먹거리 체험(22.1%)이 약 62%를 차지하고 있으며 주요 방문객 중 초등학생(37.4%) 및 중학생(26.6)이 약 64% 차지

2) 정책개선 방안

(가) 농촌 관광의 외연확대

- 기존의 단순 체험에서 벗어나 소비자 트렌드 변화에 맞는 다양한 관광콘텐츠 개발을 통해 농촌 관광을 활성화 시킬 필요성이 있음

■ 특수목적형 농촌관광 육성

- 팜웨딩, 팜세미나, 팜MT, 팜콘서트 등 특정목적 집단을 타겟으로 신규 농촌관광 수요 창출

■ 차별화된 테마관광 마을 및 법인 육성

- 농업치유관광, 승마관광, 곤충관광 등의 다양화된 농촌관광 서비스를 제공하는 마을 및 법인을 육성

■ 외국인을 타겟으로 한 농촌 관광상품 개발

- 중국 및 동남아시아 타겟의 차별화된 계절상품 등 연계가능 한 국제적 농촌관광벨트 등의 조성 등을 검토
- 외국인이 방문하는 주요 관광지(시설)와 농촌관광과의 연계코스 개발을 위한 여행사와의 연계사업 추진

(나) 농촌관광 플랫폼 디자인 사업

- 대부분의 관광객들이 숙박지를 중심으로 인접 또는 주변지역의 관광활동을 펼치고 있음. 따라서 숙박지를 중심으로 한 농촌관광 활성화가 방안 모색이 필요함

■ 숙박거점 중심 관광목적지 기능 강화

- 6차산업 및 농촌권역개발 사업 등으로 만들어진 다양한 숙박시설을 리모델링 등을 통해 관광거점으로 활용하여 농촌관광을 활성화

〈6차산업화 플랫폼 개발 설정 기준〉

① 설정범위 : 관광활동 중심

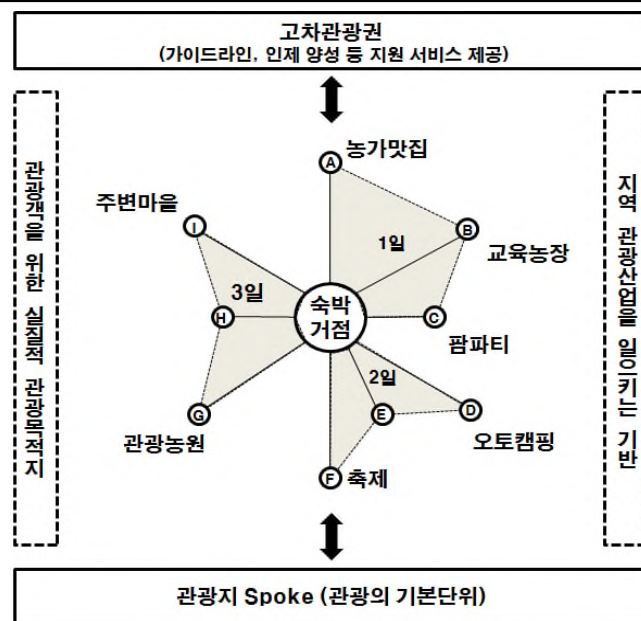
- 체류일정 2박3일 기준
- 관광중심지에서 반경 40km 이내
- 일 최대관광시간 8시간 고려

② 설정요건 : 생산활동 중심

- 숙박거점 : 민박, 유희시설, 오토캠핑, 농촌테마공원 리모델링 등
- 연계자원 : 농가맛집, 치유농장, 승마, 교육농장, 팜파티, 축제 등
- 관광목적지 이미지 통일성

③ 추진조직 : 연계활동 중심

- 지역관광산업 참여자
- 민간 관광 관련 산업체
- 개별 자원별 연구회 구성



〈그림3-7〉 숙박 거점 농촌관광 플랫폼 개발 구조²⁶⁾

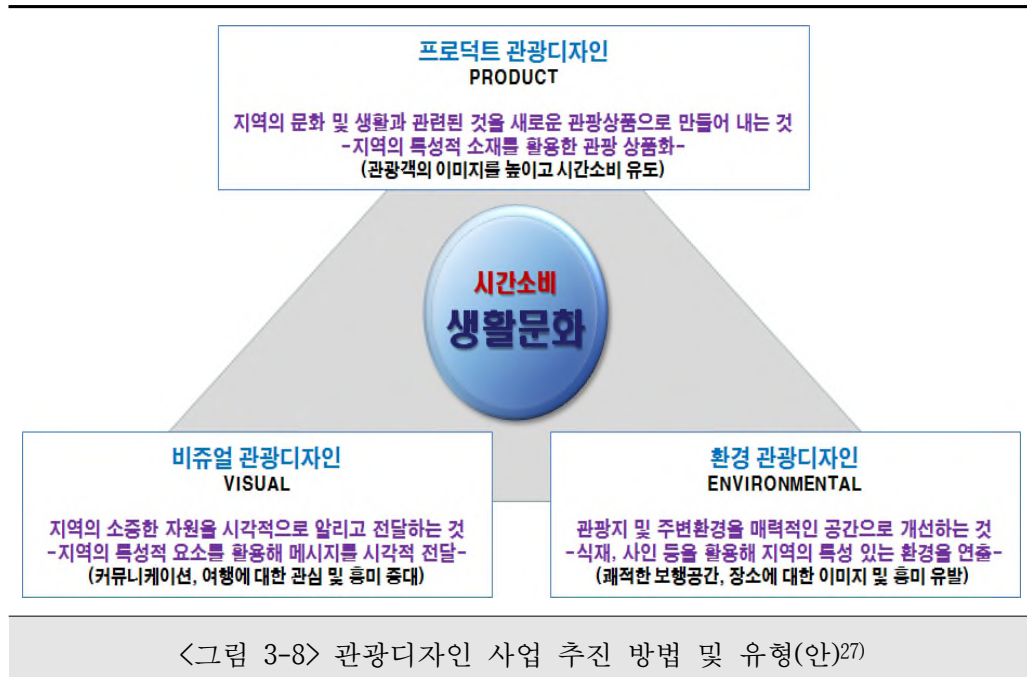
■ 관광디자인 사업 추진

- 농촌관광을 하나의 시간소비의 생활문화화 시킬 수 있는 관광디자인

26) 자료 : 강필성(2013), 박사학위 논문

사업 추진을 통한 지역의 체류시간을 증대함

- 농촌관광객이 어떠한 시간을 보낼것인가를 명제로 하여 관광목적을 설정하고 관광시나리오를 작성함
- 또한 이를 실현할 수 있는 관광 상품화 및 시각적 전달 디자인, 장소 등의 환경관광디자인 등 필요함



(다) 농촌관광의 서비스 스펙트럼을 확대하고 맞춤형 지원방안 마련

■ 농촌관광의 서비스유형 다각화

- 체험, 음식, 경관, 교육, 치유, 레저 등 도시민의 다양한 수요에 대응할 수 있도록 농촌관광의 서비스범위 확장
- **케어팜** : 노인 등 요양이 필요한 환자를 돌봐주는 농장
 - 주로 가축을 사육하는 농장이 많으며, 동물과 친숙하게 접하면서 환자들의 심리 치료에 도움을 줌

27) 자료 : 강필성(2013), 박사학위 논문

- 지체장애아, 사회부적응 청소년 등을 돌봐 주며 자연생활로 정서적 안정을 찾게 하여 사회복귀 지원

* 네덜란드의 다기능 농업분야 중에서도 케어팜은 가장 빠른 성장세를 보임



○ 보육 농장 : 맞벌이 부부의 아이를 돌봐주는 농장

- 아이를 돌봐주는 보육시설
- 관련 시설의 이용료가 비싸기 때문에 이를 대체할 수 있는 보육농장의 인기가 높음

라. 종합 성과평가 관리체계 구축

1) 필요성

- 대내외적 환경변화에 따라 농업·농촌의 경쟁력이 약화되고 있음. 따라서 정부에서는 6차산업 활성화를 위한 다양한 지원정책을 수행하고 있음. 그러나 6차산업을 통합적으로 지원하고 관리하는 종합적 지원·관리 체계가 미흡한 실정임
- 따라서 6차산업화를 체계적으로 지원하고 관리할 수 있는 통합 지원·관리 시스템 마련이 필요함

2) 정책개선 방안

(가) 6차산업 플랫폼 서비스 체계 구축

- 6차산업 창업 준비자, 6차산업 인증사업자, 지역단위 6차산업 참여 농가 등에게 필요한 서비스를 정부주도형으로 제공하기에는 한계가 있기 때문에 민간 전문가 및 민간 전문기관과의 협업을 통한 서비스 제공이 필요함
- 또한 6차산업 참여 경영체 및 예비 경영체에 대한 다양한 정보제공 및 비즈니스 모델 실현 등을 위해 정부 기관 및 민간과의 협업을 통해 6차산업 경영체의 서비스를 제공할 수 있는 플랫폼서비스 제공 필요

■ 정부 및 민간 협업 6차산업 플랫폼 서비스 구축

- 정부가 플랫폼시스템을 구축하고 구축된 시스템 활용하여 6차산업경영체의 다양한 콘텐츠를 플랫폼에서 자유롭게 시현할 수 있도록 함
 - 정부에서 서비스의 틀(시스템)을 제공하고, 서비스의 콘텐츠를 민간이 채울 수 있도록 하며, 소비자 수요자의 평가를 통해 서비스의 질을 높이도록 함
- 플랫폼 서비스를 통해서 6차산업 기초 데이터를 제공하며, 또한 창업지원 프로그램 제공, 현장코칭 및 인증사업자 지원 및 관리 등을 수행할 수 있도록 함
- 플랫폼 서비스는 6차산업 성과관리 및 모니터링 체계 구축과 연동되도록 함

(나) 지원사업 사전 점검 및 관리체계 보완을 통한 사업 집행률 제고

- 정책사업에 선정되었음에도 불구하고 본 사업 추진 시 계획대로 사업추진이 이루어지지 못해 사업 진척도 및 예산 집행률이 미흡한 실정임. 따라서 주요 정부 사업에 대해 선정 전 사업집행률을 높이기 위한 심사 및 관리 체계 보완이 필요함
 - * 예산 집행률 : 6차산업화 지구조성 사업 '15년 26.8%, 향토산업 육성사업 '15년 38.9%
 - 선정된 정책사업에 대한 집행률을 높여 사업의 본 목적을 달성할 수 있도록 사전 점검 및 심사체계 보완

■ 사업 전 정책사업 지원 경영체의 재무상태 점검

- 향토산업 육성사업 등 자기부담금이 큰 사업의 경우 참여 사업자의 재무상태(매출액, 부채, 영업이익(국세청 신고자료) 등)를 점검할 수 있는 자료제출 요구
 - 정책사업 선정(참여) 경영체의 영세함과 제정의 불건정성으로 인한

경우로 사업을 포기하는 경우가 있기 때문에 사업자 선정 시 경영체의 재무상태에 대해 객관적인 자료를 바탕으로 점검

■ 사업 전 각종 인허가 등 규제에 관한 사전 점검

- 실제 사업 추진 시 인허가 규제 사항 때문에 사업이 지연되거나 변경되는 경우가 발생하고 있음. 따라서 사업을 진행하는 지자체 및 사업단에서는 보조사업자가 신청하는 사업의 대상지가 되는 곳에 대해 각종 규제 등을 사전에 확인

(다) 6차산업화 성과관리 및 모니터링체계 구축

- 현재 6차산업과 관련된 정책사업들이 별도로 관리되고 있어서 이를 하나의 통합체계로 만드는 것이 필요함

■ 주요 6차산업 정책사업 모니터링 및 평가

- 6차산업인증사업자, 6차산업 지구사업, 콘서시업 사업, 지특사업 등에 대한 모니터링 및 데이터 등을 관리 및 평가체계를 구축
 - 지특사업에 속한 사업(향토산업육성사업, 농촌자원복합화지원사업, 농촌테마공원 등) 또한 성과 및 모니터링 데이터가 지속적으로 축적되고 관리 될 수 있도록 하며, 지역의 특화발전에 연관될 수 있도록 함
 - 지원정책사업에 대한 모니터링 및 평가를 통해 사업간 경쟁 유도 및 비교 평가를 통해 사업의 효율성 및 성과를 제고함
- 6차산업 관련 지원정책들을 통합적 관리 시스템 구축
 - 6차산업 관련 지원정책의 통합성과관리 시스템 구축을 통하여 효율적 성과관리가 가능함
 - 수집된 성과지표를 통해 다양한 성과지표 분석 및 활용성 확대
 - 연차별, 사업별 성과 추적 관리 용이
 - 성과 데이터의 효율적·체계적 관리 가능
 - 사업간 성과 비교 용이 등

〈추진 방법〉

- ㉓ 통합 관리 대상 : 6차산업 인증사업자, 6차산업 지구사업, 컨서시엄 사업, 지특사업(향토산업육성사업, 농촌자원복합화산업화지원사업, 농촌테마공원 등) 등
- ㉔ 성과 평가 및 모니터링
 - 6차산업 지원 정책(사업)별 진행
 - * 현재 향토산업 육성사업 등 모니터링 체계를 갖추고 있는 사업의 모니터링 체계가 없는 지원사업은 모니터링 체계 개발 및 추진
 - 정책사업별 특성을 고려한 성과지표 개발 및 보완
- ㉕ 성과 관리
 - 통합적 성과관리 시스템 구축
 - * 성과 평가 및 모니터링을 통해 수집된 성과지표를 통합된 성과관리 시스템 구축을 통하여 자료 입력(수집) 및 관리



〈그림 3-9〉 통합적 성과관리 시스템(안)

■ 부 록

- ① 규제완화 세부 과제별 경제적 성과분석
- ② 현장코칭 우수사례
- ③ 6차산업지구 분야별 우수사례

① 규제완화 세부 과제별 경제적 성과분석

1. 주요 규제별 완화 내용 및 효과

가. 농촌관광 목적의 농지규제완화

□ 경제적 효과 분석

- 농한기 등에 농지를 농촌관광 목적 등으로 일시 사용에 대한 규제 완화로 발생하는 효과는 농한기 축제 파급으로 발생하는 관광수입 및 소규모 마을축제 등으로 발생하는 관광수입 등이 있음

■ 농한기 지역축제 : 15,946백만 원

* 산식: $\sum_{t=1}^{10} [88\text{회} \times 113,934\text{천원(축제당 평균 수입)} \times 20\%(\text{농한기 축제 할 인율, 축제비용 등 고려}) \times \frac{1}{(1+r)^{t-1}}]$

- 전국 농어촌 지역축제: 88회(506회 중에서 농한기(11-2월 개최,농림 축산식품부) 적용
- 평균수익: 113,934천 원
- 할인율(r)=5.5%, t=10년

■ 개별 농가단위 농한기 이용 : 6,433백만 원

* 산식: $\sum_{t=1}^{10} [88\text{회} \times 1,516\text{명(방문객)} \times 6,064\text{원(방문객당 수익)} \times \frac{1}{(1+r)^{t-1}}]$

- 개별 농가단위 평균 방문객: 1,516명(평균 축제방문객 18,786명의8%)
- 88회 축제당 방문객 지불금액: 6,064원
- 할인율(r)=5.5%, t=10년

나. 농촌융복합산업지구 구체화

□ 경제적 효과 분석

■ 6차산업화지구 제도화: 170,479백만원

* 산식: $\sum_{t=1}^{10} [9\text{개지구} \times 39\text{억 } 7\text{천만원(매출액 증가액)} \times 2\text{개 사업단(지구}$

당 2개사업단) $\times 30\%$ (매출 증가율) $\times \frac{1}{(1+r)^{t-1}}$]

- 향토산업육성사업 지구당 순수 매출액 증가액: 39억 7천만 원(김용렬 외, 2012년) 적용
- 9개 지구, 각각 2개 사업단 조성
- 매출 증가율: 30%
- 할인율(r)=5.5%, t=10년

다. 6차산업 사업장 진입도로 규제합리화

□ 경제적 효과 분석

- 도로 건설에 따른 비용은 사업장의 특성에 따라 상이하여 사례지역에 따른 비용을 최저 7천만 원-1억 3천만 원 비용절감 사례를 적용

■ 최소 산출근거: 1,001,977백만 원

* 산식: $\sum_{t=1}^{10} [1,800\text{개 업체} \times 7\text{천만원(도로건설 비용)} \times \frac{1}{(1+r)^{t-1}}]$

- 대상 산업체: 18,000개(전체 6차산업체 16만개* 23%(도로개설 대상업체* 49%(대상업체 중 도로 신증축 계획 비율))
 - 매년 1800개 업체가 특례로 비용 절감 예상
- 도로건설 비용: 7천만 원
- 할인율(r)=5.5%, t=10년

■ 최대 산출근거 : 1,860,814백만원

* 산식: $\sum_{t=1}^{10} [1,800\text{개 업체} \times 13\text{천만원(도로건설 비용)} \times \frac{1}{(1+r)^{t-1}}]$

- 대상 산업체: 18,000개(전체 6차산업체 16만개* 23%(도로개설 대상업체* 49%(대상업체 중 도로 신증축 계획 비율))

- 매년 1800개 업체가 특례로 비용 절감 예상
- 도로건설 비용: 1억 3천만원
- 할인율(r)=5.5%, t =10년

라. 전통주 규제완화

□ 경제적 효과 분석

- ① 전통주 인터넷 판매범위가 확대 실시되면 전통주의 소비처 확대로 판매량이 연간 10% 정도 전통주 소비 향상 추정

■ 생산성 증가 편익: 1,749백만 원

- * 산출근거: 1,749백만 원(홈페이지 판매 활성화에 따른 전통주 판매 증가 편익)

$$\begin{aligned} * \text{산식: } & \sum_{t=1}^{10} [2,200\text{백만 원(우체국 인터넷 판매액)} \times 10\%(\text{홈페이지 개설} \\ & \text{에 따른 전통주 판매 증가율}) \times \frac{1}{(1+r)^{t-1}}] \end{aligned}$$

- 연간 우체국 인터넷 판매액: 2,200백만 원(2012년 기준)
- 우체국 인터넷 판매 증가율: 10%

■ 쌀 소비 생산성 증가 편익: 427백만 원

■ 고급 막걸리 식품접객업 영업장에서의 자가소비 증가 편익 : 4,838백만 원

- * 산출근거: 3,395백만 원(전통주 생산에 따른 쌀 소비량 증가 편익)

$$\begin{aligned} * \text{산식: } & \sum_{t=1}^{10} [2,668\text{백만 원(전통주 생산 시 쌀 소비금액, 2,000원/kg 기} \\ & \text{준)} \times 16\%(\text{쌀 소비량, 쌀 120kg/1달*150개 업체*12개월}) \times \\ & \frac{1}{(1+r)^{t-1}}] \end{aligned}$$

- 전통주 생산시 쌀 소비금액: 2,668백만 원(2012, 주류산업실태조사보고서)
- 소규모 탁주 제조시 연간 쌀 소비량: 216톤(16%)
- ※ 216톤(쌀 120kg/1달*150개 업체*12개월)/1,334톤(전체 전통주 제조 쌀 소비량 1,334톤)

■ 고급 막걸리 생산에 따른 소비 증가 편익: 14,071백만 원

* 산식: $\sum_{t=1}^{10} [4,838 \text{백만 원} (\text{고급막걸리 생산시 소비 금액, } 7,000 \text{원}/500\text{mL}$

$$\text{기준}) \times \frac{1}{(1+r)^{t-1}}]$$

· 고급막걸리 생산시 소비 금액(7,000원/500mL) : 4,838백만 원

· 소규모 탁주 제조시 연간 막걸리 소비량 : 345.6KL(80%)

※ 전체 쌀 소비량 216톤으로 생산 가능한 고급 막걸리 생산량 432 KL

② 소규모 탁·약주 제조 면허 신청 예상 식품접객업 영업장의 수는 약 150개로 예상('13년 50석 이상 음식점 및 주점업 수 150,430개, 이중 0.1% 150개)

* 신규 발효설비 구축 비용 : 2,442백만 원(탁주 기준)

** 주류 제조 교육 비용 : 596백만 원

ㄱ) 산출근거 : 2,442백만 원(신규 발효설비 구축)

* 산식: $\sum_{t=1}^{10} [150 \text{개 업체} \times 16,280 \text{천원} (\text{업체당 발효설비 구축 비용})$

$$\times \frac{1}{(1+r)^{t-1}}]$$

· 50석 이상 음식점 및 주점업 수: 150,430개(2013년 기준) 적용

· 업체당 시설현대화 비용: 16,280,000천원

ㄴ) 산출근거 : 75백만 원

** 산식: $\sum_{t=1}^{10} [150 \text{업체} \times 50 \text{만원} (\text{인력 1명 교육비용}) \times 1 \text{회} \times$

$$\frac{1}{(1+r)^{t-1}}]$$

· 탁·약주제조 업체: 150개(2013년 기준) 적용

· 할인율(r)=5.5%, t=10년

마. 농업진흥지역 해제·변경

□ 경제적 효과 분석

- 농업진흥지역 해제 또는 변경에 따른 6차산업 진입확대로 인한 직접 편익은 매년 308억원 발생 예상(10년간 2,450억원) 예상
- 향후 10년간 환산된 2,450억원 편익이 매년 발생시 308억원의 편익 발생 예상

○ 연차별 농지소유자 : $\sum [(10만명 \times 농지 매각거래율(1-0.035))]$

- 해제 및 변경된 농업진흥지역 내 농지 소유자 수는 100,540명, 이중 매년 3.5%의 농지 매각거래가 발생하는 것으로 가정하여 산출
- * 농지소유자수(100,540명) : 농식품부

○ 6차산업 참여율

- 평균적으로 5ha 이상 농지를 소유한 농가 중 6차산업 참여의사(69.8%)가 있는 농업인이 참여한다고 가정
- 최근 10년간 경지면적 5ha 이상의 농가 비중은 지속적으로 증가하였으므로 향후 10년간 해당 추세가 유지될 것으로 가정
- * 6차산업인증자가 경작하는 평균 농지 면적은 4.9ha인 점을 고려하여 5ha 이상 규모인 경우 참여 가정: 농식품부(6차산업지원센터). 6차산업 인증 사업자별 입지규제 설문조사('16)
- ** 단, 매년 참여의사가 있는 농가 중 10%가 6차산업에 순차적으로 참여하되 규제완화 이후 4년차부터 사업을 시작하는 것으로 가정

바. 농업진흥구역 내 농산물 가공·체험·판매 시설 입지 규제 완화

□ 경제적 효과 분석

- 불합리한 농업진흥지역 변경으로 현재의 행위제한이 완화됨에 따라 해당 농지의 6차산업 활용도 증가로 인한 소득창출이 피규제자에게 직접 편익으로 발생
- 농촌융복합산업 취지와 농업진흥지역 변경을 통한 행위제한 완화를 적극 활용하여 농촌현장 중심의 부가가치 창출을 정책적으로 도모

○ 피규제자 수

- 6차산업 창업자 수(누적) : ('13) 360개소 → ('14) 752 → ('15) 1,224 → ('16) 1,785
- 매년 약 300개의 경영체가 새롭게 6차산업에 진입하고 있고, 6차산업은 가공·체험·판매 등의 시설을 보유한 사업체로 토지이용규제 완화의 혜택을 보게 됨
- 토지이용 규제 완화의 효과로 매년 300개씩 증가하는 6차산업 인증경영체의 수가 추가로 매년 100개소씩 증가할 것으로 가정

○ 매출액과 이익

- 6차산업 인증사업자 평균 매출액은 831백만 원('14), 931백만 원('15)으로 증가
- 한국은행에서 발표하는 2015년 매출액영업이익률은 4.67%로 6차산업 인증사업자의 평균 영업이익은 931백만 원 $\times$ 4.67% = 4,348만 원
- 규제 완화로 매년 영업이익 4,348만원을 창출하는 6차산업 경영체가 매년 100개소씩 증가하여 43.5억원의 편익이 매년 발생
- 10년간 346억 원(현재가치) 규모의 편익 발생, 연간 43.5억 원

사. 농어촌 민박 식사제공 허용

□ 경제적 효과 분석

- 농촌민박 중 1,536 개소에서 조식을 제공하고 있으며, 이들 민박에서 석식을 제공할 것으로 가정
- 농촌민박 1개소당 연간 투숙객수는 352명(강동규 외, 2014, 농어촌민박 조식제공을 위한 관련제도 개선방안 연구)
- 10년 19,453백만원(현재가치)의 편익, 연간균등순편익 2,446 백만 원
 - 석식을 제공하는 농촌민박의 수가 매년 경제성장률 수준인 3% 증가할 것으로 가정

- 투숙객의 50%가 농촌민박에서 석식을 할 것이며, 객단가는 2만 원으로 가정
- 매출액의 40%의 농가 수익 발생(한국은행, 기업경영분석, 음식점 및 주점업의 매출원가대매출액 59.62)

아. 농촌관광을 수행할 수 있는 대상을 개별 경영체로 확대

□ 경제적 효과 분석

- 공동체인 농촌체험휴양마을 뿐 아니라 다양한 유형의 농촌 관광을 하는 개별경영체 사업자에 대해서도 지원 근거를 마련함으로써 농촌 관광산업으로 육성함으로서 발생하는 매출의 증가가 주된 규제완화의 편익으로 볼 수 있음
- 이러한 편익은 일종의 클러스터 편익으로서 포터(Michael Porter)는 클러스터를 ‘특정 업종에 종사하는 기업을 중심으로 부품 공급업체, 서비스 공급업체, 연관산업 기업, 관련 기관들이 서로 경쟁하면서 동시에 협조하는 지리적 집적체’로 정의함 즉 기존의 개별적이고 비교적 소규모로 수행되어온 농촌관광을 보다 개별경영체를 포함하여 전문적인 농촌관광산업으로 육성함으로써 집적체로서의 편익이 발생한다고 볼 수 있음
- 클러스터의 효과는 집적 및 기타 지원의 효과로 인해 전문화된 소기업들이 특정지역을 단위로 대기업처럼 조직되는 방식임
- 클러스터의 부가가치 개선 효과는 다음과 같은 공식으로 산출됨
- 부가가치 개선효과 = 클러스터 전 기업의 매출액 × (클러스터 후 개선된 부가가치율- 클러스터 전 부가가치율)
- 대기업의 경우 3개년 평균 부가가치율은 25.70%로 산출되고, 중소기업의 경우에는 3개년 평균 부가가치율은 21.86%로 산출됨 따라서 부가가치 개선 효과는 3.84%이며, 이중 40.2%가 실현 가능할 것으로 가

정하여 순수 부가가치 개선 효과는 1.54%임

○ 10년간 66,628백만 원(현재가치)의 편익, 연간균등순편익 8,379백만 원

■ 산출근거

- 2015년말 농촌 체험마을 지정수는 873개이며 체험마을 당 매출액(2015년 기준)은 100.4(백만 원)이며, 농촌체험마을의 총 매출액은 87,689(백만 원)임(참고자료 1&2 참조²⁸⁾).
- 2016년 기준 6차산업인증을 받은 사업자는 960개소이며 이중 체험프로그램운영은 366개소임 또한 평균매출액(최근 3개년 평균)은 831(백만 원)임
- 따라서 6차산업인증을 받은 사업자 중 체험프로그램을 운영하는 경영체의 매출액은 366×931 (백만 원)=340,746(백만 원)임(참고자료 3 참조).
- 기존 농촌체험마을과 6차산업 인증 체험프로그램운영의 매출의 합은 $87,689+340,746=428,435$ (백만 원)이며 이를 2016년(1년차) 매출액으로 가정함
- 2016년의 농촌체험교육관광사업자의 지정요건 확대에 의한 부가가치 증대액은 다음과 같이 계산됨

28) <참고자료>

1. 농촌체험마을 지정수

구분	2011	2012	2013	2014	2015
지정수	550	684	776	848	873

2. 농촌관광 방문객 및 매출액 현황

구분	2011	2012	2013	2014	2015
방문객수(천명)	5,650	6,962	8,294	8,289	8,708
매출액(백만원)	58,737	75,578	91,559	87,226	87,689
매출액 증감율		29%	21%	-5%	0.5%
체험마을 당 매출액(백만원)	106.8	110.5	118.0	102.9	100.4

3. 6차 산업 관련 농촌관광 방문객 및 매출액 현황

구분	2013	2014	2015	2016년
창업자수(개소)	360	392	472	159
인증사업자(개소)		379	802	960
인증사업자 평균매출액(백만 원)	747	831	931	

- 산식: $428,435(\text{백만 원}) \times 1.54\%(\text{부가가치 개선비율}) \times 1.00(\text{할인계수}) = 6,598(\text{백만 원})$
- 농촌관광의 활성화와 정부 정책의 효과로 매년 6차산업인증자 중 30개소가 농촌체험관광사업자로 지정받아 농촌관광 시장을 확대하는 것으로 가정함
- 2년차인 2017년 부가가치 증대액은 다음과 같이 계산됨
 - 산식: $456,762(\text{백만 원}) \times 1.54\%(\text{부가가치 개선비율}) \times 0.948(\text{할인계수}) = 6,668(\text{백만 원})$
- 2016년 이후 10년간(' 16~' 25년) 농촌체험교육관광사업자의 지정요건 확대에 의한 부가가치 증대액은 다음과 같이 계산됨
 - 산식: $\sum_{t=1}^{10} [(t\text{년차 매출액}) \times 1.54\%(\text{부가가치 개선비율}) \times \frac{1}{(1+r)^{t-1}}] -$
 할인율 $r = 5.5\%$, $t = 10\text{년}$

② 현장코칭 우수사례

1. 전남 비금도 해사랑 영농조합

사례명		비금도 해바라기 힐링팜파티
코칭 정 보	코칭위원	(소속) 전남6차산업지원센터 (성명) 백진주
	수진업체명	비금도 해사랑 영농조합 법인
	코칭기간	2016년 5월 10 -7월 8일
	만족도 점수	100점

코칭신청 사유 (신청자가 작성한 사유를 토대로 작성)	2016년 6월 해바라기축제를 준비하고 있으나, 기획과 노하우가 부족하고, 축제를 조금더 알차고, 농촌관광과 연계하여 신안 비금을 알리고자 현장코칭이 필요하였음 해바라기 축제 개최가 어려워 2016년 7월 2~3일 비금도 해바라기 힐링 팜파티를 준비하기로 함. 그러나 팜파티에 대해 잘 알지못하고, 기획과 진행방법 등 역량도 부족하고, 힐링 팜파티를 알차고, 농촌관광과 연계하여 신안 비금을 알리고, 참여한 비금도 해사랑영농조합법인의 농외 소득을 창출할 수 있도록 현장코칭이 필요함
코칭 내용	○ 해바라기 축제 준비를 위한 현장진단 및 기본사항 코칭 ○ 해바라기 축제는 역량 부족으로 어려워 해바라기 팜파티로 변경 ○ 해사랑영농조합법인 팜파티 역량강화 교육 ○ 해바라기 팜파티 기획 ○ 해바라기 팜파티 평가 및 금후 계획
코칭 결과	○ 해바라기 작목반을 비금도 해사랑 영농조합법인으로 창업 ○ 비금도 해사랑 영농조합법인 로고개발 ○ 해바라기 팜파티 홍보물 만들기 ○ 비금도 해바라기 팜파티 행사 진행
성과	○ 정량적 성과 - 해바라기 팜파티 매출액 500만원 - 해바라기 팜파티 고객 250명 참여 (장마, 비관계로 어려움이 따랐음) ○ 정성적 성과 - 비금도 해사랑영농조합 결성 및 사업자등록 창업 - 현장코칭 팜파티 교육을 통한 조합원 단합 및 비금도를 관광의 섬으로 만들자 하는 마인드 제고 - 비금도 힐링관광 자원 활성화를 위한 6차산업 발판 마련 - 비금도해사랑조합원을 비롯 비금도 관광협의회 추진위원회 구성을 준비하기로 함 - 2017년은 더 많은 인원이 협업하여 6차산업 비금도 관광을 추진하고자함

○ 비금도 해바라기 작목반 법인명 및 로고 개발



○ 해바라기 팜파티 기획을 위한 조합원 역량강화 교육



팜파티 사전 기획 및 준비

1. 팜파티 컨셉 - 주제설정
2. 초청장
3. 현수막
4. 행사 당일 안내장
5. 이벤트, 체험, 영운권등 쿠폰 준비
6. 모집안내 홍보

팜파티 현수막, 팜파티 주제



01 프로그램 운영

종명	준분미야	준분미야는 인사 침묵의 관문 정보 전달
	항상조개	항상조개 인사 및 평가와 영성상 소개 침묵의 개화 침묵과 화해 소개
	커뮤니케이션	침묵은 침묵이지만 항상조개와 영문력이 교류하면 정보교류 및 언어교류 가능
	관전	침묵의 존재와 역할 영가와 향신술, 지역화, 특색과 이야기가 담긴 관전
	관전 및 관감전환	지역화 특색과 계절감의 느낄 수 있는 관감전환 영가와 침묵은 뒤 항상조의 이미지 전달 침묵의의 주제 표현
관분조 작품	음식	영가 영성상술 활용한 메뉴 영가의 기쁨과 웃음, 스토리가 있는 음식
	침묵/놀이	침묵의 주제와 연계 지역화 및 이야기가 담긴 활동
	마무리	침묵의의 작품전시, 기념촬영 영가 영성상, 웃음, 항상조, 기쁨을 느낄 수 있는 기분로 마무리

신안비글도
해사랑 영농조합법인 모두가 함께하는

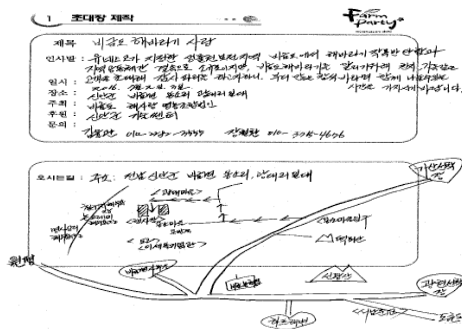
신안 비금도

“해바라기 힐링팜파티”
무궁한 발전을 기원합니다.!

행복한 농촌 만들기 -
미래농촌교육아카데미(주)
백진주(농학박사)

○ 해바라기 팝파티 기획 코칭

팜파티 광고를 기획



3 리튬렛 이나 브러쉬어

제목 사진

Party

인사실 대행위원장 김태원 상임위원 박종우 대변인 임희하의외부인사지

일시 : 2016. 9. 28(수) 17:00

장소 : 서울 신촌 세미 호텔 4층

일정 : 프로그램 내용 연락처 개별 이민 (5명) 제약, 후원 모집 지원 가이드

주최 : 한국여성노동자회

주관 : 이민상담소

위원 : 김영진 (010-2222-7855)

문의 : 김영진 (010-2222-7855) 한성호 (010-3115-4676)

이벤트 :

양정

12:00 ~ 12:30 : 정유원 소개
 12:30 ~ 1:30 : 3차 공연 (신라대)
 1:30 ~ 2:30 : 해마라기 기념 사진 (50부)
 해마라기 동아회기.
 2:30 ~ ~~3:50~~ 3:50 : 휴전 (관공).
 4:00 ~ 4:30 : 동행하기 ~> 정유원
 4:50 ~ 4:00 : 신도대배도. 정유원정구전.
 6:00 ~ 7:00 : 4차 (농가)
 7:00 ~ 9:30 : 5차 해마라기 공연대리
 (흑리원, 모다원, 원본 개장기)
 9:00 ~ 9:30 : 4차 (농가)
 9:30 ~ 10:00 : 비토유 (명사영) > 하로개배 (●)
 12:30 (농가) 1:30 (농가) 12:30 (아름다운)
 12:30

< 농산물 판매스타키 >

바람도 해수면 일출초점
 유네스코 생물권보전지역이 ^{바람도} 편산되어
 레베리아계 레베리아계, 레베리아계, 레베리아계로
~~분류~~ 나뉘어 있다. 기후는 바닷물, 수역, 산악, 습지
 기후대의 010-2222-3555 같은
 번호가 241-1888-0197-63
 같은 것만 있다. 그리고 107

9cm

○ 팜파티 현수막 준비



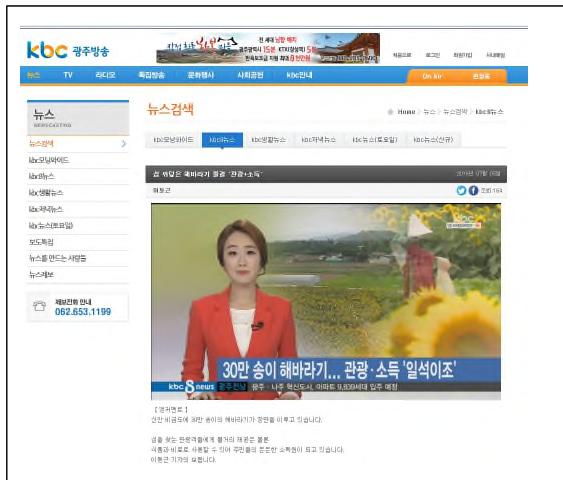
○ 해사랑영농조합법인 포장재 제작



○ 비금도 해바라기 힐링팜파티 개최

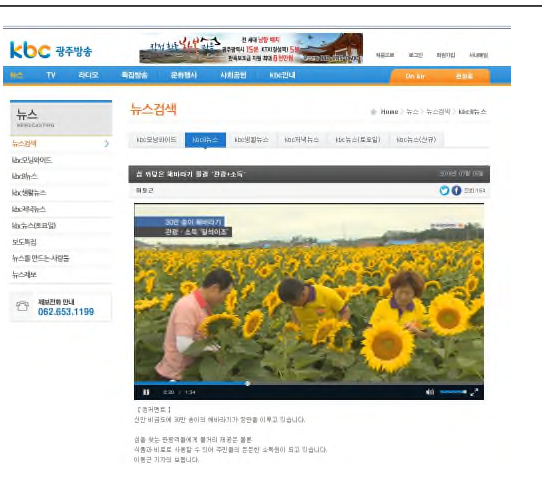


○ 비금도 해바라기 힐링팜파티 TV 언론보도 - KBC 광주방송 뉴스 보도



30만 송이 해바라기.. 관광·소득 '일석이조'

【광주=본지】 신안 비금도에 30만 송이의 해바라기가 장관을 이루고 있습니다. 금을 보는 관광객들에게 볼거리 제공은 물론, 소득증대로 사용할 수 있어 주민들의 중요한 소득원이 되고 있습니다. 이흥근 기자가 보도합니다.



30만 송이 해바라기.. 관광·소득 '일석이조'

【광주=본지】 신안 비금도에 30만 송이의 해바라기가 장관을 이루고 있습니다. 금을 보는 관광객들에게 볼거리 제공은 물론, 소득증대로 사용할 수 있어 주민들의 중요한 소득원이 되고 있습니다. 이흥근 기자가 보도합니다.



30만 송이 해바라기.. 관광·소득 '일석이조'

【광주=본지】 신안 비금도에 30만 송이의 해바라기가 장관을 이루고 있습니다. 금을 보는 관광객들에게 볼거리 제공은 물론, 소득증대로 사용할 수 있어 주민들의 중요한 소득원이 되고 있습니다. 이흥근 기자가 보도합니다.



30만 송이 해바라기.. 관광·소득 '일석이조'

【광주=본지】 신안 비금도에 30만 송이의 해바라기가 장관을 이루고 있습니다. 금을 보는 관광객들에게 볼거리 제공은 물론, 소득증대로 사용할 수 있어 주민들의 중요한 소득원이 되고 있습니다. 이흥근 기자가 보도합니다.



비금도 해바라기밭서 신안군 힐링팜파티

2016년 07월 01일(금) 08:00

‘섬유의 고향’ 신안군이 2~3일 비금도에서 ‘해바라기 힐링팜파티’를 연다. 비금도는 지난 3월 ‘민중지능형인인’ 알파고(AlphaGo)와 대국을 펼친 이세돌 9단의 고향으로도 유명하다.

‘비금도 해바라기 힐링팜파티’ 주최로 용소마을 749-2번지에서 열리는 이번 행사에서는 여름철 한 마당공연, 힐링 모닝알 경기, 꽃누끼이 달리고자 해를 돌 다양한 체험 프로그램이 준비돼 있다. 참석자들은 송 6ha 면적에 만개한 해바라기와 비금도의 아름다운 경관을 배경으로 힐링팜파티를 즐기게 된다.

해바라기씨앗은 오메가3 지방산과 비타민E가 풍부해 콜레스테롤 수치를 낮춰 뇌 심혈관계질환을 예방해 주고 두뇌발달과 기억력 향상에도 도움이 되는 것으로 알려져 있다.

한편 1일에는 신안 비금 이세돌 바둑기전에서 제4회 신안현업 전국대학생 바둑대회가 개최된 다.

/신안=이상진기자 selee@



비금도 해바라기

통합검색 블로그 카페 지식IN 이미지 동영상 여행사전 뉴스 더보기

뉴스 1-10 / 102

▶ 관련도순 ▶ 최신순 ▶ 오래된순

검색결과 자동고침 시작 ▶

비금도 해바라기밭서 신안군 힐링팜파티 광주일보 2016.07.01.

참석자들은 송 6ha 면적에 만개한 해바라기와 비금도의 아름다운 경관을 배경으로 힐링팜파티를 즐기게 된다. 해바라기 힐링팜파티와 해바라기유, 해바라기로 만든 초콜릿, 국수 등을 저렴한 가격에 구매할...

【신안뉴스】비금도 '고향' 비금도에 '해바라기' 열풍 연합뉴스 2016.06.29.

이들 해바라기는 '비금도 해바라기 힐링팜파티' 행사로 인해 송소 마을 일대 6ha에 심었다. 올해로 2년째인 이 힐링 팜파티 행사는...

▶ 신안 섬유의 고향 비금도, 해바라기... NSP통신 2016.06.29.

▶ 신안군 비금도에서 '해바라기 힐링' 브레이크뉴스 2016.06.29.

신안군, 해바라기 힐링팜파티 행사 개최...해바라기 꽃 만개 관광객 사로잡아 KNS뉴스통신 2016.06.30.

【KNS뉴스통신=조원동 기자】 전남 신안군 비금도에서 '해바라기 힐링팜파티' 행사가 개최된다. 이번 행사는 '비금도 해바라기 힐링팜파티' 주최로 오는 7월 2일부터 이틀간에 걸쳐 해바라기 힐링팜파티 행사를 통해 다양한...

해바라기 만개한 비금도 여름 뉴스웨이 2015.07.15.

비금도 해바라기는 연구회원 14명이 신안농업기술센터의 기술지원으로 4ha를 심 곳인데 재배하면서 장관을 이루게 됐다. 재배되는 해바라기는 7월 초부터 9월까지 비금도에 아름다운 경관을 제공해 주고, 개화 후...

▶ 신안 비금도에는 해바라기가 활짝 아시아뉴스통신 2015.07.15.

▶ 지금 비금도에는 해바라기가 활짝 국제뉴스 2015.07.15.

▶ [신안] 황금빛 해바라기꽃 물든 해... 한지일보 2015.07.15.

▶ 신안 비금도 '황금 해바라기' 만개 브릿지경제 2015.07.15.

관련뉴스 62건 전체보기 >

2. 전남 강진 민음영농조합

사례명		전남강진 민음영농조합법인 체험프로그램 개발 및 체계적 사업계획 수립으로 농촌융복합산업 사업자 인증 획득
코칭정보	코칭위원	(소속) 지역농업네트워크협동조합 (성명) 정상택
	수진업체명	민음영농조합법인(윤영진 대표)
	코칭기간	2016년 6월 1일(전체 코칭기간 5월 30일~6월 7일)
	만족도 점수	

코칭신청 사유 (신청자가 작성한 사유를 토대로 작성)	현재 표고버섯의 생산, 가공, 유통 전반적인 시스템은 구축되었으나, 체험적인 부분과 스토리적인 콘텐츠 개발이 매우 미비한 상태임. 따라서, 인근 지역농가와의 협업 또는 지자체와 연계를 통한 체험프로그램 개발에 대한 코칭을 원함		
코칭 내용	1. 민음영농조합법인 현황 및 세부 코칭 내용 확인 후 현장코칭 수행계획서 작성(5/30) 2. 사전 (표고)버섯 관련 체험프로그램 운영 사례 조사 분석 - 조사 사례 : 경기연천 열두개울 버섯마을, 경기여주 이남주 자연아래버섯, 강원영월 물바람 버섯농장, 경기고양 (주)한국상황버섯, 경기고양 좋은버섯들 등(5/31) 3. 체험프로그램 개발을 위한 경영체 대표 의견 청취, 관련 자원 조사, 개발 프로세스 및 사업계획 작성 방향 코칭(6/1) - 자원 조사 : 경영체 상품화 및 재배 시설, 인근 자원		
	 주요시설	 주요시설	 주요상품
	 재배시설(표고)	 재배시설(연)	 인근 자원(벚꽃길)

4. 믿음영농조합법인 가능 체험프로그램 협의 및 프레임 작성(6/2~6/3)

- 별도 체험프로그램 개발 관련 프레임 양식을 통해 경영체 대표와 상호 협의를 통해 최종 체험프로그램(안) 개발
- 사업계획 작성과 관련한 예산(안) 포함

5. 실질적 실행을 위해 체험프로그램 포함 농촌융복합산업 사업자 인증 사업계획서 수립 지원(6/3~6/7)

- 당초 초안을 바탕으로 사업계획서 작성 지침에 따른 세부내용 수정 보완(체험프로그램을 포함한 전체 사업방향 보완)

코칭 내용



3. 고흥석류친환경영농조합법인

사례명		패키지 리모델링을 통한 하나로마트 입점
코칭 정보	코칭위원	(소속) 호남대학교 (성명) 이 달 석
	수진업체명	고흥석류친환경영농조합법인
	코칭기간	1회 : 2016. 5. 3 / 후속관리 기간 (2016. 5. 3 ~ 7. 14)
	만족도 점수	

코칭신청 사유	○ 경영전략에 대한 전반적인 현장코칭 요청 (발전방향 모색 등)
코칭 내용	○ 패키지 리모델링 디자인 개발 코칭 - 석류제품 : 석류꽃향, 석류진액 골드, 석류 플러스 등 ○ 하나로마트 입점 코칭 - 상기한 석류제품의 하나로마트 입점 방법 코칭
코칭 결과	○ 패키지 리모델링 디자인 개발 완료(2016.7.14) - 석류제품 : 석류꽃향, 석류진액 골드, 석류 플러스 등 3종 - 기 타 : 쇼핑백, 덮개종이 외 ○ 하나로마트 입점 - 하나로마트 입점심사팀 현장 심사 완료 - 서류 심사 등을 거쳐 8월중 입점 예정
코칭 성과	○ 2016 고흥 석류 MD초청 상품품평회 1위 수상 (2016.6.1.) - 주관 : 고흥군 / 주최 : 고흥석류특성화사업단 주관 - 1위 수상에 따른 연간 40백만원 보조금 확보 ○ 하나로마트 8월 입점 예정 - 하나로마트 입점심사팀 현장심사 완료

코칭수행 	주요시설 
주요상품 	경영체 전경 
패키지 리모델링 결과물 1	
	
	

패키지 리모델링 결과물 2



2016 고흥 석류 MD초청 상품품평회 1위 수상 (2016.6.1.)



4. 경기 양평 수미전빵

사례명		브랜드 BI 및 패키징 디자인 개발
코칭 정보	코칭위원	(소속) 중부대학교 광고홍보학과 겸임교수 (성명) 송 인 수 위원
	수진업체명	수미전빵 (양평군)
	코칭기간	2016. 4.27 ~ 6.22 (총3회- 1회:4.27, 2회:5.17, 3회:6.22)
	만족도 점수	100점

코칭신청 사유	- 수미마을의 한 농가에서 생산하는 전빵의 브랜드 부재 - 판매시 차별화되는 요소가 없어 신규 개발을 코칭으로 신청
코칭 내용	- 신청농가 상담 및 요구 파악 - 유사 타 제품의 디자인 현황조사 - 지역 및 상품 특성을 반영한 3가지 BI(안) 및 응용 방안 제시 - 컨셉 : 가마솥, 생산자 캐릭터 디자인과 켈리를 모티브함 - 응용방안 : 스티커, 용기패키지, 비닐백 패키지 등 제시 - 디자인 확정 및 응용 방안 제안
코칭 결과	- 코칭 전 상품 판매 모습    - 코칭 후 - BI 개발 : 가마솥과 켈리를 디자인 모티브로 가마솥에서 직접 쪄내서 더욱 맛있는 이미지를 상징화 - 캐릭터 : 최동분 대표를 모티브하여 '전빵명인' 이미지 부여 - 기타 사항 : 비닐백, 앰블럼, 포장용기 등 디자인 개발     
성과	2016. 7월 코칭완료에 따른 성과 미측정

5. 경기 파주 고구려목장

사례명		브랜드 개발 및 인지도 구축
코칭 정보	코칭위원	(소속) 한국광고연수고/한양대학교 겸임교수 (성명) 김현숙
	수진업체명	고구려목장 (파주, 인증번호 : 2015-09-007)
	코칭기간	2015.5.14. (총1회)
	만족도 점수	100

코칭신청 사유	◦ 브랜드 구축을 통해 제품에 대한 소비자의 인지도 향상 ◦ 제품에 대한 컨셉, 포장, 디자인, 상품 재고 ◦ 유통채널 확대
코칭 내용	◦ 신청농가 상담 및 요구 파악 - 고구려목장의 가장 큰 문제점은 자사가 생산하는 제품이 소비자의 구매고려 브랜드 군에 들어있지 않다는 것 ◦ 브랜드 방안 제안 - 브랜드 구축에 대한 전략을 세우지 않은 상태에서 제품의 컨셉이나 디자인을 확정하기 어려움 따라서 브랜드를 만들고 이를 보완하고 더욱 큰 효과를 내기 위해 브랜드 구축 교육추진 - 사업영역 확장을 위해 체험학습에서 제품 개발을 위한 상품명 전문가 지원
코칭 결과	◦ 브랜드 네임 : 더지스(The Gee' s) 제시 - 지씨네에서 생산해낸 제품이라는 뜻으로, 향후 어떤 제품을 개발하더라도 통일감 강조   - 고구려 목장     - 더지스목장이야기, 더지스 우유, 더지스수제구워먹는 치즈, 더지스 요거트 등
성과	◦ 기존에 체험 목장으로 인증 받아 운영하며 브랜드 개발을 통하여 이미지를 구축 하고 피자, 우유, 아이스크림 등 원유를 활용한 체험 프로그램을 운영 ◦ 브랜드 개발과 낙농이라는 1차산업과 관광을 연계한 6차산업의 성공사례로 이어졌으며 특히 지역관광지 및 향토음식점과의 연계를 통해 지역경제 활성화에도 기여

6. 강원 청정아로니아

사례명		포장디자인 개선을 통한 판로확대
코칭 정보	코칭위원	(소속) (주)농촌넷 (성명) 허용봉
	추진업체명	강원청정아로니아 포장디자인 코칭
	코칭기간	2015. 6. 2 ~ 6. 4
	만족도 점수	9

코칭신청 사유 (신청자가 작성한 사유를 토대로 작성)	- 강원청정아로니아 브랜드 개발에 대한 모티브 필요 - 아로니아 가공상품에 대한 디자인 컨셉 - 6차산업 중앙품평회 출전에 대한 디자인 부재 고민	
코칭 내용	- 기존 상품에 대한 사례 및 유사성 비교를 통한 디자인 컨셉 - 아로니아 비타민 타블렛 제품개발에 대한 권유와 임가공업체(화천건국건강영농조합법인) 연계 - 제품 브랜드를 살린 패키지 디자인 방향 수립 - 네이밍 결정 ‘아로매니아’	
코칭 결과 (코칭 전후 변화된 모습이 나타날 수 있도록 작성하되, 관련 사진첨부 가능)	 코칭 전	 코칭 후
성과 (매출액 및 관광객 증가 등 정량적 성과 및 정성적 성과를 함께 작성)	-매출액 : 100,000천원 -일자리 : 상시고용 2명, 일용직 326명 -수 출 : 말레이시아 아로니아잼 600병 -수 상 : 한국소비자협회 주관 ‘소비자경영부문 2016대한민국 소비자 대상 ‘수상	

7. 충남 예산 한도라지영농조합법인

사례명		신규창업경영체 약도라지즙 제조 HACCP 코칭 - 한도라지
코칭 정보	코칭위원	(소속) 뿌리깊은 컨설팅 (성명) 이하영
	수진업체명	한도라지영농조합법인 (예산)
	코칭기간	2016. 04 (총 2회 실시)
	만족도 점수	매우 만족

코칭신청 사유	가공공장 31평, 저온저장시설 10평이며, 매출액은 작년 삼다리가람터로 4천만원 정도이며 현재 한도라지영농조합법인으로써 현재 진행 중인 사업은 1.홈페이지 제작(그리고 상품브로셔, 상품 박스,파우치 디자인, 각종 홍보물 제작) 2.신제품 출시 준비 중 3.HACCP 인증 4. 지식재산권(특허) 5.일본 수출 준비 중
코칭 내용	1.식품등의 일반기준 1) 제품명2) 식품의 유형3) 업소명 및 소재지4) 제조연월일(이하 “제조일”로 표시할 수 있다)5) 유통기한 또는 품질유지기한6) 내용량7) 원재료명 및 함량8) 성분명 및 함량9) 영양성분등10) 기타 표시사항의 준수 여부 확인총 10개 법적 항목 중 기 인쇄된 내용은 추후 식품유형은 “액상차”변경 수정인쇄토록 함. 2. 식품위생법 현장 위생 기준/설명 - 1차로 코칭한 내용중 청소 소독에 대한 부분이 잘 반영이 되었음. - 단, 작업중 위생모자,위생장갑,위생화 착용 준수 하여야 하고 - 법적 준수사항 원료의 반입, 생산시 사용, 출하시 재고관리, 출하관리 전반적인 수불 관리는 일괄된 양식으로 매일 같이 써야 될것으로 사료됨(기재는 하고 있으나 양식의 통일성 필요) 3. 소규모 HACCP 시설 기준 설명/예시 - HACCP 인증 20개 항목에 대한 기준 자료 재차 제시 - 시설기준시 한도라지는 화장실과, 탈의실을 연결한 복도만 있으면 인증 동선 완성됨. 2. 식품위생법 현장 위생 기준/설명 - 현장 방치되 있는 철 수세미 금지 - 서스 작업대 비닐 코팅 제거 - 분쇄기 녹슨 부분 제거 - 나무소재 주걱,도마 사용금지 - 십자 볼트 제품 혼입 우려 제거 요함 - 바닥 에폭시 마감 도색요함. - 작업장 환풍기 청소요함 - 작업장 입구 신발장 비치 요함(현, 종이박스에 신문지 도포됨) - 바닥 배수구-트렌치 청소미비 됨. - 작업중 위생모자,위생장갑,위생화 착용미비 3. 소규모 HACCP 시설 기준 설명/예시 - HACCP 인증 20개 항목에 대한 자료 제시

코칭 결과 (코칭 전후 변화된 모습이 나타날 수 있도록 작성하되, 관련 사진첨부 가능)		위치 작업장 벽면 액자		위치
	문 제 점	작업장 벽면 영업신고, 특허, 시계 등 액자 깨지거나 파손으로 제품손입 우려	문 제 점	현재 시계 고려 없는 벽면은 철회 필요, 만약 못자국등은 없앨시 반드시 정리판치러
	개선방법		개선방법	액자 못자국 등은 정리판 제거요함.
		위치		위치 작업장 전체
	문 제 점	해협 배점기준 15% 해충 유입방지 시설 마련	문 제 점	
	개선방법		개선방법	자후 해협 추진시 전문 방역업체 및 장비 설치 필요
		위치 탈의실		위치
	문 제 점	탈의실 옷장 필요함	문 제 점	해협 진행시 지금 계획 세워 진행 계획 확인.
	개선방법		개선방법	탈의실, 화장실들은 작업장에서 분리 위한 벽체로 세우고 판넬은 위생처리실 장차요함
		위치		위치
	문 제 점	작업 앞치마, 도시, 채조기구를 현장에 비치하는 것이 아닌 별도 살균소독 필요	문 제 점	해협 진행시 지금 계획 세워 진행 계획 확인.
	개선방법		개선방법	전기식 자외선 소독장 필요

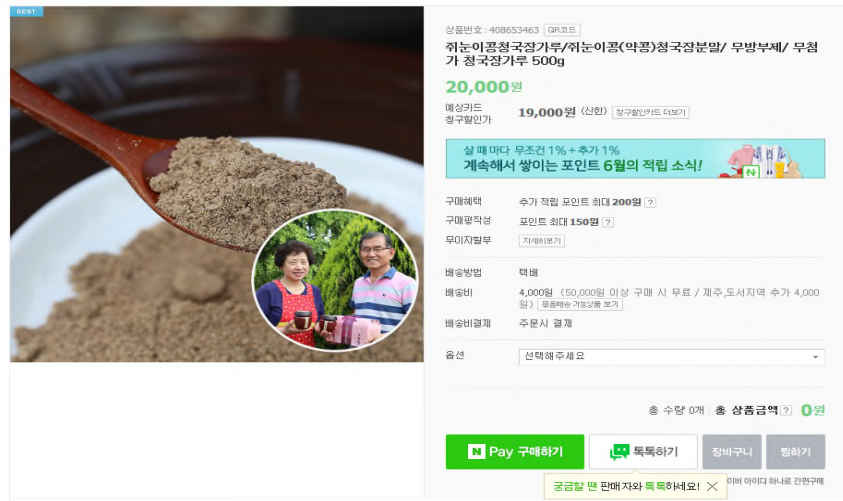
성과 (매출액 및 관광객 증가 등 정량적 성과 및 정성적 성과를 함께 작성)	HACCP 받으려고 준비 하고 있었다. 소규모 경영체가 받기 어려운 것 같고 힘들거라 생각했는데 코칭을 받고 나니 자신감이 생기고 진행을 하려고 한다. 코칭 후 친절하게 보완점도쉽게 잘 설명해 주셔서 이제 수정 해야 할 부분이 많이 보이고 계획적으로 실행 할 수 있을 것 같다. HACCP에 너무 과투자 하지 않고 소규모 HACCP을 받는 방향으로써 자신감이 생겼다. 지금 창조경제혁신센터에서 7월 18일부터 HACCP 건물리 모델링 등 시설보완이 이루어질 예정이다.
--	--

8. 충남 우문현답협동조합

사례명		운두란 온라인 홍보전략 코칭 - 운두란
코칭 정보	코칭위원	(소속) 우문현답협동조합 (성명) 문영주
	수진업체명	운두란(예산)
	코칭기간	2016. 04.~ 07 (총 4회 실시)
	만족도 점수	매우 만족

코칭신청 사유 (신청자가 작성한 사유를 토대로 작성)	작년에도 판촉 사이트를 코칭 받아 스토어팜을 등록해 매출이 10%증가했지만 현장판매, 블로그, 홈페이지를 통한 판매 등을 통한 판매가 매출의 대부분을 차지하는 인터넷 상에서의 결제기능을 갖추지 못하여 매출확대 곤란. 네이버측의 제한으로 블로그를 마케팅에 적극 활용하지 못하는 현실. 홈페이지 관리권한이 없이 제작업자의 폐업으로 홈페이지를 판매에 활용치 못하고 있음. 쇼핑몰의 운영기술 미숙으로 효과가 나타나지 않고 있음 이러한 사유로 전자상거래 전문가의 지원과 컨설팅을 받아 쇼핑몰의 개편으로 완성도를 높이고 쇼핑몰 운영기술을 전수받아 마케팅에 활용하여 획기적으로 매출을 증대시키고자 함.
코칭 내용	○ 쥐눈이콩청국장가루 인터넷 쇼핑몰 상품기획 및 상품등록 추진 ○ 아로니아조청 인터넷 쇼핑몰 상품기획 및 상품등록 추진 ○ 스토어팜 이벤트 기획 및 추진 ○ 고객DB를 활용한 고객관리 실전 기법 코칭 - 1년 12개월 단위로 고객별 타킷 마케팅을 위한 고객 DB 환경 구축 - 소비자들의 주문내역을 기반으로 맞춤형 SMS서비스를 통해 실 구매율을 높일 수 있는 고객관계관리 전략 코칭 ○ 농산물 상세페이지 제작 및 마케팅 전략 코칭 ○ 블로그 마케팅 전략 수립 - 주 판매상품을 500g /1kg으로 구매할 수 있는 옵션 설정 - 엑셀파일을 활용한 대량 문자발송 서비스 기법 코칭 - 구글 드라이브를 활용한 고객관리 실전 전략 코칭

코칭 결과
(코칭 전후
변화된
모습이
나타날 수
있도록
작성하되,
관련
사진첨부
가능)



"윤두란 부부의 정성을 담은 눈의 건강에 좋은 아로니아 조청"



온루트는 정동채와 우물씨 있는 감마와 누이의 제논이 서어 있는 프란츠 공간인 위한, 위를을 의미합니다.
 예산지역의 특산물인 사과를 주재료로 만든 사과고추장, 애기고추장과 더불어는 토프초고추장과
 다양한 기능성 향료를 활용하여 만든 아이유미아저청, 수오고추, 감자고추장
 그리고그 위는이형(이형)으로 만든 위는이형정제물이 온루트를 대표하는 식품입니다.
 물론 우유는정제, 토프초무로 줄어 줄은 각자의 맛을 만들어 낸 것 이고 있습니다.
 변종없이 다양한 식품을 만들어 위해 착수한 제품들 많이 출시되고 있는 조국의 조국을 대표합니다.

선물하시는 본의 마음을 생각하며 정성을 담아 보내드립니다.



문두한은 내로사랑입니다



상세페이지 제작
이벤트 실시

성과 (매출액 및 관광객 증가 등 정량적 성과 및 정성적 성과를 함께 작성)	매출은 크진 않지만 인터넷 주문이 많이 늘었다. 홍보가 많이 되었다. 200건 정도가 더 늘어난 것 같다. 문의전화도 정확히 는 집계를 안했지만 많이 늘었다. 매출이 늘어난게 제일 달라진 점이고, 코칭으로 끝나는게 아니라 같이 사진도 찍고 매장(로컬푸드)도 같이 가보고 포스팅도 도와주셔서 너무 좋은 점이다. 코칭으로 끝나는게 아니라 재능기부 같이 느껴질 정도로 2-3번 더 방문해 주셔서 너무 감사하다. 이제는 코칭을 받고, 혼자서도 인터넷몰 관리를 잘 할 수 있을 것 같다.
--	--

9. 충남 느랑골

사례명		연꽃낭자와 메기도령 체험상품 개발 농촌관광코칭 - 느랑골
코칭 정보	코칭위원	(소속) 씨앤씨밸류 (성명) 김정남 -농촌관광
	수진업체명	느랑골(예산)
	코칭기간	2015. 08. 15 ~ 09. 23 (2회 실시)
	만족도 점수	매우 만족

코칭신청 사유 (신청자가 작성한 사유를 토대로 작성)	연근 연잎 생산해 연잎차 연잎비누 가공을 하며 판매체험농장운영. 체험교육농장 운영을 시작했는데 마케팅 부족으로 운영에 어려움을 겪고 있어 도움을청한다. 경관이나 환경 시설은 좋은것으로 평가받는데 애로가 많아 농촌관광 프로그램 개발을 신청해 코칭 받고 싶다.
코칭 내용	[김정남] 1회:농가의 공간 전략과 체험프로그램에 맞게 풋말이나 가이드라인 제시를 코칭하며 느랑골의 브랜드 이미지에 맞게 체험컨셉을 상징하는 연화도 그림카피를 체험장에 부착 유도. 또한 홍보전략으로는 근처 황새공원과 연계하여 부부금슬 코스로 통합마케팅 필요성을 유도. 또한 느랑골 전설 및 연화도 기반 체험프로그램의 스토리텔링화 구축. 2회: 구조화 디자인 파일 전달 및 구조화 활용 신규 홍보물 입안. 체험관광 프로그램 프로세스입안. 주변관광지 연계 협의. 타겟층 및 가격정책 협의. 커플비누 컨셉 재정립. 포장디자인 개발 필요 인식. 온/오프 홍보물 디자인 기획. 홍보물 배치장소 및 방안 제시

성과 (매출액 및 관광객 증가 등 정량적 성과 및 정성적 성과를 함께 작성)	홍보에 많이 도움이 되었고, 체험관련 전화 문의가 많이 왔다. 체험객도 많이 늘었다. (10%정도 늘었다고 생각한다.) 매출은 정확하진 않지만 5%정도 증가 했다. 향후에는 이 프로그램을 바탕으로 연꽃낭자와 메기도령 비누를 제작해 판매도 할 생각이다.
---	---

코칭 결과
(코칭 전후
변화된 모습이
나타날 수
있도록
작성하되, 관련
사진첨부 가능)



- 김정남 위원 1차 느랑골 컨셉도출과 홍보전략 구축.

연꽃이 핀 연못에 메기가 노니는 모습을 형상화 한 연화도에서 도출.



- 김정남 위원 2차 체험프로그램 도출과 스토리텔링 구축.

느랑골의 전설은 ‘과거보려 간 정인을 기다리는 느랑소녀의 이야기’로 연 재배와 메기양식의 체험프로세스를 구성해 연꽃남자와 메기도령이라는 제목으로 부부금슬을 좋게 하는 체험프로그램 전수.

10. 경북 마하영농조합법인

사례명		공장증설을 통한 경쟁력 강화
코칭 정보	코칭위원	(소속) 경북대학교 (성명) 이원영
	수진업체명	마하영농조합법인
	코칭기간	2015.07.08~2015.07.08
	만족도 점수	98 점

코칭신청 사유	HACCP 인증을 받고싶음 좋은 원료를 사용하는데에 반해 상품의 품질은 높지 않음 가공시설의 동선 및 물료의 방향설정이 필요함
코칭 내용	❖저농약사과로 다른 농장과 차별 있는 생과생산을 살린 프리미엄급 주스에 도전가능성이 높음을 설명(나무에 있는 사과만을 수확하며 조금의 흠집, 부패도 용납해서는 안되며 세척과정이 매우 중요함) ❖착즙을 위한 원료의 세척은 타공회전원통으로 충분한 세척이 이루어지기가 어려운 구조임을 설명하고 추후 설비개선 때 고려해야함을 강조 ❖착즙기가 벨트형으로 벨트가 공기 중에 노출되어 공기 중 미생물에 노출되기 쉽고 착즙수율이 스크류 방식보다 낮아 추후 새 설비에 고려하여야 함. ❖착즙 후 기기 내에 끼어 있는 착즙액은 세척이 용이하지 않아 위생에 문제가 생길 수 있음. ❖살균온도가 97도 20분간으로 과해 주스 갈변이 심해 새 설비 때는 이중관 살균을 고려해 보길 권함. ❖새로운 공정을 새울 때는 식품공장은 세척과정이 매우 중요함으로 배수시설에 특별히 신경을 쓰고 쥐나 곤충 등의 접근을 막기 위해 바닥에서 벽의 일부분을 콘크리트로 시공하기를 권함.
코칭 결과	설계단계에서 HACCP의 기준에 맞게 설비 새로운 설비를 앞힐 때 동선의 직선화 최대한 바닥배수 및 벽면 일정 높이까지 콘크리트 시공
성과	HACPP 인증을 받음. CIP 공법을 사용함으로써 가공단계 중 세척단계에 큰 효과가 있어 상품의 위생 및 품질 상승에 도움이 됨. 매출 20% 상승 가공라인의 효율성 증가 고품질의 가공상품을 생산함으로써 유통범위가 넓어져 E-MART 등 유통업체에 상품을 납품하게 됨.

③ 6차산업지구 분야별 우수사례

1. 재정집행 우수사례

〈재정집행수준의 우수사례; 3년차 하동녹차지구〉

- (2014년예산집행률) 3년차 6차 산업화 지구 사업의 3개 지구중 하동녹차 6차 산업화 지구는 1년차부터 다른 2개 6차산업화 지구 대비 상대적으로 예산집행률이 높은 수준이었음 순창 장류지구의 1년차 예산 집행률은 하드웨어 사업인 발효 한식 뷔페 레스토랑 건립 사업의 건축 부지가 변경되어 사업이 지연되었기 때문에, 10.1%로 저조했음 영동포도와인지구도 총 8개 사업중 포도 와인 공동 기획 마케팅을 제외하고 다른 7개 사업이 집행이 안되었기 때문에, 예산 집행률 5.5%로 매우 저조함 하동 녹차 6차 산업화 지구 조성 사업은 사업장 부지 재선정으로 인한 지연인 Tea Healing Zone 조성 사업을 제외한 나머지 8개 사업의 집행률이 78%에 달하며, 총 예산 집행률이 41.8%로 3개 지구중 상대적으로 높은 것으로 나타남. 총 9개 사업 중 6차산업 경영 기술컨설팅, 친환경 인증 확대 및 안전성 강화, 하동녹차 글로벌 유통 채널 구축과 Tea 테라피 제품개발의 4개 사업의 예산집행률이 100% 수준이었음
- (2016년예산집행률) '16년 예산 집행률은 10월말 기준 95.2%로 집행률이 상대적으로 매우 높은 실정이며, 12월 말까지 100% 완료 예정임 '14년~'15년은 예산 집행률이 보통 수준이지만, 2016년 예산 집행률이 전년 대비 1.53배 상승한 것으로 판단됨
- (성과) 하동녹차 6차산업화 지구는 다른 2개 지구와 달리 상대적으로 예산 집행률이 높았기 때문에, 1년차부터 말레이시아와 캐나다에 하동녹차 3만불 수출, CJ 뚜레주르 매장 입점, 녹차화장품 5종 출시와 한식대첩 3와 올리브쇼 방송 홍보를 통한 인지도 향상의 높은 성과를 달성함

구 분	2014년 (하동녹차6차산업지구 1년차)	2015~2016년 (6차산업지구 2~3년차)
하동녹차예산집행률	41.8%	95.2%(3년차10월말기준)
수출액	51만불	131만불(2년차)
신상품화개발건수(누적)	5건	7건

2. 매출성과 우수사례

〈매출성과우수사례(3년차 영동 포도와인 6차산업화 지구)〉

포도산업을 산·학·연·관 간 연계·협력을 통해 2차(가공-와인)·3차(체험·관광·국악문화) 산업과 융복합하여 지역특화산업의 클러스터로 육성

- 와이너리 및 문화·관광자원과 연계한 관광명소화 구축
- (와인 탐방로드) 영동군의 농가와이너리들을 따라 안내표지판 설치 등 와인 탐방로드를 독특하고 차별화되도록 구축하고 관광 상품화하여 영동와인 홍보 및 농가와인 체험·판매로 소득증대 도모
 - * 포도·와인 체험관광 코스, 연구·개발 체험, 가공·판매 체험 등 3개 구간(관광안내판 1개소, 안내표지판 14개소)
 - 와인트레인(와인코리아)과 농가와이너리를 연계하여 시너지 제고
 - 국악과 와인을 테마로 국악와인열차로 객차 6량 개발, 새롭게 운행
- (외식산업 연계 관광상품화) 영동역 일원 및 힐링타운을 연계하여 영동군을 찾는 관광객들에게 영동의 대표먹거리 중 하나인 삼겹살을 활용한 와인-삼겹살 거리*를 전통시장 내 1구간 조성하여 외식과 결합된 관광상품화하고 와인을 대중화
 - * 음식점 시설 인테리어, 제조기술 및 음식레시피 등을 지원하고, 잔와인 등 보급을 통해 소비자 부담 완화 및 대중화 유도
 - 향토음식 경연대회를 개최하여 생산된 와인과 가장 어울리는 음식 발굴('16.10월 영동외식업중앙회 영동군지부 주관)
- 체험·체류시설 등 영동 농가와이너리 6차산업화 인프라 구축
 - 성숙된 농가와이너리에 체험·체류시설을 갖춰 관광객들이 찾아오고 머물고 즐길 수 있는 장소로 만들고 와이너리 내에 체험·시음, 숙박·식당, 판매장 등을 구비하여 와인 판매를 늘리고 소득증대 도모

영동포도와인지구 성과	사업전 '13년	'14년	'15년	'16년
와인 매출액(백만원)	675	1,225	4,570	4,700
포도와인관련 방문객(명)	385,000	423,500	435,000	450,000

- 영동 포도 와인 6차 산업화 지구 조성 사업은 6차 산업화 지구 사업의 추진 전과 대비하여 추진 후의 매출 성과는 4.29배가 증가하는 큰 성과를 달성함

〈매출성과우수사례(3년차 순창장류 6차산업화 지구)〉

장류 산업을 체류형 음식·체험 관광과 연계하여 활성화하고, 농산물 출하 농가와 장류업 체간 협력하여 상호소득 공유시스템 구축

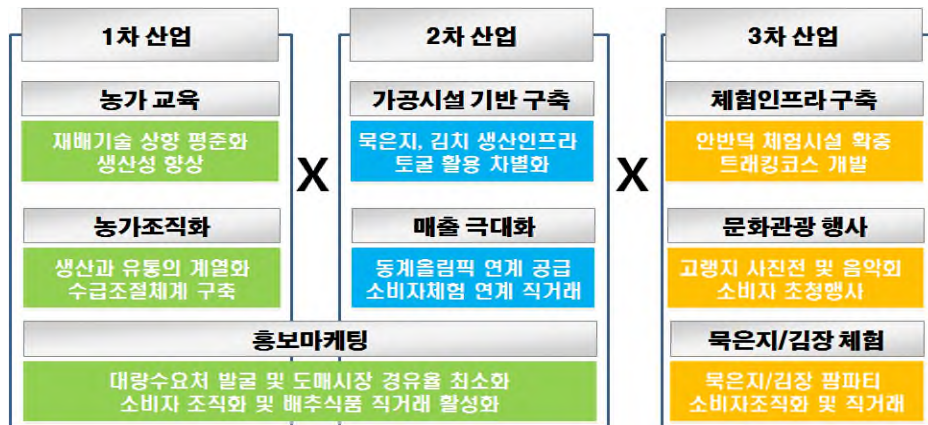
- 체류형 음식·체험관광 여건을 조성하고, 장류 제조·가공만 허용하던 것을 규제를 완화 하여 식당·숙박·편의시설까지 설치가 가능함에 따라 관광객의 증가 및 6차산업 활성화로 농가소득증대에 따른 지역경제활성화 추진
- 유희 장류제조업체 한옥을 명품 장류문화 체험민박으로 2개소를 리모델링을 완료 하여 민박등록을 마치고 현재 운영중이며, 발효한식뷔페 레스토랑은 지난해 12월 착공하여 '16년 8월 준공으로 장담그기 체험, 숙박, 장류를 활용한 특색있는 먹거리를 제공하여 지구 활성화 추진
- 기존 로컬푸드 직매장을 확장(276→376㎡) 리모델링을 지난 12월에 완료하고 출하 농가 및 품목을 확대하여 '16. 1. 1일 개장하여 150여 소규모 영세농가 및 고령농가의 소득증대에 기여
- 출하농가 확대 및 품목을 다변화하여 방문객에게 다양한 제품을 제공함으로써 농가 소득 확대 유도(기존 로컬푸드 직매장('13.10월 개장) : 100농가가 230품목을 출하중)
- 관광객의 편의시설 화장실 등을 더욱 쾌적하게 하였으며, 휴식공간인 간이 휴게카페를 설치하여 관광객이 부담없이 음료, 커피 등을 즐길수 있도록 코너를 마련하여 우리지역을 찾는 관광객에게 편의를 제공하게 되었으며, 또한 로컬푸드 직매장에 순창한우의 우수성을 알리기 위하여 한우 정육코너도 시설하여 출하농가 확대 및 품목을 다변화하여 방문객에게 다양한 제품을 제공함으로써 6차산업화지구 활성화
- 산업주체간 협력 및 역량강화, 푸드테라피 음식개발, 공동마케팅(포장용기, 디자인 개발·제작 등), 장 담그기 및 장독대 분양행사, 지구 안내도 및 장류산업장 스토리간판 설치 등을 지원하여 6차산업 활성화

성과지표	'14년	'15년	'16년	
			계획	실적
장류 매출액(억원)	3,600	3,650	3,750	3,832
장류제조 업체수(호)	86	86	86	86
장류관련 방문객 (천명)	1,235	1,350	1,400	1,475
장류관련 체험객 (명)	10,806	11,497	12,000	12,531
장류관련 숙박객 (명)	2,269	2,520	2,700	2,798

- 순창장류 6차산업화지구는 순창 장류 6차 산업화 지구의 사업 기간별 평균 매출액은 3,625백만원으로 매우 높은 수준임 2016년 매출액은 전년 대비 4.9% 증가하며, 계획 대비 102.18%달성함 순창 장류 6차 산업화 지구 조성 사업은 6차 산업화 지구 사업의 추진 전과 대비하여 추진 후의 매출 성과는 3.91%가 증가 하였음

3. 일자리창출 우수사례

〈일자리창출의 우수사례(강릉평창배추지구)〉



구 분	2016년 목표 (비정규직포함)	2016년 실적 (6차산업지구 1년차)
일자리창출	1,419명	3,726
산출근거	-	2차(절임배추공장) : 3,516명 : 상시 16명, 일용직 35명 * 100일 3차(체험마을, 홍보 등) : 210명 : 상시 10명, 일용직 20명 * 10일

- (평창배추지구) 강릉 평창 배추 지구의 1년 사업 기간 비정규직 포함 총일자리는 3,726명으로 매우 높은 수준임 정규직 총 일자리는 26명이며, 전년 대비 증가율은 26배임 6차 산업화 지구 사업을 통한 고용 창출 성과는 2차 절임 배추 공장의 사업당(상시 16명, 비상시 3500명) 3차 체험 마을의 사업당(상시 10명, 비상시 200명)의 신규 고용 창출 효과로 지역 경제 활성화 기여도가 단기간에 크게 나타난 것을 알 수 있음

4. 6차산업 인증 우수사례

<6차산업 인증자수의 우수사례(하동녹차지구)>

- (하동녹차지구) 하동녹차 6차 산업화 지구 사업을 통한 ‘14~16년 6차 산업 인증자수 성과는 하동 녹차 6차 산업 지구 1년차에는 2명, 2년차에는 8명과 3년차에는 15명이며, 2016년도에는 목표치 12명 대비 총 15명의 6차 산업 인증자로 125% 목표치를 초과하여 달성함 2016년도에는 2015년 대비 1.87배가 증가 한 것으로 나타남.

⇒ 이를 통해 6차 산업화 지구 선정 이후 선정전 대비 8배 증가 하여 6차 산업 확대의 효과가 매우 크게 나타난 것을 알 수 있음

성과지표	'14	'15	'16	
			목표	실적
○ 6차산업인증 사업자 수	2	8	12	15

구 분		2013년	2014년	2015년	2016년	연평균 인증자수	전년대비 증가율	사업전대비 증가율
3년차	하동(녹차)	-	2	8	15	8	293.7	800

5. 6차산업 홍보 우수사례

<홍보의 우수사례(하동녹차지구)>

■ 하동녹차의 방송사와 공동기획 마케팅

(방송홍보) CJ E&M 의 tvN, Olive채널 등 소비트렌드를 주도하는 방송을 통한 홍보 ·

(1) 올리브쇼: 방송일시 및 채널 : 2015. 05. 12.(화) / Olive (재방송 30회)

하동녹차를 이용한 음료와 샌드위치 메뉴를 만들고, 패널들이 하동녹차의 특성, 우수성 등을 언급하여 홍보



(2) 한식대첩 3

* 방송일시 및 채널 : 2015. 05. 21(목) ~ 08. 06(목) /tvN(재방송 30회)

* 내용 : 단순 PPL광고(심사위원 테이블 하동녹차 매회 시연) 등
“하동녹차와 어울리는 다과만들기” 기획 미션 1회 방영



■ (홍보의효과조사) ⇒ “하동녹차” SNS 버즈량(언급 횟수) 150% 상승

⇒ “하동녹차” 기획 PPL(올리브쇼) 방영 후, 하동녹차 인지도 상승후
방송 조사에서 시청자의 79.6% “하동녹차를 알게되었다” 답변과 시청자의 77.8% “ 하동녹차를 마셔보고 싶어졌다” 답변함

■ (축제홍보) “하동야생차문화축제 & 세계축제협회(IFEA) & 미국 워싱턴 스테이트페어” 다자간 협약 체결 및 축제 · 관광 교류

· MOU체결 : 2015. 05. 23. ⇒ 2015. 09. : 미국 워싱턴 스테이트 페어 하동군 홍보관 운영 및 교류

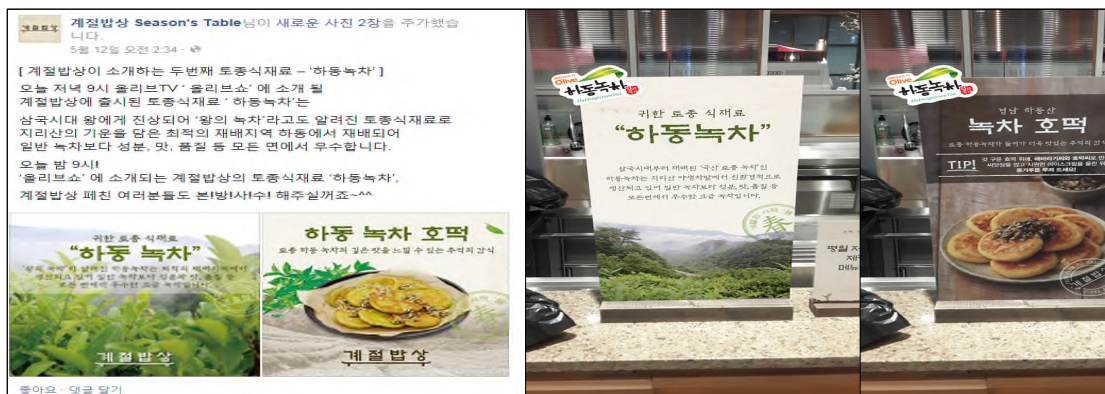
⇒ 2016. 05. : 하동야생차축제 개최 시, 협약기관 초청 및 홍보관 운영

<홍보의 우수사례(하동녹차지구)>

■ (홍보와유통경로개척성과) - CJ E&M 방송 마케팅과 연계한 “계절밥상” 하동 녹차 시즌메뉴 출시

- 기간 : 2015. 05. ~ 07. / 3개월간
- 장소 : CJ푸드빌 프랜차이즈 한식뷔페 “계절밥상” 전국 30개 매장
- 메뉴 : 하동녹차, 하동녹차호떡, 하동녹차밥 등 3종
- 내용 : 페이스북 이벤트 실시, 계절밥상 전 30개 지점 매장 내

“하동녹차 × 올리브쇼” 로고부착 프로모션 진행



⇒ 방송홍보 활용한 신규 4개 유통판로 개척, 1억 6천만원 수익 창출

- 당해 마케팅을 활용한 프랜차이즈 업체 신규 유통판로 4개소 개척

- CJ푸드빌 뚜레주르
 - 가루녹차 납품 (연간 7,000만원)
- 커널스 녹차팝콘
 - 가루녹차 납품(연간 5,000만원)
- [내달 올리브영, CGV 판매 예정]
- 엘가 커피숍
 - 가루녹차 납품(연간 2,000만원)
- 싱가포르 오마스푼(O' ma spoon)
 - 가루녹차 납품(연간 2,000만원)



<싱가폴 오마스푼 현지홍보 포스터>

6. 6차산업 신상품·신서비스 우수사례

<6차산업 신서비스개발 우수사례>

- 영광찰보리지구(6차산업화지구2년차)



- (6차산업화지구사업전) 찰보리 연계 유통망 및 체험·관광 프로그램 부족과 지역 자원과 연계한 3차 산업 미흡으로 찰보리 체험관광 프로그램 개발과 외식관광 콘텐츠 개발 수립이 요구됨
- 영광찰보리 스토리텔링 및 외식관광콘텐츠 개발 구성 및 운영
 - (찰보리 쿂�클래스 진행) 영광찰보리를 활용한 쿂�클래스 행사를 영광 군 관내에서 진행함으로써 지역 내 찰보리에 대한 관심을 환기시키고 새로운 보리 요리를 선보임으로써 보리올 브랜드의 홍보함으로써 영광 찰보리의 대외적인 이미지를 제고 시킴
 - * 2016.2 이찬오, 오세득 셰프, 및 파워블로거, 요리연구회 등 초청 영광 보리올 행사장에서 쿂�클래스 행사 진행
 - (찰보리 스토리텔링 개발) 차별화된 브랜드 스토리텔링 개발을 통한 영광 찰보리의 고유의 스토리를 발굴 및 스토리텔링화 보급
 - * 스토리텔링 기초자료조사 및 고유스토리텔링 개발 추진
- 영광찰보리체험상품 프로그램 개발·보급
 - (찰보리 축제연계 체험프로그램 운영) 찰보리 축제연계 체험프로그램 운영으로 외부 관광객 및 군민이 함께하는 축제를 조성하여 6차산업의 활성화 유도 : 총 10종
 - * 포토존운영, 보리와 함께하는 추억여행, 사진전시관, 체험관, 농특산물 전시판매장 등 체험프로그램 운영 지원

<6차산업 신제품개발 우수사례 >
- 문경오미자지구(6차산업화지구2년차)

■ **(상생협력과문경오미자제품개발)**

스타벅스 코리아와 상생 협력 하여 문경 오미자를 활용한 ‘문경 오미자 피지오’ 제품을 개발 하여 전국 890개 매장에서 판매

■ **(주요사업 내용)**

- 문경 오미자 벨리 영농 조합 법인으로부터 오미자청 38톤 구매, 지역 농산물 재료를 활용한 제품 개발 및 판매
- 2016. 9월~ : 오미자 신소재 전략 상품 개발 1종, 일반 성분 및 미량 성분 분석 2식, 생리 활성 성분 분석 1식, 오미자 부산물이용 상품 개발 1식

■ **(문경오미자6차산업화지구의 주요 성과)**

- 2016. 4. 19. 여름 프로모션 음료로 ‘문경오미자 피지오’ 판매 개시, 2달 간 50만잔 이상 판매
- 스타벅스 코리아 오미자청 납품 86톤 납품
- 중장년층을 중심으로 선풍적 인기로 계획 판매 기간 보다 한 달 연장 판매 운영, (주)스타벅스 커피 코리아가 개발한 국내 개발 음료로 수제 탄산 음료인 피지오 음료 중 최고 판매 기록 경신

<6차산업 신제품개발 우수사례>
- 하동녹차지구(6차산업화지구3년차)

■ **Tea 테라피 제품 개발**

- 사업기간 : 2014. 12. ~ 2015. 12.
- 사업내용
 - 녹차를 이용한 Tea 테라피 제품개발 1식
 - 하동홍차 원천소스 발굴 및 문화컨텐츠 개발 1식

■ **추진실적**

- Tea 테라피 제품 개발 6종 : 매출액 40,940천원

피부와 민감피부 기능성 화장품으로 판매중

- 녹차가루, 카테킨 성분이 함유된 화장품 4종(클렌저, 크림, 세럼, 토너)
- 풍부한 수분과 카테킨 성분이 함유된 수딩젤
- 하동 차나무 열매의 기름과 비즈왁스 및 다양한 자연유래 성분으로 만든 멀티밤(상처, 입술, 모기 등 즉각 진정)



<화장품 4종 세트>



<수딩젤>



<이순신 크림>

7. 집적화 효과 우수사례

〈집적화 효과의 우수사례(서천한산소곡주지구)분석〉

(6차산업화지구사업전) 한산 소곡주 지구는 관내 30여 소곡주 제조업체가 집적화되어 있음에도 기업형 소곡주업체 1~2곳을 제외하고 개별경영이 영세하고 마땅한 유통채널을 확보하는데 어려움을 겪었음

6차산업화지구 사업의 『한산소곡주 축제』를 통한 소곡주 산업 성장 유도

(추진실적 1) 제1회 “백일간의 정성, 천오백년의 맛과 향”(‘15년), 제2회 “취(取)하는 기쁨, 취(醉)하는 즐거움” 주제로 축제기간 동안 소곡주 빚기체험은 물론, 소곡주 품평회, 향음주례, 소곡주 깜짝경매, 소곡주 칵테일 만들기, 안주대첩 등 소곡주와 연계한 다채로운 프로그램을 구성하여 행사장을 찾는 관광객에게 소곡주를 자연스럽게 알릴 수 있는 홍보와 판매 루트 개발

(추진실적 2) 신성리 갈대밭 일원에서 열리는 ‘달빛문화 갈대축제’와 연계 추진으로 볼거리와 즐길거리를 배가시켜 시너지 효과를 극대화 시키고, 신성리 갈대밭을 찾는 고정 관광객을 소곡주 축제장 및 한산시내로 유입하여 지역경제 활성화 및 한산소곡주를 전국에 널리 알리는 계기 마련

(추진실적 3) 한산면 마을별 먹거리(소곡주 안주) 판매부스를 운영하여 지역주민의 참여를 유도하고, 테이블과 파라솔을 설치하여 야외에서 자연스럽게 소곡주를 즐길 수 있는 공간 조성 하여 관광객과 지역민과 함께하는 화합의 장 마련

(추진성과) 3일간의 행사기간 동안 20만명의 관광객이 행사장을 방문하였으며, 소곡주 매출 향상은 물론, 교통·숙박·식비 등을 포함 경제적 파급효과를 가져와 지역경제 활성화 및 지역 발전의 선순환 구조 구축

따라서, 6차 산업화 지구 사업을 통해 소곡주 축제를 개최하여 한산 소곡주 제조업체 간 연계 협력기반이 마련되었고, 농촌 관광 주체들과도 화합을 통한 협력 체계가 마련되어 지역 경제 활성화에 기여함 소곡주 축제 개최 등 소곡주에 기반한 타 사업 분야 활성화 및 연계 사업 매출이 2014년 178억에서 2016년 237억 증가로 집적화 된 우수사례로 판단됨

구 분	2014년 (6차산업지구 사업전)	2016년 (6차산업지구 2년차)
소곡주매출액	4,200백만원	4,500백만원
연계산업매출액	17,800백만원	23,700백만원
6차지구방문객(천명)	1,691천명	2,341천명

8. 사업단 네트워킹 및 역량강화 우수사례

네트워킹 및 역량강화의 우수사례(의성마늘지구)분석

- 6차산업화지구의 통합조직(네트워킹) 설립

■ 의성마늘 6차산업화 지구구성사업 참여자 영리법인 설립계획

의성 마늘 6차산업 추진을 위한 사업 참여자를 사업 시작과 함께 참여분야별로 선정 하여 사업 참여자들이 의성 마늘 가공 기업, 생산자의 네트워킹 및 주체역량을 강화 하고 6차산업 기반 정착과 사업 성과 확대를 하는데 중요 역할을 하는 것을 계획함

■ 6차 산업 전반, 유통 마케팅, 관광 체험 분야에 참여할 총 15명(개소) 선정

① (6차산업전반참여) 가공상품제조, 마늘가공상품 리뉴얼, 6차 사업자 창입

② (유통마케팅분야참여) 마늘 가공상품 국내외 마케팅 및 프로모션 행사 운영, 마늘 가공상품 직거래 판매, 물류창고 관리 및 국내 물류 배송 운영 등

③ (관광체험분야참여) 체험 관광 프로그램 운영, 컬리너리 투어 프로 그램 운영, 푸드트럭 운영, 관광객 유치 등

■ (추진성과) ① 사업 참여자들은 사업의 장기적인 성과 및 이후에 다른 사업을 계속 추진 하기 위해서는 영리 법인이 필요하다는 공감대를 형성하여 수차례의 정기 회의를 거쳐 2016년 8월 발기인 총회를 개최하고 영리 법인을 설립하는 성과를 이룸

② 영리 법인 설립을 추진하는데 따른 절차상의 문제, 참여자의 중복 상품 문제 등 고려 해야할 사항을 계속해서 논의 하여 사업 참여자 전원이 참여 하는 농식품 가공 협의체 “의성굿웨이 주식회사 농업회사법인” 이 설립



발기인 : 사업참여자 15명(개사) 전원

주 식 : 보통주식 10,000주
(1주 발행가액 금10,000원)

임 원 : 대표이사 김승준
이사 강신열, 유춘근, 유명진
감사 김광명

발기인총회 : 2016년 8월 16일

사업자등록증 발급 : 2016년 9월 2일

네트워킹 및 역량강화의 우수사례(영동포도와인지구)분석

- 6차산업화지구의 역량강화

- **(인력양성 · 컨설팅)** 영동대에서 **와인아카데미**를 운영하여 와인에 대한 상식과 매너, 와인 테이스팅, 양조 기술, 와이너리 창업 실무 등 이론과 실습을 교육 (기초반, 심화반, 소믈리에반)하고, **영동대 영동와인센터**에서 와인분석 및 평가시스템을 구축하고 품질향상 및 표준화에 노력
 - 아울러, AMS영동미래농업(주)에 민간위탁하여 **주류제조면허** 취득과 관련된 복잡한 행정절차를 **대행**해 주고, 와이너리 농가에 대해 기술지원과 이론교육, **현장 방문교육** 등 관련 컨설팅 실시
- **(와인투어 전문가 양성)** 와인에 대한 전문지식과 서비스 전문성을 갖추고 고품격 영동와인 관광서비스를 제공할 수 있는 **와인투어 전문가** 가이드 양성과 영동와인 판매 활성화를 위한 **와인서비스 소믈리에** 및 **판매직원** 양성 등을 통해 관광서비스의 질 제고, 농가와인 매출증대에 기여
(2014년 10명, 2016년 23명)

9. 규제완화 등 비예산 사업 우수사례

<규제완화 등 비예산사업의 우수사례(순창장류지구)분석>

- (순창장류 6차산업화지구조성 사업전) 순창장류지구 방문객(연간 130만)은 많은 반면, 현재 식당·숙박 등이 허용이 안되도록 장류특구 지역이 묶여있어, 방문객이 체류형으로 연계가 되지 않음
- 식품제조, 가공업 시설기준에 관한 조례규칙 제정
 - 지구내 농업인의 농외소득 활동 지원을 위해 농업인의 식품가공을 육성하고 지원하여 농가소득향상에 기여하도록 조례규칙 제정
 - 순창군 식품제조, 가공업 시설기준에 관한 조례규칙 제정 ('15. 6. 15)
- 특구계획 변경을 통해 지구 내 숙박·편의시설 설치 허용('16. 4월) 변경) 지구 단위계획(용도계획)을 변경하여 지구 내 숙박, 식당 등 시설 설치를 허용 (1종근린시설→2종근린시설)하도록 규제 완화
- 6차산업화 지구 사업의 규제완화 추진성과

효과) 순창장류지구 내에 관광객이 필요로 하는 레스토랑, 카페, 농특산물 직매장, 민박 등을 설치할 수 있어 관광객의 체류형 관광이 가능하여 주민소득 및 지역경제 활성화

성과분석) 규제완화 등 비예산 사업의 성과로 순창장류 6차산업화 지구조성 사업은 매출액이 규제 완화 전 대비 장류매출액 6.4%, 장류관련 방문객 19.4%, 장류관련 체험객 15.9%, 장류관련 숙박객 23.3%와 농특산물 직판장 매출액 21.5%로 6차산업 지구 조성 사업의 규제완화 등 비예산사업의 성과가 크게 나타나고 있는 우수 사례라고 판단됨

구 분	2014년순창장류6차산업화지구 (규제완화전)	2016년 순창장류6차산업화지구 (규제완화후)
장류매출액	3,600억원	3,832억원
장류관련방문객	1,235천명	1,475천명
장류관련체험객	10,806명	12,531명
장류관련숙박객	2,269명	2,798명
농특산물직판장매출액	329백만원	400백만원

<자 문 위 원>

한국농촌경제연구원 김용렬 박사

한국농촌경제연구원 정도채 박사

농식품신유통연구원 송정환 실장

투미코리아(주) 최 영 대표

바이오믹스 홍성빈 대표

앨리스경영연구소 김은정 대표

성결대학교 임형백 교수

명소 황길식 대표