

기획연구 2007-02

충청남도 농산물 가공산업 육성대책 연구

충남대학교 농업과학연구소 · 임형빈

발 간 사

최근 웰빙(well-being)에 대한 관심이 고조되고 있는 가운데 지역 농산물의 가공 식품 수요 또한 지속적으로 증가하고 있다. 그러나 한·미 FTA 등 국제화에 따른 농산물시장의 개방 폭 증가로 국내 원료농산물에 대한 대외 경쟁력이 나날이 취약해 지고 있는 상황이다. 원료상태의 농산물 수입 판매에만 의존할 경우 농산물 가공산업 경쟁력 약화에 따른 농가 소득 향상과 가공산업 경영안정에 심각한 영향을 미칠 수 있다. 수입농산물의 증가로 인한 지역 농산물 가격 하락은 지역 농산물 생산량과 밀접한 관계가 있기 때문이다.

이러한 대내외적인 농업의 여건변화에 효과적으로 대응하기 위해서는 수요가 지속적으로 증가하고 있는 가공식품을 적극적으로 개발하고 새로운 수요를 창출하는 등 다각적인 노력을 기울일 필요가 있다. 특히 지역의 특성과 여건상 타 지역보다 우수한 원료 농산물의 경우는 이를 적극적으로 활용할 수 있는 가공식품과의 연계를 통해 지역 농업의 활성화와 농외소득원 확대를 통한 농가경제의 안정을 꾀할 필요가 있다.

따라서 본 연구에서는 지역 농산물 가공업체의 경쟁력 강화를 위하여 경영여건을 조사하였으며, 이를 통하여 향후 충남도내 식품가공산업의 발전방안을 경영측면과 기술측면에서 제안하였다. 연구를 통하여 안정적인 지역 농산물 생산기반 구축과 식품가공산업 활성화에 도움이 되길 기대한다. 마지막으로 연구를 수행하신 충남대학교 농업과학연구소 연구진의 노고에 감사드리는 바이다.

2007년 10월 31일

충남발전연구원장 김용웅

차 례

발 간 사

제1장 서론	1
1. 연구배경 및 목적	1
2. 연구방법	2
3. 선행연구 검토	3
제2장 농산물 가공식품의 성공 전략	5
1. 농산물 가공식품의 성공조건	5
2. 유망 농산물 가공식품의 원료선택기준	6
3. 충청지역 가공 유망 대상 농산물	8
4. 산지가공식품업체의 성공요인	9
제3장 충청남도 소재 식품가공업체의 경영 여건 분석	10
1. 경영환경 일반	11
2. 친환경인증 농산물, 품질인증, 브랜드 현황	15
3. 매출현황 및 사업전망	18
4. 판로 및 수출환경 분석	23
5. 지원여부 및 애로사항	24
6. 주요 결과 및 시사점	27
제4장 충청남도 소재 식품가공업체의 경영환경 심층 분석	29
1. 원료 조달 및 인력수급	30
2. 경영환경	32
3. 매출환경 및 희망 정부지원 사항	35

4. 기타 의견	39
5. 시군 농업기술센터 담당자 의견	42
6. 주요 결과 및 시사점	48

제5장 결 론 50

1. 경영측면에서의 발전방안	50
2. 기술측면에서의 발전방안	53

참고문헌 55

- 부록 1. 충남 농산물 가공생산물 부가가치 제고를 위한 지원 가능사업
 2. 충남 농산물 가공업체 경영환경 조사 설문지

표 차 례

<표 1> 충청남도 지역특산물 분포	8
<표 2> 산지가공업체의 흑자 및 적자경영요인	9
<표 3> 경영형태	11
<표 4> 개인사업인 경우 영농조합이나 농가공동으로의 전환용의	12
<표 5> 농가참여여부	12
<표 6> 상시고용 인원현황	13
<표 7> 상시고용 인원현황 (농가직접참여업체)	14
<표 8> 최근 3년간 평균 가동일수	14
<표 9> 2006년 원료 농산물 비중	15
<표 10> 2006년 원료농산물중 친환경 농산물 비중	16
<표 11> 2006년 원료농산물중 일반 농산물 비중	16
<표 12> 품질인증 현황	17
<표 13> 브랜드사용 현황	18
<표 14> 2006년 매출액 현황	19
<표 15> 2007년 목표 매출액 현황	19
<표 16> 최근 3년간 매출추이	20
<표 17> 매출증감 요인	21
<표 18> 사업전망	22
<표 19> 사업전망 근거	22
<표 20> 2006년 판로별 현황	23
<표 21> 2006년 수출 판로별 현황	24
<표 22> 국비, 도비, 시군비 지원현황	25
<표 23> 애로사항	25
<표 24> 지원 필요성	26
<표 25> 2007~2012년 투자계획	27
<표 26> 가공업체의 주요 생산품목	30

<표 27> 원재료 사용현황	30
<표 28> 가공업체 원료 구매시 애로사항	31
<표 29> 인력수급 현황	31
<표 30> 총고용 인원현황	32
<표 31> 총고용 인원 중 현지인 고용비율	32
<표 32> 2006년 업체 가동일수	33
<표 33> 2006년 업체 야간 가동일수	33
<표 34> 가공업체 생산물중 실제 판매비율	33
<표 35> 가공업체 경영형태	34
<표 36> 가공업체 경영기간	35
<표 37> 가공업체 입지 고려사항	35
<표 38> 2006년 매출액 현황	36
<표 39> 생산제품 판매시 애로사항	36
<표 40> 생산제품 홍보방법	37
<표 41> 충남도, 시군 지자체로부터의 지원현황	37
<표 42> 지방정부의 가공업체에 대한 지원 요구사항	38
<표 43> 경영상 충남도에 대한 지원 요구사항	38
<표 44> 품목군별 경영상 애로사항과 충남도의 바람직한 지원 방향	40
<표 45> 품목군별 기술상 애로사항과 충남도의 바람직한 지원 방향	42
<표 46> 지자체별 식품가공업체 경영환경 양호 여부	43
<표 47> 생산제품 판매시 애로사항(기술센터)	43
<표 48> 효과적인 생산제품 홍보방법	44
<표 49> 가공업체 입지 고려사항(기술센터)	44
<표 50> 지역 가공업체에 대한 정부의 지원 요구사항	44
<표 51> 충남도에 대한 지원 요구사항(기술센터)	45
<표 52> 지역별 경영상 애로사항과 충남도의 바람직한 지원방향	46
<표 53> 지역별 기술상 애로사항과 충남도의 바람직한 지원방향	47

제1장 서론

1. 연구배경 및 목적

1) 연구의 필요성

- 원료농산물에 대한 수요 증가세는 둔화된 반면 원료농산물을 재료로 한 가공식품의 수요는 지속적으로 증가하고 있는 추세임.
 - 2005년 가공식품 매출액은 33조원으로 2004년에 비해 10% 증가
 - 가계 월 평균 가공식품 소비지출 비중은 37%로 1970년에 비해 45배 증가
- WTO/DDA 농업협상, 한·미 FTA 등 국제화에 따른 농산물시장의 개방 폭 증가로 국내 원료농산물에 대한 대외 경쟁력이 나날이 취약해 지고 있는 상황임. 따라서 원료상태의 농산물 판매 수입에만 의존할 경우 우리나라 농가의 소득과 경영안정에 심각한 피해가 발생할 수 있음.
- 대내외적인 농업의 여건변화에 효과적으로 대응하기 위해서는 수요가 지속적으로 증가하고 있는 가공식품을 적극적으로 개발하고 새로운 수요를 창출하는 등 다각적인 노력을 기울일 필요가 있음. 특히 지역의 특성과 여건 상 타 지역보다 우수한 원료 농산물의 경우는 이를 적극적으로 활용할 수 있는 가공식품과의 연계를 통해 지역 농업의 활성화와 농외소득원 확대를 통한 농가경제의 안정을 꾀할 필요가 있음.
- 이와 같은 지역 농업 육성과 지역 경제 활성화를 위하여 기 실시된 정책들에 대한 체계적인 분석과, 관련 산업의 정책담당자나 전문가, 그리고 가공산업 종사자들의 의견 수렴을 통해 충남지역 농산물의 가공산업 발전전략 모색을 위한 연구가 절실하게 필요함.

2) 연구목적

본 연구는 충청지역농업에 적합한 농산물 가공산업의 육성대책 수립을 위해 다음과 같은 연구목적을 수립

- 충청남도 식품가공업체에 대한 원료조달 유형별 경영여건 자료 분석(충청남도가 기 조사한 설문조사 결과분석)을 통한 정책적 시사점 도출
- 충청남도 소재 주요 농산물 가공업체 및 농업기술센터 담당자 대상 경영환경 심층 분석(추가 설문조사 실시)을 통한 정책적 시사점 도출
- 지역내 가공식품업체에 대한 동향을 파악하여 향후 농산물 가공산업 육성정책에 필요한 기초자료 제공

2. 연구방법

1) 통계자료 및 설문조사자료 분석

- 농산물 가공식품산업의 현황과 전망을 살펴보기 위하여 관련 단체(식품의약품 안전청, 통계청 등)의 자료를 수집·분석하고, 충남지역 식품가공업체의 육성방안 마련을 위해 충청지역에 보고된 업체관련 자료 분석
- 제3장에서는 충청남도가 2006년에 조사한 충청남도 소재 204개 업체에 대한 경영환경에 대한 설문조사를 바탕으로, 원료조달의 유형별(도 외, 도내, 시군내, 농가참여)로 구분하여 통계 결과를 분석함.
- 제4장에서는 본 연구진이 29개 업체를 추가적으로 선정하여, 경영환경 심층 분석을 위한 설문조사를 실시함.

- 각 시군 농업기술센터의 담당자를 대상으로 충청남도 농산물 가공업체의 경영상, 기술상 애로사항 및 희망 지원사항 등에 대한 조사를 실시함.

2) 분야별 현장전문가 대상 의견수렴

본 연구과제의 결과물은 충청남도의 농산물가공산업 육성을 위한 구체적이고도 현실적인 정책자료를 도출함에 그 목적이 있으므로, 각 지자체 담당자, 성공업체, 기술센터 담당자, 농축산물 유통업체 종사자 등에 대한 심층조사를 통해 정책적 시사점을 도출

3) 전문가 협의회

육성대책의 도출 과정과 도출된 대책에 대하여 관련 행정기관의 담당자, 학계의 전문가, 가공업체 담당자 등을 중심으로 협의회를 실시

3. 선행연구 검토

1) 선행연구현황

- 본 연구와 관련된 가장 최근의 주요 연구사례로는 『충남 식품가공산업 실태 및 육성방안, 충남발전연구원 2006-02』를 꼽을 수 있음. 이 연구에서는 충남 도내에 소재한 식품산업의 업체의 현황 및 지원형태를 지자체별로 구분하여 정리하여 분석하였으며, 가공식품의 수출입현황을 분석함. 또한 충청남도내 업종별 지역별 식품가공업체의 현황을 비교분석하였으며, 나아가 충남의 지역별 특산물과 가공식품과의 연관성에 대하여 접근하였음. 이와 동시에 월평균 가계의 가공식품 소비지출행태에 대한 설문조사분석을 실시함.
- 최태동 외(1992)는 농촌지역 식품가공업체의 운영실태를 파악하기 위하여 우리나라 전체 농촌지역에 입지하고 있는 일반업체와 정부지원업체를 대상으로 경영주, 공장규모, 경영형태 등 일반현황뿐만 아니라 원료조달, 생산규모 및 기술, 판매방법 등 다양한 항목에

대한 조사를 통해 식품가공업체의 문제점을 규명하고 이에 대한 개선방안을 도출하려고 하였음.

- 일부 지역의 식품가공업체를 대상으로 한 조사연구로는 이호철 외(1997)와 강태훈(1997) 등의 연구가 있음. 이들 연구에서는 경상북도 지역의 전통식품가공업체를 대상으로 경영 실태조사를 실시하고 이들 업체들이 갖고 있는 생산, 경영, 수출에 있어서의 문제점과 발전방안을 도출하였음.

2) 선행연구와의 차별성

- 본 연구에서는 선행연구에서 조사된 전반적 범위를 가급적이면 충남도내에서 생산되는 농축산물을 원재료로 하는 가공식품산업에 국한하여 접근함.
- 또한 가공식품의 소비패턴행태에 대한 조사는 선행연구에서 제시되었으므로, 다른 기존 조사결과와 결부하여 주요 시사점을 도출함.
- 본 연구에서는 농산물 가공업체의 수익성제고를 위한 방안을 구체적으로 제시하기 위하여, 도내 및 전국단위의 주요 가공 및 유통업체 종사자를 대상으로 토론회, 세미나, 심층면접(in-depth interview)을 실시하여, 충남도내 농산물 가공업체의 경영에 대한 구체적인 활용자료를 제시할 예정임.

제2장 농산물 가공식품의 성공 전략

- 본 장에서는 관련 문헌 조사결과 농산물 가공식품에 관련된 성공 조건, 성공 요인, 원료 선택 기준, 충청남도의 시군별 특화 작목에 대한 내용이 정리됨.
- 따라서 본 장에서 제시되는 성공 전략은 제 3 장과 제 4 장의 충청남도 농산물 가공업체의 경영 여건 및 환경 분석결과와 결부되어 관련 정책 수립에 활용될 수 있음.

1. 농산물 가공식품의 성공조건

최근 식품산업에서의 HITT 조건은 다음에 열거된 사항이 충분히 갖추어 지는 경우에 성립한다고 볼 수 있으며, 이와 관련된 충남도의 농산물가공육성방안을 도출할 예정임.

- 과감한 투자 : 신제품의 생산라인과 광고(집중력, 호기심유발, 캐릭터 등)에 따르는 과감한 투자를 의미함.
- 차별화 상품의 개발 : 기존제품과 차별화된 know-how를 지닌 제품의 출시와 지속적인 광고홍보의 결과 성공한 제품을 의미함.
- 철저한 Brand 관리 : 제품의 차별화는 주로 신제품 개발이나 품질을 통해 이루어지지만 이에 못지않게 중요한 비중을 차지하는 것이 소비자의 Brand에 대한 인식 또는 축적된 기업의 이미지를 확고히 하는 전략임.
- 철저한 시장분석 : 제품출시에 앞서 정확한 시장 및 수요분석을 하는 것이 필수적임.

- 조직관리 : 식품생산기업 내부의 조직 이외에도 유통망이나 판매, 영업망이 견고하게 구축되어야 함.
- 품질관리 : 식품의 품질은 기본적으로 안정적인 원료조달을 통하여 일관적인 품질이 보장되어야 함.
- 자연지향 : 자연지향적인 식품수요의 증가는 소비자의 식품안전성에 대한 요구의 증가와 밀접하게 관련되어 있으며 가급적이면 생산과정 중에 불필요한 화학공정이나 첨가물 사용을 억제해야 함.
- 기능성 상품의 지향 : 기능성상품, 즉 건강지향 제품, 성인병 예방식품, 특수영양보강식품 등에 대한 소비자의 수요가 증가함에 따라 식품에 각종 기능성 물질(오메가3지방산, 셀레늄, DHA, Ca, Fe, 키토산, 올리고당 등)을 첨가하는 것이 일반화되고 있음.
- 식품의 안전성확보 : 잔류물질(항균·항생물질, 농약, 호르몬제 등), 잔류균(대장균, 살모넬라, 포도상구균, 일반세균 등) 또는 유전자변형(GMO)식품에 대한 소비자들의 불신과 반감이 증가하고 있고 이에 상응하는 법안이 최근에 채택되었거나 조만간 채택될 것이 예상되므로 신제품의 개발에는 이러한 법안들이 포함하고 있는 기준이 충분히 고려되어야 함. 식품안전성에 관련된 법안은 HACCP(Hazard Analysis Critical Control Point, 위해요소중점관리기준), GMO(Genetically Modified Organism, 유전자변형농산물)표시제 도입(2002.1), PL(Product Liability, 제조물책임법)의 도입(2002.7), 건강 기능식품법 발효(2002.8) 등을 들 수 있음.

2. 유망 농산물 가공식품의 원료선택기준

충남도내 농산물 가공산업은 그 특성상 원료비가 차지하는 비중이 높은 것이 특징임. 본 연구에서는 다음과 같은 특징을 기반으로 하는 육성정책에 대한 접근을 시도할 예정임.

- 안정적인 원료조달의 곤란 : 농(축)산물을 원료로 하는 산지가공업체는 주로 계약재배보다는 인근지역의 농가나 도매상으로부터 원료를 구입하는 경우가 많음. 그러나 이 경우에는 원료의 종류가 다양하지 못 할 뿐만 아니라 연중 지속적인 물량을 확보하기 어렵다는 단점이 있음. 또한 가공용으로 나오는 원료는 시장출하 이후 남은 물량들이 대부분이어서 원료의 선별 및 규격화가 어려움. 안정적인 원료조달을 위해 계약재배가 시도될 수 있지만 이 경우 선도금지불부담 및 계약불이행위험이 따를 수 있음.
- 상대적으로 값비싼 원료의 이용 : 농축산물의 수입개방에 따라 유사상품을 생산하는 경쟁업체가 수입원료를 사용하는 경우 제품의 차별화를 가지고 있다고 하더라도 가격의 차별화로 이어지지 못 할 우려가 있음. 따라서 국산 원료농산물의 선택과정에는 안정적인 원료조달이라는 기준에 가격경쟁력 또한 함께 고려되어야 함. 특히 중부물류센터가 값싼 수입원료를 이용하지 못하고 국산원료만을 이용할 경우, 판매시장의 차별화가 안 되기 때문에 가격경쟁력측면에서 타 제조업체와의 경쟁에서 뒤질 수 있다는 점을 간과해서는 안됨.
- 원료구입시기 : 농산물의 경우 가격의 계절성이 가격의 진폭에 직접적인 영향을 주게 되고 원료농산물의 구매자 입장에서는 구입시기가 비용에 큰 영향을 미치게 되므로 원료구입시기에 대한 의사결정이 전문인력에 의하여 신축적으로 이루어져야 함.
- 시설가동률과의 관련성 : 가동률의 제고는 곧 가공시설에 대한 규모의 경제를 발생시켜 평균단가를 낮출 수 있는 주된 요인으로 작용함. 식품가공시설의 효율적인 운영은 단일 제품일 경우 안정적인 원료조달을 통하여 이루어질 수 있음. 그러나 원료의 조달이 계절적으로 국한되어 가동률이 낮아진다면 동일 시설을 활용할 수 있는 다른 신상품의 생산라인을 결합하여 가동률을 제고시켜야 함. 즉 개발이 가능한 신상품들은 시설가동률측면에 있어서 서로 상호연관성을 가지는 것이 바람직하고, 원료조달측면에 있어서는 여러 가지 상품원료의 출하시기가 계절적으로 겹치지 않고 연중 연결되는 것이 바람직함.

3. 충남지역 가공 유망 대상 농산물

- 본 과제에 의한 농산물 가공식품의 육성을 위한 조건 중 하나는 충청남도에서 생산되는 농특산물 또는 주력작물을 활용하는 것임.
- 충남에서 주로 생산되는 과실류로서는 주로 사과, 배, 딸기, 포도, 참외 등을 들 수 있으며 버섯류로서는 느타리와 표고버섯 등을 들 수 있음. 이외에도 서산, 태안, 당진 지역에서 마늘생산도 전국적으로 큰 규모에서 생산이 이루어지고 있음.

〈표 1〉 충청남도 지역특산물 분포

지역	특산물
연기	포도, 복숭아, 대추, 참외, 딸기, 단옥수수, 고랭지배추, 감, 옥수수, 사삼
공주	옥수수, 밤, 호도, 고추, 오이, 딸기, 수박, 표고버섯
논산	사과, 포도, 복숭아, 배, 대추, 감, 오이, 참외, 딸기, 토마토, 메론, 상추, 참깨, 오미자
부여	사과, 밤, 대추, 오이, 딸기, 수박, 토마토, 느타리버섯, 표고버섯, 영지버섯, 가을무
서천	쌀, 딸기, 수박, 메론, 표고버섯, 생강, 마늘, 한우, 한우, 젓갈
보령	포도, 참외, 딸기, 수박, 가지, 느타리버섯, 구기자
청양	쌀, 밤, 토마토, 메론, 구기자, 땅두릅, 느타리버섯, 표고버섯
홍성	감자, 포도, 오이, 딸기, 느타리버섯, 토마토, 땅콩, 호박, 구기자, 한우, 상추, 대하, 새우, 죽갓, 취나물
예산	쌀, 사과, 참외, 딸기, 수박, 토마토, 쪽파, 파리고추, 더덕, 표고버섯, 구기자
서산	쌀, 감자, 오이, 마늘, 무, 생강, 배추, 달래, 느타리버섯, 땅콩, 굴, 양난
태안	양다래, 오이, 마늘, 호박, 쪽파, 땅콩
당진	쌀, 사과, 포도, 마늘, 파리고추, 느타리버섯
아산	쌀, 사과, 포도, 복숭아, 오이, 수박, 표고버섯, 가을배추, 사슴, 배, 낙농
천안	사과, 포도, 복숭아, 호도, 오이, 참외, 딸기, 메론, 영지버섯, 팔

자료 : 충청남도 농정과

4. 산지가공식품업체의 성공요인

- 본 연구과제가 지향하는 상품개발은 충남지역의 농특산물 또는 주력농산물을 활용하는 것인데, 주력상품의 성패는 농산물 산지가공식품의 흑자 및 적자발생요소를 면밀히 검토하는 단계를 거쳐야 함.
- 일반적으로 산지가공업체의 흑자 및 적자경영요인은 다음과 같이 분류되며, 다음의 사항은 기반으로 도내 농산물 가공업체의 동향과 문제점 등 경영실태를 분석할 예정임.

〈표 2〉 산지가공업체의 흑자 및 적자경영요인

흑자요인	적자요인
<p>소비자의 기호에 맞는 제품선정</p> <p>무리하지 않는 초기투자</p> <p>제품의 질적 차별화(맛, 고급화)</p> <p>지역의 명성, 지리적 여건</p> <p>경영자의 적극성</p>	<p>소비자의 기호에 맞지 않는 제품선정</p> <p>초기과잉투자</p> <p>경쟁이 심한 제품</p> <p>가격경쟁력 취약</p> <p>제품생산의 기술적인 한계</p> <p>품질미흡(포장·디자인의 조악 등)</p> <p>판매부진</p> <p>인력의 부적절한 배치</p> <p>전문인력의 부재</p> <p>조직의 경직성 등 비효율성</p>

제3장 충청남도 소재 식품가공업체의 경영 여건 분석

- 본 장에서는 2006년 충청남도에서 조사한 총 204개 식품가공업체의 경영환경에 대한 분석을 1) 경영환경일반, 2) 친환경인증 농산물, 품질인증, 브랜드 현황, 3) 매출현황 및 사업전망, 4) 판로 및 수출 환경, 5) 지원여부 및 애로사항 분야로 구분하여 실시함.
- 본 장에서는 충청남도가 2006년에 충청남도 소재 204개 업체에 대한 경영환경 설문조사 결과를 원료조달의 유형(도 외, 도내, 시군 내, 농가참여)에 따라 분류하여 위에서 언급한 소주제분야별로 통계분석을 실시함.
- 본 연구과제의 주목적이 충청남도 도내에서 생산되고 있는 농산물을 원료로 조달하는 업체의 육성이므로, 분석의 대상을 1) 전 업체(204개 업체), 2) 도내 원료업체(103개 업체), 3) 시군 내 원료조달업체(87개 업체), 마지막으로 4) 농가직접참여 업체(37개 업체)의 범주로 구분하여 응답결과를 분석·제시함.
- 원료조달의 형태가 수입, 국내, 도내, 시군 내, 현지 자체조달로 구분할 수 있으나, 현실적으로는 복합적으로 조달하는 사례가 많고, 원료 간 사용비중에 각 원료의 시장가치에 따라 복잡하게 구성될 수 있으므로, 복수의 원료조달 업체의 경우에는 원료조달의 형태가 해당되는 각 범주에 모두 포함하여 분석함.
- 농가가 직접 참여하는 업체는 원료를 대부분 자체 조달하는 것으로 판단할 수 있음.
- 본 분석에서는 응답업체가 서술적으로 진술한 내용을 나름대로 가능한 범주를 구성하여 분류하고 이를 계량적 결과로 분석함.

○ 따라서 본 분석의 결과는 원료조달의 형태별로, 업체의 일반적인 경영환경 및 전략, 애로점 등에 대한 시사점이 도출될 수 있으며, 이에 따라 충청남도에서 도내 식품가공업체의 육성 및 지원방향을 수립하는 데 기초자료 제공 및 발전방안 모색에 기여할 수 있을 것으로 판단됨.

○ 특히 분석결과 및 시사점이 각 지자체에서 전략적으로 육성 중인 특화 가공품에 대한 현황 및 전략과 비교될 수 있다면, 해당 가공품목에 대한 성공여부 및 전망이 도내 업체가 가지고 있는 원료조달 형태별 업체의 차원에서 평가될 수 있음.

1. 경영환경 일반

○ 충남도 내 식품가공업체의 경영형태를 살펴보면, 전업체, 도내 원료조달업체, 시군내 조달업체는 '개인'사업체인 경우가 가장 많음. 형태별 비중 또한 농가가 직접 참여하는 경우를 제외하면 세 범주 모두 유사한 형태의 분포로 나타났음. 그러나 농가가 직접 참여하는 경우에는 영농법인의 형태가 가장 많은 것으로 조사됨.

〈표 3〉 경영형태

구 분	전 업체		도내 원료조달업체		시군내 원료조달업체		농가직접참여업체	
	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)
영농법인	39	19	20	19	16	18	18	49
개인	89	44	49	48	43	49	9	24
주식회사	61	30	27	26	21	24	2	5
기타	15	7	7	7	7	8	8	22
계	204	100	103	100	87	99	37	100

○ 개인사업인 경우 영농조합이나 농가공동으로의 전환용의를 묻는 질문에 대해서는 네 범주 모두 없다는 응답이 우세한 것으로 나타났음.

- 이러한 응답결과는 현재 충남 도내의 식품가공업체들이, 경영형태 개선에 따른 위험분산, 사업영역 확장, 또는 규모의 경제 등에 대한 이익을 추구하기 보다는 현재의 사업 및 경영능력 쪽에 비중을 더 두는 것으로 해석할 수 있음.
- 여건을 고려해 전환하거나 반드시 전환하고자 하는 업체는 도내 원료조달업체와 시군내 업체인 경우에 강하게 나타났음(각 35%).

〈표 4〉 개인사업인 경우 영농조합이나 농가공동으로의 전환용의

구 분	전 업체		도내 원료조달업체		시군내 원료조달업체		농가직접참여업체	
	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)
없다	90	74	40	66	32	65	13	81
여건을 고려해 전환	25	21	18	30	14	29	3	19
반드시 전환	6	5	3	5	3	6	0	0
계	121	100	61	101	49	100	16	100

- 농가가 직접 참여하고 있는 업체를 제외한 업체들에 대해, 부분적으로 농가가 참여를 하고 있는 지에 대한 조사결과가 다음 <표 5>에 요약되어 있음.

〈표 5〉 농가참여여부

구 분	전 업체		도내 원료조달업체		시군내 원료조달업체	
	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)
참여	37	18	20	19	16	18
비참여	167	82	83	81	71	82
계	204	100	103	100	87	100

- 참여 비율은 원료조달의 형태와는 큰 상관없이 약 18%~20%정도의 업체에 농가가 부분적으로 참여하고 있는 것으로 나타났음.

- 상시고용인원으로 파악한 경영규모 상태를 <표 6>에서 살펴보면 대부분(약 86%~87%)의 업체가 25명 미만의 규모로 구성되어 있음.
- 따라서 상시고용인원으로 업체의 규모를 판단할 때에는 원료조달의 형태와는 상관없이, 충남도 내 업체의 규모가 상대적으로 비슷한 규모의 업체들이 입지되어 있다고 볼 수 있음.
- 이는 충청남도 내에서는 노동력 확보에 의한 업체입지의 원인을 찾기가 어려운 것으로 해석될 수 있음.

〈표 6〉 상시고용 인원현황

구 분 (명)	전 업체		도내 원료 조달업체		시군내 원료 조달업체	
	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)
1~25	175	86	90	87	75	86
26~50	12	6	5	5	5	6
51~100	6	3	3	3	1	1
101~200	4	2	2	2	2	2
무응답	7	3	3	3	4	5
계	204	100	103	100	87	100

- 한편, 농가가 직접 참여하고 있는 업체는 상시고용인원의 규모가 더 작은 것으로 나타났음. 전체의 83%가 10명 이하의 소규모업체이며, 그 중 59%가 5명 이하인 것으로 나타나, 충청남도의 평균 수준에 크게 밀도는 것으로 나타남.
- 농가가 직접 참여하고 있는 업체의 경우에는, 상시 고용인원 상으로 볼 때 상당히 영세한 수준에 있으므로 이 범주의 업체가 활성화되고 규모화 되려면, 나름대로의 경영체제변환을 통한(인수 및 합병) 방안이 요구된다고 볼 수 있음.

〈표 7〉 상시고용 인원현황 (농가직접참여업체)

구 분 (명)	농가직접참여업체	
	빈도 (업체수)	백분율 (%)
1~5	22	59
6~10	9	24
11~20	3	4
21~30	1	4
31~50	1	4
계	36	100

○ 최근 3년간 평균 가동 일수는 각 업체가 보유한 설비 및 인력활용의 효율성을 보여주는 지표로 <표 8>과 같이 조사되었음.

○ 원료조달 형태별로 살펴보면, 농가가 직접 참여하고 있는 업체를 제외하면 모두 유사한 구조를 보이고 있음. 연중 3/4 이상 가동 중인 업체는 전체의 36%~38%로 나타났음.

〈표 8〉 최근 3년간 평균 가동일수

구 분 (일수/연)	전 업체		도내 원료 조달업체		시군내 원료 조달업체		농가직접참여 업체	
	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)
1~90	33	16	18	17	15	17	8	22
91~180	37	18	18	17	17	20	5	14
181~270	52	25	26	25	19	22	10	27
271~365	73	36	39	38	34	39	12	32
무응답	9	4	2	2	2	2	2	5
계	204	99	103	99	87	100	37	100

○ 한편, 농가가 직접 참여하고 있는 업체는 다른 원료 조달 형태를 가진 업체들에 비해 가동 일수가 현저히 떨어지다는 사실이 발견되었는데, 연중 90일 미만의 업체도 22%에 이

르는 것으로 분석됨.

- 이러한 현상은 앞서 언급된 상시고용인원 상에서 지적된 바와 같이 영세한 수준을 탈피하려면 나름대로의 경영체제변환을 통한(인수 및 합병) 방안이 요구된다고 볼 수 있음.

2. 친환경인증 농산물, 품질인증, 브랜드 현황

- 2006년 현재 원료농산물에 대한 친환경농산물 사용 현황을 살펴보면 다음 <표 9> 및 <표 10>과 같음.
- 원료조달의 형태별로 살펴보면, 전업체를 대상으로 할 때 친환경농산물 이용의 비중이 가장 높은 것으로 나타났으며(23%), 그 다음으로는 농가직접참여업체로 나타났음(17%).
- 반면, 도내 및 시군내 원료조달업체의 경우에는 일반농산물과 친환경농산물을 혼합하여 조달하는 비중이 각각 20% 및 23%로서, 다른 형태의 업체보다 비교적 높은 것으로 나타났다.

<표 9> 2006년 원료 농산물 비중

구 분	전 업체		도내 원료 조달업체		시군내 원료 조달업체		농가직접참여 업체	
	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)
친환경농산물	46	23	12	12	9	11	6	17
일반농산물	140	69	66	67	56	67	21	60
친환경+일반	18	9	20	20	19	23	8	23
합 계	204	100	98	100	84	100	35	100

〈표 10〉 2006년 원료농산물중 친환경 농산물 비중

구 분	전 업체		도내 원료 조달업체		시군내 원료 조달업체		농가직접참여 업체	
	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)
0~20%	138	68	10	10	63	72	5	14
20~40%	7	3	4	4	4	5	2	5
40~60%	6	3	4	4	4	5	0	0
60~80%	3	1	1	1	1	1	1	3
80~100%	27	13	12	12	10	11	5	14
무응답	23	11	72	70	5	6	24	65
계	204	99	103	101	87	100	37	101

○ 이러한 분석결과는 친환경농산물의 생산비중이 해마다 높아지고 있으므로, 전반적인 업체뿐만 아니라 농가직접참여업체인 경우에도 상대적으로 친환경농산물의 사용비중이 높아지고 있다는 사실을 의미함.

○ 따라서 친환경농산물 생산지에 입지하는 업체일수록 자체적으로 그 지역의 친환경농산물을 상대적으로 용이하게, 자체 조달할 수 있다는 점이 지적될 수 있음.

〈표 11〉 2006년 원료농산물중 일반 농산물 비중

구 분	전 업체		도내 원료 조달업체		시군내 원료 조달업체		농가직접참여 업체	
	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)
0~20%	28	14	2	2	11	13	0	0
20~40%	3	1	1	1	1	1	1	3
40~60%	6	3	4	4	4	5	0	0
60~80%	13	6	6	6	6	7	6	16
80~100%	131	64	72	70	60	69	22	59
무응답	23	11	18	17	5	6	8	22
계	204	99	103	100	87	101	37	100

- 그러나 원료조달이 도내 업체 또는 시·군내 조달업체인 경우에는 친환경농산물의 사용 비중이 다른 원료조달 형태의 업체에 비해 떨어지는데, 이는 친환경 농산물의 생산비중이 커진다고 하더라도, 가공의 단계에서는 다른 요인, 즉 운송비나 원료자체의 원가가 더 비중을 차지하고 있음을 의미함. 결국 충청남도에서는 친환경농산물을 활용하는 업체가 경영환경상, 입지상 이점을 가지려면 농가가 직접 참여하고 있는 현지에 입지하는 것이 바람직한 것으로 판단됨.
- 업체가 보유하고 있는 각종 형태의 품질인증 현황이 다음 <표 12>에 요약되어 있음. 응답한 전 업체의 경우는 어떤 인증이더라도 보유하고 있는 것으로 나타남. 한편 인증의 비율이 도내, 시·군내 원료조달업체, 그리고 농가직접참여업체로 갈수록 인증의 비율 떨어지고 있음.
- 인증의 비중을 살펴보면, 도내에서 인증절차가 가능한 (도지사 또는 전통식품 인증) 경우가 가장 많이 차지하고 있었으며, 전국적 차원에서의 다른 인증의 비중은 낮은 것으로 나타나, 판로 및 (수출)시장 확대 차원에서는 인증전략이 전국적 또는 국제적 차원에서의 인증노력이 필요하다고 볼 수 있음.

〈표 12〉 품질인증 현황

구 분	전 업체		도내 원료 조달업체		시군내 원료 조달업체		농가직접참여 업체	
	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)
도지사품질인증	32	16	15	15	15	17	7	19
전통식품품질인증	26	13	12	12	11	13	5	14
HACCP인증	15	7	2	2	2	2	0	0
ISO인증	54	27	22	21	19	22	3	8
GAP인증	8	4	1	1	1	1	0	0
GMP인증	56	27	3	3	2	2	1	3
기 타	13	6	4	4	3	3	0	0
계(전체 중)	204	100	59	58	53	60	16	44

- 한편 브랜드 사용 현황을 살펴보면, 대부분 (82%~88%)의 업체가 단독브랜드를 사용하고 있는 것으로 나타남(<표 13> 참조).
- 이러한 단독브랜드 사용현황은 원료농산물 또는 친환경농산물의 영농법인, 지자체 또는 도 단위의 공동브랜드 사용 추세와는 별도로, 공동브랜드 사용에 대한 시도가 아직 구체적으로 이루어지지 않고 있는 점을 시사하고 있음.
- 따라서 도내 또는 지역 내 공동브랜드를 사용하고 있는 원료농산물을 이용하고 있는 업체에서는 단독 브랜드뿐만 아니라, 원료농산물의 공동브랜드가 성공적으로 유통되고 있는 경우에 이를 적극적으로 접목하고자 하는 시도가 필요함.

〈표 13〉 브랜드사용 현황

구 분	전 업체		도내 원료 조달업체		시군내 원료 조달업체		농가직접참여 업체	
	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)
단독	170	82	91	88	76	87	32	86
공동	6	3	4	4	3	3	1	3
무응답	32	15	8	8	8	9	4	11
계	208	100	103	100	87	99	37	100

3. 매출현황 및 사업전망

- 도내 업체의 2006년 매출현황은 도내 또는 시·군내 원료조달업체의 경우, 5억 미만의 연매출업체가 약 50%를 웃도는 것으로 조사되었음.
- 한편 농가 직접참여 업체의 경우에는 5억 미만의 업체 비중이 상대적으로 더 높게 나타남으로써, 원료조달이 직접적으로 현지에 입지할 때, 업체의 규모가 제한적임을 시사하고 있음.

○ <표 15>에서는 2007년 목표 매출액에 대한 응답결과를 요약하고 있음.

○ 2007년도 목표매출액의 응답현황을 <표 14>의 2006년 현황과 비교해 보면 상대적으로 상향 조정하여 목표하고 있으므로, 앞으로 살펴보게 될 시장전망에 더불어, 충청남도의 식품가공업체들이 앞으로의 사업전망을 낙관적으로 기대하거나 적극적인 경영전략을 채택하고자 하는 의도를 가지고 있음을 알 수 있음.

〈표 14〉 2006년 매출액 현황

구 분 (백만원)	전 업체		도내 원료 조달업체		시군내 원료 조달업체		농가직접참여 업체	
	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)
1~100	34	17	31	30	18	21	11	30
101~500	6	3	28	27	27	31	12	32
501~1,000	3	1	11	11	12	14	5	14
1,001~5,000	10	5	19	18	14	16	5	14
5,001 이상	2	1	8	8	8	9	0	0
무응답	149	73	6	6	8	9	4	10
계	204	100	103	100	87	100	37	100

〈표 15〉 2007년 목표 매출액 현황

구 분 (백만원)	전 업체		도내 원료 조달업체		시군내 원료 조달업체		농가직접참여 업체	
	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)
1~100	30	15	20	19	18	21	12	32
101~500	18	9	31	30	27	31	12	32
501~1,000	6	3	14	14	12	14	6	16
1,001~5,000	12	6	19	18	14	16	4	11
5,001 이상	2	1	9	9	8	9	1	3
무응답	136	67	10	10	8	9	2	5
계	204	101	103	100	87	100	37	99

- 앞서 언급된 것처럼 충청남도 내 식품가공업체들이 장래 매출전망을 긍정적으로 보는 데에는, 최근 3년간의 매출 추이에 대한 응답결과에서도 찾아볼 수 있음.
- 원료조달의 형태별로 구분해 볼 때, 전 업체를 대상으로 조사한 결과는 전체의 47%가량이 매출이 증가한다고 답하였으며, 도내, 시·군내 원료조달업체, 농가직접 참여업체 또한 각각 52%, 56%, 43%가 매출이 증가했다고 응답하였음(<표 16> 참조).
- 반면에 업체의 약 20%를 전후하여 매출이 감소하였다고 응답하였는 바, 이러한 비중에 속하는 업체는, 앞서 살펴본 경영규모나 매출규모를 감안할 때, 일반적으로 시장축소(소비감소)나 비용상승 등의 다양한 요인에 의하여 경영상 애로를 겪고 있는 것으로 판단됨.

〈표 16〉 최근 3년간 매출추이

구 분	전 업체		도내 원료 조달업체		시군내 원료 조달업체		농가직접참여 업체	
	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)
증가	98	47	54	52	49	56	16	43
변동없음	27	14	14	14	12	14	8	22
감소	45	22	22	21	16	18	8	22
무응답	34	17	13	13	10	12	5	13
계	204	100	103	100	87	100	37	100

- 매출증감의 요인은 서술식으로 응답하도록 설문지가 설계되어 있으나, 이를 <표 17>의 범주로 재분류하여 분석함.
- 이를 원료조달 형태로 구분하여 살펴보면, 우선 전 업체를 대상으로 조사할 때 수출여건 (21%) 및 제품개발(14%)이 중요한 것으로 나타났음.
- 한편, 나머지 범주에 속하는 업체들에 있어서는 수요증감, 홍보 및 마케팅, 설비투자 및 자금조달의 요인이 상대적으로 중요하게 작용하고 있는 것으로 나타났음.

- 이러한 요인 중 수요증감은 제품개발이나 개선 등과 연계하여 각 업체가 자체적인 안목과 판단이 주로 요구되는 사항으로 볼 수 있음.
- 홍보 및 마케팅 부문에서는 경영환경의 일반적인 측면에서 조사되었듯이 식품가공업체가 영세한 경우가 많기 때문에 지자체 또는 도 차원에서의 지원이 필요한 부분임. 특히 홍보 부문에서는 단독브랜드 위주에서 도 또는 지자체 원료농산물 브랜드와의 연계가 강조됨.
- 설비투자 및 자금조달 부문은 직접적인 생산능력 확충에 대한 매출증감요인으로 볼 수 있음. 그러나 시·군내 원료조달업체 또는 농가 직접참여 업체일수록 영세한 업체인 가능성이 많아, 도내 해당 지역의 원료농산물 활용을 권장하는 형태의 정부지원을 고려할 때는, 나름대로의 선택과 집중이 필요한 것으로 판단됨.

〈표 17〉 매출증감 요인

구 분	전 업체		도내 원료 조달업체		시군내 원료 조달업체		농가직접참여 업체	
	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)
수요증감	3	1	20	19	17	20	5	14
수출여건	43	21	5	5	2	2	1	3
홍보 및 마케팅	8	4	19	18	19	22	4	11
제품개발	28	14	8	8	7	8	1	3
설비투자 및 자금조달	11	6	10	10	10	11	5	14
기타	14	8	8	8	8	9	3	8
무응답	10	41	33	32	24	28	18	47
계	204	100	103	100	87	100	37	100

- <표 18>에 요약된 앞으로의 사업전망에 대한 응답 업체의 반응이 앞서 소개된 매출액에 대한 전망과 다소 유사한 사항임.
- 원료조달의 형태에 따라 약 60%~70% 가량의 업체가 앞으로 신장될 것으로 전망함. 한편, 저조할 것이라는 응답은 매출액이 감소할 것이라는 비중보다는 낮은 수준인 10% 전후로 조사됨.

〈표 18〉 사업전망

구 분	전 업체		도내 원료 조달업체		시군내 원료 조달업체		농가직접참여 업체	
	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)
크게 신장	48	23	24	23	19	22	12	32
약간 신장	101	49	53	51	45	52	12	32
전년 수준	32	15	18	17	15	17	7	19
약간 저조	16	8	6	6	6	7	2	5
크게 저조	4	2	1	1	1	1	1	3
무응답	7	3	1	1	1	1	3	8
계	208	100	103	99	87	100	37	99

〈표 19〉 사업전망 근거

구 분	전 업체		도내 원료 조달업체		시군내 원료 조달업체		농가직접참여 업체	
	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)
경기변동	6	3	3	3	2	2	1	3
수요(선호도)증감	50	24	21	20	17	20	5	14
수출여건	20	10	11	11	8	9	5	14
홍보 및 마케팅	22	11	18	17	17	20	4	11
제품개발	15	7	9	9	9	10	2	5
설비투자 및 자본조달	10	5	2	2	2	2	2	5
기타	16	8	7	7	7	8	4	11
무응답	69	33	32	31	25	29	14	37
계	208	101	103	100	87	100	37	100

○ 사업전망의 요인은 서술식으로 응답하도록 설문지가 설계되어 있으나, 이를 <표 19>의 범주로 재분류하여 분석함.

○ 사업을 전망하는 주요 근거는 수요증감과 홍보 및 마케팅 부문으로 조사됨. 또한 매출액의 주요 요인으로는 설비투자 및 자금조달 또한 중요한 요소로 집계되었으나, 사업전망에 대한 응답에서는 수출여건 또한 중요한 요소로 집계됨. 따라서 충청남도의 입장에서

는 원료농산물 뿐만 아니라 농산물 가공품에 대한 수출지원에 대한 보조사업 또한 중요한 것으로 해석될 수 있음.

4. 판로 및 수출환경 분석

- 충청남도 내 식품 가공업체의 제품 판로는 여러 범주에 걸쳐 복합적으로 나타난 경우가 많으므로, 복수응답을 취하는 형태로 결과를 집계하였음.
- 제품판로를 원료조달의 형태별로 살펴보면, 전 업체에 대해서는 온오프라인판매, 도소매/농수축협, 대형유통업체, OEM납품, 수출 등의 순으로 나타났음.

〈표 20〉 2006년 판로별 현황

구 분	전 업체		도내 원료 조달업체		시군내 원료 조달업체		농가직접참여 업체	
	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)
OEM방식납품	54	27	20	19	13	15	8	22
대형유통업체	60	29	29	28	27	31	18	49
도소매, 농수축협	95	47	54	52	46	53	18	49
단체급식소	25	12	14	14	12	14	6	16
외식업체	41	20	19	18	18	21	10	27
온오프라인판매	100	49	55	53	46	53	26	70
수출	52	25	25	24	23	26	5	14
계	427	209	216	208	185	213	91	247

- 도내 원료조달업체 및 군내 원료조달업체의 경우에는, 온오프라인판매, 도소매/농수축협, 대형유통업체, 수출, OEM납품 등의 순으로 나타났음.
- 농가 직접 참여업체의 경우에는, 온오프라인판매, 도소매/농수축협, 대형유통업체, OEM납품 등의 순으로 나타났음.
- <표 21>에서는 수출 판로별 현황을 요약하고 있음. 무응답의 범주에는 수출을 하지 않고 있는 업체가 포함되어 있음.

- 농가가 직접 참여하는 업체를 제외하면, 수출을 하고 있는 업체의 대부분이 직접수출의 형태의 비중이 가장 높은 것으로 나타남.
- 그 다음으로는 전문 업체의 의뢰나 OEM 방식에 의한 수출판매영업을 하고 있는 것으로 나타남.

〈표 21〉 2006년 수출 판로별 현황

구 분	전 업체		도내 원료 조달업체		시군내 원료 조달업체		농가직접참여 업체	
	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)
직접수출	42	21	23	22	20	23	2	5
전문업체의뢰	29	14	14	14	13	15	4	11
OEM방식	21	10	11	11	7	8	2	5
기타	4	2	2	2	3	3	0	0
무응답 (수출 없음 포함)	108	53	53	51	44	51	29	79
계	204	100	103	100	87	100	37	100

5. 지원여부 및 애로사항

- 다음 <표 22>에서는 충청남도 내의 식품 가공업체의 국비, 도비, 시군비의 지원여부에 대한 현황을 요약한 것임.
- 원료조달의 형태별로 살펴보면, 전 업체에 대해서는 전체 중 45%가 지원받은 실적이 있으며, 도내 원료 조달업체는 54%, 시군내 원료 조달업체는 60%, 농가 직접참여 업체는 87%의 지원실적이 있는 것으로 조사됨.
- 이는 원료 산지 중심의 현지농가 참여업체 일수록 지원비중(특히 시군비의 지원비중)이 높다는 것을 의미함.

〈표 22〉 국비, 도비, 시군비 지원현황

구 분	전 업체		도내 원료 조달업체		시군내 원료 조달업체		농가직접참여 업체	
	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)
국비	28	14	16	16	15	17	8	22
도비	28	14	19	19	18	21	9	24
시군비	35	17	20	19	19	22	15	41
계	91	45	55	54	52	60	32	87

- 정부의 지원여부와 업체가 희망하고 있는 정부지원 분야를 살펴보기에 앞서, 업체들이 겪고 있는 애로사항이 <표 23>에 요약되어 있음.
- 애로사항은 서술식으로 응답하도록 설문지가 설계되어 있으나, 이를 <표 23>의 범주로 재분류하여 분석함. 또한 응답 업체의 애로사항에 대한 반응이 여러 범주에 걸쳐 복합적으로 나타난 경우가 많으므로, 복수응답의 형태를 취하여 결과를 집계하였음.

〈표 23〉 애로사항

구 분	전 업체		도내 원료 조달업체		시군내 원료 조달업체		농가직접참여 업체	
	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)
시설투자자금	48	23	22	21	19	22	9	24
운영자금운용	77	37	33	32	30	34	18	49
원재료수급	31	15	17	16	13	15	4	11
전문인력 및 경영능력	46	22	19	18	15	17	12	32
인건비상승	29	14	11	11	10	11	4	11
금융비용상승	24	12	8	8	8	9	3	8
수출여건	2	1	2	2	1	1	1	3
설비노후	37	18	23	22	20	23	7	19
정보 및 기술	27	13	15	15	14	16	8	22
홍보 및 판로확보	15	7	8	8	7	8	3	8
기타	5	2	4	4	4	5	1	3
계	341	164	162	157	141	161	70	190

- 원료조달의 형태별로 살펴보면, 전 업체의 경우에는 운영자금운용, 시설투자자금, 전문인력 및 경영능력, 설비노후 부문 등의 순서로 애로사항을 꼽았음.

- 도내 원료조달업체 및 군내 원료조달업체의 경우에는, 운영자금운용, 설비노후, 전문인력 및 경영능력, 정보 및 기술, 원재료 수급 부문 등의 순서로 애로사항을 꼽았음.
- 농가 직접 참여업체의 경우에는, 운영자금운용, 전문인력 및 경영능력, 정보 및 기술, 설비노후, 원재료 수급, 인건비 부문 등의 순이었음.
- 앞서 <표 22>에서는 정부의 각종 지원실적이 요약되었으나(전업체 45%, 도내 원료조달업체 54%, 시군 내 원료조달업체 60%, 농가직접참여 87%), 앞으로의 지원필요성에 대해서는 원료조달의 범주 형태 별로 25%~31%정도가 지원을 희망하는 것으로 나타남.

〈표 24〉 지원 필요성

구 분	전 업체		도내 원료조달업체		시군내 원료조달업체		농가직접참여업체	
	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)
지원필요	50	25	32	31	28	32	11	30
지원불필요	154	75	71	69	59	68	26	70
계	204	100	103	100	87	100	37	100

- 이러한 지원필요성이 있는 업체는 앞서 <표 17>의 매출증감요인, <표 19>의 사업전망근거, 그리고 <표 23>에 나타난 각종 애로사항의 우선순위 항목들에 결부되어 지원되어야 할 것임.
- 한편, 정부의 지원사업과는 별도로 2007년부터 2012년까지의 투자계획을 범주별로 살펴본 결과가 다음 <표 25>에 요약되어 있음.
- 응답 업체의 투자계획에 대한 반응이 여러 범주에 걸쳐 복합적으로 나타난 경우가 많으므로, 복수응답의 형태를 취하여 결과를 집계하였음.

〈표 25〉 2007~2012년 투자계획

구 분	전 업체		도내 원료 조달업체		시군내 원료 조달업체		농가직접참여 업체	
	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)	빈도 (업체수)	백분율 (%)
기계설비, 공장확장	127	62	64	62	53	61	18	49
품질향상	87	43	43	42	36	41	15	41
신제품개발	95	47	46	45	39	45	16	43
홍보 마케팅	109	53	59	57	51	59	17	46
기타	27	13	16	16	15	17	4	11
계	445	218	228	222	194	223	70	190

- 원료조달의 여러 형태에 걸쳐서 일관적인 응답결과가 집계되었는데, 기계설비/공장 확장, 홍보마케팅, 신제품 개발, 품질향상 등의 순서로 투자 우선순위가 나타남.

6. 주요 결과 및 시사점

- 상시고용인원으로 파악한 경영규모 상태는 86%의 업체가 25명 미만이었음. 한편 농가가 직접 참여하는 업체의 83%가 10명 이하의 소규모 업체이며, 그 중 약 60%가 5명 이하로 농가 직접 참여 업체의 경우 경영규모가 매우 영세한 것으로 나타남. 이에 대해서는 경영 체제변환을 통한 인수 및 합병방안이 요구된다고 볼 수 있음.
- 전 업체의 경우는 어떤 인증이라도 보유하고 있으나, 도내, 시군내 원료조달업체와 농가 직접참여업체는 인증의 비율이 각각 58%, 60%, 44%로 낮아지고 있음. 제품화된 지역가공식품에 대한 공인기관의 품질인증은 지역가공식품에 대한 소비자의 신뢰 제고뿐만 아니라 동시에 품질향상효과도 기대할 수 있으므로 품질 인증 비율의 증가를 위해 노력해야 할 것임.
- 경영형태상으로는 단독 경영의 형태가 대부분으로 시장정보의 획득, 마케팅 상 네트워크 등에 있어서 불리한 조건임. 특히, 원료조달에 있어서는 가격불안정, 원료구입선의 불안

정, 품질불안정 등이 문제점으로 지적되고 있으므로 원료조달에 있어서 도내 전체를 대상으로 한 광역적 네트워크의 구축이 필요하다고 판단됨.

- 충남도내 전체 업체 중 80% 이상의 업체가 단독브랜드를 사용하고 있는 것으로 나타나, 공동브랜드 사용에 대한 시도가 아직 구체적으로 이루어지지 않고 있는 점을 시사하고 있음. 따라서 도내 또는 지역 내 공동브랜드를 사용하고 있는 원료농산물을 이용하고 있는 업체에서는 단독 브랜드뿐만 아니라, 원료농산물의 공동브랜드가 성공적으로 유통되고 있는 경우에 이를 적극적으로 접목하고자 하는 시도가 필요함.
- 제품의 홍보방식에 있어서는 대부분의 업체가 자체 홍보물이나 간판에 의지하고 있어 소비자 인지도 제고 및 신뢰 확보에 제한이 있음. 이에 따라 업체에서는 업체별 브랜드 개발 및 홍보 개별지원에 대한 요구가 가장 큰 것으로 조사되었으나, 현실적으로는 업체의 규모가 영세한 경우가 대부분이어서 개별적 지원에는 한계가 있음. 따라서 도 및 시군 차원의 인증사업 활성화와 동시에 도 또는 지자체 원료농산물 브랜드와의 연계 및 공공 브랜드 개발이 바람직할 것으로 판단됨.
- 경영상 충남도에 대한 지원요구사항 중 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것은 시설 및 운영 자금 지원임. 이러한 요구사항은 실제로 경영규모상 영세한 가공업체들이 자본조달 자체에 한계점을 많이 느끼고 있는 것으로 해석됨.
- 따라서 자금지원에 있어서는 중앙정부의 다양한 농촌지원 사업 등과 연계시킨 지원방안을 강구하여 연계시키는 것이 바람직함(예, 농촌마을종합개발사업 유치시 유망한 가공업체 입지 및 지원).

제4장 충청남도 소재 식품가공업체의 경영환경 심층 분석

- 본 연구에서는 제 3 장의 경영여건분석에 더불어, 충청남도에 소재한 주요 식품가공업체에 대한 경영환경을 보다 구체적인 질문을 포함한 설문지를 이용하여 분석함.
- 따라서 본 연구진이 29개 업체를 추가적으로 선정하여, 경영환경 심층 분석을 위한 설문 조사를 실시함.
- 한편, 각 시군 농업기술센터의 담당자를 대상으로 충청남도 농산물 가공업체의 경영상, 기술상 애로사항 및 희망 지원사항 등에 대한 조사를 실시함.
- 총 100부 가량의 설문지가 사전 동의(전화) 하에 발송되었으나, 이 중 설문에 응답한 업체는 29개임. 발송 건수에 비해 다소 낮은 회수율이기는 하나, 응답한 업체의 업종이 다음 <표 26>에서 나타나는 것처럼 다양하며, 설문지의 문항 자체가 구체적인 경영환경을 묻는 것으로 구성되어 있고 복수응답을 유도하는 경우가 많아, 본 연구의 목적상 시사점을 얻어내는 데에는 큰 무리가 없을 것으로 판단됨.
- 특히 응답한 업체 중(복수응답 허용) 장류 및 인삼/홍삼 가공품, 김치류, 주류 가공업체가 상대적으로 많이 포함되어 있어, 충청남도 도내 원료이용에 관한 경영여건 및 환경을 파악하는 데 도움이 될 수 있을 것으로 판단됨.

〈표 26〉 가공업체의 주요 생산품목

구 분	빈도(업체수)	백분율(%)
단순 가공품	5	17
장류(된장, 간장 등)	20	68
인삼, 홍삼가공품	19	65
김치류	11	37
주류(포도주, 석류주 등)	6	20
두유, 두부류	2	6
버섯가공품	5	17
식초류	1	3
농축액(사과, 석류 등)	7	24
스낵류	2	6
잼, 통조림류	4	13
짬아지, 찜류	4	13
기타	7	24
계 (복수응답 허용)	93	-

1. 원료 조달 및 인력수급

- 응답 업체의 대부분은 기본적으로 충남도내 농산물을 원료로 사용하고 있으며, 부분적으로는 도외로부터 조달하고 있는 것으로 나타남(<표 27>).

〈표 27〉 원재료 사용현황

구 분	빈도(업체수)	백분율(%)
충남도내 농산물	28	96
충남도외 국산농산물	19	65
수입농산물	6	21
기타	0	0
계 (복수응답 허용)	53	182

- 원료조달에 있어서 애로점을 묻는 질문에 대하여 가격불안정에 대한 점을 가장 많이 호소하였으며(59%), 그 다음으로 원료구입선 불안정(28%), 품질불안정(21%) 순으로 나타

났음(<표 28>).

- 이러한 애로점에 대한 대응책으로서는 도내 원료농산물 생산지와의 적극적인 협력(계약 재배 등) 등의 네트워킹 전략이 필요함을 의미함.

〈표 28〉 가공업체 원료 구매시 애로사항

구 분	빈도(업체수)	백분율(%)
가격불안정	17	59
품질불안정	6	21
원료 구입선 불안정	8	28
문제없음	8	28
계 (복수응답 허용)	39	136

- 인력 수급현황에 대해서는 절반 이상의 업체가 어렵지 않다고 응답하였음. 이러한 결과는 전 장에서 논의되었던 바와 마찬가지로 충청남도 내의 식품가공업체가 인력에 의한 입지선정 요인이 그다지 크지 않기 때문으로 해석됨.

〈표 29〉 인력수급 현황

구 분	빈도(업체수)	백분율(%)	누적빈도	누적백분률(%)
어려움	12	41	12	41
어렵지 않음	16	55	28	97
무응답	1	4	29	100
계	29	100	-	

- 총 고용인원 현황을 살펴보면 대부분의 업체가 25명 미만의 소규모 기업형태임을 알 수 있음.
- 동시에 총 고용인원 중 현지인의 고용비율이 80%~100%인 업체가 62%를 차지하고 있는데, 이 또한 다른 요인에 의해 업체가 입주하더라도 현지에서의 인력조달에 있어 큰 어려움이 없는 것으로 보임.

〈표 30〉 총고용 인원현황

구 분	빈도(업체수)	백분율(%)	누적빈도	누적백분율(%)
1~25	23	79	23	79
26~50	3	10	26	89
51~100	0	0	26	89
101~200	1	4	27	93
무응답	2	7	29	100
계	29	100	-	

〈표 31〉 총고용 인원 중 현지인 고용비율

구 분	빈도(업체수)	백분율(%)	누적빈도	누적백분율(%)
0~20%	0	0	0	0
20~40%	3	10	3	10
40~60%	1	3	4	13
60~80%	2	8	6	20
80~100%	18	62	24	82
무응답	5	17	29	100
계	29	100	-	

2. 경영환경

- 2006년의 업체 가동일수가 요약되어 있는 <표 32>를 보면, 업체의 37%가 연중 3/4 이상인 270일 동안 가동하고 있는 반면, 1/2인 180일 미만의 업체도 무려 41%가량 되는 것으로 나타남.
- 설비가동의 유휴일수가 다소 많은 것으로 조사되어, 설비 감가상각 및 고정비용 증가로 인한 총비용상승이 업체의 경영환경을 압박하는 요인으로 나타남.
- 가동일수의 미달에 대한 대응책은 기본적으로 생산라인의 다변화(품목의 다양화)가 시급함을 의미하여 유휴설비의 비중을 축소하기 위한 노력이 다각도로 필요함을 의미함.

〈표 32〉 2006년 업체 가동일수

구 분	빈도(업체수)	백분율(%)	누적빈도	누적백분률(%)
1~90	4	14	4	13
91~180	8	28	12	41
181~270	6	21	18	62
271~365	11	37	29	100
계	29	100	-	

〈표 33〉 2006년 업체 야간 가동일수

구 분	빈도(업체수)	백분율(%)	누적빈도	누적백분률(%)
1~90	15	51	15	51
91~180	1	3	16	55
181~270	1	3	17	58
271~365	1	3	17	58
무응답	11	40	29	100
계	29	100	-	

- 가공업체의 생산품 중 실제 판매비율을 살펴보면, 62%의 업체가 80% 이상의 생산품을 실제로 판매해 양호한 것으로 나타났음(<표 34>).

〈표 34〉 가공업체 생산품중 실제 판매비율

구 분	빈도(업체수)	백분율(%)	누적빈도	누적백분률(%)
0~20%	2	7	2	7
20~40%	2	7	4	14
40~60%	0	0	4	14
60~80%	7	24	11	38
80~100%	18	62	29	100
계	29	100	-	

- 그러나 나머지 38%의 업체는 80% 미만의 생산품을 판매함으로써, 농산물 가공식품의 특성상 저장성이 중요한 요인으로 작용함을 고려할 때, 재고 관리비용에 대한 대응책이 요구됨.

- 업체 간에 재고의 비중이 다소 높은 결과에 따라, 재고관리 및 유통기한 연장을 위한 기술지원 및 컨설팅 지원 등이 요구된다고 볼 수 있음.
- 한편, 응답한 업체의 대부분이 25명 미만의 소규모 업체이면서, 경영형태상으로는 단독 경영의 형태가 대부분임(86%)(<표 35>). 이러한 경영환경은 시장정보의 획득, 마케팅 상 네트워킹 등에 있어 불리한 조건에 있음을 의미함.
- 특히 원료조달에 관련하여, 가격불안정이 가장 큰 애로점으로 꼽힌 만큼, 이러한 영세한 수준의 업체는 원료조달에 있어서 광역적인 네트워킹 지원이 필요하다고 할 수 있음. 이를테면 도 차원에서 각 시군의 원료조달 여건에 대한 조사를 실시한 후, 이들 산지를 가공업체에 직접 연계시켜줄 수 있는 지원사업의 개발이 가능할 것으로 판단됨.

〈표 35〉 가공업체 경영형태

구 분	빈도(업체수)	백분율(%)	누적빈도	누적백분률(%)
단독경영	25	86	25	86
공동경영	3	10	28	96
무응답	1	4	29	100
계	29	100	-	

- 가공업체의 경영기간을 살펴보면 10년 이상의 업체가 35%, 나머지 48%는 10년 미만으로 나타남.
- 한편, 가공업체 입지상 고려사항을 <표 37>에서 살펴보면, 원재료 조달 및 낮은 지가에 대한 요인이 큰 비중을 가지고 있음.
- 따라서 도내 원재료를 이용하는 업체의 경우에는 재료의 산지에 입지하는 것이 바람직하며, 여기에 더불어 업체 자신의 토지를 활용하는 등의 향토적 가공업체의 입지가 중요한 것으로 나타남.

〈표 36〉 가공업체 경영기간

구 분	빈도(업체수)	백분율(%)	누적빈도	누적백분률(%)
2년 이하	2	7	2	7
2~4년	8	28	10	34
4~6년	3	10	13	44
6~8년	4	14	17	58
8~10년	1	3	18	48
10년 이상	10	35	28	93
무응답	1	3	29	100
계	29	100	-	

〈표 37〉 가공업체 입지 고려사항

구 분	빈도(업체수)	백분율(%)
원재료 산지	15	51
제품 소비지	2	7
노동력 풍부	0	0
낮은 지가(자가 토지)	12	41
교통의 편리	3	10
기타	4	13
계 (복수응답 허용)	36	-

- 이러한 조사결과에 따라, 충청남도가 앞으로 지원하게 될 가공업체는 이러한 입지상 조건을 충족하는 업체에 우선적으로 선정되어야만 사업적 전망이 밝을 것으로 예상됨.

3. 매출환경 및 희망 정부지원 사항

- 2006년 매출현황으로 살펴본 업체의 규모는 5억원 미만이 59%이며, 전체의 24%는 1억 미만의 영세업체인 것으로 나타남(<표 38>). 업체의 규모가 영세하기 때문에, 생산제품의 판매시 애로사항은 소비자 측면의 시장적 요소보다, 전반적인 인적 물적 마케팅 부족 및 이로 인한 소비자인지도 결여 정도의 요인이 나타났음.

〈표 38〉 2006년 매출액 현황

구분(백만원)	빈도(업체수)	백분율(%)	누적빈도	누적백분율(%)
1~100	7	24	7	24
101~500	10	34	17	59
501~1,000	0	0	17	59
1,001~5,000	9	31	26	89
5,001 이상	1	4	27	93
무응답	2	7	29	100
계	29	100	-	

○ 따라서 충남도의 원료농산물의 브랜드화(도지사 인증 또는 지자체 브랜드) 사업처럼 가공식품에 대해서도 이러한 전략을 지원하여 소비자 인식이나 신뢰 등의 여건을 개선시키는 것이 중요함.

○ 소비자 인지 및 제품의 신뢰성을 제고할 수 있는 방안으로서 부록 1에 포함된 안전 먹거리 인증사업 참조.

〈표 39〉 생산제품 판매시 애로사항

구 분	빈도(업체수)	백분율(%)
소비자인지도	16	55
인적 물적 마케팅 자원부족	22	75
소비자 정보부적	2	7
수급조절 불안정	3	10
물류비 부담	5	17
기타	1	3
계 (복수응답 허용)	49	-

○ 업체의 영세성은 제품의 홍보방법에서도 분명히 나타나고 있음. 대부분의 업체가 자체 홍보물이나 간판 정도에 의지하고 있는 것으로 나타남.

○ 이 또한 앞서 언급된 소비자 인지도 제고를 위한 도 및 시군 차원에서의 인증 및 브랜드

지원을 통해 해결해야 할 것임.

〈표 40〉 생산제품 홍보방법

구 분	빈도(업체수)	백분율(%)
매스컴	2	7
농협, 지자체를 통한 홍보	4	14
자체 간판	7	24
자체 홍보물	19	66
못 하고 있음	10	34
계 (복수응답 허용)	42	-

- 응답 업체의 절반 이상(66%)이 도나 시군 지자체로부터 지원을 받은 실적이 있음. 따라서 이들 업체가 정부에 요구할 수 있는 요구사항이 어느 정도 지원수혜 경험에 의한 것으로 판단할 수 있음.

〈표 41〉 충남도, 시군 지자체로부터의 지원현황

구 분	빈도(업체수)	백분율(%)	누적빈도	누적백분율(%)
지원 받음	19	66	19	66
지원 받지 않음	10	34	29	100
계	29	100		-

- 지원요구사항을 살펴보면(복수응답 허용), 업체별 브랜드 개발 및 홍보 개별지원에 대한 요구사항이 가장 큰 비중을 차지하고 있으나, 현실적으로는 업체의 규모가 상대적으로 영세한 경우가 많아 개별적 지원에는 한계가 있을 것임. 따라서 공공브랜드의 개발이나 인증사업의 활성화를 통해 이 부분의 애로점을 극복하는 것이 바람직할 것으로 판단됨.
- 경영상 애로점 중 원료농산물의 가격불안정으로 인한 조달 측면에 있어서의 애로점은 지원요구사항에서 크게 부각되지 않는 것으로 나타남.

〈표 42〉 지방정부의 가공업체에 대한 지원 요구사항

구 분	빈도(업체수)	백분율(%)
충남도단위 공동브랜드 개발 및 홍보활성화	6	21
지자체단위 공동브랜드 개발 및 홍보활성화	6	21
원료농산물 홍보	4	14
세제혜택	11	38
업체별 브랜드 개발 및 홍보 개별지원	20	69
R&D인력 및 자금지원	2	7
계 (복수응답 허용)	49	-

- 한편, 경영상 충남도에 대한 지원요구사항 중 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것은 시설 및 운영자금 지원임. 이러한 요구사항에 비추어 볼 때 실제로 경영규모상 영세한 가공업체들이 자본조달 자체에 한계점을 많이 느끼고 있는 것으로 해석됨.
- 따라서 자금지원에 있어서는 중앙정부의 다양한 농촌지원 사업 등과 연계시킨 지원방안을 강구하여 연계시키는 것이 바람직함(예, 농촌마을종합개발사업 유치시 유망한 가공업체 입지 및 지원).

〈표 43〉 경영상 충남도에 대한 지원 요구사항

구 분	빈도(업체수)	백분율(%)
가공 농산물 수입규제	1	3
대기업의 가공산업 진입규제	1	3
홍보 및 마케팅지원	9	31
시설 및 운영자금지원	13	45
수출지원	2	7
R&D 인력 및 자금지원	3	10
가공산업 관련법규 정비	2	7
유통구조 개선	2	7
기타	3	10
계 (복수응답 허용)	36	-

4. 기타 의견

- <표 44>와 <표 45>는 경영과 기술측면에서 느끼는 애로사항에 대한 기타의견과, 이에 대해 충청남도의 바람직한 지원 방향을 주요 품목군별로 정리한 것임. 이는 향후 품목군별 가공업체 발전방안 모색에 도움을 줄 수 있을 것으로 판단됨.
- 우선 경영측면에서 필요로 하는 품목군별 지원사항들은 다음과 같음.
 - 장류 : 홍보 및 마케팅 능력 부족, 업체간 정보교류를 위한 네트워크 조성지원
 - 인삼 및 홍삼류 : 브랜드의 소비자 인지도 제고와 판로개척 지원, 수출물류비 지원, 원료 삼에 대한 잔류농약 점검의 의무화로 안전성 확보
 - 김치류 : 자금 및 담보여력 부족에 따른 운영자금 문제 지원, 원재료 가격 폭등 시 재료구입자금에 대한 지원
 - 주류 : 운영자금과 상품홍보 지원, 제조기술개발 및 보급 지원, 대도시권 매장에 지역특산물코너 신설 등 마케팅 지원
 - 두유, 두부류 : 대기업 중심의 시장체제하에서 중소기업이 생존할 수 있도록 정부차원에서 지원 필요
 - 식초류 : 전통식품업체에 대한 정부의 차후 관리 및 지원 필요, 충남도 차원의 행사에 매대 설치 및 충남지역 하나로마트 판매에 대한 행정지원
 - 농축액류 : 새로운 제품이나 유망품목 개발시 판매 및 홍보 지원, 담보 부족으로 인한 자금 운영문제 발생시 지원
 - 스낵류 : 담보부족이나 자금부족으로 인한 신기술개발 및 신규투자액 한계가 존재함으로 이에 대한 지원 필요, 해당지역 농산물 이용시 인센티브 제공으로 한계
 - 잼, 통조림류 : 시설 및 경영자금에 대한 저리융자 필요
 - 짬야찌, 찜류 : 업체별 원재료 구매 시기에 맞는 자금지원, 위생 및 품질검사 비용 절감에 필요한 지원, 홍보 지원

〈표 44〉 품목군별 경영상 애로사항과 충남도의 바람직한 지원 방향

구분	의견
장류 (된장, 간장 등)	<ul style="list-style-type: none"> 소규모 농기업체이므로 마케팅에 매우 어려움이 있음 품질(맛)에서도 뒤지지 않으나 홍보할 형편이 않됨 소규모 자영 농업이므로 모든 면에서 부족하고 애로사항이 많음 소규모 자영농업인들이 서로 정보를 공유할 수 있는 방향 필요
인삼, 홍삼가공품	<ul style="list-style-type: none"> 자체 브랜드의 소비자 인지도 부족으로 인한 판로협소 문제와 광고비용 부담에 따른 판로개척 문제에 지원 필요 환율하락으로 인한 손익구조의 악화로 수출물류비 지원 필요 원료삼을 수매하고도 관련자료를 발급받지 못하는 경우가 많으므로 원료구매시 관련 자료 발행 의무화
김치류	<ul style="list-style-type: none"> 기후 변화에 따른 원재료 가격 불안정으로 인해 재료구입자금 등에 소요되는 경영자금지원이 필요 자금력과 담보여력의 미흡으로 인한 운영자금 부족 → 자금유통에 대한 지원 필요
주류 (포도주, 석류주 등)	<ul style="list-style-type: none"> 경영규모의 영세성에 따른 운영자금 부족 및 판매, 홍보의 어려움 중산층 이상의 고객을 대상으로 하고 있어 대도시권 대형매장 등에 입점하여야하나 유통체계의 문제점 등으로 어려움을 겪고 있음 대도시권 유통시설에 지역특산물 판매코너 신설, 제반비용 절감 및 원활한 마케팅을 위한 교육 등 지원
두유, 두부류	<ul style="list-style-type: none"> 대기업들이 주도하고 있는 산업구조로 인해 중소기업이 큰 타격을 받고 있으므로 이에 대한 정부차원의 보호 내지는 지원 필요
식초류	<ul style="list-style-type: none"> 정부지원 전통식품업체는 영세하므로 초기지원 뿐만 아니라 차후지원 및 관리 필요 홍보부족으로 판매에 애로가 있으니 도차원의 각종행사장에 판매대 설치 등 홍보판매에 적극 지원 특히 충남도내 농협 하나로마트 및 농협판매장에서는 적극적으로 충남도내 업체물품을 진열 판매 할 수 있도록 행정적인 지원
농축액 (사과, 석류 등)	<ul style="list-style-type: none"> 새로운 제품 개발시 판매촉진 지원 담보부족으로 인한 경영안전자금 등 운영자금 부족 → 최소한 원료수매시기에는 담보 대신 보증서를 통한 지원 필요
스낵류	<ul style="list-style-type: none"> 현재는 기계 설비를 담보로 보고 있지 않아 신제품 개발이나 신규 시설의 투자가 어려움 → 기계설비의 실제 담보가치를 인정해서 지원이 가능했으면 함 해당지역농산물을 이용해 생산할 경우 농산물의 안정적 생산 기반 차원에서 해당업체에 대한 지원 필요 젊은 인력 부족에 대한 개선책 마련 업체별 브랜드개발 및 홍보 지원 기계노후에 따른 교체 필요

구분	의견
짬, 통조림류	<ul style="list-style-type: none"> • 시설 및 경영자금에 대한 저리융자 필요
짬아찌, 쌈류	<ul style="list-style-type: none"> • 업체별 원재료 구매 시기에 맞는 자금지원 및 정책지원 (담보물건 및 신용관련 지원 사항) → 경영상 판로나 운영에는 문제가 발생하지 않더라도 자금지원에 따른 담보능력 및 신용관련 사항에 문제가 발생하면 지원정책 해당업체라도 무용지물 되는 사례가 있음 • 홍보부족 • 위생 및 품질검사 비용 절감에 필요한 지원
기타	<ul style="list-style-type: none"> • 도 정책자금 지원 시 신용대출(회사 제품 상황 등 각종자료를 검토 후)을 원함 → 은행담보 대출시 각종 공제상황을 제하면 담보율이 떨어져 소기업은 자금운영에 애로가 많음 • 담보능력 부족으로 운영자금 지원에 어려움을 겪음 • 중소기업의 취약한 경영 및 기술에 대한 컨설팅 지원 사업실시와 컨설팅 부분의 일부 지원이 이루어 주었으면 함

○ 모든 품목군에서 공통적으로 영세한 경영규모에 따른 자금운영상의 문제와 이에 대한 지원이 가장 절실한 것으로 나타나고 있음. 특히 담보능력 부족에 따른 자금부족을 언급 하면서 정책지원시 담보능력보다는 미래의 성장가능성이나 제품에 대한 소비자 신뢰도 등을 토대로 지원을 확대할 수 있는 제도적 기반 마련에 대한 필요성이 높은 것으로 나타남.

○ 다음으로는 홍보 및 마케팅에 대한 지원이 중요한 요인으로 부각되고 있어 품목에 관계 없이 판로개척이나 확보에 애로점이 많은 것으로 나타나고 있음. 따라서 충남도 행사시 매대 설치 및 대도시 지역의 대형 할인마트나 백화점을 중심으로 한 지역특산물 코너 설치에 적극적으로 지원을 해야 될 것으로 판단됨.

○ 품목별 특이사항으로는 수출비중이 큰 인삼류의 경우는 수출물류비 지원, 장류업체의 경우는 생산기술이나 마케팅기술 공유를 위한 네트워크 구축 지원, 전체 운영비에서 원료가 차지하는 비중이 크고 가격변동이 큰 김치류와 짬아찌 및 쌈류는 원재료 구매시기에 적합한 자금 지원방안 모색을 들 수 있음.

○ 한편, 기술측면에서 필요로 하는 품목군별 지원요구사항들은 <표 45>에 나타나 있으며,

경영측면의 지원요구사항보다 적은 것으로 나타났다. 이는 상품의 판매 및 홍보에 대한 압박과 자금운영의 영세성으로 인해 새로운 제품의 개발이나 신기술의 개발보다는 판매 증진 및 판로확대를 위한 노력이 우선적으로 고려되었기 때문으로 판단됨.

〈표 45〉 품목군별 기술상 애로사항과 충남도의 바람직한 지원 방향

구분	의견
장류 (된장, 간장 등)	<ul style="list-style-type: none"> 고추장의 경우 장독에서 포장용기로 옮겨 담았을 때(배송 대기 중) 실온에 보관시 끓어 넘치는(용기 밖으로 배출) 현상을 감소시킬 수 있는 연구 필요
인삼, 홍삼가공품	<ul style="list-style-type: none"> 인삼 채굴 전 잔류농약의 사전 점검을 의무화하여 원료의 안전성 확인이 반드시 이뤄져야함
김치류	<ul style="list-style-type: none"> 위생과 안전성 유지를 위한 시설과 검사 비용 부담을 경감할 수 있는 방법 모색 필요
주류 (포도주, 석류주 등)	<ul style="list-style-type: none"> 생쌀발효 등 과학적이고 위생적이며 고전적인 제조 공법의 기술개발에 대한 충남도의 적극적인 지원 및 수출확대 노력 필요
기타	<ul style="list-style-type: none"> 새로운 첨가물에 의한 질감의 개선이나 맛을(소스) 가미한 제품 개발 요구됨

5. 시군 농업기술센터 담당자 의견

- 본 절에서는 충남도내 각 시군 농업기술센터 담당자를 대상으로 식품가공업체 조사와 유사한 문항으로 구성된 설문을 실시하였음(총 16개 시·군 중 12개 시군의 농업기술센터에서 답변하였음).
- 본 조사결과를 식품가공업체 조사결과와의 비교를 통해 두 그룹간의 견해차이나 공통점, 그리고 식품가공업체를 위한 기술적, 경영적 측면에서 충남도나 지자체가 지원해야 할 사안을 도출함으로써 향후 발전방안을 모색하고자 함.
- 기술센터 소재지별 식품가공업체의 주력상품에 대한 설문결과 <표 1>의 충청남도 지역 특산물 분포와 거의 비슷한 것으로 나타났다. 이는 충남지역 식품가공업체 대부분이 도내 농산물을 원료로 사용하고 있다는 심층 분석 결과와 동일한 것으로 나타난다.

- 지역내 식품가공업체의 경영환경에 대한 조사에서는 42%가 양호하다고 응답한 반면, 58% 정도가 양호하지 않다고 응답하였음<표 46>. 이는 경영형태, 경영규모, 가동을 및 판매율에 기초한 심층분석 결과와 유사한 것으로 나타남.

〈표 46〉 지자체별 식품가공업체 경영환경 양호 여부

구분	빈도	백분율(%)	누적빈도	누적백분율(%)
양호함	5	41.7	5	41.7
양호하지 않음	7	58.3	12	100.0

- 생산제품의 판매시 애로사항은 전반적인 인적 물적 마케팅 부족 및 이로 인한 소비자인 지도 결여 정도가 가장 중요한 요인으로 나타나 업체와 비슷한 결과를 보였음.
- 따라서 앞에서 언급한 것처럼 가공식품을 대상으로 도지사 인증 또는 지자체 브랜드 사업을 지원하여 소비자 인식이나 신뢰 등의 여건을 개선시키는 것이 중요하다고 하겠음.

〈표 47〉 생산제품 판매시 애로사항(기술센터)

구 분	빈도	백분율(%)
소비자인지도	9	75.0
인적·물적 마케팅 자원부족	11	91.7
소비자 정보부족	1	8.3
수급조절 불안정	0	0.0
물류비 부담	0	0.0
기타	0	0.0

- 가장 바람직한 제품홍보방법에 대해서는 TV, 신문, 라디오 등의 매스컴이 92%로 가장 많았으며, 다음으로는 농협, 해당 지자체를 통한 홍보가 83%였음<표 48>. 한편, 식품가공업체들은 영세성으로 인해 매스컴이나 지자체를 통한 홍보가 20% 미만으로 나타나 도 및 시군 차원에서의 제품 홍보 지원이 절실한 것으로 판단됨.

〈표 48〉 효과적인 생산제품 홍보방법

구 분	빈도	백분율(%)
매스컴	11	91.7
농협, 지자체를 통한 홍보	10	83.3
자체 간판	0	0.0
자체 홍보물	0	0.0
못 하고 있음	0	0.0

- 가공업체 입지상 고려사항은 가공업체의 경우 원재료 조달, 낮은 지가, 교통의 편리 순이었으나, 기술센터 담당자의 경우 원재료 조달은 92%로 여전히 가장 중요한 요인이며, 다음으로는 교통의 편리, 지가 순으로 나타나 가공업체와는 달리 교통 편리성을 상대적으로 더 중요하게 생각하고 있음을 알 수 있음(<표 49> 참조). 따라서 산지 중심의 입지뿐만 아니라 물류수송에 편리한 지역을 중심으로 한 가공업체의 입지 선정도 중요한 것으로 나타남.

〈표 49〉 가공업체 입지 고려사항(기술센터)

구 분	빈도	백분율(%)
원재료 산지	11	91.7
제품 소비지	1	8.3
노동력 풍부	0	0.0
낮은 지가(자가토지)	1	8.3
교통의 편리	4	33.3
기타	0	0.0

- 지역 가공업체의 발전에 필요한 정부의 지원요구사항을 살펴보면 지자체 단위 공동브랜드 개발이 58%로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 다음으로는 업체별 브랜드 개발 및 홍보 개별지원이 50%로 나타나 개별적 지원보다는 공공브랜드의 개발이나 인증사업의 활성화가 좀 더 필요한 사안으로 고려되고 있음을 알 수 있음(<표 50> 참조). 그러나 업체별 지원도 여전히 중요한 지원사항으로 고려하고 있어 개별 업체의 홍보능력 제고를 위한 지속적인 지원도 함께 고려되어야 할 것임.

〈표 50〉 지역 가공업체에 대한 정부의 지원 요구사항

구 분	빈도	백분율(%)
충남도단위 공동브랜드 개발 및 홍보활성화	1	8.3
지자체단위 공동브랜드 개발 및 홍보활성화	7	58.3
원료농산물 홍보	2	16.7
세제혜택	3	25.0
업체별 브랜드 개발 및 홍보 개별지원	6	50.0
인허가 시장완화	1	8.3

- 한편, 충남도에 대한 지원요구사항 중 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것은 제품홍보, 경영 및 마케팅 교육 지원으로 83%를 차지하고 있으며, 다음으로는 R&D 인력 및 자금지원이 67%, 가공기술 교육 50%, 시설 및 운영자금지원과 가공산업 관련법규 정비가 각각 33%로 조사되었음(<표 51> 참조).

〈표 51〉 충남도에 대한 지원 요구사항(기술센터)

구 분	빈도	백분율(%)
원료 수급문제 지원	2	16.7
제품홍보, 경영 및 마케팅 교육	10	83.3
시설 및 운영자금지원	4	33.3
R&D 인력 및 자금지원	8	66.7
가공산업 관련법규 정비	4	33.3
클러스터 단지조성	2	16.7
식품위생 가공설비 지원	1	8.3
가공기술 교육	6	50.0
기 타	1	8.3

- 위 조사결과에서 제품홍보나 마케팅 교육에 대한 중요도는 업체조사결과와 비슷하게 나타나고 있으나, R&D 인력이나 가공기술 등 기술적인 측면에서는 차이가 많이 나고 있음(<표 43> 참조). 이는 개별 업체의 경우는 영세한 경영규모와 생산주력품목의 판로 문제 등으로 인해 새로운 제품의 개발보다는 판로개척을 위한 노력이 우선이었기 때문으로 판단됨.
- <표 52>와 <표 53>은 경영과 기술측면에서 느끼는 애로사항에 대한 기타의견과, 이에 대해 충청남도의 바람직한 지원 방향을 기술센터별로 정리한 것임.

〈표 52〉 지역별 경영상 애로사항과 충남도의 바람직한 지원방향

기술센터명	의견
부여군	<ul style="list-style-type: none"> 대부분 영세 사업장으로서 자금이 가장 문제가 되고 있음 ⇒ 저리 및 무이자 융자 지원 필요
예산군	<ul style="list-style-type: none"> 소규모 가공업체로 가공장의 위생환경이 좋지 않음 경영에 있어서도 미흡한 상태로 경영에 관한 교육 및 컨설팅 추진 필요
논산시	<ul style="list-style-type: none"> 소규모 업체로서 물량을 대형마트에 납품하기 어렵고 인지도가 떨어짐 ⇒ 시단위 공동 브랜드 개발을 지원하고 영세업체들을 단지화 시킴
공주시	<ul style="list-style-type: none"> 농산물 가공업체의 품질관리 비용(자가 품질 검사 의뢰비용 등) 지원 시장개척을 위한 홍보비지원 생산시설 현대화 지원, 양질의 원료확보를 위한 계약재배
천안시	<ul style="list-style-type: none"> 운영자금 부족, 가공 및 유통마인드 결여
연기군	<ul style="list-style-type: none"> 종사원수가 많은 대기업, 기관과의 결연 추진 등 홍보 판매처 확보 지원
태안군	<ul style="list-style-type: none"> 사업장 컨설팅 지원(제품품질관리, 제품개발, 유통홍보마케팅)희망 소규모 사업장으로 영세수준이므로 사업장의 경영진단 등 컨설팅 필요 특히 포장재 개발 및 디자인 개발 현황 미흡
당진군	<ul style="list-style-type: none"> 농산물 가공업체의 질 좋은 원료공급 체계 부족 인력 부족 포장개선 또는 홍보활동 등을 위한 박람회 지원 필요
홍성군	<ul style="list-style-type: none"> 가공업체에 대한 지속적인 투자지원이 필요 전문 마케팅 컨설팅, 소비자에 대한 홍보강화로 소비자 인식을 높이는 계기 마련 필요
청양군	<ul style="list-style-type: none"> 오래된 사업장의 경우 생산시설 노후화로 생산력 감소 상품의 효능 등 표시 제약으로 인해 소비자의 인지도 하락 ⇒ 포장재 표지 개선 필요
금산군	<ul style="list-style-type: none"> 농민들의 경영, 마케팅 대한 인지능력 부족
보령시	<ul style="list-style-type: none"> 생산제품의 판매를 위한 유통홍보의 적극적인 지원 필요 제품의 브랜드 개발 및 지적재산권 보호를 위한 적극적인 지원 필요 백화점 할인마트 등 농산물 판매 기회 확대 필요 사업장 운영을 위한 전문경영 및 인적, 물적 지원 필요
서천시	<ul style="list-style-type: none"> 어메니티와 연결한 특산물의 가공 지원 한우의 품질인증, 생강 농가의 저장 시설 자금지원
홍성군	<ul style="list-style-type: none"> 친환경 농산물의 품질 인증 관광과 대하, 새우젓의 특산물 개발 자금 지원 농산물 소포장 및 가공실, 판매장 조성
아산시	<ul style="list-style-type: none"> 배 수출 판로 확대 및 지원 쌀 소비 확대 및 유통지원
서산시	<ul style="list-style-type: none"> 마늘, 생강의 저장시설 지원 관광과 지역 특산물 연계 판매 지원

〈표 53〉 지역별 기술상 애로사항과 충남도의 바람직한 지원방향

기술센터명	의견
부여군	<ul style="list-style-type: none"> • 식품위생 관념이 적고 그에 따른 시설의 필요를 적게 느끼거나 느껴도 설치하지 않음 • 전문적인 가공기술 지식이 부족한 경우가 많으므로 전문 기관의 교육 및 컨설팅 필요
예산군	<ul style="list-style-type: none"> • 사과고추장과 사과 잼의 품질 및 맛 개선에 대한 다양한 연구 필요
논산시	<ul style="list-style-type: none"> • 영세업체들을 규합하여 단지를 조성하고 장비 지원 및 가공교육의 정기적 실시로 가공업체들의 기술력 향상
공주시	<ul style="list-style-type: none"> • 떡제조업의 경우 보존기간을 연장할 수 있는 기술개발 필요 • 과즙의 경우 시간이 지나면 발생하는 침전물 여과기술 필요 • 발효식품의 주된 균의 관리 • 전통식품의 표준공정 매뉴얼 필요
천안시	<ul style="list-style-type: none"> • 완제품에 대한 품질균일화 보장 미흡
연기군	<ul style="list-style-type: none"> • 관련 전문가(현직 경험자) 기술 컨설팅 지원
태안군	<ul style="list-style-type: none"> • 마늘환 생산업체의 경우 자매상품 개발 필요 • 고부가 가치 창출을 위한 가공제품 생산기술 미흡
홍성군	<ul style="list-style-type: none"> • 가공시설 및 장비, 소비자 선호도에 알맞은 디자인 개발에 대한 국도비 지원 확대 필요 • 전문분야별 기술능력 보유할 수 있는 가공전문 교육 확대 필요 • 농산물 가공법규, 식품위생법에 대한 규제 완화 필요 • 부업형, 주류 제조허가 완화로 지역 특성 및 전통 주류 제조를 다양화 할 수 있는 기반 조성
청양군	<ul style="list-style-type: none"> • 제품 개발 및 제품 향상을 위한 기술개발 비용의 투자가 미비 • 제품개발 교육 필요 • 포장의 디자인 및 재질 개선 등 재투자가 미흡 • 포장재 중요성 인식제고, 지원 필요
금산군	<ul style="list-style-type: none"> • 제품 생산시 기술적인 사항에 대한 정확한 데이터 부족 • 실험을 통한 노하우를 이용한 제품화 필요 • 제품 생산시 재료의 효능과 성분에 대한 지식 없음
서천군	<ul style="list-style-type: none"> • 생강의 기능성 식품 소재 및 생리활성 규명 • 생강의 실용적인 저장방법 • 에미니터와 연계한 다양한 가공식품의 개발
홍성군	<ul style="list-style-type: none"> • 친환경 종산물의 잔류 농약 검사지원 • 광천토굴 새우젓의 저염화 연구 • 간편 이용 김의 유통 중 품질변화 방지
아산시	<ul style="list-style-type: none"> • 사슴혈의 가공 방법 개발 • 지역 특산물 배 가공품 개발 • 김치의 기증성에 대한 연구 지원

- 경영측면에서 공통적으로 언급된 사항은 경영규모의 영세성에 따른 자금 지원과 제품 홍보 및 마케팅에 대한 컨설팅 지원 등이었음. 그 밖에 양질의 원료확보를 위한 시스템 구축과 사업장 및 경영을 전문적으로 담당할 수 있는 인력확보, 지자체별 공동브랜드 개발, 지속적인 투자지원 등의 의견이 있었음.
- 기술측면에서 가장 많이 언급된 애로사항은 영세성에 따른 전문적인 기술개발 인력 및 관련연구시설의 부족이었음. 이로 인해 신상품개발이나 상품디자인 개발에 대한 충남도와 지자체의 지원 필요성이 높은 것으로 나타남.
- 한편, 영세 식품가공업체를 대상으로 특정 단지에 입주시킴으로써 가공기술이나 마케팅 정보 등을 공유하는 등 집적 효과를 제고시킬 수 있는 정책의 필요성도 제기되었음. 이외에도 식품산업 관련 규제의 완화, 다양한 관련제품의 개발에 관한 의견도 제시되었음.

6. 주요 결과 및 시사점

- 업체 가공일수는 연중 3/4 이상 가동하는 업체가 전체의 37% 내외인 반면, 1/2 미만의 업체도 41%나 되어 유휴설비에 대한 비용부담이 상당히 큰 것으로 나타남. 이에 대한 대응책으로는 생산품목의 다양화를 통한 생산라인의 다변화에 대한 노력과 지원을 들 수 있음.
- 전국적 차원에서의 인증 보다는 도내에서의 인증 비율이 높은 것으로 나타나 판로 및 수출시장 확보에 어려움이 있으므로, 전국적 또는 국제적 차원에서의 인증노력이 필요하며, 충남도와 해당 지역의 지자체는 이에 소요되는 비용과 절차를 적극적으로 지원할 수 있는 체제를 마련할 필요가 있음.
- 생산품 대비 판매비율이 80% 이하인 업체 비중이 38%로 나타나 저장 등 재고 관리비용이 과다하게 발생될 수 있으므로 유통기한 연장을 위한 기술과 재고관리를 위한 컨설팅 지원 등이 요구됨.

- 한편, 사업전망에 있어서 수출여건이 중요한 요소로 등장함에 따라 원료농산물뿐만 아니라 농산물 가공품에 대한 충남도의 수출지원도 필요함.
- 식품가공업체는 대부분 영세하여 구매, 판매, 신기술 개발, 국제시장 정보 등 제반 관련 정보 획득이 여의치 않음. 따라서 충남도 차원의 정보 제공과 관련된 인프라를 구축 지원할 필요성이 있음.
- 공정거래법 등을 통한 중소기업체의 보호 지원이 필요함. 대기업은 대자본 및 자체 유통망을 통하여 쉽게 중소기업체에서 생산하고 있는 제품의 시장을 쉽게 잠식할 수 있으므로 지역식품가공업체의 영업권을 보호할 수 있는 시스템을 구축하여야 함.
- 식품가공업체, 특히 농민참여업체의 경우 정부지원을 대부분 받은 것으로 나타나고 있으나 이후 추가적인 지원이 이루어지지 않아 자금 운영 등에 문제가 심각한 것으로 나타남. 따라서 개별 사업체들의 경영실적을 토대로 경제성 분석을 시행하고 실적이 좋은 업체를 선별적으로 추가 지원함에 따라 정책 달성도를 높일 수 있을 것임. 한편, 이들 업체에 대한 경영 전반에 대한 컨설팅 지원도 필요할 것임.

제5장 결 론

- 본 장에서는 식품가공업체의 경영여건 분석과 경영환경 심층분석에서 도출된 결과를 토대로 향후 충남도내 식품가공업체의 발전방안을 경영측면과 기술측면에서 정리하고자 함.

1. 경영측면에서의 발전방안

1) 경영 환경

- 상시고용인원으로 파악한 경영규모 상태는 86%의 업체가 25명 미만이었음. 한편 농가가 직접 참여하는 업체의 83%가 10명 이하의 소규모 업체이며, 그 중 약 60%가 5명 이하로 농가 직접 참여 업체의 경우 경영규모가 매우 영세한 것으로 나타남. 이에 대해서는 경영체제변환을 통한 인수 및 합병방안이 요구된다고 볼 수 있음.
- 업체 가공일수는 연중 3/4 이상 가동하는 업체가 전체의 37% 내외인 반면, 1/2 미만의 업체도 41%나 되어 유휴설비에 대한 비용부담이 상당히 큰 것으로 나타남. 이에 대한 대응책으로는 생산품목의 다양화를 통한 생산라인의 다변화에 대한 노력과 지원을 들 수 있음.
- 경영형태상으로는 단독 경영의 형태가 대부분으로 시장정보의 획득, 마케팅 상 네트워킹 등에 있어서 불리한 조건임. 특히, 원료조달에 있어서는 가격불안정, 원료구입선의 불안정, 품질불안정 등이 문제점으로 지적되고 있으므로 원료조달에 있어서 도내 전체를 대상으로 한 광역적 네트워크의 구축이 필요하다고 판단됨.

2) 품질인증

- 전 업체의 경우는 어떤 인증이라도 보유하고 있으나, 도내, 시군내 원료조달업체와 농가 직접참여업체는 인증의 비율이 각각 58%, 60%, 44%로 낮아지고 있음. 제품화된 지역가공식품에 대한 공인기관의 품질인증은 지역가공식품에 대한 소비자의 신뢰 제고뿐만 아니라 동시에 품질향상효과도 기대할 수 있으므로 품질 인증 비율의 증가를 위해 노력해야 할 것임.
- 또한 전국적 차원에서의 인증 보다는 도내에서의 인증 비율이 높은 것으로 나타나 판로 및 수출시장 확보에 어려움이 있으므로, 전국적 또는 국제적 차원에서의 인증노력이 필요하며, 충남도와 해당 지역의 지자체는 이에 소요되는 비용과 절차를 적극적으로 지원할 수 있는 체제를 마련할 필요가 있음.

3) 매출 환경

- 충남도내 전체 업체 중 80% 이상의 업체가 단독브랜드를 사용하고 있는 것으로 나타나, 공동브랜드 사용에 대한 시도가 아직 구체적으로 이루어지지 않고 있는 점을 시사하고 있음. 따라서 도내 또는 지역 내 공동브랜드를 사용하고 있는 원료농산물을 이용하고 있는 업체에서는 단독 브랜드뿐만 아니라, 원료농산물의 공동브랜드가 성공적으로 유통되고 있는 경우에 이를 적극적으로 접목하고자 하는 시도가 필요함.
- 제품의 홍보방식에 있어서는 대부분의 업체가 자체 홍보물이나 간판에 의지하고 있어 소비자 인지도 제고 및 신뢰 확보에 제한이 있음. 이에 따라 업체에서는 업체별 브랜드 개발 및 홍보 개별지원에 대한 요구가 가장 큰 것으로 조사되었으나, 현실적으로는 업체의 규모가 영세한 경우가 대부분이어서 개별적 지원에는 한계가 있음. 따라서 도 및 시군 차원의 인증사업 활성화와 동시에 도 또는 지자체 원료농산물 브랜드와의 연계 및 공공 브랜드 개발이 바람직할 것으로 판단됨.

4) 매출 현황 및 사업전망

- 생산품 대비 판매비율이 80% 이하인 업체 비중이 38%로 나타나 저장 등 재고 관리비용이 과다하게 발생될 수 있으므로 유통기한 연장을 위한 기술과 재고관리를 위한 컨설팅 지원 등이 요구됨.
- 한편, 사업전망에 있어서 수출여건이 중요한 요소로 등장함에 따라 원료농산물뿐만 아니라 농산물 가공품에 대한 충남도의 수출지원도 필요함.

5) 자금 운영

- 경영상 충남도에 대한 지원요구사항 중 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것은 시설 및 운영 자금 지원임. 이러한 요구사항은 실제로 경영규모상 영세한 가공업체들이 자본조달 자체에 한계점을 많이 느끼고 있는 것으로 해석됨.
- 따라서 자금지원에 있어서는 중앙정부의 다양한 농촌지원 사업 등과 연계시킨 지원방안을 강구하여 연계시키는 것이 바람직함(예, 농촌마을종합개발사업 유치시 유망한 가공업체 입지 및 지원).

6) 기타 사항

- 식품가공업체는 대부분 영세하여 구매, 판매, 신기술 개발, 국제시장 정보등 제반 관련 정보 획득이 여의치 않음. 따라서 충남도 차원의 정보 제공과 관련된 인프라를 구축 지원할 필요성이 있음.
- 공정거래법 등을 통한 중소기업체의 보호 지원이 필요함. 대기업은 대자본 및 자체 유통망을 통하여 쉽게 중소기업체에서 생산하고 있는 제품의 시장을 쉽게 잠식할 수 있으므로 지역식품가공업체의 영업권을 보호할 수 있는 시스템을 구축하여야 함.

- 식품가공업체, 특히 농민참여업체의 경우 정부지원을 대부분 받은 것으로 나타나고 있으나 이후 추가적인 지원이 이루어지지 않아 자금 운영 등에 문제가 심각한 것으로 나타남. 따라서 개별 사업체들의 경영실적을 토대로 경제성 분석을 시행하고 실적이 좋은 업체를 선별적으로 추가 지원함에 따라 정책 달성도를 높일 수 있을 것임. 한편, 이들 업체에 대한 경영 전반에 대한 컨설팅 지원도 필요할 것임.

2. 기술측면에서의 발전방안

- 농산물 가공 사업을 창업하거나 제품 생산 시에 애로사항을 상담할 수 있는 농업테크노파크 산하에 농산물가공 기술 지원센터와 같은 조직을 갖추고 시스템을 가동시켜, 농축산물 가공에 관한 컨설팅에 도내 소재 대학 내의 교수, 연구소 연구원 등의 인적자원을 활용함으로써 기술상의 문제점을 해결해야 함.
- 집산단지별로 소규모 농축산물 저장 및 가공 공장, 소포장시설을 지원함.
- 친환경 농산물을 신뢰할 수 있도록 잔류농약, 성분 등을 분석해 주고 비용을 부담함으로써 신뢰구축에 도움을 주고 품질인증을 통한 소비확대를 유도하며 친환경농산물을 가공함으로써 보통가공품과의 차별성을 부각시켜 가공품에 안전성을 높여야 함.
- 도지사 추천 농산물 및 가공품에 대한 기준을 강화하고 고품질을 보장함으로써 가공품의 신뢰를 얻어야 함.
- 영세 농산물 가공업체를 하나의 단지에 입주시켜 가공시설 및 장비를 지원하고 가공기술과 안전에 관한 교육을 정기적으로 실시하여 기술력과 가공품의 안전성, 식품위생 인식을 제고시켜 경쟁력을 높여야 함.
- 영세 가공업자의 연구개발, 제품개발, 포장 및 디자인 등의 개발에 소요되는 예산을 지원함.

- 시군별로 특산물로부터 고부가가치 창출을 위한 신제품을 개발하고 가공식품의 기능성 소재로 활용할 수 있도록 집중 지원함.
- 전통식품 가공법에 대한 과학화 및 표준화 공정 개발에 예산을 지원함.
- 농, 축산물 가공업체를 모아 협회를 조직하고 공동으로 교육하고 기술정보를 교환하여 각 업체의 발전에 기여해야 함.

참고문헌

- 강태훈(1998), “전통식품가공업체의 경영실태분석”, 『식품유통연구』 제15권 제2호.
- 김상국(2000), “농산물의 브랜드파워 강화방안”, 농협중앙회 조사부.
- 김안규(2002), “축산물 및 축산가공품의 개발 POINT”. (주) 체리부로 세미나 자료.
- 김용덕(1997), 한우-고급육생산과 브랜드화로 승부건다, 새농민.
- 농림부(2000), 한국형 군단위 농산물종합단순가공공장 모형수립에 관한 연구.
- _____ (2001), 농·축산물 브랜드화 현황,
- _____ 농산물유통국(2002), 농산물유통 주요통계.
- _____ (2002), 농산물 소비자 구매패턴 조사분석.
- 농정연구포럼(1998), 농산물 산지가공산업의 실태와 육성방향.
- 식품음료신문(www.thinkfood.co.kr), 학술/기고 란.
- 이병오·고종태(1999), “농산물의 지역브랜드화 및 마케팅전략 개발”, 『농업정책연구』 제26권 제1호.
- 이호철·윤진숙·문광덕(1997), “경북지역 전통식품 가공업체의 생산 경영 및 수출실태 연구”, 『농산물저장유통학회지』 제4권 제2호.
- 정영일·황수철(1998), “농산물 산지가공산업의 실태와 육성방향”. 농정연구포럼.
- 최영선(2000), “21세기 한국인의 식생활에 관한 전망”. 한국생활과학회 2000년도 동계학술대회.
- 최태동·장준근(1992), “농촌지역 식품가공산업의 실태”, 『농업정책연구』 제19권, 제2호.
- 충남발전연구원(2006), “충남 식품가공산업 실태 및 육성방안”, 연구보고서.
- 충북대학교 농업과학기술연구소(2001), 옥천농협 유통활성화사업 컨설팅.
- 한국경제신문(2001), '식문화와 소매업'..21세기는 '건강.안전'
- 한국식품개발연구원(1996), 한국식품산업의 구조변화와 전망 I, II. 연구보고서.
- _____ (1997), 산지식품가공산업의 효과적 육성방안. 연구보고서.
- _____ (2000), 한국형 군단위 농산물종합단순가공공장 모형수립에 관한 연구, 농림부

한국식품공업협회(www.kfia.or.kr), 2002. 통계자료.

한재흠(2002), “가공식품 현황 및 향후전망”, (주)정식품 중앙연구소 세미나 자료.

황명철(1999), “축협의 축산물 브랜드 현황”, 축협중앙회 조사부.

부 록 1. 충남 농산물 가공생산물 부가가치 제고를 위한 지원 가능사업

- 본 부록에서는 충남도 내 원료농산물을 이용한 가공업체의 육성을 위해 각 업체가 도입 가능하며, 충남도 EH는 각 지자체에서 지원이 가능한 사업항목을 소개함.
- “ISO인증 친환경농산물 물류유통 혁신클러스터 구축사업”은 산업자원부와 대전광역시 가 2004년부터 2007년까지 3년간 지원한 지역혁신특성화사업(RIS)임.
- 본 사업의 핵심내용 및 기술은, 농축산물이나 이를 이용한 가공식품의 식품안전성을 국제적 수준의 인증시스템(ISO인증)을 거쳐 인증하고, 인증 결과를 상품에 부착하여 소비자나 유통업자가 이를 휴대폰 내지는 인터넷으로 확인(생산자이력 포함)가능하게 하여, 장단기적인 상품의 안전성과 신뢰도를 제고시켜 생산자의 수익증대와 소비자의 후생증대를 동시에 꾀하는 사업임.

1. 사업의 최종목표 및 내용

세 부 사 업	사업목표	사업내용
네 트 위 크	○ISO인증농산물확보 및 안전성 제고를 위한 생산자교육	○교육포럼 및 기술 자문 교육 전문가 강사진 pool 구성 ○교육형태 별 교육네트워크행사 추진 ○국내외 친환경농산물의 포장실태 파악 및 벤치마킹 개선 사례집 발간(1회)
	○도소매시장을 경유하는 친환경 농산물의 대량 유통시스템의 산지 유통혁신 인프라구축 ○ 생산자 단체간 협력네트워크 유지	○산지 친환경 농산물의 집하 네트워크 관리: 집하 네트워크 구축을 위한 생산자 종합 지원 시스템 관리 → 네트워킹 되어 있는 생산, 경영, 산지 마케팅 등 분야별 컨설팅 지원 ○대전권 노은동 도소매시장과 연계하여 대량유통 시스템 유지

	○안전성검사 시스템에 대한 잠재수요처 개발을 위한 광역 네트워크	○친환경 농산물 생산자 단체간 협력 네트워크 조성을 위한 지속적인 컨설팅 사업 ○친환경농산물 생산 및 가공에 관련된 정부지원사업단 및 기관과의 네트워킹
	○친환경 농산물유통 온라인 네트워크 구축 및 운용 ○전자상거래 시스템 구축 및 활성화 ○온라인전산망의 안정화	○홈페이지 구축 - 친환경농산물정보 공유 및 사업 홍보 - 친환경농산물제도 와 정책 변화 정보공개 ○품질관리시스템 구축 ○ISO 인증결과에 기초한 상품의 표준화 및 규격화 확립 ○물량관리 전산시스템 구축 ○전자상거래를 위한 시스템 및 사이트 구축
	○출하 네트워크 구축	○친환경 농산물 재배 농가정보 획득 정리 ○농가 접촉 및 생산자 연계구축 ○유통망, 검사체계에 접속 및 검증 결과 통보 ○출하시스템 구축 및 친환경 농업 작목반 접촉 ○생산자를 본 사업팀의 검사체계에 연계 ○친환경 농산물 유통망을 본 사업팀에 연계
	○소비자의 친환경 농산물에 대한 흥미 유발에서 신념정착 단계로의 확립	○친환경 농산물에 대한 피드백에 의한 생산자와 소비자의 유대 강화 ○친환경 농산물의 생태학적, 생물학적, 의학적 효과 교육
	○친환경 농산물에 대한 홍보	○친환경 농산물에 대한 홍보
기술 개발	○ISO 17025 국제공인친환경 농산물 안전성 평가기술 개발	○친환경 농산물에 대한 피드백에 의한 생산자와 소비자의 유대 강화 ○친환경 농산물의 생태학적, 생물학적, 의학적 효과 교육
	○ISO 친환경 농산물 유통망 구축 및 활성화	○친환경 농산물 유통망을 본 사업팀에 연계
	○출하 최적화 프로그램개발	○Truck Routing 관련 시뮬레이션 프로그램 개발
	○친환경농산물 물류유통관리사 자격증과정 관련 전문교육	○친환경농산물 물류유통관리사 자격증과정 관련 전문교육
인력 양성	○친환경·기능성 농산물 안전성 평가에 대한 전문인력 양성	○친환경농산물 안전성 검증에 대한 ISO 규격 전문인력 양성
	○친환경 농산물 유통 및 E-	○E-물류 시스템 개발 관련 인력 양성

	물류 솔루션 관련 양성	○ Truck Routing 관련 솔루션 개발인력 양성
마 케 팅	○ 안전성검사시스템의 수요처 개발과 브랜드 마케팅 확대	○ 친환경농산물 및 가공품을 생산하는 업체와 이를 판매하는 대형 도소매시장을 대상으로 안전성 검사시스템의 보급과 브랜드 마케팅의 확대
	○ 안전성 실시간 검증 라벨 부착된 S&G FOOD의 소비를 촉진으로 친환경 농가의 소득 증대와 유통 활성화	○ 생산농가 대상 : 친환경 농산물에 안전성 실시간 검증 스티커를 부착하도록 촉진하는 마케팅 활동 -농산물 판매업체 대상 : 안전성 실시간 검증 S&G FOOD 스티커가 부착된 친환경농산물을 판매하도록 마케팅 활동 ○ 업소 대상 : S&G FOOD 친환경 농산물을 사용하도록 판촉 활동 ○ 관내 초등학교 급식담당자 마케팅 (129개교) -129개 초등학교(교장, 복수교감, 교무, 행정실장, 영양사)에 마케팅활동을 통해 브랜드 인지도 제고와 학교급식에 본 브랜드 농산물 채택하도록 행사 유도
	○ 친환경농산물 S&G FOOD 및 실시간 검증 시스템 스티커가 부착된 본 농산물과 판매장에 대한 홍보 및 광고, 이벤트를 통하여 스티커 부착 업체수를 확대하여 지속적인 사업으로 정착	○ 스티커가 부착된 본 브랜드 농산물과 판매장에 대한 매체 믹스를 통한 홍보, 광고를 실시하여 스티커 부착 제품 확대 ○ 마케팅팀 프로모션 활동시 최대의 성과를 달성하도록 대중 매체 홍보, 광고와 안전먹거리 지킴이들을 활용하여 지원 ○ 이벤트 실시와 이에 대한 대중매체의 PR로 폭넓은 층의 소비자에 노출 및 호의조성하여 본 브랜드 제품 구매창출 및 확대
	○ S&G Food 마케팅	○ 친환경 농업 작목반 및 유통 업자들에게 S&G Food 마케팅
기 업 지 원	○ 유통중인 농산물 잔류농약 및 중금속 품질관리 지원	○ 참여기업에서 생산, 판매, 유통되는 농산물 및 친환경 관련 제품을 품질관리지원
	○ 물류자료 DB정비지원	○ 친환경 농산물 물류자료 DB정비지원

2. 사업 결과

세부사업	사 업 결 과
네트워크	○친환경 농산물 및 일반농산물의 관련 산업 경영 및 기술교류 협력
기술개발	○안전먹거리 인증시스템 기술개발
	○잔류농약 분석기술개발
	○안전먹거리 인증시스템 특허등록
	○S&G FOOD 기술상품 특허등록 및 출원
인력양성	○친환경농산물 생산자, 생산업체, 유통업체 교육을 통한 전문 인력양성 ○잔류농약 및 중금속 전문분석 인력양성 ○잔류농약 및 중금속 전문분석 인력양성
마케팅	○마케팅, 홍보 및 교육을 통해 농산물의 안전성에 대한 소비자 인지 확보
관련기업 지원	○친환경 농산물 및 일반농산물의 안전성확보를 위한 기술개발로 관련기업지원
기타	○친환경 농산물 및 일반농산물의 안전성 확보기술 및 안전먹거리 인증시스템 개발로 사업단 자체수익 발생

3. 안전먹거리 유통인증 시스템 개발

1) 실시간 현장 확인시스템




2) 상세정보 확인 시스템



3) 브랜드 개발

(1) 브랜드 마크 및 네임 개발

브랜드



1. 심볼마크(Symbol Mark)
비커와 현미경 형태를 도식화하였으며, '현미경'을 통하여 농산물을 자세히 관찰하여 과학적으로 검증·차별화된 것임을 표현하고 있습니다.

S&G FOOD

브랜드 네임

세이프 앤 굿 푸드

'Safe & Good Food'의 준말로 모든 국민의 웰빙을 염원하며 더욱 더 안전한 먹거리를 만들어 국민 건강과 행복을 추구하는 것을 목적으로 하고 있습니다.

- S (Safe) → 안전한
- G (Good) → 좋은
- F (Food) → 먹거리(음식)

1. 출원번호 40-2005-0008834
= 등록번호 40-0648817-0000
2. 출원번호 41-2005-0004791
= 등록번호 41-0129268-0000
3. 출원번호 40-2005-0008836
= 등록번호 40-0654673-0000
4. 출원번호 40-2005-0008837
= 등록번호 40-0648822-0000
5. 출원번호 40-2005-0008829
= 등록번호 40-0651209-0000
6. 출원번호 40-2005-0008838
= 등록번호 40-0651213-0000

서비스 번호
1) 41-2005-0004791

(2) 안전먹거리 인증 라벨

일반형(30mm×40mm)

박스형(45mm×60mm)

원형(20mm×20mm)



(3) 개발 브랜드 및 브랜드 제품의 인지도

- 2004.09 ~ 2005.06(1차년) : 소비자 1,200여명 확보, 본 브랜드 제품 구매 확약
- 2005.07 ~ 2006.06(2차년) : 소비자 1,500여명 확보, 본 브랜드 제품 구매 확약
- 2006.07 ~ 2007.03(3차년) : 소비자 800여명 확보, 본 브랜드 제품 구매 확약

Microsoft Excel - 대경공업 거연선상 리스트					
F1224 대경광역시 서구 괴경동 광진빌라 1동 102호					
A	B	C	D	E	F
1187	1187 이순덕	016-9775-1297		대전광역시 중구 대동 49-4번지	
1188	1188 이은희	042-483-8450		대전광역시 서구 둔산동 1444번지 중앙신협 골프연습장	
1189	1189 박한실	042-526-7676		대전광역시 중구 오류동 삼성아파트 24동 1101호	
1190	1190 황순자	042-482-5854		대전광역시 서구 삼성동 동성아파트 105동 401호	
1191	1191 리혜경	042-258-1285		대전광역시 중구 대서동 영진아파트 404호	
1192	1192 이영애	042-482-1598		대전광역시 서구 삼성동 국화아파트 105동 1202호	
1193	1193 박인나	019-450-7711		대전광역시 중구 유천1동 334-43번지	
1194	1194 이옥숙	042-482-2780		대전광역시 서구 둔산동 크로바아파트 108동 901호	
1195	1195 송희재	042-345-6330		대전광역시 중구 태평동 동양아파트 207동 502호	
1196	1196 신영숙	011-9806-8821		대전광역시 유성구 오문동 협매마을아파트 816동 602호	
1197	1197 류경혜	010-7404-6404		대전광역시 서구 탄방동 한우리아파트 103동 1106호	
1198	1198 전진신	010-3366-6589		대전광역시 서구 갈마 2동 910번지	
1199	1199 이상남	042-488-7019		대전광역시 서구 갈마동 263-21번지	
1200	1200 전희일	017-736-1336		대전광역시 유성구 어은동 학빛 아파트 109동 50호	
1201	1201 도순덕	042-482-4995		대전광역시 서구 삼성동 가람아파트 1동 1105호	
1202	1202 강필내	019-640-8992		대전광역시 서구 탄방동 학암아파트 2동 105호	
1203	1203 김연희	017-521-2924		대전광역시 서구 탄방동 국악한양아파트 4동 1006호	
1204	1204 김기애	017-419-2790		대전광역시 대덕구 비례동 139-9번지 성원맨션 301호	
1205	1205 염영자	018-424-3811		대전광역시 삼성동 1261번지	
1206	1206 박천숙	042-672-0240		대전광역시 대덕구 범동 보람아파트 108동 1302호	
1207	1207 최금자	042-365-2839		대전광역시 유성구 지족동 월매아파트 301동 1003호	
1208	1208 김수자	042-484-8890		대전광역시 서구 둔산동 수경아파트 12동 405호	
1209	1209 김수일	042-489-3218		대전광역시 서구 월평동 다모아아파트 112동 1503호	
1210	1210 김경순	042-486-2603		대전광역시 서구 월평 3동 진달래아파트 109동 1503호	
1211	1211 김경희	019-489-8006		대전광역시 서구 삼성동 국화우성아파트 507동 507호	
1212	1212 김현숙	042-489-8266	soohy58@hanmail.net	대전광역시 서구 둔산동 동지아파트 111동 1102호	
1213	1213 육순복	042-256-9779		대전광역시 중구 중촌동 1113동 24번지	
1214	1214 이순자	042-523-4646		대전광역시 서구 내동 맑은아침 119동 604호	
1215	1215 이은희	042-489-1335		대전광역시 서구 월평동 백합아파트 102동 1206호	
1216	1216 송민영	042-635-7419	smh57@hanmail.net	대전광역시 대덕구 송촌동 495-3번지 2층	
1217	1217 이윤순	042-221-1515		대전광역시 중구 중촌동 67-6번지	
1218	1218 오경분	042-531-1256		대전광역시 서구 갈마동 갈마초마을아파트 109동 710호	
1219	1219 황규숙	016-402-4742		대전광역시 서구 둔산동 생여리아파트 114동 805호	
1220	1220 정정숙	042-486-3538		대전광역시 서구 둔산동 생여리아파트 107동 1404호	
1221	1221 김복순	042-532-2498		대전광역시 서구 갈마 2동 경성관마을아파트 119동 602호	
1222	1222 신순하	042-522-1958		대전광역시 서구 내동 롯데아파트 108동 207호	
1223	1223 황장관	011-9403-7860		대전광역시 서구 갈마 2동 경성관마을아파트 123동 405호	
1224	1224 이기화	011-9938-4140		대전광역시 서구 괴경동 광진빌라 1동 102호	
1225	1225				
1226	1226				
1227	1227				
1228	1228				
1229	1229				
1230	1230				

부록 2. 충남 농산물 가공업체 경영환경 조사 설문지

다음 문항에 해당되는 사항을 직접 기입하시거나 √표 하여 주시기 바랍니다.

문1) 귀 업체가 주로 생산하고 있는 품목을 5가지 이내에서 기입하여 주시기 바랍니다.

- ① _____
- ② _____
- ③ _____
- ④ _____
- ⑤ _____

문2) 귀 업체는 충청남도 또는 시군자치체로부터 융자 등의 지원을 받은 실적이 있습니까?

- ① 있다 ()
- ② 없다 ()

문3) 귀 업체가 생산 중인 제품의 원재료 사용비율은 어떻습니까?

충청남도 도내 농산물	%
충청남도 이외 국산 농산물	%
수입 농산물	%
기타	%
합계	100%

문4) 귀 업체는 작년(2006년)의 총 가동일수는 대략 며칠입니까?

_____ 일

문5) 귀 업체의 작년(2006년)의 총 가동일수 중에서 야간작업(저녁 7시~밤 12시까지)을 한 일수는 대략 며칠입니까?

_____ 일

문6) 귀 업체의 2006년 기준 생산량 중 실제로 판매된 비율은 %정도입니까?

_____ %

문7) 귀 업체의 경영형태는 다음 두 가지 중 어디에 해당됩니까?

① 단독 경영 ()

② 공동 경영 ()

문8) 귀 업체의 운영 햇수는 얼마정도 됩니까?

① 2년 이하 ()

② 2년 ~ 4년 ()

③ 4년 ~ 6년 ()

④ 6년 ~ 8년 ()

⑤ 8년 ~ 10년 ()

⑥ 10년 이상 ()

문9) 다음은 귀사의 재무구조에 대한 간단한 질문이오니 해당란에 기입하여 주시기 바랍니다.

① 자본금 : _____ 원

② 부채 : _____ 원

③ 연매출액 : _____ 원

문10) 귀 업체가 원료를 구매하는 데 있어 가장 애로를 겪는 점을 꼽아주시기 바랍니다(두 개를 답하셔도 됩니다).

① 가격 불안정 ()

② 품질 불안정 ()

③ 원료구입선 불안정 ()

④ 문제없음 ()

⑤ 기타 ()

문11) 귀 업체의 인력수급 상황은 어떻다고 생각되십니까?

- ① 어려움 ()
- ② 어려움 없음 ()

문12) 귀 업체의 일력구조에 관한 질문이오니 해당란에 기입하여 주시기 바랍니다.

- ① 총 직원수 : _____명
- ② 관리직원수 : _____명
- ③ 총 직원수 중에서 일일고용인력의 수 : _____명
- ④ 총 직원수 중에서 현지고용비율 : _____명

문13) 귀 업체가 생산한 제품을 판매하는 데 있어 가장 애로를 겪는 점을 꼽아주시기 바랍니다(두 개를 답하셔도 됩니다).

- ① 소비자 인지도 ()
- ② 인적 물적 마케팅 자원부족 ()
- ③ 소비자정보 부족 ()
- ④ 수급조절 불안정 ()
- ⑤ 물류비 부담 ()
- ⑥ 기타 :

문14) 현재 귀 업체가 생산하는 제품의 홍보방법을 꼽아 주십시오(두 개를 답하셔도 됩니다).

- ① TV, 신문, 라디오 등의 매스컴 ()
- ② 농협, 해당 지자체, 충청남도 ()
- ③ 자체 간판 ()
- ④ 자체 홍보물 ()
- ⑤ 못 하고 있음 ()

문15) 현재 귀 업체가 위치한 곳에 입지한 이유를 꼽아 주십시오(두 개를 답하셔도 됩니다).

- ① 원재료의 생산지이기 때문에 ()

- ② 생산한 제품의 소비지이기 때문에 ()
- ③ 노동력이 풍부해서 ()
- ④ 땅값이 저렴해서 ()
- ⑤ 교통이 편리해서 ()
- ⑥ 기타 :

문16) 현재 귀 업체가 필요한 정부의 지원책을 꼽아 주시기 바랍니다(두 개를 답하셔도 됩니다).

- ① 도단위 공동인증 브랜드 개발, 지원, 홍보 활성화 ()
- ② 시군단위 공동인증 브랜드 개발, 지원, 홍보활성화 ()
- ③ 충청남도 혹은 지자체의 원료농산물 이미지 홍보 ()
- ④ 각종 세제혜택 확대 ()
- ⑤ 업체별 브랜드개발 및 홍보 개별지원 ()
- ⑥ 기타 :

문17) 기타 경영상 애로사항에 대하여 적어주시고, 이에 대해 충청남도가 지원할 수 있는 바람직한 방향이 있다면 자유롭게 의견을 적어주시기 바랍니다.

문18) 기타 제품생산과정에서 겪고 계신 기술상의 애로사항을 적어주시고, 이에 대해 충청남도가 지원할 수 있는 바람직한 방향이 있다면 자유롭게 의견을 적어주시기 바랍니다.

■ 집 필 자 ■

연구책임 : 충남대학교 농업과학연구소

(충남대학교 식품공학과 오만진 교수

충남대학교 식품공학과 이기택 교수

충남대학교 생물자원공학부 김만수 교수

충남대학교 농업경제학과 구승모 교수

충남대학교 농업경제학과 홍승지 교수)

공동연구 : 충남발전연구원 산업경제연구팀 임형빈 연구원

기획연구 2007-02 · 충청남도 농산물 가공산업 육성대책 연구

글쓴이 · 충남대학교 농업과학연구소, 임형빈 / 발행자 · 김용웅 / 발행처 · 충남발전연구원

인쇄 · 2007년 10월 31일 / 발행 · 2007년 10월 31일

주소 · 대전광역시 중구 용두동 112-1 동아일보빌딩 5-6층 (301-745)

전화 · 042-820-1271(산업경제연구팀) / 팩스 · 042-820-1179

ISBN · 978-89-6124-029-1 93300

<http://www.cdi.re.kr>

©2007. 충남발전연구원

- 이 책에 실린 내용은 출처를 명기하면 자유로이 인용할 수 있습니다.
무단전재하거나 복사, 유통시키면 법에 저촉됩니다.
- 이 연구는 본 연구원의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.