

현안과제연구
2013. 11. 22

충남지역 6차산업화 우수경영체 분석

연구수행 : 유학열·이영옥

CDI 충남발전연구원

충남지역 6차산업화 우수경영체 분석

연구수행 : 유학열(농촌농업연구부)
이영옥(농어업6차산업화센터)

목 차

I. 6차산업화의 추진배경 및 개념 / 1	
II. 6차산업화 성립조건 / 2	
III. 충남지역 6차산업화 우수경영체 사례 / 4	
1. 서천 달고개 모시 마을	2
2. 예산 사과 와인	2
3. 보령 돼지마블로즈	2
4. 서산 생강한과	2
IV. 6차산업화 성공요인 / 16	

I. 6차산업화의 추진배경 및 개념

1. 6차산업화의 추진배경

- 농어업·농어촌·농어업인의 새로운 역할
- 도민과 소비자들에게 안전한 먹을거리를 안정적으로 공급해야 하며 쾌적한 농어촌의 환경자원은 새로운 성장 동력의 주춧돌이 됨
- 뿐만 아니라 농어업인과의 귀농·귀촌자들이 어우러지는 새로운 삶터와 일터인 동시에 농수산물의 가공, 마케팅 등 지역 경제활동의 다각화가 이루어지는 곳이며 농어업인은 농어업의 부가가치를 높이고 지역 혁신을 주도하는 역할이 부여됨
- 농어업 농어촌에 대한 새로운 인식변화
- 국민의식조사 결과 안전한 식품의 안정적 공급을 농업·농촌의 역할로 1순위로 꼽혔으며 농산물 시장 개방화에 따라 신뢰할 수 없는 농산물들로 인해 안전한 농산물의 안정적 공급에 대한 국민 요구가 강해지고 있고, 건전한 식생활과 함께 로컬푸드 시스템을 구축하려는 움직임 확대
- 귀농·귀촌 인구가 증가하는 추세이며 농어촌·농어업의 공익적 기능에 대한 도시민의 관심이 증대됨에 따라 농촌지역의 과소화 해소 및 도시민의 다양한 경험과 노하우, 지식 등의 활용을 통해 농어촌 경제의 다각화를 도모할 수 있음
- 중앙정부의 농촌정책의 새로운 패러다임 또한 변화(표 1 참조)
- 이에 따라, 농어업 고부가가치화, 도시민과의 소득 격차를 완화시키는 것은 물론 농어촌 지역의 새로운 일자리 창출(고령자, 여성)과 농어촌 지역의 공동체 복원 및 활성화, 내발적 발전이 6차산업화를 이루려고 하는 궁극적 목적이라고 말할 수 있음

[표 1] 농촌정책의 새로운 패러다임

구 분	과거 접근방법	새로운 접근방법
목표	평준화, 농가소득, 농가 경쟁력	<ul style="list-style-type: none"> - 농촌지역의 경쟁 - 농촌 지역자원의 가치현실화 - 활용되지 않았던 자원의 재발견
핵심 대상 부문	농업	<ul style="list-style-type: none"> - 농촌지역경제를 구성하는 다양한 산업 부문(예: 농촌관광, 제조업, 정보통신산업 등) - 주민의 삶의 질 향상 부문
주요수단	보조금 지원	- 투자
주체	중앙정부, 농업인	<ul style="list-style-type: none"> - 각급 정부들(초국가정부, 중앙정부, 지방정부 등) - 농촌지역의 다양한 이해 당사자(공공부문, 민간부분, NGO)

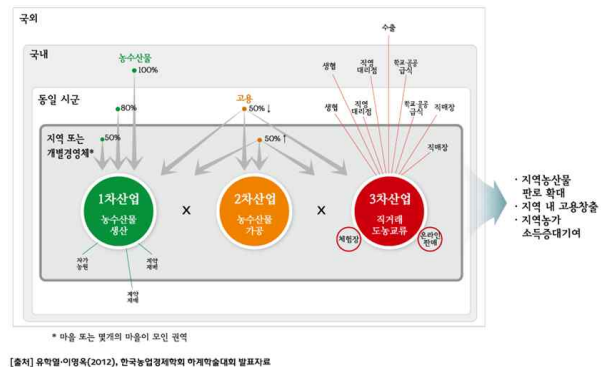
자료 : 송미령·이동필, 국가농어촌정책의 추진방향과 과제, 농촌경제 연구원, 2010

2. 6차산업화의 개념

- 일본 도쿄대 今村奈良臣 명예교수는 농업은 1차산업에 머무르지 않고, 2차산업및 3차산업까지 영역을 확대할 필요가 있으며, 농기업의 다각화와 농업의 종합산업화(1차×차×차=6차)를 전개함으로써 농촌에 새로운 가치를 창출하고 여성, 고령자에게도 새로운 취업 기회를 만들어내는 활동이라고 정의하였음
- 한국농촌경제연구원의 김태곤 연구위원은 6차산업화는 6차산업화는 농업의 생산, 가공, 서비스의 단순한 집합(1차+2차+3차산업=6차산업)으로 그치는 것이 아니라 이들 산업의 유기적이고 종합적인 융합(1차×2차×3차=6차산업)을 의미한다고 정의하였음
- 고로, 농어업 6차산업화란 하나의 개별경영체(농가, 법인 등) 또는 지역(마을)에서 1차산업을 중심으로 한 농수산물 가공의 2차산업과 직거래, 관광, 서비스 등 3차산업의 유기적 융합을 의미함

II. 6차산업화 성립조건

- 지역농어업에 기반
 - 경영체가 자체적으로 보유하고 있는 자가농원에서 생산재배를 해야하며 지역 내에서 조달되지 못하는 부분에 대해서는 경영체가 소재한 동일 시·군내에서 확보해야 함
 - 2차 가공에 필요한 원산물의 공급 또한 경영체가 소재한 지역 내에서 이루어져야 함(50% 이상 조달)
- 지역주민 고용
 - 1, 2차 산업에 종사하는 종업원의 50% 이상은 지역민이어야 함
 - 일자리 고용은 지역주민을 우선적으로 고용하되, 지역 내에서 고용을 하지 못할 경우에는 동일 시·군내에서 100% 고용이 이루어져야 함
- 직거래 유통망 주도적 확보
 - 홍보, 유통, 서비스(농촌관광 등) 등 3차 산업 역시 6차산업경영체가 주도권을 가지고 직접 운영, 관리함
 - 특히 유통의 경우 직영대리점, 직매장, 온라인판매를 이용하며 80% 이상은 직거래로 유통하는 것을 기본으로 함



[그림 1] 농어업 6차산업의 圖式

III. 충남지역 6차산업화 우수 경영체 사례

1. 서천 달고개 모시 마을

- 2005년 서천 어메니티 마을 선정과 함께 지원금 1억원을 받아 농촌개발사업을 시작함
- 2006년 농촌진흥청 농촌전통테마마을로 선정되면서 본격적으로 모시떡 모시공예, 천연염색, 농촌 체험 마을 기반을 마련하게 됨
- 또한 지역 대학과의 산학협력을 통해 모시 관련 식품 개발에 나섰으며 2011년 9월부터 모시송편과 가래떡을 본격적으로 시작함

[표 2] 서천달고개 모시마을 개요

구 분	내 용
운영주체	- 영농조합법인
소재지	- 충남 서천군 화양면 화한로 496
연락처	- 양만규()
설립연도	- 2006년 (농촌전통테마마을) - 2011년 본격적 운영
주요생산물	- 모시송편, 모시가래떡, 모시한과
매출액 (2012)	- 2억 6천만 원
종업원 수	- 36명의 마을 주민이 직간접적 참여
홈페이지	- http://dalmosi.go2vil.org

1) 6차산업 형태

- 주 농작물은 쌀이며 부작물로 16,500㎡ 가량의 모시잎을 재배, 모시잎은 6월, 8월, 10월 3회에 걸쳐 수확되는데 전량 2차가 공(모시송편, 모시떡)에 쓰임. 마을 전체에서 생산되는 모시가 부족할 경우, 인근 마을에서 5통가량 구매도 함. 유통망은 온라인과 휴게소, 직판장, 관광단지에서 모두 판매되고 있음



[그림 2] 서천달고개 모시마을의 6차산업 기본형태

2) 특징

- 모든 마을 주민사업 참여
 - 달고개 마을의 총 가구 수는 52가구이며 이 중 46가구가 사업에 참여함. 모시생산부터 가공판매에 이르기까지 59세 이상 참여자는 52명 중 46명에 이름
 - 또한 영농회, 부녀회, 노인회 주민이 참여할 수 있도록 마을 공동협의체를 구성하여 운영함
- 적극적인 지역 연계활동
 - 마을 주민들을 중심으로 계절별 전통 행사인 밀밭 밟기, 배나무 봉지 씌우기 등 다양한 농촌체험 프로그램을 운영하고 있으며 매년 방문객수가 증가하고 있음(2012년 6,300명)

- 공동체 회복을 위한 노력

- 서천 사랑장학회와 기부 협약을 맺고 매년 200만원을 장학금으로 기부하고 있음
- 마을사업에 참여하기 어려운 초고령 노인들을 위한 생일 잔치를 매달 열고 있으며 매년 6백만 원 정도를 마을주민의 화합기금으로 조성

2. 예산 사과 와인

- 예산사과와인의 정제민 부사장은 술만드는 전문가로 1980년대 후반 캐나다에서 와인 양조법을 배움. 한국으로 돌아와 장인이 운영하는 저수고 밀식형의 사과유립농장 스타일(은성농원, 서정학 대표)과 어우러진 사과와인을 만들고자 와이너리를 생각해 됨
- 2004년 가양주 형태의 사과와인을 가지고 와인만들기 동호회, 와인협회, 캠핑 동호회, 바비큐 동호회 등 200명이 모여 축제를 개최하였고 이후 예산의 축제 '사과와인 페스티벌' 이름으로 공식화되어 매년 개최되고 있음
- 2008년 농업회사법인을 설립하였으며 2010년 와이너리를 완공하여 사과와인을 출시
- 2012년 대한민국 우리술 품평회에서 과실주 부문 대상 수상

[표 3] (주)예산사과와인 개요

구 분	내 용
운영형태	- 주식회사&농업법인
소재지	- 충남 예산군 고덕면 대천2리 501
연락처	- 041-337-9584
설립연도	- 1987년 사과재배 - 2008년 와이너리 개시
주요생산물	- 사과, 추사애플와인, 사과잼
매출액 (2012)	- 사과: 약 1억 2천만 원 - 와인: 약 8천만 원 - 체험·숙박: 약 5천만 원 - 합계: 약 2억 5천만 원
종업원 수	- 6명(정규직 4명, 비정규직2명)
홈페이지	- http://www.chusawine.com

1) 6차산업 형태

- 은성농원(3ha)에서 친환경 저농약 농법으로 연간 50톤의 사과를 생산 재배. 자가농원과 인근 농가에서 재배된 100% 예산사과를 사용하여 첨가물이 없는 사과와인을 생산함. 2004년부터 사과와인만들기, 사과파이 만들기, 사과잼만들기 등 체험프로그램을 운영하고 있고 방문객이 매년 증가하고 있음(2012년 약 3만 명). 덕산 리솜스파캐슬에 사과탕과 사과와인탕을 운영하여 홍보하고 있으며 판매유통은 80% 직판하고 있고 최근 인천공항 롯데면세점에 입점하였음



[그림 3] (주)예산사과와인의 6차산업 기본형태

2) 특징

- 가족단위의 체계적 경영 분업화
 - 가족들의 각각의 장점과 특기를 살려 체계적으로 분업하여 경영하고 있음. 1차산업인 은성농원은 전문농업인인 장인이 사과생산을 하고 있으며, 2차산업인 와인제조는 정제민 부사장이 와인전문가로서 가공품 생산 및 판매에 주력하고 있으며 와이너리 운영 및 체험 관련해서는 정제민 부사장 아내가 운영하고 있음
- 과수분야의 6차산업화 전형적인 모델
 - 은성농원에서 사과를 재배하고 그 사과를 가공하여 사과와인, 사과브랜드를 생산하고 있을 뿐만 아니라 농원과 와이너리에서 사과따기 체험, 애플파이만들기, 사과잼만들기 등 다양한 체험을 개발·운영
- 양조 전문가에 의한 생산
 - 정제민 부사장은 2010년 주류제조면허를 취득하여 사과와인의 맛과 품질을 향상시키고자 끊임없이 노력해 왔으며 첨가물이 전혀 없는 100% 예산산 사과로 와인을 제조함. 또한 우리술 협동조합 이사로 과실주 부문 전문가로 활동하고 있음
- 연매출 2억 5천만 원에 지역고용 창출
 - 사과와인의 주재료인 사과는 지역농산물(자가농원 50% + 인근농가 50%) 100%를 사용하고 와이너리가 사과농장 안에 위치하고 있어서 와이너리 투어에 참가한 사람들이 와인뿐만 아니라 사과를 택배로 주문하기 시작하면서 은성농원의 사과만으로는 직거래 물량을 맞출 수 없어 다른 농가에서 재배하는 사과까지 팔아주고 있음
 - 일손이 딸리는 시점에 비정규직(2명, 매달 10일 이상 출근)과 일용직(총 90명 고용, 2011년)을 고용하는데 모두 지역주민들을 고용하고 있어 새로운 고용 창출에 기여하고 있음

3. 보령 돼지마블로즈

- FTA 육류 수입개방에 의해 경쟁력이 심화되면서 국내 양돈산업의 경쟁력을 높이고자 2009년 양돈을 중심으로 한 클러스터사업으로 선정되어 자금지원을 받게 됨
- 2011년 10월 '서부충남고품질양돈클러스터사업단'을 설립운영하여 61농가(2012. 3)가 회원농가로 가입
- 회원농가를 대상으로 생산단계에서부터 사양관리, 출하관리, 질병관리 등 철저한 교육을 통해 생산 돈육 품질을 균일화하고, 사업추진에 필요한 교육을 꾸준히 실시
- 또한 사료공동구매를 통해 사료값을 절감하고, 규모화와 계약출하에 따라 생돈을 출하함으로써 원가절감과 수익률의 향상으로 연결되어 2012년 참여농가들에게 41억원(농가당 약 7천만원)의 소득향상을 가져옴
- 61개 회원농가에서 출하된 양돈은 생육, 지육, 부분육(오메가-3함유)을 HACCP 인증과 생산이력제를 통하여 소비자에게 직접 판매를 하고, 수도권의 40~50개 공급업체에게는 '마블로즈 인증업체' 간판을 부착하여 양돈을 공급

[표 4] 서부충남고품질양돈클러스터사업단 개요

구 분	내 용
운영주체	- 농업회사법인
소재지	- 충남 보령시 청소면 청소큰길 254
연락처	- 041-931-8090
설립연도	- 2011년 10월
주요생산물	- 고품질 돈육(오메가-3함유) - 햄, 소시지, 베이컨
매출액 (2012)	- 120억원(순 이익률 약 5%)
종업원 수	- 37명(정규직 27명)
홈페이지	- www.happycluster.co.kr

1) 6차산업 형태

- 1차생산물 및 과정
 - 생산품목: 생육, 지육, 부분육(오메가-3함유)
 - 생산방법: 회원농가(오메가-3 첨가사료 사용하여 생산부터 유통까지 HACCP 인증), 공동출하, 생산이력제 시스템을 통해 소비자가 직접 생산 이력 확인
 - 1차산업에 투입되는 노동력 : 61농가
- 2차생산물 및 과정
 - 생산품목(가공품): 햄, 소시지
 - 가공품에 사용되는 축산물 종류 및 양 : 연간 264톤, 연간 2.6억원의 순수익 예상(2012년)
 - 축산물의 구입 방법: 회원농가(61농가) 공동출하(자가)
 - 축산물의 원산지 비율: 지역내 100%
 - 2차산업에 투입되는 노동력(고용인력): 4명
 - 현 시설에서의 연간 가동률: 연간 340일 이상
- 3차서비스상품 및 과정
 - 판매상품: 햄, 소시지판매, 체험
 - 판매경로: 식당, 체험, 직매장(돈육의 브랜드 홍보 및 직판), 온라인
 - 판매방식: 온라인직판, 마트, 직영대리점, 수출(직영매장, 대형할인점 10개, 전문매장 10개, 직영매장 5개) 소비처 확보 예정
 - 돈육(생육과 정육형태)홍성군, 보령시 농협 하나로마트에 80% 판매
 - 판매경로별 비율: 온라인 40%, 오프라인 60%
 - 3차산업에 투입되는 노동력(고용인력): 직영판매점 13명, 돼지카페 식당 10명



[그림 4] 서부충남고품질양돈클러스터 사업단의 6차산업 기본형태

2) 특징

- 고급 브랜드 개발을 통한 부가가치 창출 및 농가소득 증대
 - 오메가-3가 함유된 국내산 프리미엄 포크로 마블로즈를 개발하여 특허 출원 받았으며, 고품질 친환경 웰빙 돼지고기를 활용한 직영식당 돼지카페(보령, 홍성)를 운영
 - 사업단의 계통출하로 기존 소득 외에 생산농가의 소득을 증대(연간 약 41억원 추가소득)시켰으며 계약사육에 의해 일반 양돈농가 보다 연간 약 30백만원(3천 두 사육기준) 소득향상시킴
- 고품질 양돈산업시스템 구축
 - 서부충남지역, 보령시와 홍성군은 현재 국내 양돈산업의 주요한 권역으로 양돈회원농가(현재 61개)를 중심으로 영농조합법인 회원, 대학, 연구소, 연구기관 및 행정기관 등 네트워크를 활성화
- 친환경웰빙 축산물로 소비자에게 안전신뢰성 확보
 - 생산단계에서부터 오메가-3 첨가사료를 사용하고, 유통까지 HACCP 인증을 통한 공동출하와 생산이력제 시스템으로 소비자로부터 높은 신뢰를 얻고 있음

- 직거래를 통한 유통혁신
 - 참여 축산농가에 안정적이고 높은 소득을 보장하며 일반 농가보다 1두당 10,000원이상 소득 발생함
- 지역내 인력 우선채용
 - 상시 근무인력 27명으로 100% 정규직이며 축제행사, 이벤트, 시식회 등 비상시적인 근무인력은 월 평균 약 10명 정도임. 전문성을 요하는 분야인 회계 및 전문경영인은 지역 외 인사를 채용하였지만, 정규직이든 비정규직이든 지역출신 채용 원칙을 고수하여 지역기업이라는 정체성을 확보

4. 서산 생강한과(영이식품)

- 1997년 이정로 대표의 어머니가 지역 특산물인 생강의 부가가치 증대와 농촌 여성의 소득원 발굴 사업에 참여하면서 시작됨
- 3,388㎡규모의 부지를 마련한 뒤, 2006년 공장건축, 2007년 시설 클린화 및 관리시스템 전산화를 완료
- HACCP에 준하는 생산가공시설(413㎡), 반대기 제조시설(198㎡), 저온저장실(50㎡), 창고(215㎡), 사무실(132㎡), 전시공간(50㎡), 연구실(82㎡) 등 총 1,140㎡ 규모의 시설이 단계적으로 구축
- 연간 50톤의 한과를 생산하여 약 10억 원 매출을 올리는 선도기업으로 성장

[표 5] 서산 생강한과(영이식품) 개요

구 분	내 용
운영주체	- 주식회사
소재지	- 충남 서산시 부석면 강당리 836-1
연락처	- 041-662-9968
설립연도	- 1997년
주요생산물	- 한과류
매출액(2012)	- 약 10억 원
종업원 수	- 가족경영(2명), 정규직(8명),파트직
홈페이지	- http://www.seosanhangwa.com

1) 6차산업 형태

○ 1차생산물 및 과정

- 대부분의 주요 원료를 지역에서 생산되는 농산물을 사용하는 등 지역농산물만을 고집하고 있음
- 한과가공에 사용되는 주요 농산물인 찹쌀과, 뽕쌀, 생강은 일부 자가생산과 계약재배, 생산자 직거래를 통해 공급받고 있음
- 주원료인 찹쌀은 지역 농가와 계약재배(연간 16톤)을 통해 공급받고 있으며 뽕쌀의 경우 가격 등락이 심하여 계약재배가 용이하지 않아 쌀가공협회를 통해 지역에서 생산된 나라미를 직거래로 구매(연간 15톤)하며, 생강의 경우 자가 생산 2.5톤과 생산자 직거래를 통한 구매가 약 2.5톤으로 총 5톤의 생강을 사용

○ 2차생산물 및 과정

- 유과의 제조는 찹쌀의 원료선정에서부터 침지, 수세, 분쇄, 반죽, 증자, 반대기 성형, 건조, 튀기기, 탈유, 증청, 고명 문힘, 계량 및 포장 등의 공정으로 연간 50톤의 한과가 생산됨

○ 3차서비스상품 및 과정

- 서산생강한과는 온라인 또는 방문을 통한 직거래와 농협 하나로마트 및 우체국쇼핑과 같이 유통라인을 직접 관리할 수 있는 유통방식을 고집
- 현재 직거래회원이 약 4,000여 명으로 인터넷과 전화주문은 물론 직접방문을 통해 매년 약 2억 원의 매출
- 또한, 차별화된 생산방식 및 고객관리 프로그램 운영으로 고객의 만족도를 높여줌으로 우체국쇼핑과 농협 하나로마트 등의 매출은 물론, 수출도 꾸준히 증가



[그림 5] 서산 생강한과(영이식품)의 6차산업 기본형태

2) 특징

○ 체계적인 한과 가공모델 제시

- 지역의 특산물인 생강을 이용하여 한과를 개발하고 이를 생강한과로 브랜드화 하는데 성공
- 직접생산한 생강과 찹쌀 등으로 한과를 생산함으로 그 손맛과 생강 특유의 향으로 인해 지역 특산물로 명성을 얻고 있음
- 한과생산과정에서 가장 어려운 과정인 반대기 생산과정을 기계화하고 신 기술을 도입하여 생산효율을 높이는 등의 생산라인 구축으로 연간 50톤의 한과생산으로 약 10억 원의 매출을 올림

- 확고한 신념과 계획적인 운영
 - 어려운 여건에서도 장기적인 안목으로 계획을 수립하고 위생적이고 기계화된 생산체계를 구축함
 - 또한, 새로운 고객 관리프로그램을 도입하여 제품의 생산에서부터 최종 소비자까지 총괄적으로 관리하는 체계를 갖추
- 지역의 새로운 일자리 창출
 - 관리직 정규직원 2명을 채용, 그 외에도 성수기 생산을 위해 약 90일간 매일 25명, 비수기 상시 8명의 일자리를 제공
- 다양한 콘텐츠 개발을 통한 신뢰구축
 - 중장기발전계획의 수립을 바탕으로 사업초기부터 하나하나의 콘텐츠를 만들어가는 방식으로 공장 환경을 농촌의 자연과 경관을 살린 공간으로 만들어 공장이 아닌 잘 가꾸어진 공원 같은 쉼터로 조성해 관광객의 방문이 증가
- 25 : 25 : 25 : 25의 원칙
 - 유통과정을 직접 관리할 수 있는 농협 하나로마트 및 농협 판매망(25%), 우체국쇼핑(25%), 방문 및 전화주문(25%), 자체 온라인 및 수출(25%) 등에 고른 분산 매출의 원칙을 고집

IV. 6차산업화 성공요인

- 지역농업에 기반을 둔 6차산업화 실현
 - 가공원료에 쓰이는 재료의 공급은 지역농산물을 100% 사용하고 있으며 자가농원으로 생산하거나 계약재배를 통해 원재료를 공급받고 있음
- 3차산업을 통한 저비용의 홍보 마케팅 전략
 - 체험, 직영식당, 숙박 등 3차산업을 통하여 단골고객 확보는 물론 소비층이 점차적으로 두터워지고 있으며 고객관리시스템이 구축되어 있어 체계적으로 회원관리를 하고 있음
 - 또한 블로그나 홈페이지를 운영하여 상시적으로 업데이트를 하고 있으며 입소문 마케팅으로 홍보를 하고 있음
- 다양한 직거래망 확대를 통한 유통구조 혁신
 - 대기업 유통구조에 의존하기 보다는 직매장, 직영대리점, 1사1촌, 생협 등 자체적인 직거래 망을 구축하여 운영
- 지역일자리 창출
 - 일자리 고용은 지역민을 고용하는 것을 원칙으로 하며 운영
- 소비자 신뢰 구축
 - 소비자, 방문객이 안심하고 신뢰할 수 있는 안전한 농산물을 생산하며 철저한 품질관리를 통해 안전한 먹거리 구축함
 - 소비자 수요 및 기호에 맞도록 시설(직매장, 레스토랑, 체험 등)을 구축함으로써 소득 창출 효과를 극대화시킴