

제2차 농촌산업 활성화 현장포럼

- 일시: 2014년 3월 28일(금) 13:30~17:00
- 장소: 서천 달고개모시마을



농림축산식품부
Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs

CDI 충남발전연구원
Chungnam Development Institute

농촌산업 활성화 현장포럼(제2차)

□ 목적

- 충남지역 농촌산업(6차산업) 정책에 대한 발전 방안 논의
- 충남지역 농촌산업(6차산업) 우수 경영체 사례 발표 및 논의

□ 주최 및 주관

- 주최: 농림축산식품부 · 한국농촌경제연구원 · 충남발전연구원
- 주관: 충남발전연구원 농어업6차산업화센터

□ 행사 일정

시 간	내 용	담 당
13:00~13:30(30분)	등 록	-
13:30~13:50(20분)	참석자 소개	유학열 박사(충발연)
	인사말	박성우 과장(농식품부) 김태곤 박사(포럼대표)
13:50~14:30(40분)	충청남도 농촌산업(6차산업) 정책, 어디로 향하는가?	유재룡 팀장(충남도)
14:30~14:40(10분)	충청남도 농촌산업(6차산업) 정책에 대한 지정 토론	김용렬 박사(농경연)
14:40~14:50(10분)	휴 식	
14:50~15:25(35분)	충남지역 농촌산업(6차산업) 우수 경영체 소개 발표①	궁골식품 최명선 대표
15:25~16:00(35분)	충남지역 농촌산업(6차산업) 우수 경영체 소개 발표②	서천 달고개 모시마을 양만규 대표
16:00~16:50(50분)	충남의 농촌산업 정책과 우수 경영체 발전 방안에 대한 토의	김태곤 박사(포럼대표)
16:50~17:00(10분)	종합정리&폐회	김태곤 박사(포럼대표)

발표

충청남도의 농업6차산업화 정책

유재룡 팀장
(충청남도)

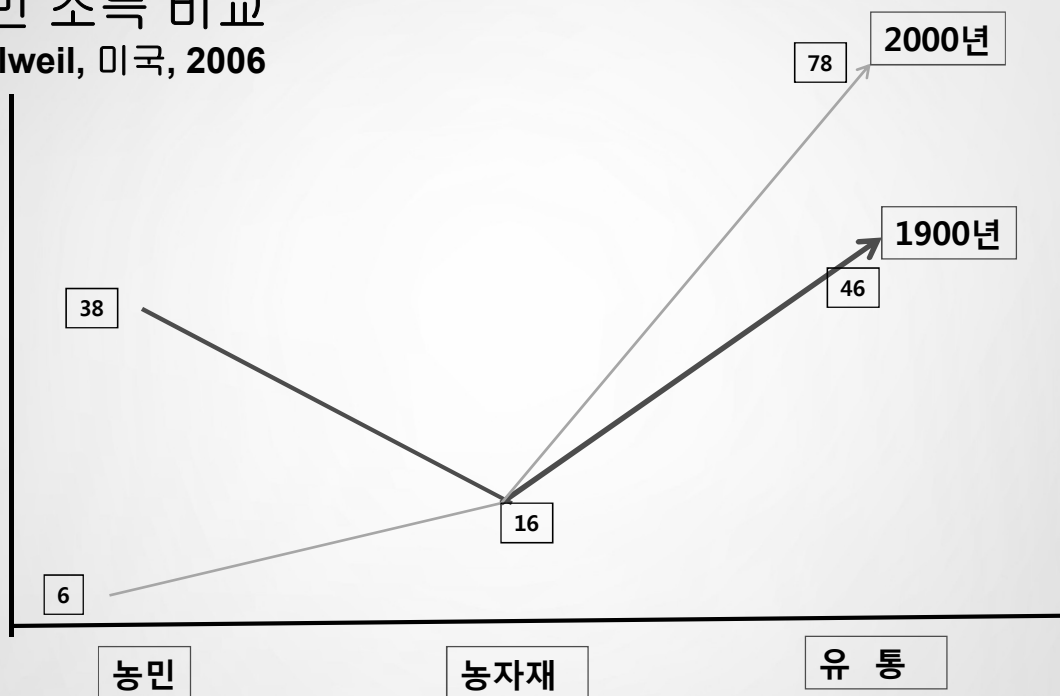
충청남도의 농업6차산업화 정책

충청남도 농정기획팀장
유 재 통

1

1. 농업 6차산업화의 필요성

농민 소득 비교
- Halweil, 미국, 2006



LOGO

로컬푸드 운동과 농업6차산업



<http://www.smu.ac.kr>

❖ 식품에 대한 소비자의 관심의 변화

FOOD

먹을 수 있으면



'70 ~ '80년대

TASTE

맛있는 음식



'80 ~ '90년대

SAFETY

식품안전과 건강에 관심



'90~현재

<출처: 최희중. 안전한 식재료 공급을 위한 농식품 예방안전 관리정책 추진사항. 2009년 한국식품조리과학회 추계학술대회 발표논문집, 2009>

<http://www.smu.ac.kr>

과거 농업 경쟁력은 $\text{sum}(+)$ 개념

과거 농업의 경쟁력은 더하기의 개념이었습니다.

토지, 노동, 자본을 더한 크기에 따라 경쟁력이 달라졌기 때문에, 인적·물적 요소의 확대에 치중하는 관행농법을 해왔습니다.

그러나 스마트 시대에 들어와서 농업의 경쟁력은 곱하기 개념으로 바뀌고 있습니다.

고정적인 요소(토지+노동+자본)에 창의적 아이디어와 새로운 서비스를 곱하여 부가가치를 몇 배로 높일 수 있습니다. 신기술과 창의력에 기초한 “스마트 농업” 창출이 필요합니다.

스마트 시대 농업 경쟁력은 $\text{mul}(X)$ 개념

삼성경제연구원 민승규⁵ LOGO

2. 충남 농업6차산업화사업의 기본 방향

농업·농촌 중심

- 두레기업 선정시 : 농민 70% 이상, 소유자분 51% 이상
- 향토산업 및 우량기업 육성 : 원물의 확보 방안 및 회원(농민)의 참여도 확보



내생적 발전

- 농업, 농촌, 농민이 중심이 되고, 사업의 성과 및 결정구조를 농민 중심으로 설계
- 유통 및 외부가 견인하는 그동안의 농촌 성장 구조를 농민과 농촌이 자발적으로 참여하고 그 주체가 되는 구조 정립



협동화 사업

- 지역의 문제를 해결 하는데 있어서 목적을 공유하고 일정기간을 적극적으로 연대하고 협력하는 사회 운동
- 주민의 자발적 참여를 통해 지역자원을 활용 하여 지역문제 해결



지속 가능성

- 사업의 지속성과 구성원의 적극적 참여
- 농촌기업의 영리법인화를 통한 지속가능성 확보와 소득구조 정립



6

LOGO

3. 충남 농업6차산업화사업의 모델



충남농어업6차산업2.0 Project (발전방안)

국내외 홍보 및 마케팅

외식산업 연계 마케팅

광역 학교급식 수발주 연계

수도권 안테나숍 등 직판

추진주체 중심의 농업6차산업

공동체단위
(마을, 작목반)

지역단위
(시군단위)

두레기업
희망마을

농산물공동가공센터
농산물생산자직판장
로컬푸드유통센터

정부시책사업

향토산업
전략식품산업

고도화 사업 (도전체)

안전성 확보

농산물안전성검사센터

지역문화디자인연계

농어촌문화디자인사업

충남6차산업지원조직

충남농어업6차산업협회
충발연 6차산업화센터

LOGO

< 주체별 6차산업화 사업 >



단 계 별	사 업 명	사업비	개소	비고
공동체 단위 (마을,작목반)	두레기업	20억	년10개	2013
	희망마을(소득사업)	5억	년2개	
지 역 단 위 (시군단위)	공동가공센터	25억	9개소	2014
	농산물생산자직판장	25억(2년)	9개소	
	학교급식센터	25억	12개소	2013
사업 고도화 (도 전체)	충남농어업6차산업협회	-	-	2013
	농어촌문화디자인사업	매년2억	년5식	2012
	농산물안전성검사센터	50억(2년)	1개소	2014
충남농어업 6차산업 2.0 (발전방안)	수도권 안테나숍	5억	1개소	2014
	학교급식 수발주시스템	14억	1 식	2013
	국내외 홍보 및 마케팅			
	외식산업과 연계한 마케팅			

8

LOGO

※ 농업6차산업화사업의 외연 확대



소비자 참여형 직거래 활성화 추진

연관농림사업
(기존, 국비지원)

- ✓ 친환경 기반구축
 - 단지 조성
 - 교육, 컨설팅, 체험
- ✓ 소비자중심GAP사업
 - 교육컨설팅사업
 - 산지GAP시설확충
 - 농식품시설현대화

연관농림사업
(시군 또는 농협)

- ✓ 주말농장 및
농사 체험장 조성

직거래 활성화 사업
(신규, 국비지원)

- ✓ 직판장
 - 판매장
 - 포장센터
 - 공예품판매장
- ✓ 상싱장터
(아침시장)
- ✓ 역량강화사업

농업6차산업화사업
(道 자체사업)

- ✓ 소규모 가공장
- ✓ 농가 맛집
- ✓ 체험장
- ✓ 농자재 판매장
- ✓ 커뮤니티센터



- 문화관광부사업
- ✓ 작은영화관 조성

LOGO

<참고>

충남 농어업6차산업화 사업내용



10
LOGO

① 두레기업



구 분		사업량(개소/억원)				개소당 사업비
		합계	2013	2014	2015	
합 계		73/701	15/107	29/243	29/351	
두레기업 창업육성	소 계	35/442	7/54	14/140	14/248	
	소규모 마을	20/82	4/18	8/32	8/32	10억
	자립화 마을	15/360	3/36	6/108	6/216	10~25 억
지역우량 기업지원	소 계	35/250	7/50	14/100	14/100	
	기업조합	15/150	3/30	6/60	6/60	10억
	우량기업	20/100	4/20	8/40	8/40	5억이하

11
LOGO

○. 사업 주체



구 분		대 상	부담비율
두레기업 창업육성		. 마을단위에서 농어업을 기반으로 영리법인을 설립하고, 6차산업화를 이루려는 사업단 . 두레기업(구, 마을기업) 또는 마을간 연계를 통해 법인화 계획이 있는 사업단	국 비 50% 시군비 30% 자부담 20%
우량 기업 육성	기업조합	. 3개이상 기업이 새로운 법인(영리법인)을 구성하고 신상품 개발 및 시장 개척하려는 예비 사업단	국 비 50% 시군비 20% 자부담 30%
	우량기업	. HACCP등 기업시설 고도화 희망업체 . 수출업체, 학교급식 가공업체	국 비 50% 시군비 10% 자부담 40%

12
LOGO

② 로컬푸드 유통(학교급식)센터



시장, 군수
- 사업비
: 30억

1. 시민주형형 협동조합
 2. 지역농협 연합사업단
 3. 농민 및 시민 사업단
 4. 지방 공사
- ※ 당진, 아산 운영중
2013-5개소, 2015까지
전 시군 설치

1. 6차산업화 전제된
로컬푸드 유통
2. 공공성 확보
3. 회사, 농촌등 공공급식
으로 확대
4. 타 6차산업과 연계
효율성 증대

13
LOGO

③ (사)충남농어촌복합산업 협회



주요 사업

- 교육 및 역량강화
- 공동홍보
- 시장 개척

회원 자격

- 충청남도내 소재 농기업
- 전략식품, 향토산업사업단, 두레기업
- ※ 농기업 창업 희망자(교육 참여 기회 부여)

2013년도 사업실적

- 역량강화 교육 (6차산업, 회계, 역량강화)
- 일본 6차산업 현장 및 오사카 식박 참가
- 회원사 생산제품 디렉토리북 제작
- 6차산업박람회 및 웰빙엑스포 참가
- 10.23 베트남 시장 개척단

14
LOGO

④ 농식품 문화디자인 사업



문명력

+

문화력

=

풍요

TV 수상기

- 보편적
- 어디나 있다

프로그램

- 상대적
- 다양하다

명품 드라마

- 넝쿨당, 나는가수

감자

- 어디나 있다

귀츨라프(1832) 감자

- 감자재배법 교육
- 독일 감자씨보급

관광연계, 명품화

- 향토산업화
- 독일등 외국인, 기독교, 관광객



15
LOGO

문화디자인과 제품가치



식품에 관한 트렌드 변화

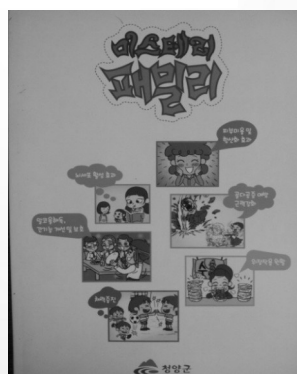
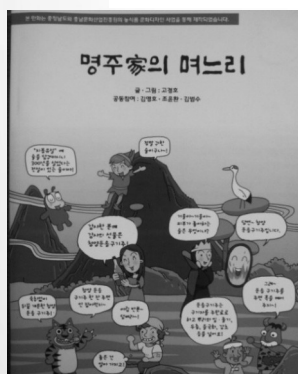
양 ➡ 질 ➡ 안전 ➡ 안심 ➡ 건강 ➡ 품격 ➡ 행복
(문화)



16
LOGO



스토리텔링 + 웹툰



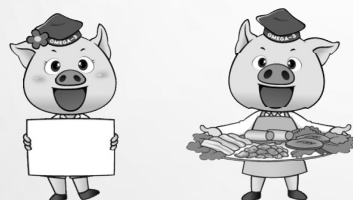
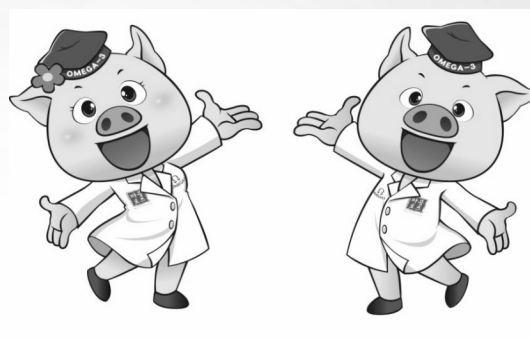
17
LOGO



안내지도



캐릭터



18
LOGO

⑤ 충남형 농산물 생산자 직판장



사업 개요

◆ 사업기간 : 총 9개소

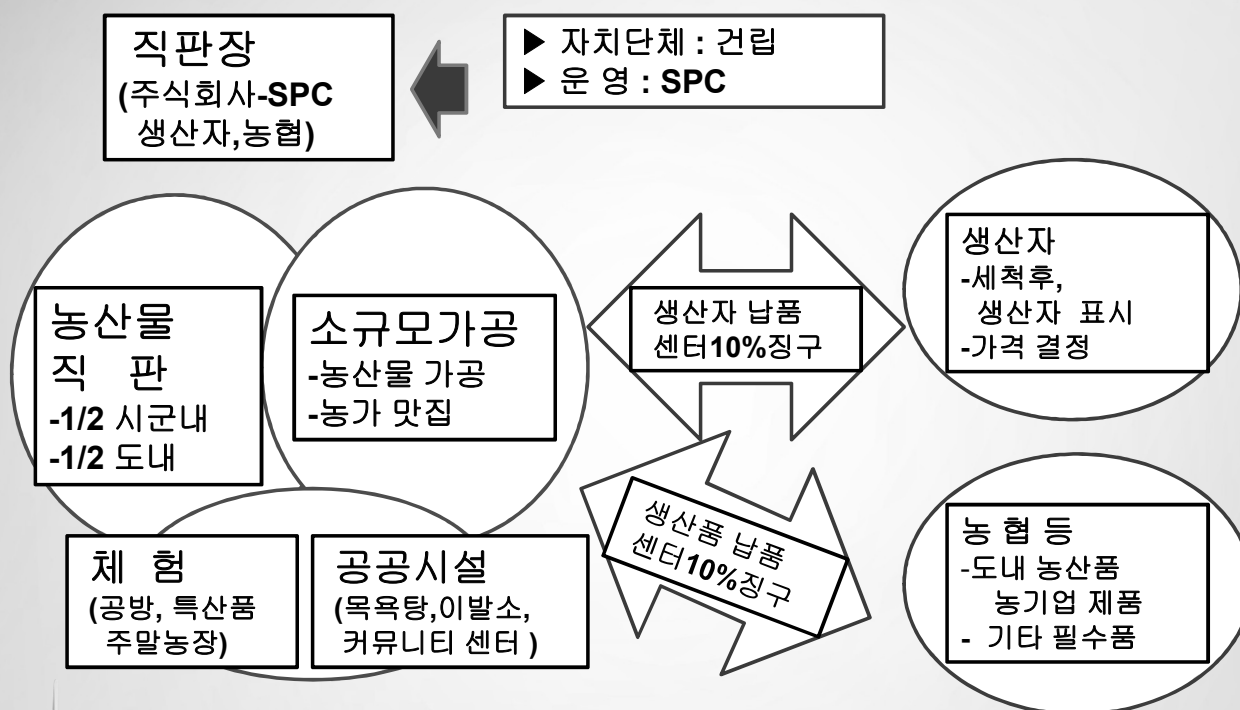
사업년도	개소수	사업비	비 고
합 계	9	27,000백만원	국50,지30,자20
2014년도	3	9,000	
2015년도	3	9,000	
2016년도	3	9,000	

◆ 재원 : 광특 (도자유통성분), 농어촌자원복합산업화 사업

◆ 대상자 선정 : 기재부 승인후, 시군 공모를 통한 사업 시행

19
LOGO

◆ 모델



※ 생산자가 생산자를 표시하고 가격을 결정 판매 방식

20
LOGO

주체별 역할



구 분	역 할	비 고
도, 시군	기반조성 (직판장 조성) 참여자교육 선행(1년 이내)	농식품부 - 복합산업화사업
위탁 사업자 (SPC사업단)	직판장 운영 - 농가 위탁판매 : 지역 내 농산물, 가공품, 문화상품 등 - 농협등 위탁판매 : 도내 농산물, 가공품, 생필품 - 직영 : 소규모 가공장, 맛집 체험장 운영	수수료 농가위탁: 10% 이내 기타 : 사업단 재량 ※ 농가 위탁가격과 생산자, 생산일 등 바코드화 관리
지역 농민	생산가격 결정 후, 납품 판매 재고품 회수 등	



21
LOGO

⑦. 농산물 공동가공센터 건립



사업 개요

◆ 사업기간 : 총 9개소

사업년도	개소수	사업비	비 고
합 계	9	27,000백만원	국50,지30,자20
2014년도	3	9,000	
2015년도	3	9,000	
2016년도	3	9,000	

◆ 재원 : 광특 (도자울편성분), 농어촌자원복합산업화 사업

◆ 대상자 선정 : 기재부 승인후, 매년 공모를 통한 사업 시행



22
LOGO



지역 농산물 가공지원 체계정비

농어촌 기업의 주요활동인 지역 농특산물의 가공 상품화가
원활이 이루어 질 수 있도록 농산물 공동가공시설 설치

※ 현대인의 트렌드에 맞춘 중,소규모의 가공공장 설치로
농촌의 경쟁력 강화 - 예) 전처리, 반가공

농가 중심의 농산물가공

- ◆ 본인이 원료를 갖고 와서 직접 생산-포장해 가는 시스템
(OEM가공공장변형형태)
- ◆ 창업희망농가들의 제품생산공장
➔ 고정판매처 확보 후 창업/설비투자 유도

농가가 직접 가공, 유통하는 공익적 농산물 가공센터 구축

23

LOGO



학교급식센터, 생산자 직판장 등

- ▶ 학교급식센터의 공동가공 (예: 콩나물, 요쿠르트, 두부 등)
- ▶ 생산자 직판장 : 판매물품 및 잉여 농산품 가공

관내 외식업체와 제휴 위탁 가공품 생산

- ◆ 외식업체 및 관련단체의 위탁 생산품 가공(OEM가공)
- ◆ 프랜차이즈업체와 제휴, 특산품 가공

공동브랜드 활용 판매망 구축

- ◆ 시군 및 작목반 등 공동브랜드 활용 가공품 생산
(예 : 무안 양파 가공)

24

LOGO

⑧ 농식품 안전성검사센터 구축



사업 개요

- ◆ 사업 기간 : 2014~2015, 2년간
- ◆ 사업비 : 30억 (국비 50%, 지방비 30%, 자부담 20%)
- ◆ 사업내용
농식품의 안전성 분석 및 가공제품의 기능성 시험을 지원하기 위한 Test-Bed 구축

『농식품 안전성 및 기능성 분석 Test-Bed』란?

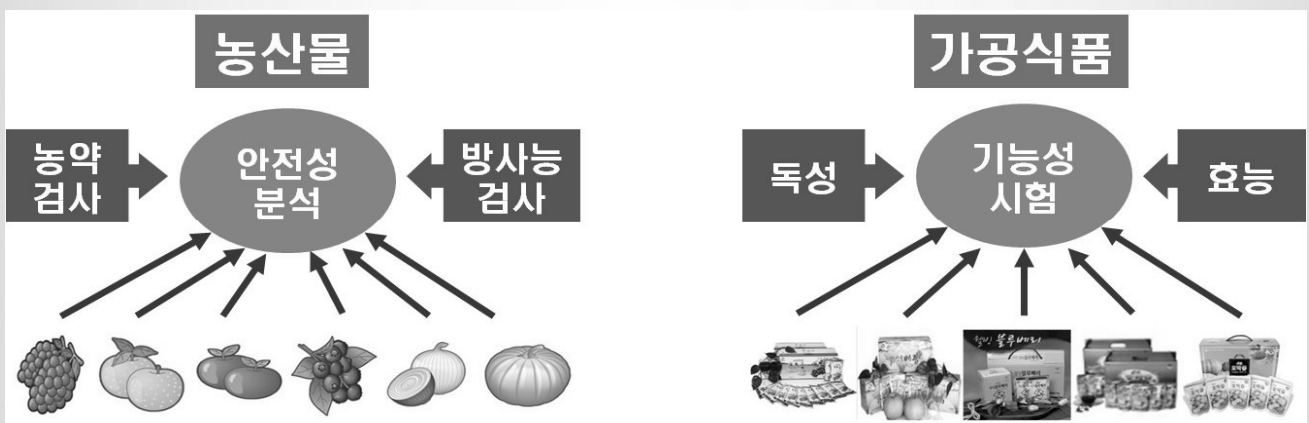
- ◆ 농산물의 안전성 및 기능성 분석에서부터 1~2차 가공제품의 기능성을 시험하여 농산업의 고부가가치화를 지원하기 위한 분석·시험 시설 및 장비를 구축하는 사업
- ※ 태양광 제조장비 Test-Bed, 풍력발전 Test-Bed사업이 진행중

25
LOGO

사업 범위



- ◆ 15개 시군의 지역특화 농작물 및 가공품을
 - 농약 안전성 및 친환경 안전성 분석
 - 가공제품의 기능성을 시험하여 지역 특화작물의 신뢰성을 확보하고 브랜드화를 촉진



26
LOGO



주요 내용

◆ 효능 및 안전성 평가 (테스트-베드 운영) (분석)

- 가공 식품 분석, 친환경 농축산 검증(토양, 농약 등)
- 환경위생 검사(물, 방사선 등)

(기능성 시험)

- 천연물 분석(성분, 효능, 독성), 미생물 검사(발효 등)

◆ 농축산물 기술개발 연구지원 및 제품화 지원

스타기업 육성



10개 기업

매출액 창출



2,000억원

기업 지원



1,500건

안전성 /
기능성 분석



20,000건

고용 창출



1,500명

27

LOGO

감사합니다 !

28

발표

충남지역 농촌산업(6차산업) 우수 경영체 소개

최 명 선 대표
(궁골식품)

궁골식품 영농조합법인



충남 논산시 상월면 대촌리 182-1

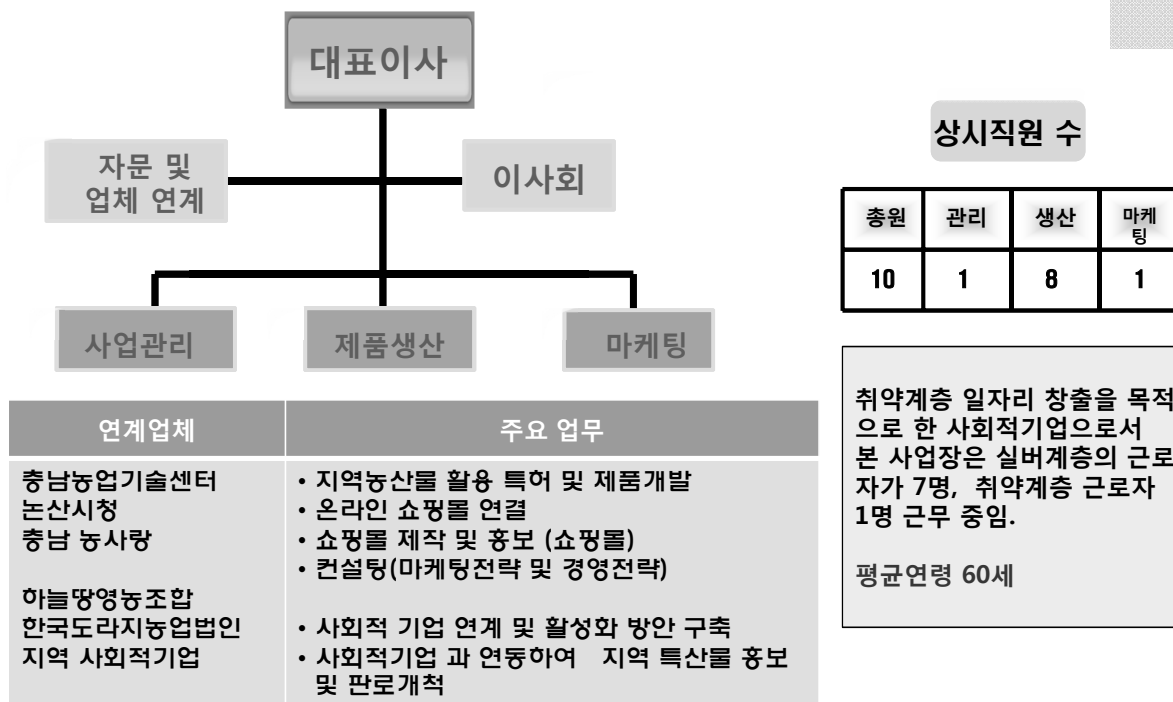
대표 최명선 TEL. 041-734-8753

Copyright © 2011 globers. All Rights Reserved.

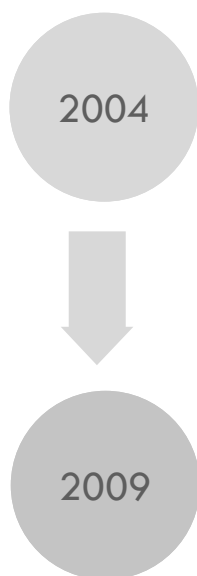
발 표 순 서

- ☐ 궁골영농조합법인 현황 및 연혁
- ☐ 지역과 함께 공생발전하는 궁골식품
- ☐ 제품 및 홍보 사례
- ☐ 궁골식품의 현재와 미래

조직도



연혁



2004년 8월 : 논산 상월로 귀농

지역주민 생산 농산물 판매 알선 (지역 주민과 도시의 연계)
시내권으로 유통 및 판로 확보 (수익창출이 아닌 지역사회 지원 차원)

2005년 지역 주민 권유로 매주 생산 (연 매출 1,000만원)

- 2007년 까지 농가 주민들과 전통 장맛을 위한 연구 개발

2008년 1월 즉석제조 허가 (연매출 5,000만원)

2009년 1월 실버 계층 일자리 창출 시작

2009년 1월 : 농사랑과 판매 계약

- 지역주민 농산물 구매 및 제조판매

2009년 8월 공공식품 영농조합법인으로 전환

- 사회적기업으로 전환 준비

2009년 10월 : 제 1회 충남 소상공인 대회 최우수상 수상

연혁

2010

2014

2010년 7월, 8월, 12월 지역특산물을 활용한 특허출원 (3건)
 2010년 12월 : KBS 리빙쇼 당신의6시 방송 출연
 2011년 7월 충남 예비적사회적기업 인증
 2011년 11월 전국 소기업인 대회 중소기업청장상 수상
 2011년 12월 충남사회적경제지원센터 우수상 수상
 2012년 3월 MBC 아침이 좋다 출연
 KBS 충청네트워크 출연
 2012년 4월 지역특산물 활용한 특허출원 (2건)
 2012년 8월 벤처기업 인증
 2012년 10월 농림수산식품부 장관상 수상(우수발효식품-된장)
 2013년 - MBC 아침이 좋다, SBS 종합뉴스, KBS 9시뉴스 방영
 2013년 9월 숙성발효실 준공으로 생산량 증대
 2013년 12월 KBS 6시 내고향 출연
 2014년 - SBS 화첩기행방영, SBS 창사특집다큐멘터리 방영예정
 KBS 신의밥상 방영예정
 시레기가공사업 준비 중

지역과 함께 하는 공골식품



60세 이상 지역 노인 일자리 창출
 상시고용 : 월 7명



지역 다문화가정
 한국음식체험 프로그램 연 10회

지역과 함께 하는 궁골식품



김장봉사 연 1회



지역 장애인센터 후원 및 봉사



지역주민화합한마당

지역과 함께 하는 궁골식품



어버이날 행사



지역 농산물 구매 연 1억 이상

제품 및 홍보 활동

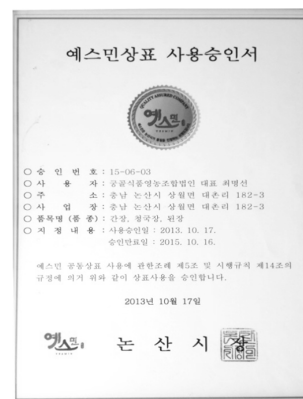
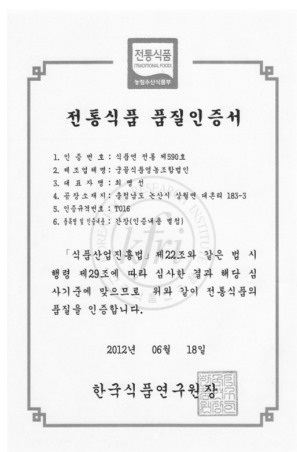
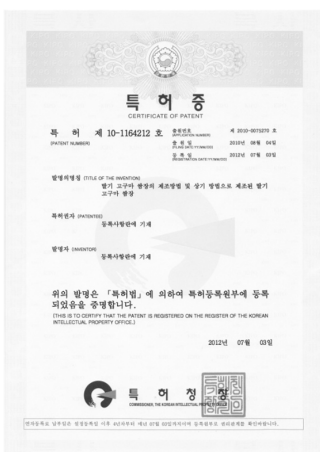


전통장류 : 된장, 고추장, 청국장, 집장, 막장

건강식품 : 청국장 분말, 서리테분말

즉석식품 : 시레기된장국

제품 및 홍보 활동



장류관련 특허 5건
상표등록 2건
디자인특허 1건

전통식품 품질인증 3건

예스민 품질인증 3건

제품 및 홍보 활동

장담기 체험 행사



홍보 판매전



창업 성공업체 탐방



청소년 체험행사



제품 및 홍보 활동



제품이 점점 많이 알려 지며 각종 매스컴에 수시로 노출되게 되고 있으나 이에 안주하지 않고 협력업체인 충남농사랑, 온라인판매밴더들과 협의하여 마케팅을 더욱 강화하여 보다 많은 회원을 확보하고 기업으로서의 면모를 갖추어가고 있습니다.

제품 및 홍보 활동



연간 방송3사
주요 프로그램
5회 이상 방영

궁골식품의 현재

강점

- 전통장 생산 방식으로 제품의 차별화
- 농업기술센터와 연계한 생산의 차별화
- 성장동력 : 특허출원, 신제품 출시 등 차별화된 전통장 생산

약점

- 대기업의 장류 시장 지배
- 틈새 시장에 비해 공급자 포화
- 해결 방안 : 시장 세분화를 통해 소비자 공략



궁골식품의 미래

다목적 체험센터 건립을 통해 사회적 기업으로써 지역사회 발전과 도시와 농촌의 소통의 장을 연다.

1. 지역사회의 농산물(야채, 장류, 특산물(고구마, 딸기 등))을 도시민들이 직접 맛보고 체험할 수 있는 공간을 만들어 도시와 농촌의 소통의 체험장
2. 다문화 가정 요리프로그램 지원사업
(월별농산물 요리, 장요리, 김치 만들기, 레시피 개발 등)
3. 도농교류의 체험관 [전통장 체험, 특산물 요리체험(딸기, 고구마, 대추), 발효음식 체험, 김장 등]
4. 청소년에게 맞는 교육 및 체험으로 전통장과 시골이란 이미지개선의 체험장
(왜 발효음식을 먹어야 하는가?, 전통장의 중요성, 노인과 학생의 1:1 매칭 요리 프로그램 등)
5. 민박, 펜션의 개념을 넘어선 워크숍, 휴식, 회의, 체험 등을 동시에 할 수 있는 다목적 숙박 공간을 제공함으로 가정과 농촌의 연계가 아닌 회사, 모임 등의 보다 넓은 의미의 농촌체험 공간 제공

궁골 식품의 미래

6. 사회적 기업 으로서 일자리 창출과 지역주민 상생발전의 체험장
-프로그램운영의 재료구입으로 지역주민 경제적 지원

김장 : 배추(연 5,000포기), 무(연5,000포기), 고추가루(연3,000근), 기타 부식(필요 시)

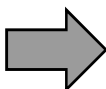
요리프로그램 - 특산물(딸기, 고구마, 대추 등) 수시 구매

발효음식 - 효소 및 필요자재 (술, 오디, 매실 등)

*효소는 숙성기간이 필요하므로 체험 자재 구매 외 지역주민 판매 연계

모든 농산물은 지역주민 연계하여 농가소득 향상에 이바지

현 재	
관리	1
기획, 홍보, 회계	1
생산	8
총	10명



건립 후		
관리	2	궁골식품, 다목적체험관
기획 및 마케팅	1	궁골식품, 다목적체험관
회계	1	궁골식품, 다목적체험관
생산	8	궁골식품
프로그램운영	10	다목적체험관 (상시 5명, 수시 5명 이상)
숙박시설	2	다목적체험관
총	26명	

체험관 건립에 따른 고용창출



희망, 사랑, 행복을 담아 드리는 기업!

정직한 공골식품~~

참고자료

서천 달고개 모시마을

양 만 규 대표
(달고개모시마을)

사례명 : 월산리 달고개 모시마을

주요사업	한산모시를 테마로 모시생산과 더불어 관련제품 생산 및 농촌체험
주요품목	모시송편, 모시가래떡, 모시한과
추진주체	월산리 영농조합법인
성 과	<ul style="list-style-type: none"> • 연매출 3억 6천만 원(2013년 목표) • 오프라인(휴게소, 연수원, 관광 홍보관 등) 및 온라인(s-mall, 옥션, G마켓 등) 판로 구축으로 안정적인 주민소득 창출 • 입는 모시에서 먹는 모시로의 전환으로 모시산업의 다각화 • 자발적 마을 운영체제 구축



가. 사업개요

달고개 모시마을은 2005년도 ‘서천 어메니티 마을’로 선정되어 지원금 1억을 받으면서 농촌개발사업을 시작하게 되었다. 그 후 2006년 농촌진흥청 농촌진흥테마마을로 선정되면서 본격적으로 모시떡, 모시공예, 천연염색, 농촌체험 등 농촌 체험마을의 기반을 마련하게 되었다. 또한, 지역 대학과 산학협력을 통해 모시 관련 식품을 개발하게 되었으며 2011년 9월부터 모시로 송편과 가래떡을 본격적으로 판매하기 시작하였다.

마을 주민의 80% 이상이 농업에 종사하는 고령화 계층임에도 불구하고 이 들에 맞는 마을 공동 사업을 실시하여 마을 구성원의 활력을 증진시키고 있으며 모시 생산으로 인한 소득 창출은 경제·사회적으로 마을 공동체 삶을 개선하는데 큰 도움을 주고 있다. 달고개 모시마을은 ‘최고로 살기 좋은 마을’이라는 가치를 테마로 누구나 들르고 싶고 고향 같은 마을로 복원하고자 노력하고 있다.

나. 주요특징

마을 주민 모두가 사업에 참여

달고개 마을의 총 가구 수는 52가구 이며 이중 46가구가 사업에 참여하고 있다. 농사를 짓지 않는 고령화 농가는 전체 농가의 65%로 농촌 고령화가 심각한 수준이다. 2006년 체험마을 사업을 시작하면서 고령 농가를 위한 다양한 사업이 진행되어 고령 농가 소득에 이바지하게 되었고, 노령층 자존감 회복에도 크게 기여하고 있다. 현재 모시 생산에서부터 가공 판매에 이르기까지 50세 이상 참여자는 전체 52명 중 46명에 이르러 마을 전 구성원이 사업에 참여한다고 하여도 과언이 아니며 직접 참여자(직원) 또한 48%에 이른다. 그 외 모시 삶기와 체험객을 대상으로 하는 숙박 및 급식 서비스를 위한 일용 근로자는 총 33명(2013.6월 기준)이며 영농회, 부녀회, 노인회 주민이 참여할 수 있도록 마을 공동 협의체를 구성하여 운영하고 있다.

<표> 달고개 마을 일반 현황

농가수	주민(60세이상)	조합원(출자자)	경작농가(비율)	주 농산물
52가구	90(63)명	46(37)명	15(35%)농가	쌀(90%), 모시, 배

모시를 테마로 하는 다양한 체험활동과 지역 연계 활동

마을 주민들을 중심으로 계절에 맞는 전통 행사인 밀밭 밟기, 배나무 봉지 씌우기 등 다양한 농촌 체험프로그램을 운영하고 있으며 매년 방문객수가 증가하여 2013년에는 3,000명 이상 유치할 것으로 전망하고 있다. 지역연계발전에 있어서도 주변 마을 및 서천군 중소기업과 연계하여 직판장, 숙박, 체험 등 달고개 마을에서 경험 할 수 없는 다양한 프로그램을 체험할 수 있도록 서로 협력 하고 있다.

<표>마을 문화행사 현황

향토문화축제	시행월	장소	축제내용
배꽃축제	2012년4월중 배꽃개화시기	달고개 모시마을 전통테마관	농촌체험 및 가족단위 프로그램
칠월칠석제	2007년부터 매년 음력7월7일	달고개 모시마을 전통테마관	도농교류 및 화합행사
우리밀 밟기	2009년부터	달고개 모시마을 우리밀 재배농가	도시민 초청 및 전통놀이
마을주민 화합잔치	2013년 5월	달고개 모시마을 전통테마관	출향인사 및 고향주민들간 화합잔치
마을주민 생일잔치	2008년부터 매월	달고개 모시마을 전통테마관	생일잔치 및 선진지 관광




공동체 회복을 위한 끊임없는 노력 ‘행복’, ‘배려’, ‘사랑’을 실천하는 마을

달고개 모시마을은 서천 사랑장학회와 기부 협약을 맺고 매년 200만 원을 장학금으로 기부하고 있으며 마을 사업에 참여가 어려운 초고령 노인분들을 위한 생일잔치를 매달 시행하고 있다. 매년 600만 원 정도를 마을 주민의 화합을 위한 기금으로 운영하고 있으며 노령층의 패배감, 무력감 해소와 자존감 회복을 돕고자 86세 최고령의 주민까지 사업에 참여할 수 있도록 매달 마을 공동 협의체를 운영하고 있다.

6차산업화 형태

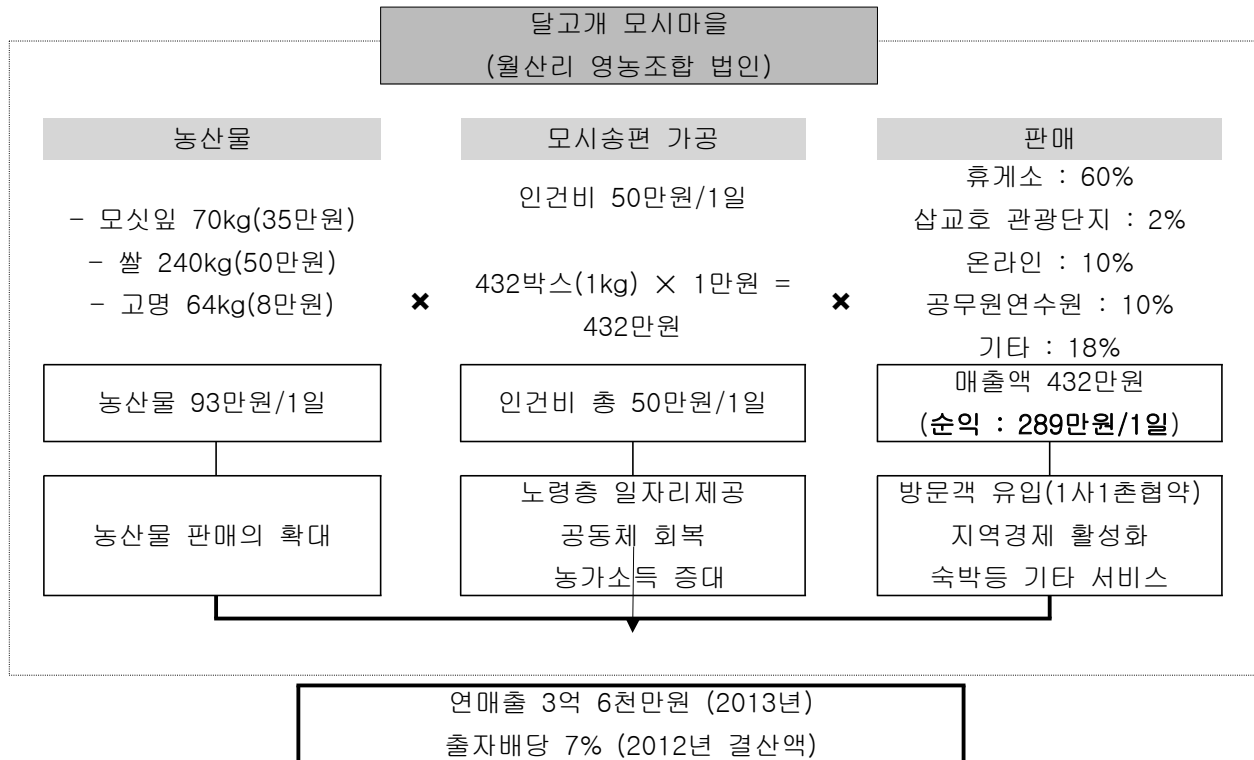
달고개 마을의 주 농작물은 쌀이며 부작물로서 5천 평가량 모시잎을 재배하고 있다. 모시잎은 6월, 8월, 10월 3회에 걸쳐서 수확하고 마을에서 생산된 모시잎은 전량 모시송편, 모시떡을 만드는데 사용하고 있다. 수확된 모시잎은 전통 테마관 한편에 마련된 가공시설에서 마을 주민들이 모여 송편과 떡으로 만들어지며 온라인과, 휴게소, 직판장, 관광단지에서 전량 판매되고 있다. 다만 마을 전체에서 생산되는 모시가 불과 5톤에 불과하여 인근 마을에서 5톤가량 구매하고 있는 실정이다.

<표> 달고개 모시마을 6차산업화 형태

1차		2차		3차
쌀, 모시, 콩	×	모시송편, 모시 인절미, 모시개떡, 모시한과,	×	휴게소, 삼교호관광단지, 공무원연수원, 온라인, 직판 다양한 농촌 체험
				

마을은 ‘사랑’과 ‘행복’ 이라는 테마로 마을 노령층을 위한 사업을 시작하였으나 모시송편을 만들면서부터 마을의 공동체 회복이라는 결과를 낳았고 모시잎을 6차산업화하면서 농가 소득 또한 증대되었다. 이는 단순 모시잎을 시장에 판매할 경우 아래 표에서와 같이 1kg당 4,600원을 수익으로 얻을 수 있는 것에 반해 모시잎을 가공하고 떡을 만들어 팔면 약 3.5배인 15,000원을 수익으로 벌어들이는 효과가 있다.

<표> 6차산업화를 통한 달고개 모시마을 수익 구조



다. 사업성과

매출부문

달고개 모시마을은 꾸준한 성장을 거듭하여 2012년에는 총 2억 6천만 원 정도의 매출을 올렸으며 2013년에는 체험소득을 제외한 모시송편, 모시떡 판매만으로 3억 원 이상 매출을 달성할 것으로 예상하고 있다. 또한 2012년 월산리 영농조합 법인 결산에 따라 출자금의 7%를 배당하여 마을 소득 창출에 크게 기여하고 있다.

2011년도		2012년도		2013년도(현재)		
매출	체험소득	매출	체험소득	매출	체험소득	배당
8천만	1천2백만	2억4천만	1천8백만	1억4천만	1천만	출자금의 7% 배당

고용창출 부문

2011년 모시떡 제조를 시작하면서 제조 관련 직접고용 인력은 6명으로 미미하였으나 기업의 성장과 더불어 2013년에는 36명의 주민들이 직·간접적으로 사업에 참여하여 어느 정도 고용 창출 효과를 가져왔다. 비록 고노동과 장시간의 노동력이 필요한 부분은 자동화하여 하였으나, 송편 빚기, 판매, 체험활동에 마을 일손을 투입함으

로써 고령의 주민들이 대화하고 쉽게 참여할 수 있도록 하고 있다.

2011년도		2012년도		2013년도(현재)	
직접고용	간접고용	직접고용	간접고용	직접고용	간접고용
7명	-	23명	10명	23명	13명

판매처 확보

2011년 모시송편 제조 초기에는 단순 방문객이나 행사장 참여를 통한 판매 방식에 불가하였으나, 지역기관과 매체와 제휴를 통해서 판매망을 확보해 왔고 양만규 대표의 노력으로 2012년 온라인 쇼핑몰 3곳과 휴게소, 연수원, 지자체 홍보관 등 다수의 오프라인 판매처를 확보하여 공격적인 마케팅을 시행한 결과 매월 3천만 원 정도의 매출을 꾸준히 달성하고 있다.

라. 성공요인

월산리 달고개 마을은 서천군 한산면에 위치하고 있는데, 한산면은 한산모시로 유명한 고장이다. 과거부터 한산모시를 이용해 모시옷을 만들었고 국내에서는 모시로는 가장 유명한 지역이다. 단순히 월산리에서도 모시옷을 만드는 사업을 시행할 수 있었을 것이나, 최근 먹거리에 대한 인식 변화와 전통음식, 얼굴 있는 음식에 대한 도시민의 선호가 있고 '특산품 한산모시'라는 유명세와 안전한 전통 먹거리라는 시대적 상황이 잘 맞아 떨어져 성공할 수 있었던 것으로 판단된다. 또한, 마을 주민의 70% 이상이 60대인 고노령화 마을이라는 위기를 욕심을 버리고 '삶'을 위한 행복추구, 자존감 회복, 배려로서 승화하여 전체 마을 구성원이 참여하는 참신한 농촌개발 사업이 되었다고 판단되며, 이익금을 지역 약자에게 기부하고, 매달 마을 어르신들 위한 생일잔치를 베풀어 공동체의 회복을 가져왔다는 것에 더 큰 의미가 있다고 할 수 있다. 이러한 시대적 배경과, 테마, 그리고 공동체성과 더불어 도농교류를 통한 지도자의 판로 확대 또한 큰 성공요인이라 생각된다.

마. 금후 발전방안

6차산업 활성화를 위한 1차 생산의 자립화

달고개 모시 소비량은 연간 10톤이다. 이중 직접 생산비중은 5톤이며 나머지 절반은 주변 마을에서 들여오거나, 전남 영광에서 고품종 모싣잎을 구매하고 있다. 한산

모시라는 지역 특산품과 한산 모시 송편이라는 대표성을 기하기 위해서는 마을에서 소비되는 쌀과 모시를 생산할 수 있는 기반이 마련되어야 할 것이다.

모시식품의 다각화

2013년 농림축산식품부 ‘농촌마을공동체소득창출사업’으로 선정되어 가공시설을 확충을 하였고, 가공시설을 효율적으로 운영하기 위해서는 모시식품의 다각화가 필요할 것이다. 모시 송편뿐만 아니라 모시한과, 퓨전 떡국용 모시 가래떡, 기타 다른 종류의 식품을 개발하여 판매한다면 한산지역은 모시옷과 더불어 모시식품으로도 지역경제를 활성화 할 수 있는 계기를 마련할 수 있을 것으로 본다.

귀농귀촌인의 유입

월산리 달고개 마을은 현재 90% 이상이 벼농사에 의존하고 있는 지역이다. 쌀은 모시떡에 80%를 차지하는 중요한 재료로서, 쌀을 비롯해, 콩과 다양한 농산물을 재배할 수 있는 젊은층이 필요하고 귀농인이나 출향민을 적극적으로 유치할 필요가 있어 보인다. 또한, 농촌체험과 판매, 마케팅을 위해서도 귀농인을 적극적으로 유치하면 마을의 활성화를 가져올 수 있을 것으로 본다.

