

## 지역 6차산업 발전을 위한 지원시스템 구축 방안

장민기 부소장 / (사)농정연구센터

### 1. 들어가며 : 6차산업화는 농업·농촌 활성화의 돌파구가 될 수 있을까?

#### ○ “농업경쟁력” 강화 전략이 한계에 직면

- 그 동안 전업화 · 규모화 · 주산지화를 통해 지역농업의 경쟁력을 확보
- 소득창출, 브랜드화 등 마케팅 측면의 보완 (오히려, 시장경쟁력을 확보하기 위한 생산부문의 의식적인 규모화 · 전문화를 추진)
- 다수 중소농, 고령농 등 “지역”의 활성화라는 측면에서 보면 농업경쟁력 강화 전략의 불충분성이 대두

\* 농업 부문 리스크 증대에 따른 인식의 변화도 중요 : 수급불안, 재해 등과 개방확대에 의한 영향 등 규모화 · 전업화로 대응이 불가능한 지역 존속[지속가능성]에 대한 불안감이 확대

#### ○ 지역, 농촌 활성화와 활력을 확보하기 위한 돌파구로서 6차산업화를 제시하고 있으나 개념과 전략부터 다시 정립해야 하는 상황임

- 6차산업화는 지역의 농업생산을 기반으로 가공, 마케팅, 외식, 서비스로 산업범위의 확장을 추진
- 개별경영체 수준에서의 6차산업화와 지역 수준의 6차산업화 / 시장 지향적 6차산업화와 교류 지향적 6차산업화 등 추진 주체, 방식과 관련해서는 여러 가지 접근 존재할 수 있음
- 문제는 이에 대한 논의와 실천은 있으나 기존 전략과의 차별성 [꼭 차별적인 추진 전략이어야 할까?] 은 물론 추진 방식의 유효성에 대한 검토도 불확실한 상황에서 자원조사, 규제완화, 정책 지원이 앞서 진행되고 있는 상황

\* 개별경영체 수준의 6차산업화는 상당한 자본력 · 기술력 · 경영력이 바탕이 되어야 하기 때문에 기존 규모화 · 전문화 논리의 확장 형태가 됨

- \* 지역 수준의 6차산업화는 지역내 부문, 산업, 아이템간 네트워킹의 구축이 핵심 과제가 되며, 기존에 수행한 유사 방식의 사업 성과가 불충분하기 때문에 새로운 접근 전략이 모색되어야 하는 것임
- 본 자료에서는 6차산업화 논리를 재점검하고, 현실의 농촌지역에서 6차산업을 발현하도록 하기 위한 지원시스템 구축의 방향을 정리하고자 함
- 특히 6차산업화의 현실 적용을 위한 “지역” 수준의 전략과 이를 지원하기 위한 주요 과제들에 대해 논의할 것임

## 2. 6차산업화 논리의 재점검

### 1) 발전의 지표로서 다각화 diversification

- 농업구조 structure of agriculture 시각에서는 농업경영체의 양극분화 현상이 자연스러운 발전의 표지로 인식되고 있음
- 규모화·전문화를 통해 역량[경쟁력] 있는 중간층의 농업경영체들이 상층[규모확대]으로 이동하고 그렇지 않은 농업경영체는 “탈락·축소”하여 중간규모 계층이 상대적으로 감소한다는 논리
- 하지만 (산업구조가 고도화된) 2000년 이후의 현상은 농가의 전반적인 감소 속에서 하층 농가 비중이 더욱 높아지는 상황이 전개되고 있음
- 상층농의 확대보다는 절대적인 비중을 차지하는 겸업농, 중소농의 체질 강화가 이후의 농업·농촌의 지속성을 확보하고 의미 있는 발전을 이루는 데 더욱 중요한 전략이 될 것임
- “다각화 지표”가 농업경영 및 지역농산업의 발전을 논하는 지표로서 측정, 관리되어야 할 것으로 생각함
- 하지만, 지역농축산업 생산액 증대 혹은 직접적으로 6차산업 매출액 증대, 고용 증대만으로 다각화를 측정할 수는 없음
- 농산업경영체의 다각화와 지역농업·농촌의 다양화를 포괄할 수 있는 지표가 재설정될 필요가 있음

경지규모별, 판매액 규모별 농가수 변화 [농업총조사]

경지규모	실수			비중		
	2000	2005	2010	2000	2005	2010
경지없음	14,170	17,017	13,556	1.0	1.3	1.2
1.0ha미만	819,260	788,466	760,352	59.2	61.9	64.6
1.0-2.0ha미만	351,534	280,685	228,540	25.4	22.1	19.4
2.0-3.0ha미만	113,790	93,295	78,240	8.2	7.3	6.6
3.0ha이상	84,714	93,445	96,630	6.1	7.3	8.2
합계	1,383,468	1,272,908	1,177,318	100.0	100.0	100.0
판매액	실수			비중		
	2000	2005	2010	2000	2005	2010
판매없음	90,612	120,384	125,089	6.5	9.5	10.6
1천만원미만	867,768	748,933	673,695	62.7	58.8	57.2
1천만-5천만원	394,270	346,033	299,077	28.5	27.2	25.4
5천만-1억원	23,146	41,115	53,401	1.7	3.2	4.5
1억원-2억원	5,865	11,249	17,396	0.4	0.9	1.5
2억원이상	1,807	5,194	8,660	0.1	0.4	0.7
합계	1,383,468	1,272,908	1,177,318	100.0	100.0	100.0

자료 : 통계청, 농업총조사, kosis.kr

## 2) 6차산업화 방식의 다양성

- 1차·2차·3차의 결합이라는 개념에 집중하여 막상 그 지향, 결합의 다양성에 대해서는 주목하지 못하고 있음
- 농촌 지역의 입지, 지대 특성, 주품목 및 특화품목, 지역 보유자원 등에 따라 6차산업화 전략은 다양하게 나타나고 있음 [나타나야 함]
  - 지역의 입지, 특히 대도시 및 중소도시부와의 접근성은 6차산업화의 모습을 크게 바꾸는 중요한 요소이며 경관, 문화재 등 외부 방문객 수와 빈도, 시기에 영향을 미치는 요소도 중요
  - 가공 및 체험 특성이 강한 특화작목을 생산하는 지역은 6차산업화, 활성화에 유리한 위치에 있게 되며, 의도적인 특화작목의 육성은 상당한 시간이 필요하고 리스크도 큰 것인 현실
  - 도시부로부터의 접근성, 경관·문화재의 존재는 대고객 대면 방식의 직판장, 농촌체험 사업 활성화에 결정적 요인으로 작동, 이를 무시하고 의지적인 교

류 방식의 6차산업화를 추진하기 위해서는 상당한 노력이 필요함

- 농촌지역의 여건, 특성에 따라 다양한 6차산업화가 진행될 수 있다는 점을 인식해야 함
- 농자들에 따라 6차산업화의 양상을 유형화[코바야시(2012)]하기도 하고, 논리적으로 유형을 구분[김태곤(2013)]하기도 하였음-

#### 6차산업화 유형화 (코바야시, 2012)

	다각화형	연계형	
		네트워크형	
교류채널 활용형	○ 코토교토(교토부) 전통채소 쿠조파를 니즈 에 맞춰 외식기업 등에 공급	○ 이바라기중앙원예농 협(이바라기현) 중국유통업자, 식품가공 기업과 연계해 다양한 상 품공급	○ 미야모리가와쥬우류 (宮守川上流)생산조합 (이와테현) ○ 아그리코라보서클(이 와테현)
교류형	○ 모쿠모쿠(미에현) 다양한 교류/체험 등을 통한 집객	○ 미치노에키토미우라 (치바현) 여행회사와 연계한 집객	○ 니시와가마치[西和賀 町](이와테현) ○ 세라고원6차산업화네 트윅크(히로시마현)

자료 : 小林茂典(2012), 6次産業化の類型化とビジネスモデル, 農林水産政策研究所

#### 6차산업화의 유형과 특성 (김태곤, 2013)

유형	목적	방식	비고
커뮤니티형 (지역공동체형)	○ 고령자, 여성 일 자리 창출 ○ 소득향상 ○ 지역공동체회복	○ 생산자그룹이 중심 ○ 생산,가공,판매의 통합 방식 ○ 참여자 1차산업 종사 자	○ 소규모사업, 중산간지 역에 적합 ○ 다양한 원료농산물 생 산, 가공시설확충, 판 매망 개발 등이 과제 ○ [범위의 경제성]
프랜차이즈형 (계약거래형)	○ 신기술확산 ○ 부가가치향상 ○ 판로보장	○ 선도농가(본부)가 주도 ○ 선도농가와 다수의 영 세농가(가맹자)간 계약 거래 방식 ○ 참여자 선도농가영세 농가	○ 원예, 축산부문 활발 ○ 생산자 육성과 지역농 업 진흥 효과 ○ [연결의 경제성]
네트워크형 (농공상연대형)	○ 신시장개척 ○ 신가치창조 ○ 지역순환형경제 추구	○ 제조업, 서비스업이 주도 ○ 이종산업간 연대방식 ○ 참여자 1,2,3차 산업 종사자	○ 대규모산지, 대규모 사업이 유리 ○ 밸류체인 형성 ○ [연결의 경제성]

자료 : 김태곤외, 농업의 6차산업화 개념설정과 창업방법, 농정포커스69호, KREI, 2013.9.5.

### 3) 6차산업화의 주체 (누가 6차산업화를 하는가?)

○ “누가 6차 산업을 하는가?”는 6차산업화 추진에서 가장 근본적인 질문이면서  
서도 답이 쉽지 않은 질문임

- 우리정부는 농촌융복합산업(6차산업) 사업자 인증제를 도입하고 있으며, 인증사업자를 6차산업화의 핵심 경영체로 설정하고 있음

[참고] 농촌융복합산업(6차산업) 사업자 인증

- (자격기준) 1> 인증대상주체는 농업인, 농업법인, 생산자단체, 소상공인, 협동조합, 중소기업, 1인창조기업 등 다양 2> 주사업장이 농촌에 입지 3> 사업은 식품·가공품제조, 직거래(직접 소비자에게 판매), 체험·관광·외식 등 서비스업 제공 및 이들 사업의 혼합
- 식품·가공의 경우 원료권을 설정하여 지역(광역[도]) 생산농산물 50%이상
- (사업계획서) 5대영역(적합성, 혁신성 및 경쟁력, 발전가능성, 지역연계성, 사업성과)으로 평가 선정 [인증 갱신 조건, 5년간 연평균 1% 매출액 성장, 지역민 고용 실적 보유]

○ 6차산업화는 개별 사업자의 노력만으로 이루어지는 것이 아니며, (다양한 형태의) 사업자 육성, 창업과 함께 이들의 활동이 지역농업, 농촌의 활력으로 이어질 수 있도록 하는 6차산업화 추진 주체·체계의 설정이 필요함

- 개별 가공사업체, 농촌체험관광마을, 직거래사업체 등이 6차산업 사업체인 것은 분명
- 하지만, 현재 필요한 6차산업화의 맥락에서는 오히려 이들 사업체의 지역성 확보가 절실하고, 새롭게 지역을 기반으로 하는 6차 산업 사업체의 창설이 필요한 상황임

○ 현재 6차산업에 참여하는 주체로서 귀농·귀촌인이 주목 받고 있으나, 6차 산업에 관심·의지를 가지고 있는 기존 농업주체와 승계농 등의 창업·참여를 뒷받침할 수 있는 대안이 필요

- 귀농·귀촌인이 이전의 경험과 농업·농촌 비즈니스를 합침으로써 6차산업화의 주역으로 활동하고 있어 이들의 지역 정착과 지역연계가 중요한 과제

- 기존 농업주체, 승계농 등의 의지에 따라 자본력의 부족을 극복하고 다각화 시도가 가능하도록 하는 지역자원의 공유, 활용 방식이 필요함

[참고] 농산물가공지원센터

- 시·군의 시설로 설립되고 있으며 지역특화자원 활용, 중소규모 농가의 가공상품화 시도에 매우 유리한 자원이 되고 있음
- 이후의 과제는 운영의 활성화와 함께 이용 범위의 확대, 시설만이 아닌 관련 전문 연계 서비스의 제공 등이 될 것으로 전망함

4) 농촌 사회혁신을 위한 R&D

- 6차산업화는 개별 사업체의 경영혁신, 그리고 최신 과학기술을 활용한 신상품화로 달성되는 것이 아니라 지역사회의 문제를 인식하고 이를 해결하는 “농촌 사회혁신” 관점이 주효한 것으로 생각
- “6차산업화 = ICT융복합 및 기술혁신 신상품화”로 인식하는 경향도 있으나 이는 지역 농산업 활성화의 한 부문만을 확대하여 이해하는 것으로 6차산업화 전략이 지향하는 바와는 상당한 격차가 있는 것임

농업산업혁신 vs 농촌사회혁신

구분	농촌사회혁신	농업산업혁신
비즈니스 모델·서비스 혁신	지역로컬푸드 시스템 구축을 통한 지역공동체활성화	농식품 유통시스템 혁신
기술혁신	ICT를 활용한 지역 로컬푸드 네트워크 고도화	BT를 활용한 식품산업 고부가가치화

자료 : 김종선외(2014)

- 지역에 부족한 R&D·혁신역량을 지역 외부에 의존할 수밖에 없는 것이 현실이지만 지역의 문제의 해결과 혁신활동을 확대하는 데 직접적으로 기여할 수 있도록 체계화되어야 함
- 지역수요의 R&D가 특화작목의 기능성을 확인하거나 시장성이 검증되지 않은 신상품 개발로 그치는 것이어서는 안 됨
- 혁신은 지역에 적응한 방식, 혹은 지역 현장에서 직접 진행하는 방식으로 이루어져야 하며 그 결과가 농촌 지역의 문제를 해결하고 지역민의 경제적

활동을 촉진하는 목적에 충실해야 함

- 특히 6차산업화 추진에서는 공공 혹은 공동으로 개발한 핵심기술을 지역 수준에서 공유할 수 있게 하는 방식을 철저히 고민해야 함

### 3. 6차산업 지원시스템 구축

#### 1) 지역 6차산업화 추진의 기본 전략

- 지역의 상황, 그리고 앞에서 살펴본 6차산업화 논리의 재점검을 바탕으로 하여 6차산업화 추진의 기본 전략을 정리해 보면 다음과 같음

- 첫째, 농촌 지역민이 체감[주도, 참여] 할 수 있는 6차산업화

- 자본력, 기술력, 경영력을 갖춘 사업체만이 수행하는 6차산업화가 아니라 지역민이 주도하고 참여할 수 있는 다양화·다각화된 시도들을 활성화

- 둘째, “지역”의 자원을 충실하게 활용하는 비즈니스 모델을 창출

- 6차산업 사업체 육성과 관련하여 고정된 비즈니스 모델에 치우치지 말고, 지역수준에 적합한 다양한 비즈니스 모델을 모색해야 함

- 셋째, 지역 6차산업화의 대표 거점을 확보

- 지역 6차산업화는 다양성·분산성을 추구해야 함
- 하지만, 대내외의 창구 기능과 대표 이미지[전략적인 지역마케팅과도 연결됨]를 형성할 수 있는 거점을 갖추어야 신속한 지역 6차산업화 추진이 가능

- 넷째, 대안시장(=로컬푸드) 중심의 시장개척 노력

- 6차산업 상품은 중소규모로 진행하면서도 수요자에게 강력한 만족감을 제공할 수 있는 대안시장을 기반으로 해야 함
- 로컬푸드[직판장, 꾸러미 등]의 확산을 추진해야 하고 (혹은 6차산업화를 통해 로컬푸드를 확산해야 하고) 시·군을 넘는 광역 로컬푸드 논의가 필요

## 2) 지역 6차산업 지원체계 마련

○ 지역 [시·군] 수준에서 선택하는 6차산업화의 다양성을 인정할 수 있는 지원 체계가 만들어져야 함

- 일률적인 비즈니스 모델, 6차산업화 사업영역의 획일적 규정 등 전국 일률의 6차산업화 틀을 가지고 지원이 이루어져서는 안 됨
- 6차산업화 자체가 다양한 유형, 방식으로 추진될 수 있는 것이기 때문에 농촌산업화에 대한 시·군 수준의 다각화 전략 및 기획이 구현될 수 있도록 지원의 탄력성이 충분히 마련되어야 함
- 특히, 6차산업을 하고 있거나 혹은 새롭게 시도하는 개별 사업체를 지원하는 한정된 보조·지원 시책으로 그쳐서는 안 됨

○ 도 단위의 6차산업 지원 체계는 마련되고 있으나 일선 시·군단위 지자체의 6차산업 지원 체계는 미확립된 상황

- 6차산업화는 넓은 영역을 다룰 수밖에 없고, 현재로서는 여러 부서로 산재한 지원 시책을 연계하여 일관된 지원프로그램으로 재구성해야 하는 상황
- 도 단위로는 담당자와 6차산업화지원센터를 갖추고 있으나 일선 시·군 단위에서는 6차산업화 기획과 추진을 담당할 행정 단위가 불명확
- 지방농정 측면에서 6차산업화의 전략적 추진을 위한 담당 조직의 지정과 농정, 관광, 건설 등을 아우르는 TFT(행정내부 정책협의팀) 등 체계화 노력이 필요함

[참고] 전라북도 6차산업화 지원 행정조직

- 일선 행정 현장에서 6차산업화가 단위업무로 책정되기 어려운 상황이지만, 농촌산업화, 6차산업화를 담당하는 팀을 구성한 경우가 있음

\*사례 : 전라북도-농촌활력과-6차산업팀

\*사례 : 장수군-농업정책과-6차산업팀

- 또한 시·군의 농정 방향에 따라 마을만들기, 로컬푸드, 특화품목육성 관련 부서에서 포괄적인 농촌산업화 및 6차산업화를 추진하는 경우도 있음

\*사례 : 완주군-농업농촌정책과-마을회사팀/로컬푸드팀/도농순환팀

## 3) 광역 6차산업 지원 체제 구축



- 6차산업화 지원센터의 역할에 따라 사업체 인증, 역량 강화, 통합마케팅지원 등 주요한 네트워킹의 단위가 광역 수준에서 설정되어 있는 상황임
- 6차산업화 관련 중간지원조직 논의가 활발하게 진행되었으며, 도 단위 6차 산업화 지원센터는 그러한 논의의 결과로 생각
- 6차산업 자원조사 및 정보관리, 사업체 육성, 마케팅 지원 등 종합적인 지원 기능을 담당
- 장기적인 시야에서 보면 도 단위 6차산업 지원센터는 농촌체험관광, 지역 농특산물가공, 로컬푸드직판장 등 부문별로 발전된 전문 네트워킹 및 지원 체계를 갖추는 방향으로 발전되어야 함
- 일본, 프랑스 등 우리와 다른 역사와 행정 체계를 갖추고 있어 직접적인 참고는 어렵지만 일선 현장에 대한 상층 단위의 지원 시스템 구축 방안을 마련하는데 힌트를 제공하고 있음

[참고] 일본 6차산업화 서포트 센터

- 민간 위탁 방식으로 운영
- 중앙센터는 농업성장산업화펀드인 (주)농림어업성장산업화지원기구가 맡고 있으며, 도도부현 단위로 서포트센터가 운용되고 있음
- 도도부현의 경우 중소기업지원기관, 상공인연합회, 지자체 산하 농업진흥공사 등 다양하며 계획인증과 플래너(컨설턴트) 파견을 주 업무로 하고 있음

[참고] 프랑스 농촌관광 연합, 지원 체계

- 대표적인 농촌관광 프로그램인 지프는 민간자율기구로서 95개 데파르트망 단위 연합체와 전국지프협회로 연합회 체계를 구축하고 있음
- 농업 현업자의 농업체험관광 프로그램인 BAF는 농업회의소를 중심으로 지원체계가 마련되어 있으며 중앙농업회의소에 농업과 관광 사무국을 설치하고, 22개 레지옹 및 95개 데파르트망 농업회의소에 농업과관광팀을 둠
- 가입농가 선정, 지방정부 지원알선, 사업컨설팅, 교육, 품질관리 이행 모니터링, 홍보활동 등의 업무를 수행

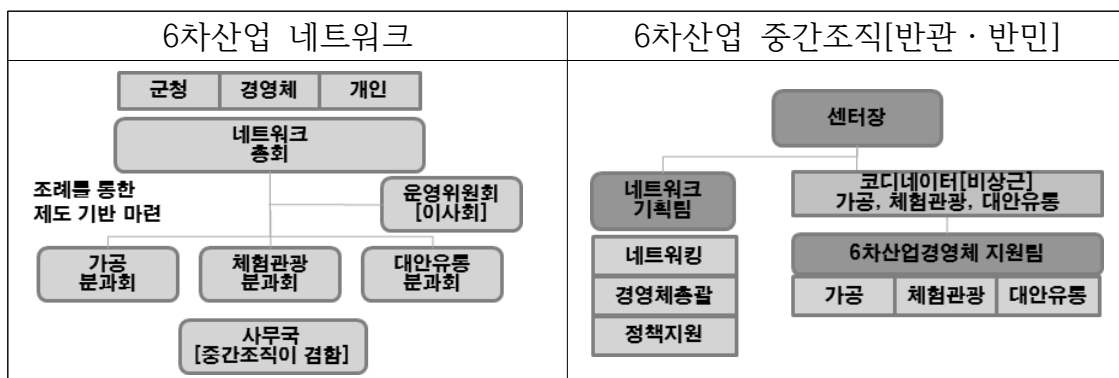
[참고] 미국 value-added agriculture center

- 주립대학의 지도사업 중 농축산물가공을 지원하기 위한 독립 부문으로 운용
- 정보제공, 멘토링, 가공기술개발 및 가공시설 지원 등 경영, 기술, 하드웨어 측면의 지도와 인큐베이팅 기능 등을 갖추고 있음
- 예시 : 미국 뉴저지 루트거스대학교 푸드이노베이션 센터 (Rutgers New Jersey Agricultural Experiment Station \_ Food Innovation Center)

#### 4) 기초 6차산업 실행 네트워크 구축

- 로컬푸드를 비롯한 대안시장의 창출, 혁신R&D 등 “지원 체계”의 구축을 위해서는 네트워킹의 범위가 도(광역시) 수준으로 설정되는 것이 바람직
- 하지만 실질적인 “경제 활동”의 추진을 위해서는 시·군 수준으로 6차산업화 네트워크가 설정될 필요가 있음
- 농촌융복합산업지구(6차산업특화지구)로 선정되는 지역부터 기초 단위의 협력 네트워크를 구축할 필요가 있음
- 원료생산, 지역자원 이용을 비롯하여 구체적인 경제활동이 일어나고 사업체 간의 실질적인 협의와 공유·협력은 시·군 수준에서 이루어지고 있음
- “지원 네트워크”가 아닌 “경제활동 네트워크” 단위를 설정할 필요가 있으며 이를 촉진하기 위한 도 단위 6차산업화 지원센터의 역할도 명시되어야 함

#### 군단위 6차산업네트워크 및 중간조직 구상 사례



#### [참고] 지역 수준의 6차산업화 실행 네트워크 사례

- 기초 지자체 수준에서 6차산업화를 추진하는 실행네트워크는 지역내 이업종 협력, 지역자원의 공유·활용 측면에서 유효한 성과를 나타내고 있음

- 전북 임실치즈마을 : 농촌관광체험, 치즈공방, 직판장 등이 “마을”의 추진위원회를 중심으로 네트워크로 구축되어 활성화
- 일본 세라고원(世羅高原)6차산업네트워크 : 히로시마현 세라정(世羅町, 인구 1만9천명)에 소재한 6차산업 추진 사업체들의 네트워크, 수시로 이루어지는 도농교류활동 및 체험프로그램을 발신하고 와이너리, 직판장 및 이벤트 광장 등 거점 시설을 운영

## 5) 6차산업 시장 창출(?)

### ○ 6차산업 고유의 시장이 존재할까

- 가공식품 시장, 농촌체험관광 시장 등 수도권의 대규모 시장을 6차산업 “상품”의 목표 시장으로 두어 홍보·마케팅을 전개해야 하는지에 대한 의문이 있음
- 수도권 중심, 대량·대형 시장을 지향할 경우 이에 적합한 과다 투자[위생, 포장 등]와 과도한 마케팅 투자를 유발하게 됨
- 지역성을 선호하는 별도의 틈새가 존재하며 이를 지역 6차 산업의 목표시장으로 설정할 필요가 있음

### ○ 특히 대규모의 투자, 전문화가 아니라 다각화·다양성을 추구하는 6차산업화의 기본 전략을 고려하면 로컬푸드 시장, 인근 도시-농촌간의 교류·협력 채널이 중요한 6차산업 시장이 될 수 있음

- 지역 마케팅이 중요하며, 그 지역의 특성을 알고 계절과 시기별 변화를 이해할 수 있는 소비자가 존재하는 범위에서 시장 개척 활동을 전개해야 함
- 활발하게 전개되고 있는 직판장은 그 자체가 6차산업이면서 동시에 6차산업의 틈새 시장으로서 기능하기 때문에 단순한 직거래 유통으로 바라보는 것이 아니라 지역 6차산업화의 주요 거점으로 활용되어야 함
- 농촌체험관광 부문의 경우에도 일반 대중을 상대로 하는 블로그 홍보에 주력하기 보다는 작지만 지역과 연관이 있는 특색있는 프로그램으로 지역민과 인근 도시민에게 접근해 가야 함

### [참고] 원거리, 과소화 지역의 6차산업화

- 도시로부터 원거리에 있는 과소화 된 농촌지역의 6차산업 시장 창출은 매우

어려운 도전과제로 생각됨

- 로컬푸드가 지역민의 생산-소비에 기반하는 것이기 때문에 지역 인구가 적은 경우에는 자체 시장의 창출이 어렵고, 인근 도시와 거리가 먼 경우[도내 인구 20-30만명 이상의 중간도시와 1시간 이상의 시간 거리에 위치하는 경우] 도농 교류 방식을 택하기에도 어려운 측면이 존재
- 시·군 단위로 구축되는 로컬푸드의 폐쇄성을 극복하여 광역 로컬푸드 시스템에 대한 구상이 보완되어야 하며, 원격지·과소화 지역도 적극적인 지역(광역) 로컬 시장 개척을 위한 노력을 전개해야 함

#### 4. 결론

- 6차산업화는 사례 발굴 및 영역에 대한 탐색을 넘어서, 법·제도 정립, 사업자 인증 등 기본적인 틀을 갖추어 가고 있는 상황임
- 본 자료는 이러한 6차산업화의 틀이 막상 현장에서 상당한 거리감, 낮은 체감도를 보이고 있다는 문제의식으로 부터 출발하였음
- 가공, 농촌체험, 마케팅, 서비스 등을 수행하고 있는 규모화 된 사업체들에 대한 관심과 육성책 중심으로 진행된다면 소수의 스타 6차산업체를 창출하는 것에 그칠 것이라는 우려가 큰 상황
- 6차산업화는 농업경영체들의 자연스러운 다각화 활동을 촉발하고, 체계적인 협력 네트워크를 통해 다수의 농가와 지역민이 참여하여 지역 활력을 가져오는 구체적인 경제활동이 되어야 함
- 6차산업화는 지역 농업·농촌 미래 전략의 주요 축으로서 검토해야 하며, 이를 실행할 지역 수준의 실천 과제들을 모색해야 할 것임
- 개별 6차산업 사업체의 발굴과 활성화를 넘어서서, 지역 농촌산업의 다각화·다양화를 추진하는 지역 전략을 마련하는 것이 보다 시급한 과제로 인식되어야 함

## [참고문헌]

- 김성훈외(2014), 6차산업화 관련 정책사업 추진 실태 진단 및 정책간 연계방안 연구, 농림축산식품부, 한국농업경제학회
- 김종선외(2014), 과학기술·ICT와 함께하는 행복한 농촌만들기 - 지속가능한 농촌사회 구현을 위한 혁신전략, 과학기술정책연구원, 미래창조과학부
- 김태곤외(2013), 농업의 6차산업화 개념설정과 창업방법, 농정포커스 제69호, 한국농촌경제연구원
- 오현석(2013), EU의 농업경영 및 농촌경제 다각화, “농업·농촌 6차산업 활성화 심포지엄” 발표자료, 농림축산식품부·농촌진흥청·산림청
- 유학열외(2014), 6차산업 중간지원체계 구축 및 농촌산업 사업자 인증제 도입 방안 연구, 농림축산식품부, 충남발전연구원[현 충남연구원]
- 이병오(2015), 6차산업화 정책의 점검과 과제, 제265회 월례세미나 발표자료, (사)농정연구센터
- 이유경(2014), 일본농업 6차산업화 정책 현황과 과제, 제162호, 세계농업, 한국농촌경제연구원
- 장민기외(2015), 장수군 6차산업화 추진 전략 개발 연구, 장수군, (사)농정연구센터
- 장민기(2015), 향토자원 활용 농식품가공 활성화 방안, 삼락농정포럼 2차 정책세미나 “지역농식품 전략, 진단과 대응과제” 발표자료, 전라북도 삼락농정위원회
- 황수철(2014), 농정패러다임은 어떻게 진화하고 있는가?, 제51호, 계간 농정연구, (사)농정연구센터

- FarmPath(2014), Facilitating Sustainability of Agriculture at Regional Level - Principles and Case Studies from across Europe, Handbook
- OECD(2009), The Role of Agriculture and Farm Household Diversification in the Rural Economy : Evidence and Initial Policy Implications
- USDA(2015), Value Added Producer Grant ([www.rd.usda.gov](http://www.rd.usda.gov))

- 農林水産政策研究所(2015), 6次産業化の論理と展開方向ーバリューチェーンの構築とイノベーションの促進
- 小林茂典(2012), 6次産業化の類型化とビジネスモデル, 農林水産政策研究所