

농어업 6차산업화 정책 포럼

「6차산업화 인증자의 역량 및 경쟁력 강화 방안」

(2016.4.21)

일 시 : 2016년 4월 21일(목) 13:30~ 16:20

장 소 : 충남연구원 1층 대회의실

주최 : 충남연구원

6차산업 경영체의 역량 및 상품 경쟁력 강화 방안

농업인은 과거 주로 원물을 생산해서 판매하는 역할을 담당하였다. 최근 6차산업 정책이 추진되면서 농업인도 대기업과 같은 상품을 기획하고 제조해서 판매하여 원물보다 많은 수익을 올리려는 시도가 행해지고 있지만, 시장에서 다른 여타 상품들과 경쟁해야하고, 소비자의 욕구(needs)를 파악하여 상품을 기획하고 서비스하기가 여간 쉽지 않다. 본 포럼을 통해서 작은 시간이나마 6차산업 경영체의 경쟁력 향상을 위한 방법을 여러 전문가와, 6차산업인, 농업인들과 함께 모색해 보고자 한다.

1 개요

- ☐ 일 정 : 2016년 4월 21일(목) 13시:30 ~ 16시 20분
- ☐ 장 소 : 충남연구원 1층 대회의실(공주시 연수원길 73-26 충남연구원)
- ☐ 주 최 : 충남연구원
- ☐ 공동주관 : 충남, 충북, 전북, 전남 6차산업화 센터

2 목적

- ☐ 6차산업 경영체의 역량강화 방안(서비스 차원)
- ☐ 6차산업 상품의 경쟁력 강화 방안(상품의 경쟁력)
- ☐ 국내시장뿐만 아니라 세계 시장에서 인정받는 우수 6차산업 상품 만들기

3 배경 및 내용

- ☐ 6차산업이란, 농촌에 존재하는 모든 유무형의 자원을 바탕으로 농업과 식품, 특산물 제조가공(2차산업) 및 유통 판매, 문화, 체험, 서비스(3차산업) 등을 연계함으로써 새로운 부가가치를 창출하는 활동이다.
- ☐ 농업인은 과거 주로 원물을 생산해서 판매하는 역할을 담당하였다. 최근 6차산업 정책이 추진되면서 농업인도 대기업과 같은 상품을 기획하고 제조해서 판매하여 원물보다 많은 수익을 올리려는 시도가 행해지고 있지만, 시장에서 다른 여타 상품들과 경쟁해야하고, 소비자의 욕구(needs)를 파악하여 상품을 기획하고 서비스하기가 여간 쉽지 않다.

- 박 정부 이후 농업 핵심 전략으로 추진하고 있는 6차산업 인증사업은 2015년 까지 802개 경영체가 인증되었고 상품 수는 대략 5,000천개 정도로 대폭 증가하고 있는 추세다.
- 인증자 수는 증가하고 있으나 농가(경영체)의 애로사항은 날로 늘어가고 있다. 기존 6차산업 인증자를 대상으로 애로사항에 대한 조사 결과, 상품을 기획하고 만드는 것보다도 상품의 판로 확보를 확보하고 안정적으로 공급될 유통라인을 찾는 것이 어렵다는 의견이 다수다.
- 특히 농업인의 경우 중소기업보다도 시장정보, 시장트렌드, 전문적인 상품기획, 마케팅 등 전문적인 지식을 동원한 시장진출이 어려운 실정이다.
- 본 포럼을 통해서 작은 시간이나마 6차산업 경영체의 경쟁력 향상을 위한 방법을 여러 전문가와, 6차산업인, 농업인들과 토론하는 시간을 갖고자 한다.

4 행사 내용

구 성	내 용
주제 발표	<ul style="list-style-type: none"> - 6차산업 경영체의 역량강화 방안/공주대 강경심 교수 - 6차산업 경영체의 상품 경쟁력 강화 방안/공영홈쇼핑 이강현 팀장 - 사례발표 : 궁골식품
지정 토론	<p>각센터 1명(총4명) * 토론자 명 단제 출 요망</p> <p>각센터 연구원</p>

5 | 일정

시 간	내 용	비고
13:20~13:30	접수 및 등록	사회 : 정현희
13:30~13:50	인사 및 상호소개	
	인사말씀(충남연구원장 강현수)	
13:50~15:05 (각 25분)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 주제 발표 <ul style="list-style-type: none"> - 6차산업 경영체의 역량강화 방안/공주대 강경심 교수 - 6차산업 경영체의 상품 경쟁력 강화 방안/공영홈쇼핑 이강현 팀장 ○ 사례 발표 <ul style="list-style-type: none"> - 된장의 진화 : 된장소스로 가치를 올리다 : 충남 논산 공굴식품 영농조합 법인 최명선 	
15:05~15:20	휴식	진행 권오성
15:20~16:00	<ul style="list-style-type: none"> ○ 지정토론 및 종합토론 지정토론자 : 각 센터 1명(총4명) 및 각센터 연구원간 종합토론	
16:00~16:20	○포럼 2차 행사 장소 결정	

발표자료

아임쇼핑 국민의 공영홈쇼핑

우수한 국내 농축수산물을 제공하는 건강한 홈쇼핑!
창의적인 아이디어 상품, 혁신적인 상품을 판매.홍보하는 아임쇼핑입니다.



국민의 공영홈쇼핑

Shopping

회사 소개 및 입점 안내

1. 공영홈쇼핑 개요

설립목적

중소기업(창의혁신 포함) 제품 및 농축수산물 판매/홍보 확대, 판로지원 통합 유통망 구축을 통해 '수요견인형' 창조경제 유통생태계 구현

추진경위

- (2014. 8.12) 공영TV홈쇼핑 신설계획 발표(미래부)
- (2014.12. 1) 공영홈쇼핑 설립준비단 발족
- (2015. 1.21) 홈쇼핑 사업자 선정(미래부)
- (2015. 3. 5) (주)공영홈쇼핑 법인설립 등기완료
- (2015. 4.15) 방송채널사업 승인장 수령
- (2015. 7.14) 방송(TV홈쇼핑) 개국 및 사업 개시
- (2015.10.12) 온라인, 모바일 쇼핑물 오픈

법인개요

법인명칭

(주)공영홈쇼핑



법인형태

상법상 주식회사

자 본 금

800억

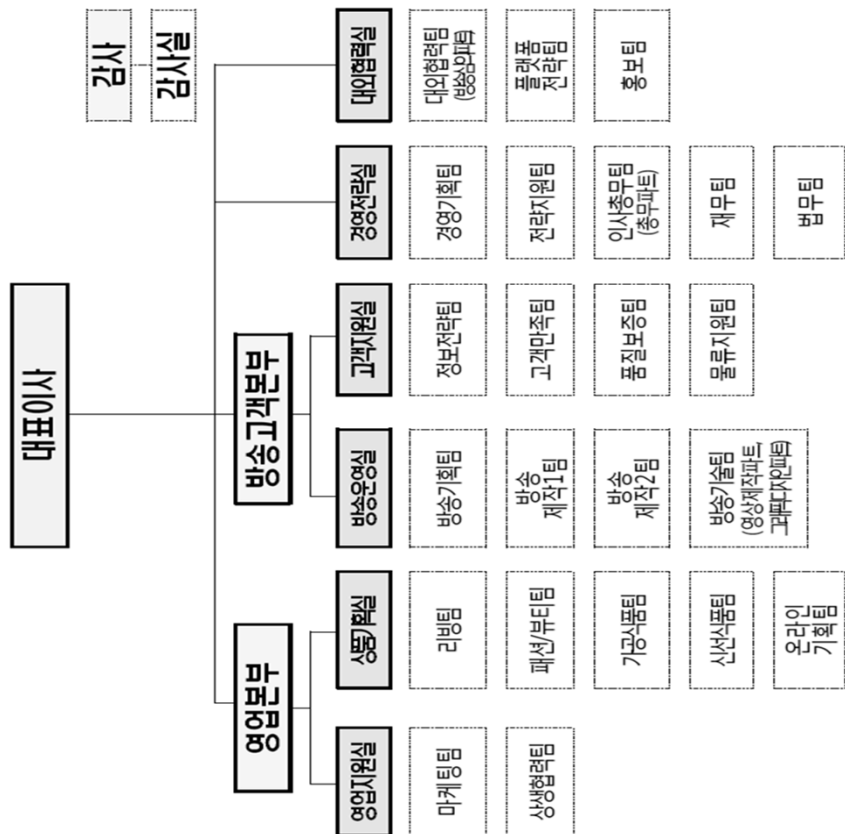
* 유통센터 50%, 농협경제지주 45%, 수협중앙회 5%

대표이사

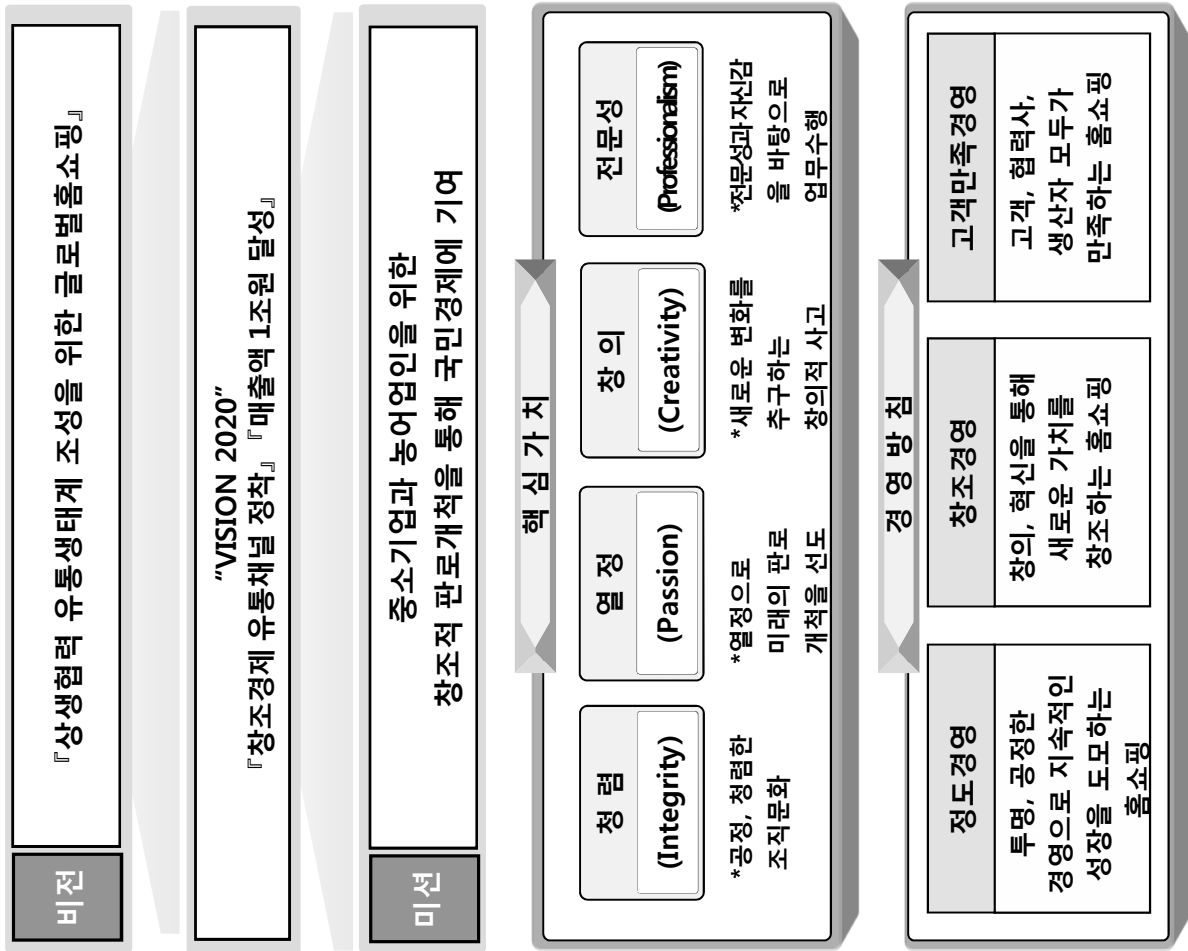
이영필

2. 조직 및 인력

- 조직 : 2본부 7실
- 인력 : 현원 260명



3. 경영흡수핑 경영가치체계



4. 사업현황

TV홈쇼핑 방송개국

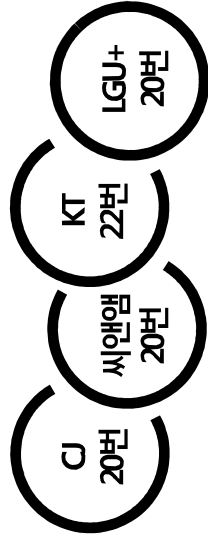
- 2015.7.14 방송 개국 후 전국 1,820만 가구(전체 64%)에 성공적 방송 개시

* VIP 메시지 : 미래의 판로개척, 창조적 상품을 만들 것을 당부



채널 송출

- 개국당일 송출범위 : 64%(1,820만 가구)
- 현재 송출범위 : 100%(2,835만 가구)



E/C, M/C 오픈

- 인터넷 및 모바일 판매채널 오픈('15.10.12)

TV홈쇼핑-인터넷-모바일 3-Screen 사업체제 구현



(채널별 정보)

TV홈쇼핑

20~25, 1~4번대 채널

인터넷

www.immall.co.kr

모바일

아임쇼핑 앱

< 사업 영역 >

TV홈쇼핑	홈쇼핑 방송을 활용하여 중소기업(창의혁신) 제품과 농축수산물 100% 편성, 판매
E-커머스	자체 구축한 인터넷 물을 통해 중소기업(창의혁신) 제품과 농축수산물 온라인 판로지원 강화
M-커머스	모바일 쇼핑 채널(앱)을 활용하여 시간과 공간의 제약 없이 판매를 추진

5. 차별적 경쟁력

타사 차별화 ✓ 취급품목

창의혁신을 포함한 중소기업 제품 및 농축수산물 100% 취급

- | | | | |
|---|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • 공영홈쇼핑 <ul style="list-style-type: none"> - 중소기업 제품, 농축수산물(5:5) - 공산품 50%, 농축수산물 50% | <ul style="list-style-type: none"> • GS/CJ/현대/롯데 <ul style="list-style-type: none"> - 의류, 패션, 생활용품 다수 - 식품 10% 미만(건강식품 위주) | <ul style="list-style-type: none"> • NS <ul style="list-style-type: none"> - 식품위주(식품6, 생활주방 4) - 식품(수입 및 농공단지 상품 포함) | <ul style="list-style-type: none"> • 홈쇼핑 <ul style="list-style-type: none"> - 생활, 주방 위주 - 식품 약 10% |
|---|---|---|---|

타사 차별화 ✓ 판매수수로

구분	CJ	GS	현대	롯데	NS	홈	평균	공영
평균판매수수료율	34.8%	34.9%	35.4%	35.3%	30.2%	32.5%	34.0%	23%

* 6개 홈쇼핑사 평균 판매수수료율(2014년 공정위 조사)

정확한 상품정보 제공 중심 방송 진행

• 기존 흡소핑

- 대형스튜디오(화려한 세트)
- 화려한 무대연출(모델, 연예인)
- 소 형식의 구매유도형 PUSH 방송
- 가격할인, 사은품, 적립금 등
(강력한 총동구매 유발 방송)

스튜디오

방송진행

방송소구

• 공영흡소핑

- 중소형 스튜디오(차분한 세트)
- 소박/간소한 세트(생산자, 개발자)
- 실생활 기반 상품정보 전달방송
- 프로모션 지양
(합리적 가격 및 고품질 소구)

- 스튜디오 본방송 외
사전영상제작 강화
(방송전 현장 촬영 등)
- SMS 등을 활용한
쌍방향 의사소통 강화
(고객 대응 향상)

이정아내
님감내내

소비자상품평가위원회 평가기준



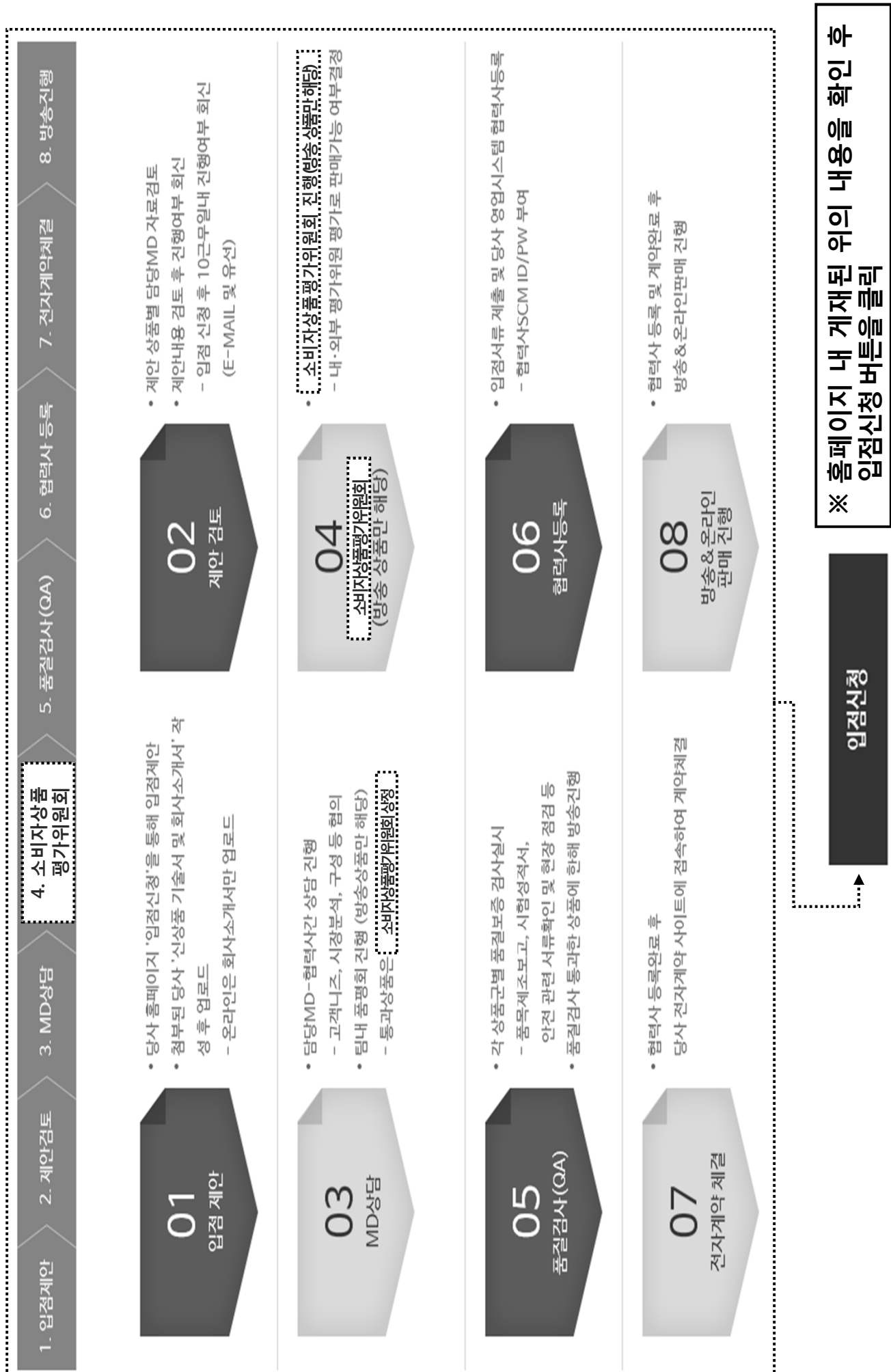
인증을 원하는 협력회사는 온라인 상담 신청이 필요합니다.
온라인 이정상담 신청은 보다 빠르고 편리한 상담서비스를 제공하기 위한 사전절차로서
담당자의 확인 후 입장 가능 여부에 대해 신속히 답변드리겠습니다.

이정신청 양식 다운로드 >

- 당사는 소비자상품평가위원회 진행 시 아래의 평가기준에 의거하여 공정한 평가를 진행하고 있습니다.

심사 항목	주요 내용
방송 적합성	◦ TV 흡소핑에 적합한 고객 니즈가 있는지 평가
	◦ 소구 포인트가 명확한 제품인지 평가
	◦ 방송 중 표현이나 시연성이 충분한지 평가(미풍양속에 반하는 상품, 또는 혐오상품 제외)
	◦ 최근 트렌드 및 시조성을 평가
	◦ 기능성, 편의성, 활용성, 디자인 등을 평가
상품 만족도	◦ 품질의 우수성 평가
	◦ 해당상품의 성장 가능성 평가
	◦ 상품의 독창성 및 참신성을 평가
가격 만족도	◦ 경쟁상품 대비 가격 경쟁력이 있는지 평가
구성 만족도	◦ 상품구성이 적정한지 평가

※ 창의·혁신 상품의 경우 최소 1점 ~ 최대 5점까지 가점 부여



개인정보취급방침

(필수) 개인정보 수집 및 이용에 동의함

☒ 예

☐ 아니오

구분	목적	항목	보유기간
협력사 입점제안	입점과 관련된 사무처리	성명, 연락처, 이메일주소	목적달성 시까지 또는 관련법령의 보유기간까지

※ 정보 이용 동의

입점신청

분류	<input type="radio"/> 제휴/광고 <input checked="" type="radio"/> TV/방송 <input type="radio"/> 입점제안 <input type="radio"/> 온라인입점제안	
상호등록번호	대표명	종류
회사명		
대표지명		
담당자명		
담당자 Email		직접인력
담당자 유선번호	02 - -	
담당자 핸드폰번호	010 - -	
계좌		
내용	250자 이내로 작성해주세요	
첨부파일	0/250자 찾아보기...	

첨부파일은 pdf, hwp, doc, docx, ppt, pptx, xls, xlsx 파일만 등록 가능합니다.
첨부파일 용량은 10MB이하로 등록해주세요.

입점신청

확인

※ 다운로드 작성한 입점 신청서를
함께 첨부

※ 작성 완료 후 입점신청 클릭

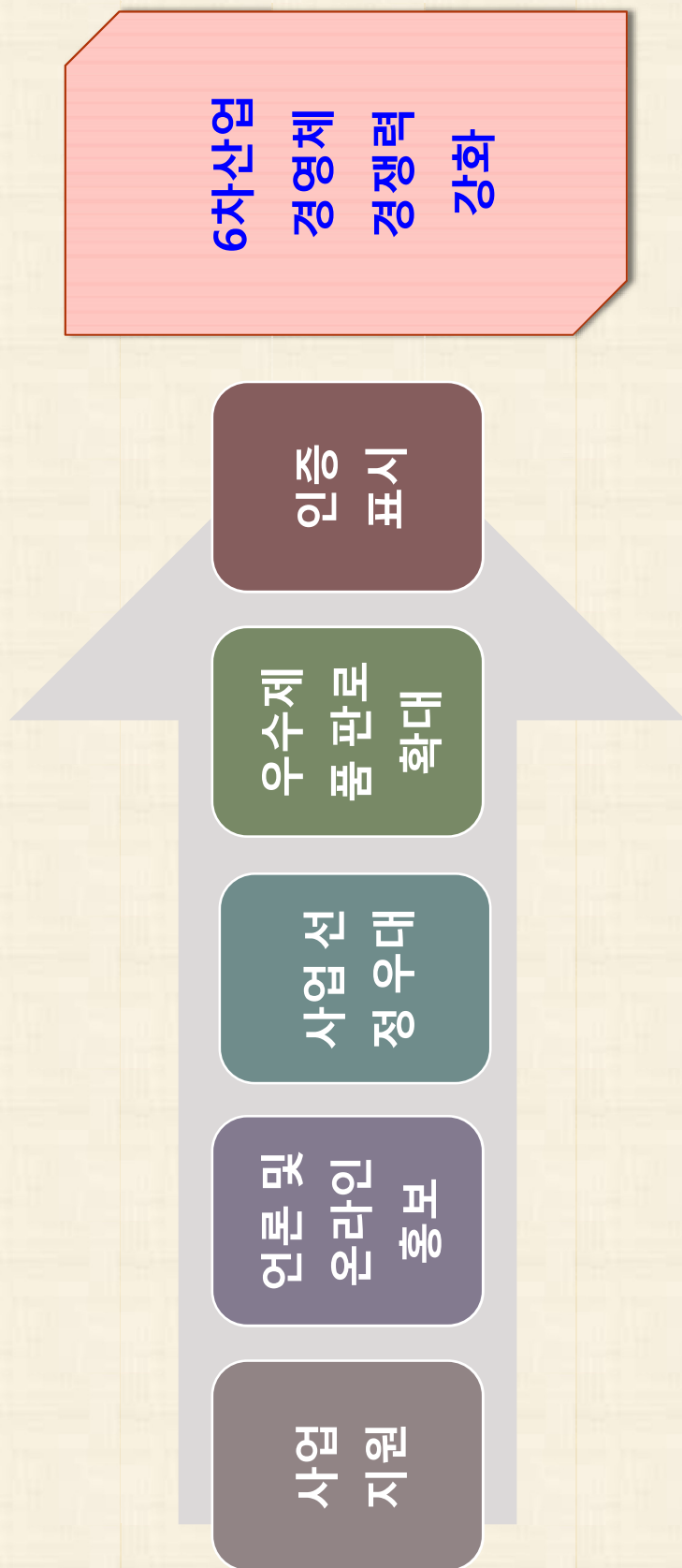


6차산업 경영체 역량 강화 방안



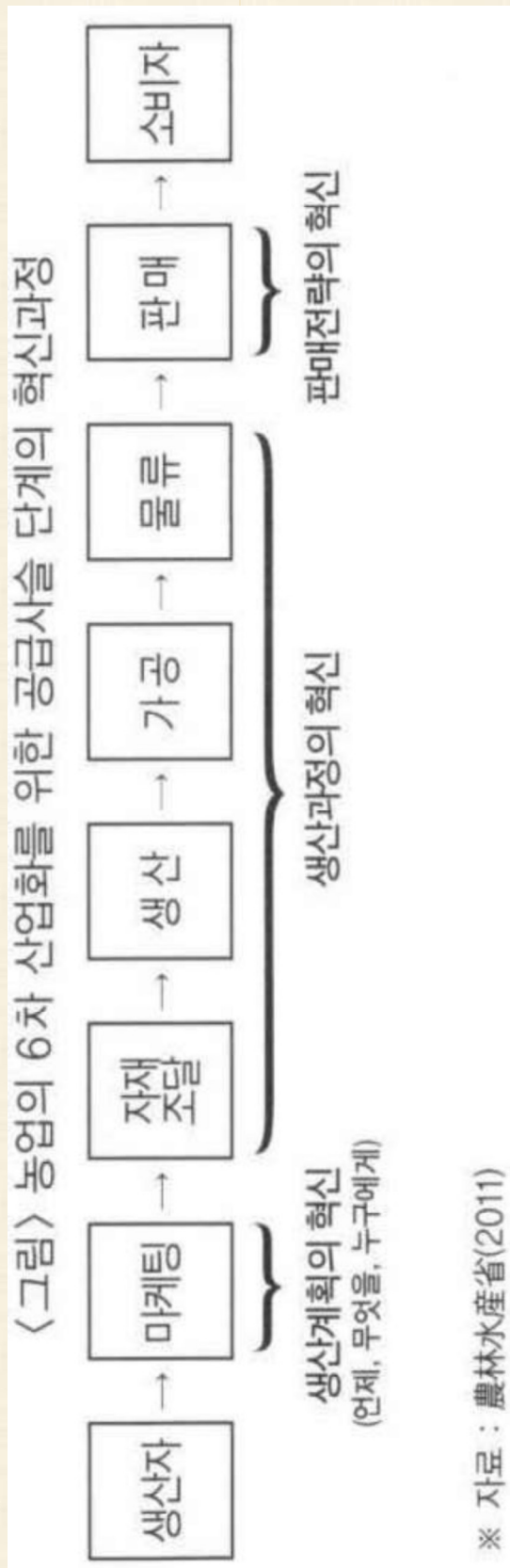
공주대학교 식품과학부 강경심

1 6차산업 사업자 인증 제도 목적



2 농업 6차산업화 전략

- ✓ 생산자가 식료의 공급사슬에 직, 간접적으로 관련되어 부가가치 창출을 통해 생산자 소득 향상을 달성하는 **‘생산자발(發) 가치 사슬 모델’**
- ✓ **생산계획의 혁신, 생산과정의 혁신, 판매전략의 혁신 강조**
- ✓ **규모화, 상품개발, 판로확대 등에 의한 경영의 복합화와 기업종과의 연계 또는 일체화 전략 요구**(황영모, 2013)





천안시 광덕면 대덕리 **아라리팥** 제배단지

후게소 호두과자 '국내산 호두' 없다?
 <후게소 대표 간식 호두과자, 주재료는 어느 나라 것일까?>

천국 호두과자 파는 고속도로 휴게소 167곳 조사

팥

92% 중국산
8% 중국산·미얀마

호두

95% 미국산
5% 호주·칠레·뉴질랜드·캐나다

국내산 0%
(국내산재료)

국립농산물품질관리원 조사, 이노비즈 취향설

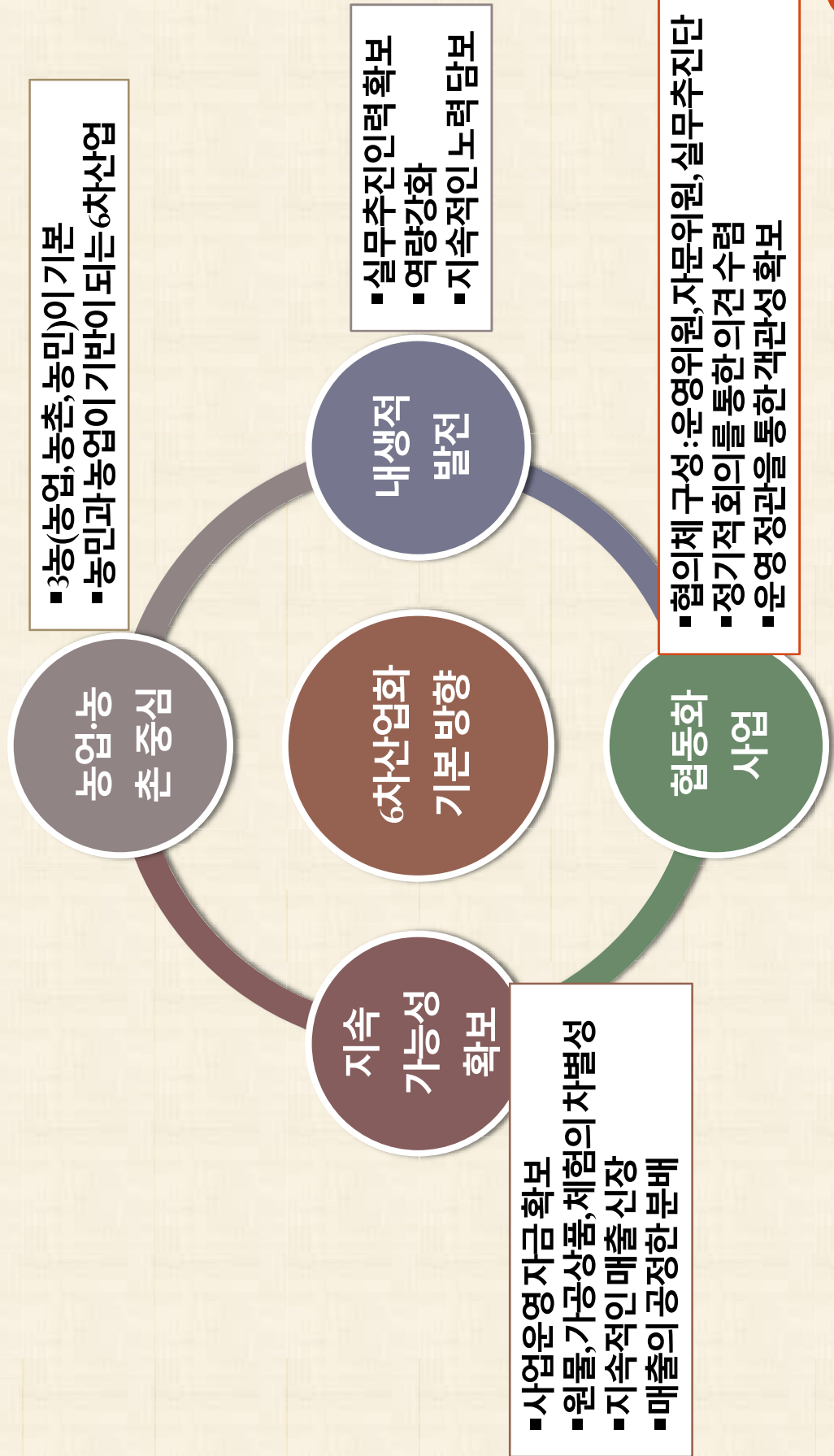


통리맥동과 통리보노이드의 함유량이 높아
노화로부터 몸을 지켜줍니다.

이노비즈 / 당노·지방 / 무기질소 / 불포화지방 개선

3 6차산업 경영체 역량 강화 방안

1. 6차산업화 기본 방향



3 6차산업 경영체 역량 강화 방안

2. 6차산업화 목적

〈공동시설 이용에 따른 고령자의 생활변화〉

구 분	거주전	거주후
식사횟수	2.4회/일	2.9
목욕횟수	13.4회/월	17.7
청소횟수	24.6회/월	28.8
세탁횟수	9.8회/월	11.4
공과금 등 거주비용	11.6만원/월	5.3
식비	14.1만원/월	9.7

- ✓ 공동생활 활 출
- ✓ 농지연금 가입

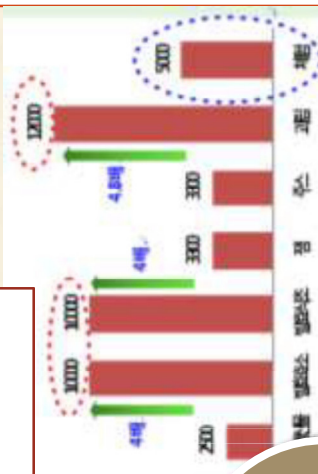


사회복지
등지역
문제 해결

6차산업화
목적

지역
부가가치
창출

- ✓ 다원적 가치에 의한 수익 창출
: 1차+2차+3차



지역자원
보전과
증식

- ✓ 지역농산자원의 지속성 확보
One-Source Multi-Use

지역
일자리
창출

- ✓ 농외소득
- ✓ 이전소득

고령자등
참여기회
제공

- ✓ 소외계층 기회 제공 :
고령자, 여성농업인, 다문화 등

6차산업 경영체 역량 강화 방안

3 6차산업 경영체 역량 강화 방안

3. 6차산업 경영체 역량 강화 로드맵



3 6차산업 경영체 역량 강화 방안

4. 6차산업센터의 역할



6차산업 경영체 역량 강화 방안

감사합니다!

공주대학교 식품과학부 강경심



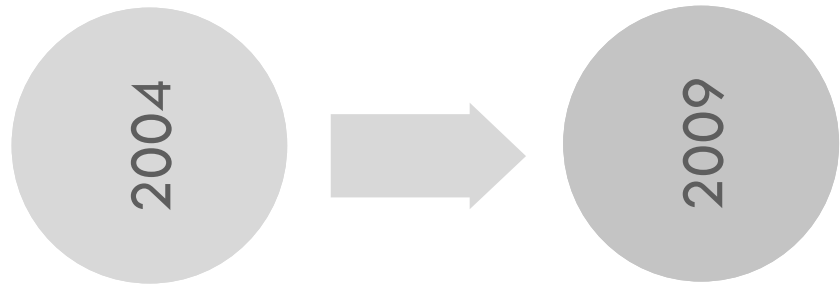
궁궐식품영양종합법이



귀족!! 인생의 2막을 연다!!



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 메주 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

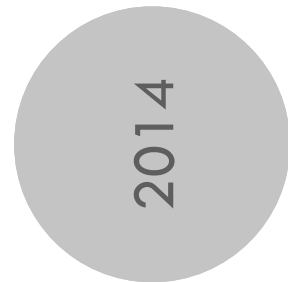
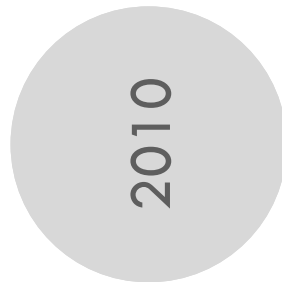
2009년 1월 : 농사랑과 판매 계약
- 지역주민 농산물 구매 및 제조판매

2009년 8월 공골식품 영농조합법인으로 전환
-사회적기업으로 전환 준비

2009년 10월 : 제 1회 충남 소상공인 대회 최우수상 수상



연혁



- 2010년 7월 , 8월, 12월 지역특산물을 활용한 특허출원 (3건)
- 2010년 12월 : KBS 리빙쇼 당시의6시 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 9월 숙성발효실 준공으로 생산량 증대
- 2013년 12월 고용노동부 사회적기업 인증
- 2013년 12월 KBS 6시 내고향 출연
- 2014년 8월 시레기 가공상품개발
- 2015년 현재 전통장류 소스화 공장 증축 중



지역과 함께 하는 공골식품



60세 이상 지역 노인 일자리 창출 상시고용: 월 10명
현재는 연매출 5억의 작지만 탄탄한 기업으로 자리매김

인생의 전환점 귀촌!!



농업인에서 사기꾼으로...



시골아줌마 전국나들이





시골아줌마 전국나들이



연간 방송3사
주요 프로그램
5회 이상 방영

농산물이 살아야 가공품도 산다.





2차 가공품



전통장류 : 된장, 고추장, 청국장, 집장, 막장

건강식품 : 청국장 분말, 서리테분말

주식식품 : 시레기된장국

3차 서비스



아동식생활프로그램



장만들기체험



전통식품 인식 개선 강의



발효의 이해 강의

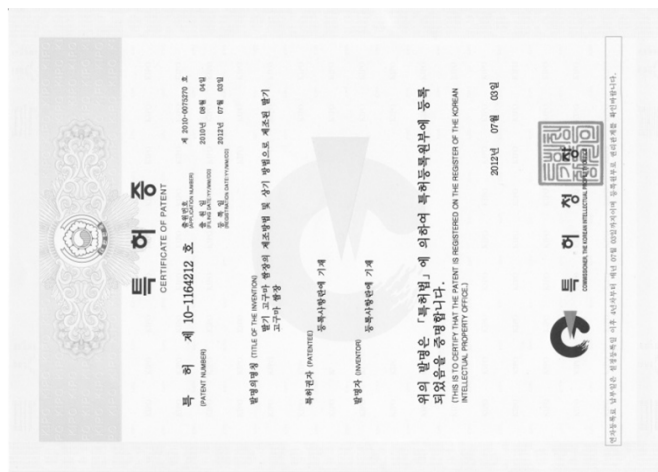
아이디 제품개발



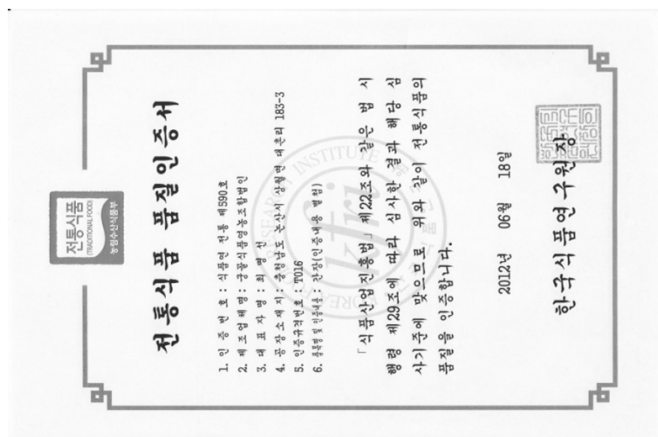
전통장을 현대인의 식생활에 맞게 아이디어화하여 고객의 지갑을
공략하여 매출을 증대하고 있음.



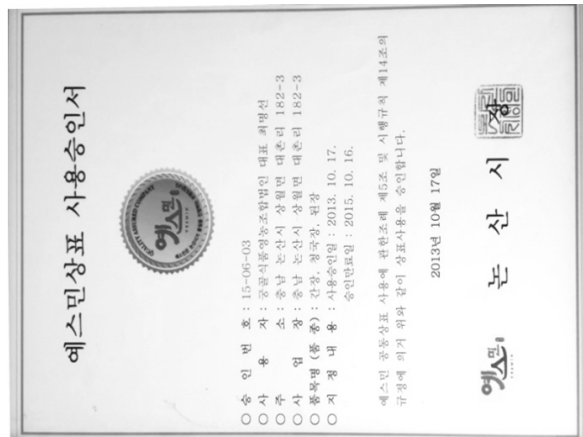
제품개발 과 제품의 인증



장류관련 특허 5건
상표등록 절임류 19건
상표등록 장류 8건
디자인특허 1건



전통식품 품질인증 3건



에스민 품질인증 3건



지역과 함께 하는 공골식품



김장봉사 연 1회



지역 장애인센터 후원 및 봉사



지역주민화합한마당



지역과 함께 하는 공골식품

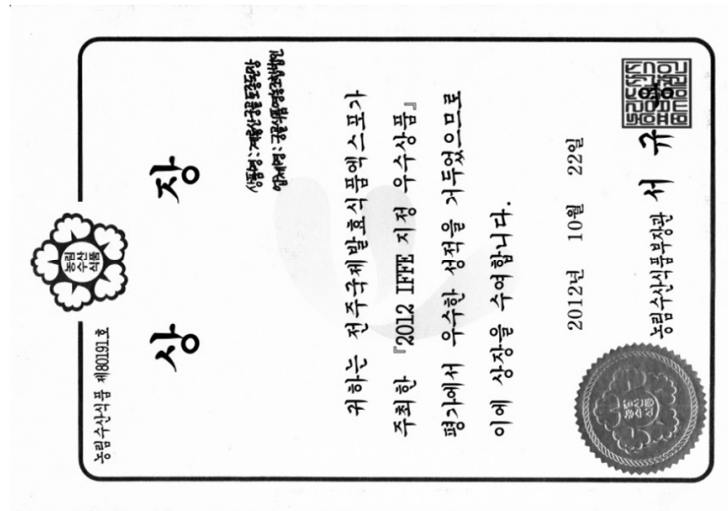


다문화가정 재능기부(연8건)

어버이날 행사

지역 농산물 구매 연 1억 이상

제품 및 홍보 활동



2009소상공인경진대회 최우수상 수상
2011 우수사회적기업 우수상
2012 전주국제발효식품엑스포 최우수상
2013 농산시장 귀농귀촌 연계공로 표창장



공골식품의 미래

6차산업을 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 공간으로 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



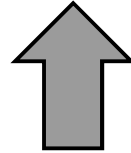
공골 식품의 미래

6. 6차산업의 연계로 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 - 호소 및 필요자재 (술, 오디, 매실 등)
 *호소는 숙성기간이 필요하므로 체험 자재 구매 외 지역주민 판매 연계

모든 농산물은 지역주민 연계하여 농가소득 향상에 이바지

현 재	
관리	2
기획, 홍보, 회계	1
생산	9
총	12명



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



희망, 사랑, 행복을 담아 드리는 기업!
 ~~~  
 문화공공사업

