

2018. 08

금산 갯잎농업의 6차산업화 전략 연구



제 출 문

금산군수 귀하

본 보고서를 시군 정책협력과제 ‘금산 갯잎농업의 6차산업화 전략 연구’의 성과품으로 제출합니다.

2018년 08월

연구기관 : (재)충남연구원

연구책임자 유학열

연구원 이인배

이충훈

김중화

고승희

이도경

김보람

목 차

제1장 연구개요	1
1. 연구의 배경과 필요성	3
2. 연구의 목적	3
3. 연구의 주요 내용	4
4. 연구의 추진 체계	4
제2장 금산군 갯잎농업의 현황 분석	6
제1절 금산군 갯잎농업의 기본 통계 현황	8
제2절 금산군 갯잎농업의 6차산업화 현황	10
1. 갯잎농업의 1차 산업(생산) 현황	10
2. 갯잎농업의 2차 산업(가공) 현황	21
3. 갯잎농업의 3차 산업(유통, 체험관광 등) 현황	31
제3절 금산군 갯잎농업의 자원 정책 현황	18
1. 지금까지 추진된 지원 정책 현황	81
2. 현재 추진 중인 지원 정책 현황	81
제4절 금산군 갯잎농업의 6차산업화 진단	28
제3장 금산갯잎 농업의 6차산업화 추진 전략	30
제1절 금산갯잎의 가공 상품 개발 전략	32
1. 갯잎의 가공 상품 개발의 한계성	23
2. 갯잎류 가공상품의 문제점	43
3. 금산갯잎 가공상품의 개발 방향과 전략	3
4. 유사 가공품 개발 사례	8
제2절 금산갯잎의 유통, 수출 전략	43
1. 금산갯잎의 유통, 수출의 문제점과 한계성	3
2. 금산갯잎의 유통·수출 확대 전략	44

제3절 금산갯잎의 체험, 관광 전략	51
1. 금산갯잎의 체험, 관광의 문제점과 한계성	51
2. 금산갯잎의 체험, 관광 활성화 방향과 전략	53
3. 유사 사례	58
제4절 금산갯잎의 홍보, 마케팅 전략	59
1. 금산갯잎의 홍보·마케팅 부문의 한계와 문제점	59
2. 금산갯잎의 홍보·마케팅 전략	60
3. 갯잎류(엽채류) 관련 유사 홍보·마케팅 사례	62
4. 금산갯잎 홍보·마케팅사업	66
5. 금산갯잎 포장디자인 개선(안)	67
참고문헌	81

제1장 연구개요

제1장 연구개요

1. 연구의 배경과 필요성

- 1차산업에 치중되어 있는 금산 갯잎농업의 2차, 3차 산업과의 융복합 필요
 - 금산 갯잎농업의 지속적 발전을 위해서는 6차산업화(융복합 산업) 추진 전략 마련 필요
 - 1차 생산을 기반으로 2차 가공품의 다양화와 3차 농촌관광과의 연계 방안 마련 필요
- 소비자의 트렌드 변화와 다양한 니즈를 충족하기 위한 새로운 홍보, 마케팅 전략 마련 필요
 - 고령사회, 1인 독신가구 증가, 육류소비 증가 등 급변하는 소비자의 속성과 트렌드 변화에 신속하게 대응할 수 있는 차별화된 홍보, 마케팅 전략 필요
- 금산 갯잎농가의 연중 안정적 소득 확보 방안 마련 필요
 - 금산지역 갯잎의 경우 연중 출하가격의 편차가 심함: 7,000원~50,000원/2kg
 - 특히 장마철이 시작되는 6월부터 출하가격 급락. 급락시기에 안정적 소득 확보를 위한 다양한 판로망 구축 필요

2. 연구의 목적

- 금산 갯잎농업의 현 주소를 파악하고 6차산업화로의 가능성 모색
 - 금산 갯잎농업의 현황과 실태를 명확히 분석하고 갯잎을 중심으로 한 2차 가공, 3차 서비스 산업과의 융복합 가능성을 모색
- 금산 갯잎농업의 6차산업화 전략 제시
 - 금산 갯잎농업의 6차산업화를 위한 기본적 전략을 부문별 제시
 - 갯잎의 가공 전략, 유통 전략, 농촌관광과의 연계 전략, 홍보 마케팅 전략 제시

3. 연구의 주요 내용

■ 금산 갯잎농업의 현황 분석

- 금산 갯잎농업의 기본 통계 현황 분석
- 금산 갯잎농업의 6차산업화 현황 분석
- 금산 갯잎농업의 지원 정책 현황 분석
- 금산 갯잎농업의 6차산업화 진단 (SWOT 분석)

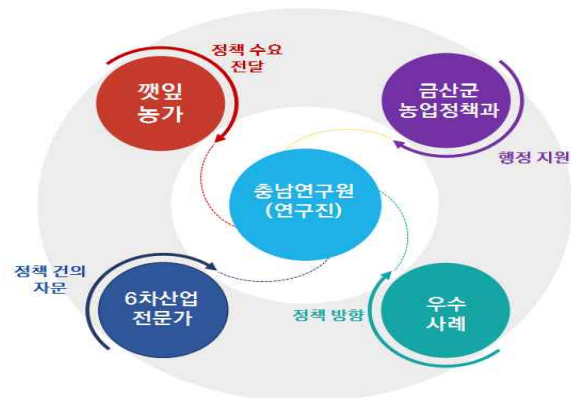
■ 금산 갯잎농업의 6차산업화 추진 전략 제시

- 금산 갯잎의 가공 상품 개발 전략 제시
- 금산 갯잎의 유통, 수출 전략 제시
- 금산 갯잎의 체험, 관광 전략 제시
- 금산 갯잎의 홍보, 마케팅 전략 제시
- 금산 갯잎 포장디자인 개선안 제시

4. 연구의 추진 체계

■ 다양한 주체들 간의 협업 연구 추진

- 연구 성과의 질적 제고와 효율적 연구 수행을 위해 다양한 주체들과 긴밀한 협조 체계 구축



[그림 1-1] 연구 추진 체계

[표 1-1] 연구 참여 주체별 주요 역할

구분	기관	성명/직책	주요 역할
내부 연구진	충남 연구원	유학열/연구위원	- 연구 총괄, 금산갯잎 6차산업 전략 제시
		김종화/책임연구원	- 금산갯잎 유통, 수출 방안 제시
		이인배/수석연구위원	- 금산갯잎 체험, 관광 전략 제시
		고승희/연구위원	- 기존의 지원 정책 검토
		이도경/연구위원	- 금산갯잎 현황 분석, 사례 조사
		김보람/연구위원	- 금산갯잎 홍보, 마케팅 방안 제시(포장디자인)
외부 자문위원	공주대	강경심/교수	- 금산갯잎의 가공 전략 제시
	(주)명소	박한식/박사	- 금산갯잎의 홍보, 마케팅 자문
	배재대	안영직/교수	- 금산갯잎 현황 분석 자료 제공, 연구 전체 자문

제2장 금산군 갯잎농업의 현황 분석

제1절 금산군 갯잎농업의 기본 통계 현황

제2절 금산군 갯잎농업의 6차산업화 현황

제3절 금산군 갯잎농업의 지원 정책 현황

제4절 금산군 갯잎농업의 6차산업화 진단

제1절 금산군 갯잎농업의 기본 통계 현황

가. 금산군 농가인구와 농가수

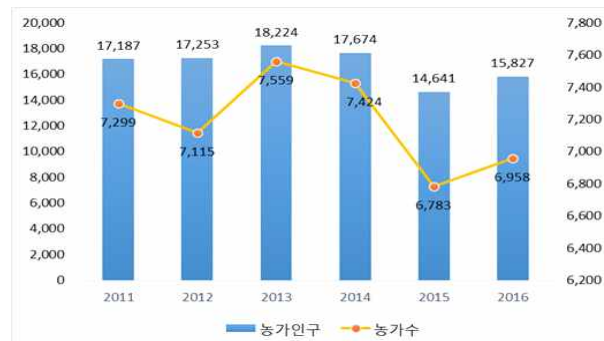
■ 농가인구, 농가수 지속적 감소 추세

- 농가인구: 17,187명(11년) ⇒ 15,827명(16년) 7.9% 감소
- 농가수: 7,299호(11년) ⇒ 6,958호(16년) 4.7% 감소

단위: 명, 호

연도	2011	2012	2013	2014	2015	2016
농가인구	17,187	17,253	18,224	17,674	14,641	15,827
농가수	7,299	7,115	7,559	7,424	6,783	6,958

자료: 「농림어업조사」, 「농림어업총조사(5.0년)」, 통계청인구총조사과



나. 갯잎 재배면적

■ 갯잎 재배면적은 큰 변화 없이 290ha 전후 유지

- 2013년 이후 290ha 내외 꾸준히 재배

연도	2011	2012	2013	2014	2015	2016
면적(ha)	440.8	324.0	287.0	291.0	284.0	286.0

자료: 금산군 통계연보



다. 갯잎 생산량

■ 갯잎 생산량은 최근 3년간 큰 변동 없으나 10a당 생산량은 증가

- 단위 면적당(10a) 생산량: 2,814kg(11년) ⇒ 3,128kg(16년), 11.2% 증가

연도	2011	2012	2013	2014	2015	2016
생산량(M/T)	12,403	7,478	12,685	8,821	8,815	8,947
kg/10a	2,814	2,308	4,420	3,031	3,103	3,128

자료: 금산군 통계연보



라. 갯잎 농가수와 갯잎 조수입

- 갯잎 재배 농가수는 2013년 이후 2,600호 전후로 큰 변동 없음
- 갯잎 조수입은 2013년 이후 지속적 증가. 2016년 500억 달성

제2절 금산군 갯잎농업의 6차산업화 현황

1. 갯잎농업의 1차 산업(생산) 현황

■ 갯잎농업 1차산업의 위상

- 2017년 기준 금산군 갯잎 총 생산액(매출액)은 515억 원으로 금산군 작목별 생산액 1위임
- 갯잎 생산량은 2017년 기준 9,117톤. 2014년 8,821톤에 비해 3.2% 증가함
- 갯잎 재배면적은 2013년 이후 최근까지 큰 변동 없이 약 290ha 전후를 유지하고 있음
- 갯잎은 금산군의 타 작목에 비하여 수급이 안정적인 품목임
- 농가의 재배기술, 수확 후 관리기술, 마케팅 등의 역량강화와 금산군의 적극적인 재배환경 개선에 대한 적극적 투자로 단위 면적당 생산성과 품질이 꾸준히 개선되고 있음

■ 연도별 재배현황

- 금산군 갯잎은 1982년 첫 재배이후 꾸준한 성장을 거듭해 왔으며, 2000년대 들어 고품질화를 지향하는 시스템을 도입

[표 2-1] 금산 갯잎의 연도별 재배현황

구분	재배면적 (ha)	소득액		생산량(톤)
		조수입 추계 (백만 원)	전년대비 성장률(%)	
2009	229	27,379	10.0	-
2010	237	32,815	19.9	-
2011	254	35,013	6.7	7,725
2012	280	41,519	18.6	7,452
2013	287	41,230	-0.7	8,084
2014	291	45,894	11.3	8,821
2015	284	44,729	-0.01	8,815
2016	286	50,000	11.8	8,947
2017	-	51,500	3.0	9,117

자료출처: 금산군 내부자료

■ GAP(농산물 우수 관리) 인증갯잎 현황

- 금산군에서는 2006년부터 갯잎에 대한 GAP 인증 제도를 도입하여 시행 첫해에 29개 농가가 인증을 받았으며 현재까지 인증농가가 꾸준히 증가하고 있음
- 특히, 2011년에는 금산군 GAP 인증갯잎이 업체류 중 전국 최초로 가락시장에 출하하여, 저농약 인증제품 보다 상자 당 2,000~3,000원까지 높은 경매단가를 기록함. 이렇듯 GAP 인증갯잎의 도매시장 출하 확대와 더불어 GAP인증 농산물의 성공적 시장 정착사례를 보여주었음
- 제1회 GAP 우수사례 경진대회에서 “대상” 수상



금산군 만인산 농협의 GAP 인증갯잎



갯잎 세척시설

■ 잎들깨의 산업적 위치와 생산자 조직 현황

- 품질
 - 금산군 잎들깨 품질은 갯잎원예계 신설, 금산군농업기술센터의 기술보급, 신활력사업, 향토산업육성사업 등을 통해 국내는 물론 세계 최고 수준의 품질임
- 생산성
 - 금산군 잎들깨의 생산성은 지속적인 투자로 단위 면적당 생산량이 3,128kg/10a(2016년)로 전국 최고 수준임
- 생산량
 - 금산군 잎들깨의 생산량은 재배면적, 재배농가의 증가와 함께 지속적으로 늘어 경남 밀양과 함께 전국 제일의 생산지임. 금산 갯잎 생산량 전국 대비 약 40% 수준임
- 생산자 조직
 - 생산자 조직 구성 목적은 잎들깨 농업인, 작목반간의 재배기술 향상, 정보교환, 공동출하, 공동선별, 공동구매 등을 통한 소득증대와 복리향상을 추구함에 있음
 - 2016년 현재 생산자 금산갯잎 연합회(안삼골 갯잎 작목반, 제원 갯잎 작목반, 남일 갯잎 작목반, 남이 갯잎 작목반), 추부갯잎 연합회(추부 갯잎 작목반, 복수 갯잎 작목반, 군북 갯잎 작목반, 내부 갯잎 작목반, 한아름 작목반)의 2개의 연합회와 부리갯잎 작목회, 진산갯잎 작목회가 별도 구성되어 있음. 회원수는 총 2,491명임

2. 갯잎농업의 2차 산업(가공) 현황

■ 갯잎가공식품 현황

구분	내용
	명칭 : 금산·추부갯잎 조미세트 상품구성 : 갯잎조미료, 홍삼소금, 갯잎향신료, 갯잎밥돌이 내용 : 명절선물세트 형태로 제작, 향후 인삼과 더불어 금산을 대표할 수 있는 선물세트로 상품화
	명칭 : 갯잎가공식품 '갯잎김치' 상품설명 : 갯잎 반찬용으로 개발 특징 : 절인 후 양념을 한 것으로 유통기한이 긴 장점이 있음
	명칭 : 갯잎가공식품 '생갯잎김치' 상품설명 : 갯잎 원물로 반찬용으로 개발 특징 : 생갯잎을 무친 것으로 신선도 있는 가공식품임
	명칭 : 갯잎가공식품 '절임갯잎' 상품설명 : 갯잎을 절여 반찬보조식품용으로 개발 특징 : 고기를 싸먹거나, 기호에 맞는 양념을 해서 먹도록 하는 반찬용 원료
	명칭 : 갯잎 쥬러스 상품설명 : 갯잎을 활용하기 위한 상품 특징 : 간식거리에 갯잎가루를 무쳐서 판매, 갯잎을 먹지 않는 사람들에게 갯잎소비촉진을 위해 개발

자료출처: 2014년 금산군 내부자료

■ 금산군 식품 관련 농공단지 조성 현황

- 인삼약초특화 농공단지: 인삼, 약초를 원료로 가공품을 제조하는 특화된 농공단지임
 - 금산흑삼 입주, 가동 중

단지명	위치	사업기간	유치 업종
금성면	금성면	89년~91년	음료식품, 기계, 조립 금속
인삼약초 특화	부리면	90년~12년	음식료품
추부	추부면	02년~07년	인삼약초가공업종, 전자, 기계

3. 갯잎농업의 3차 산업(유통, 체험관광 등) 현황

가. 갯잎 유통 현황

■ 로컬푸드 직매장

- 2013년 7월에 오픈한 금산 로컬푸드 직매장은 24개 품목연구회로 조직된 금산 비단외 영농조합 법인의 132개 입점. 정육, 업체류, 과채류 등 230여개의 품목을 판매
- 금산군 관내 농산물만을 취급하고 1일 유통체계를 실시하여 기간이 지난 상품은 생산자가 거둬들여 폐기하고 있음
- 생산자가 직접 가격을 결정하고, 안전한 먹거리를 위하여 출하품목은 잔류 농약 분석을 실시하고 있음



금산 로컬푸드 직매장 외부 전경



금산 로컬푸드 직매장 내부

■ 농특산물 직판장

- 2011년 준공된 농특산물 직판장에서는 방문객들에게 저렴하고, 질 좋은 금산의 농특산물을 쉽게 구매할 수 있는 곳임. 금산에서 생산되는 모든 종류의 농특산물이 판매되고 있으며, 인삼외에도 우수한 농특산물을 구비하고 있음



금산 진산농협 농특산물 판매장 외부 전경



금산 진산농협 농특산물 판매장 내부 전경

■ 산지유통센터

- 만안산농협 산지유통센터
 - 2004년에 건립한 만안산농협 산지유통센터는 2006년 4월 충남에서는 처음으로 GAP 시설인증을 받음
 - 만안산농협 APC는 2,168㎡(656평)의 부지에 세척장, 저온저장고, 사무실과 집하장이 있으며, 세척기와 예냉기, 자동포장기 등의 설비를 갖추고 1일 2톤의 세척능력과 하루 300톤을 저온 보관할 수 있음
 - GAP 관리시설답게 철저하게 위생에 초점이 맞추어져 있으며, 3차에 걸친 세척을 거쳐 포장되기 때문에 보다 안전하게 관리된 갯잎이 대형마트로 납품되고 있음



만안산농협 산지유통센터 갯잎 세척시설



대형마트로 출하되는 GAP 갯잎

- 금산농협 산지유통센터
 - 2011년 준공된 금산농협의 산지유통센터는 부지면적 3,491㎡에 농산물(갯잎) 세척·포장·위생시설 등이 조성되어 있음
 - 농가가 생산한 갯잎 등을 오존수 등으로 세척한 후 소포장하여 홈플러스 등 대형 유통점에 납품하고 있으며, 농가소득 증대와 더불어 소비자들이 안심하고 먹을 수 있는 먹거리를 제공하고 있음



금산농협 산지유통센터 전경

■ 갯잎유통구조 현황

- 금산군 갯잎의 주된 유통경로는 금산농협과 만안산농협의 산지유통센터(APC)를 이용, 매취와 수탁형태의 유통구조를 이루고 있음
- 유통구조의 주요 특성
 - 산지유통: 농협의 APC에서 95%의 비중을 차지하고 있어 주류를 이루고 있음
 - 소비지유통: 공영도매시장과 유사도매시장의 도매상, 대형마트가 주류를 이루고 있음
 - 직거래: 생산자 외 소비자의 직거래 비중은 미미한 상태임

■ 갯잎수출 현황

- 금산군 갯잎 수출실적을 농산물 수입절차가 가장 까다로운 미국, 일본, 캐나다 등으로 그 양은 다소 줄어들고 있음

나. 갯잎 관련 체험 관광 현황

■ 갯잎축제 현황

- 갯잎 재배 농업인들의 사기진작과 공동체형성을 위해 격년제로 추부와 금산에서 갯잎축제를 개최하고 있음
- 갯잎을 주제로 하는 갯잎김치담그기, 갯잎송편만들기, 갯잎향찜, 갯잎천연비누, 갯잎화분만들기 등의 체험부스를 운영하고, 갯잎인삼튀김, 갯잎와플, 갯잎현미차 등의 갯잎을 활용한 먹거리체험, 갯잎따기 체험 등 다양한 체험프로그램을 운영하고 있음

구분	내용
장소	추부초등학교, 금산군농업기술센터
일정	5월(추부), 10월(금산), 격년제
운영주체	추부갯잎연합회, 금산갯잎연합회
참여인원	약 3,000명
개최효과	갯잎 생산자, 소비자 등 관련 종사자들의 화합
주요행사	갯잎 김치, 송편, 비누 만들기 행사, 갯잎음식 전시, 노래자랑 등 축제참가자 참여형 행사



금산갯잎연합회 한마당 화합잔치



금산추부갯잎축제

■ 농촌관광(농촌체험마을)

- 금산군 대표적 농촌체험마을로는 추부갯잎마을, 부리수통마을, 바리실마을, 홍도인삼마을이 있으며 그 중 추부갯잎마을은 갯잎 관련 체험을 할 수 있는 곳임
- 추부갯잎마을
 - 위치: 충청남도 금산군 추부면 마전리
 - 체험종류: 앞들깨따기, 갯잎김치담기, 갯잎비누만들기, 인삼화분 만들기, 인삼캐기, 전통 문화체험 등이 있음
- 부리수통마을
 - 위치: 충청남도 금산군 부리면 수통리
 - 체험종류: 배봉지싸기, 고추따기 등 농사체험, 전통문화체험, 향주머니 및 비누만들기, 레프팅, 인삼캐기 등이 있음
- 바리실마을
 - 위치: 충청남도 금산군 제원면 명곡리
 - 체험종류: 친환경농업체험, 사과따기, 차만들기, 인삼술만들기, 농산물수확체험 등이 있음
- 홍도인삼마을
 - 위치: 충청남도 금산군 남일면 신정리
 - 체험종류: 인삼캐기, 인삼병만들기, 인삼화분만들기, 농산물수확체험, 전통문화체험, 두부 및 된장만들기 체험 등이 있음



[그림 2-1] 금산군 농촌체험마을

■ 갯잎관련 지적재산권 현황

- 갯잎이 금산 지역을 대표하는 특산품으로 자리 잡고, 관련 산업이 활발해지면서 지적재산권의 중요성이 강조되어, 명품브랜드화를 위한 상표 등록, 지리적 표시등록, 관련 특허 또한 추진하고 있음



추부갯잎 상표출원



지리적표시 등록



갯잎 출하박스

제3절 금산군 갯잎농업의 지원 정책 현황

1. 지금까지 추진된 지원 정책 현황

■ 금산군 주요 지원 정책 현황

- 향토산업육성사업
 - GAP 인증 갯잎의 생산, 교육, 네트워크형성, 대형마트 마케팅, 가공품개발 및 시판 등 생산과 마케팅의 중심적 역할 수행
- 갯잎 생산시설 현대화
 - 재배환경 개선으로 잎들깨의 품질개선과 생산자의 근로환경 개선
- 갯잎 생산 에너지 절감 시설 지원
 - 겨울철 잎들깨의 보온, 가온에 사용되는 기구 및 기기를 에너지 절감을 할 수 있는 현대화된 것으로 지원하여 농가 경영비 절감으로 소득 증대
- 중형 관정 지원사업
 - 겨울철 에너지 절감과 잎들깨 품질 향상
- 들갯잎 예냉 작업장 지원
 - 잎들깨의 수확 후 예냉으로 수송과 유통과정의 신선도 확보로 소비자 욕구 충족시켜 금산군 잎들깨의 이미지 및 가격 향상
- 갯잎 산지유통센터 건립
 - 산지유통센터 건립 지원으로 유통의 다각화 추진 및 GAP 인증 안전농산물을 생산할 수 있도록 지원

2. 현재 추진 중인 지원 정책 현황

■ 갯잎의 안정생산 기반구축

- 목적 및 필요성
 - 노지갯잎재배를 시설로 유도하여 연중 고품질 안정생산을 도모하고, 내재해형 표준설계 비닐하우스 설치로 재해경감 효율성을 제고
 - 노후시설 재건축으로 갯잎재배하우스의 환경을 개선하고, 노후화된 시설의 현대화를 통해 경영비 절감 및 품질경쟁력 향상을 지원함으로써 갯잎 생산농가의 부담을 완화
- 추진계획
 - 대 상 : 금산군 갯잎 생산농가
 - 특화사업자 : 금산군수(담당부서 : 금산군 농업정책과)
 - 사업기간 : 2015~2019년
- 세부사업내용

- 갯잎 재배시설 현대화 : 하우스 노후화, 농업재해 피해, 소규모 재배 농업인, 노지 재배 농업인 등을 대상으로 내재해형 표준하우스 설치를 통해 시설재배하우스 보급과 친환경 갯잎 단지조성으로 병해충 발생을 예방
- 기대효과
 - 갯잎 생산량 확대를 위한 생산기반조성을 통해 안정적인 농가소득원 확보
 - 지속적인 시설현대화를 통해 경영효율성 증대 및 소규모 농가에 지원함으로써 농가의 경영 개선 도모

■ 갯잎 재배시설 현대화

- 목적 및 필요성
 - 하우스 노후화, 농업재해 피해, 소규모 재배 농업인, 노지 재배 농업인 등을 대상으로 내재해형 표준하우스 설치를 통해 시설재배하우스 보급과 친환경 갯잎 단지조성으로 병해충 발생을 예방
- 추진계획
 - 사업량 : 200동(330~660㎡/동 기준)
 - 지원대상 : 농업경영체에 등록된 농업인(1인/1동 지원원칙)
※ 1동 지원면적은 336㎡, 500㎡, 664㎡ 농가신청에 따라 지원



내재해형 하우스 예시

■ GAP 인증 갯잎농가 농자재 보관창고 지원

- 목적 및 필요성
 - GAP 인증을 받기 위해서는 농자재보관함 및 농약보관함이 필수로 갯잎 GAP인증농가 및 예비인증농가를 대상으로 해당 시설구비를 지원
- 추진계획
 - 사업대상 : 갯잎 GAP인증농가 및 예비인증농가
 - 사업내용 : 컨테이너(18㎡)박스 구입비 4백만 원 중 절반지원/구비시설 : 농기구정리대, 농약안전보관함, 방제복보관함
 - 사업량 : 매년 50동(18㎡/동) 정도
- 세부사업내용 및 지원기준
 - 지원시설 : 18㎡(유동적)의 컨테이너 박스

- 시설을 양분하여 관리실과 농자재보관실로 구분
- 규격 : 가로 6m, 세로 3m, 높이 2.5m이상
- 농자재보관실에는 농약안전보관함, 방제복보관함, 농기구 정리대를 구비
- 관리실에는 에어컨과 전기판넬(열선) 또는 난방필름을 설치
- 우선적으로 GAP 인증 농업인, 예비농업인, 재신축이 필요한 농업인, 기타 농자재 보관 창고가 필요한 농업인 순으로 선정
- 기대효과
 - 갯잎 생산량 확대를 위한 생산기반조성을 통해 안정적인 농가소득원 확보
 - 지속적인 시설현대화를 통해 경영효율성 증대 및 소규모 농가에 지원함으로써 농가의 경영 개선 도모

■ 갯잎 품질향상 및 친환경실천지원

- 목적 및 필요성
 - 국민소득의 증대와 건강에 대한 관심이 높아지면서 소비자들은 안전하고 고품질 농산물의 선호도가 높아져, 갯잎의 지속적인 품질 향상의 필요성이 높아지고 있어 안전한 갯잎 생산과 친환경 농업실천을 위한 기반을 조성할 필요가 있음
- 추진계획
 - 대 상 : 금산군 갯잎 생산농가
 - 특화사업자 : 금산군수(담당부서 : 금산군 농업정책과, 농업기술센터 기술보급과)
 - 사업기간 : 2015~2019년
- 세부사업내용
 - 연작장해 방지지원 : 90년대 이후 시설하우스가 급증하면서 매년 동일 작물 재배로 인한 주산단지 중심으로 연작장해 피해가 발생하고 있어, 갯잎 주산지로써 토양소독 및 개량을 통한 작물연작장해 피해 방지와 고품질 갯잎의 안정적 생산으로 농가소득 향상 도모
 - 농산물 안정성 분석실 운영 지원 : 친환경농업 활성화를 위한 중금속·잔류농약 등 유해물질 분석기능 강화하고, 토양, 수질, 식물체, 가축분뇨 등 정밀 분석정보를 갯잎 생산 농가에게 신속하게 제공하여, 농업인의 요구에 맞는 분석업무 추진 및 안전농산물 생산 기술보급을 위한 전진기지로 운영
 - 토양개량제 및 유기질비료 지원: 친환경 자원순환농업의 정착 및 농가의 농업경영비 경감, 토양개량제 지원을 통한 지력 유지로 친환경 농업 실천기반을 조성하기 위해 토양개량제 및 유기질비료 지원사업을 지속적으로 추진
 - 유용미생물 배양센터 운영 : 고품질 농산물 생산으로 갯잎의 경쟁력을 향상시키고, 생산자와 소비자가 상생하는 친환경 안전한 먹거리 생산 촉진
 - 병해충 예찰활동강화: 금산·추부갯잎은 갯잎 생산의 최적지로 병해충 발생 가능성이 적으나, 장마철의 녹병, 겨울철 잿빛곰팡이병, 새로이 발생한 미국선녀벌레 등 사례병해충·예찰방제 기술지원을 통해 갯잎의 피해를 최소화하고 갯잎 생산농가의 소득증대를 추진

■ 갯잎생산 농업인 역량강화

- 목적 및 필요성
 - 고품질 갯잎 생산을 위한 기초이론과 전문지식 습득으로 재배기술을 향상시키고 수시로

변화하는 농업 신기술 및 정보화 기술습득을 통해 갯잎의 전문가로 육성

- 추진계획
 - 대 상 : 금산군 갯잎 생산농가
 - 특화사업자 : 금산군수(담당부서 : 금산군 농업정책과, 농업기술센터 기술보급과)
 - 사업기간 : 2015~2019년
- 세부사업내용
 - 금산군 농업인대학 운영
 - 정보화 역량강화를 위한 전산교육장 설치 및 운영
 - 농업정보지 보급지원

■ 갯잎생산 인력난해소

- 목적 및 필요성
 - 귀농·귀촌에 대한 관심이 급증하고 있는 가운데 금산군 귀농·귀촌인에 대한 다양한 지원을 통해 안정적인 정착을 유도하고 지역의 갯잎 전문가로 양성
 - 갯잎 재배농가의 고령화와 인력부족을 노동 생력화 지원을 통해 해소하고 노동으로 인한 농업인들의 만성질환을 예방
- 추진계획
 - 대 상 : 금산군 갯잎 생산농가
 - 특화사업자 : 금산군수(담당부서 : 금산군 농업정책과, 농업기술센터 기술보급과)
 - 사업기간 : 2015~2019년
- 세부사업내용
 - 노동생력화 지원 : 갯잎 작업의 편리성 및 효율성 증대를 위한 편의장비 보급을 통해 농업인 건강증진 및 소득증대를 도모하고 고령 및 여성농업인도 효율적으로 작업할 수 있는 농작업 여건을 조성
 - 귀농·귀촌지원 및 유치 : 귀농인 농업 창업보육센터운영, 귀농지원센터 운영, 도시민 귀농·귀촌 지원, 귀농·귀촌 도시농업 박람회 참가, 귀농현장애로해소 및 컨설팅 지원, 귀농·귀촌인 초청 화합행사 및 아름다운 마을 만들기 지원
- 기대효과
 - 농촌정착 예비단계인 영농기술교육 및 멘토링 지원, 귀농 인턴교육 등을 통해 귀농·귀촌인이 갯잎 생산에 대한 노하우와 지식을 습득하고 지역에 안정적으로 정착할 수 있도록 유도
 - 상대적으로 젊은 귀농·귀촌인의 금산군 유입과 생산농가의 고령화와 인력부족 문제를 해소

■ 로컬푸드 활성화를 통한 갯잎 판로확대

- 목적 및 필요성
 - 로컬푸드 직매장 운영을 통해 생산자와 소비자 사이의 중간 유통구조를 생략하여 현재 소비확대를 촉진하고 직거래를 통한 유통비용 제거에 따른 혜택을 생산자와 소비자가 나눠가짐으로써 생산자와 소비자의 Win-Win을 추구
 - 로컬푸드 직매장과 연계한 직거래 장터운영과 야외 상설판매장인 파머스 마켓을 설치·운

- 영하여 관내 농업인이 생산한 갯잎과 계절별 우수농산물의 소비를 촉진
- 추진계획
 - 대 상 : 금산군 로컬푸드 직매장
 - 특화사업자 : 금산군수(담당부서 : 금산군 농업기술센터 기술지원과)
 - 사업기간 : 2015~2019년
- 세부사업내용
 - 로컬푸드 활성화 지원 : 로컬푸드 직매장 설치 및 운영지원으로 중간 유통과정을 생략하여 갯잎 생산농가의 소득 증대 및 소비자에게 신선 먹거리 제공
 - 로컬푸드 연계 직거래 장터 지원 : 지역농산물 상시 홍보전시 판매를 위한 직거래매장 운영과 연계한 직거래 장터 운영
 - 로컬푸드 연계 파머스 마켓 운영 : 금산 로컬푸드 직매장과 연계 관내 농업인이 생산한 계절별 우수농산물 소비촉진을 위한 소비자 연계형 직거래 장터 운영
- 기대효과
 - 지역에서 생산한 신선갯잎의 판매를 통해 농가의 소득증대 뿐만 아니라 찾아가는 마케팅으로 생산자와 소비자간의 긍정적인 관계를 형성하고, 안전한 먹거리를 제공
 - 소규모 다품목 농산물의 지속적인 판로 확보 및 직거래 활성화와 더불어 금산 방문 및 지역소비자에게 지역의 우수농산물 홍보와 판매로 지역경제 활성화 및 농가소득 증대

■ 갯잎 규격출하 및 공동선별·출하조직 육성지원

- 목적 및 필요성
 - 갯잎산지유통전문조직 등 생산자조직의 금산·추부 갯잎 포장재를 표준 규격화하여 공동출하를 유도하여 품질향상과 물류비용을 절감하여 농가소득증대 및 경쟁력 제고
 - 또한, 유통의 대형화 및 고품질 안전농산물 소비 선호로 산지 농산물의 차별화대형화가 요구됨에 따라 개별출하 구조에서 대형마트와 교섭력을 높일 수 있는 조직 출하 구조로 변경하기 위해서 농가조직화 선행을 추진
- 추진계획
 - 대 상 : 금산군 갯잎 생산농가
 - 특화사업자 : 금산군수(담당부서 : 금산군 농업정책과)
 - 사업기간 : 2015~2019년
- 세부사업내용
 - 갯잎 규격출하 포장재 지원: 갯잎 규격출하 포장재(박스) 구입비를 박스 당 일률적으로 지원
 - 관내 지역농협(금산농협, 만인산농협, 부리농협, 진산농협) 에서 갯잎재배 농가로부터 매년 필요한 갯잎박스를 신청 받아 보조금 지원
 - 2014년 사업량 : 1,577,750박스
 - 지원대상 : 4개 지역농협(금산농협, 만인산농협, 부리농협, 진산농협)
 - 금산농협 : 591,750박스, 만인산농협 : 900,000박스, 부리농협 : 32,200박스, 진산농협 : 53,800박스
 - 갯잎 규격출하 포장재(박스)

- 규격박스 중량 : 500g±5%
- 공동선별·출하 생산자조직 육성지원 : 개별출하 구조에서 대형마트와 교섭력을 높일 수 있는 조직출하 구조로 변경하기 위해서 농가조직화, 교육 등을 추진
- 기대효과
 - 금산갯잎의 표준규격출하를 유도하여 갯잎농가의 물류비 경감과 갯잎포장재(BOX)의 표준규격화를 통한 수송 및 적재 등의 효율성 제고
 - 공동선별·출하 생산자조직 육성을 통한 생산자 조직 규모화 및 계약재배, 품질관리체계 통일 등 촉진하여 고품질 갯잎유통 및 브랜드 경쟁력 강화
 - 엄격한 품질관리를 통해 소비자들이 신뢰할 수 있는 출하체계를 구축함으로써 금산·추부 갯잎의 인지도가 향상

■ 갯잎 수출활성화 지원

- 목적 및 필요성
 - 유가변동, 원자재 가격 상승 등 어려움을 겪고 있는 갯잎 생산자(단체), 업체에 수출용 포장재 지원으로 수출 경쟁력 강화와 소득향상
 - 수출 농수산물의 브랜드 이미지 제고와 갯잎 수출농가의 생산의욕 고취 및 안정적인 수출 증대
- 추진계획
 - 대 상 : 금산군 갯잎 수출농가
 - 특화사업자 : 금산군수(담당부서 : 금산군 농업정책과)
 - 사업기간 : 2015~2019년
- 세부사업내용
 - 갯잎 수출 포장재 지원 : 수출국 규격출하에 맞는 규격포장재 구매비용 및 불량품 공급을 방지하고, 수출용 갯잎 특성에 따라 소요되는 포장재 지원을 실시
 - 갯잎농수산물 수출 수출농어가, 작목반, 영농조합법인 등 생산자(단체), 업체 등 공동구매를 통한 포장재 일원화로 수출경쟁력 확보하고 신선 농수산물을 우선 지원하고, 필요시 가공식품 지원
 - 사업량 : 6개 농가(단체)
 - 지원내용 : 1개 업체당 5백만 원 한도 내 지원(자부담포함), 수출 포장재 지원
- 기대효과
 - 해외수출 개척을 위한 다양한 지원을 통해 금산 갯잎의 해외 인지도 향상과 수출촉진을 도모

■ 갯잎 가공 지원

- 목적 및 필요성
 - 금산군에서 생산되는 갯잎을 활용하여 가공식품을 생산하는 소규모 농가를 대상으로 조직화 및 네트워크 구축, 공동브랜드, 품질관리 및 공동마케팅 관리지원을 통해 갯잎 가공유기농산물 소비 확대로 농가의 소득을 보전하는 등 갯잎가공 산업기반을 마련함
 - 또한 금산군은 갯잎을 활용한 다양한 가공품을 개발·판매를 추진하였으나 사업실적이 미

비하여 종합가공·연구 지원으로 가공산업 활성화 및 브랜드 가치를 증대하고, GAP 인증 및 친환경 고품질 갯잎을 활용한 가공품 생산으로 중국산 가공품 시장을 금산군 갯잎이 점유하는 등 국내 갯잎 가공산업을 선도하며, 체험과의 연계로 생산·가공·체험·관광의 융복합을 통해 6차 산업화를 추진

- 추진계획
 - 대 상 : 금산군 갯잎 가공농가
 - 특화사업자 : 금산군수(담당부서 : 금산군 농업기술센터 기술지원과)
 - 사업기간 : 2015~2019년
- 세부사업내용
 - 갯잎 종합 가공·연구개발 추진 : 갯잎 가공제품 생산을 위한 연구·개발·생산 지원
 - HACCP 기준에 맞는 갯잎 종합 가공연구센터 조성을 위한 공감대 조성
 - 갯잎 종합 가공연구센터 조성 전 철저한 소비시장 조사로 가공품 시장진입의 연착륙 추진
 - 가공품을 알리기 위한 언론 및 홍보 활동
 - 가공의 생산시스템, 생산리더, 공동마케팅, 브랜드활성 등 갯잎 산업 클러스트화
 - 임들개 가공산업의 체험 관광화 및 체험마을 연계 융복합 지원으로 6차산업화 추구
 - 중장기적인 관점으로 사업의 타당성 검토를 통해 입지, 규모, 기본계획 등을 결정
 - 소규모 가공육 육성지원 : 소규모 가공육 조직화를 통한 공동마케팅 및 시장 경쟁력을 제고하고, 공동브랜드 개발 및 홍보활동을 통해 소비자 신뢰확보와 부가가치를 향상
 - 농산물가공연합회 구성 정보공유 및 네트워크 구성
 - 소규모 가공육 공동 브랜드 개발 홍보활동 전개
 - 현장 컨설팅 (경영, 회계, 위생 분야 등)으로 경영개선 기회 제공
 - 포장, 용기, 디자인 개선으로 경쟁력 강화
 - 소규모 가공농제품 품질 향상 및 고품질 가공품 생산을 위한 교육 추진
 - 만인산 농업의 경제종합센터 설치계획과 연계하여 농민이용중심의 범용 가공시설 설치
- 기대효과
 - 금산·추부갯잎의 가공산업을 활성화 하고 일자리 창출 및 농가소득 향상에 기여
 - 소비자의 요구에 맞는 제품개발 및 판매촉진으로 농외소득 향상과 브랜드 이미지 제고
 - 갯잎 신제품 개량 및 육성을 통해 지역적 특성을 가진 갯잎을 개발하고 갯잎을 활용한 다양한 가공품을 개발하여 부가가치를 향상

■ 금산·추부갯잎 마케팅지원

- 목적 및 필요성
 - 금산·추부갯잎의 거래처를 다양화하고 갯잎의 우수성을 널리 홍보하기 위해 대형마트를 대상으로 판매촉진행사를 기획하여 농가소득증대 및 지역경제 활성화에 기여
- 추진계획
 - 대 상 : 금산군 갯잎 생산농가
 - 특화사업자 : 금산군수(담당부서 : 금산군 농업정책과)
 - 사업기간 : 2015~2019년
- 세부사업내용

- 금산·추부갯잎 마케팅지원 : 금산·추부 갯잎은 이마트, 홈플러스, 롯데마트 등 대형마트 3사에 입점하여 금산 GAP 인증갯잎이 대형마트를 중심으로 유통이 급속히 증가하는 만큼 지속적인 GAP인증 갯잎의 매출확대와 금산·추부 갯잎의 우수성을 홍보하기 위한 다양한 마케팅 활동을 지원
 - 금산군은 전국에서 유일하게 대형마트와 갯잎 직거래를 하고 있음
 - 2013년 말 기준 총 3회 대형마트 판촉추진(매년 추진)
 - 이러한 홍보마케팅 활동과 더불어 유통단계, 판매단계의 안정성 조사를 정기적으로 실시하여 안전한 갯잎 생산 및 공급을 도모하고 있음

- 기대효과
 - 다양하고 차별적인 방법을 통해 금산·추부 갯잎을 대외적으로 홍보하고 소비자들이 믿고 살 수 있는 기반조성으로 갯잎 판매를 증진
 - 홍보에만 그치지 않고 적극적인 마케팅 전략을 구사하여 농가소득 증대에 실질적 기여

■ 공동브랜드 활용 및 홍보

- 목적 및 필요성
 - 금산군 공동브랜드 활용으로 다른 지역의 농산물과 차별화를 추구하고 브랜드 가치를 향상시킴으로써 시장 경쟁력을 확보
 - 이를 위해 지주이용간판 설치로 금산·추부를 찾는 방문객들에게 금산·추부 갯잎특구와 공동브랜드를 홍보하여 소비자가 믿고 찾을 수 있는 갯잎으로 이미지를 구축함
- 추진계획
 - 대 상 : 금산군 갯잎 생산농가
 - 특화사업자 : 금산군수(담당부서 : 금산군 농업정책과)
 - 사업기간 : 2015~2019년
- 세부사업내용
 - 지주이용간판 설치 : 추부 IC 인근에 금산·추부 갯잎특구와 공동브랜드 홍보를 위한 지주이용간판 설치
- 기대효과
 - 금산·추부 갯잎 산업특구 인지도 향상에 따른 브랜드 가치 상승과 시장경쟁력 제고 및 농가소득증대 도모

■ 갯잎 축제활성화 지원

- 목적 및 필요성
 - 전국 최대/최고 품질의 금산·추부갯잎의 우수성을 널리 홍보하고, 갯잎 주산지로써 위상을 정립하기 위해 지역주민의 자주적인 축제개최를 지원함으로써, 관광객 참여 프로그램을 다양화하고, 홍보-체험-구매의 고리를 지속적으로 유지함으로써 관광객 유치 극대화 및 지역경제 활성화를 유도
- 추진계획
 - 대 상 : 금산군 갯잎 생산농가
 - 특화사업자 : 금산군수(담당부서 : 금산군 농업정책과)

- 사업기간 : 2015~2019년
- 세부사업내용
 - 갯잎 축제활성화 지원 : 매년 추부와 금산에서 격년제로 개최하는 갯잎 축제의 활성화를 지원하고, 향후 이원화 된 갯잎관련 축제를 통합하여 비용절약과 마케팅 활용뿐만 아니라 금산군 전체의 공동체 의식 고취로 살기 좋은 농촌을 구현함
- 기대효과
 - 축제를 통해 금산·추부 갯잎을 홍보하고 관광객들에게 참여를 적극 유도함으로써 농산물 판매 증진 및 지역경제 활성화에 기여
 - 향후 통합 축제 개최를 활용한 마케팅 강화와 브랜드 인지도를 제고하고 지역 공동체의식 고취로 살기 좋은 농촌 구현

■ 갯잎 체험프로그램 운영

- 목적 및 필요성
 - 갯잎을 직접 수확하고 다양한 이용방법을 학습하는 체험프로그램을 운영하여 도시민들에게 체험거리를 제공함과 동시에 지역 관광자원과 연계를 추진
 - 인삼 등 다른 작물과 체험을 연계함으로써 연중연계체험 기회를 제공하여 관광객의 지속적인 관심을 유도
- 추진계획
 - 대 상 : 금산군 갯잎 생산농가
 - 특화사업자 : 금산군수(담당부서 : 금산군 농업기술센터 기술지원과)
 - 사업기간 : 2015~2019년
- 세부사업내용
 - 도시민 갯잎농장 체험 : 도시민, 학생, 자녀를 대상으로 갯잎을 홍보하고 도농교류 확대를 위해 갯잎 체험농가(농장)를 체계적으로 선별, 육성
 - 초·중·고교의 체험활동 교과과정과 연계 운영할 수 있게 구성하여, 학교 내에서 경험할 수 없는 농업·농촌생활에 대한 체험 기회제공을 통하여 농업·농촌에 대한 이해를 증진
 - 갯잎 생산단지를 체험 장소로 활용하여 갯잎수확, 갯잎시식, 생태체험 등을 추진하고, 지역농산물 판매를 촉진
 - 갯잎 체험프로그램 개발 및 육성 : 농촌체험학습 수요에 대응하기 위해 교육차원의 정기적인 체험 활동이 가능한 갯잎 농장을 개발하고, 농촌체험학습을 수행하기 위한 기반 조성사업을 추진
 - 농촌체험학습 수요에 대응하기 위해 교육차원의 정기적인 체험 활동이 가능한 갯잎 농장을 개발하고, 농촌체험학습을 수행하기 위한 기반 조성사업을 추진
- 기대효과
 - 도시민의 농촌체류 확대 및 신선갯잎, 지역 농특산물 직거래체계구축을 통한 농가소득 증대 도모
 - 전통과 자연이 조화되는 농촌 환경조성 및 농외소득기반을 조성
 - 학급단위 단체 교육체험을 통해 도농교류 확대 및 농촌의 활성화

제4절 금산군 갯잎농업의 6차산업화 진단

가. 금산 갯잎농업의 6차산업화 장점

■ 갯잎에 대한 전국적으로 높은 지명도

- 경남 밀양과 함께 금산갯잎(추부갯잎)에 대한 소비자 지명도가 높음

■ 안정적 1차 생산(갯잎 생산)

- 재배면적의 꾸준한 증가와 오랜 기간 축적된 재배기술에 의해 안정적 갯잎 생산 가능
- 금산군 내 12개 갯잎 작목반이 구성되어 있어 향후 안정적이고 지속적 갯잎 생산 기대

■ 품질의 향상과 안전성 제고

- 갯잎의 고품질, GAP, 친환경 인증 등 품질과 안전성 확보

■ 지리적표시 등록, 의장, 상표등록을 통한 체계적 마케팅 기반 마련

- 갯잎의 향토성과 진정성이 강화되고, 통합 및 지역 브랜드를 등록하여 체계적 품질관리 가능

나. 금산 갯잎농업의 6차산업화 단점

■ 갯잎의 가공식품 산업 기반 취약

- 현재 단순한 절임류 위주의 가공식품에 치중되어 있음
- 고부가가치를 창출할 가공 아이템과 가공기술 부족

■ 체험 관광산업과의 연계 부족

- 갯잎 따기, 절임 갯잎 만들기 등 단순한 체험프로그램에 의존
- 금산 지역 내 다양한 관광자원과 연계가 미흡

■ 금산갯잎 홍보, 마케팅 전략 취약

- 브랜드 인지도 미흡
- 우수한 품질에 대한 소비자 신뢰도 부족

다. 금산 갯잎농업의 6차산업화 기회 요인

- 소비자의 건강에 대한 관심 증가에 따른 건강 채소류 소비 확대 기대
 - 육류소비보다는 건강에 좋은 채소 섭취에 대한 관심 증가
 - 최근 쌈채소에 대한 소비 증가
- 육류소비의 지속적 증가에 따른 갯잎소비 증가 기대
 - 4계절 안정적 육류 소비 시장 형성
 - 육류를 채소류와 함께 섭취하는 문화 정착
- 건강과 안전, 안심을 추구하는 식생활 트렌드 변화에 대응
 - 건강과 안전한 먹거리를 추구하는 현대인 식생활에 맞게 금산의 강점인 약초 가공 분야와 갯잎의 융합 가능

라. 금산 갯잎농업의 6차산업화 위협 요인

- 갯잎 외 다양한 건강채소류 등장에 따른 갯잎 소비 감소 우려
 - 어린새싹잎 등 다양한 업체류의 생산 증가에 따른 갯잎 소비 감소 우려
- 생산능가의 고령화
 - 노동력이 많이 필요한 갯잎산업의 생산구조 악화 우려
 - 갯잎산업의 현대화를 위한 젊은 선도농가와 우수지도자 확보에 어려움
- 농산물 수입개방의 지속적 확대
 - 갯잎의 직접적인 수입보다는 갯잎 절임류를 필두로 하는 대체 농산물 수입으로 인해 갯잎 소비감소 우려

강점 요소	약점 요소
- 갯잎에 대한 전국적 높은 지명도	- 갯잎의 가공식품 산업 기반 취약
- 안정적 1차 생산	- 체험 관광산업과의 연계 부족
- 품질의 향상과 안전성 제고	- 금산갯잎 홍보, 마케팅 전략 취약
기회 요소	위협 요소
- 소비자의 건강에 대한 관심 증가에 따른 건강 채소류 소비 확대 기대	- 갯잎 외 다양한 건강채소류 급증
- 육류소비의 지속적 증가에 따른 갯잎소비 증가	- 생산능가의 고령화
- 건강과 안전을추구하는 식생활 트렌드 변화	- 농산물 수입개방의 지속적 확대

[그림 2-2] SWOT 분석

금산 갯잎농업의 6차산업화 전략 연구

제3장 금산갯잎 농업의 6차산업화 추진 전략

제1절 금산갯잎의 가공 상품 개발 전략

제2절 금산갯잎의 유통, 수출 전략

제3절 금산갯잎의 체험, 관광 전략

제4절 금산갯잎의 홍보, 마케팅 전략

제1절 금산깻잎의 가공 상품 개발 전략¹⁾

1. 깻잎의 가공 상품 개발의 한계성

가. 깻잎상품 시장의 한계성

■ 깻잎상품에 대한 낮은 선호도

- 깻잎상품에 대한 선호도는 이미지, 편리성, 신속성 등에서 긍정적인 반응을 보이고 있으나 맛, 정성, 염도, 위생성, 안전성 등에 대해 낮은 이미지성을 보이고 있음. 깻잎 상품은 1달에 1~2회 구입하는 빈도가 높은 것으로 나타났고, 깻잎음식 중 깻잎김치, 깻잎쌈, 깻잎전, 깻잎튀김에서 높은 소비 경향을 보이는 등(최영희, 2000) 깻잎상품에 대한 소비상품은 한계가 있음
- 깻잎상품보다 생깻잎에 대한 선호도가 높고, 선호도가 높은 깻잎상품을 식품분류로 살펴보면 주식류로는 김밥 3.27²⁾, 탕류로는 생선매운탕 3.48로 선호도가 높고, 장아찌류로 간장양념 3.42, 반찬류로 깻잎전 3.06으로 선호도가 높은 것으로 보고되어 깻잎상품에 대한 선호도는 그리 높지 않은 것으로 보고됨(정혜정, 2010). 따라서 깻잎가공상품 개발 시 소비 시장을 반영할 필요가 있음
- 중학생을 대상으로 한 깻잎상품 선호도 조사 결과(박소현 2017, 이미라 2010)에 의하면, 깻잎 반찬에 대한 선호도는 높지 않으며 학교급식에서 깻잎의 섭취율을 증가시키기 위해서는 기호도가 높은 식재료와 함께 사용되는 조리방법이 효과적이고, 영양교육과 홍보를 통한 인식 개선 필요성이 제시됨

■ 채소류 및 과일류 소비 행태의 고급화

- 2017년 채소과일류 구입 시 주요 고려사항은 [표3-1]과 같이 '품질'이라고 하는 응답비율이 가장 높고, 2013년부터 '가격'에 대한 고려는 감소 추세에 있는 반면, '맛'과 '품질'에 대한 응답 비중은 지속적으로 증가 경향을 보임

[표 3-1] 2017년 채소·과일류 구입 시 주요 고려사항

년도	품질	맛	가격	기타	계
비율(%)	35.1	30.6	15.8	18.5	100

*출처 : 농림축산식품부(2017), 식품산업원료소비실태조사

- 채소 구입 시 우선적으로 확인하는 정보는 '신선도'가 54.5%로 가장 높고, 다음으로 '원산지'라고 하였으며, '친환경 인증 여부'와 '포장상태' 확인 비중이 전년 대비 증가하고 있음. GAP 및

1) 제1절 금산 깻잎의 가공 상품 개발 전략 부문은 공주대 강경심 교수를 비상임연구위원으로 위촉하여 원고 작성을 의뢰함. 일부 내용에 있어 약간의 교정 있음

2) 5점 척도를 기준으로 한 선호도임

친환경인증 제품에 대한 인지도 및 구입 경험은 꾸준히 증가하는 추세이며, 인지도와 구입경험 사이에는 비례적인 관계가 존재하는 것으로 나타남

■ 갯잎 가공상품 관련 시장 비중 정체

- 2017년 실시된 식품산업원료소비실태조사(농림축산식품부, 2017) 결과, '기타 과실 및 채소 절임 식품' 시장은 지속적으로 증가하고 있는 것으로 확인되었으며, 2010년 대비 2015년 61.4%의 매출 상승률을 보이고 있음
- '건조채소' 시장은 감소추세에 있다가 2015년 대폭 상승하였음
- '기타 채소가공품' 시장은 지속적으로 감소하다가 2013년 대폭 상승하였으나 다시 정체 상태를 보이고 있으며, 2010년 대비 2015년 10.6% 정도 매출이 감소한 것으로 확인됨

[표 3-2] 채소류 가공상품 매출액 변화 추이

구분	년도	2010	2011	2012	2013	2014	2015
기타과실·채소절임식품	매출액(백만원)	132,297	172,167	188,577	201,142	208,069	213,562
	전년대비상승률(%)	기준	30.1	9.5	6.7	3.4	2.6
	최근5년간상승률(%)	기준	30.1	42.5	52.0	57.3	61.4
건조채소	매출액(백만원)	81,090	77,677	76,661	78,948	68,848	99,834
	전년대비상승률(%)	기준	-4.2	-1.3	3.0	-12.8	45.0
	최근5년간상승률(%)	기준	-4.2	-5.5	-2.6	-11.4	23.1
기타채소가공품	매출액(백만원)	245,583	227,100	191,636	239,023	219,518	219,597
	전년대비상승률(%)	기준	-7.5	-15.6	24.7	-8.2	100.0
	최근5년간상승률(%)	기준	-7.5	-22.0	-2.7	-10.6	-10.6

*출처 : 농림축산식품부(2017), 식품산업원료소비실태조사

나. 갯잎상품 가공기술의 한계성

■ 갯잎 가공상품에 대한 가공기술 시장 한계

- 선행연구에서 살펴본 바와 같이 갯잎 가공상품에 대한 소비자들의 선호도는 갯잎김치, 갯잎장아찌, 갯잎전, 갯잎튀김 등으로 고급 가공기술을 요구하는 갯잎상품의 소비 시장은 극히 미미하다고 볼 수 있음
- 소비자들의 품질과 맛에 대한 요구 수준이 높아지고 있으므로 이를 만족시킬 수 있는 신제품의 개발 또는 기존 제품의 한계성을 보완할 수 있는 갯잎상품의 가공기술이 필요한 실정임

■ 갯잎의 기능성 가공기술 연구 부족

- 생활패턴의 변화로 간질환, 고혈압, 암, 당뇨병 등의 생활습관성 질환이 증가하면서 우수한 기능

성 소재에 대한 관심이 증대되고 있고 건강에 관련된 제품을 선호하는 것이 세계적인 추세로 고품질기능성 채소에 대한 소비자의 선호도가 높음

- 갯잎이 지닌 독특한 맛과 향은 기능성식품 개발에 이용 가치가 있음에도 불구하고 단순한 식용 소재로만 소비될 뿐 이에 관한 연구는 미비한 실정임
- 갯잎의 주요 성분물질로 로즈마리산(rosmarinic acid), 안토시아닌, 카페인산(caffeic acid) 등이 보고된 바 있으며, 이 중 rosmarinic acid는 연구 결과에 의하면 활성산소를 제거함으로써 인체의 노화와 각종 질병을 예방해주고, 유식식품의 산화에 의한 부패를 막아주며, 고혈압, 당뇨, 고지혈증을 예방하는 물질로 보고됨(윤용재 등, 2012).
- 특히 갯잎의 로즈마리산(rosmarinic acid), 안토시아닌, 카페인산(caffeic acid) 등의 성분은 수용성 성질이 높기 때문에 섭취하였을 경우 높은 체내 이용률을 기대할 수 있으나 주로 식용으로 이용되며 기능성에 대한 과학적 연구는 부족한 실정임
- 일본의 경우 갯잎에 대한 다양한 연구가 진행되고 있으며, 들갯잎 추출성분으로 로즈마리산(rosmarinic acid), 루테올린, 우르소릭산을 포함한 트리터펜산류가 보고되었고, 이들은 항염증효과가 있는 것으로 보고됨(농림축산식품부, 2011)

2. 갯잎류 가공상품의 문제점

가. 가공상품군 다양성 부족

■ 절임, 찜 형태의 가공상품군

- 갯잎은 대부분 생식의 형태나 갯잎김치, 갯잎장아찌, 갯잎찜 등의 형태에 국한되어 소비되고 있음
- 갯잎을 활용한 다양한 형태의 상품군 부족으로 소비 시장에서 갯잎 식재료에 대한 선호도를 충족시키지 못하고 있음

■ 기능성 가공상품군 부족

- 갯잎은 비교적 높은 항산화활성을 가지고 있으나 주로 생식으로 섭취되고 있으므로 인체에 무해하면서 노화방지에 중요한 항산화물질의 공급원으로서의 기능성 갯잎가공상품 개발 필요성 대두

나. 갯잎 가공상품에 대한 소비자의 낮은 신뢰도

■ 갯잎 가공상품에 대한 낮은 인식 수준

- 시간 갯잎김치나 갯잎장아찌 등의 가공상품에 대해 소비자들은 편리성이나 신속성 등에서는 긍정적이나 값이나 맛, 정성, 염도, 위생성, 안전성, 친근함, 산뜻함 등에서 낮은 인식수준을 보이고 있어 위생적인 부분의 개선과 맛의 향상 등이 요구되고 있음(정해정 등, 2010)

■ 갯잎 가공상품 포장 및 디자인 차별화 부족

- 시판 갯잎가공상품은 갯잎김치, 갯잎장아찌 등으로 전통발효식품군으로서 일반 대기업 제품에 비해 포장이나 디자인 등에서 소비자 유인 효과가 부족함

다. 소비 트렌드 반영 상품 부족

■ 고품질기능성 상품 부족

- 건강 및 품질에 대한 선호도가 높아지고 있는 소비자들의 요구를 겨냥한 상품 개발 필요성 대두

■ 편의점 시장 상품 부족

- 편의점 시장의 급속한 성장을 반영한 갯잎 가공상품 개발 필요
- 나홀로족, 고품질 편의식품 시장 등을 공략할 수 있는 갯잎 활용 가공상품군 개발 필요성 증대
- 편리하게 섭취할 수 있도록 개발된 HMR(Home Meal Replacement) 식품 시장 대응 기술 개발로 신속요 맞춤형 상품 개발 필요

■ 천연조미료 시장 확대 반영 상품 부족

- 천연조미료에 대한 수요가 꾸준히 증가하고 있으나 갯잎을 이용한 상품군 부재
- 화학재료를 첨가하지 않고 천연재료를 추출 및 농축하는 등의 방식으로 가공하거나 천연재료를 그대로 분말화하여 제조
- 천연재료를 영양성분 손실 없이 섭취가 가능하며, 자연 그대로의 향취 섭취가 가능한 기술 적용 필요

■ 전통주 시장 확대 반영 상품 부족

- 갯잎의 기능성 성분과 함께 고유의 향과 맛이 부가되어 소비자의 선호도를 높일 수 있는 주류 제품 부재
- 갯잎막걸리, 갯잎주 등의 제품을 갯잎음식과 함께 섭취할 수 있도록 매뉴얼화하고, 관광지 등에서 판매하는 상품으로 개발 필요

■ 한 끼 식사가 가능한 갯잎상품 부족

- 갯잎의 기능성 성분 섭취가 가능한 갯잎이 함유된 면, 국수, 수제비, 떡 등 개발 필요
- 현재 갯잎라면이 시판되어 있으나 다양한 상품군은 부족한 실정임

3. 금산갯잎 가공상품의 개발 방향과 전략

가. 가공상품 개발 방향

■ 최적의 생리기능성 물질 함유 조건 활용

- 현광욱 등(2003)의 연구에 의하면, 갯잎 중의 고부가가치 기능성 제품 개발을 위한 조건으로서 혈전 용해 활성은 5월 시설재배 갯잎의 알콜 추출물이 8.2U로 가장 높게 나타났고, 안지오텐신 전환효소(ACE) 저해 활성은 1월 시설재배 갯잎의 물 추출물에서 64.5%의 높은 활성을 보여 고혈압 예방(치료) 제품 개발에 매우 유용할 것으로 분석되었음. 항산화활성은 물 추출물보다 30% 알코올 추출물에서 높았고, 8월 노지재배 갯잎의 알콜 추출물에서 69%를 보임. 고지혈증 예방(치료)과 관련이 있는 HMG-Co A reductase 저해활성은 8월 노지재배의 물 추출물에서 83%의 높은 활성을 보이며 Elastase 저해활성은 8월 노지재배 갯잎의 30% 알코올 추출물에서 47.5%의 활성을 보임

■ 금산갯잎 최적의 가공 조건 확립

- 기능성 증진의 대표 성분인 폴리페놀 함량을 최대화 할 수 있는 가공 조건 확립
- 김영식 등(2011)의 연구에 의하면 금산갯잎의 폴리페놀 함량은 물 추출물보다 70% 에탄올 추출물이 높게 나타남
- 채취시기별로는 1월, 3월, 6월이 78.56mg/mL, 83.37mg/mL, 87.81mg/mL로 높게 나타남. 전자공여능(EDA)³⁾은 6월 채취 갯잎의 물 추출물과 2월 채취 갯잎의 에탄올 추출물에서 각각 59.63%, 75.54%로 높게 나타남
- 플라보노이드 함량은 1월과 4월 채취 추출물에서 37mg/mL, 38.89mg/mL로 높았고, 3월 채취 에탄올 추출물에서는 163.56mg/mL로 가장 높은 함량을 나타냄

■ 시판 갯잎 가공상품 개선

- 시판 갯잎 가공상품의 맛, 염도, 위생성, 안전성 등에 대한 소비자의 만족도를 높일 수 있도록 상품성 개선
- 소비 트렌드를 반영한 갯잎 가공상품의 포장 및 디자인 개선

■ 고품질기능성 상품 개발

- 갯잎에 함유된 기능성 성분을 활용한 고품질기능성 상품 개발 또는 기존 제품에 혼합 활용할 수 있는 분말화 상품 개발 등으로 부가가치 창출
- 허브티의 소비 시장이 확대되고 있으므로 갯잎의 건강기능성을 이용한 차류 개발로 갯잎의 주요

3) 전자공여능은 지질과산화의 연쇄반응에 관여하는 산화성 활성 자유라디칼에 전자를 공여하여 산화를 억제시키는 척도, 즉 전자공여능이 높을수록 항산화 능력이 높다는 것을 의미함

성분물질인 로즈마릭산(rosmarinic acid)과 카페인산(caffeic acid)의 높은 체내 흡수율과 수용성 활용 생리활성 기대

- 갯잎의 주요 영양소가 보존되고 조리 시 첨가하였을 때 물에 쉽게 풀어질 수 있는 천연조미료로서 염도를 낮추고 향을 증진시킬 수 있는 조미 상품 개발
- 로즈마릭산의 강한 생리활성을 활용함으로써 자외선에 의한 피부손상을 억제시킬 수 있는 천연화장품 소재로 활용

■ 편의점 시장 또는 간편식 시장 공략 상품 개발

- 갯잎이 함유된 어육가공품(소시지, 닭고기볼, 어묵 등), 도시락상품, 삼각김밥 상품 등 개발
- 즉석에서 가열 또는 조리를 통해 섭취할 수 있는 갯잎 가공상품으로서 갯잎전, 갯잎라면 등 개발 및 냉동유통으로 저장기간을 연장시킬 수 있는 상품 개발

■ 전통식문화를 계승발전시킬 수 있는 상품 개발

- 갯잎의 기능성 성분과 함께 고유의 향과 맛이 부가되어 소비자의 선호도를 높일 수 있는 주류 제품 개발 및 갯잎막걸리, 갯잎주 등의 제품을 갯잎음식과 함께 섭취할 수 있도록 매뉴얼화하고, 관광지 등에서 판매하는 상품으로 개발

■ 한 끼 식사가 가능한 갯잎상품 개발

- 갯잎의 기능성 성분 섭취가 가능한 갯잎이 함유된 갯잎면, 갯잎국수, 갯잎수제비, 갯잎떡 등 개발 및 이에 활용할 수 있는 갯잎분말 상품 개발
- 갯잎분말을 넣은 갯잎쿠키, 갯잎식빵, 갯잎첨가 조미김 등 개발

나. 가공상품 개발 전략

■ 시판 갯잎 가공상품 리뉴얼

- 리뉴얼 방법 : 염도 낮춤, HACCP 인증으로 안전성 확보, 포장 디자인 및 포장 재질 개선, 사용 간편화, 1인 가구 맞춤형 소포장 등
- 갯잎장아찌, 갯잎김치 등 다소 염도가 높은 제품의 염도를 낮추고, HACCP 인증 시설에서 제조한 제품으로 개선
- 갯잎장아찌, 갯잎김치 등의 갯잎 발효상품의 포장은 소비자들이 선호하는 디자인 및 재질로 개선
- 기존 원형틀에서 사각틀로 바꾸거나 뚜껑은 알루미늄 원터치캔의 형태로 리뉴얼
- 쌀 소비가 줄어들면서 밀반찬용으로 주로 소비되고 있는 갯잎 가공상품의 소비 또한 줄어들고 있으므로 소포장으로 용량을 줄임으로써 1인 가구 맞춤형 상품으로 개선

■ 편의점 시장 공략 상품 개발 전략

- 상품군 : 갯잎어육가공품, 도시락상품, 갯잎삼각김밥, 갯잎전, 갯잎라면, 갯잎페스토 등

- 갯잎함유 어육가공품으로는 갯잎어묵, 갯잎동그랑땡, 갯잎소시지, 갯잎핫바, 갯잎닭가슴살볼 등이 가능하며 갯잎함유 어육가공품 개발을 위한 갯잎은 동결건조분말로 만들어 어육가공품 제조에 첨가하거나 갯잎의 식감이나 색깔을 살리기 위해서는 블렌칭하여 첨가함
- 도시락상품이나 삼각김밥상품에는 세척갯잎 그대로 사용하거나 적절히 용도에 맞게 절단한 생갯잎을 사용함. 또는 절임액에 담궈 가공된 갯잎절임을 도시락 반찬으로 첨가하거나 삼각김밥의 포장으로 사용할 수도 있음
- 갯잎전은 갯잎을 반으로 접어 안에 소를 넣은 형태로 소는 돼지고기, 두부, 기타 양념류가 포함되며, 이렇게 만들어진 갯잎에 밀가루, 달걀옷을 입혀 익힌 것을 급속동결하여 보관하도록 제조함
- 갯잎라면은 라면반죽에 갯잎분말을 첨가하여 가공과정을 통해 라면으로 제조되는 것으로 갯잎분말이 첨가됨으로써 섬유질 함량을 높이고, 유통 처리되는 라면의 향산화성을 증진시킬 수 있으며, 칼로리를 낮출 수 있음
- 갯잎페스토는 갯잎에 마늘, 파마산치즈, 잣을 넣어 블렌딩하여 만드는 소스로 빵, 피자, 쿠키 등의 토핑용이나 파스타의 소스로 활용할 수 있음

■ 전통식문화를 계승발전시킬 수 있는 상품 개발 전략

- 상품군 : 갯잎막걸리, 갯잎소주, 갯잎주에 곁들일 수 있는 갯잎음식(갯잎전 등)
- 갯잎막걸리는 전통막걸리에 갯잎 고유의 향과 맛을 부가할 수 있도록 발효과정에 갯잎을 첨가하여 제조됨. 이때 사용되는 갯잎은 생갯잎이나 건조갯잎이 사용 가능하며, 주재료 함량 중 1~5%가 함유되도록 제조(더맥키스컴퍼니, 2014)
- 갯잎발효주는 발효술덧에 갯잎 추출액이나 동결냉동건조 분말을 적절한 비율로 첨가하여 발효 및 숙성시켜 발효주에 갯잎 고유의 향과 맛이 부가되도록 제조
- 갯잎주에 곁들이는 음식으로 갯잎전, 갯잎묵우침, 갯잎쌈 등 가능

■ 한 끼 식사가 가능한 갯잎상품 개발 전략

- 상품군 : 갯잎면, 갯잎국수, 갯잎수제비, 갯잎떡, 갯잎쿠키, 갯잎식빵 등
- 한 끼 식사가 가능한 갯잎상품 제조를 위한 갯잎은 진공동결건조하여 분말로 만들어 첨가하며, 이는 아채를 싫어하는 어린이들이 자연스럽게 섭취할 수 있는 잇점이 있으며, 탄수화물이 주인 식품류에 갯잎분말을 첨가함으로써 갯잎의 기능성 성분 섭취가 가능할 뿐만 아니라 칼로리를 낮춤으로써 다이어트 효과까지 얻을 수 있는 장점이 있음
- 갯잎을 생면에 첨가할 때 생들갯잎을 첨가할 경우 9%가 가장 적절하며, 동결건조분말 첨가 시 3%가 가장 적절한 것으로 확인됨(김창열 외, 2012)
- 갯잎떡은 외형에서 소비자의 흥미를 줄 수 있도록 갯잎 형태로 만들며, 떡 반죽 뿐만 아니라 떡에 넣은 소에도 갯잎을 넣어 빻을 수 있음. 이렇게 할 경우 식이섬유질의 섭취를 높일 수 있으면서 칼로리를 낮춤으로써 다이어트 효과 및 건강기능성 증진 효과까지 기대할 수 있음(김미라, 2017)

■ 고품질기능성 상품 개발 전략

- 상품군 : 갯잎기능성차, 갯잎천연조미료, 갯잎함유 천연화장품 등
- 기능성 차는 갯잎의 향미 성분과 색의 파괴를 최소화할 수 있는 로스팅 조건을 설정하고, 쉽게 섭취할 수 있는 티백형태의 제품으로 개발(한호석, 2003)
- 천연조미료는 갯잎의 액상화 및 분말화를 위한 최적의 가공조건(동결건조 등)을 도출하고, 갯잎의 주요 영양소가 보존되고 조리 시 첨가하였을 때 물에 쉽게 풀어질 수 있는 천연조미료로서 염도를 낮추고 향을 증진시킬 수 있는 조미 상품 개발. 조미상품으로서 필요한 기타 재료와 최상의 배합 비율 도출(한국식품연구원, 2013)
- 갯잎에 함유된 로즈마리산의 강한 생리활성을 활용함으로써 자외선에 의한 피부손상을 억제시킬 수 있는 천연화장품 소재로 활용(서울대학교, 2018). 임상실험 및 소비자 반응 테스트 등을 통한 안정적인 시장 진출 근거 마련

4. 유사 가공품 개발 사례

가. 갯잎 분말제품 사례

■ 국내산 갯잎가루

- 상품명 : 갯잎가루
- 원재료명 및 함량 : 갯잎 100%(국내산)
- 판매원 : 농업회사 푸른산주식회사
- 제조원 : 맑은들(주)
- 유통기한 : 제조일로부터 24개월
- 갯잎을 분말형태로 만든 제품으로 빛으로부터 보호할 수 있는 재질의 포장을 사용함으로써 제품의 품질 유지를 하고자 하였으며, 지퍼백 처리 및 스푼 동봉 등으로 편리하게 보관할 수 있도록 함
- 100g 5,000원에 판매하고 있으며, 응용 가능한 레시피 제공



■ 갯잎분말

- 상품명 : 갯잎가루 300g
- 원재료명 및 함량 : 갯잎(국내산) 100%
- 제조원 : 한우리약초
- 유통기한 : 제조일로부터 24개월
- 갯잎을 분말형태로 만든 제품으로 지퍼백 처리 및 양면계량스푼 동봉 등으로 편리하게 사용 및 보관이 용이함
- 300g 13,000원에 판매, 응용 가능한 레시피 제공



나. 갯잎가공품 중 패키지 개선 사례

■ 양념 갯잎장아찌

- 상품명 : 양념갯잎장아찌
- 원재료명 : 절임갯잎 34%[들갯잎 55%(국산), 천일염 30%(국산), 정제수] 등
- 제조원 : 성가정식품
- 판매가 : 120g 3,500원
- 국내산 노지들갯잎, 전통재래간장 등 국산재료 사용, 無항미증진제(L-글루탐산나트륨), 無보존료(소브산칼륨), 無착색료(β -카로틴) 등 무첨가, HACCP 인증



■ 양념 갯잎장아찌

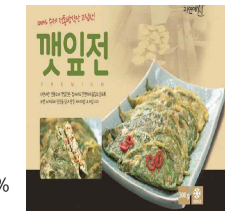
- 상품명 : 양념갯잎장아찌
- 판매가 : 240g 24,000원
- 제조원 : 서일농원
- 염장갯잎을 물에 우려 갯잎의 염분을 제거한 후 3개월 이상 숙성, 100% 국내산 원재료 사용



다. 갯잎 편의식품 사례

■ 갯잎전

- 상품명 : 갯잎전(가열하여 섭취하는 냉동제품)
- 판매가 : 300g 23,220원
- 제조원 : 두레생협
- 유통기한 : 제조일로부터 9개월
- 원재료 : 두부(국산콩)24.0%, 돼지고기 32.6%(국산), 갯잎 8.2%(국산), 전란액(국산) 등
- GMO 위험으로부터 자유로운 국산콩으로 만든 두부와 무항생제 돼지고기로 갯잎의 속을 채운 갯잎전



■ 닭가슴살볼 갯잎맛

- 상품명 : 닭가슴살볼 갯잎맛
- 섭취방법 : 가열하여 섭취하는 냉동제품
- 판매가 : 1kg 10팩 18,000원
- 제조원 : (주)푸드나무
- 보관방법 : -18℃이하 냉동보관



- 원재료 : 닭가슴살(국산) 71.49%, 갯잎(국산) 3.0% 등
- 신선한 국내산 닭가슴살과 갯잎을 사용한 제품으로 한 입에 먹을 수 있는 크기로 제조하였으며, 친환경 트레이에 담아 포장됨

■ 갯잎라면

- 상품명 : 칼칼한 갯잎라면
- 유효기간 : 발행일로부터 90일
- 제조원 : 오투기
- 판매가 : 1개 1,500원



■ 갯잎햇바

- 상품명 : 조은 갯잎 햇바
- 판매가 : 1200g(10개입) 9,780원
- 제조원 : 비엔에프푸드
- 원재료명 : 어묵반제품 96.2%,
- 식품유형 : 어묵(유당처리제품)
- 섭취방법 : 가열하여 섭취하는 냉동제품



■ 갯잎소시지

- 상품명 : 닭가슴살 소시지 향긋한 갯잎맛
- 판매가 : 120g(30개입) 56,000원
- 식품유형 : 분쇄가공육제품
- 제조원 : (주)진한에프에스
- 원재료명 : 닭가슴살(국내산) 82.7%,
갯잎(국내산) 4.1%



라. 갯잎 양념류 사례

■ 갯잎페스토

- 상품명 : 갯잎 땅콩 페스토
- 판매가 : 갯잎페스토 120g,
썬드라이드토마토 240g 33,950원
- 제조원 : 달콤레이디
- 유통기한 : 제조일로부터 7일



- 첨가제를 넣지 않고 수작업으로 만든 제품으로 유통기한이 길지 않음. 조리 응용 방법 동봉, 구운 땅콩과 아몬드, 캐슈넛을 넣어 고소함을 증진시킨 제품, 추부갯잎 사용

■ 고기능성 갯잎 시즈닝 제품

- 2011년 (주)바이오버드에서 고기능성 갯잎의 액상화 및 분말화에 따른 유효성분 농도 검증 및 제품 제조 공정 연구를 실시하였으며, 아래의 모식도와 같이 추출한 들갯잎 열수추출물의 최종 수율은 5.08%이며, 유효성분 농도는 생물 100g을 기준으로 caffeic acid 807 μ g, 958 μ g, rosmarinic acid 4,817 μ g, 3,817 μ g으로 조사됨



- 최적의 로스팅 조건을 바탕으로 대량 생산 공정에 적용하여 시제품을 제작함, 최적의 로스팅 조건으로 관능평가와 기능성 평가를 고려하여 160 $^{\circ}$ C, 35분을 적용함.(농림수산식품부, 2011)



■ 갯잎추출물 사례

- 원료명 : 갯잎추출물(PF501)
- 인정번호 : 제2009-83호(2009.10.30.)
- 업체 : (주)휴메딕스
- 기능성내용 : 체지방 감소에 도움을 줄 수 있음(생리활성기능 2등급)
- 섭취주의사항 : 유·소아, 임산부 및 수유부 여성은 섭취에 주의
- 일일섭취량 : 갯잎추출물(PF501)로서 2.7g/일

제2절 금산갯잎의 유통, 수출 전략

1. 금산갯잎의 유통, 수출의 문제점과 한계성

가. 갯잎의 짧은 유통기한과 재배환경 제약

- **쌈 채소의 특성 상 갯잎의 선도 유지기간이 매우 짧음**
 - 갯잎 등의 쌈 채소는 상온에서 2~3일 밖에 선도가 유지 되지 않아, 수집, 선별, 세척, 포장 등 상품화 기간을 제외하고 실제 유통기간은 1~2일에 불과
 - 갯잎의 선도를 유지하기 위하여 상품화 과정부터, 운반·이동, 상품진열 등 전 유통과정에서 냉장 시설 설치를 통한 유통기간 확대 필요

■ 갯잎의 선도 유지를 위한 콜드체인 구축의 경제적 비효율성

- 갯잎은 단가가 낮아 갯잎만을 위한 콜드체인(cold chain)⁴⁾을 구축할 경우 경제성 결여
- 갯잎과 함께 판매할 수 있는 고부가가치 업체소류와의 공동판매 등을 통한 콜드체인 구축 필요

■ 갯잎은 시설재배를 많이 하고 있으나, 재배환경과 기후의 영향 큼

- 갯잎은 비닐하우스 등을 활용한 시설재배가 주를 이루고 있으나, 태풍, 폭우, 한파, 폭염 등의 기후 조건에 따라 수확량의 변동 큼
- 최근에는 유기농 또는 GAP 등 식품 안전성이 강조되는 갯잎에 대한 소비자 니즈 증대

나. 갯잎의 낮은 상품성과 가격

■ 소비자가 쉽게 접근할 수 있는 흔한 업체소의 이미지 보유

- 소비자가 손쉽게 구매할 수 있는 주변에 흔한 업체소의 이미지를 갖고 있어 소비자 어필 매력도 부족
- 갯잎 자체의 낮은 단가로 인하여 고급화 전략보다는 저가의 박리다매(薄利多賣) 전략이 우선

■ 갯잎 자체의 낮은 단가 형성, 육류와의 보완재

- 갯잎은 업체소로서 비교적 낮은 단가가 형성되나, 이상기후 시에는 수급물량 부족으로 높은 가격대 형성
- 육류 소비와 보완재 성격이 강하여 육류 소비량이 증가하면 쌈채소로서 갯잎의 소비량 증가

4) 저온 유통체계, 냉동냉장에 의한 신선한 식료품의 유통방식, 수산물, 육류, 청과품 등의 신선한 식료품을 주산지로부터 가정의 부엌에까지 저온으로 유지하여 신선도를 떨어뜨리지 않고 가정에 송달하는 방법

■ 갯잎은 쌈채소로서 활용도가 높으나, 그 외 식품으로서 활용도 미비

- 갯잎은 육류(돼지고기, 소고기)를 섭취할 때, 같이 싸서 먹는 쌈채소로서 주로 판매되나 그 외에는 갯잎 장아찌 정도로 밖에 활용되지 못하고 있음
- 일부 지역에서는 갯잎 추출액을 이용한 소주 등을 제조하여 판매하였으나, 소비자 반응 저조

2. 금산갯잎의 유통·수출 확대 전략

가. 금산갯잎 유통·수출 방향

■ 갯잎의 식품안전성 확대 및 쌈채소 산업 육성

- 금산갯잎의 식품안전성 및 소비자의 신뢰 확보
- 금산갯잎 산지조직화 강화를 통한 대외 경쟁력 확보
- 갯잎과 함께 팔 수 있는 쌈채소 산업으로 확대를 통한 신사업 발굴
- 인삼 유통의 중심지인 금산의 여건을 살린 쌈채소 도매시장 운영

■ 소비 트렌드에 맞는 유통망 확대

- 1인 가구, 고령가구 등 최근 인구구조에 맞는 소포장 및 패키지 상품 개발
- 편의점, 인터넷·모바일 판매 등 소비자 요구에 맞는 소매유통 강화
- 상품성이 떨어지는 B급 갯잎을 활용한 갯잎 가공식품 개발

■ 로컬푸드 지향적 유통·소비채널 확대

- 충남 내 학교급식지원센터와 연계한 갯잎 공급채널 구축
- 충남 내 외식업체, 급식업체로의 공급체계 구축
- 지역 내 축제와 연계한 금산갯잎 소비 캠페인 구축

■ 한류와 함께하여 금산갯잎의 수출역량 강화

- 드라마 등을 통하여 소개된 한국 식습관을 바탕으로 금산갯잎 홍보 강화
- 갯잎을 활용한 가공식품의 수출역량 확대 및 판로 개척
- 한식에 대한 홍보를 통하여 갯잎장아찌, 갯잎튀김 등의 요리문화 전파

나. 신뢰받는 산지유통 기반 구축

■ 금산갯잎의 식품안전성 확보 및 품질인증제 시행

- 필요성 및 목적
 - 갯잎 등 쌈채소류는 병충해에 약해 농약 등의 많이 살포되는 작물로서 소비자들의 농약

- 등에 의한 식품안전의 문제 우려
- '14년 기준 금산군의 GAP 인증 갯잎 농가는 109개 농가, 재배면적은 302,818㎡에 달할 정도로 갯잎 농가가 안전한 농산물 재배 지향
- 하지만 소비자들의 GAP에 대한 이해도가 낮아, 갯잎을 비롯한 쌈채소 구매 시 농약, 화학비료 등에 대한 우려 발생
- 금산갯잎은 GAP 인증을 받은 안전한 농산물이라는 인식을 소비자에게 심어주어 소비자가 지속적으로 선호하는 쌈채소로서 이미지 구축
- 추진방법
 - 사업주체 : 금산군, 갯잎농가, 지역농협
 - 사업기간 : 2018 ~ 계속
- 사업내용
 - 금산갯잎의 GAP 비율을 지속적으로 확대하고, 장기적으로 GAP 인증을 받지 못한 농가는 지역농협을 통한 매취 및 수탁 원천 금지
 - 전략적으로 GAP 인증을 넘어서는 친환경 갯잎재배 비중 확대를 통한 친환경을 선호하는 소비자층 확보
 - 지역농협별로 갯잎 GAP 연구회, 친환경 연구회 등을 조직하여 농업인이 학습할 수 있는 기회의 장 제공
 - 안전성 확보뿐만 아니라 품질이 우수한 GAP, 친환경 갯잎에 대하여 금산군수의 품질인증제 도입 (예, “최고품질 갯잎” 등)

■ 금산갯잎의 공선출하조직 강화를 통한 산자유통 활성화

- 필요성 및 목적
 - 현재 금산농협과 만인산농협을 중심으로 갯잎 공선출하시스템을 조직하여 운영함으로써 금산갯잎의 안전성 및 상품성 제고
 - 특히 만인산 농협은 매취와 수탁을 적절히 활용하고, 갯잎 농가를 체계적으로 세분화하여 조직별로 학습함으로써 갯잎 농가의 시장경쟁력 및 대형유통업체와의 교섭력 강화
 - 이와 같이 산자유통분야에서 성공적인 모델을 갖고 있는 금산갯잎 생산자조직을 더욱 확대하고, 자생력을 강화시켜 금산갯잎의 지속가능성 제고 필요
- 추진방법
 - 사업주체 : 금산군, 지역농협
 - 사업기간 : 2018 ~ 계속
- 사업내용
 - 현재 금산농협과 만인산농협별로 생산자 조직화가 되어 있으나, 이를 보다 체계적·효율적으로 관리하고, 금산갯잎의 품질의 상향평준화를 위하여 금산군 차원의 관리 및 지원
 - 지역농협 중심의 세분화된 산지조직을 郡차원에서 지원하고, 우수 산지조직에 대해서는 인센티브를 제공하여 갯잎농가의 참여 유도
 - 현재의 산지조직은 각 농협별로 그대로 유지하되, 郡차원에서 통합적인 관리 및 지원체계 구축
 - 두 조합의 판로를 함께 개척·공유하고, 품질관리, 유통관리를 공동으로 이용함으로써 유통의 합리성 제고



갯잎 세척과정

갯잎 소포장

GAP 갯잎 포장

자료 : 김종화 외 '충남 농산물유통개선 사례와 정책방안', 충남연구원

■ 편의점, 슈퍼마켓, 인터넷 판매 등 소매유통 강화

- 필요성 및 목적
 - 현재 대형마트 중심의 판로를 편의점, 슈퍼마켓, 인터넷 쇼핑 등 소매유통으로 확대시킴으로써 판로의 다변화 및 소비자의 인지도 향상 도모
 - 1인 가구, 고령자 증가 등으로 소비자의 식재료 구매패턴이 변화함에 따라 대용량 포장보다는 소량 포장 패키지를 개발하여 소비자의 니즈에 부합하는 상품 개발
 - 인터넷 판매 등을 통하여 소비자가 쉽게 금산갯잎 정보를 습득하고, 구매할 수 있는 다양한 판로채널 제공 필요
- 추진방법
 - 사업주체 : 금산군, 지역농협
 - 사업기간 : 2018 ~ 계속
- 사업내용
 - 현재 만인산 농협을 중심으로 편의점 판로 확보를 위하여 노력하고 있으므로, 郡차원의 마케팅 지원을 통하여 금산갯잎이 소포장으로 편의점, 슈퍼마켓 등에서 판매될 수 있도록 행정지원 강화
 - 충남 “농사랑”을 비롯하여, G마켓, 옥션, 인터파크 등 대형 인터넷 쇼핑몰에서 갯잎이 타 농축산물과 함께 판매될 수 있도록 특별전 등 프로모션 추진
 - 갯잎뿐만 아니라 양상추, 브로콜리, 치커리 등과 함께 포장하여 쌈채소로 상품 개발

다. 로컬푸드 지향적 유통망 확대

■ 학교급식지원센터, 로컬푸드 직매장, 외식업체, 식당 등 지역 내 유통·소비 채널 구축

- 필요성 및 목적
 - 현재 충남에는 14개 시·군에 13개 학교급식지원센터가 운영 중에 있으나, 금산에만 학교급식지원센터가 운영되고 있지 않음
 - 충남의 로컬푸드 직매장은 총 35개소이고, 금산에는 1개소가 운영 중
 - 금산군 갯잎을 충남도내 학교급식지원센터와 로컬푸드 직매장에 납품하여, 도내에서 유통 및 소비채널 구축
 - 충남 또는 금산군에 위치한 외식업체, 식당 등에 갯잎을 공급할 수 있는 유통망을 지역

농협, 로컬푸드 직매장 등과 협업하여 마케팅 및 프로모션 강화

- 추진방법
 - 사업주체 : 금산군, 지역농협, 로컬푸드 직매장
 - 사업기간 : 2018 ~ 계속
- 사업내용
 - 금산갯잎의 지역 내 소비를 높여 지역 대표 농산물로서 위상을 높이고, 로컬푸드의 관점에서 지역 내 소비 촉진
 - 단순히 신선채소로 공급하는 것이 아닌 갯잎장아찌 등 1차 가공식품으로 공급할 수 있는 방안 모색 필요
 - 금산 갯잎뿐만 아니라 타 지역 특산품의 지역 내 소비촉진을 위한 학교급식지원센터로의 납품을 도내 시·군 차원에서 공동 대응하여 실현 가능성 제고
 - 금산 로컬푸드 직매장을 중심으로 갯잎관련 상품을 판매하고, 향후 B2B⁵⁾ 중심의 판로 확대를 통한 갯잎의 지역 내 유통망 확보



금산 로컬푸드 직매장

자료 : 충남넷 「<http://www.chungnam.net>」

■ 지역 내 축제와 연계한 소비촉진 캠페인 전개

- 필요성 및 목적
 - 현재 금산에서는 금강여울축제, 금산인삼축제, 홍도화축제, 비단고을 산꽃축제, 금산천 벚꽃축제가 연중 개최
 - 이 중, 금산의 먹거리와 관련된 축제는 금산인삼축제로서 연간 100만 명이 방문하는 큰 행사로서 그 위상이 높고, 2017년에는 금산세계인삼엑스포가 개최되어 금산인삼을 테마로 하는 빅 이벤트가 성황리 운영 중
 - 그러나 지역의 갯잎을 소재로 하는 축제 또는 이벤트가 없어, 금산이 갯잎의 주산지인지에 대하여 소비자가 인식하지 못함. 따라서 갯잎으로 테마로 하는 축제 또는 캐릭터 개발, 소비촉진 행사 등이 필요
- 추진방법
 - 사업주체 : 금산군, 지역농협
 - 사업기간 : 2018 ~ 계속

5) B2B(Business to Business)란 기업 간 전자상거래, 사이버공간에서 전자매체를 이용해 이뤄지는 기업과 기업 간의 거래를 의미함

• 사업내용

- 갯잎을 테마로 하는 지역 이벤트 개최를 통하여 금산갯잎의 소비자 인지도 향상 제고
- 갯잎으로 테마로 하는 캐릭터를 개발하고, 소비자 중심의 프로모션을 통하여 소비자에게 갯잎 주산지로서 금산의 위상 알림
- 금산인삼축제 시 갯잎을 테마로 하는 특별관을 신설하거나, 금산인삼갯잎축제로 축제 명칭을 변경하여 인상을 더붙여 갯잎 산지로서 위상 제고
- 지역 축제 시 인삼과 어울릴 수 있는 갯잎 먹거리를 개발하여 시식회, 요리대회 등을 개최하여 인삼과 함께 어울릴 수 있는 채소로서 갯잎의 역할 각인



금강여울축제

금산인삼축제

홍도화축제

자료 : 대한민국 구석구석 「<http://korean.visitkorea.or.kr>」

라. 한류를 통한 금산갯잎 수출역량 강화

■ 금산갯잎을 비롯한 프리미엄 쌈채소의 수출전략 모색

- 필요성 및 목적
 - 갯잎을 식재료로 섭취하는 것은 우리나라 고유한 식습관으로 미국, 유럽뿐만 아니라 중국, 일본에서도 갯잎을 섭취하지 않음
 - 그러나 최근 한류 드라마, 예능 등의 영향으로 한식 또는 한국식 불고기가 알려지면서 고기를 쌈 싸먹는 재료로서 갯잎에 대한 관심 증가
 - 갯잎만을 수출하기에는 상품 구성, 품질, 수량 면에서 장벽이 있으므로, 쌈채소 중심의 수출 전략을 수립하고, 금산이 전략적으로 쌈채소 산업 육성 필요
 - 신선 농산물은 쉽게 부패되고 변질될 수 있으므로, 쌈채소 포장 패키지의 고도화 또는 쌈채소 가공식품을 개발하여 수출물량 확대 필요
- 추진방법
 - 사업주체 : 금산군, 지역농협
 - 사업기간 : 2018 ~ 계속
- 사업내용
 - 금산에서 갯잎뿐만 아니라 쌈채소 산업을 전략적으로 육성하여 중국, 일본 등 인근 국가로의 수출 추진
 - 중국, 일본 등 동아시아 국가는 물류 이동거리가 짧아, 비교적 신선한 쌈채소 공급 가능

- 중국과 일본의 외식업체에 쌈채소를 공급하기 위한 식품안전 검사, 위생시설 등 확충
- 중국, 일본 외 미국, 유럽 등에 대해서는 패키지 고도화를 통하여 신선도를 장기간 유지할 수 있는 기술을 개발하거나, 갯잎 가공식품을 개발하여 수출 판로 확대

■ 갯잎을 활용한 수출용 가공식품 개발 및 판로 개척

- 필요성 및 목적
 - 생물인 갯잎은 신선도 유지기간이 짧고, 쉽게 부패되어 상품성이 급격히 저하될 수 있으므로 갯잎 장아찌, 절임 등 가공식품을 수출용으로 개발 필요
 - 금산은 인삼산업 발달과 함께 가공식품산업이 발달한 지역으로, 갯잎을 활용한 가공식품의 개발 노하우 보유
 - 최근 한류 드라마, 예능 등의 영향으로 한식에 대한 관심이 높아지고 있으므로, 밥(rice)과 어울리는 반찬으로서 갯잎 가공식품을 홍보한다면 시장 창출 가능
- 추진방법
 - 사업주체 : 금산군, 지역농협
 - 사업기간 : 2018 ~ 계속
- 사업내용
 - 밥(rice)과 어울리는 반찬인 갯잎 장아찌, 조림을 수출용으로 개발하여 해외시장 진출
 - 갯잎을 활용한 주류, 과자, 조미료 등을 개발하여 수출품목의 다양성 및 물량 확대
 - 해외 외식업체와 연계하여 갯잎의 가공식품을 대량을 판매할 수 있는 루트 개발
 - 해외식품박람회에 갯잎 가공식품을 주력으로 출품하여 해외시장과의 접촉 확대
 - 갯잎뿐만 아니라 지역의 농산물(인삼, 약초 등)의 재료와 결합한 가공식품 개발

■ 한국의 갯잎 식문화 전파

- 필요성 및 목적
 - 한국 전통의 식재료인 갯잎을 먹는 식문화 전파를 통하여 금산 갯잎의 소프트파워 강화 및 대외 이미지 선점
 - 내국인과 외국인에게 금산갯잎을 적극적으로 홍보하고, 식문화를 전파함으로써 금산갯잎의 가치 재창조
 - 갯잎 주산지로서 금산의 이미지 확대를 위한 전후방산업 육성으로 갯잎 농가의 소득 창출 및 지역경제 활성화 유도
- 추진방법
 - 사업주체 : 금산군, 지역농협
 - 사업기간 : 2018 ~ 계속
- 사업내용
 - 전통 갯잎요리 복원 및 관광객 체험 행사 개최
 - 금산갯잎의 역사적 의미, 재배과정 등에 대한 스토리텔링 개발
 - 금산갯잎의 효능, 활용방법에 대한 소개 책자 제작 및 배포
 - 정기적으로 외국 유학생을 초청하여 금산 인삼, 갯잎 체험 행사 개최 등 추진
 - 농촌체험휴양마을 사업과 연계하여 '갯잎마을'을 조성하여 갯잎특화지역 이미지 확대

제3절 금산갯잎의 체험, 관광 전략

1. 금산갯잎의 체험, 관광의 문제점과 한계성

가. 갯잎마을과 농촌관광의 연계성 미흡

■ 농촌체험마을에서의 갯잎 관련 체험프로그램 부족

- 추부갯잎마을은 잎들깨따기, 갯잎김치담그기, 갯잎비누만들기 등의 갯잎 관련 체험을 하고 있는 유일한 곳으로 다른 마을은 프로그램 운영이 없음



갯잎따기 체험

갯잎향첩 만들기



갯잎김치 담그기

갯잎화분 만들기

- 갯잎재배마을이거나 재배지와 인접한 부리수통마을, 바라실마을, 홍도인삼마을 등은 농사 및 전통 문화체험, 인삼 관련 체험 등의 프로그램을 운영하며, 갯잎 관련 체험프로그램은 거의 운영하지 않음

나. 갯잎축제의 관광산업축제로서 업그레이드 필요

■ 기존 갯잎축제를 관광이벤트와 융합한 산업형 관광축제화 추진

- 현재는 갯잎 재배농업인들을 중심으로 추부에서는 5월에 금산에서는 10월에 개최하고 있음



갯잎와플만보기

갯잎포장작업장 견학

갯잎음식만보기

갯잎송편만보기

- 주요행사는 갯잎김치, 송편, 비누만들기 행사와 갯잎음식 전시, 노래자랑 등을 실시하는 축제방문객 참여형 행사로 개최되고 있음
- 갯잎축제는 대외적으로 상징적 이벤트를 통한 관광객의 매력성을 높여 관광산업축제로 도약이 필요하며, 특히, 갯잎 재배에 이용되는 야간의 조명등 즉, 빛을 이용한 야간의 빛과 갯잎 관련 음식류의 관광산업축제로 업그레이드가 이루어져야함

다. 지역 관광지와 연계한 갯잎의 관광자원화 노력 부족

■ 갯잎을 활용한 관광자원의 발굴과 활성화 미흡

- 금산군 갯잎작목회는 금산읍과 금성면, 남일면, 남이면, 북수면, 진산면, 추부면 등에 여러 개의 마을에서 구성되어 있음
- 이들 마을과 인접해서는 칠백의총과 대둔산, 서대산 등의 금산을 대표하는 관광자원과 역사문화 유적지와 금강 및 생태자원 등이 풍부하나 이들과 연계한 관광자원의 발굴과 활성화는 아직까지는 미흡함

라. 갯잎 가공제품의 관광특산물로서 상품화 필요

■ 갯잎가공식품과 갯잎로컬푸드 등의 관광특산물 및 기념품으로 판촉 미흡

- 갯잎과 관련해서는 금산추부 갯잎조미세트와 갯잎김치, 생갯잎김치, 절임갯잎, 갯잎추러스 등의 가공식품들이 있으나 관광특산물로서 상품화가 부족함
- 또한, 금산의 로컬푸드 직매장에서 다양한 농특산물을 판매하고 있는데 이중 갯잎제품을 판매하고 있고, 대형마트에서 GAP 갯잎들이 판매되고 있으나 생산자인 금산에서는 관광상품으로 판매되지 못하고 있음

2. 금산갯잎의 체험, 관광 활성화 방향과 전략

가. 체험과 관광 활성화 방향

■ 농촌관광과 연계한 녹색농촌체험마을 관광자원화 추진

- 현재 갯잎작목반이 구성되어 있는 마을 중 농촌체험관광 마을로 지정된 마을은 금산읍 중도리, 양지리 일원, 제원 용화, 남일 신정, 부리 양곡과 수통, 군북 산안, 추부 마전과 장대, 진산 막현 등임
- 따라서 이들 녹색농촌체험마을과 연계한 농촌체험프로그램으로 갯잎따기와 갯잎김치담그기, 갯잎쌈 채소와 음식체험 프로그램 등을 활용할 수 있음

■ 갯잎 관련 체험프로그램의 발굴과 활성화

- 갯잎은 쌈채소로 주로 식용으로 이용되지만 갯잎따기, 갯잎화분만들기, 갯잎천연비누만들기, 갯잎향침만들기 등의 체험프로그램으로 발전시킬 수 있음

■ 기존 갯잎축제를 “빛&음식축제”로 업그레이드

- 금산추부 갯잎축제축제는 2017년까지 11회를 개최하였으며, 다양한 지역문화행사와 갯잎따기, 갯잎화분만들기, 짬뽕예, 갯잎관련음식만들기 등의 체험행사를 1박2일 동안 개최하고 있는데, 이 축제를 갯잎농사에 필요한 야간조명과 연계한 빛과 갯잎음식 콘텐츠를 융합하여 업그레이드 된 축제로 개최

■ 지역 관광자원과 연계한 갯잎마을의 관광코스 개발

- 갯잎농사의 높은 비중을 차지하면서 갯잎작목반이 체계적으로 구성되어 있는 지역인 금성면, 제원면, 남일면, 남이면, 부리면, 북수면, 군북면, 추부면, 진산면 등에는 금산군의 주요관광지가 분포하고 있으므로 이들 관광자원과 연계한 관광코스를 개발
- 특히, 각 지역별로 개삼터와 적벽강, 보석사와 신인사, 칠백의총, 태조대왕태실, 진산자연휴양림, 서대산 등의 금산을 대표하는 관광지와 마을 내 다양한 역사유적과 생태, 전통문화자원 등이 있으므로 이들과 연결하는 관광루트를 상품화 추진

■ 갯잎제품의 관광특산물 상품화와 판촉마케팅 추진

- 갯잎을 소재로 하는 제품은 갯잎쌈채소를 중심으로 갯잎가공식품과 조미료 등이 있으며, 최근 갯잎라면, 갯잎치킨, 갯잎통조림 등의 제품 등이 판매되고 있으므로 이들을 갯잎관광 특산물로 패키지 상품화뿐만 아니라 마케팅과 판매촉진 사업 추진



깻잎라면

깻잎통조림

깻잎전

목표	추진 방향
금산 깻잎 체험관광 활성화	농촌관광과 연계한 녹색농촌체험마을 관광자원화 추진
	깻잎 관련 체험프로그램의 발굴과 활성화
	기존 깻잎축제의 빛&음식축제로 업그레이드
	지역 관광자원과 연계한 깻잎마을의 관광코스 개발
	깻잎제품의 관광특산물 상품화와 판촉마케팅 추진

[그림3-1] 금산깻잎 체험관광 활성화 추진 방향

나. 깻잎 농촌체험관광마을의 확대 육성과 착한관광자원화

■ 깻잎재배마을의 신규 농촌체험관광마을로 지정 육성사업 추진

- 금산군에는 금산깻잎작목회, 인삼골깻잎작목회, 제원깻잎작목회, 남일깻잎작목회, 남이깻잎작목회, 부리깻잎작목회, 복수깻잎작목회, 내부깻잎작목회, 한아름깻잎작목회, 추부깻잎작목회, 진산깻잎작목회, 만악깻잎작목회 등이 있음
- 이들 깻잎작목회가 있는 마을 중 기존에 농촌체험관광마을이 지정되지 않은 마을 중에서 깻잎 및 농사체험 등의 여건이 양호한 마을을 대상으로 신규 농촌체험관광마을을 지정하여 육성하는 사업을 추진

■ 기존에 지정된 농촌체험관광마을의 깻잎 관련 체험프로그램의 강화

- 이미 농촌체험관광 마을로 지정된 마을은 금산을 중도리, 양지리 일원, 제원 옹화리, 남일 신정리, 부리 양곡리와 수동리, 군북 산안리, 추부 마전리와 장대리, 진산 막현리 등이 있음
- 이들 기존 농촌체험관광마을을 대상으로 깻잎농업이 활성화되고 체험프로그램의 운영여건이 양호한 마을은 기존의 농사관련 체험프로그램과 계절에 따라 운영하고, 특히 깻잎과 음식만들기 체험을 연계한 프로그램을 강화하여 운영함

다. 깻잎체험프로그램과 체험상품의 발굴 및 활성화

■ 신규 깻잎체험 프로그램의 발굴과 타 농사체험의 연계프로그램 개발

- 기존 깻잎체험은 생산과 가공, 음식 3가지 유형의 체험프로그램을 주로 운영하고 있으나 이들의 체험을 야생화와 2차 가공식품, 음식만들기 체험 등 새로운 아이템으로 발굴하여 체험관광상품화를 추진함

■ 기존 깻잎체험프로그램의 업그레이드

- 기존의 깻잎체험프로그램은 깻잎따기, 깻잎화분만들기, 깻잎천연비누만들기, 깻잎향침만들기 등에 의존하고 있는데, 이들 체험프로그램은 교육과 재미가 있는 게임형 및 오락형 프로그램으로 업그레이드 하는 방안을 모색

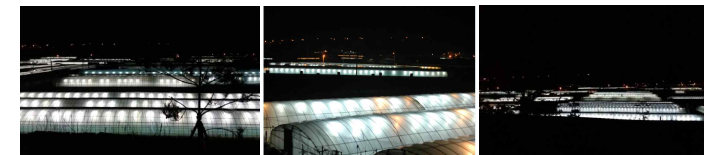
■ 참여유형별 체험프로그램의 발굴과 운영

- 특히, 앞의 신규 체험프로그램의 발굴과 기존 체험프로그램의 업그레이드는 어린이와 가족, 중장년층, 청소년층 참여유형별로 체험프로그램에 대한 관심과 참여도가 다르기 때문에 참여유형별 선호 프로그램을 집중적으로 발굴하여 맞춤형 프로그램으로 운영함

라. 깻잎농사 조명 활용 ‘빛&향기음식 축제’ 개최

■ 깻잎 ‘빛&향기음식’축제 콘텐츠의 개발

- 깻잎축제는 기존에 문화행사와 이벤트, 깻잎 농사 체험행사 중심으로 프로그램을 운영하였다면, 이를 확대하여 깻잎농사에 중요한 역할을 하는 야간조명과 지역의 먹거리 소재(예:마전 추어탕)와 연계한 콘텐츠를 개발하여 관광산업형 축제로 확대 개최를 추진
- 특히, 깻잎농사에서 썬채소로 수확을 하기 위하여 야간에 조명을 밝히기 때문에 외부방문객들이 이들 궁금해 하기도 하고, 깻잎농사지역에서만 볼 수 있는 특이한 야간경관이므로 이를 활용한 야간 빛 축제, 루미나리 형태의 야간경관을 조성하여 볼거리를 제공함



깻잎농사 야경1

깻잎농사 야경2

깻잎농사 야경3

- 또한, 야간에 방문객들이 다수 방문할 경우 난전과 음식과 특산물을 구매할 수 있도록 해야 하기 때문에 지역의 전통시장이나 재래시장과 연계한 음식거리축제를 병행하는 것이 지역 관광객 유치와 소득창출에도 기여를 할 수 있음

■ 갯잎 '빛&향기음식' 축제 개최(안)

- 목 적 : 금산의 특산물인 갯잎을 소재로 한 컬러콘텐츠로 야간조명의 빛과 음식 콘텐츠를 결합하여 축제의 행사프로그램과 방문객들의 체험거리를 다양하게 제공하여 방문객들의 만족도를 제고시키고 기존 축제를 활성화시킴
- 장 소 : 금산군 추부면소재지, 갯잎농업 집중마을
- 행사기간 : 가을(노지 갯잎 마지막 수확시기(서리내리기 직전)/추어탕(가을) 음식 연계성 등)
- 행사주체 : 기존 갯잎축제추진단과 음식점 등 상가번영회
- 행사내용 : 기존 프로그램 - 문화행사와 이벤트, 갯잎체험행사
신규프로그램 - 야간 루미나리, 갯잎+지역특색음식거리+농특산물판매장 등



루미나리 야경예시1

루미나리 야경예시2

루미나리 야경예시3

■ 행사장 조성 및 운영방안

- 기존 갯잎축제 행사프로그램을 그대로 수용하면서 면소재지의 상가거리와 전통시장을 중심으로 야간경관을 조성하여 주·야간 향기음식거리를 조성하여 프로그램을 운영
- 갯잎농사 지역은 면소재지의 가까운 노지 갯잎농사지역에 체험행사장을 조성하여 끝물인 갯잎을 따고, 갯잎김치, 갯잎장아찌, 갯잎송편과 갯잎전, 갯잎튀김(갯잎미꾸라지튀김), 갯잎와플 등의 갯잎 음식만들기 체험장을 조성하여 운영

마. 갯잎마을과 주변 관광지 연계 관광코스의 개발과 운영

■ 갯잎마을과 연계한 관광명소의 발굴과 관광자원화

- 제왕갯잎작목반의 경우 금강 생태관광자원과 오토캠핑장 등이 입지한 지역이면서 어죽과 도리뱅뱅, 민물매운탕이 특화된 지역으로 갯잎마을과 갯잎음식을 소재로 한 관광명소로서 관광자원화를 추진
- 남일갯잎작목반이 있는 신정리는 홍도인삼마을로서 매년 홍도화축제가 개최되면서 농촌전통테마마을과 팜스테이 등이 운영되고 있으며, 남일갯잎작목반은 구석리에 12폭포가 있고, 부리면은 수동리에 적벽강과 아름마을 등 농촌체험관광을 특화시키고 있어 관광명소로 육성을 추진

■ 농촌관광과 둘레 길을 연계한 관광코스의 개발

- 금산갯잎작목반의 경우는 인접한 칠백의총과 금성산 솔래길 등의 관광지와 연계, 지역을 방문하는 관광객들을 위한 관광명소로 발굴하여 갯잎마을의 체험방문객으로 유치를 추진



금성산 솔래길 안내도

바. 갯잎가공제품과 갯잎쌈채소의 관광특산물 패키지 상품화

■ 갯잎 관광특산물 상품개발과 포장디자인을 통한 관광특산물 제품화

- 갯잎상품은 현재 쌈채소의 소포장과 박스포장이 이루어지고 있으며, 갯잎조미료로 개발된 향신료 제품은 개발되었으나 대중화된 상품으로 유통·판매되지 못하고 있기 때문에 이들을 관광객들이나 일반시장에 판매될 수 있는 상품개발과 포장디자인을 추진해야함
- 이러한 상품개발과 포장디자인을 통한 관광특산물로서의 제품화는 갯잎쌈채소와 2차 가공품, 갯잎조미향신료 등 제품의 유형에 따라 패키지 형태로 이루어져야함

■ 금산 로컬푸드매장과 금산 읍면 전통시장 갯잎특산물 제품 유통판매 촉진

- 갯잎 관광특산물은 현재 쌈채소와 가공식품의 경우 대형마트와 시장, 지역 식료품점이나 야채가게에서 여러 상품들이 판매되고 있으나 금산군을 대표하는 갯잎의 특산물로서 유통·판매되고 있지는 못함
- 따라서 갯잎을 쌈채소와 2차 가공상품, 조미료와 향신료, 음식부재료와 주재료 등에 대한 제품개발과 상품화 추진하고, 이를 금산 로컬푸드 매장과 읍면 전통시장 등을 통해서 판매하고, 전국적인 갯잎관광특산물로 판매되도록 해야함

3. 유사 사례)

가. 포천 허브아일랜드

■ 사업추진 방향

- 1차산업 : 라벤더, 페퍼민트, 스테비아, 레몬버베나 등 7종의 허브 재배로 허브농업을 선택과 집중으로 추진
- 2차산업 : 허브차, 허브화장품 등의 가공 제품 생산으로 허브제품의 판매기반 마련
- 3차산업 : 허브체험장, 박물관, 식물원, 레스토랑 등 관광 체험장 운영 등 방문객들을 위한 체험

6) <http://www.6차산업.com/home>

프로그램 운영과 볼거리와 먹거리 제공

■ 성공포인트

- 해외 허브 선진국의 기술을 도입해 한국형 허브 재배 기술 습득으로 생산기반 안정화
- 허브차, 화장품, 건강식품 등 생활밀착형 가공제품 개발로 대중들의 수요에 적합한 상품 개발
- 박물관, 식물원, 레스토랑, 힐링센터 등 세분화된 관광체험장 개발 및 운영으로 방문객을 유치

나. 친환경 먹거리로 외식산업을 선도한 서림농장

■ 사업추진 방향

- 1차산업 : 쌀, 고추, 파, 양파 등의 친환경으로 농산물 재배하여 생산
- 2차산업 : 친환경 농산물을 재료로 이용하여 외식용 먹거리 '누나떡볶이' 개발하여 제품화
- 3차산업 : 누나떡볶이 전문 음식점 운영 및 농산물 가공식품 유통과 판매를 통하여 외식산업을 선도

■ 성공포인트

- 주부들의 니즈를 정확히 파악한 절임배추 등을 가공·유통해 초창기 판로개척 및 소비자의 신뢰 구축
- 외식시장에서 각광받는 떡볶이 개발 및 다양한 요리에 사용가능한 다용도 소스의 개발로 매출액을 향상시킴

다. 지리산과 하나되기

■ 사업추진 방향

- 1차산업 : 건산수유(무농약 인증), 천연벌꿀, 산야초, 생산수유(GAP인증) 재배 등 친환경 생산기반 마련
- 2차산업 : 산수유잔액, 산야초애꿀, 산수유초코크런치 가공식품 생산 및 판매기반 마련
- 3차산업 : 학교, 기업체, 가족체험, 꿀 비누 만들기, 산수유 열매체험, 문화체험 등 다양한 체험행사 실시

■ 성공포인트

- 청정의 환경을 자랑하는 지리산의 산수유 발을 확보해 자연퇴비를 만들어 당도가 높고 알이 굵은 산수유 생산기반 마련
- 소비자의 편의성을 고려하여 휴대성을 강조한 스틱형용기 연구 개발
- 자연의 가치를 담은 관광체험프로그램을 기획하고, 숲 해설사 자격증을 취득하여 체험프로그램 운영 전문성 강화

제4절 금산갯잎의 홍보, 마케팅 전략⁷⁾

1. 금산갯잎의 홍보·마케팅 부문의 한계와 문제점

가. 전국 최대의 갯잎 주산지로 브랜드 인지도 미흡

- 금산군은 전국 최대의 갯잎 재배지로 재배면적이 넓고 많은 양을 생산하고 있음
- 2005년부터 민관이 공동으로 향토산업추진단을 구성하여 운영하고 있지만 규모와 양에 비해 전국적인 갯잎 브랜드 인지도가 미약한 실정임
- 또한 대부분의 홍보마케팅이 전통적인 방법으로 최근 소비 트렌드를 반영한 전략적인 사업들이 미흡한 상황임

나. 우수한 품질에 대한 소비자 신뢰도 부족

- 금산갯잎은 GAP 인증시스템을 통한 생산, 유통, 판매에 대해 이력추적체계 구축과 신상품 개발 등으로 그간 많은 성과를 창출하였음
- 하지만 유기농과 친환경 농산물에 대해 전반적으로 대국민 신뢰도가 부족한 실정으로 특히 씹을 먹는 업체류인 갯잎은 소비자 신뢰도가 매우 중요한 농산물임
- 우수한 품질의 농산물 재배는 기본이고 이것을 소비자들이 소비할 수 있는 다양한 홍보마케팅 사업은 미진한 편임

다. 시장의 변화와 치열한 경쟁에 대비한 농산업 경쟁력 미흡

- 금산갯잎은 만인산농협 등 전통적인 방법으로 출하하고 있고 그간 시장에서는 다양한 변화가 있었지만 갯잎의 농산업 경쟁력은 답보상태에 있음
- 농가소득 증대 측면에서 그리고 노동집약적인 농업의 특성상 새로운 상품개발과 판로의 개척은 지속적으로 필요한 실정임
- 1인가구의 증가 추세와 소포장 상품의 전략적인 개발과 프로모션 등을 통해 금산갯잎의 경쟁력 확보가 필요한 시점임

라. 금산갯잎 홍보마케팅 조직과 인력 부족

- 전국 최대의 갯잎 주산지와 우수한 품질의 농산물의 가치를 제고하고 브랜드 이미지를 전국적으로 홍보할 금산갯잎 홍보마케팅 조직과 인력 부족
- 지역 작목반과 사업단을 중심으로 홍보마케팅 역량강화를 통해 지속가능한 농산업 모델 발굴 필요

7) 제3절 금산 갯잎 홍보, 마케팅 전략 부문은 ㈜명소마케팅 박한식박사를 비상임연구위원으로 위촉하고 원고 작성을 의뢰함. 연구책임자가 일부 내용 수정, 보완함

2. 금산 갯잎 홍보·마케팅 전략

가. 금산 갯잎 브랜드 인지도 제고

■ 전국 최고의 출하량을 자랑하는 갯잎의 주산지

- 금산군 갯잎은 전국 갯잎의 45.4%를 출하하는 전국 제일의 갯잎 주산지로, 갯잎 재배 30년의 만에 전국 최고의 생산량을 확보함

■ 금산 갯잎 브랜드와 소비자 인식 확산

- 금산 갯잎 GAP인증, 지리적표시제 등록, 갯잎향토산업육성사업, 특구지정 등 지역실정에 맞는 다양한 특화사업 추진으로 전국적인 인지도 상승

☞ 전국 최고의 출하량과 브랜드 인지도를 활용한 홍보마케팅 추진

나. 금산 갯잎 소비자 신뢰도 향상

■ 금산 갯잎은 우수한 품질로 소비자 선호도 우수

- 금산 갯잎은 자연환경적인 측면에서 최적의 재배 여건을 갖추고 검증된 성분의 우수성과 효능으로 소비자들의 선호도가 높게 나타남

■ 철저한 관리시스템과 소비자 안정성 확보

- 재배, 수확, 유통 과정 등의 전반에 걸쳐 세계적인 수준의 우수농산물 관리시스템을 보유하고 있어 품질 측면에서 안정성을 담보하고 있음

☞ 표준화된 품질과 농산물 관리체계의 안정성을 활용한 홍보마케팅 추진

다. 금산 갯잎 농산업 경쟁력 강화

■ 갯잎은 금산군의 기간사업으로 위상 확보

- 금산군 갯잎의 총 생산액은 500억 원 이상으로 금산군 상위 작목 생산에서 차지하는 비중이 매우 높고, 타 작목에 비해 수급이 안정적인 품목으로 자리매김

■ 갯잎산업의 경쟁력 확보와 지역경제 활성화

- 금산군 갯잎 산업은 미래의 금산 농업을 선도하고 국제화 시대에 대비하여 세계적인 경쟁력을 확보하고 지역 활성화를 위한 선도 산업으로 육성

☞ 지역 선도 농업으로 대표적인 농산업 발전을 위한 홍보마케팅 추진

[표3-3] 금산갯잎의 홍보, 마케팅 전략 기본

전략	제안사업		마케팅 포인트
브랜드 인지도	단기	공동브랜드 광고, PR, 판매촉진	국내 최대의 갯잎 주산지, 출하량, 우수한 품질과 효능
	중장기	갯잎축제, 갯잎김치행사, 캠페인, 안내홍보물, 브랜드 인지도 조사	
소비자 신뢰도	단기	금산갯잎 소비자 체험, 품평회, 주부블로거단 운영, 쿠킹클래스	소비자를 초청하고 체험을 통해 품질 확인
	중장기	고급식당/편의점 유통망 확보, 갯잎 요리 메뉴 책자 개발, 친환경 안정성 홍보	고급식당 고급갯잎 이미지 확산 안전하고 믿을 수 있는 갯잎 누구나 맛있게 먹는 갯잎
농산업 경쟁력	단기	소포장 신제품 개발, 카오파머 입점 및 판매, 로컬푸드판매장	고품질의 안정성과 효능 1인 가구 맞춤형 상품 편리한 구매와 접근성
	중장기	홈쇼핑 판매, 스마트팜, 소비촉진행사, 마케팅연합조직 설립	미래 농업의 선도 모델 대국민 소비촉진 홍보

3. 갯잎류(엽채류) 관련 유사 홍보·마케팅 사례

가. 연잎을 활용한 연잎밥 상품 홍보(경남 함양군)

■ 연잎밥 상품을 고속도로 휴게소에서 판매

- 경남 함양군에서는 연잎을 활용한 다양한 농산업 육성사업을 추진하던 중 연잎밥 상품을 개발하여 일반식당 판매와 더불어 대전-통영간 고속도로(하행) 함양 휴게소 식당에서 연잎밥 상품을 판매함
- 이를 통해 함양 연의 우수성 홍보와 연잎밥 판매 증대를 추진하였고, 연을 활용한 체험과 축제를 통해 홍보를 강화함



나. 남해 보물섬 시금치 홍보(경남 남해군)

■ 대형마트와 연계한 홍보마케팅 추진

- 경남 남해군 농협남해연합사업단에서는 4월말에서 6월까지 마늘종의 성공적인 대형마트 납품을 시작으로 10월말에는 시금치 납품계약을 성사시켜 공격적인 소비지 마케팅 활동을 추진함
- 홈플러스, 이마트, 농협유통에 보물섬 시금치를 납품하여 약 4개월 동안 1,500톤 규모 납품 실적을 달성함
- 보물섬 시금치가 대형유통업체 전국 매장을 통해 전 국민의 식탁에 오르면서 보물섬 시금치 브랜드 인지도 향상과 더불어 산지에서는 출하물량 조절과 가격지지 등의 효과로 이어져 농가소득 증진에 기여함



다. 쌈채를 활용한 꾸러미 상품 홍보(오창농협)

■ 오창농협 근거리에서 생산되는 쌈채를 제철 꾸러미로 상품화

- 오창농협은 생산자와 소비자를 연계하는 직거래 저온유통 체계 및 유통이력추적시스템을 구축, 친환경 농산물 유통에 선도적으로 앞장서서 제철 농산물을 활용한 직거래 사업을 추진(2014년 농식품 부 장관상 수상)
- 오창농협의 근거리에서 생산되는 지역의 대표적인 제철 농산물(예, 금산갯잎, 천안 오이 등)을 꾸러미로 상품화함



라. 갯잎 홍보(밀양시 갯잎 농가)

■ 소비자의 욕구를 반영한 상품화를 위해 시장조사 강화

- 갯잎을 구매하는 중도매인이 납품하고 있는 판매처에 대한 업체별, 연령별, 성별, 고객별 특성을 파악하여 시장조사를 수행함
- 출하 시 박스 안에 갯잎의 효능과 작목반의 홍보내용을 담은 전단지를 동봉하고 구매층(횃집 등)을 고려한 1kg 벌크 포장
- 농촌진흥청 연구 담당자와 자주 소통을 하고, 시장지향적인 재배와 수확 후 관리를 추진하여 경쟁력 확보
- 농가에서는 자체적으로 재배 매뉴얼을 작성하여 생산관리를 하고 작목반에서는 홈페이지를 개설하여 홍보하고 있음
- 철저한 리콜제(100%)로 구매 고객으로부터 신뢰를 받고 있다는 평가임



4. 금산갯잎 홍보·마케팅사업

4.1. 브랜드 인지도 UP 전략

가. 금산갯잎 공동브랜드 매체 홍보

■ 필요성과 목적

- 금산갯잎은 전국 최대 출하량과 더불어 좋은 효능을 보유하고 있어 소비자들의 인지도를 높여 궁극적으로 구매로 연결될 수 있는 실질적인 홍보가 필요한 시점임
- 따라서 금산갯잎의 거래처를 다양화하고 소비를 촉진시킬 수 있는 브랜드 홍보마케팅을 강화하여 전국적인 인지도 향상에 기여

■ 사업추진방법

- 사업주체 : 금산군, 만인산농협, 금산군 갯잎재배 농가
- 사업기간 : 2019년 이후

■ 매체별 차별화된 홍보마케팅사업 추진

- 홍보마케팅 사업은 TV, 라디오, 인터넷, 모바일, 홍보물 제작 등 소비자의 욕구를 충족할 수 있는 차별화된 시장세분화 전략을 수립하여 타겟별로 전략적인 홍보마케팅 시행

[표 3-4] 매체 홍보마케팅 사업추진 방법(안)

매체	홍보수단	홍보방법
TV 라디오	뉴스보도	◦담당 PD, 구성작가에게 정기적인 정보제공 ◦뉴스영상물 제작, 일기예보 시 시작 멘트 등
	기획보도	KBS, MBC, SBS ◦정기적인 금산갯잎 관련 정보 제공 ◦담당PD, 구성작가에게 정기적인 정보 제공
인터넷	웹사이트	블로그 SNS 등 ◦금산갯잎 블로그 홍보단 운영 ◦금산군 주요 관련 홈페이지 링크 ◦포털사이트 및 농산물관련 사이트 배너 광고
인쇄물	신문잡지	농산물 전문지, 일반신문 ◦금산군 인삼축제, 갯잎축제에 대한 기사 제공 ◦유료 홍보 광고 실시
모바일	모바일	SMS, 모바일 홍보이벤트 ◦축제 및 이벤트에 관한 정보 SMS 발송 ◦축제 체험비 등에 대한 할인쿠폰 제공
유명인	홍보대사	연예인 저명인사 ◦금산군 출신의 유명인을 홍보대사 임명
기타	교통시설	전철역, 고속도로변 ◦지하철과 고속도로 주변에 홍보 광고판 설치



■ 단계별 홍보마케팅 방안

- 금산갯잎 브랜드의 사업단계별로 마케팅 목표를 수립하여 단계별 적합한 홍보마케팅사업을 추진하여 효과를 극대화함
- 브랜드 정립기에는 브랜드의 성공적인 런칭과 확산, 브랜드 확산기에는 기획된 상품의 판매 촉진, 브랜드 관리기에는 보다 안정적이고 폭넓은 수요확보를 목표로 추진

[표 3-5] 단계별 마케팅 방안

사업진행단계	마케팅 목표	주요 아이템
브랜드 정립	브랜드의 성공적인 런칭 및 확산	브랜드 홍보물(광고판) 설치 매체활용 홍보마케팅 금산갯잎 유통 프로모션
브랜드 확산	기획된 상품의 판매 촉진	갯잎 축제 전국적인 축제로 육성 다양한 인터넷 마케팅 소비확대 캠페인
브랜드 관리	보다 안정적이고 폭넓은 수요확보	전국민 대상 브랜드 인지도 조사 해외 홍보마케팅 추진

■ 포털사이트를 활용한 지역농산물 홍보마케팅 사례

- 무안군 황토양파 출시시기에 맞추어 포털사이트 배너광고를 통해 홍보 활동 추진 및 직거래 판매 지원



포털사이트 배너광고

무안황토양파 판매사이트 연계

■ 블로그를 활용한 홍보마케팅 사례

- 지역 농특산물 전문 블로그단을 운영하거나 농식품관련 기관에서 공식블로그 운영을 통해 농산물 홍보마케팅 활동을 수행하고 있음
- 금산군 농협, 갯잎작목반, 주부 블로그단 등을 운영하여 금산갯잎의 다양한 정보와 소식을 전달하는 매체로 활용하여 브랜드 인지도 향상



금산군 있들께 홍보 블로그

한국농수산식품유통공사 공식 블로그

■ 기대효과

- 금산갯잎의 특성을 목표시장에 효과적으로 홍보하여 브랜드 인지도를 향상시켜 명실상부 국내 최대·최고의 농산물 이미지 제고
- 적극적인 매체 홍보마케팅을 통해 금산갯잎의 브랜드 가치를 제고하여 궁극적으로 지역 농가소득 증대에 기여

나. 금산갯잎 소비확산 캠페인 전개

■ 필요성과 목적

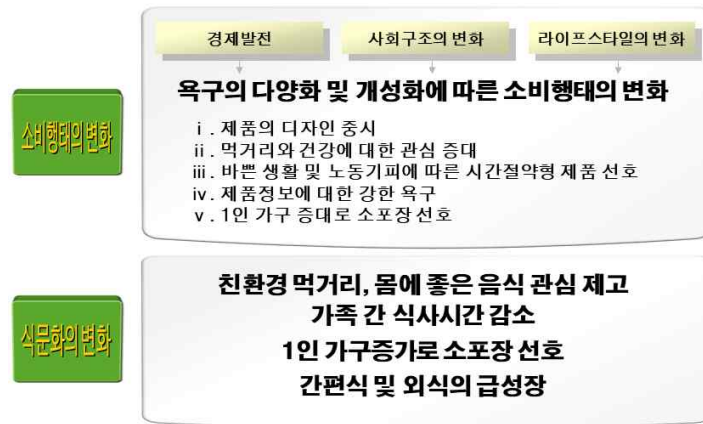
- 금산갯잎 산업의 지속적인 성장과 발전을 위해서는 현재 성인 위주의 소비시장에서 새로운 소비시장의 발굴과 확산이 필요함
- 신규 시장의 발굴과 더불어 소비를 촉진하기 위한 다양한 캠페인을 전개하여 소비자 선호집단의 확산과 개척을 시도해야 함

■ 사업추진방법

- 사업주체 : 금산군, 만인산농협, 금산군 갯잎재배 농가
- 사업기간 : 2019년 이후

■ 소비자의 행동변화와 식문화에 대한 이해

- 최근 소비자의 행동변화와 식문화의 변화에 대한 트렌드를 파악하여 금산갯잎 홍보마케팅을 위한 기초적인 방향성 정립에 활용
- 친환경 먹거리와 건강을 중시하는 소비자의 등장과 1인 가구 증대로 소포장의 먹거리를 선호하는 소비자의 등장으로 이에 맞는 상품개발과 홍보마케팅 전략 마련 필요
- 별크형태의 상품포장 판매와 더불어 신규 상품개발 시 소포장을 활용한 새로운 시장에 대한 공략과 갯잎에 대해 친숙하지 않은 어린이 급식시장 등도 공략할 필요가 있음



■ 캠페인 1, 금산갯잎 성분과 효능을 알려라!

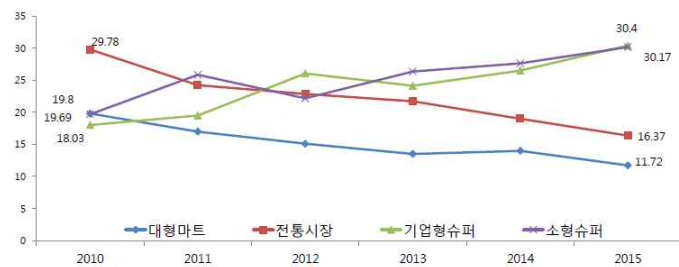
- 금산갯잎은 전국 최대의 주산지이자 최적의 재배환경을 갖추고 있으며 검증된 성분과 효능을 보유하고 있어 이를 활용한 공격적인 홍보마케팅을 구사해야 함
- 금산갯잎의 우수성에 대한 신문기획기사, 인기 매거진, 블로그 기획기사, TV/방송 프로그램 연계 홍보, 라디오 광고 등을 통해 정기적이고 지속적인 대국민 캠페인 시행
- 금산군 주변 고속도로 주변과 국도변 옥외 광고판 광고 전개, KTX, 고속버스, 시외버스 매체활용 광고, 리플렛 형태의 유인물을 통해 대국민 홍보 추진



자료 : 금산 갯잎의 특성 및 생리기능성 탐색(이종수, 2002) 참고

■ 캠페인 2, 새로운 소비자를 찾아라!

- 갯잎 구매처별 구매패턴을 살펴보면 가구당 구입액 비중에서 대형마트는 줄고 기업형 슈퍼와 소형 슈퍼의 비중은 증가하는 추세임
- 향후 1인 가구의 증가 속도가 더 가속화되면 집 근처의 매장에서 구입 비중이 더욱 증가할 것으로 예상됨



자료 : 김창환(2016), 쌀재, 어디까지 먹어봤나? 농촌진흥청

[그림3-2] 갯잎 구입처별 가구당 구입액 비중 추이(단위:가구당 구입액 비중,%)

- 새로운 시장을 위한 돌파구로 어린이와 청소년층을 개척하고 이들이 선호하는 갯잎관련 레시피를 적극적으로 개발할 필요가 있음
- 특히, 학교급식시장을 목표로 하여 어린이와 청소년들에게 친숙하지 않은 갯잎관련 음식을 다양하게 개발하여 갯잎 음식에 대해 친숙한 경험을 가지도록 해야 함
- 어린이와 청소년기에 섭취해야 할 영양분의 중요성과 성장기에 필요한 다양한 성분의 물질을 포함하고 있는 음식으로 홍보하고 성장기에 먹어야 할 이유를 개발하여 그들에게 제시해야 함

다. 갯잎김치만들기 행사 후원

■ 필요성과 목적

- 금산갯잎의 우수성을 전국민들에게 홍보하기 위해 파급효과가 큰 이벤트를 개최하여 행사의 취지와 효과를 다양한 매체를 통해 홍보하는 방안 필요
- 따라서 불우이웃이나 차상위 계층, 다문화가정 등을 지원하기 위한 목적으로 갯잎을 활용한 특색있는 이벤트/행사를 개최하여 홍보마케팅을 전략적으로 진행함

■ 사업추진방법

- 사업주체 : 금산군, 만인산농협, 금산군 갯잎재배 농가
- 사업기간 : 2019년 이후
- 개최장소 : 서울시청광장, 광화문/청계천 광장, 대전 한밭수목원(남문 광장) 등
- 행사내용 : 갯잎김치만들기 행사(주한외국인 주부, 다문화가정 주부 등 참여)
- 활용방안 : 겨울철 불우이웃 전달, 차상위 계층 전달, 다문화가정 전달 등
- 활용매체 : 공중파 방송(뉴스채널, 6시내고향 등), 신문매체, 인터넷 매체 등 활용, 유튜브를 활용한 생방송 진행 홍보 등

■ 나눔을 위한 갯잎김치 만들기 행사

- 금산군 갯잎을 활용한 갯잎김치만들기 행사를 진행하고 만들어진 갯잎김치를 사회적 약자들에게 전달하여 공익적인 행사로 진행
- 이러한 취지와 과정 등을 다양한 매체를 통해 홍보마케팅하여 금산갯잎의 브랜드 인지도를 향상시킴
- 유사사례로 겨울철 김장나눔행사 등이 개최되어 이와 유사한 형태로 운영이 가능함



김장나눔행사 사례

■ 기대효과

- 금산갯잎을 활용한 갯잎김치 나눔행사를 통해 사회적 참여와 나눔의 의미를 확산시키고 금산갯잎의 브랜드 인지도 향상 기대
- 갯잎김치의 맛과 품질을 홍보하여 소비촉진과 재구매 기회 확산 기대

4.2. 소비자 신뢰도 UP 전략

가. 금산갯잎 소비자 체험단 운영

■ 필요성과 목적

- 금산갯잎 품질의 우수성과 안정성을 소비자들에게 직접적으로 체험을 통해 알리는 전략은 가장 효과적이고 파급효과가 큰 것으로 알려짐
- 갯잎의 주 소비계층이자 구매 시장인 주부를 중심으로 금산갯잎의 우수성을 체험하고 다양한 요리를 배울 수 있는 기회를 제공하여 이를 통한 홍보 효과 극대화 추진

■ 사업추진방법

- 사업주체 : 금산군, 만인산농협, 금산군 갯잎재배 농가
- 사업기간 : 2019년 이후
- 주요시장 : 주부
- 주요프로그램 : 갯잎 수확체험, 갯잎 쿠킹클래스 등

■ 금산갯잎 쿠킹클래스 운영

- 금산갯잎 품질의 우수성과 소비자 신뢰도 향상을 위해 금산갯잎을 체험할 수 있는 기회를 제공하여 소비자 신뢰도 증가
- 친환경 금산갯잎 수확체험, 갯잎을 활용한 다양한 요리만들기 체험(쿠킹클래스) 등 소비자 선호도가

높은 프로그램을 운영하여 깻잎 소비 증가 추진

- 특히, 성장기 어린이와 청소년들의 성장을 촉진시킬 수 있는 요리를 개발하여 주부들의 관심을 유발할 수 있도록 유도함



깻잎 수확체험



깻잎 음식만들기 체험



주부 체험구매단

■ 기대효과

- 금산깻잎의 다양한 체험을 통해 신뢰할 수 있고 재구매와 추천할 수 있는 브랜드로 강화하여 시장의 경쟁력 강화 도모
- 주부들의 입소문을 통해 브랜드 확산과 신뢰성을 제고하여 홍보마케팅 강화 기대

나. 금산깻잎 안전한 먹거리 홍보

■ 필요성과 목적

- 가족들의 먹거리와 건강에 대한 관심 증가로 안심하고 먹을 수 있는 농산물 구매와 소비에 대한 사회적 이슈 증가 추세
- 금산깻잎의 생산, 재배, 가공, 유통, 토양상태 등 전반적인 과정에 대한 안정성을 소비자들에게 홍보하고 특히 공인기관의 품질검증을 통과한 농산물이라는 것을 적극적으로 홍보하여 소비자들의 신뢰성 증가 추진

■ 사업추진방법

- 사업주체 : 금산군, 만인산농협, 금산군 깻잎재배 농가
- 사업기간 : 2019년 이후
- 사업내용 : GAP인증 농산물 홍보, 생산과정 모니터링 홍보 등

■ GAP인증 금산깻잎 홍보 강화

- 소비자들이 신뢰할 수 있는 국가공인기관의 품질인증을 적극적으로 홍보하여 안심하고 소비할 수 있는 농산물에 대한 이미지 강화
- 깻잎재배 토양과 더불어 생산농장, 가공공장 등을 직접 견학하여 생산부터 유통까지의 전 과정을 모니터링하고 확인할 수 있는 공정으로 운영하여 소비자 신뢰도 증가
- 각종 홍보매체 등을 활용하여 금산깻잎의 GAP인증을 홍보하여 안전한 먹거리에 대한 경쟁력 강화 추진



GAP 인증 깻잎



깻잎 친환경 재배장



깻잎 가공장

■ 기대효과

- 금산깻잎의 안정성과 품질의 우수성 홍보를 통해 생산자들은 자부심을 가지고 소비자들은 신뢰성을 향상하여 생산자와 소비자를 만족시킬 수 있음
- 먹거리의 안심정책으로 궁극적으로 생산자와 소비자가 동시에 혜택을 받을 수 있는 더 좋은 품질개발을 추진할 수 있는 계기 마련

4.3. 농산업 경쟁력 UP 전략

가. 소포장 신제품 프로모션

■ 필요성과 목적

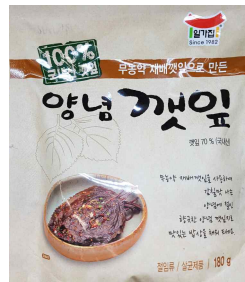
- 깻잎은 식당 등 관련업체에 대량으로 판매되는 것 외에 대형마트, 소형마트 등을 통해 판매되고 있으나, 최근 1인 가구 등의 증가 추세로 인해 소포장으로 판매가 되고 있음
- 따라서 1인 가구의 트렌드를 반영한 새로운 상품을 개발하여 그들의 소비를 촉진시킬 수 있는 프로모션 진행 필요

■ 사업추진방법

- 사업주체 : 금산군, 만인산농협, 금산군 깻잎재배 농가
- 사업기간 : 2019년 이후

■ 편의점 유통망을 활용한 신제품 프로모션

- 전국적인 유통망을 가진 편의점은 대기업에서 지원하는 유통망을 토대로 한 농산물 소비처이고 홍보의 공간임
- 1인 가구의 소비변화와 함께 '신선편의식품' 시장규모가 2011년 600억 원에서 2015년 955억 원으로 크게 증가하였고, 유기농, 친환경 농산물 수요 증가가 예상됨
- 소포장(7장) 금산깻잎, 한끼 식사를 위한 반찬(양념깻잎), 깻잎을 활용한 신제품을 개발하여 전국 편의점을 통한 프로모션 추진



소포장 상품 개발 사례



갯잎 라면 사례



마트 홍보

■ 기대효과

- 1인 가구 증가와 편의점을 활용한 신제품 프로모션 전략을 수행하여 신규 시장 개척과 갯잎상품 홍보마케팅 강화를 통해 관련 산업 경쟁력 강화 기대

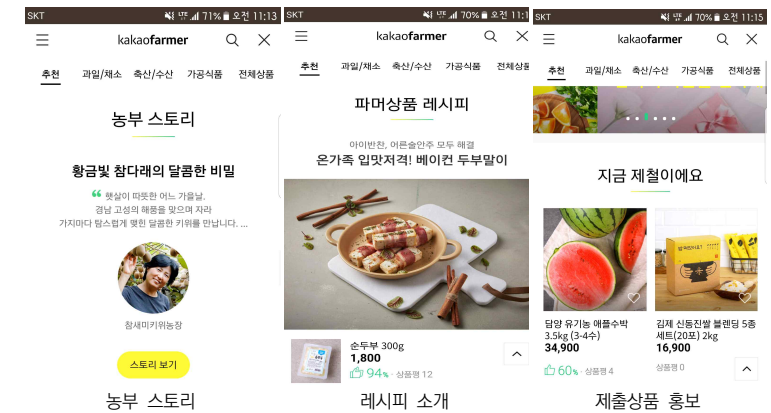
나. 신규 모바일 유통망 구축(카카오파머)

■ 필요성과 목적

- 금산갯잎은 농협 등을 통한 전통적인 방식으로 대부분이 출하되고 있으나 농가소득 측면에서 다양한 방식의 유통을 모색해 볼 필요가 있음
- 고품질로 재배하고 있는 금산갯잎 농가 중 소량으로 소비자들과 모바일 직거래를 통해 보다 높은 소득을 올릴 수 있는 대안 마련 필요

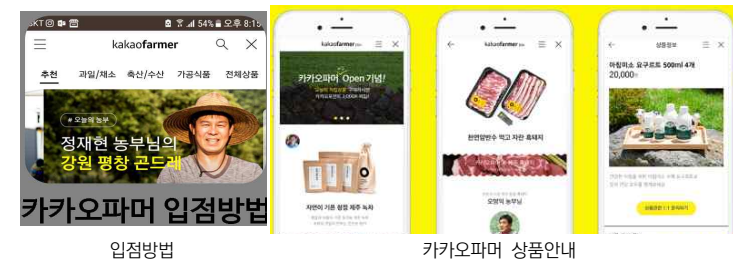
■ “나는 카카오파머”(모바일 유통망 활용)

- 모바일 카카오프랫폼에서 진행하고 있는 카카오파머(kakao farmer)는 지역의 우수한 농산물을 연계하여 홍보 및 직거래로 판매하고 있는 공간임
- 농산물 재배 농부 스토리, 파머스상품 레시피, 제철농산물 소개, 추천 농산물 소개 등이 있어 소비자들이 쉽게 선택하고 접근할 수 있도록 함
- 많은 사람들이 사용하고 있는 카카오프랫폼을 활용하여 상품홍보가 카카오톡으로 연계가 되고 소량으로 상품에 대한 구매가 용이하고 가격도 저렴하여 관련 매출이 증가하고 있음



■ 금산갯잎 카카오파머 입점

- 금산갯잎이 공동브랜드로 카카오파머에 입점하여 다양한 홍보마케팅 활동을 펼친다면 단기간에 브랜드 이미지 제고와 상품판매량 증가 등을 예상할 수 있음
- 다른 대안으로 고품질의 금산갯잎 농가에서 카카오파머에 입점하여 모바일을 통한 직거래를 통해 홍보마케팅 효과와 더불어 소득증가를 추구할 수 있음
- 1인가구, 가족 등을 대상으로 한 목표시장을 설정하여 다양한 상품판매가 가능함



- 제주도 감귤 사례와 유사하게 금산갯잎을 대대적으로 홍보할 수 있도록 카카오파머에 입점하여 카카오톡과 공격적인 마케팅 전략을 펼칠 필요가 있음



카카오파머 제주 감귤 판매 홍보

■ 기대효과

- 금산갯잎의 산업경쟁력 강화를 위하여 전국민을 대상으로 한 홍보마케팅 전략을 구사하여 상품의 홍보와 더불어 판매량 증가 기대
- 고품질 금산갯잎 재배농가의 유통채널 증가로 농가소득 향상 기대

다. 금산갯잎 마케팅 연합사업단 운영

■ 필요성과 목적

- 전국 최대의 갯잎 주산지이자 지역 경제에서 매우 중요한 작목을 형성하고 있는 금산갯잎 산업의 지속가능한 발전을 위한 전문 조직이 미흡함
- 시장의 급격한 변화와 트렌드에 대응하고 금산갯잎 산업의 경쟁력 강화를 위해 갯잎 홍보마케팅을 주요 사업으로 하는 연합사업단 구성과 운영 필요

■ 사업추진방법

- 사업주체 : 금산갯잎 마케팅 연합사업단
- 사업기간 : 2019년 이후

■ 금산갯잎 마케팅 연합사업단 구성과 운영

- 구성 인원 : 3~5명
- 기능 및 역할 : 금산갯잎 통합 홍보마케팅사업 수행
- 주요 사업 : 국내외 시장개척, 판로확보, 신제품 홍보, 금산갯잎 언론홍보/매체홍보, 금산군 갯잎 작목반 마케팅 교육, 금산갯잎 브랜드 관리, 온라인/모바일 홍보마케팅, 주부블로거단 운영, 갯잎축제 및 체험단 운영 등
- 연계기관 : 금산군청, 만인산농협, 금산군 갯잎작목반 등



해외수출 홍보 사례

대형마트 홍보 사례

신제품개발 홍보

■ 기대효과

- 금산갯잎 농업의 경쟁력 강화를 위해 마케팅 전문조직을 운영하여 국내 최고의 갯잎 브랜드 이미지를 제고하고 국내외 관련 시장개척과 확산에 기여

라. 금산갯잎 스마트팜 시범운영

■ 필요성과 목적

- 갯잎은 4계절 내내 생산하는 농산물로 계절에 따라 관리가 매우 중요한데 이를 보완할 과제로 스마트팜 시범운영을 제안해 볼 수 있음
- 기후변화에 따라 온도와 습도 등을 자동적으로 관리해 주고 최적의 농산물 재배를 지원해 줄 모니터링 시스템 등의 도입으로 농업 4차 혁명에 대비하고 노동력을 절감할 수 있는 대안으로 모색이 필요함

■ 사업추진방법

- 사업주체 : 금산군, 만인산농협, 금산군 갯잎재배 농가
- 사업기간 : 2019년 이후
- 사업지원 : 스마트팜 시범사업(농식품부, 농촌진흥청 등)
- 차별화 포인트 : 자동화, 친환경, 수확량 증대, 노동력 절감 등

■ 금산갯잎 스마트팜 시범사업 운영

- 농장규모 : 비닐하우스 3동
- 운영주체 : 금산갯잎 작목반 중 선정
- 사업수행방법 : 정부의 스마트팜 지원사업 지원으로 시범운영
- 운영방법 : 소비자 초청 스마트팜 재배농장 견학, 최적의 재배환경 연구 및 모니터링
- 연계기관 : 금산군청, 만인산농협, 금산군 갯잎작목반 등



갯잎 스마트팜 재배 사례

스마트팜 컨트롤

스마트폰 앱 모니터링

■ 기대효과

- 금산갯잎 스마트팜 시범운영을 통해 농업인력의 고령화에 대비하고 젊은층의 고소득 작목으로 참여 가능성 탐색 효과
- 금산갯잎의 친환경재배, 자동화시스템, 관리운영 고도화 등 농산업 경쟁력을 강화하여 농가소득 증가와 미래 농업을 준비하는 기반 확보

5. 금산갯잎 포장디자인 개선(안)

가. 포장디자인 개선

■ 포장디자인 개선 기본 방향

- 금산갯잎의 지역 브랜드 강조
- 금산갯잎의 건강 효용성 강조
- 금산갯잎의 요리 활용성 강조

■ 포장디자인 개선안⁸⁾

- 금산갯잎의 브랜드 강조: 포장지 앞면 디자인 개선안



- 금산갯잎의 효용성 강조: 금산갯잎의 영양성분, 약효 등 효용성을 강조한 디자인 개선안



8) 본 보고서에서 제시한 포장디자인은 초안으로 실제 포장디자인으로 사용할 경우, 글씨체, 디자인 등 상표등록 절차에 의거 저작권 확인이 반드시 필요함

- 금산깻잎의 활용성 강조: 금산깻잎을 활용한 다양한 요리법을 설명한 디자인



나. 일본 업체류 포장디자인 우수 사례

- 생산지, 재배방법, 보존방법, 레시피가, 영양소가 설명되어 있는 포장디자인



- 상품보호를 위한 공기 충전, 플라스틱 용기로 판매되는 업체류

- 기타 업체류 포장디자인 사례

참고문헌

- 2017식품산업원료소비실태조사, 농림축산식품부·aT한국농수산식품유통공사, 2017.
- 2017식품통계(국내판), 농림축산식품부·aT한국농수산식품유통공사, 2017.
- 금산군·한국식품연구원, 깻잎 향신료와 조미료 및 이의 제조방법, 2013.
- 김대욱, 깻잎 절임 방법, 2013
- 김미라, 깻잎 떡 및 그 제조방법, 2017.
- 김영식·지윤선·이건하·길기장·장준복·도은수, 추부 깻잎의 향산화 활성, 2011.
- 김일식·전상근·하경하·류현자·박기훈, 솔잎, 깻잎 및 녹차분말이 함유된 유탄형 소시지 품질특성, 한국축산학회지, 47(4), 667-678, 2005.
- 김창렬, 깻잎 바이오 된장의 미생물 및 관능평가, 한국식품위생안전성학회지, 21(4), 218-222, 2006.
- 김창렬·최상호·김정수, 들깻잎을 첨가한 생면의 품질특성, 한국조리학회지, 18(2), 182-196, 2012.
- 농촌진흥청, 전통향토음식 용어사전, 2010.
- 대덕대학교산학협력단, 깻잎쿠키, 2015.
- 부산대학교산학협력단, 향산화 활성을 갖는 깻잎 추출물을 포함하는 면류 및 그 제조방법, 2013.
- 서울대학교산학협력단, 들깻잎 추출물을 함유하는 피부노화 방지 및 주름 개선용 조성물, 2018.
- 송금희, 볶음 깻잎 제조방법, 2013.
- 영농조합법인 늘새봄, 동결건조된 깻잎의 제조방법, 2013.
- 윤용재·양성용·이현순·홍충익·이광원, 고기능성 들깻잎을 이용한 침출차의 품질 극대화를 위한 최적 볶음조건 연구, 한국식품과학회지, 44(1), 34-40, 2012.
- 이미라, 목포지역 남녀중학생의 학교급식에서의 채소류 기호도 조사, 목포대학교 석사학위논문, 2010.
- 유학열, 최근 일본의 6차산업화 정책 동향, 월간 공공정책, 2013
- 유학열, 일본의 6차산업화 정책과 경영체 실태 분석, 농촌진흥청, 2014
- 이해란·남상만·이종미, 찌는 시간과 양파 첨가량에 따른 깻잎장아찌의 최적화, 한국식생활문화학회지, 17(5), 653-662, 2002.
- 재단법인 전라북도경제통상진흥원·재단법인 임실치즈과학연구소, 들깻잎을 이용한 코니쉬 치즈 제조방법, 2014.
- 정인철·강세주·김종가·현재식·김미숙·문윤희, 깻잎 분말 첨가와 도체등급이 돈육소시지의 품질 및 기호성에 미치는 영향, 한국식품영양과학회지, 32(3), 350-355, 2003.
- 정혜정·전희숙, 연령에 따른 대전지역 소비자들의 깻잎 소비 형태 및 기호도 조사, 동아시아식생활학회지, 20(2), 193-200, 2010.
- 주식회사 더맥키스컴퍼니, 깻잎막걸리 및 이의 제조방법, 2014.
- 주식회사 사옹원, 즉성 조리용 깻잎전의 제조방법 및 제조장치, 2011.

- ㈜바이오버드, 고기능성 깻잎 개발 및 기능성 제품 개발, 농림수산물부, 2011.
- ㈜바이오버드, 기능성 깻잎을 이용한 가공제품 개발, 농림수산물부, 2011.
- ㈜에이치브이엘에스, 깻잎 추출물을 이용한 비만 개선용 건강기능식품 개발, 농림축산식품부, 2008.
- 최봉순·김혜영, 깻잎을 첨가한 설기떡의 품질 특성, 한국조리학회지, 16(5), 299-301, 2010.
- 최상호, 들깻잎 분말을 첨가한 식빵반죽의 레올로지 및 품질 특성에 관한 연구, 한국조리학회지, 17(3), 172-180, 2011.
- 최영희, 깻잎이용실태에 관한 조사 연구, 동아시아식생활학회지, 10(5), 445-454, 2000.
- 한국식품연구원, 깻잎 향신료와 조미료 및 이의 제조방법, 2013.
- 한국피부과학연구원, 미나리, 깻잎, 초피 정유의 향기성분 분석과 향산화 및 항염 효과, 아시안뷰티화장품학술지, 15(3), 355-366, 2017.
- 한호석, 들깻잎의 생리활성물질 탐색, 휘발성 향기성분 및 깻잎차 개발에 관한 연구, 영남대학교 석사학위논문, 2003.
- 현광욱·김재호·송기진·이종복·장정호·김영선·이종수, 깻잎에 함유되어 있는 생리기능성 물질의 탐색, 한국식품저장유통학회 2003년 춘계총회 및 제22차 학술발표회, 2003.
- 현효은·이은화·노정숙·송영옥, 깻잎 첨가 국수 대량 생산 공정 개발 및 이의 향산화 효과, 한국식품영양과학회지, 40(12), 1688-1693, 2011.
- 황정자, 깻잎 무쌈피 및 그 제조방법, 2007.
- 금산추부깻잎마을 홈페이지(<http://chubu.invil.org/>)
- 네이버(<http://naver.com>, 검색어 깻잎, 깻잎가공품, 깻잎반찬 등)
- 식품안전나라(<http://www.foodsaftykorea.go.kr/>)
- 특허정보검색서비스(<http://www.kipris.or.kr/>)