

파주 콩 산업 변화와 6차산업화 전략



농업경영 당면정책, 지도, 연구자료로 신속하게 활용할 수 있도록 경기도농업기술원에서는 경기농업 FOCUS를 신속하게 제공하고 있습니다. 본 계획은 2015년에 개발한 6차산업 리빙랩 모델을 파주 장단콩 6차산업화에 적용하고자 수립되었습니다.

머리말



최근 관세화로 쌀시장이 전면 개방되고, 중국과의 FTA까지 우리농업은 완전개방 시대를 맞게 되었습니다.

이에 따라 경기도는 전통적인 생산방식에서 벗어나 농업의 부가가치를 높일 수 있도록 가공, 체험, 관광 등 6차산업화를 활성화 시키고 있습니다. 이와 같은 배경에서 경기도의 대표적인 콩 주산지인 파주를 6차산업화로 활성화시키고자 발전 계획을 수립하게 되었습니다.

그동안 콩 산업 활성화를 위하여 수요조사, 장단콩 6차산업화 발전전략 수립 워크숍 개최, 6차산업화 요구도 조사 등을 진행하였습니다.

이번에 발간하는 『파주 콩산업 변화와 6차산업화 전략』 자료는 지난해 경기도 농업기술원이 개발한 리빙랩 모델을 적용하여 6차산업이 활성화 될 수 있도록 기본 계획을 수립한 것입니다.

이번에 발간한 자료집을 통해 지역별 작목별 6차산업화가 촉진될 수 있는 자료로 활용되기를 기대합니다.

2016. 10.

경기도농업기술원장 김 순 재

목 차

I. 국내외 여건 및 전망 -----	6
1. 해외 콩 생산 및 교역동향-----	6
2. 국내 콩 생산동향-----	8
II. 파주 장단콩 산업화 실태 -----	11
1. 생산실태-----	11
2. 유통실태-----	12
3. 가공산업 육성현황-----	13
III. 파주 장단콩 산업의 변화 -----	14
1. 장단콩 산업화-----	14
2. 장단콩 산업의 성장잠재력-----	15
IV. 국내외 사례 -----	16
1. 국내 콩 6차산업화 사례-----	16
2. 일본 에히메현 콩 6차산업화 사례-----	20
V. 파주 장단콩 6차산업화 여건분석 및 계획과제 -----	26
1. 상위계획의 검토-----	26
2. 6차산업화 요구도 결과분석-----	33
3. 6차산업화 계획과제 도출-----	37
VI. 장단콩 6차산업화 비전과 기본방향 -----	40
1. 장단콩 6차산업화 비전 설정을 위한 검토-----	40
2. 장단콩 6차산업화 비전과 전략-----	42
VII. 부문별 계획 -----	45
1. 창업 및 보육지원을 위한 리빙랩 모델 도입-----	45
2. 소비자 교류 및 판로개척 지원-----	47
3. 장단콩 생산지원-----	49
<부록 : 농림축산식품분야 6차산업화 정책지원사업 현황> -----	51

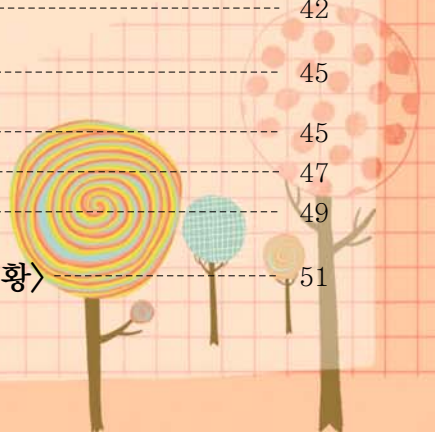


표 목차

<표 1>	콩 재배면적 추이	11
<표 2>	콩 생산액 추이	11
<표 3>	연도별 특화도 변화	12
<표 4>	연천과 포천의 사례로 본 적용 및 시사점	19
<표 5>	신성(新城)생산조합 현황	20
<표 6>	돈부리관 현황	23
<표 7>	장단콩 관련 종합단지 조성	32
<표 8>	정책수단별 사업	33
<표 9>	파주 장단콩 6차산업화 정책 요구도	35
<표 10>	사업우선순위 분석	36
<표 11>	장단콩 웰빙마루 수익모델	44
<표 12>	유형별 리빙랩 운영모델	46
<표 13>	숙박, 판매, 체험관광 및 홍보, 판로개척 지원내용	48

그림 목차

<그림 1>	전세계 콩 재배면적 및 생산량 변화 추이	6
<그림 2>	전세계 콩 생산액 변화 추이	7
<그림 3>	우리나라 콩 수출입 동향	8
<그림 4>	우리나라 콩 생산 추이	9
<그림 5>	시도별 콩 재배면적 추이	9
<그림 6>	경기 콩 생산 추이	10
<그림 7>	파주 장단콩 특화과정	12
<그림 8>	파주 장단콩 유통 및 판매 인프라	13
<그림 9>	가공업체 업종별 구성비	14
<그림 10>	지역별 전문음식점 지정현황	14
<그림 11>	장단콩 생산, 가공, 유통 단계별 관계형성 및 전략변화	15
<그림 12>	파주 장단콩 잠재성장력 변화	16
<그림 13>	돈부리관	24
<그림 14>	농림축산식품부 6차산업화 발전전략의 비전과 추진전략	27
<그림 15>	경기 6차산업화 SWOT 분석	29
<그림 16>	2016~2020년 경기도 6차산업 육성 기본계획	30
<그림 17>	파주 장단콩 웰빙마루 단지 조성(안)	32
<그림 18>	파주 장단콩 SWOT 분석	38
<그림 19>	파주 장단콩 6차산업화 전략방향	39
<그림 20>	파주시 장단콩 6차산업화 비전과 전략	42
<그림 21>	리빙랩 운영모델	46

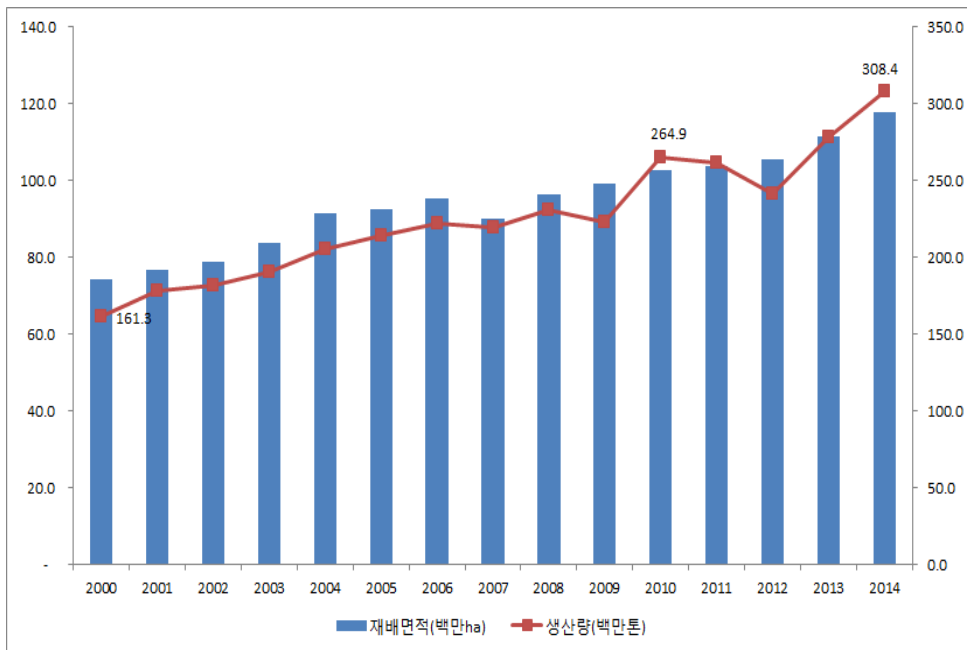
파주 콩산업 변화와 6차산업화 전략

I. 국내외 여건 및 전망

1. 해외 콩 생산 및 교역동향

- 전세계 콩 생산량은 2010년 1억 6,120만톤에서 2014년 3억 840만톤으로 연평균 4.7%씩 증가 추세이며, 재배면적도 2000년 7천 440만ha에서 2014년 현재 1천 177만ha로 연평균 3.3%씩 증대하고 있음
- 2014년 생산량은 2000년에 비해 91.2%p, 2005년에 비해 43.8%p, 2010년에 비해 16.4%p 증가 추세

<그림 1> 전세계 콩 재배면적 및 생산량 변화 추이

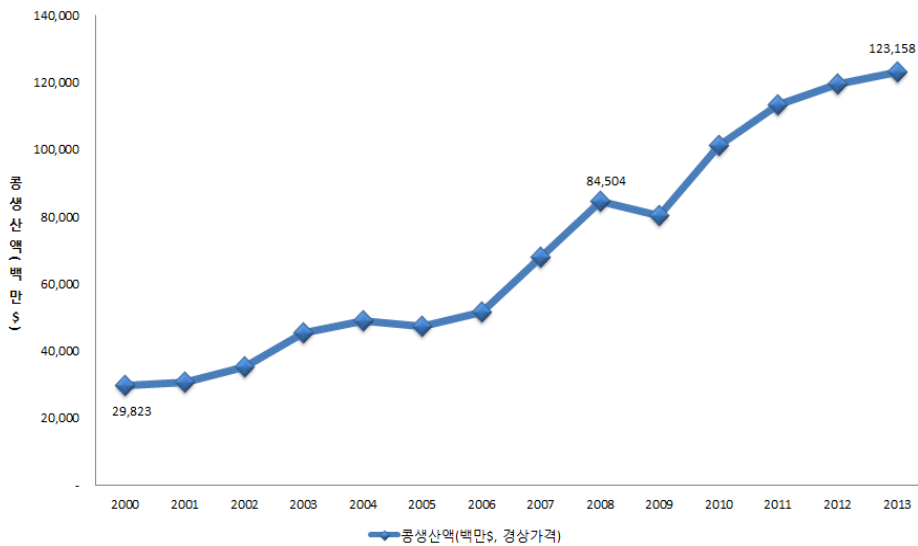


자료 : <http://faostat3.fao.org/download/>

□ 전세계 콩 생산액(경상가격)은 2013년 1,231억 5,800만\$로, 2010년 이후 연평균 11.5%씩 급속하게 성장하고 있음

- 2000년에 비해 313%p, 2005년에 비해 160.3%p, 2010년에 비해 21.6%p 증가 추세

<그림 2> 전세계 콩 생산액 변화 추이



자료 : <http://faostat3.fao.org/download/>

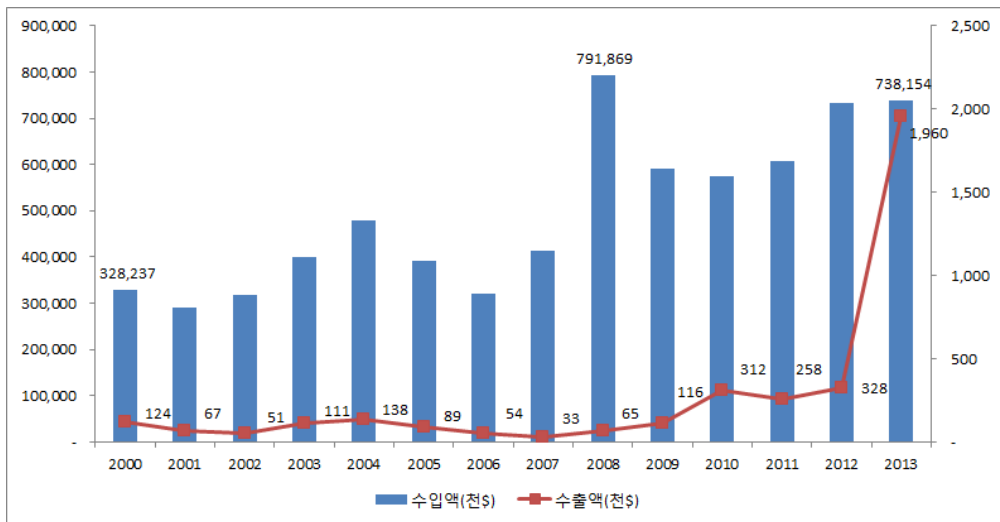
- 이 가운데 주요 수출국인 브라질과 미국, 아르헨티나의 재배면적과 단수가 증가함에 따라 콩 생산량의 증가로 이어짐
- 이와 더불어 콩 생산량과 재고량 증가로 국제 콩 가격하락으로 나타남
 - 2014/15년 372달러/톤 → 2015/16년 329달러/톤

□ 전세계 콩 수출은 2013년 현재 57,303백만\$로, 브라질(39.8%), 미국(37.5%), 아르헨티나(7.1%), 파라과이(4.4%), 캐나다(3.3%), 우루과이(3.3%)가 대부분을 차지하며, 전세계 수입은 2013년 현재 61,837백만\$로, 중국(61.5%), 독일(3.4%), 멕시코(3.3%) 등으로 나타남

- 이 가운데 주요 수입국인 중국의 육류소비증가에 따른 사료용 콩 수입증가로 나타남

- 우리나라는 전세계 수입액 중 1.2%로 매우 작지만 2013년 현재 7억 3,815만\$로, 2000년에 비해 124.9%, 2005년에 비해 88.6%, 2010년에 비해 28.6% 증가 추세임
- 반면, 수출액은 2000년 124천\$에서 2010년 312천\$, 2013년 1,960천\$로 빠른 속도로 증가 추세지만 수입에 비하면 수출 비중이 매우 낮은 실정임

<그림 3> 우리나라 콩 수출입 동향

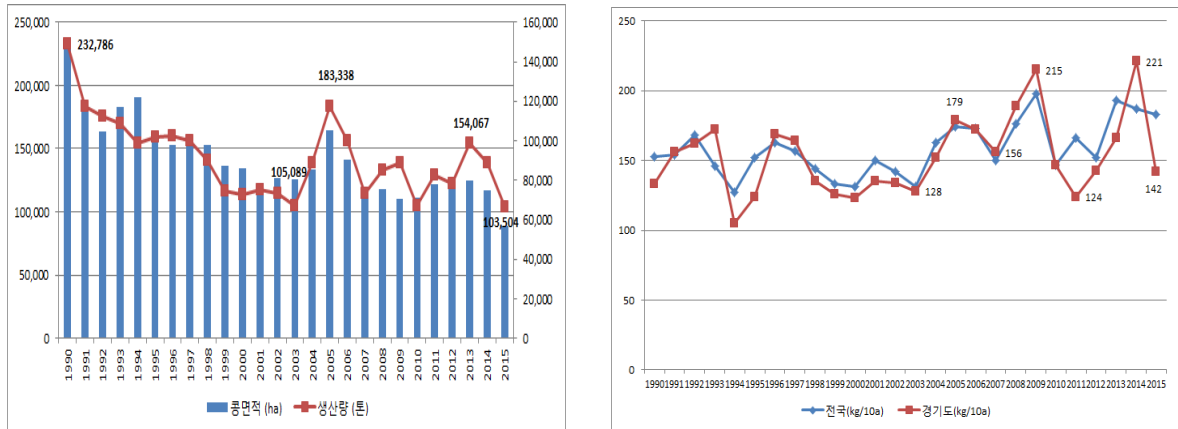


자료 : <http://faostat3.fao.org/download/>

2. 국내 콩 생산 동향

- 우리나라 콩 재배면적은 1990년이후부터 2001년까지 감소추세를 보였으나 2002년 논콩 차등수매제 실시로 일시적으로 반등하면서 2005년 105천ha, 183천톤으로 재배면적과 생산량이 늘어났음
- 논콩 차등수매제 폐지이후, 재배면적은 2006년부터 하락세로 전환하면서 연평균 5.0%씩 감소하여 2015년 현재 5만 6,666ha으로, 전년보다 25.7% 감소하였음
- 생산량도 매년 4.5%씩 감소하여 가뭄피해에 의한 생육부진으로 '15년산 콩 생산량은 103천톤으로, 전년대비 25.7% 감소하였음

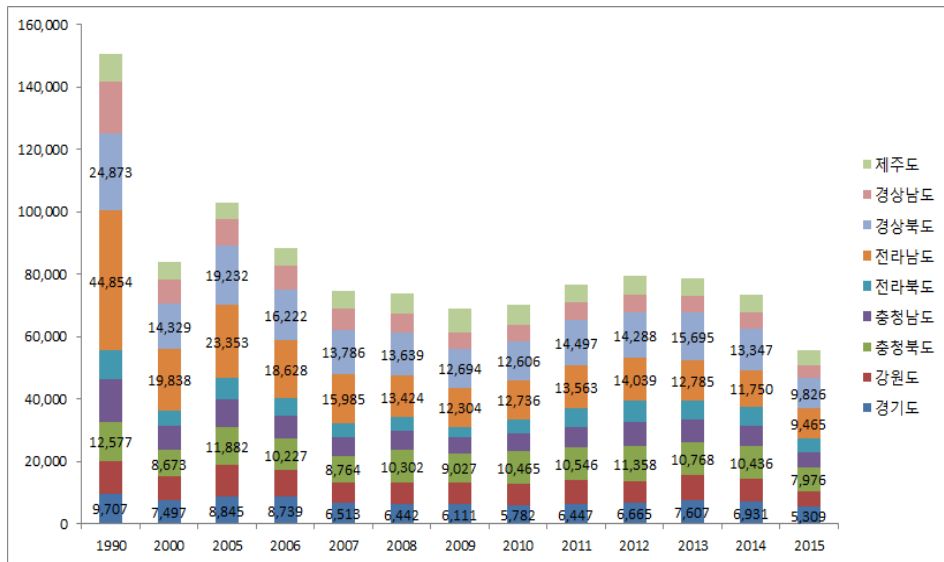
<그림 4> 우리나라 콩 생산 추이



자료 : 통계청 KOSIS, 각년도

- 콩 산지별 재배면적은 2007년까지 전라남도가 15,985ha로 전국의 21.0%로 가장 넓었으나 '15년 현재 경상북도가 전국의 17.3%를 차지하면서 가장 비중이 높아졌음
- '15년 현재 도별 재배면적 비중은 경북 9,826ha(17.3%), 전남 9,465ha(16.7%), 충북 7,976ha(14.1%) 순으로 나타나고 있음

<그림 5> 시도별 콩 재배면적 추이

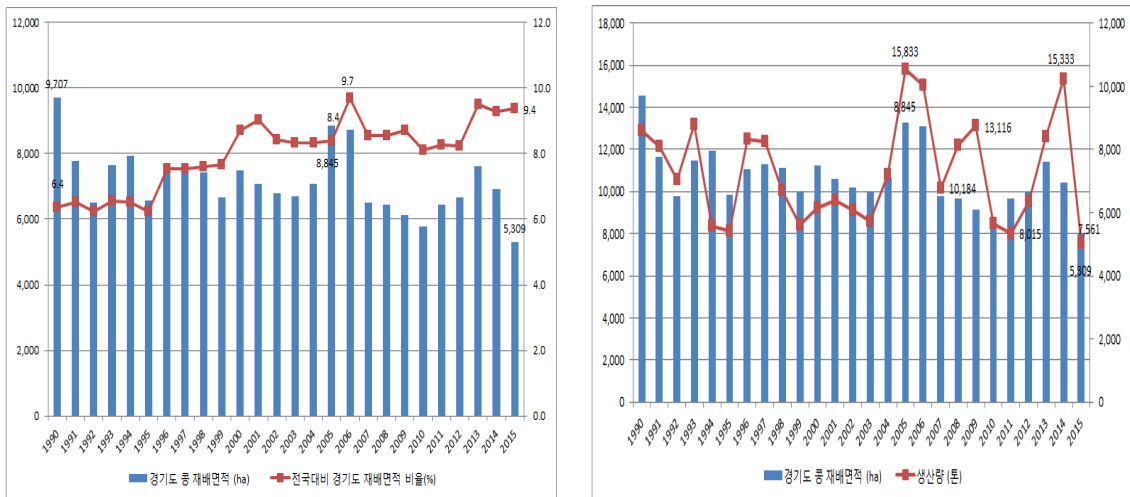


자료 : 통계청 KOSIS, 각년도

□ 이 가운데 경기도 재배면적은 2005년 8,845ha에서 2015년 현재 5,309ha로 감소 추세에 놓여 있음

- 전국 대비 경기도 재배면적은 2005년 8.4%에서 15년 현재 전국의 9.4% 정도로 그 비중이 높아졌음
- 생산량은 논콩 차등수매제와 논 소득기반 다양화사업이 도입된 시기를 제외하고는 전반적으로 낮은 추세를 보임

<그림 6> 경기도 콩 생산 추이



자료 : 통계청 KOSIS, 각년도

Ⅱ. 파주 장단콩 산업화 실태

1. 생산 실태

- 파주 장단콩 재배면적은 경기도 및 전국 재배면적이 감소하고 있는 가운데 2000년 이후 장단콩 축제, 농협수매, 직거래 판매 등 수요처 확보에 힘입어 꾸준한 증가세를 보이고 있음

<표 1> 콩 재배면적 추이

	재배면적(ha)				년평균증감율 (%)
	2000년	2005년	2010년	2014년	
파주	466(0.5)	734(0.7)	718(1.0)	800(1.1)	3.7
경기	7,497(8.7)	8,845(8.4)	5,782(8.1)	6,931(9.3)	-0.5
전국	86,176(100)	105,421(100)	71,422(100)	74,652(100)	-1.0

자료 : 통계청, 파주시

- 생산액도 전국 및 경기도 연평균 증가율보다 2배 높은 9.2%를 유지하며 2000년 10억 5천만원에서 2014년 50억 6천만원으로 5배 이상 증가하고 있음

<표 2> 콩 생산액 추이

	농업생산액(10억원)				년평균증감율 (%)
	2000년	2005년	2010년	2014년	
파주	1.5	3.3	4.8	5.6	9.2
경기	24.9	40.2	38.5	48.2	4.5
전국	285.8	479.1	476.1	519.3	4.1

주 : 시군 통계연보에 의해 지역별 품목생산액은 품목 전국생산액 대비 시군작목의 생산비중(시군재배면적/전국재배면적)에 의해 산출

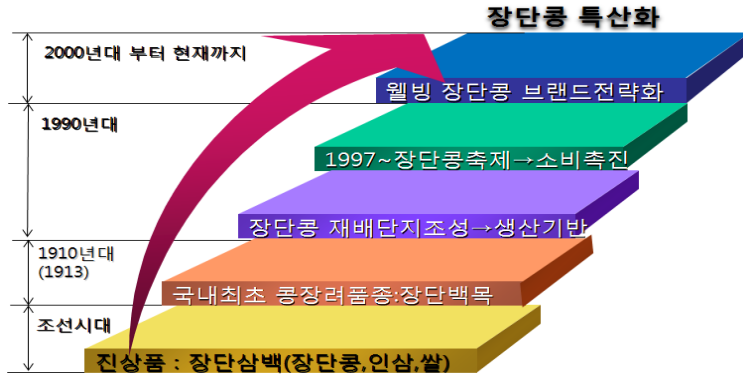
- 파주 장단콩 특화계수(LQ) 분석결과에 따르면, 먼저 파주 콩산업은 지역 주산작목에서 특화지역 핵심작목으로 성장하고 있음
 - 2005년까지 0.913으로 하락하다가 그 이후부터 꾸준히 상승하여 2010년 현재 1.408로 증가하여 지역 주산작목으로 성장하고 있음

<표 3> 년도별 특화도 변화

2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년	평균 특화도
0.697	1.037	1.007	0.979	0.763	0.913	1.108	1.217	1.106	1.401	1.408	1.058

- 특화도 증대를 위해 파주시에서는 콩 전용 콤바인 보급, 파종기, 배토기, 피복기 보급과 더불어 품질향상과 균일화를 위해 건조기, 선별기를 지속적으로 지원
- 1997년 장단콩 축제를 기점으로 브랜드 마케팅으로 특산화에 주력

<그림 7> 파주 장단콩 특화과정



2. 유통 실태

- 파주 장단콩은 1997년부터 장단콩 축제를 통해 재배면적 및 시장이 확대되고 있으며 최근엔 보다 안정적인 판로개척을 위해 지역농협을 통한 수매, 지역 상인들과의 연계를 강화하고 있음
- 특히, 농업기술센터, 콩연구회, 농협 등 유통사업단 네트워크를 기반으로 ‘파주 장단콩’을 공동브랜드화하고 지리적표시제를 도입
- 이와 같은 파주시 정책에 의해 2013년 현재 직거래 판매가 34%로 가장 높고, 자가소비 33%, 농협수매 20%, 파주장단콩축제 판매 13% 순으로 유통경로가 확대되고 있음

- 특히 용도별로는 장류용 콩의 비중이 가장 높고, 밥밀콩, 나물콩 순으로 유통

<그림 8> 파주 장단콩 유통 및 판매 인프라



장단콩 농협 수매 및 저장



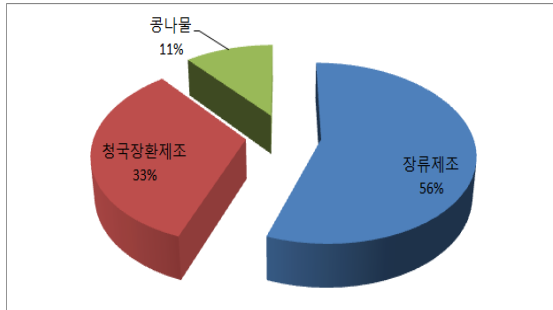
파주 장단콩 축제

- 또한 장단콩의 소비자 신뢰도 향상 및 안전성 확보를 위해 파주시는 2014년부터 농산물 이력추적관리와 더불어 우수농산물관리인증(GAP)와 장단콩종합처리장(SPC)를 설치하여 유통활성화를 모색하고 있음

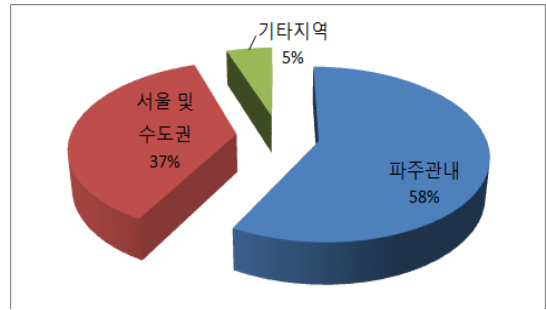
3. 가공산업 육성현황

- 파주시농업기술센터를 중심으로 가공식품 개발, ISO 9001인증, 지리적표시 단체 표장 획득, 상표등록을 통하여 외식산업과 가공산업의 다각화를 모색할 수 있는 기반을 조성
- 2009년부터 파주 장단콩 전문점을 지정하여 2014년 현재 음식점 16개소, 가공업체 8개소가 콩의 부가가치를 높이고 있음
- 이들 지정 전문점을 통해 장단콩 전체 생산량 1,240톤 중 가공업체가 22%, 전문음식점이 8%를 이용하는 것으로 나타남

<그림 9> 가공업체 업종별 구성비



<그림 10> 지역별 전문음식점 지정현황



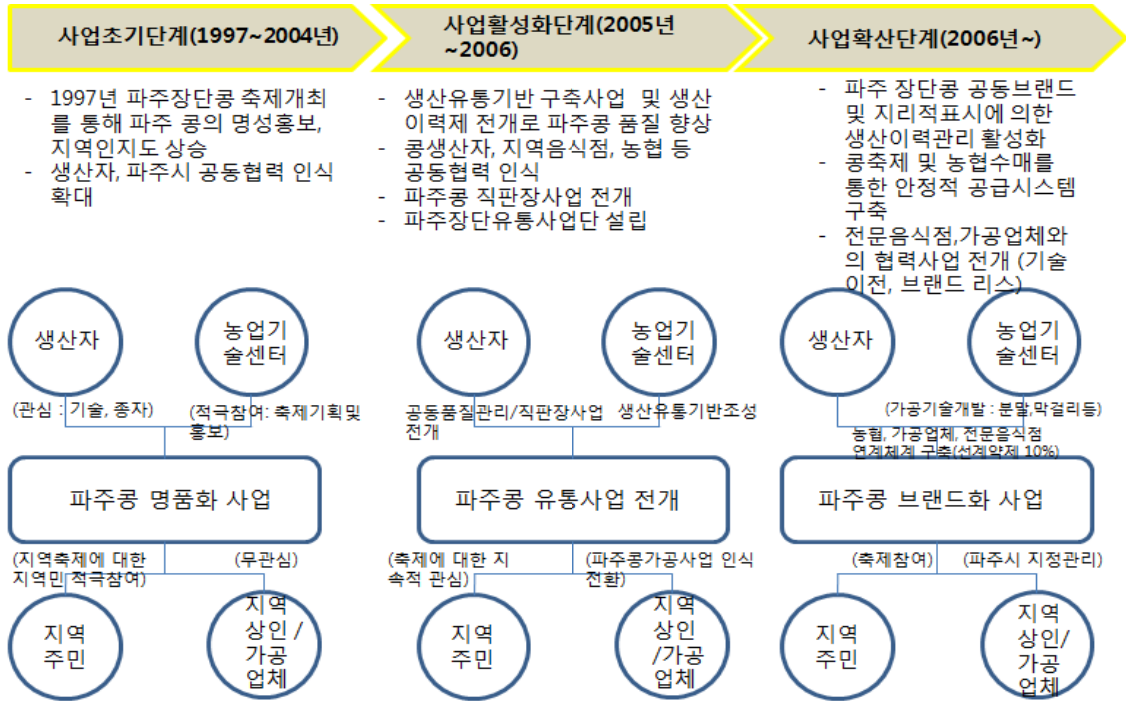
자료 : 파주시농업기술센터 내부자료(2014년)

Ⅲ. 파주 장단콩산업의 변화

1. 장단콩 산업화

- 경기도 파주시는 지역특화작목으로서 콩에 대한 판매 확대 및 홍보를 위해 축제와 연계하여 산업화 추진이 가속화 됨
 - 1909년 경기도 장단지역, 1913년말 전남지역, 1914년말 황해도지역 장려품종으로 지정된 ‘장단백목’의 원산지를 확인하여 파주지역 콩 브랜드를 파주 장단콩 축제 개최(1997년) 계기로 인지도 향상
 - 사업초기단계에서는 파주지역은 0.5ha미만 재배농가가 80.1%로, 농업기술센터의 기술지원 속에서 콩 생산 및 판매가 이루어짐
 - 축제와의 연계를 통해 콩의 대외 홍보 강화 및 인지도가 확대되면서 농업인 중심의 유통사업 참여가 이루어짐
 - 2006년 이후 지역농협을 통한 수매로 안정적 산지유통망 확보, 콩 공급을 통한 지역식당과 가공업체와 연계, 장단콩 생산이력제 실시를 통해 파주 장단콩의 다양한 판로가 확대됨

<그림 11> 장단콩 생산·가공·유통 단계별 관계형성 및 전략변화



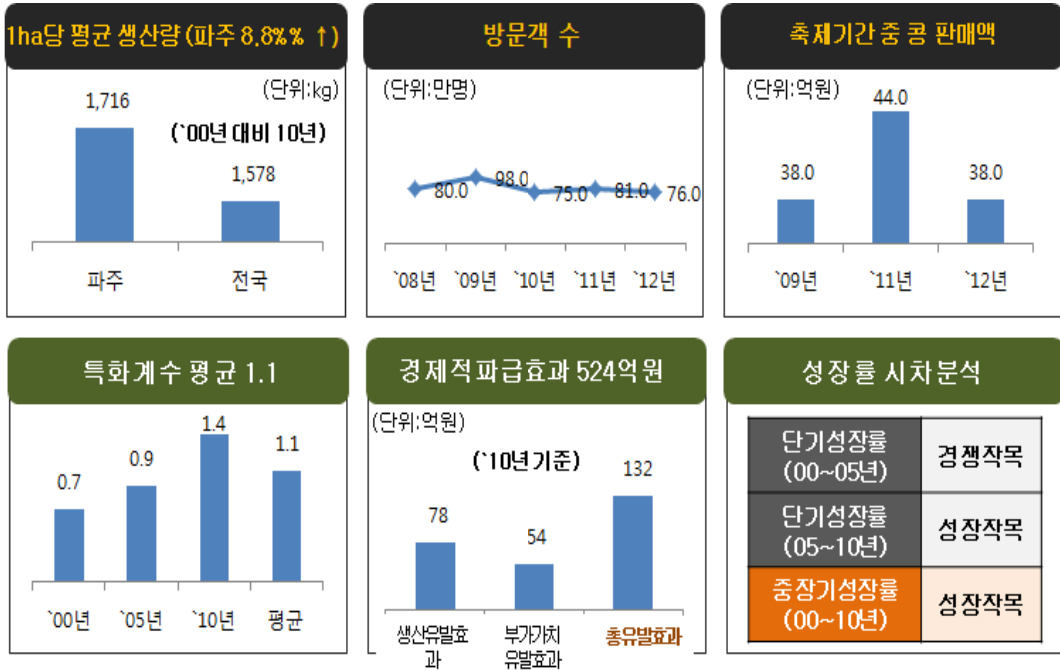
자료 : 이진홍외(2012), 경기농업 복합산업화 연구

2. 장단콩 산업의 잠재성장력

□ 장단콩 산업화과정에 나타나듯이 파주 장단콩은 산업화 초기에는 지역 콩 재배업의 성장이 타지역보다 성장잠재력이 높은 경쟁작목으로서 영주, 무안, 인제 등과 경합관계를 유지하며 발전하다가 2005년 이후 전국 콩 재배업의 성장과 함께 파주 지역의 콩 품목도 함께 성장하고 있는 성장작목으로 전환하여 성장잠재력이 높게 평가됨

- 이에 따라 2010년 생산액 48억원 기준으로 생산유발효과는 78억원, 부가가치유발효과는 54억원으로 추정됨(이진홍, 2012)

<그림 12> 파주 장단콩 잠재성장력 변화



자료 : 이진홍외(2012), 경기도지역 특화품목산업의 경제적효과 및 사례분석

IV. 국내외 사례

1. 국내 콩 6차산업화 사례

가. 연천 옥계 마을 사례

- 연천 옥계마을은 2005년 농촌전통테마마을로 시작하여 콩, 울무를 주테마로 한 체험농업 마을로 변모하고 있음
- 현재는 89가구 206명 (농가 54, 비농가 35가구)이 거주하며 다양한 마을발전을 이루며 체험관광마을사업에 지역주민 대부분이 참여

07, 10 테마마을 우수지도자 수상, 제7회 농촌어메니티 환경설계 공모전 입선, 살고 싶고 가고 싶은 마을 100선 선정 (09), 12년 농촌자원 경진(테마마을 활성화부분) 최우수상

- 농사체험, 산채체험 등 수확체험과 마을을 방문한 도시민을 상대로 한 두부 만들기 체험 그리고 주변 관광지견학체험을 마을의 수익모델로 삼고 있음

▶ 체험수익

농사체험(고구마, 울무, 참깨, 콩, 벼 수확등), 산채체험(고사리, 도라지, 두릅, 더덕, 인삼등), 식생활체험(된장, 고추장, 두부, 울무요리등), 물놀이 체험 및 별종위기종 두루미 탐조(임진강, 마거천), 태풍전망대 견학등



▶ 농산물반짝장터운영

연천역 앞에 개설한 16분 반짝장터 가 판매수익으로 작용하고 있으며 최근엔 인근에 생긴 드라마 세트전시장과 연계한 체험관광상품도 개발 중에 있음



- 이와 같이 연천 옥계마을은 마을회관 앞에서 두부만들기 체험을 통해 마을 방문객에게 인기를 얻고 있으나 체험두부 유통이 어려운 실정임. 상품을 좀 더 부가가치를 올리기 위해선 두부가공상품 개발이 시급하지만 가공공장이 마을회관에 있어 허가가 나지 않는 현장문제를 안고 있음
- 최근엔 연천 옥계마을 인근에 생긴 드라마세트 전시장과 연계한 체험관광상품 개발이 필요하며 이를 위해선 드라마세트장과의 상생방안과 이에 따른 수익 모델이 필요함
 - 현재는 옥계마을 방문객의 코스체험으로 드라마세트장이 활용되고 있지만 향후에는 드라마 세트장 대표의 노하우(축제, 행사기획)를 활용하여 마을체험 관광 상품을 고도화시킬 필요가 있음

나. 포천 교동마을 사례

- 포천 교동마을은 홍수로 마을을 새로 만든 곳이며, 현재는 24가구로 원주민 가구가 18가구, 나머지 6 가구가 이주민임
 - 이 마을은 리장과 대표가 분리되어 있으며, 경영은 대표가, 행정은 리장이 운영
 - 이에 따른 긍정적인 면은 의사결정을 빠르고 효율적이라는 사실이며, 마을공동사업은 대표가 맡아 일사천리로 처리

- 공동사업으로 추진하고 있는 클라이가르탕으로서 도시농업과 숙박업임. 펜션을 1년단위로 임대하고 주말농장도 운영하며 마을주민과 도시민의 공동체를 형성
 - 마을을 찾아오는 도시민에게 장독대를 분양. 장독 1개당 13만원. 꽤 많은 부가가치를 올리는 효자상품임. 장이 익어갈 때면 장을 언제든지 퍼갈 수 있음. 마을엔 장독대 경관을 유지하고 농가소득도 올리며, 도시민은 안전 친환경을 맛볼 수 있음
 - 지역주민은 기본적으로 자기 취미를 한 가지 씩 가지고 있으며, 그중에 하나가 꽃잎 따고 말려서 만든 차임. 이를 소득원으로 하기 위해 마을에서 판매하며 공동작업도 하고 있음
 - 농협 식사랑 농사랑 운동과 연계하여 식교육체험프로그램을 운영하고 있으며, 우리나라 쌀의 중요성을 알리는 요리체험이 주로 이루어지고 있음

- ▶ 마을 총괄 및 관리 : 마을대표, 총무
- ▶ 체험관리 : 마을사무장 등 5명(체험관, 주말농장)
- ▶ 체험관 주방 : 부녀회장 등 7명(식사, 식자재관리 등)
- ▶ 식 교육장 : 주민 4명(프로그램 개발 및 진행)
- ▶ 주말농장관리 : 내외부 각각 관리(13명)- 작물관리, 조정, 화단 등
- ▶ 누에장 운영 : 5명(누에 사육, 건물관리 등)
- ▶ 당나귀장 관리 : 2명(사육장관리 등)



- 포천 교동마을은 교육, 체험, 도시농업을 주테마로 하고 있지만 이를 가공, 판매하는데 한계를 지니고 있음. [국토의 계획 및 이용에 관한 법률] 에 따라 관리지역으로 지정되어 있어 이에 가공판매를 통해 사업을 다각화시키고 싶어도 체험상품, 직거래 정도만 가능한 실정임.

다. 시사점

- 연천 옥계마을과 포천 교동마을의 공통점은 농촌체험관광마을로서 체험상품을 개발하여 “찾아오는 마을”로 육성했다는 점임

- 체험상품을 유통상품으로 고도화시킬 수 있는 방법을 강구할 필요가 있으며 농촌관광을 통해 체험수익, 농산물판매수익을 동시에 올릴 수 있는 모델 발굴이 필요함. 특히 두부만들기 체험은 도시소비자에게 인기가 높아 체험 두부를 유통 두부로 개발하여 판로를 형성할 필요가 있음
- 체제형 주말농장인 클라이가르텐으로 소비자와의 교류가 활발해지면서 마을 브랜드 인기가 높아짐에 따라 지역 인근 문화관광장소와 연계한 관광코스 운영이 필요함
- 마을내 가공시설과 관련한 규제 개선을 위해 「소규모 식품제조·가공업 시설기준」을 완화하여 지자체 표준조례에 의해 시설비를 약 2천만원 절감한 사례참고
- 마을 가공사업 활성화를 위해 농업기술센터내 가공플랜트를 설치 운영하여 활용하는 방법을 강구하여 마을 가공시설은 체험용으로, 농업기술센터 가공플랜트는 가공유통용으로 각각 역할 분담하여 소비자와의 점점 확대

<표 4> 연천과 포천의 사례로 본 적용 및 시사점

구 분	내 용
연천 사례	연천 옥계마을은 농촌전통테마마을로 지정된 후 마을 주테마인 콩, 울무 인기(두부만들기 체험)가 높아져 찾아오는 소비자가 많아지고 있지만 이를 유통 상품화로 연계시키지 못함
포천 사례	포천 교동마을은 체제형 주말농장에서 출발하여 찾아오는 도시민이 많아지고 이에 따라 귀촌도 하는 이주민도 생기면서 마을체험상품도 공동개발 및 판매하고 있음(장독대, 꽃잎차, 식교육)
사례의 적용	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 농촌관광을 통해 체험수익, 농산물판매수익을 올리고 있음. 특히 두부만들기 체험은 도시 소비자에게 인기가 높음 ▶ 체제형 주말농장인 클라이가르텐으로 소비자와의 교류가 활발해지면서 마을 브랜드 인기가 높아짐. 이에 지역 인근 문화관광장소와 연계한 관광코스 운영
시사점	<p>농촌관광상품, 체제형주말 농장 체험상품을 유통상품화하는 수익모델 마련</p> <p>- 체험상품의 꾸러미 사업화</p>

2. 일본 에히메현(愛媛縣) 콩 6차산업화 사례¹⁾

가. 신성(新城)생산조합의 두부가공 사례

□ (유)신성생산조합 사례 개요

- 두부 제조, 판매로의 사업
 - 원재료는 전량 마을(集落)의 논 및 밭에서 재배. 연간 15ha에서 30t 생산
 - 원재료는 양질대두를 생산하는 것을 철저히 하고, 「만들고 버려지는 대두로부터 완성된 대두로」를 슬로건으로 하여 재배
 - 가공공장 : 면적 100㎡에 건설비 840만엔(차입: 470만+자기자금: 370만엔)
 - 두부 브랜드 : 콩(豆) 도락(道樂)의 형상화 - 「생산에서 가공판매까지 즐기면서 대두의 길을 극대화한다」는 목표로부터 두부의 애칭으로서 사용되고 있음. 회사전무가 직접 도안하여 상표등록

<표 5> 신성(新城)생산조합 현황

항 목	내 용
시설	두부·반찬 가공시설, 창고 2층 건물, 쌀 건조장
영업내용	대두 가공품, 쌀, 보리, 대두, 채소류 직판
경영주체	(유)신성생산조합
출 자 금	자본금 460만엔(5가구 5명)
설 립	1997 년 4 월 1 일 창립
경영규모	논 14.5ha, 밭 5ha, 시설배재 채소 25a, 기타(하우스 6동)
주요재배작물	쌀(청주제조 쌀 포함) 8.5ha, 대두·소맥 각 15ha, 과수 50a, 채소 30a 등
판매제품	대두 가공품, 쌀, 보리, 대두(콩), 채소류 직판
고 용 인	10명(정규직 4명, 비정규직 6명)

1)

□ 주요특징

- 방치된 휴경지를 활용하여 집락영농 실시
 - 예전에 신성지역은 경지가 대부분 포도경작지로 활용되고 있었으나, 점차 휴경지로 변하면서 농촌의 큰 문제로 대두되고 있었음
 - 이에 따라 신성생산조합법인을 설립하여 신성지역(80%)과 타지역(20%)의 일부 농경지를 활용하여 대규모 집락영농 실시. 현재 신성지역 휴경지의 95%가 농업생산에 이용되고 있음. 즉, 방치 농지라는 미 이용자원 활용의 좋은 사례임
- 농작물생산의 적자를 가공식품 판매를 통해 흑자로 전환
 - 신성법인에서는 약 24ha를 위탁받아 농산물을 판매하고 있으나, 현재도 단순 농산물 판매 부문에서는 적자가 발생하고 있음
 - 이를 해소하기 위해 콩 등을 이용한 가공식품의 생산 및 판매에 노력한 결과, 법인의 경영이 흑자로 전환됨
- 농기계이용 효율화에 공헌
 - 사업지구 내의 농기계이용 방식을 리스로 전환하여 효율화 실현
- 다양한 판매처 확보
 - 가공식품 및 1차 농산물 판매를 위해 다양한 유통망을 활용하고 있음
 - 판매처는 농산물 직판장 겸 식당인 돈부리관(50%), 관내 학교급식(15%), 호텔(5%), 레스토랑(2%), 기타(28%)
 - 판매장 : 돈부리관, 연꽃시장, JA 타노스지(田の筋) 점포, 마을내 요리집, 요시다키나하 이야, 세이요시 학교급식센터 2개소, 시내 현립 학교급식센터 2곳 미카메시오사이(三瓶潮彩)관, 마츠야마시내 반찬회사, 슈퍼, 미치야토(道後) 온천호텔 3곳, 마츠야마시내 요리점, 콩도락 점 식매
- 배당의 다양화 및 사업확대에 따른 배당금 증가
 - 농지별로 2년에 약 2~3모작을 하기 때문에 농지별 특성에 따라 농가의 배당금에 조금씩 차이가 있음
 - 사업초기에는 논외 지대로 10a당 1.2만엔을 농가에게 지급하였으나, 현재는 지대 1.2만엔과 수익배당 5만엔을 합하여 총 6.2만엔을 지급하고 있음

- 계약기간
 - 신성생산조합과 농민과의 계약은 10년을 기준으로 함
 - 농지임대차는 농지위원회 중계를 통해 농지임대차 계약서 작성
 - 신성생산조합과 판매처와의 계약기간은 특별히 정하지 않고 있으나, 가격에 대한 교섭은 1년 단위로 하고 있음

□ 시사점

- 농촌에서의 유희경지의 문제는 비단 일본 뿐 만아니라 우리나라에서도 큰 문제로 대두되고 있는 시점에서, (유)신성생산조합의 사례는 유희경지의 활용과 가공산업의 접목을 통해 사업의 다각화를 이루었다는 측면에서 높이 평가될 수 있음
- 즉, (유)신성생산조합에서는 농촌의 유희농지를 활용하여 농지 생산성 및 효율성을 높였으며, 또한 1차 농산물 생산 판매만으로는 회사를 운영할 수 없기 때문에 2차 가공식품의 생산을 통해 사업의 성장을 이루어 내었음
- 성공의 배경에는 직접 전업농으로서 다년간 농업을 해온 와타나베씨의 지역농업을 위한 신념과 헌신, 리더십, 경영능력이 크게 작용함
- 부산물인 비지로 쿠키와 도너츠를 개발하는 등 부가가치 향상을 위한 노력을 계속하고 있음

나. (주)동우화(東宇和)물산회관의 돈부리관(どんぶり館) 사례

□ 돈부리관 사례 개요

- 돈부리관은 세이요시(西矛市) 우와쵸(宇和町)에 위치하며, 지역내에서 생산되는 다양한 농산물과 가공품들을 한자리에 모아 판매하는 직판장과 레스토랑 등 부대 사업장을 운영하고 있음. 내방객은 1일 2천명 정도임
- 돈부리관내 레스토랑에는 매일 신선하게 제공되는 지역산 야채와 해산물을 활용한 다양한 메뉴들이 있으며, 수제 아이스크림이 인기가 높음

- 처음에는 4개의 초에서 출자하여 설립·운영하였으나 여러기관에서 운영하다 보니 상호 의견조율에 어려움이 있어, 4개 초, 농협, 어협, 상공회 등이 공동으로 출자하여 주식회사 형태로 새롭게 출발

<표 6> 돈부리관 현황

항 목	내 용
시 설	농산물 직판장, 특산가공품 판매장, 레스토랑, 꽃 시장, 수산물 시장, 젤라또 가게, 전체 면적 7,903m ²
영업내용	농산물 및 특산가공품 판매, 레스토랑
경영주체	(주)동우화(東宇和)물산회관 (돈 부리관)
자본금	자본금 5,000만엔(히가시우와 농협 600만엔 세이요시 상공회 200만엔, 세이요시 산림조합 150만엔, 아께하마 어협 50만엔 등)
설 립	2000년 4월 25일
총 사업비	총 사업비 2,722만 7천엔 (경영기반 농업구조 개선사업)
고용인	정직원 14명, 비정규직 7명

- 처음 직판장 개설시 농가들에게 농산물공급을 요청하였으나 위치가 안 좋다고 농가들이 공급을 꺼려함. 그러나 처음 판매를 시작한 양파가 잘 팔리는 것을 보고 농가들의 관심이 높아졌으며, 현재는 680명의 농가가 참여하고 있음. 특산물 가공품 판매 참여자는 255명임
- 새벽 4시에 오픈, 선착순으로 좋은 자리 차지할 수 있으며 매대를 여러 개 확보할 수 있음. 저녁 6시에 폐장
- 이용객 분포 : 세이오시 50%, 인근지역 30%, 고속도로 이용객 20%
- 판매 수수료 : 채소는 판매금액의 10%, 특산품은 15%

<그림 13> 돈부리관



□ 주요특징

- 새로운 환경변화에 빠르게 적응
 - 농산물 직판장은 오픈 이래 10년간 지붕이 없는 노천시장에서 농산물을 판매하였기 때문에, 농산물의 신선도 유지나 고객이용에 불편을 초래하였음
 - 또한 주변에 새로 개장한 농협의 직판장들이 냉·난방시설 및 캐리어 등을 설치하여 고객의 편의를 도모하면서 돈부리관 운영에 위협요소로 작용함
 - 이에 따라 2011년 3월 현재와 같이 냉·난방 시설 및 고객편의 시설을 갖춘 새로운 판매장으로 리모델링하여 고객의 이탈방지를 위해 노력하고 있음
- 농민 스스로의 학습기회 제공
 - 농가들이 공급하는 농산물은 잘 팔리든 잘 안 팔리든 농가들의 몫이므로, 잘 안 팔리는 농가는 잘 팔리는 농가의 농산물을 보고 영농기술을 향상하려고 노력함

○ 지산지소의 실천

- 돈 부리관에서 판매되는 농산물은 반드시 세요시 거주가가 세요시에서 생산한 농산물이어야만 함. 결과적으로 돈부리관이 지역 농산물의 지역소비 즉 지산지소를 실천하는 장이 되고 있음
- 예외적으로 이 지역서 생산되지 않은 사과나 바나나 등의 판매를 위해, 한 업체에게 영업권을 주어 판매하도록 하고 있음

○ 고품 소규모 농가에게 새로운 판로 제공

- 대부분의 고품 소규모 농가들이 기존의 유통조직에 참여하기에는 어려움이 있음. 돈부리관은 이러한 고품농가들에게 새로운 판매의 장을 제공함으로써, 소득창출과 함께 생활에 활력을 주고 있음

○ 고객유치를 위한 미끼상품의 판매

- 양파나 당근은 한 개에 50엔 정도로 싸게 판매되므로, 이것을 사러 오는 소비자가 많음. 이들 소비자는 양파나 당근 등 싼 제품을 사러 왔다가 다른 농산물도 구입하는 경우가 많기 때문에 경영활성화에 도움을 주고 있음

○ 지속적인 품질관리

- 기본적으로 농가가 직접 농산물을 진열하고, 판매후 남은 농산물은 본인이 직접 수거해가는 형태로 운영되고 있음
- 그러나 판매되는 상품중 품질이 좋지 않으면 직원이 자의적으로 매장에서 회수하여 더 이상 농산물이 판매되지 못하게 함. 또한 다른 농민들도 상품이 좋지 않은 것을 발견하면 직원에게 알려 품질관리를 위해 협력하고 있음

○ 운영자의 사명 의식

- 직원은 판매, 재무관리 그리고 품질관리를 하는 역할을 하지만, 가장 중요한 역할은 홍보 등 다양한 전략을 통해 물건을 많이 팔리게 하는 것이므로 이를 위해 노력하고 있음

○ 농협과의 관계

- 농협은 주로 전업농이면서 중·대규모 농가 중심으로 계통출하하고 돈부리관과 같은 농산물 직판장(Farmers' Market)은 주로 취미농, 고령농, 소농 출하가 중심임
- 그러나 미묘하게 경쟁관계가 있어, 농협이 돈부리관 운영에 적극적이지는 않음

□ 시사점

- 지역 농어민과 지자체 및 상공인 등이 공동으로 출자하여, 소규모 고령 농어업인을 위한 판매의 장을 마련해 주고 삶의 활력을 찾게 함
- 또한 단순히 농수산물외의 판매에서 그치지 않고, 농수산물 가공품의 개발, 지역 농산물을 활용한 외식사업 운영 등 1·2·3차 산업의 융합과 농상공 연대를 실현하고 있음

V. 파주 장단콩 6차산업화 여건분석 및 계획과제

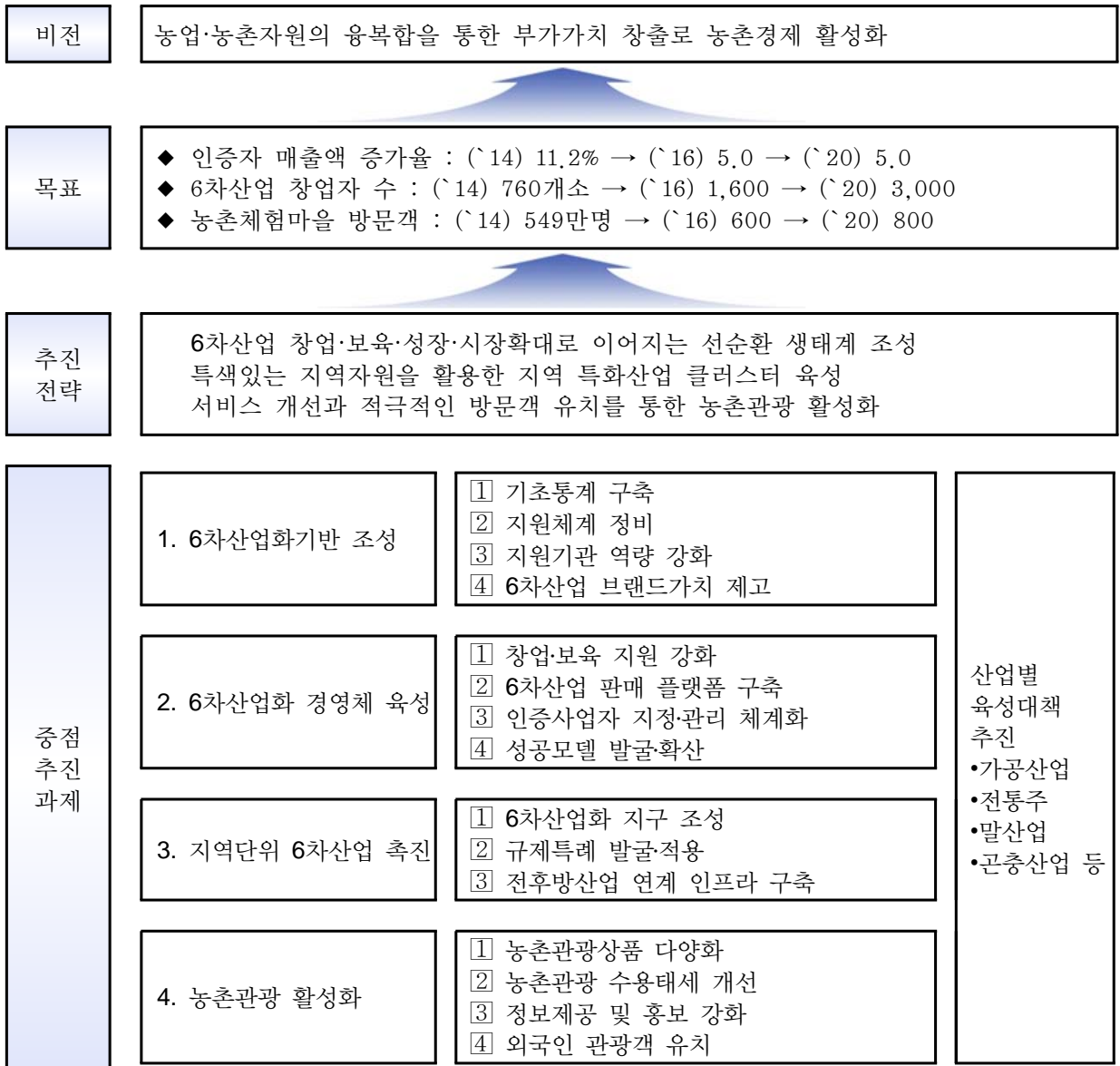
1. 상위계획의 검토

가. 농림축산식품부의 6차산업화 정책 검토

□ 6차산업화 정책 비전과 전략

- 농림축산식품부는 『제1차 6차산업 육성 기본계획(2016~2020년)』 수립하여 추진하고 있음

<그림 14> 농림축산식품부 6차산업화 발전전략의 비전과 추진전략



자료 : 농림축산식품부(2015). 2016~2020년 제1차 6차산업 육성 기본계획(안)

□ 중앙단위 정책 검토

- 6차산업 활성화를 위해 농림축산식품부는 2014년 6월 「농촌융복합산업 육성 및 지원에 관한 법률」²⁾를 제정하여 이를 근거로 각 도별 6차산업 활성화 지원센터를 설치하여 사업자 인증과 더불어 전문가 코칭, 지원프로그램 제공 등의 역할을 수행³⁾

- 6차산업 인증농가를 대상으로 지역실정에 맞게 전문가 풀(pool)을 구축하여 상담 및 코칭, 6차산업 창업지원, 우수사례·제품 발굴, 6차산업 지원정책 정보 제공 및 홍보 등의 기능을 수행하고 있음
- 그간 정책지원으로 6차산업 창업자 수 및 인증자 매출액 증가 등 성과를 올리고 있으나 판로확보 37%, 자금 20%, 인력 13% 등 경영체 애로사항이 나타나고 있음(`15.6월). 이에 2015년 12월 『제1차 6차산업 육성 기본계획』은 기추진 중인 제도와 관련 개선사항을 충실히 반영하여 조기성과 창출·확산에 초점을 둠
 - 인턴제·멘토링제 도입, 사업모델 발굴·사업화, 맞춤형 컨설팅, 농산물종합가공센터 확대 등을 통한 창업·보육 지원 강화
 - 성장가능성을 평가하여 6차산업 인증사업자를 선정 및 집중 관리하여 지역단위 6차산업화 확산 주체로 육성(`15.10월 기준, 544개소 인증)
 - 6차산업 제품에 대한 전용 유통경로 마련을 위해 6차산업 판매플랫폼 구축
 - 지역 특화산업 클러스터 육성을 위해 농산물 생산·가공·관광 등 지역자원이 집적화된 주산지를 ‘6차산업화 지구’ 지정 및 육성
- 지역단위 6차산업화 시스템 구축사업 전개
 - 지역 특화품목을 중심으로 생산·가공·유통·관광 등에 종사하는 경영체가 연계해 부가가치를 창출하는 체계임
 - 지역별·품목별로 6차산업화 시스템 후보군을 발굴한 뒤 후보군에 대한 가치사슬(생산·가공·유통·관광)을 분석하고, 분야별 문제점을 해결해 가치사슬을 효율화
 - 생 산 : 계약재배 확대, 들녘경영체 육성, 스마트팜 확대 등
 - 제조·가공 : 전처리 농산물 공급확대, 국산원료 사용 확대
 - 유통·수출 : 직매장, 공영홈쇼핑 등 신유통 확대, 우수제품 해외시장 개척
 - 체험·관광 : 관광자원간 연계, 접근성, 편의성 제고
 - 6차산업 활성화지원센터를 중심으로 지역별 6차산업 인증사업자 간 네트워킹 및 시스템 구축
 - ※ 인증사업자 조직화 → 향토산업육성 및 농촌자원복합산업화 등을 통한 협업 및 네트워킹 → 6차산업화 시스템 구축

2) 「농촌융복합산업 육성 및 지원에 관한 법률」은 2014년 6월에 제정하고 2015년 6월에 공포함. 법의 구성은 6장 43조이며 농업의 고부가가치화를 위한 기반을 마련하고 농업·농촌의 발전, 농촌경제 활성화를 도모하여 농업인과 농촌주민의 소득증대 및 국민경제의 발전에 이바지함을 목적으로 함.

3) 2014년 3월~5월 사이에 설치하여 전문위원의 현장 상담·코칭을 위한 전문가 풀(pool)을 각 센터별로 구성하고, 농식품부에서는 센터별 전문가와 중앙단위 전문가를 포함한 전국 단위 풀을 구성·공유하고 있으며 사업자 인증 및 사후관리, 현장 맞춤형 상담 및 코칭, 6차산업 창업지원 우수사례·제품 발굴, 6차산업 지원정책 정보 제공 및 홍보 등 기능수행

- 6차산업화 지구화 추진 : 산업 집적화 지역을 지구로 지정하여 클러스터화 지원 및 규제특례 적용

- ◆ 활기찬 농촌프로젝트를 통해 기업유치, 일자리 및 인력양성, 주거지원, 생활여거 개선 등 4개 유형 패키지 지원 (개소당 80억원)
- ◆ 생산관리지역내에서 판매, 체험, 숙박 등이 가능한 6차산업 융복합시설 허용(국토부 협의)

나. 경기도 콩 산업 육성 및 6차산업화 계획의 검토

□ 6차산업화 정책 비전과 전략

- 경기도는 농림축산식품부의 『제1차 6차산업 육성 기본계획(2016~2020년)』과 연계하여 경기도 농업·농촌 구조변화에 대응하고, 지속가능한 농업·농촌을 실현하기 위한 새로운 6차산업 추진 전략을 마련하였음
- 경기도는 풍부한 농촌관광 인프라 및 향토자원, 6차산업경영체 등 인력자원과 더불어 대규모 소비지 인접지역의 특성을 활용한 다양한 전략 마련

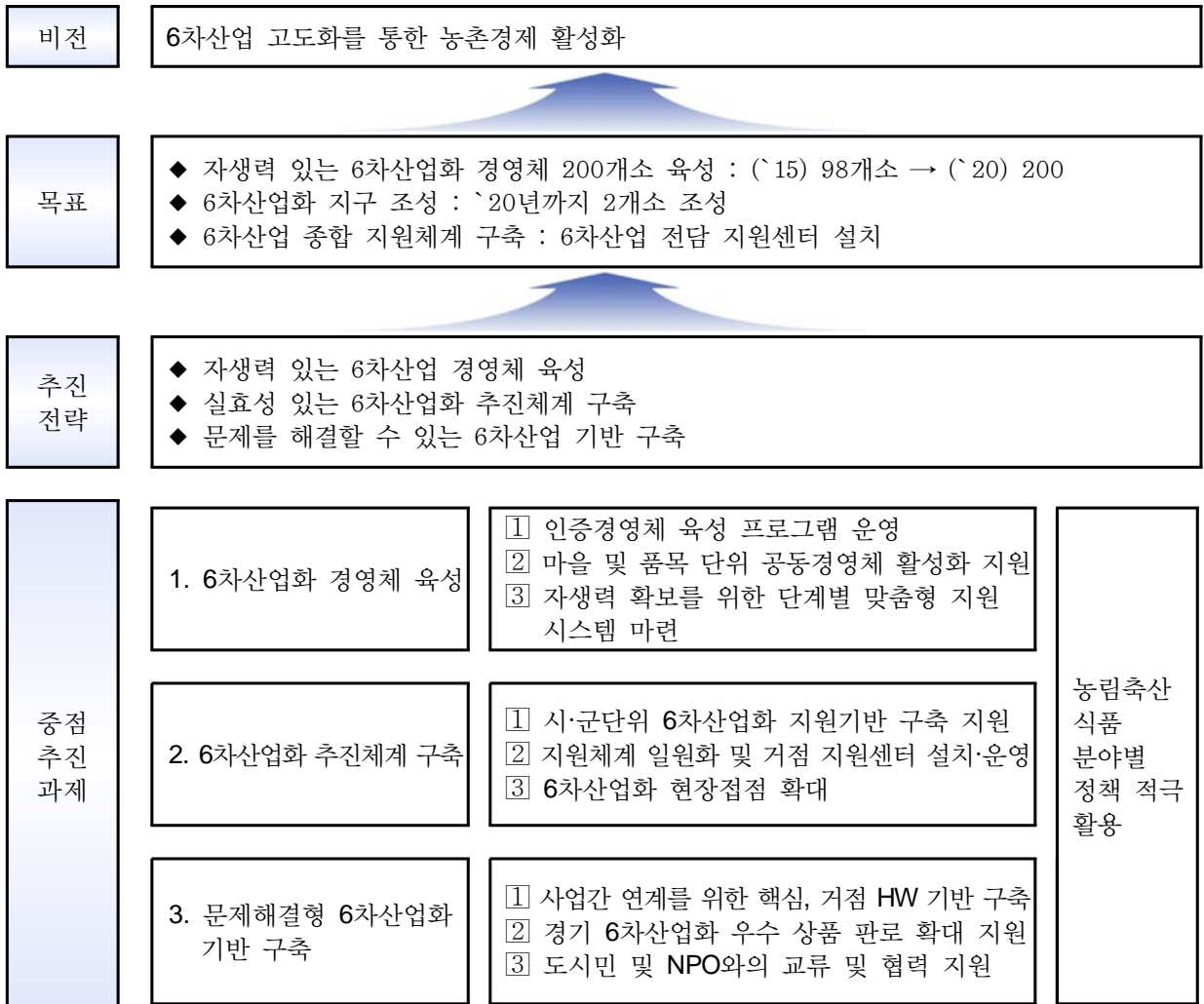
<그림 15> 경기 6차산업화 SWOT 분석

외부 요인	내부 요인	<ul style="list-style-type: none"> • 대규모 소비시장 인접 • 편리한 교통 인프라 보유 • 다양한 관광·문화 자원 보유 <p style="color: red; font-weight: bold;">강점 / strength</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 농가 양극화와 고령화 심화 • 6차산업화 지원체계 미흡 • 협업적 경영체 기반 및 자생력 부족 <p style="color: red; font-weight: bold;">약점 / weakness</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • 농업·농촌 가치에 대한 인식 변화 • 대량생산·소비 → 맞춤형 소량소비 증시 • 안전 농식품에 대한 수요 증가 • 농산업 융복합화 기반 확대 <p style="color: red; font-weight: bold;">기회 / opportunity</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 기 구축된 6차산업화 기반 점검 및 특화전략 마련 • 차별화된 콘텐츠 발굴 지원 • 신사업 추진을 위한 네트워크 강화 <p style="color: red; font-weight: bold;">S-O</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 6차산업화 관련 종합 지원체계 구축 • 기술, 자본, 정보 지원체계 강화 • 경영체 맞춤형 지원체계 구축 <p style="color: red; font-weight: bold;">W-O</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • 경기 침체에 따른 소비 둔화 • 도내 농업·농촌 비중 감소 • 관련 상품에 대한 소비자 신뢰 부족 • 관련 규제와의 상충 문제 빈번 <p style="color: red; font-weight: bold;">위협 / threat</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 6차산업화 상품 유통기반 마련 • 6차산업 활성화 제도 기반 확충 <p style="color: red; font-weight: bold;">S-T</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 6차산업화지원센터 역할과 위상 강화 • 중소농 참여유도를 위한 마을 공동체형 6차산업화 추진 • 거점 가공기반 설치·운영 지원 <p style="color: red; font-weight: bold;">W-T</p>

자료 : 경기도(2016. 2), 2016~2020년 경기도 6차산업 육성 기본계획

- 이러한 배경에서 경기도형 6차산업화 모델을 구축하기 위한 표준화된 프로그램을 개발하고 이를 바탕으로 연차별 목표를 달성해 나갈 수 있도록 『2016~2020년 경기도 6차산업 육성 기본계획』을 수립함

<그림 16> 2016~2020년 경기도 6차산업 육성 기본계획



자료 : 경기도(2016. 2), 2016~2020년 경기도 6차산업 육성 기본계획

□ 도단위 정책 검토

- 경기도에서는 개별 경영체 뿐만 아니라 마을·품목 경영체를 대상으로 인큐베이팅, 경영진단 및 비즈니스모델 컨설팅, 마을 만들기, 도농상생 등을 통해 자생력 있는 6차산업화 경영체 육성전략을 수립
- 이러한 경영체의 판로 확대를 위해 6차산업화 상품 생생마켓, 도시민 소비자교육, 꾸러미 투어 프로그램운영, 콘텐츠 육성 등을 전략에 반영

- 이와 같은 지원을 촉진시키기 위해 거점 6차산업지원센터 설치, 인력확충, 전담 부서 설치, 현장 모니터링, 시군 단위 계획수립 지원, 시군협의회 운영 등을 계획에 반영

[경기도 분야별 정책 검토 - 잡곡사업]

- 경기도에서는 잡곡재배 확대의 일환으로 계열화 경영체 육성, 논 타작물 재배지원, 콩 유통종합처리장 설치, 재배단지 조성, 계약재배 확대 등 경기 콩 확대재배를 추진하고 있음
 - 농가조직화를 통한 생산기반 확보·관리 및 수확후 건조·저장·가공 등 일괄처리시스템 구축
 - 콩 품질을 좌우하는 수확 후 산물관리 일괄처리로 콩 품질 고급화 추진

다. 파주시 콩 산업 육성 계획의 검토

□ 콩 산업 정책 점검

- 파주시는 장단콩의 안정생산과 부가가치 창출을 위해 생산, 가공, 유통, 관광과 연계한 6차산업화, 고부가가치 창출을 위한 마케팅으로 새로운 소득창출 여건을 만들고 있음
 - 영세한 생산구조 아래에서 지역 및 개인별 재배기술 격차를 해소하기 위해 고품질 다수확 품종개발 및 재배기술을 보급
 - ※ 용도별 부가가치 향상, 기계화 품질관리, 선도단지, 특산화 지원
 - 농가의 판로확대를 위해 축제, 농협수매, 전문음식점 및 가공업체 지정 등 산지유통망 확보에 주력하는 정책을 추진
 - ※ 생산이력제와 연계한 지역농협 수매, 가공업체와 직거래 확대, 상표 가치 증대, 상설 판매장 운영 등

□ 프로그램

- 파주 장단콩 산업 정책에 맞추어 지역경제 활성화와 지역 일자리 창출을 목표로 관광지와 연계한 「파주 장단콩 웰빙마루 단지」 조성 추진
- 장단콩을 활용한 생산, 가공, 판매, 체험 등이 가능한 종합시설로 조성하고, 지역 내 콩 생산 농가 나 관련 종사자와의 연계를 통해 장단콩 및 관련 산업의 경쟁력을 강화할 계획임

<그림 17> 파주 장단콩 웰빙마루 단지 조성지(안)



- 「파주 장단콩 웰빙마루 법인」⁴⁾을 플랫폼화하여 명품 장류 제조 및 생산, 파주 장단콩 장 체험프로그램 및 관광 상품화, 특화상품개발 및 판매장 및 음식점 조성으로 구성
 - 장류 생산은 계약재배, 전통방식 메주 생산, 지역 장류업체 장담기 및 관리, 장 판매를 통해 지역농민, 농협, 파주 출자 법인, 장류업체 협력관계 형성을 통해 추진
 - 판매장은 장단콩 등 지역특산물을 활용한 상품개발과 판매 홍보하고 음식점은 파주 장단콩을 메인으로 하는 다양한 종류의 음식점 조성

<표 7> 장단콩 관련 종합단지 조성

구 분	내 용
체험	전통장 체험 및 두부 체험
교육	장 담그기 교육 및 웰빙음식 관련 강좌· 교육, 지리적 특성을 살린 통일 및 안보교육
구매	장단콩 관련 제품 및 경기도 특산물 구매
식사	장단콩 웰빙음식점
숙박	주변 콘도미니엄 및 숙박시설, 농촌민박 활용
관광	10,000개의 장독대 및 산책길, 야외 빛 축제 등
확장요소	주변 프리미엄 아울렛과 연계한 쇼핑, 헤이리 및 출판도시와 연계한 관광코스 등

자료 : 파주시(2015), 파주 장단콩 웰빙마루 출자법인 설립 타당성 검토

4) 통일통산 인근의 시유지 46,000평에 260억(도비 100억, 시비농협 160억)원을 투자하며 파주시청이 65%의 지분을 갖고 파주시 출자법인 설립 및 운영

2. 6차산업화 요구도 결과분석

□ 조사개요

- 조사시기 : 2016년 7. 1 ~ 8. 30일
- 조사대상 : 대상자는 전문가 6명, 파주시 관내 공무원 및 산업체 등 9명으로 전체 15명으로 구성하여 선정하였으며, 이 중 파주시 관내 공무원 및 산업체는 파주시 1명, 농업기술센터 1명, 장단콩 웰빙마루법인 2명, 콩연구회 1명, 장류 가공업체 2명, 농촌체험농장 1명, 이업종업체 1명임
- 조사방법 : 대상자(파주 장단콩 6차산업화 발전전략 수립 워크숍에 참석한 전문가, 파주시 관계 공무원, 장단콩 웰빙마루 법인 관계자, 농업인, 농촌관광농장, 가공업체 등)에게 우편 또는 전자메일을 발송하여 조사 실시
- 분석방법 : 응답결과에 대한 기술통계 및 AHP 분석 실시

□ 조사항목 설계

- 파주 장단콩 SWOT 및 대응전략 도출결과를 토대로 조사표를 설계하였음
 - 조사표는 목표, 정책 수단, 사업에 대한 요구도 및 우선순위를 질문으로 구성되어 있음
 - 목표는 창업 및 일자리 창출, 장단콩 부가가치 증대, 농가소득 증진 등으로 구성
 - 정책수단은 경쟁우위강화전략(SO)으로서 소비자 교류 확대, 제약요인제거전략(WO)으로서 창업 및 보육지원, 컨설팅, 경쟁우위보완전략(ST)으로서 판로개척 지원, 문제해결전략(WT)으로서 장단콩 생산지원을 각각 구성

<표 8> 정책수단별 사업

정 책 수 단	사 업
• 창업 지원	창업코칭 지원
	시제품 생산 지원
	창업자금 지원
	기술지원
• 보육지원 및 컨설팅	교육 프로그램 운영
	인력교류 프로그램 운영
	가공시설 공동이용 및 가공상품 개발

정 책 수 단	사 업
• 판로개척 지원	관광 및 유통 상품화 지원
	안테너숍 설치 및 운영 지원
	샵인샵 입점 지원
	로컬푸드 직매장 설치 및 운영
• 소비자 교류 지원	스쿨푸드 지원
	체류형 관광 지원
	농촌관광 연계 지원
	소셜 다이닝 레스토랑 운영 지원
• 장단콩 생산 지원	계약재배 지원
	수매지원
	생산보조금 지원

□ 6차산업화 요구도 분석결과

- 요구도를 분석한 결과, 정책수단에서는 판로개척 지원 > 소비자 교류지원 > 장단콩 생산지원 > 창업 보육지원 및 컨설팅 순으로 나타났음
- 창업지원을 위해 기술지원의 요구도가 높았으며, 다음으로 시제품 생산지원, 창업코칭 지원, 창업자금 지원 순으로 나타났음
- 보육지원 및 컨설팅에선 가공시설 공동이용 및 가공상품 개발의 요구도가 높았으며, 다음으로 인력교류 프로그램 운영, 교육프로그램 운영 순으로 나타났음
- 판로개척 지원에선 관광 및 유통 상품화 지원의 요구도가 높았으며, 다음으로 샵인샵 입점 지원, 안테너숍 설치 및 운영지원 순으로 나타났음
- 소비자 교류 지원에서는 농촌관광농장 연계 지원의 요구도가 높았으며, 다음으로 체류형 관광, 스쿨푸드, 소셜다이닝 레스토랑 운영 지원 순으로 나타났음
- 장단콩 생산지원에서는 수매지원의 요구도가 높았으며, 다음으로 계약재배 지원, 생산보조금 지원 순으로 나타났음

<표 9> 파주 장단콩 6차산업화 정책 요구도

수 단	요구도		사 업	요구도	
	평균	표준편차		평균	표준편차
• 창업 지원	5.3	1.2	창업코칭 지원	5.4	0.9
			시제품 생산 지원	5.6	1.1
			창업자금 지원	5.3	1.2
			기술지원	6.0	0.8
• 보육지원 및 컨설팅	5.3	0.8	교육 프로그램 운영	5.1	0.9
			인력교류 프로그램 운영	5.3	0.9
			가공시설 공동이용 및 가공상품 개발	6.1	0.8
• 판로개척 지원	6.1	0.9	관광 및 유통 상품화 지원	6.1	0.9
			안테너숍 설치 및 운영 지원	4.7	1.3
			샵인샵 입점 지원	4.9	1.2
			로컬푸드 직매장 설치 및 운영	6.0	0.8
• 소비자 교류 지원	5.8	1.2	스쿨푸드 지원	5.4	0.9
			체류형 관광 지원	5.5	0.9
			농촌관광 연계 지원	5.7	1.1
			소셜 다이닝 레스토랑 운영 지원	5.1	1.1
• 장단콩 생산 지원	5.5	1.2	계약재배 지원	5.6	0.6
			수매지원	5.7	0.8
			생산보조금 지원	5.1	1.4

주 : 5점 리커트 척도 (1=전혀 필요치 않음, 5=매우 필요)

□ 사업우선순위 분석결과

- 사업별 우선순위를 분석한 결과, 1순위로서 관광 및 유통 상품화 지원, 가공시설 공동이용 및 가공상품 개발로 나타났으며, 2순위로서 가공시설 공동이용 및 가공상품 개발, 로컬푸드 직매장 설치 및 운영, 체류형 관광 지원, 창업 기술 지원으로 나타났음

<표 10> 사업우선순위 분석

수 단	사 업	사업우선순위		
		1순위	2순위	3순위
• 창업 지원	1. 창업코칭 지원	1(6.67)	1(6.67)	2(13.33)
	2. 시제품 생산 지원	1(6.67)	1(6.67)	-
	3. 창업자금 지원	-	1(6.67)	3(20.0)
	4. 기술지원	1(6.67)	2(13.33)	-
• 보육지원 및 컨설팅	5. 교육 프로그램 운영	-	-	-
	6. 인력교류 프로그램 운영	-	-	1(6.67)
	7. 가공시설 공동이용 및 가공상품 개발	4(26.67)	3(20.0)	3(20.00)
• 판로개척 지원	8. 관광 및 유통 상품화 지원	5(33.33)	1(6.67)	-
	9. 안테너숍 설치 및 운영 지원	-	1(6.67)	-
	10. 샵인샵 입점 지원	-	-	-
	11. 로컬푸드 직매장 설치 및 운영	1(6.67)	2(13.33)	2(13.33)
• 소비자 교류 지원	12. 스쿨푸드 지원	-	-	1(6.67)
	13. 체류형 관광 지원	-	2(13.33)	-
	14. 농촌관광 연계 지원	-	-	2(13.33)
	15. 소셜 다이닝 레스토랑 운영 지원	-	-	-
• 장단콩 생산 지원	16. 계약재배 지원	1(6.67)	-	1(6.67)
	17. 수매지원	-	-	-
	18. 생산보조금 지원	1(6.67)	1(6.67)	-
합 계		15(100)	15(100)	15(100)

주 : ()는 비중(%)을 나타냄

3. 6차산업화 계획과제 도출

□ 파주 장단콩 SWOT

○ 강점요인(Strength)

- 파주시는 배후시장으로서 서울시, 인천 등 수도권에 근접해 있어 1시간 이내에 접근이 가능하도록 편리한 교통 인프라를 갖추고 있음
- 역사문화 자원을 비롯하여 주변 프리미엄 아울렛과 연계한 쇼핑, 헤이리 및 출판도시와 연계한 관광코스 등을 관광인프라를 확보하고 있음. 특히 1997년부터 개최한 장단콩 축제의 명성으로 장단콩 브랜드 가치가 높음

○ 약점요인(Weakness)

- 파주 장단콩 생산농가는 0.5ha 미만 농가가 80.1%로 대부분을 차지하며 농가와 유통, 가공, 체험, 관광 관련 경영체간 가치사슬 체계의 효율성이 낮음
- 콩 관련 창업 및 보육을 지원할 수 있는 중간지원 기능이 부족한 실정이며, 특히 새로운 아이디어나 콘텐츠의 발굴 및 사업화에 대한 지원이 미비한 실정임

○ 기회요인(Opportunity)

- 건강하고 안전한 먹거리의 관심이 증대되고 있으며 특히 전통식품에 대한 소비가 증가하면서 장류, 두부 등 콩가공품에 대한 수요도 증가함
- 최근 여가문화의 확산으로 농업농촌이 쉼터로서의 기능이 부각되면서 관광객 수요가 증가함

○ 위협요인(Threat)

- 해외에서 콩 수입이 증가하고 수입산 콩과 국산 콩의 가격이 약 70% 차이가 나면서 대기업에서 수입산 수요가 커지는 등 국내산 콩 소비가 둔화되는 추세임
- 최근 기후변화 등 이상기상에 따른 콩 작황부진과 더불어 생산변동이 커지고 있음

<그림 18> 파주 장단콩 SWOT 분석

<p>강점(S)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 수도권 대규모 소비시장 인접 • 편리한 교통 인프라 (서울에서 1시간 이내) • 다양한 문화 관광지 보유 • 장단콩 인지도 및 브랜드 가치 	<p>약점(W)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 영세한 콩 생산규모 : 0.5ha미만 80.1% • 생산, 유통, 가공, 체험 관광 등 연계성 미흡 • 장단콩 산업관련 창업 및 보육 미흡 • 컨텐츠 발굴 지원체계 미흡
<p>기회(O)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 한류 및 전통식품 관심 및 기호도 증가 • 안전하고 건강한 먹거리로 소비패턴 변화 • 수입콩과 국산콩 차별화 유통환경변화 • 여가문화의 확산으로 관광객 증가 	<p>위험(T)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 콩 수입 확대에 따른 국산 콩 가격 영향 • 이상기상에 따른 콩 작황 불안정 • 대기업과 글로벌기업과의 경쟁 • 수입콩 이용확대로 국산콩 소비 둔화

□ 대응전략

- 경쟁우위강화전략(SO)
 - 소비자 교류 확대 지원을 위한 파주 방문 관광객의 고객화 전략 마련
 - 파주 방문객을 충성고객으로 전환하기 위해 일일 관광이 아니라 체류형 관광으로 발전될 수 있도록 농촌관광농장, 농가레스토랑과 연계한 기반마련이 필요함. 정부정책도 생산 관리지역 내에서 판매, 체험, 숙박 등이 가능한 6차산업 융복합 시설을 허용하고 있음
- 제약요인제거전략(WO)
 - 지역 내 일자리 창출 및 창업 활성화를 위해 창의적인 아이디어를 가진 소비자와 생산자 간 협업을 통해 스타트업 플랫폼 기반을 구축하여 실질적 지역역량 강화가 필요함
 - 창업농가 또는 관련 사업체가 창의적인 아이디어로 수익을 창출할 수 있도록 창업코칭, 시제품 생산지원, 창업자금 지원, 기술지원이 필요함
- 경쟁우위보완전략(ST)
 - 파주 장단콩의 수도권 소비트렌드 파악 및 홍보, 판매를 위한 판로개척 기반 설치 운영지원

- 파주 장단콩이 관광상품이자 유통상품으로 정착할 수 있도록 서울 등 주요 거점지역에 안테너숍(antenna shop), 주요 유통매장 내 숍인숍(shop in shop), 찾아오는 소비문화 정착을 위한 로컬푸드 직매장 등 관련 인프라 지원이 필요함
- 문제해결전략(WT)
 - 영세한 소농구조 하에서 낮은 생산성을 보완하고 시장수급에 탄력적으로 대응할 수 있도록 기술효율성이 높은 조직화 기반 마련
 - 안정적인 콩 생산 및 농가소득 안정을 위한 생산, 유통, 가공업체간 계약재배 지원전략을 마련하고 농협의 수매도 지속성 있게 추진할 수 있도록 안정적인 산지유통망 유지와 콩 생산 보조금 지원

<그림 19> 파주 장단콩 6차산업화 전략방향

	<전략방향>	<세부 내용>
경쟁우위강화전략 (S0)	소비자 교류 확대	파주방문 관광객의 고객화 전략 도입
제약요인제거전략 (W0)	창업 및 보육 지원, 컨설팅	창의적인 아이디어를 활용한 창업 스타트업 및 보육 지원 플랫폼 구축
경쟁우위보완전략 (ST)	판로개척 지원	관광 및 유통상품화 지원
문제해결방향성 (WT)	장단콩 생산지원	계약재배 확대 및 생산지원

VI. 장단콩 6차산업화 비전과 기본방향

1. 장단콩 6차산업화 비전 설정을 위한 검토

- 최근 콩 생산 및 교역이 증가하고 있는 가운데 국내 콩 수입량은 매년 증가하고 있으며 수출도 소폭 증가 추세
 - 국내 생산은 재배면적과 생산량이 감소하고 있지만 파주 콩 생산은 연평균 3.7% 증가
- 파주는 콩 특산화를 위해 1997년 장단콩 축제를 기점으로 브랜드화를 추진하고 이를 통해 가공산업과 외식산업도 육성하여 다각화시킴
- 이와 같은 여건 속에서 파주시는 장단콩 산업의 고부가가치화를 위해 새로운 6차산업화 전략 모색이 필요하며, 이를 위해 상위계획과 SWOT, 니즈(needs) 분석 결과를 토대로 비전과 추진방향을 설정할 필요가 있음
 - 중앙, 도, 시군상위계획 검토
 - 농림축산식품부는 「농촌융복합산업 육성 및 지원에 관한 법률」 제정에 따라 6차산업 활성화 지원센터를 각 도별로 설치하여 6차산업 사업자 인증, 정책지원, 컨설팅을 추진하고 있으며
 - 최근에는 『제1차 6차산업 육성 기본계획(2016~2020년)』를 수립하여 6차산업 경영체 매출액 증대, 창업자 수 및 농촌관광 방문객 수 확대를 위해 선순환 생태계 조성, 특화산업 클러스터 육성, 농촌관광 활성화 정책을 추진
 - 경기도는 농림축산식품부의 기본계획과 연계하여 풍부한 농촌관광 인프라 및 향토자원, 인력 자원과 더불어 대규모 소비지 인접지역의 특성을 활용한 다양한 전략을 마련하고 있음
 - 최근에는 『2016~2020년 경기도 6차산업 육성 기본계획』을 수립하여 자생력 있는 6차산업화 경영체 200개소 육성(`20년까지), 6차산업화 지구 조성(`20년까지 2개소) 정책을 추진
 - 또한 부문계획으로서 잡곡확대사업이 계약재배, 산지유통종합처리장(SPC), 경영체 계열화 등 정책을 통해 추진되고 있음
 - 파주시는 장단콩 특산화 및 브랜드화 정책의 일환으로 콩 축제, 가공업체 육성, 전문음식점 육성을 통해 다각화 정책을 추진하고 있으며
 - 최근에는 파주시 출자법인을 출범하여 장단콩을 활용한 생산, 가공, 판매, 체험 등 종합 시설로서 파주 장단콩 웰빙마루 단지를 조성할 계획임

- 향후 장단콩산업의 지속가능한 성장과 부가가치 증대를 위해서는 상위계획인 농림축산식품부 기본계획, 경기도 기본계획을 바탕으로 생산, 가공, 유통, 관광을 연계한 지역단위 6차산업화 시스템 구축이 필요함
 - 파주 장단콩산업이 6차산업화로 발전하기 위해서는 종합시설인 장단콩 웰빙마루 단지가 지역단위 6차산업화 시스템의 플랫폼이 되어야함
 - 콩산업 관련 경영체가 장단콩 웰빙마루 생태계에 자생할 수 있도록 웰빙마루 단지를 플랫폼화하고 경영컨설팅 및 비즈니스모델 제공, 판로제공, 창업 지원 등을 통해 가치사슬을 효율화시킬 필요 있음
 - 6차산업 창업 또는 사업의 확장, 개선 계획이 있는 사업자의 접근성을 높여 농가소득증진, 일자리 창출 및 지역경제 활성화로 이어져야 함

- 경기도 6차산업 전략에 맞추어 분야별 정책인 잡곡사업, 특히 경기 콩산업 육성 측면에서 파주 장단콩 웰빙마루가 거점이 되어 중간지원기능을 수행할 필요가 있음
 - 파주, 연천, 포천 등 경기북부지역의 콩 주산지를 특화품목 클러스터로 육성할 수 있도록 6차산업 지구 지정 및 지역단위 6차산업 시스템이 구축될 수 있도록 검토 필요
 - ※ 파주에서 연천, 포천으로 지역을 확대하여 농촌관광자원(연천 옥계마을, 포천 교동마을 등)을 추가 확보하고 생산, 유통, 가공, 체험 및 서비스 관련 참여 경영체의 확장적 검토가 필요함

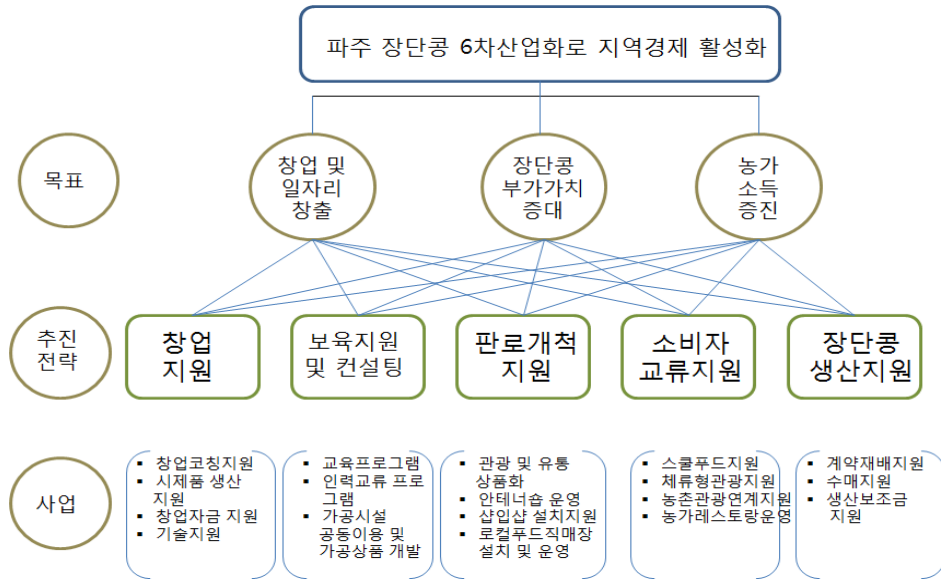
- SWOT 및 니즈 분석
 - 영세한 생산구조와 콩 수입 확대로 대내외 여건이 불리한 상황이지만 파주는 배후시장으로서 수도권에 근접하고 있으며 관광자원 보유와 방문객 증가로 장단콩 산업이 발전할 수 있는 잠재력을 보유하고 있음. 이를 바탕으로 파주 방문객의 고객화, 판로개척, 스타트업 활성화로 파주 장단콩의 부가가치를 높일 필요가 있음
 - 요구도 분석결과를 토대로, 판로개척지원>소비자교류지원>생산지원>창업 및 보육컨설팅 지원 순으로 사업 및 과제를 도출함

2. 장단콩 6차산업화 비전과 전략

□ 비전체계

- 농림축산식품부, 경기도 기본계획, 파주시 정책과 연계한 비전 목표 설정
 - 새롭게 제시되는 비전은 파주 장단콩, 6차산업화, 지역경제 활성화를 키워드로 설정
 - 비전 달성을 위한 목표로 창업 및 일자리 창출, 부가가치 증대, 농가소득 증대로 제시
 - 추진 전략으로서는 파주 장단콩 웰빙마루를 플랫폼화하여 ①창업지원 ②보육지원 및 컨설팅 ③판로개척 지원 ④소비자 교류지원, ⑤장단콩 생산지원 등 다섯 가지를 제시

<그림 20> 파주시 장단콩 6차산업화 비전과 전략



□ 단계별 로드맵

- 1단계 : 기반정비
 - 그간 추진해 온 파주 장단콩 6차산업 관련 사업에 대한 전반적 점검과 여건 분석을 바탕으로 장단콩 6차산업화 지원체계 정비
 - 파주시 : 도 및 관련시군, 유관부서 협의체 구성 및 운영, 6차산업 육성기본계획 및 지원방안 수립
 - 장단콩 웰빙마루 단지 및 법인 : 전문가 풀 네트워크 운영, 창업 및 보육지원 컨설팅, 판로개척 지원, 소비자교류지원 등

- 농업기술센터 : 장단콩 생산지원(계약재배, 계열화경영체 육성, SPC 운영, 고품질 재배 및 가공기술 보급), 생산이력제, 가공업체 및 음식점 육성 등
- 파주 장단콩 웰빙마루 플랫폼 구축 및 기반조성
 - 지역단위 6차산업 시스템 구축 : 웰빙마루 단지를 중심으로 생산, 유통, 가공, 체험 및 서비스 관련 경영체 연계 구축, 농림축산식품부 및 경기도가 지원하는 6차산업시스템 사업 사전준비
- 2단계 : 운영시스템
 - 장단콩 웰빙마루 단지를 중심으로 관련 시군, 유관기관(농업기술센터, 대학 등)과 협력하여 창업지원, 보육지원 및 컨설팅, 판로개척 지원, 소비자 교류지원, 장단콩 생산지원 등 전략사업 추진
 - 장단콩 웰빙마루 단지는 지역 단위 6차산업화 기반을 구축하기 위해 농식품부 지구구성 사업 참여 추진
 - 장단콩 웰빙마루 단지 내외 참여자 협동조합 설립(시 및 웰빙마루법인, 단지내 체험, 교육, 구매, 식사, 숙박, 관광 관련 경영체 및 생산농가, 창업자, 가공업체, 음식점, 농촌 관광농장, 관광지 등)을 통해 웰빙마루 수익 선순환체계 마련
 - 리빙랩(living lab) 모델의 장단콩 웰빙마루 단지 적용 및 확산

<표 11> 장단콩 웰빙마루 수익모델

구 분		내 용
고객목표		파주시 40%, 인근지역 30%, 자유로 이용객 30%
수 익 원		수수료 수입에 따른 출자금 배당 (숙박, 체험, 관광 및 판매금액의 5~15% 검토)
단지운영		협동조합방식 도입(협동조합 설립) - 시 및 웰빙마루법인, 단지내 체험, 교육, 구매, 식사, 숙박, 관광관련 경영체 및 생산농가, 창업자, 가공업체, 음식점, 농촌관광농장, 관광지 등
창업지원 (스타트업)		창업 및 보육 지원 플랫폼 기능 도입 : 리빙랩 모델 - 창업코칭, 시제품 생산, 창업자금, 기술지원 - 교육프로그램, 인력교류 프로그램, 가공공동이용시설 설치 및 상품개발 - 지원 대상 : 콩, 장류, 두부, 두유, 콩기름, 콩베이커리, 콩떡, 콩나물 등 상품개발 관련 창업
비즈니스		냉·난방 시설 및 고객편의 시설을 갖춘 새로운 농가 레스토랑 및 지산지소 직매장을 중심으로 숙박, 판매이외에 파주, 연천, 포천까지 포함하는 체험, 관광상품을 개발하여 비즈니스 전개
분야별	숙박	웰빙마루 단지 내 숙박이 가능하도록 법률적 검토(규제완화 건의) - 최근 생산관리지역내 숙박허용 (국토교통부)
	판매	농가 레스토랑, 지산지소 직매장 및 파머스 시장 개설, 가공공동이용시설연계 꾸러미 사업 전개 (콩, 장류, 두부, 두유, 콩기름, 콩베이커리, 콩떡, 콩나물 등)
	체험관광	장류 체험 뿐만 아니라 두부만들기, 두유, 콩기름, 콩나물, 콩 베이커리 등 콩 관련 체험 프로그램 운영 및 체험상품의 유통상품화
	홍보 및 판로개척	안테너숍 및 스킨숍 설치를 통한 파주 장단콩 홍보 및 전시 판매, 관광 및 체험객 모집 등 - 농촌관광농장, 농가레스토랑, 체류형 관광시설 매칭 - 상품 : 콩, 장류, 두부, 두유, 콩기름, 콩베이커리, 콩떡, 콩나물 등

○ 3단계 : 성과확산

- 장단콩 웰빙마루 단지를 중심으로 협동조합을 설립하고 수익이 지속적으로 발생할 수 있도록 농가 레스토랑 및 직매장, 숙박, 체험, 관광이 선순환하는 생태계 구축

Ⅶ. 부문별 계획

1. 창업 및 보육지원을 위한 리빙랩(Living Lab) 모델 도입

□ 목적

- 농업농촌의 고령화, 영세성, 양극화 등 사회경제적 요구에 부응
- 장단콩 6차산업 리빙랩 모델적용으로 창업 및 일자리 창출에 부응

□ 추진방향

- 참신한 아이디어를 가진 제공자와 사업화를 희망하는 6차산업 경영체를 연계시키는 리빙랩(문제해결형 아이디어 플랫폼)을 유형별로 개소
- 새로운 아이디어의 시장진출을 돕고 6차산업활성화 지원센터와의 연계협력 및 지역농업 혁신유도

□ 기능

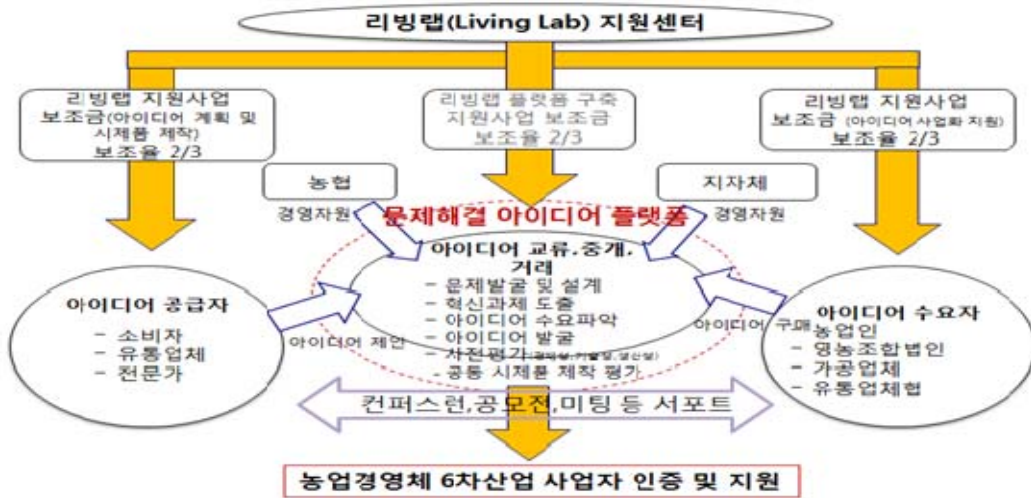
- 국내 아이디어 제공자와 유망 6차산업 경영체와의 중개, 거래 촉진
- 6차산업 현장문제 발굴 및 혁신과제 기획(테스트도구제공, 시제품생산, 판매, 창업 등)
- 아이디어 수요 파악 및 평가 (경제성, 기술성, 시장성)
- 컨퍼런스, 공모전, 미팅 등 교류협력

□ 리빙랩 운영모델

- 6차산업 경영체가 해결하기 원하는 문제에 대해 아이디어를 공모 발굴하여 창업·사업화와 더불어 지속가능한 비즈니스까지 확장시킬 수 있도록 정부개입보다 창의적인 아이디어를 민간 스스로 거래하기 위한 ‘쌍방향 문제해결형 아이디어 플랫폼’ 조성
- 아이디어의 사업화를 위해서는 수시로 자유롭게 만날 수 있는 교류의 장 마련과 더불어 미국 실리콘밸리처럼 인큐베이터, 컨퍼런스, 미팅 장소, 카페 등이 수시로 마련되듯이 아이디어 교류 인프라 마련 시급함

- 아이디어에 대한 사전평가제를 실시하여 창업 및 사업화 전 정량적 정성적 평가와 컨설팅이 이루어질 수 있도록 플랫폼 마련

<그림 21> 리빙랩 운영모델



자료 : 이진홍외(2015), 특특 ~ 아이디어를 통해 본 6차산업 사례 및 활성화 방안

<표 12> 유형별 리빙랩 운영모델

	가공/음식		유통	체험/관광
6차산업 혁신유형	가공플랜트유형	지역농산물 활용유형	로컬푸드 직매장 유형	농촌관광마을 유형
운영목적	가공 플랜트를 테스트 베드로 하여 소규모 농가의 상품개발 지원 및 생태계 조성	지역농산물 활용을 극대화시키기 위한 유통상품 개발 지원	찾아오게 하는 로컬푸드 직매장모델 개발 및 사업화 지원	수도권 소비자와의 네트워크 구축 및 마을상품 유통화
테스트 도구	3D프린터 및 가공플랜트 이용 테스트 활용	수확후 관리기술 및 포장 디자인 시제품 생산 테스트 실시	직매장과 연계한 체험관광 프로그램 개발 테스트 실시	ICT 기술을 활용한 어플리케이션 개발 및 테스트 실시
네트워크 그룹	지역농산물종합가공센터 연계하여 지역 소규모 농가, 가공업체, 유통업체 등 멤버십 참여	지역농민과 농협 제조업의 계약재배를 통해 관계성 증대	소비자, 농민 등 네트워크 참여형 관계성 증대	소비자, 마을주민, 특산물 생산농민 등 협동적 관계성 증대
자금운용 및 성과공유	초기투자비 보조 개방형 멤버십에 의한 모금 및 배당	초기투자비 보조 운영비 자부담	초기투자비 보조 직매장 사업에 참여하는 소비자 모금 및 배당	초기투자비 보조 농촌관광사업에 참여하는 소비자 모금 및 배당

□ 기대효과

- 지역단위 리빙랩 활성화로 아이디어 창업활성화 및 일자리 창출
- 6차산업 현장문제를 해결하는 아이디어의 발굴 및 확산으로 가치창출체계 변화

2. 소비자 교류 및 판로개척 지원

□ 목적

- 장단콩 및 관련 농산물 유통, 창업 개발상품, 가공 및 외식상품, 체험 및 관광 상품의 판로개척
- 지속적인 소비자 교류를 통한 충성고객 확보

□ 추진방향

- 판로개척은 장단콩 웰빙마루 단지 직매장 및 레스토랑을 중심으로 한 지역내 판매와 안테너 슝 및 슝인슝을 중심으로 한 지역의 판매로 접근하여 판로개척 지원
- 냉·난방 시설 및 고객편의 시설을 갖춘 새로운 농가 레스토랑 및 지산지소 직매장을 중심으로 숙박, 판매이외에 파주, 연천, 포천까지 포함하는 체험, 관광 상품을 개발하여 비즈니스 전개
- 창업 개발 상품의 시장진출을 도울 수 있는 판로개척 지원 체계 마련

□ 주요내용

- 관내 생산 및 소비체계가 주요 수익원이 될 수 있도록 사업추진
 - 파주시 및 인근 지역 주민이 콩 및 관련 상품의 주요 고객이 될 수 있도록 지산지소 직매장과 농가레스토랑을 핵심시설로 하여 체험, 관광, 문화 상품을 연계하는 구조 정착 필요
 - * 매출액의 50%이상을 파주시 및 인근지역에서 도출

- 소비자 교류 확대 지원을 위한 파주 방문 관광객의 고객화 추진
 - 파주 방문객을 충성고객으로 전환하기 위해 일일 관광이 아니라 체류형 관광으로 전환될 수 있도록 농촌관광농장, 농가레스토랑과 연계한 기반마련이 필요함. 정부정책도 생산관리 지역내에서 판매, 체험, 숙박 등이 가능한 6차산업 융복합시설을 허용하고 있어 웰빙마루 단지내 숙박시설 설치 지원
- 파주 장단콩의 수도권 소비트렌드 파악 및 홍보, 판매를 위한 판로개척 기반 설치 운영지원
 - 파주 장단콩이 관광상품이자 유통상품으로 정착할 수 있도록 서울 등 주요 거점지역에 안테너숍(antenna shop), 주요 유통매장내 스킨숍(shop in shop), 찾아오는 소비문화 정착을 위한 로컬푸드 직매장 등 관련 인프라 지원

<표 13> 숙박, 판매, 체험관광 및 홍보, 판로개척 지원내용

구분	비즈니스 내용
숙박	웰빙마루 단지 내 숙박이 가능하도록 법률적 검토(규제완화 건의) - 최근 생산관리 지역 내 숙박허용 (국토교통부)
판매	농가 레스토랑, 지산지소 직매장 및 파머스 시장 개설, 가공공동이용시설 연계 꾸러미 사업 (콩, 장류, 두부, 두유, 콩기름, 콩가루 콩나물 등)
체험관광	장류 체험뿐만 아니라 두부, 두유, 콩기름, 콩베이커리, 콩떡, 콩나물 등 관련 체험프로그램 운영 및 체험상품의 유통상품화
홍보 및 판로개척	안테너숍 및 스킨숍 설치를 통한 파주 장단콩 홍보 및 전시 판매, 관광 및 체험객 모집 등 - 농촌관광농장, 농가레스토랑, 체류형 관광시설 매칭 - 상품 : 콩, 장류, 두부, 두유, 콩기름, 콩베이커리, 콩떡, 콩나물 등

□ 기대효과

- 파주 장단콩의 부가가치(숙박, 판매, 체험관광)를 증대시킴으로서 지속적인 수요 창출
- 지역 내외부 충성고객 확보로 지역경제 활성화에 기여

3. 장단콩 생산지원

□ 목적

- 장단콩의 안정적 생산 및 공급을 위해 생산 유통 인프라 지원 확대
- 콩 생산농가의 지속적인 소득증대로 이어지도록 장단콩 웰빙마루와 연계협력 강화

□ 추진방향

- 해외에서의 콩 수입 및 이상기상에 대응할 수 있는 품질 고급화 기술 개발 및 보급 추진
- 영세한 소농구조 하에서 낮은 생산성을 보완하고 시장수급에 탄력적으로 대응할 수 있도록 기술효율성이 높은 조직화 기반 마련

□ 주요내용

- 국산 콩 시장을 리드하는 과주 장단콩 품질 고급화 기술개발 보급
 - 해외에서의 콩 수입이 증가하고 수입산과 국산콩 간 가격차이 증대로 대기업 등에서는 수입산 수요가 커지고 있으며, 국내에서는 최근 기후변화 등 이상기상에 따른 콩 작황 부진과 더불어 생산 변동이 커짐
 - 이에 따라 과주 콩의 품질 차별화 및 안정적 생산을 위해 용도별 신품종 도입 및 재배 기술 보급, 농가조직화, 생산이력제, GAP 및 친환경인증 콩 생산 확대 등 기술지원
 - 콩 용도별 가공기술을 개발하여 농가맞춤형으로 기술보급을 하고 특히 최근 수요가 높아지고 있는 소비트렌드를 반영한 가공상품 개발 및 보급
- 장단콩 생산 유통 인프라 구축
 - 경기도에서 추진하고 있는 잡곡재배 확대사업과 연계하여 SPC, 계열화경영체 지원사업에 참여하여 농가조직화 추진
 - 농가소득 안정을 위한 생산, 유통, 가공업체간 계약재배 지원전략을 마련하고 농협의 수매도 지속성 있게 추진할 수 있도록 안정적인 산지유통망 유지와 콩 생산 보조금 지원

- 장단콩 웰빙마루단지와의 연계 강화 추진
 - 장단콩 웰빙마루 단지를 거점으로 한 생산, 유통, 가공, 체험 및 관광서비스를 연계한 6차 산업화 전개가 예상되므로 이에 따른 생산농가 조직화, 생산이력제, 가공 및 음식점 육성, 가공상품 개발 등 지원체계 정비
 - 파주시, 장단콩웰빙마루, 농업기술센터, 관련 농가 및 산업체 네트워크 참여

□ 기대효과

- 장단콩 생산지원 및 계약재배 확대에 따른 공급 안정으로 예측 가능한 유통 및 판매 기여
- 장단콩 웰빙마루와의 연계성 강화로 안정적인 농가소득원 확보

부 록

농림축산식품분야 6차산업화 정책지원사업 현황

농림축산식품부가 발간한 6차산업화 지원정책(메뉴얼, 2014)

6차산업 창업 또는 사업의 확장, 개선 계획이 있는 사업자에게 지원정책에 대한 정보의 접근성을 높여 주고, 누구나 손쉽게 이용할 수 있도록 농림축산식품부 등 17개 기관과 9개 지자체가 추진하고 있는 6차산업화 관련 219개 지원정책을 금융, 컨설팅, 교육, 수출, R&D, 인증 등 분야로 분류하고 있음

6차산업화 지원정책 현황

지원기관 \ 지원분야	합계	금융	컨설팅	교육	수출	R&D	인증	시설 지원	마케팅	체험·관광	지역 개발
합계	219	17	23	9	26	25	18	38	39	20	4
농림축산식품부	24	1	2				8	5	2	3	3
농촌진흥청	6							4		2	
산림청	8		1	1				2	3	1	
한국농수산물식품유통공사	47	4	11	1	15			1	13	2	
한국농어촌공사	5			1					1	3	
농림수산물교육문화정보원	2			1					1		
농림수산물기술기획평가원	4					4					
한국식품연구원	2		1			1					
한국식품산업협회	2				2						
농협중앙회	8	2							3	3	
산림조합중앙회	2	1			1						
한국마사회	3			1	1					1	
농업기술실용화재단	12		2	1		5	3		1		
농업정책자금관리단	1	1									
중소기업청	24	4	4	3		11	1		1		
식품의약안전처	1						1				
한국발명진흥회	10					3	2	5			
지방자치단체	58	4	2		7	1	3	21	14	5	1

출처 : 농림축산식품부, 2014, 6차산업화지원정책 메뉴얼

◆ 분야별 정책의 항목별 주요내용

- ① 금 융 : 시설설치, 장비구입, 리모델링 등에 필요한 자금을 융자지원
- ② 컨설팅 : 농기업체, 마을공동체 등의 기술개발, 경영개선, 6차산업화 계획수립과 추진 등을 지원
- ③ 교 육 : 6차산업화 추진 주체의 역량강화를 위해 식품, 제조·가공, 수출 등에 대한 교육 지원
- ④ 수 출 : 농기업체가 생산한 제품의 수출 촉진을 위해 수출상품화, 수출물류비, 국제박람회 참가, 수출 바이어 초청 등을 지원
- ⑤ 연구개발(R&D) : 신제품 개발, 기능성평가, 제품·공정개선, 기술이전 등을 지원
- ⑥ 출원, 인증 및 평가 : 유기가공식품 인증, 이력추적관리, 특허출원 등을 지원
- ⑦ 사업·시설지원 : 농업인, 농기업체 및 지역의 6차산업화 사업지원
- ⑧ 마케팅·브랜드·디자인 : 농촌기업 생산제품의 판매촉진을 위해 마케팅·홍보, 로컬푸드, 유통품평회, 박람회 등 개최
- ⑨ 체험관광 : 농촌체험휴양마을 조성, 민박, 관광농원, 농촌교육농장 등을 지원
- ⑩ 지역개발 : 마을종합개발, 농촌공동체 활성화 등 지역개발사업 지원

농림축산식품부 6차산업화 정책지원사업 목록

담당기관(부서)	사업명	주요 내용	
농식품부 (농촌산업과)	6차산업화 지구	사업 목적	• 농촌자원을 활용하여 1차2차3차 융복합을 촉진하여 지역특화산업 클러스터 육성
		지원 대상	• 지자체 * 발전계획에 포함된 경영체
		자격 요건	• 1차·2차·3차 관련 산업주체, 학계, 연구계 등 관련기관이 참여하는 협의체(사업단) 구성하여 지역 6차산업화 발전계획 수립
		지원 내용	• 생산·가공·유통·관광 및 전후방 연관산업의 종합적 발전을 도모하기 위한 H/W 및 S/W 사업 * 단 H/W 지원은 50% 이내 * 지원제외 : 토지매입비, 인건비, 일회성 행사비 등
		지원 조건	• 지구당 30억원(국고 50%, 지방비 50%) * 3년차 사업 : 1년차 30%, 2년차 30%, 3년차 40%
		예산	• `16년 450백만원
농식품부 (농촌산업과)	6차산업 지원 프로그램	사업 목적	• 지역단위 6차산업화를 통해 일자리 창출 및 부가가치 증대 등 지역경제 활성화 도모
		지원 대상	• 농업인, 농업법인, 농촌에 소재한 농업관련 협동조합·법인, 농촌체험 휴양 마을, 작목반, 들녘별경영체, 농협 등
		자격 요건	• 6차산업 인증사업자 등 6차산업 추진 경영체
		지원 내용	• 현장코칭(금융, 마케팅, 디자인, 품질관리 등) • 판로지원(판매플랫폼 설명회, 제품발굴, 판매대·냉장고 등 임차 및 판매장 설치, 대행사 일반관리비 및 이윤 등)
		지원 조건	• 현장코칭(회당 500천원~3,000천원, 국비 50%, 지방비 30%, 자부담 20%) • 도별 100백만원(국고 50%, 지방비 50%)
		예산	-
농식품부 (농촌산업과)	6차산업 모태펀드	사업 목적	• 농식품경영체에 대한 투자를 통해 농림수산식품분야의 기반산업 육성
		지원 대상	• 6차산업 인증사업자 등 6차산업 추진 경영체
		자격 요건	• 농축산물을 포함, 농촌에 존재하는 모든 유·무형의 자원을 바탕으로 타산업(2,3차 산업)과의 융·복합을 도모하거나 산업적 고도화를 추구하여 새로운 부가가치를 창출하는 사업

담당기관(부서)	사업명	주요 내용	
		지원 내용	• 자금투자
		지원 조건	• 출자비율 : 조합약정총액의 70%이하 *8년을 원칙으로 하되 5년이상 10년 이내, 2년이내 연장 가능
		예산	• 6차산업 모태펀드 출자규모 : 400억원
농식품부 (농촌산업과)	향토산업 육성 (지특)	사업 목적	• 농촌의 다양한 향토자원 발굴 및 1.2.3차 산업이 융.복합된 지역 핵심전략산업 육성을 통해 지역경제 활성화 도모
		지원 대상	• 시장·군수·구청장 및 농촌기업, 생산자 단체 등으로 구성된 사업단
		자격 요건	• 농촌기업, 생산자단체 등으로 구성된 사업단 등이 추진하는 사업계획서 검토
		지원 내용	• 네트워크 구축 및 R&D 등 제품개발, 홍보·마케팅, 가공 및 체험시설비 등 지원 * S/W 50% 이상, H/W 50% 미만
		지원 조건	• 4년간 총사업비 30억(3.5/5.5/4/2억원) * 국고 50%, 지방비·자부담 50%, 단 자부담 20% 이상
		예산	• '16년 224억원
농식품부 (농촌산업과)	농촌자원 복합 산업화 (지특)	사업 목적	• 농촌의 다양한 자원을 기반으로 1.2.3차 복합산업화를 촉진하고, 창업 및 기업유치를 활성화함으로써 고용 창출 및 주민소득 증대
		지원 대상	• 농업인 조직, 생산자단체, 농축산물가공업체, 시장·군수·구청장, 연구단체 등
		자격 요건	• 농업인 조직의 경우, 「농어업경영체 육성 및 지원에 관한 법률」 제4조에 따라 농어업경영정보를 등록한 경우에 지원(등록할 정보가 없는 유통가공법인 제외) * 법인이 아닌 제조·가공업체 등의 경우에도 총 운영실적이 1년 이상일 것
		지원 내용	• 제조·가공 등과 연계된 생산·유통시설비, 제조·가공 시설 및 설비비, 체험·전시 시설비, 공동판매장 시설비, 테마공원, 농공단지 등 지원
		지원 조건	• 국고 50%, 지방비 50%(자부담 포함) * 농공단지의 개발 및 운영에 관한 통합지침에 따른 농공단지 부지조성비 지원은 정액지원
		예산	• '16년 156,721백만원
농식품부 (식량산업과)	들녘 경영체	사업 목적	• 50hg 이상 들녘의 규모화조직화 및 공동경영을 통해 생산비 절감 등 쌀산업 경쟁력 제고 및 사업다각화

담당기관(부서)	사업명	주요 내용	
	육성	지원 대상 및 자격 요건	<ul style="list-style-type: none"> • (조직화 촉진) 들녘경영체를 운영하는 농업법인, 농협, 정부지원 RPC <ul style="list-style-type: none"> * 들녘경영체 : 50ha 이상 25인 이상의 농업경영체가 참여하여 공동영농 조직을 구성하여 공동생산을 하는 공동농업경영체 • (사업다각화) 조직화 촉진을 지원 받은 들녘경영체 • (교육훈련) 들녘경영체, 쌀전업농, 2040세대농업인, 농업경영체 등 • (RPC 교육·홍보·컨설팅) 정부지원 RPC
		지원 내용	<ul style="list-style-type: none"> • 교육·컨설팅, 시설·장비, 홍보 등을 통한 조직화 촉진, 사업 다각화, RPC 교육·홍보·컨설팅
		지원 조건	<ul style="list-style-type: none"> • 교육 10~40백만원, 시설 200~400백만원 사업다각화 3년간 20억원(국고 40~70%)
		예산	<ul style="list-style-type: none"> • '16년 45억원
농식품부 (식품산업진흥과)	찾아가는 양조장	사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> • 지역 양조장을 생산에서 관광·체험까지 연계된 복합공간으로 개발하여 지역 경제 활성화에 기여
		지원 대상	<ul style="list-style-type: none"> • 지역 양조장
		자격 요건	<ul style="list-style-type: none"> • 양조장에 대한 종합진단을 통해 선정
		지원 내용	<ul style="list-style-type: none"> • 발전방향 제시, 환경개선, 관광·체험 연계, 홍보 등
		지원 조건	<ul style="list-style-type: none"> • 120백만원(국고 80%) *1년차 90백만원, 2년차 30백만원
		예산	<ul style="list-style-type: none"> • 950백만원
농식품부 (식품산업진흥과)	식품명인 발굴육성	사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> • 우수 전통식품의 계승·발전·보전
		지원 대상	<ul style="list-style-type: none"> • 식품명인
		자격 요건	<ul style="list-style-type: none"> • 매년 사업계획에 따라 지원
		지원 내용	<ul style="list-style-type: none"> • 식품명인 발굴 및 육성, 홍보관 운영 등
		지원 조건	<ul style="list-style-type: none"> • 상이
		예산	<ul style="list-style-type: none"> • 1,240백만원

담당기관(부서)	사업명	주요 내용	
농식품부 (수출진흥과)	신선농산물 ·가공식품 수출지원	사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> FTA 등 개방화에 대응하여 농산물의 해외경쟁력 강화
		지원 대상	<ul style="list-style-type: none"> 농식품 수출업체, 수출전문생산단지
		자격 요건	<ul style="list-style-type: none"> 시장성, 수출시장 개척 의지 등 고려 선정
		지원 내용	<ul style="list-style-type: none"> 농산물 구매, 시설현대화, 수출물류비, 선도조직기반조성, 해외인증등록, 수출컨설팅, 상품화 등
		지원 조건	<ul style="list-style-type: none"> 사업별 상이
		예산	<ul style="list-style-type: none"> '16년 5,260억원(용자 4,613, 보조 647)
농식품부 (수출진흥과)	수출 인프라 강화	사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> 농식품 수출업체 경쟁력 강화 및 수출 확대
		지원 대상	<ul style="list-style-type: none"> 농식품 수출업체
		자격 요건	<ul style="list-style-type: none"> 시장성, 수출시장 개척 의지 등 고려 선정
		지원 내용	<ul style="list-style-type: none"> 해외공동물류센터, 국제박람회, K-Food 페어, 온라인 마케팅, 안테나숍, 해외시장정보 제공 등
		지원 조건	<ul style="list-style-type: none"> 사업별 상이
		예산	<ul style="list-style-type: none"> '16년 396억원
농식품부 (수출진흥과)	대중국 수출유망 품목육성	사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> 대중국 수출유망품목인 제2파프리카 품목 집중 육성
		지원 대상	<ul style="list-style-type: none"> 대상 품목 : 인삼, 버섯, 화훼, 유자차, 유제품, 쌀·쌀가공품, 삼계탕, 포도, 김치, 장류
		자격 요건	<ul style="list-style-type: none"> 시장성, 수출시장 개척 의지 등 고려 선정
		지원 내용	<ul style="list-style-type: none"> 통관애로해소, 홍보, 바이어 발굴, 시장조사, 유통망 확보 등
		지원 조건	<ul style="list-style-type: none"> 사업별 상이
		예산	<ul style="list-style-type: none"> '16년 34억원

담당기관(부서)	사업명	주요 내용	
농식품부 (축산경영과)	ICT 융복합 지원	사업 목적	• 축산농가에 생산비 절감 및 최적의 사양관리 등으로 경쟁력을 강화하기 위한 ICT 융복합 장비지원
		지원 대상	• ICT 융복합 시설 적용이 가능한 양돈, 양계, 낙농, 한우분야 농업경영체(농가)
		자격 요건	• 「농어업경영체 육성 및 지원에 관한 법률」제4조에 따라 농업경영 정보를 등록한 농업경영체(농가)
		지원 내용	• 양돈, 양계, 낙농, 한우분야의 ICT 융복합 시설장비 및 정보시스템
		지원 조건	• 표준사업비 : 100백만원~1,000백만원 (국고보조 30%, 국고융자 50%, 자부담 20%)
		예산	• `16년 19,520백만원(국고7,320, 융자12,200)
농식품부 (유통정책과)	산지유통 활성화 자금	사업 목적	• 농산물 유통환경변화에 대응하여 산지유통 주체의 거래 교섭력 확보 및 역량 강화
		지원 대상	• 농협조직(지역농협, 품목농협, 조합공동사업법인, 연합사업단), 농업법인(영농조합법인, 농업회사법인), 협동조합
		자격 요건	• 당해연도 산지유통 종합평가 결과 150등(농협조직 100내외, 법인조직 50내외) 이내 통합조직(참여조직 포함), 품목광역조직 등
		지원 내용	• 원물확보자금, 계약재배 시 원재료 구매자금 등
		지원 조건	• 기금융자 80%, 자부담 20% * 1.0~3.0%(농업법인 등 2.5%)/ 3년 거치 일시상환
		예산	• `16년 450,000백만원
농식품부 (유통정책과)	농산물 산지유통 시설지원	사업 목적	• 주산지별로 품목 특성에 맞는 규모화 및 현대화된 산지유통시설 지원 및 산지유통조직 통합
		지원 대상	• 농협조직(지역농협, 품목농협, 조합공동사업법인), 농업법인(영농조합법인, 농업회사법인), 품목광역조직, 협동조합
		자격 요건	• 지자체 또는 품목 단위 산지유통종합계획에 참여하고, 산지유통활성화사업 선정조직으로 사업부지를 확정된 사업자
		지원 내용	• 시설의 증축, 개보수 또는 신설 등
		지원 조건	• 5억~60억(국고 30%, 지방비 30%, 자부담 40%) * 신설(신규시설)은 국고 40%, 지방비 30%, 자부담 30%
		예산	• `16년 54,880백만원

담당기관(부서)	사업명	주요 내용	
농식품부 (유통정책과)	농산물 직거래 활성화	사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> • 농산물 직거래 활성화를 통해 효율적인 농산물 유통환경 조성
		지원 대상	<ul style="list-style-type: none"> • 정례직거래장터, 직매장
		자격 요건	<ul style="list-style-type: none"> • 총출자금 50백만원 이상 조직 • 영농조합법인 및 협동조합의 경우 농업인 조합원 10인이상, 농업회사법인의 경우 농업인(생산자단체(농업인중심의) 지분) 51%이상
		지원 내용	<ul style="list-style-type: none"> • 정례직거래장터 개설 및 운영, 직매장 설립에 필요한 인테리어·장비·시설, 교육 및 홍보 등
		지원 조건	<ul style="list-style-type: none"> • 농업인 정례 직거래장터 : 보조 70% • 직매장 설치 : 보조 30%, 자부담 70% • 직거래 교육 및 홍보 : 보조 50~100%
		예산	<ul style="list-style-type: none"> • '16년 53,677백만원
농식품부 (원예산업과)	발작물 공동경영 체 육성	사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> • 발작물 주산지 중심으로 경쟁력을 갖춘 조직화규모화 된 공동경영체를 육성
		지원 대상	<ul style="list-style-type: none"> • 발작물 공동경영체 조건을 갖춘 법인 조직
		자격 요건	<ul style="list-style-type: none"> • 발작물 공동경영체 육성계획 지원대상 선정된 조직 등
		지원 내용	<ul style="list-style-type: none"> • 역량강화, 생산비 절감, 품질관리, 주산지협의체 운영 등
		지원 조건	<ul style="list-style-type: none"> • 10억~20억 (국고 50%, 지방비 40%, 자부담 10%)
		예산	<ul style="list-style-type: none"> • '16년 4,500백만원
농식품부 (원예경영과)	과실브랜 드 육성지원	사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> • 전국공동브랜드 및 지역공동브랜드 육성
		지원 대상	<ul style="list-style-type: none"> • 과수관련 전국공동브랜드 경영체 • 과실생산 유통지원사업을 추진하는 브랜드 경영체
		자격 요건	<ul style="list-style-type: none"> • 전국공동브랜드 : 전국 광역조직으로 전국 생산량 40% 이상 점유 하는 품목이 3개 이상인 조직 • 지역공동브랜드 : 광역 또는 시도 단위 브랜드 경영체
		지원 내용	<ul style="list-style-type: none"> • 브랜드 품질관리, 마케팅 운영, 브랜드 홍보 등

담당기관(부서)	사업명	주요 내용	
		지원 조건	<ul style="list-style-type: none"> • 전국공동브랜드 : 수요반영(국고 70%, 자부담 30%) • 지역공동브랜드 : 900~3,000백만원(국고 30%, 지방비 30%, 자부담 40%)
		예산	<ul style="list-style-type: none"> • `16년 2,265백만원
농식품부 (클러스터팀)	지역전략 식품산업 육성	사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> • 지역에 특화된 농축산업을 중심으로 기술과 경영이 조화롭게 융합된 지원체계 구축
		지원 대상	<ul style="list-style-type: none"> • 지방자치단체, 지역전략식품산업육성 사업단
		자격 요건	<ul style="list-style-type: none"> • 농·산·학·연·관이 함께 참여하는 법인
		지원 내용	<ul style="list-style-type: none"> • 혁신체계 구축 및 네트워킹 지원, 산업화 및 마케팅 지원
		지원 조건	<ul style="list-style-type: none"> • 사업단별 5년간 평균 30억원 *국비 50%, 지방비 50%, 단 시설비의 경우 국비 40%, 지방비 40%, 자부담 20%
		예산	<ul style="list-style-type: none"> • `16년 17,628백만원
농진청	향토음식 자원화 (농가맛집)	사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> • 지역 식자재와 문화를 활용하여 스토리가 있는 향토음식 상품화 및 체험공간 조성으로 식품화 계승 및 확산에 기여
		지원 대상	<ul style="list-style-type: none"> • 영농조합법인 등
		자격 요건	<ul style="list-style-type: none"> • 2농가 이상 참여할 것, 전통음식 솜씨가 있고 상품화 효과가 기대될 것, 지역자원 활용 등
		지원 내용	<ul style="list-style-type: none"> • 농가맛집 기자재 설치, 향토음식 식단 개발, 전시 판매공간 설치 등
		지원 조건	<ul style="list-style-type: none"> • 50백만원(국비 50%, 지방비 50%)
		예산	<ul style="list-style-type: none"> • `16년 500백만원
농진청	농촌자원 활용체험 기술시범	사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> • 지역 특화품목을 활용한 부가가치 창출
		지원 대상	<ul style="list-style-type: none"> • 지자체(영농법인 및 농업인 단체)
		자격 요건	<ul style="list-style-type: none"> • 사업계획서 검토

담당기관(부서)	사업명	주요 내용	
		지원 내용	<ul style="list-style-type: none"> • 가공시설 설비, 제품개발 및 상품화, 체험·관광 연계 등
		지원 조건	<ul style="list-style-type: none"> • 2억원 내외(국비 50%, 지방비 50%) *추가 금액은 자부담
		예산	<ul style="list-style-type: none"> • `16년 800백만원
산림청	임산물 6차산업화	사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> • 임산물의 생산·가공·유통·체험·관광 등의 다양한 콘텐츠를 연계한 산업화 단지 조성
		지원 대상	<ul style="list-style-type: none"> • 지자체
		자격 요건	<ul style="list-style-type: none"> • 사업계획서 검토
		지원 내용	<ul style="list-style-type: none"> • 산림버섯, 청정임산물 등 다양한 임산물을 활용한 생산·가공·체험 시설 조성
		지원 조건	<ul style="list-style-type: none"> • 10~25억원(국비 50%, 지방비 20~50%, 자부담 0~30%)
		예산	<ul style="list-style-type: none"> • `16년 155억원
농협	가공공장 현대화	사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> • 농협 농산물가공공장 경쟁력 강화
		지원 대상	<ul style="list-style-type: none"> • 농협 농산물가공공장
		자격 요건	<ul style="list-style-type: none"> • 농협 농산물가공공장
		지원 내용	<ul style="list-style-type: none"> • HACCP 등 시설현대화 자금, 컨설팅, 6차산업 운영비 지원
		지원 조건	<ul style="list-style-type: none"> • 최대 30억원, 무이자 자금(1년)
		예산	<ul style="list-style-type: none"> • `16년 800억원
농협	유통지원 자금	사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> • 공동판매 활성화를 위한 판매농협 구현
		지원 대상	<ul style="list-style-type: none"> • (벼) RPC 운영농협, DSC·도정공장 보유 농협 등 • (과수) 공동판매활성화 참여 농협
		자격 요건	<ul style="list-style-type: none"> • (벼) 소량 매입농협(3억원 이하) 등 제외 • (과수) 사업계획서 개별 검토

담당기관(부서)	사업명	주요 내용	
		지원 내용	• 벼 매입자금, 과수 매취 자금
		지원 조건	• 무이자 자금(6개월)
		예산	• '16년 14,000억원
농협	농촌관광 활성화	사업 목적	• 농촌마을 활성화 특화상품 개발로 내.외국인 방문 촉진
		지원 대상	• 농산물 보유의지가 강한 농협 팜스테이마을 300여개 대상
		자격 요건	• 전통문화 향수가 살아있고 마을에 전해 내려오는 이야기가 있으며, ICT, IoT 기술과 문화·예술을 함께 할 수 있고 휴식·힐링·흥미 등을 고루 갖춘 팜스테이 마을
		지원 내용	• 마을의 전통문화와 예술을 보전하고 도시민의 문화적 트렌드 조성 지원 - ICT, IoT 기술을 활용한 마을의 스토리텔링과 신개념 5D 체험 개발, 소비자에게 배송전까지 안내 시스템 구축 등
		지원 조건	• 농촌 전통문화와 예술, ICT, IoT 기술을 접목한 독창적인 마을 조성의 의지가 강한 마을
		예산	• '17년 20억원 내.외(20개 마을×1억원)
농협	팜스테이 마을	사업 목적	• 지역(농촌마을)단위 6차산업화 생산 농산물에 대한 예술화 지원
		지원 대상	• 농협 팜스테이마을 100여개 대상
		자격 요건	• 지역농산물 생산·가공·판매부분에서 지역문화와 예술을 접목한 명품 농산물 만들기에 대한 의지가 강한 팜스테이 마을
		지원 내용	• 전문 예술인의 농촌파견을 통한 농업·농촌의 예술화 지원 - 지역(마을) 생산 농산물 포장재 디자인, 로고(엠블럼) 등 브랜드 개발 컨설팅 등 지원을 통한 농산물 상품(명품화) 지원(1개 농촌마을에 전문 예술인 4~5명×1,200천원)
		지원 조건	• 지역의 생산 농산물 보유 및 판매량 확보, 대국민 홍보에 대한 전체 주민동의
		예산	• '16년 5억원 내.외(문화융성위원회 협력사업)

경기농업 FOCUS 2016-5



파주 공산업 변화와 6차산업화 전략

발간등록번호 : 71-6410563-000067-01

발행일 : 2016년 10월

발행 : 경기도농업기술원장 김순재

감수 : 연구개발국장 박인태

편집 : 작물연구과장 이해길

집필 : 이진홍, 정구현, 전명희

발행처 : 18388 경기도 화성시 병점중앙로 283-33

경기도농업기술원

(전화 031-229-5787, 팩스 031-229-5962)

「경기농업 FOCUS」는 경기도농업기술원 홈페이지(nongup.gg.go.kr)
농업경영정보자료에서 제공됩니다.