

2020

제주 농촌융복합산업(6차산업) 활성화 방안 연구

저자 안순화 외 7명

2020년 12월



< 목 차 >

I 연구계획의 개요	1
1. 연구의 배경 및 목적	1
2. 연구의 범위	3
3. 연구의 수행방법	4
II 제주 농촌융복합산업 현황	5
1. 제주농업 기본현황	5
2. 제주 농촌융복합산업 사업자 현황	10
III 도내 농촌융복합산업 사업자 경영환경 분석	11
1. 조사 개요 및 농촌융복합산업 사업자 일반적 특성	11
2. 제주지역 농촌융복합산업 사업자 경영환경 실태조사 분석	16
3. 분석 요약	39
IV 제주 농촌융복합산업(6차산업) 활성화 방안	42
1. 농촌융복합산업 인증제도 개선 및 인지도 확산	43
2. 농촌융복합산업 사업자 지원사업 개발	47
3. 농촌융복합산업 사업자 성장지표 개발	56
V 결론 및 시사점	61
<참고문헌>	65
<부록> 설문지	66

<표 차례>

<표 II- 1> 제주특별자치도 지역소득 주요지표	6
<표 II- 2> 제주특별자치도 농업법인 조사	8
<표 II- 3> 제주특별자치도 농가, 농가인구 조사	8
<표 II- 4> 제주특별자치도 10년간 농가 순소득	9
<표 III- 1> 조사의 개요	11
<표 III- 2> 평가항목	12
<표 III- 3> 농촌융복합산업 사업자 특성	13
<표 III- 4> 농촌융복합산업 사업자 방문고객 분포	16
<표 III- 5> 일 평균 방문고객 수	17
<표 III- 6> 연 평균 매출액	17
<표 III- 7> 연 평균 영업이익	18
<표 III- 8> 수출유무	18
<표 III- 9> 연 평균 수출액	19
<표 III-10> 농촌융복합산업 사업자 성과	20
<표 III-11> 정책지원의 영향	21
<표 III-12> 확대 필요한 지원제도	21
<표 III-13> 강조되어야 할 지원정책	22
<표 III-14> 농촌융복합산업(6차산업) 환경에 대한 인식	23
<표 III-15> 농촌융복합산업(6차산업) 사업자의 보유 자원	24
<표 III-16> 농촌융복합산업(6차산업) 사업자의 조직문화	25
<표 III-17> 시장점유율 인식	25
<표 III-18> 시장점유율이 낮은 원인	26
<표 III-19> 사업추진의 중점전략	27
<표 III-20> 신제품 출시 중점 전략	28
<표 III-21> 가장 많이 활용하는 홍보/판촉 전략	29
<표 III-22> 온라인 판매를 위해 가장 필요한 요인	30
<표 III-23> 농촌융복합산업(6차산업) 인증제도 및 만족도	31
<표 III-24> 필요성이 가장 높은 지원 프로그램	32

<표 III-25> 유통 트렌드 대응 개선해야 할 지원 프로그램	34
<표 III-26> 사업운영의 애로사항	35
<표 III-27> 농촌융복합산업(6차산업) 활성화를 위한 필요 사항	37
<표 III-28> 향후 운영계획	38
<표 IV- 1> 제주 농촌융복합산업(6차산업) 활성화 방안	42

<그림 차례>

<그림 II- 1> 1차 산업 조수입 현황	7
<그림 II- 2> 제주특별자치도 매출액(2017년 기준) 규모별 농업법인 수	9
<그림 II- 3> 제주지역 농촌융복합산업 사업자 현황(2020년 12월 기준)	10
<그림 II- 4> 제주지역 신규 농촌융복합산업 사업자 증가 현황(2020년 12월 기준)	10
<그림 III- 1> 농촌융복합산업 사업자 방문고객 분포	16
<그림 III- 2> 일 평균 방문고객 수	17
<그림 III- 3> 연 평균 매출액	17
<그림 III- 4> 연 평균 영업이익	18
<그림 III- 5> 수출유무	18
<그림 III- 6> 연 평균 수출액	19
<그림 III- 7> 정책지원의 영향	21
<그림 III- 8> 확대 필요한 지원제도	22
<그림 III- 9> 강조되어야 할 지원정책	22
<그림 III-10> 시장점유율 인식	25
<그림 III-11> 시장점유율이 낮은 원인	26
<그림 III-12> 사업추진의 중점 전략	27
<그림 III-13> 신제품 출시 중점 전략	28
<그림 III-14> 가장 많이 활용하는 홍보/판촉 전략	29
<그림 III-15> 온라인 판매를 위해 가장 필요한 요인	30
<그림 III-16> 필요성이 가장 높은 지원 프로그램	33
<그림 III-17> 유통 트렌드 대응 개선해야 할 지원 프로그램	34
<그림 III-18> 사업운영의 애로사항	36
<그림 III-19> 농촌융복합산업(6차산업) 활성화를 위한 필요 사항	37
<그림 III-20> 향후 운영계획	38
<그림 III-21> 인증 경영체 수명주기	38
<그림 IV- 1> 제주 우수상품 인증마크 및 공동브랜드 인지여부	45

I 연구계획의 개요

1. 연구의 배경 및 목적

1) 연구의 배경

가) 농업·농촌의 **농촌융복합산업¹⁾** 정책 핵심과제 선정

- 2014년 「농촌융복합산업 육성과 지원에 관한 법률」이 제정되고, 농촌융복합산업 정책이 본격적으로 추진되기 시작하면서 성장 동력을 얻게 되었고, 농업의 융·복합을 통한 연관 산업으로 비즈니스 생태계가 확대되어 새로운 부가가치를 창출하며, 지역경제 활성화에 기여하는 등 농촌지역의 선순환 효과를 촉진시키고 있음.
- 이에 정부는 농촌융복합산업 정책 대상을 지역의 농산업으로 설정하고, 세부적으로 농업·농촌을 근간으로 산업행위를 영위하는 경영체, 그리고 경영체 간의 네트워크, 시·군 단위의 특화품목을 중심으로 한 지역단위의 농촌융복합산업 기반을 핵심 대상으로 선정하여 정책을 추진하고 있음.

나) 농촌융복합산업 정책의 효율성 추진을 위한 정부 주요 방향

- 첫째, 농식품가공업체, 농촌체험휴양마을, 농가맛집, 관광농원 등 농촌융복합산업 참여 경영체에 대한 현황, 지역의 대표품목 및 관광인프라 등 농촌융복합산업과 관련한 시장현황 및 과거 정책성과 등의 시장 분석을 통한 기초통계자료 구축
- 둘째, 정책의 핵심 대상인 농촌융복합산업 사업자의 육성을 위해, 농촌융복합산업을 새롭게 추진하려는 농업인, 귀농귀촌인, 젊은 예비창업인 등에 다양한 지원을 강화 및 농촌융복합산업을 영위하는 경영체에게는 현재의 수준과 앞으로의 성장가능성 등을 평가하여 농촌융복합산업 사업자로 선정함으로써 지역단위 농촌융복합산업화의 확산 주체로 육성
- 셋째, 농촌융복합산업 소비기반의 구축을 위해, 먼저 농촌융복합산업 활동으로 생산되거나 제공되는 제품과 서비스의 질을 높이는 정책이 추진되어야 하며, 홍보를 통해 제품과 서비스에 대한 인지도를 높여 소비자의 가치소비 유도

1) '농촌융복합산업'과 '6차산업'은 유사용어로서, 같은 의미를 지니고 있음

다) 농촌융복합산업 참여 경영체의 성장 한계성에 대한 지적

- 농촌융복합산업화의 가치 및 중요성이 증대되고 있는 것에 반해, 농업 경영체는 수직적 다각화에 대한 인식과 지식이 상대적으로 부족하며, 또한 영세농이 대부분으로 융·복합을 통한 성장에는 한계가 있음.
- 특히, 농촌진흥청의 2015년 농식품 6차산업화 기초실태조사에 따르면, 6차산업화 경영체 중 가족농이 49.4%, 연간가동 일수는 농·식품 가공 197.9일, 로컬푸드 직매장 222.5일, 체험관광 180.4일, 농가식당 246.0일로 1년 중 약 1/3이상이 유휴 시설로 운영되어 경영환경에 큰 어려움에 직면해 있는 것으로 조사됨.
- 이에 제주지역 농촌융복합산업의 실효성 있는 방안을 마련하기 위해서는 무엇보다도 도내의 농촌융복합산업 사례에 대한 조사·분석을 통해 농촌융복합산업 사업자들이 실제적인 경영환경에서 어떻게 운영되고 있는지에 대한 실증적 분석 연구가 필요함.

라) 농촌융복합산업 사업자²⁾의 유형 및 경영환경에 대한 실태조사 추진 규정

- 「농촌융복합산업 육성 및 지원에 관한 법률」 제15조에서는 농촌융복합산업 정책의 계획을 효율적으로 수립하고 시행하기 위해 농촌융복합산업 사업자의 유형 및 경영환경에 대한 실태조사를 추진하도록 규정하고 있으나 이러한 조사가 제대로 이루어지지 않고 있음.
- 따라서 농촌융복합산업 정책이 농업·농촌을 중심으로 한 농촌경제 활성화의 새로운 대안이자 초석이 될 수 있다는 측면에서, 제주지역 농촌융복합산업 사업자 인증제도 및 관련 지원 정책사업, 농촌융복합산업 사업자의 특성을 분석하여 제주지역의 농촌융복합산업 정책의 방안을 도출하는 것은 매우 중요한 사안이라 사료됨.

2) 연구의 목적

가) 제주지역 농촌융복합산업 발전의 기초자료 활용

- 제주지역의 농촌융복합산업 사업자의 경영여건과 환경에 대한 사실상 조사된 자료가 없어 이에 대한 의문을 갖게 됨. 따라서 제주지역 농촌융복합산업 사업자에 대한 건강성 및 문제점을 파악하여, 제주지역의 농촌융복합산업 활성화와 지원정책을 위한 기초자료로 활용되고자 함.

2) 농촌융복합산업 육성 및 지원에 관한 법률 제2조(정의) 4. “농촌융복합산업 사업자”란 농촌융복합산업을 경영하고자 제8조에 따라 인증을 받은 자를 말한다.

나) 제주지역 농촌융복합산업의 활성화를 위한 실용적 방안 모색

- 단순히 연구차원의 제주지역 농촌융복합산업 사업자의 건강성 및 문제점에 대한 분석을 넘어 지원정책이 어떻게 적용되고 있는지에 대해 파악하고, 지속가능한 농촌융복합산업의 활성화를 위한 조건들은 무엇인지 등의 실용적 방안을 모색하고자 함.

다) 제주지역 농촌융복합산업 주체간 부가가치 창출 활동 가능성 확인

- 지금까지 주로 연구되어졌던 주제들이 농가, 경영체 등 개별 주체의 다각화 활동에만 초점을 맞추다 보니, 집합적 활동에 대한 가능성 확인이 부족했음. 즉 농촌융복합산업 주체간 연계·협력에 기반 한 집합적 활동을 통해 다양한 부가가치 창출이 가능한데, 현재의 농촌융복합산업 육성 정책은 개별 경영체의 융·복합 행위에 초점을 맞추고 있어, 제주지역의 농촌융복합산업 주체들간의 집합적 활동에 기반 한 새로운 부가가치 창출 활동을 만들어 내는 데 대한 가능성을 확인하고자 함.

2. 연구의 범위

- 시간적 범위 : 2020년 6월 1일 ~ 2020년 9월 30일
- 공간적 범위 : 제주도내 농촌융복합산업 사업자 98개소(2020년 6월기준)
- 내용적 범위 :
 - 농촌융복합산업 사업자 경영환경
 - 운영현황
 - 사업자 성과
 - 사업체 내·외적 환경
 - 경영전략
 - 농촌융복합산업 인증제도 만족도 및 지원 프로그램 필요성
 - 인증제도 만족도
 - 지원 프로그램 필요성
 - 사업운영 애로사항

3. 연구의 수행방법

- 본 연구목적의 효과적인 달성을 위해 2020년 6월기준 제주지역 농촌융복합산업 사업자 98개소를 선정.
- 문헌 및 관련자료(언론, 행정, 정책 등)를 통한, 선행연구, 사례 등을 수집하고 구조화된 설문지를 활용하여 도내 농촌융복합산업 사업자에 대한 환경과 여건에 대한 실증 분석을 통해 문제점 도출.
- 농촌융·복합산업의 선행연구 및 국내·외 활성화 선진사례 등의 분석을 통한 제주지역 농촌융복합산업 활성화 방안 및 정책적 시사점 도출.

II 제주 농촌융복합산업 현황

1. 제주농업 기본현황

1) 제주농업의 개요

가) 제주특별자치도 지역 소득 규모

- 2018년 제주의 지역내총생산(명목)은 19.9조원으로 전국 대비 1.0%를 차지하고 있음.
- 실질 지역내총생산은 전년대비 1.7% 감소.
 - 운수업(15.1%), 공공행정(4.8%), 정보통신업(8.7%) 등은 증가하였으나, 건설업(-19.2%)과 농림어업(-11.9%) 등은 감소.
 - 민간소비(3.7%), 정부소비(6.4%), 설비투자(10.4%)는 증가세를 지속하였으나, 건설투자(-19.4%)는 감소로 전환.
- 서비스업 비중이 전년대비 3.7%p 증가한 73.7%를 차지하였고, 건설업(12.5%→10.7%), 농림어업(11.2%→10.2%), 제조업(4.3%→4.0%) 비중은 감소.
 - 서비스업은 공공행정(11.3%→12.3%), 숙박·음식점업(6.0%→6.5%), 정보통신업(5.6%→6.0%) 등 모든 업종이 증가.
- 민간소비가 지출의 54.2%를 차지하였고, 정부소비(22.9%→25.0%), 설비투자(7.5%→8.3%)의 비중은 증가한 반면, 건설투자(33.3%→27.8%) 비중은 감소.
- 아래 <표 II-1>은 제주특별자치도 지역소득 상세 주요지표를 보여 주고 있음.
- 특히, 최근의 농림어업분의 경제 성장률과 생산구조의 변화(2017년 대비 감소 추세)가 주목되고 있음.

<표 II- 1> 제주특별자치도 지역소득 주요지표³⁾

(단위: 조원, %)

주요 지표		2016	2017 (A)	2018 (B)	증감(B-A)
지역내총생산 및 지출(명목)		18.7	20.0	19.9	-0.1
(전국 대비 비중)		1.1	1.1	1.0	0.0
• 경제성장률		8.0	4.6	-1.7	-6.3
생산	농림어업	5.8	3.2	-11.9	-15.1
	제조업	9.7	9.4	-8.5	-17.9
	건설업	25.2	11.9	-19.2	-31.2
	서비스업 ¹⁾	5.9	3.4	4.8	1.4
지출	민간소비	3.9	3.4	3.7	0.3
	정부소비	5.1	7.1	6.4	-0.7
	건설투자	24.6	11.8	-19.4	-31.2
	설비투자	11.4	0.5	10.4	9.9
지식재산생산물투자		11.5	5.9	-1.2	-7.1
생산구조 ²⁾	농림어업	10.7	11.2	10.2	-1.1
	제조업	4.3	4.3	4.0	-0.4
	건설업	11.5	12.5	10.7	-1.9
	서비스업 ¹⁾	71.1	70.0	73.7	3.7
지출구조 ³⁾	민간소비	51.9	51.4	54.2	2.8
	정부소비	22.2	22.9	25.0	2.2
	건설투자	30.8	33.3	27.8	-5.6
	설비투자	8.0	7.5	8.3	0.8
지식재산생산물투자		2.9	3.0	3.0	0.0
지역총소득(명목)		18.1	19.6	20.1	0.5
(전국 대비 비중)		1.0	1.1	1.1	0.0
(지역내총생산 대비 수준)		96.9	98.1	100.9	2.8
소득구조 ⁴⁾	피용자보수	43.0	43.2	45.9	2.7
	영업잉여 및 재산소득	27.7	28.2	25.9	-2.3
	생산 및 수입세	10.3	10.0	9.1	-1.0
개인소득 ⁵⁾ (명목)		10.7	11.3	12.1	0.7
(명목증감률)		7.4	5.4	6.6	1.2
(실질증감률) ⁶⁾		6.0	3.0	4.8	1.7

1) G.도매 및 소매업 + ... + S.기타서비스업 (상하수·폐기물처리, 원료재생 및 환경복원업 포함)

2) 총부가가치(기초가격, 명목)=100

3) 지역내총생산에 대한 지출(명목)=100

4) 지역총소득(명목)=100

5) 가계 및 비영리단체의 총처분가능소득 6) 소비자물가지수로 환가한 실질 개인소득의 증감률

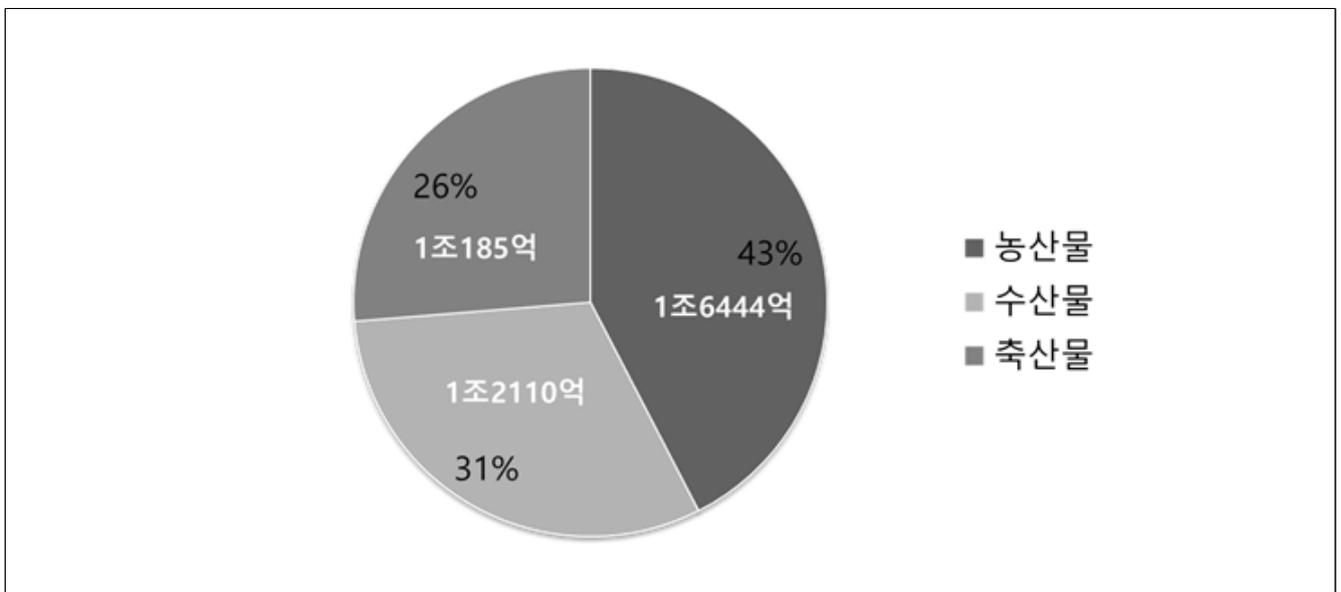
3) 통계청 2019년 「2018년 지역소득 집계」자료 편집

나) 제주농업 기본 현황

- 2018년 제주특별자치도 지역내총생산(명목GRDP)은 약 19.9조원이며, 1차 산업 조수입은 3조 8,739억원(2017년 3조 7,602억원 대비 3% 증가).
- (농산물) 2017년 1조 6,945억원 대비 3.0% 감소 / (수산물) 2017년 1조 732억원 대비 13% 증가 / (축산물) 2017년 9,925억원 대비 2.6% 증가.

<그림 II - 1> 1차산업 조수입 현황⁴⁾

(단위: 조원, %)



- 2018년 제주특별자치도 농림어가수는 35,780가구로 도 전체 278,104가구의 12.9% 이며, 농림어업인은 93,301명으로 도 전체 692,032명의 13.5%임
 - 농가·농가인구 : 31,208가구, 82,751명(축산농가 포함)
 - 임가·임가인구 : 559가구, 1,469명
 - 어가·어가인구 : 4,013가구, 9,081명
- 2018년 제주특별자치도 경지면적은 59,338ha(밭 면적 9.97%) (*제주시 29,668 / 서귀포시 29,670)
 - 밭 59,321ha(제주시 29,663 / 서귀포시 29,658), 논 17ha(제주 5 / 서귀포 12)
 - 전국 경지면적 1,595,614ha(논 844,265 / 밭 751,349)의 3.7%

4) 제주특별자치도 2019년 「농축산식품현황」자료 편집

2) 도내 농업 법인 및 농가 현황

가) 도내 농촌융복합산업 인증 가능한 농업 관련 업체 수요

- 2020년 현 2018년 농림축산식품부에서 수행한 제주특별자치도 농업법인 조사에 따르면, 도내 총 농업법인수는 1,067개로 그중 영농조합법인이 578개, 농업회사법인이 489개임.
- 또한, 농업 생산의 사업관련 농업법인은 총 606개로, 그중 영농조합법인이 326개 농업회사 법인이 489개임(농업생산에 대한 상세 분류는 <표 II - 2> 제주특별자치도 농업법인 조사에서 정리함.)
- 상술한 내용 같이 도내 농업관련 법인체는 2018년 기준 1,067개로, 현재 제주 농촌융복합산업 사업자 115개⁵⁾ 중 농업법인체 65개(영농조합법인 29개, 농업회사법인 36개)를 제외하고 약 1천여 업체 이상의 농업 법인체가 제주특별자치도 농촌융복합산업 인증 예비 수요 업체임을 확인.

<표 II - 2> 제주특별자치도 농업법인 조사⁶⁾

(단위 : 개)

제주특별자치도	2018년				
	계	농업생산		농업생산이외 사업	
	소계	소계	작물재배업	축산업	
합계	1,067	461	373	89	606
영농조합법인	578	252	190	61	326
농업회사법인	489	209	182	27	280

나) 도내 농촌융복합산업 인증 가능한 개인 농업인 수요

- 2019년 통계청에서 수행한 농림어업조사에 따르면, 제주특별자치도 농가수는 총 31,111가구이며, 농가인구 83,133명으로 확인됨.
- 상술한 내용 같이 도내 농가수는 2019년 기준 31,111가구로, 2020년 12월말 기준 제주 농촌융복합산업 사업자 115개 중 개인농업인 16개 농가를 제외하고 약 3만1천명 이상의 농가가 제주특별자치도 농촌융복합산업 인증 예비 수요 농가임을 확인.

<표 II - 3> 제주특별자치도 농가, 농가인구 조사⁷⁾

행정구역별	2019년			
	농가(가구)	농가인구(명)	농가인구(남)(명)	농가인구(여)(명)
제주특별자치도	31,111	83,133	42,061	41,073

5) 제주농업농촌6차산업지원센터 제공(2020년12월말 기준 자료 참조)

6) 농림축산식품부 2018년 「농업법인조사」자료 편집

7) 통계청, 2019년 「농림어업조사」 자료 편집

다) 도내 농가 순소득

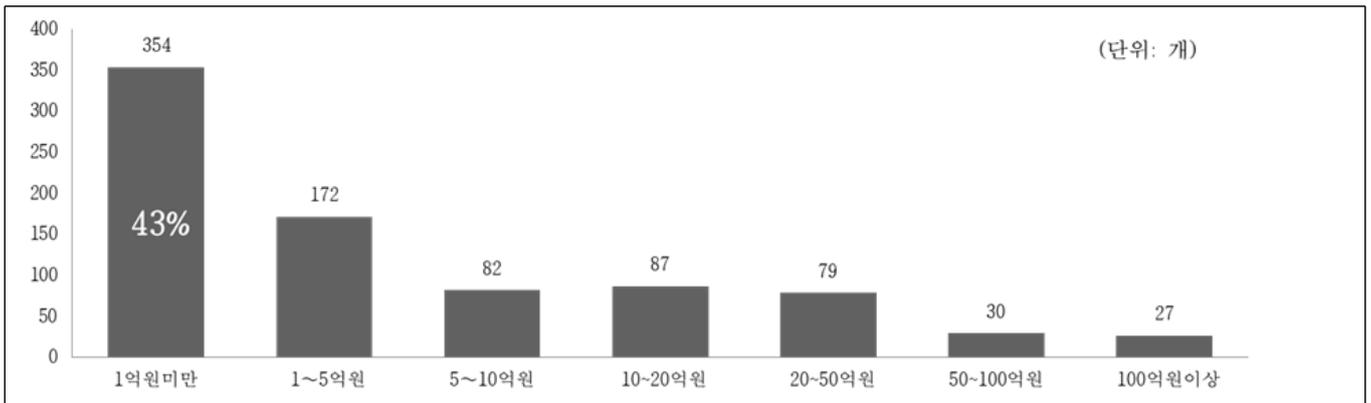
- 아래 <표 II- 4> 제주특별자치도 10년간 농가 순소득과 같이, 지난 10년간 도내 개별 농가 순소득은 2017년을 제외하고, 4천만원을 넘는 해가 없는 것으로 확인됨.

<표 II- 4> 제주특별자치도 10년간 농가 순소득⁸⁾

지역별 농가 순 득	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년
	농가순소득 (천원)									
제주도	34,564	26,551	28,546	32,515	31,778	32,068	34,260	42,092	36,947	35,013

- 아래 <그림 II- 2> 제주특별자치도 매출액 규모별 농업법인수와 같이, 도내 일정 규모를 갖춘 농업법인(영농조합법인 및 농업회사법인)의 경우도 약 43%가 연 매출 1억 미만인 영세 사업자로 확인됨.

<그림 II- 2> 제주특별자치도 매출액(2017년 기준) 규모별 농업법인수⁹⁾



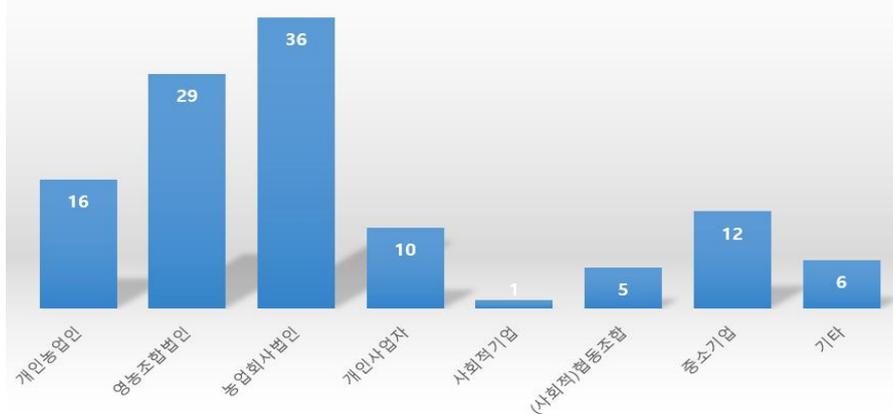
8) 통계청, 2019년 「농가경제조사」 자료 편집

9) 농림축산식품부, 2017년 「농업법인조사」 자료 편집

2. 제주 농촌융복합산업 사업자 현황

- 2020년 12월말 기준, 현재 제주지역의 농촌융복합산업 사업을 추진하고 있는 농촌융복합산업 사업자는 총 115개소이며, 이중 개인농업인 16개소, 영농조합법인 29개소, 농업회사법인 36개소, 개인사업자 10개소, 사회적기업 1개소, (사회적)협동조합 5개소, 중소기업 12개소, 기타 6개소(소상공인, 산림조합, 1인창조 기업)등으로 나타남.
- 지역으로는 제주시 70개소, 서귀포시 45개소로 나타났으며, 농촌융복합산업 유형으로는 1×2차 유형이 31개소, 1×3차 유형이 16개소, 1×2×3차 유형이 68개소로 나타남.
- 신규 농촌융복합산업 사업자 현황은 2015년 50개소의 인증을 시작으로, 2016년 23개소, 2017년 16개소, 2018년 14개소, 2019년 18개소, 2020년 20개소로 인증제도 시행 첫 연도 신규 농촌융복합산업 사업자 많았으며, 이후 감소 추세에서 다시 증가하면서 한 해 평균 23개소가 신규 농촌융복합산업 사업자 인증을 취득하는 것으로 나타남.

<그림 II-3> 제주지역 농촌융복합산업 사업자 현황 (2020년 12월 기준, 개소)



자료 : 제주6차산업지원센터 www.제주6차산업.com

<그림 II-4> 제주지역 신규 농촌융복합산업 사업자 증가 현황 (2020년 12월 기준, 개소)



자료 : 제주6차산업지원센터 www.제주6차산업.com

Ⅲ 도내 농촌융복합산업 사업자 경영환경 분석

1. 조사개요 및 농촌융복합산업 사업자 일반적 특성

〈표 Ⅲ- 1〉 조사의 개요

○ 조사목적	<p>제주지역 농촌융복합산업의 활성화를 위해, 제주 농촌융복합산업 사업자의 경영환경 및 인증제도의 만족도, 지원 프로그램 만족도에 관한 실증분석을 통해, 도내 농촌융복합산업 사업자의 운영 문제점과 프로그램 지원방안 도출하고 지역특성에 부합한 농촌융복합산업 사업자의 성장지표 개발을 위한 기초자료로 활용하고자 함.</p>
○ 조사방법	<ol style="list-style-type: none"> 1. 조사대상 : 제주지역 농촌융복합산업 사업자 2. 표 본 수 : 90개소 (무응답 및 불성실 응답 제외) 3. 조사기간 : 2020년 6월 1일 ~ 9월 30일 4. 조사방법 : 설문지에 기초한 면접조사 5. 조사도구 : 구조화된 조사표(Structured Questionnaire) 6. 표본추출 : 제주지역 농촌융복합산업 사업자 98개소 (2020년 6월말 기준 제주지역 농촌융복합산업 사업자 총 수)
○ 자료처리 및 표본오차	<ol style="list-style-type: none"> 1. 자료처리 : 수집된 자료는 검수(Editing) - 입력(Coding) - 프로그램화(Key·in-Programming) 과정을 거쳐 통계패키지인 SPSS 18.0에 의해 빈도 분석 및 기술통계 등의 분석기법을 활용한 실증분석. 2. 표본오차 - 농촌융복합산업 사업자 : 최대 허용오차 95%, 신뢰수준 ± 2.97 % point
○ 설문내용 특성	<ul style="list-style-type: none"> ○ 제주지역 농촌융복합산업 사업자의 경영환경 분석 <ul style="list-style-type: none"> - 사업자 운영현황, 사업자 성과, 사업자의 내·외적 환경, 경영전략 등 ○ 제주지역 농촌융복합산업의 인증제도 만족도 및 지원프로그램 필요성 관련사항 <ul style="list-style-type: none"> - 인증제도 만족도, 지원 프로그램 필요성, 사업 애로사항 등
○ 설문의 구성	<ul style="list-style-type: none"> ○ 제주지역 농촌융복합산업 사업자의 일반사항 및 운영현황, 고객 및 매출현황, 확대 지원제도, 경영전략, 지원 프로그램 필요성, 사업운영 애로사항 등은 명목척도를 사용하였고, ○ 농촌융복합산업 사업체 성과, 사업체의 내·외적 환경, 농촌융복합산업 인증제도 만족도 등은 5점 리커트 척도(1; 전혀 그렇지 않다/ 2; 그렇지 않다/ 3; 보통이다/ 4; 그렇다/ 5; 매우 그렇다)를 이용하여 측정함

<표 III- 2> 평가항목

구분	세 부 질 문 항 목	문항 수
농촌융복합산업 사업자 일반사항 및 운영현황	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 기본사항 ◦ 농촌융복합산업 형태 ◦ 농촌융복합산업별 중심유형 ◦ 경영체 시설 보유 현황 ◦ 농촌융복합산업 및 그 외 인증현황 ◦ 근로자 수 	11
경영체 성과	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 방문고객 분포 및 평균 방문 고객 수 ◦ 연 평균 총매출액 및 연 평균 영업이익 ◦ 수출의 유무 및 수출액 ◦ 재무적 성과 및 비재무적 성과 ◦ 정책지원 	19
경영체의 내·외적 환경	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 농촌융복합산업 환경(내·외적) ◦ 경영체 자원 ◦ 조직문화 	22
경영전략	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 시장점유율 ◦ 사업의 중점 전략 ◦ 신제품 출시 전략 ◦ 온라인 판매 전략 ◦ 홍보전략 	6
농촌융복합산업 인증제도 만족도 및 지원 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 농촌융복합산업 인증제도 만족도 ◦ 농촌융복합산업 지원센터 지원프로그램 필요성 ◦ 코로나 19 이후 유통트렌드 대응 지원 	8
사업운영의 애로사항	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 사업운영의 가장 어려운 점 ◦ 농촌융복합산업 활성화를 위한 필요 지원 ◦ 향후 운영계획 	3
기타 사항	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 제주지역 농촌융복합산업 활성화 도모 방안 제안 ◦ 농촌융복합산업 활성화를 위한 규제 철폐 제안 ◦ 농촌융복합산업 사업자 수명주기 	3

○ 평가항목

<표 III- 3> 농촌융복합산업 사업자 특성

○농촌융복합산업
사업자 특성

		사례 수(업체 수)	비율(%)
대상	제주지역 농촌융복합산업 사업자	90	100.0
성 별	남성	52	57.8
	여성	38	42.2
연 령 별	20대	1	1.1
	30대	2	2.2
	40대	17	18.9
	50대	40	44.4
	60대	24	26.7
	70대 이상	6	6.7
소 재 지 별	제주시	54	60.0
	서귀포시	36	40.0
사 업 체 형 태	농업인	8	8.9
	개인·법인사업자	26	28.9
	영농조합	22	24.4
	협동조합	4	4.4
	농업회사법인	29	32.2
	기타법인	1	1.1
농 촌 융 복 합 산 업 형 태	1차X2차	26	28.9
	1차X3차	12	13.3
	1차X2차X3차	52	57.8
사 업 체 시 설 보 유 현 황	자가	77	85.6
	공동이용	0	0.0
	임대	13	14.4
농 촌 융 복 합 산 업 사 업 자	농촌융복합산업 사업자	90/98	91.8/100.0
인 증 현 황 (복수인증)	지리적 표시제	1	1.0
	식품명인	3	2.8
	전통식품	5	4.7
	친환경인증	20	19.0
	유가가공식품 인증	11	9.5
	품질인증	8	7.6
	스타팜 인증	13	12.4
	GAP 인증	13	12.4
	HACCP인증	30	28.5
	농가맛집	1	1.0
	기타	1	1.0

○농촌융복합산업
사업자 특성

		사례 수(업체 수)	비율(%)
농촌융복합산업별 중심유형 (1차)	농축산물 생산 중심	24	26.7
	제조·가공중심	54	60.0
	직매장(유통)중심	5	5.6
	체험관광 중심	6	6.7
	농가식당 중심	1	1.1
	치유 중심	0	0.0
	기타	0	0.0
농촌융복합산업별 중심유형 (2차)	농축산물 생산 중심	11	14.9
	제조·가공중심	15	20.3
	직매장(유통)중심	27	36.5
	체험관광 중심	18	24.3
	농가식당 중심	2	2.7
	치유 중심	0	0.0
	기타	1	1.1
창업년	1988	1	1.1
	1993	1	1.1
	1995	1	1.1
	1997	2	2.2
	1998	1	1.1
	2000	2	2.2
	2001	3	3.3
	2002	2	2.2
	2003	3	3.3
	2004	4	4.4
	2006	4	4.4
	2006	4	4.4
	2007	2	2.2
	2008	6	6.7
	2009	4	4.4
	2010	4	4.4
	2011	7	7.8
	2012	8	8.9
	2013	9	10.0
	2014	5	5.6
2015	9	10.0	
2016	5	5.6	
2017	3	3.3	

○농촌융복합산업
사업자 특성

		사례 수(업체 수)	비율(%)
근로자 수	0	8	8.9
	1	11	12.2
	2	11	12.2
	3	14	15.6
	4	7	7.8
	5	5	5.6
	6	3	3.3
	7	5	5.6
	8	3	3.3
	9	3	2.2
	10	2	2.2
	11	2	2.2
	12	2	2.2
	16	2	2.2
	17	1	1.1
	18	3	3.3
	20	1	1.1
	21	1	1.1
	27	1	1.1
	29	1	1.1
38	1	1.1	
40	1	1.1	
54	1	1.1	
56	1	1.1	

2. 제주지역 농촌융복합산업 사업자 경영환경 실태조사 분석

1) 농촌융복합산업 사업자 성과

가) 방문고객 및 매출현황

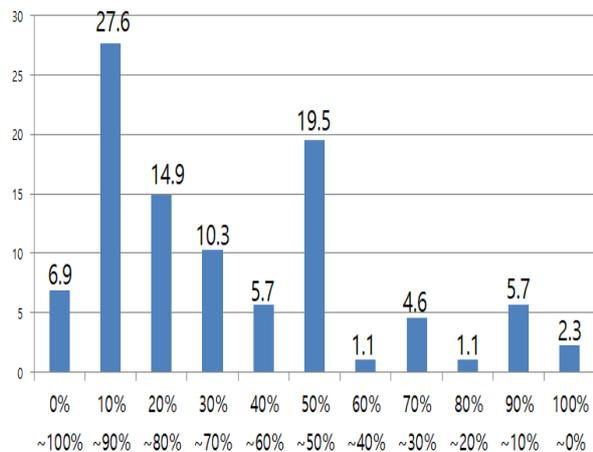
① 방문고객 분포

- 농촌융복합산업 사업자에 대한 자사 방문고객 분포(도민/관광객)에 대한 조사 결과, 도민/관광객 '10%~90%' 가 가장 많은 27.6%로 나타났고, '50%~50%' 가 19.5%, '20%~80%' 가 14.9%, '30%~70%' 가 10.3% 순으로 나타남.
- 도민의 방문 비율보다 관광객 방문 비율이 비교적 높음.

<표 III- 4> 농촌융복합산업 사업자 방문고객 분포

구분		사례 수	비율(%)
도민	관광객		
0%	100%	6	6.9
10%	90%	24	27.6
20%	80%	13	14.9
30%	70%	9	10.3
40%	60%	5	5.7
50%	50%	17	19.5
60%	40%	1	1.1
70%	30%	4	4.6
80%	20%	1	1.1
90%	10%	5	5.7
100%	0%	2	2.3
total		87	100.0

<그림 III- 1> 농촌융복합산업 사업자 방문고객 분포(%)



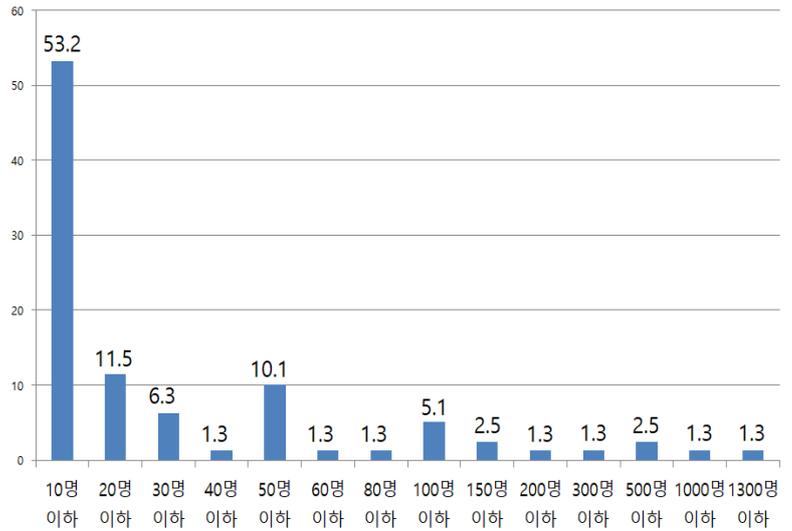
② 일 평균 방문고객 수

- 일 평균 방문고객 수에 대한 조사 결과, '10명 이하' 가 가장 많은 53.2%로 나타났고, '20명 이하' 11.5%, '50명 이하' 10.1%, '30명 이하' 6.3%, '100명 이하' 5.1% 순으로 나타남.
- 농촌융복합산업 사업자들의 절반 이상이 자사 방문 1일 평균 방문고객 수가 10명 이하의 수준으로 나타나고 있어, 농촌융복합산업 사업자의 상품 및 체험 프로그램에 대한 홍보·촉진의 방안모색 노력이 필요하다 사료됨.

<표 III- 5> 일 평균 방문고객 수

구 분	사례 수	비율(%)
10명 이하	42	53.2
20명 이하	9	11.5
30명 이하	5	6.3
40명 이하	1	1.3
50명 이하	8	10.1
60명 이하	1	1.3
80명 이하	1	1.3
100명 이하	4	5.1
150명 이하	2	2.5
200명 이하	1	1.3
300명 이하	1	1.3
500명 이하	2	2.5
1000명 이하	1	1.3
1300명 이하	1	1.3
total	79	100.0

<그림 III- 2> 일 평균 방문고객 수(%)



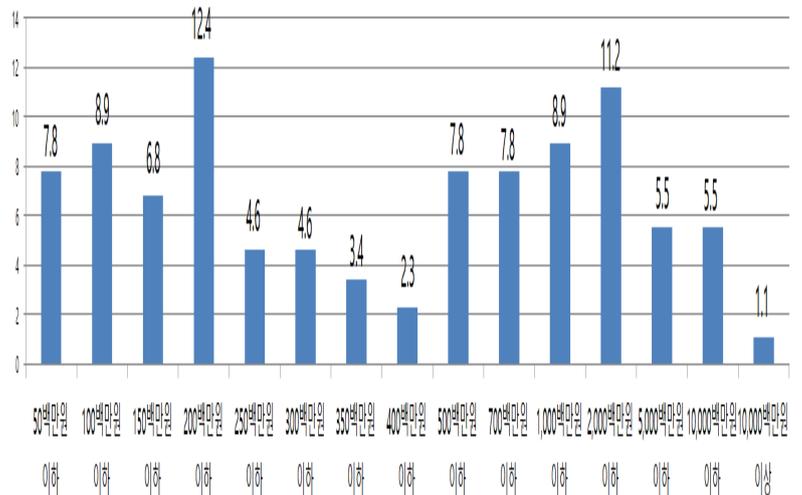
③ 연 평균 총 매출

- 연 평균 총 매출에 대한 조사 결과, ‘200백만원 이하’가 비교적 많은 12.4%로 나타났고, ‘2,000백만원 이하’ 11.2%, ‘100백만원 이하’와 ‘1,000백만원 이하’가 각각 8.9%, ‘500백만원 이하’와 ‘700백만원 이하’가 각각 7.8% 순으로 나타남.
- 연 평균 매출액 규모가 200백만원 이하에 다수 분포되는 이유 중 하나는, 제주지역 농촌 융복합산업 사업자 중 소규모의 영세사업자들이 다수 분포되어 있기 때문이라 사료됨.

<표 III- 6> 연 평균 매출액

구 분	사례 수	비율 (%)
50백만원 이하	7	7.8
100백만원 이하	8	8.9
150백만원 이하	6	6.8
200백만원 이하	11	12.4
250백만원 이하	4	4.6
300백만원 이하	4	4.6
350백만원 이하	3	3.4
400백만원 이하	2	2.3
500백만원 이하	7	7.8
700백만원 이하	7	7.8
1,000백만원 이하	8	8.9
2,000백만원 이하	10	11.2
5,000백만원 이하	5	5.5
10,000백만원 이하	5	5.5
10,000백만원 이상	1	1.1
total	88	100.0

<그림 III- 3> 연 평균 매출액(%)



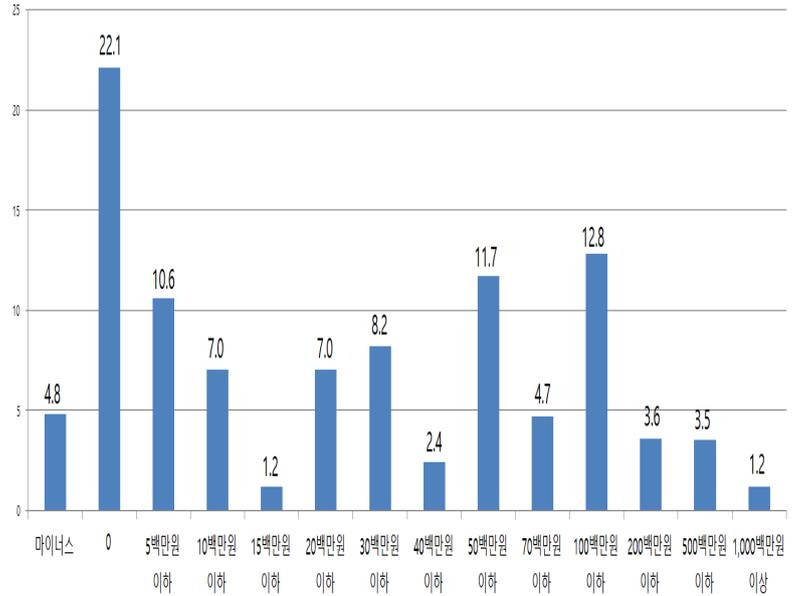
④ 연 평균 영업이익

- 연 평균 영업이익에 대한 조사 결과, ‘0’ 이 가장 많은 22.1%로 나타났고, ‘100백만원 이하’ 12.8%, ‘50백만원 이하’ 11.7%, ‘5백만원 이하’ 10.6%, ‘30백만원 이하’ 8.2%, ‘20백만원 이하’ 7.0% 순으로 나타남.

<표 III- 7> 연 평균 영업이익

구 분	사례 수	비율 (%)
마이너스	4	4.8
0	19	22.1
5백만원 이하	9	10.6
10백만원 이하	6	7.0
15백만원 이하	1	1.2
20백만원 이하	6	7.0
30백만원 이하	7	8.2
40백만원 이하	2	2.4
50백만원 이하	10	11.7
70백만원 이하	4	4.7
100백만원 이하	11	12.8
200백만원 이하	3	3.6
500백만원 이하	3	3.6
1,000백만원 이상	1	1.2
total	86	100.0

<그림 III- 4> 연 평균 영업이익(%)



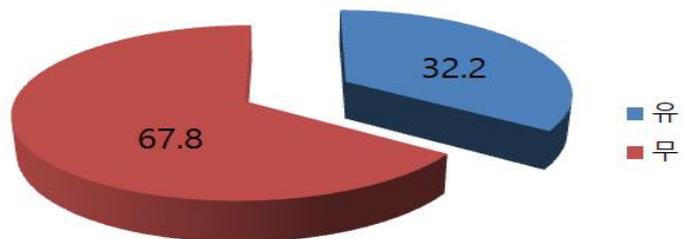
⑤ 수출여부

- 농촌융복합산업 사업자들의 수출여부에 대해 조사한 결과, ‘무(無)’ 가 67.8%로 가장 높게 나타났고, ‘유(有)’ 32.2%로 나타남.

<표 III- 8> 수출유무

구 분	사례 수	비율(%)
유(有)	29	32.2
무(無)	61	67.8
total	90	100.0

<그림 III- 5> 수출유무(%)



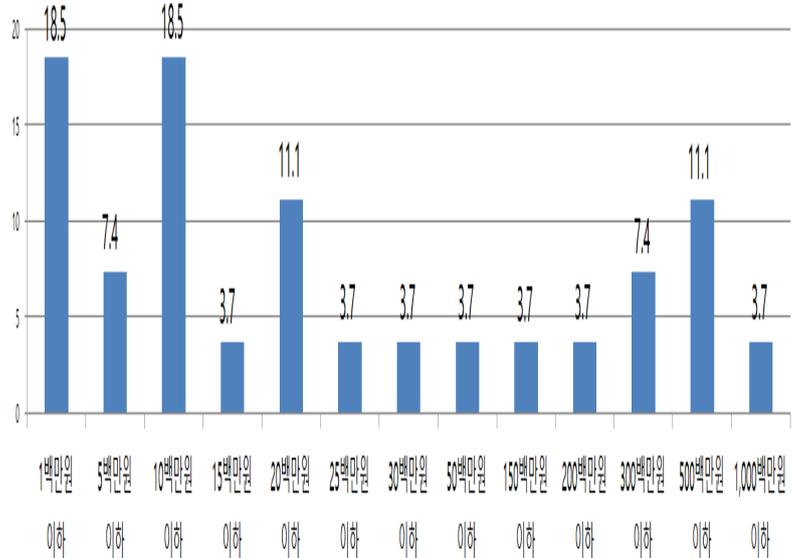
⑥ 수출액(연평균)

- 연 평균 수출액에 대한 조사 결과, ‘1백만원 이하’와 ‘10백만원 이하’가 각각 18.5%로 가장 많았으며, ‘20백만원 이하’와 ‘500백만원 이하’가 각각 11.1%, ‘5백만원 이하’와 ‘300백만원 이하’가 각각 7.4% 순으로 나타남.

<표 III- 9> 연 평균 수출액

구 분	사례 수	비율 (%)
1백만원 이하	5	18.5
5백만원 이하	2	7.4
10백만원 이하	5	18.5
15백만원 이하	1	3.7
20백만원 이하	3	11.1
25백만원 이하	1	3.7
30백만원 이하	1	3.7
50백만원 이하	1	3.7
150백만원 이하	1	3.7
200백만원 이하	1	3.7
300백만원 이하	2	7.4
500백만원 이하	3	11.1
1,000백만원 이하	1	3.7
total	27	100.0

<그림 III- 6> 연 평균 수출액(%)



나) 농촌융복합산업 사업자 성과

최근 3년간(2017~2019년)을 중점으로 인증 경영체들의 경영성과를 5점 리커트척도(1점; 전혀 그렇지 않다 ~ 5점; 매우 그렇다)를 활용하여 살펴보면,

- ‘제품/서비스에 대한 고객 만족도 제고(4.12)’, ‘경영체 가치(브랜드/이미지) 상승(4.09)’, ‘제품/서비스에 대한 고객 충성도 제고(4.08)’, ‘제품/서비스의 시장경쟁력 증가(3.84)’, ‘상품 판매처 지속적 증가(3.77)’, ‘직원들의 업무수행 능력 향상(3.74)’, ‘매출액의 지속적 증가(3.57)’, ‘지역 일자리창출 수준 증가(3.34)’, ‘영업이익의 지속적 증가(3.32)’ 등의 순으로 평균이 높게 나타남.
- 특히 각 문항에서 ‘그렇다’와 ‘매우 그렇다’의 응답이 많은 분포를 이루었는데, 제품/서비스에 대한 ‘고객 충성도 제고(60.0%/24.4%)’, ‘제품/서비스에 대한 고객 만족도 제고(55.6%/28.9%)’, ‘제품/서비스의 시장 경쟁력 증가(52.2%/20.0%)’, ‘경영체 가치(브랜드/이미지) 상승(51.5%/30.0%)’, ‘경영자립도 향상(51.1%/13.3%)’, ‘매출액의 지속적 증가

(43.3%/16.7%)’, ‘직원들의 업무수행 능력 향상(43.3%/16.7%)’, ‘영업이익의 증가(41.1%/10.0%)’, ‘지역 일자리 창출 수준 증가(32.2%/11.1%)’ 등의 순으로 나타남.

- 이러한 성과가 창출되고 있다고 인식하는 이유가 농촌융복합산업 정책추진의 기반인 「농촌융복합산업 육성 및 지원에 관한 법률」 제정(2014.6)과 2015년 제1차 농촌융복합산업 육성 및 지원을 위한 기본계획 수립을 통한 것으로, 제주지역 농촌융복합산업 사업자들이 6차산업 인증을 통한 경영성과가 지속적으로 증가할 수 있는 배경이라고 사료됨.

<표 Ⅲ-10> 농촌융복합산업 사업자 성과

내 용	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	total (명/%)	평균 /표준편차
1. 매출액의 지속적 증가	3 (3.3)	12 (13.3)	21 (23.3)	39 (43.3)	15 (16.7)	90 (100.0)	3.57 /1.028
2. 영업이익의 지속적 증가	3 (3.3)	20 (22.2)	21 (23.3)	37 (41.1)	9 (10.0)	90 (100.0)	3.32 /1.037
3. 제품/서비스에 대한 고객 만족도 제고	0	1 (1.1)	13 (14.4)	50 (55.6)	26 (28.9)	90 (100.0)	4.12 / .684
4. 제품/서비스에 대한 고객 충성도 제고	0	1 (1.1)	13 (14.4)	54 (60.0)	22 (24.4)	90 (100.0)	4.08 / .657
5. 상품 판매처 지속적 증가	3 (3.3)	7 (7.8)	17 (18.9)	44 (48.9)	19 (21.1)	90 (100.0)	3.77 / .984
6. 경영자립도 향상	1 (1.1)	5 (5.6)	26 (28.9)	46 (51.1)	12 (13.3)	90 (100.0)	3.70 / .814
7. 경영체 가치(브랜드/이미지) 상승	0	2 (2.2)	15 (16.7)	46 (51.5)	27 (30.0)	90 (100.0)	4.09 / .744
8. 제품/서비스의 시장경쟁력 증가	2 (2.2)	3 (3.3)	20 (22.2)	47 (52.2)	18 (20.0)	90 (100.0)	3.84 / .860
9. 지역 일자리 창출 수준 증가	2 (2.2)	14 (15.6)	35 (38.9)	29 (32.2)	10 (11.1)	90 (100.0)	3.34 / .950
10. 직원들의 업무수행 능력 향상	0	2 (2.2)	34 (37.8)	39 (43.3)	15 (16.7)	90 (100.0)	3.74 / .758

다) 정부 및 지자체의 정책지원

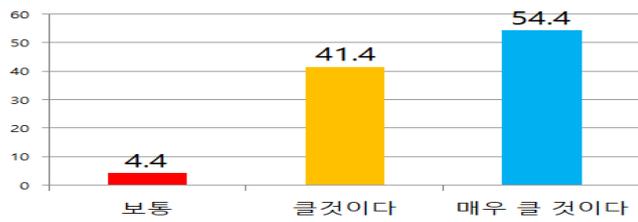
정부 및 지자체의 정책지원 확대가 성과창출에 미치는 영향에 대한 조사결과,

- 농촌융복합산업 사업자에 대한 정부 및 지자체의 정책지원 확대가 성과창출에 미치는 영향에 대해 조사한 결과, ‘매우 클 것이다’가 54.4%로 가장 많았으며, ‘클 것이다’ 41.1%, ‘보통이다’ 4.4% 순으로 나타남.

<표 III-11> 정책지원의 영향

구 분	사례 수	비율(%)
전혀 없을 것이다	0	0
없을 것이다	0	0
보통이다	4	4.4
클 것이다	37	41.1
매우 클 것이다	49	54.4
total	90	100.0

<그림 III- 7> 정책지원의 영향(%)



라) 사업성과 창출을 위해 확대가 필요한 지원제도

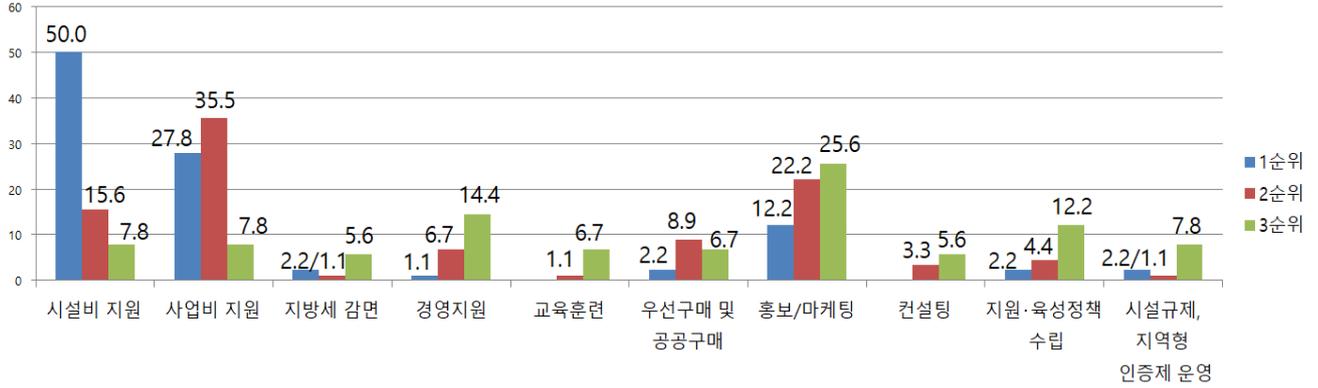
사업성과 창출을 위해 확대가 필요한 지원제도에 대한 조사 결과,

- 1순위로는 ‘시설비 지원’ 이 50.0%로 가장 많았으며, ‘사업비 지원’ 27.8%, ‘홍보/마케팅 지원’ 12.2% 순으로 나타남.
- 2순위로는 ‘사업비 지원’ 이 35.5%로 비교적 높게 나타났으며, ‘홍보/마케팅 지원’ 22.2%, ‘시설비 지원’ 15.6% 순으로 나타남.
- 3순위로는 ‘홍보/마케팅 지원’ 이 25.6%로 비교적 높게 나타났으며, ‘경영지원’ 14.4%, ‘지원·육성정책 수립’ 12.2% 순으로 나타남.
- 전반적으로 시설비와 사업비, 홍보/마케팅에 대한 지원제도의 필요성이 높게 나타남.

<표 III-12> 확대 필요한 지원제도(순위별, %)

내 용	1순위		2순위		3순위	
	사례 수	비율(%)	사례 수	비율(%)	사례 수	비율(%)
시설비 지원	45	50.0	14	15.6	7	7.8
사업비 지원	25	27.8	32	35.5	7	7.8
지방세 감면	2	2.2	1	1.1	5	5.6
경영지원	1	1.1	6	6.7	13	14.4
교육훈련	0	0	1	1.1	6	6.7
우선구매 및 공공구매	2	2.2	8	8.9	6	6.7
홍보/마케팅 지원	11	12.2	20	22.2	23	25.6
컨설팅	0	0	3	3.3	5	5.6
지원·육성정책 수립	2	2.2	4	4.4	11	12.2
시설규제, 지역형 인증제 운영	2	2.2	1	1.1	7	7.8
total	90	100.0	90	100.0	90	100.0

<그림 III- 8> 확대 필요한 지원제도(순위별, %)



마) 농촌융복합산업의 정책목표 달성을 위해 더 강조되어야 할 지원 정책

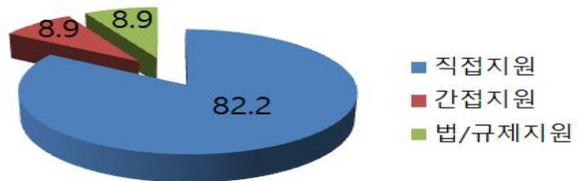
농촌융복합산업의 정책목표 달성을 위해 더 강조되어야 할 지원정책에 대한 조사 결과,

- ‘직접지원’ 이 82.2%로 가장 많았으며, ‘간접지원’ 과 ‘법/규제지원’ 이 각각 8.9% 순으로 나타남.
- 농촌융복합산업 사업자들은 농촌융복합산업의 정책목표와 자사기업의 성장과 발전을 동일시하는 것으로 판단되며, 이에 따른 필요성이 높게 나타나는 것으로 사료됨.

<표 III-13> 강조되어야 할 지원정책

구분	사례 수	비율(%)
직접지원	74	82.2
간접지원	8	8.9
법/규제 지원	8	8.9
total	90	100.0

<그림 III- 9> 강조되어야 할 지원정책(%)



2) 농촌융복합산업 사업자의 내·외적 환경

가) 농촌융복합산업 환경에 대한 인식

농촌융복합산업 사업자들이 생각하는 농촌융복합산업 환경에 대한 인식정도를 5점 리커트척도 (1점; 전혀 그렇지 않다. ~ 5점; 매우 그렇다)를 활용하여 살펴보면,

- 긍정적인 측면에서는 ‘6차산업의 사회·문화적 추세가 우호적(3.88)’, ‘6차산업의 성장률이 높은 편(3.78)’, ‘미개척 잠재시장 수요가 많다(3.76)’, ‘6차산업에 대한 정부정책이 우호적(3.50)’ 등의 순으로 나타났으나,

- 다소 부정적인 측면에서는 ‘인증 경영체와 대등한 경쟁사가 다수 존재(3.62)’, ‘유사 경쟁기업이 많다(3.50)’, ‘인증 경영체를 둘러싼 사업 환경의 예측이 어렵다(3.09)’, ‘경쟁으로 인한 시장점유율이 다소 불안정(2.96)’ 등의 순으로 나타났고,
- ‘원자재 확보에서도 시장상황에 따라 영향을 받는다(3.08)’ 라고 다소 불안정한 인식을 하는 것으로 나타남.
- 농촌융복합산업 사업자들은 시장 잠재력과 정부정책 및 사회·문화적 추세가 우호적인 부분에서는 농촌융복합산업 환경이 긍정적이나, 시장점유율에 따른 경쟁 환경에 대해서는 다소 불안정한 인식을 하고 있는 것으로 나타남.

<표 III-14> 농촌융복합산업(6차산업) 환경에 대한 인식

내 용	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	total (명/%)	평균 / 표준편차
1. 6차산업의 성장률은 높은 편	1 (1.1)	5 (5.6)	22 (24.4)	47 (52.2)	15 (16.7)	90 (100.0)	3.78 / .832
2. 6차산업의 사회문화적 추세가 우호적	1 (1.1)	2 (2.2)	21 (23.3)	49 (54.4)	17 (18.9)	90 (100.0)	3.88 / .776
3. 6차산업에 대한 정부정책이 우호적	2 (2.2)	7 (7.8)	37 (41.1)	32 (35.6)	12 (13.3)	90 (100.0)	3.50 / .903
4. 6차산업에 유사 경쟁기업 많음	1 (1.1)	10 (11.1)	35 (38.9)	31 (34.4)	13 (14.4)	90 (100.0)	3.50 / .915
5. 미개척 잠재시장 수요가 많음	1 (1.1)	2 (2.2)	28 (31.1)	46 (51.1)	13 (14.4)	90 (100.0)	3.76 / .769
6. 우리 경영체와 대등한 경쟁사 다수 존재	1 (1.1)	4 (4.4)	34 (37.8)	40 (44.4)	11 (12.2)	90 (100.0)	3.62 / .801
7. 우리 경영체는 경쟁으로 시장 점유율 다소 불안정	7 (7.8)	21 (23.3)	37 (41.1)	19 (21.1)	6 (6.7)	90 (100.0)	2.96 /1.016
8. 시장상황에 따라 원자재 확보에 영향 받음	8 (8.9)	22 (24.4)	24 (26.7)	27 (30.0)	9 (10.0)	90 (100.0)	3.08 /1.144
9. 우리 경영체를 둘러싼 사업환경은 예측 어려움	4 (4.4)	22 (24.4)	35 (38.9)	20 (22.2)	9 (10.0)	90 (100.0)	3.09 /1.024

나) 농촌융복합산업 사업자들의 경영 보유자원

농촌융복합산업 사업자들의 보유한 경영자원 정도에 관해 5점 리커트척도(1점; 전혀 그렇지 않다. ~ 5점; 매우 그렇다)를 활용하여 살펴보면,

- 다소 안정적인 측면에서는 ‘원료 및 부자재를 안정적으로 확보 가능(3.68)’, ‘원재료 투입 대비 산출물의 효율성이 높은 편(3.38)’ 등의 순으로 나타났으며,
- 다소 불안정한 측면에서는 ‘생산직 직원의 장기근속 비율이 높은 편(3.14)’, ‘신용도가 높아 좋은 조건으로 외부자금 조달용이(3.04)’, ‘생산직 근로자와 숙련공이 많은 편(3.03)’, ‘차입을 위한 담보제공 또는 신용보증 활용 능력이 큰 편(3.02)’, ‘대량 생산 설비의 보유 비중이 큰 편(2.98)’, ‘영업이익으로 정상가동에 필요한 자금 충당(2.93)’ 등의 순으로 나타났고,

- 불안정한 측면에서는 ‘최신 자동화 설비 보유(2.73)’, ‘사업자금에 여유가 있어 외부 차입의존도가 낮은 편(2.64)’ 등의 순으로 나타남.
- 농촌융복합산업 사업자들은 원·부자재의 확보와 원재료 투입 산출물의 효율성이 높은 것을 제외한 장기근속의 생산직 직원, 운영자금 등의 자원 확보에서는 다소 불안정적으로 나타났으며, 일부 농촌융복합산업 사업자들은 최신 생산설비 및 숙련공·운영자금 등의 확보에서는 불안정적인 문제점을 안고 있는 것으로 판단됨.

<표 III-15> 농촌융복합산업(6차산업) 사업자의 보유 자원

내 용	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	total (명/%)	평균 /표준편 차
1. 대량생산 설비의 보유 비중 큰 편	5 (5.6)	28 (31.1)	28 (31.1)	22 (24.4)	7 (7.8)	90 (100.0)	2.98 /1.049
2. 생산직 근로자와 숙련공이 많은 편	2 (2.2)	21 (23.3)	41 (45.6)	24 (26.7)	2 (2.2)	90 (100.0)	3.03 / .827
3. 생산직 직원의 장기근속 비율이 높은 편	2 (2.2)	17 (18.9)	43 (47.8)	22 (24.4)	6 (6.7)	90 (100.0)	3.14 / .881
4. 최신 자동화 설비 많이 보유	13 (14.4)	24 (26.7)	31 (34.4)	18 (20.0)	4 (4.4)	90 (100.0)	2.73 /1.079
5. 원재료 투입 대비 산출물의 효율성이 높은 편	1 (1.1)	15 (16.7)	37 (41.1)	23 (25.6)	14 (15.6)	90 (100.0)	3.38 / .978
6. 원료 및 부자재를 안정적으로 확보 가능	1 (1.1)	5 (5.6)	34 (37.8)	32 (35.6)	18 (20.0)	90 (100.0)	3.68 / .898
7. 차입을 위한 담보제공 또는 신용보증 활용 능력이 큰 편	5 (5.6)	21 (23.3)	39 (43.3)	17 (18.9)	8 (8.9)	90 (100.0)	3.02 /1.005
8. 신용도가 높아 좋은 조건으로 외부자금을 조달 용이	5 (5.6)	19 (21.1)	38 (42.2)	23 (25.6)	5 (5.6)	90 (100.0)	3.04 / .959
9. 영업이익으로 정상가동에 필요한 자금 충당	6 (6.7)	23 (25.6)	37 (41.1)	19 (21.1)	5 (5.6)	90 (100.0)	2.93 / .981
10. 사업자금에 여유가 있어 외부 차입의존도 낮은 편	12 (13.3)	33 (36.7)	27 (30.0)	11 (12.2)	7 (7.8)	90 (100.0)	2.64 /1.105

다) 농촌융복합산업 사업자의 조직문화

농촌융복합산업 사업자들의 조직문화에 대해 인증 경영체들의 경영성과를 5점 리커트척도 (1점; 전혀 그렇지않다 ~ 5점; 매우 그렇다)를 활용하여 살펴보면,

- ‘최고 경영자는 비전과 목적 및 핵심가치를 수립하고 제시하며, 업무지침으로 적용하고 있다(3.98)’, ‘특허 등 지적재산을 효율적으로 관리하고 있다(3.69)’, ‘정부의 각종 지원제도를 잘 알고 있으며, 이에 항상 대비하고 있다(3.36)’ 등의 순으로 나타나,
- 제주지역 농촌융복합산업 사업자들은, 자사의 기업운영에 대해 고유의 조직문화를 형성하고 있는 것으로 나타났으며, 구축된 조직문화는 향후 사업을 운영함에 있어 경영 성과에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 사료됨.

- 또한 구축된 조직문화를 바탕으로, 다양한 지원 프로그램을 통해 경영성과에 긍정적 효과 및 효율성이 제공 되어질 것으로 판단됨.

<표 III-16> 농촌융복합산업(6차산업) 사업자의 조직문화

내 용	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	total (명/%)	평균 /표준편 차
1. 비전과 목적 및 핵심가치를 수립·제시 및 업무지침으로 적용	0	1 (1.1)	22 (24.4)	45 (50.0)	22 (24.4)	90 (100.0)	3.98 / .734
2. 특허 등 지적재산의 효율적 관리	1 (1.1)	12 (13.3)	17 (18.9)	44 (48.9)	16 (17.8)	90 (100.0)	3.69 / .956
3. 정부의 각종 지원제도 인지 및 항상 대비	2 (2.2)	11 (12.2)	40 (44.4)	27 (30.0)	10 (11.1)	90 (100.0)	3.36 / .916

3) 농촌융복합산업 사업자들의 경영전략

가) 자사 상품의 시장점유율에 대한 인식

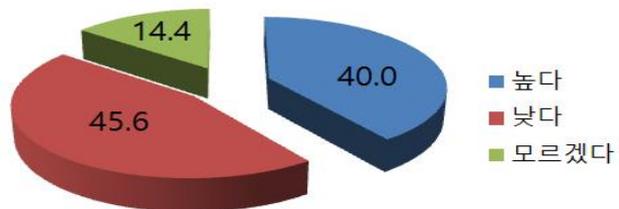
농촌융복합산업 사업자들에 대한 자사제품의 시장점유율에 대한 조사 결과,

- ‘낮다’ 가 45.6%로 다소 높게 나타났고, ‘높다’ 40.0%, ‘모르겠다’ 14.4% 순으로 나타남.
- 농촌융복합산업 사업자들이 인식하는 농촌융복합산업의 시장 환경에서도 설명되었듯이, 사업 환경에 대한 예측이 어려워 유사 또는 대등한 경쟁자수가 다수 존재하고 있는 시장의 경쟁 환경에 대해 다소 불안정하게 인식하고 있는 것으로 판단됨.

<표 III-17> 시장점유율 인식

구 분	사례 수	비율(%)
높다	36	40.0
낮다	41	45.6
모르겠다	13	14.4
total	90	100.0

<그림 III-10> 시장점유율 인식(%)



나) 시장점유율이 낮은 원인에 대한 인식

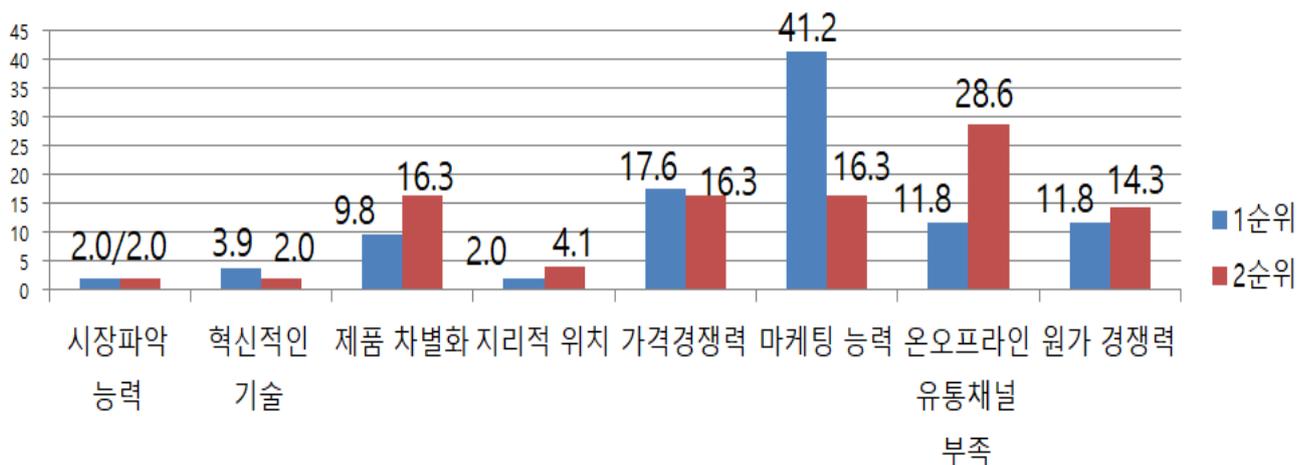
시장점유율이 낮은 원인에 대한 인식 정도에 대한 조사 결과,

- 1순위로는 ‘마케팅 능력’ 이 41.2%로 가장 많았으며, ‘가격 경쟁력’ 17.6%, ‘온라인 유통채널 부족’ 과 ‘원가 경쟁력’ 이 각각 11.8% 순으로 나타남.
- 2순위로는 ‘온오프라인 유통채널 부족’ 이 28.6%로 비교적 높게 나타났으며, ‘가격 경쟁력’ 과 ‘마케팅능력’, ‘제품차별화’ 가 각각 16.3%, ‘원가 경쟁력’ 14.3% 순으로 나타남.
- 전반적으로 농촌융복합산업 사업자들은 시장점유율이 낮은 이유로, 마케팅 능력과 온라인 유통채널 부족 및 원가 경쟁력에 대한 이유가 원인이라 인식하는 것으로 나타남.

<표 III-18> 시장점유율이 낮은 원인 (순위별)

내 용	1순위		2순위	
	사례 수	비율(%)	사례 수	비율(%)
시장파악 능력	1	2.0	1	2.0
혁신적인 기술	2	3.9	1	2.0
제품차별화	5	9.8	8	16.3
지리적 위치	1	2.0	2	4.1
가격경쟁력	9	17.6	8	16.3
마케팅 능력	21	41.2	8	16.3
온오프라인 유통채널 부족	6	11.8	14	28.6
원가 경쟁력	6	11.8	7	14.3
total	51	100.0	49	100.0

<그림 III-11> 시장점유율이 낮은 원인(순위별, %)



다) 사업추진에 가장 중점을 두는 전략

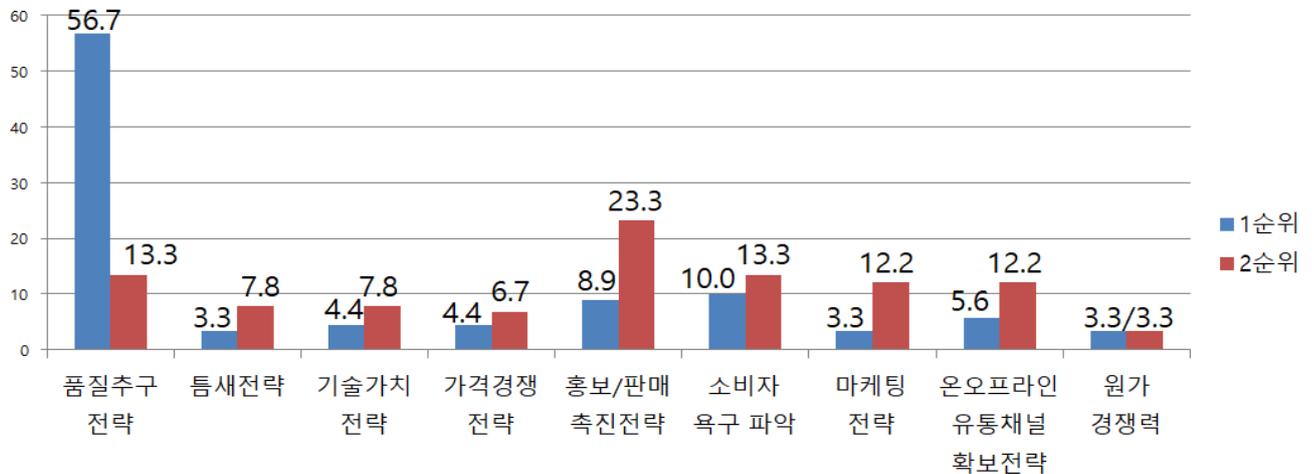
사업추진에 가장 중점을 두는 전략에 대한 조사 결과,

- 1순위로는 ‘품질추구 전략’ 이 56.7%로 가장 높게 많았으며, ‘소비자욕구 파악’ 10.0%, ‘홍보/판매 촉진전략’ 8.9% 순으로 나타남.
- 2순위로는 ‘홍보/판매 촉진 전략’ 이 23.3%로 비교적 높게 나타났으며, ‘품질추구 전략’ 과 ‘소비자욕구 파악’ 이 각각 13.3%, ‘마케팅전략’ 과 ‘온오프라인 유통채널 확보 전략’ 이 각각 12.2% 순으로 나타남.
- 전반적으로 농촌융복합산업 사업자들 다수가 품질추구 전략과 홍보/판매 촉진전략에 가장 중점을 두는 것으로 나타나, 이는 시장경쟁 환경에 대한 점유율을 확보하기 위해 제품 품질 및 홍보촉진에 우선 하고자 하는 노력에서 비롯하는 것이라 사료됨.

<표 III-19> 사업추진의 중점 전략 (순위별)

내 용	1순위		2순위	
	사례 수	비율(%)	사례 수	비율(%)
품질추구 전략	51	56.7	12	13.3
틈새전략	3	3.3	7	7.8
기술가치 전략	4	4.4	7	7.8
가격경쟁 전략	4	4.4	6	6.7
홍보/판매 촉진 전략	8	8.9	21	23.3
소비자 욕구 파악	9	10.0	12	13.3
마케팅 전략	3	3.3	11	12.2
온오프라인 유통채널 확보 전략	5	5.6	11	12.2
원가경쟁력	3	3.3	3	3.3
total	90	100.0	90	100.0

<그림 III-12> 사업추진의 중점 전략(순위별, %)



라) 신제품 출시에 가장 중점을 두는 전략

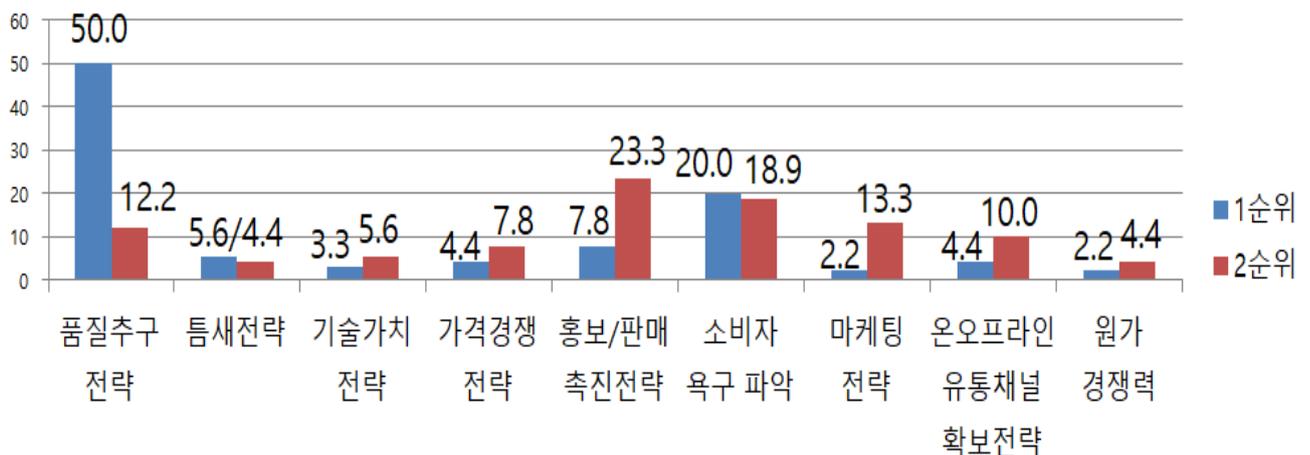
신제품 출시에 가장 중점을 두는 전략에 대한 조사 결과,

- 1순위로는 ‘품질추구 전략’ 이 50.0%로 가장 높게 많았으며, ‘소비자욕구 파악’ 20.0%, ‘홍보/판매 촉진전략’ 7.8% 순으로 나타남.
- 2순위로는 ‘홍보/판매 촉진 전략’ 이 23.3%로 비교적 높게 나타났으며, ‘소비자 욕구 파악’ 18.9%, ‘마케팅전략’ 13.3%, ‘품질추구 전략’ 12.2% 순으로 나타남.
- 신제품 출시에 관한 전략 역시 농촌융복합산업 사업자들 대부분이 품질추구 전략과 홍보/판매 촉진전략에 가장 중점을 두는 것으로 나타나, 이 또한 시장경쟁 환경에 대한 신제품의 홍보와 인지도를 확보하기 위한 노력에서 비롯하는 것이라 사료됨.

<표 III-20> 신제품 출시 중점 전략 (순위별)

내 용	1순위		2순위	
	사례 수	비율(%)	사례 수	비율(%)
품질추구 전략	45	50.0	11	12.2
틈새전략	5	5.6	4	4.4
기술가치 전략	3	3.3	5	5.6
가격경쟁 전략	4	4.4	7	7.8
홍보/판매 촉진 전략	7	7.8	21	23.3
소비자 욕구 파악	18	20.0	17	18.9
마케팅 전략	2	2.2	12	13.3
온오프라인 유통채널 확보 전략	4	4.4	9	10.0
원가경쟁력	2	2.2	4	4.4
total	90	100.0	90	100.0

<그림 III-13> 신제품 출시 중점 전략(순위별, %)



마) 가장 많이 활용하는 홍보/판촉 촉진 전략

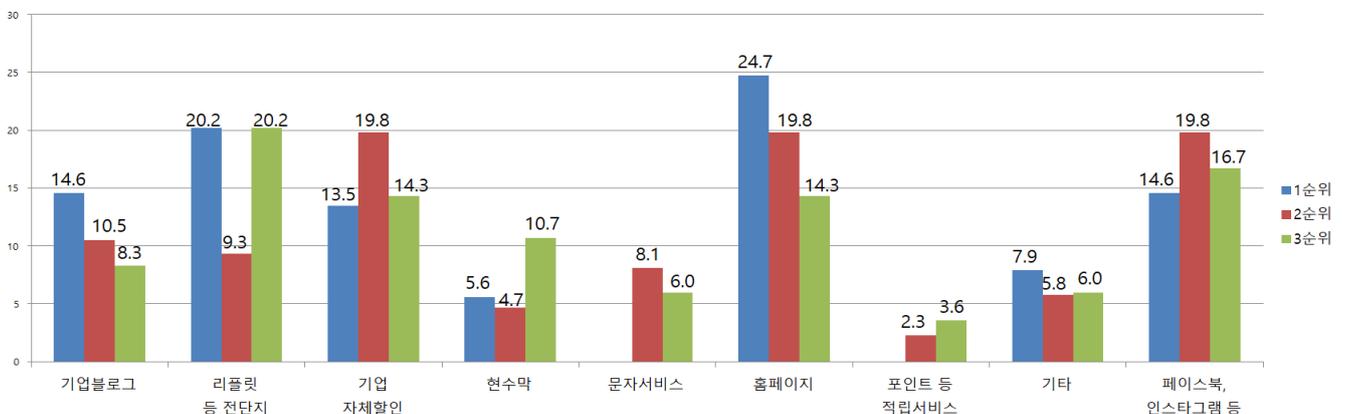
농촌융복합산업 사업자들이 가장 많이 사용하고 있는 홍보/판촉 수단에 대한 조사 결과,

- 1순위로는 ‘홈페이지’가 24.7%로 비교적 많았으며, ‘리플릿 등 전단지’ 20.2%, ‘기업 블로그’와 ‘페이스북/인스타그램’이 각각 14.6% 순으로 나타남.
- 2순위로는 ‘기업자체 할인’과 ‘홈페이지’, ‘페이스북/인스타그램’이 각각 19.8%로 비교적 높게 나타났으며, ‘기업블로그’ 10.5%, ‘리플릿 등 전단지’ 9.3% 순으로 나타남.
- 3순위로는 ‘리플릿 등 전단지’가 20.2%로 비교적 높게 나타났으며, ‘페이스북/인스타그램’ 16.7%, ‘홈페이지’와 ‘기업 자체할인’이 각각 14.3% 순으로 나타남.
- 전반적으로 인증 사업자들은 신제품 및 자사 제품에 대한 홍보/판매 촉진전략으로 홈페이지 및 SNS, 리플릿 등 비교적 다루기 쉽고, 접근성이 용이하며 활용이 용이한 촉진 전략을 주로 활용하는 것으로 나타남.

<표 III-21> 가장 많이 활용하는 홍보/판촉 전략(순위별)

내 용	1순위		2순위		3순위	
	사례 수	비율(%)	사례 수	비율(%)	사례 수	비율(%)
기업 블로그	13	14.6	9	10.5	7	8.3
리플릿 등 전단지	18	20.2	8	9.3	17	20.2
기업 자체할인	12	13.5	17	19.8	12	14.3
현수막	5	5.6	4	4.7	9	10.7
문자서비스	0	0	7	8.1	5	6.0
홈페이지	22	24.7	17	19.8	12	14.3
포인트 등 적립서비스	0	0	2	2.3	3	3.6
기타	7	7.9	5	5.8	5	6.0
SNS 마케팅	13	14.6	17	19.8	14	16.7
total	90	100.0	90	100.0	84	100.0

<그림 III-14> 가장 많이 활용하는 홍보/판촉 전략(순위별, %)



바) 온라인 판매를 위해 가장 필요한 요인

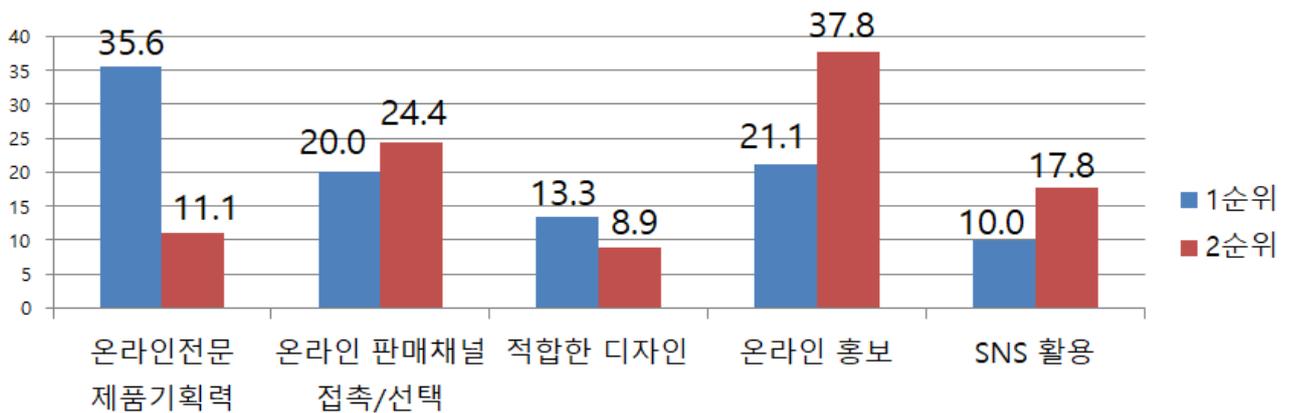
농촌융복합산업 사업자들이 온라인 판매를 위해 가장 필요한 요인에 대한 조사 결과,

- 1순위로는 ‘온라인전문 제품기획력’ 이 35.6%로 비교적 많았으며, ‘온라인 홍보’ 21.1%, ‘온라인 판매채널 접촉/선택’ 20.0%, ‘적합한 디자인’ 13.3% 순으로 나타남.
- 2순위로는 ‘온라인 홍보’ 가 37.8%로 비교적 많았으며, ‘온라인 판매채널 접촉/선택’ 24.4%, ‘SNS 활용’ 17.8% 순으로 나타남.
- 전반적으로 농촌융복합산업 사업자들은 온라인 판매를 위해서는 온라인 제품에 대한 기획력과 홍보 및 판매채널에 중점을 두고 있는 것으로 판단됨.

<표 Ⅲ-22> 온라인 판매를 위해 가장 필요한 요인(순위별)

내 용	1순위		2순위	
	사례 수	비율(%)	사례 수	비율(%)
온라인 전문 제품 기획력	32	35.6	10	11.1
온라인 판매채널 접촉/선택	18	20.0	22	24.4
적합한 디자인	12	13.3	8	8.9
온라인 홍보	19	21.1	34	37.8
SNS 활용	9	8.9	16	17.8
total	90	100.0	90	100.0

<그림 Ⅲ-15> 온라인 판매를 위해 가장 필요한 요인(순위별, %)



4) 인증제도 만족도 및 지원 프로그램 필요성

가) 농촌융복합산업 인증제도 만족도

농촌융복합산업 사업자들이 농촌융복합산업 인증제도 만족도에 대한 인식 정도를 5점 리커트척도(1점; 전혀 그렇지않다 ~ 5점; 매우 그렇다)를 활용하여 살펴보면,

- 현 농촌융복합산업의 인증제도에 대해, ‘인증을 통한 대외적 신뢰도 및 고객인지도 향상(3.79)’, ‘6차산업 제도/인증에 소속감을 느낀다(3.70)’, ‘인증 사업자들 간의 유대감을 느낀다(3.41)’, ‘유지 자격의 인증 기준 강화가 필요(3.37)’ 등의 순으로 나타났고,
- 6차산업 인증제도의 만족정도는 ‘기존 사업자 인증 유지 제도에 대해 만족(3.82)’, ‘현 6차산업 인증상담 프로그램에 대해 만족(3.79)’ 등의 순으로 나타남.
- 농촌융복합산업 사업자들은 농촌융복합산업 인증제도에 대해 유지자격의 인증 기준강화의 필요성을 비교적 높게 요구하고 있으며, 또한 농촌융복합산업 사업자들 간의 유대감 및 소속감을 느끼는 것으로 나타남. 아울러 기존 인증제도의 유지와 인증상담 프로그램에 대해 만족하는 것으로 나타남.

<표 III-23> 농촌융복합산업(6차산업) 인증제도 만족도

내 용	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	total (명/%)	평균 /표준편차
1. 기존 사업자 인증 유지 제도 만족	1 (1.1)	2 (2.2)	29 (32.2)	38 (42.2)	20 (22.2)	90 (100)	3.82 / .842
2. 유지 자격의 인증 기준 강화필요	0	9 (10.0)	46 (51.1)	28 (31.1)	7 (7.8)	90 (100)	3.37 / .771
3. 인증 사업자들 간의 유대감 느낌	0	10 (11.1)	42 (46.7)	29 (32.2)	9 (10.0)	90 (100)	3.41 / .820
4. 6차산업 제도/인증에 소속감 느낌	0	5 (5.6)	30 (33.3)	42 (46.7)	13 (14.4)	90 (100)	3.70 / .785
5. 6차산업 인증을 통한 대외적 신뢰도 및 고객인지도 향상	0	2 (2.2)	30 (33.3)	43 (47.8)	15 (16.7)	90 (100)	3.79 / .742
6. 현 6차산업 인증상담 프로그램 만족	0	2 (2.2)	27 (30.0)	49 (54.4)	12 (13.3)	90 (100)	3.79 / .695

나) 제주농업농촌6차산업지원센터 지원프로그램 필요정도

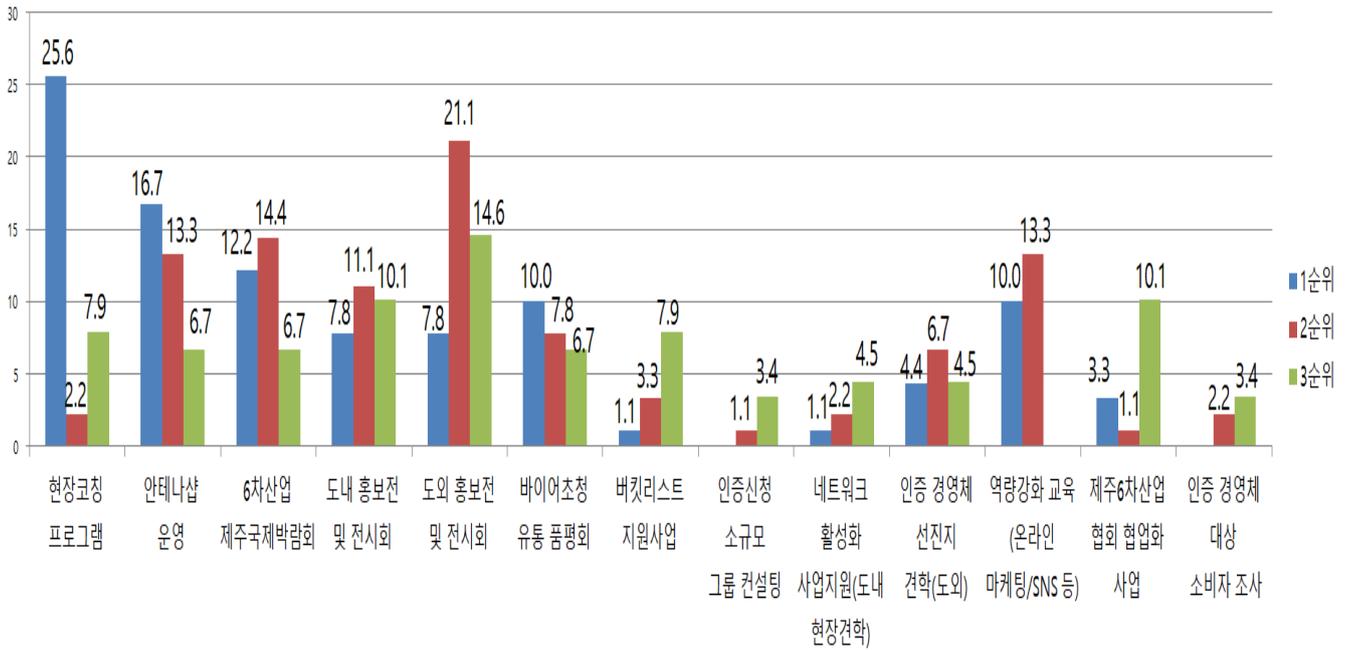
농촌융복합산업 사업자들이 인식하는 필요성이 높은 지원 프로그램에 대한 조사 결과,

- 1순위로는 ‘현장코칭 프로그램’ 이 25.6%로 비교적 많았으며, ‘안테나샵 운영’ 16.7%, ‘제주국제박람회’ 12.2%, ‘바이어 초청 유통 품평회’ 10.0%, ‘도내·외 홍보전 및 전시회’ 가 각각 7.8% 순으로 나타남.
- 2순위로는 ‘도의 홍보전 및 전시회’ 가 21.1%로 나타났으며, ‘역량강화 교육’ 13.3%, ‘제주국제박람회’ 14.4%, ‘안테나샵 운영’ 13.3%, ‘도내 홍보전 및 전시회’ 11.1% 순으로 나타남.
- 3순위로는 ‘도의 홍보전 및 전시회’ 가 14.6%로 다소 높게 나타났으며, ‘6차산업 협업화 사업’ 과 ‘도내 홍보전 및 전시회’ 가 각각 10.1%, ‘현장코칭 프로그램’ 과 ‘버킷리스트 지원사업’ 이 각각 7.9% 순으로 나타남.
- 전반적으로 농촌융복합산업 사업자들은 자사 제품에 대한 홍보/판촉에 관한 지원프로그램 및 현장 컨설팅 사업을 가장 필요한 사업으로 인식하고 있는 것으로 나타남.

<표 III-24> 필요성이 가장 높은 지원 프로그램(순위별)

내 용	1순위		2순위		3순위	
	사례 수	비율(%)	사례 수	비율(%)	사례 수	비율(%)
현장코칭 프로그램	23	25.6	2	2.2	7	7.9
안테나샵 운영	15	16.7	12	13.3	6	6.7
6차산업 제주국제박람회	11	12.2	13	14.4	6	6.7
도내 홍보전 및 전시회	7	7.8	10	11.1	9	10.1
도의 홍보전 및 전시회	7	7.8	19	21.1	13	14.6
바이어초청 유통 품평회	9	10.0	7	7.8	6	6.7
버킷리스트 지원사업	1	1.1	3	3.3	7	7.9
우수사례경진대회 참여	0	0	0	0	1	1.1
인증신청 소규모 그룹 컨설팅	0	0	1	1.1	3	3.4
네트워크 활성화 사업지원(도내 현장견학)	1	1.1	2	2.2	4	4.5
인증 경영체 선진지 견학(도의)	4	4.4	6	6.7	4	4.5
역량강화 교육(온라인 마케팅/ SNS 등)	9	10.0	12	13.3	0	0
제주6차산업 협회 협업화 사업	3	3.3	1	1.1	9	10.1
스타트업 school	0	0	0	0	0	0
인증 경영체 대상 소비자 조사	0	0	2	2.2	3	3.4
total	90	100.0	90	100.0	89	100.0

<그림 III-16> 필요성이 가장 높은 지원 프로그램(순위별, %)



다) 코로나-19 이후 새로운 유통 트렌트 대응을 위한 프로그램의 개선 사항

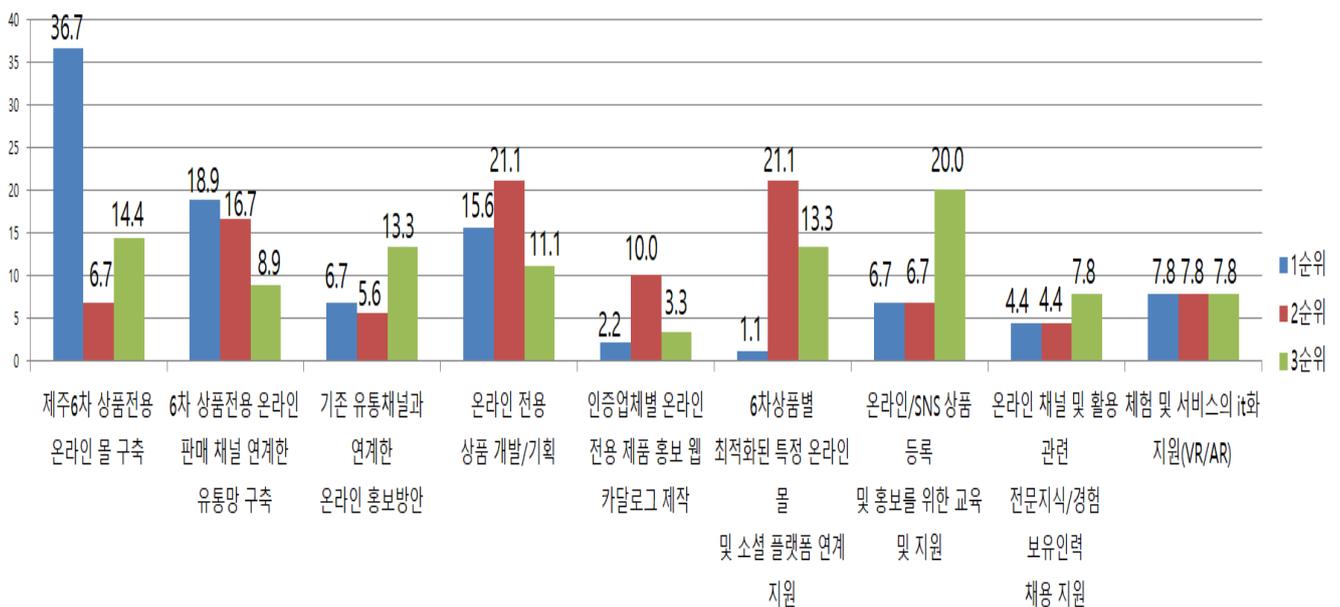
코로나-19 이후 새로운 유통 트렌드 대응을 위한 지원센터의 지원 프로그램의 개선사항에 대한 조사 결과,

- 1순위로는 ‘제주6차 상품전용 온라인몰 구축’ 이 36.7%로 이 가장 많았으며, ‘6차 상품 전용 온라인 판매 채널 연계한 유통망 구축’ 18.9%, ‘온라인 전용 상품 개발 기획’ 15.6% 등의 순으로 나타남.
- 2순위로는 ‘온라인 전용 상품 개발/기획 지원’ 과 ‘6차상품별 최적화된 특정 온라인 몰 및 소셜 플랫폼 연계지원’ 이 각각 21.1%로 나타났으며, ‘6차 상품전용 온라인 판매 채널 연계한 유통망 구축’ 16.7%, ‘인증업체별 온라인 전용 제품 홍보 웹 카달로그 제작’ 10.0% 등의 순으로 나타남.
- 3순위로는 ‘온라인/SNS 상품 등록 및 홍보를 위한 교육 및 지원’ 이 20.0%로 비교적 많이 나타났으며, ‘제주6차 상품전용 온라인 몰 구축’ 14.4%, ‘기존 유통채널과 연계한 온라인 홍보방안’ 13.3%, ‘온라인 전용 상품 개발/기획 지원’ 11.1% 등의 순으로 나타남.

<표 III-25> 유통 트렌드 대응 개선해야 할 지원 프로그램(순위별)

내 용	1순위		2순위		3순위	
	사례 수	비율(%)	사례 수	비율(%)	사례 수	비율(%)
1. 제주6차 상품전용 온라인 물 구축	33	36.7	6	6.7	13	14.4
2. 6차 상품전용 온라인 판매 채널 연계한 유통망 구축	17	18.9	15	16.7	8	8.9
3. 기존 유통채널과 연계한 온라인 홍보방안	6	6.7	5	5.6	12	13.3
4. 온라인 전용 상품 개발/기획 지원	14	15.6	19	21.1	10	11.1
5. 인증업체별 온라인 전용 제품 홍보 웹 카달로그 제작	2	2.2	9	10.0	3	3.3
6. 6차상품별 최적화된 특정 온라인물 및 소셜 플랫폼 연계 지원	1	1.1	19	21.1	12	13.3
7. 온라인/SNS 상품 등록 및 홍보를 위한 교육 및 지원	6	6.7	6	6.7	18	20.0
8. 온라인 채널 및 활용 관련 전문지식/경험 보유인력 채용 지원	4	4.4	4	4.4	7	7.8
9. 체험 및 서비스의 it화 지원 (VR/AR 제작)	7	7.8	7	7.8	7	7.8
total	90	100.0	90	100.0	90	100.0

<그림 III-17> 유통 트렌드 대응 개선해야 할 지원 프로그램(순위별, %)



5) 사업운영의 애로사항

가) 사업운영의 가장 어려운 점

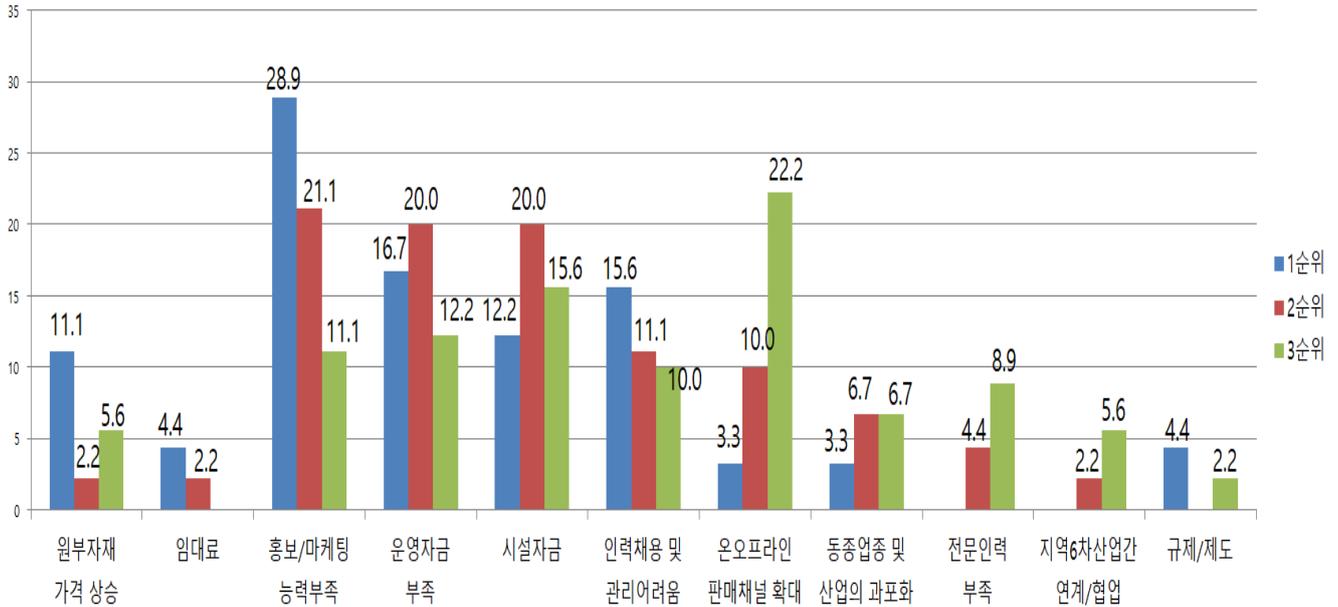
농촌융복합산업 사업자들이 인식하는 사업운영의 가장 어려운 점에 대해 살펴보면,

- 1순위로는 ‘홍보/마케팅 능력부족’ 이 28.9%로 나타났으며, ‘운영자금 부족’ 16.7%, ‘인력 채용 및 관리의 어려움’ 15.6%, ‘시설자금 부족’ 12.2% 등의 순으로 나타남.
- 2순위로는 ‘홍보/마케팅 능력부족’ 이 21.1%로 비교적 많았으며, ‘운영자금 부족’ 과 ‘시설자금 부족’ 이 각각 20.0%, ‘인력채용 및 관리의 어려움’ 11.1%, ‘온오프라인 판매채널 확대’ 10.0% 등의 순으로 나타남.
- 3순위로는 ‘온오프라인 판매채널 확대’ 가 22.2%로 비교적 많았으며, ‘시설자금 부족’ 15.6%, ‘운영자금 부족’ 12.2%, ‘홍보/마케팅 능력 부족’ 11.1%, ‘인력채용 및 관리의 어려움’ 10.0% 등의 순으로 나타남.
- 농촌융복합산업 사업자들은 홍보/마케팅 능력, 인력채용 및 관리, 운영자금, 시설자금, 온오프라인 판매채널 확대 등이 사업운영에 있어 가장 어려운 점으로 인식하고 있는 것으로 나타나, 이는 앞서 설명된 확대가 필요한 지원제도에서 도출됐던 결과에 귀결 되는 것으로 이에 대한 지원방안 마련 노력이 필요하리라 사료됨.

<표 III-26> 사업운영의 애로사항(순위별)

내 용	1순위		2순위		3순위	
	사례 수	비율(%)	사례 수	비율(%)	사례 수	비율(%)
1. 원부자재 가격 상승	10	11.1	2	2.2	5	5.6
2. 임대료	4	4.4	2	2.2	0	0
3. 홍보/마케팅 능력부족	26	28.9	19	21.1	10	11.1
4. 운영자금 부족	15	16.7	18	20.0	11	12.2
5. 시설자금	11	12.2	18	20.0	14	15.6
6. 인력채용 및 관리어려움	14	15.6	10	11.1	9	10.0
7. 온오프라인 판매채널 확대	3	3.3	9	10.0	20	22.2
8. 동종업종 및 산업의 과포화	3	3.3	6	6.7	6	6.7
9. 전문인력 부족	0	0	4	4.4	8	8.9
10. 6차산업 인증요건	0	0	0	0	0	0
11. 지역6차산업간 연계/협업	0	0	2	2.2	5	5.6
12. 규제/제도	4	4.4	0	0	2	2.2
total	90	100.0	90	100.0	90	100.0

<그림 Ⅲ-18> 사업운영의 애로사항(순위별, %)



나) 농촌융복합산업 활성화를 위해 필요한 사항

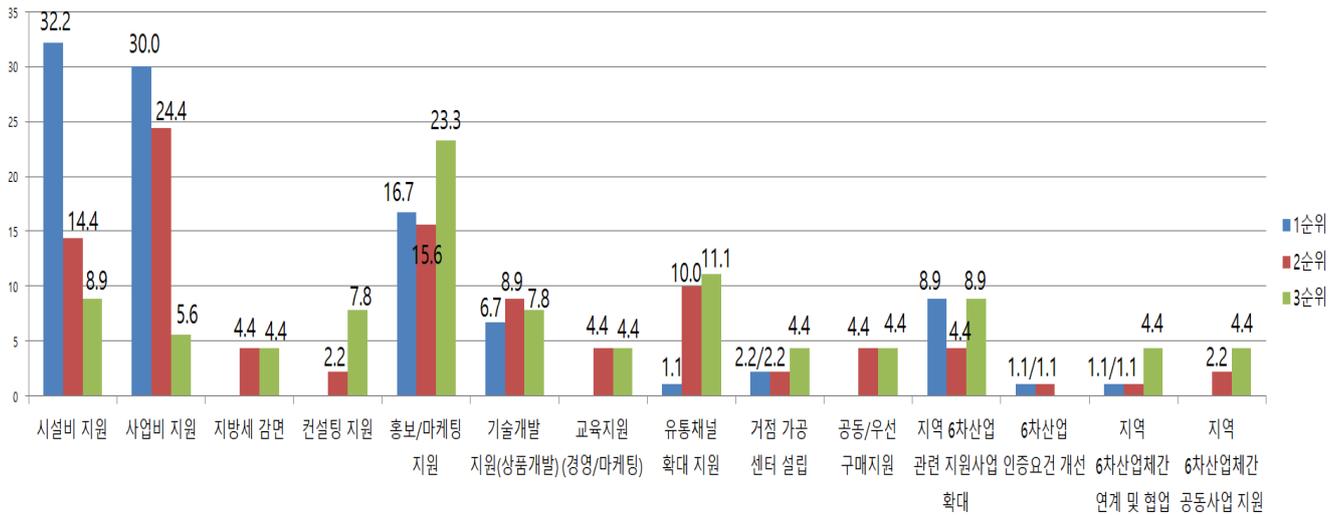
농촌융복합산업 사업자들이 인식하는 농촌융복합산업 활성화를 위해 필요한 사항에 대해 살펴보면,

- 1순위로는 ‘시설비 지원’ 32.2% 와 ‘사업비 지원’ 30.0%로 비교적 많았으며, ‘홍보/마케팅 지원’ 16.7%, ‘지역 6차산업 관련 지원 사업 확대’ 8.9% 등의 순으로 나타남.
- 2순위로는 ‘사업비 지원’ 이 24.4%로 비교적 많았으며, ‘홍보/마케팅 지원’ 15.6%, ‘시설비 지원’ 14.4%, ‘유통채널 확대 지원’ 10.0% 등의 순으로 나타남.
- 3순위로는 ‘홍보/마케팅 지원’ 이 23.3%로 비교적 많았으며, ‘유통채널 확대 지원’ 11.1%, ‘지역 6차산업 관련 지원 사업 확대’ 와 ‘시설비 지원’ 이 각각 8.9%등의 순으로 나타남.
- 농촌융복합산업 사업자들은 시설비 지원 및 사업비 지원, 홍보/마케팅 지원, 유통채널 확대가 6차산업 활성화를 위해 필요한 요인으로 인식하고 있는 것으로 나타남.

<표 III-27> 농촌융복합산업(6차산업) 활성화를 위한 필요 사항(순위별)

내 용	1순위		2순위		3순위	
	사례 수	비율(%)	사례 수	비율(%)	사례 수	비율(%)
1. 시설비 지원	29	32.2	13	14.4	8	8.9
2. 사업비 지원	27	30.0	22	24.4	5	5.6
3. 지방세 감면	0	0	4	4.4	4	4.4
4. 컨설팅 지원	0	0	2	2.2	7	7.8
5. 홍보/마케팅 지원	15	16.7	14	15.6	21	23.3
6. 기술개발 지원(상품개발)	6	6.7	8	8.9	7	7.8
7. 교육지원(경영/마케팅)	0	0	4	4.4	4	4.4
8. 유통채널 확대 지원	1	1.1	9	10.0	10	11.1
9. 거점 가공센터 설립	2	2.2	2	2.2	4	4.4
10. 공동/우선 구매지원	0	0	4	4.4	4	4.4
11. 지역 6차산업 관련 지원사업 확대	8	8.9	4	4.4	8	8.9
12. 6차산업 인증요건 개선	1	1.1	1	1.1	0	0
13. 지역 6차산업체간 연계 및 협업	1	1.1	1	1.1	4	4.4
14. 지역 6차산업체간 공동사업 지원(시제품 개발/홍보 등)	0	0	2	2.2	4	4.4
total	90	100.0	90	100.0	90	100.0

<그림 III-19> 농촌융복합산업(6차산업) 활성화를 위한 필요 사항(순위별, %)



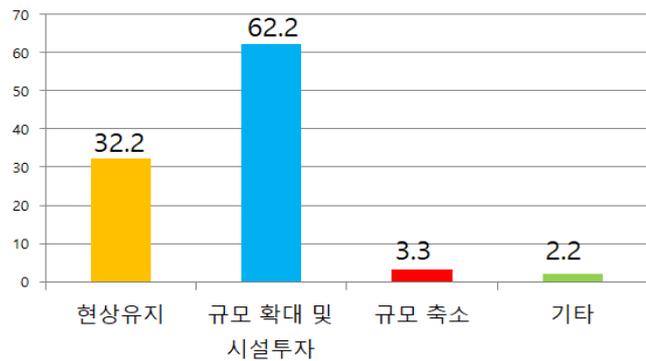
다) 향후 운영계획

- 농촌융복합산업 사업자들에 대해 향후 운영계획에 대해 <표 III-28>와 같이 조사 결과, ‘규모 확대 및 시설투자’가 62.2%로 가장 많이 나타났고, ‘현상유지’ 32.2%, ‘규모 축소’ 3.3% 순으로 나타남.
- 이와 같은 결과는 농촌융복합산업 사업자들은 앞서 설명한 농촌융복합 환경에 대한 긍정적 기대감을 바탕으로 자사의 성장·발전에 대한 기회로 인식하는 것이라 사료됨.

<표 III-28> 향후 운영계획

구분	사례 수	비율(%)
업종 전환	0	0
현상유지	29	32.2
규모 확대 및 시설투자	56	62.2
지역 이전	0	0
폐업	0	0
규모 축소	3	3.3
기타	2	2.2
total	90	100.0

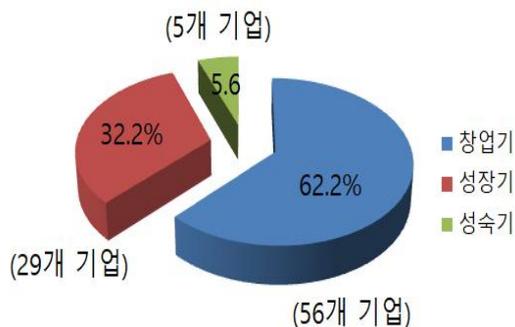
<그림 III-20> 향후 운영계획(%)



부록) 농촌융복합산업 사업자 수명주기

- 농촌융복합산업 사업자 수명주기 대해 조사한 결과, ‘창업기’가 62.2%로 가장 많이 나타났고, ‘성장기’ 32.2%, ‘성숙기’ 5.6% 순으로 나타남.

<그림 III-21> 인증 경영체 수명주기(%)



3. 분석 요약

1) 제주지역 농촌융복합산업 사업자 경영환경

가) 농촌융복합산업 사업자 성과

- 최근 3년간(2017~2019년)의 농촌융복합산업 사업자들의 경영성과를 살펴보면, 제품/서비스에 대한 고객 만족도(84.5%), 고객 충성도(84.4%), 경영체 가치 상승(81.5%), 상품 판매처 증가(70.0%), 경영자립도 향상(64.4%), 매출액의 지속적 증가(60.0%) 등 지속적 성과가 높게 나타나고 있는 것으로 조사 되, 이는 농촌융복합산업 정책추진의 기반인 「농촌융·복합산업 육성 및 지원에 관한 법률」 제정(2014.6)과 2015년 제1차 농촌융복합산업 육성 및 지원을 위한 기본계획 수립을 통한 것으로, 제주지역 사업자들이 농촌융복합산업 인증을 통한 경영성과가 지속적으로 증가할 수 있는 배경으로 보임.
- 그러나 일 평균 방문고객이 10명 이하(53.2%)의 수준에, 연 평균 매출액 역시 300백만원 이하(45.1%)이며, 또한 영업이익이 마이너스(-)와 0원(26.9%)에 해당하는 기업이 다수 분포되어 있는 것으로 조사 되어, 전체적으로 절반 이상(75.0%)의 기업이 50백만원 이하의 연매출 실적을 보이는 것으로 나타나. 향후 농촌융복합산업 사업자의 상품 및 체험 프로그램에 대한 홍보·촉진 및 판매의 지원 방안 노력이 필요하리라 사료됨.

나) 농촌융복합산업 사업자의 내·외적 환경

- 농촌융복합산업 사업자들은 시장 잠재력(65.5%)과 정부정책(48.9%) 및 사회·문화적 추세가 우호적(73.3%)인 부분에서는 농촌융복합산업 환경이 성장률이 높은(68.9%)편으로 인식 되 긍정적이나, 시장점유율(27.8%)에 따른 경쟁 환경(56.6%)에 대해서는 다소 불안정한 인식을 하고 있는 것으로 나타남.
- 또한 농촌융복합산업 사업자들은 원·부자재의 확보(55.6%)와 원재료 투입 산출물의 효율성이 높은(41.2%) 것을 제외한 장기근속의 생산직 직원(31.1%), 운영자금 등의 자원 확보(31.2%)에서는 다소 불안정적으로 나타났으며, 일부 농촌융복합산업 사업자들은 최신 생산설비(24.4%) 및 숙련공(28.9%)·운영자금 외부차입 의존도(50.0%) 등에서는 불안정한 문제점을 안고 있는 것으로 나타남.
- 그러나 농촌융복합산업 사업자들은 사업 환경에 대한 예측이 어려워 유사(48.8%) 또는 대등한 경쟁자수(56.6%)가 다수 존재하고 있는 시장의 경쟁 환경에 대해 다소 불안정하게 인식하고 있으나, 미개척 잠재시장 수요가 많음(65.5%)에는 인지하는 것으로 판단됨.

다) 농촌융복합산업 사업자들의 경영전략

- 전반적으로 농촌융복합산업 사업자들은 시장점유율이 낮은(45.6%) 이유로, 마케팅 능력(41.2%)과 온라인 유통채널 부족(28.6%) 및 제품 차별화(16.3%)에 대한 이유가 원인이라 인식하는 것으로 나타나, 다수의 농촌융복합산업 사업자들은 품질추구 전략(56.7%)과 홍보/판매 촉진전략(23.3%)에 가장 중점을 두는 것으로, 이는 시장경쟁 환경에 대한 점유율을 확보하기 위해 제품 품질 및 홍보촉진에 우선 하고자 하는 노력에서 비롯하는 것이라 판단되어 지며,
- 신제품 출시 전략에서도 대부분이 품질추구 전략과 홍보/판매 촉진전략에 가장 중점을 두는 것으로 나타나, 가장 많이 활용하는 전략으로 홈페이지(24.7%) 및 SNS(19.8%)와 기업 자체할인(19.8%), 리플릿(20.2%) 등 비교적 다루기 쉽고, 접근성이 용이하며 활용이 용이한 촉진 전략을 주로 활용하는 것으로 나타남.

2) 농촌융복합산업 인증제도 만족도 및 지원 프로그램 필요성

가) 농촌융복합산업 인증제도 만족도

- 농촌융복합산업 사업자들은 농촌융복합산업 인증제도에 대해 유지자격의 인증 기준강화의 필요성(48.9%)을 비교적 높게 요구하고 있으며, 또한 농촌융복합산업 사업자들 간의 유대감(42.2%) 및 소속감(61.1%)을 느끼는 것으로 나타났으며, 기존 인증제도의 유지(64.4%)와 인증상담 프로그램에 대해 만족(67.7%)하는 것으로 나타남.

나) 제주농업농촌6차산업지원센터 지원프로그램

- 농촌융복합산업 사업자들은 제주6차산업 지원센터 프로그램 중 현장코칭 프로그램(25.6%)로 가장 필요성이 높다고 느끼고 있으며, 2순위로 도의 홍보전 및 전시회로 나타나 컨설팅 지원을 받고 성장에 도움이 된다고 사료되며, 도외의 홍보를 통해 고객확보를 하고자 도외 판촉지원이 필요하다고 판단됨.

다) 코로나-19 이후 프로그램 개선 사항

- 농촌융복합산업 사업자들은 코로나-19 이후 새로운 유통 트렌트 대응을 위해 제주6차 상품전용 온라인몰 구축(36.7%)이 가장 많이 나타났으며, 온라인 전용 상품 개발/기획 지원(21.1%)과 6차상품별 최적화된 특정 온라인 몰 및 소셜 플랫폼 연계지원(21.1%) 순으로 나타나, 온라인 6차산업의 전용몰을 구축하여 판로지원이 필요하다고 사료됨.

3) 사업운영의 애로사항

가) 사업운영의 가장 어려운 점

- 농촌융복합산업 사업자들은 홍보/마케팅 능력(28.9%), 인력채용 및 관리(15.6%), 운영자금(20.0%), 시설자금(20.0%), 온오프라인 판매채널 확대(22.2%) 등이 사업운영에 있어 가장 어려운 점으로 인식하고 있는 것으로 나타나, 이는 앞서 설명된 확대가 필요한 지원제도에서 도출됐던 결과에 귀결되는 것으로 이에 대한 지원방안 마련 노력이 필요하리라 사료됨.

나) 농촌융복합산업 활성화를 위해 필요한 사항

- 농촌융복합산업 사업자들은 시설비 지원(32.2%) 및 사업비 지원(30.0%), 홍보/마케팅 지원(23.3%), 유통채널 확대(11.1%)가 6차산업 활성화를 위해 필요한 요인으로 인식하고 있는 것으로 나타남.

다) 향후 운영계획

- 규모 확대 및 시설투자'가 62.2%로 가장 많이 나타났고, '현상유지' 32.2%, '규모 축소' 3.3% 순으로 나타남. 인증 사업자들은 앞서 설명한 6차산업 환경에 대한 긍정적 기대감을 바탕으로 자사의 성장·발전에 대한 기회로 인식하는 것이라 사료됨.

IV 제주 농촌융복합산업(6차산업) 활성화 방안

- 제주 농촌융복합산업(6차산업)의 활성화를 위해 도내 농촌융복합산업 사업자 경영환경 분석을 바탕으로 농촌융복합산업 인증제도 개선, 농촌융복합산업 사업자 지원사업 개발, 농촌융복합산업 성장지표 개발의 영역으로 구분하여 실행방안과 세부실행방안을 제시함.

<표 IV- 1> 제주 농촌융복합산업 (6차산업) 활성화 방안

활성화 방안	실행방안	세부실행방안
농촌융복합산업 인증제도 개선	신규 인증제도 개선	- 신규 인증제도 기준 완화 - 농촌융복합산업의 범위 확대 - 규제완화 통한 경쟁력 강화
	기존 농촌융복합산업 사업자 지위 향상	- 농촌융복합산업 인증제도 및 마크 인지도 제고 - 재인증기준 강화 - 인증마크 획득 제품 관리 강화
농촌융복합산업 사업자 지원사업 개발	멀티 유통·판매채널 구축	- 직거래 유도형 온라인 플랫폼 구축 - 친환경 6차산업 상품 로컬매장 구축 - 멀티유통채널 및 신유통 진입 확대 - 제주6차산업 상품 고객체험매장 구축 - 수출지역 다변화 및 수출 연속성 확보
	유통경로별 적합상품 개발	- 유통경로별 맞춤상품 개발 - IT 기술 접목 체험서비스 상품 개발 - 트렌드에 적합한 상품디자인 수준 강화
	디지털 미디어 활용 마케팅 지원	- 라이브 커머스 마케팅 활용 - 집중적 디지털 마케팅의 적용 - ‘제주6차산업 글로벌 박람회’ 규모 확대
	유통가공센터 구축	- 유통가공센터 구축 - 온라인 플랫폼 연계 유통시스템 마련
	설비 및 사업비 지원 범위 확대	- 생산설비 확보 및 공유 생산설비 정보 제공 - 사업비 지원의 접근성 증대
농촌융복합산업 성장지표 개발	농촌융복합산업 사업자의 경영환경 파악을 통한 기업 진단	- 제주지역 6차산업경영체의 경영환경 - 경영환경 및 여건 파악 가능
	농촌융복합산업 사업자의 성장잠재력 판단 가능	- 성장지표와 관련한 국내외 측정도구의 문제점 - 성장단계 및 혁신역량 진단도구로 활용 가능
	농촌융복합산업 사업자 지원 차별화의 기본 인프라로 활용	- 농촌융복합산업 사업자의 운영행태 - 지원방안의 차별화 및 맞춤 컨설팅 리포트로 활용 가능
	지원사업 효과분석을 위한 기본 프로세스 및 DB 구축 활용	- 지원사업의 효과성 분석 및 경영체 관리 시스템 부재 - 지원사업 성과의 사전사후분석 및 성장 이력관리 가능

1. 농촌융복합산업 인증제도 개선 및 인지도 확산

1) 신규 인증제도 개선

가) 신규 인증제도 기준 완화 → 사업성과 요건 완화
나) 농촌융복합산업의 범위 확대 → 「농업」의 범위를 농산물에서 농업 생산 과정의 모든 생산물로 확대 해석 필요
다) 유형 세분화 → 직거래 판매/제조·가공/체험 등 세분화

가) 신규 인증제도 기준 완화 → 사업성과 요건 완화

- 현행 농촌융복합산업 인증 기준상, 최근 2년간 사업성과(매출액)가 있고, 최근 2개년 평균 농가 및 업체 소득이 40백만원 이상이 되어야 신규 인증이 가능함.
- <표 II-4> 제주특별자치도 10년간 농가 순소득에서 확인하였듯이, 지난 10년간 도내 개별 농가 순소득은 2017년을 제외하고, 4천만원을 넘는 해가 없는 것으로 확인됨.
- 또한, <그림 II-2> 제주특별자치도 매출액 규모별 농업법인수와 같이, 도내 일정 규모를 갖춘 농업법인(영농조합법인 및 농업회사법인)의 경우도 약 43%가 연 매출 1억 미만인 영세 사업자로 확인 되어졌음.
- 상술된 도내 농업법인 및 농가의 평균 소득 기준으로 파악할 때, 신규 인증 조건의 매출 기준을 소폭 완화함으로써, 보다 폭넓은 신규 농촌융복합산업 사업자 확보 가능할 것으로 예상되며, 이를 통해, 도내 농촌융복합산업 사업자의 양적 성장 및 다양성 확보 가능할 것으로 예상됨.

나) 농촌융복합산업의 범위 확대 → 「농업」의 범위를 농산물에서 농업 생산 과정의 모든 생산물로 확대 해석 필요

- 신규 인증의 매출 기준 완화 외에도, 신규 인증 신청 경영체의 다양성을 확보하기 위해서는 농촌융복합산업의 범위 규정에 대한 일부제도 개선 필요함.
- 농촌융복합산업 육성 및 지원에 관한 법률 시행령 제3조 농촌융복합산업의 범위 중 ‘농산물’ 해석 범위를 사전적 정의 ‘농업 생산 과정을 통해 생산된 생산물(곡식, 채소, 과일, 달걀, 특용 작물, 화훼 등)’에서 좀 더 확장적인 해석 요구 됨.
- 상술된 농촌융복합산업 육성 및 지원에 관한 법률 시행령 제3조 농촌융복합산업의 범위 중 ‘농산물’ 해석 범위 확장을 통해, 최근 도내 농수축산업 법인체 및 농가의 요구 사항

(예시-제주말 산업과 6차산업과 연계 및 해조류와 콜라보한 6차 제품 다양화 등) 반영 및 이들에 대한 농촌융복합산업 사업자 인증 필요성을 검토 하는 것이 향후, 도내 농촌융복합산업 제도 활성화 및 확장에 기여 할 것으로 판단함.

다) 농촌융복합산업 사업자 대상 법·제도 등 규제 완화를 통한 경쟁력 강화

- 농촌융복합산업(6차산업) 인증 제도의 규제로 인해, 기존 농촌융복합산업 사업자의 사업 확장 제한과 인증요건 유지에 영향을 주는 사례가 발생 되고 있어 이에 대한 규제 개선 및 방향성 전환에 대한 고려가 필요함.
- 농업·농촌 및 식품산업기본법 제3조제5호'에 규정된 농촌지역의 정의에 의하면 읍·면 지역 외 시의 지역 중 동지역은 주거·상업·공업지역 외의 용도지역으로 지정하고 있어 용도지역의 범위가 미미하며 해당 하는 경우도 지가가 높아 농업 및 관련 제조업을 영위하기에 경제성이 맞지 않음.
- 도내 특성상 읍·면 지역에 공업지역으로 허가 받을 수 있는 면적이 적어, 농촌융복합산업 사업자의 사업 확장(공장 신규 건축 및 증설)에 제한이 되고 있음.
- 이에, 농촌지역의 정의에 대한 완화 및 제한 축소로 기존 농촌융복합산업 사업자의 사업 확장성 확보 및 인증 요건 유지에 영향을 주지 않기 위한 대책 모색이 필요함.
- 또한, 농촌지역의 정의에 대한 완화 및 제한 축소는 신규 농촌융복합산업 사업자 인증 요건 완화 및 진입 폭이 넓어져 농촌융복합산업 사업자 수요 확산에 기여할 것으로 예상됨.

2) 기존 농촌융복합산업 사업자 지위 향상

가) 농촌융복합산업 인증제도 및 마크 인제도 제고 → 공동구매 및 우선구매 등 제도 강화 필요
 나) 재인증 기준 강화 → 사업성과 기준 강화 / 사업계획서 실행여부 점검 강화
 다) 농촌융복합산업 인증 마크 기입 되어진 제품 관리 강화

가) 농촌융복합산업 인증제도 및 마크 인제도 제고 → 공동구매 및 우선구매 등 제도 강화 필요

- 제주연구원의 2020년 제주 지역생산품 소비실태 조사·분석에 따르면, <그림 IV- 1> 제주 우수상품 인증마크 및 공동브랜드의 인지도는 ‘제주마썸’을 제외하고 미비한 것으로 나타남(‘제주마썸’ 브랜드의 인지도가 84.5%로 잘 알려져 있는 반면, 나머지 3개 인증마크는 20%대의 인지도를 보이고 있는 것으로 나타남).

- <그림 IV-1>에서 ‘농촌융복합산업(6차산업) 인증마크’의 경우 알고 있다 22.2%, 모르고 있다 77.8%임.

<그림 IV- 1> 제주 우수상품 인증마크 및 공동브랜드 인지도부¹⁰⁾

구분	마크	인지도 여부
-JQ마크		모르고 있다 75.80% 알고 있다 24.20%
-제주마שמ		모르고 있다 15.50% 알고 있다 84.50%
-농촌융복합산업(6차산업) 인증마크		모르고 있다 77.80% 알고 있다 22.20%
-제주화장품 인증마크		모르고 있다 75.80% 알고 있다 24.20%

- 그러나 본보고서의 도내 농촌융복합산업 사업자 경영환경 분석(표 III-23)에 따르면, 도내 기존 농촌융복합산업 사업자들은 농촌융복합산업 인증이 대외적 신뢰도 및 고객인지도 향상에 도움을 주었다고 생각하는 경향이 높음 편임.
- 지금까지 우선구매제도의 활성화를 위한 추진방향은 입찰 및 계약에 의한 방법을 중심으로 추진되고 있었으며, 2016년 이후 사회적협동조합을 중심으로 지방자치단체의 민간위탁 및 공모사업 등과 같은 비계약적 방법을 활용한 우선구매 추진방안과 지원 등이 이루어지고 있으나 이는 상대적으로 부족한 상황¹¹⁾임.
- 따라서, 향후 도내 농촌융복합산업 사업자에 제품에 대한 도내 공공기관의 구매경로 확대 및 농촌융복합산업 사업자들이 구매경로 접근을 위한 교육 등이 필요함.
- 또한, 비계약적 방법(민간위탁, 공모사업 등)을 활용한 도내 농촌융복합산업 사업자의 제품의 우선구매 활성화 및 지원방안 마련 노력을 강화해야 함.

10) 제주연구원, 2020년 「제주 지역생산품 소비실태 조사·분석」 자료 편집

11) 한국조달 연구원, 2018년 「사회적기업 및 사회적협동조합공공기관 우선구매 활성화 방안 연구」

나) 재인증 기준 강화 → 사업성과 기준 강화 / 사업계획서 실행여부 점검 강화

- 현행 농촌융복합산업 인증 기준 완화를 통해 신규 농촌융복합산업 사업자 참여의 양적 확산을 목표로 하며, 이후 증가된 농촌융복합산업 사업자의 관리 강화를 통해 기존 농촌융복합산업 사업자의 위상 강화 및 인증 제도의 신뢰성을 제고할 수 있음.
- 따라서, 현행 농촌융복합산업 인증 기준(매출관련 기준-최근 2년간 사업성과(매출액)가 있고, 최근 2개년 평균 농가 및 업체 소득이 40백만원 이상이 되어야 신규 인증이 가능함)을 신규 농촌융복합산업 사업자 참여에는 완화 할 것을 제안 하지만, 기존 농촌융복합산업 사업자에는 적용 기준을 인증 유지 기간 등에 따라 신규 농촌융복합산업 사업자에 비해 차등적인 상향 적용이 필요함을 제안함.
- 현행 농촌융복합산업 인증 기준에 따르면, 신규 농촌융복합산업 사업자는 3년간의 인증 기간 유지 후, 매 3년마다 재인증을 획득 하여야 함.
- 3년마다 실시되는 재인증 심사 기준 강화를 통해, 신규 신청 당시의 사업 계획 및 실제 성과 확인과 함께, 유지되어지고 있는 농촌융복합산업의 형태 등 핵심 재인증 기준의 정확한 확인이 필요함.
- 전수로 매년 수행하고 있는 농촌융복합산업 사업자 모니터링을 통해, 기존 인증 사업자의 심사 요건 준수 여부 확인 및 제주농업농촌6차산업지원센터의 지속적인 피드백을 통해 관리 강화 필요함.
- 또한, 양적 증가의 정책목표보다는 농촌융복합산업 사업자의 내실 있고 지속가능할 수 있도록 질적 성장을 위한 정책마련이 필요함.

다) 농촌융복합산업 인증 마크 기입 되어진 제품 관리 강화

- 본보고서의 도내 농촌융복합산업 사업자 경영환경 분석(표 III-23)에 따르면, 도내 기존 농촌융복합산업 사업자들은 농촌융복합산업 인증이 대외적 신뢰도 및 고객인지도 향상에 도움을 주었다고 생각하는 경향이 높음 편임.
- 또한, 농촌융복합산업 활성화를 위해 필요 하다고 생각되는 항목에 공동구매 및 우선구매 등을 통한 경쟁력 확보와 농촌융복합산업 인증 요건 개선을 통한 경쟁력 제고를 언급 하고 있는 점이 기존 농촌융복합산업 사업자의 농촌융복합산업 인증제도에 대한 입장 및 의견을 나타내고 있음을 알 수 있음.
- 본보고서의 <표 III-23>농촌융복합산업(6차산업 인증제도 및 만족도에 따르면, 도내 기존 농촌융복합산업 사업자들은 농촌융복합산업 인증제도에 대한 인증 기준 강화가 필요 하다고 응답하고 있음

- 이는, 신규로 인증 받은 농촌융복합산업 사업자의 엄격한 사후 관리와 생산 제품 및 서비스의 품질 관리를 통한 농촌융복합산업 인증제도와 인증 마크의 신뢰성 향상이 기존 사업자의 지위 향상과 도내 농촌융복합산업 발전에 원동력이 된다는 입장임을 확인함.
- 현재 신규 인증심사 및 재 인증심사 시 제출 하는 사업계획서 내에 인증표시가 가능한 주원료 품목 기재를 통해 인증 제품 관리 수행 중임.
- 농촌융복합산업 사업자의 제품 개발 및 출시 일정과 신규 및 재 인증심사 기간이 일치 하지 않은 경우가 발생함.
- 이를 해결하기 위해, 전수로 매년 수행하고 있는 농촌융복합산업 사업자 모니터링을 활용해, 인증 심사 기준 준수 관리 강화와 함께, 농촌융복합산업 사업자 환경에 맞는 6차산업 제품 인증 관리가 가능 할 것으로 예상됨.

2. 농촌융복합산업 사업자 지원사업 개발

1) 멀티 유통·판매채널 구축

가) 직거래 유도형 온라인 플랫폼 구축

- 코로나19로 다양한 신유통 방식의 급속하게 출현하면서 온라인 유통과 디지털 매체의 결합을 통한 판매방식이 활성화되고 있으나, 제주 농촌융복합산업 사업자의 규모와 인력의 한계로 신유통에 적극적으로 진입하기 어려운 요인들이 많아 우선적으로 새로운 방식에 대한 이해와 적응노력이 필수적인 상황에 직면함.
- 하지만, 제주 농촌융복합산업 인증 사업자 현황조사를 통해 농촌융복합산업 사업자의 상품에 대한 고객충성도, 판로의 지속적 증가, 브랜드 가치 및 이미지 상승 등으로 인한 시장경쟁력이 증대되고 있는 것으로 나타남에 따라 기업과 시장의 욕구와 트렌드를 반영한 유통 및 판로개척 지원사업이 전략적으로 이루어지는 경우 성과창출을 기대할 수 있을 것임.
- 6차산업상품 온라인 플랫폼은 플랫폼 운영자가 기업의 재고를 실시간 파악하여 가격 조정을 통해 상품판매를 최적화할 수 있는 RPA(Robotic Process Automation)를 적용하여 유연하게 운영할 필요가 있음.

- 이러한 과정을 거치면서 재구매 욕구가 있는 고객들이 온라인 플랫폼을 거치지 않고 구매자와 6차산업 상품을 생산하는 농촌융복합산업 사업자를 연결하는 링크를 제공하여 더욱 편리하고 가성비 높은 상품을 구매할 수 있는 시스템으로 구축되어야 할 것임.

나) 친환경 6차산업 상품 로컬매장 구축

- 코로나19 시기에 온라인 판매로의 전환이 시급해지면서 중간 유통경로에 대한 부담이 커짐에 따라 직거래로 상품을 공급하는 유통방식이 증가하는 추세이나, 제주 6차산업 상품은 고객이 다양한 유통경로에서 쉽게 찾아 구매하기 어렵고 판매처를 인지하지 못하는 경우가 많아 구매욕구와 기대가 높은 경우에도 접근성이 낮아 구매에 어려움을 주고 있음.
- 도내 주요 장소에서 빈번하게 ‘친환경 6차산업 상품 로컬매장’이라는 브랜드가 노출될 수 있는 환경을 마련하고, 접근성을 높게 갖추므로써 우선 도민이 적극적으로 사용하는 상품으로 인식될 수 있도록 하여 도외 및 수출에의 긍정적인 영향을 도모해야 함.
- 완제품 외에 6차산업 상품의 원료가 되는 제주의 1차 원물도 함께 판매함으로써 구매확장성을 높이고, 일본의 지산지소(地産地消) 매장과 같이 지역에서 생산된 우수한 자원을 지역에서 우선 소비될 수 있도록 함으로써 삶의 질을 향상시키는데 기여하는 매장으로 포지셔닝 할 필요가 있음.

다) 멀티유통채널 및 신유통 진입 확대

- 유통이 급하게 변화하면서 오프라인에서 시도되지 않았던 클라우드 펀딩, 카카오톡 및 네이버의 선물하기, 구독경제 등의 방식들에 대한 적응력을 갖추기 위해 이에 대응할 수 있는 마케팅 기법을 이해하여 신유통으로의 참여도를 높여야 할 것임.
- 비대면 중심의 신유통 방식은 마켓 테스트를 거친 후에도 시장진입이 수월하지 않은 위험을 낮추고 개선점을 찾아 시장 욕구에 더욱 부합할 수 있는 상품개발에 도움을 주고 있어, 시행착오를 낮추고 매출 가능성을 확인하기 위해 활용될 필요가 높음.
- 하지만, 온라인 신유통채널 일수록 오프라인에서 실시간으로 궁금증을 해소하고 불편함을 개선해주던 방식을 온라인에서도 적용하여 대응해야 하는 어려움이 더욱 커지고 있어 농촌융복합산업 사업자의 활용 가능한 신유통 방식을 선별하여 진입해야 할 것임.

라) 제주6차산업 상품 고객체험매장 구축

- 6차산업 상품 정보를 통합 공간에서 직접 체험하면서 상품을 느끼고 인식하는 과정을 통해 고객경험을 극대화할 수 있는 체험매장이 필수적으로써 도내 유동인구가 많거나 고객 유입이 수월한 장소에 상설 스토어, 플래그쉽 스토어, 팝업스토어 등으로 개설하여 도민과 관광객이 찾는 핫플레이스로 기능하도록 운영될 필요가 있음.
- 체험매장은 6차산업 상품의 우수성을 인식하고 구매까지 연결되는 과정이 전략적으로 이루어져야 하며, 이를 위해 ‘아모레성수’ 나 싱가포르 ‘애플스토어’ 와 같이 6차산업 상품에 대한 기대감을 형성하고, 상품을 경험하는 동안 긍정적인 감정을 느끼게 하고, 사용 후에는 좋은 상품을 사용했다는 특별한 만족감을 느끼도록 고객경험가치를 명확하게 설계해야 함.
- 특히 친환경적 제주자원을 이용한 원료와 생산과정에서의 안전성을 통해 6차산업 상품에 대한 신뢰와 우수성을 확신하여 구매가 이루어지도록 오프라인의 기능 외에 QR 코드 등을 이용하여 반드시 구매까지 연계되는 시스템으로 구축되어야 함.

마) 수출지역 다변화 및 수출 연속성 확보

- 제주 생산품은 진입하고 있는 해외시장이 소수 국가에 집중되고 있어 편중에 따른 위험이 높으므로 수출 경험이 없는 국가로 다변화 될 필요성이 높은 시점이며, 농촌융복합산업 사업자가 아직 미개척 잠재시장에 대한 진입의지가 높게 나타나고 있어 수출 활성화를 기대할 수 있는 환경임.
- 수출 계획단계에서 수출과정 전반에 걸친 절차를 이해하고 해외시장 및 유통의 요구를 빠르게 대처할 수 있도록 수출통합지원시스템을 구축과 농촌융복합산업 사업자에게 수출업무가 가능하도록 수출담당인력에 대한 전문교육이 필요함.
- 진입하고자 하는 국가의 사전 시장정보 제공, 정보취득에 따른 상품개발, 바이어 통역 및 상담시스템 구축, 해외시장 홍보를 위한 모바일용 동영상 및 웹페이지 개발, 해외 상표등록 및 특허 출원 등을 필수적으로 취득하여 상품을 보호함과 동시에 신뢰를 확보할 수 있도록 전반적인 지원체계의 제시가 필요함.
- 특히 농촌융복합산업 사업자들이 필요성을 높게 인식하고 있는 다양한 국가를 대상으로 시장개척단 파견, 박람회 및 전시회 참가, 바이어 상담회 등의 프로그램을 집중 운영할 필요가 높음.
- 수출 경험이 없는 농촌융복합산업 사업자들도 수출에 대한 관심을 높일 수 있도록 수출 절차를 세세하게 안내할 수 있는 정보체계의 마련과 물류비 등 수출시 부담되는 요인들을 해소할 수 있어야 할 것임.

2) 유통경로별 적합상품 개발

가) 유통경로별 맞춤상품 개발

- 시장환경 변화와 디지털 기술 향상에 따른 유통구조의 변화 주기가 짧아지면서 신유통 방식의 출현이 잦아지고 있으며, 온라인 시장일수록 핵심타겟이 더욱 세분화되면서 세밀한 욕구까지 상품에 적용하고 있는 경향이 나타나고 있어 새로운 유통에 적합한 온라인 전용상품으로 진입하는 것이 중요해짐.
- 코로나19로 인한 비대면의 활성화로 패스트푸드점이나 대형 카페들이 드라이브스루(drive through), 동네 딜리버리 서비스 등으로 상품전달을 강화하고 있어, 빠른 고객응대가 가능하도록 복잡하지 않고 상품 특성을 쉽게 이해하여 구매여부를 판단할 수 있는 드라이브스루용 상품개발이 시급함.
- 또한, 배달음식과 집밥 선호도의 높은 증가로 온라인 전용 배달로 쉽게 받을 수 있는 상품이나 반조리 형식의 가공식품, 편의점의 동네 배달서비스와 무인매장에서 구매시 문의가 필요없는 유형의 6차산업 상품이 필요함.
- 전세계적으로 비만과 건강에 대한 관심으로 상품에 설탕세를 부과하는 국가가 많아지고 있어 당(糖) 성분과 칼로리를 낮춘 건강한 이미지를 보유한 상품을 지역이미지와 연계하여 개발될 필요가 있음.
- 상품 거래에 있어 상품가치에 따른 정당한 댓가를 지불했는가와 관련된 진정성이 상품의 품질보다 우선시 되고 있어, 원료의 공급에서부터 생산과정까지 투명하게 공개하여 신뢰를 높일 수 있는 상품으로 포지셔닝 되어야 할 것임.
- 최근 시장에 소비의 주역으로 등장하고 있는 MZ세대(1980년대 초에서 2000년대 초에 출생한 밀레니얼 세대와 1990년대 중반에서 2000년대 초에 출생한 디지털 세대인 Z세대)는 가성비 높은 상품을 요구하고 있어, 이들의 욕구를 파악하여 충족시킬 수 있는 상품개발이 이루어져야 할 것임.
- 우수한 제주상품을 선별하여 세트로 만든 꾸러미상품이나 럭키박스(lucky box) 유형으로 상품을 받는 과정이 즐거운 경험으로 인식되게 하여 친근감을 높일 수 있도록 명확한 핵심타겟을 선정하여 이에 집중한 마케팅이 절실함.
- 추석 및 명절 시즌형 세트상품은 일정 기업의 상품으로만 구성되었으나, 하나의 세트에 제주도내 여러 기업의 우수한 상품들을 모아 구성하면서 긍정적인 반응이 확인되고 있어 명절 시즌 외에 어린이날, 어버이날, 빼빼로데이 등 월별, 계절별 이벤트 행사에 적극 활용될 수 있도록 세트형 상품의 다양화를 추구할 필요가 있음.

- 최근 편의점과 제분기업이 협업하여 만든 ‘곰포맥주’ 등과 같이 기업간 협업상품 개발이 활발하게 이루어지고 있어, 제주 6차산업 상품도 인지도가 높은 브랜드와의 협업이 필요함.
- 식품의 경우 음료, 잼, 과자 등 포괄적으로 구분할 수도 있지만 차별화 시키기 위한 접근으로써 음료의 경우에도 탄산음료, 이온음료, 미네랄 음료 등으로 세세하게 구분하는 것과 같이 6차산업 상품도 품목유형 내에서 새로운 유형으로 포지셔닝 될 수 있는 더욱 세분화된 유형을 개발할 필요가 있음.
- ‘달팽이 점액’, ‘칼라하리 사막소금’ 과 같이 다른 지역에서 접하기 어렵지만, 상품 설명이 별도로 요구되지 않는 제주의 특이한 자원을 원료로 이용하거나, 칼국수면을 비벼먹는 ‘칼빔면’ 이나 ‘그랜드 수박’ 과 같이 네이밍의 특이성을 높인 상품이 개발된다면 차별성을 확보하기 유리할 것임.

나) IT 기술 접목 체험서비스 상품 개발

- 3차산업인 서비스를 주요 상품으로 제공하는 기업의 경우, 비대면 시기에도 원활한 운영이 가능하도록 오프라인 서비스에 IT 기술을 적용하고, 온라인 체험이 가능한 서비스 상품의 개발이 시급함.
- 농촌융복합산업 사업자도 체험서비스에 IT 기술의 접목을 요구하고 있어, 오프라인의 서비스 체험은 더욱 세밀한 차별화 요소를 접목시키고, 온라인에서의 체험은 오프라인의 맞춤형 서비스를 실제처럼 경험할 수 있도록 고급 기술을 적용한 서비스의 기획과 개발이 필수적임.

다) 트렌드에 적합한 상품 디자인 수준 강화

- 제주에서 생산된 상품의 경우 디자인의 적합도를 낮게 인식하고 있어 품질이 우수해도 프리미엄급 상품으로 제시하기 어려운 실정이므로 상품의 수준과 유통경로에서 기대하는 상품력을 드러낼 수 있는 디자인 개발이 시급함.
- 농촌융복합산업 사업자의 시장과 소비자 욕구에 대한 정보획득 필요 요구가 높고 이를 반영한 홍보 및 마케팅전략 수행과 제품차별화 의지가 높게 나타남에 따라, 12)MZ세대 등 세대별 특성을 이해하고 상품개발에 적용할 수 있는 세부적 지원방안이 필요해짐.
- SNS를 중심으로 한 온라인 광고시 경쟁상품들보다 돋보이게 할 수 있도록 품질 외의 강점을 패키지 디자인과 원료 및 생산과정의 진정성을 디자인에서 제시할 수 있어야 할 것임.

12) 1980년대 초에서 2000년대 초에 출생한 밀레니얼 세대와 1990년대 중반에서 2000년대 초에 출생한 디지털 세대인 Z세대

- 드라이브스루나 딜리버리 서비스, 픽업 서비스 등의 확장에 따라 패키지 디자인이 상품을 쉽게 이해 및 식별하고 홍보하는 역할까지 할 수 있는 기능적 디자인이 전략적으로 마련되어야 함.
- 환경오염 방지에 대한 욕구가 커지고 있어 과대포장이나 플라스틱 사용에 대한 거부감을 해소할 수 있도록 포장의 친환경성을 강조하고, 유머나 B급코드에도 적극적으로 반응하는 MZ세대들의 욕구를 반영하여 가격대와 이미지에 따라 재미와 즐거움을 디자인에 적용해야 함.
- 관광객 및 지역간 이동이 잦은 잠재 고객의 항공기 탑승에 따른 편의성을 높일 수 있도록, 운반이 쉬운 포장재를 사용하거나 이동에 적합하게 상품의 크기로 개발된다면 구매 선택의 폭을 넓힐 수 있을 것임.

3) 디지털 미디어 활용 마케팅 지원

가) 라이브 커머스 마케팅 활용

- 농촌융복합산업 사업자들은 미개척 잠재시장에 확신과 생산품목의 시장점유율을 안정적으로 인식하고 있으며, 사업환경 예측에 대한 자신감으로 정확한 시장정보의 제공과 트렌드에 적합한 마케팅 및 상품 확보에 대한 의지가 높아 이에 대한 집중 지원을 통해 차별화된 상품으로 포지셔닝이 가능할 것임.
- 하지만, 코로나19로 인해 온라인을 통한 비대면 방식이 급속하게 활성화됨에 따라 상품의 직접 확인이 어려운 온라인 판매의 한계를 해소할 수 있는 라이브 커머스(Live Commerce) 등 상품의 광고와 동시에 판매를 가능하게 하는 유통채널이 결합하여 융복합 방식으로 이루어지고 있으나 제주 6차산업 상품은 아직 활발하게 활용하지 못하는 실정임.
- 유튜버나 파워블로거 등의 온라인 매체 인플루언서가 실시간 동영상으로 상품을 추천함과 동시에 판매하는 라이브 스트리밍(live streaming) 기법이 활발하게 이용되고 있어 온라인 종합쇼핑몰, 홈쇼핑, 백화점 등의 유통채널에서 일정시간 동안 운영하는 라이브 커머스 플랫폼에 참여하거나 네이버, 유튜브, 인스타그램, 카카오 TV 등 플랫폼 전문 기업의 라이브 커머스에 참여할 필요성이 매우 높음.
- 라이브 커머스의 직접 참여 및 운영 외에 제주 6차산업 상품과 라이브 커머스 관련 정보를 발신하기 위해 블로그, 인스타그램, 페이스북 등 SNS에서 지속적으로 구전과

관심을 유도할 수 있는 다양한 유형의 동영상 콘텐츠의 개발과 노출이 함께 이루어져야만 효과를 극대화할 수 있을 것이므로 6차산업 상품 온라인 플랫폼 구축시 라이브 커머스를 일정시간 동안 운영할 필요가 있음.

나) 집중적 디지털 마케팅의 적용

- 농촌융복합산업 사업자들은 주로 기업 홈페이지, 리플렛 및 전단지, 블로그 및 SNS 등 기본적인 도구를 이용한 마케팅에 머물고 있음에 따라 시장점유율이 낮은 이유로 마케팅 역량을 가장 우선적으로 응답하였으며, 이에 따른 홍보 및 마케팅 지원사업의 필요성을 매우 높게 제시하고 있어 마케팅 환경변화에 대한 인식이 높음에도 영세성으로 인해 접근이 쉽지 않음을 보여주고 있음.
- 농촌융복합산업 사업자에서 홍보 및 마케팅의 어려움을 운영자금 부족의 어려움보다 더 높게 응답함으로써, 핵심타겟의 접근성이 높은 유통채널을 선정하고 타겟에 적합한 6차산업 상품과 인플루언서를 연결하여 매출이 일어날 수 있는 구조를 갖출 수 있도록 전략적 마케팅 커뮤니케이션 과정 기획 필요성이 높아짐.
- 제주 6차산업 상품의 유형이 온라인에서 주로 노출되는 디지털 상품이 아니라 제주자원을 기반으로 생산된 가공상품이 대부분이므로, 마케팅이 판매에 미치는 영향이 클 수밖에 없는 상품의 특성을 반영하여 구매행태 및 구매패턴을 분석하고 트렌드를 분석하여 농촌융복합산업 사업자이 활용할 수 있는 정기적인 매뉴얼을 제작할 필요가 있음.
- 농촌융복합산업 사업자는 마케팅의 필요성과 중요성은 크게 인식하고 있으나 마케팅 도구의 활용이나 방법적인 측면에서의 접근이 쉽지 않은 것으로 조사되어, 지역상품의 구매가 활발하게 일어나고 있는 유통망을 발굴하여 해당 유통경로에서 이루어지는 광고방식으로 제작하고 6차산업 상품에 적합한 온라인 인플루언서를 발굴 및 육성하여 전문성을 높여야 할 것임.
- 온라인 광고시, 빅데이터 분석을 통해 주로 검색하는 용어들을 확인하여 쉽게 노출될 수 있는 용어를 사용하고, 동영상 매체로의 전환에 따라 다양한 유형의 매체에서 활용할 수 있는 전자카달로그와 동영상 콘텐츠를 제작하여 상품에 대한 광고뿐만 아니라 의문이 없도록 정보제공의 기능을 할 수 있어야 할 것임.
- 상품의 구매가 품질이나 가격에서 고객경험 요인이 중요해지면서, 제주가 섬이라는 지역적 특성으로 다른 지역과 다른 문화, 역사, 신화 등에서 고유한 스토리들이 존재하므로 6차산업 상품에서만 보유한 독특한 스토리가 구매동기를 부여할 수 있음.

다) '제주 6차산업 글로벌 박람회' 규모 확대

- 2020년 제2회 개최된 '6차산업제주국제박람회(파밍플러스 제주)' 를 글로벌 수준으로 확대하여 '친환경 제주 6차산업' 브랜드와 제주상품을 국제적으로 인정받고, 관련 분야의 네트워크와 협업을 강화시킬 필요가 높음.
- 오프라인에서의 공식행사 외에 6차산업과 관련된 세계의 기업과 전문가들이 제한없이 참여하여 의견을 공유하고, 문제의 해법을 토론하며, 아이디어를 교환할 수 있도록 온라인에서도 개최함으로써 제주 6차산업의 신뢰 확보 및 홍보 등 성과의 확장 수준을 높일 수 있을 것임.
- 또한, 4차산업혁명과 관련된 기술을 적용할 수 있는 해외 네트워크와의 협업을 통해 산업의 융복합을 이루어 수출시장 진입에 유리한 위치를 점함으로써 글로벌 고객을 대상으로 하는 상품으로 인식시킬 수 있을 것임.

4) 유통가공센터 구축

가) 유통가공센터 구축

- 6차산업의 육성을 위해 개별 농가 및 경영체가 제조시설과 가공시설 도입이 어려움에 따라 자유롭게 시제품을 생산하거나 소량의 단순 가공이 가능한 시설의 도입 필요성이 높아짐.
- 특히 도내에 대량 생산시설이나 자동설비의 부족으로 시설비 지원에 대한 필요성을 가장 높게 인식하고 있는데다, 1차 원물에 대한 유통가공센터가 없어 도외로 유통시 소분 조차 하기 어려워 원물자체로 유통시킴으로써 부가가치 창출에 한계가 발생하고 있음.
- 또한, 제주지역내 우수한 생산설비의 부족으로 가격매력도가 낮은 상품으로 판매되고 있으며, 도내에서 생산할 의지가 있는 기업도 품목에 따라서는 도내에 생산설비가 없어 부득이하게 도외에서 생산이 이루어지고 있는 실정임.
- 도내 생산설비의 부족으로 도외에 위탁생산하거나 다양한 품목을 확보하기 어려우며 가공생산을 위한 창고, 건조기, 착즙기와 같은 기본적인 설비를 갖추기 어려운 소규모 기업과 농가가 많아 원물을 소분할 수 있는 기본적인 기능부터 생산 및 가공 거점센터의 역할을 할 수 있는 유통가공센터의 구축이 시급함.
- 제주도내 6차산업에 참여를 원하는 농가 및 경영체가 쉽게 활용하고 성과를 도출할 수 있는 농산물 유통센터, 생산 및 가공시설, 로컬푸드 직매장 등의 복합되어 가공-유통-판매 기능이 통합적으로 이루어질 수 있는 유통가공센터의 필요성이 높음.

나) 온라인 플랫폼 연계 유통시스템 마련

- 급격한 환경변화에 기업과 농가가 개별적으로 대응하는 것보다 강한 결속을 통해 규모화를 이루어 조직적으로 대응할 필요성이 높아지면서 유통가공센터가 활성화될 수 있는 조건이 형성됨.
- 하지만, 유통가공센터의 부재로 신제품 개발을 시도하기 어려운 환경에 처해 있어 기업이 시장에서 반응할 수 있는 제품을 기획 및 개발시 시장 진입을 시도할 수 있는 기본적인 온라인 플랫폼 연계 유통시스템 환경 마련이 필수적임.
- 온오프라인 유통이 직거래 형태로 전환되는 시기이므로 제주 1차원물 및 6차상품을 유통가공센터내의 친환경 6차산업 상품 로컬매장에서 구매할 수 있도록 하고, 이후의 재구매는 직거래 할 수 있도록 유도하는 온라인 플랫폼과의 연계 유통시스템을 갖출 수 있음.

5) 설비 및 사업비 지원 범위 확대

가) 생산설비 확보 및 공유 생산설비 정보 제공

- 도내 농촌융복합산업 사업자들이 가장 필요로 하는 사업은 시설비와 사업비 지원으로 나타나고 있어 이를 해소할 수 있도록 사업의 범위와 추진방식을 다변화할 필요성이 높으며, 조사에 응답한 농촌융복합산업 사업자의 62.2%에서 향후 기업의 규모를 확대하고 시설투자를 하겠다는 의지를 보임에 따라 시설비 지원에 따른 생산성 향상 및 사업 범위의 확대가 기대되는 시점임.
- 농촌융복합산업 사업자들이 상품의 질적 향상과 품목 확대를 원해도 도내에 대량생산 설비나 최신 자동화 설비가 매우 부족한 것으로 조사됨에 따라, 새로운 상품 유형을 시도하지 못하여 결국 도외에서 가공생산이 이루어짐에 따라 제주상품으로 인정받을 수 없는 경우가 발생하고 있음.
- 필요 생산설비에 대한 소유기업 정보가 시스템적으로 제공되고 있지 않아 도내에 설비가 있는 경우에도 정보 부족으로 도외에 위탁생산하는 번거로움이 발생하고 있음.
- 제주도내 6차산업 상품의 다양한 품목 확보를 위한 대형 생산시설 및 최신 자동화 시설의 부족을 해소할 수 있도록 기업에서 필요로 하는 필수 생산설비의 수요를 확인하여 도내 도입 여부를 결정할 필요가 있음.

- 도내 기업 및 기관이 보유한 설비현황 정보가 체계적으로 제공된다면 농촌융복합산업 사업자와 도내 기업에서 생산되는 품목정보를 통해 강점이 있거나 특화될 수 있는 품목 등을 선별하여 제주에서 집중 생산함으로써 전국 경쟁력을 갖출 수 있는 품목들이 발굴될 수 있을 것임.
- 특히, 생산과 관련된 문제가 발생하는 경우 정보교환이 이루어지는 플랫폼에 참여하는 기업들이 서로 해결방법을 모색하고 공유하면서 문제의 재반복이나 확대를 방어하는 기능도 갖출 수 있음.

나) 사업비 지원의 접근성 증대

- 코로나19로 인한 사업비 부족이 만성화되고 있어 요구되는 사업비의 수요가 크게 발생하고 있으나, 농촌융복합산업 사업자들은 차입을 위한 담보제공과 신용보증 활용 능력이 낮아 외부자금 조달에 어려움을 겪고 있어 정부의 지원확대에도 충분하지 않은 상황인 것으로 나타남.
- 농촌융복합산업 사업자가 필요로 하는 상품개발과 관련된 사업비는 도내 다양한 기관에서 활발하게 지원되고 있으므로, 기업 운영자금의 필요성이 높음. 제주 지역 특성에 맞는 예산지원과 프로그램 시범운영 사업 발굴 및 추진에 적극 반영 되어야 할 것임.
- 특히 정책자금을 통한 사업 운영비의 확보가 필요한 상황으로써, 담보력을 갖추지 못한 경우에도 쉽게 접근할 수 있고 상환기간을 길게 설정하여 기업 부담을 더욱 낮춤으로써 기업의 지속성을 높일 수 있어야 함.

3. 농촌융복합산업 성장지표 개발

- 농촌융복합산업 사업자는 시장환경에 직접적이고, 능동적인 대응방식이 요구되는 상황에서, 성장단계별로 필요로 하는 핵심경영요소에 대한 적절한 지원은 농촌융복합산업 사업자의 건전한 성장을 위한 핵심적 요소임.
- 일반적으로 경영문제의 해결과정 및 수립을 통해 성장 또는 다음단계로 전환하는데, 이러한 과정에서 성장단계는 고려되지 않는 현실로, 제주 농촌융복합산업 사업자의 경영활동 전반에 대한 성장과정과 문제점 등 성장단계별 차이에 의한 핵심경영요소 도출과 그에 따른 세부적 접근이 부족하여, 농촌융복합산업 사업자가 성장하는데 직면한 문제해결에 일정한 한계가 있음.

- 따라서 제주농업농촌6차산업지원센터를 중심으로 전개되고 있는 농촌융복합산업 사업자의 모니터링은 농촌융복합산업 사업자의 성과 및 성장에 대한 효과적인 정보를 도출하기에는 한계성을 가지고 있어, 제주 농촌융복합산업 사업자의 성장단계를 고려한, 지역 특성에 맞는 성장지표 개발을 통해, 기업의 실질적 성장과 성과에 대한 평가기회 제공 및 지원기관의 효율성 있는 DB구축 도모가 필요함.
- 이에 방안으로, 제주 농촌융복합산업 사업자의 성장단계를 고려한 기업성장의 촉진형 성장지표 개발을 위해서는, 제주지역 6차산업화의 긍정적 이미지 창출에 따른 농촌융복합산업 사업자의 양적성장과 더불어 조직의 질적 수준이 높아지는 성장을 도모해야 함은 물론,
- 제주지역의 안정적인 시장 및 기술 환경을 가지는 6차산업에서, 선도 기업의 규모의 성장이 타 영세기업의 몰락을 유도하는 경우 제주지역 6차산업화 생태계에 부정적 의미를 가질 수 있으므로, 다음과 같은 요건이 포함된 설계를 통해 제주지역 맞춤형 6차산업 경영체의 성장 촉진형 성장지표 개발이 가능하리라 사료됨.

1) 농촌융복합산업 사업자의 경영환경 파악을 통한 기업 진단

가) 제주지역 6차산업 경영체의 경영환경

- 창업기 단계에서는 농산물 및 제조가공유형이 6차산업 시장진입을 위한 조건으로 작용하는 것으로 나타나, 이후 성장기 단계에서는 제품 다각화 측면에서 판매전략 등을 핵심으로 추진하는 과정으로 이어짐.
- 그리고 성장기 단계에서는 농촌융복합산업 사업자간 경쟁심화 현상이 발생되어, 심화된 경쟁상황을 타개하기 위해 농촌융복합산업 사업자는 자사의 지리적 이점, 직접생산 비율, 도내 생산비율과 같은 경영체의 운영상황 등을 종합적으로 고려하여 전략을 수립하고 있음.
- 그러나 성장기에서는 서비스 전략이 무엇보다 중요한데, 도내 농촌융복합산업 사업자가 생산하는 가공품 및 체험서비스의 경우 기술집약적인 상품이기에 보다, 기존의 식품 및 관광산업적 성격이 높은데, 이와 같은 특징은 기존 상품과 차별화된 무엇을 찾는 것이 중요하다고 여기기 때문에 발생하는 농업 경영체만의 독특한 성격일 가능성 있음.

나) 경영환경 및 여건 파악 가능

- 대부분의 농촌융복합산업 사업자들은 기술 개발이나 연구 개발에 대한 이슈보다 개발된 기술 또는 상품을 어떻게 성공적으로 시장에 소개하고 이를 통해 성공적인 결과를 얻을 것인가에 대해 더 초점을 맞추고 있음.
- 그러다보니 농촌융복합산업 사업자들은 시장의 경쟁 환경에서 살아남기 위해 나름의 필요 전략을 수립하고 실천하며 경영활동을 수행하는데 반해, 기업성장을 위한 당연히 점검해야 할 기본적인 진단과 분석에 대해서는 미처 생각하지 못하는 경우가 많아 이러한 농촌융복합산업 사업자의 경영환경 및 여건 파악을 고려한 항목이 포함되어야 함.

2) 농촌융복합산업 사업자의 성장잠재력 판단 가능

가) 성장지표와 관련한 국내의 측정도구의 문제점

- 6차산업화 성장정책이 의미가 있는 정책이 되기 위해서는 제주 농촌융복합산업 사업자의 양적 성장과 더불어 질적 수준이 높아지는 질적 성장을 도모해야 할 필요가 있음.
- 기존 외국 및 국내문헌에서는 성장의 지표로 사용되고 있는 것이 매출액, 고용자산 및 시장 점유율, 이익, 종업원 수 등으로 분류하여 측정하고 있으며, 매출액을 가장 선호하는 기준으로 나타남. 그러나 문제점은 매출의 성장이 이루어지나 아웃소싱을 이룰 경우와 매출은 없으면서 종업원이 늘어나는 기업의 경우 성장의 적합한 기준이 되기 어려움이 있음.
- 이러한 문제를 해결하기 위해 복수의 지표를 사용하기도 하는데, 예를 들어 시장점유율, 자산가치, 이윤 등의 경우 애매하거나 비교가능성이 떨어진다는 문제점이 있음.
- 따라서 제주지역 농촌융복합산업 사업자의 성장촉진 정책의 정당성을 갖기 위해서는 농촌융복합산업 사업자의 성장잠재력과 관련성을 가져야 함.

나) 성장단계 및 혁신역량 진단도구로 활용 가능

- 기업의 성장단계의 구분(Greiner, 1998; Churchil & Lewis, 1983) 및 혁신역량 진단(AIM, 2011)을 분석함으로써, 농촌융복합산업 사업자의 성장잠재력을 판단할 수 있어야 하며, 농촌융복합산업 사업자의 시장 위치와 부족한 역량에 대한 정확한 이해가 가능해야 함.

3) 농촌융복합산업 사업자 지원 차별화의 기본 인프라로 활용

가) 농촌융복합산업 사업자의 운영행태

- 농촌융복합산업에 대한 정부 인증제도가 시행되고, 행정적 재정적 지원이 행해지고 있음에도 불구하고, 농촌융복합산업 사업자의 성장을 평가하기 위한 학문적·실천적 노력은 미미한 실정으로, 향후 정부정책으로 인해 농촌융복합산업 사업자는 계속 증가할 것으로 예상됨.
- 제주 농촌융복합산업 사업자의 운영행태를 살펴보면, 농촌융복합산업 사업자들은 지역 시장을 대상으로 한 모방적 경영형태로 운영하기 때문에 성장 잠재력이 떨어지는 면이 있는데, 이는 일반적으로 중소기업들이 성장 궤적을 시작하지 않는 가장 큰 이유에서 찾아볼 수가 있으며, 대부분 중소기업 경영자 입장에서는 성장을 통해 얻을 수 있는 것에 비해 잃는 것이 많다고 판단될 수 있다고 가정하여, 성장을 시도하다 역설적으로 실패하고 도산할 가능성이 높기 때문이라는 인식이라 추론할 수 있는 것으로, 결과적으로 지역 내에서의 성장을 이루는 6차산업의 선도 경영체는 소수에 해당 될 것이라 여겨짐.
- 이는 제주 농촌융복합산업 사업자들에 대한 성장 지표 개발은 자가진단 시스템에 바탕을 둔 성장 촉진형 성장지표 창출을 통해 성장을 지향하고 노력할 수 있는 지원 방향으로 모색해야 함을 시사해주는 것으로, 경영체의 진단 결과를 바탕으로 지원 사업 및 컨설팅 리포트 창출을 통해 경영체에 대한 지원 차별화 및 피드백 제공, 맞춤형 컨설팅 서비스 등의 기초 자료로 활용 되어야 함.

나) 지원방안의 차별화 및 맞춤 컨설팅 리포트로 활용 가능

- 농촌융복합산업 사업자의 문제점이 무엇인지를 스스로가 자의적으로 판단하는 것이 아니라, 객관적인 진단 tool에 의해 기업을 진단하여, 부족한 영역이 무엇인지를 파악할 수 있는 진단 시스템을 통해, 농촌융복합산업 사업자의 지원 방안에 도움이 되는 기본 인프라로 작용하도록 하여야 함.

4) 지원 사업 효과 분석을 위한 기본 프로세스 및 DB 구축 활용

가) 지원사업의 효과성 분석 및 경영체 관리 시스템 부재

- 6차산업화 정책은 시장개방, 고령화 등 농업의 대내외적인 환경 변화 속에서 상대적으로 영세한 농업구조 문제를 해결하기 위한 노력의 일환으로 추진됨.
- 정부는 농촌 지역 일자리 확충과 새로운 부가가치 창출을 목표로 하는 농식품 가공, 농촌 체험관광 분야에서 농촌융복합산업 사업자의 경영 다각화를 지원하기 위해 다양한 사업을 추진해오고 있음.
- 이러한 결과로 농촌융복합산업 정책은 눈에 띄는 외연적인 성장을 이루고 있으나, 농촌 융복합산업 사업자 스스로가 지속가능한 농촌융복합산업의 활성화를 위해 자구노력들이 충분히 이루어졌는지에 대해서는 아직까지 의문을 갖게 하는 부분으로, 정책에 참여하고 있는 지자체와 농촌융복합산업 사업자는 건전한 산업생태계 형성을 위해 고민해야 할 것임.
- 따라서 농촌융복합산업 추진 과정에서 농촌융복합산업 사업자에 대한 지원제도와 정책 등에서 어떠한 효과를 창출하고 있는지를 진단할 수 있는 실질적 농촌융복합산업 사업자의 성장과 성과에 대한 사전·사후 분석도구 구축을 통해, 객관적이고 효율적인 지원사업의 평가기회 및 지원기관의 효율적 관리가 가능한 제주 농촌융복합산업 사업 자들에 대한 DB구축 도모가 필요함.

나) 지원사업 성과의 사전·사후 분석 및 성장 이력관리 가능

- 성장지표를 통한 정부 혹은 지자체의 기업 성장을 목표로 하는 지원 사업에 참여한 농촌융복합산업 사업자를 대상으로 사전·사후 분석을 통해, 농촌융복합산업 사업자 측 진의 성과 및 효과를 측정하여 특정 사업에 농촌융복합산업 사업자들의 성장 잠재력 제고 효과 판단 및 농촌융복합산업 사업자에 대한 이력 관리가 가능하도록 하여야 함.

V 결론 및 시사점

1. 농촌융복합산업 인증제도 개선 및 인지도 확산

- 신규 인증 조건의 매출 기준을 소폭 완화함으로써, 보다 폭넓은 신규 농촌융복합산업 사업자 확보 가능할 것으로 예상되며, 이를 통해, 도내 농촌융복합산업 사업자의 양적 성장 및 다양성 확보 가능할 것으로 사료됨. 또한 3년마다 실시되는 재인증 심사 기준 강화(신청 당시의 사업 계획 및 실제성과 확인 등)를 통해, 내실있고 지속가능한 농촌 융복합산업 사업자 육성이 필요함.
- 현행 농촌융복합산업 인증 기준 완화를 통해 신규 농촌융복합산업 사업자 참여의 양적 확산을 목표로 하며, 이후 증가된 농촌융복합산업 사업자의 관리 강화를 통해 기존 농촌 융복합산업 사업자의 위상 강화 및 인증 제도의 신뢰성을 제고할 수 있음.
- 농촌융복합산업 사업자들은 농촌융복합산업에 대해 시장 잠재력(65.5%)과 정부정책 (48.9%) 및 사회·문화적 추세가 우호적(73.3%)으로, 농촌융복합산업 환경에 대한 성장률을 높게(68.9%) 인식하고 있는 것으로 나타남.
- “농촌융복합산업 사업자 인증제도”는 농촌융복합산업 정책 중 가장 대표적인 정책으로서 「농촌융복합산업 육성 및 지원에 관한 법률」 제8조에서 제14조까지 규정된 내용을 통해 운영되고 있음. 하지만 인증제도 자체가 소비자의 관점에서 인증의 대상이 경영체인지, 제품 및 서비스인지에 대한 명확한 포지셔닝이 정립되지 못하고 있음.
- 따라서 농촌융복합산업 사업자의 성장 동력을 지원하기 위해, 농촌융복합산업의 인지도 확산에 대한 다각적 방안 마련을 통해, 제주지역의 농촌융복합산업 사업자들이 지속가능한 비전과 가치를 창출 할 수 있도록 경영 다각화의 기회를 제공하는 노력이 요구됨.

2. 지원 사업(프로그램) 개발

- 농촌융복합산업 사업자들은 사업자금에 대한 외부 차입의존도가 높음(50.0%), 시설비 지원(32.2%) 및 사업비 지원(30.0%), 홍보/마케팅 지원(23.3%), 유통채널 확대(11.1%) 등이 6차산업 활성화를 위해 필요한 요인으로 인식하고 있는 것으로 나타남.
- 이러한 문제를 해결하기 위해서는 장기적으로 영세하고 분산된 경영의 구조를 규모화 및 집산화하여 개선해야 하지만, 중·단기적으로는 농촌융복합산업 사업자의 사업 다각화를 통해 경영위험을 적절히 관리하여 경영안정을 도모하는 지원 정책이 필요함.

- 즉, 농촌융복합산업을 통해 매력적인 새로운 형태의 비즈니스를 창출할 수 있는 지원 사업 및 프로그램 개발, 체험·관광 등으로 부가가치를 창출할 수 있는 소득제고 지원 사업, 지역단위의 발전 및 연대 강화를 위해 농촌융복합산업 사업자간 다양한 사업유형의 결합을 통한 협업·분업화 지원 사업, 농촌융복합산업 사업자의 제품과 서비스의 질과 인지도를 높이는 브랜드·포장·디자인 등 홍보패키지 지원 사업, 제품의 홍보와 함께 다양한 유통경로를 확보한 안정적 판매기반 지원 사업, 등 제주지역 농촌융복합산업의 활성화 기반 마련을 위한 농촌경제 활성화를 목적으로 하는 농촌융복합산업의 종합적인 지원시스템 마련이 요구됨.

3. 제주지역 맞춤형 성장지표 개발

- 농촌융복합산업 사업자들은 앞서 설명한 농촌융복합산업 환경에 대한 긍정적 기대감을 바탕으로 향후 자사의 규모 확대 및 시설투자(62.2%)를 하여 성장·발전에 대한 기회로 확립하고자 하는 것으로 나타남.
- 2014년 「농촌융복합산업 육성 및 지원에 관한 법률」 제정 및 2015 제1차 농촌융복합산업 육성 및 지원을 위한 기본계획이 수립되면서, 지난 5년간 농촌융복합산업에 대한 연구들은 주로 사례와 통계자료를 활용한 주로 정량적인 성과지표 연구들로, 농촌융복합산업 소득 및 성과에 관한 연구 중심으로 이루어지고 있는 것이 현실임.
- 특히 각 지역의 6차산업지원센터를 중심으로 전개되고 있는 농촌융복합산업 사업자의 모니터링을 통해 지역 6차산업의 성과를 측정하고 있지만 농촌융복합산업 사업자의 성과 및 성장에 대한 효과적 정보를 도출하기에는 한계성을 가지고 있는 실정임. 이에 제주지역 특성에 맞게 농촌융복합산업 사업자의 성장단계를 고려한 차별화된 성장지표 개발을 통해, 경영체의 실질적 성장과 성과에 대해 평가함으로써, 제주지역단위 선도 농촌융복합산업 사업자를 발굴함은 물론 경영체 측면의 효과적인 성장가능성의 평가기회 제공 및 지원기관 측면의 효율성 있는 DB를 구축할 수 있도록 효율성 있는 성장 진단 시스템 구축이 요구됨.

〈기타 의견〉

□ 농촌융복합산업 사업자들의 생각하는 제주지역 6차산업 활성화 도모 의견

인증제도 내 농업인과 기업형 구분필요. 자가농장을 운영하는 6차가 진정한 6차산업으로서 지원정책이 필요함
온라인판매 전략 우선시 되어야 함. 대대적인 b2c 인스타, 유튜브 등 SNS 활성화 필요하며 사업을 쪼개기 보다는 최대한 모아서 확실한 투자가 우선시 되어야 함
성공사례도 중요하지만 실패사례 공유를 통한 해결책 모색 필요
체험홍보 및 온오프라인 홍보 지원필요
계속지원필요
경쟁력 있는 제품 가격 지향
디지털활성화 지원필요
안테나숍이 개인적성향이 강함. 유통업자에 판단에서만 입점이 가능하고. 입점하고나서도 진열위치 등 편차가 심함. 로컬푸드 형식으로 전환 필요
도내외 관광객 체험 활성화 지원홍보
이론 교육외에 실전에 사용할 교육필요
지속적인 인증업체의 생산품에 대한 홍보와 마케팅 지원
도움되는 사업지원필요, 카탈로그 리플릿 등은 필요한 업체만 지원필요
코로나19로 인한 사업축소
역량강화 교육 필요하며 홍보자 전시회를 통한 국내바이어 접촉기회 확대 필요
가공시제품 가이드라인 필요
6차산업 자체 홍보 필요
업체들 장단점 파악 후 장감 부각할 수 있는 묶음사업체 만들어주길 희망(제품, 유통연계 등)
전문인력 및 인건비 지원필요하며 인증 특혜 제한 더 풀어줘야(계획관리지역도)
적극적인 홍보사업 필요하며 마케팅 연계교육 필요
사업비 지원을 통한 운영 정상화
택배 지원사업 확대필요
시설비 및 홍보마케팅비 지원필요
홍보마케팅 및 전시, 선진지 견학 활성화 필요
홍보마케팅 지원필요
인건비 및 시설비 지원필요
농촌융복합산업 관련 지원사업 확대필요
6차산업 활성화 기대
체험농장단지 조성 필요
협업프로그램 마련필요
현장중심보다는 온라인 활성화를 대비하고 6차 온라인 특성에 맞는 제품개발 지원 필요
온라인 판매를 위한 교육 및 꾸준한 현장코칭을 통해 부족한 교육 및 지원필요
우선구매 필요
판로지원필요
홍보 마케팅 활성화 필요

□ 6차산업 활성화를 위해 철회해야 할 규제

환경부 법령으로 제주도내 21개 취수원내 반경 1km 이내 공장설립 불가.
유기농 농산물이나 기타 오염폐기물이 나오지 않는 생산시설에 대한 규제완화가 필요.
6차산업 방향과 정 반대의 규제들 규제 완화 필요
인증제도 강화 관리 철저
자가생산 또는 계약재배 제한을 풀어 매입만하더라도 인증될 수 있게 해야 함
유통업체들의 50%이익을 줄여 유통판로를 개설하여 질 좋은 제품을 생산할 수 있게 해줘야 함
제주산 100% 재배 생산 가공 체험 인증 경영체에 대한 인증 갱신 시 상위점수 경영체 현행 3년에서 6년, 2년 1회 모니터링 보고 도입을 제안
개인사업자들이 법인회사 설립을 통한 6차산업 갱신 방법을 간소화해야 될 것 같음
법인 주소가 동 또는 공단에 있다고 하여 6차인증이 안 되는 경우가 있어 조건 완화 희망
식품가공 재정, 법규완화 필요
인력부족으로 코칭 후 사후연계 지원 사업이 필요함
제조업 시설 규제 완화 필요
건설법 때문에 농장체험 가공이나 손님유치가 어려움. 상수도 공급이 안 되는 지역은 6차산업 불가능
일반식품 기능성 효능 표시 규제 완화 필요

<참고문헌>

김경찬(2018), 농촌융복합산업 육성을 위한 인증제도와 인증 경영체에 관한 연구, 서울대학교 대학원.
김정태(2017), 6차산업 경영체 성장단계별 핵심경영요소 탐색, 한국벤처창업학회, 벤처창업연구 제12권 제6호.
임대현(2010), 중소기업 경쟁력 진단모형 구축방안 정보분석보고서, 한국과학기술정보연구원.

농림축산식품부(2017), 2017년 「농업법인조사」 자료 편집
농림축산식품부(2018), 2018년 「농업법인조사」자료 편집
농촌진흥청(2015), 2015년 농·식품 6차산업화 기초실태조사.
제주연구원(2020), 2020년 「제주 지역생산품 소비실태 조사·분석」 자료 편집
제주특별자치도 2019년 「농축산식품현황」자료 편집
지식경제부(2013), 기업 성장 촉진형 성과평가 지표 연구개발 최종 보고서.
한국농촌경제연구원(2016), 지역 단위 6차산업화의 추진 방향과 과제.
한국농촌경제연구원(2017), 지역단위 6차산업화 활성화 방안.
한국조달 연구원(2018), 「사회적기업 및 사회적협동조합공공기관 우선구매 활성화 방안 연구」
통계청, 2019년 「2018년 지역소득 집계」자료 편집
통계청, 2019년 「농림어업조사」 자료 편집
통계청, 2019년 「농가경제조사」 자료 편집

국가법령정보센터, <https://www.law.go.kr/LSW/main.html>

제주농업농촌6차산업화지원센터, 2020년6월 기준 자료 참조, www.제주6차산업.com/

	제주 6차산업 경영체 경영환경 실태조사 설문지
---	---------------------------

안녕하십니까!
 본 조사는 사)제주농업농촌6차산업지원센터에서, 도내 6차산업 인증 경영체를 중심으로 농촌융복합사업의 활성화와 효과 분석 및 정책개선 방안을 도출하기 위해 귀 경영체의 경영환경에 대해 알아보고자 하는 것입니다. 응답하신 내용은 통계용으로 사용될 뿐, 다른 목적으로 사용되지 않음을 알려드립니다.

적극적인 협조에 깊은 감사드리며, 귀사의 무궁한 발전을 기원합니다.

조사기관 : 사단법인 제주농업농촌6차산업지원센터
 문 의 : 사단법인 제주농업농촌6차산업지원센터 김승주 (064-722-7914~8)

2020년 6월

경영체 일반사항 및 운영현황

1. 귀 경영체의 현황에 대하여 “기입 또는 표기(☑)”하여 주시기 바랍니다.

1. 경영체 명		2. 사업장 소재지	① 제주시 <input type="checkbox"/> ② 서귀포시 <input type="checkbox"/>
3. 사업체 형태	① 농업인 <input type="checkbox"/> ② 개인·법인사업자 <input type="checkbox"/> ④ 협동조합 <input type="checkbox"/> ⑤ 농업회사법인 <input type="checkbox"/>	③ 영농조합 <input type="checkbox"/> ⑥ 기타법인 <input type="checkbox"/> ()	
4. 6차산업 형태	① 1차X2차 <input type="checkbox"/> ② 1차X3차 <input type="checkbox"/> ③ 1차X2차X3차 <input type="checkbox"/>		
5. 6차산업별 중심 유형 ¹³⁾ (아래 1) 참조)	① 농축산물 생산 중심 () ② 제조·가공 중심 () ③ 직매장(유통) 중심 () ④ 체험관광 중심 () ⑤ 농가식당 중심 () ⑥ 치유중심 () ⑦ 기타 () (* 중심유형이 1가지일 경우 표기(☑) / 2가지 이상일 경우 순위로 표기- 예, 1(순위) 2(순위)로 표기)		
6. 경영체 시설 보유현황	① 자가 <input type="checkbox"/> ② 공동이용 <input type="checkbox"/> ③ 임대 <input type="checkbox"/>		
7. 인증현황 (복수응답 가능)	① 6차산업 <input type="checkbox"/> ② 지리적표시제 <input type="checkbox"/> ③ 식품명인 <input type="checkbox"/> ④ 전통식품 <input type="checkbox"/> ⑤ 친환경인증 <input type="checkbox"/> ⑥ 유가가공식품 인증 <input type="checkbox"/> ⑦ 품질인증 <input type="checkbox"/> ⑧ 스타팜인증 <input type="checkbox"/> ⑨ GAP인증 <input type="checkbox"/> ⑩ HACCP인증 <input type="checkbox"/> ⑪ 농가맛집 <input type="checkbox"/> ⑫ 기타()		
8. 창업 년 월	년 월	9. 대표자 성별	① 남 <input type="checkbox"/> ② 여 <input type="checkbox"/>
10. 대표자 연령	① 20대 <input type="checkbox"/> ② 30대 <input type="checkbox"/> ③ 40대 <input type="checkbox"/> ④ 50대 <input type="checkbox"/> ⑤ 60대 <input type="checkbox"/> ⑥ 70대 이상 <input type="checkbox"/>	11. 근로자 수 *대표자 제외 *작성일 4대보험 가입자 명부 기준	_____ 명

13) ① 생산이 핵심이고 가공서비스는 부가사업,
 ② 가공·상품개발이 핵심이고 인터넷 위탁판매 및 다양한 판로 확보,
 ③ 로컬푸드 직판장 및 매장 운영 핵심,
 ④ 소비자 체험 사업이 핵심이며 지역 내 다양한 유·무형 자원과의 연계,
 ⑤ 생산, 가공, 외식이 동시에 이루어지는 것이 핵심.

사업자 성과

2. 귀 사업체의 고객 및 매출현황에 대하여 “기입 또는 표기(☑)”하여 주시기 바랍니다.

(* 최근 3년간(2017~2019년)의 사업운영을 중점으로 기입하여 주시기 바랍니다.)

1. 방문고객 분포 (매출창출 고객에 한함)	① 도민(%) ② 관광객(%)	2. 일 평균 방문고객 수 (매출창출 고객에 한함)	
3. 연 평균 총매출	백만 원	4. 연 평균 영업이익	백만 원
5. 수출여부	① 유 <input type="checkbox"/> ② 무 <input type="checkbox"/>	6. 수출액(연 평균)	백만 원

3. 귀 사업체의 성과에 관한 전반적인 질문입니다. 해당 칸에 표기(☑)하여 주시기 바랍니다.

(* 최근 3년간(2017~2019년)의 사업운영을 중점으로 기입하여 주시기 바랍니다.)

번 호	문 항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	매출액이 지속적으로 증가하고 있다.	①	②	③	④	⑤
2	영업이익이 지속적으로 증가하고 있다.	①	②	③	④	⑤
3	제품 및 서비스에 대한 고객 만족도가 높아지고 있다.	①	②	③	④	⑤
4	제품 및 서비스에 대한 고객 충성도가 높아지고 있다.	①	②	③	④	⑤
5	상품의 판매처가 지속적으로 증가하고 있다.	①	②	③	④	⑤
6	경영자립도가 향상되고 있다.	①	②	③	④	⑤
7	경영체 가치(브랜드, 이미지 등)가 상승하고 있다.	①	②	③	④	⑤
8	제품과 서비스의 시장경쟁력이 증가하고 있다.	①	②	③	④	⑤
9	지역 일자리 창출 수준이 증가하고 있다.	①	②	③	④	⑤
10	직원들의 업무수행 능력이 향상되고 있다.	①	②	③	④	⑤

4. 귀하께서는 정부 및 지자체의 정책지원이 확대된다면 귀사의 성과창출에 어느 정도의 영향이 미친다고 생각하십니까?

- ① 전혀 없을 것이다 ② 없을 것이다 ③ 보통 ④ 클 것이다 ⑤ 매우 클 것이다

5. 귀사의 사업성과를 창출하기 위해 확대가 필요한 지원제도가 있다면 어떤 것이 있겠습니까?

(* 순위별로 기입바랍니다. 1순위 2순위 3순위)

- ▶ 직접지원 (① 시설비지원 ② 사업비지원 ③ 지방세 감면)
- ▶ 간접지원 (④ 경영지원 ⑤ 교육훈련 ⑥ 우선구매 및 공공구매 ⑦ 홍보·마케팅 ⑧ 컨설팅)
- ▶ 법/규제 지원 (⑨ 지원·육성정책의 수립 ⑩ 시설규제, 지역형 인증제 운영 ⑪ 지도·감독)

6. 6차산업의 정책목표를 달성하기 위해서는 어떠한 지원정책이 더 강조되어야 한다고 생각하십니까?

(* 한 가지만 선택바랍니다.)

- ① 직접지원 ② 간접지원 ③ 법/규제 지원

사업체의 내·외적 환경

7. 귀하가 생각하시는 6차산업 환경에 대한 질문입니다. 해당 칸에 표기(☑)하여 주시기 바랍니다.

번호	문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	우리경영체가 속한 6차산업의 성장률은 높은 편이다.	①	②	③	④	⑤
2	우리경영체가 속한 6차산업의 사회문화적 추세가 우호적이다.	①	②	③	④	⑤
3	우리경영체가 속한 6차산업에 대한 정부정책이 우호적이다.	①	②	③	④	⑤
4	우리경영체가 속한 6차산업에는 유사 경쟁기업이 많다	①	②	③	④	⑤
5	우리경영체의 제품시장은 미개척 잠재시장 수요가 많다.	①	②	③	④	⑤
6	우리경영체와 거의 대등한 경쟁사가 다수 존재한다.	①	②	③	④	⑤
7	우리경영체는 경쟁으로 시장점유율이 불안정하다.	①	②	③	④	⑤
8	원자재의 확보가 시장상황에 따라 영향을 많이 받는다.	①	②	③	④	⑤
9	우리경영체를 둘러싸고 있는 사업환경은 예측하기 어렵다.	①	②	③	④	⑤

8. 귀사의 사업체 자원에 관한 질문입니다. 해당 칸에 표기(☑)하여 주시기 바랍니다.

번호	문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	대량생산 설비의 보유 비중이 큰 편이다.	①	②	③	④	⑤
2	생산직 근로자와 숙련공이 많은 편이다.	①	②	③	④	⑤
3	생산직 지원의 장기근속 비율이 높은 편이다.	①	②	③	④	⑤
4	최신 자동화 설비를 많이 보유하고 있는 편이다.	①	②	③	④	⑤
5	원재료 투입 대비 산출물의 효율성이 높은 편이다.	①	②	③	④	⑤
6	원료 및 부자재를 안정적으로 확보하고 있다.	①	②	③	④	⑤
7	차입을 위한 담보제공 또는 신용보증 활용 능력이 크다	①	②	③	④	⑤
8	신용도가 높아 좋은 조건으로 외부자금을 조달한다.	①	②	③	④	⑤
9	영업이익으로 정상가동에 필요한 자금을 충당하고 있다.	①	②	③	④	⑤
10	사업자금에 여유가 있어 외부 차입의존도가 낮은 편이다.	①	②	③	④	⑤

9. 귀사의 조직문화에 대한 질문입니다. 해당 칸에 표기(☑)하여 주시기 바랍니다.

번호	문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	최고경영자는 비전과 목적 및 핵심가치를 수립하고 제시하며, 업무지침으로 적용하고 있다.	①	②	③	④	⑤
2	우리경영체는 특허 등 지적재산을 효율적으로 관리하고 있다.	①	②	③	④	⑤
3	우리경영체는 정부의 각종 지원제도를 잘 알고 있으며, 이에 항상 대비한다.	①	②	③	④	⑤

경영 전략

10. 귀사의 자사제품이 경쟁시장에 **시장점유율**은 어떻다고 생각하십니까?

- ① 높다 ② 낮다 ③ 모르겠다.

10-1. 귀사의 제품이 경쟁시장에서 **시장점유율이 낮다면 그 원인**이 어디에 있다고 보십니까?

(※ 순위별로 기입바랍니다. 1순위 _____ 2순위 _____)

- ① 시장파악능력 ② 혁신적인 기술 ③ 제품차별화 ④ 지리적 위치 ⑤ 고객서비스 ⑥ 가격경쟁력
⑦ 마케팅 능력 ⑧ 온·오프라인 유통채널 부족 ⑨ 원가경쟁력

11. 귀사의 **사업추진에 있어 가장 중점을 두는 전략**은 무엇입니까?

(※ 순위별로 기입바랍니다. 1순위 _____ 2순위 _____)

- ① 품질추구전략 ② 틈새전략 ③ 기술가치 전략 ④ 가격경쟁전략 ⑤ 홍보·판매촉진전략
⑥ 소비자욕구 파악 ⑦ 마케팅전략 ⑧ 온·오프라인 유통채널 확보전략 ⑨ 원가경쟁력

12. 귀사의 **신제품을 시장에 출시할 때 가장 중점을 두어 실시하는 전략**은 무엇입니까?

(※ 순위별로 기입바랍니다. 1순위 _____ 2순위 _____)

- ① 품질추구전략 ② 틈새전략 ③ 기술가치 전략 ④ 가격경쟁전략 ⑤ 홍보·판매촉진전략
⑥ 소비자욕구 파악 ⑦ 마케팅전략 ⑧ 온·오프라인 유통채널 확보전략 ⑨ 원가경쟁력

13. 귀사에서 **온라인 판매를 위해 가장 필요한 것**은 무엇입니까?

(※ 순위별로 기입바랍니다. 1순위 _____ 2순위 _____)

- ① 온라인전문 제품 기획력 ② 온라인 판매 채널 접촉/선택 ③ 적합한 디자인
④ 온라인 홍보 ⑤ SNS 활용

14. 귀사에서 **가장 많이 사용하고 있는 홍보·판촉 등의 촉진수단**은 무엇입니까?

(※ 순위별로 기입바랍니다. 1순위 _____ 2순위 _____ 3순위 _____)

- ① 기업 블로그 ② 리플릿 등 전단지 ③ 기업 자체할인 ④ 현수막
⑤ 문자서비스 ⑥ 홈페이지 ⑦ 포인트 등 적립서비스 ⑧ 페이스북, 인스타그램 등
⑧ 기타 (_____)

6차산업 인증제도 만족도 및 지원 프로그램

15. 6차산업 인증제도에 관한 질문입니다. 해당 칸에 표기(☑)하여 주시기 바랍니다.

번호	문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1	기존 사업자 인증 유지 제도에 대해 만족	①	②	③	④	⑤
2	유지 자격의 인증 기준 강화가 필요	①	②	③	④	⑤
3	인증사업자들 간의 유대감을 느낀다	①	②	③	④	⑤
4	6차산업 제도/인증에 소속감을 느낀다	①	②	③	④	⑤

5	6차산업 인증을 통한 대외적 신뢰도 및 고객인지도 향상	①	②	③	④	⑤
6	현 6차산업 인증상담 프로그램에 대해 만족	①	②	③	④	⑤

16. 귀하가 기존에 참여 경험이 있거나 인지하고 있는 6차산업지원센터의 지원 프로그램 중 필요성이 높다고 생각하는 것은 무엇입니까?

(※순위별로 기입하여 주십시오. 1순위: _____ 2순위: _____ 3순위: _____)

- ① 현장코칭 프로그램 ② 안테나샵 운영 ③ 6차산업 제주국제박람회
- ④ 도내 홍보전 및 전시회 ⑤ 도외 홍보전 및 전시회 ⑥ 바이어 초청 유통 품평회
- ⑦ 버킷리스트지원 사업 ⑧ 우수사례경진대회 참여 ⑨ 인증신청 소규모 그룹 컨설팅
- ⑩ 네트워크 활성화 사업 지원 ⑪ 인증 경영체 선진지 견학 ⑫ 역량강화 교육
현장 견학(도내) (도외) (온라인 마케팅/SNS 활용 등)
- ⑬ 제주6차산업 협회 협업화 사업 ⑭ 스타트업 school ⑮ 인증 경영체 대상 소비자 조사

17. 코로나19 이후, 새로운 유통 트렌드(비접촉 일상화)에 대응하기 위한 제주지역 6차산업 지원센터의 지원 정책/프로그램의 개선해야 할 사항들이 있다면 무엇이라 생각하십니까?

(※순위별로 기입하여 주십시오. 1순위: _____ 2순위: _____ 3순위: _____)

- ① 온라인 판매 채널 강화 ② 6차 상품전용 온라인 판매 ③ 기존 유통 채널(안테나샵/각종 홍보전
(제주6차 상품전용 온라인 몰 구축) 채널을 연계한 유통망 구축 등)과 연계한 온라인 홍보 방안
- ④ 온라인 전용 상품 개발/기획 지원 ⑤ 인증업체별 온라인 전용 제품 ⑥ 6차상품별 최적화된 특정 온라인몰
(마케팅/디자인/포장) 홍보 웹 카달로그 제작 및 소셜플랫폼 연계 지원
- ⑦ 온라인/SNS 상품 등록 및 홍보 ⑧ 온라인 채널 및 활용 관련 ⑨ 체험 및 서비스의 IT화 지원
를 위한 구체적인 교육 및 지원 전문 지식/경험 보유 인력 (농장 및 체험 프로그램 소개
채용 지원 VR/AR 제작 지원 등)
- ⑩ 기타(_____)

사업운영의 애로사항

18. 귀하의 경영체를 운영하시면서 가장 어려운 점은 무엇입니까?

(※순위별로 기입하여 주십시오. 1순위: _____ 2순위: _____ 3순위: _____)

- ① 원부자재 가격 상승 ② 임대료 ③ 홍보 및 마케팅 능력 부족
- ④ 운영자금 부족 ⑤ 시설 자금 ⑥ 인력 채용 및 관리의 어려움
- ⑦ 온오프라인 판매채널 확대 ⑧ 동종업종 및 산업의 과포화 ⑨ 전문 인력 부족
- ⑩ 6차산업 인증요건 ⑪ 지역 6차산업체간의 연계 및 협업 ⑬ 규제/제도

19. 귀하께서는 6차산업 활성화를 위해 필요하다고 생각하시는 사항은 무엇입니까?

(※순위별로 기입하여 주십시오. 1순위: _____ 2순위: _____ 3순위: _____)

- ① 시설비 지원 ② 재정지원(사업비) ③ 지방세 감면 지원
- ④ 컨설팅 지원(경영지원) ⑤ 홍보·마케팅 지원 ⑥ 기술개발(메뉴, 상품개발 등) 지원

인증경영체 수명주기

※ 귀하가 운영하고 계시는 사업체의 현 상태에 가장 가깝다고 판단되는 해당 칸에 표기(☑)하여 주시기 바랍니다.

1 ()	<ul style="list-style-type: none"> • 우리경영체는 제품 개발과 디자인, 적절한 재무적 자원의 관리, 그리고 제품시장 개발활동에 집중 하고 있다. • 우리경영체는 종업원은 대부분 기술적인 작업에 집중하고 있으며, 특정 분야의 업무 보다는 다양한 업무를 수행하고 있다. • 우리경영체는 조직 활동이 업무 팀 혹은 업무 그룹위주로 이루어지며, 공식적인 통제절차가 없으며, 회사의 대표가 모든 관리적 활동의 중심에 있다. • 우리경영체가 겪는 대표적인 문제들은 제품 및 기술의 상용화 문제, 재무적 자원의 확보 및 지원 문제, 그리고 인력확보 문제 등이 있다.
2 ()	<ul style="list-style-type: none"> • 우리경영체는 매출액과 종업원의 수가 높은 성장을 나타내는 특성을 보이며, 수익성의 확보 보다는 제품의 양적 생산과 판매, 그리고 유통 방법의 개선에 초점을 두고 활동한다. • 우리경영체는 조직구조 및 의사소통 구조가 점차 공식화되고 있으며, 조직 구성원에게 특정 분야에서 전문지식을 요구하고 있으며, 하나의 제품라인을 보유하고 있다. • 우리경영체가 겪는 대표적인 문제들은 시장수요에 따른 생산량 확보 문제, 매출목표 관리 문제, 부서별 역할 및 책임 그리고 규정들에 대한 명확성 문제, 관리정보시스템의 구축 문제, 그리고 수익성 및 점유율 목표의 달성 문제 등이 있다.
3 ()	<ul style="list-style-type: none"> • 우리경영체는 2~3세대 제품 혹은 신제품의 창조활동, 조직성장에 필요한 재무적 지원활동, 시장점유율 유지활동 및 새로운 시장 개척과 관련한 지역적 문제 개선활동에 집중하고 있다. • 우리경영체는 조직구조와 프로세스 절차 그리고 규정들이 구조적으로 공식화되어 있으며, 최고경영층은 산업경험이 풍부한 인재들로 구성되어 있다. • 우리경영체가 겪는 대표적인 문제들은 원가 통제의 문제, 새로운 시장진출 문제, 관리적 부담의 증가와 조직 내 관료주의 확산 문제, 재무관리 시스템 개발과 내부통제의 문제 그리고 제품/시장에서 포지셔닝 구축의 문제 등이 있다.

- 귀중한 시간을 할애해 주셔서 응답해 주셔서 감사합니다. -

연구진

연구책임 사)제주농업농촌6차산업지원센터

공동연구 김윤정 위원 (제주국제대학교)

이광호 위원 (두리함께)

이호영 위원 (제주혁신경영연구원)

제주 농촌융복합산업(6차산업) 활성화 방안 연구

ISBN 979-11-88197-23-1 | 비매품

발행일 2020년 12월 초판발행

저자 안순화 외 7명

인쇄일 2020년 12월 초판인쇄

발행처 사)제주농업농촌6차산업지원센터

주소 제주시 첨단로 213-65, 2층

디자인 및 인쇄 티알유컴퍼니 Tel. 064)756-2358 / www.trucompany.net



이 보고서의 내용은 연구진의 견해로서, 농림축산식품부 / 한국농어촌공사 / 제주특별자치도의 정책적 입장과 다를 수 있습니다. 또한 이 보고서는 출처를 밝히는 한 자유로이 이용할 수 있으나 무단전재나 복제는 금합니다.

「이 도서의 국립중앙도서관 출판예정도서목록(CIP)은 서지정보유통지원시스템 홈페이지(<http://seoji.nl.go.kr>)와 국가자료공동목록시스템(<http://www.nl.go.kr/kolisnet>)에서 이용하실 수 있습니다.