

오색(五色)농업을 활용한 제주지역농업 활성화 방안

- 오색컬러푸드 농산물을 중심으로 -

제주발전연구원

발 간 사

DDA·FTA 확대 등 세계 환경변화로 제주지역경제가 어려움을 겪고 있는 가운데, 특히 지역농업 분야에서는 그 어려움이 심화할 것으로 예상되고 있어 이를 극복하기 위한 지역농업의 고도화 및 다각화 방안이 요구되고 있습니다.

이 같은 어려움을 극복하기 위한 방안으로 최근 웰빙 트렌드의 활용을 비롯하여 1차 산업과 2차·3차 산업의 융·복합화, 지역농업자원을 활용한 틈새농업 발굴·육성 등 창의성의 발휘가 필요한 것으로 지적되고 있습니다.

제주지역은 다른 지역과는 달리 풍부한 농업자원을 보유하고 있으며, 온화한 기후와 뛰어난 경관, 독특한 역사문화를 지니고 있습니다. 또한 한해 600만 명 이상의 관광객이 들어오는 국내 최대의 관광지로서 그 잠재수요도 엄청날 것으로 사료됩니다.

이러한 특성과 다양한 지역농업자원을 활용한 틈새농업의 하나로 오색농업을 활용하고, 나아가서 ‘오색농업 디자인화’를 조성함으로써 지역농업을 활성화하고 농가소득 증대방안을 모색하는 것은 매우 의미가 있다고 생각합니다.

오색(五色)농업이란 적색·청색·백색·황색·흑색을 띤 농산물을 생산하여 산업화하는 것을 말하며, 이들은 중국고서에서 오장(五臟)에 좋다고

알려져 있기 때문에 이를 지역농산물과 연계하여 틈새농업을 발굴하는 방안은 타당성이 매우 높은 것으로 보입니다.

즉, 제주지역은 관광지이면서 농업이 차지하는 비중이 매우 높아, 최근 웰빙 관련 농산물을 이용한 건강·기능성 식품이 각광을 받고 있는 시점에서 오색농업을 6차산업화 하고 스토리텔링 마케팅을 활용할 경우 지역경제 활성화 및 농가소득 증대에 기여할 것으로 기대됩니다.

이번 연구가 씨앗이 되어 앞으로 빠른 시일 내에 제주에서 오색농업이 틈새산업으로 현실화될 수 있기를 기대하며, 연구에 참여해 주신 연구원 여러분의 노고에 감사드립니다.

2010. 8

제주발전연구원장
양 영 오

목 차

I. 서 론 1

1. 문제의 제기 1

2. 연구목적 2

3. 연구내용 및 방법 3

II. 오색농업의 개요와 실태 4

1. 오색농업의 개요 4

1) 컬러푸드(Color Food) 4

2) 오(방)색의 개요 7

3) 오색농업이란 12

2. 오색농산물(컬러푸드)의 현황과 실태 13

1) 주요 오색농산물 현황 13

2) 제주지역 오색농산물(컬러푸드) 현황과 실태 35

III. 국내·외 사례 및 실태 조사 45

1. 국내·외 사례 45

1) 일본의 농어촌산업 육성 사례 45

2) 국내 농어촌산업 육성 사례 55

2. 관광객과 연계한 제주지역 오색농산물 실태조사 69

1) 실태조사 개요 69

2) 분석 결과 70

3. 제주지역 오색농업의 경제성 추정 92

IV. 오색농업의 제주지역농업 활성화 방안	94
1. 제주지역 오색농업 SWOT 분석 및 비전	94
1) 제주오색농업 SWOT 분석	94
2) 제주오색농업 비전과 목표	95
2. 오색농업과 스토리텔링 마케팅	96
1) 디자인 농업	96
2) 제주의 돌담	98
3) 오색농업의 스토리텔링	99
4) 고객응호마케팅(Advocacy Marketing) 도입	100
3. 오색농업을 활용한 제주지역농업 활성화 방안	102
1) 제주지역 농업의 현황과 실태	102
2) 농업·농촌의 내·외적 환경	105
3) 오색농업 기본 발전방향	108
4) 오색농업의 추진과제	109
5) 오색농업 기본 발전전략	110
V. 결론 및 정책제언	121
참고문헌	124
부 록 : 설문지	126

<표 목차>

<표 II- 1> 오(방)색과 오장오부	9
<표 II- 2> 오색농산물 현황	13
<표 II- 3> 감귤 재배현황	36
<표 II- 4> 당근 재배현황(2008)	37
<표 II- 5> 감자 재배현황(2008)	38
<표 II- 6> 마늘 재배현황(2008)	38
<표 II- 7> 양파 재배현황(2008)	39
<표 II- 8> 브로콜리 재배현황(2005)	40
<표 II- 9> 양배추 재배현황(2008)	41
<표 II-10> 무 재배현황(2008)	42
<표 II-11> 참깨 재배면적(2008)	43
<표 II-12> 녹차 재배현황(2007)	44
<표 III- 1> 식품산업 클러스터 개발 주요 신제품 사례	54
<표 III- 2> 함양군의 연 재배면적 및 농가수	55
<표 III- 3> 응답자 인구통계학적 특성	71
<표 III- 4> 선호하는 기념품(인구통계학적)	78
<표 III- 5> 청정 건강/웰빙제품 관심도(인구통계학적)	81
<표 III -6> 청정 건강/웰빙제품 구입의향(교차분석)	83
<표 III- 7> 제주지역 청정 오색농식품 세트나 상품구입 시 적정가격(교차분석)	86
<표 III- 8> 청정 오색농식품 관광지(단지) 조성 시 방문여부(교차분석)	87
<표 III- 9> 청정 오색농식품 재료로 전문식당 운영 시 방문여부(교차분석)	89
<표 III-10> 제주지역 청정 오색농산물의 경제성 추정 시나리오	93
<표 IV- 1> 주요 작목별 재배면적의 변화	102
<표 IV- 2> 주요 작목별 조수입의 변화	103
<표 IV- 3> 주요 작목별 특화계수의 연도별 변화	104
<표 IV- 4> 오색농산물 발전조직 구성요소의 기능	113

<그림 목차>

<그림 II- 1> 오방색	7
<그림 III- 1> 산, 가공, 유통·판매 과정과 농상공 연대의 관계	45
<그림 III- 2> 세라고원 위치도 및 행사	48
<그림 III- 3> 식품산업 클러스터의 추진체계	50
<그림 III- 4> 식품산업 클러스터 협의회	52
<그림 III- 5> 함양군 연 채배지	55
<그림 III- 6> 연 음식전문점 옥연가 정식 및 선물세트	57
<그림 III- 7> 오미자 체험관광시설 및 수확체험	62
<그림 III- 8> 오미자 캐리커처, 브랜드, 축제포스터	63
<그림 III- 9> 문경오미자 체험관	63
<그림 III-10> 문경시 오미자산업 육성 정책 체계	65
<그림 III-11> 제주방문 횟수	73
<그림 III-12> 방문 동행인 유형	73
<그림 III-13> 제주 방문일정	74
<그림 III-14> 제주 방문목적	74
<그림 III-15> 관광기념품 구입 시 가장 중요하게 고려하는 것	75
<그림 III-16> 관광기념품 구입여부	76
<그림 III-17> 관광기념품 구입 않는 이유	76
<그림 III-17> 구입하기 위해 지불한 금액 및 적당하다고 생각하는 금액 ...	77
<그림 III-18> 선호하는 기념품	78
<그림 III-20> 관광기념품 정보 수집방법	80
<그림 III-21> 청정 건강/웰빙제품 관심도	80
<그림 III-22> 청정 건강/웰빙제품 구입여부	82
<그림 III-23> 청정 건강/웰빙제품 구입의향	83
<그림 III-23> 제주지역 청정 건강/웰빙제품 구입의향	84

<그림 III-24> 구입하지 않는 이유	84
<그림 III-25> 제주지역 청정 오색농식품 세트나 상품구입 시 적정가격 ..	85
<그림 III-26> 청정 오색농식품 관광지(단지) 조성 시 방문여부	87
<그림 III-27> 청정 오색농식품 전문식당 운영 시 방문여부	88
<그림 IV- 1> 제주지역 오색농업 SWOT 분석	94
<그림 IV- 2> 오색농업 비전과 목표(안)	95
<그림 IV- 3> 제주건강식품클러스터 지원체계	111
<그림 IV- 4> 함평나비축제의 꽃을 이용한 장소마케팅	115
<그림 IV- 5> 오색농산물 단지 구성도	116

I. 서론

1. 문제의 제기

- DDA·FTA 확대 등으로 제주지역경제가 어려움을 겪고 있는 가운데, 특히 지역농업 분야에서는 그 어려움이 심화될 것으로 예상되고 있어 이를 극복하기 위한 지역농업의 고도화 및 다각화 방안이 요구되어지고 있음.
- 이같은 어려움을 극복하기 위한 방안으로 최근 웰빙 트렌드의 활용, 1차 산업과 2차·3차 산업의 융·복합화, 스토리텔링 마케팅의 도입 및 지역농업자원을 활용한 틈새농업의 발굴·육성 등이 필요한 것으로 지적되고 있음.
- 제주지역은 다른 지역과는 달리 풍부한 농업자원을 보유하고 있으며, 온화한 기후와 뛰어난 경관, 독특한 역사문화를 지니고 있음. 또한 한해 600만 명 이상의 관광객이 들어오는 국내 최대의 관광지임. 이러한 특성과 다양한 지역농업자원을 활용한 틈새농업의 하나로 ‘오색농업 클러스터’를 활용함으로써 지역농업 활성화 및 농가소득을 증대시킬 수 있는 방안 모색이 요구됨.
- 오색(五色)농업이란 적색·청색·백색·황색·흑색을 띤 농산물을 생산하는 것을 말하며, 이들은 중국고서에서 각각 간·심장·폐·비장·신장에 좋다고 알려져 있음.¹⁾

1) 심정은, 심정은의 건강백서, 무커스미디어, 2009.11.6, <표 II-1> 9p 참조.

- 제주지역은 관광지이면서 농업이 차지하는 비중이 매우 높아, 최근 웰빙 산업과 관련된 농산물을 이용한 건강·기능성 식품이 각광받고 있는 시점에서 오색농업의 6차산업화²⁾ 및 스토리텔링 마케팅을 활용할 경우, 지역경제 활성화 및 농가소득 증대에 기여할 것으로 사료됨.
- 이러한 맥락에서 오색농업의 개요와 실태, 국내·외 사례 및 실태조사 등을 통해 제주지역 농업 활성화 방안을 모색하고자 함.

2. 연구목적

- DDA·FTA 확대 등으로 제주지역 농업에 커다란 어려움이 예상되고 있음에 비추어 이를 타개하기 위한 적극적인 방안 모색이 요구됨.
- 그 방안의 하나로 지역농업자원을 활용한 틈새농업으로서 오색농업 클러스터를 활용하여 지역농업 활성화 및 농가소득을 증대하는 데 기여코자 함.
- 이는 최근 웰빙 트렌드가 현대인들의 관심사로 부상하고 있으며, 1차 산업과 2차·3차 산업과의 융·복합화를 통한 고부가가치화를 이끌어내는 계기가 될 수 있음. 아울러 스토리텔링 마케팅 및 지역농업자원을 활용한 틈새농업 발굴·육성에 하나의 모델이 될 수 있을 것임.
- 본 연구에서는 제주지역에서 생산되는 오색농업의 주요 농산물을 중심으로 스토리텔링 마케팅 및 6차산업화를 위하여 현재 국내·외

2) 1차×2차×3차산업을 융·복합화한 산업을 말함

에서 시행되고 있는 사례를 분석하고, 제주농업에 적용 가능한 오색농업 클러스터 구축 및 활성화 방안을 제시하고자 함.

3. 연구내용 및 방법

- 먼저 본 연구의 테마인 오색농업의 개념을 고찰하기 위하여 한방 등 동양문화권에서 견지해 온 색에 대한 관념과 색과 인체의 역학 관계 및 농산물의 색에 따라 인체에 미치는 영향 등을 살펴보고 그에 따른 주요 농산물의 현황을 살펴봄.
- 이를 토대로 스토리마케팅과 연계 가능한 제주지역 주요 오색농산물에 대하여 탐색함.
- 오색농업과 연관된 국내·외 사례분석
- 제주지역 오색농업을 관광객과 연계하기 위한 설문조사 결과 분석 및 시사점 도출
- 오색농업 활성화를 통한 농가소득증대 방안 탐색을 위하여 오색농업 추진체계 등 발전전략 구상

II. 오색농업의 개요와 실태

1. 오색농업의 개요

- 1) 컬러푸드(Color Food)
 - 음식의 색깔이 주목받게 된 이유는 야채와 과일의 천연 색소를 구성하는 물질인 파이토케미컬(Phytochemical)에 대한 연구결과가 발표되면서부터라 할 수 있음. 파이토케미컬은 식물이 해충이나 가뭄, 자외선 등으로부터 스스로를 보호하기 위해 만들어낸 방어 물질임.
 - 파이토케미컬은 식물이 갖고 있는 탄수화물, 단백질, 지방, 비타민, 무기질 등 5대 영양소 외의 생리활성에 관여하는 물질이라 하여 ‘제6의 영양소’라 불리고 있음.
 - 파이토케미컬은 세포의 노화를 방지하는 항산화제로 항암, 항염, 해독 효과가 있다고 알려져 있으며, 지금까지 7백여 종의 파이토케미컬 성분이 발견되었고, 야채와 과일의 색상이 화려하고 질을수록 많이 함유돼 있음.
 - 딸기와 석류 등 붉은색을 띠는 야채와 과일에는 항암 효과가 있는 리코펜과 소염 작용을 하는 안토시아닌이 풍부하며, 옐로우 계열인 당근, 파인애플, 감귤, 오렌지, 감에는 암과 심장 질환을 예방하는 베타카로틴이 듬뿍 들어 있음.
 - 케일, 신선초, 브로콜리, 키위 등 그린 푸드에는 카로티노이드 성분이 들어 있어 신장과 간장의 기능 향상과 공해 물질 해독에 도움을

준다는 연구결과가 있으며, 또 엽록소가 풍부해 자연 치유력을 높여 주고 세포 재생을 도와 노화를 저감해 준다고 함.

- 복분자, 포도 등 보라색을 띠는 과일과 야채는 눈을 건강하게 하고 성기능 향상과 원기회복에 도움을 주며, 배, 알로에 등 화이트 푸드는 유해 물질을 몸 밖으로 내보내고 심장병을 예방하며 신체 면역력을 길러준다는 연구결과가 있음.
- 또한, 온실에서 자란 농산물보다는 노지에서 자란 농산물에서 더 많은 성분을 갖고 있으며, 친환경으로 생산된 농산물에서 더 풍부한 성분을 함유하고 있고, 농산물 색상을 나타내는 껍질부분에 더 많은 성분이 함유되어 있음.

2) 오(방)색의 개요

(1) 오(방)색이란

- ‘오색(五色)’= ‘오방색(五方色)’= ‘오방정색(五方正色)’이라고도 하며 황(黃)·청(靑)·백(白)·적(赤)·흑(黑)의 5가지 한국의 전통색을 말함. 음과 양의 기운이 생겨나 하늘과 땅이 되고 다시 음양의 두 기운이 목(木)·화(火)·토(土)·금(金)·수(水)의 오행을 생성하였다는 음양오행사상을 기초로 함.
- 오행에는 방위와 오색이 따르는데, 중앙과 사방을 기본으로 삼아 황(黃)은 중앙, 청(靑)은 동, 백(白)은 서, 적(赤)은 남, 흑(黑)은 북을 뜻하며, 또한 청과 황의 간색에는 녹(錄), 청과 백의 간색에는 벽(碧), 적과 백의 간색에는 홍(紅), 흑과 적의 간색에는 자(紫), 흑과 황의 간색에는 유황(硫黃) 색이 있어 이들을 오간색(五間色) 또는 오방잡색(五方雜色)이라고 함.

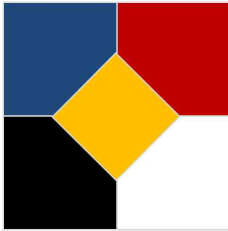
3) 네이버닷컴, 여촌.

- 황(黃)은 오행 가운데 토(土)에 해당하며 우주의 중심이라 하여 가장 고귀한 색으로 취급되어 임금의 옷을 만들었으며, 청(靑)은 오행 가운데 목(木)에 해당하며 만물이 생성하는 봄의 색, 귀신을 물리치고 북을 비는 색으로 쓰였음.
- 백(白)은 오행 가운데 금(金)에 해당하며 결백과 진실·순결 등을 뜻하기 때문에 우리 민족은 예로부터 흰옷을 즐겨 입었고, 적(赤)은 오행 가운데 화(火)에 해당하며 생성과 창조·정열과 애정·적극성을 뜻하여 가장 강한 벽사의 빛깔로 쓰였음. 흑(黑)은 오행 가운데 수(首)에 해당하며 인간의 지혜를 관장한다고 생각했음.
- 이처럼 음양오행 사상에 기초한 오방색(五方色)은 우리의 생활과 밀접한 관련을 맺고 있음. 악귀를 몰아내기 위해 혼례 때 신부가 연지끈지를 바르는 것, 나쁜 기운을 막고 무병장수를 기원해 돌이나 명절에 어린아이에게 색동저고리를 입히는 것, 간장 항아리에 붉은 고추를 끼워 금줄을 두르는 것, 잔칫날 국수에 올리는 오색 고명, 붉은 빛이 나는 황토로 집을 짓거나 신년에 붉은 부적을 그려 때문에 붙이는 것, 궁궐·사찰 등의 단청, 고구려의 고분벽화나 조각보 등의 공예품에서 이러한 오방색(五方色)을 쉽게 찾아볼 수 있음.
- 무극에서 음과 양의 기운이 생겨나 하늘과 땅이 되고 다시 음양의 두 기운이 다섯 가지 원소를 생산하였는데 이것이 목(木)·화(火)·토(土)·금(金)·수(水)의 오행임.
- 이 오행에 상응하는 오색은 청(靑)·적(赤)·황(黃)·백(白)·흑(黑)이며 오행은 따로 떨어져서 존재하기도 하지만, 서로에게 영향을 끼쳐 도움을 주기도 하고 물리치기도 하고 낚아주기도 하며 극(剋)하기도 하

면서 물고 물리며 주고받는 관계를 가짐.

- 음양오행 사상의 색채 체계는 동서남북 및 중앙의 오방을 이루며 중국을 중심으로 한 동양 문화권에서는 우주인식과 사상체계의 중심원리로서 우주의 본원에는 음(陰)·양(陽) 두 기(氣)가 있음으로 천지 만물은 이 두 개의 기로 이루어졌다는 역학적인 이론과 천문학적 철학으로 발전했음.
- 선조들은 전통의 오방색을 단순한 빛깔로서의 색만이 아닌 방위와 계절을, 더 나아가 종교적이며 우주관적 철학관을 형성하였고 나쁜 기운을 물리치고 복을 바라는 마음으로 오행에 따른 오방색을 용도와 신분에 맞게 구분하여 사용하였음.

<그림 II-1> 오방색



- 황 : 오행 중 토(土)로 우주중심에 해당하고 오방색의 중심으로 가장 고귀한 색이며 임금색
- 청 : 오행 중 목(木)으로 동쪽에 해당하고 만물이 생성하는 봄의 색으로 창조, 생명, 신생을 상징하며 요사스러운 기운과 귀신을

- 7 -

물리치고 복을 비는 색.

- 백 : 오행 중 금(金)으로 서쪽에 해당하고 결백과 진실, 삶, 순결의 뜻(우리 민족이 흰옷을 즐겨 입는 배경이 된다고 함)
- 적 : 오행 중 화(火)로 만물이 무성한 남쪽이며 태양, 불, 피 등과 같이 생성과 창조, 정열과 애정, 적극성을 뜻함.
- 흑 : 오행 중 수(水)로 북쪽이고 인간의 지혜를 관장함.

(2) 오방색의 기능

- 의생활 : 혼례 때 부인들의 가례복인 녹의홍상은 오행의 상생과 관련하여 장수하고 부귀가 충만토록 기원의 뜻을 담고 있으며, 신부의 얼굴에 바르는 연지곤지도 시집가는 여인을 투정하는 음귀를 축출한다는 의미에서 사용되었고, 또 돌이나 명절에 오색 천을 이어 만들어 어린아이에게 입히는 색동저고리 역시 오행을 갖추어 나쁜 기운을 막고 무병장수를 기원하는 것임.
- 식생활 : 간장항아리에 붉은 고추를 끼운 금줄을 두르는 것은 나쁜 기운의 근절을 막기 위한 것이며, 팔죽, 시루떡도 음의 기운을 물리치고자 하는 것이며, 잔칫상에 오르는 국수는 무병장수를 기원하며 국수 위에 오른 오색고명은 오행에 순응하는 복을 비는 의미가 있음.
- 주생활 : 주생활에서 우리 선조들은 건축 재료로서 붉은 빛이 나는 황토를 사용하였으며, 새해가 되면 한 해의 안녕을 빌고 재앙을 물리친다는 기복과 벽사의 의미에서 붉은 부적을 그려 붙였음. 또 목조건물에는 단청을 칠하여 건물의 보존과 장식은 물론, 왕궁과 사찰의 위엄을 표현하였음.

(3) 오(방)색과 인간의 오장·오부

- 한의학에서는 삼보(三補)라 하여 동보(動補), 식보(食補), 약보(藥補)가 있으며, 동보(動補)는 운동을 하여 몸을 보하는 것이고, 식보(食補)는 먹는 것으로 몸을 보하는 것임, 또한 약보(藥補)는 약으로 몸을 보하는 것이며, 약보는 식보에 미치지 못하고 식보는 동보에 미치지 못한다고 하였음. 이 연구에서는 ‘식보’를 중심으로 논하고자 함.

<표 II-1> 오(방)색과 오장·오부

오(방)색	오 장	오 부	오 미	오 행	계 절
푸른색 (녹 색)	간 장	담 장	신 맛	목(木)	봄
붉은색	심 장	소 장	쓴 맛	화(火)	여 름
황 색	비 장	위 장	단 맛	토(土)	중심 (환절기)
흰 색	폐	대 장	매운맛	금(金)	가 을
검은색	신 장	방 광	짠 맛	수(水)	겨 울

자료 : 김선현, 컬러가 내몸을 바꾼다, 넥서스BOOKS, 2009를 참조하여 재구성.

- 선식, 생식, 채식, 컬러푸드, 마크로바이오틱 등 많은 웰빙(well-being) 식단이 있음. 이런 식단은 보통 채식을 기본으로 육류의 섭취를 줄이며, 그 중에 컬러푸드는 1990년대 미국에서 하루 다섯 가지 색의 채소와 과일, 곡류를 섭취하자는 캠페인에서 시작되어 지금까지 식탁 위의 이슈가 되고 있음. 이 컬러푸드는 한의학에서도 ‘오색(五色)을 오장(五臟)에 배속하여’라고 설명하고 있음.
- 한의학에서는 간(肝), 심(心), 비(脾), 폐(肺), 신(腎) - 청(靑), 적(赤), 황(黃), 백(白), 흑(黑) 이라고 하여 푸른색은 간에, 붉은색은 심장에, 황(黃), 백(白), 흑(黑) 이라고 하여 푸른색은 간에, 붉은색은 심장에, 황

토색은 비장에, 흰색은 폐에, 검정색은 신장에 속한다고 하였으며, 각각의 색이 각각 짝지은 장부의 기운을 돕는다고 함.

- 가령 토마토와 딸기, 사과, 붉은 고추 등 붉은색 식품은 심장의 심주혈맥(心主血脈) 작용을 도와 혈액순환 개선에 도움이 되며, 또 피를 맑게 하며 우리 몸에 에너지를 더하는 데 도움을 줌.
- 그리고 미나리와 부추, 시금치, 브로콜리, 쑥 등의 녹색 채소는 간에 작용하여 간주소설(肝主疏泄)을 도우며, 이는 간의 해독작용을 돕고 고혈압과 콜레스테롤 개선에 도움이 됨.
- 현미, 잡곡 등의 곡물은 황색에 속한다고 볼 수 있는데, 이는 비위에 좋음. 비위는 소화기능과 관계되는데, 평상시에 소화기 장애가 있는 사람들은 하루 세끼 좋은 밥만 잘 먹어도 증상의 개선에 효과가 있음.
- 그리고 도라지, 마, 배춧, 무즙 등 백색 진액을 내는 음식들은 폐가 건조하여 가래나 피가 나는 경우, 그리고 평상시에 기관지 관리에 도움이 되는 식품들임. 뿐만 아니라 인삼과 같은 한약재는 폐주기(肺主氣)를 도와 우리 몸의 기를 북돋는 역할을 함.
- 마지막으로 검은콩, 검은깨, 김, 미역, 다시마 등의 검은색 식품은 신장을 보하는데, 한의학에서 신장은 우리 몸의 ‘정(精)’을 간직하는 장기(腎藏精)이며 신체의 면역력과도 관련이 깊음. 따라서 검은색 식품은 우리 몸의 면역력 증진과 기초대사 능력에 도움이 됨.
- 예부터 조상들은 음식을 만들 때 5가지 색깔 가운데 중앙에는 음식

이 화(火) 중심 오행이므로 붉은색을 두었고, 동서남북의 사방을 기본으로 삼는 오(방)색을 이용하여 다양한 조리법으로 음식을 만들고 오색고명으로 시각적인 아름다움까지 표현했는데 오(방)색 음식을 섭취함으로써 결국 오장을 튼튼히 하여 건강을 지켜왔음.

- 우리 음식에는 오(방)색이 들어 있어 주재료에 포함되지 않은 경우에는 고명으로 오(방)색을 추가했으며, 시각적인 효과로 아름답게 보여 식욕을 증진할 뿐만 아니라 정성과 솜씨도 느끼게 함. 음식에 사용되어온 고명(高明)은 음식 위에 없는 웃고명과 음식 속에 소로 넣는 속고명이 있는데, 오(방)색을 가진 재료인 채소, 곡류, 견과류, 과일, 종실류, 육류, 약재 등이 사용됨.
- 오(방)색 고명은 한국 음식만이 갖는 고유미의 아름다운 식문화로서 동양적인 철학을 담고 있음. 고명으로는, 푸른색은 청고추, 파, 애호박, 쑥갓, 미나리, 쑥, 승검초, 은행, 붉은색은 홍고추, 실고추, 대추, 당근, 오미자, 황색은 황색지단, 치자, 콩가루, 흰색은 흰색지단, 무, 배, 수삼, 마늘, 잣, 밤, 검은색은 석이, 목이, 표고버섯, 검은깨, 김 등임.
- 동의보감에 의하면 “무릇 봄에는 목(木)으로 신맛의 산물이 많고 여름엔 화(火)로 쓴 것이 많고, 가을엔 금(金)으로 매운맛, 겨울엔 수(水)로 짠 것이 많아 맛을 고르게 취하면 미끄럽고 달다 하였으니 이 4가지 맛이 木, 火, 金, 水에 해당되며 달고 미끄러운 土를 상정하니 土는 비위인고로 비장을 열게 함이라”고 함.
- 계절마다 변화하는 몸의 상태에 따라 자연은 각기 다른 맛과 성질의 먹거리를 인간에게 선사해 줌. 따라서 계절에 나는 계절음식을 취하는 것은 오장을 튼튼히 해주며, 건강한 삶을 살게 하는 지름길임.

임.

3) 오색농업이란

- ‘오색농업(五色農業)’은 아직까지 문헌적으로 정의되어 있지 않으나, 본 연구에서 오색농업을 제주지역의 농업활성화를 통한 지역마을 활성화의 한 부분으로 다루기 위해 다음과 같이 정의함. 즉, ‘오색농업은 일정한 농경지에 인간에게 유용한 생리활성화 물질인 파이토케미컬이 함유된 색소인 다섯 가지의 색깔(녹색, 붉은색, 황색, 흰색, 검은색)을 지닌 농작물을 재배하고 수확하여 판매하는 과정과 부가적인 경영활동’으로 정의함.
- 현재까지 색상을 중심으로 여러 가지 농작물을 재배하는 지역은 없으나 근래에 대두되고 있는 건강에 대한 관심과 웰빙에 대한 지속적인 소비자의 욕구를 해결하기 위해 제주에서는 지역단위로 유용한 생리활성화 물질을 포함하는 하나 또는 여러 가지의 색깔의 농작물을 재배, 수확하여 1차 제품, 2차 가공제품, 3차 부가가치식품 등의 제품을 소비자에게 공급하는 전 과정을 포함하고자 함.
- 또한 본 연구의 오색농업은 농산물의 생산과 유통단계의 구분에서 벗어나 생산 규모화와 농민조직화를 통한 생산·판매 일원화를 구현해 농업경영 합리화와 소득증대를 목표로 함.
- 정의 끝부분의 부가적인 활동이라 함은, 오색농업단지를 지역 어메니티 자원으로 활용하여 농작물 재배과정과 가공·판매 및 농촌관광과 접목시키는, 즉 1차 농업과 2차 가공산업을 3차 관광산업의 부가적인 효과로 연결하여 제주지역 방문 관광객 600만 명을 대상으로 부가가치를 높일 수 있는 또 하나의 관광요소로서 자리매김하는 것을 목표로 함.

2 오색농산물(컬러푸드)의 현황과 실태

1) 주요 오색농산물 현황

- 오색 및 오장과 연계된 주요 오색농산물 종류는 다음과 같음.

<표 II-2> 오색농산물 현황

오 색	오 장	주요 농산물 종류
푸른색 (녹 색)	간장	녹차, 매실, 브로콜리, 파, 키위, 생식채소 등
붉은색	심장	토마토, 사과, 적포도주, 딸기, 고추, 오미자 등
황 색	비장	감귤, 호박, 당근, 생강, 고구마, 바나나, 인삼 등
흰 색	폐	배, 양파, 참깨, 마늘, 무, 양배추, 도라지 등
검은색	신장	검은쌀, 검은콩, 가지, 검은깨, 표고버섯, 연근 등

(1) 피로 회복에 으뜸, 그린 푸드(Green food)

- 초록색 음식은 컬러푸드 중 가장 강력한 치료 효과가 있으며 신진 대사를 활발하게 하고 피로를 풀어줌. 그린 푸드에 풍부하게 함유된 베타카로틴은 몸 안에 침입한 세균이나 바이러스를 막아내는 물질의 분비를 촉진하며 간세포를 재생시키고 폐를 건강하게 만들. 초록색을 내는 엽록소는 피를 만드는 조혈 작용과 세포재생 효과가 뛰어나고 혈중 콜레스테롤 수치를 내려준다고 함.

① 매실

- 매실은 수분이 90% 이상이고 칼로리가 100g에 30Kcal에 불과하며,

- 13 -

단맛도 그리 강하지 않고, 칼슘, 인, 철, 나트륨, 칼륨, 아연 등 무기질이 골고루 들어 있으며, 비타민A, B1, B2, B6, E, 나이아신, 엽산 등의 비타민도 고르게 들어 있음.



- 매실은 3독을 없애는 효능이 있다고 하며, 3독이란 음식의 독, 피 속의 독, 물의 독을 뜻함. 매실에는 적은 양이지만 '피크린산'이라는 성분이 있어 전염병과 식중독을 일으키는 독성물질을 분해하며, 식중독이나 배탈, 설사처럼 음식 때문에 생기는 병으로부터 우리 몸을 보호하고, 이를 치료할 때도 효과적이라고 알려져 있음.
- 또 매실에는 간 기능을 상승시키는 '피루브산'이라는 성분이 있어 간의 해독작용을 도우며, 위액분비를 촉진하고, 위의 활동을 도와 위산과다와 소화불량에 모두 효능이 있음. 매실의 신맛은 위, 십이지장 등의 소화기관의 소화액 분비를 활발하게 함. 뿐만 아니라, 매실의 카테킨산이 장 안에 살고 있는 나쁜 균의 번식을 억제해 장을 건강하고 변비를 치료하기도 함.

② 키위

- 키위는 뉴질랜드의 토종 키위새의 이름을 키위라고 부르는데 비타민C와 E, 칼륨, 폴리페놀 등 항암 효과가 있는 항산화 물질이 다량 함유되어 있음. 특히 항산화 물질로 꼽히는 폴리페놀의 일종인 게르세틴이 사과의 3배, 오렌지의 2배나 들어 있음. 대만에서 사스 예방법 중 하나로 키위 섭취를 권장 만큼 면역체계를 강화하는 효과가 뛰어나고 암과 심장병을 예방하는 루테인 성분이 높음.

- 14 -

- 섬유소가 풍부해 변비를 예방하고 마그네슘 성분이 신경계 작용을 활발하게 하며, 키위에 함유된 엽산은 신경세포를 만드는 데 중요한 역할을 하고 빈혈을 없애 임신부가 섭취하면 좋음.

③ 녹차

- 우리나라 사람들도 차를 많이 마시지만 중국 사람들은 거의 물을 마시듯이 차를 마시며, 그렇게 기름진 음식을 즐겨 먹지만 중국에 고혈압 환자가 많지 않은 것이 바로 이 녹차 때문이라고 함.

- 녹차를 마실 때 느껴지는 떫은맛은 ‘카테킨’ 성분 때문이며, 카테킨은 녹차 성분 가운데 가장 중요한 것 중 하나로, 차 타닌 또는 차 폴리페놀이라 불림.



- 카테킨은 성인병과 암 예방, 중금속 제거, 다이어트, 항균작용, 항산화작용, 냄새를 없애주는 소취효과 등 기능이 다양하며, 가장 대표적인 기능은 역시 항산화작용과 항암작용임. 몸 안에 활성산소라는 물질이 많이 생기면 노화가 진행되는 등 건강에 좋지 않음. 카테킨은 활성산소를 제거해 주고 돌연변이 세포가 생기는 것을 막아줌.



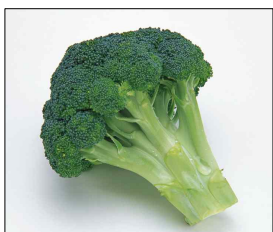
- 또한 녹차는 혈액이나 간, 창자에 있는 콜레스테롤을 제거해주어 다이어트와 피부에 좋으

- 15 -

며, 아토피성 피부염에도 효과가 있다고 알려져 있으며, 냄새를 없애는 기능도 탁월함.

④ 브로콜리

- 브로콜리에는 베타카로틴, 루테인, 비타민C, 비타민E, 셀레늄, 쿠와세틴, 클루타타이온, 글루탈레이트 등의 다양한 영양소가 들어 있음. 이들은 항산화효과를 나타내는 성분으로 셀레늄은 비타민 E인 토코페롤과 함께 작용해 항산화작용을 더욱 강하게 함. 다른 야채도 항산화물질이 있지만, 브로콜리 항산화력은 야채 중 최고 수준임.



- 브로콜리는식이섬유도 많은 식품으로 장운동을 활성화하고 장내의 많은 유해물질을 없애주며, 그 자체가 암세포를 죽이는 것은 아니지만, 식이섬유는 암세포를 낼 수 있는 유해물질과 몸 안의 독소들을 미리 없애 암을 예방하는 효과가 있음.

⑤ 기타 Green food

- 시금치 : 암을 억제하는 베타카로틴과 눈 질환을 예방하는 루테인이 풍부함. 루테인은 몸 안에서 또 다른 항산화 물질인 제아잔틴을 만들어 내기도 하기 때문에 두 가지 유용한 성분을



- 16 -

얻을 수 있음. 루테인과 제아잔틴은 눈에 좋지 않은 파란빛을 흡수하는 효과가 있으며, 또한 글루타치온은 세포 안쪽 축축한 곳에서 DNA의 산화를 막아줌.

- 파슬리 : 모든 채소 가운데 비타민C를 가장 많이 품고 있으며 레몬 과즙의 2배이며, 강력한 항산화작용과 비타민E를 함유한 채소로 잘 알려져 있는 토코페롤이 풍부하고, 카로틴, 혈액응고에 필수적인 비타민K 등 건강성분이 가득함.



- 부추 : 부추는 카로틴, 비타민B2, 비타민C, 칼슘, 철 등의 영양소를 많이 함유하고 있는 녹색채소임. 특히 부추는 베타카로틴 함량이 100g 당 3,094μg로 다른 녹색채소에 비해서도 월등히 높음. 독특한 냄새는 유기유황 화합물인 황화아릴 및 프로필 설파이드가 주체로서 그 성분의 하나가 알리신으로 이것이 비타민B₆의 흡수를 크게 도와주며, 비타민C 함유량은 보통이지만, 칼슘이 많은 편이고, 비타민K와 엽산, 판토텐산은 우수함.
- 고춧잎과 깻잎 : 최근의 영양실조는 칼로리는 높아졌지만 비타민, 미네랄, 식물성 섬유 등 건강과 직접적으로 관련이 있는 영양소들이

결핍되어 있기 때문에 발생하는 현상임. 이러한 현상의 원인이 되고 있는 칼슘 결핍을 보충하기 위해 쉽게 생각하는 것이 우유지만 삶은 고춧잎은 100g 당 233mg, 깻잎나물은 325mg의 칼슘을 품고 있음. 이는 단순히 100g 당 함유량만 비교하면 고칼슘우유(100g 당 118mg)보다 훨씬 높음.



(2) 암 예방·노화 방지에 효과적인 레드 푸드(Red food)

- 붉은빛을 띠는 과일과 야채는 항산화 효과가 탁월해 노화를 막고 암을 예방함. 레드 푸드에 풍부하게 들어 있는 안토시아닌 성분은 망막에서 빛을 감지해 뇌로 전달하는 ‘로돕신’을 만드는 데 도움을 주고 눈에 각종 영양을 보충해 눈을 건강하게 함. 리코펜 성분은 심장질환, 폐암, 전립선암을 예방·치료함. 레드 푸드에 함유된 비타민C와 B군은 간에서 활성화하는데 최소 4~5시간이 걸리므로 효과를 제대로 보려면 아침에 먹는 것이 좋음.

① 토마토

- 토마토에는 전체의 93%가 수분이며, 이 밖에 100g당 단백질 2.2g , 비타민A 610 IU, 비타민C 21mg, 인 70mg, 탄수화물 3.9g, 칼슘 4mg이 함유되어 있음. 또한 토마토에는 구연산이 0.3~1% 가량 있고, 유

리아미노산이 75~80mg 가량 들어 있으며, 토마토에는 루틴이라는 성분이 들어 있는 데 혈관을 튼튼하게 해줍니다.



- 토마토의 빨간색은 카로티노이드라는 물질 중 리코펜이 주성분인데, 생식용 품종인 핑크색은 2~4mg인데 비해 가공용 토마토는 리코펜이 7~12mg으로 더 많이 함유되어 있음.
- 토마토에 비타민C가 풍부하다는 것은 널리 알려져 있음. 스페인 사람들이 1520년 중남미에서 서식하던 야생 방울토마토를 유럽에 퍼뜨린 뒤 괴혈병환자가 줄어든 사실은 유명함. 미국 하버드대 연구팀은 토마토가 많이 든 음식은 전립선암 발병률을 크게 감소시킨다는 조사결과를 내놓았고 이 대학 에드워드 조바누치박사는 “토마토에 들어있는 리코펜 성분이 항암작용을 하는 것으로 추정된다.”고 함.

② 사과

- ‘과일의 왕’이라고 불릴 만큼 건강에 유익한 과일. 비타민B, C와 미네랄이 풍부해 면역 기능을 강화하며, 주성분은 당분이며 대부분 몸에 흡수가 잘 되는 과당과 포도당을 함유하고 있음. 사과에 함유된 유기산은 몸에 쌓인 피로 물질을 제거하고 혈액을 맑게 함.



- 19 -

- 사과는 펙틴을 다량 함유하고 있어 장운동을 원활하게 하고 장의 벽에 젤리 모양의 벽을 만들어 유독성 물질의 흡수를 막으면서 장을 건강하게 함. 칼륨 성분도 많이 들어 있어 짜게 음식을 먹어 높아진 혈압을 낮춰주며, 껍질에 식이섬유와 펙틴이 풍부하므로 껍질째 먹는 것이 좋음. 사과는 껍질 색이 균일하고 밝은 느낌이 나며 살짝 두들겼을 때 탕탕한 소리가 나는 것이 좋음.
- 또한 사과의 AHA(Alpha-Hydroxy Acid) 성분이 피부의 각질을 제거해 주고 피부 보습력을 향상시켜 주기 때문에 자외선을 받아 손상된 피부를 회복시키는 데 큰 도움을 주기도 함.

③ 딸기

- 딸기는 비타민C 함량이 귤의 1.5배, 사과의 10배나 많이 함유돼 있는 건강식품이며, 호르몬을 조절하는 부신피질의 기능을 활발하게 해 체력을 증진시킴. 피로 회복, 식욕 증진에 좋으며 멜라닌 색소의 침착을 막아 피부를 맑고 윤기 있게 함.



- 혈중 콜레스테롤 수치를 낮춰주는 펙틴이 듬뿍 들어 있고 칼슘의 흡수를 돕는 구연산도 많이 함유돼 있어, 딸기는 색깔이 곱고 붉은 색이 꼭지 부분까지 번져 있으며 꼭지가 파릇파릇하고 싱싱한 것을 골라야 함. 농약을 없애려면 소쿠리에 담아 흐르는 물에 3번 정도 씻은 뒤 꼭지를 따고 한 번 더 헹구는 것이 좋음.

- 20 -

- 딸기는 하루에 4~5개만 먹어도 하루 성인 필요량인 50mg을 충분히 보충할 수 있으며, 딸기의 붉은색 색소인 안토시아닌은 항산화작용, 시력회복 등의 기능이 있는 성분으로 비타민C를 보충해 줄 뿐만 아니라 생리 활성기능도 있음.

④ 고추

- 고추의 매운맛은 기운이 없을 때 몸에 활력을 불어넣는 역할을 함. 입 안과 위를 자극해 소화액의 분비를 촉진시키고 식욕을 돋우기 때문이고, 또한 신진대사를 활발하게 해 체액 분비가 왕성해지고 혈액순환에도 효과가 있음.
-
- 고추의 매운맛은 캡사이신 성분 때문인데 젖산균의 발육을 도와 음식을 발효시키는 데 도움을 주며, 김치에 들어가는 고춧가루도 이와 같은 역할을 함. 캡사이신은 껍질 쪽보다 씨가 붙어 있는 태좌라는 흰 부분에 많이 들어 있으며, 또한 풋고추에는 비타민 A·B·C 등 다량의 비타민이 들어 있어 피로 회복에도 좋음.
 - 특히 비타민C는 감귤의 9배, 사과 18배나 된다. 삼복에 고추를 먹는 풍습이 있는데 이것은 무더운 여름철 지치기 쉬운 몸에 비타민을 공급하기 위해서임. 예부터 우리 조상들은 풋고추를 초복에는 1개, 중복에는 2개, 말복에는 3개를 먹어 몸에 기운을 북돋웠으며, 그 외에도 고추에는 루테인, 베타카로틴, 무기질 등이 풍부하게 들어 있음.

- 21 -

⑤ 적포도주

- 적포도주는 탄닌과 카테킨, 리스베라트를, 안토시아닌 같은 다양한 폴리페놀 덕분에 심장질환 예방에 효과가 있으며, 심장질환은 순환기 장애의 일종으로 최대원인은 동맥경화임. 동맥경화의 원인은 혈액 중의 콜레스테롤 때문이며, 콜레스테롤은 지방의 일종으로 혈액 속에 단독으로 존재하지 못하고 단백질, 인지질과 함께 복합체를 이루어 존재함.
-
- 콜레스테롤 중에서 밀도가 높은 복합체인 HDL(High Density Lipo-protein)은 콜레스테롤을 간으로 돌려보내는 역할을 하며, 밀도가 낮은 복합체인 LDL(Low Density Lipo-protein)은 콜레스테롤을 각 조직으로 운반함. 이 LDL을 이루는 인지질이 산화되어 콜레스테롤이 혈관 벽에 붙어 쌓이면 동맥경화가 되는 것임.
 - 이러한 산화를 막아주는 물질이 바로 적포도주에 많이 들어있는 폴리페놀과 같은 항산화 물질이며, 이런 이유로 적포도주는 《타임》지가 선정한 10대 건강식품에 포함되었음.

(3) 항암작용과 피로회복엔 였로 푸드(Yellow food)

- 식품에 함유된 빨간색이나 주황색은 색소는 리코펜, 베타카로틴 등은 카로티노이드에 속함. 카로티노이드는 우리 몸에서 합성이 안 되기 때문에 반드시 외부에서 음식물 형태로 섭취해야만 함. 카로티노이드의 성분은 세포를 건강하게 하고 면역체계를 정상화하며 두뇌를 자극해 정신을 맑게 하고 신경계를 강화시켜 피로를 풀어줌. 이

- 22 -

외에 암과 심장질환을 예방하는 베타카로틴, 소화를 돕고 몸에 활기를 주는 식이섬유를 많이 함유하고 있음.

① 당근

- 당근은 카로틴, 비타민B·C, 철분, 칼슘, 인, 식이섬유가 풍부하게 들어 있는 식품으로 혈중 콜레스테롤을 낮춰 성인병을 막고 항산화제인 베타카로틴이 암을 예방함. 동물의 간과 맞먹는 비타민A가 들어 있어 몸에 피로가 쌓이지 않게 하고 야맹증과 시력 저하를 막아줌.



- 피부 염증을 예방하고 피부에 윤기를 돌게 해 건강한 피부로 만들어주며, 색이 짙을수록 카로틴이 많이 들어 있으며 모양이 고르고 깨끗이 손질된 것보다는 검은 흙이 묻어 있는 것이 신선함.
- 당근의 카로틴, 비타민B·C, 인, 식이섬유가 혈중 콜레스테롤 수치를 낮추며, 하루에 세 번 당근 한 개씩을 먹으면 심장병 예방에 효과적임. 또한 펙틴과 리그닌 등의 성분은 장의 벽을 보호해 설사를 멎게 함.
- 비타민A가 부족하면 살결이 거칠어지고 여드름이 돋기 쉬운데 이런 증상을 개선해주며, 변비 해소에 좋다 풍부한 식물성 섬유질은 장운동을 활발하게 촉진해서 변비 해소에 도움을 줌.

② 감귤

- 23 -

- 비타민C가 풍부하며 신진대사를 원활하게 해 감기를 예방하게 함. 귤의 구연산은 체내에서 에너지 대사를 원활하게 하고 내장 운동을 부드럽게 하며 피로 회복과 스테미나 증진에 효과적임. 귤에 함유된 헤스페리딘이라는 비타민P는 모세혈관을 튼튼하게 만들어 동맥경화와 고혈압을 예방하며, 또 귤의 주성분인 펙틴



- 은 간에서 콜레스테롤 합성을 억제하는 작용을 해 혈중 콜레스테롤을 줄여줌. 포타슘과 칼슘은 혈압을 낮춰줘 고혈압 환자의 경우 겨울철에 충분히 섭취하는 것이 좋음.
- 귤껍질은 기관지 계통의 질병을 막고 위를 보호해줘 식욕이 없고 소화가 안 돼 가슴이 답답할 때 먹으면 좋으며, 귤은 껍질이 얇고 꼭지가 작은 것을 고르는 것이 좋음. 모양은 편평하고 타원형일수록 당도가 높으며, 귤껍질 안쪽에 있는 흰 줄기에는 식이섬유인 펙틴이 다량 함유돼 있어 변비를 예방하고 숙변을 없애줌.
- 또한 귤껍질은 감기, 진해, 거담 등 기관지 계통의 질병을 예방하고 오히려 효과도 있으며, 식욕 부진, 소화 불량에 효능이 있음. 귤껍질에는 식욕을 돋워주는 정유 성분과 플라보노이드 배당체 등을 함유하고 있어 소화불량으로 가슴이 답답할 때 먹으면 좋음.

③ 감자

- 감자는 대표적인 알칼리성 농산물이며, 수분 함량이 80% 이상이고, 열량이 100g에 60~70Kcal에 불과한 저칼로리 식품임. 단백질과 지방

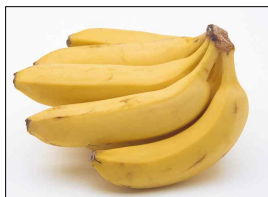
함량은 적고 탄수화물이 약 12% 정도 되는 녹말식품으로 칼슘, 인, 철, 나트륨, 칼륨, 아연 등의 무기질이 골고루 들어있으며, 그 중 칼륨의 함량이 가장 많음. 비타민류는 비타민 B1, B2, B6, E, 나이아신, 엽산 등이 함유되어 있으며, 비타민C 함량이 높음.



- 감자에는 점막을 강화시키는 성분이 있어 위를 튼튼히 하고 위장 질환을 치료하기도 하며, 특히 알기닌 성분은 위벽에 막을 만들어 위를 보호하고, 아트로핀 성분은 위궤양, 십이지장궤양 등의 통증을 줄여줌.
- 또한 식이섬유가 풍부하여 대장 속에서 유익한 미생물이 발육하는 영양원이 되며, 증가한 미생물은 장벽을 자극해 장 활동을 활발하게 하고 변비 예방에 효과적임.

④ 바나나

- ‘지혜로운 자의 과일’, ‘낙원의 과일’이라는 학명을 갖고 있으며 익어가면서 대부분의 탄수화물이 당으로 변해 단맛이 증가함. 다량 함유된 칼륨이 혈압을 낮춰주기 때문에 고혈압 환자가 먹으면 좋음. 설사와 연관된 담즙산을 흡수해 설사를 막아주고, 식이섬유가 풍부해 배변을 촉진하는 등 설사와



- 25 -

변비를 동시에 예방함.

- 바나나는 수분이 74%이고, 탄수화물이 25% 정도로 100g당 열량이 90Kcal로 적은 칼로리는 아니며, 풍부한 식이섬유가 함유되어 있어 공복감을 없애주며, 꼭 필요한 미네랄과 비타민을 제공하는 다이어트 식품임.
- 바나나는 풍부하게 들어있는 비타민과 무기질 그리고 다른 과일에 비해 몇 배가 많은 칼륨은 성장기 어린이에게 꼭 필요한 영양소이며, 나트륨 배출을 촉진시켜 혈압을 낮추는 기능을 함.

⑤ 호박

- 호박의 노란색 카로티노이드에는 베타카로틴이 있어 비타민A를 만들어 내는 것은 물론이고 활성산소를 제거해 항암작용을 함. 베타카로틴 외에도 알파카로틴, 루틴 등의 카로티노이드 성분도 항암작용을 도우며, 또한 호박에 포함된 식이섬유는 대장벽에 붙어있는 발암물질을 변과 함께 내보내 대장암 예방도 해줌.



- 식품을 통해 섭취한 나트륨은 고혈압의 원인이 되며 나트륨이 혈액 속에 많아질수록 수분흡수는 늘어나고 그 결과 전체적으로 혈액량이 증가함. 혈액량이 증가하면 심장은 능력의 한계를 느껴 신속하게 혈액을 보낼 수 없게 되어 혈압이 오르는 것임. 또한 나트륨이

- 26 -

혈관 벽에 흡수되면 혈관근육을 수축시켜 혈관이 좁아지고 혈압도 상승함. 호박에 풍부한 칼륨은 나트륨이 혈액 속에서 활발히 활동하는 것을 억누르고 몸 밖으로의 배출을 도움.

(4) 면역력 높이고 부인병 예방, 화이트 푸드(White food)

- 배, 바나나, 알로에 등의 흰색 또는 담황색을 만드는 물질은 플라보노이드 계열의 안토크산틴이며, 안토크산틴이 들어 있는 야채와 과일에는 성질이 따뜻해서 폐나 기관지가 약한 사람에게 좋은 보양 재료임. 또한, 체내에서 활성산소가 일으키는 부작용을 억제하고 몸속에 들어오는 세균과 바이러스에 대한 저항력도 길러줌. 안토크산틴은 구조에 따라 여러 성분으로 분류되는데 그중 이소플라본은 여성호르몬인 에스트로겐 효과를 내기 때문에 중년기 여성이 섭취하면 폐경기의 초기 증상을 완화시킬 수 있음. 이 외에 동맥경화, 고혈압, 노화 방지에도 효과적임.

① 양파

- 양파 껍질을 벗길 때면 자신도 모르게 종종 눈물을 흘리는데 양파에 들어있는 최루성분인 유황화합물과 아이소타이오사이안산염 때문임. 이 성분들은 암을 예방하고 항산화작용을 한다고 알려져 있으며, 또 케르세틴이라는 물질 역시 항산화력이 우수함. 이 외에도 양파에는 비타민C, 셀레늄, 식이섬유가 포함되어 있음.
- 양파에는 디페닐아민 화합물이 있는데, 이 성분이 혈당을 낮추어줌.



또한 양파는 혈액 속의 혈전, 콜레스테롤, 지방 등을 분해하여 몸 밖으로 내보내어 피를 맑게 해줌. 남자는 피가 맑아지면 정력이 증가되며 혈액순환이 원활해져 손발이 따뜻해지고, 손발 저림도 줄어들음.

② 콩

- 콩은 지방 20%, 단백질 40%, 탄수화물 35% 그리고 비타민, 무기질 등을 5% 함유하고 있음. 콩은 유용한 단백질과 필수지방산의 주요 공급원이며, 콩은 육류와 생선류에 비해 값이 싸고, 양질의 필수아미노산을 공급함. 최근 콩 단백질을 사용한 식물성 단백질이 혈청 콜레스테롤 강하작용이 있는 것으로 알려짐.
- 펩타이드는 여러 개의 아미노산이 결합한 것을 말하며, 콩 단백질이 효소에 의해 부분적으로 분해되면서 생성됨. 펩타이드는 아미노산을 공급해 줄 뿐만 아니라 생체조절기능에도 관여함. 특히 항암작용, 면역증강, 갈습흡수 촉진 등의 기능을 하며 소화기에서 담즙산이 재흡수되는 것을 막아 혈중 콜레스테롤을 줄여주어 동맥경화를 예방함.
- 또한 콩에는 인삼에 많은 성분인 사포닌이 많이 함유되어 있어 치매를 예방하며, 혈중 콜레스테롤을 줄여줌. 그리고 콩에는 8종류의 페놀산이 있어 발암물질이 DNA를 손상시키는 것을 막아줌. 질이 우수한 필수 불포화지방산인 CLA(공역화 리놀레산)는 강한 항암작용이 있으며, 비타민 E 성분인 토코페롤도 들어있어 활성산소 제거에 효과가 있음.



③ 참깨

- 참깨는 비록 작은 알맹이지만 단백질, 지방, 탄수화물, 무기질, 비타민 등 우리에게 필요한 영양소가 많음. 참깨에는 지방이 50% 이상 들어있어 에너지를 공급하는데 중요한 역할을 함. 참기름에 많은 지방산은 필수지방산인



리놀레산으로 40%를 차지하며, 리놀레산은 세포막의 구성성분이며 혈액 중 콜레스테롤 수송을 담당하는 지방과 단백질 복합체의 구성 성분임.

- 참깨에는 몸의 각 기관을 만들어내는 데 필요한 성분인 단백질 함량이 20% 정도임. 참깨에는 상대적으로 필수 아미노산인 메티오닌이 풍부하여 콩과 함께 양질의 단백질 공급 대표 식품임. 또 참깨에는 트립토판이라는 필수아미노산도 많으며, 트립토판은 뇌 기능과 밀접한 관련이 있어 정신을 안정시킬 뿐만 아니라, 피부나 모발을 더욱 탄력 있고 젊게 만들어 줌. 또 다른 아미노산인 아르기닌은 어린이 성장, 발육에 유용한 성분임.
- 참깨에는 무기질 중 칼슘과 마그네슘, 셀레늄이 들어 있고, 비타민 B1, B2, 나이아신인 들어 있어 무기질과 비타민을 공급받을 수 있음.

④ 기타

- 마늘 : 마늘의 영양성분 중 가장 대표적인 것이 알리신임. 이는 마늘의 특유한 냄새의 원인이며, 비타민B1과 결합하여 알리타이아민

- 29 -

성분을 만들어 내어, 몸에서 비타민B1이 빠져나가는 것을 막아줌. 비타민B1은 피로회복을 돕고 우리 몸에 필요한 에너지를 만들어줌.



- 무 : 무를 먹으면 소화가 잘되고 속병이 없다고 하며, 이는 무에 각종 소화효소가 많기 때문임. 무에는 녹말을 분해하는 효소인 디아스타제가 많고 단백질 분해 효소인 프로테아제, 지방 분해효소인 리파제, 과산화수소를 분해하는 카탈라제 등도 함유되어 있음. 또한 무는 소화를 돕는 작용 이외도 기침을 멎게 하고 거담, 해독작용을 하므로 감기 환자나 흡연자에게 좋은 식품임.



- 양배추 : 비타민U와 K가 존재하는데, 이들 성분이 위궤양과 십이지장궤양을 치료하며, 비타민U는 상처 난 위 점막을 재생하고 회복을 도움. 비타민K는 궤양에 의한 출혈을 완화함. 또한 양배추에는 디아스타아제, 펩신, 트립신, 과산화효소 등 각종 소화효소가 풍부해 위장에 탈이 나는 것을 미리 막아주며, 양배추에 들어 있는 아이소타이오사이안산염, 셀레늄, 루테인, 클로로필, 철포라판, 인돌, 비타민C 등은 항산화, 항암효과를 나타내고 백혈구를 강하게 하여 면역력을 증대시킴.



- 30 -

(5) 젊음, 신장 기능과 연관된 블랙 푸드(Black food)

- 블랙 푸드는 검은색을 띠는 수용성 색소인 ‘안토시아닌’에 숨겨져 있으며, 수용성 색소인 안토시아닌은 활성산소를 효과적으로 중화시키는 작용이 뛰어나. 안토시아닌의 항산화 능력은 면역력 향상, 각종 질병 예방, 암 예방, 노화 지연 등으로 나타나며, 또한 혈중 콜레스테롤 수치를 낮추고, 시력을 좋아지게 하며, 혈액순환에 도움을 줌. 안토시아닌을 갖고 있는 블랙 푸드로는 검은쌀, 검은콩, 검은깨를 비롯해 자두, 블루베리, 포도, 오디, 야생딸기 등 붉은 과일과 가지가 대표적임. 또 검은색의 식품에는 철분도 많아 자주 현기증을 느끼는 빈혈을 갖고 있는 이에게 특효가 있음.



① 검은쌀

- 검은쌀은 겉은 검은색이고, 속쌀은 하얀색인 쌀이며, 우리가 먹는 검은쌀은 도정을 완전히 하지 않은 현미로, 표피와 씨눈의 영양이 그대로 남아 있음. 검은 쌀에는 현미와 마찬가지로 칼슘, 인, 철, 나트륨, 칼륨 등 미네랄이 풍부하고 비타민B1, B2, B6, 나이아신 엽산, 비타민E 등 각종 비타민도 다량 함유되어 있으며, 또 식이섬유와 불포화지방산이 풍부함.
- 검은쌀의 검은색은 포도의 붉은색을 나타내는 안토시아닌 때문임. 안토시아닌은 심장질환과 노화방지에 효과가 있는 대표적 물질로 활성산소를 제거하는 효능이 있으며 신체기능을 활성화하는 데 큰 역할을 함. 검은쌀은 영양성분과 생리 활성에 좋은 쌀이지만, 비타

민C와 비타민A는 부족함.

② 검은콩

- 검은콩은 단백질이 40%, 지방 20%, 탄수화물 20%, 고단백, 고칼로리 식품으로 엄청난 에너지를 지니고 있으며, 식이섬유와 칼슘, 인, 철, 나트륨, 아연 등의 무기질이 풍부하고, 비타민A와 C는 부족하지만 B1, B2, B6, E, 나이아신, 엽산 등을 다량 함유하고 있음.
- 검은 콩에 함유된 이소플라본과 안토시아닌 색소성분이 골다공증 예방과 여성 갱년기 증상 개선에 도움이 됨. 그리고 검은콩의 아토시아닌이라는 색소성분이 대사작용으로 생긴 노폐물들을 배출해 주는 역할을 하기 때문에 피부노화 완화에도 큰 도움을 주며, 이 작용들의 상승작용으로 인해 그 효능이 더 커짐.
- 콩에 많이 들어있는 비타민E와 불포화 지방산은 항산화 작용이 매우 뛰어나기 때문에 혈액 속에 노폐물이 쌓이는 것을 예방하거나 노폐물을 배출시키며, 혈중 콜레스테롤 함량을 낮추어 주고 혈액순환을 도와줌.



③ 검은깨

- 예로부터 ‘흑임자’라 부르던 검은깨는 신장 기능과 기력을 북돋워 예로부터 보양이나 치료식품으로 귀중히 여겨왔으며, 고소한 맛뿐만 아니라 영양도 좋음. 대표적인 항산화제인 세사몰, 사세미놀, 토

코페롤은 신체 전반에 기능을 개선해 기력을 보강해주며, 검은깨는 검은쌀과 마찬가지로 검은색을 내는 안토시아닌이 들어있어 항산화작용을 함.



- 참깨에는 단백질, 지방, 탄수화물, 무기질, 비타민 등의 영양소, 리놀레산, 올레인산과 같은 필수지방산, 메티오닌, 트립토판 같은 필수아미노산이 다량 함유되어 있음. 검은깨는 콜레스테롤 저하, 변비개선, 대장암 예방효과가 있으며, 모발이나 피부에 윤기를 주고 노화를 완화함.

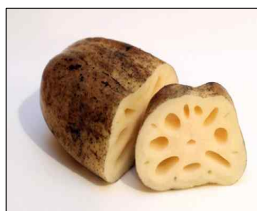
④ 가지

- 가지의 특유한 색은 안토시아닌계 색소인 나스닌(자주색)과 히아신(적갈색)이라는 배당체 때문에 검은색에 가까운 짙은 보라색으로 나타남. 이 색소는 지방질을 잘 흡수하고 혈관 속의 노폐물을 용해, 배설시켜 피를 맑게 하며, 또 가지는 혈액 속의 콜레스테롤을 낮추어 고지방 식품과 함께 먹으면 좋음.
- 가지의 스코폴레틴, 스코파론은 경련을 억제하는 기능이 있어 진통제로 사용하기도 하며, 간장과 췌장 기능을 개선하고 이뇨작용도 함. 가지에 들어 있는 알카로이드 성분은 농산물 가운데 항암효과가 으뜸인 것으로 알려져 있으며, 그 외에도 가지는 잇몸 염증을 치료하는 기능이 있음.



⑤ 연근

- 연근은 비타민B12, 철분이 많아 염증치료에 효과가 있으며, 또한 연근의 비타민C는 레몬의 3분의 2에 이르며 세포들을 연결해주는 콜라겐을 형성하고 암 예방에 탁월한 효과를 발휘함. 연근을 잘랐을 때 보이는 끈끈한 점성인 뮤틴은 단백질의 일종으로 자양강장 작용을 하며, 불용성 식이 섬유가 풍부하여 혈압을 조절하고 변비에 좋으며 신체의 노폐물을 배출함.
- 또한 신경 전달물질인 아세틸콜린을 생성하여 기억력 감퇴 억제 효과가 있으며 치매 예방 효과가 있다고 알려져 있음. 강력한 소염 작용으로 염증을 없애고, 생으로 갈아서 먹으면 갈증해소 및 성장기 어린이에게 도움을 주며, 연근을 달인 물은 입안 염증 치료에도 효과적임.



2) 제주지역 오색농산물(컬러푸드) 현황과 실태

(1) 감귤(yellow)

① 특성

- 감귤은 상록과수로 일반 낙엽과수와는 달리 겨울동안에도 잎을 가지고 있으며 이 묵은 잎에서 발아 및 새순이 자라는 데 필요한 유기, 무기양분이 공급되고 있음. 또한 잎의 수명도 3년 정도가 되기 때문에 기상재해나 병해충 피해로 조기에 낙엽이 되면 수채생육 및 과실 생산에 막대한 영향을 미치게 됨.
- 또한 이러한 감귤나무의 생육양상은 기온의 높고 낮음에 따라 달라지는데, 노지 재배에서는 감귤 중 가장 저온에 강한 온주밀감의 경우도 연 평균기온이 15℃ 이상 되어야 하고 적온은 16~17℃임.
- 제주도의 연평균 기온은 15.5℃ 정도 되기 때문에 재배되는 감귤품종은 대부분 온주밀감임. 내한력이 약한 만감류는 무가온 하우스에서 재배되고 있으며, 온주밀감도 나무에 달린 채로 월동하거나 노지보다 일찍 꽃을 피워 여름에 수확하기 위해서는 가온 또는 무가온 하우스에서 재배가 되고 있음.
- 온주밀감은 10여 년 전부터 하우스 재배가 되면서 연중 출하되고 있는데 이러한 작형의 분화는 감귤의 생육특성을 잘 나타내 주는 것임. 즉 감귤나무는 늦가을이 되면 가지나 잎은 자라지 않아 일종의 휴면상태로 되긴 하지만 온도 조건만 충족되면 새순이 언제든 자라기 때문에 절대적인 휴면에 들어가지는 않음. 휴면상태에 있는 나무는 내한성이 강하고 온도 변화에 의한 생육반응도 늦음.

- 35 -

② 생산현황

- 감귤생산량은 고품질 감귤생산과 타 과일과의 경쟁력강화를 위해 꾸준한 간벌과 폐원 등의 정책에 힘입어 지속적으로 줄어들고 있음. 하지만 해마다 생산량의 일정치 못한 관계로 과잉생산으로 인한 가격하락 현상이 2~3년에 한번 나타나고 있는 실정임.

<표 II-3> 감귤 재배현황

연도별	재배면적 (ha)	생 산 량 (천톤)	ha 당 생산량(톤)	농 가 수 (호)	조 수 입 (억원)
2006년산	21,382	631	30.0	30,747	6,603
2007년산	20,965	747	35.6	31,005	4,319
2008년산	20,937	592	28.3	31,027	6,313
2009년산	20,898	741	35.5	31,200	6,011

자료 : 제주특별자치도.

(2) 당근(yellow)

① 특성

- 우리나라 재배역사가 짧은 비교적 새로운 채소로서 도입시대와 경로가 분명하지 않으나, 비타민A의 공급원으로서 매우 중요하며, 향기와 맛, 그리고 색깔과 저장능력으로 볼 때 무보다 월등한 채소임.
- 당근은 비교적 육질이 무르지 않아 저장이 잘 되며 저장조건은 0℃의 저온과 93~98%의 다습이 최적 조건이며, 6개월까지 저장이 가능함.

② 생산현황

- 당근은 대부분이 노지 재배이며 시설 재배 비중은 7% 내외로 낮음. 시설 재배는 대부분 경남 지역에서 봄 당근을 중심으로 이루어지고 있으며, 지역별 재배면적 비율은 겨울당근 주산지인 제주지역이 전

- 36 -

체 61.7%를 점유하고 있어 가장 큰 주산지이고 다음으로 경남, 고령지가 점유하고 있음.

<표 II-4> 당근 재배현황(2008)

구 분	재배면적 (ha)	생산량 (톤)	조수입 (백만원)	재배지
전 국	2,766	105,750	56,500	전국
제 주	1,545	69,500	12,438	구좌, 성산

자료 : 농림수산식품부, 제주특별자치도.

(3) 감자(yellow)

① 특성

- 감자의 학명은 Solanum로 라틴어의 Solamen으로부터 유래되었는데, 의미는 ‘진정’이라는 뜻임. Solanum식물에 진정약으로 사용된 것이 많았다는 것에 기원함.
- 저장식량, 채소용, 전분용, 술 및 알코올 원료로 사용되고 있으며, 표피에는 알칼로이드의 일종인 솔라닌(solanin)이 생성되고 독성을 지님.

② 생산현황

- 감자는 세계 5대 식용작물의 하나로 대부분 식용으로 소비되고 있으며, 그 밖의 일부는 공업용, 사료용으로 쓰임. 감자는 수입이 자유화되지 않은 품목으로 연도별 소비량은 생산량이 많았던 해는 소비량이 많았으나, 생산량이 적었던 해는 소비량도 적음. 최근 10년 평균 1인 1일 소비량은 21.2g임. 제주는 전국 감자생산량에 12%를 차지함.

<표 II-5> 감자 재배현황(2008)

구 분	재배면적 (ha)	생산량 (톤)	조수입 (백만원)	재배지
전 국	20,540	604,592	228,327	전국
제 주	3,469	69,270	64,888	전도

자료 : 농림수산식품부, 제주특별자치도.

(4) 마늘(white)

① 특성

- 마늘은 백합과의 파속에 속하는 식물로서 양파, 파, 부추 등의 인경채소류와 비슷한 식물적 특성을 가지고 있음. 냄새가 매우 독특하고 인경과 짧은 단축경을 가지고 있으며, 뿌리는 다수의 섬유근이 단축경에 붙어 있는 2년~다년생 식물임.
- 우리나라의 마늘 품종은, 겨울이 짧고 따뜻한 남부해안 지역을 중심으로 재배가 이루어지고 있는 난지형과 이에 비해 겨울철에 비교적 온도가 낮은 중부지방에서 재배되고 있는 한지형으로 크게 나눌 수 있음.
- 난지형은 휴면기간이 짧고 인편분화에 필요한 저온요구기간도 짧으며 일장에는 민감한 편이고, 한지형은 휴면기간이 길고 저온요구도가 높으며 일장에는 둔감한 특성을 가지고 있음. 제주지역은 전국 마늘생산량에 15.4%를 차지함.

② 생산현황

- 제주지역의 마늘 생산량은 2008년 현재 재배면적 3,582ha에서 5만 7,670톤을 생산함.

<표 II-6> 마늘 재배현황(2008)

구 분	재배면적 (ha)	생산량 (톤)	조수입 (백만원)	재배지
전 국	28,416	375,462	343,927	전국
제 주	3,582	57,670	89,388	전도

자료 : 농림수산식품부, 제주특별자치도.

(5) 양파(white)

① 특성

- 원산지는 이란·서 파키스탄이라는 설, 북 이란부터 알타이지방이라는 설, 중앙아시아·지중해 연안지방이라는 설, 등이 있으나, 아직 야생종이 발견되지 않아 확실하지는 않음. 재배역사는 아주 오래 되어 4,000년이 넘고, 고대 이집트시대로부터 그리스·로마시대에 이르는 동안 품종이 분화되었다고 함. 우리나라에서는 조선 말기에 미국과 일본으로부터 도입된 것으로 추정되며 독자적 육종으로 신품종이 육성되어 재배면적이 늘어나고 있음.

② 생산현황

- 양파 재배면적은 2002년까지 증가하다 이후 증감을 반복하지만 전체적으로는 증가하는 추세임. 재배면적이 1995~2009년 재배 면적은 연평균 1% 증가하고 있음. 최근 트레이육묘 활성화로 10a당 수확량이 증가하여 수익이 안정적이고 조생종에 비해 정식이 늦어 태풍 등 자연재해 피해도 상대적으로 적기 때문임.

<표 II-7> 양파 재배현황(2008)

구 분	재배면적 (ha)	생산량 (톤)	조수입 (백만원)	재배지
전 국	15,392	1,035,075	280,427	전국
제 주	926	58,338	25,960	전도

자료 : 농림수산식품부, 제주특별자치도.

(6) 브로콜리(blue/green)

① 특성

- 녹색꽃양배추(*Brassica oleracea* var. *italica* Plenck)는 영어로 Broccoli, Asparagus broccoli, Italian broccoli, Sprouting broccoli 등으로 불리며, 우리나라에서는 녹색꽃양배추로 호칭함. 양배추류를 기원으로 하는 꽃양배추와 동일계통의 재배식물로서 꽃봉오리를 채소로 이용함.
- 전개엽 5~6매의 묘가 15℃에서 극조생종은 3~5주간, 조생종은 4~6주간 경과하면 꽃봉오리를 형성하며, 녹색꽃양배추는 꽃양배추와 달리 꽃봉오리 형성에 일장도 관계하고 저온, 장일하에서 꽃봉오리 형성이 촉진됨. 장일 조건이면 20℃에서도 꽃봉오리가 형성됨.

② 재배현황

<표 II-8> 브로콜리 재배현황(2005)

구 분	재배면적 (ha)	생산량 (톤)	조수입 (백만원)	재배지
전 국	1,211	25,483		전국
제 주	1,105	21,986		애월, 한림

자료 : 농림수산식품부, 제주특별자치도

(7) 양배추(white)

① 특성

- 양배추는 유럽원산으로 야생종이 유럽서부와 남부의 해안지방, 지중해연안의 여러 지역에 분포함. 야생종은 영국의 서남부지방에 자생하는 서유럽 해안형, 스페인 남부, 프랑스 남부 및 이태리에 걸치는 지중해 서부 해안형, 지중해의 시칠리아섬형, 지중해 동부의 그리스로부터 터키에 걸치는 다도해형의 4형으로 구분됨. 이들 야생종은 1년생 또는 다년생인데 케일의 원시형으로부터 진화된 것으로 추정됨.

② 재배동향

- 국내의 양배추 재배면적과 생산량이 매년 조금씩 증가하고 있지만 무, 배추에 비하면 재배면적이 적은 편임. 제주도에 가장 많이 재배하고 있으며 다음은 강원도, 전남, 충남, 경북, 충북, 전북 순으로 재배되고 있음. 제주도는 가을재배가 주를 이루지만, 노지에서 월동이 가능하므로 수확은 가을부터 해동기까지 가능하므로 재배면적이 많음.

<표 II-9> 양배추 재배현황(2008)

구 분	재배면적 (ha)	생산량 (톤)	조수입 (백만원)	재배지
전 국	5,786	320,466	90,371	전국
제 주	1,659	99,500	12,438	애월, 한림

자료 : 농림수산식품부, 제주특별자치도.

(8) 무(white)

① 특성

- 서늘한 기후에 적응한 작물로 내서성과 내한성은 그리 강하지 못하

- 41 -

며, 0℃에서도 잎의 피해는 적지만 비대한 근부는 동해를 받기 쉬우며, 서늘한 기후에 적응하여온 작물로 내서성과 내한성은 그리 강하지 못함.

② 재배현황

- 무 재배면적은 소비감소로 인하여 전국적으로 2,000년을 정점으로 지속적인 감소 추세를 보이고 있음. 작형별 재배 면적은 봄무와 고랭지무가 2,000년대 이후 감소하였고, 가을무도 동기간 5%의 감소 추세를 보이고 있음. 지역별 재배 면적의 전북, 전남, 경남 등에서 상대적으로 감소폭이 크고, 제주는 봄무 출하 전 단경기 햇무 수요 증가로 재배 면적이 급증하고 있음.

<표 II-10> 무 재배현황(2008)

구 분	재배면적 (ha)	생산량 (톤)	조수입 (백만원)	재배지
전 국	25,855	1,194,327	338,600	전국
제 주	3,260	195,800	63,635	전도

자료 : 농림수산식품부, 제주특별자치도.

(9) 참깨(white)

① 특성

- 참깨의 고소한 맛은 우리의 음식과 잘 어울려 우리 식생활 문화에 깊이 자리하고 있음. 특히 무침을 즐기는 우리의 밥상에 참기름과 깨소금은 빠질 수 없는 양념이며, 송편 속이나 인절미, 시루떡에 고물로 명절 때 또는 우리의 전통제절음식으로 먹었던 참깨의 그 맛에 대한 향수는 누구나 경험했을 것임.

- 참깨는 필수 지방산으로써 중요한 리놀산과 필수아미노산의 하나인

메티오닌이 풍부하게 들어 있는 뛰어난 식품으로 알려져 있으며, 그 중에서도 검은깨는 필수 아미노산이 풍부하고 영양적으로도 우수함. 약효가 일반 깨에 비해서 훨씬 강한 검은깨는 간과 신장을 보호하고 오장을 튼튼히 해주어 검은깨죽을 많이 먹으면 늙어도 머리가 새지 않고 술도 많아진다고 함.

② 재배현황

- 참깨 재배면적은 80년대 9만여ha를 기록하였으나 90년대부터 그 면적이 줄어들기 시작하여 최근 5년간 평균 3만ha로 점점 감소하는 추세임. 참깨는 기상조건에 따라 생산량이 크게 좌우되고 연작피해 및 병해 발생이 많아 소득이 높은 고추, 수박 등의 고소득 작목으로 전환되고 있음.

<표 II-11> 참깨 재배면적(2008)

구 분	재배면적 (ha)	생산량 (톤)	조수입 (백만원)	재배지
전 국	31,321	17,506	210,569	전국
제 주	1,881	1,147	14,911	전도

자료 : 농림수산식품부, 제주특별자치도.

- 참깨 1인당 소비량은 1년에 평균 2kg이고, 수요량은 9만5천 톤, 자급률은 매년 낮아져 90년대 80%였던 것이 2007년에는 18%까지 떨어졌음. 재배면적의 감소 및 수입산 관세를 인하와 맞물려 자급률은 점점 낮아질 것으로 예측됨.

(10) 녹차(blue/green)

① 특성

- 녹차는 커피와 함께 세계적 기호음료로 널리 애용되고 있으며, 옛날에는 약용으로 이용하였음. 녹차의 주산지는 동아시아로서 여름철

평균기온이 14℃이상이고 연강수량이 1,500mm이상인 곳으로 우리나라는 남부해안과 제주가 적지임.

② 재배현황

- 제주지역의 녹차 재배면적은 2008년 234ha로 전국 재배면적에 비해서는 미미하지만 전체적으로 증가 추세에 있음.

<표 II-12> 녹차 재배현황(2008)

구 분	재배면적 (ha)	생산량 (톤)	조수입 (백만원)	재배지
전 국	3,800	3,888	20,412	전국
제 주	234	553	3,871	전도

자료 : 농림수산식품부, 제주특별자치도.

Ⅲ. 국내·외 사례 및 실태 조사

1. 국내·외 사례

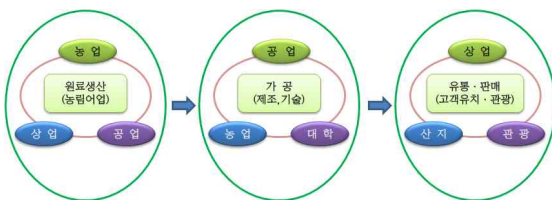
1) 일본의 농어촌산업 육성 사례⁴⁾

(1) 농상공 연대

① 주요내용

- 농상공(農商工) 연대란 지역의 기간산업인 농림어업과 상업·공업 등 산업 간의 연대를 강화하여 시너지 효과를 창출하자는 의미임. <그림 III-1>에서 보듯이 농업부문에서 원료생산이 이루어지면, 공업부문 기업체에서 대학이나 연구기관과 협력하여 가공품을 만들게 됨. 이 제품은 상업부문에서 유통·판매되는 그린투어리즘(관광)과 연계됨. 이와 같이 농상공 연대는 생산, 가공, 유통·판매라고 하는 3개의 프로세스에 농업, 공업, 상업이라는 3개의 산업과 대학 및 연구기관, 지자체가 대등한 위치에서 다양한 형태로 관계됨.

<그림 III-1> 산, 가공, 유통·판매 과정과 농상공 연대의 관계



자료 : 後久 博, 농상공 연대에 의한 신지역활성화 추진, 교세이, 2009

4) 일본 농림수산성 홈페이지(www.maff.go.jp).

② 유형

㉠ 생산단계

- 농림어업의 진흥과 생산성을 높이기 위한 신기술이나 전통기술을 농업에 결합시키는 모델임. 이러한 기술이나 노하우를 농업에 응용하는 다른 업종의 참여와 생산성 및 효율성을 향상하는 기술제공이 특징임.
- 농림수산물의 판로와 판매방법을 개발하여 안정적 공급과 판매확대를 꾀하는 모델이며, 새로운 판매채널의 개발과 IT 등을 활용한 판매방법이 도입됨. 유통채널의 확대는 판매신장으로 이어져 농림어업의 사업기반을 안정시킴. 또 IT를 활용한 고객반응 파악 시스템은 고객의 요구를 분석하여 산지에 반영함으로써 새로운 농축산물 상품개발에 기여함.

㉡ 가공·제조단계

- 소재 제공에서 가공까지의 농공연대를 주축으로 하되 판매까지의 일관체제를 지향하며 경쟁우위에 있는 상품개발과 판매채널 구축을 꾀하는 모델임. 가공·유통 일관타입이 이상적이지만, 실정에 따라 가공 중시 타입과 판매 중시 타입이 있음.
- 산지의 정체성(Identity)을 나타내는 농림수산물의 가치와 의미에 대한 이해를 높여, 농업의 본질인 '신도불이'를 실천하기 위한 지산지소를 촉진하고, 지역이 하나가 되어 지역주민의 자부심이 되는 지역특산품을 개발·육성하는 모델임. 이러한 과정에서 외부사람들의 마음을 끌어당기는 힘이 생긴.

㉢ 유통·판매단계

- 대형마트 등 튼튼한 유통채널과의 제휴를 통해 가공과 판매가 연결

된 루트를 통해 판매하거나, 외식업체 등 실수요자에게 판매하기 쉬운 방식을 개발하고, 새로운 유통기술 도입으로 부가 가치를 높여 판매하는 모델임.

- 관광 및 도농교류 등과 연계시켜 산지나 점포에 고객을 불러들이는 판매방법임. 이를 위해서는 거점이 되는 음식점, 교류시설, 관광시설, 체험농원의 차별성과 함께 지역이 아니면 즐길 수 없는 프로그램이나 서비스 메뉴를 충실히 개발하여, 다른 곳에는 없는 매력과 차별성을 제공하려는 노력이 필요함.

③ 사례 : 생산자 주도형 ‘世羅高原 6차 산업 네트워크’

- ‘世羅高原 6차산업 네트워크’는 히로시마현 세라고원에 산재한 지산지소 관련 1차, 2차, 3차산업 생산자 45단체를 네트워크로 연결하여, 각각의 특징을 살려 지산지소의 시너지 효과를 올리고 있음.
- 이 네트워크는 원래 ‘농촌지역 6차산업 추진사업’을 계기로 결성되어, ‘과일, 꽃, 광대한 농지, 향기’의 4가지 이미지를 지역 만들기의 메인 테마로 하여 △산지 브랜드화 △이벤트 기획 △안테나숍 개설 △알기 쉬운 안내간판 설치 등 5개 사업을 전개하였음. 그 결과 1966~2004년 사이에 세라고원을 찾은 내방객 수는 42만명에서 113만명으로, 매출액은 8.4억엔에서 13억엔으로 증가하는 등 지역진흥에 큰 성과를 거둠.
- 45단체의 업종은 과일농원 7개소, 직판장 농업 11개소, 산지 직거래 시장 4개소, 가공그룹 12개소 등이며, 인재, 자원, 시설을 활용함에 있어 부족한 부분은 서로 보충하면서, 상품개발, 이벤트 PR을 한 덩어리가 되어 실행하고 있음. 6차산업의 추진에 있어 그 추진체계 확립, 비전 설정, 리더육성, 50품목의 가공품 개발과 “세라고원 브랜

- 47 -

드” 인증 등에 역점을 두고 있음.

- 더욱이 세라고원 브랜드 판매를 위해 핵심시설인 파머스 마켓 (farmer’s market)을 개설하여 판매 확대를 꾀하고 있음. 또 ‘농촌지역 6차산업화’, ‘지역전체의 브랜드화’를 키워드로 지역 네트워크 특성을 살린 “町 전체의 농촌공원화”에 성공하여 많은 도시주민과의 교류를 실현하고 있음.

<그림 III-2> 세라고원 위치도 및 행사



자료 : 世羅町觀光協會, <http://www.sera-kankouyukai.or.jp/>

(2) 식품산업 클러스터

① 추진배경

- 식품산업 클러스터란 지역의 식품산업이 중심이 되어 농림수산업 및 관련 산업, 대학·시험연구기관, 행정 등 타 업종을 포함한 산학관이 제휴하여, 지역의 농림수산물과 가공기술을 활용한 고부가가치의 새로운 가공식품이나 지역브랜드 창출, 판로개척 등의 사업추진을 통해, 지역경제 활성화를 꾀하는 집단을 말한다.
- 식품산업 클러스터는 지역의 식자재, 인재, 기술 등의 자원을 유효하게 서로 연관시켜 새로운 제품, 새로운 판로, 새로운 지역브랜드 등을 창출하는 것을 목적으로 식품산업 클러스터를 조성함으로써 지역의 식품산업과 농림수산업의 네트워크를 촉진하고 나아가 국가의 식량자급률 향상과 식량의 안정적 공급을 꾀할 수 있음.
- 식품산업은 지역에 뿌리를 내리고 있는 경우가 많아 지역경제에서 차지하는 비중이 매우 큼. 또 지역 농림수산물의 주요 수요처이며 소비자가 원하는 안전하고 안심할 수 있는 먹거리를 제공할 수 있음. 이렇게 지역의 생산자와 소비자를 연결하는 지역경제 활성화의 담당자로서 중요한 역할을 수행하지만, 영세 중소기업이 많기 때문에 단독으로 사업전개가 어려운 상황임.

② 추진방법

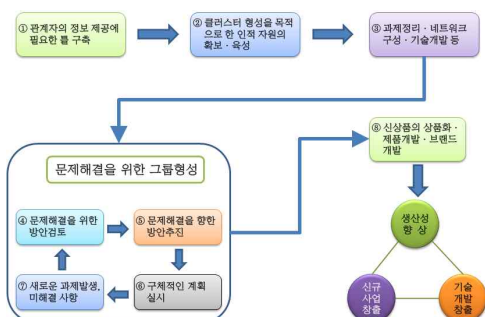
- <그림 III-3>에서 보듯이 기본 틀 구축, 인적자원의 획득과 육성, 과제추출·계획 작성 및 방안 검토, 기술개발 등의 계획실시, 새로운 과제와 검토, 신제품의 상품화·제품개발·브랜드 개발이라는 프로세스로 추진됨.
- 첫째, 기본 틀을 구축하기 위해 코디네이터를 배치하여 지역의 식

- 49 -

품산업 클러스터 협의회를 중심으로 기본계획을 수립함. 기본 틀에는 식품제조업자를 비롯한 생산자, 1차 가공업자, 유통·소매업자 등 관련 업자의 참여와 대학 및 시험연구기관과 행정기관의 지원이 필요

- 둘째, 지역의 과제와 목표를 정리하는 것으로 지역특산품이 되는 연료, 지역의 연구기관과 민간 기업이 가지는 기술과 특허의 발굴 등 식품산업 클러스터로서 상품개발과 브랜드 개발의 목표를 실현하기 위한 방향성을 상호 확인·검토
- 셋째, 문제해결 방안을 검토하는 소위원회를 구성하는 것이 있으며, 이를 단기 및 중장기 계획으로 정리함.
- 넷째, 페이스 투 페이스(face to face) 의견교환 및 정보교환으로 과제해결과 목표달성을 위한 다양한 지식과 생각을 위해 간담회, 교류회, 세미나, 심포지엄 등 관계자가 모여 다양한 의견과 정보를 교환하는 기회

<그림 III-3> 식품산업 클러스터의 추진체계



자료 : 김호 외(2007)

- 다섯째, 네트워크를 통한 기술개발 및 상품화로 식품산업 클러스터 내에서 구축된 네트워크를 실행함. 예를 들어, 네트워크에 의한 기술개발, 신제품 개발, 시장검토를 위한 마케팅, 판매활동, 특허취득, 상표등록 등 관계자의 요구에 맞게 추진
- 여섯째, 신규 사업 창출, 기술혁신, 생산성 향상으로 기본 틀의 시너지 효과가 촉진되고 지역에서 신사업 및 기술개발 창출, 생산성 향상 등을 추진

③ 식품클러스터 협의회

- <그림 III-4>와 같이 지역별로 식품 제조업, 대학·시험연구기관, 유통업(도·소매업), 외식산업, 관광산업 등 여러 업종의 관계자가 한자리에 모여, 지역의 자원, 인재, 기술의 활용방법 등에 대해 서로 토의하고 교류할 수 있는 중심체인 '식품산업 클러스터 협의회'를 설립·운영함. 이 협의회가 주축이 되어 식품산업을 중심으로 하면서 신제품 개발, 판로확대를 위해 노력하며, 다음과 같은 역할을 함.
- 첫째, 클러스터 조성을 위한 만남의 장을 제공한다. 생산자, 제조업자, 판매업자, 시험연구기관 등이 만나는 장을 제공하고, 이업종 교류 및 협력을 통한 상품개발과 브랜드 개발을 지원
- 둘째, 상품개발의 사업화, 지역브랜드의 육성 및 지원을 수행
- 셋째, 각 지방의 식품산업 클러스터 협의회에 네트워크를 추진하는 기획자로서 '코디네이터(coordinator)'를 배치

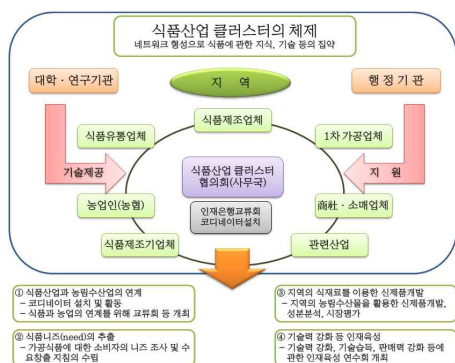
④ 코디네이터

- 클러스터 체제 구축 시 지역의 타 업종이나 식품재료, 인재, 기술 등 각 요소를 효과적으로 연결시키는 전문가인 '코디네이터'의 활약이 중요함. 코디네이터는 식품산업 클러스터 체제를 구축하는 조정

- 51 -

자로서, 사업 창출을 위한 기획이나 상담, 연락 등을 필두로 식품산업 클러스터 조성을 위한 윤활유로서 중요한 역할을 수행함.

<그림 III-4> 식품산업 클러스터 협의회



- 클러스터 협의회에서 코디네이터를 중심으로 네트워크를 위한 과제 설정, 과제 추진방안 검토, 문제해결 노력 등을 통해 상품개발과 브랜드 개발을 추진함. 현재 식품산업 클러스터 추진사업의 코디네이터는 식품가공, 판매·유통, 상품개발, 생산관리, 농업생산, 경영혁신 등에 참가하고 있음.

⑤ 시범지구

- 지역의 식품산업 클러스터 조성사업을 추진하면서 “産·學·官” 연계체계가 잘 구축되어 있고, 식품산업과 농업이 연계되어 신제품 개발 및 새로운 서비스 제공을 통해 관련 산업의 집적과 지역경제 활성화에

- 52 -

공헌하고 있다고 판단되는 곳”을 ‘시범(모델)지구’로 선정하고 있음.

- 정부는 이들 시범지구의 운영 실태를 정밀 관찰하여 ‘식품산업 클러스터’ 조성과 관련된 문제점과 과제들을 도출하기도 함. 예를 들어 생산, 경영, 기술 등 다양한 방면의 과제를 도출하여 관계 기관과 해결책을 모색하고 있음. 과제해결을 잘 수행한 시범지구는 우량사례로 발전시킴.

⑥ 신제품 개발 사례

- 일본의 각 지역 식품산업 클러스터 협의회에서는 2005년부터 신제품들이 개발되어 판매되고 있음. 대부분 지역 내에서 생산된 농산물이 원료이며, 종류는 백김치, 젤리, 케이크, 술, 도넛, 와인, 파이, 음료, 푸레, 잼, 두부치즈, 차, 만두, 된장, 야채 요구르트, 망고 버터 등 매우 다양함.

⑦ 일본 식품산업 클러스터의 시사점

- 지역의 원료농산물을 활용한 지역브랜드 식품을 개발하기 위해 지역 내의 식품기업, 시험연구기관, 지자체 등이 함께 참여·연대하는 네트워크, 즉 클러스터를 형성하여 지역식품산업의 외연을 확대하는 기반을 조성하고 있음.
- 지역의 산·학·연이 협력하여 다양한 소규모 식품산업클러스터의 형성을 추진하고, 그것을 지역단위, 전국단위로 네트워크 하고 있음. 이러한 다양한 소규모 클러스터의 형성을 추진하기 위해서 지역 원료 농산물 생산자와 식품기업간의 네트워크가 매우 중요함.

<표 III-1> 식품산업 클러스터 개발 주요 신제품 사례

지 역	내 용
북 해 도	- 기능성 유산균에 의한 무 백김치 - 연어껍질의 콜라겐 등을 이용한 생선알 젤리
이 와 테	- 홋산 머루, 블루베리를 이용한 파운드 케이크 - 홋산 버섯 등을 이용한 버섯 곤약
야마가타	- 빨강 콩을 이용한 사꾸라 두유, 비지 도너츠 - 멜론을 사용한 레드와인, 화이트와인
미 야 기	- 홋산 단호박을 이용한 무 첨가제 케이크, 파이
도 치 기	- 홋산 보리를 이용한 보리 섬유질 음료
이바라기	- 홋산 등외품 멜론을 이용한 멜론 푸레, 양갱, 젤리
나 가 노	- 홋산 황금 복숭아와 과일을 인요한 고품질 지당도 잼 - 홋산 쌀 및 발아현미를 이용한 甘味 식재료, 음료 - 홋산 대두로 만든 고품질 두부, 숙성 두부치즈
시즈오카	- 홋산 녹차잎의 저 카페인을 분말을 이용한 차, 국수, 파자, 음료
야마구치	- 홋산 야채, 단호박을 이용한 파자
후쿠오카	- 홋산 단감을 이용한 당밀 가공품, 만두
미야자키	- 홋산 농산물과 우유를 이용한 야채 요구르트, 망고 버터
오кина와	- 홋산 드래곤 푸르츠와 술 식초를 사용한 음료, 파자

자료 : 일본 농림수산성 홈페이지

- 지역브랜드 식품의 가공, 유통 사업에 지자체가 직접 참여하고 있으며, 지역브랜드 식품을 가공·유통하는 기업체(농업법인 포함)에 지자체가 직접 투자하고 있는 사례가 적지 않음. 실질적인 효과가 나오도록 지자체가 지역의 식품 가공·유통기업체에 직접 투자하고 있음.
- 식품산업 클러스터 조성시 코디네이터가 매우 중요한 역할을 수행하며, 식품산업 클러스터 조성을 추진하는데 있어서 식품가공, 판매·유통, 상품개발, 생산관리, 농업생산, 경영혁신 등 다양한 분야의 코디네이터를 확보하는 것이 우리에게 주는 의미가 큼.

2) 국내 농어촌산업 육성 사례

(1) 함양군의 연 산업

① 사업개요

- 함양군은 자원식품 담당부서를 신설하여 자원식품산업에 주력하고 있으며, 이를 위한 핵심사업으로 연의 산업화를 중점적으로 시도하고 있음. 장수, 건강, 명예, 행운, 군자를 의미하는 연잎은 비타민B 복합체와 철분이 풍부하게 함유돼 있고, 단백질과 지방질이 풍부해 저혈압에도 좋은 건강식품으로 식품산업에서의 효용성이 높은 자원으로 알려져 있음.
- 함양군은 지속적으로 연의 재배면적을 확대하고 있으며, 연을 재배하는 농가수도 매년 증가하면서 연은 중요한 농업자원으로 높은 가능성을 가지고 있음.

<그림 III-5> 함양군 연 재배지



<표 III-2> 함양군의 연 재배면적 및 농가수

년 도	2006	2007	2008	2009	2010
면적 (㎡)	75,900	108,900	141,900	223,900	303,600
농 가 수	5	9	20	28	60

- 55 -

- 최근 들어 사회 전반에 걸쳐 급속하게 친환경에 대한 인식이 높아지면서 외식산업에서도 친환경 관련 키워드들이 매우 중요한 전략요인으로 대두되고 있음. 이와 같은 상황에서 함양군의 연 기반 외식산업 활성화는 주요한 의미를 가지고 있음. 특히 연은 대표적인 친환경 식품으로서 높은 가치를 지니고 있으며, 프랜차이즈 등과 같은 다양한 사업 전개에 적합한 품목임.

② 주요 사업내용

㉞ 프랜차이즈 사업 전개

- 함양군은 연잎밥의 판로 확대를 위해 프랜차이즈협회와 MOU를 체결하고 본격적인 가맹사업을 전개하고 있음. 특징적인 지역색을 기반으로 다양한 연 관련 식품을 개발하여 이를 통해 프랜차이즈 사업을 수도권으로 확대하여 전개하고 있음. 현재 연돌술밥, 연근밥, 연근까나페, 연근삼색적 등의 공통상차림 15종과 연김치, 연근채시금치나물, 연근대추조림 등의 기본상차림 9종, 연근죽, 연차계란찜, 등 개인상차림 4종, 연잎차, 연차식혜 등 후식 4종의 연 기반 향토음식을 개발하였음.
- 연을 사업화한 향토 브랜드 프랜차이즈로는 연 음식체인점인 '옥연가'가 있음. 현재 경남 지역을 중심으로 3개가 운영되고 있으며, 함양 연 영농조합법인을 설립하여 연의 안정적인 확보를 도모하였으면, 2007년 3.3ha, 2008 7.7ha, 2009년 10ha로 지속적으로 재배면적 확보하여 기반을 조성하였으며, 수도권 지역의 진출을 통해 프랜차이즈 사업의 가능성을 향상시키고 있음.

㉟ 유명 음식체인점과 사업 협약 체결

- 함양군은 2008년을 기점으로 우리나라 대표적인 식품 체인점인 (주)놀

- 56 -

부와 (주)김가네에 대한 납품 및 사업협약을 체결하고 인지도 높은 이들 체인점과 사업 연계를 통해 시너지 효과를 창출하고 있음.

<그림 III-6> 연 음식전문점 옥연가 정식 및 선물세트



- 연 음식전문점인 ‘옥연가’를 중심으로 향토음식의 프랜차이즈화 사업을 진행하는 동시에 유명 음식체인점에 식자재 납품 및 연계사업 진행을 실시하여 연에 대한 소비자들의 인식을 향상시키고 안정적인 판매망을 확보하여 지속적 판매를 유도하고 있음.

㉔ 연 재배 참여농가의 확대 유도

- 함양군은 연 재배면적과 농가는 2004년을 기준으로 지속적으로 증가하고 있으며, 연을 지역 핵심자원으로 전략적으로 육성하면서 연 재배 농가의 참여를 독려하고 있음. 연 재배 작목반과 함께 연 영농조합의 설립, 연 연구원 운영 등을 통해 연 재배를 위한 기반을 마련하고 이들 기구와 연 재배농가와의 유기적 연계를 통해 연 생산 증대를 모색하고 있음.

③ 추진전략

㉕ 연 사업기반 육성

- 연 산업화의 핵심기반인 농가들의 역량을 강화하여 고품질의 연을

생산하고 이를 통해 부가가치 증대를 이루기 위하여 함양군은 농가 기술지원 및 혁신리더 육성정책을 실시하여 효율적인 사업 전개를 위한 기반을 조성하고 있음. 또한 함양 연 영농조합법인을 설립하여 전문화되고 체계적인 사업을 전개하고 있으며, 일반 농가들에게 재배기술 습득 및 역량 강화를 위한 각종 교육프로그램을 지원함.

㉖ 안정적인 품질개발 및 상품화 시도

- 최근 급성장하고 있는 식품산업에 성공적인 진출을 모색하고 차별화된 특화자원을 확보하기 위해 다양한 연 가공식품을 개발하여 활용하고 있으며, 지속적인 브랜드 관리를 통해 인지도를 향상시키고 있음.
- 함양 연차 연 음식 연구원과 연 음식 전문점, 연차 가공공장 등에 대해 계약재배를 실시하여 생산되는 연이 전량 수매가 될 수 있는 기반을 마련하였으며, 연차 연 음식 연구원과 연 음식 전문점, 연차 가공공장 등 식품산업 관련 기관들의 네트워크 구축 및 상호연계를 기반으로 지속적인 상품개발 및 유통 활성화를 시도하고 있음. 특히 안정성이 중요한 제품 특성을 고려하여 품질위생시설 등의 지원을 통해 신뢰도를 향상하고 있으며, 함양군의 연에 적합한 새로운 포장용기 개발 등 상품가치 향상을 위한 사업을 지속적으로 전개하고 있음.

㉗ 홍보 및 브랜드화 강화

- 개발된 연 가공식품 및 연 관련 제품을 중심으로 프랜차이즈 전개와 납품처를 확대하여 판매망을 확보하고, 축제 및 박람회 등을 개최하여 함양 연의 브랜드를 강화하는 전략을 시도하고 있음. 또한 연 재배와 연 가공, 그리고 연 체험관광을 융합하는 함양군만의 차

별화된 모델을 구축하여 함양의 이미지를 제고하고 잠재 소비자 관심을 증대시킴.

- 명품 만들기, 명인 만들기, 명소 만들기 사업의 추진 또한 연의 가치 향상에 큰 도움이 되고 있음. 함양군은 핵심 향토자원인 연을 중심으로 고품질의 연을 활용한 가공식품개발로 명품 만들기를 실시하고, 연 생산 농업인들에 대한 역량강화를 위한 리더양성 및 교육 프로그램 운영을 통해 명인 만들기를 실시하고 있으며, 연을 통한 다양한 농촌체험 프로그램을 운영하여 명소 만들기를 진행하여 연의 가치향상을 추구하고 있음.

④ 시사점

㉞ 다양한 부가가치 창출

- 연은 전통적인 1차 산업 위주의 농업생산구조에서 탈피하여 연을 활용한 각종 먹거리와 가공산업 육성, 체험관광 활성화 등 1차, 2차, 3차 융합을 통한 다양한 부가가치 창출을 시도하고 있는 대표적인 사례임. 연 재배, 연 가공, 연 체험관광의 각 산업별 핵심요인을 연계하는 함양군만의 차별화된 특화 모델을 구축하고, 함양군 농업기술센터가 중심이 되어 원활한 사업 추진이 가능하도록 관리 및 조정을 진행하고 있음.
- 타 지역에 비해 상대적으로 강력한 브랜드의 부재로 인해 안정적인 지역소득창출에 어려움이 있었지만, 연을 통한 융합산업의 활성화를 모색하여 특정 산업에 치우치는 것이 아닌 균형적인 상생의 길을 모색하고 있음. 농가에서 생산되는 연을 가공업체 및 음식점 등에서 전량 구매하고, 연 식재를 통해 형성되는 경관을 활용한 각종 체험 프로그램 개발 등 경관농업을 추진하고, 각각의 산업이 연계되어 활

- 59 -

용될 수 있는 시스템을 운영하고 있음.

- 이상에서 살펴본 것과 같이 함양군은 연 산업화의 성공적인 추진을 통해 지역발전을 위한 성장 동력을 확보하고 연 중심의 지역이미지를 구축하며, 생산농가 및 관광 관련 소득증대를 이루는 다양한 부가가치를 창출하고 있음.

㉟ 안정적인 농가소득 증대 방안 마련

- 식품산업의 중요성을 강조하고 있는 농림수산식품부의 정책 기조에 맞춰 함양군의 특화 작목을 이용한 농산물 가공을 실시하여 안정적인 판로확보를 기반으로 농가소득의 증대를 모색하고 있음. 생산되는 연을 가공산업을 통해 새로운 제품으로 개발되고 이를 다시 지역의 관광산업과 연계하여 활용성을 높임으로써 연 소비를 확대시켜 농가들의 부담을 줄이고 소득을 증대하고 있음.
- 또한 농가들에 대한 각종 역량강화 프로그램을 운영하여 농가들의 자생력을 높이고 고품질 연 생산이 가능하게 하여 연 및 연 관련 제품의 가치를 향상하고 있음. 혁신농가 발굴 및 리더양성을 통해 농가의 자생력을 높이고 고품질 연을 생산할 수 있는 기반을 마련하여 역량 강화를 추구하고 있음.

㊱ 산·학·관·연·민 네트워크 효율적 활용

- 함양군의 연 산업은 함양군 농업기술센터를 중심으로 생산자단체인 연 재배작목반과 영농조합, 원광대 한의학과 및 경상대 식품공학과, 고려대 의과대학, 소비자단체인 연사모, 육연가 등 연 음식점 등 연과 관련된 기관들의 네트워크를 통한 사업을 전개하고 있음. 이를 통해 생산부터 가공, 유통·판매, 마케팅 등 개별 단위사업 진행의 한

- 60 -

계를 극복하고 각각의 전문영역에 대한 세분화된 사업 전개 및 상호교류를 기반으로 연 산업 활성화를 위한 환경을 조성하고 있으며 원활한 역할 분담을 통해 연 산업 발전을 도모하고 있음.

- 즉, 영농조합법인을 설립하여 지속적인 연 재배면적을 증가시켜 안정적인 연 생산의 기반을 마련하고, 함양 연차 연 음식 연구원 기반을 최대 활용하며 주기적으로 가공제품을 개발, 기술을 공급하는 등 생산부터 마케팅까지 체계적이고 효율적으로 사업을 전개하고 있음.
- 각 전문기관들을 연계한 네트워크 구축 및 활용을 통해 관주도로 연 관련 정책을 추진하고 옥연가를 중심으로 식품 사업을 추진하며, 연 작목반 및 연 영농조합을 중심으로 생산을 하고, 원광대학교와 경상대학교 등을 통한 각종 학술자문을 실시하고 있음. 또한 연 산업화를 통한 녹색성장을 이루기 위한 R&M(Running Mate)을 구성하여 각각의 기관별 전문화된 사업 전개를 통해 연 산업화의 효율성을 높이고 있음.

(2) 문경시의 오미자 산업

① 사업개요

- 농산물시장 개방이 지속적으로 확대되면서 지속가능한 농업 발전을 위해서는 전통적인 1차 산업 중심이 아닌 2차 및 3차 산업과의 연계 필요, 즉 유통과 가공 산업을 축으로 한 새로운 산업 체계로의 변화가 요구됨. 이 시기에 오미자는 문경시에서 집중적으로 육성하고 있는 지역자원으로 준고냉지의 내륙성 기후로 인한 높은 일교차와 해발고 300~700m의 주산지 분포, 적정량의 일조량과 강수량으로 인한 오미자 재배의 최적지로서 재배면적이 전국이 45%를 차지하는 전국 최대 생산지임.

- 61 -

- 이런 이유로 1차 산업 중심이 아닌 기존에 확보하고 있던 인프라를 기반으로 1차 농업소득의 한계를 극복하고 지역경제를 활성화를 위한 새로운 활력소가 될 수 있는 융합산업화의 추진이 필요했던 문경시는 이러한 산업적 환경과 지역 여건을 고려하여 지역산물인 오미자 가공을 기반으로 다양한 활용을 통한 부가가치 창출을 이루기 위한 노력을 모색함.

<그림 III-7> 오미자 체험관광시설 및 수확체험



② 주요 사업내용

- 문경시는 신활력사업을 중심으로 2005년부터 본격적으로 오미자 육성을 전개하고 있으며, 생산과 가공, 유통 및 마케팅과 체험관광 등 1차, 2차, 3차 산업에 있어 균형적인 사업을 진행하고 있음.

㉠ 생산

- 농가들은 친환경을 기반으로 한 고품질 오미자를 생산하는 역할을 수행함. 이를 위해 친환경재배기술 축적, 친환경생산인프라 구축, 품종개발 등을 진행하는 역할을 수행함. 특히 오미자 작목회, 오미자 영농조합, 오미자 연구소 등이 상호연계를 기반으로 고품질 오미자 생산 증진을 위한 활동을 전개함.

- 오미자 생산에 있어 저장 및 건조기술 개발과 친환경인증을 지원하는 사업을 우선 실시하여 고품질 오미자 생산을 위한 기반을 조성하였고, 친환경 오미자 생산단지를 조성하여 안정적인 친환경 오미자 생산기반을 마련함.

㉞ 가공

- 오미자 관련 산업 육성의 핵심은 농업기술센터를 중심으로 고품질의 오미자 가공제품을 위한 가공기술을 개발하고 이를 통한 다양한 제품을 개발하여 다양성을 확보하는 것임.

<그림 III-8> 오미자 캐리커처, 브랜드, 축제포스터



<그림 III-9> 문경오미자 체험관



- 63 -

- 문경시농업기술센터는 대학연구기관 등과의 협력 시스템을 구축하여 오미자를 활용한 가공상품의 개발 및 신기술 개발을 시행하고 있으며, 자생력을 갖춘 가공업체를 양성하기 위해 오미자산업 관련 창업보육센터를 건립함. 또한 전문화된 창업보육시스템을 구축하고 이를 통해 교육 및 창업 지원을 실시하여 오미자 가공업체들의 확산을 유도하고 있음.

㉞ 유통 및 마케팅

- 오미자의 생산과 가공품의 품질관리를 우선적으로 실시하고, 타 지역에 비해 부족했던 오미자 공동브랜드를 개발하여 마케팅에 적극적으로 활용하고 있으며, 새로운 시장개척을 통해 판매마의 다양화를 도모하고 있음.
- 유통 및 마케팅에서 주안점을 둔 것은 확보된 오미자 관련 상품들의 소비자 인지도 향상과 소비 촉진으로 이를 위한 노력의 일환으로 고품질 유통시설 확보, 브랜드화 및 표준화 품질관리 구축, 적극적인 홍보활동 등을 진행함. 오미자 유통은 오미자 유통공사를 중심으로 오미자 마케팅연구회, (주)윙니허브 등의 상호연계를 기반으로 전개되고 있음.

㉞ 문화체험관광

- 지속적으로 문경 오미자의 인지도 확보와 지역관광과의 상생을 위해 오미자 축제를 중심으로 체험관광마을의 운영, 경관 및 랜드마크 조성 등의 사업을 진행하고 있음.

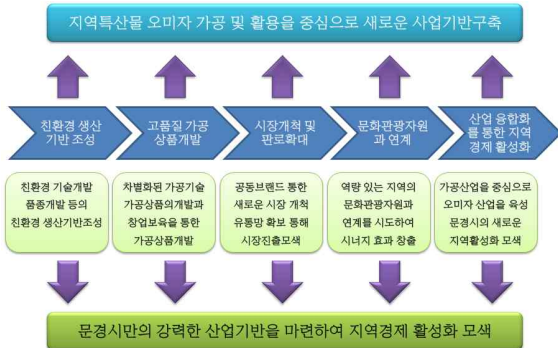
③ 추진전략

㉞ 지역 농/특산물의 가공체계 구축

- 64 -

- 문경시 지역의 새로운 소득창출방안으로 지역 농/특산물의 부가가치 제고를 위한 농산물 상품화 가공기술 확장을 중요시책으로 추진하고 있으며, 오미자를 중심으로 다양한 가공 상품화 등 일정수준 이상의 성과를 이루고 있음. 또한 농산가공 기술을 향상하고 시장 정보 및 마케팅 기술을 확대하여 지역의 농산물 가공산업의 활성화를 이루기 위해 농산물가공 지원센터를 운영함.

<그림 III-10> 문경시 오미자산업 육성 정책 체계



- 문경시는 철저하게 문경시에서 확보되는 지역 농/특산물을 활용하여 확보된 가공기술 및 시설을 통해 차별화된 가공 제품을 개발함으로써 강력한 지역자원을 구축하고 있음. 오미자를 중심으로 주력 품목에 대해 가공 상품화를 위한 기술개발을 실시하고, 가공기술의 표준화를 이루어 오미자 가공의 경쟁력 강화 및 지속적이고 안정적인 수익창출을 위한 체계를 구축하고 있음.

- 65 -

㉠ 창업지원 활성화

- 문경시는 농업기술센터가 주관하여 전국 지방자치단체 최초로 농산물 가공 창업보육시스템을 도입하여 운영하고 있으며, 다양한 맞춤형 교육 프로그램 운영을 통해 전문화된 창업지원을 실시하였음. 이 시스템을 통해 농민들이 농산물가공센터에서 가공기술을 배울 수 있는 것은 물론, 포장과 시제품생산, 시범판매 등 농산물 가공공장을 직접 운영할 수 있음.
- 농산물 가공 지원센터에는 효율적인 창업보육을 위해 과일가공주스 플랜트 등의 소규모 생산 플랜트를 각 분야에서 운영하고 있으며, 이를 통해 전문적이고 효율적인 창업보육을 진행함으로써 성공적인 창업 및 소득 창출의 가능성을 향상하고 있음. 특히 창업보육 협의체의 리더들에 대한 교육을 지속적으로 실시하여 실질적으로 기여할 수 있는 전문가 양성의 가능성을 향상하고 있음.

㉡ 기술이전

- 기술이전사업은 농업기술센터에서 개발한 기술을 농가 및 가공업체들에게 이전을 실시하여 현재 4개 농가가 생산부터 가공까지 직접 진행할 수 있는 기술을 획득하였음. 즉 1차 산업 기반이었던 생산 농가들에게 가공기술과 관련된 기술 이전을 실시하여 다양한 가공 관련 보급기반을 조성하고, 생산농가와 가공업체들 간의 상호연계를 원활하게 하여 안정적인 가공제품 확보를 가능케 하고 있음.

㉢ 소비자 교육

- 문경시는 오미자에 대한 정보가 부족한 소비자들을 대상으로 오미자의 특성 및 효능 등 관련된 다양한 정보 및 교육을 실시하여 문경 오미자에 대한 인지도를 향상하고 소비를 촉진하는 노력을 하고

- 66 -

있음. 소비자 교육은 소비자 대상별로 맞춤형으로 진행하고 있으며, 관광해설사반, 교장선생님반, 소비자대학생반 등 잠재 소비자들에게 영향력이 높은 계층을 대상으로 교육 프로그램을 운영하고 있음.

④ 시사점

㉞ 전문 네트워크를 통한 산업화 기반 구축

- 문경시 오미자 육성산업은 가공기술의 개발을 기반으로 가공교육과 기술이전을 실시하는 동시에 네트워크를 구축하여 역량을 강화하고 관련 산업들과 지속적인 연계를 통해 관련 산업의 소득 창출로 지역경제 활성화를 모색하는 것이 핵심개념임.
- 기존의 각각의 개별 단위별로 진행되던 사업들은 농업기술센터를 중심으로 농·산·학·관이 협력하여 생산 및 가공 산업의 활성화를 이룸으로써 성공적이고 체계적인 산업화 기반 구축이 가능하도록 하고 있음.
- 구축된 네트워크는 생산농가 및 가공업체들에서 발생하는 각종 애로사항 및 문제점에 즉각적인 진단을 통해 해결방안을 제시하는 역할을 수행하고 이를 농업기술센터에서 적극적으로 추진함으로써 사업진행의 시행착오 등을 최소화 하는 계기가 되고 있음. 또한 오미자 산업 활성화를 위한 지역혁신체계 시스템을 구축하여 문경시에는 가공제품의 민간기술 이전과 사업지원, 경영컨설팅을 실시하여 지역혁신협의회에서 주요 사업의 방향 및 내용에 대한 컨설팅을 진행하여 다각적인 사업을 진행하고 있음.

㉟ 전문인력 양성을 통한 자립기반 구축

- 문경시는 지속적이고 안정적인 사업 전개를 위해 자생력을 갖춘 전

문인력을 양성하기 위해 노력하고 있으며, 창업보육시스템을 통해 교육에서 그치는 것이 아닌 실질적인 창업을 통한 소득창출까지 이어질 수 있는 종합 프로그램을 운영하여 성과를 나타내고 있음.

- 최근에는 창업주들의 경영능력 향상 심화교육으로 창업 예비반, 기초반, 전문반, 수출반 등의 분류를 통한 심화학습을 진행하여 현장성과 활용성을 극대화하는 교육을 진행하고 있음.
- 나아가 지역특산물의 가공 창업보육체계를 구축하고 이를 효율적으로 운영하여 최근에는 수요농가가 약 300호에 달하고 지속적인 효과를 나타내고 있으며, 이들의 상호교류를 통해 자생력을 향상하여 소득증대의 효과를 창출하고 있음.

㊱ 지역관광 인프라를 연계한 관광산업 활성화

- 오미자를 활용한 축제 개발, 체험프로그램 운영, 체험마을 조성 등의 지역 관광 인프라와의 연계는 감소추세에 있던 문경시 관광객을 증가세로 돌아서게 하였으며, 문경새재국립공원 등의 특정 관광자원에 치우쳤던 관광의 다각화를 이루는 결과를 가져옴. 2004년을 기점으로 267만명이었던 관광객이 2005년에는 407만명, 2006년에는 424만명으로 안정적인 증가세로 나타나고 있음.
- 문경시의 오미자산업육성사업은 1차 산업을 통한 그린투어리즘에서 그치는 것이 아니라 각종 가공 상품 및 연관 제품들과 드라마촬영지, 철로자전거, 문경온천 등의 지역관광지역을 상호 연계하여 직접적인 소비 촉진 및 소득 창출의 가능성을 향상하는 결과를 창출한 사례로 평가됨.

2. 관광객과 연계한 제주지역 오색농산물 실태조사

1) 실태조사 개요

(1) 조사명

- 제주지역 청정 오색(五色)농산물 농식품에 대한 관광객 의견조사

(2) 연구 목적

- 제주지역의 농가소득 증대와 특산 농산물을 개발하기 위하여 오색농산물을 활용한 농업활성화 방안에 대한 관광객의 의견을 수렴함.

(3) 조사 기간 및 대상

- 조사기간 : 2010. 5. 20 ~ 6. 7
- 조사부수 : 417부
- 조사주체 : 제주발전연구원 사회조사센터

(4) 조사 개요

- 표본설계(Sample Design)
 - 모집단(Population) : 제주방문 관광객
 - 표본추출방법 : 임의(편의)추출
 - 표본 크기(Sample size) : 417부
 - 조사 방법 : 면접원에 의한 1:1 개별면접조사
 - 자료수집 도구 : 구조화된 설문지
 - 실시 기간 : 2010. 5. 20 ~ 6. 7
 - 조사장소 : 제주공항

- 자료 분석(Data Analysis)

- 69 -

- 검증을 거쳐 완성된 질문지는 Editing, Coding, Punching 과정을 거쳐 사회과학을 위한 패키지인 SPSS PC* 14 (Statistical Package for the Social Science) Program으로 전산처리, 자료는 빈도분석 및 교차분석 등을 활용하여 분석

- 분류(분석) 변수(Analysis Variables)
 - 성별, 연령, 직업, 학력, 월평균 가계소득, 거주지 등

(5) 설문 내용

- 제주관광 등과 관련된 사항
 - 방문횟수 및 동행여부, 제주방문 일정 및 목적 등
- 관광기념품 등과 관련된 내용
 - 구입기준 및 구입여부, 구입금액 및 품목, 정보취득 경로 등
- 건강/웰빙 및 오색농산물 농식품과 관련된 내용
 - 청정 건강/웰빙 제품의 관심도, 구입여부, 구입의향, 구입이유
 - 적정가격, 단지 조성 시 방문여부, 전문식당 방문여부 등
- 인구통계학적 사항 등

2) 분석 결과

(1) 응답자의 인구통계학적 특성

- 인구통계학적 특성을 성별로 살펴보면, 남성 214명(51.3%), 여성 203명(48.7%)으로 나타났고, 연령별로는 50대 111명(26.6%), 40대 110명(26.4%), 60세 이상 81명(19.4%), 30대 62명(14.9%), 20대 53명(12.7%) 등의 순으로 나타남.

<표 III-3> 응답자 인구통계학적 특성

구 분		빈도(명)	비율(%)
성별	남성	214	51.3
	여성	203	48.7
연령	20대	53	12.7
	30대	62	14.9
	40대	110	26.4
	50대	111	26.6
	60세 이상	81	19.4
	중졸 이하	60	14.4
학력	고졸	133	31.9
	대졸	183	43.9
	대학원졸(재학생 포함)	38	9.1
	기타	3	0.7
직업	농·수·축·임업 종사자	7	1.7
	자영업	76	18.2
	생산/기술직	36	8.6
	사무/판매/서비스직	80	19.2
	공무원	26	6.2
	경영/전문직	43	10.3
	전업주부	95	22.8
	학생	15	3.6
	은퇴/무직	22	5.3
	기타	17	4.1
	월평균 가계 소득		
월평균 가계 소득	1백만원 미만	49	11.8
	1백만원~2백만원 미만	75	18.0
	2백만원~3백만원 미만	127	30.5
	3백만원~4백만원 미만	82	19.7
	4백만원~5백만원 미만	42	10.1
거 주 지	5백만원 이상	31	7.4
	무응답	11	2.6
	수도권	251	60.2
	영남권	93	22.3
	전라권	29	7.0
충청권	충청권	31	7.4
	강원권	12	2.9
	해외	1	0.2
합 계		417	100.0

○ 인구통계학적 특성을 학력별로 살펴보면, 대졸 183명(43.9%), 고졸

- 71 -

133명(31.9%), 중졸 이하 60명(14.4%), 대학원졸(재학원 포함) 38명(9.1%), 기타 3명(0.7%) 등의 순으로 나타났고, 직업별로는 전업주부 95명(22.8%), 사무/판매/서비스직 80명(19.2%), 자영업 76명(18.2%), 경영/전문직 43명(10.3%), 생산/기술직 36명(8.6%), 공무원 26명(6.2%), 은퇴/무직 22명(5.3%), 기타 17명(4.1%), 학생 15명(3.6%), 농·수·축·임업 종사자 7명(1.7%) 등의 순으로 나타남.

○ 인구통계학적 특성을 월 평균 가계소득별로 살펴보면, 2백만 원~3백만 원 미만 127명(30.5%), 3백만 원~4백만 원 미만 82명(19.7%), 1백만 원~2백만 원 미만 75명(18.0%), 1백만 원 미만 49명(11.8%), 4백만 원~5백만 원 미만 42명(10.1%), 5백만 원 이상 31명(7.4%), 무응답 11명(2.6%) 등의 순으로 나타났고, 거주지별로는 수도권 251명(60.2%), 영남권 93명(22.3%), 충청권 31명(7.4%), 전라권 29명(7.0%), 강원권 12명(2.9%), 해외 1명(0.2%) 등의 순으로 나타났음.

(2) 관광행태 분석

① 제주방문 횟수

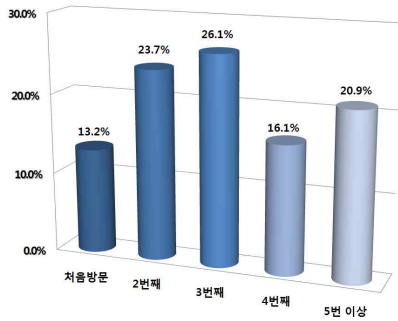
○ 제주방문 횟수는 3번째 109명(26.1%), 2번째 99명(23.7%), 5번 이상 87명(20.9%), 4번째 67명(16.1%), 처음 방문 55명(13.2%) 등의 순으로 나타났음.

② 제주 방문 동행인 유형

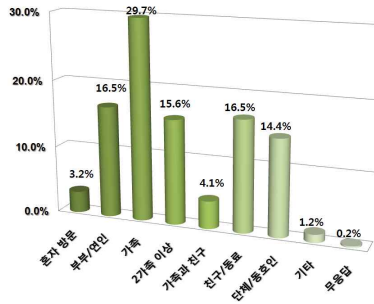
○ 제주 방문 동행자는 가족과 함께 122명(29.3%), 부부/연인, 친구나(직장)동료와 함께 각각 68명(16.3%), 내 가족과 다른 가족 함께(두가족 이상) 64명(15.3%), 단체나 동호인들과 함께 59명(14.1%), 내 가족과 친구와 함께 17명(4.1%), 혼자 13명(3.1%), 기타 5명(1.2%) 등의 순으로 나타났음.

- 72 -

<그림 III-11> 제주방문 횟수



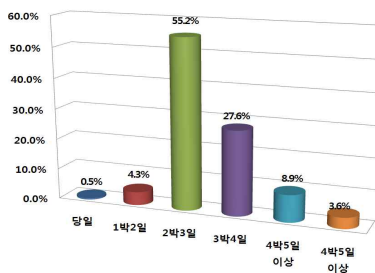
<그림 III-12> 방문 동행인 유형



③ 제주 방문일정

- 제주 방문 일정은 2박 3일 230명(55.2%), 3박4일 115명(27.6%), 4 5일 37명(8.9%), 1박2일 18명(4.3%), 5박6일 이상 15명(3.6%), 당일 2명(0.5%) 등의 순으로 나타남.

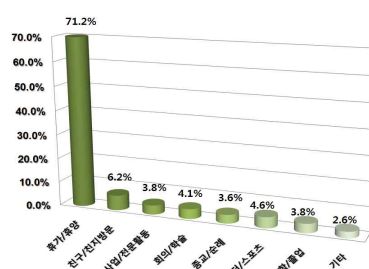
<그림 III-13> 제주 방문일정



④ 제주 방문 목적

- 제주 방문 목적은 휴가/휴양여행 297명(71.2%), 친구/친지방문 26명(6.2%), 레저/스포츠 활동 19명(4.6%), 회의/학술 세미나 17명(4.1%), 사업/전문적 활동, 수학여행/졸업여행 각각 16명(3.8%), 종교/순례 15명(3.6%), 기타 11명(2.6%) 등의 순으로 나타남.

<그림 III-14> 제주 방문목적

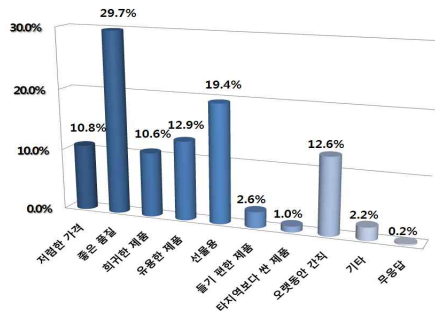


(3) 관광기념품 이용행태 분석

① 관광기념품을 구입 시 가장 중요하게 고려하는 것

- 관광기념품을 구입한다면 가장 중요하게 고려하는 것은 좋은 품질 124명(29.7%), 선물용 81명(19.4%), 생활에 유용한 제품 54명(12.9%), 저렴한 가격 45명(10.8%), 보기 힘든 희귀한 제품, 오랫동안 간직할 수 있는 제품 각각 44명(10.6%), 돌아갈 때 갖고 가기 편한 제품 11명(2.6%), 기타 9명(2.2%), 다른 지역보다 가격이 싼 제품 4명(1.0%) 등의 순으로 조사됨.

<그림 III-15> 관광기념품 구입 시 가장 중요하게 고려하는 것

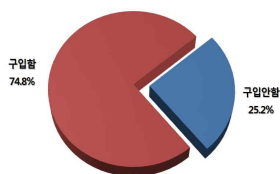


- 교차분석결과 관광기념품을 구입한다면 가장 중요하게 생각하는 것은 성별, 연령, 학력, 직업, 월 평균 가계소득, 거주지별 모두 다소 차이는 있으나 대체적으로 선물용과 좋은 품질이라는 의견이 상대적으로 높게 나타남.

② 관광기념품 구입여부

- 관광기념품 구입 여부는 '구입했다' 312명(74.8%), '구입하지 않았다' 105명(25.2%)으로 나타남.

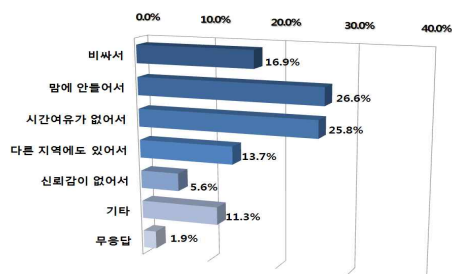
<그림 III-16> 관광기념품 구입여부



③ 구입하지 않은 가장 큰 이유

- 구입하지 않은 가장 큰 이유는 가격이 비싸서 28명(26.7%), 시간여유가 없어서 25명(23.8%), 기타 19명(18.1%), 맘에 드는 상품이 없어서 16명(15.2%), 거주지에서도 구입할 수 있기 때문에 11명(10.5%), 상품에 대한 신뢰감이 없어서 4명(3.8%) 등의 순으로 나타남.

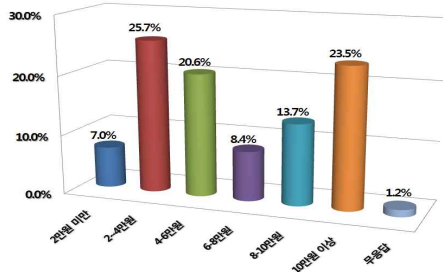
<그림 III-17> 관광기념품 구입 않는 이유



④ 구입하기 위해 지불한 금액 및 적당하다고 생각하는 금액

- 구입하기 위해 지불한 금액이나 구입하기 위하여 적당한 금액은 2만원~4만원 미만 107명(25.7%), 10만원대 이상 98명(23.5%), 4만원~6만원 미만 86명(20.6%), 8만원~10만원 미만 57명(13.7%), 6만원~8만원 미만 35명(8.4%), 2만원 미만 29명(7.0%) 등의 순으로 나타남.

<그림 III-17> 구입하기 위해 지불한 금액 및 적당하다고 생각하는 금액

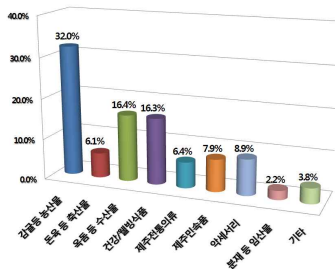


⑤ 선호하는 제주관광기념품(복수 응답)

- 선호하는 제주관광기념품은 감귤 등 농산물 246명(32.0%), 옥돔/갈치 등 수산물 126명(16.4%), 건강/웰빙 식품 125명(16.3%), 열쇠고리 등 액세서리 68명(8.9%), 돌하르방 등 민속품 61명(7.9%), 갈옷 등 전통의류 49명(6.4%), 돼지고기 등 축산물 47명(6.1%), 기타 29명(3.8%), 분재, 석부작 등 공산품 17명(2.2%) 등의 순으로 나타남.

- 77 -

<그림 III-18> 선호하는 기념품



- 교차분석 결과, 구입하거나 구입하고 싶은 제주관광기념품으로는 성별, 연령, 학력, 직업, 월 평균 가계소득, 거주지별 모두 다소 차이는 있으나 대체적으로 감귤 등 농산물, 옥돔/갈치 등 수산물과 건강/웰빙 식품이라는 의견이 상대적으로 높게 나타났음.

<표 III-4> 선호하는 기념품(인구통계학적)

구분		선호하는 제주관광기념품(%)							
		농산물	수산물	건강/웰빙 식품	제주전통의류	민속품	액세서리	공산품	기타
성별	남성	33.3	6.7	17.3	14.2	6.2	8.8	8.8	3.1
	여성	30.7	5.5	15.5	18.4	6.6	7.1	8.9	6.0
	20대	50.0	10.6	7.6	13.6	4.5	7.6	6.1	-
연령	30대	36.1	5.0	12.6	15.1	2.5	10.9	10.1	2.5
	40대	32.5	3.9	14.6	16.5	7.8	8.7	11.2	1.9
	50대	28.2	6.9	20.4	14.4	4.2	7.9	9.7	2.8
	60세 이상	26.1	6.8	19.9	20.5	11.2	5.0	5.0	2.5
	중졸 이하	23.0	5.3	21.2	30.1	8.0	3.5	3.5	0.9
학력	고졸	31.1	5.9	16.1	14.2	7.1	7.9	9.1	4.7
	대졸	34.1	6.2	15.6	13.8	5.6	9.1	10.6	1.2

- 78 -

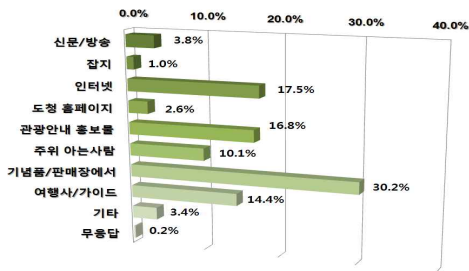
	대학원·졸	40.4	8.8	12.3	12.3	5.3	10.5	8.8	-	1.8
	기타	50.0	-	25.0	25.0	-	-	-	-	-
직업	1차산업	29.4	5.9	11.8	29.4	5.9	5.9	5.9	-	5.9
	차영업	28.9	5.6	20.4	17.6	8.5	4.9	9.9	2.1	2.1
	생산/기술직	30.9	5.5	12.7	20.0	5.5	10.9	9.1	1.8	3.6
	사무/판매/서비스직	35.9	5.5	14.1	14.8	1.6	8.6	14.1	0.8	4.7
	공무원	48.9	2.1	6.4	12.8	4.3	12.8	6.4	4.3	2.1
	경영/전문직	31.0	8.0	20.0	11.0	3.0	12.0	8.0	6.0	1.0
	전업주부	28.0	6.0	16.5	18.7	8.2	6.0	7.7	1.6	7.1
	학생	52.9	5.9	11.8	17.6	5.9	-	5.9	-	-
	온퇴/무직	23.8	14.3	23.8	9.5	14.3	4.8	4.8	2.4	2.4
	기타	34.2	2.6	13.2	18.4	10.5	13.2	5.3	-	2.6
월 평균 가계 소득	1백만원 미만	34.6	9.0	20.5	16.7	5.1	3.8	3.8	-	6.4
	2백만원 미만	31.3	4.7	9.4	21.1	7.8	9.4	9.4	3.1	3.9
	3백만원 미만	31.9	6.5	15.3	18.5	5.6	7.7	10.5	2.0	2.0
	4백만원 미만	30.8	5.1	19.2	13.5	6.4	9.6	6.4	3.8	5.1
	5백만원 이상	31.4	5.8	24.4	11.6	3.5	8.1	12.8	1.2	1.2
	무응답	35.7	8.9	16.1	8.9	8.9	5.4	7.1	1.8	7.1
	무응답	31.3	-	-	18.8	18.8	12.5	12.5	-	6.3
거주지	수도권	31.2	6.9	16.6	16.4	7.5	8.6	6.4	2.2	4.2
	영남권	33.7	5.5	16.0	16.0	3.3	6.6	14.4	1.7	2.8
	전라권	25.5	5.9	15.7	17.6	5.9	9.8	13.7	2.0	3.9
	충청권	35.0	5.0	20.0	13.3	5.0	6.7	5.0	5.0	5.0
	강원권	47.4	-	5.3	26.3	10.5	-	10.5	-	-
	해외	20.0	-	20.0	-	20.0	20.0	-	-	-

* p < 0.1, ** p < 0.05, *** p < 0.01

⑥ 제주관광기념품에 대한 정보 수집방법

- 제주관광기념품에 대한 정보 수집방법은 기념품 및 판매장에서 126명(30.2%), 인터넷 73명(17.5%), 관광안내 홍보물 70명(16.8%), 여행사 및 가이드 60명(14.4%), 주위 아는 사람 42명(10.1%), 신문·방송 16명(3.8%), 기타 14명(3.4%), 제주도청 홈페이지 11명(2.6%), 잡지 4명(1.0%) 등의 순으로 나타남.

<그림 III-20> 관광기념품 정보 수집방법

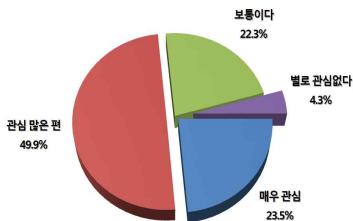


(4) 청정 건강/웰빙제품 분석

① 청정 건강/웰빙 제품에 대한 관심도

- 청정 건강/웰빙 제품에 대한 관심도는 ‘관심이 많다’ 306명(73.4%), ‘그저 그렇다’ 93명(22.3%), ‘관심이 없다’ 18명(4.3%)으로 ‘관심이 많다’는 의견이 상대적으로 ‘관심이 없다’는 의견보다 높게 나타남.

<그림 III-21> 청정 건강/웰빙제품 관심도



- 교차분석 결과, 청정 건강/웰빙 제품에 대한 관심도는 성별, 연령, 학력, 직업, 월 평균 가계소득, 거주지별 모두 ‘관심이 많다’는 의견이 상대적으로 높게 나타남.

<표 III-5> 청정 건강/웰빙제품 관심도(인구통계학적)

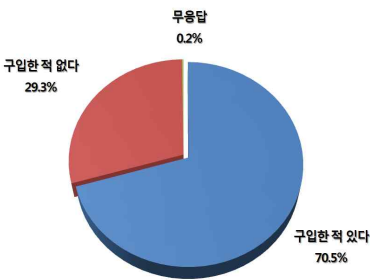
구 분		청정 건강/웰빙 제품에 대한 관심도(%)			
		매우 관심 많음	관심이 많음	그저 그렇다	관심 별로 없음
성 별	남성	22.0	47.7	24.8	5.6
	여성	25.1	52.2	19.7	3.0
연 령 *	20대	7.5	50.9	35.8	5.7
	30대	19.4	46.8	27.4	6.5
	40대	24.5	50.9	18.2	6.4
	50대	27.0	51.4	20.7	0.9
	60세 이상	30.9	48.1	17.3	3.7
	중졸 이하	28.3	51.7	18.3	1.7
학 력 ***	고졸	29.3	42.1	23.3	5.3
	대졸	20.8	51.9	23.0	4.4
	대학원졸(재학생 포함)	2.6	68.4	23.7	5.3
	기타	100.0	-	-	-
거 주 지	수도권	26.3	45.8	24.3	3.6
	영남권	16.1	61.3	18.3	4.3
	전라권	27.6	48.3	17.2	6.9
	충청권	16.1	51.6	29.0	3.2
	강원권	33.3	50.0	-	16.7
	해외	-	-	100.0	-

* p < 0.1, ** p < 0.05, *** p <0.01

② 청정 건강/웰빙 제품 구입 여부

- 청정 건강/웰빙 제품 구입 여부는 ‘있다’ 294명(70.5%), ‘없다’ 122명 (29.3%)으로 구입한 경험이 있는 관광객이 상대적으로 높게 나타남.

<그림 III-22> 청정 건강/웰빙제품 구입여부

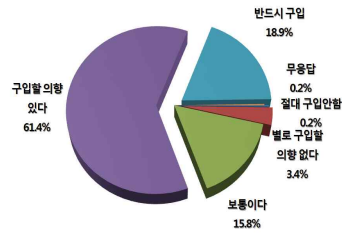


- 청정 건강/웰빙 제품 구입 여부는 성별, 연령, 학력, 직업, 월 평균 가계소득, 거주지별 모두 ‘구입한 적이 있다’는 의견이 상대적으로 높게 나타남. 다만, 연령별 20대에서만은 ‘구입한 적이 없다’는 의견이 높게 나타남.

③ 청정 건강/웰빙 제품 구입 의향

- 청정 건강/웰빙 제품 구입 의향은 ‘구입 의향이 있다’ 335명(80.3%), ‘그저 그렇다’ 66명(15.8%), ‘구입하고 싶지 않다’ 15명(3.6%) 등으로 나타남.
- 교차분석 결과, 청정 건강/웰빙 제품 구입 의향은 성별, 연령, 학력, 직업, 월 평균 가계소득, 거주지별 모두 다소 차이는 있으나 대체적으로 ‘구입의향이 있다’는 의견이 상대적으로 높게 나타남.

<그림 III-23> 청정 건강/웰빙제품 구입의향



<표 III-6> 청정 건강/웰빙제품 구입의향(교차분석)

구 분		제주지역 청정 오색농산물로 만든 건강/웰빙 농식품 구입 의향(%)					
		꼭 구입 하겠다	구입 의향이 있다	그저 그렇다	별로 구입하고 싶지 않다	절대 구입하지 않겠다	무응답
성별	남성	15.0	65.9	13.1	5.1	0.9	-
	여성	22.2	61.1	10.8	4.4	1.0	0.5
연령	20대	9.4	58.5	20.8	11.3	-	-
	30대	16.1	69.4	11.3	3.2	-	-
	40대	17.3	63.6	15.5	3.6	-	-
	50대	20.7	67.6	8.1	0.9	1.8	0.9
	60세 이상	24.7	56.8	7.4	8.6	2.5	-

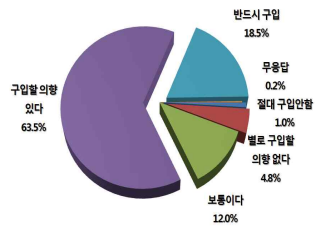
* p < 0.1, ** p < 0.05, *** p < 0.01

④ 제주지역 청정 오색농산물로 만든 건강/웰빙 농식품 구입 의향

- 제주지역 청정 오색농산물로 만든 건강/웰빙 농식품 구입 의향은 ‘구입 의향이 있다’ 342명(82.0%), ‘그저 그렇다’ 50명(12.0%), ‘구입하고 싶지 않다’ 24명(5.8%) 등으로 나타남.

- 83 -

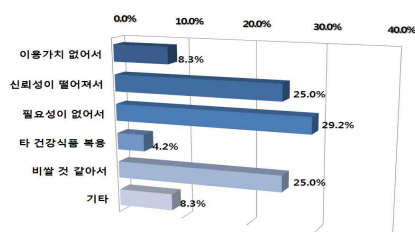
<그림 III-23> 제주지역 청정 건강/웰빙제품 구입의향



④-1 구입하지 않는 이유

- 구입하지 않는 이유는 ‘별로 필요성이 없을 것 같아서’ 7명(29.2%), ‘믿음과 신뢰성이 떨어져서’, ‘가격이 비쌀 것 같아서’ 각각 6명(25.0%), ‘별로 이용 가치가 없을 것 같아서’, ‘기타’ 각각 2명(8.3%), ‘다른 건강식품이나 보약을 먹고 있어서’ 1명(4.2%) 등의 순으로 나타남.

<그림 III-24> 구입하지 않는 이유



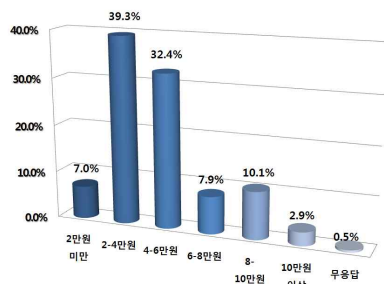
- 84 -

- 교차분석 결과, 구입하지 않는 이유는 성별, 연령, 학력, 직업, 월 평균 가계소득, 거주지별 모두 다소 차이는 있으나 대체적으로 별로 '필요성이 없을 것 같아서'와 '믿음과 신뢰성이 떨어져서'라는 의견이 상대적으로 높게 나타남.

⑤ 제주지역 청정 오색농식품 세트나 상품구입 시 적정가격

- 제주지역 청정 오색농식품 세트나 상품구입 시 적정가격은 2만~4만원 미만 164명(39.3%), 4만~6만원 미만 135명(32.4%), 8만~10만원 미만 42명(10.1%), 6만~8만원 미만 33명(7.9%), 2만원 미만 29명(7.0%), 10만 원 대 이상 12명(2.9%) 등의 순으로 나타남.

<그림 III-25> 제주지역 청정 오색농식품 세트나 상품구입 시 적정가격



- 교차분석 결과, 제주지역 청정 오색농식품 세트나 상품구입 시 적정가격은 성별, 연령, 학력, 직업, 월 평균 가계소득, 거주지별 모두 다소 차이는 있으나 대체적으로 2만~6만 원을 많이 선호하는 것으로 나타남.

<표 III-7> 제주지역 청정 오색농식품 세트나 상품구입 시 적정가격(교차분석)

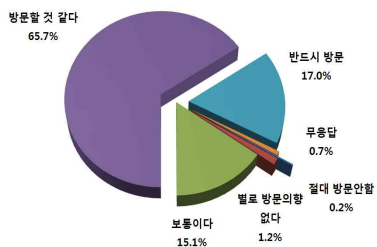
구분		제주지역 청정 오색 농식품 세트나 상품 구입시 적정가격(%)						
		2만원 미만	2만원~4만원 미만	4만원~6만원 미만	6만원~8만원 미만	8만원~10만원 미만	10만원 대 이상	무응답
성별	남성	5.6	36.9	37.4	8.9	9.8	0.9	0.5
	여성	8.4	41.9	27.1	6.9	10.3	4.9	0.5
연령	20대	15.1	37.7	35.8	5.7	3.8	-	1.9
	30대	3.2	56.5	30.6	1.6	8.1	-	-
	40대	8.2	48.2	30.9	3.6	8.2	0.9	-
	50대	7.2	31.5	29.7	14.4	10.8	6.3	-
	60세 이상	2.5	25.9	37.0	11.1	17.3	4.9	1.2
	무응답	14.3	30.6	36.7	6.1	8.2	4.1	-
월 평균 가계 소득	1백만원~2백만원 미만	9.3	41.3	22.7	6.7	9.3	9.3	1.3
	2백만원~3백만원 미만	5.5	39.4	33.9	9.4	11.0	0.8	-
	3백만원~4백만원 미만	3.7	42.7	40.2	4.9	8.5	-	-
	4백만원~5백만원 미만	-	50.0	26.2	11.9	11.9	-	-
	5백만원 이상	9.7	22.6	32.3	9.7	16.1	6.5	3.2
	무응답	18.2	45.5	27.3	9.1	-	-	-

* p < 0.1, ** p < 0.05, *** p < 0.01

⑥ 청정 오색농식품 관광지(단지) 조성 시 방문여부

- 청정 오색농식품 관광지(단지) 조성 시 방문여부는 '방문할 것 같다' 345명(82.7%), '그저 그렇다' 63명(15.1%), '방문할 생각이 없다' 6명(1.4%) 등으로 나타남.
- 교차분석 결과, 청정 오색농식품 관광지(단지) 조성 시 방문여부는 성별, 연령, 학력별 모두 다소 차이는 있으나 대체적으로 방문하겠다는 의견이 상대적으로 높게 나타남.

<그림 III-26> 청정 오색농식품 관광지(단지) 조성 시 방문여부



<표 III-8> 청정 오색농식품 관광지(단지) 조성 시 방문여부(교차분석)

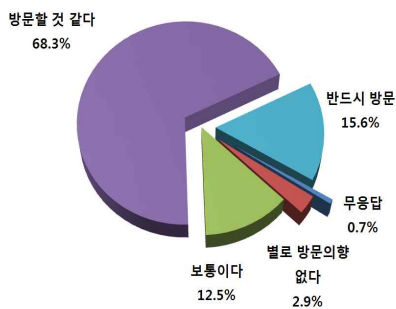
구 분		청정 오색 농식품 관광지(단지)를 조성 시 방문여부(%)					
		꼭 방문 하겠다	방문할 것 같다	그저 그렇다	별로 방문할 생각이 없다	절대 방문하지 않겠다	무응답
성별	남성	15.0	66.8	16.8	0.9	-	0.5
	여성	19.2	64.5	13.3	1.5	0.5	1.0
연령 ***	20대	9.4	58.5	28.3	3.8	-	-
	30대	14.5	74.2	9.7	1.6	-	-
	40대	18.2	66.4	13.6	0.9	0.9	-
	50대	17.1	73.9	8.1	0.9	-	-
	60세 이상	22.2	51.9	22.2	-	-	3.7
학력 ***	중졸 이하	30.0	53.3	16.7	-	-	-
	고졸	14.3	69.2	11.3	3.8	-	1.5
	대졸	16.4	66.7	16.4	-	-	0.5
	대학원·졸	5.3	71.1	21.1	-	2.6	-
	기타	66.7	33.3	-	-	-	-

* p < 0.1, ** p < 0.05, *** p < 0.01

⑦ 청정 오색농식품 재료로 전문식당 운영 시 방문여부

- 청정 오색농식품 재료로 전문식당 운영 시 방문여부는 '방문할 것 같다' 350명(83.9%), '그저 그렇다' 52명(12.5%), '방문할 생각이 없다' 12명(2.9%) 등으로 나타남.

<그림 III-27> 청정 오색농식품 전문식당 운영 시 방문여부



- 교차분석 결과, 청정 오색농식품 재료로 전문식당 운영 시 방문여부는 성별, 연령, 학력, 직업, 월 평균 가계소득, 거주지별 모두 다소 차이는 있으나 대체적으로 방문하겠다는 의견이 상대적으로 높게 나타남.

<표 III-9> 청정 오색농식품 재료로 전문식당 운영 시 방문여부(교차분석)

구 분		청정 오색 농식품 재료로 전문식당 운영 시 방문여부(%)				
		꼭 방문 하겠다	방문할 것 같다	그저 그렇다	방문할 생각이 없다	무응답
성별	남성	14.5	69.2	13.1	2.8	0.5
	여성	16.7	67.5	11.8	3.0	1.0
연령	20대	13.2	62.3	18.9	5.7	-
	30대	12.9	77.4	6.5	3.2	-
	40대	11.8	78.2	7.3	2.7	-
	50대	18.9	70.3	9.0	0.9	0.9
	60세 이상	19.8	49.4	24.7	3.7	2.5
학력	중졸 이하	28.3	53.3	13.3	3.3	1.7
	고졸	15.0	68.4	9.8	5.3	1.5
	대졸	13.1	71.0	14.2	1.6	-
	대학원졸(재학생 포함)	7.9	78.9	13.2	-	-
	기타	33.3	66.7	-	-	-
월 평균 가계 소득	1백만원 미만	26.5	40.8	22.4	6.1	4.1
	1백만원~2백만원 미만	16.0	64.0	16.0	2.7	1.3
	2백만원~3백만원 미만	15.0	76.4	5.5	3.1	-
	3백만원~4백만원 미만	9.8	79.3	8.5	2.4	-
	4백만원~5백만원 미만	9.5	71.4	19.0	-	-
	5백만원 이상	19.4	67.7	12.9	-	-
	무응답	27.3	36.4	27.3	9.1	-

* p < 0.1, ** p < 0.05, *** p < 0.01

(5) 관광객 의견조사 분석결과 요약

- 입도 관광객들을 중심으로 관광기념품 구입 시 가장 중요한 요소에 대해 설문조사한 결과, 품질이라고 응답하였으며, 조사 관광객 중 74.8%가 구입하였다고 응답하였음. 그리고 관광기념품의 적정가격으로 구입하기 위해 지불한 금액이나 구입하기 위하여 적당한 금액은 2만원~4만원 미만 25.7%, 10만 원 이상 23.5%, 4만원~6만원 미만 20.6%, 8만원~10만원 미만 13.7%, 6만원~8만원 미만 8.4%, 2만원 미만 7.0% 등의 순으로 조사됨.

- 89 -

- 선호하는 제주관광기념품은 감귤 등 농산물 32.0%, 옥돔/갈치 등 수산물 16.4%, 건강/웰빙 식품 16.3%, 열쇠고리 등 액세서리 8.9%, 돌하르방 등 민속품 7.9%, 갈옷 등 제주전통의류 6.4%, 돼지고기 등 축산물 6.1%, 기타 3.8%, 본재, 석부작 등 임산물 2.2% 등의 순임.
- 제주관광기념품 정보 취득방법으로 기념품 및 판매장 30.2%, 인터넷 17.5%, 관광안내 홍보물 16.8%, 여행사 및 가이드 14.4%, 주위 아는 사람 10.1%, 신문·방송 3.8%, 기타 3.4%, 제주도청 홈페이지 2.6%, 잡지 1.0% 등의 순으로 나타남.
- 청정 건강/웰빙 제품에 대해 응답자의 73.4% 관심이 많았으며, 제품 구입여부에 대해 70.5%가 구입해 보았다고 응답하였고, 구입할 마음이 있는 응답자는 80.3%로 나타남. 제주지역 청정 오색농산물로 만든 건강/웰빙 농식품 구입 의향에 대해 82.0%가 구입하고 싶다고 응답함.
- 제주지역 청정 오색 농식품 세트나 상품 구입 시 적정가격으로 2만원~4만원 미만이 39.3%, 4만원~6만원 미만이 32.4%로 전체 71.7%를 차지했으며, 청정 오색 농식품 관광지(단지) 조성 시 방문여부에 대해 82.7%는 방문할 의사를 표시하였고, 청정 오색 농식품 재료로 전문식당 운영할시 83.9%의 응답자는 방문하고 싶다고 응답하였음.

(6) 관광객 의견조사 분석결과에 대한 제언

- 본 조사 결과, 제주 입도관광객들은 청정제주의 농산물 및 건강/웰빙 제품에 대해 좋은 이미지를 갖고 있었으며, 본 연구의 중심이 되는 오색농산물 제품 및 농원에 대한 방문의사가 매우 높게 나타나고 있음. 이는 앞으로의 제주관광의 방향이 보는 관점에서, 체험관광으로 그리고 건강 및 웰빙 관광으로 전환되는 과정으로, 오색농산

물, 제품 및 음식물에 대한 관심이 높아지고 있음을 알 수 있음.

- 이에 제주 디자인 농업⁵⁾의 선두주자로 오색농업 클러스터를 지정하여 오색농산물의 생산, 가공, 판매 및 연계관광을 더한 소비자의 요구에 맞는, 소비자 중심의 농업의 도입 및 재편이 요구되고 있음.

5) 96p 참조

3. 제주지역 오색농업의 경제성 추정

- 앞에서 관광객이 제주방문 시 관광기념품 구매에 대한 적당한 관광 기념품을 ‘구입했거나’ ‘구입 한다’에 따른 설문조사 결과를 보면, 2만~4만 원대(25.7%), 10만 원대(23.5%), 4~6만 원대(20.6%)를 가장 많이 구입하거나 구입할 것으로 조사됨(<그림 III-23> 참조).
- 한편 평소에 건강/웰빙 식품에 대한 관심도에 대해 관심이 있다는 의견이 73.4%로 매우 높게 나타났으며, 향후 건강 및 웰빙 식품 구입의향에 대해 구입의향이 있다는 의견이 70.5%로 높게 나타남(<그림 III-21> 참조).
- 또한 제주지역 청정 오색농식품 세트나 상품구입 시 적정가격에 대한 의견을 살펴보면, 2만~6만원 가격대가 71.7%로 적정가격이라고 응답(<그림 III-25> 참조)하여 관광기념품 구입비용 시 적정가격과 유사한 의견을 보임.
- 청정 오색농식품 관광지(단지) 조성 시 방문여부에 대해 응답을 보면 ‘방문할 것이다’가 82.7%, 오색농산물로 전문식당 운영 시 ‘방문하겠다’는 83.9%로 나타나 오색농업을 틈새산업으로 육성할 필요성이 제기됨.
- 이와 같은 분석결과를 토대로 제주지역 청정 오색농업의 경제성을 추정해 보면 <표 III-10>과 같이 나타남
- 1개당 판매 가격이 2만 원대일 경우, 내도 관광객(2009년 말 기준 652만 명)의 10%가 1~5개를 구입한다고 가정하면 조수입은 13,040백

만~65,200백만 원이 될 것이며, 홍보강화나 필요성 증대(오색농산물 단지조성 시, 전문식당 운영 시 등)에 따라 평균 가격수준인 4만원 대 가격으로 가정한다면, 조수입은 26,080백만~130,400백만원이, 6만원대 가격을 가정한다면 조수입은 38,120백만~195,600백만원이 될 것으로 추정됨으로써 제주지역 청정 오색농업을 틈새시장으로 활용할 경우 농가소득에 크게 기여될 것으로 사료됨.

<표 III-10> 제주지역 청정 오색농산물의 경제성 추정 시나리오

(단위 : 백만 원)

판매가격 (원/개당)	제주도 방문 관광객 652만 명(2009년 말 기준)				
	1% (6.52만명)	5% (32.6만명)	10% (65.2만명)	15% (97.8만명)	20% (130.4만명)
20,000	1개	1,304	6,520	13,040	19,560
	2개	2,608	13,040	26,080	39,120
	3개	3,912	19,560	39,120	58,680
	4개	5,216	26,080	52,160	78,240
	5개	6,520	32,600	65,200	97,800
30,000	1개	1,956	9,780	19,560	29,340
	2개	3,912	19,560	39,120	58,680
	3개	5,868	29,340	58,680	88,020
	4개	7,824	39,120	78,240	117,360
	5개	9,780	48,900	97,800	156,480
40,000	1개	2,608	13,040	26,080	39,120
	2개	5,216	26,080	52,160	78,240
	3개	7,824	39,120	78,240	117,360
	4개	10,432	52,160	104,320	156,480
	5개	13,040	65,200	130,400	195,600
50,000	1개	3,260	16,300	32,600	48,900
	2개	6,520	32,600	65,200	97,800
	3개	9,780	48,900	97,800	146,700
	4개	13,040	65,200	130,400	195,600
	5개	16,300	81,500	163,000	244,500
60,000	1개	3,912	19,560	39,120	58,680
	2개	7,824	39,120	78,240	117,360
	3개	11,736	58,680	117,360	176,040
	4개	15,648	78,240	156,480	234,720
	5개	19,560	97,800	195,600	293,400

IV. 오색농업의 제주지역농업 활성화 방안

1. 제주지역 오색농업 SWOT 분석 및 비전

1) 제주오색농업 SWOT 분석

- 제주지역 오색농업의 입지·자연환경·인문환경·사회경제·가용자원 측면과 정부 및 지자체 정책변화에 따른 제주지역 오색농업의 SWOT 분석은 다음과 같음.

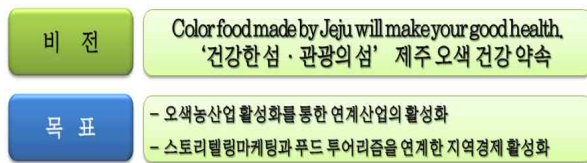
<그림 IV-1> 제주지역 오색농업 SWOT 분석



2) 제주오색농업 비전과 목표

- 위에 SWOT 분석에 따른 제주지역의 오색농업의 비전과 목표(안)를 제시하면 아래와 같이 ‘건강의 섬’에서 생산되는 오색농산물의 건강·기능성 물질(파이토케미컬, 색소 등) 생산을 위한 가능성 조사와 연구를 병행함.
- 오색농산물 식재의 디자인화로 지역 경관관광과 부가가치 증대에 이용하며, 친환경·유기농·GAP 방식의 안전한 재배를 통해 생산한 농산물을 2차 가공식품과 농촌체험관광 및 건강음식문화에 접목시켜 제주형 오색농업에 대한 기틀을 마련하고, 그와 동시에 시장경쟁력 있는 오색농업의 창출로 제주농촌 경제 활성화를 위한 신성장동력화를 목표를 안으로 제시해 봄.

<그림 IV-2> 오색농업 비전과 목표(안)



2. 오색농업과 스토리텔링 마케팅

- 문화의 세기 도래와 함께 모든 상품에 ‘감성’을 접목하는 것이 하나의 트렌드로 자리 잡아 가고 있음. 아무리 좋은 상품이 있더라도 이를 효과적으로 소비자의 구매로 연결시키지 못하면 아무 소용이 없음. 이에 최근 주목받고 있는 것이 스토리텔링 마케팅이라 하겠음.
- 오색농산물 관련한 스토리텔링 마케팅은 제주지역의 청정한 환경, 그리고 음식문화, 장수문화⁶⁾ 등 문화적 차별성 등을 활용할 수 있음. 또한, 이를 브랜드화 하여 효율적인 홍보·판매가 이루어지도록 해야 하며, 고객옹호마케팅(Advocacy Marketing)을 통해 고객의 요구와 이익에 부합하는 마케팅을 전개함으로써 제품의 질적 의미를 확산시켜야 함.
- 스토리텔링 마케팅과 고객옹호마케팅을 위해서는 제품 생산단계에서부터 지역 어메니티를 활용한 특성화 농촌마을과 연계토록 함으로써 시너지효과를 올릴 수 있을 것임.

1) 디자인 농업⁷⁾

- 디자인농업의 정의는 “목적에 맞게 특별히 고안된 농업”이라고 할 수 있으며 우리말로는 ‘창조농업’ 또는 ‘창의농업’이라고도 할 수 있음. 디자인 농업의 확산은 기술개발에 농업 내에서의 내발적인 분

6) 일례로, 제주시 구좌읍 김녕리는 장수의 섬인 제주에서도 장수촌으로 이름을 날렸던 지역임. 1570년대 일제의 ‘남명소승’에 따르면 100세 가까운 노인 7~8명을 만나고 그들의 장수비결, 불로초를 상식한다는 이야기가 기록으로 남아 있음. 이러한 장수스토리를 활용한 음식축제 등을 개발하고 장수촌으로 육성하는 것도 고려할 수 있음.

7) 박철호(강원대 생명공학과 교수), 원주인터넷뉴스 킬링 참조.

위기를 적극적으로 조성하여 발전의 계기로 삼아야 함.

- 다시 말해, 농업부문에서도 디자인이 필요함. 디자인이라고 하면 언뜻 브랜드 개발이나 농산물 포장디자인을 생각하기 쉬움. 물론 브랜드와 로고를 디자인하고 눈에 확 띄게 포장을 디자인하는 것도 농업에 필요한 디자인이지만 농업 디자인은 농업기술적인 디자인을 의미함.
- 농업에 있어서도 생물의 유전자를 조작하여 기능성 물질을 더 많이 함유하는 품종이나 제품을 만드는 생명공학기술은 당연히 일종의 디자인 농업에 해당되지만, 그런 고차원의 생명공학기술이 아니더라도 관행적인 생산 및 사양기술을 개선하여 차별화된 농산품을 만드는 것도 디자인농업이라고 할 수 있음.
- 생명공학기술을 적용하여 꽃 색깔을 더 예쁜 색으로 개발하거나, 유전적 개량이나 경종적 개선으로 약초의 특정한 기능성 함량을 더 늘린다든지, 채소나 과일의 특정 부위를 이용하여 목적에 따라 크거나 작게 한다든지, 또는 특정 영양소를 많게 한다든지, 고령자를 위해 가벼운 농기계를 만든다든지 하는 것도 모두 디자인농업이며 그런 전문가를 곧 농업 디자이너라고 함.
- 이는 소비자의 오감(五感)을 만족시키기 위한 전략이라 할 수 있음. 오색농업은 그 자체로 다섯 가지 색채를 지닌 농산물을 재배한다는 점에서 시각적 만족도는 충족될 수 있음. 그러나 여기에 그치지 않고 농촌의 자연환경과 경관, 특산물, 서비스 등을 활용한다면 오감을 만족시키는 마케팅으로 발전할 수 있을 것임.

- 97 -

- 따라서 지방정부가 나서 디자인(창조)농업에 대한 관심을 촉발하는 농정을 펼쳐야 함. 각종 농정시책을 추진하거나 평가하는 과정에서 디자인농업 분야에 대한 실적에 가중치를 부여하는 방법도 생각해 볼 수 있을 것임. 또한 농업계 고교생 및 대학생, 농업연구사, 농촌지도사, 농업행정직 등 농업관련 공무원, 농업인 등을 대상으로 농업디자인에 대한 개념을 확산하고 디자인농업 아이디어 공모, 디자인농업기술경연대회, 디자인농업박람회, 디자인농업대상 등을 통하여 유능한 농업디자인을 양성하는 기회를 자주 가질 수 있어야 함.
- 농업은 범위가 넓고 기술을 연구하고 개발해야 할 분야도 많지만 모든 분야에서 다 경쟁력을 갖기가 만만치 않을 수도 있음. 그래서 디자인농업과 같이 신개념의 농업 방향을 특화하는 것이 발전전략이 될 수 있음.

2) 제주의 돌담⁸⁾

- 제주도의 밭들은 돌담으로 둘러싸였는가 하면, 돌담에 의해 나뉘이기도 하고 이어지기도 함. 그리고 마을과 마을 사이의 경계선에 쌓은 갯담들, 숲지대가 시작되는 지역에 쌓아 우마의 출입을 방지했던 궁림담들, 집터의 경계선에 쌓았던 집담과 우잣담들, 산담 등, 사람의 발길과 눈길이 닿는 곳이면 어김없이 쌓아진 온갖 돌담들이 어우러져 섬땅 전체에 거대한 돌담띠를 형성하고 있음.
- 이 거대한 돌담띠로 인해 제주는 흑룡만리의 섬이라 불리기도 함. 중국의 황룡만리는 만리장성에 빗대어 불리어진 말임. 흑룡만리라 불리는 제주의 돌담들의 총연장 길이는 9천7백리이니 ‘만리잣담’이

8) 돌과 바람의 섬, 신들의 나라, 도서출판 각, 2001, 제주도.

라 하지 않을 수 없음.

- 무심코 볼 때는 자연석이 빚어내는 아름다움만 보이지만, 그것을 깨고 다듬어 쌓았을 듯한 사람들의 세월과 노고를 생각하면 오랜 정성과 고단함까지 눈물겹게 아름다운 것이 제주 돌담임.
- 밭에서 골라낸 돌들이 자연스럽게 담을 이루고, 흙과 씨앗을 보호하기 위해 바람을 걸러낼 돌담을 쌓아 두르는 일은 농경문화와 더불어 시작되었음. 그래서 밭담은 직선이 아닌 곡선이 되게 쌓았고, 특히 바람이 많은 해안지역일수록 높게 쌓아 흙이 바람에 날리지 않도록 했음.
- 밭돌담 중에는 작은 성곽처럼 특이한 돌담이 ‘갯길’이라 부르는 돌담으로 사람이 충분히 걸어 다닐 수 있는 넓이로 쌓여져 밭과 밭을 연결해주는 통로구실을 하였고, 이는 다른 지방에서 찾아볼 수 없는 제주만의 농로인 셈임. 남을 배려하며 더불어 살고자 하는 제주사람들의 마음이 담겨져 있는 것이 제주의 돌담임.

3) 오색농업의 스토리텔링

- 제주오색농업의 스토리텔링은 ‘디자인 농업’과 ‘제주의 밭담’을 중요한 요소로 오색농산물의 생산에 중요한 제주밭담의 태평양 바람에도 넉넉하게 이겨낸 강인함과 그 바람을 이겨낼 수 있는 곡선의 자연스런 밭의 형태를 중심으로 제주농업의 미래 비전으로의 디자인 농업을 추가하고, 밭담의 넉넉한 인심인 ‘갯길’을 중심으로 관광자원화 하여 ‘건강의 섬·관광의 섬’ 제주오색건강약속의 비전을 이룰 수 있는 오색농업 스토리텔링을 구성함.

- 99 -

- 흑룡만리 제주 밭담의 자연적·지리적 특이성을 이용한 천혜의 자연환경과 친환경 시범도 제주를 적극적으로 홍보하는 마케팅 전략을 기본으로 제주오색농업 단지의 밭담에서 자라나는 오색찬란한 제주산 컬러푸드의 심미적 효과와 시각적 효과를 더하여 경관요소로 부각시켜 매스컴 및 관광객들의 관심을 이끌 수 있는 기본요소로 구성함.
- 이와 더불어 제주오색농업단지의 디자인 농업으로 제주의 자연에 맞는 컬러푸드를 개발함과 동시에 오색농산물의 우수성과 2차 가공식품 판매의 효율성 및 3차 부가가치 식품의 개발과 더불어 오색농산물을 이용한 체험관광 및 음식관광을 추구하며, 제주오색농산물단지의 밭담을 이용한 밭담 체험코스를 조성하여 관광객들이 찾아올 수 있는 환경을 제공함.
- 오색농산물 브랜드 전략으로 앞서 언급한 스토리텔링 마케팅 등 제주의 이미지와 연계한 디자인 농업의 브랜드를 먼저 만들어낸 후 각각의 제품의 브랜드를 별도로 만들어야 함.
- 이와 같은 브랜드 창출 방향은 오색농산물 우수성을 동시에 부각시키는 것이면서 각각 생산제품의 차별성을 획득하게 함. 따라서 공동 브랜드 창출에 따라 포장, 용기 등 각종 디자인을 공유토록 하며, 제품의 개별특성에 따라 컬러 등에 변화를 주어 제작하는 방안을 도입해야 할 것임.

4) 고객옹호마케팅(Advocacy Marketing) 도입

- 고객 옹호(Customer Advocacy)는 고객 이익을 충실하게 대변하는 것으로, 고객에게 공개적이고 정직한 정보 제공, 고객과 쌍방향으로

- 100 -

이야기하여 고객과 신뢰 구축, 나아가 고객의 이익을 극대화하고 고객과 긴밀한 제휴관계를 맺어 고객을 성실하게 대변하는 것이라 할 수 있음.

- 따라서 고객응호마케팅은 웰빙, 건강 등에 대한 요구가 높아지고 있는 현대인들에게 오색농산물 판매하는 기본 전략의 하나로 도입되어야 함. 즉, 청정 제주에서 생산된 오색농산물이 소비자들의 건강을 지키고 삶의 질을 높일 수 있다는 믿음을 심어줄 수 있어야 함. 이는 오색농산물 제품이 윤리·환경·커뮤니티 등을 고려한 사회지향적, 고객지향적 제품임을 강조하는 것으로 다른 제품들과의 경쟁에서 지속가능한 우위를 확보할 수 있도록 할 수 있음.

3. 오색농업을 활용한 제주지역농업 활성화 방안

1) 제주지역 농업의 현황과 실태

(1) 농업 재배면적 변화 및 조수입 구조

- 제주지역농업 발달과정은 1960년대 식량작물·특용작물(고구마, 유채·참깨)을 시작으로 정부의 지원에 힘입어 1970년대 감귤산업이 태동하였고, 1980년대 아열대 작물(바나나·파인애플 등)이 본격적으로 재배 단계에 접어들었음.
- 1990년대 들어서는 화훼·시설작물·농촌관광 등이 붐을 이루었고, 2000년대에 접어들어 틈새·특화작물(한라봉·천혜향·망고·특화채소류 등)로의 빠른 작목전환으로 소득이 증대되고 있음.

<표 IV-1> 주요 작목별 재배면적의 변화 (단위 : ha, %)

구 분	1970		1980		1990		2000		2009	
	면적	비율	면적	비율	면적	비율	면적	비율	면적	비율
식량작물	59,768	75.7	39,144	54.6	28,772	42.9	15,227	25.3	16,349	29.2
미 곡	2,001	2.5	2,037	2.8	797	1.2	205	1.3	26	0.1
백 류	25,032	31.7	15,526	21.7	9,322	13.9	2,576	4.3	16,323	29.1
감 곡	8,447	10.7	1,493	2.1	1,752	2.6	552	0.9	1,419	2.5
두 류	10,550	13.3	8,403	11.7	10,332	15.4	5,876	9.8	8,028	14.3
(콩)	9,609	12.1	7,749	10.8	8,722	13.0	5,597	9.3	7,639	13.6
서 류	13,738	17.4	11,685	16.3	6,569	9.8	6,018	10.0	2,553	4.5
(고 구 마)	13,559	17.2	10,580	14.7	3,790	5.6	1,095	1.8	140	0.2
(감 자)	179	0.2	1,103	1.5	2,779	4.1	4,923	8.2	2,413	4.3
채 소 류	2,004	2.5	3,497	4.9	7,110	10.6	12,163	20.2	18,119	32.3
(양 배 주)	52	0.1	197	0.3	783	1.2	1,132	1.9	2,239	4.0
(배 주)	-	-	503	0.7	632	0.9	542	0.9	435	0.8
(양 근)	4	0.0	494	0.7	1,052	1.6	2,617	4.4	1,681	3.0
(아 늘)	203	0.3	563	0.8	1,921	2.9	3,414	5.7	3,448	6.1
(양 과)	184	0.2	251	0.3	432	0.6	719	1.2	1,037	1.8
(부)	423	0.5	301	0.4	541	0.8	604	1.0	4,427	7.9
과 수	5,002	6.3	14,164	19.8	20,237	30.2	26,767	44.6	18,801	33.5
(감 귤)	5,002	6.3	14,095	19.7	19,414	29.0	25,796	42.9	18,344	32.7
특용작물	12,275	15.5	14,854	20.7	10,673	15.9	5,507	9.2	2,606	4.7
(유 채)	10,440	13.2	8,150	11.4	5,200	7.8	2,117	3.5	718	1.3
(참 깨)	1,314	1.7	6,321	8.8	5,107	7.6	2,320	3.9	1,719	3.1
화훼	11	0.0	31	0.0	245	0.4	408	0.7	187	0.3
총 면적	79,060	100.0	71,690	100.0	67,037	100.0	60,072	100.0	56,062	100.0

자료 : www.kosis.kr , 제주도 주요 농축산업현황, 각 연도.

- 1990년 이후 제주도 농작물의 재배면적은 비중이 높았던 맥류, 잡곡, 콩, 고구마, 유채, 참깨와 일부 채소류와 감귤, 감자, 화훼류 재배면적 크게 감소하고 있으나, 당근, 마늘, 양파, 쪽파 등 월동채소류 재배면적 계속적 증가하는 추세임. 그리고 작목별 연간 총 작물 재배면적은 1990년의 6만7,037ha에서 2009년에는 5만6,062ha로 계속적 감소 추세임.

<표 IV-2> 주요 작목별 조수입의 변화

(단위 : 백만원, %)

구 분	1970		1980		1990		2000		2009	
	면적	비율	면적	비율	면적	비율	면적	비율	면적	비율
식량작물	4,149	62.1	37,110	30.5	79,388	14.1	118,331	15.0	106,009	9.1
미 곡	214	3.2	2,452	2.0	3,184	0.6	1,535	0.2	3,403	0.3
맥 류	2,046	30.6	14,113	11.6	20,010	3.6	11,789	1.5	9,093	0.8
잡 곡	316	4.7	1,795	1.5	2,145	0.4	1,533	0.2	3,719	0.3
두 류	284	4.2	4,381	3.6	23,941	4.2	20,043	2.5	23,569	2.0
(콩)	263	3.9	4,183	3.4	21,832	3.9	18,745	2.4	21,430	1.8
서 류	1,289	19.3	14,369	11.8	30,108	5.3	83,411	10.5	66,225	5.7
(고 구 마)	1,246	18.6	11,644	9.6	14,875	2.6	4,652	0.6	1,337	0.1
(감 자)	43	0.6	2,725	2.2	15,233	2.7	78,759	10.0	64,888	5.6
채 소 류	892	13.3	15,530	12.8	62,395	11.1	193,632	24.5	325,750	27.9
(양 배 추)	29	0.4	1,176	1.0	6,383	1.1	20,981	2.7	12,438	1.1
(배 추)	-	-	2,181	1.8	4,083	0.7	6,025	0.8	4,340	0.4
(당 근)	2	0.0	1,886	1.5	5,338	1.0	28,979	3.7	41,700	3.6
(마 늘)	199	3.0	4,059	3.3	20,261	3.6	63,003	8.0	89,388	7.7
(양 파)	133	2.0	1,774	1.5	7,790	1.4	14,616	1.8	25,960	2.2
(무)	-	-	962	0.8	1,680	0.3	5,672	0.7	63,635	5.5
과 수	953	14.3	55,776	45.8	380,900	67.6	386,243	48.8	655,500	56.2
(감 꺾)	953	14.3	54,500	44.8	315,100	55.9	370,811	46.9	631,500	54.2
특용작물	674	10.1	9,763	8.0	23,586	4.2	43,966	5.6	53,133	4.6
(유 채)	544	8.1	4,868	4.0	6,509	1.2	3,402	0.4	2,127	0.2
(참 깨)	125	1.9	3,235	2.7	13,516	2.4	13,172	1.7	14,911	1.3
화 훼	17	0.3	3,594	3.0	17,214	3.1	48,699	6.2	25,831	2.2
총 수입	6,685	100	121,781	100	563,483	100	790,871	100	1,166,223	100.0

자료 : www.kosis.kr , 제주도 주요 농축산현황, 각 연도.

- 제주특별자치도의 농업부문 조수입은 1980년 1,218억원에서 1999년 IMF금융위기 이후 경기침체 영향으로 증가폭이 둔화되었으며, 2008년 1조1,662억원으로 증가하였음. 2008년 기준으로 주요 작목별 조수입의 구성으로 과수류 56.2%, 채소류 27.9%, 식량작물 9.1%, 특용작물

- 103 -

4.6%, 화훼류 2.2% 순으로 나타나고 있으며, 품목별로는 감귤 54.2%, 마늘 7.7%, 감자 5.6%, 무 5.5%, 당근 3.6% 순임.

(2) 주요 작목의 특화 분석

- 1980~2007년까지의 특화계수⁹⁾의 평균치를 살펴보면 특화품목(1이상의 값을 보이는 품목)으로는 마늘, 양파, 파, 당근, 무, 양배추, 맥주보리, 잡곡, 콩, 고구마, 감자, 유채, 참깨, 화훼, 감귤이 높게 나타났음.

<표 IV-3> 주요 작목별 특화계수의 연도별 변화

구 분	1980	1985	1990	1995	2000	2005	2007	평균
근 채 류	마 늘	0.59	1.08	0.81	1.20	2.7	4.4	2.1
	양 파	1.27	1.70	1.10	1.66	1.5	1.8	2.3
	파	0.53	5.59	12.14	2.31	2.9	1.6	3.8
	무	0.44	0.34	0.51	0.52	0.8	3.3	1.6
엽 채 류	당 근	4.69	6.4	14.83	15.36	18.5	17.8	18.0
	배 추	0.38	0.47	0.97	0.52	0.5	0.5	0.6
	양 배 추	3.42	2.92	13.28	8.60	12.0	12.9	11.3
과 채 류	수 박	0.27	0.47	1.76	0.85	0.9	0.6	0.8
	토 마 토	0.85	0.74	0.52	1.13	0.3	0.1	0.5
	오 이	0.54	0.35	0.35	0.56	0.1	0.2	0.3
	호 박	0.94	0.61	0.37	0.24	0.2	0.6	1.7
식량 작물	미 곡	0.06	0.04	0.02	0.0	0.0	0.0	0.0
	맥주보리	9.91	5.09	7.07	4.70	2.9	3.4	4.1
	잡 곡	1.11	1.32	1.66	1.29	0.6	1.1	0.6
	콩	1.60	1.53	2.01	2.90	2.1	1.5	2.2
	고 구 마	7.50	6.26	7.01	2.86	2.2	0.1	0.4
특용 작물	유 채	21.66	35.66	25.48	32.5	31.0	32.6	27.3
	참 깨	5.07	3.74	1.68	1.09	1.1	1.7	1.5
화 훼 류	화 훼	0.95	1.64	2.45	2.19	1.1	1.4	1.2
과 일 류	감 꺾	38.80	37.58	35.06	32.87	31.9	32.8	38.0

자료 : www.kosis.kr

9) 특화계수 : (제주지역감귤재배면적/제주지역 총경지면적)/((전국 감귤재배면적/전국 총경지 면적)

- 특화계수의 감소 추세를 보이고 있는 작목과 정책적 변수를 고려해 볼 때 향후 특화품목으로 중요도 차지 품목은 마늘, 양파, 무, 당근, 양배추, 감자, 유채, 감귤 등 과수와 채소류를 중심으로 판단되고 있음.

(3) 일반농업의 문제점

- 채소를 중심으로 이루어지는 제주농업은 기후·기상 등 자연적인 현상과 개별생산·출하자들의 인위적인 요인 때문에 월동 채소류의 생산 및 유통단계에서 수량과 가격의 불안정성의 문제가 있음.
- 대량 소비자와의 지정학적인 특성으로 물류·유통비용이 과다하며, 전국도매시장의 유통정보망이 부족하여 중간 수집상에 의존하는 포진 거래 형태의 유통체계로 실질적인 농가소득 보장이 안 되고 있음.
- 마늘, 양파, 당근 등 겨울 노지채소의 경우 과잉생산 반복, 소비위축 등으로 인한 수급 및 가격 불안정으로 농가소득 증대에 차질을 초래하는 사례가 빈번하며, 가공을 통한 건강식품 개발 등 새로운 수요처 개발이 미흡함. 또한, 호당 경작면적이 비교적 작고 밭에 압반이 많아 기계화작업이 불리함.

2) 농업·농촌의 내·외적 환경

(1) 농업·농촌에 가해지는 압력

- 농업·농촌에 내부 자원의 활용 가능성이 극도 저하
 - 과거 농업·농촌이 보유하고 있는 인적, 물적, 문화적, 사회적 자원은 국가의 산업화와 경제성장의 원동력으로 작용하였음.
 - 그러나, 산업화가 달성된 현재 시점에서의 농업·농촌이 보유하고 있는 자원은 활용성이 극도로 저하되고 있음.

- 105 -

- 농업 생산 인력의 고령화 및 농업관련 상업 종사 인력의 약체화, 토지자원의 약화(지력감소, 타 부문 전용), 성장을 위한 재투자 자본의 부족 등 농업 전 부문에 걸쳐 성장동력이 소진된 상황임.

- 외부 시장경쟁의 격화로 인한 농업 생존 위기
 - 한미 FTA 협상 타결 : 제주 감귤산업의 발전 전략 무용화 및 감귤 산업 전체의 몰락 가능성 우려
 - 과일 주산지 보상 : 신규 산지를 찾는 대형 유통업체의 전략에 따라 제주권 과일이 전라권을 중심으로 주산지 경쟁이 심화될 것으로 예상됨.

- 농업·농촌이 제공하는 다원적 가치에 대한 이해가 약화되고, 국내산 농산물에 대한 인식 저하로 농업 보호 욕구에 대한 국민적 합의가 약화됨.
 - 농산물과 농촌 지역의 상품화가 진전되면서 농업·농촌이 제공하는 다원적 가치에 대한 인식이 급격하게 약화되고 있음. 상품화는 국내산과 수입산이 아닌, 가격과 품질로 승부가 갈리는 냉혹한 경제의 구도로 농업·농촌을 내몰고 있음.
 - 시장지향적 산업정책은 농업부문의 육성, 보호 논리를 탈각(脱却)시키며 농업·농촌을 시장화·상품화의 영역으로 밀어내고 있음.

(2) 글로벌경쟁과 지역

- 글로벌 경쟁은 국경이 아닌, 국내 시장에서 벌어지고 있는 현실
 - 아직 불씨가 살아 있는 WTO/DDA 협상과 당사국 간의 자유 무역을 추구하는 FTA 협상과정에서 국경을 지켜내는 것만이 글로벌 경쟁이 아님. 글로벌 경쟁은 바로 일상생활 속에서 진행되고 있는 현실임.
 - 썬키스트(Sunkist), 델몬트(Delmont), 돌(Dole), 제스프리(Zespri) 등 대

- 106 -

규모 글로벌 브랜드 농산물이 국내산 농산물과 경쟁하고 있으며, 이들 글로벌 브랜드 간에도 한국 시장 점유율 확대를 놓고 치열하게 경쟁하고 있는 상황임.

- GAP(우수농산물관리제도), 유기농 인증시스템 등 농산물 생산, 유통 과정에서 요구되는 위생/안전 시스템은 이미 글로벌기준(Codex 등)에 맞추어 적용되고 있는 실정임.

- 글로벌 시대에 지역은 특성화, 차별화라는 측면에서 새로운 가능성, 새로운 경쟁력의 원천으로 등장하고 있음.
- 낮은 산업화 수준에서는 글로벌 기준에 적합한 수준으로의 향상에 주력하는 것이 주된 목표가 됨.
- 그러나 산업화가 일정 수준에 도달한 이후에는 특성화, 차별화가 경쟁력의 원천이 되며, 지역이 가진 전통, 역사, 문화, 지리 등 복합적 요소들이 바로 강점을 갖게 하는 원동력이 됨.
- 글로벌 시대에 오히려 지역을 재발견하는 역설적인 상황이 강화되는 것임.

(3) 혁신을 통한 생존 기회의 확대

- 지역농업의 경쟁력 확보는 지역농업의 생존이 걸린 문제
- 지역농업이 지역산업으로서 존재하기 위해서는 고도의 생산력과 가치창출력을 확보하고 있어야 하며, 결국 시장경쟁력으로 나타나게 됨.
- 중요한 점은 과거와 같이 지역농업을 구성하는 개별 주체들의 시장 경쟁력의 합이 곧 지역농업의 경쟁력으로 귀결되지 않고, 지역적 선택과 지역주체 간의 협력에 의한 새로운 경쟁체제를 준비해야 하는 것임.

- 기회발견, 기회포착을 위한 치밀한 준비
- 시장에서 경쟁력을 확보할 수 있는 틈새, 기회는 자꾸만 줄어들어 가고 있음. 지역 간 경쟁 속에서, 그리고 농업 전후방에서 이루어지는 ‘가치잠식 경쟁’ 속에서 지역농업이 파고 들어갈 수 있는 기회는 지속적으로 감소하고 있음.
- 지역농업의 산업화를 위해서는 시장경쟁의 상황, 기회 감소의 상황을 돌파해내기 위한 치밀한 준비가 필요
- 생산기반 확보와 함께 핵심거점 시설 확보, 지역 마케팅을 위한 기반확보(공동브랜드 및 품질관리 체계 등), 지역 특성화를 위한 원천기술 등 HW, SW기반이 필요, 또한 약체화되어 가는 농업주체를 보완할 인력풀, 사업조직 등 지역자원 전반을 활용할 수 있는 지역협력 시스템을 필요로 함.

3) 오색농업 기본 발전방향

(1) 시장 지향적 성장

- 쉐어링푸드는 최근에 인간의 몸에 이로운 식품을 섭취함으로써 건강을 유지하며 좀 더 나은 생활을 영위하겠다는 관점에서 관심이 폭넓게 자리 잡고 있으며, 언론과 잡지 및 인터넷을 통한 홍보로 나날이 시장이 확대되고 있음.
- 또한 제주의 농산물 생산량과 경쟁력에서는 감귤을 비롯한 채소부문의 오색농산물 생산에 대한 비중이 더욱 커지고 있음. 하지만 과잉생산과 생산·유통 시스템의 미비로 인해 양질의 제품을 갖고 있으면서 농가소득 증대에는 큰 도움을 주지 못하고 있음.
- 그리고 제주지역경제는 1차와 3차 산업 중심의 구조로 농산물의 2차 식품가공과 핵심기술 연구개발 분야가 절대적으로 필요함.

- 이에 점점 높아져가는 건강식품에 대한 관심에 시장적 접근 방향으로 제주 오색농산물 생산에 GAP, 유기농 방식의 경작과 판매를 위한 브랜드 정책을 강화하여 제주 오색농산물의 우수성을 강조하며, 핵심기술개발과 식품가공에 대한 투자를 통한 2차 가공제품 생산과 마케팅에 역량을 높여야 함.

(2) 지역산업의 통합

- 생산을 위한 지역 농업조직, 연구개발의 대학 및 연구조직, 행정지원을 위한 지자체 부서 및 가공·생산·마케팅을 위한 조직 등 1차, 2차, 3차 사업의 전 부문 조직의 통합과 제주관광산업과 밀접한 조직구성을 통해 오색농업의 활성화를 위한 각각의 조직의 역할을 분담과 협의를 위한 주체조직 육성을 통해 지역 경제 활성화를 이루어야 함.

(3) 활력있는 주체

- 지역 자원의 통합과 오색농업의 비전과 목표를 이루어야 할 활력있는 주체를 구성해야 함. 그 주체로는 오색농산물의 오색테마를 구성하기 위한 디자인 담당 주체와 농산물 생산기술과 지도를 위한 농업기술 담당 주체 및 행정을 담당할 지자체 지원 담당 및 전체를 통합할 수 있는 농업 기획조직의 적극적 역할이 필요함.

4) 오색농업의 추진과제

(1) 오색농업 특성화 아이템 선정

- 오색농산물을 중심으로 제주에서 필요한 사업을 선정하여 특성화 아이템을 선정하는 작업이 필요함. 특히 제주는 관광객 600만 명의 시대와 맞맞추어 오색농업과 관광산업과의 연계가 필수적인 만큼 인간의 오감을 충족시켜내기 위한 “오색농산물을 보고(視), 먹고(食),

- 109 -

느낄(感)수 있는 특성화된 아이템” 선정이 필요함.

(2) 오색농업 육성을 위한 계획

- 오색농업을 특성화 할 수 있는 아이템 선정을 통해 각각의 주체들이 생산 및 상품화와 가공, 유통, 마케팅 등 일련의 사업체계를 위한 조직 구성과 지원체계 구축을 포함한 종합적 사업계획이 필요함.

(3) 오색농업 주체들 간의 의사소통 확보

- 오색농업은 제주지역에서 처음으로 시도되는 산업인 만큼 각각의 주체들의 이해부족으로 인한 의사소통 구조에 문제가 따를 것으로 예상됨. 이에 따라 지자체 중심의 주도성과 개방성으로 산·학·연·관의 의사소통 체계를 확보하는 것이 필요함.

(4) 오색농업 인프라 확충을 위한 사전 투자

- 특성화된 아이템 선정을 통한 주체들의 생산 및 상품화와 가공, 유통, 마케팅 등 일련의 사업을 위한 생산기반, 유통·마케팅에 필요한 인프라에 대한 사전 투자가 필요함.

(5) 지식·연구 자원의 확보

- 제주지역의 제주대학교, 농업기술원, 하이테크진흥원, 요리전문 분야 등 R&D 조직과의 긴밀한 협력을 통해 원천기술, 특성화 기술과 신제품개발, 요리법 및 포장 기술 등의 확보가 필요함.

5) 오색농업 기본 발전전략

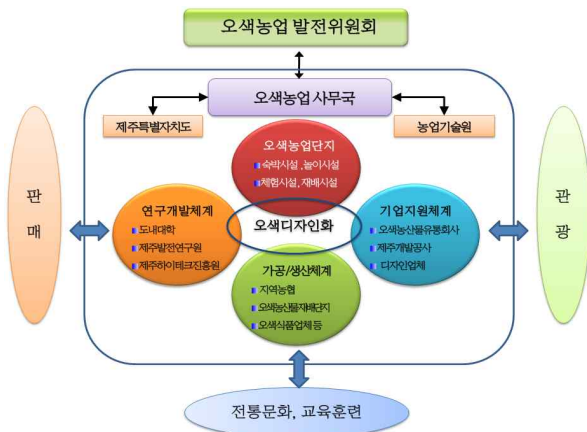
(1) 오색농업 발전 조직구성

- (가칭)제주 오색농업 사무국을 중심으로 하여 오색농업단지시설, 식품

- 110 -

관련기업, 대학 및 연구소, 기업지원서비스, 정부기관 및 지방자치단체, 시민단체, 협회 등 유기적 협조가 중요함. 특히 오색농업 사무국을 중심으로 생산기술을 위한 농업기술원 및 행정업무를 담당할 자치단체 농업담당과 전체적인 디자인 구성을 담당할 주체가 중요함.

<그림 IV-3> 제주건강식품클러스터 지원체계



- 연구정보와 지식의 연계가 중요하며 지리적 인접성과 네트워크 형성을 통해 기술, 산업, 조직 측면에서의 혁신을 유도
 - 이를 위해 우선적으로 제주특별자치도 산하 ‘오색농업발전위원회’를 신설하여 산·학·관·연의 유기적 협조관계를 형성
- 오색농업 발전조직 구성을 구체적으로 예시해보면, 제주특별자치도

- 111 -

(오색농업발전위원회)를 중심으로 오색농업 사무국을 두고 오색농업 단지를 중심으로 가공/생산주체로 오색농산물 재배단지 영농조합, 지역농협, 오색식품업체 등이 있으며, 기업지원주체로 오색농산물 유통회사, 제주지방개발공사, 기획·디자인업체 등이 있으며, 연구개발 주체로는 도내 대학과 제주하이테크산업진흥원, 제주발전연구원, 제주도농업기술원 등 4핵 체제로 구성 가능할 것임.

- 또한 재배의 시간적인 부분과 브랜드 개발, 마케팅, 신제품 개발에 있어서 독창적인 오색디자인화를 통해 경관관광과 제품의 고부가가치를 위한 전략화 방안으로 적극 활용할 필요가 있음.
- 오색농업의 중심인 생산시스템에는 원료 농산물의 공급체로서 지역농협을 중심으로 오색농업 재배단지를 조성함.
 - 생산시스템을 지원하는 기구로 연구개발체계와 기업지원체계를 구성요소에 포함할 수 있음. 연구개발시스템에는 제주대학교, 제주발전연구원 등이 있으며, 기업지원체계에는 오색농산물유통·판매회사, 제주특별자치도개발공사와 농업 관련 단체, 포장이나 디자인 지원업체 등이 해당됨.
 - 농가나 가공업체 기술을 전파하는 기술지원기관으로 산학컨소시엄, 기술이전기관, 현장예로 기술 연구기관 등이 있는데 여기에는 제주도농업기술원과 제주하이테크산업진흥원이 포함됨.
- 오색농업의 발전을 위해 제주지역의 관광단체와 협약, 정보교류 및 도내외의 판매를 위한 연구, 조사 기능을 체계적으로 확립시켜 나가는 교육훈련 기능, 정보교류 기능, 창업보육 기능, 시험생산 기능, 사업화 기능 등을 들 수 있으며, 산·학·관·연 역할분담을 통하여 이러한 기능을 충실하게 수행해야 함.

- 112 -

<표 IV-4> 오색농산물 발전조직 구성요소의 기능

구 분	구성 주체	주요 기능
오색농산물발전위원회		- 발전계획 수립 및 공동사업의 수행 - 주체에 대한 사업 심의 추천 - 참여주체들에 대한 컨설팅으로 혁신유도
오색농산물사무국		- 오색농산물 발전 기본계획 작성 - 사업자의 사업계획서 작성 협조 - 연구개발 수요에 대한 파악 및 공동연구의 추진 - 생산관련 기관·단체와 대학 및 연구기관과 업체들이 요구하는 관련 기술분야 전문가와의 연결, 교류, 협력 추진 - 개발된 기술특허를 이용한 산업화 추진 - 소규모 창업기업에 대한 기술지원 및 경영지도
산(産)	오색농산물단지	- 생산시설 확충, 친환경제품 생산 - 품목별 연구회 조직 등 자발적 학습체계 구축 - 경관 보전 및 체험관평시설 추진
	오색농산물 유통·판매 전문회사	- 공동 브랜드 마케팅 등 협력사업 추진 - 지역농업의 경쟁력 향상 사업 추진 - 소비자 수요변화 파악 및 표적시장 분석 - 유통경로 및 수익성 분석 - 틈새시장 발견 및 생산자에 정보전달 - 홍보 및 수출시장 개척
학(學) 연(研)	농업기술원	- 고기능성 품종선발 및 재배법 개발 - 우수품종 보급사업
	제주하이테크진흥원, 민간연구소	- 경영진단, 시장분석, 전문 컨설팅 - 신규 사업발굴 및 사업 모니터링 - 산업화(상품화) 기술개발 및 기술이전
관(官)	제주발전연구원 제주도농업기술원	- 정책수립 및 사업시행 체계 마련 - 사업 평가 및 사업개선방안 마련
	지자체	- 오색농산물 사업단 참여 및 행정지원 - 신규 사업 발굴 및 사업체 창업 지원 - 인근 시·군과의 협력방안 마련 및 추진 - 지역사업에 대한 지방비 지원 - 지역 네트워크 활성화 지원

- 113 -

- 구체적으로 살펴보면, 첫째, 연구개발 기능에서 오색농업사무국을 중심으로 산·학·연 공동연구를 위한 여건조성이 중요하다.
- 둘째, 기술인력의 교육훈련 기능을 수행하기 위하여 시설을 구비하는 것은 물론, 단계적인 교육 프로그램이 제공되어야 함. 오색농산물인 경우 GAP, 유기농 고품질 규격생산을 위한 품질관리 프로그램이 우선적으로 요구되며, 아울러 오색농산물의 소비기반 저변확대를 위한 교육도 병행되어야 할 것임.
- 셋째, 연구기관과 산업체가 언제든지 충분하게 정보교류를 할 수 있도록 통신시설을 갖추어야 하며 회의시설도 필요함.

(2) 오색농업단지 조성사업

① 기본구상

- 오색농업단지는 오색농업 발전에 밑거름이 되며 제주지역 켈러푸드의 우수성, 켈러푸드 농원의 경관자원화, 산지 농산물 수확에 이은 켈러푸드 음식 체험장 등의 역할을 수행하며, 2차 가공제품의 판매와 브랜드 홍보의 장으로 조성함.

② 장소선정

- 오색농산물발전위원회를 중심으로 실행조직을 구성하여, 토질이 양호하며, 재배 관리에 유리한 장점이 있고, 관광객들이 접근성이 양호한 지역으로 선정해야 함. 이는 농업의 1차, 2차 3차화를 포괄할 수 있는 목표를 이루기 위한 것임.

③ 재배작물 선정

- 재배작물선정 및 재배방법 : 오색농업단지의 기본 구상은 작물재배에 장소마케팅¹⁰⁾을 도입하여 작물재배에 앞서 단지의 기본 디자인

10) 장소마케팅은 기본적으로 특정 지역(도시 혹은 장소)을 상품화하여 지방, 정부나 민간

을 완성한 후 재배작물을 선정하여 오색농업단지에 걸맞은 색채화 재배를 구현하는 방식을 취해야 함.

- 이는 단지를 오색농산물 생산에만 이용하는 것이 아닌, 제주 관광산업 활성화와 더불어 지역주민이 함께 할 수 있는 공익적 기능을 수행하고, 나아가 농촌의 경관 자원화에도 일조할 것임.

<그림 IV-4> 함평나비축제의 꽃을 이용한 장소마케팅



④ 푸드 투어리즘 활성화

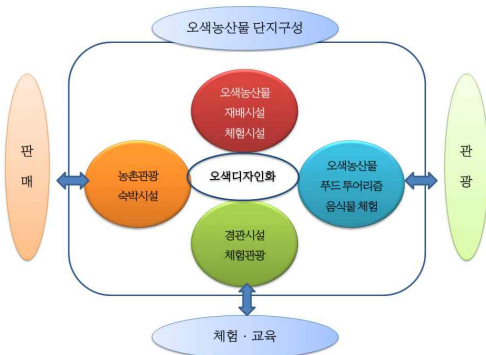
- 푸드 투어리즘(Food Tourism)이란 우리나라에서 아직 많이 사용하지 않아 다소 생소하지만, 유럽에서는 농촌관광(Rural Tourism)과 함께 많이 활용하고 있음. 음식관광이라고 직역을 하여 사용하기도 하지만, ‘맛 기행’이라 풀 수 있음. 일본에서도 식여(食旅)라 표현하고 있음.
- 푸드 투어리즘은 녹색체험관광의 연장선상에서 접근하는 것이 바람직하여 ‘향토음식 체험관광’, 또는 ‘웰빙 맛 기행’이라는 용어가 더 적합할 것 같음. 유럽에서는 와인 매니아나 치즈 매니아들에 의한

차원의 협력을 전제로 지역의 특정 이미지, 시설개발을 통해 지역 자체로서의 상품가치를 증대시켜 소기의 목적(대형이벤트, 산업유치, 지역경제 활성화)을 달성하는 것을 말함.

와인 투어리즘이나 치즈 투어리즘도 있지만, 우리나라와 같이 복합영농이 보편적이고 다양한 지역 먹거리가 있는 현실에서는 푸드 투어리즘을 로컬 푸드시스템의 관점에서 생각하는 것이 좋음.

- 이를 제주 오색농업의 체험관광과 연계한다면 ‘제주 웰빙 맛기행’, ‘제주 건강 맛기행’, ‘제주 알록달록 맛기행’ 등 차별화된 이름을 붙일 수 있을 것임.

<그림 IV-5> 오색농산물 단지 구성도



- 이와 관련하여 오색농업단지 조성에 또 한층을 담당할 것이 음식의 내용과 절임. 이는 오색농산물의 풍부한 맛과 영양을 담아 기존의 음식을 뛰어 넘는 색과 맛, 건강의 약속을 담아냄으로써 지역의 명소가 되며, 제주 오색농산물의 우수성을 널리 알릴 수 있는 기회가 될 것임.

- 이를 위해 지역의 음식전문가와 전통음식 기능보유자를 중심으로 변화되는 음식문화에 맞추어 오색농산물의 속성을 드러낼 수 있는 음식을 개발하고 단지에서 맛볼 수 있는 기회를 제공해야 할 것임. 또한 흑돼지 등 제주지역의 명품과 연계하는 방안도 검토되어야 함.

⑤ 오색농업단지의 구성요소

- 오색농업단지 구성요소로는 오색농작물 재배단지를 중심으로 농촌 관광을 위한 숙박시설과 오색농산물 체험시설, 오색농산물 관광시설, 오색농산물 제품 판매시설, 오색농산물 음식점 시설, 오색농산물 가공시설 등이 중·장기적으로 필요로 할 것임. 그 외 연구시설, 물류시설 등을 집적화함.
- 흑돼지 등 제주지역 명품과의 연계 및 지역 특산물과 연계한 복합 공간화 검토

(3) 오색농업 식품 및 제품화 연구 부문

- 식품산업 기반이 미약한 제주지역 상황에서 대규모 예산을 초기에 투입하는 방식보다는 식품연구 및 식품산업의 능력을 점진적으로 향상하는 것이 바람직하다고 할 수 있음. 따라서 연구기능 향상을 기초로 하는 지역 식품산업 발전전략이 필요함. 이는 2009년에 발간된 '건강식품과 연관된 제주지역 농산물 클러스터 구축방안'¹¹⁾에서 이미 언급하고 있음.
- (가칭)제주건강식품산업화연구소의 설립으로 제주지역에서 생산되는 오색농산물에 대한 효능과 상품화 가능성을 검토하고 단계별로 제품화 방안 제시함. 또한, 오색농산물의 산업화 방안연구와 네트워크

11) 제주발전연구원, 건강식품과 연계한 제주지역 농산물 클러스터 구축방안, 2009 참조.

를 활용하여 다음과 같은 사업을 공동 수행함.

- 연구개발 수요에 대한 파악 및 공동연구의 추진
- 생산관련 기관·단체와 대학 및 연구기관과 업체들이 요구하는 관련 기술분야 전문가와의 연결, 교류, 협력 추진
- 개발된 기술특허를 이용한 산업화 추진
- 소규모 창업기업에 대한 기술지원 및 경영지도
- 외부 연구기관이나 업체의 지역 내 유치
- 생산, 가공, 홍보·유통 등 전 단계에 걸친 오색농업 발전방안 도출
- 지역 내 관련기관과 협력체계를 구축하여 장기적으로 제주식품농업 과학 연구소로 확대 발전시켜 나감.
 - 제주건강식품 효능 및 상품화는 (가칭)제주건강식품산업화연구소와 제주하이테크산업진흥원과 연계
 - 농산물 품종개발, 재배기술개발 및 표준화는 제주도농업기술원과 연계
 - (가칭)제주건강식품산업화연구소, 제주발전연구원, 제주특별자치도농업기술원, 제주하이테크산업진흥원과의 기술협력체계 구축
 - 추후 민간기업 유치, 민간연구소 육성·지원하는 방안 수립
 - 또한, 본 사업의 중추적인 기능을 할 수 있는 대학의 경우 1차 산업 관련 대학(제주대학교 생명과학대, 해양과학대 등)에 식품가공전공 교수 및 교과과정, 인력양성 등 미흡한 부분을 조속히 보강할 수 있는 기반을 마련하여 서로 상호보완적 기틀을 병행 구축이 필요하며, 전문계 고교에서의 교과 개설을 통한 인력양성 중장기 전략도 마련할 필요가 있음.

(4) 농산물 생산부문

- 오색농산물 재배단지 선정은 농업기술원이 주도하여 오색농산물 재배에 맞는 지역을 중심으로

- 오색농산물 재배현황을 고려하여 오색농산물 재배단지를 권역별로 지정
- 재배단지 선정은 현 재배현황, 향후 지속 가능성, 어메니티를 활용한 마을 가꾸기 사업 추진여부 등을 종합적으로 고려하여야 하며, 특성화마을을 연계한 권역화, 또는 지역농협 단위로 단지 신청을 유도하여 규모화·집단지화 추진
- 대규모 친환경 기계화 재배단지 조성
- 권역별로 생산된 농·특산물의 집하, 가공 등이 이루어지는 공간이며, 제주건강식품 스토리텔링 마케팅을 위한 각종 여건 조성
- 저비용·고품질 관련 기술 보급 촉진함.

(5) 오색농산물 가공·제조부문

- 오색농산물 가공·제조는 오색농산물단지에서 일괄적으로 추진토록 함으로써 가공·제조기술의 집적을 도모함.
- 제주건강식품 가공공장 건립
- (가칭)제주건강식품산업화연구소, 제주하이테크산업진흥원과의 협력을 통한 식품업체의 품질관리체계 생산시스템 구축
- 식품업체의 HACCP 시스템 구축 지원 및 ISO 설비 구축 등
- 오색농산물의 가공·제조 분야로는 음료분야, 자연 색소분야, 건강보조식품 분야 그리고 포장·유통 기술 분야가 있음.

(6) 오색농산물 유통·판매분야

- ① 유통·판매회사 설립 및 유통물류센터 건립
- 농림수산부의 유통구조 개선사업의 일환인 유통회사 설립에 근거한 지원을 받는 유통·판매 전문회사 설립

- 119 -

- 생산된 농산물을 중심으로 유통·판매회사가 운영하는 유통물류센터 건립하며, 권역별 농특산물의 단지 내 집하장 마련
- 법인설립 및 CEO 선정, 직원교육프로그램 운영, 대량 소비처와의 직거래 등을 통한 조기 경영안정 도모
- 오색농산물 제품의 판매와 수출을 위한 유통·판매법인을 설립하여 브랜드의 종합적인 관리 추진
- 오색농산물 제품판매 활성화를 위한 개방형 매장 개설
- 제주지식산업진흥원과 연계한 인터넷 홈쇼핑 개설 등 판매프로그램 개발
- 생산과 마케팅 주체 형성을 위한 창업지원 및 금융, 연구, 기술개발과 보급, 마케팅 지원 등에 대한 프로그램 마련을 통해 오색농업 기반 확대

- 120 -

V. 결론 및 정책제언

1. 결론

- 최근 제반 분야에서 ‘창의’라는 용어가 화두로 떠오르고 있음. 이는 기존의 사고방식, 삶의 방식을 새롭게 하는 데 있어 인간의 상상력과 감성을 중심에 두고 바라보자는 것이라 할 수 있음. 틈새시장과 같은 판매전략도 경영을 새롭게 바라보고자 하는 상상력이 창출해 낸 ‘창의’의 하나라 할 수 있음.
- ‘창의’가 인류의 상상력과 맥을 같이하고 있다고 할 때 중요하게 부각되는 것은 ‘사랑’과 ‘공감’임. 기존의 경영전략이 치열한 시장 경쟁에서 우위를 차지하는 데 역점을 두는 것이라면, ‘창의’에 바탕을 둔 경영은 소비자 개개인은 물론, 사회와 인류에 대한 사랑을 내세움. 즉, 소비자와의 감성적 공감을 바탕으로 타 제품과 자기의 제품을 차별화하는 것임.
- 이 같은 흐름은 농업분야도 예외일 수 없음. 본 연구의 테마인 오색농업 또한 ‘창의’의 한 유형이라 하겠음. 소비자가 요구하는 농산품의 생산과 판매에 주안점을 두는 이면에는 기본적으로 “오색농산품은(우리는) 당신을 사랑한다”는 메시지를 담고 있는 것임.
- 이때 필요한 것이 바로 스토리텔링 마케팅이라 하겠음. 이처럼 오색농업은 창의농업의 하나로서 스토리텔링을 통하여 “사랑(건강)을 파는 것”임. 따라서 오색농업은 창의농업, 디자인농업, 고객옹호마케팅, 스토리텔링 마케팅 등 새로운 개념의 생산·판매방식의 적극적인 도입

- 121 -

이 요구되며, 그간 대량생산을 위해 포기되어왔던 건강에 대한 소비자의 요구를 “사랑의 마음으로” 담아내는 노력의 총체라 할 수 있음.

- 이를 추진하기 위한 조직체 구성과 생산·판매를 위한 하드웨어와 소프트웨어 개발에 있어서 오색농업의 이 같은 기본적 속성을 수용할 수 있도록 계획되어야 함. 이 같은 프로세스와 유리된 스토리텔링이라는 단순한 걸치레만으로는 소비자들의 마음 밑바닥에 다가설 수 없다는 점을 염두에 두어야 함.
- 오색농업의 스토리텔링은 전 과정에 걸쳐 일관되게 ‘사랑’을 담아내고 전파하는 공감적 행위이어야 하며, 오감을 이에 연결시키는 공감각(共感覺)적 전략이어야 함. 이를 위해서는 사업추진 초기단계에서부터 오색농업의 이 같은 속성을 담아내기 위한 치밀한 전략이 요구되며, 이를 추진할 수 있는 농업분야 외의 전문인력 참여 또한 반드시 필요함.
- 제주지역이 앞으로 오색농업을 통해 단순히 소비자의 요구에 부합하는 농산품의 생산과 판매에만 몰두할 것이 아니라, 사랑을 파는 큰 그림을 통해 제주지역의 청정성과 인류의 꿈 그리고 개인의 건강을 소비자와 함께 가꾸어 나가는 계기를 만들어가면서 소기의 목적을 달성할 수 있기를 기대해 봄.

2 정책제언

- 제주지역 주요 오색농산품을 가지고 농업을 활성화하기 위해서는 무엇보다도 생산·가공·유통·판매가 융·복합화한 농·상·공 연대사업

- 122 -

의 하나인 6차 산업을 통한 고부가가치화가 필요함. 이를 위해서는 첫째, 제주지역에 가장 적합하면서 소비자가 원하는 친환경 품목 선정, 둘째, 선택한 품목들이 고품질로 가장 잘 재배될 수 있고 관광객이나 소비자들이 쉽게 접근할 수 있는 장소(단지) 선정, 셋째, 소비자나 방문객들의 요구에 맞춘 눈높이 브랜드 상품 개발, 넷째, 개발된 상품을 소비자에게 알리고 소득과 연결하는 홍보·마케팅 전략 수립, 다섯째, 600만 명 이상의 제주방문 관광객 및 지역관광자원과의 연계방안 등을 고려한 ‘오색농업 디자인화’ 작업이 요구됨.

- 그리고, 오색농업단지로 적절한 지역이나 장소라고 한다면, 먼저 전문가의 자문이 우선되어야 하지만 웰빙기능성 가공식품개발 및 작목시범단지가 조성되고 있는 곳이거나, 또는 최근 신청중인 제주 동부권 광역친환경농업단지 등을 시범지역으로 조성할 경우 적은 예산으로 추진이 가능할 것으로 사료됨.
- 무엇보다도 전국 최초의 친환경 오색농산물을 통해 오색상품 또는 오색컬러푸드 세트 브랜드를 만들어 제주방문 600만 명 이상의 관광객들에게 추억을 만들어 주고 이를 계기로 프랜차이즈화 하여 전국적으로 확대하고, 중·장기적으로는 수출과도 연계하는 방안 모색이 필요하다고 봄.
- 또한, 최근 제주도에서 전국 광역자치단체로는 처음으로 친환경 무상학교급식 지원에 관한 조례안이 통과되면서 친환경농업과 학교급식 연계에 대한 관심이 고조되고 있음. 따라서 친환경 오색농산물로 만든 오색컬러푸드를 학교급식으로 제공할 경우 학생들에게 건강은 물론, 음식문화에 대한 스토리텔링과 더불어 제주지역 친환경농업이 확대될 수 있는 계기가 될 것으로 사료됨.

참고문헌

김명호, 1996, 자연, 사람 그리고 한의학, 역사비평사.

김선현, 2009, 컬러가 내 몸을 바꾼다, 넥서스BOOKS.

농림수산식품부, 2007, 지역농업클러스터 활성화를 위한 본 사업 추진방안 연구.

농림수산식품부, 2009, 2008 시설채소 온실현황 및 채소류 생산실적.

농림수산식품부, 2009, 농림수산식품주요통계.

농림수산식품부, 2009, 농어촌 경제활성화 우수사례 연구

농림수산식품부, 한국농어촌공사, 2009, 해외 농업 추진정책과 육성사례.

(사)농업경제학회, 2009, 농어촌산업 육성을 통한 농어촌경제 활성화 정책방향 연구.

박철호, 원주인터넷뉴스 클럽, 2010.

백종만, 2005, 먹고 바르는 컬러푸드, 효성출판사.

심정은, 2009, 심정은의 건강백서, 무카스미디어.

우제열, 2009, 7색 채소 건강법, 넥서스BOOKS.

윤동혁, 2009, 색, 색을 먹자, 기획출판 거름.

이강권, 2005, 컬러푸드 건강혁명, 팜파스.

제주발전연구원, 2008, 제주특산물 해외마케팅 조사분석.

제주발전연구원, 2009, 건강식품과 연계한 제주지역 농산물 클러스터 구축방안.

제주특별자치도, 2009, 2008 주요 농축산물 생산현황.

제주하이테크진흥원, 2009, 스토리텔링 마케팅 육성방안.

한국농촌경제연구원, 2009, 농식품 R&D 전망과 정책과제.

한국농촌경제연구원, 2009, 농어업 부가가치의 새로운 창출을 위한 식품산업의 중장기 발전전략.

한국농촌경제연구원, 2009, 외국의 농촌정책 동향과 시사점.

한국농촌경제연구원, 2009, 지역농업 주체의 확립과 육성방안.
한국생산성본부, 2008, 세계의 지역활성화.
後久 博, 2009, 농상공 연대에 의한 신 지역활성화 추진, 교세이.
www.kosis.kr.
www.maff.go.jp
www.naver.com

부 록 : 설문지

ID □□□

제주지역 청정 오색(5色) 농산물·농식품에 대한
관광객 의견조사

안녕하십니까?

제주발전연구원은 제주지역의 미래비전제시와 각종 현안에 대한 해결방안 모색 등 지역발전을 위한 종합적인 정책을 개발하는 비영리공익 연구기관입니다.

우리 연구원에서는 제주지역의 농가소득증대와 특새 농산품을 개발하기 위해 **오색(5色)농업을 활용한 제주지역농업 활성화 방안**에 대한 **타당성 조사**를 실시하고 있습니다.

귀하께서 평소 제주관광을 통해 보시거나 먹거나 또는 구입하시면서 느끼신 점에 대하여 응답해주시면 고맙겠습니다.

응답내용은 통계법 제13조에 의거 비밀이 보장되며, 통계목적 이외에는 절대 사용되지 않습니다. 다소 바쁘시더라도 제주도의 발전에 기여하신다는 마음으로 끝까지 응답하여 주시기를 다시 한 번 부탁드립니다.

귀하의 가정에 사랑과 행복이 충만하시기를 기원합니다.

감사합니다.

2010년 월

제주발전연구원장 유 덕 상

본 설문조사에 대한 **외문사항**은 아래로 **문의**하시길 바랍니다.
제주발전연구원 사회조사센터 최 영 근 연구원
(☎ 726-7403 FAX : 751-2168)

☞ 본 설문은 **제주도민을 제외한 20세 이상의 관광객**을 대상으로 하고 있습니다.

1. 귀하께서는 **제주지역**에 거주하십니까?

- ① 아니오. ② 네.(조사중단)

☐ 다음은 제주관광에 대한 질문입니다.

2. 제주 방문은 이번 여행을 포함하면 몇 번째입니까?

- ① 처음 방문 ② 2번째 ③ 3번째 ④ 4번째 ⑤ 5번 이상

3. 이번 방문은 누구와 **함께(동행)** 오셨습니까?

- ① 혼자 ② 부부/연인 ③ 내 가족과 함께
④ 내 가족과 다른 가족 함께(두 가족 이상) ⑤ 내 가족과 친구와 함께
⑥ 친구나(직장)동료와 함께 ⑦ 단체나 동호인들과 함께 ⑧ 기타()

4. 이번 제주방문 일정은 어떻게 되십니까?

- ① 당일 ② 1박 2일 ③ 2박 3일 ④ 3박 4일 ⑤ 4박 5일 ⑥ 5박 6일 이상

5. 이번 방문은 주로 어떤 목적으로 방문하셨습니까?

- ① 휴가/휴양여행 ② 친구/친지방문 ③ 사업/전문적 활동 ④ 회의/학술 세미나
⑤ 종교/순례 ⑥ 레저/스포츠 활동 ⑦ 수학여행/졸업여행 ⑧ 기타 ()

☐ 다음은 **관광기념품**에 대한 질문입니다.

6. 관광기념품을 구입한다면 무엇을 가장 **중요**하게 생각하십니까?

(가장 중요한 항목 하나만 표시해주십시오.)

- ① 저렴한 가격 ② 좋은 품질 ③ 보기 힘든 희귀한 제품
④ 생활에 유용한 제품 ⑤ 선물용 ⑥ 돌아갈 때 갖고 가기 편한 제품
⑦ 다른 지역보다 가격이 싼 제품 ⑧ 오랫동안 간직할 수 있는 제품 ⑨ 기타()

7. 귀하께서는 이번 제주방문에서 **관광기념품(농수축산물 포함)**을 구입하셨습니까?

- ① 구입하지 않았다(→ 8번 문항부터 계속) ② 구입했다(→ 9번 문항부터 계속)

8. 구입하지 않으셨다면 구입하지 않은 가장 큰 이유는 무엇입니까?

- ① 가격이 비싸서 ② 맘에 드는 상품이 없어서 ③ 시간여유가 없어서
④ 거주지에서도 구입할 수 있기 때문에 ⑤ 상품에 대한 신뢰감이 없어서
⑥ 기타()

9. 관광기념품(농·수·축산물 포함)을 구입하셨다면 구입하기 위해 지불한 금액은 얼마입니까? 구입하지 않으셨을 경우, 만약 구입한다면 관광기념품 구매에 어느 정도 금액이 적당하다고 생각하십니까?

- ① 2만원 미만 ② 2만원 ~ 4만원 미만 ③ 4만원 ~ 6만원 미만
④ 6만원 ~ 8만원 미만 ⑤ 8만원 ~ 10만원 미만 ⑥ 10만원대 이상

10. 관광기념품(농수축산물 포함)을 구입하셨다면 구입하신 **제주관광기념품**을 모두 표시해주시고, 구입하지 않으셨다면 구입하고 싶은 **제주관광기념품**을 모두 표시해주시시오.

- ① 감귤 등 농산물 ② 돼지고기 등 축산물 ③ 옥돔/갈치 등 수산물
④ 건강/웰빙 식품 ⑤ 갈옷 등 제주전통의류 ⑥ 돌하르방 등 민속품
⑦ 열쇠고리 등 악세서리 ⑧ 분체, 석분작 등 임산물 ⑨ 기타()

11. 앞 문항 11번에서 구입하거나 구입하고 싶은 제주관광기념품에 대한 정보는 주로 어디에서 얻으셨습니까?

- ① 신문·방송 ② 잡지 ③ 인터넷 ④ 제주도청 홈페이지
⑤ 관광안내 홍보물 ⑥ 주위 아는 사람 ⑦ 기념품 및 판매장에서
⑧ 여행사 및 가이드 ⑨ 기타 ()

□ 다음은 건강/웰빙 및 오색농산물 농식품에 대한 질문입니다.

☞ 오색(五色 : 적·청·백·황·흑) 농산물 식품은 인간의 오장(심장·간장·폐·비장·신장) 등에 효과가 있다고 하며, 이를 가지고 식품으로 먹거나 가공할 경우, 부가가치를 높일 수 있는 농식품을 말합니다.

12. 귀하께서는 평소 **청정 건강/웰빙 제품**에 대한 **관심도**는 어떻습니까?
① 매우 관심이 많다. ② 관심이 많은 편이다. ③ 그저 그렇다.
④ 관심이 별로 없는 편이다. ⑤ 전혀 관심이 없다.
13. 귀하께서는 지금까지 **청정 건강/웰빙 제품**을 **구입하신 적이** 있으십니까?
① 있다. ② 없다.
14. 귀하께서는 앞으로 **청정 건강/웰빙 제품**을 **구입하실 의향**은 있으십니까?
① 꼭 구입하겠다. ② 구입 의향이 있다. ③ 그저 그렇다.
④ 별로 구입하고 싶지 않다. ⑤ 절대 구입하지 않겠다.
15. 제주지역 **청정 오색농산물**로 만든 **건강/웰빙 농식품**이 있다면 **구입하실 의향**은 있으십니까? => 예) 인간의 오장·오부에 좋은 오색농산물

오 색	오 장	오 부	주요 농산물 종류
푸른색 (녹색)	간장	담장	녹차, 매실, 브로콜리, 파, 키위, 생식채소 등
붉은색	심장	소장	토마토, 사과, 적포도주, 딸기, 고추, 오미자 등
황 색	비장	위장	감귤, 호박, 당근, 생강, 고구마, 바나나, 인삼 등
흰 색	폐	대장	배, 양파, 참깨, 마늘, 무, 양배추, 도라지 등
검은색	신장	방광	검은쌀, 검은콩, 가지, 검은깨, 표고버섯, 연근 등

- 129 -

- ① 꼭 구입하겠다. ② 구입 의향이 있다. ③ 그저 그렇다.
④ 별로 구입하고 싶지 않다. ⑤ 절대 구입하지 않겠다.

※ 위 15번 항목에서 ④번과 ⑤번 응답하신 분만 15-1번으로 가시고, ①번과 ②번, ③번 응답자는 16번 항목으로 가십시오.

- 15-1. 구입하지 않겠다고 그 이유는 무엇입니까?
① 별로 이용 가치가 없을 것 같아서 ② 믿음과 신뢰성이 떨어져서
③ 별로 필요성이 없을 것 같아서 ④ 다른 건강식품이나 보약을 먹고 있어서
⑤ 가격이 비쌀 것 같아서 ⑥ 기타()
16. 제주지역 **청정 오색 농식품 세트나 상품**을 구입한다면 **적정가격**은 얼마가 좋은지요?
① 2만원 미만 ② 2만원 ~ 4만원 미만 ③ 4만원 ~ 6만원 미만
④ 6만원 ~ 8만원 미만 ⑤ 8만원 ~ 10만원 미만 ⑥ 10만원대 이상
17. 제주지역에 **청정 오색 농식품 관광지(단지)**를 조성한다면 **방문**하시겠습니까?
① 꼭 방문하겠다. ② 방문할 것 같다. ③ 그저 그렇다.
④ 별로 방문할 생각이 없다. ⑤ 절대 방문하지 않겠다.
18. 제주지역에 **청정 오색 농식품 재료로 전문식당**을 운영한다면 **방문**하시겠습니까?
① 꼭 방문하겠다. ② 방문할 것 같다. ③ 그저 그렇다.
④ 별로 방문할 생각이 없다. ⑤ 절대 방문하지 않겠다.

- 130 -

☐ 통계처리를 위한 **일반적인 사항**

SQ 1. 귀하의 **성별**은? ① 남성 ② 여성

SQ 2. 귀하의 **연령**은?
① 20대 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대 ⑤ 60세 이상

SQ 3. 귀하의 **학력**은?
① 중졸이하 ② 고졸 ③ 대졸 ④ 대학원졸(재학생 포함) ⑤ 기타()

SQ 4. 귀하의 **직업**은?
① 농·수·축·임업 종사자 ② 자영업 ③ 생산/기술직
④ 사무/판매/서비스직 ⑤ 공무원 ⑥ 경영/전문직
⑦ 전업주부 ⑧ 학생 ⑨ 은퇴/무직
⑩ 기타()

SQ 5. 귀하의 **월 평균 가계소득**은?
① 1백만원 미만 ② 1백만원 ~ 2백만원 미만
③ 2백만원 ~ 3백만원 미만 ④ 3백만원 ~ 4백만원 미만
⑤ 4백만원 ~ 5백만원 미만 ⑥ 5백만원 이상

SQ 6. 귀하의 **거주지**는?
① 수도권 ② 영남권 ③ 전라권 ④ 충청권 ⑤ 강원권 ⑥ 해외

♡ 대단히 감사합니다. ♡

☐ 조사지역 : ① 공항 ② 항만 ③ 기타()
☐ 조 사 원 : ☐ 조사일시 : 월 일 시

참여 연구진		
연구책임	강 승 진	제주발전연구원 연구위원
공동연구	송 창 길	제주대학교 교수
자문위원	강 형 식	제주특별자치도 농업기술원(농학박사)
설문조사	최 영 근	제주발전연구원 사회조사센터 초빙연구원

기본연구 2010-6

**오색(5色)농업을 활용한
제주지역농업 활성화 방안
- 오색컬러푸드 농산물을 중심으로 -**

발행인 || 양 영 오
발행일 || 2010년 8월
발행처 || 제주발전연구원
690-029 제주특별자치도 제주시 청사로 1길 18-4
Tel. 064-726-0500 Fax. 064-751-2168
홈페이지 : <http://www.jdi.re.kr>
인쇄처 || 일신유통인쇄사(Tel. 758-1500)

ISBN 978-89-6010-154-8 93520

☐ 이 책에 실린 내용은 출처를 밝히는 한 자유로이 인용할 수 있으나 무단전제나 복제는 금합니다.