

향토자원의 융복합산업화를 위한 콘텐츠 제작 -충청남도 농업 6차산업화 경영체를 중심으로-

강경심
공주대학교 외식식품학과

Production of Content for Regional Sources of the Convergence Industrialization -Based on Agricultural Management Entities of the Sixth Industrialization in Chungcheongnam-do-

Keoung-Shim Kang

Dept. of Food Service Management & Nutrition, Kongju National University

요약 연구 목적은 충청남도 융복합산업 농업 경영체의 향토자원 정보를 체계적으로 정리한 홍보용 콘텐츠를 제작함으로써 농촌 융복합산업화 방안을 모색하는 것이다. 연구 대상은 충남농어업6차산업협회 회원사에서 생산 및 판매되고 있는 향토자원이며, 총 70개의 자원에 대한 조사가 이루어졌다. 콘텐츠는 향토자원명과 소개글, 상품 메인 사진, 업체 및 상품 정보, 상품의 특징점, 제품 특성, 체험 프로그램 안내 등으로 구성되었으며, 향토자원에 대한 스토리를 통해 제품의 가치와 의미를 전달하고, 대표 이미지를 추가하여 홍보 효과를 높이고자 하였다. 작성된 자료는 곡류, 과채류, 수산류, 축산물, 장류·김치류, 발효액·농축액, 주류·차류, 기타의 순으로 정리하였다. 자료는 pdf 파일로 저장하여 회원사에 배포하여 필요 시 출력하여 사용할 수 있도록 하였으며, 온라인 홍보, 박람회·축제·장관·축전 등에서 제품 홍보, 계시판·복도 등에 게시물로 활용, 각종 언어로 번역하여 외국 판촉전의 홍보 자료로 활용 등이 가능하다.

주제어 : 콘텐츠, 융복합산업, 향토자원, 농촌, 농촌 융복합산업

Abstract The purpose of this study was to systematically organize the information for the regional resources from the agricultural management entities of convergence industry in Chungcheongnam-do. The target was the Sixth Agricultural Industry Association in Chungcheongnam-do; total 70 kinds of resources were investigated. The content was organized by name of regional source, introduction, photo, company and product information, feature of product, introduction of experience program, and etc., containing the value and meaning of products in stories of the regional sources and images. The material was organized in order of grains, fruits and vegetables, marine products, livestock, Korean sauces·Kimchi, fermented broth·concentrates, beverages·tea, and other. It was saved as pdf file to distribute to the members; it may be utilized for online promotion, product promotion in exhibition·festival·sales promotion, posts for bulletin board·hall, and etc. but also for promotional material in overseas marketing after translating to each language.

Key Words : Contents, Convergence Industry, Regional Source, Rural, Rural Convergence Industrialization

* 본 논문은 2013년 공주대학교의 학술연구비에 의하여 지원되었음.

Received 20 August 2015, Revised 28 September 2015

Accepted 20 October 2015

Corresponding Author: Keoung-Shim Kang
(Kongju National University)

Email: kkshim@kongju.ac.kr

ISSN: 1738-1916

© The Society of Digital Policy & Management. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

1. 서론

신 정부의 농정 비전인 ‘희망찬 농업, 활기찬 농촌, 행복한 국민’을 위해 강조되고 있는 개념 중의 하나가 바로 창조경제이다[1]. 창조경제의 실현은 새롭게 부각되고 있는 농촌과 농업의 가치를 한층 부추기고 있으며, 이의 현실화를 위해 각 부처에서는 농업·농촌 융복합산업화 사업 추진에 공을 들이고 있다.

지금의 농촌은 인구의 감소, 고령화, 도농소득격차 심화 등으로 인해 위기를 맞이하고 있어[2], 우리 농촌에 산재하고 있는 소재자원과 기술자원, 문화자원, 산지자원 등 가치화할 수 있는 무궁한 자원을 활용한 고부가가치 창출에 관심이 모아지고 있다.

농촌 자원에는 지역농산물과 신식품종, 미활용자원, 에너지자원 등의 소재 자원과 지역 농민만이 보유한 재배법, 제조기술 등의 기술 자원, 지역식문화와 전통요리, 축제, 역사적 인물 등의 문화 자원, 관광농원, 체험시설, 부지 등의 산지 자원 등이 있으며[3], 이를 어떻게 가치화하여 소득 자원으로 활용하느냐에 따라 지역 경제 활성화의 여부가 달려 있다고 할 수 있다.

농림축산식품부에서 발표한 ‘2015년 농식품 정책 방향’에 따르면 융합형 창조농업 및 6차산업 활성화로 농업 경쟁력을 확보하고, 기술과 아이디어를 결합해 새로운 시장과 일자리를 창출함으로써 농가 소득을 증대시키며, 지역 행복생활권 개발 및 관련 부처 정책과 연계하여 주민 체감도를 향상시킴으로써 농촌 복지를 증진시키고자 하고 있고, 이를 통해 지속 가능한 농업·농촌 발전과 창조·배려·소통의 농정 구현을 목표로 하고 있다[1].

또한, 농림축산식품부는 6차산업화를 통해 2017년까지 매출액 100억원 이상의 사업체를 1,000개 육성하고, 현재 연평균 4.6%씩 증가하고 있는 농외소득 증가율을 7.5%로 끌어올리는 한편 고령농 및 여성 등을 위한 농촌 지역 일자리도 매년 5천개씩 창출할 계획이라고 밝혔으며[2], 이와 관련하여 2014년 6월 3일 ‘농촌융복합산업 육성 및 지원에 관한 법률’을 제정하였고, 2015년 6월 4일부터 시행하도록 하였으며[4], ‘농촌융복합산업 육성 및 지원에 관한 법률’ 제정을 통해 정부의 농촌융복합산업 경영체 육성 및 지원에 관한 필요 사항을 법률로 정함으로써 새로운 농업의 소득원 창출을 도모하고 부가가치를 높여 농촌 활력을 제고하고는 것을 도모하고 있다[4].

현재 농촌은 농업소득 및 농가 수 감소, 농촌의 고령화 등으로 우리 농업을 어렵게 만들고 있으며, 세계 각국과의 FTA 체결 등 급변하는 국내의 정세는 농업의 위기감을 고조시키고 있고[3], 농산물 소비의 다양화로 제품의 차별화를 통한 외식산업의 성장으로 유통의 대형화가 촉진되고 다양한 유통 주체와 경로가 출현하면서 식품시장의 규모가 커짐에 따라 저장·가공부문의 역할이 한층 강조되면서 농업의 6차산업이 발전하게 된 것이다[5].

농촌융복합산업화는 농업·농촌의 풍부하고 우수한 자원을 활용하여 부가가치를 창출함으로써 지역 경제를 활성화하는 것에 목적을 두고 있으며[6], 농업 경영체는 자신이 추진하고자 하는 사업 및 농식품 가공에 관한 끊임없는 정보 탐색과 역량 강화를 통해 사업 추진에 대한 자신감 확보와 사업의 발전 가능성 및 지속 가능성을 담보하게 된다.

농촌융복합산업화를 위한 필수 코스인 농산물 가공산업은 원료 농산물을 소비자가 원하는 형태로 가공하여 필요한 시기에 공급함으로써 소비자의 만족과 농업부문의 소득을 증가시키는 역할을 하며, 가공식품의 원료를 제공하는 원료 농산물 산업을 발전시키고, 가공을 통해 부가가치 및 고용을 창출한다[7]. 그러나 아직까지 농업인이 농산물 가공을 하고 판매·유통을 하는 데에는 전문성 결여, 정보 부족 등으로 인하여 많은 제약이 있다.

최근 들어 우리나라 농업의 융복합산업화에 대한 정부의 정책과 연구가 활발히 추진되고 있지만 지금까지의 자료는 대부분 농업의 융복합산업 발전과정, 유형, 활성화 방안, 우수사례 위주이며, 융복합산업 활성화를 위해 상품, 음식, 체험프로그램 등의 향토자원을 체계적으로 정리한 자료는 미미한 상태이다.

그러므로 본 연구에서는 충청남도 융복합산업화 농업 경영체에서 생산 및 판매하고 있는 상품 및 음식, 체험프로그램 등을 체계적으로 정리하고, 홍보·마케팅용 콘텐츠를 제작함으로써 농촌융복합산업 활성화 방안을 모색해보고자 한다.

2. 이론적 고찰

2.1 향토자원

과거의 농촌은 살아가기 위한 먹을거리를 생산해 내

는 공간으로만 인식되어져 왔으나 지금은 치유와 교육, 문화뿐만 아니라 수익 창출, 일자리 창출 등의 공간으로서 그 가치가 재조명되고 있다[8]. 농촌체험활동이 도시민과 청소년의 정서불안과 우울감 해소에 효과가 있음이 입증되었으며, 그 지역만의 정체성이 담긴 무궁한 교육 콘텐츠를 보유하고 있는 교육 공간으로서의 중요성과 전통음식과 향토음식, 지역만의 고유 역사 등 문화 자원이 숨 쉬는 공간, 지역농산물을 활용한 우리들만의 거리인 즐길거리, 놀거리, 먹을거리, 볼거리 등을 통해 수익을 창출해 내는 공간, 지역 인력 고용을 통한 일자리 창출 등의 공간 등 지금의 농촌은 새로운 경제 활성화의 터전으로서 그 가치가 새롭게 부각되고 있는 것이다[8].

향토자원이란 다른 지역과 차별화되는 향토적 전통성과 고유성을 지닌 자원으로 시·군·구 지역 내 경제적 부가가치를 창출하거나 잠재력이 있는 모든 자원을 의미하며[9], 지역의 유물·유적, 민속·풍속, 인물, 전통식품·특산물, 자연·생태환경이 이러한 향토자원에 속한다[10].

[11]은 향토자원의 사업화 성공 사례와 성공 요인을 분석한 연구에서 스토리를 추가하면 향토자원이 유형의 상품에서 끝나지 않고 흥미와 관심을 유발시킨다고 하였으며, 제품이 전달하는 가치와 의미가 있으면 가격이 비싸도 구매 의향이 높기 때문에 제품의 가격은 제품의 신선함, 가격, 유통방법과 함께 제품에 인지된 가치가 함께 고려되어야 한다고 하였다.

[9]는 향토자원의 연구·개발에 있어 다음과 같은 세 가지가 고려되어야 한다고 하였다. 첫째, 향토자원의 문화콘텐츠 연구와 개발에 있어 지역사회와 지역민이 주체가 되도록 해야 한다. 둘째, 농촌에서 재배·생산되는 농특산물과 제품에는 향토자원이 가지고 있는 주제, 이미지, 스토리, 가치, 의미가 부여되는 방향으로 이루어져야 한다. 셋째, 농촌의 콘텐츠는 농촌의 정체성과 지역 정체성을 전달할 수 있어야 한다.

2.2 향토자원과 농촌융복합산업

농촌융복합산업육성 및 지원에 관한 법률 제2조에 의하면 농촌융복합산업은 농업인 등이 농촌지역의 농산물·자연·문화 등 유·무형의 자원을 이용하여 식품가공 및 제조업, 유통·관광 등 서비스업 및 이와 관련된 재화 또는 용역을 복합적으로 결합하여 제공함으로써 부

가가치를 창출하거나 높이는 산업으로 대통령령으로 정하는 산업이라고 정의되었다[2].

[5]는 농촌융복합산업을 위해 중요한 것은 1차산업 부문, 즉 농업 생산의 조직화로서 농업을 기본적으로 하지 않는 융복합산업화는 지역 농업이나 지역사회에 파급 영향이 적은 것은 물론이고 지속적인 발전도 불가능하다고 하였으며, 정부에서는 창조경제의 일환으로 융복합산업화 실현을 위한 노력이 적극적으로 추진되고 있고, 지역농산물인 1차 향토자원을 이용한 2차 가공과 3차 유통, 체험, 교육 등을 통해 부가가치를 창출함으로써 지역의 경제를 활성화하고자 하는 노력이 지속되고 있다[12, 13].

1차 농산물만을 생산하였을 때에는 정해진 유통경로에 따라 시장에 팔면 소득을 올리는 단순한 유통경로를 따르게 되지만 가공과 판매가 더해지면서 가공기술, 식품위생, 유통, 마케팅, 시장조사 등 일반 공산품에서만 활용되었던 경영기법들이 필요하게 되며, 기존 농업인은 이러한 경영기술관련 지식이 준비가 되어있지 않아 좋은 상품을 갖고 있으면서도 홍보 부족 및 마케팅 실패로 어려움을 겪는 경우가 많다[14].

최근 몇 년 사이 스토리텔링 기법 활용이 다양해지면서 식품산업과 마케팅뿐만 아니라 지역홍보에도 확대 적용되어지고 있으며[15], 스토리텔링 마케팅은 일반인들에게 접근이 어려웠던 역사, 전통, 문화, 설화 등을 이해하고 기억하며, 재미있게 가공하여 원재료와 소비자의 연결을 새로운 형태로 포장하여 소비자와 커뮤니케이션할 수 있게 도와준다고 하였다[16].

[17]은 지역주민이나 지역 경영체들이 그들 지역의 문화적이고 지역적인 정체성을 재생산하고 그들 스스로 상품을 판매해야 한다고 주장하였으며, [18, 19]는 향토자원 산업화에 있어 주제 제시의 중요성을 강조하면서 주제와 관련된 일관성 있는 프로그램을 개발해 주제의 선명도를 높이고 지역의 이미지를 향상시켜야 한다고 주장하였다.

[20]의 농업 경영체를 대상으로 한 농산물 가공에 관한 인식조사에 의하면 농산물 가공의 필요성에 대해서는 매우 높게 인식하고 있으나, 자금, 판로 확보, 법·제도 등의 어려움으로 시행하지 못하고 있고, 이를 개선하기 위해 시설자금지원과 판로개척을 요청하고 있는 것을 알 수 있다.

[21]은 현재의 농업환경은 '세계시장경제체계'를 중심으로 글로벌화와 농업종사자의 고령화, 1인 가구의 증가

에 따른 식품소비패턴의 변화, 귀농귀촌자의 급격한 증가 등으로 인해 많은 변화를 가져오고 있다고 하였으며, 이를 개선하기 위해서는 농촌에서 농업융복합산업화가 필요하다고 하였고, 그 필요성은 농업을 통한 일자리 만들기, 안전한 농산물·식품의 생산과 소비, 새로운 가치 창출과 지역경제 회생이라고 하였다.

관련 연구와 이론에 의하면 향토자원에 스토리를 추가하고 제품이 전달하는 가치와 의미가 있을 때 구매의 향을 높일 수 있고, 향토자원에 주제, 이미지, 스토리, 가치, 의미가 부여되는 방향으로 연구·개발이 이루어져야 한다고 하였으며, 농촌융복합산업 경영체에서 겪고 있는 가장 큰 어려움이 홍보 부족과 마케팅 능력으로 농산물 가공 후 상품에 대한 홍보 및 판로 개척에 대한 요청이 쇄도하고 있는 것으로 나타났다. 그러므로 농업 경영체에서 생산 및 판매되고 있는 향토자원을 대상으로 스토리가 있는 홍보와 마케팅용 콘텐츠를 개발함으로써 농촌 융복합산업의 활성화 방안을 모색하는 일이 시급함을 알 수 있다.

3. 연구 내용 및 방법

3.1 자료 수집

본 연구를 위한 자료는 충남농어업6차산업협회 회원사에서 개발하여 생산 및 판매되고 있는 향토자원을 대상으로 하였으며, 2013년 7월 1일부터 11월 30일까지 수집하여 체계적으로 분류한 후 콘텐츠 제작에 사용하였고, 2014년 7월 1일부터 10월 30일까지 1차 제작된 자료에 새로운 향토자원의 추가 및 보완 작업을 하였다.

향토자원 콘텐츠 제작을 위한 자료의 수집을 위해 연구자가 모든 회원을 방문하여 제작의 필요성 및 제작 과정에 대해 설명한 후 진행하였으며, 자료 작성 방법을 안내하고, 자료 제작에 필요한 사진 촬영을 하였다. 사진은 1개의 향토자원에 대해 4컷 이상을 촬영하였고, 회원사에게 작성한 자료는 이메일로 전송받아 자료 제작에 활용하였다.

3.2 자료 포함 내용

<Table 1>과 [Fig. 1]에서 제시한 것과 같이 향토자원 콘텐츠 제작용 자료는 1개의 제품에 대한 정보를 2페이지

지로 작성할 수 있도록 구성하였다.

첫 번째 페이지에는 제품명과 메인 사진, 업체명, 주소, 규격 및 가격, 연락처, 이메일, 홈페이지 등의 업체 정보를 작성하도록 구성하였으며, 두 번째 페이지는 향토자원의 특·장점과 영양학적 특성, 제품 특성, 맛있게 먹는 법, 체험학습 홍보, 활용법 등에 관한 정보를 작성하도록 구성하였다.

<Table 1> List of the Regional Resource Information

| Page | Format | Content |
|------|---------------------------------|--|
| 1 | Name and Introduction | It must be written by 2 lines |
| | Main Photo of Product | Photography |
| 2 | Company and Product Information | Company Name, Address, Specifications and Price, Contacts, E-mail, Website |
| | Feature and Strength | It must be written by 4~5 |
| | Characteristics | It must be written by 8~9 |
| | Field Study, Others | It must be written by 8~9 |

The form is divided into several sections:

- Product Name:** Simple Introduction to the Product (2 lines)
- Main Photo of the Product:** A large central area for the product image.
- Company and Product Information:**
 - Company Name :
 - Address :
 - Specifications and Price :
 - * The price of the product should be shown according to the quantity.
 - * If the price is different with general price, the condition should be shown
 - Contacts :
 - E-mail :
 - Website :
- [Feature and Strength]:**
 - *If necessary, the photo may be added-but, the photo file should be provide by the company.
 - *It must be written by 4~5
- [Nutritional Feature]/[Characteristics of Good] /[How to Eat Tasty]:**
 - *If necessary, the photo may be added-but, the photo file should be provide by the company.
 - *It must be written by 8~9
- [Field Study]/[Story]/[Well-matched Foods]/[Utilization]:**
 - *If necessary, the photo may be added-but, he photo file should be provide by the company.
 - *It must be written by 8~9

[Fig. 1] Form of the Regional Resource Information

3.3 콘텐츠 설계

본 연구에서 제작될 콘텐츠 설계 및 향토자원 정보의 체계적 분류를 위해 전문가에게 자문을 의뢰하였으며, 이를 기초로 하여 많이 판매되는 있는 향토자원을 우선하여 8개의 영역으로 분류하였다.

분류된 영역의 순서는 곡류가공품, 과채가공품, 수산가공품, 축산가공품, 장류·김치류, 발효·농축액, 주류·차류, 기타 순이다.

4. 연구 결과

4.1 향토자원 수합 현황

본 연구는 농촌융복합산업 사업체에서 생산되는 상품이나 음식, 체험프로그램 등 향토자원에 대한 정보를 조사하여 체계적으로 정리하고 스토리가 있는 콘텐츠를 제작함으로써 농촌융복합산업화 활성화 방안을 모색하는 것이다.

본 연구에 포함된 향토자원은 충남농어업6차산업협회) 회원사의 자원을 대상으로 하였으며, 수합된 자료는 8개의 영역으로 분류하였고, 콘텐츠 제작에 사용된 자료의 종류는 <Table 2>에서 제시한 것과 같이 곡류 15개, 과채류 14개, 수산물 10개, 축산물 6개, 장류·김치류 6개, 발효·농축액 7개, 주류·차류 7개, 기타 6개로 총 70개의 향토자원에 대한 자료가 제작되었다.

<Table 2> Regional Resource Types

| Category | The Number | Product name |
|-------------------------------|------------|---|
| Grains | 15 | Chestnut Cookie, Chestnut Jelly, Sweet Chestnut, Chestnut Noodles, Chestnut Rice-Cake, Ginger Korea Snack, Ramie half Moon Rice Cake, Korea Snack, Purple Sweet Potato Powder, Sweet Potato Ice Cream, Mixed Nuts, Sweet Rice Puffs, Roasted Peanut, Real Peanut, Bean Curd Cutlet, Bean Curd Steak |
| Fruits and Vegetables | 14 | Radish Tea, Dry Radish Leaves, Freezing Strawberry, Strawberry Jam, Chestnut Jam, Red Ginseng Jelly, Red Ginseng Extract, Garlic Supplement, Chinese Medicine Shampoo, Melon Ice Shavings, Yogurt, Tomato Jam, Pickled Radish, Chicken Radish |
| Marine Product | 10 | Natural Laver Salted Stir-Fry, Ramie Leaves Salted, Salted Oysters, Salted Small Oysters, Salted Stir-Fry, Laver, Sturgeon Extract Cosmetics, Abalone Extract Cosmetics, Songhua flower of Salt, Solar Salt |
| Livestock | 6 | Roast Pork, Ham, Sausage, Real Roast Pork Ham, Assorted Korean Sausage, Korean Sausage and Rice Soup, Korea Beef |
| Korean Sauces · Kimchi | 7 | Fermented Soy Paste, Thick Soy Paste Mixed with Red Peppers, Soy Paste prepared with Ground Fermented Soy, Cabbage Kimchi, Radish Kimchi |
| Fermented Broth · Concentrate | 7 | Blueberry Fermented Liquor, Black Ginseng Concentrate, Fermented Black Ginseng Concentrate, Balsam Apple Juice, Artichoke Juice |
| Beverages · Tea | 7 | Apple Wine, Sogokju, Ramie Leaves Tea, Mugwort Juice, Cabbage Juice, Chinese Matrimony Vine Juice, Chinese Matrimony Vine Water Tea |
| Others | 4 | Bong-Hwa Village, Alps Village, Sightseeing - Experience Conference, Preserved Flower |
| Total | 70 | |

1) 2013년 2월 사단법인으로 창립 (회장: 율영우). 6차산업화 사업자간 민간중심의 조직으로 교육 및 역량강화사업, 홍보, 시장개척 사업을 공동으로 추진하고 있다.

4.2 콘텐츠 제작

향토자원의 콘텐츠 제작은 다음과 같은 과정으로 진행되었다.

먼저 회원사에서 향토자원에 대한 정보를 한글프로그램으로 제작하도록 한 후 이메일로 전송받았으며, 본 연구자가 1차 검토 후 수정·보완한 파일을 다시 회원사에 이메일 발송하여 검토 요청하였다. 이 과정을 통해 최종 수합된 자료는 충청남도 농촌융복합산업 전문가 5명에게 정보의 신뢰성과 정확성, 적절한 용어의 사용, 맞춤법과 띄어쓰기, 자료의 배치 등에 대해 2차례에 걸쳐 자문을 받았으며, 자문의견을 반영하여 수정·보완하였다.

자료에 포함되는 메인 사진은 1개의 향토자원에 대해 4컷 이상을 촬영하였으며, 촬영한 사진은 출력 후 전문가 5인에게 향토자원을 가장 잘 표현하는 것으로 선정하도록 의뢰한 후, 선정된 사진을 콘텐츠 제작에 활용하였다.

1차 제작된 한글 파일은 전체적인 용어 사용과 문맥의 매끄러움, 띄어쓰기, 표현 방법 등에 대해 전문가에게 윤문을 의뢰하였으며, 윤문 의견을 반영하여 수정·보완된 파일을 다시 회원사에 보내 검토 요청을 하였고, 회원사에서 검토한 자료는 농촌융복합산업 전문가 5명의 자문을 거친 후 수정·보완하여 [Fig. 2]와 같이 2차 제작을 완성하였다.



[Fig. 2] Hangul files Form for Creating Content

한글프로그램을 사용하여 작성된 자료는 [Fig. 3, 4, 5]에서 제시한 것과 같이 책 제본용 프로그램으로 재편집하였으며, 이렇게 제작된 파일을 회원사에게 메일로 발송한 후 검토 요청하였고, 수합한 자료는 전문가 5인의 검토를 거친 후 콘텐츠 제작 최종본으로 완성되었다.



[Fig. 3] Book Binding Form for Instant Food

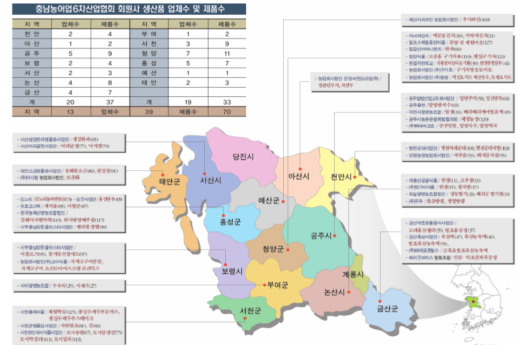


[Fig. 4] Book Binding Form for Local Food



[Fig. 5] Book Binding Form for Preserved Flower

제작된 자료는 1개의 제품 자료를 낱장으로 빼서 개별 홍보자료로 활용할 수 있도록 링 제본을 하였으며, 회원사의 모든 제품을 한 눈에 확인할 수 있도록 [Fig. 6]과 같이 향토자원의 지역 분포도를 제작하여 삽입하였다.



[Fig. 6] Regional distribution of Resource

4.3 콘텐츠 활용 방안

본 연구를 통해 제작된 콘텐츠는 회원사에서 필요 시 출력하여 사용할 수 있도록 향토자원별로 pdf 파일로 저장하여 이메일로 배포하였다.

본 연구를 통해 제작된 향토자원 콘텐츠는 다음과 같이 활용될 수 있다.

첫째, 홈페이지에 게시하여 온라인 홍보 자료로 활용한다.

둘째, 양면으로 갈라 인쇄하여 박람회, 축제장, 판촉전 등에서 제품 홍보 자료로 활용한다.

셋째, 확대 출력하여 경영체의 게시판, 복도 등에 게시물로 활용한다.

넷째, 각종 언어로 번역하여 외국 판촉전의 제품 홍보 자료로 활용한다.

5. 결론 및 시사점

본 연구의 목적은 충청남도 농촌융복합산업화 농업 경영체에서 생산되는 상품이나 음식, 체험프로그램 등의 향토자원에 대한 정보를 조사하여 체계적으로 정리하고 홍보·마케팅용 콘텐츠를 제작함으로써 농촌융복합산업 활성화 방안을 모색해보고자 하는 것이다.

연구의 대상은 충남농어업6차산업협회 회원사에서 개발하여 생산 및 판매되고 있는 향토자원이며, 총 70개의 자원에 대한 조사가 이루어졌다.

향토자원 홍보를 위한 콘텐츠의 구성은 향토자원명과 소개글, 상품 메인 사진, 업체 및 상품 정보, 상품의 특·

장점, 영양학적 특성 또는 제품 특성, 체험 프로그램 안내 등으로 이루어졌으며, 이렇게 작성된 자료는 곡류, 과채류, 수산류, 축산류, 장류·김치류, 말초·농축액류, 주류·차류, 기타의 순으로 정리하였다.

본 연구에서 제작된 콘텐츠는 향토자원에 스토리를 추가하여 제품이 전달하는 가치와 의미를 상승시킴으로써 소비자들의 구매 의향을 높이고, 향토자원의 주제, 이미지, 스토리, 가치, 의미가 부여되는 방향으로 연구·개발이 이루어져야 하는 것에 초점을 두어 개발되었다.

향토자원에 대한 소개글과 특·장점, 영양학적 특성 또는 제품 특성, 체험 프로그램 안내 등에 대한 스토리를 통해 제품이 갖고 있는 가치와 의미를 전달하고자 하였으며, 대표할 수 있는 이미지를 추가하여 제품 홍보 효과를 높이고자 하였다.

또한 농촌융복합산업 경영체에서 겪고 있는 가장 큰 어려움이 홍보 부족과 마케팅 능력으로 농산물 가공 후 상품에 대한 홍보 및 판로 개척에 대한 요청이 쇄도하고 있는 상황에서 그들이 겪고 있는 홍보와 마케팅을 위한 콘텐츠를 제작하여 해당 경영체에 배포함으로써 농촌융복합산업의 활성화 방안을 모색하고자 하였다.

본 연구에서 제작된 자료는 pdf 파일로 저장하여 각 회원사에 배포함으로써 필요 시 출력하여 사용할 수 있도록 하였으며, 제작된 자료는 경영체의 홈페이지에 탑재하여 온라인 홍보 자료로 활용, 양면으로 칼라 인쇄하여 박람회·축제장·관측전 등에서 제품 홍보 자료로 활용, 확대 출력하여 경영체의 게시판·복도 등에 게시물로 활용, 각국 언어로 번역하여 외국 관측전의 제품 홍보 자료로 활용 등이 가능하다.

본 연구를 통해 나타난 시사점은 다음과 같다.

첫째, 농업 경영체의 농촌융복합산업 자원에 대한 콘텐츠 제작이 미미한 상황에서 농촌융복합산업화 활성화를 위한 자료로서 선도 모델이 될 수 있다.

둘째, 온라인 탑재, 인쇄물 제작 배포 및 게시 등 홍보 자료로 다양하게 활용함으로써 농촌융복합산업화 경영체의 홍보 및 판로 개척에 대한 애로사항을 개선할 수 있으며, 더 나아가 경영체의 매출 증진 효과를 기대해 볼 수 있다.

셋째, 충청남도농촌융복합산업화 경영체에서 생산 및 판매되고 있는 상품에 대한 정보를 체계적으로 정리한 자료는 타 경영체의 벤체마킹 자료로 제공될 수 있으며,

충청남도의 농촌융복합산업화 실적 자료로도 활용될 수 있을 것이다.

본 연구는 충청남도 농촌융복합산업화 농업 경영체에서 생산되는 상품이나 음식, 체험프로그램 등의 향토자원에 대한 정보를 조사하여 체계적으로 정리하고 홍보·마케팅용 콘텐츠를 제작함으로써 농촌융복합산업 활성화 방안을 모색해보고자 하는 것으로 충남농어업6차산업협회 회원사에서 생산 및 판매되고 있는 향토자원만을 대상으로 하였다는 제한점이 있다.

추가 연구에서는 충청남도 전체의 농업 경영체를 대상으로 생산 및 판매되고 있는 모든 향토자원에 대한 연구를 지속함으로써 농촌융복합산업화의 발전 방안 모색을 위한 자료 및 6차산업화 실적 자료와 홍보 자료로 활용될 수 있도록 해야 할 것이며, 타시도와의 비교 연구도 필요할 것으로 사료된다.

농촌융복합산업화 경영체에서 생산 및 판매되고 있는 향토자원은 품질, 상품 표시, 포장, 디자인, 내용 수정 등을 통해 개선 및 보완이 지속적으로 이루어질 것이므로 본 연구에서 제작된 틀을 이용하여 해당 경영체에서 직접 수정·보완할 수 있는 자료로 개선하여 제공할 필요가 있다.

ACKNOWLEDGMENTS

In this paper, Kongju National University in 2013 was supported by the academic research.

REFERENCES

- [1] Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs Homepage, <http://www.mafra.go.kr> (May 1, 2015).
- [2] J. I. Yang · J, H, Lee · D, Y, Hwang, Empirical study on the activation plan for 6th industrialization of rural agricultural resources: Focus on the field experts and the complementary demand, J of the Korean Society of Rural Planning, Vol. 20, No. 3, pp. 111-120, 2014.
- [3] B. O. Lee, Creation of value in line with the Sixth

- industry. Korea Rural Economic Institute, <http://www.krei.re.kr/> (October 19, 2013).
- [4] Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs, Act on the convergence Rural Industry Development and Support. <http://www.mafra.go.kr/> (February 4, 2015).
- [5] T. G. Kim · J. N. Heo, Creation of value-added farming in line with the Sixth industry. Korea Rural Economic Institute, <http://www.krei.re.kr/> (November 11, 2011).
- [6] D. K. Lim, Evaluation indicators developed for the promotion of successful sixth industry. Master's thesis, Gyeongnam National University of Science and Technology, 2015.
- [7] W. J. Beon, Developing the Sixth industrialization of Agriculture in Kyeongbuk Province. Master's thesis, Kyungpook National University, 2014.
- [8] K. S. Kang, The value of agricultural and rural incomes recycling scheme. Chungcheongnam-do Information, Vol. 702, December 12, 2014.
- [9] Y. S. Yoon · M. H. Kim · B. H. Kang, M. C. Chung, Development on cultural contents for industrialization in traditional local resources. J of Rural Development, Vol. 33, No. 5, pp. 35-58, 2011.
- [10] J. A. Ruu, Theory and the reality in local cultural contents development. Humanities Contents, Vol. 8, pp. 39-56, 2006.
- [11] O. S. Ahn · M. H. Kim · Y. S. Ahn · H. S. Park, Analysis of success factors according to industrialization types using territorial assets. The J of Rural Society, Vol. 17, No. 2, pp. 225-267, 2007.
- [12] S. M. Sin, Revitalization Methods of the Sixth industrialization of Agriculture. Master's thesis, Graduate School of Chosun University, 2015.
- [13] R. S. Choi, A study on the sustainable competitiveness strategy tasks of the Sixth industry. Master's thesis, Paichai University, 2014.
- [14] C. H. Lee, An empirical study field of marketing strategy area specific crops. Chungcheongnam-do Agricultural Research and Extension, 2014.
- [15] M. S. Han, A study on the reaction of storytelling type of Sixth-order industry that utilize Facebook. Master's thesis, Gyeongnam National University of Science and Technology, 2015
- [16] M. H. Kim · H. K. Cung, Development on native local food contents in damyang through ancient writing storytelling. J of The Korean Society of Dietary Culture, Vol. 28, No. 3, pp. 261-271, 2013.
- [17] D. B. Park, The development strategies of traditional knowledge as an endogenous rural development in Korea. The J of Rural Society, Vol. 12, No. 2, pp. 161-205, 2003.
- [18] S. I. Kim · Y. J. Park · S. Y. Kim · H. J. Chang, A study on the Damyang area restaurants in Bamboo food village. J of The Korean Society of Dietary Culture, Vol. 28, No. 4, pp. 348-355, 2013.
- [19] H. H. Kim · P. H. Han, Strategies for utilizing territorial assets for regional development. The Korea Local Administration Review, Vol. 374, pp. 1-12, 2004.
- [20] D. W. Kim · H. J. Park, 2014 Public opinion survey on agriculture and rural areas. <http://www.krei.re.kr/> (March 2, 2015).
- [21] J. L. Yoo, An analysis of the successful factors for community business through the Sixth industrialization of agriculture: The case of 'Pig Cafe MarbleRose in Boryeong-city. Master's thesis, Kongju National University, 2015.

강 경 심(Kang, Keoung Shim)



- 1989년 2월 : 공주사범대학 가정교육과(가정학사)
- 1995년 8월 : 공주대학교 가정교육과(교육학석사)
- 2010년 2월 : 공주대학교 가정교육과(교육학박사)
- 2012년 3월 ~ 현재 : 공주대학교 식품과학부 교수

- 관심분야 : 스마트러닝, 앱 개발, 농촌융복합산업화
- E-Mail : kkshim@kongju.ac.kr