

# 한돈 농가의 지역경제 발전에 대한 효과 분석

책임연구원 : 최 승 철

연 구 원 : 장 재 봉

연구보조원 : 유은아 김다영 박성학 송호성



# 목 차

1

서론

2

한돈산업 현황

3

국내외 사례 연구

4

분석 결과

1. 한돈 산업 및 농가 이미지 분석 결과
2. 양돈산업의 경제적 파급효과 분석 결과

5

결론

1

# 서론

1. 국내외 관련기술의 현황과 문제점
2. 연구 목적 및 내용
3. 연구의 방법 및 추진체계
4. 기대효과 및 전망



## 국내외 관련기술의 현황과 문제점

▶ 수입개방 무역정책에 따른 국내 돼지고기 시장경쟁, 국내 생산환경 변화 등 한돈 산업과 생산 농가의 위기의식이 팽배해짐.

- 경쟁력 있는 제품생산과 함께, 이미지 개발과 효과적인 이미지를 전달을 통해 국가와 지역 경제에 긍정적인 영향을 미치는 산업 포지셔닝 전략을 수립해야함
- 축산업 이미지에 영향력을 가할 수 있는 관계기관은 축산단체와 정부로서, 이들 기관이 주도적인 역할이 중요함.
- 국가 경제 기여도 , 지역사회 기여도, 도덕성을 중심으로 한 종합적인 커뮤니케이션 전략을 수립할 필요가 있음.
- 축산업 인식 제고가 필요함.



### 연구 목적 및 내용 (활용가치)

▶ 본 연구의 목적은 한돈농가의 지역효과와 한돈산업의 산업연관성을 분석, 농가와 산업의 긍정적 이미지 요인을 파악하여 경쟁력 있는 이미지 개발과 효과적인 이미지 전달을 위한 마케팅 전략 수립에 도움을 주는데 있음

- 지역경제에 긍정적인 영향을 미칠 수 있는 한돈산업 포지셔닝 전략을 수립하여 한돈사업의 지속가능한 발전을 모색하는데 활용할 수 있음.
- 한돈협회와 정부의 역할을 정립하여 한돈산업에서 두 조직이 차지하는 위치를 규명하고 앞으로 산업발전에 있어 두 조직이 취해야할 노선을 적립하는데 활용할 수 있음.
- 한돈산업 뿐 아니라, 한돈농가의 경쟁력 있는 이미지 개발과 함께 효과적으로 이미지를 전달할 수 있는 마케팅 전략을 수립할 수 있음



## 연구의 방법 및 추진체계

- 사회, 경제, 농촌 등 각 분야의 전문가 의견을 수렴하여, 한돈 산업과 농가가 지역 사회에 미치는 긍정적 효과 등에 대한 조사와 그에 따른 시사점을 도출
- 한돈 산업과 농가 이미지 분석을 위해 특정지역을 선정 후, 주민, 공무원, 한돈 소비자를 대상으로 설문 조사를 진행
- 현황 조사 및 각종 문헌, 사례 등을 조사하여 한돈산업과 농가가 국가와 지역 경제에 미치는 직·간접적인 효과 분석과 함께 시사점을 도출하고, 결과를 토대로 지속가능 사업을 위한 대응방안을 도출
- 연구는 기초 자료(2차 자료) 수집을 위한 도서관 및 인터넷 검색, 선행논문 및 연구보고서 검토, 예비 및 본 설문 조사, 조사 결과 해석, 조사자료(1차 자료)를 이용한 계량 분석 등으로 진행

 연구 방법

구분	내용
문헌/ 통계자료 조사	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 관련 이론 및 선행 연구, 공식 통계자료(2차 자료) 조사, 설문 조사</li> <li>• 현장 조사의 보완 및 연구 결과의 적합성 검토를 위한 비교 자료 검토</li> <li>• 산업이 지역 경제에 미치는 효과 분석을 위해 현황 조사 및 각종 문헌, 사례 검토</li> </ul>
법·제도 검토	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 축산관련 법, 제도 검토</li> </ul>
설문 조사 및 분석	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한돈 산업의 지역사회 효과에 대한 정성적 분석을 위해 전문가 정의 및 의견조사</li> <li>• 한돈 산업 및 농가 인식에 대한 정량적 분석을 위해 설문조사와 1차(설문조사) 자료 수집</li> <li>• 1차 자료 분석</li> <li>• 개선 및 성과 제고를 위한 시사점 도출 및 제언</li> </ul>

설문지  
문항구성

항 목	내 용
산업 지식 및 정보 원천	한돈 산업 지식 정도, 한돈 산업 역할 및 중요도, 습득 정보 원천 중요도 및 만족도
산업 및 농가 인식	호감도, 경제 기여도, 사회 기여도, 장래성, 도덕성, 사회적 대우
이미지 영향 요인	언론, 소득, 부가가치, 한돈 산업 및 이미지 제고 활동의 중요도와 만족도, 기타 문 제점
인구 통계학적 특징	성별, 연령, 소득, 학력, 직업, 가족 구성

Check  
point

신뢰도 분석, 빈도 분석, 교차 분석, 평균차이 분석(일원배치 분산분석), 회귀 분석 등을 실시하고, 산업 이미지 제고 활동 중요도-만족도 분석을 수행함.



 기대효과

## • 기술적 측면

- 한돈산업의 경쟁력을 초래할 수 있는 긍정적 이미지 개발과 소비자에게 효과적으로 이미지를 전달할 수 있는 커뮤니케이션 수단 제시
- 한돈산업과 농가 이미지 변화에 도움을 줄 수 있는 관계기관은 축산 단체와 정부로서, 이들 기관의 주도적인 역할 기대

## • 경제 · 산업적 측면

- 한돈농가의 인식을 좋은 이미지로 형성하고, 이를 통해 수익적이고 지속적인 한돈 생산과 판매 방안을 마련
- 일부 부정적인 이미지 연령층에 대한 긍정적 이미지 홍보와 함께, 긍정적인 인식을 갖는 연령층 대상으로 지속적인 홍보를 할 경우 사회 전반적으로 긍정적 이미지 확보 가능
- 한돈산업의 국가경제 기여도(경제성장, 고부가가치, 소비물가 안정), 사회기여도(지역사회 발전기여), 도덕성(사회적 봉사)을 중심으로 커뮤니케이션 전략을 수립



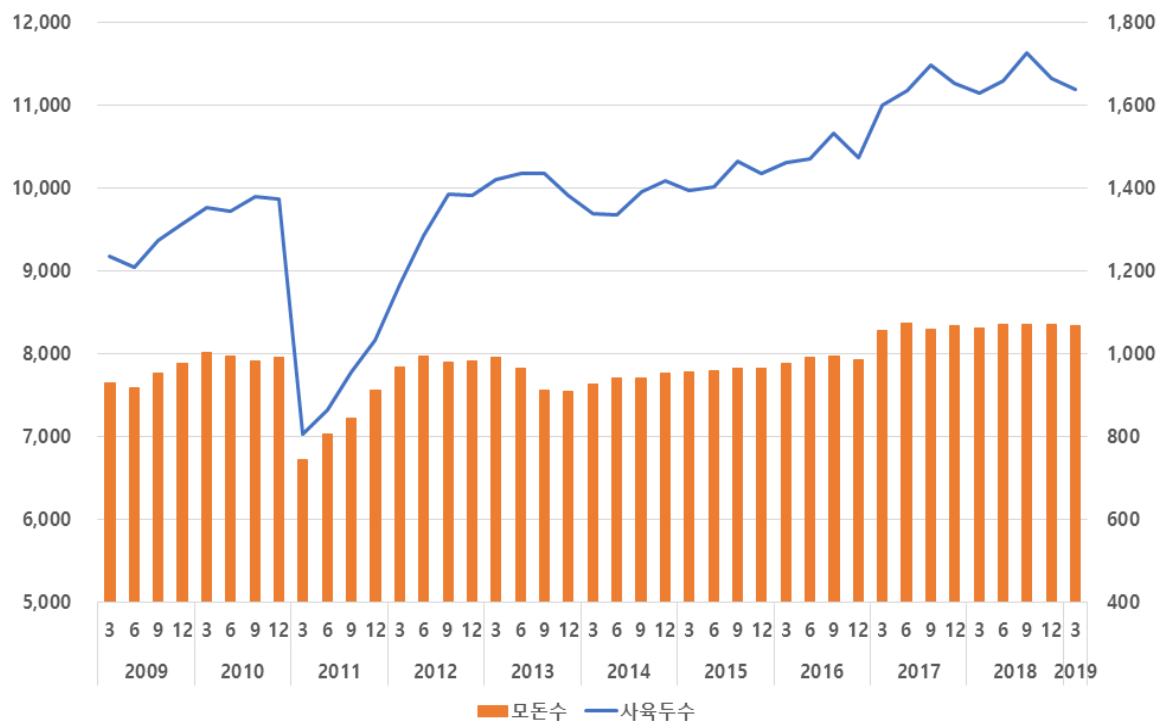
## 앞으로의 전망

- 한돈 산업과 농가 이미지에 크게 영향을 미치는 기관의 역할과 전략 모색
- 한돈산업 이미지 정립과 인식 변화 방안 모색으로 사회 전반적으로 긍정적 이미지 확보
- 한돈 산업의 국가경제 기여도(경제성장, 고부가가치, 소비물가 안정), 사회기여도(지역사회 발전기여), 도덕성(사회적 봉사) 제고
- 효과적인 커뮤니케이션 수단 모색

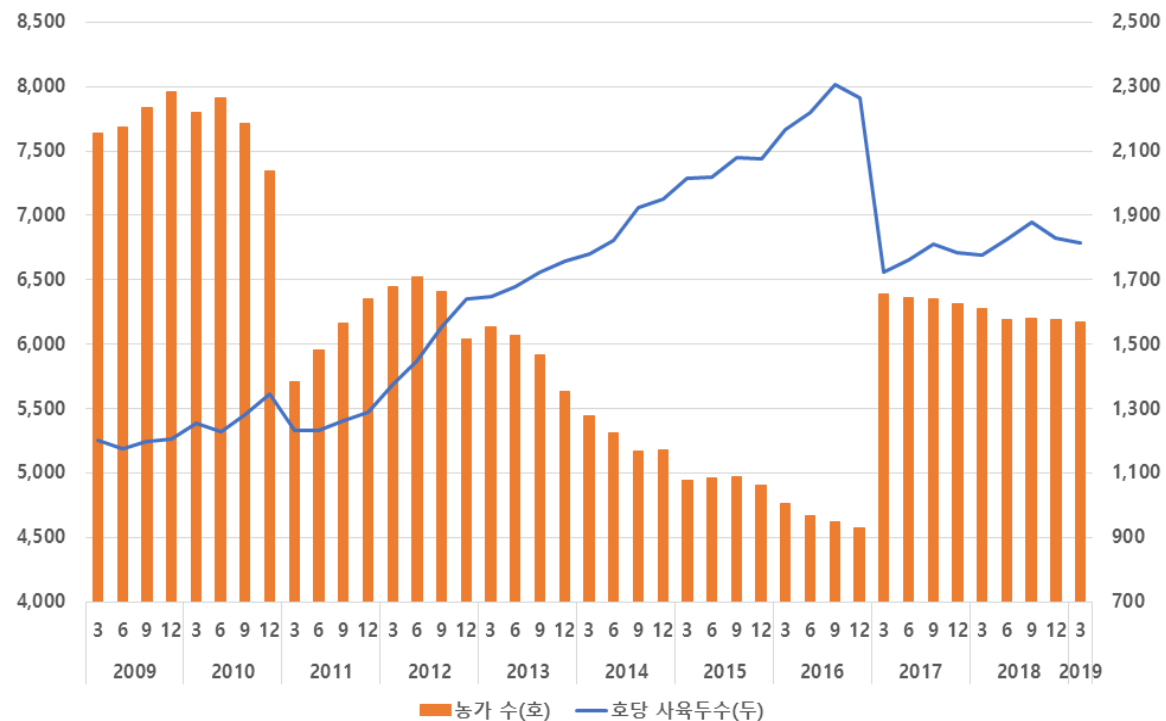
2

## 한돈산업 현황

## 돼지 사육두수와 모돈 수 추이



## 농가 수와 호당 사육두수 추이



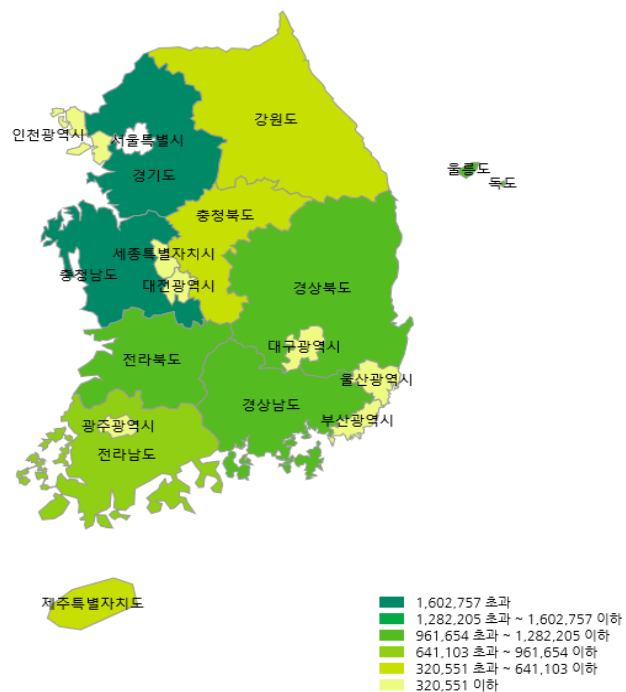
## 한돈농가 생산 성적

구분	2016	2017	2018				2019
			1분기	2분기	3분기	4분기	1분기
농가 수	3,419	3,405	3,405	3,336	3,222	3,195	3,206
모돈수(천두)	836	855	873	863	835	839	845
호당모돈수	245	251	256	259	259	263	263
모돈회전율	2.18	2.18	2.16	2.15	2.14	2.12	2.16
복당총산(두)	10.82	10.91	10.94	11.08	10.95	10.85	10.97
복당이유(두)	9.92	9.96	9.94	10.07	9.95	9.95	9.9
이유전 육성률(%)	91.65	91.35	90.9	90.8	90.8	91.8	90.2
이유 후 육성률(%)	84.13	85.45	86.8	83.4	80.4	90.8	83.4
두당섭취량 (kg/일/두)	1.56	1.55	1.6	1.53	1.45	1.61	1.56
PSY(두)	20.75	20.88	21.1	20.9	20.7	21.1	20.9

## 지역 선정 결과

### 돼지 사육두수의 전국 분포

#### 전국 사육규모 현황



#### 2018년 가축 사육현황

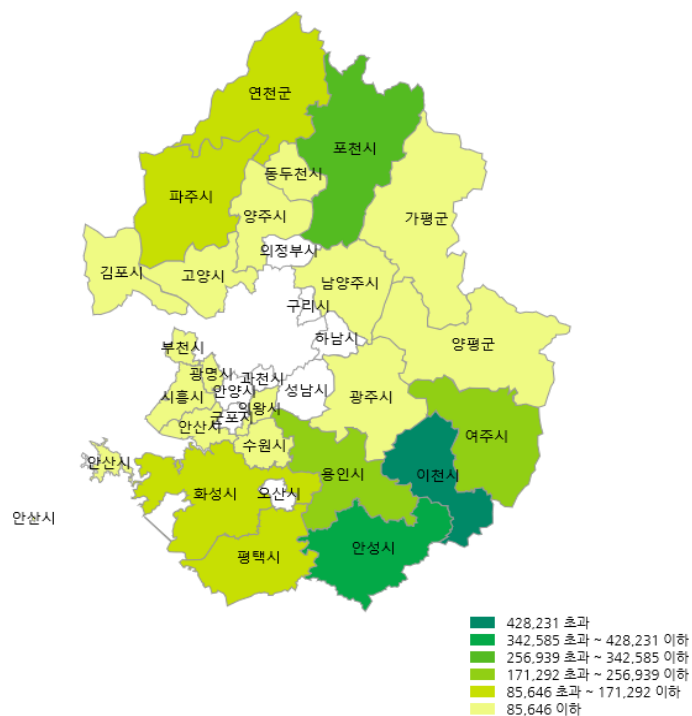
지역별	사육규모(마리)
총계	9,240,113
경기도	1,923,308
충청남도	1,835,698
전라북도	1,123,471
경상북도	1,106,358
경상남도	1,001,606
전라남도	811,833
제주특별자치도	474,824
충청북도	431,257
강원도	353,823
세종특별자치시	89,548
인천광역시	40,202
울산광역시	20,133
광주광역시	9,457
대구광역시	9,056
부산광역시	8,516
대전광역시	1,028

\* 분포도 : 가축 사육

## 지역 선정 결과

### 경기도 돼지 사육 규모별 분포

전국 > 경기도 사육규모 현황



\* 분포도 : 가축 사육

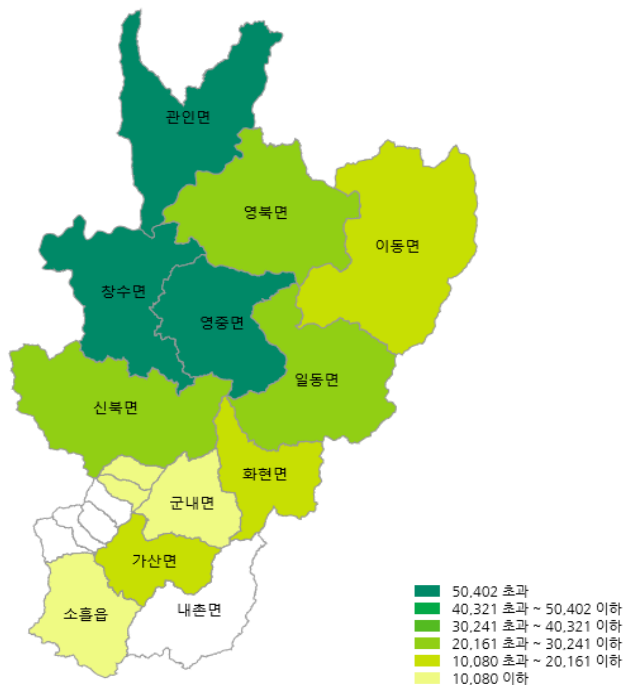
2018년 가축 사육현황

지역별	사육규모(마리)
총계	2,368,803
이천시	513,877
안성시	392,154
포천시	289,995
용인시	231,397
여주시	182,158
화성시	149,951
파주시	131,389
연천군	127,362
평택시	115,309
양주시	79,092
양평군	61,470
김포시	38,025
동두천시	20,689
가평군	18,815
고양시	9,754
남양주시	3,755
시흥시	2,057

## 지역 선정 결과

### 경기도 포천시 돼지 사육 현황

전국 > 경기도 > 포천시 사육규모 현황



\* 분포도 : 가축 사육

2018년 가축 사육현황

지역별	사육규모(마리)
총계	289,995
영중면	60,482
관인면	55,332
창수면	54,320
일동면	21,957
신북면	21,398
영북면	21,135
이동면	20,068
화현면	12,228
가산면	11,127
군내면	5,046
신음동	3,065
소흘읍	3,044
어룡동	793



3

## 국내외 사례 연구

## ✓ 사례 연구 필요성

- 사례 연구는 유명 경영 대학에서 도입하고 있는 효과적인 교육 수단으로서 뿐 아니라, 현실 세계에서 애그리 비즈니스 경영 환경을 이해하고 어떤 분석 수단을 이용하여 문제를 해결할 것인지를 터득하는 실용적인 방법으로 필요함.

## 성우농장

- 충남 홍성군에 위치한 성우농장 에스푸드는 1987년 설립 이래 최고급 정통햄, 소시지, 바비큐 제품을 생산해 국내 주요 외식사업체 및 푸드 서비스 시장에 공급해 오고 있으며, 2005년도부터 소비자브랜드 존쿡델리미트를 통해 대형 할인점과 편의점 등 일반 소비지 시장에도 진출함. 전국 농장들의 투명성 제고 및 환경 친화적, 동물 친화적 환경을 만들고자 함. 팜 프레시 무브먼트는 농장 환경 개선사업을 통해 좋은 원료로 만든 제품을 소비자에게 전달하는 팜 투 테이블(FARM TO TABLE) 환경을 구축하는 운동으로, 인증 협회를 조직하는 것은 물론 인증 절차를 만들어 새로운 민간 기준을 함께 수립하고자 함



## 성우농장

- 최근 충남 홍성군 금곡리 내 원천마을에서는 마을과 축산이 상생하는 친환경생태마을을 만들고 온실가스 저감과 자립에너지 실현이라는 목표로 원천마을 발전계획을 추진하고 있음. 계획에는 발전 뒤 폐열을 마을 내 시설 원예작물에 공급하기, 마을 내 돼지국밥 식당에 마을 농산물을 이용한 로컬푸드 및 관광산업 완성, 토종재래종 돼지 판매(두당 90만 원), 액비연계형 순환농업 실현, 시설원예작물 및 바이오에너지 작물 재배선택 다양화(액비사용), 새로운 농가모델 제시 등이 있음.
- ‘친환경 생태’는 마을의 경제활동, 생활 방식을 친환경, 생태적으로 장기적인 계획을 가지고 전환하자는 의미로, 축산과 마을을 연계된 경제 사업 모델을 모색함. 2018년 초, 현대백화점과 협약을 맺어서 ‘명인명촌’이라는 브랜드로 한우보다 비싼 가격(100g에 8000원)으로 팔리는데 이는 농장 브랜드이기 보다는 마을 브랜드임을 언급함.

## ✓ 자연목장

- 충북 음성군 감곡면에 위치한 자연목장은 장훈(39)·이연재(38) 부부가 자연순환농법으로 흑돼지 50여마리를 키우며 ‘도르리’라는 이름의 소비자 직거래를 하고 있음
- 한 달에 한 번(매달 넷째주 금요일) 5마리의 돼지를 도축, 구이용·볶음용·찌개용 각 600g 3팩을 한 세트로 묶어 소비자에게 직접 판매하고 있음.
- 자연목장은 돼지에게 신선한 풀과 함께 다양한 농산 부산물로 직접 만든 발효사료에 들어가는 소량의 배합사료를 GMO옥수수 함량이 높은 수입곡물 대신 수소문 끝에 찾은 국내산 곡물함량이 80~90%나 되는 <오메가 사료>를 이용함. 또한, 일반 양돈농가에서는 6개월 만에 110~120kg의 규격돈을 만들기 위해 고단백사료를 먹이는데, 돼지가 소화를 다 못 시키기에 악취가 나는 이유를 언급하며, 사육환경 덕분에 악취가 나지 않음을 증명함.



# 3 국내외 사례 연구\_국내 사례

## ✓ 영지축산

- 남해에 위치한 영지축산의 최희주 대표는 농장의 냄새를 줄이고, 건강한 돼지를 키우고, 맛있는 고기를 만드는 것은 미생물을 통해서만 가능하다는 것을 알고, 2015년 7월부터는 미생물을 통한 발효사료, 2015년 11월부터는 발효기계를 구입하여 본격적으로 발효사료를 만듦. 배합사료에 발효사료를 첨가하여 키운 돼지는 분변에 대한 냄새가 거의 없고, 좋은 발효사료를 먹고 자란 돼지는 병도 걸리지 않고 잘 크는 것을 확인함.
- 한돈농장 추가 인수 과정에서 발생하는 악취민원을 해결하기 위해 악취 발생량 증가 및 생산성 저하 문제가 발생하지 않게 신경을 쓰며 악취 저감 제품인 ‘뉴트로’를 활용해 악취 및 슬러지 문제를 해결함. 이를 위해 현재 인근 지역 15개 농장과 함께 광역 악취저감 사업에 참여하고 있음



# 3 국내외 사례 연구\_국내 사례

## ✓ 하이포크 봉동농장

- 충남 논산 연무읍에 위치한 봉동농장은 악취나 폐수 등의 발생을 최소화하는 시설과 시스템을 통해 축산업의 외부불경제 효과를 극복함
- 냄새가 없고, 폐수를 방류하지 않아 오염을 일으키지 않는 친환경 농장으로 약 200억원이 투입되어 2012년 3월 완공까지 많은 보완작업을 거쳐 5년이 걸림
- (주)팜스코바이오인티(대표 박성우)에서 운영하는 하림그룹의 돼지고기 브랜드인 '하이포크'용 씨돼지 농장으로, 16,231㎡ 부지에 지어진 축사 11동에서 3,600마리의 씨돼지가 사육되며, 1일 40톤의 분뇨를 자원화할 수 있는 시설도 갖추



## 원주 돼지문화원

- 강원도 원주시에 위치한 돼지문화원은 양돈장과 연계하여 레저·숙박·교육 등의 테마파크를 조성하여 지역경제 활성화의 사례라 할 수 있음.
- 복합문화공간인 돼지문화원을 활용하여 다채로운 문화행사와 체험을 통해 육가공제품의 지속적인 소비 창출과 도시 방문객 증가 유도 등 차별화된 마케팅 구축으로 지역 농축산물을 홍보해옴. 장성훈 대표는 기부 등의 나눔으로 2012년 원주시장 표창을 수상하면서 지역주민과 인근 농가의 모범이 됨.
- 돼지(종돈·비육돈)를 사육하여 기르는 1차산업, 생산된 비육돈 원료를 이용하여 제조·가공하는 2차산업, 가공된 식품을 유통·판매·체험·관광서비스하는 3차산업까지의 시스템을 갖춘. 또한 유전자센터를 통해 유전 연구개발을 함으로써 공급받는 양돈농가들의 수익을 남길 수 있도록 함.





# 3 국내외 사례 연구\_국내 사례

## 지리산 흑돈농장 다산육종

- 버크셔 가치를 공유하는 6차 산업화를 이루기 위해 다양한 가공상품 통한 부위별 가격 불균형 해결과 부가가치 창출을 위한 Value Line을 구축함. 스페인 이베리코생햄(하몽)이 생산되는 가공공장과 농장, 유통망을 벤치마킹해서 지리산 흑돈 생햄 가공장을 설립하고, 카페, 펜션까지 만들어 관광객이 머물 수 있는 공간을 제공함





## 지리산 흑돈농장 다산육종

- 농업의 6차산업화

- 버크셔의 가치를 공유하는 밸류체인을 구축
- 고품질의 순종 버크셔 육종 및 생산을 위한 연구개발, 부위별 가격 불균형 해소를 위한 다양한 상품개발, 밸류체인을 통한 고부가가치 창출, SNS 마케팅 등을 통한 유통 확대, 문화가 있는 마케팅 등 계획
- 지리산생햄 가공장을 연계한 6차산업화 구상: 해발 500m 지리적 특성을 살려 청정 자연조건에서 고품질 버크셔 뒷다리를 천일염에 절인 후 1년 이상 발효시켜 만드는 고급 가공식품인 생햄 생산(신세계백화점의 하몽은 뒷다리 하나가 430만원, 돼지 뒷다리 두 개가 소 한마리 가격)

- 지역(주민)과의 관계(core-peripheral relationship)

- 갈등 사례: 돈사 신축 허가 문제를 둘러싼 지역주민과의 갈등 후 현재 조화를 이루고 안정된 상태
- 지역 주민/사회 환원: 현금 기부(굿네이버스, 사회보장체, 지역 행사 등)
- 지역 공동자원화(분뇨처리)와 남원 친환경흑돈클러스터 사업 진행
- 지역경제 효과: 중소 흑돈 농가의 경제적 지위 확보(지급률 상향 안정, 거래교섭력 증대)와 향후 흑돈사업 투자에서 지역에 30- 40% 지분 배정으로 소득 기회제공 예정

- 사업성공 전략

- 지역 양돈인과의 원만한 관계를 유지하기 위해 각자의 노력으로서, 경제력에 버금가는 인식과 태도 전환이 필요함
- 새로운 패러다임의 양돈산업에 대처하기 위한 노력으로서 사업 참여자는 사업가치를 이해하고 리더의 철학을 이해하면서 소소한 가격차이를 통한 이익추구 행동(arbitrage)을 자제할 필요가 있음

## ✓ 하림그룹 종합식품단지

- 하림그룹은 지역사회 경제 활성화와 농업 분야에 생산 및 고용 유발에 이바지하기 위해 전북 익산의 종합식품단지를 조성할 계획을 가짐.
- 국가식품클러스터에 1만 6천여평의 넓은 부지(5만3천623㎡)를 매입하여 하림 닭고기 전문공장->하림푸드 콤플렉스->국가식품클러스터 식품공장으로 이어지는 하림 푸드 트라이앵글에 6천여 억원을 투입하여 신규 일자리 1천500개 창출을 예상하며 농촌사회의 소득원으로서 기여하고자 함.
- 특히 지역경제 활성화와 일자리 창출 등 공공기관 지방이전의 확산 효과가 필요한 시점에서 농식품 부문에 민간기업의 대규모 투자가 이뤄짐으로써 공공기관 이전 효과를 실증하는 계기가 될 것으로 기대하고 있음.
- 또한 'One Health'라는 비전과 함께 제품과 고객, 사회와 자연환경이 함께 건강한 식품을 공급하고자 함.

## ✓ 대관령 삼양목장

- 강원도 대관령의 삼양목장은 농촌경관을 보존하면서 체험 목장을 통하여 지역경제 활성화의 사례로 1970년대 삼양식품은 국가경제가 성장함에 따른 단백질 공급의 목표로 쇠고기와 우유를 생산하는 대규모의 목장건립을 추진하여 1985년 600만평의 초지를 개간하여 완성함.
- 자연생태계를 보호하고 지속 가능한 경축순환농법으로 대자연을 지키고 먹거리를 함께 공유하고자 함. 송아지 우유주기체험, 양·타조 먹이주기 체험 등 다양한 볼거리와 체험을 즐길 수 있는 시설을 마련함.



## 안성팜랜드

- 경기도 안성시 공도읍에 위치한 안성팜랜드는 39만평 대지에 2012년 개장 이후 농업과 축산업을 기반으로 다양한 체험을 할 수 있는 테마파크로 지역경제 활성화의 대표적인 사례로 볼 수 있음. 안성팜랜드는 정부가 식량안보 차원에서 축산업 진흥을 위해 설립한 농장으로 식량안보와 환경보전의 효과를 극대화 한 사례임.
- 안성시는 총 110여 농가가 28만 두의 돼지를 사육하여 지역경제의 선순환에 일조하면서, 양돈농가의 환경개선 인식제고를 위해 체계적인 분뇨처리 시스템을 갖추도록 함. 악취 민원이 많은 지역을 선정해 약품제조회사에서 직접 약품을 살포하는 시범사업을 시행하면서 민원이 대폭 감소하는 결과를 얻음.
- 유황을 첨가한 사료를 공동 구매하여 농가로 하여금 수익 향상, 소비자는 고품질의 고기를 구매함.
- (사)안성시한돈협회 회원들은 축산업으로 얻은 수익금의 일부를 지역 영재 육성 장학금, 소외계층 돕기에 기부를 하고 지속적으로 사회시설에 기금을 전달함. 또한, 군부대에 위문금을 후원하고 돼지고기를 제공 하는 등 지역사회와 주민들과의 나눔 실천.



## 도래미마을

- 인천시 강화군 선원면에 위치한 도래미마을은 체험휴양마을의 한 사례로, 도시지역 주민 9천여명이 방문함. 고구마·감자캐기, 미꾸라지체험, 썰매타기, 떡메치기, 두부 만들기 등의 여러 체험프로그램이 있음. 도시지역 소비자들이 도래미 마을뿐 아니라 인근 5개 마을 400여 농가가 생산한 농산물(로컬푸드)을 직접 수확하거나 공판장에서 구입할 수 있는 기회도 제공되어, 대형마트보다 저렴한 가격으로 신선한 농산물 구입이 가능함.
- 로컬푸드는 지역경제 발전에 기여, 안전성, 품질이 좋다는 등의 장점이 있음. 지역농산물 유통에서 생산자에게 여러 장점이 있지만, 특히 소량 생산품목이나 저장식품 및 비규격 상품도 판매할 수 있다는 점, 지역의 휴경지 감소로 지역특산물이나 전통 가공식품, 요리법을 계승하는 등 농지와 기술을 보전·계승한다는 장점이 있음.
- 고령자도 쉽게 참여하여 삶의 보람과 일에 대한 의욕을 주어 지역연대감이 강해지는 등 지역 생산자와 소비자 모두에게 장점이 있음.

## ✓ 더존한우

- 충남 부여에 위치한 더존한우 농장은 총 3개로, 제 3농장은 3만평 중 1만평은 농장에 해당하고, 나머지 2만평은 밤나무를 식재.
- 한우는 1200두, 돼지는 2000두를 사육하고 있고, 지역 생산물을 이용하여 TMR, TMF 사료를 직접 생산하고 있어 생산비를 절감하고 있음. 또한, 2009년 농장 지붕에 태양전지판을 설치하여 약 2,300만 원/월의 추가 소득을 발생시켜 안정적 농장 경영을 하고 있음.
- 밤 수확 시기에 체험농장 형태로 일반인들에게 개방하여, 입장료를 받고 밤 수확이 가능하도록 운영하고 있었고, 최대 25명이 수용 가능한 오두막을 설치하여 고기를 구워 먹을 수 있게 함. 농장에서는 정육점 기준 대비 약 50% 정도로 저렴하게 고기를 구입할 수 있어 주말에는 많은 사람들이 방문하고 있음.



## 더존한우

- 현재 태양광 발전 시스템으로서 소득을 발생시키고 있고, 설치되지 않은 축사 지붕에 추가적으로 태양 전지판 설치 투자를 고려하고 있음. 이 투자 과정에 있어 지리산흑돈 사례처럼 지역 주민 투자 유치를 통해 소득을 분배하는 시스템을 구축하고자 준비 중임.
- 지역사회와의 공생 모델은, 지역 주민과의 공동 투자를 통해서 발생하는 소득을 분배하는 형태를 통해, 농가가 지역 사회에 있기 때문에 지역 주민의 경제적 이득이 발생할 수 있다는 모델을 제시함. 지역 주민과의 갈등 해결 없이는 농가의 성장도 이루어지기 어렵기에, 이러한 방안을 통해서 지역 주민과 농가의 공생이 가능할 것이라 생각함.





## ☑ 가고시마 흑돼지

- 가고시마 현에서는 가고시마 흑돼지를 브랜드화하기 위해 가고시마 흑돼지 기준을 수립하여 관리하고 있고, 가고시마 흑돼지 증명서 부착과 지정판매점 등으로 양돈농가 생산자 협의회가 주도하여 생산, 유통, 판매를 책임지고 관리함. 고구마를 이용한 320여 종류의 가공품을 판매하는 고구마관을 운영하여 많은 관광객이 방문하는 가운데, 돼지고기의 육질에 대한 소비자의 반응과 건강에 대한 선호도를 고려하여 일정기간 고구마를 먹여 일반 돼지와 차별성에 대한 분석을 통해 소비자의 신뢰를 높임.
- 흑돈 출하때 생산자명, 출하년월일, 증명서번호를 기입한 「가고시마 흑돈 증명서」를 첨부하여 판매점 등에 유통함. 이 증명서는 1999년 4월에 상표등록되어, 카고시마 흑돈 브랜드 산지 지정 기준을 넘어 「가고시마 브랜드 산지」로 지정된 생산자그룹만 사용함.



## ✔ 가고시마 흑돼지

- 흑돼지를 알리기 위해 매년 매장 앞 광장에서 축제를 열어, 생산자와 소비자의 교류를 통해 브랜드를 확립하고자 함. 흑돼지 생산자 협의회에서 생산한 것은 333개 지정 점포를 통해 판매하고 있음. 가고시마 현에서는 수도권 판매상황을 알기 위한 소비자 모니터 제도를 시행하고 흑돼지의 품질을 높이기 위해 종돈을 개량하며, DNA검사를 통해 확실한 흑돼지를 확인하는 시스템을 갖춘.
- 모든 축산업에 대해 국가예산으로 유지보수를 지원해줌.



## ✔ 가고시마 흑돼지

- 가고시마현은 흑돼지를 모티브로 가고시마의 자연을 상징하는 녹색을 적용하여 캐릭터를 만들어 다양한 이벤트를 통해 홍보함.
- 2011년을 시작으로 드라마가 만들어지고, 가고시마의 역사, 자연, 데이트장소, 식문화, 모래찜질 온천, 천문/우주 등을 상징하는 캐릭터가 있음



## ✓ 사이보쿠 목장

- 사이따마현 히디카에 위치한 사이보쿠 목장은 ‘푸른 목장에서 식탁까지’라는 슬로건을 내걸고 1946년 설립되어 소와 돼지, 닭 등을 키우는 축산농장으로 시작해 지금은 3만여 평의 대지에 테마파크로 운영 중에 있음. 로컬푸드 전문점, 온천시설, 골프장, 도예교실을 비롯한 문화시설뿐만 아니라, 전국 3개의 거대 목장을 운영하고 있음. 자사목장생산의 원료를 사용한 햄·소세지 가공하여 판매하는 축산물 판매장과 돈가스전문 레스토랑, 빵공장등이 있으며 목장에서 만들어진 퇴비를 활용하여 키워진 농산물직매장 등 사업을 확장함.
- 사이보쿠 농장은 축산분뇨의 친환경 처리를 통해 악취를 없애 주민들과의 갈등 해소에 노력하고 있으며, 축산분뇨로 고급 퇴비를 만들어 지역사회 농산물을 생산하는 농민에게 공급하고, 농민은 로컬푸드 전문점을 통해 지역 소비자에게는 저렴한 가격으로 건강한 먹거리를 제공함. 일본정부는 농축산업 농민들에게 직접적 보조금 대신, 직영 매장 설립을 지원해줌으로써 생산자와 소비자의 신뢰를 제고함.



## ☑ 모쿠모쿠 팜

- 일본 미에현 이가시에 위치한 모쿠모쿠팜은 6차 복합 체험 마을로 청년 실업 해소 등의 지역경제 활성화의 사례라 할 수 있음.
- 직원 대부분이 30대 젊은 세대로 정직원 142명, 계약직 직원 96명, 파트타임 약 800명 등의 고용창출 효과가 있으며, 농장 방문객은 연간 50만 명임. 100억 엔 정도가 투자됐고, 이 중 30%를 중앙정부와 지방정부가 부담함.
- 이 도시에서 수제 햄과 소시지로 시작하여 가공(2차 산업), 판매(3차 산업)까지 스스로 하는 6차 산업이 자리잡음. 주 사업으로는 쌀, 채소, 과일, 표고버섯 등의 생산과 유제품, 우유, 아이스크림 등의 가공, 햄·소시지, 맥주, 두부, 빵, 양과자, 화과자 제조 및 수제 체험 교실, 물건 판매, 음식, 숙박, 온천 등 농업 공원을 운영할 뿐 아니라, 나고야, 교토, 오사카 등 일본 주요 도시에 모쿠모쿠 레스토랑을 운영하여, 연 매출 540억원을 95% 직판으로 달성함.



## 영국

- 영국에서는 1990년대 이후 농업생산부문 이외 경제활동과 체험 관광에 대한 정책들이 시행되면서, 농촌 자연경관을 유지 보전하고 농가소득을 보전하려는 다차원적 성격으로 발전해옴.
- 영국의 농촌관광정책은 지역의 농촌 발전 계획의 규정에 따라 농촌 관련 협회가 정부 지원을 받아 실시함.
- 농촌관광 활성화 프로그램은 지역정부 및 민간단체 중심을 시행됨.
- 농촌지원정책은 크게 농촌경영체 지원사업(Rural Enterprise Scheme, RES)과 리더(Leader)프로그램이 있음. 특히 1991년 유럽연합(EU)가 도입한 리더(LEADER, 농촌경제 발전을 위한 행동연대) 프로그램은 지역주민들이 지역의 문제점들을 개선 방안을 제시하면 중앙정부에서 자금을 지원하여 주민자치단체가 지역개발을 위해 자체적으로 해결하는 방식임.

## 네덜란드

- 네덜란드에서는 민간농장과 농업적 경관을 활용하여 신체와 정신의 건강을 증진하기 위한 녹색치유농장이 운영되고 있음.
- 유럽 내에서 네덜란드와 노르웨이 등을 시작으로 현재 2,000여 개 이상이 있으며, 매주 약 2만여 명의 방문객이 치유장을 방문함.
- 치유농장은 농업과 관련한 곡식, 원예, 가축사육 및 농기계 사용 등을 포함하여 치유와 관련한 의료적, 사회적, 교육적 치료 등을 포함함.
- 녹색치유농업(Green Care Farming)은 농업을 통한 녹색치유(Green Care in Agriculture), 건강을 위한 농업(Farming for Health), 사회적 농업(Social Farming)이라는 용어와 함께 사용됨.

## 프랑스

- 프랑스는 1980년대 말 이후 농업활동 중심의 교육농장들이 성장, 발전하면서, 도시민들의 자연과 접촉을 통한 자연과 환경에 대한 교육, 체험을 통해 얻을 수 있는 치료적 효과에 대한 필요성으로 추진해옴.
- 주 시설은, 프랑스국립축산농장(Bergere Nationale), 가이옹 농장(Farme les Gaillons), 노베르 농장(Ferme de Novere), 프란실리안즈 농장(Francilianes) 등이 있음.
- 프랑스의 한 사례로, 1985년 개장한 50ha 규모의 갈리 농장(Ferme de Gally)은 40종이 넘는 다양한 농산물을 경작하여 연간 10만 명 이상의 소비자가 방문하여 직접 농산물을 수확하여 구입할 수 있음.
- 소비자들은 밭에서 바로 수확한 신선한 농산물을 도시지역 대형마트에 비해 30%이상 저렴한 가격으로 구입할 수 있고, 농장주는 중간 유통단계를 거치지 않고 직접 농산물을 판매할 수 있다는 장점이 있음.





## 덴마크

- 덴마크는 세계 최대 돼지고기 수출국으로 생산량의 90%가 수출되며, 덴마크 경제와 무역 수지에 필수적임.
- 덴마크 생산자들은 높은 수준의 동물 복지를 준수하며, 친환경적이고 지속가능한 생산 방법을 택함.
- 농장이 환경에 미치는 영향을 인정하고 이웃을 배려하기 위해, 효율적이고 현대적인 축산 생산 시스템을 관리함.
- 세계에서 가장 엄격한 농업 통제 시스템을 이용하여, 환경 분야에서 토지 이용, 사료 혼합물, 보건 및 안전 조건을 철저히 검사함. 이러한 엄격한 규정을 준수하여 약취의 배출을 줄이기 위해 노력함.
- 덴마크의 작물 생산자들은 경작지에 있는 돼지, 가축 및 가금 농장에서 배설물을 점차적으로 인공 비료를 대체하여 자연 재순환을 시행함.



## 시사점

- 지형적 특성으로 유럽처럼 대규모 단일 농장을 운영하는 것은 현실적으로 어려움이 있으나, 마을 기업이나 체험휴양 마을 등 여러 명의 주민이 참가하는 마을 단위의 농장이 축산업의 다원적 기능을 이용한 체험목장의 활성화를 통해 지역사회의 소득증대를 가능하게 하는 방안을 모색할 수 있음.

4

## 분석 결과

1. 한돈 이미지 인식 조사
2. 양돈산업의 경제적 파급효과

# 1. 한돈 이미지 인식 조사 결과

## 4

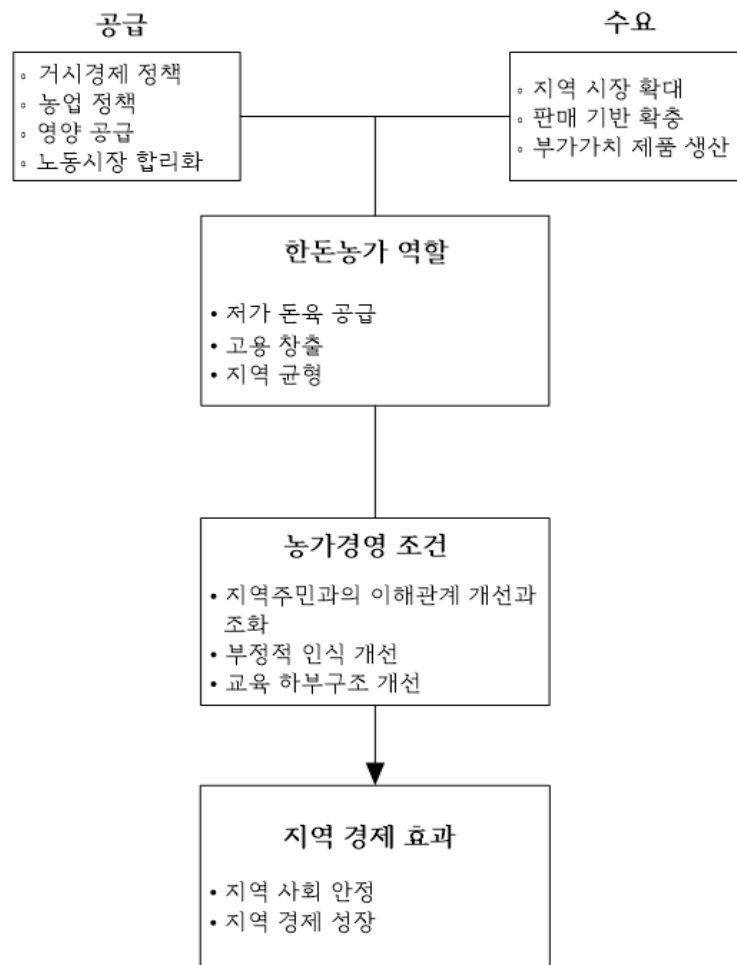
# 분석 결과\_한돈 이미지 분석 결과

포천지역 주민을 대상으로 설문조사 실시

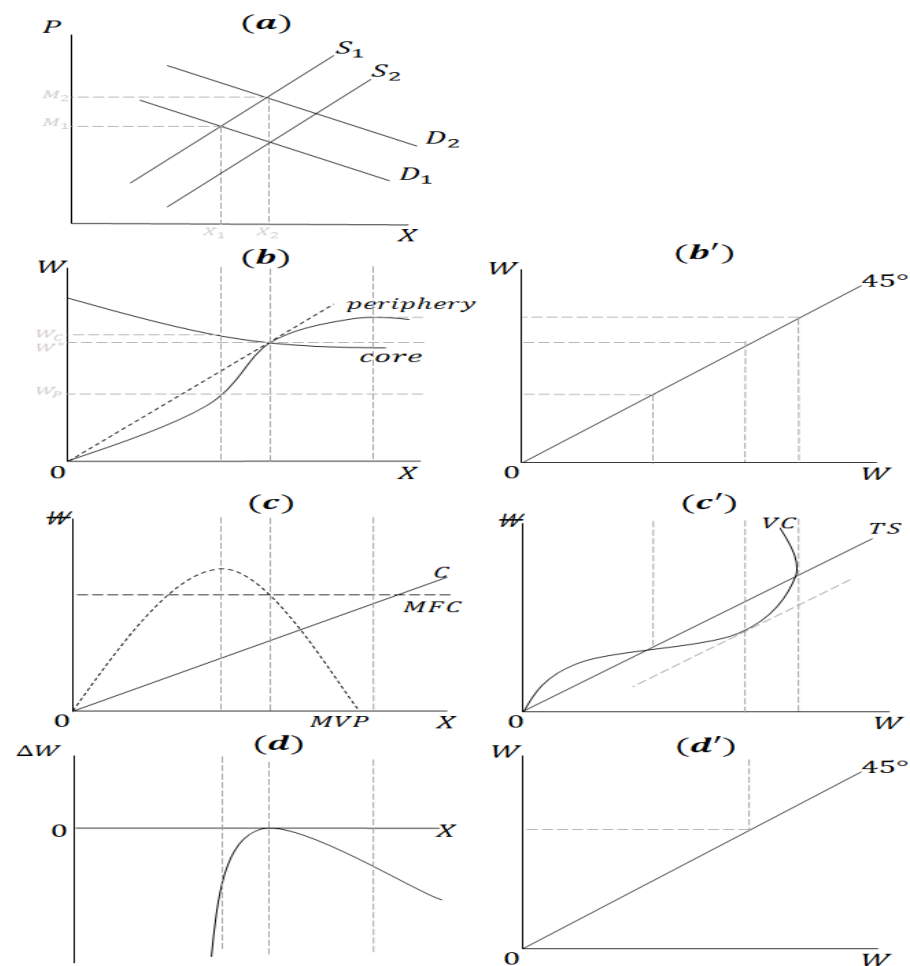
(하나유통식자재마트, '창수야 놀자'장터 각각 33부와 90부, 총 응답자 수는 156명임)

- ☑ 양돈산업에 대한 인식 조사
- ☑ 한돈농가에 대한 인식 조사

## 한돈농가 주도 지역발전 전략 및 효과



## 한돈농가 주도 지역발전 모형



# 분석 결과\_한돈 이미지 분석 결과

## 인구 통계학적 사항

구분	빈도	퍼센트(%)
남성	69	44.2
여성	87	55.8
합계	156	100.0

## 응답자 연령

구분	빈도	퍼센트(%)
30대 이하	22	14.1
40대	17	10.9
50대	40	25.6
60대	53	34.0
70대 이상	24	15.4
합계	156	100.0

## 응답자 거주기간

구분	응답자수	최소값	최대값	평균	표준편차
거주기간(월)	156	1.00	840.00	276.9551	222.16841

## 응답자 연령

구분	빈도	퍼센트(%)
5년미만	28	17.9
5-10년미만	9	5.8
10-15년미만	26	16.7
15-20년미만	12	7.7
20-25년미만	19	12.2
25-30년미만	11	7.1
30-35년미만	15	9.6
35년 이상	36	23.1
합계	156	100.0

# 양돈산업 인식



# 분석 결과\_한돈 이미지 분석 결과(양돈산업)

## ✓ 양돈산업 지식정도 및 정보원천

문항	최소값	최대값	평균값	표준 편차
나는 양돈산업에 대해 잘 알고 있다.	1	5	3.00	1.136
나는 돼지고기가 어떤 방식으로 생산되는지를 알고 있다.	1	5	2.99	1.164
나는 항상 돼지고기 포장의 인증표시를 확인하고 고기를 구입한다.	1	5	3.38	1.188
평균			3.12	

## ✓ 양돈산업 역할 중요도

문항	최소값	최대값	평균값	표준 편차	순위
동물성 단백질 공급을 통한 국민 영양과 건강 기여	1	5	4.15	0.729	1
국가 경제발전 기여	1	5	3.87	0.776	3
농가 소득 증대	1	5	4.06	0.776	2
농산물생산에 도움이 되는 퇴·액비 공급	1	5	3.69	0.942	5
농산부산물(볏짚, 옥수수대 등) 효율적 활용	1	5	3.64	0.943	7
휴양지 제공(체험농장 등)	1	5	3.31	1.051	9
토지이용 확대(산지 활용 등)	1	5	3.37	1.017	8
생명공학 산업 발전 기여	1	5	3.65	0.921	6
연관 산업 발전 기여 (사료, 유통, 외식, 육가공 등)	1	5	3.83	0.810	4

## 4

# 분석 결과\_한돈 이미지 분석 결과(양돈산업)

## ✓ 양돈 산업 정보 원천 중요도

문항	최소값	최대값	평균	표준 편차	순위
공중파 TV (KBS, MBC 등)	1	5	3.67	1.018	1
종합편성 TV (TV조선, 채널A 등)	1	5	3.26	1.096	5
신문	1	5	2.88	1.202	7
인터넷, SNS	1	5	3.29	1.103	4
주위 사람들 소문	1	5	3.49	1.086	2
출판 도서	1	5	2.35	1.201	6

# 한돈농가 인식

# 분석 결과\_한돈 이미지 분석 결과

## 한돈농가 및 농장 이미지 주요 영향요인(사회적 대우)

구분	최소값	최대값	평균	표준편차
편향된 언론보도	1	5	3.06	0.975
소득 수준	1	5	3.36	1.047
현장일 창조성	1	5	2.77	1.028
현장 안전성	1	5	2.92	1.047
훌륭한 인재	1	5	3.06	1.033
종사자 복지 노력	1	5	2.86	1.050
결혼상대자로서의 매력	1	5	2.54	0.953

## 한돈농가 산업 및 농장 이미지 주요 영향요인(지역경제 기여)

구분	최소값	최대값	평균	표준편차
고용창출 이바지	1	5	2.90	1.027
외화획득	1	5	2.92	1.032
지역경제 성장	1	5	3.16	1.050
소비자 물가안정	1	5	3.03	0.977
타산업에 미치는 영향	1	5	2.54	0.953

# 분석 결과\_한돈 이미지 분석 결과

## 한돈농가 및 농장 이미지 주요 영향요인(사회문화 기여)

구분	최소값	최대값	평균	표준편차
문화 활동기여	1	5	2.59	1.039
지역사회발전기여	1	5	2.99	1.019

## 한돈농가 및 농장 이미지 주요 영향요인(도덕성)

구분	최소값	최대값	평균	표준편차
환경 친화	1	5	2.61	1.139
사회적 봉사활동	1	5	2.78	1.007

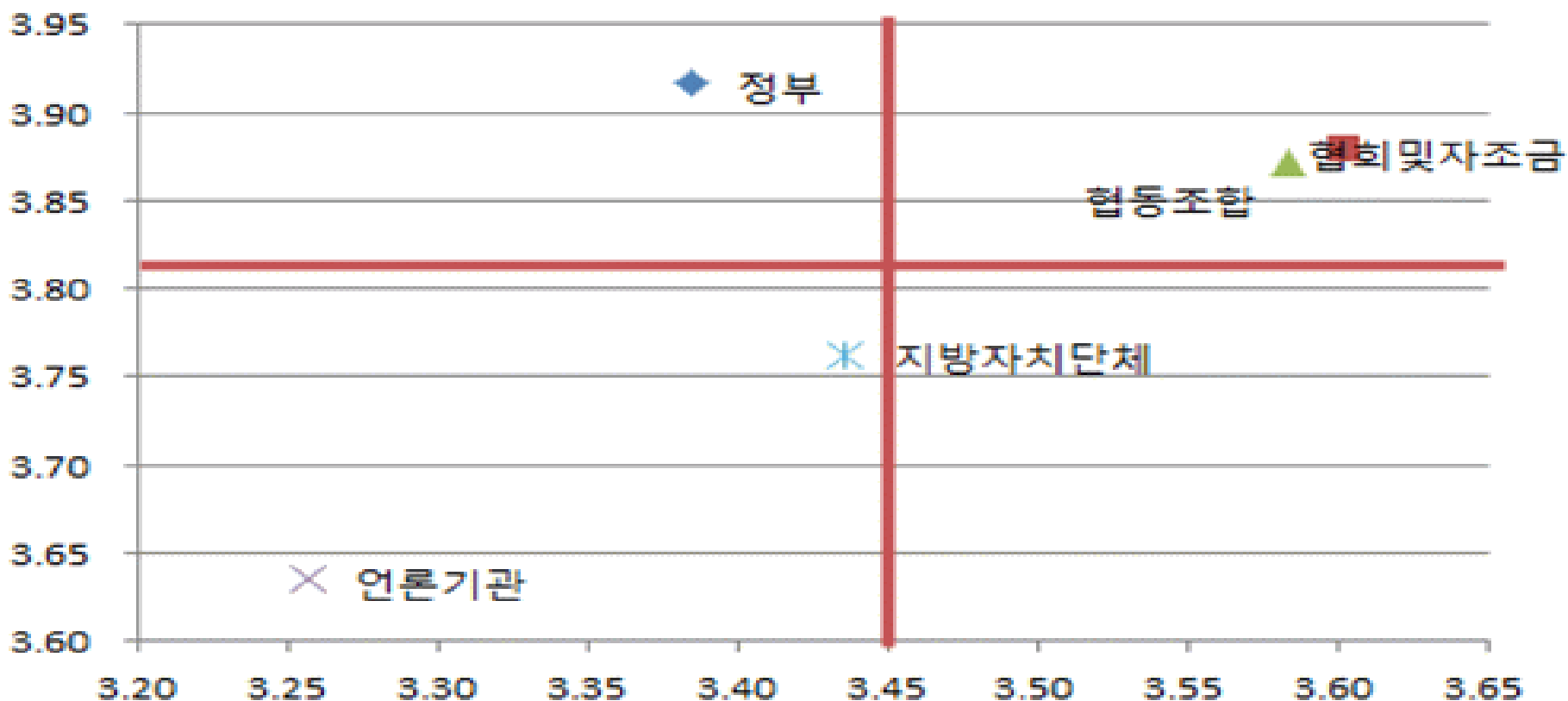
## 한돈농가 및 농장 이미지 주요 영향요인(장래성)

구분	최소값	최대값	평균	표준편차
산업 성장 가능성	1	5	3.25	1.033
돈육 생산량	1	5	3.46	0.966
돈육 소비량	1	5	3.56	0.972
종사자 경력계발 노력	1	5	3.01	1.063

## 4

## 분석 결과\_한돈 이미지 분석 결과

✓ 한돈농가 및 농장 인식제고 기관 IPA 분석 매트릭스





## 시사점 1

- 한돈농가에 대한 지역주민의 인식에서, 도덕성에 대해 다른 연령대보다 30대 이하가 한돈농가의 도덕성이 높은 것으로 인식하고 있음
- 한돈농가 및 농장 이미지에 대한 연령대별 인식은 지역경제성장, 소득 수준, 돈육 소비량에 대해 차이가 있는 것으로 나타남: 30대가 이들 이미지에 대해 다른 연령대에 비해 긍정적인 이미지를 가지고 있고, 40대와 70대 이상 계층이 한돈농가에 대해 부정적인 이미지를 가지고 있는 것으로 나타남.
- 한돈농가의 호감도에 정(正)의 효과를 주는 이미지는, 지역경제 기여도, 지역사회기여도, 도덕성, 부(負)의 효과를 주는 이미지는 장래성인 것으로 나타남.



## 시사점 2

- 한돈농가의 호감도에 정(正)의 효과를 주는 이미지는, 지역경제 기여도, 지역사회기여도, 도덕성, 부(負)의 효과를 주는 이미지는 장래성인 것으로 나타남.
- 이들 이미지와 관련된 요인은, 경제기여는 경제성장, 사회기여는 지역사회 발전, 도덕성은 환경 친화 노력, 장래성은 성장가능성이 관련됨.
- 한돈농가 및 농장의 호감도 증대를 위한 커뮤니케이션 주제는 이러한 요인을 강조해야할 것임



## 2. 양돈산업의 경제적 파급효과 분석 결과

## ✓ 양돈산업의 경제적 파급효과

- 산업연관분석은 한 나라의 경제 내 생산 활동을 통하여 산업 간의 상호작용을 수량적으로 파악하는 분석방법임. 이 분석방법은 구체적으로 경제를 구성하는 산업구조를 파악하고 국민경제의 산업별 파급 효과 계측 분석에 이용됨.
- 산업연관표는 작성 대상 지역을 기준으로 전국산업연관표와 지역산업연관표로 구분할 수 있음. 전국산업연관표는 전국을 기준으로 산업별 거래 내역을 나타낸 것임. 이에 비해 지역산업연관표는 지역 간에 상이한 산업구조와 기술구조 그리고 거래 형태를 반영하기 위해 지역으로 구분하여 지역별산업별 거래 내역을 나타낸 것임.
- 본 연구에서는 경기도 포천지역 양돈산업의 경제적 파급효과를 분석하기 위해 2010년 산업연장표 실측표(기본부문표) 및 2012년, 2014년 산업연관표 연장표(기본부문표)를 이용하여 산업연관분석을 실시함.
- 또한, 경기도 포천 양돈산업의 국내 지역별 파급효과를 분석하기 위해 2013년 지역산업연관표(소분류)를 이용하여 지역간 산업연관분석(IRIO: Inter-Regional Input Output Model)을 실시하였음.



## 양돈산업부문의 경제적 파급효과

- 2014년 한국의 양돈부문 생산액은 2010년 대비 29.2% 성장함. 낙농 및 양돈부문의 생산액은 2010년 대비 생산액이 증가하였으나, 한육우, 가금, 기타축산부문의 생산액은 2010년 대비 감소함.
- 축산업의 전·후방연관산업의 생산액은 모두 증가추세에 있음. 2014년 축산전방연관산업은 육류 및 육가공품부문이 2010년 대비 19.6% 증가, 낙농품부문은 같은 기간 동안 14.4% 증가. 축산 후방연관산업인 농업, 사료, 농업용기계, 의약품, 농림어업서비스부문의 생산액은 모두 증가세를 보임. 2014년 사료부문의 생산액은 2010년 대비 21.1% 증가해 가장 큰 증가세를 보임.
- 2014년 양돈부문의 투입구조는 사료부문의 투입 비중이 42.9%로 가장 크며, 도·소매부문 4.5%, 농업부문 1.4%, 서비스부문 1.2% 등의 순임. 양돈부문의 대표적인 전방산업인 육류 및 육가공품의 투입구조는 양돈이 31.1%로 가장 크며, 한육우 18.0%, 가금 14.6% 도·소매 9.1% 등의 순으로 나타남.



## 양돈산업부문의 경제적 파급효과

- 기타축산부문(57.5%)을 제외한 축산업 중, 양돈부문의 부가가치율이 48.4%로 가장 높은 것을 나타남. 양돈부문의 부가가치율은 2010년 24.0%에서 2014년 48.4%까지 상승해서 21개 산업부문 중에서 가장 많이 상승하였음. 그 외 2014년 축산업 부문의 부가가치율은, 낙농부문 47.2%, 한육우부문 39.1%, 가금부문 26.8%로 나타남.
- 2010년부터 2014년까지 전 산업의 평균 부가가치율은 38.0%로 나타남. 축산 및 연관산업 부문별로 양돈부문, 낙농부문, 기타축산부문, 농업부문, 농림어업서비스부문은 우리나라 전 산업부문의 평균 부가가치율보다 높은 것으로 나타남.



## 양돈산업부문의 경제적 파급효과

- 영향력계수(후방연쇄효과)는 해당 산업부문의 국내 최종수요가 다른 산업부문의 생산을 직간접적으로 유발하는 정도를 나타내는 지표임.
- 2010년, 2012년, 2014년 평균 양돈부문의 영향력계수는 1.12임. 1.00(전 산업 평균)보다 커 양돈부문의 생산증가가 전 산업에 미치는 생산유발효과는 전 산업부문 평균보다 큰 것으로 나타남. 축산업의 전방연관산업인 육류 및 육가공품부문과 낙농품부문, 그리고 축산업의 후방연관산업 중에서 농업용기계부문의 영향력계수는 1.00(전산업 평균)보다 커 후방연쇄효과가 비교적 큰 것으로 나타남.
- 감응도계수(전방연쇄효과)는 타 산업부문의 생산증가가 해당 산업의 생산을 직간접적으로 유발하는 정도를 나타내는 지표임.
- 양돈부문을 포함한 축산 및 연관산업의 감응도계수는 사료부문만 2.04로 1.00(전산업 평균)보다 크며, 나머지 부문은 모두 1.00(전산업 평균)보다 작아 전방연쇄효과가 비교적 작은 것으로 분석됨.



## 양돈산업부문의 경제적 파급효과

- 생산-생산형모델의 생산유발계수는 해당 산업의 생산 1단위의 증가가 전 산업부문에 미치는 영향을 나타냄.
- 양돈부문의 2010년, 2012년, 2014년 평균 생산유발계수는 2.08로 나타났으며, 이는 양돈부문의 생산이 1단위 증가했을 때 양돈부문 자체생산액을 포함한 전체 산업부문의 생산이 2.08단위 증가함을 의미함. 양돈부문의 생산유발계수는 전 산업부문의 생산유발계수 평균인 1.86보다 높아 비교적 생산유발효과가 크다고 할 수 있음.
- 축산업의 전방연관산업인 육류 및 육가공품부문(2.83)과 낙농품(2.35)의 생산유발계수는 전 산업평균(1.86)보다 높아 생산유발효과가 큰 것으로 나타남. 한편 후방연관산업은 농업용기계부문(2.10)을 제외한 나머지 산업부문의 생산유발계수는 전 산업평균(1.86)을 밑도는 것으로 나타남.

## ✓ 경기도 포천지역 양돈산업의 파급효과(지역산업연관표 분석)

- 양돈부문의 지역별 영향력계수는 경기도지역이 1.170, 기타지역이 1.115로 전 산업 평균(1.0)보다 커 양돈부문의 후방연쇄효과가 다른 산업보다 크며, 지역별로 경기도지역 양돈부문의 영향력(후방연쇄효과)가 기타지역 양돈부문에 비해 큰 것으로 나타남. 한편 양돈부문의 지역별 감응도계수는 경기도지역 0.622 및 기타지역 0.697로 전 산업 평균(1.0)보다 작아 감응도(전방연쇄효과)는 다른 산업에 비해 다소 작은 것으로 나타남.
- 즉, 양돈산업은 타산업에 미치는 영향력은 크지만, 타산업으로부터 받는 감응도는 작은 산업으로 나타남. 이는 양돈산업의 생산증가가 타산업의 성장에 미치는 영향이 상대적으로 큰 산업임을 나타내며, 그 영향은 기타지역보다 경기도지역에서 크게 나타남. 따라서 경기지역 양돈산업의 성장은 경제 전체에 긍정적인 파급효과를 가져올 수 있음을 의미함.

## ✓ 경기도 포천지역 양돈산업의 파급효과(지역산업연관표 분석)

- 양돈부문의 생산유발효과를 각 산업부문별로 검토하면 다음과 같음. 양돈부문의 생산이 1단위 증가할 경우 경기도 지역은 사료부문 0.608, 제조업부문 0.127, 도·소매부문 0.115 등의 순으로 생산이 유발되며, 타지역은 사료부문 0.546, 제조업부문 0.119, 도·소매부문 0.104 등의 순으로 생산이 유발되는 것으로 나타남.
- 경기도 양돈부문은 지역구분별·산업부문별로 타지역 사료부문의 생산유발계수가 0.397로 가장 큰 것으로 나타남. 이는 경기도지역의 양돈산업이 타지역에서 생산된 사료의 투입이 많기 때문으로 판단됨.



## ✓ 지역별 · 산업별 수입유발효과(생산-생산형모델)

- 양돈부문의 생산이 1단위 증가하였을 때 유발되는 수입의 단위를 나타내는 생산-생산형모델의 수입유발계수는 다음과 같음.
- 양돈부문의 수입유발계수는 경기도지역이 0.365(경기도지역 수입유발계수 0.126, 경기도지역 외 수입유발계수 0.239)로 나타났으며, 기타지역은 0.327(기타지역 0.291, 기타지역 외 수입유발계수 0.036)로 나타남.
- 양돈부문의 수입유발계수는 지역별 전 산업의 평균보다 큰 것으로 나타났으며, 이는 양돈사료의 자급률이 낮은 것에 기인함.

5

# 결론

## ✓ 한돈농가 주도 지역발전 전략

- 지역 내 한돈농가가 지역발전에 미치는 영향은 크게 공급과 수요 측면으로 구분하여 살펴볼 수 있음.
- **공급 측면에서는 한돈농가 등 농업섹터가 정착하고 발전함에 따라 도로 등 하부구조에 대한 정부와 지자체의 공공 투자에 있어 우선순위를 정하는데 명분이 발생함.** 생산성 증대와 친환경 축산물에 대한 수요 증대와 기술 확산으로 공공 섹터의 효율성 증대, 양돈 생산성 증대, 친환경 축산경영이 가능해짐. 생산성 향상과 함께 한돈산업의 지속적인 발전은 축산물 소비 변화에 공급부문이 적극적으로 대응하면서 축산물의 안정적 공급과 함께 국민의 체력과 체위 향상에도 기여함. 농장 생산뿐 아니라 양돈관련 2차 및 3차 산업 발전이 유인(誘引)되고 발전하면서, 내국인 또는 지역주민이 이러한 부가가치 산업에 종사하면서 취업기회와 적절한 임금 수준을 기대할 수 있음.

## ✓ 한돈농가 주도 지역발전 전략

- 수요 측면에서는, 축산소득이 증대하면 지역내 소비재 수요가 증가할 것으로 예상되고 이러한 시장이 확대될 것임.
- 축산물 생산요소 수요 또한 증가하면서, 사료와 같은 생산요소 시장도 확대됨. 시장확대는 이윤창출 기회를 제공하면서 수송이나 저장, 소매와 같은 기반이 확충됨. 시장은 외연적 확대뿐 아니라 질적 확대도 예상됨. 다양하고 편리한 제품에 대한 수요가 증대하면서 이에 부응하는 제품, 즉 건강, 기능성 등이 강조된 제품 생산이 예상됨. 양질의 제품생산과 신속한 공급뿐 아니라, 타 지역이나 전국 평균 가격보다 낮게 돈육을 공급할 경우, 지역 내 노동자의 실질임금을 증대하고, 명목 임금은 감소할 수 있음. 돈육을 저가로 공급하면서 고용주에게는 낮은 명목임금을 지불하고, 고용인은 높은 실질 임금을 수령함으로써 외국인이나 지역민 고용 증대 효과를 기대할 수 있음. 고용증대는 지역민의 소득증대로 연결되고, 지역내 경제활동 인구 비중이 증가하면서 지역경제 활성화와 지역인구 유지로 지역사회 안정을 기대할 수 있음. 지역 내 공공 투자에 따른 하부구조(infrastructure) 개선으로 지역 거주 환경 개선에 일조함.

 한돈농가 주도 지역발전 전략

- 한돈농가 주도의 지역발전 전략과 효과는 공급과 수요 측면에서 한돈농가가 제 역할을 다하고 지속가능한 농장경영을 실천함으로써 지역사회 안정과 지역경제 성장에 이바지할 것으로 기대함.

## ✓ 지역발전 위한 농가 및 농장 조건

- 지역주민과의 이해관계 개선과 조화가 필요함. 한돈농가에 대한 긍정적인 인식과 이미지를 위해 적극적인 소통과 나눔이 필요함.
- 부정적인 인식이 있다면, 이를 개선하기 위해서 지역주민과 한돈농가 간의 만족도를 근접시킬 수 있는 활동을 모색하고 실행할 필요가 있음.
- 교육 하부구조를 개선하는 차원에서, 한돈농장 간 생산과 마케팅 관련 신기술 공유와 확산이 필요함.
- 승계경영 등 청년의 귀촌과 귀농이 늘어날 경우, 지역내 농장 유지와 연관산업 발전이 가능함. 지속가능한 농장경영을 위해 승계경영 환경이 필요함. 농장 경영 1세의 승계 마인드 확립과 2세의 경영 마인드 정립이 필요함.

## 실천 전략 - 이론적 배경

- 지역 내 한돈농가는 해당 지역에서 사회적 책임을 다하고 지역경제에 기여하는 자발적인 노력이 중요함. 이를 위해서는 양질의 단백질을 합리적인 가격에 안정적으로 공급, 가축질병 근절과 환경오염 방지와 같은 노력과 함께 축산관련 법을 준수하면서 소비자 만족도가 낮은 속성에 대해서 자발적으로 개선하려는 의지가 필요함.
- 한돈 농가의 인식개선과 지역경제 기여를 위한 활동에 대한 수요가 증대하고, 이에 따른 비용부담도 증가함. 따라서 자발적으로 인식 개선과 기여도를 높이려는 노력과 기꺼이 추가 비용을 부담할 자세가 필요함.



## 실천 전략 - 이론적 배경

- 한돈농가가 지역 사회에 대한 책임과 경제적 효과를 수반하기 위한 노력에 따라 추가적인 비용이 발생함. 비용 부담과 이해당사자 간의 만족수준을 고려하여 자발적이고 적정 수준의 노력이 필요함.
- 지속가능한 농장경영을 위해서 한돈 농가는 농장 경영수지를 위한 계획뿐 아니라, 지역 경제나 사회를 위한 사회적경제 주체로서의 계획을 수립이 필요함. 염두에 둘 것은, 한돈 농가의 노력 정도에 따라 지역 내 한돈농가의 기존 복지 수준은 낮아질 수 있고, 지역 주민의 복지는 향상될 수 있음.
- 승계경영 등 청년의 귀촌과 귀농이 늘어날 경우, 지역내 농장 유지와 연관산업 발전이 가능함. 지속가능한 농장경영을 위해 승계경영 환경이 필요함. 농장 경영 1세의 승계 마인드 확립과 2세의 경영 마인드 정립이 필요함.



## ✓ 한돈농가와 지역산업의 연관성 이해

- 지역산업연관표 분석 결과, 경기도의 양돈산업은 다른 축산업에 비해 전국에서 차지하는 비중은 상대적으로 낮으나, 여타 산업에 미치는 영향은 큼. 경기지역 양돈산업의 성장은 경기도 경제 전체에 긍정적인 파급효과를 가져올 수 있음. 또한 경기도 지역의 양돈산업은 다른 산업에 비해 생산 유발효과가 크며, 경기도 지역뿐만 아니라 경기도 지역 이외의 지역에 미치는 생산유발 효과도 큼.
- 경기도 포천지역 양돈부문 사례 연구에서, 지역구분별·산업부문별로 타지역 사료(, 제조업, 도매소매 순) 부문의 생산유발계수가 가장 큰데, 이는 이 지역의 사료자급률이 낮아 타 지역에서 생산된 사료의 투입이 많기 때문으로 판단됨. 포천지역 내 양돈부문 생산이 지역 내 부가가치와 수입을 유발하는 정도는 다른 지역의 경우보다 낮은 반면, 지역 외 부가가치와 수입은 더 크게 유발함. 따라서 이 지역의 사료자급률 제고와 함께, 양돈부문의 생산활동이 지역 내 부가가치와 수입을 더 발생시킬 수 있는 방안을 모색할 필요가 있음.

## ✓ 한돈농가와 지역산업의 연관성 이해

- 양돈산업은 타산업에 미치는 영향력은 크지만, 타산업으로부터 받는 감응도는 작은 산업으로 나타남. 이는 양돈산업의 생산 증가가 타산업의 성장에 미치는 영향이 상대적으로 큰 산업임을 나타내며, 그 영향은 기타지역보다 경기도 지역에서 크게 나타남. 따라서 경기지역 양돈산업의 성장은 경제 전체에 긍정적인 파급효과를 가져올 수 있음을 의미함.
- 양돈산업의 생산액이 축산부문에서 차지하는 비중이 지대하고, 영향력도 큼. 따라서 환경문제, 가축질병 등 축산생산환경이 점차 축산업을 제약하는 시점에서 양돈산업의 파급효과를 제대로 이해하고, 새로운 성장동력을 찾기 위한 노력이 필요함.
- 실제 양돈산업의 국민경제적 기여도가 높음을 산업연관표 분석을 통해 입증됨. 양돈 사업만을 위한 투자가 아니라, 국가 내 산업간 연관관계를 고려하더라도 양돈분야에 대한 투자와 지원이 당위성을 가짐.

## ✓ 한돈산업과 농가에 대한 지역주민 인식과 전환을 위한 커뮤니케이션 전략방안(지역주민 의식)

- 소비자에게 친환경 표시 및 품질인증 표시에 대한 홍보활동을 더 적극적으로 실시하여, 돼지고기는 안전한 먹거리라는 것을 확고히 할 필요성이 있는 것으로 나타남.
- 양돈산업에 관한 정보 원천으로는, 공중파 TV가 가장 중요함. TV뿐 아니라, 인터넷과 주위 사람들의 소문에 대한 중요도가 높게 조사됨.
- 지역 내 한돈농가에 대한 호감도는 보통 이하, 지역경제는 보통 이하, 사회문화기여도는 보통이상인 것으로 나타남. 도덕성은 보통 이하, 사회적 대우는 보통, 장래성은 보통이상 긍정적으로 인식하고 있음.
- 양돈산업의 역할에 대해서는 동물질 단백질 공급을 통한 국민영양과 건강기여도, 농가소득증대, 국가경제 발전기여, 연관 산업발전기여, 농산물 생산에 도움이 되는 퇴·액비 공급, 생명공학 산업 발전기여, 농산부산물 효율적 활용, 토지이용 확대, 휴양지 제공 등의 순으로 긍정적임. 이러한 긍정적 평가 요소에 대한 강조가 필요함.

## ✓ 한돈산업과 농가에 대한 지역주민 인식과 전환을 위한 커뮤니케이션 전략방안(지역주민 의식)

- 한돈 농가의 소득수준은 높은 편이라고 인식하고, 농가 중에 훌륭한 사람이 보통이거나 많다고 인식함. 한돈 농가 및 농장에 대해 언론에서 편향된 보도를 하지 않는 편으로 인식하고 있으나, 농장 현장 일에 대한 안전성과 창조성은 다소 부정적임. 종사자 복지에 대한 노력, 결혼상대자로서의 매력은 낮은 편임.
- 한돈농가·산업 및 농장이 지역의 경제 성장에 긍정적으로 인식하고, 소비자 물가를 안정시킨다는 인식은 보통 수준임. 외화획득 및 고용창출에 이바지 한다는 인식은 보통 또는 보통이하 수준으로 인식함. 또한, 타 산업 파급효과는 크게 영향을 미치지 않는다고 나타남. 지역사회발전에 대한 기여도는 보통수준, 문화 활동 기여는 더 낮게 인식하고 있음. 한돈농가 및 농장이 지역에 사회적 봉사활동을 한다는 이미지와 환경 친화적이라는 이미지는 모두 약간 부정적임. 돈육의 소비는 증가할 것으로 인식하고, 돈육생산량도 증가하면서 한돈 산업이 성장할 가능성이 있다고 봄. 농장 종사자의 경력개발에 노력한다는 이미지는 보통 수준임.

## ✓ 한돈산업과 농가에 대한 지역주민 인식과 전환을 위한 커뮤니케이션 전략방안(커뮤니케이션 전략)

- On-line 및 SNS를 통한 적극적인 바이럴 마케팅 활동을 주축으로 한 통합 마케팅 커뮤니케이션(Integrated Marketing Communication) 전략 수립이 필요
- 소비자에게 친환경 표시 및 품질인증 표시에 대한 홍보 활동을 더 적극적으로 실시
- 한돈농가 및 농장의 경제성장 기여에 관한 주제로 커뮤니케이션 할 경우, 양돈산업의 국가 경제 기여에 대한 스토리 전개가 필요
- 한돈농가 및 농장의 사회 기여에 대한 주제로 커뮤니케이션 할 경우, 한돈농가의 지역사회 발전에 기여하는 농가의 노력과 함께 이에 대한 스토리를 마련하고 알리는 것(스토리 텔링)이 필요
- 한돈농가 및 농장의 도덕성에 대한 주제로 커뮤니케이션 스토리를 전개할 경우, 한돈 농가와 농장의 환경 친화 노력과 성과 강조가 필요

## ✓ 한돈산업과 농가에 대한 지역주민 인식과 전환을 위한 커뮤니케이션 전략방안(커뮤니케이션 전략)

- 한돈농가 및 농장의 장래성을 주제로 커뮤니케이션 전략을 수립할 경우, 양돈산업의 성장가능성 부각이 필요
- 한돈농가 및 농장에 대한 호감도를 증진시키기 위해서는, 양돈산업 종사자의 복지에 대한 소개와 강조가 필요
- 한돈농가 이미지 개선을 위한 커뮤니케이션 전략 수립 시 한돈농가에 대한 호감도를 높이기 위해서는 지역경제기여도, 지역사회기여도, 도덕성 부분에 대한 적극적인 커뮤니케이션 노력이 필요하며, 농가의 호감도에 부정적인 장래성에 대해서는 농가의 장래성을 부각하면서 부(負)의 효과를 최소화 하거나, 긍정적인 이미지 제공이 필요
- 30대가 이들 이미지에 대해 다른 연령대에 비해 긍정적인 이미지를 가지고 있고, 40대와 70대 이상 계층이 한돈농가에 대해 부정적임. 한돈농가 및 농장 이미지 개선을 위한 홍보활동 시 특히, 이들 연령층을 대상으로 하는 커뮤니케이션 전략이 필요

## ✓ 한돈농가 및 농장 이미지 제고를 위한 기관의 역할

- 축산업 인식제고를 위해 중요하게 생각하는 기관은 정부, 한돈협회·한돈자조금관리, 협동조합, 지방자치단체, 언론기관 순임. 이들 기관에 대한 만족도는 한돈협회·한돈자조금관리위원회, 협동조합, 지방자치단체, 정부 순임. 한돈협회·한돈자조금관리위원회와 협동조합을 제외한 각 기관들의 만족도는 보통 이하임.
- 한돈산업 이미지 제고에 대한 협회 및 협동조합의 역할을 중요하게 생각하고, 만족도 또한 가장 높음. 이들 기관의 활동은 유지하거나 개선의 여지를 모색할 필요가 있음.
- 지자체와 언론은 중요도와 만족도 모두 낮고, 특히 언론의 경우는 크게 낮게 나타나 불신감이 적지 않음. 이들 기관의 역할 개선이 필요함. 정부의 역할은 중요하지만, 역할 만족도는 낮으므로, 한돈산업 이미지 제고를 위해 정부는 보다 적극적인 소통과 함께 산업을 이해하고 산업을 위한 효과적인 정책수단 모색이 필요

감사합니다