리전인포 Regioninfo
-전발연정책제안-

리전인포 제270호 (2012년 1월 12일)
내용문의 : 장덕기(dkjang@jeri.re.kr)
※ 본 리전인포의 내용은 전남발전연구원 홈페이지를 통해서도 보실 수 있습니다.(www.jeri.re.kr)

전남지역 농어촌공동체회사 활성화 방안

장 덕 기 (전남발전연구원 책임연구위원)

목 차

〈요 약〉

Ⅰ. 농어촌공동체회사의 개요
Ⅱ. 농어촌공동체회사의 실태 및 사례
Ⅲ. 설문조사 분석
Ⅳ. 활성화 방안

〈요 약〉

□ **농림수산식품부는 농어촌 지역사회 활성화를 위해 2011년부터 2015년까지 5년간 농어촌공동체회사 3,000개소 육성을 목표로 하고 있음.**

○ 농어촌공동체회사는 농림수산식품부 커뮤니티비즈니스의 일환으로 지역 소득과 일자리 창출을 지향함.

○ 2011년 전국 54개소를 선정하여 제품 및 디자인 개발, 마케팅 등을 지원하고 있음(전남 13개소로 전국최다 선정).

□ **2011년도 선정된 전남지역 농어촌공동체회사 13개소에 대한 문헌/심층면접 및 종사원들에 대한 설문 조사(101부) 결과는 다음과 같음.**

〈 농어촌공동체회사의 실태 〉

○ 사업유형 : 농식품산업형 9, 복합형 2, 도농교류형 1, 지역개발형 1

○ 회원수 평균 : 지역주민 636.7명, 귀촌자 15.6명(8개소 125명)

○ 고용인원 평균 : 18.5명

○ 자본금 평균 : 1,604.1백만 원

○ 연평균 매출액 : 2,909.2백만 원

○ 조직형태 : 민간단체 6개소, 농어업법인 5개소, 주식회사 2개소

〈 농어촌공동체회사의 위상에 대한 인식(5점척도) 〉

○ 일자리 창출(지역성) : 지역사회의 중요정도 3.99점, 지역자원의 활용도 3.95점, 사업장의 범위 3.84점

○ 사회서비스 공급(공익성) : 일자리 창출 및 소득제고 기여도 3.95점, 수익금의 지역사회 환원정도 3.68점, 지역자원·환경 보전 기여도 3.51점

○ 지역주민 또는 귀촌인력이 자발적으로 결성한 조직(공동체성) : 지역주민 참여정도 3.72점, 주체적 의사결정 및 사업전개 정도 3.65점

○ 자립성과 지속성을 가질 수 있는 기업경영방식(수익성) : 단계적이고 구체적인 사업계획, 실현가능성 3.88점, 정부지원 후 독자 운영할 수 있는 수익발생 가능 여부 3.87점, 해당조직체의 재정상태의 건전성 3.75점

〈 농어촌공동체회사의 추진 영향 〉

○ 지역사회 활성화에 미칠 영향 : 클것이다(매우클것이다+클것이다) 87.5%

○ 지역사회 활성화에 미칠 영향요인(5점척도) : 일자리창출(4.0점), 농어촌소득증대(3.97점) 등의 순

〈 농어촌공동체회사 성공가능 유형 〉

○ 농식품산업형(36.4%), 복합형(22.7%), 도농교류형(17.0%), 사회복지서비스형(8.0%)의 순

〈 농어촌공동체회사 추진전략 및 사업 〉

○ 추진전략의 중요도 : 우수사업에 대한 자금지원(45.9%), 법적·제도적 뒷받침(20.0%) 등의 순

○ 추진해야 할 사업 분야 : 품질개선/연구개발투자 확대(41.9%), 시설현대화 등 기초인프라구축(23.3%), 판매유통망 개선(14.0%) 등의 순

○ 추진방향 : 유통 및 판매중심(37.9%), 가공 및 제조 중심(27.6%), 체험관광(21.8%), 생산중심(12.5%)의 순

〈 농어촌공동체회사 지원 분야 〉

○ 창업보육센터 운영 및 교육컨설팅 지원 : 창업보육센터를 통한 공동체회사의 체계적 관리 및 네트워크화 유도 51.2%

○ 농어촌공동체회사 관련 연계지원 : 관련부처의 사업비를 지원받을 수 있도록 협조 42.5%

○ 귀촌인력 활용지원 : 도시와 농어촌을 연계하는 인재매칭시스템, 농식품 고용촉진센터 등 활용 47.7%

○ 제도적 지원 : 법적지원 근거마련 79.3%

○ 홍보 지원 : 국내 우수사례 발굴 지원 36.9%

〈 농어촌공동체회사 기대효과 〉

○ 농어촌공동체회사 추진으로 가장 높은 기대효과(5점척도) : 일자리와 소득 창출에 의한 지역활성화 3.94점

□ 전남 농어촌공동체회사 활성화 방안

〈 발굴 및 육성 〉

○ 농업과 식품산업의 연계성을 강화할 수 있는 농식품산업형 육성을 위해 각 시·군의 전통식품과 GAP(농산물우수관리인증제도)·친환경농산물을 활용한 아이템 발굴 및 육성

○ 슬로시티로 지정된 4개 시·군(담양창평, 장흥유치, 완도청산도, 신안증도)의 슬로푸드+민박+농촌관광+경관+(4계절)체험이 융합된 복합형 농어촌 공동체회사 발굴 육성

○ 농촌마을종합개발사업, 녹색농촌체험마을, 농촌활력증진사업(신활력사업, 향토산업, 지역특화품목육성), 농어촌 마을 공동경영체 활성화, 행복마을 등 정부 및 전라남도 정책과 연계할 수 있는 농어촌공동체회사 발굴 육성

〈 중간지원조직 설치운영 및 전문인력 양성 〉

○ 농어촌공동체회사 유형별로 수익창출, 추진사업 및 전략, 지역주민의 참여도 제고, 지역자원 활용도 제고, 마케팅전략 등을 종합적으로 컨설팅해줄 수 있는 가칭 「농어촌공동체회사 중간지원센터」 설치 운영

○ 공동체회사의 지속적인 발전을 위해 CEO 육성, 종사원 전문성 교육 강화, 마케팅 전문인력 확보 및 육성을 위한 농어촌공동체회사 아카데미 활성화

○ 전남지역 농어촌공동체회사 간 상호교류와 협력사업 추진으로 운영주체의 역량을 강화하고 매년 공동체회사의 증가에 따른 유형별 네트워크구축 필요

〈 지역주민 참여 및 지역자원 활용도 제고 〉

○ 지역주민의 참여도를 높이기 위해 지역주민, 이주여성, 관내 귀농·귀촌자 등 농촌의 유휴인력을 활용할 수 있는 다양한 분야 고용창출 모색

○ 지역에서 생산된 친환경농산물을 원료로 한 고부가가치 상품화로 지역자원의 활용도 제고

〈 귀농·귀촌인력 활용 〉

○ 귀농·귀촌인력의 적극적인 참여를 유도할 수 있는 안정적인 수입원 확보와 지역의 일원으로서 공동체의식을 가지고 참여할 수 있는 방안 모색

○ 지역에서 실시하고 있는 귀농·귀촌프로그램과 연계강화를 통해 새로운 인력을 필요로 하는 회사와 귀농·귀촌자의 연결 시스템 구축

〈 자금조달 및 마케팅 전략〉

○ 전남지역 농어촌공동체회사들의 가장 큰 애로사항인 자금부족을 해결하기 위해 관련부처의 사업비를 지원받을 수 있도록 협조하고, 우수사업에 대한 자금지원을 할 수 있는 방안 모색

○ 사계절 지속가능한 수익상품의 발굴 육성, 중장기적으로 수출 가능한 농식품 육성, 유통·판매중심, 스토리텔링 등을 고려한 마케팅전략 수립 추진

○ 로컬푸드와 친환경학교급식을 연계한 농어촌공동체회사의 6차산업화

Ⅰ. 농어촌공동체회사의 개요

1. 농어촌공동체회사의 개념[1)]

□ 지역주민 또는 귀촌인력이 자발적으로 참여해 기업경영방식을 접목하여 지역의 인적·물적 자원을 활용함으로써 농어촌 지역의 일자리와 소득을 창출하고 지역사회 발전에 기여하는 조직

○ 목적

- 사회서비스 공급 및 일자리 창출 등을 통해 지역사회 활성화(지역성+공익성)

○ 구성

- 지역주민 또는 귀촌인력이 자발적으로 결성한 조직(공동체)

○ 운영

- 자립성과 지속성을 가질 수 있는 기업경영방식(수익성)

○ 형태

- 민법상 법인·조합, 상법상 회사, 농어업법인, 농협 등 기타 비영리 민간단체(법인성)

□ 사회적 기업과의 관계

○ 사회적 기업

- 취약계층 일자리창출에 주력, 수익성보다는 공익성 강조

○ 농어촌 공동체 회사

- 공동체 활동에 초점을 맞추며, 지역경제 활성화 강조(농어촌지역에서는 사회적 기업을 포괄, 보다 넓은 개념)

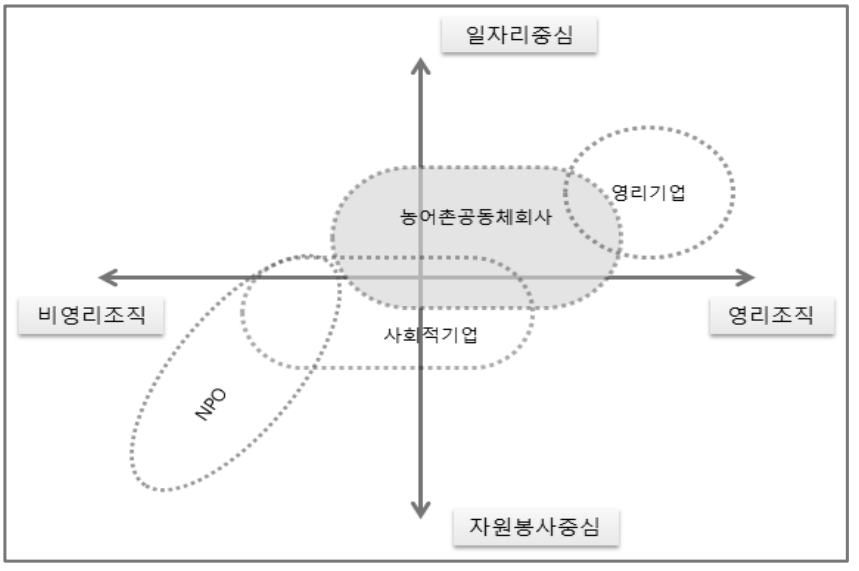
□ 비영리기구(NPO), 영리기업, 행정 등과의 관계

○ 농어촌 공동체회사는 적정규모, 적정이익의 비즈니스를 추구하므로 영리기업과 자원봉사활동 위주의 NPO와의 중간영역

1) 농림수산식품부 농촌정책국 농어촌공동체회사 관련 자료

○ 시장 기준으로 영리기업과 행정의 중간영역에 위치하며, 국가 및 지역경제의 상생발전과 사회통합의 의미에서 공동체회사와 영리기업은 상호 보완관계

※ 수익성 강조 정도 : 영리기업 > 공동체회사 > 사회적기업 > NPO



〈그림 1〉 농어촌공동체회사의 위상

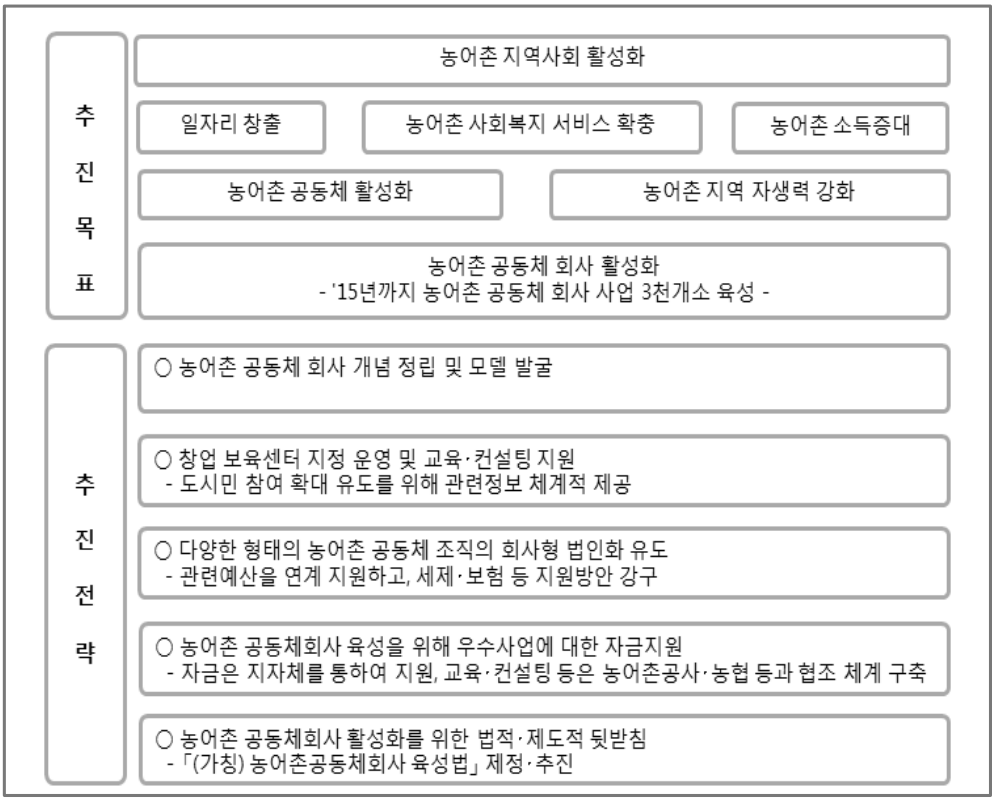
2. 농어촌공동체회사 유형[2)]

유 형	내 용
농식품산업형	○ 지역의 자원을 활용한 영농지원 및 식품산업 육성 활동 ※ 마을공동 전통식품제조, 로컬푸드, 학교급식 식자재 공급, 농가레스토랑 운영, 친환경 농자재 생산, 지역공동 마케팅 등
도농교류형	○ 도시민의 농어업·농어촌에 대한 이해를 증진시키거나 도시민의 농어촌 방문 및 체류를 촉진하는 활동 ※ 도시민 대상 웰빙센터, 농어촌체험관광 네트워크, 경관 및 환경유지·보전 사업, 마을단위 휴양법인, 문화공방 등

2) 농림수산식품부 농촌정책국 농어촌공동체회사 관련 자료

유 형	내 용
지역개발형	○ 생활환경개선, 지역역량강화 등 지역주민과 단체의 자발적 참여를 촉진하여 지속 가능한 농어촌을 만들기 위한 활동 ※ 읍·면지역 재래시장 활성화법인, 시·군단위 지역개발 컨설팅 센터, 지역경제 디자인 센터 등
사회복지서비스 제공형	○ 노령화, 농어촌의 분산거주 등에 따른 불리한 여건을 해소하기 위한 사회복지 서비스를 제공하는 활동 ※ 주거복지센터, 통합·거동불편자 교통서비스 제공, 반찬배달, 노인복지센터, 방과후 공부방 운영, 결혼이민여성 외국어 강사 활용 등
복합형	○ 농식품산업형과 도농교류형의 혼합 및 지역공동체 유지·발전에 기여하는 사업

3. 추진목표 및 전략



자료 : 농림수산식품부 농촌정책국 농어촌공동체회사 관련 자료

Ⅱ. 농어촌공동체회사의 실태 및 사례

1. 농어촌 공동체회사 지원현황('11년 54개소)

□ 농림수산식품부는 전국 443개소의 농어촌 공동체회사 중 사업계획서 등의 심의를 거쳐 올해 54개소의 우수 사업체를 선정하여 제품 및 디자인 개발, 마케팅 등을 지원하고 있음.

<표 1> 농어촌 공동체회사 우수사업 지원현황(2011)

	농식품 산업형	도·농 교류형	도 시 개발형	사회복지 서비스제공형	복합형	합 계
전 남	8	3		1	1	13(24.1)
전 북	5	1			2	8
경 남	2	1				3
경 북	3	3		1		7
충 남	1	1				2
충 북	3	1		1		5
경 기	1	2				3(인천 1)
강 원	3	8		1		12
제 주	1					
합 계	27(50.0)	20(37.0)		4(7.4)	3(5.6)	54(100.0)

자료 : 농림수산식품부 농어촌사회과 보도자료(2011.12.1)

□ 사업내용

○ 농어촌공동체회사 우수 사업 지원(1,350백만 원)

- 농식품산업형, 도농교류형, 지역개발형, 사회복지서비스 제공형 등 4개 유형별 우수사업 선정, 제품 개발 및 마케팅 등 지원
- 지원규모 : '11년 54개소 1,350백만 원(개소당 50백만 원, 국비 50%)

○ 농어촌공동체회사 지원센터 운영(135백만 원)

- 창업 상담 및 전문가 컨설팅, 교육 등 공동체회사 역량강화 지원, 공동체회사의 조기정착 및 소비자 인식 확산을 위한 홍보 지원 등

□ 사업성과

○ 농어촌 공동체회사 우수사업 육성 결과, 평균 매출액 6.7%, 고용인원 15.7% 증가 등 농어촌 주민의 일자리 및 소득증대에 기여

<표 2> 주요 사업성과

구 분	사업전 (A)	사업후 (B)	증 감		비 고
			B-A	(%)	
매출액(백만원)	32,467	34,617	2,160	6.7	
고용인원(명)	1,633	1,890	257	15.7	귀농·귀촌 인력 고용 ('10년 114명, '11년 131명)
교육횟수(회)	304	319	15	4.9	역량강화교육(회계, 세무 등)
방 문 객(명)	118,760	132,197	13,437	11.3	체험고객기준(단순방문 제외)

주 : '11년 상반기, 우수 농어촌공동체회사 54개소 모니터링 결과

2. 전남 농어촌공동체회사 현황

□ 2011년도 전국에서 54개 업체가 선정되었으며, 그 중 전남은 13개 업체(전국 대비 24.1%)로 전국 최다 선정

○ 전남 13개 업체 중 농식품산업형이 9개 업체(69.2% 차지)로 가장 많음.

<표 3> 지원대상 및 사업비(2011)

사업유형	회 사 명	조직형태	주요 사업계획	시 군
농식품 산업형	순천시농특산물 유통영농조합법인	농어업 법 인	- 농특산물 직거래장터 운영 - 농산물 가공품 홍보, 상품개발 - 친환경 농산물 생산, 교육 등	순 천
	광양시특산물 유통사업연합회	농어업 법 인	- 농산물 쇼핑몰을 활용한 농산물판매 - 농특산물 대도시 직거래 판매 - 농특산물 제품 홍보 유인물제작등	광 양
	사랑나눔	민간단체	- 지역특산품과 결합된 김치 개발 - 친환경 김치 브랜드 개발 - 홈페이지이용 전문쇼핑몰 구축 등	고 흥
	보성농정회 (우리원)	민간단체	- 친환경농산물 가공 및 판매 - 제품디자인 및 포장관련 사업 - 생태농업 및 농촌문화 체험교육 등	보 성
	화순농특산물 유통(주)	주식회사	- 농가 생산 농산물 유통 및 판매 - 소량 농산물 프랜차이즈 마켓운영 - 공동브랜드 육성, 판촉 및 홍보 등	화 순
	나비골월송친환경 영농조합법인	농어업 법 인	- 농산물 시제품 및 브랜드 개발 - 쌀, 잡곡 등 소포장지 개발 - 팜플랫 등 홍보 유인물 제작 등	함 평
	여민동락공동체	민간단체	- 모싯잎 재배단지 조성 - 모싯잎 송편 특화 및 친환경인증 - 포장재 개발 및 체험관광 실시 등	영 광
	(사)한국농업경영인 장성군연합회	민간단체	- 지역농업인 경영구조 개선교육 - 지역농산물 개발·홍보 및 판매 - 도시민 초청 농산물 체험판촉 등	장 성
	청해진미완도전복(주)	주식회사	- 통조림 등 전복가공식품 기술개발 - 온라인 등 특산물 홍보 및 판매 - 전복축제를 통한 지역경제 활성화	완 도
복합형	사회적기업 스마일사업단	민간단체	- 도시민 대상 전통 장류 제조·판매 - 지역축제 상품 제작·판매 - 농어촌재가복지서비스 제공 등	곡 성
	배뫼체험마을 영농조합법인	농어업 법 인	- 오감 만족형 농촌 체험마을 운영 - 농산물 가공 및 쇼핑몰운영 판매 - 농산물 포장재 및 브랜드 개발 등	무 안

<표 3> 계속

사업유형	회 사 명	조직형태	주요 사업계획	시 군
지 역 개발형	친환경스터디 영농조합법인	농어업 법 인	- 친환경 과수 재배기술 교육 - 친환경농업 생산, 유통, 가공사업 - 체험교육, 농산품 홍보 및 판매 등	영 암
도 농 교류형	(사)전라남도 친환경농업교육원	민간단체	- 친환경 유기농업 전문교육 운영 - 친환경 유기농산물 판매 - 농촌마을 체험 팜스테이 운영 등	담 양

자료 : 전라남도 농업정책과(2011)

<표 4> 2012 농어촌 공동체 육성사업 내역(예정)

시 군	사 업 대 상 자	소요예산(천원)
계	13개소	650,000
순 천 시	순천월등복사골영농조합	50,000
담 양 군	(사)전남친환경농업교육원	50,000
곡 성 군	입면상금마을회	50,000
고 흥 군	신기거북이마을	50,000
보 성 군	보성배영농조합	50,000
화 순 군	들국화마을	50,000
장 흥 군	청태전영농조합	50,000
강 진 군	강진전통된장영농조합	50,000
해 남 군	산나물촌	50,000
영 암 군	태이영농조합	50,000
영 광 군	산하치전통장류사업단	50,000
신 안 군	압해배영농조합	50,000

자료 : 전라남도 농업정책과

3. 국내외 정책 사례[3)]

□ 국내 중앙부처별 사례

부 처	내 용
노동부	○ 사회적 기업 육성 사업 - 취약계층에게 일자리나 사회적 서비스 등 제공 목적 - 하루 8시간, 주 40시간 노동, 인건비 32,000원/일 내외 지원
보건복지부	○ 자활사업 - 18~64세 기초생활수급자 및 차상위계층에게 일자리 제공 목적 - 노동시간 하루 8시간, 주 40시간, 일 2만~3만 원 내외 지원 ○ 노인 일자리사업(보건복지부) - 노인문제 예방 목적 - 공공형 : 65세 이상, 주 3~4일 노동, 인건비 월 20만 원, 총 7개월 지원 - 시장형 : 60세 이상, 12개월까지 연간 130만 원 지원

□ 해외 사례

국 가	내 용
영 국	○ 도시재생(지역공동체 회복)을 위해 국가 및 지자체 차원에서 낙후 및 침체지역에 대한 집중지원 - 취약지역 재개발, 취약계층의 일자리 창출이 주 목적 ※ 55천개의 커뮤니티 비즈니스 설립, 50조원의 시장규모('08)
일 본	○ '00년 이후 지역활성화를 위한 마을만들기 일환으로 커뮤니티 비즈니스를 본격적으로 활용 - 중앙정부가 3가지 유형의 사업을 100만엔~4천만엔 범위 내에서 사업 추진을 위한 활동비 지원 • 환경사업 : 바이오매스, 재활용 등의 비즈니스를 통해 지역환경문제 해결 • 노하우 이전·지원사업 : 효과가 입증된 공동체회사 모델을 다른 지역에 이전 및 확산을 위한 지원 • 중간지원기능 강화사업 : 중간지원기관 인재육성 및 경영컨설팅 지원 ※ 8천여 개의 커뮤니티 비즈니스 설립, 시장규모 3.1조원('08) - 커뮤니티 비즈니스 창업과 운영 지원을 위해 "커뮤니티 비즈니스 지원센터" 설립('02년 도쿄)
캐나다	○ 실직, 미취업 상태의 개인 및 단체가 커뮤니티 개발공사(CFDCs)에 자신이 구상한 프로젝트를 제안하면 심사 후 사업자금을 지원하는 "지역 제안 프로그램(LIP)" 운영 - 비도시 지역의 커뮤니티 비즈니스 지원조직으로 커뮤니티 미래개발기구(Community Futures Development Cortion) 268개 설립

3) 농림수산식품부 농촌정책국 농어촌공동체회사 관련 자료

Ⅲ. 설문조사 분석

1. 조사목적 및 연구 방법

□ 조사목적

○ 전남지역 농어촌공동체회사의 활성화 방안을 모색하기 위해 전남지역 13개 농어촌공동체회사 문헌조사/현지조사 및 회사 종사원들의 설문조사를 통해 시사점 도출

□ 설문조사 내용

○ 농어촌공동체회사의 목표 및 추진전략, 지원방안, 기대효과, 농어촌공동체회사의 위상 및 성격, 인구통계학적 특성 등

□ 조사방법 및 분석방법

○ 조사기간 : 2011년 11월 1일~12월 6일(36일간)

○ 조사대상 : 2011년도 농림수산식품부가 선정한 전라남도 농어촌공동체회사 13개소 및 종사원

○ 조사방법 : 문헌/심층면접(회사 실태) 및 설문조사(종사원)를 통해 총 106부가 회수되었으나 응답이 불성실한 5부를 제외한 101부 분석 활용

○ 분석방법 : SPSS 19.0을 이용한 기초통계 분석

2. 분석 결과

1) 농어촌공동체회사의 실태

○ 사업유형 : 농식품산업형 9, 복합형 2, 도농교류형 1, 지역개발형 1

○ 회원수 평균 : 지역주민 636.7명, 귀촌자 15.6명(8개소 125명)

○ 고용인원 평균 : 18.5명

○ 자본금 평균 : 1,604.1백만 원

○ 연평균 매출액 : 2,909.2백만 원

○ 구성범위 : 시군단위 8개소, 읍면단위 3개소, 마을단위 2개소

○ 조직형태 : 농어업법인 5개소, 민간단체 6개소, 주식회사 2개소

<표 5> 전라남도 농어촌공동체회사 실태

시 군	사 업 유 형	회 원 수(명)		고용인원 (명)	자 본 금 (백만원)	연평균 매출액 (백만원)	구성범위	조직형태
		지역주민	귀촌자					
광 양	농식품산업형	12	2	3	219	109	읍면단위	농어업법인
화 순	농식품산업형	4,060	40	10	8,000	15,000	시군단위	주식회사
무 안	농식품산업형	19	2	2	100	200	마을단위	농어업법인
완 도	농식품산업형	871		15	8,700	20,000	시군단위	주식회사
함 평	농식품산업형	13	2	4	100	300	마을단위	농어업법인
영 광	농식품산업형	22	9	61	100	100	읍면단위	민간단체
순 천	농식품산업형	810	10	11	150	400	시군단위	농어업법인
고 흥	농식품산업형	95		69	30	750	읍면단위	민간단체
보 성	농식품산업형	35		2	1,500	600	시군단위	민간단체
장 성	복 합 형	634	30	43 (일용:40)	200	50	시군단위	민간단체
곡 성	복 합 형	1,500		10	50	90	시군단위	민간단체
영 암	지역개발형	200	30	5	100	120	시군단위	농어업법인
담 양	도농교류형	6		6		100	시군단위	민간단체
평 균		636.7	15.6	18.5	1,604.1	2,909.2		

자료 : 문헌 및 심층면접

2) 지역주민참여 및 지역자원 활용 실태

시 군	지 역 주 민 참 여	지 역 자 원 활 용
영암	○ 영암지역 농산물재배농가 친환경 교육 ○ 지역농가의 현장체험장 활용 ○ 귀농인의 안정적인 지역정착 컨설팅	○ 소비자 현장체험을 통한 지역 농산물
담양	○ 황금녹색농촌체험마을과 연계 마을가이드, 체험프로그램 참여 ○ 마을주민 농산물 직거래와 수익증대 ○ 유기농 생산농가 참여 증대로 고용창출	○ 영산강 담양습지보전지역의 생태자원활용 체험프로그램 운영 ○ 황금마을회관, 농악전수관, 농업기술센터 등 연계 체험프로그램 운영 ○ 담양군문화관광해설사협회 등 지역전문가 네트워크 구축 및 활용
광양	○ 농촌 유휴 인력 활용과 귀촌자 적극참여 ○ 회원사 명진식품, 햇빛농장, 도선국사마을(테마마을) 등 3개 업체 대표자가 귀촌자로 구성되어 있고 원료생산, 가공, 판매의 과정에 지역 주민 전체를 고용하여 주민 일자리 창출에 기여함. ○ 14개업체 연인원 2,000명 고용(일용직)	○ 청매실 농원 등 80% 이상 광양지역에서 생산된 원료를 가지고 제조, 가공하고 있음. ○ 표고버섯, 콩, 작설차, 파프리카, 오이, 애호박 등 관내 농산물을 친환경농산물로 적극 생산하여 원료 사용할 예정임. ○ 한일카페리호 운항에 따른 광양특산물(매실장아찌, 매실농축액, 매실액, 부각, 표고, 토종꿀, 매실보리떡, 고로쇠 간장 등 가공식품과 산나물, 도라지, 단감, 밤, 곶감 등)의 시식과 제품 판촉 홍보 및 일본지점확보 수출지역 확대
화순	○ 참여인원 - 4,681명(지역주민 4,060, 귀촌자 40, 실향민 500, 일자리 참여인원 81) ○ 생산자, 생산자 단체와 명확한 역할분담으로 화순농특산물유통(주) 마케팅에 집중하며, 전략적인 출하처 포트폴리오 구성과 판로의 다각화에 선택과 집중	○ 주품목 : 호박, 고구마, 고추, 부추, 토란 ○ 농업기술센터를 통한 농업기술지원을 통해 생산품종 및 품목을 상품화하는 것을 연대하고 있으며 지역특성화 사업(RIS)도 시작하여 목포대, 생약조합, 한약초 생산농가와 연계하여 상품개발 및 포장 등 상품화를 진행하고 있으며 매년 10-15회에 걸쳐 수확 전, 후 교육과 마케팅, 선진기술교육을 진행 및 계획하고 있음.
무안	○ 배뫼마을 전체 농가 41농가 중 21농가 참여 중 ○ 참여농가는 노인회, 부녀회, 청년회, 향약초 작목반 등의 조직에 참여하고 있음.	○ 배뫼마을에서 생산되는 양파의 경우 전체 생산량 약 80톤 중 약 70톤을 구매한 후 양파즙(양파김치 포함)으로 가공하여 약10,000박스(1박스=120ml 55팩)를 판매하고 있음(2010.1~12)

시 군	지 역 주 민 참 여	지 역 자 원 활 용
무안	○ 배뫼 녹색농촌 체험마을의 운영 및 경영을 위한 운영위원회를 구성하였으며 참여 농가 중 대표 농가를 선정하여 운영위원회에 참여하고 있음. ○ 대한향기의학회, 동신대학교 관광학과, 목포세무서, 여행사, 목포 YWCA 등과 자매결연을 맺어 공동 마케팅을 비롯한 다양한 교류를 행하고 있음	○ 배뫼마을에서 생산되는 향약초(허브식물)의 경우 전체 생산량 중 대부분(90% 이상)을 허브차, 아로마테라피, 오일, 목욕용품 등으로 상품화하여 판매
장성	○ 회원 및 지역농업인 관내 귀농인, 다문화 가족 참여	○ 지역농산물(쌀, 사과, 복분자, 곶감, 양파)편백나무 청년일자리 창출
완도	○ 전복산업활성화로 귀향 증가 - 연간소득 4,000억(3,000어가) 어가별 130백만원 고수익 창출 - 국내유일 인구가 늘어나는 어촌마을 : 노화, 소안, 보길, 금일 등 ○ 전복축제를 통한 모든 생산어민의 적극적 참여	○ 전국 전복생산량의 85%이상을 생산하는 완도지역의 특성을 감안, 생산 어민이주 주인 청해진미 완도전복(주)는 생산어민과의 동반성장 ○ 지역전복산업활성화로 관련산업 동반성장 - 선박, 조선소 운영활성화 - 전복가두리 구조물 제조업체 대폭성장 - 유통회사창업 창출 및 물류증가 - 지역브랜드형성으로 이미지제고
함평	○ 지역주민 15명, 이주여성 1명, 귀촌자 2명, 고령자 3명 ○ 참여방식 : 직접 경영 참여	○ 함평의 친환경농산물 브랜드를 활용한 홍보 및 마케팅 ○ 철성권역 농촌마을종합개발 사업과 연계한 지역브랜드 활용 ○ 지역에서 생산된 농산물을 계약 재배하여 전량 수매 ○ 작목 : 친환경 쌀, 단호박, 보리, 밀, 배추
영광	○ 지역 내 누구나 참여할 수 있도록 다양한 분야의 고용창출 ○ 2010년 기준 참여자 61명 중 지역주민 56명(60세 미만 참여자 4명, 60세 이상 참여자 52명), 귀촌자 5명 참여하여 지역주민 고용창출로 인한 지역 경제 활성화 및 귀촌자들의 경제활동을 지원할 수 있는 기반을 조성함.	○ 지역 내 특산품인 쌀, 소금, 모싯잎 등 지역자원을 100% 활용하고 있으며 영광 최초로 시도되는 국산 돈부콩 재배사업을 통해 전량 수입에 의존하고 있는 돈부콩을 국산화하여 지역내 돈부콩 재배농가 육성 및 농가수익 증진에 기여함.

시 군	지 역 주 민 참 여	지 역 자 원 활 용
영광	○ 60세 이상 참여자는 독립된 영농사업단으로 구성 자체 운영규정을 가지고 월례회 및 직무교육 등을 진행하여 운영함.	○ 사업진행에 따라 소요예상 되는 농산물의 양은 모싯잎 20톤, 쌀 33톤, 국산콩 목표생산량 4톤으로 추정 ○ 영광군 모싯잎 명품화 사업단과 협력체계를 구축하여 친환경 모싯잎을 비롯한 국산 돈부콩의 수요처 파악 및 납품관계 구축함. ○ 영광군 농업기술센터와 협력체계를 통해 국산 돈부콩 재배방법 연구와 재배기술 보급 등 돈부콩 재배단지 조성
순천	○ 농특산물 생산농가 및 작목반회원 가입(13개 조직 810명) ○ 소비자단체, 부녀회, 동 자매결연 조직 5개회 3,000명 ○ 인터넷홍보 및 판매 지역주민 회원제운영(5,000명)	○ 순천미인단감, 매실가공품, 순천미인 배, 오이, 참다래, 복숭아 수거 판매 및 친환경 안전 농산물 중심으로 소비자에게 직거래를 통한 유통비용 절감으로 지속적 판매 - 생산자조직 : 친환경농특산물조달, 독농가인터넷 사이트연결 자체판매추진 - 소비자단체 : 홈페이지 장터회원으로 조직활용 직거래 추진(5,000명)
곡성	○ 참여인원 12명(재가서비스사업 2, 어메니티 사업 8, 전통장류제조·판매사업 2) ○ 향후 전통장류제조·판매사업의 확대를 통해 2013년까지 주민 6명을 추가로 고용할 예정임. 또한 일용직(연인원)은 70명 수준까지 확대함.	○ 연 30톤(약 3억원)규모의 장류생산에 소요되는 콩과 엿 생산의 원재료인 쌀의 지역구매를 통해 지역농산물을 소비함.
고흥	○ 사회적일자리 창출사업을 통하여 참여자 대부분 지역민 채용 ○ 청년인턴 및 디딤돌 일자리사업을 통한 이주여성의 직업참여	○ 청정지역 고흥에서 친환경 한방야채 및 친환경 농산물을 생산하여 지역경제 발전에 이바지하고 동시에 질 좋은 농산물을 생산하여 소비자들에게 공급함.
보성	○ 주변 친환경 재배농가의 전문가 육성 ○ 마을주민 농산물 직거래(우리원식품)와 수익 증대 ○ 유기농 생산농가 참여 증대로 고용 창출	○ 보성지역의 생태자원 활용 체험프로그램 운영 ○ 농업기술센터 등 체험프로그램 운영 ○ 보성군 친환경협회 등 지역전문가 네트워크 구축 및 활용

3) 문제점

시 군	문 제 점
영 암	○ 공익목적으로 설립된 농민교육기관으로 운영되고 있어 매출액이 적음.
담 양	○ 전문상근인력의 부족과 이직으로 교육원의 전문성 약화 ○ 친환경농업 전문교육원 홍보와 마케팅 강화 필요
광 양	○ 포장 디자인 고급화 어려움. ○ 제품규격 표준화 및 원료표시 규격화 어려움. ○ 안정적인 판로 개척을 위한 서울판매장 개설 어려움.
화 순	○ 물류시설, 차량부족으로 초기 사업이 어려움을 겪고 있는 상황임.
무 안	○ 숙박 인프라 미흡에 따른 숙식 소득 저조 ○ 즙 중심의 판매 제품 현황을 다양화하는데 어려움 따름. ○ 고객이 요구하는 다양한 제품을 공급할 수 있어야 하는데 열악한 재정 및 지역 여건 미흡 등으로 상품 다양화 저조 ○ 고령화에 따른 인력활용 문제(젊은 층의 유입방안, 산업화방안 모색)
장 성	○ 농가의 자발적 출자가 어려움. ○ 농가들이 이익이 없으면 참여도가 낮아 수익창출 구조 마련이 어려움. ○ 소포장 도입의 어려움(임대)
완 도	○ 사업계획, 매뉴얼 부재로 시행착오
함 평	○ 수익창출의 어려움. ○ 인건비 무보수(대표, 총무이사)
영 광	○ 사업취지는 좋으나 현장 현실에 부합되지 못한 점이 있음. ○ 지원요건, 지원방향이 확실히 정해지지 않음.
보 성	○ 단체의 체계적, 통합적 관리, 홍보 부족 ○ 전문 상근인력의 부족으로 친환경교육의 전문성 약화 ○ 보성군 친환경상품의 체계적 홍보와 마케팅 강화 필요
고 흥	○ 판로문제를 해결해 줄 마케팅담당 전문인력 확보가 어려움. ○ 수익을 창출하는데 어려움.
곡 성	○ 농림수산식품부의 하드웨어분야 지원을 받고자 하나 지침이 회사법인 농업 관련으로 지정되어야만 가능해 어려움(농업회사법인으로 변경 필요).

자료 : 문헌 및 심층면접

4) 수익확보 계획

시 군	수 익 확 보 계 획
영 암	○ 친환경 생산 재배 기술교육을 통한 고품질 농산물 생산 ○ 소비자초청 체험행사를 통한 홍보 및 농산물 직판 ○ 친환경 농산물 판매 수익 ○ 소비자 초청 직판 및 체험 행사를 통한 수익발생 ○ 매월 소비자 초청 체험교육을 통해 도시 소비자들에게 영암지역 농산물의 우수성을 알리고 지속적인 교류를 통해 지역농산물 구매 유도 ○ 공동자재구매 및 고품질농산물 생산기반 조성 ○ 달맞이쌀, 영암배, 금정대봉, 삼호무화과, 호박, 고구마, 배추, 무 등의 영암군 농산물
담 양	○ 사업체 경영안정성 시스템 구축 - 친환경농업 교육센터 운영 및 전문성, 경영 안정성 확보 - 향후 농촌마을기업 추진 경영 안정 도모 ○ 사계절 지속가능한 수익 확보 방안 - 친환경농산물 온/오프라인 직거래 : 연중 - 농촌마을 팜스테이, 체험프로그램 : 주말, 방학, 연중 ○ 친환경농업교육센터 운영 - 친환경농업교육센터 운영 경상비 - 친환경유기농가, 체험마을 공동체 지원사업 ○ 공동체회사 공익기금 - 공동체회사 자본금 적립 - 참여 구성원 이익 배당금 ○ 수익발생 구조 (100%) - 친환경 유기농업 전문교육프로그램 운영수익, 친환경 유기농산물 판매 수익, 농촌마을 체험 팜스테이 운영수익
광 양	○ 우체국 택배, 농협 하나로마트, 수출 광양시 관내 학교급식 광양시 매실 축제, 약수제, 전어 축제, 숯불구이축제 등 축제 상품, 대도시 판촉에서 고른 수익이 창출되고 있으며 서울, 경기, 인천 등 대도시 판매를 촉진하여 보다 많은 수익을 확대할 계획임.

시 군	수 익 확 보 계 획
화 순	○ 수익발생 구조 - 상품판매 : 홍수출하시 수매, 저장, 가공, 상품화를 통한 부가가치 창출 - 도시민 서비스 제공 : 직거래 장터 등 유통단계를 줄여 부가가치 창출 ○ 수익발생 규모 - 소규모 원예 농산물 직거래를 통한 매출 이익률(2%) - 상품 브랜드화를 통한 매출 이익률(1%) ○ 수익발생의 지속성 - 직거래를 통한 매출 이익률(2%) - 상품브랜드화를 통한 매출 이익률(1%)
무 안	○ 신상품(숙성 양파즙) 개발을 통한 상품 판매 매출 증대 기대 ○ 숙박형 체험관광 프로그램 개발을 통한 적극적 체험 관광객 유치 및 관계 기관 (여행사 등)과의 협력 강화로 시너지 효과 창출 ○ 여행사와 연계한 관광프로그램 개발로 단체 관광객 유치 ○ 안정적 체험 소득기반 창출 ○ 배뫼 녹색농촌 체험마을 참여 농가의 친환경 농업을 확대하여 친환경 관련 시장 진출 및 판로 다각화 ○ 숙성 양파즙 등 신제품 개발에 기초하여 원재료의 효능 및 향미성을 최대 한 살릴 수 있는 경쟁력을 확보한 제품군 다양화 ○ 기존의 판매 상품 브랜드(우리집 양파즙, 허브 양파즙 등)외 새로 개발되는 제품의 특성 및 배뫼 녹색농촌 체험마을의 아이덴티티에 적합한 브랜드 개발 ○ 브랜드 개발 시 소비자의 반응을 구체적으로 조사하여 상품 STP 전략 수립에 필요한 기초 전략 수립 ○ 기존의 회원 확보 루트(쇼핑몰, 오픈 마켓 등) 외 파워블로그, 대표카페 등과 연계한 회원망을 구축하여 10만 고객 확보 ○ 이렇게 확보된 수익금은 마을 공공 시설 확충 및 경관 보완, 법인체 운영 자금 등으로 사용할 예정임.
장 성	○ 농산물판매, 양파시제품개발, 축령산, 장성댐, 백양사, 사과단지, 감, 포도, 딸기 직접체험 활동 농산물홍보 판촉 ○ 농산물판매 수익, 회원회비 ○ 연중판매, 미래보장 지속 가능한사업 ○ 공동체회사 자산기금마련 및 농어민복지증진 삶의질 향상에 도움이 되도록 농업마인드교육, 불우이웃돕기, 귀농인들에게 선진농가견학 및 체험활동 제공

시 군	수 익 확 보 계 획
완 도	○ 고용인력 효율극대화로 판매관리비용 절감
함 평	○ 함평나비축제, 대한민국 국향대전 등 함평에서 추진하고 있는 축제에 참가하여 함평을 찾는 관광객들을 대상으로 친환경농산물 판매 - 도시민을 대상으로 자매 결연, 그린투어리즘 등 마을로 초청하여 직접 농사 체험 및 현장 판매 실시 - 주 수익원인 농산물 판매 수익금을 생산농가별로 분배함에 따라 농가소득 증대 도모 ○ 판매 거래처에 대한 납품계약 등으로 향후 지속적인 수익발생 도모 ○ 판매된 농산물 수익금은 참여농가에게 배분 ○ 농산물 수익금의 1%를 법인 수익금으로 적립 재투자
영 광	○ 친환경 모싯잎을 영광 모싯잎 송편 명품화사업단 내 가공사업소에 수매함과 동시에 자급하여 모싯잎 송편 생산/판매하고 재배한 국산 돈부콩을 명품화사업단 내 참여업체에 판매하여 수익 창출 - 친환경 무농약 재배로 알려진 모싯잎에 대한 무농약 등 친환경인증에 대한 인식의 부재로 정확한 원산지 표시와 인증시스템이 구축되지 않아 향후 친환경인증 된 원재료에 대한 수요 확대 전망 - 2012년 2차년 계획으로 주요시설 및 체험시설을 상시화 할 수 있도록 2011년 1차년사업에서는 기초 인프라 구성사업으로 진행 - 지역 내 고용인력 확충으로 일자리 창출
순 천	○ 농특산물 판매수수료, 직거래장터참여수수료, 인터넷판매 및 홍보료 ○ 직거래장터, 인터넷판매를 통한 매년 수익 30%증가 발생예상 ○ 생산자와 소비자의 만남의 장 행사, 쌀나누기 행사
곡 성	○ 전통장류제조·판매, 어메니티 사업을 통해 2013년 총 393백만 원 수익발생을 예상함. (전통장류제조판매 343백만 원, 어메니티사업 50백만 원) ○ 향후 3년간 판매계획은 1차년도 158백만 원, 2차년도 253백만 원, 3차년도 344백만 원으로 순차적인 판매금액 계획 ○ 2013년까지 장류제조 · 판매량 29톤 달성으로 343백만 원의 매출 달성 후 수익금의 50%는 곡성 지역 저소득노인 및 장애인을 위한 사회복지서비스에 사용

시 군	수 익 확 보 계 획
고 흥	○ 수익발생 구조 - 노동부 일자리사업 지원금, 영업이익금(친환경 농산물 판매수익, 친환경김치 제조 판매수익, 친환경 두부제조 판매수익), 기부수익금 ○ 고흥지역 관내 김치제조시설의 부재로 인한 경쟁력 우위 ○ 시설하우스를 이용한 상시 생산체계를 바탕으로 연중 생산가능 ○ 홈페이지를 통한 온라인 판매와 오프라인 판매 ○ 사업 종료 후 일자리 인력을 지속 고용하여 기존의 김장보다 양질의 제품 생산 ○

시 군	성 과
함 평	○ 판매의 문제점극복(ICOOP 생협 판매로 판매에 대한 애로점 극복) ○ 저온창고활용도 제고로 구성원의 작업비, 인건비 수입 창출
영 광	○ 모싯잎 재배단지 조성사업을 통해 안정적인 모싯잎 공급시스템을 구축하였으며 향후 모싯잎 재배단지를 추가 조성 할 수 있는 지역 내 인프라 및 경험을 축적함 ○ 자체 생산을 위한 모싯잎 송편 제조 공장 〈여민동락 할매손〉을 통해 지 역특산물 공동브랜드인 '돈부가 통째로 들어있는 영광 모싯잎송편'(영광군청)과 전라남도도지사 인증인 '전라남도농수특산물통합상표'를 획득하여 제품생산부터 판매 관리까지 소비자의 신뢰를 확보함. ○ 영광 최초로 국산 돈부콩 시험재배를 시작하였으며 다양한 종자를 형태별 재배방법을 적용한 결과 적합한 형태의 국산 돈부콩 재배에 대 한 영농경험을 축적함. ○ 2011년 계량된 재배방법을 통한 돈부콩 재배단지의 확장을 위한 종자를 확보함.
보 성	○ 전남친환경농업보성교육원 운영 ○ 농촌관광 현장체험교육 및 선진지 견학 ○ 친환경 유기농산물을 활용한 식품개발 및 판매
고 흥	○ 마을구성원간의 협력관계가 용이
곡 성	○ 다른 업체보다 구성원 자체가 유연함.

자료 : 문헌 및 심층면접

6) 종사원의 의식조사 결과

(1) 농어촌공동체회사의 위상

□ 농어촌공동체회사의 공동체성(5점척도)

○ 지역주민의 참여정도가 3.72점, 주민이 주체적으로 의사결정하면서 사업 전개 정도가 3.65점으로 나타남.

- 지역주민의 참여정도 : 크다(크다+매우크다) 58.8%
- 주체적 의사결정 및 사업전개 정도 : 크다(크다+매우크다) 50.6%

<표 6> 농어촌공동체회사의 공동체성

(단위 : 명(%))

	작 다	보	크 다	합 계	평 균
지역주민의 참여정도	5 (5.9)	30 (35.3)	50 (58.8)	85 (100.0)	3.72
주체적 의사결정 및 사업전개 정도	6 (7.1)	36 (42.4)	43 (50.6)	85 (100.0)	3.65

주 : 작다(작다+매우작다), 크다(크다+매우크다)

□ 농어촌공동체회사의 공익성(5점척도)

○ 일자리 창출 및 소득제고 기여도가 3.95점으로 가장 높고, 다음으로 수익금의 지역사회 환원정도 3.68점, 지역자원·환경 보전 기여도 3.51점 등의 순으로 나타남.

- 일자리 창출 및 소득제고 기여도 : 크다(크다 + 매우크다) 75.3%
- 수익금의 지역사회 환원정도 : 크다(크다 + 매우크다) 64.7%
- 지역자원·환경 보전 기여도 : 크다(크다 + 매우크다) 52.9%

<표 7> 농어촌공동체회사의 공익성

(단위 : 명(%))

	작 다	보 통	크 다	합 계	평 균
수익금의 지역사회 환원정도	8 (9.5)	22 (25.9)	55 (64.7)	85 (100.0)	3.68
일자리 창출 및 소득제고 기여도	5(5.9)	16(18.8)	64 (75.3)	85 (100.0)	3.95
인구유입 촉진 기여도	10 (12.2)	35 (42.7)	37 (45.1)	82 (100.0)	3.35
추진사업의 다른 주체 및 업체와의 경쟁관계	22 (25.9)	30 (35.3)	33 (38.8)	85 (100.0)	3.14
사회복지 서비스제공 정도	7(8.3)	43(50.6)	35(41.2)	85 (100.0)	3.48
지역자원·환경 보전 기여도	8(9.4)	32(37.6)	45(52.9)	85 (100.0)	3.51

주 : 작다(작다+매우작다), 크다(크다+매우크다)

□ 농어촌공동체회사의 지역성(5점척도)

○ 지역사회의 중요 정도가 3.99점으로 가장 높고, 다음으로 지역자원의 활용도 3.95점, 사업장의 범위 3.84점 순으로 나타남.

- 지역자원의 활용도 : 크다(크다+매우크다) 78.5%
- 지역사회의 중요정도 : 크다(크다+매우크다) 73.1%
- 사업장의 범위 : 크다(크다+매우크다) 63.4%

<표 8> 농어촌공동체회사의 지역성

(단위 : 명(%))

	작 다	보 통	크 다	합 계	평 균
지역사회의 중요정도	2(2.4)	20(24.4)	60(73.1)	82(100.0)	3.99
지역자원의 활용도	4(4.8)	14(16.7)	66(78.5)	84(100.0)	3.95
사업장의 범위	4(4.9)	26(31.7)	52(63.4)	82(100.0)	3.84

주 : 작다(작다+매우작다), 크다(크다+매우크다)

□ 농어촌공동체회사의 수익성 및 자립성(5점척도)

○ 단계적이고 구체적인 사업계획, 실현가능성이라는 응답이 3.88점으로 가장 높고, 다음으로 정부지원 후 독자 운영할 수 있는 수익발생 가능 여부 3.87점, 해당 조직체의 재정상태의 건전성 3.75점 등의 순으로 나타남.

- 단계적이고 구체적인 사업계획, 실현가능성 : 크다(크다 + 매우크다) 76.2%
- 정부지원 후 독자 운영할 수 있는 수익발생 가능 여부 : 크다(크다 + 매우크다) 73.2%
- 해당조직체의 재정상태의 건전성 : 크다(크다 + 매우크다) 61.2%

<표 9> 농어촌공동체회사의 수익성 및 자립성

(단위 : 명(%))

	작 다	보 통	크 다	합 계	평 균
사업 또는 조직 1년 이상 지속 유지	6 (7.0)	27 (31.8)	52 (61.2)	85 (100.0)	3.71
해당조직체의 재정상태의 건전성	4 (4.7)	29 (34.1)	52 (61.2)	85 (100.0)	3.75
참여근로자의 전문성	6 (7.1)	36 (42.4)	43 (50.6)	85 (100.0)	3.58
다른 주체나 업체와의 경쟁관계	22(26.2)	31 (36.9)	31 (36.9)	84 (100.0)	3.19
단계적이고 구체적인 사업계획, 실현가능성	4 (4.8)	16 (19.0)	64 (76.2)	84 (100.0)	3.88
정부지원 후 독자 운영할수있는 수익발생 가능 여부	5 (6.1)	17 (20.7)	60 (73.2)	82 (100.0)	3.87

주 : 작다(작다+매우작다), 크다(크다+매우크다)

(2) 농어촌공동체회사가 지역사회활성화에 미칠 영향

□ 지역사회활성화에 미칠 영향

○ 클것이다(매우클것이다+클것이다)는 응답이 87.5%에 이른 반면, '작을 것이다'는 응답은 3.4%에 그쳐 농어촌공동체회사가 지역사회활성화에 매우 긍정적인 영향을 미칠 것으로 기대하고 있음.

<표 10> 농어촌공동체회사가 지역사회활성화에 미칠 영향

(단위 : 명(%))

	명	비율(%)
매우 작을 것이다	0	0
작을 것이다	3	3.4
보통일것이다	8	9.1
클것이다	53	60.2
매우클것이다	24	27.3
합 계	88	100.0

□ 농어촌공동체회사의 추진목표가 지역사회활성화에 미칠 영향

○ 일자리창출이라는 응답이 4.0점으로 가장 높고, 다음으로 농어촌소득증대 3.97점, 농어촌공동체활성화 3.83점 등의 순으로 나타남.

- 일자리 창출 : 크다(크다 + 매우크다) 77.0%
- 농어촌 소득증대 : 크다(크다 + 매우크다) 78.1%
- 농어촌공동체활성화 : 크다(크다 + 매우크다) 73.6%

<표 11> 추진목표가 지역사회활성화에 미칠 영향

(단위 : 명(%))

	작 다	보 통	크 다	합 계	평 균
일자리창출	5(5.7)	15(17.2)	67(77.0)	87(100.0)	4.0
농어촌사회복지서비스 확충	10(11.4)	20(23.0)	57(65.5)	87(100.0)	3.69
농어촌소득증대	5(5.7)	14(16.1)	68(78.1)	87(100.0)	3.97
농어촌지역자생력강화	9(10.3)	15(17.2)	63(72.4)	87(100.0)	3.78
농어촌공동체활성화	7(8.0)	16(18.4)	64(73.6)	87(100.0)	3.83

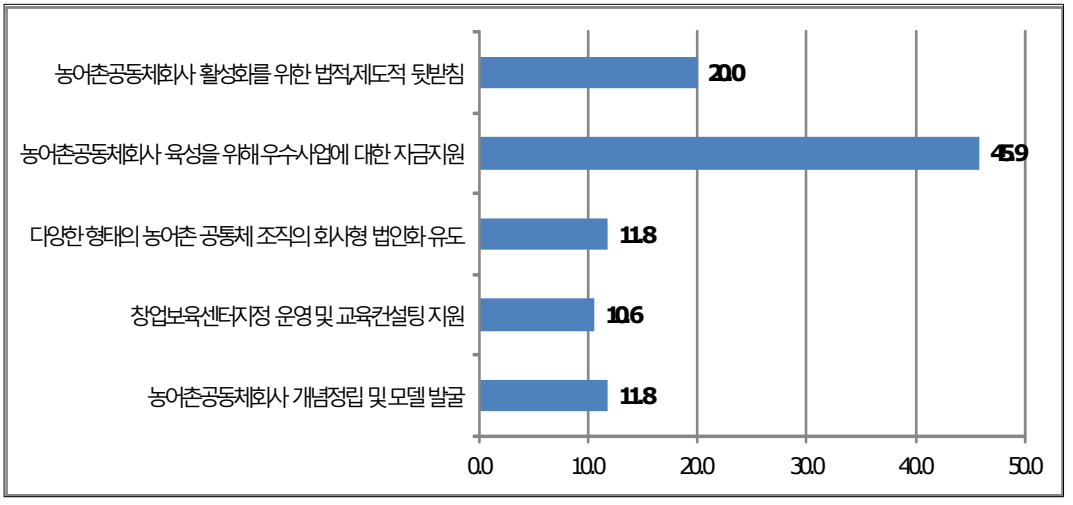
주 : 작을 것이다(작을 것이다+매우작을것이다), 클것이다(클것이다+매우클것이다)

(3) 농어촌공동체회사 활성화를 위한 방안

□ 농어촌공동체회사 활성화를 위한 추진전략 중요도

○ 농어촌공동체회사 육성을 위한 추진전략 중 우수사업에 대한 자금지원이 45.9%로 가장 높고, 다음으로 농어촌공동체회사 활성화를 위한 법적제도적 뒷받침이 20.0%로 나타남.

(단위 : %)



〈그림 2〉 농어촌공동체회사의 추진전략 중요도

□ 추진 사업

○ 농어촌공동체회사 활성화를 위해 추진해야 할 사업으로 품질개선/연구개발투자 확대라는 응답이 41.9%로 가장 높고, 다음으로 시설현대화 등 기초인프라 구축(23.3%), 판매유통망 개선(14.0%) 등의 순으로 나타남.

<표 12> 농어촌공동체회사 활성화를 위한 추진사업

	명	비율(%)
품질개선/연구개발투자 확대	36	41.9
안정적인 원료공급체제 구축	8	9.3
시설현대화 등 기초인프라 구축	20	23.3
판매유통망 개선	12	14.0
홍보·마케팅강화	10	11.6
합 계	86	100

□ 전라남도 농어촌공동체회사의 추진방향

○ 전남 농어촌공동체회사 활성화를 위한 추진방향으로는 유통 및 판매중심(37.9%), 가공 및 제조중심(27.6%), 체험관광 등 중심(21.8%), 생산중심(12.5%) 순으로 나타남.

<표 13> 전남 농어촌공동체회사 추진방향

	명	비율(%)
생산 중심	11	12.5
가공 및 제조 중심	24	27.6
유통 및 판매 중심	33	37.9
체험관광 중심	19	21.8
합 계	87	100.0

□ 농어촌공동체회사 추진 요인

○ 전남 농어촌공동체회사 추진시 고려 요인으로 공동체회사 활동과 농협 경제사업과 연계 강화(20.2%), 우수공동체회사 모니터링, 성공 및 실패요인 분석(19.0%), 회사 운영방안 마련 및 추진(19.0%) 등의 순으로 나타남.

<표 14> 전남 농어촌공동체회사 활성화를 위해 고려요인

	명	비율(%)
회사보육센터 운영	6	7.1
회사 운영방안 마련 및 추진	13	15.5
우수사례 발굴	10	11.9
교육과정 개설	4	4.8
회사사업 발굴·육성	10	11.9
회사 활동과 농협 경제사업과 연계 강화	17	20.2
귀촌도시민의 공동체회사 참여 적극 유도	3	3.6
1사1촌운동을 통해 기업과 공동체회사간 파트너십 유도	5	6.0
우수공동체회사 모니터링, 성공 및 실패요인 분석	16	19.0
합 계	84	100

(4) 농어촌공동체회사 중 성공 가능한 유형

□ 전남 농어촌공동체회사 유형 중 가장 성공가능성이 높은 유형

○ 농식품산업형(36.4%), 복합형(22.7%), 도농교류형 (17.0%), 지역개발형(15.9%), 사회복지서비스제공형(8.0%) 순으로 나타남.

<표 15> 성공가능성이 높은 유형

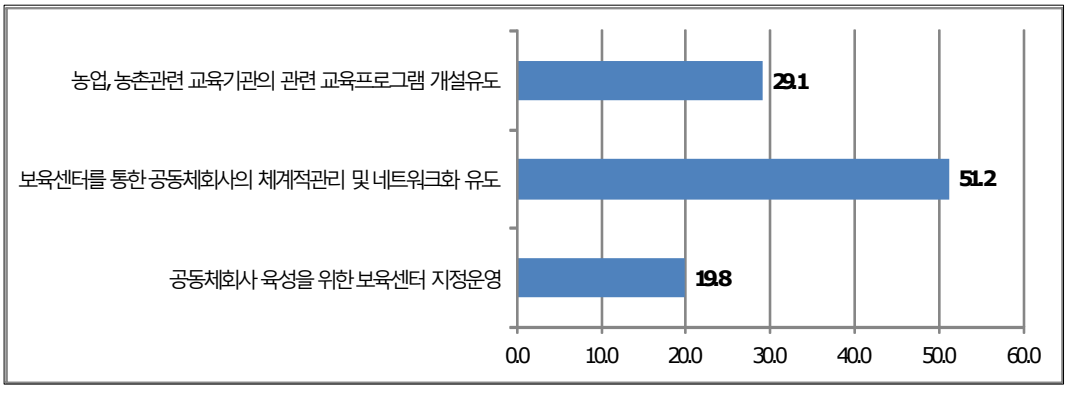
	명	비율(%)
농식품산업형	32	36.4
도농교류형	15	17.0
지역개발형	14	15.9
사회복지서비스제공형	7	8.0
복합형	20	22.7
합 계	88	100.0

(5) 농어촌공동체회사 지원방안

□ 농어촌공동체회사 창업보육센터 운영 및 교육컨설팅 지원

○ 창업보육센터 운영 및 교육컨설팅 지원 중 우선할 것으로는 보육센터를 통한 공동체회사의 체계적 관리 및 네트워크화 유도가 51.2%로 가장 높음.

(단위 : %)

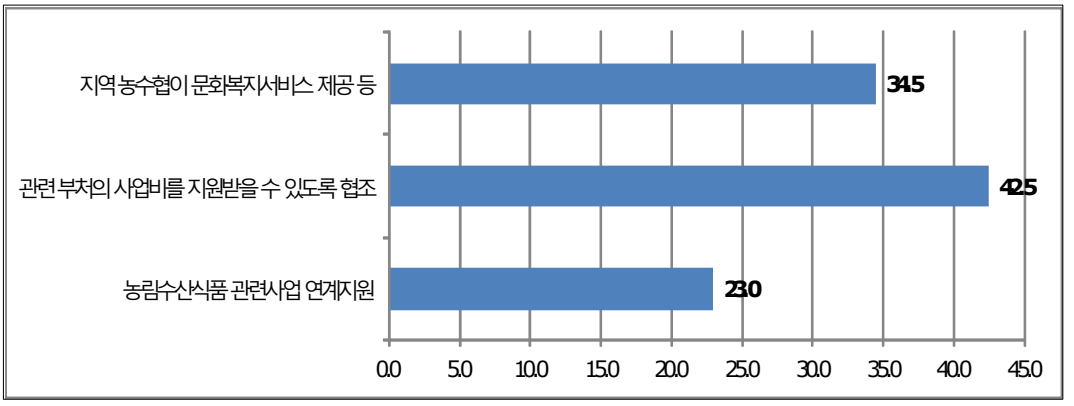


〈그림 3〉 창업보육센터 운영 및 교육컨설팅 지원

□ 농어촌공동체회사 관련 연계지원

○ 농어촌공동체회사 관련 연계지원 중 우선할 것으로는 관련부처의 사업비를 지원받을 수 있도록 협조가 42.5%로 가장 높게 나타남.

(단위 : %)

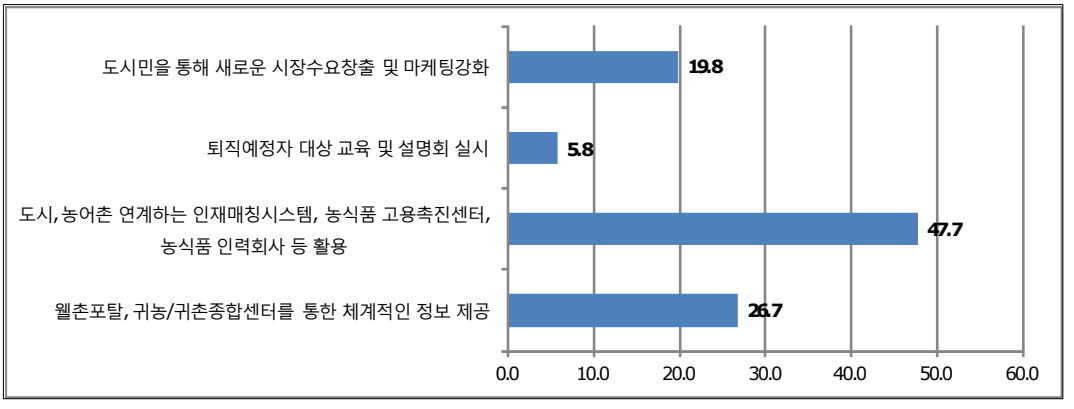


〈그림 4〉 농어촌공동체회사 관련 연계지원

□ 농어촌공동체회사 귀촌인력 활용

○ 농어촌공동체회사 귀촌인력 활용 시 우선할 것으로는 도시와 농어촌을 연계하는 인재매칭시스템, 농식품 고용촉진센터, 농식품인력회사 등 활용이라는 응답이 47.7%로 가장 높음.

(단위 : %)



〈그림 5〉 농어촌공동체회사 활성화를 위해 귀촌인력 활용

□ 농어촌공동체회사 제도적 지원

○ 농어촌공동체회사 활성화를 위한 제도적 지원 중 우선할 것으로 법적지원 근거 마련이라는 응답이 79.3%로 월등하게 높게 나타남.

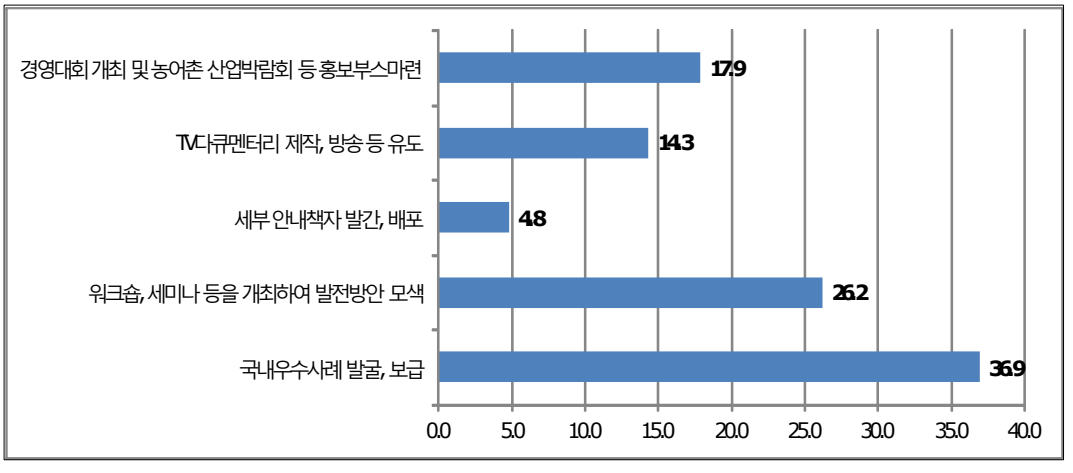
<표 16> 농어촌공동체회사 제도적 지원

	명	비율(%)
법적지원근거마련	69	79.3
보험료지원	7	8.0
세제지원	11	12.6
합 계	87	100.0

□ 농어촌공동체회사 활성화를 위한 홍보 지원

○ 농어촌공동체회사 활성화를 위한 홍보·확산 지원 중 우선할 것으로는 국내 우수사례 발굴 지원이라는 응답이 36.9%로 가장 높게 나타남.

(단위 : %)



〈그림 6〉 농어촌공동체회사 활성화를 위한 홍보 지원

(6) 농어촌공동체회사 기대효과

□ 농어촌공동체회사 추진으로 인한 기대효과(5점척도)

○ 농어촌공동체회사 기대효과 중 '일자리와 소득창출에 의한 지역활성화(3.94점)'라는 응답이 가장 높게 나타남.

<표 17> 농어촌공동체회사 추진으로 가장 기대되는 효과

기 대 효 과	평 균
일자리와 소득창출에 의한 지역활성화	3.94
공동체회사 경쟁력 확보	3.62
소득창출에 따른 지역내소비 증가 및 경제활동 활성화	3.74
도시민의 지식과 경험 활용으로 농어촌활력증진	3.78

(7) 애로사항 및 사업전망

□ 애로사항

○ 자금부족이라는 응답이 55.4%로 가장 높고, 다음으로 원료조달(14.5%), 판매부진(12.1%), 금융비용상승(6.0%) 등의 순으로 나타남.

<표 18> 귀사의 애로사항

구 분	명	비율(%)
자금부족	46	55.4
판매부진	10	12.0
원료조달	12	14.5
설비노후화	4	4.8
금융비용상승	5	6.0
임금상승	4	4.8
기 타	2	2.4
합 계	83	100.0

□ 사업전망

○ 신장(크게신장+약간신장)할것으로 전망하는 긍정적인 응답이 54.8%에 이른 반면, 부정적 응답(약간저조+크게악화)은 4.8%에 그침.

<표 19> 귀사의 사업전망

구 분	명	비율(%)
크게 신장	20	23.8
약간 신장	26	31.0
평년 수준	34	40.5
약간 저조	3	3.6
크게 악화	1	1.2
합 계	84	100.0

Ⅳ. 활성화 방안

〈 유형별 농어촌공동체회사 발굴 육성 〉

□ 농식품산업형

○ 전남지역에서 가장 성공가능성이 높은 유형으로 농업과 농식품산업의 연계성을 강화할 수 있고, 각 시・군을 대표할 수 있는 전통식품의 아이템 발굴과 육성

- 남도맛산업 5개년 계획('10~'14), 전남 전통술 육성5개년계획('10~'14), 전통식품산업 육성 5개년계획('12~'16) 등 전남도의 정책과 연계성을 강화 할 수 있는 농어촌공동체회사 발굴 및 육성

□ 도농교류형・복합형・지역개발형

○ 도농교류를 촉진하여 도시와 농어촌의 균형발전과 국민의 삶의 질 향상에 이바지할 수 있는 농촌지역 활성화 아이템발굴 및 육성 필요

- 농림수산식품부는 도농교류 우수활동 모델 500개 발굴확산, 체험지도사 등 전문인력 1천명 육성, 전국단위 및 한・중・일 네트워크 구축을 목표로 하는 「도농교류 5개년('10~'14) 계획」을 발표함.

○ 전남지역 녹색농촌체험마을, 농촌마을종합개발사업 추진마을 등을 중심으로 한 도농교류비즈니스 활성화

- 한옥민박체재형 비즈니스, 지역특산물판매 비즈니스, 향토음식 비즈니스, 체험관광 비즈니스, 그린투어+푸드투어 비즈니스, 도농교류 인적자원 양성 및 유치, 귀농・귀촌인과의 연계강화, 도농교류 국내외 네트워크구축 및 조직화, 협력체계 구축, 1사 1촌, 1교 1촌, 볼런투어리즘 등

○ 전남 시・군별 대표음식+축제+대표 농식품+체험+도농교류+민박을 통해 복합형 농어촌공동체회사 활성화 추진

○ 슬로시티를 연계한 복합형 농어촌공동체회사 육성

- 전남지역 슬로시티로 지정된 4개 시군지역(담양, 장흥, 완도, 신안)의 슬로푸드+민박 + 농촌관광 + 경관 + (4계절)체험이 융합된 복합형 농어촌공동체회사 발굴 육성
- 전남 슬로시티 관광객 : '07년 27만명 → '11년 138만명(5배 증가)
- 담양(죽염, 태양초, 고추, 약초, 약초밥상, 창평쌀엿, 창평한과, 창평국밥), 장흥(표고버섯, 유기농 배추, 달팽이 버섯밥상,), 완도(해산물, 청산건강밥상), 신암(천일염, 젓갈, 미인자연밥상, 함초전, 함초국수)

〈 정부 및 전라남도 정책과의 연계강화 〉

□ 농촌마을종합개발사업, 녹색농촌체험마을, 농촌활력증진사업(신활력사업, 향토산업, 지역특화품목육성), 농어촌마을 공동체 활성화, 행복마을 등과 연계할 수 있는 농어촌공동체회사 발굴 육성

○ 농어촌 마을 공동경영체 활성화와 연계

- 농림수산식품부는 2012년 업무계획에서 2015년까지 농어촌 마을 공동체 5,000개를 육성하기로 함(공동영농형, 유통・가공형, 농어촌 관광형).

○ 행복마을조성과 연계한 정주여건개선 및 주민소득증대를 위한 농어촌공동체회사 육성

- 전남도는 2007년 5개 마을을 시작으로 행복마을 사업을 추진, 지금까지 90개 마을이 지정되었으며, 도내 행복마을에 645명 전입(2011.12월말)
- 지속가능한 마을로 육성하기 위해 주민소득 증대사업 일환으로 한옥민박과 함께 농어촌 체험프로그램 운영, 지역 특산품 판매를 역점 추진

○ GAP[4] 농산물을 활용한 농식품산업형 농어촌공동체회사 육성

4) 농산물우수관리인증제도로 생산단계에서 판매단계까지의 농산식품 안전관리체계를 구축하여 소비자에게 안전한 농산물을 공급, 농산물의 안전성확보를 통한 국내 소비자 신뢰제고 및 국제시장에서의 우리 농산물의 경쟁력 강화, 저투입 지속가능한 농업을 통한 농업환경 보호가 도입 목적임.

- 정부는 2015년까지 GAP농산물 생산자조직 3,000여개 육성을 목표로 하고 있으며, 농협중앙회와 산지농협이 GAP농산물 생산판매를 주도하도록 GAP생산자조직 육성, 인증 및 판매가 일원화되도록 추진할 계획임.

○ 중장기적으로 농공상융합형 중소기업과 연계 협력할 수 있는 품목을 발굴하고, 수출 가능한 농식품으로 육성

- 농식품부는 농식품분야 25개 수출전략 품목을 육성하기로 함(전복, 막걸리 등 포함)

〈 농어촌공동체회사 중간지원센터 설치 운영 〉

□ 유형별로 수익구조 창출 추진목표 및 전략, 지역주민의 참여제고, 지역자원 활용도 제고, 마케팅전략 등을 종합적으로 컨설팅해줄 수 있는 농어촌공동체회사 중간지원센터 필요

○ 중간지원조직 종사자들의 역량강화를 위한 교육지원, 시스템운영모델 개발 및 보급, 자금지원 등 다양한 지원책과 양질의 서비스를 제공하는 중간지원센터 설치운영으로 시행착오의 최소화, 운영상 문제점 및 애로사항 해결

- 일본이나 영국 등에서 민간단위 중간지원조직의 역할 중요

○ 지원센터에서 컨설팅, 모니터링, 창업 및 교육, 홍보, 교류활성화 지원사업 추진

○ 농어촌공동회사 중 성공가능성이 있는 유형별 모델 사업에 대한 서면 및 현장 모니터링을 실시하여 사업추진 및 컨설팅

○ 공동체회사 유형별 성공 및 실패 요인분석을 통해 유형별로 성공매뉴얼 작성 보급

〈 농어촌공동체회사 아카데미 활성화 〉

□ 전문인력 양성

○ 회사의 지속적인 발전과 활성화를 위해서는 지역리더 및 CEO육성이 무엇보다도 중요하므로 CEO리더십과 조직운영, 종사원 교육 등이 필요하며, 공동체회사의 지역리더 및 CEO육성을 위해 교육의 기회제공 및 육성 프로그램 강화

○ 종사원의 전문성 강화, 교육방법의 다양화와 현장중심 프로그램 운영

○ 마케팅 전문인력 확보 및 육성

○ 교육과정을 다양화해 농어촌공동체회사에 대한 정확한 이해, 추진주체의 역량강화, 운영능력배양 등 다양한 교육과정 개설

○ 향후 중간지원센터 종사자들의 역량강화를 위한 교육지원, 시스템운영 모델개발 및 보급, 자금지원 등의 다양한 지원책과 함께 중간지원조직의 역할 강화 유도 교육프로그램 추진

○ 지역이나 추진사업 내에서 발생하는 갈등의 효과적인 관리, 추진하고 있는 사업의 현안문제를 컨설팅이나 교육을 통해 해결

〈 농어촌공동체회사 운영주체의 역량강화와 네트워크 구축 〉

□ 농어촌공동체회사에 대한 명확한 인식을 바탕으로 유형별 농어촌공동체회사의 추진능력과 운영능력을 배양

○ 2011년 선정된 전남지역 13개 농어촌공동체회사를 중심으로 전남의 농어촌공동체회사 간 네트워크 구축을 통해 상호교류와 협력사업 추진

- 매년 선정되는 농어촌공동체회사까지 포함하여 유형별 네트워크 구축

〈 지역주민 참여도 제고 〉

□ 지역주민, 이주여성, 관내 귀농·귀촌자 등 농촌의 유휴인력 활용으로 지역 구성원 모두가 참여할 수 있는 다양한 분야 고용창출 모색

○ 생산농가 및 작목반 회원수를 늘리고 조직화를 통한 시장교섭력 확대

○ 소비자단체, 부녀회, 자매결연 확대로 지역주민들이 직접 참여할 수 있는 홍보 및 네트워크 추진

○ 농가들이 생산한 농산물을 직접 판매하는 직거래 활성화

○ 지역축제를 활용한 지역주민의 적극 참여 유도

○ 노인회, 부녀회, 청년회, 작목반 등 지역내 모든 조직이 참여하는 공동체 육성

○ 귀농·귀촌자들의 참여확대를 위해 귀농인의 안정적인 지역정착 컨설팅, 지역 선진농가의 현장 체험장 활용

○ 농어촌공동체회사 조직원 모두가 참여할 수 있는 의사결정구조로 시행착오와 불협화음의 최소화

〈 지역자원 활용도 제고 〉

□ 지역에서 생산된 친환경농산물을 원료로 하여 제조·가공을 통한 고부가가치 상품화로 수익창출

○ 계약재배를 통한 전량 수매로 지역 농업과 농식품산업의 동반성장

○ 농촌마을종합개발사업추진 마을, 녹색농촌체험마을 등의 시너지효과를 극대할 수 있는 자원 발굴 및 활용 극대화

○ 지역의 생태자원 활용, 체험프로그램 운영, 친환경 협회 등 지역전문가 네트워크구축 및 활용 극대화

〈 귀농 · 귀촌인력의 활용도 제고 〉

□ 농어촌공동체회사 활성화를 위해서는 귀농 · 귀촌인력을 적극적으로 활용하고, 이들의 적극적인 참여를 유도하기 위한 안정적인 수입원 확보와 회사 및 지역의 일원으로서 공동체의식을 가지고 참여할 수 있는 방안 마련

○ 도시민의 귀농 · 귀촌 의향은 63.7%로 전년대비(47.7%) 16.7% 증가하고, 귀농 · 귀촌시 가장 필요한 조건으로는 '생활을 할 수 있는 수입원'이라는 응답이 49.1%로 가장 많았음(한국농촌경제연구원, 2011).

- 2010년 귀농 · 귀촌 가구수가 4,067가구, 인구수는 9,732명(가구당 2.4명)이며, 시도별로는 경북(1,112가구), 전남(768), 전북(611), 경남(535) 순
- 전남 귀농가구 : ('10) 768 → ('11.11) 1,281

○ 시 · 군별 귀농 · 귀촌자들의 참여도 및 활용도 제고를 통한 도농교류활성화로 도농교류형 또는 복합형 농어촌공동체회사 육성

○ 권역별 맞춤형 귀농대학 운영, 귀농자 정착지원사업과 연계하여 지역실정에 맞는 권역별 귀농 · 귀촌학교 운영으로 교육수요 충족 및 안정적인 농촌정착 지원

○ 귀농 · 귀촌센터의 역할을 강화하고 지역에서 실시하고 있는 귀농 · 귀촌 프로그램과 연계강화를 통해 새로운 인력을 필요로 하는 회사와 귀농 · 귀촌자의 연결 시스템 구축

○ 귀농 · 귀촌인력 유입 촉진을 통해 지역농업의 활력증진 및 일자리 창출

〈 농어촌공동체회사 지원방안 〉

□ 전남지역 농어촌공동체회사들의 가장 큰 애로사항으로 자금부족을 들고 있으므로 관련부처의 사업비를 지원받을 수 있도록 협조하고, 농어촌공동체회사 육성을 위해 우수사업에 대한 자금지원을 할 수 있는 방안모색

○ 창업보육센터 운영 및 교육컨설팅 지원을 위해 보육센터를 통한 공동체회사의 체계적 관리 및 네트워크화를 우선적으로 추진

○ 농어촌공동체회사 추진에 있어서 자금조달이 가장 큰 애로사항인 만큼 관련 부처의 사업비를 지원받을 수 있도록 지원 필요

○ 귀촌인력 활용을 위해 도시와 농어촌을 연계하는 인재매칭시스템, 농식품 고용촉진센터, 농식품인력회사 등의 활용이 무엇보다도 중요함.

○ 농어촌공동체회사의 홍보·확산 지원을 위해서는 국내 우수사례 발굴이 중요하며, 제도적인 법적 지원 근거가 마련되어야 함.

〈 마케팅전략 수립 〉

□ 사계절 지속가능한 수익을 확보 할 수 있는 전략이 필요

○ 제품의 소포장도입, 소비자 기대에 부응한 상품화, 브랜드화, 1사 1공동체회사 연계로 품질개발/연구개발 협력체계 강화

○ 지자체, 지역대학, 연구소 등과 연계한 지역적 특성을 고려한 차별화된 제품개발

○ 소비자 식생활 및 소비패턴을 반영한 제품개발 지원(안전성, 건강 등)

○ 농산물 경쟁력요소가 가격과 품질 위주에서 스토리텔링 등 디자인 요소를 포함하는 추세로 전환하고 있으므로 농산물마케팅 분야 경쟁력 있는 디자인 활성화방안 모색

□ 유통·판매중심 전략 추진

○ 농어촌공동체회사는 일반기업에 비해 마케팅 분야에서 부족한 점이 너무 많아 생산한 제품이 판매될 수 있는 유통망구축이 필요하므로 농어촌공동체회사 종합 판매점운영, 애그리비즈니스를 활성화 시스템 구축

○ 농협의 경제사업과 연계할 수 있는 상품개발과 연계(산지 및 소비지농협), 1사 1촌 기업과 공동체회사 간 상생협력 강화 유도

〈 로컬푸드와 친환경학교급식을 연계한 농어촌공동체회사의 6차산업화 〉

□ 지역 농업과 각 시·군 농어촌공동체회사를 연계한 6차산업화

○ 농어촌의 유형·무형의 자원을 활용한 1차산업(농업), 2차산업(제조, 가공), 3차산업(홍보, 판매, 서비스)의 융복합화로 농가소득증대, 일자리 창출, 농촌경제 활성화를 통한 농어촌공동체회사 활성화

○ 고령자나 소규모 농가에게 소득제공 기회 창출

○ 관련 회사와의 연계 상생 협력강화로 경영·가공·유통 등에 대한 노하우를 습득하여 기업가적 마인드 제고와 수익성을 강화해야 함.

□ 로컬푸드는 농업·농촌의 유지, 식품 안전 확보, 유통비용 절감, 식량 자급률 제고 및 지역경제 활성화에 기여

○ 산지직판장, 학교급식이나 직원식당에서의 지역농산물 이용, 지역농산물을 활용한 가공품 개발, 지역소비자와의 교류·농업체험 활동 등 6차산업화로 농축산물의 부가가치를 높이고, 지역에서의 고용 기회 확대

□ 친환경학교급식과 관련한 로컬푸드시스템을 구축할 수 있는 회사육성

○ 친환경무상급식의 확대에 대응할 수 있는 도, 시·군 차원의 로컬푸드관련 회사 육성

○ 친환경 학교급식과의 연계강화로 지역 친환경농산물의 안정적 판로확보 및 지역 초·중·고학생들에게 로컬푸드가 생활화할 수 있는 여건조성

○ 전남도 식생활 교육 기본계획('11~'15)과 연계 강화

- 소비자 초청 친환경농업 체험
- 도내 친환경식재료 유통채널 다양화
- 농어촌 식생활체험 프로그램 운영활성화

최근 〈리전인포〉 발간목록

제269호 독일 녹색관광의 특징 및 시사점(송태갑, 2012. 1)
제268호 제3순환도로변 전원형 주거단지 조성방안(이건철, 2011. 12)
제267호 전남형 예비사회적기업 육성 지원방안(정 철, 2011. 12)
제266호 유네스코 세계유산의 현황과 전남지역 유산 등재를 위한 전략(문경오·김 준·김희태, 2011. 12)
제265호 지역금융 육성 및 지역경제 활성화 사례와 전남의 대응방안(오병기·김진이, 2011. 11)
제264호 친환경농산물 학교급식에 대한 만족도와 시사점(장덕기·서정원, 2011. 11)
제263호 걷기여행 정착을 위한 바람직한 남도테마길 조성과 운영방안(김 준·윤정준 2011. 11)
제262호 전남 누정(樓亭)의 관리 및 활용방안(송태갑·김진성 2011. 10)
제261호 관광상륙허가 제도 도입에 따른 전남의 대응 방안(조상필·신동훈, 2011. 10)
제260호 광주연구개발특구 출범에 따른 전남 R&D 연계·활성화방안(박웅희·배준성, 2011. 10)
제259호 전남 농산물 유통개선을 위한 직거래 활성화 방안(조창완·서정원, 2011. 9)
제258호 전남지역 고령농업인의 의식조사 및 지원방안(장덕기·채종훈·조창완, 2011. 9)
제257호 기후변화에 따른 전남의 녹색신산업 육성방안(박웅희, 2011. 9)
제256호 전라남도 해양레저장비산업 활성화 방안(이경우·김동주, 2011. 8)
제255호 지역주민의 습지보호지역에 대한 인식과 지속가능한 이용 및 보전 전략(김 준, 2011. 8)
제254호 전남 중소도시 주요 골목길 매력 찾기와 자원화방안(송태갑·남승진, 2011. 8)
제253호 전남 관광통계 및 관광 GRDP 분석(오병기, 2011. 8)
제252호 지역특산물을 활용한 프랜차이즈 사업화 방안(김현철, 2011. 7)
제251호 무안 기업도시 항공산업 개발방안(조상필·나강열, 2011. 7)
제250호 2012 여수세계박람회와 남해안 발전(이건철, 2011. 7)
제249호 전남농업경쟁력 제고를 위한 농업경영체 조직화 방안(조창완, 2011. 7)
제248호 일본기업의 생산거점 이전 동향과 전남의 대응 방안(조상필·정 철, 2011. 6)
제247호 전남 관광기념품 소비자 실태조사 분석 및 시사점(김 준·최연수, 2011. 6)
제246호 전남지역 유네스코 창조도시 네트워크 가입 방안(조상필, 2011. 6)
제245호 행복마을 주거선택 조사결과 분석 및 시사점 : 장성 덕성 행복마을을 중심으로(나강열, 2011. 5)
제244호 스마트그리드 거점지구 지정을 위한 전남의 대응 방안(박웅희, 2011. 5)
제243호 전남 막걸리산업의 실태와 경쟁력강화 방안(장덕기, 2011. 5)
제242호 전남지역 도시형 생활주택 공급 활성화 방안(조상필, 2011. 5)
제241호 지역개발의 종합지원에 관한 법률 제정에 따른 개선방안(조상필·정 철, 2011. 4)
제240호 일본 나오시마(直島)의 섬 가꾸기 프로젝트 및 시사점(송태갑·곽행구, 2011. 4)
제239호 전남 지역일자리 공시제 내실화 방안(김대성, 2011. 3)
제238호 절강성에 대한 전남의 관광협력사업 추진 방안(곽행구·김대홍·송태갑, 2011. 3)
제237호 연안관리법 전면개정에 따른 전남의 대응(김동주, 2011. 3)
제236호 전남 세입(지방세, 교부세, 보조금 수입) 구조 변화 추이 분석(오병기, 2011. 2)

제235호 전남 농어촌지역 공가(空家) 실태와 활용방안(나강열 · 오병기, 2011. 2)
제234호 남도 맛 산업 육성 방안(조창완, 2011. 2)
제233호 해외 진출기업의 전남 U턴을 위한 지원 방안(박웅희, 2011. 1)
제232호 유통업 구조변화에 따른 정기시장 활성화 방안(김현철, 2011. 1)
제231호 창의적 정책 아이디어 발굴을 위한 집단지성(Collective Intelligence) 구축방안(김대성, 2011. 1)
제230호 동북아 농산물 수출시장 선점을 위한 전남 대응 전략(조창완 · 성방욱, 2011. 1)
제229호 전남 해안 및 섬 연계 숙박시설 확충 방안(조상필 · 정 철, 2010. 12)
제228호 자연자원의 보전 및 지속가능한 활용(김종일, 2010. 12)
제227호 전남지역 슬로시티 실태와 발전방안(송태갑 · 곽행구 · 김 준 · 김선희, 2010. 12)
제226호 F1 코리아그랑프리 개최에 따른 연관산업 육성방안(나강열, 2010. 12)
제225호 전남 전통주산업의 실태분석 및 활성화 방안(장덕기, 2010. 11)
제224호 갯벌방문객센터 운영실태와 활성화 방안(김 준 · 장지영, 2010. 11)
제223호 관광비수기 전남관광 활성화 방안(곽행구 · 김희승 · 김선희, 2010. 11)
제222호 무안국제공항 활성화방안(이건철 · 김현철, 2010. 10)
제221호 공공기관 · 기업의 연수휴양시설 유치 방안(곽행구 · 김진강 · 최우성, 2010. 10)
제220호 전남지역 농촌마을종합개발사업 권역 농어민의 만족도와 개선과제(장덕기 · 채종훈, 2010. 9)
제219호 전남갯벌, 신 갯벌어업 프로젝트의 적극적 활용(이인태 · 김동주 · 조영현, 2010. 9)
제218호 홍수위험지도 제작 및 활용 방안(노경범 · 김종일, 2010. 8)
제217호 개방형 정원 가꾸기 활성화 방안(송태갑 · 김은일, 2010. 8)
제216호 관광기념품이 지향해야 할 5대 목표(김 준 · 최연수, 2010. 8)
제215호 남해안권 발전종합계획의 효율적 추진을 위한 제도개선 방안(조상필 · 정 철, 2010. 8)
제214호 영어체험교육 확대를 위한 농어촌 영어교육인프라 구축방안(김대성, 2010. 7)
제213호 영산강 하구역의 해양생태계 구조 및 효율적 관리방안(김성수 · 김동주, 2010. 7)
제212호 「국가스마트그리드산업진흥원」 설립방안 연구(박웅희, 2010. 7)
제211호 남해안권발전종합계획 추진에 따른 전남의 대응방안(조상필 · 정 철 · 나강열, 2010. 6)
제210호 호남고속철도 시대에 대비한 전남의 대응전략(조진상 · 조상필 · 정 철, 2010. 6)
제209호 「식생활 교육 지원법」 시행에 따른 전남도 「식생활 교육 기본계획」 수립 방향(장덕기, 2010. 6)
제208호 농업용저수지 수변개발의 방향과 추진전략(김종일, 2010. 5)
제207호 전남 다문화가족 지원 서비스 만족도 조사결과 및 시사점(김대성 · 설성현, 2010. 5)
제206호 지역 소득 변화에 따른 지방세수 변화 분석(오병기, 2010. 5)
제205호 전남 수변도시의 개발 활성화 방안(조상필 · 정 철 · 신동훈, 2010. 5)
제204호 전남 서부권 친환경 녹색축산 경쟁력 제고를 위한 광역 축산유통거점 조성 방안(조창완 · 김현철, 2010. 4)
제203호 전남 동부권 고속철도 역세권 개발방안(나강열, 2010. 4)
제202호 해외 F1 자동차경주장 주변지역 개발사례 분석 및 시사점(조상필 · 정 철 · 안광일, 2010. 4)
제201호 전통 · 발효식품의 소비자의식과 정책적 시사점(장덕기, 2010. 4)
제200호 전통배의 활용사례와 관광자원화 방안(김 준 · 박종오, 2010. 4)
제199호 서남해안 지오파크(Geopark) 지정 및 활용(김종일, 2010. 3)
제198호 첨단기술(IT) 융복합화에 따른 전남 주력산업의 기회와 과제(박웅희, 2010. 3)