생명과 충북 태양의 땅

2022괴산세계유기농산업엑스포
기 본 계 획

IFOAM 2022 Geosan International Organic EXPO+Industry Fair

2020. 09.

충청북도 CHUNGCHEONGBUK-DO

괴산군 GOE SAN GUN

생명과 충북 태양의 땅

2022괴산세계유기농산업엑스포
기 본 계 획

IFOAM 2022 Geosan International Organic EXPO+Industry Fair

2020.09.

충청북도 CHUNGCHEONGBUK-DO

괴산군 GOE SAN GUN

목 차

제1장. 엑스포 개최 배경 및 타당성

제1절. 엑스포 개최 배경 ····· 1
제2절. 엑스포 개최의 당위성 ····· 9
제3절. 엑스포 개최 추진경과 ····· 13

제2장. 유기농산업의 이슈와 발전과제

제1절. 유기농산업의 가치체계 ····· 15
제2절. 유기농산업 패러다임 ····· 27
제3절. 세계 유기농산업 시장동향 ····· 37
제4절. 국내 유기농산업 실태 ····· 49
제5절. 유기농산업의 발전과제 ····· 72

제3장. 개최여건 및 경쟁력 분석

제1절. 개최지 지역특성 및 유기농산업 여건 ····· 75
제2절. 관련 법률 및 정책 여건 ····· 104
제3절. 해외 주요 유기농 관련 국제행사 조사 ····· 120

제4장. 엑스포 수요 및 개최 의견조사

제1절. 수요 및 의견조사 개요 ····· 125
제2절. 유기농산업엑스포 수요분석 결과 ····· 127
제3절. 관련 전문가 의견분석 결과 ····· 143

제5장. 엑스포 기본방향

제1절. 엑스포 기본계획 ····· 147
제2절. 엑스포 차별화 방안(15년과 차별화 등) ····· 156
제3절. 엑스포 개최주최 및 협력체계 구축계획 ····· 167
제4절. 엑스포 수요예측 및 개최규모 설정 ····· 169

제6장. 엑스포 주제 및 프로그램 개발

제1절. 엑스포 주제 선정 ····· 183
제2절. 엑스포 스토리텔링 개발 ····· 186
제3절. 엑스포 프로그램 개발 및 구성계획 ····· 189
제4절. 주제 전시프로그램 계획 ····· 195
제5절. 산업전시 프로그램 계획 ····· 211
제6절. 체험학습 프로그램 계획 ····· 228
제7절. 컨벤션 프로그램 계획 ····· 254
제8절. 비즈니스 프로그램 계획 ····· 260
제9절. 이벤트 등 연계프로그램 계획 ····· 262

제7장. 엑스포 행사장 조성·관리계획

제1절. 행사장 및 시설 조성 기본방향 ····· 271
제2절. 행사장 개요 및 부지 확보 계획 ····· 273
제3절. 행사장 구성 및 공간배치계획 ····· 278
제4절. 행사장 교통 및 동선계획 ····· 283

제8장. 엑스포 홍보 및 참가자 유치계획

제1절. 엑스포 홍보·마케팅 환경분석 ····· 287
제2절. 홍보·마케팅 전략 및 목표 ····· 291
제3절. 세부 실행 계획 ····· 302

제4절. 참가(관람)자 유치계획 ····· 317
제5절. 관람객 유치목표 및 홍보·마케팅 예산계획 ····· 323

제9장. 엑스포 운영·관리계획

제1절. 엑스포 운영·관리 기본방향 ····· 325
제2절. 엑스포 인력 운영계획 ····· 336
제3절. 상황관리계획 ····· 340
제4절. 2022괴산세계유기농산업엑스포 추진계획(로드맵) ····· 352

제10장. 엑스포 개최 타당성 분석

제1절. 경제성 분석 ····· 355
제2절. 엑스포 경제적 파급효과 ····· 375
제3절. 엑스포 비경제적 파급효과 ····· 377

제11장. 잔존시설물 활용 및 사후 관리계획

제1절. 잔존시설물 활용계획 ····· 379
제2절. 엑스포 사후 관리계획 ····· 386

부 록

1. 이해당사자 의견조사 설문지 ····· 389
2. 전문가 의견 조사지 ····· 394

표 목 차

표-1. 국가 푸드플랜 주요과제 ····· 2
표-2. 국제유기농업운동연맹의 유기농 발달단계 ····· 3
표-3. 유기농의 개념 분류 ····· 15
표-4. 국제기구의 유기농 개념 및 정의 ····· 20
표-5. 대륙별 유기농지 면적 및 비중 ····· 38
표-6. 세계유기농 시장규모 ····· 41
표-7. 농축산물 친환경 인증 추이 ····· 49
표-8. 농·축산물 친환경 인증현황(2018년) ····· 50
표-9. 유기농산물 인증추이 및 품목별 출하량 ····· 50
표-10. 농축산물 친환경 인증별 추이 ····· 51
표-11. 유기인증 농·축산물 출하현황 ····· 51
표-12. 시도별 친환경농산물 출하현황 (2018년 기준) ····· 52
표-13. 친환경농산물의 인증단계·품목별 거래규모(2017) ····· 53
표-14. 인증단계별 친환경농산물 시장규모 전망 ····· 53
표-15. 유기가공식품 인증 현황 ····· 54
표-16. 비식용유기가공품 인증 현황 ····· 56
표-17. 유기가공식품 및 비식용유기가공품 인증 추이 ····· 56
표-18. 유기농업자재 시장 추이 ····· 58
표-19. 유기농업 세부자재별 인증현황 ····· 58
표-20. 유기농업자재 인증현황 (생산지역) ····· 59
표-21. 반려동물 연관산업별 시장 성장률 ····· 61
표-22. 세계 유기농 퍼스널 케어 시장규모 및 전망 ····· 65
표-23. 화장품 분류 ····· 67
표-24. 국내 유기농 화장품 매출비중 ····· 69
표-25. 세계 100대 화장품 기업 중 국내업체 현황 ····· 69
표-26. 괴산군의 주요 균형발전 지수 ····· 75
표-27. 괴산군 인구현황 ····· 76
표-28. 괴산군의 기본현황 ····· 77
표-29. 괴산군 유기농 인증현황 (2019.12) ····· 90
표-30. 괴산군 유기농업단체 활동 현황 ····· 91
표-31. 괴산군의 위치 ····· 94
표-32. 괴산군의 주차장 현황 (2017년) ····· 95

표-33. 연도별 관광객 추이 ····· 95
표-34. 괴산군의 관광자원 ····· 96
표-35. 괴산군의 관광사업체 현황 ····· 98
표-36. 농촌휴양체험마을 현황 ····· 98
표-37. 괴산군 숙박시설 현황 ····· 99
표-38. 괴산읍내 인근 숙박시설 현황 ····· 99
표-39. 사업체 및 종사자 현황 ····· 101
표-40. 충북지역 친환경 농산물 인증 현황 ····· 103
표-41. 괴산군 친환경농산 인증 추이 ····· 118
표-42. 국제유기농운동연맹의 유기농의 원칙 ····· 148
표-43. 국제 유기농 운동연맹의 유기농의 6대전략 ····· 149
표-44. 유기농업의 전·후방사업 (5대 유망산업) ····· 150
표-45. 2015 괴산세계유기농산업엑스포 성과 ····· 152
표-46. 2022괴산세계유기농산업엑스포 비전체계 ····· 153
표-47. 기존 엑스포 관람객 수 적용 시 목표관람객 ····· 174
표-48. 2017 금산 세계인삼엑스포 전시시설 구성현황 ····· 176
표-49. 2022 괴산세계유기농산업엑스포 개최규모 계획기준 ····· 178
표-50. 친환경 유기농 박람회 등 유사행사 주제 및 슬로건 현황 ····· 184
표-51. 프로그램 구성의 기본방향 ····· 190
표-52. 네트워크 프로그램 구성의 기본방향 ····· 191
표-53. 윤리적 소비의 유형 및 특징 ····· 202
표-54. 초등학교 교과서에 실린 식물 사례 ····· 230
표-55. 유기농체험학습프로그램의 교과과정 반영 사례 ····· 231
표-56. 우수 유기농체험학습프로그램 사례 ····· 239
표-57. 한국 직업사전 : 유기농관련 직업분류 ····· 241
표-58. 미래유망직업카드- 한국콘텐츠미디어 ····· 242
표-59. 유·초등생 농업·농촌·생태체험 프로그램 유형 ····· 249
표-60. 유·초등생 농업·농촌·생태체험 프로그램 유형 ····· 250
표-61. 행사장 시설 현황 ····· 255
표-62. 2015 유기농산업엑스포 국제학술회의 개최개요 ····· 256
표-63. 2015 유기농산업엑스포 국내학술회의 개최개요 ····· 256
표-64. 2015 국내 포럼 및 세미나 개최개요 ····· 257
표-65. 2022괴산세계유기농산업엑스포 주차장 이용 관람객수 ····· 276
표-66. 2022괴산세계유기농산업엑스포 적정 주차장 수용능력 ····· 276
표-67. 정보주제별 가장 신뢰하는 온라인 채널 ····· 303
표-68. 게제가능 신문사 현황 ····· 305
표-69. 2022괴산세계유기농산업엑스포 항목별 사업비 비교 ····· 356
표-70. 엑스포 잔존시설물 개념 ····· 379
표-71. 잔존시설물 사후 활용 계획 ····· 381

그 림 목 차

그림-1. 유기농3.0 괴산선언의 의의 및 가치 ····· 8
그림-2. 유기농의 실행 가이드라인 (IFOAM) ····· 23
그림-3. 유기농산업의 발전단계 ····· 25
그림-4. 관행농업과 유기농업의 패러다임 비교 ····· 30
그림-5. 유기농 3.0 괴산선언의 배경 ····· 32
그림-6. 유기농3.0의 의미 ····· 32
그림-7. 세계 유기농 실천면적 추이 ····· 37
그림-8. 세계유기농 시장규모 ····· 40
그림-9. 중국의 식품안전 기준 ····· 46
그림-10. 최근 10년간 친환경인증 재배면적 추이 (국내) ····· 49
그림-11. 유기농업자재 공시기준 ····· 57
그림-12. 반려동물 연관 산업별 시장성장률 ····· 60
그림-13. 반려동물 세부연관 산업별 시장성장률 ····· 60
그림-14. 유기농 퍼스널케어 제품시장 분류 ····· 64
그림-15. 국내 유기농 퍼스널 케어 시장규모 및 전망 ····· 66
그림-16. 유기농의 목표 ····· 72
그림-17. 2022괴산세계유기농산업엑스포 개최 추진방향 ····· 152
그림-18. 엑스포 주제선정 기본방향 ····· 183
그림-19. 프로그램 개발의 기본방향 ····· 189
그림-20. 2022괴산세계유기농산업엑스포 행사장 구성개념 ····· 271
그림-21. 2022괴산세계유기농산업엑스포 행사장 확보계획 ····· 274
그림-22. 2022괴산세계유기농산업엑스포 주차장 확보계획 ····· 277
그림-23. 2022괴산세계유기농산업엑스포 공간배치 개념 ····· 279
그림-24. 2022괴산세계유기농산업엑스포 시설물 배치계획 ····· 281
그림-25. 외부로부터의 주 행사장 진출입 동선 계획 ····· 283
그림-26. 외부 주차장↔엑스포 행사장 간 연결 교통수단의 예 ····· 284
그림-27. 엑스포 일반 참가자 관람 동선 계획 ····· 285
그림-28. 엑스포 VIP 참가자 관람 동선 계획 ····· 285
그림-29. 엑스포 물자 수송 동선 계획 ····· 286
그림-30. 잔존시설물 활용 기본 방향 ····· 380
그림-31. 잔존시설물 활용 기본 방향 ····· 383

2022괴산세계유기농산업엑스포 행사장 조감도

2022괴산세계유기농산업엑스포

제1장 엑스포 개최 배경

제1절. 엑스포 개최 배경

배 경 1	「전 지역이 고르게 잘 사는 국가균형 발전」의 전략적 실현
	국가는 지역의 특화 발전과 자립적 성장을 지원

- 국가균형발전은 지역 간 발전의 기회균등을 촉진하고, 지역의 발전역량을 증진함으로써 삶의 질을 향상하고, 지속가능한 개발을 도모하여 국가경쟁력을 강화하는 일로서, 현 정부의 중요한 국가전략임.
- 정부는 「국민의 나라, 정의로운 대한민국」의 국가비전을 달성하기 위해 5대 국정목표와 20대 국정전략, 100대 국정과제(487개 실천과제)를 제시함.
  - ❶ 유기농산업 관련 5대 국정목표 → 고르게 발전하는 지역
  - ❷ 20대 국정전략 → 고르게 잘 사는 균형 발전, 사람이 돌아오는 농산어촌
- 5대 국정목표 중 「고르게 발전하는 지역」은 3개 전략으로 구성됨.
  - ❶ 풀뿌리 민주주의를 실현하는 자치분권
  - ❷ 골고루 잘 사는 균형발전
  - ❸ 사람이 돌아오는 농산어촌
- **'전 지역이 고르게 잘 사는 국가균형 발전'**의 국정과제(과제 78)는 국가균형발전 거버너스 및 지원체계를 재정립하여 지역의 특화발전과 자립적 성장을 지원하고, 지역 성장거점을 중심으로 혁신클러스터를 활성화하고, 혁신생태계를 구축하는 것을 과제목표로 설정함.
- 충청북도와 괴산군이 추진하는 **'2022괴산세계유기농산업엑스포'** 개최는 본 국정과제의 핵심내용과 일치함.
  → 강력한 균형발전 지원 체계를 구축하고, 지역의 자율성과 책임성을 강화함.

배 경 2	국정기조와 연계한 유기농 가치의 확산 기반 확대
	국가차원 종합먹거리 전략 및 지역순환형 먹거리 생산~소비 시스템 마련

- 정부는 100대 국정과제(국정과제 83, 지속가능한 농식품산업 기반 조성)를 통해 국가 및 지역단위의 푸드플랜 수립을 제시함.
  - → 안전한 먹거리를 생산·공급하고, 지속가능한 먹거리 체계를 구축하기 위한 범부처 차원의 국가전략인 국가 푸드플랜을 수립을 추진함.

- 유기농의 4대 원칙인 건강, 생태, 공정, 배려는 문재인 정부의 100대 국정과제 (국가차원 종합 먹거리전략 및 지역 순환형 먹거리 생산-소비시스템 마련)와 밀접한 관계를 지님.
  - → 식량안보 제고, 안전한 먹거리 공급, 먹거리 불평등 및 영양 불균형 해소, 공공급식 확대 등 건강하고, 안전한 먹거리의 안정적 공급.
  - → 생산·유통·소비·폐기 순환시스템 구축, 환경 보전형 농·식품 생산 확대 등을 통한 지속가능한 먹거리 체계 구축.

표-1. **국가 푸드플랜 주요과제**

목 표	☼ 국가적 차원의 식량 안보와 공공성 강화를 위한 먹거리 보장 확대 ☼ 농식품 생산·유통·소비·폐기의 먹거리 체계를 지속가능한 체제로 전환							
	먹거리 보장				**지속가능한 먹거리 체계**			
	안보	안전	복지	식생활·영양	정보·문화	생산	유통·소비	폐기·순환
중 점 추 진 과 제	①주요 농식품의 식량안보 제고방안 ②공공급식 확대와 식생활·영양개선 ③소비자관점 식품인증·정보체계개선				④환경보전형 농식품 생산 확대 ⑤지역단위 푸드플랜 활성화 지원 ⑥푸드플랜 관련 연구개발 강화			

자료 : 한국농촌경제연구원, 2018 농업전망, 2018.

- 지역순환형 먹거리체계의 구축, 특히 건강하고 안전한 먹거리의 안정적 공급은 친환경농업 특히 유기농산업과 매우 깊은 관련성이 있음.
  - → 유기농산업엑스포를 통해서 건강한 먹거리에 대한 전 국민적인 공감대 확산이 필요함.

배 경 3	유기농3.0 괴산선언(Organic 3.0)의 체계적 이행 기반 확대
	기후변화 등 인류·지구의 새로운 도전과 기회에 세계적 차원의 협력

▌유기농3.0 : 유기농의 차세대 패러다임

- 유기농3.0은 식량 및 농업시스템에서 환경부하 절감을 위한 혁신적인 시스템으로 국제유기농업운동연맹(IFOAM)이 제시하는 유기농의 4대 원칙인 건강(health), 생태(ecology), 공정(fairness), 배려(care)을 기반으로 지속가능한 농업의 채택 및 확산, 기후변화에의 적응, 적절한 소득 보장, 동물복지의 확대, 토지·물·종자의 가용성 증대, 건강한 식생활 등을 실천목표로 함.
- Organic 1.0은 다수의 선구자들이 농업의 문제를 인식하고, 새로운 방향의 농업을 주창한 것으로, 유기농 운동의 형성 및 기준과 집행규칙의 강화를 위한 기반을 닦음.
- Organic 2.0은 유기농 선구자들의 철학을 토대로 법적인 규제를 마련하는 단계로 연간 800억 달러 이상의 시장가치로 성장하도록 촉진한 단계.
- Organic 3.0은 현재의 틈새시장에서 벗어나, 주류로 전환하는 것이며, 뜻을 같이하는 단체들과 협력하여 집단적 비전을 도출하고 세계적 주요 이슈에 적극적으로 참여하는 비전임.

표-2. **국제유기농업운동연맹의 유기농 발달단계**

Organic 1.0	Organic 2.0	Organic 3.0
과거 1920~1970년	현재 1970~2015년	미래 2015년 이후
민간주도의 생명농업 추구	제3자 인증에 의한 유기농업 가치 실현	지속가능한 농업을 위한 혁신
☼ 화학농업의 한계대응, 인간과 환경을 위한 대안	☼ IFOAM 설립으로 체계적, 국제적 운동 ☼ 유기농 표준화 실행	☼ 유기농업 원칙의 실천차원 제고 ☼ 기후변화 등 인류·지구의 새로운 도전과 기회에 세계적 차원의 협력

자료 : www.ifoam.bio/en/what-we-do

▌유기농3.0 : 혁신적인 환경·사회적 시스템

- 유기농3.0은 세계 환경 및 사회적 도전에 긍정적인 영향을 미치는 현대적이고 혁신적인 시스템으로서의 위상을 확보하고 있음.
- 지구와 인류에 대한 긍정적인 영향을 증가시키기 위해서 추가적인 성장과 지속가능성을 위한 전 세계 유기운동의 전반적인 전략계획임.

- 유기농은 환경을 이롭게 하고, 관련된 모든 사람들과 공정한 관계를 맺으며, 그들의 삶의 질을 개선시키는 것을 추구.

▌유기농3.0 괴산선언의 전략적 가치

- 유기농3.0 전략은 6가지 중요한 특징을 포함하며, 이는 유기농의 중심에 깔려있는 다양성을 지속적으로 촉진하고, '모든 것에 통용되는 것은 없다'는 접근을 인지함. (유기농3.0 괴산 선언)
- 혁신 배양, 더 많은 농업인의 참여를 이끌기 위하여 유기농 실천의 적용과 생산량을 증대시킴.
- 최선의 실천을 위한 지속적인 개선, 지역사회와 지역적 수준에서 투명한 온전성을 보증하기 위한 다양한 방법들, 제 삼자보증이나, 인증을 넘어 유기농업의 활용을 확대함.
- 더 넓은 지속가능성 관심을 포괄, 진정으로 지속가능한 식량과 농업에 대하여 상호보완적인 방법을 하는 다양한 운동 및 기관과 연합하고 있음.
- 가치사슬에 따른 독립성과 실제 파트너십을 인정하기 위하여 농장에서부터 최종생산품까지 전체적인 권한을 분산시킴.
- 진정한 가치와 공정한 가격, 비용의 내재화와 소비자 및 정책 입안자를 위한 투명성 보장과 전체 파트너로서 농업인의 역량을 강화시킬 수 있음.

▌유기농3.0 : 국제연합(UN)의 기후변화 대책과 일맥상통

▌존엄으로 가는 길 ; 2030년까지 빈곤을 종식하며 모든 삶을 변혁
▌지구를 보호하는 길 ; 2015년 이후의 개발의제에 대한 종합보고서(UN)

- 국제연합은 지구생태 한계선(planetary boundaries)을 지키기 위해서는 기후 변화, 생물다양성 손실 및 사막화 방지, 지속 불가능한 토지 이용의 해결이 필요함.
- 야생동물 및 삼림, 산을 보호하고, 재난 위험을 줄이며, 회복력을 키워야 하며, 바다나 강, 대기를 세계적인 유산의 개념으로서 보호하고 기후정의를 실현하여야 함.
- 지속가능한 농업, 어업, 식량 체계를 촉진시키고, 수자원 및 폐기물, 화학물질을 지속가능하도록 관리함.
- 재생가능하고, 효율적인 에너지 관리체계를 구축, 환경의 질적 저하를 야기하지 않는 경제적인 성장을 도모, 지속가능한 산업화 및 회복력 있는 기반시설을 구축하여야 함.
- 마지막으로 지속가능한 소비와 생산을 보장하고, 해양 및 육지생태계와 토지 이용 역시 지속가능하게 관리하여야 함.

UN 국제연합 지속가능발전 목표	유기농 실천과제
1. 모든 국가에서 빈곤 근절 2. 기아 근절과 영양상태 개선 및 지속가능한 농업 증진 3. 모든 사람들의 건강한 삶 보장 4. 모든 사람을 위한 포용적이고, 형평성 있는 양질의 교육과 평생학습 기회 보장 5. 모든 지역에서 성평등 달성 및 여성·여아의 역량 강화 6. 모든 사람이 이용 가능하며, 지속가능한 사용량의 식수와 위생 보장 7. 모든 사람에게 지속가능한 에너지 보장 8. 지속적·포괄적·지속가능한 경제 성장 및 생산적인 완전 고용과 양질의 일자리 창출 9. 지속가능한 사회기반시설 및 산업화 구축 및 혁신 장려 10. 국가 내·국가 간 불평등 완화 11. 포용적이며, 안전하고, 지속가능한 도시와 인간정주지 조성 12. 지속가능한 소비·생산 패턴 13. 기후 변화와 파급효과에 대처하는 긴급 조치 시행 14. 지속가능발전을 위한 해양·바다·해양자원 보존과 지속가능한 사용 15. 육지생태계 보호와 복구 및 지속가능한 수준에서의 사용증진 및 산림의 지속가능한 관리, 사막화 대처, 토지 황폐화 중단 및 회복, 생물다양성 손실 중단 16. 지속가능 발전을 위한 평화적이고 포괄적인 사회 증진과 모두가 접근할 수 있는 사법제도, 모든 수준에서 효과적이고, 책무성 있고, 포용적인 제도 구축 17. 이행수단 강화 및 지속가능발전을 위한 글로벌 파트너쉽 재활성화	❶야생동물 및 산림, 산을 보호하고, 재난의 위험을 줄이며, 회복력을 키워야 하며, 바다나 강, 대기를 세계적인 유산의 개념으로서 보호하고 기후정의를 실현하여야 함. ❷지속가능한 농업, 어업, 식량 체계를 촉진시키고, 수자원 및 폐기물, 화학물질을 지속가능 하도록 관리 ❸재생 가능하고, 효율적인 에너지를 구축, 환경의 질적 저하를 야기하지 않는 경제적 성장을 도모, 지속 가능한 산업화 및 회복력 있는 기반시설을 구축하야 함. ❹지속가능한 소비와 생산을 보장하고, 해양 및 육지 생태계와 토지 이용 역시 지속가능 하게 관리하여야 함

The Principle of Health.

The Principle of Ecology.

The Principle of Fairness.

The Principle of Care.

배 경 4	2015 괴산세계유기농산업엑스포의 창조적 계승·발전
	유기농 특화도 및 유기농업군의 육성정책의 발전적 실천

▌2015 괴산세계유기농산업엑스포 성과

- '2015 괴산세계유기농산업엑스포'는 자연과 인류의 공존 및 상생, 유기적이며, 지속가능한 삶을 추구하는 유기농의 철학과 정신을 새롭게 인식하는 장이 됨.
- 세계유기농학회가 제시한 생태적 삶을 전국민적으로 알림과 동시에 무농약·무비료의 농산물 생산기술이라는 유기농의 협의적인 인식을 넘어 건강, 생태, 공정, 배려 등 유기농 가치를 사회적으로 확산하는 계기를 마련함.

항 목	목 표	성 과
관 람 객 유 치	**660,000명** - 내국인 62만명 - 외국인 4만 명 이상	**1,080,293명** - 일반 692,765명, - 단체 324,377명 - 외국인 63,151명
산업전시	**250개 기업 및 단체** - 국내 190개 - 해외 60개 - 바이어 620명	**264개 기업 및 단체** - 국내 190개 - 해외 23개국 - 바이어 1,140명
수익사업	**3,100백만 원**	**3,368백만 원** (입장권 2,470, 공식후원 605, 시설임대273, 휘장사업 20)
학술행사		☼ 세계유기농업학회(ISOFAR), 국제유기농업운동연맹(IFOAM) 참여 ☼ 국내외 유기농 전문가 학술행사 : 총 **23회 5,850명** (국제 7회 1,490명 포럼·세미나 6회 830명, 기타 4회 850명)

- 유기농에 대한 재인식과 함께 국민적 관심을 제고하여 국내 유기농의 기반을 구축하고, 국제 웰빙 선도도시를 조성하고자 개최한 '2015 괴산세계유기농산업엑스포'는 기대 이상의 성과를 달성함. (2015 엑스포 백서)
- '유기농 3.0 괴산선언'을 통해 전세계 6대 전략을 제시하여 세계적인 유기농 실천모델을 마련하였으며, UN에 정식보고 후 전 세계 유기농 행동 지침으로 활용함.

- 2015 괴산세계유기농산업엑스포는 유기농이 자연과 함께 공존하며, 발전하는 방법임을 알리고, 실제체험과 교육의 장을 제공하여 유기농이 미래를 준비하는 삶의 형태임을 경험하고자 하는 요구에 대응.
- 행사의 회장은 각 시설과 프로그램을 적정하게 배치하기 위해 틔움, 키움, 피움, 맺음, 퍼짐 등 크게 5개의 스토리텔링으로 구성하여 연출함.

10대 주제전시관	건강하고 복원력 있는 토양, 깨끗한 물, 풍부한 생물다양성, 맑은 공기, 양호한 기후, 동물복지, 최적의 품질관리, 인류의 보편적 복지-소비자 만족, 생태적 삶, 유기농업 실천 기술 등
7대 야외전시장	유기농 작물재배·경영기술 시범포, 유기축산 시설, 유기원예, 유기식품 가공시설, 생태적 삶의 생활방식 (오가닉 카페), 생태건축 시설, 대체에너지 시설 등
기타 행사전시장	컨벤션(국제학술행사), 특별관(국내존·해외존), 유기농 의(醫)·미(美)관, 산업 비즈니스 전시시설, 체험 및 이벤트 (야외공연장, 체험교육관 등)

- 2015 괴산세계유기농산업엑스포는 국가적 차원에서 국가녹색성장 5개년계획 및 친환경농업육성 5개년계획에 부합하는 유기농산업을 우리농업의 미래핵심 전략분야로 삼아, 친환경농업 및 유기농산업의 중장기적 비전과 정책의 방향을 제시하고, 농업 전반을 지속가능한 친환경농업으로 전환하는데 기여함.
- 2015 괴산세계유기농산업엑스포는 세계 유기농업의 흐름과 기술, 관련제품을 소개하고, 유기농 관련기관·단체·학회 등의 상호 교류와 협력을 모색하는 장을 마련함으로써 친환경 유기농업 및 산업의 저변 확대를 위한 교두보를 마련함.

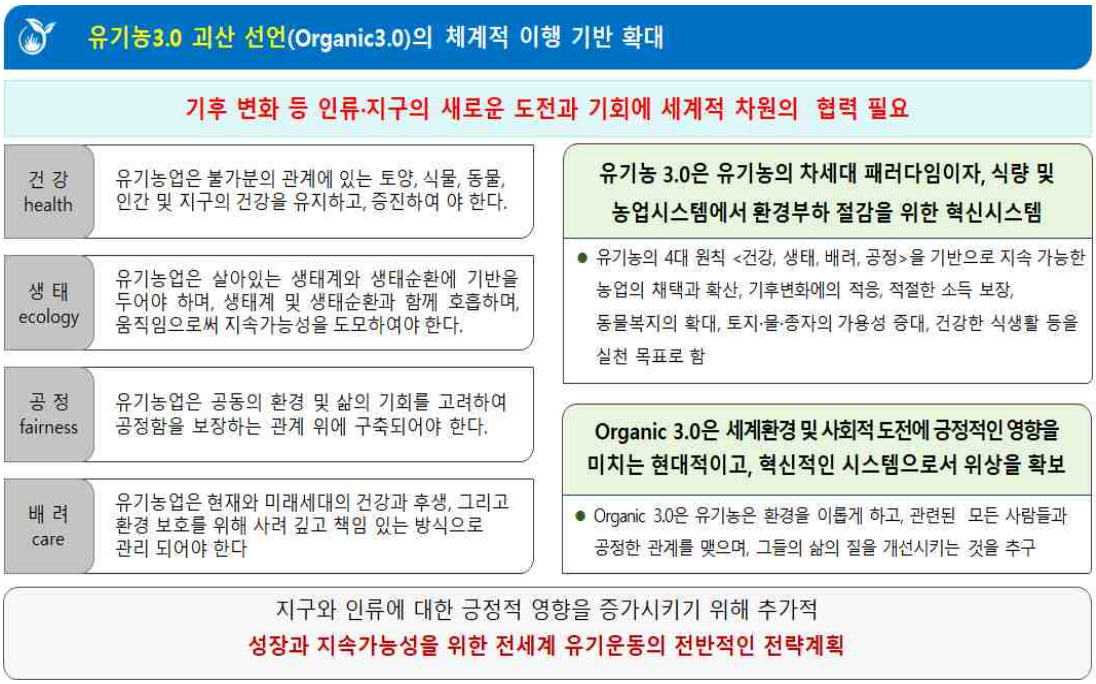
▌유기농 특화도 육성정책

- 2015 괴산세계유기농산업엑스포는 지역적 차원에서 생명과 태양의 땅, 충청북도의 유기농 및 유기농 복합산업에 대한 육성의지를 새롭게 다지는 기틀이 되었고 청정 괴산의 유기농산업을 육성하여 지역경제 활성화와 전략산업화의 초석을 다지는 기회가 됨.
- 충청북도는 충청북도의 유기농특화도 실현을 위한 7대 핵심과제인 지속가능한 친환경농업 생산 기반 조성, 친환경농산물 유통·소비 활성화, 소비자 신뢰 확보를 위한 안전관리시스템 구축, 유기농 고부가가치 융·복합화, 친환경 농업기술 개발 및 전문인력 양성, 농업환경자원관리시스템의 구축, 친환경 축산·임업·수산업 육성의 기반을 마련함.
- 충북도 농정을 유기농 중심으로 전환, 탄탄한 유기농산업을 기반으로 한 고부가가치 유기농특화지역으로 육성함.

☼ 2020년 유기농·무농약 비중을 전체면적의 20% (유기농 7 + 무농약 13) 달성
(민간의 능동적 참여를 유도, 장기적으로 80% 이상 100% 지향)
☼ 탄탄한 유기농 재배면적을 기반으로 2·3차 산업 집적화

☼ 충청북도 전역을 6차산업 유기농(Organic) 클러스터(Cluster)화
(충청북도 전역을 권역별 유기농 생산-가공-유통-체험·관광 특구화)
☼ 충청북도 전략산업(바이오산업, 화장품·뷰티산업 등) 융·복합화
→ Organic 창조경제 실현 → 醫·美 있는 유기농특화도 조성

그림-1. **유기농3.0 괴산선언의 의의 및 가치**



제2절. 엑스포 개최의 당위성

1. 국가적 세계유기농산업엑스포의 개최 당위성

1 지속적으로 성장하고 있는 세계 유기농산업시장에서 대한민국의 위상 확립

⊙ 세계 유기농 시장규모 : 549억 달러(2009) → 720 (`13) → 816(`15) → 967(`18)
⇨식품안전, 유전자변형, 동물복지 및 환경 등 윤리적 소비 등의 패러다임 변화로 인한 지속적인 유기농 시장 성장 전망

⊙ 국내 유기농 시장규모 : 4,342억 원(`17) → 4,721(`20) → 5,745(`25)
⇨국가100대 국정과제, 제4차 친환경농업 육성 5개년 계획의 실현을 통한 세계적인 유기농업국의 위상 확립 (**WTO개도국 지위 포기에 따른 대책농업**)

⊙ 국내 유기농산업의 지속적인 성장·발전을 견인하기 위해서는 ❶국민의 유기농산업에 대한 바른 이해와 실천, ❷국민의 유기농·식품 소비 장려로 산업 경쟁력 강화 → **유기농산업엑스포는 도화선 및 마중물**이 될 수 있음.

2 유기농 전·후방 산업 육성을 통한 국가 유기농산업 가치사슬 구축 필요

⊙ 유기농 후방산업 : 유기농업자재 원료, 유기농업자재 제품
⇨**국내 산업기반이 취약**하여 수입의존도가 매우 높음. (국내 산업적 자생구조 필요)

⊙ 유기농 전방산업 : 반려동물 유기농산업 시장, 유기농 퍼스널케어 제품, 유기농 산업자재 또는 비식용 가공품, 유기농 서비스 산업 등으로 확장
⇨`18년 펫 케어 시장 : ▌세계 152조 원 (5~6%성장세), ▌아시아 20조 원(14% 성장세),
▌대한민국 2조 원(11% 성장세)
⇨`18년 퍼스널 케어 시장 : ▌세계 121억 달러 (9.3%성장세),
▌대한민국 2.2억 달러 (9.3%성장세)

⊙ 대한민국 유기농·식품산업 육성·발전과 함께 전·후방 산업을 육성시킴으로써 국가적으로 건강한 유기농산업생태계 형성 → **국가적 신성장 동력**

3 유기농산업을 고부가가치 미래 신성장 전략산업으로 육성

⊙ 국가 100대 국정과제, 제4차 친환경육성 5개년 계획, 충북 미래비전 2040과 연계한 지속가능한 **국가적 유기농산업 가치사슬 창출**의 핵심 산업

⊙ 아시아, 유라시아 대륙과 연계한 **유기농산업의 세계화**의 진출과 우리나라 유기농·식품과 전·후방 산업의 가치사슬적 전략산업으로 육성

→ 세계유기농산업엑스포는 **미래 신성장 전략산업의 도화선** 역할 가능

2. 충청북도 괴산군 유기농산업엑스포의 개최 당위성

1 괴산은 우리나라 유기농 운동의 발상지이자, 중심지

⊙ **한국 유기농의 아버지**인 故 '**원경선 회장**'의 철학이 숨 쉬는 고장
⇨정농회 설립 및 풀무원 농장 창업자 (국내 최초 유기농 UN글로벌500상 수상)

⊙ **한살림 운동의 창시자**인 故 '**박재일 회장**'이 평생 도농상생의 공동체에 헌신한 고장
⇨한살림공동체생활협동조합 설립 및 생명평화 환경농업대축제 개최 등

⊙ **충북 유기농 운동**의 출발을 선도한 '**충북농촌개발회**(눈비산마을)'의 활동
⇨1968년부터 농촌부흥운동을 비롯한 전국 최대의 모범적인 유정란 생산지

⊙ 괴산은 우리나라 유기농산업을 대표하는 민간단체, 산업체, 연구기관 등이 활동하는 **유기농산업 클러스터 지역**
⇨'흙살림연구소', '한살림 연합회', '우리씨앗농장', '괴산자연드림파크', '풀무원 로하스 아카데미', '한살림 친환경농업센터', '충북유기농업연구소' 등의 수많은 유기농 단체/기구, 산업체가 집적

⊙ 따라서 우리나라 유기농 운동의 발상지이자 중심지인 괴산은 **세계유기농산업 엑스포를 개최**하기에 더할 나위 없는 **최적지**

2 괴산은 아시아 유기농 교류협력의 중심지

⊙ **아시아지방정부유기농협의회**(ALGOA) 개최 및 의장(회장)
⇨회원 18개국 213개 회원 (정부기관 183, 민간단체 30). 국내 11개 회원
⇨2019년 제5회 아시아지방정부유기농협의회 정상회의 및 ALGOA+4 국제 유기농업정책 회의 개최 (2019.09.18.~09.20)

⊙ 1972년 창립된 국제적 조직인 **세계유기농업운동연맹**(IFOAM) 유치
⇨아시아 유기농지도자 양성교육기관 및 국제 유기농지도자 최고전문가 과정
⇨유기농업인들의 올림픽인 세계유기농대회(3년 주기 개최), 국제박람회 개최

⊙ 따라서 괴산은 우리나라 유기농업뿐만 아니라 **아시아, 세계 유기농업의 교류·협력의 중심지**

제3회 ALGOA정상회의

제4회 ALGOA정상회의

제5회 ALGOA정상회의

3 2015괴산세계유기농산업엑스포 성과 계승 및 발전

⊙ 세계 유기농산업을 선도하는 '**Organic Korea**' 브랜드 구축
⇨유기농3.0괴산선언 이후 유기농업과 4차 산업혁명기술을 융합한 미래유기농업의 발전 방향 제시 (사물인터넷(IoT), 클라우드 빅데이터(Cloud Big data), 인공지능(AI), 드론)

⊙ 유기농3.0괴산선언 이후 전 **세계 유기농업 아젠다 실천**사례 공유
⇨충청북도의 유기농특화도 및 괴산군의 유기농업군 지향과 성과 공유

⊙ 2022괴산세계유기농산업엑스포는 2015의 **성과를 이어가고 미래 유기농산업의 발전을 견인하는 시발점**

4 엑스포 개최를 통한 지역 경제 활성화 및 유기농산업 발전 도모

⊙ 2022괴산세계유기농산업엑스포 개최로 72만 명 이상의 관람객이 참가하여 행사장뿐만 아니라 **지역 경제 활성화**에 크게 기여
⇨17일간 약 **84억 원**의 지역 경제 기여 (식음료, 숙박, 체험·관광 등)
⇨경제적 파급효과 : 생산유발효과(**1,188억 원**), 부가가치유발효과(**534억 원**), 고용유발효과(**1,027명**) 전망

⊙ 2022괴산세계유기농산업엑스포는 우리나라 유기농산업 발전뿐만 아니라 괴산군과 충청북도 유기농산업 발전을 위한 **참여형·공감형 네트워크 구축**

⊙ 따라서 2022괴산세계유기농산업엑스포는 유기농산업뿐만 아니라 지역 **경제·산업·관광 등 연관 산업 발전에 기여**하고 지역경제를 활성화시킴

3. 2015년 괴산세계유기농산업엑스포 비교

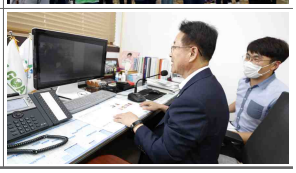
항 목	2015년		2022년 (계획)
	계 획	실 적	
개 최 시 기	2015.09.18.~10.11 (24일간)		2022.09.30.~10.16 (17일간)
관 람 객	**66**만 명 (일평균 28천 명)	**108**만 명 (일평균 45천 명)	**72**만 명 (일평균 42천 명)
참 여 기 업	250개사 (국내 190, 해외 60)	264개사 (국내 190, 해외 74)	419개사 (국내 319, 해외 100)
개 최 장 소	주 행 사 장 : 동진천 일원 보조행사장 : 중원대 등		주행사장 : 동진천 일원 연계행사장 : 유기농업연구소, 자연드림파크, 한살림, 중원대, 흙살림, 풀무원아카데미 등
행 사 장 면 적	**618,334**㎡ (187천 평) 순수행사장 : 202,394㎡ 보조행사장 : 209,940㎡ 주 차 시 설 : 206,000㎡		**796,185**㎡ (241천 평) 순수행사장 : 340,245㎡ 연계행사장 : 209,940㎡ 주 차 시 설 : 246,000㎡
사 업 비	155억 원 (국비46, 지방비78, 수익31) ※ 지방비 부담률 도비 50 : 군비 50	191억 원 (국비46, 지방비114, 수익31) ※ 지방비 부담률 도비 50 : 군비 50	128억 원 (국비38.4, 지방비57.6, 수익32) ※ 지방비 부담률 도비 60 : 군비 40

2015년 조감도

2022년 조감도

제3절. 엑스포 개최 추진경과

일 정	추 진 내 용	관 련 사 진
2019.01.23	**2022괴산세계유기농산업엑스포 공동개최 건의** ⊙ 충청북도 + 괴산군	
2019.07.19	**제1차 2022괴산세계유기농산업엑스포 추진위원회** ⊙ 장 소 : 충북연구원 ⊙ 참 석 자 : 20명 ⊙ 주요내용 : 엑스포의 필요성, 배경, 기본구상 등	
2019.07.16. ~07.23	**충청북도 및 괴산군 유기농 지역리더 인터뷰** ⊙ 장 소 : 충북유기농업연구소(2층) ⊙ 방 법 : 유기농단체·기관 대표자 심층면담 ⊙ 대 상 자 : 16명	
2019.07.25	**제2차 2022괴산세계유기농산업엑스포 추진위원회** ⊙ 장 소 : 괴산군청 대회의실(2층) ⊙ 참 석 자 : 35명 ⊙ 주요내용 : 엑스포 추진방향 및 차별화 방안	
2019.08.19. ~08.23	**2022괴산세계유기농산업엑스포 현황 및 여건조사** ⊙ 장 소 : 괴산군청 대회의실(2층) ⊙ 대 상 자 : 유기농 관련 시설·단체 19개소 ⊙ 주요내용 : 유기농 현황, 실태, 여건 등	
2019.08.23	**제1차 괴산세계유기농산업엑스포 전문가 워크숍** ⊙ 장 소 : 충북유기농업연구소 ⊙ 참 석 자 : 37명 ⊙ 내 용 : 기본방향 협의 및 의견수렴	
2019.09.24	**제2차 괴산세계유기농산업엑스포 전문가 워크숍** ⊙ 장 소 : 충북유기농업연구소 ⊙ 참 석 자 : 6명 ⊙ 내 용 : 국제기구, 단체 등 해외 유치방안	
2019.10.10	**제3차 2022괴산세계유기농산업엑스포 추진위원회** ⊙ 장 소 : 괴산군청 대회의실(2층) ⊙ 참 석 자 : 30명 (도 4, 군16, 자문위원 10) ⊙ 주요내용 : 기본계획 협의 및 의견수렴 등	
2019.10.18. ~10.28	**2022괴산세계유기농산업엑스포 수요·의견조사** ⊙ 조사방식 : 구조화된 설문지 이용 (온·오프라인) ⊙ 유효응답 : 1,268명 (총 응답자 1,271명) ⊙ 신뢰수준 : 95 ± 2.7%	
2019.12.17	**제4차 2022괴산세계유기농산업엑스포 추진위원회** ⊙ 장 소 : 충청북도청 ⊙ 참 석 자 : 25명 ⊙ 주요내용 : 주제, 프로그램, 공간계획 등	
2019.12.23	**제5차 2022괴산세계유기농산업엑스포 추진위원회** ⊙ 장 소 : 괴산군청 2층 대회의실 ⊙ 참 석 자 : 20명 ⊙ 주요내용 : 홍보·마케팅 및 유치전략, 사업성 등	

2020.02.20.	**제119차 국제행사심의위원회 개최** ⊙ 장 소 : 정부세종청사, 서울청사(영상회의) ⊙ 참 석 자 : 18명(심의위원) ⊙ 심사결과 : 국제행사심사대상 조건부 선정	
2020.04.28.	**타당성 조사관련 KIEP 괴산군 현지실사** ⊙ 장 소 : 괴산군 일원 ⊙ 참 석 자 : 20명내외(KIEP, 충북도, 괴산군) ⊙ 주요내용 : 국제행사승인을 위한 타당성조사 현장실사	
2020.05.28.	**엑스포 성공개최 업무협약(전국친환경관련단체)** ⊙ 장 소 : 충북도청 ⊙ 참 석 자 : 도지사, 군수, 친환경관련단체회장 ⊙ 주요내용 : 엑스포 성공개최를 위한 업무협약	
2020.06.17.	**엑스포 국제행사승인 촉구 건의문 채택(괴산군의회)** ⊙ 장 소 : 괴산군의회 ⊙ 참 석 자 : 군의회 의원 일동 ⊙ 주요내용 : 국제행사승인 촉구 건의문 채택 (기재부, 농림부, KIEP등 전달)	
2020.06.24.	**엑스포 국제행사승인 촉구 건의문 채택(충북도의회)** ⊙ 장 소 : 충북도의회 ⊙ 참 석 자 : 도의회 의원 일동 ⊙ 주요내용 : 국제행사승인 촉구 건의문 채택 (청와대, 기재부, 농림부등 전달)	
2020.06.26.	**엑스포 성공개최 업무협약(아이쿱/한살림)** ⊙ 장 소 : 충북도청 ⊙ 참 석 자 : 도행정부지사, 부군수, 아이쿱/한살림 대표 ⊙ 주요내용 : 엑스포 성공개최를 위한 업무협약	
2020.06.26.	**엑스포 국제행사승인 지지선언(서울시)** ⊙ 장 소 : 서울시청 ⊙ 참 석 자 : 서울시장, 괴산군수 ⊙ 주요내용 : 엑스포 국제행사 승인 지지선언	
2020.07.03.	**엑스포 국제행사승인을 위한 민관추진협의회 개최** ⊙ 장 소 : 괴산문화예술회관 ⊙ 참 석 자 : 관내 주요인사 150명 ⊙ 주요내용 : 엑스포 국제행사 승인을 위한 민관추진협의회 기념행사 진행	
2020. 7월	**엑스포 국제행사승인 기원 성공 릴레이** ⊙ 장 소 : 관내외 일원 ⊙ 참 석 자 : 엑스포 관련단체 다수 ⊙ 주요내용 : 국제행사 승인 기원 퍼포먼스	
2020.08.26	**GAOD(국제유기농협의회) 의장 선출 (괴산군)** ⊙ 아시아지방정부유기농협의회(ALGOA), 유럽 유기농협의회인 에코리전, 북남미 리제너러에션 인터내셔널 등이 만든 국제유기농협의회	

2022괴산세계유기농산업엑스포

제2장 유기농산업 이슈 및 발전과제

제1절. 유기농산업의 가치체계

1. 유기농의 개념 및 정의

유기농의 개념은 자연생태계와 생명순환적 개념, 생산기술적 개념, 사회·경제적 개념, 정책·제도적 개념 등으로 대별할 수 있음.

표-3. **유기농의 개념 분류**

접근방법	유기농 개념 및 정의
자연생태계와 생명 순환적 개념	◉ 자연생태계와 농업생태계간의 조화 ◉ 물질 순환원리에 입각한 토지-작물(가축)-인간의 관계 정립
생산 기술적 개념	◉ 화학합성물질(농약, 비료 등)의 사용 제한과 유기물의 환원 ◉ 유기적 작부체계(윤작, 혼작, 논밭전환 등)
사회·경제적 개념	◉ 환경파괴와 오염문제 등의 사회문제에 대한 운동론적 관점 ◉ 왜곡된 농산물 시장에 대한 대안적 운동(생협, 제휴, CSA운동 등) ◉ 농가의 지속 가능한 경영의 보장
정책·제도적 개념	◉ 국민의 복지 향상에 관한 개념 - 환경, 자원, 먹거리의 오염 등에 대한 정책인증 기준에 따른 규격화에 관한 개념-재배방법, 사용자재 등에 대한 규격

자료 : 정만철, 친환경농업의 공익적 가치, 친환경농업 국회토론회(2019. 3. 18), 재구성>

1-1. 법률적 개념

1 대 한 민 국

근 거 법 률	친환경농어업 육성 및 유기식품 등의 관리·지원에 관한 법률 (약칭 : 친환경농어업법, 시행 2020. 8. 24, 법률 제16551호, 2019. 9.24 일부 개정)

▌목 적

- 농어업의 환경보전기능을 증대시키고, 농어업으로 인한 환경오염을 줄이며, 친환경농어업을 실천하는 농어업인을 육성하여 지속가능한 친환경농어업을 추구하고,
- 이와 관련된 친환경농수산물과 유기식품 등을 관리하여 생산자와 소비자를 함께 보호하는 것을 목적으로 함.

▌친환경농어업

- 합성농약, 화학비료 및 항생제·항균제 등 화학자재를 사용하지 아니하거나, 그 사용을 최소화하고 농업·수산업·축산업·임업 부산물의 재활용 등을 통하여 생태계와 환경을 유지·보전하면서 안전한 농산물·수산물·축산물·임산물을 생산하는 산업으로 정의할 수 있음.

▌친환경농수산물

- 친환경농어업을 통하여 얻는 것으로, 유기농수산물, 무농약 농산물, 무항생제 축산물, 무항생제 수산물 및 활성처리제 비사용 수산물로 정의할 수 있음.

▌유기[Organic]

- (법 절차에 따른) 인증기준을 준수하고, 허용물질을 최소한으로 사용하면서 유기식품 및 비식용유기가공품을 생산, 제조·가공 또는 취급하는 일련의 활동과 그 과정이라 정의할 수 있음.

▌유기식품

- '**농업·농촌 및 식품산업 기본법**' 제3조 제7호의 식품 중에서 유기적인 방법으로 생산된 유기농수산물과 유기가공식품(유기농 수산물을 원료 또는 재료로 하여 제조·가공·유통되는 식품)으로 정의할 수 있음.

▌비식용유기가공품

- 사람이 직접 섭취하지 아니하는 방법으로 사용하거나, 소비하기 위하여 유기농수산물을 원료 또는 재료로 사용하여 유기적인 방법으로 생산, 제조·가공 또는 취급되는 가공품이라 정의할 수 있음.
- 다만, '**식품위생법**'에 따른 기구, 용기·포장, '**약사법**'에 따른 의약 외품 및 '**화장품법**'에 따른 화장품은 제외함.

▌유기농어업자재

- 유기농수산물을 생산, 제조·가공 또는 취급하는 과정에서 사용할 수 있는 허용물질을 원료 또는 재료로 하여 만든 제품으로 정의할 수 있음.

2 일 본

근 거 법 률	**유기농업의 추진에 관한 법률** (약칭 : 유기농업추진법, 2006년 12월 제정) ☼ 유기농업을 추진하기 위한 초당파에 의한 의원입법 「유기농업의 추진에 관한 법률(유기농업추진법)」 이 2006년 12월에 성립. ☼ 동법 제6조에 근거로 농림수산성에서는 새로운 「유기농업의 추진에 관한 기본적인 방침(기본방침)」 을 2014년 4월 공표.

▌유기농업 추진법 목적

- 유기농 추진에 관해 기본이념을 정하고 국가 및 지방공공단체의 책무를 밝히고, 유기농업 추진에 관한 시책의 기본이 되는 사항을 정함으로써 유기농업 추진에 관한 시책을 종합적으로 강구하여 유기농 발전을 목적으로 함.

▌유기농업의 목적

- 화학적으로 합성된 비료 및 농약을 사용하지 않는 것 및 유전자 변형기술을 이용하지 않는 것을 목적으로 하여 농업생산에서 유래하는 환경부하를 가능한 줄인 농업생산방법을 이용하여 이루어지는 농업임.(유기농업추진법 제2조)
- 유기농산물이란 화학적으로 합성된 비료 및 농약의 사용을 피하는 것을 기본으로 하여 토양의 성질에서 유래하는 농지의 생산력을 발휘함과 동시에 농업생산에 유래하는 환경에의 부하를 가능한 한 저감한 재배관리방법을 채용한 곳에서 생산된 농산물이라 할 수 있음.
  (일본 농림수산성 생산국 농업환경대책과, 유기농업을 둘러싼 상황, 2019년 3월)

▌유기농업 기본이념

- 유기농업의 추진은 농업의 지속적인 발전 및 환경과 조화를 이룬 농업생산의 확보가

중요하고, 유기농업이 농업의 자연순환기능(농업 생산활동이 자연계에서의 생물 사이에서 물질의 순환에 의존하고 이를 촉진하는 기능을 말함)을 크게 증진하고, 또한 농업생산에서 유래하는 환경부하를 줄이는 것임을 감안하여, 농업자가 용이하게 이에 종사할 수 있게 하는 것을 취지로 하여 이루어져야 함.

- 유기농업의 추진은 소비자의 식량에 대한 수요가 고도화 하고, 다양화하는 가운데 안전하고, 양질인 농산물에 대한 소비자의 수요가 증대하고 있음을 감안하고, 유기농업이 이러한 수요에 대응한 농산물 공급에 이바지 하는 것임을 고려하여, 유기농업자나 기타 관계자가 적극적으로 유기농업으로 생산되는 농산물의 생산, 유통 또는 판매에 임할 수 있게 하는 동시에 소비자가 용이하게 유기농업으로 생산되는 농산물을 구매할 수 있게 하는 것을 취지로 하고 있음.
- 유기농업의 추진은 소비자의 유기농업 및 유기농업으로 생산되는 농산물에 대한 이해의 증진이 중요한 것임을 감안하여, 유기농업을 실시하는 유기농업자, 기타 관계자와 소비자와의 제휴촉진을 도모함.
- 유기농업의 추진은 유기농업자나 기타 관계자의 자율성을 존중하면서 이루어짐.

▌(다른 법과의 관계) 식량·농업·농촌 기본법

- (제4조) 농업에 대해서는 식량, 기타의 농산물 공급의 기능 및 다면적 기능의 중요성에 비추어 농업의 자연순환 기능이 유지, 증진됨으로써 그 지속적인 발전이 도모됨.
- (제32조) 국가는 농업의 자연순환 기능의 유지 증진하기 때문에 농약 및 비료의 적정사용의 확보, 가축 배설물 등의 유효 이용에 의한 지력 증진 기타 필요한 시책을 강구함.

1-2. 국 제 기 구

1 국제식품규격(Codex Alimentarius)

- 국제식품규격기준인 코덱스 가이드라인(CAC GL 32)은 유기농을 생물다양성, 생물학적 순환, 토양의 생물학적 활성화를 통해 농업 생태계의 건강을 증진·강화시키는 총체적 관리체계라 정의함.
- 화학비료, 유기합성농약(제초제, 살충제, 살균제 등) 성장촉진제, 동물약품, 가축사료 첨가제 등 일체의 합성화학물질을 사용하지 않고 유기물과 자연광석, 미생물 등 자연적인 자재만을 사용하는 방법을 뜻함.
- 유기농식품 생산은 환경을 지지하는 광범위한 방법론 중 하나로, 유기농 생산 시스템은 사회적, 생태적, 경제적으로 지속가능한 최적(농업, 가축 및 수생 농업) 생태계를 유지하는 것을 목표로 하는 구체적이고, 정확한 생산기준에 기초함.

  → 유기농식품 요건은 생산 절차가 해당제품의 식별 및 라벨 표시의 본질적인 부분이라는 점에서 다른 식품에 대한 요건과 다름.

→ FAO/WHO 식품기준 프로그램 코덱스 컴파트먼트(식품라벨링), 캐나다 온타리오주 오타와의 43회 2016년 5월 13일 유기농식품의 제조, 생산, 라벨링 및 제조에 관한 지침서 검토

- 유기농은 유기농 생산표준에 따라서 생산되고, 적법하게 인증기관 또는 권한에 의해 인증된 제품을 나타내는 라벨링 용어를 뜻함.
- 유기농식품 생산은 합성비료와 살충제의 사용을 피하면서 외부 투입물의 사용을 최소화하는 것에 기반을 두고 있음.
- 유기농의 생산관행은 일반적인 환경오염 때문에 제품에 잔류물이 완전히 없는지 보장할 수 없으나, 공기, 토양, 물의 오염을 최소화하기 위해 방법을 사용하며, 유기농 식품취급자, 가공사업자, 소매업자는 유기농식품의 무결성을 유지하기 위해 표준을 준수해야 함.
- 유기농 식품생산의 일차적인 목표는 토양이나 수생, 식물, 동물, 사람들의 상호 의존적인 공동체의 건강과 생산성을 최적화 하는 것임.

2 국제유기농운동연맹(IFOAM)

- 유기농업은 토양과 생태계, 그리고 주민의 건강을 지켜주는 생산시스템으로 역효과가 있는 투입자재의 사용을 제한하고 생태학적인 절차를 존중하는 생산 방법이라 할 수 있음.
- 생물학적 다양성을 지키며 현지의 여건에 적합한 주기로 농작물을 생산하는 것임.
- 유기농업은 환경을 이롭게 하고, 관련된 모든 사람들과 공정한 관계를 맺으며, 그들의 삶의 질을 개선시키는 것을 추구함.
- 이를 위해 유기농업은 전통, 혁신 그리고 과학을 결합하여 유기농 원칙을 준수하면서도 매우 효과적인 결과를 만들어내고 있음.
  (Definition of Organic Agriculture, 2008)

3 USDA국립유기농표준위원회(NOSB)

- 2007년 NOSB는 유기농업은 생물 다양성, 생물학적 주기 및 토양 생물학적 활동을 촉진하고 향상시키는 생태학적 생산관리시스템으로 농장 외부의 투입물을 최소한으로 사용하고 생태학적인 조화를 복원·유지 및 증진시키는 관리 방법에 기반을 두고 있음.

유기농 개념종합

자연환경과 생태계의 건강, 생물다양성 보전, 토양과 수질의 보전, 그리고 결국에는 인간이 건강에도 기여하는 농업시스템

건강한 먹거리의 공급	지속가능한 공동체 유지·발전
<안전 먹거리, 환경보전>	<글로벌 과제와 도전의 전략적 접근방법>

표-4. **국제기구의 유기농 개념 및 정의**

국제기구	유기농 개념 및 정의
USDA 국가유기농 프로그램 (NOP)	자원순환을 증진시키는 문화적·생물학적·기술적 실천을 통합하고, 생태학적 균형과 생물다양성의 보전을 향상 시키는 방법으로, 화학비료와 하수 슬러지, 방사선 조사, 유전자 변형 기술을 사용하지 않는 농업생산시스템
Codex 위원회	유기농업 생산시스템이 ① 생물학적 다양성의 증진, ② 토양 생물학적 활동의 증대, ③ 토양 비옥도의 장기적 보전, ④ 식물과 가축에서 유래하는 유기물의 토양 환원, ⑤ 지역에 기반한 농업시스템 안에서의 재생가능 자원 이용, ⑥ 토양, 물, 공기의 건강한 이용 촉진 및 농업 생산을 통해 발생하는 모든 형태의 오염 최소화 등에 기여
IFOAM	유기농업은 토양과 생태계, 사람의 건강을 유지시키는 생산시스템 악영향을 줄 수 있는 투입재의 사용보다는 생태학적 과정, 그리고 생물다양성과 지역 환경에 적합한 순환에 의존 유기농업은 전통, 혁신 및 과학을 결합시켜 환경편익을 공유하고, 모든 관련자들의 공정한 관계와 양질의 삶을 증진한다. 건강, 생태, 공정, 배려의 원리 제시

2. 유기농의 원칙 (IFOAM의 4대 원칙)

원 칙	국제유기농운동연맹 (IFOAM)은 건강(Health), 생태(Ecology), 공정(Fairness), 배려(Care)를 유기농업의 4대 원칙으로 규정함.

1 건강의 원칙 (The Principle of Health)

> Organic 유기농은 불가분의 관계에 있는 토양, 식물, 동물, 인간 및 지구의 건강을 유지하고 증진하여야 함.

- 유기농은 토양, 식물, 동물, 인간과 지구의 건강을 하나로 유지하고 강화해야 함을 강조하며, 이러한 원칙은 개인과 공동체의 건강이 생태계의 건강과 분리될 수 없다는 것을 지적함.
- 건강한 토양은 건강한 작물을 생산하여 동물과 사람들의 건강을 증진시킴. 건강은 생명체계의 건전성임.
- 단순한 질병의 부재가 아니라, 육체적, 정신적, 사회적, 생태적인 복지 유지로, 면역력, 회복력 그리고 재생은 건강의 주요특징임.
- 농업, 가공, 분배 또는 소비에서 유기농의 역할은 토양에서 가장 작은 것부터 인간에 이르기까지 생태계와 유기체의 건강을 유지하고 향상시키는 것임.
- 특히, 유기농은 예방적인 의료와 웰빙에 기여하는 양질의 영양가 높은 식품을 생산하는 경향이 있는데, 이러한 관점에서 건강에 악영향을 미칠 수 있는 비료, 살충제, 동물약품 및 식품첨가물의 사용을 피해야 함.

2 생태의 원칙 (The principle of ecology)

> Organic 생태원칙(The principle of ecology)은, 유기농은 살아있는 생태계와 순환에 기반을 두어야 하며, 생태계와 생태계를 모방하고, 생태계를 도울 수 있어야 한다는 것을 의미함.

- 유기농업은 살아 있는 생태계와 순환에 기초하고, 그들과 함께 일하고, 그것들을 모방하고, 그것들을 지속하도록 도와야 함.
- 생산은 생태적인 과정과 재활용을 기반으로 한다고 명시하고 있는데, 영양과 복지는 특정 생산 환경의 생태를 통해 달성됨.
- 유기농, 목축 및 야생수확시스템은 자연의 순환과 생태적인 균형에 맞아야 하며, 이러한 순환은 보편적이지만 운영은 현장마다 다름.
- 유기농 관리는 지역적인 조건, 생태, 문화, 규모에 맞춰져야 하고 투입은 환경

품질을 유지하고 개선하며, 자원을 보존하기 위해 재료와 에너지의 재사용, 재활용 및 효율적인 관리에 의해 감소되어야 함.

- 유기농은 영농시스템의 설계, 서식지의 확립 및 유전인, 농업적 다양성의 유지를 통해서 생태적인 균형을 이루어야 함.
- 유기농 제품을 생산, 가공, 거래 또는 소비하는 사람들은 풍경, 기후, 서식지, 생물다양성, 공기, 물을 포함한 공통적인 환경을 보호하고 이익을 얻어야 함.

3 공정의 원칙 (The principle of fairness)

Organic 공정의 원칙은 유기농은 공통 환경과 삶의 기회와 관련해 공정성을 보장하는 관계를 기반으로 해야 함을 의미함.

- 유기농은 공통적 환경과 삶의 기회에 대한 공정성을 보장하는 관계를 구축해야 함.
- 공정성은 사람들 사이에서나 다른 생물과의 관계에서나 공유된 세계의 형평성, 존경, 정의 그리고 책임감으로 특징 지어짐.
- 이 원칙은 유기농에 종사하는 사람들은 모든 계층과 모든 당사자들, 즉 농업인들, 노동자, 가공업자, 유통업자, 거래자, 소비자에게 공정성을 보장하는 방식으로 인간관계를 진행해야 한다고 강조함.
- 이 원칙은 동물에게 생리, 자연적인 행동, 웰빙에 부합하는 삶의 조건과 기회를 제공해야 한다고 주장.
- 생산과 소비에 사용되는 자연과 환경자원은 사회적, 생태적으로 정의롭고, 미래세대를 위해 신뢰해야 하는 방식으로 관리되어야 함. 공정성은 개방적이고, 공정하며, 실제 환경 및 사회적 비용을 설명하는 생산, 유통 및 무역시스템을 요구함.

4 배려의 원칙 (The principle of care)

Organic 배려의 원칙은 유기농업은 현재와 미래세대와 환경의 건강과 복지를 보호하기 위해 사전 예방적이며, 책임감 있는 방법으로 관리되어야 한다는 것을 의미함.

- 유기농은 대내외적 수요와 조건에 대응하는 생동적 시스템임.
- 유기농의 실천자는 효율을 높이고, 생산성을 높일 수 있지만, 이것이 건강과 복지를 위태롭게 하는 위험을 가져서는 안 됨.
- 결과적으로, 새로운 기술을 평가하고 기존방법을 검토할 필요가 있음.

건 강 Health	유기농업은 불가분의 관계에 있는 토양, 실물, 동물, 인간 및 지구의 건강을 유지하고 증진하여야 함.
생 태 Ecology	유기농업은 살아있는 생태계와 생태 순환에 기반을 두어야 하며, 생태계 및 생태순환과 함께 호흡하며, 움직임으로써 지속가능성을 도모하여야 함.
공 정 Fairness	유기농업은 공동의 환경 및 삶의 기회를 고려하여 공정함을 보장하는 관계 위에 구축되어야 함.
배 려 Care	유기농업은 현재와 미래세대의 건강과 후생 그리고 환경 보호를 위해 사려 깊고, 책임 있는 방식으로 관리되어야 함.

- 이 원칙은 유기농의 경영, 개발, 기술 선택에 있어 예방과 책임이 주요 관심사라고 기술하고 있으며, 유기농이 건강하고, 안전하고, 생태적으로 건전하다는 것을 확실하게 하기 위해서는 과학이 필요하나, 과학적인 지식만으로는 충분하지 않음.
- 실용적인 경험, 축적된 지혜 그리고 전통적이고, 토착적 지식은 시간에 의해 시험된 유효한 해결책을 제공함.
- 유기농은 적정기술을 채택하고, 유전자 공학과 같은 예측할 수 없는 기술을 거부함으로써 중요한 위험을 방지하고 결정은 투명하고, 참여적인 과정을 통해 영향을 받을 수 있는 모든 사람들의 가치와 요구를 반영해야 함.

그림-2. **유기농의 실행 가이드라인 (IFOAM)**

경 제 Economy	**투 자**	지역경제와 복원력
	시장과 거래	자재 / 낭비 / 오염물질
생 태 Ecology	**물**	토 양
	생물 다양성	축 산 업
	환경(대기)	에 너 지
공동체 Society	**양성 평등**	바른 식생활
	노동권	안전 및 위생
문 화 Culture	**지역사회**	식량안보와 자주권
	제품 품질	
책 임 Account Ability	**참 여**	투명성과 보고
	포괄적인 경영	

3. 유기농 산업의 분류

3-1. 유기농산업의 5단계 분류

분 류 체 계	유기농 1차 산업은 유기농업, 2차 산업은 유기가공업, 3차 산업은 유기농서비스업으로 분류할 수 있음.

- 유기농업의 초기단계는 신선 농산물로, 유기농산물을 재배하고, 판매하는 수준이었다가, 유기농 가공식품의 시대로 발전됨.
  (손상목, 생태적 삶의 구현과 유기농산업의 발전추세, 재구성)

- 3단계는 유기수산 단계로, 민물고기(민물새우)와 바닷고기(바다새우, 유기농 김, 미역, 다시마, 굴, 홍합 등)를 유기농으로 생산하게 됨.

- 비식용 유기농 제품들이 등장하는 단계가 유기농 산업의 4단계로, 유기농 코튼 제품의 등장과 유기농 화장품, 유기농 허브제품, 유기농 건축자재, 유기농 염색제품, 유기농 종이제품, 유기농 애완사료 등이 등장함.

구 분	제 품
유기농 직물제품	코튼제품(배냇저고리, 애기기저귀, 유아복, 여성복, 신사복, 등산 아웃도어 제품, 타올·담요류), 유기농 실크제품, 케시미어, 인견 등
유기농 허브제품	아로마테라피 제품, 유기농 오일, 유기농 향수, 유기농 향초 등
유기농 화장품	유기농 스킨제품, 유기농 데이크림 등
유기농 세제제품	유기농 비누, 유기농 샴푸, 유기농 크린싱 등
유기농 건축자재	유기농 벽지류, 페인트, 접착제, 목재가구 등
유기농 염색제품	유기농 천연 염색제
유기농 종이제품	유기농 책자, 유기농 도화지, 유기농 카드 등
유기농 애완사료	유기농 애완견 사료, 유기농 고양이 사료, 유기농 새 사료 등

그림-3. 유기농산업의 발전단계

▌유기농산업의 5단계가 유기농 서비스업.

- 유기농 생태건축의 건물에서 다양한 유기농 직물제품, 유기농 허브제품, 유기농 화장품, 유기농 염색제품, 유기농 종이제품, 유기농 음식, 유기농 음료수를 사용하여 서비스를 제공하는 업이 유기농의 5단계 발전임.
- 유기농 호텔, 유기농 산후조리원, 유기농 골프장 등

유기농 건축

유기농 호텔

유기농 화장품

3-2. 유기농의 후방산업

후 방 산 업	유기농의 대표적인 후방산업으로는 유기인증 농업자재 제조업이라 할 수 있는데, 2018년 현재 우리나라 유기인증 농업자재는 총 1,596개에 이룸.

- 공시(19개) : 토양개량 및 작물생육 자재(3개), 병해충 관리 자재(16개)
- 품질인증 (1,577개) : 토양개량·작물생육자재(1,085개), 병해충관리 자재(492개)

신청구분	자재구분	자재 상세구분	인증수	특기사항
공 시 (19개)	토양개량 및 작물생육	작물생육용	0	동물부산물 등
		토양개량용	0	가축분 퇴비 등
		토양개량 및 작물생육용	3	점토광물 등
		소 계	**3**	
	병해충 관리	병해관리용	4	생석회 등
		병해충관리용	6	규산나이트 등
		충해관리용	6	식물성 오일 등
		소 계	**16**	
품질인증 (1,577개)	토양개량 및 작물생육	작물생육용	259	점토광물 등
		토양개량용	32	식물추출물 등
		토양개량 및 작물생육용	794	황
		소 계	**1,085**	
	병해충 관리	병해관리용	182	규산나트륨+중탄산칼륨
		병해충관리용	67	식물추출물 등
		충해관리용	243	목초액 등
		소 계	**492**	
합 계			**1,596**	

토양 개량용

병해관리용

작물생육용

제2절. 유기농산업 패러다임

1. 현재 유기농의 문제

1-1. 유기농은 인류 문명의 핵심방식이나, 새로운 도전에 직면

문 제 1	증가하는 인구, 식생활의 변화, 소모적·파괴적인 농업방식에 의한 자연자원의 저하 등의 관행은 농업의 지속가능성에 위기로 도래.

- 오늘날 지배적인 농업생산 패러다임은 배고픔은 확장되는 반면에, 건강상의 문제는 계속 증가하고, 토양의 비옥함, 깨끗한 물의 질·양 및 생물다양성은 계속 감소하고 있음.
- 전 세계는 기후 변화, 생물다양성 손실, 물 부족, 빈곤, 기아, 영양 부족, 고갈되는 자연자원 등의 변화 속에서 인간사회의 지식 및 기술을 활용해 우리사회가 직면한 이러한 문제들을 해결할 것을 요구받고 있음.

1-2. 유기농은 여전히 틈새시장으로, 유기농 관리는 규제 중심

문 제 2	유기농의 성공을 인정하더라도, 여전히 유기농은 전 세계 농업의 생산에 비해 틈새시장임.

- 80여개 국가에서 유기농 규제를 마련하여 소비자들이 유기농을 믿고 선택할 수 있도록 보장함. 반면에 다른 지속가능성 라벨들은(도시농업, 로컬푸드, CSA 등) 법적 장치가 마련되어 있지 않음.
- 유기농 규정의 다양·복잡성 (공적이든 민간이든)은 부분적으로는 유기농 표준의 유연성이 부족하고, 현실에서 필요한 만큼 빠르게 표준을 발전시킬 능력이 없기 때문.
  → 즉, 제대로 규정이 마련되지 않거나, 광범위하게 운영하지 못하고 있음.
- 유기농업이 아닌 기타 유사제도(식량주권 운동, 농업시민권 운동, 먹거리 시민운동, 생태농업, 소비자 공동체, 생산자 공동체, 지역공동체, 협동조합, 로컬푸드, 직거래 운동, 꾸러미 사업, 대안적인 소비, 친환경 소비, 도시텃밭, 퍼머컬처, 채식, 공정무역 등)의 생태적인 요건은 유기농만큼이나 그렇게 엄격하지 않아서 유기농 규정에 비해 상대적으로 새롭고 더욱 유연함.
  → 따라서 이러한 규정이 사회적, 경제적 측면을 포함하여 좀 더 광범위한 주제를 자신의 표준 속에 담아낼 수 있음.

- 아직 정부의 유기농 표준에 통합되지 않고, 부분적으로는 몇몇 민간표준에 포함된 상태로, 공정하든 아니든, 이러한 결과로 유기농업이 경쟁에 직면해 있고, 때문에 소외될 리스크를 갖게 되었을 뿐만 아니라, 유기농업표준이 오늘날 지속가능성 과제를 충분히 적절하게 다루지 못하게 되었음.
- 주류시장에서도 유기농업을 진지하게 고민하고 있으며, 성장은 계속되고 있는데, 그럼에도 불구하고 3자 인증(certification)과 인정(accreditation)이라는 ISO 모델은 생산자들에게 하나의 구속 요소이며, 사실 전 세계 유기농생산자의 대다수가 이러한 인증에 접근조자 할 수 없는 이유이기도 함.
- 이들은 전 세계 농업생산량의 대략 70%를 담당하는 소농·가족농으로, 유기농으로 전환하는데 시간적 구속요건을 가진 유기농 표준에 의해 이러한 한계는 더욱 악화되고 있음.

1-3. 유기농이 투입물 의존시스템이 되면 유기농업의 미래도 지속불가능

문 제 3	화석연료, 기타 투입물의 비용이 상승하고, 관행농업의 외부비용 증가를 감안할 때, 현재 농업현황을 지배하는 집중적 투입물에 의존하는, 산업형의 농업은 더 이상 지속가능할 수 없음. (E. Ann Clark, The Future is Organic : But it's More Than organic!)

- 미래의 도전과제를 감안할 때, 미래농업시스템은 좀 더 재생적으로 좀 더 자기순환적인 자체조절적인 농업이 되어야 하고, 이는 유기농업이 투입물 의존시스템이 되면 유기농업의 미래도 지속불가능해질 수 있음을 의미함.
  → 즉, 합성투입을 사용하던지 자연 투입물을 사용하던지, 투입물 의존적이고, 기능 분화적인 생산시스템은 지속불가능해질 것임.
- 유기농업 인증을 받았더라도 단작을 하거나, 투입물에 의존하는 농업은 다시 설계하여야 함.
- 생태계의 회복력과 재생능력을 강화할 생태적인 자양성에 집중해야 할 시점으로, 지난 세기 동안 산업적인 농업을 지탱해온 값싼 투입물이 고갈되면서, 토양의 건강을 복원하고 생물다양성을 증대하는 것이 식량과 농업시스템의 회복력을 달성하는 데 필수적임.
- 유기농업의 미래를 위한 방안으로 ❶농촌 지역 역량 강화, ❷생태-기능 집약화 (Eco-functional intensification), ❸건강과 복지를 위한 식품 개발과 소비를 촉진하여야 함.

구 분	Organic 1.0	Organic 2.0	Organic 3.0
시 기	1920년~1970년	1970년~2015년	2015년 이후
핵심시기	민간주도의 생명농업 추구	제3자 인증에 의한 유기농업 가치 실현	지속가능한 농업 혁신
주요근거	◦ 화학농업의 한계 대응, 인간과 환경을 위한 대응 ◦ 지구환경과 생명, 영양과 건강 증진을 위한 민간운동 ◦ 생명역동농업(슈타이너) 등 선구자들의 예지적 생명농법	◦ IFOAM설립(1972)으로 체계적, 과학적, 국제적 운동 전개 ◦ 유기농 표준화의 실행, 인증으로 시장 개척 - 유기농업 정의(1980) - 유기농업 원칙(2005) ◦ 민간표준과 정부규제 존재 - 82개국에서 유기인증 시행 중이나, 유기농은 틈새시장	◦ 유기농업 원칙의 실천 차원을 높이고, 기후변화 등 인류와 지구의 새로운 도전과 기회에 세계적 차원의 협력 대응 ◦ 유기농 시장 혼란 재조정 및 다양성 존중 ◦ 유기농업 발전의 총체적 접근
한 국	◦ 1970년대 중반 ~ 1997년 ◦ 중산 위주의 화학농법 대안으로 철학 중심의 민간운동	◦ 1997년 ~ ◦ 친환경농어업육성법 제정 - 5년 단위 육성정책, 인증 시행, 정부주도의 양적 목표, 소득 중심	◦ 환경, 인간, 경제가 공존하는 지속가능한 농업추구

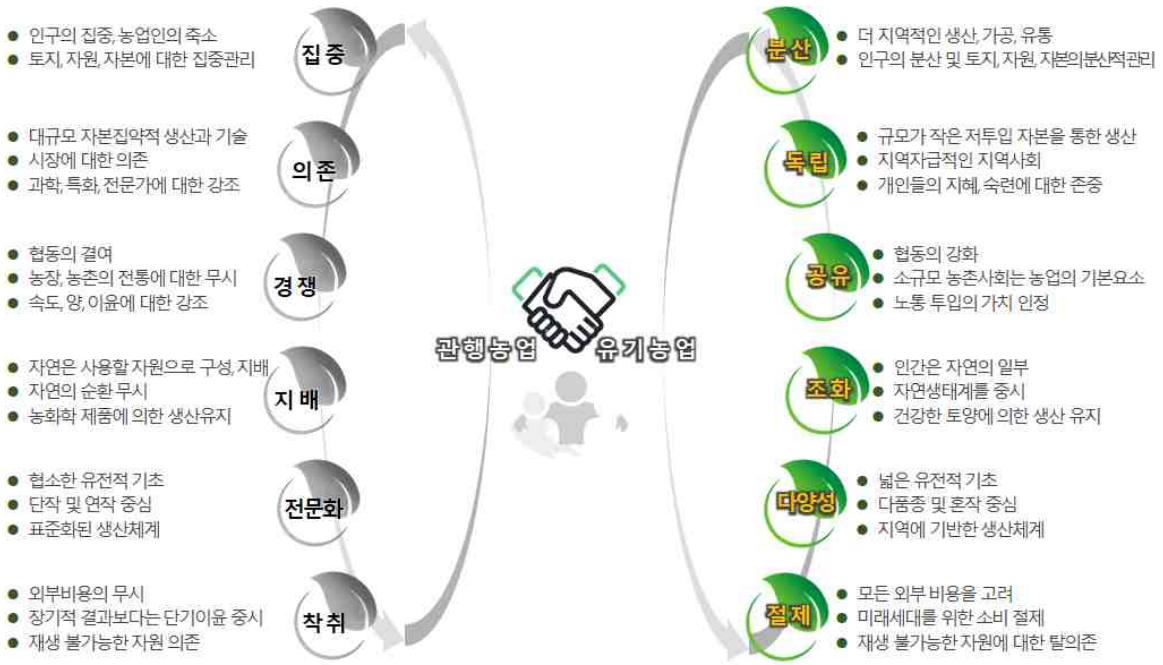
자료 : 최덕천(2016.05) 재정리, 한국생명농업포럼, 아이사의 유기농업 현황과 과제, 2018.04.

2. 관행농업과 유기농업의 비교

유기농 특 징	유기농업은 관행농법의 대안으로 ❶분산, ❷독립, ❸공유, ❹자연과의 조화, ❺다양성, ❻절제로 패러다임이 전환되고 있음.

- 관행농법(Conventional agriculture)은 효율성에 집중한 단일종자와 단일품목의 농약의존도가 높은 농법은 장기적으로 지력을 약화시키고,
- 병해충 저항성을 약화시켜 결국 생산성 저하로 화학비료와 농약의 과투입 등 악순환을 가져오게 되면서 중장기적으로는 생산성의 우위로 얻는 이익의 크기가 정체하거나, 감소하는 경향을 보임.

그림-4. **관행농업과 유기농업의 패러다임 비교**



자료 : 김우영, 유기농산물 참여인증시스템(PGS) 도입 방안 연구, <Beus, Curtis E., and Riley E. Dunlap. "Conventional versus alternative agriculture: The paradigmatic roots of the debate", Rural sociology, 55.4, 1990. 재인용>

3. 유기농의 과제 : 유기농3.0 괴산선언

3-1. 배 경

유기농3.0	유기농업의 원칙인 건강, 생태, 공정, 배려를 분명히 하는 의도의 선언을 작성함. (2015년 10월 11일, 괴산)

- ‘유기농 1.0’은 19세기 말, 20세기 초에 농업이 취한 방향에서 문제를 발견한 수많은 개척자들에 의해 시작되었고, 급진적 변화의 필요성을 확인함.
- 유기농운동의 선구자들은 우리가 어떻게 살고, 먹고, 농사를 짓는 지와 지구의 건강 사이의 총체적이고 건강한 관계를 보았다. 우리는 여전히 이러한 “유기농 1.0” 창시자들의 가이드를 따르고 있음.
- 유기농 분야는 세계적으로 혜택과 그 실천에 따른 긍정적인 영향을 성공적으로 보여줌.
- ‘유기농 2.0’은 1970년대에 시작되어, 유기농 선구자들이 발전시킨 연구와 농업시스템이 표준과 이후에 규제로 발전됨.
- 지배적인 세계 경제 패러다임으로 받아들여지기 위하여 제도화 된 유기농 분야는 진지하게 받아들여졌고 전 대륙에서 지속적으로 성장하고 있음.
- ‘유기농 2.0’단계의 성공은 유기농 실천을 현재의 틈새시장에서 벗어나는 힘을 키우는 것이 가능함.
- ‘유기농 3.0’은 유기농 운동의 3단계 즉 다음단계의 패러다임으로, 이는 유기농을 틈새에서 벗어나 주류화하고, 유기농 시스템을 우리의 지구와 종들이 직면한 수많은 도전과제를 해결하는데, 다차원 해결책의 부분이 되도록 자리매김하는 것임.
- ‘유기농 3.0’은 유기농 분야가 새로운 종합적 비전을 발전시키는 것이며, 주요 세계 이슈들과 적극적으로 관계를 맺는 것임.

그림-5. **유기농 3.0 괴산선언의 배경**

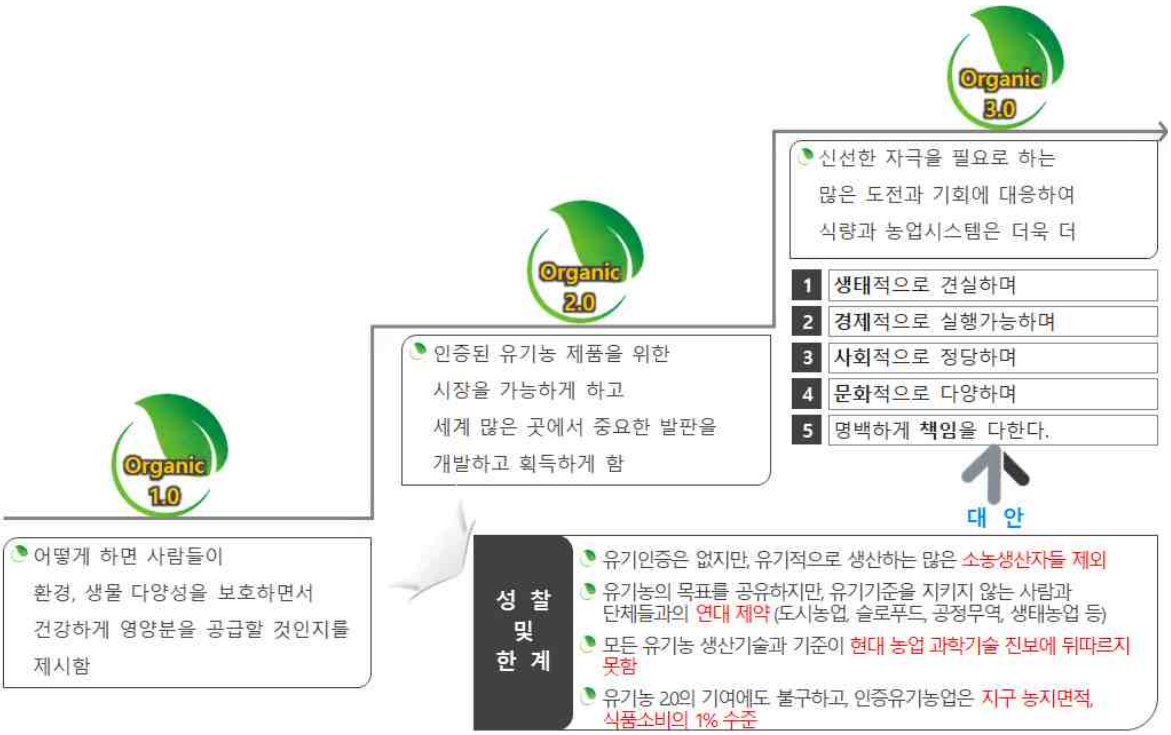


그림-6. **유기농3.0의 의미**

유기농3.0은 유기농의 차세대 패러다임이자 식량 및 농업시스템에서 환경부하 절감을 위한 혁신시스템	⊕	유기농3.0은 세계 환경 및 사회적 도전에 긍정적인 영향을 미치는 현대적이고, 혁신적인 시스템
∘ 국제유기농업운동연맹(IFOAM)이 제시하는 유기농의 4대 원칙인 '건강, 생태, 배려, 공정'을 기반으로 ∘ ❶지속가능한 농업의 채택과 확산, ❷기후변화에의 적응, ❸적절한 소득 보장, ❹동물복지의 확대, ❺토지·물·종자의 가용성 증대, ❺건강한 식생활 등을 실천 목표로 함.		∘ 지구와 인류에 대한 긍정적 영향을 증가시키기 위해 추가적 성장과 지속가능성을 위한 전세계 유기운동의 전반적인 전략계획임. ∘ 유기농업 원칙의 실천차원을 높이고, 기후변화 등 인류·지구의 새로운 도전과 기회에 세계적 차원의 협력 추진
∘ 유기농3.0은 현재의 틈새시장에서 벗어나 주류로 전환하는 것이며, ∘ 뜻을 같이하는 기관단체들과 협력하여 집단적인 비전을 도출하여 세계적 주요 이슈에 적극적으로 참여하는 비전임		∘ 유기농3.0은 유기농 환경을 이롭게 하고, ∘ 관련된 모든 사람들과 공정한 관계를 맺으며 그들의 삶의 질을 개선시키는 것을 촉구함.

3-2. 유기농3.0 전략

유기농3.0	유기농 3.0 전략은 6가지 중요한 특징을 포함하며, 이는 유기농의 중심에 깔려있는 다양성을 지속적으로 촉진하고, 「모든 것에 통용되는」 것은 없다는 접근을 인지함.

전 략	실 천 과 제
Ⅰ	더 많은 농업인들이 유기농을 실천하도록 유도하고 성과를 증진하는 혁신의 확산
Ⅱ	지역사회와 지역적 수준에서 최선의 실천을 위한 지속적인 개선
Ⅲ	제3자 보증이나 인증을 넘어서서 유기농 실천을 확대하기 위한 투명성을 보장하는 다양한 방법
Ⅳ	진정으로 지속가능한 먹거리와 농업을 위해서 보완적인 접근을 하고 있는 많은 운동들과 조직들과의 연대를 통하여 폭넓게 지속가능성과 관계자 포용
Ⅴ	가치사슬을 따라 진정한 협력과 독립을 인정하면서 농장에서 최종 생산물에 이르는 전 과정 포괄
Ⅵ	비용을 내부화하고 소비자와 정책 입안자들에게 투명성을 높이며, 완전한 협력자로서 농업인들이 능력을 갖도록 진정한 가치와 공정한 가격 설정

- 혁신 배양, 더 많은 농부의 전환을 이끌기 위하여 유기농 실천의 적용과 생산량을 증대함.
- 최선의 실천을 위한 지속적인 개선, 지역사회와 지역적 수준에서 투명한 온전성을 보장하기 위한 다양한 방법들, 제 삼자 보증이나 인증을 넘어 유기농업의 활용을 확대함.
- 더 넓은 지속가능성 관심을 포괄, 진정으로 지속가능한 식량과 농업에 대하여 상호보완적인 방법을 하는 다양한 운동 및 기관과 연합을 추진함.
- 가치사슬에 따른 독립성과 실제 파트너십을 인정하기 위하여, 농장에서부터 최종 생산품까지 전체적인 권한을 분산함.
- 진정한 가치와 공정한 가격, 비용의 내재화와 소비자 및 정책 입안자를 위한 투명성 보장, 그리고 전체 파트너로서 농업인의 역량을 강화함.

❶ 혁신의 문화	◉ 과학자와 농업인의 협력이 유기농 주류화 달성의 핵심이며, 농업공동체의 전통적 지식을 존중하며, 인간의 지성을 활용함. ◉ 자연을 지탱하는 기술을 개발하여 전 세계적으로 현명한 혁신을 주도함.
❷ 모범사례를 향한 지속적 발전	◉ 지구자원의 균형 및 인간의 공정한 삶을 추구하기 위한 목표를 정함. ◉ 모범사례를 구축하기 위하여 새로운 지침과 틀 및 시스템을 지속적으로 개발함.
❸ 투명하고 다양한 방식으로 유기농 진정성 보장	◉ 생산자와 소비자 간의 의사소통이 필수이며 소비자는 생산자가 직면한 리스크와 도전과제를 이해함. ◉ 인증절차도 유연하게 변화시키며, 소비자와 생산자를 연결해야 함.
❹ 지속가능성을 위해 폭넓은 이해관계자 포용	◉ 서로 다름을 인정하고, 다양한 단체들과 협력하여 더 많은 단체들이 지속가능한 유기농을 선택하도록 독려함. ◉ 그러나 무분별한 자원사용과 지속 불가능한 농업 및 소비패턴에 반대함.
❺ 농업인에서 소비자까지 총체적 역량 강화	◉ 농업인과 소비자 간의 직접거래를 강화하기 위해 투명하고, 지속가능한 중간단계를 확대하는 등 총체적 공급망 개선이 핵심임.
❻ 진정한 가치와 공정한 가격제도	◉ 지속가능하고 건강한 농산물의 확대와 시장 성장을 보장하기 위한 시스템을 구축함. ◉ 관행농산물의 경우, 농약과 화학비료 사용으로 인한 환경오염 유발 및 그로 인한 사회적 비용도 포함하여 유기농산물의 가격을 산정하는 메카니즘을 도입함. ◉ 진정한 비용회계를 추구하여 오염자 비용부담 원칙의 이행을 촉구함.

3-3. 유기농3.0 약속

유기농3.0	혁신적인 생산과 보증된 모델을 통해, 우리는 개인과 공동체가 건강과 현재 및 미래 세대의 번영을 이끄는 최선의 실천을 전체적으로 달성하도록 역량을 강화함.

∘ 유기농 원칙과 실천을 적용하기 위하여 우리와 비전을 공유하는 모든 사람, 활동, 기관 운동을 환영하고 지원함.
→ 우리와 비슷한 생각을 가진 모두를 열렬히 환영하고, 그들과 함께 일할 기회를 추구함.

- 지속가능성이 사회적, 생태적, 경제적, 문화적, 책임의 차원을 관통하는 최선의 실천의 전체적인 범위를 망라해야함을 인식하고, 우리 성과를 지속적으로 개선하고, 내용적으로 적합하고 투명하게 믿을 수 있으며, 분명하게 우리의 진전을 드러내는 방법으로 혜택을 공유할 것을 선언함.
- 우리 지구자원과 인간자본 가치의 한계를 인식하고, 사람과 환경에 대한 우리 행동의 진정한 비용을 산정하고, 우리가 생산하는 상품에 진정한 가치를 제공할 것을 약속함.
- 우리 시대 정점의 도전 과제들을 해결하기 위하여 기법적, 기술적, 사회적, 정치적 영역을 망라하여 혁신함.
  → 우리는 다가오는 세기에 증가하는 인류의 수요를 달성하기 위해 전통지식과 실천을 신기술 및 창조적인 상호작용과 결합함.
- 농장 및 농장지역사회에서 소비자까지 그들이 있는 모든 곳에서 상호의존성을 인정하고, 존중하며, 건강과 모두의 번영을 개선하는 건과 마찬가지로 여성과 남성의 역량을 강화함.
- 우리의 노력은 투명하고, 수용적이며, 건설적이고, 우리는 함께 일하고 서로 배우고, 생산 혁신과 보증된 모델을 통해 우리는 개인과 지역사회가 현재와 미래세대를 위한 건강과 번영을 이끄는 최선의 실천을 전체적으로 달성하도록 역량을 강화함.

3-4. 유기농 비전 2030 (IFOAM EU, 식량과 농업의 변혁)

비 전 2030	식량과 농업에 대한 우리비전은 공평, 생태, 건강, 배려의 원칙에 기반 한 농업을 유럽에서 널리 적용하는 것임.

- 유럽 유기농운동은 변화를 주도하고, 총체적 접근법을 확신하며, 우리와 비슷한 생각을 가진 기관단체와(이니셔티브)와 상호작용을 강화하고자 함.

- 시민의 지원 등을 통해 식량과 농업시스템 관련 이해 관계자들의 가교를 구축하면서, '건강, 공정, 생태, 배려'의 유기농 원칙을 준수하는 유럽 유기농지가 전체농지의 절반 이상이 되도록 체계적으로 노력함.
  → 이를 통해서 신선한 계절식품을 공정한 가격에 공급할 뿐만 아니라, 신중하면서도 최소한도로 가공한 유기농 식품을 유럽의 모든 가정, 일터 및 기관에 제공함.

- 유럽의 유기농 운동은 유기농의 추가발전을 증진하고, 이를 지원하여 유기농 생산체계의 회복력 및 환경적 역량을 개선하며, 공급망 완결성을 유지할 혁신적 툴을 통해 신뢰를 구축함.
  → 정책입안자들과 시민들이 유럽사회에 중요한 생태계 서비스를 개선하며, 이를 지원하는 유기농의 가치를 널리 인정하도록 유도함.

- 지속가능한 농업 방식, 식량 생산을 목표로 나아가는 과정에서, 총체적 원칙에 기반한 혁신의 문화를 지원하여, 회복력 있고 생산적인 농업시스템, 더 풍부한 생물다양성, 더 나은 식량 품질, 더욱 적절한 가공 및 공평한 식량망을 달성함.
  → 유기농업과 지역 조건에 맞는 토종 품종과 육종을 보전하고, 이를 더욱 강화하고 축산의 경우, 건강하고, 스트레스 없는 조건에서 가축을 사육하며, 유기농업의 지속가능성에 기여함.

- 유기농업 공급망 내의 모든 농업인과 노동자는 환경, 지역사회, 농촌 경제에 대한 자신들의 기여 수준에 걸 맞는 공평한 대우를 받아야 함.
  → 또한, 우리 지구의 복지와 사람들의 삶의 질에 기여할 수 있도록 더욱 맛좋고, 영양이 풍부한 식량을 공급함.

- 유기농 운동은 교육과 학습에서 패러다임 변화를 추구하여 환경적, 사회적으로 책임지는 식량 시스템간의 연계를 강화하고, 단거리 유통망을 적극적으로 구축하여 사람들과 식량 생산의 거리를 좁힘.

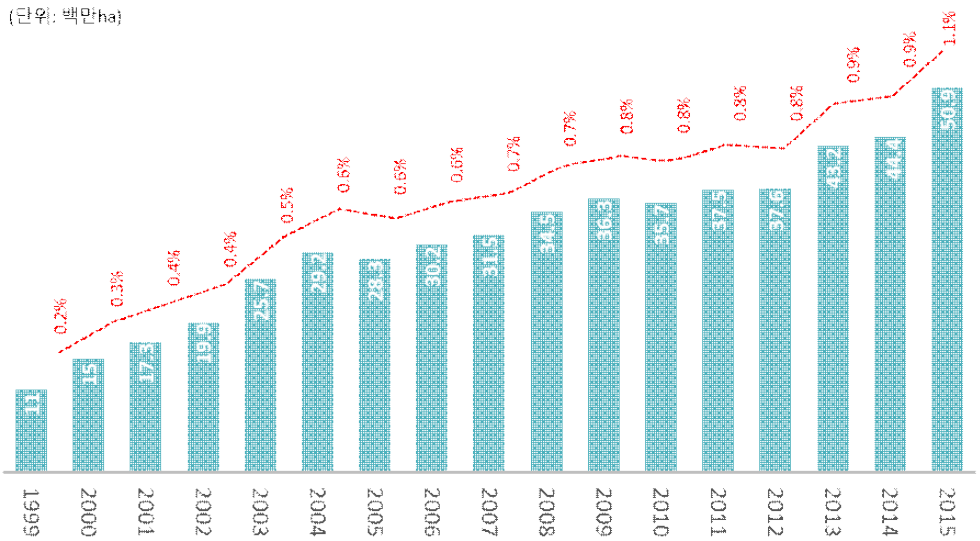
제3절. 세계 유기농산업 시장동향

1. 유기농업 실천현황

▌유기농 실천면적은 51백만ha로, 전체 경지면적의 1.1% 수준

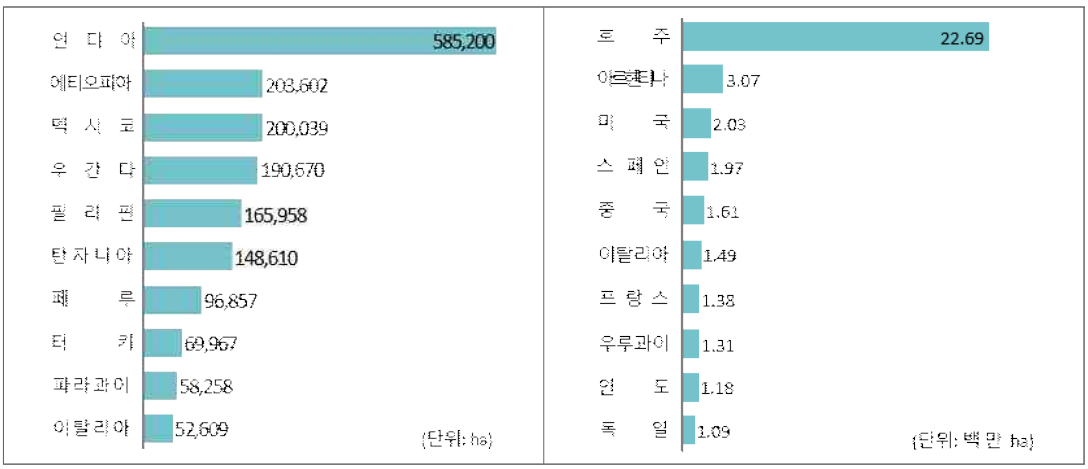
- 2015년 면적은 약 650만ha로 전년 대비 14.6%가 증가함.
- 세계 유기농경지 면적의 45%는 오세아니아, 25%는 유럽으로 두 대륙에 집중됨.

그림-7. **세계 유기농 실천면적 추이**



자료 : 한국생명농업포럼, 아시아의 유기농업 현황과 과제, Fibi&IFORM, 2018. 4. 28.

▌2015년 유기농 농가는 2백40만으로 전년대비 160천명, 약7% 증가



자료 : 한국생명농업포럼, 아시아의 유기농업 현황과 과제, Fibi&IFORM, 2018. 4. 28.

- 유기농 생산자가 가장 많은 국가는 인도(585,200명)
  → 에디오피아(203,602), 멕시코(200,039), 우간다(190,670), 필리핀(165,958) 순임.
- 전체 생산자의 84%가 아시아, 아프리카, 남미에 거주함.

▌전 세계 유기농지면적은 전체 농지의 1% 내외에 불과.

- 대륙별 전체 농지대비 유기농지 면적비중은 오세아니아가 4.1%로 가장 높음. (김윤진, 세계유기농업현황과 시사점, 농촌경제연구원, 세계농업 178호)
- 유럽은 2.4%로 두 번째로 높은 비중을 나타내고 있으며, EU로 한정 시 비중은 5.7%로 2배 이상 상승함.
- 또한 EU의 폴란드는 유지면적 비중이 36.3%에 이르며, 리히텐슈타인이 약 31%, 오스트리아가 19.5%에 달함.
- EU 회원국 중 농지면적이 10% 이상인 국가는 11개국에 달해 유기농업이 상당히 성장하였음을 보여줌.
- 그 외에 라틴 아메리카 1.1%, 나머지 대륙은 1% 미만이 유기농지임.
  → 북아메리카(미국, 캐나다) 0.7%, 아시아 0.2%

표-5. **대륙별 유기농지 면적 및 비중**

대 륙	유기농지 면적 (ha)	전체농지 대비비중 (%)
아프리카	1,227,088	0.1
아시아	3,425,939	0.2
유 럽	11,467,730	2.4
라틴아메리카 및 캐러비안	6,611,636	1.1
북아메리카	3,047,710	0.7
오세아니아	17,321,733	4.1
계	**43,091,113**	**1.0**

▌세계 유기농지 면적 비중 상위 20개국 중 1위는 36.6%의 포클랜드제도임.

- 30% 이상 국가 : 포클랜드 제도 36.6%, 리히텐슈타인 31.0%
- 20% 이상 국가 : 포클랜드 제도 36.6%, 리히텐슈타인 31.0%
- 10% 이상 국가 : 오스트리아 19.5%, 스웨덴 16.3%, 에스토니아 16.0%, 스위스 12.2%, 프랑스령 기아나 11.9%, 사모아 11.8%, 체코 11.2%, 리트비아 11.0%, 이탈리아 10.3%

- 10% 이하 국가 : 도미니카 9.3%, 핀란드 9.0%, 슬로바키아 8.8%, 페로 제도 8.4%, 슬로베니아 7.6%, 포르투갈 8.1%, 상투메 프린시페 7.2%, 스페인 6.5%

포클랜드

오스트리아

스웨덴

스위스

체 코

도미니카 공화국

인도네시아

필리핀

중 국

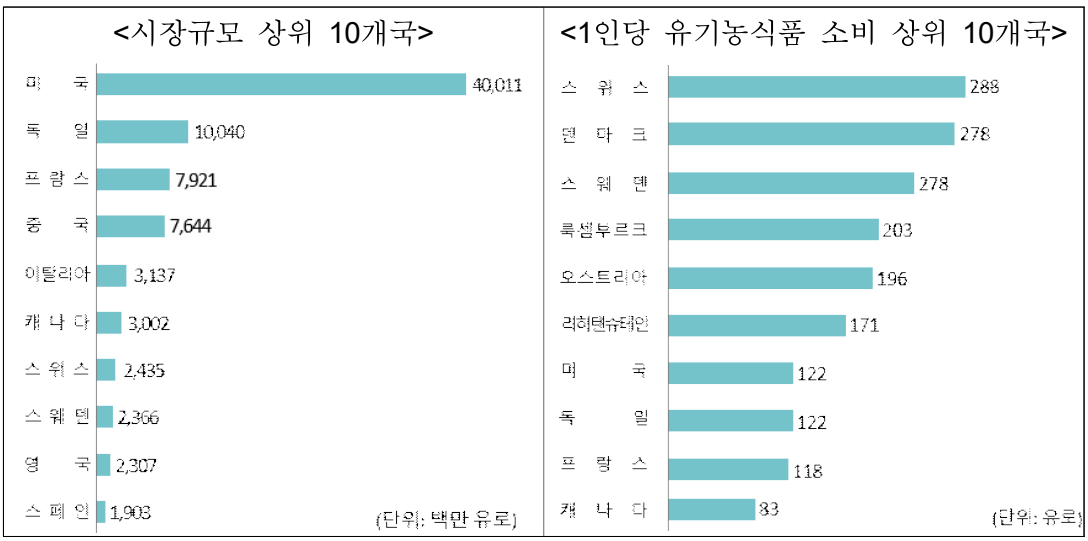
2. 세계 유기농산업 시장동향

2-1. 세계 유기농시장 규모

▌2017년 세계 유기농 시장규모는 92,074백만 유로.

- 미국 40,011백만유로(52조원, 43%), 유럽 37,341백만유로 (48조원, 41%)로 84%를 차지함. (농림축산식품부, 2019년 한국유기농학회 하계학회 자료집)
- 20% 이상 국가 : 포클랜드 제도 36.6%, 리히텐슈타인 31.0%
- 10% 이상 국가 : 오스트리아 19.5%, 스웨덴 16.3%, 에스토니아 16.0%, 스위스 12.2%, 프랑스령기아나 11.9%, 사모아 11.8%, 체코 11.2%, 리트비아 11.0%, 이탈리아 10.3%
- 1인당 유기농식품 소비 상위 10개국으로, 스위스(288유로), 덴마크(278 유로), 스웨덴 (237유로), 룩셈부르크 (203유로), 오스트리아(196유로), 리히텐슈타인 (171유로) 순임.

그림-8. **세계유기농 시장규모**



▌세계 유기농 시장(2017년)은 970억달러 수준으로, 지속적 성장추세

- 549억달러(`09년) → 649(`11) → 720(`13) → 816(`15) → 897(`16) → 970(`17)
- 아시아 유기농 시장이 지속적으로 성장하는 추세임. (중국시장 47억 유로, 6%)
- 식품 안전, 유전자변형, 동물복지 및 환경 등 윤리적 소비 관심 증가로 지속적인 성장이 예상됨.

o 세계유기농식품(Organic Food) 시장은 2016년 1,100억 달러(약 123조 3,700억 원) 수준에서 연평균 16% 이상 성장하여 2022년에는 2,630억 달러 (약 294조 9,300억 원) 규모에 달할 것으로 전망함.
(KATI 농식품 수출정보, TechSci Research 보고서 재인용)

표-6. 세계유기농 시장규모

연 도	유기농 시장규모			비 고
	단 위 (억 달러)	단 위 (조 원)	증 감 (%)	
2009	549	64		
2010	591	68	6.3	
2011	649	75	10.3	
2012	640	74	-1.3	
2013	720	83	12.2	
2014	800	93	12.0	
2015	816	95	2.2	
2016	897	104	9.5	
2017	970	112	7.7	

자료 : 농식품부 (2019년 한국유기농학화 하계학술대회 자료집, 2019. 6)

2-2. 미 국

규 모	2018년 유기농식품 479억 달러 매출

o 유기농 무역협회(OTA, Organic Trade Association)에 의하면, 2018년 미국에서 유기농 식품의 매출은 479억 달러로 2017년에 비해 5.9% 증가함.
(KATI 농식품수출정보, FoodDive-2019.05.22., 재인용)

→ 이는 2016년에서 2017년 사이의 증가폭인 6.4%보다는 낮지만, 일반식품 시장의 성장률인 2.3%보다 현저히 빠름.

o OTA는 2018년 미국식품 판매의 5.7%가 유기농이었으며, 이 중 가장 많이 팔린 부문은 여전히 과일과 채소로 2018년에 전년 대비 5.6%의 성장한 174억 달러의 매출을 기록하여 전체 유기농 식품판매의 36.3%를 차지함.

→ 이는 10년 전에 비해 두 배 이상 증가한 것이라고 함.

o 유기농 식음료 열기는 2013년 12.2%의 연간성장으로 피크를 이룬 후, 완화되긴 했으나, 여전히 일반 식품부문보다 빠른 시장 성장을 하고 있음.

→ OTA는 유제품 부문이 2년 연속 성장이 둔화되고, 전체적인 성장이 다소 느려진

것은 식습관 변화트렌드와 유기농 제품의 시장가격 때문임.

- 대형 그로서리 체인들은 구매력이 있어 더 저렴한 가격에 구입하고 판매할 수 있지만, 소상점들은 소비자들의 관심을 끌기 위해 유기농 상품들을 판매하면서, 일반 상품과의 가격 차이를 좁히기 위해 가장 경쟁력 있는 가격으로 판매하려고 노력함.

  → OTA는 유기농 상품들은 생산 과정에서 비용이 더 들어가 가격이 비싸지만, 그럼에도 더 많은 가정에서 저렴한 유기농 식품들을 많이 이용하기를 바란다고 함.

- 특수 식이요법이나 기능성 식품들이 최근 소비자들의 식습관을 바꾸어 놓았으나, 유기농 달걀 부문은 2018년 9.3% 증가한 858백만 달러 판매되었으며, 유제품과 달걀은 여전히 유기농 식품부문 소비의 2번째를 차지하여 2017년에 비해서 8% 증가한 65억 달러를 기록함.

- 식물에 기반을 둔(plant-based foods) 식음료는 유기농 유제식품부문에도 혁신을 일으켰으며, 더 많은 단백질, 지방, 맛을 함유한 초식(grass-fed)소 우유 등도 시장에 출시됨.

- 소비자들과 제조사들, 농부들은 지속적으로 유기농 상품에 관심을 기울일 것이며, 2018년 닐슨(Nielsen)의 조사에 따르면, 2014년 일반 상품보다 평균 9% 정도 가격이 비쌌던 프리미엄 유기농의 상품들은 2018년에는 7.5% 정도로 가격차가 줄어든 것으로 나타남.

  → 유기농 우유와 달걀은 일반 상품들보다 각각 평균 88%, 86%가격이 높음.

- OTA는 유기농 산업의 혁신과 활동은 계속될 것이며, USDA의 유기농 인증의 신뢰성 지속과 함께, OTA는 유기농의 사기 방지 프로그램을 운영하여 유기농 식품 기준을 지키려고 노력함.

  → 그러나 소비자들은 유기농 인증 자체보다는 식품 소비와 생산의 사회적, 정치적, 환경적 가치 준수를 더 중요하게 여기는 것으로 조사되었으며, 이는 식음료의 기본조건인 맛과 풍미 뿐 아니라, 영양적 우수성과 환경보호 등 많은 이유로 소비자들의 유기농상품 선호는 지속될 것이라는 것을 시사함.

- 미국에서의 유기농식품 시장 매출과 점유는 2013년을 피크로 여전히 증가하고 있으며, 소비자들은 건강과 환경보호 등 여러 가지 이유로 유기농 식품들을 선호하고 있어서 제조사들의 유기농 식품 개발이 지속될 전망임.

2-3. 일　　본

규　모	일본 유기농식품의 시장규모 1,850억 엔(2017) 일본 농림수산성, 유기농업현황(有機農業をめぐる事情), 2019. 3

▌유기농 실천면적 (2017년)

- 유기JAS(일본농림규격, japanese agricultural standard) 인증을 취득하지 않은 농지를 중심으로 연간 4～5%(연간 약 1,000ha)씩 완만하게 증가하고 있지만, 전체면적은 일본 전체 경지면적의 0.5%(약 23,000ha에 불과한 상황임.
  → 목표는 대체로 2018년도까지 1.0%
- 환경보전형 농업직접지불의 유기농업의 대응면적은 14,538ha(2017년)에 유기농업 대책면적의 약 60%를 차지함.
- 유기 JAS취득 농지의 지목별 비율은 근년 큰 변동 없이 2016년에는 약 30%가 논, 약 50%가 보통 밭, 약 15%수원지 약 10%가 목초지로 구성됨.

▌인 증 현 황

- 유기JAS인증을 취득한 농산물(인증 유기농산물)은 연간 약 6만 톤으로, 2016년도에는 약 70%가 채소, 20%가 쌀이 인증을 받음.
  → 일본 농산물 총생산량 중 유기농산물이 차지하는 비중은 4～5%이지만, 채소와 콩은 0.3～0.5%, 쌀, 보리는 0.1%에 불과한 상황임.
- 일본에 수입되는 유기농산물은 연간 3～4만 톤으로 콩과 과일이 과반을 차지. 보리, 메밀, 콩 등은 외국에서 등급을 매겨 일본으로 수입되는 것이 많지만, 채소는 해외에서 등급을 매겨서 수입되는 양은 적음.
- 생산자가 유기농을 실천하는 이유로 '소비자 신뢰를 높이겠다.'가 약 70%로 가장 높고, '더 좋은 농산물을 제공하고 싶다.'가 약 60%, '지역의 환경과 지구 환경을 잘 하고 싶다.'도 약 40% 정도임.
- 유기농과 특별재배 등을 실시하고 있는 사람으로 향후(대체로 5년 후) 재배면적의 확대를 희망하는 사람이 약 30% 있지만, 현상유지(재배방법도 변하지 않는)도 약 50%로 높은 편임.

▌시 장 규 모

- '거의 모두 "유기"를 구입하고 있다'자의 가구당 월평균 유기식품의 구입금액 : 10,750엔(2017년) → 11,800(2009)
- 거의 모두 '유기'를 구입하는 사람의 비율(%) : 1.68%(2017년)→ 0.90 (2009)

- 일본 전국의 '대부분 모두 "유기"를 구입하고 있는'자의 유기식품 구입금액 : 1,157엔(2017년) → 624(2009)

▌유기농 소비행태

- 소비자의 17.5%가 일주일에 1회 이상 유기농 식품을 이용함.
- 구입과 외식하고 있고, 약 90%가 유기와 유기농이라는 말을 알고 있지만, 표시에 관한 규제의 인지도가 낮음.
- '주에 한번 이상 유기식품을 이용하고 있다'는 사람은 ❶유기농 채소를 구입한 적이 있는 사람이 60%, ❷약 과반수가 빵, 두부, 된장 등의 가공품을 구입, ❸약 9%가 슈퍼마켓에서 유기농 식품을 구매했으며, ❹농가에서 직접 구입하고 있는 사람은 약 10% 정도임.
- 유기농산물에 대한 이미지는 '안전이다', '가격이 비싸다', '건강에 좋다'를 위주로 했지만, '환경에 부담을 주지 않은'이라는 응답도 60% 수준임.

▌유기농 제품

- 유기농 제품(유기JAS마크 부착)은 국산 표준품 (관행재배품 전체)보다 고가(高價)로 거래되어 부가가치를 창출하고 있음.
- 생산자의 약 65%는 유기농산물 등의 판매가격에 대해 만족하고 유통·가공업자와 소비자는 10%까지 가격을 희망하는 사람이 과반 이상임.
- 따라서 표준가격에서 40~50% 비싼 이상의 가격에서의 취급을 희망하는 사람은 10% 미만으로 나타남.

2-4. 이 탈 리 아

규 모	2016년 유기농식품 시장규모 : 2.4조 원 KATA 농식품수출정보, 이탈리아 유기농 식품 동향 및 진출방향

▌식품 시장 : 웰빙·건강식 주도

- 지방과 오일은 적게, 설탕 대신 감미료, 통곡물, 콩류, 쌀 위주의 식단, 소화 잘 되는 우유, 비타민과 미네랄 함유제품, 글루텐프리 제품, 내추럴참치 선호 등 피자와 파스타, 디저트로 대표되었던 이탈리아인들의 밥상에서 변화가 감지됨.
- 웰빙·건강식의 세 가지 정의는 다음과 같음.

1 기본에 충실한 음식	◉ 100% 자연재료로 만든 음식, 인공 색소를 사용하지 않은 음식, GMO프리 음식, 인공향료를 사용하지 않은 채소와 과일로 된 음식, 유기농 식품
2 더 적게, 더 많이	◉ 콜레스테롤, 지방, 나트륨, 설탕, 탄수화물, 과당 카페인, 글루텐은 더 적고 열량이 가벼운 음식, 칼슘 강화식품, 단백질과 비타민, 미네랄 함유량과 불포화 지방산이 풍부한 제품
3 자연의 맛과 풍부한 영양소	◉ 자연재료를 원료로 알러지 유발 성분은 제외한 건강에 좋은 영양소가 더 풍부한 음식 * 건강식이라고 해서 음식의 맛을 포기하는 것을 의미하는 것이 아님.

▌시 장 규 모

- 2016년 이탈리아 유기농식품 시장 매출은 전년 동기 대비 11%가 증가한 2.4조원 규모에 달함.
- 2016년 이탈리아 유기농 농업지역 전체 농업지역 중 11%의 비중을 차지하고 있으며, 이는 EU 회원국의 평균 유기농 농업지역에서 6%의 비중을 차지함.
- 2016년 이탈리아 유기농 신선식품, 소매 판매, 소비자 서비스 부문 단기간 내 최대 증가율인 19%를 기록함. (이탈리아 농업 경영자연맹 ; CIA)

2-5. 중 국

규 모	유기농식품 시장규모 : 816.8억 위안 (세계 4위 시장)

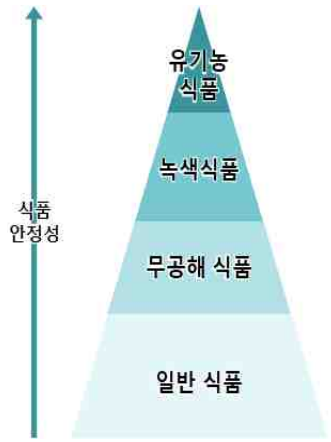
▌유 기 농 업

- 특정한 농업생산 원칙에 따라 생산과정에서 화학합성 농약, 비료, 생장조절제, 사료첨가제 등을 사용하지 않으며,
- 자연법칙 및 생태원리에 따라 재배업과 양식업의 균형에 맞춰 일련의 지속가능한 농업기술을 이용하여 지속적이고 안정적인 농업생산체계를 유지하는 농업방식을 뜻함. (정지형, 제주발전연구원, 2015. 1)

▌유 기 산 품 (有机产品)

- 유기산품은 영문의 Organic Food를 직역한 것으로 유기농식품의 개념을 간단히 표현하자면 생산지 환경이 관련 표준에 부합하고,
- 엄격한 관리체계를 거쳐 생산과정 중 화학합성 농약, 비료, 생장 조절제, 사료첨가제 등을 사용하지 않은 식품을 말함.
  → 곡물·채소·과일·음료·유제품 ·조미료·기름·수산물 등 포함
- 중국의 유기농식품생산액은 816.8억 위안, 연간판매액은 200~300억 위안에 달하면서 세계 4위의 유기농 식품 소비국으로 부상되고 있음.

그림-9. **중국의 식품안전 기준**



	농 약	비 료	호르몬제	유전자 변형	적 용 범 위	표 식
유기농 식품	금 지	금 지	금 지	금 지	전세계	
녹색 식품	금 지	제 한	제 한	금 지	중 국	
무공해 식품	제 한	제 한	가 능	가 능	중 국	
일반 식품	가 능	가 능	가 능	가 능	중 국	없 음

자료 : aT, 중국유기농 영유아식품시장조사, 2018년 해외이슈조사보고서

▌유 기 농 산 업

- 중국 유기농산업의 빠른 속도로 발전하고 있으며, 소비자에게 고품질의 안전 식품과 건강식품을 제공하고 농민 소득 증대에도 큰 영향을 미친 것으로 나타났음.
- 중국 유기농산물 재배면적은 272.2만ha, 유기농식품 생산기업 7,894개, 생산기지 6,628개, 가공공장 3,910개에 달함. (2013년 기준)
- 유기농상품인 식물, 동물, 수산품 및 가공류 등 4대 산품에 대해 약 1만 건에 달하는 유기농 식품 인증서가 발급됨.

▌유기식품 소비행태

- 중국 유기농 식품산업 시장현황 분석에 따르면, 중국 내 유기식품관심도가 높은 지역은 북경, 상해, 광주 등 1선 대도시 혹은 경제가 발달한 동부 연안지역으로 나타남.
- 중국 유기농 식품 소비의 85%는 상류층과 중산층이며, 15%는 외국인과 해외 거주 경험이 있는 중국인으로 중산층 이상을 중심으로 한 유기농 소비시장이 확대되는 추세임.
- 최근 중국 유기농식품 소비액은 매년 30 ~ 50% 증가하고 있으며, 공급 부족량이 수요량의 30%에 달하고 있음.

2-6. 베 트 남

규 모	유기농 재배면적 77,000ha (2016년 기준)

▌최 근 동 향

- KATA 농식품수출정보, 베트남 유기농시장 동향에 따르면 베트남 현지시장의 높은 경제 성장률, 산업화로 인해 국민들의 실가처분 소득 상승 및 먹거리 대한 관심이 지속적으로 높아지고 있는 상황임.
- 최근 들어 베트남 대표 도시인 하노이와 호치민 중심으로 유기농 식품의 새로운 트렌드 바람이 불고 있음.
- 현지의 무분별한 화학성분 농약 및 살충제 사용으로 토질과 지하수 등 환경문제가 대두되기 시작하면서 유기농 농업의 중요성이 날로 높아지고 있는 상황임.
- 이에 따라, 베트남 정부의 관련정책 수립, 현지 대기업들의 유기농업 투자도 줄지어 이뤄지고 있는 실정임.

▌재 배 현 황

- 베트남유기농업협회(VOAA)에 따르면 유기농 생산지역은 33개성에서 진행되고 있으며, 2016년 재배면적은 77,000ha로 2010년에 비해 경작지가 3.6배로 확대되었음.
- 주로 생산되는 유기농 식품은 과일, 채소, 곡물류, 유제품, 수산물 등이며, 주로 내수 시장에서 소비되고 생산 품목의 범위가 점차적으로 확대되고 있음.
- 달랏 유기농 채소 농장, Bến Tre의 Phú Hưng 코코넛 오일 가공공장, Vị Xuyên-Hà Giang의 Cao Bồ 차 공장, Tân Châu - Tây Ninh의 TT 공장 등이 효과적 유기농 식품모델 생산지로 알려짐.

▌유 기 농 인 증

- Q&Me 보고서에 따르면 현지인들이 식료품 구매 시 가장 관심을 두는 점은 식품 안전에 관한 내용을 꼽았음.
  → 소비자들에게 유기농제품은 건강, 친환경적, 신선도가 우수한 제품으로 인식되고 있음.
- 유기농 제품의 주 소비자층은 중산층 이상의 소득자와 유아와 함께 살고 있는 젊은 가족들로 조사됨.

제4절. 국내 유기농산업 실태

1. 유기농·축산물 인증현황

▌친환경 농·축산물 현황

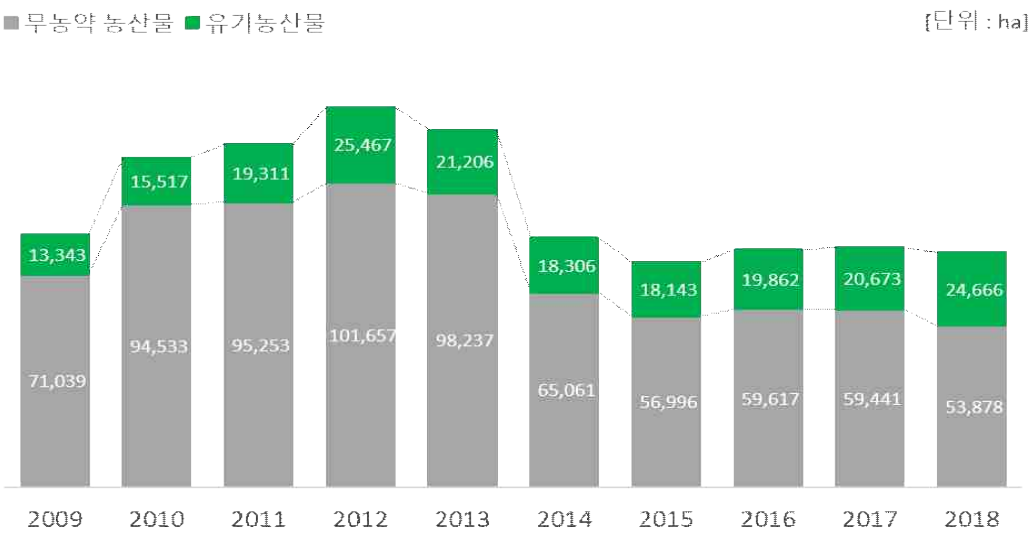
- 친환경 농산물의 인증건수는 최근 5년간 3.4%가 증가함.
- 친환경 농산물의 인증 농가 수, 인증면적, 출하량 등은 모두 감소하였으며, 이는 인증제도의 변화 때문임. (저농약 인증 폐지)
- 친환경 축산물의 인증은 인증건수, 농가 수, 사육두수, 출하량 등 모두 감소함.

표-7. **농축산물 친환경 인증 추이**

구 분		2014	2015	2016	2017	2018	증 감
농산물	건 수(건)	23,466	22,253	22,954	24,256	25,091	▽ 3.4
	농가수(호)	85,165	67,617	61,946	59,423	57,261	△ 3.6
	인증면적(ha)	100,046	82,768	79,479	80,114	78,544	△ 2.0
	출하량(톤)	825,483	577,450	571,217	496,380	450,886	△ 9.2
축산물	건 수(건)	6,088	6,170	6,713	6,592	5,525	△ 16.2
	농가수(호)	8,275	7,799	8,223	7,675	6,125	△ 20.2
	사육두수(천두)	157,611	145,342	166,176	168,431	155,236	△ 7.8
	출하량(톤)	738,362	831,638	1,058,250	1,328,750	956,222	△ 28.0

자료 : 국립농산물품질관리원, 2018년도 유기식품 등 인증통계, 2019.3.

그림-10. **최근 10년간 친환경인증 재배면적 추이 (국내)**



▌유기 농·축산물 현황

- 2018년 우리나라 농산물의 유기농 인증건수는 5,574건, 농가 수는 15,528호, 인증면적은 24,666ha, 출하량은 105,073톤으로 우리나라 전체 친환경 농산물 인증출하량 450,886톤의 23.3%를 점유함.
- 축산물의 유기농 인증건수는 93건, 농가 수는 101호, 사육두수는 109천두, 출하량은 41,445톤임.
- 최근 5년간 유기축산물 인증건수는 74건에서 93건으로 1.1% 증가, 유기축산물 출하량은 7.2% 증가, 인증 농가수는 감소(3.8%) 추세임.
- 유기인증 축산물 중 우유 출하량이 40,237톤으로 전체 출하량 41,445톤의 97.1% 점유하고 있으며, 다음으로 쇠고기 206톤, 돼지고기 242톤, 달고기 12톤, 계란 242톤이 출하됨.

표-8. **농·축산물 친환경 인증현황(2018년)**

구 분		유 기	무농약 (무항생제)	계
농 산 물	건 수(건)	5,574	19,517	25,091
	농 가 수(호)	15,528	41,733	57,261
	인증면적(ha)	24,666	53,878	78,544
	출 하 량(톤)	105,073	345,813	450,886
축 산 물	건 수(건)	93	5,432	5,525
	농 가 수(호)	101	6,024	6,125
	사육두수(천)	109	155,126	155,236
	출 하 량(톤)	41,445	914,777	956,222

자료 : 국립농산물품질관리원, 2018년도 유기식품 등 인증통계, 2019.3.

표-9. **유기농산물 인증추이 및 품목별 출하량**

구 분	유기농산물 인증추이			출하량(`18)		
	2014년	2018년	증감	품 목	출하량 (M/T)	비중
인 증 건 수 (건)	3,573	5,574	▽13.3	곡 류	56,396	53.7
농 가 수 (호)	11,633	15,529	▽16.1	채소류	31,471	30.0
인 증 면 적 (ha)	18,306	24,616	▽19.2	과실류	7,283	6.9
출 하 량 (M/T)	95,694	105,073	▽7.4	기 타	9,923	9.4
				계	**105,073**	**100.0**

표-10. 농축산물 친환경 인증별 추이

구 분			2014	2015	2016	2017	2018	증감
농산물	건 수 (건)	유 기	3,753	3,951	4,472	4,920	5,574	▽13.3
		무농약	16,586	16,591	18,482	19,336	19,517	▽0.9
		저농약	3,127	1,711	-	-	-	-
		소 계	**23,466**	**22,253**	**22,954**	**24,256**	**25,091**	**▽3.4**
	농가수 (호)	유 기	11,633	11,611	12,896	13,379	15,528	▽16.1
		무농약	56,756	48,407	49,050	46,044	41,733	△9.4
		저농약	16,776	7,599	-	-	-	-
		소 계	**85,165**	**67,617**	**61,946**	**59,423**	**57,261**	**△3.6**
	인증면적 (ha)	유 기	18,306	18,143	19,862	20,673	24,666	▽19.3
		무농약	65,061	56,996	59,617	59,441	53,878	△9.4
		저농약	16,679	7,629	-	-	-	-
		소 계	**100,046**	**82,768**	**79,479**	**80,114**	**78,544**	**△2.0**
	출하량 (톤)	유 기	95,694	94,429	110,054	113,526	105,073	△7.4
		무농약	479,441	365,635	461,163	382,855	345,813	△9.7
		저농약	250,348	117,386	-	-	-	-
		소 계	**825,483**	**577,450**	**571,217**	**496,380**	**450,886**	**△9.2**
축산물	건 수 (건)	유 기	74	78	85	92	93	▽1.1
		무항생제	6,014	6,092	6,628	6,500	5,432	△16.4
		소 계	**6,088**	**6,170**	**6,713**	**6,592**	**5,525**	**△16.2**
	농가수 (호)	유 기	97	98	101	105	101	△3.8
		무항생제	8,178	7,701	8,122	7,570	6,024	△20.4
		소 계	**8,275**	**7,799**	**8,223**	**7,675**	**6,125**	**△20.2**
	출하량 (톤)	유 기	13,863	27,518	33,986	38,671	41,445	▽7.2
		무항생제	724,499	804,120	1,024,264	1,290,079	914,777	△29.1
		소 계	**738,362**	**831,638**	**1,058,250**	**1,328,750**	**956,222**	**△28.0**

자료 : 국립농산물품질관리원, 2018년도 유기식품 등 인증통계, 2019.3.

표-11. 유기인증 농·축산물 출하현황

구 분	분 류 별	유 기	무농약/무항생제	계
농산물	곡 류	56,396	99,623	156,019
	두 류	388	1,051	1,439
	과 실 류	7,283	15,935	23,218
	채 소 류	31,471	90,442	121,914
	서 류	3,594	13,553	17,148
	특용작물	2,249	115,240	117,489
	약용작물	227	776	1,004
	기 타	3,464	9,191	12,655
	소 계	**105,073**	**345,813**	**450,886**
축산물	쇠 고 기	206	29,020	29,225
	돼지고기	242	208,795	209,037
	닭 고 기	12	226,919	226,931
	오리고기	-	72,289	72,289
	우 유	40,237	66,332	106,569
	계 란	742	266,838	267,579
	오 리 알	-	1,000	1,000
	기 타	5	43,586	43,591
	소 계	**41,445**	**914,777**	**956,222**

자료 : 국립농산물품질관리원, 2018년도 유기식품 등 인증통계, 2019.3.

○ 시도별 친환경농산물 출하현황을 보면, 경기도 77,045.6톤, 전남도 123,008.3톤, 경북 59,945.8, 충남 39,618.8톤 순임.

표-12. **시도별 친환경농산물 출하현황 (2018년 기준)**

[단위 : 호, 톤]

행정구역	항목	농산물			축산물		
		계	유기농산물	무농약농산물	계	유기축산물	무항생제축산물
계	농가수	57,261	15,528	41,733	6,109	101	6,008
	출하량	508,147	120,601	387,546	956,437	41,550	914,887
서울	농가수	65	6	59	8	0	8
	출하량	451	28	423	3,103	0	3,103
부산	농가수	82	1	81	0	0	0
	출하량	1,185.7	36	1,149.7	0	0	0
대구	농가수	141	10	131	9	0	9
	출하량	1,515.3	182.6	1,332.7	3,634	0	3,634
인천	농가수	340	52	288	21	0	21
	출하량	5,825.3	945.7	4,879.6	972	0	972
광주	농가수	420	45	375	5	0	5
	출하량	3,614.6	36.9	3,577.7	359	0	359
대전	농가수	42	5	37	1	0	1
	출하량	580.7	59.2	521.5	2	0	2
울산	농가수	55	4	51	1	0	1
	출하량	1,006.9	574	432.9	2	0	2
세종	농가수	90	23	67	23	0	23
	출하량	660.2	169.1	491.1	6,738	0	6,738
경기	농가수	5,320	1,091	4,229	1,453	9	1,444
	출하량	77,045.6	9,557.7	67,487.9	194,691	2,656	192,035
강원	농가수	2,433	672	1,761	329	13	316
	출하량	20,467.3	7,732.7	12,734.6	32,454	3,326	29,128
충북	농가수	3,280	965	2,315	413	7	406
	출하량	39,688.8	7,736.8	31,952	60,746	214	60,532
충남	농가수	4,132	1,957	2,175	490	18	472
	출하량	39,618.8	15,573.8	24,045	101,849	10,228	91,621
경북	농가수	4,220	949	3,271	1,419	14	1,405
	출하량	59,945.8	7,140.8	52,805	201,565	2,653	198,912
경남	농가수	4,826	1,611	3,215	642	3	639
	출하량	33,487.6	6,857.2	26,630.4	104,873	375	104,498
전북	농가수	4,311	1,251	3,060	628	23	605
	출하량	29,949	11,241.4	18,707.6	140,823	19,912	120,911
전남	농가수	26,406	6,537	19,869	578	10	568
	출하량	123,008.3	32,266.8	90,741.5	73,442	112	73,330
제주	농가수	1,098	349	749	89	4	85
	출하량	12,834.7	4,934.4	7,900.3	25,075	1,973	23,102

자료 : (농산물) 통계청. 친환경농산물 출하현황, 2018.
(축산물) 국립농산물품질관리원, 친환경축산물 출하현황.

o 2017년 국내 친환경농산물 시장규모는 전년대비 7.2% 감소한 1조 3,608억 원임.

표-13. **친환경농산물의 인증단계·품목별 거래규모(2017)**

[단위 : 억 원, %]

구 분	유기농	무농약	계	2016년	전년대비 증감
곡 류	1,638	2,989	4,627	5,217	-11.3
채 소 류	987	2,308	3,295	3,617	-8.9
과 실 류	391	712	1,103	1,834	-39.9
서 류	142	486	628	611	2.8
특작·기타	1,184	2,771	3,956	3,387	16.8
소 계	4,342	9,265	13,608	14,665	-7.2

자료 : 한국농촌경제연구원, 2018 국내외 친환경농산물 시장현황과 과제.

o 친환경농산물 시장규모는 연평균 5.8% 성장하여, 2025년 친환경농산물 시장규모는 2조 1,360억 원에 이를 것으로 전망됨.

→ 유기농산물 시장 : 5,745억 원, 무농약농산물 시장 : 1조 5,615억 원

표-14. **인증단계별 친환경농산물 시장규모 전망**

[단위 : 억 원]

구 분	2017	2018	2019	2020	2021	2025
유 기 농	4,342	4,311	4,516	4,721	4,925	5,745
무 농 약	9,266	13,543	13,839	14,135	14,431	15,615
소 계	**13,608**	**17,853**	**18,354**	**18,855**	**19,356**	**21,360**

자료 : 한국농촌경제연구원, 2018 국내외 친환경농산물 시장현황과 과제.

2. 2차 유기농산업

2-1. 유 기 식 품 산 업

▌가 공 식 품

○ 우리나라 유기가공식품산업은 지속적인 증가 추세로 2018년 유기가공식품 인증농가 수는 931호, 인증면적은 793ha, 인증생산량은 11,947천 톤으로 나타남.

(국립농산물품질관리원)

표-15. **유기가공식품 인증 현황**

세부분류	농가수(호)	인증면적(㎡)	인증생산량(kg)
소 계 (52종)	**931**	**7,934,594**	**11,947,256,690**
1 곡류가공품	57	133,492	4,207,193
2 과 자 류	48	43,869	359,170
3 과채가공품	31	58,095	8,326,312
4 기타가공품	62	240,498	231,301,090
5 기타식품유	65	263,497	44,347,301
6 기타유제품류	3	2,673	113,250
7 김 치 류	7	24,219	1,361,300
8 다 류	199	212,674	31,797,262
9 당류가공품	6	9,868	2,630,800
10 당 시 럽 류	2	5,172	38,750
11 두류가공품	6	12,543	323,800
12 두부류·묵류	8	27,223	2,601,787
13 드 레 싱 류	2	17,048	246,127
14 들 기 름	2	1,698	120,000
15 건과류 가공품	6	68,907	256,300
16 메 밀 가 루	1	52,790	450,000
17 면 류	7	20,304	460,912
18 모 링 가	1	10,000	
19 밀 가 루	5	135,983	24,244,673
20 발 효 유 류	14	60,820	5,953,549,986
21 분 유 류	14	443,499	1,771,600
22 빵류 또는 떡류	12	10,935	966,550
23 서류가공품	2	2,413	251,000
24 살균시유류	1	164	392,375
25 설 탕 류	12	2,128,782	4,948,744,800
26 식용유지가공품	2	16,800	19,488,500
27 식용유지류	14	76,096	1,335,400
28 식용 또는 알가공품	3	2,284	101,000
29 식 초	1	84	3,110

세부분류	농가수(호)	인증면적(㎡)	인증생산량(kg)
30 쌀 눈	1	400	11,000
31 엿 기 름	2	204	51,100
32 엿 류	6	3,769	7,852,318
33 올리고당류	2	4,010	1,115,400
34 우유 및 유제품류	11	74,631	7,674,109
35 유기가공식품	3	3,798	669,800
36 유 청 류	2	2,216	23,000
37 유 크 림 류	2	28,334	1,864,000
38 음 료 류	84	422,123	71,556,536
39 장 류	21	38,082	495,513
40 잼 류	14	33,800	345,467
41 전분가공품	4	590,915	37,706,000
42 절임식품류	5	3,008	171,780
43 조미식품류	11	6,770	2,211,710
44 조 제 유 류	1	25,106	170,000
45 주 류	7	19,860	126,995
46 참 기 름	1	83	125
47 치 즈 류	4	112,889	2,099,797
48 커 피 류	37	69,665	2,298,788
49 코코아가공품·초콜릿류	7	32,395	263,355
50 특수용도식품류	3	16,674	765,000
51 현 미 식 초	1	96	2,000
52 홍 삼 액	1	992	2,600

▌비식용 유기가공품

- 2019년 비식용 유기가공품 시장은 41개 업체, 23,598톤 규모임.
- 최근 5년간(2014년~2018년), 유기가공식품의 제품 수는 5,799개로 8.9% 증가하였으며, 업체 수는 738개 업체로 0.5% 감소함.
- 최근 5년간 (2014년~2018년), 비식용유기가공품의 제품 수는 176개로 252% 증가하였으며, 업체 수는 14개로 100% 증가함.

표-16. **비식용유기가공품 인증 현황**

세부분류	농가수(호)	인증면적(㎡)	인증생산량(kg)
소 계	**41**	**681,571**	**23,597,844**
70% 이상 애완동물용 유기사료	5	21,220	6,190,000
90% 이상 애완동물용 유기사료	3	34,398	21,230,000
사료	3	26,000	9,000,000
기타가공품	1	87,931	4,600,000
비식용유기가공품	4	5,000	47,000,000
식물성단미사료	4	74,370	21,500,000
양축용 유기사료	21	389,049	97,683,844

자료 : 국립농산물품질관리원, 친환경인증정보시스템(www.enviagro.go.kr)

표-17. **유기가공식품 및 비식용유기가공품 인증 추이**

[단위 : 억 원]

구 분		2014	2015	2016	2017	2018	증감
유기 가공식품	업체수(개소)	575	650	730	742	738	△0.5
	제품수(개)	3,253	4,083	5,814	5,325	5,799	▽8.9
	출하량(톤)	-	-	-	-	80,356	-
비식용 유기가공품	업체수(개소)	4	5	3	7	14	▽100
	제품수(개)	43	45	39	50	176	▽252
	출하량(톤)	-	-	-	-	14,316	-

자료 : 국립농산물품질관리원, 친환경인증정보시스템(www.enviagro.go.kr)

2-2. 유 기 농 업 자 재

▌유기농업자재 정의

- 유기농업자재는 유기농산물을 생산, 제조, 가공 또는 취급하는 과정에서 사용할 수 있는 허용 물질을 원료 또는 재료로 하여 만든 제품(농자재)임.
- 허용물질이란 유기농축산물 생산과정에서 사용할 수 있는 물질을 뜻함.
  즉, 유기농업에서 토양 개량 및 작물 생육에 사용가능한 물질과 병해충 관리에 사용가능한 물질을 말함.
- '농림축산식품부 소관 친환경농어업 육성 및 유기식품 등의 관리·지원에 관한 법률 시행규칙' 별표1에 허용물질 종류를 규정하고 있음.
- 유기농업자재 시장이 5천억 원 규모이며, 2019년에는 제품수 1,691개, 제조사는 652개로 성장하고 있음.
  - 허용물질 종류 : 90종 (2015년)
  - 공시등 제품수 : ('13) 1,207 → ('14) 1,237 → ('15) 1,366 → ('19)1,691개
  - 공시등사업자수 : ('13) 487 → ('14) 510 → ('15) 562 → ('19) 652개
- 유기농업자재 공시 제도란 유기농업자재가 허용물질을 사용하여 생산된 자재 여부를 확인 하여 그 자재의 명칭, 주성분명, 함량 및 사용방법 등에 관한 정보를 공시하는 제도임.

그림-11. **유기농업자재 공시기준**

자료 : 국립농산물품질관리원, 홈페이지

▌유기농업자재 생산 및 판매량

o 2015년 유기농업자재 판매량은 2,177천 톤으로 2014년(1,521천 톤)대비 656천 톤(43.1%)이 증가하였으나 생산량은 2014년 대비 376천 톤이(18.0%) 감소함.

표-18. **유기농업자재 시장 추이**

[단위 : 천 톤]

년도	생산량			판매량		
	합계	토양개량·작물생육용	병해충 관리용	**합계**	토양개량·작물생육용	병해충 관리용
2014	2,098	2,083	15	1,521	1,507	14
2015	1,722	1,698	24	2,177	2,153	24

o 유기농업자재 공시 제도에 의한 우리나라 유기농업자재는 총1,691개 품목임.
(2019년 7월말 현재, 국립농산물품질관리원, 유기농업자재 제품 정보 통합검색)

표-19. **유기농업 세부자재별 인증현황**

[단위 : 개]

자재 용도	**계**	병 해 관리용	병해충 관리용	작 물 생육용	충 해 관리용	토 양 개 량	토양개량 및 작물생육용
병해충 관리	**551**	191	91		268		1
토양개량 및 작물생육용	**1,138**		2	261	2	41	832
기 타 자 재	**2**				2		
합 계	**1,691**	**191**	**93**	**261**	**272**	**41**	**833**

o 유기농업자재별 생산지역은 국내 1,453개 품목, 수입이 221개로 병해충관리용 유기농업자재는 총 53개 품목, 토양 개량 및 작물생육용 유기농업자재는 167개 품목이 수입되고 있는 실정임.

o 병해충관리용 유기농업자재의 주요 수입국으로 프랑스, 네덜란드, 스위스, 인도, 미국, 스페인, 중국, 호주 등이 있음.

o 토양개량 및 작물생육용 유기농업자재의 주요 수입국으로 호주, 아일랜드, 일본, 미국, 캐나다, 네덜란드, 이탈리아, 벨기에, 스페인, 중국, 영국, 필리핀, 인도, 인도네시아 등이 있음.

표-20. 유기농업자재 인증현황 (생산지역)

[단위 : 개]

구분	합계	병해충관리용				토량 개량 및 작물생육용						기타
		소계	병해 관리용	충해 관리용	병해충 관리용	소계	병해충 관리	작물 생육용	충해 관리용	토양 개량용	토양 개량+ 작물 생육	
국내	1,453	492	180	225	87	960	1	213	228	35	709	1
수입	221	53	14	38	1	167	1	49	39	6	111	1
소계	**1,674**	**545**	**194**	**263**	**88**	**1,127**	**2**	**262**	**267**	**41**	**820**	**2**

자료 : 국립농산물품질관리원, 홈페이지

2-3. 펫 케어(Pet Care) 산업

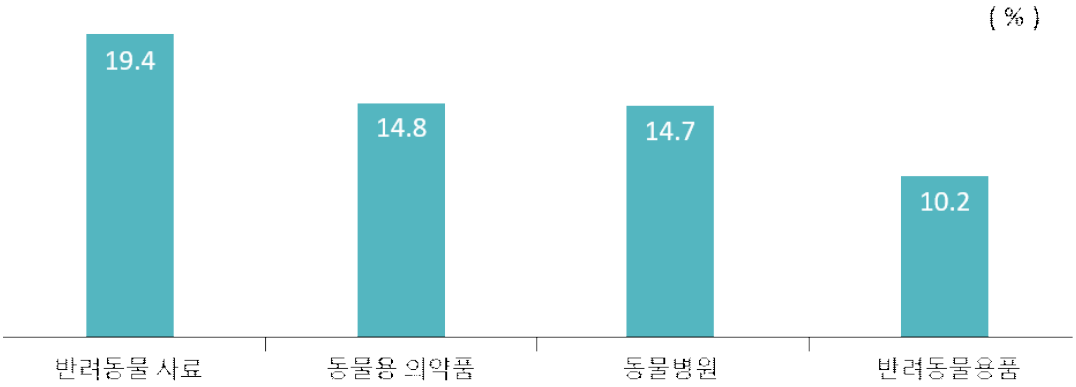
▌세계 시장규모

- 2018년 세계 펫 케어 시장 규모는 전년대비 약 6%가 증가한 1,307억 달러(152조 41억 원)로 전망하고 있음.
  → 2017년 펫 케어 시장규모 1,230억 달러(약 143조 490억 원) 추정
- 특히 펫 케어 성장은 아시아가 주도하고 있으며, 지난 5년간 아시아의 펫 케어 시장 연평균 성장률이 11%에 달함.
  → 2017년 아시아 펫 케어 시장규모는 177억 달러(20조 5231억 원) 추정
- 아시아 시장의 성장세는 앞으로도 이어질 전망임.
  → 유로모니터는 이미 펫 케어 시장이 성숙한 유럽·북미 지역이 향후 5년간 연평균 5% 미만의 성장률을 보이는 반면에,
  아시아지역은 연평균 14% 이상 성장할 것으로 예측함.

▌국내 시장규모

- 펫 푸드(Pet Food)와 펫 용품(Pet Products)을 포함한 2019년 한국의 펫 케어 시장규모가 2조 원에 육박할 것이란 전망함.
  (유로모니터 인터내셔널, 뉴스원 2019년 5월 9일 재인용)
- 2019년 한국 펫 케어 시장은 2011년과 비교하면 약 2배 가까이 성장하였으며, 최근 5년간 한국의 펫 케어 시장의 연평균 성장률은 11%에 달해 성장 가능성이 매우 높은 산업임.

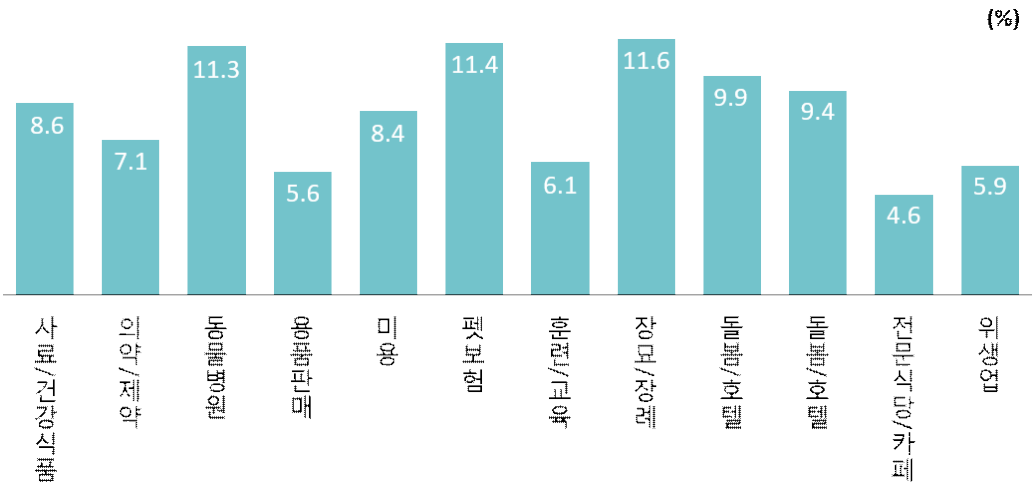
그림-12. **반려동물 연관 산업별 시장성장률**



자료 ; KB금융지주경영연구소, 2018 반려동물보고서, 2018. 12.

- 농림축산식품부와 산업연구원의 통계에서도 국내 반려동물 관련 시장규모는 2015년 1조 8,000억 원 규모에서 2020년 5조 8,000억 원으로 성장할 것이라 전망하고 있음.

그림-13. **반려동물 세부연관 산업별 시장성장률**



자료 ; KB금융지주경영연구소, 2018 반려동물보고서, 2018. 12

▌연 관 산 업

- 반려동물 연관 산업 각 산업별 산업규모는 2011년 1조 443억 원에서 2014년 1조 5,684억 원으로 연평균 14.5%가 증가함.
- 각 산업이 전체시장에서 차지하는 비중은 수의서비스가 41.8%로 가장 높고, 다음으로 사료 31.5%, 동물 및 관련용품 24.5%, 장묘 및 보호서비스 2.2%가 시장을 점유하고 있음. (2014년 기준)

o 국내 반려동물 연관산업 시장규모는 2017년 2조 3,322억 원에서 2027년 6조 55억 원까지 증가할 것으로 전망하고 있으며, 2032년 7조 원에 도달한 후 서서히 시장포화점(7조 6천억 원)에 도달 할 것으로 예측함.

표-21. **반려동물 연관산업별 시장 성장률**

[단위 : 억 원, (%)]

연 도	2011년	2012년	2013년	2014년	연평균 증가율
사 료	3,852 (36.9)	3,757 (31.7)	4,228 (30.5)	4,940 (31.5)	(9.4)
수의서비스	3,549 (34.0)	4,806 (40.6)	5,790 (41.8)	6,550 (41.8)	(28.2)
동물 및 관련 용품	2,874 (27.5)	3,098 (26.1)	3,582 (25.9)	3,848 (24.5)	(11.3)
장묘 및 보호서비스	167 (1.6)	190 (1.6)	253 (1.8)	338 (2.2)	(34.1)
보 험	-	-	4 (0.1)	5 (0.1)	
합 계	**10,442 (100.0)**	**11,851 (100.0)**	**13,857 (100.0)**	**15,681 (100.0)**	**(16.7)**

자료 : 지인배 외, 반려동물 연관산업 발전방안 연구, www.KREI.re.kr, 2017.

o 국내 반려동물 사료시장 중 반려묘 시장은 약 3,200억 원 규모로 전년대비 14% 증가하였고 연평균 약 5%씩 성장하여 2024년에는 4,500억 원 규모가 될 것으로 전망함.

동원 F&B

푸드마스터 그룹

하림 핫푸드

o 반려동물용 사료시장은 연평균 9.4% 성장을 보이는데, 틈새시장인 반려동물용 사료시장으로의 진출이 활발하게 전개되면서 시장성장 속도가 가파르게 나타나고 있음.

→ 동원 F&B, 하림, 빙그레, KGC 인삼공사, 풀무원 등 식음료업체, 콜마앤에이치 등 제약사, LG생활건강 등 화장품/생활용품업체, 이마트와 GS25 등 유통업체들의 시장 진출이 활발함.

- 국내업체로는 대한사료, 대주산업, 제일사료 등이 국내 펫 푸드 시장 점유율 상위 10위권에 포진해 있지만, 점유율은 각각 10%, 7%, 2%대 수준이며 '이코노미 사료' 비중이 높은 실정임.
  → 국내 식품 대기업들을 중심으로 국내 펫 푸드 시장을 '탈환'하기 위한 도전이 거세게 펼쳐지고 있음.

국내 펫 푸드 업체의 고급화 전략

◉ 사람이 먹어도 무해할 만큼의 식재료로 다양한 영양성분은 물론 홍삼까지 함유한 제품들을 출시하고 있음.

- 소셜 커머스 기업에 따르면 가장 많이 팔린 상품 TOP 10중에서 8개 품목이 반려동물 사료와 간식이었으며, 특히 2015년에 비해 반려동물 수제간식은 105%, 프리미엄 사료는 207% 매출이 증가함.

동 원 F & B	◉ 참치와 크릴새우를 비롯하여 직접 만든 '천지인 홍삼' 분말을 담은 고급애견 건식펫푸드 뉴트리플랜 애견 건사료 2종 출시. ◉ 이 제품은 단백질과 오메가3 지방산이 풍부한 참치를 주원료로 면역력을 위한 홍삼과 피부건강을 위한 크릴새우를 추가. ◉ 장 건강에 좋은 비트펄프와 유카추출물 및 천연항산화제 추가. ◉ 습식 펫푸드에서 기술을 쌓아온 동원F&B는 캐나다 고급 건식 펫푸드 업체 뉴트람과 업무협약 체결. ◉ 태국 최대 식품기업인 CPF(Charoen Pokphand Foods)와 업무협약을 체결해 글로벌 파트너십도 강화. ◉ 동원F&B는 이를 통해 2019년 펫푸드 사업에서 300억원 매출을 거둔다는 목표임.
LG 생활건강	◉ 펫푸드 브랜드 시리우스 윌을 선보이면서 펫푸드 시장에 진출. ◉ 시리우스 윌은 자연친화적인 유기농 원료를 주창. 농약이나 인공색소, 육골분 등 부속물은 배제하고, 유기농 한우와 홍삼으로 반려견의 입맛을 돋우며, 면역력을 높일 수 있도록 함. ◉ 최근 출시한 프리바이오틱스는 100% 생육 가수분해 단백질로 만든 사료.
KGC 인삼공사	◉ 홍삼을 주원료로 한 반려동물 건강식 브랜드 지니펫을 론칭한 후 기본식을 비롯, 영양제, 간식 등 다양한 홍삼함유 제품들을 출시. ◉ 지니펫의 대표제품으로는 홍삼함유 유기농 기본식, 더 홀리스틱 홍삼&신선한 연어 등이 있음.

하림 펫푸드	◉ 사람도 먹을 수 있는 식재료를 표방하며 프리미엄 이미지 구축 ◉ 하림의 펫푸드 브랜드 더 리얼은 펫푸드 성분표상 표기된 모든 재료를 사람이 먹을 수 있는 식품원료 수준에서 선별하며, 국내 사료관리법에 따라 위해요소 중점관리기준(HACCP) 인증을 받은 공장에서 제조.
풀무원 건강생활	◉ 프리미엄 제품을 확대. ◉ 풀무원건강생활의 펫푸드 브랜드 아미오는 '그레인 프리(Grain Free)'로 차별화. 육식동물에 가까운 강아지와 고양이는 곡물 소화 능력이 떨어지기 때문에 곡물을 원료에서 배제. ◉ 아미오 그레인 프리는 전체 육류함량이 80%이고 옥수수, 밀, 쌀 등 곡물 대신 병아리콩, 렌틸콩, 완두콩 등 혈당지수의 상승을 낮춰주는 Low GI(Glycemic Index) 원료를 사용.
빙그레	◉ 반려동물이 소화할 수 있는 펫 밀크를 개발해 출시. ◉ 펫푸드브랜드 에버그로를 론칭한 빙그레가 첫 제품으로 선보인 반려견 전용 펫밀크는 반려동물 전용 유산균을 함유하고 있음.
서울우유 협동조합	◉ 서울우유협동조합 프리미엄 펫 간식 브랜드 '아이펫'도 유당을 분해해 소화흡수가 용이한 반려견 전용우유 아이펫 밀크와 그레인 프리 영양간식 아이펫 밀크저키를 출시.

▌참 고 : 국내 펫 푸드 시장현황

국내 펫 푸드 시장 현황 : 다국적 기업 시장 지배

◉ 국내 펫푸드 시장은 로얄캐닌, 네슬레 등 외국계 브랜드들이 장악하고 있음.

◉ 반려동물산업이 일찍부터 성장한 유럽, 미국 등 선진국 브랜드들이 국내 펫푸드 시장의 70% 이상을 차지하고 있음.

(베이비 타임즈, 2018. 10. 16)

◉ 일본 펫푸드 시장규모는 2017년도 기준 2,876억 엔(한화 약 3조원)으로, 10년 전인 2007년 2,440억 엔(한화 약 2조 5천억 원)과 비교해서 17% 이상 성장하는 등 시장이 확대되고 있음.

(일본식량신문)

로얄캐닌	◉ 국내 펫푸드 시장점유율 1위 글로벌 기업 ◉ 전북 김제 지평선산업단지의 10만㎡ 부지에 820억원을 투자 생산공장 설립하여 개와 고양이 사료를 연간 9만 톤 이상을 생산하고 있음.
후세 (Husse)	◉ 동물보호에 앞장서는 '펫 프렌들리' 브랜드로 차별화 ◉ 경기도 안산시가 주최한 반려동물 문화행사 '안산 금수저 대잔치에 참여하는 등 국내 마케팅을 적극적 전개함.

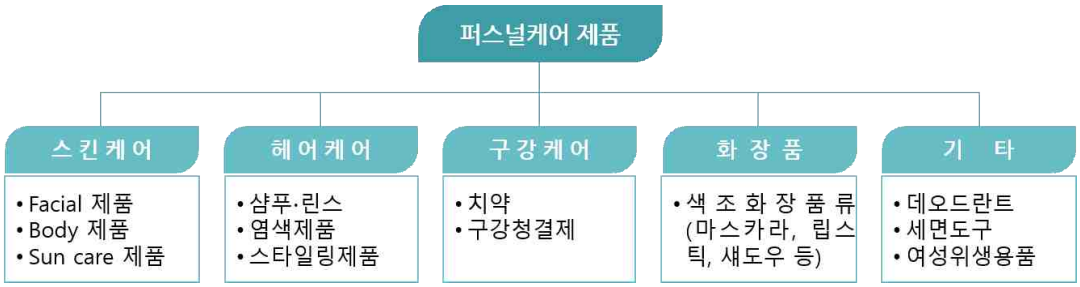
2-4. 퍼스널 케어(Personal Care) 시장

1 퍼스널 케어 시장

▌정의 및 분류

- 유기농 퍼스널케어 제품(Organic Personal Care Products)이란 식물추출 천연성분을 이용해 친환경적 조건에서 제조한 제품으로 파라벤(parabens), 프탈산수지(phthalates), 석유화학물질(petrochemical), 알루미늄 염(aluminum salt) 등의 합성 성분이 포함되지 않음.
- 유기농 퍼스널케어 제품은 스킨케어, 헤어케어, 구강케어, 화장품, 기타 제품 등 5가지 종류로 분류되고, 그 중에서 스킨케어 제품이 유기농 퍼스널 케어 제품의 대부분을 차지하고 헤어제품과 화장품이 다음으로 많은 비중을 차지함.

그림-14. **유기농 퍼스널케어 제품시장 분류**



▌시 장 동 향

- 글로벌 오가닉 퍼스널 케어 원료시장은 연평균 5.5%의 성장세를 이어가고 있으며, 덕분에 2017년 72억 5,000만 달러의 시장규모를 형성함.
- 그랜드 뷰 리서치社(뷰티신문)의 마켓세어 및 트랜드 분석에 따르면 2025년에 이르면 111억 달러의 시장규모로 성장할 것이라 전망하고 있음.
  → 제품별, 용도별, 영역별 오가닉 퍼스널케어 원료시장 규모 2018~2025년 전망
- 스킨케어 및 헤어케어제품 분야에서 오가닉 또는 내추럴 제품을 찾는 수요가 고조되고 있는 현실이 이처럼 오가닉 퍼스널 케어원료시장이 팽창을 거듭하는 데 핵심적 요인으로 작용할 것이라 전망함.
- 개인 건강 및 안전성에 대한 인식 제고와 소비자들의 가처분 소득 수준향상, 이머징 마켓 국가들의 중산층 인구에서 눈에 띄고 있는 삶의 기준 개선 등도 오가닉 퍼스널 케어 원료시장이 성장하는 시장 환경이 조성될 것이라 전망함.
- 또한 보고서는 화장품에 함유된 각종 화학합성물의 사용과 관련한 소비자들의

우려감 증대, 내추럴 및 오가닉 스킨케어 제품을 찾는 수요 증가 등이 오가닉 퍼스널케어 원료시장이 성장하는데 촉매제로 작용할 것으로 전망함.

▌세계 시장규모 및 동향

- 생명공학정책연구센터의 연구 자료에 따르면 세계 오가닉 퍼스널 케어 제품시장은 2013년 83.6억 달러에서 연평균 9.3%(`14~`20년)씩 성장하여 2020년에는 156.9억 달러에 이를 것이라 전망함.
  → 소비자의 건강 인식 증가, 신제품 출시, 유통 구조의 확대로 유기농 퍼스널 케어 제품시장은 지속적으로 성장할 것으로 전망함.

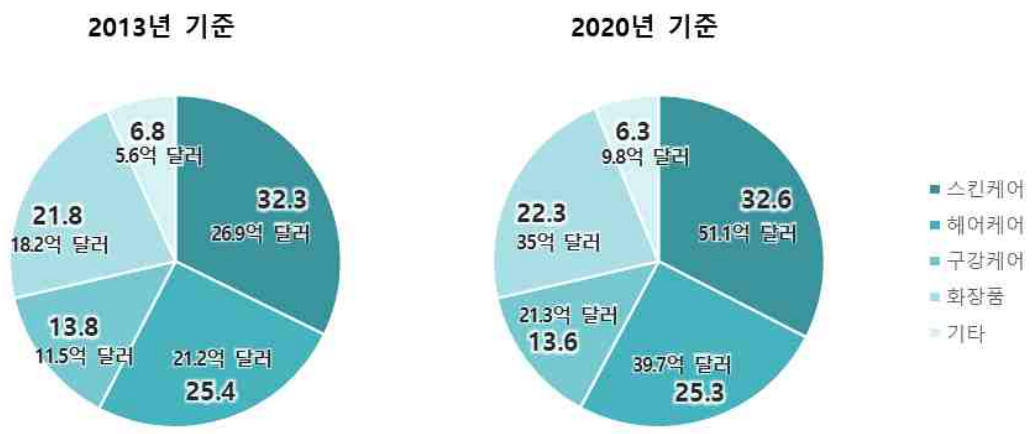
- 스킨케어 제품시장이 연평균 9.5% 성장해 2020년 5,112백만 달러, 화장품 시장이 9.7% 성장한 2020년 3,502백만 달러, 헤어케어 시장이 3,965백만 달러 시장으로 성장할 것으로 전망함.

표-22. **세계 유기농 퍼스널 케어 시장규모 및 전망**

[단위 : 백만 달러, %]

제품분류	연도별 시장현황 및 전망								CAGR (`20/`14)
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
스킨케어	2,696	2,965	3,259	3,581	3,930	4,308	4,700	5,112	9.5
헤어케어	2,123	2,330	2,555	2,802	3,068	3,355	3,653	3,965	9.3
구강케어	1,152	1,262	1,382	1,513	1,655	1,808	1,965	2,130	9.1
화장품	1,823	2,009	2,212	2,435	2,677	2,940	3,213	3,502	9.7
기타	565	614	667	724	784	849	915	983	8.2
합계	**8,360**	**9,182**	**10,077**	**11,057**	**12,115**	**13,261**	**14,448**	**15,693**	**9.3**

자료 : 생명공학정책연구센터 재가공.



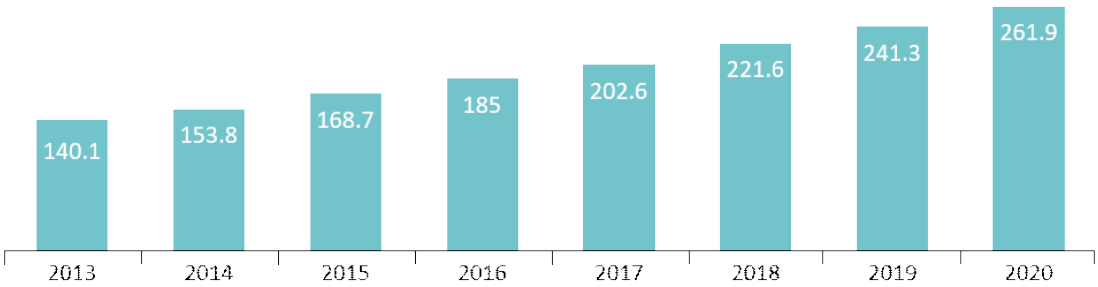
자료 : 생명공학정책연구센터 재가공((오가닉 퍼스널 케어 제품 시장92014-2020).

▌국내 시장규모 및 동향

○ 국내 유기농 퍼스널 케어 제품시장은 2013년 1.4억 달러(1,594억 원)에서 연평균 9.3%(`14~`20년)씩 성장하여 2020년에는 2.6억 달러(2,960억 원) 수준에 이를 것으로 전망함. (생명공학정책연구센터)

그림-15. **국내 유기농 퍼스널 케어 시장규모 및 전망**

(단위: 백만달러)



자료 : 생명공학정책연구센터 재가공(오가닉 퍼스널 케어 제품 시장92014-2020).

2 유기농 화장품

▌종류 및 특징

∘ 우리나라 화장품 산업은 건강·미용에 대한 관심 고조, 품질 향상, 한류 열풍 등으로 주요 수출산업으로 자리매김하고 있음.

유기화장품 인증제도 도입

◉ 화학물질에 대한 우려, 친환경에 대한 인식 제고 등으로 유기농 제품에 대한 소비자 선호도가 높아져 유기농화장품 시장규모가 지속적으로 확대됨
(국민권익위원회, 화장품산업 경쟁력 강화 및 소비자 권익 보호를 위한 유기화장품 인증제도 도입 방안, 2016. 9).

표-23. **화장품 분류**

(화장품법 제2조, 법률 제15947호)

종 류	정 의
화 장 품	◉ 인체를 청결·미화하여 매력을 더하고, 용모를 밝게 변화 시키거나, 피부·모발의 건강을 유지 또는 증진하기 위하여 인체에 바르고 문지르거나 뿌리는 등 이와 유사한 방법으로 사용되는 물품으로서 인체에 대한 작용이 경미한 것을 함.
기 능 성 화 장 품	◉ 피부의 미백에 도움을 주는 제품 ◉ 피부의 주름개선에 도움을 주는 제품 ◉ 피부를 곱게 태워주거나 자외선으로부터 피부를 보호하는 데에 도움을 주는 제품 ◉ 모발의 색상 변화·제거 또는 영양공급에 도움을 주는 제품 ◉ 피부나 모발의 기능 약화로 인한 건조함, 갈라짐, 빠짐, 각질화 등을 방지하거나 개선하는 데에 도움을 주는 제품
유 기 농 화 장 품	◉ 유기농 원료, 동식물 및 그 유래 원료 등을 함유한 화장품
천 연 화 장 품	◉ 동식물 및 그 유래 원료 등을 함유한 화장품

∘ 유기농 화장품

◉ 유기농 원료를 10% 이상 함유하고, 동식물 원료와 그 유래 원료, 미네랄(광물) 원료와 그 유래원료를 함유한 제품.

◉ 식품의약품안전처는 유기농화장품의 기준에 관한 규정(고시 제2019-66호)에 따라 유기농 화장품의 요건으로 95% 이상 유기농 원료, 식물원료 및 식물유래 원료, 미네랄 원료 및 미네랄 원료로 이루어져 있음.

◉ 자연대체 곤란한 합성원료는 5% 이내에서 사용할 수 있으며, 전체 구성 원료 중 10% 이상이 유기농 원료로 구성되어야 함.

◉ 제품명에 유기농을 표시하고자 하는 경우, 유기농 원료가 물과 소금을 제외한 전체 구성성분의 중 95% 이상이 되어야 함.

- 천연 화장품
  ◉ 제객관적 자료를 기준으로 식물, 동물, 미네랄 유래 원료를 주로 함유하고 있음을 증명할 수 있는 제품을 말함.
  → 천연유래의 원료는 식물, 동물, 미네랄 원료와 그 유래의 원료와 물이 포함됨.

▌소비자 트렌드

- 천연·유기농 화장품에 대한 소비자들이 관심이 높아진 것은 화학제품에 대한 불신에 기인함.
  → 최근 화학성분이 함유된 제품에 대해 성분을 확인하고자 하는 요구 증대
- 국내 유기농화장품 시장과 관련해서도 화장품 판매량과 원료사의 거래량 등은 증가추세로 특히 수입 유기농 화장품 활성화와 유통채널 다양화, 새로운 시장의 출현 등은 급격히 늘어나고 있으나 아직까지 정확한 통계자료는 없는 실정임.
- 천연화장품 및 유기농화장품인증제의 진정한 의미는 지속 가능한 생산과 소비 촉진을 위해 유기농 및 천연화장품 부분에서 원자재 생산부터 완제품 유통까지 전체 과정을 예방 및 안전원칙에 따라 인증하는 것임.
  (한국천연유기농화장품협회 ; KONOCA)
- 이에 따른 규칙은 유기농산물 사용 촉진 및 생물 다양성 존중, 천연자원 사용 및 환경존중, 인간의 건강과 환경을 존중하는 가공 및 제조 방법 사용, '그린 화학'개념의 통합 및 개발(환경 친화적 연구 개발의 발전) 등이 중요함.
  → 이는 국제적으로 95% 천연 화장품과 유기농 화장품을 인증하는 인증기관들의 기본규칙이며, IFOAM에서도 인정하는 원칙임.

▌국내 유기농 화장품 시장규모

- 한국보건산업진흥원의 '2015 화장품 제조·유통조사'에서 화장품 제조판매업체는 4,597개이며, 화장품 제조판매업체로서 매출은 19조 5,509억 원으로 추정됨.
  → 국내매출은 17조 4,082억 원, 수출은 2조 1,427억 원
- 제조·판매업체의 기능성 화장품 매출은 5조 3,621억 원이며, 이는 전체 매출액의 27.4%를 점유함.
  → 기능성 화장품 매출액 중 자사브랜드로 판매한 화장품의 매출 비중은 76.1%이고 수입하여 판매한 매출 비중은 23.9%를 점유함.
- 한방화장품을 제조·판매하는 업체는 252개로 전체 제조판매업체(4,597개)의 5.5% 정도이며, 한방화장품 매출은 2조 3,884억 원으로 전체매출의 12.2%를 점유함.
- 유기농화장품을 취급하는 업체는 426개로, 제조판매업체의 9.3% 정도이며, 유기농화장품 매출은 7,405억 원으로 전체매출의 3.8%를 점유함.

→ 유기농화장품의 국내 매출은 6,867억 원으로 전체 국내매출의 3.9%에 해당하며, 수출은 538억 원으로 전체 수출의 2.5%를 점유함.

표-24. **국내 유기농 화장품 매출비중**

[단위: 억 원, %]

구분	취급업체수 (개)	매 출		
		계	국내매출	수출
전 체 (A)	4,597	**195,509**	174,082	21,426
유기농화장품(B)	426	**7,404**	6,866	537
비 중 (B/A)	9.3	**3.8**	3.9	2.5

자료 : 2015 화장품 제조·유통조사」(한국보건산업진흥원, 2016).

▌국내 화장품 제조업체 수준

∘ 2017년 세계 100대 화장품 기업에 한국의 대기업 2개, 중견기업 2개가 포함됨.
(2019년 KOSME 산업분석 리포트)

표-25. **세계 100대 화장품 기업 중 국내업체 현황**

[단위 : 억 원]

기업명	2014년		2015년		2016년		2017년	
	매출액	순위	매출액	순위	매출액	순위	매출액	순위
아모레퍼시픽	44.7	14	49.4	12	55.8	7	51.5	12
LG생활건강	23.0	20	22.5	19	27.6	17	32.4	17
에이블씨엔씨	4.4	57	3.7	66	3.9	65	3.5	68
해브앤비	-	-			2.1	93	3.3	71

2-5. 유기농 의류 시장

▌개념 및 의의

- 환경 및 도덕적인 상품은 중요한 이슈로 대두되고 있는데, 이는 자연에 대한 관심을 증대시켰으며, 그린, 오가닉 아이템에 대한 관심으로 확대됨.
- 환경적 지속가능성은 인류의 생존을 위해 매우 중요한 문제이며, 패션산업에서도 지켜야 할 중요한 덕목으로서 이것을 실천하기 위해서는 청정생산과 친환경 소재의 사용이 필요함.
- 환경오염의 원인인 화학비료의 사용을 자제하고, 생산된 원료와 친환경 소재가 패션제품들은 인류의 건강과 지구환경 보호를 위해서 반드시 필요함.
  (신혜영, 패션 산업의 메가트렌드로 나타난 지속가능성에 대한 연구, 홍익대 대학원)
- 일반적으로 친환경 섬유는 그 대부분이 천연섬유가 주를 이루고 있고, 유기농 섬유(Organic Textiles)가 대표적인 친환경 섬유임.
  → 유기농 섬유는 경작에서부터 최종제품이 생산되는 공정에 이르기 까지 사용되는 재료, 첨가물, 작업환경 등에서 야기되는 환경오염, 공해, 독성물질의 발생 등이 규제되어야 함.
- IFOAM(The International Federation of Organic Agriculture Movements)에서는 유기농 섬유의 경작 원칙을 제시하고 있음.
  → 경작지는 자연적인 방법으로만 유지, 개선되어야(soil fertility is maintained or improved by nature methods)하며, 화학농약의 사용을 금지함.(No use of synthetic pesticides)
- 최근 소비패턴의 변화로 인하여 웰빙(wellbeing) 및 참살이 등의 새로운 친환경 라이프 스타일의 소비유형이 등장되고 있음.
  → 그 중 오가닉 코튼을 비롯하여, 콩(대두)섬유, 대나무(죽)섬유, 옥수수섬유 등의 유기농 섬유소재가 부각되고 수요가 증감
  (배제대학교 산학협력단, 유기농 섬유소재를 이용한 다기능성 유아용품 개발)

▌유기농 의류시장 동향

- 이마트몰(emart.ssg.com)에는 유기농 의류 브랜드가 62개, 약 1,938개 품목이 입점 됨.
  → 유기농 유·아동 의류(824), 패션의류·언더웨어(2), 마방오가닉(138), 오가닉붐(125), 콤비패스트(21), 메르메 프리미엄(127), 메이커키즈(135), 해피랜드(109) 등
- 자연생각(www.ecoshop.co.kr)에는 오가닉 면생리대, 유기농 유아복, 오가닉 면생리대 등의 속옷, 출산용품 등이 입점 됨.
- 쿠팡(www.coupamg.com)에는 20여개 브랜드, 1,177개 유기농 의류상품이 입점 됨.

남아용 기본 배냇
저고리 + 손싸개

여아용 팬티

유기농내추럴
배냇가운

아일라 2겹 조끼

신생아용 무형광
무지 배냇 저고리

신생아용 큐트 플라워
배냇 저고리

신생아용 스트라이프
전통 배냇저고리

신생아용 그린소맷단
전통 베냇저고리

신생아용 오가닉
서클 긴팔 바디슈트

신생아용 오가닉
웨이브 바디슈트

신생아용 웨이브
긴팔 우주복

신생아용 깃털
바디슈트

신생아용
오가닉 버냇 가운

신생아용
오가닉 수면조끼

신생아용
유기농 발싸개

신생아용
바디슈트

유기농 100%
여름 상하의 (내츄럴)

유기농 100%
여름 배냇저고리

유기농 100%
블루머

유기농 100%
바디슈트

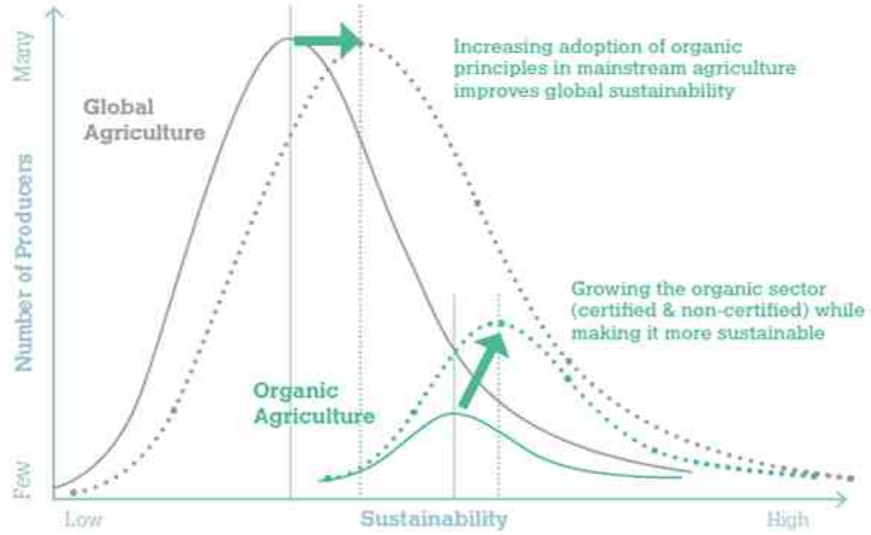
제5절. 유기농산업의 발전과제

1. 유기농의 목표

▌더 지속가능한 농업을 향하여

∘ 주류농업 (Global Agriculture)에서 유기농 원칙의 도입을 증가시킴.
(Increasing adoption of organic principles in mainstream agriculture improves global sustainability)

그림-16. **유기농의 목표**



자료 : IFOAM, 홈페이지(www.ifoam.bio).

∘ 유기농 분야는 인증된 분야와 인증되지 않은 분야를 더 지속가능하게 만들면서 발전시켜야 함.
(Growing the organic sector(certified & non-certified) while making it more sustainable)

▌IFOAM의 유기농업 기본목적

∘ 국제유기농업운동연맹(IFOAM)은 유기농업의 기본목적으로
❶영양가 높은 음식을 충분히 생산,
❷장기적으로 토양비옥도 유지,
❸자연계를 지배하지 않고 협력,
❹미생물, 흙속 동물과 식물, 일반 동물과 식물을 포함한 농업체계 내의 생물적 순환을 촉진·개선,
❺지역적 농업체계 내 갱신가능 자원을 최대로 이용,
❻유기물질, 영양소는 가능한 폐쇄체계 내에서 해결,

❼모든 가축에게 그들이 타고난 본능적 욕구를 최대한으로 충족시킬 수 있는 생활 조건 조성,
❽농업기술로 발생할 수 있는 모든 형태의 오염 감소'하는 것으로 정의하고 있음.

- IFOAM은 지속가능한 식품 및 농업체계를 위해
❶혁신의 문화, ❷최상의 실행을 향한 지속적인 향상, ❸투명한 진실성을 보증하는 다양한 방법, ❹포괄적이고 폭 넓은 지속가능성에 대한 관심, ❺농장부터 최종소비까지 전체적인 동기부여, ❻진정한 가치와 공정가격을 제시하고 있음.

2. 친환경 유기농업 발전목표와 과제

▌유기농업의 기술적 과제

- 기본목적에 반하는 자재 (농약, 화학비료 등 화학물질)와 농법을 배제하는 것.
- 자연의 생태학적 균형을 존중하는 것.
- 농업생산자와 공존하는 것(미생물, 식물, 동물) 전반에 대해 적(敵)이나 노예로 삼지 않도록 공생의 방법을 모색하는 것.

▌친환경농업 혁신비전 2030

- 비전 2030 : 생태환경 보전과 건강한 먹거리로 생산자와 소비자의 상생에 기여하는 친환경농업
- 원칙과 지향
❶친환경농업은 농지의 생태계 보전을 통해서 국토의 환경자원 보전에 기여하는 농업을 실천함.
❷친환경 농업은 환경, 생태계 보전과 공동체의 건강성을 지향하는 소비자들의 활동을 기반으로 함.
❸친환경농업은 생산, 유통, 소비과정에서 주제들 건의 유기적이고, 협력적 관계를 강화함.
- 친환경 농업의 목표
❶한반도 농업, 유기농업화를 위한 중장기 정책 수립
❷중소농 중심의 지역 순환형 농업을 위한 지방분권, 지역농정 실현
❸학교 및 공공급식을 포함하는 지역먹거리 체계 구축

▌우리나라 친환경 농업의 과제

- 한반도 전역을 친환경 유기농업화를 위한 중장기 정책 수립
- 식량자급화 법제화 및 식량 주권 실현을 위한 중장기 정책

- 친환경 농업의 목표 재설정 및 인증제도 개선
- 농자재 지원 중심에서 직불제 중심으로 농정 전환
- GAP, HACCP 등 각종 인증제도 정리와 구분
- 친환경 유통마케팅 보드 (가칭 친환경 농협) 추진
- 친환경 무상급식 전면 실시 및 공공급식 확대
- 지역 중심의 친환경 유기농업 생산-소비-유통체계 수립
- GMO 완전표시제 실시 등 관리체계 강화
- 국내 친환경 유기가공 식품 산업 육성 지원

2022괴산세계유기농산업엑스포

제3장 개최여건 및 경쟁력 분석

제1절. 개최지 지역특성 및 유기농산업 여건

1. 기본현황

◉ 괴산군의 지역발전지수(RDI, 생활서비스+ 지역경제력 + 삶의 여유 공간 + 주민활력 지수)상 낙후지역에 속함.

◉ 괴산군은 지역소멸위험 군으로, 청정이미지를 살린 청정산업 유치 등을 통한 젊은 인구 유입 등의 특단대책이 요구되는 지역임.

○ 괴산군의 지역발전 수준 <경제·산업, 인력·교육, 정주·인프라, 사회·복지, 문화·환경 등>은 대부분 충청북도 평균치에도 미치지 못함.

표-26. **괴산군의 주요 균형발전 지수**

관련지수		충북	괴산군
경제·산업	GRDP;1인당 지역내 총생산 (천원)	35,345	38,034
인력·교육	인구증가율(%) (2011~2016년)	0.004	0.009
	노령화율(%)	19.8	39.9
정주·인프라	상수도보급율(%)	91.0	59.5
	하수처리비율(%)	85.8	47.8
	1인당 공원면적(㎡/명)	20.019	21.104
사회·복지	국민연금가입자 비율(%)	38.4	36.6
	기초생활보장 수급자비율 (%)	1.67	2.93
	노인가구 독거비율 (%)	21.1	24.6
문화·환경	인구10만명당 문화시설수 (19만명/개소수)	1.84	
	지역관광객수(천명)	158,256	3,385

자료 : 지역발전지수 - 지역발전포털(http://www.redis.go.kr), 괴산군 통계연보 제58호.

▌괴산군 지역적 특징

∘ 충북의 읍·면·동 소멸 고위험 (0.2미만)지역이 지난 10년간 63.2%가 증가함.
- 38개소(2005년) → 62개소(2010년) → 62개소(2015년) (*충북연구원)

참 고 : 전국 소멸위험지역

◉ 153개 읍·면·동 지역 중 소멸 고위험지역 62개(40.5%), 소멸진입지역 25개(16.4%), 소멸주의지역 32개(20.9%), 소멸저위험지역 33개(21.6%)

∘ 괴산군은 소멸위험 지수 0.219을 기록, 소멸위험 지역으로 분류됨.
→ 괴산읍 소멸지수(1.0 미만)이고 나머지 10개 면 지역은 소멸고위험지역 (0.2 미만)
(한국고용정보원, 한국의 지방소멸 2018보고서)

∘ 괴산군 인구는 1997년 47,168명에서 2000년 44,461명, 2007년 37,308명으로 10년 동안 9,860명(21%)가 감소되었으나, 학생군사학교의 유치, 중원대학교 건립, 산업단지 유치 등의 요인으로 인구증가 추세를 보임.

표-27. **괴산군 인구현황**

[단위 : 명]

구 분	0~10세	11~20세	21~30세	31~40세	41~50세	51~60세	61~70세	70세이상
소 계	1,490	2,407	3,044	2,706	4,388	7,890	7,498	8,493
남 자	684	1,275	1,787	1,523	2,563	4,217	3,876	3,431
여 자	806	1,132	1,257	1,183	1,825	3,673	3,622	5,062

자료 : 괴산군, 홈페이지

∘ 2019년 7월말 현재, 괴산군의 총 인구는 37,916명, 65세 이상의 인구비율이 32.87%로 초고령화 사회로 진입함.

- 남자 19,356명, 여자 18,560명 (성비 104.29)
- 65세 이상 인구가 12,464명으로 전체인구의 32.87%차지 (60세 이상 42.17%)

∘ 전형적인 농업군으로 농업인구는 전국 및 충북평균보다 높음.
→ 농가수가 5,644호로 총가구의 27.4%를 차지하고 농가 인구는 12,417명으로 31.8%를 차지함.

표-28. **괴산군의 기본현황**

면 적	842k㎡ - 충청북도의 11.3%
인 구· 세 대 수	인구 : 38,369명 (남자 19,565명, 여자 18,804명) 도의 2.4% 세대수 :20,526세대, 65세 이상 인구 12,111명 - 31.6%
행정구역 및 행 정 기 수	행정구역 : 1읍 10면 283리 888반 행정기구 : 2국 1담당관 12과 2직속기관, 1읍 10면 공무원 수 : 656명 (본청·사업소 461, 읍면 182, 의원 13명)
학교 및 기 업 체	학교 : 25개교(초 14, 중 8, 고교 2, 대학 1) 기업체 : 182개 업체 2,964명
지정 문화재	73점 (보물 7, 사적 2, 천연기념물 7, 명승 1, 기타 56)
예 산 규 모	4,047억 원(2019년 본예산) 일반회계 : 3,629억 원(89.68%), 특별회계 : 418억 원(10.32%) (재정자립도 : 7.35%)
지 역 특 성	국토의 정중앙 (전국 2시간대) 사계절이 아름다운 괴산 전통문화와 품격있는 문화재(지정문화재 73점) 전국 최고 품질의 친환경 유기농 특산물 생산

[단위 : 호, 명, %]

구분		전국	충청북도	괴산군	비고
가구수	총가구수(A)	21,294,009	680,960	20,577	
	농가호수(B)	1,068,274	74,292	5,644	
인구수	총인구수(C)	52,857,893	1,627,124	39,054	2017. 12 31 기준
	농가인구(D)	**2,496,406**	**180,565**	**12,417**	
비 율	A/B	5.0%	10.9%	27.4%	
	C/D	4.7%	11.1%	31.8%	

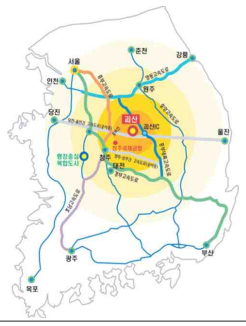
자료 : 괴산군, 2017 통계연보, 2018.

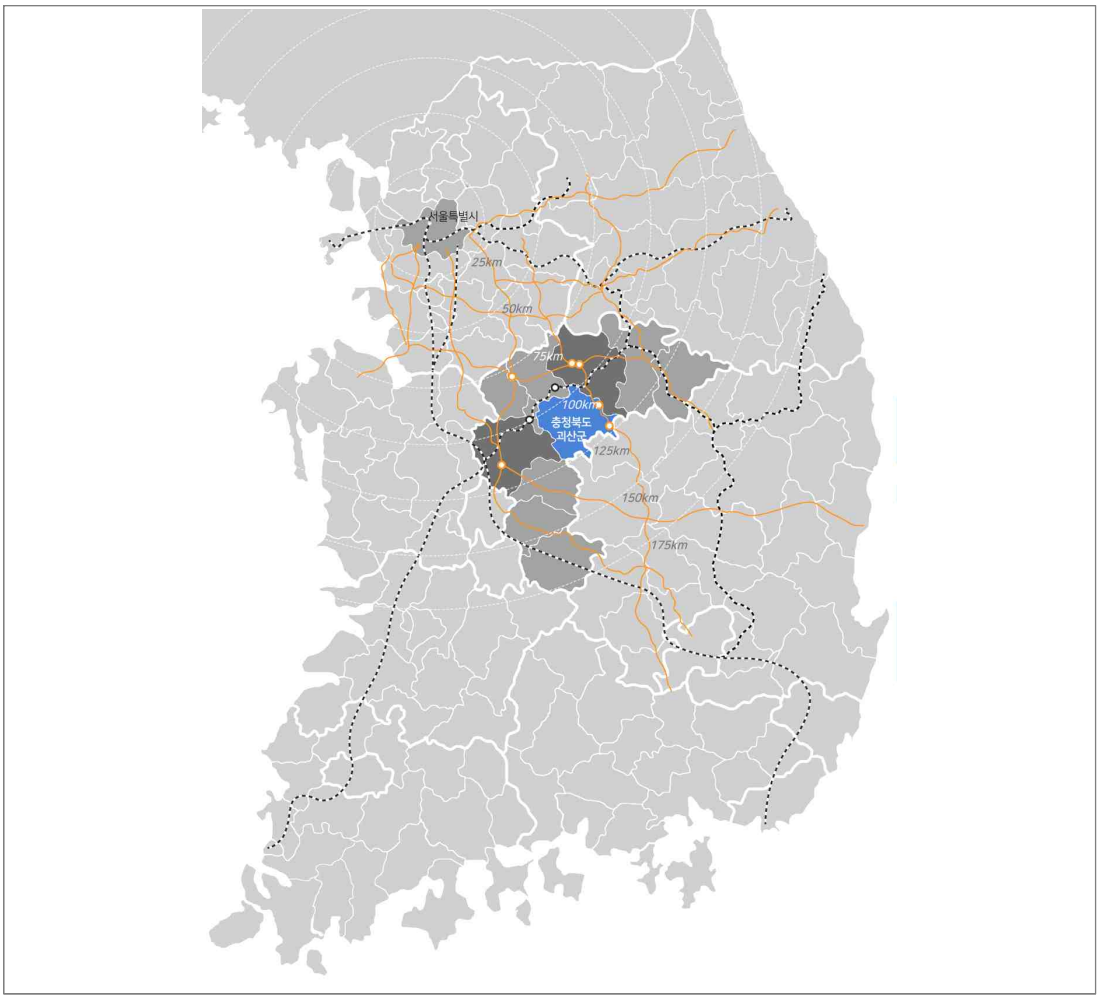
▌괴산군 지리·교통 여건

- 괴산군의 전체면적은 842.2k㎡로써 충청북도의 11.3%를 차지하며, 총면적 중 농경지 135.3k㎡ (16.1%), 임야 624.9k㎡(1.4%)(74.2%), 11.42k㎡(1.4%), 하천·도로 51.7k㎡(6.1%), 기타 19.2k㎡(2.3%).
- 국토의 정중앙에 위치한 괴산군은 사통팔달의 교통 요충지로 전국에서 2시간대에 접근이 가능한 지역임.

괴산군 주요 교통접근성

- 중부내륙고속도로 통과(괴산·연풍IC) : 20.1km
- 중부고속도로, 청주공항 인접 : 42.4km
- 중부내륙철도 괴산역 신설 (2022년 개통) : 25km
- KTX 오송역 : 53.6km





▌괴산군 역사·관광 자원 현황

- 대한민국 최고의 청정지역으로 사계절이 아름다운 괴산으로 '산막이 옛길'에 연간 방문객 163만 명이 방문하고 있으며, 괴산에는 이외에도 충청도 양반길과 화양구곡, 쌍곡구곡, 괴산새재, 성불산 산림휴양단지 등이 위치함.

충청도 양반길

산막이 옛길

연하협 구름다리

문광 은행나무길

- 전통문화와 품격 있는 지정문화재가 73점이 있으며, 우암 송시열 유적, 충민사, 홍범식 고가, 각연사와 같은 유서 깊은 역사·문화자원이 풍부함.

우암 송시열유적

충 민 사

홍범식 고가

각 연 사

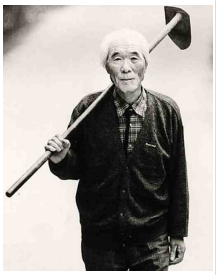
▌괴산군 기후적 특성

- 기온은 연평균 11.2℃, 가장 높은 달인 8월의 월평균기온 25.2℃, 가장 추운 달인 1월의 월평균기온 -4.3℃로 최난월과 최한월의 기온차가 9.5℃의 뚜렷한 대륙성 기후의 특성을 나타나고 있음.
- 강수량은 연평균 1271.4mm로 계절적 평균으로, 봄 204.0mm(16.0%), 여름 747.4mm (58.7%), 가을 258.7mm(20.3%), 겨울 63.1mm(5.0%)임.
- 바람은 연평균 1.2m/s로 여름철에는 남서풍, 겨울철에는 북서풍이 많이 나타남.

2. 괴산군 유기농산업 자원 현황

2-1. 괴산군 : 우리나라 유기농운동의 발상지이자 중심지

▌유기농 관련 인물

인 물	주 요 업 적
원경선 회장 	**Organic 한국 유기농의 아버지** ◉ 우리나라 유기농단체 '**정농회**' 설립 : 생명존중, 이웃사랑 ◉ 풀무원 농장 창업자-바른 먹거리 지향의 '풀무원식품(주)' 설립 ◉ 원경선 기념관-괴산군 청천면 소재 (풀무원 로하스아카데미) ◉ 공동체 운동 실천-평화원공동체 설립 ◉ UN 글로벌500상 수상-유기농으로 최초 수상
박재일 회장 	**Organic 한살림 운동의 창시자** ◉ 한살림공동체생활협동조합 설립 : 20여년 간 일관되게 생명의 원리, 생태순환의 가치에 기반한 도농(都農)상생의 공동체를 일구기 위해 헌신함. ◉ 우리밀살리기운동본부, 환경농업단체연합회 등의 설립을 이끌고, 생명·평화 관련 단체들과 연대하여 '생명평화 환경농업대축제'를 개최하는 등 우리농업의 회생과 안전한 먹을거리 확산에 기여함. ◉ 매년 묘소(충청북도 괴산군 청천면 삼송리 690-1) 참배 프로그램 진행 : 친환경 농업, 올바른 소비운동 등

▌주요 유기농단체

1 충북농촌개발회(눈비산마을) : 충북 유기농 운동의 출발 Organic

- 괴산 유기농업운동의 역사는 '충북농촌개발회'(현 눈비산마을)로부터 시작됨.
- 충북농촌개발회는 지난 1968년 가톨릭 선교사가 농촌부흥운동의 일환으로 설립되어 50년의 역사를 통해 괴산은 물론 충북도 지역의 신협 운동, 생활협동조

합운동, 생산협동조합운동, 생태적 공동체운동 등이 태동되고 뿌리를 내리는데 핵심적인 역할을 한 곳임.

- 충북농촌개발회는 90년대 중반 눈비산마을로 이름을 바꾸고 생산 규모를 점차 확대하면서 지금은 전국에서 가장 규모가 크고 모범적인 한살림 유정란 생산지가 됨.
- 눈비산마을은 유정란 외에도 일찍부터 가공사업에 관심을 가지고 유정란 전병, 보름달전병, 달 과자, 구운 계란 등을 생산, 한살림과 두레생협 등에 공급하고 있고, 최근에는 호두과자를 만들어 한 살림에 공급하고 있음.
- 눈비산마을은 공동노동, 공동경영, 공동분배를 실천하는 명실상부한 공동체 농장으로 지금도 수많은 한살림 소비자들이 이곳을 방문하여 체험하고 있음.
- 유기농운동과 귀농공동체를 통해 대안적인 삶을 꿈꾸는 사람들, 협동을 통한 새로운 사회발전 모델을 모색하는 사람들에게 중요한 현장 학습의장이 되고 있음.

2 흙살림 연구소 : 유기농업 지원 기업

- 흙살림연구소는 괴산군 불정면에 본사를 두고 있는 우리나라를 대표하는 친환경 유기농업 지원 업체로 유기농업에 필요한 각종 퇴비와 미생물 자재를 생산하여 전국에 보급하고 있음.
- 1991년 충북농촌개발회 창고건물에서 미생물 퇴비발효제 연구와 생산으로 시작했던 괴산미생물연구회가 1995년 불정으로 이전하면서 흙살림연구소로 독립하여 성장함.
- 흙살림연구소는 유기농업에 필요한 각종 미생물 제재와 퇴비를 생산, 공급하고, 전국의 친환경 유기농가를 대상으로 활발한 교육을 실시해 유기농의 가치 확산 및 유기농 생산기술·자재 보급 활동을 추진함.
- 친환경농산물 민간인증기관 1호로 지정받아 전국 친환경 농민단체와 농가들에게 친환경 품질인증도 실시하고 있음.
  → 계열기업 '흙살림 푸드'도 설립해서 독자적인 유통과 꾸러미 사업도 전개하고 있음.

3 한살림 괴산연합회 : 국내 최대 유기농 운동조직

- 한살림괴산연합회는 오랜 역사를 가진 눈비산마을(구 충북농촌개발회)과 솔뫼농장, 감물흙사랑, 칠성유기농, 괴산잡곡, 한 살림축산영농조합법인, 한살림축산식품 등 생산조직을 바탕으로 괴산지역의 친환경 유기농업을 이끌어 오고 있으며,

- 11개 생산조직 300여명의 생산자(가공업체 직원 포함)와 1천 1백여 명의 소비자 조합원을 가진 괴산군 최대의 친환경 유기농 운동조직임.

- 생산조직 활성화를 통한 책임생산, 약정 소비체계 안정화, 푸드플랜·공공 급식·로컬푸드매장 등 새로운 영역 개척, 판로 다변화, 귀농, 후계인력 육성 및 유기농지 지키기, 다양한 도시 소비자와 교류 확대, 지역연대를 통한 협력과 상생 등의 사업을 전개하고 있음.

1차 농산물 생산공동체	○ 감물흙사랑 : 감자, 양배추, 옥수수 등, 회원 42명, 대표 윤영우 ○ 느티나무 : 블루베리, 고추, 배 등, 회원 8면, 대표 김호진 ○ 문장대유기농 : 오미자, 아로니아, 곶감 등, 회원 20명, 대표 김남식 ○ 칠성유기농 : 쌀, 감자, 잡곡, 칠분도미 등, 회원 44명, 배상수
1차 축산물 생산공동체	○ 눈비산마을 : 유정란, 호두과자, 달과자, 회원 7명, 대표 정남숙 ○ 한축회 : Non-GMO 한우, 우리보리살림 돼지, 회원 40명, 김태복
가공공동체	○ 괴산잡곡 : 잡곡, 곡물가공품, 생산회원 17명, 대표 경종호 ○ 한축식품 : 정육, 육류가공품, 직원 77명, 대표 조완형
기타공동체 (예비공동체 등)	○ 유정란 모임 : 유정란, 회원 5명, 대표 안봉호 ○ 우리씨앗농장 :토종 주잡곡, 소비자교육, 회원 4명, 대표 안상희 ○ 문당리 벼 작목반 : 벼, 회원 7명, 대표 신인준

- 지역 생산조직별로 특색을 살려 쌀, 잡곡, 야채, 고추, 과일 등의 1차 농산물과 돼지, 소, 유정란 등의 축산물, 그리고 장류, 누룽지, 야채즙, 음료, 과자, 축산가공, 곡물가공 등 다양한 가공품을 생산해 도시소비에게 공급함.

- 친환경 농사면적이 55만 평에 이르고, 연간 공급액이 450억 원에 가까울 정도로 괴산지역의 친환경 농업과 농업인의 삶에 큰 역할을 담당하고 있음.
  → 지난 2010년에 군 단위에서는 처음으로 괴산읍내에 유기농 직매장을 개설하여 운영하면서 괴산지역 한살림유기농 생산자의 판매처 구실을 함과 동시에 지역 주민들에게 건강하고 다양한 친환경 유기농산물을 공급하고 있음.

- 한살림운동의 창시자로 한살림을 일으켜 세운 故 인농 박재일 선생의 묘소가 청천면 삼송리에 있고, 바로 인근에 한살림 연수원과 한살림 마을을 조성함.

→ 괴산이야말로 한살림 조직과 운동의 출발이며, 정신적인 중심 역할을 하는 곳

4 솔뫼유기농업 영농조합법인 : 솔뫼 농장 운영

- 충북 괴산군 청천면 삼송리, 이평리 일대와 경북도 상주시 화북면 입석리 일대에서 유기농 농부들이 모여 만든 생산조직으로 고추, 토마토, 블루베리, 찹쌀 등을 생산하고 있으며, 회원 17명(대표 박일경)으로 구성된 조직임.
- 솔뫼농장은 초창기부터 월례회를 한 번도 거르지 않고 열고 있으며, 1인 리더십보다는 민주적이고, 평등한 관계와 논의구조를 이어옴.
  → 초창기부터 부부가 따로 독립적으로 가입하고, 독립적으로 출자하며, 독립적인 의결권을 행사하는 것도 솔뫼만의 특징이라 할 수 있음.

5 우리씨앗 농장 : 토박이 씨앗 살림운동

- 유기농업운동은 농약과 화학비료를 사용하지 않고 건강한 농산물을 생산하는 과정을 넘어 땅과 자연을 살리고 자립과 순환을 이루는 것 까지도 그 내용에 담아내려 하는데 이런 점에서 종자 자립은 유기농 운동에 있어 중요한 부분을 이룸.
- 토종 농산물을 비롯해 씨를 받아 농사지을 수 있는 작물을 확대하여 약 120여 가지의 토종작물을 심고 수확하고 종자를 받아 보존하고 있음.
  → 연간 1천여 명에 달하는 소비자들이 우리씨앗농장을 방문, 견학.

2-2. 괴 산 : 우리나라 대표 유기농 기업 활동의 중심지

1 괴 산 자 연 드 림 파 크

주 요 특 징

- 친환경 유기농 식품의 정체성 : 안전과 안심을 중심 → 치유와 힐링
- 협동조합 생태계 → 네트워크 생태계 (자율 운영·공동 생존 협동)
- 다양한 부문, 더 많은 부문의 주체들이 참여하는 협동과 연대의 생태계 조성
  → 상부상조를 기반으로 사람과 사업을 연결하여 함께 성장하는 네트워크생태계 조성 (SAPENet, 지속가능한 사회와 사람중심 경제를 위한 네트워크)

▌사 업 규 모

- '괴산자연드림타운 조성사업'은 아시아 최고의 생태순환 산업형 유기농 테마파크로써,
- 괴산자연드림파크는 괴산군 칠성면에 24만2300평, 괴산읍에 7만1300평 등 모두 31만3600평(103만6693㎡) 규모로 조성되어 있고 현재 13개 식품 생산 공방이 가동 중으로 435명의 직원이 근무하고 있음.

사업규모	괴산자연드림타운 조성사업은 2022년까지 괴산군 칠성면 율지리 일원에 1,222,835㎡ 규모로 추진
사 업 비	총사업비 2,604억 원(국비 540, 지방비 72, 민자 1,992) - 40개의 유기식품 생산기업체 유치 - 450가구 규모의 유기농 테마마을 조성 - 기타 유기농 편의시설 : 물의정원, 유기농컨벤션센터, 숙박시설 등
기대효과	유기농관련 1·2차 산업의 상생 발전 유기농 3차 산업 형성, 발전 촉진 - 유기농농산물 견학교육·체험의 장으로 활용 → 관광교육상품화 유기농전문컨벤션 건립을 통한 유기농 마이스산업(Meeting, Incentives, Convention, Exhibition) 육성 연하협다리, 갈론구곡, 쌍곡계곡 등 주변 관광자원과 연계한 체류형 관광산업 육성 - 호텔 등 문화복지사업시설 확충, 정주여건 개선도 함께 도모

▌주 요 사 업

- 괴산자연드림파크는 친환경 농산물의 생산-소비-유통과 검사, 외식, 체험시설이 한데 모인 산업클러스터 모델임.

공 방	공정무역 원두커피, 차류를 생산하는 커피&티공방, 유전자변형으로 재배하지 않은 (Non-GMO) 콩으로 키운 한우를 사용하여 곰탕과 갈비탕 등을 생산하는 우당탕공방, 국산참기름, 들기름, 천일염으로 김을 굽는 김 공방.
체 험 프로그램	힐링요리체험, 친환경 생활공예품체험, 키즈카페(자연 속에서 자라는 즐거움) 등

- 잔류농약 및 미세 플라스틱 등 식품 검사체험을 하는 V&R센터, 친환경 소품과 먹거리를 경험하는 체험공방, 개봉작 상영 영화관, 호텔 등 다양한 문화시설이 마련돼 있음.
- MSG를 사용하지 않는 중식당 괴짜루, Non-GMO 콩으로 키운 정육을 맛볼 수 있는 정육식당, 수제맥주를 판매하는 비어락 하우스 등이 위치하고 있음.
- (재)자연드림유기농치유연구재단은 식생활과 건강의 연관성에 대한 높은 국민적 관심에 발맞춰, 건강한 먹거리를 통해 나와 우리 가족의 건강한 삶을 만들어갈 수 있다고 생각하며 설립한 재단임.

* (재)자연드림유기농치유연구재단은 ❶사람을 살리는 치유식품, ❷좋은 식품으로 질병 치유와 생활습관 개선, ❸음식 치유사업의 전국적 확대를 진행하고 있음.

2 풀무원 로하스 아카데미

▌사 업 규 모

○ 괴산군 청천면 평단리 28만5,000m²(약 8만 5천 평) 부지에 지난 2009년 개원한 로하스아카데미는 풀무원 정신인 이웃 사랑과 생명 존중을 바탕으로 인간과 자연의 공존, 공동체 정신을 배우는 친환경 체험공간으로 풀무원 연수원 및 어린이 체험학습 교육공간으로 활용되고 있음.

○ 로하스아카데미 내에 있는 풀무원 로하스(LOHAS) 숲체원 연수원은 국내 최초로 독일의 패시브 하우스(passive house) 인증을 획득함.

구 분	주 요 특 징
패시브 하우스	◉ 패시브 하우스는 첨단 단열공법을 활용해 에너지 낭비를 최소화한 친환경 건축물로 외부에서 열을 끌어 쓰는 데에 수동적인 건축물. ◉ 온수와 냉·난방을 위해 전기나 화석에너지를 전혀 사용하지 않고, 단열을 극대화해 에너지를 80 ~ 90% 절감한 친환경 건축물로, 아시아 최대 규모를 자랑.
복사냉난방 시 스 템	◉ 복사냉난방시스템을 천장과 바닥에 모드 설치 ◉ 연면적 3,251㎡ 중 2,800㎡ 적용

▌주요 프로그램

○ 패시브 하우스는 청소년들에게 「이웃사랑과 생명존중」 정신을 바탕으로 인간과 자연의 존중, 공동체 정신과 바른먹거리의 중요성을 배울 수 있는 친환경 체험공간으로 활용하고 있음.
→ 어린이 과학교실 운영, 바른 먹거리 바른 생활습관 체험프로그램 운영

○ '바른 식습관, 바른 몸 습관, 바른 마음습관, 환경습관'등 로하스 4대 생활습관을 체험하는 1박 2일 일정으로 구성하여 운영하고 있음.

- 캠프에 참가하는 어린이들은 매 식사 전 이뤄지는 '밥상머리 교육'과 풀무원 농장을 돌면서 흙, 농작물과 친해지는 '도전! 어린이 농부체험', 머리가 좋아지는 영양식을 직접 만드는 '오늘은 내가 요리사' 프로그램을 통해 음식의 중요성을 깨우치고, 스스로 올바른 식습관을 키울 수 있음.
- 또 '오감 숲 체험'과 '물 환경 교육', '염소목장 체험' 등을 통해 자연의 소중함과 즐거움을 체험하게 됨.

3 한살림 친환경농업센터

▌사 업 규 모

- 한살림은 국제유기농운동연맹의 국제농업상을 수상하였으며, 회원들에게 유기농 식품과 생활에 대한 가치를 고양시키기 위해 친환경농업센터를 계획함.
- 충북 괴산군 청천면 삼송리 대아산 기슭에 약 5,300평의 규모로 한살림 솔뫼 생산자 공동체가 인근에 있으며, 새로 조성 중인 다못마을도 인접해 있음.
- 친환경 유기농업을 테마로 생산, 소비, 유통, 휴양, 컨벤션이 한 곳에 모인 복합공간으로 조성할 계획임.

▌주 요 내 용

기 능	주 요 내 용
친 환 경 유기농업 거점	◉ 솔뫼공동체, 다못마을(유기농마을), 우리씨앗농장 등 괴산군 11개 환경 유기농 생산조직을 핵심으로 협동 사회적 경제 벨트
건강한 밥상	◉ 유기농 생산과 소비, 도농교류의 살아있는 현장 ◉ 토박이 씨앗채종포 실습농장, 쿠킹 클래스, 식당, 카페, 유기농 매장
명 상 힐 링	◉ 유기농 디톡스 건강프로그램 명상, 행공 등 연중 주민과 함께하는 건강 힐링 프로그램 ◉ 강당 겸 회의실, 명상홀, 실습장, 본관 숙소동, 콘도형 숙박동
에너지 대안 생 태 공 간	◉ 시대를 상징하는 친환경 건축, 화석연료 의존을 최소화한 생태 대안 건축, 지형과 식생을 살린 건축과 조경

2-3. 괴 산 : 아시아 유기농 교류협력의 중심지

괴산 : 유기농 국제협력 구축

- ‘2015 괴산세계유기농산업엑스포’ 성공 개최 : 세계 최초 유기농 3.0 괴산선언으로 세계 유기농산업 변혁을 위한 전환점 마련
- ‘괴산아시아유기농대회’ 성공 개최 : 아시아 최초 군 단위 개최

▌유기농 국제협력 구축

- 아시아 각 지역 및 유기농 단체와 국제적 우호협력 및 MOU을 체결함.
  → 필리핀 두민각시, 인도 케라라주·나가랜드주 등 4개국 7개 정부, IFOAM 본부와 국제유기농교육 협력 등에 관한 MOU 체결
- 아시아지방정부유기농협의회(ALGOA) 결성함.
  → 6개국 15개 회원단체
- 캄보디아 농림수산부와 MOU을 체결하여 유기농 교육 및 인적 교류를 하고 있음.
- 제2회 아시아유기농대회 및 아시아유기농확산 공로상을 수상함.
- 유기농 가치 확산을 위한 교류협약 체결
  → Eco-Regions(유럽유기농협의회), Regeneration International (중남미유기농협의회), LOAMC (필리핀유기농협의회) 등과 유기농 가치 확산을 위한 협약체결

▌아시아지방정부유기농협의회(ALGOA) 개최

- 괴산군 회장국 연임 : 2018 ~ 2019년
- 회원 18개국 213개 회원 (정부기관 183개, 민간단체 30개)

중국 시충 유기농 개발 혁신회의 (2019년)

아시아유기농지도자 교육(2019년)

국가브랜드대상 수상 (2018년)

아시아 유기농대회 (2016년)

▌아시아 유기농지도자 양성교육 : IFOAM본부 지정 아시아교육기관

- ALGOA 회원국 공무원 및 민간단체, 농민 등 14개국 43명 배출
- 국제 유기농지도자 최고전문가과정 : 18개국 29명 (국제본부 수료생 250명)

2-4. 괴　산 : 전국 최고의 유기농특화군

▌유기농업군 선포와 육성 정책

- 2007년 괴산군은 친환경 농업군을 선언하고 2012년부터 본격적인 전국 최초의 유기농업군으로 육성함.
- 2020년 6월 「괴산군친환경농업육성조례」를 전부개정 하는 등 지속가능한 유기농산업 육성을 위해 제도적 근거를 마련하는 등 많은 노력을 하고 있음.
- 친환경 유기농업의 전략적 육성을 위해 ❶유기농업 인증 확대 지원, ❷친환경 인증농가 지원(인증 지원, 유기농자재 지원, 교육 지원 등), ❸유기농산물 유통 활성화 지원(직매장, 도농 교류, 체험행사 등), ❹유기가공산업 육성을 추진하고 있음.

▌괴산 친환경 및 유기인증

- 괴산군 친환경 인증면적은 2019년 기준 402.4ha로 2013년 이후 저농약 인증 폐지, 친환경농산물 잔류농약 파동등 사회적 이슈로 계속 감소 또는 정체 되었으나, 2018년 이후 반등하였음.

표-29. **괴산군 유기농 인증현황 (2019.12)**

[단위 : ha, %]

구 분	경지면적 (b)	친환경 인증면적			비 율 (a/b)
		소계 (a)	유기농	무농약	
전 국	1,565,061	81,717.7	29,711.5	52,006.2	5.2
충 북	94,591	2,907.5	1,218.2	1,689.3	3.0
괴산군	10,483	402.4	207.4	195	3.8

구 분	09년	10년	11년	12년	13년	14년	15년	16년	17년	18년	19년
합 계	**575**	**585**	**467**	**477**	**543**	**462**	**440**	**419**	**406**	**378**	**402**
유 기	105	157	179	200	181	184	185	174	176	177.9	**195**
무농약	233	241	162	220	303	258	249	245	230	201	**207**
저농약	237	187	126	57	59	20	6	-	-	-	-
증 감	-	10	△118	10	66	△81	△22	△21	△13	△28	**24**

자료 : 괴산군 내부자료, 2019.

▌친환경·유기농 유통현황

- 2018년 기준 판매금액은 총 11,596백만 원으로 콩나물 5,190백만 원을 제외한 6,411백만 원은 주로 벼 1,358, 표고버섯 1,294, 인삼 859, 토마토 715, 감자 669, 블루베리 476, 옥수수 126백만 원 순으로 유통되고 있음.
- 주요 판매처는 한살림(38%), 직거래(13), 흙살림(13), 월드그린(11), 농협(7), 아이쿱(5.4)의 순으로 유통됨. (단, 콩나물 제외)

표-30. **괴산군 유기농업단체 활동 현황**

단 체 명	주 요 현 황
괴산군 유기농업연합회	◉ 회 장 : 권 구 영
한살림 괴산생산자연합회	◉ 회 장 : 김 관 식 ◉ 사무국장 : 김 의 열
괴산읍 절골친환경작목반	◉ 대 표 : 김 우 용 (회 원 : 9농가) ◉ 설 립 일 : 2014년 ◉ 생산품목 : 벼 (인증면적 : 무농약 14.5ha)
감물면 흙사랑 영농조합법인	◉ 대 표 : 윤 영 우 (회 원 : 56농가) ◉ 설 립 일 : 2003년 ◉ 생산품목 : 채소, 옥수수, 감자 등 (유기 45.8ha, 무농약 10ha)
장연면 친환경 우렁이쌀작목반	◉ 대 표 : 이 강 선 (회 원 : 15농가) ◉ 설 립 일 : 2005년 ◉ 생산품목 : 벼 (무농약 20ha)
칠성친환경 늦들작목반	◉ 대 표 : 김 해 영 (회 원 : 38농가) ◉ 설 립 일 : 2017년 ◉ 생산품목 : 벼 (무농약 46ha)
칠성유기농 영농조합법인	◉ 대 표 : 배 상 수 ◉ 설 립 일 : 2000년 ◉ 생산품목 : 벼, 잡곡 등 (유기 23.6ha, 무농약 4.3ha)
문광면 유평친환경작목반	◉ 대 표 : 이 재 정 (회 원 : 6농가) ◉ 생산품목 : 찰 벼 (유기 12.7ha, 무농약 1.2ha)
솔뫼유기농업 영농조합법인	◉ 대 표 : 정 채 일 ◉ 설 립 일 : 1995년 ◉ 생산품목 : 토마토 등 (유기 12.7ha, 무농약 2.1ha)
괴산불정친환경 영농조합법인	◉ 대 표 : 신 종 섭 (회 원 : 8농가) ◉ 설 립 일 : 1993년 ◉ 생산품목 : 토마토, 채소 등 (유기 5.0ha, 무농약 2.1ha)

2-5. 괴 산 : 2015괴산세계유기농산업엑스포 성과계승

▌괴산유기농페스티벌 개최

- 2015괴산세계유기농산업엑스포의 성과를 계승하고 생산자와 소비자가 함께 만나는 “생소한 만남”이, 유기농을 주제로 “가치 있는 만남”이 되도록 작은 엑스포의 개념으로 2015년 이후 매년 반복 개최

- 2019년 개최실적

  - 행사개요 : 2018. 9. 20. ~ 21. / 119,900천원 / 유기농엑스포광장일원

  - 행사실적 : 방문객 약 1만명 / 판매실적 100,000천원

  - 주요평가 : ALGOA정상회의, 국제시군의 날등 행사와 연계하여 외국인 참여 확대

▌아시아지방정부유기농협의회(ALGOA) 창립

- 2015괴산세계유기농산업엑스포에서 선포한 “유기농3.0괴산선언”의 체계적 이행과 국내를 넘어 세계인을 대상으로 유기농 국제교류를 추진하기 위해 아시아지방정부 유기농협의회(ALGOA) 창립

- 창립이후 괴산군은 의장국으로 활동하며 창립당시 7개국 13개 회원에서 2020년 현재 18개국 230개 회원으로 확대하는등 전세계적으로 유기농 발전방안을 공유하고 대한민국 유기농을 전세계에 홍보

▌대한민국 No.1 유기가공식품산업 육성(1,390억원)

- 유기식품산업단지 조성(1,330억원)

  - 괴산자연드림파크를 조성하여 국내최대 유기식품산업단지 조성

  ※ 괴산자연드림파크 VS 구례자연드림파크 (2019년 기준)

구분	괴산자연드림파크	구례자연드림파크	비고
생산공방	12개	18개	
고용인원	508명	561명	
총매출액	1,223억 원	990억 원	
방문객	123,990명	126,071명	

- 유기가공식품인증업체 육성 : 13개

  - 인증업체 : 13개(2011년 0개 → 2019년 13개)

- 유기가공식품산업 사업단 운영(60억원 / 중원대 협력)

- 유기가공식품산업 연계교육 : 21회 / 503명 수료
- 국내특허 상표출원/등록 : 20건/8건
- 제품개발 : 76개 제품 상용화
- 유기가공식품 인증획득 : 28건(123품목)

o 발효코리아(전통 천연발효식품 생산)

- 괴산군 장연면 오가리 / 18,167㎡ / 전통천연발효식품(발효초, 장류등) 생산·교육·체험

o 유기농 온라인 쇼핑몰 구축(괴산장터 통합운영)

3. 교통·관광 산업 여건

3-1. 교통·지리적 여건

▌지리적 위치

- 괴산군은 충청북도의 중동부에 위치하며, 동북쪽은 충주시와 서북쪽은 음성군과 진천군, 서남쪽은 증평군에 인접하고, 동남쪽은 경상북도 문경시 농암면과 상주시 화북면과 경계를 이룸.
  → 행정구역은 1읍 10면 282리 883반, 580개 자연마을로 구성

표-31. **괴산군의 위치**

방 위	지명	극점	연장거리
동 단	연풍면 분지리 동단	동경 128°04′30″	
서 단	청안면 청용리 서단	동경 127°37′20″	동서간 41.135km
남 단	청천면 사담리 남단	북위 36°35′55″	남북간 38.377km
북 단	불정면 삼방리 북단	북위 36°56′40″	

자료 : 괴산군, 제58회 통계연보, 2018.

▌괴산군 교통 여건

- 충청북도의 중북북에 자리잡고 있는 내륙도시로 고속도로 등 교통망의 확충으로 수도권과의 접근성이 양호함.
  → 수도권 2시간, 대전권 1시간, 충주권 40분, 청주권 40분 소요

- 세종시(50km), 충북혁신도시(30km), 충주기업도시(25km)의 배후 권역이며, 광역 교통망이 계속 확충되고 있음.

중부고속도로(증평IC) → 국도34번 → 행사장	29.7km	30분 소요
중부내륙고속도로(괴산IC) → 국도19번 → 행사장	19.5km	20분 소요
중부내륙고속도로(연풍IC) → 국도34번 → 행사장	22.5km	25분 소요

- 현재 건설 중인 중부내륙철도는 살미역, 수안보역(2022년 완공), 연풍역(2023년 이후) 수도권 및 영남권에서의 괴산으로의 접근성을 크게 향상 시킬 것이고 청주공항은 해외에서의 접근성이 양호함.
  → 충북선 (대전~청주~제천~서울) : 증평역, 음성역
  → KTX 오송역 : 경부선, 호남선 이용 가능
  → 청주공항 : 제주, 북경 등 중국8곳, 대만(타이페이), 오사카, 괌 등

▌교 통 기 반 시 설

- 괴산군은 주차장 3,060개소, 16,858면이 있어 비교적 양호한 주차공간을 확보하고 있음.
- 괴산군에 운수업체는 190개 업체, 296대가 있으며, 운수업체별 차량은 농어촌버스 1개 업체 31대수, 개인택시 53개, 업체 53대가 있음.

표-32. **괴산군의 주차장 현황 (2017년)**

합계		노상		노외				부설	
개소	면소	유료		무료		공영		민영		개소	면소
3,060	16,858			13	241	16	572	5	585	3,026	15,210

자료 : 괴산군, 제58회 통계연보, 2018.

3-2. 관광산업 여건

▌관 광 객 추 이

괴산군 관광객은 연 5.0%씩 성장하고 있음.

1846천명 (2014년) ▶ 2,119천명 (2016년) ▶ 2,216천명 (2014년)

- 속리산국립공원의 화양, 선유, 쌍곡구곡은 여름, 가을철 관광지로 각광을 받고 있으며, 35명산, 수옥정관광지를 중심으로 한 관광객 수가 꾸준히 증가하고 있음.
- 2011년에 개장하여 2017한국관광 100선으로 선정된 '산막이 옛길'과 인근에 개장한 '연하협 구름다리'는 연간 163만 명이 방문하는 괴산군의 대표 관광지로 자리매김하고 있음.

표-33. **연도별 관광객 추이**

[단위 : 명]

년 도	2014	2015	2016	2017
관 광 객	1,846,183	1,824,295	2,118,540	2,215,759

- 괴산군의 우수한 문화유산을 찾아오는 관광객과 괴산군에서 개최하는 각종 축제에 참가 관광객이 매년 늘어나고 있는 추세임.
  → 2018년 고추축제 : 17만 2천여 명 방문 (2012년부터 2018년까지 7년 연속 문화체육관광부 유망축제로 선정)

고추축제

절임배추축제

연풍새재
옛길문화행사

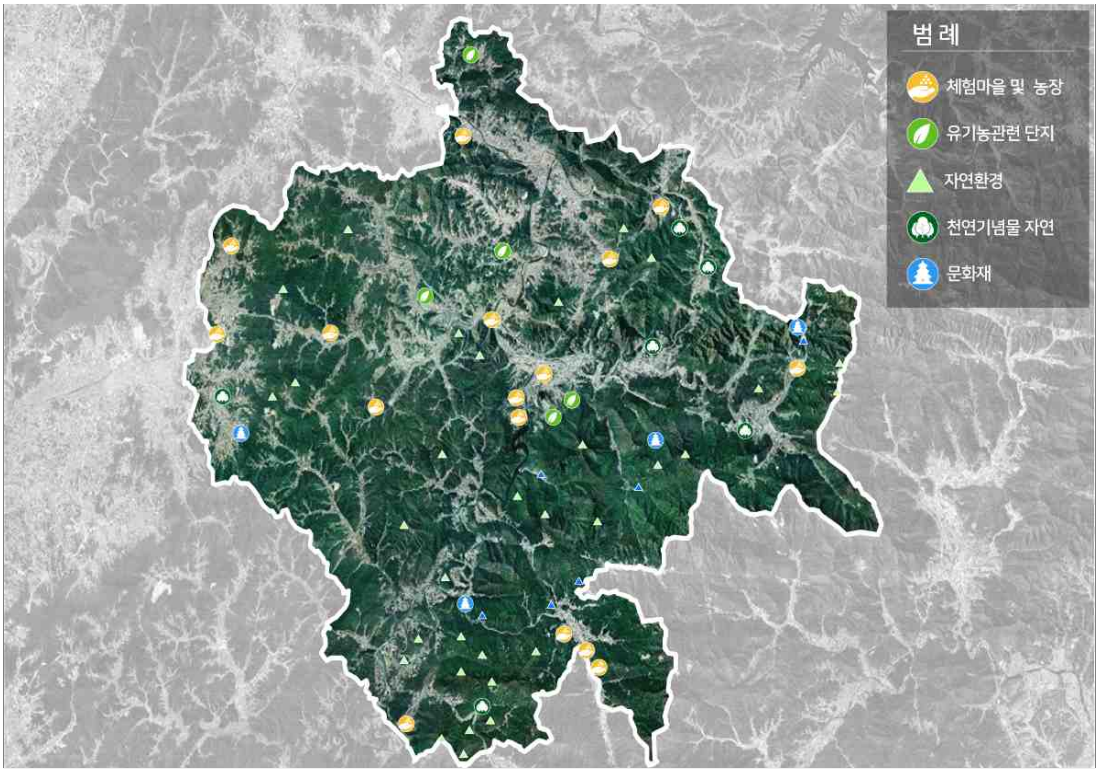
둔율올갱이축제

▌주요 관광자원

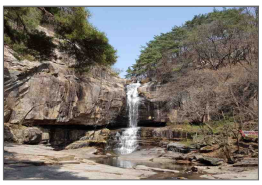
○ 국토의 중심부이며, 충청북도의 중동부에 위치한 괴산군은 소백산맥과 노령산맥에 접해 있는 내륙산악지역으로 천혜 자연자원과 중원문화권에 속하는 역사·문화 유적이 어우러진 관광의 보고임.

표-34. **괴산군의 관광자원**

구 분	주요 관광자원
국립공원 (1개소)	속리산국립공원 (화양동분소, 쌍곡분소)
지정관광지 (2개소)	수옥정관광지, 괴강관광지
유명계곡 (5개소)	화양구곡, 선유구곡, 쌍곡구곡, 갈은구곡, 고산구곡
관광휴양림 (2개소)	조령산자연휴양림, 성불산산림휴양단지
전통사찰 (7개소)	각연사, 공림사, 채운암, 개심사, 보광사, 백운사, 석천암
문화유적지 (13개소)	미륵산성, 우암송시열유적, 청안사마소, 연풍성지, 김시민장군 충민사, 홍범식고택, 송병일고택, 김항묵고택, 고산정, 애한정, 칠충사, 마애이불병좌상, 조령삼관문
문화관광행사 (2개)	괴산고추축제, 둔율올갱이축제 등
유원시설 (1개)	수옥정물놀이장
기타시설 (5개)	연하협구름다리, 괴산농업역사박물관, 한운사기념관, 괴산 한지체험박물관, 중원대학교 박물관



○ 1개소의 국립공원과 5개소의 구곡을 가지고 있으며, 산막이옛길과 충청도양반길 등 전국적인 관광명소로, 훌륭한 관광자원임.


수옥정관광지

화양구곡

연하협 구름다리

성불산산림휴양단지

▌관 광 사 업 체

○ 괴산군에는 26업체의 관광사업체가 등록되어 있으며, 유형별로 여행업 2개소, 야영장업 19개소(일반야영장 18, 자동차야영 1개소), 청소년수련시설 5개소가 있음.

일반야영장

자동차야영장

청소년 수련시설

자연학습원

표-35. 괴산군의 관광사업체 현황

유 형	주요 관광자원
여 행 업 (2개소)	국내여행업 : 괴산클러스트 일반여행업 : 디에스홀딩스
일반야영장 (18개소)	화양원탑캠핑장, 도레미캠핑장, 청천수목원야영장, 써니밸리 오토캠핑장, 강변오토캠핑장, 글램핑스테이션, 모래재캠핑장, 물소리 풍경, 하늘사랑야영장, 새들펜션가든야영장, 솔밭관광농원야영장, 팝콘야영장, 아빠의나무야영장, 쌍곡예당야영장, 초롱이캠핑장, 산새소리캠핑장, 자연애캠핑장, 시냇가캠핑장
자동차야영장 (1개소)	괴강국민여가캠핑장
청소년수련시설 (5개소)	화양청소년수련원, 보람원, 자연학습원, 괴산청소년수련원, 로하스아카데미

▌농 촌 체 험 마 을

- 괴산군에는 농촌체험·숙박을 할 수 있는 농촌체험마을이 6곳이 있으며, 그 내용은 다음과 같음.

표-36. 농촌휴양체험마을 현황

체험마을명	소재지	체험프로그램	보유시설
대학찰옥수수	장연면 광진리	옥수수따기 등	야영장, 권역센터
사기막리 산촌	청천면 사기막리	숲체험	산촌생태마을
사오랑	칠성면 사은리	두부만들기, 옥수수	숲학교, 정보화센터
비학봉	칠성면 외사리	유람선타기, 숲속힐링	체험관, 활성화센터 등
백마권역	사리면 중흥리	둔벌체험, 티볼체험	학습체험실, 권역센터
둔율올갱이	칠성면 율원리	올갱이줍기, 나룻배	농촌체험관 ,양식장 등

자료 : 공공데이터포털(www.data.go.kr), 재구성

▌숙박 및 음식점

- 괴산군에는 숙박 및 음식점 업체가 816개(1,684명 종사)가 있으며, 음식점이 600개 내외이고 그 중에서 모범음식점 23개 업소가 있음.
  → 충북도 향토음식거리 지정 : 괴강매운탕거리 (8곳, 2009년)

- 숙박업소는 35개로 유형별로 살펴보면 민박·펜션 240개, 연수원 등 378개 숙박이 가능한 시설을 갖추고 있음.
  → 1일 7천여 명 숙박 가능

표-37. **괴산군 숙박시설 현황**

유형별	시설수(개)	객실수(개)	수용인원(명)	특기사항
숙박업소	35	685	1,370	객실당 2명
민박 및 펜션	240	710	2,130	객실당 3명
중원대 게스트하우스	99	306	918	객실당 3명
기타 시설(연수원 등)	4		2,873	
소 계	**378**		**7,291**	

자료 : 공공데이터포털(www.data.go.kr), 재구성.

- 괴산군 주변에 2개의 호텔과 4개 리조트가 위치하고 있어 대규모 인원이 숙박을 할 수 있는 여건을 갖추고 있음.

표-38. **괴산읍내 인근 숙박시설 현황**

유형별		등급	위치	객실(실)	소요시간
호 텔	그랜드플라자	특1급	청주시 율량동	331	40분
	수안보조선호텔	1급	충주시 수안보면	103	30분
리조트	수안보 상록호텔		충주시 수안보면	101	30분
	수안보한국콘도		충주시 수안보면	92	30분
	수안보한화콘도		충주시 수안보면	103	30분
	충주호리조트		충주시 동량면	277	70분
소 계				**1,007**	

▌컨벤션 및 전시이벤트 시설

- 괴산군 내에는 전문적인 컨벤션 및 전시이벤트 시설은 없으나 2022년 완공을 목표로 하는 괴산자연드림파크 내에 컨벤션센터를 건립 중에 있음.
  → 중원대학교 및 학생중앙군사학교가 컨벤션센터 기능을 할 수 있는 시설 보유

- 괴산군에 인접한 지역인 청주에 국제회의 시설로써 호텔 내에 연회장 시설이 갖추어진 곳은 그랜드플라자 청주호텔이 위치함.
  - 그랜드플라자 청주호텔 : 숙박 328개실, 컨벤션시설 : 5개, 2,098㎡

▌사회체육·문화시설

- 생활문화센터는 1993년에 개관하였고, 괴산향토사자료전시관은 2013년에 농업역사박물관으로 새롭게 신축·이전하고 2015년에 (구)향토사자료전시관을 리모델링하여 괴산생활문화센터로 개관함.
  → 열악한 농촌이지만 동아리방과 작은 공연장 등을 활용하여 문화예술 동아리 활동

및 각종전시, 공연을 통하여 군민들이 함께하는 문화의 장으로 성장하고 있음.

- 괴산문화체육센터는 괴산읍 서부리에 건립이 되었으며, 대지 24,113㎡에 건축면적 4,582㎡ 규모의 현대식 시설로 2002년 10월에 완공하여 핸드볼, 농구, 배구, 배드민턴, 탁구 등의 경기를 개최할 수 있는 실내 다목적 경기장과 1,500명의 관람객을 수용할 수 있는 관람석, 미니축구장, 농구장, 테니스장, 게이트볼장등의 부대시설을 갖추고 있음.
  → 춘계전국대학 검도대회 등을 비롯하여 각종 전국대회 및 체육대회 등을 개최, 매년 1만 여명 이상의 주민 및 체육인들이 이용함.

- 괴산군민체육센터는 괴산읍 임꺽정로 113번지 일원에 연면적 3,163㎡규모의 지하1층, 지상2층으로 건립된 현대식 시설로 2014년 9월에 완공하였고 1층에는 공연시설과, 농구, 배드민턴 6면, 실내 암벽 등반장을 겸용할 수 있는 다목적실과 골프연습장이 배치되었으며, 외부에는 장애인을 위한 론볼 경기장이 조성되었고, 2층에는 탁구장 4면이 있음.

괴산생활문화센터

괴산문화체육센터

괴산군민체육센터

4. 산업·경제 여건

4.1 산 업 구 조

- 2017년 괴산군의 사업체수는 2,818개로 13,060명의 종사자가 산업 활동을 하고 있음.
  → 농림어업 사업체 21개, 종사자 185명.

표-39. **사업체 및 종사자 현황**

사업체	사업체수 (개)	종사자수 (명)
농업, 임업 및 어업	21	185
광업	6	20
제조업	340	3,788
전기, 가스, 증기 및 수도사업	3	25
하수·폐기물 처리, 원료재생 및 환경복원업	23	198
건설업	101	697
도매 및 소매업	537	1,469
운수업	90	278
숙박 및 음식점업	816	1,684
출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업	15	81
금융 및 보험업	31	276
부동산업 및 임대업	56	85
전문, 과학 기술서비스업	48	191
사업시설 관리 및 사업지원서비스업	25	101
공공행정, 국방 및 사회보장 행정	38	1,044
교육 서비스업	88	1,425
보건업 및 사회복지 서비스업	115	1,189
예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	53	154
협회 및 단체, 수리 및 기타개인 서비스업	300	576
소 계	**2,818**	**13,060**

자료 : 괴산군, 2017 통계연보, 2018.

4.2 유 기 가 공 산 업

- 충청북도의 유기가공식품 인증업체는 84개며, 그 중에서 괴산군에는 13개의 유기가공식품 인증업체가 경영활동을 하고 있음.
  → 음성(18개 업체), 진천(14개), 괴산(13개), 청주시(11개 업체) 순임.

- '괴산자연드림타운 조성사업'이 완료되면 유기가공식품 인증업체는 지속적으로

증가할 전망임.

시 군	업체수	업 체 명
괴산군	12	기타가공품류 : 흙사랑살림터지점, ㈜큡양곡괴산소포장센터, 아침엔 신선목장 장류 : 솔뫼유기영농조합법인, 농업회사법인(주)애간장, 다류 : 바이셀, 농업회사법인㈜에코푸드, ㈜피케이그린푸드, ㈜건강한푸드 과자류 : 비룡유기영농조합법인, 음료류 : 괴산친환경아로니아농원 곡류가공품 : 농업회사법인괴산잡곡농산(유) 칠성지점
청주시	11	㈜에스앤디(기타가공품), 농업회사법인 조은술세종(주)(주류), ㈜엄마사랑(곡류가공품), 알알이거둠터(송예슬)(다류), ㈜한입(과채가공품), ㈜휴럼(음료수), 두리두리영농조합법인(장류), 영농조합법인 청원유기농(음료류), 농업회사법인(주)백민구철초연구소(다류), 농업회사법인(주)장회(현미식초), ㈜시아스(당류가공품)
충주시	9	농업회사법인 오르피아(주)(엿류), 농업회사법인(주)두레촌(엿류), ㈜트루나스(과채가공품), 농업회사법인(주)장안농장(다류), 농업회사법인(주)유기샘(견과류가공품), ㈜코주부B&F(알가공품류) 영양제과㈜(과자류), 농업회사법인(주)원네스팜(과채가공품)
제천시	9	농업회사법인(주)애디드팩토리·주식회사 올계 농업회사법인 (기타 가공품), ㈜씨알푸드(곡류가공품), ㈜ 신영에이치에스 (기타 식품류), ㈜올계농업회사법인(기타가공품), 농업법인(주)옻가네· ㈜태경식품 2공장(음료류), 살림터·농업회사법인 (주)에이치맥스(다류)
단양군	2	영농조합법인 올산민들레(기타가공품), 농업회사법인주식회사소세골농장(장류)
보은군	2	영농조합법인 속리바이오텍·한국고려인삼영농조합법인 (음료류)
옥천군	3	주식회사 다원·알렉산드리아협동조합(다류), ㈜건영제과(당류가공품)
음성군	18	㈜두루원(기타식품류), (주)홍국에프엔비·(음료류), 남연F&G·주)개미산업·농업회사법인(주)범아식품·우보티에스에프(곡물가공품), ㈜다농원·음성블루베리원영농조합법인(다류), ㈜웰팜·(주)한국씨엔에스팜(기타가공품), ㈜네추럴에프 앤피 (과체가공품), 풀무원식품㈜·(주)꿈꾸는콩(두부류), ㈜이가자연 면·태웅식품(주)· ㈜에그앤씨드 (빵· 떡류), ㈜원플러스원(우유 및 유제품류)
증평군	4	장뜰 영농조합법인(곡류가공품), 농업회사법인(주)에프앤피(식용유지류), 풀무원건강생활(주) 건기식공장·(주)풀무원녹즙
진천군	14	(주)건우에프파·(주)정원제2공장(기타식품류), (주)비락 진천공장·(주)네이처택·(음료류), (주)에그앤씨드 진천공장(우유류), ㈜아모레 퍼시픽·홍삼나라 주식회사· (주)다정(다류), 아그라나프루트 코리아 (주)(잼류), ㈜제이에스그린푸드(드레싱류)
소 계	**84**	

자료 : 국립농산물품질관리원, 친환경인증정보시스템 (2019년 7월말 기준).

∘ 2018년 충청북도의 친환경 농산물 인증은 전년대비 증가 추이를 나타내고 있음.

표-40. **충북지역 친환경 농산물 인증 현황**

시군별	건수 (건)		농가호 (호)		면적 (ha)		출하량(톤)	
	유기농	무농약	유기농	무농약	유기농	무농약	유기농	무농약
충주시	78	133	139	174	185.9	231.7	1,362	2,643.1
청주시 흥덕	42	72	50	388	46.5	332.5	1,079.7	4,576.5
청주시 청원	36	43	219	90	190.2	69.2	1,194.8	798.9
청주시 서원	2	18	2	22	0	14.3	45.8	140.3
청주시 상당	17	67	36	137	29.6	149.4	255.2	2,140.0
제천시	16	51	20	114	20	135.1	164.2	647.2
진천군	14	52	68	194	50.6	231.3	585.9	2,877.2
증평군	8	17	68	194	50.6	231.3	585.9	2,877.2
옥천군	34	106	77	235	79.9	187.0	384.7	1,390.6
보은군	13	37	34	92	56.7	96.5	203.6	391.2
단양군	65	275	74	298	112.0	162.5	447.3	570.5
괴산군	54	147	164	243	177.9	201.0	1,304.5	3,813.5
영동군	28	218	28	218	35.9	105.4	121.2	472.5
합 계	**432**	**1,298**	**965**	**2,315**	**1,039.3**	**1,998.3**	**7,736.8**	**31,952.0**

자료 : 국립농산물품질관리원, 친환경인증정보시스템.

제2절. 관련 법률 및 정책 여건

1. 유기농산업 육성 관련 법률

▌친환경농어업 육성 및 유기식품 등의 관리·지원에 관한 법률

- **【목 적】** 친환경농어업 육성 및 유기식품 등의 관리·지원에 관한 법률은 (법률 제14305호) 농어업의 환경보전기능을 증대시키고, 농어업으로 인한 환경오염을 줄이며, 친환경 농어업을 실천하는 농어업인을 육성하여 지속가능한 친환경농어업을 추구하고, 이와 관련된 친환경 농수산물과 유기식품 등을 관리하여 생산자와 소비자를 함께 보호하는 것을 목적으로 함.(제1조)

- **【책 무】** ①국가는 친환경농어업 및 유기식품 등에 관한 기본계획과 정책을 세우고, 지방자치단체 및 농어업인 등의 자발적 참여를 촉진하는 등 친환경농어업 및 유기식품 등을 진흥시키기 위한 종합적인 시책을 추진하여야 함.(제3조)
  ②지방자치단체는 관할구역의 지역적 특성을 고려하여 친환경농어업 및 유기식품 등에 관한 육성정책을 세우고 적극적으로 추진하여야 함.

- **【친환경 농어업의 기술교류 및 홍보 등】** ①국가, 지방자치단체, 민간단체 및 사업자는 친환경 농어업의 기술을 서로 교류함으로써 친환경 농어업 발전을 위하여 노력하여야 함.(제15조)
  ②농림축산식품부장관·해양수산부장관 또는 지방자치단체의 장은 친환경농어업 육성을 효율적으로 추진하기 위하여 우수 사례를 발굴·홍보함.

- **【국제협력】** 국가와 지방자치단체는 친환경농어업의 지속가능한 발전을 위하여 환경관련 국제기구 및 관련국가와의 국제협력을 통하여 친환경농어업 관련정보 및 기술을 교환하고 인력교류, 공동조사, 연구·개발 등에서 서로 협력하며, 환경을 위해(危害)하는 농어업 활동이나 자재교역을 억제하는 등 친환경농어업 발전을 위한 국제적 노력에 적극적으로 참여하여야 함.(제17조)

▌농수산물유통 및 가격안정에 관한 법률 : 제58조 기금용도

➔ 광역단위 친환경 생산·유통 산지조직 육성사업

- **【사업목적】** 친환경농산물 광역단위 산지유통조직을 육성하여 산지의 규모화·조직화를 통해 농가의 안정적 판로를 제공하고 시장교섭력을 확보함.

- **【주요내용】** 친환경농산물 산지의 규모화·조직화 비용, 상품개발, 홍보물 제작, 무점포시장 개발(모바일온라인 쇼핑몰 구축) 오프라인 판매망 구축, 마케팅 및 컨설팅 비용 등을 지원함.

▌농업·농촌 및 식품산업 기본법

○ **【친환경농업 등의 촉진】** 국가와 지방자치단체는 농어업과 농어촌의 환경보전 기능을 증대시키고, 안전한 농수산물과 품질 좋은 식품의 생산 및 소비를 촉진하기 위하여 친환경농어업 등의 생산기반 구축, 생산기술·생산방법 및 어법·어구· 양식기술의 개발, 친환경 농수산물 등의 인증 및 가축분뇨, 어패류 부산물의 자원화 등에 필요한 정책을 세우고 시행함.(제38조)

2. 유기농산업 육성정책

2.1 제4차 친환경농업 육성 5개년 계획 (2016~2020)

비전 및 전략

◉ 국민적 신뢰에 기반한 지속가능한 친환경농업 육성을 비전으로, 인증제도 개선, 유통체계 확충 및 소비 확대, 생산기반 확충, 유기농업 자재의 안정적 공급, 농업환경 보전 강화 등 5대 분야 21개 추진과제로 구성

▌목 표

○ 생산 ~ 가공 ~ 유통 ~ 소비 단계의 선순환 체계 구축을 통한 친환경농산물 시장규모·재배면적 확대 및 소비자 신뢰를 제고함.

인증제도 개선 및 생산·가공·유통·소비단계의 선순환 체계 구축을 통한 친환경 농식품 산업 육성	◉ 친환경인증 재배면적 비율 : ('15) 4.5% → ('20) 8 ◉ 인증 부적합률 : ('15) 4.6% → ('20) 1 ◉ 친환경농산물 시장 규모 : ('15) 1.4조원 → ('20) 2.5
농림업의 환경보전 기능 강화	◉ 농업환경보전 프로그램 도입 : ('16~'19)시범사업 → 모델 정립 → ('20이후) 확산 ◉ 화학자재 사용량 : ('14)화학농약 9.3kg/ha/화학비료 258 → ('20) 8.5/235

제4차 친환경농업 육성 5개년 계획의 비전체계

비 전	**국민적 신뢰에 기반한 지속가능한 친환경농업**
목 표	인증제도 개선 및 생산-가공-유통-소비단계의 선순환 체계 구축을 통한 친환경농식품 산업 육성 친환경인증 재배면적 비율 : ('15) 4.5% → ('20) 8 인증 부적합률 : ('15) 4.6% → ('20) 1 친환경농산물 시장 규모 : ('15) 1.4조원 → ('20) 2.5 농림업의 환경보전 기능 강화 농업환경보전 프로그램 도입 : ('16~'19) 시범사업, 모델 정립 → ('20이후) 확산 화학자재 사용량 : ('14) 화학농약 9.3kg/ha/화학비료 258 → ('20) 8.5/235

추진과제 및 주요내용	**친환경 인증 농식품 산업 육성**	1 **인증제도 개선**	인증체계 확립 / 역량 강화 농식품 안전관리 강화 인증기준 재정비 유기가공품 제도 마련
		2 **유통체계 확립 및 소비확대**	생산자단체를 통한 유통계열화 소비자 판매채널 다양화 소비촉진 및 소비자 인식 제고 가공·외식·수출산업 활성화 유통정보 제공 강화
		3 **생산기반 확충**	생산단지·지구내실화 경영비 절감 영농시스템 구축 친환경 농업 직불제 개선 농가 교육 및 기술 지원
		4 **유기 농업자재의 안정적 공급**	허용물질 및 자재 관리제도 정비 유기자재 지원사업 개선 유기종자 공급시스템 구축
	농업환경 보전 강화	5 **농림업의 환경 보전 기능 강화**	농업환경보전 프로그램 마련 적정시비 및 방제시스템 구축 가축분뇨 자원화 및 악취관리 강화 산림의 환경보전기능 제고
		6 **농업환경 조사 시스템 구축**	농업환경조사 시스템 구축

제4차 친환경농업 육성 5개년 계획의 주요 추진내용

		현 행	개 선
친환경인증 농식품	인증제도	안전성에 대한 고려 미흡 이원화된(농관원·민간인증기관)인증체계 과도한 서류요건, 국내 여건에 맞지 않는 인증기준	◉ 안전성 제고 및 사후관리 강화 ◉ 민간인증체계 확립 및 민간인증기관 등급제 도입 ◉ 인증관리는 강화하되, 과도한 인증기준은 합리적 개편
	유통소비	지역분산 소규모 유통구조 생협·전문점 중심 판매구조 친환경농업에 대한 가치홍보 미흡 1차 농산물 판매 중심	◉ 광역(道)단위 산지조직화 ◉ 일반소매점·온라인·기업 상생 협력 등 판매채널 다양화 ◉ 의무자조금 활용, 자생적 소비촉진 기반 마련 ◉ 가공·외식 등 연관산업 육성 (무농약 가공품, 비식용, 음식점 등)
	생산	단지·지구 내실화 미흡(30%) 높은 생산비용으로 친환경 지속 실천에 어려움 선도농가 중심의 폐쇄적 생산구조	◉ 단지·지구 내실화(인증면적 70%) -가공·체험 등 6차산업화 유도 ◉ 검사비용 절감, 직불제 개편* 등을 통한 소득보전 지원 * 저농약의 무농약 이상 유도 ◉ 한국형 친환경 생산모델 개발, 교육 및 기술보급 확산
	자재	이원화된(공사·품질인증) 자재관리 시스템 허용물질 평가시스템 미구축 보편화된 처리종자 사용	◉ 자재관리시스템 통합 및 사후관리 강화 ◉ 허용물질 검증·평가시스템 구축 및 선정기준 강화 ◉ 유기종자 공급체계 구축
농업환경보전		우리 농업여건에 맞는 환경 보전형 영농 방식 미구축 농업환경 변화상 확인이 어려운 조사 시스템	◉ 한국형 농업환경보전모델 정립·확산 (시범사업) ◉ 지역단위 평가가 가능토록 지표 및 조사주기·지점 확대

▌추 진 과 제

1 친환경 인증 농식품 산업 육성

∘ 인증제도 개선
❶민간 인증체계 확립 및 역량 강화, ❷인증 농식품 안전관리 강화,
❸국내 여건 고려한 인증기준 재정비, ❹비식용 유기가공품 제도 마련

∘ 유통체계 확립 및 소비 확대
❶생산자단체를 통한 유통계열화, ❷소비지 판매채널 다양화,
❸소비 촉진 및 소비자 인식 제고 (의무자조금 활성화),
❹가공·외식·수출산업 활성화, ❺유통정보 제공 강화

∘ 생산기반 확충
❶생산단지·지구 내실화, ❷경영비 절감 영농시스템 구축,
❸친환경 농업 직불제 개선, ❹농가 교육 및 기술 지원

∘ 유기농업자재의 안정적 공급
❶허용물질 및 자재 관리제도 정비, ❷유기자재 지원 사업 개선,
❸유기종자 공급시스템 구축

2 농업환경 인증 농식품산업 육성

∘ 농림업의 환경 보전 기능 강화
❶농업환경 보전 프로그램 마련, ❷적정시비 및 방제 시스템 구축,
❸가축분뇨 자원화 및 악취 관리 강화, ❹산림의 환경보전 기능 제고

∘ 농업환경 조사시스템 구축 : 농업환경 조사시스템 구축

3. 유기가공식품 산업 활성화 방안 (2015.03.12.)

비 전	유기농업과 식품산업 연계, Premium 유기가공식품산업 활성화	
목 표	유기가공식품매출액 7천억원, 수출 1천만불 달성 (2017) - 유기가공식품 매출액 1조원, 수출 2천만불 (2020)	
추 진 전 략	❶질적·양적 성장을 위한 유기가공식품 산업 생태계 조성 ❷생산-소비 선순환 달성을 위한 적극적 수요시장 확보 ❸신성장 동력 창출을 위한 지역·농업과의 연계	
세 부 추 진 과 제	1. 산업 생태계 조성	◉ 산업 발전 협의체 구성 ◉ 가공식품업체 단계별 맞춤형 지원 ◉ 유기가공원료 안정 공급 ◉ 산업 전문인력 양성
	2. 창조적 산업 활성화 지원	◉ R&D 지원 ◉ 6차 산업화 지원
	3. 소비시장 확대	◉ 해외 수출시장 개척 ◉ 국내 수요시장 확대 ◉ 기업-농업간 상생 협력 확대
협업 추진기반	정책조정 농림축산식품부	창조적 아이디어 농업인·가공생산자	현장 친화 지원 aT·농협·지자체

▌현황 및 여건

1 프리미엄 농산물, 식품안전에 대한 관심 → 유기가공식품 시장 성장

- 유기가공식품 세계 시장규모('12년 320억$)의 급성장세와 함께 국내시장('13년 4,908억원)도 지속적으로 확대될 것으로 전망됨.
  → 유기식품시장은 5년간 연평균 5.5% 성장, 전체식품시장 성장률의 2배
- 반면, 국내 유기가공식품 원료 대부분이 수입산이고 동등성 인정 협정에도 불구하고 수출산업으로서 입지확보가 미흡한 실정임.
  → 수입산 원료 비중은 85%, 수입산 소비자 선호도도 높은 상황(충남대, '14)

2 국내 업체의 영세성, R&D, 유통채널 부족 → 산업발전의 걸림돌

- 유기가공식품 인증업체 667개소 중 181개 업체 조사 결과, 81.4%가 10억 원 미만의 매출을 나타내고 있음.(영세성)
  → 유기가공식품업체 대부분 운영자금 조달과 원료 구입 등에 어려움이 있고 산업비전 등을 협의할 정책채널도 부족함.
- 천연첨가물, 유통기한 증진, 품목별 특정 포장기술 등 현장에서 필요로 하는 기술개발이 미흡한 실정임.
  → 예를 들어 식품보존·향미 등을 위한 화학첨가물을 천연으로 대체하는 기술
- 국내기업 대부분이 내수시장에 집중, 수출시장 확대를 위해서는 해외시장 정보 확보, 스타품목 발굴, 수출업체 경영지원 등이 절실함.

4. 충청북도 유기농특화도 육성정책

비 전	유기농특화도 충북	
정책 목표 ORGANIC 2020	유기농·무농약 생산비중 : ('13) 4.0% ➜ ('20) 20% (유기농 7%) 유기·무항생제축산(동물복지 포함) : ('13) 7.2% ➜ ('20) 20% 유기가공업체수 : ('13) 33개 ➜ ('20) 150개 (전국 25%) 유기농·무농약 학교급식 비중 : ('13) 31% ➜ ('20) 80% 이상 유기농특구 : ('13) 0 ➜ ('20) 2개	
전략 및 중점 추진과제	유기농 혁신 시스템 구축	유기농특화도 제도기반 구축 유기농 중심 조직개편을 통한 역량 강화
	생산기반 조 성	유기농 개별농가 지원 확대 유기농 생산단지 지원 확대
	안전 관리시스템 구축 및 인재 육성	유기농 연구·교육 지원 확대 및 인재육성 소비자 신뢰 확충 다각화
	유기농 소비기반 확충	유기농 로컬푸드 시스템 구축 유기농 유통·소비 활성화
	유기농 융복합산업 육성	권역별 특화 융복합산업육성 유기농 醫·美農 산업 육성
	세계유기농 산업엑스포 개최	2015 세계유기농산업엑스포 세계유기농산업엑스포 재개최
	유기농특구 조 성	유기농푸드밸리 조성 유기농특구 지정·육성

▌사업비 : 24개 사업 / 4,395억 원

- 친환경농업 직접지불제 : ('13) 1,200ha → ('20) 8,000ha
- 유기질비료 지원사업 : ('13) 207,946톤 → ('20) 250,000톤
- 토양개량제 보조사업 : ('13) 35,135톤 → ('20) 41,199톤
- 친환경퇴비생산시설현대화사업 : ('13) 1개소 → ('20) 17개소
- 친환경농산물 인증농가 육성 : ('13) 1,500명 → ('20) 16,000명
- 친환경농산물 인증활성화 지원 : ('13) 1,167ha → ('20) 12,000ha

- 유기농업자재 지원사업 : (‘14) 신규 → ('20) 700ha
- 친환경농업 지속직불금 지원 : (‘15) 신규 → ('20) 2,600ha
- 친환경잡초 피복재 지원 : (‘14) 신규 → ('20) 5,000ha/년
- 친환경생물학적제초지원 : (‘13) 4,000ha/년 → ('20) 7,000ha/년
- 댐규제지역친환경농업육성 : (‘13) 3개 시·군 → ('20) 7개 시·군

▌유기농 의미농산업 육성

- 충청북도 전략산업(바이오산업, 뷰티·화장품산업 등)과의 융복합화로 Organic 창조경제 실현 ⇒ 醫·美 있는 유기농특화도를 조성하는 것을 목표로 함.
- 나아가 산림, 건축, 관광산업 등 타산업과 연계 치유의 숲, 생태건축, 명상 및 요가 등의 생태관광 등 고부가가치 유기농 醫美農 산업을 육성함.

▌유기농 중심 제도기반· 조직개편으로 유기농 정책 적극추진

- 충청북도 친환경농업 육성 및 유기식품등의 관리·지원 조례 개정(2014.4.18.)으로 “유기” 및 “유기식품”의 정의규정 신설 및 지원내용 규정

<충청북도 친환경농업 육성 및 유기식품등의 관리·지원 조례>

제2조(정의) 4. “유기[Organic]”란 「농어업 육성 및 유기식품 등의 관리·지원에 관한 법률」(이하 “법”이라 한다) 제19조제2항에 따른 인증기준을 준수하고, 허용물질을 최소한으로 사용하면서 유기식품 및 비식용유기가공품(이하 “유기식품등”이라 한다)을 생산, 제조·가공 또는 취급하는 일련의 활동과 그 과정을 말한다.<신설 2014. 4. 18.>

5. “유기식품”이란 「농어업·농어촌 및 식품산업 기본법」 제3조제7호의 식품 중에서 유기적인 방법으로 생산된 유기농수산물과 유기가공식품(유기농수산물을 원료 또는 재료로 하여 제조·가공·유통되는 식품을 말한다. 이하 같다)을 말한다.<신설 2014. 4. 18.>

제12조(친환경농산물과 유기식품등 생산·유통지원)

① 도지사는 친환경농산물과 유기식품등 생산자, 생산자단체, 유통업자나 인증기관에 대하여 시설 설치자금 등 필요한 지원을 할 수 있다.<개정 2014. 4. 18>

② 친환경농산물과 유기식품등 생산·유통에 대한 지원은 친환경농업에 대한 기여도에 따라 차등 지원할 수 있다. <개정 2014. 4. 18>

- 충청북도 조직개편에 따른 유기농산과 명칭 변경(2014.1.1.)
  (당초)농정국 농산지원과 ⇒ 농정국 유기농산과(유기농 우선 정책의 조직개편)

▌유기농 생산기반 조성 및 인재육성 (공영관리제,유기농업연구소, 기반조성)

- 유기인증면적 확대를 위한 전국 최초 유기농업공영관리제 시행

<유기농업 공영관리제>

○ 사업기간 : **2018**년 ~ **2022**년 / 대상 : 유기농업인
○ 내　　용 (충북 괴산군 최초 시행)
- 유기농업 인증비용 및 유기농업 전환으로 발생하는 손실 보상지원
- 유기생산물의 품질관리 등 공영관리 도입
※ **'19. 4.~12.** 연구용역 및 계획수립 완료, '**20**년도부터 시행중

▌충청북도 유기농업 연구소 설치 및 운영

< 충청북도 유기농업연구소 설치·운영>

□ **건립 개요(2016.7.1. 개소)**
❍ 위　　치 : 괴산읍 서부리 751번지외 5필지
❍ 사업내용 : 친환경농업연구센터 건립 및 연구기자재 구입
❍ 사업규모 : 부지4,927㎡, 건물 1동(지하1층, 지상3층/가스저장소 부속)
❍ 사 업 비 : 100억원(국비 50 도비 25 군비 25)

□ **주요성과**
❍ 연구분야
- 연구기반조성 : 연구포장(11,810㎡), 스마트팜하우스(1,600㎡), 농자재창고 등
- 유기(토종)종자 보존 및 품종육성 연구 : 토종 유전자원 수집(41품종 235점)
- 천연농자재 개발 및 이용표준화 연구 : 응애 고방제가(90~93%) 란타나 등 3종
- 지역특화작목 개발 및 유기양액재배법 연구 : 명월초, 유기인삼
- 유기농 옥수수 현장실증연구 : 재배 메뉴얼 책자 발간

⇒ 논문 5건, 영농기술정보 8건, 학술발표 13건

※ 3년 연속 농식품부장관상(2017, 2018, 2019), 농진청 농업기술대상(2018) 수상

❍ 유기농업인 육성 교육실적 : 5과정 93회 3,121명
- 정예 유기농업인 육성 농업대학 운영(일반, 심화) : 2과정 64회 2,089명
- 유기농 실용화 전문기술 교육(작목, 단위기술) : 2과정 25회 950명
- 유기농 핵심리더 전문가(공무원) 양성 : 4회 82명

※ 연구+지도 합동 현장 애로기술 컨설팅 : 53회 225명

❍ 협업 및 홍보 분야
- 유기농업 협업네트워크 구축 및 단체운영
  · 충북유기농업실용화연구회 단체 육성 : 4개 분과 158명
  · 연구소 보유 시험장비 활용교육 : 10종, 25회, 112명/ 분석전문요원, 중원대학교 등
  · 유기농 기반확대 민관연계교육 : 3개 단체(한살림, 흙살림, 흙사랑), 191회, 5,185명
  · 시험장비 공동 이용(325건), 식물체·토양 분석(297건), 시설물 활용(39건)
  · 국제교류 협력 및 행사 지원 : ALGOA(19개국 300명), 유기농대회, 미니클러스터 등

▌유기농산물 생산지원 사업

∘ 추진배경 : 친환경농산물 생산·유통에 필요한 시설·장비 지원

- 사업기간 : 2020. 1. ~ 12.
- 사 업 량 : 260개소
- 사 업 비 : 2,627,450천원(도비 493,000, 시군비 1,346,230, 기타 788,220)

▌친환경 농업 기반조성 (농업환경보전 프로그램 추진)

- 추진배경 : 농업환경 개선이 필요한 지역의 종합적인 환경개선 지원을 통해 농업의 공익적 기능 제고 및 친환경농업 확산기반 조성
- 사업기간 : 2020. ~ 2024.(5개년)
- 사 업 비 : 2,600백만원(국비 50%, 지방비 50%) *20년: 200백만원
- 사 업 량 : 4개소(청주 1, 옥천 1, 괴산 2)

▌유기농 무농약 인증농가 환경보전비 지원

- 추진배경 : 친환경농산물 인증 농업인에게 소득감소분 지원으로 인증면적확대 유도
- 사업기간 : 2020. 1. ~ 12.
- 사 업 비 : 2,187백만원(도비 30%, 지방비 70%)
- 사 업 량 : 3,060ha

▌안전관리 시스템 구축(농산물 안전분석)으로 안전한 친환경농산물 공급

- 추진배경 : 농약잔류의 사전 모니터링으로 안전한 농산물 생산 및 공급
- 사업기간 : 2019 ~ 계속
- 장 소 : 농업기술센터(충북 괴산)
- 규 모 : 1개소(256㎡)
- 사 업 비 : 500백만원
- 사 업 량 : 잔류농약 100점(2020년 시범운영)
  ※ 별도 친환경농산물 잔류농약 검사비 지원사업 추진 중

▌유기농 소비기반 확충을 위한 청주·충주 등 복합단지 조성 및 시범사업 적극 추진

【청 주】

- 추진배경 : 유기농 테마파크형 단지 조성으로 지속가능한 농업발전 도모, 도시민의 힐링공간 제공으로 도·농 상생발전 및 소비촉진
- 위 치 : 충북 청주시 상당구 단재로 480-2
- 기 간 : 2015. ~ 2018. (4년)

- 규　　모 : 55,445.3㎡
- 사 업 비 : 18,000백만원(국비 8,156, 도비 2,447, 시비 7,397)
- 사업내용 : 마케팅센터, 열대식물원, 체험관, 키즈파크, 연구온실, 야외학습장

【충　주】

- 추진배경 : 충주댐주변 각종 규제에 대응한 친환경 영농시스템 확산과 수도권과 연계한 자연생태 관광 및 유기농업 유통·소비체험이 가능한 복합공간 조성
- 부지위치 : 충북 충주시 살미면 세성리 산57-1 일원
- 사업기간 : 2019 ~ 2022(4년)
- 사 업 비 : 18,000백만원 (국비 90억원, 도비 27억원, 시비 63억원)
- 규　　모 : 198,000㎡
- 주요내용 : 유기농복합교육센터, 유기농자연생태체험장, 유기농식당, 판매장, 생태공원등 조성

▌임산부 친환경농산물 지원 시범사업 추진

('19년) 충북 전국 최초 실시 → ('20년) 농식품부 임산부 친환경농산물 지원 시범사업 시행
⇒ 3Win 달성 ※ Win (산모가족 / 출산장려) - Win(친환경농업인 / 지역경제) - Win(지구 / 환경)
※ 충북의 특수시책이 중앙부처 신규시책으로 도입된 우수사례

- 추진배경 : 저출산 현상이 심화됨에 따라 출산장려를 위한 친환경분야 정책 필요
- 사업기간 : '20. 1 ~ 12. (공급기간 : 신청일로부터 1년)
- 사업대상 : 2020.1월부터 임신 또는 출산이 확인된 임산부 (임신부 + 산모)
- 사 업 비 : 5,689백만원 (국비 40%, 도비 12%, 시군비 28%, 자담 20%)
- 지원단가 : 1명당 연간 480천원 (꾸러미 구성 : 3만원 ~ 6만원)
- 지원인원 : 11,854명
- 추진실적(5.18.일 기준) : 임산부 2,754명(계획 대비 23.2%)
  → 친환경 소비층을 확대하여 "친환경 소비가 생산을 견인하는 선순환 구조" 구축 친환경농업 확산을 통해 지구환경 보존과 지속가능한 농업환경 조성

▌학생 가정 농산물 꾸러미 지원사업 추진 (학교급식 대체 비용)

- 추진배경 : 친환경 농산물의 소비촉진을 위한 학생가정 꾸러미 지원

- 사업기간 : `20.5월말까지
- 지원대상 : 도내 무상 급식 지원 유·초·중·고·특수학교 학생
- 지원내용 : 농산물 꾸러미(학생 1인당 1꾸러미/1회)
- 품목구성 : 친환경 농산물 및 지역 생산 일반 농산물 등
- 소요예산 : 90.2억원

▌유기농 융복합산업 적극 육성

- 충청북도 전략산업인 바이오 산업 및 4차산업혁명과 연계한 융복합사업 적극 추진

사 업 명	기 간	사 업 내 용	사업비 (억원)
합 계			**1,309**
바이오첨단농업 복합단지 조성	'20~'22	첨단농업기술활용 바이오·제약·식품산업생산	322
노지 스마트농업 시범사업	'20~'22	노지 자동화 장비지원, 시설스마트화	253
글로벌 천연물 원료 제조거점 시설사업	'14~'19	천연물 원료 GMP시설 및 장비구축, 천연물 원료 품질개선 등	169
천연물조직배양 상용화시설 구축사업	'17~'20	천연물 조직배양 시설 및 장비구축, 품질분석 시스템	150
지역특화 임대형 스마트팜 조성	'20~'21	청년농에게 스마트 농장 임대	150
내수면 스마트 양식장 시범단지 조성	'19~'20	스마트순환여과시스템, ICT 통합관리 시스템 등	100
괴산 스마트축산 ICT 시범단지 조성	'21~'23	축사 자동화 장비지원, 시설스마트화	95
괴산 곤충산업 거점단지 조성	'20~'22	유기농 산업과 연계한 곤충사육 자동화 시설	70

▌유기농 의미(醫美) 농산업(유기농 바이오헬스 산업) 육성

- 추진배경 : 유기농의 무농약·안전한 환경의 개념에서 전국민의 생활습관 질병을 치유하는 식품으로의 전환하고자 유기농의미 산업을 육성
  → 국내 고혈압 인구 1,500만명 이상
- 추진상황 : ICOOP 생협 치유프로그램 추진
- 추진실적 : 2019년 이후 당뇨/고혈압 환자의 유기농치유프로그램 참여자의 58%가 약복용을 중단하거나, 감소

▌유기농 푸드밸리 조성

○ 괴산 아이쿱 1단지, 2단지 조성 추진으로 유기농 생산·가공·판매·관광 치유 등이 연계된 푸드밸리 조성 완료

<괴산자연드림파크 ICOOP 생협>

1. 개 요 : 소비자 조합원과 생산자가 함께 운영하는 사업체를 기반으로 윤리적 소비와 생산을 실천하는 협동조합으로 직원 수는 3,600여명 이상, 매출액은 5,500억 원 이상임.

→ 현재 국내에 괴산, 구례에 자연드림 테마파크 조성완료

→ 괴산자연드림파크 1단지는 괴산군 칠성면 유기식품단지에 24만2300평, 2단지는 괴산읍 발효식품농공단지 내에 7.1만평으로 총 14개 식품생산 업체가 가동중으로 500명의 직원이 근무중 (2018년 준공)

2. 사 업 비 : 괴산자연드림파크 2,604억원 (국비 540, 지방비 72, 민자 1,992)

3. 사업내용

- 2022년에 40여개 유기식품 관련 업체가 입주하게 되면 1300명의 일자리가 만들어질 것으로 예상
- 450가구 규모의 유기농 테마마을 조성(숙박), 영화관
- 자연드림 한의원 : 유기농 음식 처방
- 친환경농축산물 매입확대 및 좋은 식품 개발, (Non-GMO) 콩으로 음식만들기 공방, 친환경 공예체험
- 기타 유기농 편의시설 : 물의정원, 유기농컨벤션센터, 숙박시설 등

구 분	**1단지**(칠성면)	**2단지**(괴산읍)	**합 계**
위 치	칠성면 자연드림길 240	괴산읍 자연식품1길 14	**2개소**
규 모	800,987㎡(약 24.3만평)	235,706㎡(약 7.1만평)	**1,036천㎡ (약31.4만평)**
투자규모	총 1,000억원 이상	총 1,000억원 이상	
고용효과	약 1,000명 이상	약 650명 이상	
입주업종	식료품, 물류 서비스업 등	식료품, 물류 서비스업 등	

5. 괴산군 유기농 육성정책

▌2007 친환경 농업군 선포 후 육성정책

❶ 친환경농업 중장기 계획 수립 및 조례 제정

❷ 친환경 농업대학 및 인재학습센터 운영

❸ 경종·축산·임업이 연계하는 자연 순환농업 기틀 마련

❹ 광역친환경농업단지 조성사업 확보

표-41. **괴산군 친환경농산 인증 추이**

[단위 :ha]

인증별	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
합 계	**575**	**585**	**467**	**477**	**543**	**462**	**440**	**419**	**406**
유 기	105	157	179	200	181	184	185	174	176
무농약	233	241	162	220	303	258	249	230	230
저농약	237	187	126	57	59	20	6	-	-

주) 2013년말 친환경 인증면적은 저농약 신규인증 폐지로 감소하였으나, 무농약 면적은 2009년 대비 30%, 유기인증면적은 72% 증가함.

▌2012 유기농 농업군 선포 후 육성정책

- 유기농업 인증 확대 추진
  인증면적 : 2011년 179ha → 2015년 185ha (유기)
- 친환경 인증농가 확대 지원
  ❶농산물안정성 분석 전문기관 육성, ❷친환경 인증비용 지원 (농가당 300천원),
  ❸우렁이종패 무료 공급, ❹친환경 벼 생산농가 지원 (40kg/4∽5천원)
- 유기농산물 유통활성화 : 한살림, 생협, 흙살림, 지역농협, 체험행사 활성화 등
- 유기가공산업 육성 : 아이쿱생협 자연드림파크 1단지, 2단지

▌2020년 유기농업관련 주요사업

- 유기농 전환 손실보장 장려금 지원 : 1개 사업 / 132백만원
- 유기농 특화단지 조성 : 2개 사업 / 450백만원
- 친환경 영농자재 지원 : 4개 사업 / 2,640백만원

- 친환경 인증농가 지원 : 5개 사업 / 496백만원
- 유기가공식품 지원 : 2개 사업 / 34.6백만원
- 농산물 안전분석실 운영 : 1개 사업 / 500백만원
- 농업환경보전프로그램 (2019년 공모사업 선정) : 2개소 / 1,300백만원
- 아시아지방정부협의회(ALGOA) 운영 : 4개 사업 / 265백만원
- 유기농 국내외 행사지원 및 추진 : 8개 사업 / 793.5백만원

▌2020년 현재 친환경농업육성조례 개정을 통한 친환경농업 육성

- 2022괴산세계유기농산업엑스포 기반조성 및 국내 유기농업 발전을 위해 주요사업을 발굴하여 추진 중
  → 괴산유기농산업복합센터 : 1개소 / 180억원 (2021년 예산확보)
  → 국제유기농교육문화원 : 1개소 / 85억원 (2021년 예산확보)
- 괴산군은 2019년 기준 친환경 인증면적 402ha로 기후·환경등의 이점을 지닌 남부지방보다 친환경농산물 생산량이 많지는 않지만,
- 2006년 친환경농업육성조례 제정, 2007년 친환경농업군 선포, 2012년 유기농업군 선포, 2015년 괴산세계유기농산업엑스포 개최, 2020년 친환경농업육성조례 전부 개정등 끊임없이 유기농업 발전을 위해 노력하였고, 국내 유기농업 활성화에 기여한 공을 인정받아 국가브랜드 대상 유기농업부문 7년 연속 대상 수상

제3절. 해외 주요 유기농 관련 국제행사 조사

1. 중국 유기농 관련 국제행사

중국 국제 유기농 및 녹색 식품 박람회 (CIOE)
China International Organic and Green Food EXPO)

▌개최목적

- 중국 최대 규모의 가장 영향력 있는 유기농 및 녹색 식품 박람회로 아시아 유기농 식품 및 녹색식품의 조달 및 기술 발전에 기여하고자 함.
- 아시아 유기농 그린푸드 전시회 중 최대 전시 규모

▌개최개요

- 개회시기 : 2004년부터 매년 베이징과 상하이에서 매년 2회 개최 (3일간)
- 개최규모 : 50,000㎡ (16개국 1,500여개 유기농 그린푸드 및 식재료 브랜드)
  - 한국, 일본, 홍콩, 마카오, 대한, 러시아, 프랑스, 이탈리아 등
- 관 람 객 : 약 64천명
  (중국 정부의 지원으로 빅바이어 및 전세계 2만 여명의 바이어 참가)

▌행사 프로그램

구 성	카 테 고 리
유기인증 및 생태	국가 유기농제품 인증 시범 전시구역, 유기농 및 생태 농업의 가치 전시구역
유기식품 및 녹색식품	유기농 과일 및 채소, 유기 육류, 차, 유제품, 음료, 와인, 커피, 향신료, 산림식품 등
천연물 및 유기농 건강제품	천연 화장품 및 케어 제품, 천연 섬유, 자연환경 제정제품, 유기농 건강제품
식품가공 및 포장관련 서비스	유기식품 가공, 포장, 보전 장비, 영향 컨디셔닝 머신, 쌀 밀링 머신 및 관련 서비스 등

국제 자연 건강 영양 박람회 (NHNE)
Natural Health & Nutrition EXPO

▌개최목적

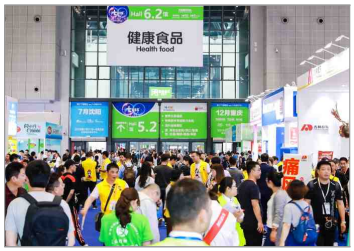
- 아시아 최대의 자연 건강 및 영양 제품 박람회로 글로벌 제조업체의 브랜드 홍보 및 중국 내 사업 채널 확장을 지원함.
- 신제품 홍보 및 중국 시장에 진출하고자 하는 업체의 중국 내 비즈니스 지도를 확장하는 기회의 장을 제공함.

▌개최개요

- 개회시기 : 2004년부터 매년 베이징 국제전시센터에서 3일간 개최
- 개최규모 : 70,000㎡ (28개국 참가)
  - 주요 참가국 : 한국, 일본, 미국, 독일, 홍콩, 대만, 프랑스 등
  - 참가업체수 : 1,200개 업체 (중국 1100, 해외 100)
- 관람객수 : 83,635명 (`19년 기준)

▌행사 프로그램

구 성	카 테 고 리
건강식품 및 건강보조제	27종류의 건강제품 및 정부에서 승인한 영양 보충제 수입산 건강식품 및 영양보조제 등
건강식품 및 자연식품	녹색 식품, 유기농 식품, 녹조류 제품, 엽록소 제품, 알로에 제품, 저칼로리 및 저콜레스테롤 식품, 영양 보충제, 항산화 식품, 꽃가루 제품, 벌 제품, 비타민 및 미네랄 식품 등
기능성 음료	스포츠 영양음료, 비타민 음료, 광천수 음료, 저칼로리 음료, 허브티 음료, 천연 과일 및 야채 음료, 식물성 단백질 음료 등
특수식 및 식이요법	영양식이요법, 특정 총 영양식이요법(당뇨병, 종양, 간 질환 등), 비영양요법식단, 특수요법용 유아식이요법 등
뷰티 제품	화장품, 구강액, 기능성 화장품, 콜라겐, 코엔자임, 화장품 스킨케어, 자연미용 제품, 중국 초본 미용제품 등
프로바이오틱스 분야	프로바이오틱스, 프로바이오틱 유제품, 프로바이오틱 음료, 프로바이오틱 식품, 프로바이오틱 다이어트 보조제 등



홍콩 자연 및 유기 아시아 (NOPA)
Natural & Organic Products Asia

▌개최목적

- 미국유기농협회(OA)의 세계 유기농 무역 가이드(World Organic Trade Guide)에 따르면 아시아 유기농 시장은 연 10% 이상으로 급성장하고 있음.
- 아시아의 자연 및 유기 산업을 위한 조달·교환 플랫폼 발전을 목적으로 함.

▌개최개요

- 개회시기 : 2014년부터 매년 3일간 개최 (홍콩컨벤션센터)
- 개최규모 : 7,254㎡
  - 전세계 35개 국가에서 70여개의 기업 참가(`17)

▌행사 프로그램

구 성	카 테 고 리
천연 및 유기농 식품	유기농, 자연산, 채식주의, 지속가능한 슈퍼푸드, 공정무역, 윤리적인 할랄 및 신선식품 등
뷰티 제품	자연/유기농 뷰티 푸드, 바디&스킨 케어, 화장품, 헤어 케어, 퍼스널 케어, 썬 케어, 엄마 및 아이 용품, 향수 등
친환경 제품	에코 가전 제품, 의류 및 섬유, 윤리적 및 녹색 유기물, 생분해성 주방용품, 애완동물 제품 등
건강기능식품	기능성 식품, 대체 약물, 치과 진료, 건강 및 운동 용품, 해독제, 영양제, 동종 요법, 미네랄, 자연 건강관리, 보조식품 등

2. 일본 유기농 관련 국제행사

일본 국제 유기농 전시회
International Organic EXPO

▌개최목적

- 식품의 재료, 원료부터 유통까지 각국의 우수 식품 전시와 입점을 위한 비즈니스 확대에 중점을 둔 박람회임.
- 유기농 제품에 대한 올바른 이해를 제공하고 유기농JAS(유기농 식품에 대한 일본 농업 표준)와 같은 인증 시스템 획득을 촉진하고 지원하기 위해 제품전시 및 세미나 등을 진행함.

▌개최개요

- 개회시기 : 2001년부터 매년 3일간 요코하마에서 개최 (Pacifico, Yokohama)
- 개최규모 : 12,000㎡(`18)
  - 참가업체수 : 191개 업체 (일본 178, 해외 13)
- 관람객수 : 90,518명

▌행사 프로그램

구 성	카 테 고 리
오가닉 식품	농림수산물 및 가공품, 육가공품, 유제품, 냉동식품, 니혼슈, 와인, 커피, 차, 쥬스, 과자 등
드럭스토어 상품	자연화장품, 케어용품, 세제, 방향제, 탈취제, 일용품, 서플리먼트 등 천연유래원료 제품
네추럴 제품	장난감, 의복, 유아복 등 천연섬유제품, 펫 용품 등
유기농산품 등	씨앗, 비료, 식물활성제, 토양개량제 등

2022괴산세계유기농산업엑스포

제4장 엑스포 수요 및 개최 의견조사

제1절. 수요 및 의견조사 개요

1. 조 사 개 요

중앙정부의 국제행사 승인 평가항목 충족	엑스포 개최의 타당성 및 적정 규모산정	국민의 엑스포 행사 및 프로그램 방향 설정	엑스포 개최 국민 공감대 형성과 홍보
☼ 국민과 이해관계자의 엑스포 개최에 대한 지지와 참여 ☼ 정부 승인 평가기준 충족	☼ 유기농관련 전문가 및 관계자 간의 집단 인터뷰(FGI) ☼ 성공적인 엑스포 기획을 위한 수요예측	☼ 엑스포 공간 및 프로그램 기획을 위한 방향도출의 기초자료 활용 ☼ 효과적인 엑스포 기본계획 수립을 위한 의견 반영	☼ 국민 설문조사를 통한 세계유기농산업엑스포 개최의 여론적 공감대 형성 ☼ 세계유기농산업엑스포의 인식 반영

- 조사목적 : 세계유기농산업엑스포에 대한 국민의 인식, 관심, 참가의사 등을 조사함으로써 계획수립의 기초자료로 활용하고, 프로그램 기획·연출에 활용하는데 그 목적이 있음.
- 조사기간 : 2019년 10월 18일 ~ 2019년 10월 28일 (11일간)
- 조사방식 : 구조화된 설문지(Structured Questionnaire)를 이용한 온라인 설문조사
- 신뢰수준 : **95 ± 2.7%**
- 유효응답 : 1,268명 (총 응답자 1,271명 중 3명 제외)
- 분석방법 : SPSS++를 이용한 빈도분석 및 주요 변인에 관한 교차분석

분석변인	☼ 유기농산업엑스포의 주요 변인으로 '연령', '결혼유무'에 따라 엑스포에 대한 성향이 뚜렷하게 나타나고 있어 이를 기준으로 교차분석을 시행함.

2. 응답자 특성

- 온라인 설문조사(중복응답 불가)로 1,271명이 응답을 하였으며, 그 중 3명의 설문응답이 구조화된 설문문항에 적합하지 않아서 제외시켜 1,268명에 대해 분석을 시행함.
- 응답자 유형은 성별, 국적, 연령별, 직업군, 결혼여부와 자녀수, 소재지를 비례할당법에 의해 조사를 시행하여 분석함.

[단위 : 명, %]

구 분		응답자	구성비
성 별	남	513	40.4
	녀	758	59.6
	계	**1,271**	**100**
국 적	내국인	1,264	99.4
	외국인	7	0.6
	계	**1,271**	**100**
연 령	20대 미만	14	1.1
	20대	224	17.6
	30대	574	45.2
	40대	258	20.3
	50대	169	13.3
	60대 이상	32	2.5
	계	**1,271**	**100**
직 업	농림어축산업	46	3.6
	공무원	125	9.8
	행정기관/공사 등 공공기관	34	2.7
	교사 및 교직원	54	4.2
	전문직	142	11.2
	회사 사무/관리직	405	31.9
	회시 기능/생산직	51	4.0
	서비스업	74	5.8
	자영업	72	5.7
	학 생	87	6.8
	주 부	146	11.5
	무 직	35	2.8
	계	**1,271**	**100**

구 분			응답자	구성비
결혼여부	미 혼		617	48.5
	기 혼	0명	68	5.4
		1명	203	16.0
		2명	329	25.9
		3명 이상	54	4.2
	계		**1,271**	**100**
소재지	광역시 및 자치시	서 울	389	30.5
		부 산	78	6.1
		인 천	70	5.5
		대 구	38	3.0
		대 전	43	3.4
		광 주	48	3.8
		울 산	39	3.1
		세 종	31	2.4
	광역도	경 기	248	19.4
		강 원	19	1.5
		충 북	147	11.6
		충 남	35	2.8
		전 북	28	2.2
		전 남	16	1.3
		경 북	15	1.2
		경 남	20	1.6
		제 주	7	0.6
	계		**1,271**	**100**

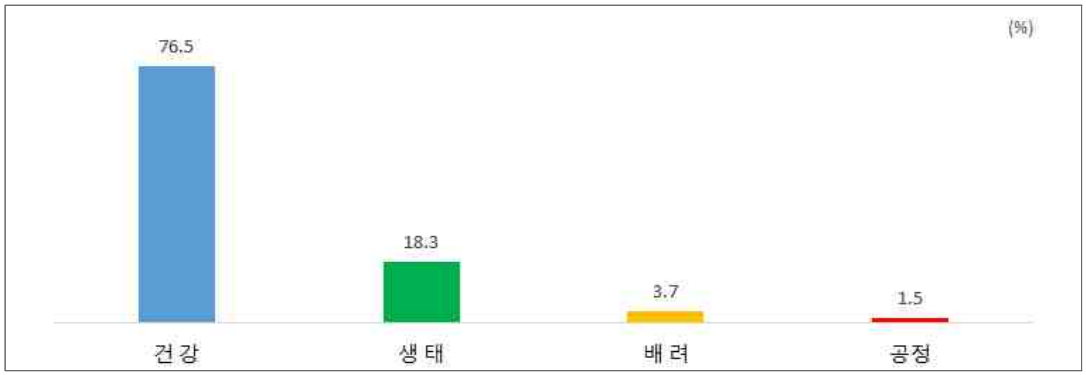
제2절. 유기농산업엑스포 수요분석 결과

1. 유기농산업에 대한 인식

1 유기농 연상 이미지

귀하께서는 '유기농'하면 연상되는 이미지가 다음 중 무엇입니까? (n=1,268)

- 우리나라 국민은 '유기농'의 연상 이미지로 '건강'을 76.5% 선택하였으며, 다음으로 생태(18.3), 배려(3.7), 공정(1.5) 순으로 연상하고 있음.
- 연령별로 20대 미만의 청소년은 상대적으로 '배려'라고 응답한 비율이 높았던 반면에, 연령이 높아질수록 '생태'라는 응답비율이 높아지는 경향을 나타냄.
- 따라서 유기농3.0의 4대 원칙을 세계유기농산업엑스포를 통해 올바르게 경험, 인식할 필요성이 있음.



[단위 : %]

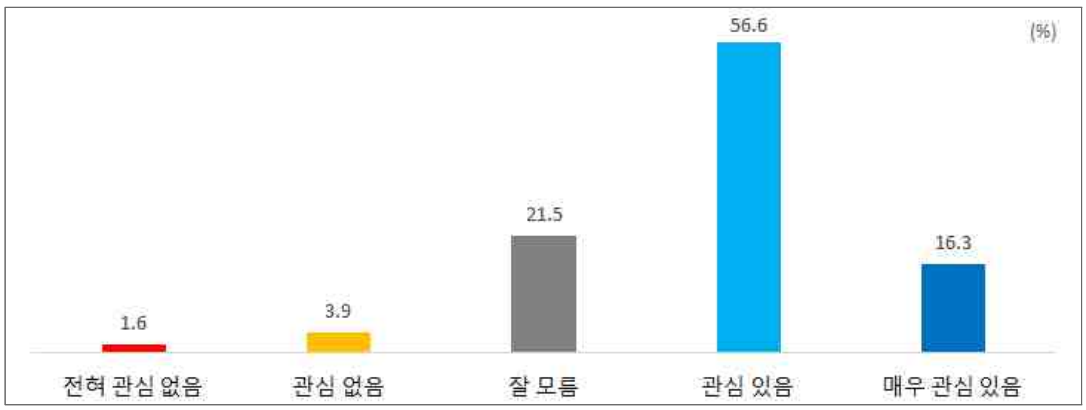
구 분		건강	생태	배려	공정
연 령 (n=1,268)	20대 미만	78.6	14.3	7.1	
	20대	76.3	18.3	3.6	1.8
	30대	79.9	13.5	4.5	2.1
	40대	78.2	18.7	2.3	0.8
	50대	68.6	28.4	2.4	0.6
	60대 이상	46.9	50.0		3.1
결 혼 여 부 (n=1,268)	미혼	78.3	14.7	5.3	1.6
	기혼	75.0	21.7	1.8	1.5
자 녀 유 무 (n=651)	0명	80.5	14.6	1.2	3.7
	1명	75.9	18.8	3.7	1.6
	2명	73.3	24.2	1.2	1.2
	3명 이상	73.1	26.9		

2 유기농산물 및 식품 관심 및 분야

▌유기농산물 및 식품에 관한 관심도

귀하께서는 평소 유기농산물 및 식품에 대해 얼마나 관심이 있으십니까?
(n=1,268)

- 우리나라 국민 중에 약 72.9%가 유기농산물 및 식품에 관심을 가진 것으로 나타났고, 특히 연령층이 높아질수록 유기농·식품에 대한 높은 관심을 나타냄.
- 또한 미혼자보다는 기혼자와 자녀를 둔 부모가 상대적으로 유기농·식품에 대한 높은 관심을 가지는 성향이 있음.
- 따라서 세계유기농산업엑스포는 국민의 높은 유기농 관심에 충족할 수 있는 행사 프로그램을 제공하여 유기농이 가져오는 먹거리뿐만 아니라 사회·경제·환경적 가치를 올바르게 전달하는 장이 되어야 함.



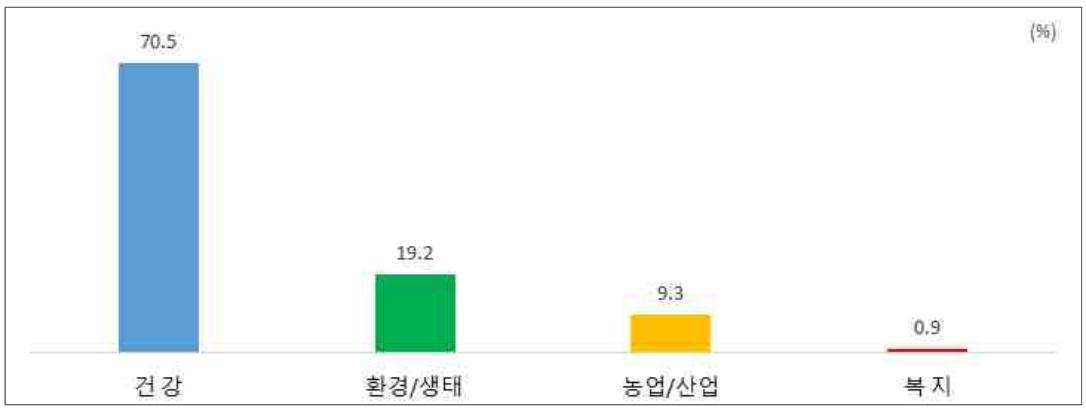
[단위 : %]

구 분		전혀 관심 없음	관심 없음	잘 모름	관심 있음	매우 관심 있음
연 령 (n=1,268)	20대 미만	21.4		28.6	28.6	21.4
	20대	1.3	5.8	33.0	54.9	4.9
	30대	1.0	4.2	24.8	59.3	10.7
	40대	2.3	1.9	16.0	58.4	21.4
	50대	1.2	2.4	5.3	55.6	35.5
	60대 이상	3.1	3.1	3.1	34.4	56.3
결 혼 여 부 (n=1,268)	미혼	1.9	5.2	30.1	55.4	7.3
	기혼	1.4	2.3	13.1	58.2	25.0
자 녀 유 무 (n=651)	0명		1.2	18.3	68.3	12.2
	1명	1.6	3.1	19.9	53.9	21.5
	2명	1.8	2.1	8.9	58.6	28.5
	3명 이상		1.9	5.8	55.8	36.5

▌유기농산물 및 식품에 관한 관심이유

귀하께서 유기농산물 및 식품에 관심이 있으신 까닭은 무엇 때문인가요? (n=929)

- 우리나라 국민이 유기농산물 및 식품에 깊은 관심을 나타내는 까닭은 '건강'이 70.5%로 나타나 '유기농'의 연상 이미지와 유사한 성향을 나타내고 있음.
- 연령별로 살펴보면 20대 미만에서는 '건강'과 '환경/생태'라는 인식이 높게 나타난 반면에, 40대 이상에서는 연령이 높아질수록 '환경/생태'에 대해 관심이 높은 것으로 나타남.
- 미혼자와 기혼자 모두 '건강'에 관심이 많으며, 기혼자가 상대적으로 미혼자보다 '환경/생태'에 더 많은 관심을 나타내고 있음.
- 따라서 세계유기농산업엑스포는 '유기농'의 가져다주는 '건강'이란 이미지와 함께 '환경·생태적 가치', '농업·산업적 가치', '복지적 가치'를 올바르게 인식시킴.



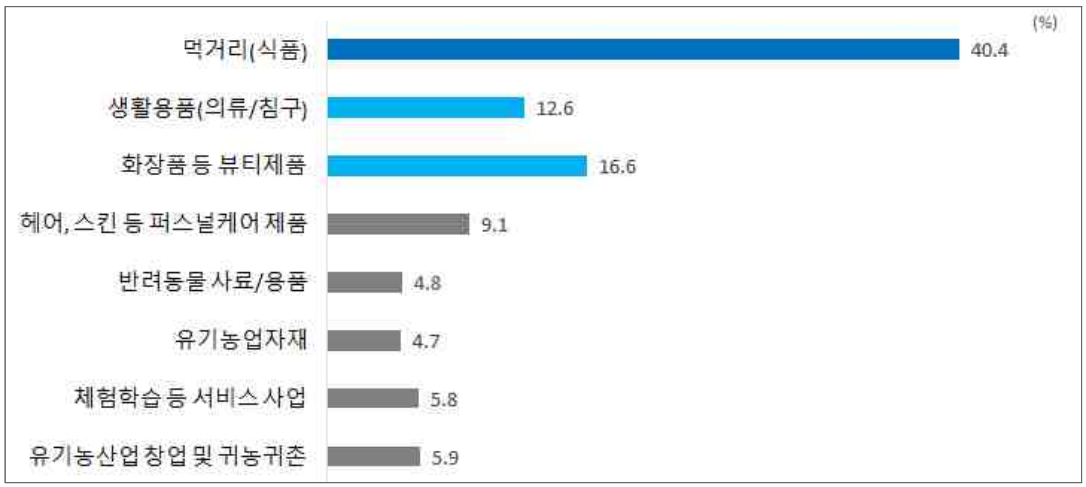
[단위 : %]

구 분		건강	농업/산업	환경/생태	복지
연 령 (n=929)	20대 미만	42.9	14.3	42.9	
	20대	75.4	6.7	15.7	2.2
	30대	78.3	8.0	12.5	1.3
	40대	68.3	10.7	20.5	0.5
	50대	57.8	12.3	29.9	
	60대 이상	44.8	10.3	44.8	
결 혼 여 부 (n=929)	미혼	75.2	9.3	13.7	1.8
	기혼	67.9	9.2	22.5	0.4
자 녀 유 무 (n=542)	0명	77.3	4.5	16.7	1.5
	1명	70.1	4.2	25.0	0.7
	2명	67.6	9.9	22.5	
	3명 이상	50.0	27.1	22.9	

▌유기농산물 및 식품 관심분야

귀하께서 유기농산업 중에서 어떤 분야에 관심이 많으십니까? (중복응답) (n=929)

- 우리나라 국민은 '유기농'의 이미지와 관심이 '건강'과 밀접하게 관계되어, 식품 분야에 대한 관심이 상대적으로 높은 것으로 나타남.
- 주목할 점은 20대 미만은 생활용품, 화장품, 반려동물 관련 산업에 관심이 높은 것으로 나타났고,
- 20대는 상대적으로 헤어/스킨 등 퍼스널케어 제품에 대한 관심이 높고, 30대는 화장품 등 뷰티제품, 40대는 의류/침구 등 생활용품에 대한 관심이 다른 연령대에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타났고, 50대 이상에서는 유기농 창업과 귀농·귀촌에 대한 관심이 높음.



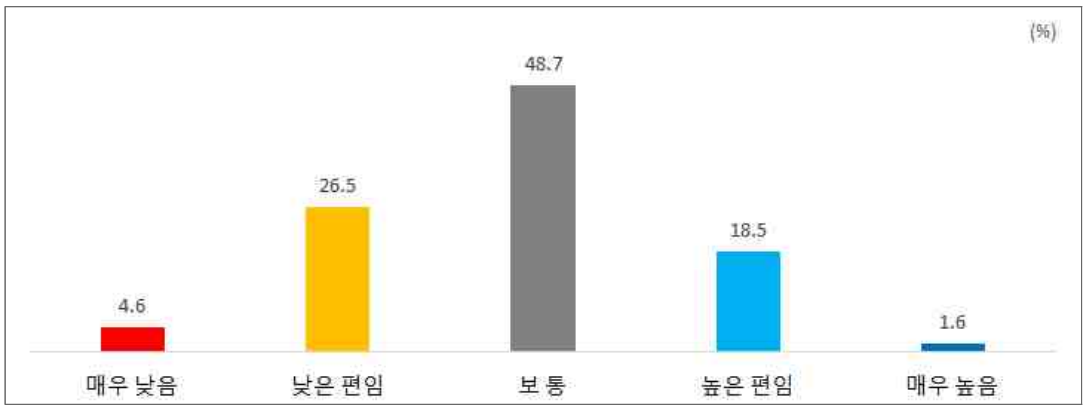
[단위 : %]

구 분		먹거리 (식품)	생활용품 (의류/침구)	화장품등 (뷰티제품)	헤어/스킨 (퍼스널케어)	반려동물 (사료/용품)	유기농업 자 재	체험학습 (서비스업)	유기농산업 (창업귀촌)
연 령 (n=929)	20대 미만	30.0	15.0	20.0	5.0	20.0		5.0	5.0
	20대	41.1	13.8	18.9	11.4	7.4	3.4	2.7	1.3
	30대	39.6	12.2	20.5	9.7	4.5	4.2	5.7	3.8
	40대	40.1	14.2	14.6	9.0	4.0	5.0	6.3	6.9
	50대	42.9	11.1	9.0	6.9	3.9	5.7	8.7	11.7
	60대 이상	39.7	11.8	5.9	5.9	4.4	8.8	7.4	16.2
결 혼 여 부 (n=929)	미혼	41.0	11.6	22.2	9.4	6.5	3.5	3.2	2.5
	기혼	39.9	13.4	12.9	9.0	3.7	5.4	7.7	8.0
자 녀 유 무 (n=542)	0명	40.4	11.2	20.5	11.8	6.8	3.7	1.2	4.3
	1명	37.3	15.3	13.9	10.6	4.1	5.4	8.7	4.6
	2명	41.2	13.6	11.2	7.8	3.1	5.5	8.3	9.4
	3명 이상	39.8	9.7	8.8	6.2	1.8	7.1	10.6	15.9

3 우리나라 유기농산업 수준

귀하께서는 세계에서 우리나라 유기농산업 수준이 어느 정도 된다고 여기십니까? (n=1,268)

- 우리나라 국민은 우리나라 유기농산업 수준이 세계에서 보통 또는 다소 낮은 수준이라 여기고 있음.
- 주목할 점은 60대 이상에서 우리나라 유기농산업 수준이 낮은 편이라 여기고 있는데, 이는 과거 고향의 어린시설·학생시절의 추억과 경험 등에 기인한 것이라 여겨짐.
- 따라서 세계유기농산업엑스포는 우리나라 유기농산업에 대한 바른 정보를 제공하고 다양한 연령과 계층에 따라 맞춤형 프로그램을 제공하여 지역과 세대를 어울리는 화합의 장이 될 필요성이 있음.



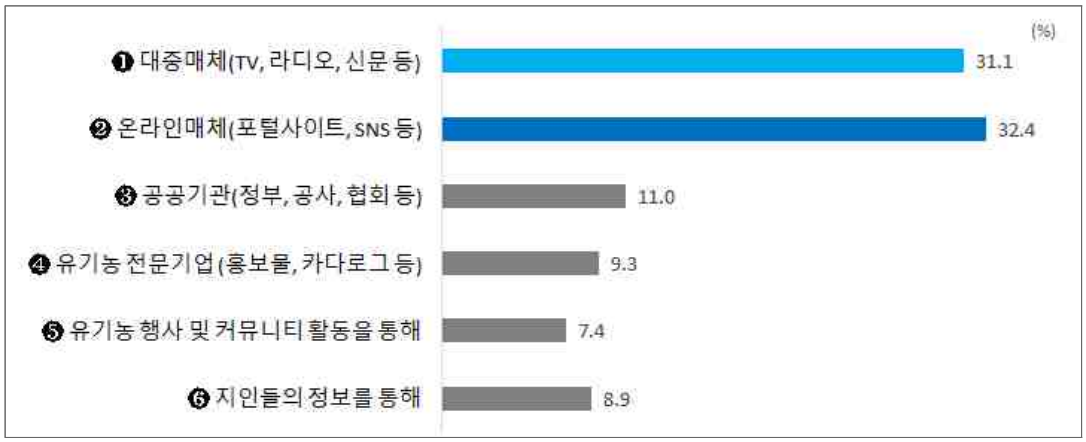
[단위 : %]

구 분		매우 낮음	낮은 편임	보 통	높은 편임	매우 높음
연 령 (n=1,268)	20대 미만	28.6	7.1	28.6	35.7	
	20대	3.1	27.2	44.2	24.1	1.3
	30대	2.3	23.6	54.7	17.8	1.6
	40대	4.7	30.7	43.6	18.3	2.7
	50대	9.5	26.6	48.5	14.8	0.6
	60대 이상	21.9	40.6	28.1	9.4	
결 혼 여 부 (n=1,268)	미혼	2.8	22.5	53.5	19.6	1.6
	기혼	6.5	30.0	44.4	17.7	1.5
자 녀 유 무 (n=651)	0명	3.7	32.9	39.0	24.4	
	1명	7.3	28.8	41.4	19.4	3.1
	2명	4.6	29.4	48.8	16.3	0.9
	3명 이상	19.2	32.7	36.5	9.6	1.9

4 유기농산물, 유기농 식품, 유기농 제품 취득 정보원

귀하께서는 유기농산물, 유기농 식품, 유기농 제품 등에 관한 정보를 어떻게 접하고 계십니까? (n=1,268)

- 우리나라 국민들이 '유기농'관련 정보는 온라인 매체(32.4)와 대중매체(31.1)를 통해 접하고 있는 것으로 나타남.
- 스마트폰 등의 모바일 기기의 발달에 따라 40대까지는 온라인 매체를 통한 유기농 관련 정보를 취득하고 있는 반면에, 50대 이상에서는 오프라인 매체를 통한 유기농 관련 정보를 취득하고 있음.
- 따라서 세계유기농산업엑스포를 홍보할 경우에 온라인매체와 대중매체를 적극적으로 활용하고, 60대 이상에게는 별도의 커뮤니티 활동을 통해 지속적으로 인지시킬 필요가 있음.



[단위 : %]

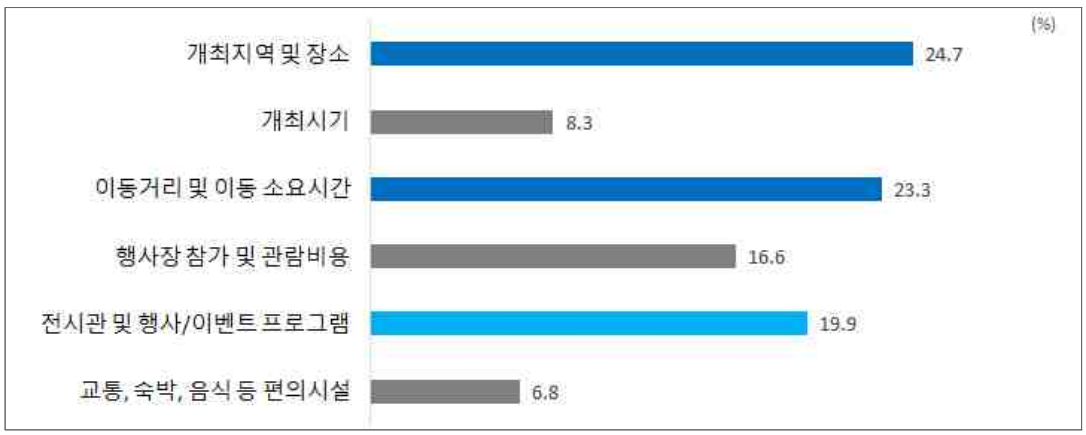
구 분		대중매체 (TV, 라디오, 신문 등)	온라인매체 (포털사이트, SNS 등)	공공기관 (정부, 공사, 협회 등)	유기농기업 (홍보물, 카다로그 등)	유기농 행사 및 커뮤니티 활동	지인들의 정보를 통해
연 령 (n=1,268)	20대 미만	38.5	30.8	7.7	7.7	3.8	11.5
	20대	30.8	37.4	9.1	6.8	7.3	8.6
	30대	32.6	33.0	13.3	8.5	5.6	7.0
	40대	27.9	32.4	9.5	11.0	9.5	9.7
	50대	31.9	25.6	9.9	11.8	8.9	11.8
	60대 이상	23.7	22.0	5.1	15.3	16.9	16.9
결 혼 여 부 (n=1,268)	미혼	34.9	33.6	13.7	6.6	4.7	6.6
	기혼	27.4	31.3	8.6	11.8	10.0	10.9
자 녀 유 무 (n=651)	0명	31.6	38.1	2.6	7.1	11.0	9.7
	1명	25.3	33.9	10.5	12.1	8.5	9.6
	2명	28.0	29.6	9.0	12.9	9.6	10.9
	3명 이상	25.3	22.1	8.4	11.6	15.8	16.8

2. 유기농산업엑스포 참가의사

1 세계유기농산업엑스포 참가(관람) 시 주요 고려사항

귀하께서는 세계유기농산업엑스포에 참가(관람)를 결정하는 데에 가장 중요하게 고려하는 사항은 무엇인지 2가지를 선택해주시기 바랍니다. (n=1,268)

- 우리나라 국민은 엑스포 방문의 결정요인으로 거리적인 요소(개최지역, 이동거리)를 가장 크게 고려하는 것으로 나타남.
- 또한 전시관 및 행사/이벤트 프로그램 등이 중요한 결정요인이므로 세계유기농산업엑스포 행사·프로그램 기획이 매우 중요함.
- 괴산은 서울 및 수도권 대도시로부터 자동차로 약 2시간 이내로 도착할 수 있어 접근성이 비교적 양호하고 수도권과 충청권을 중심으로 한 홍보·마케팅을 전개할 필요성이 있음.



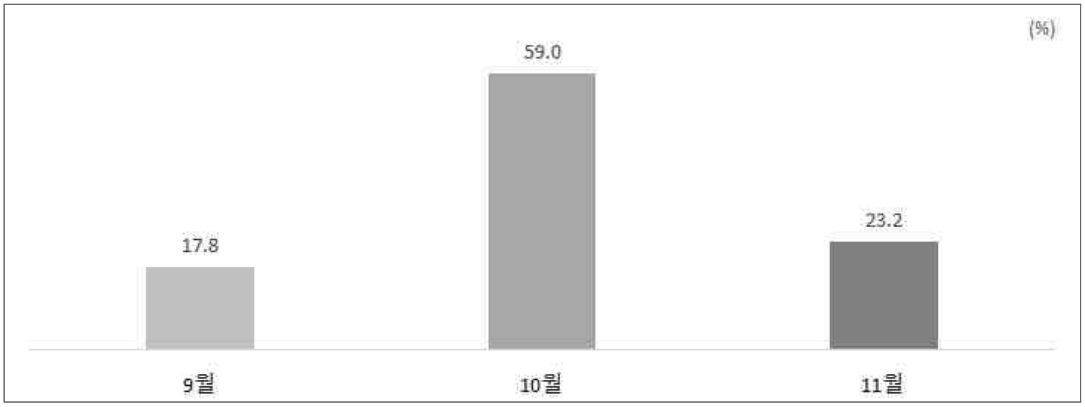
[단위 : %]

구 분		개최지역 및 장소	개최시기	이동거리 및 소요시간	행사장 관람비용	전시관 및 행사프로그램	편의시설 (교통/숙박/음식)
연 령 (n=1,268)	20대 미만	33.3		22.2	18.5	22.2	3.7
	20대	27.9	11.1	21.7	14.9	18.2	6.1
	30대	23.9	8.0	24.3	20.7	17.5	5.5
	40대	24.2	6.7	24.8	13.7	23.4	7.2
	50대	23.2	9.9	20.1	9.6	24.9	12.3
	60대 이상	32.7	3.6	25.5	12.7	20.0	5.5
결 혼 여 부 (n=1,268)	미혼	24.9	9.2	24.3	19.7	15.8	6.0
	기혼	24.8	7.5	22.7	13.7	23.7	7.5
자 녀 유 무 (n=651)	0명	27.5	5.2	24.8	11.8	22.2	7.8
	1명	23.1	7.4	22.0	18.0	23.1	6.0
	2명	25.0	8.4	23.3	11.2	24.1	8.0
	3명 이상	26.1	5.4	17.4	16.3	26.1	8.7

2 세계유기농산업엑스포 개최 희망시기

귀하께서는 세계유기농산업엑스포가 언제 개최되면 좋을 것이라 생각하십니까?
(n=1,268)

- 우리나라 국민의 59.0%는 세계유기농산업엑스포가 가급적 10월에 개최되길 희망하고 있고 다음으로 11월을 23.2%의 국민이 선호함.
- 20대 미만은 9월을 가장 선호한 반면에 20대부터 60대 이상까지 10월을 가장 선호하는 것으로 나타났고 자녀를 둔 가정에서 특히 10월을 선호하는 경향이 강한 것으로 나타남.
- 이와 같은 까닭은 10월이 옥외 활동하기에 적합한 기온·날씨를 나타내고 있는 것에 기인하는 것으로 여겨짐.
- 따라서 2015년에는 세계유기농산업엑스포를 9월에 개최하였는데, 2022년 세계유기농산업엑스포는 10월 개최를 적극적으로 검토할 필요성이 있음.



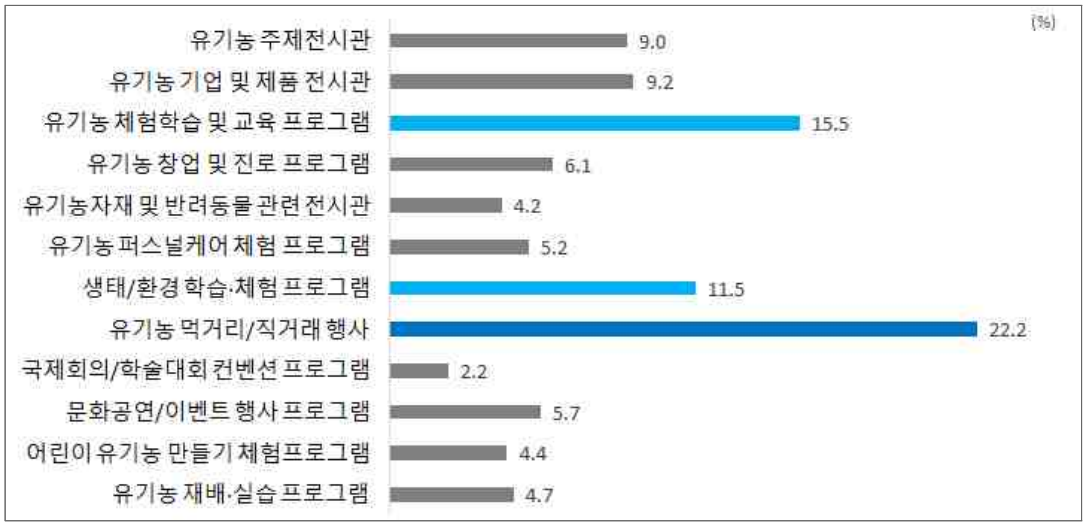
[단위 : %]

구 분		9월	10월	11월
연 령 (n=1,268)	20대 미만	42.9	28.6	28.6
	20대	20.5	55.4	24.1
	30대	16.8	61.2	22.0
	40대	16.7	57.6	25.7
	50대	17.2	58.0	24.9
	60대 이상	12.5	75.0	12.5
결 혼 여 부 (n=1,268)	미혼	17.5	59.5	23.0
	기혼	17.8	58.5	23.7
자 녀 유 무 (n=651)	0명	20.7	54.9	24.4
	1명	19.4	59.7	20.9
	2명	15.0	59.8	25.2
	3명 이상	25.0	51.9	23.1

3 세계유기농산업엑스포 희망 프로그램

만약 귀하께서 세계유기농산업엑스포에 다음 중 어떤 프로그램을 가장 선호하시거나 참가(관람)하고 싶습니까? (n=1,268)

- 우리나라 국민은 세계유기농산업엑스포가 열릴 경우에 유기농 먹거리와 직거래 행사에 대한 관심이 가장 많고, 다음으로 유기농체험학습 및 교육 프로그램에 대한 관심이 높은 것으로 나타남.
- 또한 연령대별로 선호하는 프로그램이 각양각색으로 나타나고 있어, 세계유기농산업엑스포에서는 먹거리, 직거래, 프로그램, 전시, 이벤트 등을 다채롭게 구성하여 관람객에게 다양한 경험과 즐거움을 제공할 필요가 있음.



[단위 : %]

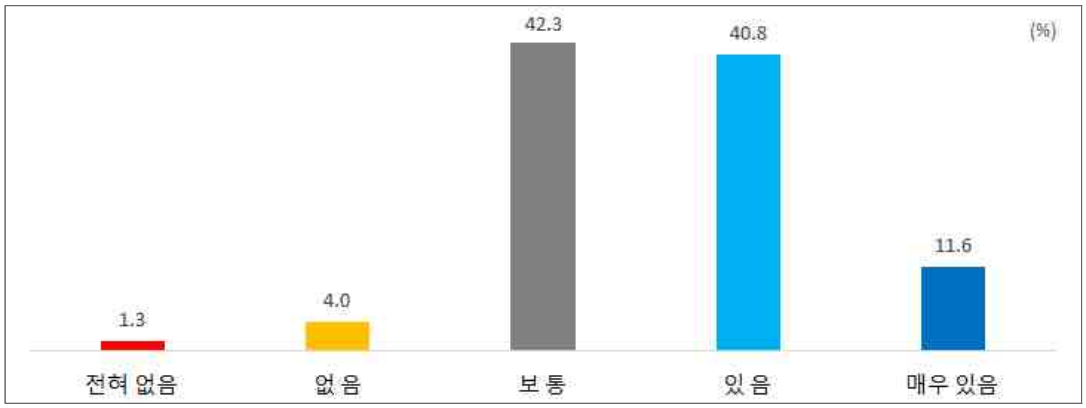
구 분		주제 전시관	기업 전시관	체험/ 학습 프로 그램	창업/ 진로 프로 그램	유기농 자재/ 펫케어 전시관	퍼스널 케어 체험 프로 그램	생태/ 학습 체험 프로 그램	먹거리 직거래 행사	국제 회의/ 학술 대회 컨벤션	문화/ 공연 이벤트 행사	유기농 만들기 체험 프로 그램	유기농 재배/ 실습 프로 그램
연 령 (n=1,268)	20대 미만	2.8	2.8	16.7	5.6	11.1	5.6	5.6	19.4	5.6	8.3	5.6	11.1
	20대	7.4	7.1	16.9	8.3	5.9	7.1	10.0	20.9	1.7	6.0	3.5	5.2
	30대	10.8	8.9	14.8	5.3	4.4	5.5	11.8	22.6	2.0	5.9	5.0	3.1
	40대	6.5	8.7	17.4	5.2	3.5	4.6	12.5	22.3	2.3	6.4	5.5	5.1
	50대	9.4	13.6	12.3	7.8	2.7	2.7	11.4	23.3	2.5	4.3	2.2	7.8
	60대 이상	10.8	12.0	16.9	4.8	4.8	3.6	14.5	18.1	3.6	1.2	3.6	6.0
결 혼 여 부 (n=1,268)	미혼	10.7	8.6	14.8	6.8	6.0	6.2	10.5	21.4	2.2	6.3	2.4	4.2
	기혼	7.5	9.8	16.1	5.6	2.7	4.2	12.5	22.9	2.1	5.2	6.3	5.2
자 녀 유 무 (n=651)	0명	5.6	8.9	16.8	5.1	4.7	7.0	10.7	27.1	1.4	5.1	3.3	4.2
	1명	6.5	8.3	16.4	4.8	2.6	5.7	12.5	21.8	2.4	6.7	7.7	4.6
	2명	8.4	11.0	16.0	5.6	2.5	2.8	12.7	23.0	2.3	4.6	5.8	5.2
	3명 이상	8.3	9.0	14.5	9.0	1.4	3.4	13.8	20.0	1.4	2.8	8.3	8.3

4 세계유기농산업엑스포 참가(관람) 의향 및 참가(관람)행태

▌참가(관람) 의향

귀하께서는 유기농산업엑스포가 개최된다면 참가(관람)하실 의향이 있으십니까?
(n=1,268)

- 우리나라 국민의 52.4%가 세계유기농산업엑스포가 개최되며 참가(관람)할 의향이 있는 것으로 나타남.
- 특히 40대 이상에서 세계유기농산업엑스포에 높은 참가(관람)의향을 나타냈고, 미혼자보다는 자녀를 둔 기혼자가 세계유기농산업엑스포에 높은 관람의사를 나타내고 있음.
- 따라서 세계유기농산업엑스포는 전 연령대를 대상으로 한 홍보활동도 중요하지만 자녀를 둔 가정에게 초점을 맞춘 홍보·마케팅 활동도 필요함.



[단위 : %]

구 분		전혀 없음	없 음	보 통	있 음	매우 있음
연 령 (n=1,268)	20대 미만	7.1	7.1	14.3	42.9	28.6
	20대	1.8	8.9	42.9	38.8	7.6
	30대	1.0	3.3	49.8	35.8	10.0
	40대	1.6	3.1	37.7	47.5	10.1
	50대		0.6	29.6	47.9	21.9
	60대 이상	6.3	3.1	25.0	43.8	21.9
결 혼 여 부 (n=1,268)	미혼	1.6	5.2	52.5	33.2	7.5
	기혼	1.1	2.8	32.9	47.6	15.7
자 녀 유 무 (n=651)	0명	1.2	1.2	41.5	48.8	7.3
	1명	0.5	5.2	38.7	41.9	13.6
	2명	1.2	1.8	29.1	50.6	17.2
	3명 이상	1.9	1.9	21.2	48.1	26.9

▌동 반 자

귀하께서 유기농산업엑스포에 참가(관람)하신다면 어떤 분들과 함께 동반하고 싶으십니까? (n=663)

- 세계유기농산업엑스포에 참가(관람)할 의향을 밝힌 663명의 응답자 중에서 44.9%가 가족과 함께 참가(관람)할 의사를 나타냄.
- 20대 미만과 20대는 연인이나 친구들과 함께 참가(관람)할 의사를 밝힌 반면에, 30대부터 50대까지는 가족과 함께 참가(관람)을 희망하고 있고 60대 이상은 주위 친구가족이나 친목회/동호회 회원과 함께 참가(관람)하겠다는 의사가 다른 연령대에 비해 높은 것으로 나타남.

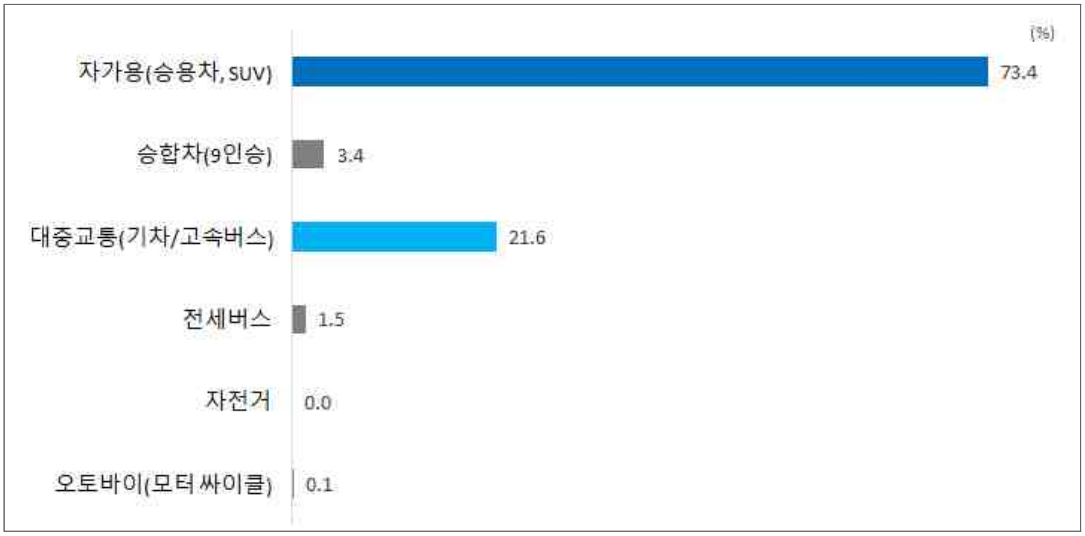
[단위 : %]

구 분		혼자 개인	연인과 함께	가족과 함께	가족 포함 친지와 함께	주위 친구 가족과 함께	가족 아닌 친구들과 함께	회사/직장 동료들과 함께	친목/동호 회원 등 단체	종교 단체 회원들과 함께	학교 단체 회원들과 함께
연 령 (n=663)	20대 미만	11.1	22.2	33.3	5.6	11.1	16.7				
	20대	12.5	19.9	36.9	6.3	8.5	8.5	2.8	2.8	0.6	1.1
	30대	8.0	12.9	48.5	10.7	6.6	6.6	2.9	2.9	0.7	
	40대	5.9	4.3	46.3	16.1	7.1	5.5	9.4	4.7	0.4	0.4
	50대	4.3	1.6	45.7	10.1	11.7	5.3	11.7	6.4	0.5	2.7
	60대 이상	11.4	5.7	34.3	5.7	17.1	5.7	2.9	8.6	2.9	5.7
결 혼 여 부 (n=663)	미혼	14.5	19.2	36.9	6.9	6.4	8.8	2.9	3.2	0.7	0.5
	기혼	3.7	4.4	49.8	13.3	9.5	5.2	7.7	4.6	0.6	1.2
자 녀 유 무 (n=412)	0명	1.4	10.1	60.9	7.2	10.1	5.8	4.3			
	1명	1.7	6.3	50.3	14.9	8.6	6.3	8.0	3.4		0.6
	2명	5.2	3.0	47.5	13.9	10.1	3.6	7.9	6.3	0.8	1.6
	3명 이상	3.1	1.5	49.2	12.3	7.7	10.8	9.2	3.1	1.5	1.5

▌교 통 수 단

귀하께서 유기농산업엑스포에 동반자와 오신다면 어떤 교통편을 가장 선호하십니까? (n=663)

- 세계유기농산업엑스포에 참가(관람)할 의향을 밝힌 663명의 응답자 중에서 73.4%가 자가용(승용차, SUV)을 이용하여 참가(관람)할 의사를 나타냄.
- 그리고 21.6% 국민이 대중교통(기차, 버스)수단을 이용하여 참가(관람) 의사를 밝혔는데 이는 주로 60대 이상에서 선호하는 교통수단으로 나타남.
- 특히 기혼자와 자녀를 둔 가정에서는 자가용(승용차, SUV)를 이용하여 참가(관람)하길 희망하기 때문에 충분한 주차 공간 확보가 필요함.



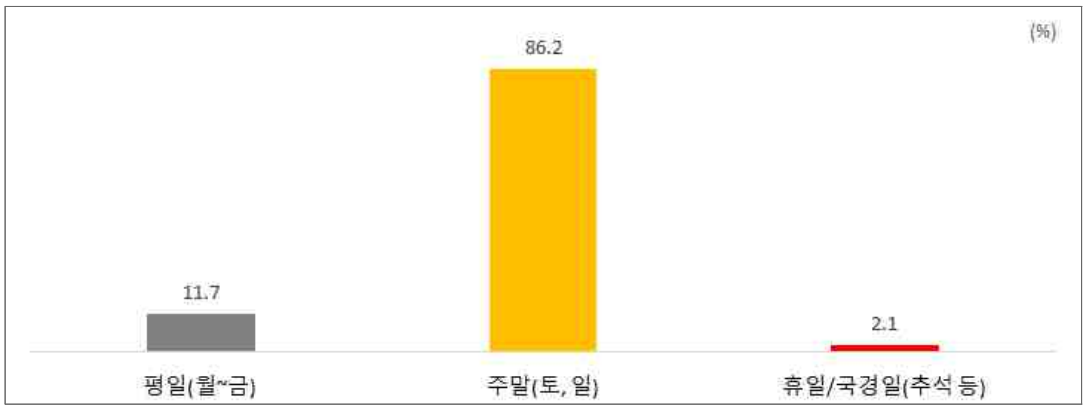
[단위 : %]

구 분		자가용 (승용차, SUV)	승합차 (9인승)	대중교통 (기차/고속버스)	전세버스	오토바이 (모터싸이클)
연 령 (n=663)	20대 미만	60.0		40.0		
	20대	50.0	2.9	43.3	3.8	
	30대	76.3	2.7	19.8	1.1	
	40대	76.4	6.1	16.2	0.7	0.7
	50대	84.7	2.5	11.0	1.7	
	60대 이상	76.2		23.8		
결 혼 여 부 (n=663)	미혼	61.8	2.4	34.3	1.6	
	기혼	80.6	3.9	13.8	1.5	0.2
자 녀 유 무 (n=412)	0명	78.3	2.2	15.2	4.3	
	1명	80.2	2.8	15.1	0.9	0.9
	2명	82.8	3.6	12.7	0.9	
	3명 이상	71.8	10.3	15.4	2.6	

▌참가(관람) 선호 요일

귀하께서 유기농산업엑스포에 동반자와 오신다면 어떤 요일을 가장 선호하십니까? (n=663)

- 우리나라 국민은 토요일과 일요일에 세계유기농산업엑스포를 동반자와 함께 참가(관람)하는 것을 가장 선호하고 있으며, 60대 이상은 평일을 이용하는 것을 가장 선호하고 있음.
- 따라서 세계유기농산업엑스포의 참가(관람)객의 교통·이용 편의를 높이기 위해 충분한 주차 공간 확보와 평일에 60대 이상과 단체관람(유치원, 학교, 생산자 단체 등) 중심의 프로그램 운영을 기획할 필요가 있음.
- 토요일과 일요일은 가족단위 관람객을 위한 행사·이벤트 프로그램을 기획·연출하고 세계유기농산업엑스포 인근지역과 먹거리, 체험거리, 숙박 등을 연계하여 참가(관람)객의 편의성을 높임.



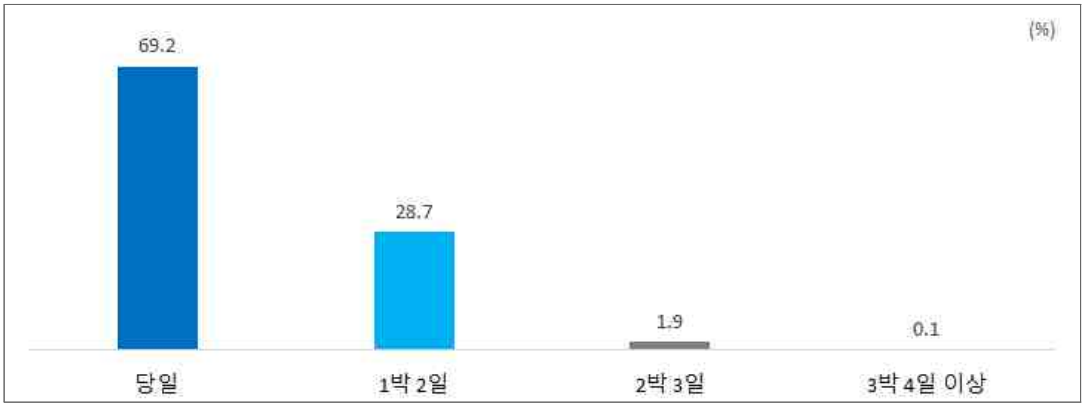
[단위 : %]

구 분		평 일 (월~금)	주 말 (토, 일)	휴일/국경일 (추석 등)
연 령 (n=663)	20대 미만		80.0	20.0
	20대	7.7	90.4	1.9
	30대	8.4	90.8	0.8
	40대	12.2	86.5	1.4
	50대	13.6	82.2	4.2
	60대 이상	61.9	33.3	4.8
결 혼 여 부 (n=663)	미혼	9.2	89.2	1.6
	기혼	13.1	84.5	2.4
자 녀 유 무 (n=412)	0명		100.0	
	1명	15.1	81.1	3.8
	2명	13.1	85.1	1.8
	3명 이상	23.1	71.8	5.1

▌참 가 일 정

귀하께서 유기농산업엑스포에 동반자와 오신다면 며칠 일정으로 다녀가길 희망하십니까? (n=663)

- 세계유기농산업엑스포에 참가(관람)할 의향을 밝힌 663명의 응답자 중에서 69.2%가 당일형으로 세계유기농산업엑스포를 참가(관람)할 의사를 밝혔고, 30.8%가 숙박을 희망하고 있음.
- 20대 미만에서 40대까지는 당일형을 선호하고, 50대 이상은 상대적으로 1박 2일의 숙박형을 선호하고 있어 50대 이상을 대상으로 한 숙박 프로그램을 기획하여 정보를 제공할 필요성이 있음.
- 또한 자녀를 둔 기혼자와 자녀2명 이상을 둔 가정에서 숙박형을 선호하고 있으므로 괴산군의 농촌휴양체험마을, 농가민박(펜션) 등의 숙박시설 등을 적극적으로 연계 또는 홍보할 필요성이 있음.



[단위 : %]

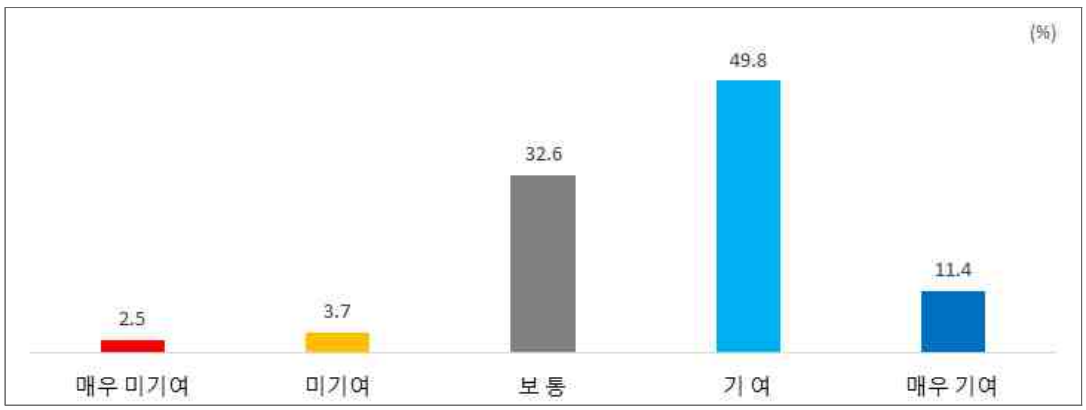
구 분		당일	1박 2일	2박 3일	3박 4일 이상
연 령 (n=663)	20대 미만	80.0	20.0		
	20대	78.8	16.3	4.8	
	30대	71.8	26.7	1.5	
	40대	65.5	31.8	2.7	
	50대	61.9	37.3		0.8
	60대 이상	57.1	42.9		
결 혼 여 부 (n=663)	미혼	77.3	19.5	3.2	
	기혼	64.6	34.0	1.2	0.2
자 녀 유 무 (n=412)	0명	63.0	34.8	2.2	
	1명	67.0	33.0		
	2명	64.3	33.9	1.4	0.5
	3명 이상	61.5	35.9	2.6	

3. 유기농산업엑스포 기대효과

1 세계유기농산업엑스포 개최에 따른 유기농·산업 기여도

귀하께서는 우리나라 유기농·산업의 지속적인 발전에 세계유기농산업엑스포 개최가 얼마나 기여할 것이라고 생각하십니까? (n=1,268)

- 우리나라 국민의 61.2%는 세계유기농산업엑스포가 개최되면 우리나라 유기농산업 발전에 기여할 것이라 생각하고 있음.
- 모든 연령대에서 고르게 세계유기농산업엑스포가 유기농산업 발전에 기여할 것이라 생각하고 있으며, 특히 연령대가 높아질수록 기여치가 점점 높아지는 경향을 나타내고 있음.
- 또한, 기혼자가 미혼자보다 세계유기농산업엑스포의 기대치가 높고, 특히 자녀를 둔 가정에서 기대치가 높은 것으로 나타남.



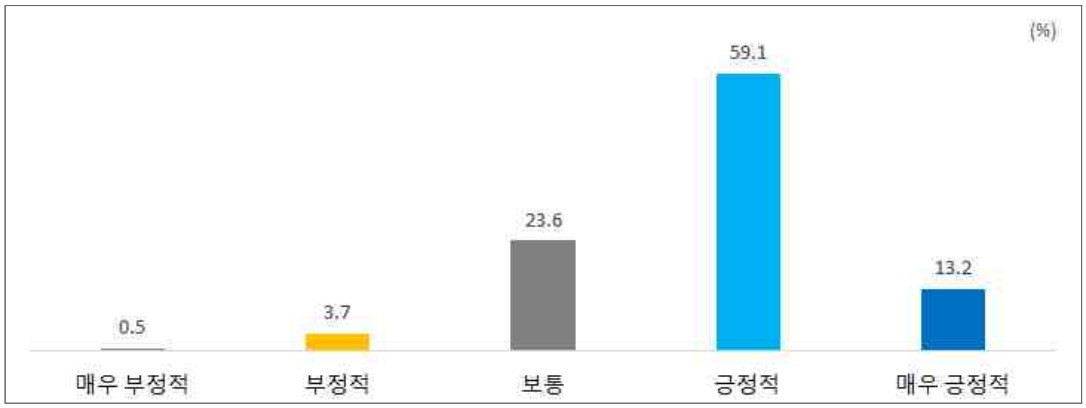
[단위 : %]

구 분		전 혀 미기여	미기여	보 통	기 여	매 우 기 여
연 령 (n=1,268)	20대 미만	7.1	14.3	21.4	28.6	28.6
	20대	0.9	8.0	35.3	50.9	4.9
	30대	1.7	2.4	36.4	50.9	8.6
	40대	2.7	3.5	26.8	52.5	14.4
	50대	4.7	1.8	24.9	46.7	21.9
	60대 이상	6.3	3.1	31.3	37.5	21.9
결 혼 여 부 (n=1,268)	미혼	1.5	4.7	38.1	48.5	7.3
	기혼	3.2	2.8	27.0	51.6	15.4
자 녀 유 무 (n=651)	0명	2.4	2.4	34.1	53.7	7.3
	1명	3.7	3.7	30.4	51.8	10.5
	2명	3.4	2.5	22.4	53.1	18.7
	3명 이상	1.9	1.9	32.7	38.5	25.0

2 세계유기농산업엑스포 개최가 가져오는 유기농·식품 및 관련 산업 영향

귀하께서는 세계유기농산업엑스포가 개최가 된다면 우리나라 유기농산물·식품 및 관련 산업에 얼마나 긍정적인 영향을 미칠 수 있을 것이라 생각하십니까? (n=1,268)

- 우리나라 국민 72.3%는 세계유기농산업엑스포가 우리나라 유기농산업 발전에 긍정적인 영향을 가져올 것이라 생각하고 있으며, 이는 우리나라 유기농산업의 수준, 인식, 기대 등이 감안된 것으로 판단됨.
- 이와 같이 모든 연령대에서 고르게 긍정적인 평가를 하고 있으며, 특히 연령대가 높아질수록 긍정평가가 높아지는 경향을 나타내고 있음.
- 또한, 미혼자보다는 기혼자가, 자녀를 둔 가정에서 우리나라 유기농산업이 지속적으로 발전하길 희망하고 있음을 엿볼 수 있음.
- 따라서 세계유기농산업엑스포는 우리나라 유기농산업에 대한 바른 이해, 바른 정보 전달뿐만 아니라 유기농산업 발전의 마중물이 될 것이라 여겨짐.



[단위 : %]

구 분		매우 부정적	부정적	보 통	긍정적	매우 긍정적
연 령 (n=1,268)	20대 미만		7.1	21.4	42.9	28.6
	20대	0.9	4.5	25.4	60.7	8.5
	30대	0.2	5.1	24.8	58.7	11.2
	40대	0.8	1.6	22.6	60.3	14.8
	50대		0.6	16.6	61.5	21.3
	60대 이상		3.1	31.3	46.9	18.8
결 혼 여 부 (n=1,268)	미혼	0.3	5.3	27.4	56.7	10.2
	기혼	0.5	2.0	19.8	61.8	16.0
자 녀 유 무 (n=651)	0명		2.4	22.0	67.1	8.5
	1명	0.5	3.7	22.5	58.6	14.7
	2명	0.3	1.2	18.1	62.9	17.5
	3명 이상	1.9		17.3	57.7	23.1

제3절. 관련 전문가 의견분석 결과

1. 조 사 개 요

▌필요성 및 목적

- 2022년 괴산세계유기농산업엑스포의 개최와 관련하여 전문가의 의견조사를 통하여 그 분석의 결과를 엑스포 개최 계획 수립에 반영하고자 함.
- 조사를 통해 2022괴산세계유기농산업엑스포의 개최 당위성 및 타당성을 도출하고 충북과 괴산이 우리나라 유기농산업의 중심으로 발돋움할 수 있도록 함.

▌조 사 경 과

구 분	일 정	내 용	회 의 장 면
유기농관련 지역리더 인 터 뷰	2019.07.16. ~07.23.	☼ 괴산군 유기농관련 단체 및 기관 대표자를 대상으로 한 집단 심층면담(FGI) ☼ 참석자 : 16명 ☼ 장 소 : 유기농업연구소 2F	
유기농관련 전 문 가 워 크 숍	2019.08.23.	☼ 제1차 전문가 워크숍 (명칭, 기간, 시기, 규모 등에 관한 엑스포 기본방향) ☼ 참석자 : 37명 ☼ 장 소 : 유기농업연구소	
	2019.09.24.	☼ 제2차 전문가 워크숍 (국제기구, 단체, 해외 유치 및 홍보 관련 협의) ☼ 참석자 : 6명 ☼ 장 소 : 유기농업연구소	
관 계 자 기획회의	2019.10.10.	☼ 2022세계유기농산업엑스포 기본방향 및 추진전략 협의 ☼ 참석자 : 30명 ☼ 장 소 : 괴산군청 대회의실	

전 문 가 자문위원			
엑스포 이벤트·관람객 유치 분야	오순환	교 수	(용인대학교)
유기농업 학술대회 분야	윤주이	회 장	(한국유기농학회)
유기농자재 및 시장분야	안 인	부회장	(한국친환경농자재협회)
유기농업 기술 및 유통분야	이해극	회 장	(한국유기농업회장)
유기농산업 분야	김태연	교 수	(단국대학교)

2. 전문가 의견 결과

▌2022세계유기농산업엑스포 개최 방향성 설정

- 충북 괴산에서 왜 엑스포를 개최해야 하는가에 대한 명확한 논리가 요구되며, 괴산의 지역경제 활성화뿐만 아니라 도농 균형발전, 미래산업 등 거시적인 관점에서 접근해야 할 필요가 있음.
- 국내 유기농산업의 효과적인 육성을 위해 단기적 전시성 행사보다 장기적인 관점에서 유기농산업 발전을 위한 투자가 절실한데, 2022괴산세계유기농산업엑스포의 개최는 우리나라 유기농산업 발전에 큰 기여를 할 것임.
- 전국적인 유기농단체들의 협조가 있어야 엑스포 개최의 취지와 목적에 부합할 수 있으므로 전국 친환경, 유기농단체들이 2022괴산세계유기농산업엑스포에 참여할 수 있는 방안이 요구됨.
- 2015년 개최 전후 유기농산업이 어떻게 발전되었는지, 2022년은 이전 엑스포보다 더 성공적인 세계유기농산업엑스포 개최를 위한 유기농산업의 변화상이 제시될 필요성이 있음.
- 전문가들은 WTO개도국 지위 포기, 자유무역협정(FTA) 확대 등으로 수입개방화가 확대됨에 따라 우리나라 농업기반 산업을 보호·육성하기 위해 유기농산업을 적극적으로 육성하는 차원에서 세계유기농산업엑스포 개최는 시의적절하다고 여김.
- 전문가는 유기농의 가치에 부합될 수 있도록 기본방향은 지속가능한 생태적 삶을 중심으로 엑스포를 기획할 것을 권장하고 있으며, 우리나라 유기농산업이 국가경제성장의 원동력으로 인식되고 공익적 가치가 매우 높은 산업임을 인지시키는 방향으로 설정해야 함.

▌2022세계유기농산업엑스포 주제 및 내용

- 유기농3.0의 취지는 유기농의 홍보와 소비뿐만 아니라, 환경보전도 강조하고 있기 때문에 선도적 주체로서 환경보전의 의미가 포함된 슬로건 개발이 필요함.
- 2022괴산세계유기농산업엑스포는 2015년 '생태적 삶, 유기농이 시민을 만나다'라는 주제에 이어지는 스토리텔링이 필요하며, 2022괴산세계유기농산업엑스포 키워드를 '건강(Health)', '삶(Life)'에 맞추어 설정해야 한다는 의견을 제시함.
- 2015괴산세계유기농산업엑스포는 1차 산업 중심으로 유기농산업의 전반적인 산업 이해와 가치를 전달하는데 한계가 있어 2022괴산세계유기농산업엑스포는 과거지향적 관점이 아닌 미래지향적 관점으로 주제를 선정할 필요가 있음.

2022괴산세계유기농산업엑스포 공간 및 프로그램 구성

- 전문가들은 일반적으로 유기농 가치에 대한 소비자교육이 필요하기 때문에 행사장에 소비자 교육 공간이 필수적으로 필요하며, 엑스포 행사 이후에 유산 및 잔존 시설물 계획도 요구함.
- 2022괴산세계유기농산업엑스포는 주제에 맞춰 모든 프로그램을 엮어줄 수 있는 기본적 철학과 스토리를 만들어 적용시키고 각각의 프로그램이 일관된 메시지를 전달시키는 스토리텔링 개발이 필요함.
- 엑스포 행사기간 동안 친환경 소재를 사용하고 식당 내 괴산 유기농산품 사용을 적극적으로 장려할 필요가 있음.
- 청년 일자리 및 귀농·귀촌, 창업관련 프로그램 등 전·후방 산업을 연계하여야 하며, 유기농업과 환경이 연계된 기계·설비 프로그램이 포함되어야 함.
- 일부 전문가는 야외 행사장은 유기농의 자연 순환 농업임을 표현할 수 있는 전시·체험·교육의 다기능적 공간이 되어야 하며, 농업뿐만 아니라 축산업, 원예업, 그리고 다양한 복합영농의 장이 재현되어 관람객에게 유기농산업의 다양성과 가치를 일깨워주는 공간이 되었으면 하는 의견을 제시함.
- 학술행사는 일반인을 대상으로 한 강연회, 세미나, 체험교실 등이 필요하며, 너무 전문가 지향주의적인 학술행사는 유기농의 가치와 철학을 대중에게 전달하는 흥미를 저하시킬 수 있음.
- 체험과 관련된 캠핑을 적극적으로 도입하여 체류와 함께 유기농 체험 프로그램을 마련하고, 학생들은 위한 유기농 교재 또는 어플리케이션 등을 개발하여 학교 현장에서도 체험교육을 유도하는 방안이 고려되길 희망함.
- 미세먼지 등의 환경오염, 그로 인한 아토피 등의 환경질환 등에 대한 경각심이 높아지고 있으므로 주부와 아이들을 위한 유기농 퍼스널케어 전시·행사를 비롯해서 '귀농·귀촌' 확산을 위한 유기농 진로체험과 시니어를 위한 유기농 건강체험 프로그램 등을 적극적으로 도입하여 2022괴산세계유기농산업엑스포의 프로그램이 풍성해질 것을 권유함.
- 지역 활성화를 위해 지역자원을 활용하고 지역 유기농업 자원을 연계한 프로그램을 구성하여 지역 유기농업 발전에 기여할 수 있어야 함.

2022괴산세계유기농산업엑스포

제5장 엑스포 기본방향

제1절. 엑스포 기본계획

1. 개 최 개 요

명 칭	(국문) 2022 괴산세계유기농산업엑스포 (영문) IFOAM 2022 Goesan International Organic EXPO+Industry Fair
주 제	**유기농이 여는 건강한 세상** (Organic makes healthy world!)
장 소	괴산군 유기농엑스포 광장(자연드림파크,한살림·풀무원 연수원, 중원대 연계)
기 간	2022. 9.30. ~ 10.16 (17일간)
주 최	충청북도, 괴산군, IFOAM(국제유기농업운동연맹)
주 무 부 처	농림축산식품부
주 관	2022 괴산세계유기농산업엑스포 조직위원회
사 업 비	128억 원 (국비38.4, 지방비57.6, 기타32)
행 사 구 성	주제 전시, 산업 전시, 체험 전시, 컨벤션, 문화이벤트 등
후 원	농촌진흥청, 농협중앙회, 한국농식품유통공사, 전국친환경농업인연합회, 한국유기농업협회, 환경농업단체협의회, 한국소비자단체협의회 , IFOAM, ALGOA, Eco-Regions, Regeneration Internaltional, LOAMC-PH 등
참 가 규 모	총 72만 명 (내국인 68.4만 명, 외국인 3.6만 명 이상)
주 요 내 용	▌**주제전시** : 건강, 생태, 공정, 배려 ▌**산업전시** : 국제유기농식품관 (세계/한국관), 유기농자재 산업관, 유기농 펫케어 산업관 (반려동물 용품관 등), 유기농 바이오헬스케어관 (유기농화장품, 의류 등), 유기농치유관 (음식/산림/농촌치유) ▌**체험학습** : 유기식품체험, 유기농산물체험, 유기생태환경체험, 유기음식체험 등 ▌**학술행사** : 국내외 관련학회 ▌**이벤트 등** : **IFOAM 창립50주년 기념행사,** 문화예술행사, 개·폐회식, 유기농관광투어 등

2. 기 본 방 향

방 향 Ⅰ 지속가능한 사회를 위한 유기농의 가치 공감과 확산의 장

▌유기농의 원칙과 가치 확산

- 유기농은 지속가능한 생산과 가치 있는 소비가 전제될 때 유지·발전할 수 있음.
- 건강한 먹거리, 지속가능한 환경 보존, 지역공동체의 유지 등이 유기농을 통해 실현될 수 있는 중요한 가치로, 괴산유기농산업엑스포를 통해 이러한 유기농의 원칙과 가치가 널리 확산되고, 더 한층 공유할 수 있는 기회가 되어야 함.
- 유기농이 생물다양성 증진, 토양오염 감소 및 수질 개선, 문화의 다양성 및 지역사회 유지, 경관 개선, 온실가스 감소와 에너지 절약 등을 통해 지속가능한 사회의 유지·발전에 기여함을 공감할 수 있도록 프로그램화.
  → 유기농의 공익적 가치 7,022억 원 ~ 1조, 1,270억 원 (농진청, 2015년)

표-42. **국제유기농운동연맹의 유기농의 원칙**

건 강	유기농업은 지속적이어야 하고, 토양, 식물, 동물, 인간, 지구는 결코 서로 분리될 수 없는 하나로서, 유기농업이 이들의 건강을 증진시켜야 한다.
생 태	유기농업은 살아 있는 생태계와 순환에 기초하여 이들과 함께 일하고 이들을 모방하고, 유지하도록 도와야 한다.
공 정	유기농업은 공유하는 환경과 삶의 기회에서 정성을 보장하는 관계를 기반으로 하여야 한다.
배 려	유기농업은 신중하고, 책임지는 방식으로 현재와 미래세대, 환경의 건강과 참살이를 보장할 수 있도록 운영되어야 한다.

▌유기농3.0 괴산선언의 창조적 계승·발전

- 유기농 가치의 확산을 위한 실천전략이 세밀하게 추진되는 장으로서의 제대로 된 역할을 수행할 수 있도록 세부 프로그램을 기획하고,
  → '유기농 3.0 괴산선언'의 창조적 계승, 발전의 장으로서 괴산세계유기농산업엑스포가 될 수 있도록 프로그램이 기획되어야 함.

❶ 더 많은 농업인들이 유기농을 실천하도록 유도하고, 성과를 증진하는 혁신의

장을 마련함.

❷ 지역사회와 지역적 수준에서 최선의 실천을 위한 지속적인 개선을 유도함.

❸ 제3자 보증이나 인증을 넘어서서 유기농 실천을 확대하기 위한 투명성을 보장하는 다양한 방법을 제시함.

❹ 진정으로 지속가능한 먹거리와 농업을 위해서 보완적인 접근을 하고 있는 많은 운동 및 조직들과의 연대를 통해 폭 넓게 지속가능성과 관계된 관계자들을 포용함.

❺ 가치사슬을 따라 진정한 협력과 독립을 인정하는 하면서 농장에서 최종 생산물에 이르는 전 과정을 포괄함.

❻ 비용을 내부화하고, 소비자와 정책 입안자들에게 투명성을 높이고, 완전한 협력자로서 농업인들이 능력을 갖도록 진정한 가치와 공정한 가격을 설정함.

표-43. **국제 유기농 운동연맹의 유기농의 6대전략**

전 략 1	더 많은 농업인들이 유기농을 실천하도록 유도하고, 성과를 증진하는 혁신의 확산
전 략 2	지역사회와 지역적 수준에서 최선의 실천을 위한 지속적인 개선
전 략 3	제3자 보증이나 인증을 넘어서서 유기농 실천을 확대하기 위한 투명성을 보장하는 다양한 방법
전 략 4	진정으로 지속가능한 먹거리와 농업을 위해서 보완적인 접근을 하고 있는 많은 운동 및 조직들과의 연대를 통하여 관계성을 포용·유지
전 략 5	가치사슬을 따라 진정한 협력과 독립을 인정하면서 농장에서 최종 생산물에 이르는 전 과정을 포괄
전 략 6	비용을 내부화 하고, 소비자와 정책 입안자들에게 투명성을 높이고 완전한 협력자로서 농업인들이 능력을 갖도록 진정한 가치와 공정한 가격 설정

방 향 Ⅱ 유기농산업 생태계의 건강성 강화와 산업진흥 기회의 장
(유기농업 + 5대 유망산업 + 4차산업)

- 유기농의 전방과 후방산업은 생산 및 판매활동 등이 상호의존적 관계로, 연관효과가 매우 높음.
- 따라서 유기농산업 전체 생태계가 건강하게 유지·발전하기 위해서는 상생적 협력관계를 유지·발전을 도모하는 것이 매우 중요함.
- '가치 있는 생산, 가치 있는 소비'의 이상을 실현하는 장으로서 괴산세계유기농산업엑스포가 기여해야 함.

표-44. **유기농업의 전·후방사업 (5대 유망산업)**

3차 산업	유기농 서비스 산업	◉ 유기농 호텔, 레스토랑 등 ◉ 유기농 골프장, 수목원, 생태마을, 캠퍼스 ◉ 유기농 산후조리원, 카페, 와이너리, 실버타운, 한방병원, 스파, 리조트, 뷰티케어, 파티, 결혼식
2차 산업	비식용 유기농 제품의 생산	◉ 직물제품 : 코튼제품, 실크제품, 인견 등 ◉ 허브제품 : 오일, 향수, 향초 등 ◉ 화 장 품 : 스킨제품, 데이크림 등 ◉ 세 제 류 : 비누, 샴푸, 크린싱 등 ◉ 건축자재 : 벽지류, 페인트, 접착제, 목재 가구 등 ◉ 염색제품 : 천연염색제 등 ◉ 종이제품 : 책자, 도화지, 카드 등 ◉ 애완사료 : 개 사료, 고양이 사료, 새 사료 등 ◉ 농업자재 : 비료, 천연농약 등
	유기 가공식품 생산	◉ 과일가공 : 포도주, 주스류, 견과류 ◉ 육가공품 : 햄, 소세지 등 ◉ 유가공품 : 치즈, 요구르트 등 ◉ 쌀가공품 : 과자, 막걸리 등 ◉ 콩가공품 : 두부, 두유, 된장, 청국장 등 ◉ 김치가공 : 배추김치, 깍두기, 오이김치 등
1차 산업	유기농산물 생산	◉ 식량작물 : 쌀, 밀, 호밀, 옥수수, 콩, 감자, 고구마 등 ◉ 채 소 류 : 과채류, 엽채류, 근채류 등 ◉ 과 일 류 : 사과, 포도, 배, 바나나, 오렌지 등
후방 산업	유기농산물 생산 지원	◉ 유기생산자재 : 작물생육용, 토양개량용, 병해충 관리용 자재 등 ◉ 유기인증자재 원료 : 제충국 등 유기자재 제조원료 ◉ 유기인증업체 : 인증관리서비스

방 향 Ⅲ 유기농 선도도시로서 글로벌 위상 강화 및 생태도시로의 발전 기회의 장

▌유기농 선도도시로서 글로벌 위상 강화 : “유기농업군, 괴산”

- 괴산군은 2015 괴산세계유기농산업엑스포를 개최, ‘유기농3.0 괴산선언’ 등을 통해 유기농 선도도시로서의 세계적인 위상을 확보함.
- 새로운 대회를 통해 ‘유기농3.0 괴산선언’ 성과 등을 면밀히 성찰하고, 새로운 추진력을 확보하기 위한 다양한 프로그램의 적용이 요구됨.
- 괴산군은 아시아지방정부유기농협의회(ALGOA) 의장국으로 18개국 230개 회원단체가 참여하고 있어 국제유기농산업 혁신개발회의를 주도하고 있음.
  → 아시아유기농지도자교육 국제유기농업운동연맹(IFOAM) 아시아본부 주관

▌유기농업군 괴산이 세계적 생태도시로 발전 기회의 장 제공

- 괴산군은 청정지역으로 유기농산업의 최적지라 할 수 있으며, 다양한 유기농산업 자원이 존재함으로 이러한 자원들을 체계적으로 결합하여 2015 괴산세계유기농산업엑스포의 다양성을 확충할 필요가 있음.
- 괴산군에는 유기농업 생산·가공·공동체 체험을 할 수 있는 다양한 경영체가 활발한 활동을 전개하고 있음.

괴산군 유기농산업 체험 현황

- 생 산 분 야 : 칠성유기농잡곡, 흙살림, 솔뫼농장 등 11개 유기농장
- 가 공 분 야 : 자연드림파크, 솔뫼농장 등
- 공 동 체 : 풀무원연수원, 한살림연수원 등 (페시브하우스)
- 생태환경체험 : 산막이 옛길 및 35명산 연계

- 괴산군 유기농산업자원과 지역의 유명관광자원, 농촌체험·숙박자원 등을 연계한 프로그램 개발·실행함으로써 유기농산업엑스포의 프로그램을 다양화함.
- 이를 통해 지역 활성화를 도모하고, 실익이 지역의 유기농 농장, 농촌체험장 등에게 돌아갈 있도록 농촌휴양체험마을 5개소와 연계한 농촌체험 프로그램, 농가민박·펜션·연수원 등과 연계한 숙박 프로그램을 기획함.
- 2015년 대회의 경험과 노하우가 투영되고, 기존시설물을 최대한 활용할 수 있도록 추진방향 설정.

표-45. **2015 괴산세계유기농산업엑스포 성과**

관람객유치	◉ 목 표 : 660,000명 (내국인 62만명, 외국인 4만명 이상) ◉ 성 과 : 1,080,293명 (일반: 692,765명, 단체 324,377명, 외국인: 63,151명)
산업전시	◉ 목 표 : 250개 기업 및 단체 (국내 190개, 해외 60개) ◉ 성 과 : 264개 기업·단체 (국내 190개, 해외 23개, 바이어 1,140명)
수익사업	◉ 목 표 : 3,100백만 원 ◉ 성 과 : 3,368백만 원 (입장권 2470, 공식후원 605, 시설임대 273, 휘장사업 20)
학술행사	◉ 세계 유기농업학회(ISOFAR), 국제유기농업운동연맹(IFOAM)참여 ◉ 국내외 유기농전문가 학술행사: 총 23회, 5,850명 (국제 7회 1,190명, 포럼·세미나 6회 830명, 기타 4회 850명)

- 종합적으로 「2022 괴산세계유기농산업엑스포」는 유기농의 가치 확산, 유기농산업의 진흥, 괴산지역 경제 활성화 및 발전에 기여할 수 있도록 다양한 프로그램이 적용되어야 함.

그림-17. **2022괴산세계유기농산업엑스포 개최 추진방향**

3. 비 전 체 계

- '2022 괴산세계유기농산업엑스포'는 2015년의 개최 경험과 노하우를 바탕으로 전국 제일의 유기농자원, 지역주민의 열의와 협력태세, 견실한 소비자 네트워크를 활용한 계획을 수립함.

- 2015년 괴산세계유기농산업엑스포의 **경험을 창조적으로 계승**함.
  → 시행착오의 최소화, 관람객 만족의 대회 운영 등

- **전국 제일의 유기농 자원**을 활용한 다양한 프로그램을 제공함.
  → ❶유기식품(아이쿱생협), ❷소비자연대(한살림), ❸바른 식생활(풀무원) 등, ❹11개 유기농장 자원(솔뫼농장, 흙살림농장) 등

- **지역주민의 높은 열의와 협력 자세**로 성공적인 행사 개최준비가 됨.
  → 행사의 주체자(유기농산업, 농촌관광·체험산업, 농가민박 등)와 지역주민의 홍보 요원화, 자원봉사자로 자율적인 참여 유도

- **가치생산·가치소비의 견실한 소비자 네트워크**가 잘 형성됨.
  → 한살림, 흙살림, 솔뫼, 아이쿱 등

표-46. **2022괴산세계유기농산업엑스포 비전체계**

비 전	**유기농이 여는 건강한 세상, 중심 괴산**
목 표	◉ 유기농의 가치 확산 및 공감대 형성 ◉ 건강한 유기농산업 생태계 활성화 기여 ◉ 유기농 특화군으로서 브랜드 위상 강화 ◉ 지역 유기농산업 및 지역경제 발전 견인
추 진 전 략	◉ 유기농 체험 등 소비자 참여형 중심의 프로그램 운영 ◉ 지역유기농 자원 및 특화 자원과 연계성 강화 ◉ 다양한 유기농산업 기업의 적극적 참여 유도 ◉ 글로벌 네트워크 강화 및 관람객 편의성 증대
핵심 경쟁력	◉ 산업엑스포 개최 경험·노하우 ◉ 전국 제일의 유기농자원 ◉ 지역주민의 열의, 협력 태세 ◉ 건실한 소비자 네트워크

▌비 전

- '2022괴산세계유기농산업엑스포' 비전은 '**유기농이 여는 건강한 세상**'으로 설정하고 그 중심에 괴산이 있음을 강조함.

○ 우리나라 유기농산업의 발전을 선도하는 괴산군의 위상 강화 및 아시아 지역 유기농산업 발전을 선도하는 유기농한국의 이미지를 강화함.
→ 아시아지방정부유기농협의회(ALGOA) 등

▌추 진 목 표

○ '2022괴산세계유기농산업엑스포' 추진목표는 ❶유기농의 가치 확산 및 공감대 형성, ❷건강한 유기농산업 생태계 활성화 기여, ❸유기농특화 지역군으로서 브랜드 위상 강화, ❹지역 유기농산업 및 지역경제 발전 견인 등으로 설정함.

❶ 유기농의 가치 확산 및 공감대 형성	◉ 유기농의 공익적 가치에 대한 국민의 인식도 향상 ◉ 유기 농식품 소비 촉진 (공정소비) ◉ 가치소비로 가치생산 견인
❷ 건강한 유기농산업 생태계 활성화 기여	◉ 유기농산업 진흥 견인 → 유기농 전방 및 후방산업 연계 강화 ◉ 유기자재생산 원료시장 활성화 견인(수입 대체) ◉ 유기농식품 및 유기자재의 수출 시장 개척 및 활성화 ◉ 비유기 식품시장의 활성화 도모
❸ 유기농 특화군으로서 브랜드 위상 강화	◉ 유기농 중심도시로서의 브랜드이미지 강화 ◉ 아시아 유기농산업의 중심지로서의 위상·역할 강화 ◉ 유기농체험마케팅 활성화 견인 ◉ 유기농산업과 연관된 지역 관광경제 활성화 도모
❹ 지역 유기농산업 및 지역경제 발전 견인	◉ 지역 유기농산업 발전 견인 → 유기농산업 발전에 따른 지역 일자리 창출 확대

▌추 진 전 략

○ '2022괴산세계유기농산업엑스포' 추진전략은 ❶유기농 체험 등 소비자 참여형 중심의 프로그램 운영, ❷다양한 유기농산업 기업의 적극적 참여 유도, ❸지역 유기농 자원 및 특화자원과 연계성 강화, ❹글로벌 네트워크 강화 및 관람객 편의성 증대 등으로 설정함.

❶ 유기농 체험 등 소비자 참여형 중심의 프로그램 운영	◉ 본 대회의 목표 중의 하나가 유기농생태계의 건강성 강화인데, 이 목표를 달성하는데 가장 중요한 것 중의 하나가 건강한 소비임. ◉ 건강한 소비를 촉진하기 위해서는 소비자들이 유기농에 대해 제대로 알고 느낄 수 있도록 하는 유기농체험 활동이 중요함.

	◉ 유기농체험프로그램이 소비자 요구에 대응하는 방식으로 프로그램이 개발되고 적용되어야 할 것임.
❷ 다양한 유기농산업 기업의 적극적 참여 유도	◉ 유기농산업(1차 ~ 2차 ~ 3차 산업, 전방·후방산업)의 생태계가 건전성을 유지·발전하려면 각 산업간 연대 협력이 필수적임. ◉ 유기농 산업과 산업 간에 수요 파악, 정보교류와 상호 협력의 기반을 튼튼히 하기 위한 기회의 장을 제공함. ◉ 언론 노출, 소비자 접촉기회 확대 등의 참여 동기를 유발할 수 있는 다양한 정책수단을 개발 및 제시함
❸ 지역 유기농자원 및 특화자원과 연계성 강화	◉ 다양한 유기농산업자원 및 산막이 옛길, 35명산, 속리산 국립공원 등 지역특화자원을 활용한 체험, 교육, 강연 등의 프로그램을 개발, 적용하여 엑스포 콘텐츠의 다양성과 충실성을 강화함. ◉ 숙박 등에 있어 지역의 농촌휴양체험마을, 산촌생태 체험마을, 농가민박, 펜션, 연수원 등을 연계하여 관람객 편의성을 강화하고, 지역경제 활성화 도모함.
❹ 글로벌 네트워크 강화 및 관람객 편의성 증대	◉ 세계유기농학회, 국제유기농운동연맹 등과의 네트워킹 강화 ◉ 주차장, 동선, 음식점 등 관람객 편의성 증대

제2절. 엑스포 차별화 방안 (15년 대회와의 차별성, 명칭 및 개최시기 선정)

1. 공 식 명 칭 (국제행사)

○ 공식명칭은 '**2022 괴산세계유기농산업엑스포**'로 지칭함.

공 식 명 칭
◉ 국 문 : **2022 괴산세계유기농산업엑스포**
◉ 영 문 : **IFOAM 2022 Goesan International Organic EXPO**$^{+Industry\ Fair}$
· 2015년 엑스포 영문명칭 ISOFAR **2015 Goesan International Organic Expo**$^{+industry\ Fair}$

○ '2022 괴산세계유기농산업엑스포'는 개최 기간이 1개월 이하로 짧고 개최 규모가 국제박람회기구(Bureau of International Exposition) 주관의 엑스포에 비교하여 기간이 짧음.

○ 따라서 괴산이라는 지역의 전략산업 진흥목적에서 개최되는 행사로, 인류전체 계몽을 목적으로 한 BIE 세계엑스포와 명확하게 구별되는 EXPO명칭을 사용함. (BIE 협약 위배되지 않음)

참 고

◉ 국제박람회기구는 세계박람회를 관장하는 국제기구(정부 간 기구)로 세계박람회는 인류 상호 간의 이해와 복지 향상, 인류의 비전 제시의 목적으로 이루어지는 박람회임.

◉ BIE협약은 개최기간이 3주 미만인 박람회, 미술전시회, 본질적으로 업적 성격을 갖는 박람회 등에는 적용되지 않음(협약 제2조).

○ '2022 괴산세계유기농산업엑스포'는 2015년 엑스포를 창조적으로 계승 차원에서 명칭을 그대로 사용함.
→ 2015년 대회 당시 엑스포(EXPO)명칭 사용에 빠른 BIE 제재 가능성을 고려해 'Industry Fair'를 추가하여 BIE 협약에 저촉되지 않도록 조치함.

○ 따라서 영문 명칭은 2022 Goesan International Organic EXPO +Industry Fair'라고 명명함.
→ 국제기구인 '국제유기농운동연맹(IFOAM)'과 공동개최

○ 기획재정부는 국제행사를 10억 원 이상의 국고 지원을 요청하는 경우에 적용함. (국제행사의 유치·개최 등에 관한 규정, 기획재정부훈령 제377호)

○ 2022년는 국제유기농업운동연맹(IFOAM)이 창립한지 50주년이 되는 해로 IFOAM과 공동으로 '2022괴산세계유기농산업엑스포'를 개최할 경우에 세계 유기농산업 관련 학회, 산업계에 큰 반향을 불러일으킬 수 있음.
(국제유기농업운동연맹과 공동개최 협의)

2. 차 별 화 방 안

▌국제기구와 공동개최 추진

- 세계적인 유기농 관련기업·연구단체·운동단체 등의 참여를 확대하기 위해 국제기구와 협력, 공동개최를 추진함.
- 최근 개최된 '2013 천안국제웰빙식품엑스포', '2017 금산세계인삼엑스포', '2013 슬로푸드국제대회'등은 엑스포, 국제대회 등을 표방하고 있으나, 국제기구와 공동으로 개최하지 않음.

▌유기농 전문 산업엑스포로서의 충실성 확보

- 과거 유기농 관련 국제행사를 분석하여 본 엑스포 기본계획에 강점을 부각함.
- 소비자 지향의 산업전시, 체험행사, 학술행사 추진 등의 다양한 프로그램과 이벤트를 적용함.

▌유기농산업 주체의 의견 반영

- 유기농가, 유기식품 산업체, 유기농체험 경영체, 비식품 유기제품 경영체 등의 산업종사자들의 요구를 반영함.
- 또한 현장 밀착 인터뷰 및 관계자 회의를 통해 괴산 및 충북지역의 주민과 유기농산업 관계자, 전문가의 요구를 충실히 반영함.

▌소비자와 연계된 프로그램 다양화

- 유기농식품 소비 주체를 대상으로 한 체험프로그램 운영 등으로 유기농 가치에 대한 이해를 증진시킴으로써 향후 우리나라 유기농산업의 저변 및 소비시장 확대를 꾀하고자 함.
- 소비자 네트워크의 체계적 구축으로 유기농식품의 소비촉진 계기를 마련함.

▌지역 발전을 견인하는 계기 마련

- 괴산의 유기농자원과 관광자원 등 괴산 특화자원과의 연계를 강화해 지역소득 증대에 기여될 수 있는 국제행사로 기획함.
- 괴산군과 충북지역에서 생산되는 유기농산물을 적극적으로 사용할 수 있도록 유기농자재 사용원칙을 마련해줌으로써 지역 유기농산업 발전에 기여함.

▌유기농산업 생태계의 건전한 발전 조성

- 유기농산업의 전방·후방산업 등 산업 간의 이해를 증진시키고 교류강화를 촉진시키는 계기를 마련함.

○ 향후 우리나라 유기농식품의 수출계기를 마련하고 유기인증자재가 해외시장에 진출할 수 있는 교두보를 확보하고자 함.

▌국내외 유사행사와의 차별성

구 분	내 용	차 별 성
해 외	• 우리나라 주변국인 **중국, 홍콩, 일본은 매년 정기적인 유기농 관련 국제행사를 개최**하여 자국의 유기농산업 발전과 무역을 촉진시키는 역할을 수행하고 있음. • 중국의 주요 유기농 관련 박람회는 유기인증 및 식품 중심의 전시프로그램을 구성하고 있음. • 반면에 **홍콩**과 **일본**은 식품뿐만 아니라 **유기농 전방산업**(뷰티 제품, 생활용품 등)을 전시프로그램을 구성하여 행사 콘텐츠를 다양화시키고 있는 추세임.	✔ 2022괴산세계유기농산업엑스포는 중국 주요 유기농관련 국제행사와 다르게 유기농·식품에 중심을 두는 것이 아닌 **유기농 전·후방 산업**을 총망라하여 유기농3.0의 원칙과 가치를 전파함. ✔ 2022괴산세계유기농산업엑스포는 전시프로그램 이외에도 **체험프로그램**과 **생태프로그램** 등이 구성됨으로써 관람객, 참여자에게 다른 국가의 국제행사보다 참여율과 만족도를 높이고, 유기농산업의 이해 증진에 기여할 수 있음. ✔ 따라서 2022괴산세계유기농산업엑스포는 IFOMA과 공동개최 등 선도적인 국제교류 기반을 바탕으로 **중국, 일본, 홍콩 유기농 국제행사보다 훨씬 더 다채롭고 다양한 전시프로그램, 학술대회, 문화·이벤트로 국제행사의 품격과 질적 향상**을 도모할 수 있음.
국 내	• 국내에서는 매년 친환경유기농무역박람회가 COEX에서 개최되고 있음. • 친환경유기농무역박람회는 해외바이어를 대상으로 국내 유기농산업의 무역 촉진을 목적으로 함. • 전시프로그램도 건강식품과 전방산업(뷰티, 패션, 생활용품, 반려동물 등)을 중심으로 구성됨.	✔ COEX 친환경유기농무역박람회는 서울 도심에서 열리는 국제행사로 교통·숙식 등의 접근성과 편의성은 매우 높으나, 유기농이 가진 철학과 가치를 대중에게 전파하는데 한계가 있음. ✔ 친환경유기농무역박람회는 국내 유기농 상품(제품)의 무역 촉진에 목적을 두고 있어 국민에게 유기농의 원칙과 가치, 유기농산업이 국가에 이바지하는 경제적 가치사슬을 이해시키는데 한계가 있음.

구 분	내 용	차 별 성
국 내	• 유사행사로 세계유기농인삼대회가 있지만 국제행사로서 위상은 갖추고 있지 못함. • 따라서 우리나라는 중국, 홍콩, 일본과 비교하여 유기농관련 국제행사가 매우 미흡한 수준이라 할 수 있음.	✔ 2022 괴산세계유기농산업엑스포는 행사 기간 및 “유기농”이라는 시대적 가치 홍보 측면에서 국내에서 개최되었거나 최근 개최 예정인 유사행사에 차별성이 있음. – 당해 행사는 행사 기간 측면에서 매년 서울과 지방에서 개최되는 3~5일 정도의 크고 작은 친환경·유기농무역박람회, 전시회 등과 차별화됨. – 2011년 남양주에서 개최된 IFOAM의 세계유기농대회는 단발성이었으며, 2005에 처음 개최된 울진세계친환경농업엑스포는 2009년 2차 대회 개최 이후 후속 행사 개최가 중단되었으며, 전남 세계농업박람회는 농업전반을 포괄함.

▌2015년 1차 대회와의 차별성

구 분	2015년	2022년
추 진 방 향	• 유기농 전시·학술 중심 (1차 산업)	⊙ 유기농 전후방산업 및 신산업 (6차 융복합산업 + 4차 산업)
사 업 비	• **155**억 원 (국비46, 지방비 78,민자 31)	⊙ **128**억 원 (국비 38.4, 지방비57.6, 민자 32)
영 문 명 칭	• **ISOFAR** 2015 Goesan International Organic Expo+industry Fair	⊙ **IFOAM** 2022 Goesan International Organic EXPO+industry Fair
국제유기농 단체 참여	• ISOFAR 공동개최 * 세계유기농업학회(ISOFAR)	⊙ IFOAM 공동개최 * 국제유기농업운동연맹(IFOAM) * ALGOA(아시아지방정부유기농협의회) 의장국, Ecoregion (유럽유기농협의회) 등 국제단체 참여확대
주제전시관	• 10대 주제 전시관 (토양,물,생물다양성 등)	⊙ 유기농 3.0 주제전시관 (건강,공정,생태,배려) * "**코로나엔 유기농이 답이다**" 소주제 설정
산 업 관	• 유기농산업관	⊙ 유기농국제협력관 - IFOAM, 에코리전 등 국제유기농단체 참여 확대 ⊙ 국제유기농식품관 - 세계유기농식품산업관 · 세계유기농식품 전시 체험 등 구성 - 한국유기농식품산업관 · **K-Food** (유기농 김치, 고추장, 된장 등)의 우수성 홍보, 전시, 체험으로 구성 ⊙ 유기농바이오헬스케어관 - 퍼스널 케어, 유기농 의류산업 등 ⊙ 유기농 치유관 - 음식, 산림, 농촌치유 전시·체험 - 건강과 연관된 의료분야 등을 유기농과 연계하여 지속가능한 미래사회 발전 방향 제시 (괴산자연드림유기농치유센터,성불산 자연휴양림 , 농촌체험마을 등) ⊙ 유기농 자재산업관 및 펫케어 산업관
야 외 전 시	• 유기농작물재배, 유기축산, 유기원예 등	⊙ 곤충,진로체험 등 야외 전시체험 및 4차 산업혁명(ICT,VR등)관련 전시 ·연출
프 로 그 램	• 유기농 전시,학술중심 프로그램	⊙ 유기농산업 중심 프로그램 (유기농식품산업, 유기농자재, 펫케어, 국제협력 등) ⊙ 포스트 코로나 소주제설정 ⊙ 한국유기농식품 (K-Food) 전시홍보로 대외 위상 강화 ⊙ 유기농차유프로그램(음식, 산림, 농촌차유) ⊙ 4차 산업혁명 연출 프로그램 도입 ⊙ 해외 홍보 및 국제단체협력 강화 ⊙ 비대면 온라인 행사프로그램 도입 ⊙ 학술대회개최(유기농과 코로나의 상관관계)

구 분	2015년	2022년
대 회 기 간	• **24**일 (2015.09.18.~10.11.) • 24일 = 평일(13일)+휴일(11일) ※ 추석연휴 4일 포함 • 참가업체 불만사항 : 긴 행사기간 (더위로 인한 관람객 불만)	⊙ **17**일 (2022.09.30.~10.16.) ⊙ 수요조사 (n=1,268) **10월(59.0%)** > 11월(23.2) > 9월(17.8) ⊙ 17일 = 평일(10일) + 휴일(7일) ※ 연휴(개천절) 1일 ⊙ 절기상 한로(10월 8일) : 추수시기, 야외활동 적합
관 람 객	• **108**만 명(실적) (내국인 101.7, 외국인 6.3)	⊙ **72**만 명(계획) (내국인 68.4, 외국인 3.6) ⊙ 최근 유사 국제행사 관람객수 - `16예천세계곤충엑스포 (62만 명) - `17제천국제한방바이오엑스포 (48.7) - `17완도국제해조류박람회 (93.7) ⊙ ALGOA(18개국 **230**개 회원), IFOAM 사무국 등으로 2015년도에 비해 외국인 유치가 훨씬 용이함.
참 여 기 업	• **264**개사 (국내 190, 해외 74) ※ 1차 유기농산업 중심으로 참여기업 유치에 어려움을 겪음. • 최근 유사사례 참가업체 - `17금산세계인삼엑스포(57개사) - `18친환경유기농박람회(282) - `18대한민국농기계자재박람회(446)	⊙ **419**개사 (국내 319, 해외 100) ※ 유기농업, 전·후방산업(자재·원료, 유기농식품, 펫케어 산업, 화장·미용용품 및 건강·치유 산업, 진로·체험 등) 영역 확장에 따른 참여기업 유치가 용이할 것으로 판단됨. ※ ALGOA회원국의 참여기업과 국내 지자체, 관련 공공기관 유치

구 분	2015년	2022년
행 사 장 면 적	**618,334**㎡ (**187**천 평) • 순수행사장 : 202,394㎡ • 보조행사장 : 209,940㎡ • 주 차 시 설 : 206,000㎡	**796,185**㎡ (**241**천 평) ⊙ 순수행사장 : 340,245㎡ ⊙ 연계행사장 : 209,940㎡ ⊙ 주 차 시 설 : 246,000㎡
수 익 사 업 (수입계획)	• 3,888백만 원 (입장권, 임대, 후원·협찬 등)	⊙ **3,625**백만 원 (입장권, 임대, 후원·협찬, 광고·기념품 등)
재무적 타당성 (경제성분석)	• BCR : 0.63 (**낮음**)	⊙ BCR : 1.033 (**양호**)
기 획 · 홍 보	• 공식 웹사이트 구축·운영 • 주요 포털 22개 사이트 배너 광고, 온라인 홍보단(파워블로거 30명), 영화관 스크린광고(7개소), 온라인 이벤트(40회) 운영·실시 • 언론홍보 : 중앙일간지 기자간담회(13개 매체), 프레스데이(기자 76명), 프레스센터 운영 - 신문사 1,281회 - 방송사 185회 • 옥외광고 : 시설물·교통광고, 현수막, 지하철, 전광판 등 **【오프라인 중심의 홍보】**	⊙ 최근 1인미디어(SNS, Youtube 등) 및 모바일 앱(App) 트렌드 동향에 맞춰 웹사이트와 모바일 앱을 연동하여 개발함.(Big Data 활용) → **회원에게 알림(Push)서비스 제공** ⊙ 모바일 앱(App)의 주요기능은 사전예약기능, 행사장 안내(음성, 문자)서비스, 주차안내서비스, 이벤트, 주변 숙소, 관광지 연계 정보서비스 등을 방문객 맞춤형으로 제공 → **코로나 장기화 시 비대면 서비스** ⊙ 포털 사이트, Youtube(인플루언서), SNS, 언론사·방송사 연계 홍보 **【4차산업 및 ICT 중심 홍보】**
관람객유치활동	• 단체별 유치설명회(55회) • 공식여행사 6개사 선정 (팸투어) * 연계관광상품 개발 지원·유도 • 찾아가는 엑스포 설명회(21회) * DM, TM 마케팅 활동 • 단체 업무협약 체결 (104여 개) **【오프라인 방식의 유치활동】**	⊙ 괴산의 인적·물적 자원을 활용한 유치활동 전개 (약 100만 명) → **아이쿱생협, 한살림, 흙살림, 풀무원**과 공동으로 회원 및 가족 유치 ⊙ 한국관광공사 **해외기자단**, 문화체육관광부 **해외문화홍보원**, **외국인 학교** 등과 제휴한 유치활동 **【K-Culture + K-Organic 연계】**

구 분	2015년	2022년
교통·시설운영	• 행사장 주변 주차공간이 부족하여 **행사장 외곽 주차장 안내** * 셔틀버스 운행 (5,200명/일 수송) • 외부셔틀버스(청주,오송역 등) • 넓은 행사장과 임대농경지의 원상복구를 위해 휴게공간과 주변경관과 어울리는 조경(화장조성) 중점 **【교통체증 발생 및 넓은 화장조성】**	⊙ 행사장으로부터 1.4~1.7㎞에 전용주차장 조성과 셔틀버스(전용차로) 운행 → **자동차 없는 보행 중심 행사장** ⊙ **인천국제공항, 청주공항, 오송역(KTX)셔틀버스 운행** **【관람객 중심의 산업·문화 행사】**
전시·이벤트운영	• 7대 야외전시장 : 45종류의 유기농 작물재배 및 5종류 가축 연출 • 체험형 프로그램 : 간이정수기 만들기 체험, 탄소발자국 체험 • 체험이벤트 : 체험부스 39종 운영 • 메뚜기 잡기 체험 : 5,680명 참가 **【옥외형 전시·이벤트】**	⊙ **4차산업**의 중심기술을 활용한 다채로운 유기농산업 가상현실(VR), 증강현실(AR), 드론, 스마트팜 등을 체험하는 프로그램, 이벤트 강화 → 남녀노소 오감만족 국제행사 ⊙ 눈으로 보는 것이 아닌 피부로 느끼는 **체험형 프로그램** 강화 **【4차산업 + 유기농산업 연계】**

3. 개최시기 선정

3-1. 제 1 안

▌개 최 기 간 : 2022년 9월 2일(금) ~ 9월 18일(일) (17일간)

▌단 점

- 괴산세계유기농산업엑스포 성격상 농·식품 등이 취급되기 때문에 너무 덥거나 추운 날씨보다는 계절적으로 청명한 날이 많은 9월~10월 중에 개최하는 것이 바람직 한 것으로 판단함. (전문가 자문 의견 청취)
- 농산물 체험과 관련, 농산물 수확기도 고려함. (고추축제 : 8월말~9월초)
- 절기상 백로(白露)가 9월 1일에 있으며, 백로는 밤에 기온이 이슬점 이하로 내려가 풀잎이나 물체에 이슬이 맺히는 데서 유래함.
- 충청북도 동부에 위치한 괴산은 내륙에 위치, 대륙성 기후의 성격이 강하며, 여름에는 집중호우 빈도가 높고, 겨울에는 북서계절풍의 바람받이에 위치하여 강설량이 많음. (평균기온은 19.5℃, 평균 강수일 4.2일, 최대 풍속 12.7m/s)

▌장 점

- 대회기간도 일반적인 식품산업박람회가 보통 3~5일간 개최되는 점을 감안해 1주일 정도 개최하는 것을 검토하였으나, 행사장의 협소 문제 등으로 목표관람객 수를 달성하기 곤란한 것으로 판단됨.
  → 1일 최대 수용능력 등을 고려해 행사기간을 설정함.
- 행사기간에는 7일의 주말이 있어서 관람객 동원이 유리함. (추석명절 : 3일간)

▌2015년 엑스포 비교

구 분		2015년	2022년
개 최 기 간		9. 18 ~ 10. 11	9. 2 ~ 9. 18
총 개 최 일	**총 계**	**24**	**17**
	평 일	13	10
	공 휴 일	11	7
특 기 사 항		추석연휴 4일 (대체연휴 포함)	추석연휴 3일 (주말 겹침)

3-2. 제 2 안

▌개 최 기 간 : 2022년 9월 30일(금) ~ 10월 16일(일) (17일간)

▌2015년 엑스포 비교

구 분		2015년	2022년
개 최 기 간		9. 18 ~ 10. 11	9. 30 ~ 10. 16
총 개 최 일	**총 계**	**24**	**17**
	평 일	13	10
	공 휴 일	11	7
특 기 사 항		추석연휴 4일 (대체연휴 포함)	연휴 1일 (개천절 월요일)

▌기간 중 주요특징

∘ 절기인 10월 8일 한로(寒露)는 24절기 가운데 17번째 절기로 찬이슬이 맺히기 시작하는 시기라는 뜻임.

→ 한로는 양력 10월 8~9일 무렵이 입기일(入氣日)이며, 태양이 황경 195도의 위치에 올 때로 음력 9월의 절기로서 공기가 차츰 선선해짐에 따라 이슬(한로)이 찬 공기를 만나 서리로 변하기 직전의 시기임.

한로(寒露)의 특징

◉ 한로 즈음은 찬이슬이 맺힐 시기여서 기온이 더 내려가기 전에 추수를 끝내야 하므로 농촌은 오곡백과를 수확하기 위해 타작이 한창인 때임.

◉ 여름철의 꽃보다 아름다운 가을 단풍이 짙어지고, 제비 같은 여름새와 기러기 같은 겨울새가 교체되는 시기임.

∘ 개최기간 중 주요 행사일

① 국군의 날(10월 1일(토)) : 괴산 육군학생군사학교 면회객

② 노인의 날(10월 2일(일)) : 법정기념일, 문화공연, 미니마라톤 대회, 어르신 모델 선발대회, 효도 큰잔치

③ 세계한인의 날(10월 5일(수)) : 법정기념일로 720만 재외동포의 자긍심을 고취시키기 위해 매년 서울에서 개최하며, 500여명이 참석함.

④ 재향군인의 날(10월 5일(수)) : 법정 기념일

⑤ 중양절(重陽節)(10월 4일(화)) : 세시 명절의 하나로 음력 9월 9일

⑥ 한글날(10월 9일)

3-3. 개최시기 종합검토

구 분		2015년	2022년	
			제 1 안	제 2 안
개 최 기 간		9. 18 ~ 10. 11	9. 2 ~ 9. 18	9. 30 ~ 10. 16
총 개 최 일	**총 계**	**24**	**17**	**17**
	평 일	13	10	10
	공 휴 일	11	7	7
특 기 사 항		추석연휴 4일 (대체연휴 포함)	◉ 추석 관람객 유인 ◉ 추석연휴 3일 (주말 겹침) ◉ 참가기업 불만요소 ◉ 외국인관람객 항공 불편 ◉ 농산물 미수확 (농번기) ◉ 고추축제 연계	◉ 수확기 감안 ◉ 연휴 1회 (개천절 월요일) ◉ 연휴가 짧음 ◉ 참가기업 불만해소 ◉ 해외항공편 원활 ◉ 타 지역과의 축제 경쟁

제3절. 엑스포 개최주최 및 협력체계 구축계획

1. 대회주체 선정

- '2022괴산세계유기농산업엑스포'는 충청북도, 괴산군 및 국제유기농업운동연맹(IFOAM)이 공동으로 주최함.

충청북도	오송국제바이오엑스포, 제천국제한방바이오엑스포, 2015 괴산세계유기농산업엑스포 주최 경험 활용
괴산군	2015 괴산세계유기농산업엑스포 주최 경험 활용 2015 이후 구축된 유기농산업 자원의 체계적 활용
IFOAM (국제유기농업운동연맹)	글로벌 네트워크 활용 → 참여기업 견인, 학술행사자 참여 유도 등

2. 개최협력 주무부처

- 본 행사의 주무부처는 농림축산식품부(친환경농업 육성정책의 주무부처)로 함.
- 본 엑스포의 성격상 교육부, 문화체육관광부, 해양수산부, 환경부 등의 중앙부처의 협력지원이 필요함.

교육부	유기농 체험학습교육, 진로탐색교육 등
해양수산부	유기수산물, 유기수산가공품 등 인증기업 참여 독려
문화체육관광부	농촌관광과 유기농체험관광과의 연계 지원 등
환경부	지속가능한 환경보전 프로그램 지원
농촌진흥청	최신 유기농법 소개 및 홍보, 자재사용법 등 소개 등
산림청	산림생태자원 소개 등
기타	농협중앙회, 한국농어촌공사, 한국농식품유통공사 등

3. 국내·외 유기농단체

- 한국유기농학회 : 유기농관련 학술대회 등
- 한국유기농협회 : 유기농식품 생산농가 참여 등
- 전국친환경농업인연합회 : 유기농식품 생산농가 참여 등

- 환경농업단체연합회 : 유기농식품 생산농가 참여 등
- 한국소비자단체협의회 : 유기농식품 소비자 참여 등
- 국제유기농단체 : IFOAM, ALGOA, Eco-Regions, Regeneration International, LOAMC-PH 등

4. 기타 협력기관·단체

- 농업전문언론 : 농민신문, 한국농어민신문, 농수축산신문, 월간 친환경, 월간 오가닉 라이프 등
- 교육·연구기관 : 강원대 식물자원응용공학과, 경상대 농학과, 고려대 환경생태공학부, 단국대 환경자원경제학과, 두레친환경연구소, 상지대 친환경생물학부, 서울대 식물생산과학부, (사)한국식물환경연구소, 순천대학교 웰빙자원학과, 충북대학교, 중원대학교 등

충 북 대 학 교

중 원 대 학 교

서 울 대 학 교

두레 친환경 연구소

한국식물환경연구소

충북유기농업연구소

제4절. 엑스포 수요예측 및 개최규모

1. 수요 예측모델

▌개최일수에 따른 수요예측

- 문화관광체육부의 관광수요예측 가이드라인을 적용하되, 개최일수에 따른 수요예측 모델은 2015 괴산세계유기농산업엑스포와 관람패턴이 비슷한 유사사례 지표를 활용하여 방문객 수를 추정하는 간접 분석방법임.
- 2015 괴산세계유기농산업엑스포의 일평균 방문객 데이터를 활용하여 2022년 개최일정을 고려하여 방문객 수를 추정하고, 2015년 개최당시와 2022년도의 관광 및 농촌체험·관광산업 환경과 변화추이를 고려하여 적정방문객 수를 추정함.

▌방문의향에 따른 수요예측

- 문화관광체육부의 관광수요예측 가이드라인 적용하되, 설문조사를 통해 도출된 방문의향 비율을 통해 잠재 방문수요를 추정하고, 방문실현율을 적용하여 실제 방문수요를 추정함.

- 방문패턴에 따라서 일반, 학생 및 외국인 방문객으로 구분하여 각각 산출한 후 총 방문수요를 추정함.
- 일반방문객은 엑스포가 개최되는 2022년 지역별 추계인구를 바탕으로 지역별 방문 의사비율과 방문 실현율을 적용하여 방문수요를 추정함.
- 학생방문객 수요추정은 별도 설문조사를 실시하지 않아 일반 방문객의 동반자녀 수, 방문 시 자녀동반비율 등을 토대로 학생 방문객수를 추정함.
- 외국인 방문객 수요추정은 2022년 방한 외래 관광객을 토대로 충청지역 외국인 관광객 총량을 산출한 후 방문비율 적용을 통해서 최종 방문객수를 추정함.

2. 수 요 예 측

▌유사사례 분석

∘ 예천세계곤충엑스포, 제천국제한방바이오엑스포, 완도국제해조류박람회, 금산세계인삼엑스포 등 최근 개최된 엑스포 사례를 분석함.

엑스포명	개최연도	행사기간 (일)	총입장객 (명)	1일 평균 관람객수 (명)
괴산유기농산업엑스포	2015	24	1,080,293	45,012
예천세계곤충엑스포	2016	17	620,000	36,470
제천국제한방바이오엑스포	2017	19	487,000	25,631
완도국제해조류박람회	2017	24	937,000	39,041
금산세계인삼엑스포	2017	30	2,839,000	94,633
평 균		**22.8**	**1,192,658**	**48,157**

∘ 5개 박람회의 평균개수 일수는 22.8일, 평균입장객 수는 1,192,658명, 1일 평균 입장객 수는 48,155명임.
→ 비교적 규모가 큰 금산세계인삼엑스포를 제외한 4개 엑스포의 평균 개최일수는 21일, 평균입장객수는 781천명, 1일 평균관람객 수는 36,535명임.

2015 괴산세계유기농산업엑스포

◉ 총관람객 : 1,080,293명 (당초 계획 660천 명으로 164% 증가)
(일반관람객 692,765명, 단체관람객 324,377명, 외국인 관람객 63,151명)

◉ 1일 평균 : 45,012명 (개최일수 : 24일, 9.18 ~ 10.11)

▌목표 관람객 분석

(1) 유기농산업 관계자

∘ 유기농산업 관계자는 참가규모는 유기인증 농축산물 및 유기식품, 유기인증자재 생산자, 관련기관단체 관계자 등을 대상으로 간이 참가의향 조사결과 등을 적용하여 산출함.

[단위 : 명 또는 개소, (%)]

관계자분류	전체규모(개소)		산출기초(참가조건별 의향조사결과 반영)		특기사항
	2018년	2022년			
친환경인증농산물 생산자 (농산물)	57,261	96,711	(40) 38,684	(60) 60,000	◉ 증가율은 최근5년 평균 증가율 적용
친환경인증농산물 생산자 (축산물)	6,117	7,418	(40) 2,967	(60) 5,000	◉ 증가율은 최근5년 평균 증가율 적용
예비(희망) 인증농가	102,828	99,752	(20) 20,560	(40) 42,000	◉ 총농가 1,028천명 10% (인증농가비율)
친환경 생산자단체	60,000	66,000	(30) 19,800	(40) 27,000	◉ 친환경농업단체 연합회 35개 단체
유기인증 농업자재	562	620	(40) 28	(60) 100	◉ 총농가 1,028천명 10% (인증농가비율)
친환경농업 자재단체	420	440	(40) 353	(60) 600	◉ 친환경농업자재 협회 소속 148개사
유기가공 식품기업	738	750	(40) 600	(60) 900	◉ 제품수 5,799개 (2018년 현재)
비식용 유기가공품 기업	14	20	(40) 160	(60) 210	◉ 제품수 176개 (2018년 현재)
유기농 건강제품 기업	426	460	(40) 552	(60) 900	◉ 유기화장품 시장 7.500억원60%, 2명
관련연구개발 · 기타 기관단체	3,440	3,600	(50) 1,800	(60) 2,300	◉ 유기농학회 620명 ◉ 인증기관 43개소 ◉ 자재시험연구기관 42 ◉ 농업기술센터, 농진청
소 계	**226,768**	**270,501**	**85,000**	**140,000**	

(2) 일 반 국 민

○ 엑스포 참가규모는 필요한 행사장 면적, 전시관 규모, 관람객 편의시설 규모 등에 영향을 주기 때문에 가능한 한 객관적인 수요예측이 필요함.

[단위 : 명, (%)]

시 도 별	2019년 인구수	2015년 참가계획	2015년 참가실적 추정	2015년참가 실적비중 (인구대비)	2022년 목표
수 도 권 (서울/인천/경기)	25,884,254	133,920	329,678	30.52 (1.27)	207,000 (0.80)
충청북도	1,599,368	261,640	416,252	38.53 (26.03)	102,000 (6.38)
충청남도권 (대전/세종/충남)	3,937,348	89,900	164,148	15.19 (2.28)	94,000 (2.38)
전 라 권 (광주/전라남북도)	5,153,723	52,080	73,246	6.78 (1.42)	52,000 (1.01)
경 상 권 (부산/대구/울산/경상남북도)	13,059,996	55,800	68,332	6.33 (0.52)	65,000 (0.50)
강원·제주권 (강원도/제주도)	2,210,923	26,660	28,637	2.65 (1.30)	20,000 (0.90)
소 계	**51,845,612**	**620,000**	**1,080,293**	**100**	**544,000**

자료 : KOSIS(행안부), 2019. 7 (2019년 인구 수)

(3) 외국인 관람객

○ 국제행사의 유치·개최 등에 관한 규정(2018. 4.18 기획재정부훈령 제377호) 충족 목표 설정

→ 5개국 이상의 국가에서 외국인이 참여하고, 외국인 36,000명 이상이 참여하는 것을 목표로 설정함.

▌2022괴산세계유기농산업엑스포 목표 관람객 : 72만 명

○ 2022 괴산세계유기농산업엑스포 관람객목표를 2015 괴산세계유기농산업엑스포의 계획 및 실적, 최근 개최된 제천한방바이오엑스포 등 유사한 5개 엑스포의 실적을 비교한 결과, 평균관람객 수는 일일 평균 39,324명, 총668,375명임.

표-47. **기존 엑스포 관람객 수 적용 시 목표관람객**

기준대회	1일 평균	개최일수	계획관람객	특기사항
2015 괴산세계유기농엑스포 목표 기준	27,500	17	467,000	행사장 - 462,000㎡
2015 괴산세계유기농엑스포 실적 기준	45,102	17	766,734	행사장 - 412,334㎡
최근 개최된 4개 엑스포 실적 기준 (금산인삼 제외)	36,535	17	621,095	
최근 개최된 5개 엑스포 실적 기준 (금산인삼 포함)	48,157	17	818,669	
소 계	**39,323.**		**668,375**	

668,375명의 108%

목표관람객 720,000명

유기농산업 관계자: 140,000명 (19.4%)
일반국민 (소비자): 544,000명 (75.6%)
외국인관람객 (학자 등): 36,000명 (20.0%)

3. 수요예측에 따른 개최규모 산출

▌유사사례 분석

∘ 2022년 괴산세계유기농산업엑스포와 유사한 성격의 2018 헬스앤뷰티 위크, 2018 친환경유기농박람회, 2018 대한민국농기계자재박람회, 2017 금산세계인삼엑스포 등을 분석하여 계획에 활용함.

2018헬스앤뷰티위크 (Health & Beauty Week 2018)	전시면적	11,088㎡ (참가기업당 평균 32.42㎡)
	참가업체	342개사
	부스규모	514개 부스 (참가기업당 평균 1.5개)
	참 관 객	50,673명
	참가국가	14개국 (독일, 대만, 말레이시아, 미국, 중국 등)
	전시품목	화장품 뷰티존, 이너뷰티존, 오가닉존 등
2018 친환경 유기농박람회 (Organic & Natural Trade Fair for Korea 2018)	전시면적	7,776㎡ (참가기업당 평균 27.57㎡)
	참가업체	282개사 (국내 256개 사)
	부스규모	346개 부스 (국내 312부스, 기업당 1.23부스)
	참 관 객	30,390명
	참가국가	14개국 (인도, 이탈리아, 스페인, 싱가포르 등)
	전시품목	유기농축산물, 유기가공품, 천연화장품 등
2018 대한민국농기계 자재박람회 (KIEMSTA 2018)	전시면적	부스면적 43,000㎡ (참가기업당 평균 96㎡)
	참가업체	446개 업체·기관
	부스규모	9개관, 2,112개 부스
	참 관 객	280,000명 (회외 6천명)
	참가국가	33개국
	전시품목	농기계, 농자재
2017 금산세계인삼 엑스포 (2017 World Ginseng Expo, Geumsan, Korea)	전시면적	807,000㎡ (주행사장 155,000㎡, 부 752,000㎡)
	참가업체	57개 업체 (해외 10개 기업)
	부스규모	78,937㎡ (주제관 1,590㎡) (평균 28㎡)
	참 관 객	2,839,000명 (외국인 95,000명), 89천명/1日
	참가국가	중국, 미국, 일본 등
	전시품목	멀티삼(미용·제약·식품 등 인삼제품)

▌2018년 친환경유기농무역박람회

- 전시면적은 총 7,776㎡, 참가기업당 평균 27.57㎡
- 282개사 참가 : 국내 256개사
- 설치부스 : 346개 부스 (국내 312부스, 기업당 1.23개 부스)
- 전시품 : 유기농축산물, 유기가공품, 천연화장품 등

▌2017년 금산세계인삼엑스포

- 체험행사 등은 대부분 기존시설물을 활용하고, 8개 전시행사는 설치 시설물을 활용
  → 설치시설물 : 7,440㎡ (엑스포 주제관 1,590㎡)

표-48. **2017 금산 세계인삼엑스포 전시시설 구성현황**

구분	전 시 관	면적 (㎡)	형태	비 고
설치 시설	엑스포 주제관	1,590	목공구조물	
	금산 인삼관	300	가설텐트	
	지자체 인삼관	600	가설텐트	풍기, 강화, 개성 등
	세계인삼존 (중국+미국)	600	가설텐트	일본, 유럽과 순환교대 방식
	인삼생활존 (건강인삼 + 아름다운 인삼)	1,000	가설텐트	
	인삼Biz관	600	가설텐트	
	인삼기업관	900		
	주공연장	1,850	목공구조물	가설텐트 포함
	소 계	**7,440**		
영구 시설	인삼메카관	4,137		기존인삼박물관
	인삼문화체험관	59,893		국제인삼유통센터
	휴스파	7,467		기존 휴스파
	소 계	**71,497**		
합 계		**78,937**		

자료 : 충청남도·금산군 , 2017년 2017금산세계인삼엑스포 기본계획.

▌전시·체험행사장 규모

○ 엑스포 주제관, 유기농산업진흥관, 유기농체험학습장의 규모산정을 기초함.

[단위 : ㎡]

기능별 구분			소요면적	주 요 내 용	산 출 기 초
1 엑스포 주제관			**1,500**	유기농과 생태환경 유기농과 바른 소비 유기농과 생태적 삶 유기농업 4대 원칙	지속가능한 사회를 위한 유기농의 원칙과 가치를 핵심주제화
2 유기농산업진흥관	국제 유기농 식품관 (한국/세계)	업 체 수	100	유기인증농산물 유기인증식품	유기농산물(10개) - 10개 시·도 유기식품 (90개 기업) - 국내 738개의 12.2% - 해외 10개 업체 부스당 20㎡
		소요면적	**2,130**		
		부 스 수	100		
	펫(Pet) 케어 산업관	업 체 수	50	유기농사료 유기인증용품	부스당 25㎡ 부산경남반려동물박람회 111개 업체 3,781㎡
		소요면적	**1,250**		
		부 스 수	40		
	유기농 헬스케어 및 치유관	업 체 수	100	유기농화장품 유기농 여성용품 유기농의류(아기)	화장품사 4,597개사의 2.2% 부스당 20㎡
		소요면적	**4,500**		
		부 스 수	100		
	유기농 자재 산업관	업 체 수	100	토양관리용 자재 병해관리용 자재 등	제조사 652개 사의 15.3% 부스당 20㎡
		소요면적	**2,500**		
		부 스 수	80		
	소 계		**11,880**	**419개 기관 또는 기업, 11,880㎡, 419개 부스**	
3 유기농산업체험학습장	작물체험		22,156	우리종자전시체험장 유기농 원예체험	250개 품목, 10㎡/품목 유기농체험장 1,300㎡
	생태체험		17,679	자연소리 체험 민물고기 체험 메뚜기 등 곤충체험 미래 유기농 체험	성불산 산림휴양단지, 농촌휴양체험마을, 산막이 옛길 등 지역문화관광 자원과 연계 추진
	만 들 기		7,500	유기농 화장품만들기 유기농 염색옷만들기	한지박물관 연계 헬스케어 전시관 활용
	시식체험			바른 식생활체험	풀무원 연수원
학 술 행 사				국내학술행사 국제학술행사	유기농연구소 icoop 컨벤션센터
합 계			**59,215**		

주요시설 형태	주요 시설형태와 규모
파빌리온 TFS텐트	▌9개소 설치 유기농3.0주제관(1,500㎡), 국제유기농식품관(2,130㎡), 유기농국제협력관(1,500㎡), 유기농치유관(1,500㎡), 유기농바이오헬스케어관(3,000㎡), 유기농체험놀이학교(3,000㎡), 유기농진로체험학교(3,000㎡), 유기농곤충체험학교(1,500㎡), 유기농먹거리촌(1,500㎡)

▌주차장 및 편의·관리시설 규모

- 피크타임 예상 동시체류 인원 44,000명이 모두 승용차, 승용차당 3.5명 승차 가정 시 약 14,660대 주차면적이 필요함.
  → 승용차 1대당 주차면적 17㎡시 필요시 총 246,000㎡(74,545평) 필요

표-49. **2022 괴산세계유기농산업엑스포 개최규모 계획기준**

계 획 지 표	관람객수 (명)	산 출 기 초
계획 관람객수 (명)	720,000	참가의향 조사 결과 반영 전 대회 참가실적 분석 등
1日 평균관람객수 (명)	42,000	2015년 실적 45,102명 최근엑스포 평균 40,253명
계획기준일 예상관람객수 (주말관람객)	63,000	7일 (추석 3일 포함) 1일 평균관람객 × 150%
최대집중일 예상 동시체류 관람객 수 (명)	84,000	1日 평균관람객 수 × 200%
계획기준일 예상 동시체류 관람객 수 (명)	31,500	계획기준일 예상관람객수 × 50%
피크타임 예상 동시체류 (명)	44,000	계획기준일 예상관람객수× 70%
피크타임 시간당 예상 동시체류 (명)	13,000	피크타임 예상 동시체류관람객 수 × 30%

구 분			1인당 행사장 점유면적(㎡)	순수 행사장 점유면적(㎡)	2022엑스포 결정규모(안)
제1안	(A) 계획기준일 예상 동시체류인원(명)	31,500	11.5 (기존 4~7㎡)	362,000	A, B의 평균 379,000㎡ (114,800PY)
	(B) 피크타임 예상 동시체류인원(명)	44,000	9.0	396,000	
제2안	(A) 계획기준일 예상 동시체류인원(명)	31,500	9.0 (기존 4~7㎡)	283,000	A, B의 평균 306,000㎡ (94,000PY)
	(B) 피크타임 예상 동시체류인원(명)	44,000	7.5	330,000	

시설별	개소	규모(㎡)	규격
주게이트	1	60	목조구조물
동문·서문·남문게이트	3	90	목조구조물
입장권 매표소	4	80	목조구조물
출입관리소/바이어등록	2	20	목조구조물
종합안내소/통역서비스센터	3	75	TFS(5m*5m)
회장안내소	2	50	TFS(5m*5m)
장애인·노약자센터	1	25	TFS(5m*5m)
미아보호소	1	25	TFS(5m*5m)
분실물센터	1	25	TFS(5m*5m)
물품보관소	2	50	TFS(5m*5m)
물품대여소	2	50	TFS(5m*5m)
관람객 쉼터	4	60	TFS(5m*5m)
모유수유실 등	1	25	TFS(5m*5m)
기념품판매장	2	50	TFS(5m*5m)
소방파출소	1	25	TFS(5m*5m)
이동파출소	1	25	TFS(5m*5m)
약국	1	50	TFS(5m*10m)
진료소	1	25	TFS(5m*5m)
정보통신서비스센터	1	25	TFS(5m*5m)
단체서비스센터	1	25	TFS(5m*5m)
반려동물서비스센터	2	50	TFS(5m*5m)
경비초소	4	100	TFS(5m*5m)
주차관리센터	10	250	TFS(5m*5m)
차량서비스센터	3	75	TFS(5m*5m)
화장실 (남여공용)	8	122	이동식 화장실
화장실 (여성전용)	4	71	이동식 화장실
화장실 (장애인용)	4	72	이동식 화장실
계	**62**	**1,600**	

4. 입장권 가격 설정

▌사 례 분 석

- 2017 금삼세계엑스포 : 일반입장권과 단체입장권으로 구분하여 판매함.
  → 일반입장권 3,000원 ~ 7,000원, 단체입장권 2,000원 ~ 6,000원
- 2017 제천국제한방바이오산업엑스포 : 현장판매와 사전판매로 구분함.
  → 예매할인율 20% 적용

엑스포	입장권 종류		대 상	가격(원)	특기사항
2017 금삼세계 엑스포	일반입장권		일 반	7,000	만19~64세
			청 소 년	4,000	만13~18세
			어 린 이	3,000	만 6~12세
	단체입장권		일 반	6,000	내국인 20인 이상 외국인 10인 이상
			청 소 년	3,000	
			어 린 이	2,000	
2017 제천 국제 한방바이오 산업엑스포	예매권 (단체할인권)	기준요금 (현장판매)	일 반	10,000	만 19세 ~ 64세
			청 소 년	6,000	만 13세 ~ 18세
			어 린 이	4,000	만 7세 ~ 12세
		예매요금 (사전판매)	일 반	8,000	만 19세 ~ 64세
			청 소 년	4,000	만 13세 ~ 18세
			어 린 이	2,000	만 7세 ~ 12세
	우대할인권			6,000	장애인상이군경 (4급이하) 만55세~74세까지 경로우대 제천시 자매도시 시군구민

▌입장권 가격설정 방향

- 관람고객의 가격저항성, 관람편의, 콘텐츠, 회전율, 수익성 등을 고려함.
- 일반입장권 및 단체입장권으로 구분하되, 연령대별 입장권으로 구분함.
  → 어른, 청소년, 어린이
- 우대 할인권제 시행은 경로우대, 미취약 우대, 도민 우대, 자매결연 등으로 구분하여 적용함.
- 또한 지역상품권과 연계하여 지역소비 촉진에 기여할 수 있도록 설계하고, 예매율을 높이기 위해 사전판매 할인율을 적용함.

입장권 종류		가격(원)	적용대상	사전예매할인적용
일반입장권	일 반	5,000	만19~64세	할인율 50% 적용 (사전예매 50% 이상)
	청소년	2,000	만13~18세	
	어린이	1,000	만 6~12세	
단체입장권	일 반	5,000	내국인 20인 이상 외국인 10인 이상	
	청소년	2,000		
	어린이	1,000		

▌2022 괴산세계유기농산업엑스포 입장료 수입계획

○ 수요조사 및 수요예측을 통해 2022 괴산세계유기농산업엑스포의 일반인, 청소년, 어린이 방문비율을 C안이 가장 적합할 것으로 판단됨.
→ 이에 따라 입장료 수입은 약 **21억 원**으로 추정됨.

입장권별	가격(원)	단위	입장객 수					
			A안	B안	C안	D안	E안	F안
일 반	5,000	인원 천명, (%)	360 (50)	432 (60)	504 (70)	288 (40)	252 (35)	216 (30)
		수입 (백만원)	1,350	1,620	1,890	1,080	945	810
청 소 년	2,000	인원 천명, (%)	144 (20)	108 (15)	72 (10)	144 (20)	144 (20)	144 (20)
		수입 (백만원)	216	162	108	216	216	216
어 린 이	1,000	인원 천명, (%)	216 (30)	180 (25)	144 (20)	288 (40)	324 (45)	360 (50)
		수입 (백만원)	162	135	108	216	243	270
계		인원 천명, (%)	**720 (100)**	**720 (100)**	**720 (100)**	**720 (100)**	**720 (100)**	**720 (100)**
		수입 (백만원)	**1,728**	**1,917**	**2,106**	**1,512**	**1,404**	**1,296**

2022괴산세계유기농산업엑스포

제6장 엑스포 주제 및 프로그램 개발

제1절. 엑스포 주제 선정

1. 기 본 방 향

그림-18. **엑스포 주제선정 기본방향**

- 2022 괴산세계유기농산업엑스포의 주제는 엑스포 개최의 핵심가치를 대변하는 동시에 관람객들의 행사참여를 견인하는 홍보활동에 효과적으로 활용되기 때문에 자긍심 고취, 소구력 확장, 유기농산업 포괄성 및 유사대회와의 차별성, 유기농의 미래가치 및 지향성 등을 염두에 두고 개발되어야 함.

❶ 자긍심을 고취할 수 있는 주제
→ 유기농산업종사자 및 지역주민 자긍심을 높일 수 있는 주제를 선정함.

❷ 유기농산업엑스포 관람객에게 소구할 수 있는 주제
→ 유기농생산자, 유기농 소비자, 산업종사자, 학자 등 참가자 모두에게 소구 가능한 주제를 선정함.

❸ 유기농업의 전방·후방산업 즉, 유기농산업전체를 어우를 수 있는 주제
→ 유기농자재원료, 유기농자재산업, 유기농 2차, 유기농서비스산업 등의 각 산업의 핵심가치를 포함함.

❹ 다른 유사 행사와는 차별화된 주제
→ 기존 행사와는 다른 새로운 가치 제시로, 참여 동기를 자극함.

❺ 유기농산업의 미래상을 제시하는 미래지향적인 주제
→ 유기농산업 발전에 대한 미래지향적 가치를 제시함.

표-50. **친환경 유기농 박람회 등 유사행사 주제 및 슬로건 현황**

유사행사명	주제 및 슬로건
제18회 친환경유기농 무역 박람회 2019	우리 같이 가치 소비
제17회 친환경유기농 무역 박람회 2018	웰니스 데이(Wellness Day), 건강한 삶을 위한 시작
2011 양주 세계유기농대회	유기농은 생명이다 (Organic is Life)
2009 울진친환경엑스포	친환경 농업! 자연과 인간을 지키는 생명산업
2012부산국제 유기농&친환경 박람회	우리가족의 소중한 건강을 위한 모든 것
2019 상하이 국제식품박람회	맛, 건강, 환경
2015년 괴산 세계유기농산업 엑스포	Organic Life -Science Meets the Public 생태적 삶, 유기농이 시민을 만나다

○ 2015년 괴산세계유기농산업엑스포는 일반 사람들이 유기농과학의 녹색혁명에 대한 진정한 가치를 모르는 경우가 더 많다는 판단 아래, 유기농 과학 (유기농 지식)의 새로운 패러다임을 전 세계 일반 대중들에게 전파하겠다는 의지를 강조함.

제18회 친환경유기농 무역 박람회 2019

2009 울진친환경엑스포

2019 상하이 국제식품박람회

2. 주제(主題,) 선정

주 제	유기농이 여는 건강한 세상, Organic makes healthy world!

- 2022 괴산세계유기농산업엑스포는 유기농의 가치와 생태적 삶(Organic Life Style)의 방식이 지속가능한 사회의 유지·발전에 유용한 방법임을 전세계 시민들에게 널리 알리는 계기가 되어야 함.
  → 유기농의 가치 확산의 계기가 됨은 물론, 유기농산업의 진흥, 지역균형 발전과 개최지역 활성화 등에 기여할 수 있어야 함.

주제 선정 시 고려사항

- 괴산세계유기농산업엑스포를 통해서 유기농산업에 대한 대국민 공감대 확산과 유기농산물 소비 촉진 등 유통 활성화 도모에 기여함.
- 농업인에게 유기농업 기술 및 자연 순환형 친환경농업 모델을 제시하는 등 종합적인 유기농산업 정보 교류의 장을 제공함.
- 국내외 유기농산업 비교 및 국제학술대회 등을 통한 국제적인 교류로 한국의 유기농산업의 위상 제고와 우리 농업의 국제화에 기여함.
- 유기농산업의 대표적 도시 괴산에서 개최되어 친환경농업의 지속적인 발전 기반을 구축하고, 지역경제 활성화를 촉진함.

- 2022괴산세계유기농산업엑스포 주제는 유기농산업이 지속가능한 사회의 유지·발전에 크게 기여함을 미래지향적으로 표현함.
  → 건강한 먹거리, 지속가능한 환경 보존, 지역공동체의 유지 등이 유기농을 통해 실현될 수 있는 중요한 가치임을 주제로 함축하여 표현함.

- 유기농의 전·후방산업간 연대협력이 공고되고, 유기적인 협력 관계가 조성될 때 유기농산업의 균형 발전이 가능함을 표현함.

- 지속가능한 생산과 가치 있는 소비가 전제될 때 유기농산업의 발전을 도모할 수 있고, 이를 통해 유기농이 생물다양성 증진, 토양오염의 감소 및 수질 개선, 문화의 다양성, 지역 사회의 유지, 경관 개선, 온실가스 감소와 에너지 절약 등에 기여 할 수 있음을 표현함.

제2절. 엑스포 스토리텔링 개발

1. 스토리텔링 구성의 10대 요소

스토리텔링 구성

◉ 성공적인 스토리텔링 개발을 위해서는 10대 요소를 고려해야 하며, 이는 4대 핵심요소(캐릭터, 메시지, 플롯, 갈등과 해소)와 6개 보조요소(감정, 구체화, 헤드카피, 상상 가능한 이야기, 개방형 결말, 교훈)로 구성됨.

❶메시지 (Message)	사용할 스토리 중에서 가장 중요한 메시지를 결정함. 하나의 메시지, 스토리텔링을 통해서 얻고자 하는 바를 명확하게 전달함.
❷갈등과 해소 (Conflict)	갈등이 없으면 스토리도 존재할 수 없으므로 갈등은 목표를 달성 하기 위해 극복해야만 하는 장벽이자, 스토리를 이끌어가는 원동력임 갈등 해결 방법을 통해 브랜드가 추구하는 핵심 가치를 표현함.
❸플롯(Plot) 필연적 연계 구성	갈등을 해소하기 위한 과정과 결말로, 스토리가 약한 경우는 대립 세력이 약한 것이 원인임. 따라서 대립과 갈등이란 부정적인 측면을 강화해야 함.
❹등장인물 (Characters)	스토리 캐릭터의 아이덴티티를 분명히 하며, 갈등을 제대로 표현하기 위해서는 여러 등장인물이 필요함. 캐릭터의 개성은 온갖 정보의 홍수와 조작 속에서도 차별화시킬 수 있음.
❺감 정 (Emotions)	사실과 허구와 차트만으로 스토리를 장식하면 안 되는데 스토리는 분명한 이유와 논리를 말해야 하지만, 결국 인간의 감정을 움직이는 것임
❻구체화 (Details)	가능한 구체화하고 약간의 비주얼과 환경을 세팅하여 캐릭터가 무슨 감정을 느끼는지, 생각하는지에 대한 환경을 조성함
❼헤드카피 (Headcopy)	메시지 작성에서 맨 처음 시작되는 전문을 부각하고 헤드카피의 일차적인 기능은 무엇보다 소비자의 주목을 끄는 것이고, 두 번째는 본문을 읽도록 유도하는 것임.
❽상상 이야기 (Fairly tale)	실제로 상상할 수 있게 만들되, 스토리를 주입하거나 다른 가치를 높이는 활동이 요구됨. 스토리의 몰입은 곧 감정이입의 성공을 의미하고 스토리를 맹신할 가능성이 높은 강력한 감성 자극 장치를 만들어야 함.

❾개방형 결말 (Open Ending)	개방형 결말은 파워풀하되, 소비자의 의견을 스토리의 결말에 어떤 식으로든지 반영될 수 있도록 구성함.
❿교 훈 (Lesson)	부정적인 이야기나 결말은 사용자에게 역감정을 불러일으킬 수 있고, 끊임없이 도전 과제를 제시하여 성공적인 경험을 만끽할 수 있도록 교훈을 부여해야 함.

2. 2022괴산세계유기농산업엑스포 스토리텔링

스토리텔링 제안

◉ 유기농 가치와 철학에 대한 인문사회학적·자연과학적·산업적에 기반하여 스토리텔링 개발의 기본요소를 고려하여 2022괴산세계유기농산업엑스포의 스토리텔링의 기본적인 방향을 제시하고자 함.

주 제 : 유기농이 여는 건강한 세상

기(起)	**▌화합의 장▐** ◉ 게이트를 들어서면 2022괴산세계유기농산업엑스포를 알리는 다양한 조형물과 이벤트(행사, 공연 등)가 펼쳐지는 곳 ◉ 국민 남녀노소, 전국 팔도가 한데 어울려 엑스포 개최의 서막이 올라가는 곳
승(承)	**▌나눔의 장▐** ◉ 유기농3.0의 가치와 철학, 우리 생활에 주는 유익한 정보 등을 제공하여 국민의 삶이 풍요롭고 행복해질 수 있는 곳 ◉ 유기농3.0 주제관, ALGO국제협력관 등에서 유기농의 가치와 철학을 배우는 곳
전(轉)	**▌조화의 장▐** ◉ 사람과 산업, 전통과 미래가 한데 어울려 미래의 꿈을 키울 수 있는 곳 ◉ 식품관, 헬스케어관, 체험학교, 진로탐색학교, 전통마당 등이 위치하여 국민에게 유기농산업의 현황과 산업을 배우고 미래를 펼칠 수 있는 곳
결(結)	**▌생명의 장▐** ◉ 화합 → 나눔 →조화를 걸쳐 2022괴산세계유기농엑스포의 넓은 대지에 펼쳐진 땅, 물, 공기의 환경적·생태적 가치를 일깨우는 아름다운 곳 ◉ 엑스포 방문 후에도 유기농적 삶을 실천해 나아갈 수 있는 힘을 불어넣는 곳

3. 2022괴산세계유기농산업엑스포 E.I (Event Identity) 개발

▌2015괴산세계유기농산업엑스포 E.I

- 2015괴산세계유기농산업엑스포의 이미지를 잘 표현할 수 있는 상징적이고 독창적인 심벌마크, 로고, 마스코트(캐릭터) 등 E.I를 개발하여 효과적으로 운영·관리하였고, 엑스포를 통일된 이미지로 지속적인 홍보를 함으로써 홍보효과를 높이고자 노력함.(상표출원 및 등록)
- 개발된 E.I는 휘장사업에 활용하였고 엑스포의 시각적인 아이덴티티로서 홍보 및 행사 운영의 통합 이미지를 구성하는데 기여한 것으로 판단됨.

시그니처 (Signature)

마스코트 (Mascot)

2015 괴산세계유기농산업엑스포 E.I개발항목	▌기 본 편 ▌	▌응 용 편 ▌
	❶심볼마크	❶서식류
	❷로고타입	❷패찰 및 장표류
	❸시그니처	❸유니폼류
	❹전용서체	❹광고 홍보물품
	❺전용색상	❺차량류
	❻엠블렘	❻사인류
	❼마스코트	❼깃발류
	❽그래픽 패턴	
	❾휘장	
	❿픽토그램	

▌2022괴산세계유기농산업엑스포 E.I 방향

- **【2015년 자산을 최대한 활용】** 2015년 개발된 E.I를 활용할 경우에 예산절감 효과와 더불어 각종 아이덴티티와 이미지를 지속적으로 전달하는 효과가 있음.
  → 단, 새로운 주제, 내용에 따른 2015년 E.I가 효과적인 전달방식인지에 관해 내부적인 협의를 통해 결정할 필요가 있음.
- **【새롭게 리뉴얼 또는 개발】** 2022년에 새롭게 E.I를 개발할 경우에 추가적인 비용과 함께 대내외 홍보를 하는데 있어 추가적인 홍보노력이 요구됨.
  → 이는 2015년 개발된 E.I에 대한 선호도, 인지도 등을 사전에 조사·분석이 필요

제3절. 엑스포 프로그램 개발 및 구성계획

1. 개 발 방 향

- ‘2022 괴산세계유기농산업엑스포’의 프로그램은 2015년의 개최경험과 노하우를 바탕으로, 유기농 가치의 확산과 유기농산업의 진흥 및 지역의 균형발전이라는 본 대회 개최목적에 부합하는 프로그램을 개발해야 함.

  ❶ 주제(主題, theme)와 일체성을 갖는 프로그램

  ❷ 유기농의 철학적 가치 함유, 배양 프로그램

  ❸ 유기농산업 정보·기술 교류 촉진

  ❹ 교육 및 시민계몽성(정보 교류) 담보 프로그램

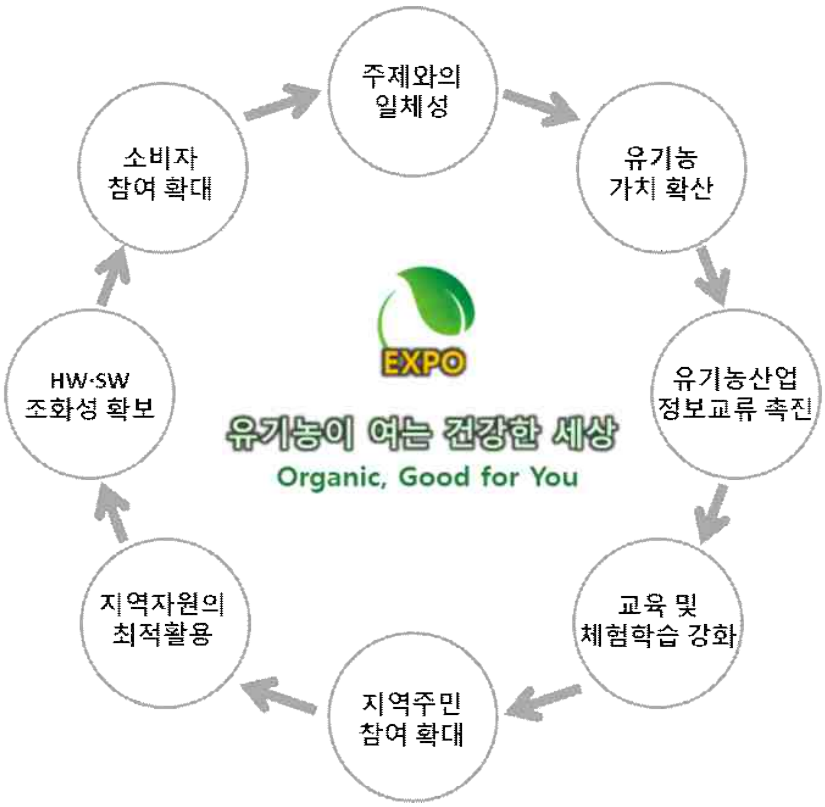
  ❺ 지역주민 및 유기농관련단체 참여 확대 프로그램

  ❻ 유기농자원, 관광자원 등 지역보유 자원의 최적 활용 프로그램

  ❼ 하드웨어(행사장)와 소프트웨어(프로그램) 간의 최적조화 프로그램

  ❽ 소비자 참여를 적극 견인할 수 있는 참여형 프로그램

그림-19. **프로그램 개발의 기본방향**



2. 프로그램 구성계획

2.1 행사장 프로그램

○ '2022괴산세계유기농산업엑스포'의 전체 프로그램 구성은 유기농산업 주제전시, 유기농산업진흥전시, 유기농체험학습프로그램, 문화·엔터테인먼트행사, 학술행사, 이벤트 등으로 구성함.

표-51. **프로그램 구성의 기본방향**

프로그램명	주요내용	핵심고객
유기농산업 주제 전시 (주제관 외)	◉ 지속가능한 사회를 위한 유기농의 원칙과 가치를 핵심주제화 → 유기농과 생태환경, 유기농과 바른 소비생활, 유기농과 생태적 삶, 유기농업 4대 원칙, 포스트 코로나 시대 유기농의 가치	일반관람객 유기농전문가
유기농산업 진흥 전시	◉ 국제유기농식품관 (세계/한국) → K-Organic Food 등 유기농의 국제위상 강화 ◉ 유기농산업자재전시관 (자재원료관 포함) ◉ 유기농 펫케어 전시관 ◉ 유기농 바이오헬스케어관 · 유기농 치유관 → 퍼스널 케어 및 치유프로그램(음식/산림/농촌치유) ◉ 유기농 국제협력관	일반관람객 유기농업인 유기농전문가
유기농산업 체험학습 프로그램	◉ 본 행사장 → 유기농진로체험관, 유아·산모체험, 생태체험, 상상어린이교실, 생태교실, 미래농업체험,치유 등 ◉ 네트워크 행사장 → 바른식생활체험, 유기농자재제조, 유기농 건강식단체험, 유기농산물 현장체험,유기농 치유 등	일반관람객
유기농 직거래장터	◉ 유기농산물 직거래 장터 ◉ 유기농체험식당 등	유기농생산자 유기농소비자
문화 및 엔터테인먼트	◉ 오가닉 거리축제, 생태콘서트, 유기농영화제 ◉ 유기식품 요리경연대회, 유기농캠핑대회 등	일반관람객
컨벤션 및 이벤트	◉ IFOAM 50주년 기념행사, 국·내외 학술행사, 국내외 학회 등 ◉ 공식행사 (개·폐막식, 축하행사 등)	일반관람객 유기농업인 유기농전문가

2.2 네트워크 행사장 프로그램

- '2022괴산세계유기농산업엑스포'의 네트워크 프로그램은 괴산지역 내 주요 유기농산업자원 및 유명관광자원을 활용한 연계프로그램의 성격을 지니며, 지역 내 유기농산업 종사자 (단체)의 자발적인 참여와 유기농 자원의 최적 활용 모델로서의 중요성을 지님.

표-52. **네트워크 프로그램 구성의 기본방향**

참여주체	주요내용	핵심고객
풀무원 연수원	◉ 유기농산물 관찰 참여 ◉ 바른 식생활 체험교실 ◉ 지속가능한 생태에너지·생태건축자재 체험 (패시브 하우스 등) ◉ 유기농학술대회 : 유기농학회, 심포지엄 등	어린이 청소년
한살림 연수원	◉ 바른 소비 운동 (한살림 공동체 정신 등) ◉ 유기농산물 관찰체험-잡곡, 과일, 벼 등 ◉ 유기농산물 수확체험 - 고구마, 벼 등 ◉ 유기농산물 가공체험 -전통떡, 쌀 방앗간 ◉ 토박이 씨앗채종포 실습, 쿠킹 클래스, 식당, 카페, 유기농매장	일반관람객
흙살림연구소	◉ 유기농 생산자재 제조체험 - 미생물, 퇴비 등 ◉ 유기농산물 꾸러미상품체험 ◉ 토론회 : 유기농산물 생산기술	농업인 일반관람객
괴산자연드림파크 (아이쿱생협)	◉ 친환경 소품과 먹거리를 경험하는 체험 (힐링요리 체험, 친환경 생활공예품 체험, 키즈카페 등) ◉ 음식치유 프로그램 (자연드림 유기농치유연구재단) ◉ 유기농호텔 체험 ◉ 유기농산업 컨벤션 등	일반관람객 어린이 청소년
중원 대학교	◉ 각종 학술행사 개최 ◉ 외국인 숙소 등	일반관람객
기타 유기농 단체	◉ 우리씨앗농장 - 토박이 씨앗 살림운동 ◉ 솔뫼농장 - 고추, 토마토, 블루베리, 찹쌀 등 ◉ 칠성잡곡 등 - 토종잡곡 체험 등	일반관람객 어린이 청소년

2.3 4차산업 및 모바일 서비스 프로그램

4.0 INDUSTRY

4차 산업과 결합한 유기농산업 주제·전시 프로그램 계획

- 4차 산업 혁명시대에 맞춰 2022괴산세계유기농산업엑스포는 유기농산업과 4차 산업을 결합한 다양한 프로그램과 이벤트를 선보일 계획임.
- 주제·전시 프로그램의 특성을 살린 다양한 가상현실(VR), 증강현실(AR), IoT(사물인터넷), 드론, 자율주행 농기계 등을 17일간의 행사기간 동안 관람객에게 체험할 수 있도록 함.
- 2022괴산세계유기농산업엑스포의 4차 산업 전시·이벤트 프로그램을 구현하기 위해 2021년부터 콘텐츠 제작, 프로그램 개발 등 약 12개월에 걸쳐 철저하게 준비할 계획임.

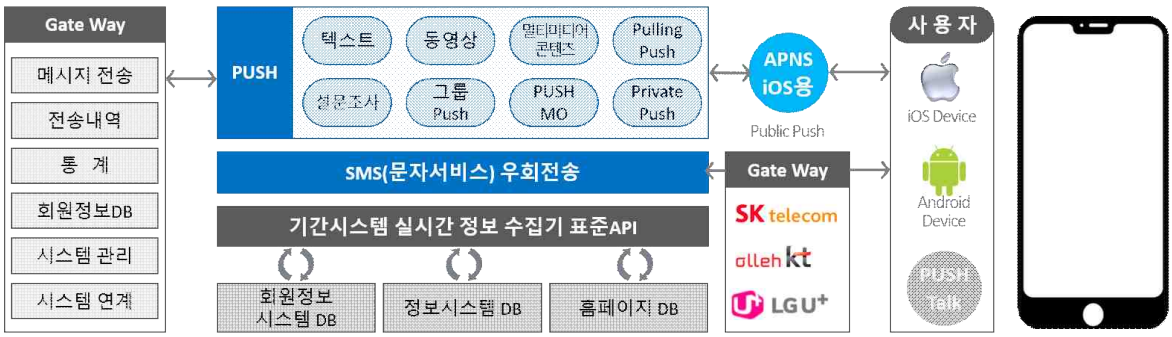
적용 기술	행 사 장	프 로 그 램
가상현실(VR) 증강현실(AR)	1 유기농3.0 주제관	◉ 유기농의 공익적 가치와 유기농산업의 이해를 돕기 위해 평면적 전시가 아니라, VR 또는 AR 콘텐츠 등을 활용한 입체적인 전시를 구현함. → 단순한 사진, 패널, 동영상 전시 등을 지양하고, 입체적 전시 추진 ◉ 2022괴산세계유기농산업엑스포의 이벤트 및 행사장 곳곳을 관람할 수 있도록 AR 기술을 구현한 스탬프 모음 이벤트를 시행함. → 일정 수량의 스탬프를 모은 경우에 사은품 증정 등의 이벤트 시행
	2 유기농진로체험학교	◉ 미래 직업에 관한 가상체험 시스템을 적용하여 간접 경험을 제공함. ◉ 미래세대에게 다가올 우주시대에 우주농업을 간접적으로 체험할 수 있는 프로그램 제공

적용 기술	행 사 장	프 로 그 램
가상현실(VR) 증강현실(AR)	3 곤충체험학교	◉ 유기농업은 곤충과 매우 밀접한 관계를 맺고 있으므로, ◉ 곤충세계를 가상현실으로 체험하여 유기농 생태계의 중요성과 자원 활용의 가치를 깨닫도록 프로그램을 구성함.
IoT 사물인터넷	유기농진로체험학교	◉ 스마트팜(Smart Farm)은 IoT기술을 기반으로 하고 있으므로 스마트팜에 대한 이해를 높일 수 있도록 함. ◉ 스마트팜의 작동원리 등을 사전에 학습한 후에 원격으로 조정(운영·관리)하는 체험 프로그램
드 론	작은마당	◉ 행사장 작은마당에서 드론 시연을 통해 드론의 유용성과 잠재가능성을 몸소 체험하는 프로그램 (농약살포 등 ; 실제 농약은 아님) ◉ 이벤트성 드론쇼를 연출함.
자율주행	유기농 농사체험장	◉ 자동차의 자율주행 시대에 맞춰 자율주행 농기계를 소재하는 이벤트 ◉ 미래 농업의 청사진을 제공함.

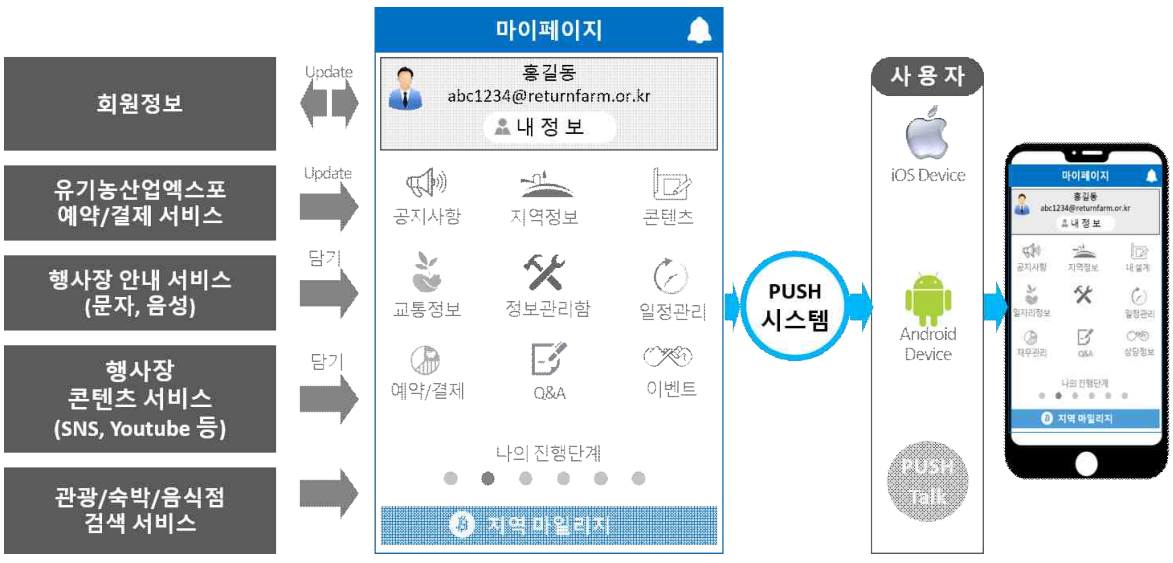
소통·연계 기반의 모바일 앱(App) 서비스 구현

- 2022괴산세계유기농산업엑스포는 2015년과 다르게 오프라인 예약/결제가 아닌 세계 최고 수준의 대한민국 정보통신기술(ICT)을 활용한 모바일 운영·관리 서비스체계로 국민과 관람객에게 편의성과 정보의 신속성을 제공할 예정임.
- 2022괴산세계유기농산업엑스포는 홈페이지와 연동하여 엑스포 소식과 공지사항, 이벤트 등을 모바일로 제공함으로써 엑스포 참여 붐(Boom)을 불러일으킬 수 있음.
- 또한 사전 예약/결제 시스템뿐만 아니라 괴산군과 인근 지자체의 숙박, 관광지, 맛집, 기타 관광정보를 모두 제공해줌으로써 당일형 관람이 아닌 체류형 관람으로 지역경제 활성화에 이바지하고자 함.
- 코로나 19에 대비하여 비대면 중계서비스(Youtube, Naver TV, Daum TV, KT, 아프리카 TV 등)로 괴산세계유기농산업엑스포를 실황중계할 수 있도록 서비스를 제공할 계획임.

【모바일 앱 시스템 구성도】



【2022괴산세계유기농산업엑스포 모바일 앱 구현(예시)】



제4절. 주제 전시프로그램 계획

1. 기 본 방 향

어떻게 유기농 원리와 실천이 인간사회와 지구의 다양한 생태계 모두에 혜택을 제공하는 가에 대한 비전 확산 및 공유

- 진정으로 지속가능한 생산과 소비를 위한 유기농 3.0 괴산선언 공감-

1 유기농업이 환경 파괴와 기후 변화, 토양비옥도 등의 전 지구적 과제의 극복에 기여할 것이라는 인식을 공유할 수 있는 콘텐츠를 구성함.

2 유기농업 실천을 통한 식량 안보, 영양, 건강, 빈곤 감소 등의 사회적인 편익에 대한 공감과 확산을 도모할 수 있는 콘텐츠를 구성함.

1 지속가능한 사회를 위한 유기농의 철학과 가치를 핵심주제화

- 유기농의 공익적 가치
  → 생물다양성, 건강한 토양·물·공기, 온화한 기후, 동물복지 등
- 유기농과 윤리적 소비
  → 유기농과 바른 소비생활, 공정 소비, 가치 있는 소비생활
- 유기농과 생태적 삶의 구현
  → 유기농식품, 유기농 의류, 생태주택, 유기농 화장품, 유기농대체 에너지, 친환경 오·폐수처리, 생태관광 등 생태적 삶 실천방안 등
- 유기농업의 4대 원칙
  → 건강의 원칙, 공정의 원칙, 생태의 원칙, 배려의 원칙
- 유기농업 최신 적정기술

2 '유기농3.0 괴산선언' 세계사적 의미 확산의 구체화

- 유기농 3.0 괴산선언의 배경과 의미 (유기농의 역사와 변천과정 등)
- 유기농 3.0 괴산선언의 추진전략과 약속

2. 추 진 전 략

▌전시 콘텐츠 전문성 강화

- 유기농산업관련 단체·학회 등의 전문가 집단으로 전시 콘텐츠 기획단을 구성·운영하여 콘텐츠의 전문성을 확보함.

유기농 산업 단체·기관

◉ 한국유기농업협회, 한국친환경농자재협회, 전국친환경농업인연합회, 충북유기농업연구소, 환경농업단체연합회, 한살림, 아이쿱, 세계유기농업운동연맹 등

◉ 세계유기농업학회, 한국유기농학회, 토양비료학회 등

- 주제전시관 기본 전시계획 및 콘텐츠 발굴을 총괄하여 주관함.
  → 전시콘텐츠 수집 및 관련 전문가자문 회의 개최 및 전시패널 작성 및 감수, 영상·모형 제작 착수 등

▌전시 콘텐츠의 소구력 강화

- 관람객 중심의 전시영상, 전시패널, 체험실물, 사진 등을 제작함.
- 유치원, 초·중등 교과과정과 연계한 콘텐츠 구성으로 학습 효과를 강화함.
  → 관람견인 및 관람만족도 강화

▌주제 전달력(커뮤니케이션)의 강화

- 영상토크쇼, 캐릭터, 실물영상 등을 활용한 관람객의 흥미를 유발하고, 이해를 촉진하는 등의 관람객과의 의사소통을 강화함.

▌관람 편의성의 증진

- 관람 동선, 관람객 중심의 시선 처리 (관람객의 눈높이), 관람객 편의시설 배치 등의 관람 편의성을 강화함.

▌전시구성의 경제성 고려

- 전시 콘텐츠 수집·구성의 경제성을 고려하고 콘텐츠의 정보력 등 질적 측면 등을 고려하여 비용을 지출함.

3. 유기농3.0 주제전시관 구성

"코로나엔 유기농이 답" K-Organic 연출

⊙ 괴산유기농산업엑스포는 코로나 이후 시대에 국민들에게 안전과 건강에 대하여 의식을 전환시키는 국제행사로 개최

⊙ 코로나 이후 시대 환경과 건강을 보호하는 유기농에 대한 내용과 실천방안 소개
* 토양·수질 보전 효과, 생물다양성 증대효과, 지구온난화 감소효과
  + 국민건강 증대 효과
* 유기농의 4대 정신인 "건강, 생태, 공정, 배려"실천으로 공익기능 활성화

⊙ 유기농바이오헬스케어산업, 유기농치유 등 유기농을 통한 국민 생활 습관병을 치유하는 내용을 소개

▌시설 계획

- 시설형태 : TFS파빌리온
- 시설면적 : 1,500㎡ (454 PY)

KEY MAP

구성방향

4. 주제전시관 연출방향

▌입체적인 지향

- 실제 작물과 가축 연출 등을 통해서 평면적 전시가 아니라, VR 콘텐츠 등을 활용한 입체적인 전시를 구현함.
  → 단순한 사진, 패널, 동영상 전시 등을 지향, 입체적인 전시 추진

▌가상현실(virtual reality), 증강현실(augmented reality) 기술 활용

- AR은 실제 현실에 가상의 정보를 더해 보여 주는 방식이고, VR은 모두 허구의 상황이 제시된다는 점에서 차이가 있음.

- 가상현실과 증강현실은 현실보다 더 재미를 주고, 생생한 현실을 보여 주고, 현실에서 경험하지 못하는 것을 가능하게 하는 새로운 현실감을 제공해 인간 경험의 폭을 크게 확장하는데 기여함. → 유기농산업에 대한 이해의 폭 확산

▌관람객 이해 증진 및 흥미유발 전시

- 단계별로 구현한 스토리 패널을 구성해 다소 어려운 유기농의 이론적 내용을 쉽게 이해할 수 있도록 연출하고 세부 주제별로 특색 있는 전시 콘텐츠를 구성함.
  → 유기농을 단순한 먹거리로 생각하는 관람객의 인식 전환을 위해서 다양한 콘텐츠를 전시함.
  → 유기농이 토양은 물론 물, 생물다양성, 공기 및 기후, 동물, 지구의 환경과 인류 삶의 질에 영향을 미친다는 것을 이해할 수 있도록 콘텐츠를 알기 쉽게 제작하여 관람객에게 전달할 수 있도록 구성함.

▌유기농의 글로벌 동향 정보 제공

- 유기농산업 관련 세계 주요선진국들의 동향정보를 흥미롭게 제공하고, 세계 유기농산업엑스포의 개최 취지를 활용하여 구성함.

5. 주 요 내 용

5-1. 세 부 주 제

- 3개의 소주제와 10개의 세부주제로 구성

소 주 제	◉ 지속가능한 사회를 위한 유기농의 철학과 가치 ◉ 유기농 3.0 괴산선언의 의미 확산과 미래가치 ◉ POST-코로나 시대 “코로나엔 유기농이 답”	
세 부 주 제	지속가능한 사회를 위한 유기농의 철학과 가치	◉ 유기농의 공익적 가치 ◉ 유기농과 윤리적 소비 ◉ 유기농과 생태적 삶 ◉ 유기농업의 4대 원칙 ◉ 유기농업 최신 적정기술
	유기농 3.0 괴산선언의 의미 확산과 미래가치	◉ 유기농 1.0 ◉ 유기농 2.0 ◉ 유기농 3.0
	POST- 코로나 시대 유기농가치의 중요성	◉ 코로나로 인한 세계유기농시장 변화 ◉ 코로나와 유기농의 가치

5-2. 지속가능한 사회를 위한 유기농의 철학과 가치를 핵심주제화

1 유기농의 공익적 가치

- 유기농은 화학자재 대신 녹비작물, 유기질비료, 유기농사료 등을 활용하여 건강한 농축산물뿐만 아니라, 건강한 생태계를 보존하는 근본적 수단임을 홍보함.

- 18개 유럽 국가에서 실시한 유기농 환경영향 평가에서 생태계시스템, 토양농약 잔류, 수질오염 등 16개 영역에서 유기농이 환경 보호에 도움을 줌을 설명함. (농촌진흥청, 공식블로그 농다락)
- 농촌진흥청 연구에 따르면 유기농의 공익적 가치는 7,022억 ~ 1조 1,270억 원으로 추정됨.

1 생물다양성 증진	◉ 식물의 종다양성, 곤충의 종다양성, 미생물의 종다양성, 천적의 종다양성 등이 유기농업을 통해서 증진됨을 설명. ※ 유기과수원에서 더 다양한 곤충이 나타남. ◉ 화학비료와 농약 오남용에 의한 피해 설명 : 생물 희생, 인체 해악 영향 등을 멀티미디어 기술을 활용하여 가상체험 할 수 있도록 구성.
2 토양오염 감소	◉ 유기농업을 지속 실천함으로써 토양이 건강성을 회복하고, 지속적으로 확보할 수 있고, 토양이 건강해야 건강한 농산물이 생산될 수 있어 결국 토양의 건강성이 인류행복을 견인함을 홍보, 전시. ◉ 유기농업을 통한 토양의 치료와 회복 : 퇴비와 미생물 생태계의 어머니 토양 : 유기농적 삶의 실천을 통한 대지의 부활 인간과 자연의 행복한 미래 공영 : 현대인의 삶과 유기농
3 온실가스 배출량 감소	◉ 농경지의 토양은 관리방법에 따라 유기탄소를 고정해 온실가스를 저장·흡수할 수 있음을 홍보. ◉ 2012년 12월 프랑스 파리에서 열린 제21차 기후변화 협약 당사국 총회 (the Conference of the Parties: COP21)에서 파리협약 (Paris agreement)이 채택되었음. 파리협약이 2016년 발효됨에 따라, 협약에 참가한 197개의 모든 국가가 스스로 온실가스 감축목표를 설정하고 이행하도록 하였음. ◉ 파리협약의 핵심내용은 지구 온난화를 산업화 이전 수준보다 2°C 이하에서 유지하고, 1.5°C로 제한하는 노력을 하는 것임. ◉ 이에 대응해 한국은 2030년까지 농업분야에서 발생하는 온실가스를 약250만 톤 줄이도록 설정하였고, 이뿐만 아니라 기후변화에 대응한 구체적인 적응 대책도 요구되고 있는 실정임. ◉ 이에 우리정부에서는 국가온실가스감축 기본로드맵을 통해 제시된 부문별 온실가스 감축 목표 달성과 온난화 및 기상 이상에 따른 재배적지 이동 등의 생산변동성, 불확실성에 대응하기 위해 농가의 완화, 적응기술 도입 등의 노력을 기울이고 있음. ◉ 정부는 온실가스 배출원 관리, 축산분뇨 자원화, 신재생에너지 보급, 에너지절감 시설 보급, 국제탄소시장을 통한 해외감축 등의 정책을 통해 온실가스 감축목표를 달성하려 함. 또한 온실가스 목표관리제, 배출권거래제, 저탄소 농축산물 인증제 등을 활용하고 있음. (정학균 외, 최근 주요국 농식품부문 기후변화 완화정책, 한국농촌경제연구원)

4 수질 개선 효과	◉ 유기농의 실천을 통해서 인간의 삶에 매우 중요한 맑고, 깨끗한 물이 만들어 질 수 있음을 체계적으로 설명. ◉ 유기농법에 의해서 토양건강성이 확보되고, 토양의 유독성 물질이 상수원으로 흘러가는 것을 막음으로써 건강 농산물을 취하게 되는 과정을 통해 농업에서 깨끗한 물의 중요성에 대한 인식 제고 ◉ 깨끗한 물과 생명의 중요성, 오염된 물의 폐해 소개 ◉ 화학비료와 물의 오염 : 살충제·질소비료의 사용 폐해 소개
5 치유 기능	◉ 농업·농촌자원이나 이와 관련된 활동을 이용해 국민의 신체, 정서, 심리, 인지, 사회 등의 건강을 도모하는 활동과 산업을 의미하는 치유농업(Agro-healing)은 유럽에서 그린 케어(Green Care)로 통용되며, 케어 팜 (Care farm), 케어 파밍(Care farming)으로도 통용됨. ◉ 힐링 (치유)의 측면에서 농업은 신체활동으로 인한 물리적 효과 외에도 생명을 돌보는 주체가 된다는 '자존감', '내가 가꾼 것이라는 소유의식', '생명 존중 사상' 등 심리적 효과가 큰 것으로 인식되고 있음. (서울특별시농업기술센터) 생명존중 사 상 / 돌보는 주체가 된다는 자존감 / 내가 가꾼 것이라는 소유의식

2 유기농과 윤리적 소비 (착한 소비)

- 유기농산업이 전·후방산업간 연계협력이 강화되어야 건강한 생태계가 조성되고, 성장·발전할 수 있고, 이러한 연계협력의 중요한 수단 중의 하나는 윤리적 소비임.
- 윤리적 소비는 몇 가지 특징으로 유형화 되는데, 이러한 윤리적 소비를 관람객들이 잘 이해할 수 있도록 콘텐츠를 구성함.

표-53. **윤리적 소비의 유형 및 특징**

유 형	특 징	예 시
불매 운동	◉ 환경·노동인권에 평판이 나쁜 기업의 제품 구입 거부	
긍정적 구매	◉ 바람직한 윤리적 상품을 구입하는 것. 이는 윤리적인 기업을 소비자가 직접적으로 지원하는 것을 의미	공정무역상품, 유기 농 제품, 동물복지 운동, 환경마크가 부착된 상품 구입
충분한 검증	◉ 어떤 브랜드가 가장 윤리적인 모든 기업과 상품에 대해 소비자기관의 상품비교정보 중 윤리적 등급의 비교구매	
관계적 구매	◉ 생활협동조합 등 생산자와 관계를 형성하는 공동체를 통한 구매	생활협동 조합, 로컬푸드 운동 등
지속가능한 소비주의	◉ 환경에 오염을 일으키는 지속불가능한 상품 비구매, 재활용, 재사용 등	

자료 : 박미혜, 강이주 (2009), 「윤리적 소비의 개념 및 실태에 대한 고찰」, 『한국생활과학회지』 18(5): 1047-1062

- 윤리적 소비는 소비자가 개별적인, 도덕적인 신념을 가지고 인간, 사회, 환경에 대한 사회적인 책임을 실천하는 소비행동. 소비자가 소비를 할 때 개인의 사적인 이익만을 생각하지 않고, 자신의 소비가 이웃, 사회, 환경 등 더 넓은 범위에 어떠한 영향을 미치는지 고려하여 의사결정을 내리는 것을 말함.
- 나아가 윤리적 소비는 구매의사 결정뿐만 아니라, 궁극적으로 일상생활 전 과정에서 불필요한 소비를 줄이고, 간소한 삶을 지향하며, 절제하고 나누는 삶을 실천함으로써 인간, 사회, 환경의 지속가능성을 구현하는 소비 실천행동을 의미함.
- 윤리적 소비는 유기농산업 제품의 생산, 유통과정에서 나타나는 여러 비윤리적인 문제를 고려하고, 지구 환경의 문제를 최소화하고자 하는 소비 실천행동임.

윤리적 소비 행태란

◉ 가능한 적게 소비를 하고, 지속가능한 소비를 하는 것이 지구온난화 및 기후변화 현상을 완화시킬 수 있는 소비행태임.

◉ 공정무역 상품을 구매하는 것이 노동자 생활을 개선하고, 이를 통해 환경 친화적인 상품을 기대할 수 있음.

◉ 불매운동은 비윤리적 상품을 구매하지 않거나, 소비를 감소시키는 구매행태이며, 선택적 구매는 공정무역 라벨이 있는 상품이나, 전문적인 윤리적인 상품 같은 것을 골라 구매하는 행위로, 이러한 구매행위는 지구환경 보호에 긍정적 영향을 가져 옴.

◉ 로컬푸드 소비는 궁극적으로 소비를 줄이는 방법 중의 하나로, 지역 내에서 생산할 수 있는 제품과 서비스를 가능한 사용하는 것임.

자료 : Clark & Unterberger, 2007.

- 유기농산업에 있어 윤리적 소비는 지구환경 문제를 최소화 하고자 하는 소비실천 행동이며, 지구환경을 파괴하지 않고 환경을 개선하는 데 윤리적 소비는 필수적 요소로 작용하고 있음.
- 윤리적인 소비는 현대 소비사회의 다양한 문제를 해결하는 대안적인 소비행동으로 환경오염, 빈부 격차, 삶에 대한 불만족 등의 현대 소비사회의 주요 문제를 개선할 수 있는 소비행동임.
  → 유통과정에서 나타나는 여러 비윤리적인 문제를 해결하는데 기여할 수 있을 뿐만 아니라, 궁극적으로 지구환경 문제를 개선할 수 있는 바람직한 실천행동임.

3 유기농과 생태적 삶

- 생태적 삶은 사회 및 세계로부터의 연결 관계 속에서 우리가 사는 지구의 생태위기를 자각하고, 해결방안을 모색하는, 인간과 자연과의 조화를 가장 중시하는 삶의 방식으로, 유기농의 가치·실천방식과 일맥상통함을 전시함.
- 상대를 존중하고, 상대방과 더불어 살아가는 삶 등 생태적 삶의 방식을 따르며, 인간과 자연을 소중히 여길 수 있도록 마음을 고양시킬 수 있도록 생태적 삶의 사례를 전시함.
- 어린이들의 생태적 삶의 모습을 보여 주고, 그 삶을 추구할 수 있도록 전시함.

유기농 욕실용품

유기농 장난감

유기농 화장품

생태 유치원

- 생태적 삶을 위한 의식주 제품을 전시하여, 생태적인 삶 추구를 지원함.

衣 : 면, 의류, 침실용품

食 : 유기식품

住 : 생태건축, 페인트 등

○ 노령세대 건강을 위한 생태적 삶을 지원하는 기능을 뜻함.

유기농 건강요양센터

유기농 건강 스파

유기농 양로원

○ 생태적 삶이란 대체 에너지 활용하거나 생태관광 등을 말할 수 있음.

대체에너지

패시브 하우스

생 태 관 광

4 유기농업의 원칙

○ 유기농이 지속가능한 사회를 위해서 유용한 실천방식이자, 생활방식임을 천명하고, 전 세계의 농업혁신 및 지역사회 유지의 주요전략임을 제시함.

▌건강의 원칙 (The Principle of Health)

○ 토양, 식물, 동물, 인간 그리고 지구가 하나로 연계되어 있으며, 유기농업을 통해 이들의 건강을 유지하고 증진함.
이 원칙은 개인이나 사회의 건강이 생태계의 건강과 분리 될 수 없다는 점을 지적하며, 건강한 토양은 건강한 작물을 낳고, 그것은 다시 인간과 동물의 건강을 증진함.

○ 건강함은 생명계의 온전함과 순수함을 의미하며, 그것은 단순히 질병이 없는 상태를 의미하는 것이 아니라, 신체적, 정신적, 사회적, 그리고 생태적으로 편안한 상태가 유지되는 것을 의미함.
면역력, 회복력 그리고 재생력은 건강함의 핵심적인 지표임.

○ 유기농업의 역할은 생산, 가공, 유통, 소비의 모든 과정을 통하여 미생물에서부터 인간에 이르기까지 생태계와 생명체들의 건강을 유지하고 증진시키는 것이며, 특히, 유기농업은 예방적인 건강관리와 후생에 기여하는 품질 좋고, 영양적으로 우수한 식품을 생산하는 것을 지향함.
그러므로 유기농업에서는 건강에 부정적인 영향을 미치는 비료, 농약, 동물약품 그리고 식품첨가물의 사용을 피해야 함.

▌생태의 원칙(The Principle of Ecology)

- 유기농업은 살아 있는 생태계와 생태순환에 기초하여야 하며, 생태계 속에서 생태계와 더불어 생동하고, 생태계가 유지되도록 도와야 함.
- 이 원칙에 의해 유기농업은 생태계 안에 뿌리를 내리게 되며, 생산 활동이 생태적인 과정과 재순환에 기초하여야 한다는 것을 의미하고 번식과 생장은 생산 환경을 구성하는 생태 속에서 이루어짐.
  → 예를 들어 작물의 경우 그것은 살아 있는 흙이며, 동물의 경우 그것은 농장 생태계이고, 어류와 수중생물체의 경우에 그것은 수중환경임.
- 유기재배, 사육, 그리고 야생수확체계는 자연 그대로 생태적인 균형 및 순환과 어우러져야 하며, 이러한 순환은 지구적인 것이지만, 그것이 작동되는 것은 구체적인 현장에 따라 다름.
- 유기적인 관리는 지역의 조건, 생태, 문화, 그리고 규모에 적합한 것이어야 하며, 환경의 질을 유지하고, 개선하기 위해서는 물질과 에너지를 재사용하고, 재순환시키고, 효율적으로 관리함으로써 투입량이 감소되도록 함.
- 유기농업은 재배시스템의 고안, 서식지의 조성, 그리고 유전자적 및 농업적 다양성을 유지함으로써 생태적 균형에 도달함.
  → 유기생산물의 생산, 가공, 거래 또는 소비에 관계되는 사람은 경관, 기후, 서식지, 생물 다양성, 공기 그리고 물을 포함하는 일반 환경을 보호하고, 개선함.

▌공정의 원칙(The Principle of Fairness)

- 유기농업은 일반 환경과 생존의 기회를 고려하여 공정성을 보장하는 관계 속에서 영위되어야 하며, 공정함은 평등, 존중, 정의 그리고 책임감을 가지고 인간과 인간, 그리고 인간과 다른 생명체가 세계를 공유하는 것을 의미함.
- 이 원칙은 유기농업에 종사하는 모든 사람들이 모든 단계에서 모든 행위주체(농업생산자, 노동자, 가공업자, 유통업자, 무역업자, 그리고 소비자)에 대하여 공정성을 보장하는 방식으로 관계를 맺어야 한다는 점을 강조함.
- 유기농업은 관련된 모든 사람들에게 높은 삶의 질을 제공하여야하며, 식품주권과 빈곤 퇴치에 기여하여야 하고 양질의 식품 및 여타 생산물을 공급하는 것을 지향함.
- 이 원칙은 동물들이 그들의 생리, 자연적 습성, 그리고 후생이 보장되는 생존의 조건과 기회를 제공 받아야 한다는 것을 의미함.
- 생산과 소비에 사용되는 자연 및 환경 자원은 사회적, 생태적으로 정의로운 방법에 의해 관리되어야 하며, 미래의 세대를 위해 보전됨.
  → 공정성이 달성되기 위해서는 개방적이고, 공평하며, 실질적으로 환경적, 사회적 비용을 책임질 수 있는 생산, 분배, 그리고 거래 시스템이 필요함.

▌배려의 원칙(The Principle of Care)

- 유기농업은 현재와 미래세대들의 건강과 후생 그리고 환경을 보호하기 위하여 사려 깊고, 책임 있는 방법으로 관리되어야 함.
- 유기농업은 내적인 그리고 외적인 요구와 조건에 대응하는 살아있는 그리고 역동적인 체계임.
  → 선도적인 유기생산자들은 효율성을 증진하고 생산성을 높일 수 있으나, 그것이 건강과 후생을 위태롭게 하는 위험을 무릅쓰는 것이어서는 안 됨.
- 결론적으로, 새로운 기술을 평가하고, 기존의 방법을 재검토하여야 함.
  → 생태계와 농업에 대한 이해가 완전하지 않다면, 신중한 자세를 취해야 함.

5 유기농업의 최신 적정기술

지속가능한 유기농업을 위한
새롭게 개발된 생산기술 및 적정기술을 소개

- **유기경종의 최신 적정기술** (우리토종종자, 윤작, 최적시비, 종 다양성 등)

◉ 종자소독 농약을 처리하지 않는 병해충 저항성이 높은 유기종자
◉ 유기농에서의 토양비옥도 유지 증진책
◉ 토양 피복작물, 양분흡수저장작물
◉ 유기농업에 사용하는 허용자재

- **유기경종의 최신 적정기술** (품종, 사료, 운동장, 자유방사, 축사 등)

◉ 가축질병 저항성이 높은 품종
◉ 신선한 공기를 마시고, 운동공간을 보장하는 운동장
◉ 자유방사
◉ 생리적 욕구를 충족하고, 안락한 행동거리 및 잠자리를 보장하는 축사구조
◉ 신선한 초지에서의 방목
◉ 항생제 없이 동물건강 유지방법

○ 유기농업기술의 이전 및 확산교육 시스템 전시

(유기농업 기술이전을 위한 다양한 유기농교육 및 훈련프로그램 소개)

- ◉ 유기농 교육 및 훈련
- ◉ 유기농 신기술의 대농민 기술 이전
- ◉ 대 시민·소비자 유기농교육 프로그램
- ◉ 유기농선진국의 유기농교육센터 사례
- ◉ 유기농에서의 잡초 관리
- ◉ 퇴비 제조
- ◉ 유전자조작을 거부하는 유기농업 등

○ 동물복지 필요성 및 사례 전시

→ 유기축산의 가장 기본적인 내용이며, 오랫동안 가축을 기르며, 다양한 재원을 얻은 인류에게 동물복지는 중요한 요소임을 다시 한 번 일깨워 주는 계기를 제공함.

- ◉ 가축사육 농장 실태 보고
- ◉ 밀집사육, 공장식 사육 → 스트레스 유발 가축 모습 비교
- ◉ 곡물소비와 가축 사육
- ◉ 우리가 먹는 고기는 안전한가? (항생제 고기의 문제 제기)
- ◉ 동물복지 글로벌 캠페인 소개
- ◉ 유럽연합의 동물복지 소개, 모피양식업 금지, 고기 덜먹기 운동 등
- ◉ 유기농 농장 동물의 하루
- ◉ 젖소의 배설물을 이용한 천연퇴비 생산과정

5-3. '유기농 3.0 괴산선언' 의미 확산의 구체화

유기농산업의 과거, 현재를 조명하고, 관람객에게 미래가치를 제시
유기농 3.0 괴산선언의 의미와 추진전략과 약속

유기농의 과 거	◉ 유기농1.0은 19세기 말, 20세기 초에 농업이 취한 방향에서 문제를 발견한 수많은 개척자들에 의해 시작되었고, 급진적 변화의 필요성을 확인함. → 유기농 운동의 선구자들은 우리가 어떻게 살고 먹고 농사를 짓는지와 지구의 건강 사이의 총체적이고 건강한 관계를 보고 유기농 분야는 세계적으로 혜택과 그 실천에 따른 긍정적인 영향을 성공적으로 보여줌. ◉ 유기농 2.0은 1970년대에 시작되어, 유기농 선구자들이 발전시킨 연구와 농업 시스템이 표준과 이후에 규제로 발전되었음. 지배적인 세계경제 패러다임으로 받아들여지기 위하여 제도화된 유기농 분야는 진지하게 받아들여졌고, 전 대륙에서 지속적으로 성장하고 있음. → 유기농 2.0단계의 성공은 유기농 실천을 현재의 틈새시장에서 벗어나는 힘을 키우는 것을 가능하게 함.
유기농의 현 재	◉ 유기농3.0은 새로운 종합적 비전을 발전시키는 것이며, 주요 세계 이슈들과 적극적으로 관계를 맺는 것.
유기농의 미래비전	◉ 건강한 먹거리 공급과 생태환경, 기후변화, 지역공동체 등에 관한 관심이 증대되면서 지속가능한 사회·국가·세계 실현을 위한 유기농의 가치를 조명함.

1 유기농3.0 괴산선언의 의미

유기농3.0 괴산선언 의미

◉ 유기농 3.0은 제3의 유기농 물결이자, 차세대 패러다임이다. 즉, 현재의 틈새시장에서 벗어나 유기농을 주류화하고, 오늘날 지구적으로 직면한 수많은 도전과제들에 대한 다양한 해결책과 유기농을 통합하는 것이며,

◉ 이를 위해 혁신적인 문화, 모범사례를 향한 지속적 발전, 투명하고 다양한 방식으로 유기농의 진정성 보장, 광범위한 지속가능성 이슈를 포용, 농업현장에서부터 최종적인 농산물까지 총체적 역량강화, 진정한 가치와 공정 가격 등 6대 과제의 이행을 통해 진정한 유기농 3.0으로 거듭날 수 있음을 제시함.

2 유기농3.0 괴산선언의 전략

유기농3.0 괴산선언 전략

◉ 유기농 3.0 전략은 6가지 중요한 특징을 포함하며, 이는 유기농의 중심에 깔려있는 다양성을 지속적으로 촉진하고, '모든 것에 통용되는 것은 없다'는 접근을 인지함.

- 혁신 배양, 더 많은 농부의 전환을 이끌기 위하여 유기농 실천의 적용과 생산량을 증대시킴.
- 최선의 실천을 위한 지속적인 개선, 지역사회와 지역적 수준에서 투명한 온전성을 보장하기 위한 다양한 방법들, 제삼자 보증이나 인증을 넘어 유기농업의 활용을 확대함.
- 지속가능성에 포괄적인 관심을 상호보완적인 방법으로 찾아가는 운동이며, 다양한 지방·국가·국제기관과 연합하여 농장부터 최종생산품까지 가치사슬에 따른 독립성과 파트너십을 유지함.
- 진정한 가치와 공정한 가격, 비용의 내재화와 소비자 및 정책입안자를 위한 투명성 보장, 그리고 전체파트너로서 농부의 역량을 강화함.

3 유기농3.0 괴산선언의 약속

유기농3.0 괴산선언 약속

◉ 우리는 존재하는 최선의 실천모델을 구축하고, 공공의 선을 위한 공동의 진보를 더욱 강화하는 체계적 변화를 창조하기 위하여 모든 이해관계자들과 우선적으로 관계를 맺을 것을 괴산에서 약속하며, 이를 추진함.

- 유기농 원칙과 실천을 적용하기 위하여 우리와 비전을 공유하는 모든 사람, 활동, 기관 운동을 환영하고 지원하고 우리와 비슷한 생각을 가진 모두를 열렬히 환영하고 그들과 함께 일할 기회를 추구함을 약속함.
- 지속가능성이 사회적, 생태적, 경제적, 문화적, 책임의 차원을 관통하는 최선의 실천의 전체적인 범위를 망라해야함을 인식하고, 우리 성과를 지속적으로 개선하고, 내용적으로 적합하고 투명하게 믿을 수 있으며, 분명하게 우리의 진전을 드러내는 방법으로 혜택을 공유할 것을 선언함.
- 우리 지구자원과 인간자본 가치의 한계를 인식하고, 사람과 환경에 대한 우리 행동의 진정한 비용을 산정하고, 우리가 생산하는 상품에 진정한 가치를 제공할 것을 약속함.
- 우리시대 정점의 도전과제들을 해결하기 위하여 기법적, 기술적, 사회적, 정치적 영역을 망라하여 혁신함.
  → 우리는 다가오는 세기에 증가하는 인류의 수요를 달성하기 위해 전통지식과 실천을 신기술 및 창조적인 상호작용과 결합함.

- 농장 및 농장지역사회에서 소비자까지 그들이 있는 모든 곳에서 상호의존성을 인정하고 존중하며, 건강과 모두의 번영을 개선하는 건과 마찬가지로 여성과 남성의 역량을 강화함.
- 우리의 노력은 투명하고 수용적이며 건설적이고, 우리는 함께 일하고, 서로 배울 것임.
  → 생산혁신과 보증된 모델을 통해 우리는 개인과 지역 사회가 현재와 미래세대를 위한 건강과 번영을 이끄는 최선의 실천을 전체적으로 달성하도록 역량을 강화함.

5-4. POST-코로나 시대 유기농 가치의 중요성

- POST - 코로나 시대 : **"코로나엔 유기농이 답이다" 소주제 설정**

  → 괴산유기농엑스포는 포스트 코로나시대 국민들에게 안전과 건강에 대하여 의식을 전환시키는 국제행사로 개최함으로써 유기농의 공익적 가치를 주제로 한 K-Organic 실현

  → 유기농의 공익적 가치 : 2조 8천억원 (한국농촌경제연구원)

  * 토양·수질 개선(1.9조 원) + 생물다양성(0.92조 원) + 온실가스 감축 (0.87조 원) + 국민건강 증대 효과

세계유기농식품 시장 추이

◉ 과도한 살충제 사용 → 생태계 불균형·토양오염 → 코로나19 발생 → 강력한 면역력 구축 필요 → 항산화제·영양소 풍부한 유기농 식품 선호 → 기꺼이 유기농 관련 추가 비용 지불 (구매 급증 예상)

① 한국 : 롯데백화점 친환경식품 매출 전년대비 3%↑, 전북 고창 상하농원 20년도 상반기 매출 15%↑
② 미국 : 프리미엄 영유아 식품 수요 증가, 2018년 73억1,400만 달러(연평균 1%씩↑)
③ 태국 : 유기농 프리미엄 차(콤부차) 수요 증가, 미국 포브스 "2020년 10대 식품 트렌드"선정
④ 중국 : 천연 발효 유기농 조미료 등장, 2018년 프리미엄 영유아 분유 판매 53%↑

※ 크리스 존슨 **네슬레 아시아 대표** 인터뷰 (매일경제, '20.02.25.)
"**유기농(organic)**, 식물기반(plant-based), 지속가능성(sustainability)"이란 세 키워드에 주목해야 한다. **전 세계 식품 시장의 미래는 이 같은 3대 추세로 요약된다.**

→ 21세기에 들어와서 코로나19 바이러스, 신종플루, 메르스, 사스 사태와 같이 신종바이러스의 빈번한 출현은 인간이 환경을 파괴하여 이로 인해 동·식물 서식지가 감소하고, 이에 바이러스를 보유한 동물이 인간과 자주 접촉한 결과로 코로나19 이후 인류는 환경과 공존할 수 있도록 다양한 관심을 기울이고 있음

→ '코로나바이러스감염증-19'사태(2020이후)로 국제사회는 경제·사회·산업 등이 심각하게 침체되었지만 건강하고 안전한 먹거리를 지향하는 유기농산업에 대한 관심은 지속적으로 증가

→ 따라서 포스트 코로나 시대에 유기농은 국가와 인류에게 '코로나엔 유기농이 답' 이라는 중요한 해법을 제시

→ 결국 유기농엑스포 개최와 연계한 유기농산업의 확산은 토양과 수질을 보전하고 생물다양성을 증진시키며 유기농바이오헬스산업 육성을 통해 국민의 생활습관병을 치유함으로써 막대한 국가적·사회적 비용을 감소시키는 효과를 거둘 수 있음

제5절. 산업전시 프로그램계획

1. 유기농국제협력관

▌필 요 성

- 아시아지방정부유기농협의회(ALGOA)는 아시아 유기농 육성을 위해 괴산군 제안으로 아시아 각국의 주(도), 시, 군 단위 지방정부가 중앙정부를 통하지 않고 직접 연대해 조직한 단체로, 2015년 창립 당시 괴산군이 초대의장국으로 추대된 후 현재까지 앞장서 이끌고 있는 아시아 대표 유기농단체임.
  → 2019년 18개 아시아 지방정부 참여
- 출범 이후 세계 유기농업 분야에서 큰 주목을 받은 ALGOA 활동에 대해 발전적인 방향 모색과 함께 세계화, 다른 대륙과의 새로운 연대를 모색할 시점임.
  → 아시아 범위에 국한된 있던 ALGOA 활동과 특징을 전 세계에 알리고 연대할 필요가 있음.
- 괴산군이 가입돼 있는 유엔 유기농식량체계프로그램 등의 유기농 지원 정책, 성공사례 등의 공유와 함께 지방정부가 지속가능한 식량체계의 구축을 통한 유기농업 확산을 위한 정책과 지원방안을 공론화 및 확산시킬 계기가 될 것으로 여겨짐.
- 유기농산업 육성에 힘쓰는 국내 지자체 및 단체들 간의 연대협력과 상생적 발전을 추구하고, 국제사회와의 연결성을 증대하기 위한 계기가 요구됨.

▌전 시 개 요

- 전시컨셉 : 상생협력으로 일구는 유기농 세상
- 시설형태 : 비상설 전시시설 (TFS 대형천막 ; 파빌리온)
- 전시면적 : 1,500㎡ (454 PY)

[단위 : ㎡, (PY)]

건축 여부	시설형태	규 모	규 격	전시시설
유기농 국제협력관	TFS텐트 (파빌리온) (L×W=50m×30m)	1,500(454)	L×W=10×10m	20개

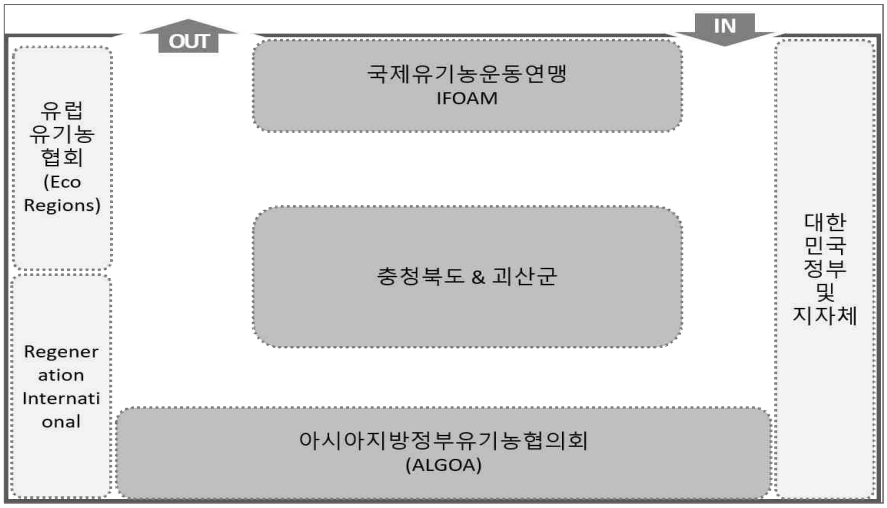
참 고 : IFOAM, ALGOA회원국 17개 지방정부, 국내외 유기농 기관·단체

▌전시관 구성(3 부문) : ❶IFOAM, ❷ALGOA회원국, ❸유기농 국제기구·단체

- IFOAM (128개국) : IFOAM 소개, 세계유기농대회(OWC) 및 국제박람회(Biofach) 행사, 유기농4대원칙(건강,생태,공정,배려) 정책확산 및 유기농 3.0 괴산선언 등
- ALGOA회원국 (18개국) : 유기농산업 지원정책, 성공사례, 유기농산업 제품 등
- 유기농 국제기구·단체 : 세계유기농연합회, 에코리전, 리제너레이션 인터네셔널 등 단체 소개, 미래비전 등

KEY MAP

구성방향



▌추 진 전 략

- 국제유기농운동연맹(IFOAM), 아시아지방정부유기농협의회(ALGOA)와의 지속적 관계 유지 및 대화를 통해서 IFOAM, ALGOA의 요구 반영, 콘텐츠를 구성함.
- 국제유기농운동연맹, 세계유기농업학회 등 기존의 네트워크를 활용함.
  → 요구와 기대 반영, 콘텐츠 구성, 협력관계 구축.

2. 국제유기농식품관 (International Organic K-Food)

"코로나엔 유기농이 답" K-Food 연출

⊙ 한국 고유의 유기농 음식인 김치 등 K-Food 전시 홍보 프로그램 구성 (차별화)

⊙ 세계국제유기농식품관과 한국국제유기농식품관으로 구성

▌전 시 개 요

- 전 시 컨 셉 : 더 가치 있는 유기식품
- 전 시 면 적 : 2,130㎡ (645 PY) - 100개 부스
- 문화체육센터 전시공간 외 여유 공간은 쉼터 및 유기농 홍보공간으로 활용함.

[단위 : ㎡, (PY)]

건축 여부	시설형태	규 모	규 격	전시시설
신규 설치 (비상설)	TFS텐트 (파빌리온) **- 한국관 -**	1,500(454)	L×W=50×30m	3×3m, 60개
기존시설 활용	문화체육센터 (1,200㎡) **- 세계관 -**	630(191)	1,200㎡	4×5m, 40개
소 계		**2,130(645)**		**100**

▌주 요 참 가 자

- **(국내)** 정부·지방자치단체 : 30개, 유기식품기업 70개
  * 농림축산식품부, 해양수산부, 농촌진흥청, 산림청, 농어촌공사, 농협중앙회, 한국농식품유통공사, 한국유기농업협회, 유기농 광역·기초 지방자치단체 등
  * 유기식품 기업 : 70개 (*국내 유기식품기업 738개의 9.5%)
- **(국제)** IFOAM 및 아시아지방정부유기농협의회(ALGOA) 회원 지방정부, 유럽 유기농협회 (Eco Regions), Regeneration International, LOAMC-PH 등

▌세계 국제유기농식품관(World Organic Food)

- 세계 여러나라의 전통식품, 유럽의 치즈, 맥주등 유기농원료를 이용한 다양한 발효방법 소개(김치, 된장 등 한국의 발효방법과 세계 여러나라의 발효방법 비교설명)
- 2022괴산세계유기농산업엑스포는 국제행사로 행사기간 이전, 세계 여러 나라에서 열리는 유기농 박람회에 참가하여 정보공유 및 참여업체 모집
  (BIOFACH(독일), 슈타이어마르크 유기농축제(오스트리아), 유기농와인축제(프랑스)등)

○ 실크로드를 모티브로 음식으로 세계를 하나로 잇는 스토리텔링 개발(다큐제작 및 상영) (세계 유명 셰프와 유기농관련 종사 인터뷰 등, 유기농업뿐만 아니라 음식이 사회적으로 영향을 끼친 사례 등을 부각)

<세계 주요 유기농 트렌드 소개>
• 베이커리 주 재료로 사용되는 전분, 단백질 함유 제품 등에 유기농 원료를 주로하여 글루텐 프리 가공으로 천연감자전분 및 콩 단백질 농축물 가루 등을 판매 (라트비아 Aloja Starkelsen, 세계2위 감자전분 공급업체) • 프랑스 바이오다이나믹 와인 주조 방식은 단순 유기농업을 넘어 포도 생산에 있어 비료, 농약까지 천연재료로 자체생산하는 설비를 구축, 포도밭의 지력까지 고려하여 지속가능한 생산을 목표로 하는 방식 • 채식주의(자)를 뜻하는 비건은 현재 유럽을 넘어 전 세계적 트렌드로 환경을 고려하는 생활방식과 더불어 유기농과 접목하여 확장되고 있음. 단순 대체육을 넘어 견과류를 활용한 비건 치즈등 비건 상품 개발이 활발하게 진행 (핀란드 Jokilaacson Juusto, 비건 캐슈넛 치즈부문 연평균 매출 증가율 10%)

▌한국 국제유기농식품관(Korea Organic Food)

○ 코로나 이후 면역력에 대한 관심증가로 전세계 김치, 절임배추 수요 급증에 따라 비즈니즈 프로그램 강화, 한국 고유의 음식 홍보를 통한 **대외위상제고를 위해 유기농 식품관 일부를 특화한 K-Food 전시홍보**

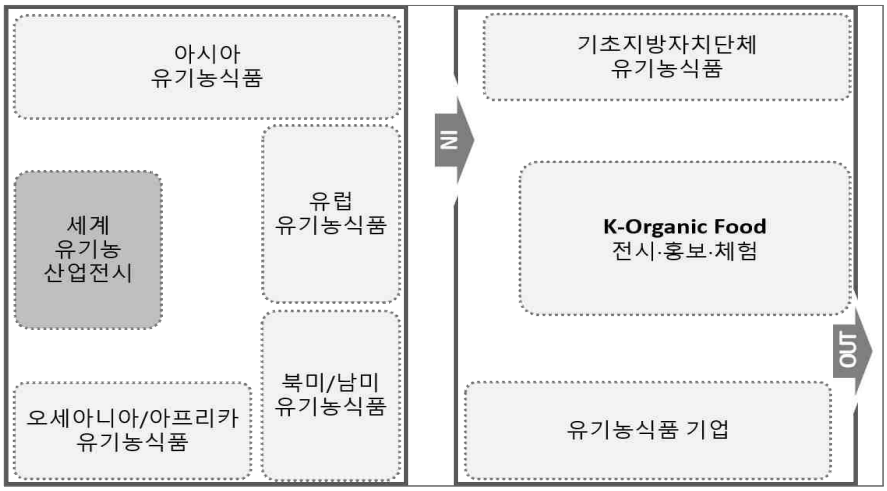
○ 문체부 우수축제인 괴산고추축제*와, 괴산김장축제 연계한 김장문화체험 등
* k-김치 만들기 행사, 김치 관련 종류 전시 등
* 충북 괴산군은 1996년부터 절임배추를 전국최초로 상품화하여 미국 등 세계각지에 수출중이며, 2000년부터 김치의 재료인 고추축제와 2019년부터 김장축제 개최중으로 K-Food 홍보·판매 행사에 최적지

○ 문체부 절임배추 등(유기농 건강기능식품, 영유아 식품 포함) 수출 수요급증에 따른 해외바이어 초청행사, 화상 수출상담회 등 비즈니스 프로그램 운영

○ 한국의 고유한 발효식품인 된장, 고추장, 간장 등 체험 및 가공식품 판매
* 조상들의 지혜가 깃든 발효식품(면역력 증가)담그기 행사

○ 유기농 K-Food인 떡볶이, 불고기, 비빔밥 등 먹방을 이벤트화, 유기농으로 한식세계화 열풍을 이끌며, 전세계에 한식의 우수성을 알리는 k-푸드 먹방대회 개최

▌전시관 구성

<table>
<tr><td>KEY MAP</td><td> </td></tr>
<tr><td>구성방향</td><td> 
</td></tr>
</table>

▌추 진 전 략

- 유기농 농·축·임·수산물과 유기가공식품 등의 유기식품을 체계적으로 분류, 전시해 관람객의 흥미와 호응을 유도함.
  → 지역별 광역지자체, 기초지자체별 유기특산물 전시관을 배치하고 유기가공식품은 세부식품별로 분류하여 전시함.

- 지역별, 시도별로 지자체관을 유치하여 지자체 유기농식품을 전시·홍보함.
  → 지역별 특색있는 유기식품을 전시·홍보하는 부스를 설치함.

- 다양한 프로모션과 체험프로그램 운영으로 관람객의 호응을 유도함.
  → 추첨권, 기업체별 시식코너, 설명회 등

○ 수출상담, 투자 상담 등 유기식품기업의 경영지원 프로그램 운영 등

3. 유기농자재 및 펫 케어 산업관

▌전 시 개 요

○ 전 시 컨 셉 : 파트너

○ 시 설 형 태 : 기존 종합운동장 활용 (비상설 전시시설)

○ 전 시 면 적 : 3,750㎡ (1,136 PY) - 활용가능면적 24,028㎡ (7,281 PY)

[단위 : ㎡, (PY)]

건축 여부	시설형태	규 모	규 격	전시시설
유기자재산업 부문	MQ텐트	1,750(530)	L×W=5×5m	50개
유기자재 원료산업 부문	MQ텐트	250(76)	L×W=5×5m	10개
유기사료 산업관 부문	MQ텐트	500(152)	L×W=5×5m	20개
펫 케어 산업관	MQ텐트	1,250(378)	L×W=5×5m	40개
소 계		**3,750(1,136)**		**120개**

참 고 : 경남 펫(Pet) 박람회 111개 업체의 36% 수준

▌주 요 참 가 자

○ 유기인증자재 산업관 : 100개 품목

대 상 품 목

◉ 병해충관리 유기자재 : 551개 품목

◉ 토양개량 및 작물생육용 유기자재 : 1,138개 품목

◉ 허용물질 : 91개 품목

◉ 유기자재 원료품목 : 91개 품목

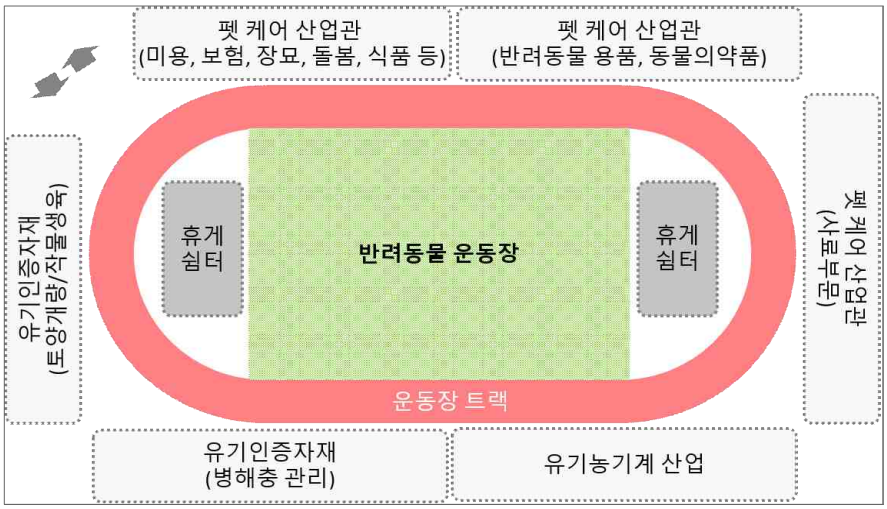
◉ 유기사료산업관 : 유기사료 8개, 기타 50개 품목

▌전시관 구성(5개 부문) : ❶유기자재, ❷유기자재원료, ❸유기사료, ❹제조산업 부문, ❺서비스산업 부문

- 유기인증자재 : 병해충관리자재, 토양개량 및 작물생육용 자재
- 유기인증자재 원료 : 키토산, 규산나트륨, 제충국, 버섯추출물 등
- 유기사료 부문 : 양축용 유기사료
- 제조산업 부문 : 반려동물 사료, 동물의약품, 반려동물 용품, 건강식품 등
- 서비스산업 부문 : 반려동물 미용, 펫 보험, 장묘, 호텔·돌봄, 유기농 카페 등

KEY MAP

구성방향



▌추 진 전 략

- 유기인증자재 원료, 펫케어 산업, 사료, 자재 등을 종합운동장 트랙 주변으로 몽골텐트로 설치하여 관람객이 거닐며 다양한 우리나라 유기농자재산업을 관람할 수 있도록 구성함.
- 관람객이 휴식을 취할 수 있도록 간이 카페테리아(음료, 간식 판매대)를 설치하고 아이들과 반려동물이 잔디광장에서 뛰어 놀 수 있는 공간을 제공함.
- 또한 관람객의 관심을 유발시킬 수 있도록 이벤트 장을 조성하여 일부 공연을 진행할 수 있도록 함.
- 분야별 우수브랜드 기업을 집중적으로 홍보함.
  → 품질우수, 고객관리 우수 기업 등 시상경력 메이커 집중 공략

- 행사관람객들을 위한 다양한 이벤트를 전개함.
  → 반려견 훈련체험, 반련동물 미용이벤트, 행운권 추점, 반련용품 비교전시 등

- 유기자재 생산기업의 경영지원 프로그램을 운영함.
  → 수출 상담, 투자 상담, 바이어 연결 등(엑스포 조직위원회 경영지원팀 신설)

4. 유기농바이오헬스케어관(Organic K-Bio Healthcare)

▌전 시 개 요

- 전 시 컨 셉 : 건강생활의 동반자
- 시 설 형 태 : 비상설 전시시설 (TFS 대형천막 ; 파빌리온)
- 전 시 면 적 : 3,000㎡ (909 PY)

[단위 : ㎡, (PY)]

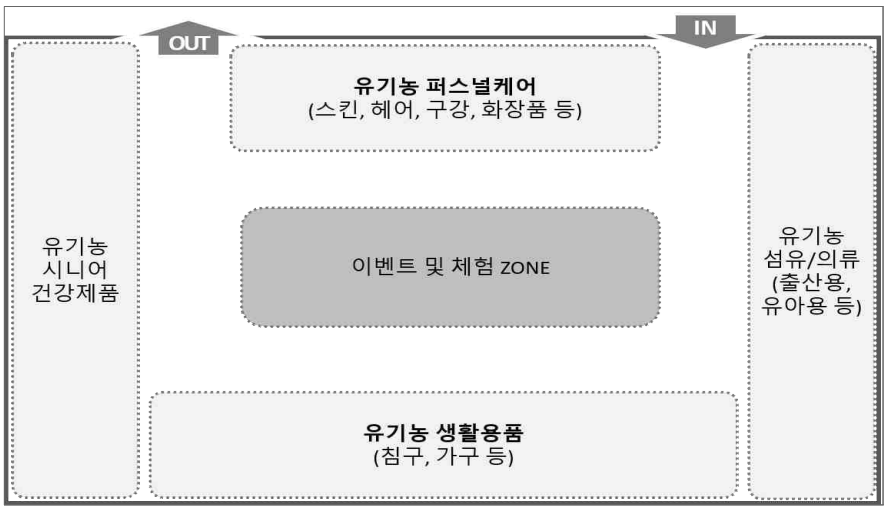
건축 여부	시설형태	규 모	규 격	전시시설
유기농바이오 헬스케어관	TFS텐트	3,000(909)	L×W=5×5m	50개
소 계		**3,000(909)**		**50개**

▌전시관 구성(3개 부문) : ❶퍼스널 케어, ❷섬유·의류, ❸시니어 건강제품

- 유기농 퍼스널 케어 제품군 : 스킨, 헤어, 구강, 유기농화장품, 기타 제품
- 유기농 의류 부문 : 오가닉 섬유소재, 오가닉 의류제품 (유아용, 침구용, 출산용 등)
- 시니어 건강제품 : 유기농 영양제 등 시니어 위주의 건강제품

KEY MAP

구성방향



▌추 진 전 략

- 유기농을 활용한 퍼스널 케어기술·제품과 오가닉 의류제품 및 기술에 대한 관람객들의 이해와 체험을 위한 공간으로 조성함.
- 유기농 철학과 정신에 입각한 인간의 외적 건강과 아름다움은 물론 내면의 건강과 아름다움을 모두 아우르는 전시프로그램을 구성함.

◉ 유기적 생활을 통해 건강과 아름다움 되찾기
◉ 유기농 뷰티 기술을 통해 피부진단과 다양한 유기천연화장품 소개
◉ 오가닉 섬유소재를 활용한 패션 전시
◉ 아토피 치료를 위한 유기농 삶의 실천에 대한 소개 등

- 분야별 우수브랜드 기업을 집중적으로 홍보함.
  → 품질우수, 고객관리 우수 기업 등 시상경력 메이커 집중 공략
- 행사관람객들을 위한 다양한 이벤트를 전개함.
  → 경품 이벤트, 화장품 원료 제공, 화장품 할인 이벤트, 행운권 추첨, 화장기법 체험, 유기농 건강뷰티제품 체험, 한방뷰티관리 체험 등

- 퍼스널 케어제품 생산기업의 경영지원 프로그램을 운영함.
  → 수출 상담, 투자 상담, 바이어 연결 등(엑스포 조직위원회 경영지원팀 신설)

5. 유기농치유관 (Organic K-Healing)

▌전 시 개 요

- 전 시 컨 셉 : 유기농은 곧 건강·치유 (포스트 코로나 시대 치유·건강 부각)
- 시 설 형 태 : 비상설 전시시설 (TFS 대형천막 ; 파빌리온)
- 전 시 면 적 : 1,500㎡ (454 PY)

[단위 : ㎡, (PY)]

건축 여부	시설형태	규 모	규 격	전시시설
유기농치유관 (음식/산림/농촌 치유)	TFS텐트	1,500(454)	내부 별도 인테리어	
소 계		**1,500(454)**		

▌전시관 구성 :

KEY MAP	
구성방향	

▌추 진 전 략

○ **(치유농업의 개념)** 유럽 등 국외에서 치유농업은 Care Farming, Social Farming, Green Care Farming, Farming for Health 등의 용어로 다양하게 불리고 있으나, 본질적 치유를 제공하기 위한 농업의 활용을 의미함.
→ 유기농은 치유농업의 가장 근간이자 근원이라 할 수 있음.

※ '20년 3월 `치유농업 연구개발 및 육성에 관한 법률(**치유농업법**)` **제정**으로 치유농업연구와 보급에 대한 기틀 마련

자료 : 농사로(www.nongsaro.go.kr)

○ **(치유농업의 가치)** 치유농업을 실천할 수 있는 기본적인 가치를 Camphil과 Earth's에서 설명된 자료에 따르면, ❶개인과 지역사회의 삶과 네트워크 연결, ❷지역사회 구성원으로서 지역사회와 함께하는 활동, ❸정신건강과 학습·지적 어려움과 다른 요구를 가진 사람들에게 활용가능한 선택의 폭 제공, ❹시민에게 실질적으로 기여하는 사회적 가치로서의 역할로 요약할 수 있음.

'바르게 먹고, 바르게 쉬고, 바르게 생각'하는 유기농 치유의 가치

< 네덜란드 치유농장 >

- 네덜란드는 1990년대 말부터 치유농장 사업이 시작되며 현재 사회복지의 한 분야로 정착
- 2000년대 초반에는 정부의 지원하에 지방자치단체가 운영하는 방식으로 시작하여 현재는 치유농장 연합체가 자체적으로 농장교육과 관리를 담당, 특히 인증제도를 마련하여 전체 900여곳의 치유농장이 인증 후 운영
- 각 지역의 농업 특성을 활용하여, 차별화된 치유농장을 제공하여 선택폭을 넓히고 있음

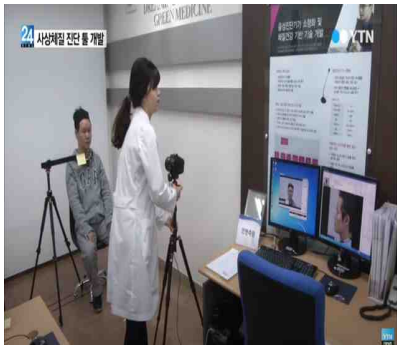
❶ 유기농 음식치유 (Organic Food Therapy)

(유기농 치유음식과 한방의학, 유기농 쌀겨효소 찜질체험)

- 치유와 음식의 합성어로 '치료하여 병을 낫게 하는 음식'이라고 할 수 있고, 치유음식을 신체뿐만 아니라 정서적 욕구를 충족시키는 음식이라는 개념으로 '편안하고 위한을 주는 음식'임.
  → 의학적 진단을 통한 개인 맞춤 식품 치료 요법 (필요 영양소와 흡수를 극대화할 수 있는 조리법, 주의해야 할 식품과 지양해야 할 식품을 고려한 식단, 선식 등 자연 음식을 통해 건강 회복 등)

- 정부 5대 유망식품(메디푸드 등 소개), 자연드림 유기농치유연구재단 소개 및 국민생활습관병을 치료하는 치유 프로그램(치유 음식)을 체험함.

* 사상체질에 대한 이해를 돕는 홍보관 → 사상체질 테스트(측정) → 사상체질에 따른 바른 식단(권장식품, 지양식품 등)과 조리법(레시피) 결과



○ **(유기농쌀겨효소찜질체험 ; Organic Enzyme Therapy)** 괴산군은 유기농쌀이 많이 생산되는 지역으로 벼 또는 쌀 부산물을 활용하여 고부가가치 산업을 지속적으로 육성할 필요가 있음.

* 쌀겨 효소는 4~5시간을 발효하면 65~75℃까지 열이 발생하면서 원적외선을 발생해 인체면역력을 높이기에 더할 나위 없는 최적의 환경이 조성됨.

→ 쌀겨 효소찜질은 몸속 노폐물과 독소를 제거해 해독작용은 물론 혈액순환을 높여 면역력을 향상시키고 피부미용과 아토피 개선, 척추·관절 치유에 효과가 있음.

효소의 역할 : ❶병원균이 염증을 일으켰을 때 백혈구의 활동을 도와 상처 입은 세포를 치유하는 항염·항균작용, ❷외부로부터 인체에 유입되거나 몸속에서 자체 생성된 독소를 분해·해독할 수 있는 살균작용, ❸혈액 속의 노폐물과 염증의 병독을 분해·배설하는 혈액정화작용, ❹세포의 대사작용을 촉진시켜 노화된 세포와 새로운 세포를 교체시키는 세포부활작용 등

❷ 산림치유 (Green Therapy)

(피톤치드 명상체험, 유기농 허브 족욕 체험)

∘ **(피톤치드 명상체험 ; Phytoncide Meditation Therapy)** 숲속에서 한적하게 명상을 즐길 수 있도록 실내를 꾸미고, 치유의 마지막 단계라 할 수 있는 명상을 통해 삶과 나를 치유하는 체험 프로그램을 제공함.

* 명상은 마음이 무겁거나 우울, 긴장, 불안, 초조 등 현대인들이 겪고 있는 심적 스트레스를 해소시키거나 감정을 정화시켜주는 활동임.

→ 명상하는 장소에 키톤치드를 주입시켜 줌으로써 피로회복을 돕고 깊은 명상에 빠질 수 있도록 함.

* 실내공간을 숲 속에 있는 듯한 분위기 조성, 성불산 자연휴양림, 조령산 자연휴양림 등 연계

> 피톤치드(Phytoncide)는 숲 속에 들어갔을 때 시원한 냄새를 풍기는 이유가 피톤치드에 있으며, 피톤치드는 식물이 병원균에 저항하기 위해 스스로 분비하는 일종의 천연 항생물질로 실내를 상쾌하고 쾌적한 환경으로 만들어주는 효과가 있음.

∘ **(유기농 허브 족욕 체험 ; Organic Aroma Therapy)** 발에는 인체의 오장육부와 통하는 반사점들이 모여 있기 때문에 한의학에서는 신체의 축소판이라 부르거나, 제2의 심장이라 부를 정도로 중요한 부위임.

* 족욕이 웰빙의 새로운 트랜드로 떠오르고, 족욕을 어떻게하는 것이 효과적이며, 내 몸에 맞는 족욕이 무엇인지, 족욕을 생활속에서 즐기는 방법은 어떠한 것이 있는지 제대로 알려주는 체험 프로그램.

(남녀노소가 누구나 즐기며 건강해지는 체험 프로그램)

❸ 농촌치유 (Rural Therapy)

(치유농업, 농촌체험휴양마을, 귀농귀촌 등)

- 추진방향 : 농촌경관 및 농업을 활용하여 정신적, 육체적 건강을 회복할 수 있는 프로그램을 “청정괴산”과 연계하여 추진함.

- 치유농업 : 유기농업을 통한 신체적, 정신적 건강을 도모하는 프로그램을 개발하여 관내 친환경인증 농가와 연계하여 홈스테이 개념으로 추진함.

- 농촌체험마을 : 도시민의 지친 마음을 치유할 수 있는, 자연과 함께하는 농촌체험마을 프로그램을 개발함.

  * 올갱이 마을(예시) : 아름다운 풍광을 자랑하는 군자산과, 쌍곡계곡, 달천강에 깨끗한 물에서만 사는 올갱이를 테마로 농촌체험 프로그램 개발 (주변 관광지와 연계하여 숙박 가능한 프로그램 등)

- 귀농귀촌체험 : 2019년 도시민 귀농지역 충북1위 괴산의 귀농귀촌 체험 프로그램 홍보하고 “유기농” 또는 “유귀농”이라는 특이한 이름을 가진 사람을 찾아 유기농엑스포 홍보대사로 활용

  * 대한민국 귀농 귀촌 1번지 괴산에서 이루어지는 도시민과 농업인과의 한마당 행사기획 (유기농업 체험 및 유기농 관련 유명강사와 함께하는 체험형 프로그램 개발)

  *“1 + 1” 프로그램 기획(대한민국 1번지 서울과 유기농업 1번지 괴산이 함께하는 서울농장)

→ 경북 상주, 충남 부여에 위치한 서울농장과 연계하여 충북 괴산의 지역행사가 아닌 전국적인 체험행사 기획

- 코로나 이후 시대에 유기농업 및 유기농식품이 가져올 수 있는 공공보건학적, 사회적, 경제·산업적인 효과를 국내외 석학 또는 연구자들과 학술대회를 개최하여 유기농산업의 가치를 재조명하고 확산할 계획임.

제6절. 체험학습 프로그램 계획

1. 프로그램 구성 및 전략

▌목 적

- 유기농산업엑스포 체험학습 프로그램은 관람객들에게 다양한 유기농 산업을 접할 수 있는 기회를 제공하여 유기농산업에 대해 바르게 이해하고, 유기농 가치에 대한 공감역량을 강화하여야 함.
- 유기농산업에 대한 정보 습득과 이해의 기회를 제공하여 진로탐색의 기회를 확대하고 농촌 및 생태환경에 대한 체험을 통해 농업농촌과 자연환경의 중요성을 인식하는 계기가 되어야 함.

1.2 기 본 전 제

- 유기농산업엑스포 체험학습프로그램이 성공적으로 운영되기 위해서는 지역여건과 소비자 요구를 잘 파악하여 체험상품 개발과 운영에 반영돼야 함.

❶ 유기농산업 체험학습프로그램의 체계적인 운영조직 구성-전문성
❷ 유기농산업 체험학습프로그램의 차별·특성화 (프로그램 고유성 확보)
❸ 농촌민박 등 지역 관광자원과 연계한 체험프로그램 개발, 운영
❹ 오가닉 테마공원 등 행사장 주변의 기존자원의 최대 활용과 연계
❺ 연차적, 단계적 체험학습장 조성 및 시범 운영-시행착오의 최소화
❻ 유기농산업 체험학습 프로그램의 연속성 또는 입체성 확보
❼ 전문가 네트워킹의 활력화-전문역량의 보충

- 유기농산업을 중심소재로 한 체험학습프로그램으로는 우리씨앗 및 벼 관찰체험, 학교 텃밭 개념의 유기농 에듀팜(Organic Edu Farm), 유기 농산물을 식재료로 가공체험을 할 수 있는 전통음식 만들기체험(전통 떡, 전통순두부, 전통장류 등), 유기농산물 부산물로 만들어지는 유기농건강 프로그램 (유기농 현미찜질, 유기농 채소습식찜질체험), 어린이 유기농 음식체험 프로그램, 유기농 건축자재로 만들어진 유기건물에서의 요가 명상체험 등으로 유기농업체험프로그램 등을 구성해 확실한 차별성을 확보하여야 할 것임.
- 자연생태를 중심소재로 한 체험학습 프로그램으로는 동진천 자연생태길 관찰체험이 중심이 되고, 동진천 주변의 자생식물들을 관찰할 수 있는 체험, 생태 둠벙 관찰체험, 곤충체험, 어류체험 등이 조화를 이뤄야 함.

▌구성 및 운영전략

○ 유기농산업 체험학습프로그램은 유기농의 가치 공유, 교과과정과의 연계성, 지역자원 활용성 강화 등의 방향으로 개발, 운영되어야 함.

운 영 전 략

- ◉ 유기농의 가치공유 강화 및 산업위주의 프로그램 운영
- ◉ 현행 교과과정과의 연계성 강화
- ◉ 지역자원 활용성 강화
- ◉ 주역주민·단체의 참여 활성화 도모
- ◉ 우수 유기농체험 상품 벤치마킹 강화
- ◉ 체험프로그램의 사전 준비 강화

유기농의 가치 공유 강화	○ 유기농의 4대 원칙인 건강, 생태, 공정, 배려를 자연스럽게 배우고 습득할 수 있는 프로그램 구성으로 유기농의 가치확산에 기여 ○ 생태적 삶에 대한 이해의 기회를 제공하여 건전한 시민의식 함양에 기여
교과과정과의 연계성 강화	○ 유기농 체험학습 프로그램별로 현행 교육과정과의 연계를 강화하여 교육적 성과 거양 (체험학습 목표, 관련 교과, 주요체험활동, 평가 등) ○ 교과과정과 연계성이 높은 체험학습 프로그램임을 강조하여 관람객에게 소구력 강화
지역자원 활용성 강화	○ 지역이 보유한 문화관광 자원과 유기농산업자원의 활용성 강화로 지역참여 강화 - 유기농자원: 한살림 연수원, 풀무원 아카데미, 흙살림, 칠성잡곡, 우리쌀앗, 솔뫼농장 등 - 문화관광자원: 조령산·성불산자연휴양림, 산막이 옛길, 화양구곡, 전통사찰 등
지역주민·단체의 참여 활성화	○ 지역과 유기농산업에 관한 전문성을 갖춘 인력에 의한 프로그램 진행으로 전문성 강화 → 농촌민박, 휴양체험마을, 농촌교육농장, 유기농체험농장, 유기가공식품 인증사업자 등
우수 유기농 체험 상품 벤치마킹	○ 유기농 관련 공공기관, 민간단체, 기업체 등이 운영하고 있는 유기농산업 체험학습 프로그램을 벤치마킹하여 체험상품 경쟁력 강화 → 남양주유기농테마파크, 청주시 유기농산업복합서비스단지 유기농체험 프로그램, 한농마을 유기농 디톡스 힐링스쿨, 칠곡 무탄소 유기농채소프로그램, 기타 교육농장 등
체험프로그램의 사전준비 강화	○ 유기농산업 체험프로그램은 대부분 생물을 다루는 과정이기때문에 사전에 충분한 준비가 필요 - 시행착오의 최소화 및 체험상품의 질 향상 - 연차별 준비(농작물 및 생태 체험상품), 전문가 활용, 사전행사 진행 등

1 유기농 가치 공유 강화

- 유기농의 4대 원칙인 건강, 생태, 공정, 배려를 자연스럽게 배우고, 습득할 수 있는 프로그램 구성으로 유기농의 가치 확산에 기여함.
- 생태적인 삶에 대한 이해의 기회를 제공하여 건전한 시민의식 함양에 기여함.

2 교과과정과의 연계성 강화

- 유기농 체험학습 프로그램별로 현행 교육과정과의 연계를 강화하여 교육적인 성과를 거양함.
  → 체험학습 목표, 관련교과, 주요체험활동, 평가 등
- 교과과정과 연계성이 높은 체험학습 프로그램임을 강조하여 관람객들에게 소구력을 강화함.
  → 홍보마케팅에 적극적으로 활용하여 모객에 기여

표-54. **초등학교 교과서에 실린 식물**
(유기농체험학습프로그램 개발반영 사례)

교과서명	게 재 식 물 명
실험관찰 4-1	강낭콩, 옥수수, 벼, 비비추, 감나무, 복숭아, 콩, 팥, 좁쌀, 키위, 감귤, 참외, 살구, 미나리, 배, 수박, 포도
실험관찰 4-2 (32종)	할미꽃, 쥐똥나무, 도깨비바늘, 솔이끼, 우산이끼, 부레옥잠, 개구리밥, 생이가래, 선인장, 갯메꽃, 칠면초, 해홍나물, 퉁퉁마디, 나문재, 연꽃, 무궁화, 부들, 마들 검정말, 수련, 페튜니아, 소나무, 민들레, 향나무, 토끼풀, 단풍나무, 은행나무, 닭의장풀, 나팔꽃, 맥문동, 명아주
과학 4-1 (17종)	벼(씨), 옥수수, 채송화, 복숭아, 은행나무, 강낭콩, 연꽃(나라홍련), 잣, 비비추, 창포(씨), 감나무, 유채, 해바라기, 좁쌀, 팥, 호두, 땅콩
과학 4-2 (55종)	생강나무, 신갈나무, 은행나무, 단풍나무, 소나무, 향나무, 쥐똥나무, 대나무, 벚나무, 등나무, 눈잣나무, 바오밥나무, 페튜니아, 민들레, 무궁화, 토끼풀, 강아지풀, 나팔꽃, 부들, 부레옥잠, 수련, 마마름, 우산이끼, 솔이끼, 고사리, 맥문동, 닭의장풀, 명아주, 고구마, 연꽃, 국화, 할미꽃, 애기똥풀, 고사리, 도깨비바늘, 벌레잡이통풀, 끈끈이주걱, 파리지옥, 생이가재, 갈대, 검정말, 나사말, 두메양귀비, 산송사리, 해홍나물, 기둥선인장, 용설란, 통보리사초, 순비기나무, 갯메꽃, 칠면조, 퉁퉁마디, 나문재
초등음악 3~4 비상교육 (33종)	무궁화, 상추(씨), 옥수수, 고사리, 찰벼, 메벼, 싸리잎, 녹두, 청포, 능수버들, 도토리, 갓나무, 옻나무, 말냉이, 씀바귀, 기름나물, 넘나물, 시금치, 쑥, 냉이, 시금치, 도라지, 보리, 장다리꽃, 솔방울, 해바라기, 매화, 진달래, 들국화, 은행잎, 소나무, 에델바이스, 도라지꽃

표-55. **유기농체험학습프로그램의 교과과정 반영 사례**

유기농 생태관찰 체험	활동목표	엑스포체험장, 동진천, 엑스포 테마파크 일원 등에서 자연과 친숙해지고, 유기농원리를 이해
	교과과정	∘ 1학년 슬기로운 생활: 자연과 함께해요 ∘ 2학년 슬기로운 생활: 동물과 식물은 내친구 ∘ 3학년 실험관찰: 여러 가지 동물의 한 살이 ∘ 4학년 과학: 식물의 한 살이 ∘ 4학년 생활의 길잡이: 오리가 키운 쌀 ∘ 5학년 실과: 식물과 함께하는 생활 ∘ 6학년 실과: 동물과 함께하는 생활 ∘ 중학교 1학년 도덕: 인간중심적 가치관과 생태주의적 가치관의 조화, 지구 생태계와 인간의 관계
	주요내용	∘ 동진천, 생태 논·밭에서 찾아보는 유기농 ∘ 소 등 가축을 통한 자연순환농법이해 ∘ 풀을 이용한 자연에서 놀기
흙과 미생물 체험	활동목표	유용미생물에 대해 알고 활용법과 깨끗한 환경을 지키기 위해 우리가 할 수 있는 방법을 알아 보기
	교과과정	∘ 1학년 슬기로운 생활: 건강하게 생활해요 ∘ 4학년 과학: 식물이 잘 자라는 흙, 흙의 오염 ∘ 중학교 1학년 도덕: 환경에 대한 인간의 태도 ∘ 중학교 3학년 기술가정: 생활과 생명기술 ∘ 고등학교 사회: 다양한 지역의 변화, 자연재해와 환경문제
	주요내용	∘ 유용미생물 바로알기, EM흙공 만들기 ∘ 유용미생물을 활용한 환경오염 개선방법
유기농채소 수확체험	활동목표	유기농 인증 농장에서 유기농의 원리를 찾고, 이해하며, 제철채소(감자, 고구마 등)의 생태를 비우고 수확하기
	교과과정	∘ 1학년 슬기로운 생활: 여름철 열매의 생김새와 특징 ∘ 3학년 사회: 다양한 삶의 모습 ∘ 4학년 과학: 식물이 잘 자라는 흙, 흙의 오염 ∘ 5학년 과학: 열매의 구조와 하는 일 ∘ 6학년 실과: 먹을거리 선택의 중요성 ∘ 중학교 1학년 과학: 식물의 영양 ∘ 중학교 1학년 도덕: 환경에 대한 인간의 태도 ∘ 중학교 3학년 기술가정: 생활과 생명기술 ∘ 고등학교 사회: 다양한 지역의 변화, 자연재해와 환경문제
	주요내용	∘ 제철채소(감자, 고구마 등)생태에 대한 이해 ∘ 밭에서 찾아보는 유기농, 채소 수확하기

유기농 미니케이크 만들기	활동목표	유기농과 공정무역 재료를 이용한 케이크를 만들어 자립심을 배양하고, 음식의 소중함과 먹거리의 중요성을 인식하기
	교과과정	∘ 1학년 슬기로운 생활: 건강하게 생활해요 ∘ 1학년 바른생활: 가족은 소중해요 (골고루 먹기) ∘ 6학년 실과: 간단한 음식 만들기 ∘ 고등사회: 세계화와 우리의 생활
	주요내용	∘ 아이싱쿠키 장식하기 ∘ 미니케이크 만들기, 미니케이크 장식 및 포장
유기농 떡 만들기	활동목표	떡메를 직접 쳐서 인절미를 만들어 먹어봄으로써 자립심을 배양하고, 음식의 소중함과 먹거리의 중요성을 인식하기
	교과과정	∘ 1학년 슬기로운 생활: 건강하게 생활해요 ∘ 1학년 바른생활: 가족은 소중해요 (골고루 먹기) ∘ 3학년 국어: 마음을 전해요(자랑스러운 우리음식) ∘ 5학년 과학: 어린이 비만과 예방 ∘ 6학년 실과: 간단한 음식 만들기 ∘ 국어: 전통음식을 사랑하자
	주요내용	∘ 떡의 종류와 재료 알아보기, 떡메쳐서 떡 만들기 ∘ 콩고물 묻혀 인절미 만들어 먹어보기 ∘ 떡살로 모양 떡 만들어 먹어보기
유기농 화분 만들기	활동목표	완두콩이 자라는 모습을 직접 관찰하며 키워보고 새싹에서 열매(콩)로 변화하는 과정을 통해 성취감을 얻기
	교과과정	∘ 1학년 슬기로운 생활: 자연과 함께해요 ∘ 2학년 슬기로운 생활: 동물과 식물은 내 친구 ∘ 3학년 생활의 길잡이: 생명을 존중해요 ∘ 4학년 과학: 식물의 한 살이, 식물의 자람 ∘ 중학교 1학년 기술가정: 우리나라는 어떤 전통기술이 있을까? ∘ 중학교 1학년 도덕: 나는 어떤 농부가 되고 싶은가?
	주요내용	∘ 콩과 유기농 자로 알기, 화분 꾸미기 ∘ 콩 3알의 의미와 심기, 콩 키우기 요령
지렁이 집 만들기	활동목표	지렁이를 통해 소중한 자원인 흙의 가치와 유기농업의 이해
	교과과정	∘ 1학년 슬기로운 생활: 자연과 함께해요 ∘ 5학년 과학/실험관찰: 작은 생물의 세계 ∘ 5학년 실과: 쓰레기의 처리와 재활용 ∘ 중학교 1학년 도덕 나는 어떤 농부가 되고 싶은가?
	주요내용	∘ 스티커와 매직으로 지렁이집 꾸미기 ∘ 분변토의 효과, 지렁이 사육방법 설명, 지렁이 관찰하기

유기농 손수건 만들기 체험	활동목표	유기농 면의 소중함을 알고, 내가 만든 유기농 손수건을 사용하여 자연보호를 실천하기
	교과과정	∘ 1학년 슬기로운 생활: 자연과 함께해요 ∘ 4학년 과학: 식물의 생김새, 잎의 생김새와 특징 관찰하여 봅시다. ∘ 4학년 생활의 길잡이: 우리가 지키는 푸른 별 ∘ 중학교 1학년 도덕: 환경에 대한 인간의 태도 ∘ 지구생태계와 인간의 관계 ∘ 소비생활에 담긴 가치관은 무엇인가? ∘ 환경문제의 해결과 환경친화적 삶 ∘ 고등학교 사회: 자연재해와 환경문제
	주요내용	∘ 유기농 목화, 유기농 손수건 설명 ∘ 손수건 꾸미기(무독성 염색펜)
유기농 에코백 만들기 체험	활동목표	내가 만든 에코백을 사용하여 자연보호를 실천하기
	교과과정	∘ 2학년 국어: 천연염색하기 ∘ 4학년 과학: 식물의 생김새, 잎의 생김새와 특징 관찰하여 봅시다 ∘ 4학년 생활의 길잡이: 우리가 지키는 푸른 별 ∘ 6학년 국어: 자연보호는 우리의 과업 ∘ 중학교 1학년 도덕: 환경에 대한 인간의 태도 지구생태계와 인간의 관계 소비생활에 담긴 가치관은 무엇인가? 환경문제의 해결과 환경 친화적 삶 ∘ 고등학교 사회: 자연재해와 환경문제
	주요내용	∘ 일회용품과 환경지키기 설명 ∘ 에코백 꾸미기 (식물 탁본, 무독성 펜)

2. 유기농체험놀이학교

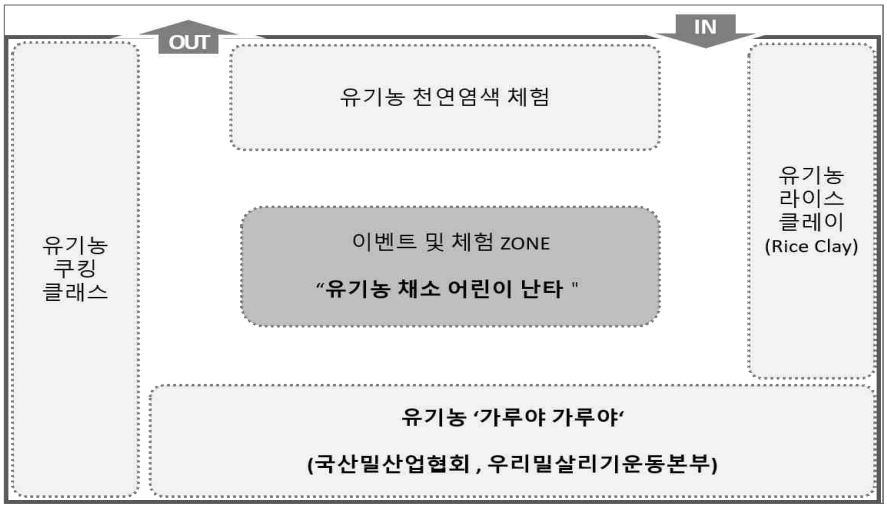
▌전 시 개 요

- 전 시 컨 셉 : 미래세대에게 오감으로 전달하는 유기농 체험
- 시 설 형 태 : 비상설 전시시설 (TFS 대형천막 ; 파빌리온)
- 전 시 면 적 : 3,000㎡ (909 PY)

[단위 : ㎡, (PY)]

건축 여부	시설형태	규 모	규 격	전시시설
유기농체험놀이학교	TFS텐트	3,000(909)	L×W=5×5m	0개
소 계		**3,000(909)**		**0개**

▌전시관 구성 :

KEY MAP	
구성방향	

▌추 진 전 략

1 유기농 원료를 주제로 한 체험놀이

유기농 쌀을 이용한 라이스클레이

- 라이스클레이(Rice Clay)는 유기농 쌀 소비촉진 및 유기농업·문화 발전에 이바지할 수 있으며, 먹거리와 놀이거리가 융합된 신개념 유기농 쌀 체험거리임.
- 유기농 쌀과 천연재료를 사용하여 만든 클레이처럼 재미있게 만들고 맛있게 먹을 수 있는 떡으로 아이들의 손에 쥐어주어도 안전하게 인성, 감성, 창의성을 발달시킬 수 있음.
- 떡을 좋아하는 성인에게도 웰빙 안심 먹거리를 선사하는 아이템으로 다양한 응용분야에서 유기농 쌀 소비채널 다양화를 촉진할 수 있음.

떡 공예	기존 일반적인 떡 만드는 방법과 달리 아이들도 만들기 쉬우며 천연가루로 여러 가지 색을 내서 마치 공예품처럼 예쁘고 다양한 작품을 만들 수 있는 독특한 특징이 있음.
천연재료 활용	쪄서 만든 쌀 반죽을 천연색소를 추가한 다양한 색깔의 반죽으로 주무르고 두드리고 굴리는 등 방법으로 모양을 만들며, 기호에 따라 앙금, 단호박, 고구마 가루 등 다른 재료도 함께 섞어 보면서 만들면 원하는 맛과 색깔을 선택할 수 있음.
소근육과 감각 발달	라이스클레이는 다른 점토와 점성이 비슷할 정도로 뛰어나고 무해해서 안심하고 할 수 있으며, 소근육과 감각 발달에 도움을 줌.

유기농 쌀가루로 체험하는 '가루야 가루야'

- 2005년부터 이영란 작가의 감성놀이터로 진행된 '가루야가루야'는 소재를 밀가루를 이용하고 있음.
- 2022괴산세계유기농산업엑스포에서는 유기농 쌀가루를 이용하여 감성 체험놀이를

도입할 경우에 아이들에게 좋은 반응을 일으킬 것으로 예상됨.

첫 번째 이야기 “가루나라”	하얀 쌀가루를 뿌리고 뭉치고 그림도 그리면서 나만의 동화마을을 만들어가는 과정
두 번째 이야기 “빵빵나라”	말랑말랑한 쌀가루 반죽에 여러 가지 틀과 잡곡을 이용하여 세상에서 단 하나뿐인 특별한 쌀과자를 만들어가는 과정
세 번째 이야기 “반죽나라”	커다란 반죽을 밟아보고, 바닥에 있은 점과 점을 이어 집도 만들어 보고, 엄마를 위한 신발도 만들며 상상의 나래를 마음껏 펼쳐보는 과정
네 번째 이야기 “통쌀나라”	무릎까지 채워진 통쌀 풀장에서 개구리헤엄도 치고, 쌀 찜질도 하고, 도구를 이용한 다양한 소리도 내보면 자유롭게 뛰어 노는 과정

유기농 채소를 이용한 ‘어린이 난타’ 체험

- 1997년 호암아트홀에서 첫 공연을 했던 논버벌 퍼포먼스 공연으로 주변 사물들을 두드려 리듬을 만드는 것을 흔히 ‘난타’라고 표현하는 정도임.
- 현재는 난타라고 하면 악기나 사물을 두드려 리듬을 만드는 것을 난타로 통칭하고 있으며, 남녀노소 누구나 즐기는 하나의 문화예술 장로가 되었음.

유기농 채소를 이용한 ‘쿠킹 클래스’ 체험

- 유기농 쿠킹클래스에서는 일상 속에서 환경을 보호하고 생명을 존중하기 위한 작은 실천을 하는 사람들의 이야기를 들어보고, 진정한 유기농 농산물은

폭력을 당하지 않은 건강한 땅과 자연에서 얻을 수 있음을 배움.

- 유기농 쿠킹클래스는 지구를 살리는 유기농 소비가 대한민국 국민의 생활 습관으로 자리를 잡는데 기여할 수 있음.
- 유기농 쿠킹클래스는 국민들에게 유기농 농산물 소비는 생태계 보전과 생물의 다양성을 살리는 유기농 교육문화콘텐츠로 자리를 잡는데 기여하고 있음.

1교시	무엇을 먹고, 어떻게 요리해서 먹어야 된다는 이론적인 교육
2교시	식사 수업 때 유기농으로 식재료를 구입할 때, 가장 좋아지는 건 자신의 몸 그런데 선택만 해도 땅과 바다와 환경이 더불어 좋아진다는 것을 교육
3교시	음식은 생산·유통·소비가 끼치는 영향을 알리고 농업이 자신과 무관한 것이 아닌 것을 교육문화 콘텐츠로 만들며, 직접 유기농 음식을 조리함으로써 원산지부터 생산과정에 관심을 가지도록 함.

유기농 '천연염색' 체험

- 천연염색은 자연에서 채취한 재료의 색소로 염색하는 것으로 친환경적 의미를 가지며, 천연염료는 인류의 역사와 함께하여 그 역사가 매우 깊음.
- 천연염색은 인류문화사적으로 볼 때 세계의 각 민족은 생활 주변에서 쉽게 구할 수 있는 색료를 채집하여 그들의 고유한 방법으로 채색, 염색하였기 때문에 천연염색은 각 민족의 전통적 문화유산이라 할 수 있음.
- 천연염색의 건강 기능성은 ❶심신안정효과, ❷냄새제거효과, ❸피부보호효과, ❹전자파차폐효과, ❺수분흡착 및 수질정화 효과, ❻항균효과, ❼원적외선효과(신진대사 촉진), ❽자외선 차단효과 등이 있음.

2 지역자원 활용성 강화

- 괴산지역이 보유한 문화관광 자원과 유기농산업자원의 활용성 강화로 지역참여 및 현장성을 강화함.

유기농 자원	한살림 연수원, 풀무원 로하스아카데미, 흙살림연구소, 괴산잡곡, 우리씨앗농장, 솔뫼농장, 눈비산마을, 감물흙사랑, 한축회, 칠성 유기농, 괴산자연드림파크, 오가닉테마공원 등
문화관광 자원	조령산·성불산 자연휴양림, 산막이 옛길, 화양구곡, 농촌민박, 농촌 휴양체험마을, 전통사찰, 우암 송시열 유적 등

3 지역 주민·단체의 참여 활성화

- 지역과 유기농산업에 관한 전문성을 갖춘 인력에 의한 프로그램 진행으로 전문성을 강화함.
- 지역의 농촌민박, 휴양체험마을, 농촌교육농장, 유기농 체험농장, 유기가공식품 인증사업자, 유기농 단체 및 농촌관련 체험단체의 전문성 활용하고 참여를 촉진시킴으로써 유기농 체험학습 프로그램의 질을 강화함.

4 체험프로그램의 사전준비 강화

- 유기농산업 체험학습 프로그램은 대부분 살아 있는 생물을 다루는 과정이기 때문에 사전에 충분한 준비가 필요하고,
- 시행착오의 최소화를 통해 체험상품의 질을 향상시키고 전문가를 활용하여 연차별로 준비(농작물 및 생태 체험상품) 및 사전행사를 진행함.

5 우수 유기농 체험 상품 벤치마킹

- 유기농 관련 공공기관, 민간단체, 기업체 등이 운영하고 있는 유기농산업 체험학습 프로그램을 벤치마킹하여 체험상품의 경쟁력을 강화함.
  → 남양주유기농테마파크, 청주시유기농산업복합서비스단지 유기농체험프로그램, 한농마을 유기농 디톡스 힐링 스쿨, 칠곡 무탄소 유기농 채소 프로그램, 기타 교육농장 등

표-56. **우수 유기농체험학습프로그램 사례**

한농 유기농건강 체험마을	◦ 디톡스 힐링스쿨 → 건강한 먹거리, GMO 식품독, 건강한 생활 알기 → 유기농 채식식사, 유기농 농사체험, 산림트래킹
유기농영농조합법인 땅에미소	◦ 유기농 모종심기, 유기종 채소 관찰하고 수확하기 ◦ 신재생에너지 지열난방시스템 견학
칠곡군 무탄소유기농 채소체험 프로그램	◦ 유기농 식사체험 ◦ 미백효과가 큰 상추비누 만들기 ◦ 실내공기 정화 능력이 있는 밀납양초만들기 ◦ 마음치유 효과가 있는 식물식재체험 등
청주시 유기농 복합 서비스 단지	◦ 수경재배 화병 만들기 ◦ 유기농 미니가든 만들기 ◦ 미세먼지를 잡아라 ◦ 천연비누(화장품) 만들기 ◦ 유기농 천연염색 체험 ◦ 미세먼지를 잡아라 ◦ 유기농 꽃차 만들기 ◦ 유기농 꽃 디톡스 만들기 ◦ 유기농 비료 및 천연농약 만들기
남양주시 유기농테마파크	◦ 유기농 생태투어 ◦ 유기미생물 체험 ◦ 유기농 딸기수확 체험 ◦ 유기농비빔밥 만들기 체험 ◦ 채소쿠키 만들기 ◦ 나무곤충 만들기 ◦ 주니어 목공체험 ◦ 유기농 우유로 피자 만들기
유기농 백옥딸기 교육체험농장	◦ 유기농 딸기쨈 만들기 ◦ 딸기화분 만들기 ◦ 수렛길 마차 생태체험 ◦ 저온숙성비누 만들기 ◦ 천연 썬크림 만들기 ◦ 유기농 콩두부 만들기 체험
한 살림 요리학교	◦ 제철 재료로 전통과 현대적 조리법을 병행하여 자연의 입맛을 살리고, 온가족이 건강한 밥상 만들기 ◦ 전통 된장, 간장만들기 등

3. 유기농진로체험학교

▌실태 및 필요성

- 진로체험활동은 학생들이 학교의 울타리를 벗어나, 일의 현장에서 체험을 함으로써 다양한 일의 세계를 탐색 및 파악하고, 그 체험을 통하여 자신의 특성을 이해하고, 자신에게 적합한 직업을 선택하며, 선택한 직업을 실질적으로 준비할 수 있는 지식·기술 및 태도를 습득할 수 있도록 하기 위해 의도한 학습경험 활동임.

- 자유학기제 시행, 인성교육이 중시되는 시점에서 농촌진흥청은 중학생 들이 농업관련 진로를 탐색해 볼 수 있는 다양한 직·간접 농업체험 콘텐츠를 개발해 온라인에서 일괄 제공하고 있음.

- 농촌진흥청에서 제공하는 농업 진로체험 프로그램 중에 '토마토 재배부터 판매까지' 프로그램은 씨앗 심기부터 키우기, 비료주기, 수확한 토마토를 이용해 요리하고 소비자에게 판매하기까지의 과정이 12회기에 담겨 있음.
  이와 연계한 농업 관련 직업으로 가드너, 육묘재배자, 농촌지도사, 친환경 농자재 개발자, 식물의사, 농업연구사, 농산물 도매유통 전문가를 소개함.

- '씨앗부터 플라워카페까지' 프로그램은 텃밭디자인하기, 파종하기, 새싹 키우기, 음식 만들기, 꽃다발 만들기, 압화 만들기 등 총 15회의 활동이 담겨 있음.
  이와 연계된 직업으로 가드너, 화훼육종재배가, 식용꽃 재배 요리사, 플로리스트, 플라워 카페 운영자, 종자품질 관리사, 화훼가공 디자이너를 소개함.

- 4차 산업혁명과 연계할 수 있는 '미래농업 직업'으로는 농산물 코디네이터, 빅데이터를 활용한 토양환경 전문가, 치유농업 전문가, 식물 조향사, 농업 드론 전문가가 소개됨.

- 현재 교육부에서 운영 중인 진로정보망 '커리어넷'에서 진로동영상 프로그램별 - 농촌진흥청 녹색을 꿈꾸는 직업에서도 제공되고 있음.

- 농식품부는 농촌 미래직업으로 스마트팜 경영주(원예, 축산), 스마트 팜 제어시스템개발자, 6차 산업 경영주, 그린마케터, 농촌체험휴양마을 운영자, 음식관광 코디네이터, 팜파티 플래너, 농식품 수출업자, 해외시장 개척 마케터 등 총 10개 직업을 선정하여 소개함.

▌추 진 방 향

- 청소년에게 미래성장산업인 유기농산업 분야 직업에 대한 진로 탐색 기회를 제공하기 위해 교육 콘텐츠를 개발하여 전시함.
- 한국직업사전에 등재된 유기농산업 관련 직업군 및 전문기관의 미래 유망직업 등을 소개함.

표-57. **한국 직업사전 : 유기농관련 직업분류**

6. 농림·어업 숙련 종사자	61.농축산 숙련직	**611. 작물재배종사자** 6111. 곡식작물 재배원 6112. 채소및특용작물 재배원 6113. 과수작물 재배원 **612. 원예 및 조경 종사자** 6121. 원예작물 재배원 6122. 조경원 **613. 축산 및 사육관련 종사자** 6131. 낙농업 관련 종사원 6132. 가축 사육 종사원 6139. 기타 사육관련 종사원
7. 기능원 및 관련 기능종사자	71.식품가공 관련직	**710. 식품가공 관련기능 종사자** 7101. 제빵사 및 제과원 7102. 떡 제조원 7103. 정육가공원 및 도축원 7104. 식품 및 담배 등급원 7105. 김치 및 밑반찬제조 종사원 7109. 기타 식품가공 관련 종사원
2. 전문가 및 관련종사자	21.과학전문가 및 관련직	**211. 생명 및 자연과학관련 전문가** 2111. 생명과학 연구원

원예/조경

작물재배

축산/사육

표-58. 미래유망직업카드- 한국콘텐츠미디어

지구온난화에 대처하는 녹색직업	01. LED제품개발자	06.전기자동차개발자
	02.기후변화전문가	07.탄소배출권거래중개인
	03.바이오에너지연구원	08.태양광발전연구원
	04.연료전지전문가	09.폐기물에너지연구원
	05.온실가스인증심사원	10.풍력발전시스템연구원
유비쿼터스 시대를 이끄는 IT직업	11.RFID시스템개발자	16.온라인광고기획자
	12.U-City기획자	17.정보보호전문가
	13.사물인터넷(IOT)개발자	18.증강현실엔지니어
	14.스마트그리드통합운영원	19.지능형교통시스템전문가(ITS)
	15.스마트폰 앱 개발자	20.클라우드시스템전문가
첨단기술 관련된 직업의 발전	21.3D모델러	25.애니메이터
	22.나노공학자	26.항공우주공학자
	23.로봇공학기술자	27.해양공학기술자
	24.생명정보학자	28.핵융합로연구개발자
세계화, 글로벌화를 이끄는 직업	29.관세사	33.물류전문가
	30.국제개발협력전문가	34.우주비행사
	31.국제변리사	35.의료관광코디네이터
	32.국제회의전문가	
산업과 기술의 융합형 직업 확대	36.게임시나리오작가	43.생체계측의료기기개발자
	37.고도물처리연구원	44.재난대처전문가
	38.기상컨설턴트	**45.정밀농업연구원**
	39.디지털 고고학자	46.치료전문가
	40.로봇감성인지연구원	47.프로파일러
	41.빅데이터전문가	48.홀로그램 전시기획자
	42.빌딩정보모델링전문가	
일과 삶의 균형을 추구하는 직업 확대	49.보육교사	52.익스트림 스포츠 가이드
	50.여행상품개발자	53.전직지원전문가
	51.이미지컨설턴트	54.헤드헌터
삶의 질 향상을 위한 문화·서비스 직업의 세분화	55.내로캐스터	60.이러닝교수설계자
	56.동물관리전문가	61.정리수납컨설턴트
	57.디지털 아티스트	62.체형관리사
	58.디지털 장의사	63.호텔컨시어지
	59.수의사	
고령인구와 다문화 사회를 위한 직업 증가	64.개인자산관리자	68.생체로봇외과의사
	65.기능성식품연구원	69.유전상담전문가
	66.노인상담·복지전문가	70.장기이식코디네이터
	67.다문화 언어지도사	

▌전 시 개 요

- 체험컨셉 : 풍요로운 삶의 길잡이, 유기농 일자리
- 시설형태 : 비상설 전시시설 (TFS 대형천막 ; 파빌리온)
- 전시면적 : 3,000㎡ (909 PY)

[단위 : ㎡, (PY)]

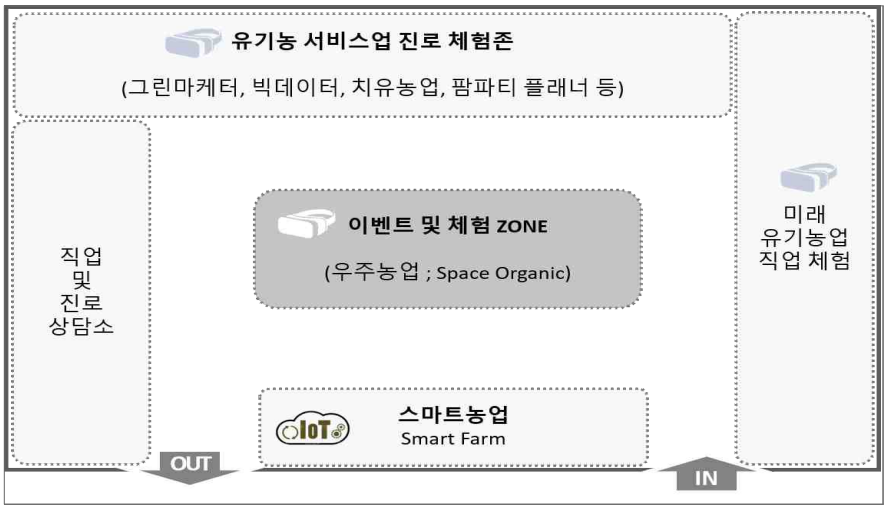
건축 여부	시설형태	규 모	규 격	전시시설
유기농진로체험학교	TFS텐트	3,000(909)	L×W=5×5m	0개
소 계		**3,000(909)**		**0개**

▌전시관 구성(2개 부문) : ❶청년 창업/진로 탐색, ❷미래유망직종

- 청년창업 및 유기농산업에 대한 진로 탐색을 상담함.
- 유기농산업 관련 미래유망직종을 소개함.

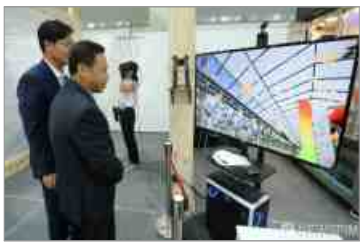
KEY MAP

구성방향



▌추 진 전 략

- 전문 상담사를 배치하고 상담 역량을 강화시킴.
  → 유기농산업 창업 상담, 진로탐색 상담
- 미래 직업에 관해 가상체험 시스템을 적용하여 간접경험을 함.
  → VR, AR 등 활용



- 스마트팜(Smart Farm)은 IoT기술을 기반으로 하고 있으므로 스마트팜에 대한 이해를 높일 수 있도록 함.
- 스마트팜의 작동원리 등을 사전에 학습한 후에 원격으로 조정(운영·관리) 하는 체험 프로그램을 구성함.

4. 곤충체험학교

▌필 요 성

- 관람객, 특히 어린이들에게 사람, 자연, 곤충이 함께 살아가는 이유와 방법을 실제적으로 인식할 수 있는 계기를 제공, 생태환경의 중요성을 인식하고, 유기농의 가치를 공감하는 기회가 마련될 필요성이 있음.
  → 자연환경과 자연생태계에서 곤충류의 역할과 자연생태계 유지에 매우 중요한 역할을 하는 곤충류에 대한 이해를 돕는 계기가 됨.

- 최근 미래 성장산업으로 각광받고 있는 곤충산업에 대한 이해와 진로탐색을 할 수 있는 기회를 체험학습 프로그램을 통해 제공함.

곤충산업 특징 및 동향

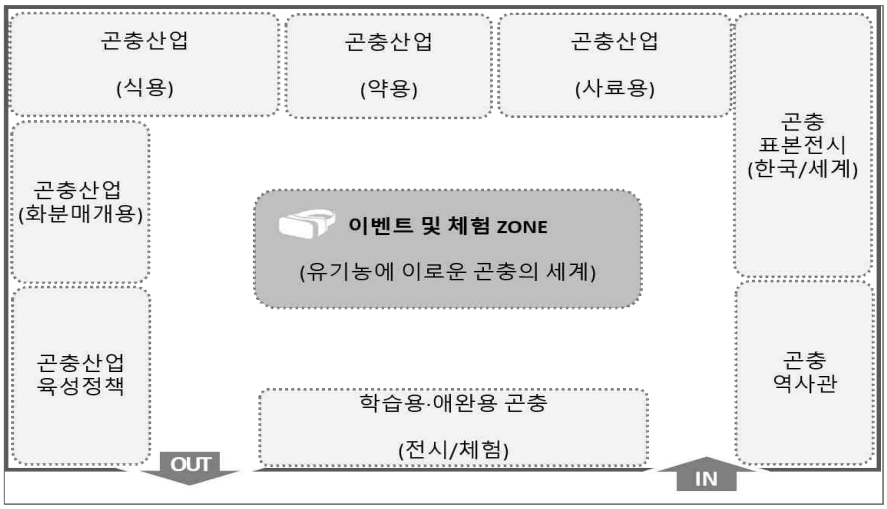
- 곤충산업은 곤충의 생태적 특성을 활용하는 분야와 곤충을 직접 혹은 간접적으로 섭취하거나, 추출해서 사용하는 식량바이오 자원으로서의 활용하는 분야가 있음.
- 생태적 특성을 활용하는 분야는 화분매개나 천적, 환경정화, 학습 및 애완곤충 등 곤충의 타고난 성질을 생물자체로 활용하는 분야로, 비교적 산업이 안정화기에 있음.
- 식량·바이오자원으로는 곤충을 직접적으로 섭취하는 식용곤충 분야나, 곤충을 사료로 사용하는 분야, 곤충에서 얻어진 물질을 활용하는 바이오산업 등이 있음.

▌전 시 개 요

- 체 험 컨 셉 : 미래식량 곤충, 우리 곁으로 더 가까이
- 시 설 형 태 : 비상설 전시시설 (TFS 대형천막 ; 파빌리온)
- 전시면적 : 1,500㎡ (454 PY)

▌전시관 구성(3개 부문) : ❶곤충산업 이해, ❷표본전시, ❸생태체험

- 곤충산업에 대한 이해 : 산업현황, 정책지원현황, 미래상 등
- 곤충 표본전시 : 나비, 왕지네, 흰점박이꽃무지, 여치, 갈색거저리 등
- 곤충 생태체험 : 사슴벌레, 장수풍뎅이, 왕귀뚜라미, 톱사슴벌레, 누에 등

KEY MAP	
구성방향	

▌곤충역사교실

- 곤충의 진화 및 다양성에 대하여 관람하고 학습 도모.
- 생물계에서 곤충 무리의 위치, 곤충의 친척 동물들, 곤충의 다양성, 곤충이 지구상에서 가장 번성하게 된 이유, 국내외 표본 전시 등.

곤충생태교실

- 곤충이 살아가는 다양한 환경 중에서 인류 삶과 밀접하게 연관된 몇 가지 환경을 주제로 곤충이 살아가는 생태계를 소개함.
- 산림생태(숲), 농업생태계(과수원, 시설재배 농지, 벼 재배 농지), 초지생태계 (풀밭), 수계(물속, 물가) 생태계, 땅속생태계, 사람이 사는 주거환경 등에서 살아가는 많은 곤충들 중에 일부 대표적인 것을 예로 들어 곤충서식환경을 체험학습용으로 소개함.

곤충자원교실

- 곤충이 자원이 되는 세상을 소개함.
- 화분매개곤충, 애완곤충, 양봉, 양잠, 식·약용 곤충, 환경정화 곤충, 천적 곤충, 곤충과 문화, 멸종위기 곤충 등의 주제를 소개함.

곤충체험 교실

- 곤충화석 액자 만들기 / 나무 곤충 만들기, 유충 기르기
- 곤충에 관한 시청각 교육 / 장수풍뎅이 표본 만들기 체험
- 장수풍뎅이와 사슴벌레일생 학습하기
- 나무곤충 목걸이 만들기 체험 / 나무곤충 만들기 체험
- 넓적사슴벌레 표본 만들기 체험 / 외국 곤충 표본 및 나비 표본 관찰 학습하기 등

▌추 진 전 략

∘ 기존의 곤충관련 전시관·체험농장 사례 분석, 실행계획에 반영함.
→ 영등포구 곤충체험학습장, 예천곤충연구소, 충북곤충학습체험장, 군산곤충체험학습장, 여주곤충박물관, 양평곤충박물관 등

영등포구 곤충체험학습장

예천 곤충연구소

양평 곤충박물관

∘ 전문 상담사를 배치하여 상담 역량을 강화함.
→ 곤충산업 창업 상담, 진로탐색 상담

∘ 곤충 가상 체험시스템을 적용함.
→ 증강현실(AR)·가상현실(VR) 체험실

5. 야외 체험학습 프로그램

▌필 요 성

- 유기농산업진흥관 등의 전시시설 주요고객은 산업종사자임. 참가의향 조사결과, 가족단위 관람객이 많고, 미래세대에게 유기농의 중요성을 공유하는 프로그램의 중요성이 강조됨에 따라 체험학습 프로그램의 소구력 여부가 대회성패의 주요요소로 작용함.
- 유기농산업의 특성상 실내에서의 체험활동도 중요하지만, 생태체험, 농산물 체험, 농사체험, 자연을 활용한 놀이체험 등은 부듯이 야외 체험시설·공간을 활용할 수밖에 없음.
- 야외 (실외) 유기농 체험학습 프로그램은 체험객들이 직접 자연·생태, 농산물 생산현장 등을 직접 접하는 기회를 제공하기 때문에 유기농업 및 자연생태에 대한 이해와 보존의 중요성에 대해 공감을 갖게 함.

▌야외 체험활동 사례

- 농촌·농업 및 자연생태 체험 관련하여 다양한 프로그램이 전개됨.

표-59. **유·초등생 농업·농촌·생태체험 프로그램 유형**

유형별	주요 프로그램명
농 촌 체 험	쌀겨 뿌리기체험, 지게로 나무하기,
농 사 체 험	옥수수 따기, 감자 캐기, 고구마 캐기, 벼베기 체험, 벼이삭털기체험, 고추따기, 고추말리기, 고구마캐서 쪄먹기, 장대로 감따기와 곶감깎이, 사과 수확, 대추 수확
생 태 체 험	별자리체험, 송사리와 다슬기 잡기, 메뚜기 관찰 체험, 곤충관찰체험, 마을 숲 체험, 생태둠벙체험, 열대식물 관찰, 반딧물체험
놀 이 체 험	윷놀이, 제기차기, 황토마당흙놀이
만들기체험	짚공예체험, 새끼꼬기체험, 즉석인절미메치기, 쌀겨비누만들기체험, 제기만들기체험, 허수아비 만들기, 염색체험, 잼 만들기

▌체험학습장 구성

- 체험컨셉 : 자연 속으로, 함께하는 생태친구들.
- 시설형태 : 비상설 야외 체험시설
- 전시면적 : 58,119㎡ (17,612 PY)

표-60. **유·초등생 농업·농촌·생태체험 프로그램 유형**

체험장명	체험장 형태	규 모	주요 체험상품
유기농 전래놀이 체험	신규 조성 개방형 공간	6,227㎡ 1,887PY	소꿉놀이, 숨바꼭질, 얼음 땡, 그림자 놀이, 땅재먹기, 등 전래 놀이체험공간 마당놀이 형태로 진행 - 자율진행
볍씨 관찰체험장	우리 벼 (논 전시)	4,410㎡ 1,336PY	벼 아트, 벼 베기, 메뚜기 관찰체험 등 우리 볍씨관찰, 해외볍씨 관찰
	토종곡식 (전시포장)	4,410㎡ 1,336PY	토종종자, 재래종, 외래종 비교전시 각 지역별 씨앗도서관 활동사례 소개
생태둠벙	기존시설 활용	7,589㎡ 2,300PY	기존 생태둠벙 활용 + 보완 수중생물 관찰체험
유기농 농사체험장	신규 조성 (재배포장)	3,000㎡ 909PY	가을수확기 작물 중심, 수확체험 (대학옥수수, 가을감자, 고구마, 무, 배추, 대추, 감 등)
수중생태 체험학교	신규 조성 (동진천)	7,589㎡ 2,300PY	동진천 수생생물 관찰체험 생태체험마을 연계 추진
아열대식물 관찰체험	기존 시설	4,979㎡ 1,509PY	기존 시설 활용 아열대 작물 체험 기후변화와 식물 생육환경 변화 설명
과일나라 농원 체험		5,506㎡ 1,668PY	재래 과수품종 전시 과수 수확 체험 등
국궁 및 양궁체험	기존 시설	14,409㎡ 4,366PY	국궁 체험 양궁 체험 등

▌추 진 전 략

1 볍씨 등 우리씨앗(토종종자) 관찰포

- 유전자조작(GMO, Genetically Modified Organism) 식품 바로 알기
- 유전자조작식품과 토종종자의 의미 알기
  (물러지지 않는 토마토, 깎아놔도 색이 변하지 않는 사과 등)
- 유전자조작식품과 건강 바로 알기, 바른 소비
- 우리 볍씨 바로 알기 **(괴산군 소수면 우리씨앗농장과 연계)**

- 우리 볍씨관찰 : 조동지, 버들벼, 자광도, 북흑조, 레온바레, 올뭇개, 잔모찰, 차지나, 장끼벼 등의 토종볍씨 전시
- 해외볍씨 관찰 : 인디카 타입 볍씨, 일본, 중국 등

알찬벼

적토미

참드림

몽당수수

옥발토마토

제주 옥수수

앉은뱅이 고추

붉은 찰 수수

- 우리 종자 바로 알기 : 토종종자, 재래종, 외래종 비교 전시 및 설명회 개최 -공감대 형성
- 각 지역별 씨앗도서관 활동사례 소개 : 강동씨앗도서관(서울 강동구), 공주씨앗도서관(충남 공주시), 광명씨앗도서관(경기 광명시), 서울식물원 씨앗도서관(서울시 강서구), 수원씨앗도서관(경기 수원시), 예산한국토종씨앗박물관(충남 예산), 춘천씨앗도서관 (춘천시), 포항씨앗전시관(포항시), 홍성씨앗도서관

2 유기농 전래놀이 체험

- 마당놀이 형태로 진행
  → 정형화된 체험학습프로그램으로 운영하기 보다는 놀이기구를 장내에 배치해 관람객들이 수시로 활용할 수 있도록 조치.
- 전래놀이 전담, 전문가 배치
  → 전래놀이의 의미, 놀이방법 등을 교육할 전문가 배치 및 관련단체·전문가 협력체제 구축

소꿉놀이 도구

그림자놀이

땅 재먹기

달팽이놀이

색팽이 놀이

대나무 쌩쌩이

우물고누놀이

벙어리 공기놀이

- 관람객 (초등생) 중심의 전래놀이 기구·시설 배치
  → 소꿉놀이, 숨바꼭질, 얼음 땡, 코끼리·벙어리 공기, 팔씨름·손바닥 씨름, 별 잘 적기, 그림자놀이, 땅재먹기, 깃대 쓰러뜨리기, 어미 새끼, 그림자밟기, 색팽이, 쌩쌩이, 닭 싸움, 망 전져 넣기, 수건 돌리기, 글자 찾기, 같은 모양 찾기, 달팽이 놀이, 우물고누·호박고누, 8자 놀이, 닭살이, 가마타기, 글짓기, 포수놀이, 콩 숨기기, 떡장수,비행기 망 줍기 등

3 수중생태 체험학교

- 엑스포 주행사장과 주변 산림생태자원 등과 연계 추진
  → 주 체험행사장은 동진천에 설치 : 7,589㎡ (2,300 PY)
- 산림자원·마을생태자원과 연계 추진
- 둔율마을 올갱이축제 자원, 아토피문화생태마을, 사기막리산촌생태마을(사랑산 산림체험관), 사오랑마을의 숲생태체험
- 성불산 산림휴양단지
- 조령산 자연휴양림
- 생태체험 전담, 전문가 배치
- 체험장 설치 및 프로그램 개발 시 전문가 자문 반영
- 어류전문가, 수중생태전문가, 산림 해설사 등 교육할 전문가 배치
- 관련단체·전문가 협력체제 구축

산막이 옛길 생태체험축제

둔율 올갱이 생태체험

아토피 문화 생태마을

성불산 산림휴양단지

유기농 생태체험 메뚜기 잡기

사오랑 마을 숲 생태체험

백마 맛틔움 작목반 생태체험

동진천 바다모래 뱃사장

- 사전 시범체험행사 추진
- 기존 체험행사의 문제점 보완
- 사전 체험행사 실시로 홍보효과 거양

4 유기농 농사체험

- 주된 관람객 지향의 농사체험장 조성 및 체험프로그램 진행
  → 유아 및 초등학생 중심-농산물 수확 체험
- 지역의 유기농체험프로그램과 연계 추진
- 한살림 : 서울농장 (청천면 관평리 일원에 8천800㎡ 규모)
- 괴산잡곡 : 칠성면, 잡곡 수확 체험
- 우리씨앗농장 : 괴산읍, 토종종자 체험, 고구마 수확 등
- 유기농산업 엑스포 기간 중에 체험이 가능한 작물 중심으로 체험장을 구성하고, 수확체험 프로그램 등을 진행
  → 절임배추, 인삼, 무, 고구마, 감자, 대추, 감, 아로니아, 잡곡, 버섯 등

- 사전 체험행사장 체험역량 강화 지원
- 체험행사장 시설 보완 : 체험장, 교육관, 체험객 편의시설 등
- 체험진향 역량 강화 : 마을해설사, 영농해설사, 산림해설사 등
- 사전 시범체험행사 추진
- 기존 체험행사의 문제점 보완
- 사전 체험행사 실시로 홍보효과 거양

제7절. 컨벤션 프로그램 계획

1. 기 본 방 향

▌개 최 목 적

- IFOAM과 공동개최하는 2022년 괴산세계유기농산업엑스포 개최 붐 조성과 유기농산업 관련한 기술 및 정보의 교육을 시행함.
  → 사전 행사 개최 등으로 붐 조성 / 유기농산업 관련 정보의 교류 및 확산 등
- 글로벌 유기농산업 중심도시 「괴산」의 이미지 강화를 위한 상징적인 글로벌 이슈를 창출함.
- 세계 유기농 관련기관 및 전문가들에 대한 사전 교섭 및 지속가능한 관계 구축으로 괴산을 중심으로 한 국내·외 네트워크를 구축함.

▌개 최 시 기

1 사 전 행 사

- 유기농산업엑스포 개최이전까지 다양한 형태의 컨벤션을 진행함.
- 유기농산업 관련 학술 심포지엄, 유기농산업 관련 비즈니스 포럼 및 국내외 유기농·친환경단체 총회 등을 유치하고 관련 학회, 단체의 관심 유도로 엑스포 참여를 견인함.
- IFOAM주관 국제지역공동체지원농업대회(21.10.예정)시 국제학술대회 개최 등

2 개최 중 행사

- 국제유기농업운동연맹(IFOAM), 한국유기농업학회, 한국유기농업협회 등의 국내·외의 유기농업학술 및 운동단체들을 중심으로 유기농산업 관련행사를 개최함

국내·외 학술대회	◉ 엑스포 기간 중 국제유기농업학회 및 한국유기농업학회 등과 연계해 글로벌 유기농산업 관련 대규모 학술대회를 2회 이상 개최 ◉ 아시아 지방정부 유기농협의회(ALGOA)정상회의 관련 학술행사, 정상회의, 교류친모 행사 등 아시아 지방정부 유기농 협의회(ALGOA) 정상회의 관련 행사 개최
유기농산업 정책포럼	◉ 국내 관련 정부·기업·학계 전문가 협력체 구성해 유기농산업 생태계의 건강성 강화, 착한 소비 활성화 포럼 등의 행사 추진

▌개 최 장 소

- 엑스포 행사장과 가까운 괴산군 소재 컨벤션 자원 활용
  → 충북유기농업연구소, 괴산자연드림파크, 풀무원 로하스 연수원 등
- 컨벤션 : 충청북도농업기술원 충북유기농연구소, 괴산군농업기술센터, 중원대학교, 자연드림컨벤션센터, 풀무원 로하스연수원 등
- 부대시설 : 중원대학교 레지던스 호텔, 풀무원 로하스 연수원, 괴산 자연 드림파크, 산림휴양단지·자연휴양림, 농가민박 등의 체험 및 숙박시설을 활용.

표-61. **행사장 시설 현황**

개최장소		장소현황			타입/용도	비고
		회의실	개수	수용인원		
충북유기농업연구소	회의실 1	대회의실	1	250	극장식	2019년 ALGOA 개최
괴산군 농업기술센터	회의실 2	대회의실	1	150	극장식	
		중회의실	1	50	교실식	
괴산미생물센터	회의실 1	준회의실	1	50	교실식	
괴산군	회의실 1	대회의실	1	250	교실식	
	부대시설	식 당	1	120		구내식당
중원대학교	회의실 1	대 강 당	2	1,500	극장식	
		세미나실	2	150	교실식	
	부대시설	식 당	4	800	오찬장	
		영 빈 관	107	444	숙박용	
풀무원 로하스연수원	회의실 1	대회의실	1	150	극장식	힐링센터
	부대시설	식 당	1	100		패시브하우스
		숙 박	1	120		
괴산 자연드림 컨 벤 션 센 터 (자연드림파크)	회의실 1	대회의실	1	150		
	부대시설	호 텔	1	100		
		레스토랑	1	200		

▌참 가 규 모

- 참가규모 목표 : 5,000명 (전 대회의 110%)
  → 2015년 대회에는 국제학술행사 2,290명, 국내학술행사 1,340명, 세미나 및 포럼 등 830명 등 전체적으로 4,460명이 참석

표-62. **2015 유기농산업엑스포 국제학술회의 개최개요**

행사명	행사주관	행사장소	참석인원
2014 유기농산업 발전을 위한 국제심포지엄	세계유기농업학회 (ISOFAR)	중원대학교	350명
2015 세계 유기농업연구 연구동향 국제심포지엄	국제유기농업운동 아시아연맹 한국유기농업학회	괴산군농업기술센터	18개국 200명
ISOFAR 유기농 3.0 과학심포지엄	국제유기농업운동 아시아연맹 (IFOAM Asia)	1일차: 충북유기농업연구소 2~3일차: 풀무원 로하스 아카데미	1일차: 200명 2~3일차: 100명
제7회 국제프론티어 농업 프로테오믹스학회 제2회아시아-오세아니아 농업프로테오믹스학회	충북대학교 농업과학기술연구소	중원대학교 PT룸	160명 110명
유기농업의 마케팅과 신아태지역 심포지엄	IFOAM, UN FAO Rap (국제식량농업기구 아태지역사무소)	괴산군농업기술센터	180명 150명
유기농산업 국제심포지엄	ISOFAR Korea	충북유기농업연구소	640명
IFOAM 유기농 3.0 국제심포지엄	IFOAM	중원대학교 대강당	200명

표-63. **2015 유기농산업엑스포 국내학술회의 개최개요**

행사명	행사주관	행사장소	참석인원
유기농업 활성화 방안 심포지엄	한국농촌경제연구원	괴산군농업기술센터	200명
2015 한국작물학회 정기 총회 및 추계학술발표회	한국작물학회	중원대학교 (대강당 & CEO룸)	200명
다문화시대 유기농산업과 지역사회 상생방안 구축 심포지엄	중원대학교 이주다문화 통합연구센터	충북유기농업연구소	240명
대한영양사협회 유기농학술 대회	대한영양사협회	중원대학교 대강당	700명
소 계	**4개**		1,340명

표-64. **2015 국내 포럼 및 세미나 개최개요**

행사명	행사주관	행사장소	참석인원
충북발전연구원 -일본 야마나시종합연구소 국제 교류세미나	충북대학교	괴산군청 회의실	50명
유기농업 육성을 위한 아시아지방정부협의체 창립 대회 (ALGOA)	IFOAM Asia	충북유기농업연구소	200명
여성 유기농업인과의 토론회	괴산유기농업인연합회	충북유기농업연구소	220명
충북 오가닉 의·미(醫-美) 농 포럼 & 유기농화장품 국제심포지엄	충북 오가닉 의·미(醫·美)농 포럼 서원대학교	충북유기농업연구소	200명
유기농 의류직물 심포지엄	IFOAM Asia GOTS	괴산군농업기술센터	80명
유기농 포럼: 3.0 시대 전망과 우리의 역할	IFOAM Asia 환경농업단체연합회	괴산군농업기술센터 미생물배양센터	80명
소 계	**6개 행사**		**830명**

2. 주요 컨벤션 주제 선정

○ 당면한 유기농산업의 문제를 해결할 수 있는 방안을 제시하고, 나아가 한국 유기농산업의 비전을 제시하는 주제로 선정.

학 술 심 포 지 엄

- ◉ 코로나19(전염병)와 유기농의 상관관계 심포지움 (국민생활습관병 유기농치유 연계)
- ◉ 유기농업과 토종종자산업 육성 심포지움 ; GMO식품 대응 관련
- ◉ 유기가공식품 심포지움 : 유기가공식품산업 발전전략 모색
- ◉ 유기인증자재 원료산업 발전방향 모색 심포지움
- ◉ 유기농 공익가치 실현 전략모색 심포지움
- ◉ 농업생태환경프로그램 발전방향 모색 심포지움
- ◉ 유기농 병해충 제어방법 심포지움
- ◉ 유기농과 잡초관리 심포지움
- ◉ 유기농 발효식품 심포지움
- ◉ 유기농업과 공정무역 심포지움
- ◉ 유기농과 동물복지 심포지움
- ◉ 유기농과 의류직물 심포지움

◉ 유기수산 심포지움
◉ 유기·천연화장품산업 발전 심포지움
◉ 유기농 서비스산업 발전 심포지움 (호텔, 산후조리원, 유아원 등) 등

비즈니스 포럼·총회 개최

◉ 한국유기농협회
◉ 한국유기농학회
◉ 한살림연합
◉ (사)환경농업인단체연합회
◉ 한국친환경농자재협회
◉ 친환경농산물의무자조금위원회
◉ (사)전국친환경농업인연합회
◉ 충청북도 유기농·친환경단체 등

3. IFOAM 창립 50주년을 기념한 행사 연계

- 2015년 괴산세계유기농산업엑스포 대회에는 방송통신대 유기농업 실천 연구회 심포지엄, 충청북도 여성단체 시군교류사업 보고회, 전국 시도 새마을지도자, 부녀회장 회의, 한국여성소비자연합 전국대회 등 4개의 전국대회에 850여명이 참석함.

- IFOAM(국제유기농운동연맹) 창립 50주년 기념행사
  → 주행사장에서 창립 50주년을 기념한 세계 유기농산업 관계자 참여

- 방송통신대 유기농업 실천연구회 심포지엄
  → 방송통신대학교 농학과 100명의 학생들이 참여

- 충청북도 여성단체 시군 교류사업 보고회
  → 충북도 17개 및 시군 11개 단체관계자 340명이 참여, 교류사업평가회 개최

- 전국 시도 새마을지도자, 부녀회장 회의
  → 충청북도 새마을지도자회 주관으로 중원대 CEO룸에서 개최, 60명의 참여

- 한국여성소비자연합 전국대회
  → 10월 6~7일 2일, 한국여성소비자연합 전국대회 350명 참여
- 2022년 괴산세계유기농산업엑스포는 2015년의 경험을 살려 더 많은 행사를 유치할 수 있도록 실행계획 수립.
- 유기농·친환경생산자단체 정기총회 및 교육프로그램
- 소비조합, 생협 등 전국단위 유기농·친환경농산물 소비자단체
- 전국단위 환경보호운동단체
- 생태, 건강 지향 의료인단체-의사회, 한의사모임 등
- 전국식생활관련 단체-대한영양사회 등
- 농촌체험학습프로그램 운영기관·단체 모임
- 전국 생태유아교육 기관 및 단체 모임 등

제8절. 비즈니스 프로그램 계획

1. 유기농 직거래 장터

▌의　　미

- 유기농 직거래 장터는 생산자와 소비자가 직접 만나는 만남의 장소로 거래의 장소일 뿐만 아니라, 교류의 장소, 정보소통의 장소, 문화교류의 장소로 의미가 큼.
- 괴산군 및 충북도내 유기농업인들이 직접 판매할 수 있는 직거래장터 및 교류협력의 장을 구성함.
  → 유기 농축임산물, 유기가공식품 등
- 한살림 판매장 등 기존 시설 및 공간을 활용해 비용 최소화 하여 추진함.

▌설치계획

- 전시컨셉 : 가치소비, 상생협력
- 시설형태 : 기존시설 활용(한살림) 및 비상설 전시시설
- 전시면적 : 6,792㎡ (2,065 PY)

[단위 : ㎡, (PY)]

건축 여부	시설형태	규 모	규 격	전시시설
직거래장터	MQ텐트	336(109)	L×W=5×5m	40개
한살림 홍보관	기존시설 활용	6,456(1,956)	L×W=5×5m	10개
소　　계		**6,792(2,065)**		**66개**

참 고 : 직거래장터 가용면적은 2,370㎡이며, 한살림 홍보관은 현재 판매장을 활용하고, 수산식품산업거점단지를 연계하여 유기농 민물고기 전시, 직판장을 운영함.

▌추 진 방 향

- 행사장 공간, 관람동선 등을 종합 고려하되, 관람객 구매편의성 (구매, 배송 등)을 최대한 고려하여 설치함.

KEY MAP	

- 핵심 가치인 “생산자와 소비자가 직접 거래하는 건강한 유기농 제품”을 추구하고, 유기농업인들이 소비자에게 직접 수확한 건강한 유기농·식품을 판매할 수 있는 장소임.
- B2B 중심의 직거래가 이루어지고 일반관람객이 시중 가격보다 저렴하게 구입할 수 있도록 공정한 거래가격을 형성시킴.
- 다양한 프로모션과 이벤트를 시행하여 관람객의 방문을 유도하고 직거래 장터는 일반적인 몽골텐트 형식이 아닌 마차형 이동식 간판대 등을 활용하여 유기농산물과 유기식품을 진열하고 대면 판매할 수 있도록 전통적인 색채로 공간을 연출함.
- 직거래장터는 문화체육센터와 진입마당 사이의 4차선 도로에 양쪽으로 직거래 장터를 설치하되, 유사 상품군을 어느 정도 분류하여 관람객이 비교(흥정)하고 구매해갈 수 있는 전통시장의 분위기를 연출함.
- 또한 관람객의 편의를 위해 운영본부에서 개별 직거래장터 사업주에게 카드 단말기를 보급하며, 관람객이 택배로 물건을 수령하길 희망할 경우에 택배물품 보관소를 운영함.

축제용 이동식 가판대

간이 카드단말기

택배물품보관소

제9절. 이벤트 등 연계프로그램 기획

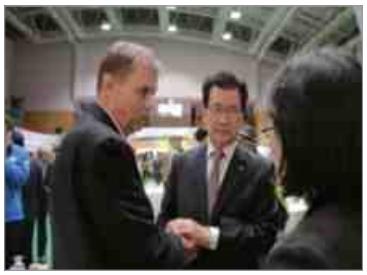
1. 공 식 행 사

▌개 회 식

- 본 대회의 의미를 살릴 수 있는 간결한 메시지 중심의 대회로 구성해 대회의 중요성을 알리고, 역동적이면서도 미래지향적인 가치를 확산시킬 수 있도록 구성함.
  → 유기농과 생태적인 삶의 가치 / 유기농과 생태환경 보전의 가치 등
- (정보와 즐거움) 전 국민들에게 유기농의 가치를 알리고, 유기농산업 육성의 중요성을 널리 알리는 계기로 활용하기 위하 전 국민이 모두 함께 즐길 수 있는 콘텐츠로 구성함.
- 안전사고 예방에 중점을 두며, 다수의 관람객이 참석하고 국내외 귀빈 등 초청인사들의 참석이 예상되므로 안전, 보안, 영접계획 등을 체계적으로 수립하여 시행할 필요성이 있음.
- 개회식은 식전행사, 본 행사, 식후행사 등으로 체계화하여 구성함.
- 식전행사 : 본 대회 주제에 걸 맞는 환영연주, 대화 소개, 축하공연
- 본 행사 : 개회 선포, 개회사, 환영사, 축하영상, 개회이벤트 등
- IFOAM(국제유기농운동연맹) 창립 50주년 기념행사
- 식후행사 : 한류스타 축하공연, 불꽃놀이 등 대회 축하와 참가자 모두가 즐길 수 있는 화합의 장으로 구성.
- 2022 괴산세계유기농산업엑스포 주행사장 개장식
- 개회식의 세부행사로 진행하여 엑스포 전시장의 개관을 공식 선언
- 유기농관련 기관단체장, 지역주민대표 등이 테이프커팅 참여

▌폐 회 식

- 2022 괴산세계유기농산업엑스포 폐회식은 조직위원회를 비롯하여 모든 스태프, 지역주민들의 노고를 위로하는 자리로 구성을 함.



2. 사 전 행 사

1 조직위원회 발족식 및 성공다짐대회

- 조직위원회 및 지역의 주요인사, 주민들을 초청하여 성공적인 엑스포 개최를 위한 다짐과 화합을 기하는 자리를 마련함
- 개회사, 홍보영상물 상영, 추진상황 보고, 인사말, 격려사, 축하 공연 등으로 대회 성공을 기원함.

2 행사장 기공식

- 행사장 기공식은 괴산세계유기농산업엑스포 조직위 관계자 및 지역의 주요 인사들을 초청하여 그 동안의 진행사항을 확인하고 검토하는 행사로 구성함.
- 그리고 지역민 및 산업·학계 관계자와 전 국민적인 관심을 유발시킴.

3 D-100 기념행사

- 괴산세계유기농산업엑스포 개최 100일 전일에 성공의지를 다지고, 본 대회를 홍보하기 위한 행사로 개최를 추진함.
  → 축하공연, 성공기원 영상 상영, 경과보고 등으로 진행

4 전 야 제

- 전야제는 괴산세계유기농산업엑스포 개막을 널이 알림으로써, 본 행사에 대한 관심 유도, 주민들에게 다양한 참여 유도 등의 계기로 활용함.
  → 행사장 일대에서 도민화합 한마당 큰 잔치로 진행.
  (장축포 발사, 도내 문화단체의 축하공연, 인기스타 특별공연 등으로 구성)

5 기타 이벤트

- 공 모 전 : 전 국민을 대상으로 홍보 및 아이디어 수집 차원에서 실행.
- 2022괴산세계유기농산업엑스포 E·I (행사 아이덴티티)
- 생활유기농 아이디어 공모 등
- 홍보대사 위촉식 : 국내 유기농과 관련된 인사를 홍보대사로 위촉하되, 2022 괴산세계유기농산업엑스포의 취지와 목적에 맞는 인물을 물색하여 심의위원회를 통해 최종적으로 홍보대사를 위촉함. (*보도자료 홍보)

3. 상 설 행 사

▌주 제 공 연

- 2022괴산세계유기농산업엑스포의 주제공연 작품을 제작하여 상시적으로 공연을 함.
- 2022괴산세계유기농산업엑스포의 주제를 생동감 있게 표현해 낼 수 있는 복합 멀티미디어 공연으로 기획함.
- 세계적인 이목도가 높은 한류 콘텐츠를 적극 활용하고, 이를 통해서 유기농산업의 중요성을 강조함.
- 연극적 요소와 첨단 멀티미디어적 요소의 혁신적 결합형태로 주제 공연을 구성함.
- 유기농의 다양한 요소들인 흙, 물, 공기, 사람, 동물, 기술 등을 각각 상징화하여 이들의 혁신과 융합을 시각적으로 표현함.
- 전문적이고, 보다 완성도 높은 공연을 위하 국제적 예술단, 연극단, 멀티미디어쇼 전문가 초청 및 공연을 제작함.

▌주제 퍼레이드 쇼

- 2022괴산세계유기농산업엑스포 행사기간 중에 마스코드 및 주제를 상징적으로 표현할 수 있는 캐릭터들의 퍼레이드 쇼를 기획하여 관람객에게 다양한 재미를 제공함.
- 주제 퍼레이드 쇼를 보는 관람객들로 하여금 본 엑스포의 주제를 다시 한 번 상기하는 계기를 마련함.

▌특 별 공 연

- 지역의 예술문화단체, 국내 유명공연 등으로 구성하여 상대적으로 문화 혜택이 적은 지역민들에게 수준 높은 공연을 제공하여 문화적 삶의 충족시킬 수 있는 계기를 마련함.

▌상 설 공 연

- 어린이 관람객과 학생 단체 관람객들을 위한 행사로 행사기간 내내 공연을 진행함.
- 지역 공연동아리 및 공연단체를 중심으로 유기농·생태 영화, 음악회, 유기농을 주제로 한 어린이 시화 전시회, 어린이 유기농 인형극, 전통공연, 태권도 시범, 유기농 마술쇼 등으로 구성하여 공연을 진행함.

4. 엑스포 연계 프로그램

▌괴산 농촌생태 투어

- 괴산군 소재 유명 문화관광자원과 유기농산업자원 및 농촌민박과 자연 휴양림·농촌휴양체험마을 등의 농촌체험 자원 등과 유기농 엑스포 행사 프로그램과 연계한 프로그램을 구성함.

체험학습 프로그램	◉ 유기농산업엑스포 + 유기농산업자원 + 농촌휴양체험마을 + 유명
숙박 체험학습 프로그램	◉ 어린이 대상으로 밤하늘 별 체험 프로그램 등과 연계 ◉ 농촌체험마을, 농가민박, 자연휴양림 등의 숙박시설 활용, 연계

▌산 사 체 험

- 산사 체험프로그램으로 불교 신자들의 관심도를 높이고 사찰 체험프로그램으로 숙박 문제를 일부 해결할 수 있도록 연계 프로그램으로 기획함.
- 괴산 유명산사에서 1일 500명의 숙박 체험객을 수용할 수 있는 규모이며, 숙박이 가능한 사찰로 각연사, 무심사, 개심사 등 12개 사찰이 있음.

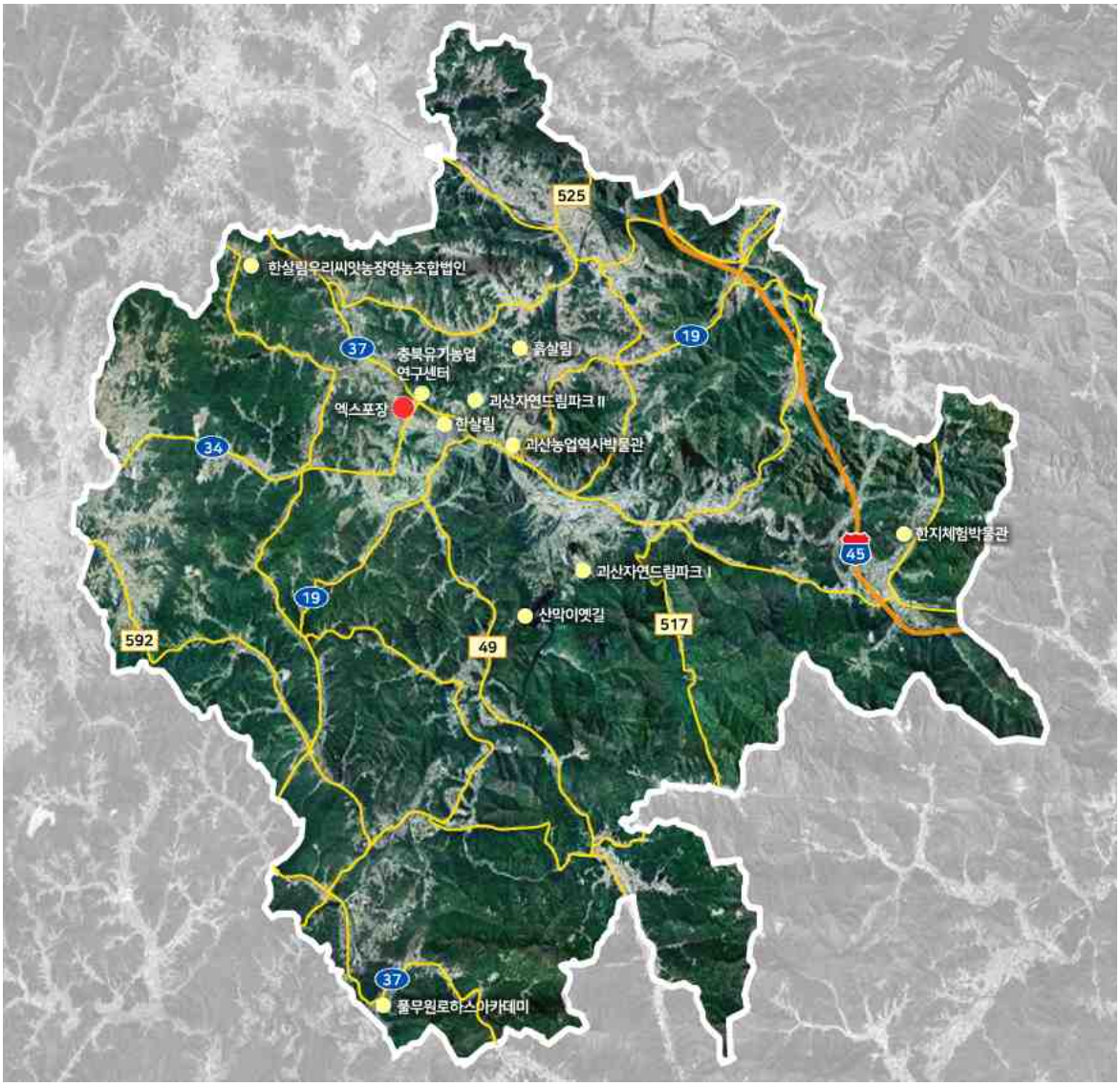
각 연 사

무 심 사

개 심 사

▌기타 연계 체험

- 치유의 숲, 우드림, 성불산자연휴양림 등의 괴산군 자연자원을 연계한 체험프로그램을 기획함.



Organic

2022괴산세계유기농산업엑스포 주행사장과 연계 행사장에 대한 프로그램을 기획·실행하여 관람객이 괴산군의 다양한 유기농산업을 체험할 수 있는 기회를 제공함.

당일형 국제행사가 아닌 체류형 국제행사로 기획함으로써 괴산군의 관광산업과 지역경제 활성화에 이바지할 수 있도록 함.

5. 타 지자체 연계·협력

기 본 방 향

- 2022괴산세계유기농산업엑스포 행사에 도내 기초지자체(시·군), 타 광역시·도 및 시·군 지자체뿐만 아니라,
- 세계 각국과의 연계·협력을 통해 국제행사로서의 면모를 갖추고 성공적인 국제행사가 개최될 수 있도록 연계 프로그램를 강화함.

▌국내 ALGOA 지자체 회원과 연계·협력

- 회원 지자체(8개 시·군) : (**충북** 7) 청주, 충주, 제천, 보은, 영동, 증평, 음성, (**경북** 1) 청도

- 충청북도 & 괴산군 ←→ **청주시** 축제 등 연계 (협약 추진)
  "괴산세계유기농산업엑스포" ←→ "청원생명축제(10월 초)"
  → 청주 유기농산업복합서비스지원단지 활용 (도시농업행사 동시 개최)
  * 연계 행사장 거리 : 약 40㎞ (자동차 40분 소요)

- 충청북도 & 괴산군 ←→ **증평군** 축제 등 연계 (협약 추진)
  "괴산세계유기농산업엑스포" ←→ "증평인삼축제"
  * 2013년 괴산군·증평군은 '유기농특화관광 거점사업' 선정 후 연계사업 추진

- 충청북도 & 괴산군 ←→ (경북)**청도군**
  * 청도군 영남권 '자연드림파크(유기농 단지)' 조성 예정
  * 자연드림파크 : 구례 ←→ 괴산 ←→ 청도

▌충청북도 시·군 지자체 연계 ; 유기농특화도 충청북도 홍보

- 도내 11개 시·군 참여로 홍보관 운영 및 유기농특산물 전시·판매, 농촌체험관광 프로그램 운영 등으로 시너지 창출
  → "충청북도 시·군 친환경유기농특산물 한마당 행사" 개최

- 도내 농촌관광 프로그램 유기농 테마 연계코스 개발·운영 (MOU 체결 예정)
  * 지역별 유기농업(도시농업 ~ 스마트 팜 ~ 친환경체험농장)과 도내 문화관광을 접목

▌타 광역 시·도 및 시·군 지자체 연계 ; " 전국 유기농산업 시·군의 날 "

- 로컬푸드 연계(충북 괴산←→전북 완주) ; 유기농푸드 및 로컬푸드 상생발전 협약 추진
  * 고령농업인의 효자돈이 되고 있는 완주군 로컬푸드의 지역경제 활성화 공유

- 괴산군 서울농장 연계 ; 귀농인 교육·체류형 숙소동 확대, 유기농 영농체험을 통한 서울시민들의 안정적인 농촌 정착 지원 및 서울시민이 참여하는 행사 개최 (괴산군과 서울시 상생발전 우호교류협약 체결 ; `19.07.05.)

· 위　　치 : 괴산군 청천면 관평리 **169** (부지 및 숙소동 확대예정)
· 사업기간 : **2017** ~ **2019**
· 총사업비 : **1,620**백만 원(서울시 **620**, 괴산군 **1,000**)
· 사 업 량 : 부지 **8,800**㎡, 건축 **663**㎡ (교육동 **374**, 숙소동 **289**)
- 텃밭 부지별도 **3,300**㎡, 매년 **19**회 서울시민 방문중 (**1**회 **30**명)
※ '**20.3**. 현재 준공 및 체험행사 운영 중

- 개최시기(`22.9.~10.)와 연계 : 2022 괴산세계유기농산업엑스포 개최시기와 같은 시기에 개최되는 유기농&토하 축제(9월,영암), 한농마을 유기농가을축제(10월,상주), 세계 유기농 인삼축제(10월, 안성), 국제농업박람회(10월, 나주) 등의 유사행사들과 연계 추진

2022괴산세계유기농산업엑스포

제7장 엑스포 행사장 조성·관리계획

제1절. 행사장 및 시설 조성 기본방향

그림-20. **2022괴산세계유기농산업엑스포 행사장 구성개념**

1. 환경 친화적 행사장 조성

- 유기농3.0괴산선언의 '건강, 생태, 공정, 배려'라는 4대 원칙에 따라 유기농의 핵심가치를 구현한 친환경적 행사장 조성을 원칙으로 함.
- 이를 위해 엑스포 행사장 건설에 친환경적 건축자재를 사용하는 것을 원칙으로 하며, 행사 전·중·후에 발생하는 건축 폐기물도 친환경적으로 처리함.
- 기존시설물을 친환경 이미지로 재탄생시키고 행사장 부지 및 주변지역의 하천, 산, 농지 등을 있는 그대로 활용하여 자연환경에 순응하는 행사장으로 조성함으로써 유기농의 가치와 철학을 공간·시설물에 긍정적으로 적용함.

2. 효율성·경제성·연계성·지속성을 고려한 행사장 조성

- 엑스포 행사장 조성에 있어 최소한의 건설 예산을 투입하여 최대한의 완성도 높은 행사장을 조성하는 것을 궁극적인 목표로 하며, 이를 위해서는 모든 행사장 인프라를 신규 건립하는 것이 아니라 기존시설물 및 계획을 최대한 활용함.

- 기존의 종합운동장, 실내체육관, 국궁장과 양궁장, 테니스장 등 체육 및 공원시설, 전기, 상·하수, 오폐수 등 관련 기반시설, 행사장 인근의 충북유기농업연구소, 농업기술센터, 학교시설 등을 적극 활용으로 실제 행사를 위해 필요한 부지 및 시설, 인프라를 최소화할 수 있도록 행사장을 조성함.
- 엑스포 개최 후에는 기존시설물 및 잔존시설물을 지속적으로 활용할 수 있도록 행사장 조성을 위한 계획 수립 단계에서부터 치밀한 연계 방안을 마련하고 특히 유기농관련 행사 또는 축제, 엑스포의 개최 가능성 및 행사 외적 활용도 증대를 위한 계획을 마련함.

3. 스토리가 살아있는 행사장 조성

- 엑스포 행사장의 이미지가 엑스포 주제를 상징적으로 표현할 수 있게 하여, 관람객들로 하여금 2022괴산세계유기농산업엑스포가 표방하는 기본이념을 더 쉽게 공감할 수 있게 하고 소프트웨어(프로그램)와 하드웨어(행사장 조성)가 최적의 조화를 이룰 수 있도록 계획함.
- 행사장 조성은 2022괴산세계유기농산업엑스포 주제 및 공간별 스토리텔링에 따라 관람객이 각 공간에서 유기농산업엑스포의 가치, 흥미, 재미, 배움을 얻어갈 수 있도록 공간 및 프로그램 구성을 계획함.
- 관람객들이 엑스포의 주제를 물리적·환경적으로 직접 체험하며, 상호 소통할 수 있도록 다양한 형태와 기능을 행사장 내 주요 공간에 부여함.
- 유기농을 직접 체험할 수 있는 테마 장소를 구성하여 엑스포의 상징성을 강화하고 엑스포 개최 이후에도 지속적인 관람객을 유인하여 괴산군 유기농 관련 관광객 유치로 연계될 수 있도록 계획함.

4. 관람객의 '편의'와 '안전'을 중시한 행사장 조성

- 2022괴산세계유기농산업엑스포 행사장은 관람객의 안전을 최우선으로 고려하는 공간구성을 계획하고, 이를 위해 행사장은 관람객의 보행을 위한 공간으로 구성하고 차량이동은 원칙적으로 배제시킴.
- 행사장의 아름다운 경관이 조망될 수 있도록 충분한 오픈스페이스를 확보할 수 있도록 적절한 시설물 배치를 함.
- 엑스포 행사장의 조성은 주변 접근도로(인도, 자전거 도로 포함) 및 주차장 확보 계획에 각별한 주의를 기울여 참가자, 관람객의 접근성 및 편의 증대를 도모함.
- 관람객들의 엑스포 프로그램을 관람함에 있어 원활한 동선 확보가 가능하도록 행사장 내 시설물의 효과적인 배치 및 인근 연계 시설과의 유기적인 연결성을 확보함.
- 또한 엑스포 관람 중에 지친 참가자들이 충분한 휴식이 가능하도록 휴게·휴식공간과 화장실, 식음료 판매장 등을 동선에 따라 적절하게 배치하도록 함.

제2절. 행사장 개요 및 부지 확보 계획

1. 엑스포 행사장 조성개요

- 엑스포 행사장은 크게 ① 주 행사장과 ② 연계 행사장 ③ 주차장으로 구성함.

① 주 행사장 : 엑스포 주요 프로그램 및 시설들이 입지하며, 괴산종합운동장, 문화체육센터, 테니스장, 게이트볼장, 축구장, 궁도장, 양궁장 등 기존시설과 함께 동진천 일원, 유기농업연구소, 괴산군농업기술센터와 생태학습장, 주변 농지 및 야산 등으로 구성함.

② 연계행사장 : 거리축제 행사장인 괴산읍내와 인근 하천, 괴산군농산물유통센터(한살림), 중원대학교, 괴산자연드림파크, 풀무원 로하스 아카데미 등 주행사장 주변 시설 등을 활용하여 엑스포 부대 행사장으로 활용함.

③ 주 차 장 : 주차장은 주 행사장에서 2km 내외에 주차장을 2개소를 확보하여 관람객이 주차 후 행사장 이동이 용이토록 정기셔틀버스를 운행하고 행사장 주변의 교통체증이 최대한 발생하지 않도록 교통계획을 수립함.

2. 엑스포 행사장 확보계획

2-1. 행사장 확보 계획

- 엑스포 주행사장과 보조행사장을 포함한 총 부지는 796,185㎡(약 24.1만평) 규모로 조성될 계획이며 현재 해당 부지는 괴산종합운동장, 문화체육센터, 운동장, 테니스장, 야구장, 게이트볼장, 궁도장 및 양궁장 등 체육시설과 괴산군청, 괴산군농업기술센터, 동진천 및 주변야산, 농지, 유휴부지 등으로 존재함.
- 이중 약 70% 규모의 부지는 기존 체육 및 문화시설, 지방하천, 괴산군청, 괴산군농업기술센터 등의 공공부지로서 엑스포 시설로 활용 후 복원 계획임.
- 나머지 약 30%의 부지는 대부분 개인이 소유한 민간농지로 행사장 전용을 위해 민관 협의체를 구성하여 부지를 확보할 계획이며, 행사 개최 이후에 원상복원을 할 예정임.
- 일부 부지는 지방비로 매입하여 엑스포 개최 이후에도 유기농 관련 행사가 개최될 수 있도록 경관 자원화하여 관광객에게 괴산세계유기농산업엑스포의 유산으로 기념하고자 함.
- 연계 행사장으로는 괴산읍내, 괴산군농산물유통센터(한살림) 및 주변하천을 이용하여 거리축제 및 거리축제 부대행사장, 유기농 캠핑장 등으로 활용하고, 약 3km 이내에

위치한 중원대학교를 학술대회장으로 확보·활용할 계획임.

- 또한, 괴산자연드림파크, 풀무원 로하스 아카데미, 흙살림, 한살림 등의 괴산군 유기농산업 중요자산을 연계한 프로그램을 연계하여 관람객에게 다양한 체험 프로그램을 제공하고 체류형 방문을 유도할 수 있도록 함.

그림-21. **2022괴산세계유기농산업엑스포 행사장 확보계획**

구 분	이용 내용	토지 확보 계획
기존시설부지	괴산종합운동장	○ 유기농자재산업관 및 펫 케어 산업관으로 활용 (옥외 배치를 원칙으로 하는 유기농산업 부문)
	문화체육센터	○ 국제유기농식품관으로 활용 (식품산업 특성상 오염을 방지할 수 있는 실내시설) ○ 문화체육센터 4차선 도로는 행사장의 주출입구로 게이트, 직거래장터 등을 배치하여 관람객이 엑스포 관람의 서막을 알리는 상징적 공간으로 조성 ○ 주요 관리시설(운영본부, 119센터, 미아보호소 등)을 문화센터 앞쪽 주차장을 활용하여 배치
	잔 디 광 장	○ TFS 파빌리온 형태로 국제유기농식품관으로 활용 (식품산업 특성상 오염을 방지할 수 있는 실내시설)
	야외음악당	○ 문화체육센터에 인접한 부지로 2019년 건립이 되어 2022괴산세계유기농산업엑스포 주공연장 및 개·폐식장으로 활용함.
	괴산국민체육센터	○ 추진위원회 사무실, 프레스센터 등으로 활용
	테니스장, 야구장 및 주변 공유지	○ 진입마당을 중심으로 2022괴산세계유기농산업엑스포의 메인행사장을 주변에 배치함. ○ 유기농3.0주제관, 유기농국제협력관, 유기농바이오헬스케어, 유기농치유관 등을 배치함.

구 분	이용 내용	토지 확보 계획
기존시설부지	궁도장 및 양궁장	○ 군민 체육시설, 전통문화 체험장으로 활용
	충북유기농업연구소	○ VIP 주차장 및 학술대회장 등으로 활용
	괴산군농업기술센터 및 인근공유지	○ 농업기술센터가 보유한 가공센터, 아열대식물원(온실), 과일나라농원, 생태둠벙(학습장) 등을 최대한 활용하여 유기농업 관찰장, 체험장, 실습장 등으로 토지를 이용함. ○ 괴산군농업기술센터의 주차장은 유치원생 및 초등학생 체험학습을 위한 주차공간 및 행사주최 관리자 주차장으로 활용
	동진천 일원 및 인근 야산	○ 지방하천, 하천주변 정비사업과 연계하여 수생생태체험 공간으로 활용
연계활용부지	괴산군농산물유통센터 (한살림 판매장)	○ 부속 행사장으로 괴산에서 생산되는 유기농·식품 전용 판매장으로 활용 ○ 한살림의 역사, 활동 등을 전시·홍보하는 공간으로 활용
	벽초 홍명희 생가	○ 우리나라 전통가옥의 특징과 홍명희 선생의 업적을 학습하는 공간으로 활용 ○ 인근 부지는 캠핑장으로 활용하여 관람객이 가족단위로 체류형 유기농산업엑스포 행사를 관람할 수 있도록 유도
	중원대학교	○ 엑스포 연계행사장인 학술회의장, 숙소(외국인)으로 활용
	괴산자연드림파크	○ 엑스포 학술대회 참가자, 해외 참가자, 관람객이 숙박시설로 활용 (유기농호텔 보유) ○ 아이쿱생협과 협력·공동마케팅을 추진하여 괴산자연드림파크에 위치한 다양한 공방 체험프로그램을 2022괴산세계유기농산업엑스포 연계프로그램으로 제공
	풀무원 로하스 아카데미	○ 바른 식생활 체험교실, 지속가능한 생태에너지·생태건축 자재 체험을 할 수 있는 연계프로그램 제공 ○ 유기농학회, 심포지엄 등 유기농학술대회장으로 활용
	한살림 및 흙살림 연 구 소	○ 유기농산물 관찰체험, 수확체험, 가공체험, 토박이 씨앗 채종포 실습을 할 수 있는 연계프로그램 제공 ○ 유기농 생산자재 제조체험, 꾸러미상품, 유기농산물 생산기술 관련 포럼 등의 개최지로 활용
신규확보부지	주차장 부지	○ 괴산읍 정용리 815 외(농림지역) 필지 76,400㎡, 괴산읍 대사리 31 외(미니복합타운 예정지) 필지 169,600㎡를 주차장 부지로 활용
	행사장 사유지 (민간 농지)	○ 토지를 민간과 협의하여 임차계약을 통해 전통놀이마당, 큰마당, 유기농산업 진로탐색 체험장 등의 공간으로 활용 ○ 농지는 원상복원이 가능하도록 우리씨앗관찰장, 유기농 농사체험장, 곤충학습장 등을 배치

2-2. 주차장 확보 계획

○ 주차장은 주행사장과 약 2km 이내에 위치한 주차장 2개소를 확보함.

[단위 : ㎡, ㎞]

구 분	소 재 지	용 도	면 적	거리
제1주차장	괴산읍 정용리 815 외	농림지역	76,400	1.4
제2주차장	괴산읍 대사리 31 외	미니복합타운예정지	169,600	1.7
계			**246,000**	

○ 서울 및 수도권, 경상권 등 평택충주간 고속도로, 중부고속도로, 중부내륙고속도를 이용하는 관람객은 제1 주차장을, 청주 및 대전권, 충주 및 음성권 등에서 진입하는 참가자는 주 행사장 인근 유휴부지인 제2 주차장을 활용함.

○ 장애인 주차장은 괴산국민체육센터(운영본부)와 농업기술센터의 주차장을 우선 활용하며, VIP 주차장의 경우 충북유기농업연구소 주차시설을 활용함.

표-65. **2022괴산세계유기농산업엑스포 주차장 이용 관람객수**

구 분	단위	수 량	산 출 근 거
피크타임 예상 동시체류 관람객수	명	44,000	
주차장 수용 요율	%	80.0	
피크타임 예상 주차장 이용객수	명	35,000	44,000명 × 80%
개별 관람객(60%)	명	21,000	35,000명 × 60%
단체 관람객(40%)		14,000	35,000명 × 40%

표-66. **2022괴산세계유기농산업엑스포 적정 주차장 수용능력**

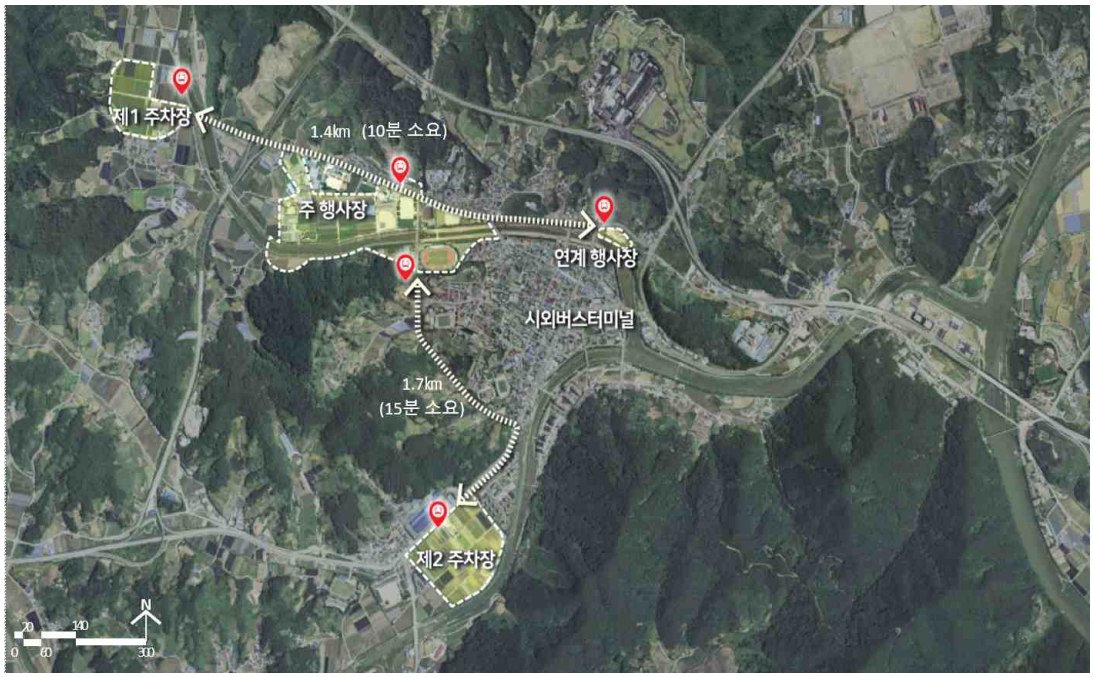
구 분	동승인원 (명)	피크타임 차량수 (대)	1대 점유면적 (㎡)	소요면적 (㎡)
개별 관람객	3.5명	6,000	35	210,000
단체 관람객	35명	400	90	36,000
계		**6,400**		**246,000**

주) 자동차 주차면적 : W×L=2.6m×5.2m 이상 (개정안)

적정 주차장 규모

◉ 셔틀버스 승하차장, 버스대기실 및 편의시설 등을 감안할 경우에 약 246,000㎡ (74,545 PY)을 확보하는 것이 적절하다고 판단됨.

그림-22. **2022괴산세계유기농산업엑스포 주차장 확보계획**



제3절. 행사장 구성 및 공간배치계획

1. 도입시설 검토

- 2022 괴산세계유기농산업엑스포 개최를 위해서 필요한 행사장 내 도입 시설은 다음과 같음.

구분		도입시설
주제관 및 전시관		∘ 유기농3.0주제관, 유기농국제협력관 ∘ 국제유기농식품관, 유기농바이오헬스케어관, 유기농치유관 ∘ 유기농자재 및 펫 케어 산업관
체험 및 이벤트 시설		∘ 유기농체험놀이학교, 유기농진로체험학교 ∘ 곤충체험학교, 미로정원, 미스터리 써클, 볍씨관찰체험장, 우리씨앗전시포, 농사체험장, 생태체험장 ∘ 궁도장, 양궁장(전통문화체험)
마 당		∘ 진입마당 : 엑스포 상징조형물 설치 ∘ 큰 마 당 : '음양의 조화 = 유기농의 철학'을 담은 태극문양을 형상화 한 마당으로 이벤트 조형물 및 주막 연출 ∘ 작은마당 : 엑스포 행사장을 조망할 수 있는 관람대 설치 ∘ 전통놀이마당 : 유기농을 소재로 한 다양한 전통놀이를 체험하는 곳
고객 편의 서비스 시설		∘ 주출입구(게이트) : 2개소, 부출입구(게이트) : 2개소 ∘ 종합안내소 및 고객센터(통역, 미아보호, 장애인, 육아, 분실물 등) ∘ 이동식금융시스템, 화장실, 분리수거함 등
상업시설	식음시설	∘ 유기농먹거리촌, 가든파티/유기농뷔페 ∘ 오가닉카페 ∘ 괴산읍내 먹거리장터(전통시장 연계)
	판매시설	∘ 유기농판매장(직거래장터) ∘ 기념품 판매소 등
엑스포 관리시설		∘ 행사운영본부, 직원시설(라커룸, 직원휴게실 등), 치안경비 본부, 보건의료본부, 소방안전본부, 환경위생본부, 교통주차시설본부 ∘ VIP접대실, 프레스센터, 브리핑룸 ∘ 각종창고시설(물품, 식품, 보세 등), 전시품 하역장 ∘ 공급처리시설(전력관리소, 수도 관리소, 통신관리시설, 쓰레기처리장 등)
교통시설	주차시설	∘ 주차장 1, 2, 3(버스, 승합차, 승용차), 장애인 주차장 ∘ VIP 주차장, 임시 주차장
	이동시설	∘ 친환경 셔틀버스, 셔틀버스 승강장, 버스터미널, 택시 정류장 등
	도로시설	∘ 외부진입도로, 전시품 하역 도로, 행사장 내 이동로 등
	컨벤션시설	∘ 중원대학교, 괴산자연드림파크 컨벤션 시설
연계시설	기타시설	∘ 괴산읍내 및 괴산청결고추복합유통센터 등 거리축제 행사장 및 캠핑장

2. 행사장 구역설정 및 공간배치계획

2-1. 행사장 구역 설정(Zoning)

엑스포 행사장 도입 시설 및 프로그램의 행사장 내 적정한 배치를 위해 유사한 성격을 가진 프로그램들로 묶어 크게 4개의 구역 계획을 설정함.

그림-23. **2022괴산세계유기농산업엑스포 공간배치 개념**

▌공 정 : 나눔의 장

- 게이트를 들어서면 2022괴산세계유기농산업엑스포를 알리는 다양한 조형물과 이벤트(행사, 공연 등)가 펼쳐지는 곳
- 국민 남녀노소, 전국 팔도가 한데 어울려 엑스포 개최의 서막이 올라가는 곳

기 능	주 요 시 설	핵심 프로그램
전시시설	국제유기농식품관, 유기농자재 및 펫 케어산업관	대한민국, 아시아, 세계 유기농식품 전시 및 홍보관
체험/이벤트 시설	야외 주제공연장(음악당)	개·폐회식 및 상설 공연
상업/서비스 시설	행사운영본부, 관리시설	엑스포 행사 전체를 운영·관리
기 타	유기농직거래장터	유기농·식품 판매(택배 발송 가능)

▌배 려 : 화합의 장

- 유기농3.0의 가치와 철학, 우리 생활에 주는 유익한 정보 등을 제공하여 국민의 삶이 풍요롭고 행복해질 수 있는 곳
- 유기농3.0 주제관, 유기농국제협력관 등에서 유기농의 가치와 철학을 배우는 곳

기 능	주 요 시 설	핵심 프로그램
전시시설	유기농3.0주제관, 유기농국제협력관, 유기농바이오헬스케어관 유기농치유관	유기농의 가치와 철학, 국제적인 유기농산업의 활동, 유기농산업의 후방산업에 대한 이해를 돕는 프로그램
체험/이벤트 시설	진입마당	유기농 상징조형물 설치
상업/서비스 시설	휴게쉼터, 오가닉카페	

▌건 강 : 조화의 장

- 사람과 산업, 전통과 미래가 한데 어울려 미래의 꿈을 키울 수 있는 곳
- 유기식품관, 헬스케어관, 체험학교, 진로탐색학교, 전통마당 등이 위치하여 국민에게 유기농산업의 현황과 산업을 배우고 미래를 펼칠 수 있는 곳

기 능	주 요 시 설	핵심 프로그램
전시시설	유기농체험놀이학교, 유기농진로체험학교	유기농과 관련된 다양한 체험 프로그램 제공
체험/이벤트 시설	큰 마당, 전통놀이마당	상설 이벤트 행사 및 전통놀이 체험 프로그램 제공
상업/서비스 시설	유기농먹거리촌	유기농을 소재로 한 다채로운 먹거리 프로그램 제공

▌생 태 : 생명의 장

- 화합 → 나눔 →조화를 걸쳐 2022괴산세계유기농엑스포의 넓은 대지에 펼쳐진 땅, 물, 공기의 환경적·생태적 가치를 일깨우는 아름다운 곳
- 엑스포 방문 후에도 유기농적 삶을 실천해 나아갈 수 있는 힘을 불어넣는 곳

기 능	주 요 시 설	핵심 프로그램
전시시설	곤충체험학교	곤충 관련 이색 프로그램 제공
체험/이벤트 시설	관찰장, 체험장	유기농을 손수 직접 체험하는 프로그램 제공
상업/서비스 시설	작은 마당	관람대, 오가닉카페, 화장실 등

2-3. 행사장 시설물 배치계획

○ 엑스포 도입 프로그램별 해당 구역에 적합한 시설을 선정하여 다음의 그림과 같이 배치하였으며, 시설물의 배치는 참가자 및 물자의 동선 계획을 고려하여 계획함.

그림-24. **2022괴산세계유기농산업엑스포 시설물 배치계획**

2-4. 행사장 조경계획

▌전시 시설물 조경

○ 2022년 9월과 10월에 개최되는 시기적인 특성을 감안하여 파빌리온 전면부에 국화 및 우리자생 식물을 식재하고, 이에 대한 설명을 제공하여 우리 자생식물의 어원, 의미 등을 학습할 수 있도록 구성함. (스토리텔링 작업)

- 주동선의 좌우에 조경 식재계획을 수립하여 다양한 식물자원을 관람할 수 있게 하며, 중간에 포토 존을 설치하여 기념촬영 등이 이루어질 수 있도록 배려함.
- 주동선의 중간에 휴게공간을 조성하며, 차광이 되는 시설과 벤치, 테이블 등을 설치하고 오가닉카페(식음료 판매대)와 연계하여 조경을 함.

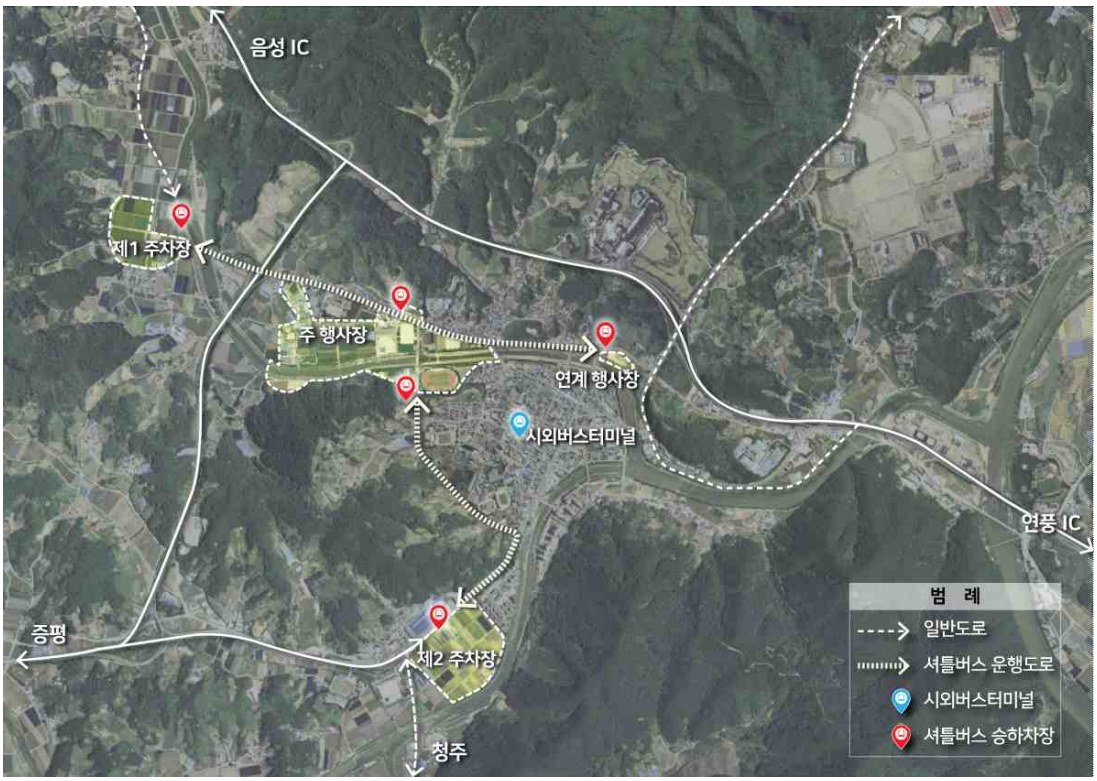
- 작은 마당에는 하부에 남녀화장실을 설치하고 목재계단을 상부로 연결시켜 행사장 전체를 조망할 수 있는 관람대를 설치함.
- 관람대 상부에는 오가닉 카페를 설치하여 관람객이 휴식을 취하며, 행사장 전체를 조망·관람할 수 있는 서비스를 제공함.
- 유기농직거래장터는 이동식 가판대 형식으로 유기농업인과 유기식품 기업이 참여하여 관람객과 대면판매가 이루어질 수 있도록 구성하되, 과거 몽골텐트 형식이 아닌 이동식 가판대를 적극적으로 권장함.

제4절. 행사장 교통 및 동선계획

1. 행사장 교통계획

1-1. 외부지역 ←→ 괴산

그림-25. **외부로부터의 주 행사장 진출입 동선 계획**

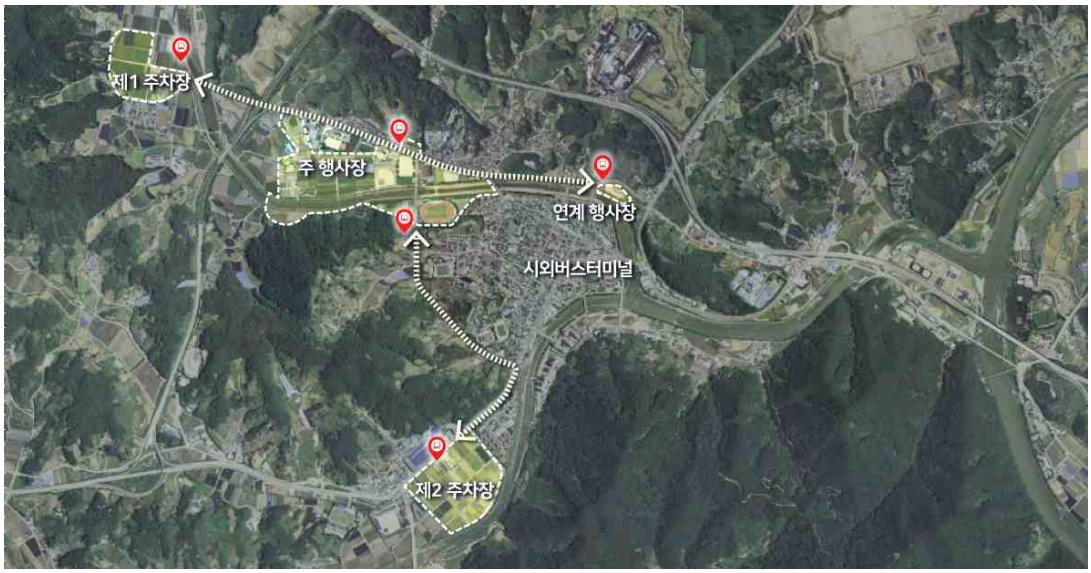


- 충청북도 괴산군은 국토공간상 한반도의 중심부에 위치하고 있으며, 특히 평택제천간 고속도로, 중부내륙고속도로가 개통되어 수도권과의 접근성이 양호하며, 국도 19, 34, 37호선이 지역과 지역 간을 연결하고 있음.
- 행사장은 서울권 1시간, 대전권 1시간, 충주권 20분, 청주권 30분대, 전국 어디서나 3시간대 접근이 가능한 국토 중심지에 위치하고 있으며, 중부권 유일의 국제공항인 청주국제공항과 30분, 경부고속철도와 호남고속철도 분기역인 KTX 오송역과도 40분대 연결이 가능함.
- 참가자들의 엑스포 개최지 진입은 승용차, 승합차, 버스 등의 도로교통 수단을 이용할 것이며, 따라서 대부분 엑스포 주차장으로 먼저 접근할 것으로 본 엑스포의 메인 주차장은 엑스포 행사장 외부에 위치하며, 주차 후 연계 교통수단을 이용하여 주 행사장으로의 진입이 가능함.
- 서울 및 수도권, 경상권 등에서 평택제천간 고속도로, 중부내륙고속도로를 이

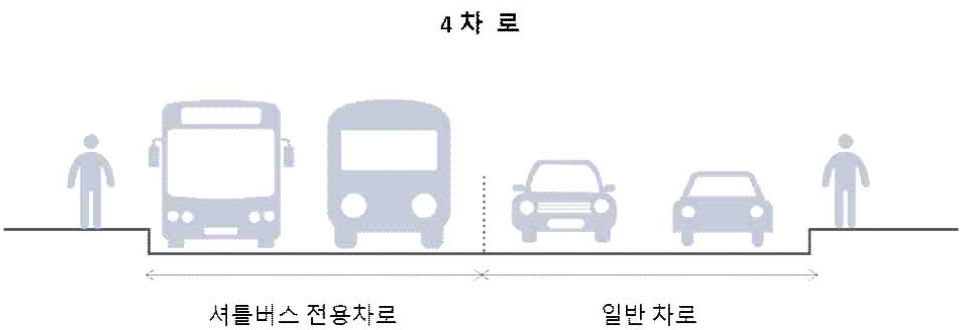
용하여 접근하는 참가자는 주 행사장(메인게이트)과 약 1.4km정도 떨어진 제1 주차장으로, 청주 및 대전권 등에서 접근하는 참가자는 주 행사장(메인게이트)과 약 1.7km 거리에 위치한 제2 주차장, 단체 관람객을 수송하는 버스는 괴산국민체육센터 및 괴산군청 주차장을 이용하여 단체관람객을 하차시킨 후 외부 주차장으로 이동하도록 계획함.

1-2. 행사장 주차장 ←→ 2022세계유기농산업엑스포 행사장

그림-26. **외부 주차장↔엑스포 행사장 간 연결 교통수단의 예**



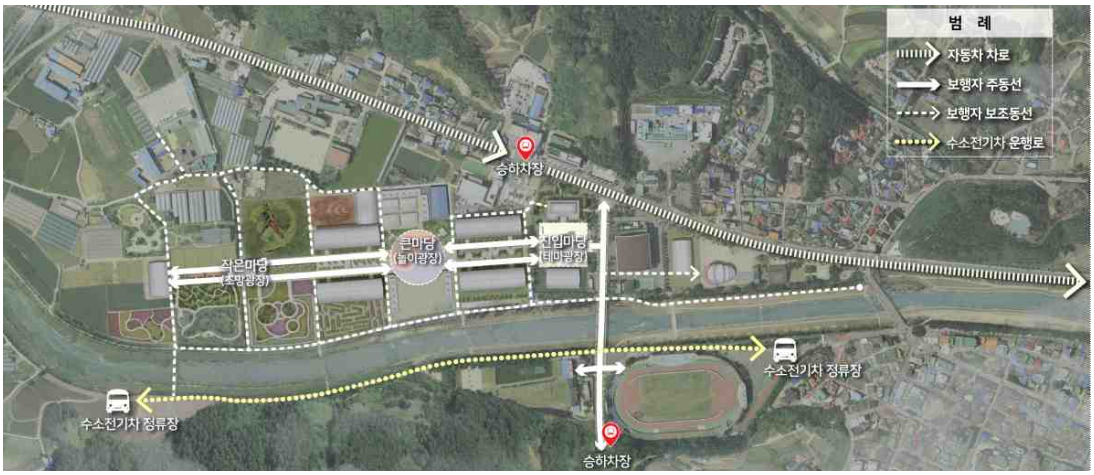
- 주차장에서 주 행사장까지의 진출입은 셔틀버스를 이용하되, 인간과 지구환경과의 공존을 추구하는 유기농의 가치를 고려하여 전기차, 하이브리드 및 수소연료전기버스 등 친환경 차량을 배차하여 운행하도록 계획함.
- 대중교통을 이용하는 참가자를 위해 행사장을 경유하는 버스 노선을 개발하고, 괴산읍내 등 도보를 이용하는 참가자를 위해 인도를 따라 진출입 유도 사인 등으로 동선 관리하고 '행사장 ↔ 부대행사장 ↔ 주차장' 간 순환 자전거 대여소를 운영해 참가자들에 대한 엑스포 관람편의 및 여가생활만족 서비스 제공을 동시에 추구함.



2. 행사장 동선계획

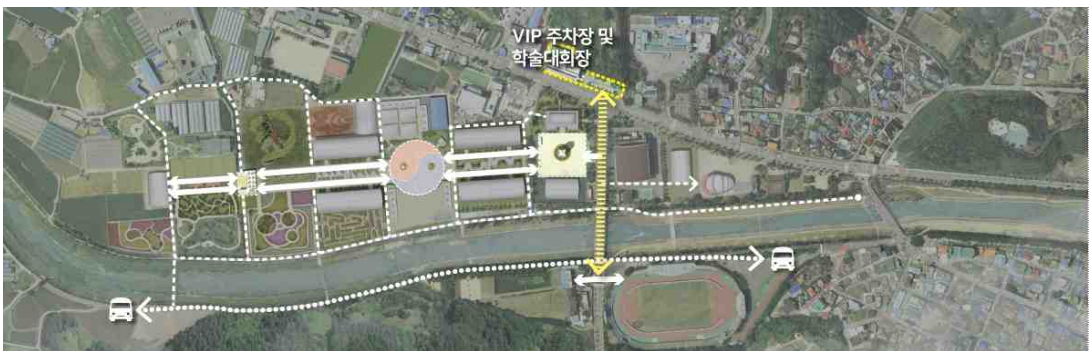
- 주 행사장 내 관람객 동선과 물자 동선은 그 유형에 따라 각기 다른 동선 계획을 구축하여 관리해야 함.
- 관람객 동선의 경우 관람객 유형에 따라 별도의 동선 계획이 수립되어야 하며, 이는 크게 일반 관람객(메인 관람 동선 및 세부 관람 동선)과 VIP 참가자(VIP 관람동선), 그리고 장애인 관람객(일반 관람객 동선과 기본적으로 동일) 등으로 구분함.
- 일반 관람객 동선은 최초 '진입마당 → 큰 마당 → 작은마당'으로 유도하는 동선을 집중 관리하고, 이후 동선에 대해서는 '유기농직거래장터 → 유기농자재 및 펫케어 산업관(종합운동장)'을 계속 연결하는 메인 관람 동선과 더불어 관람객들의 기호에 맡게 선택할 수 있는 2개~3개의 추천 동선 및 세부 관람 동선을 제공함.

그림-27. **엑스포 일반 참가자 관람 동선 계획**



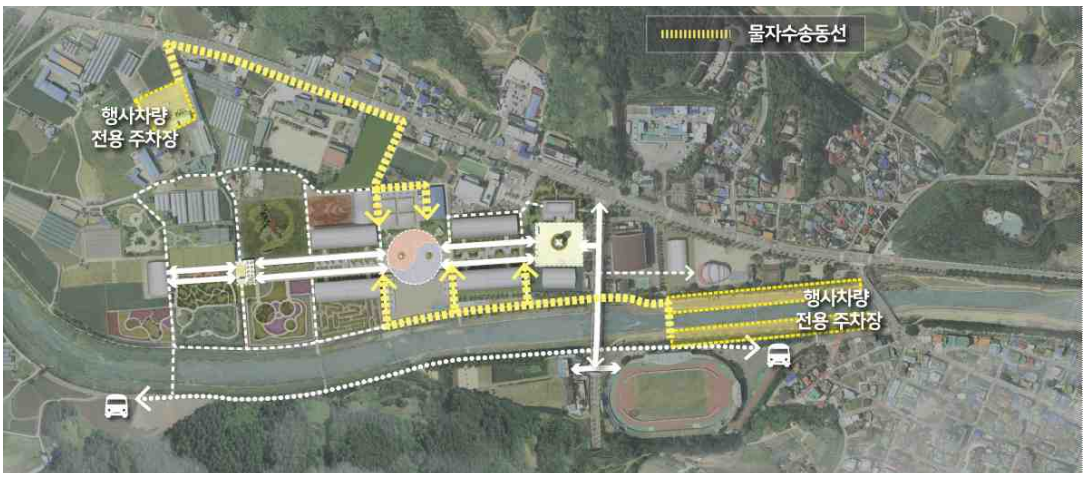
- VIP 참가자의 경우에는 일반 참가자 동선보다 간결하면서 행사장 내 주요 전시 시설 및 대표 프로그램을 효율적으로 관람할 수 있도록 구성함.
- 관람의 시작은 VIP주차장이 위치하는 충북유기농업연구소에서 시작하여 '유기농3.0주제관 → 진입마당 → 유기농국제협력관 → 국제유기농식품관 → 주 공연장'으로 연결함.

그림-28. **엑스포 VIP 참가자 관람 동선 계획**



- 행사 개최 이전에 진행되는 물자 진출입 외 행사 개최 중에 실시되는 물자의 반출입은 원칙적으로 폐장 시간을 이용하여 이동함.
- 이는 주로 괴산종합운동장 인근에 위치한 서브게이트를 이용하거나 주제전시 및 특별관 사이의 물자 반출입로, 그리고 괴산군농업기술센터 진출입로를 이용한 물자 동선계획을 수립함.

그림-29. **엑스포 물자 수송 동선 계획**



3. 주행사장과 보조행사장 등 연계

- 엑스포 주 행사장의 서브게이트를 중심으로 엑스포 주 행사장과 생명의 장, 괴산읍내 거리문화축제장, 유기농 엑스포 공원 및 동진천변 산책로, 괴산군농산물유통센터(한살림) 등의 보조 행사장 및 연계 행사장 간의 동선 계획을 수립함.
- 주 행사장과 보조 및 연계 행사장과의 연동 운영은 행사장 출입 가능 시간에 영향을 받으며, 각 서브게이트에서는 연계 행사장 내 시설을 이용하고자 하는 참가자에 대하여 간단한 입장권 확인을 통해(비표 및 도장 등 활용) 수시로 행사장 간 이동이 가능하도록 관리함.
- 괴산읍내 거리문화축제장과 유기농 엑스포 공원, 동진천변 산책도 등은 괴산종합운동장 및 수진교 서브게이트와 연결되며, 야외 전시장 및 유기농 엑스포 농원은 주제광장의 서브게이트, 괴산군농산물유통센터(한살림) 행사장은 메인 게이트와 연결될 수 있도록 동선계획을 수립하며, 각 게이트 상황에 맞게 도보 또는 전기차, 셔틀버스 등의 연결 교통수단을 운영함.
- 메인게이트 및 서브게이트에는 주 행사장과 보조 및 연계 행사장과의 활발한 교류동선을 유도하기 위하여 연계 행사장 진출입 안내 및 요령을 담은 사인보드를 설치하며, 특히 괴산 거리문화축제 및 읍내 먹거리 시설로의 관람객 동선을 유도하기 위한 프로모션을 기획·추진함.

2022괴산세계유기농산업엑스포

제8장 엑스포 홍보 및 참가자 유치계획

제1절. 홍보·마케팅 환경 분석

1. 홍보 매체 변화 특성

▌SNS부각에 따른 전통매체의 약화

- 정보통신 기술의 비약적 발전에 따라 SNS(Social Network Service)가 가장 효과적인 홍보 수단으로 부각되고 있음.
- 뉴미디어 등 SNS는 저비용 고효율과 높은 커버리지, 타깃 세부설정이 가능하다는 장점과 반응속도가 빠르다는 특징이 있음.
- 전통매체인 신문과 방송 등은 매체 장악력은 약화되고, 이슈 확산에 유리하며, 지면 파워 등을 여전히 가지고 있음.

매체 특성 비교 요약	∘ SNS : 저비용 고효율, 높은 커버리지, 성과 수치화, 타겟 설정 ∘ 포털 : 여론유통구조 유리, 모바일 접근성이 가장 높음 ∘ 방송 : 일반적 사항에 대한 반응속도 빠르고, 이슈 확산에 유리 ∘ 뉴미디어 : 파급력 및 비용대비 유리 ∘ 신문 : 아직까지 지면 파워 있음

▌매체영향력 순위

- 광고 홍보 전문가들이 광고 집행 시 고려하는 것은 파급력, 이슈 확산, 가성비, 모바일 접근성, 성과측정을 주된 요인으로 꼽고 있음.
- 이를 바탕으로 분석할 때 매체의 변화의 가장 큰 특성은 'SNS > 방송 > 포털 > 신문'의 순으로 매체 영향력에 변화를 가져옴.
  (출처 : 더피알 창간 7주년 설문조사 2017.05)

▌매체 변화의 시사점

- 행복한 삶의 수단이 된 오락성 추구
- 디지털 기술을 활용한 콘텐츠의 융합
- 능동적이고 적극적인 쌍방향 커뮤니케이션 추구
- 모바일 기기의 사용으로 활발해진 네트워킹

2. 소비자 특성 변화(트렌드)

▌전략형 소비 추구

- 전략형 소비는 효율성과 필요성에 집중함.
- 먼저 가성비 소비와 미니멀 소비 연관어를 비교해보면 집에서 생활하는데 필요한 물건이 주를 이루고 있으며, 다른 사람들에게 영향을 주고받는 것 역시 공통점으로 나타남.

▌가치 중심형 소비 추구

- 가치 중심형 소비는 감성과 가치에 의미를 둠.
- 소비는 나를 위한 소비, 경험 소비, 착한 소비 패턴으로 이루어짐.
- '인생'과 '가치'라는 공통의 키워드로 소비가 이루어지는 걸로 보아 소비를 하거나 생각할 때는 인생과 가치에 대한 생각을 수반하고 있음을 유추할 수 있음.

▌유기농 가치 추구와 소비 트렌드의 동질성

- 이러한 소비 성향의 변화는 유기농의 가치 추구와 일치하며, 접점을 찾아 체험하여 행복을 표현하는 홍보의 장이 되도록 함.

구 분	전략형 소비	가치집중형 소비
특 징	효율·필요성	감성 ·가치
종 류	가성비 소비 : 식품비중 커(장기불황에 등장) 미니멀 소비 (경제반영)	나를 위한 소비 경험소비 착한소비
지 향 (외부 : 내부)	소유 통해 남에게 보이기	스스로 경험하며 행복 느끼기
비 고		'지금행복추구 →'YOLO LIFE 반영

자료 : AD&Marketing/INTELLIGENCE 2017.08 인용

▌의식주 소비 트랜드 변화

의(衣) 라이프	ㅇ 옷으로 '나' 자신을 표현하는 소비자 : 의류 생산 체제 변화 ㅇ 깨어있는 컨셔스(Conscious) 소비자 : 윤리적 가치관에 부합하는 패션 소비 트렌드 및 기업의 신상품 등장 ㅇ 빨래, 다림질 등의 의류 관리를 노동으로 여기는 소비자 : 의류 관리를 대신해주는 상품군 확대
식(食) 라이프	ㅇ 식재료 구입·손질의 효율화를 추구하는 소비자 : 가정간편식(HMR)시장, 장보기의 외주화 비즈니스 부각 ㅇ 식품에 대한 소비자 취향의 세분화 : 알레르기 프리 음식, 마니아층 주류 등 세분화된 식재료 시장 형성
주(住) 라이프	ㅇ 집에서 혼자 소비 생활을 즐기는 소비자 : 홈코노미 비즈니스 성장 ㅇ 개인 취향존중 기조 확산 : 각자의 라이프 스타일을 녹일 수 있는 퍼즐주택, 나노플랫, 코리빙 하우스 등 새로운 형태의 주거 공간

출처 : AD&Marketing/INTELLIGENCE 2017.08 인용

3. 2015년도 대회 평가

▌홍 보 목 표

ㅇ 엑스포가 세계유기농산업미래를 선도하는 'Organic Korea'구축을 위한 국제적인 행사라는 점을 부각함.

ㅇ 충북도와 괴산을 유기농의 대표지역으로 브랜딩 하여 국내 유기농산업 경쟁력을 강화함.

▌기 본 방 향

ㅇ 삶의 질적인 향상을 위한 가치 있는 친환경 글로벌 축제로 개최함.

ㅇ 전 국민이 참여하는 홍보 캠페인을 준비하여 유기농에 대한 대국민 아젠다를 구축함.

▌홍 보 전 략

ㅇ 사전 홍보를 위해서 시기별·단계별로 적절한 매체 활동과 온·오프라인 홍보 활동을 전개함.

ㅇ 2015년 괴산세계유기농산업엑스포는 2014년에 E·I개발을 개발하여 엠블렘, 홈페이지,

홍보활동 등의 체계를 마련하였고, 엑스포 개최 D-100기점으로 주관방송사 및 주관통신사 운영을 비롯한 옥외광고 등을 실시함.

- 엑스포 개막 전후 언론매체에 집중적인 보도자료를 제공하여 홍보효과를 높임.
- 2015년 괴산세계유기농산업엑스포의 인지도 제고, 관람객 유치 확대를 위해서 단계별·연령별로 홍보 전략을 추진함.

20대 미만	◉ 교육 요소를 부각하여 학부모 및 교사의 동참을 유도함.
20대 ~ 30대	◉ 자연·선순환의 아토피 등의 유기농의 건강성을 강조함.
40대 ~ 50대	◉ 단체·가족단위로 대량생산 농업에서 고부가가치 산업으로써의 유기농의 가치를 강조함. (웰빙·건강 강조)
60대 이상	◉ 야외 전시장 중심으로 유기재배 및 생활방식 등을 강조함.

▌총평 및 시사점

총 평	◉ 2015년 괴산세계유기농산업엑스포는 적극적인 홍보로 많은 관람객을 유치할 수 있었음. 66만 명(목표) → 108만 명(실적) ◉ 아시아 유기농 연대 활동조직 기반을 마련하여 우리나라 유기농 발전의 밑거름이 되었고 ALGOA결성으로 이어짐.
시 사 점	◉ 2022년 괴산세계유기농산업엑스포는 2015년 경험을 바탕으로 보다 강한 쌍방향 참여형 행사로 홍보 전략을 추진할 필요가 있음. ◉ 2015년 괴산세계유기농산업엑스포는 대회목표를 관통할 전략적 핵심과제 선정과 이를 연결하는 홍보 전략이 미흡했음. ◉ 2015년 대회 이후 엑스포의 성과를 이어나가고 확산할 충북과 괴산의 홍보 전략이 미흡하여 향후 엑스포의 성과를 발전·확산시킬 수 있는 인적 홍보담당 또는 홍보부서가 요구됨.

제2절. 홍보마케팅 전략 및 목표

목 표	홍보마케팅의 목표는 타깃전략, 다양한 매체 활용전략, 참여형 콘텐츠전략 등을 활용하는 맞춤형 홍보로 붐을 조성하고 성공적으로 관람객(72만 명)을 유치함. 2022년 괴산세계유기농산업엑스포의 목표로 하는 유기농산업의 기반을 조성하고 지역을 활성화하는데 있음.

1. 목표 관람객 전략

▌친환경 조합 조직(소비자, 생산자)

Organic 100만 조합원의 친환경 유기농 생협 조직을 전략적 홍보 및 참가 유치대상으로 설정

- 한살림은 68만 명, 아이쿱은 30만 명, 두레행복중심을 포함하여 100만 유기농 생활형 협동조합의 소비자 조직은 중요한 참가 자원임.
- 2022년 괴산세계유기농산업엑스포의 효과적인 관람객 유치를 위해 2020년부터 조직위원회가 생활형 협동조합과 협력체계를 구축함.
- 이를 위해 조합원과 가족, 주변시민들이 참여할 수 있는 프로그램을 개발하고 이들이 참여하면서 나오는 이야기와 경험 느낌을 SNS를 통해 도시 및 농촌에 울림을 만들어 사전에 대회 분위기를 조성함.
- 특히 온라인에 파급효과가 큰 밀레니엄세대에 적합한 프로그램을 전문가와 구상하여 전후세대에도 바로 파급시키는 홍보유치 전략을 구사함.
  → 밀레니엄 세대는 유기농 문화와 의식수준이 높고 단순한 유기농 먹거리에 머무르지 않고 기후변화, 유기농의 미래 전망 비전에 관심이 높은 만큼, 이에 상응하는 프로그램을 구상하며 콘텐츠를 함께 만들어 가는 것이 중요함.

한살림

아이쿱 자연드림

두레생협

▌학교 및 향우회 등 단체

Organic 교육청 협조로 현장 학습 연계 정책 확정 ; 업무협약(MOU)체결 추진(`20)

단 체	내 용
유치원 및 어린이 단체	◉ 현장 학습 유도로 교육 효과 홍보(생명원리와 자연체험을 흥미있게 준비), 상상 어린이 교실을 사전에 애니메이션을 만들어 홍보
초등학교 및 중·고등학교	◉ 기후변화, 유기농행동시대에 미래직업으로서, 또 인생의 방향으로서의 유기농을 체험하게 함 ◉ 수학여행과 직업 체험으로서의 유기농현장과 연계
대 학 생	◉ 미래의 주역으로서 기후변화 행동의 중심역할에 대한 자부심을 느끼는 정서적 프로그램 실시. ◉ 직업과 인생설계의 일환으로서의 유기농체험, 학교직원 교수 학생 대표의 팸투어 실시, 엠티장소로 연결. 학교내 여행사와도 연계 프로그램개발
향 후 회	◉ 생태 한반도와 생태아시아의 중심도시인 내 고향의 자부심을 일깨움 ◉ 향우회 회장단과 사전미팅으로 대회 기간 중에 향우회 홈커밍 대회 추진

▌유기농 산업 관련 업계

- 유기농생산가공 서비스부문의 관계자들의 DB를 활용하여 향후 유기농산업 전망과 경제부문 접근 전략 등을 홍보함.
- 비식용 부문 중 유기화장품과 반려동물 사료시장 급성장을 비롯한 유기농 치유 영역에서 유기농 산업의 가능성을 홍보함.
- 유기화장품의 경우 선진국과의 격차를 줄이기 위해 선진국의 기술을 설명하고 체험하는 학술행사와 체험행사를 기획하고 유기화장품 전문매체를 적극적으로 활용함.

2. 관람객 세분화에 따른 홍보 전략

2-1. 내 국 인

▌전략 관람객 및 일반 관람객

참 가 형 태	세 분 화	홍 보 전 략
전 략 관람객	생협등 조직화된 소비자	◉ 가치소비 100만 명 조합원(회원)의 수준에 맞는 비전 제시 (소비자 건강권)
일 반 관람객	괴산 군민, 충북도민	◉ 유기농 메카라는 자부심으로 괴산군과 충북도가 실질적인 소득을 높이기 위한 제반 여건을 점검하고 계획해 나가는 과정을 소개
	개별참가 외부방문객 (가족 및 친지단위 관람객, 친구 및 연인, 친목단위, 종교단체 등)	◉ 유기농이 생활에 미치는 영향을 쉽게 이해시키는 애니메이션 제작 ◉ 쌍방향 체험형 프로그램 기획으로 직접 참가하고 만들어가는 콘텐츠
	단체참가 외부방문객 (유치원 어린이집 초중고 단체관람객)	◉ 유기농 원리를 쉽게 이해시키는 애니메이션과 체험 프로그램 기획하고 매직 놀이터를 설치 흥미를 지속화시킴 ◉ 부모와 교사는 인근에서 힐링하며 휴식하는 프로그램을 제시함.
	사회단체·아파트입주자대표기구등	◉ 유기농의 시대적 관심사가 된 이유를 설명함. ◉ 주민(회원)들이 쉽게 유기농을 선택하고 관심 있는 지역에 갈 수 있는 방법을 제시함.

▌정부부처 및 지자체

∘ 대 상 : 농림축산식품부(농진청, 산림청), 교육부, 해양수산부, 문화체육관광부, 환경부, 보건복지부(식약청), 유기농 정책의 수립 및 직접 수행기관인 시도 및 시도 산하 농업기술원

홍 보 전 략

◉ 고령화에 따른 지방 농촌소멸, 농업위축시대에 유기농 및 생태를 주제로 지역관을 설치함.

◉ 남북농업교류시기에 유기농을 국가적 아젠다로 설정하기 위한 부처 간 협력 공간으로써 엑스포를 활용함.

◉ 유기농삼시세끼가 일상적 국민건강을 담보하고 유기농 재료로 만성질환치료식품 및 의약품 단계로 고부가가치화 하는 방안을 강구함.

▌학술대회 참가자

○ 대　　상 : IFOAM과 공동으로 주관(예정)하고 유기농학회 및 대학교(대학원생 포함), 연구소 등 유기농전문가 그룹

홍 보 전 략

◉ 유기농을 한 차원 끌어올리는 치유와 힐링의 식품개발 및 생활영역 개척에 비주류로 머물고 있는 유기농을 확산시킬 타개책을 마련함. (생산과 소비영역, 법적 제도적 영역)

◉ 유기농의 시민 접근권(가격, 품질, 유통)을 보장하는 제도연구 (국민 건강권 보장 차원에서 복지~유기농 기술 수준을 높이기 위한 기술개발)

◉ 트랜드가 급변하는 소비자에 맞출 수 있는 기술교육, 경영교육, 홍보교육 등을 농림부와 협업하여 유기농의 융·복합적인 연구를 진행함.

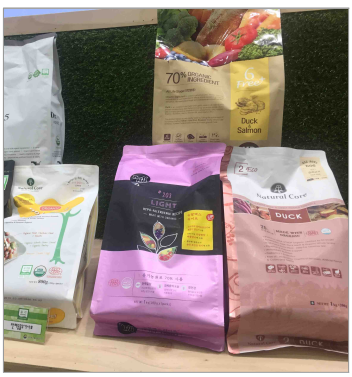
▌유기농 관련 산업체 또는 단체

○ 대　　상 : 유기농, 웰빙, 건강, 친환경 관련 기업(화장품, 사료, 의류), 유기농 및 친환경 협회 및 단체

홍 보 전 략

◉ 미래시장으로서의 유기농산업에 대한 제도적 사회적 법적정비를 준비하며

◉ 해외 네트워크 확보로 유기농 및 생활연관 비식용 유기농 영역을 산업의 카테고리로 정착하기 위한 시도 및 성공모델제시



유기농 사료

유기농 순면 생리대

식물성소재 패션 잡화

2-2. 외 국 인

▌유학생 및 재한 외국인

참 가 형 태	세 분 화	홍 보 전 략
일 반 관람객	국내체류 외국인 근로자 및 가족 관람객 국내체류외국인유학생(한국어학당포함) 방한외국인 여행객 (수도권 및 충북지역 방문객) 전문여행사 고객인 엑스포 단체관람객 한류관람객 해외자매결연도시초청자	◉ 사전 관심분야 확인하여 이에 맞춤형 여행코스 체험내용을 상세하게 소개 ◉ 한류에 관심이 크기 때문에 한류를 접하는 기회제공과 스스로가 한류의 일원이 될 수 있는 '나도 한류스타'코너 등 개별 만족도 높은 여행상품 안내 ◉ 유학생들의 경우는 미래직업과 관련 한국지방과 농촌의 가능성을 이해시킨다면 적극적으로 자원봉사자 혹은 단기 알바 안내인 역할도 가능
주 한 대사관 관계자	대사중심의 모임과 상무관의 유기농산업영역	◉ 한국 유기농산업의 현황과 특징 및 시장소개 ◉ 한국유기농관련단체 및 지방 정부와의 네트워크 가능성
관 련 산 업 전 시 참가자	유기농, 웰빙, 건강, 친환경 관련 기업(화장품 사료 의류) 유기농 산업 전후방 관련 종사자(생산, 가공, 서비스)	◉ 중국, 동남아 등 개도국 기업 관계자에게는 최근 유기농산업 동향을 알려 유기농산업의 가능성 타진과 네트워크 만드는 계기 홍보 ◉ 선진국들에게는 한국의 한류문화의 원천을 직접 만나면서 유기농산업 가능성을 살펴보는 장으로 활용할 것을 안내

▌컨벤션 참가자

○ 대 상 : IFOAM(ALGOA포함) 총회 및 국제회의 관계자, 해외 유기농소비자 단체, UN관련기구(FAO, WHO), 세계협동조합, FIBL 등 해외유기농연구소, 유기농학과 대학(원)생

홍 보 전 략

◉ IFOAM창립 50주년 되는 2022년에 걸맞은 주제로 '산업적 농업의 반성과 향후 중소농에 의한 유기농 운동의 가능성 괴산에서 열다.'

◉ '생산-소비 연계의 한국형 유기농 운동에 대한 이해', '고령화 시대의 유기농산업의 방향', '빠른 소비자 트랜드 변화 시대의 유기농진로모색' 등을 주제로 개최

3. 매체 전략

▌매스미디어

- 주관방송 및 협력 홍보 / TV, 라디오, SPOT 광고 병행
- 중앙지, 지방지, 전문지, 경제지 광고 / 특집 방송, 특집 기사 기획

SBS 세상발견 유레카

KBS1 6시내고향

CJB 시사진단

▌온라인 광고

- 엑스포 홈페이지 개설 운영 / 유튜브, 페이스북 등 페이지 개설
- 관련기관 홈페이지에 이벤트 페이지 개설 / 포털 사이트 키워드 광고
- SNS 이벤트 실시 / 인플루언서(파워블로거) 활용

페이스북 퀴즈 이벤트

페이스북 퀴즈 이벤트

파워블로거 홍보

▌옥외 광고

- 옥외, 전광판, 플렉스, 건물외벽 / 교통표지판, 버스 스티커

교대역 지하철 광고

플래카드

유기농엑스포 벽화

▌주제 홍보

- 홍보 대사 위촉 / 홍보 서포터즈 운영 / 도민 홍보단 선발 및 운영
- 토종종자 키우기 체험 이벤트 / 관련 전시회 부스 설치 운영

조직위원장 주제 홍보

홍보대사 위촉

모종 무료 나눔 행사

▌기관 홍보

- 유관 정부기관 협력 / 괴산군 교육기관을 활용
- 민간 사회단체 활용 / 국정 홍보처 및 한국관광 기관 협력

충북대학교 홍보단 발대식

중원대학교 홍보단 발대식

한국관광공사 업무협약

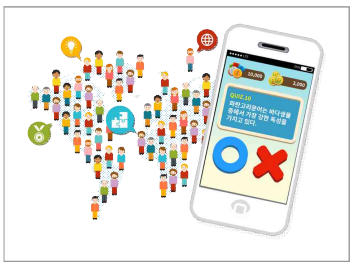
3. 콘텐츠 전략

▌쌍방향 참여형 콘텐츠 개발

- 대회 성공을 위해서는 핵심 콘텐츠 개발이 필수적이며, 기획콘텐츠 발굴 및 이슈화, 대회참가자들이 열광하고 관심을 보이고, 참가하면서도 주변에 알리고 싶을 이슈를 만들 콘텐츠를 개발해야 함.

사례 1	◉ 괴산에 와야만 구할 수 있는 물품선정하기 ◉ 성공사례; 2016년 출시된 크림치즈과자 '끼리(Kiri)'와 '콜드 브루커피'를 추억의 상징 야구르트 아줌마를 만나야만 살 수 있게 하여 대성공 (하루 10만개씩도 팔려)

사례 2	◉ 괴산에서만 체험할 수 있는 것 홍보하기 ◉ 괴산 본행사장에서 알 수 있는 '30억년 식물의 비밀과 내건강' ◉ 본대회장과 임꺽정로에서 만할 수 있는 3가지 체험 ◉ 쌍방향 참여형 콘텐츠로 참가자들의 바람이 반영된 기획 홍보가 되도록 구성 사례 ◉ 2012년 민속촌을 젊은이들의 성지로 바꾼 참여형 콘텐츠로 민속촌 이름 지어주기 등 쌍방향 홍보방법으로 1,000명이상 공모에 참여하면서 활성화(유행어 탄생 '속촌아씨')



▌융·복합 콘텐츠 개발

○ 현재 세계적이면서도 국내적인 이슈는 기후변화 등 환경 생태분야임. 이런 환경을 활용 유기농대회에 100만 생협 조직 및 각 시도교육청과 MOU체결을 하면서 콘텐츠 제작을 제안함. (체험과 기후행동 네트워크 활성화 위한 목적)

▌원 콘텐츠 멀티유즈(One Contents Multi Use) 활용 방식

○ '기후변화 행동대장 방탄 임꺽정'의 활약이나 애니메이션(기후변화 STOP ; 방탄 소년단과 임꺽정이 간다)을 만들어 전세계 어린이 청소년에 배포하는 것도 좋은 아이디어로 판단됨.

▌특별 프로그램

○ 산모와 어린이들의 유기농 체험 프로그램 / 청년 유기농 취·창업 체험 프로그램

○ 시니어 유기농 일주일간 살아보기 / 특별 프로그램 예시

특별 주제	프로그램 내용
산모·임산부 유기농 체험 프로그램	◉ 아기 건강을 미리 챙기는 것으로 시작하여 일상생활의 원천에서부터 유기농 식단이 일상화 될 수 있도록 인식변화 및 식습관 변화 유도 ◉ 유기농 재료로 직접 요리, 명상과 힐링 체조 등 프로그램 운영 ◉ 체험을 SNS에 올려 비슷한 환경에 있는 이들의 동조현상을 유도
청년 유기농 취·창업 체험 프로그램	◉ 농촌 고령화 시대에 청년들이 유기농으로 생활이 가능함은 물론 미래 유기농 분야에 종사하여 이 분야를 선도할 농촌지도자로 발전할 수 있는 계기 마련 ◉ 일정기간 동안 유기농 대표기업 흙살림, 한살림 등 농장에 연수생으로 취업하여 유기농업 배우기를 함 ◉ SNS 소통 능력을 활용 유기농을 설명하고 홍보하는 활동을 병행 기존 유기농가와의 결합이 이루어짐 ◉ 청년들 스스로 자신감을 얻고, 농촌에 적응하는 성공적 모습을 보여줌으로서 도시 청년 농촌 유입의 선도적 모델이 될 수 있음
시니어 유기농 일주일간 살아보기	◉ 은퇴자 및 은퇴 예비자로 숙소 등 공동주거시설 또는 기존 농가 활용 숙소 마련과 유기농 식단 및 유기농 농사 일 미리 체험하기 ◉ 농업기술센터의 도움을 받아 유기농 농법 교육, 전국의 유기농 스타 초빙 교육 ◉ 미래의 삶은 자신을 위한 건강과 여유를 추구하는 '유기농 삶'을 선택하도록 기회를 제공

4. 통합마케팅커뮤니케이션(IMC ; Integrated Marketing Communication) 전략

▌통합마케팅커뮤니케이션 : 일관된 메시지 보낼 통합홍보마케팅 필수

○ 포털사이트(Naver, Daum 등)와 콘텐츠를 제휴하여 2022 괴산세계유기농산업 엑스포 홍보·마케팅을 전개함.

○ 전문 자문단 및 지역통신원을 활용하여 통합마케팅커뮤니케이션 서비스의 고도화를 가져오고, 소셜 미디어(SNS)를 활용하여 구전 홍보효과를 높임.

▌미디어 매체 홍보 및 빅데이터 활용

- 지역 및 중앙 유력매체를 활용하는 기획홍보와 함께 매체별로 균형 잡힌 홍보를 추진함.
- 관람자의 성향을 주기적으로 파악함으로써 매스미디어와 마이크로 마케팅 통합을 통합하여 추진함. (소비자의 인구 통계적 속성과 라이프스타일에 관한 정보를 활용)

통신사, 카드사, 소셜데이터 활용 사례

- 이동경로(통신사), 소비패턴(카드사), 인식변화(눈) 등에 관한 빅데이터를 활용한 대외 홍보기획
- 2018년 청송사과축제에서 빅데이터 기반의 홍보기획을 통해 190% 이상의 관람객이 증가함. (대표사례 : 사과난타)

5. 단계별 추진 전략

구분	단계별 중점목표	홍보 내용	매체 활용
1단계 (2020.01~12)	**홍보 인프라구축**	웹사이트 오픈 공모방식 EI준비 언론 Press 간담회 관련 행사 참석	웹사이트 뉴스기획기사 보도자료
2단계 (2021.01~12)	**엑스포 홍보가치를 쌍방향 콘텐츠로 확산**	홍보단 모집 및 활동 괴산지역 팸투어 실시 TV프로그램 촬영지 유치 주요지역 인쇄물 배포 사전 컨벤션 개최 해외 홍보물 배포 엑스포 Boom up 조성	웹사이트 및 SNS 뉴스 기획기사 보도자료 소규모매체(포스터) 인터넷 광고
3단계 (2022.01~08)	**매체별 맞춤형 콘텐츠와 테마가 있는 홍보대사결합**	국내외 언론 홍보 사전 이벤트 개최 유관행사 및 공동 프로모션 주요지역 인쇄물 배포 홍보대사를 통한 이벤트	웹사이트 및 SNS 옥외광고 .교통수단광고 인터넷 광고 DM발송
4단계 (2022.09~ 행사기간)	**통합적 홍보관리**	전용 프레스센터 운용 이슈 홍보 강화 공항 내 광고 및 홍보 부스 운영 공영방송 프로그램 반영	방송사TV SPOT 언론사 광고 신문 기획기사 보도자료
5단계 (2022년 행사이후)	**향후 비전제시**	행사 성과 및 평가 집중 홍보 성공적인 대회 성과 보고 감사장 발송 및 지속적인 뉴스레터 제작 유기농 산업 기반 구축을 위한 비전 제시 (특히, 유기농 메카임을 강조)	TV뉴스 기획 기사 사후 홍보성 보도자료

제3절. 세부 실행 계획

1. 국내 홍보계획

▌TV 프로그램 홍보

- 2022 괴산세계유기농엑스포에 대한 보도와 홍보를 체계적으로 집행 할 방송사를 주관방송사, 협력방송사로 선정하여 집중적인 미디어 노출 및 홍보를 실시함.
- 또한 방송사별 영향평가에 따른 홍보 전략을 수립하여 추진함.

구분	2018년도	2019년 8월	비고
JTBC	41%	29.6%	
KBS	13.4%	13.4%	공영방송 이점은 강점 (공익캠페인으로 접근)
SBS	3.3%	5.1%	
MBC	2.0%	0.4%	

출 처 : 기자협회보. 기자 설문조사. 2019년 8.17일 기준.

- 주관 방송사 : 프로그램 네트워크 활용하고 전국적인 인지도 제고 및 붐을 확산시킬 수 있음.

홍 보 전 략

- 방송프로그램: 뉴스/시사/정보/교양/예능/오락 등 전 분야 프로그램에 직, 간접 반영
- 특히, tvN 삼시세끼 등 유명연예인 출연을 통하여 행사장 및 괴산 지역을 노출시켜 엑스포 개최를 알림.
- 괴산 지역의 친환경적인 삶의 현장과 즐겁고 유쾌한 이미지 전달

▌온라인(On-Line) 홍보

- 온라인 채널 구축을 통해 성공적인 엑스포 개최와 연속성을 확보하고, 2022 괴산세계유기농산업엑스포 관련 정보 제공 및 연계 이벤트를 전개하여 지속적인 직·간접 홍보를 함.
- 엑스포 공식 홈페이지를 통하여 엑스포 개최 정보 및 개최지역 관광정보 제공, 또는 참가신청 등의 서비스를 제공함.
- 온라인 영향력 조사를 통한 광고를 배치하는 전략이 요구되며, PC와 모바일에서 절대적 강자로 자리 잡은 유튜브를 적극으로 활용할 가치가 있음.

- 1인 영상미디어 플랫폼 사용기기는 PC가 53.1%, 모바일이 56.5%를 차지하고 있으며, 인터넷 검색엔진에서 손쉽게 접근 가능하도록 다양한 키워드를 통해 연결(Link)을 적극적으로 추진할 필요가 있음.

구분	사용시간(분)	비고
유튜브	460억	전년대비 38% 증가
카카오톡	220억	
네이버	170억	

출 처 : '이슈와 논점' 국회입법조사처, 2019.09, 데이터는 2018년 8월 조사

▌인플루언서를 통한 홍보

- 1534세대의 소통방법은 주로 검색보다 신뢰할 수 있는 사람을 따르며 정보를 얻는 특징이 있어 신뢰할 수 있는 인플루언서(파워블로거)를 초청 사전에 홍보함.
- 국내 인기 여행, 건강, 뷰티, 유기농 관련 파워 블로거를 초청하여 팸투어 실시하고 2022 괴산세계유기농산업엑스포의 분위기, 이벤트 등을 사진영상으로 올려 흥미를 유발시킴.
- 파워 블로거를 명예 취재원으로 임명하고 현장취재 및 관련 문화·산업 전문 뉴스를 지속적으로 대중에게 전달·전파함.

표-67. **정보주제별 가장 신뢰하는 온라인 채널**

[Base: 전체 n=1,000, 단위 : %]

주제	채널	비율%
뷰티	유튜브	51.5
게임	유튜브	49.5
건강·헬스	유튜브	42.0
어학·교육	유튜브	31.6
여행	유튜브	24.2
맛집·푸드	유튜브	20.5
패션	인스타그램	23.5

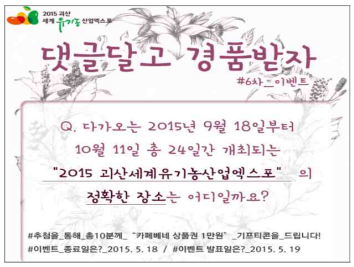
출 처 : 대학내일 20대 연구소, 2019년 라이프스타일 조사.

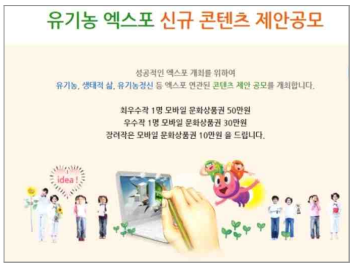
▌SNS 이벤트를 통한 홍보

- 국내 사용자 1,800만 명을 보유한 페이스북을 비롯한 카카오톡, 트위터 포스팅 적극으로 활용함. (개인 블로그, 그룹 활용, 페이지 활용, 스폰서 광고)
- 괴산유기농엑스포 페이스북 페이지에 접속하여 `좋아요'를 누르고 업데이트된

게시물을 실시간으로 받아보는 구독자 팬들을 위한 이벤트를 시행함.

- SNS 페이지의 팬이 되면 업데이트된 소식이 자동으로 본인의 SNS계정에 올려져, 괴산유기농엑스포의 팬이 아닌 제3자에게 소식을 노출할 수 있음.
- 1000번째 팬, 5000번째 팬 등 페이지의 팬 가입자에게 엑스포 입장료 무료, 유기농 제품 제공 등의 혜택을 제공함.
- 문화 활동 및 일상생활 속에서 유기농과 함께하는 사진을 주기별로 콘테스트를 개최함.
  → (예)유기농 산업 제품 관련 사진, 유기농밭에서 찍은 사진, 유기농 먹는 사진, 유기농요리사진 등





▌언론사를 통한 홍보

- 통상적인 보도자료 및 언론사별 개발 특성에 맞춘 보도자료를 제공하고 흥미 중심의 유기농 숨은 콘텐츠를 미리 발굴하여 언론사 특성에 맞춘 20여 가지의 콘텐츠를 사전에 제작하여 단계별로 배포함.
- 기획기사 중심, 사진 중심, 흥미 중심, 동영상 중심 등의 다양한 형태의 콘텐츠를 준비함.

언 론 사	홍 보 전 략
전 국 지	◉ 지방주재 중앙지 기자를 통해 전국단위의 광고노출 및 예산 절감 효과 극대화
지 방 지	◉ 충북·청주권, 괴산·증평 등 지역 지방신문에 PR기사의 전개 및 예산 효율성을 위해 지방지 적극 활용
전 문 지	◉ 기업, 전문가, 오피니언 리더 등을 목표로 유기농 및 이슈에 대한 특집기사 게재

표-68. 게제가능 신문사 현황

구 분			매체명
언론매체	중앙지	17	조선일보, 중앙일보, 동아일보, 한겨레, 경향신문, 한국일보, 국민일보, 서울신문, 세계일보, 내일신문,매일경제,한국경제,서울경제,머니투데이, 헤럴드경제,아시아경제,파이낸셜
	잡지	7	월간조선, 월간중앙, 한겨레21, 연합이매진, 세종이코노미 등
	지방지	11	동양일보, 중부매일, 충북일보, 충청매일, 충청일보, 충청타임즈, 충청투데이, 대전일보, 중도일보, 충청신문, 중앙매일
	지역신문	26	청주5(충청리뷰,충북경제,중부광역신문,중부포커스, 두꺼비마을신문) 충주2(충주신문,중원신문) 제천2(제천신문,제천단양투데이) 보은2(보은신문,보은사람들) 옥천2(옥천신문,옥천향수신문) 영동4(영동신문,삼군신문,삼도향토타임즈) 증평2(증평신문,괴산증평자치신문) 진천5(진천신문,진천자치,진천군민,진천시사,중부타임즈) 음성3(음성신문,음성뉴스,음성자치신문)
	인터넷신문	30	청주(충북인뉴스,충북넷,세종데일리,충청미디어,충북뉴스,세종경제뉴스,뉴데일리,복지TV,브레이크뉴스,청주일보,의약뉴스,프레시안,시사플러스 등) 충주(푸드투데이), 제천(제천인터넷뉴스, 제천뉴스저널, 오마이제천단양,제이뉴스) 옥천(불교공뉴스) / 영동(영동IN신문) / 증평(복덩이뉴스), 진천(매일투데이, 진천타임즈, 진천매일신문, 인터넷자치신문), 괴산(괴산타임즈)/음성(중부뉴스통신) /단양(단양매일뉴스)
방송(20)	지상파TV	6	전국 3(KBS, MBC, SBS), 지방 3(청주KBS, MBC충북, CJB)
	라디오	2	청주CBS, 청주BBS
	케이블TV	12	전국 10(YTN, 연합뉴스TV, CBS, BBS, TV조선, JTBC, 채널A, MBN, TVn) 지방 2(현대HCN, CCS)
	해외방송	2	아리랑TV, KBS월드
통신사		7	연합뉴스,뉴시스,뉴스1,아시아통신,국제뉴스 등
온라인 홍보		3	네이버, 다음, SNS
전광판		20	영동대로, 청계천로, 서울신문사, 충무1가, 도산4거리, 재능교육빌딩,서울 남부터미널, 태평로 등
계		**143**	

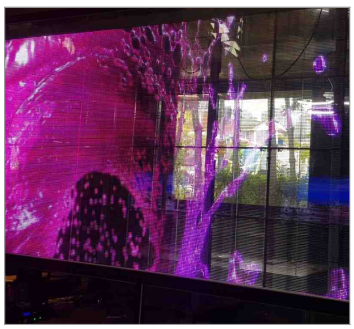
<table>
<tr><th>언론 홍보방식</th><th>홍 보 전 략</th></tr>
<tr><td>기자 간담회</td><td>◉ 유기농산업과 유기농엑스포 개최에 대한 의미를 조명하고, 엑스포 개최 전 국내외 언론을 대상으로 엑스포 사전 취재 진행함.
◉ 이를 위해 사전에 유기농 핵심콘텐츠와 핵심인물들의 스토리를 발굴을 제공함.
◉ 참가대상 : 교육부, 행정안전부, 농림축산식품부, 문화체육관광부, 산업통상자원부, 환경부, 여성가족부, 해양수산부, 중소벤처기업부 출입 기자
<table><tr><td>대상</td><td>지역언론사</td></tr><tr><td>개최장소</td><td>충북도청등 (D-7일에는 괴산에서 간담회 개최)</td></tr><tr><td>간담회 구성</td><td>홍보영상물 상영, 보도자료 배포
담당자의 프리젠테이션 및 질의응답</td></tr></table></td></tr>
<tr><td>인플루언서 초청 간담회</td><td>◉ 유기농 생산자 분야, 유기농 가공분야, 유기농 서비스 분야의 인플루언서를 초청 (소비자 단체 인플루언서, 해외 인플루언서 등)
◉ 유기농산업과 유기농엑스포 개최에 대한 의미를 조명하고 엑스포 개최 전 국내외 언론을 대상으로 엑스포 사전 취재를 진행함.</td></tr>
<tr><td>언론 인터뷰</td><td>◉ 주요인사별, 단계·시기별로 구분, 중앙과 지방의 구분(산업의 영향 및 소비자 트렌드, 지역경제에 미치는 영향 등 구분), 대상자에 따른 콘텐츠 구분(개최의미 및 준비현황 등)에 따른 엑스포에 대한 올바른 인식을 부여하고 관심을 확산시킴.
◉ 엑스포 관계자 및 주요 인사들의 인터뷰를 통한 관심을 고조시킴.
- 충북도지사, 조직위원장, 사무총장, 주요 관계자 인터뷰
- 엑스포, 컨벤션 참가 주요 해외 석학, 전문가 및 자원봉사자 등 인터뷰 병행 추진
◉ 엑스포 개최 D-365일, D-100일, 개막식 등 주요 계기별 인터뷰 기회를 마련함.
- 엑스포 개최 의미 및 준비 현황에 대한 내용 소개
- 중앙언론과 지역 언론의 메시지 차별화
<table><tr><td>지역언론 대상</td><td>괴산 경제 및 생활의 변화 강조
군민들의 참여와 지지유도(5대 지역 일간지)</td></tr><tr><td>중앙언론 대상</td><td>국가적 행사로서 엑스포 강조, 국민들의 관심유도
충북 괴산 엑스포가 생태한반도로 가는 동시에 생태아시아로 가는 트리거 역할</td></tr></table></td></tr>
<tr><td>기고 및 칼럼</td><td>◉ 유기농 관련 전문가를 조사 및 섭외하고 산업계, 학계, 관계, 언론 등 제 3자에 의한 기고·칼럼을 게재함.
◉ 오피니언 리더 등을 통해 엑스포에 대한 소개 및 당위성 강조, 엑스포 조직위 관계자, 괴산군 관계자, 유기농(1차식품,가공품 및 서비스)관계자, 오피니언 리더등을 통해 주요 일간지에 엑스포 관련 소개와지지 내용을 담은 기고문 / 칼럼 게재
◉ 시기별 이슈에 맞는 기고문 주제를 확정한 후, 필진에게 기고문 작성을 의뢰 / 검토 진행 / 기고문 주제별 예시</td></tr>
</table>

▌엑스포 설명회 통한 홍보

- 정부관계자 및 주요 여론 주도층, 언론사, 주요 여행사를 초청하여 설명회를 개최하고 참석자의 데이터베이스를 구축하여 지속적인 정보제공과 소통으로 2022 괴산세계유기농산업엑스포 참가 분위기를 확산하는데 활용함.
- 유기농관련 지자체, 기업, 주한외국기업 등에도 설명회를 지속적으로 개최하여 이들의 요청사항 등을 여론에 수렴하여 반영함.

▌옥 외 광 고

광 고 수 단	홍 보 전 략
옥 외 광 고	◉ 홍보탑, 대교 현판, 고속도로 현판, 가로등배너, 현수막 등 설치 ◉ 서울 및 괴산군지역, 지방 주요 교통요지, 고속도로 등
LED전광판 광고	◉ 행정안전부, 한국프레스센터 전광판 적극 활용 ◉ 장기간 노출로 인한 메시지 반복 소구 기능
플렉스 광고	◉ 지하철역, 터미널, 기차역, 공항 등 주요 교통 공공시설 설치 ◉ 청주공항, 서울의 지하철 주요역, 종합버스터미널 등
건물 외벽 광고	◉ 건물 외벽에 페인팅 또는 시트 부착으로 이목을 집중시키는 이슈화 홍보 ◉ 행사 인지 및 지속적인 노출 가능 매체



▌교통수단 광고

- 교통광고는 교통수단의 내부와 외부에 부착 설치되거나 교통광고 기관 및 그것에 수반되는 부대시설을 이용하여 행해지는 각종 광고형태의 총칭임.
- 지하철, 기차, 자동차, 버스, 선박, 항공기 등의 차체 및 플랫폼(Platform), 정류장, 각종설비 등을 이용한 조명간판, 포스터, 그리고 교통기관 내에 설치된 간판이나 서비스로 제공되는 시설 등을 매체로 이용한 광고를 지칭함.
- 버스 옆면 랩핑 광고, 주요노선의 고속버스 및 KTX 좌석 광고, 열차 및 지하철 화면 SPOT광고가 대표적임.

▌타 지역 유기농축제에서 홍보

- 타 지역에서 개최되는 유사 축제 또는 박람회 등에 2022괴산세계유기농산업엑스포를 홍보함으로써 엑스포 사전 분위기를 고조시킬 수 있음.

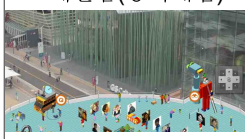
주 요 행 사	시 기	장 소	주요 프로그램
친환경유기농 무역박람회	8월	코엑스 (서울)	◉ 유기농스타상품경진대회, 가공식품, 농자재 등 200여 기관 및 단체 참가
유기농&토하 축제	9월	영 암	◉ 유기농 벼논 생태탐방, 전래놀이, 떡매치기, 토하젓판매
한농마을 유기농가을축제	10월	상 주	◉ GMO강연, 토종종자 재배 , 유기농 및 가공품 판매, 음식 소개
세계 유기농 인삼축제	10월	안 성	◉ 2018년 제1회 대회 개최 “고려인삼 유기농메카, 안성맞춤” ◉ 유기농 인삼푸드 체험, 뷰티체험(아쿠아 유기농 인삼 미스트, 인삼 에센스), 유기농묘삼으로 화분 만들기 체험
국제농업박람회	10월	나 주	◉ 미래를 꿈꾸는 농업, 여성이 바꾸는 세상
한국유기농업대회	11월		◉ 2018년 대회 상주서 개최, 종자 전시 ,유기농산물 전시

▌특 별 홍 보

○ 도민과 전 국민의 참여를 고취할 수 있는 콘텐츠를 개발한 참여형 홍보로 대회의 내적인 활력을 만들어냄.

<table>
<tr><th>구 분</th><th>홍 보 전 략</th><th>이 미 지</th></tr>
<tr><td>주제(테마)
홍보</td><td>◉ 주제홍보 : 100만 생협 및 유치원 학교 등과 함께 기획한 콘텐츠를 활용한 이벤트를 홍보하여 조직화된 회원들과 이웃들의 참가를 확산시킴.
◉ 괴산의 특산물(절임배추 옥수수 고추 등)과 역사 자연환경 등을 활용한 체험형 이벤트 개최 및 홍보 (직거래용 포장박스에 홍보문구 삽입)
◉ 테마홍보 : 건강을 지키는 방탄 유기농과 방탄 소년단 그리고 임꺽정을 연계한 콘텐츠로 국내 및 세계에 홍보하여 괴산엑스포를 세계기후행동의 진원지로 부각함.
◉ 애니메이션 제작을 적극적으로 추진함.</td><td>
 </td></tr>
<tr><td>도민
홍보단을
통한 홍보</td><td>◉ 2020년 초부터 홍보단 운영이 필요하며, 기수별 홍보단 모집 운영으로 활동 경험자를 누적시킴.
◉ 주변인에게 입소문홍보, 주요생활거점(가게, 골목 등)에 리플렛 비치 및 포스터 부착, 지역 내 축제 시 홍보활동 전개, 본인 SNS홍보
◉ 인센티브 엑스포 입장권 무료증정, 자원봉사 시간 인정자의 체험을 통한 홍보

<table>
<tr><th>구 분</th><th>내 용</th><th>비 고</th></tr>
<tr><td>자 격</td><td>엑스포에 관심있는 도민</td><td>총200명</td></tr>
<tr><td>기간 및
기수</td><td>2020~대회까지
1기수당 3개월(6개월) 활동</td><td>기수당 20여명
총10기 배출</td></tr>
<tr><td>교육 및
활동</td><td>교육 / 봉사활동 /홍보활동</td><td>유기농생활, 소셜미디어
홍보 등 교육</td></tr>
<tr><td>동 기
부 여</td><td>임명장 수여로 자긍심부여
년말 도지사 홍보단 수상
홍보단 뱃지 및 유니폼 지급</td><td>엑스포입장권증정
봉사시간 인정</td></tr>
<tr><td>조 직</td><td>기수별 모임으로 네트워크</td><td>충북과 괴산 전역
수도권주민 대상</td></tr>
</table></td><td>
 </td></tr>
</table>

구 분	홍 보 전 략	이 미 지
휴대폰 게임앱(APP) 홍보	◉ 휴대폰 게임 APP제작으로 사전에 게임을 통하여 유기농에 관한 관심을 유발하며 엑스포 개최 시 참가를 유도함. ◉ APP을 통하여 유기농을 직접 키울 수 있는 체험으로 카카오톡 게임 연계로 게임 유저를 다수 확보할 수 있음. ◉ 게임 실행 시 괴산유기농엑스포 배너 링크함.	 ▲레알팜(농사게임)  ▲여수엑스포 게임
괴산에서 구하는 물품찾기 이벤트 홍보	◉ 쌍방향 콘텐츠 전략으로 SNS 열풍을 조성함. ◉ 예를 들어 장소는 괴산읍, “이 사람을 찾아라”, “만나야 구한다” 등으로 10명 지정	
공모전 행 사	◉ 2022괴산세계유기농산업엑스포 슬로건(EI)부터 대회 중 체험행사의 동영상 공모전 등으로 쌍방향 소통 행사를 추진함. ◉ 선정된 내용은 공개홍보와 시상도 함께 실시하여 공익적 목적도 추구함.	
유기농 씨앗 나눠주기 이벤트	◉ 엑스포 개최 D-2년을 기념하여 청주, 서울역, 명동 등 주요지역에서 유기농씨앗 나눠주기 이벤트를 개최함. ◉ 씨앗배부 시 연락처를 기재하게 하여 수시로 유기농 재배에 관한 자료를 전송함. (충북농업기술원 연계)	

2. 해외 홍보 계획

목 표	해외관람객 대상별 특성에 맞는 홍보 전략으로 3.6만 관람객유치
기본방향	대상별 차별화 홍보유치전략

- 엑스포 관련 조직화 된 회원대상, 역동적인 한국형 유기농 가치 생산자, 가치소비자 모델 제시와 맞춤형 홍보로 참가 동기를 부여함.
- 일반관람객, 한류와 유기농의 결합내용을 재미와 가치가 조화된 쌍방향 콘텐츠 제시하고 전시기업 및 관련관람객, 유기농 선진국과 유기농 개도국 특성을 반영한 콘텐츠제시로 흥미유발, 인센티브를 명확히 제시함.

2-1. 참가(관람) 대상별 홍보계획

구 분	중 점 목 표	홍 보 내 용	매 체 활 용
1단계 (2020.01~12)	**홍보인프라 구축**	웹사이트 오픈 주한외신 기자간담회 관련행사 참석	웹사이트 뉴스 기획기사 보도자료
2단계 (2021.01~12)	**홍보인적 네트워크 활성화로 Boom up 조성**	홍보단 모집 및 활동 코리아넷 명예기자단 위촉 괴산지역 팸투어 실시 해외 홍보물 배포 엑스포 Boom up 조성	웹사이트 및 눈 뉴스 기획기사 보도자료 인터넷 광고
3단계 (2022.01~08)	**세계적 이슈로 사전이벤트 및 공동프로모션**	사전 이벤트 개최 유관행사 및 공동 프로모션 홍보대사를 통한 이벤트	웹사이트 및 SNS 인터넷 광고 DM발송
4단계 (2022.09~ 행사기간)	**통합적 홍보 관리**	전용 프레스센터 운용 이슈 홍보 강화 공항내 광고 및 홍보부스 운영	신문 방송기획기사 보도자료
5단계 (2022년 행사이후)	**성과 홍보와 미래비전 제시**	행사 성과 및 평가 집중 홍보 감사장 발송 유기농 산업기반 구축을 위한 비전 제시 (특히, 유기농 메카임을 강조	기획 기사 사후 홍보성 보도자료

2-2. 홍보수단별 계획

▌On-Line을 통한 홍보

○ 온라인 채널 구축을 통해 성공적인 엑스포 개최와 연속성을 확보
→ 엑스포 관련 정보 제공 및 연계 이벤트 전개하여 지속적인 직·간접 홍보

<table>
<tr><th>구 분</th><th colspan="2">홍 보 전 략</th></tr>
<tr><td>주요 학회
홈페이지</td><td colspan="2">◉ 유기농 및 웰빙, 건강 관련 해외 협회, 학회 등의 온라인 사이트를 활용한 홍보 활동 (ISOFAR, FIBL 등)
◉ 메인페이지 배너 및 팝업 광고 게재, 개인 및 기업회원 대상 홍보 메일 발송 협조</td></tr>
<tr><td>한국관광공사
및
여행관련 사이트</td><td colspan="2">◉ 외국인들이 한국관련 정보를 얻기 위해 자주 접속하는 사이트 활용
◉ 한국관광공사, 문화체육관광부 등의 유관기관 사이트 홍보
◉ 외국인을 대상으로 유관사이트에 엑스포 관련 정보를 지속적으로 제공하는 뉴스레터 업데이트
◉ 유기농엑스포의 다양한 테마를 시리즈로 적극 홍보
- Wikitravel(http://wikitravel.org), ouchsurfing(www.couchsurfing.com) 과 같은 여행 정보, 가이드 사이트를 통해 실시간으로 엑스포 정보 업데이트</td></tr>
<tr><td rowspan="3">주한대사관
홈페이지</td><td colspan="2">◉ 주한대사관 홈페이지 및 주한상공회의소 홈페이지에 엑스포 관련 소식 및 배너 게재</td></tr>
<tr><td>중국
파워블로거를
통한 홍보</td><td>◉ FIT(자유여행) 중국관광객 유치를 위하여 중국 파워블로거를 초청하여 팸투어 실시.
◉ 괴산의 관광자원과 엑스포에 대한 기대감을 줄 수 있는 콘텐츠를 블로그에 올리도록 유도.
◉ 엑스포 홍보 자료는 조직위원회에서 지속적으로 제공.</td></tr>
<tr><td>주한 외국인
SNS 서포터즈를
통한 홍보</td><td>◉ 괴산유기농엑스포의 민간인 외교사절로 국내 거주외국인들의 SNS를 통한 홍보.
◉ 한국어로 의사소통이 가능하며 SNS채널(페이스북, 트위터, 인스타그램 등)을 이용하여 홍보 활동이 가능한 외국인.
◉ 공모방식으로 모집, 사전 팸투어를 통해 괴산과 유기농엑스포를 소개하고 체험하며, 본인의 SNS를 통해 다른 외국인 친구들에게 홍보.</td></tr>
</table>

▌해외 언론매체 및 외신기자를 통한 홍보

- 여행관련 해외 잡지에 전면 광고 및 엑스포 홍보 자료 노출
  → Condenast (미국) Lonelyplanet(영국) (해외 여행잡지 예시 Traveller magazine 등)
- 영문 보도자료 배포 및 포토피치(photo slide show with music), 카약 빅데이터를 활용한 홍보

카약 2018 빅데이터 여행 가이드

- ‘카약 2018 빅데이터 여행 가이드’는 다양한 여행지 관련 정보를 한눈에 볼 수 있도록 정리해 놓은 사이트
- 연간 15억 건에 달하는 카약 여행 데이터를 기반으로 2018년 ‘인기 최강 휴가 여행지’, ‘인기 급상승 휴가 여행지’, ‘가격 하락률 높은 여행지’ 총 3가지 주제로 각각 10곳, 총 30개 여행지의 주요 정보를 보여줌.
- 또한 검색 결과를 기반으로 월별 평균 항공권 가격 및 숙박비용, 여행지에서 가장 인기 있는 호텔 리스트를 모아 보여줘 한국인 여행객이 2018년 여행을 스마트하게 계획할 수 있도록 도와줌.

- 주한 외신 기자 대상으로 엑스포 홍보는 엑스포 개최 1년 전 주한 외신 기자 간담회를 개최하고 Press Party를 통해 유기농엑스포에 대한 지속적인 노출 및 보도 자료를 제공함. (해외광고와 KBS World, 아리랑 TV활용 홍보)

▌해외 박람회 참가를 통한 홍보

- 유기농관련전시회 및 비식용 해외 전문 전시회에 부스, 로드숍 등으로 참가하여 2022괴산유기농엑스포를 적극적으로 홍보함.
- 2020 독일 뉴렌버그 국제 유기농 전시회는 농업·임업·축산, 화장품·미용용품, 식음료를 최초로 개최함. (개최규모 92,300㎡ 참가국수 98개국)

2020 독일 뉴렌버그 국제 유기농 전시회
(2020.02.12 ~ 02.15)

유기농화장품국제전시회
(홍콩, 독일, 프랑스 등)

▌국내·외 기관 및 단체, 해외 여행객을 통한 홍보

○ 문화체육부 해외문화홍보원의 코리아넷 명예기자단을 활용하여 2022 괴산세계유기농산업엑스포를 홍보함.

목 적	◉ 전 세계에 한국을 알리는 중요한 역할을 담당하고 있는 외국인 명예기자단*을 활용하여 세계적인 행사의 생생한 소식을 국내·외에 적극적으로 홍보 (문체부 해외문화홍보원의 대한민국정부 대표 다국어포털 코리아넷에서 활동, 2019년 9월 현재 73개국 593명 9개어로 활동) ◉ 대한민국 다국어포털 코리아넷 웹사이트(http://www.korea.net), 페이스북 (www.facebook.com/KoreaClickers), 인스타그램 (www.instagram.com/korea_net), 유튜브 채널(www.youtube.com/user/GatewayToKorea) 등에 사진, 기사, 영상 등 콘텐츠 게재 ◉ 명예기자단 개인 SNS 채널에 콘텐츠 게재, 라이브방송 및 공유
명예기자단 대상과 역할	◉ 대 상 : 한국과의 문화적 소통, 교류에 관심 있고, SNS 익숙한 국내외 거주 외국인 (2017년 154명, 2018년 273명) ◉ 주요활동 : 한국의 문화, 관광, 역사 등을 기사, 영상, 사진, 웹툰 등 다양한 콘텐츠로 제작하여 정부대표 다국어 포털 코리아넷 (9개어)과 개인 SNS 홍보
명예기자단 사용 언어	◉ 56개국 273명 (국내 거주 62명, 해외 거주 211명) ◉ 영어(113명) 아랍어(56명) 스페인어(39명) 불어(12명) 중어(20명) 일어(12명) 독어(5명) 러시아어(14명) 베트남어(2명)
기 타	◉ 필요시 핵심테마 콘텐츠를 르뽀 또는 세미다큐 형태로 제작하여 집중 활용

▌유기농 관련 해외기업 및 수출단체 설명회

○ 기업이 유기농 투자로 연결될 수 있는 고리를 제공하고, 2022 괴산세계유기농산업엑스포 개관 300일전에 주요 기업 지사장을 대상으로 엑스포 설명회를 개최함.

○ aT, Kotra 등 해외 수출관련 기관단체를 초청하여 설명회를 실시함.

▌재외 동포재단과 한인회통한 홍보

- 재외동포재단의 네트워크를 활용한 해외 한인을 대상으로 한 홍보 및 재외동포재단의 주요 한인회 행사 개최를 적극적으로 검토할 필요성이 있음.
- 한인회 대상 한인방송을 활용하고 엑스포 기간 중 방문을 협조·요청함.
  → 해외 한인회를 엑스포 홍보 및 관람객 유치의 거점지로 활용

▌해외 관광객을 대상으로 한 홍보

- 기내홍보 : ❶대한항공, 아시아나 항공 기내에 홍보 리플렛 비치, ❷기내지에 주기적 홍보기사 게재
- 공항홍보 : ❶공항 안내데스크 및 면세점 내 홍보 리플렛 비치, ❷공항 시설 내 홍보 영상물 반영
- 주요 호텔 홍보 : 안내데스크 및 로비에 홍보 리플렛 비치

▌국내 거주 외국인을 대상으로 한 홍보

- 국내 거주 외국인 주요 거점지역 로드쇼 : ❶이태원, 신촌 등 젊은 외국인 주요 지역에서의 괴산유기농엑스포 홍보를 위한 로드쇼, ❷이태원의 유기농우유, 유기농 삼겹살 등 유기농을 이용한 음식점 맛 집에 포스터 및 리플렛을 게재함.
- 국내 거주 외국인 유기농요리경연대회 개최 : 자국의 요리에 유기농을 접목시킨 퓨전요리 경연대회
  → KBS월드, 아리랑 TV 등 주관방송국의 해외송출 채널을 통해 다큐멘터리로 제작하여 방영하여 국내외 외국인들에게 유기농이 친근하게 다가가고 유기농을 알리는 계기를 마련함.

- 명동 지역 등에 관광통역안내소(전국15개소; 한국여행업협회)에 엑스포 배너 설치, 리플렛을 배포함.

제4절. 참가(관람)자 유치계획

1. 참가자 유치목표 : 72만 명

- 2022 괴산세계유기농산업엑스포에 대한 인지도를 제고시키고 지속적인 관심을 유발시켜 국내·외 72만 명 이상이 엑스포 행사장에 참가(관람)하는 것을 목표로 세움.
- 2022 괴산세계유기농산업엑스포 브랜드 및 엑스포 개최 사실에 대한 국내·외 인지도 구축 및 미디어 커버리지를 극대화 하여 참여 의지를 높이고 2022 괴산세계유기농산업엑스포가 성공적인 행사가 되도록 기획·시행함.

2. 참가(관람)자 유치전략

▌일반 관람객

- 충청북도와 괴산군이 가지고 있는 농업 및 역사관광자원 관련 빅데이터 및 정보를 토대로 유치 방안을 수립함.
  → 농업자원의 경우 인기 있는 고추, 절임배추, 대학찰옥수수 50가지 잡곡 등을 소재로 요리하며, 맛 체험하는 요리교실 프로그램화
- 역사 관광자원은 산막이 옛길 걸으며 추억 만들기, 송시열 밥상 체험하기 등의 대중적인 프로그램 개발하여 참가자를 유치함.

콘 텐 츠 방 향

- ◉ 핵심 콘텐츠를 성별, 연령별, 직업별, 지역별 특성을 감안한 후에 홍보 기본전략을 수립하고 이에 따라 다양한 홍보수단을 동원하여 홍보함.
- ◉ 일상적 화제거리로 만들어 국민에게 2022괴산세계유기농산업엑스포의 호기심을 지속적으로 유발시킴.

- 젊은 세대 및 임산부 : 홍보에 핵심역할을 할 밀레니얼(에코붐) 세대(만 25세~34세) 중심의 콘텐츠를 개발하고, 특히 건강과 교육에 관심 있는 학부모 연령층에 도달할 수 있는 콘텐츠를 개발함.
- 임산부에 대한 정부의 예산 지원이 집중(임산부 식품 지원 사업비, 2020년 271억 책정)됨에 따라 임산부가 믿고 신청할 수 있는 행사·상품 프로그램을 기획·실행함.
- 식품영양학적으로 태아부터 유기농 먹거리가 절대적으로 필요함을 보건 의료 전문가를 통해 정보를 전파함.

▌단체 관람객

기 본 방 향

◉ 유기농을 소비하는 핵심 단체와의 프로그램을 공동으로 기획·개발하여 참가자를 유치함.

◉ 유기농을 매개로 건강과 교육·체험을 연계시켜 어린이, 학생들이 엑스포에 참가하여 우리나라 및 세계 유기농산업에 흥미를 유발시킬 수 있는 프로그램을 개발하여 홍보함.

분 야 별 유 치 방 안

◉ 유기농 소비자 단체인 '한살림', '아이쿱', '행복중심 두레' 등 100만 명 이상의 회원을 보유한 생활형 협동조합의 조합원(회원)들 및 그 가족, 인근 주민이 적극적으로 참여할 수 있는 방안을 마련함.

◉ 교육청의 협조로 현장 학습과 연계할 수 있는 정책을 기획함.
(교육청과 조직 위원회의 업무협약(MOU) 체결 추진)

◉ **1단계** : 2020년에 한살림 등 각 단체와 조직위원회가 엑스포 성공을 위한 공동프로젝트 운영 MOU을 체결하고 유기농 소비자 단체 참가자들에게 유기농 이용 장려금(인센티브) 제공으로 유기농 소비시장 확대의 장을 마련함.

◉ **2단계** : 2020년부터 공동 프로그램 및 콘텐츠를 개발·홍보하고 참가유치 계획을 수립하여 추진함.

대 상	유 치 전 략
유치원 및 어린이 단체	◉ 현장 학습 유도로 교육 효과 홍보(생명원리와 자연생태 체험을 흥미있게 준비), 상상 어린이 교실을 사전에 애니메이션 제공 통해 참가를 유치함.
초등학교 및 중·고생 단체	◉ 기후변화, 유기농행동시대에 미래직업으로서 또 인생의 방향으로서의 유기농을 체험하게 함. ◉ 수학여행과 직업 체험으로서의 유기농현장과 연계함.
대학생 단체	◉ 미래의 주역으로서 기후변화행동의 중심역할에 대한 자부심을 느끼는 정서적 프로그램 실시로 참가를 유치함. ◉ 직업과 인생설계의 일환으로서의 유기농 체험을 함. ◉ 대학교직원 교수 학생대표의 팸투어 실시, 엠티장소로 연결함. (학교내 여행사와도 연계 프로그램 개발)
향우회	◉ 생태 한반도와 생태아시아의 중심도시인 내 고향의 자부심을 일깨움. ◉ 향우회 회장단과 사전미팅으로 대회 기간 중에 향우회 홈커밍 대회를 추진함.

▌유기농산업 관련 업체

- 유기농생산가공 서비스 부문의 관계자들의 D/B를 활용 향후 유기농산업 전망과 경제부문 접근 전략 등을 안내함.
- 비식용부문 중 비중이 커지고 있는 유기화장품과 반려동물관련 사료·치료영역에서 유기농 영역의 확대가능성을 홍보함.
- 유기화장품의 경우 선진국과의 격차를 줄이기 위해 선진국의 기술을 설명하고 체험하는 학술행사와 체험행사를 기획하여 시행함.

3. 해외 참가자

▌유기농엑스포 관련 단체

- IFOAM이 2015년 괴산세계유기농산업엑스포 행사 이후 이번에 함께한다는 내용을 전세계회원국에 설득할 수 있는 콘텐츠를 제작해 홍보함.
- ISOFAR(학술단체)가 2015년 괴산세계유기농산업엑스포 행사를 치룬 경험이 있으므로 D/B 및 인적 네트워크를 통한 유치활동을 강화함.
- 기본 안을 두 단체에 알리면서 회원들의 여론조사를 통해 무엇을 원하는지 정확히 파악한 후에 대응조치를 하여 능동적인 참여 분위기를 조성함.
- 2011년 IFOAM 국제학술대회에서 76개국 2,899명이 학술대회에 참석하였으므로, 2020년에 세계의 유기농 관계자들의 관심을 불러일으킬 이벤트를 기획함.
  → 예; 한반도 생태화 유기농화에 대한 추진방안선포 및 관련이벤트 홍보

▌해외 유기농산업 기업체

- 해외 화장품 박람회(독일, 홍콩 등)를 통해 해외 기업체에 대한 2022 괴산세계유기농산업엑스포에 참가할 수 있도록 적극적인 홍보를 시행함.
- 유기농자재 시장 소개를 위한 사전 세미나 등으로 국내 유기농자재 시장에 대한 해외 기업인의 관심을 유도함.

▌해외 단체 관람객

대 상	유 치 전 략
인센티브 투어팀	◉ 인센티브 투어는 회사 또는 기업이 주체임을 강조하는 경향이 강하며, 대상으로는 회사직원뿐만 아니라 비즈니스 협력자를 포함하고 있음. ◉ 과거에는 이미 달성한 성과나 목표에 대한 포상이나 보상적 차원이 강조된 반면 근래에는 동기부여의 목적이 부각되고 있음. ◉ 중국, 일본, 태국, 베트남 등 대규모 기업과 네트워크 유통업체 관계자를 초청하여 인센티브투어의 목적지로서의 괴산을 소개함. ◉ 현지 아웃바운드 주력 여행사들과의 MOU체결을 통한 공동 마케팅 실시함.
해외 팬클럽 팬미팅 캠프	◉ 국내 한류스타들의 해외 팬클럽을 대상으로 하는 팬미팅 및 캠프를 괴산 지역으로 유치함. ◉ 문화체육관광부 해외문화홍보원 : 해외 27개국 32개 - 웹진에 유기농 관련 기사제보 및 콘텐츠 송출 / 600여명의 명예기자단 초청 및 기사 송출 / K-Food 아카데미에 유기농식단 프로그램 제안 → 사례 : 주멕시코 한국문화원은 세프들의 사관학교에서 한식 K-Food 아카데미 개강하고 있음.
한국관광공사 해외기자단	◉ 행사 취재 후 기자단은 SNS 홍보 : 초청조건은 사전공문 제시 후 지자체에서 숙박비, 교통비, 투어비를 제공함. ◉ 온라인은 코리아넷 활용

구분	기자단이름	규모	비고
중국	한유기	30~40명	weibo.com/zaikorea
대만, 홍콩, 몽골	코리아버디스	30~40명	facebook/ktokoreabuddies
일본	칸타비서포터스	30~40명	sns
구미주	헬로코리아	30~40명	sns
아시아 극동	와우코리아	30~40명	sns

▌중국 패키지 관람객

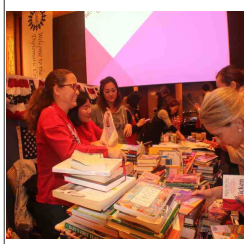
- 중국단체 전담 여행사 184개(2019.09기준)에 국내 관광패키지에 유기농엑스포 코스를 추가할 수 있도록 전담여행사를 대상으로 한 설명회 및 팸투어를 개최하고 유치 여행사에 보상 제도를 실시함.
- 지원대상 : 입장권 판매 및 단체 관람객 유치에 공이 있는 여행사
- 적용인원 : 외국인 10인 이상 단체관람객 유치(회당)
- 최근 중국인들에게 인기 있는 유기농에 관한 모든 것을 볼 수 있고, 신뢰할 수 있는 유기농 가공 제품을 저렴하게 구입할 수 있도록 관광 상품을 개발함.

▌한국 거주 외국인

구 분	홍 보 전 략	이 미 지
외국인 유학생	◉ 총 142,205명 (2018년기준) ◉ 중국 68,537명 (48%), 베트남27,061(19%), 몽골, 일본, 미국 순임. ◉ 행사기간 중 100명을 선발하여 안내겸 홍보담당 으로 단기 알바로 채용하여 자국민 참가토록 역할부여 (인센티브제공)	
국내 대학의 어학당	◉ 어학당의 견학프로그램 유치 ◉ 충북지역 대학교 어학당 : 충북대, 건국대(충주), 대원대, 중원대, 청주대, 세명대, 청주교육대, 한국교통대, 한국폴리텍 4대학 캠퍼스 ◉ 각 대학의 국제 교류팀 협의 : 유기농 문화체험 및 유기농 전통음식과 해당국 고유음식에 퓨전식 요리 개발 체험 등으로 어학당 학생 참가자 유치	
외국인 노동자	◉ 충청 지역 외국인 노동자들의 당일 여행 프로그램 유치 ◉ 외국인 노동자 채용 기업들과 외국인 인력지원센터, 외국인 노동자지원센터와 협의	
다문화 가 정	◉ 충북지역 및 전국 다문화가정지원센터와의 협력을 통하여 다문화가정아동체험 견학, 다문화가정 합동결혼식 신혼여행코스로 활용 ◉ 충북지역 다문화가정 인구수 (3만 2천 674명, 2017년 기준, 행안부) ※ 참고; 전국은 96만3,801명 (전체 외국인주민; 186만명, 2017년)	

구 분	홍 보 전 략	이 미 지
외국인 학 교	◉ 2018년 9월 기준 : 전국 총 40개교, 10,580명(추정)의 학생 ◉ 외국인학교 학생들을 대상으로 유기농을 주제로 하는 UCC제작 경진 대회 및 팟 캐스트 운영으로 엑스포 홍보 및 참가 유도	

▌기타 유치방안

구 분	홍 보 전 략	이 미 지
세계한상대회	◉ 매년 국내에서 개최되는 세계한상대회에 부대행사인 투어프로그램의 코스로 유치하여 괴산의 유기농산업을 체험하고 유기농가공식품의 소비를 촉진 ◉ 세계한상대회'는 세계각지의 재외동포 경제인과 기업인이 함께하는 국제 비즈니스 대회로, 매년 9월 또는 10월에 3일간 개최 ◉ 2019년 10월 22일부터 여수에서 3일간개최 (매년 40개국 3,000여명 참석)	
세계도시연맹 주한대사관 및 주한상공회의소	◉ 세계도시연맹국가의 국가Day에 맞추어 행사장 방문할 수 있도록 협조 요청 ◉ 주한대사관을 통하여 국가Day 공지 후 해당 일에 행사장 방문 시 입장료 할인 혜택	
서울국제여성협회 (SIWA:Seoul International Women's Association)	◉ 서울국제여성협회는 우리나라에서 가장 큰 국제 여성단체로 1965년 국적과 문화적 배경이 서로 다른 여성들이 사회봉사를 목적으로 설립한비영리 단체 45개국 약300명의 외교관 부인들과 글로벌기업 임원진 부인 등이 소속되어 있음. ◉ SIWA의 모임을 괴산유기농엑스포 행사장에서 할 수 있도록 자리를 마련하여 세계 각국의 여성 리더들에게 괴산유기농을 소개할 수 있는 기회마련추진	

제5절. 관람객 유치목표 및 홍보·마케팅 예산계획

1. 관람객 유치목표 : 72만 명

[단위 : 명]

구분		목표치	근거	비고
	계	**684,000**		
국내 참가자	생협조합원	122,000	(100만×12.2%)	2015년엑스포참가자 기준
	생협조합원 인근주민	80,000	(100만×8%)	
	유기농산업 관련자	140,000	(27만5천명×51%)	참가의향조사
	충북도민	162,000	(162만명×10%)	영.유아학생,시민 향우회
	일반국민 참가자	180,000	(수도권16만명+기타2만)	
	계	**36,000**		
해외 참가자	학술회의 참가자	2,500	(2011년 세계유기농 대회참가수 2,899명 참고)	IFOAM 총회, ISOFAR , ALGOA포럼
	방한 외국인	13,600		
	외국인 유학생	10,000	142,205명×7%(2018년)	중국(48%), 베트남(19%) 몽골(4.8%), 일본, 미국순
	외국인 거주자	9,000	(외국인노동자 문화가정)	
	산업전시 참가자	600		산업전시(국.내외), VIP
	충북자매 결연지역 등	300		

2. 홍보·마케팅 예산 계획 : 12.7억 원

[단위 : 백만 원]

구 분	제 목	항 목	예산	비고
홍 보 예 산	❶기반구축	E·I 및 기본 콘텐츠 개발비	100	
		IMC 전략 수립	50	
		소 계	**150**	
	❷온라인홍보	포털 광고	225	
		온라인 이벤트 (공모전 등)	120	
		홈페이지 제작	40	
		인플런서 활용 홍보	40	
		소 계	**425**	
	❸오프라인홍보	방송 광고	100	
		언론 (신문 잡지)	100	
		인쇄 홍보물 제작 및 제휴 홍보	100	
		소 계	**300**	
	❹해외홍보	해외 박람회 참가 및 해외 잡지 홍보	**100**	
	❺주제홍보	생협 및 유치원 학교 등 홍보	**80**	
계 (❶+❷+❸+❹+❺)			**1,055**	
기업/ 참가자 유 치 활 동	❻단체참가자자료제작	체험학습 자료 홍보	50	
	❼여행사 연계유치비	사전답사 등	50	
	❽기업 및 바이어유치	참가설명회 개최 및 기업방문	105	
	❾기관방문 유치활동	국내외 기관 방문 유치 활동	16	
계 (❻+❼+❽+❾)			**221**	
총 계			**1,276**	

2022괴산세계유기농산업엑스포

제9장 엑스포 운영·관리계획

제1절. 엑스포 운영·관리 기본방향

1. 기 본 방 향

▌운영관리 원칙 및 전략

○ 2022 괴산세계유기농산업엑스포의 운영관리는 8대 기본원칙 및 5대 차별화 전략을 추진함으로써 운영관리의 효율성을 확보함.

▌엑스포 8대 기본원칙

❶문화성 : 컨퍼런스 및 문화사업 연계·운영 → 괴산군 지역전체를 연계한 엑스포 코스를 개발하여 운영함.

❷참여성 : 군민 및 도민이 자발적으로 엑스포에 참여(자원봉사)하여 주민과 지역이 중심이 되는 엑스포를 구현하고 중앙정부, 도, 군, 유관기관, 단체 등이 협력적인 커뮤니케이션을 구축함.

❸안전성 : 보안 및 안전사고 관리, 응급대응 및 치료, 화재 및 사고방지, 미아발생 방지 등 안전성을 확보하는 것이 국제행사에서 무엇보다 중요함.

❹환경성 : 청소 및 위생관리, 소음발생 관리, 쓰레기 및 환경오염 처리, 친환경 재료사용, 재활용 등 그린 엑스포(Green EXPO)를 실천하여 긍정적인 이미지를 창출함.

❺편리성 : 고객동선 및 정보제공, 고객불만 및 고충관리, 숙박 및 고객편의서비스, 지역 관광정보 제공, IT기반 참가자 서비스를 제공하여 우수한 관람객 평가를 받음. (국제행사 평가항목)

❻대응성 : 종합상황실 운영, 혼잡관리, 교통 및 주차관리, 행사 일정관리 등으로 행사진행의 돌발상황 및 관람객의 의견을 능동적으로 대처하는 능력임.

❼협력성 : 조직위원회, 충청북도, 괴산군, 관계기관, 관련기업 등의 이해당사자 간 협력 네트워크 구축으로 긴밀한 협력을 유지함.

❽유연성 : 관람객들의 의견을 능동적으로 수용하고 클레임을 사전에 해소하기 위해 행사진행 시 돌발상황에 유연하게 대처하는 능력을 뜻함.

▌5대 추진전략

❶ 지역경제 활성화

엑스포와 괴산의 문화·관광자원, 농촌·생태체험자원, 유기농체험자원 등과 연계한 운영으로 괴산 경제의 활성화에 기여함.

❷ 협력 네트워킹의 강화

대회관련 행정기관, 참여기업, 후원자 등과의 원활한 협력체계를 유지하고 주민 및 지역단체들과의 긴밀한 협력태세를 유지·강화하며, 통역서비스 등을 제공하여 외국인 관람객에게 대응할 수 있도록 함.

❸ 안전 최우선의 엑스포 실현

사고 예방을 위한 안전관리 매뉴얼과 비상상황 대처를 위한 비상계획을 체계화하고, 관계기관·단체의 업무협력도 체계화 함.

❹ 경제 엑스포 실현

기존 시설 및 공간을 최우선적으로 활용하여 예산을 절감하고, 자원봉사 요원의 적극적 활용과 인력운영의 탄력성을 강화함.

❺ 환경 친화 엑스포 실현

쓰레기, 냄새 등이 발생하지 않는 환경오염 없는 엑스포를 지향하며, 청결 관리 유지와 함께 환경오염에 즉각적으로 대응할 수 있도록 함.

2. 엑스포 추진조직 구성

2.1. 조직위원회 구성개요

▌배경 및 필요성

- 엑스포의 성공개최를 위한 체계적인 운영을 총괄하는 조직으로서의 조직위원회 구성이 필요하며, 대외인지도 강화를 위해 필요함.
  → 큰 규모의 대외협력의 전담기구 역할 및 경영수익사업 발굴·예산운용의 효율성을 강화함.

- 엑스포 운영특성상 단기간에 많은 인력이 필요하기 때문에 공무원의 파견 및 외부 전문가 채용 등에서 유연성을 갖는 법인형태의 조직위 구성이 요구됨.
  → 엑스포 재단법인 설립(민법 총칙 제77조 등)과 조직위원회 구성은 2015년 엑스포를 참고하여 조직형태 (법인 등) 및 조직체계, 사무분장체계 등을 결정함.

- 조직위원회는 추진단계에 따라 4~5단계로 나눠 '❶기획단계 → ❷정부 승인단계 → ❸개최준비 및 실시단계 → ❹실시 후 단계 → ❺엑스포 지속단계(재단법인의 유지 등)'까지 탄력적으로 진행함.

- 2022 괴산세계유기농산업엑스포 행사의 조직운영은 조직위원회를 중심으로 이루어지며, 실질적인 행사운영을 위해 사무국을 설립해 체계적으로 운영함.

- 2022 괴산세계유기농산업엑스포 조직위원회는 지역유기농산업 단체 및 국내외 전문가 참여를 확대하는 민·관 협력형 조직으로 구성함.

1단계	→	2단계	→	3단계
엑스포 추진기간 (추진위원회)		엑스포 준비기간 (조직위원회+총괄대행사)		엑스포 운영기간 (조직위원회+총괄대행사)
2020.10.~2020.12.		2021.01. ~ 2021.12.		2022.01. ~

▌조직위원회 조직구성 및 역할

- 승인단계 : 엑스포 개최 국가 승인 확정 후에는 성공적 개최준비와 제반활동 추진을 위해 조직구성에 중점을 둠.

- 실행단계 : 엑스포 개최와 근접하여 행사장 조성과 프로그램 연출 및 운영, 참가자 유치 및 등록 등의 실제 개최를 위해 전문총괄대행사와의 공조체계를 운영함.

▌조직위원회 조직 구성

- 조직위원회는 집행위원회, 자문위원회, 범도민협의회, 자원봉사자단, 행정지원협의회(도 및 군), 도·시군유기농산업지원협의회, 세계유기농 단체·기구위원회 등의 자문 및 협력지원조직을 둠.
- 조직위원회 사무국은 2본부 체제로 구성하고 조직구성 체계는 다음 그림과 같음.

기 획 본 부 — ❶기 획 부

1. 엑스포 종합실행계획 수립·조정 및 총괄
2. 조직위원회 조직 및 인사 관리에 관한 사항
3. 각 부서별 업무에 관한 종합 조정 및 협조
4. 기타 타부서에 속하지 아니하는 사항
5. 엑스포 실행세부계획 수립 및 조정
6. 주관 대행사 공모 및 선정
7. D-365행사 추진
8. 국회·의회, 도 주요업무 보고 및 협력 사항
9. 조직위원회 등 위원회 구성 및 운영 총괄
10. 조직위원회 법인설립 및 청산에 관한 사항
11. 조직위원회 직제 및 정원관리에 관한 사항
12. 계약직 근로자 채용 및 관리
13. 조직위원장 지시사항 처리
14. 예산의 편성과 집행·조정 및 통제
15. 국비 및 지방비 등 예산 확보에 관한 사항
16. 명예대회장, 고문 위촉

17. 범도민 지원협의회 구성·운영에 관한 사항
18. 고문 변호사 관리 및 법적쟁송에 관한 사항
19. 중앙행정기관 등 후원 영입, 유관기관 업무 협약 추진
20. 단위사업 실행계획 수립 및 관리
21. 법령, 정관 및 제·규정과 규칙 관리에 관한 사항
22. 공동개최 실무협의회 운영
23. 워크숍, 연찬회 등 관련 업무
24. 행사 정산 및 성과 보고서 작성

기 획 본 부 — **❷홍 보 부**

1. 국내외 엑스포 홍보계획 총괄 수립 및 조정
2. 주관 대행사 홍보실행계획 협의·조정
3. 주관방송사 선정·운영
4. 홍보영상물 및 주제영상물 제작
5. 홍보물, 기념품 기획·제작 및 배포
6. 국내외 엑스포 홍보관(부스) 운영
7. 교통시설(KTX, 버스, 지하철 등) 활용 홍보
8. 홍보대사 위촉 및 운영
9. 홍보주제가 및 CM송 제작·활용
10. 언론매체(TV, 신문, 라디오, 잡지 등) 활용 홍보
11. EI 개발 및 관리에 관한 사항
12. 엑스포 웹사이트 구축 및 운영
13. 포털사이트 및 SNS 활용 홍보
14. 인터넷 홍보 및 홍보단(도우미) 운영
15. 엑스포 도민 홍보단 구성 및 운영
16. 지역간·국제간 홍보 네트워크 구축 및 활용
17. 엑스포 홍보관련 일반사항
18. 시·군 연계 엑스포 홍보 관련 추진
19. 국내 타 행사 활용 홍보
20. 해외 언론 연계 홍보
21. 국내 기업, 협회, 대학, 단체 등 홍보
22. 엑스포 개최와 관련한 TV다큐 제작
23. 주요거점별(고속도로 휴게소, 주요숙박업소·식당) 홍보물비치 및 홍보
24. 엑스포 종료 후 성공 영상(TV) 및 지면광고 제작
25. 시설물(육교현판, 전광판, 야립간판 등) 활용 홍보
26. 해외홍보 기본계획 수립
27. 해외 이벤트 참가 등 해외 홍보활동 추진
28. 언론·방송사 취재지원 및 프레스센터 운영
29. 기자 간담회 개최
30. 주요보도자료 작성 및 제공
31. 직원 업무용 모바일 전자수첩(앱) 제작·배포

기 획 본 부 ❸산업 유치부

1. 국내외 기업 및 유치계획 수립 및 조정
2. 유기농관련 국내외 기관들과의 협력체계 구축
3. 국내 기업·기관 유치를 위한 VIP 개별 접촉
4. 기업·기관 유치 관련 주관 대행사 협의
5. 기업·기관 및 단체 등 MOU 업무추진
6. 대사관 및 기업유치 전문기관 연계 해외 기업·기관 유치
7. 목표시장 선정 후 DM, TM 마케팅 및 직접 방문 유치
8. 참여 기업·기관들에 대한 홍보물 제공
9. 국내외 중요 유치 기업대상 설명회 개최
10. 엑스포 개최 학술행사, 컨벤션 개최
11. 유기농 관련 전문가 및 실무자 초청 포럼·세미나 개최
12. 유기농 관련 협회 및 단체와 연계한 외국인 전문가 초청
13. 교역관(Biz 상담관) 설치 및 운영
14. 비즈니스 파트너 발굴을 위한 파트너링 프로그램 개발 및 운영
15. 참여 외국기업 및 기관 입국 관련 지원
16. 기업유치와 연계한 바이어 유치
17. 국내외 유기농 연관 전시회 협력체계 구축
18. 대기업, 벤처기업, 중견기업 유치리스트 DB구축및 contact point 조사
19. 중요 초청 바이어에 대한 인센티브 개발 및 제공
20. 기업·기관 유치 실무협의회 구성 및 운영
21. 전시 참가 결정 기업 지속 관리
22. 참가업체 규정집·자료집 제작 및 배포
23. 전시업체 부스 배정, 설치 관련 협의 및 조정
24. 참여기업 및 학술대회 참가자 숙박시설 수급관리
25. 전시시설(특별관, 유기무역박람회장) 운영

기 획 본 부 ❹관람객 유치부

1. 국내외 관람객 유치 종합계획 수립 및 조정
2. 관람객 유치 관련 주관 대행사 협의
3. 외국 단체관람객 입국 관련 지원
4. 국내 거주 외국인 관람객 유치
5. 엑스포 관람과 연계한 관광상품 개발
6. D-100 이벤트 행사 추진
7. 국내 개별 관람객 유치
8. 국내 단체 관람객 유치
9. 외국인 관람객 유치
10. 해외 자매결연 단체 및 도시유치

기 획 본 부 — ❺의 전 부

1. 의전업무 계획수립 및 시행
2. 엑스포장 방문인사 관람계획 수립
3. 각종 단위행사별 세부의전 추진
4. VIP 의전관리, 국내외 주요인사 초청 및 안내 등

운 영 본 부 — ❶운 영 부

1. 행사운영 종합계획 수립
2. 도우미 등 행사운영요원 수급계획 수립
3. 도우미 등 행사운영요원 채용 및 복무관리
4. 도우미 등 행사운영요원 교육훈련 및 후생복지
5. 자원봉사자 모집 및 선발·운영에 관한 사항
6. 행사운영요원(진행요원, 도우미, 자원봉사자) 급식 관리계획 수립
7. 행사운영요원(진행요원, 도우미) 숙박관리 지원
8. 관람객 물품 보관소 및 대여소 운영
9. 치안대책, 유아 관련 범죄 사고 관리
10. 행사장 경비·보건·위생 및 방역 관리
11. 행사장 진출입 통제계획 수립 및 시행
12. 행사장 내 의료센터(응급실) 운영
13. 출입증 및 행사운영물자 관리
14. 청소 용역업체 선정 및 관리
15. 경비 용역업체 선정 및 관리
16. 관람객, 종사자 및 시설물 보험관리
17. 관람객 수송관리 종합계획 수립 및 운영
18. 장애인 편의시설 및 서비스센터 운영
19. 관람객 입퇴장 및 행사장 질서관리
20. 안내소 및 방송실 등 공공서비스센터 운영
21. 외국인 및 내국인에 대한 종합적 행사운영 안내
22. 전야제, 개막식 및 폐막식 등 행사 추진
23. 숙박 총괄계획 수립
24. 주차 및 교통관리 대책 수립·관리
25. 기타 운영부 일일보고 및 서무
26. 엑스포 종합상황실 운영 및 관리

운 영 본 부 — ❷유기농 사업부

1. 엑스포 수익사업 운영계획 수립
2. 주관 대행사와 수익사업에 관한 사항 협의
3. 공식 후원사 유치·선정·관리
4. 엑스포 휘장 등록 및 사용에 관한 사항
5. 국외 휘장사업 아이템 개발에 관한 사항
6. 입장권 요금 결정 및 제작에 관한 사항

7. 행사장 사용승인 및 사용료 징수
8. 스폰서 발굴 및 운영에 관한 사항
9. 엑스포 마케팅전략 수립 및 시행
10. 임대수입, 입장권 등 사업수입 세입세출 외 현금 관리
11. 식음료시설, 부스판매 및 임대사업 추진
12. 입장권 판매, 수익 정산 및 관리
13. 수익사업개발 및 수익금 관리
14. 기념품 개발 및 제작·판매
15. 지방자치단체 연계 수익사업 추진
16. 기타 수익사업 아이템 개발
17. 광고·협찬 사업 발굴 및 유치
18. 유치보상금 지급 및 관리
19. 입장권 현장판매(매표소) 관리

운 영 본 부 — **❸전 시 부**

1. 전시업무 기획 및 운영 종합계획 수립
2. 유기농 3.0 주제전시관 운영 및 관리
3. 야외전시관 운영 및 관리
4. 유기농 비즈니스관 운영관리
5. 전시관 체험, 먹거리 및 이벤트 시설 운영관리

운 영 본 부 — **❹시 설 부**

1. 행사장 시설물 설치 종합계획 수립
2. 행사장 건축물(파빌리온 등) 설치 및 관리
3. 임시건물 설치 종합계획 수립
4. 각종 부스 배치계획 수립 및 관리
5. 행사장 부지 및 주차장 조성·관리
6. 기반시설(동선포장, 상하수도 등) 설치 및 관리
7. 전시 및 공연 시설물 유지·관리
8. 소방·방화시설 유지관리
9. 행사장 전기·통신시설 설치·관리
10. 보안등, 경관조명 설치 및 유지관리
11. CCTV 설치 및 유지관리
12. 행사장 내 유·무선 인터넷 및 와이파이 설치
13. 무전기 등 통신 관련 시설 설치
14. 기타 전기·통신 관련 제반 사항
15. 행사장 음향시설 설치 및 관리
16. 구내 및 옥외 방송장비의 설치
17. 냉난방 시설 설치 및 유지관리
18. 기계시설 설치 및 관리

19. 행사장 조경시설물 설치 및 관리
20. 행사장 접근로 및 주변지역 조경
21. 야외 공연장 설치 및 관리
22. 매점·식당 등 상업시설 설치
23. 행사장 종합 안내판 및 유도 사인물 설치
24. 고객 편의 서비스 시설 설치 및 관리
25. 장애인 편의시설 등 각종 안전시설 설치 및 관리
26. 각종 편의·부대시설 설치 및 관리
27. 폐기물 처리시설 설치 및 기타 청소시설 설치
28. 행사장 임시·고정식 화장실 설치 및 관리
29. 오·폐수 처리시설 유지관리
30. 정류장, 승강장, 하역장, 도로 등 환경연출물 설치 및 관리
31. 엑스포 행사장 내 주 동선시설 관리
32. 행사장 시설물 보완 및 수선계획 수립 시행
33. 기타 행사 관련 시설의 개·보수
34. 시설물 점검 종합계획 수립
35. 일일 및 주간시설물 점검계획 수립 및 관리
36. 각종 시설물 소방대책 및 안전대책 수립
37. 행사장 조성관련 환경 관련 법령 검토 및 이행
38. 각종 시설물 설치에 따른 지자체 협력 지원
39. 부서 내 주요업무 보고
40. 부서 내 예산편성 및 지출

2.4 조직위원회 세부조직 구성

1 조 직 위 원 회

▌구성과 역할

- 엑스포 기획 및 준비, 개최와 관련한 내·외부의 모든 업무의 보고 및 지시를 담당함. → 조직위원회는 충청북도 도지사와 IFOAM 회장의 공동위원장 체제로 하며, 부위원장은 3~5명 체제로 구성함.
- 국내외 유기농산업 전문가, 유력인사 등을 조직위원회 자문 및 협의회 위원으로 위촉, 구성해 세계적 행사임을 부각시킴.

▌조직위원 위촉

- 조직위원은 범국민적 참여 분위기 확산과 체계적, 효율적인 엑스포 운영을 위해 사회적으로 덕망과 학식을 겸비한 각계각층의 유력인사가 참여할 수 있도록 250명~300명 수준으로 위촉함. (*참고 2015년 214명 위촉)

- 유기농산업엑스포의 특성에 맞고, 전문성을 높일 수 있도록 국내외 각계의 저명인사와 유기농 분야의 학계, 기업, 협회 관련 인사들로 구성하여 엑스포의 성공적 추진 기틀을 마련할 필요가 있음.

▌자문위원 위촉

- 엑스포 각 분야별 전문가 20~30명을 위촉해 자문위원회를 구성하고 기획운영, 홍보, 기업유치, 관람객유치, 이벤트, 수익사업, 시설 등에 관해 자문을 받음. (*참고 2015년 24명 위촉)
- 실행계획 수립 및 엑스포의 전반적인 중요사항 결정을 위한 자문, 문제점 예측, 이에 대한 개선방안을 마련하기 위하여 분야별 자문 위원회를 개최하고 전문적·기술적인 사항 등에 대한 자문을 받아서 엑스포에 반영함.

2 성공지원 협의회 조직

▌구성과 역할

- 엑스포의 성공적인 개최를 위하여 지역주민 뿐만 아니라, 범도민적인 관심과 참여가 수반되어야 함.
- 국내·외 유기농산업 및 연관산업 관련 유관기관의 지원이 필요하기 때문에 범도민지원협의회, 행정지원협의회, 유관기관지원협의회로 구성된 지원협의회를 구성함.

▌범도민지원협의회

- 범도민지원협의회는 충북도민이 엑스포의 주인으로서, 행사 준비 및 개최 홍보에 자발적으로 참여하도록 하며, 지역 발전에 대한 의지와 열정, 역량을 엑스포 성공개최에 분출시킬 수 있는 계기 마련 필요.
- 범도민협의회 위원은 농어민, 소상공인, 기업인, 노인, 학생 등 도내 각계 각층의 여론을 주도하는 다양한 인사를 중심으로 괴산을 비롯한 지역의 대표인사 250명~300명으로 구성함. (*참고 2015년 208명 위촉)
- 범도민협의회는 엑스포 홍보활동 및 참여분위기 조성 및 시군 지원 사업 협조, 범도민의 단합을 위한 각종 직능사회단체 지원활동, 민간차원의 엑스포 지원 사업의 전개 등 행사 붐 조성을 위해 구성이 필요함.

▌행정지원협의회

- 행정지원협의회는 엑스포 개최 준비에 필요한 각종 행정 지원을 위해 중앙 및 지방정부의 행정부서와 협의체를 구성할 필요가 있음.

▌유관기관협의회

- 유관기관협의회는 엑스포 개최준비에 필요한 각종 실무 지원을 위해 국내외

유기농 관련 공공 및 민간기관·단체 담당자와 협의체를 구성.

행 정 기 관	충청북도 행정지원 협의회	◉ 엑스포의 성공개최를 위하여 조직위원회의 직접 사안이 아닌 도로, 교통질서, 환경정비 등 직·간접적으로 필요한 행·재정적 지원사업은 행사의 성공을 위한 가장 큰 뒷받침이 된다고 할 수 있음. ◉ 이러한 필요성에 따라 충북도는 각 부서별 지원사업의 역할분담과 지원사업의 조정 및 추진과정상의 문제점에 대한 대안 강구 등을 위하여 행정지원협의회를 구성·운영 필요
	괴 산 군 행정지원 협의회	◉ 엑스포 TF팀을 구성해 중앙정부의 국제행사 승인 및 행사장 조성, 조직위원회에서 필요로 하는 군의 각종 지원요청사업을 총괄지원하는 역할 수행 필요.
유 관 기 관	괴 산 군 종교지도자 협의회	◉ 기독교, 불교, 천주교 등 종교계의 대표가 참여하는 종교지도자 협의체를 구축, 협의회를 진행하여 많은 종교인이 공감하는 장을 마련할 필요가 있음.

제2절. 엑스포 인력 운영계획

1. 기 본 방 향

▌주민 참여의 극대화로 상생발전 도모

- 주민과 함께 지역공동체의 상생 발전과 엑스포의 질적 향상을 위한 실질적인 참여방안을 제시함.
- 엑스포의 주민 참여를 통해서 성공적인 개최로 지역경제 활성화 및 경제적인 이익을 제공함.

▌분야별 적정 업무 분담

- 조직위원회, 전문대행사 간의 업무분장을 명확화하고, 기타 단순 업무는 자원봉사자, 운영요원 등을 활용하여 추진함.

▌인력 선발의 공정성 및 업무역량 강화

- 인력모집 및 선발교육은 엑스포 준비 진행상황에 맞추어 단계적으로 추진하며, 엑스포 개최 홍보와 연계하여 추진하고,
- 교육·훈련은 소양교육, 직무 교육, 현장적응 훈련 과정을 체계적으로 실시하여 교육성을 거양함.

▌동기유발의 원칙 적용

- 엑스포 관련 모든 인력이 업무 활동에 있어서 열정과 책임을 다 할 수 있도록 즐거움, 보람, 적절한 보상을 보장하는 선순환적 업무환경 조성과 동기를 부여함.

▌인력운영비 절감대책 수립

- 엑스포를 운영해 본 경험이 있는 기존인력을 최대한 활용해 효과적 업무추진과 인력운영 비용을 절감하고,
- 개최지의 지역적인 특성 및 근무환경을 감안하여 사전에 적정규모의 운영인력 및 확보소요를 책정함.
- 단기 고용 인력은 조직위 직원 수준, 지원 요원과 자원봉사자는 실비 보상 차원에서 적정 수준의 처우를 제공함.

2. 주요 인력 구성

▌인 력 구 성

- 2022년 괴산세계유기농산업엑스포는 2015년 행사의 경험을 살려 추진하며,

○ 지난 대회 수준에서 인력 수급계획을 수급하되, 그 규모는 사무국 직원 50명 내외, 자문위원 20~30명 내외, 운영요원 및 자원봉사자 1,200명 등이 적합할 것으로 판단됨. (*참고 2015년 대회 인력 1,405명 수준)

조직 구분	구성	주요 업무 및 기능	인 원 (명)
조직위원회	사회 저명인사	◉ 엑스포 추진 총괄 ◉ 대내외적 홍보 및 사회각계로부터의 지원유도	130 ~ 150
범도민 협의회	도민대표	◉ 괴산세계유기농산업엑스포 도민 홍보대사 ◉ 환경미화 활동, 지역공동체 활동, 자원봉사활동	
유관기관지원 협의회	유관기관 대표	◉ 경찰, 군, 의료 및 기타 관련 연구기관 및 협회 등 협력체계 구축	
행정지원 협의회	중앙 및 도·시군	◉ 농식품부, 교육부, 복지부, 기재부 등 담당자 ◉ 충북 내 시군 대표 및 담당자 협력체계 구축	
자문위원회	전문가 그룹	◉ 엑스포 개최 관련 추진상황 모니터링 및 자문 ◉ 전시 큐레이터 포함, 분야별 전문가	20~30
사무국 (지휘)	조직위 도·군 대행사	◉ 엑스포 실행기본계획, 국제행사 심사요청 등 ◉ 현장관리 총괄 ◉ 운영요원 지도 감독 등	2
사무국 2본부	전문인력	◉ 컨벤션, 기업투자 유치, 수익사업관리, 언론 관리, 사무국 전문인력 등	50
운영요원 및 자원봉사자	전문인력 일반인력	◉ 행사장 내 행사운영 및 환경위생 관리 ◉ 자원봉사 활동	1,200
소 계			**1,400**

3. 운영인력 수급 및 관리계획

3.1 전문인력 수급 및 관리

- 기존 엑스포인 오송 화장품뷰티 세계박람회, 오송국제바이오산업엑스포 등에서 기획 및 개최 운영, 관리경험이 있는 전문 인력을 적극 유치함.
- 외부전문가는 전국적으로 최고 실무자를 중심으로 초빙하여 조직위원회 내부 인력으로 위촉 또는 영입함.

분 야	내 용
큐레이터 및 전문가	◉주제 전시 및 학술행사 콘텐츠 개발 등
엑스포 기획·운영전문가	◉조직구성 및 운영 등 엑스포 운영의 효율성 관리 ◉예술가, 문화전문가, 관광전문가, 마케팅전문가 등의 분야별 전문가

3.2 운영요원 및 자원봉사자 수급 및 관리

▌지역주민 중심의 선발원칙

- 지역주민의 엑스포 추진으로 지역공동체의 상생 발전을 견인하고, 엑스포 성공 개최의 원동력이 될 것임.

▌운 영 요 원

- 운영요원의 주 업무 : 행사장 내 안내업무와 안전 관리

매뉴얼에 의한 관리체계 확립

◉관람객들의 다양한 요구와 수요에 원활하고 탄력적으로 대처할 수 있는 운영요원을 확보

◉엑스포 운영에 필요한 기본적인 전문지식 및 서비스 기술을 습득할 수 있도록 하는 관리체계 확립

◉운영요원의 모집은 외국인 운영요원은 국내 거주 외국인을 채용
일반 운영요원은 지역주민을 우선 모집.

▌자 원 봉 사 자

- 전문자원봉사자와 일반자원봉사자로 구분하여 모집하며,
- 자원봉사자 모집은 괴산 지역에 거주하여 출퇴근이 가능한 자를 최우선으로 고려하고, 전문자원봉사자(통역, 안전요원 등)는 지역대학생들의 참여를 유도함.

- 자원봉사자 선발은 서류심사와 면접으로 시행하며, 전문지식과 서비스 마인드 능력을 우선적으로 평가하고 이 중 유경험자에게 가점을 부여함.
- 자원봉사자의 업무 및 스케줄은 개인의 희망근무지, 근무 일자 및 현장 적응력, 역할중요도 등을 종합적으로 고려하여 탄력적으로 배치·운영하며, 근무 비중에 따라 휴식·식사·숙박을 지원함.
- 자원봉사자 자긍심 고취를 위해서 ❶충청북도 지사 명의의 위촉장·참여 증서 수여, ❷최소한의 임금 및 경비 지급, ❸격려·감사 이벤트 개최 등을 적극적으로 고려할 필요성이 있음.

전문자원봉사자와 일반자원봉사자 구분 교육

- 교육은 전체교육, 직무별 교육, 개별교육으로 구분
- 교육 매뉴얼 제작 - 인력에 대한 효율적·효과적인 교육·훈련 실시
- 전문교육, 현장 리허설을 단계적으로 실시함.

제3절. 상황관리계획

1. 상황관리실 운영

▌주 요 기 능

○ 종합상황실은 엑스포 행사장의 전반적인 운영상황에 관한 조정 및 총괄 지휘본부로서의 역할을 수행함.

구 분	내 용
총 괄 기 능	◉ 행사장에 대한 총괄 지휘본부 기능 ◉ 주요 상황 대내외 전파 및 대외기간 협력창구 역할
상황조정기능	◉ 업무의 중복, 소관부서 불분명 또는 운영상의 문제 발생 시 조정 ◉ 전시관, 행사장 운영 등 각종 상황 수집·관리 ◉ 안전, 화재 등의 긴급 상황에 관한 관리·조정·지휘 기능 ◉ 기타 손님 의전 등 관련 조정 기능
운영관리기능	◉ 각종 상황별 안건 상정, 회의결과 처리·보고 ◉ 정기상황회의 관리(일일, 주간 등) 및 비상 상황회의 관리 ◉ 방송실 및 CCTV 상황관리 ◉ 총괄물자 관리 및 종사인력관리

▌조 직 체 계

조 직	내 용
운영관리팀	◉ 전반적인 행사의 운영을 총괄하는 부서로서, 행사장 관리와 인력관리, 소방관리, 보험, 의전, 행사진행 물자 관리 등을 담당.
환경관리팀	◉ 엑스포장 내외의 환경관리 ◉ 청소·환경관리, 소음방지, 생태하천관리, 쓰레기 처리 등
이 벤 트 팀	◉ 각종 이벤트를 주관하는 부서로, 이벤트 진행, 출연자 섭외, 공연에 필요한 각종 물자관리 등을 담당.

▌운 영 방 안

운 영	내 용
원활한 소통체계 구축	◉상황관리실의 체계적인 조직 구성과 조직간 원활한 커뮤니케이션 체계 구축
효율적인 피드백체계 구축	◉일일 점검회의 및 피드백을 통해 행사운영 전반에 관한 종합적 관리 및 점검
최첨단 ICT 기술·장비 활용	◉최첨단 정보통신기술(ICT) 기술·장비를 활용하여 각종 상황에 대한 신속 전달 및 처리지침 시달 등을 통해 상황관리의 신속한 처리.
1일 상황관리 체계 구축	◉1일 입장객 현황, 기상상황, 주차장 관리 등을 집계 보고하여, 엑스포 운영 상황의 전반을 확인·관리
비상상황관리	◉엑스포 관람객들에게 안전에 위협이 되는 비상상태에 대비하기 위하여 비상대책팀을 구성 ◉보안, 소방·방재, 응급의료처리팀 등으로 세부팀을 구성, 운영.

2. 안 전 관 리

▌기 본 방 향

- 엑스포 행사장의 화재, 테러, 재난 및 안전사고로부터 엑스포 관련시설 및 종사자, 관람객 등의 안전을 확보하기 위한 종합적인 안전대책 및 실행방안을 수립함.
- 안전대책은 조직위원회 내 유관기관지원협의회를 중심으로 안전대책 본부를 구성하여 행사 준비 및 개최 전 기간에 대한 안전대책을 기획·조정 등 총괄적인 관리를 수행함.
- 안전대책 본부의 구성은 지방정부를 중심으로 소방방재조직, 경찰치안 조직, 의료위생조직을 편입함.
- 조직위원회를 포함한 운영요원, 자원봉사자 등 행사에 투입되는 모든 인력에 대한 안전교육을 실시하고, 관람객의 안전과 시설물들의 사고로부터 보호 하기 위하여 각종 재해를 일으킬 수 있는 원인을 최대한 신속하게 발견·보고하여 처리함.
- 불시의 사고나 안전문제 발생 시 신속한 처리가 가능하도록 행사장 내의 임시 안전대책 지원시설(소방, 치안, 의료, 경비, 교통 등) 설치와 인근 지역 유관기관과의 유기적인 협조체계를 구축함.

▌소방·방제 대책

- 지역 내 소방서와 협력관계를 구축하여 이동소방파출소를 행사장 내에 설치하고, 각 팀과 협력할 수 있도록 계획하여 긴급한 상황에 유연성 있게 대처함.

소방·방제팀 조직편제

◉예 방 팀 : 소방·방제에 대한 교육 및 홍보 담당
◉상 황 팀 : 행사장 내 소방·방제에 대한 상황 점검
◉진 압 팀 : 화재 및 각종 소방비상상황에 대처
◉긴급구조팀 : 비상상황에 대한 구조 및 구급, 전문인력으로 구성

▌치 안 대 책

- 엑스포 행사장 내 질서 유지와 안전사고 및 범죄 예방을 위하여 상황관리실 및 안전대책본부를 중심으로 지역 내 경찰본부와 유기적인 치안대책 협조체계를 구축함.
- 이를 위해 ❶행사장 입구에 임시파출소 설치, ❷안전 및 방범 순찰조를 배치, ❸폐쇄회로 CCTV설치 및 전담인력을 배치함.

▌경 비 대 책

- 엑스포 행사장의 안전 도모 및 시설물 보호를 위한 초동 대처를 담당하며, 기타 행사운영에 부정적인 영향을 미치는 모든 상황을 파악하여 상황관리실로 보고하는 등 엑스포 행사 개최의 안전성 유지를 최우선으로 함.
- 경비인력은 상황관리실 운영요원, 자원봉사자, 전문용역업체를 활용함.

▌의료·보건·위생 대책

- 엑스포 참가들자의 생명과 건강과 직결되는 부분으로, 참가자의 신변 안전 및 위생에 대한 효율적인 관리를 위해 지역 내 병원 및 보건소, 기타 관련기관을 중심으로 진료소와 행사장의 방역·위생, 식품 위생을 포함한 보건위생센터와 보건 위생체계를 구축, 이에 대한 대책을 수립하여 운영함.
- 진료소의 운영은 행사개장부터 폐장시간까지 상시 운영하며, 의료진은 전문의료 자격증을 보유한 지원봉사자 등으로 운영함.
- 응급상황 시 후송병원과의 즉각적이고, 효율적인 대처가 가능하도록 사전 협조체계를 반드시 구축해야 하고, 이를 위한 구급차를 1대 이상 항시 보유하며, 위급환자 발생 시 구급헬기를 활용하는 체계를 구축함.
- 행사장 내부 및 행사장 외곽과 취약지(주차장, 쓰레기 관리장 등) 등에 대한 방역 및 소독을 실시함. (소독은 1일 1회 이상 실시)
- 엑스포 행사장 내외 식품접객업소에 대한 위생관리를 실시하도록 하며 부정불량식품에 대한 신고센터를 운영하도록 함.
- 식품접객업소에 대한 관리는 업소주변 청소상태, 식기 세척상태, 종사자 위생상태 등을 확인하도록 하며, 과도한 요금 책정 또는 외국인을 위한 메뉴판 작성 등에 대해서도 확인하도록 함.

▌유아 관련사고 관리대책

- 엑스포 개최 시 자녀를 동반한 관람객이 많을 것으로 예성되어 이에 대한 안전대책이 요구됨.
- 치안 대책과 연계하여 CCTV, 순찰대원, 경찰에게 유아 관찰에 대한 각별한 관심을 제고시킴.
- 미아 발생에 대비하여 유아용품 회사 등의 협찬을 통해 미아방지용 이름표 제작서비스를 제공함.

3. 방 역 관 리

▌대상 및 목적

- 방역대상 : 코로나19, 가축전염병(ASF, 조류독감, 구제역 등)
- 방역목적 : 지역 대규모 행사, 축제 등의 집단행사 개최 시 필요한 예방 및 관리 절차와 조치사항을 마련함.
- 관련지침 : 코로나바이러스감염증-19 집단행사 방역관리 지침(중앙방역대책본부)
  가축전염병 예방법, 동시행령, 동시행규칙 (농림축산식품부)

▌코로나19 조치계획

구 분	조 치 사 항	계 획
준 비 단 계	◉(**지자체 협조체계 구축**) 참가자 중 증상 발생 시 지자체와 연계할 수 있는 핫라인 구축 * 인원 1,000명 이상 참여 행사는 대응방안 수립 후 보고 ◉(**소독시행**) 비누, 손소독제 등 비치 ◉(**사전안내/공지**) 안내문 배치 ◉(**사전교육**) 의심환자 발생 시 신속한 대처를 위한 사전준비 및 진행요원 교육 ◉(**격리공간 확보**) 의심환자 발생 시, 대기할 수 있는 공간 확보 및 방역물품 구비 ◉(**감염 발생 가능성을 낮추는 조치**) 관람객 분산(혼잡도 최소화) 및 접촉 최소화 방안	✔ 충청북도, 괴산군, 추진위원회 핫라인 구축 (운영지침 매뉴얼) ✔ 2022괴산세계유기농산업엑스포 모바일 앱(App)을 통한 상황 알림서비스(Push) ✔ 관계자, 진행요원 1일 발열점검 및 마스크 착용 의무화 ✔ 실내 전시공간에 2m간격의 대기표기 및 동선 이동표시 (접촉 최소화)

구 분	조 치 사 항	계 획
행 사 기 간	◉(**의심환자 발생 시**) 보건소 신고 및 확보된 격리공간 대기 후 이송 ◉(**격리공간 소독**) 이송 후 격리공간 소독 시행 및 임시 폐쇄 ◉(**발생주의 공지**) 의심증상이 있는 경우 즉시 신고 안내 ◉(**감염예방교육 및 홍보**) 행사 참여자 및 관계자 대상 예방교육 시행 * 감염 예방수칙 및 의심환경 발생 시 행동요령 교육 ◉(**임시 진료소 운영**) 필요 시 의심환자 발생을 대비한 행사장 인근 임시 진료소 운영	✔ 게이트 QR코드 인식을 통한 방문객(관람객) 정보 및 발열 체크 ✔ 실내 전시공간 입장 시 적정인원이 입장할 수 있도록 관람객 수 조정 (마스크 착용 의무화) ✔ 관계자, 진행요원 1일 발열점검 및 마스크 착용 의무화 ✔ 모바일 앱(App)으로 행사장 밀집도, 혼잡도 안내/알림 서비스 제공

▌가축전염병 방역대책

◉ 의심되는 임상증상이 나타나는 의심축을 발견한 경우에는 읍·면·동, 시·군, 시·도, 시·도 방역기관 및 농림축산검역본부에 신고하여 최단시간 내에 정밀진단이 이루어져야 하고, 즉각적인 방역대책이 실시되어 이로 인한 축산농가와 관람객의 피해를 최소화시킴.

단 계	상 황	조 치 사 항
관 심	◉주변국 발생 시	✔ 국경검역, 일제 소독·예찰
주 의	◉의사환축 발생	✔ 발생농장 이동제한 및 검사 ✔ 살처분 및 백신 접종
경 계	◉타 지역 전파	✔ 정부합동지원반 파견 ✔ 발생 및 인접 시·도 통제·소독
심 각	◉전국 확산 우려	✔ 통제초소 및 소독장소 설치(가축시장 폐쇄) ✔ 축산농장 모임·행사 금지 등
위기경보 하 향	◉매몰 완료 후	✔ 소독·예찰 및 백신 접종축 관리
관 심	◉이동제한 해제	✔ 종식 및 청정화 추진

4. 환 경 관 리

▌기 본 방 향

- 본 엑스포는 유기농을 주제로 하기 때문에 다른 행사와는 명확히 차별화된 환경관리가 필요하며, 행사 전 기간 내내 환경 관리에 대한 각별한 노력이 필요함.
- 엑스포 행사 개최 전, 중, 후 기간에 괴산 및 인근 지역에 대한 구체적인 환경관리 계획을 수립하고, 이를 바탕으로 유관기관 및 지역 단체와의 유기적인 협력체계 구축을 통해 지역 환경을 획기적으로 개선하는 새로운 환경개선 협력 모델 정립이 필요함.

▌조 직 구 성

- 효율적인 환경관리를 위해 공해관리팀, 청결관리팀, 폐기물관리팀 등을 구성하여 운영.

조 직	내 용
공해관리팀	◉ 행사장 운영에서의 공해발생을 최소화 도모 ◉ 행사장 조성 및 프로그램 운영 시 이산화탄소 등 온실가스 관리, 친환경 건축 기법 사용에 대한 검토 관리 ◉ 행사장 운영에 있어서 신재생 에너지 및 자원 사용 극대화 ◉ 기존 시설의 활용도 향상을 위한 계획 수립 및 실행 검토 관리 ◉ 행사장 내 쓰레기와 소음, 자연 및 시설물 훼손 등의 공해 문제를 방지하기 위한 적절한 캠페인 관리
청결관리팀	◉ 행사장 내외의 청소가 주임무, 쾌적한 환경 제공 ◉ 행사장 내 및 식음료 서비스 시설의 철저한 청결관리
폐기물관리팀	◉ 엑스포 준비 및 개최 과정에서 발생하는 모든 폐기물 및 쓰레기의 안정적인 처리 도모 ◉ 폐기물 및 쓰레기 처리는 세분화 ◉ 건축폐기물, 시설폐기물, 일반 쓰레기, 재활용품, 음식물쓰레기 등

5. 시설물 관리

- 엑스포 시설의 관리와 운영은 관리측면에서 행사장 내 도입시설의 유지 관리, 안전관이, 이용객관리, 환경관리 측면으로 구분하여 운영·관리함.
- 담당분야별로 일일점검을 실시하여 애로사항이나 특이사항 발생 즉시에 상부에 보고하여 조치계획을 수립함.
- 시설별로 하자 보수 및 유지관리 등을 이행할 시공회사 및 협력사와의 협력

관계를 구축하고, 상황관리실 운영부서와의 긴밀한 협조체제 유지를 통해 문제 발생 시 즉각적인 대체를 할 수 있도록 함.

- 엑스포 구역 내 시설을 수시로 점검하여 이상 유무를 철저히 점검하고, 문제 발생 시 즉각적인 통보체계를 갖춰 문제 발생 시 연관부서 간 협력하여 효과적인 시설보수를 하도록 함.

시 설 물 점 검 기 준

- ◉ 시설물 및 물자관리는 담당부서별·시설별로 1일 2회 이상 점검을 원칙으로 함.
- ◉ 태풍, 폭우 등 자연재해 발생에 대처할 수 있도록 기상예보사항 등을 주시하고, 신속히 대처 할 수 있는 시스템을 마련하도록 함.
- ◉ 충청북도와 유관기관 간의 긴밀한 협조체계 구축을 통해 문제발생 시 신속하게 대처하며, 만일의 사태에 대비하여 보험 가입을 통한 보상 대책을 마련함.

6. 보험가입 및 관리

- 엑스포 운영 상 발생될 수 있는 모든 안전사고에 대비하여 피해 보상에 만전을 기하기 위해 보험에 가입하도록 하고,
- 이를 통해 사고 시 신속한 보상 처리를 하도록 하며, 경비를 최소화하기 위해 최소 보험료를 산정 하도록 함.

영업배상 책임보험	◉ 관람객 전원, 엑스포 업무수행 중 발생한 사고 시
상 해 보 험	◉ 운영요원, 공연·컨벤션 참가자 등, 상해사고 시
화재보험 및 기타보험	◉ 전시시설물, 부속집기 등, 화재사고 등 대비

7. 관람객 서비스 관리

▌고객편의시설 관리

시 설	내 용
종합안내소	◉ 엑스포장 안내책자 배포 및 행사장 전반에 관한 정보를 제공하는 곳으로 관람객들에게 종합적인 안내서비스를 제공함. ◉ 종합안내소 설치는 매표소 근처 뿐 아니라, 행사장 곳곳에 배치함.
화장실	◉ 행사장 적재적소에 화장실을 배치하여 고객의 편의를 강화. ◉ 쾌적한 화장실 상태를 유지하기 위하여 정기적 관리 실시-2시간 내
통신편의시설	◉ 국제전화가 가능한 공중전화를 설치 ◉ 무선인터넷 존을 설치하여 관람객들이 스마트폰 이용편의 증진 ◉ 행사장 곳곳에 무선인터넷 단말기를 설치하여 스마트폰 또는 노트북 등 휴대형 정보기기를 이용하는 관람객의 편의 증진
휴식공간	◉ 엑스포 참가자들이 넓은 행사장을 관람하면서 쌓이는 피로를 해소할 수 있는 휴식공간 및 쉼터, 벤치시설 등을 다수 설치. ◉ 실내 전시장 내 및 야외 전시장 곳곳에도 쉼터 및 간이 카페를 설치, 참가자들이 행사장 곳곳에서 불편 없이 쉴 수 있도록 배려.
물품 보관 및 대여소	◉ 관람객의 귀중품, 특산품 판매점(장터 등)에서의 쇼핑물품 등의 운반의 어려움을 해소시키기 위하여 물품보관소를 운영함. ◉ 휠체어, 유모차 등을 대여해 주는 대여소를 입장 시 바로 볼 수 있는 곳에 배치하여 관림객들의 이용편의 확대
안내 및 방송서비스	◉ 안내판, 안내 팜플릿 등을 통해 행사장 내 위치, 행사 등에 대해 안내 ◉ 안내방송을 통해 이벤트, 사람찾기, 운영정보, 비상상황 등을 방송함.
장애인 및 노약자서비스	◉ 장애인·건강이상 관람객 발견 시 사유를 파악하여 신속 조치 ◉ 필요시 자원봉사자가 행사장 동행 관람서비스 제공 ◉ 장애인 배려시책 시행 : ❶입장료 할인 : 50%, ❷장애인 전용주차장 마련, ❸입장게이트 운영, ❹장애인 전용 화장실 운영, ❺모든 시설 및 동선, 관람통로에 턱 제거 및 동선 포장, ❻청각 장애인을 위한 수화 및 문자정보 제공 (전광판)

▌고객 불만(클레임) 관리

- 고객 불만 관리는 행사의 운영을 원활히 하는데 중요한 요소로 고객 불만 부문에 대해서는 운영관리실로 즉시 보고해 적절한 조치가 강구될 수 있도록 조치함.
- 고객 불만관리는 서비스 불만 관리와 시설물 불만 관리로 나누고, 각각

전담자를 두어 체계적으로 운영, 관리하되,

- ❶전화를 통한 불만 접수 및 대응, ❷주기적으로 행사장을 순회하며 고객 불만, 불평요소 직접 접수, ❸인터넷을 통한 불만 접수 및 대응으로 나눠 활동함.

8. 행사장 출입 및 동선 관리

▌행사장 출입관리

- 유연성 있는 출입관리를 통해 엑스포장을 찾는 관람객들에게 편리하고 안전한 입장 및 퇴장 여건을 조성하도록 함.
- 주 행사장과 보조행사장, 연계행사장 등을 유기적으로 연결하고, 주 행사장 입장객으로 하여금 각 행사장을 자유롭게 출입할 수 있도록 관리함.
- 운영요원, 자원봉사자 등 엑스포 관계자들에 대한 출입증 발급과 전용 출입구를 설치하여 원활한 행사장 운영을 할 수 있도록 함.
- 물자의 경우, 각 출입관리소에서 물자의 출입시간 및 수취인과 발송인의 정보 등을 확인·기재 후 출입할 수 있도록 함.

▌입장·퇴장 시간관리

입·퇴장 시간관리	행 사 장 개 · 폐 장	◉개 장 : 오전 9시 (주중과 주말 관계없음) ◉폐 장 : 오후 7시
	야 간 개 장	◉야간 이벤트 등을 개최하여 많은 관람객을 유치할 수 있도록 야간개장을 적극 검토하며, 특히 금요일 저녁과 주말에 개장을 검토. ◉야간 개장은 오후 10시까지로 한정함.
행 사 장 출입관리	관리기준	◉출입관리실은 08시 30분부터 19시 30분까지 운영을 원칙으로 하고, 출입구 입·퇴장 인원을 확인 및 관리하도록 하며, 임시 출입증 발급·관리함.
	인 원	◉운영요원(Staff), 자원봉사자, 경비, 지원, 보도, 임시출입 등
	차 량	◉부착형 (장기 차량 등), 비치형 (임시출입차량)
매표소 및 개찰구 관리		◉매표소 및 개찰구는 주행사장 입구에 총 20개 창구를 설치

▌관람객 동선 관리

- 행사장의 혼잡 방지와 질서 유지를 위해 행사장 진출입 도로, 주차장 및 행사장 내 동선 관리를 체계화하여야 함.
  → 행사장 입장 시 전체 프로그램을 효율적으로 관람할 수 있도록 추천루트를 안내, 제공하며, 행사장 곳곳에 동선 안내 표지판을 설치함.
- 고객 관람 동선의 체계적 안내로 만족도를 높이기 위해 ❶전시시설 입장 시에

사인물 및 안내방송을 통한 행사 안내와 대기시간 공지, ❷안내요원 배치로 새치기 감시와 질서 유지에 만전, ❸사람이 몰리는 인기전시관의 경우, 충분한 입장객 대기 공간을 확보함.

- 행사장 폐장 시 참가자의 강제적인 퇴장요구를 지양하고, 행사장 전역의 안내요원 배치 및 퇴장이벤트를 통해 부드럽고 신속한 퇴장을 유도함.
  (퇴장음악과 함께 운영요원의 사열인사 및 박수, 간단한 환송 안무 등)
- 학교나 관련기업 등 대규모 참관객들에 대해서는 담당 운영요원을 편성, 입장과 퇴장, 교통문제, 관람동선을 일관적으로 처리함.
- 장애인과 노약자 참관객들의 입·퇴장 시에는 안내 운영요원, 전용 주차장, 휠체어 대여 등 별도의 보호조치를 강구하여 관람편의를 증진함.
- 주요참관객(VIP)의 경우에는 사전 지정된 행사관람을 위한 별도의 동선계획을 의전계획과 연계하여 수립함.
  (주요참관객 관리를 위한 운영요원의 의전교육을 강화하고, 담당 배치)
- 행사 섭외자와 초청자에 대해서는 관할부서에서 리스트를 출입관리실에 통보하고, 당일 관할부서 직원의 안내 및 출입명단 확인 후 표식과 함께 지정된 동선으로 이동함.

9. 교통 및 주차 관리계획

▌기 본 방 향 : 지역 교통협력 체제 구축

- 엑스포 관람객들의 원활한 수송을 위해서 사전에 지역 운수업체 및 관련 유관기관과의 긴밀한 협조체계를 구축하고, 행사기간에는 조직 위원회 내 임시교통지휘본부를 설치하는 등 체계적 교통대책을 수립함.
- 교통대책은 관람객 수송과 관련한 교통관리와 행사진행·운영에 관련한 수송에 대한 교통관리로 구분하여 각 관리를 위해 사전 교육된 운영요원을 배치하여 원활한 수송이 이뤄지도록 관리함.
- 행사 진행과 운영에 관련된 수송은 엑스포 개장 이외의 시간을 활용하는 것을 원칙으로 하며, 관람객 수송은 자가용 수송과 대중교통 이용의 경우를 구분하여 대책을 수립함.

▌세 부 실 행

- 일반 관람객들의 행사장 주변 진입차단 계획 수립

◉ 엑스포 행사장에서 약3 ~ 5km 거리에 위치한 주차장 (괴산읍 정용리, 대사리)에 주차를 하게 한 뒤 셔틀버스로 행사장에 접근 하도록 유도.

◉ 환경오염 방지 및 혼잡 회피를 위해 대중교통 정류장을 지정하고, 엄격한 통제하에 관리함.

○ 행사장 인근의 교통량 최소화 (셔틀버스 운행)

◉ 외부 관람객의 행사장 접근 편리를 위해 행사 기간 중에 주기적인 셔틀버스 운행. (오송 KTX역, 청주역, 증평역, 음성역, 충주역, 연풍역 신설 예정)

◉ 해외 관람객 편의를 위해 공항연계 셔틀버스 운행(청주공항, 김포공항, 인천공항 등)

◉ 무료 셔틀버스 운행(행사장 ↔ 외부 주차장 ↔ 연계행사장)

◉ 자원봉사자, 운영요원, 도우미, 경비 등의 운영인력

○ 행사장 방문 교통수단 안내 및 셔틀버스 운행

◉ 정기 셔틀버스 운행 등 행사장 연계 교통수단 운행 등과 관련한 다양한 정보를 엑스포 공식 홈 페이지 메인 팝 안내를 통해 홍보함.
→ 참가예정자가 사전에 확실하게 인지할 수 있도록 활용도 극대화 도모

◉ 자자원봉사자 및 운영요원 등의 운영인력에 대한 교통 대책을 수립함.
→ 전용 셔틀버스 운행

○ 교통관리팀 운영 및 안내소 운영

◉ 엑스포의 원활한 진행을 위해 괴산경찰서 주관으로 행사기간 내 교통관리지원팀을 설치하여 운영함.
→ 주요 교차로의 신호체계 관리, 진·출입구 교통정리, 차량 소통 및 사고 예방 등

◉ 행사장 진·출입 차량의 관리 및 교통 정리, 교통 안내, 주차 유도 등의 역할을 하는 교통안내소를 설치하여 운영함.
→ 교통안내소는 행사장으로 진입하는 모든 길목의 주요지점에 설치, 행사 기간 중에 상주 근무하도록 함.

○ 고객 편의 중심의 주차관리

◉ 행사장 주변의 교통 혼잡을 방지하기 위해 괴산읍 대사리 및 정용리에 관람객 전용 주차장을 설치
→ 괴산공설운동장 주변 입장게이트 근처에 셔틀버스 환승 시설 설치

◉ 충북유기농업연구소, 괴산군청 주차장 등을 활용하여 내빈(VIP) 전용 주차장 및 운영 필수요원 주차장 등으로 활용.

10. 숙박관리계획

▌기 본 방 향

○ 괴산 인근 숙박시설 업주들과의 유기적인 협력관계 구축을 통해 숙박시설 공급 규모를 파악하고, 사전에 시설 개선, 보완을 위한 지원 대책 등을 수립함.

○ 호텔, 여관 등의 행사장 주변의 숙박업소를 점검하고, 숙박예정 관람객 수요가 이들의 수용역량을 넘을 것에 대비하여 주변의 주요 사찰, 농가민박, 농촌휴양체험마을, 산림휴양시설, 청소년 수련시설, 리조트, 민간연수원 등을 대상으로 시설 점검 및

시설개선 지원 등의 계획을 수립함.

- 엑스포 행사장 인근의 유기농가를 중심으로 한 홈스테이 계획을 수립함.

엑스포 숙박 예약 체계(One-Stop Service System 구축

- 엑스포 홈 페이지를 통한 숙박업소 검색 및 객실 예약 가능 지원
- 외국 초청인사 및 관람객들을 위한 숙박관리시스템 구축
- 엑스포 행사장 인근 도시(청주, 충주 등)의 숙박 가능 공급량 파악, 사전 협의

관 리 계 획

- 숙박 서비스 시설의 청결, 친절 및 안전에 대한 보장과 행사 기간 내 바가지 요금 방지 및 할인요금제 적용 등에 대한 기준과 통제 방안을 담은 숙박서비스 매뉴얼 제작, 배포 계획을 수립함. (외국어 통역서비스 포함)
- 관련 종사자 및 시설주를 대상으로 엑스포 성공 개최를 위한 협력과 상생을 강조하는 교육프로그램 및 캠페인 계획을 수립함.

제4절. 2022괴산세계유기농산업엑스포 추진계획(로드맵)

2020년에 국제심사승인을 받을 경우에 2022괴산세계유기농산업엑스포의 성공적 개최를 위해 일정을 2020년 9월 또는 10월부터 앞당겨 추진하는 것을 권장함.

연도	단 계	시 행 내 용
2021 (1~6)	**1 엑스포 추진체계 구축**	
	❶엑스포 사무국 개소 및 인력확보	⊙사무국을 마련하여 개소식을 갖고 엑스포 실행기본계획을 수립함. ⊙분야별 로드맵 작성, 홈페이지 구축, 유기농 기업과 관람객 유치기반을 마련하는 등 분야별·단계별 준비를 추진함.
	❷엑스포 주관대행사 선정	⊙대규모 행사에 경험이 있고 전문성을 갖춘 견실한 주관대행사를 공정하고 합리적으로 선정하기 위해 타 행사 선정사례를 면밀히 분석함. ⊙계약관련 법령을 합동연찬하며 개략적인 엑스포 개최 구상과 내용이 담긴 제안요청서를 기본으로 제안공모를 공고함. ⊙국내외 유수의 대행업체들이 참여한 가운데 사업설명회를 개최하고 엑스포 개최취지와 기본계획 등을 설명함.
	❸엑스포 실행기본계획	⊙엑스포 실행기본계획과 세부실행계획 그리고 행사실행 매뉴얼 등은 분야별로 세분화하여 수립함. ⊙완성도 높은 실행기본계획과 세부실행계획을 위해 먼저, 조직위원회 차원에서 각 단계별 로드맵을 수차례 회의와 토론으로 확정함. ⊙엑스포 기본계획과 타당성 분석결과와 대행사의 제안내용을 심도 있게 검토하여 실행 기본계획을 수립함.
	❹홍보 및 기업·관람객 유치기반 마련	⊙각계각층의 의견수렴을 거쳐 엑스포를 상징하고 홍보분야에 기반이 될 EI를 개발·확정함. ⊙각종 홍보용 영상물, 브로셔 및 리플렛 등을 제작함. ⊙엑스포 홈페이지 및 APP 등을 개발·구축하고 엑스포를 바로 찾을 수 있는 다양한 키워드 검색 기반을 마련함. ⊙주요 유기농기업DB, 충청북도 및 괴산군의 관련 참여 또는 연계기관과 기업체의 DB를 구축하여 핵심 유치 대상을 선정하고, 관람객 유치를 위한 로드맵을 수립함.

연도	단 계	시 행 내 용
2021 (7~12)	**2 엑스포 행사실행 추진단계**	
	❶엑스포 조직위원회 구성·출범	⊙ 세계유기농산업엑스포를 추진할 핵심동력인 조직위원회의 완벽한 조직을 위해 전국적 인사와 각 분야의 계층을 대표하는 인사로 DB를 구축한 후 심도 있는 선정절차를 거쳐 조직위원회를 구성함. ⊙ 창립총회를 통해 공동 조직위원장을 선임하고 공식 출범식을 가져 붐을 조성함.
	❷실행세부시행계획 수립	⊙ 전문가 자문위원회, 분야별 자문회의, 공무원 자문위원회(행정협의체) 등을 통해 2022 괴산세계유기농산업엑스포의 특징과 차별성을 유지하면서도 새로운 흥미 유발, 전시연출 및 체험 프로그램을 강화함. ⊙ 관람객 유입 기반을 강화하는 한편 유기농산업을 대중이 쉽고 재미있게 이해할 수 있는 콘텐츠로 개발·반영함. ⊙ 실행세부시행계획의 설계와 예산내역서를 타 행사와 면밀하게 비교·분석하고, 예산절감을 위해 타당성 심사를 여러 차례 시행함.
	❸기업참여 및 관람객 유치 홍보	⊙ 참여기업 및 관람객 유치활동에 바탕이 되는 홍보영상물과 주제가, 브로셔 및 리플렛 등을 제작함. ⊙ 관람객 및 기업유치, 홍보 분야에 있어 계층별, 타깃별, 단계별로 구체적이고 실질적인 유치·홍보계획을 수립하여 추진함.
2022 (1~10)	**3 실행체제 완료 및 행사실행 단계**	
	❶세부실행 및 운영매뉴얼 확정	⊙ 각 부문별로 구체적인 행사의 실행을 시뮬레이션 한 실행세부계획서를 완성하기 위한 폭넓고 구체적인 업무를 추진함. ⊙ 각종 국내외 학술회의, 홍보, 전시·시설 부문에서는 전체 엑스포 행사장의 시설물 구성 및 위치 등을 포함한 Zoning업무와 시공을 위한 실시설계작업을 진행함.
	❷체계적인 유치 및 홍보	⊙ 범국민적 관심제고와 엑스포 성공개최를 위해 축하공연 및 사전행사를 개최함. ⊙ 2022괴산세계유기농산업엑스포의 홍보를 극대화할 수 있도록 다양한 매체, 공모, 홍보 이벤트 등을 추진함. ⊙ 유기농 관련 기관·단체를 비롯한 교육기관, 민간단체, 언론·방송사 등과 협약을 체결함. ⊙ 또한 어린이집, 학교, 민간 사회단체, 어학당, 외교사절, 한국관광공사 등과 다양한 홍보 이벤트를 추진함.

연도	단 계	시 행 내 용
		⊙ 해외 주요 유사 박람회에 참여하여 엑스포를 홍보하고 ALGOA회원국, IFOAM과 해외기업 유치 업무협약을 체결하는 등 해외기업을 적극적으로 유치함.
	❸엑스포 기반조성 및 전시연출 설치	⊙ 공사실행 및 실시계획 수립을 완료한 조직위원회는 사전 인허가 등 모든 행정적 사전절차를 마치고 기반조성 공사를 추진함. ⊙ 옥외 전시장은 시간이 오래 걸리는 관계로 2021년부터 사전에 준비하는 것을 권장함. ⊙ 실내 전시행사장은 기초공사, 설치공사를 완료한 후에 각 전시관의 내부공사 및 전시물들을 시공함. ⊙ 모든 준비를 마친 조직위원회는 전반적인 엑스포 주요상황을 점검하기 위하여 조직위원회와 범도민협의회가 함께 참여하는 종합보고회를 개최함. ⊙ 소방방재, 재해대피, 입장·교통·전시시설을 시뮬레이션하고 유관기관 합동으로 행사장 안전점검을 실시함.

2022괴산세계유기농산업엑스포

제10장 엑스포 개최 타당성 분석

제1절. 경제성 분석

1. 비용 계획 (소요예산)

1-1. 소요예산 개요

○ 2022괴산세계유기농산업엑스포 소요예산은 **128**억 원이며, 책정된 예산은 향후 세부시행계획 및 실행계획 수립 과정에서 엑스포의 효과적 개최를 위해 일부 또는 부분 조정·변경될 수 있음.
(2015년 괴산세계유기농산업엑스포 실 집행 예산 191억 원)

[단위 : 백만 원, %]

구 분		내 용	소요예산	구성비
1. 행사장 조성비	건 축 비	◉ 주제, 전시, 행사, 주차, 광장, 편의, 부대 및 기타 시설의 조성 공사비용 (부지확보, 토목, 조경, 전시 및 행사시설 인프라 조성비용)	5,171	40.4
	전시연출	◉ 전시 및 기타 엑스포 프로그램 연출 및 통신, 멀티미디어, 조명, 설비, 기타 등 내부 구성비용	4,134	32.3
2. 행사·공연·회의		◉ 엑스포 공식행사, 유기농관련 국내외 학술대회, 국제·국내 회의 및 세미나, 공연, 체험 및 이벤트, 행사관련 시스템 임차 등	1,258	9.8
3. 홍보·마케팅		◉ 국내·외 참가기업 유치활동, 국제행사 참가 홍보, 홍보물 제작, 국내홍보 및 광고, 해외홍보 및 광고, 팸 투어, 스마트형 마케팅, 해외관광객 유치, 홈페이지 및 모바일 앱 구축 등	1,277	10.0
4. 운영·인력		◉ 인건비, 용역비, 인쇄 제작물, 교육, 숙식, 유니폼, 시설관리비, 보험 등	631	4.9
5. 기 타		◉ 기획, 설계, 감리, 부가세, 예비비 등	329	2.6
총 계			**12,800**	**100.0**

2015년 대비 소요예산 증감 비교

- 2022괴산세계유기농산업엑스포는 2015년 기본계획 소요예산 155억 원보다 27억 원이 감액하였으며, 행사 종료 후 결산예산 191억 원보다 63억 원이 감액됨.
- 행사장 조성비는 900백만 원이 감소하는데 이는 2015년 괴산세계유기농산업엑스포 개최 후 잔존하는 시설물을 최대한 활용함으로써 행사규모를 확대함에도 불구하고 행사장 조성비를 절감함.
- 행사·공연·회의는 2015년 대비 887백만 원이 감소하는데 이는 유기농산업에 중점을 두고, 재능기부 행사 등 예산을 절감함
- 홍보·마케팅 예산은 2015년 대비 64백만 원을 감액하였는데, 2015년 개최 경험 노하우를 살려 2022 괴산세계유기농산업엑스포의 성공적인 개최를 위해서 홍보·마케팅 활동비를 감액함.

표-69. **2022괴산세계유기농산업엑스포 항목별 사업비 비교(2015년 대비)**

[단위 : 백만 원, %]

구 분	2015년		2022년		증 감 (%P)
	예 산	구성비	예 산	구성비	
1. 행사장 조성비	10,205	65.8	9,305	72.7	▲6.9
2. 행사·공연·회의	2,145	13.8	1,258	9.8	▽4.0
3. 홍보·마케팅	1,340	8.7	1,277	10.0	▲1.3
4. 운영·인력	1,210	7.8	631	4.9	▽2.9
5. 기 타	600	3.9	329	2.6	▽1.3
총 계	**15,500**	**100**	**12,800**	**100**	

2015년 소요예산 : **191**억 원

- 2015 괴산세계유기농산업엑스포 개최의 타당성과 당위성을 정부에 지속적으로 설득하고 건의하여 엑스포 추진사업비를 155억 원(국비 46, 지방비 78, 수익사업 31)으로 정부 승인을 받고 2014년부터 2015년에 걸쳐 예산을 확보함.
- 실제 2015 괴산세계유기농산업엑스포 개최를 위해 기반시설 공사 및 홍보 등 부족예산을 2015년 지방비로 충당하여 총 191억 원(국비46, 지방비 114, 수익사업 31)이 소요됨.

1-2. 연차별·재원별 소요예산

[단위 : 백만 원]

구 분		총 계				2021년				2022년			
		계	국비	지방비	민자	계	국비	지방비	민자	계	국비	지방비	민자
1 행사장 조성비	토목공사	965	289	676		965	289	676					
	건축공사												
	전기공사	646	194	452		646	194	452					
	음향방송공사	373	112	261		373	112	261					
	조경공사	636	191	445		636	191	445					
	파빌리온(7개)	2,551	1,275	1,276						2,551	1,275	1,276	
	소 계	**5,171**	**2,061**	**3,110**		**2,620**	**786**	**1,834**		**2,551**	**1,275**	**1,276**	
2 주제전시 시설/연출	유기농3.0주제관	872	436	436						872	436	436	
	유기농국제협력관	732	366	366						732	366	366	
	야외주제전시관	1,502	544	958		1,035	310	725		467	234	233	
	소 계	**3,106**	**1,346**	**1,760**		**1,035**	**310**	**725**		**2,071**	**1,036**	**1,035**	
3 관람객 편의시설	지원시설	400			400					400			400
	편의시설	19	10	9						19	10	9	
	위생시설	66	33	33						66	33	33	
	소 계	**485**	**43**	**42**	**400**					**485**	**43**	**42**	**400**
4 상업시설	유기농먹거리촌	55			55					55			55
	편의시설	11			11					11			11
	소 계	**66**			**66**					**66**			**66**
5 행사장 연 출	연출시설	180			180					180			180
	사인물	10			10					10			10
	기 타	62	19	43		62	19	43		-			
	소 계	**252**	**19**	**43**	**190**	**62**	**19**	**43**		**190**			**190**
6 관리 운영시설	관리시설	30			30					30			30
	VIP실/프레스센터	6			6					6			6
	물자보관시설	10			10					10			10
	공급처리시설	22			22					22			22
	유지관리비	157			157					157			157
	소 계	**225**			**225**					**225**			**225**
7 행사 및 공 연	행 사	250	15	35	200	50	15	35		200			200
	공 연	260			260					260			260
	기 타	333			333					333			333
	소 계	**843**	**15**	**35**	**793**	**50**	**15**	**35**		**793**			**793**
8 회의/ 컨벤션	국내학술대회/회의	45			45					45			45
	국제학술대회/회의	370			370					370			370
	소 계	**415**			**415**					**415**			**415**
9 홍 보/ 마케팅	기반구축	150	45	105		150	45	105		-			
	온라인 홍보	426	122	191	113	120	36	84		306	86	107	113
	오프라인 홍보	300	90	210		300	90	210		-			
	기업/참가자 유치	221	21	112	88	133	21	112		88			88
	기 타	180	42	98	40	140	42	98		40			40
	소 계	**1,277**	**320**	**716**	**241**	**843**	**234**	**609**		**434**	**86**	**107**	**241**
A 운영비	운영본부	110			110					110			110
	인력운영	521			521					521			521
	소 계	**631**			**631**					**631**			**631**
B 기 타	운영비	228			228					228			228
	기 타	101	36	54	11	90	36	54		11			11
	소 계	**329**	**36**	**54**	**239**	**90**	**36**	**54**		**239**			**239**
합 계		**12,800**	**3,840**	**5,760**	**3,200**	**4,700**	**1,400**	**3,300**		**8,100**	**2,440**	**2,460**	**3,200**

1-3. 세부 소요예산 산출

분 류	내용	규격	단위	수량	단가	사 업 비 (원)			산 출 식	비고
						당초	변경	증감		
총 합 계						**19,000,000,000**	**12,800,000,000**	**▼6,200,000,000**		
1 행사장조성비						**8,060,914,600**	**5,171,546,000**	**▼2,889,368,600**		
1.1 토목공사						**1,252,490,000**	**965,481,000**	**▼287,009,000**		
부지조성	T=10㎝(흙다짐)		㎡	340,245	914	340,245,000	311,052,000	▼29,193,000	340,245㎡×914.2원=311백만원	한성건축단가 반영
주차장조성	T=20㎝(흙다짐)		㎡	262,000	1,000	262,000,000	-	▼262,000,000		(미니복합타운, 하천정비사업 등 별도 추진)
상하우수관로	토사층50㎝굴착		식	1	146,807,982	100,000,000	146,808,000	△46,808,000	1식×146,807천원=146백만원	한성건축단가 반영
동선포장	마사토/파쇄석	T=10	㎡	68,049	3,237	340,245,000	220,261,000	▼119,984,000	68,049㎡×3,237원=220백만원	한성건축단가 반영
휀스설치	메쉬휀스	기초형	경간	1,000	227,360	150,000,000	227,360,000	△77,360,000	1,000경간×227,360원=227백만원	한성건축단가 반영
원상복구			식	1	60,000,000	60,000,000	60,000,000		1식×60,000천원=60백만원	
1.2 건축공사						**3,354,624,600**	-	**▼3,354,624,600**		
설계/감리			식	1		291,879,600	-	▼291,879,600		계획변경(삭제)
건축시공	친환경자재	철근콘크리트	㎡	1,375	1,700,000	2,337,500,000	-	▼2,337,500,000		계획변경(삭제)
전기/소방/통신			㎡	1,375	325,000	446,875,000	-	▼446,875,000		계획변경(삭제)
부대시설	조경등		㎡	2,062	135,000	278,370,000	-	▼278,370,000		계획변경(삭제)
1.3 전기공사						**650,000,000**	**645,000,000**	**▼5,000,000**		
수배전시설		3천kW	식	1	270,000,000	250,000,000	270,000,000	△20,000,000	1식×270,000천원=270백만원	한성건축단가 반영
전기관로		배관/전선	식	1	325,000,000	350,000,000	325,000,000	▼25,000,000	1식×325,000천원=325백만원	한성건축단가 반영
전기맨홀/분전함			식	1	50,000,000	50,000,000	50,000,000		1식×50,000천원=50백만원	한성건축단가 반영
1.4 음향방송공사						**374,000,000**	**373,000,000**	**▼1,000,000**		
케이블관로		배관/맨홀	개	1	135,000,000	150,000,000	135,000,000	▼15,000,000	1식×135,000천원=135백만원	한성건축단가 반영
스피커/폴설치		4m폴(4개)	EA	70	1,257,143	84,000,000	88,000,000	△4,000,000	70ea×1,257,143원/ea=88백만원	한성건축단가 반영
CCTV/폴설치	적외선	8m폴	EA	30	3,333,334	90,000,000	100,000,000	△10,000,000	30ea×3,333,334원/ea=100백만원	한성건축단가 반영
음향방송설비			Set	1	50,000,000	50,000,000	50,000,000		1Set×50,000천원=50백만원	한성건축단가 반영
1.5 조경공사						**269,800,000**	**636,328,000**	**△366,528,000**		
화단조성	파빌리온전면부		㎡	1,256	50,120	37,680,000	62,951,000	△25,271,000	1,256㎡×50,120원=62백만원	한성건축단가 반영
진입마당			㎡	4,875	50,120	97,500,000	244,335,000	△146,835,000	4,875㎡×50,120원=244백만원	한성건축단가 반영
큰마당			㎡	5,674	50,120	113,480,000	284,381,000	△170,901,000	5,674㎡×50,120원=284백만원	한성건축단가 반영
작은마당			㎡	757	50,120	15,140,000	37,941,000	△22,801,000	757㎡×50,120원=38백만원	한성건축단가 반영
시드스프레이			㎡	4,000	1,680	6,000,000	6,720,000	△720,000	4,000㎡×1,680원=6.7백만원	한성건축단가 반영
1.6 파빌리온(TFS)						**2,160,000,000**	**2,551,737,000**	**△391,737,000**		
유기농3.0 주제관	전시공간	50×30m	㎡	1,500	141,763	-	212,645,000	△212,645,000	바닥데크 (목공+파인텍스) (설치기준 : 풍속 30m/s 이상) 기초공사 : 이동식 가설기초 (300㎜×500㎜, 1㎡ 300kg이상) 에어컨 : 10RT (용량 264㎡) 전기공사 : 400kw (분전함 설치) 소화기 : 3.3kg	신규
국제유기농식품관	전시공간	50×30m	㎡	1,500	141,763	180,000,000	212,645,000	△32,645,000		한성건축단가 반영
유기농국제협력관	전시공간	50×30m	㎡	1,500	141,763	180,000,000	212,645,000	△32,645,000		한성건축단가 반영
유기농바이오헬스케어관	전시공간	100×30m	㎡	3,000	141,763	720,000,000	425,289,000	▼294,711,000		한성건축단가 반영/계획축소(1/2)
유기농치유관	전시체험공간	100×30m	㎡	1,500	141,763	-	212,645,000	△212,645,000		신규
유기농체험놀이학교	전시체험공간	100×30m	㎡	3,000	141,763	360,000,000	425,289,000	△65,289,000		한성건축단가 반영
유기농진로체험학교	전시체험공간	100×30m	㎡	3,000	141,763	360,000,000	425,289,000	△65,289,000		한성건축단가 반영
유기농곤충체험학교	전시체험공간	50×30m	㎡	1,500	141,763	180,000,000	212,645,000	△32,645,000		한성건축단가 반영
유기농먹거리촌	상업시설	50×30m	㎡	1,500	141,763	180,000,000	212,645,000	△32,645,000		한성건축단가 반영

분 류	내용	규격	단위	수량	단가	사업비 (원) 당초	변경	증감	산출식	비고
2 주제전시시설/연출						**3,384,200,000**	**3,105,938,000**	**▼278,262,000**		
2.1 유기농3.0주제관						**1,162,500,000**	**871,337,000**	**▼291,163,000**		
전시기본시설	바닥,벽체,조명		㎡	1,375	488,245	412,500,000	671,337,000	△258,837,000	1,375㎡×488,245원=671백만원	한성건축단가 반영
전시연출물	전시모형		식	1	250,000,000	250,000,000	-	▼250,000,000		한성건축단가 반영
전시영상물	ICTVR/AR개발/연출		식	1	200,000,000	500,000,000	200,000,000	▼300,000,000	소요개월(9개월:디자인→개발→테스팅) 개발비용:150백만원~230백만원	한국가상증강현실산업협회
2.2 유기농국제협력관						**900,000,000**	**732,368,000**	**▼167,632,000**		
전시기본시설	바닥,벽체,조명		㎡	1,500	488,245	450,000,000	732,368,000	△282,368,000	1,500㎡×488,245원=732백만원	한성건축단가 반영
전시연출물	전시모형		식	1	250,000,000	250,000,000	-	▼250,000,000		한성건축단가 반영
전시영상물	ICTVR/AR개발/연출		식	1	200,000,000	200,000,000	-	▼200,000,000		한성건축단가 반영
2.3 야외주제전시관						**1,321,700,000**	**1,502,233,000**	**△180,533,000**		
유기자재산업관	MQ텐트	5×5m	EA	80	143,000	350,000,000	11,440,000	▼338,560,000	80ea×143,000원/ea=11,440,000원	원가조사단가 반영
펫케어산업관	MQ텐트	5×5m	EA	40	143,000	175,000,000	5,720,000	▼169,280,000	40ea×143,000원/ea=5,720,000원	원가조사단가 반영
미로정원			㎡	5,265	25,984	105,300,000	136,806,000	△31,506,000	5,265㎡×25,984원=136백만원	한성건축단가 반영
미스터리써클			㎡	3,770	25,984	75,400,000	97,960,000	△22,560,000	3,770㎡×25,984원=98백만원	한성건축단가 반영
볍씨관찰체험장			㎡	8,820	25,984	176,400,000	229,179,000	△52,779,000	8,820㎡×25,984원=229백만원	한성건축단가 반영
우리씨앗전시포			㎡	10,336	25,984	206,720,000	268,571,000	△61,851,000	10,336㎡×25,984원=268백만원	한성건축단가 반영
농사체험장			㎡	3,000	25,984	60,000,000	77,952,000	△17,952,000	3,000㎡×25,984원=78백만원	한성건축단가 반영
곤충체험학교			㎡	4,344	25,984	86,880,000	112,874,000	△25,994,000	4,344㎡×25,984원=113백만원	한성건축단가 반영
생태체험장			㎡	4,300	25,984	86,000,000	111,731,000	△25,731,000	4,300㎡×25,984원=112백만원	한성건축단가 반영
4차산업전시/연출	ICTVR/AR개발/연출		건	3	150,000,000		450,000,000	△450,000,000	소요개월(9개월:디자인→개발→테스팅) 개발비용:150백만원~230백만원	한국가상증강현실산업협회
3 관람객편의시설						**572,484,000**	**484,910,000**	**▼87,574,000**		
3.1 지원시설						**466,500,000**	**399,530,000**	**▼66,970,000**		
게이트	메인(1),서브(3)	20×6m	EA	4	61,518,419	240,000,000	246,074,000	△6,074,000	4ea×61,518,419원/ea=246백만원	한성건축단가 반영
매표소	메인(1),서브(3)	콘테이너	EA	4	17,988,210	120,000,000	71,953,000	▼48,047,000	4ea×17,988,210원/ea=72백만원	한성건축단가 반영
안내소		15×5m	EA	3	23,637,845	75,000,000	70,914,000	▼4,086,000	3ea×23,637,845원/ea=71백만원	한성건축단가 반영
고객센터	물품대여,보건소등	MQ5×5m	EA	9	1,176,610	31,500,000	10,589,000	▼20,911,000	9ea×1,176,610원/ea=10백만원	한성건축단가 반영
3.2 편의시설						**52,984,000**	**19,930,000**	**▼33,054,000**		
벤치	평의자	1600×425×390㎜	EA	15	142,000	5,600,000	2,130,000	▼3,470,000	15ea×142,000원/ea=2,130,000원	원가조사단가 반영/계획축소
파라솔			EA	10	1,000,000	32,000,000	10,000,000	▼22,000,000	10ea×1,000,000원/ea=10,000,000원	원가조사단가 반영/계획축소
원두막		4.2×4.2×3.3m	EA	2	3,900,000	15,384,000	7,800,000	▼7,584,000	2ea×3,900,000원/ea=7,800,000원	원가조사단가 반영
3.3 위생시설						**53,000,000**	**65,450,000**	**△12,450,000**		
화장실			EA	4	9,100,000	28,000,000	36,400,000	△8,400,000	4ea×9,100,000원/ea=36백만원	한성건축단가 반영
분리수거함			EA	50	581,000	25,000,000	29,050,000	△4,050,000	50ea×581,000원/ea=29백만원	한성건축단가 반영
4 상업시설						**178,000,000**	**65,720,000**	**▼112,280,000**		
4.1 유기농먹거리촌						**56,000,000**	**55,000,000**	**▼1,000,000**		
내부시설	TFS	20×10m	EA	7	5,000,000	35,000,000	35,000,000		7ea×5,000,000원=35,000,000원	원가조사단가 반영
외부시설	TFS	40×40m	EA	4	5,000,000	21,000,000	20,000,000	▼1,000,000	4ea×5,000,000원=20,000,000원	원가조사단가 반영
4.2 편의시설						**122,000,000**	**10,720,000**	**▼111,280,000**		
직거래장터	MQ텐트	5×5m	EA	40	143,000	112,000,000	5,720,000	▼106,280,000	40ea×143,000원=5,720,000원	원가조사단가 반영
편의점			EA	2	500,000	2,000,000	1,000,000	▼1,000,000	2ea×500,000원/ea=1,000,000원	원가조사단가 반영
기념품판매소			EA	2	500,000	2,000,000	1,000,000	▼1,000,000	2ea×500,000원/ea=1,000,000원	원가조사단가 반영
카페테리아			EA	6	500,000	6,000,000	3,000,000	▼3,000,000	6ea×500,000원/ea=3,000,000원	원가조사단가 반영

분 류	내용	규격	단위	수량	단가	사 업 비 (원)			산 출 식	비고
						당초	변경	증감		
5 행사장연출						**310,000,000**	**252,582,000**	**▼57,418,000**		
5.1 연출시설						**180,000,000**	**180,000,000**			
토피어리			EA	3	50,000,000	150,000,000	150,000,000		3ea×50,000천원/ea=150백만원	한성건축단가 반영
애드벌룬			EA	2	5,000,000	10,000,000	10,000,000		2ea×5,000천원/ea=10백만원	한성건축단가 반영
환경조형물			식	1	20,000,000	20,000,000	20,000,000		1식×20,000천원=20백만원	한성건축단가 반영
5.2 사인물						**20,000,000**	**10,000,000**	**▼10,000,000**		
주차장			식	2	2,500,000	10,000,000	5,000,000	▼5,000,000	안내표시10ea×250,000원×2식=5,000,000원	원가조사단가 반영
안내/유도			식	1	2,500,000	5,000,000	2,500,000	▼2,500,000	*입간판:4ea×500,000원=2,000,000원 (입구2ea,출구2ea)/*현수막:10ea×50,000원/ea=500,000원	원가조사단가 반영
배너			EA	100	25,000	5,000,000	2,500,000	▼2,500,000	100ea×25,000원/ea=2,500,000원	원가조사단가 반영
5.3 기타						**110,000,000**	**62,582,000**	**▼47,418,000**		
메인공연장	야외음악당정비		식	1	9,000,000	10,000,000	9,000,000	▼1,000,000	1식×9,000,000원=9,000,000원(대형현수막:가로,세로형)	원가조사단가 반영
진입마당	MQ텐트	5×5m	EA	2	143,000	7,000,000	286,000	▼6,714,000	2ea×143,000원=286,000원	원가조사단가 반영
전통놀이마당	TFS	TFS(20×10m)	EA	9	1,144,000	45,000,000	10,296,000	▼34,704,000	9ea×1,144,000원=10,296,000원	원가조사단가 반영
큰마당	초가집주막모형		EA	2	9,000,000	20,000,000	18,000,000	▼2,000,000	2ea×9,000,000원/ea=18,000,000원	원가조사단가 반영
작은마당	데크형편의시설	전망대	식	1	25,000,000	28,000,000	25,000,000	▼3,000,000	1식×25,000,000원=25,000,000원-목조형간이건축(데크등)	원가조사단가 반영
6 관리운영시설						**300,000,000**	**225,140,000**	**▼74,860,000**		
6.1 관리시설						**30,000,000**	**30,000,000**			
경비시설	TFS	10×10m	EA	1	5,000,000	5,000,000	5,000,000		1ea×5,000,000원=5백만원	원가조사단가 반영
보건의료시설	TFS	10×10m	EA	1	5,000,000	5,000,000	5,000,000		1ea×5,000,000원=5백만원	원가조사단가 반영
소방안전시설	TFS	10×10m	EA	1	5,000,000	5,000,000	5,000,000		1ea×5,000,000원=5백만원	원가조사단가 반영
환경위생시설	TFS	10×10m	EA	1	5,000,000	5,000,000	5,000,000		1ea×5,000,000원=5백만원	원가조사단가 반영
교통주차시설	TFS	10×10m	EA	2	5,000,000	10,000,000	10,000,000		2ea×5,000,000원=10백만원	원가조사단가 반영
6.2 VIP실/프레스센터						**10,000,000**	**6,000,000**	**▼4,000,000**		
내부기본시설			식	1	3,000,000	5,000,000	3,000,000	▼2,000,000	테이블,의자,기타집기 등	원가조사단가 반영
기본집기			식	1	3,000,000	5,000,000	3,000,000	▼2,000,000	테이블,의자,모니터,단상 등	원가조사단가 반영
6.3 물자보관시설						**30,000,000**	**10,140,000**	**▼19,860,000**		
창고		10×10m	EA	4	1,650,000	20,000,000	6,600,000	▼13,400,000	4ea×1,650,000원/ea=6,600천원	한성건축단가 반영
하역장		10×10m	EA	2	1,769,946	10,000,000	3,540,000	▼6,460,000	2ea×1,769,946원/ea=3,540천원	한성건축단가 반영
6.4 공급처리시설						**30,000,000**	**22,000,000**	**▼8,000,000**		
전력/통신/수도	WIFI,급수대등		식	1	8,500,000	10,000,000	8,500,000	▼1,500,000	공공WIFI무선중계기설치비 :'50ea×90,000원/ea=4,500,000원 /급수대설치:'10ea×400,000원/ea=4,000,000원	원가조사단가 반영
쓰레기처리장		10×10m	EA	4	3,375,000	20,000,000	13,500,000	▼6,500,000	4ea×3,375,000원/ea=13,500,000원	원가조사단가 반영
6.5 유지관리비						**200,000,000**	**157,000,000**	**▼43,000,000**		
운영관리비			식	1	89,000,000	100,000,000	89,000,000	▼11,000,000	통신비:1,800,000원/일×20일=36,000,000원 /수도광열비:1,300,000원/일×20일=26,000,000원 /시설보안:27,000,000원(20일)	원가조사단가 반영
인건비(전담)			식	1	68,000,000	100,000,000	68,000,000	▼32,000,000	10,000원/hr×10hr×17일×40명=68,000,000원	원가조사단가 반영

분 류	내용	규격	단위	수량	단가	사 업 비 (원)			산 출 식	비고
						당초	변경	증감		
7 행사및공연						**1,560,000,000**	**843,000,000**	**▼717,000,000**		
7.1 행사						**450,000,000**	**250,000,000**	**▼200,000,000**		
사전행사			회	1	50,000,000	150,000,000	50,000,000	▼100,000,000	1회×50,000,000원 =50,000,000원	원가조사단가 반영
공식행사	개장/개막/폐막		회	3	66,666,667	300,000,000	200,000,000	▼100,000,000	3회×66,666,667원/회=200,000,000원	원가조사단가 반영
7.2 공연						**500,000,000**	**260,000,000**	**▼240,000,000**		
주제공연	출연료,체류비등		식	1	200,000,000	300,000,000	200,000,000	▼100,000,000	급수,인원,횟수등에따라출연료,체류비가 달라짐. (예산범위내에서공연프로그램기획)	계획축소
상설공연	지역공연		식	1	60,000,000	200,000,000	60,000,000	▼140,000,000	15일동안1일2회,2팀 가정 1,000,000원/팀×2팀/일×2회×15일=60,000,000원	지역인 재능기부활용
7.3기타						**610,000,000**	**333,000,000**	**▼277,000,000**		
경연대회	프로그램유치/진행		식	1	200,000,000	300,000,000	200,000,000	▼100,000,000	유기농세계음식경연,세계유기농관련행사 기획,초청,진행,시상비용	계획축소
공모사업	UCC공모		식	1	33,000,000	50,000,000	33,000,000	▼17,000,000	UCC홍보:20,000,000원(포털사이트,모바일 등) /UCC심사/진행:3,000,000원 /UCC시상금:10,000,000원(대상,최우수,우수,장려등)	원가조사단가 반영
백일장	초중고미술/서예		식	3	20,000,000	60,000,000		▼60,000,000		삭제
이벤트	특별행사		식	1	100,000,000	200,000,000	100,000,000	▼100,000,000	기획이벤트(방문객유치)/*예산범위내에서 이벤트프로그램기획,진행	원가조사단가 반영/계획축소
8 회의및컨벤션						**710,000,000**	**415,000,000**	**▼295,000,000**		
8.1 국내학술대회/회의						**200,000,000**	**45,000,000**	**▼155,000,000**		
회의장운영	중원대, 연구소등		식	1	100,000,000	100,000,000		▼100,000,000		(기관협조)
인쇄제작물			식	1	15,000,000	50,000,000	15,000,000	▼35,000,000	홍보전단1,000원/매×5,000매=5,000,000원 /회의책자20,000원/부×500부=10,000,000원	원가조사단가 반영/계획축소
초청경비	연사료/숙식비		식	1	30,000,000	50,000,000	30,000,000	▼20,000,000	연사료:200,000원/인×100명=20,000,000원 /숙식비:100,000원/인×100명=10,000,000원	연사료 회의수당에 준함
8.2 국제학술회의						**510,000,000**	**370,000,000**	**▼140,000,000**		
회의장운영	중원대, 자연드림파크		식	1	100,000,000	100,000,000	100,000,000		임차료:'1,000,000원/실×6실×6일=36,000,000원 /기자재:'500,000원/실×6실×6일=18,000,000원 (TV멀티미디어,대형스크린등) /촬영장비:277,777.77원/실×6실×6일=10,000,000원 /숙박비:'120,000원/실×60명×5일=36,000,000원	-
교통비			식	1	30,000,000	50,000,000	30,000,000	▼20,000,000	100명(항공권,버스등)*1인당300,000원	계획변경(원가조사단가 반영 및 계획축소)
인쇄제작물			식	1	40,000,000	80,000,000	40,000,000	▼40,000,000	회의책자20,000원/부×2,000부=40,000,000원	책자단가 20,000원 통일
초청경비			식	1	100,000,000	150,000,000	100,000,000	▼50,000,000	연사료1,000,000원/명×100명=100,000,000원	연사 100명으로 통일
유치활동비			식	1	80,000,000	100,000,000	80,000,000	▼20,000,000	세계주요유기농행사참여3ea×20,000,000원 =60,000,000원 /유치브로슈어및홍보물10,000원/부×2,000부=20,000,000원	계획변경(원가조사단가 반영 및 계획축소)
통역			식	1	20,000,000	30,000,000	20,000,000	▼10,000,000	사업비내추진	계획변경(원가조사단가 반영 및 계획축소)

분 류	내용	규격	단위	수량	단가	사 업 비 (원)			산 출 식	비고
						당초	변경	증감		
9 홍보마케팅						**1,900,000,000**	**1,276,110,000**	**▼623,890,000**		
9.1 기반구축						**300,000,000**	**150,000,000**	**▼150,000,000**		
브랜드개발	로고,EI,캐릭터		식	1	100,000,000	200,000,000	100,000,000	▼100,000,000	일반용역(경쟁입찰)-과업기간:10개월	원가조사단가 반영
IMC전략수립	홍보전략		식	1	50,000,000	100,000,000	50,000,000	▼50,000,000	일반용역(경쟁입찰)-과업기간:10개월	원가조사단가 반영
9.2 온라인홍보						**400,000,000**	**425,000,000**	**△25,000,000**		
포털광고	Naver,Daum등		년	2	112,500,000	200,000,000	225,000,000	△25,000,000	Naver, Daum, google, Kakao등	원가조사단가 반영
온라인이벤트	YouTube등		년	2	60,000,000	100,000,000	120,000,000	△20,000,000	노출빈도,노출횟수에따라광고료변동	원가조사단가 반영
공식홈페이지			식	1	40,000,000	50,000,000	40,000,000	▼10,000,000	(IMC전략수립에따라홍보적용)	원가조사단가 반영
인플런서홍보			식	1	40,000,000	50,000,000	40,000,000	▼10,000,000		원가조사단가 반영
9.3 오프라인홍보						**500,000,000**	**300,000,000**	**▼200,000,000**		
방송광고			식	1	100,000,000	200,000,000	100,000,000	▼100,000,000	공중파,종편,케이블TV,중앙지,지방지,지역 지등조건에따라변동됨.	계획축소
언론홍보			식	1	100,000,000	100,000,000	100,000,000		(한국방송광고진흥공사)	원가조사단가 반영
교통/옥외광고			식	1	100,000,000	100,000,000	-	▼100,000,000		충북도,괴산군 자체홍보예산 활용
홍보인쇄물			식	1	100,000,000	100,000,000	100,000,000		리플렛,카달로그등의분량,매수에따라인쇄 비용변동	원가조사단가 반영
9.4 기업/참가자유치						**400,000,000**	**221,110,000**	**▼178,890,000**		
단체참가자	자료제작/배부		식	1	50,000,000	50,000,000	50,000,000		홍보용자료5,000원×10,000부=50,000,000 원(전자카달로그포함)	원가조사단가 반영
여행사연계	사전답사,팸투어		식	1	50,000,000	50,000,000	50,000,000		사전답사'100,000원×100명=10,000,000원 /팸투어'100,000원/인×100명×4회 =40,000,000원(여행사50개사초청포함)	원가조사단가 반영
기업/바이어유치			식	1	105,000,000	200,000,000	105,000,000	▼95,000,000	*유기농관련단체,협회,기업등방문및설명 회개최홍보브로슈어 3,000원×10,000부=30,000,000원(전자카달 로그포함) /엑스포설명회개최50,000원/인×500명×3회 =75,000,000원	원가조사단가 반영/계획축소
기관방문유치			식	1	16,110,000	100,000,000	16,110,000	▼83,890,000	*농식품부등농업관련기관,지자체등방문 유치3,000원×2,000부 =6,000,000원 /ALGOA회원국유치3,000원×1,000부=3,000 ,000원 /(전자카탈로그포함) /우편발송료:7,110,000원(건당2,370원)	계획축소
9.5 기타						**300,000,000**	**180,000,000**	**▼120,000,000**		
해외홍보	해외박람회참가		식	1	100,000,000	50,000,000	100,000,000	△50,000,000	1식×100,000,000원=100,000,000원	해외홍보확대
주재홍보	생협/유치원홍보		식	1	80,000,000	100,000,000	80,000,000	▼20,000,000	1식×80,000,000원=80,000,000원	원가조사단가 반영
테마홍보	홍보대사위촉/홍보		식	1	150,000,000	150,000,000	-	▼150,000,000	1식×150,000,000원=150,000,000원	(충북도,괴산군자체홍보대사활용)

분 류	내용	규격	단위	수량	단가	사 업 비 (원)			산 출 식	비고
						당초	변경	증감		
10 운영비						**1,180,000,000**	**631,432,000**	**▼548,568,000**		
10.1 운영본부						**230,000,000**	**110,000,000**	**▼120,000,000**		
종합상황실	전관방송녹음제작		식	1	15,000,000	30,000,000	15,000,000	▼15,000,000	1식×15,000,000원=15,000,000원	원가조사단가 반영
전관방송	종합상황판,CCTV		식	1	25,000,000	50,000,000	25,000,000	▼25,000,000	1식×25,000,000원=25,000,000원	원가조사단가 반영
운영물품	차단봉,출입증,사무용품		식	1	70,000,000	150,000,000	70,000,000	▼80,000,000	1식×70,000,000원=70,000,000원	원가조사단가 반영
10.2 인력운영						**950,000,000**	**521,432,000**	**▼428,568,000**		
운영인력인건비	도우미,진행요원,매니저		식	1	183,432,000	400,000,000	183,432,000	▼216,568,000	9,172원/hr×10hr/일×20일×100명 운영요원:100명자원봉사자:1,000명(운영요원대비10배)	원가조사단가 반영/운영요원축소 (200->100)
운영인력운영비	숙식비,교통비,유니폼		식	1	230,000,000	350,000,000	230,000,000	▼120,000,000	2인실기준50,000원/일×20일×50실=50,000,000원 /식대비(삼식)30,000원/인×20일×100명=60,000,000원, 20,000원/인×20일×100명=40,000,000원 /유니폼(상의,모자등)40,000원×1,500명=60,000,000원 /기타(명찰,출입카드등):20,000,000원	원가조사단가 반영/운영요원축소 (200->100)
사전교육비	도우미,진행요원,매니저		식	1	38,000,000	50,000,000	38,000,000	▼12,000,000	교육3회'교재:5,000원×1,600부=8,000,000원 /'교육비:10,000,000원×3회=30,000,000원	원가조사단가 반영/계획축소
경비관리	경비인력인건비등		식	1	70,000,000	70,000,000	70,000,000	-	14,957.264원/hr×13hr/일×18일×20명=70,000,000원 /(야간경비수당은주간경비대비1.5배적용)	원가조사단가 반영
환경관리	청소장비/용품, 인건비		식	1	80,000,000	80,000,000		▼80,000,000		괴산군 환경정화 활동비 활용
11 기타						**844,401,400**	**328,622,000**	**▼515,779,400**		
11.1 운영비						**420,000,000**	**228,000,000**	**▼192,000,000**		
사전경비	사무실운영물품등제반경비		식	1	40,000,000	50,000,000	40,000,000	▼10,000,000	1식×40,000,000원=40,000,000원	원가조사단가 반영
수익사업	입장권, 기념품제작		식	1	18,000,000	20,000,000	18,000,000	▼2,000,000	1식×18,000,000원=18,000,000원	원가조사단가 반영
백서발간	400권기준		식	1	150,000,000	150,000,000	-	▼150,000,000		삭제 (행사종료 후 충북도/괴산군자체 예산시행)
보험료	행사보험		식	1	130,000,000	150,000,000	130,000,000	▼20,000,000	1식×130,000,000원=130,000,000원	원가조사단가 반영
행사기록	기록영상및사진촬영		식	1	40,000,000	50,000,000	40,000,000	▼10,000,000	1식×40,000,000원=40,000,000원	원가조사단가 반영
11.2 기타						**424,401,400**	**100,622,000**	**▼323,779,400**		
모바일앱개발	안내서비스		식	1	90,000,000	100,000,000	90,000,000	▼10,000,000	1식×90,000,000원=90,000,000원	원가조사단가 반영
시행전략			식	1	250,000,000	250,000,000	-	▼250,000,000		자체계획 수립
예비비			식	1		74,401,400	10,622,000	▼63,779,400		예비비 축소

1-4. 재원조달 방안

- 2022괴산세계유기농산업엑스포 개최에 소요예산 128억 원은 정부 주무부처(농림축산식품부)의 국비 38.4억 원, 지방비 57.6억 원, 그리고 민자유치 및 수익사업 32억 원으로 재원을 조달할 계획임.
- 국비 지원 비중은 전체 개최예산의 30.0%로 2012년 이후 국가 승인 국제행사 국비지원 비율 최대 30% 이내 지침을 충족시킴.
  → 국비는 소모성이 아닌 반영구시설 위주로 투자대비 효과가 매우 높고 대국민 홍보가치가 높은 항목에 중점 투자계획을 수립함.
- 민자 및 수익사업 비중은 개최 소요예산의 25%인 32억 원으로 2015년 괴산세계유기농산업엑스포의 수익사업 3,368백만 원을 감안할 경우에 적정한 수준이라 판단되며, 세계유기농산업엑스포 개최경험과 노하우를 바탕으로 민자 재원 확보가 충분히 달성 가능할 것임.

[단위 : 백만 원]

내 용	소요예산	재 원 조 달		
		구 분	금 액	비 율
2022 괴산 세계유기농산업엑스포	12,800	국 비	**3,840**	30.0
		지방비	**5,760**	45.0
		민 자 (수익사업 포함)	**3,200**	25.0

- 엑스포 개최 후 발생하는 행사 재원의 잉여분은 지방비로 축적하여 엑스포 사후계획 사업 및 지역 유기농산업 발전에 재투자할 계획임.
- 지방비는 '도비 : 군비 = 6 : 4'로 분담하여 도비 34.6억 원, 군비 23.0원의 예산을 2022괴산세계유기농산업엑스포에 조달할 계획이며, 이는 지방재정 등을 감안할 경우에 적정한 수준으로 판단됨.

2. 수 입 계 획

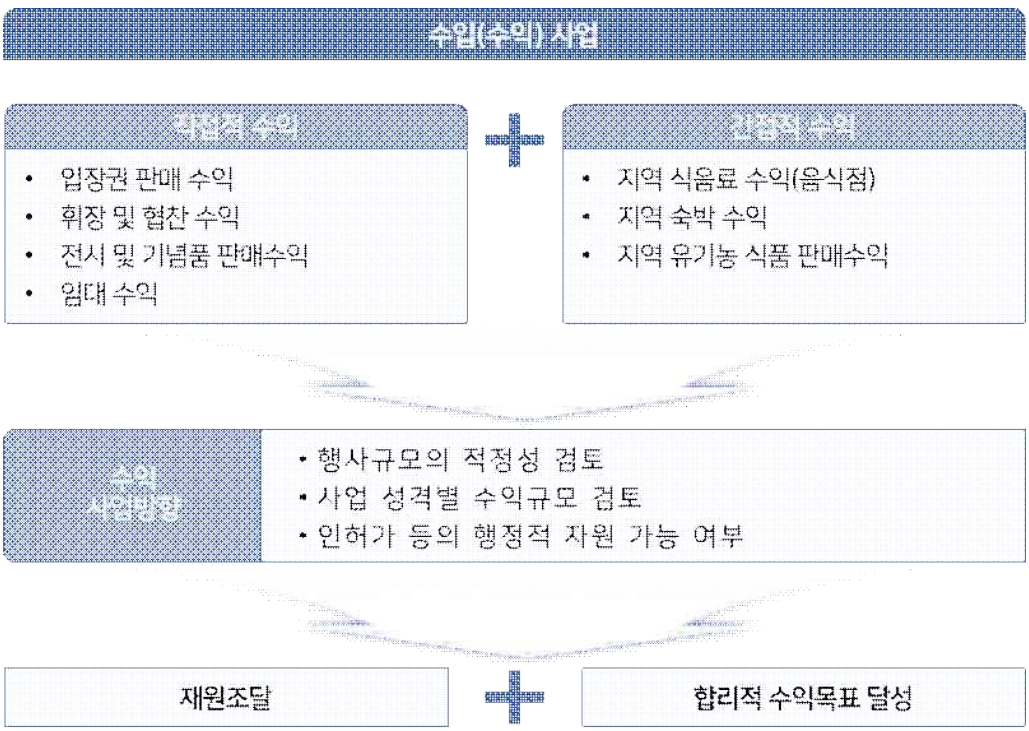
2-1. 기 본 방 향

▌수익사업의 목적

- 엑스포 개최 시 적절한 수익사업 추진을 통해서 엑스포 개최에 필요한 일부 재원 조달이 가능하며, 다양한 형태로 민간의 참여를 유도하여 국내 유기농산업 발전에 기여할 수 있도록 수익사업을 계획함.
- 2022괴산세계유기농산업엑스포의 취지와 목적에 부합하고, 관람객이 지역경제에 이바지할 수 있는 방향으로 다양한 수익사업을 개발하여 민간이 적극적으로 참여할 수 있도록 계획함.

▌수익사업의 분류

- 2022괴산세계유기농산업엑스포의 수익사업은 크게 직접 수익사업과 간접 수익사업으로 분류함.
- 직접 수익사업은 ❶입장권 판매, ❷휘장사업, ❸협찬사업, ❹전시사업, ❺상점임대, ❻기념상품 판매로 구분하여 수입계획을 수립함.
- 간접 수익사업은 2022괴산세계유기농산업엑스포를 통해 괴산군의 음식점, 숙박업소, 유기농 관련 농촌체험휴양마을 등에서 발생하는 수익으로 ❶식음료 수익, ❷숙박 수익, ❸체험·관광 수익으로 분류하여 계획을 수립함.



2-2. 직접 수익사업

1 입장권 사업

▌입장권의 종류

- 입장권 사업은 관람객들이 엑스포 행사장을 관람함으로써 발생되는 입장료 수입으로 크게 예매 입장권 판매와 현장 입장권 판매로 나누어짐.
- 예매 입장권은 공식후원 은행, 여행사를 통해 구입하거나 인터넷, 모바일 앱을 통해 구입할 수 있도록 하며, 현장판매 입장권은 행사 입장 시 매표소에서 직접 구매 또는 전산 발매하여 발생한 판매금액임.

▌입장권 할인 및 프로모션

- 관람객의 가치 제공을 통한 만족도 증진과 함께 관람객 유치 효과를 높이기 위하여 전체 입장료 수익분의 50%~75% 수준 내에서 할인 입장권을 판매함.
- 2022괴산세계유기농산업엑스포는 입장권 구매자에게 구매금액의 50%에 해당하는 지역상품권을 제공하여 엑스포 직거래 마당에서 유기농·식품 구입이나 괴산군 음식점, 숙박업소에서 상당금액만큼 할인을 받도록 함.
- 조직위원회는 2022세계유기농산업엑스포의 홍보 이슈를 창출하고, 관람객 유치 효과를 증대시키기 위해 지역경제 활성화의 관점에서 입장권 할인제도와 프로모션을 괴산군 소상공인과 협력하여 공동마케팅 차원에서 접근할 필요가 있음.

예상수입	**산출식** : (일반인 관람객수 × 입장가격 + 청소년 관람객수 × 입장가격 + 어린이 관람객수 × 입장가격) × 25% + 입장수입 × 50%(50%할인) × 75% = (504천명 × 5,000원 + 72천명 × 2,000원 + 144천명 × 1,000원) × 25% + 2,808백만 원 × 50% × 75% = 2,808백만 원× 25% + 1,404백만 원 × 75% = 702백만 원 + 1,053백만 원 = **1,755**백만 원

※ 2015년 괴산세계유기농산업엑스포 입장권 판매실적 : 2,470백만 원

2 임 대 사 업

▌임대사업의 종류

- 임대사업의 종류는 크게 ❶전시 임대사업과 ❷판매·서비스 임대사업으로 나누어 계획을 수립함.
- 유기농 관련 경영체의 전시 부스임대, 식음 시설과 판매시설 등의 임대를 통해 경제적 효과를 가져 올 수 있으며, 예상 입장객 수에 따라 행사장 내에 각종 음식점, 물품판매 시설(편의점, 카페테리아, 기념품점, 약국 등), 서비스 제공 시설(친환경 전기열차, 어린이 쉼터 놀이터 등)에 대한 예상 임대료를 산정함.
- 임대사업은 주최 측의 경제적 효과뿐만 아니라, 임차 사업자의 경제적 효과를 함께 고려한 윈-윈 전략에 의해 적정 임대료를 책정하고, 과도한 영리 추구를 배제할 수 있도록 공신력 있는 참가업체를 엄선하여 양질의 서비스를 제공함.

▌임대사업 예상 수익

- 임차 사업자의 모집은 공식 홈페이지, DM발송, 사업설명회 개최, 언론사 홍보 등을 통해 모집하고 주최 측이 명확한 평가기준을 마련하여 우수한 임차 사업자를 선정할 필요성이 있음.
- 2015년 괴산세계유기농산업엑스포 기본계획에서는 ❶전시 임대사업의 1부스 당 임대료를 300만 원으로 책정하고, 국내단체 및 기업 부스는 총 25%의 프로모션 할인율을 적용하고, 해외단체 및 해외기업 부스의 경우에는 총 55%의 프로모션 할인율을 적용함.
- 2015년 괴산세계유기농산업엑스포의 ❷판매·서비스 임대사업은 관람객 10만 명 기준의 14백만 원의 상점 임대료를 책정함.

구 분		수 량	임대료 (천원)	할인율 (%)	임대수입 (백만 원)
전시 임대사업	국내 단체 및 기업	319	3,000	25.0	718
	해외 단체 및 기업	100	3,000	55.0	134
	소 계	**419**			**852**
판매·서비스 임대사업	편 의 점	2	11,000		22
	카페테리아	6	11,000		66
	기념품점	2	11,000	40.0	13
	약 국	1	11,000	50.0	6
	친환경 전기열차	1	11,000	50.0	6
	어린이 쉼터 놀이터	1	11,000	50.0	5
	소 계	**13**			**118**
합 계		**432**			**970**

※ 2015년 괴산세계유기농산업엑스포 시설임대 수익 실적 : 273백만 원

3 후원 및 협찬사업 (민자 유치)

▌후원 및 협찬 종류

- 후원 및 휘장사업은 2022괴산세계유기농산업엑스포의 로고, 엠블렘, 마스코트의 사용권과 프로그램 행사장 조성 참여 등 상업적 권리를 기업, 단체에게 부여하여 상품 판촉 또는 기업체 광고 등에 활용하는 사업임.
- 후원 및 휘장사업에 참여하는 업체는 ❶공식 후원사, ❷공식 공급업자, ❸공식 상품화권자로 나누어볼 수 있는데, 주최 측에 제공하는 재화와 용역 규모에 따라 공식 휘장을 사용할 수 있는 권리를 부여 받음.

종 류	내 용
공식 후원사 (Official Sponsor)	◉ 주최 측에 상당액의 금전, 물품 또는 용역을 제공하고 일정한 권리를 부여 받음 (엑스포 전시관 건립 후원 및 협찬의 경우도 포함)
공식 공급업자 (Official Supplier)	◉ 주최 측에 일정액의 금전, 물품 또는 용역을 제공하고 일정한 권리를 부여 받음.
공식 상품화권자 (Official License)	◉ 주최 측에 일정액의 휘장사용료를 내고 공식 휘장을 사용하여 기념품 등 특정상품을 제조 및 판매할 수 있는 권리를 부여 받음.

▌후원 및 협찬 예상 수익

- 후원 참여 업체는 전문성, 제시 금액, 사회적 이미지 등을 고려하여 선정하며, 해당 기관, 기업은 2022괴산세계유기농산업엑스포 기간 중 자사의 브랜드 홍보를 적극적으로 노출하여 홍보효과를 높일 수 있음.
- 다만, 일반 관람객과 기타 기업들의 무단 사용을 방지하기 위한 조치(계약)를 마련해야 하며, 2022괴산세계유기농산업엑스포의 신뢰도 저하를 방지할 수 있도록 무리한 후원 사업 전개를 지양하고 상업적 이미지를 주지 않도록 후원사 유치의 적정수준을 설정함.
- 2015년도 괴산세계유기농산업엑스포의 휘장·후원사업 수입 목표액을 450백만 원으로 책정하였고 행사 후 실적은 625백만 원이였음.

예 상 수 입	◉ 공식 후원 수익 : 50백만 원 × 5개사 = 250백만 원 ◉ 공식 공급업자 : 100백만 원 × 2개사 = 200백만 원 ◉ 공식 상품화권자 : 100백만 원 × 3개사 = 300백만 원 → **750**백만 원

※ 2015년 괴산세계유기농산업엑스포 휘장·후원사업 수익 실적 : 625백만 원

4 광고 및 기념품 사업 수익

▌광 고 사 업

- 광고 사업은 본 특정 기업에게 2022괴산세계유기농산업엑스포 행사장을 활용하여 방송광고, 옥외 광고물, 인쇄물, 사인 홍보물 등에 기업의 상호를 고지하는 조건으로 한 일정의 금전적 협찬 및 현물 협찬으로 얻어지는 수익임.
- 행사 홍보용 옥외 공간, 행사장 내부 공간 및 이동 수단, 각종 홍보 책자, 인터넷 사이트 등 엑스포 홍보에 기여하고 광고 사업이 가능한 분야를 발굴하여 수익창출을 위한 광고유치 활동이 요구됨.

▌기념품 사업

- 2022괴산세계유기농산업엑스포 개최를 기념하고 필요한 재원을 확보하기 위하여 공식 휘장(로고, 엠블렘, 마스코트)을 활용한 기념물품 판매 등을 통한 수익이라 할 수 있음.
- 2015년 괴산세계유기농산업엑스포의 기본계획에서는 120백만 원으로 계획을 수립하였으나 2022괴산세계유기농산업엑스포는 사전 홍보 및 기업과의 공동마케팅 추진을 통해 실적계획을 상향 조정할 필요가 있음.

예 상 수 입	산출근거 : 2015괴산세계유기농산업엑스포 목표액 120백만 원의 125%상향한 150백만 원으로 책정함.

2-3. 간접 수익사업

간접 수익의 기본전제

- 2019년 10월 18일부터 10월 28일까지 실시한 수요조사를 기준으로 하여 2022괴산세계유기농산업엑스포 수요조사 결과를 토대로 하여 간접 수익을 산출함.
- 조사결과 당일형이 69.2%, 숙박형이 30.8%로 나타나 괴산군 일대의 음식점, 숙박업소, 체험·관광 등을 이용하는 관람객은 72만 명 중에서 약 22만 명을 전제로 하여 간접 수익사업을 추정함.

1 식음료 판매

- 2022괴산세계유기농산업엑스포의 목표 관람객인 72만 명 중에서 숙박형으로 괴산에 체류하는 관람객을 약 22만 명으로 추정함으로써 지역 경제 활성화에 이바지하는 간접적 효과를 측정함.
- 문화체육관광부, 한국관광공사, 농촌휴양체험관광 등의 자료를 근거로 1인당 식음료 소비액은 12천 원을 적용할 경우에,

예 상 수 입	산출근거 : 220,000명 × 12,000원/인 = **2,640**백만 원

2 숙 박

- 숙박형으로 체류하는 22만 명의 관람객이 괴산 및 인근 지역 호텔, 리조트, 농촌체험휴양마을, 농가민박 등을 이용하여 숙박을 한다고 전제함.
- 객실당 평균 숙박요금을 50천 원으로 책정하고 수요조사를 근거로 객실당 3.1명이 숙박을 하면 대략 지역 숙박업소에 가져올 경제적 효과는 약 35억 원으로 추정됨.

예 상 수 입	산출근거 : 220,000명 ÷ 3.1명 × 50,000원/인 = **3,548**백만 원

3 체험·관광

- 숙박형으로 체류하는 22만 명의 관람객이 괴산군 및 인근 지역의 관광지, 농촌체험 등의 여가활동을 한다고 전제함.
- 이들이 주요 관광지 입장료, 관람료, 체험료를 1인당 5,000원으로 산정하여 산출할 경우에 2022괴산세계유기농산업엑스포를 통한 관광사업 파급효과는 1,100백만 원으로 추정됨.

예 상 수 입	산출근거 : 220,000명 × 5,000원/인 = **1,100**백만 원

4 유기농·식품 및 특산품 구매

- 수요조사에서 유기농 먹거리 및 직거래 행사에 관심을 가진 관람객은 22.2%로 나타남.
- 이를 기준으로 720천 명의 관람객 중에서 일반인 504천 명(22.2%)이 2022 괴산세계유기농산업엑스포 직거래 장터에서 유기농·식품 또는 특산품을 구매하여 지역 농업인의 소득증대에 기여하는 금액은 약 1,120백만 원으로 추정됨.

예 상 수 입	산출근거 : 504,000명 × 10,000원/인 = **1,120**백만 원

※ 2015년 괴산세계유기농산업엑스포 직거래장터 판매 실적 : 520백만 원

2-4. 직·간접 수익(수입)

[단위 : 백만 원, %]

구 분		2015년 (실적)	2022년 (계획)	증 감	비 고
직 접 수익사업	❶입장권 사업	2,470	1,755	▼28.9	
	❷임 대 사 업	273	970	▲255.3	
	❸후원·협찬사업	625	750	▲20.0	
	❹광고·기념품 사업		150		
	소 계	**3,368**	**3,625**	**▲7.6**	
간 접 수익사업	❶식음료 판매		2,640		
	❷숙 박		3,548		
	❸체험·관광		1,100		
	❹유기농·식품 판매	520	1,120	115.4	
	소 계	**520**	**8,408**		
합 계		**3,888**	**12,033**	**249.6**	

주) 기타수익(이자수익, 기부금 등)은 수입에 포함하지 않음.

3. 재무적 타당성 분석 (경제성 분석)

3-1. 기 본 가 정

- 현금유입과 현금유출은 2021년부터 이루어지는 것으로 가정하고 앞서 비용계획과 수입계획을 기준으로 하여 재무적 타당성을 분석하고자 함.
- 그리고 수입계획은 ❶직접 수익사업과 ❷간접 수익사업을 구분하여 분석을 함으로써 2022괴산세계유기농산업엑스포의 지역경제 파급효과를 살펴보고자 함.
- 시나리오 분석은 수립된 계획을 ❶기준 시나리오 설정하고, 계획대비 10%의 추가적인 수익이 발생하는 경우를 ❷낙관적 시나리오, 계획대비 10%의 수익이 감소하는 경우를 ❸비관적 시나리오로 설정하여 분석함.
- 단기간에 개최되는 국제행사로서 국채(3년 기준) 수익률 0.856%를 할인율로 적용하여 재무적 타당성 분석을 시행함. (2020년 5월 13일 기준)

3-2. 직접 수익을 포함할 경우

▌현금 흐름

- 2021년과 2022년 기준 시나리오 기준으로 현금유입은 13,225백만 원으로 추정되며, 현금유출은 12,800백만 원으로 추정됨.

[단위 : 백만 원]

현금유입	2021년	2022년 (기본계획)	합계		
			기본계획	비관적 시나리오	낙관적 시나리오
자 체 수 입		3,625	3,625	3,262	3,987
국 비	1,400	2,440	3,840	3,840	3,840
지 방 비	3,300	2,460	5,760	5,760	5,760
현금유입합계	**4,700**	**8,525**	**13,225**	**12,862**	**13,587**
현금유출	2021년	2022년 (기본계획)	합계		
			기본계획	비관적 시나리오	낙관적 시나리오
시 설 건 축 비	3,655	5,173	8,828	8,828	8,828
행사관련비용	1,045	2,927	3,972	3,972	3,972
현금유출합계	**4,700**	**8,100**	**12,800**	**12,800**	**12,800**

주) 연도별 현금유입과 현금유출은 비용계획과 수입계획을 기준으로 하여 산출함.

▌분 석 결 과

- 기본 가정들을 전제로 할 때, 재무적 순현재가치(NPV)와 편익분석(B/C)을 세 가지 시나리오로 구성하여 도출함.
- 각 시나리오에 대해서 정부와 지방비가 보조금으로 지원될 경우와 보조금이 전혀 없는 경우에 대해서 결과를 제시함.

구분		무보조금		지방보조금포함		국고/지방보조금포함	
		결과	재무적 타당성	결과	재무적 타당성	결과	재무적 타당성
기 준 시나리오	현금유입	3,563		9,253		13,039	
	현금유출	12,621		12,621		12,621	
	재무적NPV	-9,058	사업성 낮음	-3,368	사업성 낮음	418	사업성 양호
	재무적BCR	0.282	사업성 낮음	0.733	사업성 낮음	1.033	사업성 양호
비 관 적 시나리오	현금유입	3,207		8,897		12,683	
	현금유출	12,621		12,621		12,621	
	재무적NPV	-9,414	사업성 낮음	-3,724	사업성 낮음	62	사업성 양호
	재무적BCR	0.254	사업성 낮음	0.705	사업성 낮음	1.005	사업성 양호
낙 관 적 시나리오	현금유입	3,920		9,619		13,396	
	현금유출	12,621		12,621		12,621	
	재무적NPV	-8,701	사업성 낮음	-3,011	사업성 낮음	774	사업성 양호
	재무적BCR	0.311	사업성 낮음	0.761	사업성 낮음	1.061	사업성 양호

- 시나리오별로 분석한 결과, 보조가 있는 경우에는 비용편익(B/C)은 모두 1 이상으로 양호한 수준으로 나타났고, 국고 및 지방비 보조가 없는 경우에는 NPV와 BCR이 낮은 수준으로 나타남.

결 론

- 2022괴산세계유기농산업엑스포 개최는 지역사회의 음식점, 숙박업소, 체험·관광, 유기농식품 판매 등의 간접적인 수익을 포함할 경우에는 비교적 양호한 NPV 및 BCR로 사업적 타당성이 있는 것으로 판단됨.
- 보조금이 수반될 경우에 단기적인 국제행사에도 불구하고 편익(B/C)은 양호한 수준이며, 중장기적인 관점에서도 괴산, 충북, 대한민국 유기농산업 발전에 이바지할 수 있는 계기가 될 것으로 판단됨.

제2절. 엑스포 경제적 파급효과

1. 분 석 체 계

▌산업연관분석의 의의

- 경제 내에 주입된 국제회의 및 국제행사와의 관련한 지출의 영향을 평가하는 방법은 산업연관분석을 통한 승수효과 분석이 활용되고 있음.
- 산업연관분석은 특정 시점에서 산업부문간 경제영향을 평가하는데 유용한 기법으로 자국의 경제구조분석, 경제정책의 파급효과 측정과 함께 경제계획 수립의 기초자료로 활용되고 있으며, 국제회의 및 국제행사의 개최에 따른 관련 산업의 경제적 파급효과를 측정하는데 적용될 수 있음.
- 한국은행(2017)의 재화와 서비스의 거래를 기록한 산업연관표를 기초자료로 하여 투입계수를 산출하고 이를 기초로 도출되는 유발승수를 적용하여 경제적 파급효과를 분석함

2. 소요예산에 따른 경제적 파급효과

- 2022괴산세계유기농산업엑스포의 개최로 인한 국내 경제 전반에 걸친 직간접적인 경제적 파급효과를 평가하는데 있어 소요예산 128억 원에 대한 경제적 파급효과를 예측함.
- 개최 소요예산의 세부 내역별 지출액에 따른 각 산업부문별 승수를 개별적으로 고려하는 것은 현실적 한계가 있으므로 분석 및 결과 해석의 편의상 대분류하고 이를 관련 산업 평균 승수에 적용하여 산업 전반에 파급시킨 생산유발효과, 부가가치 유발효과, 고용 유발효과를 산출함.
- 한국은행의 재화와 서비스의 거래를 기록한 산업연관표를 기초자료로 활용하여 투입계수를 산출하고 경제적 파급효과를 분석함.
- 분석결과

[단위 : 백만 원, 명]

산 업 부 문	소요예산	소요예산 지출에 따른 경제적 파급효과		
		생 산 유발효과	부가가치 유발효과	고 용 유발효과
건 설	5,722	11,978	4,190	72
문화·오락·서비스	4,617	7,877	4,036	53
통신 및 방송	1,276	2,403	1,069	10
사회 및 기타	1,185	2,264	988	16
계	12,800	24,522	10,283	151

3. 관람객 소비지출에 따른 경제적 파급효과

- 2022괴산세계유기농산업엑스포의 개최로 인한 국내 경제 전반에 걸친 직·간접적 경제파급효과를 평가하는데 있어, 목표 관람객 소비지출 총액 538.8억원(1인 74,837원 × 720,000명)에 대한 경제적 파급효과를 측정하였음

- 분석결과

[단위 : 백만 원, 명]

산 업 부 문	소요예산	소비지출에 따른 경제적 파급효과		
		생 산 유발효과	부가가치 유발효과	고 용 유발효과
숙 박	11,529	18,077	10,115	179
음 식	8,551	18,690	6,359	142
문 화 오 락	22,203	38,527	19,721	343
쇼 핑	6,230	10,084	4,477	111
관 광 교 통	1,440	2,443	1,183	33
기 타	3,929	6,500	1,336	68
계	53,882	94,321	43,191	876

4. 2022 괴산세계유기농산업엑스포 개최에 따른 총 경제적 파급효과

- 2022괴산세계유기농산업엑스포 개최로 인한 국내 경제 전반에 걸쳐 파급시킨 직·간접적효과를 평가하는데 있어, 2022괴산세계유기농산업엑스포 개최예산 지출총액 128억원과 관람객 소비지출 추정액(538.8억원)에 대한 경제적 파급효과를 측정한 결과 다음과 같음

- 분석결과

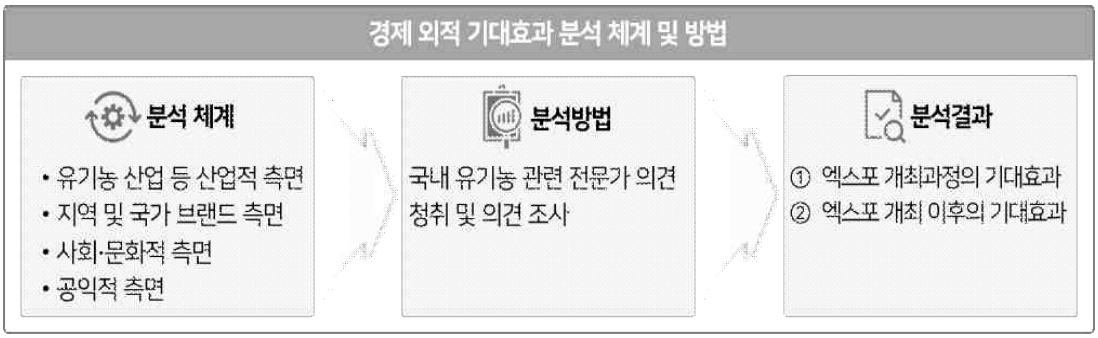
[단위 : 백만 원, 명]

파급효과 구분	총 경제적 파급효과		
	개최예산 지출액	관람객 소비지출액	합계
생산유발(백만원)	24,522	94,321	118,843
부가가치유발(백만원)	10,283	43,191	53,474
고용유발(명)	151	876	1,027

제3절. 엑스포 비경제적 파급효과

1. 분 석 체 계

- 2022괴산세계유기농산업엑스포 개최의 당위성을 도출하기 위해서는 본 엑스포 개최가 가지는 경제적 파급효과뿐만 아니라 정책 및 사회·문화적 타당성을 포괄적으로 분석할 필요가 있음.
- 국내 유기농 관련 전문가 및 관광·엑스포 관련 전문가를 대상으로 2022괴산세계유기농산업엑스포의 개최에 따른 기대효과를 '산업적 측면', '지방 및 국가브랜드 측면', '사회·문화적 측면', '공익적 측면'으로 구분하여 의견조사를 받음.
- 이를 바탕으로 본 엑스포 개최가 가져오는 직·간접적인 효과를 제시하고, 2022괴산세계유기농산업엑스포의 준비과정의 효과, 행사기간의 효과, 행사 이후의 효과로 구분하여 제시함.



2. 분 석 결 과

▌유기농산업 등 산업적 측면

- 국내 유기농산업 활성화에 대한 관심과 투자에 대한 수요를 2022괴산세계유기농산업엑스포를 계기로 붐을 조성하고, 유기농산업 육성 정책 등으로 우리나라를 유기농 선진국 수준의 인프라를 달성함.
- 국민들에게 유기농산업의 중요성과 유기식품, 생활용품 등에 관한 인식을 변화시키고, 유기농산업인이 활발한 경제활동을 전개할 수 있도록 지속적인 민관 협력의 계기를 마련할 수 있음.
- 또한 유기농산업을 중심으로 한 농촌 지역사회 활력화 및 귀농·귀촌 인구의 유입으로 활발한 도·농 교류와 국가 균형발전에 도움을 줄 수 있음.
- 친환경·유기농의 정신과 가치를 문화·관광산업 콘텐츠 및 프로그램으로 개발하고 괴산군, 충청북도, 대한민국의 지속적인 관광객 유치에 기여할 수 있음. (환경 유기농 관련 에듀테인먼트, 유기농 문화 콘텐츠 및 상품화 등)

▌지역 및 국가 브랜드 측면

- 적극적으로 유기농산업을 육성하고 있는 충청북도, 괴산군의 브랜드 가치를 국내외 홍보하고 국가적인 브랜드파워를 강화하는데도 도움이 될 수 있음.
- 국가 차원에서 동남아시아를 중심으로 한 남방정책, 한류 문화, 국제협력사업 등을 추진함에 있어서도 우리나라 유기농산업이 진출할 수 있는 계기와 유기농·식품의 해외 수출시장을 지속적으로 확대되는 계기를 마련할 수 있음.

▌사회·문화적 측면

- 2022괴산세계유기농산업엑스포 개최로 도민, 군민, 유기농관련 산학민관이 상호 존중과 협력의 장을 마련해줄 수 있으며, 괴산군민에게 지역적 자긍심을 고취시킬 수 있음.
- 또한 괴산군의 유기농산업관련 산업체, 경영체 등의 대외 인지도 제고와 괴산군이 추진하고 있는 각종 유기농산업 관련 시설, 공원, 산업 등을 대내외적으로 홍보할 수 있음.
- 이를 통해 괴산군 유기농산업의 지속적인 육성·발전을 도모하고 유기농에 관심이 높은 귀농·귀촌인들을 유입시킴으로써 지역사회에 활력을 불어넣어줌.

▌공익적 측면

- 친환경 개발 및 자연 보호활동의 증대를 통한 인간과 자연이 상생하는 유기농 3.0의 가치와 철학을 확산하는 계기를 제공함.
- 건강한 먹거리 문화의 확산, 식량안보의 중요성 인식, 유기농 생활 등으로 국민의 보건 및 복지 증진에 기여할 수 있음.
- 멀리 통일 한국에 대비한 유기농산업 협력·발전 모델을 제시해줄 수 있음.

산업적 측면	사회·문화적 측면	공익적 측면
○ 국내 유기농산업 활성화에 대한 관심과 투자 수요 계기의 붐 조성 → **유기농 선진국 수준의 인프라 달성** ○ 유기농산업을 중심으로 한 농촌 **지역사회 활력화** 및 귀농·귀촌 인구 유입으로 **활발한 도농교류** 기여 ○ EXPO의 콘텐츠와 프로그램을 괴산군 관광산업에 접목하여 **관광활성화** 기여	○ 충청북도, 괴산군의 브랜드 가치를 국내외 홍보 → **국가적인 브랜드파워 강화** ○ 국가차원의 유기농산업의 **신남방 정책, 한류문화, 국제협력** 및 국내 유기농산업의 해외 **수출시장 확대** 기여 ○ 지역적 자긍심 고취 및 유기농업군 **괴산의 유기농 산업 발전**에 기여	○ 친환경 개발 및 자연 보호활동의 증대를 통한 인간과 자연이 상생하는 **유기농3.0의 가치와 철학 확산** ○ 건강한 먹거리 문화의 확산, 식량안보의 중요성 인식, 유기농 생활 등으로 **국민의 보건 및 복지 증진** 기여 ○ 멀리 **통일 한국**에 대비한 **유기농산업 협력·발전 모델** 제시

2022괴산세계유기농산업엑스포

제11장 잔존시설물 활용 및 사후관리

제1절. 잔존시설물 활용계획

1. 엑스포 잔존시설물 개념

- 잔존시설물이라 함은 특정한 국제행사에 이용할 목적으로 건설된 것으로서 당해 국제행사의 종료에 따라 잔존하게 되는 도로·건물·회의장·공연장 기타 각종 시설물들을 지칭함.
- 이에는 기존 시설물을 활용해 국제행사 시설물로 활용한 경우와 엑스포 행사를 위해 신규 건립한 시설물로 구분할 수 있으며, 두 가지 경우 모두 국제행사 개최 후 별도의 계획 없이 방치되는 것이 아니나, 잔존 시설물의 사후 활용 방안에 따라 관리되어야 함.
- 본 2022괴산세계유기농산업엑스포의 경우 전체 행사 운영의 핵심 원칙 중 하나로 경제성과 환경성을 강조하므로 대부분의 행사장 시설물 구성에 있어 기존 시설물을 적극 활용하고 신규 시설물 건립은 최소화함. 각 시설물 유형별 잔존 시설물개념은 다음과 같음.

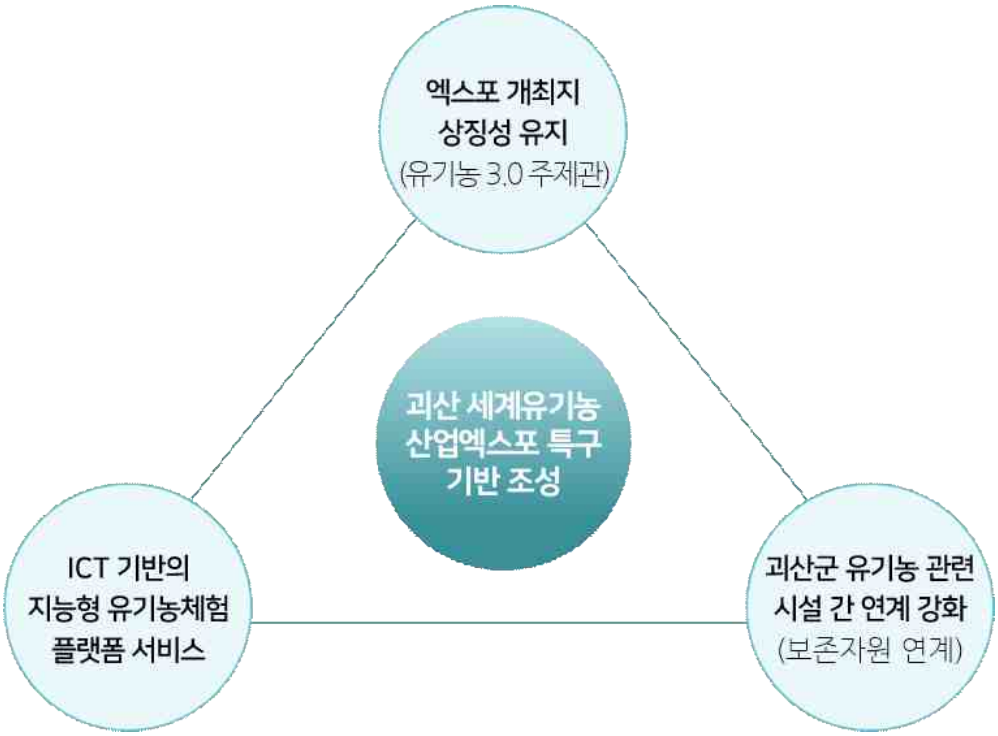
표-70. **엑스포 잔존시설물 개념**

시설구분	엑스포 활용 형태	잔존시설물 개념 (사후 활용 방향)	비 고
기존 시설물	임대 사용 및 사후 복원	행사 시설물로 활용 뒤 본래기능으로 복구	종합운동장, 문화체육센터, 농업기술센터, 국궁·양궁장, 주차장 부지 등
	전환 개발 활용	기존 시설물의 개보수를 통해 행사 시설물로 활용 뒤 새로운 기능으로 전환, 업그레이드	유기농 엑스포 농원, 동진천 일대 둘레길(산책로), 친환경농업연구센터 등
신규 시설물	임시 시설물 건립 활용	행사 시설물로 활용 뒤 철거 및 해당 부지 기능 원상 복귀	유기농3.0주제관, 체험장, 생태학습장, 큰마당, 작은마당, 전통놀이마당 등

2. 잔존시설물의 활용 계획

2.1 잔존시설물 활용 기본 방향

그림-30. **잔존시설물 활용 기본 방향**



- 2022괴산세계유기농산업엑스포의 잔존시설물 활용 기본 방향은 ①엑스포 상징성을 유지 및 지속적으로 활용 ②임시로 구축한 시설의 경우 그 주제 프로그램 및 체험 프로그램의 콘텐츠는 보존·활용, ③잔존 시설물의 단계적 업그레이드를 계획·추진하며, ④잔존 시설물들 간에 연계 활용 강화를 통해 괴산 유기농산업 클러스터 단지를 개발·조성하므로 '괴산세계유기농산업엑스포특구' 건립 기반을 구축함.
- 이러한 세계유기농산업엑스포 특구 건립과 연계한 잔존시설물 활용 계획은 2022괴산세계유기농산업엑스포 개최 사후 계획과 연동하여 충북 괴산 지역의 성장 동력 강화에 기여할 것임.

2.2 잔존시설물별 사후 활용 계획

▌2022괴산세계유기농산업엑스포 잔존시설물 사후 활용 계획

표-71. 잔존시설물 사후 활용 계획

구분	기존 기능	사후 활용 계획
유기농3.0주제관 (임대사용 및 복원)	국민 체육센터 (운동장)	○ 유기농3.0주제관은 전시 콘텐츠는 DB화하여 보존하고, 그중 핵심 전시 콘텐츠는 이전하여 지속적으로 활용함. ○ 괴산농업역사박물관으로 이전·활용하여 괴산세계유기농산업엑스포의 역사성과 의의를 관람객에게 홍보함.
유기농국제협력관 (임대사용 및 사후복원)	게이트볼장	○ 괴산농업역사박물관 또는 괴산유기농복합서비스단지, 충북유기농업연구소 등으로 주요 콘텐츠와 프로그램을 이전하거나 활용
유기농자재/펫 케어산업관 (전환개발 활용)	괴산 종합운동장	○ 전시관 임시 시설물을 철거하고 괴산종합운동장 기능 복원 ○ 전시 콘텐츠는 DB화하여 보존
유기농바이오헬스케어관 유기농치유관 (임대사용 및 사후복원)	야구장 풋 살장	○ 산업관 전시물을 철거하고 농지로 기능 복원 ○ 전시 콘텐츠는 DB화하여 보존함
유기농체험학교 및 진로체험학교 (임대사용 및 사후복원)	농지	○ 괴산군 유기농 농촌체험학습 및 농촌관광 프로그램을 연계하여 활용 ○ 괴산군 유기농 특화관광의 관광 상품화 추진
체험 및 이벤트 시설 (임대사용 및 사후복원)	농지	○ 농지 임대 연장 및 지원 계획 투입을 통해 야외 주제전시장 유지 및 유기농 교육·체험장을 세계적인 유기농 체험장으로 지속적으로 업그레이드 개발 ○ 유기농복합서비스지원단지 조성과 연계 추진
마당(4개소) (임대사용 및 사후복원)	운동장 농지	○ 마당의 시설물을 철거하고 원상 복원 ○ 주제공연 및 각종 유기농 관련 공연 프로그램을 보존하여 괴산군 내 및 타 지역 내 문화센터에서 지속적으로 공연될 수 있도록 활용
곤충체험학교 (임시 시설물 건립부지임대 사용 후 복원)	농지	○ 임시 시설물을 철거하고 농지로 복원 ○ 곤충체험학교의 전시 콘텐츠는 DB화하여 보존하고, 그 핵심 콘텐츠는 농업기술센터 내 전시관 또는 홍보관에 도입하여 지속 활용
체험프로그램장 (임시 시설물 건립 부지임대 사용 후 복원)	동진천 수변공원	○ 체험프로그램장을 철거하고 부지는 동진천 수변공원으로 복원 ○ 체험프로그램장의 체험교육 콘텐츠는 DB화하여 보존하고, 그 핵심 콘텐츠는 친환경농업연구센터 및 농업기술센터 등에 도입하여 지속 활용

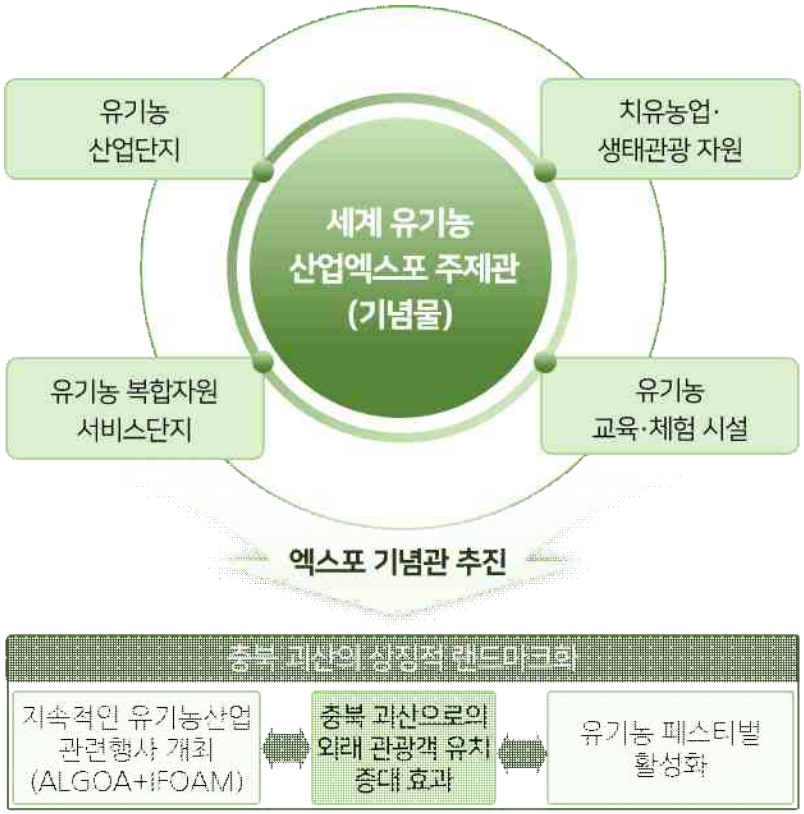
괴산군농업기술센터 (임대 사용 및 사후 복원)	괴산군농업 기술센터	○ 괴산군농업기술센터의 본래 핵심 기능 복귀 ○ 엑스포 체험교육 콘텐츠를 도입하여 지속적으로 유기농 아카데미 프로그램 운영
충북유기농업연구소 (임대 사용 및 사후 복원)	유기농업 연구소	○ 충북유기농업연구소의 본래 핵심 기능 복귀 ○ 전시실을 구성하여 엑스포 주제전시 콘텐츠를 도입하고 지속적으로 보존·활용
유기농 먹거리촌 (임시 시설물 건립 후 사후 복원)	농 지	○ 먹거리촌은 철거하고 농지로 복원 ○ 유기농먹거리 콘텐츠를 괴산시내에서 제공할 수 있도록 지원 관리
생태학습장 (시설 유지)	생태학습장	○ 기존의 생태학습장을 단계적으로 업그레이드 하여 전국최고, 최대 규모의 유기농 생태 학습장으로 개선함 ○ 유기농 체험관광 단지 조성과 연계 추진함
엑스포 관리시설 (임대 사용 및 사후 복원)	괴산군민 체육센터	○ 괴산군민체육센터 본래 기능으로 복원함
주차시설 (임대 사용 및 사후 복원)	제1주차장	○ 농지 기능으로 복원함 (정용리)
	제2주차장	○ 괴산군 미니복합타운 예정지로 전환 (대사리)
컨벤션시설 (전환 개발 활용)	중원대학교 자연드림파크 한살림 흙살림 풀무원 고추박물관	○ 각 시설의 본래 기능으로 복원함 ○ 지속적으로 유기농 및 유기가공식품 관련 국내·외 학술행사 개최 ○ 괴산군 유기농 체험, 학습, 관광 프로그램을 지속적으로 연계하여 관광 상품화 ○ 지역 유기농 자원을 연계한 산학민관 클러스터 지역산업을 지속적으로 육성

※엑스포 전시콘텐츠를 지속활용할 예정이며, 기념물, 상징탑등을 지방비로 건립하여 엑스포의 연속성을 유지할 계획임

2.3 주요 잔존시설물 활용 계획 수립

▌세계 유기농 산업엑스포 기념 공원

그림-31. **잔존시설물 활용 기본 방향**



- 2022괴산세계유기농산업엑스포의 잔존시설물 활용 기본 방향은 ①엑스포 상징성 유지 및 지속적 활용, ②임시로 구축한 시설의 경우 그 주제 프로그램 및 체험 프로그램의 콘텐츠는 보존·활용, ③잔존 시설물의 단계적 업그레이드를 계획·추진함.
  → 괴산농업역사박물관에 괴산세계유기농산업엑스포 전시·홍보·체험 프로그램 보존·활용

- 행사장은 임대농경지, 각종 체육시설들로 구성하였으며 행사 후 원상복구를 위해 기존 시설물을 적극적으로 활용하고 훼손을 최소화할 수 있도록 경제적이고 효율적으로 조정할 계획임.

- 시설분야는 '안전한 행사장 조성'을 최우선 가치에 두며, 지반조사와 구조검토를 통해 안전성을 확보할 계획임.

- 유기농 전시 작물을 야외에 전시하는 회장 특성상 침수 등 자연재해에 대비한 배수처리에 역점을 두며, 넓은 행사장 곳곳에 충분한 휴게·휴식·편의공간을 조성하고 주변경관과 분위기에 어울리는 회장조성에 중점을 둘 계획임.

▌충북유기농업연구소 및 괴산군농업기술센터

- 현재 괴산농업기술센터와 충북유기농업연구소는 괴산 유기농업의 거점센터로 유기농의 비중을 늘리고, 선진화된 기술 보급을 위한 교육 및 연구 등을 수행하는데 활용되며, 향후에 충북 및 괴산의 유기농 클러스터를 조성하고 발전시키는 컨트롤 센터의 기능을 할 것임.
- 농업기술센터에서는 기존의 유기농업기술 관련 연구 수행 기능과 더불어 전국 농가 중 유기농 전향을 원하는 농민들에게 유기농업기술을 전파하는 '유기농 기술교육 프로그램'을 정기적으로 개설·운영함.
- 또한 미생물 센터, 생태 체험학습장 등을 활용하여 청소년들을 대상으로 한 유기농 체험교육 프로그램 및 견학 프로그램을 개설·운영함.

▌유기농복합서비스지원단지

- 유기농복합서비스지원단지는 중장기적인 관점에서 2022괴산세계유기농산업엑스포 기념공원과 연계하여 괴산군 및 유기농산업의 랜드마크로 조성될 것임.
- 유기농 기술이 실천된 다양한 유기농 작물 및 화훼 단지가 시간을 더해가면서 더욱 풍성해지며, 농원 내 유기농 에너지 및 유기농 생태건축 기법을 활용하여 건립된 유기농 단지와 연계함.

Eco (생태안정성)	지역환경을 고려한 자연친화적인 조경계획 친환경기법에 기반한 공간계획	Organic + Garden
Identity (지역정체성)	지역성을 반영한 합리적인 외부공간계획 테마형 유기농 공간계획	
Community (공공성)	활동 중심의 오픈스페이스 계획 지역커뮤니티를 위한 유기농 정보의 장으로 계획	

도 입 시 설		
1. 주차장	6. 느티울전망대	11. 생태둠벙(못)
2. 유기농문화센터	7. 오가닉피크닉장	12. 유기농 실습체험센터
3. 가이아 농장	8. 유기농밤숲체험장	13. 경관식물 재배원
4. 치유생태원	9. 유기숲 놀이터	
5. 미래유기농체험관	10. 유기농 체험공방	

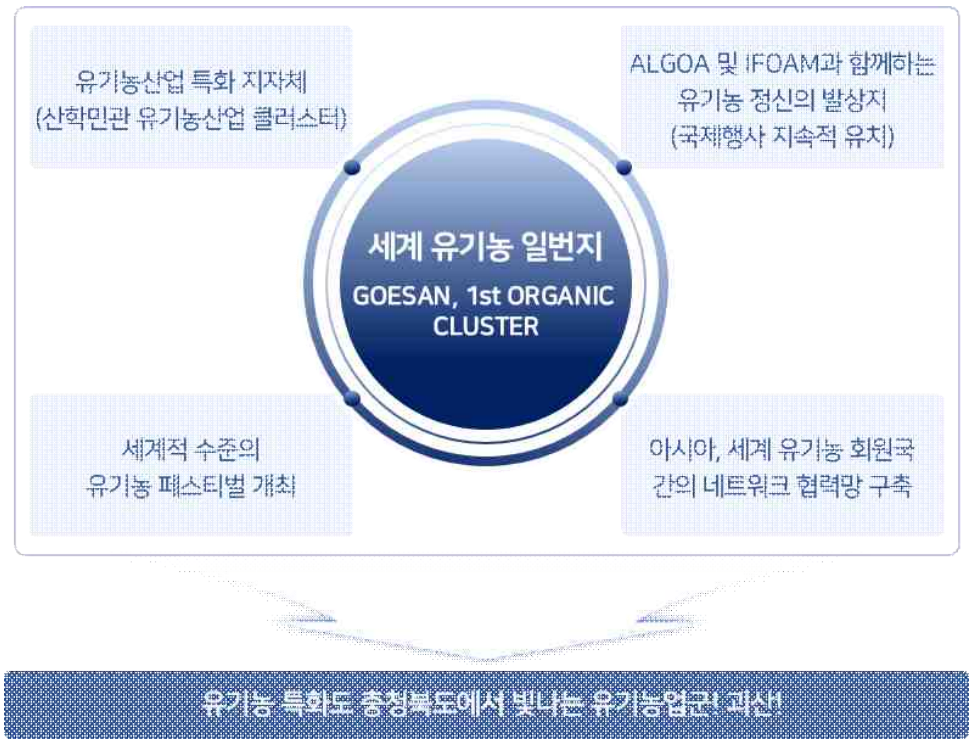
▌괴산 유기농·생태 올레길

- 2022괴산세계유기농산업엑스포와 연계하는 보조 행사장과 동진천 및 인근 야산의 산책로를 활용하고 이를 기존에 존재하였던 괴산 문화관광 자원과의 유기적인 연결 및 그 루트마다 유기농 관련 콘텐츠 및 스토리텔링을 융·복합적으로 주입시킨 괴산 유기농·생태 올레길을 개발·조성함.

- 이는 대표적 슬로우 웰빙 관광인 도보 관광 상품으로써 유기농 컨셉을 도입하고 자연친화적 심신의 치유(healing)를 강조하여 유기농 체험관광과 연계한 충북 괴산의 대표적인 친환경 로하스(LOHAS) 관광 상품으로 개발할 수 있음.

제2절. 엑스포 사후 관리계획

1. 엑스포 사후 계획의 기본 방향



- 2022괴산세계유기농산업엑스포 개최 사후 계획의 기본 방향은 엑스포 추진 목표와 비전을 실현하는 것으로 엑스포 성공 개최 및 전략적인 사후 관리를 통해 유기농산업과 유기가공산업, 유기농 연계 융복합산업의 수요, 생산, 수출, 투자 증대를 위한 국제경쟁력 강화 기반을 구축함.
- 이를 위한 세부 사후 계획으로는 크게 ❶괴산 유기농 클러스터 구축 및 활성화 계획, ❷국내 유기농 및 유기가공 산업 점유율 강화 사업 계획, ❸ 세계유기농산업엑스포 정기적 개최 검토 계획, ❹유기농 글로벌 네트워크 구축 계획으로 구분할 수 있음.

2. 주요 사후 계획

1 괴산 유기농 클러스터 활성화 계획

- 2022괴산세계유기농산업엑스포 개최의 가장 궁극적인 목적 중 하나가 바로 괴산 유기농 클러스터 구축 및 활성화이기 때문에 모든 엑스포 사후 계획은 이를 중심으로 추진함.

- 괴산 유기농 클러스터 구축 및 활성화 계획은 크게 ❶괴산 유기농산업 삼각 벨트조성(충북유기농업연구소,유기식품단지,발효식품단지) ❷유기농 캠퍼스 및 연구소(중원대학교) ,❸유기농 글로벌 네트워크 구축 사업(IFOAM,ALGOA 등) 을 통해 이루어짐.

▌유기농 전문 인력양성 학교 유치

- 유기농 엑스포 사후 계획으로서 유기농 실무 교육기관을 설립 운영을 추진함.
  → 이는 최신 유기농 지식 및 농법을 학습하고 실제 유기농업 분야로 진출할 전문 인력 양성과 유기가공식품 기술 및 융복합 유기산업 경영 전문가를 양성하는 전공과정을 개설함.
- 현재 농업에 종사하고 있는 농민을 대상으로 전문 유기농법을 전수하는 특별 교육과정을 개설하고, 유기가공식품 분야를 중심으로 유기농 클러스터 내 다양한 유기농분야의 전문 인력양성 학교를 유치할 계획임.

2 국내 유기농 및 유기가공 산업 점유율 강화 사업 계획

- 2022괴산세계유기농산업엑스포의 개최 비전 및 목표의 달성과 부가가치 극대화를 통하여 친환경·유기농 생산 비중을 2025년 15%까지 확대하고 국산 유기식품원료 활용률을 2025년 20%까지 확대할 계획임.

▌국내 유기농가 점유율 증대 사업 추진

- 본 엑스포의 사후 계획의 일환으로 괴산을 중심으로 국내 농업 가구의 유기농 전환 사업을 추진하며, 이를 점차 충청북도 및 국가 전역으로 확대해 나갈 것임
- 먼저 충북 및 괴산 지역의 유기농 가구 증대 사업을 펼쳐 2020년까지 괴산의 50% 이상, 충청북도 전체의 20% 이상의 농지를 친환경 및 유기농업화 사업을 추진함
- 나아가 경기도와 전라북도를 중심으로 충청북도 외 지역의 유기농가 전환 사업을 실시하여 전국 농가 중 20% 이상의 친환경 및 유기농업화를 추진함
- 이를 위한 실행 방안은 유기농 전환 교육 프로그램 운영 및 컨설팅 사업의 추진이며, 지속적으로 생산자 및 소비자, 그리고 자연생태계 관점에서의 유기농 전환 사업의 중요성을 홍보하는 각종 콘텐츠 제작·배포함

▌국내 유기가공식품 생산 국산원료 사용 점유율 증대 사업 추진

- 해외 생산 수입유기식품 완제품을 제외한 국내 생산 유기가공식품의 원료로서 국내 유기농산물 사용을 증대시키기 위한 사업을 추진하여 현재 약 16% 수준의 국내 유기가공식품 생산의 국산 원료 사용 점유율을 2025년까지 20% 이상으로 증대시키기 위해 노력함.

- 이를 위한 실행 방안으로서 국내 대형 언론사와 협력을 통해 국내 유기가공식품을 생산하는 주요 기업 간 정기 포럼 개최 및 베스트 기업 어워드(award) 사업을 추진하며, 식품 기업의 사회적 책임과 고객 만족을 강조한 홍보 콘텐츠를 제작하여 국내 소비자 및 생산자 모두에게 배포함.

3 국제 유기농 학술대회 정기적 개최

- 정기적으로 국제 유기농 관련 학술대회, 세미나 등을 유치하거나 개최함.
- 세계유기농산업엑스포 잔존시설들과 유기농클러스터 도입시설 등을 적극 활용하여 국내 유기농 관련 학술 및 연구단체, 기술개발 및 제품생산 기업, 영농단체 등의 상호 교류 및 소통의 장으로서 기능을 함.
- 지역 내에 있는 우수한 시설인 자연드림파크, 한살림 연수원, 풀무원 로하스 아카데미 등의 시설을 적극 활용하여 비용 절감 및 지역의 매력도를 향상시킴.
- 특히 정기적인 유기농 학술대회 개최로 유기농학문의 중심지로 격상시키고 이를 활용하여 정부에서 설립을 표방한 유기농대학 유치에도 노력함.
- 유기농 전문 인력양성 학교의 괴산유치는 유기농연구 분야에서도 괴산이 중심적인 역할을 수행 하고 있음을 대내외에 알리는 중요한 계기가 될 것임.

부 록

Information
Network
Knowledge

08735 서울시 관악구 관악로24길 63 봉천와이타워 601 아이엔케이(주)
TEL(02)889-0203 FAX(02)889-0213

세계유기농산업엑스포 개최 및 기본계획 수립 설문

(국민 의견조사)

본 연구는 충청북도의 의뢰를 받아 '세계유기농산업엑스포 개최 및 기본방향'을 수립하고자 본 설문조사를 시행하고 있습니다.

세계유기농산업엑스포는 우리나라뿐만 아니라 세계 유기농·산업의 지속적인 발전 및 진흥, 국민에게 유기농(Organic) 가치 확산을 통한 건강하고 안전한 먹거리 가치사슬경제를 실현하는데 그 목적이 있습니다.

본 설문조사는 여러분들의 소중한 의견을 들어 세계유기농산업엑스포 기본계획 수립에 유용한 자료로 활용될 것입니다.

설문응답 결과는 개인비밀보호법에 의거해 익명으로 처리되며, 통계적 목적으로만 사용될 것임을 약속드립니다.

귀하의 소중한 응답은 우리나라 유기농산업 발전과 세계유기농산업엑스포 개최에 소중하고 유용한 자료가 될 것이오니 바쁘시더라도 성심껏 응답해주시기 바랍니다. 감사합니다.

2019년 10월

※ 통계법 제33조(**비밀의 보호 등**)

①통계작성과정에서 알려진 사항으로서 개인 또는 법인이나 단체의 비밀에 속하는 사항은 보호되어야 한다.

②통계작성을 위하여 수집된 개인 또는 법인이나 단체의 비밀에 속하는 기초자료는 통계작성의 목적 외에 사용하여서는 아니 된다.

유기농산업 대한 인식 : 아래의 질문에 대하여 의견을 제시해 주시기 바랍니다.

Q-1 귀하께서는 '유기농'하면 연상되는 이미지가 다음 중 무엇입니까?

☐ 건 강 ☐ 생 태 ☐ 배 려 ☐ 공 정

Q-2 귀하께서는 평소 유기농산물 및 식품에 대해 얼마나 관심이 있으십니까?

☐전혀 관심 없음 ☐관심 없음 ☐잘 모름 ☐관심 있음 ☐매우 관심 있음

Q-2-1 귀하께서 유기농산물 및 식품에 관심이 있으신 까닭은 무엇 때문인가요?

☐ 건강 ☐ 환경/생태 ☐ 농업/산업 ☐ 복지

Q-2-2 귀하께서 유기농산업 중에서 어떤 분야에 관심이 많으십니까? (해당사항에 모두 체크해주시기 바랍니다.)

☐ 먹거리 (식품)
☐ 화장품 등 뷰티제품
☐ 반려동물 사료/용품
☐ 체험학습 등 서비스 사업
☐ 생활용품 (의류/침구)
☐ 헤어, 스킨 등 퍼스널케어 제품
☐ 유기농업자재
☐ 유기농산업 창업 및 귀농귀촌

Q-3 귀하께서는 세계에서 우리나라 유기농산업 수준이 어느 정도 된다고 여겨지십니까?

☐ 매우 낮음 ☐ 낮은 편임 ☐ 보통 ☐ 높은 편임 ☐ 매우 높음

Q-4 귀하께서는 유기농산물, 유기농 식품, 유기농 제품 등에 관한 정보를 어떻게 접하고 계십니까? (1순위 : , 2순위 :)

❶ 대중매체(TV, 라디오, 신문 등)
❷ 온라인매체(포털사이트, SNS 등)
❸ 공공기관(정부, 공사, 협회 등)
❹ 유기농 전문기업 (홍보물, 카다로그 등)
❺ 유기농 행사 및 커뮤니티 활동을 통해
❻ 지인들의 정보를 통해

유기농산업엑스포 참가의사 : 아래의 질문에 의견을 제시해 주시기 바랍니다.

Q-5 귀하께서는 세계유기농산업엑스포에 참가(관람)를 결정하는 데에 가장 중요하게 고려하는 사항은 무엇인지 2가지를 선택해주시기 바랍니다.

☐ 개최지역 및 장소
☐ 개최시기
☐ 이동거리 및 이동 소요시간
☐ 행사장 참가 및 관람비용
☐ 전시관 및 행사/이벤트 프로그램
☐ 교통, 숙박, 음식 등 편의시설
☐ 기타 의견 (　　)

Q-6 귀하께서는 세계유기농산업엑스포가 언제 개최되면 좋을 것이라 생각하십니까?

☐ 9월　☐ 10월　☐ 11월

Q-7 만약 귀하께서 세계유기농산업엑스포에 다음 중 어떤 프로그램을 가장 선호하거나 참가(관람)하고 싶습니까? (최대 3개까지 선택을 해주시기 바랍니다.)

☐ 유기농 주제전시관
☐ 유기농 기업 및 제품 전시관
☐ 유기농 체험학습 및 교육 프로그램
☐ 유기농 창업 및 진로 프로그램
☐ 유기농자재 및 반려동물 관련 전시관
☐ 유기농 퍼스널케어 체험 프로그램
☐ 생태/환경 학습·체험 프로그램
☐ 유기농 먹거리/직거래 행사
☐ 국제회의/학술대회 컨벤션 프로그램
☐ 문화공연/이벤트 행사 프로그램
☐ 어린이 유기농 만들기 체험프로그램
☐ 유기농 재배·실습 프로그램

Q-8 귀하께서는 유기농산업엑스포가 개최된다면 참가(관람)하실 의향이 있으십니까?

☐ 전혀 없음　☐ 없 음　☐ 보 통　☐ 있 음　☐ 매우 있음

Q-8-1 귀하께서 유기농산업엑스포에 참가(관람)하신다면 어떤 분들과 함께 동반하고 싶으십니까? (최대 2가지까지 선택을 해주시기 바랍니다.)

☐ 혼자 개인 참가
☐ 가족과 함께
☐ 주위 친구 가족과 단체로
☐ 회사/직장 동료들과 함께
☐ 종교 단체 회원들과 함께
☐ 기타 의견 ( )
☐ 연인과 함께
☐ 가족을 포함한 친지(친척)과 함께
☐ 가족이 아닌 친구들과 함께
☐ 친목/동호회 회원들과 단체로
☐ 학교 단체 회원들과 함께

Q-8-2 귀하께서 유기농산업엑스포에 동반자와 오신다면 어떤 교통편을 가장 선호하십니까?

☐ 자가용(승용차, SUV)
☐ 승합차(9인승)
☐ 대중교통(기차/고속버스)
☐ 전세버스
☐ 자전거
☐ 오토바이(모터 싸이클)

Q-8-3 귀하께서 유기농산업엑스포에 동반자와 오신다면 어떤 요일을 가장 선호하십니까?

☐ 평일(월~금)
☐ 주말(토, 일)
☐ 휴일/국경일 (추석 등)

Q-8-4 귀하께서 유기농산업엑스포에 동반자와 오신다면 며칠 일정으로 다녀가길 희망하십니까?

☐ 당 일
☐ 1박 2일
☐ 2박 3일
☐ 3박 4일 이상

유기농산업엑스포 기대효과 : 아래의 질문에 의견을 제시해 주시기 바랍니다.

Q-9 귀하께서는 우리나라 유기농·산업의 지속적인 발전에 세계유기농산업엑스포 개최가 얼마나 기여할 것이라고 생각하십니까?

☐ 매우 미기여
☐ 미기여
☐ 보 통
☐ 기 여
☐ 매우 기여

Q-10 귀하께서는 세계유기농산업엑스포가 개최가 된다면 우리나라 유기농산물·식품 및 관련 산업에 얼마나 긍정적인 영향을 미칠 수 있을 것이라 생각하십니까?

☐ 매우 부정적
☐ 부정적
☐ 보 통
☐ 긍정적
☐ 매우 긍정적

다음은 응답자의 일반적 특성에 관한 질문입니다. 해당사항에 ✔표시를 해주세요.

성 별	□ 남 성 □ 여 성
국 적	□ 내국인 □ 외국인
연 령	□ 20대 미만 □ 20대 □ 30대 □ 40대 □ 50대 □ 60대 이상
직 업	□ 농림어축산업 □ 공무원 □ 공사 등 공공기관 □ 교사 및 교직원 □ 전문직 □ 회사 사무·관리직 □ 회사 기능/생산직 □ 서비스업 □ 자영업 □ 학 생 □ 주 부 □ 무 직
결 혼 여 부	□ 미 혼 □ 기 혼
자 녀 유 무	□ 0명 , □ 1명 , □ 2명 , □ 3명 이상
거 주 지 역	□ 서울특별시 □ 부산광역시 □ 인천광역시 □ 대구광역시 □ 대전광역시 □ 광주광역시 □ 울산광역시 □ 세종시 □ 경기도 □ 강원도 □ 충청북도 □ 충청남도 □ 전라북도 □ 전라남도 □ 경상북도 □ 경상남도 □ 제주도

"설문에 응답하여 주셔서 감사합니다."

Information
Network
Knowledge

08735 서울시 관악구 관악로24길 63 봉천와이타워 601 아이엔케이(주)
TEL(02)889-0203 FAX(02)889-0213

세계유기농산업엑스포 기본방향 수립 설문

(전문가 의견조사)

저희 아이엔케이(주)는 충청북도의 의뢰를 받아 '세계유기농산업엑스포 기본방향'을 수립하고자 본 설문조사를 시행하고 있습니다.

지속적인 유기농산업의 진흥 및 발전과 건강한 먹거리에 대한 국민적 관심 증진을 위해 여러분의 소중한 의견을 듣고자합니다.

설문 응답하신 내용과 개인 정보는 통계적 목적으로만 사용되며, 통계법 등에 의해 비밀이 철저히 보장됩니다.

2019년 8월

※ 통계법 제33조(**비밀의 보호 등**)
①통계작성과정에서 알려진 사항으로서 개인 또는 법인이나 단체의 비밀에 속하는 사항은 보호되어야 한다.
②통계작성을 위하여 수집된 개인 또는 법인이나 단체의 비밀에 속하는 기초자료는 통계작성의 목적 외에 사용하여서는 아니 된다.

다음은 세계유기농산업 엑스포에 관련된 질문입니다.
해당하는 항목에 ✔ 표시를 해 주세요

Q-11 충북이 도정 핵심 정책으로써 '유기농산업 육성사업(2015~2020년)'을 추진 중임을 알고 있습니까?

☐ 전혀 모름 ☐ 모름 ☐ 보통 ☐ 알고 있음 ☐ 매우 잘 알고 있음

Q-12 귀하께서는 국내·외 농산업 환경을 고려할 때 우리나라에서 '세계유기농산업 엑스포'의 개최가 필요하다고 생각하십니까?

☐ 매우 불필요 ☐ 불필요 ☐ 보통 ☐ 필요 ☐ 매우 필요

Q-13 실제로 '세계유기농산업 엑스포'가 개최된다면, 가장 중요하게 생각해야할 목적은 무엇입니까? 가장 중요하다고 생각하시는 2가지 항목의 번호를 순서대로 적어 주십시오. [1순위: , 2순위:]

① 우리나라 유기농산업 진흥 및 발전 촉진
② 유기농산업 대국민 인지도 제고 및 홍보
③ 유기농 식품 및 제품 브랜드 홍보
④ 지역 유기농업 및 1차산업 활성화 촉진
⑤ 유기농산업의 환경·산업적 가치 확산
⑥ 지역 농업·농촌의 활력증진과 도농교류 확산
⑦ 기타 ( )

Q-14 방문객들이 '세계유기농산업 엑스포'의 참가를 결정하는 데에 가장 중요하게 고려하게 될 사항은 무엇이라고 생각하십니까? 가장 중요하다고 생각하시는 2가지 항목의 번호를 순서대로 적어 주십시오. [1순위: , 2순위:]

①참가소요비용	②이동 거리 및 소요시간	③편의성
④행사프로그램(전시/이벤트)	⑤참가업체 수	⑥전시관 구성
⑦개최시기	⑧개최지역 및 장소	⑨기타 ( )

Q-15 '세계유기농산업 엑스포'에 개최된다면, 다음 중 어떠한 프로그램이 기획/운영되어야 한다고 생각하십니까? 가장 중요하다고 생각하시는 2가지 항목을 순서대로 적어 주십시오. [1순위: , 2순위:]

① 주제전시회(미래 친환경 및 유기농 관련 농업기술 등)
② 기업전시회(유기농기업 및 제품 전시/판매 산업 등)
③ 교육프로그램(유기농산업 역사, 관련 아카데미 등)
④ 체험프로그램(다양한 유기농, 유기농산업분야 관련 체험 등)
⑤ 공연/이벤트프로그램(각종 문화공연 등)
⑥ 컨벤션프로그램(유기농관련 국제회의 개최 등)
⑦ 관광프로그램(엑스포 연계관광 프로그램 등)
⑧ 경연프로그램(각종 관련 경연 대회 참가 등)
⑨ 기타( )

Q-16 귀하께서 '세계유기농산업 엑스포'가 갖춰야할 시설 및 공간은 무엇이라고 생각하십니까? 가장 중요하다고 생각하시는 2가지 항목의 번호를 순서대로 적어 주십시오. [1순위: , 2순위:]

① 유기농업체험·교육 공간/시설
② 유기농업·농촌 전시관/박물관
③ 유기농 카페(유기농 커피, 주스 등)
④ 유기농 판매시설
⑤ 어린이 유기농 관련 놀이공간/시설
⑥ 유기농산업 기업 홍보·전시관
⑦ 동물복지 관련 유기축산·애완동물 체험시설
⑧ 주차 공간/시설
⑨ 기타( )

Q-17 귀하께서는 '세계유기농산업 엑스포'의 개최가 우리나라 친환경농업 경쟁력 제고에 긍정적인 영향을 얼마나 미칠 수 있을 것이라고 생각하십니까?

☐ 매우 부정적 ☐ 부정적 ☐ 보통 ☐ 긍정적 ☐ 매우 긍정적

Q-18 귀하께서는 '세계유기농산업 엑스포'의 개최가 유기농 및 친환경 농업에 대한 인식 변화에 긍정적인 영향을 얼마나 미칠 수 있을 것이라고 생각하십니까?

☐ 매우 부정적 ☐ 부정적 ☐ 보통 ☐ 긍정적 ☐ 매우 긍정적

Q-19 귀하께서는 '세계유기농산업 엑스포'의 개최가 유기농(친환경) 유통활성화에 긍정적인 영향을 얼마나 미칠 수 있을 것이라고 생각하십니까?

☐ 매우 부정적 ☐ 부정적 ☐ 보통 ☐ 긍정적 ☐ 매우 긍정적

Q-20 귀하께서는 유기농산업 발전이 지역경제·관광활성화에 긍정적인 영향을 얼마나 미칠 수 있을 것이라고 생각하십니까?

☐ 매우 부정적 ☐ 부정적 ☐ 보통 ☐ 긍정적 ☐ 매우 긍정적

Q-21 국내 농민 및 농업계의 공감대 형성과 참여 증대 방안에 대한 고견을 부탁드립니다. 기타 귀하께서 언급하고 싶은 '세계유기농산업 엑스포' 개최 관련 고견이 있으시다면 자유롭게 기입하여 주십시오.

다음은 응답자의 일반적 특성에 대한 질문입니다.
해당하는 항목에 ✔ 표시를 해 주세요

소 속 기 관	① 산업종사자( )	② 협회관계자( )	③ 학계종사자( )
	④ 연 구 원( )	⑤ 정부기관( )	⑥ 기 타( )
연 락 처			

---------- 오랜 시간 응답해 주셔서 대단히 감사합니다. ----------

충청북도
CHUNGCHEONGBUK-DO

괴산군
GOE SAN GUN

2022괴산세계유기농산업엑스포
기본계획 및 타당성 조사용역

인 쇄	2020.9.
발 행	2020.9.
발 행 인	현 종 기
책임연구원	조 원 묵
연 구 원	김 기 영 김 용 남 중 수 김 성 민 김 수 미
발 행 처	아이엔케이 주식회사
	(08735) 서울시 관악구 관악로24길 63, 601호 전화 02)889-0203 팩스 02)889-0213

- 이 책은 저작권법에 의해 보호를 받는 저작물이므로 무단전재나 복제를 금합니다.
- 이 연구의 내용이 본 연구기관의 공식견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.