

생산자 FGI와 전문가 FGD를 통한 지역농산물을 이용한 간편식의 생산 진흥 방안 모색

박현정¹ · 변우진¹ · 윤지현^{2,3*}

¹서울대학교 식품영양학과 석사과정생, ²서울대학교 식품영양학과 교수,

³서울대학교 생활과학연구소 & 지속가능발전연구소 겸무연구원

A Study on Promoting the Production of Convenience Foods Utilizing Local Agricultural Products through Producer FGI and Expert FGD

Hyunjeong Park¹, Woojin Byeon¹ and Jihyun Yoon^{2,3*}

¹Master Student, Department of Food and Nutrition, Seoul National University, Seoul 08826, Republic of Korea

²Professor, Department of Food and Nutrition, Seoul National University, Seoul 08826, Republic of Korea

³Adjunct Researcher, Research Institute of Human Ecology & Institute for Sustainable Development, Seoul National University, Seoul 08826, Republic of Korea

ABSTRACT

This study aimed to derive measures for promoting the production of convenience foods utilizing local agricultural products. In July 2022, qualitative data were collected through focus group interviews (FGI) with six producers of convenience foods utilizing local agricultural products. Two producer FGIs were conducted online in groups of three. Problems and difficulties faced by the producers in production, processing, and distribution were examined. Measures were derived for promoting the production based on the responses received in the FGIs. To evaluate and obtain opinions on the derived measures, an online focus group discussion (FGD) was conducted with three experts in the 6th industry in August 2022. The major problems faced by the producers were classified into five subject areas: supply of local agricultural products, supply to institutional food services, education and training, nutritional analysis, and employment and labor. To promote production, the measures derived for each of the above areas, respectively, were as follows: establishing information channels on farms and local agricultural products, establishing direct communication channels between producers and institutional food service managers, providing nutrition marketing education for the producers, providing information on nutritional analysis, and providing policy support to solve labor shortage problems. In the FGD with the experts, all five measures received positive responses and specific additional guidelines were suggested. The proposed five measures are expected to significantly contribute to developing further specific policies and programs that will enable promoting the production of convenience foods utilizing local agricultural products.

Key words: focus group interview, focus group discussion, convenience food, local agricultural product, food policy

서 론

자유 무역을 통하여 해외의 다양한 농산물이 거래되어 왔으나, 해외농산물이 유통되면서 지역농산물의 중요성 역시 환기되어 왔다. 특히 코로나19 팬데믹을 겪으면서 세계 유통망의 위기가 발생했고, 농산물의 가격이 폭등하는 등 먹거리의 생산에서 소비까지의 전 과정에서 혼란이 발생했다(Kim YJ 등 2020; Van der Ploeg JD 2020). 이에 식품 안보(food security)를 강화하기 위해 지역농산물의 공급과 소비를 확대

할 필요성이 증가하였다.

우리나라에서 지역농산물은 특별자치시·특별자치도·시·군·구(자치구)에서 생산 및 가공되어 해당 지역에서 유통되고 판매되는 농산물을 일컫는다(Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs 2015b). 하지만 우리나라의 경우 수도권 면적은 전체의 11.8%에 불과한데, 전체 인구의 50%가 이곳에 집중되어(Ministry of the Interior and Safety 2022), 지역농산물이 근거리 지역에서 소비되기 어려운 환경이다. 따라서 지방자치단체 간 도농상생을 위한 제휴를 통하여 지역농산물을 타 지자체로 유통하고 소비하는 경우도 넓은 의미의 지역농산물 소비체계로 정의된다(Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs 2019a).

* Corresponding author : Jihyun Yoon, Tel: +82-2-880-8750, Fax: +82-2-884-0305, E-mail: hoonyoon@snu.ac.kr

지역농산물은 해외농산물과 비교해 상대적으로 짧은 유통 거리와 적은 유통단계를 통해서 지역의 경제적인 번영, 생산자와 소비자 간의 신뢰 관계 확대, 환경 보호에 기여할 수 있으므로 지역농산물의 개념을 정의할 때 사회적 가치의 실현을 고려하기도 한다(Hong KW 등 2009; Yoon BS 2009; Kim CK 2011). 미국의 경우 지역농산물 소비체계를 제안할 때 환경과 경제 측면에서의 지속가능성을 강조했다(Healy E 2017). 우리나라의 경우 지역농산물 소비체계의 핵심 요소로 지역의 생산자와 소비자의 신뢰 관계를 제시하고, 소비자들이 믿을 수 있는 먹거리, 농가의 안정적인 소득과 지역의 일자리 창출 등의 가치 실현을 강조했다(Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs 2019a).

지역농산물의 소비를 진흥하는 방안 중 하나로 지역농산물의 급식 식재료로서의 활용을 확대하는 것이 있다. 서울특별시 2016년에 전라북도를 포함한 9개 광역자치체와 도농상생 공공급식 지원사업 협약을 체결한 이래로, 서울의 공공급식센터는 지자체의 공공급식센터와 제휴를 맺고 지자체의 지역농산물을 서울의 공공급식으로 납품하는 유통 구조를 구축하였다(Seoul Metropolitan Government 2022). 급식으로 유통하는 것 외에는 지역농산물을 초등학교에 과일 간식으로 제공하는 사례와(Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs 2018), 임산부 대상 친환경 농산물 꾸러미 지원사업 등의 시범사업을 통해 지원하는 사례가 있다(Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs 2019b). 이외에 지역농산물의 직거래를 활성화하기 위해 로컬푸드 직매장 설치 지원과 직매장 현장 컨설팅이 제공되고 있으며(Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs 2015b), 지역농산물에 대한 시민의 인식을 제고하기 위해 지자체의 지역농산물 소비 촉진 캠페인이 실시되기도 하였다(Na AK 2022). 하지만 이러한 방안은 가공되지 않은 농산물의 공급과 유통에 집중되어 있으며, 간편식으로 가공된 지역농산물의 소비 진흥과 관련된 정책은 부족한 실정이다.

식품공전 상 간편식은 즉석식품·편의식품에 해당하는 식품을 포함하며(Ministry of Food and Drug Safety 2022a), 이외에도 면류나 식육가공품 및 포장육류를 포함하는 등 간편식은 다양하게 정의된다(Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs & Korean Agro-Fisheries & Food Trade Corporation 2019). 소비자가 간편식을 선택하는 주요 이유는 조리 과정에서 시간과 노력이 적게 든다는 것이다(Lee GY 등 2021). 우리나라에서 간편식 시장은 꾸준히 성장하고 있으며(Ministry of Food and Drug Safety & National Food Safety Information Service 2022), 특히 최근 증가하고 있는 1인 가구의 경우 전체 가구보다 간편식 구입 비중이 높다(Statistics Korea 2020; Lee GY 등 2021). 이러한 현황은 지역농산물 소

비를 증진할 방안으로 간편식으로의 가공이 더욱 활발하게 진행되어야 할 필요성을 시사한다.

앞서 제시한 것처럼 간편식이 우리나라 국민의 식생활에 차지하는 중요성이 확대되고 있는 것에 비해 지역농산물 이용 간편식과 관련한 연구는 충분하지 않다. 식품 가공산업에서 국내산 원료 소비 실태를 조사하여 국내산 원료 이용률 증가 정책 수립에 활용할 수 있는 통계적 근거를 제시한 연구(Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs & Korean Agro-Fisheries & Food Trade Corporation 2021)와 간편식 생산기업이 국내산 원료를 사용하는 사유와 사용량 증가를 위한 방안을 제시한 연구(Kim KP 등 2020)가 보고된 바 있다. 하지만 이러한 연구들은 간편식 생산 과정에서 지역농산물의 이용을 증가시키는 것에 집중되어 있으며, 간편식 생산자의 측면에서 간편식의 제조와 그 이후의 원활한 유통 및 판매를 위한 관련 연구는 부족하다. 따라서 본 연구에서는 지역농산물 이용 간편식 생산에 있어 생산·가공·유통 등의 현황과 생산자의 애로사항을 분석하고, 이로부터 지역농산물을 이용한 간편식의 생산 진흥을 위한 방안을 도출하고자 하였다.

연구방법

본 연구는 FGI(Focus Group Interview, 초점집단면접)와 FGD(Focus Group Discussion, 초점집단토론)의 두 단계로 수행되었다(Fig. 1). FGI는 적은 수의 참여자로 구성된 집단을 대상으로 하며, 사회자의 진행에 따라 특정 주제에 대한 참여자의 의견을 자연스럽게 인터뷰하여 자료를 수집하는 질적 연구 방법 중 하나이다(Lee GH 2003). FGD 또한 집단을 대상으로 하며, 특정한 주제에 대하여 참여자가 편안한 분위기 속에서 자유롭게 의견을 내고 토론하는 방식으로 진행된다(Hennink MM 2013). FGI와 FGD는 집단으로 구성된 참여자로부터 깊이 있는 의견을 수집하는 질적 연구 방법이라는 점에서 유사하다. 하지만 사회자의 질문을 통해 참여자가 돌아가며 답변하는 방식으로 진행되는 FGI와는 달리, FGD는 토론방식으로 진행되어 참여자들 간 활발한 의견 교환이 이루어진다는 데에 차이점이 있다(Jeong HS 등 2009).

본 연구에서는 지역농산물 이용 간편식 생산자를 대상으로 FGI를 실시하여 생산·가공·유통 등의 현황과 생산자가 겪고 있는 애로사항을 보다 심층적으로 조사하고자 하였다. 이를 근거로 실질적인 생산 진흥 방안을 도출하고, 이후 도출된 방안에 대한 면밀한 평가와 폭넓은 의견을 수집하고자 관련 분야의 전문가를 대상으로 FGD를 수행하였다(Byun SY & Lee SK 2009; Kim BM & Jeong SJ 2021).

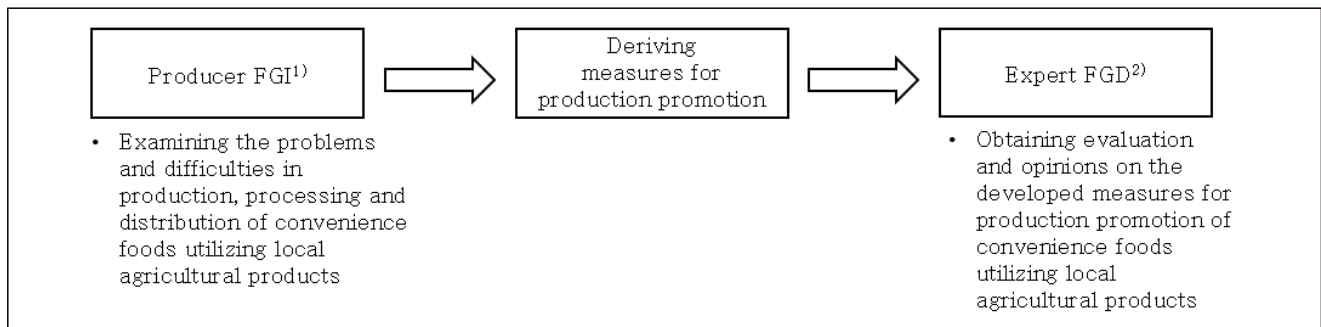


Fig. 1. Flow of the study.

¹⁾ Focus group interview.

²⁾ Focus group discussion.

1. 생산자 대상 FGI

2022년 7월 중 지역농산물을 이용하여 간편식을 생산하고 있는 농업인을 대상으로 2회의 FGI를 실시하였다. 생산자 3인을 한 집단으로 하여, 총 두 집단을 대상으로 각 1회씩 FGI를 진행하였다. 두 차례 모두 비대면 화상회의 플랫폼인 줌(Zoom)을 이용하여 약 90분씩 실시하였으며, 간편식 생산·가공·유통 등의 현황과 현장에서의 애로사항 및 생산 진흥에 대한 생산자의 의견을 수집하였다.

1) 대상자 선정

앞서 제시한 것과 같이 간편식의 정의는 매우 다양하다. 기존에 제시된 간편식 정의의 경우(Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs & Korean Agro-Fisheries & Food Trade Corporation 2019; Ministry of Food and Drug Safety 2022a), 지역농산물을 활용하여 다양한 형태로 제조되고 있는 가공식품을 모두 포함하지 못하는 한계가 있다. 본 연구에서는 지역농산물을 가공하여 제조한 모든 식품을 그 가공의 수준과 관계없이 모두 ‘지역농산물 이용 간편식’에 포함하였고, 이에 부합하는 가공식품 생산자를 FGI 대상자로 선정하였다.

지역농산물을 가공하여 간편식을 생산할 때, 원료 농산물의 공급에 있어 계약재배 등의 방법으로 구매하는 경우와 자가 생산을 하는 경우로 나눌 수 있다. 원료 농산물 공급 방법에 따라 생산자가 겪는 상황과 애로사항에 차이가 있을 것으로 판단하여 지역농산물을 구매하는 생산자 3인을 그룹 1로, 원료 농산물을 자가 생산하는 생산자 3인을 그룹 2로 선정하여 각각 인터뷰를 진행하였다.

총 여섯 명의 인터뷰 대상자 중 다섯 명은 농림축산식품부의 6차산업 사업자 인증제의 인증을 받은 업체의 생산자였다. 6차산업이란, 농촌의 유무형 자원을 활용한 제조·가공의 2차산업과 체험·관광 등의 3차산업의 융복합을 통해 새로운 부가가치를 창출하여 지역경제의 활성화를 촉진하는 산업이다(Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs 2015a). 6차산업 사업자로 인증받기 위한 주요 자격 조건이 지역농산물을 가공 원료로 이용하는 것이므로 대상자 선정 시에 이를 고려하였다. FGI 대상자의 특성을 Table 1에 제시하였다.

2) 자료 수집 및 분석

사전에 이메일로 FGI 대상자들에게 연구 주제와 인터뷰의 목적 및 형식에 대해 안내하였다. 인터뷰는 각 생산자로부터

Table 1. General characteristics of the producers having participated in the focus group interviews

Group	Job description	ID	Gender	Age	Main products	Region	The 6th industrial certification
1	Convenience food production	A	Female	30s	Grilled short rib patty	Jeollabuk-do	○
		B	Male	60s	Dried vegetable	Gyeongsangbuk-do	○
		C	Female	50s	Grain snack	Jeju-do	○
2	Farming and convenience food production	D	Male	30s	Apple juice	Gyeongsangbuk-do	○
		E	Female	40s	Oat noodle	Jeollanam-do	○
		F	Male	40s	Rice muesli	Gangwon-do	×

간편식 생산·가공·유통 등의 현황에 대한 소개를 들은 후, 현황 소개에서 제시된 주제에 대해 연구진이 추가적인 질문을 하여 생산자의 애로사항이나 지역농산물 이용 간편식의 생산 진흥에 대한 의견을 수집하는 방식으로 진행하였다. 연구자료의 정확성 제고를 위하여 인터뷰 전체 내용을 대상자의 동의를 받아 녹음 후 전사하여 분석에 사용하였다. 전사한 내용을 연구진 2인이 반복적으로 읽은 후 토의를 거쳐 높은 빈도로 등장한 내용과 이외에 주요하다고 파악한 내용을 바탕으로 의미 있는 내용을 범주화하여 결과를 분석하였으며 (Scharp KM & Sanders ML 2019), 이로부터 다섯 가지의 생산 진흥 방안을 도출하였다.

2. 전문가 대상 FGD

FGI 결과로 도출한 생산 진흥 방안에 대한 전문가의 평가와 추가 의견을 수집하기 위해 2022년 8월 중 전문가 대상 FGD를 실시하였다. 본 연구에서는 전문가 3인을 한 집단으로 하여 1회 실시하였으며, 비대면 화상회의 플랫폼인 줌 (Zoom)을 이용하여 약 90분 동안 진행하였다.

1) 대상자 선정

6차산업 현장코칭전문위원으로 활동 중인 전문가 3인을 전문가 FGD 대상자로 선정하였다. 6차산업 현장코칭전문위원은 농업인의 6차산업화 추진 과정에 발생하는 문제점들을 상담을 통해 지원하는 활동을 하는 전문가이다(Korea Agency of Education, Promotion and Information Service in Food, Agriculture, Forestry and Fisheries 2020). 경영전략, 마케팅·디자인·홍보, 제품개발·가공기술, ICT·쇼핑몰구축 등 다양한 분야의 현장코칭전문위원으로 활동 중인 전문가 명단 (Korea Agency of Education, Promotion and Information Service in Food, Agriculture, Forestry and Fisheries 2022)을 6차산업 포털사이트인 www.6차산업.com에서 확보하였다. 이 중 농산물 생산·가공·유통 및 마케팅 분야의 전문가를 본 연구의 FGD 대상자로 선정하였다. FGD 대상자의 특성은 Table 2와 같다.

2) 자료 수집 및 분석

사전에 대상자 3인에게 연구 주제와 FGD의 목적과 형식

을 이메일로 전달하였다. 생산자 FGI를 통해 도출한 다섯 가지 생산 진흥 방안에 대해 연구진 1인이 발표한 후, 방안에 대해 전문가들이 자유롭게 평가하고 추가 의견을 내는 방식으로 전문가 FGD를 진행하였다. FGI와 마찬가지로 대상자의 사전 동의를 취득한 후 전문가 FGD 내용 또한 녹음 후 전사하였으며, 전사한 자료를 연구자 중 2인이 반복적으로 읽으며 FGI 결과로 도출한 다섯 가지 생산 진흥 방안에 맞춰 정리하였다.

결 과

1. 지역농산물 이용 간편식 생산자의 애로사항과 생산 진흥을 위한 의견

FGI 내용은 ‘원료 농산물 수급’, ‘급식 납품’, ‘교육’, ‘영양 성분 분석’, ‘인력 수급’ 측면의 다섯 가지 큰 주제로 범주화되었다. 주제별 생산자의 애로사항 및 생산 진흥에 대한 의견은 다음과 같다.

1) 원료 농산물 수급 측면

원료 지역농산물을 수매하여 가공하고 있는 생산자들의 경우, 안정적으로 원료를 수급하는 데 어려움을 겪고 있었다. 농산물의 특성상 가격과 물량의 등락이 심한 이유도 있지만, 가공을 위해 업체에서 농산물을 대량으로 구매하는 경우에도 여전히 높은 가격이 책정되어 어려움이 있다고 하였다. 또한 대기업에서 특정 농산물을 대량으로 수매하여 원료 수급에 차질을 겪은 생산자도 있었다.

“저는 가공을 하다 보니까 한꺼번에 다량으로 사잖아요 그러면 농가 밭에서 바로 밭떼기로 물건이 오는데, 그럼 좀 저렴하게 주셔야 하는데 로컬푸드에 조금씩 판매하는 금액으로 저희한테 주시고 싶어하셔서... (농가에서) 그나마 도매 시장 가격이라도 주시면 괜찮은데... (A, 생산자)”

“저희 같은 법인도 (가공을 위한) 사과를 살 때 지역의 사과를 사니까 (대기업이 지원받는 것처럼 가격적인) 지원을 해주면 좋잖아요 그런데 저희는 안 됩니다. (D, 생산자)”

Table 2. General characteristics of the experts having participated in the focus group discussion

ID	Gender	Age	Field of expertise	Region
G	Male	50s	Marketing/SNS	Jeollanam-do
H	Male	70s	Food distribution/commercialization/management strategy	Gyeonggi-do
I	Male	40s	Food production and processing	Jeollanam-do

“농가에서 누가 대량으로 (원료 농산물을) 수매해버리면 저희처럼 이렇게 소량으로 만드는 기업들은 계약 재배를 하지 않는 이상은 안정적인 수급이 되게 어려운 현상이거든요. (C, 생산자)”

원료 농산물을 더 저렴하고 안정적으로 수급하기 위해 생산자는 농가와 농산물의 정보를 얻고자 희망했다. 하지만 현재는 이러한 정보를 얻기 위해 농업인과 소통할 수 있는 활성화된 창구가 부재한 상태이며, 주변 지인이나 농산물 도매 시장을 통해 정보를 얻고 있는 경우가 많았다.

“저도 이제 여기에 전혀 연고가 없는 곳에 왔다 보니까 그분들의(농업인의) 정보가 없잖아요 그러다 보니까 저도 당연히 농협 회원으로 가입했고 그런 모임같은 거에서 만나서 이제 그런 정보를 연조 다른 경로는 없는 것 같아요 그렇게 해서 지역에서 누가 농사를 짓고 또 무슨 농사를 잘 짓고 이런 얘기를 들으면서 (원료 농산물 수급을) 하게 되죠 (A, 생산자)”

“어느 해는 (농산물이) 엄청 많이 나와 가지고 받을 갈아엎고 이러한 경우들도 있잖아요 사실 저희는 도매체 그 갈아엎는 발에 가서 그것 좀 사오고 싶는데, (농업인은) 얼마라도 받으니까 좋고 저희는 가공 코스트를 낮출 수 있으니까 좋은데 그런 걸 (농업인과 간편식 생산자를) 연결할 수 있는 고리가 전혀 없으니까.. (A, 생산자)”

2) 급식 납품 측면

급식은 고정적으로 대량의 제품을 납품할 수 있는 판로이기 때문에 대다수 생산자가 급식으로 제품을 납품하길 희망하였으며, 납품을 시도해본 적도 있었다. 하지만 대기업과의 경쟁, 까다로운 납품 조건, 한정된 급식 예산으로 인한 단가 문제 등으로 성사시키기가 어려웠다고 하였다. 또한 급식 납품에 성공하더라도 중간유통업체를 통하는 경우에는 제품에 높은 수수료가 책정되어 생산자들은 거의 이익을 얻지 못한다는 불만을 표하였다. 중간유통업체를 거치지 않고도 급식 운영자인 영양사에게 직접적으로 제품을 노출할 수 있는 시스템이 필요하다는 의견이 제시되었다.

“안정적인 수급처가 있어야 기업이 생존할 수가 있으니까 안정적인 구조인 학교 급식이나 군납을 저희가 도전을 하게 된 거죠. (F, 생산자)”

“영양사분들이 제품을 알아서 찾아 주셨으면 좋겠어요 그런데 제가 그분들을 일일이 찾아 뵙고 영업하기에는 한계가

있고 이제 또 학교에는 제한된 예산이 있을 거 아니겠습니까. (B, 생산자)”

“저희 같은 영세한 업체들이 (급식 납품을) 하기에는 영업이나 이런 인프라가 갖춰지지 않기 때문에 급식 벤더를 통해 들어가고 있습니다. (F, 생산자)”

“납품 중간에 있는 벤더사(중간유통업체)를 통하지 않으면 납품할 수가 없어요 그런데 벤더사가 중간에 (수수료로) 거의 다 먹더라고요. (D, 생산자)”

“급식을 원하는 업체들은 거기(창구)에 (제품을) 업로드 해 놓고 원하는 영양사분들은 거기서 직접 선택할 수 있는 시스템이 되어 있으면.. (E, 생산자)”

3) 교육 측면

생산자들은 농업기술원이나 농업기술센터 및 농식품인력개발원 등에서 제공하는 농산물 가공을 비롯한 유통·마케팅 등의 교육을 수강한 경험이 있었다. 생산자들은 기초적인 이론 수업보다는 자격증을 취득할 수 있는 등 실질적인 도움이 되는 교육을 선호하는 것으로 파악되었다. 한편, 마케팅에 활용할 수 있는 영양 관련 교육을 수강하고자 하는 요구도 있었다. 영양성분 분석 결과만 가지고는 제품의 영양학적 가치를 파악하는 것이 힘들다는 의견이 있었고, 마케팅에 사용할 공신력 있는 영양 정보를 수집하는 것에도 생산자들은 어려움을 겪고 있었다. 이와 관련된 영양 교육을 수강할 수 있는 지방농촌진흥기관을 찾기 힘들다는 사실 또한 알 수 있었다.

“공신력 있는 (영양 정보) 자료를 찾아내는 데 한계가 있어요 접근이 어렵고 사설기관 자료나 공신력이 떨어지는 자료를 사용해서 상세페이지나 그런 데서 마케팅 하면 신뢰가 떨어지죠 (B, 생산자)”

“식품 제조 방법에 대한 교육은 많은데 실제로 이제 식품을 하면서 정말 내가 만든 제품들이 어떤 장점이 있는지 모르고 마케팅을 하는 경우가 많거든요 그러니까 정확하게 내가 이게(농산물)를 가공했으면 원물보다 어떤 장점이 있고 영양가는 파괴됐는지, 유지가 되고 있는지 그런 것들에 대한 영양 정보는 그냥 표만 봤잖아요 그러다 보니까 어떤 비교 대조군 없이 영양성분표를 기입해서 판매하게 되니까, 내가 이것에 대해 전문적인 지식도 알고 싶고 정말 이것(영양성분)이 어떤 게 이로운지를 제대로 알고 싶는데 그런 걸 교육받을 기관이 없어요 (C, 생산자)”

4) 영양성분 분석 측면

영양성분 분석 시에 대해 시험 기관에 대한 정보가 부족하여 어려움을 겪었다는 생산자의 의견이 있었다. 특히, 의무적으로 표시해야 하는 아홉 가지 영양성분의 함량 분석은 지원 사업이 있기도 하며 분석 기관을 상대적으로 찾기 쉽지만, 아홉 가지 영양성분 외에 칼슘, 칼륨 등과 같은 기타 영양성분을 분석하고자 하는 경우에는 지원도 찾기 힘들고 분석이 가능한 기관에 대한 정보도 많지 않아 어려움이 있음을 확인할 수 있었다.

“저희가 의뢰하는 자가품질검사 기관에서 9대 영양소라든가 이런 건 할 수 있어요... 칼륨, 칼슘 이런 영양소는 그쪽(검사기관)에서는 장비가 없다고 하더라고요 그런 부분에서 (영양성분 분석에) 애로가 있죠 (B, 생산자)”

“(기타 영양성분을 분석할 수 있는) 시험 기관도 찾기 어렵더라고요 (C, 생산자)”

5) 인력 수급 측면

비수도권에 위치한 지역농산물 간편식 생산업체는 정부·지자체의 지원들이 진행되고 있음에도 여전히 인력 수급에 심각한 문제를 겪고 있다고 토로하였다. 인력은 생산업체가 겪는 마케팅이나 유통 등의 어려움을 해소할 수 있는 방안이 될 수 있기 때문에 인력난 해결을 위한 정부와 지자체의 지원이 더욱 절실하게 필요하다는 의견이 있었다. 또한, 청년들이 주요한 인력 자원임에도 지역에서는 청년 인력을 구하기 어려운 상황이며 청년 인력에 대한 지원이 더욱 강화되어야 한다는 의견이 제시되었다.

“소상공인, 중소기업이 겪는 첫번째 어려움이 인력에 대한 문제인데, 강력한 어떤 정책적 지원이 없으면 소상공인들은 인력난에 계속 허덕일 거고 젊은 분들은 다 수도권으로 가려는 현상은 계속될 것이라 생각하는 생각이 듭니다.. 어떤 확실한 인센티브가 있어야 지역에서 어떤 상품을 기획하거나 가공하거나 유통하거나 어떤 홍보 마케팅 콘텐츠를 만든다거나 여러 가지 일을 도전해볼 수가 있을 것 같아요 (F, 생산자)”

“영업 또는 마케팅에 대한 어려움을 해소해 줄 수 있는 것은 인력적인 부분이거든요 (F, 생산자)”

“지원자가 거의 없고요... 아직까지도 많은 청년들이 농업에 관심이 많지 않고 오히려 청년들이 귀농 귀촌에 정착하지 못하고 나가는 사람들이 사실 들어오는 사람보다 더 많습다. (D, 생산자)”

2. 지역농산물 이용 간편식의 생산 진흥 방안

FGI 결과를 바탕으로 도출한 지역농산물을 이용한 간편식의 생산 진흥을 위한 다섯 가지 방안과 이렇게 초기 도출된 방안에 대한 전문가 FGD의 분석 결과를 Table 3에 제시하였다. 이 표에 FGI에서 수집한 인터뷰 대상자들의 주요 의견을 다섯 가지 범주에 따라 정리하였고, 해당 범주에서 도출한 방안 다섯 가지와 이에 대한 FGD 참여 전문가들의 주요 의견을 정리하였다. 다섯 가지 방안은 ‘농가 및 농산물 정보 제공 창구의 구축’, ‘급식 운영자와 생산자가 직접적으로 소통이 가능한 창구의 구축’, ‘생산자 대상 영양마케팅 교육의 제공’, ‘영양성분 분석에 관한 정보 제공’, ‘생산업체 인력난 해결을 위한 정부와 지자체의 지원 강화’이다.

1) 원료 농산물 수급 측면: 농가 및 농산물 정보 제공 창구의 구축

생산자들이 안정적인 원료 농산물 수급에 어려움을 겪고 있으며, 농가와 직접적으로 소통하고 정보를 얻고자 하는 요구가 있음을 파악하였다. 이로부터 생산자가 농가와 농산물의 정보를 얻을 수 있고, 이를 통해 원료 농산물을 안정적으로 구매하는 데 기여할 수 있는 활성화된 창구가 필요하다는 방안을 도출하였다. 전문가는 해당 창구가 B급 농산물(못난이 농산물)의 유통 활성화에도 활용될 수 있다면 소비성 있는 창구가 될 것이라고 평가하였다.

“우리 농산물들도 지금 B급(못난이 농산물) 판매처가 힘들거든요 만약에 그걸(B급 농산물) 가공하는 사람들이 찾을 수 있다면 (창구가) 가능성이 있겠죠 (G, 전문가)”

“그런 (B급 농산물 유통에 기여할 수 있는) 플랫폼도 매우 소비성 있는 플랫폼 같습니다. (I, 전문가)”

2) 급식 납품 측면: 급식 운영자와 생산자가 직접적으로 소통이 가능한 창구의 구축

생산자들 대다수가 급식에 제품을 납품하길 희망하지만 이에 어려움을 겪고 있음을 파악하였다. 이로부터 급식 운영자인 영양사에게 지역농산물 이용 간편식에 대한 인지도를 향상시키고 접근성을 늘릴 수 있는 환경 조성이 필요하며, 이를 위해 영양사와 생산자가 직접적으로 소통할 수 있는 창구를 구축하는 것을 하나의 방안으로 도출하였다. 전문가는 창구의 구축과 더불어 지역농산물 이용 간편식의 급식 납품을 활성화하기 위해서는 친환경 급식 사례와 같이 법적·제도적·정책적 지원이 뒷받침되어야 한다고 의견을 제시하였다.

“친환경 농산물 사례처럼 법적·제도적 규제, 정책적인 배

Table 3. Measures for production promotion of convenience foods utilizing local agricultural products: Results of producer FGI and expert FGD

Subjects	Major opinions from FGI	Measures for production promotion	Major opinions from FGD
Supply of local agricultural products	<ul style="list-style-type: none"> There are difficulties in supplying local agricultural products steadily. Activated channels to provide producers with information on farms and local agricultural products are needed. 	Establishing information channels on farms and local agricultural products	<ul style="list-style-type: none"> An effective route will be built if it can vitalize the distribution of low-quality (wonky veg) local agricultural products.
Supply to institutional food services	<ul style="list-style-type: none"> Most producers hope to supply their products to institutional food services, but find it challenging. High commission must be paid to intermediate distributors (vendors) to supply to institutional food services. 	Establishing direct communication channels between producers and institutional food service managers	<ul style="list-style-type: none"> There is a need for legal, institutional and policy support to supply the convenience foods utilizing local agricultural products to institutional food services as the case of environmentally-friendly school food services.
Education and training	<ul style="list-style-type: none"> Producers do not know how to effectively use the nutritional value of their products in marketing. Producers seek for marketing education related to nutrition, but it is difficult to find such education. 	Providing nutrition marketing education for the producers	<ul style="list-style-type: none"> One effective method would be to provide a manual for searching and using scattered nutritional information.
Nutritional analysis	<ul style="list-style-type: none"> Some producers suffer from the lack of information about nutritional analysis (e.g. where and what kinds of nutrients to analyze, etc.). 	Providing information on nutritional analysis	<ul style="list-style-type: none"> It is necessary to provide information related to nutritional analysis in addition to providing nutrition marketing education.
Employment and labor	<ul style="list-style-type: none"> Local producers located in agricultural regions have labor shortage problems. Human resources can be the key to solving other problems faced by the producers, such as sales and marketing. 	Providing policy support to solve labor shortage problems	<ul style="list-style-type: none"> There is a need to train young workers. Various programs, such as internships at manufacturers of convenience foods utilizing local agricultural products, should be promoted.

려가 좀 있으면 (지역농산물 이용 간편식의 급식 납품의 활성화) 좀 더 빨라지지 않을까 생각을 해요 (G, 전문가)”

3) 교육 측면: 생산자 대상 영양마케팅 교육의 제공

영양마케팅 관련 교육에 대한 생산자의 요구도가 있음을 파악하여 본 방안을 도출하였다. 전문가는 영양마케팅이 소비자에게 효과적인 마케팅 방법이 될 수 있을 것이라고 말하였다. 또한, 영양마케팅 교육에서는 이미 공개되어 있는 많은 영양 정보를 콘텐츠화하여 전달해야 하며, 영양 정보의 검색 및 활용 방법에 대한 교육을 통해 정보를 효율적으로 제공할 수 있어야 한다고 평가하였다.

“요즘 소비자들은 굉장히 세밀하게 봐요...영양적인 부분, 성분적인 부분을 많이 중요시하기 때문에 이런 부분들을 마케팅적으로 접근해가지고 소비자한테 콘텐츠화해서 잘 설명할 수 있으면 그것 또한 좋은 마케팅 효과가 일어날 것 같습

니다. (I, 전문가)”

“다 (영양 정보) 많이 만들어져 있습니다. 하지만 다 분산되어 있어요 이 정보 콘텐츠를 농업인들에게 전달할 수 있는 콘텐츠, 그리고 이 콘텐츠를 소비자한테도 (농업인이 직접) 안 만들더라도 (전달할 수 있도록)... (G, 전문가)”

4) 영양성분 분석 측면: 영양성분 분석에 관한 정보 제공

생산자들이 영양성분 분석 시 시험 기관에 대한 정보가 부족하여 어려움을 겪고 있음을 파악하였으며, 이로부터 생산자에게 영양성분 분석에 관한 정보를 제공하는 것을 방안으로 도출할 수 있었다. 전문가는 영양마케팅뿐 아니라 영양성분 분석 관련 정보 제공도 필요하다고 말하였다. 영양마케팅 교육 제공에 대한 전문가의 평가와 같이 영양분석에 관한 정보가 수집된 하나의 매뉴얼 제공이 필요할 것으로 보이며, 영양마케팅 교육과 함께 생산자에게 제공될 수 있을 것이다.

“*(영양성분 분석 방법 정보 관련) 책도 나오긴 해요 그런 데 책을 내놓고 나면 끝이에요... 이전 교육시키는 사람이 있느냐의 문제거든요 (G, 전문가)*”

“*영양마케팅 교육에서 영양성분 분석에 관한 정보도 함께 제공할 수 있다면... (G, 전문가)*”

5) 인력 수급 측면: 생산업체 인력난 해결을 위한 정부와 지자체의 지원 강화

지역에 위치한 생산업체는 인력에 관한 정책과 지원에도 불구하고 여전히 인력난을 겪고 있었다. 이를 해결하기 위한 정부와 지자체의 지원이 더욱 강화되어야 한다는 방안을 도출할 수 있었으며, 전문가는 청년을 주요 인력 자원으로 육성해야 한다고 말하였다. 특히, 농촌에 뜻이 있는 청년들이 지역농산물 이용 간편식 생산업체에서 생산 과정을 직접 경험해볼 수 있는 인턴십 등의 프로그램이 더욱 활성화되어야 할 필요가 있다고 하였다.

“*청년들이 와서 상품을 만들어보고 기존에 있던 농산물을 가지고 부가가치를 높일 수 있는 그런 쪽에 대한 도전이 많아져야 되지 않을까... (G, 전문가)*”

“*청년 농업 정책을 이제는 청년 농식품 정책으로 같이 가줘야...(지역농산물 이용 간편식) 제조업체 인턴십에 (청년들이) 와서 같이 생산도 해보고 판매도 해보고... (G, 전문가)*”

고 찰

본 연구에서는 지역농산물 이용 간편식 생산자를 대상으로 FGI를 실시한 후, 이를 바탕으로 지역농산물을 이용한 간편식의 생산을 진흥할 수 있는 방안을 도출하였다. 이후 6차 산업 전문가를 대상으로 한 FGD를 통해 앞서 도출한 방안들에 대한 평가와 추가 의견을 수집하였다. 본 연구의 결과를 종합적으로 고찰해보면 다음과 같다.

원료 농산물 수급 측면에서 생산자 FGI를 통해 원료 농산물을 생산하는 농업인과 간편식 생산자 사이에 정보를 교환하기 어려운 환경이며, 활성화된 소통의 창구가 부족하다는 사실을 알 수 있었다. 우리나라에 기존에 존재하는 창구에는 aT 농식품거래소에서 2017년부터 제공하고 있는 온라인 수요 맞춤형 농가정보서비스가 있다. 이 서비스는 농가 정보를 데이터베이스화하여 제공하며, 서비스 사용자는 이를 통해 농가 및 농산물에 대한 정보를 확인할 수 있다(Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation 2022). 하지만 농가가 연락처 없이 등록되어 있는 경우가 많아 실제로 농가와 농가정

보서비스 사용자가 소통하기는 어려운 환경이며 서비스에 대한 인지도도 높지 않다. 따라서 더욱 활용도 높은 창구의 구축이 필요할 것으로 보이며, 간편식 생산자와 농업인에게 해당 창구에 대한 인지도를 높일 수 있는 방안 또한 고려되어야 할 것이다. 한편, 전문가는 창구를 통한 B급 농산물(못난이 농산물)의 유통 활성화를 제안하였다. 창구를 통한 B급 농산물의 유통은 B급 농산물의 낮은 구매 접근성을 극복할 수 있을 것이며(Korea Consumer Agency 2021), 이는 B급 농산물의 판매처 확보와 간편식 생산자의 안정적인 원료 수급에 동시에 기여할 수 있을 것이다.

급식 납품 측면의 경우, 지역농산물 이용 간편식의 급식 납품을 활성화하기 위해 생산자와 급식 운영자 사이의 소통 창구의 구축 방안을 도출하였다. 현재 공공급식의 식자재 유통은 eaT, 나라장터, 친환경유통센터 등을 통해 이루어지고 있다. 하지만 이러한 기 수립된 시스템을 통하여 학교급식과 같은 공공급식 분야로 지역농산물을 이용하여 가공한 간편식 제품이 원활하게 납품되기는 어려운 실정이다. 따라서, 지역농산물 이용 간편식 제품에 대한 생산자와 급식 운영자 사이의 원활한 정보 소통을 위한 창구가 별도로 필요하며, 이러한 소통을 통하여 지역농산물을 이용한 간편식을 급식에 고자 하는 급식 운영자들이 늘어난다면, 기존의 유통 시스템을 통한 해당 간편식의 공급도 수월해질 수 있을 것이다.

전문가 FGD 결과로 지역농산물을 이용한 간편식의 급식 납품을 활성화하기 위해서는 친환경 급식 사례와 같은 법적·제도적·정책적 지원이 뒷받침되어야 한다는 의견이 제시되었다. 친환경 급식 지원의 사례로, 서울특별시의 경우 친환경학교급식 관련 조례에 따라 친환경학교급식의 실현을 위해 정부나 지자체가 경비를 부담하고 있다(Seoul Metropolitan Government 2020). 이러한 정책적 지원을 통한 친환경 농산물의 급식 유통 활성화는 친환경 농산물 생산자들의 안정적인 판로 확보와 농가 소득 안정성에 기여하였다고 평가된다(Kim YD 등 2018). 지역농산물 이용 간편식의 급식 납품을 활성화하기 위해서도 이와 같이 지역농산물 이용 간편식의 급식 납품 시에 정부와 지자체에서 경비를 일부 부담하는 등의 금전적인 지원이 실시된다면, 간편식 생산자들의 안정적인 판로 확보에 기여할 수 있을 것으로 생각된다.

교육 측면에서, 생산자 대상 영양마케팅 교육 제공을 방안으로 도출하였다. 건강에 대한 소비자의 관심이 증가하면서 식품 선택 시에 영양을 고려하는 경향이 확대되고 있다(Korea Disease Control and Prevention Agency 2022). 이러한 경향을 반영하여 간편식 시장에서도 저열량이나 고단백질과 같이 제품의 영양학적 가치를 마케팅에 활용하는 등의 영양마케팅이 활발하게 수행되고 있다. 영양마케팅은 제품의 영

양 및 건강과 관련한 특성을 활용한 마케팅이며, 제품의 영양학적인 가치를 높이고 소통하는 모든 활동으로 정의할 수 있다(Yoon JH 2022). 효과적인 영양마케팅 수행을 위해서는 공신력 있는 영양 정보를 검색 및 활용할 수 있는 방법에 대한 교육이 필요할 것으로 사료된다. 하지만 생산자 FGI 결과와 동일하게, 현재 농업인 대상으로 교육훈련사업을 실시하고 있는 지방농촌진흥기관 및 농촌진흥청 인적자원개발센터에서 제공하는 교육(Rural Human Resource Development Center 2022) 내용에서는 영양마케팅과 관련하여 생산자가 수강할 수 있는 교육은 찾기 어려운 것으로 확인되었다. 이러한 현황을 고려할 때 생산자를 대상으로 한 영양마케팅 관련 교육 제공이 필요할 것으로 보이며, 교육 계획 수립을 위한 구체적인 교육 내용 또한 함께 제안되어야 할 것이다.

영양성분 분석 측면에서, 생산자들이 특정 영양성분의 분석을 위한 기관을 찾는 데 어려움을 겪고 있음을 파악하였다. 우리나라의 경우 정부에서 식품 등을 분석할 수 있는 시험검사기관 명단을 제공하고 있다(Ministry of Food and Drug Safety 2022b). 하지만 해당 정보에 대한 생산자들의 인지도가 부족한 것으로 보이며 이에 대한 적극적인 홍보 및 영양마케팅과 같은 교육 콘텐츠로서 정보를 제공할 필요가 있을 것으로 보인다. 또한, 해당 정보를 통해서도 기관에서 분석이 가능한 영양성분 등의 세부 정보에 대해서는 알 수 없기 때문에 좀 더 세부적인 정보를 제공하는 방안도 고려될 수 있을 것이다.

인력 수급 측면에서, 정부와 지자체의 지원을 강화해야 한다는 방안을 도출하였다. 현재 우리나라의 경우 인구 불균형이 매우 심각하며 전체 인구의 50% 이상이 수도권에 집중되어 있다(Ministry of the Interior and Safety 2022). 또한, 비수도권의 청년 인구는 수도권으로 꾸준히 유출되고 있는 상황이다(Statistics Korea 2021). 지역농산물 이용 간편식 생산업체를 포함하는 농업법인의 경우 전체 종사자 중 20대와 30대 종사자의 비율은 약 14.5%로, 특히 20대 이하의 종사자가 전체 연령에서 가장 낮은 비율을 차지하고 있다(Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs & Korea Agency of Education, Promotion and Information Service in Food, Agriculture, Forestry and Fisheries 2022). 이러한 통계 추이와 연구 결과를 고려할 때, 지역에 위치한 간편식 업체가 겪는 인력난은 계속해서 악화될 것으로 예상된다. 따라서 본 연구의 결과로 도출된 방안과 같이 지역에 위치한 업체의 인력난 해결을 위해 정부와 지자체의 인력에 대한 지원이 더 강화되어야 하며, 특히 청년을 대상으로 한 생산업체 인턴십과 같은 프로그램이 개발될 필요가 있을 것이다. 농촌에 성공적으로 정착한 청년농은 기존 농가와 차별화된 품종을 개발할 뿐 아니라 농산물 가공에도 투자한다는 연구 결과(Ma SJ 등 2017)

를 고려했을 때, 이러한 간편식 생산업체에서의 인턴십 프로그램은 업체의 인력난 해소뿐 아니라 청년농의 성공적인 농촌 정착에도 기여할 수 있을 것으로 생각된다.

지금까지의 지역농산물의 활성화를 위한 관련 정책은 가공되지 않은 지역농산물에 집중되어 있었다(Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs 2018; Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs 2019b; Seoul Metropolitan Government 2022). 본 연구에서는 지역농산물을 가공한 간편식의 생산 활성화를 위한 방안을 도출하고자 하였으며, 이는 간편식 소비가 증가하고 있는 경향을 고려하였을 때 시의적절하게 수행되었다고 볼 수 있다. 본 연구에서 생산자에 대한 이해를 바탕으로 도출한 다섯 가지 진흥 방안이 실현된다면, 지역농산물 이용 간편식의 생산 활성화뿐 아니라 궁극적으로 지역농산물의 소비와 공급 확대에도 효과적으로 기여할 수 있을 것으로 기대된다.

요약 및 결론

본 연구는 지역농산물을 이용한 간편식의 생산 진흥을 위한 방안을 도출하기 위해 지역농산물 이용 간편식 생산자 대상 FGI와 6차산업 전문가 대상 FGD를 실시하였다. 그 결과로 도출한 다섯 가지 생산 진흥 방안을 요약하면 다음과 같다. 첫째, 간편식 생산자가 농가 및 농산물의 정보를 얻을 수 있고 농업인과 소통하여 안정적으로 원료 농산물을 수급하는데 기여할 수 있는 활성화된 창구를 구축하는 것이 필요하다. 해당 창구를 통한 B급 농산물의 유통 또한 도모하는 것이 바람직하며, 농가와 간편식 생산자들에게 창구의 인지도를 높이는 방안 또한 함께 고려되어야 할 것이다. 둘째, 급식 운영자와 간편식 생산자가 직접적으로 소통할 수 있는 창구의 구축 또한 필요하다. 이를 통해 생산자가 겪고 있는 급식소 납품의 어려움을 개선할 수 있을 것이며 창구와 더불어 지역농산물 이용 간편식의 급식 납품에 법적·제도적·정책적 지원이 동반된다면 생산자들의 안정적인 판로 확보에 더욱 기여할 수 있을 것이다. 셋째, 지역농산물을 이용한 간편식 생산자를 대상으로 한 영양마케팅 교육이 필요하다. 이를 위해 영양마케팅 교육을 위한 콘텐츠의 개발이 선행되어야 할 것이다. 넷째, 영양성분 분석에 관한 정보 또한 영양마케팅과 더불어 생산자에게 제공될 필요가 있다. 이와 함께 기존에 정부에서 제공하는 정보를 더욱 세부적인 내용으로 보완하는 방안도 함께 고려해볼 수 있을 것이다. 마지막으로, 간편식 생산업체의 인력난을 해결하기 위한 정부와 지자체의 추가적인 지원이 시급할 것으로 보인다. 특히 청년 인력에 대한 지원이 강화되어야 하며, 생산업체 청년 인턴십과 같은 프로그램을 더욱 활성화할 필요가 있을 것으로 생각된다.

본 연구는 제한된 인원을 대상으로 FGI와 FGD의 질적 연구 방법을 수행하여 일부 생산자와 전문가의 의견으로 결과로 도출하였다는 한계를 가지지만, 지역농산물을 이용한 간편식의 생산·가공·유통 등에 초점을 두어 생산자로부터 실질적인 어려움을 파악하고 이로부터 생산 진흥 방안을 도출한 연구라는 의의를 가진다. 본 연구의 결과로 제안된 다섯 가지 방안의 도입을 위한 구체적인 정책이 수립 및 실행된다면 향후 지역농산물을 이용한 간편식의 생산 진흥에 기여할 수 있을 것으로 기대된다. 또한, 생산·가공·유통뿐 아니라 지역농산물 이용 간편식의 가치사슬 전 단계를 아울러 가치증대 방안을 모색하는 후속 연구가 진행된다면 지역농산물 이용 간편식의 진흥에 큰 기여를 할 수 있을 것으로 생각된다.

감사의 글

본 연구는 농촌진흥청 연구사업(세부과제번호: PJ01529 2022022)의 지원을 받아 수행되었습니다.

REFERENCES

- Byun SY, Lee SK (2009) Analyzing the market of corporate e-learning. *J Digit Contents Soc* 10(4): 543-550.
- Healy E (2017) Five Reasons Why You Should Celebrate Farm to School Month. <https://www.usda.gov> (accessed on 20. 12. 2022).
- Hennink MM (2013) Focus Group Discussions. Oxford University Press, New York. pp 1-3.
- Hong KW, Kim JY, Kim YS (2009) The conceptualization of the local food, a Korean case. *Korean J Bus Adm* 22(3): 1629-1649.
- Jeong HS, Lee IH, Kim BJ, Seo SH, Kim EM, Lee SY (2009) Fine Chemical R&D Market Information Research and Analysis Practices. Korea Institute of Science and Technology Information, Daejeon. pp 90-91.
- Kim BM, Jeong SJ (2021) Exploring the policy of early childhood education in the development of common good based on complex system theory. *Ilkogretim Online* 20(3): 989-996.
- Kim CK (2011) The current state and future tasks for Korean local food. *Korean Soc* 12(1): 111-133.
- Kim KP, Yu JH, Lim SJ, Kim JY, Myeong SH, Seok JH (2020) The Use of Domestic Agricultural Ingredients and Improvement Measures for the Home Meal Replacement (HMR) Industry. Korea Rural Economic Institute, Naju. pp 97-98.
- Kim YD, Lim HJ, Chae SH, Kim HM, Lim SS (2018) An analysis of social effect and environmental effect of eco-friendly free school food in Seoul. *Korean J Org Agric* 26(3): 351-367.
- Kim YJ, Lee SH, Park JJ (2020) Agriculture in the Post-COVID-19 Era, What Should We Prepare for? Gyeonggi Research Institute, Suwon. p 1.
- Korea Agency of Education, Promotion, and Information Service in Food, Agriculture, Forestry and Fisheries (2020) Card News: Ask Anything about 6th Industry! <https://www.xn--6-ql4f73k2zh.com> (accessed on 26. 11. 2022).
- Korea Agency of Education, Promotion, and Information Service in Food, Agriculture, Forestry and Fisheries (2022) List of Field Coaching Experts in 6th Industry. <https://www.xn--6-ql4f73k2zh.com:448/home/coach/a.cs?m=17> (accessed on 26. 11. 2022).
- Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation (2022) Online Demand Customized Farmhouse Information Service. <https://www.at.or.kr> (accessed on 29. 11. 2022).
- Korea Consumer Agency (2021) Ugly Agricultural Products Have High Score of Taste, Texture, and Price Satisfaction. Korea Consumer Agency, Eumseong. pp 3-6.
- Korea Disease Control and Prevention Agency (2022) Community Health Survey at a Glance: Korea Community Health Survey, Chungju. pp 118-121.
- Lee GH (2003) Social Science Research Methodology. Bobmunsa, Korea. p 164.
- Lee GY, Park MS, Moon DH, Heo SY, Gang SR (2021) A Survey on the Consumer Attitudes of Processed Food in 2021. Korea Rural Economic Institute, Naju. pp 108-109.
- Ma SJ, Jeong EM, Kim KY (2017) How to Advance a Young Beginning Farmers a Fostering System. Korea Rural Economic Institute, Naju. pp 127-128.
- Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs (2015a) Act on Fostering and Supporting Rural Convergence Industry. <https://law.go.kr> (accessed on 20. 12. 2022).
- Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs (2015b) Act on Revitalization of Direct Trade in Agricultural Products, including Promotion of Use of Local Agricultural Products. <https://law.go.kr> (accessed on 20. 12. 2022).
- Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs (2018) Starting Fresh and Delicious Fruit Snack Delivery to Care Classes of Elementary School! Ministry of Agriculture,

- Food and Rural Affairs, Sejong. pp 1-6.
- Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs (2019a) A Three-Year Plan to Spread Local Food. Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs, Sejong. pp 2-4.
- Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs (2019b) 'People-Centered Agricultural Reformation' Promoted in Earnest by Reorganization of Farmer Subsidies for Creating Public Interest. Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs, Sejong. p 7.
- Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs, Korea Agency of Education, Promotion and Information Service in Food, Agriculture, Forestry and Fisheries (2022) Report on the 2020 Agriculture Corporation Survey. Korea Agency of Education, Promotion and Information Service in Food, Agriculture, Forestry and Fisheries, Sejong. p 41.
- Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs, Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation (2021) A Survey on the Consumption of Raw Ingredients in the Food Industry. Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation, Naju. pp 45-63.
- Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs, Korean Agro-Fisheries & Food Trade Corporation (2019) Status of Segment Market on Processed Food in 2019. Korean Agro-Fisheries & Food Trade Corporation, Naju. pp 1-2.
- Ministry of Food and Drug Safety (2022a) Korean Food Standard Codex. <https://various.foodsafetykorea.go.kr> (accessed on 20. 12. 2022).
- Ministry of Food and Drug Safety (2022b) Status of Designation of Testing and Inspection Institutions for Food (Specialized, Self-quality Consignment), Livestock Products, and Sanitary Products. <https://www.mfds.go.kr> (accessed on 20. 12. 2022).
- Ministry of Food and Drug Safety, National Food Safety Information Service (2022) Production performance of food and food additives. pp 9-452. In: 2021 Production performance of food, etc. Ministry of Food and Drug Safety, Chungju.
- Ministry of the Interior and Safety (2022) Population Status of Registered Resident. <https://jumin.mois.go.kr> (accessed on 22. 11. 2022).
- Na AK (2022) Fresh and Safe Food, Use Local Food!. <https://m.snvision.newsa.kr> (accessed on 20. 12. 2022).
- Rural Human Resource Development Center (2022) Education Plan Guide. <https://hrd.rda.go.kr> (accessed on 29. 11. 2022).
- Scharp KM, Sanders ML (2019) What is a theme? Teaching thematic analysis in qualitative communication research methods. *Communication Teacher* 33(2): 117-121.
- Seoul Metropolitan Government (2020) Ordinance on Support such as Free Eco-friendly School Meal in Seoul Metropolitan Government. <https://law.go.kr> (accessed on 20. 12. 2022).
- Seoul Metropolitan Government (2022) What is Public Meal of Coexistence between Urban and Rural? <https://donong.seoul.go.kr> (accessed on 22. 11. 2022).
- Statistics Korea (2020) Statistics of Single-person Households in 2020. Statistics Korea, Daejeon. pp 1-3.
- Statistics Korea (2021) Net Internal Migration by Sex and Five-year Age Groups for City and Districts. *International Migration Statistics*. <https://kosis.kr> (accessed on 20. 12. 2022).
- Van der Ploeg JD (2020) From biomedical to politico-economic crisis: the food system in times of Covid-19. *J Peasant Stud* 47(5): 944-972.
- Yoon BS (2009) Strategies and the tasks of the local food movement. *J Rural Soc* 19(2): 93-121.
- Yoon JH (2022) Final Report of 'Development of Consumer Choice Model for Home Meal Replacement Using Local Food (PJ0152922022)'. Seoul National University, Seoul. p 107.

Date Received	Dec. 2, 2022
Date Revised	Dec. 21, 2022
Date Accepted	Dec. 26, 2022