

현안과제연구

Issue Report

2016. 06. 30

CONTENTS

〈 요약 〉

1. 배경 및 필요성
 2. 양측의 입장검토
 3. 현황 및 문제점
 4. 해결방안 제언
 5. 결 론
- 부록. 운영방안 제언

대전지역에 충남 로컬푸드 직매장 설치 및 운영 모델 마련

김종화

충남연구원 농촌농업연구부 책임연구원, sdart@cni.re.kr

본 연구의 목적은 대전 MBC가 로컬푸드 직매장을 운영하기 위한 제반조건 및 제약사항 등을 살펴보고 충남도의 대응방안을 제시하는 것에 있음

요 약

- 본 연구에서는 대전 MBC 부지 내의 로컬푸드 직매장 건립에 따른 정책 제언을 하는 것을 목적으로 하고 있음
- 대전 MBC의 공영방송의 이미지, 지역 방송국으로서의 위치를 고려할 경우, 인접하여 로컬푸드 직매장을 건립하고 운영할 경우, 충남 농업·농촌의 이미지 제고 및 지역 농산물 소비 촉진에 많은 기여를 할 수 있을 것으로 사료됨
- 대전 MBC 측에서 '15년부터 현재까지 로컬푸드 직거래 장터를 성공적으로 운영하고 있으며, 토지 및 출자금(5억원)을 제공하여 충남 로컬푸드 직매장 건립·운영 사업에 적극적임
- 건축비 및 운영비 지원은 법적·제도적 규정 검토, 공적자금 투입의 타당성 등을 고려하여 추진하여야 하며, 이를 위해서는 관계기관의 의견 수렴이 반드시 필요함
- 결론적으로 방향성은 바람직하나, 대전 MBC의 요구사항을 모두 충족시키기에는 충청남도가 추진할 수 있는 법적·제도적 제약이 크다고 할 수 있음

- 충청남도 “3농혁신”이 추진된 이후, 로컬푸드 운동을 통한 지역 농산물의 지역 소비를 유통하는 정책이 지속적으로 추진 중에 있음
 - “3농혁신” 2기에 접어 들면서 “유통구조개선팀” 내에서 로컬푸드 관련 민·관 협의체 운영 중
 - 현재 충남에서 로컬푸드 직매장이 운영 중인 곳은 아산원협, 금산 품목협의회, 홍동농협 등 25개소(‘15년 기준)
 - 직거래 장터는 천안 유통사업단, 아산 장터 등 19개소(‘15년 기준)

- 대전 MBC 산하 자회사인 농업회사법인 FNC가 운영하는 “로컬푸드 푸른밥상 직거래장터”를 2015년 7월부터 운영 중에 있음
 - 충남 15개 시·군, 55농가가 참여하여 시중보다 최대 30% 저렴한 가격으로 판매
 - 밤, 구기자, 블루베리, 소고기, 멜론, 토마토 등 지역 농산물 및 가공식품 120여 종 판매
 - 2015년 6월부터 10월까지 25회 장터를 열어 10억원 매출 달성

- 현재 대전 MBC는 “로컬푸드 푸른밥상 직거래장터”의 성공을 바탕으로 충청남도에 대전 MBC 옆에 위치한 땅에 “로컬푸드 직매장” 건립 및 운영을 제안한 상태이고, 충남도에서도 긍정적으로 검토하고 있음
 - 하지만, 직매장 건축비, 운영비 등을 둘러싸고 법적·제도적 문제, 상호 간의 이해관계 등으로 속도감 있는 추진을 못하고 있는 상황임
 - 대전 MBC와 충남도는 상호 간에 로컬푸드 직매장 건립 및 운영의 필요성에 대해서는 공감하고 있으나, 이를 추진하기 위한 방안은 명확히 제시하

고 있지 못하는 상황임

- 특히, 대전 MBC 측에서는 토지를 제공하는 대신 운영비 등에 대한 재정 지원을 요청하고 있으나, 충청도에서는 법적인 문제를 이를 수용하기 어려움

● 이에 본 연구에서는 대전 MBC가 로컬푸드 직매장을 운영하기 위한 제반조건 및 제약사항 등을 살펴보고 충청도의 대응방안을 제시하고자 함

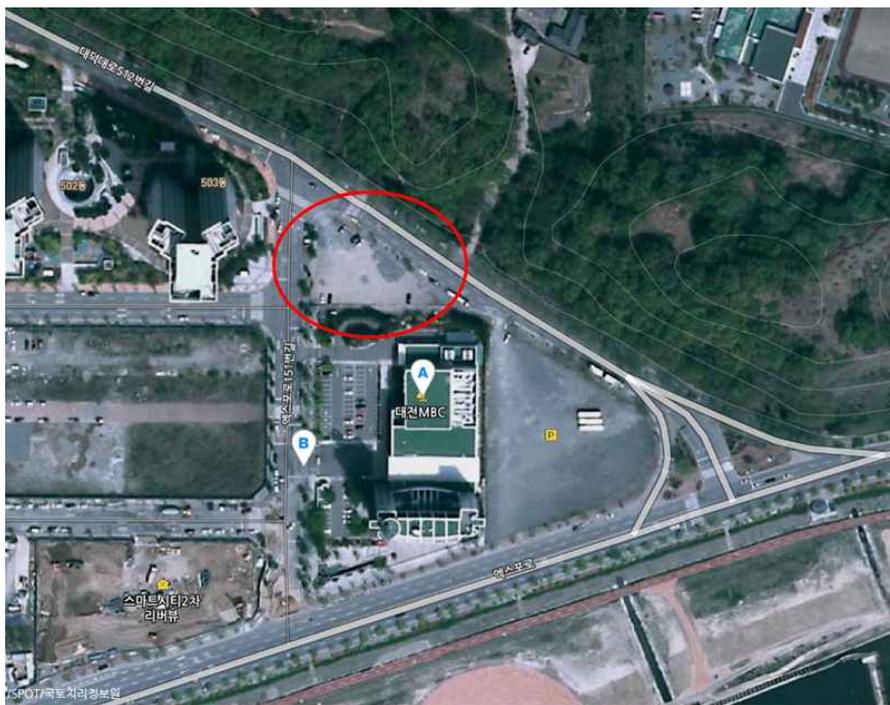
- 특히, 운영비, 건축비 등에 대한 제반비용 및 로컬푸드 직매장 건립의 타당성 등을 검토하고자 함

- 대전 MBC는 기존에 로컬푸드 직거래 장터를 성공적으로 운영하였고, 향후 로컬푸드 확산 및 사업 확장을 위하여 청사 인근에 위치한 토지 1,529m²(462평)를 로컬푸드 직매장 건립을 위하여 제공할 용의가 있음을 밝혔음
 - 해당 토지는 현재 제 2대 주주인 계룡건설에서 별도의 건축을 제안하였으나, 로컬푸드 직매장 건립을 위하여 보류한 상태임
 - 향후 대전 사이언스 콤플렉스가 인근에 입지할 예정으로 높은 토지 매매가격이 형성 중임
 - 향후 10년간 토지 제공과 더불어 5억원의 건축비를 제공할 용의가 있으나, 직매장 운영비를 지속적으로 지원 요청함
 - 대전 MBC에서는 농업회사법인 FNC가 주도적으로 역할하기를 희망하고 있음

- 충청남도에서는 “로컬푸드 푸른밥상 직거래장터”의 성공적인 운영에 따라 로컬푸드 직매장 건립 및 운영에 충분히 공감하고 있으며, 대전 MBC측의 요구조건도 인지하고 있음
 - 하지만 충남도에서 자체적으로 건축비 5억4천만원이 지원 가능하고, 나머지 비용에 대해서는 국비(출자) 등의 방안 모색이 필요함
 - 총 건축 예상비용 20억원 중 충남도 5억4천만원, 대전 MBC 5억원을 제외한 9억6천만원의 추가비용 소요 예정임
 - 또한 지방재정법 상 위탁업체에 대해서는 운영비를 지원할 수 없게 되어 있어 대전 MBC에 운영비를 지원하기 어려운 상황임

1) 입지조건

- 현재 대전 MBC가 로컬푸드 직매장으로 예정한 곳은 청사 오른쪽에 위치한 약 1,529m²(462평)임
 - 스마트시티 내에 위치하여 있고, 스마트시티 주상복합아파트(798세대), DCC대전 컨벤션센터, 엑스포 과학공원, 롯데시티호텔이 인접해 있음
 - 또한 2018년에 완공 예정인 대전 사이언스 콤플렉스가 인접해 있음



자료: 다음(www.daum.net) 지도

[그림 1] 대전 로컬푸드 직매장 입지

- 입지적으로는 유동인구가 많지 않고, 소비자가 시간을 내어 찾아와야 하는 곳에 위치해 있음
 - 인근 배후에 798세대 아파트 및 각종 시설이 위치해 있으나, 로컬푸드 구매 수요를 충분히 충족시킬 것인지에 대해서는 의문이 있음
 - 단, 기존 로컬푸드 직거래장터가 원만히 운영된 것으로 보아 소비자를 충분히 유인할 수 있는 곳에 위치해 있는 것으로 사료됨

- 토지 자체는 삼각형이고 대로변에 위치하고 있지 않아 소비자 눈에 쉽게 띄지 않는 곳에 위치해 있으나, 대전 MBC 옆에 위치해 있다는 것으로 소비자에게 충분한 위치정보 제공이 가능함
 - 오히려 유동인구가 많은 지역보다 로컬푸드의 가치를 충분히 느낄 수 있는 공간으로의 이미지를 구축한다면 소비자 어필 가능
 - 로컬푸드 직매장과 함께 레스토랑을 구상 중에 있으므로 슬로우푸드 레스토랑의 이미지를 구축하는데 도움이 될 수 있을 것임

2) 운영주체

- 대전 MBC는 지역 공영방송으로 소비자에게 높은 인지도를 보유하고 있으며, 충남도와의 협력관계로 시너지 효과 창출이 가능함
 - 대전 MBC가 운영한다는 측면에서 소비자 신뢰도 상승 예상
 - 대전 MBC의 기획 및 홍보 능력으로 충남 농산물의 판매촉진 가능
 - 민간 기업의 마인드로 로컬푸드 비즈니스 강화 가능
 - 로컬푸드 직매장 운영뿐만 아니라 농업·농촌 전반에 대한 소비자 교육, 대외 홍보 등에서 대전 MBC와 협력적 관계 지속 가능
 - 단, 로컬푸드 직매장 설립·운영을 위한 대전 MBC의 요구사항을 충분히 수렴하기에는 법적·제도적 제약이 있음

- 대전 MBC 측에서 토지 및 건축비 일부(약 5억원)를 제공함으로써 충분한 요구조건을 제시하였으나, 충남에서 건축비, 운영비 지원 등에 어려움 발생

- 대전 MBC 측에서는 토지 제공에 따른 수익 보장 요청
- 운영비 지원을 요구하나 충남에서는 지방재정법 상 지원 불가

3) 운영방안 및 문제점

- 로컬푸드 직매장은 2층 건물로 건축될 예정이고 1층은 직매장, 2층은 레스토랑으로 구성될 예정임
 - 직매장에서 판매·소진되지 못한 농산물을 활용한 레스토랑 운영 예정
 - 농산물을 충남 15개 시·군에서 수집하여 판매하되, 전용 수집차량 운영 예정
 - 생산지와 소비자가 같은 장소에 위치해 있지 않으므로 당일수확·당일판매는 어려울 것으로 예상
- 로컬푸드 직매장의 연간 운영비 예산은 최소 3억원 이상 소요 예상
 - 인력은 최소 10명 이상이고, 총괄 매니저 1명 (FNC 담당자), 매장 운영직원 3~5명, 레스토랑 운영직원 3~5명
 - 그 외 광열비, 수도비, 시설보수비 등에서 비용 발생
- 로컬푸드 직매장 설립에 따른 문제점을 보면 아래 [표 1]과 같음
 - 입지, 건축비, 운영비, 운영 및 참여주체 등에 따른 문제점을 제시하였음

[표 1] 대전 로컬푸드 직매장 관련 쟁점사항

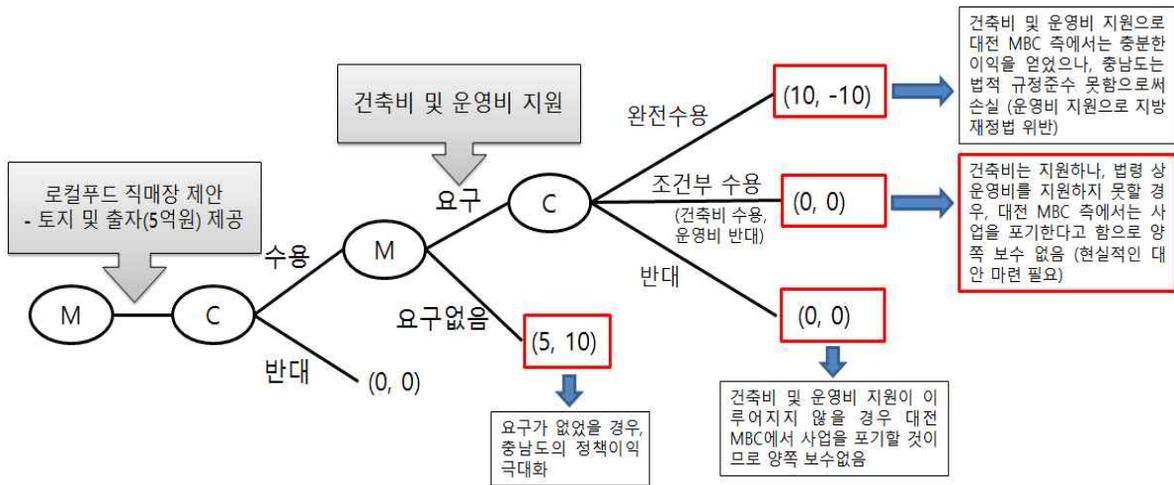
구분	대전 MBC 제안사항	충남도 입장 또는 쟁점사항
입지	<ul style="list-style-type: none"> 대전 MBC 오른쪽에 위치한 462평 토지 제공 토지 제고에 따른 수익 보장 요청 	<ul style="list-style-type: none"> 토지 입지가 유동인구가 많지 않으나, 대전 MBC의 인지도로 충분히 극복 가능 수익부분은 로컬푸드 직매장 운영에 따라 대전 MBC 측의 역량에 따라 얻을 수 있는 부분임
건축비	<ul style="list-style-type: none"> 건축비 5억원 제공 가능 	<ul style="list-style-type: none"> 충남도에서는 5억4천만원 제공이 가능하나, 나머지 9억 6천만원에 대한 방안 논의 필요 (※ 현재 논산시, 서천군수협이 참여로 건축비 해결)
운영비	<ul style="list-style-type: none"> 운영비 지원을 강력히 희망하고 있으며, 불가할 경우 추진이 어렵다는 입장 	<ul style="list-style-type: none"> 지방재정법 상 운영비 지원 불가
운영 및 참여주체	<ul style="list-style-type: none"> 자회사인 FNC에서 주도적인 운영 순회수집을 통하여 충남 15개 시·군 대상 	<ul style="list-style-type: none"> FNC가 주도적으로 운영하는 것에는 이의가 없으나, 일정부분 충남도의 역할 부여 필요 순회수집 시 발생할 수 있는 물류비 등에 대한 논의 부족

- ◎ 앞서, 살펴 본 “현황 및 문제점”을 바탕으로 쟁점사항에 대하여 대전 MBC와 충청남도의 입장에서 게임을 전개해 보면 다음과 같음
 - 분석의 편의 상, 가장 쟁점이 되는 건축비 및 운영비 측면을 살펴 봄

[표 2] 대전 로컬푸드 직매장관련 게임 구조

- ▶ 경기자
 - M : 대전 MBC
 - C : 충청남도
- ▶ 보수 및 비용
 - 양쪽의 최대 보수 범위 : -10 ~ 10
 - ※ 이익 : 10, 손실 : -10
- ▶ 전개형 게임 가정
 - 정보의 성격은 불완전정보, 완비정보라는 것을 가정함. 불완전정보는 각 경기자가 자신의 전략을 선택할 때 상대방이 어떤 행동을 취할지 모르는 상태를 말함. 완비정보는 각 경기자가 상대방 경쟁자의 특성 혹은 유형을 알고 있다는 것을 말함¹⁾
 - 본 게임의 경기자는 대전 MBC와 충청남도로 설정할 수 있음. 대전 MBC와 충청남도는 각각 서로 어떤 선택과 행동을 취할지 알 수 없으므로 불완전정보가 됨. 그러나 대전 MBC와 충청남도는 지속적으로 로컬푸드 직매장 설립에 대하여 논의해 왔으므로 상호 간 특성을 파악하고 있을 것으로 예상되어 완비정보라고 가정할 수 있음

1) 김영세, 게임이론 4판, 박영사, 2008.



[그림 2] 대전 로컬푸드 직매장을 둘러싼 게임

● 위 그림을 바탕으로 각 상황별 시나리오를 검토하면 다음과 같음

- 먼저, 대전 MBC가 토지 및 출자(5억원)을 제공하고 이를 충남이 수용하면, 요구사항이 없을 경우 대전 MBC는 일정 부분의 이익을 얻을 수 있고 충남은 정책적 성과를 얻을 수 있음. 그러나 시장 및 소비 트렌드 변화에 따른 리스크를 최소화하기 위하여 대전 MBC가 건축비와 운영비를 요구하고 있음
- 대전 MBC의 건축비 및 운영비 지원 요구에 대응하여 충남도의 수용 여부에 따라 보수체계가 달라짐

- ① 대전 MBC 요구에 충남도가 완전수용을 결정할 경우, 대전 MBC 측은 최대의 이익을 얻을 수 있으나, 충남도는 지방재정법 상의 규정을 준수하지 못하므로 정책적 손실을 초래할 수 있음. 로컬푸드 직매장 설립 취지 또한 퇴색될 가능성 있음
- ② 가장 현실적 대안으로 건축비는 지원하나 운영비는 지원하지 않는 경우, 대전 MBC 측에서는 사업을 포기하겠다고 함으로 양측 보수는 0이 됨. 그러나 운영비 지원을 위한 다른 현실적 대안 모색이 가능함
- ③ 대전 MBC 요구에 충남도가 응하지 않을 경우, 사업포기가 되므로 양쪽 보수는 없음

- 따라서 현 단계에서의 최선의 선택은 대전 MBC의 요구에 현실적으로 대응할 수 있는 ②번의 방안을 찾는 것이 최선임

1) 건축비 지원 문제

- ◎ 현재까지 대전 MBC 출자금 5억원, 충남도 자체 지원금 5억4천만원 조달이 가능하나, 예상 비용 약 20억원에는 9억6천만원 부족
 - 현실적으로 농업정책자금을 이용하거나, 농식품 생산자 직판장 구축사업 활용, 둔산동 농특산물 판매장 매각 대금을 활용하는 것이 가장 현실적인 대안임
 - 농업정책자금은 중장기 시설자금에 대하여 2016년부터 대출금리가 2.5%에서 2%로 인하되었음. 그러나 운영 주체가 농업인으로 한정되어 있어 대전 MBC가 주도하는 로컬푸드 직매장에 적합할지에 대해서는 검토가 필요함
 - 농업 6차산업화의 일환을 농식품 생산자 직판장 구축사업에 참여하여 추진하는 방법으로 충남 지역으로 제한을 두고 농업인 단체가 주도해야 하는 제약이 있으므로 이에 대한 검토가 필요함
 - 둔산동 농특산물 판매장 매각 대금을 활용하는 방안은 가장 현실적이고 제약 없이 지원이 가능한 방안임. 둔산동 농특산물 판매장이 대전 MBC 옆으로 위치를 이동한다는 점에서 타당하나, 매각 자금을 활용하는 만큼 다음과 같은 사항에 대한 검토가 필요함
 - 운영 주도권이 대전 MBC가 아닌 충청남도에 있어야 함. 공적 자금이 투입되는 만큼 민간 기업이 운영 주도권을 갖는 것이 아닌 충청남도가 주도권을 갖고 운영 및 경영에 적극적으로 참여하고 견제 및 관리가 필요함
 - 로컬푸드 직매장 운영기간이 보장되어야 함. 직매장 운영기간이 최소 10년 이상으로 보장되어야 하고, 만약 적자가 발생하여 운영이 어려워질 경우에 어떻게 대응할 것인지 가이드라인 제시가 필요함
 - 로컬푸드 운영기간 중 토지 사용문제에 대한 명확한 기준 제시가 필요함. 대전 MBC 소유 토지에 공적자금으로 건축물일 건립되므로 이에 따라 최소한의 토지 사용기간을 정해야 하며 이를 법적으로 보장받아야 함
 - 그 외 경영 및 운영에 따른 제반사항에 대한 계약을 통해 법적 보장이 이루어져야 함

2) 운영비 지원 문제

- ◎ 대전 MBC 측에서는 매년 운영비 지원을 요구하고 있으며 이는 최소 3억원 수준임
 - 현재 충남도는 운영비 지원을 위한 법적 근거가 없고, 매년 운영비 지원으로 재정부담이 있을 것으로 판단하고 있음
 - 또한 공영방송이기는 하나 민간 기업인 대전 MBC에 운영비를 지원하는 것은 타당하지 않는 것으로 볼 수 있음
 - ※ 참고적으로 운영비 지원에 있어서 “지역농산물 이용촉진 등 농산물 직거래 활성화에 관한 법률” 제 3장, 제9조(지역농산물 이용촉진 및 농산물 직거래 활성화 지원 등)의 적용을 받을 수 있는지에 대한 법리해석이 필요함

- ◎ 대전 MBC 요구에 따라 운영비를 지원하는 것은 현실적으로 불가능하므로, 지역 농협 등의 출자를 통한 “주식회사” 형태로 운영비를 조달하는 것이 유일한 대안으로 사료됨
 - 충남도내 지역농협, 농업인 단체가 일정부분 출자하여 기금을 설립하고 기금 운용을 통하여 운영비를 조달하며 주주 및 이사회를 조직·운영하는 방안
 - 주주로 참여하는 지역농협, 농업인 단체의 상품은 수수료를 면제해주고 대전 MBC를 통하여 TV 및 라디오 홍보를 해주는 등의 혜택 제공
 - 또한, 로컬푸드 직매장 수익 분에 대해서는 대전 MBC가 수취하고, 이를 통하여 운영비를 조달할 수 있도록 유도
 - 단, 대전 MBC 측에서는 로컬푸드 직매장을 수익사업으로 생각하는 측면에 있어 수익을 운영비로 사용하는 것에 대해서는 부정적임

- 본 연구에서는 대전 MBC 내의 로컬푸드 직매장 건립에 따른 정책 제언을 하는 것을 목적으로 하고 있음
- 대전 MBC의 공영방송의 이미지, 지역 방송국으로서의 위치를 고려할 경우, 인접하여 로컬푸드 직매장을 건립하고 운영할 경우, 충남 농업·농촌의 이미지 제고 및 지역 농산물 소비 촉진에 많은 기여를 할 수 있을 것으로 사료됨
- 대전 MBC 측에서 기존에 로컬푸드 직거래장터를 성공적으로 운영하고, 토지 및 출자금(5억원)을 제공하는 등 로컬푸드 직매장 건립·운영에 적극적임.
 - 그러나 건축비 및 운영비 지원을 요구하고 있어 공적자금을 사용해야 하는 충남도의 입장에서는 제안을 선뜻 수용하기에 어려움이 있음
- 건축비 및 운영비 지원은 법적·제도적 규정 검토, 공적자금 투입의 타당성 등을 고려하여 추진하여야 하며, 이를 위해서는 관계기관의 의견 수렴이 반드시 필요함
 - 또한 무리하게 추진할 경우 정책 부담이 크고 민간기업 지원에 따른 당위성이 부족하므로, 이에 대한 충분한 논의가 필요할 것으로 사료됨
- 결론적으로 방향성은 바람직하나 대전 MBC의 요구사항을 모두 충족시키기에는 충청남도가 추진할 수 있는 법적·제도적 제약이 크다고 할 수 있음

운영방안 제언 ◀

부록

- 대전 MBC 로컬푸드 직매장 설립과 관련하여 참여기관 선정, 분담금 배분 등 지속적인 논의를 통하여 최종적으로 충남도, 대전 MBC, 논산시, 서천군 수협, 농업인 단체가 출자하는 방안으로 추진되고 있음
 - 충남도 5억4천만원, 논산시 5억4천만원, 대전 MBC 5억원, 수협 2억5천만원, 농업인 75백만원 보조 및 출자
 - 논산시에서 이사 1명을 추천하여 참여하고, 농업회사법인 FNC의 위탁관리 추진

- 위와 같은 경영형태는 전형적인 제3섹터방식으로 사업방식의 공공성, 경영 및 운영의 투명성을 확보할 수 있다는 장점을 갖고 있지만, 책임있는 경영·운영체계 확립이 어렵다는 점에서 단점으로 지적 가능함
 - 정책사업의 경우 공공기관이 참여함으로써 정책 공공성 확보
 - 여러 기관이 참여하기 때문에 경영, 재정 등의 상호 감시 가능
 - 의사결정 과정이 복잡하고 다단계로 구성될 수밖에 없어 경영 효율성 저하

- 하지만 충남 농수산물의 인근 대도시인 대전에 안정적인 소비처를 마련하고, 광역단위 직매장 설립·운영을 통한 넓은 의미의 로컬푸드를 실현할 수 있다는 점에서 의의가 있음
 - 특히, 소농·고령농의 판로확보를 통한 소득증대가 가능하다는 점에서 의의가 큼

- 대전 MBC 로컬푸드 직매장의 성공적 경영·운영을 위하여 다음과 같은 주요사항 3가지를 제언하고, 관련 사례 1건을 소개함

1) 제 3섹터 방식의 운영체계 확립

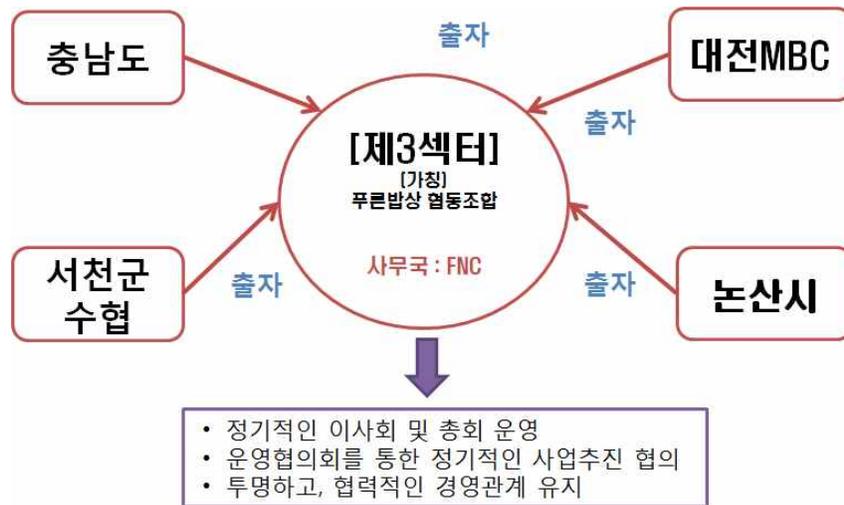
- 대전 MBC 로컬푸드 직매장은 처음부터 여러 공공기관이 참여하는 제 3섹터방식을 고려하였으므로, 이에 대한 충분한 학습과 운영체계 확립이 필요함
 - 제3섹터란 일반적으로 공공부문(제1섹터)과 민간부문(제2섹터)이 공동으로 출자하고 있는 사업체를 의미하고, 일반적으로 공사합동출자의 민법법인(출자법인), 상법법인(출연법인) 등이 있음²⁾
 - 제3섹터는 일본에서 가장 발달한 제도로 중앙정부나 지방자체단체 등이 민간부분의 우수한 정보, 기술과 풍부한 자본을 도입해 공동출자 형식을 통해 사회간접자본(SOC)를 개발하는 것임
 - 우리나라에서는 1992년 “지방공기업법” 개정으로 제도화되었고, 미국에서는 제3섹터를 공공부문(제1섹터), 민간부문(제2섹터)도 아닌 독립섹터로서 재단, 교회, 자선단체, 노동조합 등 비영리단체(NPO)를 뜻하기도 함

[표 3] 제3섹터 장·단점

장 점	단 점
<ul style="list-style-type: none"> ▪ 민간의 투자로 공공사업의 자금을 단기간에 조달 가능 ▪ 민간이 사업에 참여하게 되므로 민간의 창의성과 효율성 제고 ▪ 민간과 공공이 동시에 사업이 진행됨으로써 행정절차 간소화 ▪ 사업에 대한 개발이익의 공공부문에 환원 가능 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 공사합동법인이기 때문에 구성원의 법적인 신분과 사업 추진에 따른 책임소재 불분명 ▪ 민간의 사업참여로 인해 수익성 치중하는 경향이 생길 수 있음

- 합리적인 경영체계 구축을 통한 성공적인 제3섹터 로컬푸드 직매장 추진 필요
 - 정기적인 이사회 및 총회 운영
 - 운영협의회를 통한 정기적인 사업추진 협의
 - 투명하고, 협력적인 경영관계 유지

2) 원자료: 서울특별시 도시계획국(2012), 서울특별시 알기 쉬운 도시계획 용어, 자료: 네이버 지식백과



[그림 3] 대전 로컬푸드 직매장 제3섹터 구성도

2) 소농 중심의 생산자 조직화 및 물류 효율화

- 본 로컬푸드 직매장은 소농 및 고령농의 안정적인 판로확보를 통한 소득향상을 목적으로 하고 있으므로 다음과 같은 사항에 대한 정책적 배려가 필요함
 - ① 소농·고령농을 중심으로 하는 생산자조직화 필요
 - 농수산물의 품질안전, 계절성을 고려한 물량 확보, 효율적인 출하량 조정 등을 위한 생산자조직화 필요
 - 소농·고령인을 대상으로 하는 생산·출하 교육, 농수산물 품질·안전성 및 상품화 교육 등 수시 실시
 - 소농·고령인의 로컬푸드에 대한 의식 개선 및 동기 부여
 - ② 작부체계 개편 및 동절기 물량 확보방안 마련 필요
 - 작부체계 구축을 통한 출하 농업인 간의 과잉경쟁 회피 방안 마련
 - 농업재해, 동절기 등 물량 수급이 어려울 경우를 대비한 작부체계 마련
 - 계획생산을 통한 생산량 조절 및 계획물량 확보 방안 마련
 - ③ 농수산물 공급의 물류 효율성 제고
 - 현재 농업분야의 참여 시·군은 논산시이고, 수산업분야는 서천군수협이므로, 이 두 지역의 농수산물에 대한 우선권이 보장되어야 함
 - 두 시·군에서 대전 로컬푸드 직매장으로 출하되는 농수산물의 효율적인 물

류체계 구축방안 필요

- 예를 들어, 논산시 출하 농업인의 농산물을 지역에서 수매 후, 대전 로컬푸드 직매장으로 이송할 수 있는 구체적인 물류체계 효율화 방안 모색이 필요함

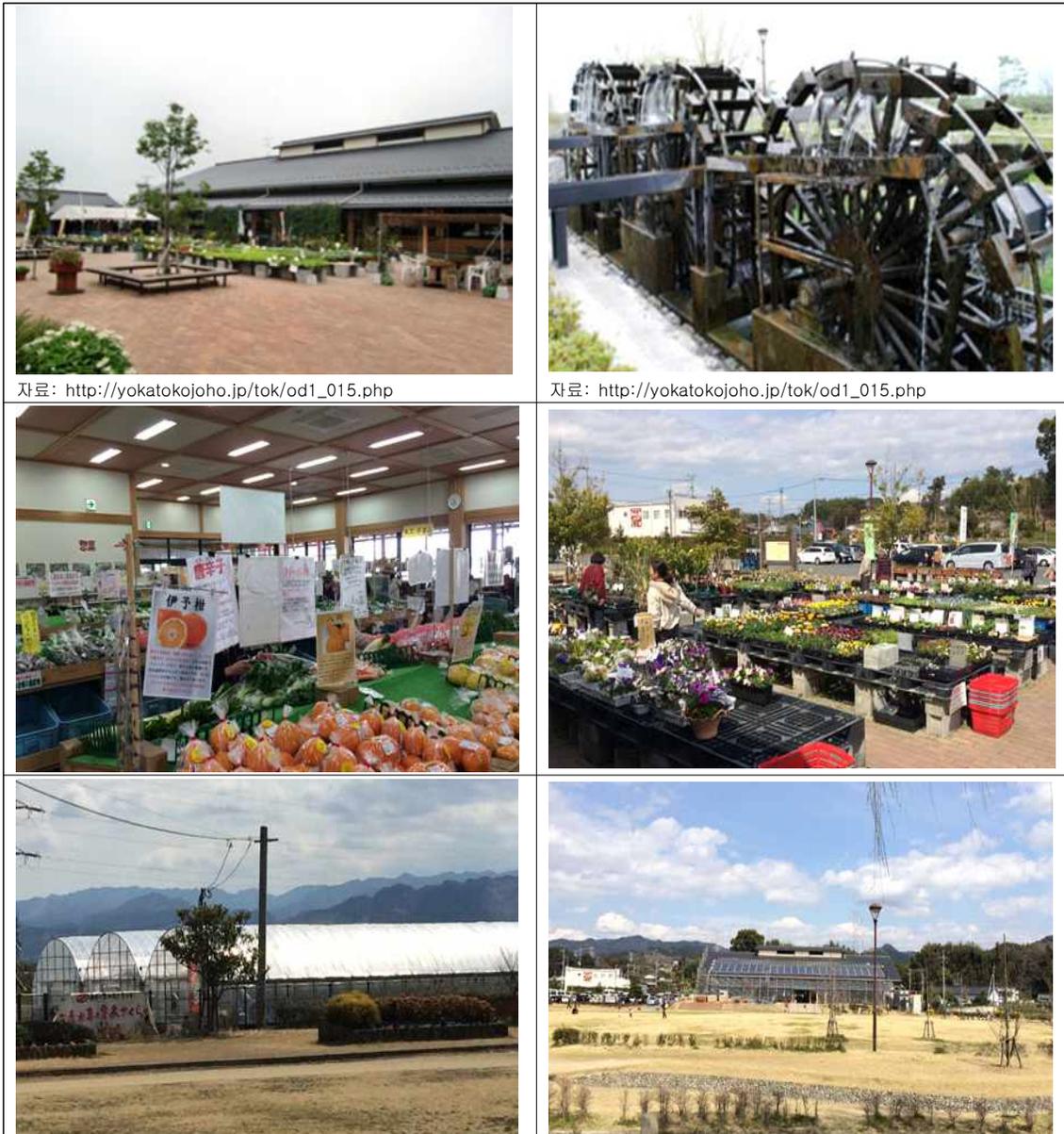
3) 로컬푸드 운동의 궁극적 목표 지향

- 본 사업은 대전·충남 지역을 로컬푸드 범위로 규정한 정책사업이므로 이에 대한 분명한 목표 지향 필요
 - 충남의 우수한 농수산물을 지역(대전·충남) 소비자에게 공급하여 지역먹거리 순환체계 구축
 - 단순한 농수산물 판매 목적이 아닌 대전·충남 지역의 농산물 가치를 확산시키고, 지역농산물 소비를 촉진시키기 위함
- 공익적 목적의 정책사업이므로 수익에 대한 사회적 환원에 대한 논의 필요
 - 사회적 환원에 대해서는 우선적으로 로컬푸드 직매장 경영·운영비의 충분한 확보 및 수익의 흑자구조가 이루어진 상황에서 논의 될 수 있음
 - 충남지역 농산물이 대전지역에서 소비되므로 대전지역에 대한 사회적 환원이 필요함

4) 일본 후쿠오카현 아사쿠라시의 “산렌스이샤노 사토 아사쿠라”

- 지자체(62.5%), 지역농협(12.5%), 지역 상공회(12.5%), 직매장 지주회(12.5%)가 출자하여 설립한 로컬푸드 직매장으로 제3섹터 방식으로 운영
 - “(주) 산렌스이샤노 사토 아사쿠라”가 운영을 위탁받아 수행
 - 지역 모뉴먼트 “3바퀴 물레방안”와 연계하여 상징성 부여
- 기본현황
 - 운영주체 : 주식회사 “산렌스이샤노 사토 아사쿠라” (제3섹터)
 - 매장유형 : 단독매장

- 자본금 : 4천만엔
- 출자구성 : 아사쿠라시 62.5%, JA치쿠젠아사쿠라 12.5%, 아사쿠라정 상공회 12.5%, 산렌스이샤노사토 지주회 12.5%
- 사원 : 정사원 8명, 계약직 30명
- 부대시설 : 주차장 238대 가능(대형버스 9대), 장애인 화장실, 육아시설 완비, 비닐하우스 등
- 특징 : 지역산 농산물을 판매하는 대형 직매장으로 대규모단지내 농가 레스토랑, 식공방, 잔디밭, 모뉴먼트 물레방아 등이 있는 다목적 시설



자료: http://yokatokojocho.jp/tok/od1_015.php

자료: http://yokatokojocho.jp/tok/od1_015.php

[그림 4] 산렌스이샤노 사토 아사쿠라 전경

◆ 참고 자료 ◆

김영세, 게임이론 4판, 박영사, 2008.

서울특별시 도시계획국(2012), 서울특별시 알기 쉬운 도시계획 용어
다음(www.daum.net) 지도

네이버(www.naver.com) 지식백과, 제 3섹터 검색

福岡よかところ情報 「http://yokatokojoho.jp/tok/od1_015.php」