

제6장

유구 전통시장 활성화 계획

제1절 상인 주도의 UP 시장 만들기

제2절 지역민이 참여하는 중심 공간 만들기

제3절 인근지역의 중심 명소로 키우기



제1절 상인 주도의 UP 시장 만들기

1. 사업의 필요성

- 상인의 결속력을 강화하여 상인 주도의 활성화 방안 모색
 - 친절 서비스교육 및 정과 덤을 부각할 수 있는 문화에 관한 교육, 상인의 결속력과 활력을 위한 교육 및 의식 개혁을 추진하여 상인 주도의 전통시장 활성화 방안 모색
- 지속적으로 사업을 추진할 수 있는 방안 모색
 - 안정적인 사업비 확보 방안 수립
 - 지역차원의 모두가 동참하는 전통시장 활성화 방안 수립 필요

2. 사업의 기본 방향

- 상인의식개혁 및 상품력 강화로 구매력 증진
 - 시장 공동체 형성을 위한 상인교육, 자발적 사업을 추진
- 상생 지원체계 구축으로 지속적인 시장만들기 사업 추진
 - 시장차원의 활성화 방안이 아닌 지역차원의 시장만들기 추진

3. 기본목표 및 사업체계

- 목표 : 상인의 에너지가 넘치는 공간 조성

전략1 상인 주도의 UP 시장 만들기	• 유구 십승지 전통시장 상인조직 강화 사업 - 상인 아카데미 및 상인 대학 - 국내외 선진지 견학 - 하하호호 상인 프로그램 운영 - 주말시장 조성사업 • 상생 지원체계 구축 사업 - 유구 십승지 전통시장 활성화 추진 협의회 조직 - 유구 전통시장 상인회 조직 - 인정시장 추진
-------------------------------------	--

4. 사업계획

사업 1 유구 십승지 전통시장 상인조직 강화 사업

① 상인 아카데미 및 상인 대학

■ 현황 및 필요성

- 상인회 및 상인회장의 리더십 부족
- 상인교육의 중요성을 인지하지 못하고 있으며, 교육을 통한 의식 개선의지 미흡
- 상인 교육에 대한 정보 미흡
- 서비스 마인드 및 경영에 대한 중요성 인식이 필요

■ 내용

- 유구 십승지 전통시장 상인들에게 맞는 맞춤형 교육 추진
 - 상인 상호간의 실무 경험을 토론하고 현안을 살피는 실무 중심의 교육 프로그램을 진행
- 리더양성 및 상인아카데미 과정
 - 상인대학을 비롯한 맞춤 및 위탁교육 실시
- 상인대학은 연간 1회 운영하며, 전통시장 상인 모두가 이수하는 것을 목표로 함
- 교육내용으로는 서비스교육, 상품교육, 점포관리교육, 마케팅교육 등임

■ 추진 방법

- 상인교육은 모든 사업 중 최우선적으로 시행하고 지속적으로 시행
 - 시설현대화 사업 이전에 시행하여야 함
- 상인 아카데미 및 상인대학은 전통시장 내 빈 점포를 확보하여 추진
- 시장경영진흥원의 상인대학 프로그램을 적극 활용(기본과정, 심화과정)

※시장경영진흥원 상인교육 및 연수 지원사업

구 분	내 용
집행기관	시장경영진흥원
지원예산	45억 원(2011년)
지원대상	「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」제2조에 의한 전통시장·상점가·상권활성화구역의 상인, 종업원 등
지원과정	상인대학, 상인대학원, 맞춤형(특강, 단기, 실무, 업종)교육, 정보화교육, 선진시장탐방, 워크숍, 진흥원 주관교육 등

지원과정	내 용	신청방법
상인대학 (40~50시간)	- 상인대학설치 선정시장(전국 110곳) - 의식혁신, 고객만족, 판매기법 등 종합교육	(시경원으로 신청)
상인대학원 (60시간 내외)	- 지도자과정 : 상인회장 및 임원, 상인대학 졸업상인(권역별 3곳) - 리더십, 시장운영 등 상인지도자 육성교육 - 기업가과정 : 상인후계자 등 청년상인(권역별 3곳) - 시장 내 대형(핵)점포로 성장하는데 필요한 브랜드 및 프랜차이즈경영기법 등 교육	별도 공고
맞춤형교육 (2~10시간)	(특강) 교육경험이 없는 시장(2시간) - 정부지원정책, 상인의식개혁, 친절서비스 등 (단기·전문) 상인대학 예비과정, 상인대학 사후과정, 동일 업종 종사자들에 대한 업종전문, 외국어 전문교육 등(6~10시간)	연중 수시 (시경원으로 신청) ※ 예산소진 시까지
정보화교육 (12시간이내)	- IT정보화교육, 디지털상인교육 - PC 및 인터넷활용, OA활용을 통한 점포운영교육	
선진시장탐방 (국내, 국외)	- 국내선진시장견학을 통한 벤치마킹 - 국외선진시장 견학으로 시설개선 및 경영기법 활용	
워크숍	- 전국단위 교육을 통한 역량 배양, 네트워크 구축 - 상인대학 졸업자, 여성상인, 공무원 등	별도 공고 (시경원으로 신청)
시장지원교육	- 지원사업을 뒷받침하는 전문인력 육성 - 상인회 사무국 임직원, 공무원 등	



■ 단계별 추진계획 및 사업예산

- 1단계 : 2013년
 - 맞춤형 교육(특강, 단기 교육) 중심 시행
 - 상인 조직 전체 대상 (상설 및 5일장 상인 포함)
 - 상인 의식 개혁 및 전통시장 지원 사업에 대한 전반적인 이해
 - 예산 : 10백만원(전액 국비)
 - ※ 인정시장 등록 후 중기청 사업 신청을 통해 국비사업으로 추진
- 2단계 : 2014년
 - 상인대학 개최 : 1개반 운영
 - 참가 인원 : 상인조직 구성원의 60% 이상(최소 50명 이상)
 - 예산 : 10백만원(전액 국비)
- 3단계 : 2015년
 - 상인대학 추가 개최 : 1개반 운영 (* 미 이수자가 최소 50명 이상인 경우 시행)
 - 연속적 상인대학 개최는 국비 지원 대상에서 다소 불리
 - 상인대학의 필요성이 높을 경우 시비에 의해 별도 시행
 - 예산 : 상인대학 1개반 운영(기본 및 심화과정) → 10백만원(시비)
 - ※ 상인교육과 필요 연계사업 : 상인회사무실 및 교육장 확보

② 국내외 선진지 견학

■ 현황 및 필요성

- 현재 상인이 변해야 전통시장이 변화되며, 상인 주도의 사업 추진이 성공요인으로 부각되고 있음
- 유구읍과 유사한 지역의 전통시장 성공 사례를 벤치마킹하여 인식 전환 필요
- 상인의 실천의지 강화 및 자신감 증진 효과 기대

■ 내용 및 방법

- 국내외 벤치마킹 및 선진지 견학을 통한 상인 의식 전환
 - 시장 상인들이 주체가 되어 시장을 활성화시키는 타 지역의 다양한 사업들을 벤치마킹 함
- 상인 기획단을 조직하여 우수시장 및 박람회 참가를 상인 스스로 기획
 - 전문가를 통한 교육뿐만 아니라 유사한 시장을 벤치마킹함으로써 성공 및 실패 사례를 직접 듣고 배움

- 시장 활성화 성공 사례 탐방
 - 상인 및 지역리더들을 주축으로 시장 및 상권활성화 성공사례 견학
 - 상인교육을 습득한 지식들이 어떻게 실천되었는지에 대한 현장교육 실시
- 상인대학 개최 시 선진지 견학 프로그램 시행

■ 단계별 추진계획 및 사업예산

- 1단계 : 2013년
 - 상인들의 참여와 사업의 전반적인 이해를 위해 우선적 시행
 - 상인 조직력이 우수한 시장, 상인주도적 사업을 전개하고 있는 시장 위주
 - 성공한 상인조직이나 상인에게 직접적인 성공사례를 학습
 - 참가 인원 : 최소 30명 이상 (버스 1대)
 - 1일 일정, 연 2회 시행
 - 예산 : 4백만원(전액 국비, 회당 2백만원)
- 2단계 : 2014년
 - 상인대학 시행과 연계(선진지 견학은 상인대학 교육 프로그램에 포함)
 - 참석인원 : 상인대학 교육생 전원
 - 예산 : 4백만원(전액 국비)
- 3단계 : 2015년
 - 상인대학 시행과 연계
 - 구체적 상인주도형 사업 전개에 필요한 정보 수집 및 견학
 - 예산 : 20백만원(국비, 시비, 상인대학 프로그램에 포함)



③ 하하호호 상인 프로그램 운영

■ 현황 및 필요성

- 상인이 변해야 시장이 변하기에 상인들이 활력을 되찾는 프로그램이 선 시행되어야 함
- 활력 넘치는 시장을 위하여 상인들의 변화를 모색하기 위한 프로그램 시행

■ 내용 및 방법

- 상인들을 대상으로 한 친목 프로그램 전개
- 상인들의 결속력 생성과 신바람 나는 전통시장 조성을 위해 친목 프로그램 전개
- 상인의 조직력을 강화하는 친목프로그램과, 스트레스를 관리하는 친목프로그램 등을 추진
- 웃는 상인, 자존감 넘치는 상인, 건강한 상인, 꿈이 있는 상인 등의 목표를 설정하여 친목 프로그램 전개

[표 6-1] 상인 친목프로그램 예시

과 정	세 부 사 업 명
상인 조직력 강화	상인 POP 과정
	상인 등산 동호회 운영
	상인 퍼니 워크숍
	건강교실 및 동아리 모임
스트레스 관리	우리상점 목표세우기
	장애물 해결하기
	상인웃음 건강교실
	내가 원하는 내가 되기

■ 단계별 추진계획 및 사업예산

- 1단계 : 2014년
 - 상인대학 교육에서 친목 도모 및 스트레스 관리에 관한 프로그램 운영
 - 1차적으로 상인대학을 우선적으로 활용
 - 예산 : 10백만원
- 2단계 : 2015년
 - 공주시 자체 지원 상인대학 개설 시 상인동아리 결성과 관련한 지도 및 자문
 - 예산 : 10백만원

④ 주말시장 조성 사업

■ 현황 및 필요성

- 현재 유구 전통시장 및 인근 상권의 주된 고객은 유구읍민이 80%~90% 차지
- 이에 초기에는 지역밀착형 시장으로 조성하여 지역민과 함께하는 시장으로 추진
- 그러나 중장기적으로는 지역주민과 방문객을 타깃으로 한 시장으로 전환하여야 함 (유구읍의 인구가 지속적으로 감소하고 있기 때문)
- 이에 유구의 십승지라는 지역 특화자원을 활용하여 유구 지역을 대상으로 스토리텔링 사업을 추진하고 이와 병행하여 3·8일의 5일장과 함께 주말시장을 혼용하여 조성하는 방안 필요

■ 내용 및 방법

- 3·8일장의 5일장과 주말시장을 혼용하여 장이 서도록 함
- 지역 축제와 연계하여 주말시장을 운영함
 - 7~8월 유구천 물놀이 체험과 연계, 9~10월 마곡사 단풍놀이, 우렁 각시 축제와 연계한 주말시장을 운영함
- 장기적으로는 상설기능을 강화시키며, 문화를 가미한 볼거리 넘치는 주말시장 운영
 - 옛 정취를 느낄 수 있는 전통 직물기 체험마당, 각설이, 차력사 등의 공연
 - 지역공동체의 일환으로 동호회활동 후 정기 발표회 개최
 - 4~5월 유치원 및 초등학교 학예회 공연 지원
- 문화광장(다목적 광장)에 문화콘텐츠 및 공연을 계획하여 추진
 - 십승지 먹거리 장터, 옷놀이, 사방치기 등 직접 참여하는 경품 이벤트
 - 자카드 인형, 부채 등 상품 전시 및 간단 소품 만들기
- 스토리텔링에 의한 정체성 확보와 이를 기반으로 하는 다양한 콘텐츠 개발

■ 단계별 추진계획

- 문화광장 조성된 후에 추진
- 스토리텔링에 의한 아이템 발굴 후 공연 및 콘텐츠 결정하여 추진
- 상인 교육에 의한 상인 역량강화 후 사업 추진

사업 2 상생 지원체계 구축 사업

① 유구 십승지 전통시장 활성화 추진 협의회 조직

■ 현황 및 필요성

- 현재 유구 전통시장은 인정시장이 아니기에 기존 상인회의 역할이 부재
- 상인회 자체적인 자립기반 조성에 대한 기반 미흡
- 상인회 주도로 전통시장을 활성화해야 하기에 상인회 조직의 역할 정립 필요

■ 전제조건

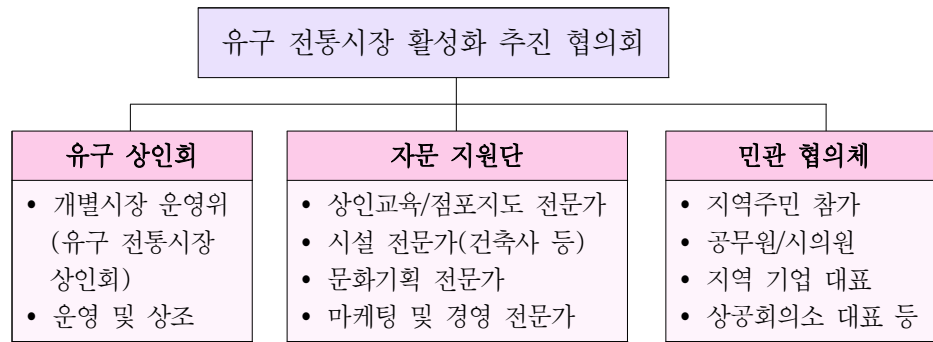
- 전통시장은 지역을 배제하고 활성화될 수 없기에 지역사회와 공동으로 시장 활성화에 대한 방안을 함께 모색하여야 함
- 배후지역과의 관계를 배려하지 않고 시장에만 국한된 활성화 사업으로 한계가 있기에 상인 조직은 주민, 상인, 전문가, 공무원으로 구성하여야 함

■ 내용 및 방법

- 유구 십승지 전통시장 활성화 추진 협의회 기능
 - 지역 정체성 재정립
 - 지역 마케팅 정책 및 전략 수립(지역 축제 기획 및 홍보 등)
 - 이를 기반으로 한 유구 전통시장 활성화 연계 사업 발굴
- 유구상인회, 자문지원단, 민관협의체로 구성됨
 - 유구상인회 : 유구 전통시장(상설+5일장) 상인으로 구성
 - 자문지원단 : 교육 및 포럼사업, 경영·마케팅 등의 외부 전문가로 구성
 - 민관협의체 : 지역주민, 리더, 지역기업 대표, 상공회의소 대표 등으로 구성됨

※ 자문지원단은 중소기업청의 시장매니저 지원 사업을 통한 전문가 활용

- 유구 전통시장 활성화 추진 협의회 구성 개요
 - 구성시기 : 2013년
 - 위원구성 : 위원장 포함 15인 내외
 - 공무원(3인), 시의원(2인), 상인대표(3인), 지역주민/시민단체(3인), 전문가 그룹(4~5인)
 - 예산 : 기구 운영 및 자문비 (전액 시비 : 10백만 원/년)



[그림 6-3] 유구 전통시장 활성화 추진 협의회 구성(안)

② 유구 전통시장 상인회 조직

■ 내용 및 방법

- 유구 전통시장 경영 현대화사업 추진을 위해 향후 공주시와 상인회와의 역할 분담을 명확히 하여야 함
- 지자체 : 기반시설의 확충이나 조성에 따른 초기 사업 추진에 필요한 사항은 지자체 부담
- 상인회 : 부분적인 유구 전통시장의 공용시설 개보수와 필요시설에 대한 조성사업은 상인의 자체부담으로 사업 추진이 필요



[그림 6-4] 유구 전통시장 상인회 조직 구성(안)

■ 단계별 추진계획 및 사업예산

- 1단계 : 2013년
 - 인정시장 등록과 함께 상인회 조직 등록
 - 임시 상인회 사무실 등 상인회 활동 거점공간 확보

- 상인회 정관 및 운영규정 확보 및 상인회비 징수
- 상인교육 신청 및 철저히 시행(맞춤형 교육, 의식개혁 특강 등)
- 시장매니저 지원사업 신청(상인회→공주시→시경원)

※ 1인당 월 150만원 지원

• 2단계 : 2014년

- 상인회사무실 및 교육장 확보 시설 현대화사업 신청(2015년 사업)
- 상인대학 신청(상인회→공주시→시경원) 및 시행
- 시장매니저 지원을 통한 조직 운영

※시장매니저 사업

❖ 내용 : 정부지원사업, 지자체 및 상인회 자체사업 등의 효율적 추진과 상인회 등의 업무 수행능력을 배양하는 사업(중소기업청 지원 사업)

❖ 지원내용

- 시장매니저를 상인회에 채용하여 상인조직을 육성하는 시장에 총 급여의 70% 한도 내에서 지원 횟수별 차등 보조

* 1인당 월 인건비(임금)는 1,500천 원을 기준

- 신규 또는 1회 지원받은 시장은 정부 70%(105만 원한)이내, 상인회 또는 지자체 30%(상인회는 최소 15만 원 이상 부담)이상 지급
- 2회 지원받은 시장은 정부 50%(75만 원한) 이내, 상인회 또는 지자체 50%(상인회는 최소 15만 원 이상부담) 이상 지급
- 3회 지원받은 시장은 정부 30%(45만 원한) 이내, 상인회 또는 지자체 70%(상인회는 최소 15만 원 이상 부담) 이상 지급

- 지원금은 4대보험 가입을 조건으로 순수 인건비만을 지원하며 상인회부담 4대보험료는 지원불가

❖ 자격요건

- 가. 유통업체의 기획·총무 및 영업관리 분야에서 5년 이상 근무한 자
- 나. 마케팅(이벤트 및 행사기획)분야에서 5년 이상 근무한 자
- 다. 유통업관련 기관, 단체에서 5년 이상 근무한 자로서 행정실무를 담당 한 자
- 라. 공공기관 및 금융기관 등 행정실무 경력으로 인정될 수 있는 곳에서 10년 이상 근무한 자
- 마. 시장 및 상점가에서 시장매니저로서 자격이 있다고 평가위원회에서 인정한 자(단, 인구 10만 명 이하의 시군구내의 시장 및 상점가에 한함)

- 바. PC활용이 가능한 자

③ 인정시장 추진

■ 현황 및 필요성

- 유구 전통시장은 비등록시장으로 정부 및 지자체의 다양한 지원에서 배제됨
- 이에 등록시장 추진으로 중소기업청과 문화체육관광부 등의 전통시장 활성화사업 추진 필요

■ 인정시장 추진 방안

- 전통시장 및 상점이 육성을 위한 특별법에 의해 정식 시장으로 등록
- 인정시장으로 등록되면 현대화사업 및 마케팅, 상인대학 등 각종 지원사업 가능
- 전통시장의 제도권 내에서 법의 보호를 받을 수 있는 혜택이 있음
- 효율적인 사업 추진을 위해 사업 준비기간을 설정하고 정부지원 및 지자체 지원 사업의 지정을 통해 실현시킴

■ 인정시장 범위

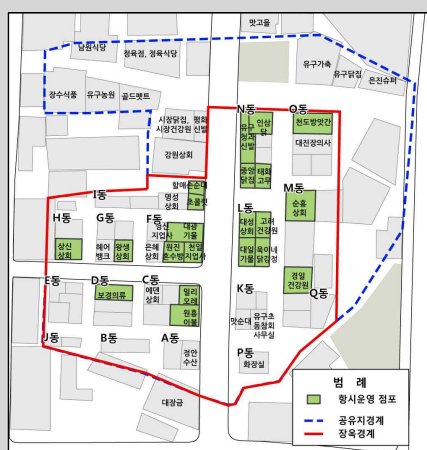
- 현재 전통시장 점포만을 대상으로 하기에는 인정시장 기준을 만족하기 다소 어려움
- 향시 운영 점포 21개소로 인정시장 기준 만족 어려움
- 장옥뿐만 아니라 주변 상권까지 영역을 확대하여 인정시장으로 등록
- 시장 활성화 차원이 아닌 지역 활성화 차원으로 추진

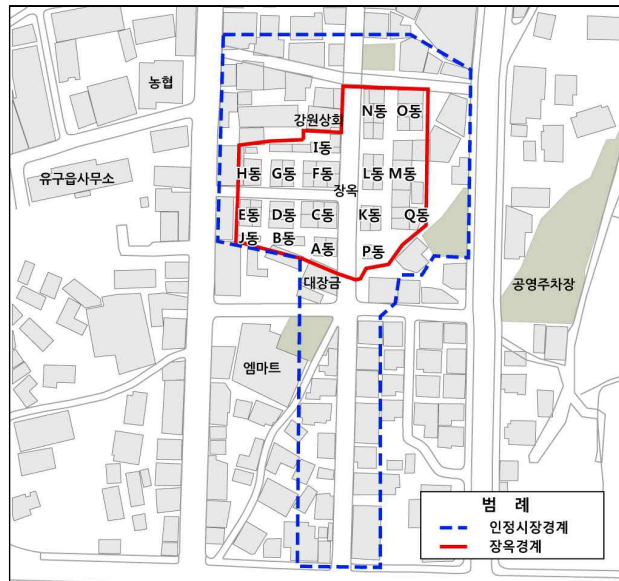
※ 참고

■ 점포 운영 현황

구 분	개 수
항시 운영	21개
비정기 운영	5개
운영 정지	19개
5일장날만 운영	3개
참고	6개
계	54개

■ 항시 운영 점포





[그림 6-5] 인정시장 추진 범위(안)

■ 단계별 추진계획 및 사업예산

- 시행시기 : 2012~2013년 (지정권자 : 공주시장)

※인정시장 절차

❖ 전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법 시행 규칙 제2조

- ① 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법 시행령」 (이하 "령"이라 한다) 제2조제2항에 따라 전통시장(이하 "시장"이라 한다) 중 인정시장으로 인정을 받으려는 상인은 별지 제1호서식의 전통시장(인정시장) 인정신청서에 다음 각 호의 서류를 첨부하여 특별자치도지사·시장·군수·구청장(구청장은 자치구의 구청장을 말한다. 이하 "시장·군수·구청장"이라 한다)에게 제출하여야 한다. <개정 2010.6.30>
 1. 영 제2조제2항 각 호에 해당하는 동의를 하는 자가 서명하거나 날인한 명부
 2. 시장으로 인정을 받으려는 구역을 표시한 도면
 3. 시장으로 인정을 받으려는 구역에 해당하는 지번과 면적
 4. 시장으로 인정을 받으려는 구역 안의 전체 상인의 명부
- ② 영 제2조제3항에 따른 전통시장(인정시장) 인정서는 별지 제2호 서식에 따른다. <개정 2010.6.30>
- ③ 시장·군수·구청장이 영 제2조제3항에 따라 전통시장(인정시장) 인정서를 교부한 때에는 그 내용을 특별자치도·시·군·구(구는 자치구를 말한다. 이하 "시·군·구"라 한다)가 발행하는 공보 또는 그 지역에서 발행하는 신문 등에 공고하고, 인터넷 홈페이지에 게시하여야 한다. <개정 2010.6.30>

※인정시장 기준

❖ 전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법 시행령 제2조

- ① 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」 (이하 "법"이라 한다) 제2조제1호 나목에서 "대통령령으로 정하는 기준"이란 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 곳으로서 도매업·소매업 또는 용역업을 영위하는 점포의 수가 50개 이상인 곳을 말한다. <개정 2010.6.28>
 1. 도매업·소매업 또는 용역업을 영위하는 점포에 제공되는 건축물과 편의시설(주차장·화장실 및 물류시설 등을 포함하며, 도로를 제외한다. 이하 같다)이 점유하는 토지면적의 합계가 1천 제곱미터 이상인 곳
 2. 상가건물 또는 복합형 상가건물 형태의 시장인 경우에는 판매·영업시설과 편의시설을 합한 건축물의 연면적이 1천 제곱미터 이상인 곳
- ② 법 제2조제1호 나목에 따라 자신이 영업하는 점포가 속한 구역을 전통시장 (이하 "시장"이라 한다)중 인정시장으로 인정을 받으려는 상인은 다음 각 호의 동의를 얻어 관할 특별자치도지사·시장·군수·구청장(구청장은 자치구의 구청장을 말하며, 이하 "시장·군수·구청장"이라 한다)에게 그 인정을 신청하여야 한다. 다만, 제2호 또는 제3호에 따른 토지나 건축물의 소유자가 국가나 지방자치단체인 경우에는 제2호 또는 제3호의 동의를 적용하지 아니한다. <개정 2010.6.28>
 1. 해당구역 안에서 상시 영업을 하는 상인의 2분의 1이상의 동의
 2. 해당구역 안의 토지 소유자의 2분의 1이상(동의를 얻은 토지 소유자의 토지면적의 합계가 전체 토지면적의 2분의 1이상이어야 한다)의 동의
 3. 해당구역 안의 건축물 소유자의 2분의 1이상의 동의
- ③ 제2항에 따라 인정시장의 신청을 받은 시장·군수·구청장은 해당구역이 제1항의 기준 및 다음 각 호의 모든 요건에 적합하다고 인정하는 경우에는 그 신청을 받은 날부터 14일 이내에 인정서를 교부하여야 한다. <개정 2010.6.28>
 1. 신청일 당시부터 과거 10년 이상 시장의 기능을 행하였다고 인정되는 곳
 2. 해당구역이 법 제2조제1호 가목에 따른 등록시장과 중복되지 아니할 것
 3. 특별시·광역시·도 및 특별자치도(이하 "시·도"라 한다) 또는 시·군·구(자치구를 말한다. 이하 같다)의 도시계획에 따라 앞으로 10년 이상 인정시장의 기능을 수행할 것이라고 인정되는 곳
- ④ 제2항 및 제3항에 따른 인정시장의 인정절차에 관하여 필요한 사항은 지식경제부령으로 정한다. <개정 2008.2.29>

5. 산출기준

[표 6-2] 상인주도의 UP 시장 만들기 산출기준

(단위 : 백만원)

사업명		사업량	사업비	산출기준
유구 십승지 전통시장 상인조직 강화 사업	상인 아카데미 및 상인 대학		30	
	특강비 및 교육비	4회/년	10	4회×1년×2.5백만
	상인대학운영	2회(50명)	20	1회×2년×10백만
	국내외 선진지 견학	2회/년	28	2회×2년×2백만 4회×1년×5백만
	하하호호 상인 프로그램 운영		40	
	강사비 및 동아리 운영비	1회/년	40	1회×4년×10백만
	주말시장 조성 사업		216	54회×2년×2백만
상생 지원체계 구축 사업	유구 십승지 전통시장 활성화 추진 협의회 조직	기구운영 및 자문비	50	1회×5년×10백만
	유구 전통시장 상인회 조직		150	
	장소 임차비 및 시설 조성비 시장매니저 임금	5년	150	1인×5년×30백만
	인정시장 추진	-	-	-

6. 사업 추진계획

[표 6-3] 상인주도의 UP 시장 만들기 사업 추진계획

사업명		2013년	2014년	2015년	2016년	2017년
유구 십승지 전통시장 상인조직 강화 사업	상인 아카데미 및 상인 대학					
	국내외 선진지 견학					
	하하호호 상인 프로그램 운영					
	주말시장 조성 사업					
상생 지원체계 구축 사업	유구 십승지 전통시장 활성화 추진 협의회 조직					
	유구 전통시장 상인회 조직					
	인정시장 추진					

제2절 지역민이 참여하는 중심 공간 만들기

1. 사업의 필요성

- 구매력이 상실되어 고객확충이 어려운 유구 전통시장에 상시적으로 사람이 올 수 있는 공간 조성 필요
 - 현재 전통시장 기능 중 구매력이 저하되어 있으며, 단기간에 구매력을 증진시키기는 어려움
 - 초기에는 구매를 위한 고객이 아닌 상시적으로 주민들이 올 수 있는 공간으로 조성
- 유구 전통시장은 역사를 가진 시장으로 인지도는 높으나, 구매력이 떨어져 있어 구매력 증진을 위한 방안 모색 필요
 - 유구 전통시장은 오래된 전통시장으로 인지도는 매우 높으나, 구매하는 시장으로의 기능은 거의 없음
 - 전통시장의 구매력을 점진적으로 증진시키고, 방문고객을 증가시키기 위한 방안 필요

2. 사업의 기본 방향

- 전통시장 내 아케이드가 조성된 구간에 할머니 장터를 조성함
 - 유구의 주요 특산품인 지역의 농특산물의 판매 공간 조성
 - 할머니 장터(지역 농특산물 판매)를 통해 부족한 업종을 보완
 - 매일 전통시장 내에서 판매하도록 유도하여 고착화함
 - 할머니 장터를 통해 매일 장을 보러 나오는 주민들이 증가될 것이며, 방문객 증가로 인해 전통시장 내 점포의 기능도 변경되어 시장 내 활력을 찾을 수 있음
- 유구 전통시장에 문화를 심어, 문화·복지에 대한 장소로 활용
 - 지역문화커뮤니티 거점 공간 조성으로 유구 전통시장에 문화를 심어 다양한 사람들이 방문할 수 있는 공간으로 재탄생
 - 지역 내 부족한 문화·복지에 대한 갈증 해소 공간으로 활용
- 전통시장 내 유동인구를 최대한 유입하도록 함
 - 유구읍사무소~공용버스터미널의 동선을 유구읍사무소~전통시장~공용버스터미널로 변경하여 전통시장 내 유동인구 확보 가능하도록 함

❖ 지역의 중심성 회복

- 할머니 장터 조성(지역의 농·특산물 판매), 지역 문화커뮤니티 거점공간 조성

❖ 상품력 강화로 구매력 증진

- 상품개발 및 점포지도, 빈 점포 활용 사업

3. 기본목표 및 사업체계

■ 목표 : 유구 중심지로서 전통시장 자리매김

- 지역 문화 형성의 장으로 재생
- 지역 중심성을 점진적으로 회복



[그림 6-6] 유구 전통시장 활성화 전략 2 사업목표

전략2 지역민이 참여하는 중심 공간 만들기	• 할머니 장터 및 오픈스페이스 조성 - 할머니 직거래 장터 조성 - 문화 광장(다목적 광장) 조성 - 자카드 체험 전시관 조성
	• 빈 점포 활용 및 상품력 강화 사업 - 지역문화커뮤니티 거점공간 조성 - 먹거리 장터 조성 - 챌린지샵 조성 - 상품력 강화 사업
	• 유구 십승지 전통시장 접근성 증진 사업 - 대중교통 접근성 확충 - 전통시장의 접근성 도로 확충

4. 사업계획

사업 1 할머니 장터 및 오픈스페이스 조성

① 할머니 직거래 장터 조성

■ 현황 및 필요성

- 유구 전통시장은 의류 및 잡화가 주요 품목이기에 상설시장임에도 불구하고 매일 장보러 오는 고객 없음
- 전통시장 내 매일 장보러 오는 고객 창출을 위해 할머니 매일 장터를 조성
- 지역 생산 농가의 직거래 판매처 제공

■ 내용

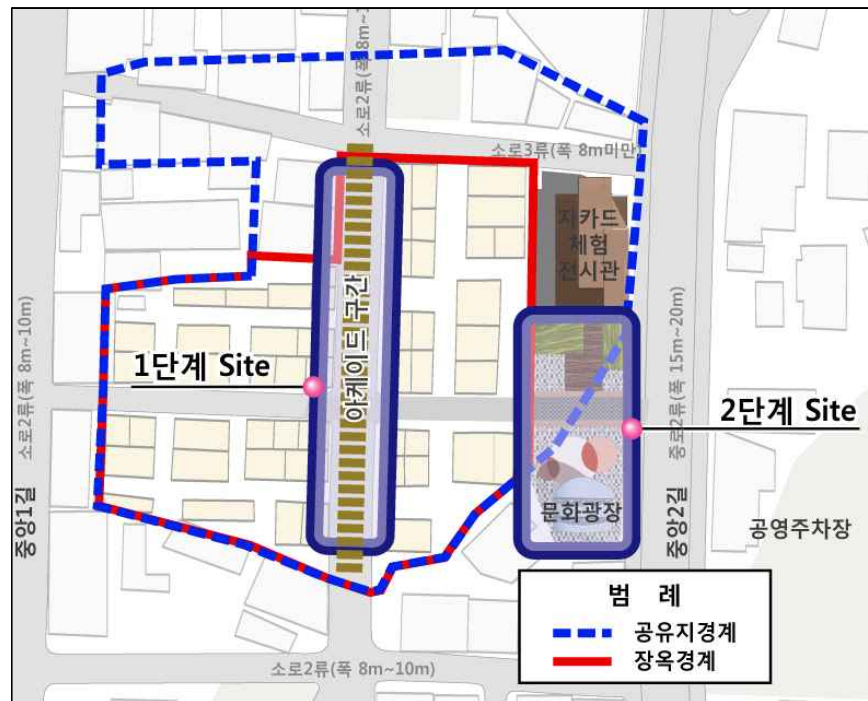
- 유구읍 관내 60세 이상 할머니 대상
 - 활성화를 위해 활동 지원금 지급 (장흥은 월 2만원 지급)
- 우리고장 농산물 인증제 시행(공주시장 인증) ⇒ 인증서 제작 배포 및 지속적 관리
⇒ 정기적 친절 서비스교육 및 운영 관련 교육 시행(시장 이미지)
- 명패착용
- 우선적으로 기존 아케이드 하부공간을 활용



[그림 6-7] 할머니 장터 인증 및 교육 사진

■ 단계별 추진계획 및 사업예산

- 1단계 : 2014년~계속
 - 현재 부족 업종인 농산물을 전통시장 내 확보 목적
 - 유구 전통시장 현 아케이드 하부 도로에 배치
 - 1차로 유구읍 및 공주시 주민대상 모집 (50명 내외)
 - 상시 운영 원칙이나 직거래 상인이 부족하거나 생산량 상황에 따라 유동적 운영
 - 사업예산
 - ① 활동지원금(전액 시비)
 - * 일 50명, 매월 20,000원
 - ② 할머니 상인 교육(전액 국비)
 - * 맞춤형 교육 활용
- 2단계 : 2016~2017년
 - 별도의 할머니 장터를 확보하여 운영(다목적 광장 활용)
 - 1단계 사업이 활성화되고 신청자 확대 필요시 2단계 추진
 - 사업예산
 - ① 활동지원금 (전액 시비)
 - * 일 80명, 매월 20,000원



[그림 6-8] 할머니 직거래 장터 위치도



[그림 6-9] 할머니 직거래 장터 조감도

② 문화 광장(다목적 광장) 조성

■ 현황 및 필요성

- 전통시장의 기능 중 지역커뮤니티 형성 기능과 지역문화 형성의 기능을 유구 전통 시장에 접목하기 위한 커뮤니티 공간 필요
- 다양한 사람들이 한 곳에 모여 정보를 주고받을 수 있는 정보의 교류가 이루어지는 중심공간으로 조성

■ 전제조건

- 전제조건 : 건물 소유권 이전 이후 2015년 본격적 시행

■ 내용 및 추진방안

- 옥외 광장 및 할머니 장터의 별도 공간을 조성
- 기존 주차장 변 도로에 접한 공유지를 활용하여 커뮤니티 공간을 조성
- 시장의 인지성 증대 효과
- 다목적 광장으로 활용
- 향후 주말장 형성공간으로 활용하도록 함
- 추진방안
 - 국비 및 시비에 의한 사업 추진
 - 순수 시설 현대화사업에 의한 추진(국비 : 지방비 = 60 : 40)
 - 계획구성 : 다목적 광장, 이벤트 무대, 고객지원센터(사무실/회의실/교육장)
 - 법률에 의해 지원 가능한 시설물에 한정될 수 있음(계획구성에 다소 제약)
 - 사업비 규모 과다로 인하여 예산 확보 실현성이 낮음(단계적 추진)

■ 단계별 추진계획 및 사업예산

- 1단계 : 2014년
 - 다목적 광장 조성을 위한 시설 현대화사업 지원 신청(시→충남도→중기청)
- 2단계 : 2015년
 - 해당 부지 내 건물 매입 또는 보상
 - 다목적 광장 조성 설계 및 공사
 - 다목적 광장 조성 면적 : 500㎡
 - 사업 내용 : 바닥포장, 식재, 가로등, 휴게시설, 이벤트 무대 등
 - 사업 예산 : 공사비 750백만 원, 설계/감리비 50백만 원



[그림 6-10] 문화 광장(다목적 광장) 위치도



[그림 6-11] 문화 광장(다목적 광장) 평면도 및 조감도

③ 자카드 체험 전시관 조성

■ 현황 및 필요성

- 유구의 주요자원인 자카드를 활용한 방문객 유인 전략 필요
- 기계화되기 이전의 수작업에 의한 직조 체험 및 자카드 역사를 한 눈에 볼 수 있는 공간 필요
- 전국에서 유명한 직조단지로의 명성을 유구읍 자산으로 삼아 이를 통한 관광객 유입 방안 모색

■ 내용 및 추진방안

- 민간자본을 유치하여 자카드 역사를 한눈에 볼 수 있는 공간 및 체험공간 조성
 - 시설 현대화사업(부지 정리 및 광장) 과 병행하여 민간자본 유치
 - 계획구성 : 자카드 체험 전시관
 - 다목적 광장, 이벤트 무대, 고객지원센터와 인접된 부지에 조성

- 유구의 섬유관련 역사 전시관
- 주말에는 직조 및 실 염색 체험행사, 평일에는 자카드 관련제품 핸드메이드 동호회 개설
- 동호회에서 만든 제품은 일부 기부 판매를 통해 이익 창출과 홍보
- 동호회에서 발전해서 켈린지샵으로 연계한 소품공방



[그림 6-12] 전주 핸드메이드 점포 '아이돌'

- 인접되어 있는 자카드 마케팅 센터와 연계하여 관광객 유인
 - 자카드 마케팅 센터 연계 방문 시 할인 혜택
 - 자카드를 이용한 핸드메이드 제품 페어를 통해 매년 새로운 제품 모집 및 홍보 전시
- 실험점포를 통한 자카드 섬유를 사용한 인형, 베개 등 핸드메이드 제품 상점 등의 다양성 확보 및 명소화로 관광객 유입

■ 추진계획 및 사업예산

- 2016년 이후 추진
 - 사업 내용 : 자카드 체험 전시관
 - 사업 규모 : 지하1층, 지상2층
 - 사업 면적 : $300\text{m}^2 \times 3\text{개층} = 900\text{m}^2$
 - 사업 예산 : 공사비 2,000백만 원, 설계/감리비 130백만 원



[그림 6-13] 자카드 체험 전시관 조성 위치도



[그림 6-14] 자카드 체험 전시관 조감도

사업 2 빈 점포 활용 및 상품력 강화 사업

1 지역문화커뮤니티 거점 공간 조성

■ 현황 및 필요성

- 전통시장 내 영업활동이 없거나 창고로 활용되는 점포가 전체 점포수 54개중 29개소(약 53%)에 해당됨
- 비영업점포 대다수가 주거용으로 전환되어 사용되고 있는 실정임
- 이는 시장 전체의 활성도를 저해하는 요소이기에 반드시 최우선적으로 개선되어야 함
- 이에 전통시장 내 유동인구 유입으로 시장에 활력을 불어일으킬 집객력 높은 지원 시설 도입 필요

■ 전제조건

- 기존의 점포주와 공주시와의 협의 필요
 - 2015년 기부채납 이전에 타 업종으로 전환이 불가능하기에 공주시와 협의 필요
- 공주시와 전통시장 상인간의 「유구시장 현대화사업에 따른 협약서」 내용 변경 필요
 - 제10조(장옥의 사용에 관한 사항)에 갑이 승인한 사항 이외의 다른 목적으로 할 수 없는 내용과 내부적으로 타인에게 권리를 양도할 수 없는 내용이 포함되어 있음
 - 제18조(협약내용의 변경)에 따라 공주시와 상인들간의 협의에 의하여 협의사항 변경 필요

■ 내용 및 방법

- 공점포 및 비영업점포를 활용하여 지역 커뮤니티 활동 공간으로 재편함
- 주민참여형 문화공간 및 휴게공간의 역할을 제공
- 빈 점포는 임시 상인회사무실 및 교육장으로 활용
- 소규모 공부방, 문화사랑방, 문화교실, 고객지원센터, 상인 교육장 등 집객력 높은 지원 시설을 확보
- 어린이 도서관 및 커뮤니티 공간 조성
 - 상인들과 지역 주민들의 관심이 모이는 집합소의 역할을 하며, 주민들과 상인들이 대화할 공간 역할
 - 유구 도서관의 평생교육 프로그램과 연계하여 공공시설에서 교육프로그램을 수행하여 활성화 도모

- 문화 체험공간 조성

- 지역의 자원인 자카드를 활용하여 염색 체험 등을 실시하고 전통시장의 옥외공간에 전시
- 청소년들의 유입을 위한 다양한 옥외 행사 시행

■ 단계별 추진계획 및 사업예산

- 1단계 : 2013년

- 지역커뮤니티 공간조성을 위한 시설 현대화지원사업 신청
- 임시 상인회사무실 및 상인교육장 설치
- 시장 구역 서북측(C, D, E동) 후면 빈 점포 대상 우선 시행
- 기존 상가 소유주와 임대 협의
- 사업 규모 : 50㎡ 내외(2개 점포 규모)
- 사업 예산 : 임대비 및 조성비(전액 시비), 사무실 및 교육장 조성비(30백만 원)
- 국비지원이 가능하나 사업의 시급성 차원에서 시비로 추진함

- 2단계 : 2014~2015년

- 지역 커뮤니티 공간 조성
- 시장 서남측 빈 점포 밀집 구역이 주 대상
- 기존 건물주와 임대 협상 및 계약 체결
- 사업 규모 : 5개 점포 내외 (약 130㎡), 순차적으로 확대
- 사업 방식 : 문화 예술단체 위탁 운영 공모
- 사업 예산 : 국비 + 지방비, 조성비(80백만 원)



[그림 6-15] 지역커뮤니티 거점 공간 조성



[그림 6-16] 지역커뮤니티 거점 공간 조감도(예시)

② 먹거리 장터 조성

■ 현황 및 필요성

- 유구 전통시장 내 먹거리 부족
 - 현재 순대, 닭튀김, 닭강정 등 3개 점포를 제외하고는 먹거리 전무
- 먹거리 장터 조성을 통해 인접된 직조공장, 유구산업단지의 상주 근무인구 유입 효과
- 5일장에 방문하는 사람들을 전통시장 내로 유도

■ 사업내용

- 전통시장 내 빈 점포를 활용하여 먹거리 장터 조성
- 전통시장의 맛과 멋을 즐길 수 있는 공간 및 쉼터 공간으로 조성
- 1단계는 5일장이 서는 날에만 장터를 조성하고, 2015년 이후 전통시장 내 집객력이 높아졌을 때 매일 장터로 조성함
- 시설 조성비 등을 시에서 지원
- 방문객 및 주민들의 의견 수렴을 통해 먹거리 장터 조성

■ 단계별 추진계획 및 사업예산

- 1단계 : 2013~2014년
 - 희망자를 대상으로 시행
 - 시설 조성비 지원
 - 사업 위치 : 유구읍 석남리 278-4, 279번지(약 190㎡)
 - 사업비 : 20백만 원
- 2단계 : 2015~2017년
 - 희망자 대상 사업자 공모 시행
 - 저렴한 비용으로 제공, 시설 조성비 지원
 - 사업 위치 : 전통시장 내 빈 점포를 대상으로 추진
 - 사업비 : 30백만 원



[그림 6-17] 먹거리 장터 조성 위치도



[그림 6-18] 1단계 먹거리 장터 조성(안)

③ 챌린지샵 조성

■ 현황 및 필요성

- 현재 상인 전체의 70% 이상이 고령화되어 있음
- 고령화로 인한 상인회 활동 및 상가 운영 참여도 미흡
- 젊은 층 부족으로 상인회 사업 추진 역량 부족
- 이에 젊은 층을 유입할 수 있는 방안으로 젊은 사업가에게 공간 제공

■ 내용 및 방법

- 1단계로 젊은 층이 성공한 전통시장 사례 벤치마킹
 - 젊은 층이 참여할 수 있는 아이템 발굴
 - 지역 스토리텔링과 연계된 좋은 아이템 발굴
- 2단계로 공점포를 활용한 젊은 사업가에게 공간 제공
 - 공점포를 저렴한 비용으로 젊은 층에게 제공하여 사업 기회 제공
 - 지역 내 학교, 시설과 연계된 사업 아이템을 유도

■ 단계별 추진계획 및 사업예산

- 1단계 : 2016~2017년
 - 창업 희망자 대상 사업자 공모 시행
 - 임대료 감면, 창업자금 지원 및 용자 알선, 지속적 경영컨설팅 지원
 - 창업자금 지원 : 소상공인진흥원 지원사업 활용
 - 사업 규모 : 매년 2개 점포 대상

※ 총각네 야채가게

- 총각네 야채(1998년 1호점 개설 후, 농축산물 전문 프랜차이즈로 성공)
- 총각수산 : 시장 내 저가 횡집으로 성공



④ 상품력 강화 사업

■ 현황 및 필요성

- 유구 전통시장의 집객력 및 구매기능이 강화된 후 상품의 매력도를 증진시켜야 함
- 개별 점포별 컨설팅 및 디스플레이 전시 기법 등에 관한 점포 지도 필요
- 만들어진 상품을 전시하는 것이 아니라 만드는 과정을 보여주는 시장 조성

■ 개별점포 경영컨설팅

- 개별 점포주 대상 경영진단 및 컨설팅
- 중소기업청 시장경영진흥원 인력풀 활용(정부지원사업)
- 창업 및 업종전환 자금 지원 ⇒ 중소기업청 소상공인진흥원에서 지원(국비+자부담)

※ 상인대학 수료자 우선지원 대상

■ 개별점포 VMD지도

- VMD(Visual Merchandising Display) 컨설팅
- 중기청 시장경영진흥원 인력풀 활용(정부지원사업)
- 진열대 전시기법, 점포 내부 상품진열 기법 등을 지도



[그림 6-19] 개별점포 VMD 사례

- 상인들이 가지고 있는 다양한 이야기를 진열할 수 있도록 계획
- 상품의 제작과정 노출 극대화 및 상품구매 촉진
 - 각 매장은 고객에게 상품의 제작과정 노출을 극대화하고 상품비교 가능성을 증대시키며 상품구매를 촉진시키기 위해, 취급하고 있는 상품의 성격에 따라 상품의 진열위치를 결정하는 과정 개발
- 주요내용
 - 상인 스토리북 제작
 - 상점별 진열계획 수립
 - 상점별 요청사항 반영
 - 스토리 진열대 제작

■ 상인주도형 원산지 표시

- 수산물 이력제: 수산물이 어장에서 생산되어 가정의 식탁에 오르기까지의 모든 과정을 기록·관리하여 소비자에게 공개하는 제도
- 판매자는 수산물에 대한 품질과 위생정보를 관리하고 소비자들의 구매동향과 요구를 파악할 수 있음
- 진열대 개선 사업과 연계하여 상품별 원산지 표시 위치, 표시 크기, 표시 재료에 대한 명확한 지침을 만들어 운영해야 함



사업 3 유구 십승지 전통시장 접근성 증진 사업

① 대중교통 접근성 확충

■ 현황 및 필요성

- 전통시장의 집객력을 증가시키기 위한 대중교통 접근성 확충 필요
- 현재 공용버스터미널에서 시내버스 정류소의 기능을 겸하고 있기에 공용버스터미널 부근의 유동인구가 증가되어 있는 실정임
- 또한 5일장이 서는 날 공용버스터미널에서 하차하여 전통시장으로 이동 후 다시 공용버스터미널로 이동하는 고객 불편 해소 방안 필요

■ 내용

- 전통시장에 인접한 부근에 대중 버스 승하차기능을 겸한 정류소를 조성함
- 정류소 조성 시 전통시장을 상징하는 형태의 지역 정체성과 아이디어가 돋보이는 형태 도입



[그림 6-20] 시내버스 정류소 조성

[그림 6-21] 버스정류소 사례

자료 : <http://blog.naver.com/cnmaster?Redirect=Log&logNo=130101289006>

② 전통시장의 접근성 도로 확충

■ 현황 및 필요성

- 현재 주요 도로인 중앙2길에서 유구 전통시장이 보이지 않아 외부인에게 인지 부족

■ 내용

- 중앙2길에서 전통시장으로의 접근성 도로 확충
- 문화 광장(다목적 광장)과 연계
- 전통시장 주차장~접근성 도로~문화 광장~전통시장 내로 동선 체계 구축
- 전통시장 내 장옥 일부 구간에 도로 조성(2015년 이후 추진)
- 길이 35m, 폭원 6m의 전통시장 내 도로 확충



[그림 6-22] 전통시장 접근성 도로 확충 위치도

5. 산출기준

[표 6-4] 지역민이 참여하는 중심 공간 만들기 산출기준

(단위 : 백만원)

사업명		사업량	사업비	산출기준
할머니 장터 및 오픈스페이스 조성	할머니 직거래 장터 조성		68.4	
	1단계 활동지원금	200일(50명)	24	50명×2년×2만원
	2단계 활동지원금	200일(80명)	38.4	80명×2년×2만원
	할머니 상인 교육	맞춤형교육	6	1회×2년×3백만
	문화 광장(다목적 광장) 조성	500㎡	1,200	2회×3년×1백만
	조성비(공사비)		750	
	설계, 감리비		50	
	부지매입비		400	500㎡×40만원(㎡,지가), 보상비
	자카드 체험 전시관 조성	900㎡(연면적)	2,370	300㎡×3층
	조성비(공사비)		2,000	지하1층, 지상2층
빈 점포 활용 및 상품력 강화 사업	지역문화커뮤니티 거점공간 조성		126.8	
	사무실 및 교육장 조성비	50㎡	30	시설구매 및 조성비
	지역 커뮤니티 공간 조성	5개 점포 내외 (약 130㎡)	80	시설구매 및 조성비
	공간 임대비	7식	16.8	2식×2년×1.2백만 5식×2년×1.2백만
	먹거리 장터 조성		50	시설 조성비
	챌린지샵 조성	2개/1년	40	2회×2년×10백만
	상품력 강화 사업		40	
유구 십승지 전통시장 접근성 증진 사업	대중교통 접근성 확충	1식	30	시설비, 스트리트퍼니처비
	전통시장의 접근성 도로 확충		50	
	공사비		50	35㎡×조성비(사유지)

6. 사업 추진계획

[표 6-5] 지역민이 참여하는 중심 공간 만들기 사업 추진계획

사업명		2013년	2014년	2015년	2016년	2017년
할머니 장터 및 오픈스페이스 조성	할머니 직거래 장터 조성					
	문화 광장(다목적 광장) 조성					
	자카드 체험 전시관 조성					
빈 점포 활용 및 상품력 강화 사업	지역문화커뮤니티 거점공간 조성					
	먹거리 장터 조성					
	챌린지샵 조성					
	상품력 강화 사업					
유구 십승지 전통시장 접근성 증진 사업	대중교통 접근성 확충					
	전통시장의 접근성 도로 확충					

제3절 인근지역의 중심 명소로 키우기

1. 사업의 필요성

- 외부 관광객이 찾고 이들과 더불어 공유하는 명실상부한 인근 지역의 명소로 자리매김 필요
 - 전통시장의 쇠퇴는 지역의 쇠퇴와 밀접하게 관계되어 있으며, 유구의 경우 지역의 직물업 쇠퇴로 인해 인구가 유출되면서 더욱 쇠퇴된 사례임
 - 유구 전통시장의 활성화는 단기적으로는 지역민을 위한 지역밀착형 시장을 지향하여야 하나 장기적으로는 지역을 배제하고 활성화될 수 없음
 - 유구 주민이 공유하고 공감하는 문화 형성단계 이후 외부 관광객이 찾고 이들과 더불어 공유하는 명실상부한 인근 지역의 명소로 자리매김 필요
- 지역의 관광 및 문화자원과의 연계 및 지역 마케팅 전개
 - 유구읍에는 십승지, 자카드, 마곡사, 유구천 등의 자원이 있으며, 이 자원들을 최대한 활용한 스토리텔링을 통해 지역의 이미지를 고착화하여 지역마케팅을 전개하여야 함

2. 사업의 기본 방향

- 유구 정체성 정립
 - 스토리텔링 사업, 시장 명칭 변경, 지역마케팅 전략
- 특화된 마케팅 전개 및 상업기반시설 재정비
 - 공동마케팅, 시장 축제, 홍보시설 및 안내판 정비

3. 기본목표 및 사업체계

- 목표 : 생활권 중심지에서 인근 지역의 명소로
 - 지역 문화의 명소로 재탄생



[그림 6-23] 유구시장 활성화 전략 3 사업목표

전략3	• 스토리텔링에 의한 지역마케팅 - 지역 정체성 정립을 위한 스토리텔링 - 유구 전통시장 골목 스토리텔링 사업 - 지역마케팅 전략에 의한 특화상품 및 먹거리 개발
인근지역 중심 명소로 키우기	• 공동마케팅 및 시장 축제 개최 - 공동마케팅 방안 수립 - 십승지 장터 축제 발굴 및 시행
	• 시장 정체성 강화 및 상업기반시설 재정비 - 시장 명칭 변경 - 시장 안내물 및 홍보시설 조성

4. 사업계획

사업 1 스토리텔링에 의한 지역마케팅 수립

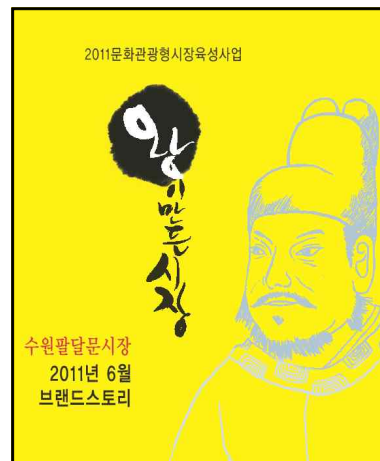
① 지역 정체성 정립을 위한 스토리텔링

■ 현황 및 필요성

- 유구읍 지역마케팅 전개 후 유구 전통시장 부각 필요
- 유구 전통시장만의 스토리텔링 발굴은 자원부족으로 한계가 있기에, 구심점 없는 지역의 정체성 확보를 위해 지역 단위 스토리텔링 전개
- 지역의 역사적 사실, 시장의 역사를 발굴하여 지역의 정체성 및 이미지 구축 필요

■ 사업내용

- 기간 : 2012~2013년도
- 주요내용
 - 유구읍의 자원인 십승지를 주제로 한 지역 스토리텔링 용역 수행
 - 용역 결과에 따라 먹거리 개발, 행사 개발, 점포 개발, 시설 조성 등을 추진함
 - 관광객 유인을 위한 스토리텔링 사업으로 지역 명소화 추진
- 주제어를 십승지(十勝地)로 선정하여 스토리텔링 전개
 - 십승지는 유구읍 형성 역사, 직물산업 형성배경 등 연관성이 많은 주제
 - 예) 기운을 얻는 마을, 자양강장 마을, 청정지역 이미지 부각





[그림 6-24] 스토리텔링 성공 사례(온양온천시장)

■ 단계별 추진계획 및 사업예산

- 세부사업 1 : 2012년~2013년
 - 용역 1식 : 80백만 원(전액 시비)

② 유구 전통시장 골목 스토리텔링 사업

■ 현황 및 필요성

- 지역의 이미지 및 시장의 이미지가 전혀 구비되어 있지 않음
- 이에 시각, 청각, 미각을 자극할 수 있는 골목시장문화 형성 필요
- 시장의 형성 및 역사, 상인들의 스토리를 통한 시장 이야기 조성

■ 세부사업 1 : 골목 스토리북 제작

- 유구 전통시장 내 260여개 점포별 인터뷰, 사진촬영 등 현장조사 실시
- 문헌조사 및 사례조사 등을 통한 '유구 전통시장 이야기' 자료수집
- 스토리텔링 기법을 통한 '유구 전통시장 이야기' 기초 원고 작성
- 스토리북 기획 및 자료수집, 출판사 연계
- 유구 전통시장 스토리북 제작(총 2,000부) 및 인쇄
- 시장 내 상인과 단골고객, 회원에게 일부 배포(2,000부)
- 언론사, 출입기자, 관공서 비치용(1,000부)



[그림 6-25] 광주대인시장 소풍유락 지도

자료 : <http://ilis1013.blog.me/90134538547>



[그림 6-26] 수유마을시장 간식 지도

자료 : <http://blog.naver.com/wchristmas1/10123326727>

■ 세부사업 2 : 골목 스토리텔링 벽화 프로젝트

- 전통시장 바닥과 장옥 벽면을 활용하여 자카드 역사 주제 벽화 작업 추진
- 유구의 스토리를 생동감 있게 조성
- 지역민 및 상인의 다양한 삶의 이야기를 담은 정겨운 벽화 길 조성
- 전통시장 홍보 및 관광객 유치에 도움
- 지역민 및 대학생과 연계 사업 추진으로 홍보 효과



[그림 6-27] 골목길 벽화 프로젝트

[그림 6-28] 광주 대인시장 벽화

자료 : http://news.khan.co.kr/kh_news/khan_art_view.html?artid=201206212234085&code=950304
<http://ilis1013.blog.me/90134538547>

■ 세부사업 3 : 스토리텔링 간판 제작

- 각 상점마다 숨어있는 이야기를 끌어내고 이를 시각화하는 작업을 통해 시장 고유의 문화를 형성
- 공공디자인에 대한 디자인 방향을 수립하여 추진
- 많은 사람들이 공감할 수 있는 이야기를 만드는 과정을 통해 장소를 만들어냄
- 각 상점이 가지고 있는 특성을 함축적으로 나타내기 위한 간판 만들기 추진
- 간판은 상점의 얼굴이기에 상품이나 상인의 특성을 잘 도출할 수 있는 이야기 거리를 찾아내고, 이를 시각화하여 소비자들이 쉽게 전달할 수 있는 간판 제작



[그림 6-29] 수원 못골시장 스토리텔링 간판

자료 : <http://viewsign.blog.me/10093415123>

■ 단계별 추진계획 및 사업예산

- 세부사업 1 : 2014년
 - 지역 정체성 재정립을 위한 스토리텔링 발굴사업(2013년 시행)이 전제
 - 이를 바탕으로 시장 상인들의 삶과 점포의 정보가 담긴 시장의 이야기 발굴
 - 사업대상 : 시장 상인회 소속 전 상인
 - 사업예산 : 40백만원(전액 시비)
- 세부사업 2 : 2015년
 - 사업대상 : 시장 상인회 소속 전 상인
 - 사업예산 : 10백만원(전액 시비)
 - 지역민과 대학생, 재능기부를 통한 추진(홍보 효과)
- 세부사업 3 : 2015년
 - 사업대상 : 전통시장 내 각 상점
 - 사업예산 : 20백만원(전액 시비)
 - 각 상점의 상인들과의 이야기를 통해 각 상점별 특성있는 간판 제작

③ 지역마케팅 전략에 의한 특화상품 및 먹거리 개발

■ 필요성 및 방향

- 스토리텔링 지역마케팅 전략에 의한 상품 아이템 선정 및 상품개발 지원사업 추진
- 기존 자원인 자카드 직물, 십승지, 우렁 등 지역 생산 특산물을 활용하여 먹거리 및 신규 상품 개발 ⇒ 문화프로그램을 통해 저변 확대 및 홍보 강화

■ 사업내용

- 특화상품 개발 및 기존 자원 활용을 위한 스토리텔링
- 일관된 지역 스토리개발 및 홍보와 함께 연관되는 상품개발
 - 현존하는 십승지, 자카드, 우렁 등의 자원과 발굴된 새로운 자원을 통해 다양한 음식개발 및 상품을 개발함
- 신규 먹거리 상품 발굴 및 보급
- 기존 먹거리 상품 강화(맛 컨설팅)
- 지역 생산품을 활용한 신규 상품개발
- 공설시장 점포 업종전환 및 신규 입점자 활용



[그림 6-30] 스토리텔링에 의한 특화상품 개발 사례

■ 단계별 추진계획 및 사업예산

- 추진시기 : 2015~2017년(매년)
 - 지역 정체성 재정립을 위한 스토리텔링 발굴사업(2013년 시행)이 전제
 - 이를 바탕으로 새로운 특화상품 개발
 - 사업예산 : 30백만원(국비 + 시비)
- ※ 국비는 공동마케팅지원사업 활용(국비 90% + 자부담 10%)
 - 시장 규모에 따라 한도 지원 (200개 점포 이하 시장 9,000천원)

사업 2 공동마케팅 및 시장 축제 개최

① 공동마케팅 방안 수립

■ 사업내용

- 유구 전통시장 지역 주민들을 위한 쿠폰제 도입을 제안함
- 쿠폰제의 경우 통합상인회 차원에서 협력하여 동일한 쿠폰을 제공하고 공동으로 사용
- 유구 전통시장 대박세일/상시세일 행사
- 친환경 농수산물 특가전, 지역생산 특용작물, 수산물, 수산가공품, 화훼류 등 기획 실행
 - 유구 시장 고객관측활동 전개
 - 월별, 계절별 관측전략 수립
 - 주민의 시장 인식 전환을 위해 지속적으로 추진필요 ⇒ 월별 달력 제작 후 배포

■ 단계별 추진계획 및 사업예산

- 추진시기 : 2015~2017년(매년)
- 공동마케팅 지원사업 활용
- 상인회 조직력 중급 이상 및 상인대학 이수 후 추진 가능



[그림 6-31] 공동마케팅 사례

자료 : <http://yeokgok.tistory.com/>

※ 공동마케팅 실행방안(안)

1. 공동 쿠폰제 이용 방법

- 공동쿠폰은 점포에서 구매금액 5,000원당 100원 쿠폰 1매 제공하고 30매를 모으면 3,000원권, 50매를 모으면 5,000원권의 태안전통시장 자체상품권으로 교환
- 상인회 쿠폰발행(100원)→가맹상인 쿠폰구입(100원)→구매금액 5,000원 당 쿠폰 1매지급→쿠폰과 시장 자체상품권 교환→상품권으로 물건 재 구매
- 시장 휴식공간에서 음료제공(쿠폰 5장), 시장 내 개설 문화강좌(플라워문화센터) 수강료 쿠폰 결제

2. 주말시장 개최 시 월 2회 대박세일 행사 전품목의 20%~30% 할인(관광객 타깃)

3. 상시세일 월 1회 개최하여 지역 주민들에게 혜택을 제공(지역주민 타깃)

※ 세일 행사 사례

- 월요일 : 호프데이 (주류 업종)
- 화요일 : 뷰티데이 (미용, 세탁업종)
- 수요일 : Food 데이 (외식 업종)
- 목요일 : 패션데이 (각종 의류 및 잡화 업종)
- 금요일 : Fun 데이 (서비스 및 오락업종)
- 각 요일별 동종 업종끼리 10% 할인 실시

② 십승지 장터 축제 발굴 및 시행

■ 시장 이벤트/ 축제 개최

- 시장 이벤트/축제 개최
- 지역 문화활동 정착 이후 연계 개최
- 일회성보다는 지속성(정기적), 매출 증대 유발효과 위주
- 상인 주도형, 주민 참여형 프로그램 반영

■ 십승지 장터 문화제

- 대도시권의 주말 관광객 대상으로 유구 전통시장으로 유인하기 위해서 주말 장터 문화제 개최
- 다양한 고객층을 수렴할 수 있는 폭넓은 공연요소 필요(30-40대 타깃)

- 신상품으로 개발된 특화상품을 중심으로 주말 장터문화제의 핵심을 구성하고 관광 시장으로 발전시킴(지역축제로 발전)
- 유구읍 인근 관광지(기존 + 신규)와 연계된 셔틀버스를 장터문화제(주말시장)과 연계하여 관광투어 개설
- 관광스там프를 비치하여 모두 찍어 올 경우 주말시장 상품구입에 할인권으로 사용

■ 유구 장터문화제 주요행사(안)

항 목	내 용
문화예술 공연행사	• 시장거리 퍼포먼스(길놀이) • 관객과 함께하는 열린 무대 • 시장 고객 노래자랑 • 지역 문화활동 전시 및 공연
대동화합행사	• 유구 전통시장 대동제
댄스페스티벌	• 거리댄스페스티벌
기타행사	• 친환경 농수산물 및 특화상품 • 점포별 이벤트 개최 • 먹거리 장터

※ 시장거리 퍼포먼스(거리공연, 길공연)

- 발굴된 스토리텔링을 바탕으로 거리공연 개최
- 유구 전통시장 곳곳에서 게릴라 공연, 축제와 연계한 스트리트 퍼포먼스 공연 계획
 - 다양한 스트리트 퍼포먼스를 통한 지역 이미지 구축 및 홍보
 - 다양한 이벤트 개최로 관광객 집객효과 증대시킴

■ 단계별 추진계획 및 사업예산

- 추진시기 : 2015년 이후 매년 개최
- 지역 축제 성격으로 유구 전통시장 활성화 추진 협의회에서 기획·주관하여 개최
- 시 자체사업으로 별도 진행되어야 하며 일부 예산은 경영마케팅지원사업 및 민간 기업 찬조 등을 활용할 수 있음
- 또는 기존 지역 축제를 유구 전통시장과 직접적으로 연계하여 운영
- 사업예산 : 60백만 원 (전액시비)

사업 3 시장 정체성 강화 및 상업기반시설 재정비

① 시장 명칭 변경

■ 지역의 자원을 연계하여 십승지 유구 전통시장으로 명칭 변경

- 역사적 사실인 십승지 등의 지역특색을 유구 전통시장에 접목하여 지역 이미지 구축
- 이러한 지역 이미지를 상권과 연계하여 브랜드화 시키는 방안 모색

■ 기존 유구 전통시장으로 명칭 변경

- 지역 마케팅차원에서의 스토리텔링작업을 통한 시장 명칭 변경
 - 지역의 이미지 및 정체성 재정립작업과 이와 병행하여 전통시장의 명칭 역시 새롭게 변경될 필요가 있음
 - 특히 인정시장으로 등록 등 새롭게 재탄생되는 시점에서 발전적이고 미래지향적인 신선한 이미지 구현이 필요
 - 명칭변경 사례 : 평창 전통시장→평창올림픽시장(평창 동계올림픽 개최)
울산 남창시장→웅기종기시장(지역 특산물 - 웅기)
 - 명칭 제안 : 십승지 유구 전통시장

■ 단계별 추진계획 및 사업예산

- 추진시기 : 2013년
 - 지역 정체성 재정립을 위한 지역 스토리텔링작업에 의해 시장명칭 변경
- 협의 및 결정 기관 : 유구전통시장발전추진협의회

② 시장 안내물 및 홍보시설 조성

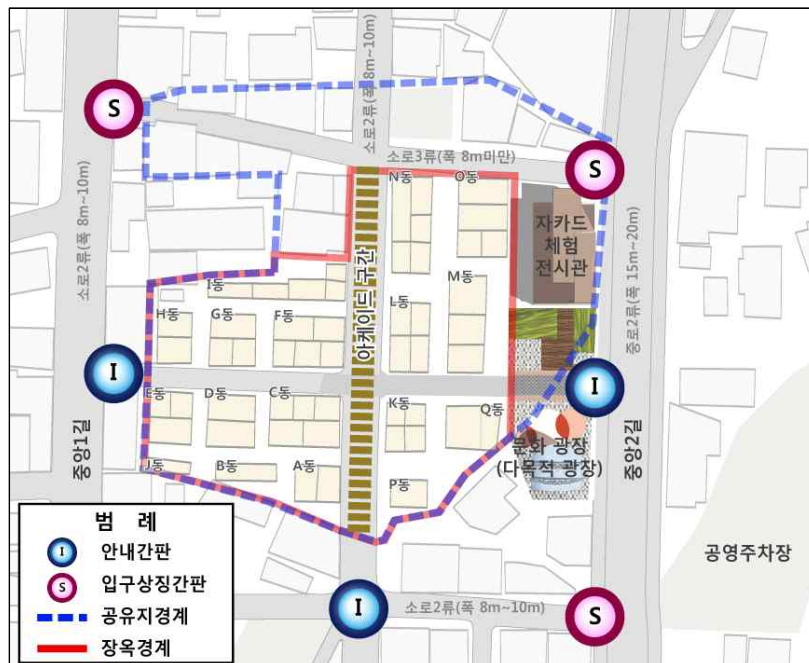
■ 시장 홍보 및 안내시설 설치

- 지역마케팅 전략에 의한 시장 안내판 및 입구 상징 간판 제작 및 설치
- 시장 안내판
 - 시장 진입 유동인구가 가장 많은 진입부 부분과 주차장 입구 부분에 설치
 - 시장 진입부 2개소, 주차장 1개소 설치
- 시장 입구 상징 간판

- 주 진입로 3개소에 설치
- 변경 조정된 시장 명칭 사용
- 야간 식별이 가능한 구조 권장

■ 단계별 추진계획 및 사업예산

- 1단계 : 2013~2014년
 - 지역마케팅 전략 수립 이후 시행
 - 2015년 시설 현대화지원 사업 신청
 - ※ 2014년 사업시행을 위해서는 공주시 자체 예산
- 2단계 : 2015년
 - 디자인 및 설치 작업
- 사업예산
 - 시장안내간판 설치 3개소 : 개소당 8백만 원 → 24백만 원
 - 시장입구상징간판 설치 3개소 : 개소당 25백만 원 → 75백만 원
 - * LED가로형 전광판, 디자인 비용 포함
 - * 유지관리 및 전기료 부담 주체 : 상인회



[그림 6-32] 시장 안내물 및 홍보물 위치도

5. 산출기준

[표 6-6] 인근지역의 중심 명소로 키우기 산출기준

(단위 : 백만원)

사업명		사업량	사업비	산출기준
스토리텔링에 의한 지역마케팅	지역 정체성 정립을 위한 스토리텔링		80	
	유구 스토리텔링 용역	1식	80	과제 발주
	유구 전통시장 골목 스토리텔링 사업		70	
	골목 스토리 북 제작		40	
	골목 스토리텔링 벽화 프로젝트		10	
	스토리텔링 간판 제작		20	
	지역마케팅 전략에 의한 특화상품 및 먹거리 개발		90	3년×30백만원
공동마케팅 및 시장 축제 개최	공동마케팅 방안 수립		240	3년×80백만원
	십승지 장터 축제 발굴 및 시행		180	3년×60백만원
시장 정체성 강화 및 상업기반시설 재정비	시장 명칭 변경	-	-	-
	시장 안내물 및 홍보시설 조성		99	
	시장 안내판	3식	24	3식×8백만원
	시장 입구 상징 간판	3식	75	3식×25백만원

6. 사업 추진계획

[표 6-7] 인근지역의 중심 명소로 키우기 사업 추진계획

사업명		2013년	2014년	2015년	2016년	2017년
스토리텔링에 의한 지역마케팅 전략	지역 정체성 정립을 위한 스토리텔링					
	유구시장 골목 스토리텔링 사업					
	지역마케팅 전략에 의한 특화상품 및 먹거리 개발					
공동마케팅 및 시장 축제 개최	공동마케팅 방안 수립					
	십승지 장터 축제 발굴 및 시행					
시장 정체성 강화 및 상업기반시설 재정비	시장 명칭 변경					
	시장 안내물 및 홍보시설 조성					



[그림 6-33] 전체 사업 종합도