

원주시 새벽시장 사례 - 설문조사 결과를 중심으로¹⁾

조세훈 (원주 친환경급식 맞두레 대표)

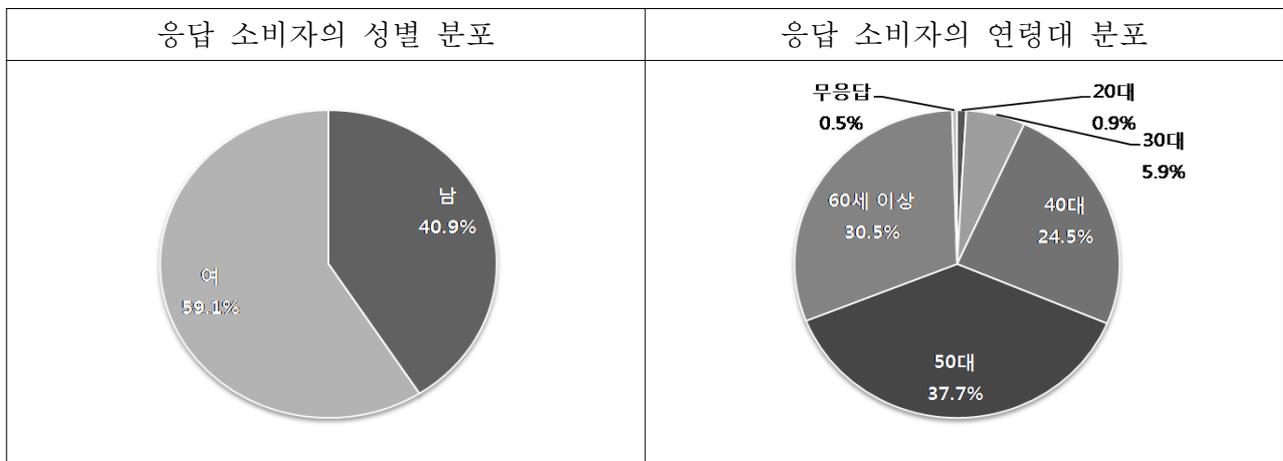
1. 새벽시장 이용자에 대한 설문조사 개요

○ 원주 새벽시장에 참여하는 농민과 새벽시장을 이용하는 소비자를 대상으로 2010년 10월부터 11월까지 1대1 면접조사 방식으로 진행하였다.

2. 소비자 조사분석 결과

1) 소비자(시민)의 특성

○ 소비자 설문조사에 대한 응답자는 모두 220명이었으며, 성별 분포는 남성 40.9%, 여성 59.1%로 여성이 많았다. 연령대별로는 50대 37.7%, 60세 이상 30.5%, 40대 24.5%, 30대 5.9%, 20대 0.9%의 순이었다.



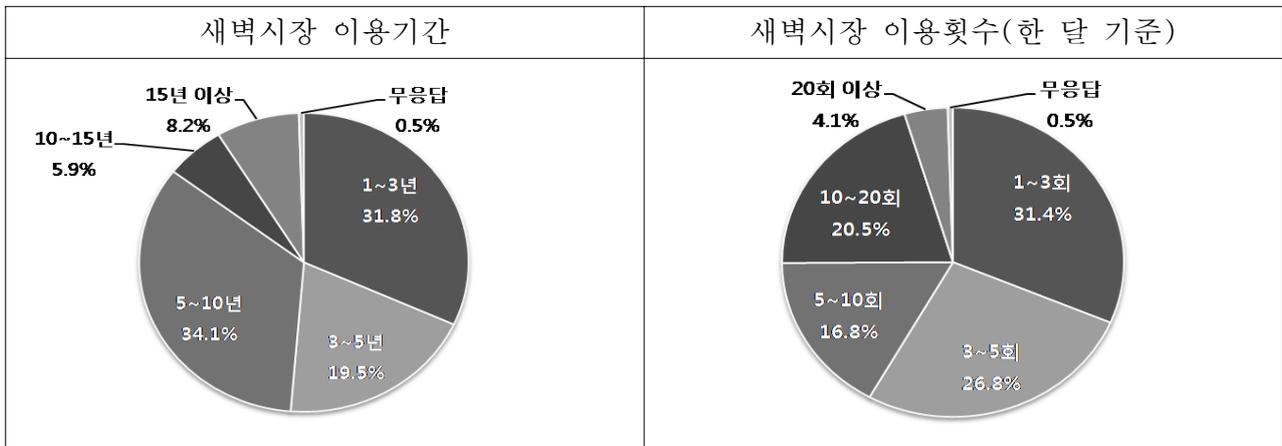
○ 새벽시장을 이용해 온 기간은 새벽시장이 처음 생긴 때부터 지금까지 이용하고 있는 소비자부터 최근에 이용하기 시작한 소비자까지 다양하게 나타났다. 로컬푸드에 대한 사회적 관심과 함께 원주 새벽시장이 많이 알려진 최근 3년 사이에 이용하기 시작했다는 소비자가 31.8%로 나타났으며, 5년 넘게 장기적으로 이용하고 있는 소비자도 48.2%로 나타났다.

2) 이용주기와 거리

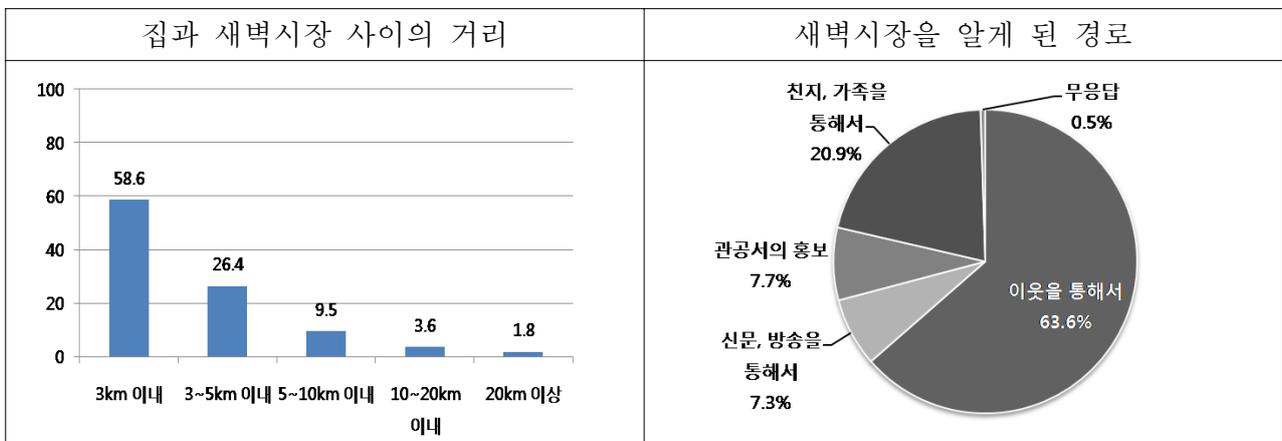
○ 한 달 동안 새벽시장을 이용하는 횟수는 3회 이하로 새벽시장을 찾는 소비자가 31.4%로 가장 많았으

1) 본 원고는 '원주푸드 활성화 기본계획 수립' 연구용역보고서 (2011, 상지대학교 산학협력단)중 관련내용을 전재하였음을 밝힙니다.

며, 20회 이상 이용하는 소비자도 4.1%에 달했다. 응답 소비자들의 평균 이용횟수는 8회 정도로 나타났다.

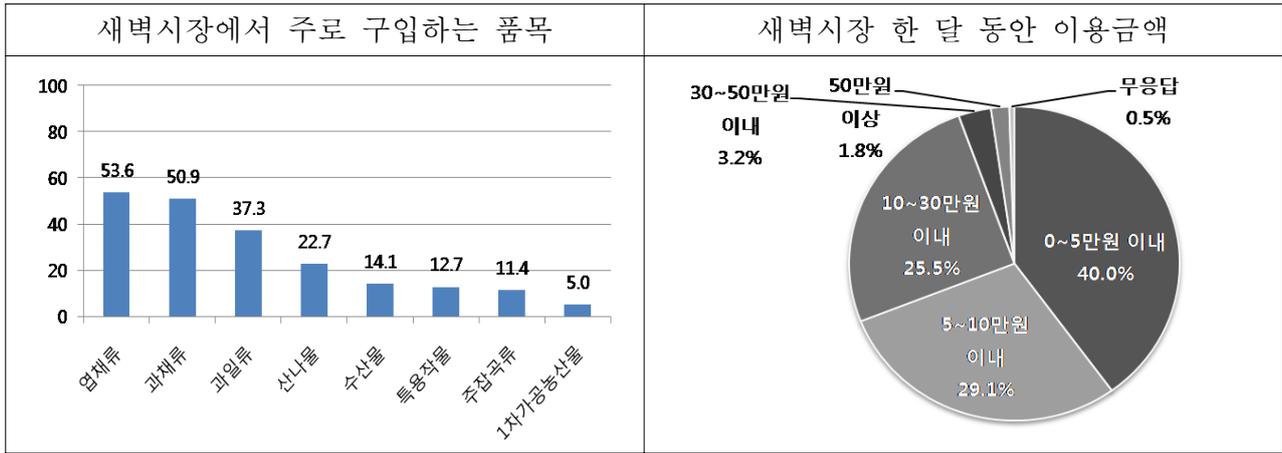


- 집과 새벽시장과의 거리는 3km 이내라는 응답이 58.6%로 가장 많았으며, 다음으로 3~5km 이내 26.4%, 5~10km 이내 9.5%, 10~20km 이내 3.6%, 20km 이상이라는 응답 1.8%의 순으로 나타났으며 5km 이내의 근거리에서 새벽시장을 찾는 소비자가 85%에 달했다.
- 새벽시장을 알게 된 경로는 이웃을 통해서라는 응답이 63.6%, 친지나 가족을 통해서라는 응답이 20.9%로 나타나 응답자의 84.5%에 달하는 대다수가 지인을 통해 새벽시장을 접하게 된 것으로 나타났다. 그 외에 관공서의 홍보를 통해 알게 된 응답자는 7.7%, 신문, 방송을 통해 알게 되었다는 응답자는 7.3%로 나타났다.



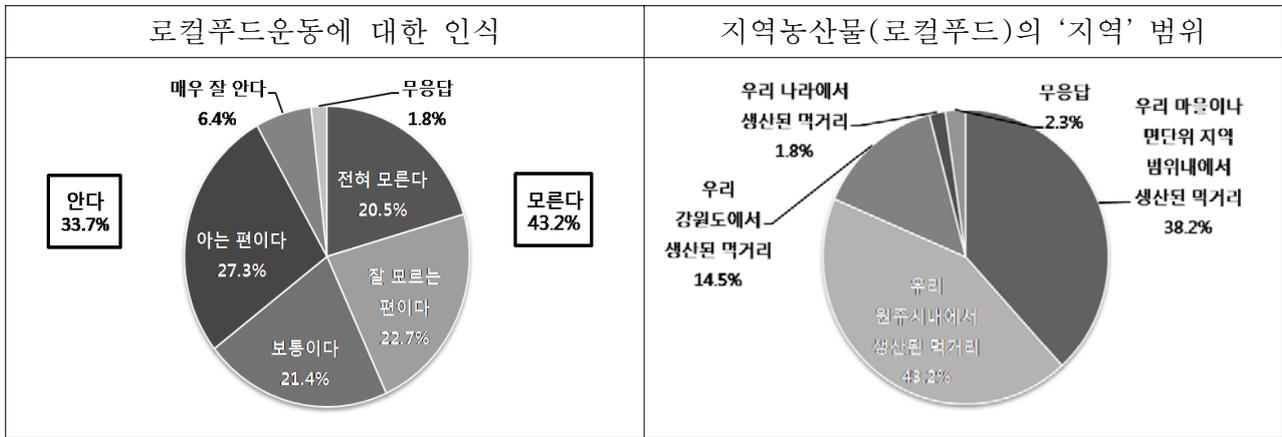
3) 주요 구입품목과 구입액

- 새벽시장에서 주로 구입하는 품목(복수응답)은 엽채류(53.6%)-과채류(50.9%)-과일류(37.4%)-산나물(22.7%)-수산물(14.1%)-특용작물(12.7%)-주잡곡류(11.4%)-1차가공농산물(5.0%)의 순으로 나타났다.
- 한 달 동안 소비자의 새벽시장 이용금액은 5만원 이내가 40.0%로 가장 많았으며, 다음으로 10만원 이내가 29.1%, 30만원 이내가 25.5%로 나타났으며 1인당 평균 이용금액은 12.3만원이었다.

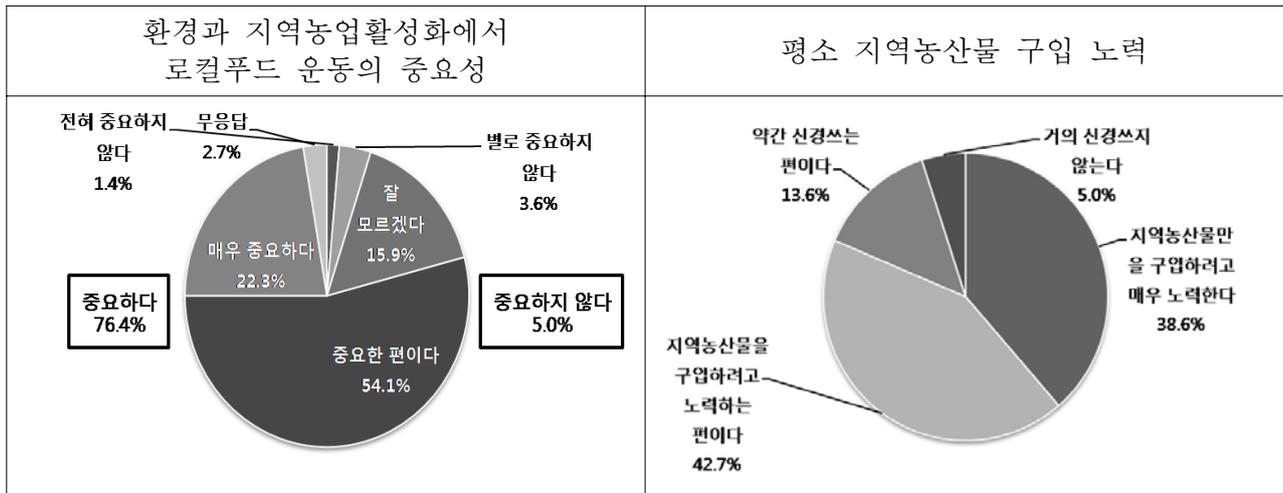


4) 로컬푸드운동에 대한 인식

- 로컬푸드운동에 대해 알고 있는지를 묻는 질문에는 아는 편이다 27.3%, 잘 모르는 편이다 22.7%, 보통이다 21.4%, 전혀 모른다 20.5%, 매우 잘 안다 6.4%의 순으로 나타나, 모른다는 응답(43.2%)이 안다는 응답(33.7%) 보다 다소 높게 나타났다.
- 지역농산물(로컬푸드)가 생산되는 지역의 범위에 대한 규정에 대해서는 원주시내 43.2%, 마을·면단위 38.2%, 강원도 14.5%, 국내 1.8%의 순으로 나타났다.

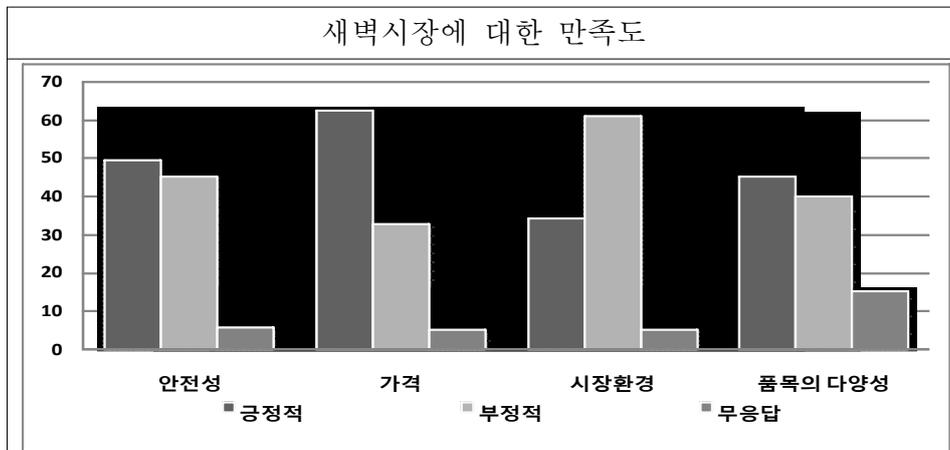


- 로컬푸드운동이 환경과 지역농업활성화를 위해 얼마나 중요하다고 생각하는지를 묻는 질문에는 중요한 편이다 54.1%, 매우 중요하다 22.3%, 잘 모르겠다 15.9%, 별로 중요하지 않다 3.6%, 전혀 중요하지 않다 1.4%의 순으로 나타나 중요하다고 생각하는 의견 76.4%가 중요하지 않다고 생각하는 의견 5.0%에 비해 압도적으로 높게 나타났다.
- 평소 지역농산물 구입을 위해 노력하는지에 대해서는 노력하는 편이다 42.7%, 매우 노력한다 38.6%, 약간 신경쓰는 편이다 13.6%, 거의 신경쓰지 않는다 5.0%의 순으로 나타났다.

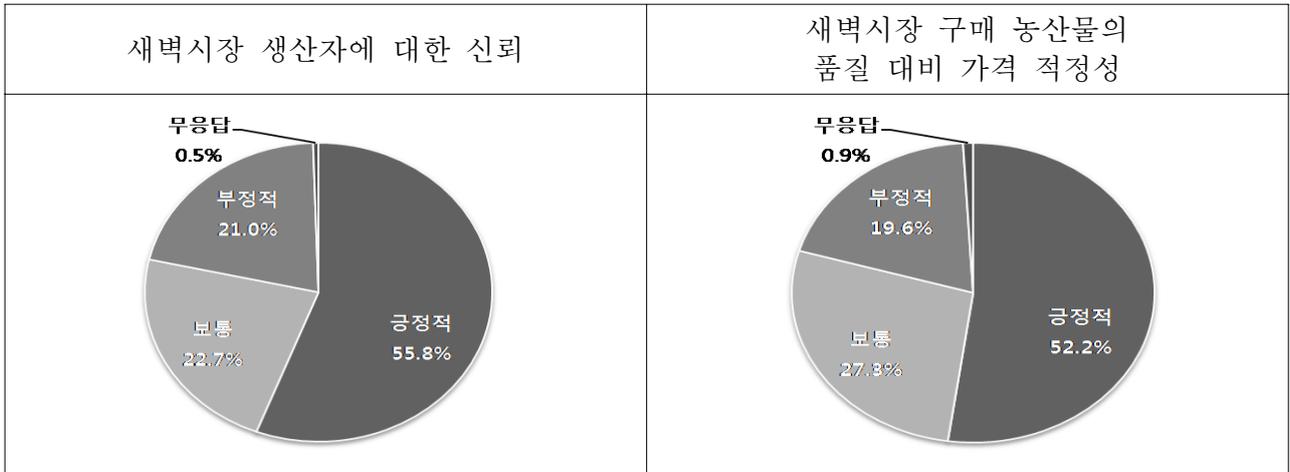


5) 새벽시장 농산물에 대한 신뢰정도

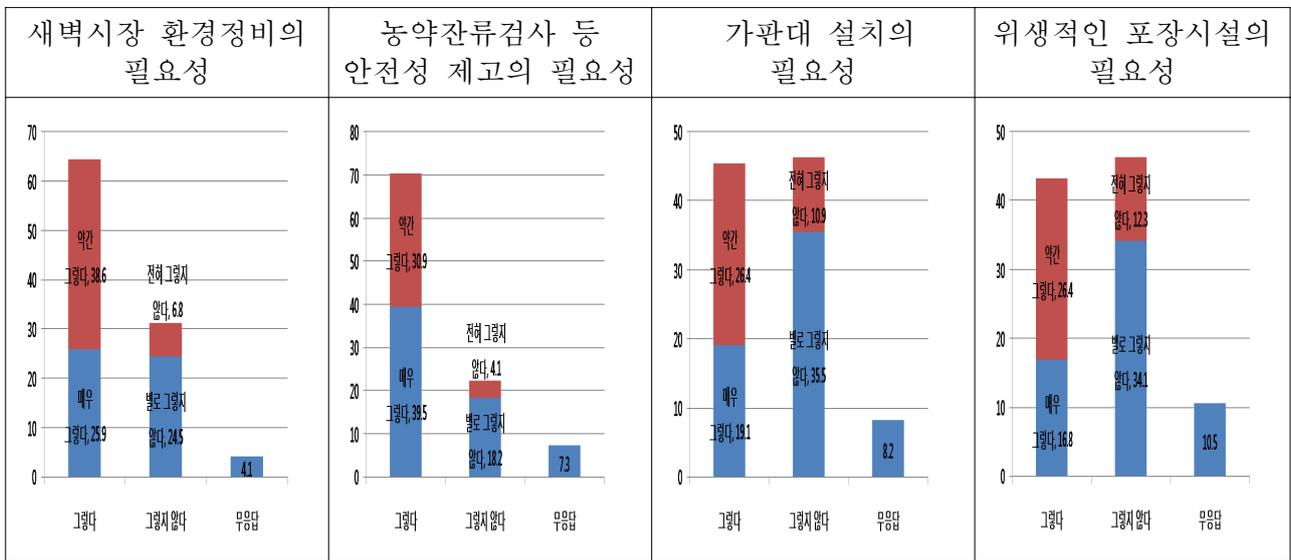
- 새벽시장에서 판매되는 농산물의 안전성을 신뢰한다는 응답이 49.5%로 신뢰하기 어렵다는 응답 45.0%로 나왔다. 가격수준에 대해서는 비싸다는 의견이 32.7%로 비싸지 않다는 응답 62.3%보다 훨씬 적었다. 장보기가 불편한 정도에 대해서 불편하지 않다는 의견이 60.9%로 불편하다는 의견 34.1%보다 상당히 높게 나왔다. 시장에서 구매할 수 있는 품목의 다양성과 관련해서는 다양하다는 의견이 45.0%로 그렇지 못하다는 의견 40%보다 다소 높게 나왔다.



○ 생산자를 신뢰할 수 있다는 항목에 대해서는 긍정적인 답변이 55.9%, 보통이라는 답변이 22.7%, 부정적인 답변이 21.0%로 나타났다. 품질에 비해서 가격이 적당하다는 항목에 대해서는 긍정적인 답변이 52.3%, 보통이라는 답변이 27.3%, 부정적인 답변이 19.6%로 나타났다.



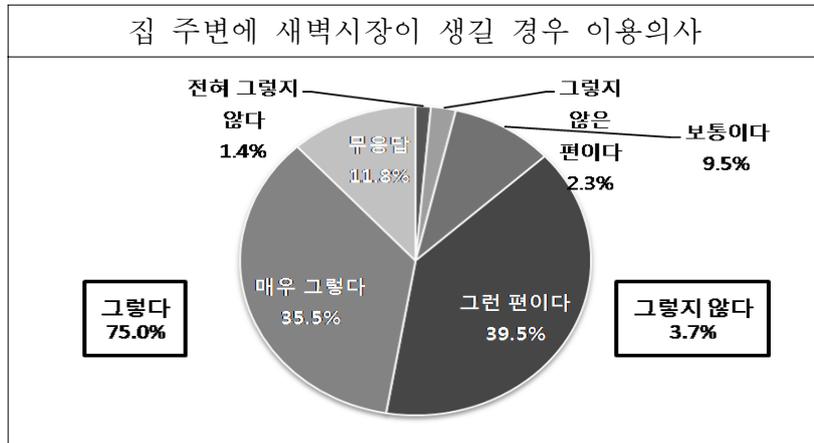
○ 새벽시장 활성화를 위해 필요한 개선이 필요한 항목 중 환경정비의 필요성에 대해서는 그렇다는 의견이 64.5%로 그렇지 않다는 의견 31.3%보다 상당히 높게 나왔다. 농약잔류검사 등 안전성 제고의 필요성에 대해서는 그렇다는 의견이 70.4%로 그렇지 않다는 의견 22.3%보다 상당히 높게 나왔다. 가판대 설치의 필요성에 대해서는 그렇다는 의견이 45.5%로 그렇지 않다는 의견 46.4%보다 낮게 나왔다. 위생적인 포장시설의 필요성에 대해서는 그렇다는 의견이 43.2%로 그렇지 않다는 의견 46.4%보다 낮게 나왔다.



불편한 사항에 대한 추가설문 결과	
- 주차공간이 없어서 불편함	- 가격담합
- 너무 이른 시간에 개장	- 구입한 물건의 운반이 어려움
- 차량통행이 많아 장보는 사람들이 불편함	- 우천시 불편
- 생산자표기가 없는 경우	- 조명시설 없음
- 혼잡해서 차량을 이용해 물건구입하기 어려움	- 대중교통편 부족
- 타지역농산물이 있음	- 판매자별 가격 차이

6) 가까운 곳에 새벽시장이 생길 경우 이용의사

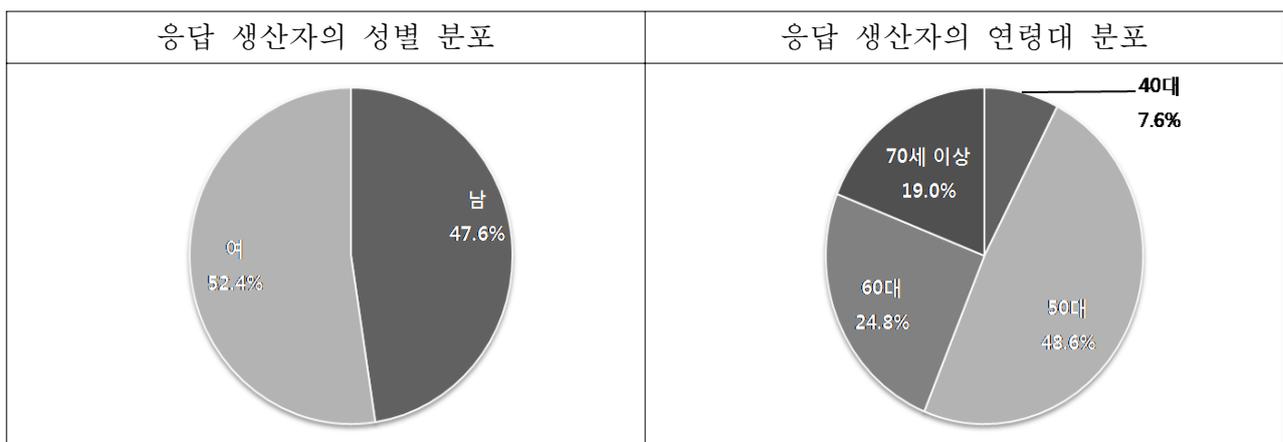
- 응답 소비자의 집 주변에 새벽시장이 생길 경우 이용의사를 묻는 질문에는 그런 편이다 39.5%, 매우 그렇다 35.5%, 보통이다 9.5%, 그렇지 않은 편이다 2.3%, 전혀 그렇지 않다 1.4%의 순으로 나타나 긍정적인 답변이 75.0%로 부정적인 답변 3.7%에 비해 압도적으로 높게 나타났다.



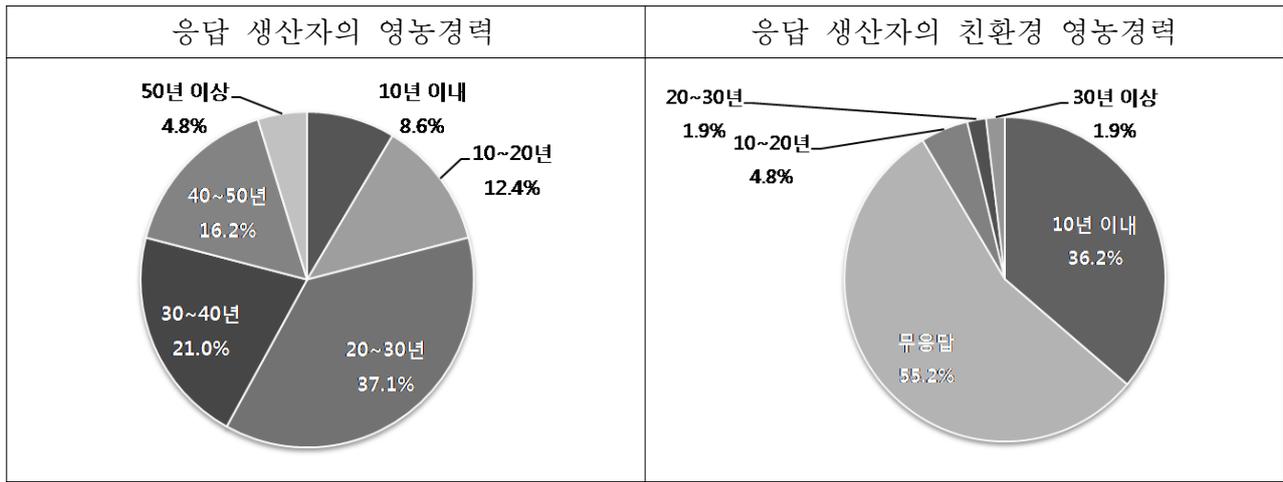
3. 생산자(농민) 조사분석 결과

1) 생산자의 특성

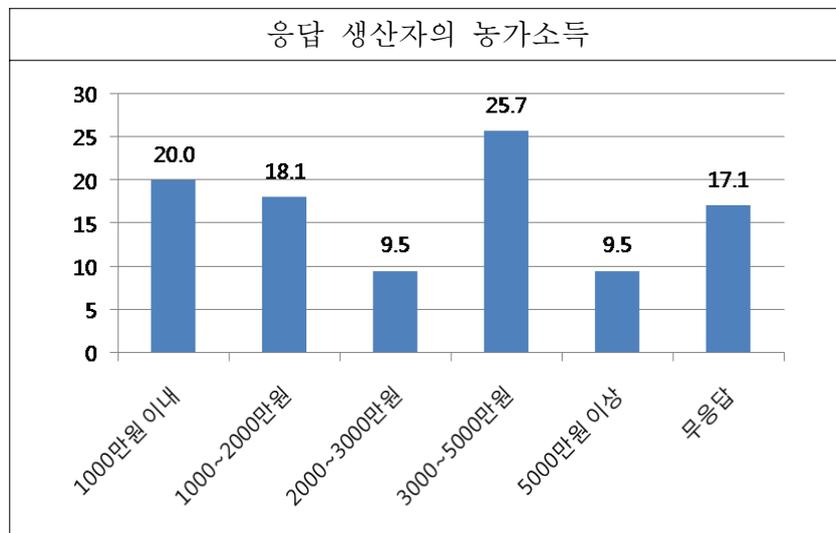
- 생산자 설문조사에 대한 응답자는 모두 105명 이었으며, 성별 분포는 남성 47.6%, 여성 52.4%로 여성이 많았다. 연령대별로는 50대 48.6%, 60대 24.8%, 70세 이상 19.0%, 40대 7.6%의 순으로 나타났다. 학력은 중졸이하 71.4%, 고졸 22.9%, 대졸이상 1.9%의 순으로 나타났다.



- 영농경력은 20~30년 37.1%, 30~40년 21.0%, 40~50년 16.2%, 10~20년 12.4%, 10년 이내 8.6%의 순이고, 친환경 영농경력 10년 이내가 36.2%로 가장 많았다.

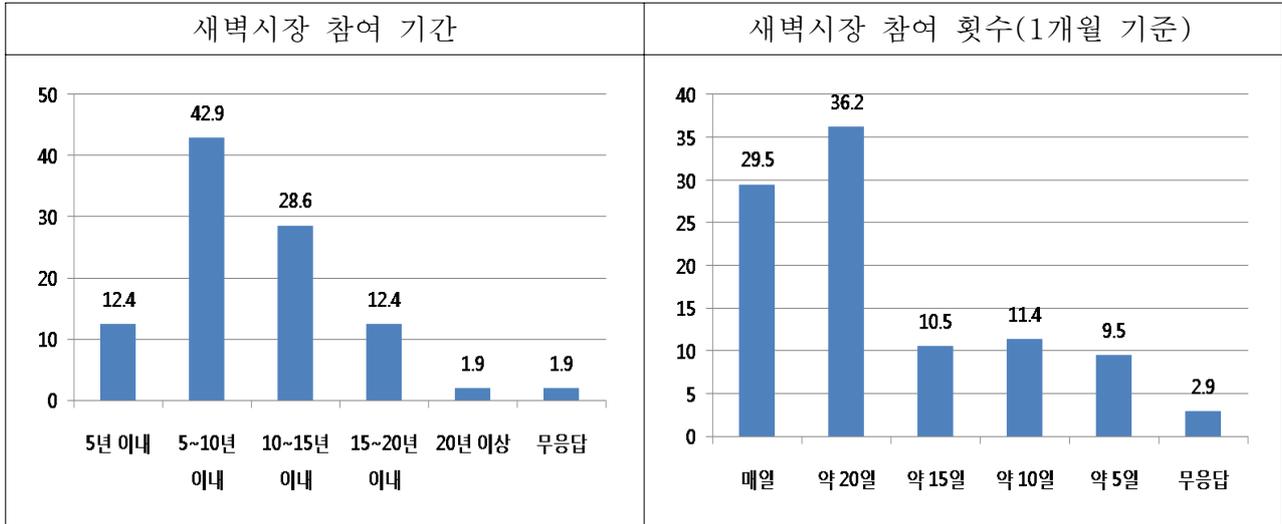


○ 지난 해 농가소득은 3000~5000만원 25.7%, 1000만원 이내 20.0%, 1000~2000만원 18.1%, 2000~3000만원과 5000만원 이상의 소득을 올리는 농가는 각각 9.5%의 순으로 나타났다.

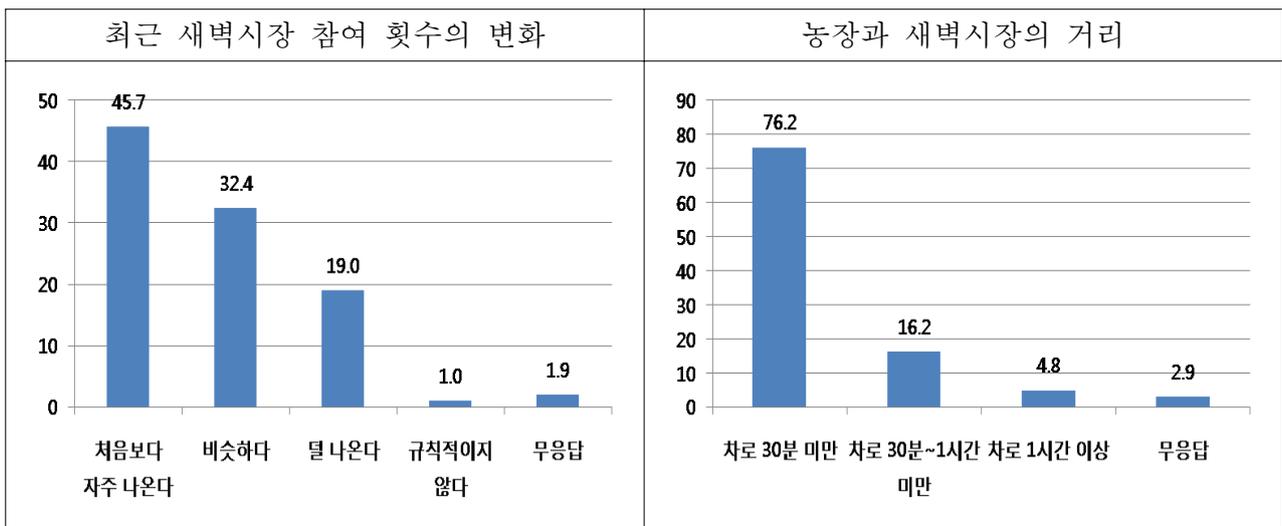


2) 새벽시장 참여기간과 이용빈도

- 새벽시장 참여하고 있는 생산자들이 참여한 기간에 대한 응답은 5~10년 이내가 42.9%로 가장 많았고, 다음으로 10~15년 이내 28.6%, 15년 이상 14.3%, 5년 이내 12.4%로 나타났다.
- 한 달을 기준으로 새벽시장에 참여하는 횟수는 약 20일이라는 응답이 36.2%로 가장 많았고, 다음으로 매일 29.5%, 약 10일 11.4%, 약 15일 10.5%, 약 5일 9.5%의 순이었다.



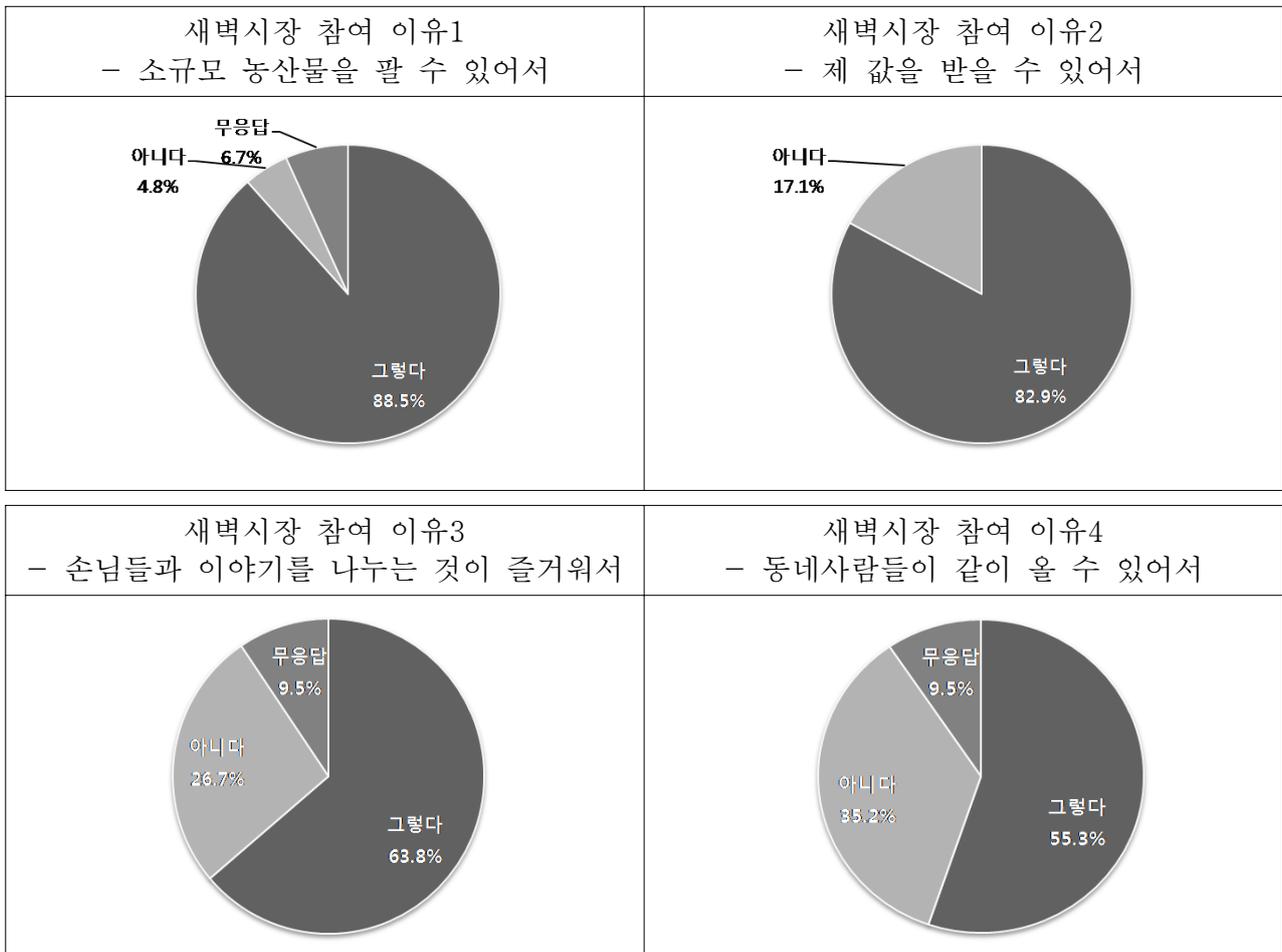
- 최근에 더 자주 나오게 되었는지를 묻는 질문에 처음보다 자주 나온다는 응답이 45.7%로 가장 많았고, 비슷하다 32.4%, 덜 나온다 19.0%의 순으로 나타났다.
- 새벽시장과의 거리는 차로 30분 미만의 거리라는 응답이 76.1%로 가장 많았고, 30분~1시간 미만이 16.2%, 1시간 이상이 4.8%의 순으로 나타났다.



3) 새벽시장 참여이유

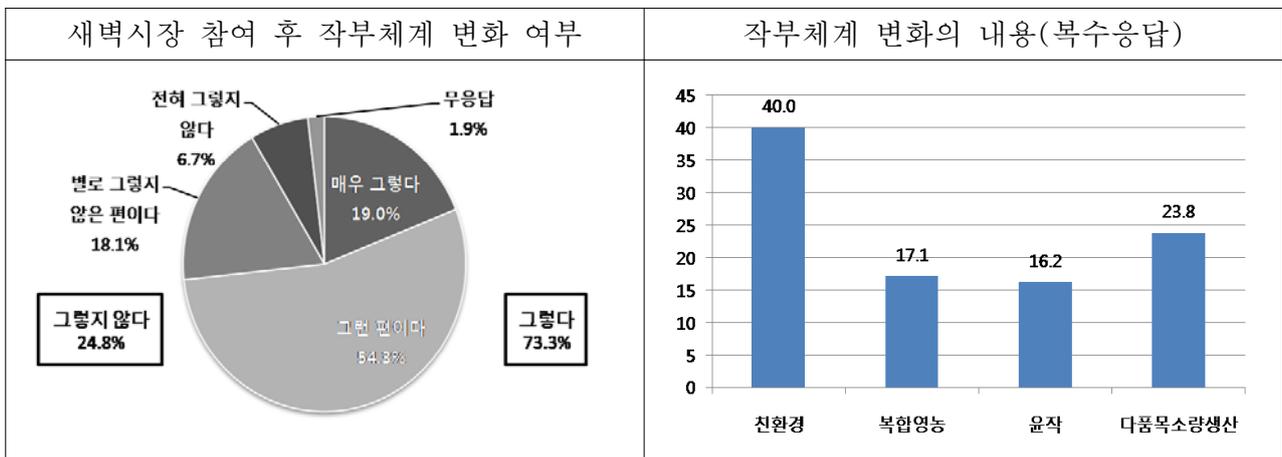
- 새벽시장 참여의 이유에 대해 소규모 농산물을 팔 수 있어서라는 응답이 88.6%로 가장 높게 나타났으며, 제 값을 받을 수 있어서라는 응답이 82.9%로 그 다음을 차지했다. 손님들과 이야기를 나누는

것이 즐거워서라는 응답도 63.8%로 나타났으며, 동네사람들과 같이 올 수 있어서라는 새벽시장에 참여한다는 응답도 55.2%를 차지했다.



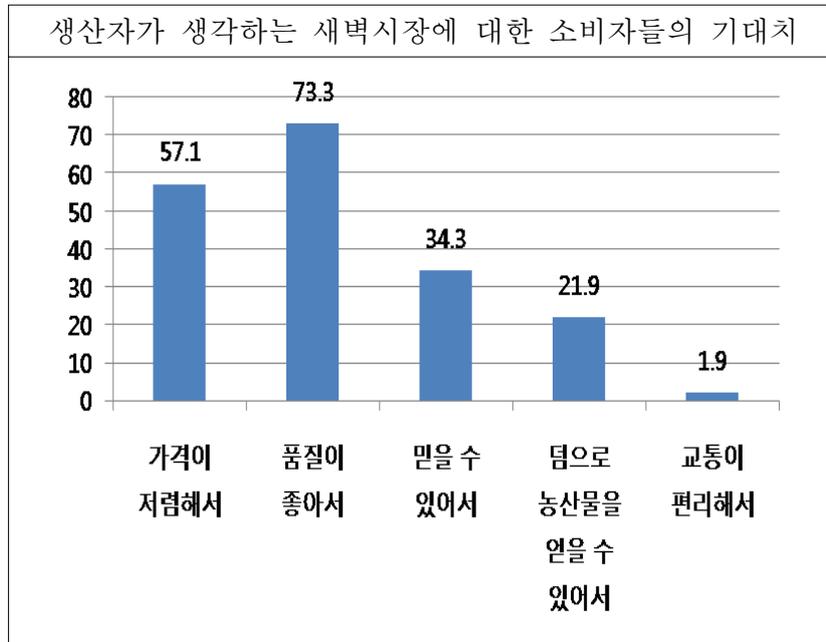
4) 새벽시장 참여후 작부체계의 변화

○ 새벽시장 참여후 작부체계의 변화가 있었는지를 묻는 질문에 그런 편이다 54.3%, 매우 그렇다 19.0%로 긍정적인 응답이 73.3%로 나타나 별로 그렇지 않은 편이다 18.1%, 전혀 그렇지 않다 6.7%인 부정적인 응답 24.8%보다 상당히 높게 나타났다. 그리고, 구체적인 작부체계 변화의 내용에 대해서는 친환경 40.0%, 다품목소량생산 23.8%, 복합영농 17.1%, 윤작 16.2%의 순으로 나타났다.



5) 생산자가 생각하는 소비자의 기대치

- 참여 생산자들은 소비자들이 새벽시장을 찾는 이유로 품질이 좋아서 73.3%, 가격이 저렴해서 57.1%, 믿을 수 있어서 34.3%, 덤으로 농산물을 얻을 수 있어서 21.9%, 교통이 편리해서 1.9%의 순으로 나타났다(복수응답).

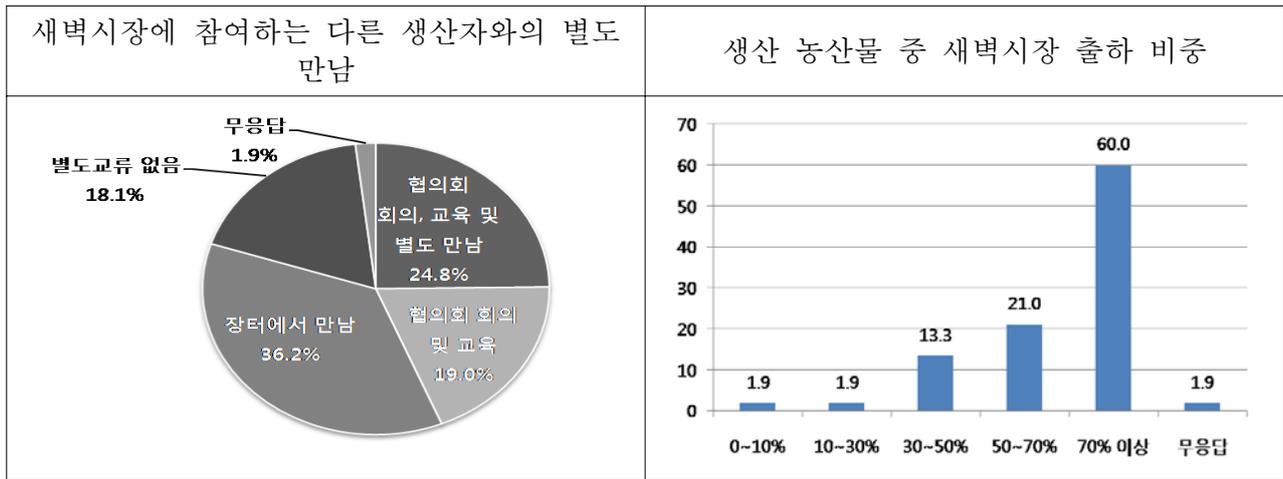


6) 생산자간의 교류

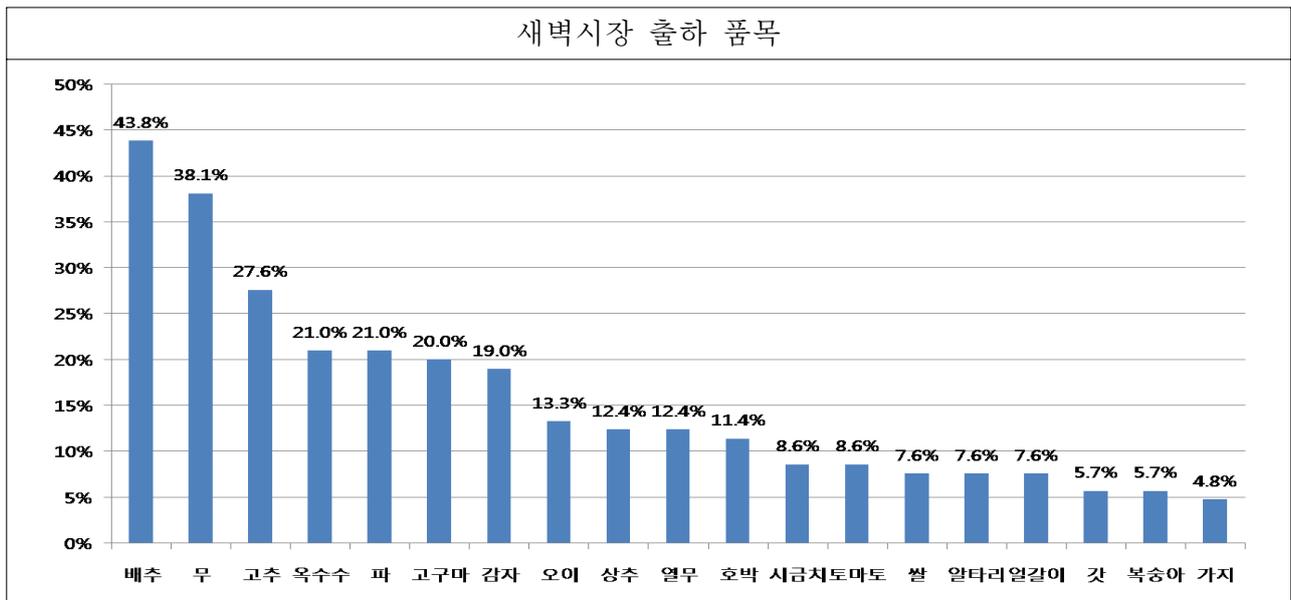
- 시장에 참여하는 다른 생산자와 별도의 만남을 갖는지에 대해 별도의 교류 없이 장터에서의 만남을 갖는다는 응답이 36.2%로 가장 높았고, 협의회 회의 및 교육과 함께 별도의 만남을 갖는다는 응답 24.8%, 협의회 회의 및 교육을 통한 교류라는 응답 19.0%, 별도의 교류는 없다는 응답 18.1%의 순으로 나타났다.

7) 새벽시장 출하비중 및 품목

- 생산 농산물 중 새벽시장 출하 비중은 70% 이상이라는 응답이 60.0%로 가장 높았고, 50~70% 21.0%, 30~50% 13.3%의 순으로 나타났으며 10~30%라는 응답과 0~10%라는 응답은 각각 1.9%로 나타났다.

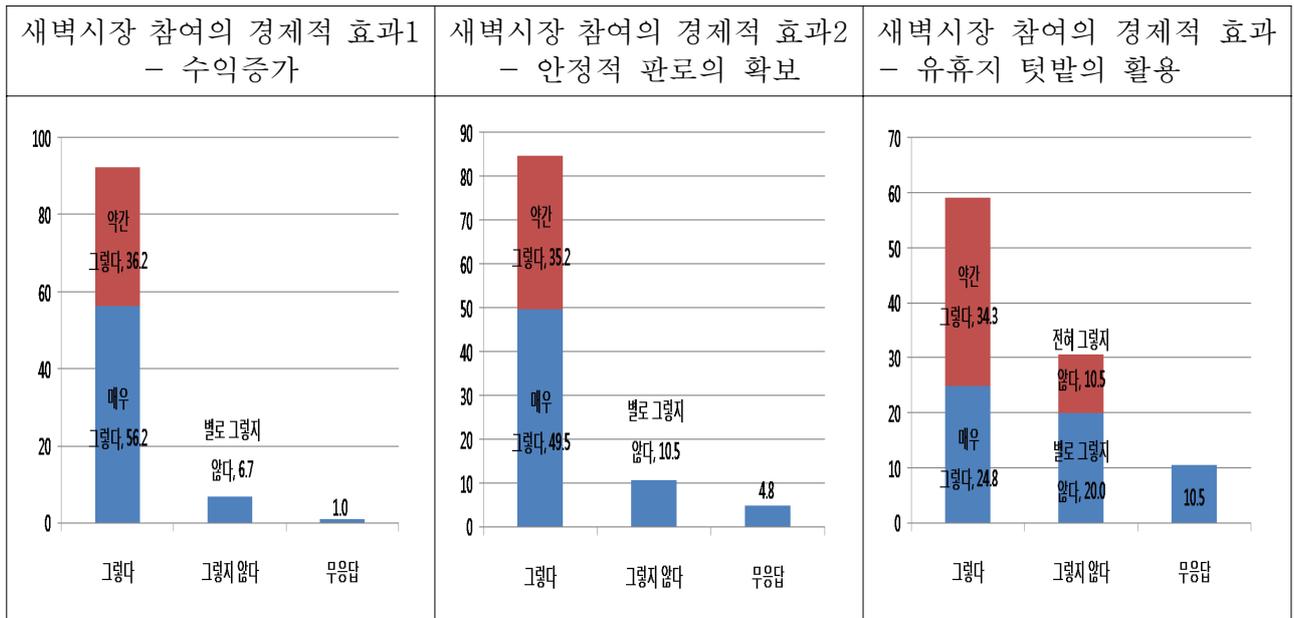


○ 새벽시장에 생산자가 판매하는 품목 중에서 배추는 응답자의 43.8%가 출하하고 있는 것으로 조사되었으며, 무는 38.1%, 고추는 27.6%, 옥수수과 파는 21%, 고구마는 응답농민의 20%가 판매한 것으로 조사되었다. 판매하는 농산물 품목별 판매 및 친환경여부를 조사한 결과에 따르면, 배추, 무, 갓 등 채소류의 친환경비율은 낮은 반면, 과일의 친환경비율은 높은 것으로 조사되었다.

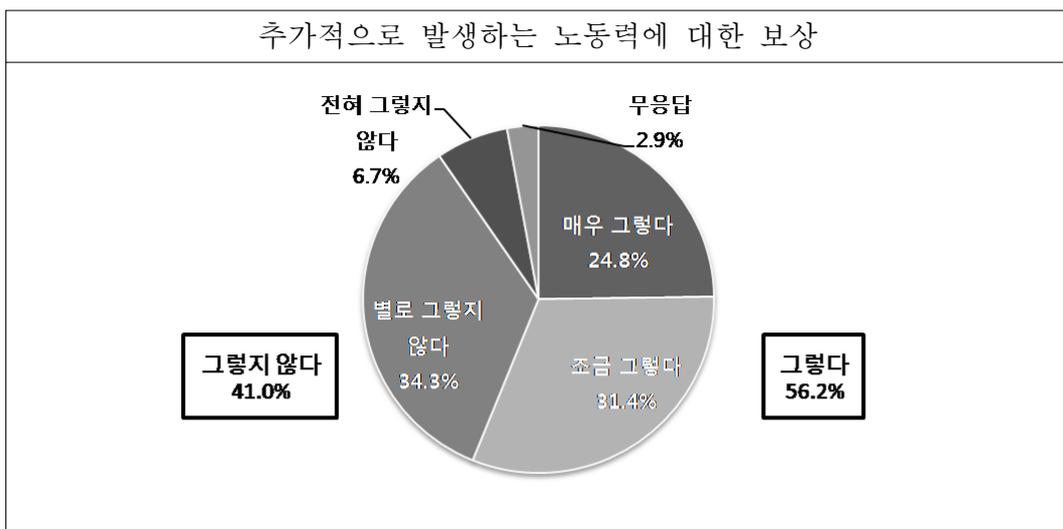


8) 새벽시장 참여농민의 경제적 효과

○ 새벽시장 참여의 경제적 효과에 대해서는 수익증가 항목은 매우 그렇다 56.2%, 약간 그렇다 36.2%로 긍정적인 응답이 92.4%로 나타났다. 안정적 판로의 확보라는 항목에 대해서는 매우 그렇다 49.5%, 약간 그렇다 35.2%로 긍정적인 응답이 84.7%로 나타났다. 유희지 텃밭의 활용이라는 항목에 대해서는 매우 그렇다 24.8%, 약간 그렇다 34.3%로 긍정적인 응답이 59.1%로 나타났다.

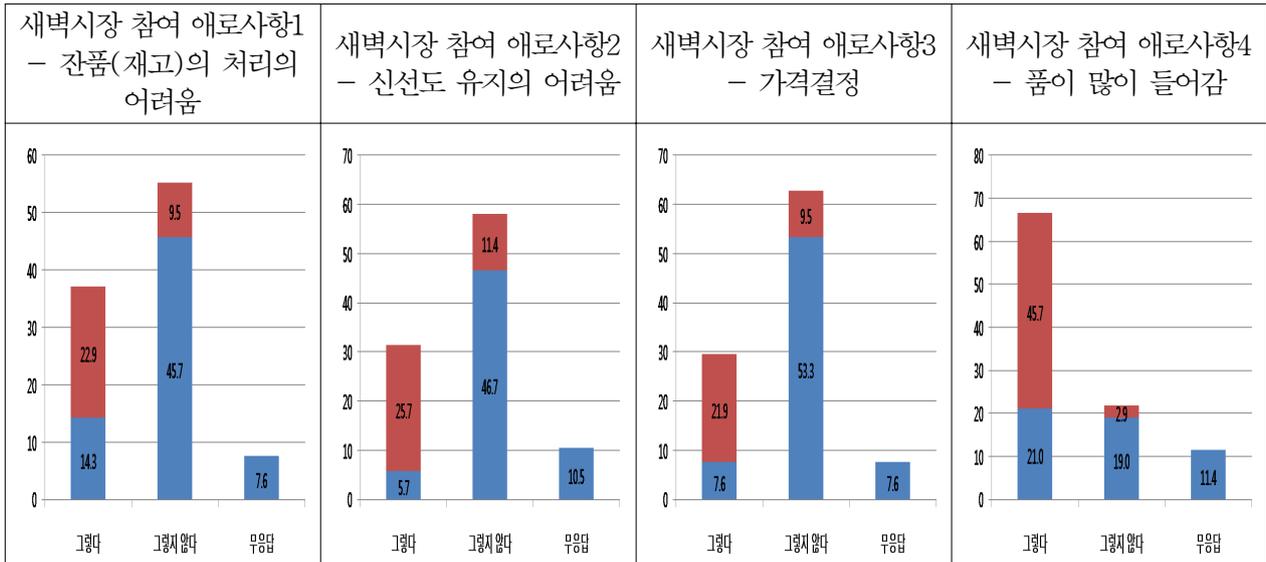


○ 새벽시장 참여를 위해 추가적으로 발생하는 노동력에 대해 충분히 보상받고 있는지에 대한 생각은 조금 그렇다 31.4%, 매우 그렇다 24.8%로 긍정적인 응답이 56.2%로 나타나 별로 그렇지 않다 34.3%, 전혀 그렇지 않다 6.7%인 부정적인 응답 41.0%보다 높게 나타났다.

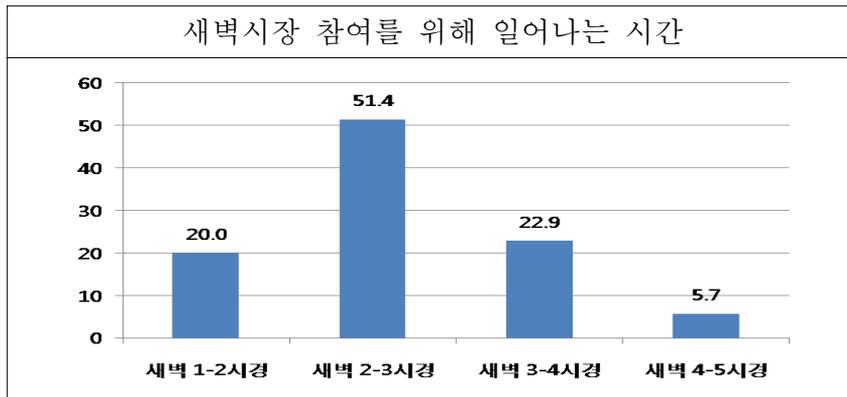


9) 새벽시장 참여의 애로사항

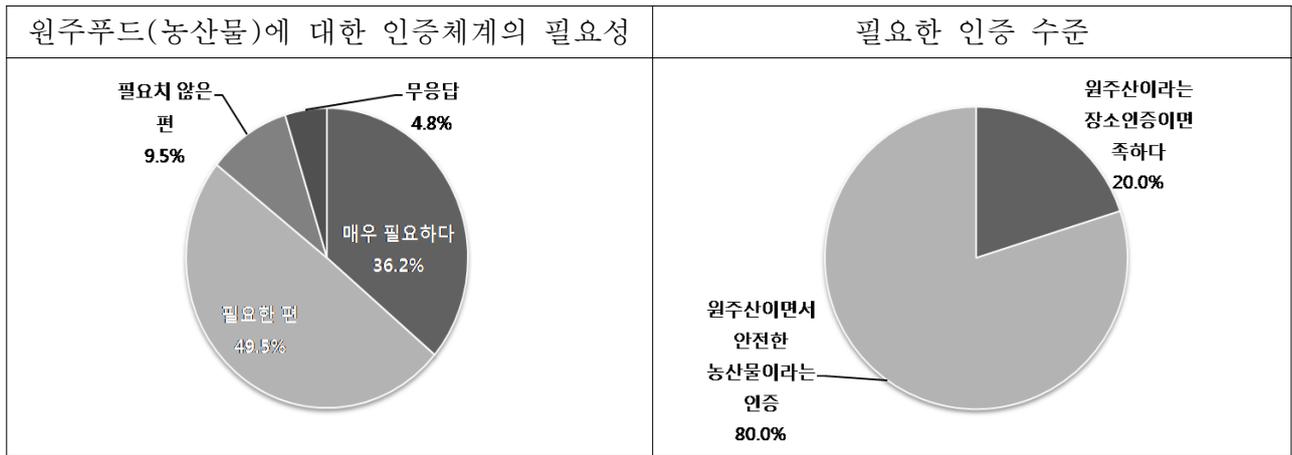
○ 새벽시장 참여의 애로사항에 대해서는 잔품(재고)의 처리가 어렵다는 응답은 37.2%(매우 그렇다 14.3%, 그렇다 22.9%)로 나타났다(재고처리가 어렵지 않다는 의견 55.2%). 신선도 유지가 어렵다는 응답도 31.4%로 비교적 낮게 나타났다(신선도 유지가 어렵지 않다는 의견은 58.1%). 가격결정에 있어서도 어렵다는 응답이 29.5%로 나타났다(가격결정 어려움이 없다는 응답은 62.8%). 반면 품이 많이 들어간다는 응답은 66.7%로 나타나 그렇지 않다 19.0%, 전혀 그렇지 않다 2.9%인 부정적 응답 21.9%보다 높게 나타났다.



- 새벽시장 참여를 위해 일어나는 시간은 새벽 2-3시경 51.4%, 3-4시경 22.9%, 1-2시경 20.0%, 4-5시경 5.7%의 순으로 나타났다. 이 때문에 수면시간부족을 애로사항으로 지적하는 농민들의 응답도 많았다. 판매 시작시간에 대한 질문에서 1시~3시의 매우 이른 시간대가 나오는 이유는 좋은 자리를 선점하기 위해 이른 시간부터 원주천 새벽시장 장소에서 대기하기 때문인 것으로 판단된다.



- 당일 판매하지 못한 농산물(잔품)의 처리 방법은 그냥 가져간다는 응답이 76.2%로 가장 많았으며, 아는 가게에 판다 7.6%, 기타 5.7%, 아는 식당에 판다 4.8%의 순으로 나타났다. 기타 처리 방법으로는 중간 상인에게 판매, 지인에게 판매, 다음날 싼 값에 판매 등이 있었다.
- 새벽시장 활성화를 위해 필요한 시설이나 장비에 대한 질문에서 비가림이나 안정적인 공간을 확보하기 위한 천막설치, 주차공간의 확보, 조명설비, 화장실 확장, 휴게공간 마련, 저온저장고의 확보 등에 대한 요구가 있었다. 인증된 원주생산자만 판매하도록 제도화(상인들의 판매 금지), 적극적인 홍보, 비닐봉투 등의 제공 등도 제시되었다.
- 원주푸드(농산물)에 대한 인증체계의 필요성에 대해서는 85.7%가 필요하다고 응답했고(매우 필요 36.2%, 필요한 편 49.5%), 전혀 필요치 않다는 응답은 없었다. 인증체계가 필요하다고 생각하는 경우 어떤 수준의 인증이 필요한가에 대해서는 원주산이면서 안전한 농산물이라는 인증이 필요하다는 응답이 80%, 원주산이라는 장소인증이면 족하다는 응답은 20%에 불과했다.



* 참고자료.

농업인 새벽시장²⁾

매년 4월 중순부터 12월 중순까지 추석 연휴 하루를 제외하고 1994년부터 매일 원주천 둔치에서 열리는 농민시장으로, 원주 로컬푸드의 상징으로 꼽힌다. 13개 읍·면·동 지역 500여명의 회원 농민이 참여하고 있으며, 회원은 원주시에서 농사를 짓는 농민으로 한정한다.

1) 새벽시장 운영 배경

원주시 새벽시장은 연간 22만명의 방문객이 찾는 대규모 장터로, 판매액이 2009년 기준 연 80억에 이른다. 타지역 동네 장터의 경우 50여명의 농민들로 운영되는 데 비하면 굉장히 큰 수준이다. 이렇게 큰 규모로 운영·유지될 수 있었던 데에는 농업인 새벽시장 원주시협의회(회장 지경식)가 큰 역할을 했다.

지경식 농업인 새벽시장 원주시협의회장은 “초기에 지역 농민들이 도매상에 농작물을 들고 갔더니 중도매인들이 가격을 절반은 낮춰서 부르고 깎으니깐 작은 규모의 농사를 짓는 소농들은 가격이 너무 비합리적이라 그쪽에는 팔지 못하고 중앙시장에서 몰래 팔다 쫓겨나는 등 수모를 겪었다. 처음에 갈대로 둘러싸인 자갈밭에서 다섯 여명의 농민이 농산물을 판매했던 것이 시작이었다. 농작물 판로를 찾지 못해 힘들었던 소농들은 이 쪽에서 점점 조직화되어 갔고 당시 원주의 농민에게 무료로 개방해 운영했다. 한 때는 회원 700여명까지 확대됐었지만 고령으로 사망하신 분들이 있어서 요즘에는 500여명 수준으로 유지되고 있다”고 도입 배경을 설명한다.

현재 회원들은 13개 읍면 단위별로 소속돼 있으며 각 단위마다 지역회장과 총무, 상거래 감시 담당자가 한 명씩 정해져 있어 체계적으로 운영된다. 상거래 감시 담당자는 농민 각자 재배한 작물에 자신의 연락처와 이름, 작물의 원산지를 잘 표시했는지, 오래된 물건은 없는지 등의 품질을 관리하고 이 밖에도 주차관리 등의 허드렛일을 도맡는다. 이러한 활동은 13개 단위의 순환 당번제에 의해 이뤄진다. 농민들은 가입비 5만원, 연회비 2만원을 납부하면 회원이 되어 언제든지 농산물을 이 곳에서 내다 팔 수 있다.

새벽시장에는 연간 2,750만원 정도의 시비가 지원되며 이는 원산지 표지판 제작, 생산자 실명제 및 원산지 표시제 의무화를 지원하는 데 쓰인다.

2) ‘아래로부터의 로컬푸드 추진사례 - 원주지역을 중심으로’(계간 농정연구 38호, 김혜민)중 원주시 새벽시장 부분 전재

소비자 중에는 식당 운영자나 일반 가정 주부가 많지만 최근 관광지로서 변모하는 움직임도 관찰된다. 원주의 새벽시장이 2010년 농림수산식품부 우수시장으로 선정되면서 16개 지자체에서 이를 벤치마킹하기 위해 견학을 왔고, 일본·중국·베트남 등 해외 관광객들도 대형 농민시장 구경에 많은 관심을 보이곤 한다.

매달 2회씩 행운권을 추첨해 농산물을 지급하기도 하고, 치악산 감자·찰옥수수·복숭아 같은 지역 특산물에 대한 무료 시식회를 여는 등 이벤트를 여는 등의 방법으로 고객과 소통하기도 한다.

지자체 또한 새벽시장의 활성화에 한 몫 했다. 새벽시장은 2010년까지 하천 둔치에 점용 허가를 안 받은 상태에서 운영돼온 터라 사실상 불법으로 볼 수 있었다. 하지만 실질적으로 잘 운영되고 시민들의 호응이 많다보니 시에서도 비닐봉투, 화장실 등을 지원하는 등 민간의 활동을 조용히 지원한 바 있다.

2009년에는 특히 '농업인 새벽시장 개설 및 운영에 관한 조례'가 제정되면서 하천점용 허가, 임시시장 등록의 법적 근거가 생겼다. 사실상 불법이었던 하천점용이 법적 근거를 갖게 된 것이다. 2010년에는 무상임대 조건으로 농업인새벽시장협의회의 지경식 회장에게 위탁 운영이 맡겨졌다.

2) 새벽시장의 운영 및 성과

소비자로서는 지역의 신선한 농산물을 저렴한 값에 살 수 있어서 좋고, 농민의 입장에서 중간에서의 유통마진 없이 자신이 키운 작물들을 정당한 값을 받고 팔 수 있다보니 서로 도움을 주고 받는 격이다. 특히 도매상에 물건을 팔기에는 재배량이 적은 지역 소농들에게 새벽시장은 든든한 판매처가 되고 있다.



* 농업인 새벽시장의 모습. 원주천 둔치 7,807m² 규모의 장이 매일 새벽 4시부터 열리고 있다.

농식품부로부터 모범적인 새벽시장 인증을 받은 2010년에는 인증과 함께 지원받은 인센티브로 고객 편의를 위한 카트 100대를 운영하고 친환경 농산물 코너를 신설했다.

새벽시장에서는 지역의 소농과 소비자 사이 면대면 직거래가 꾸준히 이뤄지고 있다. 생산자가 작물의 정보도 정확히 제공하기 때문에 생산자와 소비자 사이 신뢰 형성이 용이하고 단골손님의 확보도 비교적 쉽게 이뤄진다. 지경식 회장은 “사람이 사람을 믿게 되면서 소비자 입장에서는 단골도 생기고, 텃밭도 주면서 더욱 활성화될 수 있다”며 “이렇게 신뢰가 쌓이게 되면 농민들도 장기적으로는 저농약 무농약 친환경 농산물을 재배하기 위해 노력하게 될 것”이라고 말했다.

타지역이나 외국에서 새벽시장을 찾는 손님들을 위해 새벽시장 관광 코스도 개발할 계획도 있다. 단체 관광시 버스를 대절해주는 등 편의만 제공해도 새벽시장 활성화에 큰 도움이 되기 때문이다.