

CDI 세미나 2012-23

지역경제순환연구회
제4차 워크샵

한국형 내발적 발전의 모색

2012.5.25

강원발전연구원 연구1부
충남발전연구원 지역경제연구부
공동워크샵

『지역경제 순환연구회 제4차 워크숍』 개최

- 일시 : 2012년 5월 25일 오전 10시 ~ 12시
- 장소 : 강원발전연구원 5층 소회의실
- 주제 : 한국형 내발적 발전의 모색
- 주최·주관 : 충남발전연구원 지역경제연구부

강원발전연구원 연구1부

■ 시간계획

시간계획		내 용	비고
10:00~10:05	5분	- 개 회 및 인사말	사회: 신동호
10:05~10:35	30분	- 주제발표(Ⅰ) 「내발적 발전론과 마을기업 활성화」	강원발전연구원 지경배 연구위원
10:35~11:05	30분	- 주제발표(Ⅱ) 「한일 상업집적의 내발적 발전」	충남발전연구원 이민정 연구원
11:05~12:00	55분	- 종합토론 및 정리	

■ 발제자

성 명	소속 및 직위	주제
지경배	강원발전연구원 연구위원	내발적 발전론과 마을기업 활성화
이민정	충남발전연구원 연구원	한일 상업집적의 내발적발전



내발적 발전론과 마을기업 육성 방안

2012. 5. 25

지 경 배

가원발전연구원 연구위원

목 차

I 왜 마을기업인가?

II 강원도 관련 지원사업의 현황

III 사업의 문제점 및 향후 과제

IV 마을기업 육성을 위한 정책 제언

왜 마을기업인가?

1 내발적 발전을 위한 사회경제정책

○ 지역발전 전략에 관한 두 가지 논쟁

- 지역발전 전략 ➡ 외래형(外來型) 개발과 내발적(內發的) 발전
- 외래형 개발(기업유치, 외부인재 영입) + 내발적 발전(지역내 인적 · 물적자원 활용)

○ 지역내 경제 순환 구축을 위한 현실적 방안

- 외래형 개발의 장점과 단점 ➡ 지역의 획기적 변화 가능, 지역주민의 실질적 소득창출 한계
- 내발적 발전의 장점과 단점 ➡ 실질적 소득 및 일자리 창출가능, 주체성과 자발성의 부족



주체성과 자발성을 갖춘 마을기업 육성을 통해
지역주민 실질적 소득창출 도모

I

왜 마을기업인가?

2

마을만들기 사업의 경영모델 만들기

●

중앙부처의 마을만들기 사업 현황

사업명	주관부처	시작년도	사업대상	비고
북색농촌체험마을사업	농수산식품부	2002	마을	공모제방식
마을가꾸기 경진대회	“	2002	마을	공모제방식
농촌마을종합개발사업	“	2004	마을권역 (3-5개마을)	공모제방식
거점면 소재지 개발사업	“	2006	마을권역 (3-5개마을)	공모제방식
농촌전통테마마을사업	“	2002	마을	공모제방식
농촌건강장수마을사업	“	2006	마을	공모제방식
어촌체험관광마을사업		2002	마을권역	공모제방식
산촌생태마을조성사업	산림청	1994	마을	대상지 지정
자연생태우수마을 지원사업	환경부	2001	마을	공모제방식
정보화마을조성사업	행정안전부	2002	마을	공모제방식
살기좋은 지역만들기	“	2006	마을권역 (3-5개마을)	공모제방식
참살기좋은 마을가꾸기	“	2007	마을	공모제방식
소도읍육성종합계획	“	2003	읍지역	공모제방식
문화·역사마을가꾸기	문화관광부	2004	마을	공모제방식

I 왜 마을기업인가?

● 마을만들기 사업의 문제점

- 하드웨어 확충에 중점, 농어촌 사회정책으로서는 성과가 있었지만 경제정책으로서는 한계 노출
- 마을 공동체 중심의 사업전개로 인해 경영주체의 모호, 전문성 미약
- 기조성된 하드웨어, 기 개발된 프로그램을 활용하여 지역주민들의 실질적 소득창출과 어떻게 연계할 것인가가 과제로 남음

● 마을만들기에서 주민주체의 기업으로

- “마을만들기 사업” 에서 “마을단위 기업” 으로 전환
 ➡ 농어촌 “사회정책” 에서 “경제사회정책” 으로 전환
- 마을만들기 사업의 마을단위 기업 전환을 통해 확실한 경영 주체 형성
 ➡ 주인없는 사업에서 주인있는 사업으로 전환
- 영농조합법인 등 공동체 경제조직체 형성을 통해 개인 독점화 방지
 ➡ 마을주민과 함께 성장하는 기업, 성과는 독점이 아닌 분배 지향

II

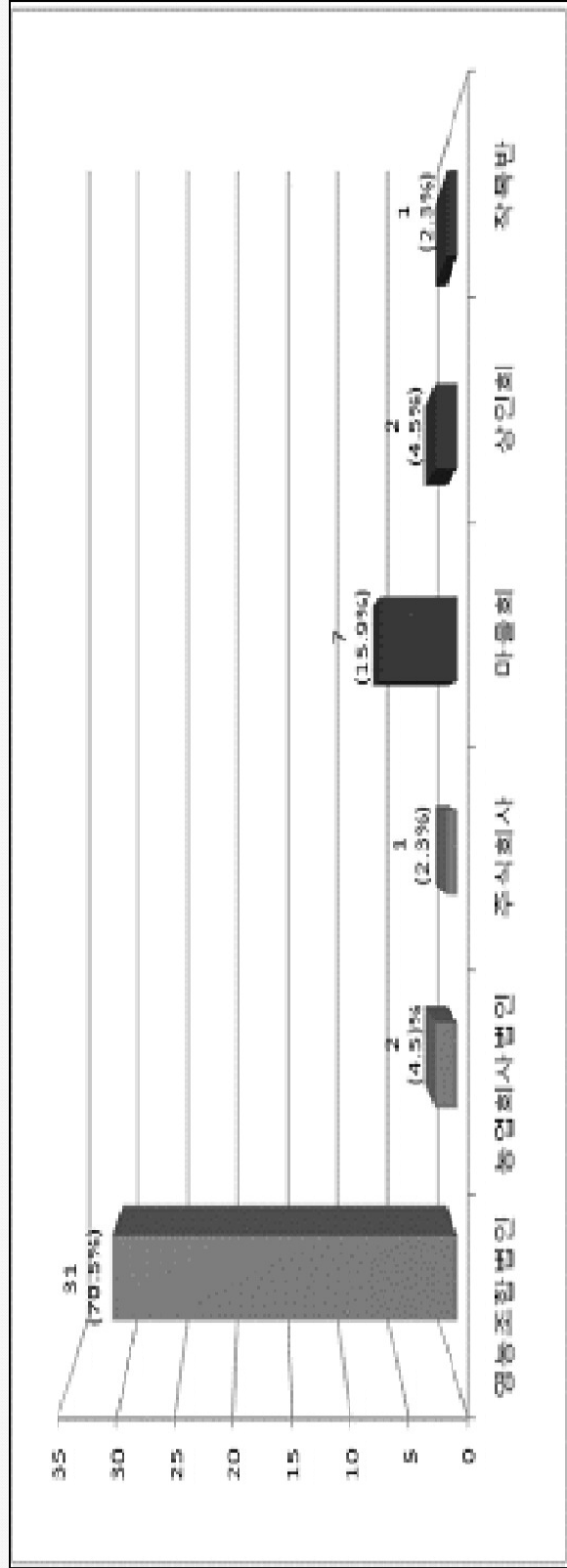
강원도 관련 지원사업의 현황

1 강원도 마을기업 지원사업 현황

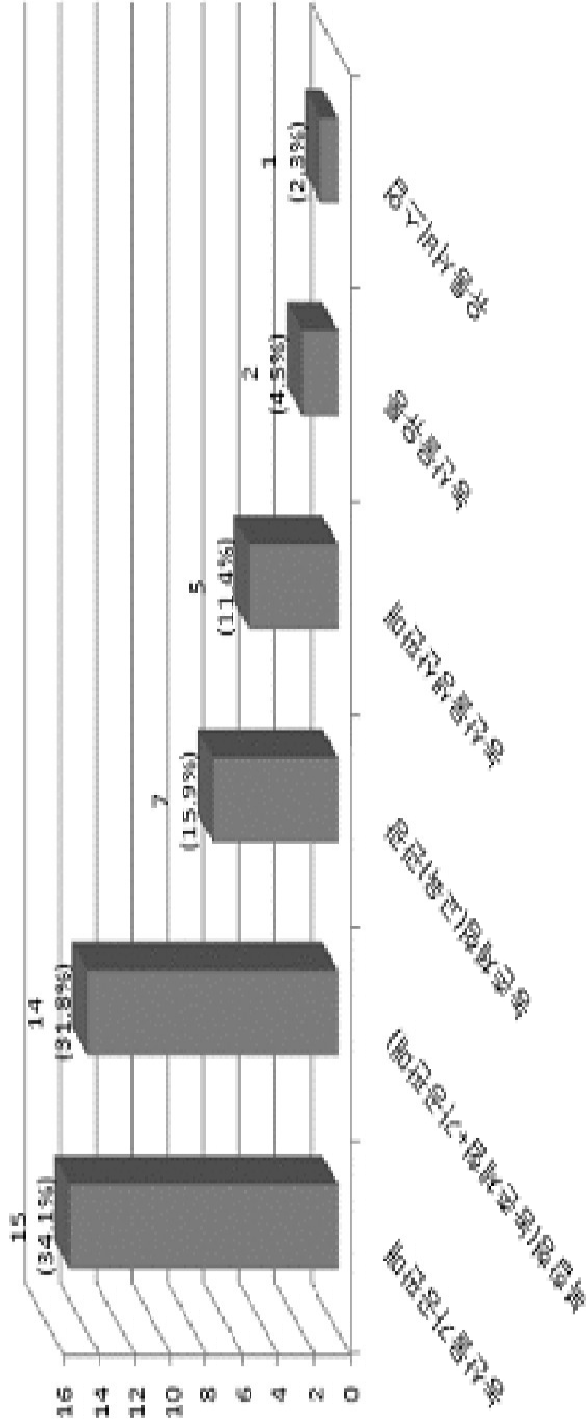
● 총 44개 마을기업 선정

- 2011년 현재 강원도는 총 44개 마을기업이 선정되어 추진중
- 마을기업당 5천만원 지원 및 경영 컨설팅 지원, 주로 소프트웨어 지원사업에 초점

● 기업형태는 “영농조합법인” 이 다수



● 사업내용은 농산물생산판매와 농촌체험이 다수



- 사업내용은 “농산물생산(가공, 유통) 판매”가 22개(50%), 농촌체험과 농산물 생산(가공)판매의 “복합형”이 14개(31.8%), “농촌체험(교육)관광”이 7개(15.9%) 등
 - 전반적으로 농산물 생산(가공유통분야, 농촌체험관광, 그리고 이외의 복합형으로 3분되는 경향
 - 강원도내 마을기업의 사업분야는 농촌관광과 농산물 1차 생산판매에 머무르고 있음
- ↑ 마을기업 상품의 고도화, 다양화 필요

○ 기업간 매출액 편차가 크고, 매출액이 높은 기업은 주력상품이 존재

- 강원도내 마을기업의 평균 매출액은 191백만원으로 매출액 편차가 크고
- 매출액이 높은 마을기업은 주력상품이 존재함
- 연매출 2억원 이상이 9개, 연매출 5천만원 이상이 16개
- 매출액이 높은 기업은 “심층수 표고버섯” , “전통떡” , “삼채” , “딸기” 등 주력상품존재

↑ 주력상품의 유무가 매출고와 직결

2 강원도 농촌 여성 창업 사업 현황

○ 총 77개 농촌여성 창업사업 선정 지원

- 2011년 현재 77개 농촌여성 창업사업 추진중(1995년 시작)
- 사업당 1억원에서 5천만원 지원, 주로 기반조성(시설, 기구 등), 원료확보, 홍보마케팅 등 지원
- 사업대상은 여성농업인 또는 2인 이상의 농가공동, 마을단위, 법인 등(농촌에 거주하는 여성)

○ 사람과 상품에 초점을 맞춘 지원사업

- 농업인 특유의 습씨를 활용, 농촌자원을 이용한 소득활동 지원
- 해당 지역 생산 농수산물을 주원료로 하고, 지역 거주자들에 의해 행해질 수 있는 사업 선정
- 지역농산물 소비에 앞장서고, 지역일자리 창출에 적극적인 대상

● 총 50품목, 300여종의 특화상품 생산

- 사업장별 특화제품 생산 : 50품목 300여종
- 주요 생산품 : 장류 21, 떡15, 한과 · 조청 10, 절류9, 절임8, 냉동 · 기타 14
- 매출액 : 개소당 5천만원, 일자리 : 1만명/상시고용 220명, 농산물 소비 : 340톤

⇨ 확실한 상품 존재, 기술자 보유

● 우수 사례

- 정선 산야초 나라 : 2010 한식홍보 축제 최고 장아찌 선정, 미국 · 일본 수출(매출 4억원)
워커힐 호텔 등 15개소 납품
- 평창 박광희 김치 : MBC 김치 명인 선정, 명품김치 회원제 도입(500명), 현대백화점 등 납품
- 정선 천년취떡 : 푸른강원 마크 획득, 매출 3억원, 전국 택배 판매

III

문제점 및 향후 과제

○ 책임주체의 형성과 경영마케팅 역량 강화 필요

- 마을만들기 사업(새농어촌건설운동, 농촌마을종합개발 사업 등)과 주민 기업이 상호 중복 및 혼동 추진으로 인한 책임주체 모호
 - ↑ 창업 기업의 책임주체를 명확히 하고, 창업 기업은 소득창출에 초점을 맞추어 경영조직체 형태로 전환 및 역량강화 유도

○ 주력 상품 선정 및 상품브랜드의 고도화 도모 필요

- 창업 기업이 농촌관광과 농산물 생산 등을 동시에 추진하고 있어 사업내용이 산만, 이로 인해 기업상품의 브랜드 고도화 한계
 - ↑ 창업 기업내 주력상품 선정 및 이의 상품화 유도 및 전략적 경영컨설팅을 통해 상품브랜드 가치의 고도화 도모 필요

Ⅲ

문제점 및 향후 과제



○ 상품과 기업의 규모화 및 표준화 필요

- 차별화된 기술을 보유하고 품질이 인증된 상품과 기업을 중심으로 생산체제의 고도화를 통해 생산량의 규모화 및 품질의 표준화 시도 ➡ 이를 통한 기업 확대 도모



○ 창업사업과 마을 공동체 발전의 연계성 확보

- 개인 기업에서 마을 공동체 기업으로의 전환 모색
➡ 주민주식회사형 영농법인 혹은 지역사회공헌형 영농법인 형태로 사업 추진 모색



○ 창업사업의 글로벌 전략 필요

- 여성창업 사업은 마을의 전통산업을 중심으로 전개되기 때문에 타 지역과 차별화된 “Only One 우리마을의 유일한 상품 만들기” 전략으로 접근시 경쟁력 高
➡ 동계올림픽과 연계한 창업 상품의 고도화 및 해외 시장 개척 도모

마을기업 사례와 사업 아이템

1 강원도 추진 사례



양양 송천 떡마을 영농조합

- 영농조합형태(조합원수 32명)
- 주민주식회사형 영농조합형태
- 연매출 9억원
- 떡을 핵심 상품으로 한 소득창출과 급냉떡 개발을 통한 상품 고도화

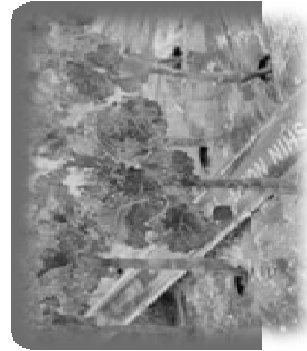


고성 민음표고버섯

- 영농조합형태(조합원수 7명)
- 특화상품 위주의 영농조합법인
- 연매출 15억원
- 해양심층수 이용한 표고버섯 재배 및 판매 (온/오프라인)

속초 하도문 영농조합

- 영농조합형태(조합원수 52명)
- 주민주식회사형 영농조합
- 연매출 8억원
- 친환경 쌈채를 특화 작목으로 사업 전개, 농존체험 병행



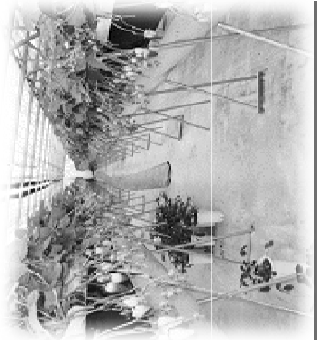
횡성 공동체 농업지원센터

- 영농조합형태(조합원수 12명)
- 로컬푸드 사업중심의 영농조합
- 연매출 3억6천만원
- 친환경 농산물 생산, 친환경 농산물 가공, 산골나루 제철 꾸러미 사업



마을기업 사례와 사업 아이템

1 강원도 추진 사례



속초 응골딸기 영농조합

- 영농조합형태(조합원수 27명)
- 주민주식회사형 영농조합형태
- 연매출 2억원
- 딸기 판매, 잼, 쿠키 가공판매
- 크리스마스 딸기 판매



정선 천년 취떡

- 농촌 여성창업 우수 사례 선정
- 40년 전통의 수리취떡
- 강원도 떡류 최초 푸른강원 마크 획득(2007)
- 지역취나물 소비(40톤/매출 3억),
- 전국 택배 판매, 농촌 일자리 창출

평창 별천지마을 영농조합

- 영농조합형태(조합원수 21명)
- 주민주식회사형 영농조합
- 연매출 3억원
- 취나물, 고사리, 금취 판매
- 생물판매에서 삶는 기계 도입
(매출액 3배 신장)



정선 산야초 나라

- 2010 한식홍보 최고장아찌 선정
- 산마늘, 오가피 등 가공 고도화
- 지역산나물 소비(50톤)
- 미국, 일본 수출(매출 4억)
- 워커힌 호텔 등 15개소 납품



마을기업 사례와 사업 아이템

2

국내외 사례

전남 완주군 '건강한 밥상'

- 영농조합법인
- 연매출 12억원
- 건강밥상 푸러미 배달사업
직거래 장터, 직매장 운영,
푸러미 품목 농산물 계약재배 등



경남 창원 '다감농원'

- 개인기업
- 연매출 5억원(매출4억/체험1억)
- 명품단감 판매, 단감수확 체험
계절별 농존마을체험 행사
마을 숙박,음식점 연계사업



일본 '위커스 컬렉티브 한'

- 기업조합
- 연매출 1억1천만엔(한화 16억)
- 주부 조합원 20명이 출자,설립
- 일본산 블루베리 소스(잼)생산
- 건강식품으로 가공



일본 '주식회사 이로도리'

- 기업조합
- 연매출 3억엔(한화 45억)
- 평균 78세 노인 177명 소속
- 음식장식용 나뭇잎 판매
- 평범한 나뭇잎 포장 · 상품화

마을기업 육성을 위한 정책 제언

1 마을기업 경영 역량 강화

● 마을기업 법인화 교육 강화

- 기존 농촌마을 사업과 마을기업의 차별화를 도모하기 위해 마을기업 법인화를 의무화하고 마을기업은 생활공동체가 아닌 경영법인으로 인식, 이에 대한 교육 기능 강화 필요
 - 기존의 농촌마을 사업의 문제점으로 지적되고 있는 소득 창출 부문에 초점을 맞추어 사업 추진
- ⇧ **확실한 경영주체 형성을 통해 주민소득 및 일자리 창출에 초점**

● 세무회계관련 교육강화 및 세무회계 매뉴얼 제작 배포

- 마을기업 운영시 어려움을 겪고 있는 세무회계관련 교육을 강화하고 기초적이고 통일된 세무회계 매뉴얼 제작 배포
 - 마을기업 대표(실무자) 대상 세무회계 집중교육 실시, 세무회계관련 대행 업무 위탁 지원
- ⇧ **[가칭] 풀뿌리기업 지원센터내에서 세무회계관련 전문 인력 및 대행 업무 지원**



마을기업 육성을 위한 정책 제언

2 사전 설명회 개최 및 창업아카데미 추진

● 마을기업 선정전 사전 설명회 개최

- 마을기업의 성공가능성을 높이기 위해서는 마을기업 선정과정에서 마을기업 추진을 희망하는 기업들을 대상으로 사전설명회 개최 필요
- 시군에서는 해당년도 선정수의 2배수를 추천하고 사전 설명회에서는 마을기업의 취지나 사업계획서 작성 등 상담을 동시에 지원토록 함(시군 공무원도 동참한 연계교육 必)

● 마을기업 창업 아카데미 추진

- 마을기업 선정시 탈락한 기업, 새농어촌건설운동 등 마을지원사업중 마을기업화가 필요한 기업, 농촌여성 및 청년 창업 등 창업사업자 등을 대상으로 한 “마을기업 창업 아카데미” 사업추진
⇒ 마을기업 인큐베이더 과정을 통해 마을기업 성공가능성 증대 도모



마을기업 육성을 위한 정책 제언

3 마을기업 멘토제 및 사후관리제 도입

● 마을기업 프로보노 및 멘토제 도입 검토

- 마을기업을 전문적으로 지원할 자원봉사 형태의 프로보노제 도입 검토(퇴직 공무원, 퇴직 경영인, 마을 컨설팅 전문가, 대학교수 등)
- 시군별로 자체적으로 프로보노 네트워크를 구축하고 이에 대한 사업비 지원 검토
- 마을기업 프로보노와 마을기업간 멘토-멘티제를 도입하여 지속적 관리 지원체계 구축

● 마을기업 사후관리제 도입 및 글로벌 마케팅 지원

- 매년 마을기업의 실적 및 사업 추진 현황 등을 평가하여 높은 성과를 보이고 또 사업성 있는 주력 상품을 보유한 마을기업을 대상으로 하여 집중지원하는 마을기업 사후관리제 도입
- 또한 사업규모가 크고 주변 마을기업과의 연계가 가능한 기업들은 면단위 사업으로 확대하고 수출경쟁력을 높일 수 있는 글로벌 마케팅 지원



마을기업 발전을 위한 정책 제언

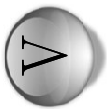
4 마을기업간 네트워크 지원 및 박람회 개최

● 마을기업 네트워크 지원

- 마을기업간의 주체적, 자주적 역량강화를 목적으로 도단위 마을기업 협의체를 구성하고 시군단위로 확대 추진
 - 마을기업 협의체를 중심으로 마을기업간 네트워크 형성을 통해 자주학습 역량 강화 및 정보교류 도모
- ↑ 궁극적으로 주민주체의 경영역량 강화 및 연계를 통해 내발적 발전 도모

● 풀뿌리기업 박람회 개최 검토

- 강원도 풀뿌리기업 통합 박람회 개최를 통해 도내 풀뿌리기업 상품 홍보 및 정보교류 장 마련
- 전문가 컨설팅 및 판로망 개척 등 동시 추진



마을기업 발전을 위한 정책 제언

5 지자체 통합지원체계 구축

“풀뿌리 기업 지원센터” 설립시 기업화 단계별 맞춤형 지원체계 구축

- 강원도내 사회적 기업과 마을기업을 통합 지원하는 “(가칭) 풀뿌리 기업 지원센터” 설립 검토중
- 풀뿌리기업 지원센터 설립시 창업에서 시작해서 기업화 성장단계별[경영조직체 구성, 상품개발, 시장조사, 품질향상, 판로개척, 글로벌 마케팅 등등] 맞춤형 경영지원 시스템
- 농촌지역 마을지원사업 등도 풀뿌리기업화를 통해 농촌지역내 경제, 경영 역량강화 도모

통합 로고 제작/통합 디자인 개발/공동 마케팅 추진

- 풀뿌리 기업 통합 로고 제작 및 디자인 개발, 통합 홈페이지 구축
 - 마을기업 및 사회적 기업, 농촌여성 및 청년 창업사업 등을 종합한
- “풀뿌리 기업 통합 로고 및 디자인 개발” 및 통합 홈페이지 구축

경청해 주셔서 감사합니다.

일본 상점가재생과 지역적 상업시스템의 재편

—한국·전통시장재생연구의
과제와 방법을 모색하며—

충남발전연구원 지역경제연구부
이민정

● 가설

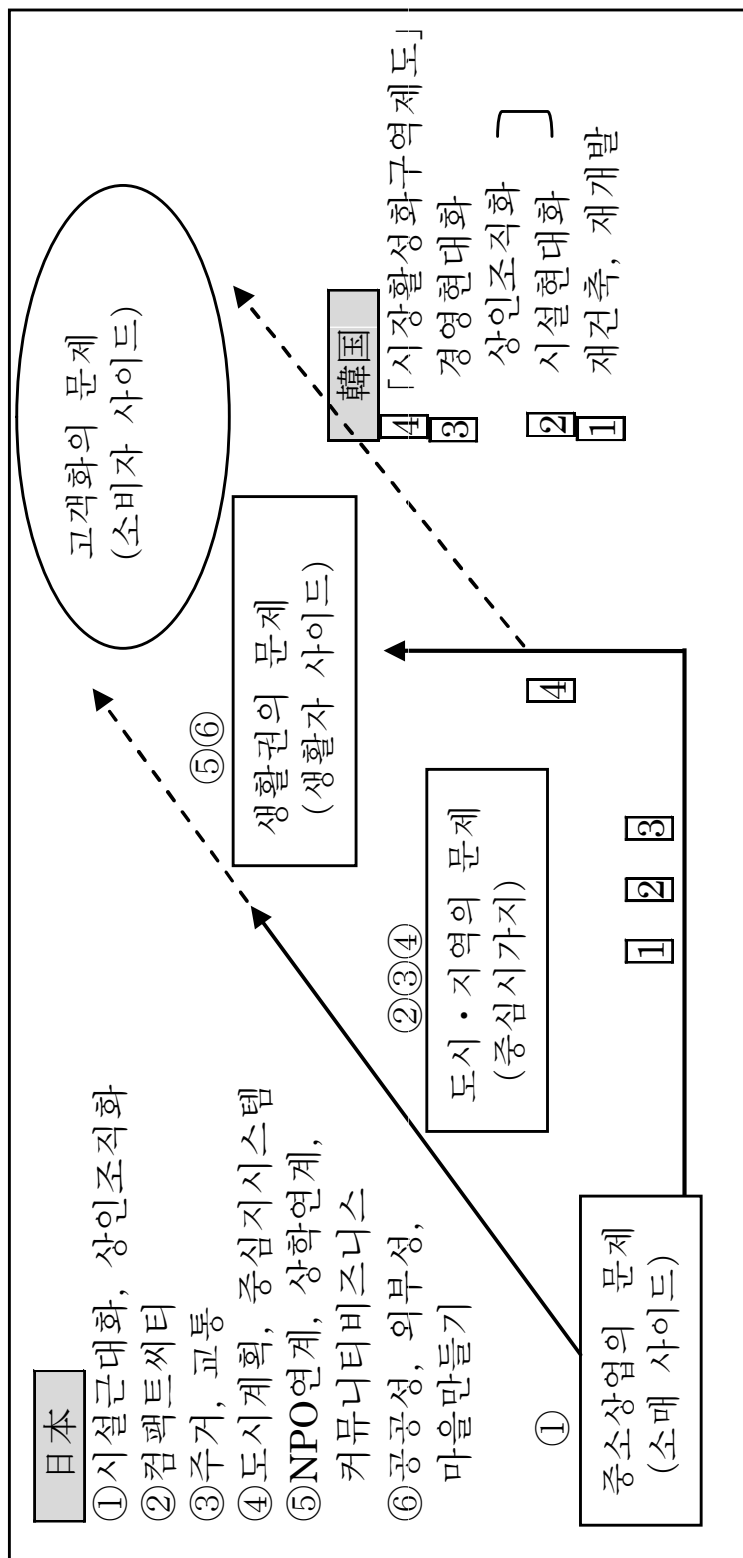
- 재생에 성공한 상점가에서는, 기존의 상점가정책과 대항하면서, 타 상점가가 시도하지 못한 것을 추진한 독자적인 내재적 이론이 있는 것이 아닐까.

→ 상점가가 놓여있는 「지역」이라는 문제에 주목할 때,
그 이론이 뚜렷해지는 것은 아닐까.

- 상점가의 의미를 생각한 경우, 상점가조직에 의한 매니지먼트를 통해, 상점가의 상업본래기능을 강화하는 것이 가능하다면, 상점가재생은 물론, 마을(まち)의 재생에도 이어지지 않을까.

- 상점가의 재생은 상점가 내부조직이 아닌, 외부조직을 매개항으로 하여 실현되는 것은 아닐까.

· 한일 상업집적에 대한 인식변화



출처) 발표자 작성

● 논문을 통해 증명하고 싶은 점과 그 배경

1. '상업으로 되돌아간' 상점가재생은 어떻게 해서 실현되는가.
 - 공공성을 내세워 상점가의 의의를 주장하며 그 활성화를 도모해도, 상점가의 쇠퇴가 멈추지 않는 것이 현실.
 - 상점가 재생을 가능하게 한, 배후에 있는 지역사회 · 정치 · 경제를 보는 것이 필요.
 - 정책영역 내부 및 정책영역 횡단적인 이해(利害)의 대립과 통합의 구조를 밝히는 분석이 필요.
2. 어떻게 하여 상점가의 강점을 살리면서 재생시킬 수 있을까.
 - 상점가 : 비경제의 논리가 크게 관여하고 있으면서, 동시에, 상인의 이익추구의 장(場).
 - 상점가 의미의 재정립의 필요성.
 - 소매업계 전체 속에 상점가를 위치짓고, 어떻게 그에 대응하면서 지역의 제(諸)제도를 도입해 독자적 발전을 이루었는가.
 - ... 中村剛治郎(2004)의 「제도적 조정시스템」 시점을 계승

● 「지역적 상업시스템론」이라는 영역 설정의 근거

1. 지역사회에 있어, 상업가 재생이라는 오늘날의 테마
= 연역적인 어프로치의 한계를 넘어, 상업본래의 의미로 되돌아간 시
점에서 그 재생을 생각하여, 지역재생에 관한 제정책영역의 통합이 필
요.
→ 종래의 상업정책 · 상업가활성화정책 및 종래의 상업가론 · 지역상
업론의 한계
→ 경제사회의 시스템 전체에 있어 소매상업집적을 하나의 묶음(one
set)으로 파악하기 위해, 「지역」이라는 개별종합적인 단위에 착목하
는 것이 유효하지 않을까.
2. 선단적으로 시도한 지역의 사례연구
= 경제사회시스템의 개혁은, 직면한 사회문제에 선행(先行)적으로 도
전하는 지역들의 시행착오에 의한 경험과 교훈이 거듭되고 쌓여서 실
현

● 분석 어프로치

中村剛治郎의 「지역정치경제 시스템론」을 계승, 상업 분야로 발전
(『지역정치경제학』, 有斐閣, 2004년)

● 논문 의 구성

序章 일본의 상점가・상점가연구의 현황과

지역적 상업시스템 어프로치

第1章 상점가와 NPO와의 연계

—도쿄都나카노부(中延)상점가

第2章 상학연계에 의한 상점가의 발전

—요코하마市코후쿠지-마츠바라(洪福寺松原)

상점가

第3章 상점가의 한계를 넘은 내적외적관계의 재편

—카가와県타카마츠市마루가메마치(丸亀町)

상점가

第4章 한국・전통시장의 현황과 재생을 위한 연구과제

終章 본연구의 정리

● 서장

• 선행연구

① 石原武政・加藤司 「상점가론」

② 小川雅人・毒島龍一・福田淳 「지역상업론」

... ①②를 비판적으로 계승・발전시켜,

「지역적 상업시스템론」을 제창

→ ‘지역’ : 상점가재생을 가능케 한, 지역사회・정치・경제・역사
 ... 정책영역의 내부 / 횡단적인 이해대립 / 통합구조
 → 상점가조직의 재편을 축으로, 형성기-확립기-재편기-재생기의
 4개로 시기구분

【형성기】 리더격 인물을 중심으로 상점가조직이 움직임

【확립기】 청년부・부인회와 같은 조직 내부의 동료형 조직(仲間型
 組織)이 형성, 활동

【재편기】 외부조직과의 연계・협력을 통해 재생 모색

【재생기】 이질적 조직간의 갈등에 어떻게 대처하는가

→ 협력? 단독성장? → 새로운 확립기가 되어, 나선형으로 발전

• ‘상점가’의 의미

- ① 상인 - 상인
- ② 상인 - 상점가
- ③ 상점가 - 지역사회

→ 상점가의 의미에서 도출한 「지역적 상업시스템」

(제1규정) 상점가- 내적관계성	3중규정
(제2규정) 상점가- 외적관계성	
(제3규정) 상점가- 지역적 관계성	

■ 「지역적 상업시스템」 : 상점가조직의 내적 · 외적 관계성의 매니지먼트기능 형성 · 발휘에 주목한 분석장치

● 제1장 상점가와 NPO의 연계 : 도쿄都 나가노부(中延)상점가 【근린형】



<시나가와區의 위치-도쿄都23區 중에서 >

출처:http://www.freemap.jp/japan/city_tokyo.html

【형성기】 【확립기】

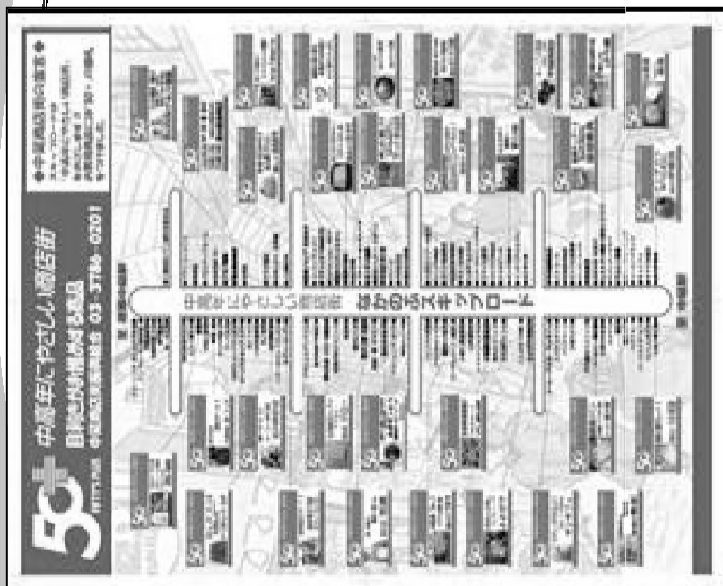
- 좋은 입지 · 안정된 상권인구를 갖고 발전
- 1990년대부터 청년부를 중심으로 소프트사업(이벤트) 실행

【재편기】

- **NPO법**인 배리어프리(バリアフリー)협회의 진출(2004년):
「마을의 컨시어지」 「50+」 → 중장년층을 겨냥
- 상점가 내부: 「어린이랜드」 (2007년~) → 모든 연령층을 중시하고자 하는 움직임
- 재정난으로 NPO 폐업(2010년9월), 연계중지

【재생으로의 단계】

- 「우리마을의 도움원정대, 컨시어지」로 부활
(2010년10월, 법인 미취득)
- 「50+ 일품(逸品)세일」을 자주적으로 지속하는 점포들 존재
→ NPO의 경영이 지속가능하도록, 상점가의 조직적 · 능동적인 지원이 필요



「50+ 日품세일」

開業ご案内

“コンセルジュ”が皆様のお困り事のお手伝いを致します!!

「迅速」「丁寧」「安心」

【作業内容】（お見積りは無料）

- ・剪定、枝払い、除草
- ・観、蘭子、ワロスの張替え
- ・網戸作成と網戸張替え
- ・ペンキ塗装
- ・フローリングの張替え
- ・階段の補修（雨どいも）
- ・お部屋のリフォーム
- ・パソコン指導は日下検討中

- ・エアコン清掃
- ・換気扇の清掃
- ・台所、浴室、トイレの清掃
- ・水道の故障
- ・トイレの故障
- ・家具の移動
- ・畳の張替え
- ・その他

〒

◎事業所名称 街のお助け隊 “コンセルジュ”
 ◎事業所 (仮事務所) 東京都品川区中延3-7-9 (白鳳荘101)
 ◎電話番号 080-5892-0039

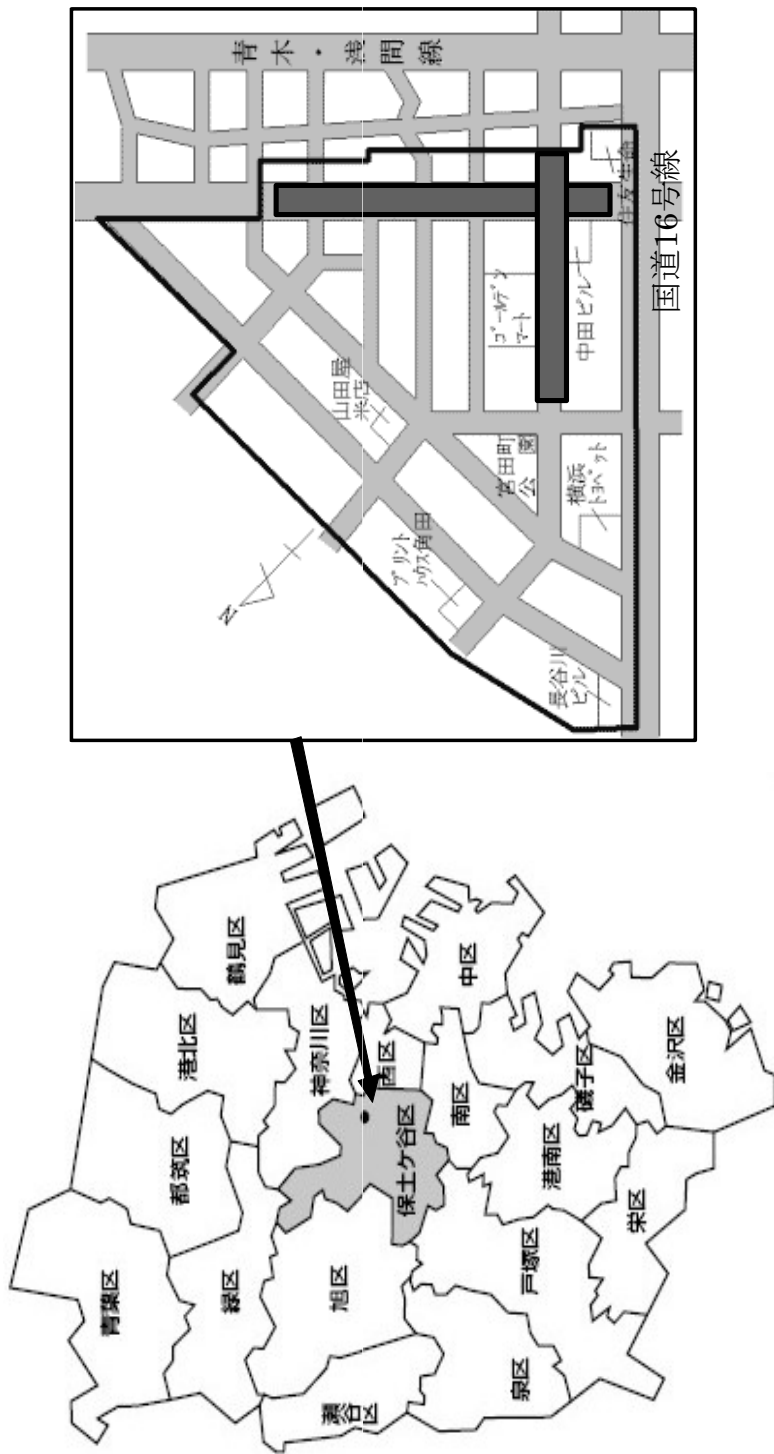
※電話番号が変わりましたので、ご訂正の程、お願い致します。

街のお助け隊
“コンセルジュ”

「우리마을 도움원정대, 컨시어지」

출처: 발표자촬영(2008년6월) 및
동 상점가HP

● 제2장 상학연계에 의한 상점가의 발전: 요코하마시 코후쿠지-마츠바라(洪福寺松原)상점가【지역형】



出所) 横浜市HP (左側) および「平成14年商業統計調査結果」 (右側)

【형성기】

- 상품의 특화 · 전문화로 입지제약을 극복
- 레트로한 분위기
- 조합이사장의 활발한 대외활동

【확립기】

- 2002년 청년부 발족
- 레트로한 분위기 + α (젊음, 시간소비형 상점가) 을 피하나 성과 미미함

【재편기】

- 2009년~2010년 요코하마국립대와 상학연계PJ
- 지역실천교육연구센터 중심으로, 학제적 어프로치, 학생참가를 유도하는 장치 마련
- 토털 스트리트 디자인

【재생기】

- PJ기한종료 후, 상점가에 대학의 거점 오픈(공동학습의 공간)

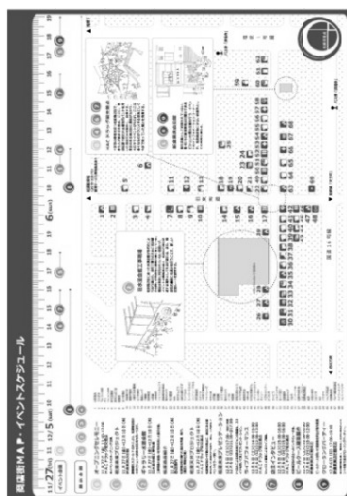
프로젝트의 성과



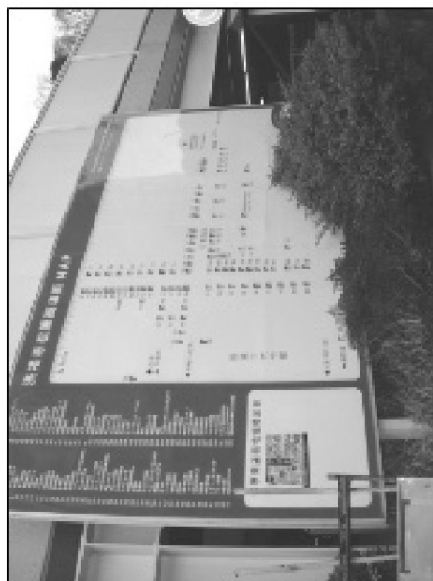
<PJ실시 전(2008년11월)>



<PJ실시 후(2010년12월)>

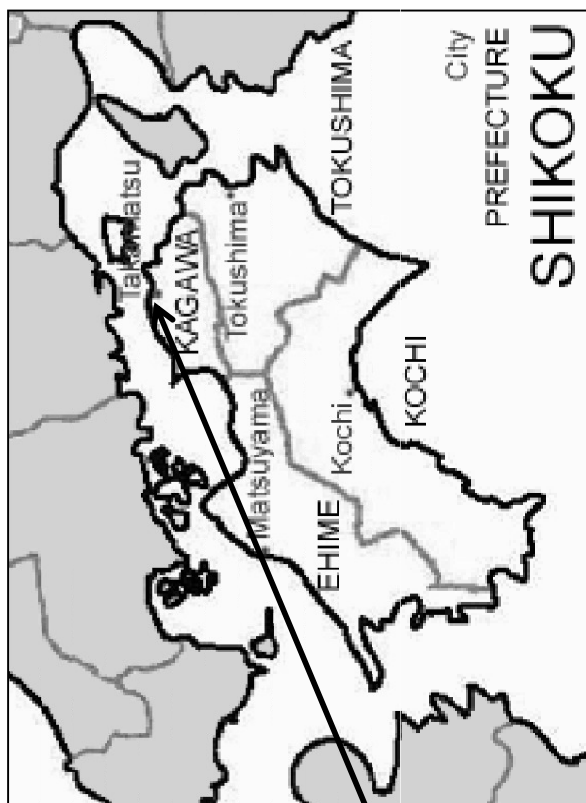
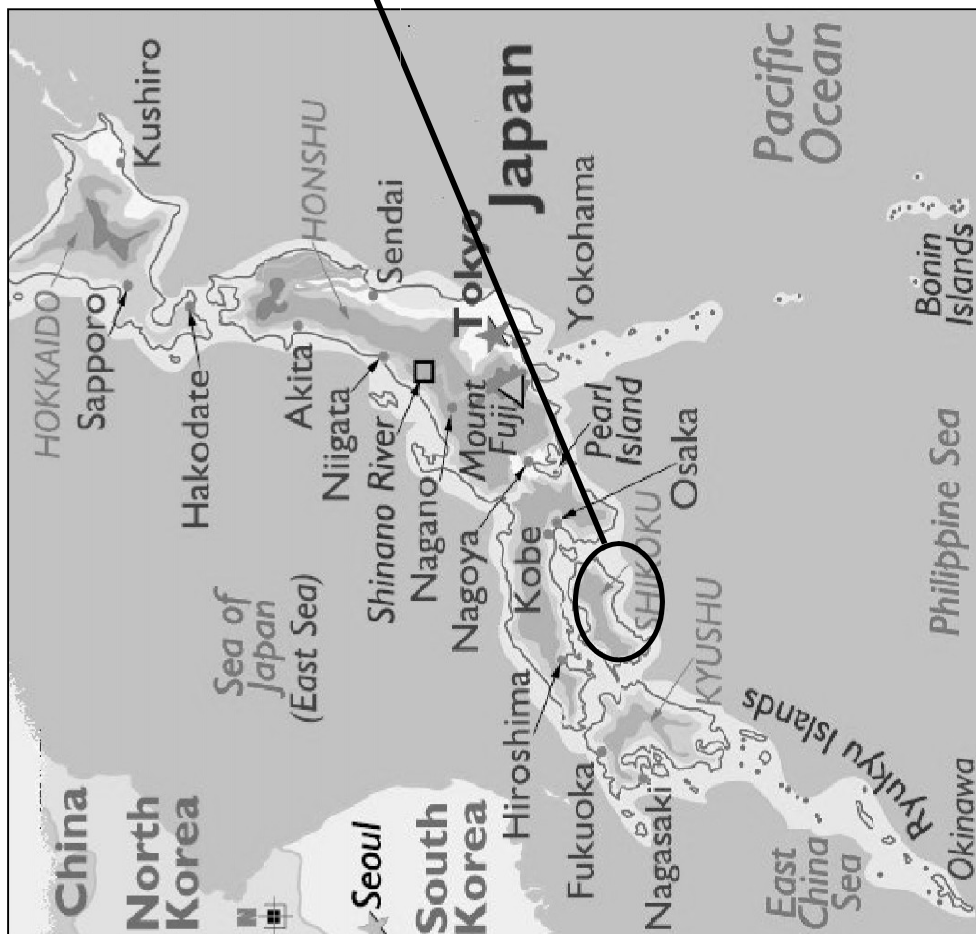


<로고 작성 및 상점가지도/이벤트 안내도>



<PJ 2년차: 주차장의 상점가안내판>

제3장 상점가의 한계를 넘은 내적외적 관계의 재편: 타카마츠시마루가메마치(丸亀町)상점가 【광역형】



* 타카마츠시(高松市)
카가와현(香川県)의 현청소재지,
시코쿠(四国)의 현관도시,
지점경제(支店經濟)로 성장
면적: 375.11km²
인구: 약 42만명

<http://www.gojapan.about.com>

【형성기】

- 시코쿠(四国)의 지방중추도시, 타카마츠市の 광역중심상점가
- 당시 이사장이 미츠코시백화점 유치를 적극적으로 주도
→ 협력·경쟁의 관계구축

【확립기】

- 내부조직으로써 주차장경영관리회사를 별도조직으로 설치
→ 주차장 수입이 상점가조직활동의 재정적 기반이 됨
- 청년부조직의 활동: 양케이트조사(1983년), 400년축제 (1988년)

【재편기】

- 재개발PJ: 약 60년간의 정기착지권(定期借地權)
(토지의 소유권리와 이용권리의 분리) 외부전문가 팀의
테넌트 믹스의 매니지먼트 지속적 조언
오너 변동가셋세 제도
소규모연쇄형 사업(B섹션~F섹션)
- 市の 중심시가지정책, 國의 컴팩트시티 모델
- 【재생기】
- D섹션 지권자들의 새로운 움직임(공동학습)

마루가메마치 상점가 A섹션 (2006년 10월 준공)



발표자 촬영 (2011년 8월 31일)

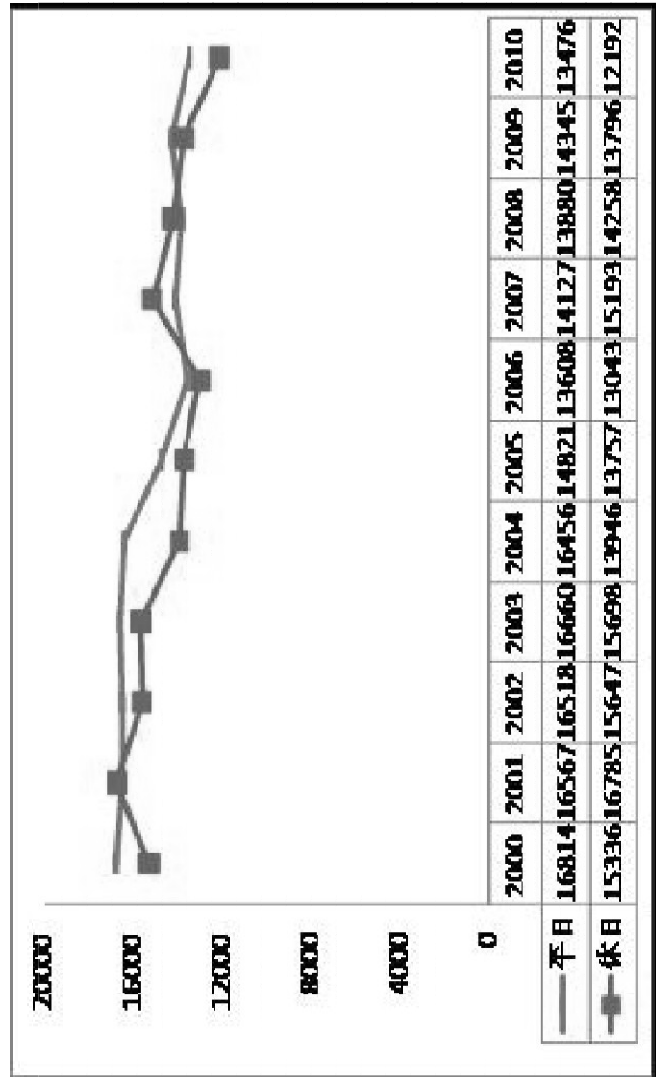
출처: 동 상점가 홈페이지



• A섹션준공 전후의 매상 등 비교

	竣工前 (2005.12.10~ 2006.12.9)	竣工後 (2006.12.10~ 2007.12.9)	前年比
店舗数	15	21	140%
売場面積	1,614㎡	5,865㎡	363%
年間売上高	1,029百万円	4,129百万円	401%
通行量	168,054人	200,847人	120%

• 동 상점가의 통행량추이 (단위: 명)

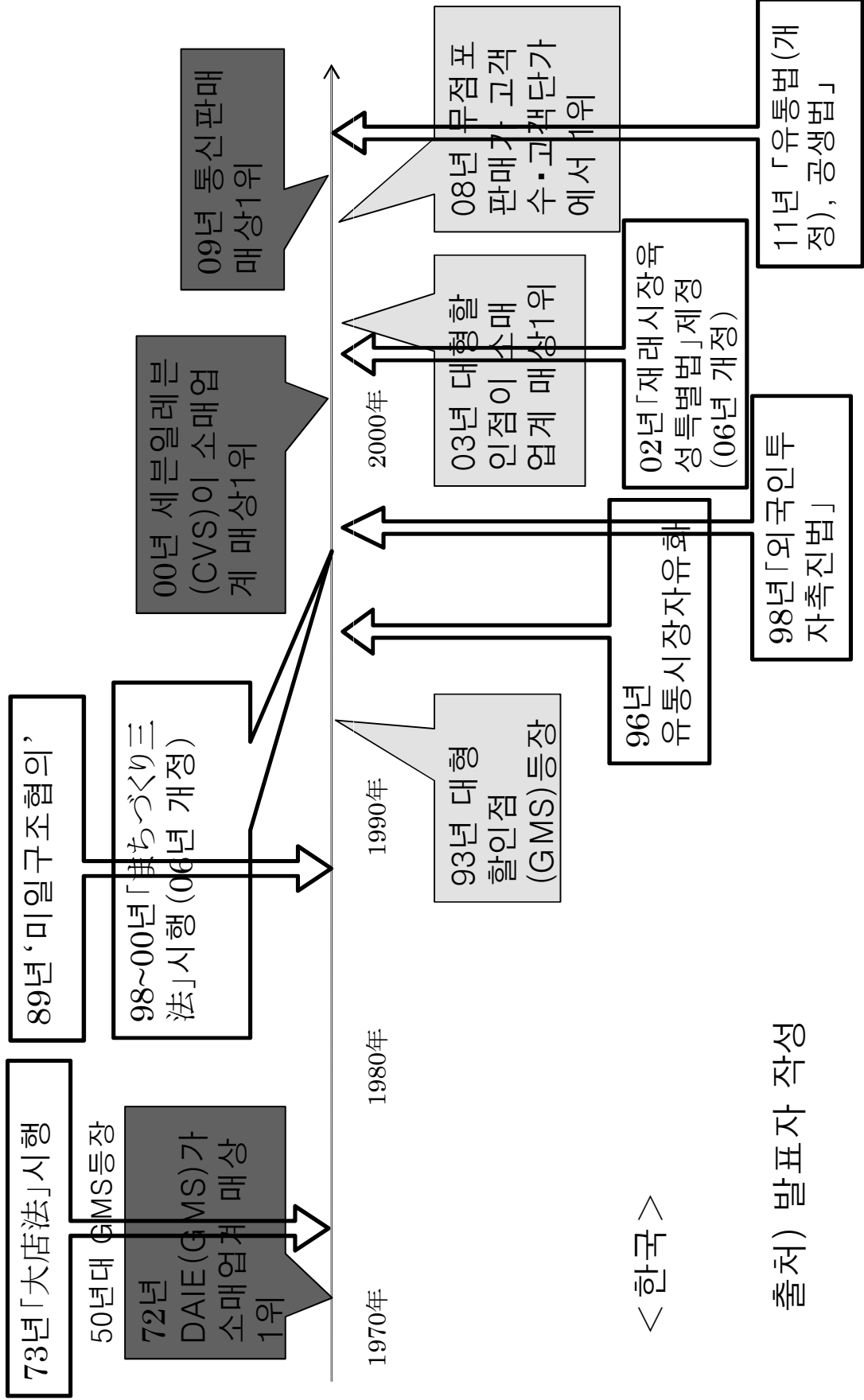


● 제 4장 한국 · 전통시장의 현황과 재생을 위한 연구과제

- 역사를 거슬러올라 전통시장이 많아 온 기능을 봄으로써 한국인이 전통시장에 갖는 애착을 엿볼 수 있음
- 1990년대, 특히 1996년의 「유통시장의 전면개방」 이후에 급격한 쇠퇴
- 2000년대에 들어, 전통시장의 보호 및 진흥을 위한 법률 제정
- 역사의 굴곡으로 인해, 소매업태의 이노베이션 기회가 없었던 것과 마찬가지로, 전통시장 재생의 연구도 일본의 상점가연구를 추종하는 것에 머물러, 독자적인 「전통시장론」을 확립하지 못하고 있음
- 「지역적 상업시스템」의 재편이라는 동태적 분석시각을 도입할 필요성 및 본논문의 사례연구 성과에 기초한 응용이 과제

● 한일 유통업계 재편의 서차

<일본>

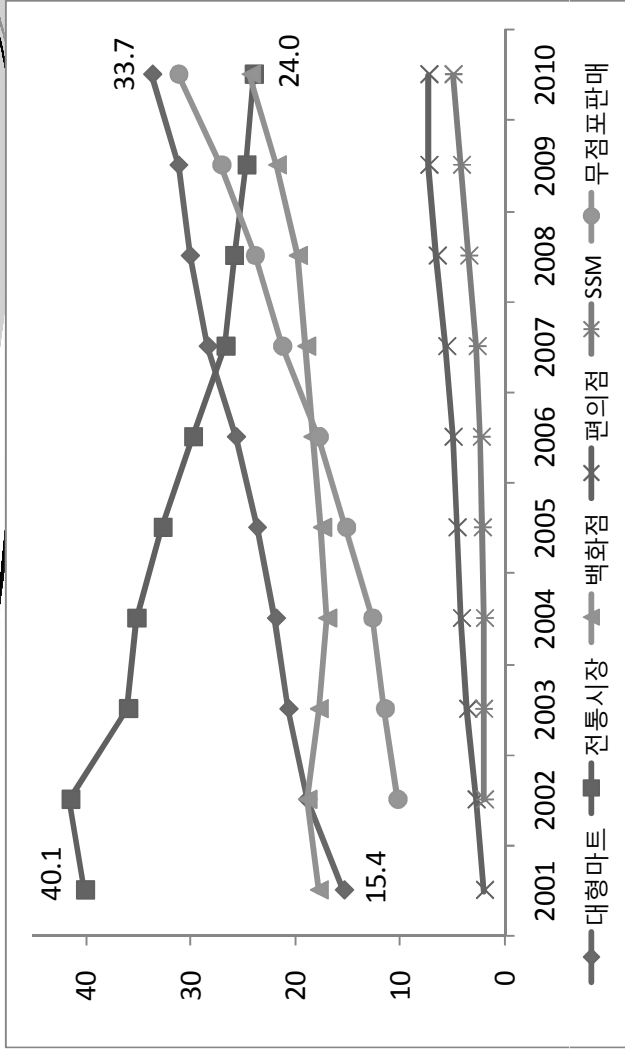


<한국>

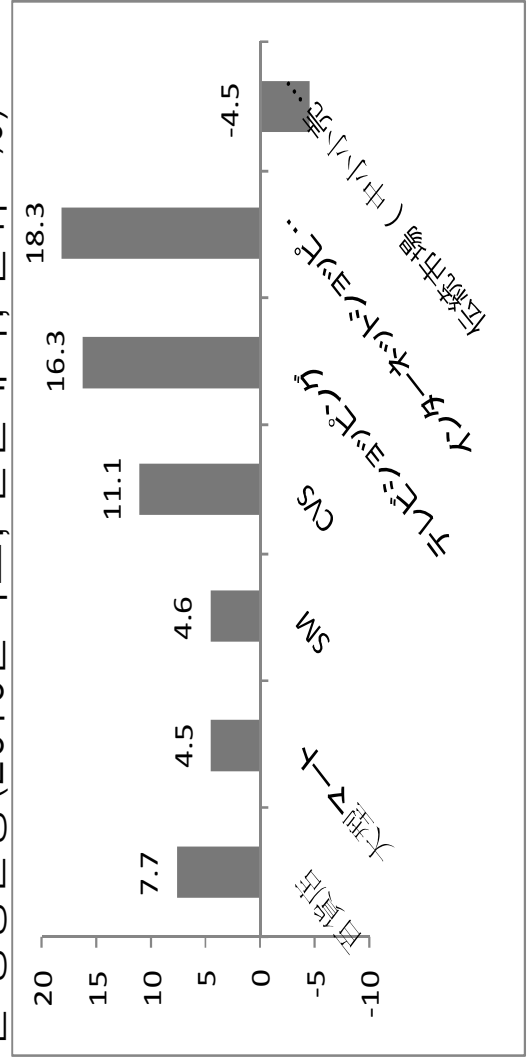
출처) 발표자 작성

• 소매업체별 매출교의 추이

(단위: 조원)



• 한국 소매업체별 성장전망(2010년자료, 전년대비, 단위: %)



● 사례분석을 통해 밝혀진 논점

1. 상점가의 재생은, 먼저, 상점가 스스로의 주체적, 내발적인 활동에 의한 활기있는 상점가만들기가 전제되어, 이 상업기능과 연결되어 새로운 기능이 전개된다.
2. 지금은 활기가 있어도, 기존의 상업기능만 발휘해서는 상점가의 재생은 추진되지 못하고, 외부조직과의 연계가 열쇠를 쥔다. 그때, 외부연계의 성공사례를 정태적인 제도적 소개로 소개하는 건 유효하지 않고, 지역적 상업시스템의 재편에 주목하는 동태적인 재생프로세스론이 불가결하다.
3. 사례로 든 외부조직과의 연계에서, 근린형 · 지역형 · 광역형, 각각의 상점가별로 대응하는 연계의 고도화와, 연계사업의 주체성 강화의 경향을 볼 수 있다.
4. 한국 · 전통시장 재생의 연구에서도, 이들 논점의 도입이 필요하다.

● 금후 연구방향

1. 한국 전통시장 재생연구에의 응용 → 三井逸友교수 공저에서
2. 기존사례를 Brush-up, 한국상황에 맞게 응용 · 발전
3. 박사논문의 aufheben

