

▣ 토론 분야(주제) : 전통시장과 로컬푸드

▣ 토론 요지 :

- 전통시장의 주요 업종은 식재료 공급과 음식업종인 바, 로컬푸드를 실현할 수 있는 중요한 공간임.
 - 그러나 현재 전통시장 내 식재료와 음식은 대부분 지역산을 사용하지 않고 있을 뿐 아니라, 원재료의 가격 등의 이유로 수입품을 사용하고 있는 실정임.
- 전통시장이 로컬푸드를 공급하지 못하는 이유는 로컬푸드 공급경로와 공간의 부재와 로컬푸드의 인식 부족에 기인하다고 할 수 있음.
 - 전통시장 내에 로컬푸드를 공급할 수 있는 경로와 공간이 절대적으로 부족할 뿐 아니라, 전통시장 내 상인들의 영세성과 고령화 등으로 로컬푸드에 대한 인식이 부족한 것이 현실임.
- 전통시장과 로컬푸드를 접목하기 위해서는 우선적으로 지역산 식재료를 공급하는 기능과 지역산을 활용한 음식업의 육성이 필요함.
 - 이를 위해서는 전통시장 내 지역산 식재료를 공급할 수 있는 유통경로와 공간의 확보가 요구됨.
 - 전통시장 내 주요 업종 중의 하나인 음식점의 경우, 지역산을 활용하도록 유인할 수 있는 장치 마련이 요구됨.
- 이를 위해서는 전통시장 내 로컬푸드 공급공간의 마련과 상인들의 인식교육이 이루어져야 할 것임.
 - 첫째, 로컬푸드와 비로컬푸드의 경쟁을 유발하기 위해서 전통시장내 로컬푸드 공급공간(예: 농민직판 공간, 로컬푸드 취급업체의 지정 등)의 마련이 요구됨.
 - 둘째, 전통시장 내 로컬푸드를 공급할 수 있는 주체와 유통경로를 확보해야 할 것임. 이를 위해서 농민단체 혹은 사회적 기업 등을 육성해야 할 것임.

- 셋째, 식재료 공급업종과 음식업종을 상인을 중심으로 로컬푸드에 대한 인식교육을 확대해 나가야 할 것임.

○ 한편 기존 전통시장을 주말장터로 기능전화하는 방안을 숙고해 볼 필요성이 있음.

- 전통시장을 주말장터로 기능 전환하여 기존 5일장에 추가적으로 주말장터를 운영하는 형태하고, 도시민을 타겟으로 한 시장활성화를 추진함.
- 전통시장의 공익성과 가치성을 통한 차별화된 마케팅 전략을 추진함. 이를 위해서 생산자-소비자 직거래로 로컬푸드 활성화와 수익금 일부를 지역사회에 환원 및 기부하도록 함.

○ 그러나 전통시장과 로컬푸드의 접목 정책은 개별 전통시장이 갖고 있는 특성과 조건에 따라 차별화되어야 할 것임.

- 도시규모(대도시, 중소도시, 농촌지역 등)와 전통시장의 개설형태(상설시장, 5일장 등)에 따라 로컬푸드와 접목할 수 있는 방식이 동일하지 않을 것임.
- 따라서 전통시장과 로컬푸드를 접목하기 위해서는 우선 개별 전통시장의 특성과악이 우선되어야 할 것임.
- 그러나 전통시장 활성화 정책에 있어서 로컬푸드와 관련된 정책을 우선적으로 추진하여 상인들을 유인할 수 있을 것임.
- 이와 더불어 한편에서는 전통시장 내 원산지 표시에 대한 강력한 규제와 감시가 이루어져야 할 것임.

▣ 토론 분야(주제) : 로컬푸드와 연계한 전통시장 활성화

▣ 토론 요지

1. 로컬푸드 정의

우리는 언제부턴가 식탁에 오르는 음식을 걱정하게 되었다.

보다 안전한 먹거리를 위해 원산지를 파악하고, 유통기한을 살펴보고, 어떤 재료가 함유되었는지 살펴보는 절차가 당연히 되었다.

그러나 현실은 지역에서 생산된 먹거리보다는 외부에서 생산된 식재료가 대부분을 차지하고 있는 실정이다.

웰빙 열풍과 더불어 유전자변형 농산물 등의 먹거리 안전에 대한 불안이 증폭되면서 보다 안전하고 비싸지 않으며 풍부하고 생태적인 먹거리에 관심을 가지게 되었다.

이러한 문제를 고민하면서 우리지역에서 생산된 안전한 농산물이 각광을 받게 되면서 로컬푸드 개념이 두각을 나타내고 있다.

2. 로컬푸드 특성

첫째, 지역의 특징이 반영된 먹거리를 생산하고 판매한다. 이는 지역에 따라 생산작물의 특성이 결정되며, 생산도 지역 소비자들의 필요를 반영해야 한다.

둘째, 생산자와 소비자가 식량체계의 주체이고 행위자이다. 생산자는 외부의 영향을 받지않고 지역의 특성있는 농산물을 생산한다.

셋째, 생산자와 소비자간에 물리적·사회적·시간적 측면에서 가깝다. 지역에서 공급과 소비가 이루어지므로 먹거리의 이동거리가 단축되고 생산자와 소비자간의 직거래로 단계가 축소된다.

3. 로컬푸드 이점

생산한 농산물 판매금액 중 생산자에게 돌아가는 몫이 커지며 지속가능한 영농을 할 수 있다. 또한 농경지를 많이 활용할 수 있고, 소비자와 밀접한 관계를 유지할 수 있다. 먹거리 이동거리가 짧아 안전하고, 신선하고, 영양가가 높은 농산물을 소비할 수 있다.

그 밖에 로컬푸드는 지역사회의 사회적 자본의 증대에 기여하고, 지역농산물 가공

등의 고용인력 창출과 지역경제를 활성화 한다.

4. 로컬푸드와 전통시장

전통시장은 전국 어디나 다양하게 분포되어 있으며, 시설 현대화 사업 등을 통한 지속적인 발전과, 사람과 사람간의 情이 가득 흐르고 있다.

그러나 전통시장은 최근 부각되고 있는 대형마트·기업형 슈퍼마켓(SSM)와 비교해 볼 때 편의시설, 위생, 효율성 등에서 뒤떨어지며, 로컬푸드 사업인 농민장터, 직판장, 꾸러미 등과도 차별화됨을 알 수 있다.

로컬푸드라는 개념을 전통시장 활성화에 대입한다면 기존 상권의 침해로 생각하여 중소기업인들의 골목상권 보호를 명분으로 반대 입장이 우려된다.

현실적으로 당장 상품의 공급선을 변경하여 상권정리를 한다는 것은 어려운 실정일 것이다. 전통시장 활성화 차원에서 로컬푸드는 상호 경쟁이 아닌 상생하는 방법을 찾아야 한다.

5. 앞으로 추진

앞으로 개선방안은 우선 중소기업인들의 변화된 인식과 정리가 필요하다. 지역 농산물 생산자와 정보망 구축, 중간 유통시스템 구축, 지속적인 인증관리로 신뢰도를 구축하는 경영혁신이 우선 있어야 한다.

또한 전통시장의 환경정리, 지역 생산자에 대한 이해 등으로 활성화 방안을 모색하고 경쟁력을 강화해야 한다.

전통시장이 로컬푸드 직거래와의 취급 품목들이 서로 충돌하지 않도록 차별화된 공간 개선, 상호간 판매 주력 품목을 양보하는 방안 등도 모색해 볼 수 있다.

로컬푸드와 전통시장간 동반성장을 위한 업무협약(MOU)으로 서로의 이점을 잘 활용해 상호 윈-윈 할 수 있는 길을 찾아야 하겠다.