

## **주제발표 II**

### **지역친화형 종합적 · 체계적 전통시장 정책추진 방향과 과제**

- 진영효(두리공간환경연구소 소장)





## 지역친화형 전통시장을 위한 정책방향과 과제

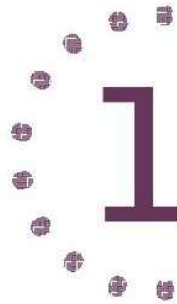
진영효

DURI  
讀里

두리공간환경연구소 | 주

## 목 차

1. 배경 및 목적
2. 시장활성화 정책동향
3. 정책추진방향
4. 지역친화형 전통시장 활성화 전략
5. 결론 및 제언



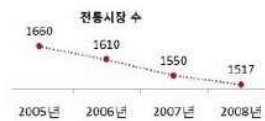
## 배경 및 목적

### 왜 지역친화형 전통시장인가?

### 배경과 목적

#### 전통시장, 90년대 말 부터 쇠퇴, 최근 가속화

- 1996년 유통시장 개방, 까르푸, 월마트 등 대형할인점 증가, 이후 이마트, 롯데마트, 삼성테스코 등 대기업 유통업체 대형마트 급증
- 2002년 부터 대형마트 포화상태, GS슈퍼마켓, 롯데슈퍼, 홈플러스 등 SSM 골목상권장악



## 왜 지역친화형 전통시장인가?

▶ 배경과 목적

- 전통시장 활성화 정책 추진, 중앙정부가 주도하는 전통시장 활성화 정책은 표준화, 일반화된 형태로 전국에 적용

구분	내용
관련제도	전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법(2009) 대중소기업 상생협력촉진에 관한 법률(2006) 유통산업발전법(2010)
전통시장 활성화사업	중기청 : 경영혁신사업, 시설현대화사업, 지역상권활성화사업, 시장특성화사업 (문화관광형육성사업) 문광부 : 문전성시 지자체 : 전통시장특화사업 1시장1대학(경기도), 지자체 전통시장활성화 등
기타 공공예 술프로젝트	마을미술프로젝트(문광부), 도시갤러리프로젝트(서울시), 우리동네문화공동체 (성남시), 공공예술프로젝트(안양시), 대인시장예술인공방거리조성사업(광주시)

- 표준화된 대형마트와 같이 차별성 사라진 전통시장의 모습 양산  
지속적인 정부지원에도 불구하고 전통시장의 쇠퇴 계속

## 왜 지역친화형 전통시장인가?

▶ 배경과 목적

- 전통시장의 진정성은 무엇인가?
  - 표준화된 대형마트와의 차별성, 대형유통의 대안모델
- 지역기반, 지역사회중심의 지역친화적 상거래공간, 지역친화형전통시장
  - 지역자원, 특산물, 시설, 장소, 이야기, 역사 등등 그 지역이 간직하고 있는 다양한 소재를 활용하여, 지역사람들과 공동체 중심으로 활성화
  - 지방 중소도시 침체에 대응하여 지역활성화로 확장될 수 있도록 함
- 충남지역의 지역친화형 전통시장 활성화 정책 및 사업을 발굴하기 위하여 최근 시도되는 다양한 활성화 전략들을 정리해보고 그 방안을 논의



## 시장활성화 정책동향

### 문전성시

시장활성화 정책동향

#### 문화관광체육부의 문전성시 프로젝트 2011년까지 23곳 시범사업

시범사업은 종료되었으며, 중기청 문화관광형 사업으로 통합



연도	개수	대상지	지원액
2008년	2개	수원시 못골시장, 강릉시 주문시시장	국비 최대 50억원
2009년	4개	서울 강북구 수유마을시장, 서천군 한산오일장, 대구 중구 방천시장, 목포시 자유시장	국비 최대 50억원
2010년	8개	서울 종랑구 우림시장, 진안군 진안시장, 광주 남구 무등시장, 순천시 순천못장, 청주시 가경터미널시장, 봉화군 봉화상설시장, 부산진구 부전시장, 하동군 화개장터	국비 최대 20억원
	2개	춘천시 춘천중앙시장, 여주시 교동시장	문광부,중기청 공동협력시장
2011년	7개	서울 금천구 남문시장, 홍성군 홍성전통시장, 전주시 남부시장, 옥천군 옥천오일장, 경주시 불국장·외동장, 안양 관양시장, 강진 강진읍시장	국비 최대 33억원

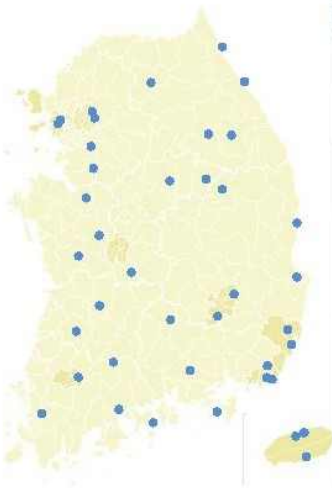


## 특성화시장육성사업

농·수산물유통 활성화를 위한 정책지원

중기청의 문화관광형시장을 포함, 특성화시장육성사업 40곳 추진

단위사업으로 시설현대화사업, 경영현대화 사업 등 지속추진

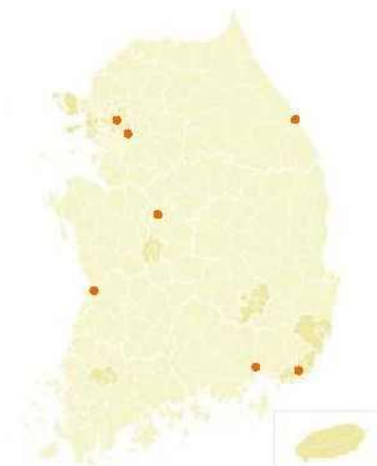


연도	개수	대상지	지원한도 (천만원)
2008년	4개	인천 송현시장, 충남 부여시장, 강원 주문진시장, 제주 동문시장	최대 50억원
2009년	6개	대구 불로전통시장, 영주 증기인삼시장, 보성 5일장, 전주 풍남문 남문상가, 울산 중앙상가, 통영 서호시장	최대 50억원
2010년	8개	부산 자갈치시장, 인천 신포시장, 여수 교동시장, 춘천 중앙시장, 서귀포 매일올레시장, 울주 남창공설시장, 아산 온양전통시장, 광주 양동시장	최대 20억원
2011년	6개	진주 중앙시장, 충북 단양전통시장, 속초 관광수산물시장, 부산 구포시장, 금산시장 및 금산수삼센터, 수원 팔달문시장	최대 33억원
	3개	울주 남창공설시장, 서귀포 매일올레시장, 아산 온양온천시장 등 전년도 추가 지원	5억원 추가지원
2012년	16개	서울역령시장, 암사시장, 부산남항시장, 대구현풍시장, 평택중앙시장, 평창시장, 정선시장, 충주자유(무학)시장, 공주산성시장, 정읍삼고을시장, 목포종합수산물시장, 곡성기차마을시장, 포항죽도시장, 영해시장, 거창시장, 제주민속오일장	최대 20억원
	8개	부산구포시장, 수원팔달문시장, 속초관광수산물시장, 단양구경시장, 금산시장, 진주중앙유동시장, 온양전통시장, 제주서귀포시장	추가지원

## 상권활성화사업

농·수산물유통 활성화를 위한 정책지원

중기청은 2011년 부터 상권활성화사업 추진, 전국 총 7곳 선정, 현재 군산시 포기하여 6개 구역이 사업추진 중, 2012년에 추가 지정하지 않음



대상지	면적	점포수	상권활성화 기구명
서울 마포구 도화동 용강동 상권	329,000m <sup>2</sup>	620개	(사)마포나루 상권활성화법인
부산 동구 조방앞 상권	103,750m <sup>2</sup>	702개	(재)조방상권관리기구
경기 성남시 수정로 상권	260,000m <sup>2</sup>	2,034개	(재)성남시 상권활성화재단
강원 동해시 중앙시장 상권	125,851m <sup>2</sup>	466개	(재)동해중앙시장 활성화 관리재단
충북 청주시 성안길 육거리 상권	4,505,000m <sup>2</sup>	3,900개	(재)청주시상권활성화 관리재단
전북 군산시 대명·신영·평화·영동 상권	218,930m <sup>2</sup>	1,048개	사업포기
경남 창원시 오동동 창동 여시장 상권	519,468m <sup>2</sup>	2,769개	(재)오동동창동여시장 상권활성화재단

## 전통시장 활성화 합동과제

전통시장활성화정책방향

● 행정안전부 주도, 중소기업청, 보건복지부, 교육과학기술부 등 관련부처  
합동과제 제시, 전통시장 활성화 를 위한 제도개선(2012. 4. 6)

분 야	과제 및 추진일정	소관부처
전통시장 경쟁력 강화	전통시장 '대표상품 가격 공시제' 시행 · 전통시장 대표 농축수산물 16개 선정, 전국 38개 시장가격 평균으로 제공, 매주 업데이트	중소기업청, 행정안전부
	전통시장 안내도우미제 도입 · 노인일자리 사업과 연계	보건복지부
	전통시장 대표 홈페이지 구축 · 전국 전통시장 정보, 관련 홈페이지 확대 개편	중소기업청
	전통시장의 마을기업 선정 지원	행정안전부
전통시장 체험 및 재구매 유도	전통시장 현장체험교육 시행	교육과학기술부
	전통시장 쿠폰제 이용 활성화	중소기업청
스마트한 전통시 장 이용촉진	전통시장 상품구매 온라인사이트 개설	중소기업청
	스마트폰 등에 전통시장 검색 기능 강화 · 스마트폰 및 차량 네비게이션 메뉴 변경 및 자료 업데이트	중소기업청, 행정안전부, 통신사 등

## 전통시장 연계 사회적기업 육성

전통시장활성화정책방향

● 2013년까지 전통시장과 연계한 사회적 기업 100개 육성 목표

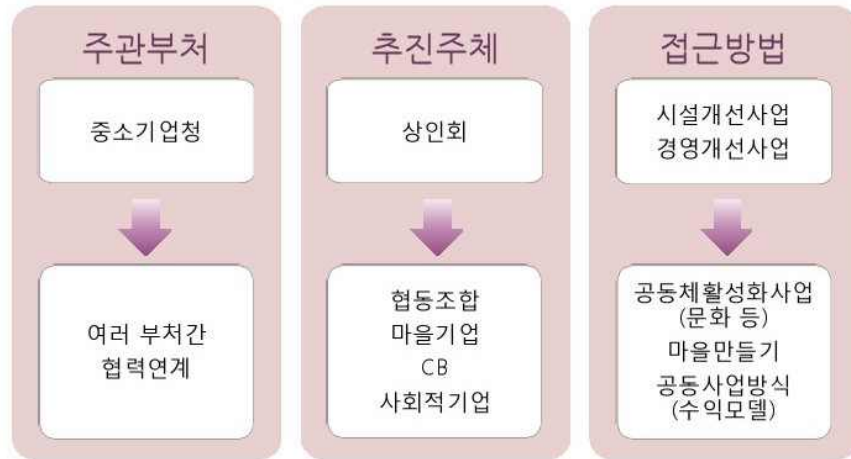
- 2011년 7월 20일 제7차 경제정책조정회의를 열어, 전통시장 상인조직을 활용  
해 2013년까지 사회적 기업 100곳 만들기로 함
- 전통시장 상인회가 주차장 운영, 구매물건 배송서비스, 자판기 운영 등을 하는  
사회적 기업 육성
- 전통시장 경쟁력 제고 및 일자리 창출이라는 일거양득의 대안으로 기대

- 사회적 기업도 중소기업에 포함해, 신용보증, 희망드림론 등 중소기업 정책자금 활용
- 지역 신용보증재단을 통해 사회적 기업의 보증비율을 85%에서 90~100%로 늘리고,  
보증료 1.2%에서 0.5% 할인
- 전통시장 상인회의 사무실에서 친절서비스, 경영기법 교육하는 상인대학이 설치된 시  
장 100곳을 대상으로 사회적 기업 교육과정 설치



## 전통시장 활성화의 정책동향

전통시장 활성화를 위한 정책동향



## 3 정책추진방향

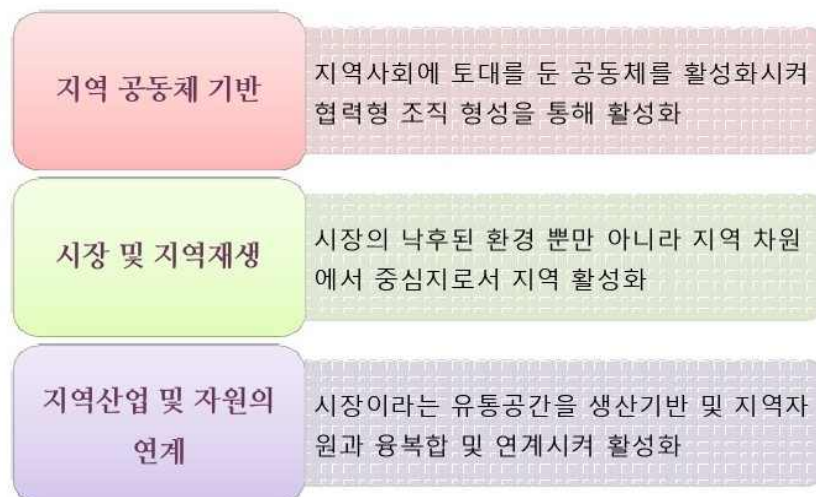
## 지역친화형 전통시장 활성화 정책방향

국립중앙도서관



## 지역친화형 전통시장 활성화 기본방향

국립중앙도서관



## 지역친화형 전통시장 활성화 기본방향

2. 정책추진방향

### 지역 공동체 기반

사회적기업	노동부(2007), '사회적 기업 육성법'의한 사회적 기업 인증제도	사회적 기업 마을기업 협동조합 등 활성화
마을기업	행안부(2011-2013), 희망근로사업->지역공동체 일자리사업->자립형지역공동체사업->마을기업 사업으로 전환 (3년간 1천개 기업육성, 중앙 지침과 예산, 지방 시행)	
CB (커뮤니티비즈니스)	지경부(2010-2013), 한국형 CB모델개발을 위한 시범사업 (3년간 30개 이상 CB육성, 중앙주도형)	
농어촌공동체회사	농림부(2010), 농촌형 CB 육성을 위한 농어촌공동체회사활성화사업 (2015년까지 1천개 우수사업 지원, 3천개 농어촌공동체회사 육성)	
협동조합	기재부(2012), 협동조합 기법법 제정	

## 지역친화형 전통시장 활성화 기본방향

3. 정책추진방향

### 시장 및 지역재생

도시활력증진지역 개발사업	충남지역은 천안시만 해당(50만 이상 도시) 중심시가지재생사업 및 지역역량강화사업 등	커뮤니티 활성화를 통한 마을만들기
상권활성화구역 사업	6개 구역 지정, 사업추진 중, 환경개선 및 기반시설개선사업, 공동마케팅, 상권홍보사업, 상권관리사업, 문화프로그램사업 등	
도시재생사업	도시재생법 입법 준비 중 인구 50만 이하 도시에서도 사업 가능 상권활성화 사업 등	
지자체 단위 마을만들기 사업	수원 마을 르네상스, 서울시 공동체사업, 남양주시 마을가꾸기사업, 진안군 마을만들기 등	

## 지역친화형 전통시장 활성화 기본방향

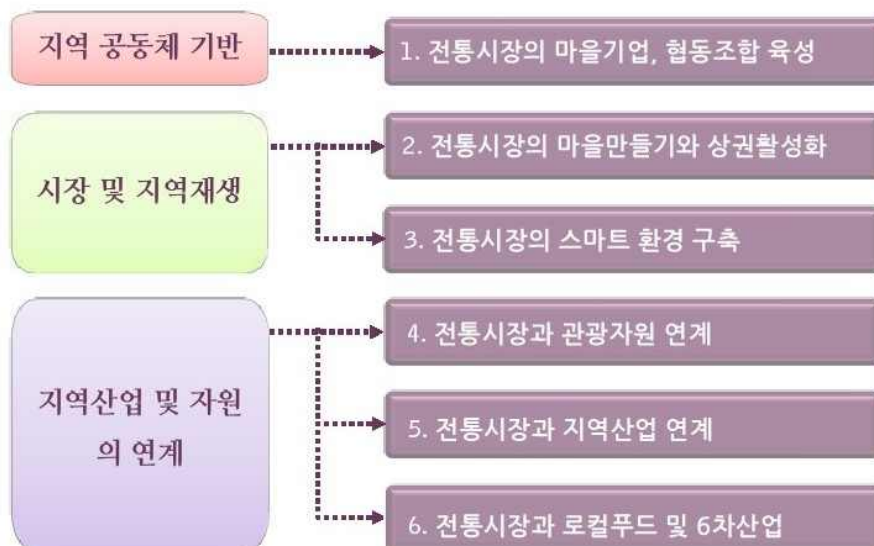
지역친화형 전통시장

### 지역산업 및 자원의 연계



## 지역친화형 전통시장 활성화 기본방향

지역친화형 전통시장







## 지역친화형 전통시장 활성화를 위한 전략

### 1. 전통시장의 마을기업, 협동조합 육성 개요

### 4. 활성화 전략

#### 개요\_ 마을기업, 사회적기업, 협동조합을 통한 시장활성화



##### 커뮤니티 비즈니스

- 지역주민들이 공동체(커뮤니티)를 기업처럼 운영하여 지역자원을 활용, 지역사회를 활성화
- 마을기업, CB, 농어촌공동체회사 등 모두 유사개념
- 정책사의 형태로 지원, 육성하기 위하여 별도 명칭 사용

##### 사회적기업

- 취약계층에게 사회적 서비스 또는 일자리 제공, 지역사회 공헌함으로써 영업활동을 하는 기업
- 2007.1.3. 사회적기업육성법 제정, 7.1부터 시행
- 자격을 갖추어 고용노동부의 인증을 받으면 사회적기업이 됨

##### 협동조합

- 2012.1.26 협동조합기본법 제정, 12.1부터 시행
- 5인 이상 설립가능(기존 8개 개별법 3백~1천명) 자발적 소규모 지원가능
- 사회적기업으로 인증받을 수 있음



## 1. 전통시장의 마을기업, 협동조합 육성 사례

4. 활성화 전략

### ☛ 사례\_ 서울 종로구 통인시장 마을기업 '도시락카페'



- 주체 : 상인회 운영
- 참여점포 : 14개 점포 참여 (반찬가게 7집, 분식점 등)
- 운영방식 : 빈도시락을 들고, 500원 단위 쿠폰을 이용해 시장에서 판매하는 먹거리로 반찬구성, 식사장소에서 밥과 국만 판매, 약 4천~5천원 점심식사 가능
- 이용객 : 평일 160~200명, 주말에는 관광객 약 500명 이용

## 1. 전통시장의 마을기업, 협동조합 육성 사례

4. 활성화 전략

### ☛ 사례\_ 서울 종로구 통인시장 마을기업 '도시락카페'



## 1. 전통시장의 마을기업, 협동조합 육성 사례

4. 활성화 전략

### ❶ 사례\_ 협동조합을 통한 전통시장 해외사례



#### 이탈리아 에밀리아 로마냐주, 볼로냐

- 400개 이상 협동조합
- 슈퍼마켓, 주택, 일자리, 농산물재배, 사회적 서비스(복지), 문화(연극 등) 6개 분야 협동조합
- 시민 둘 중, 한 명 조합원



#### 스페인 바스크지역, 몬드라곤 협동조합 기업

- 1956년 호세마리아신부와 5명 제자, 최초협동조합기업 '울고' 설립
- 111개 협동조합, 120개 자회사 등 총 255개 사업체로 구성
- 조합은 노동자 소유, 출자자=노동자, 노동자 경영 참여 1인1표
- 스페인 9위 기업, 금융위기때 고용창출, 해고 없는 기업



#### 일본 도쿄 '도와긴자 상점가 조합'

- 1990년대 공동출자로 자본금 1,350만엔의 조합형 주식회사 설립
- 지역 병원, 학교, 기업 구내식당에 식자재 납품, 지역밀착형마을기업
- 지역주민 250여명을 고용하고, 연매출 5억엔의 중소기업으로 성장
- 지역독거노인과 아동을 위한 도시락 및 보육서비스 제공

## 1. 전통시장의 마을기업, 협동조합 육성 사례

4. 활성화 전략

### ❶ 사례\_ 서울 광진구 중곡제일시장 상인협동조합

- 중곡제일시장은 145개 점포, 300m 골목시장
- 조합 설립 목표
  - 첫째, 임대료 문제 해소를 위해 시장 건물 인수
  - 둘째, 마을 기업으로 뿌리내릴 수 있도록 시장의 독자 브랜드와 상품 개발



- 2004년 상인협동조합 결성, 조합임원 20명, 조합원 65명
- 2011년 상반기 부터 출자금 모금 시작, 조합원들은 매달 3만원이상 출자, 임원은 별도로 각각 1억원씩 출자금 모금 (상가건물 60채 매입, 총 6백여억원 필요)
- 중곡 제일시장 특화 떡집, 전반찬 가게와 연계하여 '제사상 차리기' 서비스 제공
- 국내 최초 시장 협동조합 독자브랜드 '아리청정' 상표 등록, 참기름, 묵, 소시지 가공 및 온라인 판매



## 1. 전통시장의 마을기업, 협동조합 육성 과제

4. 활성화 전략

### ❖ 과제\_ 지역사회의 자체 수익사업 및 서비스 강화를 위한 조직화

- 마을기업이나 사회적 기업, 협동조합 등의 성공여부는 사업모델과 조직형태에 의존
- 상인들이 중심이 되어 CB 기획(필수) → 사회적기업 인증, 협동조합 설립(선택)

#### 상인주도 CB 및 적합한 조직형태

- 상인들이 주도하는 사업구상  
중앙이나 지자체가 나서는 표준화, 일반화된 아이디어는 실패 가능성 높음  
외부권실행된 수익모델은 상인들이 운영할 때 1년을 넘기지 못하고 실패  
상인들이 주도하여 아이디어는 책임감, 개인수익 등이 기반이 되어 성공가능  
예) 도시락배달, 주문물품일괄배송, 주부도우미서비스(수도꼭지교환 등), 주차장관리, 전통시장물 등
- 차별성있는 아이디어 특성화하여 사업화하되, 지속가능한 수익모델  
해당 전통시장의 고유한 특성이거나 여건 등에 기반하여 사업을 특성화해야 성공가능  
그 사업이 안정적인 수익모델이 되어야 지속가능함
- 조직형태, 기업 형태는 구성원의 특성, 현지여건 고려  
12월부터 5인 이상이 모이면 다양한 형태의 협동조합 설립이 가능함  
협동조합은 협동 관건, 수익배당, 공평한 노동, 공동 의사결정 등 다양한 문제 고려

## 2. 전통시장의 마을만들기와 상권활성화 개요

4. 활성화 전략

### ❖ 개요\_ 상인 참여와 주도, 거버넌스 체계를 기반으로 시장활성화



#### 마을만들기

- 마을만들기는 지역주민이 참여하여 공익기반, 환경개선 및 지역활성화(CB는 지역주민이 참여하는 비즈니스, 수익기반의 지역활성화)
- 관주도 물적 도시계획에 대한 대안, 주민주도형 도시재생(물적/사회적 재생)으로서 마을만들기 등장
- 주민참여/주도 추진, 주민~행정~전문가 거버넌스 체계
- 살고싶은 도시만들기 시범사업(시범도시, 시범마을), 도시활력증진지역개발사업, 도시재생(법제정 준비중), 수원마을르네상스 등

#### 상권활성화

- 중기청에서 그간 전통시장만을 대상으로 하던 활성화정책을 상점가까지 확장시켜 지원, 시장과 상점가를 포함하는 개념으로서 상권 도입
- 상권활성화구역 지정, 법인 구성, 상권관리기구 설립, 타운메이저 고용
- 일본의 중심지시가지 활성화법, 사업, TMO 등 벤치마킹

## 2 전통시장의 마을만들기와 상권활성화 사례

4. 활성화 전략

### ❖ 사례\_ 순천시 살고싶은 도시만들기 시범사업 '천년역사 역사문화거리조성'



헬프데스크(중앙지원센터), 도시포털, 도시대학, 도시의날 등

- 시범도시 : 지자체 주도, 시민단체, 전문가, 지역주민 참여
- 시범마을 : 지역주민, 마을대표, 시민단체 등이 협력 추진
- 국토해양부와 LH 시범사업 헬프데스크, 도시포털, 도시대학 운영



실무자워크숍, 지원센터, 도시닥터, 조례 등

- 2009년 살고싶은도시만들기 사업에서는 제도적 보완
- 실무자워크숍 정보교류, 사업단위 지원센터, 도시닥터, 조례제정 등을 의무화하여 추진



사업내용 (총사업비 62억, 국토부 15억 지원)

- 벚룩시장, 공연, 전시 등
- 역사지도만들기, 책자발간, 소식지 발간 등
- 문화거리조성, 간판사업, 가로벽화사업, 문화마당 조성 등

## 2 전통시장의 마을만들기와 상권활성화 사례

4. 활성화 전략

### ❖ 사례\_ 수원 마을르네상스



추진체계

- 추진지원 : 마을만들기추진단, 행정지원협의체, 좋은마을만들기 위원회(공공), 마을르네상스센터(민간)
- 추진주체 : 동 단위 마을주민



마을르네상스 학교, 도시대학, 열린광장, 열린탐방, 조례

- 공모사업 : 마을르네상스(보조금5%자부담), 도시르네상스(보조금2%자부담)
- 마을 르네상스 : 공동체(마을학교 이수), 시설공간(마을학교이수, 사업경험주체)
- 도시르네상스 : 시설조성(도시대학이수)



사업내용

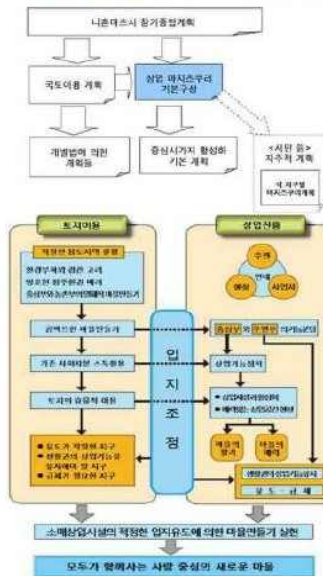
- 마을\_공동체프로그램(5백만원): 축제, 벚룩시장, 신문, 자원조사 등
- 마을\_시설공간조성(2천만원,4천만원): 공원, 쉼터, 텃밭, 벽화 등
- 도시\_시설조성(10억이하, 10억내외): 커뮤니티시설, 생태마을 등



## 2 전통시장의 마을만들기와 상권활성화 사례

4 활성화 전략

### ■ 사례 일본의 상업마치츠크리



#### 니혼마치시 '상업마치츠크리 기본구상' 지역상관

- 도시계획과 연계한 상업입지와 기능 재배치
- 다른 제도에 의해 추진되는 다양한 사업 연계 : 중심시가지 활성화기본계획, 마을단위 각종 마치츠크리사업 등

#### 후쿠시마현 '상업마치츠크리 추진에 관한 조례'

- 이 조례를 통해 광역입지조정제도 마련
- 도시외곽 자연녹지지역에 대형마트 입지시, 인접시군의 정책과의 충돌을 고려하여 광역적 입지조정 검토

#### 아이즈반게마치 '상업마치츠크리 기본구상'

- 중심부와 주거중심 주변부 역할분담
- 용도지역 재검토, 상업집적지구와 규제지구 설정

## 2 전통시장의 마을만들기와 상권활성화 사례

4 활성화 전략

### ■ 사례 충훈시장에서 마을만들기



#### 상인회(임시)와 민관연협의체

- 마을만들기를 추진할 기구 구성
- 민(상인과 지역주민), 관(안양시), 연(국토연구원, 두리공간환경연구회) 협의체를 구성



#### 워크숍 및 커뮤니티프로그램, 소식지, 웹사이트

- 민관연협의체를 중심으로 워크숍 진행, 지역주민 프로그램 진행
- 소식지를 통해 지역상인들과 정보 공유
- 웹사이트에 진행활동 소개, 자료 제공



#### 성과물

- 활성화계획수립 : 커뮤니티 프로그램, 홍보 및 마케팅 프로그램, 공간정비계획(도시계획과 연계)
- 커뮤니티 프로그램 : 시장지도 만들기, 점포꾸미기



## 2 전통시장의 마을만들기와 상권활성화 사례

4 상권활성화 전략

### ☛ 사례\_ 충훈시장에서 마을만들기



## 2 전통시장의 마을만들기와 상권활성화 사례

4 상권활성화 전략

### ☛ 사례\_ 마포 상권활성화구역 지정 및 사업



#### 상권활성화구역지정

- 도화동 상점가 및 용강동 상점가
- 대지 329,000㎡, 점포 620개, 건물 197,400㎡, 영업장 59,220㎡
- 예산 : 3년간 103억원



#### 상권관리기구, 타운매니저, 조례 등

- 상권관리기구 : (사)마포나루상권활성화법인
- 타운매니저와 직원 2인
- 예산 : 3년간 103억원



#### 사업진행

- 상인 동아리 활동 : 댄스스포츠, 풍물, 친환경비누, 합창단, 밴드 등
- 브랜드발굴, 이벤트행사
- 스토리텔링북, 사진집, 광고공모전, 등

## 2 전통시장의 마을만들기와 상권활성화 사례

4. 활성화 전략

### ❖ 사례\_ 마포 상권활성화구역 지정 및 사업

도화는 통하고, 욕망은 통하는  
강상대고 톡톡



## 2 전통시장의 마을만들기와 상권활성화 과제

4. 활성화 전략

### ❖ 과제\_ 시장활성화와 공간계획 연계 및 추진조직 구축

- 상인들 스스로 마련한 계획안, 상인들 스스로 책임감있게 추진할 수 있으며, 이를 위해서 상인 공동체가 참여 및 주도해야 하므로 공동체(커뮤니티)가 우선 활성화

#### 상인주도 마을만들기 활성화

- 상인주도, 협의회(거버넌스), 지원기구 등 추진주체 구축  
예) 지원기구 : 살고싶은도시지원센터, 도시재생센터, 상권관리기구 등 중간지원조직
- 다양한 공간계획이 도시계획과의 정합성 추구, 조례 등 제도기반 마련  
도시계획-상권활성화구역 및 사업계획, 마을만들기계획 연계, 지구단위계획 등을 활용하여 연계
- 상인역량 강화, 활력회복, 유대형성의 도구 다양화  
도시대학, 워크숍 등, 문화기획, 커뮤니티 프로그램, 축제 및 행사 등

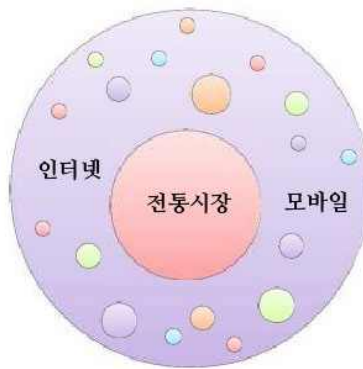


### 3 전통시장의 스마트 환경 구축

개요

활성화 전략

#### 개요\_ 정보화를 통한 시장활성화



##### 인터넷 환경

- 웹사이트, 인터넷 쇼핑몰, 소셜커머스 등 인터넷을 활용한 온라인쇼핑 시스템

##### 모바일 환경

- 스마트폰 사용자가 급증함에 따라 모바일을 통한 쇼핑 정보 제공 및 구매 시스템

##### 와이파이 환경

- 사람들이 많이 모이는 곳에서 인터넷과 스마트폰 사용이 기반환경 구축

### 3 전통시장의 스마트 환경 구축

사례

활성화 전략

#### 사례\_ 전통시장의 정보화 구축



##### 전통시장 인터넷 쇼핑몰

- 전통시장의 온라인 사이트 개설, 쇼핑몰 운영, 시장상품 판매뿐만 아니라 주변 관광지 및 다양한 문화행사도 함께 소개
- 지자체 또는 옥션, G마켓 등에 전통시장코너 운영



##### 전통시장의 스마트 서비스

- SNS, 소셜어플리케이션 기반으로 홍보
- 가까운 시장 위치 검색, 5일장 검색 기능
- 트위터 개설 소비자와 소통



##### Wi-Fi 환경 구축

- 젊은 고객층 확보를 위해 전통시장에서도 무선인터넷을 즐길 수 있는 공간 마련
- KT와 시장경영진흥원이 협력, 전통시장에 무선랜망 구축

### 3 전통시장의 스마트 환경 구축

사례

4 활성화 전략

#### ● 사례\_ 전통시장의 정보화 구축

(성남시장의 상권활성화 구역 통합관리 시스템 서비스 모델)

상권 관리 및 고객관리 분야	홍보 및 마케팅 분야
<ul style="list-style-type: none"> <li>상인 및 지역 주민이 참여하는 온/오프라인 커뮤니티 구성 및 온라인 소셜네트워크로의 참여 유도</li> <li>누구나 의견을 확인하고 참여할 수 있는 온라인 공간 구성</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>상인들이 직접 등록한 상품정보, 할인정보를 실시간으로 DS(Digital Signage) 혹은 스마트폰 애플리케이션을 통해 고객들에게 홍보</li> </ul> 
고객 편의 분야	고객 편의 분야
<ul style="list-style-type: none"> <li>고객이 스마트폰 모바일 어플리케이션을 통해 자주 방문하는 단골상점 등록 및 CRM데이터 생성</li> <li>상점은 고객 정보 및 CRM데이터 활용으로 고객정보를 활용하여 상품 경영 가능</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>전통시장 주변에 휴식과 IT 시장 정보가 결합된 스마일 스토어를 설치하여 고객들이 시장 이용 전후에 휴식을 취하면서 전통시장 정보들을 접할 수 있는 서비스 제공</li> </ul> 

자료 : 방통통신위원회 보도자료(2012.5.7)

### 3 전통시장의 스마트 환경 구축

과제

4 활성화 전략

#### ● 과제\_ 온라인 구매기능과 스마트폰 기능 강화

- 소비자의 구매패턴 변화를 수용, 특히 젊은 층을 유입시키기 위하여 스마트한 전통 시장 구축 필요
- 커피숍 와이파이존 대신, 전통시장 와이파이존으로 마케팅

#### 전통시장에 스마트 환경 구축

- 온라인 시장 운영 : 지자체 웹사이트 연계, 개별 전통시장 쇼핑몰 개설
- 모바일 검색기능 개발 :
  - 시장 SNS마케팅, 외국어전통시장앱개발, 생산자이력조회서비스 등
  - 전통시장앱을 통한 LBS 세일정보 제공, 시장블로깅 지원 앱개발, 이용객주차정보
- 와이파이존 설치
- 상인 정보화 교육 : 사이트 운영, 모바일 홍보 등

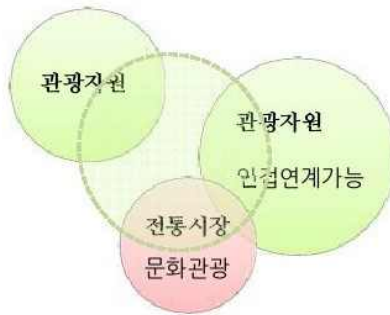


## 4. 전통시장과 관광자원 연계

개요

활성화 전략

### 개요\_ 문화 및 관광을 활용한 전통시장 활성화



#### 문화관광형 시장

- 마을만들기는 지역주민이 참여하여 공익에 기반, 환경개선 및 지역활성화  
(CB는 지역주민이 참여하는 비즈니스로서 수익에 기반, 지역활성화)
- 관 주도 물적 도시계획에 대한 대안, 주민 주도형 도시재생 (물적/사회적 재생)으로서 마을만들기 등장
- 주민참여/주도 추진, 주민

#### 문전성시

- 마을만들기는 지역주민이 참여하여 공익에 기반, 환경개선 및 지역활성화  
(CB는 지역주민이 참여하는 비즈니스로서 수익에 기반, 지역활성화)
- 관 주도 물적 도시계획에 대한 대안, 주민 주도형 도시재생 (물적/사회적 재생)으로서 마을만들기 등장
- 주민참여/주도 추진, 주민

## 4. 전통시장과 관광자원 연계

사례

활성화 전략

### 사례\_ 일본의 축제를 활용한 전통시장 활성화 사례



〈기모노 대유원회〉



〈Art-in 나가하마〉



〈하다카 축제(알몸축제) (1)〉



〈하다카 축제(알몸축제) (2)〉



〈히키야마 축제〉





## 4 전통시장과 관광자원 연계

사례

4-활성화 전략

### ❁ 사례\_ 일본의 축제를 활용한 전통시장 활성화 사례

행사명	내 용
나가하마 출세축제 (長浜出世まつり)	<ul style="list-style-type: none"> <li>1983년 나가하마성 역사박물관 개관 축하 축제</li> <li>10일간 40개 이벤트 개최, 50만 명 관광객 유치, 3천 명의 자원 봉사자 활동</li> </ul>
기모노 대유원회 (きもの大園遊会) 1984년~	<ul style="list-style-type: none"> <li>미혼여성 약 600여 명(현재는 1,500명)이 일본 전통의상인 기모노를 입고 비파호수에서 중심시가지까지 약 2km를 걷는 이벤트</li> <li>마을 이벤트 만들기 모임 회원 아이디어 : 지역주민의 아이디어가 전통문화의 부흥으로 연결</li> </ul>
Art-in 나가하마	<ul style="list-style-type: none"> <li>매년 1일간 전국의 도예가, 화가들이 모여 작품을 제작·전시·판매</li> <li>경비 : 참가 작가의 기부 작품을 경매</li> <li>간판 콘테스트 : 개성 있는 간판 제작으로 인한 특색 있는 마을경관 조성에 일조</li> </ul>
(주)SUCCE CARD 나가하마 구락부	<ul style="list-style-type: none"> <li>1995년 상인들 중심으로 각 점포의 매력창출을 위한 노력 일환으로 설립 포인트 카드 운영</li> </ul>
히키야마 축제 (曳山まつり)	<ul style="list-style-type: none"> <li>4월 9일~4월 12일 하다카 축제(알몸축제) : 히키야마 축제의 무사기원과 카부키 공연 순번 주춤 기원을 위한 축제</li> <li>4월 13일~4월 15일 히키야마 축제(420년 역사, 관광객 5만 명/년) 어린이 카부키 공연</li> </ul>

자료 : 시장경영진흥원 내부자료

## 4 전통시장과 관광자원 연계

사례

4-활성화 전략

### ❁ 사례\_ 정선 5일장 주변관광~나물장~먹거리~공연문화(아리랑 창극)



## 4 전통시장과 관광자원 연계

사례

4-활성화 전략

### ❶ 사례\_ 정선 5일장 주변관광~나물장~먹거리~공연문화(아리랑 창극)

산나물 봄철과 가을 단풍철에는 주말장, 여름 휴가철에는 야간장 개설

구분	세부내용
관광자원	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 폐선 위기 정선선, 꼬마열차로 관광상품 개발</li> <li>▶ 화암동굴, 화암약수, 화암8경, 아우리지 등 시티투어 연계관광 4코스 개발</li> <li>▶ 레일바이트, 병방치 스카이워크 등 관광상품 지속 개발</li> </ul>
나물장	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 산나물철 5, 6월 나물장</li> <li>▶ 개두릅, 참두릅, 곤드레, 곰취, 곤달비, 명이, 누리대, 황기, 덕덕 등 나물류, 감자나 마늘 등 농산물 장터</li> <li>▶ 신도불이 인증제 운영</li> </ul>
먹거리	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 올챙이국수, 콧등치기국수, 감자옹심이, 감자떡, 감자송편, 산나물 비빔밥, 곤드레밥 등 토속먹거리</li> </ul>
문화공연	▶ 정선아리랑 공연, 장터공연 국악한마당

## 4 전통시장과 관광자원 연계

사례

4-활성화 전략

### ❶ 사례\_ 문전성시 '못골시장'





## 4 전통시장과 관광자원 연계

사례

4. 활성화 전략

### ● 사례\_ 문전성시 지원사업

구분		세부단위사업 예시
커뮤니티프로그램	교육	<ul style="list-style-type: none"> <li>주민 : 미술체험문화교실, 시장경제캠프, 토크 그리고 우리시장(문화예술교육), 시장경제워크숍, 미소나눔 아트공방, 덩으로 배우는 문화교실</li> <li>상인 : 상인상상교실, 상인대학, 상인요리강사, 젊은예술인문화교실, 상인문화교실, 상인웃음건강교실</li> <li>주민+상인 : 활력·에듀투어, 문화예술교육프로그램(강좌, 공방활동, 동아리 등), 시장통학교, 들락날락 문화학교</li> </ul>
	동아리	<ul style="list-style-type: none"> <li>못골밴드, 줌마블평합창단, 함께하는공연단, 시장예술단, 커뮤니티공방(예술가래지던시), 극단놀래미</li> <li>상인문화동아리, 문화예술동아리, 화개장터동아리, 못골온에어(방송국), 시장통방송국, 도깨비방송국</li> </ul>
홍보지 및 책자발행		<ul style="list-style-type: none"> <li>BI: 못골 BI, 화개장터 BI</li> <li>단행본 : 못골 스토리텔링(못골시장 라디오스타), 수유시장의 재발견</li> <li>홍보영상 : 못골 미디어, 상인CF, 상인들의 초상, 길잡이</li> <li>소식지 : 못골뉴스, 시골벽적, 자유시장 소식지</li> <li>월간지 : 풍나물, 춤추는 황금소, 팸플릿, 가이드북 : 시장통 비엔날레 안내책자, 지리산연계홍보가이드북</li> <li>인터넷 : 못골 홍보블로그, 한산오일장 홈페이지, 가경터미널시장 블로그, 화개장터홈페이지</li> </ul>
상인중심홍보활동 및 기획		<ul style="list-style-type: none"> <li>상인기자단, 한산오일장 기자단, 한산오일장 해설사, 우리보부상, 등산객주막, 시티투어, 봉화장알리기</li> <li>시스템투어, 공동문화쿠폰, 진절도깨비상인찾기</li> <li>한산테마장(비상설시장, 홍보), 봉화2.7일 오일장날(경매장), 파머스마켓</li> </ul>
축제/공연/전시 등 행사		<ul style="list-style-type: none"> <li>님실축제, 시장풍어제, 복어축제, 순천오장 나눔축제, 가경통통</li> <li>한평예술단, 춤추는황금소, 가고싶은한산장날, 토요일문화야시장 열쑈~난장, 퍼포먼스장날, 토요일장, 도깨비난장</li> <li>우림설령탕 파티, 예술포자</li> <li>시장통비엔날레, 아트스페이스 방천 기획전, 시장상인전시회</li> </ul>
상품개발		<ul style="list-style-type: none"> <li>못골레시피, 한산맛자랑, 낙타빵, 캐릭터 디자인, 구수한 화개밥상</li> </ul>
편의/휴게/문화시설		<ul style="list-style-type: none"> <li>못골휴식터, 한다면, 날라리낙타사랑방, 속닥속닥수다방, 문화복덕방, 다정다방, 도깨비문화방, 복이랑까페</li> <li>카우라이드(자전거대여), 한산농장(상인인증제, 매대제작), 팸투어, 커뮤니티마켓(이동마켓)</li> <li>시장갤러리(전시장), 공치극장(공연장), 에코뮤지엄, 흥청망청 장터극장</li> </ul>
문화사업	점포	<ul style="list-style-type: none"> <li>이야기가 있는 간판, 시장 브랜딩(점포 포스터, 홍보), 한산오일장 이야기 문패, 상인얼굴캐리커처사업</li> </ul>
	시장	<ul style="list-style-type: none"> <li>수유여행사, 마을이야기조사, 시장문화콘텐츠기획단</li> <li>공공미술프로젝트, 방천릴레이 리뉴얼, 아트스테이운영(예술가래지던시), 시장골목디자인</li> </ul>

## 4 전통시장과 관광자원 연계

사례

4. 활성화 전략

### ● 사례\_ 문화관광형 시장 ‘온양온천시장’



第 22 章

## 시설

#### 4. 활동의 목적



75개 전통시장과  
14개 주요시장을  
중심으로 지역판  
광자원과 연계





卷之四

4월 4일 화요일



## 5. 전통시장과 지역산업 연계

개요

4. 활성화 전략

### ❶ 과제\_ 지역제조업과 동반성장을 위한 시스템 구축

- 지역제조업과 연계하여 인근 전통시장을 유통공간으로 활용, 특성화시킬 필요
- 지역상권의 우수한 제품 유입과 가격경쟁력 확보로 전통시장의 대형유통업체에 대한 방어능력과 경쟁력 확보, 전통시장 활성화에 기여
- 판로개척의 효율적 개선 등으로 지역제조업 성장 유도에 기여
- 제조업 및 유통산업의 양측 물류비용 절감, 대형 유통업체에 대한 수수료 절감 등으로 소비재 생산 제조업 업황 개선

#### 전통시장에의 지역제조업 납품시스템 구축

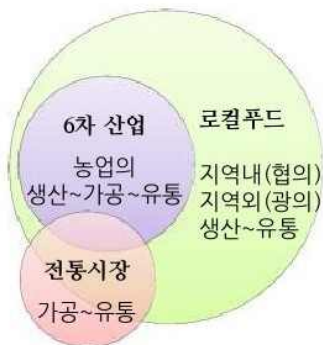
- 충남지역내 제조업 제품을 충남지역 전통시장으로의 납품 로드 구축
- 지역 중소제조업의 POS(유통정보)기기 확대 보급하여 유통정보화 시스템 구축

## 6. 전통시장과 로컬푸드 및 6차산업

개요

4. 활성화 전략

### ❶ 개요\_농민이 유통까지 스스로 해결하자는 취지



#### 건강하고 안전한 먹거리 대안모델, 로컬푸드

- 로컬푸드는 먹거리가 소비자 건강을 위협하거나 유통과정상 소비자불만 해결하기 위한 대안으로 등장
- 농산물 대량유통과 이윤추구 시스템에 또 다른 대안
- 지역내 유통 외, 광의로 지역의 유통까지 포함, 50km 등 물리적 거리개념보다 공동체 개념으로 해석

예) 미국의 CSA(Community Supported Agriculture), Farmers Market, 이태리 슬로푸드, 일본의 지산지소, 유럽의 로컬푸드, 우리나라 신도불이, 전통5일장 등

일본(1990년대 초반)은 농업의 6차 산업화로 농촌의 지역활성화(고용창출과 소득증대) 기여

- 6차 산업화란, 농업의 생산, 가공, 서비스의 유기적이고 종합적인 융합 (단순한 집합이 아님)
- 농촌지역에서 농업(1차), 농산물 가공(2차), 직판장이나 음식점, 숙박업, 관광업 등(3차)을 담당 즉, 1차x2차x3차의 유기적 형태, 지역에서 1차 산업이 소멸한다면, 6차 산업은 성립될 수 없음
- 지역에서 농업과 농촌이 활력을 가지고 건전하게 존재해야만 6차 산업이 성립됨

## 6 전통시장과 로컬푸드 및 6차산업

사례

4. 활성화 전략

### 현황\_ 국내 로컬푸드 현황



#### 도시농업

- 생업농업인, 생활농업인(텃밭농원 이용자, 교우, 직거래 참가자 등)
- 주말농장 등의 텃밭농원, 옥상농원 등 도시농업지원프로그램
- 체험활동으로 인식, 공급기능 미흡



#### 농민장터(파머스마켓)

- 인근 지역에서 생산된 농산물을 농민이 직접 판매하는 장터
- 소량 다품목 농산물 거래, 비규격, 비포장 농산물 및 가공품 거래 등
- 소농이 활용하기에 적합



#### 생산자 직판장

- 생산단체가 지역특산물 판매하는 상설매장 운영, 신선도가 생명이 지역농산물 보다 가공품, 곡류 등 품목이 한정, 마트 등과 차별화없음
- 도로변 휴게소에 지역농산물 판매장이 있으나 지역특화되지 못함

## 6 전통시장과 로컬푸드 및 6차산업

사례

4. 활성화 전략

### 현황\_ 국내 로컬푸드 현황



#### 생협, 한살림, 두레

- 회원제 방식으로 농식품 직거래, 친환경농산물 위주로 취급
- 협동조합의 일종으로 조합원으로 가입한 소비자에게 상품 공급
- 생협은 지역내, 외 유통이 있으며, 한살림 등 지역외 유통



#### 밥상꾸러미, 제철꾸러미

- 소비자 회원에게 지역 생산 농식품을 구색(친환경농산물, 콩나물, 두부, 청국장, 떡 등 일상 식재료, 제철농산물 등) 갖춰 배송
- 지역내, 외 유통, 원주시, 완주군, 청원군, 전국여성농민회 등



#### 학교급식

- 지역 생산 친환경농산물을 학교 급식 식재료로 공급
- 지역 농산물을 유통센터(농협, 생산자 조직 유통기구 등)를 통해 공급
- 순천농협은 계약재배, 직영농장 등 생산확대, 가공식품 개발



## 6 전통시장과 로컬푸드 및 6차산업

사례

4. 활성화 전략

### ☛ 사례\_ 강원 원주 새벽시장



## 6 전통시장과 로컬푸드 및 6차산업

사례

4. 활성화 전략

### ☛ 사례\_ 강원 원주 새벽시장

- 1994년 농업경영인회가 시에 요청하여 하천둔지에서 직거래 장터 시작
- 2010년 원주시가 농업인 새벽시장 개설 및 운영에 관한 조례 제정하여, 임시시장 운영
- 생산자가 직접 판매, 원주시 농업인만 참여가능
- 소량생산 판매 가능하여 농가소득 기여, 고령자 및 여성농민 참여가 높음
- 매일 개장되어 농업인에게 단골 소비자가 생기고 상시적 상거래 가능

- 주체 : 농업인새벽시장협의회(생산자 조직, 459여명), 일평균 참여 생산자 약 170여명
- 협의회기능 : 농업인의 참가자격 심사, 운영 및 관리, 생산자 실명제 및 원산지 표시제 의무화, 품목별 가격 설정, 비농업인 판매행위 제한
- 시기 : 4월 하순~12월 초순, 매일 새벽 4시~오전9시
- 수급 : 생산자가 가져와 나온 물량이 모두 판매되면 장 마감, 사전 주문 가능
- 가격 : 생산자 개인 정보를 토대로 협의가격 결정 (가격홍정 및 덤 등)
- 매출 : 2008년 51억원, 2009년 75억원(일 평균 32백만원)
- 소비자 : 소비자는 주로 원주시내 및 인근 시군의 요식업소 및 소매점, 원주시내 일반 가정 등, 2009년 방문객 1일평균 940여명, 연간 22만여명

## 6 전통시장과 로컬푸드 및 6차산업

사례

4. 활성화 전략

### ● 사례\_ 충북 청주 농민장터



2010년 9월 18일(토) 오전 11시 - 오후 6시  
원마루공원 분당동 주공아파트 5·6단지 사이



예술공장 두레의 창작 마당극 '강'



예술공장 두레의 '농촌우수마당극 퍼레이드'에서 풍물굿패 세알누리 공연

## 6 전통시장과 로컬푸드 및 6차산업

사례

4. 활성화 전략

### ● 사례\_ 충북 청주 농민장터

- 2005년 청주 시민단체 지역 먹거리 운동 활성화를 위해 청원군 농민회에 농민장터 개설 제안하여, 2006년부터 청주시 신시가지와 외곽도로가 만나는 지역의 공원에서 시작
- 청원군에서 생산되는 먹거리를 청주시와 청원군이 소비
- 농산물 품질, 품목 부족으로 시장기능이 약하고 거래의 지속성 낮음
- 영세농이나 고령자 참여의지 높으나, 젊은 전업농 참여도가 낮음
- 사업 전담인력과 사업아이디어가 필요하나 시민단체로는 한계

- 주체: 충북 참여연대(장터개설 준비 및 운영)와 청원군 농민회(농산물 공급, 20명참여)
- 시기: 연 2~4회, 추석 및 김장철 등을 중심으로 1~2일씩 개설
- 수급: 수요예측이 불가능하고 제고처리가 불가능하므로 출하량 최소화
- 가격: 도매시장 출하 가격 < 소비자 협의가격 < 청주 전통시장과 대형소매점의 가격
- 품목: 주잡곡류, 채소류, 과일류, 특산 가공품 등, 김장철에는 배추, 무, 갓, 대파 등
- 매출: 2008년 연 4회 총 매출액 2천만원, 2010년 김장철 2일 간 약 4천만원 등
- 무료법률상담소, 충북문화단체 예술공장 두레의 문화공연, 극단 새벽의 공연 등



## 6. 전통시장과 로컬푸드 및 6차산업

사례

4. 활성화 전략

### ☛ 사례\_ 완주군 용진농협 (로컬푸드 매장)



## 6. 전통시장과 로컬푸드 및 6차산업

사례

4. 활성화 전략

### ☛ 사례\_ 완주군 용진농협 로컬푸드 직매장

- 생산자 이름 명시, 농민이 생산한 농산물을 직접 갖고 나와 지역소비자에게 판매
- 1일 유통원칙, '당일생산, 당일소비'에 따라 하루가 지난 농산물은 회수해 폐기
- 우수한 품질, 마트보다 30% 이상 저렴, 특별히 홍보없이 입소문을 통해 매출 증대
- 농민수입 20% 가량 증대

- 추진주체 : 완주군은 직매장 건물(260㎡, 100여대 판매대), 용진농협은 농민들의 교육과 생산품목관리 (친환경, 우수농산물 인증교육 등)
- 사업비 : 5억여원, 완주군과 농협이 절반씩 부담
- 참여농가 : 120여 농가 (처음 3농가 → 점차 증가)
- 운영방식 : 매일 아침 수확한 농산물을 농민이 직접 소규모로 포장, 바코딩과 가격표 부착, 매장 진열, 용진농협은 판매, 매장관리, 계산 담당 (농민은 매장관리비로 판매금액의 10% 납부)
- 가격결정 : 대형매장 시세를 참고해 농민이 직접 결정
- 매출 : 개장 첫날 14백명 소비자, 32백만원 매출, 하루 2천~3천만원 이상
- 품목 : 쌀, 채소, 과일, 육류 70~80가지 농산물

## 6 전통시장과 로컬푸드 및 6차산업

사례

농촌활성화 전략

### ☛ 사례\_ 일본, 농업의 6차 산업화로 농촌 활성화



#### 전업농 주도 '고치현 히가시츠노촌'

- 저농약 쌀, 유기채소의 직거래, 뽕나무밭 닭 방목, 비육우 방목 등
- 목재가공, 주택건설 제3섹터 설립 등



#### 여성, 고령자 주도 '오이타현 구니사키정'

- 농산물과 특산물, 농산물 가공식품 등 지역주민과 방문객에게 제공
- 30대에서 70대에 이르는 여성 20명이 지역농산물 직판, 향토음식 시식, 제분 제면 과자 등 가공 등 영업



#### 지자체 주도 '기후현 시라카와촌'

- 쌀 대체작물 메밀 장려, 직영 가공시설 설치 메밀 가공품 제조
- 메밀꽃경관, 가공체험 등 관광객유치,특별촌민제도 도입(농산물택배)
- 마을별로 차공장 설치, 차생산 확대하고 목재생산과 주택건설 등

## 6 전통시장과 로컬푸드 및 6차산업

과제

농촌활성화 전략

### ☛ 과제\_ 로컬푸드(6차산업 포함) 활성화 과제

- 국내 로컬푸드 유통비중이 낮은 편, 농민장터와 생산자직판장 등이 시장과 점점
- 국내 6차 산업은 초기 단계이며, 농업생산을 기본으로 하면서 가공, 지역특산물 개발 및 판매 등이 시장과 점점
- 시설은 국가보조로 지자체나 농협 등이 설치
- 운영은 여성농업인, 고령자 농업인 중심을 이루되, 농가단위보다 농촌마을, 지자체, 농협 등 지역단위 협의체 등 조직화하여 생산자조직이 담당  
예) 생산자중심 유통조직 완주로컬푸드영농조합법인 '건강한 밥상', 농업인새벽시장협의회
- 수급조절 및 품목구색 갖추 등의 준비, 생산관련 다품목 중심 지역농업구조 개선
- 규모화, 전문화된 산지유통조직(상업적 대량 유통) 보다 중소 자영농을 중심으로 소량 다품종 판로에 중점
- 소농 소득안정화에 기여를 통한 농촌의 지역활성화 전략이라 할 수 있음



## 6 전통시장과 로컬푸드 및 6차산업

과제

4-활성화 전략

### ❖ 과제\_ 전통시장과 로컬푸드의 유통이 상생하는 전략 필요

- ◆ 전통시장을 로컬푸드 시스템으로 구조 개선시켜, 소비자 신뢰 회복, 시장활성화 유도
- ◆ 로컬푸드(6차 산업 등)는 농민(생산자)의 소상공인 역할 확장, 소상공인과 갈등 우려  
전통시장은 대부분 농산물이 주요 유통품목이므로, 로컬푸드 영역과의 갈등 불가피
- ◆ 농업인~소상공인~지역주민의 논의와 협력 필요

#### 전통시장과 상생할 수 있는 로컬푸드 시스템 구축

- ◆ 상인들과 상생할 수 있는 조직형태 발굴  
첫째, 생산자 위주 조합 등 조직 구성, 시장내에 생산자직판장 또는 농민장터 개설  
상인들과의 갈등 우려  
둘째, 상인들이 협동조합 등 구성, 직판장 운영 및 판매 담당, 농민은 농산물 납품  
셋째, 농업인~소상공인 함께 협동조합 등 연합조직
- ◆ 농민이나 소상공인 자체적 조직화는 한계, 공공이 지원필요(법인 등 조직화, 시설개설, 교육 등)



## 5 결론 및 제언



## 충남 전통시장의 비전, 지역친화형 활성화 모델

도·경남 발전연구원

### ■ 전통시장의 내발적 변화 전제

- 전통시장의 신뢰회복, 즉 상품의 질과 서비스 등에 대한 내발적 변화가 전제되어야 하며, 결국 상인들 스스로 할 수 밖에 없음
- 또한 활성화의 주체 역시, 상인들 스스로 전문성, 육성기반을 마련하도록 교육, 상인들 스스로 움직이도록 해야 함

### ■ 공공의 지원정책은 한시적, 궁극적 자생력

- 본 논의는 공공이 정책적으로 지원해 줄 수 있는 것들이 무엇인가를 정리해본 것임
- 전통시장에 대한 공공의 지원은 한시적인 것으로, 궁극적은 자생적으로 지속가능한 시스템을 갖추어야 함

## 충남 전통시장의 비전, 지역친화형 활성화 모델

도·경남 발전연구원

### ■ 융복합적 지원정책, 궁극적으로 지역활성화

- 앞서 제시한 6부문의 과제는 각각 별개의 독립적 과제가 아니라, 서로 유기적으로 융복합되어야 함
- 궁극적으로 지역활성화를 염두에 둔다면 시장활성화도 이루게 됨

### ■ 전통시장의 지역친화적 모델 개발

- 지역활성화를 염두에 두고 6부문 과제가 충남의 지역여건에 기반하여 지역친화형 모델로 구체화시켜야 함
- 즉, 6부문에서 전통시장의 활성화를 위한 지역친화형의 충남 모델 개발

## 지역활성화와 상생하는 충남 전통시장 활성화 모색

DURI 旗里  주|두리공간환경연구소  
Café.daum.net/durispace