(출매체) 2013년 5월 29일(수) 11:00 이후 보도해 주시기 바랍니다 www.smba.go.kr

넓게 듣겠습니다 바르게 알리겠습니다

보 도 자 료

성장 징검다리 중소기업청 Small & Medium Business Administration

• 문의 : 시장상권과 장대교 과장(042-481-4559), 박재원 사무관(4335), 이문범 주무관(4562)

ICT 융합으로 전통시장 경쟁력 강화 적극 지원

- 「'13년 문화관광형시장 및 장보기·배송서비스 지원방안」

□ 중소기업청(청장 한정화)은 **전통시장을** 최근 소매업 시장으로 확장하고 있는 **대형마트 및 SSM 등과 대등한 경쟁 주체로 육성**하고자,

※ 대형마트 매출(조원) : ('08) 31.9 → ('09) 33.2 → ('10) 31.4 → ('11) 35.9 → ('12) 37.5
※ 전통시장 매출(조원) : ('08) 22.3 → ('09) 22.0 → ('10) 21.4 → ('11) 21.0 → ('12) 20.1

- 전통시장을 지역문화와 관광자원을 연계하여 지원하는 **'13년 문화관광형시장 육성 및 생활근린형 전통시장에 대형마트와 차별화된 장보기 및 배송서비스를 시범 도입**하여 실시한다고 밝혔다.

- 특히, 금번 문화관광형시장 육성대책에는 전통시장에 ICT 기술을 적극 적용하여 고객이 쉽게 전통시장을 찾고 편안하게 장보기할 수 있도록 **총 사업비의 30%를 ICT연계에 투입**한다고 하였다.

문화관광형시장 육성계획 주요 내용

□ 수립배경

○ 중기청은 '08년부터 '12년까지 **358억원의 예산**을 투입, **39개 시장**을 문화관광형시장으로 선정하고 테마거리 조성, 문화공연 등을 지원함

※ 지원시장 : ('08) 4개 → ('09) 6개 → ('10) 8개 → ('11) 6개 → ('12) 15개

- 지원시장은 고객 및 매출이 각 11%, 3.1% 증가, 젊은 세대 방문 증가 및 재방문 의향표시 고객증가 등 성과가 있는 것으로 조사

○ 그러나, 시장고유의 브랜드 미비, 비슷한 이벤트행사 개최, **상인 자생력 강화 수익사업 부족 등은 보완할 필요**가 있다고 판단

□ '13년 지원예산

○ 금년 예산은 추경 등으로 **182억원(본예산 147억원, 추경 35억원) 확대된 바, 50개의 시장을 문화관광형시장**으로 선정하여 육성

- **(지원한도)** 2년간 20억원(국비 50%, 지방비 50%) 한도내 지원 (필요시 1년이내 연장 가능(단, 국비 30% 이내))

○ 본 예산 147억원으로 지원할 26개 시장을 지난 3월 선정하였으며, **추경 예산 35억원으로 5개 내외를 선정하여 7월부터 착수** 예정

* 사업공고(5.15) → 시장신청(6.7) → 선정평가(6.30) → 사업착수(7.1)

- **(선정기준)** 시장 고유 특성, 지역 문화 및 관광자원과 연계성, 시장의 추진역량, 지자체의 지원의지 등을 평가

□ 중점 추진사항

① 고유브랜드 개발 및 지역 특화산업과 연계 지원

○ 시장별 핵심 컨셉(역사, 사건, 문화 등)과 연결되는 **"그 시장만의 고유브랜드"를 개발하여 고객에게 바로 연상**되도록 지원

○ 특히, 시장내 빈점포를 활용하여 **지역 특화산업(예: 전통공예)을 유치**하고, 체험장을 설치하여 **고객 방문 필수코스로 개발**할 필요

○ 또한, 청소년, 가족세대가 찾을 수 있는 **문화공연(인형극 등)** 및 **지역역사 체험관(동영상 등)을 설치**하여 **"참여형 시장"**으로 변화

② 3개 유형(문화, 관광, 국제)으로 특화하고, 핵심 사업 추진

○ **문화접목형시장** : 지역 놀이, 풍속 등 무형컨텐츠와 연계된 시장
* 사례 : 정선아리랑시장, 수원팔달문시장 등

- 지역 문화를 대표하는 특화공연 기획 연출(인형극, 동영상, 연극 등)
- 전통시장내 고객센터 또는 빈점포 활용, 특히 주말에 집중 공연

○ **관광접목형시장** : 지역 관광, 공예품, 특산품 등과 연계된 시장
* 사례 : 서귀포매일올래시장, 단양구경시장 등

- 빈 점포를 활용, 지역특화산업(전통공예 등) 유치 및 체험관 운영
- 스타 특산품 발굴 및 인근 관광객이 필수 방문하는 코스로 육성

○ **국제명소형시장** : 인지도 향상으로 외국인 방문이 잦은 전통시장
* 사례 : 부산자갈치시장, 평택국제중앙시장 등

- 외국인이 선호하는 민속식품 및 체험장, 한국역사관 설치
- 다문화가정이 운영하는 국제식품 판매시설 설치 및 행사 실시

③ 사업비를 ICT융합 및 자생력강화에 집중 지원

○ **총 사업비의 30%를 ICT 융합사업에 투입**하여, 고객이 스마트폰 등으로 편리하게 장보기할 수 있도록 개선

- (장보기) 와이파이존 설치, QR코드 게시판 설치, 앱 개발
- (고객관리) 점포 판매 및 정산, 고객관리, 스마트전단 발송 등

○ **총 사업비의 30%를 상인회가 수익사업 발굴 및 운영에 투입,** 사업 종료후에도 자생력을 가지고 운영할 수 있도록 지원

- (협동조합) 공동구매·판매, 공동체 의식함양 및 수익사업 발굴
- (핵심사업) 고유브랜드 개발, 공연기획, 동아리 및 체험관 운영

④ 추진사업단 역할강화

○ 사업단의 신속한 사업추진을 위해 유관기관(지방청, 지자체, 상인회, 시경원)간 일괄 심의 의결할 수 있는 협의회 구성

- 사업단이 동 협의회에 안건 부의시 14일내 신속 처리

※ 구성 : 지방청(담당과장, 주재), 지자체 기업지원과장, 상인회장, 시경원 담당자 등

○ 5개 권역별로 구성된 컨설팅단(유통·문화 등 일정 이상의 학위 소지 또는 경험자)을 파견하여 사업단의 조정통합 기능 지원

장보기 및 배송서비스 주요 내용

□ 수립배경

○ 그간 정부 및 지자체가 지원한 배송인프라(차량, 배송센터 등)를 보유한 **42개 시장 중 1일 배송 건수가 20건 이상으로 활성화된 곳은 14개(33%)에 불과**

- 대형마트의 무분별한 영업확장 및 전통시장이 **배송물량 미확보에 따른 운영비 부족**과 홍보 미흡 등이 주요 원인

○ 대형마트 및 SSM과 경쟁할 수 있도록 **생활근린 골목형 전통시장에 고유의 따뜻한 정서와 부합하는 장보기 및 배송 서비스**를 적극 시행할 필요성 대두

□ '13년 지원예산

○ 금년 예산 **10억원을 투입하여 50개의 시장에 장보기 및 배송 서비스를 시범 도입**

- **(지원한도)** 시장당 연 2천만원(국비 90%, 자부담 10%) 지원
  (2년간 지원, 국비는 인건비 등 운영비 지원)

구 분(일 근무시간)		정부지원금액	산 출 내 역
장보기 도우미(4시간)	3명	762만원(846x0.9)	(6개월×47만원×3명)
배송 직원(8시간)	1명	648만원(720x0.9)	(6개월×120만원×1명)
콜센터 직원(8시간)	1명	508만원(564x0.9)	(6개월×94만원×1명)
홍보비, 운영비 등		82만원(91x0.9)	
계		**2,000만원**	

○ '13.7월말까지 50개 시장 선정후 8월 ~ '14.1월까지 6개월간 운영

- (**선정기준**) 상인 자생력, 배송인프라 구축정도, 주거 밀집지역 인접성, 대형마트와 경쟁정도 등 평가

□ 중점 추진사항

① 대형마트 인접의 생활근린형 전통시장에 차별화된 「**장보기 및 배송 서비스**」를 **시범 실시**하되, **자구노력이 강한 시장 우선 선정**

○ **배송 인프라**(차량, 센터 등) 기 구축된 전통시장에 **맞벌이 가정, 초보 주부 등**을 위해 장보기 및 배송서비스 추진

- **상인회 등 사무실에 전화응대 콜센터** 설치 및 상시 대응
- 배송거리가 인접지(500m이내)인 경우 **장보기 도우미**가 배송
- 인접지가 아닌 경우(5Km이내), **배송 직원**이 차량으로 배송

<세가지 유형의 장보기 서비스>

① 고객 주문대로 장보기를 한 후, 인근 거리(시장에서 500미터 이내)인 경우 직접 배달(고객이 주문시 사후 변심하지 않는다는 확약 필요)

② 고객이 개별 점포와 구매결제를 완료 한 경우, 개별 점포에서 상품을 수거하여 고객에게 배달

③ 임산부, 노약자 등을 위해 전통시장내에서 동행하면서 장보기 지원

② **상품 및 할인정보를 검색 가능한 「전통시장 통통」 운영**

○ 고객이 최단거리에 있는 **전통시장, 입점점포, 상품 및 할인정보를 검색**할 수 있도록 **전통시장 통통**(포털사이트) 운영

○ 결제방식도 **온누리상품권, 현금, 신용카드, 계좌이체** 등 다양화 가능

③ **상인부담 배송료 가이드라인 제시 및 정산보고 의무**

○ **1건당 기본 배송료를** 민간 택배(4,000원)보다 **저렴한 2,000원을 최소로** 하되, 거리 등에 따른 변동 적용 가능

○ 상인회 등은 수익금을 **장보기 및 배송 인프라에만 재투자**할 수 있으며, 지원기간 중 **회계연도말 중기청에 의무 정산보고**

OPEN 출처표시 공공누리 공공저작물 자유이용허락

이 보도자료와 관련하여 보다 자세한 내용이나 취재를 원하시면 중소기업청 시장상권과 박재원 사무관(☎ 042-481-4335) 및 이문범 주무관 (☎ 042-481 -4562)에게 연락주시기 바랍니다.

참고 문화관광형시장 육성 사례

1 시장 특성을 고려한 컨셉을 설정하여, 시장브랜드를 구축하고 컨셉에 따라 시장을 조성할 기반 마련(시장명칭변경)

* 평창시장 → 평창올림픽시장 / 정선시장 → 정선아리랑시장 / 평택시장 → 평택국제시장('Hello Market'), 현풍시장 → 현풍도깨비시장

* 시장명칭 변경은 상인, 고객등의 의견 수렴하여 신중히 결정할 계획



평창올림픽시장

정선아리랑시장

2 지역의 유명한 관광지와 시장을 연계하며, 시장의 특성에 따른 신규 사업으로 개발하여 신규고객 유입효과

* 평택중앙시장 : '헬로마켓'을 도입해 각국의 음식과 문화 관련 특화상품을 개발하고 있고 한 밤의 '나이트마켓'을 개설해 야간 시장으로서 새로운 모델을 제시
* 곡성기차마을기시장 : 섬진강 기차마을과 연계해 기차를 테마로 관광상품을 개발하는 한편 주말장터와 5일장을 혼합한 형태의 독특한 시장을 꾸려나가고 있음
* 정읍샘고을시장 : 내장산 등 풍부한 주변관광 자원과 더불어 게스트하우스, 청소년베이커리, 레스토랑, 작은 도서관 등 관광 사업을 통해 청년이 중심이 되는 새로운 시장으로서의 모델을 제시



평택중앙국제시장 '나이트마켓'



정읍샘고을시장 '마을도시락카페'

3 시장내에 새로운 재미와 볼거리, 특히 스토리텔링은 시장에 재미와 흥미를 더하여 주부 및 아이들이 찾을 수 있는 시장으로 변신을 도모

* 목포종합수산시장 : 특산물인 홍어 모양을 한 '홍어바이크'를 제작하여 시장에 온 고객들이 직접 '홍어바이크'를 몰로 주변 관광지를 돌아볼 수 있도록 운영
* 현풍도깨비시장 : 도깨비를 이용한 시장유래를 스토리텔링으로 만들어 고객으로 하여금 호기심을 자극하고 도깨비 조형물을 만들어 포토존으로 활용



목포종합수산시장 '홍어바이크'



현풍도깨비시장 '스토리텔링'

4 상인참여 프로그램으로 상인이 스스로 참여하여 함께하는 시장, 만들기

* 속초관광수산시장 : '뻔뻔한 라디오'라는 시장내에서 상인들이 직접 라디오방송을 통해 상인들뿐만이 아니라 지역 주민으로부터 호평을 받아 각종 언론에 소개되는 등 톡톡한 홍보 효과를 누림
* 충주자유·무학시장 : '삼돌이 DJ박스'를 운영하여 초기에는 전문 DJ(청주MBC)를 활용하여 시장의 각종 소식 및 이야기 꺼리를 소개하여 즐거운 시장 분위기를 조성하였으며 추후 상인회에서 직접 운영 예정
* 정읍샘고을시장 : 상인문화컨텐츠 기획단을 조직하여 샘고을시장 동아리를 통해 통합 상인회 정착을 위한 커뮤니티 증대, 단골고객 사진촬영 이벤트, 택배사업과 연계하여 개별점포 명함제작 등 활동



속초관광수산시장 '뻔뻔한 라디오'



충주자유·무학시장 '삼돌이 DJ박스'