

지역 소기업들의 전문화된 산업지구를 통한 지역경제 발전 - 이탈리아 에밀리아 로마냐 지역 사례

2023. 11. 15

배 규 식 박사

(지역혁신연구원 대표, 전 한국노동연구원 원장)



목 차

- I 이탈리아 사례
- II 이탈리아 산업지구 (사례)
- III 이탈리아 수공직인과 중소기업협회
- IV 에밀리아-로마냐주 - 지역산업과 고용
- V 에밀리아-로마냐주의 농식품클러스터
- VI 에밀리아-로마냐주 지역의 산업혁신생태계
- VII 에밀라아로마냐주의 문화와 창조산업
- VIII 이탈리아 협동조합
- IX 이탈리아 사례가 한국에 주는 함의

I

이탈리아 사례

- 이탈리아는 인구가 5,898만명(2022년)
- 이탈리아 경제는 2022년말 유럽에서 독일, 영국, 프랑스 다음의 큰 규모이고, 세계 10위(한국 13위)이며 세계 7위의 제조업(한국 6위)으로 제조업이 매우 발전해 있음
- 중소기업 361만개(고용의 78.1%, 부가가치의 66.9%) 중 1~9인 영세(micro)기업이 94.7%(342만개, 고용의 44.9%, 부가가치 28.4%), 10~49인 소기업이 4.7%(169,700개, 고용의 20.7%, 부가가치 20.7%), 50~250인의 중기업은 0.56%(20,000개, 고용의 12.5%, 부가가치 17.9%)를 차지하여 영세, 소기업의 비중이 매우 큼(2019년)
- 2022년 1인당 GDP 34,158 US달러 (한국은 2022년 32,255 US달러)
- 이탈리아는 20개 지역(5개 특별자치지역),고 14개 대도시와 96개 지방(110개), 8,047개 군으로 이루어져 있음.
- 가장 잘 사는 지역은 중북부 Lombardy (주도 Milan, 인구 1천만), Veneto (주도 Venice 인구 493만명), Emilia-Romagna지역(주도 볼로냐, 인구 443만), Piedmont 지역(주도 Turin 인구 442만)
- 이탈리아는 1년에 약 4,550만명의 관광객이 찾는 나라로 수입은 455억불에 달함.





이탈리아 사례

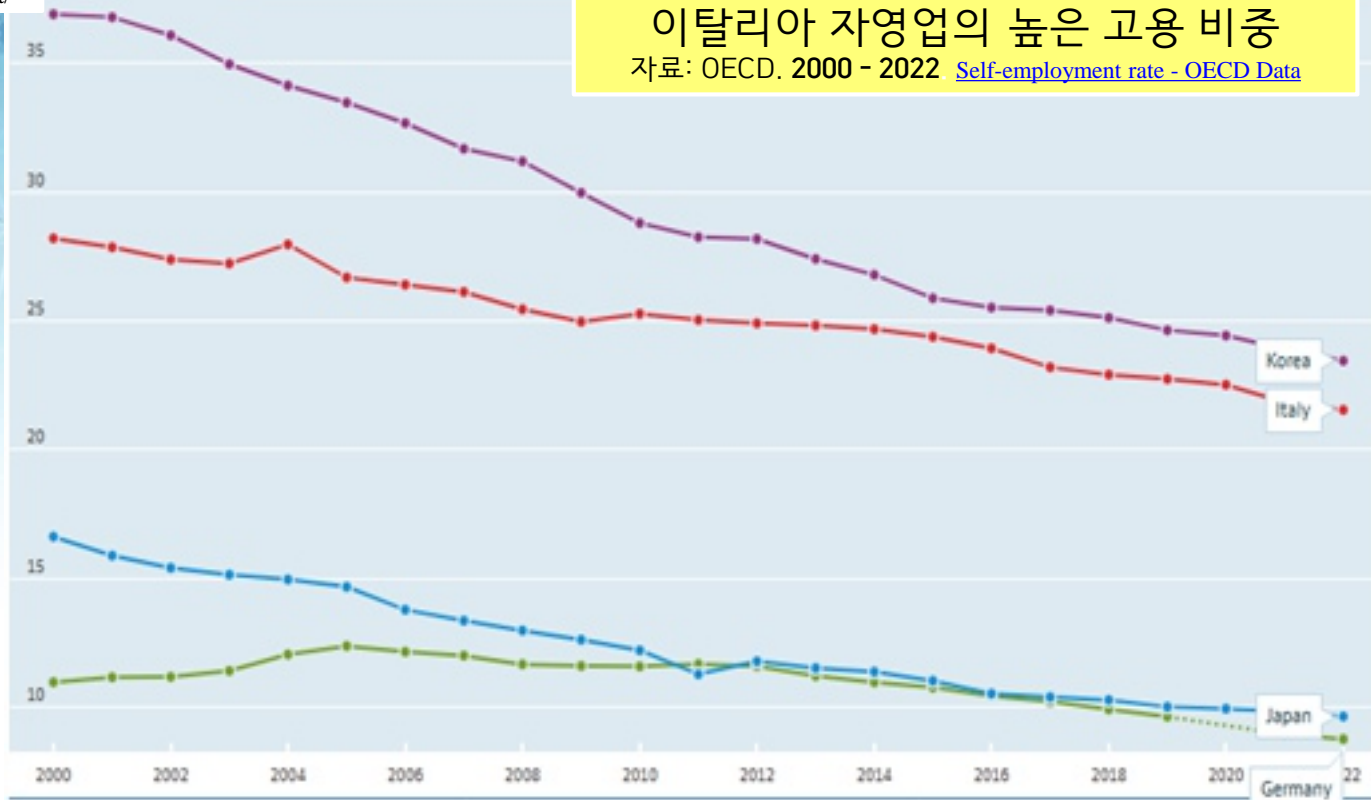
이탈리아 기업체 규모별 근로자고용 비중

	0-9	10-49	50-249	250 and over	total
전체 기업수	4,314,961(95.0)	196,855(4.3)	24,526(0.54)	4,292(0.09)	4,540,634(100.0)
종사자수	7,592,573(43.1)	3,534,723(20.1)	2,394,025(13.6)	4,096,013(23.25)	17,617,333(100.0)
	0-9	10-49	50-249	250 and over	total
제조업 기업수	296,289(81.0)	58,825(16.1)	9,312(2.5)	1,364(0.37)	365,790(100.0)
종사자수	795,575(21.2)	1,125,826(30.0)	907,278(24.2)	919,259(24.5)	3,747,939(100.0)

자료: Italian Statistics. 2021. <http://dati.istat.it/>

이탈리아 공공부문의 고용은 2020년 현재 약 320만명에 달하고 있으며, 2022년 근로자수가 1,817.5만명, 자영업자가 497.5만명(22.5%), 개인도급근로자 22만 3,700명 등 2022년 2분기 전체 고용은 2,315만명

이탈리아 자영업의 높은 고용 비중
 자료: OECD. 2000 - 2022 [Self-employment rate - OECD Data](#)



I

이탈리아 사례

소득분포와 저임금비율

	소득 9분위 대 1분위 비율		소득 5분위 대 1분위 비율		저임금 비율(Low pay) %	
	2010	2020	2010	2020	2010	2020
이탈리아	2.64	2.75	1.50	1.46	8.1	4.9
일본	2.96	2.74	1.62	1.52	14.5	10.9
한국	4.77	3.60	2.01	1.60	24.7	16.0
영국	3.58	3.38	1.81	1.69	20.7	18.0
미국	5.01	4.84	2.12	2.02	25.3	23.8
OECD	3.55	3.40	1.70	1.66	15.5	14.5

자료:: OECD Employment Outlook 2022. Table O

이탈리아 중소기업들의 고용비중과 부가가치 비중

		이탈리아		OECD	
		고용	부가가치	고용	부가가치
중소기업	영세기업(Micro)	42.53	25.92	28.90	17.37
	소기업(Small)	20.71	20.80	20.98	16.25
	중기업(Medium)	13.06	17.62	18.16	18.17
	소계	76.30	64.34	68.08	59.05
대기업		23.70	35.66	31.92	40.95

주: 영세기업(1~9인), 소기업(10~49인), 중기업(50~250인)

자료: OECD. 2021. OECD SME and Entrepreneurship Outlook 2021. Figure 6.56. Factors of SME&E structural vulnerability in Italy

I

이탈리아 사례

각국 근로자들의 연 평균임금 (2022년 고정가격 US dollars 실질구매력지수)

Time	2000	2005	2010	2015	2020	2021	2022
Australia	48,213	52,014	55,536	57,744	60,377	60,681	59,408
Belgium	60,929	62,140	63,295	65,017	63,677	65,521	64,848
Canada	46,526	48,326	52,457	55,400	59,160	59,569	59,050
France	43,694	46,824	49,926	51,415	50,550	52,542	52,764
Germany	51,344	52,378	52,912	57,431	60,309	60,291	58,940
Italy	45,290	46,654	47,629	46,103	44,246	45,961	44,893
Japan	41,428	41,936	40,999	40,062	41,442	42,041	41,509
Korea	32,243	37,719	39,730	41,878	48,294	49,143	48,922
Mexico	17,311	18,778	17,618	17,730	17,467	17,637	16,685
Netherlands	60,063	62,543	66,270	66,841	67,163	66,221	63,225
Sweden	37,651	41,216	45,337	48,770	51,214	51,929	50,407
United Kingdom	44,967	50,067	52,455	52,549	53,612	54,762	53,985
United States	61,132	63,987	67,263	70,320	77,567	78,894	77,463
OECD countries	45,489	47,449	48,881	50,336	53,448	54,258	53,416

주: 2022 constant prices at 2022 USD PPPs

자료: OECD, 2023. OECD Stats. Data extracted on 10 Sep 2023 13:32 UTC (GMT) from OECD.Stat

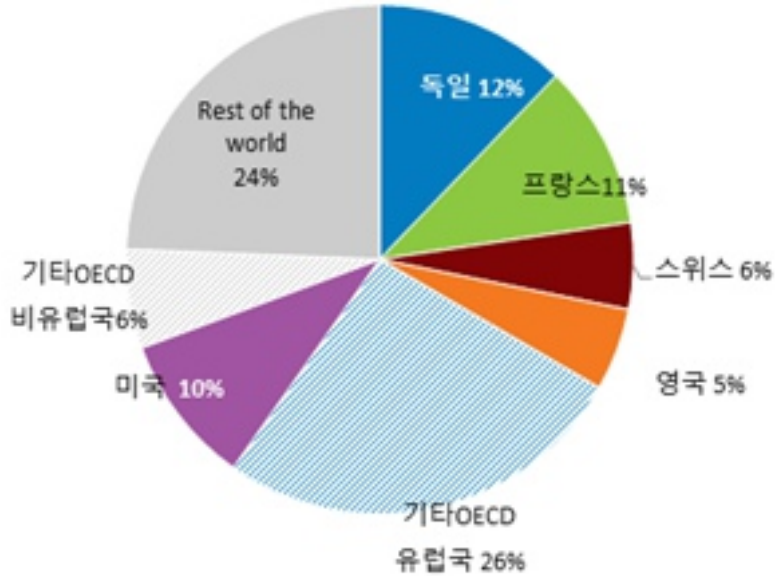
왜 이탈리아인가?

- 이탈리아는 중소기업, 특히 자영업과 중소기업들의 긴밀한 네트워크와 협회의 다양한 활동을 통한 진화, 개선, 혁신을 거듭해 오면서, 중소기업들의 연합체가 대기업들이 주도하는 세계시장에서도 경쟁력을 가질 수 있음을 입증
- 미국 MIT대학의 Piore and Sabel(1984)은 **유연적 전문화(Flexible Specialization)**라는 이름으로 대기업들이 주도하는 대량생산, 대량소비의 시대에 (중)소기업들이 생존하고 경쟁력을 가질 수 있는지를 이론화
- 중소기업들의 **산업지구(Industrial Districts)**의 내부적 진화, 혁신, 개발, 외부지식의 흡수를 통한 **내생적 성장과 업그레이드** 경험 - 수십년 동안 검증된 제품의 고급화와 성공을 가져옴
- 특정제품을 전문적으로 생산하는 자영업과 중소기업들로 이루어진 산업지구로 집중되어 (전문화), 내부의 긴밀한 분업과 협업관계(하청과 부품공급) 형성, 업종별/지역별 중소기업 협회(Associations) 구성, 공동교육과 직업훈련, 시장조사, 품질관리, 제품개발, 공동브랜드개발, 마케팅 등 사업에 필요한 반공공재(semi-public goods)를 생산해 왔음
- 또한 중소기업협회 등이 이들 자영업과 중소기업들을 상대로 하는 맞춤형 사업서비스업을 제공하는 식으로 발전해 옴
- 수많은 다양한 고품제품들을 틈새시장을 겨냥하여 특화하여 생산하는 이탈리아의 경제의 근간인 산업지구에 주목할 필요가 있음.

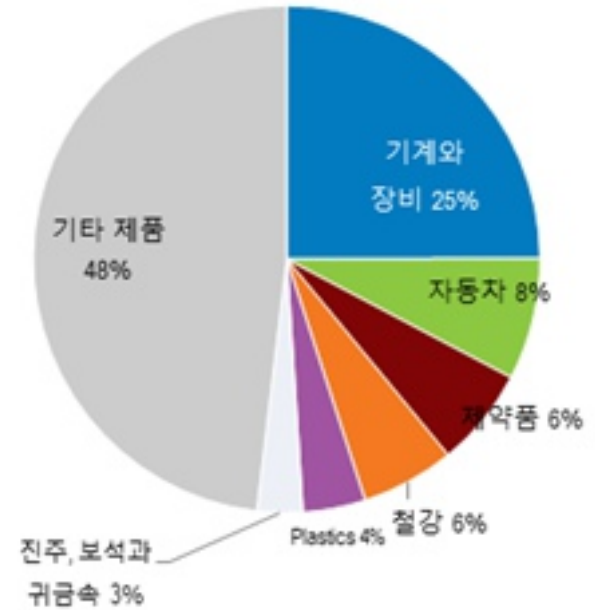
I

이탈리아 사례 - 수출과 지역산업

주요 수출국



주요 수출품



자료: OECD(2021), International Trade by Commodity Statistics database. OECD Economic Surveys: Italy 2021

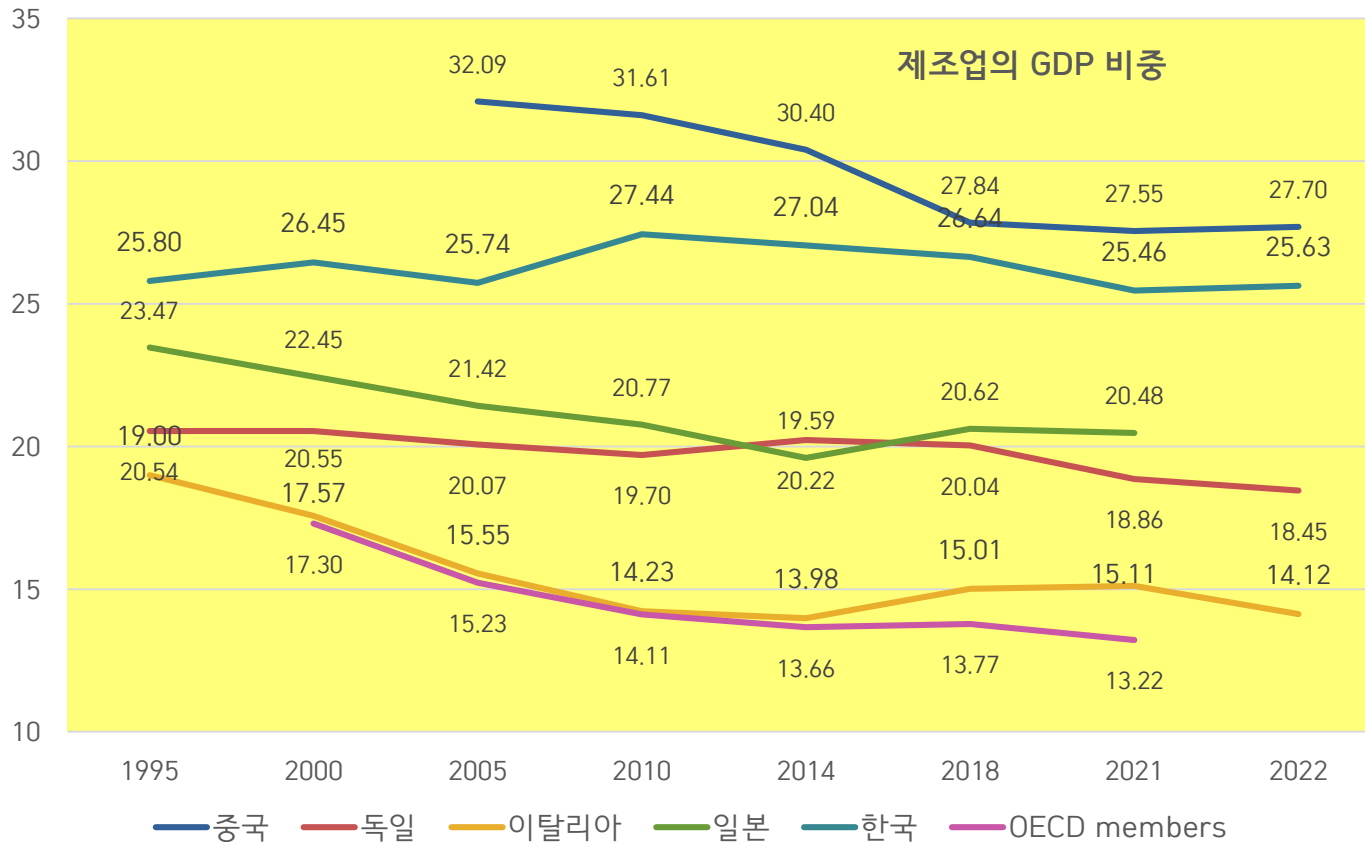
이탈리아 수출액(1980~2021)(단위: 10억 달러)
2022년 수출액 6,250억 달러



한국의 수출액(1980~2021)(단위 10억 달러)
2022년 수출액 6,839억 달러



이탈리아 사례 - 수출과 지역산업



이탈리아 제조업의 고용은 2021년 현재 전체 고용의 21.3%, 한국의 제조업 고용은 2022년말 현재 16.1%

자료: World Bank. 1995~2022 World Development Indicators

전산업	0-9	10-49	50-249	250 and over	total
기업수	4,314,961(95.0)	196,855(4.3)	24,526(0.54)	4,292(0.09)	4,540,634(100.0)
종사자수	7,592,573(43.1)	3,534,723(20.1)	2,394,025(13.6)	4,096,013(23.25)	17,617,333(100.0)

제조업	0-9	10-49	50-249	250 and over	total
기업수	296,289(81.0)	58,825(16.1)	9,312(2.5)	1,364(0.37)	365,790(100.0)
종사자수	795,575(21.2)	1,125,826(30.0)	907,278(24.2)	919,259(24.5)	3,747,939(100.0)

자료: Italian Statistics. 2022. [Enterprises and persons employed \(istat.it\)](https://www.istat.it) Data extracted on 07 Aug 2023 09:20 UTC (GMT)

이탈리아의 액수가 가장 큰 10대 수출품목

- 2021년 총 수출액 5,970억 달러(한국 6,450억 달러)
- 이탈리아 수출품(가치기준)의 65.5%는 유럽국가들에 수출되었고 15.1%가 아시아로 수출되었으며 11.3%가 북아메리카로 수출되었음

□ 다음 수출품목들이 2021년 이탈리아의 수출에서 가장 높은 달러 가치 차지

1. 다양한 기계류: US\$108.1 billion(17.7% of total exports)
2. 자동차(자동차 부품 포함): \$45.4 billion (7.4%)
3. 전기기계와 설비: \$37.7 billion (6.2%)
4. 의약품: \$36.7 billion (6%)
5. 플라스틱과 플라스틱제품: \$26.3 billion (4.3%)
6. 철 제품과 철강: \$21.3 billion (3.5%)
7. 보석과 귀금속: \$20.8 billion (3.4%)
8. 석유를 포함한 광물연료(정유한 석유): \$19.6 billion (3.2%)
9. 철과 철강: \$19.2 billion (3.1%)
10. 가구/침구/조명/사인(signs)/조립식건축: \$15.8 billion (2.6%)

□ 이탈리아의 10대 수출품이 전체 수출품의 총 가치의 50.96% 차지

<https://www.worldstopexports.com/italys-top-10-exports/>

한국의 수출 10대 품목(2022년)

순위	구분	2022년	비율(%)
	수출총액		
1	반도체	132,050	19.31
2	화학품	98,509	14.41
3	기계류/정밀기기	71,133	10.40
4	석유제품	63,421	9.27
5	철강제품	55,758	8.15
6	승용자동차	51,195	7.49
7	정보통신기기	45,179	6.61
8	자동차부품	22,710	3.32
9	가전제품	10,171	2.61
10	선박	16,740	2.45
합계(1+2+3+.....+10)		566,866	82.9%
	1. 전기·전자제품	224,163	32.78
	2. 수송장비	97,135	14.21

- 10대 수출품이 전체 수출에서 차지하는 비중은 한국 82.9%, 이탈리아 50.96%
- 이탈리아의 수출품이 한국의 수출품보다 훨씬 다양함을 알 수 있음
- 한국의 수출은 상대적 소수의 제품에 크게 의존

I

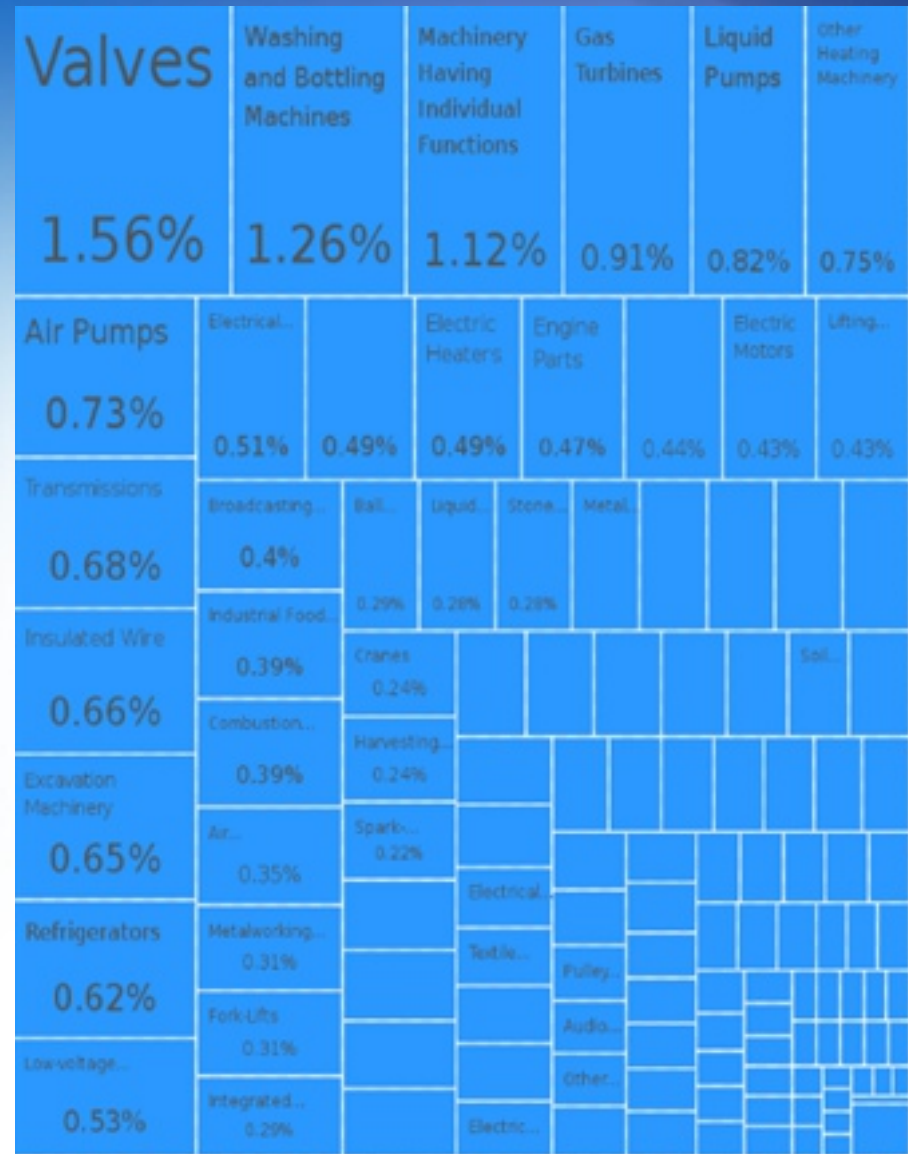
이탈리아 사례 - 수출과 지역산업

이탈리아에서 생산되는 기계류 종류

- Agriculture & Farm Machinery(농기계)
- Ceramics Machinery & Equipment(자기기계)
- Earthmoving Machinery(건설기계)
- Fluid Power Equipment & Components(유압)
- Food Technology Machinery(식품기계)
- Footwear, Leather Goods & Tanning Machinery (신발, 가죽, 무두질 기계)
- Foundry & Metallurgical Machinery(
- Glass Making & Processing Machinery(유리)
- Marble & Stone Machinery(대리석, 석조가공)
- Metalworking Machinery(금속기계)
- Packaging Machinery(포장기계)
- Plastics & Rubber Processing Machinery
- Power And Motion Transmission Systems(동력전달)
- Printing, Graphic & Converting Machinery(인쇄그래픽)
- Textile Machinery(섬유기계)
- Wood-Working Machinery(목재기계)

이탈리아 생산 기계류는 이탈리아에서 이를 이용하여 생산되는 제품들이 많다는 것과 관련이 있음

이탈리아생산 수출되는 기계류 수출비중



I

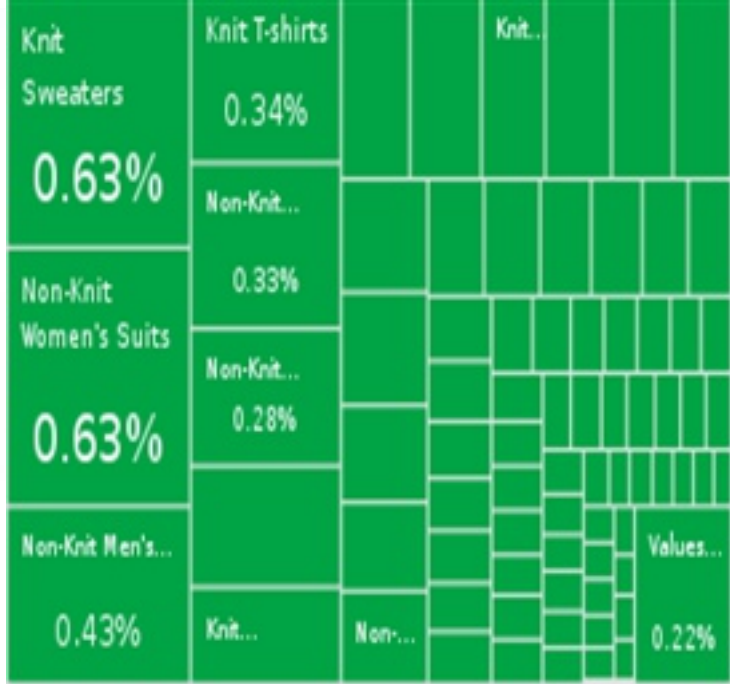
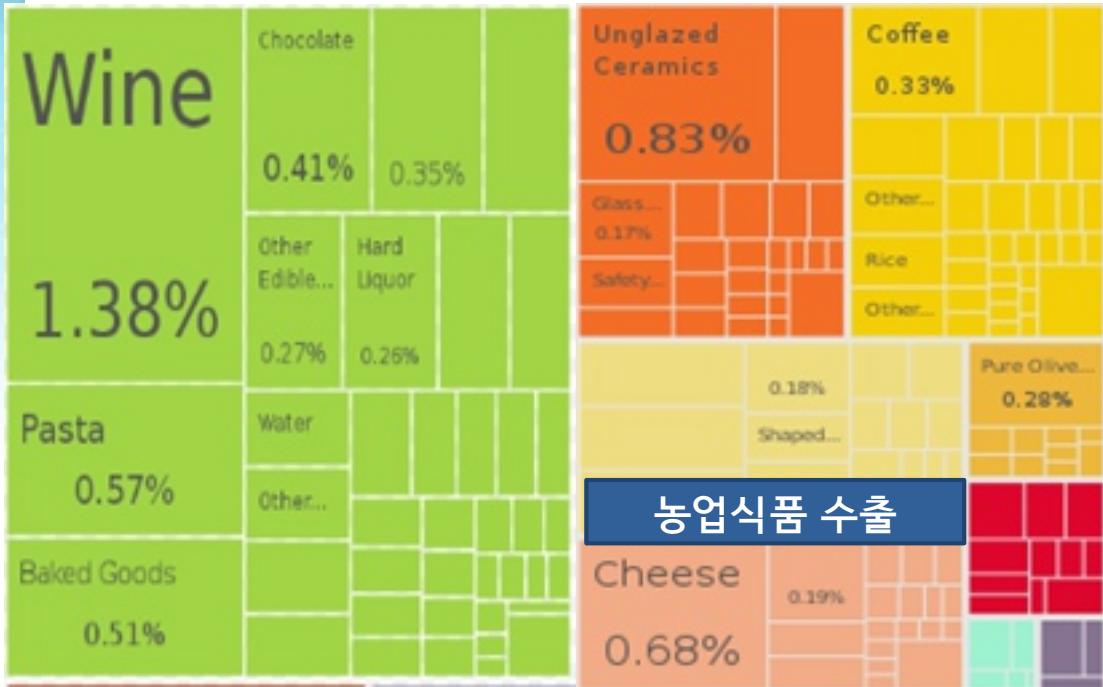
이탈리아사례 - 수출과 지역산업

이탈리아 수출에서 가장 큰 무역흑자를 남기는 10대 제품

- 이탈리아는 2021년에 US\$595억에 달하는 무역흑자 기록(2020년 무역흑자는 723억불)
- 1. 기계류: US\$54.2 billion (Up by 14.2% since 2020), 2. 철제품과 강철제품: \$13.8 billion (Up by 24.3%)
- 3. 가구, 침구, 조명, signs, 조립식 건축자재: \$11.1 billion (Up by 23.4%)
- 4. 음료, 증류주, 식초: \$10.2 billion (Up by 15.7%), 5. 가죽/모피제품: \$8.4 billion (Up by 31.4%)
- 6. 의약품: \$6.1 billion (Down by -18.8%), 7. 의류, 의류액세서리: \$6.1 billion(Up by 42.5%)
- 8. 신발: \$5.7 billion (Up by 20.5%), 9. 시리얼/우유 가공품: \$5.5 billion (Up by 9%)
- 10. (도)자기 제품: \$5.3 billion (Up by 19.6%)

<https://www.worldstopexports.com/italys-top-10-exports/>

섬유 의류 등의 수출



이탈리아의 산업지구(Italian Industrial Districts)

- 지역별로 특정한 제품생산에 특화되어 있고 같은 지역에서 같은 제품/부품/자재를 생산하는 소기업들이 집중되어 협업과 분업, 경쟁을 하고, 공공재(semi-public goods)의 생산, 정보와 인프라 공유하면서 국내외 틈새시장을 공략하여 상당한 성공, 200여개 산업지구 존재
- 농식품(포도주, 토마토, 치즈, 소시지, 햄, 과일/야채, 맥주, 커피, 파스타, 식초, 제과, 육류, 생선)
- 가죽과 신발(무두질, 가방, 구두/시발, 부츠)
- 섬유와 패션(비단, 양모, 양말, 모자, 디자인, 섬유액세서리, 안경, 솔/빗)
- 가구제품(목재, 가정용/사무용 자구.)
- 가정용품(칼, 포크 등 cutlery, 냉장고 등 식당용기기, 수도꼭지, 자기류, 문장식, 자물쇠, 욕실액세서리 등)
- 금세공/보석류(금세공품, 각종 보석 가공)
- 건축(유리, 타일, 대리석, 접착재 등 건축자재)
- 기계류(밸브, 각종 기계류, 자동차와 부품)
- 바이오약품(포장약, 혈액제제, 항혈전제 등)
- Tourism & Cultural Heritage
- Shipbuilding(요트, 조선기자재)
- ICT & High-Tech
- Multisector
- Energy, Others

이탈리아 산업지구의 특성

- 지역공동체(협동조합, 협회 등)의 문화, 가치 공유 - 매우 독특한 지구문화적 정체성과 유대의 진화, 개인 행동에 대한 강한 내재적 억제
- 지구내 소기업들 간 긴밀한 협업/분업, 협력/경쟁의 결합 - 고객과 공급업체 간 높은 인적교류
- 지역민 소유의 소기업 지배 - 규모의 경제 낮음
- 지구내 거래와 장기적 계약 - 구매업체와 공급업체 간 상당한 수준의 내부 거래
- 지구내 인내자본(patient capital)의 존재, 지구내의 핵심투자결정 - 지구 내부에서 이루어지고, 지구 외부기업들과의 낮은 협력 연계도
- 매우 유연한 지구내의 노동시장 - 노동자들은 기업들보다 지구에 대해 몰입. 지구내 청년층의 높은 수준의 잔존, 지구 외 이동은 낮음.
- 전문화된 금융, 기술적 서비스는 지구내 혁신생태계에 의해 혹은 지구외 기업들로부터 제공되고 있음 - 사업 서비스.
- 강력한 지역산업협회를 통한 위험공유, 시장안정화, 혁신공유, 공동인프라, 경영진 훈련, 마케팅, 기술적 재무적 지원을 제공
- 디자인, 혁신 참여 노동자들의 매우 높은 비율
- 지방정부의 높은 역할 - 핵심산업 규율과 증진

II

이탈리아 산업지구(Industrial Districts)와 고용

음식	산업지구		산업지구		산업지구
어류	Sicily(134개사, 2,200명 고용, 46개 기관, 협회, 대학, 연구센터) Rovigo(230개사, 3,500명 고용, 5억유로매출)	섬유	Carpi(Moderna)의 니트웨어 (596개사, 5,425명 고용), Prato, Lecco Silk, Schio-Valdagno, Biella(cashmere, alpaca, mohair) (1,300개사, 25,000명, 43억유로, 산업용 2,000명, 3억유로)	악세사리	Gemini (단추/지퍼/허리띠/뱃지, Val Calepio “단추 Valley” (150개사, 2000명 고용, 연 2.5억 유로 매출)
커피	Espresso 커피 Trieste(900명, 5억 유로) Genoa (20 +700개사)				
포도주	Conegliano-Valdobbiadene, Genoa(전체 80억 유로매출)증류주/독주포함 매출 연 500억유로	보석가공	Valenza Po’s Craft (1,300개사=900 생산+400 판매), Vicenza (1,000개사, 11,000고용, 33억유로)(총 1만개사, 112,000명 고용, 40억 유로 수출, 매출)	대리석	Valpolicella, Verona (500개사, 연 20억 유로 매출), Apuan Alps, Tuscany (6,000명 고용, 연매출 12억 유로) -Trentino, Botticino(500개사, 3천명고용, 1.5억유로) - Liguria(150개 사 1억 유로)
식품	전체 324,000개사, 40만 고용, 1190억유로 매출액	금	Arezzo(1,100개사), Vicenza, Valenza Po Naples(연 70억 €)	솔/빋	SME 중심(2.2억 유로)
햄	Prosciutto di San Daniele (460 양돈농가, 65개 도살장, 650명 고용, 3.3억 유로), Salami	가죽	Montecchio/Valle Del Arzignano(482개사, 8,350명, 18억유로매출), Venetian, Santa Croce Sull’Arno(1,400개사, 1만명)/ Chaimpo, 고급신발 San Mauro Pascoli(270개사, 3,800명)	자기	Sassuolo’s Ceramic Tile (24억유로 수출), 4개도자기 (600개사, 4,000명고용, 연 3억 유로매출) - Caltagirone, in Sicily (150개사, 600명 고용), Vietri sul Mare 등
원예	Western Liguria(꽃씨) Sanremo(7천개사, 27,000명 고용, 연 6억 유로)				
토마토	Salerno, Emilia-Romagna , Lombardy, Piedmont(연매출 14.5억 유로)	스티킹	Catargoffredo, Mantua 280개사, 6,600명 고용, 연매출12억 유로	안경	Belluno(4개 대기업, 170개사, 13,500명, 연 2억 유로) (전체 1,100개사, 18,000명 고용, 25억유로 매출)
		모자	Montappone, Ascoli Piceno, Marche (80개 사, 1,500명 고용, 연 1억5천만 유로 매출)		

II

이탈리아 산업지구(Industrial Districts)와 고용

기기류	산업지구		산업지구		산업지구
가정용 수도꼭지/부속품, 밸브	Maggiore, Piedmont (400개사 8,000명 고용, 연 30억 유로 매출), Brescia(수압 밸브 300개사 6,000명 고용 연 30억 유로 매출)	식당용 기기 생산	Veneto(대형냉장고), Friuli(공장형 식당용 냉장시스템), Emilia-Romagna(식품보전과 썰기기계류)(2004년에 연 40억 유로 매출)	의자	Manzano, Friuli(1,200개사, 15,000명 고용, 연 매출액 20억 유로)- Udine(1,200개 회사, 약 4,000명 고용)
자동차/부품	고급스포츠카와 부품(에밀리아-로마냐, 8,950개사, 47,000명 고용)	스텐레스강	Inox Valley(Treviso, Belluno)(1,000개사, 1만명 고용)	램프	Lombardy, Veneto
조선	요트(La Spezia)(22개사), 유람선(Marches)(300개사, 5,000명 고용)	산업용 이	Capannori, Tuscany - 130개사 6,100명 고용, 연 매출액 23.75억 유로	디자인	'metadistrict', Lombardy, Milan(독립전문가, 기업 디자인 부서 고용을 합해 2만명 고용, 연간 100억 유로 매출)
조선기자재/부속품	Friuli-Venezia Giulia 7,000명 고용, 연 9.25억 유로 매출	식탁용 칼/가위/포크	Maniago(칼)(150개사, 2천명), Premana(가위)(40개사, 200명)(연 1.3억 유로)		
슈퍼 밸브	Colico in Lecco 포함 (15,000명 고용, 연 40억 유로 매출)	산업용 리 기계 생산	Venice 등(연간 8.3억 유로 매출)	농업용 기계 생산	Bergantino(100개사, 1500명 고용, 연 1억 5천만 유로 매출)
옥색 세리	300개사, 연간 매출액 20억 유로	유리	Murano(260개사, 2,000명 고용, 연간 1억 유로), Valdelsa(45개사 2,000명 고용, 연간 2억 유로 매출)	금기계 속류산	Pianezza, Pinerolo in Piedmont (3000개사, 24,000명 고용)(조선기자재, 문손잡이, 자물쇠, 공작기계, 부품 등)
매트리스 제조	고급매트리스제조(400개사, 2,500명, 연 3.85억 유로 매출)				

II 이탈리아 산업지구 사례 - 지역 소기업/자영업 기반 산업지구

단추지구(골짜기): 발 칼레피오(Val Calepio) Lombardy주의 베르가모와 브레스치아 사이의 골짜기

- 150개 중소기업들이 2,000명의 노동자 고용, 1년에 2억5천만 유로(3,360억원)의 매출, 이탈리아 단추생산의 2/3 차이,
- 이탈리아 단추가 전세계 수출액의 20%, 연간 매출액 4억 유로(5,380억원)의 1/2을 수출로 올릴 정도로 세계 시장에서 리더십의 위치 차지
- 단추의 생산을 상당부분 흡수하는 이탈리아의 의류와 패션 사업의 제품의 2/3를 수출하는 것을 고려하면, 이탈리아산 단추의 80% 가량을 수출하는 셈이 되어 이탈리아 단추가 세계시장의 40% 점유.
- 지능적인 전문화와 고품질 제품 때문에 세계무대에서 높게 평가받는 소수의 기업으로 성장
- 원래는 소의 발톱, 물소의 뼈, 뿔이나 단단한 나무 조각으로 작은 디스크를 만들어 세심하게 깎고, 새책하여 고품질의 단추를 제작하여 밀라노와 베네토주의 양복장이들이 사용할 수 있게 하였음.
- 아메리카의 팜(Palm)나무의 씨앗에서 추출한 걸쭉한 흰색액인 코로조(corozo)를 굽는데, 이때 어떤 색깔로 바꿀 수 있고, 냉각하면 돌처럼 극히 단단한 재질이 되는데, 이탈리아에서 단추의 대량생산 시에 단추의 신재료로 활용했는데, 혁신적이었음. (이탈리아 단추 혁신가인 에두아르도 타크치니)



II 이탈리아 산업지구 사례 - 지역 소기업/자영업 기반 산업지구

■ 모자지구— 몬타포네(Montappone, Marche주의 아스콜리 피체노(Ascoli Picheno)지방

- 밀짚, 섬유천, 쉘트천, 양모, 가족으로 1년에 6,000만개 모자 제조, 유럽 최대(50%) 모자제조지구, 1년 1억5천만 유로(2.061억원) 매출액, 1,700명의 주민 대부분이 모자제조에 직간접으로 종사, 800년 역사
- 초기에 손으로 생산하던 밀짚모자가 19세기말 대규모 생산으로 전환되어 모자생산을 산업화한 중심지가 됨. 1950년대 후반이 되어서야 고도로 전문화된 모자지구가 됨.
- 1980년대 후반 생산혁신으로 많은 모자생산회사들이 전략적인 위상 재설정(repositioning) -저가의 표준화된 모자 생산에서 고도로 차별화되고 상당한 부가가치가 붙은 모자생산으로
- 모자생산이 몬타포네의 최대 소득원과 관광자원이 되었고, 모자박물관(모자제조과정 시현) 설립과 국제 모자쇼 개최
- 최대회사는 100명의 직원을 거느린 Icas로 대부분 가족들로 구성된 모자소기업들과 비교할 때 매우 큰 회사로 1년에 1,000만개 모자 생산. 이탈리아 군대에서부터 모자주문, 이탈리아 월드컵팀의 모자 생산자



III 이탈리아 수공직인과 중소기업 협회(CNA)

CNA(Italian Conferdation of Craft Trades and Small and Medium-sized firms)

- 구성: 1946년 설립, 621,000명의 회원, 120만명의 근로자를 고용하고 있음
 - 제조업, 건설업, 서비스업, 운수업, 상업과 여행업에서의 장인, 자영업자, 영세소기업, 전문직들의 연합회
 - 주요 도시와 소도시에서 수공업이 널리 퍼져 있어 1100개 사업소에, 19개 지역(regions), 96개 지방(locals)에 8,500명 이상이 있음.
 - 30개의 지역 CAF와 70개 서비스회사를 통해서 회원 기업들에게 서비스 제공
- 역할: CNA는 특히 수공업분야, 장인, 자영업자, 전문가들, 기업가들, 연금생활자들과 관련하여 영세기업, 중소기업들의 이익을 보호
 - 이 조직은 신뢰할 수 있고 전문성을 갖고 통합서비스, 개별화된 컨설팅, 정보를 제공하고 보장함으로써 지원, 정보, 혁신적인 솔루션을 제공하여 중소기업들의 성공과 새로운 사업과 일자리를 지속해서 창출하는 영역의 개척에서 적극적 역할
 - CNA 시스템조직과 회사 - ① EPASA(자문서비스조직): 270개 사무실 466명의 전문가들이 전문적 숙련과 전문성을 갖고 광범위한 영역 즉 사회보장, 연금계획, 고용, 노동시장, 연금저축, 가족의 권리, 상속등에 분야에서 정보, 지원, 컨설팅 제공 (회원들과 백만회의 연락)
- CNA의 범위: 10개의 전국적 노조(음식, 예술과 전통장인, 패션, 운수, 설치와 시스템, 생산, 공동체서비스 등 45개 하위범주의 조직과 청년기업, 여성기업, 관광과 상업, 제조업, 영화와 오디오 등 5개의 이해그룹)를 포함

III

이탈리아 수공직인과 중소기업 협회(CNA)

CNA(Italian Conferdation of Craft Trades and Small and Medium-sized firms)

□ 사회적 인프라로서 CNA

- 산업지구의 다양하고 전문적 전면적 지원기구로서 중소기업과 장인조합에게 있어서는 사회적 인프라.
- CNA볼로냐지부는 CNA중 최대 조직, 13,000개사(장인기업의 조직률은 36%)를 조직하고 있음.
- 회원기업 연 매출액은 52억4,100 만 유로. 약 550명 직원(여성 80%)이 일상적으로 운영
- CNA는 당연히 비영리 민간단체이지만, 각급 행정기관과의 긴밀한 관계에 기초하며 볼로냐 상공회의소와의 관계도 양호하여 최근 20년간 상공회의소 수장은 CNA출신자

□ CNA의 구체적인 기업지원

- ① 회원기업들을 대상으로 한 회계서비스와 세무처리 서비스, 5,600개사의 회원기업의 경리와 연계하여 28,000인의 급여관리를 하고 있음(1 개사당 평균 5명). ② 자금조달을 위해 은행에서 저리융자를 위해서 신용보증을 하고, 이자율, 기간, 반제의 연장 등의 교섭 대행, 공적기관의 융자제도 등의 이용 알선 ③ 기술력을 높이고 인재육성에 대해서 산하의 ECIPA에서 수행, 대학과 공공연구기관과의 산학 협력에 노력하고 있음. ④ 공장용지 확보를 위해서 토지의 공공매입, ⑤ 원재료를 보다 싸게 구입하기 위한 구매공맹, ⑥ 대기업과 나란히 경쟁을 가능하게 하기 위해 판매동맹 등, 필요에 따라서 회원기업들을 조직하고 있음.

□ 국제화에 대한 대응 - 최근 특별히 중시

- ① 최적의 국제화전략을 위한 기본 가이드라인 설정, ② 세계시장에 접근수단으로서 산업별 컨소시엄 조직, ③ 시장조사, 제품조사부터 파트너가 되는 외국기업의 연구, 국제전시회, 품질보장, 수출에 관한 법적인 문제를 포함한 일체의 컨설턴트업무, ④ 전시회, 국제견본시장 등에 관한 정보제공과 참가비용 인하 교섭, ⑤ 수출입에 있어서 계약서류의 번역과 상담시에 통역서비스 ⑥ 제품의 블랜드화와 그 브랜드와 상표 및 특허의 보호 등

III

이탈리아 소기업 산업지구 지원

산업지구 지원시스템

◇ 사업개발을 위한 사업지원서비스

- 이탈리아의 56개 산업지구에 130개 사업서비스센터 존재 확인
- 사업지원서비스는 개발적 성격 때문에 이익목적의 시장에서 제공하기 어려움
- 신용보증, 수출보험/촉진, 박람회 개최, 시장/기술진화에 관한 정보접근, 고객평가, 컨설팅, 훈련, 쓰레기처리, 오염통제, 품질인증, 제품판촉, 혁신지원, 재료의 대량구매, 제품테스트 등 다양한 서비스 제공
- 명확한 가이드라인, 기업들의 필요에 맞춤형서비스, 내재화된 자율성의 획득, 산업지구 거버넌스역량(governing capacity)의 강화라는 특징 공유

- **의자산업지구의 Promosedia - Manzano** 의자산업지구의 100개 의자제조회사들의 공동소유 수출지원기구로 수출시장에 대한 접근기회를 제공하기 위해 1983년 설립. 중장기적인 목표는 의자제조업체들이 부가가치사슬에서 업그레이드하는 것 지원
 - Udine 의자전시회의 매력을 높여서 전세계 의자생산자와 구매자들을 위한 중요한 만남의 기회로 전환
 - 이 기구의 노력으로 1983년 방문자수가 3,000명에서 1997년 15,000명으로 5배 증가, 15년간 생산의자수의 폭발적 증가(4천만개로)

- **Carpi Knitwear지구 서비스센터(CITER)** - 지역개발국, 지구생산자협회, 약 500개 중소기업의 공동소유 - 역할 - 섬유산업에서 패션의 진화, 새로운 생산기술의 도입, 하청업체의 이용가능성에 관한 방대한 지식접근 가능케 함. 1970년대말 성공적 훈련사업 이후 1980년 설립,

III

이탈리아 소기업 산업지구 지원

산업지구 지원시스템

◇ 각종 박람회와 전시회(trade shows or fair)

- 무역박람회(trade fairs)수는 연간 1,000여회 이상인데, 209개(2018년))가 국제적인 박람회/전시회, 422개가 이탈리아 전국박람회, 113개가 지역박람회/전시회
- 이들 무역박람회에 참여한 기업수는 200,000개이며 방문자수는 2,200만명
- 2018년 외국박람회객이 많았던 국제박람회는 섬유, 의류, 패션(15%); 레저, 취미, 오락(14%); 귀금속, 시계, 액세서리(8%); 식품, 음료, 접대(8%); 기계, 산업, 제조, 기계, 설비와 하드웨어(8%).
- 2023년 9월부터는 국제박람회(international trade shows)가 432회 열릴 예정
- ITMA([International Textile Machinery Exhibition](#)) 국제섬유기계전시회

- [IAB Forum](#) - [the leading digital trade fair in Italy](#). 디지털 무역박람회

- [Smau Bologna](#) - [R2B is the reference event for all companies that want to approach the world of research and product and process development](#)

- 무역박람회에서는 세계 2위 - 최근에 Fiera 밀라노 전시센터 건립
- 금세공과 보석세공업은 Vicenza에서 열리는 3회, Arezzo에서 1회, Valenza Po에서 1회 전시회, Vicenza에서 1월 열리는 전시회에는 1,500개 회사가 참여
- 밀라노 국제조명박람회인 Euroluce도 약 30만명 방문객, 이탈리아 조명회사들이 신제품 출품, 제품경쟁력을 자랑하여 구매자들을 끄는 기회로 활용하고 있음

◇ 각종 박람회나 전시회의 역할

- 중소기업들의 자기 제품에 대한 마케팅 뿐만 아니라 국제화, 네트워크 구축 등의 역할
- 6,000억 유로의 사업상 거래가 이루어지고, 수출의 50%가 여기에서 계약됨

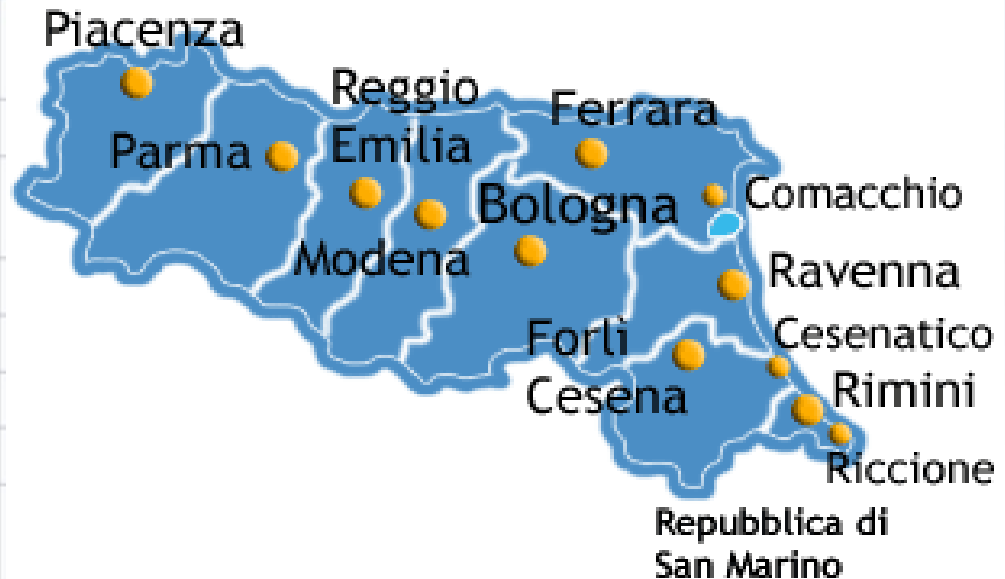
IV

에밀리아 로마냐주 - 지역산업과 고용

- 인구와 고용통계: 인구는 440만명, 9개주, 35개 Communes, 2022년 총고용은 200만명 근로자수는 159만명(제조업 근로자수는 50.1만명), 농림수산업에는 8.2만명, 도소매음식숙박업 25.6만명, 자영업자는 41.2만명
- 기업수: 407,468개 - 제조업의 다양한 부문을 포함하여 문화, 관광, 농업, 서비스 등 다양한 산업이 발전한 주
- 이탈리아에서 밀라노가 있는 롬바르디(Lombardy)주와 더불어 이탈리아에서 산업이 가장 발전해 있고 잘 사는 주임.
- 대표적 산업: 기계산업, 자동차밸리, 식료품밸리, 건축과 주택, 보건과 웰빙, 데이터밸리 등의 대표적 지역임.



Province	Area (km ²)	Population
Metropolitan City of Bologna	3,702	1,011,291
Province of Ferrara	2,632	357,471
Province of Forlì-Cesena	2,377	387,200
Province of Modena	2,689	686,104
Province of Parma	3,449	431,419
Province of Piacenza	2,589	284,885
Province of Ravenna	1,858	383,945
Province of Reggio Emilia	2,293	517,374
Province of Rimini	863	325,219



에밀리아 로마냐 내 소재하는 산업지구(산업지구 - industrial districts)

1. 기계전자(Mechatronics) of Reggio Emilia
2. 가구(Furniture) of Forli
3. 도자기타일(Ceramic Tiles) of Sassuolo
4. 공작기계(Machine Tools) of Piacenza
5. 포장(Packaging)기계 of Bologna
6. 신발(Footwear) of San Mauro Pascoli
7. 식품기계(Food Machinery) of Parma
8. 염장보관 돼지고기(Charcuterie) of Reggio Emilia
9. 식품(Food) of Parma
10. 정보통신기술(ICT) of Bologna and Modena
11. 신선식품(Fresh Produce sector) of Romagna
12. 생의학(Biomedical) of Bologna
13. 염장보관 돼지고기(Charcuterie 샤르퀴트리) of Modena
14. 생의학(Biomedical) of Mirandola
15. 섬유(Textile) of Rimina
16. 오토바이(Motorcycle) of Bologna
17. 섬유와 봉제(Textile and Clothing) of Carpi
18. 농기계(Agricultural machine) of Reggio Emilia and Modena
19. 염장보관 돼지고기(Charcuterie 샤르퀴트리) of Parma
20. 목재기계(Wood Machinery) of Rimini
21. 유제품산업(Dairy industry) of Reggio Emilia
22. 유제품산업(Dairy industry) of Parma

에밀리아-로마냐주의 다업종 산업지구(multi-sectoral district): 여러 제조업 제품생산을 해 온 전문화된 중소기업들이 광범위한 존재, 풍부한 산업생태계

- 생산시스템은 파편화되어 있으나 다양한 소재, 부품들을 생산하는 가치사슬이 긴밀하게 연계됨
- 에밀리아-로마냐 경제구조: 여러 개가 지역생산 시스템으로 이루어져 있으며 전체 가치사슬에 따른 부품공급사 간의 상호관계가 강하며, 최종 생산자시장에 의해 주도되고 있음
- 긍정적 공존 ①기업들간의 높은 수준의 협력, ② 강한 경쟁요소, ③지방정부와 기업들을 대표하는 산업·업종협회, 노동력 간의 선순환적 연계

주요 생산제품

- (1) 기계류 생산 - 자동차, 자동차부품, 기계류(포장기계, 일반기계과 기계부품, 유압기계, 농업기계, 건설기계, 자재취급장비), 조선업
- (2) 섬유, 의류, 신발, 가죽제품 생산
- (3) 화학제품, 고무/플라스틱 제품, 의약품, 생의학 생산
- (4) 식품생산 - 빵과 전분제품(파스타, 국수 등), 육류와 우유제품
- (5) 건축/ 실내가구 - 도자기 타일, 고급가구/가구류 생산
- (6) 문화와 창조산업 - 디자인, 전시산업

□ 에밀리아 로마냐의 자동차 밸리(Motor Valley)

- 동차산업은 에밀리아 로마냐 생산시스템의 가장 중요한 산업부분의 하나를 대표
- 페라리(Ferrari), 람보르기니(Lamborghini), 마세라티(Maserati), 두카티(Ducati), 파가니(Pagani), 달라라(Dallara)같은 세계적 자동차브랜드는 절대적 완성성추구를 위한 수많은 전문화된 하청기업을 포함하는 생산사슬 끝에 있음.

○ 자동차 생태계(Ecosystem)

- 에밀리아 로마냐의 지역생산시스템은 산업4.0과 전동화(electrification)를 강하게 지향하고 지식시스템과 기업 간의 협력과 시너지를 낳는 기업화경과 지역혁신 생태계에 의해 지지
- MUNER-에밀리아 로마냐의 자동차대학(www.motorvehicleuniversity.com)은 4개의 지역대학과 5개 지방 (Bologna, Parma, Ferrara, Modena, Reggio Emilia)와 top자동차회사가 공동으로 자동차석사과정 운영
- 자동차회사와 부품회사인 AVL, Bosch, CNH, Lamborghini, Dallara, Ducati, Ferrari, HaasF1Team, HPE COXA, Marelli, Maserati, Pagani, Pirelli, Scuderia AlphaTauri, STMicroelectronics과 Emilia Romagna의 주요 4개 대학 (Bologna, Modena e Reggio Emilia, Ferrara, Parma)인 미래의 8개의 자동차공학 커리어를 디자인하기 위해 통합

에밀리아 로마냐주의 자동차산업의 규모(2021년 기준)

근로자수	사업체수	매출액	수출액	수입액
47,170	8,953	€110억(16.1조원)	€86억(12.6조원)	€33억(4.8조원)

에밀리아-로마냐 소재
세계 최고자동차 브랜드

에밀리아 로마냐주의 자동차와 기계전자분야 박람회

E-TECH EUROPE

19/04/2023 - 20/04/2023

Bologna, IT

www.e-tech.show

FUTURMOTIVE

16/11/2023 - 18/11/2023

Bologna, IT

www.futurmotive.com

AUTOPROMOTEC

21/05/2025 - 24/05/2025

Bologna, IT

www.autopromotec.com



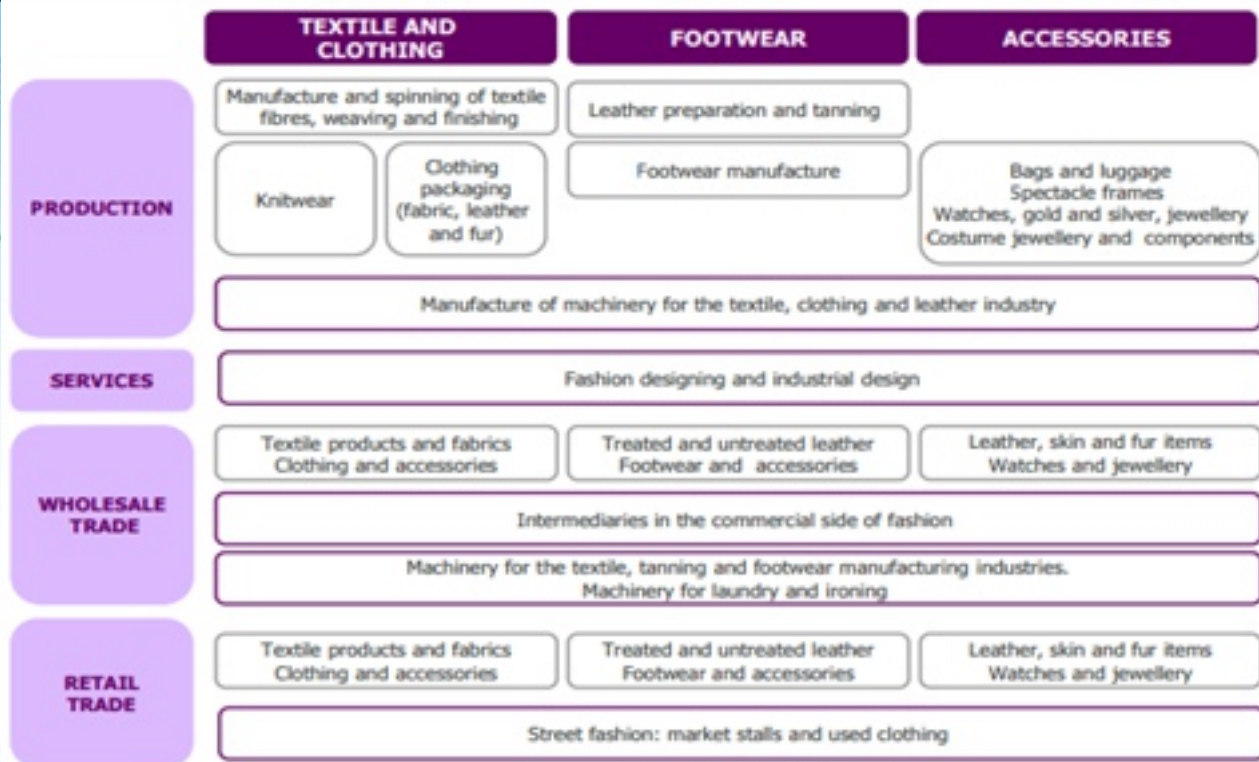
IV

에밀리아 로마냐주 - 지역산업과 고용: 패션(섬유, 의류, 신발업 포함) 산업

- 패션산업은 섬유, 의류, 신발, 액세서리 등으로 나뉘어지는데 패션업의 생산사슬은 세련된 고급의 기술적, 육체적 숙련을 가진 수많은 소기업들로 이루어져 있고 제3자를 위한 생산 혹은 틈새시장을 위한 생산을 함
- 유명브랜드인 Max Mara, Liu Jo, Pinko, Twin-Set, Furla, Piquadro 등은 에밀리아-로마냐에 생산공장이나 디자인센터를 갖고 있음
- 모데나지방의 'The Carpi district(카르피 산업지구)'은 니트웨어와 의류에 특화된 곳으로 전국수준에서 이 산업을 이끄는 센터의 하나로 596개 회사, 5,425명의 근로자, €13억 매출액(자료: Carpi District Observatory 2021).
- 최첨단 신발산업은 로마냐, 특히 San Mauro Pascoli의 신발산업지구와 the Forlì-Cesena 지방에 집중되어 있는데 잘 알려진 브랜드로는 Giuseppe Zanotti, Berluti(프랑스회사로 루비뷔통의 일부로 Ferrara에 공장을 짓고 지역기관관 전문화된 훈련프로젝트에 서명), Sergio Rossi, Baldinini, Casadei 등이 있음.

- 시장에 대한 접근성과 무역이 패션산업의 부를 가져오는 주된 요인인데, 예를들면, 고급패션 전자상거래의 글로벌 리더인 YNAP는 에밀리아-로마냐지역에서 Yoox로 시작했으며 볼로냐에 근거를 둔 Centergross는 볼로냐에 50만 평방미터에 퍼져 있는 주된 패션무역의 허브의 하나로 6,000명을 고용하고 있는데 700개 회사로 되어 있으며 여성복 시장의 25%를 차지하고 이 산업지구의 해외무역의 60%를 담당

패션산업의 비중(2021년 현재):
31,500개 사업체, 73,100명의 근로자, €67억 수출, €39억 수입



IV

에밀리아 로마냐주 - 지역산업과 고용: 주택과 건설업

□ 에밀리아 로마냐의 주택과 건설업(Clust-ER Building and Construction)

○ 에밀리아 로마냐의 주택과 건설 기업들은 제품품질과 디자인 혁신에서 국제적 리더들로서 건축자재, 생산 기술연구에 있어 첨단에서 있음

- 에밀리아 로마냐지역의 건축과 건설 클러스트 존재

- 지역의 타일과 세라믹산업은 모데나와 레지오 에밀리아 사이에 있는 사수올로(Sassuolo district)지구(135개 사, 2만명 종사자, €53억 수출)에 집중되어 있고 전국의 93%를 차지.
- 2013~20년 지역 smart전문화의 주택과 건설업에서의 결과(2021년말 현재)
- 634개의 기금지원 프로젝트, € 2억 3,600만 투자, € 1억 3,800만 공공기금

주택과 건설업의 가치사슬



- 또한 이 지역은 세라믹의 IT시스템과 기계류생산을 하는 기업들의 고장이기도 하며 건축자재의 생산, 일련의 관련된 생산영역, 건설기계, 크레인, 기중장비 등을 생산
- 고급가구와 가구비품의 생산은 Forlì(걸을 천으로 쓴 upholstered furniture district), Rimini and Imola에 크게 집중되어있는 또다른 뛰어난 예
- 주택과 건설업에는 13만 5,800개 사업체에 33만 6,300명 고용, €63억 수출, €17억 수입
- 여기에는 부동산거래, 임대, 관리, 토목과 건축, 건축설계도 포함되고 건축자재, 자기, 타일, 목재의 소매 등도 포함됨,

□ 에밀리아 로마냐의 농식품 클러스터(Clust-ER AgriFood)

에밀리아로마냐(2021년 기준)의 농식품사업체수 10만 9,700개, 종사자수 34만명, 수출액 €112억 (16조 5천억원), 수입은 €79억(11조 5,700억원), 농업생산물의 가치 €53억(7조7645억)

- 에밀리아-로마냐 농식품시스템은 연구/혁신, 환경적 지속가능성, 식품안전의 강한 지향적 접근

- 44개 지역 식제품(와인제외)은 원산지표시보호(PDO), 지리적표시보호(PGI)의 적용을 받으며, 6,190개 지역 농식품기업이 관련되어 있고 이탈리아 농식품 가치의 40%를 차지할 정도의 생산가치를 갖고 있음.

- 여기에 30개의 PDO, PDI 와인제품이 있음.

- 생산가치로 가장 중요한 PDO, PDI 농식품으로는 Parmigiano Reggiano(파르마의 치즈), Prosciutto de Parma(파르마의 햄), Aceto Balsamico de Modena(모데나의 발사믹 식초), Mortadella Bologna(볼로냐의 소시지), Grana Padano (파다노 평원의 치즈)
- 이탈리아 국가급 5000개의 농식품제품 가운데 400개가 에밀리아 로마냐에서 나옴.

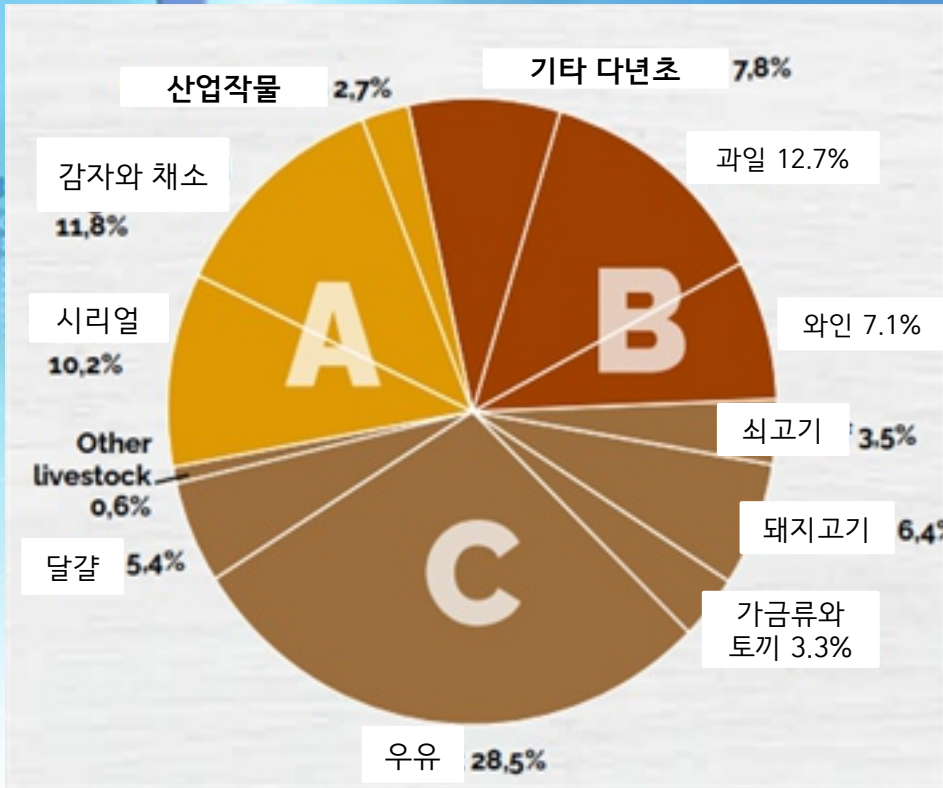




에밀리아 로마냐주 - 농식품 클러스터

□ 에밀리아 로마냐의 농식품 클러스터(Clust-ER AgriFood)

농산물 제품그룹별 유형의 비율(2020)



- A. 24.7% 시리얼과 산업작물
- B. 27.6% 과일과 채소
- C. 47.7% 동물관련 생산(고기, 우유, 달걀)

2019년 농업의 부가가치는 33억 7700만 유로(4조9473억원), 지역부가가치의 2.2%, 이탈리아 농업부가가치의 10.3%

에밀리아로마냐의 식품가공기업은: 4.758개

- 이탈리아 식품가공기업의 7,7%
- 에밀리아로마냐의 제조기업의 11,3%

지역 농식품가치사슬 부가가치

지역의 농업 관련 업종	부가가치 (€백만)	지역 사업체수
농업(농장)	3,656	(59,561)
식품/음료 /담배	4,513	5,119
도매업	1,807	6,949
대규모 유통	1,418	2,977
전문화된 소매	375	8,938
음식공급업	2,092	24,038
전체 농식품 관련 가치사슬	13,860	107,582

2019년말 지역 농식품관련 수출입액은 수출이 €89억9400만 수입액은 €68억 2500만

□ 에밀리아 로마냐의 음식밸리(Food valley)

○ 세계 미식가들이 찾는 이탈리아의 음식밸리인 에밀리아 로마냐 음식

- 에밀리아 로마냐는 국제적으로 널리 알려진 음식뿐만 아니라 오랜 미식의 전통이 있음

○ 에밀리아-로마냐의 세계적인 음식

- 볼로냐의 (Mortadella 소시지), 파르마의 햄, 모데나의 발사믹 식초, 에밀리아-로마냐 식빵(piadina)와 파르마의 치즈(Parmigiano Reggiano)와 tagliatelle(타리아텔레)파스타와 토르텔리니 (Tortellini) 파스타, 볼로냐 와인, 쿨라텔로(Culatello) salami: 44개의 인증된 원산지 보호와 지리적 표시보호 식품 중 단지 몇 개의 에밀리아 로마냐 생산의 세계적으로 유명한 식품들임

○ 에밀리아로마냐의 질높고 전문화된 농식품 보호:

- 원산지보호(PDO: protected designation of origin)와 지리적 표시보호(PGI protected geographical indication)를 통해 농산물의 품질과 신뢰성 확보를 통해 높은 수준의 수출을 해 옴.

○ 에밀리아-로마냐 생산 와인

- 수많은 전통적 와인 중 유명한 몇가지만 꼽아도 산지오 배제(Sangiovese), 람부르스코(Lambrusco), 알바나(Albana) and 피놀레토(Pignoletto) 등이 있음

- 에밀리아 로마냐에는 수많은 와인생산고(wineries), 올리브 과수원, 음식생산시설이 있음

BRANDS



에밀리아 로마냐주에서 음식으로 유명한 파르마시의 치즈(Parmigiano-Reggiano)와 햄(Prosciutto di Parma)이 만들어지는 곳



□ 에밀리아 로마냐의 농식품 클러스터(Clust-ER AgriFood)

- 농식품사업은 에밀리아 로마냐 경제의 주요 기둥 중 하나로 혁신과 전통의 결합, 일자리 제공 지역 전략에 의해서 확보된 기회를 이용할 수 있는 부문임
- 농식품부문은 농업에서 시작하여 모든 형태의 식품까지 ICT시스템과 설비와 기계, 물류와 포장, 식품 부산물을 포함하여 농장에서 식탁까지 전체 가치사슬 포괄
- 에밀리아 로마냐에서는 농식품사업 분야에서 연구, 일자리, 사업기회가 주지역의 혁신촉진자 역할을 해 온 ART-ER에 의해서 조율되는 여러 조직(Higher Technology Network, Technopolis, Clust-ER, Startup)의 존재(생태계) 때문에 서로 강하게 연계되어 있음.
- 지역 농산물 수출은 2021년 €80억(11조7천억원), 44개 식품의 가치사슬로부터 €31억 1500만의 수입, 와인은 €4억 8600만

○ 음식점과 미식, 요리학교, 조리법

- 에밀리아로마냐에는 음식을 즐길 수 있는 몇 개의 미술랭등급을 받는 음식점을 포함한 수많은 음식점이 있으며 특히 에밀리아로마냐주 내의 '파르마'시는 '유네스코의 창조적 미식의 도시'로 등록
- 파르마시에는 이 지역에 유명한 햄과 치즈 외에도 국제적으로 유명한 요리학교가 있으며 그 주변에 햄, 치즈, 파스타 등 지역의 특산물을 포함한 여러 음식들을 전시하는 몇개의 박물관 소재
- 에밀리아 로마냐의 요리는 그 고유한 전통과 주방장, 조리법에 따라 매우 다양한 풍미를 갖추고 있으며 이들 음식문화, 풍미에 관한 박물관과 파티와 같은 공식행사에서도 소개

농식품클러스터의 회원조직의 구성

- 스타트업을 포함한 51개 기업
- 추가 인증한 산업연구실험과 혁신센터(high technology network research centers) (30개)
- Consortia and networks of companies
- Emilia-Romagna주가 인증한 훈련기관(Higher Education Institutions and Training Centers) (7개), 혁신 분야에서 활동하고 있는 기타 기관

ART-ER(Attractiveness Research Territory in Emilia-Romagna)

- **ART-ER**는 과거의 ERVET + ASTER의 통합 -에밀리아 로마냐 주의 공공의 (취)컨소시엄으로 지역경제·산업정책을 통해 지역시스템의 혁신과 지식, 매력, 국제화의 촉진으로 지역의 지속가능한 성장을 촉진하는목적의 조직임(2018년 설립), - **지역생태계의 핵심**
- **주주**: ✓에밀리아로마냐 주(Region) ✓지역의 대학들 ✓이 지역에 소재한 국가연구센터(CNR, ENEA, INFN) ✓ 지역의 상공회의소 연합 ✓다른 지방(local)대표
- **조직** - 2개의 사업본부(연구혁신본부 (Research and Innovation Division) +, 지속가능개발본부 (Sustainable Development of the Region Division), 210명의 직원(엔지니어, 경제학자, 인문학자).
- **예산**: 1년 €22m 매출액, 중앙정부의 예산없음. Emilia-Romagna주 정부+ 유럽연합(EU)기금 (20~25% + a) + 지역 주주, 2021년 매출액은 €1억 1000만 - 협동프로젝트(기업프로젝트)가 € 5,300만
- **지역개발목적** - 연구인프라개발을 위한 기술적 지원, 의사소통, mobility와 재화와 서비스 생산을 위한 인프라의 질 보증
- **매력**(매력있는 곳)만들기: 인재의 유치와 보유, 좋은 일자리가 많음. 기업들이 고급제품과 서비스 생산을 할 수 있는 인력이 많음.
- 지역 마케팅, 투자촉진, 지역사업프로그램에 대한 주정부의 기술적 지원, 생활의 질이 높음, 사회보장시스템가 교육, 국제화되어 있는 개방적인 마인드

ART-ER(Attractiveness Research Territory in Emilia-Romagna)

- 지역산업혁신의 중심에서 각 주체들의 역할을 연결하고 조율하며, 주 정부와 함께 혁신방안을 구체화하는 작업을 수행
- 혁신과 지식: 혁신생태계 조율, 개방적 혁신, 연구결과 활용 지원, 창업지원, 인적자본 제고
- 국제화: EU가 재정을 지원한 프로젝트의 설계와 관리, EU지역협력 프로그램의 이행
- 산업별 Cluster-ER 2017년 설립 - 7개의 산업 Clusters + 2개의 신규 Cluster(도시+관광) 주에서 high-tech관련 투자, 혁신적 생태계 속 경쟁력 있는 기업육성 목적
- 국가연구센터(National Research Center)의 지역본부 + 지역대학의 연구(중앙정부 지원) - 주 정부 수준에서 기업들이 이들 결과 이행 활용
- 주 정부의 핵심적인 투자: 기업의 경쟁력 제고보다는 Green전환 + IT영역
- 2001년 법 개정으로 과거에는 국가가 주관하는 R&D가 주 정부가 주도하는 R&D로- 연구센터, 대학, 기업들이 연구와 개발에서 상호 협력 시작 - 이들이 ASTER의 회원이 됨(Consorsium), 2002년 지역법 제정(산업혁신과 기술이전에 관한 법 - 이제 20년 정도가 됨)
- ART-ER은 국가연구센터(CNR)의 에밀리아-로마냐지부에 60여명의 연구자, 볼로냐대학 연구소, 36개연구실험실, 60개 공공실험실 등 지역에 흩어져 있는 연구센터의 네트워크(고급기술네트워크)과 조율
- 2006~07년부터 주 정부에서 연구원을 선발하여 기존 연구기구에 보내서 기업들을 연구를 수행하도록 함 - 기업들의 연구수요에 부응, 협동조합 + 산업지구도 가능
- ART-ER라는 조직은 2개의 사업본부(연구혁신본부, 지속가능개발본부)로 나뉨

ART-ER(Attractiveness Research Territory in Emilia-Romagna)

◇ 연구와 혁신본부(Research and Innovation Division) (ex ASTER, 1985년 혁신기구로 설립)

- 8개의 단위조직으로 구성(인프라, 고도기술네트워크와 주제별 영역, Technopoles & 매력, 혁신역량, 기업 혁신, Start-up, Europe & 국제화, Finance and IPR)

- 혁신정책의 정의와 관련하여 지역정부를 지원, 전략적인 프로젝트를 설계하고 개발함
- 2001년 법 개정으로 과거 국가주도 R&D에서 주가 주도하는 R&D로, 법개정 후 연구센터, 대학, 기업들이 연구에서 협력시작, 이들이 ASTER의 회원이 됨. 컨소시엄 형성
- 2002년 지역법 개정 - 산업혁신과 기술이전에 관한 법(20년 정도 됨)
- 2007년부터 중앙정부 + EU funds - Emilia Romagna 사용하는 예산의 95%가 유럽에서 옴
- 2006~2007년부터 주정부의 연구원 선발 - 기존 연구기구에 파견, 기업들을 위한 연구수행
- 지역혁신생태시스템을 조정하고 대변함(Emilia-Romagna High Technology Network, the Technopoles, the business Incubators, the Clust-ERs and Startups)

◇ 지속가능한 지역개발본부(ex ERVET, 1974년 지역개발기구로 설립)

- 지역의 지속가능한 발전을 증진하기 위해 지역프로그램과 계획, 경제적 사회적 주체들 간의 협력, 협력의 촉진 지원
- 지역개발과 투자의 촉진(특히 기금을 마련하고 투자자들을 지원)
 - 경제개발을 위한 인프라와 설비의 건설
 - 공공기관들의파트너십 형성, 지역과 지방행정기관의 조달과정관리에서 품질과 훈련의 촉진, 안전과 법적 문제들을 모니터링함
 - 생산부문에 관한 연구 및 제도적 환경적, 지역적 경제사회적 구조와 과정에 대한 연구 수행
 - 지역의 지속가능한 관리과 그린 경제를 위한 정책의 인식, 수행, 감시의 기술적, 과학적 지원



■ The Clust-ERs(에밀리아 로마냐 지역의 클러스터)

- 클러스터는 공공/민간기구들(연구센터/기업/훈련기구)의 공동체로 아이디어, 숙련, 도구와 자원들의 공유와 지역의 가장 중요한 생산시스템의 경쟁력 지원
- 개별연구소나 글로벌 시장에서 활동하는 기업들의 능력에 의존하지 않고, 점점 전체 지역 시스템이 혁신적이고 매력적이 되는 능력에 의존함
- 이 지역의 클러스터들은 지역의 유럽기금(European Funds)에 의해서 자금이 지원되고 있음 - ERDF ROP 2014-2020
- 지역에는 9개의 산업/업종 클러스터가 있고 전체 350개의 참여단체(인증받은 실험실, 혁신센터, 훈련센터, 기업, 기타 조직 등 포함)이 있음.
- 주로 업종으로 구성된 클러스터 외에 MUNER클러스터와 Big Data클러스터가 있음.

○클러스터의 작동방식

- 클러스터 내에 실험실, 기업, 훈련기구등이 개방혁신모델에 따라 협력과 연구결과 제고의 기회를 찾기 위해 함께 노력함
- 각 클러스터는 공동프로젝트 개발을 선호하고, 전국적, 국제적 요구와 재정지원 프로그램에 각 회원들의 참여를 촉진함.
- 개발프로젝트는 자원과 인프라의 공유를 고무하는 협력적 연구, 공동의 실험실, 파일러, 시범시스템의 개발을 통해서 이루어짐.
- 연구결과를 제고하는 공동행동과 지식전파를 촉진함.



에밀리아 로마냐주 - 지역의 산업혁신 생태계

에밀리아-로마냐의 생산/혁신 생태계



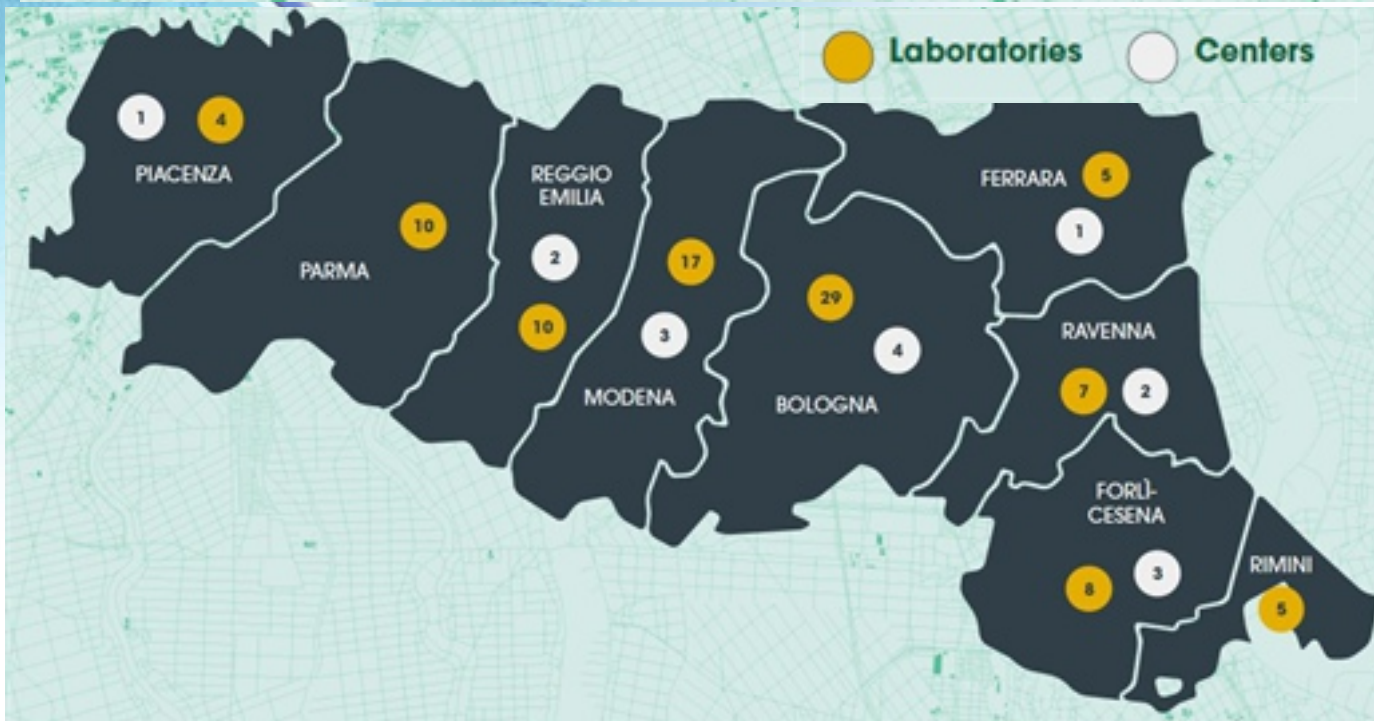
- 에밀리아 로마냐 전역의 20개 소재지에 분포한 10개의 생산과 혁신인프라는 산업연구, 실험, 기술이전을 위한 활동과 서비스를 주관하거나 조직화하고 있었음
- 또한 산업연구 실험실도 갖고 있었음
- 지역에 퍼져 있는 10개의 Technopoles - 여기에는 산업연구실험실, 혁신센터 (innovation centres), 신기술사업 incubator(new technology businesses incubators), 기술이전조직과 기업을 위한 연구실험실이 설치됨

고급기술 네트워크

The High Technology Network in 2022

98	1600	35M€	400M€
Laboratories and Centers	Researchers (FTE-Full-Time Equivalent)	900+ Contracts and 70+ Projects in the last year	5800+ Contracts and 1400+ Projects since 2009

The map of the High Technology Network



- 테스트, 분석과 테스트 장비 제공
- 산업관련 연구 제공
- 최선의 기술적 솔루션 제공
- 기업들과 수행한 혁신 프로젝트 리스트
- 98개 실험실과 센터, 1600명의 전일제 연구원, 2021년 900개 이상의 계약과 70개 이상의 프로젝트 3500만 유로(490억원) 연구비, 2009년 이래 5800개 이상의 계약, 1400개 이상의 프로젝트로 4억 유로(5,600억원) 연구비

참고 자료 - 지역의 소기업/자영업의 제품개발과 혁신

- 일본의 젓가락

다양한 젓가락 종류 - 전문화, 다양화

竹箸(타케바시, 죽저) - 대나무로 만들어진 젓가락. 유연성이 있으면서도 강하고, 물건을 집기 쉬운 것이 특징.

木箸(키바시, 목저) - 흑단이나 자단 등으로 만들어졌으며 나무 껍질의 결을 살린 젓가락. 매우 자연스럽게 부드러운 느낌이 드는 젓가락.

塗り箸(누리바시, 옷칠한 젓가락) - 나무에 옷칠을 여러 번 덧발라 완성한 젓가락. 옷칠한 젓가락은 튼튼하고 이물질이 붙지 않아 반복해 사용하는 경우에도 매우 청결하다.

祝い箸(이와이바시, 축하용 젓가락) - 축하, 특히, 일본의 설날 차례상에 이용하는 동나무의 두꺼운 젓가락.

菜箸(사이바시, 채 젓가락) - 요리를 만들 때나 담을 때 이용하는 젓가락.

雑煮箸(조우니바시, 떡국젓가락) - 떡국용, 버드나무를 둥글게 깎은 두꺼운 젓가락.

取り箸(토리바시, 분배 젓가락) - 요리를 덜어 먹는데 사용하는 젓가락

太箸(후토바시, 태저) - 신년의 축하의 밥상에 이용하는 굵은 동나무 젓가락. 떡국젓가락.

火箸(히바시, 부젓가락) - 숯불 등의 위에 올려놓는 금속제 젓가락.

柳箸(야나기바시, 유저) - 일본 설날의 차례상용으로 버드나무로 만든 두꺼운 젓가락. 유연성이 좋아 부러지지 않아 재수에 좋다고 여겨진다.

利休箸(리큐바시, 젓가락) - 양 끝을 가늘게 깎은 삼나무 젓가락. 차를 접대하기 전 간단한 음식에 사용하지만, 손님 접대에도 이용한다.

割り箸(와리바시, 나무 젓가락) - 반 정도 떨어져 있어, 사용할 때 두 개로 나누어 사용하는 젓가락.

삼이나 대나무 등으로 만든다.

오하시갤러리에서 소개하는 젓가락은 천연목의 옷칠 젓가락과 흑단, 자단 등 고급 재질의 젓가락들이 주요 상품입니다.

참고 자료 - 지역의 소기업/자영업의 제품개발과 혁신

- 일본의 젓가락

오하시갤러리 일본 전통 수공예 옷칠젓가락 밤벚꽃놀이



고급 젓가락 전문 노포 '젓가락 본점'에서 일본의 젓가락 문화를 접해 보자!



참고 자료 - 지역의 소기업/자영업의 제품개발과 혁신

- 일본의 젓가락

용도에 따른
젓가락의 길이



다양한 종류의 축하, 소중한
분을 대접하는 특별한 시간,
즉 '하레'의 날에 '젓가락 본
점'의 젓가락을 찾는 손님이
많다고 합니다

사이프러스와 삼나무의 다
양한 젓가락



지역에서 문화와 창조 부문의 경제적 영향

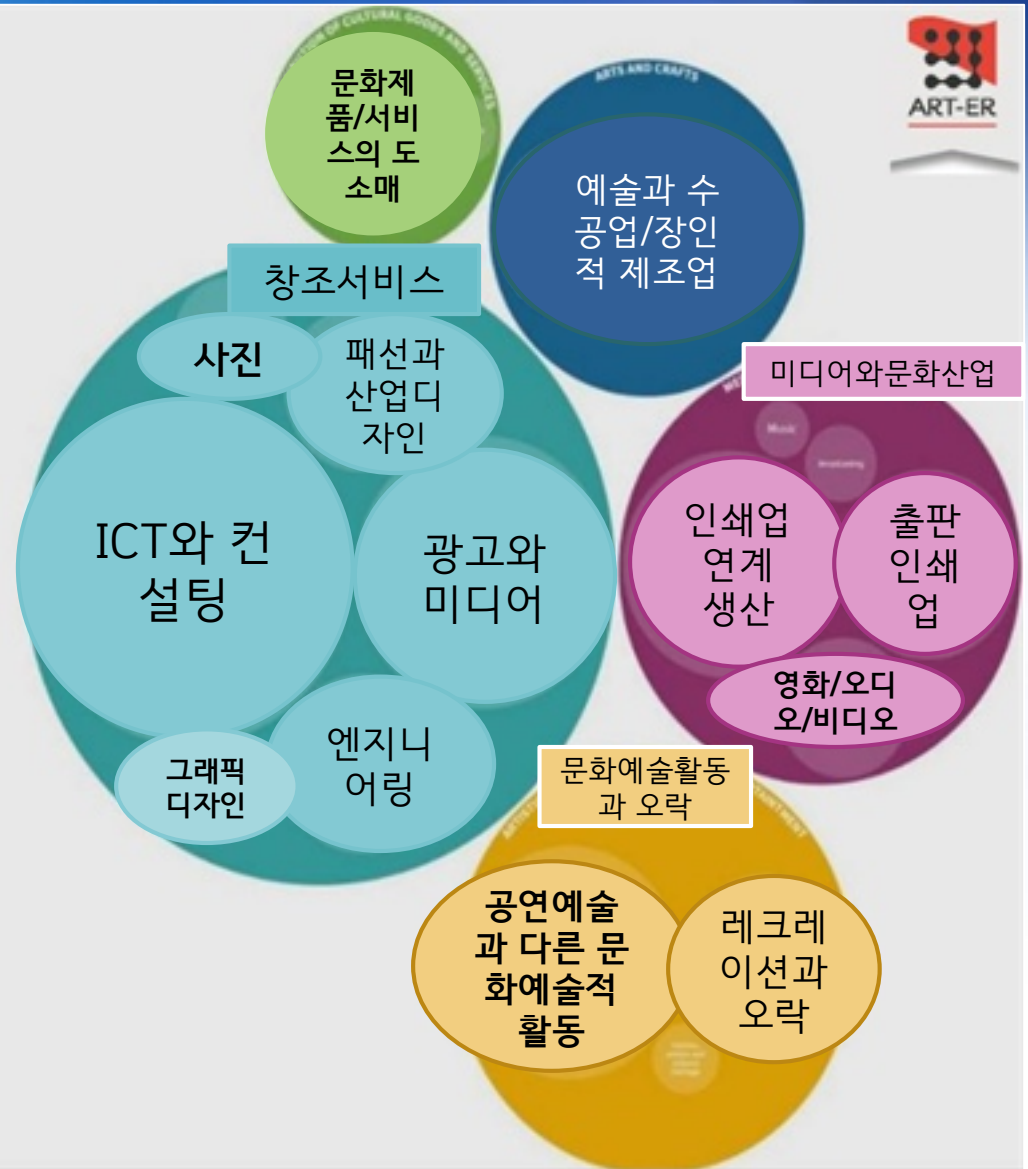
35,000개의 기업들이 지역 문화와
창조부분에서 활동하고 있음

8만명의 전문가 활약

주 지역 부가가치의 9% 생산

기업의 70%가 프랜차이즈, 개인기업,
매우 작은기업

일하는 사람들은 고도로 전문화되
어 있고 높은 비율의 여성을 포함



이탈리아 협동조합

- **오랜 역사** - 1850년대 태동 사회적 연대경제(Social and Solidarity Economy)의 생태계 아래 발전, 특히 2차 대전 후 활성화되어 1951년에 25,000개 정도로 늘어났음
- **발전** - 1980년대까지는 제조업의 확대기에 협동조합은 안정적 성장상태, 스포츠, 레크레이션, 문화활동과 관련된 각종 모임(associations)이 아래로부터 크게 늘어남
- **사회적 협동조합의 탄생과 발전 배경** - 국민들의 변화하는 서비스수요에 맞춘 공공서비스 제공이 공공재정에 부담, 유연성과 수용성에서도 문제 초래하여 공공부문에 의존 줄임 - 이탈리아의 사회적 연대경제의 발전에 기여함
- 협동조합의 광범위한 활용은 다른 나라들에서 지배적 다른 연합조직을 대체
- **사회서비스제공의 혁신에 기여** - 사회화에 어려움을 겪는 청년, 노인, 장애인, 마약중독자, 홈리스 문제를 맞춤형으로 제공, 이들 취약계층을 노동시장에 통합활동에 전문화되어 있음.
- **협동조합의 범위와 규모** - 기업형태의 협동조합(협회)는 2017년 현재 총 53,675개(금융, 은행, 보험업의 협동조합, 협회 제외하고 고용인원을 보고한 협동조합, 실제 활동적인 협동조합은 61,274개)로 1,182,944명을 고용하고 있어 민간기업 전체 고용의 7%를 차지하고 있으며, 에밀리아 로마냐에는 3,708개의 협동조합에서 248,828명을 고용하고 있음
- **협동조합의 지속성** - 50년 이상된 협동조합이 3,794개이며, 25년~49년 된 것이 11,301개, 5년~ 24년 된 것이 30,440개이며, 5년 미만된 것이 15,739개인데(이중 9,449개는 재무적 정보가 없어서 위의 53,675개에서는 제외됨)

□ 이탈리아협동조합의 현황

- 협동조합의 범위와 규모 - 협동조합은 2017년 현재 총 53,675개(금융, 은행, 보험업의 협동조합, 협회 제외하고 고용인원을 보고한 협동조합, 실제 활동 협동조합은 61,274개)로 1,182,944명 고용 민간기업 전체 고용의 7% 차지, 에밀리아 로마냐에는 3,708개의 협동조합에서 248,828명을 고용
- 협동조합의 지속성 - 50년 이상이 3,794개이며, 25년~49년이 11,301개, 5년~ 24년것이 30,440개이며, 5년 미만인 15,739개인데(이중 9,449개는 재무적 정보가 없어서 위의 53,675개에서는 제외됨)

□ 이탈리아 협동조합운동의 세 가지 이념적 지향

- 1) 카톨릭 (Confcoop) : 자본과 노동의 모순 극복을 위해 자유생산자들의 결사(Giuseppe Mazzini).
- 2) 사회주의적(Legacoop)지향: 협동조합은 노동계급을 조직하고 옹호하기 위한 방법
- 3) 자유주의적(Agci) 지향: 가난한 사람들이 계급분열과 투쟁에 매달리지 않고 살아남을 수 있는 방식 지향

□ 이탈리아 협동조합은 네 차례의 전환점을 통과

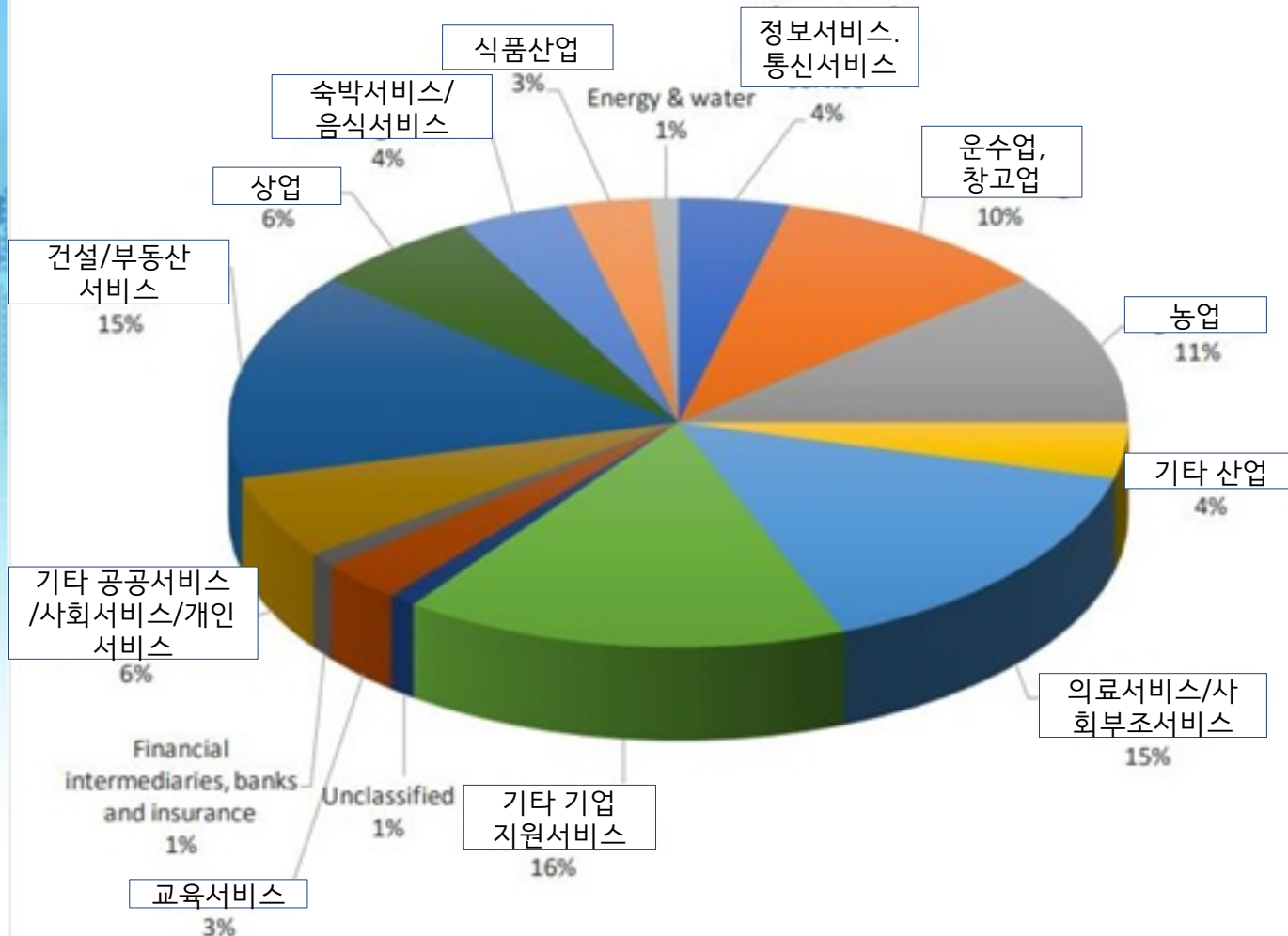
- 1) 1950년대 이탈리아공산당이 증산층과 연대를 결정하고 기업문화 포용
- 2) 1968-1980년 강력한 노동자투쟁으로 착취공장(sweatshops)식의 협동조합 형태를 제한, 좌파정당이 협동조합에 유리한 법률 제정을 하도록 함
- 3) 1970년대 후반 노동운동 패배로 협동조합에 큰 변화 - 협동조합에 능력주의/시장 도입, 1970년대 경제위기 시에 협동조합은 불황극복을 위한 실질적 힘이나 가치있는 자산으로 스스로를 제시하기위해 노력함
- 4) 1990년대초 소련 붕괴와 전통적인 (좌파)정당위기와 노동운동의 약화 - 1990년대에 정당의 동력으로서 협동조합의 역할은 끝남 - 이념의 종식

□ 이탈리아 협동조합운동의 실용주의

- 1) 기업스타일의 접근법 - 협동조합의 규모를 소규모에서 중대규모 구조로 전환, 협동조합그룹(컨소시엄)을 자금지원하는 식으로 변화
 - 2) 글로벌 시장에서는 대규모 협동조합만이 생존 - 협동조합 간의 인수합병이 활발하게 일어남
- Legacoop과 Confcooperative가 파견사 'Obiettivo Lavoro'(objective labour) 투자 - Manpower, Adecco 다음의 큰 파견회사 운영

부문별로 활동적인 기업형태의 협동조합과 협회

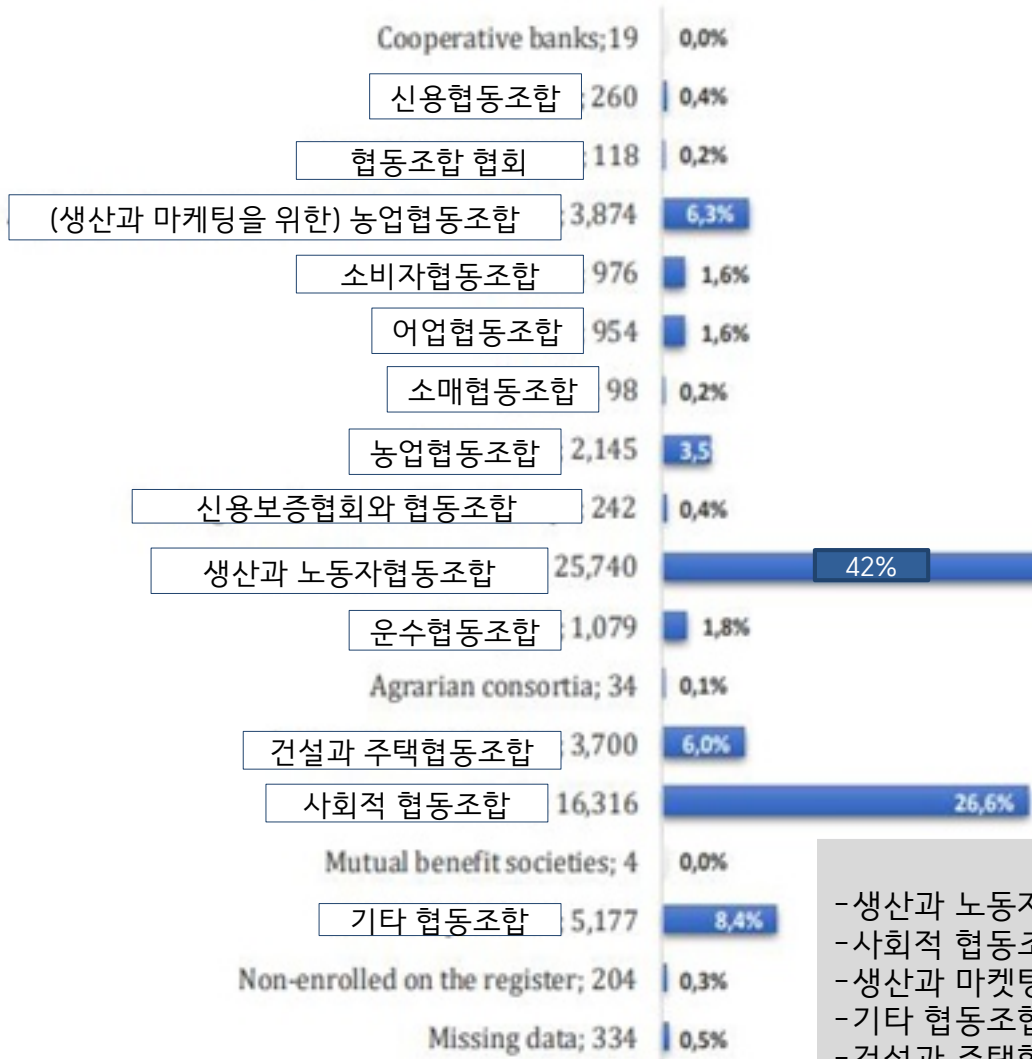
(전체의 %)(2017년)



이탈리아 협동조합(/협회)의 구성은 매우 다양. 규모가 큰 산업 순으로 (1) 기타 기업지원서비스업(16%)의료서비스와 부동산서비스업(각 15%) (2) 농업과 운수창고업사회부조서비스업, 건설과 (각11%, 10%) (3) 상업과 기타 공공/사회/개인서비스(각 6%) (4) 음식숙박서비스, 정보통신서비스, 기타산업(각 4%), 식품산업, 교육서비스업 (각 3%)

이탈리아 협동조합 - 범주과 종사자수

이탈리아 협동조합의 범주별 숫자와 비율



이탈리아의 사회적 연대경제

조직체	수		비율		고용인원		자발적 참여자	
	Number	% ⁽¹⁾	Number ⁽²⁾	% ⁽¹⁾	Number	%		
협동조합 (사회적 제외)	41,327	10.3 (0.94)	725,472	46.0 (4.19)	--	--		
사회적 협동조합	15,751	3.9 (0.36)	451,843	28.6 (2.61)	43,781	0.8		
자발적 모임	305,868	76.3 (6.94)	164,162	10.4 (0.95)	5,020,810	90.8		
재단	7,913	2.0 (0.18)	103,909	6.6 (0.60)	62,211	1.1		
기타 비영리조직	30,042	7.5 (0.68)	133,562	8.4 (0.77)	401,957	7.3		
전체	400,901	100.0 (9.19)	1,578,948	100.0 (9.13)	5,528,760	100.0		

주: 자발적 모임에는 문화스포츠 레크레이션 조직이 219,000개, 사회부조와 시민보호조직이 23,526개, 노조와 이해대변조직이 23,141개, 의료조직이 10,475개, 환경조직이 5,276개, 권리보호와 정치활동조직 5,582개 등
 자료: ILO. 2021. Financial Mechanisms for Innovative Social and Solidarity Economy Ecosystems – The case of Italy, Table-2, 17p

범주별 협동조합

- 생산과 노동자협동조합이 가장 많아서 25,740개로 42% 차지
- 사회적 협동조합(의료, 돌봄 등 사회서비스제공)은 16,316개로 26.6%
- 생산과 마케팅을 위한 농업협동조합이 3,874개로 6.3%
- 기타 협동조합이 5,177개로 8.4%
- 건설과 주택협동조합이 3,700개로 6.0%

VIII

이탈리아 협동조합 - Coop(Italia)

□ 1968년 분산적 권역단위 협동조합의 1968년 통합, Coop Italia 창립, 1980년 볼로냐로 이전하면서 이룬 **다섯 가지 혁신**

- 1) 대규모 산업 자본독점에 반대하는 다양한 층까지 수용, 연대와 협력을 통해 이념적으로, 지역적으로 분열되어 있는 것을 통합하고, 중산층까지 포용
- 2) 각 소비자협동조합 구매기능 통합, 효율화를 하되 독립성 유지, 기능효율화 추구하면서 연대.
- 3) 각자의 브랜드를 포기, 1979년 coop이라는 공동 브랜드 사용 - 연대의 상징
- 4) 합병추진 - 대자본에 대응하기 위해서는 슈퍼마켓 설립에 필요한 자금 마련을 위해서는 소규모 협동조합 간 합병 불가피 - 규모의 경제 추구
- 5) 오일쇼크, 외국 소매유통자본의 진출로 위기도래, 1978년 광역단위 도매컨소시엄 설립, 협동조합 간 합병, 현대화된 유통네트워크 창출, 점포 현대화, 가격정책 재정립 등 개혁을 추진
- 6) Coop Alleanza 3.0과 같은 협동조합 105개(2013년)으로 구성된 것이 Coop Italia

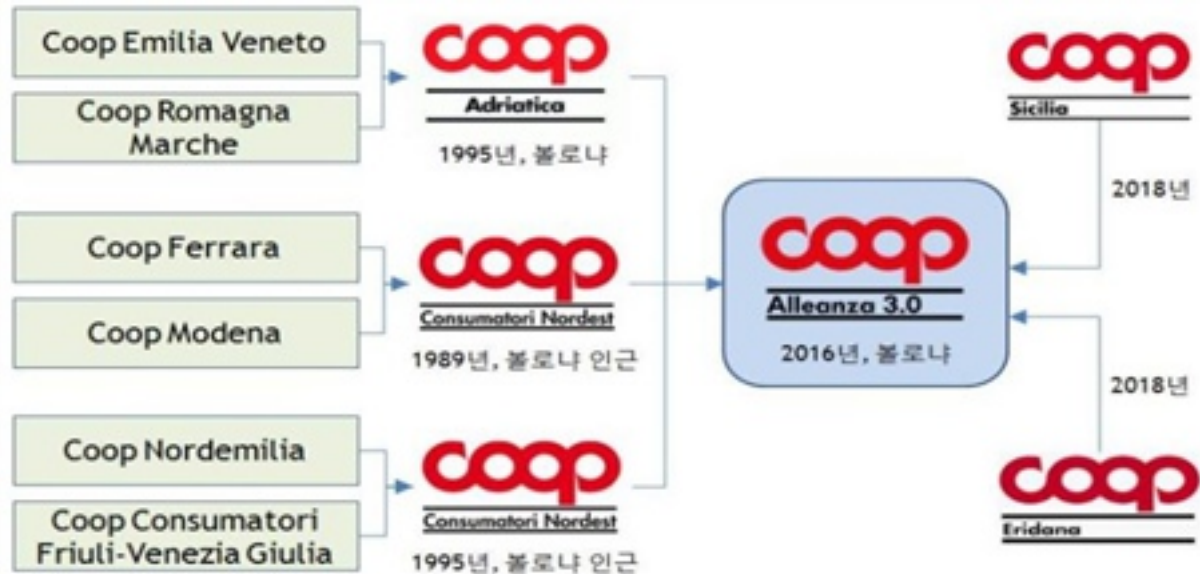
□ Coop Italia의 산하 협동조합 경쟁력 제고를 위한 **네 가지 지원 역할**

- 1) 공급업체와의 관계를 통합적으로 관리하여 구매 최적화 및 품질 관리
- 2) 통합적 마케팅 수행과 이를 위해 커뮤니케이션 전략 수립과 정책 실행(TV광고)
- 3) 다양한 소비자 층을 겨냥하는 독자의 공동브랜드 제품 공급 - 독자 브랜드는 다른 유사한 브랜드 대비 26% 저렴, 독자 브랜드 런칭 이후 매출 증가
- 4) 전국 단위의 컨소시엄을 구축하고 연대 활동 지원 - 산하 협동조합들은 대부분 주 단위 영역, 특정 산업 영역에서 활동 전개 이를 넘어 전국 단위의 협력, 업종을 아우르는 협력을 Coop Italia가 리드해 옴.

VIII

이탈리아 협동조합 - 조직체계

협동조합들의 인수합병



COOP Italia

- Legacoop에 속해 있는 조직
- 93개 소비자 조합으로 구성
- 2021년 매출액은 €14.3 billion(20조원)
- 소매협동조합인 Coop Italia는 78개 협동조합의 연합체로 전체적인 시장점유율은 12.4%
- 2021년말 현재 전국에 1,700개의 매점을 갖고 있고 서점, 여행사, 약국 등을 포함하며 2,134개 사업체, 119개는 초대형 매장 ipercoop

Coop Alleanza 3.0의 구성

- 2016년에 설립된 이탈리아에서 최대 협동조합, 2017년 12월 31일 기준 조합원이 2,313,900명이며, 2022년 매출액 €40억(약 5.6조원)인데, 이 판매액 중 77.7%가 조합원으로부터 발생하였음.
- 주로 식품, 가정용품 소매업을 하며, 2017년말 직원 18,658명, 매장은 12개 주에 421개나 있음
- 에밀리아-로마냐 주에 조합원의 53.7%, 직원의 59.9%, 매장의 43%가 밀집
- 지배구조: 소유와 경영의 분리, 31명의 이사로 구성, 조합원들은 58개의 별도 총회에 참석하여 지명된 대표들에게 특정한 의제에 관한 의사결정을 하도록 할 수 있음



IX

결론 - 이탈리아 사례의 함의

대기업 지배시장에서 자영업/소기업 쇠퇴 속 지역 산업지구모델

□ 대기업이 지배하는 자본주의

- 현 자본주의 사회는 개발도상국의 싼 임금을 이용하여 다국적 대기업들이 표준화된 제품의 대량생산을 통해 비교적 싼 값에 대량소비를 할 수 있도록 시스템이 짜여 있고 개별화된 정보제공으로 맞춤형으로 재화와 서비스 사용 지원
- 현재는 벤처자본이나 혁신성을 내포한 중소기업들이 신기술과 신제품 기반의 새로운 사업 모델로 신시장 개척, 고속성장을 통해 새로운 대기업이 되는 것이 최근 big tech의 사례
- 대기업이 지배하는 자본주의에서 끈질긴 생존력을 보이고 있는 것이 자영업과 영세소기업

□포드주의기반 대기업 확산에 따라 소기업/자영업은 점진적 쇠퇴와 몰락

- 19C 후반, 20C 초반까지 소기업과 자영업자들이 특정업종/제품으로 특화된 산업지구모델은 영국과 독일과 프랑스에서도 매우 중요했음.
- 1920-1930년대 그리고 1950-60년대에 북유럽에서도 대규모 포디즘 모델이 확산되면서 산업지구 모델은 점차 사라지거나 소멸되고 소규모 생산방식만 주변지역에 살아남아 있음
- 생존 자영업과 소기업이 번성하거나 발전전망을 갖기 보다 대기업의 대리점/영업점, 프랜차이즈로 종속화되거나 혹은 주변화되는 등 쇠퇴일로에 있는 사업체화되어 옴.
- 대기업이 없거나 희소한 한국의 지역에서는 여전히 주변화되어 가는 소기업과 자영업에 의존하여 인구감소와 함께 점차 소멸의 위기에 놓임

□ 대기업 주도의 경제에서 지역의 소기업/자영업자들의 대안은 무엇인가?

- 이탈리아의 에밀리아 로마냐의 사례는 소멸의 위기에 빠진 한국의 지역들에게 희망이 될 수 있는가? **Yes but not esay**

IX

결론 - 이탈리아 사례의 함의

시장조건

- ◆ **대중적 표준화 제품** - 개발도상국의 저가격 제품 대량 생산 - 선진국 디자인, 재료 확보, 다국적 기업, 로칼기업의 OEM생산 - 세계적 가치사슬, 중국, 베트남 등의 생산
- ◆ **중급 이상 제품** - 일부 개도국, 선진국의 디자인과 생산, 선진국의 중산층 이상의 고객, 기업 고객에게 판매 - 선진국 국내 혹은 국제적 가치사슬, 한국과 일본의 생산
- ◆ **고급제품** - 기업고객, 부자 고객들의 한정된 틈새시장, 독일의 다변화된 고품질생산, 이탈리아의 소기업 산업지구의 제품생산

이탈리아 지역 소기업들의 생존방식

- **틈새시장** - 대기업 지배 시장에서 정면 경쟁은 곤란, 자신들의 만들어온 제품의 고급화, 고객 맞춤화를 위한 틈새시장 길 모색 - 분야별 전문화(디자인, 색깔, 품질, 용도 등)
- **소기업들의 제한된 자원과 역량** - 협동조합, 협회 등 집단화와 공공재 제공을 통해 해결(연구개발, 시장정보와 마케팅, 사업서비스, 훈련과 숙련인력 확보, 기회주의 제동) + 지자체 등 정부의 지원
- **소기업들의 지역산업지구를 통한 유연화** - 외부 주문에 유연하게 대응할 수 있는 소기업 간 분업과 협업 구조 발달 - 공동체적 문화와 가치의 내재화

이탈리아 지역 소기업들의 지역산업지구를 통한 성과

- 지역 소기업들의 지역산업지구를 통한 상당한 조직적 역량, 기술력을 바탕으로 경쟁력 확보, 틈새시장 전략 - 높은 소득을 올리는 번성사례(제3의 이탈리아의 산업지구(industrial districts))
- 중국의 위협에도 여전히 집단적인 진화와 적응을 하면서 경쟁력 유지

○ 소기업 지역산업지구의 동적 모델(동적인 특징)

- ① 산업지구의 집단적 진화와 업그레이드 - 소기업들의 높은 생산의 전문화와 지역적 집중화 속 유연한 대응체제 - 기술발전, 시장분화와 함께 업그레이드와 틈새시장
- ② 지역내 소기업 간 분업의 증대 - 지역의 생산전문화와 관련되어 여러 생산자와 보완적 부분의 참여(상호의존성은 부문내, 부문 간에 관련)와 함께 소기업 간의 생산의 상호의존성(종속성아님) 증가
- ③ 지역수준에서 특정업종과 제품에 관한 지식과 기술적 숙련의 점진적 축적(외부경제) - 다른 지역과 비교하여 지역생산조직의 지역의 동적인 경쟁우위 유지 - 경제 주체들 간의 면대면 관계는 조직적, 기술적 개선과 정보의 확산 촉진 - 확산과 모방효과
- ④ 신기업들의 높은 창업률 - 사회혁신과 위험감수를 촉진하는 기업가적인 노하우의 생산과 재생산은 사회적 가치와 경제적 계산역량의 확산, 높은 사회적 이동성에 의해 보완
- ⑤ 다수의 지역소기업(often 백개~천개 이상)과 리딩기업의 부재(생산시스템 내의 기업들의 높은 자율성), 효율적인 정보의 소통과 흐름(지식은 기업들의 공동 자산)

○ 실질서비스센터(real services centers)를 통한 반공공재 생산과 제고

- 신제품개발, 제품개선, 시장정보 제공, 제품/서비스의 품질관리, 공동브랜드개발, 외국의 입찰정보/기술표준 정보 제공, 자재/제품에 대한 고급테스트시설, 기술소개와 전수,
- Emilia-Romagna의 지역개발청인 ERVET는 실질서비스의 중심에 있음. 제품별, 업종별 서비스센터 CERCAL(구두), QUACO(건설업), CESMA(농업기계)과 더불어 기능별로 SVES(수출지원), RESFOR(금속산업에서 하청연계), CERMET(품질개선), ASTER(기술개발), 다른 지역에서는 폴리텍과 지역사업자간의 긴밀한 연계를 통한 기술적 문제해결지원

■ 지역산업(소기업/자영업)발전

- 내생적 발전전략: 지역에 존재하는 다양한 산업 중 내생적 발전가능성이 높은 산업, 업종의 집단적 진화, 혁신 추구를 통한 일자리 전략

○ 지역 내 중소기업/자영업의 산업, 업종별 집단적 발전, 진화, 혁신

- 장점: 지역내 협업과 분업을 통한 전후방 효과가 커서, 수익의 지역내 환류와 확산효과가 큼, 내부적 혁신/흡수역량의 축적, 증장기적 투자 유치 가능
- 단점: 혁신역량을 키우고 지역산업의 내생적 발전을 하기까지 시간이 많이 걸리고, 지속적 노력과 시행착오 필요. 내생적 발전전략 수립과 추진을 위한 내부 역량 부족

○ 전략과 관련된 질문

- 지역에 특화된 산업, 업종, 제품은 없는가? 전통적인 산업, 향토산업은 없는가?
 - 어떤 산업, 업종, 지역에서 중소기업들의 발전, 진화, 혁신 노력이 이루어졌는가? 좋은 일자리들을 많이 창출했는가?
 - 그런 진화, 발전, 혁신은 어떻게 이루어졌는가? R&D에 대한 투자를 통해 새로운 제품개발, 품질개선, 마케팅, 공동브랜드, 판로개척
 - 중소기업/자영업들의 발전, 진화, 혁신을 가져오기까지 필요한 내부 숙련인력의 훈련, 교육, 노하우 개발과 전수 등은 어떻게 이루어져 왔는가?
- 두 전략의 결합 가능성 - 내생적 발전을 위한 혁신/흡수역량을 구축하고 있는 곳에는 외부기업들의 투자가능성이 높아짐.

■ 거버넌스(governance)란?,

- 일정한 조직이나 지역에 대해 정부, 시장, 네트워크가 법, 규범, 권력, 언어 등을 통해 다스리는 모든 과정을 말하는 것으로 의사결정과 운영시스템 전체를 말함.
- 기업지배구조(corporate governance), 지방/지역(local/regional) 지배구조(governance) 라고 할 수 있음.
- 지방자치단체(도청, 시청)과 도, 시의회는 정치적 지배구조(political governance)이며, 지역 산업과 고용은 지역상공회의소 등 기업인 단체, 자영업자단체, 지역주민, 노조, 근로자 등 이해관계자들이 다양하게 참여하고 결정하여 운영하고 있음.

■ 지역의 소기업/자영업 기반 산업조직

○ 지역[산업과 고용] 조직은 하나의 거버넌스

- 가령, 마을어촌계/상인회/공판장도 마을의 어업/상업/농업을 관장하는 하나의 거버넌스, 지역 한 우협회나 **시장상인번영회 등 다양한 형태로 이미 존재
- 다만 이런 조직이 존재하는 것과 그런 조직들이 제 역할을 하는 것은 별개
- 많은 지역산업 관련조직들이 단순히 이익방어적 목적, 정부로비나 지원수혜 목적 설립/운영

○ 지역(산업과 고용) 거버넌스의 역할

- 이를 통해 무엇을 하려고 있고 무엇을 해 왔는가가 중요함.
- 이들 조직이 이익방어나 정부로비나 지원획득 목적 이상으로 자신들의 사업과 관련한 시장실패를 보완하는 다양한 활동을 할 수 있도록 활동범위, 전문성, 책임성을 높일 필요

○ 규모경제의 이익을 누리지 못하는 소기업, 자영업자

- 각종 자원(재정, 정보, 지식, 기술) 등에 대한 개별적 접근 곤란, 흡수/활용능력 부재
- 제품/서비스생산에서 자본조달, 제품개발, 품질관리, 시장정보, 브랜드/마케팅을 통한 시장개척, 인력훈련과 관리, 원재료/자재 공급의 네트워크구축과 관리 등에서 대기업과 비교할 수 있는 능력을 갖추지 못함.

○ 자연스런 산업클러스터 형성

- 농축산품, 수산품, 각종 서비스의 상품화/판매, 소기업과 자영업자의 높은 비중, 농축산품, 수산품 제품군 및 서비스의 종류별로 소기업과 자영업자 중심의 일정한 업종 형성
- 산업/업종/제품의 소기업 및 자영업자간 상호 경쟁과 시장정보 공유, 생산이나 서비스 방법을 상호학습, 공동으로 성장하고 어려움을 겪는 등 공동운명체와 같은 위치를 갖고 있음.

○ 내생적 발전 모델 모색

- 각 지역에 존재하는 자영업과 소기업들로 이루어진 잠재력이 있는 기존 산업, 업종, 제품을 다시 챙겨보기 - 변화와 혁신가능성이 있는지 탐색
- 최근 한류, 한국화장품의 인기, K-Culture(웹툰, 영화, 드라마, K-pop), 건강한 음식으로서 한식(미식)의 부상, 틈새시장 공략 사례(손톱깎기, 오토바이헬멧, 모자 등), 한국 일부 중소기업들의 선진 - 기업별 성공,
- 협회, 협동조합 등을 통한 소기업적 한계의 집단적 극복 - - 제품혁신, 공정혁신, 틈새시장 개척가능성, 경쟁이 가능한 시스템 구축, 사업서비스 제공, 공공재(semi-public goods의 생산 - 공동구매, 공동마케팅, 공동연구개발, 공동 훈련과 학습 등)

IX 결론 - 이탈리아 사례의 함의

(1) 지역사업을 위한 조사와 기획

- 지방자치단체 누리집, 각종 연구기관 등에 있는 각종 지역통계와 지역조사(지역입지, 지역의 자원, 지역산업의 특성과 생태계, 지역노동시장의 특성 반영), 각종 용역프로젝트, 연구결과 등을 자료검색을 통해 활용가치가 있는 내용 파악
- 지역에서 어떤 사업 결정 뒤에는 초점을 맞춘, 체계적이고 심층적인 조사나 자료검색을 실시하여 지역사업의 기획과 치밀한 계획을 세우는데 필요한 조건, 자료를 만들고 사업수행에 필요한 내용들을 파악함.
- 지역사업 관련 상당한 경험과 노하우를 가진 기존 사업자나 전문가들과의 인터뷰 등을 통해 기존 지식과 경험을 학습 흡수
- 특히 새로 사업을 착수, 기획하고자 하는 청년 입장에서는 철저한 사전조사와 사전지식은 필수적이며, 이런 조사와 내용의 파악은 조사와 내용파악을 하는 만큼 사업의 실패를 줄일 수 있음
- 청년들은 해당 분야를 전공한 경우에도 초심자에 불과하며, 지역에서 기획하고 있는 어떤 사업이 성공하기 위해서는 보다 겸손하고 조심스럽게 접근하는 것이 필요

(2) 지자체나 지역자원의 파악

- 지역에는 어떤 산업, 기업, 제품, 서비스 생산 및 그와 관련된 생태계, 시장이 어떻게 구성되어 있는지, 지원단체나 서비스제공기관, 지자체의 사업 등이 있는지를 파악
- 지역에는 어떤 자원이 있고 지역입지나 자원과 연계되어 특화된 어떤 업종, 제품, 서비스나 생태계가 없는지?
- 지역에서 기획하고 있는 사업과 관련하여 중앙정부나 지자체에서 지원하는 사업은 어떤 것이 있고 어떤 것을 활용할 수 있는지 파악
- 중앙정부나 지자체의 보조금이나 지원금에 너무 오래 의존하여 사업하는 것은 그 사업의 지속 가능성이 없다는 반증임.



결론 - 지역사업을 위한 조사와 기획

공주시 인구 추이

인구현황별(1)		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
세대수 (세대)	소계	49,273	48,794	48,632	48,835	49,393	50,134	50,519	50,966	51,580
등록인구 (명)	소계	118,236	115,352	113,057	111,849	110,428	109,687	108,629	106,536	105,094
	남	59,654	58,132	56,816	56,164	55,428	55,060	54,463	53,329	52,481
	여	58,582	57,220	56,241	55,685	55,000	54,627	54,166	53,207	52,613
인구증가율 (%)	소계	-6.92	-2.44	-1.99	-1.07	-1.27	-0.67	-0.96	-1.93	-1.35
세대당인구 (명)	소계	2.40	2.40	2.30	2.30	2.20	2.20	2.10	2.05	2.04
65세 이상 고령자 (명)	소계	22,474	23,092	23,779	24,213	25,008	25,546	26,448	27,675	28,478
고령자 비율		19.0	20.0	21.0	21.6	22.6	23.3	24.3	26.0	27.1

공주시 주요 산업별 취업자수와 구성비의 변화

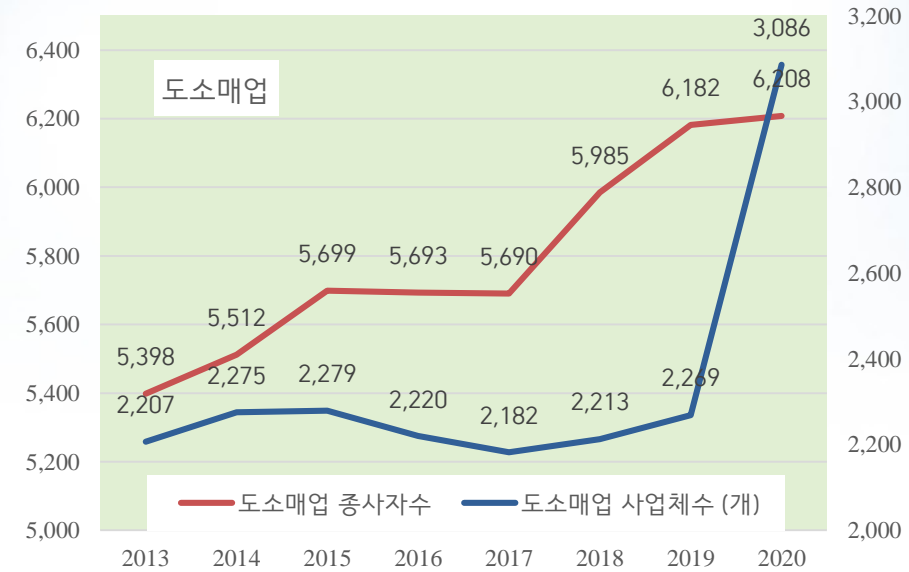
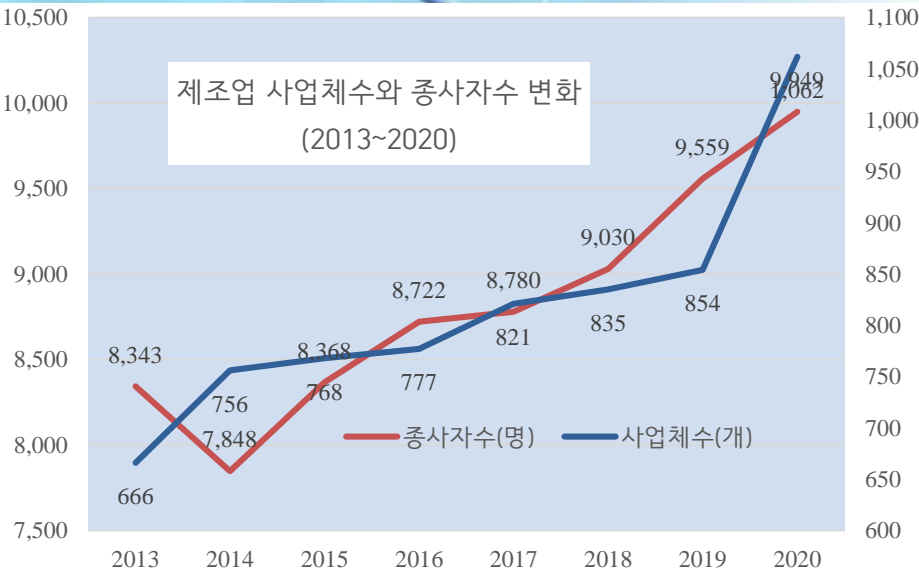
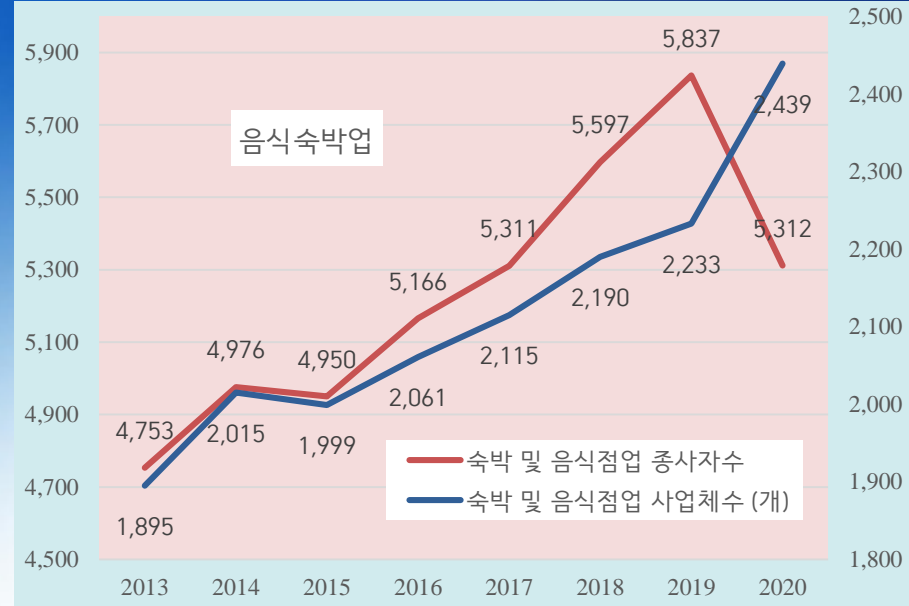
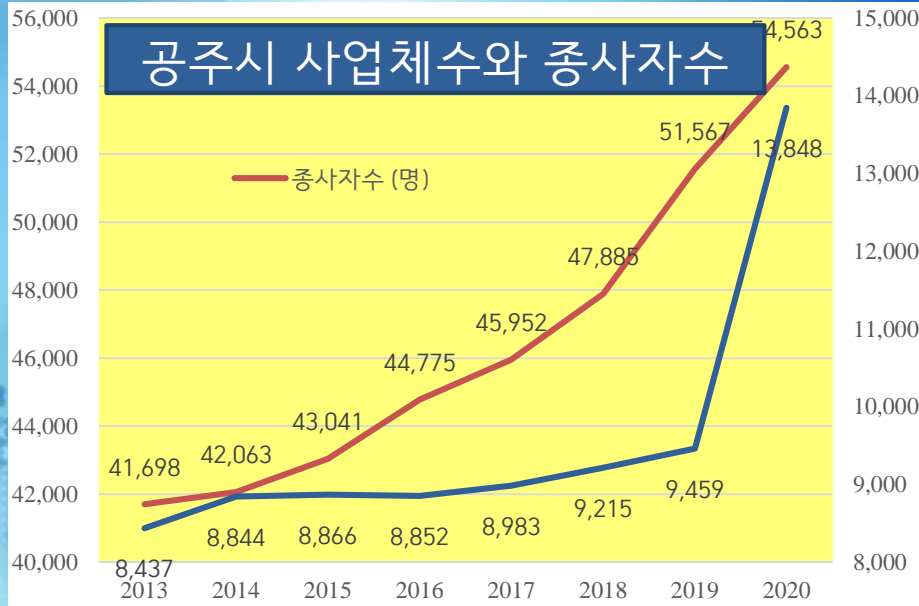
산업별 취업자수	합계 (천명)		농림업/어업(천명)		광공업 (천명)		사회간접자본/기타사업서비스업(천명)			
	소계	구성비 (%)	소계	구성비 (%)	소계	구성비 (%)	소계	구성비 (%)	도소매업, 음식숙박업	사업/개인/공공 서비스업/기타
2016년 상반기	58.5	100.0	13.8	23.6	7.1	12.1	37.6	64.3	10.2	19.4
2017년 상반기	65.8	100.0	14.2	21.6	10.2	15.5	41.4	62.9	11.9	21.6
2018년 상반기	70.3	100.0	19.0	27.0	9.6	13.7	41.7	59.3	10.3	23.9
2019년 상반기	63.5	100.0	18.3	28.8	8.5	13.4	36.4	57.3	9.1	19.7
2019년 하반기	65.7	100.0	20.4	31.1	8.0	12.2	37.4	56.9	9.5	20.9
2020년 상반기	62.2	100.0	18.7	30.1	7.8	12.5	35.7	57.4	8.8	19.6
2020년 하반기	61.2	100.0	18.0	29.4	7.6	12.4	35.5	58.0	7.8	20.4
2021년 상반기	59.9	100.0	17.6	29.4	7.1	11.9	35.2	58.8	8.2	19.5
2021년 하반기	60.8	100.0	17.4	28.6	7.5	12.3	36.0	59.2	7.6	20.2

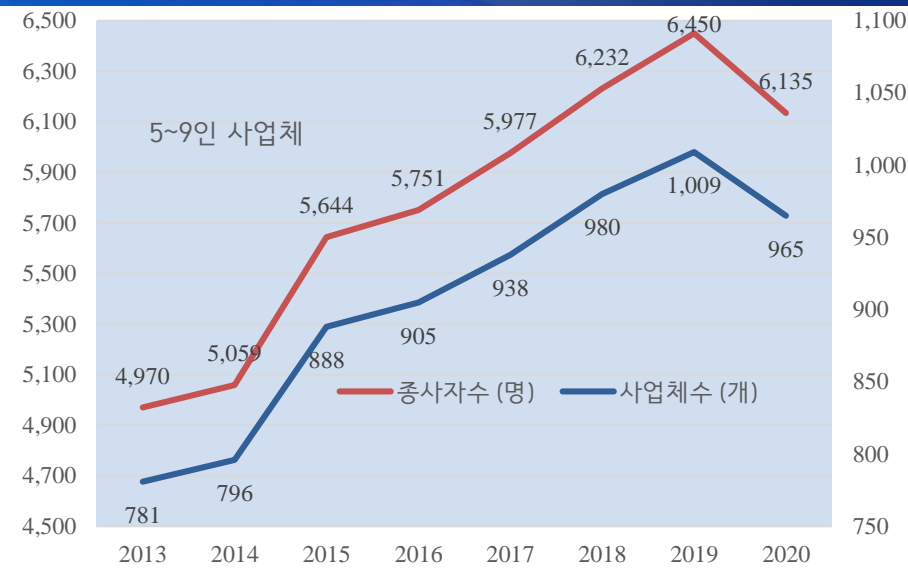
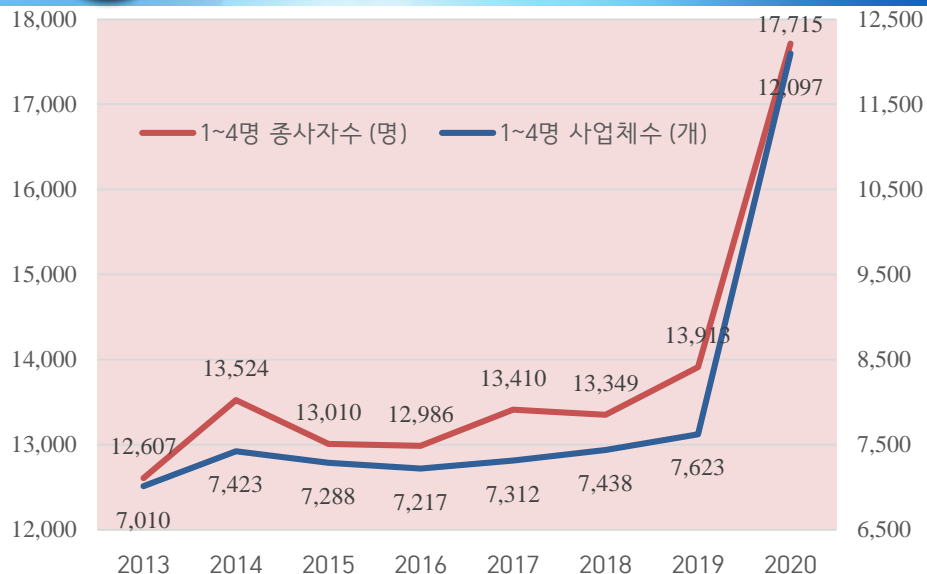
공주시 연령별 농가인구

연령별	성별	2020년	
	합계	20,258	100.00%
	남자	10,228	
	여자	10,030	
	30세 미만	2,130	10.52%
	30~39세	803	3.96%
	40~49세	1,367	6.75%
	50~59세	3,532	17.44%
	60세 이상	12,426	61.34%
	남자	6,151	
	여자	6,275	

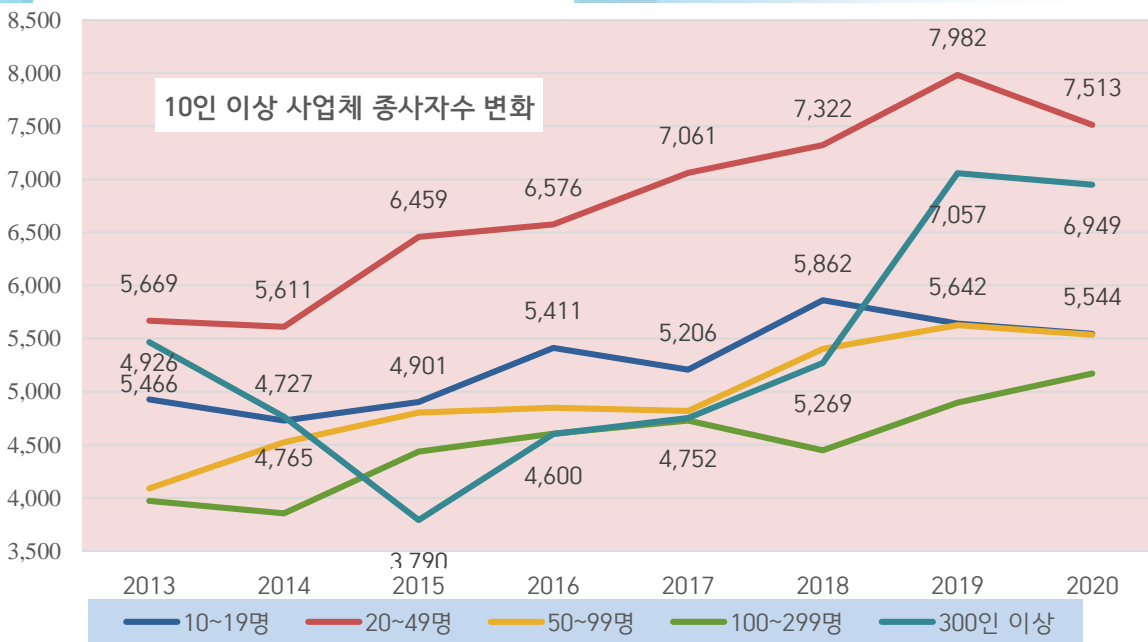
자료 : 통계청. 각 연도. 「지역별고용조사」, 「경제활동인구조사」

자료 : 통계청. 2021. 「농림어업조사」, 농림어업총조사 보고서





자료: 통계청, 각 연도, 사업체조사



- 전체적으로 모든 규모의 사업체수와 근로자수가 지속적으로 증가해 옴
- 5인 미만 사업체수와 종사자수가 2019~2020년 사이에 크게 증가했음. 특별한 원인(?)
- 5~9인까지의 사업체수와 종사자수는 오히려 감소했음
- 대체로 모든 규모의 사업체수와 근로자수가 증가했으나 2019~2020년 사이는 코로나19 때문에 예외임

공주시 직업 별 취업자수 변화

	합계 취업자수	관리자, 전문가 및 관련종사자(천명, %)		사무종사자(천명, %)		서비스, 판매종사자(천명, %)		농림어업 숙련근로자(천명, %)		기능, 기계조작 및 조립종사자(천명, %)		단순노무종사자(천명, %)	
		취업자	구성비	취업자	구성비	취업자	구성비	취업자	구성비	취업자	구성비	취업자	구성비
2016년 상반기	58.5	8.5	14.5	6.5	11.1	13.4	22.9	13.2	22.6	10.2	17.4	6.5	11.1
2017년 상반기	65.8	10.8	16.4	7.5	11.4	15.2	23.1	13.9	21.1	12.5	19.0	5.9	9.0
2018년 상반기	70.3	10.3	14.7	8.9	12.7	12.6	17.9	18.4	26.2	12.1	17.2	8.0	11.4
2019년 상반기	63.2	8.2	13.0	6.3	10.0	10.9	17.2	17.8	28.2	12.0	19.0	8.0	12.7
2020년 상반기	62.1	8.1	13.0	5.9	9.5	11.4	18.4	18.4	29.6	10.6	17.1	7.7	12.4
2020년 하반기	61.3	8.3	13.5	5.7	9.3	10.6	17.3	17.5	28.5	9.7	15.8	9.5	15.5
2021년 상반기	59.9	8.6	14.4	6.0	10.0	10.2	17.0	17.2	28.7	9.2	15.4	8.8	14.7
2021년 하반기	60.8	8.5	14.0	5.9	9.7	10.6	17.4	17.0	28.0	9.9	16.3	8.8	14.5

공주시 3대 제조업 성장(10인 이상)

	2013				2019				2020			
	사업체수(개)	종사자수(명)	출하액(백만원)	부가가치(백만원)	사업체수(개)	종사자수(명)	출하액(백만원)	부가가치(백만원)	사업체수(개)	종사자수(명)	출하액(백만원)	부가가치(백만원)
소계	108	6,391	2,216,331	872,985	147	7,619	3,089,581	1,229,252	160	7,391	3,070,617	1,182,843
식료품 제조업	15	420	186,896	53,307	25	860	303,785	136,612	30	1,023	404,979	160,101
화학물질 및 화학제품 제조업: 의약품제외	11	1,383	436,236	146,308	26	1,792	938,924	391,694	28	1,817	805,374	306,541
기타기계 및 장비 제조업	10	635	435,324	164,638	9	911	584,916	213,955	12	984	641,640	193,703

2013~2020년 간 성장(10인 이상 사업체)

	사업체수	종사자수	출하액	부가가치
소계	1.42배	1.17배	1.39배	1.38배
식료품 제조업	1.83배	2.24배	2.71배	4.06배
화학물질 및 화학제품 제조업: 의약품제외	2.45배	1.96배	2.00배	2.39배
기타기계 및 장비 제조업	1.05배	1.49배	1.41배	1.24배

- 취업자수가 2018년 상반기보다 2021년 하반기 9,500명 감소
- 직업별 취업자수 변화: 서비스/판매종사자 감소, 기능 기계조작 및 조립종사자 감소, 농림어업숙련근로자 감소, 단순노무종사자 증가.
- 식료품제조업이 가장 크게 증가, 다음이 화학물질, 화학제품 제조업으로 성장세가 큼

IX 결론 - 이탈리아 사례의 함의

(3) 지역사회와의 네트워크 확보

- 지역에서 어떤 사업이나 활동을 하기 위해서는 혼자서 고립되어 수행하기는 어려움
- 지역사업에는 동종 사업을 하는 사업자, 가치사슬 상 연계되어 있는 사업자, 판매시장의 사업자, 지원서비스를 제공하는 사업자와 공공기관, 관련 전문가, 지자체 공무원 등과의 네트워크를 확보하여 시장 등에 관한 정보획득, 중요한 경험의 학습, 사업기회 포착, 협력과 분업의 여지, 각종 지원사업 등 참여
- 지역혁신 포럼의 구성: 지역사회의 혁신을 고민하는 지역주체(지자체, 지역의 대학교, 공공기관 관계자, 지역의 기업, 시민단체, 노조, 외부전문가)들로 구성 - 지속적인 논의와 사례 개발 + 필요한 경우 연구에 의해 뒷바침될 때 깊이있는 논의 가능
- 지역네트워크 간의 다양한 관계 - 정부 보조금 획득을 위한 단순협력(현재 상당수의 관계), 단순 상호 필요한 정보교환(현재 수준), 상호 사업의 성공경험 공유(현재 관찮은 수준), 마치 도로나 전기와 같이 공공재를 생산하거나 인프라를 구축하는 협력관계는 매우 드문 상황
 - ① 공동사업 I(마케팅, 누리집 구축, 자재/재료 구입, 시장조사, 박람회 참여),
 - ② 공동사업II(판매, 공동판매장 구축, 제품표준화와 인증제(품질관리), 교육과 훈련,)
 - ③ 공동사업 III(높은 수준의 협력 - 공동브랜드, 제품개발을 위한 R&D, 협동조합 등을 통한 상호 긴밀한 협력과 의무
- 네트워크가 긴밀해 지고 신뢰감이 쌓여감에 따라 적극적으로는 공동으로 공공재 생산을 위한 협회나 협동조합 등을 만들어 함께 협력해 나갈 수도 있음.
- 지역에서 활동하거나 사업을 하고자 하는 외로운(?) 청년들에 대한 적당한 멘토
 - 해당 분야에 경험이 많고 사려깊으며, 남의 이야기를 잘 경청하는 분으로 멘토 선정
 - 지역청년들과 고민을 함께 하면서 문제를 풀어나갈 수 있는 분으로 멘토 선정

(4) 지역사회의 네트워크 구축과 공감대 확보

- 사업의 배경과 목표, 사업내용, 국내외 사례, 사업의 과정, 사업의 기대되는 성과 등에 대한 교육, 소개, 논의 책자를 이용한 홍보를 통해서 지역 주민, 지역 주체나 이해관계자들이 폭넓은 이해와 공감을 갖도록 노력할 필요
- 뿐만 아니라 지역의 시장, 지역자원, 지역의 인재, 경험 등을 깊이있게 알기 위해서는 지역사회에 다양한 인사(특히 상당히 유용한 정보와 경험을 가진 인사, 전문가, 공무원, 시민단체 등)를 사귀고 경청할 필요

(5) 지역사업을 촉진하기 위한 지역아카데미

- 지역의 동종사업자들과 공동으로 하되 가능하면 지원기관들의 도움을 받아서
- 지역주민, 이해관계자 및 다수 관련 공무원들, 지역의회의원이 참여하되 해당분야의 전문가들이나 성공사례 등을 교육, 발표 및 토론 - 공개교육
- 특정 지역사업과 관련한 전문적인 내용을 다루는 세미나(해당사업자들, 가치사슬상의 관련된 사업자들, 담당 공무원, 핵심적인 이해관계자 등)

(6) 지역의 사회적 대화

- 지역의 주요사업에 대한 이해와 공감의 폭 확대, 이해관계 조정을 통해 지자체의 주요 사업에 따른 수익과 손해에 대한 대책 수립, 반대 목소리를 줄이고 정책에 대한 지지도 높일 수 있음.
- 특정 이슈나 사업과 관련하여 갈등이 예상되거나 드러난 경우에 여러 이해관계자, 관련 단체들과 다양한 의견청취, 각 주장의 배경, 이해조정 가능성 모색

일본의 와카야마현(和歌山県)과 와카야마(和歌山)대학의 연계

和歌山・泉南地域の臨海・臨空型工業用地の現状と活性化策 No 25. 2002

和歌山県下における中心市街地活性化とTMO - No 31 石橋貞男 2005

和歌山県地域産業とインターネット通販 - 現状と課題 No 28 大律正和 2004

和歌山県地域における企業にかんする研究 - 企業活性化のための指針と和歌山大学のはたす役割 1996

和歌山県内の3城下町における和菓子文化の研究 - 鈴木裕範 2010

和歌山県における地域流通と街づくり - 지역연구시리즈 No15 1998

和歌山県における開発政策・経済政策の評価 1992

和歌山県におけるグリーン・ツーリズムの可能性 - 지역연구 16 1999

和歌山県におけるエネルギー消費・供給構造の分析 1994

和歌山県におけるSOHOの育成 No 25 2003

和歌山地域産業のダイナミック・ケイバビリティ理論による考察 2019

和歌山市和歌浦地域の活性化のための調査研究 No 22 2001

和歌山市民の食料消費生活 - シアトル市・神戸市との比較を中心に

和歌山市における市場活性化についての研究 2010

和歌山市 中心市街地活性化における中心商業地の問題 2011

和歌山市 農業経営および農地利用にする一考察 No 20 2000

和歌山におけるリゾート開発の現状と問題点

地域特産品の海外市場における販路拡大 可能性に関する研究 紀州南高梅を事例に - 地域研究 No 34 2010

地域産業の近代化と試験・研究機関 1997

地域産業クラスターのネットワーク分析 No 49. 野間口隆郎 2016

地方都市の再生と中心市街地 活性化に関する一考察 2004

中心市街地活成化의 視座 - Art 空間으로서 빈점포 대책 2010

中山間地域活性化対策の実施状況に関する調査」結果 1998

北山村における食を活かした地域づくりの可能性 ~ 女性たちとの連携による家庭料理レストラン開店への取り組み 地域研究 No 31 2006

지역혁신- 전통시장을 어떻게 살릴 것인가?

전통시장에서 공공디자인 적용의 중요성에 관한 연구 - 임진이 2018

한국 전통시장 공간구성 유형 및 특성 - 청주시내 전통시장 - 정상규 2017

재래시장 환경개선사업과 아케이드 도입 실태조사 연구 - 김광호, 김태연, 노지용, 김병선 2003

지역자원을 연계한 전통시장 활성화 방안 - 나춘선 2015

문화관광형 전통시장 활성화 시스템에 관한 연구 - 임창욱 2014

전통시장 현대화사업의 효과분석과 활성화 방안 연구 - 진주시 진주중앙유등시장 이준호 외 2015

지역문화 커뮤니티를 위한 전통시장의 역할 - 문화관광형 전통시장- 이준석 2020

전통시장의 통합적 재생방안에 관한 연구- 부산광역시 영도구 남항시장의 문화관광형시장 - 전광민 오광석 2017

문화관광자원을 활용한 전통시장의 활성화 방안 - 김흥렬 2015

전통시장 활성화 정책 비교 - 관광을 통한 전통시장 활성화인가, 전통시장의 관광상품화인가 - 조광익 2014

대구 방천시장 문전성시사업에 대한 문화정치론적 분석 - 이주현, 전병운 2013

문화를 파는 전통시장 문전성시 프로젝트 - 최금정 2009

전통시장 활성화방안 사례연구 - 변명식, 서정식 2011

전통시장 육성을 통한 지역활성화 방안 - 김도형 2014

전통시장 활성화 방안에 관한 연구 - 한광수 박인철 2013

전통시장 유형별 활성화 방안 연구 - 충청남도 전통시장을 대상으로 - 이상준 외 2010

공동체형 전통시장 활성화 사업의 상인 역량강화 요인 및 효과분석 - 문화를 통한 전통시장 활성화 시범사업 - 수원...

완도 전북특구사업(10년간(2009~) 228억원) → **완도 해조류·전복산업 특구**(2020~23) 1,290억원

□ 전북생산기반 구축 사업(83억)

- 전북연구센터 설립운영(20억원) - 본관동, 종묘배양동, 유전자분석장 비연구센터 준공(2012년 1월),
- 고품질 수산물생산 및 청정해역 보전(36억원) - 전북치패 방류, 저온저장고 시설지원, 불가사리 수거 및 농사비료 공급
- 핵심인력육성 교육(13억원) - 연간 90명, 수산벤처대학 과정운영, 경영자과정 운영
- 전북 고부가가치화 사업지원(13억원) - 전북세계일류화 상품개발 추진, 추진위원회 구성(15명), 공동물류센터, 가공시설 구축 및 사설지원

□ **전북 유통마케팅 강화사업**(115억) - 완도전북(주) 1,200여 생산어민과 완도군이 함께 완도전북설립운영(55억원), 전북 전문유통회사 설립운영,

- 유통기초시설확충(30억원) - 전북관리기(20대), 전북선별장(3개소), 전북 다목적 선별기(25개소)
- 향토산업(전북+구절초)육성(30억원) - 전북과 구절초를 활용한 마을조성 및 관광상품 개발, 노화구절초마을 조성계획수립, 전북구절초 체험관, 정자설치 및 경관정비

□ 문화관광 연계사업(30억)

- 문화관광축제 개최(27.5억원), 장보고축제, 전북축제 : 격년제 개최, 관광객수(110천명)
- Slow Tourism(2.5억원) - 청산도 슬로우걷기축제 개최, 관광객(연간)09년(156천명), 13년(489천명)

□ 전북가공산업

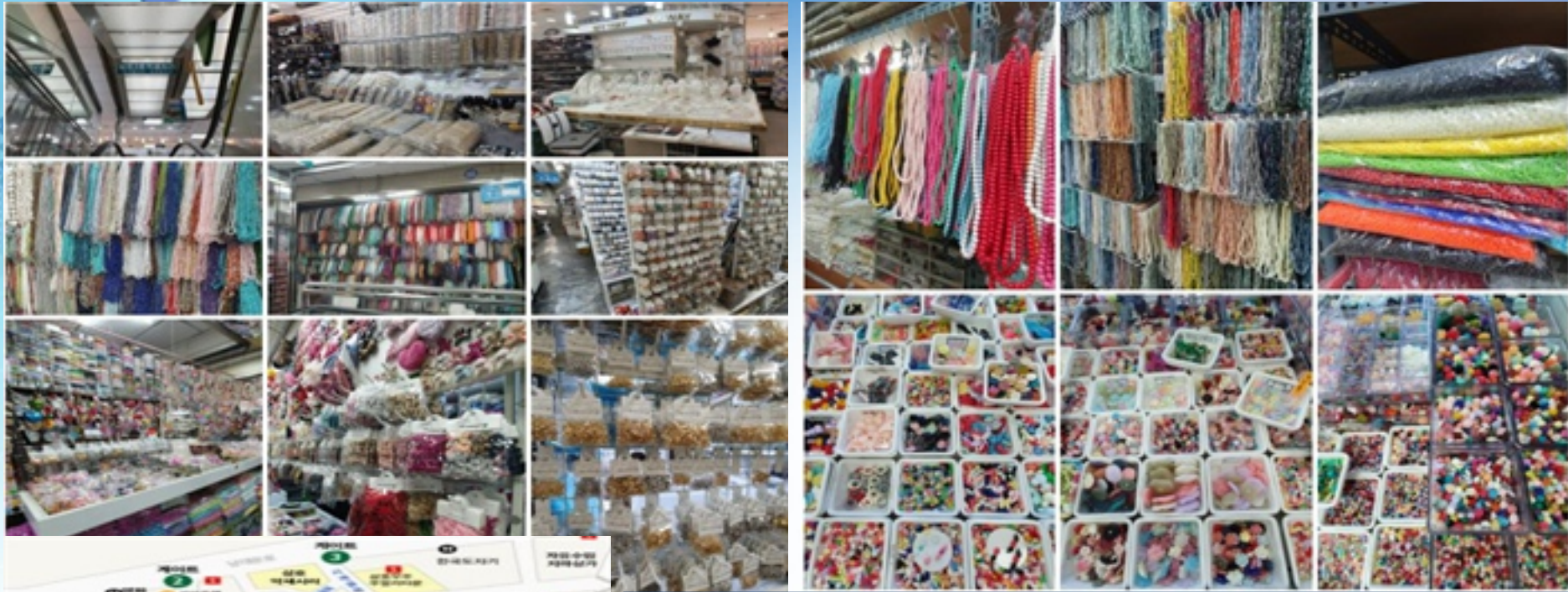
- 전북영어조합법인 - 전북을 이용한 가공식품개발(장조림과 고추장, 즉석 전북죽) 207억원 매출
- 전북전문유통회사인 완도전북(주) - 거래질서 교정(덤 없앴). 큰 보관창고 설립, 수출, 활전복 판매, 가공제품판매, 온라인 판매 - 매출액 11년 :574톤/220억원, 13년 : 713톤/261억원 20년 512억원

완도전북(주)의 매출액 구성

구분	2017년 상반기		2018년 상반기	
	매출액(백만)	매출액(백만)	매출액(백만)	성장률(%)
완도전북(주)	도매거래	7,175	4,576	▽ 36.2
	대형유통	374	764	▲ 104.3
	온라인 (소규모거래처 포함)	7,454	11,483	▲ 54.1
	홈쇼핑	2,972	8,043	▲ 170.6
	수출	3,311	2,482	▽ 25.0
	소계(a)	21,286	27,348	▲ 28.5
가공제품	국내납품	981	732	▽ 25.4
	수출	164	1,122	▲ 584.1
	홈쇼핑	416	96	▽ 77.0
	대형유통	69	55	▽ 20.3
	소계(b)	1,630	2,005	▲ 23.0
합계 (a+b)	22,916	29,353	▲ 28.1	

■ 한국의 지역 산업지구

- 남대문 헤어 액세서리 지구 - 전문화(specialization)(공통적인 제품, 시장, 기술)



- 남대문 도매시장 헤어 액세서리 상가에는 총 257개 점포 입점, 액세서리 상가 밀집 - 성인, 아동헤어 액세서리, 주얼리 및 잡화품목으로 생산과 도소매 담당
- 우리나라의 성인과 아동의 헤어 액세서리는 다른 나라에서 따라하기 어려운 환성도 높은 품질과 디자인으로 주목을 받고 있으며, 집결지로는 남대문 도매시장이 지역 클러스터를 형성하고 있음.

감사합니다