

정책연구 2014-02

제주지역 소비자생활협동조합 활성화 방안

최영근

발 간 사

전 세계적으로 2008년 글로벌 금융위기 당시 협동조합은 구조조정의 최소화, 빠른 경영 정상화 등 국가적으로 경제안정에 기여함으로써 새로운 경제주체로서 그 효용성을 주목 받았습니다.

지난 2012년 12월에 협동조합기본법이 발효된 이후 제주 뿐만 아니라 전국 각지에서 협동조합에 대한 관심이 높아지고 있습니다. 2014년 5월말 기준 설립 신청 건수는 전국적으로 총 4,876건의 신청(인가건수 4,823건)이 이루어지고 있고, 제주지역도 61건(2014년 5월말 기준)에 이르고 있습니다.

협동조합은 기본적으로 자본주의 사회의 사회경제적 약자들이 주체적으로 스스로의 문제를 해결하기 위한 방식의 하나로 출발하였습니다. 우리나라에서는 결사체이면서 사업체라는 정신을 간직하면서 활동해 온 협동조합이 많지 않지만 소비자생활협동조합은 우리나라의 농업위기를 극복하는 대안운동과 결합하면서 사회적 의미를 갖는 조직으로 인식되었습니다.

우리나라의 소비자생활협동조합은 생산자와 소비자가 함께 땅과 먹거리의 오염을 극복하기 위해 노력하는 과정에서 성장해온 측면이 강합니다. 그러나 유기농업이 관행화 되면서 생산자들은 수익을 쫓아서 친환경 유기농업을 선택하고, 소비자는 웰빙이나 로하스의 열풍을 따라 유기농산물을 찾는 경향이 심화되면서 소비자생활협동조합이 갖는 사회적 의미가 퇴색되고 있는 것도 사실입니다.

또한, 유기농 직거래운동에 전념해 온 대부분의 소비자생활협동조합들은 지역먹거리에 대한 고민은 부족했다고 할 수 있습니다. 물론 지역에서 생산된 농산물을 지역에 공급하고자 노력해 온 지역소비자생활협동조합도 존재하고

있지만 현실적인 어려움으로 인해서 목표를 수정하거나 아예 포기하는 사례도 발생하고 있습니다.

따라서 본 연구에서는 국내외 사례분석과 제주지역 소비자생활협동조합 조합원과 생협매장 이용자를 대상으로 설문조사를 통해 제주지역 소비자생활협동조합이 제주에서 생산된 안전한 먹거리를 공급함으로써 지역내 선순환을 구축할 수 있는 방안 등 소비자생활협동조합을 활성화 할 수 있는 주요 방안을 관점별로 제시하였습니다.

또한, 소비자생활협동조합은 기본적으로 물품이나 서비스를 구매하여 이용하는 협동조합, 즉 구매조합 성격을 갖고 있습니다. 따라서 물품이나 서비스를 제공하는 구매처를 선택할 수 있는 힘이 있어 협동조합이 생산한 물품이나 서비스를 이용하고, 새롭게 만들어질 다양한 생산자협동조합의 소비시장 역할을 할 수 있다면 소비자생활협동조합 및 신규 협동조합 기반 조성이나 활성화에 기여할 수 있을 것입니다.

끝으로, 향후에는 현재 운영 중인 소비자생활협동조합의 실태조사 및 문제점 등과 개선방안에 대한 연구가 심층적으로 이루어져야 한다고 생각합니다. 그리고 본 연구가 제주지역 소비자생활협동조합을 육성하고 활성화 하는데 미력이나마 기여하길 바랍니다.

2014년 6월

제주발전연구원
원장 공 영 민

연구요약

1. 연구의 필요성 및 목적

- 지난 2012년 12월에 협동조합기본법이 발효된 이후 제주 뿐만 아니라 전국 각지에서 협동조합에 대한 관심이 높아지고 있음
 - 우리나라에서 결사체이면서 사업체라는 정신을 간직하면서 활동해 온 협동조합이 많지 않지만 소비자생활협동조합은 우리나라의 농업위기를 극복하는 대안운동과 결합하면서 사회적인 의미를 갖는 조직으로 인식됨
- 우리나라의 소비자생활협동조합은 생산자와 소비자가 함께 땅과 먹거리의 오염을 극복하기 위해 노력하는 과정에서 성장해온 측면이 강함
 - 그러나 유기농업이 관행화 되면서 생산자들은 수익을 쫓아서 친환경 유기농업을 선택하고, 소비자는 웰빙이나 로하스의 열풍을 따라 유기농산물을 찾는 경향이 심화되면서 소비자생활협동조합이 갖는 사회적 의미가 퇴색되고 있는 것도 사실임
 - 또한 유기농 직거래 운동에 전념해 온 대부분의 소비자생활협동조합들은 지역먹거리에 대한 고민은 부족했다고 할 수 있음. 물론 지역에서 생산된 농산물을 지역에 공급하고자 노력해 온 지역소비자생활협동조합도 존재하고 있지만 현실적인 어려움으로 인해서 목표를 수정하거나 아예 포기하는 사례도 발생하고 있음
- 따라서 본 연구에서는 국내외 사례분석과 제주지역 소비자생활협동조합 조합원과 생협매장 이용자를 대상으로 설문조사를 통해 제주지역 소비자생활협동조합이 제주에서 생산된 안전한 먹거리를 공급함으로써 지역 내 선순환을 구축할 수 있는 방안 등 소비자생활협동조합을 활성화 할 수 있는 주요 방안을 제시하고자 함
- 친환경 유기농산물의 직거래 확대로 제주지역 친환경농업 정착과 윤리적 소비 활성화

- 제주지역 먹거리를 매개로 활동하고 있는 소비자생활협동조합이 안고 있는 과제를 검토하여 제주지역 소비자생활협동조합의 활성화를 위해서 필요한 정책방안 등을 제안하고자 함

2. 소비자생활협동조합 활성화 필요성과 방향

1) 필요성

- 소비자생활협동조합은 생산자와 소비자가 함께 모여 협동조합을 구성하는 우리나라 특유의 협동조합 형태임
 - 생산자와 소비자가 함께 한다는 것은 생산자와 소비자가 생산과 소비를 협력을 통해 생산자는 소비자의 안전한 소비생활을 책임지고, 소비자는 생산자들의 지속가능한 생산환경을 책임진다는 새로운 거래형태가 생겨남
- 제주의 지리적, 기후적 요건이 가져오는 생산과 소비활동 개선이 시급한 상황임
 - 4면이 바다로 둘러싸여 있고 대도시와 멀리 떨어진 섬으로서 소비지로 가는 물류에 어려움이 크고, 화석연료 고갈과 물류비 상승 등으로 지역순환형 생산과 소비 등을 통한 역내 소비 확대 등 향후 특단의 대책을 필요로 함
 - 육지와와의 기후 차이에 기반해 겨울작물에 집중되어 있는 제주의 농업 생산구조는 도외 물류의 겨울 집중과 나머지 계절 한산으로 나타나고 있으며, 이로 인해 물류체계 개선에 난항을 겪고 있음
 - 친환경농업시범도, 청정제주 등을 구체화하기 위해서는 친환경적 생산과 소비시장이 필요한데, 이를 위해서는 소비자생활협동조합 활성화가 필요함

2) 방향

- 전국 최초의 친환경급식과 더불어 일반 소비시장까지 친환경적 소비를 확대하는 수단으로서 생협을 활용할 필요가 있음

- 생협은 학교를 제외하고, 민간의 자체 조직으로서 가장 규모가 큰 소비 조직을 가지고 있음
- 특히 생협은 친환경과 안전한 먹거리 생산과 유통을 중심으로 하기 때문에 제주가 지향하는 친환경과 청정지역을 구현하는데 중요한 역할을 할 수 있음
- 생협은 로컬푸드에 대한 의지가 크기 때문에 작목의 겨울 집중과 연륙 물류의 어려움을 해소하는데 일정한 역할을 하도록 해야 함
- 생협 활성화를 통한 협동조합 모델과 비전 창출
 - 생협의 활성화는 한국적 협동조합의 경쟁력과 지역사회를 위한 필요성과 가치 등을 확인하고, 새롭게 생겨나는 협동조합들에게는 구체적 희망을 주고, 지역사회의 경제와 사회를 건전하게 하는 유력한 수단으로서 정책적 접근을 가능케 할 것으로 기대함
 - 또한 제주지역 소비자생활협동조합의 연대와 협력을 바탕으로 행복한 지역공동체를 형성하고 안전한 먹거리 및 신뢰할 수 있는 유통구조 기반 확립, 윤리적 소비와 녹색소비 활성화에 기여할 것임

3. 소비자생활협동조합 활성화 방안

- 제주지역 소비자생활협동조합 활성화 방안은 법·제도 관점, 교육·인프라 관점, 관리·운영(콘텐츠) 관점, 홍보·마케팅 관점, 금융·재정 관점, 지원체계 관점으로 구분하여 제안함

1) 법·제도 관점

(1) 소비자생활협동조합법 개정

- 현행 소비자생활협동조합법상 개정사항으로는 ① 300명 이상의 발기인과 3,000만원 이상의 출자금이라는 설립 요건 ② 비조합원 이용 금지(제46조) ③ 생협법상 이중연합회 결성 금지 등 연합회 활동 지원 규정 미비 등임

(2) 지자체 차원의 제도개선 및 지원정책 강화

- 현재 활동하고 있는 생협들의 실태조사를 실시하여 현실을 진단하고 애로사항과 요구사항 등을 파악하여 지자체 차원에서 제도개선이 가능한 사항 개선
 - 지자체 담당 공무원의 생협에 대한 마인드와 노하우도 매우 중요함

(3) 협동조합 비차별 원칙 준수

- 협동조합이기 때문에 다른 법인격 또는 사업체에 대해 불이익을 받지 않도록 제도와 규제를 정비할 필요가 있음. 국내외적으로 투자자 소유 기업인 주식회사에 대한 법적 규제는 상대적으로 통일된 반면 협동조합 법·제도는 전 세계적으로 매우 다양하며, 일부 국가에서는 관련 법·제도가 존재하지 않음

(4) 협동조합 관련 부서 강화

- 제주특별자치도의 협동조합 업무가 지금의 협소하고, 정부시책을 따라가는데 그치는 소극적 입장을 떠나 좀 더 적극적이고 창의적인 협동조합 정책을 구상할 수 있는 방향으로 전환되어야 함

(5) 생협의 사회적기업 인증 시 정부의 제도적 지원과 기업의 후원

- 생협이 사회적기업의 인증을 받을 경우 정부는 사회적기업의 경영능력 강화 차원에서 운영지원 강화
- 생협의 사회적기업 전환 시 재정, 기술, 판로, 기업방식의 운영 면에서 취약하므로 경험이 많은 기업들이 사회적기업을 정책이벤트로만 보지 말고 진지하게 운영인프라를 구축해야 함

2) 교육·인프라 관점

(1) 협동조합 교육 강화

- 협동조합은 교육에서 시작해서 교육으로 끝난다는 말과 협동조합은 민주주의의 학교라는 말이 있음. 그만큼 협동조합에 있어서 교육이 중시됨을 시사함
- 협동조합의 관심 및 이해를 높여 협동조합운동에 주민을 참여시킬 수 있는 가장 좋은 방법은 적극적인 교육임

(2) 협동조합 학교 설립

- 협동조합 학교를 설립·운영함으로써 소비자협동조합은 지역사회 차원에서 민주주의, 연대 등의 근본적 가치가 다시 힘을 얻도록 지원함. 특히 협동조합은 청소년들이 어떻게 다른 사람, 지역사회와 원활한 관계를 맺을지 가르치는 한편 사회적 책임감에 대한 인식도 높일 수 있을 것임

(3) 독자생협 설립을 위한 기반 조성

- 제주지역의 독자생협 설립을 유도하기 위해서는 자체 조합원 규모와 물류시설만으로 생산지와 관계를 형성하고 생존하는 것은 매우 어려운 실정임. 다양한 지역의 생협, 유사 생협과의 협력, 타 협동조합·사회적기업 등 사회적경제 주체들과의 협력, 그리고 지역 시민사회운동 진영과의 협력 관계 구축을 통해 생존을 위한 여건을 만들어야 함

(4) 협동조합에 대한 사회적 인식 제고

- 협동조합이 제주사회에 가져올 수 있는 장점에 주목하고, 이를 위한 정책적 목표가 필요함
- 협동조합 몇 개 만드는 것보다 작더라도 내실있는 협동조합을 만들기 위한 노력이 필요하며 이러한 협동조합이 제주사회에 어떤 역할을 할 수 있는지 살피고, 도민적 공감대를 넓혀가기 위한 노력이 필요함

3) 관리·운영(콘텐츠) 관점

(1) 취급품목과 취급기준 다양화 확대

- 생협의 의의는 친환경·유기농산물, 공정무역 등 생산자와 생산방법이 윤리적인 상품만 취급하는 게 아니라 공정한 노동관행과 지역경제를 살리는 향토기업, 사회적경제 조직 등 이해관계자들의 상생 발전, 지역주민의 가계비 절약이란 윤리적인 지향을 담은 품목도 취급할 수 있어야 함

(2) 조합원 가입 기회 확대

- 서울시에서 실시했던 ‘광화문 희망나눔장터의 사회적경제장터 상설화’ 처럼 생협의 홍보, 이용의 기회를 제주도민에게 제공하여 조합원 가입의 기회를 확대할 필요가 있음

(3) 협동조합 원칙에 의거한 관리·운영방식의 혁신

- 참여자가 주인으로서 재원을 만들고 이용도 하는 협동조합 원칙에 보다 충실해야 함. 협동조합의 원칙 중 무엇보다도 공동의사 결정이 중요함
 - 생협의 이용자와 제공자 간 공동소유, 공동의사결정에 의거해 조합원 욕구에 적극 부응할 수 있는 조직이어야 발전함

(4) 맞춤형 사업콘텐츠의 개발

- 생협의 조합원 관리활동도 미흡함. 업종특성상 조합원과 일상적으로 만나는 기회가 적은 경우는 조합의 홈페이지 활성화, 전화접촉, 문자 메시지 등 조합원과 조우하는 프로그램을 전개하고 새로운 서비스상품 개발도 필요함

(5) 지역주민과 상생하는 사업체 지향

- 비조합원 이용 금지와 같은 법적 규제를 풀고 지역주민에게 더욱 밀착한 사업체가 되어야 함
- 현재 우리나라 생협은 비조합원 이용금지(생협법 제46조)와 같이 조합원이 아닌 주민의 이용을 금지하고 있어 폐쇄적인 성격을 지니고 있음

(6) 제주도의 협동조합 육성 및 장려 활동 강화

- 제주도 및 공공기관 내 협동조합 육성을 위한 기반 조성이 매우 중요함
- 제주도의 물품구매에서 협동조합 물품 및 용역에 대한 우선구매 원칙 확인 및 실적 조사(공공기관 운영평가 시 점수 반영) 등이 필요함

4) 홍보·마케팅 관점

(1) 생활협동조합 홍보 강화

- 협동조합에 대한 사회적 인식을 제고하고 생협 친화적 문화 조성과 사회적경제 생태계 조성을 위하여 자치단체 차원에서 홍보활동을 강화

(2) 생활협동조합의 실태와 수요조사 실시

- 제주도 내 기존 협동조합은 물론 협동조합 설립 또는 전환을 희망하는 자활공동체나 영농법인 등 법인과 개인에 대한 실태 파악이 필요함
- 생협이나 유사생협 등 기존 협동조합의 정책수요를 파악해 도정에 반영, 협동조합의 발전을 위한 발판 마련

(3) 협동조합 간 연대를 통한 마케팅 전개

- 일부 생협을 제외하면 대부분 신생인데다 영세하고, 협동조합에 대한

이해가 부족한 부분도 많기 때문에 협동조합 정신에 맞게 소통과 연대, 협업을 통해 상호 보완하고 부가가치를 높이기 위한 노력이 필요함

- 생협의 마케팅활동도 적극적이지 못해 지역내 조합에 의존해 안주하는 등 기다리는 서비스의 한계를 보이는데 지역의 예비조합원, 예비고객들과 만나는 다양한 홍보, 장기서비스프로그램을 실천해 찾아가는 서비스의 대상을 늘려야 함

(4) 협동조합기본법에 의거한 소비자협동조합 결성에 의한 생협 활성화

- 생협 활성화 방안이 반드시 소비자생활협동조합법에 의거한 생협 법인만을 칭하는 것이 아니라 소비사회에서 재화와 서비스의 최종 소비자, 이용자들이 결성한 ‘소비자협동조합’이란 관점에서 검토할 필요가 있음

5) 금융·재정 관점

(1) 내부역량 강화를 위한 재정 확충

- 일본의 경우 중산층이 두터워 자금 확보에 어려움이 없는데 반해, 우리는 사정이 그렇지 못해 생협의 재정 건전성이 낮음
 - 따라서 생협의 재정자립을 위해선 무의결 우선주, 이용고 배당의 회전출자, 자산 재평가, 가치 상승액 일부의 조합원 계정배분 등 다양한 조합원 자본형성 기법을 사용해 출자금을 추가 조성할 필요가 있음

(2) 협동조합 금융 지원

- 외국 협동조합의 발전과정을 보면 협동조합은행과 협동조합들이 상호간의 지원을 위해 조성한 기금이 상당한 역할을 한 것을 볼 수 있음
- 3~5년 정도의 장래를 염두에 두고 협동조합 금융 또는 기금의 준비를 고려해야 할 필요가 있음

(3) 협동조합 투자기금 조성

- 협동조합은 자립, 자치의 원칙이라고 하여 현실적으로 별다른 지원책이 없음. 더욱이 보험과 금융업은 일반협동조합으로 금지되어 있기 때문에 조합원 출자에 의존한 자본 형성 방식이 전부임
- 따라서 사회적으로 협동조합에 투자할 수 있는 협동조합기금 마련이 절실함

6) 지원체계 관점

(1) 지역별 협동조합 네트워크 구축 지원

- 지역별, 업종별 협동조합 연대 및 네트워크의 구축은 정부 주도형이 아니라 지역사회 주도형의 생태계를 조성하기 위해 필요함
- 제주도는 지역 내 협동조합연합회 등과 같은 네트워크를 구축하기 위해 다음과 같은 지원을 강화해야 함
 - 협동조합 네트워크의 사업을 지원하기 위한 관련 조례 제정
 - 관련 시장 확대를 위한 민간위탁 등 민관협력 추진
 - 공동입찰, 공동구매, 공동판매 등 협동조합 네트워크 사업에 대한 기준 등 완화
 - 자치단체가 지원하는 중간지원조직이나 협동조합 관련 포럼, 홍보, 교육 등을 협동조합 네트워크에 위탁

(2) 생활협동조합 자생력 강화를 위한 지원 확대

- 생활협동조합은 특수한 성격의 대안적 기업으로 시장에서 타 조직의 기업과 경쟁해야 하기 때문에 정부와 자치단체의 지원을 확대할 수 있도록 해야 함
- 제주도의 역할은 역차별 방지, 시장 형성, 사회적 인식 제고, 교육·훈련 등 사회적경제의 생태계 조성에 주력해야 함

(3) 자치단체와 지역사회가 주도하는 지원체계 구축

- 협동조합은 조합원과 지역사회의 필요에 의해 설립되고, 지역주민인 조합원에 의해 소유·이용되며, 자본의 탈지역(역외유출) 방지에 기여한다는 점에서 지역사회와 긴밀한 관계를 형성해야 함
- 협동조합 생태계 조성을 위한 지원은 해당 자치단체와 지역사회단체가 중심이 되어 주도적 역할을 수행할 필요가 있음

(4) 조합간 협력 등 지역내 사회경제적 블록의 구축

- 조합간의 2, 3차 연합조직을 만드는 것은 규모의 경제를 살리면서 지역 내의 유희자원과 지식을 공유하는 길임. 이런 지역차원의 사회적 경제의 구심점 확보는 지역에서 일종의 사회경제적 블록으로 작동하며 블록 내 유기적 협력을 재생산하고 다시 사회적경제의 확대 재생산을 유도함
- 먹거리 생협도 전문유통업체와 치열한 경쟁을 벌이고 있어, 지역 내 협동조합 간 연합체를 만들어 이에 대응할 필요가 있음

(5) 사회적경제 생태계 내에서의 역할 강화를 위한 기반 조성

- 제주지역에서도 생협 조합원과 매출이 빠른 신장세를 보이고 있기 때문에 생협이 적극적인 사회적경제 진영의 소비시장으로 역할을 할 수 있도록 제반 노력이 필요함

(6) 사업협력 체계의 구축

- 사업협력 체계의 구축도 생협의 활성화에 도움이 됨. 생협, 지역유사 생협, 전국단위 연합체의 단위생협, 그리고 사회적기업, 마을기업 등 다양한 지역내 주체들 간에 사업협력 체계를 구축할 필요가 있음
 - 지역먹거리, 지역물품에 대한 공동판매는 가장 손쉬우면서 물류협력과도 연계할 수 있는 방안임

목 차

제1장 연구의 개요	1
제1절 연구의 필요성 및 목적	3
제2절 연구방법 및 주요내용	4
제3절 연구의 한계 및 기대효과	6
제2장 생활협동조합에 대한 이론적 고찰	7
제1절 생활협동조합	9
1. 생활협동조합의 개념	9
2. 생활협동조합의 특징과 효용	15
3. 생활협동조합의 과제와 전망	23
제2절 소비자생활협동조합법	28
1. 연혁	28
2. 소비자생활협동조합법 제정 및 개정	28
3. 주요내용	29
제3장 국내 생활협동조합에 대한 현황분석	31
제1절 전국 및 제주지역 생활협동조합 현황	33
1. 전국 생활협동조합 현황	33
2. 제주지역 생활협동조합 현황	41
제2절 SWOT 분석	53
1. 제주지역 생활협동조합의 SWOT 분석	53
2. SWOT 분석에 의한 전략	55

제4장 국내외 생활협동조합 사례연구	59
제1절 국내사례	61
제2절 해외사례	86
제3절 정책적 시사점	96
제5장 제주지역 생활협동조합에 대한 의견조사	105
제1절 조사개요	107
제2절 조사내용	107
제3절 조사결과	108
제4절 시사점	135
제6장 제주지역 소비자생활협동조합 활성화 방안	139
제1절 소비자생활협동조합 활성화 필요성과 방향	141
1. 필요성	141
2. 방향	141
제2절 소비자생활협동조합 활성화 방안	143
1. 법·제도 관점	143
2. 교육·인프라 관점	148
3. 관리·운영(콘텐츠) 관점	151
4. 홍보·마케팅 관점	153
5. 금융·재정 관점	155
6. 지원체계 관점	156
참고문헌	160
ABSTRACT	163
부록(설문지, 소비자생활협동조합법)	167

표 목 차

<표 II-1> 인가 지역생협 수	14
<표 II-2> 2011년 9월 생협법 주요 개정내용	29
<표 III-1> 생활협동조합연합회 현황	33
<표 III-2> 인가 생협 수	35
<표 III-3> 생협별 기본현황(2013년 12월말 기준)	37
<표 III-4> 의료생활협동조합 현황(2013년 12월말 기준)	38
<표 III-5> 주요 생협연합회 기본현황(2013년 12월말 기준)	39
<표 III-6> 지역별/성격별 생활협동조합 분포 현황(2013년 12월말 기준)	40
<표 III-7> 한살림연합/아이쿱생협사업연합회 운영현황(2013년 12월말 기준)	41
<표 III-8> 제주지역 생활협동조합의 SWOT 분석	55
<표 V-1> 응답자 특성	109
<표 V-2> 제주지역 소비자생활협동조합 가입 여부	110
<표 V-3> 가입한 생협	110
<표 V-4> 생협 가입기간	111
<표 V-5> 생협 가입 이유	111
<표 V-6> 생협 가입 전후 비교	112
<표 V-7> 가입한 생협의 좋은 점	113
<표 V-8> 생협 매장 이용 시 가장 불편한 점	113
<표 V-9> 생협 매장에서 주로 구입하는 제품	114
<표 V-10> 생협소식(교육 및 활동)의 인지 경로	115
<표 V-11> 생협의 교육 및 활동 참여 여부	116
<표 V-12> 생협의 교육을 받거나 활동에 참여하는 이유	116
<표 V-13> 생협의 교육을 받거나 활동에 참여하지 않는 이유	117
<표 V-14> 생협의 교육 및 활동에 대한 만족도	117

<표 V-15> 생협의 교육 및 활동에 대한 만족도(교차분석)	118
<표 V-16> 생협 활동 중 관심분야	119
<표 V-17> 생협의 활동 중 관심 분야(교차분석)	120
<표 V-18> 제주지역의 먹거리 안전성	121
<표 V-19> 자주 이용하는 먹거리 구매처	122
<표 V-20> 먹거리 구매 시 고려 요인	122
<표 V-21> 생협 매장의 물품에 대한 정보취득 경로	123
<표 V-22> 로컬푸드 운동에 대한 인식	124
<표 V-23> 생협 매장 확대의 좋은 점	125
<표 V-24> 생협 매장을 통해 구매하고 싶은 품목	125
<표 V-25> 생협 매장을 통해 구매하고 싶은 품목(교차분석)	126
<표 V-26> 생협 조합원의 생협 운동에 참가 이유	127
<표 V-27> 생협 조합원이 생협 운동에 참여하는 이유(교차분석)	128
<표 V-28> 생산자조직인 농민들이 생협과 직거래를 하는 이유	129
<표 V-29> 생협과 생산자조직간의 연계 활성화를 위해 추진해야 할 사업 ..	129
<표 V-30> 생협과 생산자조직간의 연계 활성화를 위해 추진해야 할 사업 (교차분석)	130
<표 V-31> 제주지역 생협의 문제점	131
<표 V-32> 제주지역 생협의 문제점(교차분석)	132
<표 V-33> 제주지역 생협의 활성화 방안	133
<표 V-34> 제주지역 생협의 활성화 방안(교차분석)	134

그 립 목 차

<그림 III-1> 주요 생협의 성장 추이	36
<그림 IV-1> 남원아이쿱생협 모습과 관계자 면담 모습	64
<그림 IV-2> 남원아이쿱 매장 내부 모습	64
<그림 IV-3> 전주아이쿱 매장 모습과 관계자 면담 모습	67
<그림 IV-4> 전주아이쿱 매장 내부 모습	67
<그림 IV-5> 한살림대구생협 매장 모습과 관계자 면담 모습	69
<그림 IV-6> 한살림전북생협 사무실과 매장 모습	73
<그림 IV-7> 한살림전북생협 매장 내부 모습과 관계자 면담 모습	73
<그림 IV-8> 전주한울생협 매장 모습과 관계자 면담 모습	77
<그림 IV-9> 전주한울생협 매장 내부 모습	77
<그림 IV-10> 푸른평화생협 매장 모습과 관계자 면담 모습	81
<그림 IV-11> 푸른평화생협 매장 내부 모습	81
<그림 IV-12> 생명의공동체생협 사무실 모습과 관계자 면담 모습	84
<그림 IV-13> 대전품앗이생협 관계자 면담 및 사무실 모습	85
<그림 IV-14> 미그로 매장	88
<그림 IV-15> 일본의 가나가와현 위치와 가나가와생협 매장 모습	91
<그림 IV-16> MEC CI와 몬트리올 매장 내부 모습	92
<그림 IV-17> 오클라호마생협 매장 전경과 매장내 판매제품 구분 모습	94
<그림 IV-18> 이페프쿱의 매장 진열상품 및 조합원 전용 스캐너 모습	95
<그림 V-1> 가입한 생협	110
<그림 V-2> 생협 매장에서 주로 구입하는 제품	114
<그림 V-3> 생협소식(교육 및 활동)의 인지 경로	115
<그림 V-4> 생협의 교육 및 활동에 대한 만족도	117
<그림 V-5> 생협 활동 중 관심분야	119

<그림 V-6> 제주지역의 떡거리 안전성	121
<그림 V-7> 자주 이용하는 떡거리 구매처	122
<그림 V-8> 떡거리 구매 시 고려 요인	123
<그림 V-9> 생협 매장의 물품에 대한 정보취득 경로	124

제 1 장 연구의 개요

제1절 연구의 필요성 및 목적

제2절 연구방법 및 주요내용

제3절 연구의 한계 및 기대효과

제1절 연구의 필요성 및 목적

1. 연구 배경

- 지난 2012년 12월에 협동조합기본법이 발효된 이후 제주 뿐만 아니라 전국 각지에서 협동조합에 대한 관심이 높아지고 있음
 - 협동조합은 기본적으로 자본주의 사회의 사회경제적 약자들이 주체적으로 스스로의 문제를 해결하기 위한 방식의 하나로 출발함
 - 우리나라에서 결사체이면서 사업체라는 정신을 간직하면서 활동해 온 협동조합이 많지 않지만 소비자생활협동조합은 우리나라의 농업위기를 극복하는 대안운동과 결합하면서 사회적 의미를 갖는 조직으로 인식됨
- 우리나라의 소비자생활협동조합은 생산자와 소비자가 함께 땅과 먹거리의 오염을 극복하기 위해 노력하는 과정에서 성장해온 측면이 강함
 - 그러나 유기농업이 관행화 되면서 생산자들은 수익을 쫓아서 친환경 유기농업을 선택하고, 소비자는 웰빙이나 로하스의 열풍을 따라 유기농산물을 찾는 경향이 심화되면서 소비자생활협동조합이 갖는 사회적의미가 퇴색되고 있는 것도 사실임
 - 또한 유기농 직거래운동에 전념해 온 대부분의 소비자생활협동조합들은 지역먹거리에 대한 고민은 부족했다고 할 수 있음. 물론 지역에서 생산된 농산물을 지역에 공급하고자 노력해 온 지역소비자생활협동조합도 존재하고 있지만 현실적인 어려움으로 인해서 목표를 수정하거나 아예 포기하는 사례도 발생하고 있음
- 따라서 본 연구에서는 국내외 사례분석과 제주지역 소비자생활협동조합 조합원과 생협매장 이용자를 대상으로 설문조사를 통해 제주지역 소비자생활협동조합이 제주에서 생산된 안전한 먹거리를 공급함으로써 지역내 선순환을 구축할 수 있는 방안 등 소비자생활협동조합을 활성화 할 수 있는 주요 방안을 제시하고자 함

- 또한 소비자생활협동조합은 기본적으로 물품이나 서비스를 구매하여 이용하는 협동조합, 즉 구매조합 성격을 갖고 있음
- 따라서 물품이나 서비스를 제공하는 구매처를 선택할 수 있는 힘이 있어 협동조합이 생산한 물품이나 서비스를 이용하고 새롭게 만들어질 다양한 생산자협동조합의 소비시장 역할을 할 수 있다면 소비자생활협동조합 및 신규 협동조합 기반조성이나 활성화에 기여할 수 있음

2. 연구 목적

- 친환경 유기농산물의 직거래 확대로 제주지역 친환경농업 정착과 윤리적 소비 활성화
- 제주지역 먹거리를 매개로 활동하고 있는 소비자생활협동조합이 안고 있는 과제를 검토하여 제주지역 소비자생활협동조합의 활성화를 위해서 필요한 정책방안 등을 제안하고자 함

제2절 연구방법 및 주요내용

1. 연구의 주요내용

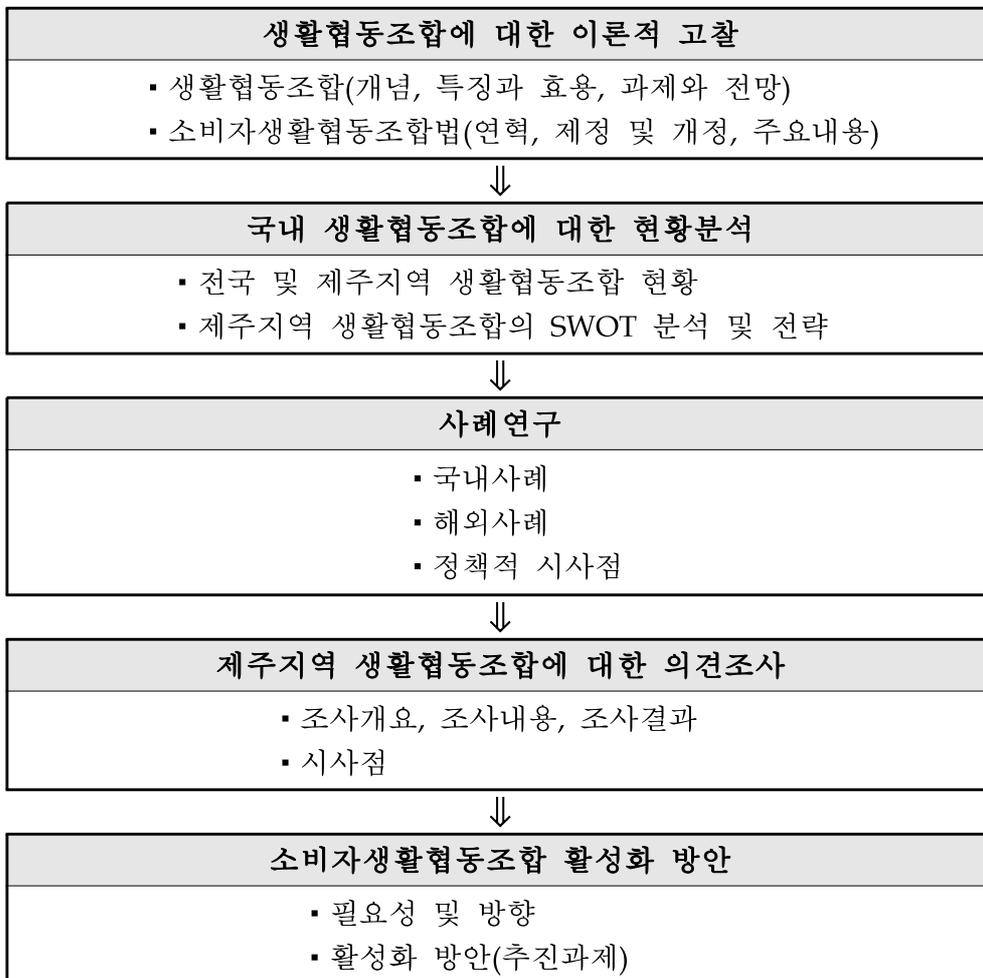
- 협동조합의 이론적 고찰과 현황
- 국내외 사례분석을 통한 시사점 도출
- 제주 생활협동조합의 SWOT 분석 및 전략
- 제주지역 소비자생활협동조합원 및 생협 매장이용자를 대상으로 한 설문조사
- 제주지역 소비자생활협동조합의 활성화를 위한 방안 모색

2. 연구방법 및 연구 설계

1) 연구방법

- 문헌연구
- 생협 조합원과 생협 매장 이용자를 대상으로 의견조사
- 국내외 사례연구
- 도내 생협 관계자 심층면접조사 및 전문가 포럼

2) 연구 설계



제3절 연구의 한계 및 기대효과

1. 연구의 한계

- 일반현황과 관련된 통계자료는 전국적인 자료와 실제와는 다소 차이가 있고, 2013년 말을 기준으로 작성하는 것을 원칙으로 하였으나 자료를 수집하는데 많은 어려움으로 인하여 2013년 이전 자료들도 참조하였음
 - 또한, 통계자료 제공 기관이 공공기관이 아닌 임의 단체를 통해 수집하다 보니 통계자료에 대한 공신력에 한계가 있음
- 생활협동조합 유형에는 먹거리 유통을 위주로 하는 소비자생협, 대학시설 운영을 중심으로 하는 대학생협, 의료보건활동을 주요사업으로 하는 의료생협 등으로 나눌 수 있는데, 제주지역에는 의료생협은 전무하다시피 하고 대학생협은 한정된 공간에서 운영되다 보니 현재로서는 일반 제주도민을 대상으로 활성화하는데 의미가 없다고 판단됨. 따라서 제주도의 주문과 자문위원, 관계전문가의 자문을 받아 소비자생활협동조합을 중심으로 연구함
- 연구기간 및 연구비의 한계로 해외사례는 문헌연구에 의함

2. 연구의 기대효과

- 제주지역 소비자생활협동조합의 연대와 협력을 바탕으로 행복한 지역 공동체 형성
- 안전한 먹거리 및 신뢰할 수 있는 유통구조 기반 확립
- 윤리적 소비·녹색 소비 활성화
- 제주형 협동조합의 경쟁력과 지역사회를 위한 필요성과 가치 확인
- 신규 협동조합들에게 구체적 희망을 주고 지역사회의 경제와 사회를 건전하게 하는 유력한 수단으로써 정책적 접근을 가능하게 할 것임

제 2 장 생활협동조합에 대한 이론적 고찰

제1절 생활협동조합

1. 생활협동조합의 개념
2. 생활협동조합의 특징과 효용
3. 생활협동조합의 과제와 전망

제2절 소비자생활협동조합법

1. 연혁
2. 소비자생활협동조합법 제정 및 개정
3. 주요내용

제1절 생활협동조합

1. 생활협동조합의 개념

1) 생활협동조합의 개념¹⁾

- 협동조합이란 공동으로 소유되고, 민주적으로 관리되는 사업체를 통해 공통의 경제적, 사회적, 문화적 필요와 욕구를 해결하기 위해 자발적으로 조직된 사람들의 자율적인 조직임
 - 협동조합(Cooperative)은 그 주체와 기능에 따라 소비자생활협동조합(Consumer Cooperative), 노동자생산협동조합(Workers Cooperative), 신용협동조합(Credit Union), 농업협동조합 등으로 나눌 수 있음
- 생활협동조합(生活協同組合, Consumer Cooperative)은 협동조합의 여러 형태들 중 하나임
- 생활협동조합은 협동조합의 특수한 형태로서 그 정의에 있어서 협동조합의 정의에 의해 규정된다고 할 수 있음. 생활협동조합은 협동조합의 한 영역으로서 그 목적과 사업내용에 있어서 특수성을 가짐
- 소비자생활협동조합은 우리나라에만 있는 독특한 어법. 유럽 등 외국에서는 통상 소비자협동조합이라는 의미의 Consumer Cooperative로 지칭하였는데 일본에서는 '소비자'라는 말 대신 '생활자'라는 개념을 만들어 생활협동조합이라고 불렀음
 - 우리나라는 1980년대 초반까지는 '소비자협동조합'이라는 명칭을 쓰다가 80년대 중반 일본의 생활협동조합이라는 말을 받아들여 점차로 소비자협동조합이란 말 대신 생활협동조합이란 용어를 널리 쓰기 시작했음. 그 영향으로 1998년 생협법이 처음 제정될 때 '소비자생활협동조합법'이란 명칭을 법적 명칭으로 사용하게 되었음²⁾

1) 공정거래위원회(2012), 공제사업 등 생협의 건전성 확보방안에 대한 연구
한국소비자원(2013), 생활협동조합을 통한 윤리적 소비 확산 방안 연구 재정리
2) 위키백과

- 우리나라에는 소비자생활협동조합법에 근거한 생활협동조합과 먹거리 유통을 위주로 하는 소비자생협, 의료보건활동을 주요사업으로 하는 의료생협, 대학시설운영을 중심으로 하는 대학생협 등으로 나뉘어 있음
- 1998년 제정된 소비자생활협동조합법에서는 ‘생활협동조합이라 함은 상부상조의 정신을 바탕으로 한 소비자들의 자발적인 생활협동조합을 촉진함으로써 소비자의 복지향상에 이바지함을 목적으로 한 비영리법인’이라고 정의함
- 즉 생협이라 함은 상부상조로서의 협동의 의미와 소비자들의 자발적 조직으로서의 의미가 담겨 있음. 또한 비영리를 목적으로 하는 것을 통해 자본주의 기업과 차별성을 보여주고 있으며, 이러한 법령에 근거하여 현재 생협운동을 전개하고 있음
- 한국생협연합회에서 ‘생협은 이웃과의 협동을 통해 삶의 질을 높이고 건강한 사회를 이루려는 사람들이 모여 식품안전, 교육, 육아, 여성, 환경, 농업 등 일상생활문제에 대해 구성원 스스로가 대안을 만드는 비영리 조직’이라고 정의함
- 두레 생협연합회에서 ‘생협은 협동정신을 바탕으로 조합원의 생활개선과 건전한 생활문화 향상 및 지역사회 발전에 기여하고, 자연 생태계의 질서를 보존하고, 더불어 사는 사회를 만들기 위한 생활인의 자조·자치·자립적인 조직’이라고 정의하고 있음
- 이상의 생협에 대한 정의를 통해 ‘생활의 문제를 협동의 방식으로 해결하고자 하는 소비자(생활자)들의 자발적 자치조직’으로 정의할 수 있음³⁾
- 즉 소비자생활협동조합이란 소비자들의 권익을 보호하고 소비자가 직접 주인이 되어 움직이는 단체를 말함(예 : 한살림, iCOOP생협, 두레생협, 행복중심생협 등)

2) 생활협동조합과 주식회사의 비교⁴⁾

- 사회의 잉여자본을 투자하여 구성원의 최대의 영리추구를 목적으로 하는

3) 경기도의회(2013), 경기도 생활협동조합 활성화 방안

4) 공정거래위원회(2012), 공제사업 등 생협의 건전성 확보방안에 대한 연구

- 주식회사 제도는 자본주의 발전의 모태 역할을 하였고, 현재에도 주식회사 제도는 여러 가지 우수한 효과를 이끌어내고 있음은 사실임. 그런데 이윤 추구를 주목적으로 하는 주식회사 제도에는 많은 문제점도 내포하고 있음
- 특히 주식회사 제도는 회사의 규모에 따른 탄력적 적용이 될 수 없음. 그리고 이사회, 주주총회, 감사(감사위원회) 등 기관 상호간에 조화와 균형 및 상호견제를 이상으로 하고 있지만 현실은 대표이사이며 대주주인 사장의 지휘와 명령하에 움직이는 '단선조직'으로 운용되어 견제와 균형의 요소를 찾기가 어려움
 - 그리하여 상법 등 해당법률에서 근대국가의 3권 분립처럼 기관 상호간에 견제와 균형을 도모하고자 하는 이념은 단지 이상론에 불과하다는 문제점이 있음
 - 특히 보험제도와 관련하여 주식회사로 운영되는 현재의 보험제도와 관련하여 많은 문제점을 보여주고 있음
 - 보험사기가 만연되고 있다는 점, 보험자의 소비자정보제공 등이 제대로 이루어지지 않은 점 및 모집조직의 불비로 인한 불완전 판매 등이 이루어지고 있어서 제도개혁과 관련하여 조직 자체가 다른 사업자가 보험사업을 영위할 필요성이 높아짐
 - 그에 비하여 생활협동조합은 공동체 의식 아래에 서로 상부상조하는 조직체임
 - 생활협동조합은 공동의 목적을 위하여 서로 협력하는 관계이지 주식회사처럼 최대의 이윤을 얻기 위하여 치열하게 사업을 경영하는 조직체는 아님

3) 생활협동조합의 성장과정⁵⁾

□ 1960년대 이전 : 소비자협동조합의 태동⁶⁾

- 국내에서 소비자협동조합(이하 소비조합)의 출발은 1920년의 '목포소비조합'인 것으로 알려져 있음

5) 농협경제연구소(2013), 국내 생협의 사업 특징과 시사점(CEO Focus 제319호)

6) 김형미, "한국 생활협동조합운동의 기원-식민지 시대의 협동조합운동을 찾아서", 「한국 생협 운동의 기원과 전개」, (재)iCOOP협동조합연구소 5주년 기념 심포지엄, 2011

- 1932년을 기준으로 국내 협동조합들은 300여개가 넘었을 것으로 추정되고 있으나, 소비조합의 경우 운영상의 미숙으로 많은 조합들이 실패하였음
- 해방 이후에는 1960년 풀무생협, 1961년 상업은행 노조 소비조합 등이 결성되는 등 1960년대에는 카톨릭 신자들이 중심이 된 신협운동이 활발히 일어나 국내에서 근대 소비조합 형성의 모태가 됨

□ 1970년대~1980년대 중반 : 노동운동의 일환이었던 소비조합기

- 지금과 같은 형태의 소비자생활협동조합(생협)은 1970년대말 한국노총의 소비조합에서 출발하여 이합집산을 거듭하는 과정에서 형성되어 온 것으로 알려짐
- 이들은 한국노총 소속 각 산업체 노조가 설립한 직장 소비조합으로서 노조의 수익원 기능을 담당하였으며, 1982년 '경인지역소비자협동조합협의회', 1986년 '한국노총소비자협동조합연합회'라는 명칭으로 연합회를 결성함
- 그러나 이들은 혼수품 매장과 구판장 등 노조를 위한 수익사업에 치중한 결과 협동조합의 정체성이 약화되어 1990년대 이후에는 대부분 사라짐
- 한편, 1983년 신협운동가들이 중심이 되는 '전국소비자협동조합중앙회(1993년 생협중앙회로 명칭 변경)'가 설립되었으며 1987년 경제기획원 인가(비영리 사단법인)를 획득
 - 소비조합의 절대 다수가 한국노총 소속이었던 까닭에 전국소비자협동조합중앙회에 대한 참여 열기는 높지 않았음
- 한국노총의 참여 부족으로 운영비 조달이 어려워진 '전국소비자협동조합중앙회'가 경비조달을 위해 저가 판매장을 개설하자 인근 중소상인의 반발이 발생함
- 이 과정에서 중소상인들의 연합회인 '슈퍼마켓연합회'가 결성되었으며, 1999년 제정된 '생협법'에서 생협 판매장의 고객을 조합원에 한정하고 공산품 취급을 제한하는 규정이 삽입됨

7) 유정규, "한국 생협운동의 역사와 현황", 여성민우회 월례세미나 자료, 2004

- 한편 '전국소비자협동조합중앙회'도 '우리밀살리기운동' 과정에서 수반된 물류 효율화 문제⁸⁾를 해결하지 못하여, '생협 수도권연합(현 두레)'과 '경인지역 생협연대(21세기생협연대 → 한국생협연합회 → iCOOP)로 양분됨

□ 1980년대 중반~2000년 : 소비자 주도의 생협이 확산

- 노동운동 또는 신탁운동의 일환이었던 생협이 본격적으로 소비자주도로 전환된 것은 1980년대 중반부터임
- 1980년대의 민주화와 경제성장을 거치면서 참여적 시민의식이 형성되었고 소비자 권리에 대한 인식이 높아졌으며, '자연보호'라는 개념을 통해 환경문제에 대한 관심도 제고됨
- 이러한 배경 하에서 1985년 강원도 원주소비조합, 경기도 안양소협(현 바른생협)이 설립되었고, 1986년 한살림농산(현 한살림)이 출범하는 등 소비자가 주도하는 생협들이 등장
- 이후 여성민우회, YMCA 등 소비자 주도의 생협운동이 전국적으로 확산됨

□ 2000년 이후 : 생협의 급성장

- 2000년 이후에는 생협의 사회운동 기능과 유통 기능간의 역할 분담이 이루어져, 생협이 본격적으로 성장하게 됨
 - 지역생협들은 지역에 기반한 협동조합 운동에 집중하고, 유통사업은 연합회를 결성하여 관련 기능을 집중
- 2012년 현재 생협연합회는 한살림, iCOOP(구 21세기생협연대), 여성민우회, 두레(구 수도권사업연합), 한국대학생협, 한국의료생협 등 6개가 있음
 - 2012년 기준으로 인가된 지역생협은 480개(의료분야 298, 유통분야 182)⁹⁾가 있으며 조합원은 총 63만명, 총 공급액은 약 6천 5백억원(2010년말 기준)임

8) 지역에 기반한 협동조합운동을 중시하는 생협연대와 물류를 중시하는 수도권사업연합이 대립함
9) 농협경제연구소(2013), 국내 생협의 사업 특징과 시사점(CEO Focus 제319호)

<표 II-1> 인가 지역생협 수

(단위 : 개소)

구 분	2009년	2010년	2011년	2012년
유통	115	137	166	182
의료	108	151	225	298
계	223	288	391	480

자료 : 농협경제연구소(2013), 국내 생협의 사업 특징과 시사점(CEO Focus 제319호)

□ '소비자생활협동조합법(생협법)'의 변천 과정

- 생협의 발전과정에서 중소기업의 반발이 강했기 때문에, 1999년 제정된 '생협법'에서는 중소기업의 요구를 반영함
 - 생협 판매장의 고객을 조합원으로 한정하고 공산품 취급을 환경제품으로 제한함
- 그 이후 2008년 법 개정을 통해 학생용품 사업을 허용하였고, 2010년에는 모든 생필품 취급 및 연합회의 공제사업을 허용함
- 현행 생협법에서는 인허가 및 제반 관리감독 권한은 특별광역시·도지사 에 두고 종합 관리는 공정거래위원회가 담당하도록 명시함
 - 지역생협은 조합원 수 300명 이상, 출자금 3천만원 이상일 경우 설립 가능함
 - 조합은 조합원을 위한 구매·생산·가공·서비스를 제공하고, 연합회 및 전국연합회는 구매·생산·가공·서비스 외에 공제사업과 물류센터 등의 시설운영 사업도 허용됨
 - 2011년부터는 취급허용 품목이 종전 농축수산물 및 친환경 품목에서 생필품 전반으로 확대되어, 일반 가공품까지도 취급이 가능함

2. 생활협동조합의 특징과 효용

1) 생활협동조합의 특징¹⁰⁾

- ① 취급 품목이 크게 제한되어 있음
 - 우리나라의 모든 생협은 조합원에게 공급하는 물품이 한국산 친환경농산물뿐임. 다른 나라는 생활에서 쓰이는 상품 모두를 취급하는데 비해 친환경농산물만을 취급하였음
 - 2010년 법 개정으로 앞으로는 일반 공산품을 비롯하여 생필품을 취급할 수 있게 되었음
- ② 조합원 가구 평균 소득이 국민 전체 가구 평균 소득보다 높은 중산층을 중심으로 구성되어 있는데 그 이유는 취급하는 물품 가격 때문임
 - 친환경농산물은 일반 농산물에 비해 가격이 약 30% 비싸므로 조합원이 되기 위해서는 경제적인 능력이 뒷받침되어야 함
- ③ 조합원 이용에 있어서 폐쇄형 조합임
 - 1852년 영국에서 제정된 『산업공제조합법』 이후 대부분의 나라에서 소비자협동조합은 개방형이나 한국은 조합원 외에는 이용하지 못하게 하고 있는데 이는 일본과 함께 두 나라만 채택하고 있음
- ④ 무점포형으로 출발하였음
 - 일반적으로 생협이 사업을 시작할 때 중요한 생산수단인 매장을 가지고 출발하는 것이 일반적이나 한국생협은 일본생협의 영향으로 점포 없이 조합원 가정에 직접 공급하였음
 - 지금은 대부분의 생협들이 매장을 가지고 있어서 매장 공급과 가정 공급 두 가지를 병행하고 있음
- ⑤ 시민운동 성격이 강함
 - 로치데리일공정선구조합이 출범할 때를 비롯하여 많은 나라에서 생협이 만들어질 때에는 노동자가 받은 낮은 임금으로 좋은 품질의 상품을 저렴한 가격으로 공급받기 위해 시작하지만 우리나라는 1980~90년대 시대적

10) 충남발전연구원 · 지역재단(2013), 생활협동조합의 정체성과 지역사회 기여

인 상황과 초기 생협운동을 주도한 사람들의 영향으로 노동문제보다는 환경, 식량자급, 농업 등에 많은 관심을 갖게 되었음

※ 1. 우리나라 생협의 태동 과정이 지니는 특징

소비자	생산자
안전한 먹을거리를 먹을 수 있었으면 좋겠다	안심하고 농사를 지을 수 있었으면 좋겠다
생산자의 바람과 소비자의 바람의 만남	

자료 : 충남발전연구원 · 지역재단(2013), 생활협동조합의 정체성과 지역사회 기여

※ 2. 우리나라 생협의 특징

- ① 조합의 운영 방식 : 출자/운영/이용의 삼위일체, 생산자의 운영 참여
- ② 물품의 공급 방식 : 직거래, 무점포(공동구입 → 지역 커뮤니티 센터형 소형 매장)
- ③ 가격의 결정 방식 : 생산 원가 보장, 연중 고정 가격, 생산자-소비자 협의

※ 3. 서구 소비협동조합과 비교되는 우리나라 생협

서구의 소비협동조합	우리나라의 생활협동조합
결집된 구매력을 통한 시장경쟁력 향상에 중점	상품 자체의 변화, 새로운 상품의 추구에 중점
생산과 소비의 관계는 여전히 경쟁적, 대립적	직거래라는 대면 관계를 기초로 새로운 협의의 시스템 마련
조합원과 조합원간 관계가 조합을 매개로 하는 무명의 관계	직접적 대면의 관계를 바탕으로 조합 운영에 조합원의 일상적인 참여
‘시장에 대한 수정’ 운동	‘대안적 시장의 마련’ 운동

자료 : 충남발전연구원 · 지역재단(2013), 생활협동조합의 정체성과 지역사회 기여

2) 효용

- 소비자생활협동조합은 상부상조의 정신을 바탕으로 한 소비자의 자발적인 협동조합으로서 소비자의 복지향상에 이바지함을 목적으로 함

① 가격안정

- 생협은 소비자와 생산자간의 직거래를 통해 유통 중간마진을 없앴으로써 제품 가격 안정에 기여
 - ※ 2010년 배추 파동으로 시중 배추가격이 1만5천원까지 폭등하였을 때에도 생협은 기존의 공급가격(1천원~2천원대)을 유지
- 각종 제품가격을 비교해 보면(국산, 유기농식품 기준), 생협(표본 : iCOOP)이 대형 유통점에 비해 평균 30% 정도 저렴함
- 의료생협의 경우 소비자들이 직접 의료기관을 운영함으로써 의료서비스의 가격거품을 제거할 수 있을 뿐 아니라 의약품 오남용을 차단할 수 있음

② 공생발전 : 소비자와 생산자의 상생

- 생협은 생산자와 장기 직거래 구매계약을 체결함으로써 생산단계에서부터 소비자와 생산자가 대등한 파트너 관계로 협동
 - 소비자는 생산자에게 안전하고 질 좋은 제품의 생산을 요청하고 믿을 수 있는 제품을 공급받음
 - * 소비자 가격 : 생협이 대형 유통점에 비해 20~30% 정도 저렴
 - 생산자는 적절한 가격으로 제품을 공급할 수 있는 안정적인 판로를 확보함으로써 지속적인 제품개발 및 품질개선을 할 수 있게 됨
 - * 생산자 수입 : 일반적인 유통방식에 비해 생협을 통해 유통하는 방식이 3배 정도 높음
- 생협은 '언제, 어디서, 누가, 어떻게 만들었는지' 물품의 생산·유통과정 확인이 가능하도록 하여 물품의 신뢰성을 높임
 - 판매대상 축산물은 유기농재배 벗짚 및 非GMO사료로 사육
 - 과자의 경우 국산 무농약 밀가루·감자, 유정란 등 고급 원재료가 사용되고 합성감미료 등의 사용은 제한
 - ※ 생협은 국내 농가 보호에도 기여
 - 우리밀 생산자와의 계약을 통한 위탁재배 및 우리밀 소비운동을 통해 우리밀 자급률을 높임('08년 0.3% → '09년 0.6%)

③ 녹색소비

- 생협은 환경오염 방지 등 사회적 가치를 고려하는 책임 있는 소비 운동을 선도
 - 영수증에 '오늘 내가 절감한 온실 가스량'을 표기
 - ※ (예시) 스웨덴 생협은 물류시스템 개혁, 에너지효율형 매장시설 설치를 통해, 일본 생협은 전력소비를 줄이는 진열대, 태양광발전시스템 설치, 온실가스 감소량 표기 등을 통해 녹색소비에 참여

④ 지역사회에의 기여

- 의료 소외계층의 의료서비스 접근성을 높임
 - 거동이 불편한 노인 환자들이나 장애인 등에게 방문 간호, 방문 진료 서비스를 제공
- 새로운 유형의 중소기업으로서 일자리 창출에 기여
 - 특히 의료생협은 의료 또는 돌봄 서비스 분야의 일자리를 제공하여 지역 사회의 고용을 창출할 뿐 아니라 일부 의료생협은 사회적 기업으로서 취약계층 고용에도 힘쓰고 있음
- 기타 경제사회적 효과
 - 농수축산물의 직거래를 통한 유통구조 개선 및 물가안정에 기여
 - 안전한 먹거리 확보
 - 각종 재활용품, 재생용품의 사용을 통한 환경보호 운동
 - 조합원의 상부상조를 통한 인간 소외 극복 및 더불어 사는 사회 실천 등

3) 소비자생활협동조합의 필요성¹¹⁾

- 산업의 발전, 대량생산·대량소비의 산업사회, 산업문명의 출현으로 물질적 풍요를 누리고 있으나 이러한 물질적 풍요는 소비생활의 다양화와 선진·광고의 홍수 속에서 공급자 중심의 경제운용과 일부 유통구조 및 소득분배가 왜곡되게 나타나고 있으며, 자연 생태계의 파괴와 환경공해 문제가

11) 장용진/생활협동조합중앙회 사무총장, 참여연대(www.peoplepower21.org)

심화되어 인류의 생존 자체를 위협하고 있음

- 우리의 농촌·농업·농민은 붕괴 위기에 처해 있으며, 이로 인한 식량자급 문제가 국민적 과제로 대두되고 있음
- 한편, 복잡·다양한 생활물자는 소비자의 판단을 혼란케 하고 있으며 합리적 선택을 제약하고 있음
- 조직화된 강력한 생산·공급자와 분산된 약자인 소비자라는 경제구조 속에서 생활물자가격, 불공정한 거래질서가 발생되고 있으며, 유해·불량한 생활물자와 각종 수입 농수축산물의 범람, 각종 공해로 인한 환경오염은 국민건강 및 생활환경을 위협하고 있으며, 경제성장에 따른 인간 소외현상의 심화, 아노미 현상의 확산으로 삶의 질이 훼손되고 있음
- 따라서 공급·생산자에 대하여 상대적 약자인 소비자들의 대응력을 배양하고, 소비자 스스로의 할 일에 대한 각성을 위해 생활협동조합 활동을 제도적으로 육성할 필요성이 있음
- 생활협동조합 활동은 시장경제체제의 장점과 효율성을 보완하고, 구매·소비자와 공급·생산자는 경쟁관계가 아닌 공존하는 공동체로 인식하고 이를 생활속에서 실천하는데 한 몫을 할 것임
- 이는 결국 산업사회, 산업문명의 병리현상과 낭비적 소비생활문화를 개선하여, 소비자의 복지증진과 인간성 회복으로 국민경제의 균형발전과 복지사회 건설에 기여할 것으로 보임

4) 소비자생활협동조합의 설립절차

순서	내용
가. 설립준비	1) 설립준비위원회 구성 및 운영 <ul style="list-style-type: none"> ○ 생협의 유형을 지역, 직장, 단체, 학교 조합 중 어느 것으로 할 것인지, 조합원 300인 이상 모집이 가능한지, 조합의 구체적인 운영방식은 어떻게 할 것인지, 생협의 운영이 지속적으로 될 것인지 등을 면밀히 검토한 후 설립준비 위원회를 구성함 - 조합의 유형, 운영방식, 주위환경에 따라 다르지만, 통상 5~7인 정도로 구성

순서	내용
	<p>2) 위원회의 업무</p> <p>① 조합설립에 필요한 기초자료 및 정보 수집 - 자료 및 정보는 지방행정기관, 생협연합회, 기존의 생협 등으로부터 수집 가능</p> <p>② 생협설립 동의자 규합 - 먼저, 생협설립에 필요한 발기인을 30인 이상 모집하여 발기인회를 구성하고 생협에 동참할 설립동의자(조합원)을 300인 이상 모집</p>
<p>나. 발기인회 구성</p>	<p>1) 발기인이란?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 생협법 제21조는 조합을 설립하려면 30인 이상의 조합원 자격을 가진 자가 발기인이 되어 정관을 작성한다고 규정하고 민법 제40조는 사단법인의 설립자는 정관을 작성하여 기명날인하여야 한다고 규정 ○ 이를 종합해 볼 때 생협에서 말하는 발기인은 조합설립 예정 사업 구역 내에 속하는 사람으로서 조합의 설립을 발기하고 정관을 작성하여 이에 기명날인하고 조합설립업무를 하는 자를 말함 - 발기인은 생협에 많은 지식을 가지고 있으며 생협활동을 경험한 사실이 있는 자를 중심으로 구성하는 것이 바람직 <p>2) 발기인회의 구성</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 발기인회는 조합설립동의자 중에서 법률행위 능력이 있는 성인 30인 이상으로 구성하며, 발기인 중에서 발기인회를 대표하고 회의 등을 주재할 대표자 1인, 문서 및 회계업무 등을 담당할 간사(또는 총무) 1인을 선임함 ○ 발기인회는 조합 창립시까지 일체의 설립업무를 관장함 <p>3) 발기인회 회의</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 발기인회의 의사결정과정에서 의견대립이 있는 경우 발기인 과반수 찬성으로 의결함 (일반적으로 발기인 대표는 발기인회의 의장이 되며, 또한 창립총회의 의장이 됨) ※ 발기인회는 매번 회의시마다 발기인회 회의록을 작성하고 발기인명부를 작성하여야 함 <p>4) 발기인회의 업무</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 설립동의자 모집 및 생협 소개 활동 <ul style="list-style-type: none"> - 생협을 소개하는 모임 등 행사나 개별면담을 통하여 생협을 소개하고 뜻을 같이하여 생협 설립에 동의하는 사람들을 모집 ② 설립동의서 접수 및 설립동의자 명부 작성 <ul style="list-style-type: none"> - 생협설립 동의자들로부터 설립동의서를 받고 설립동의자명부를 작성 ③ 정관안 작성

순 서	내 용
	<ul style="list-style-type: none"> - 공정위가 작성 고시한 「소비자생활협동조합표준정관례」를 참고하고 조합유형, 운영형태, 업무구역 등을 감안하여 정관(안)을 작성, 창립총회에 상정 ④ 사업계획 및 수지예산(안) 작성 <ul style="list-style-type: none"> - 조합이 설립된 후 집행할 사업계획 및 이의 수행에 따른 수지예산(안)을 작성, 창립총회에 상정 - 목적사업이 실현가능해야 하며, 목적사업을 할 수 있는 충분한 능력이 있고, 재정적 기초가 확립되어 있거나 확립될 수 있어야 함 ⑤ 창립총회 개최공고 및 통지 <ul style="list-style-type: none"> - 정관(안) 작성, 사업계획 및 예산(안) 작성, 설립동의자 300명 이상, 출자금 3,000만원 이상이 되는 등 생협창립 준비가 완료되면 그 후에 창립총회 개최공고 및 통지 가능[창립총회가 적법, 유효하기 위해서는 설립동의자 전원에게 공고 및 통지가 적법하게 이루어져야 한다는 점, 출자금의 미납 등으로 인하여 설립동의자에 변경이 있는 경우 창립총회를 다시 개최해야 한다는 점 등에 비추어 ‘공고 및 통지 개시 전’까지 설립인가요건(설립동의자 300명 이상, 출자금 3,000만원 이상)을 모두 구비하고 있어야 할 필요] - 창립총회 개최공고는 15일 이상 하여야 함 - 창립총회 개최통지는 총회개최 7일 전까지 하여야 함(공고 및 통지 관련 일수계산은 민법상 일반원칙에 따라 공고 및 통지 개시일, 총회 당일은 산입하지 아니함) ⑥ 기타 창립총회 개최에 따른 업무 <ul style="list-style-type: none"> - 총회자료 등 각종 서류, 장부 준비 - 각종 서식 및 양식 준비 등 ⑦ 출자금의 수납 및 출자증서의 발급 <ul style="list-style-type: none"> - 조합설립동의서를 제출한 자로부터 출자금을 수납하고 출자금을 수납한 자에게 출자증서를 발급하여야 함
다. 창립총회	<ol style="list-style-type: none"> 1) 창립총회의 소집 <ul style="list-style-type: none"> ○ 창립총회는 발기인회에서 일시와 장소를 정하여 공고하고 공고된 일시와 장소에서 개최하여야 함 2) 창립총회의 의사 <ul style="list-style-type: none"> ○ 창립총회의 의사는 설립동의자 과반수 이상의 출석으로 개최하고, 출석자 3분의 2 이상의 찬성으로 의결함 ○ 창립총회시에는 창립총회의사록을 작성 3) 창립총회 의결사항 <ol style="list-style-type: none"> ① 정관(안)의 확정

순서	내용
	<ul style="list-style-type: none"> - 발기인회에서 상정하는 정관(안)을 의결 ② 사업계획서 등 확정 <ul style="list-style-type: none"> - 발기인회에서 심의, 상정한 사업계획 및 예산안을 확정 ③ 임원 선임 <ul style="list-style-type: none"> - 임원선출규약을 제정하고 정관에서 정하고 있는 이사 및 감사 등 임원을 선출 ④ 설립 경비 등 생협 설립에 필요한 안건을 심의·의결
라. 설립인가	<p>1) 설립인가기준</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 생협이 설립인가를 받으려면 창립총회 이전에 다음 인가 기준을 충족하여야 함 <ul style="list-style-type: none"> - 조합원 자격이 있는 설립동의자가 300명 이상일 것 - 조합원 자격이 있는 설립동의자의 출자금 납입총액이 3,000만원 이상일 것 ※ 창립총회가 적법, 유효하기 위해서는 설립동의자 전원에게 공고 및 통지가 적법하게 이루어져야 한다는 점, 출자금의 미납 등으로 인하여 설립동의자에 변경이 있는 경우 창립총회를 다시 개최해야 한다는 점 등에 비추어 ‘공고 및 통지 개시 전’까지 설립인가요건[설립동의자 300명 이상, 출자금 3,000만원 이상]을 모두 구비하고 있어야 한다고 보는 것이 타당함 <p>2) 설립인가신청</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 발기인회는 설립인가신청서에 다음의 서류를 첨부하여 광역 자치단체장에게 법인설립인가를 신청함 <ul style="list-style-type: none"> - 정관 사본(발기인 명부, 발기인회 회의록, 표준정관례 대비표 첨부) - 창립총회의사록 사본(공증필, 공고 및 통지 증빙서류 첨부, 창립총회 참석자 명부 첨부) - 사업계획서(예산안 포함) - 임원명부(임원취임승낙서, 인감증명, 가족관계증명서, 범죄경력 조회서 첨부) - 설립동의자명부(설립동의서 사본 첨부) - 출자금납입 증명서(출자금 총액을 확인할 수 있는 통장잔액 증명서, 설립동의자에게 개인별로 발부된 출자증서 사본)
마. 설립등기	<ul style="list-style-type: none"> ○ 생협이 설립인가를 받은 날로부터 3개월 이내에 설립등기를 하지 아니하면 그 인가의 효력은 상실됨

3. 생활협동조합의 과제와 전망

1) 과제

- 2010년 생협법이 전면 개정됨에 따라 조합의 사업범위가 확대되었을 뿐 아니라 체계적인 조직활동을 가능하게 하는 연합회·전국연합회 설립근거 및 조합지원근거 등이 마련되었음
- 생협은 소비자가 적극적이고 능동적인 경제주체로서 활동할 수 있게 하는 사업조직으로서, 생협이 활성화 된다면 소비자의 지위 및 역할이 강화될 뿐만 아니라 나아가 생협 관련 사업기술 및 인력 수요 증가를 통해 일자리 창출 효과도 기대되는 등 궁극적으로는 국민의 복지 향상에 일조할 것으로 전망됨
 - 협동조합 선진국인 EU의 경우 협동조합을 통한 직접고용 인원이 약 470만 명, 협동조합 부문이 EU GDP의 약 4%를 차지하는 것은 주목할 만함
- 그러나 아직 우리 사회는 생협의 역할에 대한 이해가 낮은 것이 실정임
 - 생협이 보다 활성화되기 위해서는 생협에 대한 인지도 제고와 소비자들의 적극적인 동참이 필요함
 - 또한 생협이 실천하는 소비자운동의 모체로 뿌리내릴 수 있도록 주무관청인 공정위와 생협이 파트너십을 가지고 생협 활성화를 위한 정책 발굴 등을 위해 협력할 필요가 있음
- ① 안전한 식품 분야
 - 조합원이 안심하고 먹을 수 있는 안전한 식재료(1차 농수축산물, 가공식품 등)를 안정적으로 공급할 수 있는 시스템을 마련해야 함
 - 이를 위해서는 농약, 화학 첨가물 등을 가능한 사용하지 않는 식재료를 공급해야 하고 농민이 지속적으로 농사를 지을 수 있는 소득을 올릴 수 있도록 하면서 서민도 이용할 수 있는 가격으로 책정되어야 함
 - 그리고 이러한 일이 가능하도록 물류 시스템 등 모든 체계를 재구축해야 함
 - 조합원만이 아니라 한국 사회 전반적인 식품안전 기준을 향상시키는 것이

필요하고 여성의 경제, 사회 진출이 활발해짐으로 인해 사회, 학교, 직장
에서 식사를 하는 비중이 늘고 있음

- 조합원에게 공급하는 식재료만 안전해서는 한계가 있으므로 단체 급식,
집단 급식 나아가 사회 전반에서 식품안전 기준이 높아져야 함

② 농업과 환경 분야

- 한국 농업이 다음 세대 그 다음 세대에도 유지될 수 있도록 하는데 기여
해야 함. 다른 산업과 달리 농업은 대체할 수 없는 분야임
- 친환경농업의 확대를 통한 생태, 환경을 보전해야 함. 자연환경, 생태계의
파괴로 인하여 온난화 등이 진행되고 있음
 - 친환경농업을 확대하여 토양, 수질, 대기 오염을 막고 온난화가 더 이상
진행되지 않도록 해야 함
- 농지 트러스트 등을 통해 농민을 지원해야 함. 농업을 지속적으로 하기
위해서는 농지의 확보가 중요함
 - 우리나라의 농지는 너무 비싸고 임차비용도 비싸서 농산물 가격에도
영향을 미침. 그러므로 장기적으로 소비자조합원이 농지 트러스트에 참여
하여 농사를 지으려는 농민에게 저렴하게 제공할 필요가 있음

③ 경제, 사회의 분야

- 서민을 위한 물가 안정에 등대 역할을 해야 함
 - 친환경농산물만 취급하는 한계와 조합원 규모가 크지 않은 한계가 있지
만 취급하는 품목만이라도 가격을 안정시켜 일반 자본 기업들이 폭리를
취하지 못하도록 견제하는 소금 역할을 해야 함
- 직원 고용 안정을 모범적으로 해야 함
 - 생협에서 노동하는 직원의 수는 전체 노동자에 비해 미미하지만 주주
이익을 높이기 위해 직원을 쉽게 해고하는 한국 풍토에서 직원을 해고
하지 않음으로 모범적인 역할을 해야 함
- 최저임금의 향상을 위해 노력할 필요가 있음
 - 매장에서 일하는 직원(아르바이트 포함)의 시급을 정부의 최저 임금보다

민주노총이 제시하는 금액 수준으로 가이드라인을 정하여 최저임금이 향상되게 함

④ 지역 경제와 민주주의

- 생산수단 소유와 이용을 동일하게 하여 부가 지역에 머물게 해야 함
 - 자본의 자유화로 인해 지역에서 생산된 가치, 소비자들이 지불한 돈이 외부로 유출되는데 생협의 매장은 지역의 주민이 소유하여 조합원이 지불한 돈이 지역에 머물게 됨. 그러므로 생협이 활성화되면 지역 사회에서 경제 행위로 생산된 부가 외부로 빠져 나가지 않고 지역 사회에 축적되어 풍요롭게 함
- 다양한 협동 조직, 시민사회의 성장을 위해 협력해야 함
 - 협동조합은 그 정의에서 정체성을 엔터프라이즈(기업)와 어소시에이션(자발적 결사체)으로 규정하고 있음. 그러므로 자발적 결사체로서 시민사회의 성장을 위해 노력해야 함
 - 협동조합 외에 사회적 기업, 자활 공동체 등 사회적 경제를 담당하는 단체 등과 연대 협력함
- 민주주의의 확산과 공고화에 기여해야 함
 - 생협, 협동조합은 인적 구성체로 총회에서 의사결정을 할 때 출자금의 규모와 관계없이 평등하게 1인 1표임
 - 아울러 협동조합은 정의, 가치, 원칙에서 민주주의를 계속 강조하고 있음. 그러므로 생협에서 잘 훈련된 활동가, 조합원은 사회의 민주주의에도 기여하도록 해야 함
- 건물 등 자산 확보로 지역 시민사회 자산, 공간 등을 확보할 필요가 있음
 - 우리나라 지역 사회에는 시민 사회의 자산이 거의 없음. 이런 상태에서는 사회적 협동조합, 사회적 기업 등이 활성화되기 어렵고 정부나 자본 기업에 의존적이거나 종속적으로 되기 쉬움
 - 협동조합, 시민사회의 자율성을 확보하고 시민 교육, 문화 활동 등의 공간을 만들기 위해서도 생협은 자산을 확보하는 것이 바람직함

⑤ 국제적 교류와 연대

- ICA(국제협동조합연맹), 유럽 협동조합 등과 교류를 확대해야 함
 - 그 동안 한국의 생협은 일본 생협에 대한 정보와 교류 중심. 이제는 생협이 세계의 다양하고 성공적인 협동조합을 보고 자양분으로 삼아야 함
- 공정무역을 통한 제3세계를 지원해야 함
 - 협동조합은 물고기를 잡아 주는 것이 아니라 물고기 잡는 방법을 전하는 것임. 그러므로 제3세계가 스스로 자조, 자립할 수 있도록 공정무역을 강화해야 함
- 아시아의 다른 생협들을 지원해야 함
 - 한국은 ODA(공적개발원조)를 받던 나라에서 주는 나라로 바뀐 거의 유일한 국가임. 또한 한국 생협은 초기에 일본 생협의 지원을 많이 받았음. 이제는 아시아의 다른 나라 생협, 협동조합의 발전을 지원해야 함

2) 전망

- ① 전체적으로 사업의 지속적인 성장이 예상되나 이에 따른 문제점도 발생할 가능성이 높음
 - 그 간의 성장을 바탕으로 잉여 이익에 의한 투자 증대와 신뢰의 브랜드 가치 상승. 그리고 사업 환경의 호조건(먹거리의 안전성에 대한 지속적 관심 증대) 등으로 사업의 지속 성장 예상
 - 대형 유통업체와의 경쟁 시 성장률이 둔화될 수는 있으나 어느 정도의 가격 경쟁력 확보와 조합원의 충성도가 높아 일반 소매 시장이 겪는 어려움과는 다를 것으로 예상
 - 다만 생협 간에도 부익부 빈익빈으로 대형 생협과 소규모 생협의 격차는 커질 것으로 예상
 - 또한 경쟁 격화로 인한 성장률 둔화와 수익성 악화 시 과잉 투자생협이나 신규 사업 진출 생협은 어려움을 겪을 가능성 있음

- ② 잉여이익을 바탕으로 조합원 활동 활성화
 - 조합원 활동에 대한 체계적인 지원 기반 마련
 - 조합원 교육 및 연구 기능 확대
 - 지역사회에의 기여는 생협이 지원하고 기존 단체와 연대하여 전개

- ③ 장기적인 사업 성장을 위해선 생협 간의 사업 협력 필요
 - 생협법 개정으로 사업분야의 확장 가능-생활재의 범위 확대, 공제 사업 등
 - 다만 현재의 각 연합회 규모로는 독자 추진하기에는 한계
 - 일반 생활재에 있어선 생협 나름의 제품 개발로 경쟁력을 갖추고 생협 전체를 대상으로 판매해야 성공 가능성 높아짐
 - 일본생협연합회처럼 전국연합 차원에서 공급제품의 개발 필요.
 - 공제사업 역시 전국연합 차원에서 추진 시 규모경제를 이루고 이를 바탕으로 작은 규모의 생협 지원은 물론 전체 생협의 발전을 이룰 수 있음

- ④ 제언
 - 경제위기와 사회 양극화의 심화 등 신자유주의적 경제체제의 폐해가 갈수록 확대되고 있음. 이런 상황에서 생협의 잠재력과 그 역할에 관심과 기대가 높아지고 있음
 - 이러한 기대에 부응하면서 높아진 사회 책임을 이행하기 위해선 생협 간의 긴밀한 협력과 함께 지역사회와의 협동의 관계망을 적극 만들어 나갈 필요 있음
 - 아울러 우리사회에서 생협이 21세기에 살아남을 수 있을 것인지, 살아남는다면 그 방법은 등 이러한 과제에 대해 끊임없이 연구하고 정책을 개발해 시장과 사회를 선도해 나갈 수 있어야 함

제2절 소비자생활협동조합법

1. 연혁

- 1999. 02. 05 : 전 23개 조항으로 제정
- 2005. 01. 27 : 전 22개 조항으로 개정(5개 조항 개정 및 1개 조항 삭제)
재정경제부장관의 사무를 시·도지사로 위임
- 2008. 02. 29 : 3개 조항 개정, 타법개정 및 공정거래위원회로 사무 이관
- 2008. 03. 22 : 전 88개 조항으로 전부개정, 연합회, 전국연합회 설립근거
제정 등
- 2013. 05. 22 : 1개 조항 개정(정부입법예고)
- 2013. 05. 06 : 9개 조항 개정 입법발의

2. 소비자생활협동조합법 제정 및 개정

- 1999년 2월 5일 생협법이 제정되면서 비영리법인으로서의 생협에 대한
설립근거가 마련되었음
 - 그러나 제정법은 생협연합회 및 전국연합회의 설립을 예상하지 못하였고
생협의 사업범위를 제한적으로 열거하고 있어 법 제정 이후 변화된 소비
자의 생활환경과 욕구를 담아내기에 부족하였을 뿐 아니라 생협의 미래
지향적인 발전과 활성화를 촉진하기 위한 제도적 근거로서는 한계를 가
지고 있었음
- 이에 생협 활성화를 촉진하고 조합원의 소비생활 향상과 국민의 복지 및
생활문화 향상을 도모하기 위하여 2009년 3월 3일 이사철 의원 발의로
생협법 개정작업이 추진되었고, 2010년 2월 26일 전면개정안(총래 총 23
개 조에서 총 88개 조로 확대)이 국회 본회의를 통과하였음
- 또한, 공정위는 법 개정 후 신속하게 개정법에서 위임된 사항 및 그 시행
에 필요한 사항을 정하는 시행령 및 시행규칙을 전면 개정하는 등 개정

법의 원활한 운영 기반을 마련하였으며, 이를 기초로 하여 2010년 9월 23일부터 개정 생협법이 시행되었음

- 개정 생협법은 생협이 전반적인 소비생활에 필요한 물자를 취급할 수 있도록 하였을 뿐 아니라 연합회 및 전국연합회의 공제사업까지 허용하여 생협의 사업범위를 대폭 확대하였으며, 연합회 및 전국연합회의 설립근거를 마련하여 체계적인 조직 활동에 대한 법적근거를 마련하였음
- 또한 국가 또는 공공단체의 생협에 대한 지원근거를 명백히 하였고 그 밖에 의료생협의 이익배당 금지 및 잔여재산분배금지를 통하여 비영리성을 강화하였음

<표 II-2> 2011년 9월 생협법 주요 개정내용

내용	개정 전	개정 후
사업범위	농수산물·축산물·임산물·환경물품 공급사업	소비생활에 필요한 물자 전반의 공급사업
의료생협의 비조합원이용	비조합원의 이용금지	총 공급고의 50% 범위에서 비조합원의 이용 허용

3. 주요내용

- 소비자생활협동조합법은 상부상조의 정신을 바탕으로 소비자의 복지향상을 목적으로 설립되는 자발적 비영리민간단체인 생활협동조합의 설립과 운영, 출자금의 관리, 사업내용 등과 이에 대한 시·도지사의 감독사항을 규정하고 있음
- 소비자생활협동조합은 소비자들이 상부상조의 정신을 바탕으로 자발적인 생활협동조합을 만들어 조합원들의 복지향상 및 지역사회 발전에 기여함을 목적으로 소비자생활협동조합법에 따라 설립된 비영리 특수법인임
- 조합을 설립하려면 ① 설립동의자수가 300인 이상이고 ② 설립동의자의 출자금납입총액이 3천만원 이상이어야 하며 ③ 30인 이상이 발기인이 되

어 정관을 작성하고 창립총회의 결의를 얻어 시도지사로부터 인가를 받아야 함

- 사업은 ① 농수산물·축산물·임산물과 그 가공품 및 환경물품(재활용품, 재생용품 및 환경친화적용품 등을 말함)을 구입하여 공급하거나 이를 가공 공급하는 사업 ② 생활에 필요한 공동이용시설을 설치·운영하는 사업 ③ 생활개선 및 교육·문화·복지 향상을 위한 사업 ④ 부대되는 사업 등을 할 수 있음
- 소비자생활협동조합은 원칙적으로 조합원 이외의 자에게 사업을 이용하게 할 수 없고 ① 부패 또는 변질의 우려가 있어 즉시 유통되지 아니하면 제품의 품질을 유지하기 어려운 물품을 처리하기 위한 경우 ② 조합원의 가입을 홍보하기 위하여 건본품을 유·무상으로 공급하는 경우 ③ 공공기관·사회단체 등이 공익차원에서 주최하는 행사에 참여하는 경우 ④ 다른 법령의 규정에 의하여 조합원 외의 자에 대한 물품의 공급 또는 용역의 제공이 의무화되어 있는 경우 ⑤ 천재·지변 기타 이와 유사한 긴급한 때에 공공을 위하여 생활필수품을 공급하는 경우 ⑥ 학교를 사업구역으로 하는 조합이 그 사업구역에 속하는 학생 및 교직원을 상대로 물품을 공급하거나 용역을 제공하는 경우에만 비조합원 이용이 제한적으로 허용됨

※ 소비자생활협동조합법 - 부록 참조

제 3 장 국내 생활협동조합에 대한 현황분석

제1절 전국 및 제주지역 생활협동조합 현황

1. 전국 생활협동조합 현황
2. 제주지역 생활협동조합 현황

제2절 SWOT 분석

1. 제주지역 생활협동조합의 SWOT 분석
2. SWOT 분석에 의한 전략

제1절 전국 및 제주지역 생활협동조합 현황

1. 전국 생활협동조합 현황

1) 일반현황

- 전 세계적으로 소비자생활협동조합은 생필품 등의 공동구매 사업으로 시작됨
 - 우리나라는 1980년대 초반 농촌과 도시에서 공동구매 사업 형태의 소비자협동조합이 일부 존재하였고, 1980년대 후반 유기농산물 직거래운동에서 발전되어 왔음
 - 생활협동조합은 상부상조의 정신을 바탕으로 한 소비자들의 자주·자립·자치적인 생활협동조합 활동을 촉진함으로써 조합원의 소비생활 향상과 국민의 복지 및 생활문화 향상에 이바지함을 목적으로 설립된 조합의 공동이익을 도모하는 연합회조합과 연합회의 공동이익을 도모하기 위해 설립된 전국연합회가 있음¹²⁾
 - 주요 생활협동조합의 활동 방향 및 연합회 현황을 살펴보면 다음의 <표 III-1>과 같음

<표 III-1> 생활협동조합연합회 현황

생협	한살림연합회	두레생협연합회	아이쿱소비자생활협동조합사업연합회	행복중심생협연합회
설립	1986년 12월	1997년 7월	1997년 8월	1989년 12월
주요활동	· 밥상살림 · 농업살림 · 생명살림	· 안전한 먹거리 나눔 · 살기좋은 지역 만들기 · 믿음가는 사회 만들기 · 제3세계 농민지원	· 윤리적 소비 · 친환경농산물 대중화 · 안전한 식품공급	· 투명한 정보공개 · 3가지 식품안전을 위한 노력 · 생활제, 협동복지사업, 토종씨앗 지키기
매출현황 (억원)	2,191.7 (2012년 기준)	750.7 (2012년 기준)	3,000.0 (2012년 기준)	200.0 (2011년 기준)
조합원 수 (명)	296,580 (2012년 기준)	103,874 (2012년 기준)	155,705 (2012년 기준)	24,356 (2012년 기준)

자료 : 공정거래위원회 및 각 생협의 홈페이지와 교육 자료를 재구성(2013)

12) 소비자생활협동조합법(법률 제10173호 전면개정, 2010. 3. 22)

- 소비자생활협동조합 연합회에는 ‘밥상살림·농업살림·생명살림’을 지향하는 한살림연합회, ‘안전한 먹거리 나눔·살기좋은 지역사회 만들기 및 농민지원’을 지향하는 두레생협연합회, ‘윤리적소비·친환경 농산물의 대중화 및 안전한 식품공급’을 지향하는 iCOOP(아이쿱) 소비자생활협동조합사업연합회¹³⁾, 그리고 ‘생활재 중심의 협동복지사업과 토종씨앗 지키기’ 등을 추구하는 행복중심생협연합회(前여성민우회소비자생활협동조합연) 등이 있음
- 이밖에도 통신비 인하, 스마트 통신서비스 확보, 디지털 복지 실현을 추구하는 통신협동조합, 육아·보육서비스를 주요활동으로 하는 지역공동육아협동조합(관악·동작 공동육아협동조합), 은퇴자·은퇴예정자를 위한 공동체, 저소득층 주택 공급 사업을 추진하는 주택협동조합인 하우스쿱 등 다양한 소비생활 영역에서의 협동조합들도 있음
- 한편, 소비자생활협동조합 전국연합회에는 한살림 및 아이쿱생협 등이 참여하고 있음
- 생협은 조합원에게 물품을 공급하는 물류구조와 구매력을 결집하는 조직구조 간 결합된 형태를 보임
- 소비자의 생명을 책임지고 생산자의 경제적 생활을 보장한다는 기본 신념을 지니고 있음
- 소비자 조합원은 고객이 아닌 주체의 개념으로 물품 공급 및 활동과정의 주축이 되며 자발적인 참여 확산의 기반이 됨
- 특히 소비자와 생산자 상호간의 신뢰관계를 토대로 형성한 직거래 방식의 제품 개발 및 공급체계는 전문화된 친환경 틈새시장을 창출하는 기능을 함
- 자체 물류센터를 거점으로 물류업무의 체계화 및 전문화를 도모하고, 경영문제의 타개는 생협 간의 인수합병보다는 물류사업을 통합하는 방향을 지향하는 특징을 보임
- 윤리적 소비의 관점에서 접근해 보면, 환경 및 식품오염과 같은 문제를 자각하고 먹거리 안전을 희망하는 소비자의 요구는 생협의 결집력을 제고하는 원천의 하나. 즉 소비자 요구의 반영은 생협이 결집력과 자생력을

13) 이하 icoop 또는 아이쿱생협

갖고 확산되는 구심점임

- 예를 들어 생협의 주요 활동층인 '자녀를 양육하는 주부계층'은 합일된 문제의식과 조합원간 동질성과 결속력을 바탕으로 지속적 참여와 확산을 촉진하는 원동력이 되어왔음
- 생협 총수 총 391개 ('11년 말 기준), 조합원 총수 약 63만명(경제활동인구 중 3%), 총 공급액 약 6천5백억원 ('10년 말 기준)
- 생협 수 증가율은 2009년 이후 약 32%로 나타남

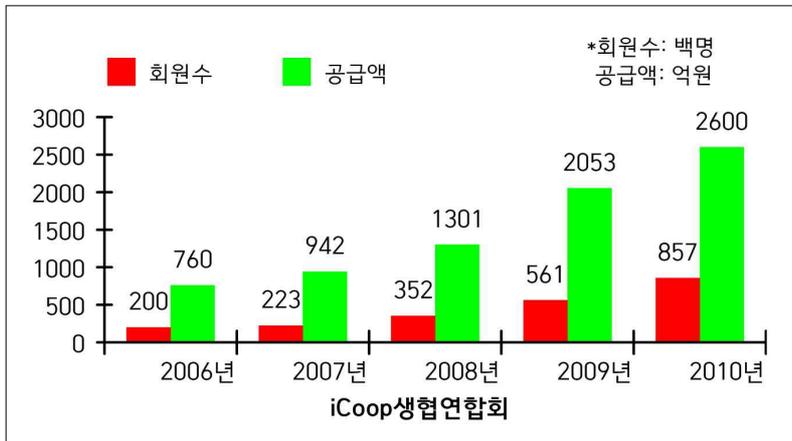
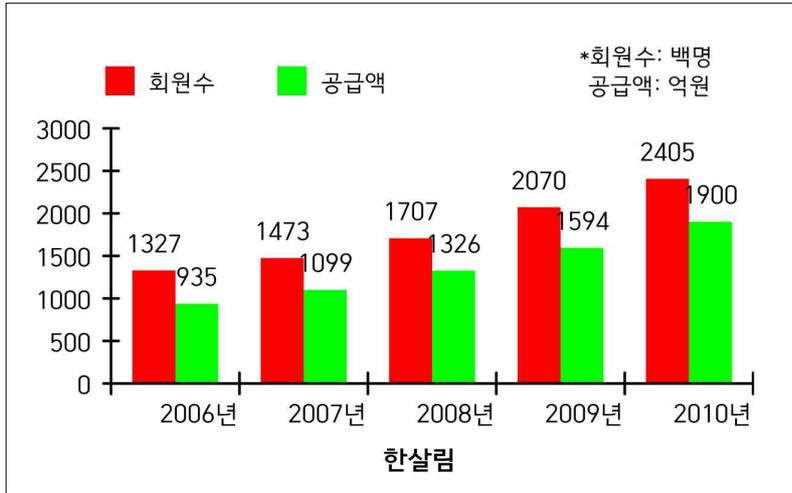
<표 III-2> 인가 생협 수

구 분	2009년	2010년	2011년
지 역	90	109	138
의 료	108	151	225
대 학	18	18	18
단 체	7	10	10
계	223	288	391

자료 : 공정거래위원회 보도자료(2012.3.7)

- 대표적인 지역생협들은 생필품 등 약 1,500여개의 품목 취급(iCOOP, 한살림)
 - * 생협 물품의 특징 : 국산 유기농 농산물, 식품첨가물을 최소화한 가공 식품, 공정무역에 의한 커피, 친환경 소재 비누 등 환경친화적 생활 필수품을 취급
- 최근 그 수가 크게 증가하고 있는 의료생협은 한의원, 내과, 치과, 노인요양원 등을 개설하여 운영
- 2006년 이후 최근 5년간 연평균 생협성장율(총공급액 기준)을 보면, iCOOP 생협은 61%, 한살림은 26% 정도임

<그림 III-1> 주요 생협의 성장 추이



자료 : 공정거래위원회 보도자료(2012.3.7)

- 생협의 사업범위를 대폭 확대한 개정 생협법이 작년 9월부터 시행되고 있어 앞으로 생협의 활성화가 더욱 기대됨

2) 생활협동조합별 기본현황(2013년 12월말 기준)

- 지역별 생활협동조합 분포(2013년 12월말 기준)를 살펴보면 한살림연합, 아이쿱생협, 대학생협연합회, 행복중심생협연합회, 의료생협, 정농생협,

인드라망생협, 부산YWCA생협, 푸른평화생협, 생명의공동체, 한울생협 등 12개 단체가 참여하고 있음

- 지역별 생활협동조합 중 회원조합 수는 아이쿱생협사업연합회, 대학생협연합회, 두레생협연합회, 한살림연합, 행복중심생협연합회 등의 순으로 많은 것으로 나타남
- 또한 조합원 수(세대)는 대학생협연합회, 한살림연합, 아이쿱생협사업연합회, 두레생협연합회 등의 순으로 나타남

<표 III-3> 생협별 기본현황(2013년 12월말 기준)

단 체 명	회원조합 수(개)	조합원 수 (세대, 명)	출자금(원)	사업 공급액(원)
두레생협연합회	28	142,359	3,794,889,108	101,649,000,000
한살림연합	21	410,211	40,192,779,000	304,452,202,000
아이쿱생협사업연합회	78	194,856	11,780,000,000	427,900,000,000
대학생협연합회	31	125,438	2,760,697,190	172,236,917,182
정농소비자생활협동조합	1	3,129	437,589,549	968,136,243
푸른평화생활협동조합	4	1,391	41,730,000	2,890,000,000
인드라망생협	1	1,403	94,000,000	1,100,000,000
부산YWCA생협	1	2,045	67,130,000	1,251,397,958
생명의공동체소비자생활협동조합	1	1,048	190,354,380	791,297,842
행복중심생협연합회	11	30,170	4,900,000,000	16,900,000,000
한울소비자생활협동조합	1	2,019	83,000,000	951,000,000
합계	178	785,183	64,342,169,227	1,031,089,951,225

자료 : (가칭)생협전국협의회(2014)

- 의료생활협동조합은 2013년 12월말 기준 용인의료생협, 성남의료생협, 전주의료생협, 전주의료생협, 수원한겨레두레의료생협, 대구시민의료생협, 순천의료생협 등으로 나타남
- 의료생협 중 조합원 수(세대)는 원주의료생협, 성남의료생협, 용인의료생협, 전주의료생협 등의 순으로 많은 것으로 나타남
- 또한 출자금은 원주의료생협, 성남의료생협, 전주의료생협, 용인의료생협, 수원한겨레두레의료생협 등의 순으로 많은 것으로 나타남

<표 III-4> 의료생활협동조합 현황(2013년 12월말 기준)

의료생활협(사회적협동조합으로 전환 전, 2013.12.31 기준)				
단체명	법인유형	조합원 수 (세대)	출자금(원)	사업 공급액(원)
용인의료생활협	단일법인	934	102,670,000	237,355,826
성남의료생활협	단일법인	1,951	228,058,181	249,586,494
전주의료생활협	단일법인	782	222,890,000	266,241,620
원주의료생활협	단일법인	2,561	282,663,565	1,129,000,000
수원한겨레두레의료생활협	단일법인	476	74,600,000	의료기관 없음
대구시민의료생활협	단일법인	320	31,230,000	의료기관 없음
순천의료생활협	단일법인	383	31,900,000	의료기관 없음
소계	7	7,407	974,011,746	
총합계	185	792,590	65,316,180,973	1,031,089,951,225

자료 : (가칭)생활협전국협의회(2014)

3) 주요 생활연합회 기본현황(2013년 12월말 기준)

- 주요 생활연합회 기본현황(2013년 12월말 기준)을 살펴보면 한살림연합, 아이쿱생활사업연합회, 대학생협연합회, 두레생활연합회, 행복중심생활연합회, 인드라마생활협, 푸른평화생활협, 생명의공동체생활협, 한울생활협 등 9개 단체 생활협 등이 참여하고 있음
- 주요 생활연합회 중 아이쿱생활사업연합회가 전체 법인수가 가장 많은 것으로 나타났고, 다음으로 대학생협연합회, 두레생활연합회, 한살림연합, 행복중심생활연합회 등의 순으로 나타남
- 또한 회원조합 수는 아이쿱생활사업연합회가 가장 많은 것으로 나타났고, 다음으로 대학생협연합회, 두레생활연합회, 한살림연합, 행복중심생활연합회 등의 순으로 나타남

<표 III-5> 주요 생협연합회 기본현황(2013년 12월말 기준)

단체명	전체 법인수(개)	회원조합 수(개)	회원조합의 이사 총수(명)	(연합회)총회 대의원 수(명)
두레생협연합회	30	28	282	160
대학생협연합회	31	31	96	115
아이쿱생협사업연합회	78	78	664	130
한살림연합	23	21	302	166
생명의공동체소비자생활협동조합	1	1	8	
인드라마 생협	1	1	10	100
푸른평화생활협동조합	4	4	7	100
행복중심생협연합회	11	11	110	101
한울소비자생활협동조합	1	1	12	
합계	180	176	1,491	872

자료 : (가칭)생협 전국협의회(2014)

4) 지역별/성격별 주요 생협 분포(2013년 12월 말 기준)

- 전국 주요 생협 분포(2013년 12월말 기준)를 살펴보면 한살림연합, 아이쿱생협, 대학생협연합회, 행복중심생협연합회, 의료생협, 정농생협, 인드라마생협, 부산YWCA생협, 푸른평화생협, 생명의공동체, 한울생협 등 12개 단체 생협 등이 참여하고 있는 것으로 나타남
- 지역별로 살펴보면 경기도가 45개(24.3%)로 가장 많은 것으로 나타났고, 다음으로 서울 37개(20.0%), 경남 12개(6.5%), 대구와 전북 10개(5.4%) 등의 순으로 나타남
- 제주는 5개(2.7%)로 울산 다음으로 적은 것으로 나타남
- 또한 생협 성격별로 살펴보면 지역-먹거리생협이 74.1%로 가장 많은 것으로 나타났고, 다음으로 대학생협이 16.8%, 단체생협 5.4%, 의료생협 3.8% 등의 순으로 나타남
- 제주는 지역-먹거리생협이 4개, 대학생협이 1개로 나타남

<표 III-6> 지역별/성격별 생활협동조합 분포 현황(2013년 12월말 기준)

(단위 : 개, %)

	단체		대학		지역-먹거리		의료		기타	합계	백분율
	개	%	개	%	개	%	개	%			
강원			2	6.5	5	3.6	1	14.3		8	4.3
경기	7	70.0	1	3.2	34	24.8	3	42.9		45	24.3
경남			1	3.2	11	8.0				12	6.5
경북			2	6.5	5	3.6				7	3.8
광주			2	6.5	5	3.6				7	3.8
대구			1	3.2	8	5.8	1	14.3		10	5.4
대전			2	6.5	3	2.2				5	2.7
부산			3	9.7	6	4.4				9	4.9
서울	3	30.0	10	32.3	24	17.5				37	20.0
울산			0		4	2.9				4	2.2
인천			2	6.5	4	2.9				6	3.2
전남			0	0.0	7	5.1	1	14.3		8	4.3
전북			2	6.5	7	5.1	1	14.3		10	5.4
제주			1	3.2	4	2.9				5	2.7
충남			0		6	4.4				6	3.2
충북			2	6.5	4	2.9				6	3.2
합계	10	100.0	31	100.0	137	100.0	7	100.0		185	100.0
백분율	5.4		16.8		74.1		3.8				100.0

자료 : (가칭)생활협동조합연합회(2014)

5) 한살림과 아이쿱생협 운영현황

- 우리나라의 대표적 생협이라고 할 수 있는 한살림과 아이쿱생협사업연합회 운영현황(2013년 12월말)을 살펴보면 한살림연합인 경우 마을모임을 340회 개최하여 8,855명이 참가한 것으로 나타났고, 소모임은 277개로 4,020명이 참여하고 있는 것으로 나타났으며 도농교류는 728번으로 12,645명이 참여한 것으로 나타남
- 아이쿱생협사업연합회 조합원교육 참여인원은 85,780명, 세대수 대비 조합원비율이 1.06%, 매장운영 수 105개, 활동가 수는 2,837명(조합원 수 대비 활동가 비율 1.8%), 마을모임 참가자수 5,837명, 동아리 참가자수 4,155명, 공정무역기금총액은 263,409,020원으로 나타남

<표 III-7> 한살림연합/아이쿱생협사업연합회 운영현황(2013년 12월말 기준)

한살림연합		아이쿱생협사업연합회	
마을모임	340회	조합원교육 참여인원	85,780명
참가인원	8,855명	세대수 대비 조합원비율	1.06%
		매장운영 수	105개
소모임	277개	활동가 수	2,806명
참가인원	4,020명	조합원 수 대비 활동가 비율	1.8%
		마을모임 참가자 수	5,837명
도농교류	728번	동아리 참가자 수	4,155명
참가인원	12,645명	공정무역기금총액	263,409,020원

자료 : (가칭)생협전국협의회(2014)

2. 제주지역 생활협동조합 현황

1) 한살림제주소비자생활협동조합¹⁴⁾

□ 주요연혁

○ 2005년~2007년

- 생드르영농조합, 흙살림제주도연합회 등과 제주지역 소비자 중심으로 조합설립 준비 착수(지역순환형 생산과 소비의 필요성에 기초)
- 조천읍 신촌리 생드르영농조합에 4~5평 정도의 매장공간을 마련하고, 시범공급사업과 더불어 조합원 출자운동, 한살림 운동 및 사업에 대한 이해교육 등 진행

○ 2008년 05월 : 창립총회(초대 이사장 강만생 한라일보 대표이사)

07월 : 한살림제주 매장 개장(현 노형매장)

11월 : 한살림제주 가족 어울림한마당 개최

식생활교육제주네트워크 연대활동 참여

14) 한살림제주소비자생활협동조합에서 자료제공

- 2012년 03월 : 지역순환형 먹거리체제 구축을 위한 '가까운먹을거리기획단' 구성, 지역물류체계 본격 검토 시작
 - 04월 : 수놓음지역자활센터와 위탁배송업무 협약(사업을 통한 연대)
 - 05월 : 친환경어린이집 모임인 '생태유아공동체'와 업무협약 통해 집단급식 공급사업 개시
 - 07월 : 한살림제주 매장 개방형 전환(소통카페 등 만들고 플랫폼 개념 도입)
 - 09월 : 구제주 신규매장 개설 결의(2호점)
 - 10월 : 연대사업 확대(제주사회적경제네트워크(준), 한살림햇빛밭 전협동조합 등 참여)
- 2013년 06월 : 구제주 매장 개설(이도매장, 2호점)
 - 삼화지구 LH휴먼시아아파트내 공부방 개소(LH 지원사업)
 - 07월 : 제주주민자치연대, 제주대안연구공동체, 제주환경운동연합, 제주특별자치도 사회적기업협의회, 제주사회적경제네트워크, 제주여민회 등과 업무협약
 - 09월 : 한살림제주 노형매장 복합매장 재개장(한살림매장+스토어+소통카페)
- 2014년 02월 : 제6차 정기대의원총회 개최

- 위치 ① 주소 : 제주시 노형동 과원북4길 11
 - ② 전화번호 : 713-5988
 - ③ 홈페이지 주소 : jeju.hansalim.or.kr
 - ④ 매장현황 : 2개

□ 조합원 관련 사항

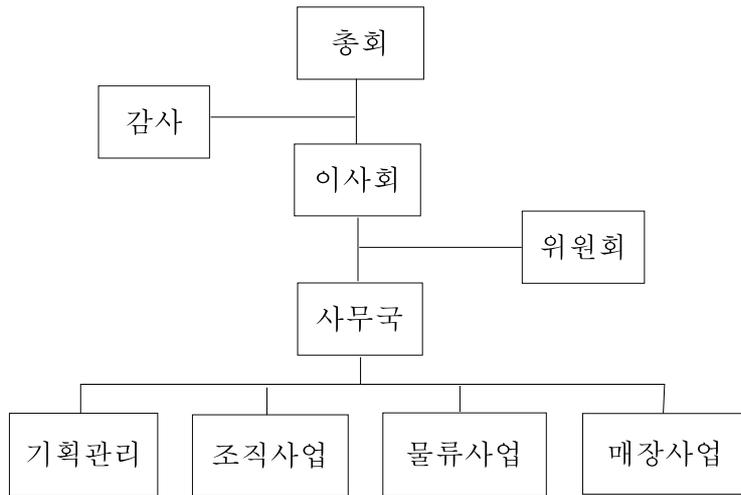
- ① 조합원 수 : 3,700세대
- ② 설립시 동의자 수 : 317명
- ③ 월평균 이용률 : 16%
- ④ 1인당 월 이용액 : 70,000원

□ 임직원 관련

- ① 직원 수 : 19명 ② 임원 수 : 15명

□ 조직 관련

① 조직구성(조직체계)



② 조직 특징 : 생산자와 소비자조합원으로 구성

③ 조합원 및 지역주민 참여구조

- 농산물·가공품·생명학교·식생활교육위원회 등 위원회와 마을모임, 소모임 등 통해 직접 활동
- 강좌, 취미모임, 기행, 체험프로그램 등 통해 상호교류

④ 운영방식

- 조합원들의 출자금으로 물류사업과 기타 공공적 사업들 진행
- 생산자조합원과 소비자조합원의 상호협력 시스템 구축
- 소비자는 생산자들의 시장으로서 역할 통해 생산자들의 계획생산 및 경제적 안정 기함
- 생산자는 소비자에게 안전하고 신뢰도 높은 먹을거리를 공급함으로써 소비자의 식탁안전을 제고시킴

- ① 설립연도 : 2008년 ② 설립방식(신규, 전환) : 신규
- ③ 설립목적 : 생명살림 · 지구살림 · 밥상살림의 구현
 지역순환형 생산 및 소비체계 구축

□ 출자금(2013년 기준)

- ① 1인당 최소 출자금 : 30,000원 ② 매출액 : 2,170,000,000원
- ③ 매출이익 : 442,500,000원 ④ 회비 납부여부 : 없음

□ 사업내용 관련

- ① 주요 (사업)활동 : 생명사상에 기초한 생명살림 운동과 사업
- ② 주된 사업과 업종 : 친환경 먹을거리 유통, 도소매
- ③ 지역사회 활동내용 : 지역순환형 친환경농업과 농촌부흥을 위한 활동
 공동체 부활, 탈핵과 대안에너지 운동 등

□ (주요)취급품목 : 친환경 농수축산물 및 가공품, 친환경 생활용품

□ 운영상의 애로사항과 개선과제

- 운영과정에 가장 어려운 점
 - 1순위 : 인력부족
 - 2순위 : 지역협업
 - 3순위 : 지자체 업무 협의
- 정부나 지자체가 시행해야 할 바람직한 지원방안
 - 1순위 : 협동조합 홍보 및 인식개선
 - 2순위 : 시설비 지원
 - 3순위 : 공공기관 우선구매
- 현재 지원받고 있는 사항 : 시설비 지원
- 현재 협동조합에 필요한 컨설팅 분야
 - 협동조합에 대한 이해와 이를 기반으로 한 사업 및 조직모델 창출
- 기타 의견사항

- 협동조합은 지원에 의존하는 조직이 아니기 때문에 정책적으로도 지원 예산을 편성하는데 주력하기보다는 어떠한 목표와 구조를 만들 것인가에 대한 정책적 판단이 우선되어야 함
- 협동조합의 제1원칙은 자립과 자치라는 사실을 십분 이해하고 그것이 가지는 힘과 가치에 주목해야 함

2) 한라아이쿱소비자생활협동조합¹⁵⁾

주요 연혁(역사)

- 2009년 12월 31일 한라소비자생활협동조합 준비위원회 발족
- 2010년 4월 29일 한라생협(준) 창립 총회
- 2010년 6월 30일 자연드림 연동점 오픈
- 2011년 9월 22일 한라생협 발기인 대회 발기인 37명
- 2012년 3월 24일 아이쿱한라소비자생활협동조합 법인 창립 총회 개최
- 2014년 2월 22일 '한라아이쿱소비자생활협동조합'으로 명칭 변경

위치 ① 주소 : 제주시 국기중길 4, 2층

② 전화번호 : 064-713-5262

③ 홈페이지 주소 : www.hallaicoop.or.kr

④ 매장현황 : 1개(개인점 1곳 별도)

조합원 관련 사항

① 조합원 수 : 1,320명

② 설립시 동의자 수 : 37명

③ 월평균 이용액 : 2억

④ 1인당 월 이용액 : 20만원대

임직원 관련

① 직원 수 : 12명

② 임원 수 : 10명

③ 직원 평균연봉 : 1,500만원

15) 한라아이쿱소비자생활협동조합에서 자료제공

□ 조직 관련

- ① 조직구성(조직체계) : 총회-감사-이사회-이사장-상임이사-사무국(조직지원, 사무실무회계담당, 매장지원)-마을모임위원회-물품위원회
- ② 조직 특징 : 공동으로 소유되고 민주적으로 관리되는 사업체를 통해 공통의 경제적, 사회적, 문화적 필요와 요구를 해결하기 위해 자발적으로 조직된 사람들의 자율적인 조직(위 협동조합의 정의를 실현하고 조합원들의 요구를 실현할 수 있도록 활동가들이 자발적으로 움직이고 있으며 개인의 이익이 아닌 공동의 이익을 위해서 활동하고 있음)
- ③ 조합원 및 지역주민 참여구조 : 마을모임, 소모임, 신규조합원 만남의 날을 통해 참여 유도
- ④ 운영방식 : 각 소모임에는 지기들이 있고 마을모임 조직에도 지기가 있으며 모임을 총괄하는 마을모임 위원장이 있고 사무국업무와 조직관리를 전반적으로 책임지는 상임이사가 반상근하면서 관리하고 있음
 - 각 위원회별로는 위원장이 있어서 활동을 주도하고 있음
 - 현재 마을모임 5개, 소모임 12개 운영되고 있음

□ ① 설립연도 : 2010년 ② 설립방식(신규, 전환) : 신규

- ③ 설립목적 : 한라아이쿱소비자생활협동조합은 국제협동조합연맹이 채택한 협동조합의 정의, 가치, 원칙과 상부상조의 협동정신을 바탕으로 한 소비자들의 자주·자립·자치적인 생활협동조합활동을 통하여 조합원의 소비생활 향상과 국민의 복지 및 생활문화 향상에 이바지함을 목적으로 함

□ 출자금 - 총 출자금 : 2013년 기준 5천만원

- ① 1인당 최소 출자금 : 5만원
- ② 매출액 : 현재기준 월 2억1천
- ③ 순이익 : 월 600만원(수익율에 따라 변동 있음)
- ④ 회비 납부여부 : 연 144,000원(월 12,000원)

□ 사업내용 관련

- ① 주요 (사업)활동 : 자연드림 매장 운영
- ② 주된 사업과 업종 : 친환경매장
- ③ 지역사회 활동내용 : 매장이익금의 일부를 지역사회 어려운 곳에 나눔기금으로 사용하고 있으며, 아나바다 장터를 통해 기금을 마련하고 재활용 물품을 서로 나눠쓰는 활동을 하고 있으며, 식품위에서는 어린이집 학교에 식품안전교육을 진행하고 있음
 - 안전한 먹거리에 대한 인식이 높아지면서 어린이집 식단이 친환경식단으로 바뀌는데 일조를 하고 있으며 자격요건을 갖추면 아이쿱생협의 친환경 현판을 달아주고 있음
- ④ 조합원 및 지역주민 참여구조 : 30대~40대 참여율이 높으며 아이들이 학교에서 돌아오기 전인 오전시간에 활동들이 대부분 이루어지고 있음

□ 운영상의 애로사항과 개선과제

- 운영과정에 가장 어려운 점
 - 1순위 : 시민 이해도/참여도
 - 2순위 : 인력 부족
 - 3순위 : 상근자 처우
- 정부나 지자체가 시행해야 할 바람직한 지원방안
 - 1순위 : 협동조합 홍보 및 인식개선
 - 2순위 : 시설비 지원
 - 3순위 : 사업비 지원
- 현재 지원받고 있는 사항 : 없음
- 현재 협동조합에 필요한 컨설팅 분야
 - 1순위 : 사회적자본 확보 방안
 - 2순위 : 회계/재정관리
 - 3순위 : 네트워크 구축방안
- 기타 의견사항
- 한라생협은 조합원 48명으로 시작해서 어렵게 조합원 확대를 이루어

냈고 현재 매장 안정화도 이루어냈음. 양질의 일자리 창출은 물론 지역사회에 안전한 먹거리에 대한 인식을 높이는데도 일조를 했지만 지자체나 정부에서 받는 지원금은 전혀 없음

- 앞으로 한라생협은 센터 건립을 목적으로 나아가고 있음. 매장은 조합원들 순수 출자와 차입으로 이루어졌지만 센터 건립 문제는 토지 매입이나 건물 매입 등 엄청난 자금을 필요로 하는 만큼 앞으로 이런 부분에 있어서 제주도내 협동조합으로서 건강한 뿌리를 내릴 수 있도록 다양한 지원을 받을 수 있었으면 하는 바램임
- 협동조합의 발전은 어떤 개인에게 돌아가는 것이 아니라 제주도내 있는 모든 도민들에게 그 혜택이 돌아가는 만큼 더더욱 성숙해질 수 있도록 협력할 수 있는 시스템을 갖추면 좋겠다는 생각이 듦

3) 제주아이쿱소비자생활협동조합¹⁶⁾

주요 연혁(역사)

- 1997년 11월 제주생협설립준비위원회 발족
- 1998년 3월 제주푸른생활협동조합 창립
- 1999년 4월 법인창립총회
- 2001년 2월 제1차 정기대의원총회
4월 물류센터 개설
- 2014년 1월 자연드림 이도점 개설

위치 ① 주소 : 이도1동 403-10

② 전화번호 : 725-5253

③ 홈페이지 주소 : jcoop.or.kr

④ 매장현황 : 1호 자연드림 이도점

16) 제주아이쿱소비자생활협동조합에서 자료제공

□ 조합원 관련 사항

- ① 조합원 수 : 1,084명
- ② 설립시 동의자 수 : 300명
- ③ 연평균 이용액 : 약 2억5천만원
- ④ 1인당 월 이용액 : 약 30만원

□ 임직원 관련

- ① 직원 수 : 2명 ② 임원 수 : 8명

□ 조직 관련

- ① 조직구성(조직체계) : 총회-대의원총회-이사회-이사장-사무국
- ② 조합원 및 지역주민 참여구조 : 마을모임, 동아리모임, 물품위원회, 홍보위원회, 마을모임위원회

□ ① 설립연도 : 1999년

- ② 설립방식(신규, 전환) : 신규
- ③ 설립목적 : 스스로의 자립의지와 서로 돕는 협동정신을 바탕으로 인간과 자연이 생명보호, 일상생활문화와 소비생활의 합리적 개선, 그리고 우리사회의 보다 나은 발전을 이루고자 함

□ 출자금 - 총 출자금 : 2억5천만원

- ① 1인당 최소 출자금 : 5만원
- ② 매출액 : 평균 2억원
- ③ 회비 납부여부 : 연 144,000원(월 12,000원)

□ 사업내용 관련

- ① 주요 (사업)활동 : 생산지 견학, 교육, 대중강연
- ② 지역사회 활동내용 : 푸드뱅크 기부, 친환경급식단체 등 참여

□ (주요)취급품목 : 농축수산물, 친환경생활용품, 공정무역물품

□ 운영상의 애로사항과 개선과제

○ 운영과정에 가장 어려운 점

- 1순위 : 사업운영 및 기획
- 2순위 : 인력 부족
- 3순위 : 조직 운영 및 예산 관리

○ 정부나 지자체가 시행해야 할 바람직한 지원방안

- 1순위 : 사업비 지원
- 2순위 : 협동조합 홍보 및 인식개선
- 3순위 : 경영 컨설팅 지원

○ 현재 지원받고 있는 사항 : 사업비 지원

○ 현재 협동조합에 필요한 컨설팅 분야

- 1순위 : 사업성 분석
- 2순위 : 마케팅/홍보
- 3순위 : 회계/재정관리

4) 제주대학교소비자생활협동조합¹⁷⁾

□ 주요 연혁(역사)

- 2011.05.17. 생협 설립추진계획 수립(총장 결재)
- 2011.10.06. 생협 설립발기인 구성
- 2011.11.25. 생협 발기인대회
- 2011.12.02. 창립총회
- 2011.12.26. 설립 인가
- 2012.01.01. 생협 출범(사업개시)
- 2013.03.28. 제1차 정기총회
- 2014.03.27. 제2차 정기총회

17) 제주대학교소비자생활협동조합에서 자료제공

- 위치 ① 주소 : 제주시 제주대학로102 (아라1동, 제주대학교)
- ② 전화번호 : (064) 754-2392
- ③ 홈페이지 주소 : <http://coop.jejunu.ac.kr>
- ④ 매장현황 : 학생식당, 매점(3개소), 커피점, 자판기(100대)

□ 조합원 관련 사항

- ① 조합원 수 : 442명
- ② 설립시 동의자 수 : 392명
- ③ 월평균 이용률 : 30%
- ④ 1인당 월 이용률 : 45%

□ 임직원 관련

- ① 직원 수 : 26명
- ② 임원 수 : 12명
- ③ 직원 월평균 임금 : 160만원

□ 조직 관련

- ① 조직구성(조직체계) : 교수, 교직원, 학생
- ② 조직 특징 : 대학 구성원 및 상주직원
- ③ 조합원 및 지역주민 참여구조 : 없음(조합원 자격요건 제한함)
- ④ 운영방식 : 이사회 및 총회의결 방식(정관에 의함)

□ ① 설립연도 : 2012년

- ② 설립방식(신규, 전환) : 소비조합에서 전환형태
- ③ 설립목적 : 대학 구성원의 복지증진 편익 추구

□ 출자금

- ① 1인당 최소 출자금 : 1만원
- ② 매출액 : 22억6천3백만원
- ③ 지출액 : 22억1천4백만원
- ④ 회비 납부여부 : 없음

□ 사업내용 관련

- ① 주요 (사업)활동 : 대학내 영업
- ② 주된 사업과 업종 : 도·소매업 및 음식업

□ (주요)취급품목 : 식음료 및 도서문구

□ 운영상의 애로사항과 개선과제

○ 운영과정에 가장 어려운 점

- 1순위 : 수익구조 개선

- 2순위 : 조직 운영 및 예산 관리

- 3순위 : 사업 운영 및 기획

○ 정부나 지자체가 시행해야 할 바람직한 지원방안

- 1순위 : 협동조합 세제 혜택

- 2순위 : 조합원 교육훈련 지원

- 3순위 : 경영 컨설팅 지원

○ 현재 지원받고 있는 사항 : 없음

○ 현재 협동조합에 필요한 컨설팅 분야

- 1순위 : 마케팅/홍보

- 2순위 : 네트워크 구축방안

- 3순위 : 사업성 분석

제2절 SWOT 분석

1. 제주지역 생활협동조합의 SWOT 분석

- 기업이나 산업을 둘러싸고 있는 상황을 분석하기 위하여 STEEP 분석(거시환경분석)이나 SWOT 분석이 주로 활용됨. 특히 SWOT 분석은 기업 또는 산업의 외부환경과 내부환경의 중요 요인들을 검토함으로써 전략수립 방향을 탐색할 수 있도록 도움을 주는 분석도구 중의 하나로 가장 많이 활용되고 있음
- SWOT 분석은 Andrews(1971)가 그의 동료와 함께 기업전략을 수립함에 있어 내부 환경의 강점(Strength)과 약점(Weakness), 외부환경의 기회(Opportunity)요소와 위협(Threat)요소를 분석하기 위하여 처음으로 시도했던 분석모델임
- 제주지역 소비자생활협동조합 발전에 영향을 주고 받을 정치, 경제, 사회·문화, 환경적, 기술적 측면은 물론 생협 조합원과 제주지역 생활협동조합 관련 요소들에 주목하여 제주 소비자생활협동조합 환경을 SWOT 분석함으로써 지역경제 활성화에 기여하는 소비자생활협동조합 활성화 방안 마련을 위한 기초자료로 활용하고자 함

● **강점(Strength) : 소비자생활협동조합 활성화에 기여할 내부 요인들**

- 청정이미지 유지 필요로 인한 친환경 먹거리 생산·공급 확대 강화
- 수놓음 전통의 소비생협 공동체운동과 연계 강화 가능
- 전국 최초 친환경학교급식 진행으로 인한 시장 형성 분위기 조성
- 생산자와 소비자의 대면적 관계
- 물량의 규모화로 물류 효율성 증대
- 제주지역내 생산지 공유, 공동이용 가능
- 제주지역내 생협 뿐만 아니라 시민사회운동 등과의 협력 가능
- 로컬푸드 활성화와 물품 다양화 동시 달성 가능

● **약점(Weakness) : 소비자생활협동조합 활성화를 저해할 내부 요인들**

- 제주지역 농축산물의 다양한 품목 구비의 어려움
- 사업의 다양화로 인한 전문인력 부족과 인건비 부담
- 물류센터, 배송차량 등 물류체계 구축의 추가비용 부담 발생 가능
- 급식사업에서 요구되는 소량 다품목 공급의 어려움
- 제주지역 내 독자생협의 전무
- 60만 정주민구, 1,000만 관광객이 가지는 소비시장의 협소

● **기회(Opportunity) : 소비자생활협동조합 활성화에 기여할 외부 요인들**

- 협동조합기본법 제정에 따른 먹거리 협동조합 증가(지역생협 생태계 다양화)
- 소비자생활협동조합에 대한 선호도 상승
- 로컬푸드에 대한 인식 및 사회적 수요 증가
- 친환경 로컬푸드에 대한 정부 및 지자체의 지원 강화(정부의 친환경보다 우수농산물체계 선호)
- 학교급식, 공공급식 등 안전한 먹거리의 사회적 수요 확장
- 후쿠시마원전 폭발 등으로 인한 안전먹거리 관심 증가

● **위협(Threat) : 소비자생활협동조합 활성화를 저해할 외부 요인들**

- 시장경쟁 심화(전국적인 물류체계를 갖춘 대형 유통업체와의 경쟁 격화)
- 유가상승 등 중장기적인 물류비용 상승 예상
- 급식영역의 기존 공급업체와의 경쟁구도 형성 가능성
- 조합원(회원) 확보가 아닌 불안정한 수요처와 물량 문제
- 소비자조합원들의 단순한 안전먹거리 소비를 위한 이기적 소비자화로 인한 소비자생협의 운동성 저하 우려

<표 III-8> 제주지역 생활협동조합의 SWOT 분석

<ul style="list-style-type: none"> ▪ 친환경 먹거리 생산·공급 확대 강화 ▪ 수놓음 전통의 소비생협 공동체운동과 연계 강화 가능 ▪ 전국 최초 친환경학교급식 진행으로 인한 시장형성 분위기 조성 ▪ 제주지역내 생협 뿐만 아니라 시민사회 운동 등과의 협력 가능 ▪ 로컬푸드 활성화와 물품 다양화 동시 달성 가능 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 협동조합기본법 제정에 따른 먹거리 협동조합 증가(지역생협 생태계 다양화) ▪ 소비자생활협동조합에 대한 선호도 상승 ▪ 로컬푸드에 대한 인식 및 사회적 수요 증가 ▪ 학교급식, 공공급식 등 안전한 먹거리의 사회적 수요 확장 ▪ 후쿠시마원전 폭발 등으로 인한 안전 먹거리 관심 증가 			
	<table border="1" style="margin: auto;"> <tr> <td style="padding: 5px;">S</td> <td style="padding: 5px;">O</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">W</td> <td style="padding: 5px;">T</td> </tr> </table>	S	O	W
S	O			
W	T			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ 제주지역 농축산물의 다양한 품목구비의 어려움 ▪ 전문인력 부족과 인건비 부담 ▪ 물류센터, 배송차량 등 물류체계 구축의 추가비용 부담 발생 가능 ▪ 급식사업에서 요구되는 소량 다품목 공급의 어려움 ▪ 60만 정주민구, 1,000만 관광객이 가지는 소비시장의 협소 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 시장경쟁 심화(전국적인 물류체계를 갖춘 대형 유통업체와의 경쟁 격화) ▪ 유가상승 등 중장기적인 물류비용 상승 예상 ▪ 급식영역의 기존 공급업체와의 경쟁구도 형성 가능성 ▪ 조합원(회원) 확보가 아닌 불안정한 수요처와 물량 문제 ▪ 소비자조합원들의 이기적 소비자화로 인한 소비자생협의 운동성 저하 우려 			

2. SWOT 분석에 의한 전략

▶ 강점/기회(SO) 전략

- 청정이미지 유지 필요로 인한 친환경 먹거리 생산·공급 확대 강화와 수놓음 전통의 소비생협 공동체운동과 연계 강화, 전국 최초 친환경학교급식 진행으로 인한 시장형성 분위기 조성 등 제주지역내 생협 뿐만 아니라 시민사회운동 등과의 협력이 가능하고 로컬푸드 활성화와 물품 다양화 동시 달성이 가능하므로 제주지역 소비자생활협동조합의 사업 영역을 확대할 필요가 있음

- 사업영역 다양화를 통해 로컬푸드를 활성화 할 수 있는 방안, 즉 가정배송을 새롭게 시작하거나 기존의 개별 물품에 대한 가정배송과 함께 제철 꾸러미 형태의 가정배송을 추가, 로컬푸드 특판을 확대할 필요가 있음
- 사업영역의 확대측면에서 매장판매와 가정배송 외에 기관, 학교 등에서 직거래장터를 개설하거나 친환경 무상급식의 확대와 함께 학교급식 식재료 공급사업을 확대할 필요가 있음
- 또한 제주지역내의 협력만으로는 다양하고 충분한 물품, 물량의 공급이 어려울 수 있으므로 전국 단위의 연합체 물류를 통해 보완할 수 있는 방안을 강구할 필요가 있음

▶ 장점/위협(ST) 전략

- 전국적인 물류체계를 갖춘 대형 유통업체와의 경쟁 격화, 유가상승 등 중장기적인 물류비용 상승 예상, 급식영역의 기존 공급업체와의 경쟁구도 형성 가능성, 소비자조합원들의 단순한 안전먹거리 소비를 위한 이기적 소비자화로 인한 소비자생협의 운동성 저하 우려가 상존하고 있으므로 이에 따른 대책이 모색되어야 함
- 전국적인 물류체계를 갖춘 대형 유통업체와의 경쟁 격화 등 시장경쟁이 심화될 것으로 예상되고 있으나 한살림생협 등 지역단위 한살림조합들이 모여 전국 연합을 형성하기 때문에 지역과 연합의 연대와 지원의 관계를 확대할 필요가 있음
- 소비자조합원들의 단순한 안전먹거리 소비를 위한 이기적 소비자화로 인한 소비자생협의 운동성 저하 우려를 수놓음 전통의 소비생협 공동체 운동과 연계를 강화함으로써 향후 제주지역내 소비자생협의 메카로의 발전에 기여할 것임

▶ 약점/기회(WO) 전략

- 사업의 다양화로 인한 전문인력 부족과 인건비 부담, 그리고 물류센터, 배송차량 등 물류체계 구축의 추가비용 부담 발생 우려를 친환경 로컬푸

드에 대한 정부 및 지자체의 지원을 강화함으로써 제주지역 소비자생활협동조합을 활성화 하는데 기반이 될 것임

- 로컬푸드에 대한 물류협력을 위해서는 생산지 발굴 등에 대한 경험이나 전문성을 가진 인력이 필요하며 로컬푸드만으로는 생협이 필요로 하는 다양한 물품의 구입이 어렵고 물류비용에 대한 부담이 장애가 될 수 있음에 따라 전문인력 양성과 물류비용 부담에 따른 선진화 된 물류체계를 구축할 필요가 있음
- 60만 정주민과 1,000만 관광객이 가지는 소비시장의 협소를 학교급식, 공공급식 등 안전한 먹거리의 사회적 수요 확장과 로컬푸드에 대한 인식 및 사회적 수요 증가, 소비자생활협동조합에 대한 선호도 상승 등의 효과로 소비시장의 협소를 제고시킬 수 있는 방안을 마련할 필요가 있음
- 협동조합기본법 제정에 따른 먹거리 협동조합 증가(지역생협 생태계 다양화)는 물론 소비자생활협동조합에 대한 선호도 상승과 로컬푸드에 대한 인식 및 사회적 수요 증가 등에 따라 친환경 로컬푸드에 대한 정부 및 지자체의 지원이 강화된다면 제주지역 소비자생활협동조합 역할에 대한 기대가 매우 큼
- 협동조합기본법 제정에 따른 먹거리 협동조합 증가와 후쿠시마원전 폭발 등으로 인한 안전먹거리 관심 증가 등 대내외적인 요인 등으로 정부 및 지자체의 지원이 강화된다면 제주지역 소비자생활협동조합 기반조성에 힘입어 활성화에 크게 기여할 것임

▶ 약점/위협(WT) 전략

- 물류센터, 배송차량 등 물류체계 구축의 추가비용 부담 발생 가능과 유가 상승 등 중장기적인 물류비용 상승을 억제할 수 있는 방안, 즉 선진화 된 물류체계를 구축할 필요가 있음
- 60만 정주민, 1,000만 관광객이 가지는 소비시장의 협소와 전국적인 물류체계를 갖춘 대형 유통업체와의 경쟁 격화 등 시장경쟁을 심화시킬 수 있는 요인들을 제고시킬 수 있는 개선책이 강구되어야 함

- 급식사업에서 요구되는 소량 다품목 공급의 어려움과 급식영역의 기존 공급업체와의 경쟁구도 형성 가능성을 경쟁력 있는 소비자생협 육성 방안을 강구할 필요가 있음
- 학교급식을 위한 생산자 조직화가 어렵고 기존의 생협물류 방식으로 식재료를 공급하기 어려운 측면을 학교 등에서 직거래장터를 개설하거나 친환경 무상급식의 확대와 함께 학교급식 식재료 공급사업을 확대할 필요가 있음. 이는 학교급식사업의 지역운동에서의 역할을 강화한다는 측면에서 매우 중요함

제 4 장 국내외 생활협동조합 사례연구

제1절 국내사례

제2절 해외사례

제3절 정책적 시사점

제1절 국내사례

- 기존의 협동조합관련 보고서 등에 소개가 된 사례와 소비자생활협동조합법에 근거한 생활협동조합과 먹거리 유통을 주로 하는 소비자생활협동조합을 중심으로 국내 사례조사를 실시함
- 우리나라 생협의 경우는 1999년부터 소비자생활협동조합법(생협법)이 시행되면서 전국적으로 391개의 생협(의료 225개, 유통 166개)이 활동하고 있지만, 아직까지 생협 활성화 수준은 유럽·일본에 비해서는 미흡함¹⁸⁾
 - 우리나라는 1985년 안양의 무점포 방식의 바른생협, 1986년 한살림농산의 도농직거래 방식이 발단이 되어 1999년 생협법이 제정됨

1. 남원아이쿱소비자생활협동조합

- 주요 연혁(역사)
 - 2004년 가정공급 시작
 - 2005년 남원생협 준비위원회 구성
 - 2008년 남원생협 창립 (임의단체)
 - 2011년 법인 창립, 매장추진위원회 구성
 - 2011년 6월 매장, 남원센터 오픈

- 위치 ① 주소 : 전북 남원시 춘향로 38번지
 - ② 전화번호 : 063-0631-03264
 - ③ 홈페이지 주소 : <http://www.nwcoop.or.kr/>
 - ④ 매장현황 : 자연드림 도통점, 온라인 이용

18) 공정거래위원회 보도자료(2012.3.8)

□ 조합원 관련 사항

- ① 조합원 수 : 출자조합원 1,281명, 조합비조합원 1,200명
- ② 설립시 동의자 수 : 300명
- ③ 월평균 이용률(액) : 1억 9천7백만원(실제매출 기준)
- ④ 1인당 월 이용률(액) : 15만원

□ 임직원 관련

- ① 직원 수 : 정직원 10명, 일용직(시간제) 5명
- ② 임원 수 : 이사 10명, 감사 2명
- ③ 직원 월평균 임금 : 1,412,000원(시간제 제외)

□ 조직 관련

- ① 조직구성(조직체계) : 총회(대의원 110명), 이사회 10명의 이사, 사무국 상임이사 포함 3인, 위원회(활동단위) 2개의 위원회, 3개의 활동팀
- ② 조직 특징 : 사업과 활동 단위가 구분되어 있어 이사회에서 모두 관장하지만 사업은 상임이사, 매니저를 중심으로, 활동단위는 위원회 중심으로 돌아가고 이사회에서 총괄하는 구조
- ③ 조합원 및 지역주민 참여구조 : 조합원 대상 활동이나 시민대상 프로그램을 늘 만들어내고 있고 각종 동아리, 마을모임(동네별 조합원모임)을 꾸준히 진행하고 있음
- ④ 운영방식 : 사업부분은 연합회와 물류와 사무시스템을 함께하고 있고 활동은 지역 사정에 맞게 진행되고 있음

- ① 설립연도 : 2008년(임의단체), ② 설립방식 : 소비자생협으로 법인창립
- ③ 설립목적 : 협동조합의 정의, 가치 원칙과 상부상조의 협동정신을 바탕으로 한 소비자들의 자주, 자립, 자치적인 생활협동조합을 통하여 조합원의 소비생활 향상과 국민의 복지 및 생활문화 향상에 이바지함을 목적으로 함

□ 출자금 - 총 출자금 : 2억3천5백만원 정도(현재)

- ① 1인당 최소 출자금 : 5만원(가입출자금)
- ② 매출액 : 월 1억9천7백만원
- ③ 순이익 : 경상이익율 3% 내외
- ④ 회비 납부여부 : 연 12만원(월 1만원)

□ 사업내용 관련

- ① 주요 (사업)활동 : 매장사업, 조합원참여활동
- ② 주된 사업과 업종 : 소비재 판매업
- ③ 지역사회 활동내용 : 지역민 대상 강좌, 교육, 기타 지역사회에 필요한 활동, 의료원탄압저지운동, 수돗물 민영화 반대 등 지역현안에 대한 활동 전개
- ④ 조합원 및 지역주민 참여구조 : 마을모임, 동아리, 기타 교육 및 강좌

□ (주요)취급품목 : 친환경농산물, 가공식품, 베이커리, 무항생제 육류 등

□ 운영상의 애로사항과 개선과제

- 운영과정에 가장 어려운 점
 - 1순위 : 신규 사업모델 개발
 - 2순위 : 인력 부족
 - 3순위 : 상근자 처우
- 정부나 지자체가 시행해야 할 바람직한 지원방안
 - 1순위 : 협동조합 세제 혜택
 - 2순위 : 공공기관 우선구매
 - 3순위 : 법무·세무 상담 지원
- 현재 지원받고 있는 사항 : 없음
- 현재 협동조합에 필요한 컨설팅 분야
 - 1순위 : 네트워크 구축방안
 - 2순위 : 사업성 분석

- 3순위 : 회계/재정관리

○ 기타 의견사항

- 아이쿱생협의 경우 연합회가 있어 사무관리나 회계, 직원교육 등 많은 부분이 공유되기 때문에 사업상 어려움은 적은 편임
- 저희는 지역에서 생협운동을 풀어나가는 활동상의 어려움이 있음
- 자원활동가의 발굴, 육성, 활동기반 조성, 적절한 활동아이템의 개발 등이 현재 고민사항임



<그림 IV-1> 남원아이쿱생협 모습과 관계자 면담 모습



<그림 IV-2> 남원아이쿱 매장 내부 모습

2. 전주아이쿱소비자생활협동조합

주요 연혁(역사)

- 2002년 준비위 구성 및 활동
- 2003년 전주생협 창립
- 2004년 전주생협 슝리생협 분리
- 2007년 자연드림 서신점 오픈
- 2008년 법인 창립총회
- 2009년 제1차 대의원총회
- 2013년 제5차 대의원총회
- 2014년 제6차 대의원총회

위치 ① 주소 : 전북 전주시 덕진구 견훤로 316 동원빌딩 4층

② 전화번호 : 063-246-2588

③ 홈페이지 주소 : jjcoop@or.kr

④ 매장현황 : 조합직영매장(2개 송천점, 인후점)

조합원 관련 사항

① 조합원 수 : 2,706명

② 1인당 월 이용률(액) : 296,744원

임직원 관련

① 직원 수 : 21명

② 임원 수 : 10명(이사 7, 감사 3)

③ 직원 월평균 임금 : 140만~150만원

조직체계

- 총회-이사회/감사-위원회/마을모임(동아리모임)-사무국/사업국

① 설립연도 : 2003년

② 설립목적 : 안전한 먹거리를 위해

출자금 - 총 출자금 : 585,758,519원

① 1인당 최소 출자금 : 50,000원

② 매출액 : 4,149,709,947원

③ 순이익 : 16,247,622원

④ 회비 납부여부 : 월 12,000원

지역사회 활동내용 : 학교급식/탈핵/환경운동/먹거리운동/사회부조리
철폐운동 등

(주요)취급품목 : 친환경농산물/무항생제 정육/우리밀베이커리

운영상의 애로사항과 개선과제

○ 운영과정에 가장 어려운 점

- 1순위 : 사업 운영 및 기획

- 2순위 : 조직 운영 및 예산 관리

- 3순위 : 신규 사업모델 개발

○ 정부나 지자체가 시행해야 할 바람직한 지원방안

- 1순위 : 협동조합 홍보 및 인식개선

- 2순위 : 협동조합 세제 혜택

- 3순위 : 조합원 교육훈련 지원

○ 현재 지원받고 있는 사항 : 없음

○ 현재 협동조합에 필요한 컨설팅 분야

- 1순위 : 노무/교육훈련

- 2순위 : 네트워크 구축방안

- 3순위 : 회계/재정관리



<그림 IV-3> 전주아이쿱 매장 모습과 관계자 면담 모습



<그림 IV-4> 전주아이쿱 매장 내부 모습

3. 한살림대구소비자생활협동조합

□ 주요 연혁(역사)

- 1990년 한살림 결성
- 2010년 생협 설립

□ 위치 ① 주소 : 대구시 달서구 월성동 1797

② 전화번호 : 053-654-5979

③ 홈페이지 주소 : <http://daegu.hansalim.or.kr>

④ 매장현황 : 2곳

조합원 관련 사항

- ① 조합원 수 : 4,100명
- ② 설립 시 동의자 수 : 300명
- ③ 월평균 이용률(액) : 2억3천만원
- ④ 1인당 월 이용률(액) : 80,000원

임직원 관련

- ① 직원 수 : 10명
- ② 임원 수 : 17명

조직 관련

- 조직구성(조직체계) : 이사장 - 이사회 - 사무국

① 설립연도 : 2010년

- ② 설립방식(신규, 전환) : 전환
- ③ 설립목적 : 지역에서 직거래 운동

출자금 - 총 출자금 : 3억2천만원

- ① 1인당 최소 출자금 : 30,000원
- ② 매출액 : 20억원
- ③ 순이익 : 4억원
- ④ 회비 납부여부 : 없음

사업내용 관련

- ① 주요 (사업)활동 : 농산물, 공산물 직거래
- ② 주된 사업과 업종 : 도·소매업

(주요)취급품목 : 유기농산물 등 친환경 물품

- 운영상의 애로사항과 개선과제
 - 운영과정에 가장 어려운 점
 - 1순위 : 시민 이해도/참여도
 - 2순위 : 실무자 역량 제고
 - 3순위 : 사업 운영 및 기획
 - 정부나 지자체가 시행해야 할 바람직한 지원방안
 - 1순위 : 협동조합 홍보 및 인식개선
 - 2순위 : 공공기관 우선구매
 - 3순위 : 조합원 교육훈련 지원
 - 현재 지원받고 있는 사항 : 없음
 - 현재 협동조합에 필요한 컨설팅 분야
 - 1순위 : 네트워크 구축방안
 - 2순위 : 마케팅/홍보
 - 3순위 : 없음



<그림 IV-5> 한살림대구생협 매장 모습과 관계자 면담 모습

4. 한살림전북소비자생활협동조합

주요 연혁(역사)

- 2002년 10월 12일 생명문화교육연대주관 생협강좌진행 정읍한살림(준)준비위원장에 정현숙, 사무국장에 한혁준 선정
- 2003년 2월 22일 개소식
- 2010년 2월 20일 법인설립총회 진행

위치 ① 주소 : 전북 정읍시 하신경 10길 7

② 전화번호 : 063-535-4526

③ 홈페이지 주소 : <http://jj.hansalim.or.kr>

④ 매장현황 : 정읍 1, 전주 2, 익산 1, 군산 1

조합원 관련 사항

① 조합원 수 : 5,507명

② 월평균 이용률 : 46.02%

③ 1인당 월 이용액 : 56,000원

임직원 관련

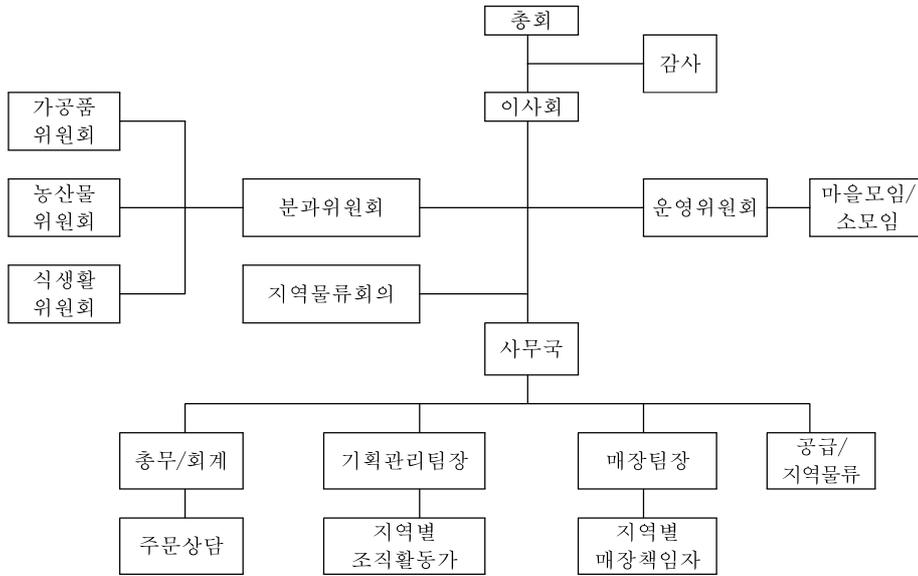
① 직원 수 : 24명(실무자 10명/활동가 14명)

② 임원 수 : 13명

③ 직원 평균연봉 : 13,156,824원

조직 관련

① 조직구성(조직체계)



② 조직 특징 : 물품사업은 통합하고 지역별 운영위원회를 통해서 조합원 활동을 진행함

③ 조합원 및 지역주민 참여구조 : 지역별 운영위원회

④ 운영방식

- 매월 이사회 회의진행
- 지역별 운영위원회 활동(정읍, 전주, 익산, 군산) : 매월 1회 회의진행
- 각종 분과위원회 활동 : 매월 1회 진행
- 마을모임(5개), 소모임 활동(6개)

□ ① 설립연도 : 2003년

② 설립목적 : 본 조합은 생명의 세계관을 바탕으로 먹을거리를 비롯한 생활의 필요를 자립과 협동의 방식으로 해결하고, 생산자와 소비자가 더불어 생명의 바탕인 농업을 지키고 살리며, 인간과 사회와 자연생태계가 생명의 질서대로 살아나는 생명살림세상을 만드는 것을 목적으로 함

□ 출자금

- ① 1인당 최소 출자금 : 30,000원
- ② 매출액 : 3,241,419,987원(2013년 기준)
- ③ 순이익 : 1,418,373원

□ 사업내용 관련

① 주요 (사업)활동

- 광역활동 : 단오행사, 여름/겨울생명학교/가을걷이 행사/교육 및 연수
(임원/실무자/활동가)
- 도농교류활동 : 일손 돕기 및 생산지 방문은 지역별로 진행(정읍, 전주, 익산, 군산 등)
- 교육문화 활동 : 각종 강좌 등도 지역별로 진행
- 홍보활동 : 매장을 중심으로 물품시식회 및 홍보장터 운영/ 소식지, 홈페이지 운영 등

② 지역사회 활동내용 : 탈핵활동, 학교급식, 식생활교육, 협동사회연대회의 등

③ 조합원 및 지역주민 참여구조 : 기본적으로는 지역별로 운영위원회와 마을모임, 소모임을 통해서 참여

□ (주요)취급품목 : 1,200가지

□ 운영상의 애로사항과 개선과제

○ 운영과정에 가장 어려운 점

- 1순위 : 조직 운영 및 예산 관리
- 2순위 : 인력 부족
- 3순위 : 수익구조 개선

○ 정부나 지자체가 시행해야 할 바람직한 지원방안

- 1순위 : 협동조합 세제 혜택
- 2순위 : 공공기관 사업서비스 위탁
- 3순위 : 조합원 교육훈련 지원

- 현재 지원받고 있는 사항(모두 체크) ; 없음
- 현재 협동조합에 필요한 컨설팅 분야
 - 1순위 : 사회적 회계
 - 2순위 : 사회적 자본 확보 방안
 - 3순위 : 네트워크 구축방안



<그림 IV-6> 한살림전북생협 사무실과 매장 모습



<그림 IV-7> 한살림전북생협 매장 내부 모습과 관계자 면담 모습

5. 한울소비자생활협동조합

주요 연혁(역사)

- 1991년 한울회 직거래 공동체 출발
- 1999년 직거래 매장 개장
- 2000년 전주한울생활협동조합 추진위원회 결성, 발기인대회 개최
- 2001년 전주한울생활협동조합 창립총회 개최

위치 ① 주소 : 전주시 완산구 서신동 782-5

② 전화번호 : 063-251-7687~8

③ 홈페이지 주소 : www.han-wool.co.kr

④ 매장현황 : 매장 1개, 상근자 4명(배송 1, 판매 2, 사무국 1)

조합원 관련 사항

- ① 조합원 수 : 2,200명
- ② 설립시 동의자수 : 300명 이상
- ③ 월평균 이용률(액) : 75,000,000원
- ④ 1인당 월 이용률(액) : 100,000원

임직원 관련

- ① 직원 수 : 4명
- ② 임원 수 : 15명
- ③ 직원 월평균 임금 : 200만원

조직 관련

- ① 조직구성(조직체계) : 이사 13인 중 총회에서 선출된 1인이 이사장
사무국 : 상근이사
위원회 : 이사와 조합원으로 구성
동아리 : 위원회에 소속된 조합원 활동 공간

- ② 조직 특징 : 임원 16명(이사 13인, 감사 3인)
- ③ 조합원 및 지역주민 참여구조 : 위원회나 동아리는 조합원 참여방식 이고, 생명 학교나 산지 방문시에는 비조합원도 가능
- ④ 운영방식 : 매장+배송형태로 운영
사무국과 매장이 분리되지 않고 매장의 사무국에서 조합원 활동 지원/
각 위원회의 위원장이 조합원 활동 지원

□ ① 설립연도 : 2001년

- ② 설립방식 : 직거래공동체에서 생협으로 전환
- ③ 설립목적 : ㉠ 바른 농사를 짓는 생산자와 함께 건강한 농산물, 참 먹을거리를 나누는 공동 구입활동을 추진한다.
 - ㉡ 환경과 생태계 보호에 앞장선다.
 - ㉢ 수입농산물의 홍수 속에 건강한 우리농산물 이용을 통해 우리의 농촌과 농민을 살리는 일에 앞장선다.
 - ㉣ 대량생산, 대량소비사회 속에서 경제적 약자로 강요받는 생활인의 주체적이고 자발적인 자립운동으로 전개시켜 나갈 것입니다.
 - ㉤ 이웃과 협동하는 공동체문화를 형성하여 우리 사회를 보다 인간답고 모두가 함께, 더불어 사는 사회를 만든다.

□ 출자금 ① 1인당 최소 출자금 : 30,000원

- ② 매출액 : 75,000,000원
- ③ 순이익 : 20,000,000원(2013년 기준)
- ④ 회비 납부여부 : 회비 없음

□ 사업내용 관련

- ① 주요 (사업)활동 : 조합원활동 - 생명학교, 자연학교, 농사체험, 모내기, 추수
- ② 주된 사업과 업종 : 유기농 친환경농산물, 가공식품, 친환경생활재/농산물도, 소매

③ 지역사회 활동내용 : 전북협동사회연대회의, 지역개발협동조합, 학교급식, 전북탈핵연대, 전주사회적경제네트워크, 전북식교육 네트워크

④ 조합원 및 지역주민 참여구조 : 협동조합 교육진행과 생협활동(식교육 등)

□ (주요)취급품목 : 친환경 농산물, 무항생제 고기, 친환경 가공품 및 생활재

□ 운영상의 애로사항과 개선과제

○ 운영과정에 가장 어려운 점

- 1순위 : 수익구조 개선

- 2순위 : 사업운영 및 기획

- 3순위 : 시민 이해도/참여도

○ 정부나 지자체가 시행해야 할 바람직한 지원방안

- 1순위 : 공공기관 우선구매

- 2순위 : 협동조합 세제 혜택

- 3순위 : 조합원 교육훈련 지원

○ 현재 지원받고 있는 사항 : 없음

○ 현재 협동조합에 필요한 컨설팅 분야

- 1순위 : 노무/교육훈련

- 2순위 : 사회적자본 확보 방안

- 3순위 : 비즈니스모델 발굴



<그림 IV-8> 전주한울생협 매장 모습과 관계자 면담 모습



<그림 IV-9> 전주한울생협 매장 내부 모습

6. 푸른평화소비자생활협동조합

□ 주요 연혁(역사)

- 1990. 4. 22 '지구의 날'에 천주교 월배교회에서 푸른평화운동을 시작
- 1991. 11. 26 우리밀 살리기 운동 전국창립대회(명동성당) 참석
- 1993. 6. 5 천주교 환경상 수상
- 1994. 12. 9 제1회 늘푸름 환경대상 수상(매일신문사)
- 1995. 3. 15 우리농촌 살리기운동 대구본부 창립(계산문화관)
- 1997. 2. 25 사단법인 푸른평화 법인 설립

- 2003. 1. 27 생협 설립을 위한 발기인대회 개최
- 2003. 2. 20 창립총회 개최
- 2003. 3. 10 푸른평화 소비자 생활협동조합 법인 인가
(인가 대구광역시 제2003-1호)
- 2004. 6. 27 경남 산청 신촌마을을 푸른평화 지정 생태 마을로 지정
- 2006. 10. 11~14 일본유메코프 방문
- 2008. 11. 17~21 일본유메코프 방문
- 2008. 10. 2 제3회 가톨릭 환경 대상 수상(정홍규 신부)
- 2009. 4. 23 푸른평화 동천우리밀공동체 개장(연대매장)
- 2009. 4. 29 푸른평화 해든나라 개장(연대매장)
- 2010. 3. 28~31 일본유메코프 한국푸른평화 방문
- 2010. 7. 30 일본유메코프-한국푸른평화 한일 그림교류 학생대표 일본 방문
- 2012. 3. 22~23 일본유메코프 한국푸른평화 방문
- 2013. 3. 28 푸른평화생협 생산자협의회 발족
- 2013. 11. 1~3 일본유메코프생협 이사장 및 임원 푸른평화생협 방문

- 위치 ① 주소 : 대구광역시 달서구 상인로 116-1(상인동)
 ② 전화번호 : 053-632-2148
 ③ 홈페이지 주소 : www.ecopeace.or.kr (리뉴얼 중)
 ④ 매장현황 : 상인점, 지산점, 성서점, 물류센터

조합원 관련 사항

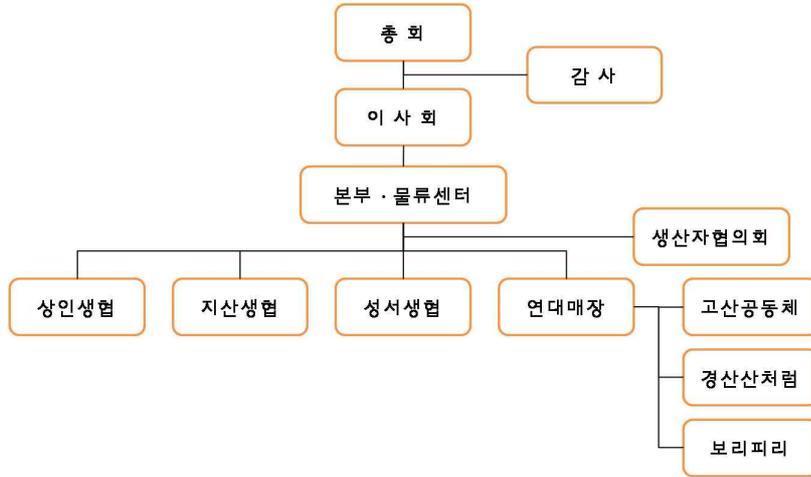
- ① 조합원 수 : 1,391명
- ② 1인당 월 이용률(액) : 171,330원

임직원 관련

- ① 직원 수 : 17명
- ② 임원 수 : 9명
- ③ 직원 평균연봉 : 약 2,200만원

□ 조직 관련

① 조직구성(조직체계)



② 조합원 및 지역주민 참여구조 : 대구시내 주요 지역을 중심으로 생협 매장이 분포되어 있고 각 매장은 해당지역주민들이 조합원으로 활동하고 있음. 특히 15년 이상 매장운동을 하고 있는 상인·지산생협은 어머니·딸의 형태로 대를 잇는 조합원 활동이 늘고 있음

③ 운영방식 : 본 조합은 소비자생활협동조합으로 생산자-소비자의 관계를 잇는 역할을 생협이 하고 있음

□ ① 설립연도 : 2003년

② 설립방식(신규, 전환) : 신규

③ 설립목적 : 지구를 생각하고, 생태적 삶을 추구하며, 서로 돕는 협동정신을 바탕으로 조합원의 복지향상과 자주·자립·자치적인 생활협동조합을 통하여 생활문화향상에 이바지함을 목적으로 함

□ 출자금 - 총 출자금 : 52,352,048원

- ① 1인당 최소 출자금 : 30,000원 ② 매출액 : 2,896,867,298원
- ③ 순이익 : 12,744,746원 ④ 회비 납부여부 : 해당 없음

□ 사업내용 관련

- ① 주요 (사업)활동 : 생협익식에 위배되지 않는 안전하고 공정한 생활재를 조합원에게 제공하고 목적을 함께 할 수 있는 지역단체와 조합원교육, 생활재연구 등의 활동전개
- ② 주된 사업과 업종 : 친환경 생산농가 확산 및 조합원 확보
- ③ 지역사회 활동내용 : 슬로푸드 철학에 기반한 식생활교육
- ④ 조합원 및 지역주민 참여구조 : 조합원을 중심으로 한 구조

□ (주요)취급품목 : 양곡, 장류, 농수축산물, 농수축가공식품 등

□ 운영상의 애로사항과 개선과제

- 운영과정에 가장 어려운 점
 - 1순위 : 시민 이해도/참여도
 - 2순위 : 지역협업
 - 3순위 : 지자체 업무 협의
- 정부나 지자체가 시행해야 할 바람직한 지원방안
 - 1순위 : 사업비 및 시설비 지원
 - 2순위 : 법무·세무 상담 지원
 - 3순위 : 조합원 교육훈련 지원
- 현재 지원받고 있는 사항 : 없음
- 현재 협동조합에 필요한 컨설팅 분야
 - 1순위 : 마케팅/홍보
 - 2순위 : 법무/법률
 - 3순위 : 사회적자본 확보 방안



<그림 IV-10> 푸른평화생협 매장 모습과 관계자 면담 모습



<그림 IV-11> 푸른평화생협 매장 내부 모습

7. 생명의공동체소비자생활협동조합

□ 주요 연혁(역사)

- 1989년 겨울 - 농촌 9개 마을공동체 결성
- 1990년 11월 15일 - 생명의공동체사무실 개소식(안동시 목성동)
12월 19일 - 생명의공동체 창립총회(대표 조창래 신부)
- 1991년 - 예천군지역 생명의공동체 결성
농촌소공동체 여성교육, 여름자연학교(쌍호)
- 1992년 - 점촌, 상주사무실 개소
여름자연학교(물미), 가족잔치(추수감사제)

- 1994년 - 예천사무실 개소
- 2006년 6월 15일 - 생명의공동체소비자생활협동조합 창립총회
- 2010년 11월 13일 - 생명의공동체 20주년 기념행사
- 2012년 8월 30일 - 경북도청 (예비)사회적기업 인증
농촌연수, 농촌일손 돕기 체험, 농촌과 도시가 함께하는 가족잔치
등 매년 지속적으로 이어가고 있음

- 위치 ① 주소 : 경북 예천군 개포면 신음리길 27-1
② 전화번호 : 054-654-8114
③ 홈페이지 주소 : smgdctg@hanmail.net
④ 매장현황 : 예천(본부, 물류), 안동, 영주, 상주, 점촌(문경)지역

□ 조합원 관련 사항

- ① 조합원 수 : 1,048명 ② 설립시 동의자수 : 300명
- ③ 월평균 이용률(액) : 1,300만원 ④ 1인당 월 이용률(액) : 30만원

□ 임직원 관련

- ① 직원 수 : 8명 ② 임원 수 : 7명

□ 조직 관련

- ① 조직구성(조직체계) : 총회-이사회, 감사-농촌공동체, 지역공동체, 본부(물류)
- ② 조직 특징 : 농촌생산자와 도시소비자의 공동체 운영
- ③ 조합원 및 지역주민 참여구조 : 농촌일손 돕기, 농촌체험, 비회원대상의
거리장터
- ④ 운영방식 : 이사회 임원 중심으로 기획위원, 물품위원 활성화

- ① 설립연도 : 2006년도 ② 설립방식(신규, 전환) : 전환
- ③ 설립목적 : 생명의 소중함과 우리농촌과 자연생태 및 환경보존에 기여

□ 출자금 - 총 출자금 : 190,354,380원(2013년말)

- ① 1인당 최소 출자금 : 100,000원 ② 매출액 : 791,297,842원

□ 사업내용 관련

- ① 주요 (사업)활동 : 조합원과의 교육과 소통, 도농교류 활성화, 지역연대를 통한 생명의공동체 홍보
- ② 주된 사업과 업종 : 친환경농산물과 소비재
- ③ 지역사회 활동내용 : 지역농산물 안정적 생산, 수매 및 농가소득 안정
- ④ 조합원 및 지역주민 참여구조 : 지역조합원들의 과잉농산물 적극적 소비 함으로써 농촌의 생활안정과 도시의 안전한 먹거리 보장

□ (주요)취급품목 : 친환경, 지역농산물, 환경생활재

□ 운영상의 애로사항과 개선과제

- 운영과정에 가장 어려운 점
- 1순위 : 수익구조 개선
 - 2순위 : 사업운영 및 기획
 - 3순위 : 실무자 역량 제고
- 현재 지원받고 있는 사항 : 인건비 지원
- 현재 협동조합에 필요한 컨설팅 분야
- 1순위 : 마케팅/홍보
 - 2순위 : 노무/교육훈련
 - 3순위 : 회계/재정관리



<그림 IV-12> 생명의공동체생협 사무실 모습과 관계자 면담 모습

7. 대전 품앗이생활협동조합(예비사회적기업)¹⁹⁾

□ 위치

- 주소 : 대전광역시 유성구 월드컵대로 253번 안길 7(구암동 622-21번지)
- 전화 : (042) 824-0117~8

□ 목적

- 마을공동체 품앗이로 순환과 공생의 지역살림을 꾸려 나감
- 가족을 살리고, 마을을 복원하며 자립적이고 대안적인 지역사회를 만들기 위해 일터이자 삶터인 마을에서부터 협동을 통해 자연과 인간이 공존하는 생활공동체를 만들어 나감

□ 연혁

- 2010. 1 사회적경제를 생각하는 모임 발족
- 2010. 12 품앗이 시장 놀이
- 2011. 1 설 공동구매 실시
- 2011. 2 품앗이 시장 이웃모임 시작

19) 최영근(2013), 제주형 협동조합 모델 구축과 활성화 방안, 제주발전연구원

- 2011. 3 생산지 탐방을 통해 공동구매 진행
- 2011. 11 발기인 대회
- 2012. 5 품앗이생활협동조합 창립총회
- 2012. 7 품앗이생활협동조합 설립 인가
- 2012. 8 2012년 대전형 예비사회적기업 지정

□ 취급품목

- 무항생제 사료를 먹여 키운 돼지고기, 육가공품, 쌀, 과일, 채소, 버섯 등
- 수산 건어물, 계란, 두부, 젓갈, 양념류, 빵, 과자, 라면, 두유, 식혜, 차 등

□ 주요활동

- 참여, 협동, 공유를 바탕으로 한 자주적 마을 만들기 확대
- 지역 선순환 경제체제와 호혜시장 구축
- 생명 존중과 생태적, 윤리적 소비문화 고양
- 다른 생협이나 지역사회와의 연대를 통해 지역의 사회적경제 활성화
- 생산자와 소비자공동체를 위한 유통, 마을거점을 매개로 한 유통 실현



<그림 IV-13> 대전품앗이생협 관계자 면담 및 사무실 모습

제2절 해외사례

□ 해외 생협들은 각국의 소매유통업계에서 높은 점유율을 차지하고 있으며, 온실가스감축운동·공정무역 활성화 등을 위한 활동을 지속 추진²⁰⁾

○ 일본

- 생협총수 1,036개, 총 조합원 수 약 6,334만명, 총 공급고(매출액) 약 3조 엔 규모로 전체 세대의 47%가 생협에 가입
- 생협 운동은 2차 세계대전 이전부터 시작, '60~'70년대 지속적인 인플레이션, 유해상품의 범람, 환경파괴 등 소비자의 생활을 위협하는 문제가 발생하면서 생협이 크게 성장
- 생협은 조합원들이 필요한 제품을 스스로 생산하는 것으로까지 발전되면서 새로운 일자리 창출에도 기여

○ 이탈리아

- 생협은 소매유통업계에서 점유율 1위(약 17%)를 차지하고, 지역과 생협이 밀착되어 주로 지역에서 생산되는 제품을 판매한다는 특징을 갖고 있으며, '08년 설문조사를 통해 '가장 신뢰하는 상품 1위'로 선정된 바 있음
- 지역과 생협이 밀접하게 연계되어 있으며, 생협은 주변 지역에서 생산되는 제품을 주로 판매함

○ 스위스

- 대표 생협인 미그로는 커피, 설탕 등 생필품의 유통마진을 줄여 다른업체들보다 40% 저렴한 가격으로 공급
 - * 총 직원이 8만3천명에 이르고 총매출액이 약 32조원에 이룸('10년)
- 코프스위스는 '08년 자국에 입점한 다국적기업 까르프 매장 12개를 인수하여 운영할 정도의 규모로 성장

20) 공정거래위원회 보도자료(2010.10.28)

- 양대 생협인 미그로와 코프스위스가 소매유통업계에서 가장 높은 점유율을 차지(소매시장 점유율 34%, 식품시장 점유율 42.7%)
- 스웨덴
 - 조합원 약 3백만명으로 '소매유통부분에서의 경제적 혜택을 조합원에게 돌리고 소비를 통한 지속가능한 발전, 환경과 공생하는 사회 구축'을 목표로 하고 있음

1. 스위스의 소비자협동조합 미그로(Migros)와 코프 스위스 (Coop Swiss)²¹⁾

- 유형 : 커피, 설탕, 비누 등 생필품의 유통마진을 줄여 경쟁자보다 40% 저렴한 가격으로 파는 소비자협동조합
- 출현배경
 - 미그로의 시작은 1925년 두트바일러가 취리히에서 커피, 쌀, 설탕, 국수, 코코넛오일, 비누 등 단 6가지 품목을 트럭에 싣고 판매하면서 시작됨
 - 미그로는 프랑스어 demi(절반)와 gros(도매)를 합친 말로써 도매와 소매 중간이라는 의미
 - 당시 중간상인을 거치지 않고 일반 상점보다 40% 저렴하게 판매하면서 대중적인 소매점으로 거듭남
- 주요활동(내용)
 - 스위스 유통업계의 1위, 2위로 식품시장의 42.7% 점유
 - 미그로는 10개의 지역 협동조합이 참여한 소비자협동조합으로 50개의 협동조합 기업, 8만 4천명의 직원, 총매출액 약 32조원, 시장점유율 20%에

21) 김태열 외(2010), 한겨레경제연구소(2011), 한국협동조합연구소(2011), 황영모(2012) 등의 자료 재 정리

이름(2010년 기준)²²⁾

- 코프 스위스는 전국 단일 생활협동조합을 지향하며, 5만명의 직원이 연간 3천 8백억 원의 순이익을 올리고 있음
- 지역경제를 중시하는 소비자 의식과 협동조합이 국가경제를 지탱하는 역할 수행
- 소비자들은 대형마트의 저가정책보다 생산지와 품질, 지역경제 중시
- 협동조합기업은 단기이익을 추구하지 않고 지속가능 경영으로 경제의 선순환 구조 형성
- 소매유통 이외에 생활에 필요한 대부분의 서비스를 협동조합이 제공 (음식, 금융, 문화, 유류, 가구, 휘트니스 등)



<그림 IV-14> 미그로 매장

2. 일본 가나가와 생활클럽생활협동조합²³⁾

- 생활클럽은 1965년 동경 세타가야에서 시작, 1968년에 생활클럽 생활협동조합이 됨
- 1971년 가나가와 생활클럽 설립

22) 기획재정부(2012), 협동조합기본법 주요내용 및 후속과제

23) 강원발전연구원(2014), 협동조합과 지역사회발전을 위한 국제심포지움

○ 특징

- 생존·생활방법(식·환경·복지)을 연구하는 공동구입 운동
- 「돈으로 살 수 없는 가치」 전개
- 「시민 자치를 높이고 시민사회」 전개
- 개개인의 자기결정·자주관리에 의한 참가형 시스템
- 국가보다 사람 중심

○ 2012년도 실적

- 조합원 수 : 67,430명, 반(班) 10,192명, 배송 35,260명, Depot 21,978명
- 현 내 조합원 조직률 : 약 1.7%
- 반 개수 : 2,579반, 평균 반 인원 4.6명
- 공급액 : 191억 18,466만엔
- 세대당 이용금액 : 27,230엔(반·배송), 16,397엔(Depot)
- 출자금 : 84억 4,144만엔, 조합원 1인당 출자금 12.4만엔
- 경상 이익금 : 1억 4,000만엔
- 위탁 W.Co 배송업무, Depot업무, 조직업무, 공제사업, 복지사업, 보육사업

○ 공동구입 운동

- ① 구매력을 결집하여 사회적 발언력을 만듦
- ② 조합원의 자원 각출과 리스크 분담(참가형 시스템)
- ③ 「돈으로 살 수 없는 가치」 전개

○ 「시민자치」, 「시민사회」 창조운동

- ① 행정과 시장 원리에 맡기고 불만 제기로 끝나는 것이 아닌 각자가 참가하여 책임을 지는 것이 민주주의에 입각한 문제해결 방법임을 확인
- ② 주부 → 여성 → 시민으로
- ③ 합성세제 추방 직접 청구로부터 많은 운동이 발생
 - 시민 정치 (대리인)운동
 - 복지에 참가

- 가나가와의 운동 테마
 - 삼각뿔 형태(1970년대) : 출자, 이용, 확대(운영)
 - 신 삼각뿔 형태(1980년대) : Depot, Workers, 대리인(시민정치)

- Depot(점포형 공동구매)의 혁신성
 - 지역 전략으로서의 Depot : 지역의 조직률 향상
1982년 : 무 점포로 시작한 생활클럽은 다양한 공동구매 참가를 조성하고 지역의 조직률 향상을 위하여 점포형 공동구매 ~ Depot에 도전
 - 신선 식재료 취급 : 육류, 어류, 야채
 - 지역거점 : 협동, 정보, 연계, 모임
 - 조합원, Workers자치, 파트너십, 협동으로 점포 운영
 - Workers의 노동방식
 - 많은 조합원이 파트타임 직원으로 종사
 - 파트타임 직원방식이 아닌 각자가 주체성을 발휘하고 자기가 결정하며 자주적 관리가 가능한 노동방식
 - 직원노동으로 이루어져 있던 노동의 일부를 Workers에 위탁사업, 계약의 시도부터 출발
 - 노동의 참가형시스템(참가, 분권, 자치, 공개)을 실현

- 정치를 통한 문제해결
 - 식료품 공동구매는 소비자와 생산자와의 협력으로 문제해결 가능
 - 일상생활에서 일어나는 제반 문제들은 사회전체문제로서 정책적으로 해결해야 하는 과제도 남아있음
 - 생활문제를 시민정책으로서 정리 : 지역 네트워크 조직
 - 2013년 현재 가나가와 네트워크 운동 의원 : 현의회 1명, 시의회 1명

- Workers Collective의 전개
 - 2012년 가나가와 Workers Collective(노동자공동체) 연합회 소속 Workers Collective



<그림 IV-15> 일본의 가나가와현 위치와 가나가와생협 매장 모습

3. 캐나다 엠이씨(MEC, Mountain Equipment Co-op)²⁴⁾

- 1970년 여름 밴쿠버 근처 베이커 산의 빙하자락에서 대학 산악부원 중 짐 바이어스가 동기들에게 “우리도 REI와 같은 협동조합을 캐나다에 만들어보자.”라고 제안하면서 캐나다에 MEC가 탄생하게 되었음
- 현재 캐나다 전역에 걸친 판매점과 192개국에 걸친 인터넷 판매점과 전화/메일 주문판매 서비스를 통해 2백만 이상의 조합원들이 이용하고 있음
 - 그들의 이런 도달점은 강력한 비전에 따른 어려운 노력에 의한 것임. 협동조합을 설립하는 과정에 있었던 주도적인 경험들은 성공적이었으며 그들은 시장 속의 익명의 소비자들을 겨냥한 것이 아니라 자기 자신들의 필요에 따른 사업을 추진함으로써 차별성을 실현할 수 있었음
 - MEC의 목표는 늘 경쟁자들보다 먼저 조합원이 기대하는 바를 찾고 앞서 가는 것임

24) 경기도의회(2013), 경기도 생활협동조합 활성화 방안
(사)한국문화창업진흥원(2013), 사천시 협동조합 활성화 방안 연구용역

- 사업이익은 조합원들의 구매금액에 따른 분배와 사업에의 재투자로 나누어짐. 또한 커뮤니티 발전과 지원, 교육과 환경프로젝트를 위해서 2004년엔 160만 달러를 사용하였음
 - 그 결과로서 MEC의 조합원들은 그러한 사회적 투자를 통해서 사업에 대해 더욱 더 많은 자부심과 소속감을 느끼게 되었음
- 조합원 230명/사업금액 2억 캐나다달러/자산 2천 5백만 캐나다달러/환경공헌금액은 총매출액의 약 1%(약 2,000만 달러)
- MEC는 최소한의 잉여금만 남기기 때문에 조합원들에게 질 좋은 상품을 캐나다 최저가로 공급함
 - 조합원을 위해 늘 가장 저렴한 가격으로 물건을 판매하기 때문에 바겐세일이 없음. 이미 최저 가격으로 판매하고 있기에 재고 처리를 위한 할인 행사를 제외하고는 전혀 없으며, MEC의 주인인 조합원이 고객이므로 거짓으로 부풀려서 판매할 필요가 없음
- MEC의 아웃도어 의류와 장비는 내구성이 뛰어나기로 유명한데, 그 이유는 지구에 쓰레기를 남기지 말자는 진지한 배려 때문임
 - 한 번 구입하면 죽을 때까지 찢어지지 않는 그런 제품을 만든다면 지구에 쓰레기가 줄어들 것이라는 마음으로 내구성을 중요시 하며, 그래서 상품 개발의 최우선 원칙 중 하나가 내구성이고, 이를 위한 연구/개발을 아끼지 않음



<그림 IV-16> MEC CI와 몬트리올 매장 내부 모습

4. 오클라호마 생협(Oklahoma Food Cooperative)²⁵⁾

- 개요
 - 미국 오클라호마 주의 온라인 생협(오클라호마 시티 중심)
 - 2003년 소규모 구매클럽으로 시작했으나, 이후 확대되어 푸드허브(food hub)화 됨
 - 3대 원칙 : (생산자들의) 경제적 자생력, 환경적 지속가능성, 사회정의
- 규모
 - (2010년 기준) 회원수 3,000명 이상, 매달 최대 700건의 주문, 참가 생산자수 200명이 매달 7만 달러의 매출 기록(로컬 제품 4,000종), 자체 물류센터와 몇 대의 트럭
- 취급품목
 - 식품 177종, 가정용품 1,700종(의류 등 여러 가정잡화), 가드닝 용품 480종(모두 오클라호마산)
 - 모든 제품에 대해 오클라호마산 고집 : 미국 최초의 로컬푸드 전용 생협
- 생산자(조직)
 - 2011년 가을 현재 125명의 생산자
 - 농촌지역 생산자들의 경우 생협에서 물품 픽업도 대행함 : 하지만 대개는 생산자들이 소비자 주문별로 포장하여 생협에 납품해야 함
- 소비자
 - 2011년 가을 현재 4,000명 이상 : 조합원들만 판매, 구매가 가능하고, 오클라호마 주민만 조합원이 될 수 있음
 - 가입비 : 51.75달러(출자금 50달러, 수수료 1.75달러). 또한 생산자들은 판매액의 10%, 구매자들은 구매금액의 10%를 생협에 출자함
- 매장유무
 - 매장 없음
 - 연중 운영
- 지역사회 공헌

25) 충남발전연구원(2012), 지역생협의 활성화 방안 연구

- 생협운영 소프트웨어를 무료로 유사 생협들에 제공(10건 이상의 활용 사례)
- 전적으로 자원봉사자들에 의해 운영
- 저소득층의 경우 기부자들이 회비를 대납해주는 프로그램 있음



<그림 IV-17> 오클라호마생협 매장 전경과 매장내 판매제품 구분 모습

5. 이페르쿱(ipercoop-소비자생활협동조합 대형 매장)²⁶⁾

□ 이페르쿱 개요

- ipercoop은 이탈리아 소비자생활협동조합(생협)이 이탈리아와 크로아티아에서 운영하는 하이퍼마켓 매장 명칭
 - Legacoop에 속한 이탈리아생협연합회(ANCC) 산하의 전국 생협들이 통일적으로 전개하는 대형매장으로 93개점 운영 중
 - 생협 조합원과 비조합원을 대상으로 매장 운영

□ 로마 생협의 ipercoop in EUROMA2

- 레가쿱(협동조합 전국 조직) 소속의 로마생협에서 운영하는 하이퍼마켓
 - 로마 외곽에 소재한 대형쇼핑몰인 EUROMA2 지하에 위치하고 있으며, 매장 면적은 5,000㎡, 직원수 250명, 주간이용자 5~6만명으로 70% 정도가 조합원

26) 한국농촌경제연구원(2012), 선진사례 조사 출장 보고

- 매장은 매입하여 운영 - 로마의 교두보 역할 및 생협의 상징성 부각

○ ipercoop 운영상의 특이사항

- 농업협동조합 등의 생산자협동조합과 소비자협동조합의 사업적인 연계
- ‘coop’이라는 자체브랜드의 적극적인 개발과 판매, 독자적인 공정무역 개발품인 ‘sorial’ 물품의 다양성, ‘vivi verde’라는 친환경 독자브랜드물품 등 생협만이 가질 수 있는 장점을 적극적으로 살리는 매장 컨셉을 통해 소비자에게 생협의 장점을 알리는 선두 매장의 역할을 수행
- ‘coop’ 브랜드의 질을 콘트롤하고 가격을 저렴하게 유지하여 브랜드가치를 높여내고 조합원에게 보다 우월한 서비스를 제공(조합원전용스캐너(그림 IV-18)가 있어 조합원이 직접 물품의 가격정보를 알고 계산까지 할 수 있는 서비스를 포함하여 조합원 대상 할인품목 등)하여 조합원의 편리한 구매 뿐만 아니라 차별성을 유도하는 정책을 시행



<그림 IV-18> 이페프쿱의 매장 진열상품 및 조합원 전용 스캐너 모습

제3절 정책적 시사점

1. 국내사례 시사점

- 아이쿱의 성공요인으로 첫째, 친환경농산물만 취급하는 생협 시장에서 농산물의 생산과 유통과정에서 인증과 관리가 아주 어려운 문제인데 아이쿱 생협은 농장에서부터 조합원의 식탁까지 꼼꼼히 관리하는 시스템을 2005년부터 갖췄음
- 둘째, 친환경 농산물의 농약살포, 수입 또는 일반농산물 혼입 등 인증과 관리제도가 아주 부실한 현 사회에서 아이쿱생협은 물품 사고가 생기면 조합원에게 정보를 공개하고 있음
- 셋째, 조합원이 결정하는 취급기준과 물품의 자체 취급기준을 정하고 있음
- 넷째, 국가인증제도보다 더 '유기'의 본래의미를 담은 독자 인증 제도를 실행하고 있음
- 다섯째, 윤리적 소비, 즉 아이쿱생협의 생산자는 시장의 가격이 몇 배로 날뛰더라도 계약된 생산량을 책임지겠다는 조합원과의 약속을 지키고 있음. 이는 농민과 생산자들이 생산에 전념할 수 있도록 하는 것임
- 한살림은 자연을 지키고 생명을 살리는 마음으로 농사짓고 물품을 만드는 생산자들과 이들이 만든 물품을 믿으며 이용하는 소비자들이 함께 결성한 생활협동조합으로써 주요 활동은 밥상살림·농업살림·생명살림, 사회활동 등임
- 한살림의 물품가격 결정 원칙은 생산자 76%, 운영비 24%²⁷⁾
- 운영비에는 인건비, 물류비, 홍보, 교육, 조합원 활동, 사회적 약자를 위한 지원 등이 포함
- 생산자와 소비자·실무자들이 매년 새해 농사를 시작하기 전에 작목별 회의를 열어 생산품목·생산량·생산자·가격을 설정하고 약속한 가격에 일정하게 공급

27) 부산발전연구원(2013), 「협동조합법 시행, 공동체경제 확산의 시발점」

- 따라서 한살림은 생명농업을 바탕으로 생산자와 소비자 간의 직거래운동을 펼치며 어려운 이웃과 더불어 살아가려는 노력, 절제된 소비, 자연과 조화를 이룬 생활문화를 통해 생명을 살리고 지구를 지키는 뜻 깊은 생활 실천을 하고 있음
- 우리나라만이 아니라 전 세계적인 협동조합의 움직임은 지역경제, 고용뿐만 아니라 국가경쟁력 측면에서도 긍정적 영향을 미치고 있음
- 하지만 협동조합의 개수를 늘리는데 급급하면서 필요한 자금을 직접적으로 지원하는 것은 협동조합 발전에 독이 됨. 오히려 자생력을 키우기 위해 조합원 교육 훈련을 강화하는 지원을 확대해야 함
- 또한 정부 조달사업에 협동조합을 일정부분 배정하거나 대기업이 협약을 통해 사업이 안정될 수 있도록 하는 제도적 보호 장치도 성공의 중요한 요인임
- 한울생협 등 독자생협이 성장을 이룰 수 있었던 원동력은 조합원들의 '신뢰'에 있음
 - 사회의 관심을 끌고 있는 협동조합이 상호간의 신뢰를 기반으로 이 사회에서 긍정적인 영향을 미칠 것임
 - 생협이 지속적으로 성장하기 위해서는 하나의 생협이 대형화 되는 것보다 여러 개의 작은 생협으로 분화해 나가는 것이 바람직함
 - 하나의 큰 조합은 조합원들끼리 의사소통 하는 것에 한계가 있는 만큼 작은 조합이 여럿 존재하고 서로 연대하는 협동조합생태계가 조성되는 것이 바람직함
- 따라서 사례를 통한 협동조합의 성공요인을 다음과 같이 정리하였음
- 협동조합에 대한 인식의 전환과 함께 협동하는 사람을 길러내는 데 보다 집중할 필요가 있음
 - 협동조합은 사람의 결사체로서 협동조합의 활성화를 위해서는 협동하는 사람을 길러내는 일이 무엇보다 중요함. '협동하는 사람이 협동하는 조직을 만들고, 협동하는 조직이 협동 사회를 만든다.'는 점에서 협동하는 사람 없이 협동조합의 미래를 기대하기는 어렵기 때문임
- 조합원의 참여 확대를 통해 협동조합의 역량을 키워야 함

- 협동조합이 가지는 독특한 특성과 그 힘은 조합원과의 밀착된 관계로부터 나온다. 원리상 협동조합의 조합원은 조합의 주인이자 이용자이며 동시에 출자자로서 중추적인 역할을 가지고 있기도 하지만 협동조합을 둘러싼 환경이 갈수록 불확실해지는 현실에서 협동조합을 지켜내고 발전시키는 핵심주체가 바로 조합원이기 때문임
- 자본과 기술의 효과적 활용을 통해 협동조합의 생존력과 지속가능성을 높여야 함
 - 협동조합은 현실의 법, 제도적 틀과 경쟁적인 시장 환경 속에서 스스로의 정체성을 유지하면서 사업과 활동을 하여야 함
 - 결사체이자 사업체로서 이중적 속성을 가지고 시장이라는 장에서 활동하면서 여기서 살아남아 이익이나 잉여를 만들어내고 조직을 유지하면서 조합원의 필요를 해결하는 것이 협동조합의 기본 역할임
 - 따라서 협동조합의 가장 일차적인 책무는 조직 스스로의 생존능력과 지속가능성을 확보해야 함

2. 해외사례 시사점

- 미그로 200만 조합원이 가장 큰 자산으로 조합원이 고객이고 투자자라는 협동조합의 강점이 잘 드러난 사례임
- 이윤 증대를 요구하지 않는 조합원의 존재
 - 조합원인 고객은 값싸고 질 좋은 물건을 요구하고 미그로는 단기이익에 충실하지 않는 지속가능 경영으로 조합원예의 기대에 부응하면서 선순환 구조를 형성
- 조합원과 미그로를 묶는 다양한 소통 도구 개발
 - 스위스 최대 주간신문 '위클리 미그로' 발간
 - 강력한 브랜드를 바탕으로 다각적인 조합원 관련 사업 진출에 성공
- 미그로 성공요인
 - 취리히 림마트 거리(Limmatstrasse)에 있는 본사 매장 내 생수, 음료수, 과자, 화장품 등은 미그로가 직접 만들고 파는 물건이 대부분이며, 우리

대형마트의 PB(Private Brand, 유통업자 상표) 상품은 가격을 낮추기 위해 외주를 주지만, 미그로는 품질을 위하여 직접 제조하여 판매

- 일반 조합원, 지역 조합, 연합회 3단계로 이뤄진 의사결정 구조를 만들고 사업 방향은 조합원이 뽑은 대의원이 의사를 결정하며, 7인으로 구성된 이사회에서도 주요한 의결권을 행사하며, 지배구조와 의사결정이 협동조합의 경쟁력
- 이익(profit)을 환원(turn over)이라 하고 연매출의 0.5%를 교육·예술·레저 등의 분야로 지역사회에 지원하며, 또한 학원(club school)을 운영해 일반 학원보다 저렴한 가격으로 외국어, 운동, 직업교육 실시

○ MEC의 성공요인

- MEC의 매력적인 제도 중 하나는 모든 물건을 하루 써본 후 구입여부를 결정할 수 있다는 것임. 사용해보고 물건을 구입하지 않겠다면 하루 사용료만 지불하면 됨. 이는 MEC와 조합원의 상호 신뢰 덕분에 가능한 건강한 거래 문화임
- 비용이 덜 드는 주문 판매로부터 시작하여 비용 절감
- 익명의 소비자가 아닌 조합원들의 필요에 초점을 맞춤
- 조합원 윤리적 가치를 반영하는 사업 운영 및 사회 기여
- MEC는 대기업들이 CSR을 외치기 전부터 환경보호에 앞장서 왔음. 1987년 환경보존기금을 만들어 개발 훼손 위기에 처한 브리티시컬럼비아 주의 스모크 암벽을 사들였고, 캐나다의 열두 개 해안 지역을 보존하기 위해 1달러짜리 손가방을 판매하는 모금 캠페인도 벌임
- MEC의 아웃도어 의류와 장비는 내구성이 뛰어나기로 유명한데, 그 이유는 지구에 쓰레기를 남기지 말자는 진지한 배려 때문임. 한 번 사면 죽을 때까지 찢어지지 않는 그런 제품을 만든다면 지구에 쓰레기가 줄어들 것이라는 마음으로 내구성을 중요시 하며, 그래서 상품 개발의 최우선 원칙 중 하나가 내구성이고, 이를 위한 연구/개발을 아끼지 않음

○ 소비자 협동조합 미그로와 MEC의 공통점은 회사의 이익이 아닌, 조합원이 바라고 원하는 것을 이루는 것을 가장 큰 존재 이유이자 목적으로 삼는다는 것임. 큰 수익보다 조합원의 만족을 먼저 생각하는 자세, 그리고 민

주적인 시스템은 조합원이 기업의 주인이라는 것을 잘 느끼게 해줌. 그리고 나만 생각하는 것이 아니라 기업이 존재하고 있는 지역사회와 환경을 생각하는 기업이라는 점도 같음

3. 정책적 시사점

1) 소비자생활협동조합법 개정

- 300명 이상의 발기인과 3,000만원 이상의 출자금이라는 설립 요건, 비조합원 이용 금지(제46조), 생협법상 이종연합회 결성 금지 등 연합회 활동 지원 규정 미비 등을 보완 개정해야 함

2) 지자체의 지원 강화

- 생협의 안정을 위한 기반 제공, 중간지원조직을 통한 지원체계 구축, 생협 활성화를 위해서는 설립·운영을 위한 생협기금 조성이 필요하고, 또한 지자체는 지역차원의 지역계획을 수립하고 이의 실현단위로서 생협과의 협력을 모색하는 것이 바람직함

3) 협동조합 교육 강화

- 협동조합은 교육에서 시작해서 교육으로 끝난다는 말과 협동조합은 민주주의의 학교라는 말이 있음. 그만큼 협동조합에 있어서 교육이 중시됨을 시사함
- 협동조합의 관심 및 이해를 높여 협동조합운동에 주민을 참여시킬 수 있는 가장 좋은 방법은 적극적인 교육임

4) 독자생협 설립을 위한 기반 조성

- 제주지역의 독자생협의 설립을 유도하기 위해서는 자체 조합원 규모와

물류시설만으로 생산지와 관계를 형성하고 생존하는 것은 매우 어려운 실정임. 다양한 지역의 생협, 유사생협과의 협력, 타 협동조합·사회적기업 등 사회적경제 주체들과의 협력, 그리고 지역 시민사회운동 진영과의 협력 관계 구축을 통해 생존을 위한 여건을 만들어야 함

- 이러한 협력의 체계는 중첩되기 때문에 명확히 경계를 구분되지는 않지만 이 중 가장 우선적으로 필요한 부분은 물류협력임

5) 취급품목과 취급기준 다양화 확대

- 생협의 의의는 친환경·유기농산물, 공정무역 등 생산자와 생산방법이 윤리적인 상품만 취급하는 게 아니라 공정한 노동관행과 지역경제를 살리는 지역기업, 사회적 경제 조직 등 이해관계자들의 상생발전, 지역주민의 가계비 절약이란 윤리적인 지향을 담은 품목도 취급할 수 있어야 함
- 생협의 소비는 결국 지역으로 순환되므로 가격과 품질기준도 다양한 상품을 통해 더 많은 지역주민들이 생협의 조합원으로 이용할 수 있어야 함

6) 지역주민과 상생하는 사업체 지향

- 비조합원 이용 금지와 같은 법적 규제를 풀고 지역주민에게 더욱 밀착한 사업체가 되어야 함
- 현재 한국생협은 비조합원 이용금지(생협법 제46조)와 같이 조합원이 아닌 주민의 이용을 금지하고 있어 폐쇄적인 성격을 지니고 있음
- 협동조합은 조합원이 소유하고 조합원이 운영하는 조직이지만 이용은 누구나 할 수 있어야 함

7) 생활협동조합 홍보 강화

- 협동조합에 대한 사회적 인식을 제고하고 협동조합 친화적 문화조성과 사회적 경제 생태계 조성을 위하여 자치단체 차원에서 홍보활동을 강화

8) 협동조합기본법에 의거한 소비자협동조합 결성에 의한 생협 활성화

- 협동조합기본법이 시행된 이후 전국적으로 기본법에 근거한 소비자협동조합이 활발하게 탄생하고 기본법의 개정이 소비자생활협동조합법 개정보다 더 앞서는 현실 속에서 소비자생활협동조합법에 의거한 생협이 활성화되기보다는 협동조합기본법에 의거한 소비자협동조합을 결성하는 것이 더욱 진입장벽이 낮다고 볼 수 있음
- 따라서 생협 활성화 방안이 반드시 소비자생활협동조합법에 의거한 생협 법인만을 칭하는 것이 아니라 소비사회에서 재화와 서비스의 최종 소비자, 이용자들이 결성한 '소비자협동조합'²⁸⁾이란 관점에서 검토할 필요가 있음

9) 내부역량 강화를 위한 재정 확충

- 일본의 경우 중산층이 두터워 자금 확보에 어려움이 없는데 반해 우리는 사정이 그렇지 못해 생협의 재정건전성이 낮음
 - 따라서 조합의 재정자립을 위해선 무의결 우선주, 이용고 배당의 회전출자, 자산 재평가, 가치 상승액 일부의 조합원 계정배분 등 다양한 조합원 자본형성 기법을 사용해 출자금을 추가 조성할 필요가 있음

10) 생활협동조합 자생력 강화를 위한 지원 확대

- 생활협동조합은 특수한 성격의 대안적 기업으로 시장에서 타 조직의 기업과 경쟁해야 하기 때문에 정부와 자치단체의 지원을 확대할 수 있도록 해야 함

28) 소비자생협, 소비자협동조합 모두 영어로는 consumer co-operative. 한국 사회에서도 해방 전에는 일본의 영향을 받아 소비조합으로 쓰이고 해방 후에는 1980년대까지도 소비자협동조합(소협)이란 명칭을 사용했으나 80년대 후반 일본의 소비생활협동조합을 탐방한 당시 소비자협동조합 중앙회 임원, 활동가들이 '생활 전반의 협동'을 강조한 생활협동조합이라는 명칭이 소비자협동조합보다도 더 큰 협동을 담는다는 취지에서 자발적으로 생활협동조합이란 표현을 쓰게 되었고 법 역시 일본의 소비생활협동조합법을 참고하여 소비자생활협동조합법이라는 명칭으로 정비되었음

- 지방자치단체의 역할은 역차별 방지, 시장 형성, 사회적 인식 제고, 교육·훈련 등 사회적 경제의 생태계 조성에 주력해야 함

11) 조합간 협력 등 지역 내 사회경제적 블록의 구축

- 조합간의 2, 3차 연합조직을 만드는 것은 규모의 경제를 살리면서 지역 내의 유희자원과 지식을 공유하는 길임. 이런 지역차원의 사회적 경제의 구심점 확보는 지역에서 일종의 사회경제적 블록으로 작동하며 블록 내 유기적 협력을 재생산하고 다시 사회적 경제의 확대재생산을 유도함
- 먹을거리 생협도 전문 유통업체와 치열한 경쟁을 벌이고 있어, 지역 내 협동조합 간 연합체를 만들어 이에 대응할 필요가 있음

12) 생활협동조합의 가치를 확산시키는 제도적, 사회적 분위기 조성

- 「협동조합기본법」의 가장 큰 의의는 협동조합이란 사업조직에 법인격을 용이하게 부여함으로써 설립을 활성화하는데 목적이 있으므로 생활협동조합에 대한 지역의 관심을 제고할 필요가 있음
- 생활협동조합의 사회적 효과와 운영 원리에 대한 지역사회 내 인식 제고를 통하여 지역주민 전체의 지지기반이 성숙될 수 있는 사회적 경제의 생태계 조성에 주력

제 5 장 제주지역 생활협동조합에 대한 의견조사

제1절 조사개요

제2절 조사내용

제3절 조사결과

제4절 시사점

제1절 조사개요

- 조사명 : 제주지역 소비자생활협동조합 활성화를 위한 의견조사
- 조사목적 : 소비자생활협동조합 조합원 및 생협 매장 이용자들의 의견 수렴을 통해 제주지역 소비자생활협동조합의 활성화 방안을 제시하는데 기초자료로 활용하기 위함
- 조사기간 : 2014. 2.~5. 30
- 조사대상 : 소비자생활협동조합 조합원과 생협매장 이용자
- 조사부수 : 303부
- 표본추출방법 : 임의(편의)추출
- 조사장소 : 생협 매장 등
- 자료수집 도구 : 구조화 된 설문지
- 조사방법 : 면접원에 의한 일대일(1:1) 개별면접조사
- 조사기관 : 사회조사센터

제2절 조사내용

- 제주지역 소비자생활협동조합 가입과 관련한 내용
 - 가입 여부 및 가입 생협, 가입 기간 및 이유, 가입 후 변화 내용 등
 - 가입한 생협이 좋은 점, 생협 매장 이용시 불편한 점과 구입 제품 내역 등
 - 생협 소식 등 정보취득 경로, 생협 교육 및 활동 참여 여부와 그 이유, 만족도, 생협 활동 중 관심분야 등
- 제주지역 먹거리 인식과 관련한 내용
 - 먹거리 안전 여부, 구매처, 구매시 고려 요인, 물품에 대한 정보취득 경로, 제철 꾸러미에 대한 인식, 생협 매장 확장에 대한 인식, 구매하고 싶은 품목 등

- 생협 운동과 농민들과 직거래와 관련한 내용
 - 생협 운동 참여 이유, 직거래 이유, 생협과 생산자조직의 연계활성화를 위한 역점 사업 등
- 제주지역 생협의 문제점과 활성화 방안과 관련한 내용
 - 생협의 문제점, 활성화 방안 등
- 일반적인 특성에 관한 사항

제3절 조사결과

□ 인구통계적 특성

- 전체 응답자 303명(유효표본)을 대상으로 조사·분석함
- 성별은 여성 224명(73.9%), 남성 79명(26.1%)으로 나타났고, 연령별로는 40대 142명(46.9%), 30대 81명(26.7%), 20대 39명(12.9%), 50대 33명(10.9%), 60대 8명(2.6%) 등의 순으로 나타남
- 거주지역별로는 제주시 동지역 246명(81.2%), 제주시 읍면지역 38명(12.5%), 서귀포시 읍면지역 11명(3.6%), 서귀포시 동지역 8명(2.6%) 등의 순으로 나타남
- 직업별로는 전업주부 72명(23.8%), 사무직(일반회사원 등) 46명(15.2%), 판매직/서비스직 42명(13.9%), 학생 37명(12.2%), 공무원 24명(7.9%), 자영업 및 기타가 각각 20명(6.6%), 1차산업종사자(농업, 어업, 축산업 등) 18명(5.9%), 전문직(의사, 변호사, 교수, 연구직 등) 17명(5.6%), 생산직/노무직 5명(1.7%), 은퇴/무직 2명(0.7%) 등의 순으로 나타남

<표 V-1> 응답자 특성

구 분		빈도(명)	비율(%)
성별	남성	79	26.1
	여성	224	73.9
연령	20대	39	12.9
	30대	81	26.7
	40대	142	46.9
	50대	33	10.9
	60대	8	2.6
	합계		
거주지역	제주시 동지역	246	81.2
	제주시 읍면지역	38	12.5
	서귀포시 동지역	8	2.6
	서귀포시 읍면지역	11	3.6
직업	1차산업종사자(농업, 어업, 축산업 등)	18	5.9
	사무직(일반회사원 등)	46	15.2
	공무원	24	7.9
	전문직(의사, 변호사, 교수, 연구직 등)	17	5.6
	생산직/노무직	5	1.7
	자영업	20	6.6
	판매직/서비스직	42	13.9
	전업주부	72	23.8
	학생	37	12.2
	은퇴/무직	2	0.7
	기타	20	6.6
	합계	303	100.0

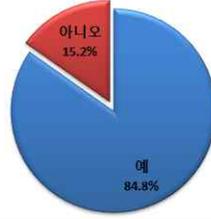
□ 제주지역 소비자생활협동조합(이하 '생활협') 가입

1. 제주지역 소비자생활협동조합 가입 여부

- 제주지역 소비자생활협동조합에 가입했는지에 대해서는 응답자의 257명(84.8%)이 가입한 것으로 나타났고, 가입하지 않은 응답자는 46명(15.2%)으로 나타남

<표 V-2> 제주지역 소비자생활협동조합 가입 여부

구분	빈도(명)	비율(%)
예	257	84.8
아니오	46	15.2
합계	303	100.0



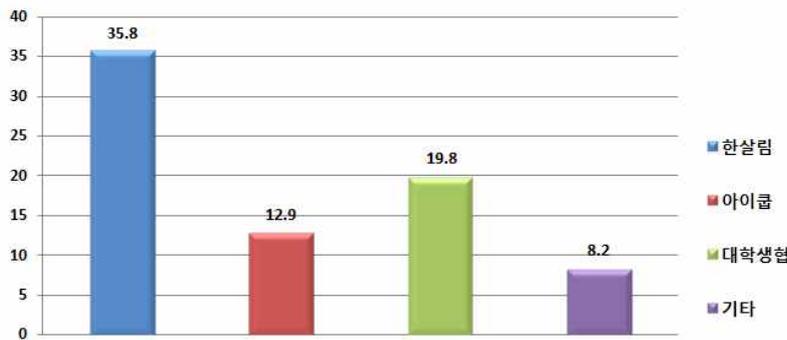
2. 가입한 생협

- 구체적으로 가입한 생협으로는 아이쿱이 116명(45.3%)으로 가장 많이 나타났고, 다음으로 한살림 114명(44.5%), 대학생협 21명(8.2%), 기타 5명(2.0%) 등의 순으로 나타남

<표 V-3> 가입한 생협

구분	빈도(명)	비율(%)
한살림	114	44.5
아이쿱	116	45.3
대학생협	21	8.2
의료생협	-	-
기타	5	2.0
합계	256	100.0

<그림 V-1> 가입한 생협



3. 생협 가입기간

- 생협 가입기간에 대해서는 3년 이상이 141명(55.1%)으로 가장 높게 나타났고, 다음으로 1년~2년 미만 39명(15.2%), 6개월 미만 28명(10.9%), 2~3년 미만 25명(9.8%), 6개월~1년 미만 23명(9.0%) 등의 순으로 나타남

<표 V-4> 생협 가입기간

구분	빈도(명)	비율(%)
6개월 미만	28	10.9
6개월~1년 미만	23	9.0
1년~2년 미만	39	15.2
2~3년 미만	25	9.8
3년 이상	141	55.1
합계	256	100.0

4. 생협 가입 이유

- 생협에 가입한 가장 큰 이유로는 안전하고 친환경적인 먹거리 구입을 위해서가 193명(75.7%)으로 가장 높게 나타났고, 다음으로 공동체활동(협동조합활동)을 하기 위해 23명(9.0%), 우리 농업 살리기 운동에 동참하기 위해 13명(5.1%), 생태환경을 살리는 환경운동에 동참하기 위해 11명(4.3%), 주위 친척 및 지인의 권유에 의해 10명(3.9%), 기타 5명(2.0%) 등의 순으로 나타남

<표 V-5> 생협 가입 이유

구분	빈도(명)	비율(%)
안전하고 친환경적인 먹거리 구입을 위해	193	75.7
우리 농업 살리기 운동에 동참하기 위해	13	5.1
생태환경을 살리는 환경운동에 동참하기 위해	11	4.3
공동체활동(협동조합활동)을 하기 위해	23	9.0
주위 친척 및 지인의 권유에 의해	10	3.9
기타	5	2.0
합계	255	100.0

5. 생협 가입 전후 비교

- 생협 가입 전과 가입 후를 비교했을 때 변화에 대해서는 '우리 농업, 식품안전에 대해 더 잘 이해하게 되었다'가 154명(59.9%)으로 가장 높게 나타났다, 다음으로 '환경과 생태문제에 대한 관심이 커졌다' 46명(17.9%), '협동하는 생활의 가치를 알게 되었다'와 '변한 것이 별로 없다'가 각각 20명(7.8%), '사회문제에 대해 더 관심을 갖게 되었다' 9명(3.5%), '사회적인 교류와 소통이 많아졌다' 6명(2.3%), 기타 2명(0.8%) 등의 순으로 나타남

<표 V-6> 생협 가입 전후 비교

구분	빈도(명)	비율(%)
우리 농업, 식품안전에 대해 더 잘 이해하게 되었다	154	59.9
환경과 생태문제에 대한 관심이 커졌다	46	17.9
협동하는 생활의 가치를 알게 되었다	20	7.8
사회문제에 대해 더 관심을 갖게 되었다	9	3.5
사회적인 교류와 소통이 많아졌다	6	2.3
변한 것이 별로 없다	20	7.8
기타	2	0.8
합계	257	100.0

6. 가입한 생협의 좋은 점

- 가입한 생협의 좋은 점으로는 조합원에게 저렴하고 좋은 물품을 제공한다가 147명(58.1%)으로 가장 높게 나타났고, 다음으로 바람직한 가치를 확산시킨다 56명(22.1%), 조합원에 의해 자율적/민주적으로 운영된다 18명(7.1%), 협동/연대의 문화를 확산시킨다 17명(6.7%), 조합원을 위한 교육과 체험행사를 진행한다 10명(4.0%), 기타 3명(1.2%), 지역사회에 기여한다 2명(0.8%) 등의 순으로 나타남

<표 V-7> 가입한 생협의 좋은 점

구분	빈도(명)	비율(%)
조합원에게 저렴하고 좋은 물품을 제공한다	147	58.1
조합원에 의해 자율적/민주적으로 운영된다	18	7.1
조합원을 위한 교육과 체험행사를 진행한다	10	4.0
협동/연대의 문화를 확산시킨다	17	6.7
바람직한 가치를 확산시킨다	56	22.1
지역사회에 기여한다	2	0.8
기타	3	1.2
합계	253	100.0

7. 생협 매장 이용 시 가장 불편한 점

- 생협 매장 이용 시 불편한 점에 대해서는 매장이 멀어서가 69명(30.1%)으로 가장 높게 나타났고, 다음으로 내가 찾는 물건이 없어서 57명(24.9%), 매장 물건이 다양하지 않아서 42명(18.3%), 배달이 어려워서 23명(10.0%), 물건가격이 비싸서 19명(8.3%), 기타 13명(5.7%), 가까운 동네슈퍼에서 구입이 가능해서 6명(2.6%) 등의 순으로 나타남

<표 V-8> 생협 매장 이용 시 가장 불편한 점

구분	빈도(명)	비율(%)
내가 찾는 물건이 없어서	57	24.9
가까운 동네슈퍼에서 구입이 가능해서	6	2.6
배달이 어려워서	23	10.0
물건가격이 비싸서	19	8.3
매장 물건이 다양하지 않아서	42	18.3
매장이 멀어서	69	30.1
기타	13	5.7
합계	229	100.0

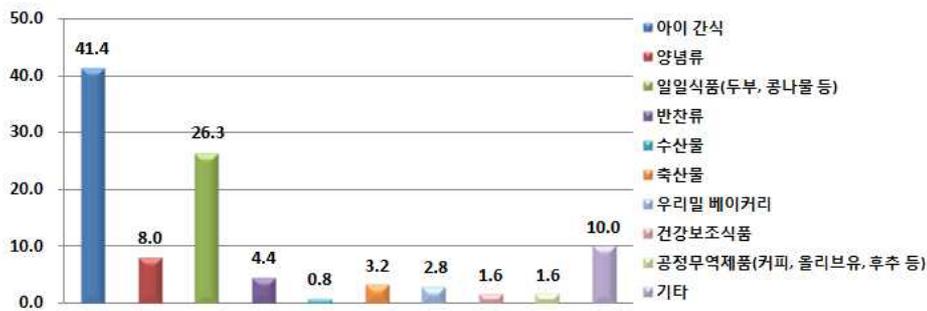
8. 생협 매장에서 주로 구입하는 제품

- 생협 매장에서 주로 구입하는 제품으로는 아이 간식이 104명(41.4%)으로 가장 높게 나타났고, 다음으로 일일식품(두부, 콩나물 등) 66명(26.3%), 양념류 20명(8.0%), 반찬류 11명(4.4%), 축산물 8명(3.2%), 우리밀 베이커리 7명(2.8%), 건강보조식품 및 공정무역제품(커피, 올리브유, 후추 등)이 각각 4명(1.6%), 수산물 2명(0.8%) 등의 순으로 나타남

<표 V-9> 생협 매장에서 주로 구입하는 제품

구분	빈도(명)	비율(%)
아이 간식	104	41.4
양념류	20	8.0
일일식품(두부, 콩나물 등)	66	26.3
반찬류	11	4.4
수산물	2	0.8
축산물	8	3.2
우리밀 베이커리	7	2.8
건강보조식품	4	1.6
공정무역제품(커피, 올리브유, 후추 등)	4	1.6
기타	25	10.0
합계	251	100.0

<그림 V-2> 생협 매장에서 주로 구입하는 제품



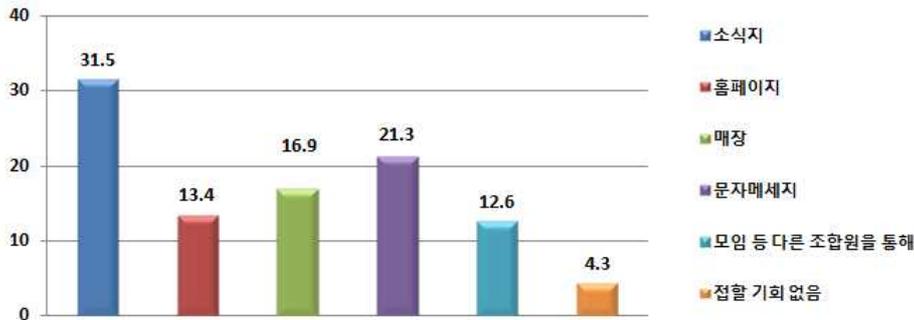
9. 생협소식(교육 및 활동)의 인지 경로

- 생협의 교육 및 활동 등에 대해서 정보를 접하는 경로에 대해서는 소식지가 80명(31.5%)으로 가장 높게 나타났고, 다음으로 문자메세지 54명(21.3%), 매장 43명(16.9%), 홈페이지 34명(13.4%), 모임 등 다른 조합원을 통해 32명(12.6%), 접할 기회 없음 11명(4.3%) 등의 순으로 나타남

<표 V-10> 생협소식(교육 및 활동)의 인지 경로

구분	빈도(명)	비율(%)
소식지	80	31.5
홈페이지	34	13.4
매장	43	16.9
문자메세지	54	21.3
모임 등 다른 조합원을 통해	32	12.6
접할 기회 없음	11	4.3
합계	254	100.0

<그림 V-3> 생협소식(교육 및 활동)의 인지 경로

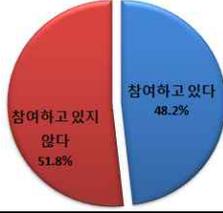


10. 생협의 교육 및 활동 참여 여부

- 생협의 교육 및 활동에 대해서는 참여하고 있지 않다 132명(51.8%), 참여하고 있다 123명(48.2%)으로 참여하고 있지 않다는 의견이 상대적으로 높게 나타남

<표 V-11> 생협의 교육 및 활동 참여 여부

구분	빈도(명)	비율(%)
참여하고 있다	123	48.2
참여하고 있지 않다	132	51.8
합계	255	100.0



11. 생협의 교육을 받거나 활동에 참여하는 이유

- 생협의 교육을 받거나 활동에 참여하는 이유에 대해서는 생협과 생협활동에 대해 알기 위해서가 54명(44.3%)으로 가장 높게 나타났고, 다음으로 사회적인 교류 및 소통을 위해 27명(22.1%), 생활에 실질적인 도움을 받을 수 있기 때문에 20명(16.4%), 사회변화를 위한 실천에 참여하기 위해 16명(13.1%), 여가 선용 및 교양 차원에서 4명(3.3%), 기타 1명(0.8%) 등의 순으로 나타남

<표 V-12> 생협의 교육을 받거나 활동에 참여하는 이유

구분	빈도(명)	비율(%)
생협과 생협활동에 대해 알기 위해	54	44.3
사회적인 교류 및 소통을 위해	27	22.1
여가 선용 및 교양 차원에서	4	3.3
생활에 실질적인 도움을 받을 수 있기 때문에	20	16.4
사회변화를 위한 실천에 참여하기 위해	16	13.1
기타	1	0.8
합계	122	100.0

12. 생협의 교육을 받거나 활동에 참여하지 않는 이유

- 생협의 교육을 받거나 활동에 참여하지 않는 이유에 대해서는 시간적 여유가 없어서가 101명(79.5%)으로 가장 높게 나타났고, 다음으로 일정과 내용에 대한 정보를 몰라서 9명(7.1%), 관심이 없어서 8명(6.3%), 별로 도움이 될 것 같지 않아서 5명(3.9%), 기타 3명(2.4%), 교육과 활동내용에 동의할 수 없어서 1명(0.8%) 등의 순으로 나타남

<표 V-13> 생협의 교육을 받거나 활동에 참여하지 않는 이유

구분	빈도(명)	비율(%)
관심이 없어서	8	6.3
시간적 여유가 없어서	101	79.5
일정과 내용에 대한 정보를 몰라서	9	7.1
교육과 활동내용에 동의할 수 없어서	1	0.8
별로 도움이 될 것 같지 않아서	5	3.9
기타	3	2.4
합계	127	100.0

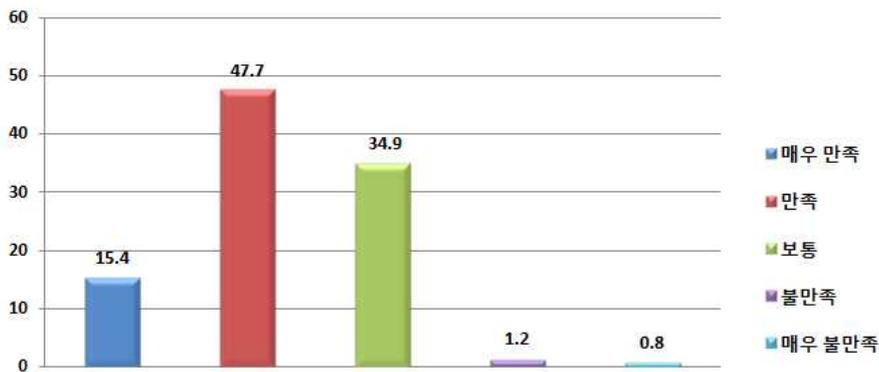
13. 생협의 교육 및 활동에 대한 만족도

- 생협의 교육 및 활동(체험행사, 총회, 모임, 캠페인 등)에 대한 만족도에 대해서는 만족하는 편이 152명(63.1%)으로 가장 높게 나타났고, 다음으로 보통 84명(34.9%), 불만족 하는 편 5명(2.0%)으로 만족도가 높게 나타남(평균: 2.24)

<표 V-14> 생협의 교육 및 활동에 대한 만족도

구분	빈도(명)	비율(%)	평균
매우 만족	37	15.4	2.24
만족	115	47.7	
보통	84	34.9	
불만족	3	1.2	
매우 불만족	2	0.8	
합계	241	100.0	

<그림 V-4> 생협의 교육 및 활동에 대한 만족도



<표 V-15> 생협의 교육 및 활동에 대한 만족도(교차분석)

구 분		생협의 교육 및 활동에 대한 만족도(%)					전체
		매우 만족	다소 만족	보통	다소 불만족	매우 불만족	
성별 **	남성	26.8	26.8	41.1	3.6	1.8	100.0
	여성	11.9	54.1	33.0	0.5	0.5	100.0
연령 *	20대	0.0	33.3	66.7	0.0	0.0	100.0
	30대	15.7	52.9	30.0	0.0	1.4	100.0
	40대	13.5	50.0	35.7	0.0	0.8	100.0
	50대	25.8	38.7	29.0	6.5	0.0	100.0
	60대	12.5	12.5	62.5	12.5	0.0	100.0
거주 지역	제주시 동지역	13.9	47.1	36.9	1.1	1.1	100.0
	제주시 읍면지역	21.1	44.7	34.2	0.0	0.0	100.0
	서귀포시 동지역	25.0	37.5	25.0	12.5	0.0	100.0
	서귀포시 읍면지역	12.5	87.5	0.0	0.0	0.0	100.0
직업	1차산업종사자(농업, 어업, 축산업 등)	35.3	23.5	35.3	0.0	5.9	100.0
	사무직(일반회사원 등)	20.0	60.0	20.0	0.0	0.0	100.0
	공무원	30.4	34.8	30.4	4.3	0.0	100.0
	전문직(의사, 변호사, 교수, 연구직 등)	7.1	28.6	57.1	7.1	0.0	100.0
	생산직/노무직	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0	100.0
	자영업	15.8	52.6	31.6	0.0	0.0	100.0
	판매직/서비스직	7.9	42.1	47.4	2.6	0.0	100.0
	전업주부	7.9	58.7	31.7	0.0	1.6	100.0
	학생	0.0	40.0	60.0	0.0	0.0	100.0
	은퇴/무직	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0
가입 생협 ***	기타	22.2	44.4	33.3	0.0	0.0	100.0
	한살림	14.4	44.2	41.3	0.0	0.0	100.0
	아이쿱	18.2	55.5	24.5	0.0	1.8	100.0
	대학생협	9.5	23.8	57.1	9.5	0.0	100.0
	기타	0.0	40.0	40.0	20.0	0.0	100.0

* p < 0.1, ** p < 0.05, *** p < 0.01

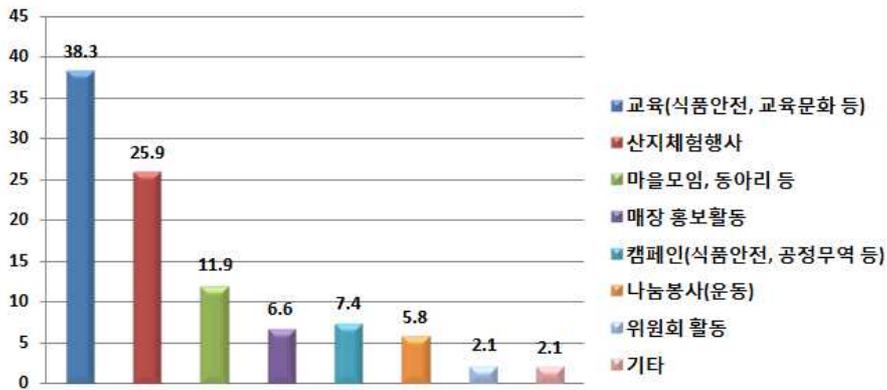
14. 생협 활동 중 관심분야

- 생협 활동 중 관심분야로는 교육(식품안전, 교육문화 등)이 93명(38.3%)으로 가장 높게 나타났고, 다음으로 산지체험행사 63명(25.9%), 마을모임, 동아리 등 29명(11.9%), 캠페인(식품안전, 공정무역 등) 18명(7.4%), 매장 홍보활동 16명(6.6%), 나눔봉사(운동) 14명(5.8%), 위원회 활동 및 기타가 각각 5명(2.1%) 등의 순으로 나타남

<표 V-16> 생협 활동 중 관심분야

구분	빈도(명)	비율(%)
교육(식품안전, 교육문화 등)	93	38.3
산지체험행사	63	25.9
마을모임, 동아리 등	29	11.9
매장 홍보활동	16	6.6
캠페인(식품안전, 공정무역 등)	18	7.4
나눔봉사(운동)	14	5.8
위원회 활동	5	2.1
기타	5	2.1
합계	243	100.0

<그림 V-5> 생협 활동 중 관심분야



<표 V-17> 생협의 활동 중 관심 분야(교차분석)

구분		생협의 활동 중 관심 분야(%)								전체
		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	
성별 ***	남성	32.7	20.0	5.5	10.9	10.9	7.3	7.3	5.5	100.0
	여성	39.9	27.7	13.8	5.3	6.4	5.3	0.5	1.1	100.0
연령 ***	20대	16.7	16.7	0.0	16.7	16.7	33.3	0.0	0.0	100.0
	30대	39.7	32.9	8.2	4.1	11.0	2.7	0.0	1.4	100.0
	40대	36.7	29.7	16.4	3.9	5.5	5.5	1.6	0.8	100.0
	50대	43.3	0.0	6.7	23.3	3.3	6.7	10.0	6.7	100.0
	60대	50.0	0.0	0.0	0.0	16.7	16.7	0.0	16.7	100.0
거주지역 **	제주시 동지역	38.1	26.5	10.1	6.3	9.0	5.3	2.1	2.6	100.0
	제주시 읍면지역	32.4	29.7	24.3	10.8	0.0	2.7	0.0	0.0	100.0
	서귀포시 동지역	50.0	12.5	0.0	0.0	0.0	37.5	0.0	0.0	100.0
	서귀포시 읍면지역	55.6	11.1	11.1	0.0	11.1	0.0	11.1	0.0	100.0
직업 ***	1차산업종사자(농업, 어업, 축산업 등)	41.2	35.3	17.6	0.0	0.0	5.9	0.0	0.0	100.0
	사무직(일반회사원 등)	43.9	31.7	12.2	7.3	2.4	0.0	0.0	2.4	100.0
	공무원	25.0	30.0	0.0	20.0	10.0	5.0	10.0	0.0	100.0
	전문직(의사, 변호사, 교수, 연구직 등)	18.8	12.5	6.3	0.0	37.5	6.3	6.3	12.5	100.0
	생산직/노무직	33.3	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	100.0
	자영업	57.9	10.5	15.8	10.5	0.0	0.0	5.3	0.0	100.0
	판매직/서비스직	35.0	22.5	15.0	5.0	10.0	10.0	2.5	0.0	100.0
	전업주부	36.9	33.8	13.8	4.6	3.1	6.2	0.0	1.5	100.0
	학생	20.0	0.0	0.0	20.0	20.0	40.0	0.0	0.0	100.0
	은퇴/무직	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0
	기타	56.3	12.5	12.5	6.3	6.3	6.3	0.0	0.0	100.0
가입생협 ***	한살림	49.5	21.6	5.4	4.5	8.1	6.3	2.7	1.8	100.0
	아이쿱	32.7	34.6	20.6	2.8	5.6	2.8	0.0	0.9	100.0
	대학생협	5.3	5.3	0.0	42.1	10.5	15.8	10.5	10.5	100.0
	기타	20.0	20.0	20.0	0.0	20.0	20.0	0.0	0.0	100.0

주) ① 교육(식품안전, 교육문화 등), ② 산지체험행사, ③ 마을모임, 동아리, ④ 매장 홍보활동, ⑤ 캠페인(식품안전, 공정무역 등), ⑥ 나눔 봉사(운동), ⑦ 위원회 활동, ⑧ 기타

* p < 0.1, ** p < 0.05, *** p < 0.01

□ 제주지역 먹거리에 대한 인식

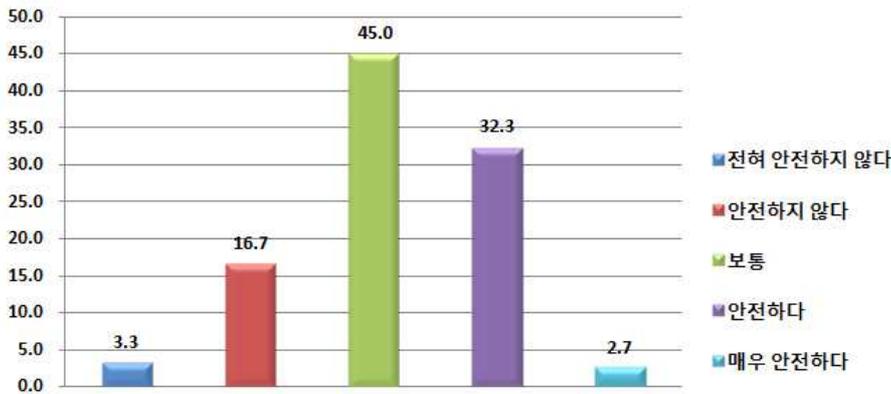
15. 제주지역의 먹거리 안전 정도

- 제주지역의 먹거리 안전 정도에 대해서는 보통 135명(45.0%), 안전한 편 105명(35.0%), 안전하지 않은 편 60명(20.0%)으로 안전하게 인식하는 것으로 나타남

<표 V-18> 제주지역의 먹거리 안전성

구분	빈도(명)	비율(%)	평균
전혀 안전하지 않다	10	3.3	3.14
안전하지 않다	50	16.7	
보통	135	45.0	
안전하다	97	32.3	
매우 안전하다	8	2.7	
합계	300	100.0	

<그림 V-6> 제주지역의 먹거리 안전성



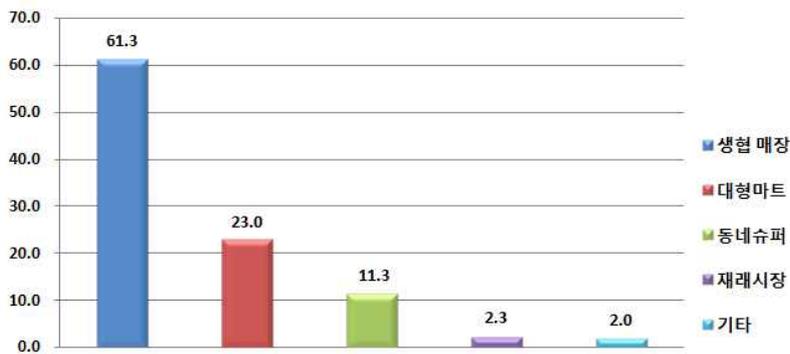
16. 자주 이용하는 먹거리 구매처

- 먹거리를 주로 구입하는 곳으로는 생협매장이 184명(61.3%)으로 가장 높게 나타났고, 다음으로 대형마트 69명(23.0%), 동네슈퍼 34명(11.3%), 재래시장 7명(2.3%), 기타 6명(2.0%) 등의 순으로 나타남

<표 V-19> 자주 이용하는 먹거리 구매처

구분	빈도(명)	비율(%)
생협 매장	184	61.3
대형마트	69	23.0
동네슈퍼	34	11.3
재래시장	7	2.3
기타	6	2.0
합계	300	100.0

<그림 V-7> 자주 이용하는 먹거리 구매처



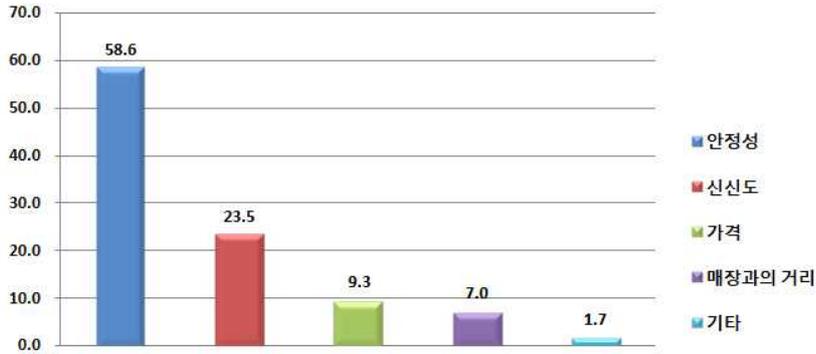
17. 먹거리 구매 시 고려 요인

- 먹거리를 구입할 때 가장 중요하게 고려하는 요인으로는 안정성이 177명 (58.6%)으로 가장 높게 나타났고, 다음으로 신선도 71명(23.5%), 가격 28명(9.3%), 매장과와의 거리 21명(7.0%), 기타 5명(1.7%) 등의 순으로 나타남

<표 V-20> 먹거리 구매 시 고려 요인

구분	빈도(명)	비율(%)
안정성	177	58.6
신선도	71	23.5
가격	28	9.3
매장과의 거리	21	7.0
기타	5	1.7
합계	302	100.0

<그림 V-8> 먹거리 구매 시 고려 요인



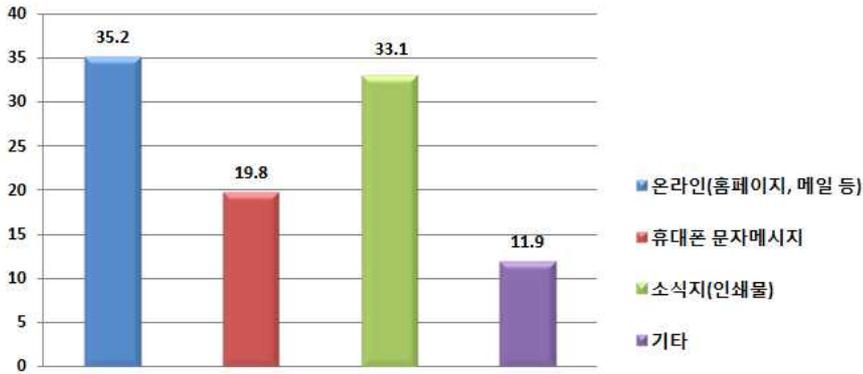
18. 생협 매장의 물품에 대한 정보취득 경로

- 생협 매장의 물품에 대한 정보취득 경로에 대해서는 온라인(홈페이지, 메일 등)이 103명(35.2%)으로 가장 높게 나타났고, 다음으로 소식지(인쇄물) 97명(33.1%), 휴대폰 문자메시지 58명(19.8%), 기타 35명(11.9%) 등의 순으로 나타남

<표 V-21> 생협 매장의 물품에 대한 정보취득 경로

구분	빈도(명)	비율(%)
온라인(홈페이지, 메일 등)	103	35.2
휴대폰 문자메시지	58	19.8
소식지(인쇄물)	97	33.1
기타	35	11.9
합계	293	100.0

<그림 V-9> 생협 매장의 물품에 대한 정보취득 경로



19. 로컬푸드 운동에 대한 인식

- 로컬푸드 운동에 대한 인식은 좋다 211명(71.3%), 싫다 2명(0.7%), 잘 모르겠다 83명(28.0%)으로 로컬푸드 운동에 대한 인식은 긍정적으로 나타남

<표 V-22> 로컬푸드 운동에 대한 인식

구분	빈도(명)	비율(%)
좋다	211	71.3
싫다	2	0.7
잘 모르겠다	83	28.0
합계	296	100.0

20. 생협 매장 확대의 좋은 점

- 생협 매장 확대의 좋은 점에 대해서는 직접 눈으로 확인하고 물건을 구매할 수 있어서가 98명(32.9%)으로 가장 높게 나타났고, 다음으로 지역에 안전한 친환경 먹거리 매장이 개설되어서 97명(32.6%), 친환경 농산물 소비확대로 생산농민에게 도움이 될 것 같아서 65명(21.8%), 조합원이 늘어나 조합활동이 활발할 것 같아서 26명(8.7%), 확대할 필요가 없다 8명(2.7%), 기타 4명(1.3%) 등의 순으로 나타남

<표 V-23> 생협 매장 확대의 좋은 점

구분	빈도(명)	비율(%)
직접 눈으로 확인하고 물건을 구매할 수 있어서	98	32.9
지역에 안전한 친환경 먹거리 매장이 개설되어서	97	32.6
조합원이 늘어나 조합활동이 활발할 것 같아서	26	8.7
친환경 농산물 소비확대로 생산농민에게 도움이 될 것 같아서	65	21.8
확대할 필요가 없다	8	2.7
기타	4	1.3
합계	298	100.0

21. 생협 매장을 통해 구매하고 싶은 품목

- 생협 매장을 통해 구매하고 싶은 품목으로는 '채소류(쌈채류, 배추, 무, 오이, 가지, 감자, 당근, 양파, 마늘, 고추 등)'가 88명(29.3%)으로 가장 높게 나타났고, 다음으로 '주/잡곡류(쌀, 현미, 흑미, 보리 등)' 79명(26.3%), '과일류(제철과일, 감귤류, 사과, 배, 복숭아, 참외, 토마토 등)' 47명(15.7%), '가공식품(장류, 양념류, 육가공품, 김치 등)' 37명(12.3%), '축산물(닭, 쇠고기, 돼지고기 등)' 34명(11.3%), 기타 15명(5.0%) 등의 순으로 나타남

<표 V-24> 생협 매장을 통해 구매하고 싶은 품목

구분	빈도(명)	비율(%)
주/잡곡류(쌀, 현미, 흑미, 보리 등)	79	26.3
채소류(쌈채류, 배추, 무, 오이, 가지, 감자, 당근, 양파, 마늘, 고추 등)	88	29.3
과일류(제철과일, 감귤류, 사과, 배, 복숭아, 참외, 토마토 등)	47	15.7
축산물(닭, 쇠고기, 돼지고기 등)	34	11.3
가공식품(장류, 양념류, 육가공품, 김치 등)	37	12.3
기타	15	5.0
합계	300	100.0

<표 V-25> 생협 매장을 통해 구매하고 싶은 품목(교차분석)

구분		생협매장을 통해 구매하고 싶은 품목(%)						전체
		①	②	③	④	⑤	⑥	
성별 *	남성	24.4	23.1	16.7	15.4	10.3	10.3	100.0
	여성	27.0	31.5	15.3	9.9	13.1	3.2	100.0
연령 ***	20대	12.8	15.4	30.8	15.4	10.3	15.4	100.0
	30대	28.8	33.8	13.8	11.3	11.3	1.3	100.0
	40대	28.9	33.8	12.7	12.0	10.6	2.1	100.0
	50대	25.8	16.1	19.4	3.2	22.6	12.9	100.0
	60대	25.0	25.0	0.0	12.5	25.0	12.5	100.0
거주 지역	제주시 동지역	25.1	29.2	16.5	11.9	12.3	4.9	100.0
	제주시 읍면지역	31.6	23.7	13.2	7.9	18.4	5.3	100.0
	서귀포시 동지역	25.0	37.5	12.5	12.5	0.0	12.5	100.0
	서귀포시 읍면지역	36.4	45.5	9.1	9.1	0.0	0.0	100.0
직업 ***	1차산업종사자(농업, 어업, 축산업 등)	44.4	22.2	5.6	11.1	11.1	5.6	100.0
	사무직(일반회사원 등)	26.7	28.9	17.8	8.9	17.8	0.0	100.0
	공무원	8.7	30.4	26.1	4.3	21.7	8.7	100.0
	전문직(의사, 변호사, 교수, 연구직 등)	23.5	35.3	5.9	17.6	17.6	0.0	100.0
	생산직/노무직	20.0	0.0	0.0	80.0	0.0	0.0	100.0
	자영업	36.8	36.8	10.5	0.0	10.5	5.3	100.0
	판매직/서비스직	33.3	21.4	21.4	9.5	11.9	2.4	100.0
	전업주부	23.6	40.3	12.5	11.1	8.3	4.2	100.0
	학생	16.2	16.2	27.0	13.5	10.8	16.2	100.0
	은퇴/무직	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	100.0
	기타	40.0	35.0	0.0	15.0	10.0	0.0	100.0
가입 생협 **	한살림	34.8	33.9	11.6	8.9	7.1	3.6	100.0
	아이쿱	25.2	32.2	11.3	11.3	17.4	2.6	100.0
	대학생협	14.3	14.3	23.8	9.5	19.0	19.0	100.0
	기타	40.0	20.0	20.0	20.0	0.0	0.0	100.0

주) ① 주/잡곡류(쌀, 현미, 흑미, 보리 등), ② 채소류(쌈채류, 배추, 무, 오이, 가지, 감자, 당근, 양파, 마늘, 고추 등), ③ 과일류(제철과일, 감귤류, 사과, 배, 복숭아, 참외, 토마토 등), ④ 축산물(닭, 쇠고기, 돼지고기 등), ⑤ 가공식품(장류, 양념류, 육가공품, 김치 등), ⑥ 기타

* p < 0.1, ** p < 0.05, *** p < 0.01

□ 생협 조합원의 생협 운동과 농민들과의 직거래

22. 생협 조합원의 생협 운동에 참가 이유

- 생협 조합원의 생협 운동에 참가하는 이유에 대해서는 직거래를 통한 가족의 건강 도모가 207명(70.2%)으로 가장 높게 나타났고, 다음으로 생협에서의 권유와 홍보 33명(11.2%), 이웃이나 친지의 권유 26명(8.8%), 기타 12명(4.1%), 경제적 이유 10명(3.4%), 친목 및 가족활동의 계기 7명(2.4%) 등의 순으로 나타남

<표 V-26> 생협 조합원의 생협 운동에 참가 이유

구분	빈도(명)	비율(%)
직거래를 통한 가족의 건강 도모	207	70.2
이웃이나 친지의 권유	26	8.8
생협에서의 권유와 홍보	33	11.2
친목 및 가족활동의 계기	7	2.4
경제적 이유	10	3.4
기타	12	4.1
합계	295	100.0

<표 V-27> 생협 조합원이 생협 운동에 참여하는 이유(교차분석)

구분		생협 조합원이 생협 운동에 참여하는 이유(%)						전체
		①	②	③	④	⑤	⑥	
성별 ***	남성	54.7	10.7	20.0	2.7	9.3	2.7	100.0
	여성	75.5	8.2	8.2	2.3	1.4	4.5	100.0
연령 ***	20대	28.2	17.9	28.2	5.1	15.4	5.1	100.0
	30대	73.4	12.7	6.3	2.5	2.5	2.5	100.0
	40대	81.2	3.6	7.2	2.2	1.4	4.3	100.0
	50대	65.6	12.5	15.6	0.0	0.0	6.3	100.0
	60대	71.4	0.0	28.6	0.0	0.0	0.0	100.0
거주지역	제주시 동지역	70.7	8.8	10.5	2.1	3.3	4.6	100.0
	제주시 읍면지역	67.6	8.1	16.2	2.7	5.4	0.0	100.0
	서귀포시 동지역	62.5	12.5	12.5	0.0	0.0	12.5	100.0
	서귀포시 읍면지역	72.7	9.1	9.1	9.1	0.0	0.0	100.0
직업 ***	1차산업종사자(농업, 어업, 축산업 등)	68.8	6.3	18.8	0.0	6.3	0.0	100.0
	사무직(일반회사원 등)	64.4	11.1	15.6	2.2	4.4	2.2	100.0
	공무원	73.9	13.0	8.7	0.0	0.0	4.3	100.0
	전문직(의사, 변호사, 교수, 연구직 등)	76.5	5.9	5.9	5.9	5.9	0.0	100.0
	생산직/노무직	80.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	100.0
	자영업	88.9	5.6	0.0	0.0	0.0	5.6	100.0
	판매직/서비스직	75.6	9.8	7.3	0.0	0.0	7.3	100.0
	전업주부	80.3	4.2	7.0	4.2	0.0	4.2	100.0
	학생	27.0	18.9	29.7	2.7	16.2	5.4	100.0
	은퇴/무직	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	기타	85.0	5.0	5.0	0.0	0.0	5.0	100.0
가입생협 ***	한살림	80.0	4.5	7.3	1.8	1.8	4.5	100.0
	아이쿱	77.9	10.6	5.3	2.7	0.9	2.7	100.0
	대학생협	30.0	5.0	50.0	0.0	10.0	5.0	100.0
	기타	80.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	100.0

주) ① 직거래를 통한 가족의 건강 도모, ② 이웃이나 친지의 권유, ③ 생협에서의 권유와 홍보, ④ 친목 및 가족활동의 계기, ⑤ 경제적 이유, ⑥ 기타

* p < 0.1, ** p < 0.05, *** p < 0.01

23. 생산자 조직인 농민들이 생협과 직거래를 하는 이유

- 생산자 조직인 농민들이 생협과 직거래를 하는 이유에 대해서는 소비자에게 안전한 먹거리 제공이 170명(56.7%)으로 가장 높게 나타났고, 다음으로 경제적 이익 도모 42명(14.0%), 생협 이념에의 동조 41명(13.7%), 판로 확보 차원 24명(8.0%), 생산자조직의 단체활동의 일환 19명(6.3%), 기타 4명(1.3%) 등의 순으로 나타남

<표 V-28> 생산자조직인 농민들이 생협과 직거래를 하는 이유

구분	빈도(명)	비율(%)
소비자에게 안전한 먹거리를 제공	170	56.7
생산자조직의 단체활동의 일환	19	6.3
경제적 이익 도모	42	14.0
생협 이념에의 동조	41	13.7
판로 확보 차원	24	8.0
기타	4	1.3
합계	300	100.0

24. 생협과 생산자 조직간의 연계 활성화를 위해 추진해야 할 사업

- 생협과 생산자 조직간의 연계 활성화를 위해 역점적으로 추진해야 할 사업으로는 농산물 직거래 활동이 163명(53.8%)으로 가장 높게 나타났고, 다음으로 생협교육과 의식화 활동 105명(34.7%), 상호간 친목도모 활동 19명(6.3%), 상호간 소식지 교류 활동 6명(2.0%), 기타 5명(1.7%) 등의 순으로 나타남

<표 V-29> 생협과 생산자 조직간의 연계 활성화를 위해 추진해야 할 사업

구분	빈도(명)	비율(%)
농산물 직거래 활동	163	53.8
상호간 친목도모 활동	19	6.3
생협교육과 의식화 활동	105	34.7
상호간 소식지 교류 활동	6	2.0
기타	5	1.7
합계	298	98.3

<표 V-30> 생협과 생산자 조직간의 연계 활성화를 위해 추진해야 할 사업
(교차분석)

구분		생협과 생산자 조직간의 연계 활성화를 위해 추진해야 할 사업(%)					전체
		농산물 직거래 활동	상호간 친목도모 활동	생협 교육과 의식화 활동	상호간 소식지 교류 활동	기타	
성 별 **	남성	48.1	12.7	34.2	2.5	2.5	100.0
	여성	57.1	4.1	35.6	1.8	1.4	100.0
연 령 **	20대	51.3	12.8	20.5	7.7	7.7	100.0
	30대	56.3	6.3	37.5	0.0	0.0	100.0
	40대	53.2	4.3	40.3	0.7	1.4	100.0
	50대	57.6	9.1	27.3	6.1	0.0	100.0
	60대	71.4	0.0	28.6	0.0	0.0	100.0
거주 지역 ***	제주시 동지역	56.6	4.5	34.3	2.5	2.1	100.0
	제주시 읍면지역	48.6	5.4	45.9	0.0	0.0	100.0
	서귀포시 동지역	37.5	50.0	12.5	0.0	0.0	100.0
	서귀포시 읍면지역	45.5	18.2	36.4	0.0	0.0	100.0
직업 ***	1차산업종사자(농업, 어업, 축산업 등)	44.4	0.0	50.0	0.0	5.6	100.0
	사무직(일반회사원 등)	53.3	4.4	42.2	0.0	0.0	100.0
	공무원	66.7	0.0	29.2	4.2	0.0	100.0
	전문직(의사, 변호사, 교수, 연구직 등)	88.2	5.9	5.9	0.0	0.0	100.0
	생산직/노무직	0.0	60.0	40.0	0.0	0.0	100.0
	자영업	50.0	10.0	40.0	0.0	0.0	100.0
	판매직/서비스직	41.5	2.4	48.8	4.9	2.4	100.0
	전업주부	57.1	4.3	38.6	0.0	0.0	100.0
	학생	48.6	13.5	21.6	8.1	8.1	100.0
	은퇴/무직	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	100.0
	기타	73.7	10.5	15.8	0.0	0.0	100.0
가입 생협	한살림	58.0	6.3	34.8	0.9	0.0	100.0
	아이쿱	55.8	2.7	38.9	0.9	1.8	100.0
	대학생협	61.9	9.5	23.8	4.8	0.0	100.0
	기타	60.0	20.0	20.0	0.0	0.0	100.0

* p < 0.1, ** p < 0.05, *** p < 0.01

□ 제주지역 생협의 문제점과 활성화 방안

25. 제주지역 생협이 가지고 있는 문제점(복수 응답)

- 제주지역 생협이 가지고 있는 문제점으로는 지역과의 유대(홍보부족) 및 외부 지원체계의 미약이 80명(16.1%)으로 가장 높게 나타났고, 다음으로 교육훈련과 재정, 인적자원의 부족 등 내부역량의 미흡 77명(15.5%), 대중의 자율적 참여와 활력 증진 미흡 72명(14.5%), 생협단체에 대한 지자체의 관심 부족 64명(12.9%), 협동조합 시대에 맞는 아이디어와 프로그램 개발 부족 58명(11.7%), 생산과 소비를 이어주는 자체적인 유통구조의 불균형 47명(9.5%), 자체적인 순환형 지역유통센터 부재 38명(7.7%), 사업의 규모에만 의존한 협동정신 의미 상실 33명(6.7%), 자본친화적 유통구조에만 지나치게 매달린 의존성 23명(4.6%), 기타 4명(0.8%) 등의 순으로 나타남

<표 V-31> 제주지역 생협의 문제점

구분	빈도(명)	비율(%)
사업의 규모에만 의존한 협동정신 의미 상실	33	6.7
교육훈련과 재정, 인적자원의 부족 등 내부역량의 미흡	77	15.5
협동조합 시대에 맞는 아이디어와 프로그램 개발 부족	58	11.7
자본친화적 유통구조에만 지나치게 매달린 의존성	23	4.6
지역과의 유대(홍보부족) 및 외부 지원체계의 미약	80	16.1
대중의 자율적 참여와 활력 증진 미흡	72	14.5
자체적인 순환형 지역유통센터 부재	38	7.7
생산과 소비를 이어주는 자체적인 유통구조의 불균형	47	9.5
생협단체에 대한 지자체의 관심 부족	64	12.9
기타	4	0.8
합계	496	100.0

<표 V-32> 제주지역 생협의 문제점(교차분석)

구분		제주지역 생협의 문제점(%)										전체
		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	
성별	남성	8.8	17.6	13.2	5.1	14.0	11.8	5.9	10.3	13.2	0.0	100.0
	여성	5.8	14.7	11.1	4.4	16.9	15.6	8.3	9.2	12.8	1.1	100.0
연령	20대	5.2	13.8	8.6	6.9	22.4	20.7	0.0	5.2	15.5	1.7	100.0
	30대	5.1	12.5	11.0	2.9	13.2	16.9	10.3	6.6	20.6	0.7	100.0
	40대	8.3	18.8	13.1	3.5	17.0	14.0	8.7	9.6	6.6	0.4	100.0
	50대	3.3	15.0	13.3	8.3	11.7	6.7	6.7	15.0	18.3	1.7	100.0
	60대	15.4	0.0	0.0	15.4	23.1	7.7	0.0	30.8	7.7	0.0	100.0
거주지역	제주시 동지역	6.4	16.6	12.9	4.5	17.1	14.1	6.9	8.7	12.1	0.7	100.0
	제주시 읍면지역	9.2	12.3	7.7	7.7	9.2	13.8	10.8	12.3	15.4	1.5	100.0
	서귀포시 동지역	11.1	0.0	0.0	0.0	22.2	11.1	11.1	22.2	22.2	0.0	100.0
	서귀포시 읍면지역	0.0	11.1	5.6	0.0	16.7	27.8	11.1	11.1	16.7	0.0	100.0
직업	1차산업종사자(농업, 어업, 축산업 등)	12.5	9.4	12.5	3.1	12.5	12.5	9.4	18.8	9.4	0.0	100.0
	사무직(일반회사원 등)	8.1	14.9	14.9	5.4	10.8	16.2	5.4	10.8	13.5	0.0	100.0
	공무원	7.3	12.2	12.2	0.0	19.5	9.8	9.8	7.3	19.5	2.4	100.0
	전문직(의사, 변호사, 교수, 연구직 등)	3.4	10.3	6.9	13.8	13.8	13.8	13.8	13.8	6.9	3.4	100.0
	생산직/노무직	0.0	37.5	25.0	12.5	0.0	12.5	0.0	0.0	12.5	0.0	100.0
	자영업	13.9	13.9	5.6	5.6	8.3	11.1	8.3	13.9	19.4	0.0	100.0
	판매직/서비스직	5.7	24.3	12.9	2.9	12.9	14.3	7.1	10.0	10.0	0.0	100.0
	전업주부	3.4	13.8	12.9	5.2	21.6	14.7	8.6	9.5	10.3	0.0	100.0
	학생	3.6	14.5	9.1	5.5	23.6	21.8	0.0	3.6	16.4	1.8	100.0
	은퇴/무직	0.0	25.0	25.0	0.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	기타	12.9	16.1	6.5	0.0	16.1	9.7	16.1	3.2	16.1	3.2	100.0
	가입생협	한살림	10.4	12.0	11.5	4.7	13.0	12.0	13.0	10.9	12.0	0.5
아이쿱		4.4	19.1	13.1	3.3	16.9	16.9	3.8	7.7	14.2	0.5	100.0
대학생협		3.0	24.2	12.1	9.1	12.1	9.1	3.0	12.1	12.1	3.0	100.0
기타		0.0	22.2	0.0	11.1	22.2	22.2	11.1	11.1	0.0	0.0	100.0

주) ① 사업의 규모에만 의존한 협동정신 의미 상실, ② 교육훈련과 재정, 인적자원의 부족 등 내부역량의 미흡, ③ 협동조합 시대에 맞는 아이디어와 프로그램 개발 부족, ④ 자본친화적 유통구조에만 지나치게 매달린 의존성, ⑤ 지역과의 유대(홍보 부족) 및 외부 지원체계의 미약, ⑥ 대중의 자율적 참여와 활력 증진 미흡, ⑦ 자체적인 순환형 지역유통센터 부재, ⑧ 생산과 소비를 이어주는 자체적인 유통구조의 불균형, ⑨ 생협단체에 대한 지자체의 관심 부족, ⑩ 기타

* p < 0.1, ** p < 0.05, *** p < 0.01

26. 제주지역 생협이 활성화되기 위한 방안(복수 응답)

- 제주지역 생협이 활성화되기 위해 실현되어야 할 방안에 대해서는 구성원의 적극적 참여가 119명(22.5%)으로 가장 높게 나타났고, 다음으로 홍보활동 강화 64명(12.1%), 지역정서 및 지역수요 맞춤형 사업콘텐츠 개발 63명(11.9%), 구성원의 결속력 강화(주인의식 고취) 59명(11.2%), 타 생협 및 생산자 조직간의 연대강화 48명(9.1%), 조합간 협력 등 지역내 사회경제 블록 구축 37명(7.0%), 정부의 제도적 지원 35명(6.6%), 협동조합원칙에 의거한 관리운영방식의 혁신 30명(5.7%), 내부 역량 강화를 위한 재정 확충 20명(3.8%), 고용창출을 위한 기술개발 및 교육 강화 18명(3.4%), 기업의 후원 및 내부 역량의 강화가 각각 12명(2.3%), 제도적 지원을 위한 거버넌스 협력체계 확립 7명(1.3%), 기타 4명(0.8%) 등의 순으로 나타남

<표 V-33> 제주지역 생협의 활성화 방안

구분	빈도(명)	비율(%)
구성원의 적극적 참여	119	22.5
구성원의 결속력 강화(주인의식 고취)	59	11.2
타 생협 및 생산자 조직간의 연대강화	48	9.1
내부 역량 강화를 위한 재정 확충	20	3.8
고용창출을 위한 기술개발 및 교육 강화	18	3.4
협동조합원칙에 의거한 관리운영방식의 혁신	30	5.7
지역정서 및 지역수요 맞춤형 사업콘텐츠 개발	63	11.9
정부의 제도적 지원	35	6.6
기업의 후원	12	2.3
조합간 협력 등 지역내 사회경제 블록 구축	37	7.0
홍보활동 강화	64	12.1
내부 역량의 강화	12	2.3
제도적 지원을 위한 거버넌스 협력체계 확립	7	1.3
기타	4	0.8
합계	528	100.0

<표 V-34> 제주지역 생협의 활성화 방안(교차분석)

구분		제주지역 생협의 활성화 방안(%)													
		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑪	⑫	⑬	⑭
성별	남성	24.1	9.9	7.1	6.4	4.3	7.1	7.8	7.8	4.3	7.1	8.5	2.8	1.4	1.4
	여성	22.0	11.6	9.8	2.8	3.1	5.2	13.4	6.2	1.6	7.0	13.4	2.1	1.3	0.5
연령	20대	21.5	1.5	3.1	6.2	7.7	1.5	3.1	13.8	13.8	1.5	21.5	3.1	0.0	1.5
	30대	21.2	13.9	8.6	1.3	4.0	5.3	16.6	6.0	1.3	7.3	11.9	0.7	2.0	0.0
	40대	23.5	13.7	9.8	3.8	2.6	6.0	12.0	4.3	0.0	7.7	11.1	3.0	1.3	1.3
	50대	25.0	7.8	12.5	4.7	1.6	7.8	10.9	9.4	1.6	6.3	7.8	3.1	1.6	0.0
	60대	14.3	0.0	14.3	14.3	0.0	14.3	7.1	7.1	0.0	21.4	7.1	0.0	0.0	0.0
거주지역	제주시 동지역	21.2	11.2	10.5	2.8	4.0	4.7	12.8	5.6	2.6	7.5	12.6	2.3	1.4	0.9
	제주시 읍면지역	27.5	13.0	1.4	8.7	1.4	10.1	8.7	7.2	0.0	7.2	10.1	2.9	1.4	0.0
	서귀포시 동지역	38.5	7.7	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0	30.8	0.0	0.0	15.4	0.0	0.0	0.0
	서귀포시 읍면지역	23.5	5.9	5.9	11.8	0.0	17.6	11.8	11.8	5.9	0.0	5.9	0.0	0.0	0.0
직업	1차산업종사자(농업, 어업, 축산업 등)	26.5	17.6	2.9	2.9	0.0	8.8	5.9	2.9	0.0	14.7	8.8	8.8	0.0	0.0
	사무직(일반회사원 등)	21.3	17.5	3.8	3.8	2.5	11.3	11.3	8.8	2.5	2.5	8.8	3.8	2.5	0.0
	공무원	15.6	4.4	13.3	2.2	2.2	4.4	11.1	11.1	0.0	11.1	17.8	2.2	2.2	2.2
	전문직(의사, 변호사, 교수, 연구직 등)	10.0	3.3	23.3	3.3	3.3	10.0	20.0	0.0	0.0	10.0	13.3	0.0	0.0	3.3
	생산직/노무직	30.0	0.0	10.0	10.0	10.0	0.0	10.0	0.0	0.0	10.0	0.0	10.0	10.0	0.0
	자영업	30.6	8.3	8.3	11.1	2.8	5.6	8.3	11.1	2.8	8.3	0.0	0.0	2.8	0.0
	판매직/서비스직	29.0	10.1	10.1	4.3	2.9	7.2	14.5	1.4	0.0	5.8	11.6	1.4	0.0	1.4
	전업주부	22.2	14.3	10.3	1.6	2.4	4.0	16.7	5.6	0.0	5.6	15.9	0.8	0.8	0.0
	학생	21.0	3.2	4.8	4.8	6.5	1.6	3.2	12.9	14.5	1.6	21.0	3.2	0.0	1.6
	은퇴/무직	0.0	25.0	25.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	기타	25.0	15.6	9.4	3.1	6.3	0.0	12.5	6.3	0.0	15.6	3.1	0.0	3.1	0.0
가입생협	한살림	23.5	8.8	13.7	3.4	2.0	7.4	13.2	5.4	0.5	8.8	8.3	2.0	2.5	0.5
	아이쿱	25.3	18.0	5.7	4.1	2.6	4.6	12.9	5.7	0.5	5.2	11.9	2.1	0.5	1.0
	대학생협	24.3	5.4	13.5	5.4	2.7	5.4	5.4	5.4	2.7	10.8	16.2	2.7	0.0	0.0
	기타	0.0	12.5	0.0	0.0	12.5	12.5	37.5	12.5	0.0	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0

주) ① 구성원의 적극적 참여, ② 구성원의 결속력 강화(주인의식고취), ③ 타 생협 및 생산자 조직간의 연대강화, ④ 내부 역량 강화를 위한 재정 확충, ⑤ 고용창출을 위한 기술개발 및 교육강화, ⑥ 협동조합원칙에 의거한 관리운영방식의 혁신, ⑦ 지역정서 및 지역수요 맞춤형 사업콘텐츠 개발, ⑧ 정부의 제도적 지원, ⑨ 기업의 후원, ⑩ 조합간 협력 등 지역내 사회경제 블록구축, ⑪ 홍보활동 강화, ⑫ 내부 역량의 강화, ⑬ 제도적 지원을 위한 거버넌스 협력체계 확립, ⑭ 기타

* p < 0.1, ** p < 0.05, *** p < 0.01

제4절 시사점

□ 제주지역 소비자생활협동조합(이하 '생협') 가입 확대

- 생협에 가입한 이유로는 안전하고 친환경적인 먹거리 구입, 공동체 활동(협동조합활동), 우리 농업 살리기 운동 동참, 생태환경을 살리는 환경운동 동참 등으로 나타남
- 생협 가입 후 변화에 대해서는 우리 농업과 식품안전에 대해 더 잘 이해하게 되었다는 의견 등 가입 전과 비교해 긍정적 효과가 높게 나타남으로써 생협에 많은 도민이 가입할 수 있도록 적극적 홍보 등 사회적 인식 제고가 필요함
- 가입한 생협의 좋은 점으로는 조합원에게 저렴하고 좋은 물품 제공, 바람직한 가치 확산, 조합원에 의해 자율적/민주적 운영, 협동/연대의 문화 확산, 조합원을 위한 교육과 체험행사 진행, 지역사회 기여 등 매우 긍정적으로 나타남으로써 제주지역 생협의 긍정적 역할을 확산할 수 있는 방안 모색이 필요함
- 조합원 이용에 있어 폐쇄형 조합을 개방형 조합으로 전환할 필요가 있음
 - 우리나라 생협법에 의한 비조합원 이용 금지를 조합원이 아닌 소비자도 이용할 수 있도록 생협법을 개정할 필요가 있음

□ 생협 매장 이용 확대

- 생협 매장 이용시 불편한 점은 매장이 멀어서, 찾는 물건이 없어서, 매장 물건의 다양하지 않아서, 배달이 어려워서, 물건 가격이 비싸서 등으로 나타남으로써 생협매장 확대와 매장 물품의 다양화, 가격 제고 등을 위한 조합원 욕구를 충족시킬 수 있는 방안이 필요함
- 생협 매장에서 주로 구입하는 제품으로는 아이 간식, 일일식품(두부, 콩나물 등), 양념류, 반찬류, 축산물, 우리밀 베이커리, 건강보조식품 및

공정무역제품(커피, 올리브유, 후추 등), 수산물 등 아이 건강과 관련된 제품을 확대 취급할 수 있는 방안 마련이 필요함

- 우리나라 대부분의 생협은 조합원에게 공급하는 물품이 한국산 친환경 농산물(친환경 유기 사양, 환경제품을 주로 취급)임. 따라서 생활하는데 필요한 상품 등을 취급하는 등 생협 매장 취급 품목을 확대할 필요가 있음

□ 생협교육 및 활동 강화

- 생협의 교육 및 활동에 대해서는 참여하고 있지 않다는 의견이 상대적으로 다소 높게 나타남으로써 교육과 활동에 참여할 수 있는 동기부여가 필요함
- 또한 시간적 여유를 갖기 위해 찾아가는 교육과 일정과 내용에 대한 정보를 홍보할 수 있는 방안 마련이 필요함

□ 제주지역 먹거리에 대한 인식 제고

- 제주지역의 먹거리 안전 정도에 대해서는 안전한 편이라는 의견이 상대적으로 높게 나타남
- 먹거리를 주로 구입하는 곳으로는 생협매장, 대형마트, 동네슈퍼, 재래시장 등의 순으로 나타남
- 먹거리를 구입할 때 가장 중요하게 고려하는 요인으로는 안정성, 신선도, 가격, 매장과의 거리 등의 순으로 나타남
- 로컬푸드 운동에 대해 좋다는 긍정적 인식이 높게 나타남
 - 로컬푸드에 대한 소비자들의 선호도가 높아지는 것은 물류협력의 번거로움이나 부담을 감수하고라도 지역내 농산물의 조달을 위한 물류협력의 추진을 가능하게 하고 있음
- 따라서 로컬푸드에 대한 물류협력을 위해서는 생산지 발굴 등에 대한 경험이나 전문성을 가진 인력을 육성할 수 있어야 하고 사업방식(가정배송 등) 및 사업영역의 다양화(기관 및 학교 등 직거래장터 개설, 친환경 무상급식 확대 등)를 통해 로컬푸드를 활성화할 수 있는 방안을 모색해야 함

- 특히 생협 활동의 원칙 가운데 ‘지역사회에의 기여’는 생협이 로컬푸드를 활용하여 지역사회에 기여할 수 있는 기본 동력을 제공할 필요가 있음
- 생협 매장을 통해 구매하고 싶은 품목으로는 채소류(쌈채류, 배추, 무, 오이, 가지, 감자, 당근, 양파, 마늘, 고추 등), 주/잡곡류(쌀, 현미, 흑미, 보리 등), 과일류(제철과일, 감귤류, 사과, 배, 복숭아, 참외, 토마토 등), 가공식품(장류, 양념류, 육가공품, 김치 등), 축산물(닭, 쇠고기, 돼지고기 등) 등의 순으로 나타남

□ 생협 조합원의 생협 운동과 농민들과의 직거래 확대

- 생협 조합원의 생협 운동에 참가하는 이유에 대해서는 직거래를 통한 가족의 건강 도모, 생협에서의 권유와 홍보 등으로 건강을 도모할 수 있는 친환경 유기농산물을 중심으로 제품을 취급해야 함
- 생산자조직인 농민들이 생협과 직거래를 하는 이유는 소비자에게 안전한 먹거리 제공, 경제적 이익 도모, 생협 이념에의 동조, 판로 확보차원, 생산자조직의 단체활동의 일환 등의 순으로 나타남
 - 장기적인 관점에서 생협과 농협의 협력을 통한 시너지를 창출하기 위해 점진적으로 상호 신뢰를 높여갈 필요가 있음
- 생협과 생산자조직간의 연계 활성화를 위해 역점적으로 추진해야 할 사업으로는 농산물 직거래 활동, 생협교육과 의식화 활동, 상호간 친목도모 활동, 상호간 소식지 교류 활동 등의 순으로 나타남
 - 생협운동의 출발점이 친환경 농산물의 직거래였으며 지속적으로 생산자와 소비자의 신뢰에 바탕을 둔 생산·소비 체계를 구축해 오고 있음. 즉 로컬푸드의 핵심에 생산자와 소비자, 이들을 묶을 수 있는 집합점으로 생협이 있는 것임

□ 제주지역 생협의 문제점과 활성화 방안

- 제주지역 생협이 가지고 있는 문제점으로는 지역과의 유대(홍보부족) 및

외부 지원체계의 미약, 교육훈련과 재정, 인적자원의 부족 등 내부역량의 미흡, 대중의 자율적 참여와 활력 증진 미흡, 생협단체에 대한 지자체의 관심 부족, 협동조합 시대에 맞는 아이디어와 프로그램 개발 부족, 생산과 소비를 이어주는 자체적인 유통구조의 불균형, 자체적인 순환형 지역 유통센터 부재, 사업의 규모에만 의존한 협동정신 의미 상실, 자본친화적 유통구조에만 지나치게 매달린 의존성 등으로 나타남으로써 이를 해소할 수 있는 홍보강화, 지자체의 관심제고와 정책적 지원, 내부역량을 강화할 수 있는 교육실시, 참신한 아이디어와 프로그램 개발, 자본친화적 유통구조에만 지나치게 매달린 의존성을 탈피할 수 있는 방안 마련이 필요함

- 제주지역 생협은 구성원의 적극적 참여, 홍보활동 강화, 지역정서 및 지역수요 맞춤형 사업콘텐츠 개발, 구성원의 결속력 강화(주인의식 고취), 타 생협 및 생산자 조직간의 연대강화, 조합간 협력 등 지역내 사회경제 블록 구축, 정부의 제도적 지원, 협동조합원칙에 의거한 관리운영방식의 혁신, 내부 역량 강화를 위한 재정 확충, 고용창출을 위한 기술개발 및 교육 강화와 기업의 후원 및 내부 역량의 강화, 제도적 지원을 위한 거버넌스 협력체계 확립 등의 생협 활성화 방안이 필요함

제 6 장 제주지역 소비자생활협동조합 활성화 방안

제1절 소비자생활협동조합 활성화 필요성과 방향

제2절 소비자생활협동조합 활성화 방안

제1절 소비자생활협동조합 활성화 필요성과 방향

1. 필요성

- 소비자생활협동조합은 생산자와 소비자가 함께 모여 협동조합을 구성하는 우리나라 특유의 협동조합 형태임
 - 생산자와 소비자가 함께 한다는 것은 생산자와 소비자가 생산과 소비를 협력하여 진행함을 의미함
 - 이러한 협력을 통해 생산자는 소비자의 안전한 소비생활을 책임지고, 소비자는 생산자들의 지속가능한 생산환경을 책임진다는 새로운 거래형태가 생겨남
- 제주의 지리적, 기후적 요건이 가져오는 생산과 소비활동 개선이 시급한 상황임
 - 4면이 바다로 둘러싸여 있고 대도시와 멀리 떨어진 섬으로서 소비지로 가는 물류에 어려움이 크고, 화석연료 고갈과 물류비 상승 등으로 지역 순환형 생산과 소비 등을 통한 역내 소비 확대 등 향후 특단의 대책을 필요로 함
 - 육지와 기후차이에 기반해 겨울작물에 집중되어 있는 제주의 농업 생산 구조는 도외 물류의 겨울집중과 나머지 계절 한산으로 나타나고 있으며, 이로 인해 물류체계 개선에 난항을 겪고 있음
 - 친환경농업시범도, 청정제주 등을 구체화하기 위해서는 친환경적 생산과 소비시장이 필요한데, 이를 위해서는 소비자생활협동조합 활성화가 필요함

2. 방향

- 전국 최초의 친환경급식과 더불어 일반 소비시장까지 친환경적 소비를 확대하는 수단으로서 생협을 활용할 필요가 있음

- 생협은 학교를 제외하고, 민간의 자체 조직으로서 가장 규모가 큰 소비 조직을 가지고 있음
- 특히 생협은 친환경과 안전한 먹거리 생산과 유통을 중심으로 하기 때문에 제주가 지향하는 친환경과 청정지역을 구현하는데 중요한 역할을 할 수 있음
- 생협은 로컬푸드에 대한 의지가 크기 때문에 작목의 겨울 집중과 연륙 물류의 어려움을 해소하는데 일정한 역할을 하도록 해야 함
- 생협의 경우, 지역 자체에서 생산, 소비되는 지역순환형 생산과 소비형태에 대한 모색을 지속적으로 하고 있으나, 생협 자체만의 시장으로서 한계가 있으며, 학교급식 시장 등 공적 시장과의 소통과 연계 부족 등으로 구체적 실천으로 옮기는 데 어려움을 겪고 있음
- 생협 사업과 운동이 공적 시장과 소통, 연계된다면 4계절 생산, 환금작물 위주의 겨울작목 중심 재배체제 개선 등을 시도할 수 있음
- 생협 활성화를 통한 협동조합 모델과 비전 창출
- 협동조합 정신에 기반하여 자립·자치방식으로 일정한 궤도에 오른 생협의 모습은 협동조합의 가능성을 구체적으로 볼 수 있게 함
- 생협의 경험과 규모를 갖춘 조합원 수는 대자본, 외지자본에 의존하지 않은 내발적 자본형성과 사업, 운동방향을 모색할 수 있는 단초를 제공할 수 있음
- 따라서 생협의 활성화는 한국적 협동조합의 경쟁력과 지역사회를 위한 필요성과 가치 등을 확인하고, 새롭게 생겨나는 협동조합들에게는 구체적 희망을 주고, 지역사회의 경제와 사회를 건전하게 하는 유력한 수단으로서 정책적 접근을 가능케 할 것으로 기대함
- 또한 제주지역 소비자생활협동조합의 연대와 협력을 바탕으로 행복한 지역공동체를 형성하고 안전한 먹거리 및 신뢰할 수 있는 유통구조 기반 확립, 윤리적 소비와 녹색소비 활성화에 기여할 것임

제2절 소비자생활협동조합 활성화 방안

- 제주지역 소비자생활협동조합 활성화 방안은 법·제도 관점, 교육·인프라 관점, 관리·운영(콘텐츠) 관점, 홍보·마케팅 관점, 금융·재정 관점, 지원체계 관점으로 구분하여 제안함

1. 법·제도 관점

1) 소비자생활협동조합법 개정

- 현행 소비자생활협동조합법상 개정사항으로는 ① 300명 이상의 발기인과 3,000만원 이상의 출자금이라는 설립 요건 ② 비조합원 이용 금지(제46조) ③ 생협법상 이종연합회 결성 금지 등 연합회 활동 지원 규정 미비 등임
- ① 300명 이상의 발기인과 3,000만원 이상의 출자금이라는 설립 요건
 - 발기인과 출자금의 설립 요건 규제로 인하여 여러 분야의 생협을 결성하기에 어려움이 있음
 - 이용자 관점에서 조직, 실행할 수 있는 사업 분야(특히 독자생협 등)도 최소 300명 이상을 조직해야 하므로 실제로 생협을 결성하는데 한계가 있음
- ② 비조합원 이용 금지(제46조)
 - 비조합원 이용 금지를 법으로 규정한 곳은 우리나라와 일본 정도임. 협동조합의 원칙상 조합원 중심 이용이 바람직하나 이러한 판단은 정관 자치를 통해서 해결할 문제이지 법이 간섭할 사항은 아님
 - 비조합원 이용을 금지함으로써 생협의 비영리성과 공공성에서 비롯되는 사회적 효과 제약과 생협 사업의 발전을 제약하고 사업을 통한 협동조합 간 협동, 타 부문과의 협력에 장애가 됨

- 조합원 중심 운영이 약한 타 협동조합법에 비해서 조합원 중심운영의 풍토가 강한 생협을 더욱 규제하는 차별조항이고, 정치적 상황에 따라 악용될 소지가 있음
 - 따라서 제46조를 철폐하거나 원칙적으로 허용하되 정도를 정해 줄 필요가 있음
 - 예를 들어 ① 조합원의 이용에 지장이 없는 범위 안에서 정관으로 정하는 바에 따라 조합원이 아닌 자에게 조합의 사업을 이용하게 할 수 있음
 - ② 조합원이 아닌 자의 이용은 조합원의 이용규모를 초과할 수 없음 등임
 - 위의 예시와 같이 개정할 경우 비조합원 이용으로 얻어진 이익 배분에 관한 규정이 필요함. 원칙은 비조합원 이용에서 발생한 이익은 조합원 배분을 금지하고 재투자, 사회적 기여가 아닌 경우에 영리 수준의 과세 기준을 적용하는 것이 타당함
 - ※ 당초 생협은 조합원 출자와 운영, 소비가 하나로 출발하는 것으로써 비조합원 이용에 대해서는 제한해야 한다는 것이 한살림 입장이고, 지금의 이용 확대는 아이쿱 입장임. 따라서 비조합원 이용과 관련한 문제는 한살림과 아이쿱 사이에 의견차이가 있음
- ③ 생협법상 이종연합회 결성 금지 등 연합회 활동 지원 규정 미비
- 생협을 포함한 개별 협동조합이 거대 자본 중심의 상거래에 순항하며 경쟁력을 갖추기 위해서는 '협동조합 간 협동'을 통해서 규모의 경제를 달성해야 하며 이는 자연스러운 성장과정임
 - 그런데 현행 생협법은 개별 생협 법인들의 연합회는 인정하나 생협과 사회적협동조합, 생협과 농협, 생협과 일반협동조합 등 이종연합회 결성에 대한 조항이 없음. 이는 규모의 경제를 이루는데 주식회사에 비해 불리한 차별임

2) 지자체 차원의 제도개선 및 지원정책 강화

- 현재 활동하고 있는 생협들의 실태조사를 실시하여 현실을 진단하고 애로사항과 요구사항 등을 파악하여 지자체 차원에서 제도개선이 가능한 사항 개선

- 지자체 담당 공무원의 생협에 대한 마인드와 노하우도 매우 중요함

○ 지자체 지원정책

① 생협의 안정을 위한 기반 제공

- 생협 활성화를 위해서는 초기 자본조달에 대한 지원책이 강구되어야 함
- 초기 자본조달 문제는 대부분의 생협들이 설립 초기부터 직면하게 되는 현실적인 어려움임
 - 신규 생협은 물류창고, 배송차량, 저온저장고, 소분/포장시설, 인력, 온라인 발주시스템 등 기본적인 물류시설과 운영시스템에 대한 투자여력이 부족함
- 생협의 자본금 대부분은 조합원의 출자금으로부터 생성됨. 따라서 생협의 자본금 규모는 조합원의 자금 여력에 따라서 결정된다고 할 수 있음
 - 그런 측면에서 경제적 여유가 적은 시민들이 주요한 구성원으로 참여하고 있는 생협은 자본의 부족 문제에 지속적으로 노출될 가능성이 있음
- 자본 부족의 문제는 소극적인 사업운영으로 이어지고 이는 소비자 접근성을 저해하는 요소로 작용하여 지역생협 안정을 저해하는 악순환의 고리가 되고 있음. 이를 해결하기 위해서는 생협 초기 투자비용과 운영비용에 대한 지원책이 강구될 필요가 있음

② 중간지원조직을 통한 지원체계 구축

- 협동조합의 주체 역량 강화를 위한 민간지원조직의 컨설팅 업무에 대한 지원이 강구되어야 함. 물론 민간지원조직은 협동조합 주체들에 의해서 설립·운영되어야 할 필요가 있음
- 중간지원조직은 생협이 원하고 필요로 하는 부분에 대한 실질적인 지원을 해 줄 수 있는 지역 차원의 민관 협력적 중간지원조직이 적절할 것으로 보임
 - 중간지원조직의 주요한 역할로는 교육프로그램 개발, 대상자 발굴, 지역별 및 업종별 모델 발굴, 전문가 양성(지원조직 인력양성, 생협 당사자 교육)임
- 전문인력의 양성은 중간지원조직이 중점적으로 해결해야 한 과제임. 취약한 인적자원은 지속적으로 생협의 경쟁력을 위협하는 요인이 아닐 수 없음

- 특히 경쟁력의 미비로 구성원의 처우개선에 어려움을 겪는 생협에게 이 문제는 더욱 커다란 장애 요인으로 작용하고 있고 이에 대한 내부적인 극복 노력과 외부적인 정책적 고려가 있어야 될 것임

③ 생협의 설립·운영을 위한 생협기금 조성이 필요함

- 유럽과 미국의 사례에서 보듯이 생협이 활성화될 수 있었던 데에는 생협들이 접근할 수 있는 기금의 지원이 커다란 역할을 하였고, 이탈리아의 협동조합들은 매출의 3%를 협동조합기금으로 적립하도록 함으로써 자체적 협동조합기금을 모으고 있음

④ 지자체의 지역계획 수립과 생협과의 협력 모색

- 지역내 고령농, 여성농 등의 소농을 실현 가능한 방법으로 조직화할 수 있는 유효한 방법이 지역먹거리에 기반한 생협의 활성화이므로 이들이 지역의 내적 순환 호혜경제 생태계에 순조롭게 접근, 적응할 수 있도록 정책이 개발되어야 함
- 생협은 단순한 재화의 거래 뿐만 아니라 사회적 관계회복과 지역사회 안전망의 역할을 담당할 수 있음
- 생협에 대한 다양한 지원사업들을 지자체 차원에서 수행하는 것이 다양한 정책적 목표달성 측면에서 유용성을 가질 수 있음
- 생협은 구성원들의 배타적인 경제적 이해를 추구하기보다는 지역사회의 공익을 위한 경제활동도 수행한다는 점에서 지역사회에 기여하는 조직체라고 할 수 있음
- 이를 위해 지역단위의 사회적경제 단위 주체들과 담당 행정부서와의 상호간의 정보교류와 공동생산을 위한 맞춤형 과제 회의 등을 통해서 생협이 지역사회에서 건강하게 활성화될 수 있도록 해야 함

3) 협동조합 비차별 원칙 준수

- 협동조합이기 때문에 다른 법인격 또는 사업체에 대해 불이익을 받지 않도록 제도와 규제를 정비할 필요가 있음. 국내외적으로 투자자 소유기업

인 주식회사에 대한 법적 규제는 상대적으로 통일된 반면 협동조합 법·제도는 전 세계적으로 매우 다양하며, 일부 국가에서는 관련 법·제도가 존재하지 않음

- 이러한 이유로 협동조합에 대해서는 국내외적으로 보편적으로 수용되는 규제가 없음으로 해서 영리기업에 비해 상대적으로 더 많은 차별적 대우를 받을 가능성이 있음
- 협동조합은 대부분 지역공동체를 중심으로 하는 소규모 형태가 많아 협동조합에 대한 세제혜택을 위한 조세특례법과 법인세법 등을 개정할 필요가 있음
- 여기에 지방세 감면, 토지분리과세대상 추가, 대도시인 경우 법인 중과세 면제 등도 검토되어야 함

4) 협동조합 관련 부서 강화

- 제주특별자치도의 협동조합 업무가 지금의 협소하고, 정부시책을 따라가는데 그치는 소극적 입장을 떠나 좀 더 적극적이고 창의적인 협동조합 정책을 구상할 수 있는 방향으로 전환되어야 함
- 이를 위해서는 사회적경제 관련 부서 신설 시 사회적경제·협동조합 전문인력이 정책 입안에 참여하고 진행에도 일정하게 관여할 수 있는 제도적 장치도 필요함
- 현재 제주도인 경우 협동조합 업무는 주무관 1인이 담당하고, 일반협동조합에 국한되다시피 하여 협소해진 업무범위를 생협 등으로 넓혀야 함
- 2014년 6·4지방선거에서 제주사회적경제포럼이 도지사 및 교육감 후보들에게 사회적경제위원회와 사회적경제과 신설을 제안하였고, 당선된 도지사 와 교육감 후보가 제안을 수용하겠다고 하였기 때문에 사회적경제 영역으로서 협동조합 부문도 활성화시킬 수 있도록 지원기능을 강화해야 함

5) 생협의 사회적기업 인증 시 정부의 제도적 지원과 기업의 후원

- 생협이 사회적기업의 인증을 받을 경우 정부는 사회적기업의 경영능력 강화 차원에서 운영지원 강화
 - 즉 일반시장보다 경쟁력이 약한 취약계층이 생산한 재화와 서비스가 판매될 수 있는 '보호된 시장의 창출'에 노력해야 하고, 또 지금과 같은 인건비 지원은 사회적기업의 미래에 별 도움이 못되므로 장기적 도움장치로서 기금을 조성해 프로그램 공모에 따른 제도적 지원책을 마련하고, 공공성을 주요 가치로 여기는 조직에 인센티브를 더 주어 사회적기업에 유리한 환경을 조성해야 함
- 생협의 사회적기업 전환 시 재정, 기술, 판로, 기업방식의 운영 면에서 취약하므로 경험이 많은 기업들이 사회적기업을 정책 이벤트로만 보지 말고 진지하게 운영인프라를 구축해야 함
 - 1회성 기부보다는 워커즈 컬렉티브(Worker's Collective)에 경영노하우를 적극 전수한다는 마인드로 기술, 조직운영 방식을 전수하고 제품공급을 받을 수 있도록 해야 함

2. 교육 · 인프라 관점

1) 협동조합 교육 강화

- 협동조합은 교육에서 시작해서 교육으로 끝난다는 말과 협동조합은 민주주의의 학교라는 말이 있음. 그만큼 협동조합에 있어서 교육이 중시됨을 시사함
- 협동조합의 관심 및 이해를 높여 협동조합운동에 주민을 참여시킬 수 있는 가장 좋은 방법은 적극적인 교육임
- 예를 들어 서울시에서는 2012년 11월부터 서울을 네 개의 권역으로 나누어 상담지원센터를 설치해 운영하고 있음
 - 각 상담센터에서는 기초적인 내용의 전화 상담에서부터 심화된 방문상담

을 수행하고, 상담센터별 주 2회 기초교육을 실시하는 한편, 여러 협력기관이 참여하여 17개의 심화교육과정을 시민들에게 제공하고 있음

2) 협동조합 학교 설립

- 영국의 코퍼러티브그룹은 어린이와 청소년에게 개인적 책임감, 민주주의와 연대 등 협동조합의 가치를 가르치는 협동조합 학교 설립
 - 많은 청소년이 협동조합의 의미를 잘 알지 못할 것이기에 학교에 기초한 접근방식은 청소년들에게 협동조합 사업모델과 그 가치, 지역 공동체에 제공하는 부가가치 등에 관심을 갖게 하는 현명한 방법임
- 코퍼러티브그룹은 학교를 지역사회 중심에 위치시켜 이를 조직하고 관리하는 대안적인 방법을 제공함. 그룹은 학교협동조합 Schools Co-operative Society, 협동조합 대학 The Co-operative College와 파트너십을 맺고 협동조합 신탁학교 Co-operative Trust Schools 200개의 네트워크를 만들
 - 이 네트워크는 협동조합으로 운영되며, 교육과정에 협동조합에 관한 내용을 핵심적으로 포함
- 협동조합 학교를 만듦으로써 소비자협동조합은 지역사회 차원에서 민주주의, 연대 등의 근본적 가치가 다시 힘을 얻도록 지원함. 특히 협동조합은 청소년들이 어떻게 다른 사람, 지역사회와 원활한 관계를 맺을지 가르치는 한편 사회적 책임감에 대한 인식도 높일 수 있을 것임

3) 독자생협 설립을 위한 기반 조성

- 제주지역의 독자생협 설립을 유도하기 위해서는 자체 조합원 규모와 물류시설만으로 생산자와 관계를 형성하고 생존하는 것은 매우 어려운 실정임. 다양한 지역의 생협, 유사생협과의 협력, 타 협동조합·사회적기업 등 사회적경제 주체들과의 협력, 그리고 지역 시민사회운동 진영과의 협력 관계 구축을 통해 생존을 위한 여건을 만들어야 함
- 이러한 협력의 체계는 중첩되기 때문에 명확히 경계가 구분되지는 않지만 이 중 가장 우선적으로 필요한 부분은 물류협력임

- 물류협력은 일부 품목의 공동구매라는 낮은 수준에서부터 공동물류센터를 설치하고 공동물류체계를 구축하는 높은 수준까지 다양한 형태로 이루어질 수 있음

4) 협동조합에 대한 사회적 인식 제고

- 협동조합이 제주사회에 가져올 수 있는 장점에 주목하고, 이를 위한 정책적 목표가 필요함
 - 사회적기업이 취약계층 일자리 창출을 통해 사회의 건전성과 지속가능성을 높이는 수단이라면, 협동조합은 대규모 자본에 의존하지 않는 서민 대중들의 자립과 자치방식으로 자본을 형성하고 사업을 진행함으로써 지역 경제의 선순환구조와 내발적 발전을 추진할 수 있는 수단임
- 협동조합 몇 개 만드는 것보다 작더라도 내실있는 협동조합을 만들기 위한 노력이 필요하며 이러한 협동조합이 제주사회에 어떤 역할을 할 수 있는지 살피고, 도민적 공감대를 넓혀가기 위한 노력이 필요함
 - 현재 제주지역에는 개별법에 의한 협동조합으로서 제도권으로 분류되는 농협과 수협, 신협 등이 있고, 그 이후 소비자생활협동조합법에 의해 설립된 생협, 협동조합기본법에 의해 설립되고 있는 일반협동조합 등이 있음
 - 이미 거대 자본화되어 협동조합 본래의 모습과는 다르다고 비판받는 농·수협과 신협 등은 차치하고, 생협에 대한 관심과 소통이 부족한 것은 현재 제주도정의 협동조합에 대한 인식이 매우 낮고 협소하다고 볼 수 있음
 - 1990년대 말부터 자립적으로 성장해온 생협의 사례를 일반협동조합 활성화 위한 경험으로 접목시키려는 정책적 의지가 필요함
 - 특히 안전한 먹을거리 유통을 중심으로 성장해 온 한살림생협, 아이쿱생협 등은 제주에서도 조합원 수와 매출에서 안정궤도에 올라와 있기 때문에 일반협동조합과의 연계 노력은 일정한 성과를 가져올 가능성이 큼

3. 관리·운영(콘텐츠) 관점

1) 취급품목과 취급기준 다양화 확대

- 생협의 의미는 친환경·유기농산물, 공정무역 등 생산자와 생산방법이 윤리적인 상품만 취급하는 게 아니라 공정한 노동관행과 지역경제를 살리는 향토기업, 사회적경제 조직 등 이해관계자들의 상생 발전, 지역주민의 가계비 절약이란 윤리적인 지향을 담은 품목도 취급할 수 있어야 함
- 생협의 소비는 결국 지역으로 순환되므로 가격과 품질기준도 다양한 상품을 통해 더 많은 지역주민들이 생협의 조합원으로 이용할 수 있어야 함

2) 조합원 가입 기회 확대

- 서울시에서 실시했던 '광화문 희망나눔장터의 사회적경제장터 상설화' 처럼 생협의 홍보, 이용의 기회를 제주도민에게 제공하여 조합원 가입의 기회를 확대할 필요가 있음
- 생협에 대한 사회적 인식 제고와 적극적 홍보를 전개하여 생협 조합원 가입 기회 확대

3) 협동조합 원칙에 의거한 관리·운영방식의 혁신

- 참여자가 주인으로서 재원을 만들고 이용도 하는 협동조합 원칙에 보다 충실해야 함. 협동조합의 원칙 중 무엇보다도 공동의사 결정이 중요함
 - 생협의 이용자와 제공자 간 공동소유, 공동의사결정에 의거해 조합원 욕구에 적극 부응할 수 있는 조직이어야 발전함
 - 공동의사 결정이 가능해야만 참여의식이 높아지고 조합원들의 역량발휘도 가능함. 또 주민을 생협의 이사 자격으로 생협 경영에 관여시켜 조합의 가입, 출자, 자원봉사 등 주민들 스스로의 도움방식을 자율적으로 형성하게 할 필요도 있음

4) 맞춤형 사업콘텐츠의 개발

- 현재 생협은 일반기업과 달리 대규모의 자본을 투여하지 못하고 뛰어난 전문인력 확보도 곤란함. 따라서 지역과의 협력관계가 중요하므로 이를 위해 생협 활동이 지역문제 해결에 기여할 수 있음을 지역 구성원들에게 인식시켜야 함
 - 특히 생협이 보육, 먹거리, 주거환경, 교육 등 일상적 지역문제에 공동체적 해결방법을 찾아내, 활동성과 뿐 아니라 대안경제에 대한 문제의식을 바탕으로 지역현안에 대한 공동의 해결방안을 모색하고자 하는 노력이 중요함
- 생협의 조합원 관리활동도 미흡함. 업종특성상 조합원과 일상적으로 만나는 기회가 적은 경우는 조합의 홈페이지 활성화, 전화접촉, 문자메시지 등 조합원과 조우하는 프로그램을 전개하고 새로운 서비스상품 개발도 필요함

5) 지역주민과 상생하는 사업체 지향

- 비조합원 이용 금지와 같은 법적 규제를 풀고 지역주민에게 더욱 밀착한 사업체가 되어야 함
- 현재 우리나라 생협은 비조합원 이용금지(생협법 제46조)와 같이 조합원이 아닌 주민의 이용을 금지하고 있어 폐쇄적인 성격을 지니고 있음
- 협동조합은 조합원이 소유하고 조합원이 운영하는 조직이지만 이용은 누구나 할 수 있어야 함
 - 왜냐하면 생협의 상품 서비스를 이용해 본 경험을 반복하면서 긍정적인 경험을 쌓아 생협 조합원으로 가입할 수 있는 기회가 주어져야 하며 조합원 이용에 관한 결정은 결국 조합의 자치에 속한 사항이기 때문임

6) 제주도의 협동조합 육성 및 장려 활동 강화

- 제주도 및 공공기관 내 협동조합 육성을 위한 기반 조성이 매우 중요함
- 제주도의 물품구매에서 협동조합 물품 및 용역에 대한 우선구매 원칙 확인

및 실적 조사(공공기관 운영평가 시 점수 반영) 등이 필요함

- 또한 대학생협 육성을 위해 대학평가 항목 중 후생복지 분야에서 협동조합 설립 유무 항목 신설 및 배점 등을 검토할 필요가 있음

4. 홍보·마케팅 관점

1) 생활협동조합 홍보 강화

- 협동조합에 대한 사회적 인식을 제고하고 생협 친화적 문화조성과 사회적 경제 생태계 조성을 위하여 자치단체 차원에서 홍보활동을 강화
 - 협동조합연합체의 공동신문 발행 지원
 - 선도적 '스타 생협'의 육성과 모범사례를 전파
 - 생협 및 지역공동체 관련 정보시스템 구축
 - 생협사업 공모를 개최하여 지역사회의 관심과 분위기 제고

2) 생활협동조합의 실태와 수요조사 실시

- 제주도 내 기존 협동조합은 물론 협동조합 설립 또는 전환을 희망하는 자활공동체나 영농법인 등 법인과 개인에 대한 실태 파악이 필요함
- 생협이나 유사생협 등 기존 협동조합의 정책수요를 파악해 도정에 반영, 협동조합의 발전을 위한 발판 마련
- 제주도가 국내 협동조합을 선도하는 지역으로 가기 위해서는 기초자료 수집의 필요성 있음

3) 협동조합 간 연대를 통한 마케팅 전개

- 2014년 5월말 현재 협동조합기본법에 의해 만들어진 도내 협동조합은 61개이며, 농·수협을 제외하고, 1999년 소비자생활협동조합법에 의해 만들어진 소비자생협 등을 포함하면 대략 67개 정도의 협동조합이 설립되어 활동하고 있음

- 일부 생협을 제외하면 대부분 신생인데다 영세하고, 협동조합에 대한 이해가 부족한 부분도 많기 때문에 협동조합 정신에 맞게 소통과 연대, 협업을 통해 상호 보완하고 부가가치를 높이기 위한 노력이 필요함
- 이미 생협과 일반협동조합들이 70여개에 육박하고 있으나, 생협 간, 일반협동조합 간, 생협과 일반협동조합 간 소통과 연대 움직임은 미약한 상황임
 - 특히 생협과 일반협동조합 간 소통의 부재는 제주특별자치도의 협소한 협동조합 인식도 영향을 미치고 있음
- 생협의 마케팅활동도 적극적이지 못해 지역내 조합에 의존해 안주하는 등 기다리는 서비스의 한계를 보이는데 지역의 예비조합원, 예비고객들과 만나는 다양한 홍보, 장기서비스프로그램을 실천해 찾아가는 서비스의 대상을 늘려야 함

4) 협동조합기본법에 의거한 소비자협동조합 결성에 의한 생협 활성화

- 협동조합기본법이 시행된 이후 전국적으로 기본법에 근거한 소비자협동조합이 활발하게 탄생하고 기본법의 개정이 소비자생활협동조합법 개정보다 더 앞서는 현실 속에서, 소비자생활협동조합법에 의거한 생협이 활성화되기보다는 협동조합기본법에 의거한 소비자협동조합을 결성하는 것이 더욱 진입장벽이 낮다고도 볼 수 있음
- 따라서 생협 활성화 방안이 반드시 소비자생활협동조합법에 의거한 생협 법인만을 칭하는 것이 아니라 소비사회에서 재화와 서비스의 최종 소비자, 이용자들이 결성한 '소비자협동조합'²⁹⁾이란 관점에서 검토할 필요가 있음

29) 소비자생협, 소비자협동조합 모두 영어로는 consumer co-operative이다. 한국 사회에서도 해방 전에는 일본의 영향을 받아 소비조합으로 쓰이고 해방 후에는 1980년대까지도 소비자협동조합(소협)이란 명칭을 사용했으나 '80년대 후반 일본의 소비생활협동조합을 탐방한 당시 소비자협동조합중앙회 임원, 활동가들이 '생활 전반의 협동'을 강조한 생활협동조합이라는 명칭이 소비자협동조합보다도 더 큰 협동을 담는다는 취지에서 자발적으로 생활협동조합이란 표현을 쓰게 되었고 법 역시 일본의 소비생활협동조합법을 참고하여 소비자생활협동조합법이라는 명칭으로 정비되었음

5. 금융·재정 관점

1) 내부역량 강화를 위한 재정 확충

- 일본의 경우 중산층이 두터워 자금 확보에 어려움이 없는데 반해, 우리는 사정이 그렇지 못해 생협외 재정 건전성이 낮음
- 따라서 생협의 재정자립을 위해선 무의결 우선주, 이용고 배당의 회전출자, 자산 재평가, 가치 상승액 일부의 조합원 계정배분 등 다양한 조합원 자본형성 기법을 사용해 출자금을 추가 조성할 필요가 있음
- 이외에도 다양한 자금출처 마련을 위해 마이크로 크레딧 대출도 활성화할 필요가 있음

2) 협동조합 금융 지원

- 외국 협동조합의 발전과정을 보면 협동조합은행과 협동조합들이 상호간의 지원을 위해 조성한 기금이 상당한 역할을 한 것을 볼 수 있음
- 협동조합의 사업을 개발하기 위해 필요한 자금을 지원하고 사업계획을 보다 현실 가능성 있게 다듬고 견인해 주는 협동조합형 금융기관이 필요함
- 3~5년 정도의 장래를 염두에 두고 협동조합 금융 또는 기금의 준비를 고려해야 할 필요가 있음
- 협동조합 금융을 통한 협동조합의 지원은 정부의 직접 지원에 대한 논란과 부작용을 피하면서도 협동조합을 활성화시킬 수 있는 가장 기본적인 인프라이기 때문임
- 기존의 금융분야 협동조합이 이런 역할을 맡아주면 가장 효과적일 것임. 이를 막는 제도적 장벽이나 규제가 있다면 정부는 이런 규제와 장벽을 제거해주는 역할을 우선 수행해야 할 것임

3) 협동조합 투자기금 조성

- 협동조합은 자립, 자치의 원칙이라고 하여 현실적으로 별다른 지원책이 없음

- 더욱이 보험과 금융업은 일반협동조합으로 금지되어 있기 때문에 조합원 출자에 의존한 자본형성 방식이 전부임
- 따라서 사회적으로 협동조합에 투자할 수 있는 협동조합기금 마련이 절실함
 - 이 기금은 시중은행 같이 수요자의 신용을 담보로 대출과 회수에 중심을 두는 것이 아니라 지원과 원조에 중심을 둔 운영형태로 가야 함
 - 몬드라곤생산공동체의 노동인민금고가 새로운 협동조합 설립과 기존 협동조합들의 경영안정을 위한 지원과 경영컨설팅, 부실협동조합의 해고자 없는 정리, 노후설계 지원 등 다양한 기능을 통해 협동조합들의 경영안정과 조합원들의 생활안정을 가져오는 사례는 시사하는 바가 큼
- 공적자금과 여유 있는 기업들의 사회공헌기금, 협동조합 진영의 출자 등을 통한 기금조성계획 수립, 추진 등을 모색해야 함

6. 지원체계 관점

1) 지역별 협동조합 네트워크 구축 지원

- 지역별, 업종별 협동조합 연대 및 네트워크의 구축은 정부주도형이 아니라 지역사회 주도형의 생태계를 조성하기 위해 필요함
 - 자치와 자립, 협력과 연대를 기반으로 협동조합 스스로 친화적 환경을 조성할 수 있도록 네트워크 구축이 필요
 - 협동조합은 협동조합 네트워크를 통해 생존에 필요한 자금, 인적자원 개발, 기술, 경영 노하우 등을 공유하고 외부환경에 적극적으로 대응할 수 있음
- 제주도는 지역 내 협동조합연합회 등과 같은 네트워크를 구축하기 위해 다음과 같은 지원을 강화해야 함
 - 협동조합 네트워크의 사업을 지원하기 위한 관련 조례 제정(사례 : 원주시의 경우 로컬푸드사업을 지원하기 위하여 「원주푸드조례」 제정)
 - 관련 시장 확대를 위한 민간위탁 등 민관협력 추진(사례 : 원주시 경우 민관협력으로 '학교급식센터' 추진)

- 공동입찰, 공동구매, 공동판매 등 협동조합 네트워크 사업에 대한 기준 등 완화
- 자치단체가 지원하는 중간지원조직이나 협동조합 관련 포럼, 홍보, 교육 등을 협동조합 네트워크에 위탁

2) 생활협동조합 자생력 강화를 위한 지원 확대

- 생활협동조합은 특수한 성격의 대안적 기업으로 시장에서 타 조직의 기업과 경쟁해야 하기 때문에 정부와 자치단체의 지원을 확대할 수 있도록 해야 함
- 제주도의 역할은 역차별 방지, 시장 형성, 사회적 인식 제고, 교육·훈련 등 사회적경제의 생태계 조성 zu 주력해야 함

3) 자치단체와 지역사회가 주도하는 지원체계 구축

- 협동조합은 조합원과 지역사회의 필요에 의해 설립되고, 지역주민인 조합원에 의해 소유·이용되며, 자본의 탈지역(역외유출) 방지에 기여한다는 점에서 지역사회와 긴밀한 관계를 형성해야 함
- 협동조합 생태계 조성을 위한 지원은 해당 자치단체와 지역사회단체가 중심이 되어 주도적 역할을 수행할 필요가 있음

4) 조합간 협력 등 지역내 사회경제적 블록의 구축

- 조합간의 2, 3차 연합조직을 만드는 것은 규모의 경제를 살리면서 지역내의 유희자원과 지식을 공유하는 길임. 이런 지역차원의 사회적경제의 구심점 확보는 지역에서 일종의 사회경제적 블록으로 작동하며 블록 내 유기적 협력을 재생산하고 다시 사회적경제의 확대 재생산을 유도함
- 먹거리 생협도 전문 유통업체와 치열한 경쟁을 벌이고 있어, 지역 내 협동조합 간 연합체를 만들어 이에 대응할 필요가 있음

- 안심한 먹거리는 생협에서 제공하고, 농업생산자 생협에선 생태체험을 할 수 있는 여건을 조성해 주는 등 협동조합 간 협동 네트워크는 미래의 희망임
- 따라서 조합원 자치와 각 지역조합들을 하나로 묶어 상호 연대시키기 위한 통합적 네트워크를 만들기 위한 대중교육도 필요함

5) 사회적경제 생태계 내에서의 역할 강화를 위한 기반 조성

- 생협은 자체의 소비시장을 가지고 있는 소비자조직이며, 조합원들은 자신들이 원하는 가치를 위해 조합원으로 가입하고, 소비활동을 하고 있음
- 조합원들이 원하는 가치는 안전한 먹을거리를 통한 가족건강 지킴, 운동적 측면에서의 친환경적 생산과 소비활동, 자본중심의 경쟁에서 상생의 협동적 공동체 지향 등 다양하게 분포함
- 현재 제주지역 생협 조합원은 6,000세대(제주 전체세대의 2.7% 선) 이상 되어가고 있으며, 이들이 만들어내는 연간 소비시장도 50억원 이상으로 추산됨
- 제주지역에서도 생협 조합원과 매출이 빠른 성장세를 보이고 있기 때문에 생협이 적극적인 사회적경제 진영의 소비시장으로 역할을 할 수 있도록 제반 노력이 필요함
 - 사례로 한살림제주생협은 제주지역 사회적경제 지향 일반기업까지 모인 (사)제주사회적경제네트워크 결성을 주도하고, 현재 상임대표를 맡는 등 적극적으로 사회적경제 생태계 구축을 위해 나서고 있음
 - 네트워크 결성 외에 구체적인 사례로 한살림제주가 운영하는 스토어 36.5 제주점(2013년 9월 개장)의 경우, 사회적기업 제품을 전시·홍보·판매하기 위한 것으로, 시설비는 한국사회적기업진흥원에서 지원받았지만, 운영비 전체는 지원 없이 자부담으로 운영하는 등 사회적경제 시장으로서 역할을 하기 위한 모색을 하고 있음

6) 사업협력 체계의 구축

- 사업협력 체계의 구축도 생협의 활성화에 도움이 됨. 생협, 지역유사생협, 전국단위 연합체의 단위생협, 그리고 사회적기업, 마을기업 등 다양한 지역내 주체들 간에 사업협력 체계를 구축할 필요가 있음
 - 지역먹거리, 지역물품에 대한 공동판매는 가장 손쉬우면서 물류협력과도 연계할 수 있는 방안임
 - 지역 내 협력체계의 구축을 원활하게 추진하기 위해서는 내부 협력체계 구축을 위한 지역 논의기구가 반드시 필요함
 - 지역먹거리에 기반을 둔 사업영역의 확대가 이루어지기 위해서는 학교 급식, 외식까지 포괄하는 종합유통시스템을 갖추고, 그 외 지역먹거리를 이용한 식당과 교육장, 체험장, 카페 등이 구비된 지역먹거리 허브센터 구축이 필요하며, 이 또한 지역내 생협의 협력체계를 바탕으로 이루어져야 그 실현 가능성을 높일 수 있을 것임

참 고 문 헌

- 강원발전연구원(2014), 「협동조합과 지역사회발전을 위한 국제심포지움」
- 경기도의회(2013), 「경기도 생활협동조합 활성화 방안」, 가톨릭대학교 산학협력단
- 김진기(2011), 「강원도에서 전국 생활협동조합대회를 열자!」, 강원발전연구원 정책메모 제20호
- 김형미(2013), 「공동체운동이란 무엇인가」, 황해문화 2013 가을호
- 김형미 외 (재)아이쿱협동조합연구소(2012), 「한국 생활협동조합운동의 기원과 전개」, 푸른나무
- 공정거래위원회(2012), 「공제사업 등 생협의 건전성 확보방안에 대한 연구」
- 농협경제연구소(2013), 「국내 생협의 사업 특징과 시사점」, CEO Focus 319호
- 농협경제연구소(2011), 「일본생협의 기능과 역할」, NHERI 주간 브리프
- 농협대학교 협동조합경영연구소(2013), 「협동조합학원론」, 청목출판사
- (사)모심과살림연구소(2013), 「생협과 직거래, 그리고 로컬푸드」, 제21차 모심과살림 포럼
- (사)한국문화창업진흥원(2013), 「사천시 협동조합 활성화 방안 연구용역」
- 서성진(2010), “원주지역 생협운동의 프레임 변화에 관한 연구”, 고려대학교 석사학위논문
- 생협전국협의회(2013), 생협 활성화를 위한 정책토론회, 각종 통계자료 등
- 손홍길(2013), 「생활협동조합의 성과와 과제에 관한 연구」, 우석대학교 석사학위논문
- 이도형·함요상(2010), 「제3부문의 가치발견과 활성화 전략 - 생활협동조합을 중심으로」, 정부학연구 제16권 제1호
- 이득연·황미진(2013), 「생활협동조합을 통한 윤리적 소비 확산 방안 연구」, 한국소비자원
- 윤병선 외(2012), 「지역생협의 활성화 방안 연구」, 충남발전연구원
- 이수현(2013), “한국 생활협동조합의 대안적 유통체계 분석 - 한살림의 농산물 거래를 중심으로”, 고려대학교 석사학위논문

장종익(2012), 「친환경농식품의 생산 및 거래의 특징과 한국 생협의 발전」,
한국협동조합연구, 제30권 제2호

장원석·이지은(2009), 「소비자생활협동조합의 성과와 과제」, 한국협동조합연구
제27권 제1호

정은미 외(2011), 「생협 경제사업의 성과와 정책과제」, 한국농촌경제연구원

(재)아이쿱협동조합연구소(2010, 2011, 2012, 2013), 「유럽 생협의 성공과 실패
요인 분석」, 「위기에 대응하는 외국생협 - 영국, 이탈리아, 스위스,
스웨덴 생협의 대응」, 「생협이 지역사회를 위해 무엇을 할 것인가?」,
「한국 생협운동의 기원과 전개」, 「생협의 사회 가치 - 아이쿱생협을
대상으로」, 「생협평론 각호」

충남발전연구원·지역재단(2013), 「생활협동조합의 정체성과 지역사회 기여」,
제5회 충남협동조합연구포럼

최영근(2013), 「제주형 협동조합 모델 구축과 활성화 방안」, 제주발전연구원

한국농촌경제연구원(2012), 「농협 경제사업 활성화를 위한 선진사례 조사 출장
보고」

한살림성남용인(2012), 「2012년 일본 생활클럽가나가와생협 방문기」

한살림(2012), 「2012 한살림 국내외 기획연수 결과보고서」

기획재정부 www.cooperatives.or.kr

공정거래위원회 www.ftc.go.kr

남원아이쿱소비자생활협동조합 www.nwcoop.or.kr

(사)모심과산림연구소 www.mosim.or.kr

(사)한국협동조합연구소 www.coops.or.kr

지역재단 www.krdf.or.kr

(재)icoop협동조합연구소 www.icoop.re.kr

충남발전연구원 충남사회적경제지원센터 csec.or.kr

한국소비자생활협동조합 www.kococo.org

한라iCOOP소비자생활협동조합 www.hallaicoop.or.kr

한살림 www.hansalim.or.kr

한살림 자료공간 archive.hansalim.or.kr

한울생활협동조합 www.han-wool.co.kr

품앗이생활협동조합 <http://poomcoop.or.kr>

iCOOP전주소비자생활협동조합 www.jjcoop.or.kr

iCOOP생협사업연합회 www.icoop.or.kr

ABSTRACT

Consumers cooperative Revitalization in Jeju

CHOI, YOUNG-GEUN

Keywords : Cooperatives Act, Social Economy, Consumer Cooperative

At the time of the 2008 global financial crisis worldwide, the restructuring of cooperatives minimized, such as rapid business normalization by contributing to national economic stability, its usefulness as a new main agents of economic activity was gotten a lot of attention.

The fundamentals of cooperative act took effect last December 2012, since then the interest about cooperative is increasing in Jeju as well as all over the country. Cooperative is basically a capitalist society stands are independent of the social and economic problems of their own way to solve one of the departed. Business associations while in Korea, while retaining the spirit of the whole co-op have a lot of activities, but the country's agricultural consumer co-op alternative to overcome the crisis, coupled with the social movement organization has been recognized as having a meaning.

Korea's consumer cooperative with the producers and consumers have tried to overcome the contamination of land and food. However, organic farming is environmentally friendly gwanhaenghwa as organic agriculture producers are chasing profits is selected, and the LOHAS consumer and wellness craze tend to find organic produce according to customers while deepening the social meaning of co-op and it is also true that the fading. Most of the consumers cooperative committed on directdeal movement of organic, but they may lack in the local food movement. locally produced

agricultural products to supply local consumers want to try co-op is present on the area, but due to practical difficulties to modify or even abandon the practice goal is to be generated.

In this study, case study abroad and co-op members in Jeju consumer co-op store and the consumer survey of users and consumers through the Cooperative Jeju Island Jeju by supplying safe food produced in the region to establish a virtuous cycle measures that can enable such measures to the consumer in terms of the co-op each presented.

- Consumers cooperative revitalization in Jeju suggest proposes law & systems aspects, education & infrastructure aspects, management & operation (content) aspects, promotional marketing aspects, financial and fiscal aspects, support systems aspects.
- Law and systems aspects : amendment of consumer cooperatives act, a local government's system improvements and support policy enforcement, compliance with the cooperative principle of non-discrimination, strengthen cooperative departments, institutional support and corporate sponsorship when a government certify cooperative as a social enterprise
- Education and infrastructure aspects : strengthening cooperative education, cooperative schools, established the foundation for the establishment of a co-op readers, enhance social awareness about co-operatives
- management and operation (content) perspective : based on handling items and handling diverse expanding opportunities subscription members, in accordance with the principles of co-operative management and operation methods of innovation, the development of customized business content, the locals and win-win business-oriented, foster and encourage cooperative activities of Jeju strengthen

- Promotional marketing aspects : to strengthen cooperative promotion, to study the real condition of the cooperative and carry out demand survey, development between cooperative through the marketing, consumer cooperatives formed under the fundamentals of cooperative act by the cooperative enabled
- Financial and fiscal aspects : strengthening of ability for the internal expansion of finance, cooperative financial support, raise cooperative investment fund
- Support systems aspects : regional cooperative networking support, enhanced support for self-sustaining cooperative expansion, led by local government and local community support systems, building cooperation between the combination of building blocks such as social-economic area, the social economy in the ecosystem foundation for strengthening the role of business in building cooperation

부 록

▣ 설문지

▣ 소비자생활협동조합법

ID

--	--	--

제주지역 소비자생활협동조합 활성화를 위한 의견조사

안녕하세요?

제주발전연구원은 제주지역의 미래비전 제시와 각종 현안에 대한 해결방안 모색 등 지역발전을 위한 종합적인 정책을 개발하는 비영리 공익 연구기관입니다.

본 연구원에서는 소비자생활협동조합 조합원 및 매장 이용자들의 의견 조사를 통해 제주지역 소비자생활협동조합의 활성화 방안을 제시하는데 기초자료로 활용하고자 합니다.

귀하께서 응답하신 내용은 통계법 제33조와 제34조에 따라 통계처리에만 사용될 것이며, 조사목적 이외로는 절대 사용되지 않을 것을 약속드립니다.

바쁘시더라도 잠시 시간을 내시어 설문에 참여해 주시기 바랍니다. 감사합니다.

2014년 2월

■ 조사기관 : 제주발전연구원

(※ 문의사항 : 최 영 근 박사, Tel : 726-7403, Fax : 751-2168)

제주지역 소비자생활협동조합 가입과 관련된 내용입니다.

1. 귀하는 제주지역 소비자생활협동조합(이하 '생협')에 가입하셨습니까?

- ① 예(☞ 2번 문항으로 계속) ② 아니오(☞ 15번 문항으로 계속)

2. (☞ 위 1번 문항에서 ①번 응답자만 응답) 구체적으로 어떤 생협에 가입하셨습니까?

- ① 한살림 ② 아이쿱 ③ 대학생협 ④ 의료생협 ⑤ 기타()

17. 귀하는 **먹거리를 구매할 때 가장 중요하게 고려하는 요인**은 무엇입니까?

- ① 안전성 ② 신선도 ③ 가격
④ 매장과 거리 ⑤ 기타()

18. 귀하는 **생협 매장에서 공급하고 있는 물품에 대해 어떤 방법으로 정보를 취득**하십니까?

- ① 온라인(홈페이지, 메일 등) ② 휴대폰 문자메시지
③ 소식지(인쇄물) ④ 기타()

19. 귀하는 최근 **로컬푸드 운동에서 다양한 사례(예: 제철 꾸러미)**에 대해 **어떻게 생각**하십니까?

- ① 좋다 ② 싫다 ③ 잘 모르겠다

20. 귀하는 **생협 매장이 확대(제2호점, 제3호점 개설 등) 된다면 좋은 점**은 무엇이라고 생각하십니까?

- ① 직접 눈으로 확인하고 물건을 구매할 수 있어서
② 지역에 안전한 친환경 먹거리 매장이 개설되서
③ 조합원이 늘어나 조합 활동이 활발할 것 같아서
④ 친환경농산물 소비 확대로 생산농민에게 도움이 될 것 같아서
⑤ 확대할 필요가 없다
⑥ 기타()

21. 귀하는 다음 중 **생협 매장을 통해 가장 구매하고 싶은 품목**은 무엇입니까?

- ① 주·잡곡류(쌀, 현미, 흑미, 보리 등)
② 채소류(쌈채류, 배추, 무, 오이, 가지, 감자, 당근, 양파, 마늘, 고추 등)
③ 과일류(제철과일, 감귤류, 사과, 배, 복숭아, 참외, 토마토 등)
④ 축산물(닭, 쇠고기, 돼지고기 등)
⑤ 가공식품(장류, 양념류, 육가공품, 김치 등)
⑥ 기타()

□ 생협 조합원의 생협 운동과 농민들과 직거래와 관련된 내용입니다.

22. 귀하는 생협 조합원이 생협 운동에 참여하는 이유(동기)가 무엇이라고 생각하십니까?

- ① 직거래를 통한 가족의 건강 도모 ② 이웃이나 친지의 권유
- ③ 생협에서의 권유와 홍보 ④ 친목 및 가족활동의 계기
- ⑤ 경제적 이유 ⑥ 기타()

23. 귀하는 생산자조직인 농민들이 생협과 직거래를 하게 된 이유가 무엇이라고 생각하십니까?

- ① 소비자에게 안전한 먹거리를 제공 ② 생산자조직의 단체 활동의 일환
- ③ 경제적 이익 도모 ④ 생협 이념에의 동조
- ⑤ 판로 확보 차원 ⑥ 기타()

24. 귀하는 생협과 생산자조직간의 연계활성화를 위해 역점적으로 추진해야 할 사업은 무엇이라고 생각하십니까?

- ① 농산물 직거래 활동 ② 상호간 친목도모 활동
- ③ 생협 교육과 의식화 활동 ④ 상호간 소식지 교류 활동
- ⑤ 기타()

□ 제주지역 생협의 문제점과 활성화와 관련된 내용입니다.

25. 귀하는 제주지역 생협이 가지고 있는 가장 큰 문제점은 무엇이라고 생각하십니까? (2가지 선택)

- ① 사업의 규모에만 의존한 협동정신 의미 상실
- ② 교육훈련과 재정, 인적자원의 부족 등 내부역량의 미흡
- ③ 협동조합시대에 맞는 아이디어와 프로그램 개발 부족
- ④ 자본 친화적 유통구조에만 지나치게 매달린 의존성
- ⑤ 지역과의 유대(홍보 부족) 및 외부 지원체계의 미약
- ⑥ 대중의 자율적 참여와 활력증진 미흡
- ⑦ 자체적인 순환형 지역유통센터 부재
- ⑧ 생산과 소비를 이어주는 자체적인 유통구조의 불균형
- ⑨ 생협 단체에 대한 지자체의 관심 부족
- ⑩ 기타()

26. 제주지역 생협이 활성화되기 위해서는 다음 중 어떤 방안이 실현되어야 한다고 생각하십니까? (2가지 선택)

- ① 구성원의 적극적 참여
- ② 구성원의 결속력 강화(주인의식 고취)
- ③ 타 생협 및 생산자 조직간의 연대 강화
- ④ 내부역량 강화를 위한 재정 확충
- ⑤ 고용창출을 위한 기술 개발 및 교육 강화
- ⑥ 협동조합 원칙에 의거한 관리운영방식의 혁신
- ⑦ 지역정서 및 지역수요 맞춤형 사업콘텐츠 개발
- ⑧ 정부의 제도적 지원
- ⑨ 기업의 후원
- ⑩ 조합간 협력 등 지역내 사회적경제 블록 구축
- ⑪ 홍보활동 강화
- ⑫ 내부 역량의 강화
- ⑬ 제도적 지원을 위한 거버넌스적 협력체계 확립
- ⑭ 기타()

□ 응답자 특성과 관련된 내용입니다.

SQ1. 귀하의 성별은? ① 남성 ② 여성

SQ2. 귀하의 연령은?

- ① 20대 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대 ⑤ 60세 이상

SQ3. 귀하의 거주지역은?

- ① 제주시 동지역 ② 제주시 읍면지역
- ③ 서귀포시 동지역 ④ 서귀포시 읍면지역

SQ4. 귀하의 직업은?

- ① 1차산업 종사자(농업, 어업, 축산업 등) ② 사무직(일반회사원 등)
- ③ 공무원 ④ 전문직(의사, 변호사, 교수, 연구직 등)
- ⑤ 생산직/노무직 ⑥ 자영업
- ⑦ 판매직/서비스직 ⑧ 전업주부
- ⑨ 학생 ⑩ 은퇴/무직
- ⑪ 기타()

소비자생활협동조합법

[시행 2010.9.23] [법률 제10173호, 2010.3.22, 전부개정]

제1장 총칙

제1조(목적) 이 법은 상부상조의 정신을 바탕으로 한 소비자들의 자주·자립·자치적인 생활협동조합활동을 촉진함으로써 조합원의 소비생활 향상과 국민의 복지 및 생활문화 향상에 이바지함을 목적으로 한다.

제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. "조합"이란 제1조의 목적을 달성하기 위하여 이 법에 따라 설립된 소비자생활협동조합을 말한다.
2. "연합회"란 조합의 공동이익을 도모하기 위하여 이 법에 따라 설립된 소비자생활협동조합 연합회를 말한다.
3. "전국연합회"란 조합과 연합회의 공동이익을 도모하기 위하여 이 법에 따라 설립된 소비자생활협동조합 전국연합회를 말한다.

제3조(주소) 조합·연합회와 전국연합회의 주소는 각각 그 주된 사무소의 소재지로 한다.

제4조(명칭) ① 조합·연합회 또는 전국연합회(이하 "조합등"이라 한다)는 그 명칭 중에 "생활협동조합" 또는 "생활협"이라는 문자를 사용하여야 한다.

② 이 법에 따라 설립된 조합 등이 아닌 자는 그 명칭 중에 "생활협동조합"이나 "생활협" 또는 이와 유사한 문자를 사용하지 못한다.

제5조(사업구역) ① 조합의 사업구역은 행정구역·생활권 등을 고려하여 대통령령으로 정하는 바에 따라 정관으로 정한다.

② 연합회의 사업구역은 그 성격에 따라 정관으로 정하되, 전국으로 할 수 있다.

③ 전국연합회의 사업구역은 전국으로 한다.

제6조(성격) ① 조합 등은 이 법에 다른 규정이 있는 경우를 제외하고는 다음 각 호의 요건을 모두 갖추어야 한다.

1. 영리를 목적으로 하지 아니할 것
2. 조합원 또는 회원의 의결권과 선거권은 출자좌수(出資座數)에 관계없이 평등할 것. 다만, 연합회·전국연합회에 대하여는 회원에 속한 조합원 수에 따라

정관으로 다르게 정할 수 있다.

② 조합 등은 특정한 조합원 또는 회원의 이익만을 목적으로 사업을 하여서는 아니 된다.

제7조(공직선거 관여 금지) ① 조합 등은 공직선거에서 특정 정당을 지지·반대하는 행위 또는 특정인을 당선되도록 하거나 당선되지 못하도록 하는 행위를 하여서는 아니 된다.

② 누구든지 조합 등을 이용하여 제1항에 따른 행위를 하여서는 아니 된다.

제8조(지역사회에 대한 기여) 조합 등은 지역사회의 지속가능한 발전과 환경·자연생태의 보전을 위하여 노력하여야 한다.

제9조(국가 및 공공단체의 협력 등) ① 국가 및 공공단체는 조합 등의 사업에 대하여 적극적으로 협조하여야 하며, 그 사업에 필요한 자금을 지원할 수 있다.

② 국가 및 공공단체는 조합 등의 국가 또는 공공단체 시설 이용을 지원할 수 있다.

③ 국가 및 공공단체는 소비자의 후생복리 증진을 목적으로 국유재산을 직접 사용하는 조합 등에 대하여 대통령령으로 정하는 바에 따라 국유재산의 사용료를 면제할 수 있다.

④ 국가 및 공공단체는 조합 등의 의견을 듣고 그 의견이 반영되도록 노력하여야 한다.

제10조(다른 협동조합 등과의 협력) 조합 등은 다른 조합 등, 다른 법률에 따른 협동조합 및 외국의 협동조합과의 상호협력·이해증진 및 공동사업개발 등을 위하여 노력하여야 한다.

제11조(다른 법률과의 관계) ① 조합 등의 사업에 관하여는 「양곡관리법」 제19조, 「화물자동차 운수사업법」 제56조를 적용하지 아니한다.

② 연합회·전국연합회의 공제사업에 관하여는 「보험업법」을 적용하지 아니한다.

③ 이 법은 조합 등의 보건·의료사업에 관하여 관계 법률에 우선하여 적용한다.

제12조(다른 법률의 준용) 조합 등에 관하여 이 법에서 규정한 사항 외에는 「민법」 중 사단법인에 관한 규정을 준용한다. 이 경우 "사단법인"은 "조합"·"연합회"·"전국연합회"로, "사원"은 "조합원"·"회원"으로, "허가"는 "인가"로 본다.

제2장 조합

제1절 조합원

제13조(조합원의 자격) 조합원은 조합의 사업구역 내에 주소·거소(居所) 또는 사업장이 있거나 근무지를 가진 자로 한다.

제14조(가입) 조합은 정당한 사유 없이 조합원의 자격을 갖추고 있는 자에 대하여 가입을 거절하거나 가입에 관하여 다른 조합원보다 불리한 조건을 붙일 수 없다.

제15조(출자 등) ① 조합원은 정관으로 정하는 바에 따라 1좌 이상을 출자하여야 한다. 다만, 필요한 경우 정관으로 정하는 바에 따라 현물을 출자할 수 있다.

② 조합원 1인의 출자좌수는 총 출자좌수의 100분의 20을 넘어서는 아니된다.

③ 조합에 납입할 출자금은 조합에 대한 채권과 상계하지 못한다.

④ 조합원의 책임은 납입출자액을 한도로 한다.

제16조(의결권 및 선거권) ① 조합원은 출자좌수에 관계없이 각각 1개의 의결권과 선거권을 가진다.

② 조합원은 대리인으로 하여금 의결권 또는 선거권을 행사하게 할 수 있다. 이 경우 그 조합원은 출석한 것으로 본다.

③ 제2항에 따른 대리인은 다른 조합원 또는 본인과 동거하는 가족(조합원의 배우자, 조합원 또는 그 배우자의 직계 존속·비속과 형제자매, 조합원의 직계 존속·비속 및 형제자매의 배우자를 말한다. 이하 같다)이어야 하며, 대리인이 대리할 수 있는 조합원의 수는 1인에 한한다.

④ 제2항에 따른 대리인은 정관으로 정하는 바에 따라 대리권을 증명하는 서면을 조합에 제출하여야 한다.

제17조(경비 등의 부과·징수) ① 조합은 정관으로 정하는 바에 따라 조합원에게 경비·과태금(過怠金)·사용료·수수료(이하 "경비 등"이라 한다)를 부과·징수할 수 있다.

② 조합원은 경비 등을 납입할 때 조합에 대한 채권과 상계할 수 없다.

제18조(탈퇴) ① 조합원은 조합에 탈퇴의사를 알리고 탈퇴할 수 있다.

② 조합원이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하면 당연히 탈퇴된다.

1. 조합원의 자격이 없는 경우
2. 사망한 경우

3. 금치산자

제19조(제명) ① 조합은 조합원이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하면 총회의 의결을 얻어 제명할 수 있다.

1. 정관으로 정한 기간 이상 조합의 사업을 이용하지 아니한 경우
2. 출자금 또는 경비 등의 납입, 그 밖에 조합에 대한 의무를 이행하지 아니한 경우
3. 조합의 사업을 방해하거나 조합의 신용을 상실하게 하는 행위를 한 경우
4. 그 밖에 정관으로 정하는 금지된 행위를 한 경우

② 조합은 제1항에 따라 조합원을 제명하고자 할 때에는 총회 개최 10일 전에 그 조합원에게 제명의 사유를 알리고 총회에서 의견을 진술할 기회를 주어야 한다.

③ 제2항에 따른 의견진술의 기회를 주지 아니하고 행한 총회의 제명 의결은 해당 조합원에게 대항하지 못한다.

제20조(지분환급청구권) ① 탈퇴하거나 제명된 조합원은 정관으로 정하는 바에 따라 그 지분의 환급을 청구할 수 있다.

② 조합은 탈퇴하거나 제명된 조합원이 조합에 대하여 채무가 있을 때에는 제1항에 따른 환급금과 상계할 수 있다.

③ 제1항에 따른 청구권은 탈퇴하거나 제명된 날부터 2년간 행사하지 아니하면 소멸된다.

제2절 설립

제21조(설립인가 등) ① 조합을 설립하려면 30인 이상의 조합원 자격을 가진 자가 발기인(發起人)이 되어 정관을 작성하고 창립총회의 의결을 거친 후 제5조에 따른 사업구역을 관할하는 특별시장·광역시장·도지사 또는 특별자치도지사(이하 "시·도지사"라 한다)의 인가를 받아야 한다. 이 경우 조합의 사업구역이 2 이상의 시·도에 걸쳐있는 경우에는 주된 사무소의 소재지를 관할하는 시·도지사의 인가를 받아야 한다.

② 창립총회의 의사는 창립총회 개의 전까지 발기인에게 설립동의서를 제출한 자(이하 "설립동의자"라 한다) 과반수의 출석과 출석자 3분의 2 이상의 찬성으로 의결한다.

③ 시·도지사는 제1항에 따라 조합의 설립을 인가한 때에는 즉시 공정거래위원회에 그 사실을 통보하여야 한다.

④ 제1항 및 제2항에 따른 조합의 설립에 필요한 최소 설립동의자의 수, 총출자 금액, 그 밖에 인가의 기준·절차 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제22조(설립등기) ① 조합이 설립인가를 받은 날부터 3개월 이내에 설립등기를 하지 아니하면 그 인가의 효력은 상실된다.

② 제1항에 따른 설립등기에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제23조(정관) ① 조합의 정관에는 다음 각 호의 사항을 기재하여야 한다.

1. 목적
2. 명칭
3. 사업구역
4. 주된 사무소의 소재지
5. 조합원 및 대리인의 자격
6. 조합원의 가입·탈퇴 및 제명에 관한 사항
7. 출자 1좌의 금액과 납입방법·시기 및 출자지분의 양도에 관한 사항
8. 잉여금과 손실금의 처리에 관한 사항
9. 적립금의 적립방법 및 사용에 관한 사항
10. 경비 등의 부과·징수에 관한 사항
11. 임원·대의원의 정수·선출 및 해임에 관한 사항
12. 간부직원의 임면에 관한 사항
13. 사업의 종류와 그 집행에 관한 사항
14. 회계연도와 회계에 관한 사항
15. 공고의 방법에 관한 사항
16. 현물출자를 인정하는 경우 이에 관한 사항
17. 존립시기 또는 해산의 사유를 정한 때에는 그 시기 또는 사유
18. 그 밖에 총회·이사회의 운영 등에 관하여 필요한 사항

② 공정거래위원회는 표준정관례(標準定款例)를 정하여 고시할 수 있다.

③ 정관의 변경은 설립인가를 한 시·도지사의 인가를 받지 아니하면 효력이 발생하지 아니한다.

제24조(규약 또는 규정) 조합의 운영 및 사업실시에 관하여 필요한 사항으로서 정관으로 정한 것을 제외하고는 규약 또는 규정으로 정할 수 있다.

제3절 기관

제25조(총회) ① 조합에 총회를 둔다.

- ② 총회는 조합원으로 구성한다.
- ③ 이사장은 총회를 소집하며, 총회의 의장이 된다.
- ④ 정기총회는 매년 1회 정관으로 정하는 시기에 소집하고, 임시총회는 정관으로 정하는 바에 따라 필요하다고 인정될 때 소집할 수 있다.
- ⑤ 이사장은 총회 개최 7일 전까지 회의목적·안건·일시 및 장소를 정하여 정관으로 정한 방법에 따라 총회소집을 통지하여야 한다.

제26조(총회의 의결사항) 다음 각 호의 사항은 총회의 의결을 얻어야 한다.

1. 정관의 변경
2. 규약의 제정·변경 또는 폐지
3. 임원의 선출과 해임
4. 사업계획 및 예산의 승인
5. 결산보고서의 승인
6. 감사보고서의 승인
7. 조합의 합병·분할·해산 또는 휴업
8. 조합원의 제명
9. 차입금의 최고한도 결정
10. 그 밖에 이사장 또는 이사회가 필요하다고 인정하는 사항

제27조(총회의 의사) ① 총회의 의사는 이 법에 다른 규정이 있는 경우를 제외하고는 총조합원 과반수의 출석으로 개최하고 출석조합원 과반수의 찬성으로 의결한다.

- ② 총회는 제25조제5항에 따라 미리 통지한 사항에 한하여 의결할 수 있다. 다만, 긴급을 요하여 총조합원 3분의 2 이상의 출석과 출석조합원 3분의 2 이상의 찬성이 있는 때에는 그러하지 아니하다.
- ③ 조합과 조합원 간의 이해가 상반되는 사항에 관하여 의결할 때에는 해당 조합원은 의결권이 없다.

제28조(총회의 특별 의결사항) 조합의 합병·분할 및 해산에 관한 사항은 총 조합원 과반수의 출석과 출석조합원 3분의 2 이상의 찬성으로 의결한다.

제29조(총회의 의사록) 총회의 의사에 관하여는 의사의 경과와 그 결과를 기재한

의사록을 작성하여야 하고, 의장과 총회에서 선출한 3인 이상의 조합원 또는 제34조에 따라 구성된 선거관리위원회의 위원(임원 또는 대의원을 선출하는 경우에 한한다)이 이에 기명·날인하여야 한다.

제30조(대의원총회) ① 조합원의 수가 대통령령으로 정하는 수를 초과하면 총회를 갈음하는 대의원총회를 둘 수 있다.

② 대의원총회는 조합원 중에서 선출된 대의원으로 구성한다.

③ 대의원의 의결권 및 선거권은 대리인으로 하여금 행사하게 할 수 없다.

④ 대의원의 정수, 임기 및 선출방법은 대통령령으로 정한다.

⑤ 대의원총회에 관하여는 총회에 관한 규정을 준용하며, 이 경우 "조합원"은 "대의원"으로 본다. 다만, 대의원총회는 조합의 합병·분할 및 해산에 관한 사항은 의결할 수 없다.

제31조(임원) ① 조합에 이사장 1명을 포함한 7명 이상 20명 이하의 이사와 2명의 감사를 둔다.

② 이사의 정수 및 이사·감사의 선출방법 등은 정관으로 정한다.

③ 이사장은 이사 중에서 정관으로 정하는 바에 따라 총회에서 선출한다.

제32조(임원의 임기 등) ① 임원의 임기는 4년의 범위에서 정관으로 정한다.

② 임원은 연임할 수 있다. 다만, 이사장은 1차에 한하여 연임할 수 있다.

③ 결원으로 인하여 선출된 임원의 임기는 전임자의 임기종료일까지로 한다.

제33조(선거운동의 제한) ① 누구든지 자기 또는 특정인을 조합의 임원 또는 대의원으로 당선되도록 하거나 당선되지 못하도록 할 목적으로 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 할 수 없다.

1. 조합원(조합에 가입신청을 한 자를 포함한다. 이하 이 조에서 같다)이나 그 가족 또는 조합원이나 그 가족이 설립·운영하고 있는 기관·단체·시설에 대한 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 행위

가. 금전·물품·향응이나 그 밖의 재산상의 이익을 제공하는 행위

나. 공사(公私)의 직을 제공하는 행위

다. 금전·물품·향응, 그 밖의 재산상의 이익이나 공사의 직을 제공하겠다는 의사표시 또는 그 제공을 약속하는 행위

2. 후보자가 되지 못하도록 하거나 후보자를 사퇴하게 할 목적으로 후보자가 되려는 사람이나 후보자에게 제1호 각 목에 규정된 행위를 하는 행위

3. 제1호 또는 제2호의 이익이나 직을 제공받거나 그 제공의 의사표시를 승낙하는 행위 또는 그 제공을 요구하거나 알선하는 행위

② 임원 또는 대의원이 되려는 사람은 정관으로 정하는 기간 중에는 선거운동을 위하여 조합원을 호별(戶別)로 방문하거나 특정장소에 모이게 할 수 없다.

③ 누구든지 조합의 임원 또는 대의원선거와 관련하여 연설·벽보, 그 밖의 방법으로 거짓의 사실을 공표하거나 공연히 사실을 적시(摘示)하여 후보자를 비방할 수 없다.

④ 누구든지 임원 또는 대의원선거와 관련하여 다음 각 호의 방법 중 정관으로 정하는 행위 외의 선거운동을 할 수 없다.

1. 선전 벽보의 부착
2. 선거 공보의 배부
3. 소형 인쇄물의 배부
4. 합동 연설회 또는 공개 토론회의 개최
5. 전화·컴퓨터통신을 이용한 지지 호소

제33조(선거운동의 제한) ① 누구든지 자기 또는 특정인을 조합의 임원 또는 대의원으로 당선되도록 하거나 당선되지 못하도록 할 목적으로 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 할 수 없다.

1. 조합원(조합에 가입신청을 한 자를 포함한다. 이하 이 조에서 같다)이나 그 가족 또는 조합원이나 그 가족이 설립·운영하고 있는 기관·단체·시설에 대한 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 행위

- 가. 금전·물품·향응이나 그 밖의 재산상의 이익을 제공하는 행위
- 나. 공사(公私)의 직을 제공하는 행위
- 다. 금전·물품·향응, 그 밖의 재산상의 이익이나 공사의 직을 제공하겠다는 의사표시 또는 그 제공을 약속하는 행위

2. 후보자가 되지 못하도록 하거나 후보자를 사퇴하게 할 목적으로 후보자가 되려는 사람이나 후보자에게 제1호 각 목에 규정된 행위를 하는 행위

3. 제1호 또는 제2호의 이익이나 직을 제공받거나 그 제공의 의사표시를 승낙하는 행위 또는 그 제공을 요구하거나 알선하는 행위

② 임원 또는 대의원이 되려는 사람은 정관으로 정하는 기간 중에는 선거운동을 위하여 조합원을 호별(戶別)로 방문하거나 특정장소에 모이게 할 수 없다.

③ 누구든지 조합의 임원 또는 대의원선거와 관련하여 연설·벽보, 그 밖의 방법으로 거짓의 사실을 공표하거나 공연히 사실을 적시(揭示)하여 후보자를 비방할 수 없다.

④ 누구든지 임원 또는 대의원선거와 관련하여 다음 각 호의 방법 외의 선거운동을 할 수 없다. <개정 2013.5.22>

1. 선전 벽보의 부착
2. 선거 공보의 배부
3. 소형 인쇄물의 배부
4. 합동 연설회 또는 공개 토론회의 개최
5. 전화·컴퓨터통신을 이용한 지지 호소

[시행일 : 2013.11.23] 제33조

제34조(선거관리위원회의 구성·운영) ① 조합은 임원 및 대의원선거를 공정하게 관리하기 위하여 선거관리위원회를 구성·운영할 수 있다.

② 선거관리위원회의 기능·구성 및 운영 등에 관하여 필요한 사항은 정관으로 정할 수 있다.

제35조(임원의 책임 등) ① 임원은 이 법, 이 법에 따른 명령, 정관·규약·규정 및 총회와 이사회 의결을 준수하고 조합을 위하여 성실히 그 직무를 수행하여야 한다.

② 임원이 그 직무를 수행하면서 고의 또는 중대한 과실(상임인 임원의 경우에는 고의 또는 과실)로 조합 또는 타인에게 끼친 손해에 대하여는 연대하여 손해배상의 책임을 진다.

③ 임원이 거짓의 결산보고·등기 또는 공고를 하여 조합 또는 타인에게 손해를 끼친 때에도 제2항과 같다.

④ 제2항의 행위가 이사회 의결에 의한 것일 때에는 그 의결에 찬성한 이사도 제2항의 책임이 있다.

⑤ 제4항의 의결에 참가한 이사로서 명백한 반대의사를 표시하지 아니한 자는 그 의결에 찬성한 것으로 본다.

⑥ 제2항부터 제5항까지의 규정에 따른 구상권의 행사는 감사 및 이사에 대하여는 이사장이, 이사장에 대하여는 감사가, 전체 임원에 대하여는 조합원 5분의

1 이상의 동의를 받은 조합원 대표가 한다.

제36조(이사장 및 이사의 직무) ① 이사장은 조합을 대표하고 정관으로 정하는 바에 따라 조합의 업무를 집행한다.

② 이사는 정관으로 정하는 바에 따라 조합의 업무를 집행하고, 이사장이 사고가 있을 때에는 정관으로 정하는 순서에 따라 그 직무를 대행한다.

③ 제2항의 경우와 이사장이 권한을 위임한 경우를 제외하고는 이사장이 아닌 이사는 조합을 대표할 수 없다.

제37조(감사의 직무) ① 감사는 연 1회 이상 조합의 업무집행상황, 재산상태, 장부, 서류 등을 감사하여 총회에 보고하여야 한다.

② 감사는 예고 없이 조합의 장부나 서류를 대조 확인할 수 있다.

③ 감사는 이사가 법령·정관·규약·규정 또는 총회의 의결에 반하여 업무를 집행한 때에는 이사회에 그 시정을 요구하여야 한다.

④ 감사는 총회 또는 이사회에 출석하여 의견을 진술할 수 있다.

⑤ 제1항 및 제2항의 감사보고서 제출 및 감사실시는 2인의 감사가 공동으로 하여야 한다. 다만, 감사보고서 제출에 있어서 감사의 의견이 일치하지 아니할 경우에는 각각 의견을 제출할 수 있다.

⑥ 감사의 직무에 관하여는 「상법」 제391조의2·제402조·제412조의2·제413조 및 제413조의2를 준용한다.

제38조(감사의 대표권) 조합이 이사장을 포함한 이사와 소송, 계약 등의 법률행위를 하는 때에는 감사가 조합을 대표한다.

제39조(임원의 해임) ① 조합원은 조합원 5분의 1 이상의 동의로 임원의 해임을 요구할 수 있다. 이 경우 해임의 사유를 서면으로 조합에 제출하여야 한다.

② 조합은 제1항에 따른 서면제출이 있을 때에는 총회 개최 10일 전에 해당 임원에게 서면으로 통보하여 총회에서 의견을 진술할 기회를 주어야 한다.

③ 제1항에 따른 해임요구에 대하여 총회는 총조합원 과반수의 출석과 출석조합원 3분의 2 이상의 찬성으로 의결한다.

제40조(임원의 결격사유) ① 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자는 조합의 임원이 될 수 없다.

1. 금치산자
2. 한정치산자

3. 파산선고를 받고 복권되지 아니한 사람
 4. 금고 이상의 실형을 선고받고 그 집행이 끝나거나(집행이 끝난 것으로 보는 경우를 포함한다) 집행이 면제된 날부터 3년이 지나지 아니한 사람
 5. 금고 이상의 형의 집행유예를 선고받고 그 유예기간 중에 있거나 유예기간이 끝난 날부터 2년이 지나지 아니한 사람
 6. 금고 이상의 형의 선고유예를 받고 그 선고유예기간 중에 있는 사람
 7. 법원의 판결 또는 다른 법률에 따라 자격이 상실 또는 정지된 사람
- ② 제1항 각 호의 사유가 발생하면 해당 임원은 당연히 퇴직된다.
- ③ 제2항에 따라 퇴직된 임원이 퇴직 전에 관여한 행위는 그 효력을 상실하지 아니한다.

제41조(이사회) ① 조합에 이사회를 둔다.

- ② 이사회는 이사장을 포함한 이사로 구성한다.
- ③ 이사장은 이사회를 소집하고 그 의장이 된다.
- ④ 이사회는 구성원 과반수의 출석과 출석원 과반수의 찬성으로 의결한다.
- ⑤ 이사 개인의 이익과 조합의 이익이 상반되는 사항이나 신분에 관련되는 사항에 관하여는 해당 이사는 이사회 의결에 관여할 수 없다.
- ⑥ 그 밖에 이사회 운영에 관하여 필요한 사항은 정관으로 정한다.

제42조(이사회 의결사항) 이사회는 다음 각 호의 사항을 의결한다.

1. 조합의 재산 및 업무집행에 관한 사항
2. 총회의 소집과 총회에 상정할 의안
3. 규정의 제정·변경 및 폐지
4. 소요자금의 차입
5. 사업계획 및 예산안 작성
6. 간부직원의 임면 승인
7. 기본자산의 취득과 처분
8. 법령 또는 정관에 규정된 사항
9. 그 밖에 이사장이 부의하는 사항

제43조(임원의 겸직금지) ① 이사장은 다른 조합의 이사장을 겸직할 수 없다.

- ② 이사장을 포함한 이사는 감사를 겸직할 수 없다.
- ③ 임원은 해당 조합의 직원을 겸직할 수 없다.

- 제44조(서류비치의 의무)** ① 이사장은 정관·규약·규정과 총회·이사회 의사록, 회계장부 및 조합원 명부를 주된 사무소에 비치하여야 한다.
- ② 결산보고서는 정기총회 7일 전까지 주된 사무소에 비치하여야 한다.
- ③ 조합의 채권자와 조합원은 제1항 및 제2항의 서류를 열람하거나 그 사본을 청구할 수 있다.

제4절 사업

제45조(사업의 종류) ① 조합은 그 목적을 달성하기 위하여 다음 각 호의 사업을 할 수 있다.

1. 조합원의 소비생활에 필요한 물자를 구입·생산·가공하여 공급하는 사업
 2. 조합원의 소비생활에 필요한 공동이용시설을 설치하여 서비스를 제공하는 사업
 3. 조합원의 생활개선 및 교육·문화사업
 4. 조합원의 건강 개선을 위한 보건·의료사업
 5. 국가·지방자치단체 또는 연합회나 전국연합회로부터 위탁받은 사업
 6. 제1호부터 제5호까지의 사업과 관련된 부대사업
 7. 그 밖에 조합의 목적달성에 필요한 사업으로서 대통령령으로 정하는 사업
- ② 제1항에 따른 사업의 수행에 관하여 필요한 사항은 총리령으로 정한다.

제46조(사업의 이용) ① 조합은 조합원이 아닌 자에게 조합의 사업을 이용하게 하여서는 아니 된다. 다만, 홍보 또는 재고물품의 처리 등 사업의 원활한 운영을 위하여 총리령으로 정하는 경우에는 그러하지 아니하다.

- ② 조합원과 동일한 세대에 속하는 자, 다른 조합 또는 다른 조합의 조합원이 제45조에 따른 사업을 이용하는 경우에는 그 조합의 조합원이 이용한 것으로 본다.
- ③ 보건·의료사업을 행하는 조합은 제1항에도 불구하고 총 공급고의 100분의 50의 범위에서 총리령으로 정하는 자에 대하여 보건·의료 서비스를 제공할 수 있다.

제5절 회계

제47조(회계연도 및 회계) ① 조합의 회계연도는 정관으로 정한다.

- ② 조합의 회계는 일반회계와 특별회계로 구분한다.
- ③ 일반회계는 종합회계로 한다.

④ 특별회계는 특정사업을 운영할 때, 특정자금을 보유하여 운영할 때, 그 밖에 일반회계와 구분할 필요가 있을 때 정관으로 정하는 바에 따라 설치한다.

제48조(사업계획·예산 및 결산) ① 조합은 매 회계연도 경과 후 3개월 이내에 전년도 결산보고서(사업보고서, 대차대조표, 손익보고서와 잉여금처리안 및 손실금처리안을 포함한다)와 해당 연도의 사업계획서 및 예산서를 작성하여 총회의 승인을 받아야 한다.

② 제1항에 따른 사업계획과 예산이 총회에서 확정될 때까지는 전년도 예산에 준하여 가예산을 편성하여 집행할 수 있다. 이 경우 총회의 사후 승인을 받아야 한다.

③ 조합은 총회에서 확정된 사업계획과 예산을 변경한 때에는 차기 총회에서 사후 변경승인을 받아야 한다. 다만, 정관으로 달리 정한 경우에는 그에 따른다.

제49조(적립금) ① 조합은 매 회계연도 결산의 결과 잉여금이 있는 때에는 정관으로 정하는 금액에 달할 때까지 그 잉여금의 100분의 10 이상을 법정적립금으로 적립하여야 한다. 이 경우 정관으로 정하는 법정적립금의 최저금액은 대통령령으로 정한다.

② 조합은 손실의 보전에 충당하거나 해산하는 경우 외에는 법정적립금을 사용하여서는 아니 된다.

제50조(손실금의 보전과 잉여금의 배당) ① 조합은 매 회계연도 결산의 결과 손실금이 발생하였을 때에는 미처분 이익잉여금, 법정적립금의 순으로 이를 보전하고, 보전 후에도 부족이 있을 때에는 이를 다음 회계연도에 이월한다.

② 조합이 제1항에 따른 손실의 보전과 제49조에 따른 법정적립금을 적립한 이후에는 정관으로 정하는 바에 따라 조합원에게 잉여금을 배당할 수 있다. 이 경우 잉여금배당은 다음 각 호의 원칙을 준수하여야 한다.

1. 사업이용실적에 대한 배당은 전체 배당액의 100분의 50 이상이어야 한다.

2. 납입출자금에 대한 배당비율은 시중금리수준 이내로 하여야 한다.

③ 보건·의료사업을 하는 조합은 제2항에도 불구하고 조합원에게 잉여금을 배당할 수 없다.

제51조(출자지분의 취득금지 등) 조합은 권리행사의 결과로 인한 경우를 제외하고는 조합원의 출자지분을 취득하거나 질권의 목적으로 하여서는 아니 된다.

제6절 합병·분할·해산 및 청산

제52조(합병과 분할) ① 조합은 총회의 의결을 얻어 합병 또는 분할할 수 있다.

② 합병 또는 분할로 인하여 존속하거나 설립되는 조합은 합병 또는 분할로 인하여 소멸되는 조합의 권리·의무를 승계한다.

③ 제21조부터 제24조까지의 규정은 제1항에 따라 설립되는 조합에 관하여 준용한다.

④ 제1항에 따라 합병 또는 분할 후 존속하는 조합은 변경등기를 하여야 한다. 이 경우 변경등기에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제53조(해산) ① 조합은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사유로 해산한다.

1. 정관으로 정한 해산 사유의 발생
2. 총회의 의결
3. 합병, 분할 또는 파산
4. 설립인가의 취소

② 조합은 제1항제1호부터 제3호까지의 규정에 따라 해산한 때에는 해산한 날부터 2주 이내에 시·도지사에게 신고하여야 한다.

제54조(해산의 등기) ① 조합이 해산한 때에는 1개월 이내에 해산 등기를 하여야 한다.

② 제1항에 따른 해산 등기에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제55조(청산인) ① 조합이 해산한 때에는 파산으로 인한 경우를 제외하고는 이사장이 청산인이 된다.

② 청산인은 취임 후 지체 없이 재산상태를 조사하고 재산목록과 대차대조표를 작성하여 재산처분의 방법을 정하여 총회의 승인을 받아야 한다.

③ 청산사무가 종결된 때에는 청산인은 지체 없이 결산보고서를 작성하여 총회의 승인을 받아야 한다.

④ 제2항과 제3항의 경우에 총회를 2회 이상 소집하여도 총회가 구성되지 아니할 때에는 출석조합원 3분의 2 이상의 찬성을 받아야 한다.

제56조(잔여재산의 처리) 해산한 조합이 채무를 변제하고 잔여재산이 있을 때에는 출자좌수의 비율에 따라 총회에서 정한 산정방법에 의하여 이를 조합원에게 분배한다. 다만, 보건·의료사업을 하는 조합은 청산잔여재산을 조합원에게 분배할 수 없다.

제3장 연합회

제1절 회원

제57조(회원의 자격) 연합회의 회원은 연합회의 사업구역 내에 주소 또는 사업장이 있는 조합으로 한다.

제58조(탈퇴) ① 회원은 60일 전에 예고하고 탈퇴할 수 있다.

② 회원은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하면 당연히 탈퇴된다.

1. 회원으로서의 자격을 상실한 경우
2. 정관으로 정하는 경우

제59조(준용 규정) 연합회의 회원에 관하여는 제14조·제15조·제17조·제19조 및 제20조를 준용한다. 이 경우 "조합"은 "연합회"로, "조합원"은 "회원"으로 보고, 제15조제2항 중 "조합원 1인"은 "한 회원"으로, "100분의 20"은 "100분의 40"으로 본다.

제2절 설립

제60조(설립인가 등) ① 연합회를 설립하고자 하는 때에는 회원 자격을 가진 5개 이상의 조합이 발기인이 되어 정관을 작성하고 창립총회의 의결을 얻은 후 공정거래위원회의 인가를 받아야 한다.

② 창립총회의 의사는 창립총회 개의 전까지 발기인에게 설립동의서를 제출한 조합(이하 "설립동의조합"이라 한다) 과반수의 출석과 출석자 3분의 2 이상의 찬성으로 의결한다.

③ 제1항 및 제2항에 따른 연합회의 설립에 필요한 최소 설립동의조합의 수, 총출자금액, 그 밖에 인가의 기준·절차 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제61조(준용 규정) 연합회의 설립에 관하여는 제22조부터 제24조까지의 규정을 준용한다. 이 경우 "조합"은 "연합회"로, "조합원"은 "회원"으로, "시·도지사"는 "공정거래위원회"로 보고, 제23조 제1항 제5호 중 "조합원 및 대리인"은 "회원"으로 본다.

제3절 기관

제62조(총회) ① 연합회에 총회를 둔다.

② 총회는 정관으로 정하는 바에 따라 대의원으로 구성하며, 이사장이 이를 소집한다.

③ 대의원은 회원에 속한 조합원 중에서 선출하되, 각 회원에 속한 조합원이 1인 이상 포함되어야 한다.

제63조(임원) 임원은 정관으로 정하는 바에 따라 총회에서 회원에 속한 조합원 중에서 선출한다.

제64조(준용 규정) 연합회의 기관에 관하여는 제25조제3항부터 제5항까지, 제26조부터 제29조까지, 제30조제3항·제4항 및 제31조부터 제44조까지의 규정을 준용한다. 이 경우 "조합"은 "연합회"로, "조합원"은 "회원"으로 보고, 제35조제6항 및 제39조제1항 전단 중 "5분의 1"은 "3분의 1"로 보며, 제27조부터 제29조까지 및 제39조제3항 중 "조합원"은 "대의원"으로 보고, 제33조 중 "조합원"은 "대의원이나 회원에 속한 조합원"으로, "가입신청을 한 자"는 "가입신청을 한 조합에 속한 조합원"으로 본다.

제4절 사업

제65조(사업의 종류) ① 연합회는 그 목적을 달성하기 위하여 다음 각 호의 사업을 할 수 있다.

1. 회원에 대한 지도·지원·연락 및 조정에 관한 사업
 2. 회원에게 공급하는 물자의 개발과 개발물자의 구매·가공·제조·판매 등에 관한 사업
 3. 회원 또는 회원에 소속된 조합원을 대상으로 하는 공제사업
 4. 회원이 공동으로 이용할 수 있는 물류센터 등 시설물의 설치·운영사업
 5. 회원의 조합원과 직원에 대한 교육·훈련 및 정보제공사업
 6. 회원에 대한 보조금 교부 또는 교부알선 사업
 7. 회원의 사업지원을 위한 재원의 조성 및 관리사업
 8. 국가·지방자치단체 또는 전국연합회로부터 위탁 또는 보조받은 사업
 9. 제1호부터 제8호까지의 사업과 관련된 부대사업
 10. 그 밖에 연합회의 목적달성에 필요한 사업으로서 공정거래위원회의 승인을 받은 사업
- ② 제1항에 따른 사업의 수행에 관하여 필요한 사항은 총리령으로 정한다.

제66조(공제규정 등) ① 연합회가 공제사업을 하는 때에는 공제규정을 정하여 공정거래위원회의 인가를 받아야 한다. 공제규정을 변경하고자 하는 때에도 공정거래위원회의 인가를 받아야 한다.

② 제1항에 따른 공제규정에는 공정거래위원회가 정하는 바에 따라 사업의 실시방법, 공제계약 및 공제료 등을 정하여야 한다.

③ 공정거래위원회는 공제사업의 건전한 육성 및 계약자의 보호를 위하여 공제사업의 감독에 필요한 기준을 정하여 운영할 수 있다.

제67조(사업의 이용) ① 연합회는 회원이 아닌 자에게 연합회의 사업을 이용하게 하여서는 아니 된다. 다만, 홍보 또는 재고물품의 처리 등 사업의 원활한 운영을 위하여 총리령으로 정하는 경우에는 그러하지 아니하다.

② 회원인 조합의 조합원이 사업을 이용하는 경우에는 이를 회원이 이용한 것으로 본다.

제5절 회계

제68조(준용 규정) 연합회의 회계에 관하여는 제47조부터 제49조까지, 제50조제1항·제2항 및 제51조를 준용한다. 이 경우 "조합"은 "연합회"로, "조합원"은 "회원"으로 본다.

제6절 합병·분할·해산 및 청산

제69조(준용 규정) 연합회의 합병·분할·해산 및 청산에 관하여는 제52조부터 제56조까지의 규정을 준용한다. 이 경우 "조합"은 "연합회"로, "조합원"은 "회원"으로, "시·도지사"는 "공정거래위원회"로 보고, 제52조제3항 중 "제21조부터 제24조까지의 규정"은 "제60조 및 제61조"로 보며, 제55조제4항 중 "조합원"은 "대의원"으로 본다.

제4장 전국연합회

제1절 회원

제70조(회원의 자격) 전국연합회는 조합 또는 연합회를 회원으로 한다.

제71조(준용 규정) 전국연합회의 회원에 관하여는 제14조·제15조·제17조·제19조·제20조 및 제58조를 준용한다. 이 경우 "조합"은 "전국연합회"로, "조합원"

은 "회원"으로 보고, 제15조제2항 중 "조합원 1인"은 "한 회원"으로, "100분의 20"은 "100분의 40"으로 본다.

제2절 설립

제72조(설립인가 등) ① 전국연합회를 설립하고자 하는 때에는 연합회 또는 조합이 발기인이 되어 정관을 작성하고 창립총회의 의결을 얻은 후 공정거래위원회에 인가를 받아야 한다.

② 제1항에 따른 전국연합회의 설립에 필요한 발기인 수는 발기인이 되는 연합회에 소속된 조합 및 발기인이 되는 연합회에 소속되지 아니하고 발기인이 되는 조합을 합하여 15개 이상이 되어야 하며, 설립동의조합의 총수는 전체 인가된 조합 수의 2분의 1 이상이 되어야 한다. 이 경우 연합회가 설립동의서를 제출하면 그 소속 조합이 설립동의서를 제출한 것으로 본다.

③ 창립총회의 의사는 설립동의조합 과반수의 출석과 출석자 3분의 2 이상의 찬성으로 의결한다. 이 경우 연합회가 창립총회에 출석·의결하면 그 소속 조합이 출석·의결한 것으로 본다.

④ 제1항부터 제3항까지의 규정에 따른 전국연합회의 설립에 필요한 총출자금액, 그 밖에 인가의 기준·절차 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제73조(준용 규정) 전국연합회의 설립에 관하여는 제22조부터 제24조까지의 규정을 준용한다. 이 경우 "조합"은 "전국연합회"로, "조합원"은 "회원"으로, "시·도지사"는 "공정거래위원회"로 보고, 제23조제1항제5호 중 "조합원 및 대리인"은 "회원"으로 본다.

제3절 기관

제74조(총회) ① 전국연합회에 총회를 둔다.

② 총회는 정관으로 정하는 바에 따라 대의원으로 구성하며, 이사장이 이를 소집한다.

③ 대의원은 회원인 조합 또는 연합회에 속한 조합의 조합원 중에서 선출하되, 각 회원에 속한 조합원이 1인 이상 포함되어야 한다.

제75조(임원) ① 임원은 정관으로 정하는 바에 따라 총회에서 회원인 조합 또는 연합회에 속한 조합의 조합원 중에서 선출한다.

② 전국연합회의 이사장은 조합의 이사장 또는 연합회의 이사장을 겸할 수 없다. 다만, 설립 당시의 이사장은 그러하지 아니하다.

제76조(준용 규정) 전국연합회의 기관에 관하여는 제25조제3항부터 제5항까지, 제26조부터 제29조까지, 제30조제3항·제4항, 제31조부터 제42조까지, 제43조제2항·제3항, 제44조를 준용한다. 이 경우 "조합"은 "전국연합회"로, "조합원"은 "회원"으로 보고, 제35조제6항 및 제39조제1항 전단 중 "5분의 1"은 "3분의 1"로 보며, 제27조부터 제29조까지 및 제39조제3항 중 "조합원"은 "대의원"으로 보고, 제33조 중 "조합원"은 "대의원이나 회원에 속한 조합원"으로, "가입신청을 한 자"는 "가입신청을 한 연합회나 조합에 속한 조합원"으로 본다.

제4절 사업

제77조(사업의 종류) ① 전국연합회는 그 목적을 달성하기 위하여 다음 각 호의 사업을 할 수 있다.

1. 제65조제1항제1호부터 제4호까지, 제6호 및 제7호의 사업
 2. 조합 등의 운영에 필요한 전문인력 양성사업
 3. 조합 등에 대한 조사·연구·홍보사업
 4. 국가 또는 지방자치단체로부터 위임·위탁 또는 보조받은 사업
 5. 제1호부터 제4호까지의 사업과 관련된 부대사업
 6. 그 밖에 전국연합회의 목적 달성에 필요한 사업으로서 공정거래위원장의 승인을 받은 사업
- ② 전국연합회는 회원 간 공동이익의 증진 또는 회원의 발전에 필요한 사항을 국가·지방자치단체 또는 공공단체에 건의할 수 있다.
- ③ 제1항에 따른 사업의 수행에 관하여 필요한 사항은 총리령으로 정한다.

제78조(준용 규정) 전국연합회의 사업에 관하여는 제66조 및 제67조를 준용한다. 이 경우 "연합회"는 "전국연합회"로, "조합"은 "조합 또는 연합회"로 본다.

제5절 회계

제79조(준용 규정) 전국연합회의 회계에 관하여는 제47조부터 제49조까지, 제50조제1항·제2항 및 제51조를 준용한다. 이 경우 "조합"은 "전국연합회"로,

"조합원"은 "회원"으로 본다.

제6절 합병·분할·해산 및 청산

제80조(준용 규정) 전국연합회의 합병·분할·해산 및 청산에 관하여는 제52조부터 제55조까지 및 제56조 본문을 준용한다. 이 경우 "조합"은 "전국연합회"로, "조합원"은 "회원"으로, "시·도지사"는 "공정거래위원회"로 보고, 제52조제3항 중 "제21조부터 제24조까지의 규정"은 "제72조 및 제73조"로 보며, 제55조제4항 중 "조합원"은 "대의원"으로 본다.

제5장 감독

제81조(감독) ① 시·도지사(설립인가를 한 시·도지사를 말한다. 이하 이 장에서 같다)는 이 법에서 정하는 바에 따라 조합의 업무를 감독하고 감독상 필요한 명령을 할 수 있다.

② 공정거래위원회는 이 법에서 정하는 바에 따라 연합회·전국연합회의 업무를 감독하고 감독상 필요한 명령을 할 수 있다. 다만, 필요한 경우 시·도지사에게 감독업무의 일부를 위임할 수 있다.

③ 시·도지사는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 조합(설립 중의 조합을 포함한다. 이하 이 조에서 같다)에 대하여 그 업무 및 재산에 관한 사항을 보고하게 하거나 소속 공무원으로 하여금 조합의 업무상황·장부·서류, 그 밖에 필요한 사항을 검사하게 할 수 있다.

1. 제21조에 따른 설립절차 및 인가기준에 적합한지의 여부를 확인할 필요가 있는 경우
2. 이 법, 이 법에 따른 명령 또는 정관을 위반하였는지의 여부를 확인할 필요가 있는 경우
3. 보건·의료사업을 하는 조합이 「의료법」을 위반하였는지 확인할 필요가 있는 경우
- ④ 제3항에 따라 검사를 하는 공무원은 그 권한을 표시하는 증표를 지니고 이를 관계인에게 내보여야 한다.
- ⑤ 시·도지사는 제1항에 따른 감독의 결과 조합이 이 법에 따른 명령 또는 정관을 위반한 사실이 발견된 때에는 해당 조합에 대하여 시정에 필요한 조치를 명

할 수 있다.

⑥ 공정거래위원회는 이 법의 효율적인 시행과 조합에 대한 정책의 수립을 위하여 필요하다고 인정하는 때에는 시·도지사에게 조합에 대한 조사·검사·확인 또는 자료의 제출을 요구하게 하거나 시정에 필요한 조치를 명하게 할 수 있다.

⑦ 공정거래위원회 및 시·도지사는 이 법의 효율적인 집행과 조합의 건전한 발전 및 육성에 필요하다고 인정되면 대통령령으로 정하는 바에 따라 이 법에 따라 설립된 전국연합회에 감독 업무의 일부를 위탁할 수 있다.

제82조(설립인가의 취소) ① 시·도지사는 조합이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 때에는 해당 조합에 대한 설립인가를 취소할 수 있다.

1. 거짓이나 그 밖의 부정한 방법으로 설립인가를 받은 경우
2. 제21조제4항에 따라 대통령령으로 정한 인가기준에 미달하게 된 경우
3. 제81조제5항에 따른 시정조치 명령을 받고도 이를 시정하지 아니한 경우
4. 정당한 사유 없이 설립인가를 받은 날부터 1년 이내에 사업을 개시하지 아니하거나 1년 이상 계속하여 사업을 정지한 경우
5. 보건·의료사업을 하는 조합이 「의료법」상 의료기관 개설 허가취소에 해당하는 규정을 위반한 경우

② 시·도지사는 제1항에 따라 설립인가를 취소한 때에는 지체 없이 그 사실을 공고하고 공정거래위원회에 그 취소 사실을 통보하여야 한다.

제83조(청문) 시·도지사는 제82조제1항에 따라 조합의 설립인가를 취소하고자 하는 경우에는 청문을 실시하여야 한다.

제84조(준용 규정) ① 제81조제3항부터 제5항까지, 제82조제1항 및 제83조는 연합회에 대하여 준용한다. 이 경우 "조합"은 "연합회"로, "시·도지사"는 "공정거래위원회"로, "제21조"는 "제60조"로, "제21조제4항"은 "제60조제3항"으로 본다.

② 제81조제3항부터 제5항까지, 제82조제1항 및 제83조는 전국연합회에 대하여 준용한다. 이 경우 "조합"은 "전국연합회"로, "시·도지사"는 "공정거래위원회"로, "제21조"는 "제72조"로 본다.

제6장 벌칙

제85조(벌칙) ① 조합 등의 임직원 또는 청산인이 조합의 사업목적 외에 조합의

자금을 사용하거나 재산을 처분 또는 이용하여 조합에 손해를 끼친 때에는 10년 이하의 징역 또는 3천만원 이하의 벌금에 처하거나 이를 병과(併科)할 수 있다.

② 조합 등의 임직원 또는 청산인이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 한 때에는 1년 이하의 징역 또는 500만원 이하의 벌금에 처한다.

1. 감독기관의 인가를 받아야 할 사항에 대하여 인가를 받지 아니한 때
2. 제46조제3항, 제49조부터 제51조까지 및 제56조 단서를 위반한 때
3. 거짓 또는 부정한 방법으로 등기를 한 때
4. 이 법에 따라 총회의 의결을 얻어야 하는 사항에 대하여 의결을 얻지 아니하고 집행한 때

제86조(벌칙) ① 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사람은 2년 이하의 징역 또는 1천만원 이하의 벌금에 처한다.

1. 제7조제2항을 위반하여 공직선거에 관여한 자
2. 제33조제1항(제64조 또는 제76조에 따라 준용되는 경우를 포함한다)을 위반하여 선거운동을 한 자

② 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자는 1년 이하의 징역 또는 500만원 이하의 벌금에 처한다.

1. 제33조제2항(제64조 또는 제76조에 따라 준용되는 경우를 포함한다)을 위반하여 호별 방문을 하거나 특정장소에 모이게 한 자
2. 제33조제4항(제64조 또는 제76조에 따라 준용되는 경우를 포함한다)을 위반하여 선거운동을 한 자

③ 제33조제3항(제64조 또는 제76조에 따라 준용되는 경우를 포함한다)을 위반하여 거짓 사실을 공표하거나 공연히 사실을 적시하여 후보자를 비방한 자는 300만원 이상 2천만원 이하의 벌금에 처한다.

④ 제1항부터 제3항까지에 규정된 죄의 공소시효는 해당 선거일 후 6개월을 경과함으로써 완성한다. 다만, 범인이 도피한 때에는 그 기간을 3년으로 한다.

제87조(양벌규정) 조합 등의 임직원 또는 청산인이 그 조합등의 업무에 관하여 제85조의 위반행위를 하면 그 행위자를 벌하는 외에 그 조합등에도 해당 조문의 벌금형을 과(科)한다. 다만, 조합 등이 그 위반행위를 방지하기 위하여 해당 업무에 관하여 상당한 주의와 감독을 게을리 하지 아니한 경우

에는 그러하지 아니하다.

제88조(과태료) ① 제4조제2항을 위반한 자에게는 500만원 이하의 과태료를 부과한다.

② 조합 등이 다음 각 호의 규정을 위반한 경우에는 300만원 이하의 과태료를 부과한다.

1. 제15조제2항(제59조 및 제71조에 따라 준용되는 경우를 포함한다)을 위반하여 조합원 1인의 출자좌수가 조합의 총 출자좌수의 100분의 20(제59조 및 제71조에 따라 준용되는 경우에는 100분의 40)을 초과하게 한 경우
2. 제16조제1항을 위반하여 출자좌수에 따라 조합원의 의결권·선거권에 차등을 둔 경우
3. 제46조제1항 또는 제67조제1항(제78조에 따라 준용되는 경우를 포함한다)을 위반하여 조합원 또는 회원이 아닌 자에게 조합 또는 연합회의 사업을 이용하게 한 경우

③ 조합 등의 임직원 또는 청산인이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 때에는 100만원 이하의 과태료를 부과한다.

1. 등기를 게을리 한 때
2. 감독기관 또는 총회에 대하여 거짓의 진술 또는 보고를 하거나 사실을 은폐한 때
3. 감독기관의 검사를 거부·방해 또는 기피한 때

④ 제1항부터 제3항까지의 규정에 따른 과태료는 대통령령으로 정하는 바에 따라 공정거래위원회 또는 시·도지사가 부과·징수한다.

부칙 <제10173호, 2010.3.22>

제1조(시행일) 이 법은 공포 후 6개월이 경과한 날부터 시행한다.

제2조(조합 등에 대한 경과조치) ① 이 법 시행 당시 조합과 유사한 목적을 위하여 이미 설립된 조합이 아닌 사단법인이 조합이 되려면 제21조제4항에서 정하는 조합설립에 필요한 사항을 갖추어 사원 과반수의 출석과 출석자 3분의 2 이상의 찬성으로 총회의 의결을 거친 후 시·도지사의 인가를 받아야 한다. 이 경우 “설립동의자”는 “사원”으로, “발기인”은 “법인의 대표자”로, “창립총회”는 “총회”로 본다.

② 이 법 시행 당시 연합회와 유사한 목적을 위하여 이미 설립된 사단법인이 연합회가 되려면 제60조에서 정하는 연합회 설립에 필요한 사항을 갖추어 사원 과반수의 출석과 출석자 3분의 2 이상의 찬성으로 총회의 의결을 거친 후 공정거래위원회의 인가를 받아야 한다. 이 경우 “설립동의조합”은 “사원”으로, “발기인”은 “법인의 대표자”로, “창립총회”는 “총회”로 본다.

③ 이 법 시행 당시 전국연합회와 유사한 목적을 위하여 이미 설립된 사단법인이 전국연합회가 되려면 제72조제2항에서 정하는 최소 설립동의 조합 수 및 같은 조 제4항에서 정하는 전국연합회 설립에 필요한 사항을 갖추어 사원 과반수의 출석과 출석자 3분의 2 이상의 찬성으로 총회의 의결을 거친 후 공정거래위원회의 인가를 받아야 한다. 이 경우 “설립동의조합”은 “사원”으로, “발기인”은 “법인의 대표자”로, “창립총회”는 “총회”로 본다.

제3조(명칭에 관한 경과조치) 이 법 시행 당시 이 법에 따라 설립되지는 아니하였으나 조합과 동일한 기능을 수행하는 단체에 대하여는 이 법 시행일부터 1년까지는 제4조제2항을 적용하지 아니한다.

제4조(조합 임원의 임기에 관한 경과조치) 이 법 시행 당시 조합의 임원은 이 법에 따른 임원으로 보며, 그 임기는 종전의 정관의 규정에 따른 임기만료일까지로 한다.

제5조(행정처분 등에 관한 경과조치) 이 법 시행 당시 종전의 규정에 따라 행정기관이 행한 행위 및 행정기관에 대하여 행한 행위는 이 법의 해당 규정에 따른 행정기관의 행위 또는 행정기관에 대하여 행한 행위로 본다.

제6조(벌칙과 과태료에 관한 경과조치) 이 법 시행 전의 행위에 대한 벌칙 및 과태료의 적용에 있어서는 종전의 규정에 따른다.

제7조(다른 법령과의 관계) 이 법 시행 당시 다른 법령에서 종전의 「소비자생활협동조합법」의 규정을 인용한 경우 이 법 가운데 그에 해당하는 규정이 있으면 종전의 규정을 갈음하여 이 법의 해당 규정을 인용한 것으로 본다.

연구진

연구책임	최영근	제주발전연구원 전문연구위원
연구자문	김형미	(재)아이쿱협동조합연구소 소장
	강순원	한살림제주소비자생활협동조합 상무이사

정책연구 2014-02

제주지역 소비자생활협동조합 활성화 방안

발행인 || 공영민
발행일 || 2014년 6월
발행처 || 제주발전연구원
690-162 제주시 아연로 253(오라2동)
전화: (064) 726-0500 팩스: (064) 751-2168
홈페이지: www.jdi.re.kr
인쇄처 || 일신옵셋인쇄사

ISBN : 978-89-6010-375-7 93330

- 이 보고서의 내용은 연구진의 견해로서, 제주특별자치도의 정책적
입장과는 다를 수 있습니다. 또한 이 보고서는 출처를 밝히는 한
자유로이 인용할 수 있으나 무단전재나 복제는 금합니다.