

청주시 상권변모와 재래시장 활성화 방안

Changes of the Trade Areas of Commercial Centers in
Chongju City and Revitalization of Traditional Markets

김진덕*

요약

청주시 상권은 도시성장에 따른 공간구조의 개편, 소비행태와 유통환경의 변화속에 대형마트 등의 잇단 진출로 급속하게 변화하고 있다. 성안길의 도심권에 변화가와 사무실 밀집지역이 발전하였으며, 상당공원을 중심으로 남 북 서방향으로 난 주요간선도로를 따라 상권이 확대되고, 특히 대단위 주거밀집지역인 가경동 터미널부근, 용암 분평 산남동의 상업지역, 울랑동지역의 상권이 새로운 부심상권으로 자리잡아 가고 있다.

이러한 상권의 변화속에 대형 유통업체의 지역내 진출, 전자상거래 확대 등으로 과거 육거리시장을 중심으로 하는 전통적인 재래시장 소규모 유통업체들의 경영악화가 가중되고 있다. 지역주민들의 소비생활 편의제고라는 긍정적인 면도 있으나 지역 소매상권의 붕괴, 판매자금의 역외유출 등과 같은 문제점을 유발하고, 인터넷 상거래의 발달은 지역 중소유통업체의 경영위기를 더욱 가중시키고 있다.

따라서 많은 어려움을 겪고 있는 재래시장의 활성화를 위하여 재래시장 유형별, 시장상인, 개별점포와 시장단위, 자치단체 및 관련 법률의 제 개정사항 등과 같은 정책대안을 제시하는데 본 연구의 목적이 있다.

주요어 : 상권변모, 대형유통업체, 전자상거래, 재래시장

1. 문제의 제기

유통시장의 개방으로 외국인 투자허용 업종이 확대되고 외국인 투자에 대한 각종 제한도 철폐되어 대규모 자본과 유통노하우를 지닌 외국 선진유통업체의 국내 진입이 용이하게 되었다. 따라서 외국유통업체와 국내의 대형 및 중소유통업체들간의 무한경쟁시대가 도래하여 상대적으로 영세하며 생업적인 재래시장의 경쟁력을 더욱 약화시키고 있다.

여기에 경제성장에 따른 소득수준 향상과 IMF 이

후 소위 모래 시계형 사회구조로 변화되면서 빈익빈 부익부 현상이 뚜렷하게 나타나고 있는 가운데 소비자들의 욕구는 다양화, 개성화되는 한편 품질의 고급화와 가격의 저렴화를 추구하는 것이 최근의 소비행태라 할 수 있다. 이런 소비자들의 욕구는 목적구매 지향, 점포 충성도 중요, 까다롭고 신중한 상품선택, 가격위주 구매, 가치지향 구매, 비소유 지향적 구매, 공동화외식 구매, 현실도피형 소비, 근거리 쇼핑 및 주말 1회 쇼핑 선호 증대 등 소비자들의 쇼핑패턴에 큰 변화를 가져왔다.¹⁾

* 충북개발연구원 부연구위원

이러한 소비행태와 유통환경의 변화로 소매구조가 다양화 종합화를 추구하는 방향으로 변화 발전하고 있다. 그 결과 편의점, 고급백화점, 전문점, 대형유통업체 등이 성장하는 계기가 되었고 다점포화 및 교외로의 인구이동에 따른 쇼핑센터나 쇼핑몰 등 상점 근집화 현상이 나타나고 있다. 특히 지난 1970년대 초부터 대두되기 시작한 유통근대화로 인한 슈퍼마켓, 백화점 등과 최근 E-마트, 롯데마트, 농협하나로마트, 한화마트, LG마트, 해태마트 등의 청주지역 유통시장에의 잇단 진출로 지역 재래시장의 기능이 크게 위축되어 이곳을 찾는 고객들이 점차 줄어들고 매출이 현저히 감소하는 등 청주시 상권의 급속한 변모를 초래하고 있다.

현재 청주시내에는 12개소의 재래시장이 있는데 재래시장에 종사하는 대부분이 저소득의 영세상인이므로 재래시장의 쇠퇴는 이들의 생활기반 붕괴는 물론이고 지역경제의 활성화에도 지대한 영향을 미치고 있다. IMF의 혹심한 불황을 겪는 중에 대형유통점이 속속 들어오면서 재래시장이 크게 위축되자 1998년 말부터 이 문제가 지역현안으로 대두되어 각계의 관심을 끌고 있다. 이제 재래시장 문제는 영세상인 보호차원을 넘어 지역경제 활성화를 비롯하여 지역내 생산자 보호와 지역문화의 창달이라는 측면에서도 그대로 방치할 수 없는 사안이다. 재래시장은 낙후부문의 모든 취약점이 동시에 집약된 특이시대이므로 개선을 위해서는 현행규정이나 재원의 지역별 배분과 같은 관행을 넘어 특별한 조치가 필요한 실정이다. 재래시장의 쇠퇴를 단순히 사회 경제변화에 따른 불가피한 현상으로 받아드리기 보다는 새로운 활로를 모색할 수 있도록 모두의 지혜를 모으는 인식의 전환이 절실히 요망되며 본 연구에서는 재래시장 활성화를 위한 대안 제시에 그 목적을 둔다.

2. 청주시 상권의 변화 특징

청주시는 지리적으로 국토의 중심부에 위치한 내륙 도시로 경부고속도로와 중부고속도로의 영향으로 수도권과는 1시간대의 거리로서 교통 물류의 요충지라고 할 수 있다. 이러한 지리적 여건의 변화는 지역발전의 기회요인으로 작용하여 수도권과 영 호남권은 물론 동 서해안권 등 전국 어느 생활권에서나 접근성이 뛰어나며, 수도권규제정책으로 인한 기업체, 교육시설 등 인구집중 유발시설들의 수용이 가능하고, 청주국제공항 활성화를 통한 해외시장과의 접근성 개선 등으로 인하여 향후 비약적인 도시발전이 기대되고 있다.

청주시의 입지적인 여건변화에 따라 지난 1990-1997년간 인구증가율이 3.1%로서 지난 1999년말 인구규모가 약 567천명으로 전국 72개 도시 가운데 8위를 차지하고 있다. 그리고 청주시 전체 인구유입 중 충청북도내 지역에서는 36%인 반면에 타 시도에서 64%를 차지하고 있다. 인구구성면에서는 여성인구가 50.1%, 남성인구는 49.9%로 성별균형을 이루고 있으며, 30-40대는 남성인구가 50대 이상은 여성인구가 상대적으로 많고, 연령별로는 20-40대의 청장년층 인구비중이 상대적으로 높은 항아리형 구조를 하고 있고 전국 평균수준에 비하여 44세이하 인구비중이 상대적으로 높다. 이렇게 청장년층 인구가 상대적으로 많은 것은 청주시로 고용과 교육기회를 찾아 유입된 인구가 많기 때문인 것으로 판단된다.

이러한 도시의 성장에 따라 청주시의 상권도 많은 변화가 이루어지고 있는데 먼저 청주시의 상권집중도를 살펴보면 소매업 집중도를 나타내는 소매업 집적도는 1996년 기준으로 1km²당 업체수는 54.5개, 인구 1,000명당 업체수는 18.4개로 전국 72개 도시 가운데 각각 8위, 21위인 것으로 분석되었다. 도매업의 집적

표 1. 청주시 상권집중도

	사업체수(개소)	상권집중도		전국도시순위	
		1km ² 당	인구 1000명당	1km ² 당	인구 1000명당
소매업	8,373	54.5	18.4	8	21
도매업	1,030	6.7	2.3	7	3
음식점	4,387	28.6	9.6	9	15
숙박업	363	2.4	0.8	8	28

자료 : IDI 유통정보연구원, 충북도시별 상권, 1997.

도는 1km²당 도매업체수가 6.7개, 인구 1,000명당 2.3개로 전국 72개 도시 가운데 각각 7위, 3위를 차지하고 있다. 한편 음식점체수는 1km²당 28.6개, 인구 1,000명당 9.6개로 각각 9위, 15위의 음식점 집적도를 점하고 있는 것으로 나타났다.

한편, 청주시 상권은 오랜 역사를 가지고 지속적인 변화를 해 왔으며 앞으로도 도시성장에 따른 공간구조의 개편과 함께 커다란 변화와 발전을 할 것으로 보인다. 청주시는 성안길이라는 도심권을 중심으로 변화와 사무실 밀집지역이 발전하였으며, 상당공원을 중심으로 남 북 서방향으로 난 주요간선도로를 따라 상권이 확대되어 육거리시장, 상당구청주변, 사창사거리에서 공단입구, 봉명사거리 주변지역 등 부심권이 새롭게 부각되는 현상을 보이고 있다. 성안길 도심권의 상권 집중도와 매출 집중력이 점차 줄어들고 다른 도시들과 마찬가지로 도심권의 새로운 도시계획의 한계와 외곽지의 용이한 개발가능성으로 부심권이 강력한 상권중심 지역으로 부각되고 있다. 즉 대단위 주거밀집지역을 중심으로 하는 가경동 터미널 부근 상권, 용암, 분평, 산남동 상업지역을 중심으로 한 상권, 울랑동 일반주거지역을 중심으로 한 상권 등이 삼각구도를 가지면서 새로운 부심권으로 자리잡아 가고 있다.

이러한 청주시의 각 상권별 특징을 보면 먼저 중심 상권인 성안길의 경우 유동인구가 많은 변화가, 패션쇼 핑가형 상권이 특징적이다. 젊은 취향의 상품 입지조건이 유리하여 개성이 강한 의류, 패션상품, 향수전문점, 보석류, 중저가 및 고급 메이커상품, 중고생과 신세대 층을 상대로 하는 팬시용품점, 분식점, 스포츠용품점, 프랜차이즈형 가맹점, 샌드위치전문점 등이 밀집된 상권이다. 그러나 최근 대형할인점 진출에 따른 타격으로 어려움을 겪고 있으며 예전의 명성을 찾고자 지구적인 노력을 하고 있는 지역이다.

둘째, 주요간선도로망을 중심으로 하는 대로변에는 교통접근이 양호하며 임대료가 비교적 저렴한 편이면서도 광고효과가 큰 지역이다. 이 지역은 오피스가형 상권으로서 유동인구가 비교적 많고 직장인을 주고객 층으로 상대하는 지역이다. 전문음식점, 사무용품, 문구점, 남성용잡화점, 꽃가게, 즉석사진현상소, 인쇄소, 세탁전문점, 안경점 등이 밀집된 지역으로 부심권 역할을 하고 있다.

셋째, 울랑, 용암, 분평, 산남, 가경동 등 아파트밀집형 상권은 주부들 대상업종이 유리하고 저가생활품, 어린이 의류 할인매장, 도서대여점, 배달가능한 점포(세탁, 피자, 치킨, 중식, 분식점 등), 제과점, 커피 및

인테리어 전문점, 학원(입시, 미술, 속셈, 피아노, 컴퓨터) 등이 밀집된 지역이다. 이 지역에는 최근 E마트, 롯데마트, 한화마트 등 대형할인점들이 들어서서 지역 주민들의 쇼핑을 편리하게 하고 있다.

이러한 청주시 상권의 변화는 주민편의 차원에서는 긍정적인 역할을 하고 있다고 볼 수 있으나 최근 청주시 경제여건과 연계하여 볼 때 부정적인 측면도 무시할 수 없다. 최근 청주시의 경제적 상황을 살펴보면 IMF 경제난을 전후한 경제위기와 구조조정 과정에서 극심한 경기침체를 경험하였다. IMF 직전인 1997년 대농, 진로백화점, 스카이전자 등이 부도나고 IMF 이후인 1998년도에는 속리산고속, 거명냉장, 시티아이반도체 등이 부도났으며 여기에 충북은행과 LG반도체의 통합 사태에 청주연초제조창 폐쇄문제 등이 불거지면서 기업부도사태는 제조업, 건설업, 서비스업 등 전산업에 동시다발적으로 발생하였다. 이와 같은 지역경제 환경 변화에 따라 내수 의존도가 높은 영세사업부문 역시 경영악화로 IMF이후 극심한 경기침체를 보이고 있는데 이는 소규모 사업체가 지역고용에서 차지하는 비중을 감안할 때 지역경제에 미치는 파급효과가 지대하다고 할 수 있다.

대형 유통업체의 지역내 진출, 전자상거래 확대 등으로 인하여 과거 육거리시장을 중심으로하는 재래시장과 농수산물도매시장 등에서 활발한 지역상거래를 주도했던 소규모 유통업체들의 경영악화가 더욱 가중되고 있는 실정이다. 까르푸, E마트, 롯데마트, LG마트, 농협하나로마트 등 대형 유통업체의 진출은 지역 주민들의 소비생활 편의시설의 확보라는 측면에서는 긍정적이라고 볼 수 있으나 이로 인하여 지역 소매상권의 붕괴, 판매자금의 역외유출 등의 문제점을 유발하고 있으며 특히 정보통신의 발달로 인한 소위 인터넷 상거래의 발달은 지역 중소기업체의 경영위기를 더욱 가

중시키고 있다.

3. 청주시 유통 도·소매업 현황과 문제점

우리 나라 일반시장의 업체수는 1988년 이후 계속 증가추세를 보이고 있는 가운데 정기시장과 상점가는 감소하고 대형점, 백화점, 상점가 대상지구 및 전문상가단지 등은 증가하고 있는 것으로 나타났다. 청주시의 경우 충북의 수도도시답게 일반시장과 재래시장의 업체수에서 충북지역의 거의 과반수를 차지하고 있으며 백화점과 상점가 대상지구는 청주지역에만 거의 있는 것으로 나타나고 있다.

업체별 평균 점포수는 전국적으로 대형점, 쇼핑센터, 정기시장, 상점가 등은 감소하고 있으며 시장, 백화점, 재래시장은 증가하고 있는 것으로 나타나고 있다. 특히 정기시장이나 재래시장의 경우 평균점포 규모 면에서 있어서 타 소매업태와 비교하여 영세성을 벗어나지 못하고 있는 실정이다. 청주시의 경우도 전국적인 현상과 비슷한 양상을 보이고 있는 가운데 특히 재래시장은 두배 이상 점포수가 증가하고 있는 것으로 나타나고 있다.

한편, 평균 매출액에 있어서는 전국적으로 증가하고 있는 가운데 청주시의 경우 일반시장 매출액은 감소하고 있으며 각 업체별 평균 매출액에 있어서 청주시의 경우 전국평균수준에 크게 미달하고 있다. 특히 일반시장과 재래시장의 경우 전국평균 수준과 비교할 수도 없을 정도로 매우 영세하다는 것을 알 수 있다.

점포운영 형태면에서 볼 때 대형점과 백화점은 상용 종사자가 지배적인 데 반해 일반시장, 재래시장 및 정기시장은 자영업자의 비중이 높은 것으로 나타났다. 청주시의 경우는 이런 현상이 더욱 뚜렷하여 일반시장과 재래시장의 전문적인 머천다이징 및 마케팅 능력이

표 2. 업태별 업체수

(단위 : 개소)

		시장	대형점	백화점	쇼핑센터	재래시장	정기시장	상점가	상점가 대상지구	전문상가 단 지
전 국	1995	1,545	31	98	33	518	588	24	-	-
	1997	1,553	63	113	31	518	581	7	25	8
총 북	1995	31	-	2	-	9	-	2	-	-
	1997	38	1	2	-	12	-	-	3	-
청 주	1995	15	-	2	-	2	-	2	-	-
	1997	16	-	2	-	6	-	-	2	-

자료 : 대한상공회의소, 전국 도·소매업 총람, 1998. 7.

표 3. 업태별 평균 점포수

(단위 : 개소)

		시장	대형점	백화점	쇼핑센터	재래시장	정기시장	상점가	상점가 대상지구	전문상가 단 지
전 국	1995	129.4	76.1	215.7	191.9	132.4	95.2	349.6	-	-
	1997	148.0	27.9	282.0	137.0	155.0	59.0	198.0	197.0	489.0
총 북	1995	104.6	-	178.5	-	61.2	92.5	-	-	-
	1997	100.3	21.0	278.5	-	84.4	-	-	102.0	-
청 주	1995	76.6	-	178.5	-	45.5	-	-	-	-
	1997	93.5	-	287.5	-	90.0	-	-	92.5	-

자료 : 대한상공회의소, 전국 도·소매업 총람, 1998. 7.

표 4. 업태별 평균 매출액

(단위 : 억원)

		시장	대형점	백화점	쇼핑센터	재래시장	정기시장	상점가	상점가 대상지구	전문상가 단 지
전 국	1995	78.5	1,087.1	779.1	743.1	52.6	-	594.8	-	-
	1997	99.6	531.1	1,348.2	347.3	89.8	-	161.0	477.4	105.3
총 북	1995	21.5	-	538.0	-	21.7	-	-	-	-
	1997	23.8	204.4	575.7	-	19.2	-	-	20.4	-
청 주	1995	17.4	-	538.0	-	9.4	-	-	-	-
	1997	15.6	-	575.7	-	14.4	-	-	23.1	-

자료 : 대한상공회의소, 전국 도·소매업 총람, 1998. 7.

표 5. 업태별 종사자 수

(단위 : %)

		시장	대형점	백화점	쇼핑센터	재래시장	정기시장	상점가	상점가 대상지구	전문상가 단 지
전 국	자 영	56.4	15.6	8.8	41.6	81.4	54.8	53.7	41.9	59.6
	상 용	29.9	64.4	75.6	45.1	12.6	23.3	36.7	52.4	40.2
	기 타	13.7	20.0	15.6	13.3	6.0	21.9	9.6	5.7	0.2
충 북	자 영	86.3	0.9	1.5	-	97.5	96.8	-	98.9	-
	상 용	8.9	82.3	98.5	-	-	2.6	-	1.1	-
	기 타	4.8	16.8	-	-	2.5	0.6	-	-	-
청 주	자 영	77.3	-	1.5	-	100.0	-	-	98.9	-
	상 용	8.4	-	98.5	-	-	-	-	1.1	-
	기 타	14.3	-	-	-	-	-	-	-	-

자료 : 대한상공회의소, 전국 도·소매업 총람, 1998. 7.

표 6. 업태별 점포 형태

(단위 : %)

		시장	대형점	백화점	쇼핑센터	재래시장	정기시장	상점가	상점가 대상지구	전문상가 단 지
전 국	직 영	5.6	82.6	61.1	21.7	11.3	4.5	38.8	31.4	7.8
	임 대	29.8	7.4	10.1	44.8	84.7	26.9	1.2	58.7	-
	수수료		10.0	28.8	28.0	-	-	-	-	-
	분 양	64.6	-	-	5.5	4.0	68.6	60.0	9.9	92.2
충 북	직 영	1.2	4.8	17.8	-	-	4.2	-	12.5	-
	임 대	24.0	-	4.0	-	100.0	42.7	-	69.8	-
	수수료	-	95.2	78.1	-	-	-	-	-	-
	분 양	74.8	-	-	-	-	53.1	-	17.7	-
청 주	직 영	0.2	-	17.7	-	-	-	-	12.5	-
	임 대	2.5	-	4.1	-	6.5	-	-	69.8	-
	수수료	-	-	78.2	-	-	-	-	-	-
	분 양	97.3	-	-	-	93.5	-	-	17.7	-

자료 : 대한상공회의소, 전국 도·소매업 총람, 1998. 7.

백화점에 비해 상대적으로 떨어지며 이는 재래시장의 취약점으로 거론되는 낮은 상인의식과도 관련된다고 볼 수 있다.

전국적으로 일반시장, 정기시장, 상점가, 전문상가 단지는 분양이 많고 대형점이나 백화점은 직영으로 운영하고 있으며 재래시장은 대부분 임대한 것으로 나타

표 7. 청주시의 도·소매업 현황

	단 위	도 매 업		소 매 업	
		청주시	전국도시평균	청주시	전국도시평균
사업체수	개	1,030	320	8,373	3,653
종사자수	명	5,539	1,573	16,536	7,000
판매액	억원	4,824	1,620	6,730	2,417
사업장 면적	m ²	127,012	32,183	319,300	131,594
업체당 매출액	백만원	468	506	80	66
종사자1인당 매출액	백만원	87	103	41	45
주민1인당 매출액	천원	1,060	735	1,479	1,097

자료 : 대한상공회의소, 전국 도·소매업 총람, 1998. 7.

나고 있다. 반면에 청주시의 경우는 일반시장과 재래시장의 경우 거의 분양에 의해 운영되고 있으며 이런 분양점포는 직영점포나 수수료 점포보다 전문적인 점포 관리능력이 떨어지고 재래시장의 근대화 노력에도 매우 미온적인 것으로 나타나고 있다.

한편, 재래시장을 포함한 청주의 대형 소매점을 전국 72개 도시평균과 비교해 보면 매장 면적은 1.5배, 종사자수는 2.0배, 매출액은 1.0배 수준이고 점포당 매출액은 71.8%, 매장 1 m²당 매출액은 67.5%, 종사자 1인당 매출액은 49.4% 수준으로 타 도시에 비해 생산성이 떨어진다. 이런 결과는 아래의 표에서와 같이 소매업과 도매업 모두에서 동일하게 나타나고 있으며 특히 도매업의 경우 타 도시와 비교해 볼 때 생산성이 매우 저조하다는 것을 알 수 있다. 우리 나라 유통산업 중 도매업은 매우 취약한 부문으로 외국 유통업체가 집중적으로 공략하고자 하는 분야라는 점을 감안할 때 청주시 도매업의 낮은 생산성은 외국 및 타 도매업체의 진출시 경쟁력이 매우 낮다고 평가할 수 있다.

그리고 청주지역의 경우 점포당, 종사자1인당 평균 업태별 매출액에 있어서 백화점이 가장 많고 일반시장 및 재래시장 순위를 보이고 있다. 이런 현상은 충북 및

전국평균수준과 같은 것으로 나타나고 있으나, 재래시장의 경우 전국과 충북평균수준에 비하여 청주시의 경우 매우 낮은 것으로 나타나 상대적으로 영세성을 면치 못하고 있다고 볼 수 있다. 물론 일반시장과 백화점의 경우도 전국수준에 비해서는 재래시장과 비슷한 형편을 보이고 있으나 충북평균수준과 비교하여 보면 재래시장보다는 다소 나은 형편이라고 할 수 있을 것이다.

표 8. 업태별 평균 매출액

(단위 : 억원)

		시장	백화점	재래시장
전 국	점포당	6,729.7	47,808.9	5,794.2
	종사자당	4,765.6	25,153.2	3,414.8
충 북	점포당	2,375.9	20,022.6	2,274.9
	종사자당	2,383.0	23,985.4	2,285.7
청 주	점포당	1,669.5	20,022.6	1,598.9
	종사자당	2,517.7	23,985.4	2,213.8

자료 : 대한상공회의소, 전국 도·소매업 총람, 1998. 7.

재래시장은 대도시의 대규모 시장으로 전통적인 도매거래 중심 역할을 해 온 몇몇 시장을 제외하면 대부분 일용품 중심으로 하는 소매시장으로 주택가에 위

표 9. 청주시 대규모 점포 분포현황

(단위 : 개소)

	계	북1	북2	남1	사직	우암	서문	금천	모충	북대	사창	가경	봉명	미평	용암	율량
합 계	21	1	3	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	-
시 장	16	-	3	-	2	1	1	1	1	2	2	1	1	-	1	-
백화점	2	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-
대형점	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	1

자료 : 대한상공회의소, 전국 도·소매업 총람, 1998. 7.

치하면서 사회경제적으로는 유통말단에서 소매유통의 기능을 담당하여 왔다. 또한 노점과 이동상인을 중심으로 한 전근대적인 정기시장은 지방에 있어서 유통의 주역을 담당하고 있고 도시에 있어서도 전통적인 재래시장이 아직도 거래물량, 소비자 이용빈도, 업체에서 차지하는 비중, 정보의 교환 장소 등 여러가지 측면에서 중요한 기능을 담당하고 있는 실정이다. 청주지역에는 이와 같은 기능을 담당하고 있는 재래시장을 포함한 일반시장, 백화점, 대형점들이 골고루 분포되어 있어 소비자들에게 구매상 편리성을 제공해 주고 있다.

그러나 최근 청주지역에는 대형백화점과 쇼핑센터 등의 급속한 진입으로 인해 재래시장을 위시한 전통적인 기존상권이 커다란 위기를 맞고 있다. 대형할인점의 경우 청주지역의 주요상권을 지배하며 매출이 급증하는 반면 재래시장은 고객감소와 함께 매출이 IMF이전

에 비해 50%이상 하락한 것으로 나타나고 있다³⁾. 이러한 재래시장의 붕괴는 소상공인들의 생활기반이 무너진다는 단순한 측면만을 고려할 것이 아니라 그 파급효과를 생각할 때 지역경제 전반에 미치는 영향이 크다는 차원에서 중요하게 다뤄져야할 사안이다. 또한 상권소유구조에 있어서도 대형할인점은 물론 성안길의 주요로드숍 중 외지인의 비중이 40% 정도를 점하고 있어 도내자금의 이탈 등으로 인한 지역경제의 침체가 우려되는 상황이다.

지역유통산업의 발전을 위해서는 상적 유통활동의 발전과 더불어 물적 유통활동과 유통조성활동이 제대로 그 기능을 수행해 나갈 수 있어야 하는데 청주시 재래시장의 경우 상품배달과 창고시설 등의 미비로 인한 도난과 안전사고, 위생상 불결함, 차량소통과 행인통행 불편 등 제반 문제점을 안고 있다. 여기에 점포확장 시

표 10. 청주시내 대형유통업체 현황

	소재지	개설일자	규모(평)		1일 매출액 (백만원)
			부지	매장면적	
청주백화점	청주 남문로 2가	1989. 7. 5	786	2,094	140
홍업백화점	청주 북문로 2가	1991. 3. 7	378	1,750	100
E-마트	청주 미평동	1997. 6. 9	2,940	2,849	250
농산물물류센터	청주 방서동	1998. 9. 17	4,400	4,400	300
롯데마그넷	청주 가경동	1999. 6. 5	1,938	1,938	250

자료 : 청주시 내부자료, 1999. 12.

표 11. 연령대별 시장이용실태

(단위 : %)

	20대	30대	40대	50대	60대 이상	합 계
재래시장	27.3	23.5	38.7	51.7	57.1	34.4
대형매장	39.4	55.7	43.7	26.7	11.4	43.2
동네슈퍼	33.3	15.8	13.4	20.0	25.7	18.7
기 타	-	5.0	4.4	1.6	5.8	3.7

주 : 기타는 축협 매장, 생협매장 등을 이용하는 경우이다.

설개선, 환경개선, 주차장시설 등에 필요한 자금 조달이 어렵고⁴⁾, 각종 통제자료나 실태파악 등의 자료가 거의 없는 실정이다. 또한 종업원을 교육시킬 만한 시설과 기관의 결여 등은 대형 할인매장에 비해 상당히 뒤떨어지기 때문에 재래시장의 후진성을 장기화시킨 간접적인 요인이 되고 있다. 특히 재래시장은 신뢰성 부족, 불량품질, 가격표시제 미실시 등으로 인해 소비자 구매습관과 제품, 가격, 판매촉진방법, 구매환경면에서 백화점이나 대형할인점과 현격한 차이가 있기 때문에 쾌적한 쇼핑 환경문화가 갖추어져 있지 못하다.

최근의 한 조사결과⁵⁾에 의하면 재래시장을 활성화시켜야겠다는 일부의 노력에도 불구하고 대다수 시장상인들의 적극적인 자주노력이 미흡하다. 최근의 시장 침체에 따른 매출액 감소로 인하여 거의 과반수 이상이 앞으로 계속 이러한 여건이 지속된다면 그만두겠다는 영업포기 의사를 밝히는 등 재래시장 활성화의 가장 중요한 주체인 시장상인들의 적극적인 자세가 부족하다. 그러나 재래시장을 이용하는 소비자들의 의식조사를

살펴보면 몇가지 문제점들만 해결된다면 그렇게 비판적인 것만도 아닌 것 같다.

조사결과 대형매장(43.2%), 재래시장(34.4%), 동네슈퍼(18.7%) 등을 이용하고 있는 것으로 나타나 재래시장이 주거단지와 밀접한 지역에 있고 슈퍼 등을 다수 포함하고 있다는 점을 고려해 보면 대형매장에 비하여 재래시장을 이용하는 소비자들이 실제로 그렇게 많은 차이를 보이고 있지는 않다고 할 수 있을 것이다. 연령별로 30대의 경우 55.7%가 대형매장을, 23.5%가 재래시장을 이용하고 있으며, 40대의 경우는 대형매장(43.7%) 재래시장(38.7%) 등으로 나타났으며, 50대와 60대의 경우에는 대형매장보다는 재래시장을 이용하는 사람이 더 많은 것으로 조사되었다.

재래시장을 이용하면서 소비자들이 가장 불편하게 느꼈던 점은 편의시설의 부족(23.4%)이 가장 많은 비중을 차지하였고 다음으로는 시장환경 불결(19.1%)과 교통불편(18.3%) 등으로 조사되었다.

소비자들이 재래시장에서 물품을 구매하는 경우 불

표 12. 재래시장 이용시 불편한 점

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	합 계
구 성 비(%)	23.4	18.3	5.6	2.8	19.1	6.9	8.5	11.3	4.1	100.0

주 : X1 : 편의시설 부족(보행, 휴식공간), X2 : 교통불편, X3 : 상품종류 부족, X4 : 품질이 떨어진다, X5 : 시장환경이 불결하다, X6 : 불친절하다, X7 : 쇼핑시간이 많이 걸린다, X8 : 품목별 점포 난립, X9 : 기타

표 13. 물품구매시 불만사항

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	합 계
구 성 비(%)	34.7	12.7	6.6	24.8	11.8	9.4	100.0

주 : X1 : 반품·교환 불가, X2 : 상인 불친절, X3 : 품질 불량, X4 : 가격이 천차만별, X5 : 신뢰성이 떨어진다, X6 : 기타

표 14. 재래시장을 이용하지 않는 이유

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	합 계
구 성 비(%)	4.2	32.7	26.4	19.7	5.8	11.2	100.0

주 : X1 : 가격이 비싸다, X2 : 시설이 좋지 않다(위생, 신선도), X3 : 교통편이 나쁘다, X4 : 집에서 너무 멀다, X5 : 품질이 좋지 않다, X6 : 기타

표 15. 재래시장 활성화 대책이 마련된다면 재래시장 이용 의사

	적극적 이용	상황에 따라 이용	이용하지 않겠다	기 타	합 계
구 성 비(%)	47.6	48.6	1.1	2.7	100.0

만스럽게 생각하는 점에 대하여는 반품이나 교환을 할 수 없다(34.7%)는 것에 대하여 가장 불만족스럽게 생각하고 있으며, 다음으로는 상품의 가격이 삼점마다 천차만별(24.8%), 상인들의 불친절(12.7%), 신뢰성이 떨어진다(11.8%) 등으로 응답하였다.

또한 소비자들이 재래시장을 이용하지 않는 이유를 살펴보면 위생 및 신선도 등 시설여건이 좋지 않아서라는 이유가 32.7%로 가장 많은 비중을 차지하였고, 교통편이 나쁘다(26.4%), 집에서 너무 멀다(19.7%) 등의 순으로 조사되었다.

그러나 앞으로 재래시장을 활성화시키는 대책이 마련된다면 지역경제 활성화 측면에서 재래시장을 적극적으로 이용하겠다는 소비자들이 47.6%에 이르고 있으며, 활성화 결과를 보고 만족스런 상태가 되면 이용하겠다는 소비자들이 48.6%에 이르고 있다는 점을 보면 앞으로 재래시장 활성화 문제는 현재 재래시장에 종사하고 있는 상인들의 적극적인 자주노력과 시민단체들의 협조적인 노력 그리고 지방자치단체의 적극적인

정책의지 여하에 따라 그 성과여부가 달려있다고 볼 수 있을 것이다.

4. 재래시장 활성화 방안

1) 유형별 활성화 방안

재래시장은 전통적 재래시장과 최근 도시발전과 주거환경의 변화에 따라 형성된 재래시장으로 나누어 볼 수 있으나 여기서는 이용자와 구매형태 등으로 분류하여 이용층이 광역화되어 있고 취급품목이 다양한 광역형 종합시장과 지역형 종합시장 및 주거단위형의 근린시장 그리고 재개발형시장 등으로 구분한다. 그리고 이러한 시장의 육성은 시장상인들의 자주적 개발의지와 역량이 있는 시장부터 우선 육성하는 등 차별적 지원이 바람직할 것이다.

첫째, 광역종합시장은 지역경제 활성화 측면에서 지역 특성에 맞는 관광자원을 가미한 풍물시장으로 지

역을 대표하는 종합형 재래시장으로 중점 육성하여야 할 것이다. 이를 위해 성안길 로드숍과 연계한 초광역 시장 조성, 구역별로 취급품목을 차별화하는 특화거리 조성, 거리특성에 맞는 이벤트로 소비자들이 참여하는 쇼핑공간 마련, 동업공간에는 상품이미지 통합, 동일상가간에는 장소이미지 통합, 고객이 쇼핑하기 편리하도록 매장 배치, 전통 고유명물시장을 조성하여 관광상품화⁶⁾ 등과 같은 사업들을 구체적으로 추진하여야 할 것이다.

둘째, 지역형 시장은 대형할인점과 공생할 수 있는 전문상가나 전문시장으로 특성화하여 농 축 수산물, 청과물, 특산물 등과 같은 대형할인점에서 취급하기 어려운 품목들만을 전문적으로 취급하는 전문상품시장으로서 지역내 특산물 시장으로 육성하여야 할 것이다. 그리고 고객만족도 제고를 통해 서민이 마음 가볍게 찾을 수 있는 시장으로 여건을 조성하기 위하여 다양한 상품 취급, 싸고 품질 좋은 상품 판매, 친절한 고객 응대, 집단화된 전통 먹거리시장 조성, 지역특산품 시장과 먹거리시장을 연계한 야시장 개설, 주변농가의 농산물을 새벽의 일정시간대에 집중 거래하는 새벽시장 개설 등을 통하여 지역형시장으로서 육성해 나가야 할 것이다.

셋째, 근린형 시장은 주변 여건을 고려하여 생필품이나 찬거리 등 가능한 업종만을 취급하며 생활패턴의

변화로 야간활동인구가 많아지고 있으므로 이들을 유치하기 위하여 대형할인점과 영업시간 차별화를 기할 수 있는 야간개점시장으로서 노인, 맞벌이, 야간근무자들을 위한 편의시장으로 육성하여야 할 것이다. 이를 위하여 생필품 및 농수산물 소매시장으로 특성화하여 우리농산물 전문판매시장으로 전환함과 동시에 소포장 판매 및 공동배달 시스템을 도입하고 유명 메이커제품 취급점 등과 같이 시장특성에 부적절한 업종은 점진적인 업종전환을 유도하여야 한다.

넷째, 재개발형 시장은 재개발을 통해 새로운 도약을 시도해야 할 시장으로서 지역여건과 시장특성상 자연 도태될 가능성이 높으므로 쇼펍몰, 복합상가, 호텔상가 등 현대적 유통시설 등으로 적극적인 재개발을 유도해야 할 것이다.

2) 주체별 활성화 방안

첫째, 시장상인들은 먼저 재래시장을 활성화하기 위하여 자구노력을 강화함과 동시에 상가변영회등 자생조직을 활성화하여야 할 것이다. 먼저 개인적 이익에 집착하기보다는 뭉쳐서 무언가 해야 한다는 협동의식을 고취하는 등 상인자신들의 자주적인 노력이 무엇보다도 가장 중요하다고 볼 수 있다. 이러한 자주적 공동 노력으로서 효율적 시장운영, 공동상표 개발, 공동구매, 공동 집배송단지 건립, 공동 유통정보망 구축 등과 아울러 고객이 만족할 수 있도록 친절하고 정직하게 응대할 수 있는 상인들의 의식구조개혁이 요구된다. 유통 시장 환경은 급속도로 변화하는데 상인들의 의식은 과거의 고객응대 방식을 그대로 고수한다면 살아남기 어려울 것이다. 시장상인들은 고객이 생존의 기반이라는 인식아래 마음에서 우러나오는 감사하는 언행으로 고객을 주인으로 모셔야 한다. 이러한 의식의 대전환이야

표 16. 유형별 재래시장

	포함되는 시장명	대표시장
광역종합시장	육거리시장	육거리시장
지역종합시장	중앙시장, 북부시장	중앙시장
근린시장	사직종합시장, 운천시장, 수곡시장, 원마루시장, 사창시장, 복대시장, 복대가경종합시장, 가경터미널시장	사창시장
재개발형시장	서문시장	서문시장

말로 재래시장 활성화의 시발점이라는 것을 새롭게 다짐하여야 할 것이다. 이의 실천방안으로 시장변영회나 상인조합의 주도하에 친절운동자율실천결의 대회를 개최하고 모범친절상인을 표창하며 선진시장의 견학을 통하여 성공사례를 도입하고 전문가를 초빙하여 시장상인들의 친절교육을 철저하게 실시해야 할 것이다. 금산 인삼시장, 전주 모래내 시장, 성남 모란시장 등 선진화된 시장의 성공요인은 시장 변영회 등 자생조직 중심의 지구노력의 결과이다. 따라서 유통환경변화에 능동적으로 대처하기 위한 주도적 역할을 담당할 자생조직의 적극적인 육성과 활성화가 필요하다. 자생조직의 활성화를 위한 방안으로는 시장별 변영회 또는 상점가 조합의 조직을 정비하고 변영회 조직의 협의체를 구성하여 상인들의 건의 및 애로사항을 수렴하는 창구로 제도화하고 친절운동, 건전 상거래운동 등 지구노력의 중심체 역할을 부여하여 상인들의 단합된 노력으로 위기를 극복토록 해야 할 것이다.

둘째, 개별점포와 시장단위로서는 지역밀착 점포 이미지 강화(깨끗한 가게), 상품구색 강화(가서 찾으려면 구할 수 있는 가게), 점포이미지 구축(아주 친절하게) 등과 시장특성과 유형에 맞는 활성화 방안을 마련하고 업종과 장소이미지를 통일(훈훈한 인심과 친절 친절 등이 연상되는 시장)하여야 할 것이다.

셋째, 청주시 등 자치단체에서는 먼저 행정지원으로서 상인들의 자생조직 활성화를 위한 지원으로서 변영회, 상점가조합 결성 유도, 연합회 결성, 이벤트 행사(청주시 주최 문화행사와 연계)경비, 선진시장 견학, 시장상인 교육지원, 선진시장 성공사례 및 활성화 시책 홍보, 시장의 전문화 특성화를 지원하기 위한 고유 전통시장 육성, 환경개선지원 등은 물론 편의시설 및 점포시설개선자금과 같은 시장환경개선을 위한 지원을 확대하여야 할 것이다. 그리고 시장재개발 및 재건축사

업을 지원하여 시장현대화를 추진하기 위한 각종 세제 혜택, 저리융자자금지원, 관련조례개정, 시장등록이 용이도록 특례제도 등을 마련하여야 한다.

마지막으로서는 관련 법률 제 개정사항으로서 시대적 여건변화에 따라 재래시장 활성화대책 내용을 담을 수 있도록 유통산업발전법을 제 개정할 필요가 있으며, 공정거래법을 통하여 대형마트 등의 서틀버스 운행행위를 부당거래행위로 규제할 필요가 있고⁷⁾, 영세 도계행위에 대한 법률의 제 개정을 통하여 현실적인 법적용의 실효성과 형평성 문제의 제기가 되고 있는 영세 도계행위에 대한 규제를 완화할 필요가 있다.

註

- 1) 오세조, IMF시대의 유통환경변화와 경영전략 마케팅, 한국마케팅연구원, 1998
- 2) 재래시장의 점포수가 증가한 이유는 재래시장은 도시전통부문이라 하여 농촌에서 도시지역으로 이주하는 사람들이 일차적으로 진입하고, 도시근대부문에 종사하고 있던 저숙련노동자와 비숙련노동자들이 실직될 때 진입하기 용이한 부문이다. 최근 재래시장 점포수의 증가는 대농부도 등 IMF직전 지역경제침체에다가 1997년말 IMF사태로 많은 저급숙련 노동자들이 실직되면서 이들이 재래시장에 진입한 것에 기인된다고 할 수 있다.
- 3) 충북지역내에서 제일 큰 재래시장인 옥거리시장의 경우 267개 업체의 최근 매출을 조사한 결과 IMF이전보다는 59%, 1997년도에 비하여 1998년도에 33.8% 떨어진 것으로 나타났다.
- 4) 재래시장 상인들의 자본투자가 한정되어 있고 대부분의 점포들이 재무구조가 취약한 상황에서 운영하고 있으며 노점상의 난립과 점포수의 과다로 인해 매출액이 적어지고 있는 실정이다. 이러한 이유로 인해 시설과 환경개선 등 시장활성화를 위한 투자의 여력이 없으며, 점포 운영상 자금부족과 임대료 과다 등으로 영업규모의 영세성을 면치 못하면서 이들 대부분이 생업위주의 영업에서 벗어나지 못하고 있어 재투자나 참여의식을 기대할 수가 없다.

- 5) 청주경제정의실천시민연합, 재래시장 활성화를 위한 의식조사, 2000, 1.
- 6) 관광자원화를 위하여는 먼저 구역별 차별화·전문화거리(농산물, 수산물, 약초, 유기전, 가축 시장 등) 육성, 계절별 특성에 맞는 이벤트 행사(소비자가 참여할 수 있는 축제행사로 육성) 개최, 청주공항과 연계하여 외국인 관광객의 쇼핑공간으로 육성, 유통환경 개선을 위하여 가격표시 및 원산지 표시제 이행, 쇼핑 카트 공동비치, 노점상과 상품진열대 정비로 보행공간 확보, 휴식공간 확보,(이벤트 행사장으로도 활용), 비가림막 설치, 화장실, 주차시설 확보 등이 시급히 해결되어야 할 것이다.
- 7) 예를 들면 광주시의 경우 재래시장 상인, 운수업계 종사자, 백화점 측 등이 판촉행사 및 셔틀버스 운행합의 약정서를 체결하였는 바 그 내용은 운행회수 제한과 합의사항 위반시 운행회수 감소(1회 위반시마다 5회 추가 감축)등을 포함하고 있다.

참고문헌

- 경기개발연구원, 1998, 경기도 재래시장의 합리적 재개발방안과 모형연구.
- 김양희, 1999, 동대문시장의 성공요인과 재래시장의 활로, 충북경제포럼.
- 신석호, 1999, 유통산업발전 5개년 계획 및 경쟁력 강화방안, 대한상공회의소.
- 신창락, 1998, IMF시대 유통산업의 성공전략, 마케팅, 한국마케팅연구원.
- 오덕성의, 1999, 재래시장의 재정비 방안에 관한 연구, 대한건축학회논문집.
- 오세조, 1998, IMF시대 유통환경변화와 경영전략, 마케팅, 한국마케팅연구원.
- 윤명숙, 1999, 재래시장 활성화 방안, 충북개발연구원 충북리포트.
- 청주경제정의실천시민연합의, 2000, 재래시장 활성화를 위한 정책토론회.
- 최광휴, 1993, 근린생활권 일반소매시장의 환경개선에 관한 연구, 서울대 석사학위논문.
- 최주영의, 1997, 대도시 일반재래시장 유형분류 및 기본특성에 관한 연구, 대한건축학회논문집.
- 충북경제포럼, 2000, 지역내 재래시장 활성화 방안.
- 충북소상공인지원센터, 1999, 소상공인을 위한 상권분석, 청주시편.
- 한명수, 1999, 청주시 재래시장의 활성화 방안, 충북개발연구원 충북리포트.

Abstract

Changes of the Trade Areas of Commercial Centers in Chongju City and Revitalization of Traditional Markets

Jinduk Kim*

Trade areas of the commercial centers in Chongju City are rapidly changing as the urban spacial structure is transformed, consumer behaviors are changed and large shopping stores are located in the area. The City's CBD has been in the Sung-an-gil district. The trade areas of the CBD have expanded along the major roads in the directions of north, south and west from the Sang-dang park. Especially, two newly formed secondary commercial centers are noticeable: one is the center around the express bus terminal in Gagyong-dong, and the other is formed in the Yongam, Bunpyong and Sannam district.

As such changes are intensified, small retailers in the traditional markets that are mainly concentrated in the Yukgerri market place have faced hardship in business and management. The commercial hardship has been hastened up by openings of large discount stores and expanding tendency of internet shopping businesses. Acknowledging the changes in the business environment of traditional markets, this paper attempts to suggest policies to gentrificate the declining market areas in the CBD. The suggested polices are differentiated according to the types of traditional markets, stores, and merchants. And also suggestion is provided regarding amendments of the City's codes.

Key words : trade areas, discount store, internet business, traditional market

* Research Fellow, Chungbuk Development Institute