

# 재래시장 육성을 위한 특별법에서의 재래시장 활성화 실천방안 연구

김용호\* · 송경수\*\*

〈목 차〉	
I. 서론	IV. 재래시장 활성화를 위한 지원시책과 사례
II. 재래시장육성을 위한 특별법의 필요 논거	1. 재래시장활성화를 위한 지원시책.
III. 재래시장육성을 위한 특별법 분석	2. 재래시장활성화 추진내용 및 사례
1. 재래시장규정 및 정책기능 강화	V. 결론
2. 하드웨어 측면에서의 재래시장 개선	참고문헌
3. 소프트웨어 측면에서의 재래시장 개선	Abstract
4. 시장상인화 및 시장경영지원센터의 구축	

## I. 서 론

최근의 재래시장은 옛날과 같은 활기찬 모습이 사라지긴 하였지만 여전히 우리 삶의 현장이자 중요한 경제구성요인 임에는 의심의 여지가 없다. 그러나 우리나라 재래시장은 1990년을 전후해 대기업의 유통업 진출과 외국 대형유통업체의 국내 시장 진입 등의 영향으로 심각한 생존의 문제를 보이고 있다. 예컨대 재래시장의 하드웨어 낙후성, 재래시장의 후진적 경영방법 즉 소프트웨어 측면의 낙후성, 소비자요구를 따라가지 못하는 상인의식, 도시계획과 관련한 공간의 비효율성 등과 같은 간단치 않은 문제들을 재래시장은 안고 있다.

이러한 문제뿐만 아니라 다양화·개성화된 소비행태의 확산, 개방화에 따른 상품

\* 부산가톨릭대학교 유통경영정보학부 부교수

\*\* 부산가톨릭대학교 경영학부 부교수

과 유통업의 국제화, 정보화의 진전, 다양한 산업태의 등장 등과 같은 이때까지 경험하지 못한 새로운 환경의 변화는 경쟁력이 취약한 대부분의 재래시장 생존에 심각한 위협이 되고 있고, 이로 인한 재래시장의 침체와 위축은 영세상인의 생존권과 지역경제 등에 심각한 영향을 미칠 것으로 판단된다. 그런데 재래시장은 경제·사회·문화적으로 우리 국민들의 중요한 삶의 터전이라는 측면에서 경제적 가치 이상의 의미를 갖고 있기에 이의 역할을 과소평가하여서는 안될 것이다.

이러한 재래시장의 역할과 위기를 인식하고 있는 정부는 2005년 재래시장의 현대화를 촉진하며 유통산업의 균형있는 성장을 통한 지역경제 활성화와 국민경제에의 이바지를 목적으로 2014년까지의 한시법으로 재래시장 육성을 위한 특별법을 제정하고 중소기업청을 중심으로 재래시장의 경쟁력강화에 노력하고 있다.

따라서 본 논문에서는 재래시장활성화를 위한 핵심이 되는 재래시장 육성을 위한 특별법을 분석하고 이의 구체적 지원시책과 추진내용, 더 나아가 지원책과 추진내용의 타당성을 검토해 봄으로써 보다 경쟁력 있는 재래시장육성방안을 탐색해 보려고 한다.

## II. 재래시장육성을 위한 특별법의 필요 논거

2004년 말 전국의 재래시장은 1700여 개, 점포 수는 23만여 개 그리고 이 곳에서 종사하고 있는 상인이 30만 명이라는 사실 뿐만 아니라 서민들의 고용·생업 원천이라는 점에서 재래시장 활성화 근거를 찾을 수 있다. 이러한 재래시장의 고용적 측면에 더하여 지역적 정서가 배여 있는 문화적인 장소라는 점, 주택가에 위치하여 이용이 편리하다는 점, 저렴한 가격과 농산물 유통의 핵심적 역할을 하고 있다는 점 등에서 재래시장은 우리 생활에서 중요한 위치를 차지하고 있다(표 1·그림 1 참조).

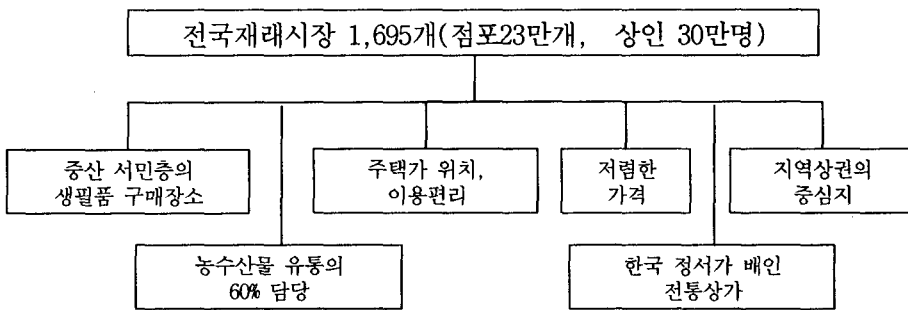
〈표 1〉 재래시장 현황

(2004년 12월말 기준)

구 분	상설시장	정기시장	무등록시장	계	비 고
시장 수(개)	824	394	484	1,702	평균 점포 수 140개
점포 수(개)	123,143	35,546	78,718	237,407	임대 58.1%

자료 : 중소기업청(2005. 5), 재래시장 활성화를 위한 정책방향

그런데 재래시장 역할중요성에 대한 평가는 관점에 따라 다를 수 있는데 서민의 고용 및 생업 현장, 서민생활의 유통공급기능과 같이 단순한 경제적·효율적 측면에서만 재래시장 역할을 고려할 것이 아니라 이에 더하여 사회통합 및 문화적 관점에서 재래시장 역할 이해가 장기적인 측면에서 우리 사회발전에 도움이 된다고 판단된다.



자료 : 중소기업청(2005), 재래시장활성화 지원정책 PP자료

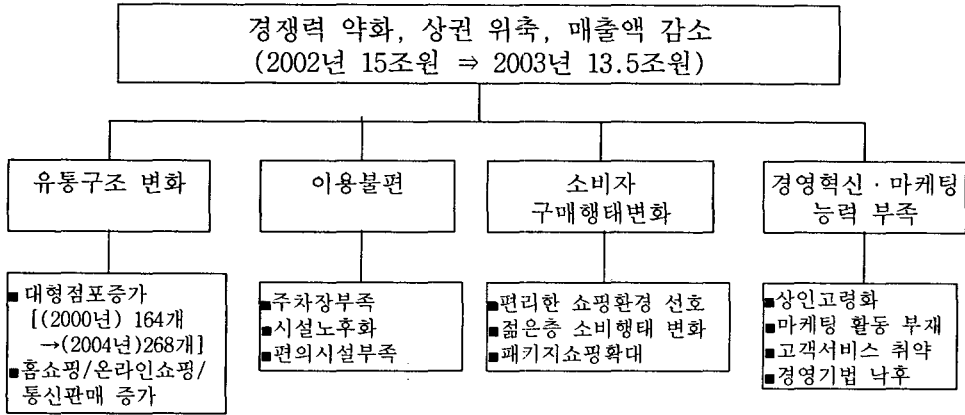
〈그림 1〉 재래시장의 역할

이와 같은 의미를 갖는 재래시장이 최근에 다음과 같은 다양한 내·외부적 요인에 의해 위기에 직면하고 있다. 첫째, 유통구조의 변화와 소비자의 구매형태 변화와 같은 외부적 요인의 영향을 들 수 있다. 1993년 E-마트가 서울 창동에 할인점을 최초로 개설한 이래 대형점이 2004년 274개, 매출규모는 22조원에 달할 정도로 급속히 성장하였을 뿐만 아니라<sup>1)</sup> 홈 쇼핑과 온라인 쇼핑, 통신판매와 같은 새로운 유통수단들이 재래시장 위축을 더욱 가속화시키고 있다. 한편 소비자는 깨끗하고 현대화된 쇼핑환경을 더욱 선호하고, 젊은층은 패션과 유행을 중요시하는 등의 이전과 다른 소비행태를 보이고 있는 점도 재래시장 위축의 한 요인이 되고 있다.<sup>2)</sup>

둘째로 재래시장이 갖는 내부적 문제점 또한 심각한데 대표적으로 주차장부족, 시설노후화, 편의시설부족 등과 같은 하드웨어적 문제와 상인고령화, 마케팅활동부재, 고객서비스 취약, 경영기법 낙후와 같은 경영혁신 및 마케팅 능력 부족<sup>3)</sup> 등의

1) 재래시장 평균매출액은 110억원이며 할인점의 평균매출액은 768억원에 이르고 있어 1개의 대형할인점이 재래시장 7개에 해당하는 매출액을 잠식한다(중소기업청, 2005. 5).  
 2) 소비행태는 선진화되고 있으나 재래시장은 구조개선 지연으로 상권이 위축하여 재래시장의 매출액규모가 감소하고 [매출액지수 : (2003년) 100 → (2004년) 91. 8 / 방문객지수 : (2003년) 100 → (2004년) 95. 6] 공점포율은 14% 수준에 이르고 있다(중소기업청, 5).  
 3) 고객유치를 위한 마케팅을 미실시하고 있는 시장이 전체의 83.5%, 광고 없는 시장이 92.4%에 이르고 있다(중소기업청, 2005. 2).

소프트웨어 측면에서의 문제점을 들 수 있다(그림 2 참조).



자료 : 중소기업청(2005), 재래시장활성화 지원정책 PP자료

〈그림 2〉 재래시장의 문제

이상과 같은 재래시장의 존재의의와 문제점을 미루어 볼 때 재래시장을 시장경쟁 체제에 그대로 놓아두기에는 그 생존을 예측하기가 어렵게 되었고, 이로 인한 부정적 파급효과는 사회시스템에 적지 않은 영향을 미칠 것으로 예상된다. 따라서 정부에서는 이러한 재래시장이 안고 있는 문제해결의 한 방안으로 재래시장 육성에 관한 특별법을 통하여 재래시장 활성화를 위한 적극적인 노력을 기울이게 되었다.

### Ⅲ. 재래시장 육성을 위한 특별법 분석

재래시장 육성정책은 1996년부터 재개발·재건축을 위한 용자사업으로 시작되었고, 2002년 이후에는 중소기업구조개선과 재래시장활성화를 위한 특별조치법을 통하여 시장 재개발·재건축의 동의특례, 용적률특례, 도시계획결정특례 등을 허용하고 더 나아가 시설현대화를 위한 자금지원을 개시하였다. 이러한 재래시장 육성을 위한 노력의 결정체로 2005년 3월 재래시장육성을 위한 특별법<sup>4)</sup>이 제정됨으로써

4) 2004년 9월 국회산업자원위원회에서는 재래시장 육성을 위한 특별법을 2014년 까지 한시법으로 통과시켜 2005년 3월 1일부터 시행하기로 하였다. 국회의원들이 발의한 중소기업의 구조개선과 재래시장활성화를 위한 특별조치법 개정 법률안과 재래시장육성을 위한 특별법안을 통합하여 재래시장육성을 위한 특별법을 제정하게 되었다.

재래시장 활성화를 위한 종합적·근본적 대책추진의 전기가 마련되었다. 재래시장 육성을 위한 특별법의 중요한 내용을 분석하여 보면 다음과 같다.

## 1. 재래시장 규정 및 정책기능 강화

유통산업발전법의 시장에 대한 규정과 중소기업의 구조개선과 재래시장활성화를 위한 특별조치법에서의 재래시장에 대한 규정에 비해 재래시장육성을 위한 특별법에서는 재래시장에 대한 규정을 보다 명확하게 하고 있다.

법 2조 1항에서 재래시장을 ① 유통산업발전법 8조의 규정에 의하여 대규모 점포로 등록된 시장과 ② 도·소매업자(또는 용역업자)가 일정한 기준 이상의 면적과 점포를 갖춘 일정구역 안에서 상시 또는 정기적으로 모여 상품을 매매하거나 용역을 제공하는 장소로서 시장·군수·구청장이 인정하는 시장(인정시장) 중에서 시설이 노후화되어 개·보수 또는 정비가 필요하거나 유통기능이 취약하여 경영개선 및 상거래의 현대화촉진이 필요한 장소로 규정하고 있다.

더 나아가 법 시행령 3조에서는 인정시장의 기준을 ① 일정구역 안의 장소·건물 또는 지하에 도·소매업(또는 용역업)을 영위하는 점포에 제공되는 건축물과 편의시설(주차장·화장실 및 물류시설 등을 포함, 도로는 제외)이 점유하는 토지면적의 합계가 1천㎡ 이상인 곳 ② 상가건물 또는 복합형 상가건물 형태의 시장인 경우 판매 및 영업시설과 편의시설을 합한 건축물의 연면적이 1천㎡ 이상인 곳으로 하고 두 경우 모두 점포의 수가 50개 이상인 곳을 말한다 라고 구체적인 기준을 제시하고 있다.<sup>6)</sup>

한편 재래시장에 대한 정책수립 주관 기관으로 중소기업청을 지정하고 있다(2장 1조). 즉 중소기업청장은 시장활성화를 위한 목표와 기본방향, 주요사업의 추진, 중앙행정기관과 지방자치단체와의 업무조정, 필요한 재원의 조달 및 운용 그 밖에 시장활성화를 위하여 필요하다고 인정되는 사항에 대한 시장활성화 종합계획을 관계중앙행정기관의 장과 협의를 거쳐 수립하고 이를 시행하여야 한다고 하여 중소기업청의 역할을 명확히 하고 있다.<sup>7)</sup> 더 나아가 지역시장육성계획의 수립을 위해 시장·군수·구청장도 시·도지사와의 협의를 거쳐 지역시장육성계획을 수립·시행할 수 있다고 하고 있다.

6) 신청만으로 전부 인정시장이 되는 것은 아니고 시행령 3조 2항과 3항의 조건에 부합할 때 인정시장 인정서가 교부된다.

7) 또한 중소기업청장은 재래시장 활성화를 위하여 관계중앙행정기관의 장, 특별시장·광역시장 및 도지사, 시장·군수·구청장에게 종합계획 수립에 필요한 자료를 요청할 수 있다.

따라서 법은 중소기업청을 중심으로 재래시장과 관련 있는 중앙행정부서 및 지방자치단체의 정책적 역할을 강조하고 있다.

〈표 2〉 재래시장의 규정

구 분	내 용	공 통
유통산업발전법 8조에 의해 등록된 대규모시장	① 할인점: 통상 소매가격 보다 저렴한 가격으로 계속하여 소매하는 점포집단 ② 전문점: 의류·가전 또는 가정용품 등 특정 품목에 특화된 점포집단 ③ 백화점: 다양한 상품을 구매할 수 있도록 현대적 판매시설과 소비자 편의시설이 설치된 점포집단(직영의 비율이 30% 이상) ④. 쇼핑센터: 다수의 대규모점포 또는 소매점포와 각종 편의시설이 일체적으로 설치된 점포로서 직영 또는 임대 형태로 운영되는 점포집단 ⑤ 시장: 다수의 점포에 도매업·소매업 및 용역업이 혼재한 형태로 운영되는 점포집단 ⑥ 위의 5가지에 해당하지 아니하는 점포집단(공히 매장면적 3천㎡ 이상으로 상시 운영되는 매장)	시설노후화로 개·보수 또는 정비가 필요하거나 유통기능취약으로 경영개선 및 상거래 현대화촉진이 필요한 곳
인정 시장	도·소매·용역업자가 일정한 기준 이상의 면적(1천㎡)과 점포수(50개)를 갖추고 일정구역 안에서 상시·정기적으로 모여 상품을 매매하는 장소로서 시장·군수·구청장이 인정하는 곳	

자료 : 유통산업발전법 및 시행령, 재래시장 육성을 위한 특별법 및 시행령

## 2. 하드웨어 측면에서의 재래시장 개선

### 2.1 시설현대화 및 환경개선 촉진

재래시장의 노후시설, 주차장미비, 편의시설 부족과 낙후 등과 같은 하드웨어적 측면에서의 문제점이 소지자가 재래시장을 외면하게 하는 가장 큰 요인으로 지적되고 있다.

따라서 법은 이에 대한 정책적 지원방안으로 ① 시설개선사업(시장건물 또는 시설물의 보수 및 수선 등) ② 시장환경개선사업(비가리개, 주차장, 화장실, 진입도로, 전기·가스·화재 등 안전시설물, 관광 및 테마거리조성 등) ③ 공설시장현대화사업(지방자치단체가 개설하여 관리하는 시장의 신축 또는 증축 등)을 제시하고 있다(법 2장 2절 및 표 3 참조).

이러한 시설현대화 사업을 행하는 데 있어서 국공유지문제 및 전주이설 등과 같은 주요 장애가 될 수 있는 사항에 대한 지원책 또한 법에서 제시되고 있다. 예컨대 정부와 지방자치단체는 시설현대화사업을 추진할 때 시장 시설을 국유지 또는 공유지에 직접 설치하게 하거나 이를 당해 시설부지의 용도로 제공할 수 있고<sup>8)</sup> 시장·군수·구청장은 시설현대화사업 추진에 장애가 되는 도로의 전주를 이동하고자 할 때 필요한 비용을 시설현대화사업의 주체와 전기사업자가 50/100 비율로 부담하게 할 수 있다<sup>9)</sup>는 등이 그 예가 될 수 있다.

## 2.2 시장정비사업의 촉진

시장정비사업은 재래시장 현대화 촉진을 위하여 정비사업시행구역에 속하는<sup>10)</sup> 토지나 건축물의 소유자·시장정비사업조합 또는 해당 지방자치단체가 사업시행구역 안에 있는 시설을 정비하고 유통산업발전법에 의한 대규모점포가 포함된 건축물을 건설하기 위하여 시장을 재개발·재건축하는 일체의 행위를 말하는데, 이 법은 시장정비사업을 위해 다음과 같은 여러 가지 특례조항을 신설하고 있다.

첫째, 시장정비사업의 동의 등에 관한 특례로 시장·군수·구청장은 다른 법률의 규정에도 불구하고 당해 구역 토지면적의 3/5이상에 해당하는 토지소유자의 동의와 토지소유자 총수 및 건축물 소유자 총수의 각 3/5이상의 동의가 있는 경우에 한하여 사업시행구역 선정을 위한 추천을 할 수 있다.

둘째, 용적률과 건폐율에 관한 특례로서 사업시행구역 중 국토의 계획 및 이용에 관한 법률에 의한 주거지역중 대통령령이 정하는 지역에 위치한 시장의 용적률은 70퍼센트 이하의 범위 안에서 대통령령으로 따로 정한다.<sup>11)</sup> 또한 사업시행구역 중 국토의 계획 및 이용에 관한 법률에 의한 주거지역 및 상업지역중 대통령령이 정하는 지역에 위치한 시장의 건폐율은 70퍼센트 이하의 범위 안에서, 상업지역은 90퍼센트 이하의 범위 안에서 각각 대통령령으로 따로 정한다<sup>12)</sup>라고 하여 용적률과 건폐율에 특혜를 부여하고 있다.<sup>13)</sup>

8) 이 법에서는 정부와 지방자치단체가 도로법 제40조의 규정에 따라 도로의 점용을 허가한 경우에는 도로법 제43조 및 제44조(도로점용료의 징수에 관한 조항)의 규정에 불구하고 도로점용료를 감면할 수 있고 하고 있다.

9) 전기사업법 제72조에서는 전기사업용 전기설비 또는 자가용 전기설비와 다른 사람의 전기설비 그 밖의 물건 간에 상호 장애를 일어나게 하거나 지장을 주는 경우에는 후에 그 원인을 제공한 자는 그 장애 또는 지장을 제거하기 위하여 필요한 조치를 하거나 그 조치에 소요되는 비용을 부담하여야 한다고 하고 있다.

10) 법 18조 1항에서 시·도지사는 시장정비사업을 촉진하기 위하여 시장·군수·구청장이 추천한 시장을 사업시행구역선정 심의위원회의 심의를 거쳐 사업시행구역으로 선정할 수 있다고 하고 있다.

11) 이전에는 500·700%로 규정

12) 이전에는 주거지역 50%, 상업지역 70%로 규정

13) 이외에도 시장정비사업을 위한 다양한 특례조항들을 규정하고 있는데 일조 등의 확보를 위한 건축물의

### 3. 소프트웨어 측면에서의 재래시장 개선

하드웨어 측면에서의 현대화만으로는 재래시장이 결코 경쟁력을 가질 수 없다는 전제하에 법 2장 3절에서는 경영현대화를 위한 다음과 같은 다양한 촉진책을 제시하고 있다.

〈표 3〉 재래시장의 개선방안

구 분		지 원 대 상
하 드 웨 어 측 면	시설개선 사업	시장 건물 또는 시설물의 보수·수선을 위한 방수, 도색, 외부 및 내부구조의 변경, 건축물 안전의 보강 등
	시장환경 개선사업	① 고객의 이용편리성을 높이기 위한 주차장, 진입도로, 시장 안의 도로 및 화장실 등 ② 시장기능개선을 위한 비·햇빛 가리개, 휴게 공간, 고객안내센터, 교육장소 등 ③ 전기·가스·소방 등 안전시설, 상·하수도 및 냉·난방시설 등 ④ 시장특성을 살리기 위한 관광거리, 행사공간 및 조형물 등과 같이 시장상인 또는 고객이 공동으로 이용하는 시설·장소 및 기계 등의 설치·개량·보수 및 확장
	공설시장 현대화사업	지방자치단체가 개설하여 관리하는 시장의 건축물·시설물 및 그 부속물의 신축·증개축 등
소 프 트 웨 어 측 면	상거래 현대화	전자상거래와 신용카드결제, 판매시점 정보관리 시스템의 도입, 통신수단을 이용한 주문 및 시장 간의 정보화 네트워크 구축 등
	공동사업 활성화	① 상품·상표·포장지의 개발 및 디자인의 개선 ② 공동구매 및 공동물류·배송체계의 구축 ③ 공동상품권의 발행 및 공동판매장의 설치 등
	전문가 양성/촉진 ·홍보	시장(상인)의 경영현대화, 영업기법의 개선, 정보화의 촉진 등에 필요한 교육·자문 및 시장활성화를 위한 전문인력 양성, 시장상품의 판매 촉진과 시장의 홍보
	빈점포활용	① 상인과 지역주민의 교육·행사 또는 민원상담 ② 고객안내시설·편의시설 또는 공동작업 ③ 지역특산품의 홍보 또는 전시판매 ④ 청년상인육성을 위한 창업보육 ⑤ 상거래현대화 시범점포 등을 위한 장소

첫째, 전자상거래와 신용카드결제 도입, 판매시점 정보관리 시스템의 도입, 통신수단을 이용한 주문 및 시장간의 정보화 네트워크 구축 등(상거래 현대화 촉진)을

높이 제한에 관한 특례, 국세 및 지방세 감면에 관한 특례, 지구단위계획 등에 관한 특례 등이 그것이다.



위한 비용지원 및 보조. 둘째, 시장상인이 시장의 활성화 및 거래비용 절감을 위하여 ① 상품·상표·포장지의 개발 및 디자인의 개선 ② 공동구매 및 공동물류·배송체계의 구축 ③ 공동상품권의 발행 및 공동판매장의 설치 등(공동사업의 활성화)을 위한 지원 및 보조 셋째, 시장상품의 판매 촉진과 시장의 홍보를 위한 행사나 활동(판로촉진과 홍보지원)지원. 넷째, 경영현대화, 영업기법개선, 정보화촉진 등에 필요한 교육·자문 및 시장활성화를 위한 전문인력 양성(경영교육 및 전문가 양성)을 위한 비용 지원 다섯째, 시장 안에 있는 빈 점포를 ① 시장상인과 지역주민의 교육·행사 또는 민원상담 등을 위한 장소 ② 고객안내시설·편의시설 또는 공동작업을 위한 장소 ③ 지역특산품의 홍보 또는 전시판매를 위한 장소 ④ 청년상인을 육성하기 위한 창업보육장소 ⑤ 상거래현대화 시범점포를 위한 장소 등으로 활용할 수 있도록 하고(빈 점포의 활용 촉진) 이를 위해 빈 점포를 활용하는 경우에 시설의 수리 및 임차 등에 필요한 비용지원, 마지막으로 대규모점포와 시장과의 협력을 유도하기 위해 시장·군수·구청장은 유통산업발전법에 의한 대규모점포<sup>14)</sup>를 운영하는 자에 대하여 그 주변시장과의 협력을 요청할 수 있고 지원도 할 수 있다고 하고 있다.<sup>15)</sup>

#### 4. 시장상인회 및 시장경영지원센터의 구축

재래시장 육성을 위한 특별법에서는 상인의 자율적 단체인 상인회 조직을 유도하고 더 나아가 상인회의 시장활성화를 체계적으로 도와주기 위한 시장경영지원센터의 설립을 규정하고 있다.

첫째, 시장에서 사업을 직접 영위하는 상인은 시장상인회를 자율적으로 설립할 수 있다<sup>16)</sup>(표 4 참조). 또한 상인회 또는 시장상인을 회원으로 설립된 법인·조합·단체 등은 시장상인연합회를 자율적으로 설립할 수 있고 연합회는 다수의 시장·상인이 참여하는 공동사업 및 상인회·시장자치조직에 대한 자문 등 시장의 공동발전을 위한 사업을 수행할 수 있다고 하고 있다. 이러한 시장상인회 및 상인연합회의 결성을 법에서 규정함으로써 재래시장상인의 보다 결집된 사업수행능력배양을 추진하고 있다.

둘째, 시장활성화사업의 체계적 지원을 위하여 중소기업청장이 시장경영지원센

14) 다수의 점포에 도·소매업 및 용역업이 혼재한 형태로 운영되는 점포의 집단을 제외한다.

15) 협력 내용은 이 법 시행령에 주변시장의 상인에 대한 상거래기법 교육, 주변시장과 대규모점포의 공동홍보, 주변시장의 상권 활성화를 위한 자문, 대규모점포와 주변시장의 공동 이익을 위한 협력사업을 제시하고 있다.

16) 상인회를 설립하고자 하는 자는 시장·군수·구청장에게 그 설립을 등록하여야 하고 정부와 지방자치단체는 상인회의 사업수행에 예산의 범위 안에서 필요한 비용을 지원할 수 있다.

터를 설치·운영할 수 있고 시장경영지원센터는 ① 시장정비사업 및 시설현대화사업 등에 대한 자문 및 용역 ② 상인에 대한 경영 및 상거래현대화, 정보화 등 선진유통기법에 대한 교육 및 상담 ③ 시장경영개선을 위한 상담 및 지도 ④ 시장활성화를 위한 조사·연구 ⑤ 중소기업청장이 시장활성화를 위하여 필요하다고 인정하는 사업 등을 할 수 있다고 법 43조에서 제시하고 있는데 대표적인 지원사업을 정리하여 보면 다음 <표 5>와 같다.

<표 4> 상인회의 구성요건

상인 수	필요 동의 수	비고
시장 안의 전체 상인(1점포 1인기준)의 수가 300인 미만	전체 상인의 1/2 이상 또는 100인 이상	
시장 안의 전체 상인의 수가 300인 이상 1천인 미만	전체 상인의 1/3 이상 또는 250인 이상	시장이 4동 이상의 상가건물 또는 4개 이상의 구역(두 경우 모두 50개 이상의 점포가 있는 건물 및 구역)으로 구성된 경우에는 상가건물 또는 구역을 각각 대표하는 자의 1/2 이상의 동의가 필요. 그리고 상가건물 또는 구역을 대표하는 자는 해당 상가건물 또는 구역 상인의 1/2 이상의 동의가 필요
시장안의 전체 상인의 수가 1천인 이상	전체 상인의 1/4 이상	
회원은 동일 시장을 업무구역으로 하는 다른 상인회의 설립에 중복으로 동의하거나 회원이 될 수 없다.		

자료 : 재래시장육성에 관한 특별법 시행령 8조 정리

<표 5> 시장경영지원센터의 대표적 지원업무

지원사업	내 용
시설 및 경영현대화 자문	재래시장 문제점에 대한 종합 진단, 활성화를 위한 사업의 추진체계 및 경영기법 상담(시장정비, 재개발 및 재건축과 관련된 조합설립, 인허가 절차, 사업계획 수립에 관한 일괄적인 상담 및 컨설팅)
이벤트 홍보지원	마일리지 쿠폰발행, 축제, 고객유치행사, 세일, 경품 등 고객창출 및 확대를 위한 이벤트 및 홍보 지원과 국내외 패션쇼, 상품전시 및 판매전 등 상품 노출기회 확대를 위한 상품 전시회 및 패션쇼 사업 지원

상품포장용기 · 디자인 개발지원	위생적이고 편리하며 디자인이 우수한 공동 포장용기 및 상품디자인을 개발하는 재래시장 지원 그리고 재래시장 이미지개선 및 통일성에 기여하는 시장 통합로고개발지원
시장 박람회	재래시장 미래상 제시·보급/체험형으로 재래시장 역사관구성, 관람객의 직접참여 유도/활성화사업 성공사례 및 우수모델 제시·보급 /고유 우수상품 홍보 및 판로 확대/민속 풍물놀이 및 퍼포먼스 등 공연
현대형 점포개발	상인 대표 및 분야별 전문가가 국내의 우수사례를 견학하고, 사례를 바탕으로 활용가능한 점포 환경개선 및 운영·관리방법을 개발·보급
간판디자인 개발	국내의 우수사례를 연구하여 재래시장에 적합한 로고, 간판, 포장지 등의 디자인을 개발과 보급
마케팅 기법개발	현장의 애로요인을 찾아내고 이를 극복한 성공 사례를 발굴하여 시장상인이 활용 가능한 마케팅 기법을 개발하여 보급
재래시장 이용캠페인	재래시장 홍보대사 활용/소비자 단체와 협력하여 재래시장이용 캠페인 개최/이벤트·홍보사업과 연계 실시
재래시장연계 관광상품개발	재래시장 방문(1회 1시간 이상) 관광상품에 국비지원(차량비 등)/주부모임 등 단체 신청 시 검토·지원(방문시장 다양화)

자료 : 시장경영지원센터

#### IV. 재래시장 활성화를 위한 지원시책과 사례

재래시장육성에 관한 특별법의 제정·시행 이후 첫해인 2005년 정부의 재래시장육성에 관한 구체적 지원책을 살펴봄은 비록 2014년까지의 한시법이지만 앞으로의 정책적 방향과 의지를 예측할 수 있고, 재래시장 활성화를 추진한 몇 가지 사례와 추진내용을 살펴봄도 정부의 지원책에 대한 실효성을 판단하는 데 도움이 되리라 생각한다.

##### 1. 재래시장활성화를 위한 지원시책

매출감소로 어려움을 겪고 있는 재래시장의 활성화를 위하여 정부에서는 2002년부터 시설현대화를 위해 지원규모를 매년 확대하여 왔다. 그리고 2005년도 재래시장 활성화

종합대책을 마련하여 본격적인 지원에 착수하기로 하고 시설현대화사업 1,068억원, 경영현대화사업 200억의 지원 규모를 확정지었다(중소기업청, 2005, 2).

사업비의 지원뿐만 아니라 재래시장 육성을 위한 특별법시행에 맞추어 효율적이고 종합적인 재래시장 지원체계를 구축하였는데 1월에 재래시장소기업과를 중소기업청에 설치하고, 3월에는 재래시장의 시설 및 경영현대화를 종합적으로 지원하는 재단법인인 시장경영지원센터를 설립하였다.

재래시장활성화를 위한 구체적 지원책으로 소비자 변화에 부응하는 새로운 재래시장 만들기라는 목표 하에 다음과 같은 세부적 지원책을 제시하였다.

### 1.1 선진 상거래기법도입을 통한 고객 저변 확대

재래시장 온라인 쇼핑몰 구축을 위해 2005년 정부는 23억원을 지원하기로 하였다. 경쟁력 있는 재래시장상품을 온라인으로 거래하기 위하여 통합쇼핑몰을 구축하여 상인들에게 온라인 디지털점포를 2007년까지 1만 8천개를 분양(2005년 8천개)할 계획과 전국 재래시장을 온라인으로 연결하는 네트워크 확대를 꾀하고자 하고 있다.<sup>17)</sup> 그리고 시장 상인 간 B2B, 고객과의 B2C 거래 활성화, 젊은층 고객유치, 온라인 판매에 적합한 상품개발, 포장단위 개량 등 파급 효과 발생을 유도하고자 하였다. 또한 고객저변확보를 위한 수단으로 전국 어느 시장에서나 사용 가능한 재래시장 공동상품권 발행하여 소비자의 다양하고 편리한 선택이 가능하게 하려고 하였다.

### 1.2 고객만족을 위한 쇼핑환경 조성

전국의 대형 재래시장은 시설물 불량시장이 53.8%, 주차장이 부족한 시장이 54.9% 등으로 나타나<sup>18)</sup> 재래시장의 시설노후화 및 주차장부족이 고객이용의 큰 불편요인으로 제시되었고 이 결과 다음과 같은 지원정책이 마련되었다.

첫째, 시설현대화 및 환경개선사업으로 주차장 설치를 우선적으로 지원하고, 아케이드설치, 도로정비, 시설물개량, 안전시설보강 등과 같은 고객 편의시설 확충을 위해 1,068억원의 자금과 제도적 지원을 계획하고 있다.<sup>19)</sup>

둘째, 공동이용시설 설치사업을 위해 66억원을 지원하기로 하였다. 즉 저온창고, 물류창고, 공동배달 콜센터, 공동작업장, 수산시장 해수공급시설 등 공동시설 설치

17) 300개 재래시장 홈페이지를 링크, 재래시장 홍보를 위한 포털 기능 수행을 목표로 하고 있다.

18) 2005년 2월 전국 16개시·도 소재의 47개 대형시장 상인대표를 대상으로 한 전화조사 결과

19) 171개 시장 대상으로 한 지원이며 또한 주차장, 진입로 등 도시계획시설에 대해 금년부터 상인 부담 면제, 시설현대화사업에 따른 전주이설 비용 50% 감면, 도로 위에 설치하는 아케이드의 도로점용료 감면, 시설현대화사업으로 설치하는 시설물에 대한 지방세 감면 등의 지원이 계획되어 있다.

지원<sup>20)</sup>을 통한 농수산물의 신선보관 및 출하조절, 원활한 배달서비스를 통해 거래비용 절감을 꾀하고자 하였다.

또한 재래시장 안의 빈 점포를 주부교실, 고객센터센터, 지역특산물 판매장소, 청년상인 육성공간 등 공익기능 장소로 활용하기 위한 지원을 강화하였다.

셋째, 농수산물 취급점포의 진열장, 보관용기, 냉장시설을 현대식으로 개량(1점포당 6백만원 이하)하고 재래시장의 상품 및 포장용기의 개량 그리고 디자인 개선에 노력하고자 하였다.

### 1.3 마케팅활동 전개 및 경영기법의 혁신

재래시장의 활성화를 위하여 다음과 같은 다양한 마케팅활동 및 경영혁신기법들을 제시하고 있다.

첫째, 마케팅 활동을 통한 고객유치 방안으로 ① 시장축제, 세일 및 경품행사 등 다양한 이벤트를 명절 및 지역행사와 연계 ② 주부를 대상으로 한 재래시장 Love Tour(상품(관광 + 쇼핑) 개발 지원 ③ 여성단체와 연계한 재래시장 이용캠페인 실시 및 재래시장 이용을 장려하는 명절 TV광고 실시 ④ 전국 재래시장 박람회 개최 및 우수시장 포상과 같은 노력을 제시하고 있다.

둘째, 시장 상인을 위한 교육·연수과정운영을 계획하고 이 중 찾아가는 교육과정의 개설 및 업종별 맞춤형교육 그리고 상인 지도자양성에 노력하고자 하고 있다. 더 나아가 시장의 혁신을 주도할 청년상인을 육성해 빈 점포활용, 혁신형 시범점포(신용카드 결제 및 영수증 발급, 온라인 상품거래 및 영업 대행) 창업지원, 재래시장 통신원으로서의 활용, 홈페이지 운영 등을 보다 원활하게 하려고 하고 있다. 또한 미래의 고객과 시장 주역이 될 수 있는 실업계 고교생을 대상으로 점포경영 체험학습도 지원하고 있다.

셋째, 재래시장의 자생적 경쟁력 배양을 위해 시장별 상인회조직을 자율적으로 구축하고 상인회조직을 회원으로 한 전국시장상인연합회(법적단체)를 설립하여 전체 재래시장이 참여하는 공동사업을 추진하고자 하였다. 이러한 일련의 종합정책을 정리하여 보면 다음 <표 6>과 같다.

20) 지원조건은 국비 60%, 지자체 30%, 상인 10% 재원 분담

〈표 6〉 2005년 재래시장 활성화 종합대책

정책 방향 : 소비자 변화에 부응하는 새로운 재래시장 만들기	
1. 선진상거래기법도입을 통한 고객 확대	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 재래시장 온라인 쇼핑몰구축 지원</li> <li>• 전국시장에서 사용가능한 재래시장 공동상품권 발행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 전자상거래망</li> <li>- 통합쇼핑몰 구축</li> <li>- 공동상품권 발행</li> </ul>
2. 고객이 만족하는 쇼핑환경 조성	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시설현대화 및 환경개선사업 지원</li> <li>• 공동이용시설 설치 지원</li> <li>• 농수산물 취급점포의 청결시설설치지원</li> <li>• 재래시장 포장용기개발 및 디자인 개선</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 주차장·아케이드 등의 편의시설 확충</li> <li>- 공동시설설치(저온·물류창고, 공동배달 콜센터, 작업장, 수산시장 해수공급시설 등)</li> <li>- 상품·포장용기 및 디자인 개선</li> </ul>
3. 다양한 마케팅 활동 및 경영기법 혁신 전개	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 다양한 마케팅 활동을 통한 고객유치</li> <li>• 시장 상인을 위한 교육·연수과정 운영</li> <li>• 시장혁신을 이끌 청년상인 육성</li> <li>• 자율적 상인조직육성, 자력능력배양</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Love Tour상품(관광 + 쇼핑)</li> <li>- 시장축제, 세일, 경품행사 등(이벤트)</li> <li>- 찾아가는 교육과정 및 맞춤형 교육</li> <li>- 시장별 상인회 조직상인연합회설립</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 재래시장 육성을 위한 특별조치법(공포 04. 10. 22, 시행 05. 3. 1)</li> <li>• 중소기업청에 재래시장소기업과(05. 1. 17)</li> <li>• 시장경영지원센터 설립(05. 3)</li> <li>• 05년도 재래시장지원(지원규모: 시설현대화사업 1,068억, 경영현대화사업 200억) <ul style="list-style-type: none"> <li>- 온라인 쇼핑몰구축지원(23억)</li> <li>- 공동시설설치(66억)</li> <li>- 상품 및 포장용기개발(8억)</li> <li>- 다양한 마케팅활동(42억) 등</li> </ul> </li> </ul>	

자료 : 중소기업청(2005. 2), 2005년 재래시장 활성화 종합대책 요약

## 2. 재래시장의 활성화 추진내용 및 사례

### 2.1 재래시장 활성화 추진내용

재래시장 육성을 위한 특별법의 내용을 살펴보면 재래시장육성을 위한 방법으로 시장정비 및 시설현대화(하드웨어 측면), 상거래현대화(소프트웨어 측면)로 크게 분류할 수 있다. 이러한 사업 중 재래시장의 근본적인 틀을 바꾸는 시장정비사업을 제외하고 시설현대화 사업과 상거래 현대화사업을 전국의 재래시장들이 어떤 내용으로 실행하였는지를 살펴봄은 재래시장 활성화의 현실적 지향점과 이의 문제점이 파악될 수 있다고 보아진다.

첫째, 2005년 재래시장 시설현대화 사업 교부결정내용을 살펴보면 〈표 7〉과 같은

데 총 169개 시장에 시설현대화를 위한 자금으로 국비와 지방비 1,770여 억원의 지원과 자부담 66억여 원이 결정되었다. 이는 1시장 당 평균 10억여 원이라는 적지 않은 시설현대화 자금이 투입됨을 알 수 있다.

이와 같은 자금을 이용한 시설현대화의 내용을 살펴보면 78개의 시장이 아케이드를 설치하려고 하고 있고 45개의 시장이 주차장과 관련한 사업을 행하려고 하고 있어 시장상인들이 이들 사업을 가장 중점사업으로 인식하고 있음이 나타났다. 이외에도 통로포장공사 및 전기·소방, 점포간판 및 진열대정비 등의 사업에 적극적인 관심을 보이고 있다.

〈표 7〉 2005년 재래시장 시설현대화 사업 교부결정내용

도시	개소	사업비(천원)		주요 내용*	
		국비와 지방비	자부담		
서울	7	9,349,506	1,038,834	1. 아케이드(78건) 2. 주차장(45건) 3. 통로포장공사(24건) 4. 전기소방(22건) 5. 상·하수도공사(17건) 6. 리모델링공사(16건) 7. 장육정비(15건) 8. 점포간판 및 진열대정비(14건) 9. 통신 및 방송장비(11건) 10. 만남의 광장(캐노피 등 휴게시설)(11건) 11. 도장공사(10건) 12. 화장실(9건) 13. 창호 및 출입문서터(7건) 14. 옥상방수(6건) 15. 계단·천정보수(4건) 16. 조형물설치(3건) 17. 환기덕트(2건) 18. 물류센터건설, 공동판매장설치, 상가조명, 고객지원센터(각각 1건) 19. 기타(냉난방기 교체, 발전기 교체, 도시가스공사, 쇼핑카트구입 등)(17건)	
부산	15	9,000,000	1,000,000		
대구	5	6,875,000	626,000		
대전	11	9,747,400	515,600		
울산	2	3,166,000	166,000		
경기	12	15,045,000	683,464		
강원	16	16,640,333	828,000		
충북	9	10,764,000	170,000		
충남	17	18,496,000			
전북	13	12,152,000	180,000		
전남	17	8,278,566	69,166		
경북	11	19,000,000			
경남	24	21,699,000			
제주	5	6,132,000	285,000		
합계	169	177,396,305	6,604,564		

자료 : 중소기업청(2005, 4), 2005년 재래시장 시설현대화 사업 교부결정내용 정리

\* 주요 내용은 중소기업청의 2005년 재래시장 시설현대화 사업 교부결정내용 중 사업내용을 중심으로 정리한 것임. 각 시장마다 표현과 분류의 차이가 있음을 고려할 필요가 있음.

둘째, 2005년 재래시장 상거래현대화 신청내용 살펴보면 〈표 8〉과 같은데 총 91개 시장에 상거래 현대화를 위한 자금으로 국비(지방비 포함) 110여억 원의 지원과 민자

20억여 원이 신청되었는데 이는 시장 당 평균 1억5천 여 만원이라는 상거래현대화 자금이 투입됨을 알 수 있다.

이들 사업은 전자상거래, 신용거래확산시범점포, 빈 점포 활용사업, 구조개선 공동사업, 시장활성화 연구지원, 위생청결 시범점포 사업과 같이 크게 5개 부분으로 이루어져 있는데 이중 냉동·냉장·냉풍실설치, 옥외네온광고 및 외벽꾸미기, 공동배송사업, CC-TV 및 방송장비구축, 공동물류창고, 공동쓰레기처리시설(감량화, 분리시설 등), 공동작업장설치와 같은 구조개선공동사업에 가장 많은 시장이 관심을 보이고 있다.

〈표 8〉 2005년 재래시장 상거래현대화 신청내용

사업명	개소	사업비(천원)	
		국비 및 지방비	민자
전자상거래	2	852,000	206,000
신용거래확산시범점포	4	248,050	106,600
빈점포 활용사업	17	969,900	111,814
구조개선 공동사업	30	8,122,594	1162,317
시장활성화 연구지원	27	702,913	37,637
위생청결 시범점포	11	536,218	378,444
합계	91	11,431,675	2,002,812

전자상거래시스템설치(전자카탈로그제작실 설치 등), 쇼핑물구축

신용카드결제 및 현금영수증, PDA단말기설치, 바코드기 구입 등

지역특산물판매장, 콜센터, 상인교육장, 고객사랑방, 고객지원센터, 온라인유통부스설치, 어린이놀이방 등

냉동·냉장·냉풍실설치, 옥외네온광고 및 외벽꾸미기, 공동배송사업, CC-TV 및 방송장비구축, 공동물류창고, 공동쓰레기처리시설(감량화, 분리시설 등), 공동작업장, 문주시설 시설현대화 마감작업

자료 : 중소기업청, 2005년 재래시장 상거래현대화 신청내용을 정리

## 2.2 재래시장활성화와 성공사례

중소기업청 2005년 국정브리핑 자료에 의하면 재래시장 활성화의 성공사례로 첫째, 환경개선사업 최초 시장, 쇼핑카터 사용, 상인 결속력 우수 등으로 매출액 증가를 가져온 서울 중량구의 우림시장 둘째, 인근 3개 시장(팔달문·지동·영동)이 협력하여 공동상권을 형성하고 시장축제, 수원성과 연계한 관광객 유치, 아케이드 및 주차장, 고객센터, 상인교육장 설치를 통해 매출증대를 꾀한 수원 팔달문 시장 셋째, 아케이드 설치, 상품권 발행, 방송시스템 등의 설치로 통행량과 방문객증가를



유도한 청주 육거리시장 넷째, 340억원을 자체 투입한 주차타워 및 상인신용금고 운영 등을 통해 매출액 증대를 꾀한 부산진시장 다섯째, 주차장 확대, 아케이드 설치, 경품행사 실시 등을 통해 방문객과 매출액 증대를 가져온 논산 화지사장을 제시하고 있다.

성공사례로 제시된 재래시장 중 수원 팔달문시장, 우림시장, 그리고 청주 육거리시장의 활성화 방안을 살펴봄으로 재래시장활성화를 위한 모델구축의 정보를 찾아 보기로 한다.

첫째, 서울 중랑구의 우림시장은 골목시장의 형태로 1970년대 초부터 복개도로에 영세한 점포가 밀집되어 있었고 무질서한 상품적치, 좌판의 도로점거로 시장 환경이 불량하고 소방차 진입이 어려운 점 등의 전형적인 재래시장이었고, 1999년 9월 이후 까르푸, E-마트, COSTCO 등 대형점이 인접지역에 출점함으로써 인한 매출감소 등으로 영세상인들이 많은 어려움을 겪고 있었다.

2000년 6월 우림시장을 재래시장 활성화대상으로(중랑구)하게 되었고 이 사업의 일환으로 비 가리개 설치(2억 5천만원, 상인회 부담), 하수관로보강 사업(7억원, 시비 하수특별회계), 도로포장 및 가로등설치(7천만원, 중랑구 예산), 전선 및 전신주정비(1억원 한전동부지점 부담), 통신선정비(1천만원, 전화국 부담), 시장전용주차장확보(2천만원, 상인회 부담)와 같은 6개 사업을 추진하게 되었다.

그 결과 ① 도로기능 일부 회복, ② 소방차 진입용이, ③ 재래시장 활성화로 인한 영세상인 보호, ④ 이용 시민에게 쾌적한 쇼핑환경 제공, ⑤ 도시미관 향상, ⑥ 지역경제의 활성화를 가져왔고 이러한 결과는 상인들의 강한 의지와 단합, 행정기관의 지원을 통한 민관협력의 결과라 할 수 있다.(www.urimsijang.com 및 www.kams.org/ journal/vol09/09-s01.hwp)

둘째, 청주의 육거리시장은 청주를 대표하는 광역형 시장임에도 불구하고 소비자 편의시설(주차장, 공중화장실 및 물품보관소 등)부족, 상거래질서 미정착(정찰제 미흡, 고객대응 미숙, 반품교환의 곤란 등), 각종 매장혼재 등과 같은 전형적인 재래시장의 문제점을 안고 있었다. 재래시장활성화를 위해 청주시가 지원한 35억원으로 노천 시장에 아케이드를 설치하여 도로에 방치되어 있던 상인과 좌판을 실내처럼 아늑한 공간으로 만들었고 그 결과 손님들도 늘어났다. 또한 주차난을 덜기 위해 50대 수용 규모의 주차장과 상인들을 위한 시장 종합회관 및 화장실도 새로 만들었다. 시장 이미지를 크게 해치던 무질서한 노점 좌판을 없애고 규격화된 시설을 제공했고 전국에서 처음으로 재래시장 전용 상품권도 발행했다.

시장은 무엇보다도 고객을 기다리는 게 아니라 시내 아파트단지 등으로 고객을 찾아 나섰고 여러 기업체들과 자매결연을 추진, 고정손님 유치에 노력한 결과 많은

재래시장의 벤치마킹 대상이 되기도 하였다.(www.chosun.com/ national/news/200411/200411140252.html)

셋째, 수원 팔달구의 재래시장들은 화성의 남쪽 문인 팔달문 주변을 중심으로 100여 년 전부터 형성된 전통재래시장이며 1970~80년대에는 전국 4대 시장에 들만큼 큰 상권이 형성되었으나 1990년대 중반 이후 대형점들이 진입하면서 고객 수가 현저히 감소하였고 쇠퇴의 모습을 보이기 시작하였다. 그러나 화성이 세계문화유산으로 지정되고 수원이 월드컵경기 개최도시로 선정된 것을 계기로 정부가 팔달문시장을 국비지원대상으로 지정하여 활성화에 노력하게 되었다.

팔달문시장 고객지원센터는 현대화사업의 상징물이라 할 수 있는데 이 센터에는 어린이놀이방과 소비자보호센터, 관광안내소, 다목적 휴게실 등과 센터 앞마당에 벤치와 녹지대, 무대를 만들어 고객 쉼터를 조성했다. 그리고 팔달문 상가에서 영동시장 경계까지 아케이드 통로를 마련했을 뿐만 아니라 팔달문에서 지동시장방향 구간의 팔달문길을 정비해 재래시장의 이미지를 시각적으로 완전 탈바꿈 시켰다.<sup>21)</sup> 또한 팔달문과 지동교간 구간을 차 없는 거리로 단장하여 오전 10시부터 오후 8시까지 차량통행을 제한하였고 이후 전통과 현대가 어우러진 문화의 거리로 바뀌었다

특히 외적인 변화와 함께 상인들의 의식 변화를 위해 전국 최초로 유통경영시민대학 강좌가 개설됐다. 주 2회 1일 4시간씩 총 16회에 걸친 2개월 과정의 유통경영대학은 상인들의 마인드 변화를 가져왔을 뿐만 아니라 6개 시장단체를 하나로 통합한 상인연합회를 구성하게 되어 상인 스스로 활성화에 앞장서는 계기를 마련했다.(허정옥, 2004; www.kctpi.re.kr)

## V. 결 론

재래시장의 활성화를 위한 정부의 적극적인 관심은 2005년 재래시장 육성을 위한 특별법 제정을 계기로 보다 구체화 되었다. 재래시장이 직면한 내·외부 요인은 재래시장을 더욱 어렵게 하고 있지만 재래시장의 경제·사회·문화적 역할을 고려할 때 재래시장의 활성화는 우리 사회가 해결하여야 할 중요한 과제임에 틀림이 없다.

21) 영동시장은 1단계로 건물 외벽 패널을 교체하고 한복전시관과 소방설비를 정비하는 등 8개 사업에 8억 4,000여만원을 투입하였고, 중앙 통로와 간판 정비 등 2단계 사업에 1억 5,000만 원, 3단계 사업인 냉난방 공사에 11억 3,000여만원이 지원돼 현대식으로 변모시켰다. 또한 지동시장은 1차 사업인 먹거리 장터 점포 개선사업으로 환기 및 천장 닥트 공사, 간판 교체, 도시 가스 설치 등에 1억 9,000여만원을 투입한 데 이어 2차로 간판 정비, 내·외부 타일 공사, 옥상 방수 등 6개 사업에 7억 4,000여만원의 환경 개선 사업비가 투자됐다.

재래시장 육성에 관한 특별법에 재래시장에 대한 정책적 기능의 강화와 더불어 시설현대화 및 환경개선 촉진 그리고 경영개선사업에 대한 정책의지를 담았고, 이를 바탕으로 2005년 재래시장활성화에 대한 지원을 강화·집행하였다. 그 결과 일부 재래시장의 활성화효과도 있었지만 여전히 고객과 재래시장상인의 불만은 줄어들지 않고, 규모가 서로 다른 재래시장 간의 입장차이만 부각되고 있는 것도 또한 현실이라 할 수 있다.

재래시장의 활성화 방안 중 재건축과 재개발과 관련 있는 시장정비사업은 재래시장의 기본적 틀을 바꾸는 사업임과 동시에 부동산 개발의 의미를 갖고 있는 복잡한 문제이고 동시에 가장 민감한 문제이기에 본 논문에서는 재래시장의 시설현대화와 경영현대화를 중점으로 살펴보고 이를 바탕으로 다음과 같은 장기적·자생적 재래시장활성화 방안을 제시하여 보았다.

첫째, 재래시장 시설현대화 사업의 예산 및 집행계획을 살펴보면 시설현대화를 위한 규모 및 현실적 타당성 그리고 실제 재래시장의 시설현대화 추진방향을 알 수 있고 더 나아가 이의 문제점도 파악할 수 있다. 2005년 시설현대화를 위한 자금은 169개시장을 대상으로 국비 및 지방비 그리고 자부담을 포함하여 1,800여억 원이 결정되었다. 그리고 각 시장의 시설현대화 계획은 아케이드설치를 필두로 하여 주차장건립, 통로포장과 정비 등의 사업에 집중되어 있다. 이러한 현실은 재래시장 시설현대화에 대한 다음과 같은 문제가 제기될 수 있다. ① 아케이드 설치를 원하는 재래시장이 46%. 주차장의 확보를 원하는 시장이 27%에 이르고 있는데, 과연 아케이드 설치와 주차장 시설의 확보가 재래시장의 시설현대화 사업의 최우선이 될 만큼 중요한 가를 생각할 필요가 있다. 즉 아케이드와 주차장설치는 사업비용규모가 크기에 이에 대한 효율성을 면밀히 검토하여 우선순위를 정해야 할 필요가 있을 것이다. 한 시장 당 평균 10억여 원의 사업비 수준을 고려할 때 집행의 우선순위, 그 효율성에 대한 진지한 고민이 있어야 한다. 대형점과의 하드웨어 경쟁이라는 관점에서 활성화는 결코 바람직한 전략이 될 수 없음은 분명하다 할 수 있다. ② 점포간판 및 진열대의 정비, 공동판매장 및 조명 등과 관련한 재래시장 시설현대화 사업은 이해관계가 복잡하고 당장의 가시적인 업적으로 나타나지는 않을 지라도 장기적인 측면에서 재래시장 경쟁력에 도움이 되리라 생각한다. 예컨대 통로정비와 간판정비, 위생적인 상품 공동처리시설 설치 등은 대규모 예산이 들어가는 사업보다 더 나은 효과를 거둘 수 있다고 판단되고, 더 나아가 만남의 광장, 휴게소 등의 부가적인 노력이 이러한 사업과 병행될 때 재래시장을 문화적인 명소가 존재하는 경쟁력 있는 시장으로 만들 수 있다고 생각된다.

둘째, 2005년 재래시장 상거래현대화를 위한 자금 신청내용을 살펴보면 총 91개

시장에 국비 및 지방비가 110여억원, 민자 20여억원이 신청되었다. 이들 사업은 전자상거래(2개시장), 신용거래확산시범점포(4개 시장), 빈점포 활용사업(17개 시장), 구조개선 공동사업(30개 시장), 시장활성화 연구지원(27개 시장), 위생청결 시범점포 사업(11개 시장)과 같이 크게 6개 부분으로 이루어져 있는데, 이 중 냉동·냉장·냉풍실설치, 옥외네온광고 및 외벽꾸미기, 공동배송사업, CC-TV 및 방송장비구축, 공동물류창고, 공동쓰레기처리시설(감량화, 분리시설 등), 공동작업장설치와 같은 구조개선공동사업에 가장 많은 시장이 관심을 보이고 있다.

재래시장상인의 재정 및 경영 능력이 미흡한 점을 고려할 때 구조개선공동사업에 관심이 높은 것은 바람직하나 재래시장을 이용하는 고객의 관점에서는 신용거래의 확산과 같은 사업이 더욱 중요하다고 생각됨에도 이에 대한 관심은 매우 적다는 문제점이 지적 될 수 있다. 물론 재래시장의 특성상 상품의 단가가 낮다는 점이 이를 어렵게 하지만 가능한 품목과 업종의 적극적인 신용거래도입은 재래시장의 인식을 제고 하는데 크게 도움이 되리라 생각한다.

셋째, 재래시장활성화는 상인들의 적극적인 참여와 의지가 있을 때 가능하다고 할 수 있다. 재래시장육성을 위한 특별법은 활성화 의지가 없는 재래시장에는 아무런 도움이 되지 않는다는 지극히 단순한 사실을 깨달아야 한다. 따라서 상인 개인뿐만 아니라 상인회와 상인연합회를 중심으로 하는 활성화에 대한 적극적인 노력이 필요하다. 즉 청주 육거리시장과 수원 팔달문시장과 같은 고객유치를 위한 아파트 방문 및 시장상인의 의식변화를 위한 교육 등과 같은 노력이 무엇보다도 중요하다고 할 수 있다.

결국 재래시장의 활성화를 위해서는 제정된 법을 적극적으로 활용하여야 하겠지만 재래시장의 의존적이고 단기적인 생존이 아니라 장기적이고 자생력있는 조직으로 변화하기 위해서는 상인들의 마인드변화라는 어렵고도 지루한 노력이 전제되어야 가능하다는 점을 지적할 수 있다.

## 참고문헌

1. 강승화(2002), 우리나라 재래시장 활성화 방안에 관한 연구, 팔달문시장 사례를 중심으로, 연세대학교 석사학위논문
2. 김명섭(2001), 재래시장 시설현대화에 관한 연구, 건국대학교 석사학위논문
3. 김정원(2003), 재래시장 활성화 방안에 관한 연구-청주 육거리시장을 중심으로, 동국대학교 경영대학원 석사학위 논문
4. 김종중(2004. 6), 재래시장활성화 방안 비교분석, 연세대학교 공학대학원 석사학위논문
5. 김중식(2003, 10), 재래시장 재개발사업의 효과분석 및 활성화방안, 한국산업경제학회, 산업경제연구, pp.1~16.
6. 김지용(2005), 부산시 재래시장의 유형화와 활성화 방안, 동의대학교 대학원, 도시공학과, 석사학위논문
7. 김찬동 외(2005), 환경개선사업 시행 후 재래시장 활성화 방안, 서울시정개발연구원
8. 박현호(2004), 서울시 재래시장 활성화사업 추진현황, 한국마케팅학회 춘계 학술대회 발표논문, pp.3~17.
9. 백인수(2005), 일본 중소유통 기능 및 지역유통 활성화 정책, 시장경영지원센터
10. 서용구(2005), 영국의 지역상권 재배치 모델 벤치마킹, 시장경영지원센터
11. 서주호(2005), 대형할인점과 재래시장의 공존전략에 관한 연구, 목원대학교 산업정보대학원 석사학위논문
12. 시장경영지원센터(2005), 선진국의 지역상권 육성제도 연구, 연구보고서 2005-1
13. 윤영애(2005), 대구서문시장 활성화에 관한 연구, 대구대학교 행정대학원 석사학위 논문
14. 이민우(2005), 재래시장 활성화 방안에 관한 연구, 한국산업경제학회, 산업경제연구 제18권 제2호, pp.701~718.
15. 이성호·김종위·박정일(2003), 재래시장활성화 방안에 관한 연구, 도시연구보 제15집, 부산대학교 도시문제연구소, pp.13~23.
16. 이정수(2003), 재래시장활성화 방안에 관한 연구, 부산대학교 행정대학원, 석사학위논문
17. 이정희(2005), 미국재래시장 활성화 연구, 시장경영지원센터

18. 이태웅(2001), 부산지역 재래시장활성화 방안에 관한 연구, 동아대학교 경영대학원, 석사학위논문
19. 전용식(2005), 재래시장 이용자 만족도에 관한 연구, 공주대학교 산업과학 대학원 석사학위 논문
20. 중소기업청(2005, 2), 2005년 재래시장 활성화 종합대책
21. 중소기업청(2005, 4), 2005년 재래시장 시설현대화 사업 교부결정내용
22. 중소기업청(2005, 4), 2005년 재래시장 경영현대화 신청현황
23. 중소기업청(2005, 5), 재래시장활성화를 위한 정책방향
24. 중소기업협동조합중앙회(2003), 재래시장활성화 매뉴얼
25. 차용한(2005), 대형할인점 입지로 인한 재래시장 위축해소 및 발전방안에 관한 연구, 부산대학교 환경대학원 석사학위 논문
26. 최주영·양동창(1997), 대도시 일반재래시장유형분류 및 기본특성에 관한 연구, 대한건축학회논문집 제13권 5호
27. 한상호(2004), 소도읍 재래시장의 공간구조실태와 환경개선에 관한 연구, 청주대학교 대학원 석사학위 논문
28. 허정옥(2004, 5), 지방재래시장의 활성화에 관한 사례분석, 마케팅관리연구 제9권 제2호, pp.157-183
29. INTER WON 컨설팅그룹(2005, 8), 유통구조변화가 재래시장에 미치는 영향
30. <http://www.chosun.com/national/news/200411/200411140252.html>
31. <http://www.kams.org/journal/vol09/09-s01.hwp>
32. <http://www.kctpi.re.kr/magazine01-frame.htm?num=2271>
33. <http://www.urimsijang.com/>

## Abstract

### A Study for Revitalizing Program of Traditional Markets

Kim, Yong-ho · Song, Kyung-soo

Most merchant of traditional markets think that the condition of market management is getting worse because of decreasing customers caused appearance of large retail stores such as discount store and changing of consumer's life style.

Therefore special law was legislated for the activation of traditional markets in 2005. This special law include important articles about surroundings improvement, business management modernization and redevelopment of traditional markets.

According to the small and medium business administration data, korea government furnished 177billion and 11billion(won) separately for the facilities and management modernization of traditional markets.

Traditional markets of whole country planned and practiced modernization of facilities and management of traditional markets. And most of traditional markets interested in a large project such as establishment of arcade and car parking, remodelling of building, pavement of passageway etc. By the way, under the long term viewpoint, a large project presented above are not the best solution for the traditional markets because of its effectiveness. Maybe, for example, improvement of store signboard and display stand is more effective for the long time.

As the problem of management modernization, yet a credit transactions, is the most important factor, only four markets have a plan for the credit transactions.

And above all, we must realize that activation of traditional markets can be accomplished by merchant's own initiative participation.