

# 전통시장 및 상권 활성화 정책 연구

윤정미 | 충남발전연구원 농촌농업연구부 책임연구원  
 김정하 | 충남발전연구원 농촌농업연구부 연구원

## 서론

인구감소, 대형할인점의 출점, 소비자 패턴 변화 등으로 지역상권은 지속해서 쇠퇴 양상을 보이고 있다. 이에 기존에 추진하였던 전통시장 중심의 활성화 정책만으로는 지역상권 활성화의 한계에 달하였다. 즉, 개별 전통시장 또는 상점가 단위의 지원방식으로는 상권회복이 어렵고 소비자 기호의 다양화, 생활스타일의 변화 등 시대적 변화에 빠르게 대응하지 못하고 있어 지역상권의 자생력을 확보하고 지역경제에 견인할 수 있는 새로운 방안 모색이 필요한 실정이다.

이에 2010년 국가 차원에서 '전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법'을 개정하여 상권활성화구역 제도를 도입하였고, 이는 개별시장으로 지원되어 오던 방식에서 인근 상점가까지 확대해 그 지역 상권 전체의 활성화를 유도하기 위한 체계적인 접근 방법이다. 전통시장과 주변상권에 상권활성화구역을 지정하여 상권 매력도와 지역상권 활성화를 제고하기 위해 도심 전통시장과 주변상권에 기반인프라 구축 및 경영개선사업을 연계·지원하는 상권 선체의 종합적 지원체계이다. 본 연구는 기존의 전통시장 및 상권을 활성화하기 위한 정책

을 살펴보고, 특히 개별 전통시장뿐만 아니라 인근 상가 밀집지역을 하나의 구역으로 지정하여 지역상권 중심으로 육성하는 제도인 상권활성화 제도 및 선진 사례를 살펴보고 전통시장 및 상권활성화 시사점을 제시하고자 한다.

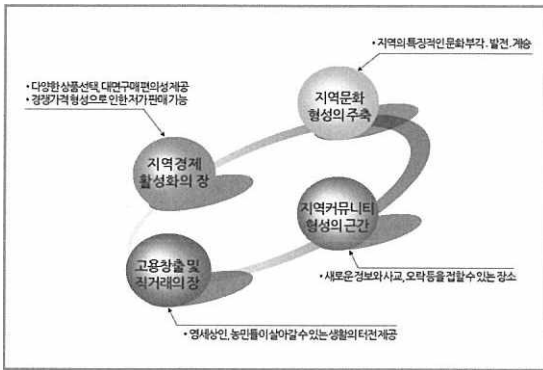
## 전통시장의 기능 및 침체요인<sup>1)</sup>

전통시장의 기능은 첫째, 상품을 판매하고 구매하는 경제적 기능을 하고 있으며, 단순히 물리적 환경에 의해 한정된 공간만을 의미하는 것이 아니라, 그 안에 있는 사람들의 문화, 생활양식, 인간행태의 유기적인 결합으로 구체화한 공간을 의미한다. 즉, 생활양식과 물리적 환경이 유기적으로 결합하여 자연스럽게 형성된 공간이다. 둘째, 만남의 장으로서의 역할과 지역 전통과 문화 보존의 커뮤니티를 담당하는 공간이다. 개인적 상호교류 및 사회적인 오락 등과 같이 도시의 공동체(communitiy)를 형성하는 장소의 총체적 의미이며, 만남의 장소, 오락을 제공하는 즐거운 장소의 기능을 담당하는 공간이다. 즉, 경제적 기능과 함께 지역공동체의 설속을 다지는 사회 문화적 공간으

1) 이용재, 2011, 전통시장 상권 활성화방안에 관한 연구, 전주내학교, 석사학위논문, 재정리

로서 복합기능을 수행한다.

셋째, 지역경제 활성화의 장이다. 소비자에게 다양한 상품선택과 대면구매의 편의성을 제공하며, 경쟁가격 형성으로 말미암은 저가 판매 기능 및 중·저소득층에 대한 상품구매기회가 확대되는 공간이다. 넷째, 고용창출 및 직거래의 장으로 생활의 터전이며, 사회복지정책에서 소외된 사람들의 공동기회 창출의 기능을 수행한다. 마지막으로 전통시장을 통해 각 지역의 특징적인 문화를 부각할 수 있으며 발전·계승시켜 나갈 수 있는 지역문화 형성의 주축 공간이다.



〈그림 1〉 전통시장의 주요 기능

자료 : 충남발전연구원, 2012, 유구 전통시장 활성화 방안, p.14

전통시장의 침체 요인은 정책적 요인, 외부환경 요인, 내부적 요인으로 구분할 수 있으며, 정책적 요인으로는 변화하는 유통환경에 적절히 대응하지 못함으로써 전통시장이 쇠퇴한 것이다. 새로운 업태의 등장과 소비자의 기호, 사회환경의 변화에 따라 변화하는 유통환경에 적절히 대응하지 못하였고, 유통시장 개방과 함께 전통시장의 침체에 예견되었음에도 전통시장이 경쟁력을 확보할 수 있는 적절한 정책을 마련하지 못하였기 때문에 침체한 것이다.

외부환경 요인으로는 대형할인점이나 인터넷쇼핑 등 새로운 경쟁 업태의 등장과 소득수준이 높아지고 여가시간이 늘어나면서 소비자는 문화시설로의 유통시설을 요구하는 라이프스타일의 변화로 전통시장이 침체하며, 기성 시가지가 쇠퇴하면서 동일 공간에 입지 되어 있는 전통시장이 쇠퇴하는 공간 구조적인 요인이 있다.

내부환경 요인으로는 노후화된 전통시장의 시설, 관리·서비스 부재, 가격에 대한 불신, 상인들의 학습체제 구축 미비 등을 요인으로 들 수 있다. 신식국 및 대형 할인점의 경우 전문가가 개입하여 효율적인 시장 마케팅과 체계적인 시장관리 등을 실시하는데 비해 대부분 전통시장이 학습체제를 구축하지 못하고 있기에 점점 침체할 수밖에 없는 실정이다.

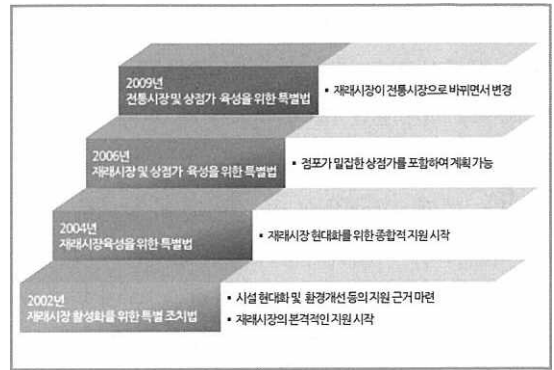
〈표 1〉 전통시장의 침체 요인

구분	내용
정책적 요인	· 유통환경에 적극적 대응 미비
외부적 요인	· 경쟁업태의 등장 · 라이프스타일의 변화 · 공간 구조적 문제
내부적 요인	· 노후한 전통시장 시설 · 관리·서비스 부재 · 가격에 대한 불신 · 학습체제 구축 미비

## 전통시장 및 상권활성화 제도

전통시장 활성화 관련 제도를 살펴보면 중소기업의 구조개선 및 경영안정지원을 위한 특별조치법(1995. 12. 29)에 시장재개발에 관한 특례 조항이 포함되어 있었으나, 2002년 중소기업의 구조개

선과 재래시장 활성화를 위한 특별 조치법이 제정되면서 재래시장의 본격적인 지원이 시작되었다. 시장 활성화 종합계획의 수립과 시장경영지원센터의 설치로 시장정비사업(시장제개발 및 새건축)에 추가하여 시장시설현대화 및 시장환경개선 등의 지원 근거 마련되었다. 2004년 '재래시장육성을 위한 특별법'이 제정되어 재래시장 현대화를 위한 종합적 지원이 시작되었다. 이에 따라 시장활성화 종합계획 및 지역시장육성계획의 수립과 시장실태 조사가 시행되었고, 시설현대화사업, 시장환경개선, 시장정비사업, 시장경영현대화사업 등 구체적인 체계적인 지원이 가능하게 되었다. 2006년 점포가 밀집한 상점가를 포함하여 '재래시장 및 상점가 육성을 위한 특별법'(2006. 4. 28)으로 전면 개정됨에 따라 기존의 재래시장에만 한정된 지원이 상점가를 포함하여 지역상권 활성화라는 면(area) 단위 지원할 수 있게 되었다. 전통시장과 상점가를 묶는 '시장활성화구역 제도'가 도입되었으며, 시장활성화구역은 2개 이상의 시장 또는 시장과 상점가가 인접하여 하나의 상권을 형성하고 있는 곳을 의미하며, 시장의 등록 여부, 개설 주기 및 주체, 상권의 범위 및 특성 등에 따라 체계적으로 육성하는 정책이 도입되었다. 2009년 재래시장이 전통시장으로 바뀌면서 '전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법'으로 변경되어 상권활성화사업의 촉진에 관한 조항을 신설하였으며, 상권활성화구역과 상권관리기구가 도입되었다. 전통시장 지원사업은 시설현대화, 경영현대화, 시장정비사업, 상권활성화사업으로 정비되어 추진되고 있다.



〈그림 2〉 전통시장 활성화와 관련 제도  
 자료 : 충남발전연구원, 2012, 유구 전통시장 활성화 방안, p.18

## 전통시장 및 상권활성화 정책

중소기업청이 지원하는 전통시장 관련 사업으로는 '전통시장 및 상점가 활성화 지원사업'과 '특성화시장 육성사업', '상권활성화 지원사업'과 문화체육관광부 지원사업인 '문진성시'이 있다.

'전통시장 및 상점가 활성화 지원사업'은 경영혁신 지원사업과 시설현대화 지원사업인 '문진성시'이 있다.

'전통시장 및 상점가 활성화 지원사업'은 경영혁신 지원사업과 시설현대화 지원사업으로 구분되어 있으며, 경영혁신 지원사업은 마케팅, 상인의 교육·연수, 시장관리 점포 경영 선진화로 구분되어 있으며, 마케팅은 공동마케팅, 공동구매 및 특가판매 지원, 시장두어, 전통시장 온누리 상품권 발행 지원, 시장상품정보지, 우수시장 상품전시회 개최에 관한 지원이며, 상인 교육·연수는 상인의 의식변화를 유도, 우수시장 벤치마킹, 조직활성화, 경영활성화 등의 사업, 시장관리 점포 경영선진화

를 위해 시장매니저 채용 지원, 시장 자문 및 점포 디스플레이, 인테리어 지도에 관한 사업은 지원하는 것이다.

시설현대화 지원사업은 주차장, 안전시설, 조명 시설, 아케이드, 진입로 화상실, 고객편의시설 등

을 지원하는 것으로 국비 60%, 지방비 30%, 상인 10%로 지원되고 있다. 기존에는 시설 및 경영 현대화사업은 중점 지원하였으나, 2010년부터 경영 혁신 및 지역상권 활성화 지원사업이 새롭게 추진되고 있다.

(표 2) 전통시장 및 상점가 활성화 지원 사업 주요내용

분 야	사 업 명	지 원 내 용	지원조건	
전통시장 및 상점가 경영혁신 지원사업	마케팅	공동마케팅	·새원·경품 행사, 각종 상품 쇼, 홍보사업, 고객조사, 특화사업, 고객참여행사, 고객서비스, 공동쿠폰, 테마골목 육성지원, 다양한 녹색 마케팅 활동 지원, 전통시장 체험학습 지원, 대다 농이리 문화공연	국비 90% 상인 10%
		공동구매 및 특가판매 지원	·공동구매·판매행사 홍보관촉비 지원 등	국비 90% 상인 10%
		시장투어	·전통시장과 주변 관광지를 연계한 관광 상품 개발·운영, 시장투어 차량비 및 여행자보험료 지원	국비 100%
		우누리 상품권 지원	·상품권 발행·취급 수수료 지원	전액보조
		시장상품정보 활성화 (시장정보지)	·정부 및 지자체 지원시책 홍보 ·우수시장 및 상점가의 우수상품 ·발굴·홍보 및 시장소식지 발송	전액보조
		우수시장 상품전시회 개최	·상인연합회 지회의 지역 우수상품 및 특산물 판매 전시회 개최 비용 지원	국비 70% 상인·시사회 30%
	교육·연수	상인 교육·연수	·상인대학, 의식면화, 상인조직 활성화, 시장 및 점포경영활성화방안, 우수시장 벤치마킹 등	국비 100%
	시장관리 점포경영 선진화	상인조직 역량 강화	·상인조직 역량 강화를 위해 전문인력(시장매니저)을 채용하는 상인회에 인건비 보조	국비 30-70% 상인 30-70%
		시장 자문/점포 지도	【자문】 시설현대화, 경영합성화, 상권개발, 시장경비사업 자문 【지도】 상품디스플레이, 점포 인테리어 등을 지도	국비 100%
	시설현대화 지원사업	전통시장 및 상점가 시설현대화	·주차장, 전기·가스·소방 등 안전시설, 고효율 LED 조명설치(시장 내 공동구간), 아케이드, 진입로, 공동화장실, 상·하수도, 고객편의시설, 기반 시설 등	국비 60% 지방비 30% 민간 10%

※자료 : 중소기업청, 2012, 2012년 전통시장 및 상점가 활성화 지원사업 공고, 새정리

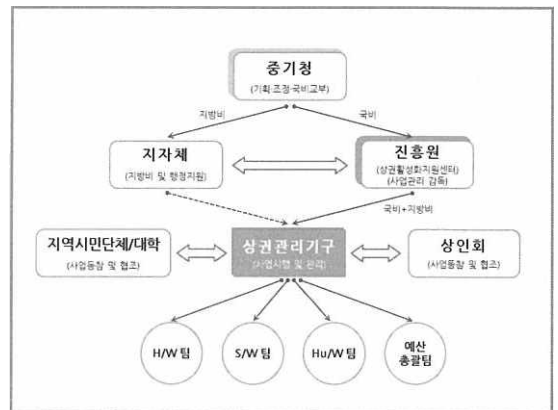
'특성화시장 육성 사업'은 2008년 관광객 유치를 위한 전통시장 지원책을 마련하기 위해 전통시장을 고유의 문화전통을 가미해 관광명소로 만들고자 추진한 사업으로 2012년 기준 시장특성별로 문화관광형시장, 국제명소시장, 향토5일상의 맞춤형 사업을 지원 추진하고 있다. 개별시장 고유의 특성을 발굴·개발하여 전국적인 브랜드를 갖추고

쇼핑과 관광을 할 수 있는 특성화시장을 2015년까지 100개소 육성할 계획이다. 문화관광형시장은 지역 문화·관광자원과 연계할 수 있는 시장을 빅거리, 볼거리, 즐길거리가 있는 시장으로 조성하는 것이며, 국제명소시장은 외국인 관광객이 많이 찾는 지역의 시장을 외국인이 쉽게 찾고 방문할 수 있도록 지원하며, 민속5일상은 역사·전통이 있는

5일상에 대해 축제행사, 시장투어 등과 연계한 관광상품 개발 및 농산물 직거래 상터 등으로 지원하는 사업이다. 시장별 2년간 특화시장 육성사업으로 10억 원 한도(국비기준) 내에서 먹거리, 볼거리, 즐길거리 등 콘텐츠 위주로 지원하며, 시장별 사업계획을 고려하여 2년간 차등 지원하되 필요하면 1년 이내에서 연장하여 지원한다. 2008년부터 약 245억 원의 예산을 투입하여 24개 시장을 지원하였고, 충청남도는 2008년 부여시장, 2011년 규산시장, 2012년 공주상선시장이 지원을 받았다.

'상권활성화 지원사업'은 전통시장과 인근 상권 연계 지원을 통해 침체한 상권을 활성화하여 새로운 지역 커뮤니티 공간 창출하는 사업으로 개별시장만을 지원하는 것이 아닌 시장과 상권을 연계·활성화하는 사업이다. 상권의 크기, 특성을 고려하여 고객의 집객력을 높이기 위한 기반인프라 구축 및 경영개선사업을 지원하는 사업으로 상권활성화 구역 선정 시 경영개선사업을 우선 지원한 후 시설현대화사업예산으로 기반인프라 구축 지원한다. 상권활성화 경영개선을 위한 사업비는 국비 100% 지원이며, 지자체 부담 40% 중 민간부담은 10% 범위에서 추진하는 사업이다. 2011년 기준으로 중소기업청은 상권활성화구역 7개를 시범적으로 지정하여 3개년에 걸쳐 지원하였으나, 선정된 7곳 중 6곳<sup>3)</sup>인 경기도 성남시, 강원도 동해시, 충청북도 청주시, 서울특별시 마포구, 부산광역시 동구, 경상남도 창원시가 시범지역으로 사업이 추진되고 있다. 상권활성화 지원사업은 활성화 구역을 지정 받은 후, 사업계획을 승인받는 절차로 진행되며, 활성화 구역 선정 기준은 일정 정도의 인프라 구

축 및 추진 수체의 의지가 높은 지역을 우선하여 지정하고, 전통시장 또는 상점가가 1개 이상 포함되며, 매출액과 인구, 사업체수가 감소한 지역으로 400개 이상의 집포수가 충족된 지역이어야 한다(인구 50만 명 이상일 때 700개 이상의 집포수 충족). 시군구에서 활성화 구역을 지정 승인 후, 시도에서 승인을 검토하고 최종적으로 중기청에서 승인협의를 이루어진다. 상권활성화구역 지정 후 상권관리기구를 설치하여야 사업을 추진할 수 있으며, 상권관리기구는 비영리법인(사단, 재단)으로 설립하여야 한다. 또한, 상권관리기구 내 운영을 위한 사무국과 사업의 효율적이고 전문적인 추진을 위한 상권활성화협의회를 구성하여야 한다. 상권활성화 협의회는 상권활성화 사업의 효율적인 추진 및 자문을 위하여 상권활성화구역 안의 토지 등 소유자, 상인, 거주자 및 상권관리전문가(이하 다운매니저) 등으로 구성된다.



〈그림 3〉 관리기구운영도

자료 : 시장경영진흥원, 상권활성화 사업설명 PPT 제작팀

3) 전북 군산시 대영·신영·평화·임동 상권은 제외

〈표 3〉 중소기업청 지원 전통시장 관련 사업

구 분	내 용
전통시장 및 상점가 활성화 지원사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 경영혁신 지원사업                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 마케팅, 상인의 교육·연수, 시장관리 점포경영선진화 등</li> </ul> </li> <li>• 시설현대화 지원사업                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 주차장, 조명시설, 아케이드, 진입로 확장설, 고객편의시설 등 지원</li> <li>- 국비 60%, 지방비 30%, 상인 10%</li> </ul> </li> </ul>
특성화시장 육성 사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2008년 문화를 가미한 전통시장 활성화</li> <li>• 2012년 시장 특성별 맞춤형 지원 추진(문화관광형시장, 국제명소시장, 향토5일장)</li> <li>• 2008년부터 약 245억 원의 예산을 투입하여 24개 시장 지원</li> </ul>
상권활성화 지원사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전통시장과 인근 상권 연계 지원</li> <li>• 기반인프라 구축사업, 경영개선사업 지원사업                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 상권활성화구역 신성 시 국비 100억 원 이내 지원</li> <li>- 경영개선사업(40억 원) 우선 지원</li> <li>- 국비 60%, 지자체 40%(경영개선은 100% 국비)</li> </ul> </li> <li>• 2011년 '상권활성화구역' 7개 지정(3개년 지원)</li> </ul>

문화체육관광부 지원사업인 '문전성시'는 문화를 통한 전통시장 활성화 시범사업으로 2008년 2개 시범시장을 시작으로 23개 사업이 추진되었으며, 현재 종료된 사업이다.

주진배경으로는 기존의 상업기반시설 위주의 부분적 시설 개선만으로는 전통시장 활성화가 어려우므로 기존의 시설현대화나 경영현대화와는 다른 문화마케팅을 통해 전통시장을 지원하기 위한 사업이다. 즉, 문전성시는 전통시장에 문화의 숨결을 불어넣어 지역문화공간이자 일상의 관광지로 활성화하기 위한 사업이다. 사업내용으로는 상인참여형 문화콘텐츠 개발과 프로그램 운영(공연, 전시, 문화예술교육 등), 시장별 전통과 특성을 활용한 문화마케팅(스토리텔링 개발 등), 문화적 환경 조성(공공미술, 경관디자인) 등의 사업이 추진되었으며, 사업추진에는 주관단체(PM) 및 컨설팅단을 구성하여 종합적인 사업 관리체계를 형성하고 있다. 문화기획, 건축, 도시계획, 스토리텔링, 공공예술 등의 전문가들로 구성된 '시장과 문화 컨설팅단'

이 커뮤니티 활성화, 문화콘텐츠 개발, 문화마케팅 등의 문화적 방법을 통한 전통시장 활성화를 지원하고 있다. 문전성시 시장은 주민공동체형, 지역관광형, 문화예술형, 문화복지형으로 구분되어 추진되고 있으며, 상인이 웃는 시장, 주민이 웃는 시장, 상인과 주민이 함께 웃는 시장의 3대 세적 목표를 가지고 추진되고 있다.

## 사례조사

앞에서 중소기업청과 문화체육관광부의 지원 정책을 고찰하였으며, 그 중 '상권활성화 지원사업'에 대해 구체적으로 살펴보면 다음과 같다. 상권활성화 지원사업은 경기도 성남시, 강원도 동해시, 충청북도 청주시, 서울특별시 마포구, 부산광역시 동구, 경상남도 창원시가 추진 운영하고 있다. 성남시는 상권활성화사업을 추진하기 위해 '성남시 상권활성화 재단'을 설립하였으며, 주요사업은 태

〈표 4〉 문전성시 시장의 유형별 구분

구분	주민공동체형	지역관광형	문화예술형	문화복지형
유형별 목적	<ul style="list-style-type: none"> <li>시장본연의 기능을 살려 상인과 상인, 지역주민이 교류하는 지역커뮤니티형</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>시장과 지역의 문화, 관광자원을 활용한 콘텐츠 개발 및 문화마케팅을 통한 지역의 관광명소 조성</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역문화예술인의 창작과 지역주민의 문화향수를 접점으로 전통시장 활성화</li> <li>문화시장 브랜드 구축</li> <li>지역거점 문화공간화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역사회거점으로서 전통시장의 공간과 기능을 문화적으로 활용</li> <li>민중과 취약계층, 상인에 대한 문화 복지 제고</li> </ul>
지원시장	<ul style="list-style-type: none"> <li>웁골시장</li> <li>수유마을시장</li> <li>우림시장</li> <li>진안시장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>강릉주문진시장</li> <li>함산오일장</li> <li>부산부전시장</li> <li>순천옷장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>내구방전시장</li> <li>가경터미널시장</li> <li>봉화상설시장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>북포자유시장</li> <li>광주무등시장</li> <li>하동화개장터</li> </ul>
대상	상인과 지역주민의 파트너십	시장문화자위회와 지역인프라 연계	상인과 지역예술가의 파트너십	취약계층 복지와 시민생활안정화

※자료 : 류다혜, 2012, 문화를 통한 전통시장 활성화에 있어서 프로그램의 유형화에 따른 전략적 기호요소의 두줄에 관한 연구, 이화여자대학교, 대학원, 석사학위논문, p.28

평역~숯골사거리로 이어지는 30만 5천㎡ 수정구 상권을 육성하는 것으로 467억 원의 사업비를 투입, 수정로 이면도로를 3개 구역으로 구분해 테마를 살린 상권을 조성하는 계획을 추진 중이다. 사업추진을 위해 주민, 상인, 대학교수 등으로 구성된 협의회와 전문가가 자문위원으로 참여해 민·관·학이 결합한 상권활성화를 도모하고 있다.

강원도 동해시는 인구감소 및 상권위축으로 침체하고 있는 발한구(舊)도심권의 상권활성화를 위해 '재단법인 동해중앙시장 상권관리기구'를 설립해 운영 중이며, 2014년까지 국비 53억 원, 지방비 24억 원을 지원받았으며, 기반인프라 구축 사업비는 국비 60%, 지방비 40%를 분담하고, 경영개선사업비는 지방비 부담 없이 국비 100%(17억 원)를 지원받아 추진하고 있다. 상권관리기구의 주요 사업으로 고객 주차장 조성, 특화거리 조성, 핵심집포 유치, 고객문화센터 건립, 캐릭터 및 디자인 개발, 이벤트 행사, 상인 교육 등이며, 다양한

경영개선사업으로 집객 포인트 마련, 유동고객 창출을 통한 상권활성화 선순환 동력을 확보하고 있다.

충청북도 청주시는 길가 있고 활력 넘치는 육거리·싱안길 상권활성화를 비전으로 전통시장과 인근 상가를 연계 지원해 새로운 '지역커뮤니티' 공간 창출을 위해 4대 세부 목표 ①온몸으로 이룬 정성 고객에게 기쁨 줌, ②하나로 뭉친 마음 신뢰로 시 보답, ③새로운 미래혁신 경쟁력의 초석, ④정성 들여 쌓은 노력 으뜸 상권으로 거듭남을 수립하였으며, 4년간 시설 및 경영개선을 위해 123억 원의 위를 투입하여 다양한 이벤트와 고객유입확보를 위한 사업을 추진하고 있다.

서울특별시 마포구는 도화·용강동 상권을 서울의 대표적인 음식 명물거리 육성을 목표로 "문화와 전통의 맛이 어우러진 활력이 넘치는 상권"의 성공 모델을 목표로 사업을 추진하고 있으며, 문화가 있는 커뮤니티 공간 조성을 통한 글로벌 문

화환경 및 관광 명소화, 상가주변의 자생력 강화 등을 통한 사람이 모이는 상권 환경 조성을 기본 방향으로 수립하였다.

부산광역시 동구는 지역을 명품도시로 재창조하기 위해 조방 상점가와 자유시장을 연계한 상권활성화구역을 지정받았으며, 교통체계 정비, 문화거리·추억거리, 동천둘레길 조성 등의 사업 계획 추진으로 과거 화려했던 조방 앞의 명성을 되찾고 명품도시 동구를 재창조하는 목표를 설정하였다.

경상남도 창원시는 마산합포구 오동동·창동·어시상 일대 6개 시장 51만 9,486㎡를 상권활성화구역으로 지정받았으며, 'The M.A.S.A.N(the Memory of Art, Sense, Aqua, Nature)'의 비전수립으로 예술, 감각, 물, 자연을 테마로 사업을 구상하였다. 상권활성화구역 사업은 기존 개별 시장 단위 지원에서 탈피해 전통시장을 중심으로 상권 전체를 활성화시키는 데 중점을 두고 있다. 각 상권의 사업내용은 다음과 같다.

〈표 5〉 상권활성화 시범지역 사업내용

구분	경기도 성남시	강원도 동해시	충청북도 점주시	서울특별시 마포구	부산광역시 동구	부산광역시 동구
사실 현대 화	<ul style="list-style-type: none"> <li>이면도로 특화사업</li> <li>랜드마크사업</li> <li>전포개발사업</li> <li>시민부의증신사업</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>핵심보 육성사업</li> <li>에그 프라사 조성 사업</li> <li>대중교통접근성 개선 사업</li> <li>탁아소 미니도서관 및 커뮤니티 조성 사업</li> <li>점포별 관리번호 부여 및 상가 안내도 설치 사업</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>아케이드보수</li> <li>물길조성사업</li> <li>공연무대전치</li> <li>랜드마크조성</li> <li>멀티지원센터 건립</li> <li>미니공원(고객센터)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>스토리텔링 유행화</li> <li>상인 교육장·회의 공간 마련</li> <li>구역별 특성 살린 골목문화</li> <li>지역지원 및 특산물을 활용한 체험관 건립 및 운영</li> <li>용강 도화동 상점가 연결부 상징성 부여 및 연결 방안 마련</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>독화거리조성</li> <li>지식주 지중화</li> <li>쌈지공원 정비</li> <li>동학안내표지판 설치</li> <li>특화거리 설계운영</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>오동동소리길</li> <li>어시상·창동 아케이드</li> <li>CB센터조성</li> <li>고색휴게문화공간</li> <li>부림시장디자인아트센터</li> <li>창동 오동동 물길 공원</li> <li>창동길, 부림시장 니사인길</li> </ul>
경영 현대 화	<ul style="list-style-type: none"> <li>스마일상권 동합브랜드 구축</li> <li>스마일 스토리빌리지 육성</li> <li>마케팅혁신사업</li> <li>지역 커뮤니티육성</li> <li>세계 길거리 푸드타운</li> <li>지역 커뮤니티육성</li> <li>세계 길거리 푸드타운</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>먹거리 반군을 위한 요리경연대회 사업</li> <li>대신맹 사업</li> <li>예술 문화 창조 사업</li> <li>기업과의 자매결연</li> <li>넋밭 친환경 농산물 직거래</li> <li>위탁점포 운영 사업</li> <li>먹거리장터 운영 사업</li> <li>창업인큐베이터 사업</li> <li>동해지역관광지 연계 사업</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역커뮤니티 내트워킹구축</li> <li>빈 점포 활용 커뮤니티 공간 창출</li> <li>상권별 특화 프로그램</li> <li>장보기대행서비스 운영</li> <li>고객지원 서비스 운영</li> <li>창업공간 쉼터지 속</li> <li>프로모션 홍보물 제작</li> <li>브랜드 및 캐릭터 제작</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>스토리 반굴 및 적용</li> <li>지역 연계 동아리 육성</li> <li>축제 및 이벤트 개최</li> <li>상권 브랜드 개발 및 마케팅 전략 수립</li> <li>인력공동관리·양성 프로그램</li> <li>지역 마일리지 서비스</li> <li>스토리텔링 기념품 제작 및 판매 사업</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>합디자이 개발</li> <li>문화축제</li> <li>대중교통 접근성 개선</li> <li>노점상 양성화</li> <li>홍보용 자량 운영</li> <li>안심거가 서비스</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>공연차량 운영</li> <li>부림시장디자인아트센터 체험</li> <li>공동디자인개발</li> <li>문신문화체험 프로그램</li> <li>탁이시설 운영 프로그램</li> <li>상인문화동아리</li> <li>주말상설문화</li> <li>상권활성회 축제</li> </ul>
상권 관리	<ul style="list-style-type: none"> <li>상권관리기구 운영</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>상권관리기구 운영</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>상권관리기구 운영</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>상권관리기구 운영</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>상권관리기구 운영</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>상권관리기구 운영</li> </ul>

\*자료 : 시장경원진흥원, 2011, 6개 지역별 상권활성화 종합계획, 재정리



## 시사점

본 연구는 전통시장 및 상권활성화 정책 및 상권활성화 지원제도 추진·운영 사례를 검토하였다. 이를 통해 도출한 시사점은 다음과 같다.

첫째, 지역성, 문화성, 역사성을 고려한 모델을 발굴하고 자생력 있는 운영체계를 위한 계획을 수립하였다는 점이다. 역사와 문화, 자연환경을 테마로 한 디자인 도입 및 역사자원을 상권활성화 요소로 도입하여 역사가 살아 숨 쉬는 공간을 창출하였으며, 사업지원기간뿐 아니라 사업지원기간 이후에도 자생적으로 지속해서 사업을 추진할 수 있는 계획 및 추진체계를 수립하였다.

둘째, 여건변화에 대비한 도심상권의 경쟁력 강화와 이를 토대로 한 지역경제발전계획을 수립한 것뿐만 아니라 지역의 인구감소로 인해 쇠퇴한 상권을 방문객 유입 방안을 모색하여 활성화 계획을 수립하였고, 방문객 유입을 위한 지역 정체성 제고와 지역의 스토리텔링을 기본적인 계획으로 추진하고 있다.

셋째, 상권별 개별사업이 아닌 전체 상권을 연계하여 시너지를 창출하는 도시 공간 전체적 차원의 계획을 수립하였으며, 도시재생 관점에서 접근함으로써 특화거리 조성 등을 통해 방문객들의 체류시간 증가와 차량 중심이 아닌 도보 중심의 계획을 추진하고 있다.

마지막으로 지역과 전통시장 간의 공생발전 모델 수립과 지역의 독특한 문화가 방문객들에게 인지도와 지역의 아이덴티티를 형성시키고, 이는 선순환을 통해 재방문할 수 있는 계획, 독자적인 프로그램 발굴을 통한 상권활성화 관리기구의 수익 구조 창출로 지속적인 사업을 추진할 수 있는 계획을 수립하였으며, 상인회 조직의 역량 강화 및 상인주도의 계획을 수립하였다는 점이다.

### 참고문헌

- 시장경영진흥원, 상권활성화 사업설명 PPT  
 시장경영지원센터, 2008, 지역상권활성화 한국형 모델  
 충남발전연구원, 2012, 부여도심상권활성화구역 지정 연구  
 중소기업청, 상권활성화 사업 운영지침 인용, 재정리  
 중소기업청, 2012, 2012년도 전통시장 및 상점가 활성화 지원사업 공고, 재정리  
 충남발전연구원, 2012, 유구 전통시장 활성화 방안  
 충남발전연구원, 2013, 부여도심상권활성화 구역 내 활성화 방안 연구  
 시장경영진흥원, 2011, 지역별 상권활성화 종합계획, 성남시, 능해시, 마포구, 동구, 창원시, 청주시  
 류다혜, 2012, 문화를 통한 전통시장 활성화에 있어서 프로그램의 유형화에 따른 전략적 기회요소의 도출에 관한 연구, 이화여자대학교, 대학원 석사학위논문  
 이용재, 2011, 전통시장 상권 활성화방안에 관한 연구, 전주대학교, 석사학위논문