

활기 있는 지역친화형 전통시장(상점가) 재생 사례

충남발전연구원 문화·디자인 연구부

선임연구위원/부장 권영현

미츠하시 시게아키의 저서 ‘다시 살아나는 상점가, 5가지 재생력’에 따르면 시장을 되살리는 가능성을 다음 5가지 힘에서 찾고 있으며, 12곳 상점가의 성공 사례를 통해 강조하고 있음.

- 지역을 움직이는 인간력
- 마치즈쿠리 조직의 지역 운영력
- 개별점포를 빛내는 지역사회 밀착력
- 지역자원을 살린 관광 산업력
- 지역의 맛을 살리는 창조력

1. 지역을 움직이는 인간력

1) 시장 상인이 시작한 문화적인 마치즈쿠리

오사카부 오사카시 덴진바시스지 상점가

① 위기

- 일본에서 가장 긴 상점가인 덴진바시스지는 전후 JR역세권인 4~7초메는 번창, 1~3초메는 정체 상태가 계속 (백중날, 연말 특판, 민속춤행사 정도만 유지)
- 1979년 도이씨가 덴진바시 3초메 상점가진흥조합을 설립하게 됨

② ‘덴마덴진 한조테(天満天神掣’昌亭) 개장

- 덴진바시스지(天神橋筋)상점가에 라쿠고¹⁾ 전문상설공연장 개관
상점가에서 문화센터를 15년간 운영, 이 지역이 라쿠고 회장과 지연 관계
상점연합회 회장 도이 도시키 + 지역 사찰 데라이 다네노리 주지
(덴진마츠리가 주민, 상인, 신도로 구성되어있음)
- 덴마덴진 한조테 개설준비위원회 조직 모금운동 개시

1) 교토, 오사카 지역을 기반으로 하는 일본 전통 예능

1계좌에 1만엔 (기부자에게 이름을 쓴 제등을 공연장 안팎에 게시)
4,000명 기부, 총 2억 5,000만 엔이 모금됨.

-- 효과

상점가 통행자 수가 증가됨. (평일 20~30%, 주말 40%)

오사카 시내 관광에 영향, 고서점, 부티크, 음식점 창업/년 116억엔 효과
덴마덴진은 모두의 것이라는 공동체 의식이 생김.

③ 덴상문화센터

- 빈점포 활용을 각계 다양한 사람의 의견을 모아 '지역은 문화의 보고이며, 상점가에서 문화를 알리자'는 결론에 도달 1981년 '덴상문화센터'를 개관
- 15년간 전시회, 패션쇼, 전통공연 등 문화행사 개최, 행정기관에서 상점가의 문화 활동을 긍정적으로 보게 되어 전국적으로 파급되는 효시가 됨.

④ 지역상인이 꿈꾸는 인간미 넘치는 지역사회

- 정이 오가는 지역사회, 인간미 넘치는 지역사회가 요구하게 되며 여기에 부응하는 지역 상인이 지키고 움직인다는 자부심이 원동력임.

2) 시민과 함께하는 이벤트로 지역을 살린다.

나가사키현 사세보시 사루쿠시티 403

① 일어서는 중심상점가

- 항만산업도시 나가사키의 상점가의 아케이드는 1km에 이름(역부근 상점가)
1958년 사세보 온카쵸 상점가협동조합 설립
1970년 사세보 산카쵸 상점가 진흥조합 설립
산카쵸 아케이드는 1977년 건설, 1990년 개조공사를 마침
- 대형 매장의 출현
1997년 시중심부에서 7km 떨어진 곳에 자스코 시티다이토²⁾ 출점
2만 7,000m², 1,700대 주차 규모
- 전략회의와 자금모집
상인과 주민으로 이루어진 시민지원단의 도움으로 '키라키라페스티벌' 개최
5,000명이 넘게 참가하는 키라키라 자선파티, 요사코이²⁾ 공연으로 이어지고
웨딩, 댄스배틀, 뮤직페어 등이 연이어 개최됨
1,000만엔 예산 중 절반 이상을 실행위원이 직접 모금

2) 전후 1955년에 발생된 축제/소란

② 사루쿠시티 403과 요사코이 사세보 마츠리

- '또 오고 싶고, 또 보고 싶고, 또 춤추고 싶은 축제'라는 주제를 정함.
삿포로 오도리 공원 무대에서 착안, 1997년 사루쿠시티 403유보대 결성됨.
1km에 달하는 테이프 커팅식으로 특색을 주어 일간지에 보도 등 홍보 효과
1998년 두 팀에 불과한 참가팀이 2088년에는 148개팀 7,000명이 참가함.
- 먼저 스스로 움직이고(자조), 서로 돕고(상부상조), 마지막으로 행정서비스(공조)가 이루어진 축제의 전형을 보여줌.

3) 도로폭 확장사업 재검토로 마치야 살리기

니가타현 무라카미시 무라카미 추오 상점가

① 개발 물결에 흔들리는 조카마치

- 무라카미시는 400년 전 성이 축조된 이래 무사 거주지역, 상업 상공업자 거주 지역, 테라마치 등이 고루 배치된 전형적인 콤팩트시티/온천, 연어의 고장
- 도로 정비와 교외 체인점의 흐름에서 변화의 기로에 서게 됨
- 1968년 제정된 도시계획법에 따라 7m도로 폭이 16m로 확장하려는 계획 구상
연어제품 판매상을 계승하는 미쇼 깃가와는 도로폭 확장의 허실을 알고 반대

② 숨어있는 마치야 문화에 주목

- 넓고 침체된 시장 환경 속에서 도로 폭 확장반대 중 마치야의 진가를 알게 됨
- 1998년 무라카미 마치야 상인회가 발족 /내부 견학, 지도제작, 방문객 증가
- 노인들의 주축이되는 히나마츠리(인형축제)로 시작, 조카마치 무라카미마치야
인형전시회를 기획/옛날식 연어요리, 토속주 전통 메뉴 개발
마치야 병풍미츠리 개최

③ 개발 계획의 수정을 이끌어 내다

- 니가타현의 도로폭 확장사업 재검토/청사 안에 '도로연구회' 활동
- 대안 사업 역사적인 지구의 환경정비사업의 적용/소위 전통길 사업
7m 도로를 16m로 확장은 부적절, 10.5m로, 신중한 검토 필요하다고 보고 됨.
- 지역의 자원의 재발견과 상인과 주민이 주축이 된 결속과 단결력이 주효함.

4) 지역민주주의를 표방하는 상점가주식회사의 설립

도쿄도 아다치구 도와긴자 상점가

① 개발 물결에 흔들리는 조카마치

- 1950~60년대 호황을 누리던 도와긴자 상점가는 인근공장의 이전, 철도건널목 폐지 등으로 활기를 잃게 됨
- 1981년 도쿄도의 마이타운 구상 사업 1호로 킬리포장도로와 아케이드가 완성
- 아다치구 상점가진흥조합연합회 이사장 다나카 다케오의 오미상인의 산포요시 정신, 장사란 먼저 고객을 위해서, 다음은 지역사회를 위해서 존재, 이익은 그 결과로 주어지는 것이라는 확고한 철학을 가짐.

② 상점가주식회사 아모르도와 설립

- 1990년 지역에 동부병원이 개원하면서 구내매점을 위탁하게 되자 주식회사를 설립하여 사업을 맡으면서 일본 최초의 상점가주식회사가 설립됨.
- 병원 구내식당 위탁에 이어 신뢰르 바탕으로 인근 학교 급식 사업으로 확장함. 현재 14개 시설, 평균 6,000인분 급식 담당/150명 직원 모두 지역 주민임.
- 전업 상인으로 구성된 빌딩 청소사업과 빈 점포를 이용한 방과 후 아동 보육 시설인 아모르도와 학동클럽 운영함.

③ 이익추구가 아닌 지역사회를 위하여

- 혹독한 상업환경 속에서 자역사회의 생활환경을 유자하고 향상시키려는 노력을 계속해온 도와 긴자 상점가는 지역사회 커뮤니티 담당자의 개척자적인 존재임

2. 마치즈쿠리 조직의 지역 운영력

1) 지역사회연계를 통한 콤팩트시티의 실현

아오모리현 아오모리시 신마치 상점가

① 교외확산 경향이 심각한 아오모리시

- 아오모리 신마치의 중심상점가는 시가지활성화사업의 선두를 달리는 곳으로, 2006년 약 820ha에 달하는 준공업지역 전체를 도시계획지구로 정하고 "대규모 집객시설 제한지구"로 정하여 대형 매장의 진출을 억제함.
- 그럼에도 조례 적용을 교묘히 피해 아프레, 드림타운 ALi가 개점. 이러한 교외의 대형마트 입점은 중심시가지 상권에 큰 영향 미침./마츠키야 백화점 폐점

② 아오모리시의 '콤팩트시티' 선언

- 아오모리시는 국가가 지정한 특별호설지대 중에서도 최대의 도시로 시가지의 교외 확산에 따라 도로, 상하수도 등 사회간접자본의 비용이 막대하게 소요됨. 특히 제설 작업에만 연간 30억 엔이 소요되고 있음
- 콤팩트시티 선언은 사회간접자본이 형성되어있는 구 시가지³⁾로 다시 돌아오라는 개념임

③ 복지대응형 상점가를 추구

- 1991년 신마치 마치즈쿠리 계획의 일차적 문제는 상점가 도로폭 확장
사람과 자연을 생각하는 여유로운 보행공간 제공에 초점을 맞춤
- 가로정비사업과 함께 장애인과 고령자들이 생활하기 편리한 공간인 유니버설디자인 사고에 기초한 '복지대응형 상점가'를 추구함.
- 타운모빌리티, 전동스쿠터 임대, 외출지원프로그램, 배리어프리 등 시행함.

④ 마치즈쿠리 조직의 연계와 목표 공유

- 상점가 혼자만으로는 활성화가 이루지기 어렵고 다른 조직과 파트너십을 갖고 목표의 공유 등 연계가 필요함
- 상공회의소를 중심으로 TMO(타운매니지먼트 기관), 이에 앞서 마치즈쿠리 상인대 결성, NPO 법인, 자원봉사단체, 시서브단체와 연계.

3. 개별점포를 빛내는 지역사회 밀착력

1) 고령화사회에 대응하는 선두주자

도쿄도 시나가와구 나카노부 상점가

① 하드웨어의 한계, 신바람 축제로 생기를 넣다.

- 1940년경 주택지 개발과 함께 형성된 이후 공습으로 초토화.
1947년 에바라나카노부 상점가협동조합을 결성, 1955년까지 대부분 점포 개축
1969년 지붕식 아케이드, 1988년 아케이드 개장, 컬러보드, 간판통일, CI (나카노부 스킵로드) 등 하드웨어 사업에도 상점가는 침체에 빠짐.
- 나가누마초의 네부타마츠리(커다란 종이 인형 등불)에서 동기를 얻어 상점가에서 네부타마츠리를 개최하기로 하여 1989년 1회 나카노부 고향 마츠리가 열림.

3) 구 시가지란 1945년 종전과 함께 신속한 토지구획정리사업을 통해 부흥을 이룬 지역으로, 아오모리를 대표하는 네부타마츠리가 열리는 등 오랫동안 아오모리의 문화와 전통을 이어온 지역임.

- 해당전문가, 지역민, 상인, 출향민의 참여로 성공개최 (2만명)
지역민 중 동북 출신이 많음에 착안 부채네 부타 추가, 유명행사로 자리매김.
- 상점가의 신바람 나는(젊은) 팀워크가 주효.

② 중고령층을 생각하는 마을 콩시에르주

- 상점가 구매객 대부분이 중고령층이라는 점에 착안
'고령자를 생각하는 마치즈쿠리'를 목표로 세움.
- 지역민이 유급 봉사자로 참여하는 콩시에르주 제도를 시행 함.
형광등 교체, 주방 욕실 청소와 수리, 미닫문 새로 달기, 컴퓨터 지도 등
- 콩시에르주란?
나카노부 지역 내 거주 50세 이상 주민으로 회원 구성 (850명, 평균 64.5세)
 - 회원이 사무국에 서비스를 요청(1매 800엔 쿠폰 구입)
 - 사무국은 서비스에 적합한 콩시에르주를 연결
 - 회원은 시간당 쿠폰 1매를 콩시에르주에게 지불
 - 콩시에르주는 쿠폰을 시나가와구 공용상품권과 교환(액면가 500엔)
- 등록 회원은 매년 큰 폭으로 증가하며 전후세대의 정년을 맞아 활성화 기대
2008년 이와테현 하나마키시에 2호점 개점으로 프랜차이즈화를 꾀함.

4. 지역자원을 살린 관광산업력

1) 쇼와시대거리 재현으로 관광교류 활성화

오이타현 분고타카다시 쇼와마을

① 지역의 개성을 이끌어내다.

- 인구 2만 5,000명 소도시 분고타카시, 8개 상점가 중 빈점포 대책사업을 실행한
4개 상점가가 쇼와 마을 사업의 중심 (4개 상점가 53개 점포 중 공점포 27개)
- 기존 상점가를 활성화 시키는 이유와 해답을 얻기 위해 지역의 역사와 전통의
시간 축과 공간 축을 파악, 1997년 '분고타카다 시가지스트리트 스토리'작성.
- 이 지역이 조카마치, 다이쇼와 쇼와시대의 근대 유산이 많이 남아 있는 있음을
알고 가까운 시대인 '쇼와시대'에 집중하여 테마의 방향을 잡게 됨.
35명으로 구성된 '상점가시가지 실태 조사위원회'의 조사를 통해 상점가 건물
의 50~60%가 1960년 이전에 지어졌으며 쉽게 복원이 가능함을 알게 됨.

② 쇼와 마을의 출범

- 쇼와 30년대를 테마로 개별 점포 복원, 빈점포 활용, 거리경관 통일정비사업이
시작됐으며 쇼와 상점은 다음 4가지 키워드로 추진됨.

- 쇼와 시대의 건축물 재생 (난간 철거, 간판에 나무나 양철판 사용)
- 쇼와 시대의 역사 재생 (한 상점 한 보물)
- 쇼와 시대 상품 재현 (한 상점 한 상품)
- 쇼와 시대 상인 재생 (고객과 마주보는 접객)
- 관광객 급증으로 상공회의소 중심으로 한계에 달해 분고타카다시 관광마치즈
쿠리주식회사 설립하여 마을의 질 유지, 총체적 동질성, 역사 건축물 활용 확장
- 1935년 지어진 농업창고를 전시관인 '쇼와로만조'로 개조
다카시아(구멍가게)를 운영하는 고미야 유센씨 보유한 쇼와 시대 장난감 1만점
동화작가 구로사키 요시스케의 그림책 컬렉션 등을 개장.

5. 지역의 멋을 살리는 창조력

1) 모토마치스타일을 추구하는 타운매니지먼트

가나가와현 요코하마시 모토마치 상점가

① 개항 150년 요코하마의 역사

- 요코하마의 개항으로 외국인 대상의 상업지역으로 관동대지진과 대공습으로 피해를 입다가, 미군 상륙으로 부흥했으며 미군철수로 상점가가 존속의 위기에 직면 하면서 모토마치 쇼핑스트리트 어소시에이션 지역활성화 운동이 시작 됨.
- 1970년대 후반 전국에 하마트라 붐을 이룸 (요코하마의 트레이디셔널 패션)
페리스 여대생의 발랄 세련 패션이 논노나 앙앙에 소개, 일본 여성을 사로잡음.
3대 보석 : 후쿠조의 트레이닝복, 미하마의 굵 낮은 구두, 기타무라의 가방

② 하드웨어 정비사업에서 소프트웨어 사업으로

제1기 : 1950년대 외국인 고객을 잃게되자 지역 전통을 살리면서 젊은 세대를 타깃으로 하는 새로운 활동을 전개 함

상점가 1.8m셋백을 10년에 걸쳐 단행, 보행자 공간을 탄생

1967년 유럽 6개국의 일류 상점가와 자매협약을 맺고 직수입, 정보교화, 오리지널 상품개발

제2기 : 오일쇼크를 계기로 공급과잉 시대로 진입, 1982년 지역 활성화 구상인 '나이스 데이 모토마치'책정. 1985년 보도폭 확장, 전선매립 등으로 가로의 수준 향상. '이시기에 '모토마치 마치즈쿠리협정'을 체결

제3기 : 2004 도큐 도요코선과 연결되는 요코하마 미나토미라이 선이 개통, 모토마치의 혼잡과 시부야로 고객 유출 위기가 팽배해짐.

선에서 면으로의 확대로 하드웨어 사업에 모토마치에 어울리는 새로운 규칙과 스

타일 확립을 위한 소프트웨어 사업에 주력하게 됨.

④ 수준높은 타운매니지먼트

- 지역의 4개 상점가 단체가 연합하여 2003년 모토마치 마치즈쿠리 협의회 구성
- 마치즈쿠리 사업 규범인 요코하마 모토마치 마치즈쿠리 헌장을 제정함.

마치즈쿠리 사상 : 지역 친절의 실현, 시간과 공간 사람들 마음속에 남는 독창적인 모토마치스타일을 확립하고 실천함.

- 마치즈쿠리 기본 방침 : 매력있는 거리경관 창조, 친절 넘치는 지역으로 양성, 모토마치 상인 스타일의 창조와 확립

⑤ 모토마치만의 오리지널 상품 추구

- 솥형 전문가에 의해 오리지널상품/기타무라 가방, 미하마의 펌프스 힐, 신나노야의 양복, 수타주엘리의 액세서리, 긴메이도의 안경, 야마오카의 모피 등

*다른 매장에 납품 하더라도 모토마치 만의 고유한 상품 확보