

해외의 전통시장 탐방

- 대만, 홍콩

임형빈 | 충남발전연구원 지역정책연구부

본 내용은 충남도 상인회의 해외 전통시장 연수계획에 따라 2010년 6월 28일부터 7월 2일까지 4박 5일 일정으로 대만, 홍콩의 전통시장을 방문한 내용을 정리하여 소개한다.

1. 대만(Taiwan)

1) 대만(Taiwan) 개요

대만(Taiwan)은 36,000km²의 국토면적에 22,867천명(2007년 기준)의 인구를 가지고 있는 나라로 수도는 臺北(타이페이)이다. 타이페이는 272km²의 면적에 263만명(2007년)의 인구가 거주하고 있다. 대만의 주요 경제지표로 경제성장률은 2007년 5.7%, 국내 총생산(GDP) 규모는 2007년 394,789백만달러, 1인당 국민소득은 17,294달러이며 타이베이시의 1인당 GDP는 48,400 달러로 알려져 있다.

이러한 타이페이의 대표적인 명소는 야시장으로서, 2007년 타이완 관광청 통계에 따르면, 관광객들이 가장 선호하는 여행지 1위는 유적지나 관광명소가 아닌 "야시장"으로 나타났다. 연평균 20도가 넘는 기후 탓에 야시장이 활성화될 수밖에 없는 현지 생활문화가 매력적인 관광상품으로 승화된 것으로 타이베이에는 타이완 최대규모의 스린(士林) 야시장을 비롯해 중형규모의 화시(華西街) 등의 명물 야시장이 있다.

2) 스린 야시장(士林夜市場)



스린 야시장 위치

젠탄역과 인접해 있으며, 지상의 오토바이 주차장과 지하의 자동차 주차시설이 있다.



스린 야시장 주변 교통시설(지하철역 오토바이 및 자동차 주차시설

현재 스린야시장은 두개의 범위로 나뉘어 있다. 한 곳은 전통양명 극장(陽明戲院)주변에 있는 거리로 대남로(大南路)의 자성궁(慈 宮) 일대를 포함하고 있다. 다른 한 곳은 스린시장 범위에 속하는 노점 구역으로서 음식노점상 구역으로 검담(劍潭)전철역 입구 정면 맞은편에 위치해 있다. 대로변부터 골목마다 빼곡하게 진열된 가판대에 육류滿漢滿漢결가금류등 먹을거리로 ‘음식 백화점’을 방불케 하며, 대만의 전통음식부터 스테이크, 닭고기, 두부요리, 과일젤리 등 다양한 음식을 팔고 있다.



스린 야시장 거리

야시장 인근에는 학교가 많아 학생들 위주의 소비집단이 형성되었고 가격도 일반 상점보다 저렴하다. 또한 대만인들의 외식 생활문화로 인하여 가족단위의 시장 방문이 늘어나는 계기가 되었다. 가구, 악세사리, 의류, 애완용품점등과 같은 상점들이 모여있을 뿐만 아니라 불링, 오락실 등 젊은이들을 모이게 할 수 있는 위락시설들이 시장내에 들어서 있다. 전통적인 시장의 모습과 현대적인 의류, 화장품, 장신구 매장이 함께 위치하고 있어 마치 명동과 남대문 시장을 붙여놓은 듯한 거리 분위기가 공존하고 있다.



스린 야시장 내 쇼핑물

각종 먹을거리와 놀이문화, 최신유행 상품이 공존하는 시장의 이미지로 해외 관광객과 젊은이들이 모이는 장소가 되고 있다.

3) 남문시장

남문시장은 타이베이의 90년 전통의 역사를 지닌 소매시장 중 하나였으나, 건물 현대화 이후 가공식품을 주로 다루는 전문시장으로 탈바꿈하였다. 1층은 육포와 훈제돼지고기, 말린과일과 과일, 향신료, 각종 가공음식류 등이 간편한 식사를 원하는 손님들을 집객하고 있다. 2층은 의류 상가들이 자리를 잡은 상태로 안정적인 진열체계와 편안한 동선, 밝은 조명 등으로 시장의 경쟁력을 키우고 있다. 특이한 것은 건물내에 구청, 시장관리처가 함께 위치하고 있다는 점이다. 관광서를 찾는 사람들과, 공무원들의 자연스러운 시장 출입이 가능하게 하고 있으며, 시 정부의 적극적인 전통시장 관리가 이루어짐을 알 수 있었다. 이곳에서 시장관리를 담당하고 있는 공무원과의 간담회를 통해 정부차원의 시장관리 상황을 알 수 있었다.



상가 개요

- 점포수 : 271개 (빈점포 14개, 5.1%)
- 사용층 : 지상 2층, 지하 1층
 - 지하 1층 : 어류, 정육, 음식 등 판매
 - 지상 1층 : 과일, 야채류, 훈제육, 생선조림, 무침, 튀김 및 조리식품, 떡 등 판매
 - 지상 2층 : 의류, 잡화, 관광용품, 화장품 등 판매
 - 지상 3·4·5층 : 행정기관(시장관리처, 중정구청 등) 위치





시장 내부

[타이페이시 시장처 방문 브리핑 및 간담회]

- 일시 : 6월 29일 9:30~11:00
- 장소 : 남문시장 3층 타이페이 시장처
- 면담자 : 시장경영과 계장 간려숙(簡麗淑)

대만의 전통시장과 상점은 총 55개소이며, 그 중 전통시장이 46곳, 전통상점이 9곳이 있으나, 예전에 비하여 전통시장의 경쟁력이 약화되고 있다. 현재 전통시장의 문제점으로 대두되고 있는 것으로는, 시설 노후화, 상점 경영자들의 노령화, 다양한 사회경제적 변화(백화점, 대형마트등과의 경쟁 심화)등이 있다.

특히 대형마트 입지에 따라 기존 전통시장이 위축되고 있는 상황이나 이를 보호하기 위한 정책이나 규제는 없는 상황이다. 또한 시장 활성화와 시장상권 보호를 위한 세금, 보조금의 정부정책은 예전에는 존재하였으나 지금은 없는 상황이다. 상권보호와 관련한 노점상 대책은 정부에서 관리하고 있으며, 위생관리를 중점적으로 관리하고 있다. 노점상은 기존 상점과 공존하는 부분이 많이 있다.

이러한 문제점 해결하기 위하여 첫 번째로 시장시설 현대화 및 관련 정부 부처의 전통시장 관련 법규 정비하고 있다. 타이완시의 시장환경 재개발을 실시하고, 빈 점포를 줄이는 방안등을 모색하고 있으며, 3년간 6억 5천만 대만달러(약 250억원)를 투자하여 노후화된 시장내의 화장실 등 편의시설을 중심으로 시장시설을 개선하고 있다. 또한 사람들을 유치하기 위하여 환경정비(조명, 화장실, 시장바닥, 배수), 조명, 건물관리등을 추진하고 있다. 그리고 빈 점포에 대해서는 공개 입찰방식으로 매각하고 있다.

두 번째로 시장 관리 전담 공무원이 전통시장 발전을 위한 계획을 수립하여 추진하고 있다. 현재 중앙 정부의 시장관리 정책은 20여 명의 담당 공무원이 담당하고 있다. 마케팅 자원에서 시장내 점포들의 매출을 높이기 위하여 여러 방안을 모색하고 있다.(ex. 시장별, 점포별 매출 경연대회 개최 등) 또한 빈 점포를 활용한 벼룩시장 등 다양한 이벤트 도입하여 시장을 활성화 시키려 하고 있다.

최근에는 전통시장 재개발시 상가형 시장으로 개발을 유도하여 백화점식 점포로 전환하고 있으며, 이때 사람들의 생활 환경, 쇼핑 취향을 고려하여 시설 변화를 모색하고 있다. 이러한 시장재개발을 통하여 활성화된 전통시장의 예가 다수 있다.

4) 디화지에 시장(迪化街)

디화지에 시장은 1850년대부터 시장이 만들어 졌으며 타이완 전역에서 가장 큰 규모와 오랜 역사를 자랑하는 전통 재래시장이다. 타이베이역에서 도보로 약 20분이 소요되며 약 800m의 거리에 500여 점포가 들어서 있다.

도매시장과 소매시장이 같이 공존하고 있으며, 거리 양쪽에는 대만 전역에서 생산된 곡식, 육류 등의 여러가지 물건들과 약재를 파는 상점이 입지하고 있다. 평소에도 많은 인파로 유명한 곳이지만, 특히 매년 설날때가 되면 더 많은 사람들이 모이는 시장으로 알려져 있다. 시장 거리에는 청나라 시대의 건물과 일제치하 시의 바로크 양식의 건물이 시장 주변에 남아 있으며 현재는 보존을 위한 문화재로 지정되어 있다.

각종 약재와 약초, 다양한 차, 건어물 등을 취급하지만 특히 약초를 판매하는 점포가 많았다. 시장의 구성은 품목별로 구성되어 있으며, 시장안쪽에는 쌀등의 곡식이 거래되는 도매시장이 있다.



디화지에 시장

5) 화시지에 야시장(華西街夜市)



화시지에 야시장 위치

도 거리에 화서가 야시장의 패루(입구 문)가 있다. 야시장 입구는 중국 전통건축양식으로, 붉은색 궁둥을 걸어놓아 특색 있는 시장 거리를 형성하였다. 시장 내부의 메인 거리는 천정시설이 되어 있으며 천정은 개폐식으로 유사시 열리는 구조로 되어 있다.

청나라때부터 타이베이 지역의 중요한 화물집중항구였던 이곳은 ‘고구마시’라고 불려졌고 화서가 주변에서는 ‘보두리’라고도 불렸다. 몇 년전부터 타이베이 시정부에서의 시장 정비 사업등을 추진하여 새로운 모습으로 탈바꿈하였다. 먹거리 위주의 시장으로 산과 바다를 아우르는 여러가지 재료로 만든 음식들이 있으며, 특히 뽕, 자라 등을 판매하는 상점들도 있어 특색있는 먹거리 시장임을 알 수 있었다. 또한 서예, 그림, 부채 등 전통예술품을 취급하는 곳이 많아 대만의 전통특색이 많이 남아있는 시장이다.



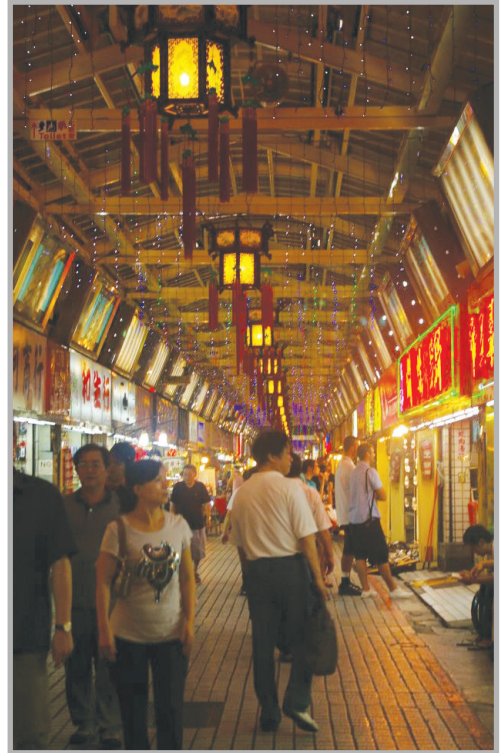
노점을 운영하는 상인들의 복장이 통일되어 있었으며 노점운영을 통제하에 관리되고 있었다. 적정한 노점의 수를 관리하고 있으며, 이러한 노점을 통하여 전통시장의 활력을 더하고 있음을 알 수 있었다.

만화구에 위치한 화서가 야시장은 타이베이에서 가장 유명한 국제적 관광미식 거리로 유명한 곳이다. 이곳은 50년 정도의 역사가 있고 보약, 한약식품, 공예품, 잡화, 전통음식 등이 유명하며, 특히 신선한 해물로 유명한 것으로 알려져 있다.

대중교통 접근성은 전철 판남선 용산사(龍山寺)역에서 하차하여, 광주(廣州街)로 진행하여 왼쪽에 있는 광주가 야시장을 거쳐 약 2분정



시장 및 주변 노점



시장 내부(천장개폐식)

2. 홍콩(中華人民共和國香港特別行政區, Hong Kong Special Administrative Region of the People's Republic of China)

1) 홍콩 개요

홍콩은 1,104km²의 면적에 2008년 기준으로 인구 6,943천명으로서 경제성장률은 2008년 4.5%, 2009년 - 3.1%을 보이고 있다. 국내 총생산(GDP)은 2,933억달러(2009년), 1인당 국민소득 29,826달러(2009년)이며 산업의 대부분은 서비스업으로서 그 비중이 90%를 차지하고 있다. 특히 컨테이너 항구는 물동량이 세계에서 가장 많은 컨테이너 항구를 가지고 있다. 또한 아시아의 금융 중심지로서 대외 은행 교역량으로 세계 15대 은행 센터이다.

2) 스텐리 마켓(Stanley market)

홍콩섬의 최남단 스텐리반도 끝에 해당하는 곳에 있는 해변가에 위치하고 있으며, 주변에는 어항과 해수욕장, 숲으로 둘러싸인 고급 빌라들이 위치하고 있다. 스텐리 마켓이 있는 지역은 예전에는 어촌마을이었으나 지금은 해수욕장과 시장, 노천바(Bar), 고급 레스토랑이 다수 입지하고 있다. 시장에는 서양인들이 좋아하는 품목들이 많으며, 악세사리, 민속품, 의류, 골동품등을 팔고 있다.



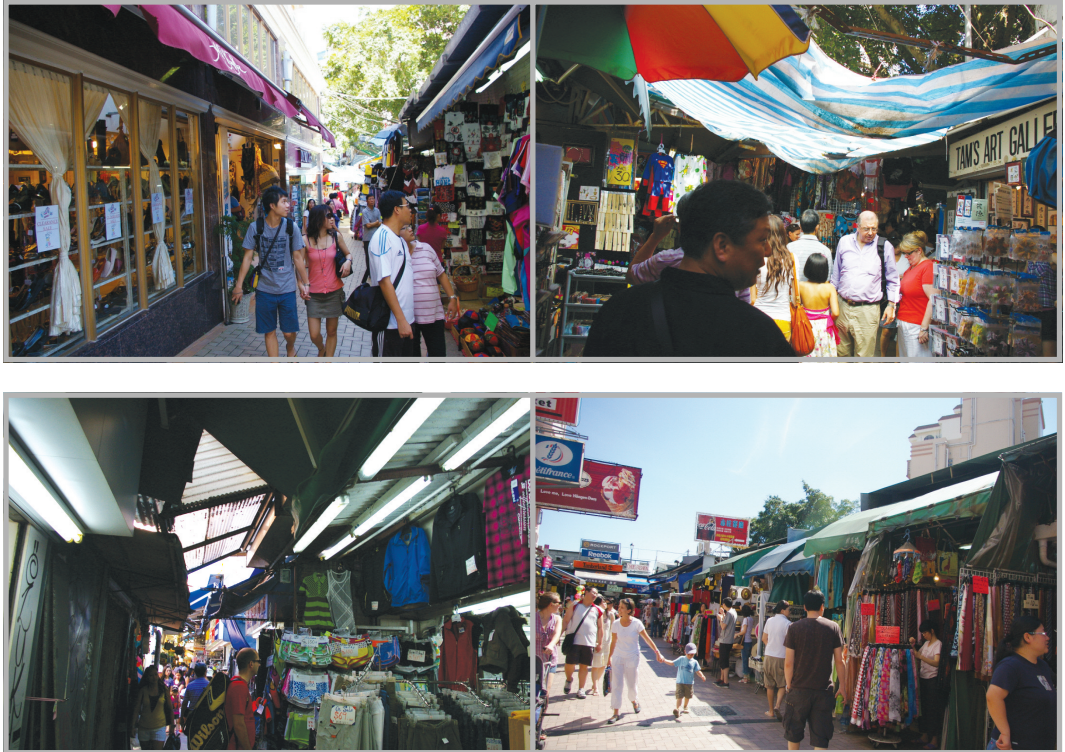
스텐리 시장 입구

시장 좌우로 스텐리만 연안의 산책길을 제공하고 있으며 그 주변에는 해산물 레스토랑이나 각종 음식점이 있어서 유럽의 시골 해변 정취를 느낄수 있게 한다. 스텐리 지역은 기존 어촌마을의 어촌 기능이 쇠퇴하면서 자연스럽게 관광형 시장으로 변화하여 발전하였다. 기존 어촌마을의 오래된 창고 등의 시설을 활용하여 상점, 음식점, 노천바등의 상업시설로 이용하고 있었다. 스텐리 시장은 해외 잡지사를 통하여 시장을 소개하는 홍보 마케팅을 꾸준히 펼쳐 유명해진 시장으로 알려져 있다.



해변가 주변 노천바

주요 품목은 실크의류, 중국 전통 옷, 인형, 기념품, 중국 공예품 등으로 관광형 시장임을 알 수 있으며, 레스토랑과 노천바는 스텐리 시장 해변가에 위치하여 프랑스, 이탈리아, 인도, 태국 요리 음식등을 팔고 있다.



시장 내부 골목

3) 템플 스트리트 야시장(Temple Street)

템플 스트리트 야시장은 Jordan 과 Yau Ma Tei in 지역에 위치하고 있는 120년 전통의 홍콩 야 시장이다. 서울의 황학동 시장 같은 중고 물품과 토속 기념품을 파는 좌판들이 많이 있으며, 비교적 값이 싼 소품, 기념품, 토속음식을 파는 상점이 입지하고 있다. 오후 4시부터 12시 까지 야시장이 열리며 야시장이 열리는 시간동안 도로를 차단하여 보행자의 편의와 상업활동을 지원하고 있다. 특히 이 야시장은 '남자들의 시장'으로 알려져 있으며, 주로 남성패션 아이템이 많은 시장이다. 노천 의 음식과 간식으로 유명하며 주로 해산물을 요리하는 음식점들이 많았다. 이곳의 노점들 역시 허

가제로 운영되고 있었다. 특색있는 것은 거리가 끝나는 곳에 점술가들이 모여 있었으며 경극을 하는 사람들이 거리에서 공연을 하고 있었다.



야시장 주변 점집들



야시장 주변 노점



시장 내부



4) 홍암시장(Hung Hom Market)

홍암시장은 홍콩인들이 주로 이용하는 상가형 시장으로서 수산물, 육류, 야채, 채소등을 파는 상점들이 입점해 있다. 시장 운영시간은 아침 6시부터 오후 7시 까지이며 2층의 푸드센타(시장에서 산 물건을 조리해 주는 상점)는 새벽 2시 까지 운영하고 있다. 특히 2층의 푸드센타에서는 시장에서 산 식재료를 가지고 가면 음식을 조리해 주는 음식점이 입점해 있어 외식을 하는 홍콩인들이 많이 찾아오고 있다.



시장 내부



푸드센터

시장 4층에는 시장의 유지 관리를 위하여 식품환경위생서(Food and Environment Hygiene Department) 산하 공무원이 시장에 상주하여 관리, 감독을 하고 있다. 시장시설 관리는 민간의 관리회사에서 하고 있으며, 시장의 청결, 건물유지 보수 등의 업무를 하고 있다.

시장의 질서유지와 시장 이용객들의 원활한 통로 이용을 위하여 통로바닥에 상품진열 금지라인이 그려져 있으며, 상점마다 이 라인 밖으로 판매대가 나오는 것을 금지하고 있었다.

3. 시사점

해외 전통시장들은 정부의 적극적인 시장관리를 통하여 경쟁력을 확보하고 있음을 알 수 있었다. 해외 전통시장 역시 대형마트등과의 경쟁 심화에 따른 위기감이 있으나, 적극적인 공공의 개입으로



홍암시장 입구



시장관리 모습



시장 내부

[홍암시장 방문 브리핑 및 간담회]

- 일시 : 7월 2일 9:30~11:00
- 장소 : 홍암시장 4층
- 면담자 : 식품환경위생서(Food and Environment Hygiene Department)
산하 시장관리 장영윤(張榮潤)

홍콩의 상설시장은 200개가 있으며, 시장 규모에 따라 공무원이 3-5명씩 상주하고 있다. 홍콩의 상가형 시장은 관리의 편리성과 위생문제를 해결하기 위해서 1970-80년대부터 현대화하기 시작하였다. 홍콩의 전통시장 역시 대형마트와 경쟁관계에 있어 시장 경쟁력을 높이는 방안을 모색중에 있다.

홍암시장의 정문은 대로와 접하고 있고, 후문은 주택가와 접하고 있는 상가형 시장으로서 시장관리는 주로 식품위생과 시장의 청결, 시장관리, 음식물 검사 등의 업무를 하고 있다. 시장시설의 관리는 민간업체와 계약을 체결하여 시장관리를 함께 하고 있다. 또한 시장의 전반적인 협의 및 관리는 시장상인대표와 공무원, 관리업체가 공동으로 협의하고 결정한다. 시장 경영 위원회(Market Management Consultative Committee, MMCC)에서 시장에 관련 정부시책, 이슈, 조정 역할을 담당하며, 이 위원회는 시장대표관계자, 시민, 구의원등이 참여하고 있다.

상점의 임대료는 월세로 운영되며, 업종마다 매출 및 이윤이 틀리기 때문에 업종마다 월세가 다르게 운영되고 있다. 푸드센터, 해산물 등의 상가 임대료가 비싼 편이다. 빈 점포 발생시 공개 경매를 통하여 새로운 운영자에게 운영권 주는 형태로 시장이 경영되고 있다.

시장 지하를 주변 지역의 쓰레기를 처리할 수 있는 하치장을 설치하여, 구역내 쓰레기 처리하는 공동 시설로 이용중에 있다. 그리고 같은 건물안에 공공도서관, 동사무소 등 공공시설이 복합화하여 입지하고 있다.

시장 경영 역점사항으로는 다음과 같다.

- ① 식품 신선도 유지에 따른 식품위생 향상
- ② 현대식 대형마트와의 경쟁력 강화를 위한 환경개선
- ③ 인근주민을 대상으로 활발한 홍보, 마케팅 전개

경쟁력을 강화하기 위한 정책적 방안이 모색되고 있었다. 홍콩의 경우에는 200여 개의 시장에 식품환경위생서 공무원을 파견하여 시장을 관리하고 있으며, 대만의 경우에는 지자체 산하 시장관련 업무 조직이 종합적인 시장 관리를 하고 있음을 알 수 있었다. 이러한 해외 전통시장의 시사점을 살펴보면 다음과 같다.

① 관광 목적의 야시장과 내국인들이 주로 이용하는 재래시장과의 시장경영의 정책적 차이점 존재하고 있다. 내국인들이 주로 이용하는 시장의 경우에는 위생과 편의를 위하여 상가형 시장으로 정비하여 적극적으로 관리하고 있으며, 관광형 시장의 경우에는 각국의 전통적인 생활 모습을 바탕으로 차별적인 시장의 환경을 조성하고 있다. 관광형 전통 재래시장의 발전은 주민들의 생활상에서 나오는 생활양식, 지역적 특성을 활용하여 좋은 관광상품으로 발전시킨 것으로, 중국인들의 다양한 식생활, 외식문화, 생활모습 등의 생활양식과 지역적 특성인 더운 날씨를 피하기 위한 야시장을 잘 조화시킨 결과이다.

② 전통시장의 경우 무조건적인 시설투자 보다는 지역의 특색있는 환경을 조성하기 위한 노력을 기울이고 있다. 시장내 전통적인 문양, 상징물 활용하고 있었으며, 홍콩 스텔리 마켓의 경우 새로운 시설 투자 보다는 기존 어촌 마을의 시설을 활용하여 특색있는 시장의 모습을 형성하고 있었다.

③ 상가형 시장으로 재개발시 다른 기능들과 복합화시켜 개발하고 있는 추세이다. 상가형 시장의 경우 시장건물과 공공의 관청, 시립 도서관, 시립 스포츠 센터 등의 시설과 복합화를 통하여 사람들이 모일 수 있는 환경 조성을 조성하고 있었다. 홍콩 홍암시장은 시장관리 사무소, 동사무소, 스포츠센터, 시립 도서관과 복합화 되어 있었으며, 대만의 남문시장은 같은 건물 내에 타이페이 시장채, 중정구청이 입지하고 있었다.

④ 시장 구역 내에 젊은이들이 모일 수 있는 위락, 문화시설이 유치되어 있었다. 시장내 오락실, 볼링장, 아케이드를 조성하여 시설적인 측면에서 젊은이들의 유입을 모색하고 있다.

⑤ 시장 내의 활력을 위한 노력과 질서유지를 위한 규제 정책이 모색되고 있었다. 시장의 활력을 도모하기 위하여 노점을 허용하되 위생 및 질서 측면에서 관리하여 집객역할을 할 수 있도록 운영하고 있다. 노점을 운영하는 사람들의 복장을 통일하여 관리하는 등 관리가 가능한 측면에서 노점을 활성화시키고 있음을 알 수 있다. 또한 시장 이용객들의 원활한 통로 이용을 위하여 통로바닥에 상품진열 금지라인을 그려 상점마다 이 라인 밖으로 판매대가 나오는 것을 금지하여 운영하고 있었다.

⑥ 공무원, 시장상인연합회가 파트너십을 바탕으로 협력하여 정부시책, 시장현안에 대하여 협의하고 결정하고 있었다. 홍콩의 시장 경영 위원회(Market Management Consultative Committee, MMCC)를 통하여 공동의 문제를 해결하고 있다.

⑦ 홍보, 마케팅을 통하여 세계적으로 유명한 관광형 시장으로 발돋움 하고 있다. 홍콩 스텐리 마켓은 해외 잡지사를 활용하여 세계적인 관광형 시장이 되었다.