

전통시장 활성화 토론회 토론문

권영현(충남발전연구원 선임연구연구원)

▣ **토론 분야(주제)** : 전통시장 활성화 토론회 토론문/문화관광분야

▣ **토론 요지** :

1. 현황

- 2007년부터 현대화사업 등 각종 전통(재래)시장 육성책(주차장 및 화장실 등 편의시설 개선, 시장별 홈페이지 및 온라인 쇼핑몰 구축, 전자상거래, 전화주문 콜센터) 추진 됨
- 전통시장 고유의 문화전통을 가미해 관광명소로 만드는 ‘문화관광형시장’ 방안이 모색되어, 2008~2012 문화관광형시장 포함한 특성화시장육성사업 추진, 40개 대상 중 충남 4곳(‘08 부여시장, ‘10 아산 온양시장, ‘11 금산 수삼시장, ‘12 공주 산성시장)
- 선정된 시장은 문화시설설치(전통문화체험장, 야외공연장/중소기업청), 문화체험 콘텐츠 개발(문화체육관광부), 공공디자인 개발(지식경제부)의 지원이 이루어짐
 - (문화관광)콘텐츠 개발 : 이미지 연출 콘텐츠, 볼거리, 먹거리, 관광객 유치 방안
 - 시설도입 : 특산물판매장, 역사문화체험장, 정보센터, 야외공연장, 광장 및 소공원, 상설마트, 먹거리 타운, 주거공간, 주차장
 - 휴먼웨어 : 상인조직력 및 역량 강화,

2. 문제점

- 시장 본연관점, 문화관광형 시장으로의 명확한 성격, 프로그램의 지속성에 한계성
 - 업종 및 취급품목의 변화, 차별/계절 및 수요 편차, 유통체계나 이윤구조의 변환
 - 도출된 콘텐츠의 결실인 상품개발로 이루어지지 못함/프로모션에 전적 의존
- 지역주민이 참여하는 마을 만들기의 상인 주도 역량
 - 관 주도 물적도시계획에서 주민주도형 도시재상으로 전환을 제시
 - 지역에 기여할 수단, 누적된 기여도, 관지원에서 자립형 구도로 가능성 여부
- 문화공연 콘텐츠의 지속성 확보
 - 대규모 이벤트의 개최주기, 획일적인 프로그램 구성, 시장 규모나 매출에 대비한 비용
 - 단일 소재의 공연은 일회성으로 재방문이 이루어지기 어려움

3. 방안

- 규모 및 역량에 적합한 대응 및 기능 부여/중양과 지역관점의 차이
 - 주 상품, 부가상품, 프로모션이 투입될 시장, 상품에 치중할 시장 등으로 구분
- 도내 공연 단체의 도 연합 차원 활용
 - 국악단 및 지역의 소규모 공연단체, ‘혼불’ 등의 연계 참여, 젊은 공연 콘텐츠
- 먹거리 선택의 폭 확대/저가, 시장 정취 외에 판매 공간을 관통하는 공간(식단)
- 지역에 기여하는 활동의 누적/주도할 수 있는 반관반민 성격의 조직 구성 요구

관광자원	특성 상품	먹을거리	공연 및 이벤트
부가 상품	주 상품	부가 상품	프로모션

전통시장 활성화 토론회 토론문

박희석(남서울대학교 호텔경영학과 교수)

▣ 토론분야(주제): 전통시장과 지역 문화관광

▣ 토론 요지 :

전통시장, 지역 문화관광 활성화 관점에서 바라봐야

최근 국내에서 대형 유통업체들의 대동으로 인한 전통시장과 소상공인들의 생계위협 문제가 지속적으로 이슈화되고 있는 가운데 이를 지역 문화관광 활성화 관점에서 살펴보고 궁극적으로 전통시장이 갖은 고유기능의 차별화 전략 측면에서 해법을 찾아야 할 것 같다.

지역 문화관광은 지역문화를 근간으로 주로 이루어지는 관광을 의미하는 것으로서 전세계적으로 문화관광 탐방 열풍이 일어나고 문화관광 활성화를 위한 다양한 정책이 나오는 근본적인 이유는 관광 활성화로 야기되는 각종 문제점들에 대해 문화관광의 탁월한 효과를 나타내기 때문이라고 했다.

문화체육관광부는 2008년 침체하고 있는 재래시장을 따뜻한 정취와 북적이는 흥이 있는 문화체험 공간으로 활성화하는 '문화를 통한 전통시장 활성화 시범사업'(문전성시 프로젝트)을 시작하는 한편 그 시범시장으로 수원 못골시장과 강릉 주문진시장을 선정했다. 2011년도에 문전성시 프로젝트의 시범사업은 23곳(2008년 2개, 2009년 4개-서천군 한산오일장, 2010년 10개, 2011년 7개)에서 수행되었으며, 2011년도에 종료되었다. 이러한 시범사업은 중소기업청의 문화관광형 사업으로 통합되었으며, 이를 포함하여 특성화 시장 육성사업으로 40곳(2008년 4개-충남 부여시장, 2009년 6개, 2010년 8개-아산 온양전통시장[문화관광형], 2011년 6개-금산시장 및 금산수삼센터, 2012년 16개-공주 산성시장)이 추진되고 있다. 또한 중소기업청은 2011년도부터 상권활성화 사업을 전국 총 7곳을 선정하여 추진되고 있는 실정이다.

또한 전통시장 활성화를 위하여 소관부처별 다양한 과제를 합동으로 수행하고 있다. 즉, 전통시장 경쟁력 강화(중소기업청, 행정안전부, 보건복지부), 전통시장체험 및 재구매유도(교육과학기술부, 중소기업청) 그리고 스마트한 전통시장 이용촉진(중소기업청, 행정안전부, 각 통신사) 등을 관련부처에서 각각의 과제를 운영하고 있다.

그러나 전통시장의 활성화를 위한 정부부처별 다양한 사업이 수행되고 있으나 이러한 정부의 지원사업으로 인한 전통시장의 지속적 성장과 지역상권 및 경제 활성화 뿐만 아니라 경제

적 파급효과(송학준.이충기.문지효, 2012)를 분석한 연구도 거의 이루어지지 않고 있다. 이러한 전통시장 관련 선행연구는 전통시장의 활성화(김중식, 2003; 남윤형.류태창.홍경구, 2010; 류태창, 2010; 이재하, 2007; 임용택.전석모, 2010; 정종식.김영민, 2007)에 대한 연구가 주류를 이루며, 그 외에 서비스 품질(성형석.한상린, 2007; 오동욱.오완근, 2007), 방문의도(김경수, 2009), 선택속성(김현, 2010) 그리고 시설건축 및 입지(김중식, 2003) 등에 관한 연구가 주로 수행되어 왔다.

따라서 지역 문화관광 관점에서 볼 때 다양한 문화관광 상품의 개발이 필요하고, 관광객들의 접근성과 편의성 제고가 기본적으로 요구되나 전통시장의 관광 매력성 특히, 신기성과 체험성, 고유성과 정감성 등을 훼손할 수 있기 때문에 과도한 개발보다는 보존을 중요시 하는 정책이 우선되어야 할 것이다. 그러므로 지역 전체 문화관광 관점에서 살펴보면, 주차장이나 아케이드와 같은 새로운 시설도입이 단기적으로는 지역의 문화관광을 활성화하는 것으로 보일 수 있을 것이다. 그러나 중장기적인 관점으로 살펴보면, 그 지역의 신기성과 고유성이 훼손됨으로써 지역 전체의 문화관광 공간을 더욱 황폐화시키고 지역 문화관광 상품이 그 지역의 대표성을 상실할 수도 있을 것이다.

또한 궁극적으로 지역 문화관광을 통한 전통시장의 활성화를 위해서는 ▲문화관광형 전통시장의 명확한 개념 정립 ▲전통시장 활성화를 위한 소관부처간의 통합 조정기관 설립 ▲지역별 전통시장의 문화관광 특성화 시장 육성 등의 여건이 기본적으로 갖추어져야 할 것이다.