

제2장

전통시장의 여건변화 및 정책 동향

제1절 전통시장의 기능 및 침체요인

제2절 전통시장 활성화 제도 및 정책



제1절 전통시장의 기능 및 침체요인

1. 전통시장의 기능 및 구분

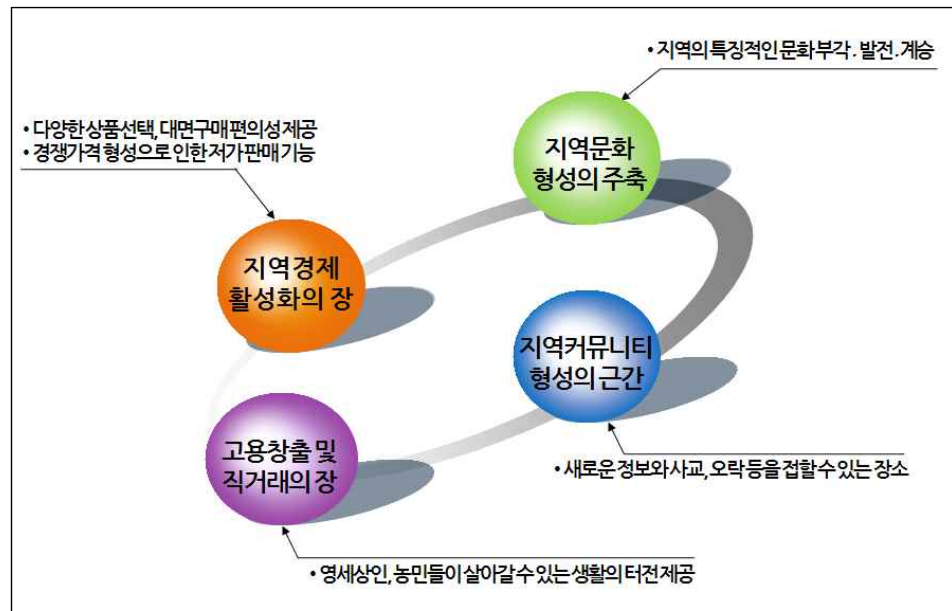
1) 전통시장의 기능

- 전통시장은 경제적 기능을 수행하는 물리적 공간만을 의미하는 것이 아니라 사람들의 문화, 생활양식, 인간 행태의 유기적 결합에 의해 구체화된 공간을 의미
 - 전통시장은 상품을 판매하고 구매하는 경제적 기능을 가지고 있으며, 단순히 물리적 환경에 의해 한정된 공간만을 의미하는 것이 아니라, 그 안에 있는 사람들의 문화, 생활양식, 인간 행태의 유기적인 결합에 의해 구체화된 공간을 의미
 - 생활양식과 물리적 환경이 유기적으로 결합하여 자연스럽게 형성된 공간
- 만남의 장으로서의 역할과 지역 전통과 문화 보존의 커뮤니티 공간 담당
 - 개인적 상호교류 및 사회적인 오락 등과 같이 도시의 공동체(community)를 형성하는 장소의 총체적 의미 지님
 - 활기찬 만남의 장소, 오락을 제공하는 즐거운 장소로서의 기능 담당
 - 즉, 경제적 기능과 함께 지역공동체의 결속을 다지는 사회문화적 공간으로서 복합 기능을 수행
- 지역경제 활성화의 장
 - 소비자에게 다양한 상품선택과 대면구매의 편의성 제공
 - 경쟁가격 형성으로 인한 저가 판매 기능 및 중·저소득층에 대한 상품구매기회 확대
- 고용창출 및 직거래의 장
 - 생업적 영세상인, 농민들이 살아갈 수 있는 생활의 터전 제공
 - 사회복지정책에서 소외된 사람들의 고용기회 창출
- 지역커뮤니티 형성의 근간
 - 다양한 사람들이 한 곳에 모여 정보를 주고받는 인적교류를 행할 수 있는 장
 - 전통시장은 비경제적 기능인 사회적 교류나 도시민의 여가이용의 장소로서 기능뿐만 아니라 특히 근린생활권 계획에서 필수적인 단위로 학교와 더불어 큰 기능 담당
 - 흥정 등의 매매·거래로 심리적인 만족감

- 새로운 문물의 소개와 전파, 뉴스, 사고, 오락 등을 접할 수 있는 장소
- 다양한 정보의 교류가 이뤄지는 지역커뮤니티의 중심공간으로서 중요한 기능 담당

■ 지역문화형성의 주축

- 전통시장을 통해 각 지역의 특징적인 문화를 부각시킬 수 있으며 발전·계승시켜 나갈 수 있음



[그림 2-3] 전통시장의 주요 기능

2) 전통시장의 구분

- 전통시장 특별법 시행규칙에서는 시장 등록여부, 시장 크기, 시장 소유자, 상권 크기, 시장 형태, 시장 개설주기, 시장 취급상품을 기준으로 시장 특성을 구분

- 등록 여부에 따라 등록시장과 인정시장 그리고 기타시장으로 구분됨

- 등록시장은 '유통산업발전법' 시행령 제3조의 규정에 의하여 대규모 점포로 등록된 시장을 의미하며, 인정시장은 '전통시장 및 상점가육성을 위한 특별법' 규정에 의한 시장으로 건축물의 연면적이 1천 제곱미터 이상인 곳이면서 점포의 수가 50개 이상인 곳을 의미함
- 기타시장은 등록시장과 인정시장은 아니지만 시·군·구에서 전통시장의 기능을 행하고 있다고 임의로 분류한 시장을 의미

[표 2-1] 전통시장 구분

구 분	시장의 종류
시장의 등록여부	등록시장, 인정시장, 기타시장
시장의 크기	대형시장, 중대형시장, 중형시장, 소형시장
시장의 소유자	법인시장, 개인시장, 공설시장, 공동시장
상권의 크기	전국상권대형시장, 광역상권중심시장, 중소형시장, 근린생활시장
시장의 형태	상가건물형시장, 노점형시장, 장옥형시장, 상가주택 복합형시장
시장의 개설주기	상설시장, 정기시장
시장의 취급상품	종합시장, 전문시장

2. 전통시장의 침체 요인¹⁾

1) 정책적 요인

■ 변화하는 유통환경에 적절히 대응하지 못함으로써 전통시장이 쇠퇴함

- 새로운 업태의 등장과 소비자의 기호, 사회환경의 변화에 따라 변화하는 유통환경에 적절히 대응하지 못함
- 유통시장 개방과 함께 전통시장의 침체가 예견되었음에도 불구하고 전통시장이 경쟁력을 확보할 수 있는 적절한 정책을 강구하지 못하였음

2) 외부환경 요인

■ 경쟁업태의 등장

- 대형할인점이나 인터넷쇼핑 등 새로운 업태의 등장
- 대형할인점들은 저가격, 고품질의 상품을 전통시장보다 훨씬 나은 서비스로 제공함으로써 소비자의 발길을 쾌적한 환경에서 윈스톱소비를 하도록 유인
- 또한 대량매입을 통해 전통시장보다 더 저렴한 가격으로 상품을 공급함으로써 소비자는 전통시장에서 점점 멀어짐

1) 이용재, 2011, 전통시장 상권 활성화방안에 관한 연구, 전주대학교, 석사학위논문, pp.18~27

■ 라이프스타일의 변화

- 소득수준이 높아지고 여가시간이 늘어나면서 소비자는 문화시설로서의 유통시설 요구 증대
- 소비자의 구매패턴이 방문구매에서 온라인 인터넷 쇼핑으로 변화

■ 공간구조적 문제

- 전통시장이 입지하고 있는 기성시가지가 쇠퇴하면서 시장이 쇠퇴하고 있음
- 특히 읍지역의 경우 지역의 인구 감소 등으로 인해 지역이 쇠퇴하면서 전통시장이 함께 쇠퇴함

3) 내부적 요인

■ 노후한 전통시장 시설

- 전통시장의 좁은 이동로, 부족한 주차장 및 화장실, 노후된 시설들로 인해 경쟁력 없음

■ 관리·서비스 부재

- 대부분 저가품이 주종을 이루고 있으나 하자있는 물건 구매 시 교환 및 환불 서비스 받기 어려움
- 시설 노후화뿐만 아니라 통행로를 막고 있는 노점상과 진열품, 어두운 조명 등 관리가 허술하여 불쾌감 유발

■ 가격에 대한 불신

- 전통시장은 흥정의 즐거움이 있는 반면 가격표시가 되어 있지 않은 물건 구매 시 비싸게 구매할 수도 있다는 불안감과 불신풀조 유발

■ 학습체제 구축 미비

- 전통시장은 운영주체가 개별적인 상인이거나 점주로 구성되어 있어 공동목표설정 어려움
- 선진국의 경우 전문가가 개입하여 효율적인 시장 마케팅과 체계적인 시장관리 등을 실시하는데 비해 대부분의 전통시장이 학습체제를 구축하지 못하고 있음
- 주먹구구식 구멍가게 수준의 단순한 생계유지상태로 머물게 됨

제2절 전통시장 활성화 제도 및 정책

1. 전통시장 활성화 관련 제도

■ 2002년 중소기업의 구조개선과 재래시장 활성화를 위한 특별 조치법 제정

- 중소기업의 구조개선 및 경영안정지원을 위한 특별조치법(1995. 12. 29)에 시장재 개발에 관한 특례 조항이 포함되어 있었으나, 2002년 중소기업의 구조개선과 재래 시장 활성화를 위한 특별 조치법(2002. 1. 26)이 제정되면서 재래시장의 본격적인 지원 시작
- 시장 활성화 종합계획의 수립과 시장경영지원센터의 설치 근거 마련으로 시장정비 사업(시장재개발 및 재건축)에 추가하여 시장 시설현대화 및 시장환경개선 등의 지원 근거 마련

■ 2004년 '재래시장육성을 위한 특별법'이 제정되어 재래시장 현대화를 위한 종합 적 지원 시작

- 시장활성화종합계획 및 지역시장육성계획의 수립과 시장실태조사 실시
- 시설현대화사업, 시장환경개선, 시장정비사업, 시장경영현대화사업 등 구체적이고 체계적인 지원 가능
 - 시설이 노후화되어 개보수 또는 정비가 필요하거나 유통기능이 취약하여 경영개선 및 상 거래의 현대화 촉진이 필요한 장소에 지원

■ 2006년 점포가 밀집한 상점가를 포함하여 '재래시장 및 상점가 육성을 위한 특 별법'(2006. 4. 28)으로 전면 개정

- 기존의 재래시장에만 한정된 지원이 상점가를 포함하여 지역상권활성화라는 면 (area) 단위 지원 가능
- 전통시장과 상점가를 묶는 '시장활성화구역제도' 도입
 - 시장 활성화구역은 2개 이상의 시장 또는 시장과 상점가가 인접하여 하나의 상권을 형성 하고 있는 곳으로, 시장의 등록여부, 개설 주기 및 주체, 상권의 범위 및 특성 등에 따라 체계적으로 육성
- 상권가꾸기 자치사업지원, 빈 점포 활용, 시장관리자 등 다양한 활성화 지원 규정 추가

■ 2009년 재래시장이 전통시장으로 바뀌면서 '전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법'으로 변경

- 2009년 12월 재래시장의 명칭을 전통시장으로 하고 상권활성화사업의 촉진에 관한 조항을 신설함
- 시장활성화구역과 상권가꾸기 자치사업지원 규정 삭제
- 상권활성화구역과 상권관리기구 도입
- 전통시장 지원사업은 시설현대화, 경영현대화, 시장정비사업, 상권활성화사업으로 정비되어 추진되고 있음



[그림 2-4] 전통시장 활성화 관련 제도

2. 전통시장 활성화 정책

1) 중소기업청 지원 전통시장 관련 사업

(1) 전통시장 및 상점가 활성화 지원사업

■ 전통시장 및 상점가 활성화 지원사업은 경영혁신 지원사업과 시설현대화 지원사업으로 구분

- 기존에는 시설 및 경영 현대화사업을 중점 지원하였으나, 2010년부터 경영혁신 및 지역상권활성화 지원사업이 새롭게 추진됨

■ 경영혁신 지원사업은 마케팅, 상인의 교육·연수, 시장관리 점포경영선진화 등 다양한 사업 추진

- 마케팅은 공동마케팅, 공동구매 및 특가판매 지원, 시장투어, 전통시장 온누리 상품권 발행지원, 시장상품정보지, 우수시장 상품전시회 개최 등 추진
- 상인 교육·연수는 상인의 의식변화를 유도, 우수시장 벤치마킹, 조직활성화, 경영활성화 등의 사업 추진
- 시장관리 점포 경영선진화를 위해 시장매니저 채용 지원, 시장 자문 및 점포 디스플레이, 인테리어 지도 사업 추진

■ 시설현대화 지원사업은 주차장, 아케이드 등 물리적 시설 조성

- 주차장, 안전시설, 조명시설, 아케이드, 진입로 화장실, 고객편의시설 등 지원
- 국비 60%, 지방비 30%, 상인 10%로 추진

[표 2-2] 전통시장 및 상점가 활성화 지원 사업 주요내용

분 야	사 업 명		지 원 내 용	지원조건
전통시장 및 상점가 경영혁신 지원사업	마케 팅	공동마케팅	• 세일·경품 행사, 각종 이벤트, 홍보사업, 고객조사, 특화사업, 고객참여행사, 고객서비스, 공동쿠폰, 테마골목 육성지원, 다양한 녹색 마케팅 활동지원, 전통시장 체험학습지원, 대학 동아리 문화공연	국비 90% 상인 10%
		공동구매 및 특가판매지원	• 공동구매·판매행사 홍보판촉비지원 등	국비 90% 상인 10%
		시장투어	• 전통시장과 주변 관광지를 연계한 관광 상품 개발·운영, 차량비 및 여행자보험료 지원	국비 100%
		온누리상품권 지원	• 상품권 발행·취급 수수료 지원	전액보조
		시장상품정보 활성화 (시장정보지)	• 정부 및 지자체 지원시책 홍보 • 우수시장 및 상점가의 우수상품 • 발굴·홍보 및 시장홍보지 발송	전액보조
		우수시장 상품전시회 개최	• 상인연합회 지회의 지역 우수상품 및 특산물 판매 전시회 개최 비용 지원	국비 70% 상인·지자체 30%
	교육· 연수	상인 교육·연수	• 상인대학, 의식변화, 상인조직활성화, 시장 및 점포경영활성화방안, 우수시장 벤치마킹 등	국비 100%
	시장 관리 점포 경영 선진 화	상인조직 역량 강화	• 상인조직 역량 강화를 위해 전문인력(시장매니저)를 채용 인건비 보조	국비 30~70% 상인 30~70%
		시장 자문/ 점포 지도	【자문】 시설현대화, 경영활성화, 상권개발, 시장정비사업 자문 【지도】 상품디스플레이, 점포 인테리어 등 지도	국비 100%
시설 현대화 지원사업	전통시장 및 상점가 시설현대화		• 주차장, 전기·가스·소방 등 안전시설, 고효율 LED 조명설치(시장 내 공동구간), 아케이드, 진입로, 공중화장실, 상·하수도, 고객편의시설, 기반시설 등	국 비 60% 지방비 30% 민 간 10%

(2) 특성화시장 육성 사업

■ 2008년 전통시장에 문화와 전통을 가미해 관광명소로 만들고자 추진

- 2008년 3월 관광객 유치를 위한 전통시장 지원책을 강구하기 위해 전통시장을 고유의 문화와 전통을 가미해 관광명소로 만들고자 추진

■ 2012년 시장특성별 맞춤형 지원 추진(문화관광형시장, 국제명소시장, 향토5일장)

- 개별시장 고유의 특성을 발굴·개발하여 전국적인 브랜드를 갖추고, 쇼핑과 관광이 가능한 특성화시장을 2015년까지 100개소 육성 계획

[표 2-3] 특성화시장 추진계획

구 분	2011년도	2012년도	비 고
지원대상	문화관광형시장	<ul style="list-style-type: none"> • 문화관광형시장 • 국제명소시장 • 향토5일장 	시장특성별 지원
지원예산	70억 원	113억 원	
지원조건	국비 60%, 지방비 40%	국비 30~50% 지방비 70~50%	1, 2년 50% 3년 30%
지원규모	9(신규6, 계속3)	23(신규16, 계속7)	
지원기간	2년	2년+1년	

■ 지역의 역사·문화·관광 및 특산물 등과 연계하여 시장의 고유한 특성을 개발하여 국내외 관광객이 쇼핑과 관광이 가능한 시장으로 육성

- 문화관광형시장 : 지역 문화·관광자원과 연계가 가능한 시장을 먹거리, 볼거리, 즐길 거리가 있는 시장으로 조성
- 국제명소시장 : 외국인 관광객이 많이 찾는 지역의 시장을 외국인이 쉽게 찾고 방문할 수 있도록 지원
- 민속5일장 : 역사·전통이 있는 5일장에 대해 축제행사, 시장투어 등과 연계한 관광상품 개발 및 농산물 직거래 장터 등 지원

■ 개별 시장의 고유한 특성을 고려한 사업계획 수립 지원

- 시장별 2년간 특화시장 육성사업으로 10억 원 한도(국비기준) 내에서 먹거리, 볼거리, 즐길 거리 등 콘텐츠 위주 지원
- 시장별 사업계획을 고려하여 2년간 차등 지원하되 필요시 1년 이내에서 지원기간 연장

- 지원조건 : 총 사업비의 30~50%지원(국비기준)
 - 2년간(국비 50%, 지방비 50%)
 - 3년차(국비 30%이내, 지방비(자부담 포함) 70%이상)

■ 전통시장 발전 역량 강화 사업

- 특성화시장 육성에 대한 동기를 부여하고 각종 사업에 대한 참여도를 높이기 위한 연중 상인교육프로그램 운영
 - 시장 특성에 적합한 다양한 교육과정 개발
 - 자치단체·상인회·민간사업단이 참여하는 워크숍을 지역별로 주기적으로 개최하여 사업 이해도 제고
- 특성화시장으로의 지속 발전할 수 있도록 상인조직 역량강화를 위한 사회적 기업 육성
 - 전통시장 내 수익창출 모델을 발굴하여 고용부, 지자체 등의 지원사업과 연계하여 지원
 - 특성화시장에 대하여 실태조사를 거쳐 주차장 운영 등의 수익기반을 토대로 시장별 (예비)사회적 기업 설립
 - 사회적 기업 활동에 의해 발생한 수익은 시장발전을 위해 재투자

■ 다양한 홍보·마케팅 추진

- 시장별 자매결연 기관을 확대하고, 자발적 참여 유도
- 젊은 고객이 함께할 수 있는 사업 추진
- 특성화시장을 효과적으로 관리·홍보할 수 있는 홈페이지 구축
- 특성화시장의 성과 확산과 인지도 제고를 위한 종합홍보

■ 기존 사업 추진 현황을 살펴보면 2008년부터 약 245억 원의 예산을 투입하여 24개 시장 지원

- 충남의 경우 2008년 부여시장, 2010년 온양시장, 2011년 금산시장, 2012년 공주 산성시장이 지원받음
- 선정된 전통시장은 지역의 문화와 관광자원이 연계되어 문화체험·관광·쇼핑이 어우러진 특화된 시장으로 조성하기 위한 사업이 추진되고 있음
 - 제주서귀포매일올레시장 등 3개 시장은 사업 완료 후 지속적으로 지원하여 성과를 유지할 수 있도록 사후관리계획을 수립

선정 현황

- '08(4곳) : 인천송현시장, 부여시장, 강릉주문진시장, 제주동문시장
 - '09(6곳) : 대구불로전통시장, 영주풍기인삼시장, 보성5일장, 전주풍남문남문상가, 울산중앙상가활성화구역, 통영서호시장
 - '10(8곳) : 부산자갈치시장, 인천신포시장, 춘천중앙시장, 온양전통시장, 광주양동시장, 울주남창시장, 여수교동시장, 제주서귀포시장
 - '11(6곳) : 부산구포시장, 수원팔달문시장, 속초관광수산물시장, 단양구경시장, 금산시장, 진주중앙유등시장
- ※ 계속지원(3) : 온양전통시장, 울주남창시장, 제주서귀포시장

[표 2-4] 2011년 특성화시장의 주요 사업내용

구분	시장명	주요 사업내용
신규 (6)	속초관광수산물시장	신탄진문화거리 조성, 문화축전·마케팅·놀이패조직 등
	금산시장/ 금산수삼센터	휴카페, 수공간 조성, 문화 예술공연, 시장놀이 등
	단양 구경시장	문화센터 조성, 시장 축제, 특산물 브랜드화 등
	정미있는 구포시장	구포나루카페·구포경 조성, 장터축제 등
	진주 중앙유등시장	유등시장조성, 진주축제연계, 스토리텔링개발 등
	수원 팔달문시장	유상학교·박물관·방송국설치, 왕의 길 조성, 라디오드라마·축제 등
계속 (3)	서귀포매일올레시장	올레정보교류관 조성, 올레축제 등
	울주남창 옹기종기시장	홍보·문화관 조성, 특화상품, 옹기제작체험
	온양온천시장	미니전시장, 미니라디오, 온궁예술단 운영, 온등거리 조성 등

자료 : 특성화시장육성 2012년 사업계획

(3) 상권활성화 지원 사업

■ 전통시장과 인근 상권 연계 지원을 통해 침체된 상권을 활성화하여 새로운 지역 커뮤니티 공간 창출

- 개별시장만을 지원하는 방식을 확장하여, 시장과 상권을 연계·활성화하여 새로운 지역커뮤니티 공간 창출

■ 상권의 크기, 특성을 고려하여 고객의 집객력을 제고하기 위한 기반인프라 구축 및 경영개선사업 지원

- 기반인프라 구축은 점포의 효과적 집적 및 고객 편리성을 높이기 위한 주차장, 특화거리 조성, 핵심점포 유치, 고객문화센터 등
- 경영개선 사업은 캐릭터 및 디자인개발, 이벤트 또는 문화축제 개최 지원

■ 상권활성화구역 선정 시 국비 100억 원 이내 지원

- 경영개선사업(40억 원)을 우선 지원한 후 시설현대화사업예산으로 기반인프라 구축 지원
- 국비 60%, 지자체 40%
 - 상권활성화 경영개선을 위한 사업비는 국비 100%지원이며, 지자체 부담 40%중 민간부담은 10% 범위 내에서 지자체가 자율 결정

■ 2011년 중소기업청은 '상권활성화구역' 7개를 시범적으로 지정하여 3개년에 걸쳐 지원

- 지역상권의 크기, 특성 등에 따라 3년에 걸쳐 주차장 설치, 특화거리 조성 등 기반인프라 구축과 캐릭터·디자인개발, 이벤트 또는 문화축제 개최 등 경영개선사업을 지원
- 현재 선정된 7곳 중 경기도 성남시, 강원도 동해시, 충북 청주시, 서울 마포, 부산 동구, 경남 창원시 시범지역으로 사업 추진 중(전북 군산시 대명·신영·평화·영동 상권은 제외)

[표 2-5] 상권활성화 시범지역 사업 주요내용

구 분	내 용
경기도 성남	지역 생활밀착형 상점가 형성, 지역문화 형성의 장으로 재생, 지역마케팅을 통한 지역명소 만들기
강원도 동해	주차장, 고객문화센터 조성 등의 기반시설 설치사업과 함께 대표상품개발, 상인교육 및 공동디자인개발 등 경영개선사업
충북 청주	고객문화센터, 주차장 등 기반인프라 구축 및 이벤트 지원 등 경영개선사업
서울 마포	'마포갈비' 브랜드 개발, 문화커뮤니티 벨트 조성을 통한 2014년까지 글로벌 관광 문화거리 계획
부산 동구	교통체계정비, 특화거리 조성, 캐릭터 및 디자인 개발, 이벤트 지원 등
경남 창원	마산 원도심 재생과 연계하여 4개 상권의 특성을 고려한 특화시설과 운영프로그램 도입

전통시장 및 상점가 활성화 지원 사업	<ul style="list-style-type: none"> ■ 경영혁신지원사업 <ul style="list-style-type: none"> • 마케팅, 상인의 교육·연수, 시장관리 점포경영선진화 등 ■ 시설현대화 지원사업 <ul style="list-style-type: none"> • 주차장, 조명시설, 야케이드, 진입로 확장설, 고객편의시설 등 지원 • 국비 60%, 지방비 30%, 상인 10%
특성화시장 육성 사업	<ul style="list-style-type: none"> ■ 2008년 문화를 가미한 전통시장 활성화 ■ 2012년 시장특성별 맞춤형 지원 추진(문화관광형시장, 국제명소시장, 향토5일장) ■ 2008년부터 약 245억원의 예산을 투입하여 24개 시장 지원
상권활성화 지원 사업	<ul style="list-style-type: none"> ■ 전통시장과 인근 상권 연계 지원 ■ 기반인프라 구축사업, 경영개선사업 지원사업 <ul style="list-style-type: none"> • 상권활성화 구역 선정시 국비 100억원 이내 지원 • 경영개선사업(40억원) 우선 지원 • 국비 60%, 지자체 40%(경영개선은 100% 국비) ■ 2011년 '상권활성화구역' 7개 지정(3개년 지원)

[그림 2-5] 중소기업청 지원 전통시장 관련 사업

2) 문화체육관광부 지원사업 「문전성시」(문화를 통한 전통시장 활성화 시범사업)

(1) 배경

- 기존의 상업기반시설 위주의 부분적 시설 개선만으로는 전통시장 활성화 어려움
 - 전통시장은 지역 내 작은 유통채널기능과 지역의 사회문화공간기능을 가지고 있음에도 불구하고 사회문화공간을 위한 지원은 거의 없었음
- 이러한 문제점들이 대두되는 시점에서 새로운 대안으로 문화적 접근의 필요성 논의
 - 기존의 시설현대화나 경영현대화와는 다른 문화마케팅 접근 방안 제시
 - 테마가 있는 전통시장 지원을 위한 '서비스산업 선진화 방안'(2008.4.28) 제정으로 문화마케팅 접근 가능
- 문전성시는 전통시장에 문화의 숨결을 불어넣어 지역문화공간이자 일상의 관광지로 활성화하기 위한 문화체육관광부 사업임
 - 문전성시는 문화체육관광부 추진사업으로 2008년 2개 시범시장을 시작으로 현재 23개의 사업이 추진 중

(2) 목표 및 내용

■ 정책의 목표

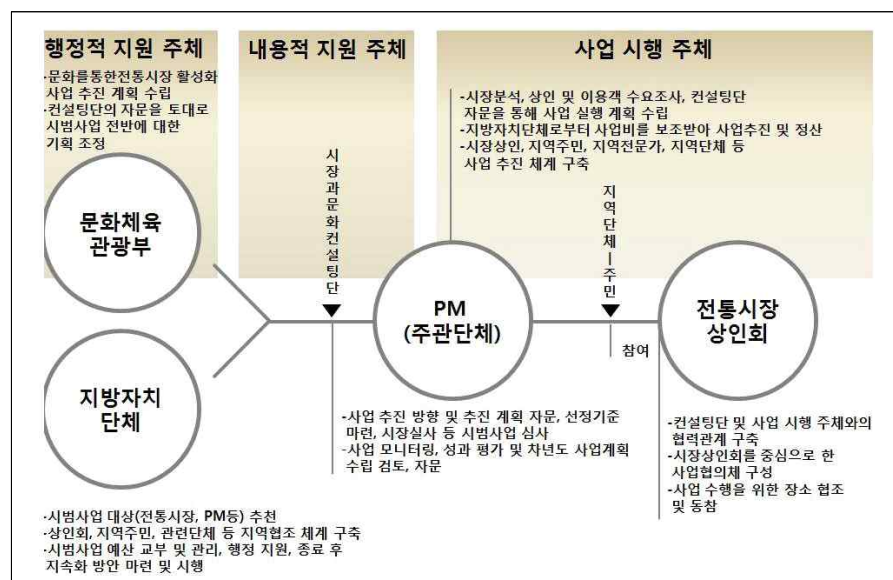
- 문화마케팅 강화를 통한 전통시장 활성화와 서민생활 안정
- 지역문화공간으로서 전통시장 육성을 통한 주민의 문화향수 증진
- 전통시장의 역사성과 특수성을 기반으로 한 관광자원 활용가치 증대

■ 사업내용으로는 상인참여형 문화콘텐츠 개발·프로그램운영, 문화마케팅, 문화적 환경 조성 등이 있음

- 상인참여형 문화콘텐츠 개발 및 프로그램 운영(공연, 전시, 문화예술교육 등), 시장별 전통과 특성을 활용한 문화마케팅(스토리텔링 개발 등), 문화적 환경 조성(공공미술, 경관디자인) 등의 사업 추진

■ 사업 추진은 주관단체(PM) 및 컨설팅단을 구성하여 종합적인 사업통제 및 관리 체계 형성

- 문화기획, 건축, 도시계획, 스토리텔링, 공공예술 등의 전문가들로 구성된 '시장과 문화컨설팅단'이 커뮤니티 활성화, 문화콘텐츠 개발, 문화마케팅 등의 문화적 방법을 통한 전통시장 활성화를 지원하고 있음
- 문화체육관광부 지역문화과, 컨설팅단, 지자체, 사업 추진주체의 협력적 사업 추진



[그림 2-6] 문전성시 사업 추진체계

자료 : 류다혜, 2012, 문화를 통한 전통시장 활성화에 있어서 프로그램의 유형화에 따른 전략적 기회요소의 도출에 관한 연구, 이화여자대학교, 대학원, 석사학위논문, p.30

- 주요 성과로는 전통시장 문화공간화로 상인들이 지역공동체 활성화에 기여
- 전통시장의 문화공간 조성과 상인들이 자신의 시장에 대한 자부심을 갖고 시장의 변화를 주도하며 지역공동체 활성화에 기여

[표 2-6] 문전성시 시장의 유형별 구분

구 분	주민공동체형	지역관광형	문화예술형	문화복지형
유형별 목적	<ul style="list-style-type: none"> • 시장 본연의 기능을 살려 상인과 상인, 지역주민이 교류하는 지역커뮤니티형 	<ul style="list-style-type: none"> • 시장과 지역의 문화, 관광자원을 활용한 콘텐츠 개발 및 문화마케팅을 통한 지역의 관광명소 조성 	<ul style="list-style-type: none"> • 지역문화예술인의 창작과 지역주민의 문화향수를 접점으로 전통시장 활성화 • 문화시장 브랜드 구축 • 지역거점 문화공간화 	<ul style="list-style-type: none"> • 지역사회거점으로서 전통시장의 공간과 기능을 문화적으로 활용 • 서민층과 취약계층, 상인에 대한 문화복지 제고
지원시장	<ul style="list-style-type: none"> • 수원못골시장 • 수유마을시장 • 우림시장 • 진안시장 	<ul style="list-style-type: none"> • 강릉주문진시장 • 한산오일장 • 부산부전시장 • 순천웃장 	<ul style="list-style-type: none"> • 대구방천시장 • 가경터미널시장 • 봉화상설시장 	<ul style="list-style-type: none"> • 목포자유시장 • 광주무등시장 • 하동화개장터
대상	<ul style="list-style-type: none"> • 상인과 지역주민의 파트너십 	<ul style="list-style-type: none"> • 시장문화자원과 지역인프라 연계 	<ul style="list-style-type: none"> • 상인과 지역예술가의 파트너십 	<ul style="list-style-type: none"> • 취약계층 복지 및 서민생활안정화

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

배경	<ul style="list-style-type: none"> ■ 기존의 시설 개선만으로는 전통시장 활성화 어려움 ■ 이에 전통시장에 문화의 숨결을 불어넣어 관광지로 활성화
목표	<ul style="list-style-type: none"> ■ 문화마케팅 강화를 통한 전통시장 활성화와 서민생활 안정 ■ 지역문화공간으로서 전통시장 육성을 통한 주민의 문화향수 증진 ■ 전통시장의 역사성과 특수성을 기반으로 한 관광적 활용가치 증대
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> ■ 상인참여형 문화콘텐츠 개발 및 프로그램(공연, 전시, 문화예술교육) ■ 문화마케팅(스토리텔링 개발) ■ 문화적 환경 조성 (공공미술, 경관디자인)
사업추진	<ul style="list-style-type: none"> ■ 주관단체 및 컨설팅단을 구성하여 종합적 관리
주요성과	<ul style="list-style-type: none"> ■ 상인들이 전통시장 문화공간화로 지역공동체 활성화에 기여

[그림 2-7] 문전성시 사업