대경
CEO
Briefing

제328호
2012.1.9

# 지역전통시장과 지역문화 활성화, 문전성시가 대안이다!

## 전통시장은 커뮤니티의 장으로서 소프트웨어적 접근 필요

- 대형유통업체 등으로 인해 침체상태에 놓인 전통시장의 활성화를 위해 정부는 시설 현대화 및 경영개선 등 다양한 지원사업을 추진해왔으나, 지역과 시장 특성을 고려하기 보다는 공동기반시설 위주의 양적 지원에 치중하여 전통시장의 쇠퇴를 막지는 못하고 있다.
- 전통시장은 단순한 상거래의 장이 아니라 지역의 정보교환과 유통의 장이자 지역주민의 애환을 나누는 커뮤니티이기 때문에, 기존의 하드웨어적 접근을 넘어 주민의 소통과 문화의 통로로서 시장의 강점을 강화시킬 수 있는 소프트웨어적 접근이 필요하다.

## 지난 4년간 추진된 문전성시사업은 전통시장의 매출액 증가 등 시장 활성화에 기여

- 문화체육관광부는 2008년부터 문화사업을 통해 침체된 전통시장을 지역문화 공간이자 일상의 관광지로 조성하기 위한 문전성시사업(문화를 통한 전통시장 활성화 시범사업)을 추진해왔으며, 지역 전통시장과 문화를 모두 활성화시킬 수 있는 좋은 수단이다.
- 2011년 현재까지 총 23개 문전성시사업이 추진되었고, 그 결과 문전성시시장의 평균 매출액은 사업 전에 비해 12.8% 증가하였을 뿐 아니라 시장가치 향상 및 시장문화 활성화에 크게 기여하였다.

## 문전성시사업을 활용한 지역 전통시장과 문화 활성화 시급

- 대구경북에서는 방천시장, 봉화상설시장, 경주 불국장·외동장의 3개 사업이 추진되고 있으며, 2011년 12월 방천시장과 봉화상설시장 사업은 완료된다. 이들 완료 사업의 성과에 대한 면밀한 평가와 함께 추진방식 및 콘텐츠 등의 수정이 우선적으로 필요하다.
- 또한, 작년부터 사업대상이 상설시장에서 정기 및 특이시장으로 확대되었으므로, 지역의 특이시장에 대한 실태조사가 필요하다. 그리고 지역전통시장을 대상으로 문전성시사업에 대한 적극적인 홍보 및 추진의사를 타진하여 문전성시사업을 적극 유치해야 한다.
- 그리고 지자체, 시장, 지역예술인 및 단체 등 관련 주체별 역할을 정확히 인식시키고 이들 주체 간 협력네트워크 구축을 통해 시장의 발전계획에 대한 컨센서스 공유 및 원활한 사업추진을 위한 환경을 조성하여야 한다.
- 나아가 중소기업청의 문화관광형시장육성사업 및 시장경영진흥원의 시장투어 등 전통시장 활성화와 관련된 타사업들과의 연계는 물론, 지역단위, 도심단위의 통합적 지역재생의 관점에서 문전성시의 성과를 이어서 지역과 연계할 수 있는 방안을 모색해야 한다.

대구경북연구원
DAEGU GYEONGBUK
DEVELOPMENT INSTITUTE

# 1. 전통시장 지원정책은 하드웨어에서 소프트웨어적 접근으로 변화

## 최근까지 지역전통시장 활성화를 위한 하드웨어적 사업 중점 추진

- 전통시장 활성화를 위한 지원은 1996년 유통시장 전면 개방과 더불어 본격적으로 논의되기 시작하여 유통산업발전법이나 전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법의 제정을 통해 상권 및 상인의 보호, 시설 현대화 및 경영개선 등의 지원이 이루어지고 있음
  - 2002년 1월 중소기업의 구조개선과 재래시장 활성화를 위한 특별조치법 제정
  - 2004년 10월 '재래시장육성을 위한 특별법' 제정
  - 2006년 4월 재래시장 및 상점가 육성을 위한 특별법으로 전면 개정
  - 2009년 12월 전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법
- 중소기업청은 침체 상태에 놓인 전통시장의 활성화를 위해 2002년부터 시설 현대화, 경영혁신, 상인대학 등의 지원사업을 실시하여 매출액 증가 등의 성과를 거두었으나, 시장의 외형적 측면을 개선하는 데 치중하여 전통시장의 특성이 다소 반감되는 단점을 노정하였음

## 전통시장은 공동체의 소통 거점이자 지역문화와 경제의 교류거점

- 전통시장은 단순한 상거래의 장소가 아니라 지역의 정보교환과 유통의 장이자 지역주민의 애환을 나누는 커뮤니티로서 오래 전부터 내려온 서민의 삶의 터전임
- 따라서 기존의 하드웨어적인 시설 현대화를 넘어 주민의 소통과 문화의 통로로서의 시장의 강점을 강화하는 소프트웨어적 접근을 통해 전통시장을 활성화할 필요가 있음

## 최근에는 전통시장의 복합 사회문화공간화를 통해 활성화를 도모

- 중소기업청은 전통시장을 문화와 관광자원을 결합·특화한 시장으로 육성하여 서민경제의 안정을 도모하고 새로운 전통시장의 발전방향을 찾기 위해 2008년부터 문화관광형 시장육성사업을 추진하고 있음
- 한편, 문화체육관광부는 상업적으로 침체된 전통시장을 지역문화공간이자 일상의 관광지로 활성화하기 위해 2008년부터 문전성시사업을 추진하고 있음

## 2. 문전성시사업이란?

### 문화를 통한 전통시장 활성화 시범사업의 개요

- 목적 : 문화사업을 통해 침체된 전통시장을 지역문화공간이자 일상의 관광지로 조성 → 시장가치, 서민경제, 시장문화의 활성화
- 내용 : 시장별 전통과 개별 시장이 가진 독특성을 활용한 문화기획 및 문화적 환경 조성
  - 문화기획 : 스토리텔링, 시장 콘텐츠 개발 등
  - 문화적 환경 조성 : 문화공간 조성, 공공예술, 커뮤니티 디자인 등
- 유형 : 주민공동체형, 지역관광형, 문화예술형, 문화복지형의 4유형

• 문전성시사업 대상 시장의 유형별 특징 •

| 구분 | 주민공동체형 | 지역관광형 | 문화예술형 | 문화복지형 |
|---|---|---|---|---|
| 특징 | 시장 본연의 기능을 살려 상인과 상인, 지역주민이 교류하는 지역 커뮤니티형 전통시장 | 시장과 지역의 문화·관광 자원을 활용한 콘텐츠 개발 및 문화마케팅을 통해 지역의 관광명소 만들기 | 지역문화예술인의 창작과 지역주민의 문화향수를 접점으로 한 전통시장 활성화, 문화시장 브랜드 구축, 지역거점 문화공간화 | 지역사회거점으로서 전통시장의 공간과 기능을 문화적으로 활용하여 서민층과 취약계층, 상인에 대한 문화복지 제고 |
| 사례 | 수원 못골시장<br>서울 수유마을시장<br>서울 우림시장<br>진안 진안시장 | 강릉 주문진시장<br>서천 한산오일장<br>부산 부전시장<br>순천 순천웃장 | 대구 방천시장<br>청주 가경터미널시장<br>봉화 봉화상설시장 | 목포 자유시장<br>광주 무등시장<br>하동 화개장터 |

- 대상 : 생활권 인근 전통시장(점포수 50~200개 내외)
  - 2011년부터 상설시장을 비롯하여 정기시장(5일장), 특이시장(문화예술장터)까지 확대하여 추진
- 주최 : 문화체육관광부, 해당 지방자치단체
  - 공모절차 : 사업추천서 제출(지자체)→서류심사(문화부, 시장과 문화컨설팅단[1])→현장실사(문화부, 컨설팅단)→최종선정
- 주관 : 공모를 통해 선정된 사업주관단체(PM : Project Manager)
- 지원 : 시장 당 연간 1.5~3억, 정률지원(국비 50%, 지방비 50%), 2년 간 지원
  - 시장규모, 사업내용 등에 따라 차등 지원하며, 1차년도 사업 평가 후 2차년도 지원 결정

1) 문화기획, 예술, 건축, 스토리텔링 등 분야별 전문가로 구성되며, 문전성시사업 계획 자문, 사업지 및 PM 심사·선정, 사업실행계획 컨설팅, 문전성시사업 평가 및 홍보 등의 역할 수행.

## 문전성시사업 추진 현황

- 문전성시사업은 2008년 경기와 강원을 시작으로 2011년까지 총 23개 사업이 추진되었음
- 작년부터 사업대상이 상설시장에서 정기 및 특이시장으로 확대되었으며, 2011년 5일장 시범사업으로 2개소(경주 불국장·외동장, 옥천5일장)가 선정되었음

• 문전성시사업 현황 •

| 구분 | 서울 | 부산 | 대구 | 인천 | 광주 | 대전 | 울산 | 경기 | 강원 | 충북 | 충남 | 전북 | 전남 | 경북 | 경남 | 제주 | 계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2008 | – | – | – | – | – | – | – | 1 | 1 | – | – | – | – | – | – | – | 2 |
| 2009 | 1 | – | 1 | – | – | – | – | – | – | – | 1 | – | 1 | – | – | – | 4 |
| 2010 | 1 | 1 | – | – | 1 | – | – | – | 1 | 1 | – | 1 | 2 | 1 | 1 | – | 10 |
| 2011 | 1 | – | – | – | – | – | – | 1 | – | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | – | – | 7 |
| 계 | 3 | 1 | 1 | – | 1 | – | – | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 1 | – | 23 |

※ 주 : 중기청 협력사업 포함(2010년 춘천 중앙시장, 여수 교동시장)

## 대구경북지역의 문전성시사업 현황

- 대구경북지역의 문전성시사업은 대구 방천시장과 경북 봉화상설시장 및 경주 불국장·외동장의 3개소이며, 모두 문화예술형 사업임
  - 경주 불국장·외동장은 정기시장으로 작년에 신규로 선정되어 금년에 지원이 가능하나, 대구 방천시장과 경북 봉화상설시장은 2011년 사업 완료됨

| 구분 | 대구 방천시장 | 경북 봉화상설시장 | 경주 불국장·외동장 |
|---|---|---|---|
| 사업기간 | 2009.11~2011.12 | 2010.5~2011.12 | 2011.3~2011.12 |
| 주관 | (사)한국건축가협회 대구지회 | 봉화시장문화단(소백산예술촌) | (사)전통문화진흥회 |
| 사업내용 | 아트 스페이스 방천, 이야기가 있는 벽, 속닥속닥 수다방, 방천 릴레이 리뉴얼, 방천시장 쿠폰 발행, 인산인해 야시장 등 | 아트 스테이, 민속품 경매장, 민속 세시기 정 나눔 행사, 들락날락 문화학교 등 | 소식지 발간, 라디오 4·9 불국 5일장, 만남의 광장, 외동 멀티플렉스, 불국·외동 홍반장, 로컬 푸드존 등 |
| 유형 | 문화예술형 | 문화예술형 | 문화예술형 |
| 전경 | | | |

자료 : 문전성시 홈페이지

# 3. 문전성시사업의 성과 및 영향

## 직·간접적 경제적 파급효과 지대

- 시장 평균 매출액 12.8% 증가 : 지원 전 789억 원 → 지원 후 890억 원
- 2010 문전성시 지원으로 직·간접적으로 유발된 순생산 파급효과는 184억 원으로 지원액(55억 원)의 3.4배

• 2010 문전성시 프로젝트의 경제적 파급효과 분석 결과 •

| 구분 | 지원액 | 경제적 파급효과 | | |
|---|---|---|---|---|
| | | 생산파급효과 | 소득파급효과 | 취업파급효과 |
| 총경제적 파급효과 | 55억 | 1,600억 | 270억 | 2,976명 |
| 순경제적 파급효과 | 55억 | 184억 | 31억 | 346명 |

※ 주 : 2010년 지원한 12개 시범시장의 상인을 대상으로 실시한 설문조사 자료를 토대로 추정. 문화체육관광부가 경희대 산학협력단에 의뢰

※ 자료 : 문화체육관광부 보도자료(2011.1.5)

## 사회문화적 파급효과도 매우 큼

- 서민경제 활성화 및 시장 고유의 흥, 멋과 정취 살리기를 통해 시장가치 활성화
  - 문전성시시장과 인접시장을 비교해보면, 인접시장은 모든 시장가치가 하락한데 비해 문전성시시장은 모든 시장가치가 향상되었음 : 공동체가치 1.6%↑, 문화적가치 1.6%↑, 경제적 가치 3.4%↑, 브랜드가치 2.6%↑[2)]
- 시장과 지역, 상인과 주민이 어우러진 문화공동체의 형성은 시장문화의 재생산으로 연결되어 시장문화 활성화
  - 문전성시 평균 참여도는 상인 75.2%, 방문객 56.3%, 시장 내 문화활동 만족도(10점 만점)는 상인 7.26점, 방문객 6.92점으로 나타났고, 시장 내 문화활동에 대한 상인들의 만족도는 사업기간이 누적될수록 높아지고 있음[3)]

# 4. 대구경북의 문전성시사업 확대 방안

## 기 추진사업에 대한 면밀한 평가를 통해 지속적인 추진방안 모색

- 대부분의 문전성시사업이 예산 종료와 함께 종료되는 상태여서 사업의 지속가능성 및 확산성 부족
- 2011년 12월 완료되는 대구방천시장과 봉화상설시장의 사업성과에 대한 면밀한 평가와 더불어 추진방식 및 콘텐츠 등의 수정 필요
  - 시장이 위치하는 지역단위, 도심단위의 통합적 지역재생 관점에서 문전성시의 성과를 이어서 지역과 연계할 수 있는 정책적 장치나 연계고리 필요

2) 안이영노, 2011, '4년간의 성과 전 , 2011 문전성시 정 토 자 , . 4.
) 영 2011 상 . 5 .