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 서울 수유마을시장 서울 우림시장 진안 진안시장	강릉 주문진시장 서천 한산오일장 부산 부전시장 순천 순천웃장	대구 방천시장 청주 가경터미널시장 봉화 봉화상설시장	목포 자유시장 광주 무등시장 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 성과와 발전방향', 「2011 문전성시 정책토론회 발표자료집」, p.34.
3) 안이영노, 2011, 상게서, .35 3 .