



담양군의회
Damyang-gun Council

담양군 관광자원 연계를 통한 전통시장과 지역상가 활성화 방안 연구용역

연구의원 • 박준엽 대표의원
• 최용만 의원
• 정철원 의원
• 최용호 의원
• 박은서 의원

천년담양문화제작소



담양군 관광자원 연계를 통한 전통시장과 지역상가 활성화 방안 연구용역



제 출 문

담양군의회 의원 연구단체 대표의원 귀하

담양군의회 의원 연구단체에서 협동조합 천년담양문화제작소에 의뢰한
[담양군 관광자원 연계를 통한 전통시장과 지역상가 활성화 방안 연구용역]의 결과로
본 보고서를 제출합니다.

2023년 11월
(협)천년담양문화제작소



담양군의회 연구단체 의원



박준엽 대표의원(부의장)



최용만 의원(의장)



정철원 의원



최용호 의원



박은서 의원



담양군의회
의원 연구단체

활동내용

■ 전통시장 · 상가 활성화 상인회 간담회(2회)



▲전통시장 · 상가 활성화 간담회 - 담양읍 상인회 (2023.7.21.)

담양군 관광자원 연계를 통한 전통시장과 지역상가 활성화 방안



▲전통시장 · 상가 활성화 간담회 - 고서면 상인회 (2023.7.20.)



담양군의회
의원 연구단체

활동내용

■ 전통시장 · 상가 활성화 선도지역 현장활동(4개지역)



▲함평시장 현장활동 (2023. 8. 7.)

담양군 관광자원 연계를 통한 전통시장과 지역상가 활성화 방안



▲광주1913송정역시장 현장활동 (2023. 8. 7.)



담양군의회
의원 연구단체

활동내용



▲수원 통닭거리 현장활동 (2023.9.19~9.20.)

담양군 관광자원 연계를 통한 전통시장과 지역상가 활성화 방안



▲예산시장 현장활동 (2023.9.19~9.20.)

목 차

- 참여 의원
- 현장 활동

제1장 연구의 개요 / 15

제1절 연구의 개요 / 17

1. 연구의 명칭 / 17
2. 연구의 배경 및 목적 / 17

제2절 연구의 범위 / 18

1. 연구 범위 / 18
2. 연구 진행(체계) / 19
3. 현장활동 / 19

제2장 일반현황 분석 / 21

제1절 담양군 일반 현황 / 23

1. 담양군 기본 현황 / 24
2. 담양군 전통시장 기본 현황 / 26

제2절 전통시장 현황 분석 / 27

1. 전통시장의 정의 / 27
2. 국내 전통시장 현황 / 28

제3장 담양군 전통시장 여건 분석 / 31

제1절 담양군 전통시장 여건 분석 / 33

1. 담양군 전통시장 현황 / 33
2. 담양군 전통시장 여건 / 44
3. 담양군 전통시장 SWOT 분석 / 47
4. 담양군 전통시장의 주요 문제점 / 50
 - (1) 전통시장의 보편적인 문제 / 50
 - (2) 담양군 전통시장의 주요 문제점 / 50
 - (3) 상인회장 인터뷰(담양시장) / 54

제2절 담양군 전통시장 연관사업 현황 / 56

1. 담양군 전통시장 연관사업 개요 / 56
2. 연관사업 추진현황 / 56
 - (1) 담주 다미담 예술구사업 / 56
 - (2) 담양읍 도시재생사업 / 58
 - (3) 담양읍 농촌중심지 활성화사업 / 60
 - (4) 중앙로 전선 지중화사업 / 62

제4장 선도지역 전통시장 성공사례 / 67

제1절 선도지역 전통시장 성공사례 / 69

1. 충남 예산시장 / 69
2. 수원 남문시장(통닭거리) / 71
3. 함평시장 / 73
4. 광주 1913 송정역시장 / 74
5. 선도지역 전통시장 사전답사(상인회장 인터뷰) / 75

제2절 선도지역 상인회장 간담회(현장활동) / 78

1. 조세재 회장(충남 예산시장) / 78
2. 이봉근 회장(수원 남문시장 통닭거리) / 84
3. 서성도 회장(함평시장) / 87
4. 김재복 회장(광주 1913송정역시장) / 94

제3절 정부 전통시장 활성화 지원 정책 / 98

1. 전통시장 활성화 지원 정책 / 98
2. 관련 법규 및 제도 / 99

제5장 담양군 전통시장 활성화 방안 / 105

제1절 담양군 전통시장 활성화 기본 구상 / 107

1. 담양군 전통시장 활성화 필요성 / 107
2. 담양군 전통시장 활성화 비전 및 목표 / 108

제2절 담양군 전통시장 활성화 방안 / 109

1. 담양군 전통시장 활성화 / 109
2. 담양군 전통시장별 특화 방안 / 110
 - 담양시장 / 110
 - 창평시장 / 112
 - 대전시장 / 114
3. 담양군의회 연구단체 의원 의견 / 115

제6장 남겨진 과제(향후 추진과제) / 119

- 향후 추진과제 / 121
- 결론 / 124

담양시장 일원





담양군 관광자원 연계를 통한 전통시장과 지역상가 활성화 방안 연구용역

01

연구의 개요

제1절 연구의 개요

1. 연구의 명칭
2. 연구의 배경 및 목적

제2절 연구의 범위

1. 연구 범위
2. 연구 진행(체계)
3. 현장활동

01

연구의 개요

제1절 연구의 개요

1. 연구의 명칭

담양군 관광자원 연계를 통한 전통시장과 지역상가 활성화 방안 연구용역

2. 연구의 배경 및 목적

- 담양군은 생태자원을 활용한 관광산업은 활성화 되어있는 반면, 원도심을 중심으로 한 지역상권과 전통시장은 다양한 정책적 시도에도 불구하고 침체되어 있는 상황임.
- 담양군의 관광산업이 활성화 되면서 다양한 관광 콘텐츠에 대한 정책적 관심이 높아짐은 물론 관광시장이 양적으로 증가하고 관광활동이 공간적으로 확대되고 있음.
- 따라서, 담양의 관광수요와 관광자원을 활용하여 전통시장과 지역상가 등 지역경제 활성화에 관광자원을 어떻게 연계시켜야 하는지 전략적 접근이 필요한 시점임.

제2절 연구의 범위

1. 연구의 범위

● 공간적 범위 : 담양군

● 내용적 범위

- 담양군의 관광자원 및 관광산업 현황 분석
- 담양 전통시장, 원도심 등 지역상권 현황 분석
- 담양의 관광자원을 연계한 전통시장 활성화 방안 도출
- 담양군 전통시장과 지역상권 특성을 고려한 맞춤형 활성화 방안 도출

● 연구용역 기간 : 2023년(4월~ 11월)



▲담양시장 (노점시장)

2. 연구 진행체계

기본계획 진행	기초자료 분석
일반현황 분석	- 담양군 일반현황 - 전통시장 현황분석
사업 기본구상	- 담양군 전통시장 여건 분석 - 담양군 전통시장 현황 및 SWOT 분석 - 담양군 전통시장 연관사업 현황
현장활동	- 담양군 전통시장 등 상인회 간담회 - 국내 성공사례 선진지 벤치마킹
활성화 계획	- 담양군 전통시장 활성화 방안 - 담양군 전통시장 연관사업 확대
중간보고	연구결과 중간보고
남겨진 과제 (향후 추진과제)	- 향후 발전 방안 제시 - 결론 및 제언
최종보고	연구결과 최종보고
성과품 납품	연구결과 보고서 납품

3. 현장활동

- 간담회 : 담양군 전통시장 상인협의회 등 관계자 간담회
- 선진지 벤치마킹 : 관광자원 활용 전통시장 및 지역상권 활성화 우수사례

담주다미담 예술구 일원





**담양군 관광자원 연계를 통한
전통시장과 지역상가 활성화 방안
연구용역**

02

일반현황분석

제1절 담양군 일반 현황

1. 담양군 기본 현황
2. 담양군 전통시장 기본 현황

제2절 전통시장 현황 분석

1. 전통시장의 정의
2. 국내 전통시장 현황

02

일반현황 분석

제1절 담양군 일반 현황



▲담양읍 원도심

1. 담양군 기본 현황

● 담양군 입지적 위상

담양군은 광주광역시의 북쪽에 위치해 있으며, 영산강 최상류의 지류인 증암천과 용천, 담양천 등 여러 소하천이 흐르고 담양군의 중앙은 비교적 넓고 비옥한 평야로 되어 있다. 북쪽에는 노령산맥의 추월산, 금성산, 광덕산 등 여러 험난한 산들이 전라북도와 경계를 이루고, 서쪽은 이 산맥의 지맥인 병풍산, 불대산 등의 산이, 남동쪽은 국수봉과 무등산의 여맥이 솟아 있으며 전남평야와 연접하여 담양분지를 구성하고 있다.

광주광역시와 인접한 생활권을 공유하고 있으며 전라남도의 관문 역할과 접근성이 뛰어난 사통팔달의 교통허브 지역이다.

광주광역시와 가까운 지리적인 이점을 이용해 담양읍 가산리와 수북면 주평리에 첨단문화복합단지인 담빛문화지구가 조성돼 향후 입주민 4천여 명이 생활하는 신시가지로 발전할 전망이다, 고서면 보촌리에 대규모 도시개발사업이 추진중이어서 이 또한 인구 1만여 명에 달하는 신시가지와 주거지가 조성될 예정이다.

따라서, 담양군은 천혜의 자연자원과 광주광역시 인접성이라는 입지적 요인으로 인구유입 기대와 인구유출 방지를 바탕으로 한 무한한 발전 가능성과 잠재적 역량이 내재되어 있다.

● 담양군의 산업적 위상

담양군은 1, 2차 산업보다는 자연환경과 문화유산, 인문학자원이 풍부해 3차산업 및 융복합관광산업이 크게 발달되어 있는 지역이다.

대표적인 관광지로는 전국적으로도 명소로 알려진 죽녹원, 메타세쿼이아 가로수길, 메타프로방스, 관방제림, 면양정, 소쇄원, 송강정, 슬로시티 창평 등이 있으며 대숲맑은도시 담양을 상징하는 많은 대나무숲과 더불어 생태도시 담양을 대변하는 담양습지 대나무숲 자생군락지가 있다.

담양읍권, 담양호권, 슬로시티창평권, 가사문화권 등 권역별로도 관광지가 집중돼 있고 권역별로 거리가 멀지 않아 관광 콘텐츠화 역량이 집약돼 있다.

담양군의 특산물로는 대나무 가공품, 죽순, 한과, 창평엿, 땃잎차 및 과실류(딸기, 단감, 포도, 방울토마토, 멜론) 등이 있어 농업소득 뿐 아니라 관광상품으로도 많은 소득을 올리고 있다.

아울러, 담양군 대표 관광지 인근을 중심으로 떡갈비, 국수거리, 국밥, 대통밥 등 먹거리와 즐길거리도 풍부하며 관광산업의 역량은 전국적으로도 경쟁력이 있다.

또한, 담양군은 전라남도의 중심지인 광주광역시와 인접해있고, 관문 역할을 하는 지정학적 위치에 따라 관광객들의 출입 및 접근성도 굉장히 높다.

◎ 담양군의 지역 이미지

담양군은 자연생태도시와 인문학 교육특구로서 지속가능한 발전을 위해 주민과 자연이 하나되어 행복을 추구하고 주민이 참여하는 생태전원도시를 표방하고 있다.

특히, 대중들에게 잘 알려진 담양군의 이미지는 자연 생태도시로서의 모습이며 산업화와 도시화에 따른 환경오염과 생태계 파괴, 기후변화와 자원 고갈 등의 위협으로부터 건강한 환경 속에서 질 높은 삶을 누릴 수 있는 고장으로 인식되고 있다.

2002년부터 지속가능 발전 생태도시 정책을 추진, 2004년 환경부 그린시티 선정 및 하천보호 습지보호구역 지정, 2014년 중앙정부로 친환경 지속가능 도시 시범지역 선정, 2015 담양 세계대나무박람회 개최 및 지속가능 발전 생태 도시 담양선언 채택 등 국내 생태도시의 선도지역이다.

창평면은 광주권 도심 인근의 농촌인데도 불구하고 전통문화가 많이 남아있어 현대와 전통이 조화를 이루는 대표적인 마을로 도시민들의 전통문화 체험의 장이라는 점과 잘 보존된 각종 고택, 문화재 등을 바탕으로 국제슬로시티로 지정되었다.

이렇듯 담양군은 교통 접근성이 뛰어나고 대도시 인근에 있음에도 전통과 자연자원의 보존상태가 훌륭해 문화, 관광 자원 활용도가 상당히 높은 고장이다.



▲담양의 대표적 생태자연 관광명소(죽녹원 · 메타가로수길 · 관방제림 등)

2. 담양군 전통시장 기본 현황

담양군은 행정구역상 12개 읍면으로 구분되며 지역민들이 오래전부터 상거래 장소로 이용하는 5일마다 장이 서는 재래시장 즉, 전통시장은 담양읍과 창평면, 대전면 3개 지역에서 열리고 있다.

【담양시장】은 담양읍 담주리 일원에 위치하며 전통시장인 조선시대부터 장이 열려 300여년이 넘는 오래된 재래 시장이지만 본격적으로 장육을 갖춘 근대화된 시장으로 장이 열리게 된 시기는 1917년이다.

담양시장은 옛 시장 장육들을 철거하고 2003년에 현대화된 신축 시장건물이 들어섰으나 노후 및 이용률 저조 등으로 2019년 철거하고 2차 재건축에 들어가 2023년 10월 현재 재건축 중이다. 현재 철거된 시장 인근에 임시시장을 개설해 운영중이다.

매월 2일, 7일, 12일, 17일, 22일, 27일 등 한달에 6차례 5일마다 장이 열린다.

【창평시장】은 창평면 면소재지 삼천리 일원에 있으며 정확한 개장시기는 알 수 없으나 조선시대에 창평현의 규모나 지역적 여건을 감안할 때 창평시장 또한 조선시대부터 장이 열린 것으로 추정된다.

장육을 갖춘 근대화된 시장으로 확대된 것은 1919년이다.

매월 5일, 10일, 15일, 20일, 25일, 30일 등 한달에 5~6차례 5일마다 장이 열린다.

【대전시장】은 대전면 면소재지 일원 대치리에 있으며 1964년 무렵 재래시장이 개설됐으며 2006년 현재의 시장 규모로 재정비됐다.

매월 3일, 8일, 13일, 18일, 23일, 28일 등 한달에 6차례 5일마다 장이 열린다.

이 외에도 화순군과 곡성군 경계지역인 대덕면 갈전리에 소규모의 재래시장이 1980년대 까지 열렸으나 주변마을 인구 감소와 고령화 등으로 지금은 폐장되고 장이 열리지 않는다.

제2절 전통시장 현황 분석

1. 전통시장의 정의

전통시장(傳統市場)은 이전부터 지역사회에 있어 온 재래시장(在來市場)의 명칭을 바꾼 것이다.(2010.7.1 전통시장특별법) 오랜 기간에 걸쳐 일정한 지역에서 자연 발생적, 또는 사회·경제적 필요에 의해 조성되고 형성된 상설시장이나 정기시장을 말한다.

지역의 주민들이나 상인들, 인근 지역의 상인들과 소상공인들이 모여 갖가지 물건을 직접 판매하는 전통적 구조의 시장으로 상품이나 용역의 거래가 상호 신뢰에 기초해 주로 전통적 방식으로 이루어지는 장소이다.

전통시장은 단순한 거래의 기능을 넘어 우리의 정서와 향수가 기록된 삶의 터전이다. 전통시장에는 우리의 문화와 역사가 스며있으며 서민들의 희노애락과 애환, 생활양식을 찾아볼 수 있는 소중한 기록들이 자리하고 있다.

전통시장은 조선시대부터 내려져온 3일장, 5일장 같이 사람들이 모여서 열리는 정기시장에서 출발해 도시화가 진행되고 있는 요즘엔 소상공인들의 연합체 구조를 갖춘 상설시장이 주류를 이루고 있다.

주로 길 양쪽에 가게들이 있는 형태에 노점이 중간중간 혼재된 구조로 이뤄져 있다. 5일장 등 정기시장의 경우에도 많은 경우 장터에 어느 정도의 상설매장이 있고, 장이 서는 날에는 노점이 추가되는 형태가 된다.



▲옛 담양시장통 (현.담주 다미담 예술구)

【전통시장 관련법】

전통시장은「재래시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」이「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」으로 법명이 변경되면서 종전의 재래시장이 변경된 것이다.

전통시장은 다음 각 항목의 요건을 모두 충족한다고 특별자치도지사·시장·군수·구청장이 인정하는 곳을 말한다.

- ① 해당 구역 및 건물에 50개 이상의 도매업·소매업 또는 용역업을 영위하는 점포가 밀집한 곳일 것
- ② 「유통산업발전법 시행령」 제2조에 따른 용역제공 장소의 범위에 해당하는 점포수가 전체 점포수의 2분의 1 미만일 것
- ③ 도매업·소매업 또는 용역업을 영위하는 점포에 제공되는 건축물과 편의시설(주차장·화장실 및 물류시설 등을 포함하며, 도로를 제외)이 점유하는 토지면적의 합계가 1천㎡ 이상인 곳
- ④ 상가건물 또는 복합형 상가건물 형태의 시장인 경우에는 판매·영업시설과 편의시설을 합한 건축물의 연면적이 1천㎡ 이상인 곳

전통시장(소매시장)은「건축법」에 의한 용도별 건축물의 종류상 판매시설 중 소매시장에 해당한다. 또한, 전통시장은「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」에 의한 기반시설 중 유통·공급시설의 하나이며, 도시·군관리계획으로 결정하여 설치하거나 도시·군관리계획으로 결정하지 않고도 설치할 수 있는 시설로서 도시·군계획시설로는 시장에 해당한다.

도시·군관리계획으로 결정하여 전통시장을 설치하고자 하는 경우에는 준주거지역, 중심상업지역, 일반상업지역, 근린상업지역, 유통상업지역, 준공업지역, 자연녹지지역 및 계획관리지역에 한하여 설치하여야 한다.

2. 국내 전통시장 현황

현재 우리나라의 전체 전통시장은 1,400개 내외로 파악되고 있다.

중소기업청 자료의 의하면, 국내 전통시장은 2006년 1,600여개 이던 것이 2010년 1,500여개로 줄었으며 2020년대 초반 100여개가 더 줄어 현재 1,400개 가량의 전통시장이 열리고 있다.

우리나라 전통시장은 단순히 물건을 사고 파는 장소가 아닌 다양한 기능을 갖춘 활기찬 공간으로 형성되어 왔으며 조선시대에는 5일마다 장이 서는 5일장이 일반적이었다. 5일에 한번씩 모여 갖가지 정보를 주고받는 정보교류의 공

간이었으며 다른 마을에 사는 사람들과 만나는 사교와 친목의 공간, 품바나 놀이패들의 공연을 즐기는 오락의 공간 등의 역할, 자녀들의 혼인을 맺어주는 중매의 역할도 하던 공간이었다.

오래전부터 사회적으로 다양한 의미와 역할을 해왔던 우리나라의 전통시장은 1970년대 이후 급격한 산업화의 영향으로 이농현상이 심화되면서 농촌인구 감소와 함께 교통이 발달하고 소비패턴의 변화로 인해 농촌과 지방의 전통시장은 그 역할과 영향력이 크게 약화됐다. 급기야 현대에 들어와서는 대형마트와 백화점 등 현대적 상권에 밀려 거의 궤멸 상태까지 몰렸다.

그러나 정부와 지자체의 지속적인 관심과 지원으로 우리나라 대부분 지자체의 전통시장이 지역의 특색과 문화관광을 연계한 현대화사업이 추진되면서 사람들이 다시 전통시장을 찾고 있는 추세이다.

한편, 정부의 전통시장 시설 현대화 정책에 따라 대도시의 주요 상설시장은 비를 막을 수 있는 아케이드 구조를 띠는 경우가 많아졌으나 농촌지역은 이러한 시설이 없는 시장들도 아직 많은 실정이다.

또한 대규모 시장(남대문시장, 광장시장 등)은 비슷한 품목을 취급하는 상인을 특정구획에 모아 놓는 경우도 많지만, 동네 시장처럼 규모가 크지 않을 경우 다양한 가게와 노점들이 혼재된 구조를 갖고 있다.

이 외에도 특정한 품목만을 취급하는 전문시장도 있는데, 도소매를 겸하는 경우가 많다. 서울시의 경우 지류나 천을 취급하는 방산시장, 의류 중심의 동대문시장, 수산물 전문으로 하는 노량진 수산시장, 농산물 중심의 가락시장, 축산물을 취급하는 마장동 축산물시장, 한약재를 다루는 약령시 등을 꼽을 수 있다.



▲광주1913송정역 시장

담양임시시장





**담양군 관광자원 연계를 통한
전통시장과 지역상가 활성화 방안
연구용역**

03

담양군 전통시장 여건 분석

제1절 담양군 전통시장 여건 분석

1. 담양군 전통시장 현황
2. 담양군 전통시장 여건
3. 담양군 전통시장 SWOT 분석
4. 담양군 전통시장의 주요 문제점
 - (1)전통시장의 보편적인 문제
 - (2)담양군 전통시장의 주요 문제점
 - (3)상인회장 인터뷰(담양시장)

제2절 담양군 전통시장 연관사업 현황

1. 담양군 전통시장 연관사업 개요
2. 연관사업 추진현황
 - (1)담주 다미담 예술구사업
 - (2)담양읍 도시재생사업
 - (3)담양읍 농촌중심지 활성화사업
 - (4)중앙로 전선 지중화사업

03

담양군 전통시장 여건 분석

제1절 담양군 전통시장 여건 분석

1. 담양군 전통시장 현황

담양군은 행정구역상 12개 읍면으로 구분되며 지역민들이 오래전부터 상거래 장소로 이용하는 5일마다 장이 서는 재래시장 즉, 전통시장은 담양읍과 창평면, 대전면 3개 지역에서 열리고 있다.

이 외에도 화순군과 곡성군 경계지역인 대덕면 갈전리에 소규모의 재래시장이 1980년대 까지 열렸으나 주변마을 인구 감소와 고령화 등으로 지금은 폐장되고 장이 열리지 않는다.

【담양시장】은 담양읍 담주리 일원에 위치하며 전통시장인 조선시대부터 장이 열려 300여년이 넘는 오래된 재래 시장이지만 본격적으로 장육을 갖춘 근대화된 시장으로 장이 열리게 된 시기는 1917년이다.

담양시장은 옛 시장 장육들을 철거하고 2003년에 현대화된 신축 시장건물이 들어섰으나 노후 및 이용률 저조 등으로 2019년 철거하고 2차 재건축에 들어가 2023년 10월 현재 재건축 중이며 2024년 4월경 재개장할 예정이다. 현재 철거된 시장 인근에 임시시장을 개설해 운영중이다.

매월 2일, 7일, 12일, 17일, 22일, 27일 등 한달에 6차례 5일마다 장이 열린다.



▲담양시장 전경

【창평시장】은 창평면 면소재지 삼천리 일원에 있으며 정확한 개장시기는 알 수 없으나 조선시대에 창평현의 규모나 지역적 여건을 감안할 때 창평시장 또한 조선시대부터 장이 열린 것으로 추정된다.

창평시장이 장육을 갖춘 근대화된 시장으로 확대된 것은 1919년이다. 2022년 12월 10일 화재로 시장 장육이 전소돼 2023년 10월 현재 기존 시장 부지에 재건축사업이 추진중이다.

매월 5일, 10일, 15일, 20일, 25일, 30일 등 한달에 5~6차례 5일마다 장이 열린다.



▲창평시장 전경

【대전시장】은 대전면 면소재지 일원 대치리에 있으며 1964년 무렵 재래시장이 개설됐으며 2006년 현재의 시장 규모로 재정비됐다.

대전시장은 비교적 규모가 작은 시장이며 가까운 거리에 광주광역시 대도시 상권이 활성화 되어있어 시장기능 위축 및 확장성에 영향을 주고 있다.

매월 3일, 8일, 13일, 18일, 23일, 28일 등 한달에 6차례 5일마다 장이 열린다.



▲대전시장 전경

● 담양군 전통시장 현황 (2023년 기준)

구 분 명 칭	소 재 지	시장면적(㎡)		점포수	운영일	개 설
		부 지	건 물			
담양시장	담양읍 담주4길 44-6	4,979	-	-	-	1917년 2003년8월 재정비 2019년~ 정비중
담양 임시시장	담양읍 담주리 50	1,337	229	19	2일, 7일	2021년 2월
창평시장	창평면 사동길 14-24	5,544	2,016	-	-	1919년 2004년 6월 재정비 2023년 현재 재건축 추진중
창평 임시시장	창평면 창평로 586	8,593	991.8	57	5일, 10일	2023년 1월
대전시장	대전면 대치8길 28-12	2,221	376	19	3일, 8일	1964년 2006.3 재정비

● 담양군 전통시장 영업 현황 (2023년 기준)

구 분 명 칭	점 포 수	면 적	영 업 수	빈 점 포	비 고
담양 임시시장	19	8.12㎡	19	0	컨테이너, 몽골천막
창평 임시시장	57	8.12㎡	51	6	컨테이너, 몽골천막
대전시장	19	16㎡	9	10	

담양시장 현황

● 구.장옥 개요

- 구 분 : 인정시장
- 개설일자 : 1917년
- 등록일자 : 2005. 10. 25.
- 위 치 : 담양읍 담주리 7번지 일원
- 구역면적 : 4,979㎡
- 상인회장 : 최정식(010-9442-1399)
- 장옥현황 : 전체 120칸
 - 임대 85(점포영업 68, 창고 5, 냉동창고 6, 미사용 6), 빈점포 35

● 임시시장 운영 현황

- 구 분 : 임시시장
- 개설일자 : 2021. 2. 16.
- 위 치 : 담양읍 담주리 50번지 일원
- 구역면적 : 1,337㎡
- 장옥현황 : 전체 19칸
 - 임대 19(저온저장고 7칸 별도)
- 임 대 료 : 무상(구장옥 사용자 임시 사용중)

담양시장 재건축 개요 (루프탑 가든형)

- 위 치 : 담양읍 담주리 5-2번지 외 3필지
- 사업기간 : 2017 ~ 2023년(6년)
- 사업비 : 16,490백만원(국비 1,300, 도비 6,100, 군비 9,090)
- 규모 : 연면적 6,213.94㎡(지하 1층, 지상 3층)
- 사업내용 : 점포, 푸드코트, 휴게 · 편의시설 등

● 추진방침

- 담양시장을 주변 생태환경과 어울리는 루프탑가든형 복합문화시설로 조성하여
내 · 외부 방문객 유입을 통한 지역경제 활성화

● 추진일정

- 내부공간 구성 추진 : 2023. 4.
- 공간별 점포 입주자 모집 : 2023. 6.~
- 담양시장 재건축공사 준공 : 2023. 12.
- 담양시장 개장 : 2024. 1.

담양시장 시설현대화 지원사업 개요

● 사업개요

- 위 치 : 담양읍 담주4길 44-6(담양시장) 일원
- 사업기간 : 2017 ~ 2022년
- 사업비 : 12,000백만원 (국비 1,300 도비 6,100 군비 4,600)
- 사업내용 : 루프탑 가든형 문화 복합상가 건축, 청년상인 육성 등

● 사업의 필요성

- 시설의 노후화로 인한 안전 및 이용불편 요소를 해소하기 위해 소비자와 상인들의 욕구에 맞는 재건축을 통하여 향후 인근 관광지와 연계한 문화관광형(테마형) 시장 운영으로 시장활성화 및 지역경제 활성화 꾀함.
- 주변환경과 어울리는 독특한 건축이미지를 도입하고 상업 및 문화시설 설치로 시장으로의 역할 뿐 아니라, 복합문화공간으로서의 기능을 부여코자 함.

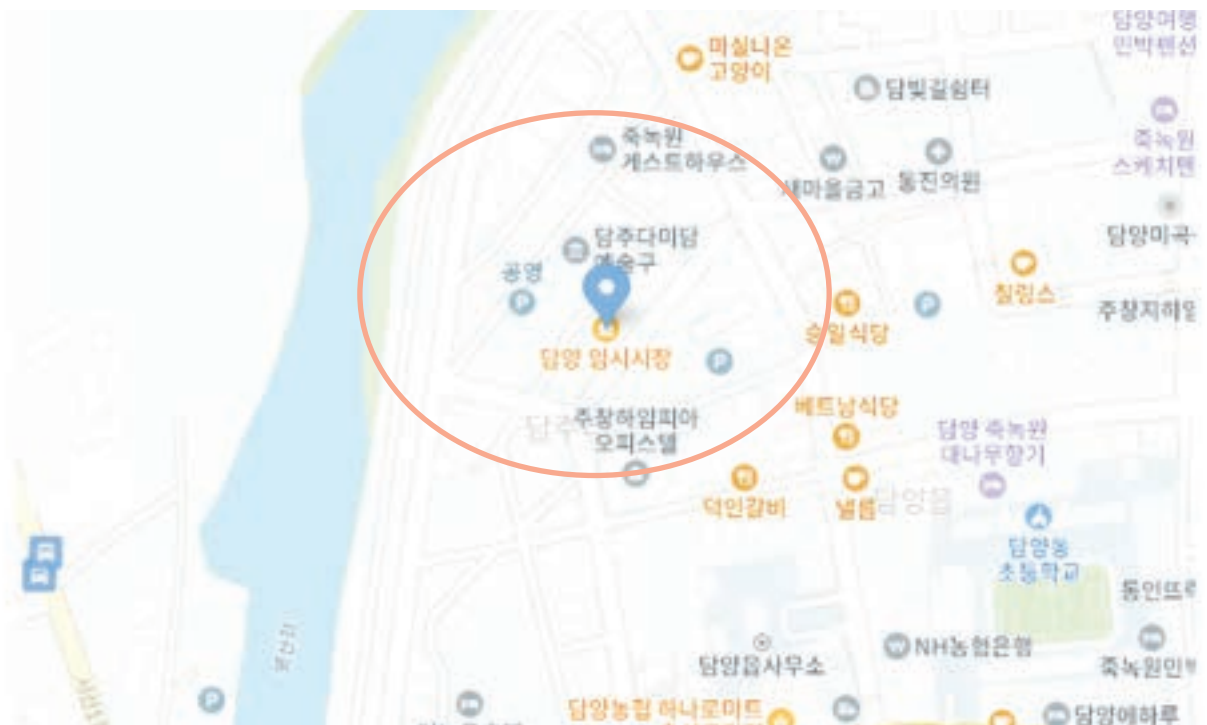
● 추진상황

- 담양시장 재건축 타당성 활성화 용역 : 2013. 5. ~ 2014. 2.
- 담양시장 시설현대화사업 투자심사(전남도) : 2015. 12. ~ 2016. 2.
- 담양시장 재건축사업 기본 및 실시설계용역 공고 : 2018. 4. 9. ~ 12. 4.
- 담양시장 루프탑 가든 공간디자인 공모 : 2018. 6. 12. ~ 7. 16.
- 담양시장 재건축사업 설계용역 추진 : 2019. 5. 16. ~ 2019. 11. 17.
- 사업비 증가에 따른 전라남도 투자심사 : 2020. 1. ~ 3.
- 건축공사 1차분 계약 : 2020. 12.
- 담양 임시시장 기반조성 완료 : 2021. 1.
- 임시시장 시설물 보강공사 완료 : 2021. 3.
- 기존상인 이주 완료 및 임시시장 개장 : 2021. 3.
- 기존시장 철거공사 착수 : 2021. 3.
- 신·재생 및 제로에너지 반영 위한 타지역 현지조사 및 협의 : 2021. 2 ~ 4.
- 에너지 설비 관련 에너지원 반영 설계 변경 : 2021. 4 ~ 5.
- 건축공사 2차분 및 전기·통신·소방 공정 계약 : 2021. 5 ~ 6.
- 건축공사 3차분 계약 : 2022. 1.
- 담양시장 재건축 공사 준공 예정 : 2022. 9.

◎ 신축 담양시장 전경 및 배치도



● 담양 임시시장 전경 및 배치도



창평시장 재건축 공사

● 추진상황

- 창평 전통시장 화재피해 예산 확보
 - 2022년 재난안전 특별교부세 확보(3억) : 2022. 12. 27.
 - 2022년 특별조정교부금 확보(2억) : 2022. 12. 28.
- 담양군 컨설팅 및 타당성 조사 용역 심의 완료 : 2023. 2. 6.
- 컨설팅 및 타당성 조사 용역 추진 : 2023. 2. 16.
- 담양군 공유재산 심의 완료 : 2023. 2. 17.
- 전남도 투자심사 완료 : 2023. 2. 28.
- 창평전통시장 주민 공청회(1차) : 2023. 3. 24.
- 창평전통시장 철거공사 추진 : 2023. 4.
- 국내 우수사례 시장 선진지 견학 : 2023. 4. 19.
- 2024 전통시장 시설현대화사업 공모 신청 : 2023. 4. 28.
- 창평전통시장 주민 공청회(2차) : 2023. 4. ~ 5.
- 건축기획 용역(사업계획 사전 검토) 및 공공건축 심의 추진 : 2023. 6.
- 건축공사 기본 및 실시설계 용역 추진 : 2023. 8.



▲창평임시시장



▲창평시장 신축 예정지

2. 담양군 전통시장 여건

● 담양시장

담양시장은 시설의 노후화로 인한 안전 및 이용불편 요소를 해소하기 위해 소비자와 상인들의 욕구에 맞는 재건축을 통해 향후 인근 관광지와 연계한 문화관광형(테마형) 전통시장 운영으로 시장활성화 및 지역경제 활성화를 모색하고 있다.

이를 위해 현재 담양시장 재건축 공사가 진행중이며 신축되는 담양시장은 주변환경과 어울리는 독특한 건축이미지를 도입하고 상업 및 문화시설 설치로 시장으로의 역할 뿐 아니라, 복합문화공간으로서의 기능을 부여할 방침이다. 담양시장은 국도비 74억원을 포함해 총사업비 164억9천만원이 투입돼 연면적 6,213㎡(약 1,900평)에 지하1층, 지상3층 현대화된 건물형 시장으로 건축중이며 지난 2021년 10월 착공했다. 옥상을 활용하는 루프탑가든형 복합상가로 건축해 시장기능은 물론 청년상인 육성, 인근 담주예술구와 담빛길 등과 연계한 문화관광형 시장으로 탈바꿈하게 된다.



▲담양시장 철거



▲담양시장 재건축 중

담양군은 담양 5일시장 재건축과 관련, 기존 재래시장의 시설 노후화로 안전 및 이용불편을 해소하기 위해 재건축중이며 주변 환경과 어울리는 독특한 건축 이미지를 도입해 상업활동 및 문화시설, 관광이 함께 들어서는 복합문화공간으로 조성할 계획이다.

새로 건축되는 담양시장은 1층은 상설점포 50개소, 2층은 푸드코트 및 레스토랑, 3층에는 휴게 및 편의시설, 그리고 지하1층은 주차장(64면) 등을 갖춰 쾌적하고 깨끗한 환경에서 쇼핑을 즐길 수 있을 것으로 기대하고 있다.

한편, 담양 5일시장 재건축을 위해 군은 지난 2021년 4월말 구.담양시장 건물 철거공사에 들어가 7월말 철거를 완료했으며 5일마다 열리는 장을 지속하기 위해 그해 2월부터 인근 담주예술구 일원 주차장(담주리 50번지 외)에 '임시시장'을 개설해 운영중이다.

● 창평시장

창평시장은 2022년 12월 10일 발생한 화재로 시장내 장옥이 거의 불에 타 시장 기능을 할 수 없게 됐으며 이에 담양군은 기존 창평시장 건너편 주차장에 점포 57동과 몽골텐트 60동을 설치, 임시시장을 개설해 운영중이다.

새롭게 문을 연 창평 임시시장은 8,593㎡ 부지위에 컨테이너와 몽골형텐트 점포 60칸과 상인회 사무실 등이 들어섰다.

점포에는 농·축·수산물 등이 자리 잡았고, 노점형 점포에는 반찬·채소·과일·건어물·수산물 등이 들어섰다. 뒤편에는 5,365㎡에 150대 규모의 주차장을 마련해 다양한 품목을 한 곳에서 구매할 수 있도록 조성했다.



▲창평시장 화재 (2022.12.10.)



▲창평시장 건축 (복구 계획수립)

담양군은 화재로 소실된 창평시장 재건축을 위해 2023~25년 창평시장 시설 현대화사업을 추진중이며 기존시장 부지에 재건축하기로 최종 결정했다.

비교적 공간적 여유가 있는 임시시장으로 이전 신축하지는 의견도 있었으나 최종적으로 기존의 시장터에 재건축하기로 했다. 시장터 가장자리 양쪽에 2층 건물을 신축하고 건물 사이에 하늘을 가리는 돔 지붕이나 아케이드 등 구조물을 설치하는 현대적 전통시장 형태이다.

신축건물 점포는 기존 상인 및 담양군민 우선으로 분양해 상설화를 모색하는 한편 돔 지붕 아래에는 노점상을 위한 농수산물이나 잡화를 파는 공간으로 활용해 시장내 보행 환경을 최적화 할 방침이다.

● 대전시장

대전시장은 비교적 규모가 작은 시장이며 가까운 거리에 광주광역시 대도시 상권이 활성화 되어있어 시장기능 위축 및 확장성에 영향을 주고 있다.

광주시민이 수시로 찾고 있는 한재골유원지 방문객을 겨냥한 먹거리, 살거리, 볼거리를 확대할 필요가 있으며 아울러 전통시장의 가장 큰 매력인 먹거리장터 조성이 필요하다.

이와함께 시장 방문길에 반찬거리를 구입해 가는 친환경 농산물 판매, 지역 농특산물 판매를 확대해 나갈 필요가 있다.



▲대전시장

3. 담양군 전통시장 SWOT 분석

S-강점 (Strength)

● 전국적인 관광명소 보유, 전통시장 활성화 최적조건

- 담양은 한해 700만명의 관광객이 찾는 전국구 관광지(담양군 통계)
- 담양시장, 창평시장, 대전시장 인근 전국구 관광명소가 다수있어 관광객 동선 확보 유리
- 죽녹원, 관방제림, 메타세쿼이아가로수길, 메타프로방스, 슬로시티창평, 식영정, 소쇄원, 한재골유원지 등

● 전국적으로 유명한 담양 향토음식 보유

- 담양시장 권역내 떡갈비, 대통밥, 돼지갈비, 암뽕순대, 국수거리 등
- 창평시장 권역내 국밥거리, 슬로시티 약초밥상 등
- 대전시장 권역내 한재골유원지 백숙(닭,청둥오리) 및 퓨전한정식, 카페 등

● 편리한 교통망 및 접근성

- 광주광역시 인접한 20분 내외의 접근성
- 고속도로 · 국도 · 지방도 등이 통과하는 사통팔달의 교통망
- ktx 연계 관광객 유치 활성화 가능
- 달빛내륙철도 완공시 경상도권 관광객 대거 유입 가능

W-약점 (Weakness)

● 인접한 관광명소와의 연계성 및 동선확보 미흡

- 한해 200만명 방문 죽녹원 관광객의 담양시장 유입 및 유치 저조.
- 관방제림, 가로수길, 메타프로방스 등 담양읍권 관광명소 관광객의 전통시장 및 중앙로 유도 동선확보 저조
- 국수거리 방문객의 담빛길-다미담예술구-담양시장 동선 단절 등

● 담양다움' 특색 전통시장의 매력 미흡

- 담양특색 전통시장 재방문 위한 담양특화 문화적 매력 미흡
- 전통시장 방문의 필수항목, 살거리 · 먹거리 · 볼거리 미흡 (성공사례 : 창평시장 국밥거리 인기)
- 전통시장내 무질서한 노점과 통행불편, 비가림 시설 미흡

● 융복합관광 콘텐츠 미흡

- 지역 농특산물 이용 고부가가치 가공식품 및 특산물 개발 미흡 (담양군 대표 인기 관광선물 전무)
- 농촌휴양마을, 도시재생, 농촌중심지활성화, 마을만들기 등 각자도생 (관광촉진의 연계 필요)

O-기회 (Opportunity)

● 담양은 자연과 역사문화, 환경이 잘 보존된 생태문화전원도시

- 여행자의 도시로 자리매김, 연간 관광객 증가 추세
- 죽녹원 국가정원 지정 추진 및 한국정원문화원 유치 등 힐링의 도시 부상

● ‘담양다움’ 특성화 전략 및 생태도시 정책으로 지속가능발전 중

- 지속적 생태도시 추진으로 담양군 전체가 생태정원도시로 자리매김

● 담양시장 및 담양읍 원도심 활성화 정책 추진으로 지역상권 부활 중

- 담양시장 재건축, 다미담예술구 조성사업, 담양읍 원도심 활성화, 담양읍 농촌중심지사업, 담양읍 도시재생사업, 중앙로 전선지중화사업 완료 및 추진 등으로 전통시장 활성화 및 담양읍 원도심 상권 부활에 ‘청신호’

T-위협 (Threat)

● 인접 시군의 적극적인 관광 및 전통시장 활성화 정책 추진

- 인접 곡성 · 구례 · 장성 및 순창, 광주1913송정역시장, 함평시장 등 적극적인 관광정책 및 전통시장 활성화 정책 추진 및 성공사례 등으로 담양 관광객 · 방문객 분산 및 감소 가능성

● 죽녹원, 메타프로방스 등 관광명소의 새로운 관광콘텐츠 개발 미흡

● 인접 지역 또는 전국 지자체의 관광명소 확충에 따른 관광객 감소

담양군 전통시장 SWOT 분석

S

강점
(Strength)

- 전국적인 관광명소 보유, 전통시장 활성화 최적조건
- 전국적으로 유명한 담양 향토음식 보유
- 편리한 교통망 및 접근성

W

약점
(Weakness)

- 인접한 관광명소와의 연계성 및 동선확보 미흡
- ‘담양다움’ 특색 전통시장의 매력 미흡
- 융복합관광 콘텐츠 미흡

O

기회
(Opportunity)

- 담양은 자연과 역사문화, 환경이 잘 보존된 생태문화전원도시
- ‘담양다움’ 특성화 전략 및 생태도시 정책으로 지속가능발전 중
- 담양시장 및 담양읍 원도심 활성화 정책 추진으로 지역상권 부활 중

T

위협
(Threat)

- 인접 시군의 적극적인 관광 및 전통시장 활성화 정책 추진
- 죽녹원, 메타프로방스 등 관광명소의 새로운 관광콘텐츠 개발 미흡
- 인접 지역 또는 전국 지자체의 관광명소 확충에 따른 관광객 감소

4. 담양군 전통시장의 주요 문제점

(1) 담양군 전통시장의 보편적인 문제

우리나라 전통시장의 일반적이고 보편적인 문제는 ▲시설낙후 ▲상인들의 낮은 의식수준과 고령화 ▲전근대적 경영방식 ▲편의시설 부족 등을 들 수 있다.

실제로, 우리나라 전통시장의 대부분이 시설노후화가 심각한 수준이며 상인들과 시장내 복잡한 이해관계로 인해 시장의 점포환경이나 시설 개선이 쉽지 않은 실정이다.

즉, 토지나 점포 소유자, 입점상인, 노점상 등 이해 관계자들이 많고 또, 복잡하게 얽혀있어 시장 재개발시 서로의 이해관계로 인한 대립과 갈등의 적지 않으며 재건축시장 입주 문제 및 노점상 재배치 문제 등으로 사업 추진에 많은 어려움을 겪고 있다.

또한, 시장상인들의 경우 대부분 고령자가 많아 시장 활성화에 보수적이고 소극적인 입장을 보이고 있으며 시장의 환경개선이나 편의시설 개선에 대해서도 자체적인 시행 보다는 행정에 의존하는 경향이 짙다.

전통시장의 거래환경도 전근대적 경영방식을 아직 벗어나지 못해 국내 많은 지역의 전통시장이 아직까지 신용카드 사용이 쉽지 않을 뿐더러 가격표시, 원산지 표시, 상품품질관리, 사후보증제 명시 등 소비자들의 기본적 요구와 신뢰성에 제대로 부응하지 못하고 있는 실정이다.

아울러, 전통시장을 이용하는 주차장은 물론 화장실, 휴식공간 등 편의시설이 절대적으로 부족한 것 역시 우리나라 재래시장의 전형적인 모습이다.

통계에 의하면 국내 전통시장의 약 70%가 변변한 주차시설을 갖추지 못한 것으로 파악되고 있다. 게다가 전통시장을 재개발하고 현대화한 시장들 중 적지않은 곳 역시 시장내 점포환경 개선에 치중한 탓에 주차장 시설이 부족해 문화관광으로 확장되고 있는 전통시장을 찾는 소비자들의 욕구를 충족하지 못하고 외면을 받는 실정이다.

(2) 담양군 전통시장의 주요 문제점

담양군 전통시장의 경우도 위의 우리나라 대부분 지자체의 재래시장과 마찬가지로 문제점을 안고 있다.

담양시장은 과거 골목형 시장 형태의 수십동 장옥을 철거하고 현대적 단일건물에 점포를 입점시키는 담양시장 현대화사업을 추진했으나 결국, 상인들의 입점 외면으로 시장이 활성화 되지 못한 채 노점형태의 재래시장을 유지해 왔다.

이에 담양군이 소비자와 상인들의 욕구에 맞는 재건축을 통해 향후 인근 관광지와 연계한 문화관광형(테마형) 전통

시장 운영으로 시장 활성화 및 지역경제 활성화를 모색하고자 기존 시장건물을 철거하고 2차 담양시장 재건축사업을 시행 중이다.

하지만, 이 또한 전통시장의 상징 및 정체성이라 할 수 있는 장옥이 늘어선 골목형 시장 형태가 아닌 단일건물 쇼핑타운형 시장으로 재건축 중이어서 상가배치 및 상인들의 입점, 노점상 문제 등 해결해야 할 과제들이 적지 않은 실정이다.

무엇보다 큰 문제점으로 대두되는 것은 현대화된 단일건물 쇼핑타운형 시장이 과연 다양한 품목과 물건을 사고파는 노점형·점포형 상인들로 구성된 기존 전통시장의 기능을 제대로 할 수 있느냐의 문제와 함께 부족한 주차장 등 편의시설의 문제이다. 현재 대부분의 국내 전통시장은 지역사회 주민들의 상거래를 위한 소비시장 기능에서 나아가 지역의 문화관광 상품으로 확충되면서 관광객들이 많이 찾는 관광명소로서의 역할도 수행하기 때문에 편의시설 확충 및 주차공간의 확보는 반드시 해결해야 할 필수과제이다.

이러한 관점에서 담양시장이 지역민들의 상거래와 소비시장으로서의 전통시장의 기능을 제대로 발휘할 수 있을지 여부와 함께 주차공간 및 편의시설 부족이 향후 담양시장 활성화에 있어서 대단히 큰 문제점으로 대두될 수도 있을 전망이다.



▲담양시장 (1차 재건축후)

창평시장은 얼마전 시장 화재로 인해 현재 재건축사업이 진행중이므로 담양시장과 마찬가지로 문제점이 대두될 수 있는 여지는 있다.

다만 창평시장의 경우, 비교적 시장 규모가 적은 여건속에 재건축 시장내 점포 및 노점상의 적절하고 합리적인 배치가 이뤄진다는 전제하에 주변 여건상 주차공간 및 편의시설 확충을 위한 부지확보에 큰 어려움은 없어 장차 창평의 전통시장은 시장 기능 활성화와 더불어 관광자원화를 통한 지역경제에 활력을 불어넣을 수 있는 기대감은 큰 편이다.



▲ 창평시장 (화재 전)

대전시장은 관내 전통시장 중 가장 규모가 작은 시장으로 광주시 첨단지역 등 대도시 인접지역의 한계로 지역의 재래시장 활성화가 쉽지 않은 실정이다.

대전시장의 입지여건 또한 대전천변 인근 집단 주거지에 접해있어 공간적 확장성이 없는데다 지역인구 감소, 상업의 쇠퇴 등으로 시장내 입점 점포와 노점들이 갈수록 줄고 있어 딱히 시장 활성화를 위한 특단의 대책이 마련되지 않는 한 재래시장 기능은 갈수록 축소, 위축될 수 밖에 없는 실정이다.

담양군이 대전면 지역경제 활성화를 위해 도시재생사업을 추진중에 있어 이와 연관한 대전시장 활성화사업과 함께 한재골유원지와 연계한 대전시장 관광자원화 방안이 적극 모색돼야 할 과제이다.



▲ 대전시장

(3) 상인회장 인터뷰(담양시장)

의견 1 최 정 식 회장(담양시장 상인회)



예전 장옥 형태의 담양시장을 재건축 한 것은 문경규 군수때 1차적으로 했어요.

김대중 대통령이 예산을 지원해줘서 아마 23억5천만원 예산으로 이전 장옥을 모두 철거하고 6개월만에 건물형태의 담양시장을 새로 지었죠

그런데, 시장을 건물형태로 딱 지어놓으니까 벌렁 창고같이 지어놓고 아무런 시설이 없었어요. 그래서 저희 상인들이 전기시설, 냉동시설 등 이런 걸 전부 설치하다 보니까 돈이 굉장히 많이 들었습니다. 그렇게 돈이 드니까 일부 상인들이 거기는 안 들어갔어요.

대신에 그때 당시에 제방에서 몇 분이 노점상으로 하고 있었는데 아마 그분들이 노점 장사를 하면서부터 제방에 시장이 따로 형성이 돼가지고 오늘날 하천 제방에 노점상이 형성이 된 것입니다.

그래서 지금까지 우리 담양시장이 그렇게 돼왔고 또 그후로 최형식 군수가 당선이 돼서 전통시장을 다시 활성화 한다고 하며 제방의 노점상들도 모두 시장 안으로 흡수한다는 것이었는데, 어떻게 말씀을 하셨냐면 시장을 다시 짓게 되면 그때 흡수를 하겠다고 이렇게 말씀을 하셨던 것입니다. 그러나 지금까지 그렇게 하지 못하고 그 후로 이렇게 또 2차로 새로운 시장을 짓고 있는 것입니다.

담양시장 재건축을 한다고 할 때 담양군에서 공청회를 했어요. 재건축 시장건물을 3층으로 짓는다고 얘기를 했는데 저희들은 그게 재래시장에 안 맞다고 건의를 했음에도 저희들의 입장을 반영하지 않고 행정의 뜻대로 추진하면서 오늘날 시장이 그렇게 지어지게 된 것입니다.

아무쯏록 우리 상인회에서는 앞으로 담양시장이 어떻게든 좋은 방향으로 활성화될 수 있도록 군의회와 담양군이 많이 고민해 주시고 협조해 주시기를 간절히 부탁드립니다.

의견 2 김 호 광 회장(담양시장 노점상인회)



담양시장 노점상은 250명 정도 회원으로 운영을 하고 있고 노점상인회에서 노점상인들을 관리를 하고 있습니다. 먼저, 담양군의회에서 우리 시장에 대해 관심을 가져주시고 간담회와 현장활동에 불러주셔서 감사의 말씀을 드리고요, 우리나라 전국 전통시장 및 중소벤처에 등록이 된 전통시장이 1800개입니다. 그리고 전국 노점상인이 대략 25만 명 이상이 됩니다.

저번에 경계과에서 주최할 때도 제가 재개발사업이 잘 됐다는 함평시장을 가봤습니다마는 시장내 상품 진열이 육하 원칙에 의해서 질서 정연하게 잘 돼 있어요. 참 깨끗하게 진열이 잘 돼 있어요. 아무리 맛이 없는 생선도 이쁘게 해놓으면 맛있게 보이는 거예요. 그게 건물생심이라고 하나요? 어떤 상품이 됐든 그것은 그만큼 상인회나 회장이 상인들에게 교육을 시키고 단속을 하기 때문에 그렇게 된 겁니다. 하루 이틀 만에 된 것은 아닐 거예요. 그만큼 상인들하고 상인회 임직원들하고 협의가 잘 되기 때문에 그런 질서가 좀 더 잘 잡어져 있다고 볼 수가 있고요.

그리고, 이제 함평시장 상인회장님이 하시는 말씀 중에 시장 보행로 동선 확보를 먼저 이야기했습니다. 그런데 함평하고 저희 담양시장하고 설계도상 시장 구조가 완전히 달라요. 담양시장은 어차피 설계가 다 나와 건축 중이고 우리 상인들 위주로 이러 이렇게 해달라고 했어도 거두절미하고 골조가 다 올라가 버렸어요. 그래서 거기에 약간 증축 정도는 우리가 요구해서 할 수는 있어야 한다는 생각입니다.

또 한가지는 우리나라 전통시장이 1800개라고 했지만 전국 어디를 가도 노점과 장옥이 상생해야 하는 것이고 어느 시장에도 다 마찬가지입니다.

제 얘기의 결론은, 전통시장은 장옥 혼자만 단독으로 할 수도 없고 노점도 단독으로 할 수 없다는 것입니다. 같이 상생 역할을 하면서 같이 더불어 살아가야 합니다. 담양시장의 노점 상인이 250명인데 140명이 담양군민이에요. 한 50% 정도 되죠 이것은 어느 전통시장이든 다 똑같아요.

저는 물론 담양에 살고 있지만 저는 화순장도 가고 송정리장도 갑니다. 함평시장도 가고 근데 송정리 사람이 우리 담양에도 와서 장사해요. 화순 사람도 우리 담양에 와서 장사를 합니다. 우리 담양사람으로만 이 담양시장을 운영할 수 없습니다. 상권이 형성이 안 돼요. 시장이 형성이 안 됩니다. 이 사람이 저기 갔다가 저 사람들이 이리 왔다가 손을 같이 하는 거예요. 그래서 시장이 형성이 되는 거고요, 어떤 분들은 담양 사람들이 별로 없네 그런 식으로 이야기를 하시는데 이것은 시장의 정서를 약간 이해를 못하시는 분들이 말씀하시는 거고 그것은 그렇게 이해를 해주시면 되겠고요.

그리고, 담양에 관광객이 많이 오는데 국수거리에서 국수만 먹고 말아요 국수 먹고 그다음에 메타프로방스도 들르고 그다음에 담양장날이 끼어 있으면 담양시장도 구경할 수 있게끔 하려면 관광지마다 담양장날을 안내하는 이정표가 있어야 한다는 생각입니다. 예를들어, “오늘은 담양 재래시장 장날입니다” 그런 안내 표지가 있으면 사람들이 좀 시장으로 오지 않을까요? 죽녹원이나 메타 프로방스에 오신 분들이 전통 시장도 즐길 수가 있다는 거죠. 한가지 더 말씀드리면, 전통시장 중에서 아치형 간판이 없는 데가 우리 담양시장 뿐입니다. 담양시장 건물이 완공이 되면, 양각리 다리하고 만성리 다리 입구에 아치형 간판이 설치돼야 합니다.

그리고 마지막으로 로컬푸드 이야기입니다. 지역에서 나는 로컬푸드를 만들어서 우리 담양과 같은 경우는 담양딸기, 담양메론 담양 대나무, 기타 등등 그런 로컬푸드 매장을 따로 형성을 해서 지역상품을 활성화시키는 것도 저는 좋다고 생각합니다. 가장 기본적입니다. 어디 전통시장 상인회장이든 상인이든 이 말을 이 내용을 모르는 사람들이 없어요. 단, 이것을 실행을 하냐 안하냐 그 차이인 것이죠. 어찌됐든 우리 전통시장과 담양시장 활성화를 위해서 담양군의회에서 관심 가져주신 것에 대해서 다시 한 번 감사말씀 드립니다.

제2절 담양군 전통시장 연관사업 현황

1. 담양군 전통시장 연관사업 개요

담양시장은 그동안 시설노후화와 진입로 협소 등으로 경쟁력을 잃어 가면서 빈 점포가 늘어 창고로 이용하는 추세였으며 이로 인해 재래식 노점시장 외에 점포를 갖춘 전통시장 기능이 갈수록 축소, 위축되면서 시장의 재건축 필요성이 대두됐다.

이에 담양군은 단순한 시장의 재건축이 아닌 인근의 죽녹원, 관방제림, 국수거리 등 기존 관광자원과 연계하는 새로운 관광명소로서의 시장을 재건축을 모색했으며 이에 2016년 담양읍 시가지 활성화를 위한 '근대문화거리 조성사업' 계획을 수립하고 추진해 왔다.

담양시장 상업지역 디자인거리 조성, 건축물 파사드 및 옥외광고물 정비, 공공시설물 디자인 개선사업 등 정부 공모사업을 적극 신청, 담주 다미담 예술구 조성사업을 추진하면서 담양시장의 전통시장으로서의 기능과 함께 관광자원화에 주력하고 있다.

이외에도 담양읍 도시재생뉴딜사업, 담양읍 농촌중심지 활성화사업, 중앙로 전선지중화사업 등 정부 공모사업을 적극 신청, 선정되면서 담양시장을 포함한 중앙로 거리와 담양읍 원도심 활성화 사업에 박차를 가하고 있다.

2. 연관사업 추진 현황

(1) 담주 다미담 예술구 사업

담양읍 담주 다미담 예술구 조성사업은 과거 담양에서 가장 번화했던, 영종통이라고 불리웠던 담양읍 담주리 일대 상업지역 활성화와 더불어 담양 5일 시장의 장육을 철거하고 문화와 예술, 상업이 복합적으로 어우러진 복합문화예술 거점으로 조성하는 원도심 활성화 사업이다.

담주 다미담 예술구 사업은 당초 담주리 쓰담길 및 디자인 시범거리 사업으로 시작됐으며 그 취지와 목적은 담양의 핵심 상업지역 이던 담양시장 주변 상가들이 산업구조 변화로 쇠락하고 침체됨에 따라 노후화가 급속히 진행중인 상가와 거리를 근대화자산으로 리모델링, 청년상인들을 입주시키고 특화시킴으로써 담양시장과 더불어 지역경제 활성화를 도모하기 위해 추진됐다. 지난 2016년부터 2020년까지 5년에 걸쳐 사업이 시행됐으며 다양한 행사와 연관사업이 동시에 진행되면서 담주 다미담 예술구가 담양읍 구도심 활성화사업의 성공적인 사례로 거듭나게 됐다.

담주 다미담 예술구는 담양읍 담주리 17-4번지 담양시장 일원 574,800㎡에 5년(2016년~2020년)에 걸쳐 총사업비 44억2천만원을 투입해 담양시장통 쓰담길사업(사업비 24억2천만원), 디자인 시범거리사업(사업비 20억원)이 추진됐으며 예주구간, 미주구간으로 나뉘어 조성됐다.

예주구간은 담주 4길을 중심으로 쓰담길 외에 2019년~2022년 기간중 담양의 랜드마크인 담빛담루(사업비 14억5천만원) 사업과 데크산책로(사업비 4억5천만원)를 조성했으며 미주구간에는 연계사업으로 문화복합상가 형태의 담양시장 현대화를 위한 재건축(사업비 70억원)이 진행중이다.

A street view of a village in Gyeonggi-do, showing traditional Korean architecture and a modern building in the background.

(2) 담양읍 도시재생사업

‘담양읍 도시재생사업’은 담양군이 국토교통부 2019년 하반기 도시재생 뉴딜 공모사업(일반근린형)에 최종 선정돼 총사업비 154억원을 확보함에 따라 추진해 온 사업이다.

담양읍 담주리를 비롯한 구도심 지역에 2020년부터 2023년까지 4년에 걸쳐 ▲노후주거지 집수리사업 ▲마을 공영 주차장 조성 ▲문화예술 거점 조성 ▲생태문화광장 조성 ▲어울림센터 조성 ▲해동문화예술촌과 연계한 사업 등 9개 세부사업으로 구성된 창업, 주거, 문화 등이 복합된 혁신거점 공간을 조성했다.

• 어울림센터 · 마을 길잡이센터 신축



▲어울림센터(신축)



▲마을길잡이센터(신축)

• 중앙로 상가 외벽 리모델링



▲읍사무소 · 만성교 구간



▲중앙공원 · 강동오케익사거리



▲강동오케익 · 다이소삼거리



▲다이소사거리 · 버스터미널 구간

과거를 담아 미래를 그리는 곳, 여기는 담양!

문화생태로 새로운 천년을 디자인하다

사업 개요

위 치	담양읍 담주리 140일원(중앙로)
면 적	→ 144,400㎡
유 형	→ 근린생활형(일반근린형)
사업기간	→ 2020~2023년
사업비	→ 156,789억원 (국비 87.00, 도비 14.50, 군비 43.50, 민간 2.78, 기금 9.00)

마중물사업

천년마을 동지사업 소(笑)담

- 1-1 공공임대주택 내 공동이용시설 조성(140일원)
- 1-2 집수리(주택외부) 사업(140일원)
- 1-3 안전 안전 골목길 보행환경 개선(140일원)
- 1-4 마을 광영주차장 조성(75일원)

중앙로 상권 활성화 미(美)담

- 1-5 녹지일터 마을 집합이 센터 조성(150일원)
- 1-6 문화 예술 거점 조성(300일원)
- 1-7 생태문화관광 조성(100일원)

풍류리 공동체 활성화 정(精)담

- 1-8 어울림센터 조성(100일원)
- 1-9 여동문화예술촌길 조성(300일원)



부지협업사업

- 2-1 건물사랑 주차환경 개선 (행안부)
- 2-2 사회적기업 지원기관 운영 (고용부)
- 2-3 청소년 상담복지센터 조성 (여가부)
- 2-4 문화체육관광부 조성 (문화부)
- 2-5 혁신도시 문화관광 (문화부)
- 2-6 지역개발사업 (국토부)
- 2-7 건물사랑 시설 현대화 (중기부)
- 2-8 청소년시설 확충 (여가부)
- 2-9 노후관광시설 도농융합(문화부)
- 2-10 노후관광시설 도농융합(문화부)
- 2-11 일반 노인주간센터 (농림부)
- 2-12 지역맞춤형 일자리 창출지원 (고용부)
- 2-13 송림아트 치안지원 (환경부)
- 2-14 광영주차장 조성사업 (국토부)
- 2-15 지역사회 활성화 기반조성 사업 (행안부)

지자체사업

- 3-1 3차대전 사업거리 조성사업
- 3-2 도시계획도로 개설사업 (국토부)

민간사업

- 4-1 나눔 민터 (집수리 포함)
- 4-2 전담 운영 지역개발센터

공공기관사업

- 5-1 공공임대주택 조성사업(나)
- 5-2 전담운영사업(KEPCO)

▲담양읍 도시재생사업(계획도)

(3) 담양읍 농촌중심지 활성화사업

‘담양읍 농촌중심지 활성화사업’은 지역의 잠재력과 고유의 테마를 살려 특성과 경쟁력을 갖춘 농촌발전 거점으로 육성, 지역민의 행복한 삶을 영위하는 여건을 조성하고 도시와 연결하는 중심지 역할을 수행할 수 있도록 농림축산식품부가 지난 2015년부터 공모를 통해 대상지를 선정해 예산을 지원하는 사업이다.

담양읍은 전라남도 시군 중 광양시, 함평군과 함께 2020년도 사업대상지로 선정돼 국비 105억원을 지원받았다. 군비 45억원을 포함한 총 150억원의 사업비를 투입해 담양읍 시가지와 배후마을 주거공간 등에 교육·의료·문화·복지·경제 등 중심기능의 활성화를 위한 각종 생활편익, 문화복지, 생활SOC시설 사업 등을 시행 중이다.

담양읍 주민의 교육·문화·복지 등 기초생활 인프라를 확충하는 농촌중심지 활성화사업이 2024년까지 5개년 계획으로 진행된다.

• 담빛누리센터 A동·B동 리모델링



▲담빛누리센터 B동



▲담빛누리센터 A동



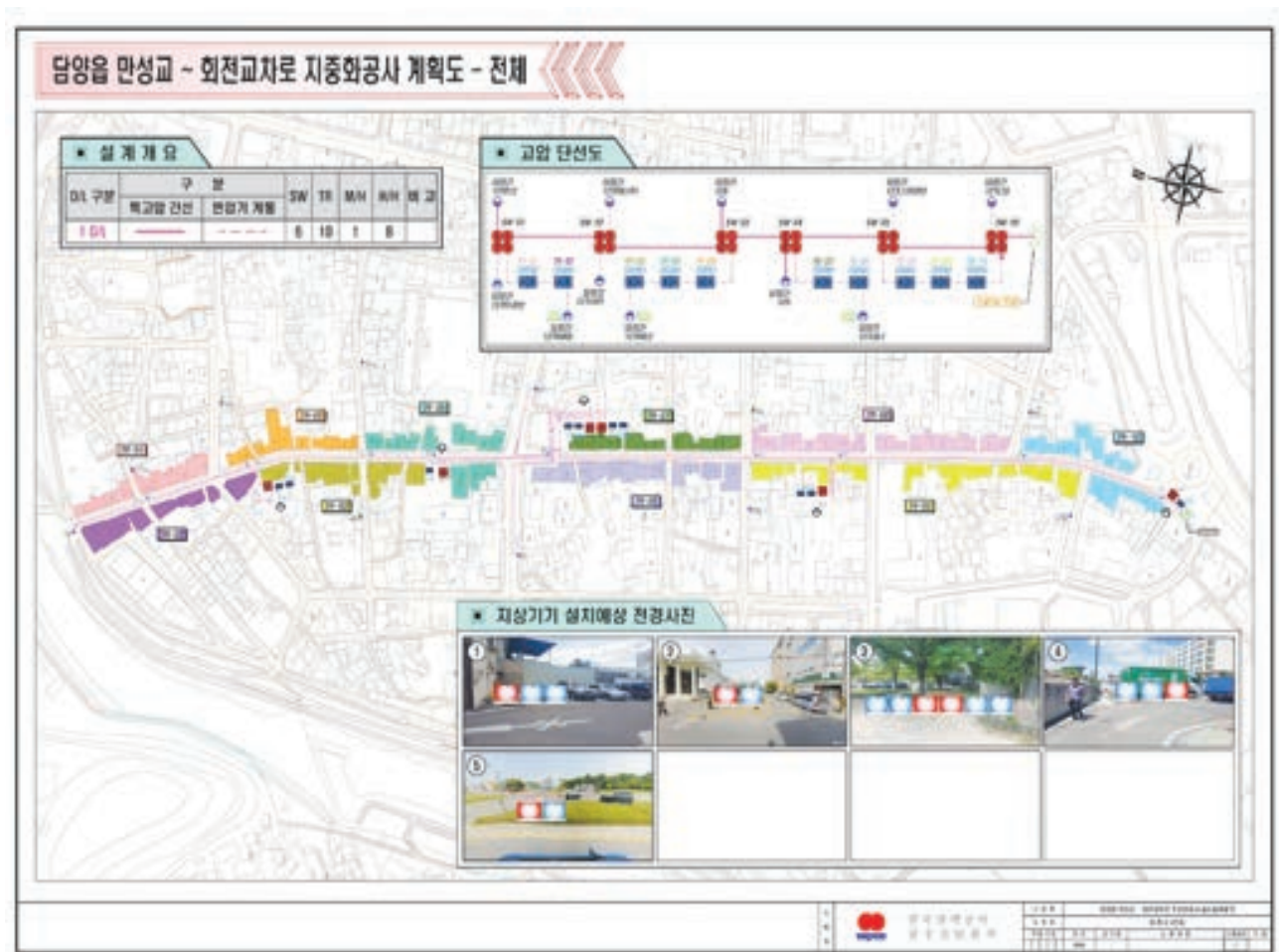
▲담양읍농촌중심지사업 (계획도)

(4) 중앙로 전선 지중화사업

‘중앙로 전선 지중화사업’은 담양읍 원도심 상권 활성화 및 시가지 도시미관 환경개선을 위한 중앙로 일원 전선 및 전신주·통신주를 지중화 한 사업이다.

담양읍 중심상권인 공용정류장~만성교간 1.4km 중앙로 전구간을 사업비 50억원(군비25억, 한전25억)을 투입해 전신주와 통신주, 배전선로를 땅속에 묻는 지중화공사를 시행했다.

담양군은 중앙로 전선 지중화사업을 위해 한전과 한전주(전봇대) 철거 협약을 체결하고 본격적인 공사에 들어갔으며 2022년말 모든 공사를 완료했다.

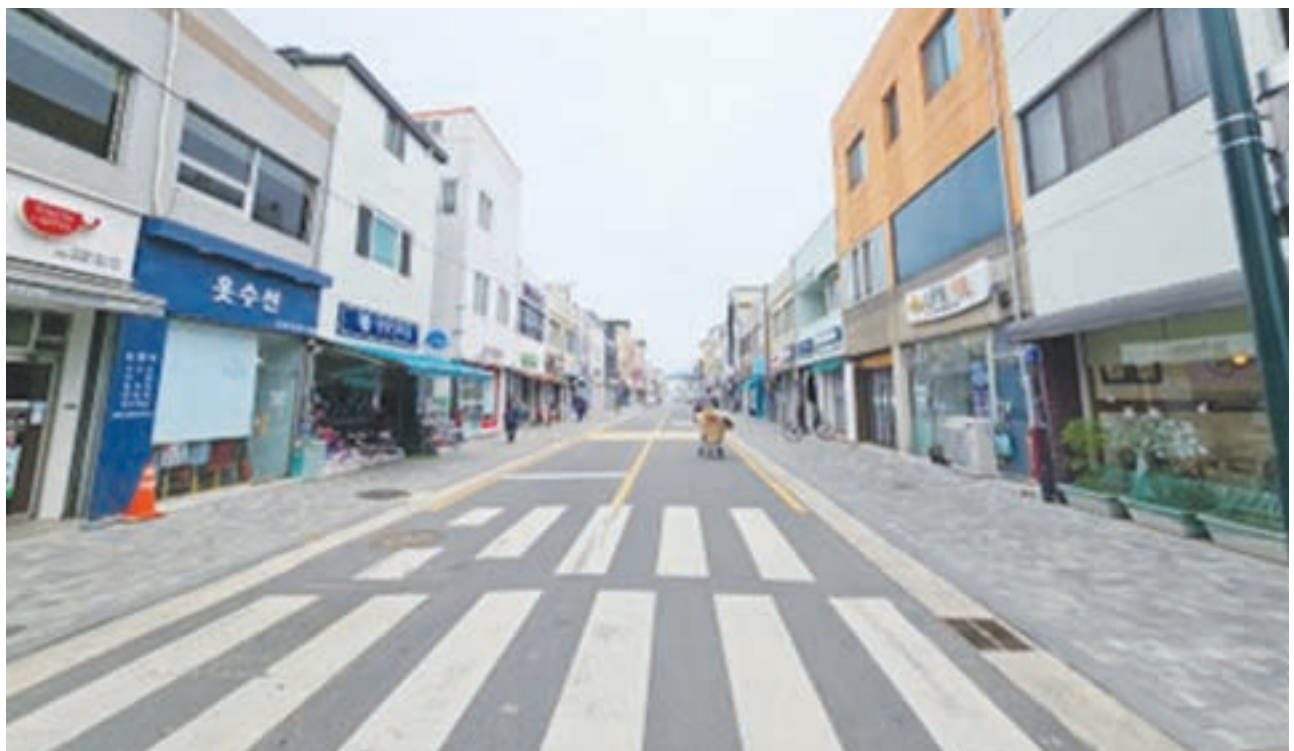


▲전선 지중화 사업(계획도)

• 중앙로 전선 지중화사업



▲전선 지중화 공사중



▲전선 지중화 공사후

충남예산시장





**담양군 관광자원 연계를 통한
전통시장과 지역상가 활성화 방안
연구용역**

04

선도지역 전통시장 성공사례

제1절 선도지역 전통시장 성공사례

1. 충남 예산시장
2. 수원 남문시장(통닭거리)
3. 함평시장
4. 광주 1913 송정역시장
5. 선도지역 전통시장 사전답사(상인회장 인터뷰)

제2절 선도지역 상인회장 간담회(현장활동)

1. 조세재 회장(충남 예산시장)
2. 이봉근 회장(수원 남문시장 통닭거리)
3. 서성도 회장(함평시장)
4. 김재복 회장(광주 1913송정역시장)

제3절 정부 전통시장 활성화 지원 정책

1. 전통시장 활성화 지원 정책
2. 관련 법규 및 제도

04

선도지역 전통시장 성공사례

제1절 선도지역 전통시장 성공사례

1. 충남 예산시장



▲예산시장 장터광장

1926년부터 장이 열린 예산시장은 5일장과 더불어 번영을 누렸으나 이후 심화되는 수도권 집중 문제로 인한 예산군의 인구 감소로 꾸준히 내리막길을 걸어왔다.

이를 해결하고자 예산군에서는 시장 현대화사업을 몇 차례 진행했으나 인구 감소의 근본적인 문제를 해결하지 못한 상황에서 큰 성과는 없었다.

그러다 예산이 고향인 백종원이 이전부터 인구 감소로 인한 지방소멸 문제에 꾸준한 관심을 가져왔고, 2018년 그의 회사인 더본코리아를 통해 예산군과 상호협약을 체결해 예산시장을 중심축으로 '예산형 구도심 지역상생 프로젝트'를 추진하면서 전국에서 가장 유명한 전통시장으로 탈바꿈했다.

백종원 대표가 '더본코리아'를 통해 충남 예산군과 함께 추진한 '예산시장 살리기 프로젝트'는 예산시장이 새롭게 탈바꿈하고 재개장 한 이후 한 달 만에 23만 여 명이 방문한 것으로 집계될 만큼 전국적인 이슈가 됐다.

밀려드는 인파로 시장 기능과 불편함이 가중되자 한달동안 시장을 폐쇄하고 편의시설 확충과 시설보수 후 지난 4월에 재개장한 예산시장은 평일 6000~7000여 명, 주말에는 2~3만여 명이 방문하고 있다.

시장을 방문하는 사람들은 지역민들 보다는 대부분 전국에서 찾아오는 관광객들이며 이들이 예산시장에서 식사하는 것 외에도 음식 및 주류 등 포장해가는 주문량도 크게 증가했다.

새롭게 등장한 제주은갈치 메뉴를 비롯해 볼카프, 수제어묵, 만두, 소시지, 고기튀김, 빈대떡, 우동, 짜배기, 전통주 보틀샵 등 다양한 메뉴가 관심을 이끌었는데 이는 100% 백종원 효과이다. 백종원과 예산시의 노력으로 새롭게 태어난 예산 전통시장은 현재 지역경제 활성화의 성공사례로 손꼽히며 예산시의 효자노릇을 톡톡히 하고 있다.

한편, 예산시장에 입점한 청년 창업자들은 400여 명이 응모해 그 중 10여 명이 선발돼 창업자에 맞는 메뉴에 맞춰 백종원의 더본 외식산업개발원에서 창업교육을 이수한 후 백종원의 창업지원과 조언으로 가게를 오픈했다.

2. 수원 남문시장(통닭거리)



▲통닭거리

수원 남문시장은 조선 22대 정조대왕이 상인들을 불러 모아 만든 유상(柳商)시장이자 220년 전통과 역사를 가진 전통시장으로 업종별 9개 시장이 모여 형성된 시장이다.

이중 남문로데오시장은 '2023 K-관광마켓 10선'에 선정됐다.

문체부와 한국관광공사는 지역관광을 활성화하고, 우리나라 전통시장의 매력을 알리기 위해 공모에 참여한 전통시장을 대상으로 심사해 'K관광 마켓 10선'을 선정했다. 전국을 대표하는 전통시장들이 선정됐는데, 경기도에서는 남문로데오시장이 한 곳만 선정됐다.

시장 고유의 매력, 주변 관광지와 연계성, 지역경제 견인 효과 등을 종합적으로 고려해 남문로데오시장을 비롯한 전국의 10개 전통시장을 선정했다. 즐길 거리와 먹거리, 볼거리를 발굴하고, 연계 관광지와 결합한 관광코스를 개발해 'K관광 마켓'을 대한민국 대표 관광상품으로 육성하면서 인근 통닭거리와 함께 젊은이와 MZ세대들이 즐겨 찾는 명소가 되고 있다.

팔달산과 인접한 남문로데오시장은 전통과 현대가 조화된 상점가 시장이다. 먹거리가 풍부하고, 청소년 야외 공연장·남문로데오아트홀에서는 청소년들의 문화공연·전시 등을 즐길 수 있다. 인근 공방 거리에서는 공예 체험을 할 수 있다. 화성행궁, 수원향교, 팔달산 등 관광지와 가깝고, 3개의 공연장이 있어 문화콘텐츠도 다양하다.

이울러 남문시장 통닭거리는 영화 <극한직업>이 대박나면서 유명한 대사 "지금까지 이런맛은 없었다. 이것은 갈비인가 통닭인가?" 영향으로 방문자들이 크게 늘어 지금은 수원 남문시장의 가장 유명한 관광코스중 하나로 자리잡았다.

통닭거리 영화 '극한직업' 수원왕갈비통닭



▲영화 [극한직업]

수원이 치맥의 성지로 떠오르고 있다. 영화 <극한직업> 속 '수원왕갈비통닭' 이 화제가 되면서 통닭거리는 날마다 사람들로 물결을 이루고 있다.

“지금까지 이런 맛은 없었다. 이것은 갈비인가, 통닭인가?”

지난 2019년 3월 초 관객 수 1600만 명을 돌파한 영화 <극한직업>의 유명한 대사다.

영화 속 형사들은 마약밀매 조직을 소탕하기 위해 치킨집을 인수, 위장 영업을 하며 낮에는 통닭을 튀기고 밤에는 마약범을 쫓는다. 그런데 치킨집의 주 메뉴인 '수원왕갈비통닭' 이 대박을 치면서 온갖 해프닝이 벌어진다.

영화 개봉 이후 수원에는 왕갈비통닭을 메뉴에 추가한 가게들이 속속 생겨나며 긴 줄이 이어지고 있다. 어쩌면 영화보다 영화 속 음식이 더 인기몰이를 하고 있는 셈이다.

주말 오후가 되면 수원 통닭거리 곳곳에는 영업시간 전부터 '극한' 줄서기가 시작된다.

'수원왕갈비통닭' 현수막을 내건 가게가 한 집 건너 한 집일 정도로 많다. 같은 왕갈비통닭이라도 집집마다 스타일도 맛도 다르다.

수원왕갈비통닭은 영화 <극한직업> 개봉 이전부터 통닭거리에 있던 메뉴다. '갈비맛치킨', '양념갈비치킨' 등의 이름으로 메뉴를 개발해 내놓았던 것. 영화의 인기로 힘입어 덩달아 유명세를 탄 치킨집은 '오전 100마리, 오후 100마리 한정' 이라 적힌 안내문구를 내걸고 있지만, 긴 줄은 쉽게 줄어들지 않는다.

3. 함평시장



▲함평시장

함평시장(함평천지시장)은 1779년 무렵 형성된 재래시장으로 250년 역사의 전통시장이다. 국내 다른 지자체의 재래시장과 마찬가지로 침체된 전통시장 기능을 회복하기 위해 행정 차원에서 많은 노력을 기울여 왔으며 노후화된 시장을 재개발, 문화관광자원과 접목한 ‘명품시장’으로 탈바꿈 했다.

지난 2022년에는 중소벤처기업부 주관 ‘2023년 특성화시장 육성사업(문화관광형)’ 공모에 선정돼 사업비 8억 4천 만원을 확보했다. ‘특성화시장 육성사업(문화관광형)’은 지역의 문화‧관광자원을 연계해 시장 고유의 특징점을 집중 육성하는 상인 중심의 프로젝트 지원사업이다. 특히, 함평군은 지난해 전통시장 혁신을 위한 ‘특성화시장 첫걸음 기반조성사업’ 공모에 선정된 31개 전통시장 중 전남 지역에서 유일하게 ‘도약형 문화관광형’ 시장에 선정 됐다.

함평군은 오는 2024년까지 ▲문화, 관광 등 지역 특화요소와 전통시장을 연계한 관광콘텐츠 육성 ▲지역 특산물을 활용한 홍보·마케팅 등 판로개척 ▲협동조합을 통한 상인 조직화 구축 등을 추진해 나갈 계획이다.

4. 광주 1913 송정역시장



▲송정역시장

1913년부터 광주 송정역과 함께 명맥을 같이한 1913송정역시장은 100년 역사를 간직한 유서 깊은 전통시장이다. 한때 생활에 필요한 식재료와 물건을 찾는 손님들로 북적 거렸던 이곳도 1990년대 이후 우후죽순으로 생겨난 대형 마트에 밀려 어느 전통시장처럼 서서히 쇠퇴의 수순을 밟아 왔다.

이에 송정역 시장은 대형마트와의 ‘대립’이 아닌 ‘다름’을 인정하고 전통시장의 특색을 강화하는 변화를 모색해 지켜야 할 유산으로 ‘시간’을 선택 했다. 새로 증축된 KTX 송정역처럼 건너편 골목 송정역전 매일시장은 새 단장을 했다.

가게마다 예쁜글씨 간판이 내걸렸고, 동네호떡, 꼬치샐, 계란밥, 어묵, 고로케, 홍삼 요거트 등 ‘시장’ 하면 떠오르는 음식들이 눈과 코를 자극하고 있다. 두부마을 옆 국수공장에서는 천원짜리 잔치국수도 맛볼 수 있고, 전통적인 전라도 사투리를 이용해 만든 달력이나 공책 등도 눈길을 끌고 있다.

5. 선도지역 전통시장 사전답사

상인회장 인터뷰

● 예산시장 : 조세재 상인회장

국내 전통시장 관리가 옛날부터 잘 이뤄지지 않았으며 현재까지 주먹구구식으로 운영하고 있다. 하지만 2017년도에 예산시장을 정비하면서 실명제를 실시했다.

예산시장에 있는 과일전, 생선전, 옷전, 잡화전 등 분야별로 나눠서 난전이지만 그림을 그려서 자리를 나눠줬다. 실명제를 도입해 해당 자리에 주인을 정하고 권리와 의무를 부여했다. 아울러, 예산시장 상인회가 해야 할 의무를 하고, 상벌 규정에 따라 시장을 저해하는 행동 및 언사를 할 경우 제재를 받는다.



예산시장은 1년에 8천만원을 수금한다. 하루에 1칸에 3천원, 2칸에 5천원, 4칸에 1만원씩으로 한 달에 한 번씩 걷는다. 그리고 예산시장 앞 주차장이 독특한 이유가 평일에는 주차장으로 쓰고 장날에는 난전이 열리는 곳으로 분야별로 해당 구역에서 난전이 열린다.

예산시장 장옥 안에는 상설시장이 있고 밖에는 5, 10, 15, 20일에 5일마다 장날이 열린다.

예산시장 근처에 터미널 등 많은 현대식 가게를 만들려 했지만 백종원 대표가 반대를 했다.

백종원 대표 말에 따르면 한국 전통시장의 기능은 끝이 났다고 말했다.

아무리 잘 짓고 아무리 잘해봐도 젊은 사람들이 여기 시장에 와서 물건을 사지 않는다.

전통시장은 옛날부터 시골에 있는 사람들이 운영하고 찾던 곳인데 이제 그분들의 연로하시고 돌아 가셔서 전통시장의 맥이 없어지고 있다.

전통시장의 맥을 살리는 방법은 옛 모습을 재현하고 보존해 옛것을 추억하는 마음을 만드는 것이다. 전통시장을 사람들이 찾는 이유이기도 하다. 단순 인터넷이나 쇼핑몰, 대형 마트에서 구할 수 있지만 왜 전통시장을 오는지 생각해 보자.

그래서 백종원 대표는 전통시장 외관은 옛 모습을 살리고 내부는 초현대식으로 시설을 최고로 만들어 가장 맛있는 음식을 만들기 위해 노력했다. 현재 그 노력 때문에 장옥 안에는 많은 사람이 음식을 사 먹고 구경하기 위해 줄을 서기도 한다.

백종원 대표는 장육은 여러 음식을 판매하고 밖에는 70년 역사가 있는 국밥 거리를 조성했다. 옛날 예산시장에서는 새벽에 소 팔려 나오는 사람들이 그곳에서 만든 소머리 국밥과 막걸리를 먹기도 했다.

예산 전통시장은 9천 평으로 국내에 이 정도 규모의 전통시장은 없었다. 여기가 농경시대에 예산평야, 합덕평야로 엄청난 쌀이 소출되는 자리였다. 일본에서 이 쌀을 가져가기 위해 호서은행을 제일 처음으로 설립했다. 인구도 18만 명이었으나 지금은 8만 명 정도로 줄었다.

그러다가 백종원 대표의 프로젝트 이후 한 달 반 만에 18만명, 두 달에 25만명이 방문했다. 그만큼 전통시장의 옛 모습을 살리는 것과 먹거리를 잘 만들어야 한다.

읍내 시가지는 예산시장과 다르게 활성화가 되지 못하고 있어 불만이 많아 백종원 대표가 4차 5차 6차 계획을 만들어 천변 상권, 원도심을 살리기 위한 프로젝트를 준비하고 있다.

현재 예산시장은 방문객 적정 인원이 3천에서 5천명 선인데 하루에 수용할 수 있는 방문객이 만 명씩 오다 보니 포화 상태다.

그래서 더 많은 시설을 만들어서 방문객을 분산시켜야 한다. 그래서 인근 삽교읍에 곱창거리를 조성했다. 지금 그곳도 유명하다.

3년 전, 예산군에 의견을 내서 15억 예산을 받아 그 주변을 샀다.

여섯 점포를 6월 30일에 오픈했는데 지금 방문객이 너무 많이 와서 곤란할 정도다.

이렇게 구역을 만들어 연령층 별로 선호하는 음식문화를 만든다. 한쪽은 청년들이 좋아하는 음식을 다른 쪽은 중년들이 좋아하는 음식을 만들어 차별화를 시킨다.

예로 곱창은 본디 구워 먹거나 찌개로 먹었으나, 백종원이 곱창 국밥과 곱창 국수 레시피를 만들었다.

먹거리만 중요한 게 아니다. 그 지역에서만 사고 경험할 수 있는 물건이나 트렌드를 만들어야 한다. 그렇게 재방문객을 만드는 게 중요하다.

젊은 청년들이 장사를 할 수 있게 소상공인 대학을 설립해야 한다. 그곳에서 청년들을 교육하고 창업지원금 5천만원 가량을 지급한다면 젊은세대 인구가 많아질 것이다.

담양의 도립대학도 소상공인 대학으로 전환해서 3개월, 6개월, 1년, 2년, 4년 교육할 수 있는 시스템을 구축해 정부에서 적극 지원해서 투자를 한다면 전통시장 활성화는 물론이고 인구소멸 대응에도 도움이 될 것이다.

또, 정부에서 교육을 장사꾼 및 전문사업가 등 교육에 배치에 청년들에게 교육을 제공한다면 폐업률 역시 낮아지리라 본다.

● 함평시장 : 서성근 상인회장

함평시장 공영주차장이 소규모 이다보니 장날에는 주차 공간이 부족하다는 문제가 있다.

이번에 사업비를 받아 공영주차장을 만들 계획 중이나 작은 문제점이 있다. 그래서 함평시장은 천변에 난전을 못 열게 하고 그곳에 주차를 할 수 있게 하고 있으며 최대한 상인들이 고객편의 우선으로 하고 있다.



함평시장은 장옥 안에 가운데만 난전이 열리고 양쪽에 노점을 열어 일자형으로 방문객이 장보기 편하게 만들었다. 지금 함평시장 장날 방문객 수효는 정확히는 파악 못하고 있지만 매출로 추산했을 때 하루 매출이 시장 재정비 전 억원에서 정비 후에 하루 매출이 5억으로 늘었다. 또, 화장실도 함평시장 안에 양쪽 끝부분에 마련해 뒀다. 함평시장은 함평군에서 위탁을 받아 상인회가 운영하고 있다.

함평시장은 재정비 후 기존에 있던 상인을 받은 것이 아닌 평가제를 운영해 상인을 새로 선발했다. 그러다 보니 민원이 많았었다. 아울러, 청년들은 가산점을 받아 시장 안에 장사를 할 수 있게 만들고 있다. 함평시장은 부족한 점들을 개선해 나갈 예정이다.

제2절 선도지역 상인회장 간담회(현장활동)

1. 조세재 회장(예산시장)

면담

조세재 상인회장



현재 우리 예산시장의 면적은 1만평 정도 되고요.

시장부지 2천평에 점포 100개를 1980년도에 완공해서 전부 분양했어요.

그런데 점포도 이제 다 차서 한때 장사가 잘됐는데, 인구가 줄어들고 산업사회로 변하면서 어느 지역이든지 비슷하겠지만 특히 예산은 그런 공동화 현상이 심했어요. 도로 쪽의 점포는 그래도 명맥을 유지했는데 시장 안의 점포는 거의 소멸하다시피 했습니다.

제가 2017년도에 시장상인회 회장이 되어 상황을 보니까 엉망진창인데 그때 황선봉 군수님이 열의를 가지고 전통 시장 재건에 힘을 썼습니다.

예산을 세워 개인 건물을 매입해 일자리센터를 만들어 상인회에서 쓰게 해줬습니다.

또, 주변이 전부 주택이었는데 환경이 좋지 못했습니다. 그래서 이곳을 매입해 소극장을 만들었습니다. 그렇게 사람들이 버스, 자동차를 타고 와서 영화도 보고 시장에서 먹거리도 즐길 수 있게 됐습니다.

특히, 시장을 활성화하려면 개선하고 고쳐야 하는데 방법이 없었습니다.

그때, 2018년도에 군수님이 백종원 씨한테 전화했습니다.

백종원 씨가 여기가 고향이라 애착을 가지고 도와주기로 했습니다. 그래서 시장을 와보니 엉망진창에 놀라셨습니다.

저하고 군수님, 백종원 씨 이렇게 셋이 상의했어요.

백종원 씨가 “시장 발전을 위해서 어떻게 하면 좋겠냐” 저에게 질문을 했어요.

저는 “시장 규모가 넓으니까 한쪽에 다시 건축하고 기존시장은 헐어서 고속버스 터미널, 시외버스터미널 유치해서 시가지와 시장과 터미널이 이렇게 일치됐을 때 활성화 되지 않겠냐” 이렇게 말했습니다.

그랬더니 백종원 씨가 대한민국 전통시장의 기능은 이미 끝난지 오래입니다. 하고 말씀하셨습니다.

시장을 새로 만들어도 젊은 사람들이 물건을 사러 오지 않는다. 어느 곳을 가도 마찬가지다. 본인은 전 세계를 돌아다니며 먹거리 있는 곳을 갔을 때 남녀노소 할 것 없이 사람이 많았다.

그러니 먹거리 시장을 한번 만들어 볼 테니 예산군과 상인회가 적극 지원해 주시면 해보겠다 해서 예산시장 활성화 사업이 시작됐습니다.

점포도 사주고, 빗물이 새지 않게 수리도 해주고, 막걸리 등 생산해서 시판도 시작하고...
 근데 백종원 씨가 사업가이자 방송인이다 보니 방송국에서 따라다녔어요.
 이게 방송에 나가다 보니까 막걸리가 자연적으로 홍보가 돼서 사람들이 몰려왔습니다.
 다음으로 2020년도에 다시 백종원 씨가 시장안의 중앙통로가 있는데 통로의 가게들을 사달라 해서 그리 해주니까
 거기에 먹거리와 사람들이 먹을 수 있는 공간을 만들었어요.
 그때부터 사람들이 더 많이 찾아왔어요.
 시장을 리모델링하고 나서 한 달 반만에 무려 18만 명이 왔어요.
 그런데 생각보다 너무 많은 사람이 몰려오니 감당할 수 없어 3월 달에 한 달만 쉬자 하고 주변 환경시설을 개선하고
 점포 6개를 더 사서 백종원 씨에게 드렸어요.
 다시 4월 1일에 오픈했는데 여전히 사람들이 찾아왔습니다.

이때 제가 느낀 게 있습니다.
 세대교체가 돼야겠다. 이제 새로운 젊은 사람들이 와서 장사를 할 수 있는 환경을 만들어야겠다. 이런 생각이 들었습니다.
 지금 유능한 인재들이 제대로 된 일자리가 없어 방황하고 있는데 과연 이들이 직장에서 일을 하려고 할까. 만약 이들을 한 분야의 장인으로 만들고 장사꾼으로 만들어 전문가로 장사를 시작한다면 좋지 않을까. 이런 생각이 듭니다.

질문 / 답변



▲ 예산시장 간담회 (조세재 상인회장)

● 박준엽 부의장

외부 주차장 같은 곳이 있는데 여기는 장날에만 노점이 열리는지.

● 조세제 회장

저희 예산장은 상설시장이 100명 정도 되고요. 일반 시장은 200명쯤 돼요. 이게 이제 말하자면 우리나라 보부상의 아주 전근대적인 형태예요.

시장건물 안은 상설시장이 열리고, 지금 주차장으로 쓰고있는 저 넓은 부지는 5일장이 열리는 날에는 노점시장이 열리는데 모두 정해진 자리에서 노점을 합니다.

철저하게 회원제로 운영되며 정해진 자리에서만 장사하고 뒷정리도 책임지고 해야하며 우리 시장의 규정을 지키지 않으면 퇴출합니다.

● 최미정 경제과장

그러면 여기 노점으로 하고 있는 주차장 부지는 예산군 것인지. 그리고 어떻게 이용하시지요?

● 조세제 회장

예산군 것 입니다. 그런데 제가 2017년도에 예산시장을 맡으면서 대한민국 처음으로 노점상 실명제를 실시했습니다.

지금 보시면 주차장 표시가 있는데, 주차장 표시가 아닌 노점 점포 위치입니다.

1칸에 3천원, 2칸에 5천원, 4칸에 만원의 사용료를 받습니다.

그래서 한 1년에 6천만원이 모이는데 사무국장, 간사 월급 주고 운영을 하는데 무리 없습니다.

● 최용호 의원

저기 건물로 된 장옥이 있는데 거기 상설로 열리는 곳은 소유가 어떻게 됩니까?

● 조세제 회장

개인입니다. 전체가 개인 소유입니다.

백종원씨가 프로젝트를 진행한 후에 기존 시장상인, 청년창업자 위주로 입점시켰고 전국적으로 유명해지면서 아주 시장이 활성화 되고 있습니다.

● 박은서 의원

회장님 말씀에 예산군에서도 일정 부분 매입하셨다고 하셨는데...

● 조세제 회장

그곳은 시장안 중앙통로 공간, 즉 장터광장을 말하는 겁니다. 100개 점포에서 가지고 있는 공용면적입니다.

백종원 씨가 먹거리를 답사하면서 사람들이 거리에서 먹는 걸 보고 여기서 상차림을 만들어서 그 자리에서 예산 시장을 방문한 사람들이 먹게 하거나 돌아다니면서 먹을 수 있게 만들었습니다.

● 정철원 의원

그러면 여기 노점을 열지 않을 때는 주차장으로 활용할 수 있나요? 또, 이곳 말고 다른 곳에 주차할 공간이 있나요?

● 조세제 회장

주차할 수 있습니다. 그리고 예산 읍내가 다 주차장입니다.

지금 현재 이게 1만평인데 2천평이면 8천평이 주차장이고 이게 다 무료입니다. 대한민국에서 이렇게 행사장도 있고 주차를 공짜로 넓게 할 수 있는 곳은 유일하게 우리 예산인데, 바로 옆에 지금 국비 들어서 한 120대 될 수 있는 거 만들었고, 도지사님이 50억을 주셔서 저쪽에다 주차장을 더 만들고 있습니다.

그런데도 주차장은 많아도 많은 게 아니더라고요.

● 책임연구원

노점상하고 장옥 가게 주인들 관계가 어느 지역 전통시장이나 좀 심각하거든요. 담양도 지금 노점상 상인회가 따로 있고 장옥 상인회가 따로 있어서 서로 이제 조금 화합이 잘 안 되는 상황이 있는데 가게를 가지신 분들은 이제 자기 권리가 있으니 그렇게 되고 노점상들은 아까 말씀하신 대로 대부분 외부 사람들이 많거든요. 담양시장도 지금 그 문제를 지금 해결해야 돼요.

담양시장은 지금 건축중이고 내년에 아마 완공되는데 단일건물 쇼핑타운 형태로 돼 있어요. 담양은 예산시장처럼 이런 식이 아니고, 그러면 이제 기존의 하천변의 뚝길에 지금 노점이 계속 열리고 있는데 그 노점상들의 문제도 잘 해결해야 되는데 아까 말씀하신 대로 지금 관리금이 지금 얼마인지는 모르지만 다 있을 거란 말이죠. 이거 정리하기가 보통 일이 아니었을 텐데 어떤 방법으로 어떻게 하셨는지?

● 조세제 회장

그때 이제 제가 한 걸 말씀드릴게요. 지역민을 먼저 배정을 하고, 나머지 남은 부분에 대해서 과거에 담양에 들어와서 장사한 기득권이 있는 사람을 선정해서 배정을 하고 불합리하게 들어온 사람들을 배제해야 합니다.

● 최미정 경제과장

기득권은 전부 백지 상태로 새로 시작한다는 얘기인가요?

● 조세제 회장

시장 운영규정 등 원칙을 세워 시행하고 그 원칙이 흔들리면 안됩니다.

● 박준엽 부의장

어떻게 보면 시장은 장소고 메인은 먹거리라 생각해도 되겠네요.

그러면 예산시장을 방문하는 사람들이 예산 주민이 찾아와 뭔가 물건을 사는 것보다 먹거리를 찾아오는 관광객의 수가 훨씬 더 많은지.

● 조세제 회장

대부분이 먹거리를 찾아오는 관광객입니다. 맥주 페스티벌 3일 할 때 24만 명이 왔습니다. 왜냐면 먹거리가 다양해서 먹고 포장해서 가져갑니다.

들은 얘기인데 젊은 친구들 술자리에서 먼저 나오는 대화가 예산시장 먹거리 가봤냐 라고 합니다. 그래서 안 와본 사람들은 찾아오고, 왔던 사람들도 다시 찾아오고 자체적으로 홍보가 되고 있습니다.

● 김은영 관광과장

시장을 살리기 위해서는 먹거리를 개발하고 관광객을 받을 수 있는 환경을 만들어야 한다는 거네요.

● 조세제 회장

네. 백종원 씨 지적이 정확한 거예요. 이미 전통시장 기능은 끝이 났습니다. 뭔가 특성을 살려서 관광객을 모아 지역 활성화, 경제 활성화로 사람들이 오게 만들어야 합니다.



▲예산시장 현장답사

● 책임연구원

담양시장은 뚝방길 양쪽으로 노점이 있는데 겹쳐서 통행이 어렵고, 비가 오는 날 천막을 치는데 빗물이 떨어지고 찾아오는 분들이 불편해하고 있습니다.

그래서 회장님이 생각하시기에 노점 정리할 때 배치를 어떻게 하고, 담양시장의 뚝방길 애로사항을 해결할 방법이 있는지 조언해 주시면 좋겠습니다.

● 조세제 회장

제가 생각할 때는 업종을 구분해서 업종별로 배치해서 깔끔하게 만들어야 합니다.

그리고 난전이 두 가지로 구분되는데 차에 싣고 다니면서 전문적으로 장사를 하는 사람들이 있는가 하면 농사를 지어서 가져와 파는 사람들이 있습니다.

그분들이 앉아서 팔 수 있는 공간을 마련해주는 게 좋을 듯합니다.

예로 외지에서 손님이 왔는데 먹거리만 있으면 썰렁하다는 느낌이 들 수 있는데 길을 가다 보니까 호박, 가지 등 놓고 팔면 좋아 보입니다.

이거를 무시하면 안 되고 이분들도 자리를 배정해서 점포 옆에다 마련하면 좋을 듯 합니다.



▲예산시장 현장답사

2. 이봉근 회장(수원 남문시장 통닭거리)

면담

이봉근 상인회장

옛날에는 여기 일대에 수원의 오일장이 있었어요. 4일, 9일 5일시장이고 또 여기서 소를 파는 우시장도 열렸습니다. 그리고, 이곳이 원래 통닭거리가 아니고 가구거리였습니다. 옛날에는 가구점들이 전부 다 짝 들어서 있었는데 후에 천변쪽 외곽으로 대부분 옮겨 갔어요.

이전에는 통닭가게가 2~3곳이 있었는데 하나둘씩 늘어 지금은 골목을 사이에 두고 길 양편으로 10개 가량 성업중이어서 자연스럽게 통닭거리가 형성됐어요.

질문 / 답변



▲통닭거리 간담회 (이봉근 상인회장)

● 책임연구원

그러면 여기가 당초 가구거리였는데 통닭거리로 유명해진 것은 영화(극한직업) 때문입니까?

● 이봉근 회장

네, 그때부터 뜨기 시작했구요. 이후에도 저희가 통닭거리 발전을 위해 유명한 가수 연예인 섭외해서 자체 행사를 자주 하고 있어요.

● 최용호 의원

인기 연예인을 섭외해서 어떤 행사를 합니까?

● 이봉근 회장

요즘 연예인들 카페 회원들이 많은데 그 팬들이 자신들이 좋아하는 가수 연예인을 보러 오기 때문에 통닭거리 경제가 살아나고 홍보도 잘 됩니다. 8월~10월이 연예인들의 행사비가 제일 비쌉니다. 미리 하지 않으면 1천만원 차이가 나기도 합니다.

저희는 여름철 치맥축제를 하는데 행사를 위해 5월에 미리 섭외합니다. 시청에서도 지원을 받고 있는데 내년에도 통닭거리 활성화를 위한 프로젝트를 계획중입니다.

● 책임연구원

올해 통닭거리 축제는 15일부터 17일까지 한 것 같은데 관광객이 어느 정도 왔습니까?

● 이봉근 회장

하루에 만 명씩 왔습니다. 북새통을 이뤘지요.

● 정철원 의원

3일 동안 3만 명이 왔다는 말씀이신데 그러면 주차공간은 어떻게 했는지?

● 이봉근 회장

통닭거리 외곽 9층 건물 앞에 주차장이 좀 있습니다. 하천변에 무료주차하는데 낮에는 관광객이 주차하고 밤에는 가게업주들이 주차합니다. 하천 건너편에 대형 주차빌딩도 있는데 그곳은 유료주차장이고요.

통닭거리도 주차장이 제일 문제입니다. 사람들은 많이 오는데 주차장이 부족하죠. 여기 수원시내 4대문 안에 전통시장이 8곳이 더 있는데 주차장이 많이 부족한 형편이죠.

● 박준엽 부의장

수원 통닭거리가 활성화되면서 닭에 대한 소비량이 늘었잖아요. 거기에 맞게 소비나 소득이 늘어난 게 있습니까?

● 이봉근 회장

네, 있습니다. 우선 통닭도 통닭이지만 맥주 소비량이 많이 늘었습니다. 그래서 가게마다 매출도 크게 늘었고요.

● 박은서 의원

통닭거리에는 가게가 몇곳이나 있고 어떤 통닭들이 인기가 있나요?

● 이봉근 회장

10여개가 있고 더 늘어나는 추세입니다. 각 치킨집마다 선호하는 연령층이 다릅니다.

여기 통닭거리 들어오는 입구에 있는 치킨집은 가마솥 통닭으로 통닭을 그대로 튀겨서 팔다 보니 어르신들이 많이 오고, 이집 통닭은 요즘 세대에 맞는 통닭으로 만들어서 양념하고 같이 먹을 수 있습니다. 같은 통닭가게여도 가게마다 조금 특색이나 다른 노하우를 가져야 사람들이 흥미를 갖고 더 많이 찾아오는 것이죠.



▲통닭거리 현장답사



▲공방거리 현장답사(통닭거리 인근)



3. 서성도 회장(함평시장)

면담 서성도 상인회장



함평시장은 생긴지 약 250년 정도 됩니다.

노점상이나 난장으로 장이 선 이래 이 자리에 시장이 옮겨진 것은 1960년도 무렵으로 알고 있습니다.

함평시장은 타 지역에 비해 재래시장을 중점으로 인근지역 사람들이 많이 찾아오고 있습니다. 대표적으로 나주, 목포, 광주 분들이 장날에 많이 이용하고 있습니다.

지금 시장이 재정비되기 전과 재정비 후로 찾는 사람 수가 5배 차이로 많이 늘었습니다.

함평시장은 동선이 좋습니다. 시장을 구경하시는 분들이 한쪽으로만 모이면 한쪽만 잘 되고 다른 쪽은 안 되는 경우가 생기기 때문에 동선에 신경을 많이 씁니다.

함평시장은 양편에 점포를 두고 중앙에 노점을 배치해 양방향으로 돌면서 장을 볼 수 있도록 동선을 설계했기 때문에 장보기가 아주 좋습니다.

질문 / 답변



▲함평시장 간담회 (서성도 회장)

● 박준엽 부의장

함평시장은 노점상인회와 장옥상인회가 통합되었나요, 아니면 따로따로 합니까?

● 서성도 회장

저희 시장은 따로 하는 게 아니고 다 같이 하나의 상인회로 소속돼 운영되고 있습니다.

● 박은서 의원

노점상과 가게 상인회가 애초 나뉘어 있다가 시장을 재개발하면서 상인회가 통합됐나요?

● 서성도 회장

아니요. 예전부터 하나의 상인회로 운영되고 있습니다. 함평시장상인회는 2006년 10월에 발족을 했습니다. 그래서 그때부터 점포와 노점상 다같이 한꺼번에 통합을 했고 지금까지 같이 이어오고 있습니다.

● 최용호 의원

현재 함평시장에 점포가 몇 개 이며, 노점상이 차지하는 면적은 어느 정도 입니까?

● 서성도 회장

현재 장옥 점포는 41개소 정도 됩니다. 노점은 110개 정도로 전체 상인회에 가입해 장사하는 가게는 151군데인데 상인회원이 151명입니다. 그리고 좌판으로 나오시는 할머니 등 이런 것들을 포함한다면 한 160개 이상 된다고 생각하시면 됩니다.



▲함평시장 간담회

● 박준엽 부의장

함평시장을 와서 보니 점포와 노점상이 조화롭게 잘 섞여 좋은 시장을 만들고 있는 것 같은데 그런 관계가 어떻게 이루어졌으며, 과거와 현재는 어떤지 설명 부탁드립니다.

● 서성도 회장

과거에는 노점이 더 많았는데 장옥 88개동을 지어서 실질적으로 20개 정도 운영하고 나머지 68개는 빈 장옥으로 있었습니다. 그때 당시에는 바깥쪽에 돌배나 이런데 처음부터 노점상이 다 있었는데 시장을 재건축 하면서 상생하는 차원으로 다 같이 들어가 자리를 만들었습니다.

시장을 재건축한 후 점포나 노점을 배치하면서 가축이나 나무, 뽕튀기 등 실외성 가게는 밖으로 빼고, 의류 같은 상가도 같은 노점이 있으면 밖으로 뺐습니다.

장옥하고 노점의 상생 관계는 꼭 이루어져야 합니다. 노점이라 해서 배척을 하면 안 됩니다.

그래서 저희들은 시장내 보행 동선을 약 3.5m 정도해서 지금 현재 고객 동선을 3m를 운영을 하고 있는데요, 처음에는 3.5m 확보를 했다가 나중에 여론이 있어서 한 50cm 정도 장옥 쪽에 눌러주다 보니까 한 3m 정도됩니다. 고객 동선은 이런 것들을 충분히 확보를 해서 고객이 가장 편리하게 시장을 볼 수 있도록 또 쇼핑할 수 있도록 이렇게 하고 있습니다.

● 정철원 의원

아까 회장님께서도 말씀하셨습니다마는 시장 재개발 후에 전체적으로 매출이 향상 되었다고 하는데, 시장내 점포나 노점을 배치하는 과정에서 상인들 의증이 많이 들어갔습니까? 아니면 관 주도가 많이 개입되었습니까?

● 서성도 회장

처음에는 관 주도로 하다가 나중에는 상인회 한테 배정권을 위임을 해서 상인회가 진행을 했습니다. 그 이유는 행정에서는 자체적으로 결정을 잘 못합니다. 이게 왜 그러냐면 여러분들 잘 아시다시피 지금 지방 자치시대에 지자체장들이 굉장히 어려움이 많습니다.

그래서 일괄적으로 상인회 한테 모든걸 위임을 해서 상인회에서 자율적으로 할 수 있도록 조정했습니다. 대신 행정은 서류나 업무적인 절차만 관여하고 그 외에는 상인회가 다 하고 있습니다.

● 책임연구원

그러면, 노점과 장옥점포가 모두 상인회에 같이 가입을 하는데 지역민 비율은 어떻게 됩니까?

● 서성도 회장

노점의 경우는 현재 한 30% 정도가 지역주민이고요. 장옥은 한 80% 이상이 지역민입니다. 그래서 이제 전체적인 비율로 따지면 상인회 151명 중에서 한 60명 정도가 지역분들이고요. 나머지 한 90명 정도가 외지에 들어오신 분들입니다.

● 박준엽 부의장

가입 조건이 까다로울 것 같은데 규정은 어떻게 됩니까

● 서성도 회장

그전에 제가 한 6~7년 상인회장 하다가 이번에 다시 상인회장으로 돼서 지금 한 1년 좀 넘었는데 그런 문제들은 서로 간의 합의에 따라서 다를 수 있다고 저는 판단을 하거든요.

어쨌든 노점이라 해서 시장에서 배제해서는 절대 안 됩니다.

그럼 이 시장은 아까 말씀드린 대로 분명히 나중에 문제점이 유발되고 결국은 시장이 활성화되는데 큰 지장을 초래할 거라고 저는 판단합니다.

저희가 상인 평가제를 만들었습니다.

상인의 참여도, 청소, 지역주민, 상인들 경력이라든가 이런 것들을 한 7가지 구분을 해서 나름의 규정을 만들었습니다. 또, 지역분들이 많이 유입될 수 있도록 사전평점을 25점을 주고 평가를 진행했습니다. 그런데 평가제를 하다 보니까 기존의 시장 상인들이 못 들어가는 경우가 있는데 이런 점은 개선해야 한다고 생각합니다.

평가제를 하실 때 우선 장옥점포를 갖고 계신 분들이 우선 평가제 대상이 돼야 합니다.

저희가 전체적인 면을 놓고 평가했기 때문에 거기에서 민원이 많이 생겼습니다. 그래서 기존의 장옥을 갖고 계신 분들을 우선 배려해야 할 것입니다.

정철원 의원

시장 주차장은 얼마나 있고, 어디 어디에 있는지?

서성도 회장

주차공간은 그렇게 넉넉하지 않습니다.

대신 함평천 둔치 쪽을 주차 공간으로 쓰기 때문에 현재는 주차공간에 큰 문제는 없습니다.

저희들도 지금 주차공간을 만들기 위해서 이번에 한 120대 정도 주차할 수 있는 주차장 신설 예산을 받아서 지금 진행 중이고 추가로 주차 공간을 더 마련할 계획입니다.

● 책임연구원

함평시장 운영은 전반적으로 상인회에서 합니까?

● 서성도 회장

저희가 2007년부터 함평군에서 위임받아 현재까지 운영하고 있습니다.

● 책임연구원

그러면, 장옥의 가게나 노점상 임대료, 사용료 같은 비용을 상인회에서 관리 합니까?

● 서성도 회장

시장 상인회에서 일괄적으로 다 받아서 집행을 하고, 세수입이기 때문에 집행을 하고 나서 연말 정산을 해서 함평 군으로 보냅니다. 그리고, 이제 상인회에서 필요로 하는 게 있으면 사전 승인을 받아서 사용할 수 있습니다.

● 박은서 의원

상인회 수입 등으로 운영을 잘 되고 있습니까?

● 서성도 회장

지난 몇 년 동안 코로나 때문에 사용료와 임대료 등을 70% 감액을 했어요. 70% 감면해주니 현재까지는 운영상에 상당히 힘들었고요. 저희가 지금 2023년 7월부터 정상화해서 다시 받고 있는데 다른 지자체에 비해서 저희는 상당히 오랜 기간 동안 70%를 감면했습니다.

● 박준엽 부의장

상인회의 연간 수입은 얼마나 됩니까?

● 서성도 회장

저희 상인회가 151명이니 간단해요. 월 1만원씩 회비를 받으니까 월 151만원 정도 걷히고, 1년이면 한 1,800만원 정도 됩니다. 그리고 사용료 같은 경우에는 70% 감면하지 않으면 한 1억 이상 됩니다.

● 박은서 의원

사용료로 시장 편의시설이나 시장 개보수 사업 예산으로 쓸 수는 있는 건가요?

● 서성도 회장

지금 현재 저희들이 화장실 2개동이고 그 외에 시설 부분에 고장이 난다든가 상인들의 가게가 수도가 터졌다는가 이럴 경우에 상인회에서 즉각 처리할 수 있도록 이렇게 돼 있습니다.

● 최미정 경제과장

상설점포와 5일장 점포가 섞여 있는지, 그게 아니라면 따로 있는지 궁금합니다.

● 서성도 회장

상설점포가 섞여 있지는 않고 한 군데로 모여 21개소가 지정이 돼 있습니다만 지금 활성화는 잘 안 되고 있습니다. 제 생각으로는 상설점포의 조건은 따로 마련해서 시장 내에 두기는 하되 생활용마트 형식으로 운영했으면 합니다.

특히, 재래시장은 농협 하나로마트 처럼은 갈 수가 없습니다.

그래서 지역 공산품하고 상인들이 같이 상생할 수 있는 방법과 더불어 지역 농산물도 갖다 배치하고 기존의 상인이 팔고 있던 물건을 배치해 같이 상생할 수 있는 이런 체계로 가고 시설은 저희가 지정해서 운영하고 있습니다.

● 책임연구원

담양시장은 현재 단일건물 쇼핑타운형 시장으로 재건축 중인데 옛 전통시장처럼 골목형, 길거리 장보기형 시장형태가 아니어서 건물내 점포와 노점상 배치 문제가 풀어야 할 과제인데 사례를 보니, 단일건물 쇼핑타운형 시장에는 고객들이 매력을 못 느껴 잘 안들어오니 상인들이 입점을 꺼려하는 어려운 점이 많이 있는 것 같습니다. 혹시 이 문제를 해결할 방안이 있을까요?

● 서성도 회장

고객들이 많이 찾을 수 있도록 상설점포를 배치하는 것과 함께 먹거리나 볼거리, 그지역에서만 살 수 있는 물건과 상품을 파는 가게가 필요합니다.

지금 짓는 비용에 한 10%만 더 부담하면 충분히 가능하다고 생각합니다.

지자체들이 대부분 그걸 좀 등한시하는 경우가 있는데 다른 시장을 보더라도 그런 부분에 대해서는 좀 관심을 많이 가져줘야 되는 생각입니다.



▲함평시장 현장활동

그런데 지자체들이 시장을 지어놓고 그냥 상인들에게 맡겨 놓는 다든가 이렇게 하고 신경을 많이 안 쓰는 지자체들이 많습니다. 성공한 시장과 비교를 하면 성공한 시장은 지자체에서 많은 관심을 가지고 있습니다. 또, 문화관광형 시장으로 가려면 볼거리, 먹거리 같은 걸 많이 시장 내에 만들어줘야 합니다.

● 김은영 관광과장

함평은 방송을 통해 한우와 함평 나비축제 관광을 홍보하는데 이점이 시장 활성화에 도움이 된다고 생각하시는지 궁금합니다.

● 서성도 회장

도움은 됩니다. 도움은 되는데 그 기간 동안 일시적인 도움 밖에 안됩니다.

그래서 그런 관광 수요가 뒤따르기는 하나 장기적으로 뒤따를 수 있는 시장 자체적인 노력과 뒷받침이 충분히 이루어지지 않으면 단기성으로 끝난다는 겁니다.



▲함평시장 현장활동

4. 김재복 상인회장(광주 1913송정역시장)

면담 김재복 상인회장



1913년 10월에 송정역을 개통했습니다.

거기에 초점을 맞춰 동시에 1913송정역시장이 출범했습니다.

지금 전통시장이 전국에 약 1400개 정도 됩니다. 그러나 한 10년간에 걸쳐서 300개가 소멸됐으며 앞으로 많은 시장이 더 없어질 거라 합니다.

저도 여기 40년 살았지만 60년 70년 80년 90년 초반까지만 해도 송정역시장이 엄청나게 활성화됐었습니다. 지금하고 비교가 안 될 정도로...

지금 시장이 활성화 됐다고 하지만 그때 제가 여기 매출하고 생각하면 비교가 안 됩니다.

공동화 현상으로 한 15년 정도 여기도 점포가 다 비어 있었지만 새로운 트렌드 바람의 전통시장 개발정책이 나오면서 살아나기 시작했습니다. 그런데 정책이라는 게 꾸준히 지원해주지 않습니다. 발판만 마련해주고 다음으로 넘어갑니다.

전통시장 수명이 2년입니다. 다행히도 송정역시장은 3년이 됐는데 역세권에 라이빙 홍보가 잘 됐습니다. 그것은 현대자동차를 통해 현대카드가 전국에 홍보를 진행하면서 송정역시장이 전국에 유명한 시장이 됐습니다. 홍보를 안 했다면 이렇게 유명하지는 않았을 겁니다.

그때 고속버스, 열차, 메스컴 등 홍보를 많이 했습니다. 1913송정역시장은 현대카드 디자인 팀이 했습니다.

1913송정역시장이 지금 대기업과 작은 사업을 추진하고 있습니다.

여기서 사업 추진도 중요하지만 첫 번째로 디자인을 잘해야 합니다.

특색있는 컨셉을 만들어 전통시장을 개발해야 한다고 생각합니다.

그리고 관광객을 어떻게 유입할 것인가도 생각해야 합니다. 전통시장이 다른 전통시장과 똑같다면 살아남을 수 없습니다. 뭔가 독특한 특색이 있어야 시장을 사람들이 찾아옵니다.

관광형으로 바꾸는데 쉽지는 않습니다. 구성원들 상인회가 동조를 해줘야 합니다.

하나로 의견이 모이지 않으면 그 시장은 안 바뀝니다.

그리고 청년 상인들을 보면 두 가지 특징이 있습니다.

역량이 부족합니다. 당연히 첫 창업이기 때문에 그럴 수 있습니다.

다음으로 인성적인 문제가 있습니다. 본인들 마음대로 문을 열었다가 닫았다가 시장 분위기를 안 좋게 만들고 있지만, 기성 상인들이 안고 가면서 이해해야 합니다.

옛날 생각을 가지면 젊은 사람들은 절대 말을 안 들어 줍니다. 그래도 어떤 혜택이 오면 젊은 상인들에게 먼저 주고 합니다. 이러면 젊은 사람들이 노력하려는 의지를 보입니다.

질문 / 답변



▲1913송정역시장 간담회

● 박준엽 의원

대형마트가 많이 생기면서 현재 재래시장이 죽어가는 상태에서 어떻게 하면 전통시장을 살릴 수 있을까요?

● 김재복 회장

시장 상인회가 모여야 합니다. 상인회가 첫째 단합이 되면 준비단계에서 부터 중소기업부나 소상공인진흥공단에 서 100%로 지원해 줍니다.

● 최용호 의원

송정역시장은 야시장 활성화가 잘 돼 있다고 해서 방문했습니다. 그래서 이곳의 야시장을 어떻게 하면 담양상권에 접목해서 살려볼까 하는 취지도 있습니다. 야시장을 어떻게 활성화를 시켰는지 그런 부분도 좀 참고로 듣고 싶습니다.

● 김재복 회장

대구에서 청송 야시장을 한번 활성화해 보겠다고 저희를 벤치마킹 와서 만났는데, 산소카페란 유명한 카페가 있어서 많은 손님이 오는데 밤 6시가 되면 주변 상가들의 불이 다 꺼진다고 합니다. 그래서 이제 자기들도 9시, 10시까지 연장을 하면 상권이 더 활성화되지 않을까 하고 그렇게 하여 나아졌다고 합니다.

그런데 담양은 제가 안 가봐서 모르겠지만 전통시장이 몇시에 불이 꺼지 잘 모르겠습니다.

● 책임연구원

1913송정역시장은 우리의 전통 재래시장 개념보다는 관광형으로 특화시켜 레트로 감성의 가게를 위주로 구성이 돼 있고 성공적 사례가 되고 있습니다. 담양도 담주 다미담 예술구를 문화 예술거리로 조성해 놓았는데 그다지 사람들이 찾지 않고 있습니다.

다미담예술구를 여기 1913송정역시장 처럼 항상 사람이 상주하는 레트로 감성의 가게들을 입주시켜 관광거리로 특화하는 방안이 필요합니다.

● 정철원 의원

담양시장은 주차장이 좀 문제인데, 현재 송정역시장은 주차장 형편이 어떤가요?

● 김재복 회장

여기 전통시장은 차량 102대 들어갑니다.

주차장이 조금 멀면 사람들이 이용을 잘 안하는데 주차장에서 시장까지 걸어오는 구간에 중간중간에 뭔가 즐길



▲송정역시장 현장답사

수 있는 것이 있어야 합니다. 예를들면 우리가 관광지에 가면 거리마다 카페 있고 빵집이 있고 이런 식으로 뭔가 이렇게 쪽 연결하면 지루하지 않고 불평하지 않고 쪽 구경하고 힐링하고 그런 거리를 만들어야 합니다.

● 박은서 의원

최초 송정역시장에 입주했던 청년창업했던 청년들이 어느 정도 남아있는지요?

● 김재복 회장

50%정도 남아 있습니다. 그 청년들은 성공했습니다. 그런데 저는 청년들 창업을 반대합니다.

이번에 대전에서 교육을 받았는데 지금 청년들이 전국에 452개 정도 창업을 했지만 10%도 남지 않았다고 합니다.

청년 창업은 청년직업 사관학교로 보내야 한다고 생각합니다. 그곳에서 전문적인 창업교육을 받고 통과한 후 지원해줘야 한다는 생각입니다.



▲송정역시장 현장답사

제3절 정부 전통시장 활성화 지원 정책

1. 전통시장 활성화 지원 정책

정부는 지역 전통시장을 활성화 하는데 지난 2002년부터 현재까지 총 2조원이 넘는 예산을 투입하고 있으며 다양한 지원제도를 마련해 시행중이다.

아울러 이같은 지원을 통해 서민생활과 밀접한 관계가 있는 전통시장을 활성화 시킴으로써 지역경제를 살리고 인구 소멸에 대응하기 위한 방안이기도 했다.

정부가 지원하는 전통시장 활성화 지원사업은 주로 시장재건축을 비롯 주차장 확충, 화장실 등 편의시설 확충 등 하드웨어적인 것과 함께 상인교육, 마케팅활동 등 소프트적 측면도 지원하고 있다. 정부의 전통시장 활성화 관련법을 살펴보았다.

● 전통시장 관련법

전통시장은「재래시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」이「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」으로 법명이 변경되면서 종전의 재래시장이 변경된 것이다.

전통시장은 다음 각 항목의 요건을 모두 충족한다고 특별자치도지사·시장·군수·구청장이 인정하는 곳을 말한다.

- ① 해당 구역 및 건물에 50개 이상의 도매업·소매업 또는 용역업을 영위하는 점포가 밀집한 곳일 것
- ② 「유통산업발전법 시행령」 제2조에 따른 용역제공 장소의 범위에 해당하는 점포수가 전체 점포수의 2분의 1 미만일 것
- ③ 도매업·소매업 또는 용역업을 영위하는 점포에 제공되는 건축물과 편의시설(주차장·화장실 및 물류시설 등을 포함하며, 도로를 제외)이 점유하는 토지면적의 합계가 1천㎡ 이상인 곳
- ④ 상가건물 또는 복합형 상가건물 형태의 시장인 경우에는 판매·영업시설과 편의시설을 합한 건축물의 연면적이 1천㎡ 이상인 곳

전통시장(소매시장)은「건축법」에 의한 용도별 건축물의 종류상 판매시설 중 소매시장에 해당한다.

또한, 전통시장은「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」에 의한 기반시설 중 유통·공급시설의 하나이며, 도시·군관리계획으로 결정하여 설치하거나 도시·군관리계획으로 결정하지 않고도 설치할 수 있는 시설로서 도시·군계획시설로는 시장에 해당한다.

도시·군관리계획으로 결정하여 전통시장을 설치하고자 하는 경우에는 준주거지역, 중심상업지역, 일반상업지역, 근린상업지역, 유통상업지역, 준공업지역, 자연녹지지역 및 계획관리지역에 한하여 설치하여야 한다.

2. 관련 법규 및 제도

● 전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법(제2조 제1호)

제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다. <개정 2012. 12. 11., 2013. 5. 28., 2015. 11. 20., 2017. 2. 8., 2017. 7. 26., 2018. 6. 12., 2020. 2. 4., 2020. 2. 11.>

1. “전통시장”이란 자연발생적으로 또는 사회적·경제적 필요에 의하여 조성되고, 상품이나 용역의 거래가 상호신뢰에 기초하여 주로 전통적 방식으로 이루어지는 장소로서 다음 각 목의 요건을 모두 충족한다고 특별자치시장·특별자치도지사·시장·군수·구청장(구청장은 자치구의 구청장을 말한다. 이하 “시장·군수·구청장”이라 한다)이 인정하는 곳을 말한다.

가. 해당 구역 및 건물에 대통령령으로 정하는 수 이상의 점포가 밀집한 곳일 것

나. 「유통산업발전법 시행령」 제2조에 따른 용역제공장소의 범위에 해당하는 점포수가 전체 점포수의 2분의 1 미만일 것

다. 그 밖에 대통령령으로 정하는 기준에 맞을 것

● 전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법 시행령 (약칭: 전통시장법 시행령) 제2조

제2조(전통시장의 기준) ① 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」(이하 “법”이라 한다) 제2조제1호가목에서 “대통령령으로 정하는 수”란 도매업·소매업 또는 용역업을 영위하는 점포 50개를 말한다.

<개정 2013. 6. 11.>

② 법 제2조제1호가목에서 “대통령령으로 정하는 기준”이란 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 곳을 말한다. <신설 2013. 6. 11.>

- 도매업·소매업 또는 용역업을 영위하는 점포에 제공되는 건축물과 편의시설(주차장·화장실 및 물류시설 등을 포함하며, 도로를 제외한다. 이하 같다)이 점유하는 토지면적의 합계가 1천 제곱미터 이상인 곳

- 상가건물 또는 복합형 상가건물 형태의 시장인 경우에는 판매·영업시설과 편의시설을 합한 건축물의 연면적이 1천 제곱미터 이상인 곳

③ 법 제2조제1호에 따라 자신이 영업하는 점포가 속한 구역을 전통시장(이하 “시장”이라 한다)으로 인정을 받으려는 상인은 다음 각 호의 동의를 얻어 관할 특별자치시장·특별자치도지사·시장·군수·구청장(구청장은 자치구의 구청장을 말하며, 이하 “시장·군수·구청장”이라 한다)에게 그 인정을 신청하여야

한다. 다만, 제2호 또는 제3호에 따른 토지나 건축물의 소유자가 국가나 지방자치단체인 경우에는 제2호 또는 제3호의 동의를 적용하지 아니한다. <개정 2010. 6. 28., 2013. 6. 11., 2019. 2. 12.>

- 해당구역 안에서 상시 영업을 하는 상인의 2분의 1이상의 동의
- 해당구역 안의 토지 소유자의 2분의 1이상(동의를 얻은 토지 소유자의 토지면적의 합계가 전체 토지면적의 2분의 1이상이어야 한다)의 동의
- 해당구역 안의 건축물 소유자의 2분의 1이상의 동의

④제3항에 따라 시장의 신청을 받은 시장·군수·구청장은 해당구역이 제1항·제2항 및 법 제2조제1호나목의 기준 및 다음 각 호의 모든 요건에 적합하다고 인정하는 경우에는 그 신청을 받은 날부터 14일 이내에 인정서를 발급하여야 한다. <개정 2010. 6. 28., 2012. 4. 10., 2013. 6. 11.>

- 신청일 당시부터 과거 10년 이상 시장의 기능을 행하였다고 인정되는 곳
- 삭제 <2013. 6. 11.>
- 특별시·광역시·도 및 특별자치도(이하 “시·도”라 한다) 또는 시·군·구(자치구를 말한다. 이하 같다)의 도시·군계획에 따라 앞으로 10년 이상 시장의 기능을 수행할 것이라고 인정되는 곳

⑤제3항 및 제4항에 따른 시장의 인정절차에 관하여 필요한 사항은 중소벤처기업부령으로 정한다. <개정 2008. 2. 29., 2013. 3. 23., 2013. 6. 11., 2017. 7. 26.>

[제목개정 2013. 6. 11.]

● 2023년 전통시장 및 상점가 활성화 사업(모집공고)

-2023년 특성화시장육성, 시장경영패키지 등 10개 사업 신청·접수(2022.09.13~10.07)

-선정시 화재공제 및 풍수해보험 가입률 우수 전통시장·상점가 우대

중소벤처기업부(장관 이영)는 특성화시장육성사업, 시장경영패키지, 화재알림설치 등 총 10개 사업에 대한 ‘2023년도 전통시장 및 상점가 활성화 사업’ 지원 대상을 9월 13일(화)부터 모집한다. 총 500여 곳에 412억원(정부안 기준)을 지원할 예정이며, 내년도 ‘전통시장 및 상점가 활성화 지원사업’ 특징은 아래와 같다.

사업참여 신청과 관련된 보다 자세한 사항은 중소벤처기업부 누리집(www.mss.go.kr), 기업마당 누리집(www.bizinfo.go.kr), 소진공 누리집(www.semas.or.kr)을 참조하면 된다.

● 2023년 전통시장 및 상점가 지원사업(주요내용)

사업명 23년예산(안)	지원 내용 및 우대 조건	지원한도	지원조건
시장경영 패키지지원 * 141억원	■ 지원금 한도 내에서 상인회 자율적으로 시장별 특성을 반영하여 시장경영혁신을 위한 사업 추진	1곳당 국비 최대 60백만원 * 지회 별도	• 국비 : 90~30% • 지방비 · 자부담 : 10~70%
지역상품 전시회 * 4억원	■ 지역 내 전통시장 · 상점가의 우수상품 및 특산품의 전시 · 판촉 지원	선정 지회당 국비 최대 40백만원	전체 사업비 중 • 국비 : 70% 이하
특성화시장 (디지털 전통시장) * 34억원	■ 온라인 진출 기반 구축 비용 종합지원 * 기반시설, 장비, 인력 등	시장 당 최대 4억원 (2년간)	• 국비 : 50% • 지방비 : 50% * 2차년도 민간 10%
특성화시장 (문화관광형) * 210억원	■ 지역 문화 · 관광자원을 연계, 시장 고유의 특장점을 집중 육성하는 상인중심의 프로젝트 지원	시장 당 최대 10억원 (2년간)	
특성화시장 (첫걸음기반조성) * 15억원	■ 기초역량을 갖춘 시장을 대상으로 5대 혁신과제 등 특성화사업 추진을 위한 사전 기반조성 지원 * 5대 혁신과제 : ①편리한 지불 · 결제, ②가격 및 원산지 표시, 교환, 환불, A/S, 친절 등 고객신뢰 제고, ③위생 및 청결, ④상인조직 역량강화, ⑤시장 안전관리 및 화재 예방	시장 당 최대 3억원 (1년간)	
청년몰 활성화 및 확장 지원 * 27억원	■ (활성화) 조성 완료된 청년몰의 공동마케팅, 교육 · 컨설팅, 신메뉴개발, 협동조합(공동상품) 운영 등을 지원 ■ (확장) 조성 완료된 청년몰의 기반시설, 고객편의시설, 공용시설 및 점포공간 확대 등을 지원	(활성화) 청년몰당 최대 4억원 (확장) 청년몰 당 최대 5억원	• 국비 : 50% • 지방비 : 40% • 청년자부담 : 10% * 지자체 부담 가능
화재알림시설 설치사업 * 39억원	■ 개별점포 화재발생 시 소방관서로 화재 신호가 자동 통보되는 알림시설 구축 지원	점포당 최대 80만원	• 국비 : 70% • 지방비 : 30%
노후전선 정비사업 * 57억원	■ 전통시장 개별점포내 전기설비 개선 전기 안전등급 C 이하, 우대	시장당 5억원 이내	• 국비 : 50% • 지자체 : 40% • 민간자부담 : 10%

◎ 2023년 제2차 전통시장 및 상점가 활성화 지원사업(공고)

- 2023년 특성화시장육성, 청년몰 활성화 지원 등 4개 사업 신청·접수(2023.03.10.~31)

사업명	지원 내용	지원한도	지원조건									
특성화시장 육성 (디지털전통시장)	■ 전통시장의 지속가능한 온라인 진출 역량향상을 위해 온라인 입점지원, 육성전략 구축, 인프라 지원 등 종합지원 * 운영주체(협동조합) 구성, 온라인 상품 발굴 및 컨설팅, 배송인력 지원, 배송공간 지원 등	시장당 최대 4억원 (2년간)	• 국비:50% • 지방비:50%~40% • 자부담:0%~10% <table><tr><th>구분</th><th>지방비</th><th>자부담</th></tr><tr><td>1년차</td><td>50%</td><td>-</td></tr><tr><td>2년차</td><td>40%</td><td>10%</td></tr></table> *자부담은 지자체 부담 가능	구분	지방비	자부담	1년차	50%	-	2년차	40%	10%
구분	지방비	자부담										
1년차	50%	-										
2년차	40%	10%										
청년몰 활성화지원	■ 청년몰 알림 및 안내체계 개선, 공동마케팅, 공동수익사업, 자생력 강화 컨설팅, 기술지도 등 * 시장여건 및 상황에 따라 최대 4억까지 사업계획 수립 가능	청년몰당 최대 4억원	• 국비:50% • 지방비:40% • 청년자부담:10% *자부담은 지자체, 상인회 부담 가능									
화재알림 시설 설치사업	■ 개별점포 화재발생 시 소방관서로 화재신호가 자동 통보되는 화재알림시설 구축 지원	점포당 최대 80만원	• 국비: 70% • 지방비:30%									
노후전선 정비사업	■ 전통시장 개별점포내 전기설비 개선 (노후배선 교체, 배관공사, 전등 및 콘센트 교체 등) ■ 전기 안전등급 C 이하, 최근 3년 내 공용구간 노후전선 정비한 시장 우대	시장당 국비 5억원 이내	• 국비: 50% • 지방비:40% • 한전부담:5% • 자부담:5%									

◎ 2023년 제2차 전통시장 및 상점가 활성화 지원사업(공고)

특성화시장 육성사업

지원 내용

전통시장의 온라인 진출 역량 향상을 위해 종합지원
* 협동조합 구성, 온라인 상품 발굴 및 컨설팅, 배송인력 및 공간 지원 등

지원 내용

시장당 최대 2억원 지원 (2년간)

지원 조건

- 국비: 50%
- 지방비 : 50~40%
- 자부담: 0~10% (자부담은 지자체 부담 가능)

문 의

소상공인 시장진흥공단 디지털전통시장 담당 ☎042-363-7663

청년몰 활성화 지원사업

지원 내용

청년몰 알림 및 안내체계 개선, 공동마케팅, 공동수익사업, 자생력 강화 컨설팅, 기술지도 등

지원 내용

청년몰당 최대 4억원 지원

지원 조건

- 국비: 50%
- 지방비 : 40%
- 자부담: 10% (자부담은 지자체, 상인회 부담 가능)

문 의

소상공인 시장진흥공단 청년몰 활성화사업 담당 (☎042-363-7669)

화재시설 설치사업

지원 내용

개별점포 화재발생 시 소방관서 화재신호가 자동 통보되는 화재알림시설 구축 지원

지원 내용

점포당 최대 80만원 지원

지원 조건

- 국비: 70%
- 지방비 : 30%

문 의

소상공인 시장진흥공단 화재알림시설 설치사업 담당 (☎042-363-7618)

노후전선 정비사업

지원 내용

전통시장 개별점포 내 전기설비 개선
* 노후배선 교체, 배관공사, 전등 및 콘센트 교체 등

지원 내용

시장당 비 5억원 이내 지원

지원 조건

- 국비: 50%
- 지방비 : 40%
- 한전부담: 5% (자부담 5%)

문 의

소상공인 시장진흥공단 노후전선 정비사업 담당 (☎042-363-7617)

메타프로방스





**담양군 관광자원 연계를 통한
전통시장과 지역상가 활성화 방안
연구용역**

05

담양군 전통시장 활성화 방안

제1절 담양군 전통시장 활성화 기본 구상

1. 담양군 전통시장 활성화 필요성
2. 담양군 전통시장 활성화 비전 및 목표

제2절 담양군 전통시장 활성화 방안

1. 담양군 전통시장 활성화
2. 담양군 전통시장별 특화 방안
 - 담양시장 · 국밥거리 확대 조성
 - 닭전머리 복원·치맥거리 조성
 - 굴비가게 활성화 및 굴비백반거리 조성
 - 계절형 소규모 테마 【담양 딸기축제】 개최
 - 다미담예술구 【담양 딸기거리】 조성
 - 신축 담양시장내 담양특산물 활용 식음료가게 입점
 - 전통시장 연관사업 확대 추진
 - 창평시장 · 시장 공간 및 규모 확대 추진
 - 국밥거리 확대
 - 지역 농특산물 판매거리 조성
 - 슬로시티 연계 관광객 동선 연결
 - 대전시장 · 시장 공간 확대
 - 시장 음식거리, 특화거리 조성
3. 담양군의회 연구단체 의원 의견

05

담양군 전통시장 활성화 방안

제1절 담양군 전통시장 활성화 기본 구상

1. 담양군 전통시장 활성화 필요성

오랜 세월동안 담양군과 인근 지역의 상권을 좌지우지 하던 담양시장, 창평시장, 대전시장 등 전통시장의 영향력은 시대의 변화에 따른 상업지역의 이동과 함께 편의점, 대형마트로 쏠리는 소비문화의 패턴으로 갈수록 매력을 잃어가며 쇠락하고 있는 실정이다.

이같은 전통시장의 매력 감소와 상권 쇠락은 더 나아가 주민들의 생활 근거지이자 소비 중심지인 원도심 상권의 침체로 까지 이어져 원도심 상권 침체와 공동화를 촉진시키고 있다.

이에 담양군 전통시장을 살리기 위한 새로운 시도가 절대적으로 필요한 시점이다.

소비자들이 선호하는 편의점, 대형마트, 백화점과 차별화하는 전략적 접근이 없는 한 현재와 같은 전통시장 운영은 갈수록 활력을 상실하고 결국 문을 닫는 상황까지 초래할 수 있다.

따라서, 담양군 전통시장만이 가질 수 있는 가치를 찾아내고 이를 전략적으로 차별화함으로써 담양의 전통시장을 활성화시켜 나가야 하는 필요성이 제기되고 있다.

이와관련, 정부와 지자체는 낙후된 전통시장의 시설 현대화를 위한 다양한 지원에 나서고 있다.

재래시장 재개발자금 지원, 재건축 기준의 완화, 상업시설 건폐율 및 용적률 조정, 기존 장옥의 증축 등을 통해 전통 시장 활성화를 촉진하고 있다.

2. 담양군 전통시장 활성화 비전 및 목표

담양군의 전통시장을 활성화하기 위해서는 가장 현실적이고 다양한 방안이 모색되어야 한다.

예를들어, 담양의 경우 자연환경과 문화유산, 향토음식을 기반으로 한 관광자원이 풍부함에 따라 이를 전통시장과 접목한 전통시장 활성화 전략으로 적극 모색하는 것이 필요하다.

전국적인 여행·관광명소로 자리매김한 죽녹원, 관방제림, 메타가로수길, 메타프로방스, 담양호, 추월산, 금성산성, 슬로시티 창평, 한재골유원지, 식영정, 소재원 등 수려한 자연환경과 풍부한 문화유산을 비롯한 떡갈비, 대통밥, 돼지갈비, 창평국밥, 국수거리 등 다양한 향토음식, 그리고 새로운 담양여행 트렌드로 자리잡은 카페탐방 등 담양에서만 느끼고 체험하고 맛볼 수 있는 관광여건을 전통시장과 전략적으로 연계하는 것은 담양군 전통시장의 미래를 가늠하는 척도가 될 것으로 여겨진다.

특히, 한해 700만 명의 관광객이 찾아오는 담양의 관광여건 상, 이들 관광객들을 담양시장, 창평시장, 대전시장 등 담양군의 전통시장으로 동선을 유도하는 현실적이고 실효적인 관광객 유치 정책이 뒷받침 된다면 담양 전통시장의 미래 비전은 밝을 것이라는 게 전통시장 관련 전문가들의 의견이다.



▲ 담양시장 (노점)



▲ 담양시장 재건축

제2절 담양군 전통시장 활성화 방안

1. 담양군 전통시장 활성화

담양군의 전통시장은 무엇보다 전통시장의 하드웨어적 제반시설 개선과 적절한 활용, 그리고 전통시장의 정체성을 내세울 수 있는 소프트웨어적 변화가 뒤따라야 할 것으로 보인다.

먼저, 하드웨어적 시설개선은 시장 보행로 확보, 열악한 기반시설의 개선과 리모델링은 물론 주차장, 공중화장실, 편의시설의 확충을 통한 소비자들의 욕구를 충족시키는 작업이 이뤄져야 한다.

이를 위해 전통시장을 구성하고 있는 점포소유주, 임대상인, 노점상 등 시장 상인들의 협의체인 상인회를 조직하고 효율적으로 잘 운영함으로써 전통시장의 발전이 곧 공동의 이익을 추구하는 자신들을 위한 것이라는 공동체 의식이 필요하다.

전통시장의 소프트웨어적 변화는 무엇보다 시장 상인들의 주도적이고 적극적인 참여가 중요하다.

문제 해결에 대응하는 상인회의 추진력과 상인들의 의식개선, 시장 판매상품의 차별화, 점포 운영의 합리화, 서비스 품질의 개선 등 현대적 상거래 감각과 트렌드에 맞는 요건을 적극적으로 실천해야 한다.

국내 대부분의 전통시장이 안고 있는 가장 큰 문제점은 시장 상인들의 의식개선이다.

담양군 또한 전통시장의 활성화에 있어 가장 중요한 점은 상인들의 의식을 개혁하는 일이다.

아울러 행정에서는 시장 상인회 차원에서 해결이 어려운 행정적, 재정적 지원에 적극 나서야 하며 각각의 전통시장 이 갖고 있는 정체성과 매력, 소비자 유치를 위한 아이템을 발굴하고 이를 적극 반영하는 정책이 필요하다.

담양군 전통시장의 경우 주변 관광명소 및 향토음식, 문화예술과 접목한 전통시장의 융복합문화공간으로 탈바꿈하는 전략적 모색을 통한 활성화 방안이 적극 모색돼야 한다.



▲ 옛 닭전머리 골목

2. 담양군 전통시장별 특화 방안

■ 담양시장

국밥거리 확대 조성

예전 장옥이 즐비했던 담양시장의 모습을 상기하면, 그시절 담양전통시장의 대표음식이자 먹거리였던 국밥집을 확대해 시장내 일정 장소에 여러 곳 입점시켜 국밥거리를 다시 복원함으로써 전통적인 재래시장의 맛과 멋을 조성할 필요가 있다.

- ➡ 적절한 장소는 기존 국밥을 팔고있는 청운식당~오작교 식당 일원이 대상지이다.



▲담양시장 국밥거리

닭전머리 복원 · 치맥거리 조성

지금도 담양시장 인근에 일부 현존하는 옛 닭전머리 골목을 젊은층과 관광객들이 선호하는 통닭거리, 치맥거리로 복원함으로써 담양전통시장의 대표적인 먹거리 명소화가 필요하다.

- ➡ 적합한 장소는 신축 담양시장 바로 앞 옛 닭전머리 골목 일대이다. (약 100m구간)



▲담양시장 닭전머리



▲맥주축제

굴비가게 활성화 및 굴비백반거리 조성

예로부터 소금간을 잘 맞춰 담양시장의 담양굴비, 담양역거리로 전국적인 유명세를 탔던 담양시장 굴비가게들을 활성화 시키는 한편 인근에 정책적으로 【굴비백반거리】를 조성함으로써 담양전통시장의 새로운 음식 명소화를 시도해 볼 만 하다.

- ➡ 적절한 장소는 현재 굴비(역거리) 소금간을 하고 있는 현대수산 등 관련 가게 5개가 있는 오작교 식당 인근이 대상지이다.



▲담양시장 굴비거리

계절형 소규모 테마 【담양 딸기축제】 개최

전국 4대 딸기주산지 담양의 브랜드 가치를 적극 활용하기 위해 담양의 대표적 겨울철 과일 딸기를 활용한 딸기축제를 담양전통시장 내 일정 구간에서 딸기철(11월~2월중)에 주말을 이용 소규모 테마축제로 개최함으로써 죽녹원, 메타길 등을 찾는 관광객들의 동선을 시장으로 유도하는 한편 담양딸기 농가의 소득증대 및 담양딸기 산업 활성화에 기여 하도록 한다.

사례) 일본 요코하마 아카렌카 창고 딸기축제(매년 2월) ‘대박’



▲일본 요코하마 아카렌카 딸기축제

- ➡ 담양시장 앞 다미담 예술구 일정구간을 겨울 딸기축제 구역으로 선정해 12월 담양산타축제 기간중에 개최하도록 한다.

다미담 예술구 【담양 딸기거리】 조성

겨울철 딸기축제와 연계해 다미담 예술구내 일정구역을 담양 딸기거리로 조성하고 딸기철인 11월~4월까지 상시 딸기를 파는 딸기판매거리 조성함으로써 죽녹원, 메타길 메타프로방스 관광객을 전통시장으로 동선 유도하도록 한다.

- ➡ 5일시장인 담양시장의 단점을 보완하는 담양딸기 상설 판매거리 조성으로 관광 특화함



▲다미담 예술구 거리

신축 담양시장내 담양특산물 활용 식음료가게 입점

신축 담양시장(2~3층)에 담양딸기를 비롯 포도·멜론·단감·방울토마토를 활용한 전문 카페 등을 전략적으로 입점함으로써 죽녹원·메타프로방스 관광객들의 담양전통시장 유입을 촉진시키도록 한다.

- ➡ 예) 함평읍 키친 205카페(전국 최고의 딸기카페로 ‘대박’)
※ 함평은 딸기 주산지가 아님



▲함평 키친 205카페

전통시장 연관사업 확대 추진

이외에도 담양 전통시장을 활성화하는데 있어

▲근대문화거리 확대 조성

▲담주 다미담예술구 특화사업 추진

▲국수거리-담빛길-담양시장 동선연결 거점공간 조성

▲담양시장-중앙로 관광객 동선연결 거점공간 조성 등이 연
관사업으로 계속 추진된다면, 담양군의 담양 원도심 활성화
사업의 성과로 최근 몇 년사이 크게 변화가 일고 있는 담양읍
중앙로 상권의 부활과 함께 담양전통시장 또한 시너지 효과
로 인한 동반성장이 가능할 전망이다.



▲중앙로

■ 창평시장

시장 공간 및 규모 확대 추진

창평시장은 화재로 인해 현재 재건축이 진행 중이다.

새로 건축하는 창평시장은 기존 오픈형 점포 및 노점형 재래시장 형태이므로 사람들의 동선이 자유롭게 점포를 따
라 이동하며 장을 볼 수 있는 구조이다. 따라서 슬로시티 창평의 느낌의 미학, 정체성과 매력을 고려한 지역특색의
시장으로 특화시켜 나가야 한다.

국밥거리 확대

창평시장 국밥거리는 평일, 주말 할 것없이 인근 대도시 광주
권 소비자들의 발길을 창평으로 오게한다. 창평시장이 열리
는 날 외에도 창평 국밥거리를 찾는 외지인이 많은 만큼 이를
적극 활용한 시장 활성화 아이템 개발이 필요하다.

아울러 공간적 한계에 있는 국밥집들의 여건을 좀 더 확장시
키고 주차공간과 화장실 등 편의시설을 확장함으로써 창평시
장을 찾는 소비자들의 편의를 도모해야 한다.



▲창평시장 국밥거리

지역 농특산물 판매거리 조성

창평은 농촌지역으로 시골에서 갓 따온 다양한 농산물이 풍부하므로 창평시장 내 지역농특산물 판매거리를 조성,
창평 국밥거리와 시장을 찾는 광주권 소비자들의 신선농산물, 추억의 농산물 구입 명소로 조성할 필요가 있다.

➡ 창평시장 국밥거리와 연계한 창평옛 거리, 창평 한과 거리 등을 일정 구역에 전략적으로 조성함으로써
창평시장 만의 관광특화 시장을 시도해 본다.

슬로시티 연계 관광객 동선 연결

창평시장과 가까운 거리에 있는 삼지내 슬로시티 한옥 마을 또한 창평시장을 활성화하고 발전시키는데 대단히 좋은 매개체이다. 삼지내 슬로시티 한옥마을에 슬로푸드 거리 조성과 함께 국밥거리로 동선 이동을 통한 창평시장 활성화에 좋은 여건을 갖추고 있다.

- ➡ 슬로시티 창평 삼지내 마을에서 만들고 생산하는 전통식품 · 전통공예품 등을 창평시장 및 삼지내 마을에서 판매하고 체험하는 공간을 조성함으로써 창평시장을 찾는 관광객들의 방문 및 체류시간을 늘리도록 한다.



▲슬로시티 삼지내 마을



■ 대전시장



▲한재골 유원지

시장 공간 확대

대전시장은 공간적 협소로 인한 상가구역 확산의 어려움이 있어 인근 대전천 독길을 적극 활용하는 시장공간의 확대가 필요하다.

시장 음식거리, 특화거리 조성

대전면은 대도시 광주권 인접지역으로 첨단, 양산지구 등 많은 도시민들이 평일, 주말에도 카페와 음식점이 즐비한 한재골유원지 등을 찾고 있으므로 이들을 전통시장으로 유도하는 특화된 아이템(먹거리, 특산물) 개발이 절대적으로 필요하다.

도시에서는 접할 수 없고 맛 볼 수도 없는 재래시장만의 추억의 먹거리나 음식, 저렴하면서도 맛있는 향토음식, 대전시장에서만 살 수 있는 지역특산물 등을 판매하는 특화거리를 조성하는 것이 필요하다.

▶ 대전면 지역 농산물을 활용한 전통시장 상품개발

예) 새싹삼 활용 1차, 2차 가공 상품

3. 담양군의회 연구단체 의원 의견

박준엽 대표의원



- ① 함평시장 사례처럼 담양군 전통시장 또한 상인회가 주도하는 시장 활성화 및 시장 운영이 바람직하다.
- ② 전통시장에 킬러 먹거리 몇 개가 반드시 필요하며 담양향토음식 중에서 선정하고 시장내에 가게를 입점시켜 관광객을 전통시장으로 유도하는 방안이 필요하다.
- ③ 만성교 쪽 시장 입구에는 〈담양전통시장〉 알리고 안내하는 특색있는 이미지의 아치형 간판을 설치함으로써 국수거리를 찾아온 관광객들을 담양시장으로 유도해야 한다.
- ④ 시장내 노점상은 판매 품목별 구역을 설정해서 관광객이나 소비자들이 장을 보기 쉽게 배치할 필요가 있다.
- ⑤ 전통시장 자체적 또는 행정의 관련부서에서 정기적인 시장 상인교육을 실시함으로써 시장 운영의 현대화를 경쟁력을 강화시켜야 한다. 또한 상인들의 상품 진열과 고객편의 서비스 등을 수시고 교육하고 점검함으로써 최근의 트렌드에 맞춰가는 노력이 필요하다.

최용만 의원(의장)



- ① 죽녹원, 관방제림, 메타프로방스 등 관광자원을 연계한 전통시장 활성화 방안을 적극 추진해서 관광객들이 찾아오는 매력있는 전통시장을 조성해야 한다.
- ② 담양시장의 경우는 시장 상인회를 조속히 통합해 하나의 단체로 구성하고, 시장 운영에 필요한 것이나 애로사항이 있으면 자체적으로 해결하되 많은 예산이 소요되는 시설보수나 시장의 환경 개선은 행정에 건의 해결해 나가는 것이 무엇보다 중요하다.
- ③ 전통시장을 관광자원화와 연계하려면 무엇보다 주차공간 확충이 필요하다. 담양군이 시장 주변의 유흥지나 공터를 주차장으로 적극 활용하는 정책을 추진해야 한다.
- ④ 건물로 들어가는 점포는 소비자와 관광객들이 선호하는 업종을 배치하고 노점상은 구역별, 품목별 자리를 정하고 실명제를 실시함으로써 관리문제를 해결해야 한다.
- ⑤ 시장 운영의 현대화와 경쟁력을 강화를 위해 지속적인 상인교육 및 고객서비스 개선에 주력해야 한다.

정철원 의원



- ① 담양시장은 재건축후 주차공간 확충이 가장 큰 문제이다. 입지여건상 인근 담양천의 하천 둔치를 활용할 수 밖에 없는 실정인데, 둔치를 이용하거나 주차타워를 설치하는 후속조치가 반드시 필요하다.
- ② 담양시장의 노점상은 현재 설치되어 있는 데크 산책로를 하천쪽으로 더 넓혀 공간을 확보해 배치하고, 소비자들이 편하게 장을 볼 수 있도록 현재의 독길 중앙에 보행공간을 확보해야한다.
- ③ 전통시장 활성화를 위한 홍보 강화가 무엇보다 필요하다. 유명인사나 연예인 등을 정기적으로 초청해 이벤트나 품바공연 등을 통해 전통시장에서만 볼 수 있는 흥밋거리를 만들어 줘야 한다.
- ④ 현재 2개로 나누어져 있는 담양시장 상인회는 점포와 노점 상인회의 상생을 위한 통합이 반드시 필요하며 현재 건축중인 담양시장이 재개장하기 전에 상인회를 통합하는 것이 선결돼야한다.
- ⑤ 재래시장 활성화는 결국 지역경제 효과와 군민을 삶의 질 향상을 위한 것이므로 행정은 물론 상인회 모두가 공동의 이익을 위해 이해와 양보, 화합으로 상생하려는 하는 의식이 절대적으로 필요하다.

최용호 의원



- ① 전통시장은 어느곳이나 주차장 문제가 가장 심각하다. 담양시장은 하천부지나 인근 유흥지 활용한 주차공간을 더 많이 확충해야 죽녹원 관광객들의 시장으로 유도해 시장 활성화를 기할 수 있을 것이다.
- ② 전통시장내 점포 상인들과 노점 상인들의 상생을 위한 화합과 양보를 통한 상인회 통합이 선결과제이다. 행정에서 설득하고 조정해서 반드시 해결해야 한다. 시장 입점시 기존상인 및 군민을 우선시 하고 비협조자는 과감히 배제하는 강력한 조치가 필요하다. 고통을 겪더라도 처음부터 엄격하고 철저하게 상가를 배치하도록 해야한다.

박은서 의원



- ① 담양 전통시장도 온·오프 유통구조 구축이 필요하며 아울러 고향사랑 기부제 답례품과 연계한 상품판매 활성화가 필요하다.
- ② 라이브커머스 등을 활용한 정기적인 이벤트성 홍보 및 상품 판매활동이 필요한데, 이를 통한 전통시장 활성화에 기여할 수 있을 것으로 본다. 예를들어, 시장상인회 자체적으로 MC가 진행하는 홈쇼핑 형태의 홍보 활동 및 문화공연 등을 정기적으로 추진함으로써 담양을 찾는 관광객들을 전통시장으로 유치할 수 있을 것이다.
- ③ 담양의 전통시장에 가야만 살 수 있는 상품개발은 반드시 필요하다. 또, 담양의 전통시장에 가야만 먹을 수 있는 향토음식과 길거리음식도 개발해서 전통시장의 멋과 맛을 알려야 사람들이 찾을 것으로 본다. 우리가 방문했던 예산시장을 사례를 보더라도 이러한 특화된 지역상품과 향토음식 먹거리는 반드시 필요하다.



▲담양시장 주변 환경

담양읍 원도심(중앙로)





**담양군 관광자원 연계를 통한
전통시장과 지역상가 활성화 방안
연구용역**

06

남겨진 과제 (향후 추진과제)

- 향후 추진과제
- 결론

06

남겨진 과제 (향후 추진과제)

■ 향후 추진과제

예로부터 전통시장은 지역민들의 문화와 정서가 담긴 곳으로 상거래, 고용창출, 정보교류의 장 등 여러 기능을 수행해 왔다.

그러나, 급속한 산업화와 경제발전으로 유통시장이 개방되고 정보기술의 발달로 기존 유통업계에도 큰 변화가 진행됐으며 이로 인해 전통시장의 존립 기반이 크게 위협받고 있다.

특히, 대기업이 주도하는 대형마트와 할인점, 편의점의 급증으로 국내 대부분 지역의 전통시장과 소규모 도소매점의 상권이 크게 위축되고 있다.

현재와 같이 소비시장의 트렌드가 대형마트, 할인점, 편의점으로 집중되고 있는 시점에서 전통시장은 장소의 편의성, 쇼핑환경, 제품구색 및 품질, 정보제공, 점포 이미지, 광고 및 판매촉진, 고객서비스, 주차공간 등이 열악해 갈수록 소비자들의 선택을 받지 못하고 있는 실정이다.

이러한 문제를 인식한 정부와 지자체는 전통시장 활성화를 위해 많은 정책적인 지원을 하고 있으나 대부분 가시적인 재건축이나 환경개선사업 등 물리적인 지원에 치중되면서 실효를 거두지 못하고 있다. 아울러 시장의 구성원인 상인들 또한 오랜 역사를 가진 전통시장이 제반 환경변화 등으로 그 역할과 위상이 크게 변했으나 이에 적절한 대응하지 못하는 등 대단히 어려운 상황에 처해있다.

이같은 전통시장의 쇠퇴는 결국 지역경제의 위축, 원도심 공동화 등의 지역현안으로 대두되고 있어 전통시장 활성화를 통한 지역경제 살리기는 모든 지자체의 현안이자 반드시 해결해야 할 과제가 되고 있다.

전통시장이 안고 있는 여러 가지 문제점 중 반드시 개선하고 해결해야 할 사항을 향후 추진과제로 몇 가지 정리했다.

[하드웨어적 측면]



[소프트웨어적 측면]



■ 담양군 전통시장의 과제(결론)

담양군의 전통시장은 관내 곳곳에 들어서는 대형마트와 농협하나로마트, 할인점, 편의점 등의 영향으로 전통시장의 상권이 크게 위축되고 있다.

아울러, 광주 대도시권 생활권에 속해 있고 대도시 소비시장에 근접한 까닭에 지역내 소비자들의 전통시장 이용은 더욱 감소하고 있다.

이를 해결하기 위해 담양군은 정부 지원의 다양한 활성화사업과 다각적인 지원사업을 통해 전통시장 및 침체된 원도심 활성화를 꾀하고 있다.

다만, 담양은 전국적으로 잘 알려진 관광과 여행명소를 많이 보유하고 있어 한해 관광객이 700만명에 이르고 있으므로 이들 관광객을 활용하는 전통시장의 관광자원화 정책을 체계적·전략적으로 추진한다면, 의외로 좋은 성과를 거둘 수 있는 여지가 충분히 있다. 이런 점은 타지역 전통시장 보다는 훨씬 좋은 여건이라 할 수 있다.

지금까지 살펴본 바, 담양군 전통시장은 각각의 장단점과 특색을 가지고는 있으나 국내의 전통시장이 안고 있는 제반 문제에서 크게 벗어나지는 못하고 있다.

결론적으로, 담양군의 대표적 전통시장인 담양시장은 물론 창평 슬로시티의 창평시장, 대전면의 대전시장 모두 다음과 같은 문제를 해결해야 하는 향후 과제가 남아있다 하겠다.



▲루프탑 기든형 담양시장

- 1 재건축 시장의 적절하고 효율적인 점포 재배치 문제
- 2 점포상인과 노점상인을 아우르는 통합 상인회를 구성하는 문제
- 3 절대적으로 부족한 전통시장 주차공간을 확충하는 문제
- 4 전통시장의 가장 큰 단점인 시장내 소비자 보행로 확보 문제
- 5 전통시장의 협소한 공간을 확충하는 문제
- 6 전통시장 판매상품의 특화 및 고객서비스 만족 문제
- 7 현대적 소비문화 트렌드에 맞춰 소비자를 만족시키는 문제
- 8 주변 관광지, 문화예술공간 연계를 통한 전통시장의 관광자원화 문제

담양시장 조감도





참여연구진

책임연구원	장광호	연구용역 총괄 / 보고서 작성
연구원	조성원	연구용역 보조 / 자료조사 및 현지답사
연구위원	유상민	연구용역 자문 / 조사자료 분석 및 검토

[협] 천년담양문화제작소

**담양군 관광자원 연계를 통한
전통시장과 지역상가 활성화 방안
연구용역**

천년담양문화제작소