



전통시장 현대화사업과 조명

안옥희 <영남대학교 가족주거학과 교수>

1. 전통시장의 현황

‘전통시장’은 낙후된 이미지를 주는 ‘재래시장’이라는 명칭을 개선하지는 의견이 지속적으로 제기되자 정부가 2008년 상인들을 대상으로 설문조사를 실시하여 2009년에 변경한 용어이다. 일상생활에서 사용되고 있는 전통시장이란 자연적으로 발생하여 지역 토착민에게 지역 특산물 및 생활품들을 저렴한 가격으로 판매하는 상거래공간을 뜻한다.

이러한 전통시장은 지역사회에서 경제적 기능과 비경제적 기능을 동시에 수행해 온 공간으로써, 지역민과 함께 지역경제에 기여하면서 사회문화적 측면에서 다양한 역할을 담당해왔다. 그러나 전통시장은 대형 유통업체의 출현으로 경쟁력을 상실하여 상대적인 침체가 가속화되었고, 경제적 발전으로 인한 소비양식의 변화로 방문객이 감소하였으며, 신도시가 증가하면서 인구와 상권이 동시에 이동하여 규모가 상당히 축소되었다. 또한 시설의 관리가 미흡하여 시설이 노후되었고, 고령의 상인이 많아 환경변화에 따른 적합한 경영기법을 적용하지 못하는 등, 급격한 유통환경의 변화와 함께 다양해진 소비자들의 욕구에 대한 대처가 부족하였다. 이에 전통시장의 구조적인 문제점을 해결하여 전통시장을 활성화 시킬 수 있는 적극적인 정책의 수립과 실행의 필요성이 대두되었다. 이에 전통시장의 현황에 대하여 먼저 살펴보자.

1.1 시장의 구분

시장은 등록여부, 시장크기, 소유형태, 상권크기, 시장형태, 개설주기, 상품취급, 소재위치 등에 따라 구분된다. 이러한 구분에 따라 시장의 운영방법이나 문제점, 개선방향이 달라진다. 시장의 구분에 따른 현황은 표 1과 같다. 즉 우리나라의 전통시장은 등록시장, 소형시장, 공동시장, 근린생활권, 건물형, 상설시장, 일반시장, 대도시 소재에 있는 것이 대표적이다.

표 1. 전통시장의 구분에 따른 현황

%개)

구분	내 용
등록여부	등록시장 53.0(801), 인정시장 36.1(546), 기타시장 10.9(164)
시장크기	대형시장 1.2(18), 중대형시장 2.3(35), 중형시장 30.0(453), 소형시장 66.5(1,005)
소유형태	법인시장 17.9(271), 개인시장 1.0(15), 공설시장 24.4(368), 공동시장 56.7(857)
상권크기	전국상권 1.9(28), 광역상권 5.2(78), 중소형상권 27.2(411), 근린상권 65.8(994)
시장형태	건물형 46.7(705), 노점형 4.3(65), 장옥형 12.8(194), 상가주택복합 36.2(547)
개설주기	상설시장 67.5(1,020), 정기시장 16.5(249), 상설 및 정기시장 16.0(242)
상품취급	일반시장 91.6(1,384), 전문시장 8.4(127)
소재위치	대도시 41.0(620), 중소도시 37.4(565), 농어촌지역 21.6(326)

출처 : 시장경영진흥원(2012), 전통시장 및 점포경영 실태조사, p.24

1.2 시장의 수와 면적

2012년 현재 우리나라에서 영업 중인 전통시장은 1,511개이다. 이는 2006년 1,610개, 2008년 1,550개, 2010년 1,517개로 차츰 줄어드는 추세이다. 그러나 인정시장은 546개(36.1%)로 2010년(467개)에 비해 79개(5.3%p)가 증가하였고, 공동개설시장은 857개(56.7%)로 2010년(807개)에 비해 50개(3.5%p) 증가하였다. 즉 법적으로 인정을 받는 전통시장이나 공동으로 운영하여 규모가 상대적으로 큰 전통시장은 늘어나고 있음을 알 수 있다. 지역별 시장의 수를 보면, 서울특별시(217개)가 14.4%로 가장 많으며, 인천을 포함한 경기도 등 수도권 지역의 비율은 27.3%이다. 서울특별시와 6대 광역시를 제외한 일반 도지역의 구성비는 58.9%이다. 이는 인구수와 비례하는 것으로 보인다.

그리고 2012년 현재 우리나라 전통시장 내 점포수는 모두 204,237개이다. 이 중 영업점포는 179,736개이며, 자기소유 점포의 비중은 23.5%로 2010년 대비 높아진 반면, 임차점포의 비율은 동일하였다. 빈 점포는 2008년 11.4%에서 2012년 9.1%으로 감소세를 나타내고 있는 반면, 사무실 등 판매영업이외 목적의 기타점포의 비율은 2.9%로 증가 추세이다(표 2).

표 2. 점포의 수

단위 : 개(%)

구분	계	자기소유점포	임차점포	빈 점포	기타점포
2012년	204,237	47,978(23.5)	131,758(64.5)	18,520(9.1)	5,981(2.9)
2010년	201,358	45,234(22.5)	129,962(64.5)	21,811(10.8)	4,351(2.2)
2008년	207,329	43,704(21.1)	135,206(65.2)	23,663(11.4)	4,756(2.3)

출처 : 시장경영진흥원(2012), 전통시장 및 점포경영 실태조사, p.26

한편 2012년 현재 우리나라 전통시장의 평균 토지면적은 7,602.8㎡, 건물면적은 8,168.2㎡, 점포면

적은 5,183.1㎡이다. 이는 2008년과 비교하면 토지, 건물, 점포 면적 모두 증가하였다(표 3).

표 3. 시장과 점포의 면적

단위 : ㎡

구분	토지	건물	점포
2012년	7,602.8	8,168.2	5,183.1
2010년	7,146.5	7,191.4	4,766.4
2008년	7,135.6	7,186.2	4,443.8

출처 : 시장경영진흥원(2012), 전통시장 및 점포경영 실태조사, p.25

2. 전통시장 현대화사업

2.1 현대화사업의 근거

정부는 전통시장의 침체가 장기화되자, 정부는 전통시장 침체로 인한 전반적인 문제점을 인식하고 전통시장의 활성화를 위해 관련 법안을 제정하여 전통시장의 시설현대화를 도모하였다. 정부는 여러 법률에 부수적으로 언급되어 있던 전통시장 관련 내용을 정리하고 통합하여, 2002년 「중소기업의 구조개선과 재래시장 활성화를 위한 특별법」을 제정하였다. 이는 광범위한 시장의 범주 중에서 대상을 전통시장으로 지정하여 개선사업을 적극적으로 추진할 수 있는 시발점이 되었다. 이어 2004년에는 「재래시장 육성을 위한 특별법」을 제정하여 전통시장의 시설현대화와 시장경영혁신을 위한 제도적 기틀을 마련하였다. 중소기업청은 「재래시장 육성을 위한 특별법」을 기반으로 2005년 시장경영센터를 설립하여 전통시장 활성화를 위한 정책개발 및 지원 사업을 진행하였다. 2006년에는 시장상인 자조조직인 전국시장상인연합회가 「재래시장 육성을 위한 특별법」에 의거하여 특수법인으로 설립되어 전통시장 발전을 도모하고 상인 협력의 구심점 역할을 담당하였다.

시설현대화사업은 전통시장 활성화 정책 중 일부로써

기술래설

구매환경의 개선을 위해 시행되었다. 이 사업의 목적은 현대적인 이미지를 위해 외관을 교체하고 주차장, 화장실 등의 편의시설을 갖추어 타 유통업체와의 경쟁력을 증진시키고자 하는 것으로, 2002년 이후 지속적으로 시행되어 2013년 현재 전국 대다수의 전통시장이 시설현대화사업을 진행 중이거나 완료하였다.

표 4. 정비사업의 근거

연도	내용
2002	「중소기업의 구조개선과 재래시장 활성화를 위한 특별법」 제정
2004	「재래시장 육성을 위한 특별법」 제정
2005	시장경영지원센터 설립
2006	「재래시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」 개정
2007	시장경영지원센터 특수법인으로 전환
2009	「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」 개정
2010	시장경영진흥원 출범

출처 : 시장경영진흥원 홈페이지(www.sijang.or.kr)

2.2 현대화사업의 항목

정부는 전통시장의 활성화를 위해 예산집행기관을 중소기업청으로 지정해 사업추진 및 사업비를 집행하게 하고, 시장경영진흥원과 전국시장상인연합회에서는 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」에서 규정한 위탁사업을 추진하고 사업비를 집행하고 있다. 시설현대화사업은 전반적으로 낙후된 전통시장의 시설을 개선하고 부족한 편의시설을 확충하여 소비자의 접근성을 높일 수 있는 계기를 마련하려는 사업으로써 전통시장 활성화 추진사업에서 하드웨어적인 부분을 담당하고 있다.

2002년 환경개선사업이라는 명칭으로 시작한 사업은 2006년에 시설현대화사업으로 명칭이 변경되었다. 구조적으로 취약한 전통시장을 대상으로 주차장·화장실·아케이드·진입로 등 기반 시설의 확충 정비, 건물 개보수 등의 리노베이션(Renovation) 사업과 이벤트 공간마련 등의 시장 환경의 전반적인

개선사업을 의미하는 것으로 전통시장의 모습을 유지하면서 고객의 편의성을 높여 매출증대를 기대할 수 있다는 장점이 있다.

표 5. 전통시장 및 상점가 활성화 지원사업 내용

분야	사업명	지원내용	지원한도	지원조건
시설 현대화	전통시장 및 상점가 시설현대화	주차장, 전기·가스·소방 등 안전시설, 고효율LED조명설치시장 내 공동구간, 아케이드, 진입로, 공중화장실, 상·하수도, 고객편의시설, 기반시설 등	국비 60% 지방비 30% 민간 10%	'14년에 사업을 추진하고자 하는 곳 주차장, 진입로, 화장실, 상·하수도, 전선지중화, 공동전기·가스·소방시설 등은 민간부담 면제

출처 : 중소기업청, 2013년도 전통시장 및 상점가 활성화 지원사업 공고

중소기업청이 발표한 2014년 전통시장 및 상점가 시설현대화사업에 따르면, 지원 규모는 1,430억 원으로 책정되었으며 국비 60%, 지방비 30%, 민간 10% 내에서 지원된다. 지원대상은 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」에 의한 상인회, 상점가진흥조합, 사업협동조합 또는 협동조합, 사단·재단법인 등의 상인조직을 보유한 곳에 한정된다. 지원내용은 시설물 개보수(전기·가스·소방시설 등의 교체·개량) 등 노후시설 개선, 테마거리 조성 및 홍보시설(거리정비, 홍보·상징조형물 등) 설치, 지하도 상점가는 화장실, 입구 비가림시설, 화재감시용 CCTV, 지상에 아취·조형물 설치, 고효율 LED 조명설치(시장 내 공동구간) 등이다. 시장, 군수, 구청장이 중장기 투자계획을 수립하여 지정한 상권활성화 구역, 시도지사 및 시장 군수 구청장이 합의하여 연차사업으로 추진 중인 시장, 도시계획 변경절차가 필요 없는 지역에 주차장 등의 설치를 계획하고 있는 시장, 전기·가스·소방시설 등 화재예방시설의 설치 또는 개량 보수를 하고자 하는 시장, LED 조명 등 녹색시장의 설치를 계획하고 있는 시장에는 우선적으로 예산이 지원된다.

3. 전통시장 현대화사업과 조명

3.1 현대화사업의 조명향목

정부는 2008년 저탄소 녹색성장을 새로운 패러다임으로 제시하고, 온실가스 배출량 축소를 위해 탄소 배출이 적은 녹색제품의 사용을 적극 유도하기 시작하였다. 이에 따라 공공기관에서도 탄소 배출이 적은 LED 조명기구의 사용을 권장하기 위해 LED 사업에 대한 지원을 확대하였다. 2009년부터 고효율 LED 조명에 대한 지원을 추진한 정부는 2013년 전통시장의 시설현대화사업에서 LED 조명 등 녹색시장의 설치를 계획하고 있는 시장에 우선적으로 예산을 지원하기로 하였다.

전통시장 현대화사업 중 LED 조명설치 지원현황(1)을 살펴보면, 2009년 3개 사업을 시작으로 2010년 13개 사업, 2011년 26개 사업, 2012년 35개 사업으로 지원 사업이 급증하고 있다. 지원 금액 또한 394백만 원에서 3,178백만 원으로 증가하여 4년 만에 거의 10배 가까이 증가하였다(표 6).

표 6. 시설현대화사업 중 LED 조명설치 국비지원

단위 : 개수, 백만원

2009년		2010년		2011년		2012년		합계	
시장수	지원금액	시장수	지원금액	시장수	지원금액	시장수	지원금액	시장수	지원금액
3	394	13	974	26	2,063	35	3,178	77	6,609

출처 : 중소기업청 소상공인정책국 시장상권과 내부자료 (2013.6)

표 7. 2012년도 LED조명설치 지원현황

번호	시도	시군구	시장명	사업내용
1	서울	중구	서울중앙시장	시장입구 LED광고판
2	서울	마포구	용강동상점가	LED조명
3	서울	마포구	도화동상점가	LED조명
4	서울	송파구	석촌시장	LED조형물 및 안내판

1) 중소기업청 소상공인정책국 시장상권과 내부자료

번호	시도	시군구	시장명	사업내용
5	부산	동구	부산진남문시장	공공부(복도) LED조명기구 교체공사
6	부산	동구	자유시장 일원	문화의 거리 간판시범거리 조성(LED)
7	부산	동래구	동래시장	장내 1,2층 LED 시설공사
8	부산	사상구	르네시떼	공용 LED램프 교체
9	인천	중구	신흥시장	LED삼색조명 간판 설치
10	인천	중구	신포시장	아케이드 내 LED 조명 설치
11	인천	중구	새동인천지하상가	아케이드 위쪽에 LED홍보안내판 설치
12	인천	동구	산업유통센터	LED 조명
13	인천	남구	남부종합시장	LED 조명등 설치
14	인천	부평구	부평종합시장	LED 조명등 설치
15	인천	부평구	진흥종합시장	LED 조명등 설치
16	인천	부평구	십정종합시장	LED 조명등 설치
17	인천	부평구	부평중앙지하상가	출구 LED 조명등 설치
18	대전	중구	중앙로지하상가	LED조명교체
19	울산	중구	중앙옥교전통시장	LED 조명 교체
20	울산	남구	이음상가시장	LED보안등 교체
21	울산	동구	동울산종합시장	LED조명교체
22	울산	동구	동부시장	LED조명교체
23	경기	수원	못골시장	LED 전광판 설치
24	경기	광주	경안시장	LED 안내 전광판 설치
25	경기	의정부	제일시장	십자로 LED 조명 설치
26	경기	구리	구리시장	LED 전광판
27	경기	동두천	중앙시장	LED등 설치
28	강원	원주시	자유시장	LED조명등 교체
29	충북	청주시	원미루시장	LED조명
30	충북	청주시	운천시장	LED조명
31	충북	영동군	중앙시장	LED조명
32	충북	증평군	장뜰시장	LED조명(른네온)
33	충북	증평군	장뜰시장	간판정비(LED)
34	충남	보령	중앙시장	LED 조명 설치
35	경남	창원시	명서시장	LED 가로등 교체

출처 : 중소기업청 소상공인정책국 시장상권과 내부자료(2013.6)

이와 같이 전통시장 시설현대화사업의 지원 내용에는 고효율 LED 조명 설치가 포함되어 있으며, 그 지원을 받는 시장의 수나 지원금액도 급증하고 있다.

그러나 이에 대한 구체적인 시행세칙이나 시설설치 규정이 없다. LED조명은 전기·가스·소방시설과

기술해설

같은 기반시설에 해당되면서 테마거리조성 및 홍보시설의 수단으로 적용할 수 있다. 따라서 LED조명의 장점을 극대화시키기 위해서는 반드시 LED조명 설치기준 및 디자인 가이드라인이 제공되어야 한다. 특히 소방시설 등과 같은 다른 기반시설과는 달리 LED조명은 시장 전체의 이미지 형성에 큰 영향을 미치며, 상업공간인 전통시장의 매출증대에도 매우 큰 영향을 미치는 시설이므로 물리적인 시설로서의 설치기준뿐만 아니라 조명의 특성을 잘 반영할 수 있는 디자인 가이드라인의 설정이 매우 중요하며 시급히 필요할 실정이다.

3.1 전통시장의 조명환경 사례

전통시장의 조명환경사례를 시장경영지원센터에서 발간한 점포지도 우수사례집에서 선정하여 살펴보기로 하자. 시장경영지원센터에서는 <전통시장 자문 및 점포지도 우수사례>를 전통시장과 우수점포의 성공 비법을 다른 시장에서 벤치마킹할 수 있도록 하기 위하여 2009년에 발간하였다. 내용은 크게 경영 자문 우수사례, 시설현대화 우수사례, 점포지도 우수사례로 구분된다. 그 중 조명환경 사례는 점포지도 우수사례에 2사례가 소개되어 있다.

① 조명과 진열방법 변화로 매출향상

청주 육거리시장의 야채가게 ‘신용상회’는 조명설치로 야채의 신선함을 시각적으로 부각시켰다. 처음에는 간판 조명이 설치되지 않았고, 매장 입구 가운데 설치된 등도 높이가 너무 높은데가 누전 문제 등으로 사용을 자제하고 있어 상당히 어두워 저녁 무렵에 오는 고객을 놓치는 경우도 종종 있었다. 이에 상품인 야채가 최대한 신선해 보이도록 하기 위한 조명을 설치하였다. 즉 간판의 상부는 삼파장 등을 설치하고 진열대 위는 갓을 씌운 펜던트를 설치하여 조명의 빛이 상품을 직접 비추도록 하였다. 그리고 높은 아케이트

천장으로 조명의 효과가 분산되지 않도록 하며, 상품인 야채가 열에 민감하므로 열이 많이 나지 않는 조명등을 설치하여 2~3m 위로 달아 주었다. 그 결과 점포주는 “조명설치로 이렇게 다른 분위기를 낸다고는 생각도 못했어요. 조명의 밝은 빛만큼 매출도 높아졌습니다.”라고 하며 매우 만족하였다.



② 조명교체를 한 액세서리 전문점

대구 서남신시장의 액세서리 전문점 ‘러브아트’는 조명교체를 하여 점포 전체의 분위기를 바꾸었다. 처음에는 액세서리 점포임에도 불구하고 단순한 조명 탓에 아늑하거나 화려한 느낌이 없어 상품이 전혀 돋보이지 않았다. 특히 러브아트는 오픈형 점포이므로 전면부가 개방되어 있어 노점상 같은 이미지가 강하다. 이에 조명을 은은한 빛으로 바꾸었다. 그 결과, 점포주는 “조명을 은은한 빛으로 바꾼 후부터는 점포 전체의 이미지가 달라졌어요. 액세서리 전문점다운 로맨틱한 분위기 납니다. 덕분에 매출도 많이 향상되었습니다.”라고 하며 매우 만족하였다.



4. 전통시장 조명환경의 현대화를 기대하며

전술한 전통시장의 조명환경사례를 보면 점포지도를 하면서 간단히 조명기구나 광원을 교체하는 정도에 불과하다. 그러나 아주 간단한 변경임에도 불구하고 점포주의 만족도는 매우 높았다. 이는 상업공간의 조명의 효과를 반증하는 것이라고 생각한다.

2009년부터 전통시장 내 공동구간에 대한 고효율 LED 조명설치가 시설현대화사업의 항목으로 지정됨에 따라 최근에는 표 7에 제시한 바와 같이 많은 전통시장에서 LED조명교체사업을 신청하고 있다.

LED 조명교체사업을 하고자 하는 전통시장은 시장경영진흥원에 신청서를 제출한다. 그 후 시장경영진흥원에서 신청한 사업이 타당한지에 대하여 사전컨설팅을 하며, 타당성이 인정되면 사업지원을 확정하고 최종 컨설팅을 한 후 사업비를 교부한다. 그러나 LED조명 설치에 대한 구체적인 규정이 없다. 실제로

제출된 신청서를 보면 단순히 LED조명등을 몇 개를 교체하는 등 대략적인 전구의 개수만 제시하고 있으며, 사업선정 후 사업시행에 있어 조명전문가의 관여여부는 불투명하다. 그러나 조명시설은 다른 시설과 달리 광원과 조명기구의 종류에 따라 교체 후의 전력사용량이 달라지며, 같은 광원과 기구라 하더라도 어떻게 설치하느냐에 따라 빛의 분포와 공간의 이미지형성이 매우 달라진다. 특히 LED조명의 경우 색상의 선택의 폭이 크므로 빛의 색에 대한 결과가 달라질 가능성이 매우 높다.

따라서 전통시장의 활성화와 조명환경의 현대화를 위해서는 LED조명 설치기준 및 디자인 가이드라인이 제공되어야 한다. 이때 조명디자이너의 역할이 매우 중요하므로, 전문성을 갖춘 조명디자이너의 양성에 본 학회의 관심이 필요하다.

감사의 글

표6, 표7의 내용은 중소기업청 소상공인정책국 시장상권과 행정사무관 손한국님이 제공해 주신 내부자료입니다. 귀한 자료의 제공에 감사드립니다.

참 고 문 헌

- [1] 시장경영진흥원(2012), 전통시장 및 점포경영 실태조사.
- [2] 시장경영진흥원 홈페이지(www.sijang.or.kr).
- [3] 중소기업청, 2013년도 전통시장 및 상점가 활성화 지원사업 공고.
- [4] 시장경영지원센터(2009), 전통시장 자문 및 점포지도 우수사례.
- [5] 성지은(2013), 전통시장 점포의 점도조명디자인에 관한 연구, 영남대학교 석사학위논문.
- [6] 이연주(2013), 전통시장 활성화를 위한 점포의 실내디자인 개선에 관한 연구, 영남대학교 석사학위논문.

◇ 저 자 소 개 ◇



안옥희(安玉姬)

1961년 11월 28일생. 일본 나라여자대학 생활환경학 전공(박사). 현재 영남대학교 가족주거학과 교수. 본 학회 국제이사.