



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

공학석사 학위논문

활성화된 근린 소규모 전통시장의 도시·공간 특성 연구
- 관악구 소규모 전통시장을 중심으로 -

The Urban-Spatial Characteristics of Revitalized Neighborhood
Small-scale Traditional Market

2014년 8월

서울대학교 대학원
건축학과
박하나

활성화된 근린 소규모 전통시장의 도시·공간 특성 연구
- 관악구 소규모 전통시장을 중심으로 -
The Urban-Spatial Characteristics of Revitalized Neighborhood Small-scale
Traditional Market

지도교수 박 소 현

이 논문을 공학석사 학위논문으로 제출함
2014년 8월

서울대학교 대학원
건축학과
박 하 나

박하나의 공학석사 학위논문을 인준함
2014년 8월

위 원 장 _____ (인)

부 위 원 장 _____ (인)

위 원 _____ (인)

국 문 초 록

활성화된 근린 소규모 전통시장의 도시·공간 특성 연구

- 관악구 소규모 전통시장을 중심으로 -

서울대학교 대학원 건축학과 박 하 나
지도교수 박 소 현

전통시장은 오랫동안 근린의 소매유통을 담당하면서 상업의 중심지로서 역할을 해왔으며 주거 생활에 있어서도 사회·문화적 활동과 정보 교류의 장의 기능을 담당해왔다. 현대 사회가 소비사회로 사회 구조가 변화하고 사람들의 생활 패턴이 변함에 따라 전통시장은 쇠퇴하고 있는 실정이다.

본 연구는 소비사회로의 전환과 생활 패턴의 변화에 따라 전반적으로 쇠퇴하고 있는 근린 소규모 전통시장 가운데 활발하게 유지되고 있으며 여전히 근린의 상업의 중심지이자 주거 생활의 장으로서의 역할을 담당하는 근린 소규모 전통시장의 활성화 요인을 물리적 환경의 도시·공간 특성에 초점을 맞추어 알아보고자 한다.

연구 대상은 관악구 내의 근린 소규모 전통시장 18개이다. 연구 방법은 우선 시장경영진흥원의 활성화 수준 분석과 유동인구 조사를 통해서 활성화된 시장과 침체된 시장으로 시장의 활성화 수준을 분류한다. 문헌 연구를 통해서 활성화 수준에 따라 분류된 시장의 도시·공간 특성 검토 항목을 추출한다. 전통시장의 시장 공간 구조를 1) 건물형 2) 가로형 3) 혼합형으로 나누어 지역 및 상업 환경, 네트워크 환경과 같은 도시 맥락에서 조사 분석하고, 가로(통로)공간, 건축 특성과 같은 공간 맥락에서 전통시장의 특성을 고찰한다.

본 연구의 결과, 첫째 활성화된 시장일수록 가로형의 공간 구조를 가지고 있고, 침체된 시장일수록 건물형 시장이 많다는 점이다. 둘째 지역 및 상업 환경에서 활성화 된 전통시장의 특징은 중규모 슈퍼와 시장의 개별 점포들이 경쟁 관계를 가지기 보다는 서로 다른 상품을 판매하고, 다른 판매 전략을 펼침으로써 상호 보완관계를 가진다는 점이다. 셋째 네트워크 환경에 있어서는 활발한 시장의 가로가 지하철과 배후주거지를 연결하는 최적의 가로에 위치해 있으며 동네 교통망인 마을버스와도 연계될 수 있는 위치에 입지해 있어 보행 네트워크가 활발하다는 특성을 가진다. 넷째 가로 및 통로 환경은 내부 점포와 내부 구성 요소들에 의해서 차이가 나는데 활발한 시장은 점포들이 외부 지향적인 진열대와 판매 형식을 취하고 있지만, 침체된 시장은 내부지향적인 상업 시설이 형성되어 있다. 마지막으로 건축 특성으로 현재 활발하게 진행되고 있는 아케이드와 같은 시장가로의 환경을 내부화시키는 방법의 시설 개선이 시장을 활성화 시키는데 큰 영향이 없다는 점이다.

이와 같은 활성화된 근린 소규모 전통시장의 도시·공간 특성은 실제 근린 생활권에서 이용되는 전통시장의 활성화 방안이나 개선 방안을 수립할 때에 고려 할 수 있는 특성들을 제시하고 있다는 점에서 의의가 있다.

본 연구의 한계점은 시장의 도시·공간 특성을 현장 관찰이나 문헌고찰을 통해서 정성적으로 해석함으로써 시장 활성화에 영향을 미치는 물리적 요인의 상관관계를 명확하게 알아내지 못한 점이다.

주요어: 근린 소규모 전통시장, 도시·공간 특성, 활성화
학번: 2012-23124

목차

국문초록	i
목차	iii
표 목차	v
그림 목차	vi
1. 서론	1
1.1. 연구의 배경 및 목적	1
1.2. 연구의 대상 및 방법	3
2. 이론적 고찰	5
2.1. 전통시장의 연혁 및 법률	5
2.1.1. 시장의 정의	5
2.1.2. 전통시장 관련 법률 변천	10
2.1.3. 근린 소규모 전통시장 현황	15
2.2. 관악구 근린 소규모 전통시장의 역사적 변화	17
2.2.1. 관악구 내 근린 소규모 전통시장의 변화	17
2.2.2. 전통시장의 역사적 형태 변화	20
2.3. 선행연구 고찰	26
2.3.1. 기존의 전통시장 관련 연구	26
2.3.2. 도시·공간 특성 연구	34
3. 대상지 선정 및 분석 방법	39

3.1. 대상지 선정 및 개요	39
3.2. 대상지 분석 방법	42
3.2.1. 활성화 수준 분석 방법	42
3.2.2. 도시·공간 분석 방법	44
4. 도시·공간 특성 분석	46
4.1. 활성화 수준 분석	46
4.1.1. 근린 소규모 전통시장 활성화 수준	46
4.1.2. 활성화된 시장	48
4.1.3. 침체된 시장	51
4.2. 도시·공간 특성	54
4.2.1. 시장 구조 및 형태	54
4.2.2. 지역 및 상업 환경	56
4.2.3. 네트워크 환경	58
4.2.4. 가로(통로) 공간	68
4.2.5. 건축 특성	71
5. 결론 및 시사점	73
참고문헌	76
[부록1] 관악구 내 전통시장 활성화 수준 평가	80
[부록2] 관악구 내 근린 소규모 전통시장 유동인구 수 조사	81
[부록3] 도시·공간 특성 분석 결과	82
[부록4] 시장 가로 공간 축선도 분석 결과	89
Abstract	93

표 목차

[표 1] 시장규칙에 의한 시장분류 및 정의(1914년)	6
[표 2] 시장 특성별 분류 및 정의	9
[표 3] 전체 전통시장 수 (개소)	15
[표 4] 점포 수 (개)	16
[표 5] 종사자 수 (명)	16
[표 6] 시장 크기별 시장 수 (개)	16
[표 7] 소형시장의 변화 (개)	16
[표 8] 근린생활시장의 변화 (개)	17
[표 9] ‘물리적 특성 및 개선방향’ 선행 연구	29
[표 10] ‘활성화 전략 및 사업 영향’ 선행 연구	30
[표 11] ‘재개발·재건축 및 재생’ 선행 연구	29
[표 12] ‘경쟁상업과 비교’ 및 ‘유형구분’ 선행 연구	31
[표 13] ‘보행활동과 도시형태 관계’ 선행 연구	32
[표 14] 선행 연구의 물리적 특성 분석 항목	35
[표 15] 보행환경요소 분류 틀	37
[표 16] 연구 대상지	40
[표 17] 전통시장 활성화 수준 평가 기준	43
[표 18] 활성화 수준 평가를 위한 조사	43
[표 19] 도시·공간 특성 분석 체계	45
[표 20] 전통시장 활성화 수준 평가 결과	47
[표 21] 유동인구 수 단위 (인/10min)	47
[표 22] 시장 형태별 활성화 수준 단위 (%)	55
[표 23] 시장 가로의 공간분석	63
[표 24] 연계 프로그램 수	65
[표 25] 교차로 밀도 (개/km ²)	67

그림 목차

[그림 1] 연구의 흐름	4
[그림 2] 전통시장 관련 법률 변천	13
[그림 3] 봉천시장(봉천3동) 1971년, 현재 재개발 공사 중	18
[그림 4] 현대시장(현 은천동) 1973년, 현재 봉천현대시장	18
[그림 5] 관악구 주택 유형 (%)	20
[그림 6] 태종 때 건설된 시전 행랑	21
[그림 7] 가로 중심의 과거의 전통시장 모습	23
[그림 8] 시장의 역사적 형태 변화	26
[그림 9] 도시·공간 특성	34
[그림 10] 시장 공간 구조 특성	35
[그림 11] 도시·공간 특성 체계	38
[그림 12] 연구대상지 위치도	41
[그림 13] 인현시장&원당종합시장 개요	49
[그림 14] 중부시장 개요	51
[그림 15] 우림시장 개요	52
[그림 16] 봉천현대시장 개요	53
[그림 17] 활성화 수준에 따른 시장 구조 및 형태 분석	54
[그림 18] 혼합형 시장: 신림종합시장 & 관악신사시장	56
[그림 19] 인현시장 내 중규모 슈퍼	57
[그림 20] 중규모 슈퍼 vs. 전통시장	58
[그림 21] 활성화 된 시장 입지 특성	59
[그림 22] 봉천 현대시장과 주변 주거지와 단절된 모습	60
[그림 23] 가로위계	61
[그림 24] 축선도 분석 결과	64
[그림 25] 연계 프로그램 분포	66
[그림 26] 인현시장/원당종합시장	68
[그림 27] 중부시장	68
[그림 28] 침체된 시장(건물형) 내부 통로	70
[그림 29] 외부로 확장된 개별 점포	70
[그림 30] 활성화 된 시장 & 침체된 시장 건축 특성	72

1. 서론

1.1 연구의 배경 및 목적

1.2 연구의 대상 및 방법

1.1. 연구의 배경 및 목적

전통시장¹⁾은 오랫동안 근린의 소매유통을 담당하면서 상업의 중심지로서 역할을 해왔으며 주거 생활에 있어서도 사회·문화적 활동과 정보 교류의 장의 기능을 담당해왔다. 현대사회가 소비사회로 사회구조가 변화하고 사람들의 생활패턴이 변함에 따라 전통시장은 쇠퇴하고 있는 실정이다. 시장경영진흥원 조사에 의하면 전통시장 전체수는 2012년 3월 기준으로 2004년에 비해서 시장은 191개소가 없어졌고, 33,170개의 점포가 폐업했으며, 34,851명의 종사자 수가 줄어들었다. 그리고 전체 매출은 매년 6%이상씩 감소하고 있다.²⁾ 실제 관악구를 대상으로 근린 소규모 전통시

1) 기존의 법률에서는 '재래시장'이라는 용어가 일반적으로 사용되어 왔으나 2009년 "전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법"으로 개정된 이후부터 '전통시장'이라는 법적용어로 통일하여 사용되고 있다.

장을 조사해 본 결과 7개의 등록시장³⁾, 4개의 인정시장⁴⁾, 10개의 무등록시장(기타시장⁵⁾)으로 21개의 재래시장이 있다.(2014년 7월 기준) 대부분 쇠퇴하거나 나름대로 명맥을 유지하고 있지만, 유독 활성화된 시장도 있다. 특히 인현 시장⁶⁾은 ‘2012 대한민국 국토·도시 디자인 대상’⁷⁾을 받았으며 일 유동인구 수가 17,356명 정도(관악구 내 상위5%)⁸⁾이고, 주변 사업체 수가 2007~2011년까지 143개⁹⁾로 유지되면서 활발히 이용된다.

본 연구는 소비자사회로의 전환과 생활 패턴의 변화에 따라 전반적으로 쇠퇴하고 있는 근린 소규모 전통시장 가운데 활발하게 유

-
- 2) 시장경영진흥원(2012), 전통시장 및 점포경영 실태조사, p.22
- 3) 등록시장: 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」에 의거하여 「유통산업발전법」 제8조 및 같은 법 제2조제3조에 따른 대규모점포로 등록된 시장
- 대규모 점포:
- ① 하나 또는 둘 이상의 연접되어 있는 건물 안에 하나 또는 여러 개로 나누어 설치되는 매장
 - ② 상시 운영되는 매장
 - ③ 매장면적의 합계가 3천 제곱미터 이상인 곳
- 4) 인정시장: 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」에 의거하여 등록시장과 같은 기능을 하고 있으나 대규모 점포의 요건을 갖추지 못한 곳으로서의 대통령령으로 정하는 기준에 적합하다고 특별자치도지사·시장·군수·구청장(구청장은 자치구의 구청장을 말함. 이하 “시장·군수·구청장”이라 한다)이 인정한 곳
- 대통령령이 정하는 기준: ①, ② 중 어느 하나에 해당하는 곳으로서 도매업·소매업 또는 용역업을 영위하는 점포가 50개 이상인 곳
- ① 도매업·소매업 또는 용역업을 영위하는 점포에 제공되는 건축물과 편의시설 (주차장·화장실 및 물류시설 등을 포함하여, 도로를 제외함)이 점유하는 토지면적의 합계가 1천 제곱미터 이상인 곳
 - ② 상가건물 또는 복합형 상가건물 형태의 시장인 경우에는 판매·영업시설과 편의시설을 합한 건축물의 연면적이 1천 제곱미터 하나 이상인 곳
- 5) 기타시장: 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」에 의거하여 등록시장 또는 인정시장은 아니지만 시·군·구에서 전통시장의 기능을 행하고 있다고 임의로 분류한 시장
- 6) 인현 시장: 관악구 인현동에 위치한 시장이다. 1970년대에 개별 상점들이 가로에 형성되어 만들어진 가로 중심의 시장이다.
- 7) 대한국토도시계획학회가 주관하는 제4회 도시디자인 대전에서 ‘공공 공간’ 부문 국토해양부 장관상을 받았다. 인현 시장은 친인각적, 심미적 디자인, 획기적 예산절감 부분에서 높은 평가를 받았다.
- 8) 관악구 내에서도 신림역 주변과 같이 변화한 상업 가로 만큼이나 유동 인구가 많고 활발하게 이용된다는 점을 보여준다. 서울통계지도, <http://gis.seoul.go.kr/>
- 9) 서울통계지도, <http://gis.seoul.go.kr/>

지되고 있으며 여전히 근린 상업의 중심지이자 주거 생활의 장으로서의 역할을 담당하는 근린 소규모 전통시장의 활성화 요인을 물리적 환경의 도시·공간 특성에 초점을 맞추어 조사해 보고자 한다.

1.2. 연구의 대상 및 방법

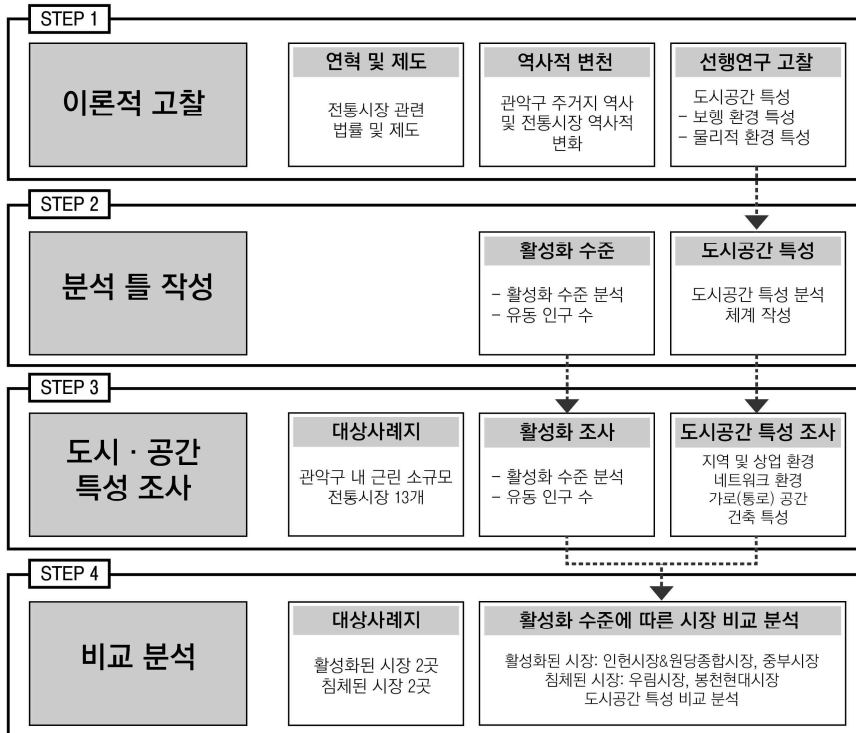
본 연구에서는 관악구 내의 근린 소규모 전통시장 18개를¹⁰⁾ 연구 대상으로 한다. 관악구 내에는 구청에서 관리하고 있는 21개의 시장이 있다. 관악구 내에 있는 시장은 서울시 내에서 근린 소규모 전통시장의 수¹¹⁾가 월등히 많은 편에 속하며, 시장이 집단 이주를 통한 주거지 정착과 맞물려서 형성되었다. 주거지 내에서 근린의 중심 상업 시설로서 생성되었고, 주거지의 변화에 맞물려서 변화해 온 시장을 연구해 볼 수 있는 대상으로서 관악구 내의 근린 소규모 전통시장을 연구 대상으로 선정했다.

본 연구의 흐름은 이론적 고찰, 분석틀 작성, 도시·공간 특성조사, 비교분석 순으로 진행하였다. 우선 문헌 조사 및 선행 연구 고찰을 통해서 전통시장 관련 제도와 관악구의 전통시장의 역사 및 지역적 특성을 알아보았다. 또한 선행 연구 고찰과 현장 관찰을 통해서 전통시장의 활성화 수준과 도시·공간 특성을 비교 분석할 수 있는 분석체계를 작성하였다. 활성화 수준은 기존의 시장경영진흥원의 활성화 수준 평가 보고서와 유동 인구수를 바탕으로 작성하고, 도시·공간 특성은 기존의 연구와 현장관찰을 토대로 작성하였다. 이와 같은 분석체계를 바탕으로 대상 사례지인

10) 관악구 내에서 관리하는 시장은 21개이지만, 봉천신시장은 재개발 추진중에 있으며, 신림현대상가와 서원동상점가는 상업 가로로 전통시장에 해당되지 않아 3곳을 제외한 18개 전통시장을 대상으로 연구를 진행 하였다.

11) 근린 소규모 전통시장 구별 비율(등록·인정 시장만 포함) : 관악구는 90%(전체 11개), 중구 16%(28개), 동대문구 64%(18개), 종로구 29%(13개)

18개 시장의 활성화 수준과 도시·공간 특성을 현장 관찰 및 조사를 통해서 비교·분석을 진행하였다. 그 중에서 활성화 된 시장 2곳과 침체된 시장 2곳의 사례 연구를 통해서 좀 더 구체적인 도시·공간 특성을 도출하였다.



[그림 1] 연구의 흐름

2. 이론적 고찰

2.1 전통시장의 연혁 및 법률

2.2 관악구 근린 소규모 전통시장의 역사적 변화

2.3 선행연구 고찰

2.1. 전통시장의 연혁 및 법률¹²⁾

2.1.1. 시장의 정의

일반적으로 ‘시장(市場)’의 사전적 정의는 “여러 가지 상품을 사고파는 일정한 장소” 또는 “매일 또는 정기적으로 많은 사람들이

12) 박은숙(2007), 『서울의 시장』, 서울특별시 편찬위원회

박은숙(2008), 『시장의 역사』, 역사비평사

변명식·공경순(2006), 『재래시장 경영론』, 학문사

이태진 외(2000), 『서울상업사』, 태학사

조병찬(2004), 『한국시장사』, 동국대학교출판부

김종국(2008), 한국 재래시장의 유형분류와 전략적 유형정의에 관한 연구, 송실대학교 박사 논문

이와 같은 서적과 논문을 참고로 하여 정리하였다.

모여 상품의 판매·교환이 이루어지는 장소”라고 정의하고 있다.¹³⁾ 예로부터 우리나라에서는 시장은 ‘저자’라고 하며 ‘저’ ‘저재’ ‘저자’ 등으로 불렸고, 우리나라 사서(史書)에는 주로 시(市), 시사(市肆), 장(場), 장시(場市) 등으로 기록되어 있으며, 시장(市長)이라는 용어는 별로 사용하지 않았다.¹⁴⁾ 그러나 현재 우리나라에서는 위와 같은 특성을 지닌 유통공간을 흔히 ‘시장’ 또는 ‘재래시장’이라고 칭하고 있다. 개항 이후 ‘시장’이라는 용어가 종종 사용되었는데, 1914년 조선총독부 시장규칙(총령 제136호)에서 종래부터 내려오던 전통형 시장인 제1호시장을 제2호 및 제3호 시장과 구분하기 위하여 ‘재래시장’이라고 불렀다 하였으며, 재래시장(在來市場)이라는 용어는 이때부터 사용하기 시작한 것이라 할 수 있다.¹⁵⁾

[표 1] 시장규칙에 의한 시장분류 및 정의(1914년)

시장 분류	정의
제1호시장(재래시장)	장옥(場屋)을 설치하거나 또는 설치하지 않아도 구획된 지역에서 매일 또는 정기적으로 다수의 수요자와 공급자가 모여 화물을 판매하는 장소
제2호시장(공설시장)	20인 시장의 영업자가 하나의 장옥에서 주로 곡물과 식료품을 판매하는 장소
제3호시장(어채시장, 중앙도매시장)	어물 및 청과물을 위탁 받아 경매하는 조매(糶賣)시장

그 이후 「시장법」, 「도소매업진흥법」, 「유통산업발전법」, 「중소기업구조개선과 재래시장 활성화를 위한 특별 조치법」, 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」으로 법률의 변화에 따라 ‘시장’의 정의와 범위가 달라져왔다.

우선 1961년 제정된 「시장법」에서 시장을 상설시장, 정기시장, 건물형 상설시장으로 장소, 시설 개설 주기에 따라 시장을 분류

13) 국립국어원 표준국어대사전, <http://stdweb2.korean.go.kr/>

14) 박은숙(2007), 『서울의 시장』, 서울특별시 편찬위원회, p.14

15) 조병찬(2004), 『한국시장사』, 동국대학교출판부, pp. 177~178

하고 정의 했다.¹⁶⁾ 제1호 시장인 상설시장은 “각령으로 정하는 시설을 구비하고 구획된 지역에서 매일 다수의 수요자와 공급자가 래집(來集)하여 물품의 매매교환을 행하는 장소”라고 정의하였다. 건물형 시장은 대형점, 백화점을 의미하는데, 1981년 개정을 통해서 상설시장을 ①도매시장, ②일반소매시장, ③백화점, ④쇼핑센터, ⑤대형점으로 나누면서 시장의 정의 안에 대형점, 쇼핑센터, 백화점 과 같은 현대식 유통시설이 포함되어 있다는 것을 알 수 있다.

시장법이 폐지되고 1986년 「도소매업진흥법」이 제정되면서 기존의 법이 시장과 현대식 유통 시설을 구분하지 않고 상설시장으로 정의한 것을 분리하였다. 그래서 ①상설시장, ②정기시장, ③대규모 소매점포, ④도매센터, ⑤연쇄화사업, ⑥상점가로 나누어 정의하고 있다.¹⁷⁾ 이 법에서 ‘시장’은 “일정구역 안의 건물 또는 지하도에 설치된 점포시설에서 도매업자, 소매업자 및 이를 지원하는 용역업자가 계속적으로 상품을 매매하거나 용역을 제공하는 영업장으로 일정규모(30m²)이하의 소규모점포가 다수를 차지하는 영업장”으로 정의하였다.¹⁸⁾

「유통산업발전법」(1997)에서 ‘시장’은 “동일한 건물 또는 지하도에 설치된 다수의 점포시설에서 도매업, 소매업 및 용역업이 혼재되어 있는 매장으로서 매장의 분양이 가능한 것”으로 정의하고 매장면적은 3,000m² 이상으로 정하였다. 그 이후 2002년부터 기존에 시장의 경쟁력 취약 등의 문제를 해결하기 위해서 「중소기업 구조 개선과 재래시장활성화를 위한 특별조치법」을 제정하였다. 이 법에서 ‘재래시장’이라는 용어를 법률적으로 처음 사용하고 정의하였다. ‘재래시장’은 “일정구역 안의 건물 또는 지하도

16) 김종국(2008), 전계서, p. 15

17) 김종국(2008), 전계서, p. 17

18) 김종국(2008), 전계서, p. 19

에 설치된 다수의 점포에서 도매업자·소매업자 또는 용역업자가 상시 또는 정기적으로 모여 상품을 매매하거나 용역을 제공하는 장소로서 근대적인 유통기능이 취약하여 경영현대화 및 정보화를 필요로 하거나 건물시설이 노후화되어 개·보수 또는 재개발·재건축을 필요로 하는 장소”로 규정하였다.

2009년부터는 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」 제정을 통해서 기존의 시장, 재래시장, 전통시장 등의 혼재된 용어를 ‘전통시장’으로 법률적 용어로 일원화하였다. 현재 ‘전통시장’은 “하나 또는 둘 이상의 연접되어 있는 건물 안에 하나 또는 여러 개로 나누어 설치되는 매장으로 상업기반시설이 오래되고 낡아 개수·보수 또는 정비가 필요하거나 유통기능이 취약하여 경영개선 및 상거래의 현대화 촉진이 필요한 장소”라고 정의하였다. 이 법을 통해서 시장 용어의 일원화뿐만 아니라 정의에서 보듯이 전통시장의 개선 방향에 대한 관점이 재개발·재건축과 같은 물리적인 개선에서 경영개선이나 상거래 촉진과 같은 비 물리적인 부분도 필요하다는 점을 보여준다.

이와 같이 현재 ‘전통시장’을 개선하고 지원하기 위해서 좀 더 세분화된 정의를 하고 있다. 시장의 특성별로 [표 2]과 같이 시장 크기, 시장소유, 상권크기, 시장형태, 개설주기, 취급상품, 소재지로 나뉘어서 정의하고 있다.¹⁹⁾ 이러한 세분화된 정의를 바탕으로 2005년도부터 시장경영진흥원에서 전통시장 실태와 활성화 수준 조사와 시장 경영 및 시설 지원을 진행해왔다.

19) 시장경영진흥원(2012), 2012 전통시장 및 점포경영 실태조사, pp.12~14

[표 2] 시장 특성별 분류 및 정의

구분	시장	정의
시장 크기	대형시장	시장 내 영업 점포수가 1,000개 이상인 시장
	중대형시장	시장 내 영업 점포수가 500개 이상, 1,000개 미만인 시장
	중형시장	시장 내 영업 점포수가 100개 이상, 500개 미만인 시장
	소형시장	시장 내 영업 점포수가 100개 미만인 시장
시장 소유	법인시장	민법 또는 상법에 의한 법인이 소유·관리하는 시장
	개인시장	개인이 시장을 소유하고 관리하는 시장
	공설시장	지방자치단체가 직접 개설하였거나 관리하고 있는 시장
	공동시장	법인·개인·공설시장이 아닌 곳으로 상인들이 공동으로 개설하였거나 자연발생적으로 형성된 시장
상권 크기	전국상권시장	전국을 대상으로 상권이 형성된 시장
	광역상권시장	1개 이상의 시·도를 대상으로 상권이 형성된 시장
	중소형시장	시장이 소재한 시·군·구 대상으로 상권이 형성된 시장
	근린생활시장	시장이 소재한 읍·면·동 또는 그 일부를 대상으로 상권이 형성된 시장
시장 형태	건물형시장	대형 단일 건물 또는 건물이 몇 동이 연결되어 운영되는 시장
	노점형시장	노점상으로만 구성된 시장
	장옥형시장	일정한 건물이 존재하지 않더라도, 일정한 장소에 대한 소유권을 가지고 재화의 판매 또는 서비스의 제공이 이뤄지는 장옥으로만 구성된 시장
	상가주택복합형 시장	골목형 시장 등과 같이 1개 이상의 건물의 집합으로 이루어진 시장
개설 주기	상설시장	상시적으로 영업을 하는 시장
	정기시장	일정 주기로 개설되거나 영업을 하는 시장 또는 노점을 포함한 대부분의 점포가 일정 주기로 영업을 하는 곳
	상설+정기시장	상설시장과 정기시장의 성격을 동시에 갖는 시장
취급 상품	일반시장	생활용품, 공산품, 농축수산물 등 다양한 상품을 종합적으로 취급하는 시장
	전문시장	동일상품 또는 유사 상품군을 취급하는 점포의 비중이 50% 이상인 시장
소재지	대도시	서울 및 6대 광역시에 위치한 시장
	중소도시	시 단위에 위치한 시장
	농어촌지역	군 단위에 위치한 시장

[출처] 시장경영진흥원, 2012년도 전통시장 및 점포경영 실태조사, 2012

이와 같은 정의를 바탕으로 연구의 대상을 산정하였다. 세분화된 항목 중에서 시장 크기와 상권 크기를 각각 중·소형 시장과 근린생활시장으로 한정하였다. 연구 대상인 근린 소규모 전통시장은 “시장 내 영업 점포수가 500개 미만인 시장으로 시장이 소재한 읍·면·동 또는 그 일부를 대상으로 상권이 형성된 시장”으로 정의한다.

2.1.2. 전통시장 관련 법률 변천²⁰⁾

시장은 조선시대 이전부터 존재해 왔으며, 우리나라의 최초의 시장은 삼국사기의 기록에 의한 신라 소지왕 12년(서기 490년)에 경주에 세워진 경사시(京肆市)이다.²¹⁾ 지증왕 10년(서기 509년)에는 시전(市典)이라는 시장을 감독하는 관청을 두었으며, 효소왕 4년(서기 695년)에는 경주에 3개의 시장이 있어 이를 관리하는 관청을 ‘三市典’이라 하였다.²²⁾ 고려시대에는 태조 왕건이 도읍을 개성으로 옮긴 뒤 지금의 상가와 같은 시전(市廛) 구역을 정하고 그 안에 8채의 장옥(長屋: 모양이 긴 상가 건물)을 지었으며, 장옥의 입구에는 명칭을 달았다고 한다.²³⁾ 조선시대에는 도읍을 한

20) 다음과 같은 전통시장 관련 법률을 참고하여 정리하였다.

「시장규칙」(총령 제136호) 1914년 제정

「시장법」 1961. 8. 31. 제정

「도소매진흥법」(법률 제3896호) 1986. 12. 31. 제정

「유통산업발전법」(법률 제5327호) 1997. 4. 10. 제정

「중소기업의 구조개선과 재래시장 활성화를 위한 특별 조치법」(법률 제6916) 2002. 1. 26. 제정

「재래시장 육성을 위한 특별법」(법률 제7253호) 2004. 10. 22. 제정

「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」(법률 제7945호) 2006. 4. 28. 제정

21) 조병찬(2004), 전개서, p.24

22) 「증보문헌비고」 제163권, 박용대 등 편찬, 조선 고종 때, 김종국, 한국 재래시장의 유형분류와 전략적 유형정의에 관한 연구, 숭실대학교 박사 논문, 2008, p.11에서 재인용

(智證王 十年, 東市典, 置設官以監之, 孝昭王 四年, 置西南以市典, 置官女東市, 號三市典)

양으로 옮긴 1399년(정종 원년)에 지금의 종로 1가 부근에 800여 칸에 이르는 상가건물을 지어 시장을 개설하였으며, 이 관설시장(官設市場)이후에 육의전(六矣廛)으로 발전하였다. 육의전이 독점적 상업권을 행사함에 따라 독점 가격이 형성되어 물가가 앙등하자 무허가 상점인 난전(亂廛)이 나타나기 시작했다.²⁴⁾ 특히 시가지 확장에 따라 이러한 난전이 대규모로 번성하여 배오개시장, 마포시장, 동대문시장, 남대문시장 등이 나타났다.²⁵⁾ 「동국문헌비고」에 따르면 1770년(영조 46년)에 전국에 1,064개, 1834년(순조 34년)에 1,061개의 장시가 있었다. 그리고 대한 제국 탁지부에 발행한 자료에 의하면 1909년(순종 3년) 849개의 장시가 있었다고 기록하고 있다.²⁶⁾

처음으로 시장관련 규칙이 생기게 된 시기는 일제 강점기이고, 그 이후로 시장에 관한 법률은 「시장법」, 「도소매진흥법」, 「유통산업발전법」, 「재래시장 특별조치법」, 「재래시장육성 특별법」, 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」 순으로 변화해왔다.

일제 강점기인 1914년에 조선 총독부에 의해서 「시장규칙」(총령 제136호)을 제정하였다. 우리나라 시장을 제 1호 시장, 제 2호 시장, 제 3호 시장으로 세 가지²⁷⁾로 분류하였으며, 1920년에 제 4호시장을 추가하였다. 일제 강점 기간 중 시장의 수는 1916년

23) 文定昌, 朝鮮의 市場, 東京, 日本評論社, 1941, pp. 7~8, 조병찬(2004), 전게서, p.43에서 재인용

24) 박은숙(2007), 전게서, p. 54

25) 박은숙(2007), 전게서, pp. 94~100

26) 김종국(2012), 전게서, pp. 12~13

27) 일제는 한국 전래의 전통시장을 제 1호 시장 또는 재래시장(在來市場)이라고 불렀고, 기타의 시장을 신식시장(新式市長)이라고 불렀다. (조병찬(2004), 전게서, p. 177)

일제는 시장규칙을 제정하면서 한국의 전래의 시장들을 폐지시키고 공동구입하고 공동 판매할 수 있는 공설시장과 같은 신식시장으로 치환하기 위한 목적을 가지고 있었다. (이상열(2012), 재래시장 정책과 오일장의 변화, 한양대학교 대학원 박사 논문, p.98)

1,210개, 1926년 1,301개, 1938년에 1,458개가 있는 것으로 나타났다.²⁸⁾ 이 시장 규칙은 해방된 후에도 상당기간 그대로 사용되었다.

우리나라에서 근대적인 의미에서 체계적인 시장체도가 도입된 것은 1961. 8. 31. 「시장법」이 제정되면서부터라고 볼 수 있다. 시장 규칙은 시장의 성격과 기능에 의해서 시장을 분류한데 반해, 시장법에서는 장소·시설·개설주기에 따라 시장을 분류하였다. 또한 시장법에서 특이한 점은 백화점, 쇼핑센터, 슈퍼마켓 등도 일정규모 이상이면 모두 상설시장으로 분류하고 있다.

1986년에 제정된 「도소매업진흥법」에서는 소매업태를 시장(상설시장, 정기시장), 대규모소매점(백화점, 쇼핑센터, 대형점), 도매센터, 연쇄화사업, 상점가로 구분하였다. 이 법의 제정으로 백화점과 같은 현대식 유통업태가 시장에서 분리되었다.

1996년 국내 유통산업에 대한 외국인 투자를 허용하는 유통시장 개방이 이루어졌다. 이에 따라 도소매업진흥법을 폐지하고 「유통산업발전법」을 제정하였다. 동 법에서는 대규모 점포내에서 시장, 대형점, 백화점, 쇼핑센터, 도매센터를 구분하였고, 시장의 매장 면적을 1,000m²에서 3,000m²으로 확대하였다. 그 이후 2004년 재래시장육성을 위한 특별법이 제정되면서 시장을 ‘그 밖의 대규모점포’로 분류함에 따라 시장이라는 용어가 유통산업발전법에서 없어졌다.

28) 조병찬(2004), 전계서, p. 182

[출처] 김중국(2008)의 자료를 기반으로 저자가 재구성 한 것임

1914년	시장규칙	제1호 시장: 재래시장 제2호 시장: 공설시장 제3호 시장: 어채시장, 중앙도매시장 제4호 시장: 곡물, 유가증권, 및 현물 거래소
1961년	시장법	1961년 제1호 시장: 상설시장 제2호 시장: 정기시장 제3호 시장: 건물형 상설시장 1981년 1. 상설시장 ①도매시장 ② 일반소매시장 ③백화점 ④소핑센터 ⑤대형점 2. 정기시장
1986년	도소매업진흥법	1986, 1991년 1. 시장(상설시장) 2. 정기시장 3. 대규모 소매점포 ①백화점 ②소핑센터 ③대형점 4. 도매센터 5. 연쇄화사업 6. 상점가 1995년 1. 시장(상설시장) 2. 정기시장 3. 대형점 4. 대규모 소매점포 ①백화점 ②소핑센터 4. 도매센터 5. 연쇄화사업 6. 상점가
1997년 ~ 현재	유통산업발전법	1997년 1. 대규모점포 ① 시장 ②대형점 ③백화점 ④소핑센터 ⑤도매센터 2. 상점가 3. 전문상가단지 4. 체인사업 5. 정기시장 임시시장 1999년 1. 대규모점포 ① 시장 ②대형점 ③백화점 ④소핑센터 ⑤도매센터 ⑥기타대규모점포 2. 상점가 3. 전문상가단지 4. 체인사업 5. 정기시장 임시시장 6. 무점포판매 2003년 1. 대규모점포 ① 할인점 ②전문점 ③백화점 ④소핑센터 ⑤ 시장 ⑥그밖의 대규모점포 2. 상점가 3. 전문상가단지 4. 체인사업 5. 정기시장 임시시장 6. 무점포판매 2006년 1. 대규모점포 ①대형마트 ②전문점 ③백화점 ④소핑센터 ⑤그밖의 대규모점포 2. 상점가 3. 전문상가단지 4. 체인사업 5. 정기시장 임시시장 6. 무점포판매
2002년	중소기업의 구조개선과 재래시장 활성화를 위한 특별조치법	재래시장: 일정구역 안의 건물 또는 지하도에 설치된 다수의 점포에서 도매업자·소매업자 또는 유통업자가 상시 또는 정기적으로 모여 상품을 매매하거나 용역을 제공하는 장소로서 근대적인 유통기능이 취약하여 경영현대화 및 정보화를 필요로 하거나 건물시설이 노후화되어 개·보수 또는 재개발·재건축을 필요로 하는 장소
2004년	재래시장 육성을 위한 특별법	재래시장: 시설이 노후되어 개·보수 또는 정비가 필요하거나 유통기능이 취약하여 경영개선 및 상거래의 현대화 촉진이 필요한 장소 ①등록재래시장 ②인정재래시장
2006년 ~ 현재	전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법	전통시장: 하나 또는 둘 이상의 연접되어 있는 건물 안에 하나 또는 여러 개로 나누어 설치되는 매장으로 상업기반시설이 오래되고 낡아 개수·보수 또는 정비가 필요하거나 유통기능이 취약하여 경영개선 및 상거래의 현대화 촉진이 필요한 장소 ①등록시장 ②인정시장 ③기타시장

[그림 2] 전통시장 관련 법률 변천

이상과 같이 시장을 규정하고 있는 법률이 1961년 시장법 이래 여러 번에 걸쳐 부분 개정되거나 전면개편이 이루어져 시장에 대한 허가 또는 등록기준, 시장관리방식의 변경, 시장의 관리 및 감독기관 변경 등이 있었으나, 실제 집행기관인 시군구에서는 이를 맞추어 시장을 제대로 관리하지 못한 측면이 있어 우리나라 시장에 관한 정확한 자료가 미흡한 실정이다.²⁹⁾

29) 김중국(2008), 전거서, p. 22

2002년 「중소기업의 구조개선과 재래시장활성화를 위한 특별조치법」을 제정하면서 ‘재래시장’이라는 용어를 법률에 처음 사용하고 정의하였다. 재래시장을 법률에 공식 사용함에 따라 시장과 재래시장 간에 혼동을 가져올 수 있으며, 법 적용대상 범위가 명확치 않다는 문제점을 가지고 있다.

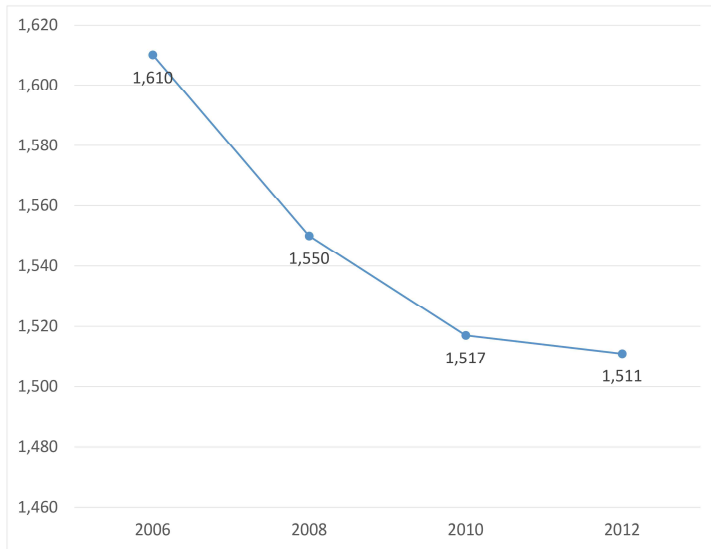
2004년 재래시장에 관한 독립법률인 「재래시장육성을 위한 특별법」이 제정되었다. 이 법에서 재래시장이 될 수 있는 곳은 유통산업발전법에 의하여 대규모점포로 등록된 시장 중에서 ‘재래시장’ 요건에 맞는 곳(등록재래시장), 그리고 시장·군수·구청장이 동법이 정한 기준에 따라 재래시장이라고 인정한 곳(인정재래시장) 등 두 가지로 구분하였다. 인정재래시장은 기존 제도에서 등록되어 있지 않지만 시장과 같은 기능을 행하고 있는 무등록시장의 문제를 해결하기 위해 도입하였다.

2006년 「재래시장 육성을 위한 특별법」은 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」으로 전면개정 되었다. 이 법에서 새롭게 도입된 제도로 시장 활성화 구역을 지정하는 것이다. 전통시장이 인근지역으로 확장되어 상점가와 혼합되어 있다는 점을 감안하여 2개 이상의 시장이나 시장이 상점가와 연결되어 하나의 상권을 이루고 있는 경우를 묶어 시장 활성화 구역으로 지정하는 제도이다.

2.1.3. 근린 소규모 전통시장 현황³⁰⁾

2012년 기준으로 전국에는 영업 중인 전통시장의 수는 1,511개로 나타났다. 전통시장 내 점포수는 204,237개이며, 이 중에서 영업 점포는 179,736개 이고, 총 상인 수는 약 354,146명으로 나타났다. 현재 등록시장은 801개, 인정시장은 546개, 기타시장은 164개이다.³¹⁾

[표 3] 전체 전통시장 수 (개소)



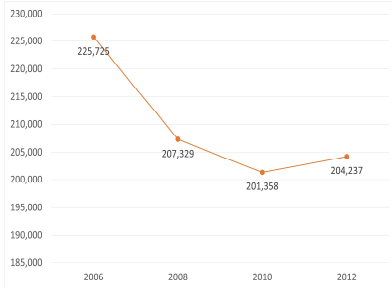
2006년도부터 2012년도 까지 전통시장 현황을 살펴보면, 전통시장과 점포수는 전반적으로 감소하는 추세이며, 종사자 수는 2008년에 급증했으나 그 이후로 감소하는 상황이다. 실제로 2006년에 비해 2012년도에 전통시장은 99개소가 없어졌고, 점포는 21,488개

30) 중소기업청 시장경영지원센터(2007), 2006년도 기준 재래시장 실태조사보고
 중소기업청 시장경영지원센터(2008), 2008년도 전통시장 및 점포경영실태조사
 시장경영진흥원(2012), 2012년도 전통시장 및 점포경영 실태조사

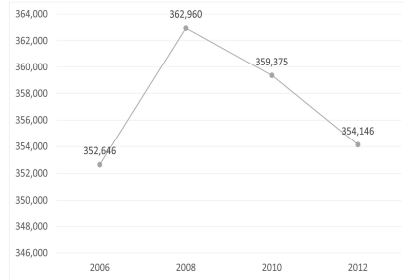
31) 시장경영진흥원(2012), 전게서, p. 22

가 폐업했다. 반면 종사자 수는 1,500명 정도가 늘어났다.³²⁾

[표 4] 점포 수 (개)

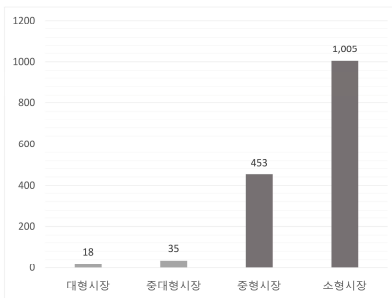


[표 5] 종사자 수 (명)

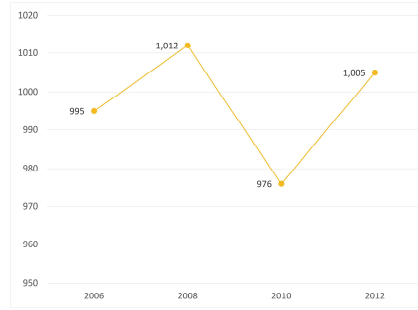


본 연구의 대상인 근린 소규모 전통시장의 현황을 살펴보면, 2012년 기준으로 중형시장은 전체 시장의 30%(453개)를 차지하고, 소형시장은 66.5%(1,005)를 차지한다. [표 6] 2004년부터 소형시장의 변동은 20개 정도의 시장이 생기기도 하고 없어지기도 하는 정도이다. [표 7]

[표 6] 시장 크기별 시장 수 (개)



[표 7] 소형시장의 변화 (개)



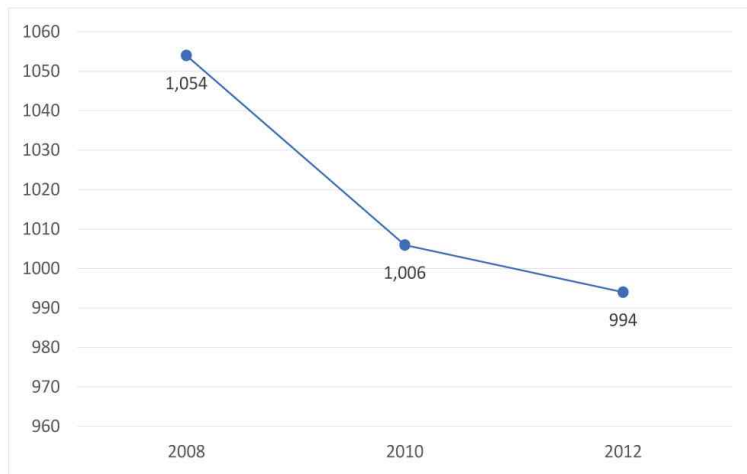
근린생활시장은 전체 시장 중에서 65.8%(994개)에 해당한다.³³⁾ 근린생활시장은 전국적으로 줄어들고 있는 추세이다. [표 8] 근린

32) 중소기업청 시장경영지원센터(2007) 자료와 시장경영진흥원(2012)자료를 바탕으로 비교 하였다.

33) 시장경영진흥원(2012), 전거서, p. 19

생활시장이 전체 시장의 65.8% 정도로 반 이상을 차지하고 있는데 특이한 점은 전국상권은 2008년부터 변동이 없고, 광역상권과 지역상권시장은 증가하는 추세이다. 이와 같은 변화를 볼 때 근린생활시장의 감소가 직접적으로 전체 시장의 변화에 영향을 미친다는 것을 의미한다.

[표 8] 근린생활시장의 변화 (개)



2.2. 관악구 근린 소규모 전통시장의 역사적 변화

2.2.1. 관악구 내 근린 소규모 전통시장의 변화

관악구 내 근린 소규모 전통시장의 변천 과정은 관악구의 주거지 개발 및 변화와 밀접한 관계를 맺고 있다. 관악구내 주거지의 정착, 개발, 형성, 재개발 등의 역사적 변화에 따라 전통시장이 어떻게 변화해 왔는지 살펴보고자 한다.

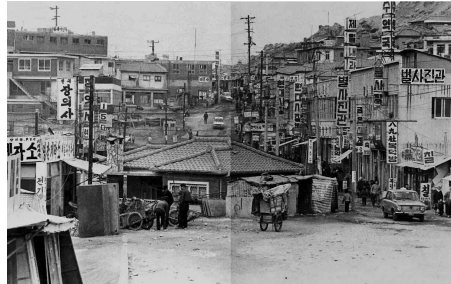
1963년 관악구 지역은 경기도 시흥군에서 서울시 영등포구로 편입되었으며, 서울 도심 철거민 및 이재민의 정착단지로 조성되었다. 1960년대 초 서울시의 도심 불량주택 철거 정책에 따른 철거

민 집단 이주로 관악구 지역에 철거민 이주 정착 단지가 조성되었다.³⁴⁾ 1965년 수해로 한강변에 많은 수재민이 생긴 탓에 난민 주택, 수재민 주택이 건립되었다. 철거민 및 이재민의 정착으로 만들어진 주거지에서 자연스럽게 생겨나기 시작한 것이 전통시장으로 기록에 의하면 1968년에 봉천 3동에 봉천시장이 처음으로 개설되었다. 이어서 1969년에 신림본동에 신림시장, 봉천10동에 봉천중앙시장, 신림1동에 관악종합시장이 개설되었다.³⁵⁾ 즉 관악구에 주거지가 형성 되면서부터 전통시장이 생성되었다고 볼 수 있다.

[출처] 『관악, 어제&오늘』, 관악구청



[그림 3] 봉천시장(봉천3동) 1971년, 현재 재개발 공사 중



[그림 4] 현대시장(현 은천동) 1973년, 현재 봉천현대시장

1970년대 초 서울시와 건설부는 서민의 주택난 해결을 위해 도심외곽지역을 개발하여 부지조성에 나섰다. 그 일환으로 신림동 일대에 주택단지를 조성하고 분양했다. 1970년대 남부순환로를 비롯하여 신림로, 관악로, 은천로, 낙성대길 등이 있으며 이 중 서울시 제3순환선에 해당되는 남부 순환로는 관악구의 주 간선도로로서 관악구를 타 지역과 연결해주는 중요한 역할을 담당해왔다.³⁶⁾ 그리고 주택난 해소를 위해서 주택 부지 조성으로 좀 더 많은 사람들이 모여 살게 되면서 봉천제일종합시장, 당곡시장, 신

34) 관악구청(1995), 『구정백서』, p.6

35) 나권희(2001), 서울시 신림 6동 재개발계획, 서울대학교 환경대학원 석사논문, p.52

36) 관악구청(2010), 『관악, 어제&오늘』, p. 40

신림시장, 봉일시장, 봉천현대시장, 우림시장 등 10개의 시장이 관악구 내에 추가로 개설되었다.³⁷⁾

1980년도에도 꾸준히 중로(12~20m) 및 소로(6m 미만~10m) 규모의 도로들이 개설되어 가로망을 형성해 나갔다. 1984년 5월 지하철 2호선이 개통되어 관악구 관내를 관통함으로써 남부 순환로 중심으로 한 교통체계에 의존하고 있던 관악구지역의 교통문제를 해결하는데 큰 기여를 하게 되었다.³⁸⁾ 1980년대에는 경제, 교육 등의 이유로 서울시의 인구가 급격히 늘어났는데, 관악구지역이 서울시 진입인구의 대표적 초기 정착지였다. 이러한 인구 증가는 관악의 도시계획과 환경개선에 큰 어려움을 주어 재개발의 필요성이 대두되었다.³⁹⁾ 주거지 형성 과정에서 좀 더 상업 시설에 대한 요구가 높아지면서 관악프라자, 원당종합시장과 같은 대형 건물에 개별 점포가 입점하는 방식의 시장들이 개설되었다.⁴⁰⁾

1989년도부터 주거환경 개선 사업을 추진하고, 1979년부터 주택개량 재개발 사업도 같이 진행하면서 생활기반, 환경위생, 생활안전, 후생 복지시설을 정비했다. 현재까지 추진된 주택재개발 지역은 19개 구역으로 많은 아파트 단지가 관악구 내에 건립되었다.⁴¹⁾ 아파트 단지로 재개발·재건축 되면서 좀 더 많은 인구가 유입되고, 기존의 시장이 확대되거나 새로운 개별 상점이 군을 이루면서 새로운 시장으로 만들어지게 되었다.

관악구는 무허가 집단 이주지에서 재개발 과정을 거치면서 현재 104,657호의 주택이 있다. 그 주택의 유형을 살펴보면 아파트, 단독주택, 다세대주택, 연립주택, 비거주용 건물 내 주택으로 구성된다. 그 중에서 아파트가 39%로 가장 높은 비율을 차지하고 있

37) 나권희(2001), 전계서, p.52

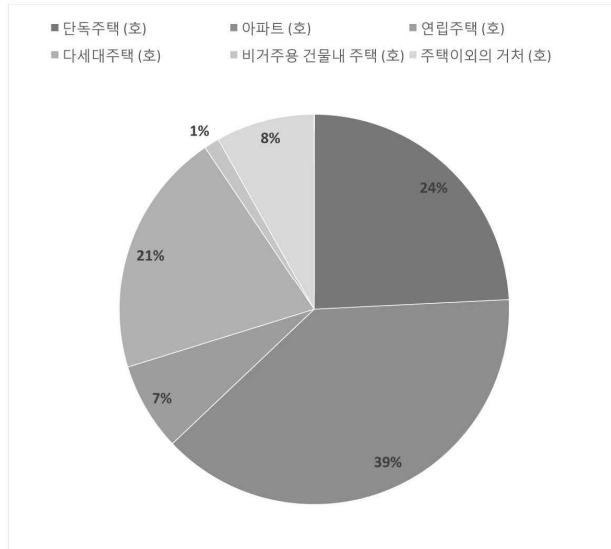
38) 관악구청(2010), 전계서, pp. 48~51

39) 관악구청(1995), 전계서, p. 205

40) 관악구청(1997), 『구정백서』, p. 179

41) 관악구청(1995), 전계서, p. 206~217

다. [그림 5]⁴²⁾



[그림 5] 관악구 주택 유형 (%)

2013년 기준으로 상업 시설은 총 35개가 있다. 백화점 1개, 대규모 점포 2개, SSM 8개, 복합쇼핑몰 3개, 쇼핑센터 1개, 전통시장 20개가 있다.⁴³⁾ 최근에 급격히 기업형 슈퍼마켓(SSM)⁴⁴⁾ 늘어나는 상업 시설의 변화가 있지만 관악구의 주거지 형성 시기부터 꾸준히 전통시장은 근린 상업 시설로 자리 잡고 그 수를 유지하고 있다.

2.2.2. 전통시장의 역사적 형태 변화

전통시장 중에서 특히 연구 대상이 되는 근린 소규모 전통시장

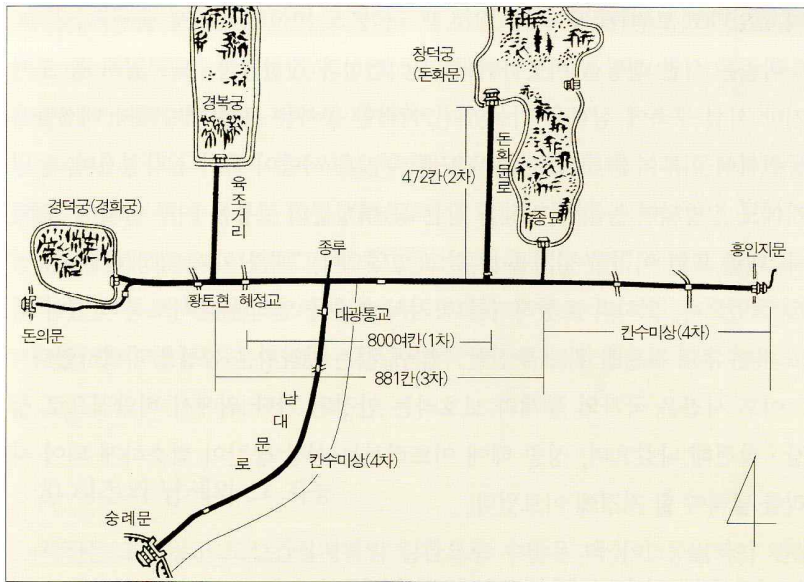
42) 통계청, 주택 총 조사: 주택의 종류별 주택-읍면동(2005), <http://kostat.go.kr/>

43) 관악구청(2013), 『구정백서』, p. 197

44) SSM(기업형 슈퍼마켓)의 정의는 소상공인진흥원에 의하면 “영업면적 1,155m² 이상, 3,300m²미만인 슈퍼마켓으로 동네슈퍼마켓과 대형마트의 중간 규모인 식료품 중심의 유통매장”

이 만들어진 초기 형태에서 정책과 제도에 의해 어떻게 공간적 형태 변화가 이루어졌는지를 살펴보고자 한다. 공간적 형태 변화의 역사적 과정을 이해함으로써 현재 근린 소규모 전통시장의 공간 구조의 분석을 위한 공간 및 형태에 대한 이해를 높일 수 있다.

[출처] 박은숙, 『서울의 시장』, 서울특별시시편찬위원회, 2007



[그림 6] 태종 때 건설된 시전 행랑

삼국사기의 기록으로 보면 우리나라의 최초의 시장은 신라 소지왕 12년(서기 490년)에 경주에 세워진 경사시이다.⁴⁵⁾ 그러나 경사시는 시장의 형성 구조를 알기에는 형태에 대한 실제 자료가 부족하기 때문에 실제 기록에 의해서 형태를 알 수 있는 시장인 고려시대부터 살펴보고자 한다. 고려시대에 시전(市廛) 구역을 정하고 그 안에 8채의 장옥(長屋)형으로 지었으며, 장옥의 입구에 명칭을 달았다고 한다.⁴⁶⁾ 즉, 모양이 긴 상가건물이 이어져 있는 형

45) 조병찬(2004), 전계서, p.24

46) 文定昌, 朝鮮의 市場, 東京, 日本評論社, 1941, pp. 7~8, 조병찬(2004), 전계

태라고 할 수 있다. [그림 6]에서 보듯이 조선시대에는 도읍을 한양으로 옮긴 1399년(정동 원년)에 지금의 종로 1가 부근에 남대문로, 돈화문로 등과 같은 간선도로변 좌우에 800여 칸에 이르는 상가건물을 지어 시장을 개설하였다.⁴⁷⁾ 기록을 통해 형태를 알 수 있는 우리나라 시장의 초기 형태는 가로를 중심으로 개설되었다는 점을 확인 할 수 있다.

이러한 가로변의 건물 시장뿐만 아니라 무허가 상점은 난전, 지방에서 자연 발생하는 향시가 번성하였다. 중종 9년(1514) 서울은 “동네 거리마다 시장이 출현하지 않은 곳이 없으니”라고 할 정도로 시장이 여기저기에 형성되어 있었으며 상인들 수 또한 늘어나 있었다.⁴⁸⁾ 특히 남대문 밖 칠패(七牌) 시장과 동대문 근처에 형성된 이현(梨峴) 시장 사설시장으로서 도성의 3대 시장이라고 할 정도로 성장하였다. 조선 후기까지 가로 변에 형성된 장옥형 건물이 대부분의 시장의 형태라고 할 수 있다.

서, p.43에서 재인용

47) 박은숙, 서울의 시장, 서울특별시사편찬위원회, 2007. p.55

48) 박은숙(2007), 전개서, p.61

[출처] 박은숙(2007), 서울의 시장



17~18세기 경 남대문 앞 칠패시장도 (김학수 그림)



1936년 동대문시장 당시 광장시장



1895년경 남대문로 모습



1896년경 동대문 내 종로거리 모습

[그림 7] 가로 중심의 과거의 전통시장 모습

대한제국기에 추진된 일련의 개혁사업으로 서울의 주요 간선도로가 정비·확장 될 때, 칠패·이현시장은 이전되거나 재정비된 것으로 보인다. 남대문로를 정비하면서 남대문로 좌우에 펼쳐져 있던 시장을 선혜청 안으로 이전하는 계획을 추진하였다. 시장 이전 비용을 보면, 시장 건물을 새로 다시 지었다기보다는 선혜청의 기존 대청과 공간 등을 수리하고 손을 보아 사용한 것으로 보인다. 이현시장은 1896년 황토현에서 동대문에 이르는 종로거리를 개수하면서 기존의 시장 또한 정비하였을 것으로 보인다. 이때 도로를 점거한 가게를 철거하고 도로에 나와 장사하는 것을 제한하였는데, 이현 시장 또한 규제대상이 되었을 것이다.⁴⁹⁾

일제 강점기에는 일제의 신민지 경제체제 확립과 조선의 시장과 상업·유통망을 장악하기 위해 시장규칙을 반포하여 한국 내 시장

49) 박은숙(2007), 전개서, pp.136~140

을 장악할 수 있는 제도적 장치를 마련하였다. 공간적으로는 조선인 상가는 북촌으로 일본인 상가는 남촌으로 이원화 되었다. 일제 강점기에 전통시장은 남대문 시장과 동대문 시장으로 대표될 수 있다.⁵⁰⁾

해방 이후 자유경제 체제 아래 시장에 대한 통제와 규제가 풀리면서 청계천 주변과 신당동·관철동 등 서울 시내 곳곳에 무허가 시장이 들어섰다.⁵¹⁾ 이러한 시장들이야 말로 본 연구의 대상인 근린 소규모 전통시장의 초기 발생 형태라고 할 수 있다.

1960년대에 서울의 시장은 양적으로 놀랄만한 성장세를 보이고 있다. 1961년에 일용품시장과 백화점을 합하여 44개였던 서울 시장이 1969년에 117개로 늘어났고, 1973년에 206개로 1979년에는 334개로 증가 하였다.⁵²⁾ 관악구 내의 근린 소규모 전통시장 또한 이 시기에 폭발적으로 개설되었다. 양적으로 팽창하다보니 1960년대 후반에는 백화점과 상가에 의해서 판매전략, 판매, 고급화 등에 밀리게 되었다. 또한 1970년대 후반에는 시설이 노후화된 ‘재래시장’의 시설·환경·경영 개선문제가 과제로 떠올랐다. 그에 따라 ‘시장 근대화 계획’을 통해서 시장을 재개발하여 시장건물을 짓고자 하는 계획이 이어졌다. ⁵³⁾ ‘시장 근대화 계획’에 의한 시장 재개발은 기존의 시장 가로를 대형 건물로 재건축하여 그 건물에 시장의 상점들이 다시 입주하는 방식으로 진행되었다. 즉, 형태적으로 살펴보면, 기존의 가로 중심의 시장들이 재개발·재건축으로 대형 건물 내로 들어가게 된 것이다.

1980년대 시장의 새로운 형태로 주·상 복합건물(상가+아파트)와 지하상가가 주목 받게 되었으며 이전까지 주로 노후시설을 보수

50) 박은숙(2007), 전계서, pp.168~180

51) 박은숙(2007), 전계서, pp.220~226

52) 박은숙(2007), 전계서, pp.281

53) 양갑, 재래시장 현대화 정책과 주상복합건축, 대한건축학회지 182권, 1994, p.30

하거나 시설을 개수하는 형태로 재래시장을 개·보수하여 왔으나, 사양화 추세에 있는 재래시장의 활성화를 위해서는 노후건물을 재건축하여 현대시설로 전환하지 않고서는 시민의 소득 수준 향상에 따른 구매 형태의 변화와 유통시장개발에 효율적으로 대응할 수 없기 때문이다.⁵⁴⁾ 그래서 80년대에는 상가형 아파트와 지하상가가 폭발적으로 늘어나게 된 시기이다. 본 연구에서는 대상에서 제외되었지만, 현재 전통시장으로 관리되고 있는 곳 중에서 지하상가가 많은 부분을 차지하고 있다.

1995년에는 「중소기업 구조개선 및 경영안정지원을 위한 특별조치법」 제정으로 좀 더 자금, 세제, 용적률 완화 등의 지원을 통해서 재개발·재건축을 본격적으로 추진하게 되었다.⁵⁵⁾

2002년 1월 26일에는 「중소기업의구조개선과재래시장활성화를 위한특별조치법」을 새로이 제정하여 용적률 완화, 건축제한 완화조치 등을 취하였다. 이에 따라 그간 낮은 용적률과 건축제한, 도시계획 결정절차의 복잡성과 타 시설물과의 특혜시비 우려로 사실상 추진이 어려웠던 재래시장의 재개발·재건축 사업이 본격적으로 추진되었다.⁵⁶⁾ 마찬가지로 2002년부터 전통시장 현대화 사업이 시행되어 왔다. 현재 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」에 의해 4대 정책 사업인 상업인 상업기반시설의 현대화 지원 사업, 시장 정비사업, 경영 현대화 촉진사업, 지역상권 활성화 사업을 추진하고 있다.⁵⁷⁾ 이와 같은 사업은 재건축·재개발을 통해 건물형 상가 혹은 상가형 시장으로 개발되기보다 기존의 가로를 유지하면서 문제점을 개선하는 방향으로 진행되었다. 이러한 점에서 2002년부터 시작된 일련의 현대화 사업들은 1970년대

54) 양갑(1994), 전계서, p.30

55) 박근오(2003), 재래시장활성화방안이 주거환경에 미치는 영향에 관한 연구, 대한국토·도시계획학회지 『국토계획』 38권 6호, p. 77

56) 박근오(2003), 전계서, p.78

57) 김유호(2013), 전통시장 현대화사업이 상권 활성화에 미치는 영향 연구, 한국 주거환경학회지 『주거환경』 11권 3호, p.278

후반부터 이어져 오던 기존의 가로형 시장을 대형 건물 혹은 실내로 치환하는 재개발·재건축 사업을 지향하던 패러다임이 기존 가로와 시설을 유지하는 방향으로 전환된 시기라고 할 수 있다.

이와 같이 전통시장은 조선 시대 이후로 자연 발생적인 가로를 중심으로 개별 점포들이 군집해 있는 형태로 시작했다. 그 이후 시장가로의 내부화를 통해서 기존의 시장가로를 정비하는 과정을 거쳤다. 그리고 1976년 ‘근대화 계획’을 통해서 노후시설 개·보수를 거쳤지만, 1995년 본격적으로 주·상 복합 형태로 재개발이 진행된다. 이러한 건물 형태의 개발이 진행되다가 2002년도부터 시설 현대화 사업을 통해서 기존 시장 가로 환경의 유지 개선의 방향으로 전통시장 활성화의 패러다임이 변화하고 있음을 근린 소규모 전통시장의 역사적 형태 변화를 통해서 알 수 있다. [그림8]

[출처] 전통시장의 역사적 자료를 바탕으로 저자가 재구성 함



[그림 8] 시장의 역사적 형태 변화

2.3. 선행연구 고찰

2.3.1. 기존의 전통시장 관련 연구

전통시장 관련 연구는 1980년대부터 전통시장의 물리적 환경 및 현황 고찰을 통해서 침체된 전통시장을 개선하는 방향을 찾고자 하는 연구가 시작되었다. 2000년대 이후부터는 본격적으로 전통시장 활성화 전략을 세우는 연구들이 주를 이루었고, 이후 그러한 활성화 사업 및 계획들의 평가와 어떤 영향을 주는 지에 대한

연구가 진행되었다. 또한 재개발·재건축이 활발하던 1990년도 후반부터 재개발 방향이나 특성에 대한 연구가 활발히 진행되었다. 최근에는 대형마트와 기업형 슈퍼마켓(SSM)이 크게 성장하면서 부터 전통시장의 매출에 영향을 미치면서 이와 같은 경쟁 상업시설과 전통시장을 비교 분석하는 연구가 증가하고 있다.

(1) 시장의 물리적 특성 및 개선 방향 관련 선행 연구

본 연구와 맥을 같이 하고 있는 ‘물리적 특성 및 개선방향 연구’는 1980년대부터 시작되었다. 채선엽(1982)의 연구는 시장공간의 유형을 찾고 시장 디자인에 반영할 수 있는 요소를 제안하고자 했다. 최광휴(1992)의 연구는 현대적 유통시설과 다른 독특한 시장만의 특성을 찾기 위해서 도시 구조체계 내에서 일반소매시장을 파악하고 현황을 분석하고자 했다. 반면에 김타열(1997)은 재래시장 내의 업종 구성비로 기능 유형화를 시켜 도시 공간 구조 내에서 시장의 계층성과 공간적 분포를 분석해냈다.

[표 9] ‘물리적 특성 및 개선방향’ 선행 연구

주제	연구자	연도	연구내용
물리적 특성 및 개선방향 연구	채선엽	1982	시대 지역에 따라 변모해 온 시장공간의 유형을 찾고 여기에서 디자인에 반영할 수 있는 요소를 제안
	최광휴	1992	사례연구를 통한 일반소매시장 현황 분석
	김타열	1997	업종 구성비와 재래시장 기능유형화를 통해 재래시장의 공간적 분포를 계층별로 파악
	김성우	1998	동대문 시장의 건축역사 해석을 통해서 고정된 건축의 유동성 확보 방법을 살펴 봄
	강현수	1999	재래시장의 현황과 물리적 특성을 가로 및 통로 중심으로 파악
	김흥순	1999	인천 내 재래시장의 물리적 특성 및 운영상 실태를 살펴 봄
	진양교	2000	상인들의 관점에서 본 재래시장의 장소적 또는 미시적 의미를 고찰
	김정태	2000	재래시장의 물리적 환경 개선 방법을 전문가와 사용자 설문조사를 통한 연구
	김영환	2013	읍면소재 소도읍 전통시장의 현황과 물리적 환경 특성 고찰

강현수(1999)는 재래시장이 단일 건물에 한정된 것이 아니라 가

로와 결합되어 일정한 영역을 점유하고 있다는 점을 바탕으로 재래시장의 물리적 특성을 가로 및 통로 중심으로 파악하고자 했다. 진양교(2000)는 사용자 관점 즉, 물리적 특성을 넘어서 상인들의 관점에서 장소적 또는 미시적인 재래시장의 의미를 고찰하고자 했다. 즉, 재래시장은 상업 장소뿐만 아니라 하루 일과 내에서 강하게 묶여 있으며 공동체적 삶의 속성을 유지시켜주는 공간으로서 주거 공간, 생업 공간, 여가공간이 일체화 되어 있음을 보여주었다.

(2) 시장의 활성화 전략 및 사업 영향 관련 선행 연구

전통시장의 ‘활성화 전략 및 활성화 사업 영향 연구’는 유통산업 구조가 변화하면서 급격히 전통시장이 위기를 맞이하는 2000년대 들어서 재래시장의 개선 방향이나 재개발·재건축의 문제점을 지적하는 내용으로 활발히 진행되었다.

박근오(2002)의 연구는 재래시장 활성화 방안 특히 재개발·재건축이 주변 생활환경에 미치는 영향을 파악하고 했고, 재개발 이후 발생하는 문제를 제기하면서 재래시장의 주상복합형태의 개발은 지양해야한다고 주장했다. 한상호(2004), 고광성(2005), 이철규(2007), 조영달(2008)의 연구는 재개발·재건축 사업을 포함한 활성화 사업의 문제점을 분석하여 재래시장 환경 개선방향을 제시하였다. 이창호(2008)는 일본의 시장 정비 사업과 비교를 통해서 국내에 적용 가능한 효율적인 정비방안을 제시하고 했으며, 이상준(2009)은 유희공간 이라는 기존 공간의 활용을 통해서 전통시장 정비사업 활성화 방안을 제시하였다. 이와 유사하게 박소연(2013)은 마을기업에 의해서 전통시장이 활성화된 통인시장의 사례를 분석함으로써 새로운 활성화 방안의 가능성을 제시했다. 최근에는 활성화 및 개선 방향보다는 현재까지 시행된 활성화 사업의 영향과 실효성을 검증하는 연구가 주를 이루었다. 박창호(2013)는 활성화 정책의 요소를 시설개선과 같은 물리적 정비요

소와 문화 활동 및 지원 같은 비 물리적 활동 요소로 구분하여 소비자 관점에서 어떤 요소들이 더 큰 영향을 미치는지 실증적으로 밝혀냈다. 김유호(2013)은 전통시장의 현대화 사업이 상권을 활성화하는데 얼마나 영향을 미쳤는지를 실질적으로 다양한 요소를 조사하여 종합 분석하였다.

[표 10] '활성화 전략 및 사업 영향' 선행 연구

주제	연구자	연도	연구내용
활성화 전략 및 사업 영향 연구	박근오	2002	재개발·재건축 이후 주변 생활환경의 문제점 지적을 통해 주상복합형태 개발 형태 문제 제기
	한상호	2004	소도읍 재래시장의 활성화 영향 요인을 상설재래시장과 5일장의 공간 이용 관계 문제로 지적
	고광성	2005	활성화 사업의 문제점을 경제적인 관점에서 제기하고 정부의 장기적이고 지속적인 지원 계획의 필요성 제시
	이철규	2007	시장 활성화 사업 대안 도출을 위한 선결과제로 시장 존재 필요성, 시장 활성화 가능성 등의 평가의 필요성 제시
	조영달	2008	재래시장의 특성을 정확히 파악하고 경쟁적 차별우위를 확보할 수 있는 맞춤형 지원프로그램이 필요
	이창호	2008	도심의 전체적인 활성화 차원에서 시장 정비 사업을 접근해야 함
	이상준	2009	시장 내 유휴공간을 활용한 상업·문화적 기능과 공간의 재생 시도를 통한 전통시장 활성화 가능성 검증
	이상준	2010	전통시장 유형화 및 중요도-만족도 분석을 통해서 활성화 전략 수립
	박청호	2013	전통시장을 대상으로 시행되고 있는 물리적 개선과 비 물리적 활동을 소비자 관점에서 영향 분석
	박소연	2013	마을기업에 의한 전통시장 활성화 방안 분석
	김유호	2013	전통시장에 투입된 실제적인 예산지원이 전통시장 상권 활성화에 얼마나 영향을 미치는지를 실증 분석

(3) 시장의 재개발·재건축 및 재생 관련 선행 연구

[표 11] '재개발·재건축 및 재생' 선행 연구

주제	연구자	연도	연구내용
재개발·재건축 및 재생 관련 연구	최주영	1997	서울시 소재 재래시장 실태 파악을 통해서 특성별로 재개발 방향을 진단
	김정태	1997	재래시장의 재개발 특성 파악을 통해서 문제점과 개선방향을 도출
	박근오	2003	재개발·재건축이 인근 지역에 미치는 영향과 거주민들이 실제 생활에서 느끼는 만족도 및 선호도를 고찰
	박천보	2008	재래시장을 도시 재생 관점에서 도심입지, 도로접근, 업종분포 특성을 파악함

전통시장의 '재개발·재건축 및 재생' 관련 연구는 1990년대 말부터 이루어 졌으며 재개발·재건축 실태 파악 중심으로 연구가 시작되었다. 최주영(1997)은 일반 재래시장의 재정비에 대한 기초 실태를 파악하기 위해서 서울시에 소재한 일반 재래시장의 실태를 분석하고 재개발 현황을 파악하였다. 김정태(1997)는 현황 파악에서 좀 더 나아가 재개발 유형별로 특성을 파악하고 계획에 필요한 요소들을 도출하고자 했다. 박천보(2008)는 최근의 도시 재생관점에서 재래시장의 입지와 업종의 특성을 파악함으로써 도시 재생 측면에서 재래시장의 활성화를 연구하고자 했다.

(4) 시장의 경쟁상업과 비교 및 유형구분 관련 선행 연구

마지막으로 '경쟁 상업과 비교 분석' 연구는 최근에 활발하게 진행되고 있다. 그 이유는 1990년대의 유통시장 개방이 시작된 이후 좀 더 대형마트와 기업형 슈퍼마켓(SSM)이 근린 생활권 내로 침투하면서 전통시장과 경쟁하는 구조를 만들어냈다. 또한 '유형 구분' 연구는 시장의 재개발이나 활성화 방안을 수립할 때 필요한 시장의 여러 가지 특성에 따른 유형을 분류하기 위해서 진행되었다.

[표 12] '경쟁상업과 비교' 및 '유형구분' 선행 연구

주제	연구자	연도	연구내용
경쟁상업과 비교	홍경구	2012	고객 만족도 차원에서 현대화된 전통시장과 대형할인점 비교 분석
	박희영	2013	전통시장과 기업형슈퍼마켓을 방문객의 이용행태 비교 분석
	김준환	2013	대형마트와 전통시장의 이용 행태 차이를 실증적으로 분석
	안치호	2013	대형마트와 SSM의 출점이 전통시장 매출에 미친 영향을 공간적 경쟁구도를 중심으로 분석
유형구분	최주영	1997	효과적인 재개발을 위한 재래시장의 유형분류와 특성을 고찰
	김종국	2008	시장별로 특성에 맞는 활성화 전략을 수립하기 위한 유형분류 연구

홍경구(2012)는 전통시장과 대형할인점 비교를 통해서 고객들의 만족도를 비교·분석하였다. 박희영(2013)은 방문객들의 이용행태의 차이를 전통시장과 기업형 슈퍼마켓의 비교분석을 통해서 전통시장이 여가 소비를 위한 장소로서 가능성을 보여주었다. 이와 유사하게 김준환(2013) 역시 대형마트와 전통시장의 이용행태 차이를 구입하는 품목의 차이, 방문 목적이 어떻게 다른지, 만족도의 차이를 분석했다. 안치호(2013)은 좀 더 경제적인 부분에서 대형마트 및 SSM이 실제로 전통시장의 매출에 어떤 영향을 미치는지를 공간적 차원에서 실증 분석했다.

(5) 보행 활동과 도시형태 관계 연구

전통시장의 물리적 특성과 보행 만족도의 관계를 파악하는 선행 연구는 정금호(2012)의 연구가 유일하다. 그러나 도시 형태와 보행활동 간의 관계를 파악하고자 하는 연구는 국내외에서 활발히 진행되고 있다. 그 중에서 우리나라의 근린 주거지역에서 보행 환경 요소로 작용하고 있는 물리적 특성을 추출해 내하고자 한 박소현(2008)의 연구가 있다. 그리고 최이명(2013) 연구는 보행 환경 요소와 실제 보행 행태를 GPS기기와 통행일지를 통해서 관계성과 차이점을 밝혀내고자 했다. 보행활동과 도시 형태 간의 관

계와 같이 근린 소규모 전통시장의 물리적 환경 내에서도 보행과 밀접한 관련을 맺고 있는 물리적 특성을 조사함으로써 전통시장이 잘 작동하게 하는 환경 요소를 찾아내는 것과 밀접한 관련성을 가진다.

[표 13] '보행활동과 도시형태 관계' 선행 연구

주제	연구자	연도	연구내용
보행활동과 도시형태 관계	박소현	2008	우리나라 근린주거지역에서 어떠한 물리적 특성이 보행환경 요소로서 작동을 하고 있는지 객관적으로 설명하기 위한 지표를 작성하고자 함
	정금호	2012	전통시장 내 보행성 확보를 위해 보행에 대한 인식과 시장의 물리적 특성에 대한 만족도와와의 관계를 파악 하고자 함
	최이명	2013	GPS기기와 통행일지가 제공하는 실증 데이터 분석을 통해서 물리적 환경이 다른 동네의 보행 행태차이를 파악하고 함

(6) 연구의 차별성

전통시장 관련 연구는 물리적 특성 및 개선 방향, 활성화 전략 및 사업 영향, 재개발·재건축 및 재생, 유형분류, 경쟁상업과 비교 분석 등의 연구로 주제로 세분 될 수 있지만, 궁극적으로 이 연구들은 전통시장의 활성화를 목표로 하고 있다. 물리적 특성이나 현황을 파악해서 개선해야 하는 점들을 찾아내는 것, 유형 분류를 통해서 전통시장의 활성화를 전략적으로 접근하고자 하는 것, 재개발·재건축을 통한 시장 활성화의 효과와 문제점을 제기 하는 것 등이 모두 궁극적으로 전통시장을 효과적으로 활성화하기 위한 목적을 가진다.

본 연구에서는 이러한 궁극적인 목표인 시장 활성화를 위해서 기본적인 전통시장의 물리적 특성을 발견하고자 하는 것인데, 특히 근린 소규모 전통시장에 한정해서 도시·공간 특성을 찾아내고자 한다. 근린 소규모 전통시장은 대규모 시장이나 전국상권을 대상으로 하는 시장과 다른 양상을 가지고 있으며, 주거지 내에

서 작동하는 것이기 때문에 단순 상업시설로서 특성을 파악하는 것이 시장 활성화 및 개선 방향을 설정하는데 적절하지 않을 수 있다. 그런 점에서 본 연구는 전통시장을 사고파는 등의 활동만 이루어지는 것이 아니라 도시적 관점에서 봤을 때 주거지 내의 중심시설이고 시장이 위치한 가로는 단순한 이동통로 이상의 의미를 가진다. 따라서 보행활동과 도시형태의 관계를 밝히고자 하는 선행 연구에서 도출할 수 있는 전통시장 내에서 보행과 관계된 물리적 특성들을 같이 다뤄보고자 한다.

시장의 물리적 특성 연구는 1990년대에 활발하게 이루어 졌지만, 2000년대 이후로는 재개발·재건축이나 활성화 전략을 위한 연구가 주로 이루어 졌기 때문에 최신의 근린 소규모 전통시장의 물리적 특성을 파악할 만한 연구가 없을 뿐 아니라 앞 선 장에서 밝혔듯이 근린 소규모 전통시장 활성화 제도 및 패러다임의 변화에 의해서 재개발·재건축을 통한 전통시장 활성화 방식에서 기존의 전통시장 환경을 유지하면서 개선하는 방법으로 변화하고 있다는 점에서 본 연구의 의의가 있다.

2.3.2. 도시·공간 특성 연구

본 연구에서 밝혀내고자 하는 전통시장의 도시·공간 특성이란 전통시장의 물리적 특성 및 개선 방향 측면에서 진행된 기존 연구에서 밝혀내고자 하는 전통시장의 ‘공간성’, ‘물리적 특성’, ‘물리적 환경’ 뿐만 아니라 도시적 맥락 안에서 전통시장의 특성까지 포함하는 물리적 특성을 의미한다.



[그림 9] 도시·공간 특성

기존 연구에서 밝혀내고자 한 전통시장의 물리적 특성뿐만 아니라 도시적 맥락 혹은 근린 생활권 내에서 전통시장의 특성을 밝혀 내기위해서 선행 연구의 분석 체계를 분석하고 차용해서 도시·공간 특성 분석체계를 마련하고자 했다. 우선 전통시장의 물리적 특성 및 환경을 분석한 연구들을 살펴보면 채선엽(1982), 최광휴(1992), 강헌수(1999), 김영환(2013)의 연구들이 있다. [표 14] 채선엽(1982)의 연구는 당시에는 야시장이 성행했기 때문에 전통시장을 크게 낮 시장과 야시장을 구분했다. 시장 내부 구조는 점포, 이동점포, 도로 항목으로 나누고, 배치, 크기, 공간의 전이, 판매공간, 도로 위계, 도로 입면, 도로와 토지 이용 등의 특성을 조사 분석 했다.

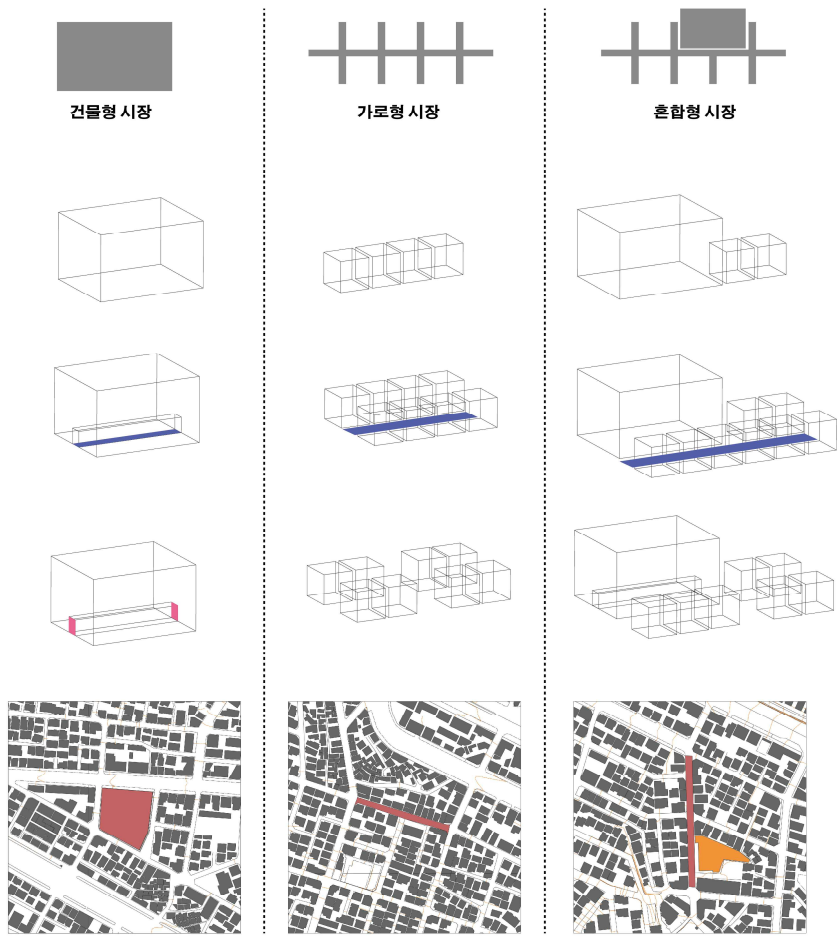
[표 14] 선행 연구의 물리적 특성 분석 항목

선행 연구	연구 내용	검토 항목
채선엽(1982)	시장의 공간구성 분석을 통해서 디자인에 반영할 수 있는 시장 공간의 전형을 찾아보고자 함	- 낮시장과 야시장 구분 - 점포, 이동점포, 도로 항목으로 나뉨 - 배치, 업종, 크기, 공간, 위계, 기능 등 특성 조사
최광휴(1992)	근린생활권 중심시설로서 일반소매시장의 특성 분석을 통해서 개방방안을 제시하고자 함	- 근린 소매시장의 물리적환경요소를 '건물시장'과 '가로시장'으로 구분 함 - 생활권 편의시설로서의 시장 특성 파악을 위해서 입지적 특성, 생활권계획과 시장, 시장의 상권 특성을 분석 함 - 업종별 입지 특성 - 입지특성과 소비자 구매 행태
강헌수(1999)	재래시장이 가로와 결합되어 일정한 영역을 점유하고 있다는 인식을 기반으로 재래시장의 현황과 물리적 특성을 가로 및 통로 중심으로 파악하고자 함	- 재래시장 유형과 구성형태를 '건물시장'과 '가로시장'으로 구분 함 - 시장 공간 구성 - '재래시장의 영역과 진입부'로 도시 내에서 재래시장의 관계 특성을 제시 함 - 가로(통로)의 공간 구성 요소를 고정 요소와 가변요소로 구분 함 - 개별 점포의 특성과 내부 구성 제시
김영환(2013)	읍면지역 소도읍에 위치하는 전통시장의 현황과 물리적 환경 특성을 고찰하고 문제점을 진단하는 것을 통해서 전통시장 활성화를 위한 개선방안을 제시하고자 함	- 입지여건, 공간구조, 업종분포, 건축물 및 가로경관, 편의시설 등으로 특성 제시

반면 최광휴(1992), 강헌수(1999)의 연구에서 근린생활권 소매시장을 건물시장과 가로시장으로 구분함으로써 시장의 공간 구조적인 차이를 명확하게 보여준다. 이와 같은 구분을 차용해서 본 연구에서는 근린 소규모 전통시장에 적용해서 시장 공간 구조의 차이에 따라 건물형 시장, 가로형 시장, 혼합형 시장으로 구분한다. 건물형 시장은 대형 건물, 건물 내의 개별 점포, 통로 공간을 가진 시장이고, 가로형 시장은 개별 점포가 가로를 중심으로 형성되어 하나의 시장을 이룬다. 혼합형 시장은 건물형 시장과 가로형 시장이 하나의 상권 안에서 같이 형성되어 있어 서로 따로 떼어 내기 어려운 시장 구조를 포함한다.

강현수(1999)의 연구는 가로가 재래시장의 형태의 중요한 요소라는 점에 주목하여 건물시작과 가로시장을 명확히 구분하면서 가로 혹은 통로 공간의 구성 특징을 분석하기 위한 체계를 작성했다. 특히 가로(통로)의 공간 구성 요소를 고정요소와 가변요소로 나누었으며 개별 점포의 내부 구성을 내부판매형, 외부지향판매형, 혼합형으로 나눠서 살펴보았다.

[출처] 최광휴(1992), 강현수(1999) 논문을 바탕으로 저자가 재구성한 시장 공간 구조 다이어그램

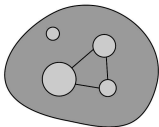
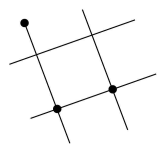
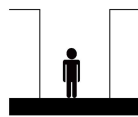


[그림 10] 시장 공간 구조 특성

김정태(1999)의 연구에서는 크게 도시 계획적 측면과 건축 계획적 측면으로 나누어서 이전 연구에서 고려하지 않았던 도시계획적인 측면을 고려했다. 접근성, 인접지역의 수용, 공개공지 확보 등의 요소를 고려하였다.

선행 연구를 통해서 살펴본 전통 시장의 물리적 환경 요소들이 시장가로의 입지, 형태적 특성, 건축적 특성에 집중되어 있어서 근린생활권 내에서 보행을 기반으로 작동하는 전통시장의 도시적 특성을 고려하지 못하는 한계점을 가지고 있다. 그러한 점을 보완하기 위해서 보행 활동과 도시형태의 영향 관계에 대한 연구에서 동네 형태 요소들을 차용해서 분석 틀을 체계화 하고자 한다. Moudon et al(2003)의 연구에서 수많은 근린의 물리적 환경 요소들을 가로환경(Roadway Characteristic), 네트워크 환경(Network), 지역 환경(Area)으로 카테고리화 하였다.

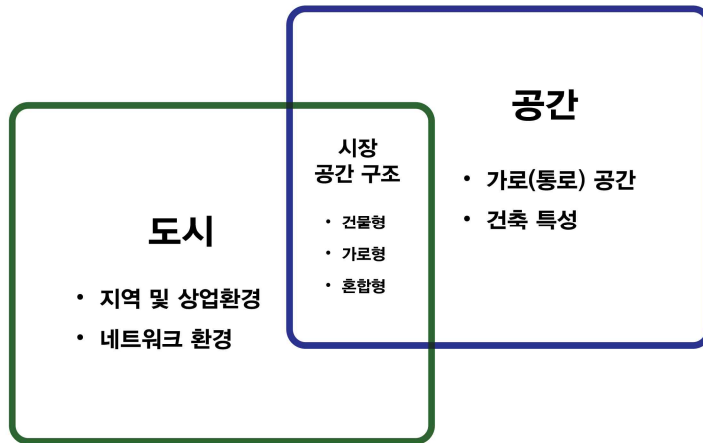
[표 15] 보행환경요소 분류 틀

대분류	지역환경	네트워크 환경	가로환경
다이아그램			
개념	토지용도, 밀도, 도시형태 등의 특성	가로의 연결성과 네트워크 시스템, 시설로의 거리	보도, 차도, 건물, 가로시설 등의 가로의 가로변 환경

[출처] 서한림(2006), 서울 북촌 주거지구의 보행환경 특성에 관한 연구를 참고

가로환경은 보행 공간, 가로시설물, 횡단보도, 가로변건물, 경관 등의 분석 항목을 포함하고 있고, 네트워크 환경은 교차로 밀도, 주요 생활시설까지의 접근성, 대중교통, 근린 편의시설 등의 내용을 포함한다. 지역 환경은 밀도, 필지와 블록 크기, 경사도, 하천 및 대규모 근린공원의 인접 등을 포함한다.

이와 같이 전통시장의 ‘물리적 특성’ 연구와 ‘보행활동과 도시형태의 영향 관계’ 연구를 통해서 도시·공간 특성 체계를 다음과 같이 크게 도시적 맥락 안에서 지역 및 상업 환경, 네트워크 환경을 살펴보고, 공간적 맥락 안에서 가로(통로) 공간, 건축적 특성을 살펴보고자 한다. 특히 전체 시장의 공간 구조를 건물형, 가로형, 혼합형으로 나누어서 각각의 공간 구조의 차이에서 생겨나는 특성 차이에 주목하고자 한다.



[그림 11] 도시·공간 특성 체계

3. 대상지 선정 및 분석 방법

3.1 대상지 선정 및 개요

3.2 대상지 분석 방법

3.1. 대상지 선정 및 개요

연구 대상지는 관악구 내에 있는 근린 소규모 전통시장으로 2013년 5월 기준 21개의 시장이 있다. 이 중에서 신림현대상가, 서원동상점가는 근린 생활권을 대상으로 하는 전통시장으로 보기 어려운 점이 있어 대상지에서 제외를 했다. 또한 봉천신시장은 현재 재개발 진행 중이기 때문에 대상지에서 제외되면서 본 연구의 대상지는 18개로 등록시장 6개, 인정시장 4개, 무등록 시장 8개 이다.

[표 16] 연구 대상지

	번호	상호	주소(소재지)	개설일	점포수
등록 시장 (7개)	1	관악종합시장	신원로 23 (신원동 1602-1)	1969. 10. 15.	57
	2	봉일시장	은천로 28 (은천동 951-25,26)	1971. 12.21	33
	3	봉천중앙시장	관악로 211 (중앙동 32-2)	1969. 02. 22.	44
	4	봉천현대시장	양녕로 49 (은천동 502-4)	1972. 01. 29	34
	5	신림종합시장	남부순환로 157길 63 (신사동 505-1)	1977. 05. 26.	25
	6	신림현대상가	신림로 29길 8 (서림동 1694)	-	70
	7	우림시장	난곡로 26길 4 (난곡동 637-1)	1976. 06. 25.	28
인정 시장 (4개)	8	관악신사시장	난곡로 74길 58 (신림동 194-7)	1980	100
	9	신원시장	관천로 27 (신원동 1587-26)	1969	119
	10	인현시장	인현6길 16 (인현동 1636-22)	1982	59
	11	팽권시장	남부 순환로 143길 7 (조원동 541-6)	1978	52
무등록 시장 (10개)	12	중부시장	관악로 228 (행운동 34일대)	-	80
	13	삼성동시장	원신2길 23 (삼성동 808일대)	1970	206
	14	신신림시장	원신2길 24 (삼성동 390-1)	1971. 08. 25.	11
	15	봉천제일종합 시장	청룡23길 29 (청룡동 921-1)	1976. 12. 27.	50
	16	신림중앙시장	조원로 16길 27 (조원동 541)	1978. 08. 07.	112
	17	낙성대시장	관악로 14길 67 (낙성대동 1612일대)	1980	53
	18	미성동도깨비 시장	미성 3길 5 (미성동 1563일대)	-	90
	19	원당종합시장	남부순환로 148길 35 (인현동 1638-20)	1980. 08. 28.	7
	20	서원동상점가	신림로 313 (신원동 1637)	-	200
	21	봉천 신시장	청림3길 9 (청림동 10-5)	1970. 12. 14.	-

연구 대상 시장은 18개 이지만 근린 생활권과 상권의 영역으로 살펴보면, 서로 인접하여 하나의 시장으로 기능하는 곳이 있다. 신림중앙시장과 팽귄시장, 신림종합시장과 관악신사시장, 관악종합시장과 신원시장, 신신림시장과 삼성동시장, 원당종합시장과 인현시장은 하나의 상권을 형성하고 있으며 같은 근린 생활권 내에 위치한다. 게다가 이 시장의 구조는 건물형 시장과 가로형 시장이 혼합된 형태로서 개설연도와 전통시장의 역사적인 변화과정을 분석해 보면, 건물형 시장이 먼저 개설되고 나서 그 주변으로 상권이 확대되고, 개별점포가 주변에 들어서고 노점도 가로에 생겨나면서 건물시장이 입지한 주변 가로에 새로운 가로형 시장이 개설되게 된다. 따라서 연구 대상지는 13개로 압축된다.[그림12]

관악종합시장 &신원시장	봉일시장	봉천중앙시장	봉천현대시장	신림종합시장 &원당종합시장	우림시장	
인현시장 &원당종합시장	팽귄시장 &신림중앙시장	중부시장	삼성동시장 &신신림시장	봉천제일종합 시장	낙성대시장	미성동도깨비 시장



[그림 12] 연구대상지 위치도

3.2. 대상지 분석 방법

3.2.1. 활성화 수준 분석 방법

현재 시장경영진흥원에서 실시하는 활성화수준 평가분석에 따르면 전통시장의 활성화 평가의 기준은 상인조직, 상권매력도, 시설, 점포경영, 공동마케팅, 시장운영 분야에 나뉜다.

구체적으로 ‘상인조직’ 분야에서는 상인조직에 많은 상인들이 가입하여 적극적인 참여를 하며, 상인조직이 합리적으로 운영되고 공동이익을 위한 다양한 사업을 추진할 때 그 시장이 활성화됨을 의미한다. ‘상권 매력도’는 유동인구 수가 많고, 접근성이 높으며 대중이 모일 수 있는 유인을 가지고 있는지에 따라 평가된다. ‘시설’에서는 기반시설과 편의시설이 잘 갖춰져 있는지에 따라 활성화 수준의 달라진다. ‘점포경영’과 ‘공동마케팅’은 상인들의 경영 윤리, 경영기법의 수준에 대한 평가이고, ‘시장운영’은 시장 전체의 운영에 있어서 빈 점포율, 종업원 수와 같은 요소로 시장의 가치를 평가한다.⁵⁸⁾ 이 평가 기준에 따르면 단순히 사람들이 많이 방문한다거나 매출이 높은지에 대한 요소뿐만 아니라 상인 조직, 시장 운영, 점포경영, 기반시설 등의 다양한 요소들을 포함하고 있다. 즉, 활성화 수준이란 정부의 지원이 어느 정도 필요한지에 대한 평가이며, 궁극적으로 6개 분야 중에서 어떤 분야에 지원이 필요한지를 알아보고자하는 목적을 가지고 있다.

이러한 평가 기준을 바탕으로 전통시장 활성화 수준을 각 분야에 점수를 매겨서 전체 점수를 산정해 A~E수준으로 활성화 정도를 구분 한다.

58) 시장경영진흥원(2010), 2010년도 활성화수준 평가분석 보고서, p.4

[표 17] 전통시장 활성화 수준 평가 기준

	A 수준	B 수준	C 수준	D 수준	E 수준
활성화 수준 점수	65점 초과	65점 이하 55점 초과	55점 이하 45점 초과	45점 이하 35점 초과	35점 이하
활성화 정도	매우 활발	활발	보통	미흡	침체

[출처] 시장경영진흥원(2010), 2010년도 활성화수준 평가분석 보고서

본 연구에서 이와 같은 활성화 수준 평가 기준을 바탕으로 활성화 수준을 분석하고자 한다. 시장경영진흥원에서 실시하는 활성화 수준 평가 분석은 조사 대상이 등록시장과 인정시장이다. 그리고 앞서 언급한 6개 분야의 조사 항목을 가지고 전문가, 시장상인회장, 지자체 담당공무원 100인을 대상으로 설문조사를 실시한다.

우선 본 연구의 대상에 포함되어 있는 무등록시장은 시장경영진흥원의 조사 대상에서 제외되어 있다. 게다가 조사방법이 시장상인, 전문가, 지자체 공무원을 대상으로 한 설문조사이기 때문에 직접적인 데이터라기보다는 간접적인 데이터를 바탕으로 하고 있다. 그래서 이 조사 결과를 본 연구에 그대로 적용하기에는 한계점을 가진다. 조사 대상, 조사 방법에 있어서 생기는 한계점을 보완하기 위해서 [표 18]과 같이 추가적인 현장 조사를 실시했다. 기존의 시장 경영진흥원의 조사를 바탕으로 실제 데이터를 기반으로 한 조사를 추가 보완함으로써 좀 더 신뢰할 수 있는 활성화 수준 평가를 진행했다.

[표 18] 활성화 수준 평가를 위한 조사

조사대상	등록시장, 인정시장, 무등록시장
조사항목	전통시장 내 유동인구
조사방법	현장 관찰 조사 - 조사 시간: 평일 저녁 5:30~6:30(1시간 동안) - 조사 위치: 시장 입구 - 조사 방법: 동일 시간대에 시장 내 한 장소에서 유동 인구수 현장 관찰 조사

추가적으로 진행한 현장 조사는 기존의 등록 시장과 인정시장만을 대상으로 한 것을 무등록 시장까지 확대해서 실시했다. 또한 조사 방법은 시장의 유동인구를 현장 관찰을 통해서 조사를 진행했다.

3.2.2. 도시·공간 분석 방법

전통시장의 도시·공간 분석 틀은 시장 공간 구조 특성을 기반으로 도시 맥락 안에서 지역 및 상업 환경, 네트워크 환경을 조사 분석하고, 공간 맥락 안에서 가로(통로) 공간, 건축 특성을 조사 분석할 수 있는 항목을 포함한다.

시장의 특성을 기본적으로 건물형, 가로형, 혼합형으로 시장공간 구조의 차이로 나누어서 살펴본다. 그리고 지역 및 상업 환경은 인구밀도, 배후주거지 특성, 토지용도, 블록 및 필지 크기 등의 지역의 주변 주거지 특성과 도시 형태적 요소를 분석하고, 업종 분포, 경쟁 상업 환경을 통해서 시장의 상업 환경을 요소별로 분석한다. 네트워크 환경은 가로패턴 및 위계분포, 대중교통, 접근성, 연계 가능한 프로그램 분포, 교차로 밀도와 같은 항목을 통해서 시장 주변 시설과 연계성과 가로의 연결망을 파악한다. 가로(통로)공간은 건물형 시장 일 경우에는 주로 통로 공간의 구성 요소, 통로 이용 행태, 공간 특성을 분석하고, 가로형 시장은 주상업 가로 공간 구성 요소, 가로 이용 행태, 공간 특성을 분석한다. 건축적 특성은 시장의 주용도 및 유형, 건축규모, 건축연도, 개별점포 특성 위주로 살펴본다.

활성화 수준 분석을 통해 도출된 활성화 된 시장과 침체된 시장을 분류하고 각각의 도시·공간 특성을 조사하여 유사점과 차이점을 해석해 낸다. 궁극적으로 활성화된 시장의 도시·공간 특성을 파악하고자 한다. 더 나아가 침체된 시장이 활성화 될 수 있는

도시 구조 내에서 공간적으로 개선할 수 있는 방향을 제시하고자 한다.

[표 19] 도시·공간 특성 분석 체계

도시		시장 공간 구조	공간	
지역 및 상업 환경	네트워크 환경		가로(통로)공간	건축 특성
인구밀도 배후 주거지 특성 토지용도 블록 및 필지 크기 업종 분포/ 경쟁환경	가로패턴 및 위계분포 대중교통 접근성(도로와 건물의 관계, 연결성) 주변시설(연계 가능한 프로그램)	건물형	통로 공간 구성 요소 통로 이용 형태와 공간 특성	용도 및 유형 건축규모 건축연도 개별점포 특성
인구밀도 배후 주거지 특성 토지용도 블록 및 필지 크기 업종 분포/ 경쟁환경	가로패턴 및 위계분포 교차로 밀도 대중교통 주변시설(연계 가능한 프로그램)	가로형	가로 공간 구성 요소 가로 이용 형태와 공간 특성	용도 및 유형 건축규모 건축연도 개별점포 특성
인구밀도 배후 주거지 특성 토지용도 업종 분포/ 경쟁환경	가로패턴 및 위계분포 대중교통 교차로 밀도 접근성(도로와 건물의 관계, 연결성) 주변시설(연계 가능한 프로그램)	혼합형	가로(통로) 공간 구성 요소 가로(통로) 이용 형태와 공간 특성 가로와 시장 건물의 관계	용도 및 유형 건축규모 건축연도 개별점포 특성

이 도시·공간 특성 체계는 채선엽(1982), 최광휴(1992), 강현수(1999), 김영환(2013)의 논문의 내용을 바탕으로 시장 공간 구조, 건축 특성을 체계화 하였고, Moudon et al(2003), 박소현(2008)의 논문 내용을 기반으로 동네 보행과 관련 된 도시 형태 체계를 통해서 지역 및 상업 환경, 네트워크 환경을 작성

4. 도시·공간 특성 분석

4.1 활성화 수준 분석

4.2 도시·공간 특성

4.1. 활성화 수준 분석

4.1.1. 근린 소규모 전통시장 활성화 수준

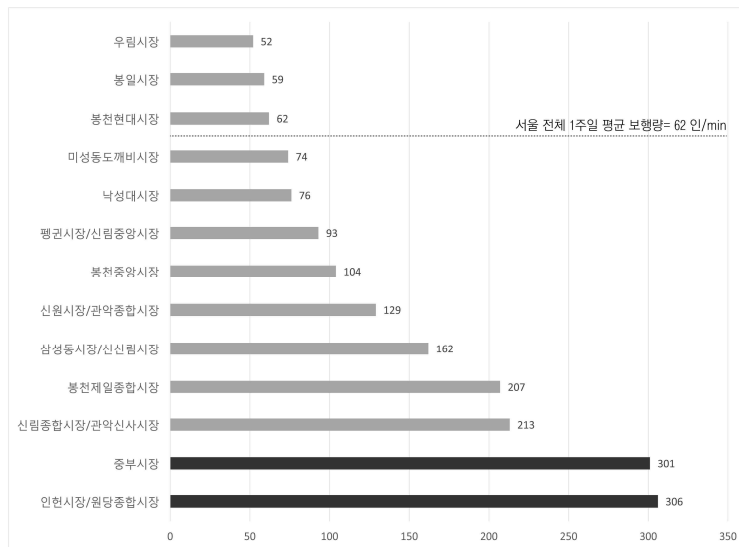
시장경영진흥원에서 실시한 전통시장 활성화 수준 평가 보고서에 의하면, [표 20]와 같이 A~E 등급으로 시장의 활성화 정도가 나타난다. 시장의 활성화 정도가 A수준으로 가장 활발한 시장이라는 평가를 받은 시장은 신원시장이며, E수준으로 가장 침체된 시장으로 평가 받은 시장은 관악구 내에서는 없다. 그러나 D수준으로 미흡한 정도의 시장은 관악종합시장, 봉천중앙시장, 신림종합시장, 우림시장으로 다수 있다.

[표 20] 전통시장 활성화 수준 평가 결과

	A 수준	B 수준	C 수준	D 수준	E 수준
시장 활성화 수준	신원시장	인현시장 관악신사시장	낙성대시장 봉일시장 봉천현대시장 평균키시장	관악종합시장 봉천중앙시장 신림종합시장 우림시장	-
활성화 정도	매우활발	활발	보통	미흡	침체

본 연구에서 실시한 근린 소규모 전통시장의 활성화 수준 분석을 위한 유동인구 조사 결과는 [표 21]과 같이 가장 활발한 시장은 인현시장&원당종합시장과 중부시장으로 나타난다. 서울 전체 일주일 평균 보행량이 62 인/10min인 것과 비교하면 두 시장은 300 인/10min 이상으로 월등히 높다는 것을 알 수 있다. 또한 우림시장, 봉일 시장, 봉천현대시장은 서울 전체 일주일 평균 보행량에도 미치지 못하는 수치이다. 즉, 지금 시장으로 기능하기는 하지만 실제로 방문하는 사람들은 일반 가로에 다니는 사람들과 유사한 정도에 불과하다.

[표 21] 유동인구 수 단위 (인/10min)



두 가지 활성화 분석 방법으로 활성화 수준을 종합해 보면, 관악구 내 근린 소규모 전통시장 13개 중에서 인현시장&원당종합시장과 중부시장은 활성화 된 시장으로 구분할 수 있다. 그리고 우림시장, 봉천현대시장은 상대적으로 침체된 시장으로 구분할 수 있다. 서울 전체 평균 보행량에 미치는 못하는 시장으로 우림시장, 봉일시장, 봉천현대시장이 나왔지만, 수치 상 큰 차이가 없어서 시장경영진흥원 결과⁵⁹⁾에서 가장 낮은 평가를 받은 우림시장과 봉천현대시장을 침체된 시장으로 선정했다.

4.1.2. 활성화된 시장

활성화 분석은 시장경영진흥원의 조사와 본 연구에서 시행한 이동인구 조사 두 가지를 접목해서 적용하였다. 조사 결과를 종합해서 관악구 내에서 가장 활성화된 두 시장과 침체된 두 시장의 도시·공간 특성 분석을 진행하였다. 활성화 시장으로 분석할 수 있는 시장은 앞선 결과에서 볼 수 있듯이 인현시장&원당종합시장과 중부시장이다.

(1) 인현시장&원당종합시장

인현시장&원당종합시장은 인현 6길 16번지에 위치한 인현시장과 남부순환로 148길 35번지에 위치한 원당종합시장이 하나의 상권 안에서 작동하는 시장이다. 원당종합시장은 건물형 시장으로 1980년에 개설되었고, 인현시장은 가로형 시장으로 1982년에 개설되었다. 1970년 소수의 군소 상점이 형성된 것을 시작으로 1980년에는 상점들의 군집이 마침내 전통시장 형태로 자리를 잡았다. 2008년 상인회 원당큰시장을 창설하면서 시장 명칭을 인현

59) 우림시장: 40.2점 [D수준]
 봉일시장: 49.8점 [C수준]
 봉천현대시장: 48.3점 [C수준]

시장으로 변경하였다. 2009년에는 중소기업청에서 실시하는 현대화 사업에 선정되어서 2012년에 일련의 사업들이 완공되었다. 두 시장은 하나의 가로에서 비슷한 시대에 개설되어서 지금까지 인현동내에서 근린 생활의 중심 시장으로 기능해오고 있다.

인현시장&원당종합시장의 배후 주거지는 인현동(봉천11동)으로 1989년 이후로 시행된 주거환경 개선사업으로 공공시설을 정비를 시행한 지역이다.⁶⁰⁾ 2005년 기준으로 인현동의 주택 유형을 살펴보면, 다세대주택 52% 아파트는 20%, 단독주택 17% 연립주택 7%이고 그 외는 비주거용 건물과 주택이외의 거처로 구성된다.⁶¹⁾ 관악구 내에서 인현동은 다세대 주택 비율이 월등히 높은 곳이고, 인구 밀도는 18,454 명/km²으로 관악구 내에서 월등히 높은 수준은 아니다. (2013년 12월 31일 기준, 관악구 인구 밀도 17,518 명/km²)



[그림 13] 인현시장&원당종합시장 개요

이 시장은 유동인구 조사에서 306인/min으로 관악구 내에서 가장 유동인구가 많은 시장으로 조사 결과가 나왔다. 그 뿐만 아니라 일 유동인구가 17,356명 정도로 관악구 내 상위5%에 해당하는 수치를 나타낸다. 시장경영진흥원에서 실시한 2012 전통시장

60) 관악구청(1997), 『구정백서』

61) 통계청, 주택 총 조사: 주택의 종류별 주택-읍면동(2005), <http://kostat.go.kr/>

활성화 수준 분석 보고서에 의하면, 인현 시장의 활성화 수준은 상인조직 및 시장 운영 면에서는 높은 점수를 받았지만, 시설 및 점포경영에서 낮은 점수를 받아서 B수준(활발)에 그쳤다. 그러나 실제 유동인구 수를 통해서 본 활성화 수준과 종합해 보면 관악구 내에서 가장 활발한 시장이라고 해석할 수 있다.

(2) 중부시장

중부시장은 관악로 228번지 일대에 위치한 시장으로 정확한 시장 개설일은 알 수가 없지만, 시장 상인들의 인터뷰에 의하면 1990년대에 시장 가로 내에 있는 생선 가게를 시작으로 주변 점포들이 하나 둘 생기면서 현재의 중부시장으로 거듭났다고 한다. 중부시장의 배후주거지는 행운동(봉천6동)으로 인현시장과 달리 아파트 44%, 단독주택 24%, 다세대주택 21%, 연립주택 5%로 주거유형이 구성된다.⁶²⁾ 행운동은 1990년대 재개발·재건축으로 큰 규모의 아파트 단지가 시장 주변에 형성되었다. 인구 밀도는 42,802명/km²으로 관악구 내에서 높은 수준에 속한다.

중부시장은 무등록시장으로 시장경영진흥원에서 실시한 조사에는 자료가 없기 때문에 유동인구 조사에 의한 결과로 활성화 수준을 평가했다. 중부시장의 유동인구 수는 30인/min으로 관악구 내에서 두 번째로 유동인구 수가 많다. 현장 관찰에 의하면 저녁 5:30~6:30 시간대에 사람들의 이동 방향은 주로 배후 주거지인 봉천 W아파트와 관악 P아파트에서 중부 시장으로 내려와서 장을 보고 마을버스를 타고 올라가거나 다시 주거지로 이동하는 사람들의 행태를 관찰할 수 있었다.

62) 통계청, 주택 총 조사: 주택의 종류별 주택-읍면동(2005), <http://kostat.go.kr/>



[그림 14] 중부시장 개요

4.1.3. 침체된 시장

침체된 시장으로 분류할 수 있는 시장은 앞선 조사 결과에서 볼 수 있듯이 우림시장과 봉천현대시장이다.

(1) 우림시장

우림시장은 난곡로 26길 4번지에 위치한 시장으로 1976년에 개설된 시장이다. 배후 주거지는 난곡동(신림3,13동)으로 주택 유형은 다세대주택 45%, 단독주택 32%, 아파트 13%, 연립주택 9%으로 구성된다.⁶³⁾ 인구밀도는 31,298 명/km²이다.

우림 시장은 건물형 시장으로 시장경영진흥원의 조사 결과를 보면 상인조직과 공동마케팅에서 E수준(침체)으로 낮은 평가를 받으면서 종합 결과는 D수준(미흡)으로 나타났다. 게다가 실제 유동인구 조사에서도 52인/min으로 관악구에 있는 시장 중에서 가장 낮게 나타났다.

63) 통계청, 주택 총 조사: 주택의 종류별 주택-읍면동(2005), <http://kostat.go.kr/>



[그림 15] 우림시장 개요

(2) 봉천현대시장

봉천현대시장은 양녕로 49길에 위치한 시장으로 1972년에 개설된 시장이다. 배후 주거지는 은천동(봉천본동, 봉천9동)으로 주택 유형이 아파트 55%, 단독주택 27%이 주를 이루고 연립주택, 다세대주택 등이 나머지를 차지한다.⁶⁴⁾ 인구밀도는 45,603 명/km²으로 관악구 내에서 가장 높은 곳으로 나타났다.

봉천현대시장 또한 건물형 시장으로 시장경영진흥원의 조사 결과를 보면 상인조직과 공동마케팅에서 E수준(침체)을 받으면서 종합 결과는 C수준(보통)으로 나타났다. 보통수준 정도라고 나타났다지만, 실제 유동인구 조사에서 62인/min 정도로 낮은 수치를 보였다.

64) 통계청, 주택 총 조사: 주택의 종류별 주택-읍면동(2005), <http://kostat.go.kr/>



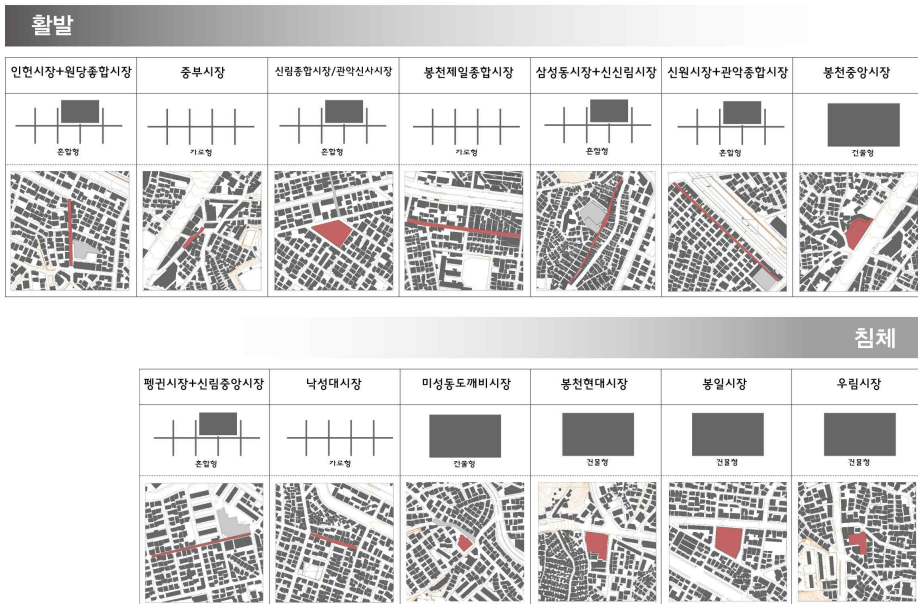
[그림 16] 봉천현대시장 개요

4.2. 도시·공간 특성

4.2.1. 시장 구조 및 형태

(1) 건물형 시장 vs. 가로형 시장

근린 소규모 전통시장의 활성화 수준에 따라 시장 구조 및 형태를 비교 분석해 본 결과, [그림 17]과 같이 시장 구조 및 형태 특성의 차이를 도출할 수 있다. 특히 침체된 시장들은 대부분 건물형 시장이고, 활성화 된 시장들은 혼합형과 가로형 시장이 대부분이다. 활성화 된 시장의 구조 특성에서 혼합형과 가로형의 구분은 없지만, 둘 다 가로 시장이 있다는 점이 공통된 특징이다.

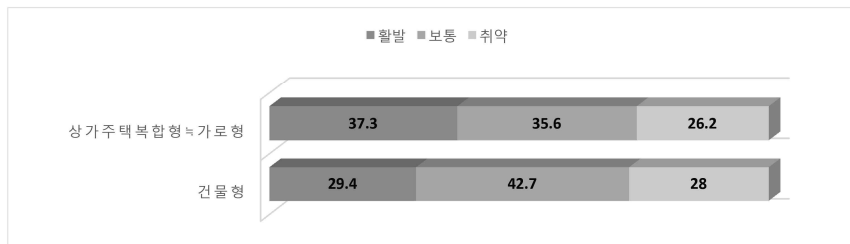


[그림 17] 활성화 수준에 따른 시장 구조 및 형태 분석

이 결과를 ‘시장경영진흥원’의 조사 결과와 비교해 보면 의미있는 분석 내용이 도출된다. ‘시장경영진흥원’의 활성화 수준 평가에서는 활성화 된 시장의 비율이 가로형(상가주택복합형) 37.3%, 건물형 29.4%으로 7.9%정도의 차이를 보인다. 또한 침체된 된 시장의 비율은 가로형(상가주택복합형) 26.2%, 건물형 28%으로 거

우 1.8%정도의 차이를 보인다. 이와 같은 결과는 기존의 시장의 활성화 정도와 시장의 구조 간에 차이간의 상관관계를 찾기 어렵다는 점을 보여준다. 그러나 본 연구의 분석 결과에서는 근린 소규모 전통시장에 한해서 활성화 정도와 시장의 구조 및 형태는 관련성을 가지고 있다는 것을 명확하게 보여준다. [그림 17] 전국의 모든 시장을 대상으로 하는 시장경영진흥원의 조사에서는 도출할 수 없었던 시장의 구조와 활성화 정도가 상관관계를 가진다는 사실을 도출할 수 있었다.

[표 22] 시장 형태별 활성화 수준 단위 (%)



(2) 혼합형 시장

혼합형 시장은 동일한 상권 내에서 건물형 시장과 가로형 시장이 공존하고 있지만, 실제 시장경영진흥원의 활성화 수준 조사에서는 두 시장을 세분하여 결과를 도출하고 있다. 그 조사 결과를 살펴보면, 혼합형 시장 내에서 각각의 시장의 활성화 정도가 차이가 난다는 것을 발견하였다. 즉, 신림종합시장과 관악신사시장의 경우에 두 시장은 유동인구 조사에 의하면 관악구 내에서 3위로 213인/min 정도로 꽤 활발하게 이용되고 있는 상황이다. 그러나 시장경영진흥원의 조사에 의하면 신림종합시장은 활성화 수준이 40.3점으로 D수준(미흡) 이고, 관악신사시장은 64.1점으로 B수준(활발)이라는 상반 된 결과가 나왔다. 앞선 건물형 시장과 가로형 시장의 활성화 정도의 차이가 혼합형 시장 내에서도 유사하게 진행되고 있음을 여실히 보여준다.

이와 같은 결과에 의하면 시장경영진흥원에서 동일한 상권 내의 두 시장을 따로 나누어서 활성화 수준을 측정하는 것이 활성화 수준 차이에 따른 문제점과 그에 따른 개선 방향이 달라지면서 활성화 계획의 이원화 문제가 생길 가능성이 있다. 즉, 두 시장이 개설 시기가 다르고 형태와 이름이 다르지만 하나의 상권을 형성하고 있다는 점과 하나의 상권 내에서도 활성화 정도와 시장 형태가 다르다는 점을 전통시장 활성화 사업 혹은 계획에서 고려해서 할 것이다.



신림종합시장 내부



관악신사시장 가로

[그림 18] 혼합형 시장: 신림종합시장 & 관악신사시장

4.2.2. 지역 및 상업 환경

활성화 된 시장의 상업 환경에서 중요한 특성은 중규모 슈퍼마켓이 시장 내에서 활발하게 이용되면서 전통시장과 시너지 효과를 내고 있다는 점이다. 실제로 근린 소규모 전통시장 안에서 중규모 슈퍼는 배달 시스템을 갖추고 있으며, 시장에서는 취급하지 않는 여러 가지 공산품들을 취급하는 등의 요인으로 시장의 개별 점포와 상생하고 있다. 중규모 슈퍼마켓은 최근 급속하게 생겨나고 있는 기업형 슈퍼마켓(SSM)⁶⁵과 유사한 크기와 취급품목을

65) 소상공인진흥원에 의하면 영업면적 1,155m²이상, 3,300m²미만인 슈퍼마켓으로 동네 슈퍼마켓과 대형마트의 중간규모인 식료품 중심의 유통매장으로 지금까지 전통시장의 경쟁업태로는 '대형마트'가 주로 지목되었다면 최근 대형할인점 성장이 주춤하면서 SSM이 급격히 성장을 거듭하면서 전통시장 및 중소유통

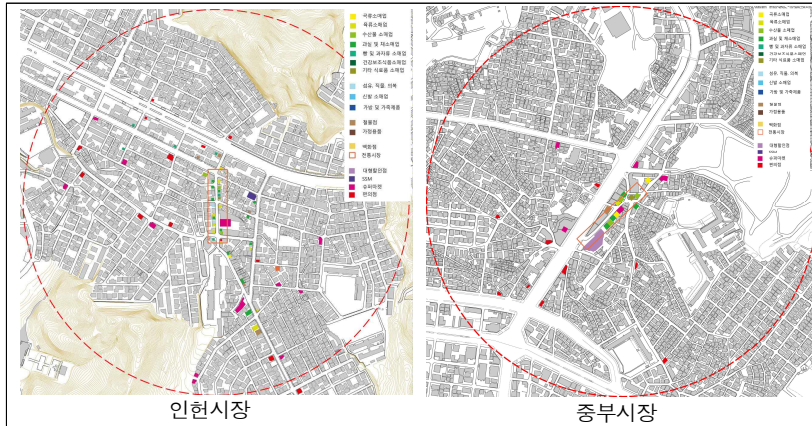
가지고 있다. 최근 안치호(2013) 연구에 따르면 기업형 슈퍼마켓은 전통시장과 공간적 경쟁 관계에 있어 전통시장 활성화 혹은 매출에 부정적인 영향을 끼친다고 한다. 그러나 본 연구에서 활성화 된 시장을 분석해 본 결과 전통시장의 활성화와 기업형 슈퍼마켓과 유사한 크기와 기능을 가진 중규모 슈퍼의 활발한 이용은 서로 시너지를 내면서 작동하고 있다는 것을 확인할 수 있다. 특히 활발한 시장으로 인현시장과 중부시장이 있는데 두 시장 모두 전통시장과 중규모 슈퍼마켓이 활발히 이용되는 모습을 관찰할 수 있다.



[그림 19] 인현시장 내 중규모 슈퍼

침체된 시장과 비교해 보면 중규모 슈퍼와 전통시장의 상업적 시너지 효과 차이를 좀 더 잘 알 수 있다. 현재 침체된 두 시장의 내부 프로그램은 중규모 슈퍼마켓이 주를 이루고 있다. 가로형과 건물형의 차이도 일정부분 있겠지만, 단독으로 중규모 슈퍼마켓이 있는 경우에는 활성화된 시장과 같이 활발하게 이용되지 못하고 있는 모습을 관찰할 수 있다.

의 침체의 주원인으로 새롭게 주목 받음



[그림 20] 중규모 슈퍼 vs. 전통시장

4.2.3. 네트워크 환경

대중교통과 배후주거지 사이에 입지하는 시장 가로와 그 가로를 연결하는 가로체계 그리고 가로와 함께 작동하는 연계 프로그램의 분포를 통해서 시장가로의 네트워크 특성을 알아보려고 한다.

(1) 시장의 입지 특성

가장 활발한 두 시장은 네트워크 환경에서 기본적으로 유사한 입지 특성을 가진다. 두 시장이 위치한 가로는 주간선도로에 위치한 대중교통(지하철)과 배후 주거지를 연결한다. 게다가 지하철과 시장 초입까지 도보 시 최단 거리는 245m~285m 정도이다. 주거지내의 교통 시스템에서 가장 중요한 수단인 마을버스가 지하철과 배후 주거지를 연결하고 있을 뿐만 아니라 시장 초입에 마을 버스 정류장이 입지해 있어 연결성을 높여 준다. [그림 21]



[그림 21] 활성화된 시장 입지 특성

구체적으로 각 시장을 살펴보면, 인헌시장&원당종합시장은 저녁 5시 30분부터 6시 30분까지 유동 인구수가 점점 늘어나면서 지하철에서 배후 주거지로 이동하는 사람들의 이동 행태를 관찰할 수 있었다. 앞서 언급한 대중교통-배후주거지를 연결하는 네트워크 중간에 시장이 입지함으로써 전체 네트워크에서 중요한 역할을 하고 있다는 것을 현장 관찰을 통해서 확인할 수 있었다.

활성화된 시장들이 지하철과 배후주거지의 네트워크 시스템 속에서 작동하는 반면에 침체된 시장은 주거지 내에서 연결된 대중교통-배후주거지 네트워크에서 작동하지 못하는 입지적 특성을 가지고 있다는 것을 발견할 수 있다. 우선 침체된 시장을 살펴보면 두 곳 모두 지하철에 인접한 곳에 있지 못하다. 우림시장에서 가장 인접한 지하철은 신림역으로 직선거리로 약 1.7km정도 떨어져 있고, 봉천현대시장은 봉천역까지 직선거리로 641m정도 떨어져 있다. 즉, 공통적으로 두 시장에서 광역 교통 시설 중의 하나인 지하철이 인접해 있지 못하다. 게다가 봉천현대시장은 약 26m 정도 폭의 주 간선도로로 주변 주거지와 단절되어 있으며, 서측 방향에 큰 아파트 단지가 있지만 단지와 연결되지 못하고 옹벽으로 막혀있는 것을 볼 수 있다. [그림 22] 활성화 된 시장이 가지는 대중교통-시장-배후주거지로 연결되는 입지 특성에 있어서 배후주거지와 단절되어 있다는 것을 명확하게 보여준다.



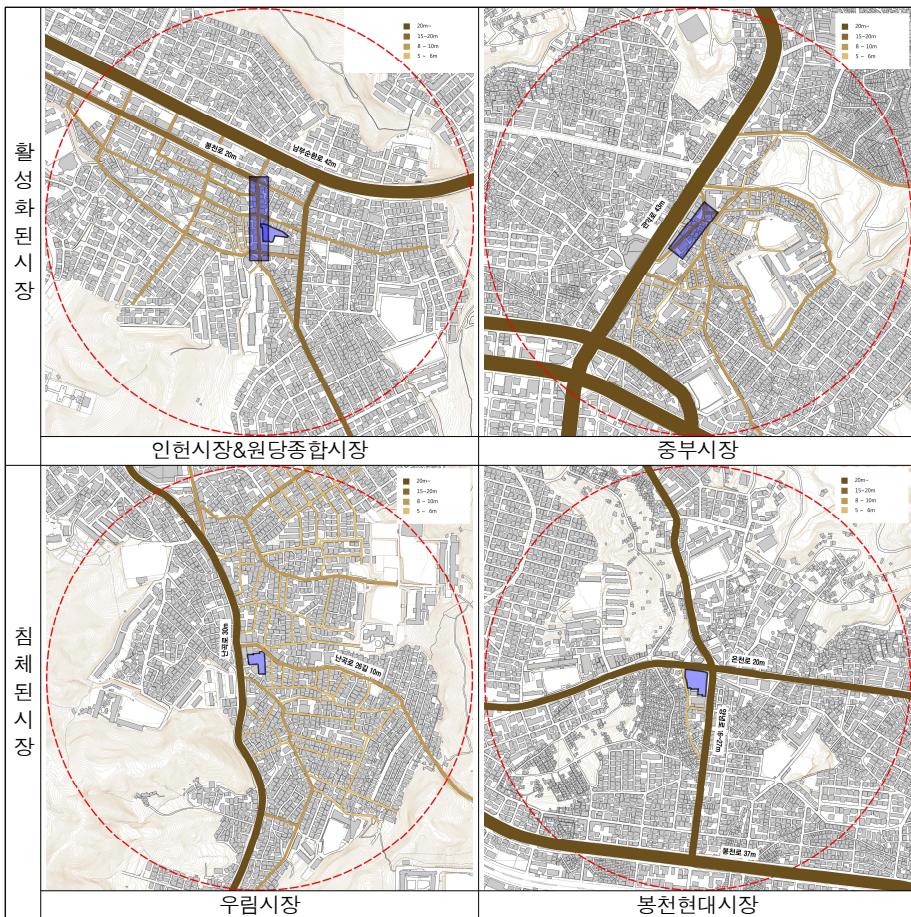
[그림 22] 봉천 현대시장과 주변 주거지와 단절된 모습

활성화된 시장과 침체된 시장 간의 비교를 통해서 우선 광역 네트워크와 주거지 간에 연결하는 가로에 시장이 입지성과 연결성에서 차이를 보였다. 특히 활성화된 시장은 대중교통과 주거지를 연결하는 가로들 중에서 가장 적절한 위치에 입지한다.

(2) 가로위계 및 연결성

활성화 된 시장은 가로위계 측면에서 시장이 형성된 가로는 보행전용 가로이고, 주 간선도로와 연결된 가로이다. 차가 주로 다니는 도로와 연결되어 있지만, 실제로 차가 다니지 않는 가로가 형성되어 있다. 물론 역사적으로 시장이 가로에 형성되면서 노점이나 좌판 등에 의해서 자연스럽게 차가 다니지 않게 된 경우일 수 있지만, 선후관계와 상관없이 현재 활성화 된 전통시장 가로는 보행전용 가로가 형성되어 있다는 사실은 변함이 없다. 또한 역사적인 변화 70년대부터 지금까지 관악구는 주거 환경 개선 사업과 그에 따른 도로 개설 및 확장으로 도시 구조에 있어서 많은 변화를 겪었다. 그러한 도시 조직의 변화 속에서도 활성화 된 시장의 가로는 앞선 특성들을 여전히 가지는 적절한 가로 위계를 가지고 있다. 예를 들어 인현시장은 20m 폭의 봉천로와 직접적

으로 연결되어 있으면서도 시장가로는 7~8m 정도의 폭을 가진다. 낮에는 보행자만 다니는 보행로가 형성되어 있다. 중부시장도 마찬가지로 시장가로가 43m 폭의 관악로와 연결되어 있지만, 시장 가로 자체는 보행자만 다니는 보행로이면서 블록 내부의 소로들과 촘촘한 연결망을 가지고 있다.



[그림 23] 가로위계

반면에 침체된 시장은 건물형이기 때문에 특히 주 간선도로 변에 위치하고 있으며 주변 가로 또한 보차혼용의 도로이거나 보차분리형의 주 간선도로이다. 특히 주 간선도로는 폭이 넓고 보행

공간이 상대적으로 좁기 때문에 하나의 보행 가로 공간으로 인식되지 못한다. 게다가 가로 위계 측면에서 시장에 접근하는데 있어서 보행을 통한 접근이 어렵고, 자동차를 이용해서 접근하기에는 주차시설이 부족하다. 즉, 건물형 시장은 주변 주거지에서 보행으로 접근하기도 어렵고 차를 타고 와서 잠깐 장을 보고 가기에 편리한 가로 위계와 기반 시설을 갖추고 있지 못하다. 특히 봉천현대시장은 건물의 두 변이 모두 20m 폭의 간선도로와 접해 있고 나머지 변에 접한 도로들도 모두 내부 가로와 연결되지 못하고 다시 간선도로와 연결된다.⁶⁶⁾

가로의 연결 관계를 좀 더 객관적으로 분석하기 위해서 공간구문론⁶⁷⁾을 사용한 축선도 분석⁶⁸⁾을 진행하였다. 공간구문론에 의한 분석요소는 연결도, 통합도, 통제도, 명료도 등으로 본 연구에서는 공간구조상 중요도를 의미하는 통합도(integration)⁶⁹⁾를 주요 분석지표로 삼는다.

66) 봉천현대시장 주변 도로의 통합도 분석 결과를 보면 좀 더 명확하게 알 수 있다. [부록4] 참고

67) 공간구문론(Space Syntax)은 가로공간의 배치를 노드(node)와 엣지(edge)의 그래프로 파악하고 연결관계에 의한 각 공간의 위상학적 특징을 정량화하여 도시공간의 속성을 파악하는 이론이다.

68) 반경 500m 내에서 시장 주변 가로를 축선도로 재현하고 이것을 S-cube Analyzer v2.3 프로그램을 사용하여 분석하였다. 분석 반경에 대해서는 조형규(2006) 연구에서 반경 1Km가 가장 적합하다고 제시하고 있지만, 상권 분석에 의한 상권 범위 설정 연구 및 「유통산업발전법」에서 대형마트, SSM 등에 대한 입지 규제 범위 등을 고려하여 본 연구에서는 반경 500m로 설정하였다.

조형규, 공간구조 분석을 위한 각도가중 ERAM모델의 구축 및 적용, 서울대학교 박사학위논문, 2006

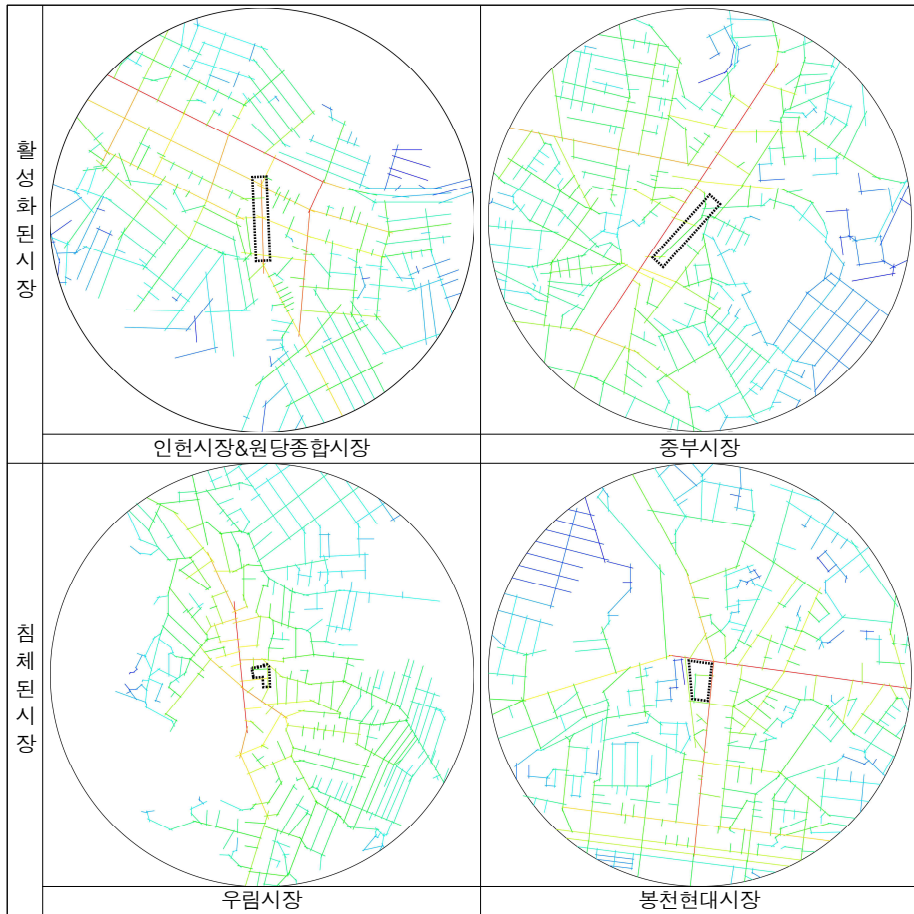
69) 통합도(integration): 임의의 공간에서 다른 공간까지 접근하기 위해 상대적인 길이와 관련한 변수로, 통합도가 높은 값을 가질수록 임의의 공간으로부터 그 공간으로의 이동의 단계가 적어지게 되고 전체 시스템의 중심에 위치하므로 다른 공간으로부터 접근이 용이하다는 것을 의미한다. 반대로 통합도가 작다는 것은 전체 시스템에서 그 공간이 분리되어 있으므로 다른 공간들에서 접근이 비교적 불리하다는 것을 의미한다.

[표 23] 시장 가로의 공간분석

		구분	Int	Int<3>
활성화된 시장	인현시장	전체 통합도 평균	1.151	1.636
		시장 가로 통합도	1.837	2.855
	중부시장	전체 통합도 평균	1.012	1.515
		시장 가로 통합도	1.519	2.450
침체된 시장	우림시장	전체 통합도 평균	0.783	1.487
		시장 가로 통합도	1.015	1.614
	봉천현대 시장	전체 통합도 평균	1.133	1.534
		시장 가로 통합도	1.389	1.708

각 시장의 축선도 분석⁷⁰⁾을 통해서 도출된 전체 통합도의 평균은 큰 차이를 보이지 않지만, 시장이 위치한 가로의 통합도에서 활성화된 시장과 침체된 시장 사이의 명확한 차이를 보인다. 특히 활성화된 시장인 인현시장과 중부시장의 가로의 통합도가 전체 통합도에 비해서 훨씬 높게 나타난다는 것을 알 수 있다. 즉, 활성화된 시장의 가로가 전체 가로에서 높은 통합도를 보인다는 점에서 가로 체계 내에서 접근이 용이한 가로라는 것을 알 수 있다. 반면에 침체된 시장인 우림시장과 봉천현대시장의 가로의 통합도는 전체 통합도 평균과 큰 차이를 보이지 않는다. 이러한 결과는 앞선 가로의 형태와 위계 관계에서 연결성이 높은 곳에 시장이 입지한다는 관찰 결과와 일치한다. [그림 24]

70) 시장 각각의 공간 분석 결과는 [부록4]을 참고



[그림 24] 축선도 분석 결과

(3) 프로그램 분포

상업시설과 연계 가능한 프로그램⁷¹⁾들을 주로 조사하여 시장을 방문하면서 같이 이용 가능한 목적 시설들의 분포 특성을 알아봤다. 우선 반경 500m 내에서 연계 프로그램의 수를 조사한 결과,

71) 상업시설과 연계 가능한 주변 프로그램은 최이명(2013)의 연구에서 실제 3,40대 주부를 대상으로 보행 행태를 분석함으로써 근린 지역 내에서 보행을 통해 방문하는 목적 시설들을 추출해 낸 결과를 기반으로 외식, 기호상품, 그린서비스, 교육 및 보육, 의료, 종교, 문화여가오락, 대중교통으로 분류하였다.

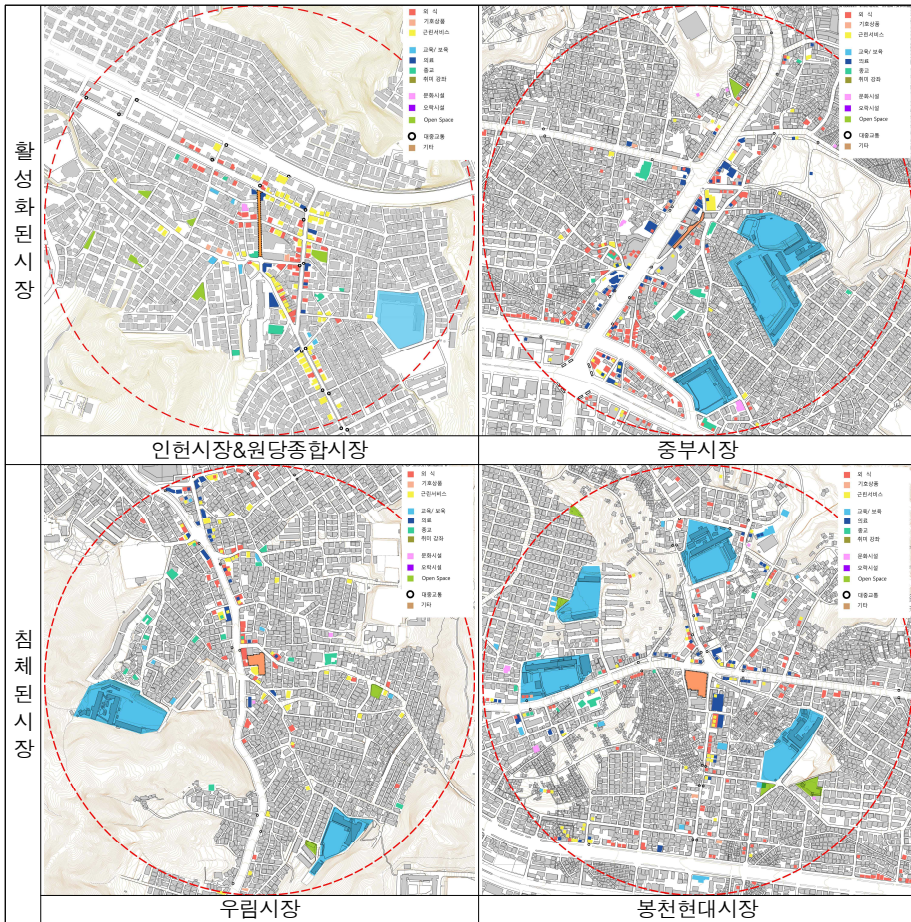
기본적으로 활성화된 시장이 침체된 시장보다 연계 프로그램이 더 많다. 인현시장은 335개, 중부시장은 306개, 우림시장은 145개, 봉천현대시장은 251개이다. 특히 ‘근린 서비스’ 관련 시설⁷²⁾에 있어서 명확한 차이를 보이고 있다. 인현시장의 경우에는 근린 서비스 관련 시설이 105개 정도이다. 반면에 우림시장은 38개 정도이다. 연계 프로그램 중에서도 근린서비스 시설측면에서 두 배 이상의 차이를 보였다.

[표 24] 연계 프로그램 수

구분	활성화 된 시장		침체 된 시장	
	인현시장	중부시장	우림시장	봉천현대시장
외식	147	149	43	96
기호상품	7	11	2	4
근린서비스	105	60	38	47
교육&보육	10	2	9	19
의료	55	52	21	43
종교	7	11	15	12
문화시설	1	5	2	4
open space	7	1	2	4
대중교통	16	15	13	22
합계	355	306	145	251

분포 특성 측면에서는 활성화된 시장의 연계 프로그램들은 시장이 위치한 가로를 포함한 주변의 20m 이하의 좁은 가로에 넓게 분포되어 있는 반면, 침체된 시장 주변에 분포된 연계 프로그램은 20m 이상의 큰 가로에 밀집되어 있다는 점에서 큰 차이를 보인다.

72) 근린 서비스 시설: 은행, 세탁소, 미용실, 사진관, 부동산, 목욕탕, 약국, 철물점



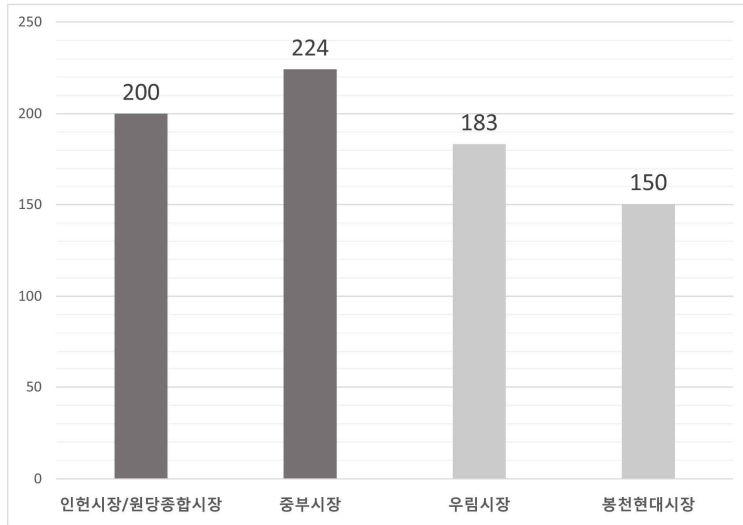
[그림 25] 연계 프로그램 분포

(4) 교차로 밀도

전통시장을 중심으로 반경 500m내에서 교차로 밀도를 측정해 본 결과 다음과 같다. 활성화된 시장과 침체된 시장 간의 극명한 차이를 보이지는 않지만, 활성화된 시장이 침체된 시장보다 교차로 밀도가 높은 것을 관찰할 수 있다. 이 결과를 바탕으로 교차로 밀도가 높으면 시장이 활성화될 수 있는 네트워크 특성이라 하기는 어렵지만, 시장이 위치한 동네의 형태적 특성이 차이가 있고, 그런 시장들 간에 활성화 정도가 다르다는 점을 해석해 낼

수 있다.

[표 25] 교차로 밀도 (개/km²)



(5) 소결

시장의 입지 특성, 가로위계와 연결성, 연계 프로그램 분포 특성, 교차로 밀도 분석 내용을 종합해 보면, 활성화 된 시장이 가지는 네트워크 환경 특성을 도출할 수 있다. 시장의 입지 특성 측면에서 대중교통-시장-배후주거지 순으로 입지 해 있으며 가로 위계와 연결성에 있어서 대중교통과 시장, 시장과 배후주거지 간의 가로 연결성이 높다는 점을 알 수 있다. 또한 대중교통과 시장 사이의 가로, 시장과 배후주거지 사이의 연결 가로에서 연계 프로그램들이 주로 배치되어 있으며 특히 근린 서비스 시설들이 많음으로써 전통 시장과 연계 프로그램들이 함께 활성화 되고 있다는 점을 알 수 있다.

따라서 시장의 입지, 가로위계, 가로의 연결성, 연계프로그램으

로 종합적으로 해석함으로써 활성화 된 시장이 침체 된 시장과 다른 네트워크 환경 특성을 가진다는 점을 이해할 수 있다.



[그림 26] 인천시장/원당종합시장



[그림 27] 중부시장

4.2.4. 가로(통로) 공간

가로형 시장의 가로의 길이를 살펴보면, 시장가로의 길이가 길수록 활성화 되어 있는 것은 아니라는 것을 알 수 있다. 활성화 된 시장인 인천시장과 중부시장은 실제로 108~152m정도⁷³⁾이고

관악구 내의 시장 중에서 그리 길지 않은 시장 가로를 형성하고 있다. 가로의 길이가 짧은 반면 주 시장가로에 연결된 가로가 많으며 그 가로 역시 시장가로와 연결성 있는 점포들이 개설되어 있다. 또한 시장 가로 내에서 개별 점포들의 연속된 좌판 및 진열대로 인해서 하나의 가로 공간을 형성하고 있기 때문에 하나하나의 개별 점포로 인식되지 않는다. 즉, 시장 전체의 장소성을 부여하는 가로 공간의 특성이라 할 수 있다.

침체된 시장은 모두 건물형 시장이기 때문에 가로 공간 보다는 통로 공간에 집중해서 살펴보면, 내부 복도로 유리나 칸막이로 되어 있고 1.2m~3m 정도의 폭을 가지고 있다. 가로형 시장의 가로와 비교하면 좁은 느낌을 가지고 있고, 내부 점포들이 좌판을 형성하는 상업시설보다는 식당이나 의류 등의 내부지향적인 상업들이 분포해 있다. 게다가 많은 부분에서 중규모 슈퍼마켓이 차지하고 있어 내부 개별 점포의 비율이 낮은 편이다.

게다가 침체된 두 시장 모두 시장 외부로 내부 상점들이 확장되는 모습을 보여준다. 내부 개별 상점 공간이 비어 있는 상태에서 시장 건물이 아닌 시장 입구가 나 있는 가로에 개별 점포들이 들어와 있거나 시장 건물에서 가로로 향해 있는 점포들만이 활발히 영업을 하고 있는 모습을 보여준다.

73) 활성화 순위별 가로 길이

3순위: 317m 4순위: 260m 5순위: 276m
6순위: 337m 7순위: 건물형 8순위: 186m
9순위: 113m 10순위: 108m 11순위: 건물형
12순위: 건물형 13순위: 건물형



봉천현대시장



우리시장

[그림 28] 침체된 시장(건물형) 내부 통로



봉천현대시장



우리시장

[그림 29] 외부로 확장된 개별 점포

4.2.5. 건축 특성

전통시장의 시설 개선 사업으로 중소기업청에서 실시한 가로형 시장의 아케이드 공사는 전국적으로 유사한 형태로 진행되었다. 특히 빗물과 햇빛을 가리기 위해서 만들어진 아케이드는 전국의 시장들이 유사한 형태로 사업이 시행되었다. 그러나 관악구 내의 실제 활성화 된 시장은 아케이드 공사가 이루어지지 않았거나 다른 형태로 진행되었다. 또한 침체된 시장의 형태는 건물형 시장으로 어떤 면에서는 빗물과 햇빛과 같은 외부환경에 영향을 훨씬 덜 받는 환경에 있지만, 활발하게 활용되지 못한다는 것은 아케이드 등의 시설들이 시장 활성화에 크게 영향을 미치지 않는다는 점을 보여준다고 할 수 있다.

개별 점포의 특성과 판매형태를 보면, 활성화 된 시장은 가로형 시장으로 외부지향 판매형과 혼합형⁷⁴⁾이 주를 이루고 있어 시장 초입에서 시장 가로를 바라보면, 한 눈에 시장 내 판매 물품을 볼 수 있다. 그리고 개별 점포의 상호나 가게 자체의 구역으로 인식 된 대기보다는 진열된 상품의 나열로 인식하면서 시장 전체가 하나의 판매 공간이 되는 효과를 가진다. 반면에 침체된 시장은 내부 공간에 유리문이나 칸막이로 개별 점포를 구획하고 있는 내부 판매형으로 통로 공간에서 시장 내부를 봤을 때 시장 내부 상품들 보다는 간판이나 내부 칸막이가 눈에 들어오는 형태이다. 내부 판매형은 통로를 지나가면서 넓은 시각으로 물품들을 보기가 어렵고 유리로 상품과 고객 사이를 어느 정도 차단하고 있는 형태이다.

74) 강헌수(1999), 개별 점포의 판매형태를 내부 판매형, 외부지향판매형, 혼합형으로 분류 하였다. 내부 판매형은 내부진열대 및 내부 계산대에서 계산하고 벽체 및 대형진열장을 가지고 폐쇄형이다. 외부지향판매형은 외부에 고객이 있고 내부에 상인이 있으며 부착식 미닫이 유리문으로 되어 있고 부분 개방형이다. 혼합형은 내·외부 진열대를 가지고 부착식 미닫이 유리문과 벽체가 없는 개방형으로 자유로운 출입이 가능한 형태이다.



인현시장&원당종합시장



중부시장



봉천현대시장



우림시장

[그림 30] 활성화 된 시장 & 침체된 시장 건축 특성

5. 결론 및 시사점

활성화 된 근린 소규모 전통시장의 도시·공간 특성은 결과적으로 시장 공간 구조에서 분명한 차이를 보인다. 활성화된 시장일수록 가로형의 공간 구조를 가지고 있고, 침체된 시장일수록 건물형 시장이 많다는 것을 알 수 있다. 이와 같은 결과는 전체 전통시장의 도시·공간 특성이라고 하기는 어렵지만, 근린 생활권에서 작동하는 소규모 전통시장에 한해서는 명확하게 나타난다. 따라서 70년대 후반부터 진행된 전통시장의 대형 건물화 혹은 실내화 사업들이 현재 근린 소규모 전통시장을 활성화보다는 침체시키는 방향이었다는 것을 알 수 있다.

또한 지역 및 상업 환경에서는 활성화 된 전통시장에서 중규모 슈퍼와 시장의 개별 점포들이 경쟁 관계를 가지기 보다는 서로 다른 상품을 판매하고, 다른 판매 전략을 통해서 상호 보완하고 있으며 시너지 효과를 내고 있다는 점을 도출해 낼 수 있다.

네트워크 환경에 있어서는 활발한 시장은 공통적으로 지하철과 배후주거지를 연결하는 최적의 가로에 위치해 있으며 동네 교통

망인 마을버스와도 연계될 수 있는 위치에 입지해 있다. 또한 가로 위계 측면에서도 보행전용 가로를 이루면서 주변 가로와 연결성이 높은 가로를 형성하고 있다. 반면에 침체된 시장은 주변 가로와 배후주거지와 단절되어 있을 뿐만 아니라 주변 가로의 위계가 주 간선도로이거나 보차혼용의 도로로 하나의 시장 가로를 형성하기 어려운 점이 있다.

가로 및 통로 환경은 내부 점포와 내부 구성 요소들에 의해서 차이가 나는데 활성화된 시장은 점포들이 외부 지향적인 진열대와 판매 형식을 취하고 있지만, 침체된 시장은 대부분의 면적이 중규모 슈퍼가 차지하고 있고 나머지 개별 점포들도 내부지향적인 상업 시설이 형성되어 있다.

마지막으로 건축 특성은 시장의 실내화 사업과 아케이드 사업 등 과 같은 시장가로의 환경을 내부화시키는 것은 근린 소규모 전통시장을 활성화 시키는데 큰 영향이 없다는 점이다. 특히 활성화 된 두 시장이 보편적인 아케이드 형태의 시장가로가 아니면서도 그러한 시설 개선을 시행한 시장 보다 더 활발하게 이용되고 있다는 점에서 알 수 있다. 결국에는 앞서 밝힌 시장의 공간구조, 네트워크 특성, 상업 환경들이 좀 더 시장을 활성화 시키는데 더 큰 영향을 주는 것이라고 해석할 수 있다.

이와 같은 활성화된 근린 소규모 전통시장의 도시·공간 특성을 도출함으로써 기존의 근린 생활권을 대상으로 하는 소규모 전통시장을 활성화 시킬 수 있는 방향이나 개선 방안을 수립하는데 필요한 특성들을 도출했다는 점에서 의의가 있다. 또한 기존의 재개발·재건축이 전통시장을 단순히 주상복합 형태나 가로 공간의 실내 공간으로 치환하는 방식에 의문점을 제시함으로써 근린 소규모 전통시장의 새로운 방향의 개선 방향으로 발전 가능성을 제시하고 있다.

그러한 점에서 앞선 활성화된 소규모 전통시장이 공통적으로 가지는 도시·건축 특성을 통해서 침체된 소규모 전통시장을 활성화시킬 수 있는 개선 방향에 대해서 제시할 수 있다. 우선 가로형 시장이 건물형 시장 보다는 좀 더 활성화 될 수 있는 시장의 형태라는 점에서 가로형 시장이 가지고 있는 공간적 요소들을 적용할 필요가 있다. 그리고 시장의 내부 공간 구성뿐만 아니라 네트워크 환경 측면에서 개선이 필요하다. 지하철과 같은 광역 교통이나 가로체계를 바꾸기는 어렵지만, 현재의 가로 체계 내에서 연결성을 높이는 방식이나 기존의 가로체계 내에서 연결성이 높은 위치를 찾아서 새롭게 형성하는 방식이 필요할 것이다.

본 연구의 한계점은 활성화 된 시장을 분석해 내는데 있어서 기존의 시장경영진흥원의 조사를 바탕으로 유동인구 조사를 보완 정리하는 방법을 채택함으로써 좀 더 실질적인 데이터를 가지고 진행하지 못한 점이다. 향후 조사 대상을 무등록 시장까지 확대하고, 설문조사에 그치는 것이 아니라 유동인구, 매출액 변화를 실제적인 정보를 조사하는 방법으로 진행한다면 좀 더 정확한 활성화 수준 분석이 가능할 것이다. 또한 본 연구에서 시장의 도시·공간 특성을 현장 관찰이나 문헌고찰을 통해서 정성적으로 해석함으로써 시장 활성화에 영향을 미치는 물리적 요인을 명확하게 알아내는데 한계점을 가진다. 향후 시장 상인 설문조사 및 시장 내 방문자의 행태 연구를 통해서 도시 공간 특성과 시장 활성화의 상관관계를 좀 더 정확하게 분석해 낼 수 있을 것이다.

참고문헌

단행본

- 박은숙, 『서울의 시장』, 서울특별시사편찬위원회, 2007
- 박은숙, 『시장의 역사』, 역사비평사, 2008
- 변명식·공경순, 『재래시장 경영론』, 학문사, 2006
- 이태진 외 8, 『서울상업사』, 태학사, 2000
- 조병찬, 『한국시장사』, 동국대학교출판부, 2004

논문 및 학회지

- 강현수, 재래시장의 현황 및 물리적 특성에 관한 연구: 시장가로의 특성을 중심으로, 대한건축학회 학술발표대회 논문집 19권 1호, 1999
- 고광성, 재래시장 활성화사업 개선방안에 관한 연구: 서울시 재래시장 사례를 중심으로, 대한민국토·도시계획학회지 논문집, 2005
- 김성우, 형태와 영역의 상호관계를 통해 본 재래시장의 거대건축구조에 관한 연구: 서울 동대문시장을 중심으로, 대한건축학회 학술발표대회 논문집 18권 2호, 1998
- 김영환, 충북지역 읍면소재 소도읍 전통시장의 물리적 환경 특성과 개선에 관한 연구, 한국농촌건축학회지 『농촌건축』 15권 2호, 2013
- 김유호, 전통시장 현대화사업이 상권활성화에 미치는 영향 연구: 시설 현대화 사업을 중심으로, 한국주거환경학회 『주거환경』 11권 3호, 2013
- 김정태, 재래시장의 재개발에서 나타난 개발 유형 특성에 관한 연구, 대한건축학회 논문집 13권 7호, 1997
- 김정태, 재래시장의 물리적 환경개선을 위한 요구도 조사 연구, 충남대학교 지역개발 연구소, 『지역개발논총』 11권, 2000
- 김종국, 한국재래시장의 유형분류와 전략적 유형정의에 관한 연구, 송실대학교

대학원 박사논문, 2008

김준환, 대형마트와 전통시장 이용행태 차이에 관한 실증 연구: 수도권 주민을 대상으로, 한국주거환경학회지 『주거환경』 11권, 1호, 2013

김타열, 대도시 공간구조측면에서 재래시장의 기능에 관한 연구, 대한국토·도시계획학회지 『국토계획』 32권 3호, 1997

김흥순, 인천광역시 재래시장의 물리적 특성에 관한 연구, 한국도시행정학회지 『도시행정학보』 12권, 1999

박근오, 재래시장의 재개발·재건축이 주거환경에 미치는 영향에 관한 연구, 대한국토·도시계획학회지 『국토계획』 38권 6호, 2003

박소연, 마을기업에 의한 전통시장 활성화에 관한 연구: 통인시장 사례를 중심으로, 한국공간환경학회지 『공간과 사회』 45권, 2013

박소현, 도시 주거지의 물리적 보행환경요소 지표화에 관한 연구, 대한건축학회 논문집 24권 1호, 2008

박천보, 도시재생 관점의 재래시장 입지 및 업종 특성 분석: 대전광역시를 중심으로 대한건축학회 논문집 24권 12호, 2008

박창호 외 2, 물리적 개선과 비 물리적 활동 간 비교를 통한 전통시장 활성화 영향요인 실증분석, 대한건축학회 논문집 29권 5호, 2013

박희영, 전통시장과 기업형슈퍼마켓(SSM) 방문객의 이용특성 비교: 서울수유시장과 중곡제일시장을 대상으로, 서울대학교 환경대학원 석사논문, 2013

변수정, 환경-행태분석을 통한 근린형 가로시장의 공간적 활용방안 연구: 대형할인점과 비교분석을 중심으로, 서울대학교 석사논문, 2004

안치호 외 2, 대형마트와 SSM의 출점이 전통시장의 매출에 미친 영향 공간적 경쟁구도를 중심으로, 한국주거환경학회지 『주거환경』 11권 2호, 2013

이창호, 시장정비사업 활성화 방안에 관한 연구: 한일 시장정비사례를 중심으로, 한국도시설계학회지 『도시설계』 9권 3호, 2008

이철규, 재래시장 활성화 사업의 개선 방안 연구 정부지원제도를 중심으로, 한국주거환경학회지 『주거환경』 5권 2호, 2007

이상준, 유희공간 활용을 통한 전통시장 정비사업 활성화 방안, 한국도시설계

- 학회지 10권 2호, 2009
- 이상준 외 2, 전통시장 유형별 활성화 방안 연구. 한국도시설계학회지 11권 3호, 2010
- 정금호, 구조방정식모형을 이용한 전통시장의 보행 만족도 분석, 대한건축학회연합회논문집, 14권 4호, 2012
- 조영달, 재래시장 활성화 방안에 대한 연구: 수도권을 중심으로, 한양대학교 산업경영대학원 석사논문, 2008
- 진양교 외 2, 거주상인의 내부적 관점에서 본 재래시장 공간의 장소적 의미: 청량리 시장과 황학동시장의 사례로, 한국조경학회지 『조경연구』 28권 1호, 2000
- 채선엽, 시장의 공간성에 관한 연구, 서울대학교 석사논문, 1982
- 최광휴, 근린 생활권 일반소매시장의 환경재선에 관한연구, 서울대학교 석사논문, 1992
- 최이명, 근린지역 내 동네형태특성과 보행생활권 형성, 서울대학교 박사논문, 2013
- 최주영, 대도시 일반 재래시장의 실태 및 재개발 현황에 관한 연구: 서울특별시를 중심으로, 대한건축학회 논문집 13권 3호, 1997
- 최주영, 대도시 일반 재래시장 유형분류 및 기본특성에 관한 연구, 대한건축학회 논문집 13권 5호, 1997
- 한상호, 소도읍 활성화를 위한 재래시장 환경개선에 대한 연구, 한국농촌건축학회 논문집 6권 3호, 2004
- 홍경구, 중소도시 현대화된 전통시장과 대형할인점과 만족도 비교분석, 대한건축학회 논문집 28권 12호, 2012

보고서

관악구 구정백서 1995~2013, 관악구청

관악, 어제 & 오늘, 2010, 관악구청

서울유동인구조사 보고서, 서울특별시, 2010

전통시장 및 점포경영 실태조사 2008~2012, 시장경영진흥원

홈페이지

소상공인 지원 포털 <http://www.seda.or.kr/>

전통시장 통통 <http://www.sijangtong.or.kr/nation.do>

통계청 <http://kostat.go.kr/>

서울 지도 <http://gis.seoul.go.kr/>

[부록1] 관악구 내 전통시장 활성화 수준 평가

구분		활성화 수준	활성화 요소					
			상인 조직	상권 매력도	시설	점포 경영	공동 마케팅	시장 운영
전체 평균	1511	49.3	53.4	52.0	52.0	48.2	28.0	58.5
서울 평균	217	48.9	49.0	51.7	48.7	48.5	30.5	61.8
관악신사시장		64.1	86.6	50.3	50.1	62.4	59.7	72.1
		B	A	C	C	B	B	A
관악종합시장		39.7	16.3	47.1	44.8	56.5	20.0	53.0
		D	E	C	D	B	E	C
낙성대 시장		51.6	58.3	55.5	42.2	55.5	20.0	72.1
		C	B	B	D	B	E	A
봉일시장		49.8	27.7	32.3	75.3	59.4	37.6	67.3
		C	E	E	A	B	D	A
봉천중앙시장		41.9	16.3	49.7	49.1	54.2	20.0	61.0
		D	E	C	C	C	E	B
봉천현대시장		48.3	16.3	72.3	47.7	46.8	20.0	84.0
		C	E	A	C	C	E	A
신림종합시장		40.3	11.1	54.9	44.2	48.4	20.0	62.2
		D	E	C	D	C	E	B
신림현대상가		35.1	24.1	32.3	48.1	44.3	20.0	40.9
		D	E	E	C	D	E	D
신원시장		72.7	86.6	52.9	76.5	81.9	74.4	63.7
		A	A	C	A	A	A	B
우림시장		40.2	11.1	47.1	39.6	54.4	20.0	67.7
		D	E	C	D	C	E	A
인현시장		57.0	73.5	58.0	44.1	44.2	49.6	69.1
		B	A	B	D	D	C	A
평귀시장		49.1	61.6	55.5	39.1	46.9	20.0	65.5
		C	B	B	D	C	E	A

주: A수준:매우활발 B수준:활발 C수준:보통 D수준:미흡 E수준:침체

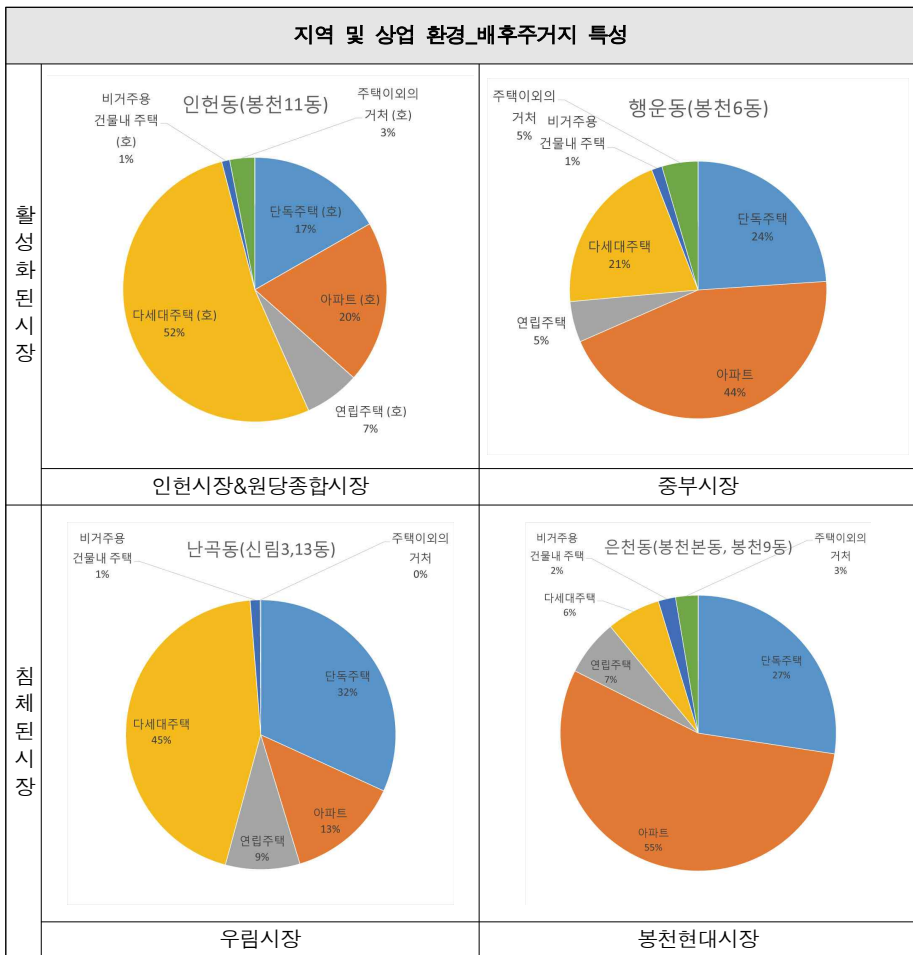
[부록2] 관악구 내 근린 소규모 전통시장 유동인구 수 조사

구분	10분당 유동인구수	시간대별 유동 인구수		
		5:30~5:50	5:50~6:10	6:10~6:30
서울 평균	62	-	-	-
관악신사시장 신림종합시장	213	377	412	488
관악종합시장 신원시장	129	212	271	291
낙성대 시장	76	124	153	177
미성동도깨비시장	74	138	147	157
봉일시장	59	100	115	137
봉천제일종합시장	207	357	400	482
봉천중앙시장	104	210	214	199
봉천현대시장	62	126	125	113
삼성동시장 신신림시장	162	332	325	558
우림시장	52	79	110	121
인현시장 원당종합시장	306	487	621	727
중부시장	301	693	557	558
팽권시장 신림중앙시장	93	171	195	191

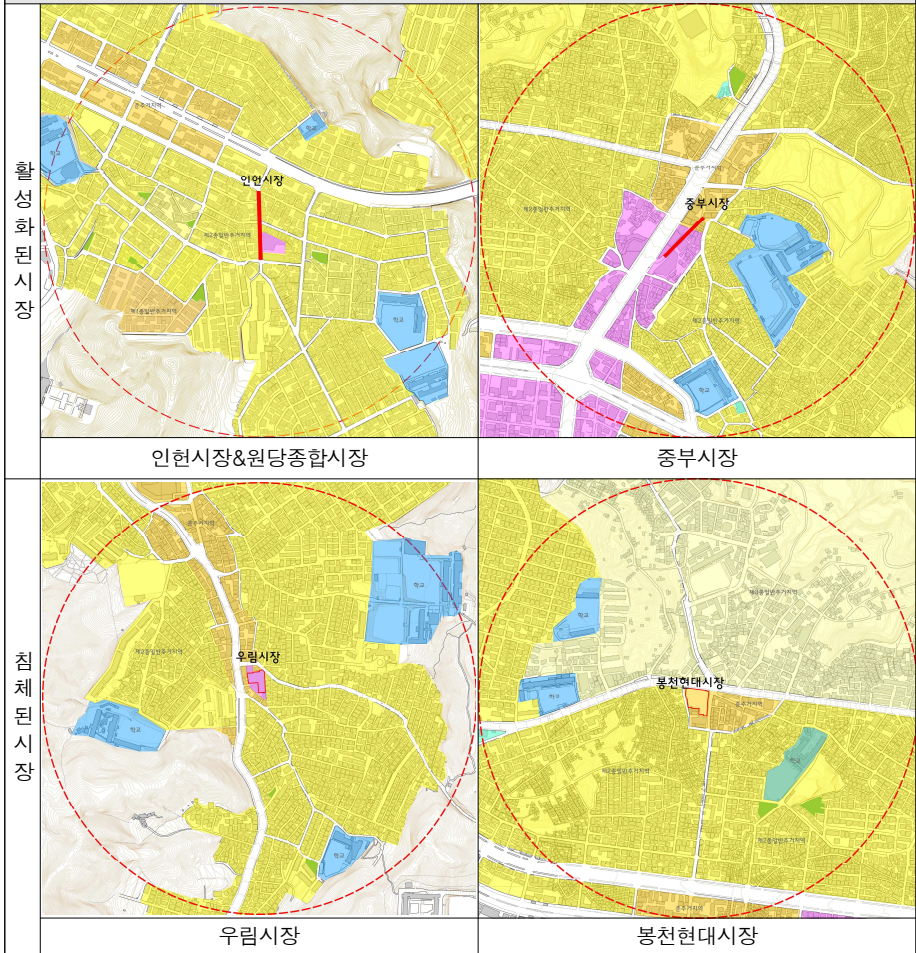
[부록3] 도시·공간 특성 분석 결과

(1) 지역 및 상업 환경

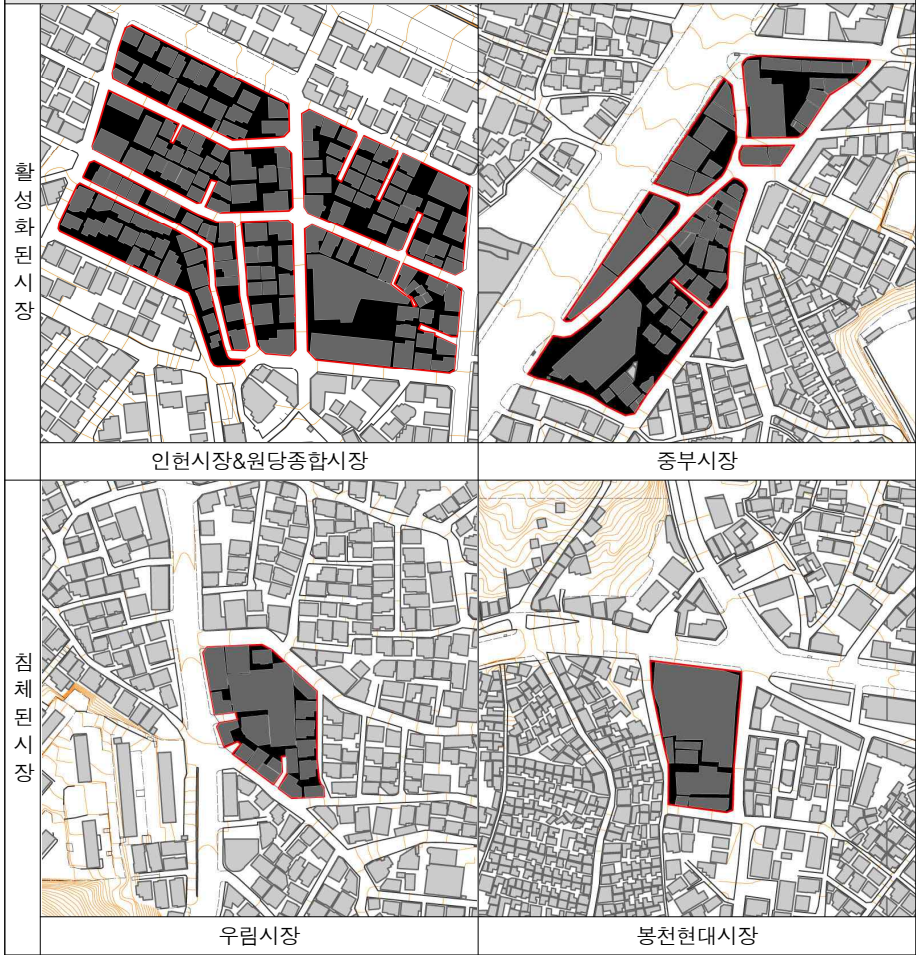
지역 및 상업 환경_인구밀도		
활성화된 시장	인현시장&원당종합시장	18,454 명/km ²
	중부시장	42,802 명/km ²
침체된 시장	우림시장	31,298 명/km ²
	봉천현대시장	45,603 명/km ²



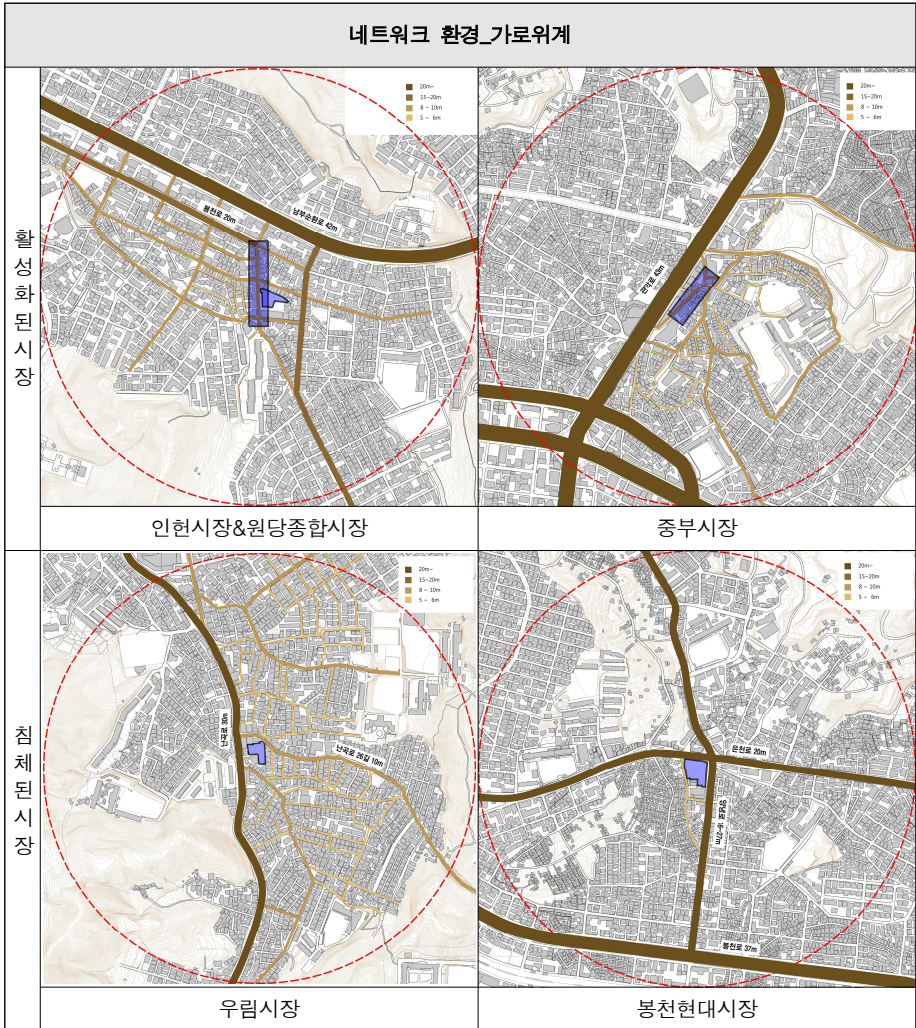
지역 및 상업 환경_토지용도



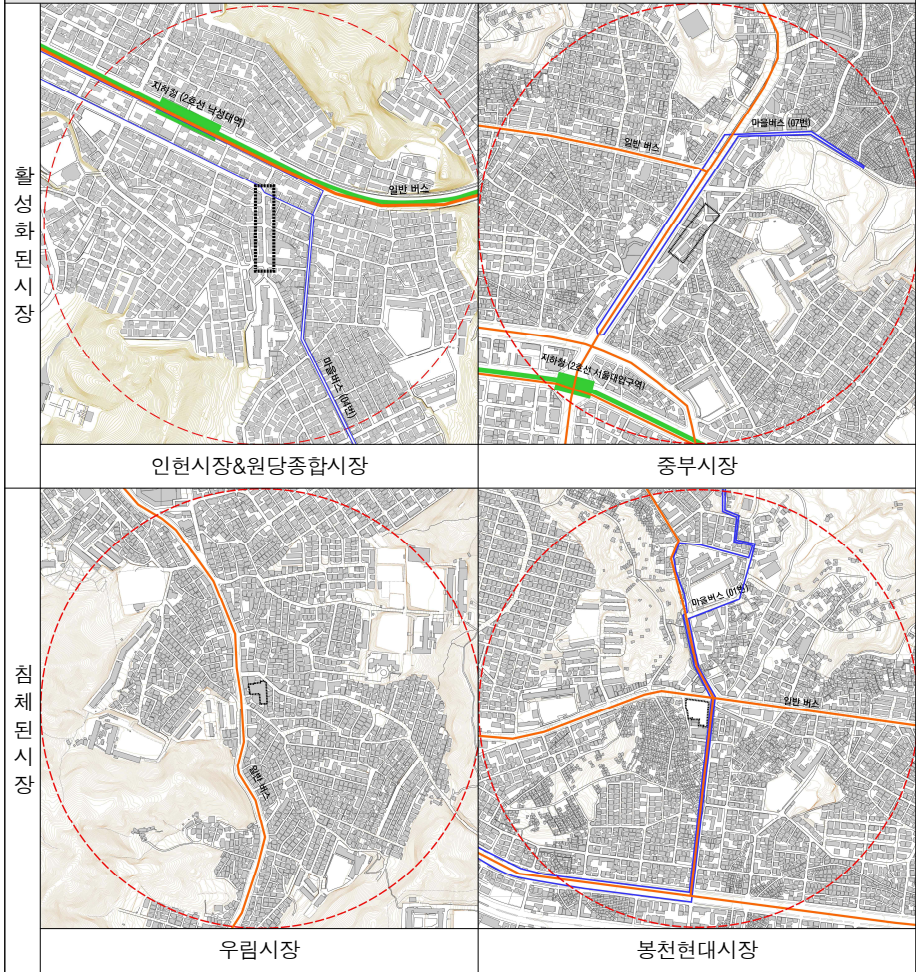
지역 및 상업 환경_블록 및 필지 크기



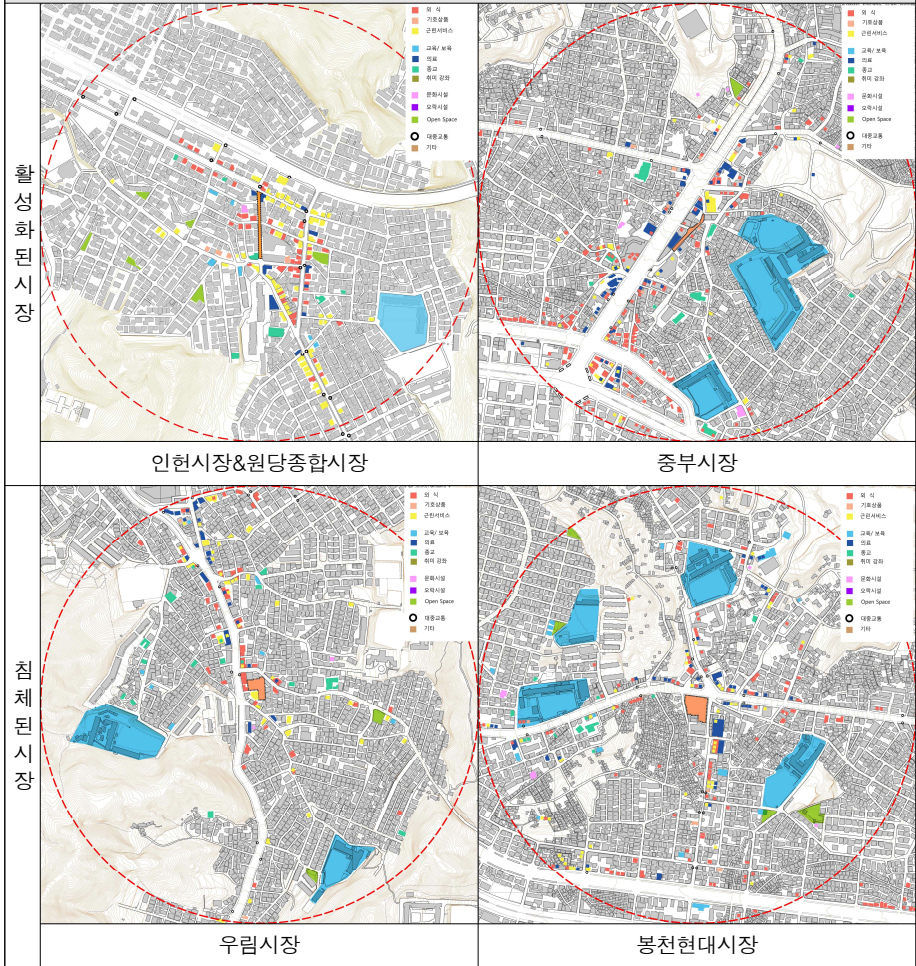
(2) 네트워크 환경



네트워크 환경_대중교통



네트워크 환경_연계프로그램

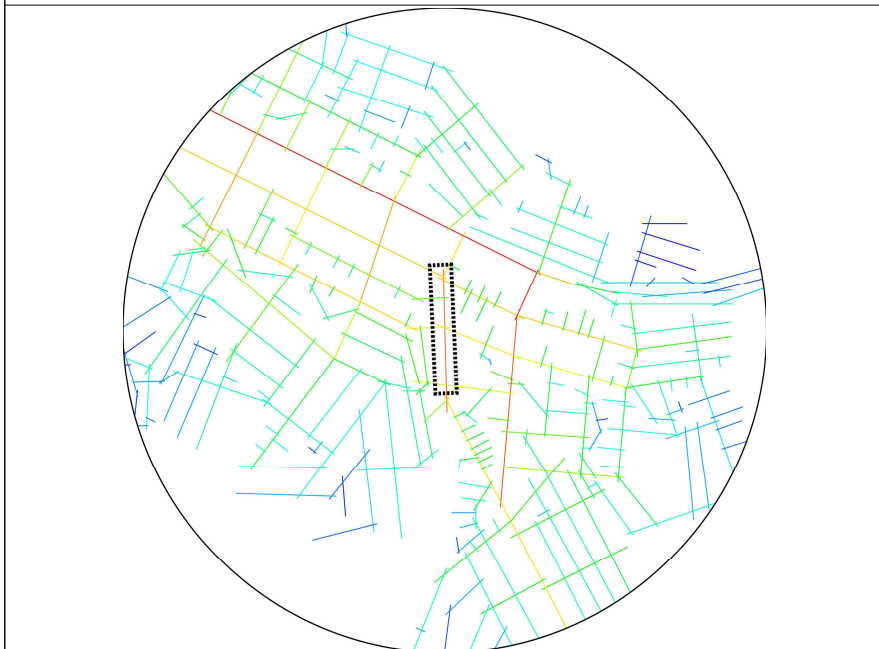


지역 및 상업 환경_교차로 밀도		
활성화된 시장	인현시장&원당종합시장	200 개/km ²
	중부시장	224 개/km ²
침체된 시장	우림시장	183 개/km ²
	봉천현대시장	150 개/km ²

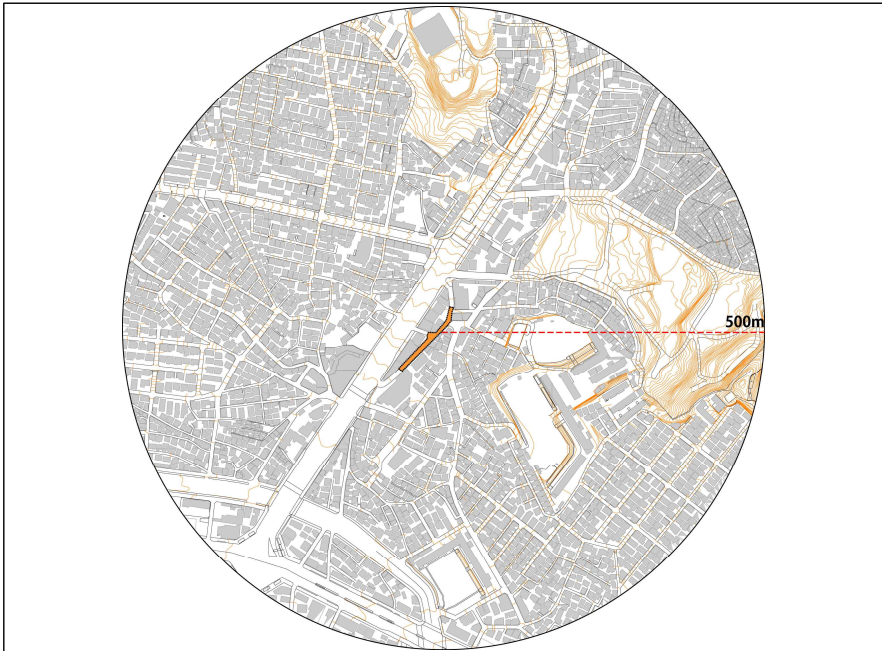
[부록4] 시장 가로 공간 축선도 분석 결과



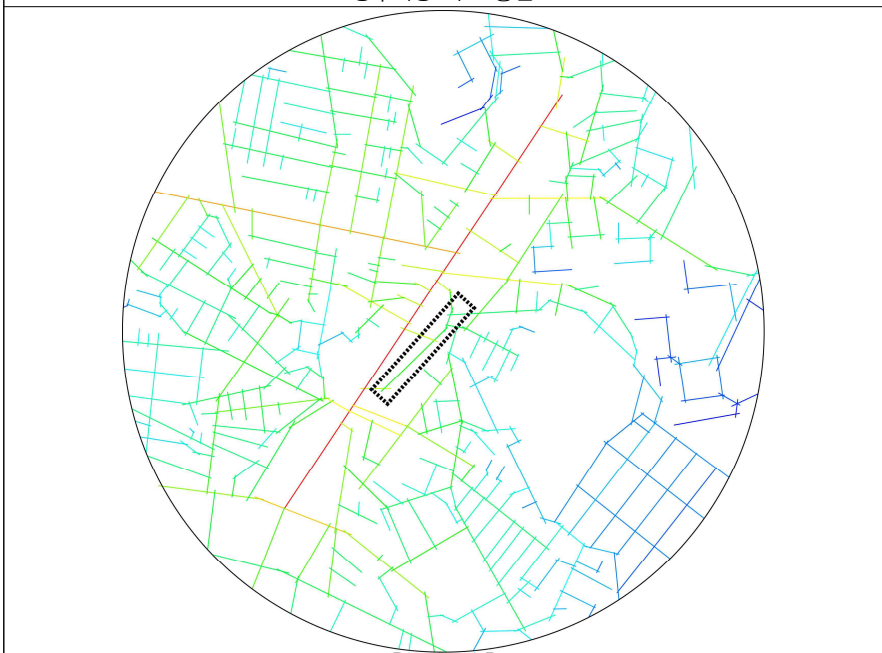
인현시장 가로 공간



인현시장 가로 축선도 분석 결과



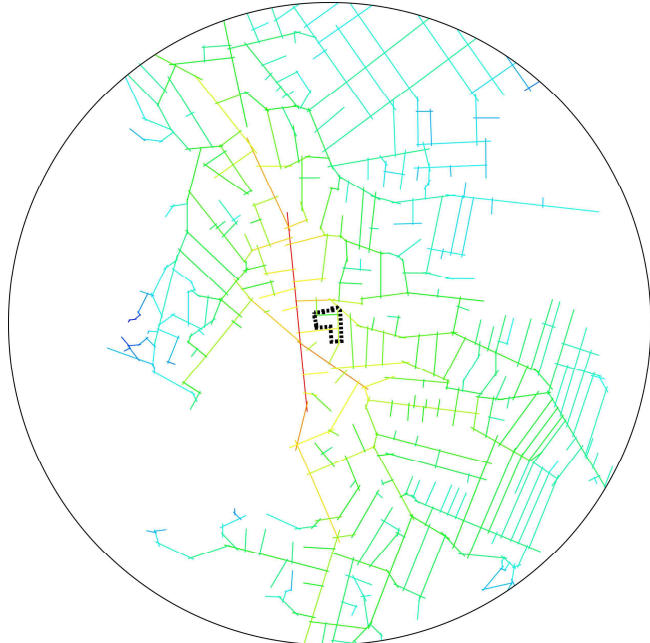
중부시장 가로 공간



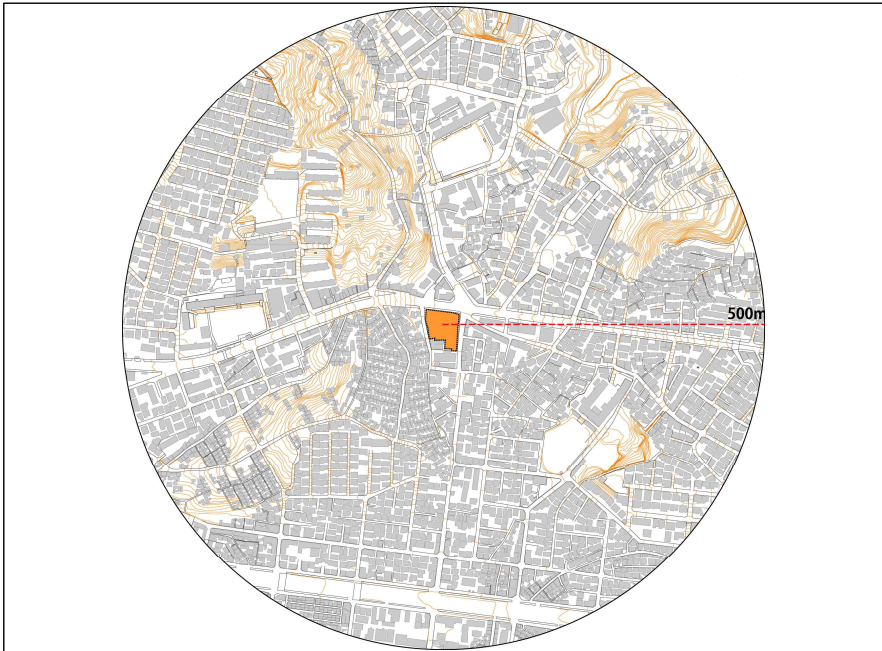
중부시장 가로 축선도 분석 결과



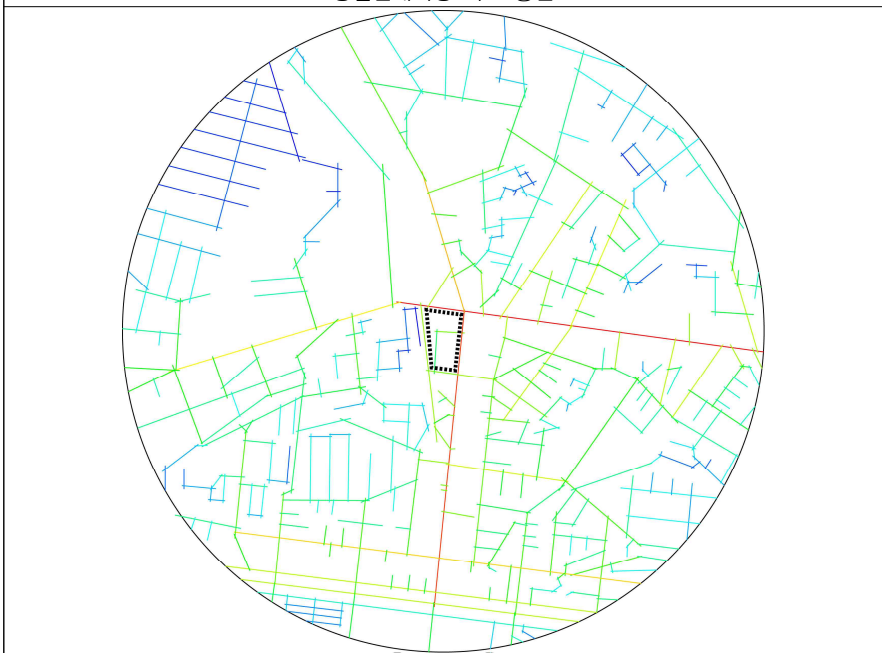
우림시장 가로 공간



우림시장 가로 축선도 분석 결과



봉천현대시장 가로 공간



봉천현대시장 가로 축선도 분석 결과

Abstract

**The Urban-Spatial Characteristics of Revitalized
Neighborhood Small-scale Traditional Market**

Park, Hana

Advised by Prof. Park. So-Hyun

Master Dissertation
Department of Architecture
The Graduate School of
Seoul National University

Due to the change of lifestyle and consumption structure of communities, small-scale traditional markets are on the decline and are losing traditional functions as neighborhood retail and commercial center. Also they have been played important role in exchanging information and communicating with neighbors.

This paper analyzes influence of the urban-spatial characteristics of physical environmental factors on the revitalization of small-scale traditional markets. For the purpose, the research focuses on the 18 small-scale traditional markets in Gwanak-gu, Seoul. The research methods include literature reviews, case studies of 18 markets, and participant observations. Detailed methods are as follows: First, classify the small-scale traditional markets by the level of revitalization. Second, by examining preceding researches and surveys of the markets, organize the urban-spatial characteristics to analyze them. For the last, analyze the

urban-spatial characteristics of revitalized neighborhood small-scale traditional markets.

The result shows that there are distinct differences of the urban-spatial characteristics of physical environmental factors between the revitalized markets and depressed markets. First, they can be distinguished by types. The revitalized markets are street-type on the other hand, the depressed markets are building-type. Second, in terms of neighborhood and commercial environment, the medium-size grocery stores are in a symbiotic relationship rather than in competition with small-scale traditional markets. They also create a synergy effect. Third, the revitalized markets are located in between residential area and subway station. It means that the revitalized markets have an active pedestrian network. Fifth, there are many outdoor display stands in the revitalized markets while the depressed markets have almost none of them. Finally, the market improvement projects such as transforming the open space into arcade space have no effect on revitalization of the markets.

This study identifies significant physical environmental factors of active small-scaled traditional markets in Gwanak-gu.

Keywords: Neighborhood Small-scale Traditional Market, Effecting Factors, Urban-Spatial Characteristics
Student Number: 2012-23124