

울산시 재래시장의 현황과 이용자 행태

김선중 · 권명희
주거환경학전공

<요 약>

재래시장은 시민경제와 직결되어 있는 독특한 구매 행태가 반영되어 있고, 동일 건물에 한정된 것이 아니라 가로와 결합되어진 일정한 영역을 점유하고 있다. 이러한 인식하에 본 연구는 사례조사를 토대로 울산시 재래시장의 실태를 파악하여 우리의 실정에 맞고 우리의 상황에 적합하고 매력적이며 활기찬 상업공간을 만들기 위한 기초 자료를 제시하는데 목적이 있다. 분석한 결과, 활성화되고 있는 울산시 재래시장은 건물시장과 가로시장이 공존하는 경우이다. 이러한 형태의 시장은 주변점포와 노점상의 조화로 활성화되어 있다. 하지만 건물시장 형태의 재래시장은 매장이 침체 되어 있고, 고객을 흡입할 핵점포가 없는 것으로 나타났다. 승용차 접근성을 위한 주차장 및 각종 부대시설 또한 미비하며, 휴점포수가 증가하는 추세와 더불어 급속한 고객감소로 현상유지가 어려운 것으로 나타났다. 재래시장을 이용하는 사람들을 대상으로 의견을 종합한 결과, 재래시장이 가지는 장점은 가격이 저렴하고 인간적 분위기를 느낄 수 있는 공간외적요인으로 나타났고, 단점은 주차시설과 환경정비문제 등 공간적 요인으로 나타났다.

A Study on the Conditions and Customers' Behavior of Traditional Markets in Ulsan

Kim, Sun-Joong · Kwon, Myung-Hee
Dept. of Housing & Interior Design

<Abstract>

The functions of the traditional markets have been declined due to the changing of social circumstance including increased income, rapid urbanization, changing of consumers' purchasing patterns, and the development of communication and transportation and pressed

from emerging of new types of retail shops.

The purpose of this study was to propose design guidelines for vitalizing neighborhood traditional markets within the city of Ulsan. To do practical study, the researchers surveyed nine markets in Ulsan. The market was analyzed the physical characteristics market, especially focusing on markets' function, and the questionnaire was used to investigate customers' behavior.

The results of this study were follows;

- 1) Most of surveyed nine markets were neighborhood type in commercial area.
- 2) The most declined traditional market was building-market. However, the vitalizing neighborhood traditional markets were composed of building-market and street-market.
- 3) The advantages of traditional markets were personal attractions and cheap goods. The weakness were parking facility and surrounding maintenance.

I. 서론

1. 연구배경 및 목적

시장이란 물건을 사고파는 행위가 이루어지는 곳으로 인간의 기본적인 성취감을 충족시켜주는 동시에 인간 상호간의 교류를 증진시키는 곳을 의미한다(이주훈 · 강건희, 2000). 특히 우리나라의 시장은 소매업의 중추적인 기능을 담당하는 공간으로 상품의 매매 활동 이외의 주민들의 정보교환, 사회적 교류 등과 같은 사회적 기능을 수행하는 중요한 역할을 하는 곳이다. 그러나 오늘날 재래시장은 소득의 증대, 도시화, 소비자의 의식변화, 교통통신의 발달 등 주변환경의 변화와 최근 근대화된 대형 소매 유통체계의 진출이 상권을 위축되게 하였다(안은정 · 신남수, 1999). 더욱이 이러한 상황은 재래시장의 시설개선을 위한 여건이 더 미비해졌고 도시기능의 약화와 더불어 사회적 문제를 야기 시키고 있다. 또한 재래시장은 상업시설이 가지는 경제적 만남의 장소 외 휴식, 오락, 레저, 문화 등 다목적 공간의 제공이 어려울 뿐만 아니라 위생적 · 행정적인 문제성을 수반하고 있다. 도로변의 노점 · 행상 등이 무질서하게 나열되고 심지어 소방도로마저 메워버리는 결과를 초래하고 있다. 또한 보행자에게 불편감을 줄 수도 있으며, 통행에도 방해가 되기도 한다. 이런 경우 비록 가격이나 거리에서 유리한 인근시장이 위생적이고 시설이 갖춰진 상가나 슈퍼마켓 혹은 백화점 · 쇼핑센터를 찾을지도 모른다.

이러한 측면에서 울산시 역시 현재 인구 110만 명을 넘어선 대도시로 성장함에 따라 등장한 백화점, 대형할인점¹⁾으로 인하여 울산시의 재래시장은 쇠락의 길을 걷고 있는 형편이다. 이 같은 재래시장은 시민경제와 직결되어 있는 독특한 구매 행태가 반영되어 있고, 동일 건물에 한정된 것이 아니라 가로와 결합되어진 일정한 영역을 점유하고 있다. 이러한 인식하에 본 연구는 사례조사를 토대로 울산시 재래시장의 실태를 파악하여 우리의 실정에 맞고 우리의 상황에 적합하고 매력적이며 활기찬 상업공간을 만들기 위한 기초 자료를

1) 현재 울산시에는 4개소의 백화점과 11개소의 대형유통업체가 있다(특히 남구와 중구지구에 3개소의 백화점과 9개 소의 대형유통업체가 있음).

제시하는데 목적이 있다.

2. 연구의 범위 및 방법

1) 연구의 범위

본 연구의 구체적인 대상이 되는 재래시장의 범위는 유통산업발전법²⁾에 근거하여 지방자치단체에 등록된 상설시장(건물시장)뿐만 아니라, 동일한 기능을 담당하고 있는 가로시장(개별점포, 노점)을 포함하는 전체 재래시장 영역을 본 연구의 시장 범위로 본다.

2) 연구의 방법

연구방법은 문헌을 기초분석한 후³⁾, 1차 공간적 특성이 반영된 관찰조사를 통해 울산시 재래시장의 현황 및 문제점을 파악하였다. 2차 재래시장을 이용하는 소비자 150명을 중심으로 설문조사를 시행함으로써 심도 있는 자료를 만들고자하였다<표 1참조>. 이와 같이 2차 설문조사연구는 재래시장의 재개발시 필요한 물리적측면만 다룬 선행연구⁴⁾와 달리 재래시장을 이용하는 고객들을 대상으로 재래시장에 대한 개선점을 파악하려는데 의의가 있는 연구라 하겠다. 조사기간은 2003년 6월 1일부터 10일에 걸쳐 조사하였으며, 수집된 자료는 Window Spss Package Program 10.0을 이용한 기술통계를 실시하였다.

<표 1> 조사내용

구 분	조 사 내 용
현황 분석 내용	<ul style="list-style-type: none"> • 위치 및 면적 • 용도지역 • 주변상황 • 입점포 및 입점율 • 주변상황 및 주차현황 • 접지도로
소비자를 대상으로 한 설문내용	<ul style="list-style-type: none"> • 재래시장을 이용하는 교통수단 및 거리와 이용횟수 • 이용하는 이유 및 주로 구입하는 품목에 관한 내용 • 재래시장에 대한 불만족한 이유 및 가장 불편한 점 • 재래시장에서 가장 시급하다고 생각하는 점에 관한 내용

2) 유통산업발전의 의하면 시장이란 ‘동일한 건물 또 용역업이 혼재되어 있는 매장으로서는 매장의 분양이 가능한 점포시설’이라 말한다. 또한 재래시장 현대화 사업에 관련하여 현재의 일반재래시장이라 함은 1980년 이전에 개설된 시장으로 시설이 노후화되어 재개발 및 근대화의 필요성이 있는 시장이나 일반시장의 일종으로 백화점, 쇼핑센터, 할인점 등 현대화된 소매기관이 아닌 것이라고 정의하기도 한다.

3) 재래시장의 개념과 울산시 백화점 및 대형유통업체의 개소, 재래시장의 시설규모 및 설문조사의 분석기준, 그리고 이론적 시장규모는 선행연구에 의한 것이며, 각 내용은 각주에 제시하였다.

4) 최주영·최무현(1998), 최주영·양동양(1997), 김정태·오덕성(1997), 강현수·임창복(1999), 김재형·권태문(2001) 등

Ⅱ. 재래시장의 실태조사 및 분석

1. 대상지 선정

울산시 재래시장의 제반 문제점을 파악하기 위하여 관심연구대상지인 남구, 중구지역에 상권을 가진 곳을 우선적으로 선택하여⁵⁾ 예비조사를 실시하였다. 조사 결과 70~80년대 사이에 형성된 곳, 재래시장의 기능에 영향을 주는 대형소매점(백화점 및 대형유통업체)이 많이 등장한 곳, 개설허가를 받은 건물시장으로 형성되어 있는 곳, 건물시장과 가로시장이 공존하고 있는 곳 등을 기준으로 하여 울산시의 남구지역 5개소, 중구지역 4개소를 선정하였다.

<표 2> 대상지 선정

지역별 시장명	남구					중구			
	신정시장*	신정평화 시장	야음시장*	무거시장	수암시장*	코코타운 시장	선우시장*	신중앙 시장	성남프라자 시장
위치	신정1동 630-1	신정2동 1600-3	야음1동 815-22	무거동 825-1	야음3동 690-1	학산동 75-1	남외동 385-2	학산동 47-10	성남동 190-239
개설일	1970.3.13	1985.7.2	1976.3.20	1922.2.17	1970.3.13	1994.4.17	1981.10.5	1997.11.24	1992.12.14
공존 형태	건물시장 +가로시장	건물시장	건물시장 +가로시장	건물시장	건물시장 +가로시장	건물시장	건물시장 +가로시장	건물시장	건물시장
대형 소매점	H백화점, L백화점 2개소와 A, H, E, L, A대형유통업체5개소					H백화점W, H, C, M대형유통업체4개소			

2. 시설규모 및 현황

재래시장의 현황분석 내용은 선행연구(안은정·신남수, 1999)를 참고하여 위치 및 면적, 용도지역, 주변상황, 접지도로, 입점포 및 입점율, 주변상황 및 주차현황을 중심으로 분석하였다<표 3참조>.

5) 울산시 시장은 31개소가 있으며, 구별로는 상업이 가장 활발한 중구지구에 10개소, 남구지구에 9개소, 농구에 9개소, 읍 지구에 3개소가 있다.

<표 3> 재래시장 시설규모 및 현황

지역별 시장명	남구					중구			
	신정시장*	신정평화 시장	야음시장*	무거시장	수암시장*	코코타운 시장	선우시장*	신중앙 시장	성남프라자 시장
대지면적	1,033.1	1,198	2,181.2	1,307.1	2,205	2,818	2,634	2,205	3,085
연면적 (㎡)	1,668.38	2,417.27	5,29.99	3,361.12	1,428	6,756	3,432	8,908	12,056
매장면적 (㎡)	1,530	1,577.2	4,490.28	2,905.54	2,905.54	4,982	3,179	5,960	6,402
용도 지역	일반상업 지역	일반상업 지역	일반상업 지역	일반상업 지역	일반상업 지역	일반상업 지역	일반상업 지역	일반상 업 지역	일반상업 지역
입지 상황	도심을 관 통하는 도 심교통의 입체망을 형성->대 중교통 원 활함	주변 상 가들의 활동이 활발하지 못함	상가 건물 의 낙후, 위 생 및 환경 열악, 주변 에 골목시 장형태	대학교 앞 과 무거로 터리 상권 력에 밀려 시장이 활 성화 되지 못함	주변의 노 점상 및 골목시 장이 상 가의 명 맥을 유 지하고 있는 상 황	삼성홈 플러스 입 점으로 위기감 고조	주상복 합 건물 과 골목 시장으 로 구성	타 시장 에 비해 노점상 이 거의 없음. 대중교 통을 이 용하기 불편	젊은 층 이 많이 분포 는 주변 지역과 연결 되어 있 으나 상 가건물 내의 침 체
접도 상황	4면도로	2면도로	4면도로	3면도로	1면도로	3면도로	4면도로	3면도로	1면도로
점포수*	124	119	100	24	59	263	31	378	678
입점율(%)	95	70	95	90	95	3	100	90	44
문제점	거리의 노 점상에서 활발한 구 매 활동이 이루어짐 ->무질서	건물 내 공실점포 가 확산 됨	주차시설 및 건물의 노 후화와 인 해 고객 이 급속도 감소, 업 종의 다양 성과 전문 성이 부족	고객을 유 인할 만한 매력적인 업종이 없 음	인근에 대 형 유통시 설로 상권 경쟁력 상 실, 고객 흡수할 해 점포 부재	구역전시장 이 활성화 되어 있고 상가 건물 안은 공실 점포가 대 부분임	주차시설 의 미비함, 상가 건물 내부 상권 이 약함	구 중앙 시장의 신 축으로 일 부 전해 감	고객을 유 인할 매력 적인 업종 이 없음-> 고객 접근 이 낮음
종합분석	<ul style="list-style-type: none"> · 재래시장의 주변에는 많은 노점상이 자리하고 있음. ->재래시장의 점객능력을 강화시키기도 하지만 이용자의 통행에 불편을 주는 요인으로 작용하기도 함. ->비상차량의 진입을 위한 통로가 대부분 상품진열 등으로 이용되고 있어 안전성이 문제가 됨. · 남구지역의 재래시장 건축물은 노후화된 건물이어서 안전성 측면에서 취약한 실정임. · 고객의 접근성을 향상시킬 수 있는 주차장의 부족->전체적인 시장의 혼잡을 가중. · 재래시장은 소비자의 상업공간 선호도의 변화와 환경 질에 대한 욕구의 상승을 감안할 때 다양한 공간구성 및 쾌적성을 향상시킬 수 있는 시설계획이 없음. 								

*조사된 재래시장 중 면적에 따라 분류하면 대규모의 도시형 상업시설의 규모를 갖추고 있는 시장은 1개소이며 (남구지구에 있는 신정시장)이며, 지구형 상업시설은 3개소가(중구지구의 코코타운시장, 성남프라자, 신중앙시장)이다. 그 외 5개소는 소규모의 근린형 상업시설의 범위에 있음.

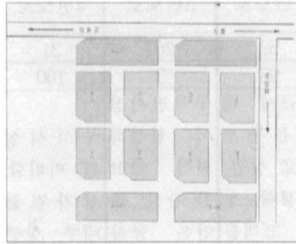
**조사한 재래시장 9개소 중 현재 활성화되고 있는 재래시장은 건물시장과 가로시장이 공존하는 도시형 시장 1개소(남구의 신정시장)와 근린형 시장 3개소(남구의 수암시장과 야음시장, 중구의 선우시장)가 있음.

1) 신정시장

신정시장은 도시계획상 용도지역이 일반상업지역에 위치하며 건물시장과 주변점포와 노점으로 구성된 가로시장이 공존하고 있는 시장이다.

시장의 주변 환경을 살펴보면, 4면의 점도상황이면서 도심을 관통하는 교통 입체망을 형성하고 있어 대중교통을 이용하기에 편리한 위치에 있다. 그리고 신정시장은 각종 관공서가 밀집된 배후주거지에 있는 대표적인 재래시장의 면모를 갖추고 있는 시장이다. 그러나 건물시장은 70년도에 개설된 2층 구조로서 대지면적 1,033.1㎡(313.1평), 건축연면적 1,668.4㎡(505.6평), 매장면적 1,530㎡(463.6평)이다.

시장을 면적에 따라 분류할 때, 신정시장은 건물만보면 소규모의 근린형 시장⁶⁾이지만 건물시장 주변에 존재하는 개별점포나 노점을 포함하면 28592.99㎡(8,664.5평)로 대규모의 도심형 시장이다. 신정시장 124개의 주변점포 중 입점율이 95%의 수준으로 남구지역의 재래시장 가운데 가장 규모가 크며, 타 시장에 비해 비교적 거래가 활성화되어 있는 상태이다. 그리고 업종이 다양하지 않은 신정건물시장 내⁸⁾와 달리 주변 점포와 거리의 노점상에서는 소비자의 접촉이 자연스럽게 이루어지고 구매 목적이 없는 소비자라도 소비하게 되는 다양한 업종분포로 넓은 상권을 형성하고 있다. 따라서 재래시장은 단일 건물 하나가 아닌 주변 가로 시장까지 고려한 계획이 필요함을 보여준다.



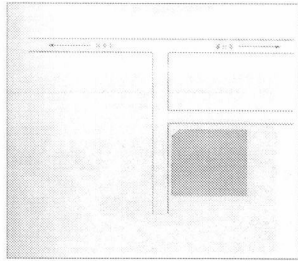
<그림 1> 신정시장 4면도로 및 거리의 노점

2) 신정평화시장

신정평화시장은 일반상업지역에 위치한 건물시장으로 1978년에 개설되어 주거지 한 가운데 입지하고 있다. 지하1층 지상 2층 구조로 된 건물은 대지면적 1,198㎡(363평), 연면적 2,417.3㎡(732.5평), 매장면적 1,577.2㎡(477.9평)로 총 점포수가 119개로 70%의 입점율을 보이나 현재 공점포가 확산되어가고 있다.

- 6) 이주훈·강건희(2000), 재래시장의 재건축 계획기법에 관한 연구, 대한건축회지 학술발표논문집 제20권 제1호, p196.
- 7) W. Burns의 규모기준에 의한 4단계유형의 분류한 틀을 기준으로 분석한 결과임. 4단계유형은 도심형시장(5,000평이상), 지역형시장(2,000-3,000평), 지구형시장(1,500 -2,000평), 근린형 시장(1,000평)으로 나누어진다.
- 8) 신정시장의 업종분포비율을 살펴보면 식품업종 33.1%, 잡화 및 기타 30.5%, 음식점 13.8%의 비율을 보였다.

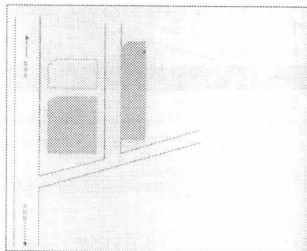
신정평화시장의 가장 큰 문제는 건물시장임에도 불구하고 고객을 위한 편의시설인 주차 시설이 전혀 마련되어 있지 않다. 이러한 문제는 인근 주민들의 주거 환경을 더 악화시키고 있고, 시장을 찾는 고객수가 현격하게 감소하고 있어 상권력이 상당히 축소되고 있다. 특히 일요일에는 거의 모든 상가가 철시하고 있으며, 번영회 및 점포주들의 모임이 활성화 되지 못하고 상인들 역시 의욕이 상실된 상태이다.



<그림 2> 신정평화시장 2면도로 /건물시장 입구

3) 야음시장

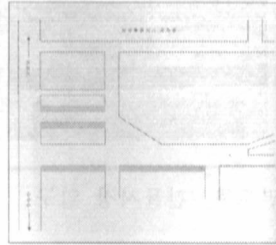
야음시장은 일반상업지역으로 대지면적 2,181.2m²(660평), 건축연면적 5,29.99m²(160평), 매장면적 4,490.28m²(1360평)로 상가건물시장 및 골목시장 형태를 갖춘 근린형 규모의 재래시장을 형성하고 있다. 건물시장은 1976년에 개설된 것으로 1960년대 공업단지 지정에 의한 부곡동 석유화학단지 개발로 유입 인구 증가를 가져와 대단위 주거지의 배후 상권으로 야음사거리 4차선 대로변에 개설되어 의류, 일반음식점, 식료품, 일반주점이 성업하고 있다. 그러나 현재는 유입인구보다는 유출인구가 많아 업종의 다양성과 전문성이 부족하고 식료품 중심의 동네시장으로 전락위기에 있다. 건물 내에는 횡집을 비롯하여 다양한 업종이 있지만 주차시설 및 건물의 노후화로 인해 고객이 급속도로 감소하고 있는 추세이다. 그리고 상가건물의 공점포는 거의 없지만(전체시장의 점포수 100개 중 입점을 95%) 최근 주변 대형할인점 입점을 계기로 위기감이 고조되고 있다



<그림 3> 야음시장 4면도로 /건물의 낙후

4) 수암시장

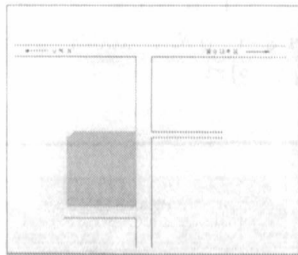
수암시장은 대표적인 건물상가의 형태를 갖추지 못하고 주변점포와 노점으로 이루어진 골목시장형태의 가로시장이면서 근린형 규모의 재래시장이다. 수암시장은 1970년 3월 13일에 개설된 시장으로 대지면적 2,205㎡(668평), 건축연면적 1,428㎡(432.7평), 매장면적 2,905.54㎡(880평)인 일반상업지역에 위치한다. 이 시장주변에는 유동인구 증가⁹⁾로 인해 재래시장의 상권이 살아날 수 있는 잠재력이 가장 큰 시장중의 하나이다. 그러나 인근의 삼성 홈플러스 입점으로 위기감이 고조되고 있어 그 대책 마련이 시급한 실정이다.



<그림 4> 수암시장 1면도로 /노점상 및 골목시장

5) 무거시장

1992년에 설립된 무거시장은 무거동 택지개발을 통한 대단위 주거지 밀집으로 상업기능을 도모하기 위해 울산상고로 연결되는 2차선 대로변의 경남은행 무거점을 중심으로 위치한 주상복합형 건물이다.



<그림 5> 무거시장 3면도로 /시장건물 내부

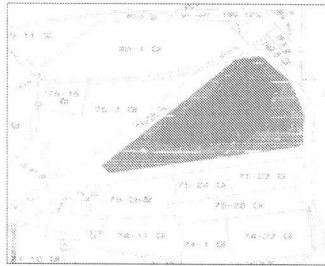
무거시장은 대지면적 1,307.9㎡(396평), 건축연면적 3,361.12㎡(1,018평), 매장면적 2,905.54㎡(880평)로 재래시장이라기보다는 일반상가의 틀을 유지하고 있으며, 현재 무거시장 주변

9) 울산광역시 공동주택건설현황(2003년 12월 현재)에 의하면 1996년 야음동부아파트 1504세대수, 1999년-2001년 기간 동안 현대홈타운의 4107세대수 등 대단지 아파트 등장으로 유입인구가 증가함을 보여준다.

에 활성화된 5일 정기시장과 울산대 앞 상권과 무거로터리 상권력에 밀려 시장이 활성화 되지 못하고 있는 실정이며, 대단위 주거지 일상생활용품 업종 중심으로 상권력이 약한 독립된 상업기능을 유지하고 있다.

6) 코코타운 시장

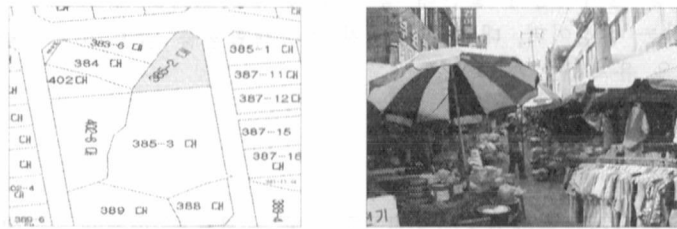
코코타운시장은 기존 역세권중심으로 점포 및 노점으로 형성된 구 역전시장의 협소화로 인해 1994년에 설립된 지구형 규모의 주상복합형 시장이다. 일반상업지역에 위치한 이 건물시장은 대지면적이 2,818㎡(853평), 건축연면적 6,756㎡(2,047평), 매장면적 4,982㎡(1,509평)로, 총 점포수 263개 중 3개의 입점하여 공실점포가 대부분이다. 그리고 길 건너 대형유통시설 입점 및 인근 할인점 등으로 위기감을 해결할 수 있는 대책이 필요하다고 본다.



<그림 6> 코코타운시장 3면도로 /공실점포현황

7) 선우시장

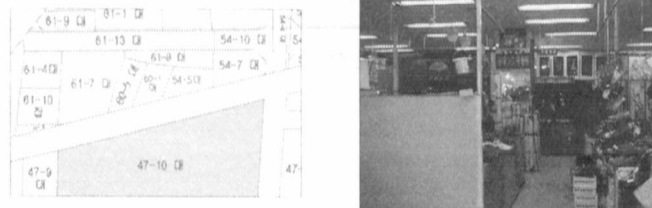
선우시장은 중구지역에 있는 재래시장 중 가장 활성화되어 있다. 그 유형은 주상복합 건물시장과 주변점포(33개 점포)로 형성된 근린형 규모(4596.01㎡, 1,392평)를 갖춘 재래시장이다. 주상복합건물은 대지면적 2,634㎡(798평), 건축연면적 3,432㎡(1,040평), 매장면적 3,179㎡(963평)으로 기존의 점포수 210개에서 유니콘마트의 핵점포 입점(1개 점포)과 이에 연계된 식육점, 약세서리점 (4개 점포)등 총 5개 점포의 업종을 재배치하여 주상복합의 특성화 시작단계에 있다. 그러나 시장공공시설과 서비스 시설이 부족하며 주차장 및 편의시설이 특히 부족한 실정이다.



<그림 7> 선우시장 4면도로 /주상복합건물 및 골목

8) 신중앙시장

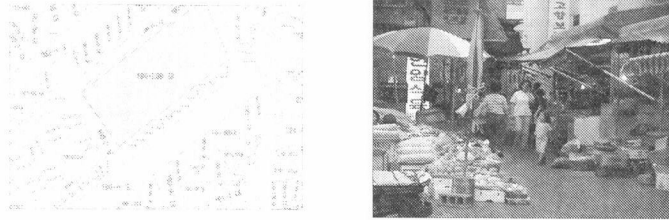
신 중앙시장은 일반상업지역에 있는 건물시장으로 대지면적 2,205㎡(668평), 건축연면적 8,908㎡(2,699평), 매장면적 5,960㎡(1806평)인 지구형 규모의 시장이다. 건물내부의 점포수는 총 378개로 입점율 90%을 나타내고 있으나 구 중앙시장 신축으로 일부 이전해나간 상태이며 대중교통을 이용하기 불편한 곳이다. 신중앙시장은 골목시장형인 구 중앙시장과 가까운 거리에 위치하며 배후지에 근린형 전자유통 상점이 있다.



<그림 8> 신중앙시장 3면도로 / 내부환경

9) 성남프라자시장

성남프라자는 대지면적 3,085㎡(934평), 건축연면적 12,056㎡(3,653평), 매장면적 6,402㎡(1,940평)이며, 1992년에 화재로 인하여 재건축한 건물시장이면서 지구형 규모를 갖추고 있다. 이 시장은 구도심의 중심지 일부에 속하며, 주변지역에는 젊은 층이 많이 분빈다. 그러나 성남프라자는 고객 접근이 매우 낮고 건물 내 공실점포가 거의 절반 이상으로 나타난다.



<그림 9> 성남프라자 시장 4면도로 /주변환경

3. 업종별 분포현황

본 연구의 업종분류는 선행연구(박홍석·채병선, 1997 ; 강현수·임창반적으로 시장영역 내에서 취급하는 상품종류를 업종특성으로 재분류하여 사용하였다.<표 4>에서와 같이 각 시장의 업종을 분석한 결과 울산시 재래시장 대다수는 생식품을 중심으로 한 식품류와 생활필수품인 편의품위주의 상품을 판매하고 있었다. 특히 남구지역에 있는 재래시장은 식품, 의류 업종이 차지하는 비율이 50%이상으로 나타나 블록별 특성화가 요구된다.

건물시장과 가로시장을 포함하는 재래시장은 식품업종이 높은 비율을 보이고 있으며(남구지역의 신정시장 33.1%, 야음시장 45.2%, 수암시장 40.0%, 중구지역의 선우시장 33.3%), 건물시장으로만 이루어진 재래시장 5개소 중 4개소는 타 업종보다 의류 업종이 높은 비율을 보이고 있다(남구지역의 신정평화시장 47.5%, 무거시장 66.6%, 중구지역의 코코타운시장 25.0%, 신중양시장 54.6% 성남프라자 시장 44.8%) 특히 성남프라자와 코코타운시장은 상권의 침체로 인한 공실점포가 증가하는 추세여서 상권을 활성화시킬 수 있는 업종이나 브랜드개발이 시급하다 하겠다.

<표 4> 재래시장 업종분포

지역 별 시장	남구									중구						비고(업종별 상세구분)			
	신정 시장*		신정 평화 시장		야음 시장*		무거 시장		수암 시장*		코코 타운 시장		선우 시장*		신중앙 시장		성남 프라자 시장		
분류	점 포 수 (호)	구 성 비 (%)	점 포 수 (호)	구 성 비 (%)	점 포 수 (호)	구 성 비 (%)	점 포 수 (호)	구 성 비 (%)	점 포 수 (호)	구 성 비 (%)	점 포 수 (호)	구 성 비 (%)	점 포 수 (호)	구 성 비 (%)	점 포 수 (호)	구 성 비 (%)	점 포 수 (호)	구 성 비 (%)	
식품	108	33.1	13	32.5	42	45.2	5	15.2	36	40.0	1	12.5	11	33.3	89	26.1	0	0.0	농축산물, 방앗간, 식품, 슈퍼, 건어물 등
의류	74	22.6	19	47.5	9	9.6	22	66.6	6	6.7	2	25.0	5	15.1	186	54.6	139	44.8	의류, 속옷, 수선, 침구류 등
음식 점	45	13.8	3	7.5	12	12.9	1	3.0	15	16.6	0	0	12	36.4	10	2.9	3	0.9	분식, 순대, 회집 등
잡화	42	12.8	2	5.0	14	15.1	2	6.1	16	17.8	5	62.5	3	9.1	28	8.2	54	17.5	귀갑속, 화장품, 신발, 문구 등
약제	0	0.0	1	2.5	0	0.0	1	3.0	0	0.0	0	0.0	0	0	0	0	0	0.0	약제, 특산물 등
생활	0	0.0	2	5.0	0	0.0	2	6.1	0	0.0	0	0.0	2	6.1	28	8.2	114	36.8	가구, 주방용품, 인테리어 등
의료	0	0.00	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	약국 등
기타	58	17.7	0	0	16	17.2	0	0.0	17	18.9	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	기타
합계	327	100	40	100	93	100	33	100	90	100	8	100	33	100	341	100	310	100	

*건물시장과 가로시장이 공존하는 경우 주변점포 및 노점상 업종 모두를 포함하였음.

III. 재래시장 이용자 설문조사

1. 연구방법 및 조사대상

우리 재래시장은 아직까지는 전체 이용도가 높은 곳이므로 도시생활에서 절대 부족한 오픈스페이스를 제공하면서 거래의 장소, 만남의 장소, 대화·휴식의 장소, 구경장소로서의 기능을 연출한다면 현재의 시장공간의 이론적 배경과 실질적인 재래시장의 격차를 소비자의 입장에서 고려해 볼 필요가 있을 것이다.

이에 본 연구는 재래시장을 이용하는 소비자 입장에서 분석하고자 연구자는 2003년 6월 재래시장에 직접 방문하여 재래시장을 이용하는 소비자들 대상으로 이용실태 및 이용의식에 관하여 설문조사를 실시하였다. 이용실태에 관한 문항은 재래시장을 이용하는 교통수단 및 거리, 이용횟수, 이용하는 이유 및 주로 구입하는 품목에 관한 내용으로 구성하였으며, 이용의식에 관한 문항은 재래시장에 대한 불만족한 이유 및 가장 불편한 점 그리고 재래시장에서 가장 시급하다고 생각하는 점에 관한 내용으로 구성하였다.

조사에 사용된 설문지는 160부이며 회수된 설문지 150부는 분석 자료로 활용하였다. 본

연구의 조사대상은 물건을 장만 하느라 바쁜 소비자들이므로 설문조사는데 어려움이 있었고, 조사대상지마다 고른 분포로 설문조사하여 그 결과를 종합·비교 분석하지 못한 한계점을 가지고 있다. 그러나 소비자 입장에서 본 재래시장 현황을 파악하는데 기초 자료가 될 것이다.

2. 결과분석

1) 재래시장 이용자의 일반적 특성

재래시장 이용자의 사회·인구학적 특성에 관해서는 성별, 연령, 직업, 월평균 소득으로 나누어 살펴보았으며, 주거 특성에는 현 거주지, 주택형태 및 주택소유형태로 나누어 살펴보았다. 성별은 여성의 비율이 85.3%로 높게 나타나고 있어 재래시장을 주로 이용하는 고객은 여성이며 특히 전업주부가 가장 많았다(54.8%). 남편과 부인의 연령을 살펴보면 40대가 가장 많은 것으로 조사되었다(50.0%, 41.3%). 남편의 직업은 자영업(38.1%)이 가장 많았고, 그 다음으로 사무직 및 관리직(28.6%)의 순으로 나타났다. 가계의 월평균 소득은 100만원 이상~200만원 미만인 45.7%, 100만원 미만(25.9%), 200만원 이상~300만원 미만(22.2%)의 순으로 나타났다<표5 참조>

<표 5> 재래시장 이용자의 일반적 특성

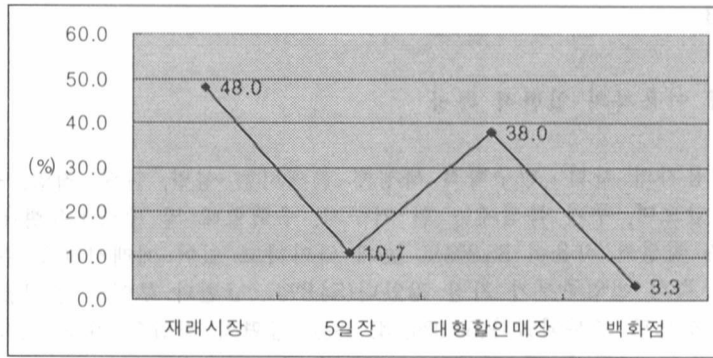
n=150

구분	빈도		구분		빈도		
			남	여			
현 거주지	남구	103(68.7)	연 령	20대	0(0.0)	7(5.6)	7(4.4)
	중구	39(26.0)		30대	1(4.5)	20(15.9)	21(14.2)
	동구	8(5.3)		40대	11(50.0)	52(41.3)	63(42.6)
	계	150(100.0)		50대	8(36.4)	41(32.5)	49(33.1)
성별	남	22(14.7)	60대	2(9.1)	6(4.8)	8(5.4)	
	여	128(85.3)	계	22(100.0)	126(100.0)	148(100.0)	
	계	150(100.0)					
월평균 소득	100만원 미만	21(25.9)	직 업	전업주부	2(9.5)	69(54.8)	71(48.3)
	100만원 이상~200만원 미만	37(45.7)		판매·서비	2(9.5)	34(27.0)	36(24.5)
	200만원 이상~300만원 미만	18(22.2)		스직	0(0.0)	1(0.8)	1(0.7)
	300만원 이상	5(6.2)		생산직	0(0.0)	1(0.8)	1(0.7)
계	81(100.0)	사무직		2(14.3)	5(4.0)	8(5.4)	
주택 형태	단독주택	49(32.7)		전문직	1(4.8)	6(4.8)	7(4.8)
	아파트	80(53.3)		관리직	3(14.3)	1(0.8)	4(2.7)
	다세대주택	16(10.7)		자영업	8(38.1)	8(6.3)	16(10.9)
	상가주택	5(3.3)		단순노무직	0(0.0)	1(0.8)	1(0.7)
계	150(100.0)	기타		2(9.5)	1(0.8)	3(2.0)	
주택 소유 형태	자가	114(78.1)	계	21(100.0)	126(100.0)	147(100.0)	
	전세	24(16.4)					
	월세	5(3.4)					
	기타	3(2.1)					
계	146(100.0)						

무응답으로 빈도수에 차이가 있음

2) 이용실태

조사대상자들이 주로 이용하는 구매시설은 재래시장(48.0%)이 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 대형할인매장(38.0%), 5일장(10.7%)순으로 나타났다<그림10 참조>.



<그림 10> 주로 이용하는 구매시설

재래시장 이용자의 거주지와 재래시장까지의 교통수단과 요된 시간에 대한 설문조사에서 도보로 이용하는(48.3%)경우와 자가용 이용하는 (38.9%) 경우가 높은 비율로 나타났으며, 어떠한 교통수단을 이용하든 소요된 시간은 10분대로 가장 높은 비율을 보였다<표6, 표7 참조>.

<표 6> 재래시장을 왕래하는 교통수단 n=150

구분	빈도
도보로	84(48.3)
버스	25(14.5)
자가용	60(34.9)
택시	1(0.6)
기타	2(1.2)
계	172(100.0)

복수응답결과임

<표7> 재래시장을 이용하는 교통수단 및 거리 n=150

구분 \ 시간	시간						계
	5분	10분	15분	20분	30분	60분	
도보로	11(24.4)	19(42.2)	1(2.2)	2(4.4)	9(20.0)	2(4.4)	45(100.0)
버스	0(0.0)	3(33.3)	0(0.0)	2(22.2)	2(22.2)	2(22.2)	9(100.0)
자가용	1(6.7)	7(46.7)	1(6.7)	5(33.3)	1(6.7)	0(0.0)	15(100.0)
택시	0(0.0)	1(50.0)	0(0.0)	0(0.0)	1(50.0)	0(0.0)	2(100.0)
기타	0(0.0)	1(33.3)	0(0.0)	0(0.0)	2(66.6)	0(0.0)	3(100.0)

무응답으로 빈도수가 차이가 있음

재래시장을 이용하는 횟수와 그 이유에 대한 결과를 살펴보면 1주일에 2-3회 정도 (43.6%)로 이용하는 횟수가 가장 높게 나타났으며, 이용하는 이유는 이용자의 절반이상이 가격이 저렴해서(51.3%)라고 응답하였다<표8, 표9 참조>.

<표 8> 재래시장 이용횟수 n=150

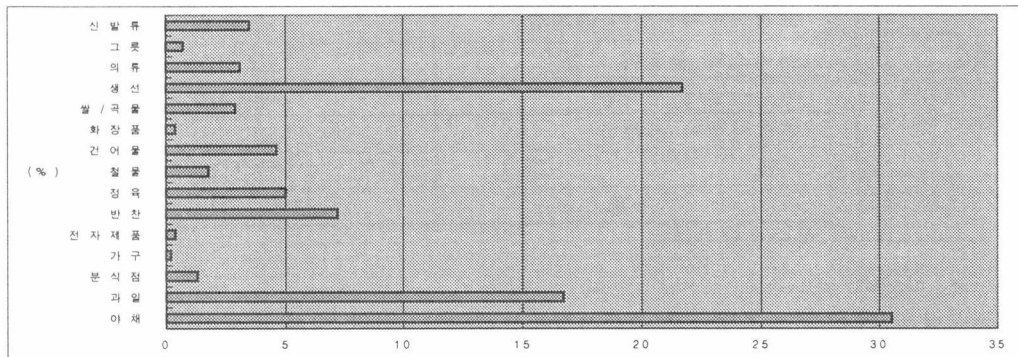
구 분	빈 도
매일	26(17.4)
1주일에 2-3회 정도	65(43.6)
1개월에 2-3회 정도	15(10.1)
3-4개월에 1회 정도	4(2.7)
거의 이용하지 않음(1년에 1-2회 정도)	2(1.3)
일정하지 않음	37(24.8)
계	149(100.0)

<표 9> 재래시장 이용하는 이유 n=150

구 분	빈 도
상품의 질이 좋아서	4(2.1)
인간적 분위기	18(9.4)
가격이 저렴하여	98(51.3)
집과 가까워서	31(16.2)
상품의 종류가 다양해서	16(8.4)
위화감이 없어서	24(12.6)
계	191(100.0)

복수응답결과임

또한 재래시장에서 주로 구입하는 품목은 식료품을 가장 많이 구입하는 결과를 보였으며 특히 야채가(30.5%)가 가장 많았으며 그 다음은 생선(21.7%),과일(16.7%), 반찬(7.2%), 정육(5.0%), 건어물(4.6%)순으로 나타났다<그림10 참조>. 재래시장의 이용은 여전히 우리 식탁에 없어서는 안되는 싱싱한 야채 및 찬거리와 과일로 나타나 식료품과 관련된 음식, 풍물거리 등 전문특화시장을 유도방안 마련이 필요한 실정이다.



<그림 10> 재래시장에서 주로 구입하는 품목
복수응답결과임

3) 이용의식

< 표 11>에서 보는 바와 같이 재래시장에 대한 불만족한 이유를 조사한 결과를 살펴보면 '주차시설이 나빠서'라고 응답한 비율이 43.1%로 가장 높게 나타났다. 그 다음 순으로 '거리가 멀어서'라고 응답한 비율이 25.5% '상품이 다양하지 못해서'의 비율이 14.6%, '시설과 분위기가 나빠서'의 비율이 13.2%로 나타났다.

재래시장을 이용할 때 가장 불편한 점은 '교통·주차시설이 불편하다'고 응답한 비율이 30.2%로 가장 높게 나타났다. 그 다음은 '시장시설이 낙후되고 불결하다'의 비율이 19.6%, '편의시설이 부족하다'의 비율이 16.9%의 순으로 나타났다<표12 참조>.

<표 11> 재래시장 불만족한 이유 n=150

구분	빈도
상품가격이 나빠서	3(2.1)
품질이 나빠서	3(2.1)
거리가 멀어서	31(21.5)
상품이 다양하지 못해서	21(14.6)
서비스가 나빠서	4(2.8)
시설과 분위기가 나빠서	19(13.2)
상인들이 불친절해서	1(0.7)
주차시설이 나빠서	62(43.1)
계	150(100.0)

<표 12> 재래시장 이용 시 가장 불편한 점 n=150

구분	빈도
품목이 다양하지 못함	16(8.5)
수퍼마켓이 없음	0 (0.0)
특산물 없음(특성화)	2(1.1)
가격이 비쌌	10(5.3)
시장시설이 낙후되고 불결함	37(19.6)
교통·주차시설이 불편함	57(30.2)
서비스와 품질이 나쁨	5(2.6)
외식시설이 부족함	8(4.2)
편의시설이 부족함	32(16.9)
기타	22(11.6)
계	189(100.0)

복수응답결과임

재래시장을 이용하는 고객에게 재래시장에서 가장 시급한 점이 무엇이냐에 대한 질문을 한 결과는 '주차시설 확충(23.5%)'이 가장 높게 나타났으며 그 다음은 환경정비(13.6%), 화장실·개선(11.9%)으로 나타났다<표 13 참조>. 이에 현대인들이 시장을 찾는데 있어 주요

이용수단이 자가용임을 알 수 있으며, 깨끗하고 위생적인 환경개선을 요구함을 알 수 있다. 따라서 이용자의 접근성을 향상시킬 수 있도록 주차장 확보 및 교통여건의 개선이 필요하다. 또한 대중교통수단의 노선조정 등을 통해 대중교통 이용자의 접근성을 높여 접객력을 확보할 필요가 있다. 시장시설의 환경정비, 그리고 편의시설 개선에 대한 요구는 소비자의 상업공간 선호도의 변화와 환경의 질에 대한 욕구 상승을 고려할 때, 상업 환경의 질적 개선이 상업시설의 성패를 좌우하는 중요한 요소라고 판단된다.

<표 13> 재래시장에서 가장 시급하다고 생각하시는 점 n=150

구 분	빈 도
도로포장	1(0.4)
특산물 개발(특성화)	14(5.8)
화장실 개선	29(11.9)
안내간판 정비	9(3.7)
주차시설 확충	57(23.5)
노점상 정비	23(9.5)
휴식시설 확충	17(7.0)
서비스 및 품질개선	19(7.8)
업종 재배치	7(2.9)
가격정찰제	14(5.8)
환경정비	33(13.6)
기타	20(8.2)
계	243(100.0)

복수응답결과임

IV. 결론 및 제언

이상과 같이 울산시 재래시장의 현황조사와 설문조사를 분석한 결과 다음과 같은 결론을 추론할 수 있다.

1) 울산시 재래시장 중 거래가 활발한 시장은 건물시장과 가로시장이 공존하는 경우이다. 그 예로는 신정시장과 같은 대규모의 도시형시장과 수암, 야음, 선우 3개소의 소규모 근린형 시장임을 보였다. 이러한 형태의 시장은 주변점포와 노점상의 조화로 활성화되어 있다. 하지만 건물시장 형태의 재래시장은 매장이 침체 되어 있고, 고객을 흡입할 핵점포가 없는 것으로 나타났다. 승용차 접근성을 위한 주차장 및 각종 부대시설 또한 미비하며, 휴점포수가 증가하는 추세와 더불어 급속한 고객감소로 현상유지가 어려운 것으로 나타났다.

2) 재래시장 이용자는 주로 40대 중산층의 주부이며 식료품을 저렴하게 구입할 수 있다는 장점 때문에 시장을 찾는 것으로 나타났다. 이들은 주로 도보나 자가용을 이용하며 주 2~3회 방문하고 있었다.

3) 재래시장을 이용하는 사람들의 의견을 종합한 결과 재래시장이 가지는 장점은 가격이 저렴하고 인간적 분위기가 느낄 수 있는 공간외적요인이 나타났고, 단점은 주차시설과 환

경정비문제 등 공간적 요인으로 나타났다.

이러한 결론을 통하여 재래시장이 가지는 장점을 유지하면서 단점을 보완할 수 있는 제언을 다음과 같이 하고자 한다.

1) 재래시장은 화장실 개선, 주차장 확보와 같은 물리적 개선이 필요할 뿐만 아니라 가로에 아케이드를 설치하여 외부공간을 실내화하여 같이 가로 시장의 특성을 유지함이 필요하다. 즉 건물형으로 신축하기 보다는 가로형 형태를 개선함이 유리할 것이다. 이러한 개선은 소비자들에게 공간 외적 요인인 감성적 요인을 부각시키기 위해 정서적 친근감을 주는 장소, 생활정보를 교류할 수 있는 장소로서 긍정적 이미지를 줄 수 있어야 할 것이다. 예를 들면 거리의 편안함과 함께 쇼핑카트의 이용할 수 있게 하거나, 장을 본 물품을 보관할 수 있는 장소를 제공하는 것 등을 들 수 있다. 그리고 현금인출기설치, 어린이 놀이시설 그리고 휴게시설과 같은 편의시설이 있다.

2) 이용자의 연령층이 다양해질 수 있는 업종개발과 다양한 브랜드 개발이 필요하다. 특히 구매력이 높고 구매물품이 다양한 20~30대를 겨냥한 계획이어야 할 것이다. 그리고 이용도를 높이기 위해서는 재래시장과 연계한 부대시설 개발방안으로써 전문식당가, 음식물거리, 병원, 헬스장, 은행 등 서비스 업종전환이나, 동일 업종의 집적화를 이용한 거리의 전문화육성도 필요할 것이다.

3) 다양한 연령층의 소비자를 유인할 수 있는 판매전략이 요구된다. 우선적으로 소비자가 재래시장에 대해 시설이 낙후되고 불결하다고 느끼고 있는 인식을 전환을 시키기 위해 위생적 식품보관, 포장방법 등 상인들을 대상으로 정기적 위생교육을 실시해야 할 것이다. 그 다음은 지방자치단체에서 다양한 지원책 보다 시장 주체인 입점자나 상인의 노력이 우선해야 할 것이다.

4) 재래시장이 백화점과 대형마트와의 차별화를 위해 보다 신선한 야채 공급이나 인간미를 줄 수 있는 5일장을 유치하거나 명확한 테마와 동일업종 군집화 재래시장의 개발이 필요할 것이다.

5) 입지적 측면에서 시장의 발견이 용이하도록 강한 이미지와 복합적 기능의 이미지를 형성할 수 있어야 하며, 또한 주거지와 접근이 쉬워야한다. 이것은 또한 기존 재래시장의 역사적인 이미지를 내포할 수 있다면 삶의 여유를 줄 수 있을 것이다.

6) 울산시의 특성, 주변의 여건 및 유통산업의 변화 등을 고려할 때 재래시장은 지구형의 상업시설로 선정하는 것보다 일부 특화 가능한 업종을 구성하여 기존 소규모 근린형 상업시설인 재래시장이 활성화가 되도록 해야 할 것이다.

이와 같이 현재의 주거지 주변의 근린소매시장에 대해 전반적으로 이용자의 입장에서 분석해보고 이를 토대로 시장의 공간 및 기능에 관한 몇 가지 제언을 해봄으로써, 이론적 공간경제이론에서 비롯되는 시장의 기능이나 입지에 비해 보다 경험적이고 실질적인 접근 방식을 시도하는데 자료를 제공하고 나아가 장차 주거지 주변의 근린소매시장의 활성화에 조금이나마 보탬이 되고자 한다.

참고문헌

1. 강현수·임창복(1994). 재래시장의 현황 및 물리적 특성에 관한 연구. 대한건축학회지, 19(1), 357-362.
2. 박홍석·채병선(1997). 재래시장 활성화를 위한 개발유형설정에 관한 연구. 대한건축학회지 학술발표논문집, 17(20) 587-594.
3. 안은정·신남수(1999). 재래시장 개발시 가로 환경개선에 관한 연구. 대한건축학회지 학술 발표논문집, 19(2), 811-816.
4. 이주훈·강건희(2000). 재래시장의 재건축 계획기법에 관한 연구. 대한건축학회지 학술발표논문집, 20(1), 195-198.
5. 최주영·최무현(1998). 서울시 일반재래시장 구성요소의 시대별 특성에 관한 연구. 대한건축학회논문집, 14(13), 199-206.
6. 최주영·양동양(1997). 대전시 일반재래시장 유형분류 및 기본특성에 관한 연구 -서울시를 중심으로-, 대한건축학회논문집, 13(5), 177-184.
7. 울산·울주향토사(2002), 울산시, 775-783.