# 전통시장의 토지이용특성에 관한 연구 -용인중앙시장을 중심으로-

A Study on the Land-Use Characteristic of the Traditional Market in Yongin

김 기 원\*·서 충 원\*\* Kim, Gi Won·Suh, Chung Won

	차 례
I . 서 론 1. 연구의 목적 2. 연구의 방법	2. 건축물 특성 3. 업종 특성 4. 편의시설 특성
<ul><li>Ⅱ. 이론적 검토</li><li>1. 전통시장의 개념과 특성</li><li>2. 용인중앙시장의 발전과정</li></ul>	IV. 결 론
Ⅲ. 토지이용특성 분석 1. 지가 변화	〈abstract〉 〈참고문헌〉
	ABSTRACT —

#### 1. CONTENTS

#### (1) RESEARCH OBJECTIVES

The traditional markets are recognized as the physical mediator that performs various function to contain local residents' culture and history. The traditional market in Yongin is located in Yongin-city, which was opened in 1960 and has the long history of about 60 years. There are 535 stores and employees are about 2,000. The traditional market in Yongin contributes to offer opportunities both purchase of goods to people and hiring labor to small retail business owner. Although the market in Yongin has the historical background, it is losing the functions of traditional market due to the lack of improvement of facilities as well as the change of purchasing behavior, Therefore, the purpose of the study is to find the implications for facilitating the traditional market based on the analysing land-use characteristic.

#### (2) RESEARCH METHOD

We define the definition of the traditional market and review the developing process. To analyse the land-use characteristic of the traditional market in Yongin, the characteristic is divided into four categories: land price change, the physical factors in building, the retail characteristic, and the community facility factor. We investigate the

<sup>\*</sup> 주 저 자 : 강남대학교 일반대학원 부동산학과 박사과정, jgg8420@naver.com

<sup>\*\*</sup> 교신저자 : 강남대학교 부동산건설학부 교수, 공학박사, suhwon@kangnam.ac.kr

<sup>▷</sup> 접수일(2019년 4월 22일), 수정일(1차: 2019년 5월 22일), 게재확정일(2019년 5월 22일)

four factors by applying the spatial analysis and the community survey.

#### (3) RESEARCH FINDINGS

The results show that land price is noticeably increased around of the parking facility due to the improvement of the geographical accessibility to the market. According to the clustering analysis, the traditional market area tends to have the homogeneous characteristic among the 203 buildings.

#### 2. RESULTS

As the result, strategies to promote the traditional market should be pursued in the consideration both the physical factors as well as the social environment in order to propose the strategy for revitalizing of the traditional market in Yongin.

#### 3. KEY WORDS

• Traditional Market, Yongin traditional market, Land-use Characteristic

# 국무초록

용인중앙시장은 1960년에 개설되어 약 60년의 역사를 지니고 있으며 535개의 점포와 약 2,000명이 종사하는 중대형 시장의 상권을 형성하고 있다. 용인중앙시장은 지역 주민들에게 다양한 상품 구매와영세 상인에게 고용의 기회를 제공하는 등 지역 상권에 기여하는 바가 크다. 그러나 노후 시설의 개선미비와 고객 편의시설의 부족, 소비 행태의 변화 등으로 전통시장의 기능을 점차 상실해 가고 있다.본 연구는 전통시장 활성화 방안을 모색하는 차원에서 용인중앙시장의 토지이용특성 분석을 통해 의미있는 시사점을 찾아보고자 한다. 토지이용특성 분석은 지가 변화, 건축물 특성, 업종 특성, 편의시설특성을 중심으로 검토하였다. 토지이용 특성을 살펴본 결과 물리적 환경 개선을 통한 시설의 현대화는일시적 현상이란 것을 편의시설 특성 분석을 통해 확인할 수 있다. 물리적 환경 개선뿐만 아니라 시장내부의 사회적 환경을 파악하는 것은 매우 중요하다. 따라서 용인중앙시장의 활성화 전략을 제안하기위해서는 시장의 물리적 환경과 사회적 환경을 복합적으로 고려할 필요가 있다.

# 핵심어 : 전통시장, 용인중앙시장, 토지이용특성

# I. 서 론

# 1. 연구의 목적

전통시장은 지역주민의 문화와 정서가 담 긴 공간으로 다양한 기능과 역할을 수행하는 물 리적 매개체로 인식된다.1) 전통시장은 지역주 민과 방문객이 함께 지역 특성을 공유하는 문화 플랫폼(culture platform)이며 지역 특성을 반영한 관광지로써 지역발전에 기여하는 중요 한 지역 자산이다. 소상공인진흥공단은 2008년 부터 전통시장 육성 및 발전을 위해 지역 상권과 문화자원을 연계한 문화·관광형 전통시장 육 성사업을 시행해 오고 있다.2) 하지만 최근 들어 유통 구조의 변화에 따른 대형마트와 편의점의

<sup>1)</sup> 박순정·반영환, "맞춤형 전통시장 활성화 방안 연구", 디지털디자인학연구, 한국디지털디자인협의회, 2015, 제15권 1호, pp.507∼517.

입점은 소비자들의 구매력에 영향을 주어 전통 시장이 기능을 잃어가는 양상을 보인다.

경기도 용인시에 위치한 용인중앙시장은 1960년에 개설되어 약 60년의 역사를 가지고 있으며 정기시장과 상설시장으로 시장의 개설 형태에 따라 유형이 구분된다. 총 점포 수는 535개이고 총 종사자는 2.000명인 대형 시장 으로서 시장 상인회는 559명으로 구성되어 있 다.3) 이처럼 용인중앙시장은 지역주민들에게 다양한 상품 구매의 기회를 제공하고 영세 상인 에게 고용의 기회를 제공하는 등 지역 상권에 기 여하는 바가 크다. 그러나 노후 시설의 개선 미비 와 고객편의시설 부족, 소비 행태의 변화, 상인들 간의 연대 협력 프로그램의 부재 등으로 인해 전 통시장의 매력과 경쟁력을 점차 상실해 가고 있 다. 이처럼 용인중앙시장의 주변의 물리적 환경 과 사회적 환경이 빠르게 변화하고 있으므로 이 러한 현상에 대응할 필요가 있다고 판단된다.

본 연구는 전통시장 활성화 방안을 모색하 는 차원에서 용인중앙시장의 토지이용특성 분 석을 통해 의미 있는 시사점을 찾아보는 데 목적 이 있다.

#### 2. 연구의 방법

# 1) 연구의 범위

공간적 범위는 경기도 용인시에 위치한 용 인중앙시장이다. 대지 면적은 약 3만8천m²이 며, 매장 면적은 약 7만4천㎡로 총 점포 수는 2017년 기준 535개이다(〈그림 1〉 참조).

내용적 범위로는 첫째, 전통시장에 대한 개 념들을 검토하고 이를 토대로 용인중앙시장의 발달과정과 특성을 살펴보고자 한다.

둘째, 관련 자료를 구축하고 분석해서 지가 변화. 건축물의 물리적 특성. 업종 특성. 편의시 설 특성 등을 분석하고자 한다.

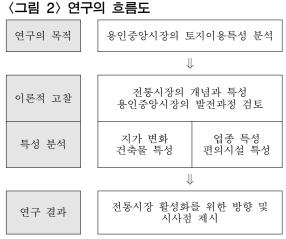
#### 〈그림 1〉 공간적 범위



셋째, 분석 결과를 활용하여 용인중앙시장을 활성화하기 위한 단서와 시사점을 제시하고자 한 다. 연구의 시간적 범위는 용인중앙시장이 개설된 1960년부터 2017년까지 약 60년으로 설정한다.

# 2) 연구의 방법

기존 용인중앙시장 관련 집계되는 국가통 계자료는 매우 한정적이다. 점포의 현황과 상업 활동 등에 대해서는 용인중앙시장 상인회와 인 터뷰 및 설문 조사를 통하여 자료를 구축하였다 (〈그림 2〉 참조). 이러한 과정을 통해 구축된 자 료는 지가 변화, 건축물 특성, 업종 특성과 편의 시설 특성으로 다시 세분화하여 용인중앙시장 의 토지이용특성 분석에 활용한다.



<sup>2)</sup> 하재은, "용인중앙시장 활성화방안 연구", (주)신한경영법인, 2015, pp.3~169.

<sup>3)</sup> 용인중앙시장 뉴스 2월호, 용인중앙시장 상인회, 2019.

# Ⅱ. 이론적 검토

# 1. 전통시장의 개념과 특성

### 1) 전통시장의 정의

재래시장과 전통시장은 최근까지 용어가 혼용되어 사용돼 왔으나, 재래시장이 낡고 부정적이미지를 포함한다는 지적에 따라 2009년 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」개정을통해 전통시장으로 명칭을 통일하였다.4)전통시장의 법률적 정의는 자연발생적 또는 사회ㆍ경제적 필요에 의하여 조성되고 상품이나 용역의거래가 상호신뢰에 기초하여 주로 전통적인 방식으로 이루어지는 장소로써 특별자치도지사ㆍ시장ㆍ군수ㆍ구청장이 인정한 곳이다.5)

전통시장의 학술적 정의는 재화의 공급자와 수요자가 상시 또는 정기적으로 특정 장소에 모여 물건을 매매하는 물리적 공간을 의미한다.6) 이정희·김명수·조정형(2018)7)은 전통시장이란 단순히 물건을 매매하는 상업적인 공간의 개념을 벗어나 문화와 감성의 교류를 통해 지역적 특성을 표현할 수 있는 공간이라 주장한다.

「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법 시행령」<sup>8)</sup>에 따라 시장은 인정 여부, 크기, 소유 자, 상권 크기, 형태, 개설주기, 취급 상품 등과 같이 7가지 물리적 특성으로 구분할 수 있다.

〈표 1〉과 같이 시장의 특성별 구분에 따르면 용인중앙시장은 국가에서 지정한 인정시장으로서, 500개 이상의 점포 규모를 갖춘 중대형시장으로 구분이 가능하다. 상권 크기를 기준으로 살펴보면 용인중앙시장은 용인시 전체의 상

권에 영향을 미치는 것으로 판단되므로 광역상 권 중심시장의 상권 규모를 갖추고 있다. 시장은 개설주기에 따라 매일 열리는 상설시장과 주기 적으로 열리는 정기시장, 그리고 정해진 일정 없 이 열리는 비정기시장 등으로 구분할 수 있다.9) 용인중앙시장은 상설과 정기시장을 운영하고 있 으며, 시장 내부 중앙로에 아케이드 설치를 하여 상가건물형 시장과 노점형 시장을 융합한 형태로 운영되고 있다. 마지막으로 다양한 취급 상품을 거래하고 있어 종합시장으로 구분이 가능하다.

〈표 1〉 시장의 특성별 구분

구 분	시장의 종류	용인 중앙시장
인정 여부	인정시장, 미인정시장	인정시장
크기	대형시장: 점포 1,000개 이상 중대형시장: 점포 500개~1,000개 미만 중형시장: 점포 100개~500개 미만 소형시장: 점포 100개 미만	중대형시장
소유자	법인, 개인, 공설, 공동시장	개인
상권 크기	전국상권대형시장, 광역상권중심시장, 중소형시장, 근린생활시장	광역상권 중심시장
형태	상가건물형시장, 노점형시장, 장옥형시장, 상가주택복합형시장	상가건물형시장 노점형시장
개설 주기	상설시장, 정기시장	상설시장 정기시장
취급 상품	종합시장, 전문시장	종합시장

자료: 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」시행규칙 제3조 제1항, 법제처.

이러한 내용을 종합해 볼 때 본 연구에서 정의하는 전통시장은 재화를 거래하는 물리적 공간의 개념과 문화와 감성이 교류하는 사회적 공간이 연계된 문화 플랫폼으로 정의할 수 있다.

<sup>4)</sup> 조광익, "전통시장 활성화 정책 비교: 관광을 통한 전통시장 활성화인가, 전통시장 관광상품화인가?", 관광연구논총, 한양대학교 관광연구소, 2014, 제26권 제4호, pp.157~187.

<sup>5) 「</sup>전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」제2조, 법제처.

<sup>6)</sup> 김영표·채희준, "IPA 를 이용한 강원지역 전통시장 활성화 방안 연구", 관광레저연구, 한국관광레저학회, 2018, 제30권 제1호, pp.331~346.

<sup>7)</sup> 이정희·김명수·조정형, "골드키즈 (Gold Kids) 트렌드로 접근한 전통시장 활성화 방안 연구", 한국디자인학회 학술발표대회 논문집, 2018, pp.124~125.

<sup>8) 「</sup>전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법 시행령 시행규칙」제3조 1항, 법제처.

<sup>9)</sup> 임영상 외, 「시장과 시장 사람들」, 서울: 도서출판 선인, 2013, p.12.

# 2) 전통시장의 기능과 역할

전통시장은 지역 중심지로서 상품의 유통, 매매의 기능과 같이 상행위와 관련된 기능뿐만 아니라 지역 주민들 간의 교류와 영세 상인에게는 고용의 기회를 제공하는 역할을 수행한다.10) 전통시장은 지역의 특산품을 주로 취급하며 소비자 또한 백화점이나 대형마트에서 볼수 없는 상품을 구매할 수 있는 장점 때문에 전통시장을 찾는 경향이 있다.11) 전통시장은 지역 상권에 미치는 영향이 크므로 공공차원에서 전통시장을 활성화하기 위한 다양한 정책을 강구하고 있다.12)

현재 전통시장은 제 기능과 역할을 다하지 못하는 경향을 보인다. 과거 지역경제 활성화의 주축을 이루었던 전통시장이 빠르게 변화하는 사회·경제적 환경과 소비패턴에 대응하지 못 하는 것이 문제점으로 제기된다.13)

오슬기·나건(2015)14)의 연구는 전통시장 기능이 쇠퇴하게 된 원인을 외부적 요인, 내부적 요인, 그리고 정책적 측면에서 설명하였다. 김민정·류성민(2016)15)은 유통환경의변화, 시설의 낙후, 상인의식 결여 및 고령화, 미흡한 정부 지원 등을 전통시장의 침체 원인으로 주장한다. 이처럼 선행연구를 통해 검토된 다양한 침체 원인을 바탕으로 용인중앙시장이 점차 기능을 잃고 쇠퇴한 원인을 살펴보고자 한다.

첫 번째 쇠퇴 원인으로 유통구조의 변화에 따른 기업형 수퍼마켓(SSM)과 편의점의 급격한 성장이 전통시장의 상권에 미치는 영향력은 간과할 수 없다. 〈표 2〉의 연도별 전통시장의 변화 추이를 살펴보면 2013년 기준 전국의 전통시장은 1,502개에서 2017년 기준 1,450개로 지난 5년간 52개가 감소한 것으로 집계되었고

연평균 약 0.9%씩 사라지는 것으로 분석되었다. 경기도는 2013년 기준 151개에서 2017년 기준 138개로 연평균 2.2% 감소하는 경향을 보인다. 이처럼 전통시장의 기능과 역할은 점차축소되어 전통시장의 경쟁력이 약화하는 추세이다.

〈표 2〉 연도별 전통시장 변화 추이

(# E/ EZE E8:48 E4 19						
구분	2013	2014	2015	2016	2017	증감률 (%)
전체	1,502	1,536	1,439	1,441	1,450	-0.9
서울	210	230	216	216	211	0.1
부산	161	169	169	167	176	2.3
대구	106	106	109	109	118	2.7
인천	49	49	46	46	45	-2.1
광주	23	25	26	26	27	4.1
대전	29	29	27	27	28	-0.9
울산	38	42	40	39	39	0.7
세종	4	4	4	4	4	0
경기	151	158	130	134	138	-2.2
강원	73	75	58	58	60	-4.8
충북	64	65	59	59	60	-1.6
충남	66	66	58	58	57	-3.6
전북	65	61	60	60	58	-2.8
전남	115	110	108	106	104	-2.5
경북	160	161	149	147	143	-2.8
경남	163	160	155	160	158	-0.8
제주	25	26	25	25	24	-1.0

자료: 전통시장・상점가 및 점포경영실태조사 일반현황, 통계청.

둘째, 전통시장 쇠퇴의 내부적 요인으로서 노후시설 개선 미비와 편의시설의 부족, 상인들 의 서비스 교육의 부재, 그리고 시장 운영관리 측면의 문제가 지적된다.

먼저 물리적 인프라 측면에서 살펴보면, 용 인중앙시장은 2개의 공영주차장(94면, 97 면)<sup>16)</sup>과 소규모 민간 주차장을 운영하고 있으 나, 방문객 수요에는 크게 못 미치는 것으로 나

<sup>10)</sup> 이민정, "시장 및 상점가의 활성화 지원계획 수립 연구", 충남연구원, 2015, pp.1~152.

<sup>11</sup>) 김도형, "지역활성화를 위한 전통시장 육성방안", 한국지방행정연구원 연구보고서, 2013, 제491권,  $pp.1\sim154$ .

<sup>12)</sup> 나춘선, "지역자원을 연계한 전통시장 활성화 방안", 건축, 대한건축학회, 2015, 제59권 제4호, pp.44~48.

<sup>13)</sup> 김민정·류성민, "전통시장의 활성화 방안에 대한 정성적 연구", 유통연구, 한국유통학회, 2016, 제21권 제4호, pp.157~177.

<sup>14)</sup> 오슬기·나건, "전통시장의 활성화 방안을 위한 비즈니스 컨셉 모델 연구", 디지털디자인학연구, 한국디지털디자인협의회, 2015, 제15권 제1호, pp.21~33.

<sup>15)</sup> 김민정·류성민, "전통시장의 활성화 방안에 대한 정성적 연구", 유통연구, 한국유통학회, 2016, 제21권 제4호, pp.157~177.

타났다. 〈그림 3〉과 같이 오일장, 명절, 주말 등 시장 이용객이 집중하는 시기에는 수용 가능한 주차공간이 매우 부족하다. 따라서 지리적 접근 성이 떨어져 주변 도로의 혼잡을 유발하므로 주 차장 확보를 위한 기반시설의 개선이 필요하다.

### 〈그림 3〉용인중앙시장 공영주차장



다른 내부적 쇠퇴 요인은 시장 상인들의 고 령화이다. 〈표 3〉의 용인중앙시장 종사자의 연 령 현황을 살펴보면 2017년 기준 전체 2,101 명 중 49.9%(1,050명)가 50대이며, 60대 이 상은 19.9%(420명)를 차지하고 있다. 전체 종 사자 중 50대 이상에 해당하는 상인 비율은 약 70%로 종사자들의 연령이 매우 높다.

〈표 3〉용인중앙시장 연령별 상인 분포

구 분	종사자 수(명)	비율(%)
전 체	2,101	100
20대 이하	58	2.8
30대	150	7.2
40대	423	20.2
50대	1,050	49.9
60대 이상	420	19.9

자료: 2017년 문화관광형시장 육성사업 결과보고서.

이처럼 전통시장 활성화를 위해 주체적으로 노력할 필요성이 있는 상인들의 고령화로 인하여 경영 마인드의 부재와 홍보 및 마케팅, 교환·환불 등 고객 응대 서비스 교육의 어려움이었다.17)

마지막 쇠퇴 원인은 하드웨어 중심의 정책적 지원이다. 용인시는 2014년 용인중앙시장 명소화 사업<sup>18)</sup>을 통해 문화·관광자원을 활용한 전통시장 및 원도심 활성화를 도모하고자 시장 이용객을 위한 커뮤니티 시설을 설치하였다(〈그림 4〉참조).

당초 용인중앙시장 상인회가 위탁 운영하여 시장 안내소와 커피와 도시락을 판매하는 카페를 운영하여 단기적 수익 창출보다는 장기적인 전통시장 활성화에 기여하고자 하였다. 노인의 일자리 창출과 지역 상인들과 연계한 지역화폐 사용으로 시장경제에 긍정적인 역할을 할 것이라기대하였다. 하지만 5년의 세월이 흐른 현재 전통시장 안내소의 기능은 대폭 축소되었고카페 운영도 순조롭지 않은 실정이다.

# 〈그림 4〉용인중앙시장 커뮤니티 카페



시장 내 점포들이 균등하게 분포하고 있지 않고 일부 지역에 밀집하여 입지하고 있기 때문 에, 도시락카페와 공간적 접근성의 결여가 문제

<sup>16)</sup> 전통시장 주요업무 추진현황, 용인중앙시장 상인회, 2018.

<sup>17)</sup> 중소기업청, "전통시장 활성화 종합계획: 시장유형별 ·특성별 육성전략", 연구보고서, 2008, p.5.

<sup>18) 2014</sup>년에 실시한 '용인중앙시장 명소화 사업'은 2013년 문화체육관광부 「도시관광활성화사업」 공모에 선정됨.

점으로 지적되고 있다. 이처럼 접근성의 부재와 고객 이용률의 저조함으로 인해 2015년 커뮤니티 카페 시행 초기 도시락카페에 참여한 점포 18개 중 2개의 점포는 폐업하였고 최근 도시락카페는 이용 부진으로 영업을 중단하였다. 따라서 기반시설사업(HW)을 지원할 수 있는 자생력 강화와 홍보 등 소프트웨어 사업(SW)의 발굴이 필요하다.

전통시장의 쇠퇴 요인을 검토해 본 결과 용 인중앙시장은 특화상품과 콘텐츠 부족으로 시 장의 매력도가 떨어지고 있다. 다양한 고객층을 겨냥한 소프트웨어 아이템 개발이 절실한 상황 이다. 노후화된 시설의 개선과 더불어 문화·관 광형 콘텐츠 발굴을 통해 시장 골목마다 특색을 살려 지역문화를 접목한 스토리를 발굴하는 등 의 활성화 방안이 필요하다.

# 2. 용인중앙시장의 발전과정

오늘날 용인중앙시장은 용인장에서 유래된 것으로 정확한 명칭은 '김량장(金良場)'이며 처 인구 김량장동에서 운영되던 전통시장을 중심 으로 열리는 오일장을 의미한다.<sup>19)</sup>

역사적으로 용인 오일장의 시작은 17세기와 18세기를 중심으로 상업의 발달과 유동인구의 증가로 도로를 따라 형성된 집단 주막촌이 장시의 시작으로 추론된다.20) 17세기 이후 용인은 현내장, 김량장, 도촌장, 개천장, 배감장(백암장)과 같이 5개의 장시가 발달하여 그중 김량장과 백암장이 현재까지 그 명맥이 이어져 오고있다.21)

19세기 교통의 요지인 김량장리를 중심으로 상권이 형성되기 시작하였으며, 1930년 수여선의 개통으로 김량장터가 경제·유통의 거점으로 자리매김하게 되었다. 1960년 후반 용인의 오일장은 6개로 늘어 상업 활동이 가장 활발했던 시기로 추정된다. 1970년대는 용인 읍

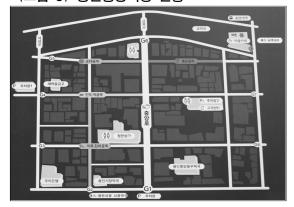
#### 〈표 4〉용인중앙시장의 연혁

·— ·/ •	20010121
구 분	내 <del>용</del>
17세기	• 경기도에 장시가 급격히 증가
18세기	•용인은 5개의 장시가 형성 (현내장, 김량장, 도촌장, 개천장, 배감장)
19세기	• 교통중심지로써 정기시장이 설치 • 김량장리를 중심으로 시장이 형성
1930년대	<ul> <li>수여선의 개통으로 김량장터가 경제유통의 공 간으로 자리매김</li> <li>공산품과 2차 가공품을 기차로 수송하여 역세 권 중심의 상권 형성</li> </ul>
1960년대	•용인의 5일장 6개로 증가(김량장리, 왕산리, 봉무리, 송전리, 고당리, 백암리)
1970년대	• 용인 읍 주변 의류, 가발 등의 공장 밀집으로 시장 내 의류가게 급증
1980년대	<ul> <li>1980년: 오일장 6개 중 2개 소실</li> <li>1983년: 오일장 4개 중 2개 소실되어 용인장 과 백암장만이 현재까지 명맥 유지</li> <li>최초의 주상복합단지 '청안상가' 개발</li> </ul>
1990년대	<ul> <li>인구의 증가와 구매력의 증가로 용인시에 대형 마트 입점</li> <li>대형마트 중심의 새로운 상권 형성으로 용인시 장은 '재래시장'이란 부수적 명칭이 생김</li> </ul>

자료: 용인문화원, '수여지, p.1059.

주변 의류 및 가발 공장이 들어서면서 의류 도소 때 위주의 점포가 모여 종합시장의 형태로 그 규모가 점차 확대되어 오늘날의 전통시장의 모습을 갖추고 있다. 1980년 후반 용인중앙시장 내오늘날의 주상복합단지와 유사한 '청안 상가' 개발로 시장상권은 더욱 활달하게 발달하였다.

#### 〈그림 5〉용인중앙시장 현황



출처 : 용인중앙시장 상인회.

<sup>19)</sup> 임영상 외, 시장과 시장 사람들, 서울: 도서출판 선인, 2013, p.17.

<sup>20)</sup> 용인문화원, 수여지, 서울: 도서출판 홍익기획, 2009, p.1058.

<sup>21)</sup> 이세리·양호정, "전통시장 활성화를 위한 용인중앙시장 사업 검토용 보고서". (주)엠엔엠네트웍스, 2018, p.35.

〈그림 5〉와 같이 용인중앙시장은 1차 식품, 의류, 생활용품 등 다양한 업종으로 구성되어 있으며, 특히 재래식 순대로 유명한 순대 골목과 떡 골목 등이 특화 거리로 조성되어 있다.22) 1995년까지는 성남 모란시장과 함께 전국에서 가장 활성화된 전통시장으로 꼽혔다.23) 그러나 1990년 후반 주변 택지개발로 인한 인구 증가와 대형마트의 입점이 새로운 상권을 형성하게되므로 써 용인중앙시장은 '재래시장'이란 부수적 명칭과 더불어 상업 활동이 점차 쇠퇴하기 시작하였다.

〈표 5〉용인중앙시장 점포 현황

구 분	점포수(개)	비율(%)
전 체	535	100
5년 미만	247	46.2
5년~10년	192	35.9
10년~15년	17	3.2
15년~20년	12	2.2
20년 이상	30	5.6
추정 불가	37	6.9

자료: 2017년 문화관광형시장 육성사업 결과보고서.

통계청 자료에 따르면 용인중앙시장의 유형은 상설시장과 오일장으로 개설되어 2017년 기준 총 535개의 점포가 운영되고 있다.24) 〈표5〉의 운영 기간에 따른 점포 수의 현황을 살펴보면 전체 535개 중 46.2%(247개)가 5년 미만으로 조사되었으며 5년~10년은 35.9%(192개)로 분석되었다.

따라서 전체 운영 기간이 10년 미만에 해당하는 점포는 439개(82.1%)로 용인중앙시장의 60년 역사보다 점포 운영 기간이 상대적으로 짧은 것으로 조사되었다. 이러한 현상은

유통 형태의 전문화 및 대형화와 다양화로 인한 전통시장의 경쟁력 약화가 연관성이 있음을 유 추할 수 있다.

오늘날 용인중앙시장의 상징적 의미 알아 보기 위해 빅데이터를 활용하여 2012년부터 2017년까지 최근 5년간의 인터넷 검색어 중 용 인중앙시장과 관련된 키워드를 살펴보았다.

그 결과 〈그림 6〉과 같이 용인중앙시장은 주로 오일장, 장날, 골목, 먹거리, 축제, 벼룩시 장 등 전통시장의 이미지와 연관된 단어들이 추 출되었다. 또한 처인구, 김량장동, 지역, 에버 랜드 등 용인시의 지역 명칭과 관련된 단어들의 분석을 통해 용인중앙시장이 지역을 대표하는 장소성(sense of place)을 가지고 있다고 판단 된다.

〈그림 6〉용인중앙시장 관련 키워드



용인중앙시장이 가진 역사적 배경과 현재 가지고 있는 다양한 기능과 지리적 접근성에도 불구하고 제 역할을 수행하지 못하고 있는 것 으로 판단된다. 지역 중심지로서 전통시장 기 능의 활성화를 위한 방안을 탐색하기 위해서는 용인중앙시장에 대한 특성과 함께 다양한 기초 연구가 필요하다. 따라서 지가 변화, 건축물 특 성, 업종 특성, 그리고 편의시설 특성을 통해 용인중앙시장의 토지이용특성을 살펴보고자 한다.

<sup>22)</sup> 용인중앙시장 안내 브로슈어 참조.

<sup>23)</sup> 임영상 외, 시장과 시장 사람들, 서울: 도서출판 선인, 2013, p.18.

<sup>24)</sup> 용인시 전통시장 통계, 공공테이터 포털(https://www.data.go.kr/dataset/15023940/fileData.do).

# Ⅲ. 토지이용특성 분석

## 1. 지가 변화

용인중앙시장 내 2012년부터 2017년까지 최근 5년간의 164필지의 개별공시지가 증감률을 살펴보았다. 〈그림 7〉의 분석 결과를 보면 5년간 개별공시지가 상승률은 백옥대로 변과 금령로 99번 길에 인접한 필지의 상승률이 상대적으로 높은 것을 알 수 있다. 변동 폭은 최대 감소율이 -6.1%(140-23번지)에서 최대 상승률이 21.7%(139-22번지)에 이르는 것으로 분석되었다. 특히 용인중앙시장 내 제2공영주차장 주변 필지의 높은 개별공시지가 상승률은 기반시설 개선에 따른 접근성 개선이 영향을 미치는 것으로 해석된다.

〈그림 7〉 개별공시지가 변화율



#### 2. 건축물 특성

용인중앙시장의 건축물 특성은 건물의 연도별 공간적 분포와 건축물의 물리적 특성을 반영한 군집 분석으로 나누어 살펴보고자 한다. 첫째, 〈표 6〉과 같이 연도별 건물 현황을 살펴보면용인중앙시장 내입지한 건축물은 총 203개이다. 그중 10.8%(22개)에 해당하는 건물이1960년 이전에 건축된 것으로 조사되었고 가장오래된 건물(140-23번지)은 1900년으로 기록

되어 있다.

1980년부터 1990년 사이 10여년간 지어 진 건물은 전체 대비 약 35%(71개)로 가장 많 은 비중을 차지하는 것으로 분석되었다. 특히 1980년 후반 용인중앙시장 내 천주교 이전 부 지에 들어선 '청안 상가'와 같은 대규모 상가 개 발은 용인중앙시장 상권 형성에 중요한 역할을 하였다. 분석 결과를 통해 용인중앙시장의 상업 활동이 가장 활발했던 시기가 1980년대임을 알 수 있으며, 대형 건물이 주로 이 시기에 입지한 것을 확인할 수 있다.

〈표 6〉 연도별 건축물 현황

구 분	건축물 현황	비율(%)
전체	203	100
1960년 이전	22	10.8
1961-1970년	5	2.5
1971-1980년	48	23.6
1981-1990년	71	35
1991-2000년	39	19.2
2001-2010년	15	7.4
2011년 이후	3	1.5

자료: GIS건물통합정보, 국토교통부.

2000년대 이후 신축된 건물 현황은 현저한 감소세를 보이며 2011년 이후 신축 건축물은 단 1.5%(3개)로 나타난다. 이처럼 2000년 이후 용인중앙시장 내 신규 개발 수요가 점차 사라지고 있는 것으로 보이며, 2011년 이후 용인중앙시장은 점차 쇠퇴하고 있음을 확인할 수 있다(〈그림 8〉참조).

〈그림 8〉 연도별 건축물 공간적 분포



둘째, ArcGIS를 활용하여 건축물의 연도, 연면적, 건폐율, 용적률 등과 같이 4가지 요인 을 반영한 군집 분석(clustering analysis)으로 용인중앙시장 내 입지한 건축물의 특성을 살 펴보았다. 군집 분석은 건물의 4가지 물리적 특성을 기준으로 특성이 유사한 것끼리 동일 집단 으로 구분하는 것으로 동일 집단에 속한 건물은 특성이 유사한 것으로 판단할 수 있다. 따라서 용인중앙시장 내 입지한 건축물을 여러 집단으로 구분하여 집단 간의 특성 비교가 가능하다.

〈그림 9〉와 같이 전체 203개의 건물을 4가 지 특성을 기준으로 4개의 집단으로 나누어 보았다. 분석 결과에 따르면 1900년에서 1997년 사이에 건축된 14.8%(30개)의 건물이 집단 1로 구분되었다. 집단 1에 속한 건물은 용인중앙시장 내 산발적인 입지 분포를 보이는 것을 알수 있다.

〈그림 9〉 건축물 특성에 따른 군집 분석



집단 2는 1981년부터 2007년에 건축된 8 개의 건물인 3.9%가 속하는 것으로 나타났다. 집단 2는 건폐율과 용적률이 다른 집단에 비해 상대적으로 큰 것으로 분석되었다. 이러한 분석결과는 1980년부터 1990년까지 10년간 시장내 대규모 상가 개발 및 시장 번성기를 반영된 것으로 해석할 수 있다.

집단 3은 1971년부터 2012년까지 건축된 136개의 건물로 구분된다. 전체 203개의 건물

중 건축 연도, 연면적, 건폐율, 용적률 등과 같이 4가지 요인을 반영하였을 때 약 67%가 동일한 특성을 가진 것으로 해석할 수 있다. 마지막으로 집단 4는 총 29개의 건축물 약 14.3%가비슷한 건축물 특성을 보이는 것으로 나타났다. 용인중앙시장 내 건축물 특성을 종합적으로 살펴본 결과 동종(homogeneous)의 특성을 가진 건축물이 다수 입지한 지역 상권이라 할 수 있다.

### 3. 업종 특성

용인중앙시장 내 입지한 점포의 업종별 특성 파악은 매우 중요하다. 그러나 최근 들어 용인중앙시장이 기능 상실과 국가승인통계 구축의 부재로 인하여 용인중앙시장 내 입지한 점포의 특성을 파악하는 것은 자료의 제약 한계가 있다. 본 연구는 이러한 한계점을 극복하고자 용인중앙시장 상인회와 설문조사를 통하여 용인중앙시장의 점포 특성에 관련한 마이크로데이터를 구축하였다.

첫째, 용인중앙시장의 일반적인 점포 현황을 살펴보면, 총 535개의 점포를 운영 중이며, 그중 자가 점포는 80개로 약 15%를 차지하고 있다. 임대 점포는 440개로 약 82.2%를 차지하고 있어 대부분이 임대 점포로 운영되고 있는 것으로 파악된다. 빈 점포는 약 2.8%(15개)로 조사되었다.

〈표 7〉 업종별 점포 현황

구 분	점포수(개)	비율(%)
전 체	535	100
농산물	19	3.6
축산물	17	3.2
수산물	4	0.7
가공 식품	7	1.3
의류·신발	110	20.6
가정용품	13	2.4
음식점	132	24.7
기타 소매업	233	43.5

자료: 2017년 문화관광형시장 육성사업 결과보고서.

둘째, 〈표 7〉의 용인중앙시장의 업종별 점 포 현황에 따르면, 소매업이 43.5%로 가장 높 은 비중을 차지하는 것으로 나타났고 음식점이 24.7%, 의류·신발 관련 업종이 20.6%로 분 석되었다. 전창곤·김동훈·최세균(2013)25) 은 전통시장 전체 업종별 점포 중 농축산물 점포 의 비중은 2012년 기준 28.7%로 1차 상품이 전통시장에서 가장 중요한 거래 상품이라 강조 하였다. 그러나 용인중앙시장의 경우 농축수산물 취급 비중이 상대적으로 매우 낮은 것으로 나타 났다. 이러한 용인전통시장 내 농축수산물 거래 기능의 위축과 침체는 소비자의 구매처 선택폭 의 제약과 더불어 시장 상권의 축소 등의 문제를 야기하는 요인이 될 수 있다.

# 4. 편의시설 특성

용인중앙시장의 유일한 편의시설인 커뮤니티 카페 '머뭄'은 용인중앙시장의 관문에 위치한 방치 되어 있던 유휴부지를 재활용함으로써 상인과 관광객이 함께 할 수 있는 용인중앙시장의 커뮤니티 공간 조성을 목적으로 하였다. 시민들의 접근이 어려웠던 저이용 공간을 활용하여 공간복지를 실현한 것으로 보인다. 따라서 커뮤니티 카페에 참여하는 점포의 현황, 점포의 입지분포, 그리고 이용자 만족도 설문을 통해 용인중앙시장의 편의시설 특성을 살펴보고자 한다.

커뮤니티 카페 '머뭄'은 빨간동과 노란동으로 구분된 2개의 컨테이너 건축물로 구성되었으며, 노랑동은 노인들이 음료를 판매하는 카페 시설이고 빨간동은 도시락카페로 전통시장 내에서 구매한 음식을 취식할 수 있는 곳이다(〈표 8〉참조). 음료 카페는 어르신 바리스타를 고용하여 노인 일자리 창출로 사회 참여의 기회를 제공하였다. 도시락카페는 시장 먹거리 체험 기능 강

화로 지역경제 활성화를 목적으로 하였으며, 실 내외 공간을 공연과 전시 공간으로 활용하여 다 채로운 문화 이벤트를 기획할 수 있도록 하였다.

〈표 8〉 커뮤니티 카페 규모

¬ н	내 <del>용</del>		
구 분	카페(음료 판매처)	도시락카페	
지상 2층	14.54 m²	30 m²	
지상 1층	20.78 m²	47.50m²	
합계	35.32m²	77.50 m²	

자료: 용인중앙시장 도시락카페 조성사업, 용인시청.

커뮤니티 카페 '머뭄'은 용인시에서 위탁을 받아 용인중앙시장 상인회가 운영하는 방식으로 2013년 문화체육관광부로부터 도시관광 활성화 사업에 선정돼 국비와 시비가 반반씩 투입돼 조성되었다. 26) 2014년 10월에 착공하여 2015년 2월부터 운영 중이며 2015년 대한민국 국토·도시디자인 대전에서 낙후된 전통시장의 버려진 공간을 쾌적한 테마 거리로 재디자인하여 문화·예술 공간 조성을 인정받아 국토교통부 장관 특별상을 받았다. 27)

그러나 공간 환경의 개선으로 전통시장을 찾는 방문자가 늘어나고 더 나아가 지역경제 활 성화에 기대효과가 긍정적으로 미칠 것으로 예 상하였으나 커뮤니티 시설에 대한 이용 만족도 는 현저히 떨어지는 것으로 파악되었다.

편의시설 이용 만족도가 낮은 이유로 첫째, 커뮤니티 카페와 시장 내 점포 간의 미숙한 협업 체계이다. 〈표 9〉의 용인중앙시장 상인회 식음 관련 업종 현황을 살펴보면 135개 점포가 6가 지 업종으로 구성되어있다. 그중 도시락카페에 참여하는 총 18개 점포 가운데 2개의 점포가 폐 업하였으며, 16개 매장의 판매 실적 또한 매우 저조하여 현재 도시락카페는 운영을 중단한 상

<sup>25)</sup> 전창곤·김동훈·최세균, "소비지 전통시장의 농산물 유통체계 개선 방안", 한국농촌경제연구원 기본연구보고서, 2013, pp.1∼163.

<sup>26)</sup> 사업비 530백만 원(국비 50%, 시비 50%), 용인중앙시장 도시락카페 조성사업, 용인시청.

<sup>27) 2015</sup>년 대한민국 국토도시디자인대전, 사이버홍보관, 국토교통부.

태이다. 또한 용인중앙시장은 순대와 족발 특화 거리를 조성하여 운영 중임에도 불구하고 도시 락카페에 참여하는 점포는 없는 것으로 조사되 었다. 이처럼 떡과 반찬 가게 등의 단조로운 메 뉴 구성과 점포들의 제한적 참여는 도시락카페 이용객의 흥미를 끌지 못한 것으로 판단된다.

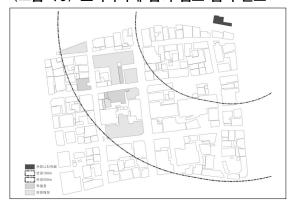
〈표 9〉 상인회 식음관련 업종 현황

구 분	カログ	도시락카페		
丁 世	점포수	참여	점포수	
전체	135		16	
순대·족발	16	X	-	
떡	7	О	6	
분식	13	О	1	
반찬	3	О	2	
과일	7	X	-	
기타(식품점)	89	О	7	

자료: 용인중앙시장 도시락카페 조성사업, 용인시청.

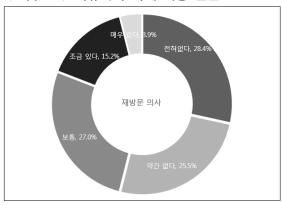
둘째, 보행환경을 고려하지 않은 편의시설 입지가 편의시설 이용에 부정적 영향을 미쳤다. 〈그림 10〉과 같이 커뮤니티 카페를 기준으로 반 경 100m와 200m 안에 도시락카페 참여 점포 와 도시락카페 간의 공간적 입지 분포를 분석한 결과 지리적 접근성이 매우 떨어지는 것을 알 수 있다. 도시락카페는 지역화를 이용하여 시장 내 반찬가게에서 음식을 구매 후 취식을 할 수 있는 공간으로 조성되었다. 그러나 음식을 구매 후 도 시락카페로 다시 돌아가야 하는 불편함이 이용 저조함에 영향을 미치는 것으로 보인다.

〈그림 10〉도시락카페 참여 점포 입지 분포



셋째, 이용자의 니즈를 정확히 파악하고 반영할 필요성이 있다. 〈그림 11〉과 같이 커뮤니티 카페 이용자 204명을 대상으로 실시한 설문결과에 따르면 커뮤니티 카페에 재방문 의사가 없다는 의견이 약 54%로 과반수를 차지하는 것으로 조사되었다. 재방문 의사가 없는 응답자를대상으로 사유를 조사한 결과 35.5%가 주차공간의 부족을 1순위로 꼽았으며, 접근성의 부재가 29.1%로 두 번째 사유로 조사되었다. 이처럼 이용자의 니즈를 제대로 반영하지 못하고 있음을 추론할 수 있다. 따라서 커뮤니티 시설의조성 목적과 실제 이용자의 편의성을 충족하지못하는 것으로 판단된다.

〈그림 11〉 커뮤니티 카페 이용 설문



# Ⅳ. 결 론

용인중앙시장의 주변의 물리적 환경과 사회적 환경이 빠르게 변화하고 있다. 그러나 용인 중앙시장은 약 60년의 긴 역사를 가지고 있음에도 불구하고 노후 시설의 개선 미비와 고객편의 시설 부족, 소비 행태의 변화, 상인들 간의 연대협력 프로그램의 부재 등으로 인해 전통시장의 매력과 경쟁력을 점차 상실해 가고 있다. 본 연구는 이러한 현상에 대응할 방안을 모색하는 차원에서 용인중앙시장의 토지이용특성 분석을통해 활성화 방안을 찾아보고자 하였다.

토지이용특성 분석은 지가 변화, 건축물 특

성, 업종 특성, 편의시설 특성 등과 같이 4가지를 중심으로 검토하였다. 첫째, 용인중앙시장내 개별공시지가 증감률은 필지별로 매우 상의한 것을 알 수 있다. 특히 제2공영주차장 주변 필지의 증가율이 상대적으로 높게 나타나는 것으로 보아 기반시설 개선에 따른 접근성 향상이 긍정적인 영향을 미치는 것으로 추론된다.

둘째, 전체 203개의 건물 중 건축 연도, 연 면적, 건폐율, 용적률 등과 같이 4가지 요인을 반영하여 군집 분석을 한 결과 용인중앙시장 내 건축물 특성은 비슷한 특성을 가진 건축물이 다 수 입지한 지역 상권이라 판단된다.

셋째, 용인중앙시장 내 입지한 535개 점포의 업종간의 불균형이 심한 것으로 판단된다. 전통시장임에도 불구하고 농축수산물 점포가 차지하는 비중이 매우 낮으며, 음식점, 의류·신발, 소매업 관련 업종으로 쏠림 현상을 보인다. 업종의 단순화는 소비자의 선택의 폭 제약과 시

장 상권의 축소 등의 문제가 우려된다.

넷째, 편의시설 특성은 만족도 조사를 통해 시장 이용객의 니즈와 편의성을 고려하였는지 를 판단해 보았다. 설문 결과 커뮤니티 시설의 조성 목적과 실제 이용자의 편의성을 충족하지 못하는 것을 알 수 있다.

종합적으로 살펴본 결과 용인중앙시장의 활성화 전략을 제안하기 위해서는 시장의 물리 적 환경과 사회적 환경을 복합적으로 검토할 필 요가 있다. 시설 현대화 측면의 물리적 환경 개 선을 통한 시장 활성화는 일시적이란 점을 편의 시설 특성을 통해 확인하였다. 따라서 물리적 환 경 개선뿐만 아니라 시장 내부의 사회적 환경이 어떻게 변화하고 형성되고 있는지를 파악하는 것은 매우 중요하다.

향후 연구 과제로서 전통시장 상인들을 대상 으로 추가 설문 조사를 통해 보다 효과적인 시장 활성화 방안을 끌어낼 수 있을 것이라 기대한다.

#### 참고문헌 -

김도형, "지역활성화를 위한 전통시장 육성방안", 한국지방행정연구원 연구보고서, 2013, 제491권,  $pp.1 \sim 154$ .

김민정·류성민, "전통시장의 활성화 방안에 대한 정성적 연구", 유통연구, 한국유통학회, 2016, 제21권 제4호, pp.157~177.

김영표·채희준, "IPA를 이용한 강원지역 전통시장 활성화 방안 연구", 관광레저연구, 한국관광레저학회, 2018, 제30권 제1호, pp.331~346.

나춘선, "지역자원을 연계한 전통시장 활성화 방안", 건축, 대한건축학회, 2015, 제59권 제4호, pp44~48.

박순정·반영환, "맞춤형 전통시장 활성화 방안 연구", 디지털디자인학연구, 한국디지털디자인협의회, 2015 제 15권 제1호, pp.507~517.

오슬기·나건, "전통시장의 활성화 방안을 위한 비즈니스 컨셉 모델 연구", 디지털디자인학연구, 한국디지털디자인협의회, 2015, 제15권 제1호, pp.21~33.

용인문화원, 수여지, 서울: 도서출판 홍익기획, 2009, p.1058.

용인중앙시장 상인회, 용인중앙시장 안내 브로슈어.

. 용인중앙시장 뉴스 2월호, 2019.

\_\_\_\_\_, 전통시장 주요업무 추진현황, 2018.

이민정, "시장 및 상점가의 활성화 지원계획 수립 연구", 충남연구원, 2015, pp.1~152.

이세리·양호정, "전통시장 활성화를 위한 용인중앙시장 사업 검토용 보고서", (주)엠엔엠네트웍스, 2018,  $pp.1\sim95$ .

이정희·김명수·조정형, "골드키즈 (Gold Kids) 트렌드로 접근한 전통시장 활성화 방안 연구", 한국디자인학회학술발표대회 논문집, 2018, pp.124-125.

임영상 외, 시장과 시장사람들, 서울: 도서출판 선인, 2013, pp.12~18.

전창곤·김동훈·최세균, "소비지 전통시장의 농산물 유통체계 개선 방안", 한국농촌경제연구원 기본연구보고서, 2013, pp.1-163.

조광익, "전통시장 활성화 정책 비교: 관광을 통한 전통시장 활성화인가, 전통시장 관광상품화인가?", 관광연구논 총, 한양대학교 관광연구소, 2014, 제26권 제4호, pp.157-187.

중소기업청, "전통시장 활성화 종합계획: 시장유형별·특성별 육성전략", 연구보고서, 2008, pp.1~23. 하재은, "용인중앙시장 활성화방안 연구", (주)신한경영법인, 2015, pp.3~169.