

---

 논문
 

---

## 전통시장 도시재생사업의 젠트리피케이션 영향 연구: 광주광역시 1913 송정역시장을 중심으로\*

A Study on the Analysis of the Impact of Gentrification  
by Urban Regeneration Projects of traditional markets: Focused on the  
1913 Songjeong Station Market in Gwangju Metropolitan City

정소연\*\* · 이명규\*\*\* · 김항집\*\*\* · 김대일\*\*\*\*

Jung, So Yeon · Lee, Myeong Gyoo · Kim, Hangjib · Kim, Dae-Il

### Abstract

Recently, Urban regeneration projects are being carried out to overcome the decline of downtown due to population decline, economic stagnation, and environmental deterioration. Korea introduced the urban regeneration system in the early 2000s and is currently promoting various regeneration projects through the Urban Regeneration New Deal. The purpose of this study is to present a sustainable vitalization plan of the traditional market, for revitalizing the local economy and community regeneration as well as mitigating Gentrification, by analyzing 1913 Songjeong Station Market which was reopened as an Urban Regeneration Project. As a result, the increase in commercial facilities and external visitors after the urban regeneration project had a great impact on the positive and negative perceptions of residents. To promote the sustainable revitalization of the 1913 Songjeong station market, environmental improvement and management should be continuously carried out through a traditional market support policy. It is necessary to expand the community culture through the voluntary participation of merchants to strengthen solidarity and sustainability. In addition, since franchisees in traditional markets have limitations in operation and promotion, it is important to increase the attractiveness index by linking regional characteristics and characteristics of traditional markets through regular consultation and education by experts.

주제어: 도시재생사업, 젠트리피케이션, 1913 송정역시장, 전통시장 활성화, 상권 활성화, 요인분석

Keyword: Urban Regeneration Projects, Gentrification, 1913 Songjeong Station Market, Vitalization of Traditional Market, Factor Analysis

---

\* 이 논문은 정소연(2019)의 석사 논문 일부 내용을 활용하였으며, 국토교통부 도시재생 전문인력 양성사업의 지원으로 수행되었음.

\*\* 광주대학교 대학원 도시재생·부동산학과 박사과정(주저자: xornjs@daum.net)

\*\*\* 광주대학교 도시계획·부동산학과 교수(공동저자: kwimg@hanmail.net, hjhope98@naver.com)

\*\*\*\* 서울시립대학교 도시과학연구원 연구교수(교신저자: kkim019@uos.ac.kr)

## I. 서론

### 1. 연구의 배경 및 목적

최근 국내외적으로 저출산·고령화가 지속 되면서 인구감소와 함께 경기 침체로 인한 산업쇠퇴 지역이 증가하고 있으며, 특히 지방 도시를 중심으로 도시기반시설 노후화, 주거환경 악화 등으로 인한 도시쇠퇴가 가속화되고 있다. 이러한 도시쇠퇴의 과정은 그 도시가 속한 지역적·경제적·사회적 특성에 따라 다르며, 특히 지방 도시의 경우 수도권인 인구 이동과 저출산·고령화가 더욱 심해지면서 산업 구조와 경제 여건의 변화로 지역 산업기반이 침체 되고, 지역자원의 고갈, 교외화, 지역상권 공동화로 인한 도시쇠퇴 지역이 증가하고 있다. 이러한 도시쇠퇴를 극복하기 위해 최근 전국적으로 추진 중인 도시재생사업은 대규모 개발사업으로 인한 원주민 이탈, 부동산 시장 교란 등과 같은 부정적 효과에 대한 반성과 함께 쇠퇴한 도시와 노후주거지 문제 해결을 위한 해법으로 환영받고 있다(성은영 외, 2018). 특히 도시재생의 시발점이 된 서구의 도시에서는 도심에 저소득 노동자와 이민자 등의 밀집 거주지역이 형성되면서 도시 내에서 가장 노후 하고 열악한 환경으로 인해 쇠퇴한 도심 지역은 가장 큰 문제 중 하나로, 이를 극복하기 위한 정책과 사업으로 도시재생이 대두되고 있다. 도시재생사업과 함께 기존에 노후 하고 쇠퇴한 도심부 지역으로 저렴한 임대료와 질 높은 문화·상업 활동의 접근성을 선호하는 문화예술인, 전문직 등 중산층 계층들이 이주해오면서 지역이 재활성화되고, 이로 인해 주변의 부동산 가격이 상승하게 되어 기존에 거주하던 저소득층 주민들이 밀려 나가게 되는 현상으로 젠트리피케이션(Gentrification)이 대두되고 있다.

특히, 지방 도시의 지역상권 중심과 지역 커뮤니티 장소로서의 중요한 역할을 해온 전통시장은 대형마트, 대형슈퍼(SSM) 등과 같은 프랜차이즈 매장의 확산으로 인한 급변하는 유통구조와 방문객들이 이용하기 불편한 낙후된 환경으로 인해 쇠퇴의 원인 중 하나로 파악되고 있다. 이를 극복하기 위해 지방 도시에서는 전통시장을 중심으로 상인들의 개별적인 지원 방식과 주차장 마련, 시설현대화 등 환경정비, 다양한 문화 프로그램을 도입 등과 같은 포괄적인 지원 방식을 병행하면서 전통시장의 활성화를 위해 다양한 노력을 하고 있으나, 이로 인한 임차료 상승 등으로 원주민들이 이탈하는 젠트리피케이션 현상도 같이 나타나고 있는 실정이다.

본 연구의 대상지인 광주광역시 1913송정역시장(이하, 1913송정역시장)의 경우 전통시장 활성화를 위해 민관협력으로 도시재생사업이 추진되었으며<sup>1)</sup>, 특히 민간 기업이 주도적으로 지역 네트워크

1) 1913송정역시장 활성화사업은 2015.05부터 2017.05까지 총 2년 동안 민관협력으로 광주광역시와 현대자동차 그룹이 함께 출범시킨 '광주창조경제혁신센터' 를 통해 전통시장 활성화 프로젝트를 진행하였다(최진 외 2017).

구성과 역사와 전통이 담긴 마케팅 전략을 통해 이루어진 전통시장 재생사업으로 시장이 새롭게 정비되고 다양한 분야의 젊은 상인들의 유입되고 1913송정역시장의 매력지수가 높아져 많은 관광객과 방문객들이 방문함에 따라 시장의 생기와 활기가 높아졌다. 하지만 2016년 4월 개장 이후 급상승한 임대료로 인해 이를 감당하기 힘든 상인이 하나둘씩 떠나가는 젠트리피케이션 현상이 발생하고 있는 것으로 나타났다. 따라서 본 연구는 전통시장과 젠트리피케이션의 이론적 고찰과 함께 도시재생사업으로 재개장한 1913송정역시장에서 상점을 운영하고 있는 상인들을 대상으로 설문조사와 실증분석을 통해 전통시장 도시재생사업의 성과와 문제점을 분석함으로써, 젠트리피케이션에 대한 대응과 함께 지역경제 활성화 및 공동체 재생을 위한 전통시장의 지속가능한 활성화 방안을 제시하는 데 그 목적을 두고 있다.

## 2. 연구의 방법

본 연구는 지방 도시의 지역상권 중심과 지역 커뮤니티 장소로서의 중요한 역할을 해온 전통시장을 중심으로 도시재생사업 이후 전통시장의 상권 변화와 함께 젠트리피케이션의 부정적인 영향에 관하여 분석하였다. 이를 위해 먼저 최근 도시재생사업을 통한 전통시장 활성화와 젠트리피케이션에 대해 고찰하고, 문헌 조사를 통해 전통시장과 젠트리피케이션의 이론을 정리하였다. 또한 지방 도시의 도시재생사업을 통한 젠트리피케이션을 분석하기 위해 1913송정역시장 내 상가를 운영하고 있는 상인들 43명을 대상으로 구조화된 설문지를 이용하여 현장에서 일대일 설문조사와 현장조사를 실시하였으며, 설문결과를 통해 SPSS Windows 24.0 Version 프로그램을 활용하여 분석하였다. 구체적인 연구방법으로 설문조사 대상자의 인구통계학적 변수에 따른 특성을 파악하기 위하여 빈도분석(frequency)과 변수들의 타당성 분석을 위한 요인분석을 실시하였다. 또한, 본 연구에서는 연구모형의 검증에 대해 다음과 같이 변수를 정의하였다.

첫째, 기본변수로는 1913송정역시장의 상인들의 사회 인구통계학적 특성을 말하며, 특성으로는 성별, 결혼, 연령, 상가운영 기간, 상가운영 여부, 거주지역, 업종 8가지 변인으로 나누어 측정하였다. 둘째, 독립변수의 요인으로는 지역 활력성 요인, 쾌적성 요인, 편리성 요인, 경제성 요인으로 나누어 조사하였다. 셋째, 종속변수로는 1913송정역시장의 도시재생사업의 효과를 알아보기 위해서 시장상인들의 전반적인 만족 정도에 대해 파악 하였다. 위와 같은 실증분석을 통해 도시재생사업에 의한 전통시장 활성화에 따른 젠트리피케이션의 영향과 지속가능한 활성화 방안을 제시하였다.

## II. 선행연구

최근 지방 도시는 도시쇠퇴에 대응하기 위해서 지역 특색에 맞는 다양한 도시재생사업이 진행되고 있으나, 이와 더불어 주변 임차료 상승으로 인한 원주민들의 이탈과 같은 젠트리피케이션도 함께 나타나고 있는 실정이다. 특히 상업이 몰려있는 전통시장을 중심으로 도시쇠퇴 극복과 젠트리피케이션의 공존에 대응하기 위한 연구가 다양하게 진행되고 있으며, 본 연구에서는 전통시장과 연계된 도시재생 사업과 젠트리피케이션에 대한 선행연구를 통해 다음과 같이 고찰하였다.

최재우(2018)는 1913송정역시장 재생 프로젝트와 도시재생 사례분석을 토대로 문화관광 상품화를 통한 전통시장과 도시재생 성공 방안을 모색하기 위해 전통시장의 기능과 역사, 재생 방안을 정리하고 도시재생사업 내용과 문화 관광적 요소를 도출하였다. 이를 통해 문화관광 기반 도시재생 활성화를 위해서는 관광 패러다임 전환, 도시 생활 공간 복합 자원의 시너지 창출, 관광 계획과 연계한 체계적인 도시재생 계획 수립이 필요함을 제시하였다. 박진수(2018)는 도시재생사업의 일환인 전통시장의 활성화를 중심으로 전통시장 활성화 사업 중 문화관광형 사업에서 지역적으로 노후화와 본래 전통시장의 기능을 잃어버린 제천중앙시장의 정체성 확립을 위해, 제천지역의 기초조사 및 분석과 제천중앙시장의 현황조사를 통하여 문제점을 진단하고, 지역상인 및 방문객의 설문을 통하여, 시장 고유의 자원을 통한 스토리개발과 차별화된 요소를 적용한 문화관광형 시장으로 고도화를 제시하였다.

박진호·최열(2018)은 창원시 도시재생 선도사업을 사례를 통해 상업지역 도시재생사업에 의한 지역 상인들의 상권 변화 인식을 실증분석 하였다. 이를 통해 도시재생 선도사업 대상지인 창원시 마산합포구 오동동의 상인들이 상권 변화를 부정적으로 인식할 확률이 높은 것으로 나타났으며, 대상지 전체에 대해서는 상가운영 기간, 종업원 수, 상인들의 젠트리피케이션에 관한 인식이 상권 변화 인식에 통계적으로 유의한 영향을 미치고 있다는 것을 도출하였다. 이하연 외(2018)는 서울시 성동구 성수동 도시재생활성화지역을 사례를 통해 상가임대인의 경제적 효용에 근거하여 도시재생활성화지역에서 발생하는 젠트리피케이션의 부작용에 대응하는 주요 방안으로 논의되는 조세 지원 제도 마련을 위한 논리적 근거를 제시하였다. 구체적으로는 협약 참여에 따른 임대인의 임대수입 손실을 대체할 수 있는 조세 지원의 조합과 조세 지원이 가능한 연간 임대료 상승률의 임계치를 분석하여 제도의 실효성을 확보하기 위한 방안을 밝혀내고자 하였다. 이를 바탕으로 향후 상생협약의 실효성과 지속가능성을 담보하기 위한 정책에 시사점을 도출하였다.

이정동(2019)은 도시재생사업에서 젠트리피케이션 발생 요인분석을 통해 도시재생 사업지역 내 젠트리피케이션 발생은 기존 사례지역에서 알 수 있듯이 프랜차이즈 증가와 임차료 상승에 대한

부분이 가장 크게 나타났으며, 모니터링을 통해 단계별 대책의 필요성을 제시하였다. 최연우·김철영(2019)은 대구시의 김광석길 및 방천시장 사례를 통해 문화 상업가로서의 젠트리피케이션 과정과 특성을 구체적으로 분석하였다. 이를 통해 젠트리피케이션과 문화적 요소의 연관성과 문화 예술적인 기능과 시설보다 상업시설로의 기능 확대에 의한 젠트리피케이션 현상을 도출하였다.

이상의 선행연구에서는 지방 도시의 도시재생사업과 전통시장 활성화라는 지역의 상권을 살리는 긍정적인 효과와 더불어 상권 활성화로 인한 임대료와 임대료 상승으로 기존 상인들과 원주민들이 이탈하는 젠트리피케이션의 부작용에 대한 대응방안을 제시하였다. 본 연구의 대상지인 1913송정역 시장은 전통시장을 중심으로 민간기업의 주도로 관의 적극적인 지원과 상인과의 협업을 통해 관광명소라는 성공적인 결과를 이루게 된 전통시장 활성화 사업이라는 점에 의의가 있으며, 도시재생사업을 통해 재개장한 1913송정역시장의 사례를 중심으로 설문조사와 실증분석을 통해, 젠트리피케이션에 대한 대응과 함께 전통시장의 지속가능한 활성화 방안을 제시하는데 특징이 있다.

### Ⅲ 이론적 고찰

#### 1 전통시장의 정의와 특성

전통시장은 시대적, 사회변화 및 지역의 요구에 따라 지속적으로 변동되어왔으며, 2002년 제정된 「중소기업의 구조개선과 재래시장 활성화를 위한 특별 조치법」에서 ‘전통시장’으로 명칭이 변경되기 이전에 ‘재래시장’이라는 이름으로 통용되었다. 이 법에서 전통시장은 일정 구역 안에서 상설 또는 정기적으로 모여 상품을 매매 하는 장소로서 근대적인 유통기능이 취약하여 경영현대화 및 정보화를 필요로 하거나 건물시설이 노후화되어 개·보수 또는 재개발·재건축을 필요로 하는 장소’로 정의되어 있다. 또한 「재래시장 육성을 위한 특별법」에서는 2006년 「재래시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」으로 개정되면서, 이 법에는 전통시장을 ‘상업기반시설이 노후화되어 개·보수 또는 정비가 필요하거나 유통기능이 취약하여 경영개선 및 상거래의 현대화촉진이 필요한 장소’로 정의하고 있다. 2013년 이후 전통시장은 ‘자연 발생적으로 또는 사회·경제적 필요에 의해 조성되고, 상품이나 용역의 거래가 상호 신뢰를 바탕으로 하되 주로 전통적 방식으로 이루어지는 장소’로 규정해 상인과 소비자 간 상호 신뢰를 바탕으로 이루어지는 전통 상거래 방식이 유지·계승된다는 의미가 강조되었다. 또한 등록시장과 인정시장으로 구분하던 전통시장의 구분을 없앴으로써 기존에 전통시장으로 인정받지 못했던 곳에 대해서도 정부의 지원을 받을 수 있는 근거를 마련하였다.

우리나라의 전통시장의 법적 분류를 살펴보면 <표 1>과 같이 단일 업종으로 구성되어있는 것이 아니라 여러 업종으로 구성되어 상호 보완적으로 상품을 구성하고 있으며, 전통시장을 통해 일괄구매의

기회를 제공하고 있는 것으로 나타났다(박종수, 2009).

표 1. 시장의 법적분류

시장규칙	시장법	개정 시장법 (1981)	도소매업진흥법 (1986)	유통산업발전법 (1997)	재래시장특별법 (2004)
①재래시장 (정기시장) ②공설시장 ③어채시장 (농·수산물) ④상품유가증권 거래소	①상설시장 ②정기시장 ③대형점 (백화점등)	①상설시장 a도매시장 b일반소매시장 c백화점 d쇼핑센터 e대형점 ②정기시장 ③연쇄화사업	①상설시장 ②정기시장 ③대형점 ④대규모소매점 a백화점 b쇼핑센터 ⑤도매센터 ⑥연쇄화사업 ⑦상점가	①대규모점포 ②임시시장 ③체인사업 ④상점가 ⑤전문상가단지 ⑥무점포판매	①등록시장 (유통산업발 전법 제8조) ②인정시장 ③기타시장

출처 : 박종수(2009)

특히 지방 도시의 지역상권 중심과 지역 커뮤니티 장소로 중요한 역할을 담당하는 전통시장은 지역사회의 상업화와 지역경제의 발전에 기여 하는 바가 크며, 물물거래의 센터, 정보의 센터, 혁신의 센터, 사회·정치·종교적 센터, 여성의 지위 향상, 기업 정신, 생산능력, 직업 훈련 등을 담당하는 지역 거점의 중심 역할을 충실히 수행하고 있다. 이러한 전통시장의 특성을 장점과 단점으로 나눠 보면, 장점으로는 첫째, 지역 소재지나 원도심에 위치해 있어 지역 주민의 접근성이 좋아 입지적으로 유리하며, 둘째, 백화점이나 대형마트에서 취급하기 힘든 상품 등을 구매할 수 있으며, 다양한 업종의 구성과 일괄구매(one-stop shopping)의 기회를 제공한다. 셋째, 지역친밀도가 높아 지역의 농산물·수산물·축산물·특산물 등의 현지조달이 가능하므로 상품이 비교적 저렴하고 신선하며, 저렴한 가격 및 탄력적 가격 운용성을 가지고 있다. 또한 점주의 재량에 따라 할인판매나 끼워주기 등의 흥정행위를 통해 소비자의 심리적인 효용을 만족시켜주며, 넷째, 대부분의 상가는 그 지역의 영세한 상인으로 구성이 되어 있어, 지역경제에 긍정적인 역할을 하고 있다.

반면 전통시장의 단점으로는 첫째, 우수한 입지조건에 비해 토지이용 효율성이 낮으며, 둘째, 전통시장의 환경의 열악성으로 상가시설 및 설비가 노후화되고 편의시설과 부대시설이 잘 마련되어 있지 못하다. 셋째, 도로 사정의 열악성으로 주변 교통체제가 혼잡하고 주차공간의 부족으로 교통체증을 유발하는 경우가 대부분이며, 넷째, 전통시장의 대부분은 영세한 임대상가들로 구성되어있어 대형 할인점이나 백화점에 비해 유통구조의 비효율성으로 인한 영업효율이 떨어지는 것으로 나타났다(노병완, 2016).

## 2. 젠트리피케이션 정의와 특성

젠트리피케이션은 본래 ‘젠트리’ (Gentry)라는 영국에서의 사회적 신분<sup>2)</sup>을 나타내는 개념으로 사용되었으며, 1960년대 이후부터 영국과 북미 지역에서 도시변화를 설명하는 개념으로 사용되면서 정치적·정책적 의미를 지니게 되면서 이와 관련된 이론적·경험적 연구가 활발하게 진행되었다<표 2>. 초기에는 젠트리피케이션과 관련된 연구들이 주로 영국과 미국의 대도시들을 중심으로 논의되어 왔으나, 최근에는 서구의 중소도시들, 동구권과 아시아, 라틴 아메리카 등 전 세계적으로 광범위하게 연구가 진행되고 있다. 이러한 젠트리피케이션은 쇠락한 도시의 재생, 재활성화와 관련성을 가지며, 이전에 비해 물리적으로 향상된 도시에 새로운 중·상류층이 유입되는 것을 의미하고 있으며, 도시의 성장과 쇠퇴, 또 재생과정에서 불가피하게 수반될 수밖에 없는 하나의 과정으로 이해되고 있다.

초기에는 주거지역의 점유 계층의 변화를 핵심으로 설명하였으나 점차 다양한 사회현상을 수반하는 개념으로 확대<sup>3)</sup>되어 설명되고 있다. 특히 Lees와 Wyly(2008)는 젠트리피케이션 개념을 다음과 같이

- 
- 2) ‘젠트리’ (Gentry)는 영국에서는 다의적인 의미를 지닌 단어임과 동시에 영국 사회의 역사를 이해하는 데서 가장 중요한 개념 가운데 하나다. 좁은 의미에서 ‘젠트리’란 출생에 따른 사회적 계층에서 귀족(nobility, peerage) 바로 아래에 위치하고 있으며, 계속해서 역사적으로 두터운 층을 이루는 유력한 존재였다. 본래 봉건제 사회의 하층귀족(기사)으로 거슬러 올라가는 이 계층은 중세 말부터 근세에 걸쳐 지주 농업 경영에 대한 적극적인 관여와 상공업에 대한 투자 등을 통해 경제적으로 융성해가는 한편, 언제나 명망가로서 전통적인 지방자치의 담당자였다. 유동성·개방성도 결여하고 있지 않았던 이 계층의 존재가 19세기에 이르기까지 영국의 정치·사회적 형세의 큰 틀을 유지하는 완충기적 역할을 수행했다고 할 수 있다. 네이버 지식백과 참조(맑스사전, 2011. 10. 28., 도서출판b)
- 3) Beauregard(1986)는 젠트리피케이션이 다양한 점이 강조될 수 있기 때문에 혼란스러운 개념이며, 일반화하는 것은 어렵다고 설명하고 있다. “The Chaos and Complexity of Gentrification,” *Gentrification of the City*, pp.35-55.

표 2. 젠트리피케이션 개념 및 의미

유형	학자 및 단체	개념 및 의미
일반적 젠트리 피케이션	American Heritage(1982)	- 저소득층의 이주를 뜻하며 부동산이 중·상류 계층에 의하여 부활하는 것을 의미
	Hamnett(1984)	- 물리적, 경제적, 사회적 그리고 문화적 현상이 동시에 일어나는 것 - 중·상류층이 침략하여 기존에 있던 원주민이 이주하는 현상
	Smith(1987)	- 사회적 변화, 근린단위에서의 주택 재고 등과 같은 물리적 변화와 주택시장이나 지가 변화 등과 같은 경제적 변화 의미
	Sassen(1991)	- 공간적·경제적·사회적 재편성 과정과 연계하여 폭넓게 확장시켜 이해해야 한다고 주장
	Millard-Ball(2000), Ley(1993)	- 사회적 지위의 상향적 이동
	Criekingen·Docroly(2003)	- 빈곤층의 근린이 부유한 근린으로 변모하고, 도시 환경이 향상되는 것
	진창중(2012)	- 도심 내 쇠퇴한 지역이 어떠한 주체와 요인들로 인하여 재활성화되는 현상
	김정훈(2017)	- 문화 자본 유입에 의한 상업가로 활성화 및 그에 따른 파급효과 - 도심의 낙후된 지역에 문화 자본을 지닌 임차인들의 경제 활동 기존 소비자가 아닌 외부의 불특정 다수의 방문객을 유입, 이전과 다른 형태로 지역의 가치향상 시킨 임차인들의 비자발적 이주 강요
상업 젠트리 피케이션	Zukin et al(2009)	- 기존 상업시설의 고급화
	윤윤채·박진아(2016)	- 주거지역의 주택, 근린상점, 카페, 서양식 음식점 그리고 프랜차이즈 상점의 증가에 의한 지역의 사회·경제·문화적 변화 현상

세 가지로 정리하였다. 첫째, 젠트리피케이션 개념의 복잡성을 인정 “젠트리피케이션 개념이 시대에 따라 다양하게 변화하기 때문에 젠트리피케이션에 대한 새로운 유형과 형태를 포함해야 하고, 거시적 프로세스와 개별 경험적 프로세스간의 연계를 고려하지는 것” 이며, 둘째, 젠트리피케이션의 본질을 명확하게 정의하기 어려움 “다양한 젠트리피케이션 현상은 상황성과 복잡성의 측면에서 접근, 젠트리피케이션 사례의 숨겨진 의미를 파악하고 그 의미들의 계층적 구조를 제시” 하는 것, 셋째, 젠트리피케이션에 대한 심층적·보편적 진리를 추구해야 한다는 것 “개별적인 젠트리피케이션 현상들은 매우 복잡하고 혼란스럽기에 현상의 올바른 이해를 오히려 방해” 중요한 것은 현상에 대한 본질을 파악 젠트리피케이션 개념은 유연하지만 목표가 뚜렷한 정의를 가져야 한다고 하였다.



한편 젠트리피케이션은 유형과 특성이 도시의 발달 정도와 특성에 따라 물리적·사회적 구조의 차이 및 시·공간의 개발의 형태 등에 따라 각기 다른 모습을 지니고 있으며, 일반적으로 그 발생 지역 내지 공간에 따라 주거 젠트리피케이션, 상업 젠트리피케이션, 문화 젠트리피케이션, 신규 개발 젠트리피케이션, 촌락 젠트리피케이션, 정부 주도 젠트리피케이션, 슈퍼 젠트리피케이션으로 구분하고 있다<표 3>.

본 연구에서의 젠트리피케이션은 도시재생사업을 통해 재개장(2016년 4월) 한 1913송정역시장에서 방문객 증가와 상업시설의 현대화로 인한 임대료 상승으로 인하여, 기존 상가 임차인의 비자발적 이주와 업종 전환 및 임차인 변경 등이며, 이를 상업 젠트리피케이션 유형으로 정의하였다. 젊은 층과 관광객들이 즐겨 찾는 광주 대표 명소로 자리매김 하였지만, 증가한 신규 고객의 절대 다수는 생활권 내의 거주자가 아니라 외부 방문객이며, 재개장 후 신발이나 커튼을 취급하던 기존 점포가 폐업을 하고, 음식점이 추가로 입점하면서 생활물품을 거래하는 시장으로서의 정체성이 점차 퇴색하고 1회성 방문객들이 즐겨 찾는 먹자골목으로 변화하였다. 전통시장 활성화 사업을 통해 다양한 선택이 가능한 ‘미향 광주’ 로 업그레이드 하였지만, 외부 방문객의 지속적인 유입으로 부산 강동시장, 전주 한옥마을, 서울가로수길 등 다른 지역의 ‘먹자길’ 과 경쟁 구도에 놓이게 된 반면, 핫 플레이스 지역과 비교해 보면 1913송정역시장이 규모와 콘텐츠의 다양성 측면에서 상대적으로 취약한 실정이다. 이를 개선하기 위해 구청과 건물주 등이 참여하여 젠트리피케이션 현상 방지 계약 등을 맺었음에도 불구하고 임대료 상승을 막지 못하고 있으며, 급상승한 임대료를 감당하지 못하고 내몰리고 있는 상인들이 있다는 것을 현장조사를 통해서도 나타났다.

표 3. 젠트리피케이션 유형

유형	내용
주거 젠트리피케이션 (Residential Gentrification)	기존 노후화된 주거지역 ⇨ 재개발 재건축 사업 ⇨ 부동산 가격 등 지대 상승 ⇨ 중산층 내지 상류층 유입 ⇨ 반면 기존 거주 저소득층(원주민) 비자발적 이주
상업 젠트리피케이션 (Commercial Gentrification)	기존 낙후된 상권 다시 활성화 ⇨ 임대료 급상승 ⇨ 기존 소규모 상가 임차인 비자발적 이주 ⇨ 대규모 상가 유입 ⇨ 상가 구조 변동
문화 젠트리피케이션 (Cultural Gentrification)	특정의 문화 또는 예술가 집단의 영향으로 지역 변화 ⇨ 커뮤니티 독창성으로 인해 해당 지역 투기 중심지역으로 변모 ⇨ 새로운 투자와 인구 유입 ⇨ 외부인을 위한 관광지로 변모 ⇨ 지역의 예술과 문화가 젠트리피케이션의 원동력으로 작용
신규 개발 젠트리피케이션 (New-Build Gentrification)	도심의 빈곤한 근린이 없는 상황에서 오픈스페이스, 미개발지에 신규 개발을 통한 중산층 근린 형성
촌락 젠트리피케이션 (Rural Gentrification)	촌락으로 중산층 유입 기존 촌락 주민들을 대체하는 과정, 낡은 부동산 및 기타 자산의 개량 및 증축 등 재 가치화
정부 주도 젠트리피케이션 (Super Gentrification)	전면 재개발 방식으로 우리나라의 뉴타운 개발사업
슈퍼 젠트리피케이션 (Super Gentrification)	이미 고급 주택지로 변모한 도심 지역 ⇨ 최고급 주택지로 개발되는 현상

## IV. 도시재생사업에 의한 젠트리피케이션의 영향 분석

### 1. 분석 대상지 현황

본 연구의 대상지인 1913송정역시장은 1910년대에 형성되어 KTX광주송정역과 명맥을 함께 한 100년 역사를 가진 전통시장으로, 역과 가까운 지리적 이점에도 불구하고 상가 노후화와 유동인구의 부재로 급격히 쇠퇴하였다. 2015년 05월부터 도시재생사업의 일환으로 민관협력을 통해 전통시장 활성화 프로젝트를 진행하여 2016년 4월에 시장을 재개장하여 활성화된 사례이다.

2016년 4월 18일 재개장한 1913송정역시장은 전통시장 활성화 프로젝트를 통해 재탄생한 기존의 관주도형으로 이뤄지던 전통시장 활성화사업에서 민간기업의 참여를 통해 민관협력으로 전통시장을

활성화시킨 성공적인 사례로, 전통시장 활성화사업에 새로운 모델을 제시하였다. 또한 기존의 정부 지원금을 기반으로 한 전통시장 활성화 사업은 비전문적인 사업 전략을 바탕으로 낙후된 시장 외부 시설을 현대화 하는 하드웨어 위주의 개선사업이나 일회성 행사개최 위주 사업이었다면, 해당 사업은 쇠퇴한 전통시장에 공간에 대한 새로운 이미지를 만들어 내는 공간 만들기 개념을 적용하였다. 이를 위해 사업 개발 구상 단계부터 전통시장이 왜 쇠퇴했는지, 백화점이나 대형마트가 과연 전통시장의 경쟁대상이어야만 하는지와 같은 새로운 공간 만들기를 위한 본원적인 의문을 가지고 접근하기 시작하였으며, 이를 해결하기 위해 민간부문인 현대자동차그룹은 모그룹 내에서 가장 현대적이고 선진화된 마케팅을 선보이는 현대카드에 해당 사업을 위임하여, 시장의 공간재편과 공간 만들기를 위한 노력을 진행하였다.

표 4. 1913송정역시장 활성화 사업 전후 비교

구 분	주요 내용	
주요 판매품목	- 재개장 전 생선, 잡화, 정육 등 - 재개장 후 식당, 호프집, 마카롱, 식빵, 먹거리 등	
도시재생사업 전후	도시재생 사업 이전	도시재생 사업 이후
개점 상가수	36개(65.5%)	55개(100.0%)
일평균 방문객수	200명	4000명
상인평균연령	63세	47세
하루 평균 매출(만원)	-	평일 약 55만원, 주말 약 105만원
비고	-	사업 전 매출평균 대비 3배 이상 증가

자료 : 최진 외(2017)

<표 4>와 같이 1913송정역시장 활성화 사업 전후 비교를 보면 정비된 상가 수가 사업 이전보다 19개가 늘었으며, 일 평균 방문객 수가 20배 이상 급증하였다. 특히 젊은 상인들의 입점으로 시장 내 상인들의 평균 연령은 16세나 낮아졌으며, 평균 매출도 증가하였다. 재개장 이후 1913송정역시장 상인들에게 활성화 사업 중 가장 잘한 것이 무엇인가를 조사한 결과 전반적으로 밝아진 거리 분위기와 여유 있는 환경 조성 등이 상인들로부터 긍정적 평가를 받았으며, 이야기 발굴과 같은 소프트웨어에 대한 평가는 상대적으로 낮게 나타났다(김광욱 외, 2016). 또한 2016년 5월 1일부터 7월15일까지 76일간 인터넷 블로그에 올라온 1913송정역시장 관련 게시물을 조사한 결과 3,084건으로 국립아시아문화전당, 양림동, 대인예술시장보다 향후 발전할 수 있는 잠재력이 풍부하여 콘텐츠가 지니고 있는

장소가 자생력이 강하다는 것을 입증하였다. 또한 상인들은 1913송정역시장의 지속가능한 활성화를 위해선 공용시설 유지관리비를 비롯한 주차장, 화장실 등 시장 기반시설지원 사업을 진행하면서 새롭게 만들어진 물품보관소 등 공용 공간에 대한 임대료와 공용전기료를 상인회에서 부담해야 하는 부담을 느끼고 있으며, 열악한 재정 상황을 감안하여 시장의 지속가능한 활성화를 위해서는 지자체 및 관련기관에서 지속적인 지원을 희망하고 있는 것으로 나타났다(김광욱 외, 2016).

한편 1913송정역시장은 재개장 이후 관광형 시장으로 변화가 시작되면서 ‘맛있는 1913송정역시장’으로 특성이 바뀌었지만, 증가한 방문객의 대부분이 생활권 내의 거주자가 아니라 외부 방문객으로 인해 새로운 음식점들이 증가하면서, 신발이나 커튼을 취급하던 상가들이 폐업함에 따라 기존의 생활물품을 거래하는 시장으로서의 정체성이 점차 퇴색되고 1회성 방문객들이 즐겨 찾는 먹자골목으로 변화하였다. 최근 소상공인진흥공단과 1913송정역시장 홈페이지 자료에 의하면 약 50개여 점포가 운영되고 있으며, 매출액은 최저 101만원에서 2,706만원으로 월 월평균매출은 558만원인 것으로 나타났다. 한편 코로나 19로 인해 해외 관광객은 감소 되었으나, 공영주차장 신설과 지역상권 활성화 프로젝트 영향으로 지역 내 방문객들과 타 지역 관광객들의 비율이 증가하고 있는 추세이다. 또한 1913송정역시장 반경 25m 유동인구는 474명으로 주거인구 283명, 직장인구 31명이며, 매출에 가장 영향을 주는 유동인구의 변수는 전체 세대수의 40.9%, 유입인구 비중이 51.0%를 차지하고 있다. 연령별로 보면 60대 이상 남성 유동인구 비율이 49.4%, 40대 남성 유동인구수 44.7%, 30대 여성 유동인구수 42.2%, 20대 여성 유동인구수 37.2%, 대학생1인 가구수 29.1%의 비율로 나타나고 있다. 재개장 이후 젊은 상인들이 유입되어 먹거리와 도소매 업종은 증가하였으나, 1회성 방문객들의 증가와 젊은 상인들이 운영하는 도소매 매장을 이용하는 방문객에 따라 업종별 매출의 양극화가 심화 되고 있는것으로 나타났다. 그리고 전통시장 활성화 프로젝트 사업 이후 1913송정역시장의 임대료 변동에 대해 조사한 결과, 광산구청과 건물주 등이 참여하여 젠트리피케이션 현상 방지 계약 등을 맺었음에도 불구하고 임대료 상승을 막지 못하고 있었으며, 이로 인해 기존 상인들은 급상승한 임대료를 감당하지 못하고 밖으로 내몰리는 등 도시재생사업으로 인한 부정적인 효과가 재개장한지 6개월 만에 나타났던 것으로 조사되었다<표 5>.

표 5. 1913송정역시장 재개장 이후 임대료 현황

구분	재래시장 재개장 후 (2016년 4월)	재래시장 재개장 후 (2018년 10월)
A가게 (부식판매)	- 월 임대료 20만원 수준	⇒ - 월 임대료 50만원 수준으로 인상
	간신히 유지하며 운영 중	
B가게 (도소매업)	- 월 임대료 70만원 수준	⇒ - 월 임대료 150만원 수준으로 인상
	B가게(도소매업) 임대료 인상을 감당하지 못하고 내몰림(젠트리피케이션), 이후 식당이 개업하여 현재 운영 중	
C가게 (식당업)	- 월 임대료 70만원 수준	⇒ - 월 임대료 150만원 수준으로 인상
	기존에 영업하던 식당 주인이 급상승한 임대료를 감당하지 못하고 내몰렸으며, 현재는 다른 식당이 입주하여 운영 중	

한편 1913송정역시장 일대의 지가상승률(%)을 보면 2015년에 개통된 KTX송정역 역세권 효과와 더불어 2016년부터 상승률이 높은 것으로 나타났다<표 6>. 특히 광산구 송정동의 경우 2016년에 광주광역시 전체 지가상승률(%) 대비 3.2배로 나타났으며, 2017년에는 3.5배로 높은 상승률을 보여주었다. 이는 전통시장 도시재생사업 이후 재개장한 1913송정역시장의 행정동인 송정동과 인근 도산동의 토지 지가 상승이 2016년부터 2018년 사이 광주광역시에서 가장 높은 것으로 나타났다.

표 6. 1913송정역시장 일대 행정구역별 지가상승률(%)

행정동	재개장 이전 2015년 지가상승률	2016년 지가상승률	2017년 지가상승률	2018년 지가상승률	2019년 지가상승률	2020년 지가상승률
송정동	4.18	8.95	14.50	10.27	8.35	3.60
도산동	5.27	5.64	7.08	6.51	3.73	4.91
광주광역시	2.87	2.82	4.17	5.26	4.77	3.89

출처: 부동산통계정보시스템

## 2. 표본설계 및 자료 분석방법

본 연구는 전통시장 활성화 프로젝트의 성과와 문제점을 분석하고, 젠트리피케이션에 대한 대응 방안을 모색하기 위해 도시재생사업 이후 재개장한 1913송정역시장에서 상가를 운영 중인 상인 43명을 대상으로 2018년 10월 14일부터 10월 27일까지 진행하였으며, 총 43부의 설문조사 결과를 통해 실증분석을 실시하였다. 설문조사 방법으로는 현장조사를 통해 상인들을 대상으로 일대일 면접을 실시하였고, 수집된 설문자료를 바탕으로 SPSS Windows 24.0 Version 프로그램을 활용하여 실증분석을 진행하였다. 구체적으로는 설문조사 대상자의 인구통계학적 변수에 따른 특성을 파악하기 위하여 빈도분석(frequency)과 각 변수들의 타당성 분석을 위한 요인분석을 실시하였다. 설문조사 개요는 <표 7>과 같이 정리하였다.

표 7. 설문조사 개요

구 분	내 용
조사대상	1913송정역시장에서 영업을 하는 상인
조사기간	2018년 10월 14일부터 10월 27일까지(14일간)
조사지역	광주광역시 광산구 1913송정역시장
조사방법	현장 일대일 조사(설문지 응답자 직접 기입 방식)
설문유형	5점 리커트 척도

## 3. 설문조사 구성과 조사개요

설문조사의 설문지는 응답자의 특성을 파악하기 위한 자료로 성별, 결혼, 연령, 상가 운영 기간, 상가 운영 여부, 거주 지역, 학력, 업종 및 판매업종을 분류하였으며, 1913송정역시장 재개장 이후 환경변화에 대해 조사하기 위해서 소음, 쓰레기, 주차, 사생활 침해 문제와 치안 및 방법, 거리의 활력, 상점 이용의 편리성, 상점 상품 판매 가격, 동네의 전반적인 환경, 타 지역 관광객 증가, 광주 및 인근지역 방문객 증가 등 11개로 분류하였다. 또한 1913송정역시장 이용 시 편리성을 분석하기 위해 시장 재개장 후 이용 및 방문객들의 이용 편리, 상인들의 삶의 질, 기존 상인 편의로 분류하였다. 한편 1913송정역시장 재개장 이후 도시재생의 부정적 효과가 있는지를 파악하기 위해 임대료, 건물값 및 지대 상승, 건물 환경 현대화, 도로와 조명 등 간접 시설, 시장에 미치는 전반적인 영향과 함께, 광산구청과 광산경찰서에서 소음, 쓰레기, 주차문제와 치안 및 방법, 임대료 급상승 등을 통제하여 입차인을 보호하는지에 대한 내용으로 설문지를 구성하였다<표 8>.

표 8. 설문지 구성내용

구분	항목	
인구 통계학적 특성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 성별</li> <li>- 결혼</li> <li>- 연령</li> <li>- 상가운영 기간</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 상가운영 여부</li> <li>- 거주지역</li> <li>- 학력</li> <li>- 업종/판매업종</li> </ul>
1913송정역시장 환경변화	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소음문제</li> <li>- 쓰레기 문제</li> <li>- 주차문제</li> <li>- 사생활 침해 문제</li> <li>- 치안 및 방법</li> <li>- 시장 거리의 활력</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 상점 이용의 편리성</li> <li>- 상점 판매가격</li> <li>- 동네의 전반적인 환경</li> <li>- 타 지역 관광객 증가</li> <li>- 광주 및 인근지역 방문객 증가</li> </ul>
1913송정역시장 이용 시 편리성 (재개장 이후)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 이용 및 방문객들의 이용 편리 여부</li> <li>- 상인들의 삶의 질</li> <li>- 기존 상인 내몰림 여부</li> </ul>	
1913송정역시장 동지 내몰림 현상 (젠트리피케이션)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 월세 등 임대료 상승</li> <li>- 건물 값 및 지대 상승</li> <li>- 건물 환경 (현대화/노후화)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 간접 시설(도로, 조명, 보도블럭 등)</li> <li>- 동지 내몰림이 지역에 미치는 전반적인 영향</li> </ul>
자치단체 관심	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소음 문제</li> <li>- 쓰레기 문제</li> <li>- 주차 문제</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 치안 및 방법</li> <li>- 임차인 보호(임대료 급상 등)</li> <li>- 지역 전반적인 환경</li> </ul>

## V. 분석결과

### 1. 빈도분석

본 연구는 1913송정역시장에서 상가를 운영하고 있는 상인들을 대상으로 설문조사를 실시하였으며, 조사에 응한 응답자 특성을 살펴보면 다음 <표 9>과 같다. 1913송정역시장은 현재 약 55개의 상가가 위치해 있으며 장시간 운영을 하지 않는 상가를 제외한 43개 상가의 상인들을 대상으로 조사하였다. 성별은 남성 13명(30.2%), 여성 30명(69.8%)으로 여성이 높은 비율을 차지하고 있으며, 결혼 여부는 미혼 11명(25.3%), 기혼 32명(74.5%)으로 기혼이 상당히 높은 비율을 차지하고 있다. 연령은 20대 7명(16.3%), 30대 8명(18.6%), 40대 13명(30.2%), 50대 6명(14.0%), 60대 이상 9명(20.9%)으로 비교적

세대가 다양하게 나타났다. 상가 운영 기간은 1년 이하 6명(14.0%), 1년 이상 2년 이하 4명(9.3%), 2년 이상 3년 이하 11명(25.6%), 3년 이상 5년 이하 5명(11.6%), 5년 이상 17명(39.5%)으로 응답자들이 5년 이상 장기간 상가를 운영해온 것으로 나타났으며, 2016년 시장 재개장 전후로 구분하여 상가 운영 시점을 묻는 질문에서는 시장 재개장 전부터 영업을 했다가 19명(44.2%), 시장 재개장 후부터 영업을 하였다가 24명(55.8%)으로 재개장 후 새로 유입된 상인들이 증가한 것으로 나타났다.

표 9. 응답자의 특성

문항	유형	빈도(명)	비율(%)	문항	유형	빈도(명)	비율(%)
성별	남성	13	30.2	거주 지역	동구	1	2.3
	여성	30	69.8		서구	2	4.7
결혼	미혼	11	25.5		남구	3	7.0
	기혼	32	74.5		북구	10	23.3
연령	20대	7	16.3		광산구	27	62.8
	30대	8	18.6	학력	고등학교 졸업	17	39.5
	40대	13	30.2		대학교 졸업	24	55.8
	50대	6	14.0		대학원 졸업 이상	1	2.3
	60대 이상	9	20.9		무응답	1	2.3
상가 운영 기간	1년 이하	6	14.0	업종 (판매 업종)	일반음식점	12	27.9
	1년 이상 2년 이하	4	9.3		제과점	6	14.0
	2년 이상 3년 이하	11	25.6		도매점	14	32.6
	3년 이상 5년 이하	5	11.6		커피전문점	2	4.7
	5년 이상	17	39.5		기타	9	20.9
상가 운영 시점	시장 재개장 전부터 영업	19	44.2				
	시장 재개장 후부터 영업	24	55.8				

거주지역은 동구 1명(2.3%), 서구 2명(4.7%), 남구 3명(7.0%), 북구 10명(23.3%), 광산구 27명(62.8%)으로 나타났으며, 광산구가 아닌 다른 구에 거주하는 젊은 상인들이 유입된 것으로 나타났다. 학력은 고등학교 졸업 17명(39.5%), 대학교 졸업 24명(55.8%), 대학원 졸업 이상 1명(2.3), 무응답 1명(2.3%)으로 나타났으며, 시장 내 판매업종은 일반음식점 12명(27.9%), 제과점 6명(14.0%), 도매점 14명(32.6%), 커피전문점 2명(4.7%), 오락실, 의상대여점, 방앗간 등 기타 업종이 9명(20.9%)으로 나타났다. 응답자 특성을 조사한 결과 1913송정역시장이 도시재생 프로젝트인 활성화사업을 통해 새로 시작한 상가가



절반 이상이며, 상인의 연령도 낮아져 다양한 세대가 함께 시장의 구성원으로 활동하고 있는 것으로 나타났다. 또한 판매업종도 기존의 생필품 업종에서 먹거리와 독특한 도소매 상품 등으로 다양해져 많은 방문객들에게 볼거리와 먹을거리를 제공하고 있는 것으로 평가되었다.

<표 10>과 같이 1913송정역시장에서 상가를 운영하고 있는 응답자들에게 젠트리피케이션 현상에 대해 알고 있는가를 묻는 질문에서는 매우 잘 알고 있다 7명(16.3%), 알고 있다 15명(34.2%), 보통이다 1명(2.3%), 모른다 5명(11.6%), 전혀 모른다 15명(34.9%)으로 설문조사 응답자 50%이상이 젠트리피케이션을 인식하고 있는 것으로 나타났다. 또한 1913송정역시장에 도시재생의 부정적인 현상인 젠트리피케이션이 발생하고 있느냐는 질문에는 매우 그렇다 6명(14.0%), 그렇다 11명(25.6%), 보통 6명(14.0%), 아니다 7명(16.3%), 전혀 아니다 13명(30.2%)으로 나타났으며, 응답자 40%정도가 1913송정역시장에 젠트리피케이션 현상이 발생하고 있다고 응답하였다.

표 10. 젠트리피케이션 인식 여부

문항	유형	빈도(명)	비율(%)
젠트리피케이션 인식 여부	전혀 모른다	15	34.9
	모른다	5	11.6
	보통이다	1	2.3
	알고 있다	15	34.9
	매우 잘 알고 있다	7	16.3
1913송정역시장 젠트리피케이션 현상 여부	전혀 아니다	13	30.2
	아니다	7	16.3
	보통이다	6	14.0
	그렇다	11	25.6
	매우 그렇다	6	14.0

<표 11>과 같이 1913송정역시장 환경 변화(쾌적성)에 대한 설문조사에서는 상인들은 소음문제는 보통이 48.8%로 나타났으며, 쓰레기 문제는 업체와 계약을 하여 일정 금액을 지불하지만 좋아졌다 이상이 48.8%로 나타났다. 그러나 주차문제는 방문객 증가로 인해 매우 나빠졌다가 65.1%로 높게 나타났다. 또한 시장 거리의 활력에서는 방문객 증가 덕분에 좋아졌다 이상이 72.1%로 높게 나타났으며, 1913송정역시장의 전반적인 환경변화 또한 좋아졌다 이상이 76.8%로 상당히 높게 나타났다. 타 지역 관광객 증가에서는 좋아졌다 이상이 76.8%로 상당히 높게 나타났으며, 이로 인한 광주 인근 지역 관광객 증가도 좋아졌다 이상이 72.1%로 높게 나타났다.

표 11. 1913송정역시장 환경 변화(쾌적성)

문항	유형	빈도(명)	비율(%)
소음문제	매우 나빠졌다	1	2.3
	나빠졌다	9	20.9
	보통이다	21	48.8
	좋아졌다	11	25.6
	매우 좋아졌다	1	2.3
쓰레기 문제	매우 나빠졌다	4	9.3
	나빠졌다	8	18.6
	보통이다	10	23.3
	좋아졌다	16	37.2
	매우 좋아졌다	5	11.6
주차문제	매우 나빠졌다	28	65.1
	나빠졌다	15	34.9
사생활 침해	매우 나빠졌다	1	2.3
	나빠졌다	6	14.0
	보통이다	32	74.4
	좋아졌다	4	9.3
치안 및 방법	나빠졌다	5	11.6
	보통이다	15	34.9
	좋아졌다	21	48.8
	매우 좋아졌다	2	4.7
시장거리의 활력	나빠졌다	4	9.3
	보통이다	8	18.6
	좋아졌다	20	46.5
	매우 좋아졌다	11	25.6
1913송정역시장의 전반적인 환경변화	나빠졌다	1	2.3
	보통이다	9	20.9
	좋아졌다	27	62.8
	매우 좋아졌다	6	14.0
타 지역 관광객 증가	나빠졌다	1	2.3
	보통이다	9	20.9
	좋아졌다	27	62.8
	매우 좋아졌다	6	14.0
광주 인근 지역 관광객 증가	나빠졌다	4	9.3
	보통이다	8	18.6
	좋아졌다	23	53.5
	매우 좋아졌다	8	18.6

<표 12>와 같이 재개장 이후 시장의 편의성을 묻는 질문에서는 방문고객이 시장을 이용하기에 대부분이 편리해졌다고 응답(62.8%)하였으며, 상가 이용과 상점 판매가격도 60.4%, 90.7%로 재개장 전보다 전반적으로 호응도가 좋아진 것으로 나타났다.

표 12. 1913송정역시장 편리성

문항	유형	빈도(명)	비율(%)
이용 및 방문객 편리 여부	나빠졌다	5	11.6
	보통이다	11	25.6
	좋아졌다	20	46.5
	매우 좋아졌다	7	16.3
상가 이용의 편리성	나빠졌다	2	4.7
	보통이다	15	34.9
	좋아졌다	17	39.5
	매우 좋아졌다	9	20.9
상점 판매가격	나빠졌다	4	9.3
	보통이다	27	62.8
	좋아졌다	12	27.9

<표 13>과 같이 경제적 요소에서는 2016년 4월 1913송정역시장 재개장 이후 월세 등 임대료가 매우 높아졌다는 응답이 41.9%로 높았으며, 건물 값 및 지대 등 상승도 매우 많이 높아졌다는 응답도 41.9%로 나타났다. 이로 인해 청년 상인의 유입과 이색 먹거리로 많은 관광객과 시장 내 활기를 유도하였지만, 재개장 한지 반년 만에 젠트리피케이션을 우려하는 언론이 보도 되고, 재개장 이후 1년 만에 청년 상인들이 내몰리고 임대료도 지속적으로 상승하여 젠트리피케이션을 초래하고 있는 것으로 확인되었다.

표 13. 경제적 측면 영향

문항	유형	빈도(명)	비율(%)
월세 등 임대료 상승	보통이다	11	25.6
	높아졌다	14	32.6
	매우 높아졌다	18	41.9
건물 값 및 지대 상승	보통이다	9	20.9
	높아졌다	16	37.2
	매우 높아졌다	18	41.9

## 2. 기술통계

기술통계에서는 표본 수 43개, 5점 리커트 척도로 최대값은 5, 최소값은 1의 값을 가지고 있다. 기술통계 결과는 <표 14>와 같이 정리하였다. 기술통계 분석결과(평균)를 보면 환경변화에 관한 항목들 중 주차문제(1.3488)와 사생활 침해 문제(2.9070)는 지역 환경변화에 따라 부정적으로 인식하는 경향이 많았다. 한편 시장 거리의 활력(3.8837), 상점 이용의 편리성(3.7674), 타 지역의 관광객 증가(4.2791) 등 재개발 이후 환경의 편리성에 대해서는 대체로 긍정적 인식이 높게 나타났다. 또한 젠트리피케이션에 영향을 주는 경제적 특성과 관련해서는 월세 등 임대료 상승(4.1628), 건물 값 및 지대 상승(4.2093)은 상대적으로 평균 수치가 높게 나타나 부정적인 인식이 높은 것으로 나타났다. 이를 통해 1913송정역시장에 미치는 전반적인 영향에서 환경변화와 편리성은 평균 수치가 높을수록 긍정적으로 인식하고 있으며, 경제적 특성에서 월세 등 임대료 상승과 건물 값 및 지대 상승은 평균 수치가 높을수록 부정적으로 인식하고 있는 것을 확인 할 수 있었다.

표 14. 기술통계 결과

구 분	N	최소값	최대값	평균	표준편차
소음문제	43	1.00	5.00	3.0465	.81514
쓰레기 문제	43	1.00	5.00	3.2326	1.17184
주차문제	43	1.00	2.00	1.3488	.48224
사생활 침해 문제	43	1.00	4.00	2.9070	.56963
치안 및 방법	43	2.00	5.00	3.4651	.76684
시장 거리의 활력	43	2.00	5.00	3.8837	.90526
상점 이용의 편리성	43	2.00	5.00	3.7674	.84056
상점 판매가격	43	2.00	4.00	3.1860	.58781
1913송정역시장의 전반적인 환경	43	2.00	5.00	3.8837	.66222
타 지역 관광객 증가	43	2.00	5.00	4.2791	.82594
광주 및 인근 지역 방문객 증가	43	2.00	5.00	3.8140	.85233
이용 및 방문객 이용 편리 여부	43	2.00	5.00	3.6744	.89232
1913송정역시장 상인들의 삶의 질	43	2.00	5.00	3.5349	.93475
1913송정역시장 기존 상인 내몰림	43	2.00	5.00	3.0465	.65296
월세 등 임대료 상승	43	3.00	5.00	4.1628	.81446
건물 값 및 지대 상승	43	3.00	5.00	4.2093	.77331
건물 환경 현대화/노후화	43	2.00	5.00	3.2326	.71837
간접 시설(도로, 조명, 보도블럭 등)	43	2.00	5.00	3.7674	.71837
동지 내몰림이 지역에 미치는 전반적인 영향	43	1.00	4.00	2.3256	.94418

### 3. 요인분석

본 연구의 분석은 크게 두 가지로, 전체 표본데이터를 대상으로 한 분석과 재개장 전·후 입주한 상인으로 구분하여 부분 집단에 대해 분석하였다. 분석방법에는 요인분석이 사용되었으며, 먼저 다수의 변수들간의 복잡한 상관구조를 이해하기 쉬운 적은 수의 새로운 변수 군으로 묶기 위해 표본 전체에 대한 요인분석을 실시하였다. 요인분석 결과, 인자분석 표본의 적합성을 검정하는 KMO (Kaiser-Meyer-Olkin)측도는 0.646로 나타났고, 요인분석의 변수들이 서로 독립적인지 아닌지를 검증하는 Bartlett의 구형성 검정값도  $p=0.00$ 으로 유의하게 나타났다. 19개의 변수들은 총 7개의 요인이 1이상의 고유치(eigenvalue)로 분류되었으며, 이들은 총 분산량의 64%를 설명해 주고 있었다. 베리맥스 회전방식에 의해 최종 산출된 인자분석 결과를 <표 15>와 같이 정리하였다.

표 15. 요인분석 결과

구분	성분						
	제 1요인	제 2요인	제 3요인	제 4요인	제 5요인	제 6요인	제 7요인
시장 거리의 활력	.900	.061	.049	.014	-.013	-.072	-.083
광주 및 인근 지역 방문객 증가	.858	.043	.078	.138	.081	.106	.044
타 지역 관광객 증가	.787	.180	.245	.268	.101	.003	.097
상점 이용의 편리성	.487	.236	.007	.331	.416	.281	.123
치안 및 방법	-.035	.825	.106	.078	-.125	.199	-.001
간접 시설(도로, 조명, 보도블럭 등)	.067	.750	-.098	-.102	.513	-.127	.014
1913송정역시장 전반적인 환경	.343	.681	-.055	.199	.173	-.064	-.008
이용 및 방문객 이용 편리 여부	.200	.607	-.055	.539	.142	-.136	-.245
쓰레기 문제	.130	.486	-.303	-.257	-.277	.396	.404
건물 값 및 지대 상승	.132	.013	.953	.052	-.029	-.009	.012
월세 등 임대료 상승	.126	-.044	.946	-.016	-.048	.048	-.037
상점 판매 가격	.202	.028	-.094	.900	-.027	.040	-.044
1913송정역시장 상인들의 삶의 질	.164	.130	.186	.681	.337	.015	.299
건물 환경 현대화/노후화	.059	.033	-.155	.089	.853	.148	-.137
동지내몰림이 지역에 미치는 전반적인 영향	.329	.307	.270	.371	.510	-.032	.236
사생활 침해 문제	.097	.029	.163	-.009	.049	.878	.047
주차문제	-.116	-.031	-.496	.076	.228	.660	-.142
1913송정역시장 기존 상인 내몰림	.022	-.160	.168	-.037	-.004	-.142	.802
소음문제	.002	.171	-.363	.228	-.064	.244	.676

※ 추출 방법 : 주성분 분석, 회전 방법 : Kaiser 정규화가 있는 베리맥스

도시재생사업 이후 개발은 상업시설의 증가와 그에 따른 외부 방문객 증가로 주민들의 긍·부정적 인식 중 도심권 거리의 활력, 상점 이용 편리성은 긍정적인 인식을 보이고 있고, 특히, 젊은 연령층일수록 상업시설의 이용이 편리해지고, 소비 욕구를 만족하게 할 만한 트렌드한 상점 입점 등이 이들의 긍정적 인식에 영향을 미쳤을 것이다. 도시재생사업의 부정적인 효과라고 할 수 있는 젠트리피케이션 현상에 대해 부정적으로만 바라보는 것이 아니라, 영업시간이 길수록 일부 상인들은 긍정적으로도 인식하고 있다는 것을 확인할 수 있고, 자가 소유자들은 집값 및 임대료가 오르는 경제적 측면에서 이 현상을 긍정적으로 인식하고 있음을 알 수 있었다. 그밖에도 도시재생사업의 부정적인 효과로 젠트리피케이션이 발생함에 따라 이를 관리하여, 상인들과 이용객들의 편리성과 쾌적성을 높이는 관리 방안이 필요하다. 이를 근거로 본 연구에서는 지역을 대표하는 1913송정역시장의 특성을 고려하여 지역 활력성, 편리성, 경제성, 쾌적성과 같은 4가지 요인을 토대로 도시재생사업의 효과를 확인하였다.

제 1요인에 해당하는 변수는 시장 거리의 활력, 광주 및 인근 지역 방문객 증가, 타 지역 관광객 증가, 상점 이용의 편리성과 관련된 변수들이 높은 수치를 나타내고 있으므로, 제 1요인을 ‘지역 활력성’으로 설명하는 축으로 해석하였다. 제 2요인에 해당하는 변수는 간접시설(도로, 조명, 보도블럭 등), 1913송정역시장 전반적인 환경, 이용 및 방문객 이용 편리 여부의 변수들이 높은 수치를 나타내고 있으므로, 제 2요인을 ‘편리성’으로 설명하는 축으로 해석했다. 제 3요인에 해당하는 변수는 건물 값 및 지대상승, 월세 등 임대료 상승의 변수들이 높을 수치를 나타내고 있으므로, 제 3요인을 ‘경제성’으로 설명하는 축으로 해석하였다. 제 4요인에 해당하는 변수는 상점에서의 상점 판매 가격, 1913송정역 시장 상인들의 삶의 질 변화의 변수들이 높을 수치를 나타내고 있으므로, 제 4요인을 ‘쾌적성’을 설명하는 축으로 해석하였다. 또한 제 5요인에 해당하는 변수는 건물 환경 현대화/노후화, 동지내몰림이 지역에 미치는 전반적인 영향의 변수들이 높은 수치를 나타내고 있으므로, 제 5요인을 ‘쾌적성’을 설명하는 축으로 해석하였다. 제 6요인에 해당하는 변수는 사생활 침해 문제, 주차 문제의 변수들이 높은 수치를 나타내고 있으므로, 제 6요인을 ‘쾌적성’을 설명하는 축으로 해석하였다. 마지막으로 제 7요인에 해당하는 변수는 1913송정역시장 기존 상인 내몰림, 소음문제의 변수들이 높은 수치를 나타내고 있으므로, 제 7요인을 ‘쾌적성’을 설명하는 축으로 해석하였다.

요인분석을 통해 전통시장 도시재생사업의 효과를 확인한 결과, 시장거리의 활력, 광주 및 인근 지역 방문객 증가, 타 지역 관광객 증가 등과 같은 지역 활력성과 건물 환경 현대화/노후화, 소음 문제 등과 같은 쾌적성, 이용 및 방문객 이용 편리 여부와 같은 편리성은 1913송정역시장 도시재생사업으로 상인의 만족과 정(+)의 관계를 갖는 것으로 나타났다. 한편 건물 값 및 지대 상승, 월세 등 임대료 상승 등과 같은 경제성에 있어서는 1913송정역시장 도시재생사업으로 상인의 만족과 부(-)의 관계를 갖는 것으로 나타났다. 이는 도시재생사업 이후 1913송정역시장은 지역 활력성, 편리성, 쾌적성에는 긍정적인 효과를 나타내고 있으나, 경제성에서는 부정적인 효과를 나타내고 있어 전통시장의 젠트리피케이션 현상이 발생하고 있는 것을 확인할 수 있었다.

## VI. 결론

본 연구에서는 전통시장 활성화를 위해 민관협력을 통한 도시재생사업으로 재개장한 1913송정역시장을 중심으로 상점을 운영 중인 상인들을 대상으로 설문조사와 실증분석을 통해 전통시장 활성화 프로젝트의 성과와 문제점을 분석하고, 젠트리피케이션에 대한 대응과 함께 전통시장의 지속가능한 활성화 방안을 제시하고자 한다. 1913송정역시장은 약 50개의 점포가 운영되고 있으며, 매출액은 월평균 558만원으로 매출등급이 4등급을 상회 하는 것으로 나타났다. 또한 유동인구는 코로나 19로 인해 해외 관광객은 감소하였으나, 공영주차장 신설과 지역상권 활성화 프로젝트 등으로 지역 내 방문객들과 타 지역 방문객들의 발길이 이어지고 있으며, 남성은 40대 이상, 여성은 20~30대 젊은 층의 비율이 높은 것으로 나타났다.

설문조사 분석결과 1913송정역시장의 지역 환경변화는 주차문제, 소음문제, 사생활 침해, 치안 및 방법, 쓰레기 문제 등은 부정적인 인식이 높은 것으로 나타났다. 특히, 주차문제나 소음문제의 경우 외부관광객, 유동인구 증가로 파생되는 문제가 상인들의 부정적 인식에 큰 영향을 미치고 있었다. 반면, 도심권 거리의 활력, 상점 이용의 편리성은 상업시설의 증가로 편리해졌다는 긍정적 인식을 보였으나 상품구매나 상업시설 이용 시 가격이 인상되어 부정적인 인식을 하고 있었다.

실증분석 결과 지역 활력성, 쾌적성, 편리성, 경제성 4가지 요인을 토대로 도시재생사업의 효과를 확인할 수 있었다. 특히 도시재생사업 이후 상업시설의 증가와 그에 따른 외부 방문객 증가에 따른 상인들의 인식에는 긍정적 부분과 부정적 부분이 동시에 나타났다. 긍정적인 부분으로는 상점의 영업 기간이 길수록 이용객들이 증가하면서 매출 증가로 지역 활력성에는 긍정적으로 인식을 하고 있었다. 이는 도시재생사업으로 영업여건과 소비환경이 쾌적하게 개선되고, 젊은 연령층일수록 상업시설의 이용이 편리해져, 소비 욕구를 만족시키는 트렌드한 상점 입점으로 긍정적 인식에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 부정적인 부분에서는 방문객의 증가로 인해 시장이 활성화되면서 기존의 상인들이 높은 임대료를 감당하지 못하고 내몰리는 현상과 같은 젠트리피케이션이 나타나는 것으로 확인되었다.

본 연구를 통해 젠트리피케이션 대응과 전통시장의 지속가능한 활성화를 위해 다음과 같이 시사점을 도출하였다. 첫째, 젠트리피케이션에 대응하기 위해 최근 정부는 「상가건물임대차보호법」 개정을 통해 계약갱신 요구권을 10년 이내로 연장하고 권리금을 보호하는 조항을 신설하여 실행하고 있으나, 법적 구속력이 없어 건물주의 선의에 기대고 있다는 점에서 제도적 보완이 필요하다. 둘째, 도시재생사업 이후 재개장된 1913송정역시장은 기존 상점과 함께 젊은 상인들의 마케팅 활동과 노력을 통해 지역 브랜드 자산가치가 상승한 지역이기 때문에 지역 브랜드를 공동으로 운영관리 할 수 있는 제도적 방안과 협동조합, 도시재생활사와 같은 중간운영조직과 연계하여 지역 자산을 관리하는 체계를 구축하

는 것이 필요하다. 셋째, 전통시장 상인들의 쾌적한 환경과 삶의 질 제고를 위해서 소음이나 쓰레기, 사생활 침해 등과 같은 문제를 공론화하고 지자체와 공공기관과 협력하여 적극적인 관심과 감시 시스템을 구축하는 것이 필요하다. 마지막으로, 전통시장 운영·관리적 측면에서 광고 및 홍보 전략을 체계적으로 수립하여 시장을 찾는 주 고객층의 트렌드와 시장의 특성에 맞는 맞춤형 차별화 전략을 구축할 필요가 있으며, 이를 위해 전문가로부터 정기적인 상담 및 교육을 받아 시장의 지역적 특성과 상가의 특색을 살려 지역 브랜드의 매력지수를 높일 수 있도록 해야 할 것이다.

본 연구는 민관협력 도시재생사업이 추진된 1913송정역시장에서만 진행되어 민관협력 도시재생사업의 영향과 효과를 판단하는데 미흡할 수 있으며, 1913송정역시장 사례의 성과분석을 하는데 있어 상점을 운영 중인 상인들을 중심으로 설문조사를 통해 분석이 진행되었기 때문에 이 결과를 통해 지속가능한 활성화 방안을 제시하는 것은 한계가 있다. 이를 위해 향후 과제로 국내외 민관협력 사업 사례분석과 전통시장과의 연계성을 보완하고 설문조사의 대상도 상인뿐만 아니라 방문객, 지자체, 공공기관 등으로 범위를 넓혀, 전통시장 도시재생사업의 전·후 만족도 비교와 연령대별 젠트리피케이션의 인식 정도 등의 비교 분석, 인구통계학적 변수나 전통시장 상인의 점포 운영 특성 등을 고려한 집단 간 분석과 같은 보다 세분화된 후속 연구가 이루어져야 할 것이다.



## 인용문헌

- 김광욱·민현정·한경록, 2016. “1913송정역시장의 지속가능을 위한 세 가지 제언”, 「광전리더스 Info」 (25): 1-12.
- 김정훈·최민섭, 2017. “젠트리피케이션 예방과 지역 상생을 위한 중요요인에 관한 연구”, 「주거환경」 15(2): 209-225.
- 노병완, 2016. “전통시장 활성화를 위한 지원정책 개선방안에 관한 연구”, 가천대학교 대학원 석사학위논문.
- 박종수, 2009. “전통시장 활성화 방안에 관한 연구 : 익산시 전통시장을 중심으로”, 원광대학교 대학원 석사학위 논문.
- 박진수, 2018. “문화관광형시장 육성을 위한 스토리텔링개발연구- 체천중앙시장을 중심으로”, 「융합정보논문집」 8(6): 367-374.
- 박진호·최열, 2018. “도시재생사업에 따른 상인들의 상권 변화 인식에 관한 연구: 창원시 도시재생 선도사업 사례”, 「대한토목학회논문집」 38(5): 771-782.
- 성은영·윤주선·김용국, 2018. 지방중소도시의 스마트축소 도시재생 모델 개발, 세종: 건축공간연구원
- 윤윤채·박진아, 2016. “상업용도 변화 측면에서 본 서울시의 상업 젠트리피케이션 속도 연구”, 「서울도시연구」 17(4): 17-32.
- 이정동, 2019. “도시재생사업에서 젠트리피케이션 발생 요인 분석”, 「한국산학기술학회 논문지」 20(10): 187-194.
- 이하연·이지현·남진, 2018. “젠트리피케이션 부작용 방지를 위한 상가임대인 조세지원 제도의 경제적 효용에 관한 연구-성수동 도시재생활성화지역을 중심으로-”, 「국토계획」 53(6): 61-85.
- 진창중, 2019. “홍대앞 주거지의 상업화 과정 및 특성에 관한 분석-문화주도적 젠트리피케이션 관점에서”, 홍익대학교 대학원 석사학위논문.
- 최연우·김철영, 2019. “문화상업가로의 젠트리피케이션 과정 및 특성에 관한 연구 -대구시 김광석길 및 방천시장을 사례로-”, 「주거환경」 17(2): 51-66.
- 최재우, 2018. “문화관광 상품화를 위한 도시재생 사례 연구: 1913송정역시장을 중심으로”, 「Tourism Research」 43(3): 209-228.
- 최진·신우화·신우진, 2017. “민관협력사업(PPP)은 쇠퇴하는 전통시장을 개선시킬 수 있을까?: 광주 1913 송정역 전통시장 활성화사업을 중심으로”, 「주택도시금융연구」 2(2): 5-32.
- Hamnett, C., 1984. “Gentrification and residential location theory: a review and assessment, in Herbert, D. and Johnston, R. eds., Geography and the Urban Environment”, Chichester: John Wiley: 283-319.
- Millard-Ball, A., 2000. “Moving beyond the Gentrification Gaps: Social Change, Tenure Change and Gap Theories in Stockholm”, 「Urban Studies」 37(09): 1673-1693.
- Lees, L., Slater T., and Wyly, E. eds., 2008. Gentrification, New York: Routledge.
- Ley, D., 1993. “Gentrification in Recession Social Change in Six Canadian inner Cities”, Canadian Geographer, 13(3): 230-256.

- Sassen, S., 1991. *The Global City: New York, London, Tokyo*. Princeton University Press.
- Smith, N., 1987. "Gentrification and the rent gap", 『Annals of the Association of American Geographers』 77(3): 462-465.
- Zukin, S., Trujillo, V., Frase, P., Jackson, D., Recuber, T., & Walker, A., 2009. "New retail capital and neighborhood change: boutiques and gentrification in New York City", 『City & Community』 8(1): 47-64.

<투고 2021.12.13., 심사 2021.12.20., 게재확정 2021.12.27.>