

가을여행에서 만난 전통시장

2017
전통시장
가을 축제

시장 愛
가을



가을여행에서 만난 전통시장

2017 전통시장 가을축제



가을여행에서
만남
전통시장

2017 전통시장 가을축제



가을 愛 가장 가까운 여행지로



새로운 축제의 장



전통시장 가을축제



시장의 즐거움에 취하고





시장의 맛과 낭만을 즐기는



일상을 특별하게 만드는 시장여행



CONTENTS

016 OVERVIEW

PROLOGUE. 전통시장愛 새로운 바람이 분다
MAP. 지도로 보는 전통시장 가을축제

028 ZOOM IN

COMMON EVENT 1. 추억의 카페
COMMON EVENT 2. 캐릭터 연계 이벤트
COMMON EVENT 3. 미니콘서트
COMMON EVENT 4. 우수사례:영주365시장

064 FOCUS ON

MARKET 1. 전주남부시장
MARKET 2. 울산신정상가시장
MARKET 3. 오산오색시장
MARKET 4. 인천가좌시장
MARKET 5. 정선아리랑시장

146 AROUND

ACTIVITY 1. 전통시장 가을축제 서포터즈 '프로시장여행자'
ACTIVITY 2. 사전 이벤트:최고의 전통시장 여행코스를 찾아라
REVIEW. 전통시장 가을축제 SNS 우수후기

166 SCRAP

SUPPLEMENT. 전통시장 청년상인 버스킹플레이

OVERVIEW

시장과 가을이 만나다 '전통시장 가을축제' 이야기

전국 방방곡곡 400여 개 전통시장의
숨과 열, 흥이 함께한
2017 전통시장 가을축제는
감성, 체험, 문화, 관광이 어우러진 잔치였다.





PROLOGUE

전통시장愛 새로운 바람이 분다

'2017 전통시장 가을축제'는 10월 19일부터 31일까지 총 13일간 전국 400여 개 전통시장이 함께한 축제의 장으로, 9월 28일 부터 10월 31일까지 열린 '2017 코리아세일페스타(Korea sale FESTA)'의 일환으로 진행했다.

'가을 여행주간(10월 21일~11월 5일)'과 연계한 이번 축제는 '떠나요~ 가을여행! 즐겨요~가을시장!'이라는 슬로건 아래 전통시장 방문객 증대와 매출 증진을 유도하기 위한 문화 공연, 체험 행사, 경품 이벤트, 특가 판매 등 다양한 프로그램을 운영했다.



전통시장, 새로운 침

전통시장에 대한 인식은 점점 변화하고 있다. 요즘 사람들에게 전통 시장은 어떤 의미일까.

기존에 전통시장은 식품, 생필품 등을 사는 '단순 쇼핑'의 공간으로 인식됐다. 하지만 최근 청년몰, 야시장을 비롯한 전통시장 활성화 및 특성화 사업 등에 대한 추진 성과로 인식은 달라지고 있다.

이러한 인식 전환의 추세에 발맞춰 '2017 전통시장 가을축제'는 '할인 중심'의 축제와 행사에서 벗어나 기획 상품, 체험, 공연, 관광, 이벤트 등 고객 유인 콘텐츠를 보강해 지역민 실속 쇼핑과 문화 공간을 접목한 '일상 속 놀이마당'이자 '가까이에 있는 여행지'의 모습으로 다가섰다.





젊어지는 전통시장

이렇게 전통시장이 새로운 공간으로의 변화를 시도하는 이유 중 하나는 전통시장이 회춘하고 있기 때문이다. 몇 년 사이에 전통시장은 청년몰, 야시장을 비롯한 연이은 전통시장 활성화·특성화 사업들로 상인들이 젊어지고 가게들이 새로워지고 있으며, 이로 인해 유입되는 젊은 방문객들도 늘고 있다.

그에 맞춰 전통시장에서 진행되는 축제와 이벤트도 변화해야 하는 시점이다. '2017 전통시장 가을축제'는 다양한 행사와 콘텐츠로 기존 전통시장 축제의 패러다임을 바꾸면서 젊어지는 시장에 한 발짝 다가갔다.

축제 사전에 모바일과 포털 사이트를 연계한 프로모션을, 축제 중에 SNS를 이용한 인증샷 이벤트를 진행하는 등 온·오프라인 전방위 활동을 통해 소비자와 함께하는 축제를 만들어가는 것도 같은 맥락에서의 노력이었다.



전통시장 혹은 여행지 그 어디쯤

그뿐 아니라 '2017 전통시장 가을축제'는 전통시장이 놀이마당이자 여행지로서의 매력을 발산할 수 있도록 다채로운 볼거리, 먹거리, 즐길 거리, 체험 거리를 준비했다.

참여 시장별 유래와 특징을 살린 포토존과 대표 맛집/특가품 등으로 시장의 스토리를 전했으며, 체험 및 공감 요소를 강화한 공동 이벤트를 실시해 축제의 즐거움을 방문객이 직접적으로 느끼게 했다.

공동 이벤트는 초등학생 이하 자녀를 둔 3040 주부들을 비롯한 젊은 층의 유입을 촉진하는 '인기 캐릭터 연계 마케팅(체험형 이벤트)', 젊은 세대와 기성세대의 공감대를 형성하기 위한 '추억의 카페(감성형 이벤트)', 모든 세대가 함께 즐길 수 있도록 세대별 선호에 맞춘 '미니 콘서트(문화형 이벤트)'로 구분해 진행했다.

광역도시별로 꼽은 전국 17개 거점시장은 각 시장 특색을 녹인 자체 이벤트를 주도적으로 기획·진행하고, 공동 이벤트를 개성 있게 풀어내며 축제 분위기를 선도해나갔다.

이처럼 기존 축제에 많았던 할인 및 경품 행사에 그치지 않고, 방문객이 직접 경험하고 즐기도록 마련한 다양한 체험 행사와 시장의 스토리가 담긴 먹거리, 볼거리들은 색다른 가을 여행지로 손색 없는 전통시장의 모습을 보여줬다.

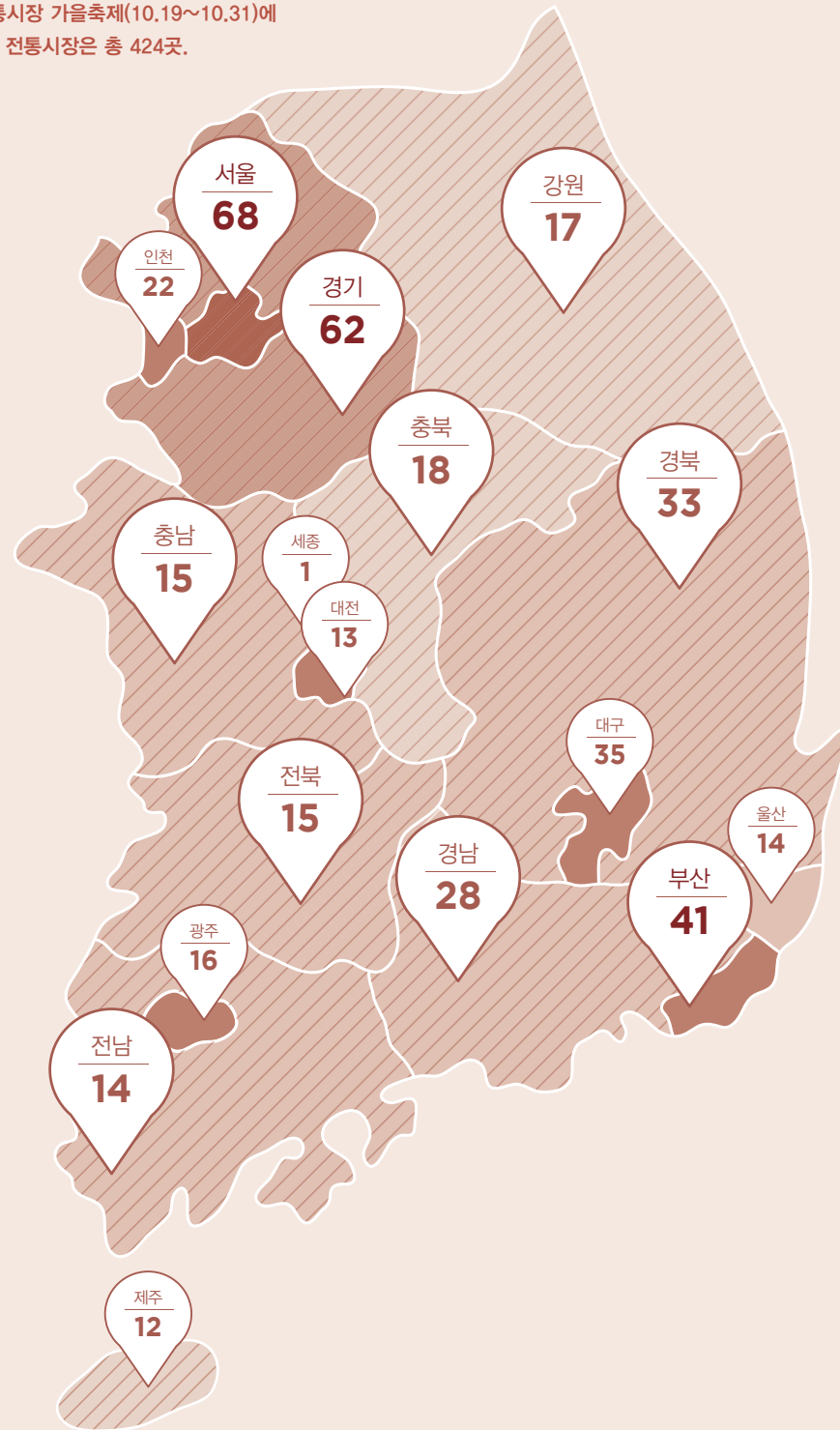
이번 사례집은 시장에 불어온 새로운 바람에 맞춰 더욱 다채로워진 축제의 모든 것을 담았다. 참신한 행사와 콘텐츠를 위한 각 시장의 전략과 진행 과정, 에피소드뿐 아니라 상인들의 노력과 방문객의 반응까지 생생한 축제의 현장을 공유한다.



MAP

지도로 보는 전통시장 가을축제

2017년 전통시장 가을축제(10.19~10.31)에
참여한 전국 전통시장은 총 424곳.



17개 거점시장



주요행사 개막식, 시장가요제,
럭키 인생샷 투어



주요행사 코스프레 인증샷 이벤트, 만화
체험 행사, 10월 가좌시장 Beer Day



주요행사 제3회 야맥축제, 오색시장 가
을문화탐험, 가을 손님맞이 이벤트



주요행사 서문야시장 외국인 팬투어, 밤
이 즐거운 대구야행, 서문뮤지션과 함께
하는 음악여행



주요행사 KNN쇼! TV유랑극단, 청춘의
장 프리마켓, 추억의 장 사진관



주요행사 신정극장, 새우 싸움에 고래등
터진다 프로레슬링 쇼, VR 체험존



주요행사 365 추억의 콘서트, 시장해설
사와 함께 떠나는 365 열차투어, 365
힐링 체험



주요행사 명서 열린음악콘서트, 시장방
문투어, 시장통 토크콘서트&시장통파티



주요행사 가을여행주간과 함께하는 봉
선동화시장축제, 봉선동화시장 미술제



주요행사 문화공연, 청년몰 할로윈 특별
마켓 '청년국 유령시장', 별별모주 체험



주요행사 모바일 보물쿠폰찾기, 토요장터,
운동주 100주년 기념 가족건강대회 행사



주요행사 파닭 파닭 파이팅, 최고의 승
아택을 찾아라, 고마워요 당신



주요행사 경동추첨행사, 중앙시장 페이
백 이벤트



주요행사 코리아세일페스타 선포식, 오라
충주로 거리 퍼레이드, 달려라 전통시장



주요행사 건맥(乾麥) 페스티벌, 상생(相
生) 프로모션, 보령시와 함께하는 프로모션



주요행사 어울마당 장터문화행사, 올림
픽 아리바우길 걷기대회



주요행사 제주문화공연 및 버스킹 공연,
체험 이벤트, 경품 이벤트

시장에 가을
홈페이지 참조

www.sijangae.or.kr

ZOOM IN

시장에 즐거움을 더하다 '전통시장 가을축제' 공동 이벤트

——

빛바랜 추억을 나누고,
시장 곳곳에서 캐릭터와 사진 찍고,
신나는 음악이 흥을 돋우는 가을축제.
여러 시장이 함께해서 더 즐거운
생생한 공동 이벤트 현장을 펼쳐보자.



가을축제와 시장여행의 시작 공통 이벤트

'전통시장 가을축제'는 축제가 펼쳐지는 기간에
17개 거점시장을 위주로 크게 세 가지
공통 이벤트(추억의 카페, 캐릭터 연계 이벤트, 미니콘서트)를 실시했다.
이는 축제 분위기를 형성하고 시장여행의 즐거움을 극대화하려는 장치였다.



체험형 : 캐릭터 연계 이벤트



로보카폴리 스탬프투어
시장을 여행하며 완성한
스탬프 카드 인증샷을
SNS에 올리자! 푸짐한
경품이 기다리고 있다.



비덕 인형탈을 찾아라!
시장 안의 비덕 인형탈과
인증샷을 찍고 해시태그
와 함께 SNS에 업로드하
면 상품권이 내 손에!



미니콘서트
축제 분위기를 한층 끝
어울리는 신나는 공연.
음악으로 시장과 다양
한 세대가 하나로!



추억의 카페
7080 그때 그 시절로, 이
공간에서 기성세대와 젊
은 세대는 소통, 공감하며
새로운 추억을 만든다.



로보카폴리 스탬프투어

서울 남대문시장 경기 오산오색시장, 문산자유시장 인천 가좌시장
세종 세종전통시장 대전 대전중앙시장활성화구역 충북 자유무학시장
충남 보령중앙시장 강원 정선아리랑시장 광주 봉선시장 전북 전주남부시장
전남 광양5일시장 대구 서문시장, 약령시장 부산 충무동새벽해안시장,
기장시장, 영도봉래시장 울산 신정상가시장 경북 영주365시장, 포항죽도시장
경남 창원명서전통시장 제주 제주동문시장, 제주칠성로상점가



비덕 인형탈을 찾아라

서울 남대문시장 경기 오산오색시장 인천 가좌시장 세종 세종전통시장
대전 대전중앙시장활성화구역 충북 자유무학시장 충남 보령중앙시장
강원 정선아리랑시장 광주 봉선시장 전북 전주남부시장 전남 광양5일시장
대구 서문시장 부산 기장시장 울산 신정상가시장 경북 영주365시장
경남 창원명서전통시장 제주 제주동문시장



미니콘서트

서울 남대문시장 경기 오산오색시장 인천 가좌시장 세종 세종전통시장
충북 자유무학시장 강원 정선아리랑시장 전북 전주남부시장 대구 서문시장
울산 신정상가시장 경북 영주365시장 제주 제주동문시장



추억의 카페

서울 남대문시장 인천 가좌시장 충남 보령중앙시장 부산 기장시장
경북 영주365시장

* 서울 남대문시장, 인천 가좌시장, 경북 영주365시장은 전체 공통 이벤트를 진행했습니다.



COMMON EVENT

3場 3色 '추억의 카페'의 재구성



최근 전통시장에 기성세대뿐 아니라 젊은 세대의 유입이 많아진 만큼, '전통시장 가을축제'는 시장을 방문하는 다양한 세대가 소통하고 공감할 수 있는 장을 마련하고자 했다.

그렇게 기획한 공통 이벤트 '추억의 카페'는 추억을 떠올리게 하는 다양한 콘텐츠를 통해 30~40대부터 60대 까지 모두가 즐길 수 있는 공간을 형성했다. 더 나아가 10~20대에게는 부모와 추억을 소통할 수 있는 자리와 말로만 들던 그때 그 시절을 경험할 기회를 선사했다.

시장마다 '추억의 카페'의 모습은 각양각색. '추억의 카페'를 운영한 다섯 개 시장 중 해당 시장만의 특색있는 기획을 잘 담은 사례를 모아봤다.

CASE 1

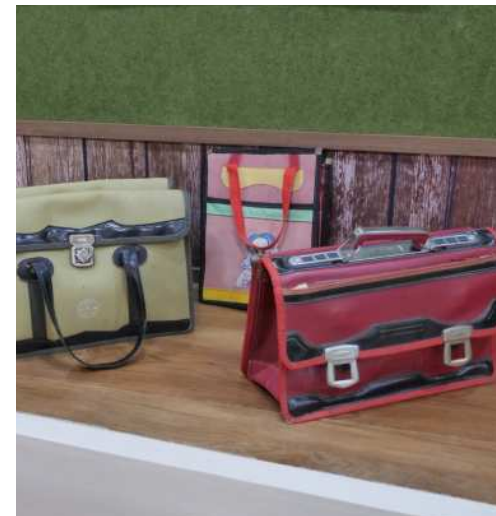
콘셉트형 : 그 시절, 살아있네~ 부산 기장시장



부산 기장시장은 '추억의 카페'를 진행하면서 가장 먼저 '장소'를 고민했다. 시장을 찾는 고객이 가장 많이 찾을 수 있는 장소가 필요했기 때문. 이에 개방형인 지하 1층 고객 휴게 공간과 미니 도서관을 겸한 2층 고객쉼터를 놓고 고민했다. 그 결과, 지하보다는 조금 좁지만 활용도, 조명, 소품 분실 측면과 전시 공간 구성, 운영 난이도 등을 고려했을 때 더 나은 2층 고객쉼터를 추억의 카페 장소로 선정했다.

장소를 정하고 이어진 고민은 '콘셉트'였다.

기장시장은 고객쉼터가 위치한 2층 초장집을 가장 많이 이용하는 40~50대 고객이 추억의 카페를 많이 방문하도록 '추억의 학교'라는 콘셉트를 기획했다. 이는 단순히 전시하는 것보다 '추억을 불러일으키는 다채로운 콘텐츠를 통해 다양한 세대가 소통하게 한다'는 기획 의도를 제대로 반영, 고객들이 더 효과적으로 추억에 잠기게 하려는 설정이었다.



추억에 빠져들게 하는 전략의 핵심은 소품에 있었다. 기장시장은 조금 더 생생한 추억 체험을 위해 모든 전시 물품을 실물로 마련하고자 노력했고, 강원도에서 어렵사리 소품을 공수해왔다. 책상, 걸상, 남녀 교복과 모자, 풍금, 영화 포스터, 성적표, 공책, 교과서, 학교 중 등 '추억의 학교'를 가득 채운 소품들은 대부분 실제로 1940~1970년대에 사용했던 물건들이었다. 특히, 최대한 과거 교실처럼 느껴지도록 인테리어에 신경 썼는데, 책상, 걸상 같은 큰 소품뿐 아니라 성적표, 공책 같은 작은 소품들의 디테일이 그 시절의 분위기를 한껏 재현해냈다.

추억의 학교를 찾은 50대 동창 무리는, 옛날 성적표를 보고 당시 기억을 떠올리며 서로의 성적에 관해 얘기를 나누더니 교실이 떠나갈 듯 박장대소하기도 했다.

눈으로 보고 즐기는 재미뿐 아니라 체험의 재미도 넘쳤다. 기장시장은 전시장에 비치한 교복과 교련복*이 아닌, 고객이 직접 입어볼 수 있는 교복도 비치했다. 성인뿐 아니라 어린이들도 입고 사진을 찍을 수 있도록 아동용 교복도 마련해 온 가족이 즐길 수 있게 했다.

또한, 추억의 게임기를 통해 어렸을 때의 노는 재미를 다시금 느끼게 했고, 그 시절 즐겨 들던 음악을 BGM으로 틀어 그때의 감성에 젖어 들게 했으며, 소소한 게임 후에 추억의 과자들도 맛볼 수 있게 운영해 오감이 만족하는 체험 이벤트를 완성했다.

* 최대한 '실물' 소품을 마련하고자 했던 기장시장은 60, 70년대에 실제로 착용했던 교복과 교련복을 전시했다.

CASE 2

스토리형 : 70·80년대에서 조선 시대까지 타임리프! 보령중앙시장



보령중앙시장의 '추억의 카페'에는 보부상 전통의상이 있었다. 7080 교복 옆으로 보이는 파란색 보부상 전통의상과 패랭이 모자, 보라색 등짐은 시선을 빼앗기 충분했다. 교복과의 조화가 이질적이고 생소했기 때문. '추억의 카페'에 왜 보부상 전통의상이 있을까? 궁금증에 대한 답은 역사에 있었다.

과거 보령중앙시장은 1851년 결성된 '원흥주 등 6군

상무사'라는 보부상 단체의 터전이었다. 이러한 유래를 바탕으로 보령중앙시장은, '보부상'을 상징으로 삼아 캐릭터도 만들고, 애니메이션도 제작하고, 마당극도 진행하면서 보부상의 역사를 가진, 스토리가 있는 전통시장으로 자리 잡고 있다. 이러한 시장의 스토리와 특색은 고스란히 '추억의 카페'에 녹아들었다. 그 덕에 70·80년대뿐 아니라 조선 시대까지 체험하는 재미가 가득했다.



외지인에게 교복과 보부상 의상의 조화는 낯설었지만, 사실 보령 시민들에게는 익숙한 풍경이었다. 사람들이 장만 보고 가는 것이 아니라 시장 안에서 머물 수 있게끔 계속해서 체험 거리와 즐길 거리를 제공하려는 보령중앙시장은 이전부터 보부상 의상 체험, 교복 입기 체험을 상시로 진행하고, 매달 한 번씩 전통놀이 체험을 운영해왔던 것. 심지어 특별한 날에는 보부상 의상이나 교복을 입고 오면 상품권을 증정하는 이벤트까지 벌일 정도로, 잦은 행사를 통해 내공을 쌓아왔다.

달고나 만들기 체험을 선택한 것도 행사 베테랑의 인사이트였다.

보령중앙시장은 과거에 추억의 식품을 행사에 활용한 후 자원·비용 낭비를 경험했기에, 이번 가을축제에서는 추억을 불러일으키고 체험의 재미를 더한 '달고나 만들기'를 진행했다. 이는 통했다. 남녀노소 할 것 없이 인기 만점! 아이들은 만드는 재미와 구경하는 재미에 빠졌고, 어른들은 추억에 사로잡혔다. 아이와 함께 참여한 한 아빠는 "어렸을 때 국자를 많이 태워서 혼나곤 했는데, 그때의 추억이 떠오른다"며 "이번에는 아이와 즐겁게 만들 수 있어 새로운 추억이 될 것 같다"고 전했다. 과거의 추억이 현재의 추억으로 다시 탄생하는 순간이었다.

달고나 만들기처럼 온 가족이 함께 즐기는 체험이 눈길을 끌었다.

다른 추억의 카페에서는 젤러그, 스트리트파이터 등 추억의 오락게임이 있다면, 보령중앙시장에서는 투호, 팽이, 제기, 윷놀이 등 온몸으로 움직이는 전통 놀이가 있었다.

이에 보통 혼자가 아니면 두 명이 하는 오락게임과 달리 세대를 불문하고 온 가족이 놀이를 즐기는 모습이 많이 목격됐다. 아빠와 함께 제기를 차는 아이, 윷놀이에 빠진 가족 등 다양한 세대가 어우러진 '추억의 카페'에서는 웃음이 끊이지 않았다.

CASE 3

공감형 : 숙녀분들께, 그 시절의 설렘을! 남대문시장



남대문시장 '추억의 카페'는 숙녀복 상가에 들어섰다. 남대문시장은 1980년대 들어서 숙녀복을 시장 주요 품목으로 판매했고, 현재도 숙녀복 상가들이 밀집된 '숙녀복 거리'가 조성돼 있다. 한 숙녀복 상가 안에는 고객들이 쉴 수 있는 '쉼터'가 있는데, 이곳에 주로 방문하는 사람들이 '추억의 카페'의 주요 타깃인 40대 이상의 중장년층. 그렇기에 이 공간은 중장년층이 그 시절 소녀였던 자신의 모습을 만나고, 7080

의 추억을 되새길 수 있는 '추억의 카페' 공간으로 안성맞춤이었다. 공간 선정 후 남대문시장은 그 시절을 재현하기 위해 복고풍의 간판, 엘피판, 간식 등으로 공간을 꾸몄고, DJ가 신청곡을 틀어주는 종점다방을 구성했다.

가장 눈에 띈 것은, 그때 그 시절의 설렘을 불러일으키는 벽화였다.



남대문시장은 7080 교복, 소지품, 간식, DJ 뮤직박스 등을 준비하다 보니 그 시절을 추억할 수 있는 포토존이 필요하다고 판단했다. 추억과 함께 남는 건 사진이라는 생각에서였다. 그래서 벽면에 그 시절 소년소녀의 모습으로 돌아가 학창시절을 연상할 수 있는 그림을 담았다. 그림은 교복을 입고 빵집에 마주 앉은 소년소녀가 홍조를 띠며 수줍어하는 모습. 방문객들은 이 벽화를 보며 입가에 미소를 띠었고, 몇몇 방문객은 해당 벽화를 보고 빵과 우유를 찾기도 했다. 아쉽게도 음식물 반입 금지 공간이라 빵과 우유를 준비할 수는 없었지만, 이러한 요청은 추억을 생생하게 불러일으켰다는 점에서 유익미했다. 그 시절의 설렘을 자극해서일까. 체험용으로 준비한 남녀 교복을 보고 한 방문객은 "신랑과 함께 와서 사진으로 남기고 싶다"며, "운영 기간이 더 길었으면 좋겠다"는 바람을 내비치기도 했다.

벽화로 재생된 설렘은 종점다방으로 이어졌다.

남대문시장은 당시의 여심을 자극할 수 있는 복고풍의 DJ를 섭외했다. DJ는 그 시절을 풍미한 7080 음악과 방문객에게 접수받은 신청곡을 틀며 당시 다방의 모습을 고스란히 재현했다. 능숙한 진행에 그가 연예인인 줄 알고 기념사진 촬영을 요청하는 방문객도 많았다는 후문.

남대문시장 '추억의 카페'는 그동안 엄마라고 불리며 잊고 있었던, '마음속 소녀'를 불러오게 하는 소중한 공간이었다.



김영희 학생, 보령중앙시장

친구가 여기서 체험행사 한다고 해서 놀러 왔어요. 예전에 전주 갔을 때 한복과 옛날 교복 입은 사람을 많이 봤는데, 그때는 한복 입어서 못 입어본 옛날 교복을 이번에 입어볼 수 있어서 좋았어요. 교복 입고 찍은 사진은 집에 가서 부모님께 보여드리려고요~



안승운 직장인, 보령중앙시장

아이들과 함께 제기나 윷놀이 같은 전통놀이 할 수 있어서 좋았어요. 애들이 재밌어 하더라고요. 아까 달고나 만들기도 체험했는데, 애니메이션에 나왔던 걸 애들이 기억해서 굉장히 좋아하더라고요. 가장 인상 깊었던 건 보부상 체험이었어요. 아이들이 나중에 이 경험을 기억한다고 생각하니 더 의미 있더라고요.



김정희 주부, 영주365시장

어제 장 보러 왔다가 축제하는 걸 보고 오늘 아이들을 데리고 왔어요. 오래간만에 뽑기 이벤트 해보니 정말 재밌더라고요. 어렸을 때 많이 사 먹던 걸 이렇게 다시 먹어보고, 뽑기도 오래간만에 해보고요. 아이들 하고 어릴 적 경험을 공유할 기회가 별로 없는데, 이번에 함께 추억을 나눌 수 있었던 게 참 좋았습니다.



김혜진 직장인, 영주365시장

와보니까 너무 좋네요! 옛날 생각도 나고요. 엄마가 먼저 오자고 하셨는데, 엄마가 즐거워하는 걸 보니 마음이 좋아요. (어머님: 딸이랑 옛날로 돌아가는 거 같네요~) 보통 주말 아니면 같이 나올 일이 없는데, 이렇게 주말에 같이 와서 즐기니 좋고요! 옛날 생각이 많이 나시는지, 엄마가 핸드폰으로 예전 졸업사진도 보여주시더라고요(웃음).



서혜영 주부, 인천가좌시장

동네 아기 엄마들이 같이 가자고 해서 축제에 오게 됐어요. '추억의 카페'에 오니 소소한 재미 하나에 행복해지네요~ 방금 뽑기 상품으로 쏸드기도 받았어요. 연탄불에 구워 먹으면 맛있으니까, 바로 쏸드기를 골랐죠! 알고 보니 입구에 있는 가게에서 구워준다고 하더라고요. 평상시에 하기 어려운 경험이라 더 값진 경험이에요.



이광철 직장인, 인천가좌시장

옛날 사람이라 이 '추억의 카페'가 참 좋네요. 일단 노래가 최고예요(웃음). 지금 나오는 '비와 당신'이나 아까 따라 불렀던 '너에게 난 나에게 넌' 같은 옛날 노래들을 들으니 감회가 새로웠어요. 여기 와서는 오락 게임도 했는데, 어릴 적 즐겨 하던 게임들이라 정말 신났습니다! 저뿐 아니라 아이들도 재밌어했구요.



COMMON EVENT 2

캐릭터와 함께 축제를 '캐릭터 연계 이벤트'



유명 캐릭터 연계 이벤트는 단순히 물건을 사고파는 공간에서 나아가 '문화 공간을 접목한 놀이 공간이자 여행지'를 지향하는 '전통시장 가을축제'의 의지가 잘 담긴 공통 이벤트였다.

'전통시장 가을축제'는 로보카폴리와 비덕이라는 유명 캐릭터와 연계한 이벤트를 진행함으로써 시장의 재미 요소를 늘리는 동시에 축제 분위기를 살렸다. 이는 특정 공간에서만 축제를 즐기는 것이 아니라 시장 전체에서 축제를 즐기게 하는 큰 그림이기도 했다.

로보카폴리 스탬프투어는 시장 내 정해진 장소에 방문해 스탬프카드에 도장을 받은 후, 문자나 SNS를 통해 인증샷을 응모하는 이벤트. '전통시장 가을축제'는 방문객에게 도장을 받는 미션을 제시해 게임의 재미

를 더하고, 시장 곳곳을 누비며 축제에 참여하게 했다. 이를 통해 방문객은 시장의 즐길 거리, 먹을거리를 자연스럽게 체험했고, 이는 온라인으로도 연결됐다.

비덕 캐릭터는 두 가지로 활용했다.

하나는 비덕 캐릭터를 활용한 포토존을 시장에 상시 운영해 방문객이 사진 찍는 재미를 느끼고, 자발적으로 SNS에 공유 하도록 한 것. 또 다른 하나는 비덕 인형탈 인증샷 이벤트 '비덕 인형탈을 찾아라!'.

이 행사는 단 하루 시장 곳곳을 돌아다니는 비덕 인형탈과 사진을 찍고, 해시태그(#전통시장가을축제, #시장애가을, #시장애비덕)와 함께 SNS에 업로드하는 방식이었다. 이는 축제에 관한 젊은 세대의 관심과 참여를 유도했고, 자연스럽게 바이럴 유도했다.



로보카폴리 스탬프투어는 시장 곳곳을 돌아다니도록 유도했다.
미션을 받은 학생들은 스탬프 카드를 들고 시장 이곳저곳을 뛰어다녔고,
어린이들은 무료로 나눠준 솜사탕을 한 손에 쥐고
남은 한 손에는 로보카폴리 스탬프 카드를 쥔 채 아장아장 걸어 다녔다.



60대도 하고 싶다!

방문객들의 요청에 맞춰 SNS 업로드를 도울 인력을 UP UP!
글자가 잘 보이게 스탬프카드 크기도 UP UP!



찍고 또 찍고!
스탬프투어 도장 찍고! 인증샷도 찍고!

INTERVIEW



한민희 직장인, 정선아리랑시장

보통 엄마아빠 따라 시장 오면 아이들이 힘들어 하는데, 폴리 도장 찍으러 다니는 건 좋아하더라고요. 잃어버릴까 봐 카드 꼭 쥐고. 이벤트 참여는 손쉬웠어요. 도장 찍는 곳 찾기도 쉽고. 아, 도장 개수가 조금 아쉬웠어요. 도장 찍는 칸이 두 개였는데, 네 개 정도로 늘려도 좋을 것 같아요.



김은정 주부, 울산신정상가시장

이사 온 지 1년이 되지 않아 시장이 조금 낯설었는데, 가을축제를 통해 동네 사람들과 어울릴 수 있어 좀 더 가까워진 느낌이 들어요. 특히 아이들과 함께할 체험이 많아서 좋았어요! 남자애들이다 보니 로보카폴리 스탬프투어와 프로레슬링을 굉장히 좋아하더라고요! 우리 가족에게 좋은 추억이 될 거 같아요.



유은경 주부, 영주365시장

옆에 산림박물관 갔다가 시장에서 축제하고 있다고 해서 오게 됐어요. 항상 오던 시장인데, 이렇게 크게 행사를 하고 있는지 몰랐거든요. 로보카폴리 스탬프투어에 참여하니 아이들이 정말 좋아하네요~ 참여 방법도 쉽고요. 아이들은 원래 마트보다 전통시장을 더 좋아하는데, 이렇게 축제하니 더 좋은 것 같아요.



이서준 초등학생, 영주365시장

로보카폴리 스탬프투어 신기하고, 재밌어요! 안내를 잘해주셔서 참여하기 쉬웠고, 도장을 얻을 수 있으니 더 열정적으로 하게 됐어요. 이제 옆에서 하는 닭싸움 해보려고요. 평소에는 어른들이 참여하는 이벤트만 있었는데, 저희도 참여할 수 있는 이벤트들이 있어서 정말 좋아요~



남녀노소 모두를 사로잡은 귀여움! '비덕 인형탈을 찾아라!' 이벤트는
초·중·고 학생들뿐 아니라 2030세대의 마음을 사로잡았고, 중년층에게도 많은 관심을 받았다.
비덕을 안고 사진 찍은 아줌마와 아저씨의 얼굴에도,
시장 길목을 뒤통뒤통 지나가는 비덕을 보는 할머니의 얼굴에도 웃음꽃이 활짝 피었다.



오리랑 한 장 찍어줘!
고 녀석 참 귀엽네~
오리야? 오리인가? (비덕曰: 꺽꺽)



비덕 만났덕!
둘러싸고 비덕 카메라 세례.
나도 같이 찍어줘~

INTERVIEW



김민형 중학생, 전주남부시장

소풍 왔는데, 점심 먹으려고 남부시장 왔어요~
친구들이 오리 귀엽다고 알려줘서 저기서부터 뛰어
왔네요. 오리가 너무 귀여워요! (친구들 일동: 너무
귀여워요!!!) 오리랑 같이 사진 찍고 이벤트에 참여
해서 상품권 받았는데, 이걸로 밥도 사 먹을 수
있다고 하더라고요. 진짜 좋아요^^



하은혜 주부, 울산신정상가시장

오늘은 딸이랑 반찬 사러 왔어요. 이런 이벤트에
참여해본 건 처음인데, 재밌네요! 아이들도 함께
참여할 수 있는 이벤트를 한다는 게 반갑고 감사해
요. 저 비덕 안에 사람 들어가 있는 것 맞죠? 딸이
너무 좋아해서 계속 따라다니네요. 부모 입장에서
아이들을 위한 이벤트가 계속되면 좋겠어요~



임영선 고등학생, 보령중앙시장

친구 때문에 축제에 왔는데, 우연히 오리를 만나서
같이 사진을 찍었어요. 셀카도 많이 찍었죠(웃음).
방금 SNS에 인증샷 공유해서 상품권 받았는데,
저는 모아줬다가 나중에 양말을 사거나 옛날 통닭을
먹을 때 쓸 계획이에요!



황난미 직장인, 영주365시장

영주365시장 먹거리를 찾다가 비덕 이벤트를
한다는 걸 보고 왔어요! 비덕은 오늘 처음 봤는데,
너무 귀엽네요. 원래 영주365시장이 일반 시장들처
럼 크게 공연과 이벤트를 하지 않았는데, 근래에 이
런 비덕 이벤트 같은 재밌는 행사나 공연을 자주 하
니 사람이 많이 모여서 좋아요.



COMMON EVENT 3

음악으로 하나 되는 가을축제 '미니콘서트'



'축제'하면 빠질 수 없는 음악! '전통시장 가을축제'에서도 마찬가지였다. 공통 이벤트 '미니콘서트'는 신나고 즐거운 가을축제의 분위기를 끌어올리고, 다양한 연령층의 소비자를 유입하는 데 일조했다. 시장 상인들 또한 연신 음악을 즐기며 어깨를 들썩였다.

그들의 흥겨움은 선물 공세로 이어지기도 했다. 야쿠르트 아줌마는 야쿠르트를, 약국 아저씨는 박카스 한 박스를, 족발 이모는 족발 세트를 가수들의 손에 쥐여줬다. 역시 흥만큼 정도 넘치는 시장의 풍경! 그 속을 좀 더 자세히 들여다보자.

다양한 세대를 하나로

'전통시장'하면 떠올리는 공연은 보통 트로트와 각설이다. 하지만 계속해서 젊어지고 변화하는 시장에 발맞춰 공연의 모습과 형태도 달라지고 있다. 특히 눈에 띄는 변화는 장르가 다양해졌다는 것이다. 이번 가을축제에서는 기성세대가 선호하는 트로트뿐 아니라 새롭게 시장에 유입되는 젊은 층을 위한 비보잉, 힙합, 버스킹, 치어리딩, 마술 공연들이 골고루 구성돼 있었다.

기성세대를 대상으로도 팝페라, 클래식 등을 시도하는 등 기존의 인식을 타파하며 공연의 다양성과 질을 확보하는 경우도 많아졌다. 장르와 음악을 혼합해 세대가 어우러지는 방식을 선택하기도 했다. 예를 들어 울산신정상가시장의 '신정극장'에서는, 옛날 음악이지만 최근 방송 프로그램에서 나와서 인기를 끌었던 음악들로 구성해 여러 세대가 함께 즐길 수 있는 공연을 만들었고, '영주365시장'에서는 젊은 팝페라 가수가 트로트를 불러 흥을 돋웠다.

음악과 음식을 한 자리에서

미니콘서트는 듣는 즐거움, 보는 즐거움뿐 아니라 먹는 즐거움까지 전했다. 울산신정상가시장에서는 근처에 푸드존을 뒀 배 빵, 고래가 새겨진 초콜릿, 손막걸리 같은 지역 명물 먹거리와 함께 공연을 즐기게 했고, 오산오색시장에서는 맥주와 새우튀김, 타코야끼 같은 안줏거리를 나눠 먹으며 가을밤 공연의 정취를 진하게 느끼게 했다. 이는 단순히 고객들에게 즐거운 공연만 제공하는 데 그치지 않고, 시장 먹거리의 매출을 올리는 동시에 오감을 만족하게 해 공연을 더욱 알차게 채우는 아무진 전략이었다.



시장과 지역은 하나

가을축제 미니콘서트에서는 유독 지역 뮤지션이나 공연팀들의 무대가 많았다. 이는 시장들이 지역민에게 도움 되는 부분과 지역의 이익을 중시하기 때문. 시장은 결국 시민들과 공생하고 함께 만들어가는 공간 이기에 공연 하나, 행사 하나에도 시민들의 참여도를 높이려 하는 것은 당연한 일이다. 어쩌면 작은 부분이지만, 이것도 시장 살리기 이자 지역 살리기의 일환으로 볼 수 있는 것.

이번 가을축제에서 인천가좌시장은 근처에 있는 기업에서 결성한 오케스트라의 공연을 마련하기도 했고, 클라리넷, 색소폰 등 그동안 지역 주민이 갖고 닦은 연주 실력을 버스킹으로 뽐내게 했다. 다른 시장도 마찬가지다. 울산신정상가시장에서 공연한 비보잉팀 '포시 크루'나 밴드 '룬디마틴' 등도 지역에서 소문난 이들이었다.



INTERVIEW



박현숙 주부, 영주365시장

가수가 시원시원하게 노래 부르는데, 가만히 있을 수가 없더라고요. 온몸으로 즐겼죠~! 제가 꼭 무대 위에 서 있는 기분이었어요. 아쉬운 점은 거의 한쪽 골목에서만 홍보해서 어제도 장 보러 왔었는데 몰랐다는 거예요. 다음에는 미리 와서 처음부터 즐기고 싶어요.

최현욱 초등학생, 영주365시장

오늘 재밌는 행사 한대서 친구들과 함께 왔어요. 방금 사과 빨리 먹기 게임에 참여했거든요. 1등 못해서 아쉽지만, 정말 재밌었어요. 친구들과 자주 놀러 오는 시장인데, 오늘은 특별히 재밌는 것 같아요. 아까 가수가 '호랑나비' 불렀던 것도 좋았고, 참가자들이 사과를 열심히 깎는 모습도 인상적이었어요.



권수정 정남우 직장인, 울산신정상가시장

친구가 신정상가시장에서 행사한다고 알려줘서 일부러 남자친구와 함께 찾아 왔어요! 신정극장에서 트로트 공연도 보고, 간식도 사 먹고, 참 재밌네요. 그냥 시장이라고만 생각했는데, 이렇게 공연도 보고 이벤트에도 참여할 수 있어서 색달랐어요. 앞으로도 데이트하러 자주 찾아올 거 같아요~

박희경 직장인, 오산오색시장

근처에 살지만, 평소 시장에 잘 안 오거든요. 그런데 오늘은 맥주축제 때문에 왔어요. 저번에 한 번 왔는데, 그때 너무 좋았어서 이번에는 서울 사는 친구들도 초대했어요. 지난번과 달리 콘서트를 같이 하니 더 색다르네요. 야외에 앉아 이렇게 맥주 마시고 음식 먹으면서 음악을 듣다니 정말 최고입니다!



윤지화 염성은 직장인, 오산오색시장

야맥축제 한다는 걸 알게 돼서 친구들과 병점에서 왔어요. 시장에서 이렇게 맥주 마시고 음식 먹으면서 공연을 보게 한 것 자체가 참 좋아요. 나무로 테이블과 의자를 만들어 놔서 보기에도 좋고, 분위기도 살고요. 친구가 한 명 더 올 건데, 만나서 시장 한 바퀴 돌고 수제 맥주 사서 다시 공연 보러 올 거예요~



COMMON EVENT 4

영주365시장에서 배우는 이벤트 노하우



영주365시장은 선비골전통시장, 골목시장, 문화의 거리 세 시장이 연합한 시장으로, 북위 36.5°에 위치한 영주시, 사람이 가장 건강한 체온 36.5℃, 1년 365일 고객과 함께하는 건강한 시장이라는 세 가지 의미를 연결해 영주365시장으로 브랜딩하고 있다. 전체 인구 감소와 노년층 인구 증가로 고민하는 이 시장은 내수시장에서는 얻을 수 없는 매출을 외수시장

에서 가져오기 위해 콘텐츠를 강화하는 동시에 관광지와 연계하는 전략을 구상했다. 그 대표 콘텐츠가 시장을 여행하는 프로그램인 '영주365시장 투어 스탬프'와 특산물을 PB화한 '꾸러미 상품'. 이처럼 브랜딩과 콘텐츠에 심혈을 기울이는 영주365시장은 '전통시장 가을축제의 공통 이벤트를 운영하는 숨씨도 남달랐다.

01 로보카폴리 스탬프투어

수도권을 비롯한 대도시에서는 부모와 아이들이 애니메이션에 관심이 많고 캐릭터에 대한 접근성도 높다. 하지만 지방 소도시인 영주시는 상황이 다르다. 이 때문에 지난 봄축제에서도 '로보카폴리 스탬프투어'에 대한 반응이 좋지 않았고, 참여도 적었다. 이러한 연유로 이번 가을축제 '로보카폴리 스탬프투어' 진행을 앞두고 영주365시장은 많은 회의를 거쳐 해결책을 찾았다.

첫 번째 방법, 어린이집과의 연계. 상시로 시장투어를 진행한 결과 성인뿐 아니라 아이들도 시장투어를 즐기는 것을 파악했고, 체험학습을 진행해야 하는 어린이집 입장에서 좋은 기회로 받아들이리라는 생각이 었다. 이에 스탬프투어에 대해 미리 어린이집에 홍보해 주말 동안 행사에 참여하도록 유도했다.

또 하나의 방법은, 영주365시장 스케치북을 상품으로 바로 증정하는 것. 스탬프투어는 추후에 당첨자를 발표하는 형식이어서 기다림에 대한 아쉬움이 있었다. 이를 보완한 스케치북 상품 증정 덕분에 참여가 늘었고, 참여 후에도 만족하는 사람이 많았다.

이 스케치북은 참여를 유도한 부분뿐 아니라 시장 특색이 담긴 상품을 적합한 타깃에 연계해 증정한 점, 영주365시장에서 과거 진행했던 어린이 그림 그리기 공모전의 물량을 활용한 점에서 의미가 있었다.



02 추억의 카페

영주365시장의 추억의 카페는 시장 한가운데 길목에 들어섰다. '돌이네 점빵'이라는 낡은 간판과 함께 새롭게 태어난 이 공간은 어떻게 탄생했을까.

영주365시장은 '추억의 카페'를 어떻게 경상도식으로 풀면 좋을까'란 고민에서 아이디어를 도출했다. 점빵은 경상도 사람들이 동네에 있는 조그마한 슈퍼를 일컬을 때 쓰는 말. 여기서 돌이는 영주365시장의 캐릭터인 문어대감과 황돌이 중 후자를 귀엽게 '돌이'라고 풀어낸 것.

이렇게 콘셉트를 정한 후 구체화하는 과정에서 영주365시장은 추억을 소재로 하는 전시관이나 오래된 달동네를 참고삼아 둘러보며 '추억의 카페'를 통해 그 시대를 재현하려 노력했다.

그 노력의 흔적은 곳곳에 있는 소품들에서 느껴진다. '아미노산 조미료 미원'이라고 적힌 옛날 글씨부터 공간을 둘러싼 오래된 영화 포스터들, 낡은 주전자, 다 쓴 연탄, 추억의 놀이, 교복 입기 체험 등. 영주365시장은 여기에 구매를 연결했다. 세심하게 준비했지만, 어떻게 보면 범용적으로 쓰는 복고 아이템들이란 생각과 무료로 체험하기에는 아쉽다는 생각 때문이었다. 이에 영수증을 가져오면 뽑기를 통해 선물을 받아가는 재미를, 만 원 이상 영수증을 제시하면 교복을 체험할 수 있는 특별함을 부여한 것. 단, 포토존은 자유롭게 이용하게 했다.



03 비덕 인형탈을 찾아라!

비덕이 시장을 돌아다니는 날은 단 하루. 시간 제약이 있기에 영주365시장은 일부 타깃층이 중복되는 로보카폴리 스탬프투어를 홍보할 때 비덕 이벤트를 함께 언급했다.

또한, 어떤 행사든지 간에 시장만의 색깔을 담으려 하는 시장인 만큼 비덕 포토존에도 비덕과 함께 문어대감과 황돌이 캐릭터를 넣어 콜라보레이션을 시도했다. 그뿐 아니라 많은 축제의 포토존 사례를 참고해 인스타그램의 레이아웃을 활용한 비덕 포토존을 제작했다. 인스타그램창을 똑 닮은 포토존은 사진 찍는 재미를 더할 뿐 아니라 아래에 이벤트 필수 해시태그를 적어 놓아 참여 및 이벤트에 대한 이해도를 높였다. 이렇게 만든 세 개의 포토존(대형 2개, 소형 1개)은 시장에 두 개, 인근에 있는 풍기 인삼 축제 홍보 부스에 한 개를 배치해 해당 축제 방문객을 시장과 전통시장 가을축제로 유입했다. 이를 위해 영주365시장은 풍기 인삼 축제와 산림 문화 박람회를 여는 기간에 포토존을 운영하는 전략을 짰다. 실제로 이를 통해 많은 방문객이 유입됐고, 비덕은 어린이뿐 아니라 나이가 지긋한 중장년층에게도 이쁨을 받으며 시장을 누볐다.



04 미니콘서트

전통시장에는 트로트나 각설이만 나온다?! 영주365시장은 이러한 편견을 깨고, 시장 공연의 질과 자체 이미지를 높이기 위해 다양한 시도를 해왔다. 트로트나 각설이가 아닌 일반 통기타 공연, 색소폰, 팝페라 등. 이번 가을축제 미니콘서트에서도 이러한 시도를 계속했다.

'시장에서 클래식을 과연?'이라고 반문할 수 있지만, 실제로 소프라노, 테너, 베이스가 삼중주로 공연했을 때 생각보다 반응이 좋았다. 영주365시장은 이러한 새로운 시도가 젊은 층을 시장으로 이끄는 계기가 되길 바랐다. 이에 젊은 층이 많은 문화의 거리와 가까운 곳에 일부러 공연장을 마련했다.

또, 공연만 하는 것이 아니라 흥미를 유발하고 참여도를 높이는 경품 이벤트도 함께 진행했다. 연달아 공연만 하면 집중도가 낮아지기 때문에 공연 중간에 사과 빨리 먹기나 닭싸움, 룰렛 돌리기 등 게임 코너를 진행해 우승한 사람에게 영주365시장의 특산물인 꾸러미 상품을 경품으로 증정했다. 어깨를 흔드는 신나는 공연뿐 아니라 남녀노소 함께한 게임 이벤트 덕분에 공연장에는 웃음이 넘쳐났다.



영주365시장에서 배운 이벤트 Tip 7

01

지역 관광지 혹은 행사와
이벤트를 연계하라.

02

기획 및 진행 과정에서
반드시 상인들과 깊은 얘기를 나눠라.

03

운영 매뉴얼에 시장 타깃과
스토리에 맞는 아이디어를 더하라.

04

브랜드, 상품, 캐릭터 등
우리 시장의 멋을 만들고 지켜라.

05

고객 심리를 파악하라.
이를 위해서는 계속 테스트가 필요하다.

06

행사와 이벤트는 꾸준히.
시장도, 상인도 경험이 축적돼야 인식이 바뀐다.

07

이벤트에 구매 영수증을 연결해
재미와 특별함을 더하자.

#시장애틀가을 #이벤트 #모아보기



FOCUS ON

시장의 특색을 담다 '전통시장 가을축제' 우수 사례

—
획일화된 축제는 가라!

그 시장만의 특색이 담긴 축제, 아주 칭찬해~

시장의 손에서 탄생한 특별한 즐거움!

그 속살을 들여다본다.





INTRO

나이와 국경을 넘어 시장 속을 노닐다 전주남부시장



한복 입고 가르르 옷은 학생들과 유모차를 끌고 온 젊은 주부, 삼삼오오 모여 여행하는 중장년층, 팔짱 끼고 나들이 온 모녀 등. 전주부성의 남문 밖 시장으로 시작해 600여 년 역사를 보유한 전주남부시장에는 다양한 연령층이 모여든다. 상인들도 마찬가지다. 국내 최초로 청년몰과 야시장을 도입한 이곳에는

중장년층의 기존 상인과 청년 상인이 상생하고 있다. 그뿐인가. 인근 한옥마을과 함께 전주 대표 관광 코스로 손꼽히는 전주남부시장에는 외국인 관광객들의 발길이 끊이지 않는다.

이렇듯 다양한 사람들이 어우러진 전주남부시장, 그곳에서 '전통시장 가을축제'의 모습은 어땠을까.

시장 유형 글로벌명품시장

주소 전라북도 전주시 완산구 풍남문 1길 19-3

개설일 1977년(1988.03.08 등록시장)

면적 21,349㎡(청년몰 1,322㎡)

점포 수 350개소(노점 170여 개 별도)

종사자 수 500여 명(노점 400여 명 별도)

수상내역 2014년, 하현수 전주남부시장 상인회장 대통령상 표창/

2015년, 청년몰·야시장 공로 부문 전주시청과장 대통령상 표창/

2016년, 전주남부시장 상인연합회 단체 대통령상 표창

* 대통령 표창 3연패는 전통시장 최초의 기록



MARKET+FESTIVAL

모두가 즐기는 타깃 맞춤형 축제



전주남부시장의 밤은 어느 시장의 낮보다 활기차고 화려하다. 해가 지고 야시장 개장 시간¹이 되면 천장에 등불이 켜지고, 십자로 통로에 하나둘씩 노점이 몰려든다. 그 종목도 다양하다. 수제 버거, 목살 스테이크, 외플, 타르트, 전복버터구이, 불초밥 등 기존 전통시장에서 만나기 어려운 먹거리들이다. 이곳에서는 줄을 서서 차례를 기다리거나 시장 한구석에 서서 음식을 맛보는 장면이 흔하다.

저녁 무렵 모두 문을 연 2층 청년몰은 활짝 열린 밤하늘과 함께 루프탑에 온 기분을 자아내 젊은 세대를

즐겁게 한다. 이곳을 찾은 사람들은 다양한 음식과 맥주를 즐기고, 온 공간을 포토존 삼아 사진을 찍는다. 그뿐 아니라 에코백을 직접 만들어보기도 하고, 청년몰에서만 만날 수 있는 아기자기한 소품을 한 아름 사기도 한다.

볼거리, 먹거리, 즐길 거리가 가득한 청년몰과 야시장은 전주남부시장의 대표 특징². 이번 '전통시장 가을 축제'에서 전주남부시장은 이러한 특징에 따라 명확하게 고객층이 나뉜다는 데 주목했다. 이에 기존에 많이 하는 세일 행사와 문화공연을 기본에 두고, 그들만의 특징인 청년몰과 야시장에 집중한 행사를 따로 기획했다.

그렇게 젊은 층에 맞춰 청년몰에서는 'HALLOWEEN DAY NIGHT: 청년국 유명시장'과 버스킹 공연을, 중장년층 대상으로는 '와글와글 시장가요제'를 진행했다. 이처럼 고객에 맞춰 진행하는 행사는 '소비자가 원하는 것을 찾아서 해야 한다'는 시장의 철학과 맞닿아 있었다.

¹ 야시장 개장 시간 | 하절기(3~10월): 19시~24시, 동절기(11월~2월): 18시~23시

² 전주남부시장은 지금은 많은 전통시장에서 만날 수 있는 청년몰(2011년 개장)과 야시장(2014년 개장)을 대한민국 최초로 시도했다.

청년 : 전통시장에 상륙한 할로윈 축제 '청년국 유명시장'



'청년국 유명시장'은 33개 상점으로 구성된 청년물상인들이 주도적으로 기획·진행했다. 초반에는 다른 나라의 축제를 차용하는 부분과 관, 까마귀, 피 등으로 꾸민 공간에 대해 우려도 있었다. 하지만 자생력을 중시하는 시장 분위기*에 따라 청년물상인들은 자유롭게 아이디어를 내고 기획을 이끌어갔다. 행사의 전반적인 기획부터 청년물 곳곳에 있는 포토존, 33개 상점에서 준비한 할로윈 상품, 이벤트 증정품 등 모든 것이 청년물상인들의 손에서 탄생했다. 특히 개성 넘치는 청년들이 주인인 만큼, 상점마다 하나씩 내놓은 할로윈 상품은 재치 있는 아이디어가 돋보였다. 할로윈의 상징인 호박 모양의 캔들이라든가 반려동물을 위한 할로윈 의상, 피가 범벅된 튀김, 죽지 않으면 먹지 못하는 눈갈 젤리, 귀신을 쫓는 부적 케이크 등 이색적인 제품은 젊은 방문객들의



마음을 사로잡았다. 이뿐 아니라 5,000원 이상 구매하면 증정하는 할로윈 타투 스티커, 마법의 비밀지도 같은 행사 리플릿 또한 철저하게 젊은 층에 맞춘 아이টে이었다. 한 시민은 "호박 양갱을 몇 개 샀더니 귀여운 유명 타투 스티커를 줬다"며, "할로윈 분위기를 물씬 느낄 수 있는 상품이라 좋다"고 소감을 밝혔다. 장사하면서 행사를 기획·진행하는 것이 힘들지는 않았을까. 이 물음에 한 청년 상인은 미소를 지으며 "너무 즐겁게 작업해서 힘든 일이 없었다"고 이야기했다. 작년에는 할로윈 의상을 입는 정도로 할로윈을 즐겼던 청년상인들은, 장사 시간까지 즐기며 모두 머리를 맞대 회의하고 직접 공간을 꾸미는 것이 아주 재밌었다고 한다. 진짜로 상인들이 주도해서 만드는 축제, 그 자체만으로도 의의가 컸다.

* 전주남부시장은 전국에 많은 청년물이 성공을 거두지 못하거나 지원이 끝나는 시기에 없어지는 이유 중 하나가 외부 전문가에 의지하는 수동적인 태도에 있다고 생각해 지원이 없어도 생존 가능한 청년물의 자생적인 생태계를 만들어 가려 한다.



중장년 : 흥에 취하고 합에 취하고 '와글와글 시장가요제'



전통시장의 기존 상인과 고객인 중장년층 대상으로는 '와글와글 시장가요제'를 진행했다. '와글와글 시장가요제'는 전라북도에 있는 시장 상인 동아리 다섯 개가 그동안 갖고 뒀던 공연을 펼치는 발표회와 장윤정, 진성, 정정아 등 트로트 가수의 공연으로 구성했다. 트로트 가수의 공연은 일반적이지만, 시장 상인 동아리 발표회에는 조금 다른 의미가 있다. 중장년층인 상인들이 청년물처럼 직접 행사를 기획할 수 없는 대신, 직접 무대에 올라 공연을 펼치기 때문이다. 이날을 위해 시장 상인들은 저녁마다 가게 문을 닫고 연습했다. 또한, 드레스 코드를 맞추기 위해 옆 사람

을 챙기고, 손짓 하나, 화음 하나의 합을 맞추기 위해 수없이 많은 시간과 공을 들였다. 이러한 과정을 통해 수십 년 같이 장사하며 앙금이 쌓여 있던 사람들도 화합했더니 의미 있을 수밖에. 전주남부시장의 가요 동아리와 풍물 동아리의 신나는 공연은 가수 장윤정에 못지않은 호응을 불러일으켰다. 무대에 오르지 않은 동료 상인들도 무대 아래서 누구보다 흥겹게 상인 동료들을 응원했다. 본 행사는 시장이라는 치열한 삶의 터전에서 주름이 깊어진 상인들이 오랜만에 환하게 웃고, 이웃 상인들과 동료 의식을 다지는 면에서 뜻깊은 자리였다.



외국인 : 글로벌 명품시장의 한 수 '팸투어'



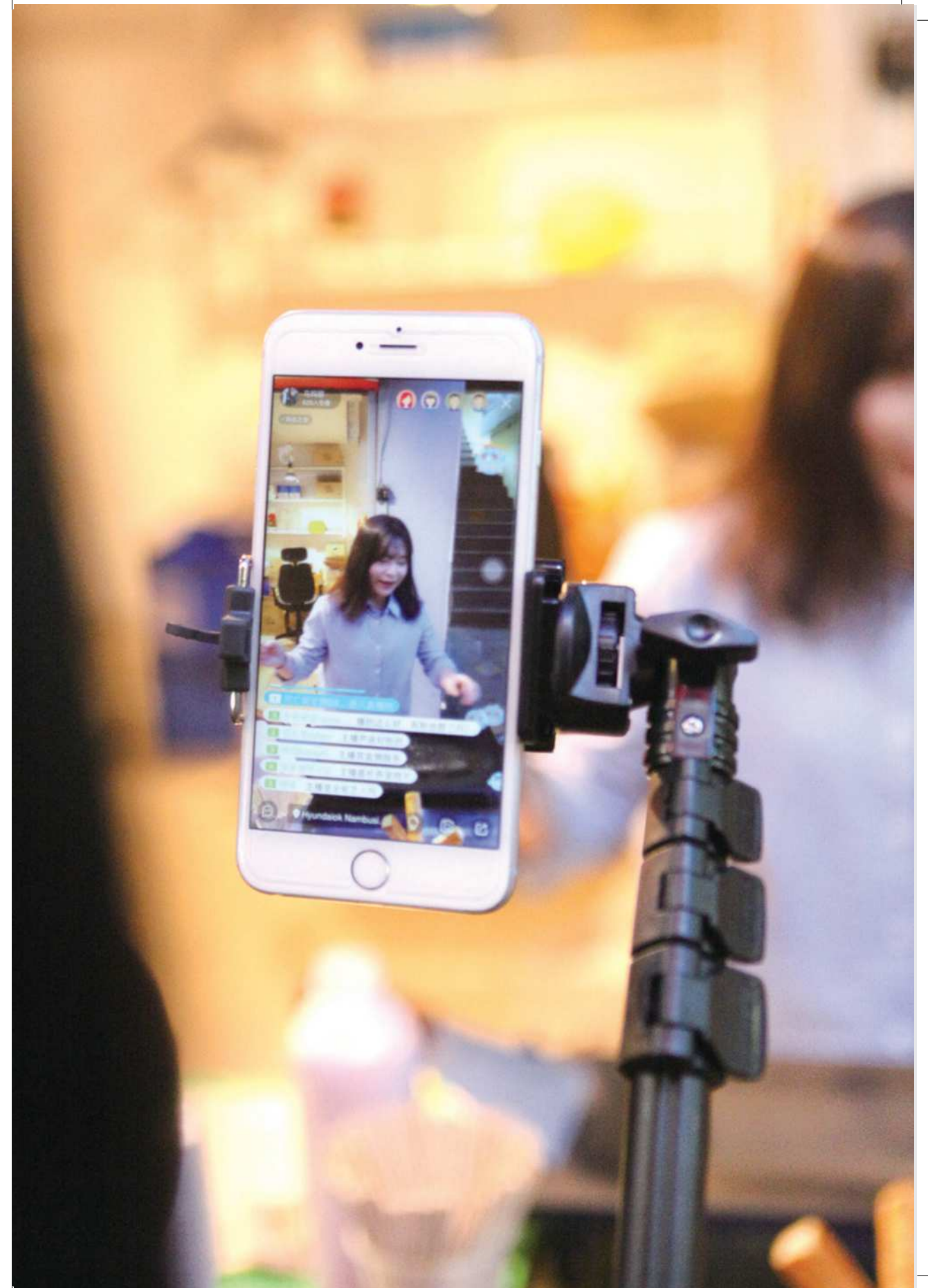
이번 가을축제에서 전주남부시장은 중국인의 인지도와 관심도를 높이는 전략으로 팸투어를 활용했다.

사드 문제로 인해 국내에 많은 비중을 차지했던 중국인 관광객 수가 감소한 것이 전주남부시장에도 영향을 미쳤기 때문이다.

글로벌명품시장*으로서 전주남부시장은 이를 해결할 방법을 고심했다. 이에 가을축제 기간에 중국의 인플

루언서인 왕홍(중국판 BJ), 파워블로거 등을 초청해 주요 행사를 경험하고 한옥마을, 전통성당 등을 여행하는 팸투어를 진행, 관광 산업 활성화를 모색했다. 구체적으로는 중국 젊은 세대에게 영향력 있는 채널에 가을축제 콘텐츠와 생생한 현장을 담은 라이브 방송 등을 노출함으로써 축제뿐 아니라 시장에 대한 입소문까지 기대한 홍보 전략이었다.

* 글로벌명품시장 : 2015년 중소기업청(現 중소벤처기업부)과 소상공인시장진흥공단은 청년몰과 야시장, 두 가지 사업을 잘 운영하고 있다고 판단해 전국 5개 글로벌명품시장 중 한 곳으로 전주남부시장을 선정했다.



INTERVIEW 1

축제톡톡! 이 축제, 어땠나요?



송윤희 중학생, 전주

JTBC <밤도깨비>에 야시장 나오는 거 보고 친구들이랑 왔어요. 청년몰 처음 생겼을 때 방문했다가 오랜만에 왔는데, 청년몰이 많이 커져 있어서 놀랐어요. 할로윈 축제도 잘 꾸며 놓은 것 같고요. (친구들 일동: 너무 예뻐요!!!) 특히 곳곳에 걸린 마녀 모자 포토존이 너무 마음에 들어요. 모자를 이곳저곳에 매달아 놓아서 더 재밌더라고요(웃음).



용영영 주부, 전주

시아머님이 전주남부시장 상인이신데, '와글와글 시장가요제'에서 공연하셔서 오게 됐어요. 노래하고 춤추고 복치고, 지금 분위기 너무 신나네요!~ 어머님이 동아리 활동으로 노래도 부르시고 풍물놀이도 하시면서 정말 좋아하셨는데, 그 모습을 무대에서 보게 돼 너무 기쁘요. 동아리 공연 끝나고 이어질 가수 공연도 기대되고요~



변성호 차미랑 대학생, 서울

원래 한옥마을 때문에 여행 온 건데, 주말에 야시장 연다고 해서 들렀어요. 청년몰이 있는지는 몰랐거든요. 근데 할로윈 축제를 해서 더 좋네요! 1층도 서울 밤도깨비 야시장 같아서 특색 있게 느껴졌는데, 2층은 또 달라서 매력적이에요. 약간 루프탑 파티에 온 것 같은 분위기? 또 보통 시장은 판매에 집중돼 있는데, 여기는 볼거리와 체험 거리를 먼저 제공해 사람들을 모으는 의도가 좋았어요.



강현석 대학생, 인천

3일 전에 전역하고, 전주로 여행 왔어요. 아까 한옥마을 갔다가 해지고 청년몰 둘러보는 중인데, 아기자기하고 좋네요. 조금 전 가게에서 본 달마시안 개가 특히 인상적이었어요 (웃음). 원래 청년몰이 한 개의 가게가 있는 건 줄 알았는데, 여러 가게가 넓게 분포돼 있고 할로윈 축제도 하고 있어서 더 좋았습니다! 다음에 친구들과 함께 와보고 싶어요.

시장애 시장의 길을 묻다 : 전주남부시장

"상인이 변하지 않으면 아무것도 달라지지 않는다"

하현수 상인회 회장

전주남부시장은 '상생'을 중시하는 시장이다. 인상적이었던 부분은 기존 상인층과 청년 상인층을 억지로 융합하려 하지 않고, 각 층을 존중하면서 공존하는 분위기였다. 이렇게 되기 까지 노력이 많았을 텐데.

처음 청년몰을 만들었을 당시 기존 상인들과 청년 상인들이 물과 기름 같아서 '어떻게 그 둘을 융화할 것인가'에 대한 고민이 많았다. 그래서 상인대학을 개설해 함께 있는 시간을 만들고, 워크숍이나 선진 시장 견학을 통해 양측이 유대감을 쌓을 수 있는 계기를 만들었다. 지금은 삼촌, 조카처럼 잘 어우러지고 있다(웃음).

최근 전국적으로 야시장과 청년몰이 많이 생겼는데, 전주남부시장은 선발주자로서 어떤 차별성을 갖고 있는가?

안타깝게도 대한민국에서 야시장의 정체성은 점점 사라지고 있다. 전국 야시장 매대는 규격(가로세로 90cm*180cm)이 같다. 모양만 조금 다를 뿐 해당 시장에 맞게 제작하지 못하는 것이다.

전주남부시장은 이런 규격화된 야시장에서 '맞'으로 승부하고자 한다. 다른 야시장과 같다면 전주남부시장 야시장에 올 필요가 없지 않나. 이러한 차별점을 지키기 위해 우리도 자정까지 남아 함께 야시장을 관리·운영하고 있고, 야시장 참여 사장들도 적극적으로 협조하고 있다.

4년 사이에 1층에도 젊은 세대를 겨냥한 가게가 많이 생겼다. 상인은 언제나 고객의 니즈를 파악해야 한다. 전주남부시장은 인근 한옥마을과 연계된 관광형 시장이라 주말이나 휴일에 오는 관광객이 많다. 그러다 보니 상인 스스로 그에 맞춰 업종을 바꾸는 등 변화하고 있다. 젊은 세대가 시장에 많이 몰리니 그에 맞는 점포가 들어오기도 했고.

28년째 장사를 해온 상인으로서, 그간의 경험과 철학을 토대로 상인들에게 전하고픈 말이 있다면.

전통시장이 발전하기 위해 대한민국 상인의 생각과 의식이 바뀌어야 한다. 아무리 지원이 많아져도 상인이 변하지 않으면 아무것도 달라지지 않는다. 대형마트나 백화점은 물건을 사지 않더라도 친절하게 응대하지만, 시장 상인들은 불친절하게 대하는 경우가 많다. 이런 태도부터 바꿔야 고객의 재방문을 유도할 수 있다. 그리고 고객은 두 번 속지 않는다. 더욱 좋은 물건으로 승부를 걸어야 한다.

그렇다면 상인회는 어떤 마인드로 운영하고 있나.

'무엇이든 최선을 다하자. 최고보단 최선을 다하자'고 생각하고 있다. 언제나 새벽 4시에 나와 시장을 관리하고 있다. 리더가 전체를 바라보고 사소한 것도 속지해야 올바른 방향을 지시하고 확인할 수 있다고 생각하기 때문이다.



TOUR

떠나요 전주여행!
즐거요 남부시장!



전주한옥마을
한복 입고 한옥 배경으로
건진 인생 사진!



경기전
백 투 더 조선!



전동성당
여기가 유럽인가?!



전주남부시장
맛집에서 점심
피순대나, 콩나물국밥이나
그것이 문제로다



풍남문*
밤에 보면 장관!



1층 야시장에서
저녁식사
전통시장에서 스테이크를?!
(매주 금, 토 운영)



남부시장 2층
청년물
불거리, 살 거리,
즐길 거리 한가득!



남부시장 천변
징검다리마켓
낮은 빈 점포가
아기자기한 상점으로!

* 이미지 출처
풍남문 - 한국관광공사, 이범수



INTRO

세대를 잇는 연결고리가 되다 울산신정상가시장



한 손으로는 아이의 손을 잡고 다른 손에는 반찬거리로 가득 찬 장바구니를 든 주부, 갓 나온 따끈한 떡을 서로 먹여주는 대학생 커플, 국밥집에 앉아 이야기꽃을 피우는 중장년 무리까지, 울산신정상가시장에는 다양한 세대의 사람들이 모인다. 그들에게 시장은 어린 시절 어머니와 장을 보던 추억

의 장소이자 친구와 사는 얘기를 진솔하게 나눌 수 있는 쉼터며, 생활에 필요한 물건들을 구할 수 있는 터전이다.

살았던 시대도 경험도 다른 이들이지만, '전통시장 가을축제'에서는 모두가 함께 즐거운 웃음을 나눴다. 과연 그들을 이어준 연결고리는 무엇일까.

시장 유형 문화관광형시장

주소 울산시 남구 중앙로 241번길 14-1

개설일 1970년(2005년 등록시장)

면적 약 22,000㎡

점포 수 280개소

종사자 수 590여 명

수상내역 2010년, 전국우수시장박람회 대통령상,

전국우수시장박람회 '고객선 지키기 캠페인' 우수상,

전국우수시장박람회 '공동마케팅' 우수상



MARKET+FESTIVAL

이어짐의 시작 세대를 잇는 즐거움



울산 대표시장이자 교통의 중심지에 위치한 울산 신정상가시장은 언제나 인산인해를 이룬다. 대형 마트 못지않은 다양한 물건들과 깔끔하게 정돈된 시장 골목. 이 또한 울산신정상가시장을 찾게 하는 요소다. 특히 시장골목을 가득 채운 저렴한 푸짐한 국밥과 칼국수는 남녀노소에게 인기 만점이다.

신선한 지역 농산물과 생선, 각종 생활용품까지 없는 것이 없는 울산신정상가시장에는 이른 오전부터 다양한 사람들이 모인다. 반찬거리를 고민하는 주부와 심부름을 나온 아이, 도소매 상인 등 사람이 점점 늘 어날수록 시장의 활기도 같이 불어난다.

해가 지고 장보기를 마친 사람들이 돌아가면 시장 골목에는 색다른 풍경이 펼쳐진다. 구수한 향으로 가득 찬 돼지국밥 골목에 다양한 연령대의 사람들이 하나둘 몰려드는 것. 이곳은 대학생들과 직장인, 노인들이 하루의 고됨을 나누는 휴식 장소다.

낮에는 물건을 사고파는 전통시장, 밤에는 이야기를 나누며 쉬는 안식처가 되는 울산신정상가시장에는 살아온 시대도, 시각도 다른 이들이 모인다. 이러한 특색을 기반으로 울산신정상가시장은, '전통시장 가을축제'를 통해 방문자들에게 시장에 대한 새로운 즐거움과 경험을 선사하고, 서로 다른 세대를 이어 주는 연결고리가 되고자 했다.

중장년층의 향수를 불러일으키고 청년층의 시장에 대한 흥미를 자극해줄 '프로레슬링'을 시작으로, 기존 전통시장에서 볼 수 없었던 'VR 체험존'과 사회적 기업 제품으로 이뤄진 '푸드존', '플리마켓'을 운영했다. 이는 경험 공유를 통해 지역 공동체의 공감대를 형성하기 위한 울산신정상가시장의 첫걸음이었다.

그 시절 향수와 시장의 색다른 즐거움 '프로레슬링'



울산신정상가시장은 중장년의 추억을 되살리고 청년에게 시장에 대한 색다른 경험과 즐거움을 전달하기 위해 70, 80년대 고도성장시기 울산의 상징이었던 '프로레슬링'을 '전통시장 가을축제'의 주요 행사로 기획했다. 전통시장에서 스포츠 경기를 진행하는 것에 대해 의문을 갖는 사람도 있었다. 그러나 울산신정상가시장 남문 앞에서 레슬링 경기가 시작되자, 사람들의 시선은 링 위의 선수들에게 집중됐다. 상인들도 함께 나와 레슬링을 관람하며 선수들을 응원했다. 레슬링 선수의 열정적인 경기와 시민들의 뜨거운 함성은 시장 일대를 뜨겁게 달궜다.

경기가 진행될수록 사람들의 표정에도 긴장감이 서렸다. 자신이 응원하는 선수가 코너에 몰리자 안타까움에 발을 구르기도 하고, 간신히 방어해 위기를 넘겼을 때는 다 같이 안도의 한숨을 내쉬었다.

약 한 시간 반 동안 진행된 프로레슬링은 아이부터

노인까지 모두가 한마음이 되어 외친 결승 카운트다운을 끝으로 종료됐다.

박진감 넘치는 대결을 끝까지 지켜본 한 시민은 "이렇게 모두가 함께 한자리에서 응원하고 나니 예전 생각도 나고 무언가 뭉클한 기분이 든다"며 과거 근처 체육관에서 레슬링 경기를 보고 내려오는 길에 가족들과 함께 울산신정상가시장에 들러 요깃거리를 사 먹고, 친구들과 함께 돼지국밥에 술 한잔했던 추억을 회상했다.

이번 가을축제 기간에 진행된 일본, 멕시코식 프로레슬링 경기는 미국식 프로레슬링 문화를 알고 있는 2030세대에게도 즐거운 행사였다.

한 청년은 "어린 시절, TV로 즐겨 봤던 프로레슬링 경기가 생각난다"며, "당시 즐거웠던 기분을 다시 느낄 수 있어 좋다"고 소감을 밝혔다. 각 세대가 가진 추억은 달랐지만 이번 경기를 통해 서로 연결돼 있음을 느낄 수 있었다.



21세기 전통시장의 새로운 도전 'VR 체험존'



'VR 체험존'은 전통시장에 대한 고정관념을 깨고, 전통시장이 '즐거움 놀이 공간'임을 경험하게 하고자 기획했다. 약 3분 정도 진행된 T익스프레스는 VR 박스를 착용한 후 기구에 앉아 즐기는 4D 체험으로, 거리상 한계로 놀이동산을 경험하기 어려운 울산 시민에게 특별한 재미를 선사했다. 초반에는 VR을 처음 듣는 사람도 많았고, 시장에서 낯선 이벤트를 하는 것에 대해 우려하는 상인도 있었다. 그러나 시장 동문 앞에 설치된 VR을 직접 시승한 이후에는 가족과 지인을 데려와 다시 체험할 정도로 반응이 뜨거웠다. 가족과 함께 시장에 방문한 사람, 연인과 데이트

나온 커플, 손녀와 할아버지 등 부스 앞은 VR 체험을 기다리는 사람으로 북적거렸다. 진행하던 도중 현실 같은 화면과 기구의 흔들림을 무서워하는 아이와 노약자를 고려해 강도를 조절하기도 했다. 그 덕분에 더욱 많은 세대에게 즐거움을 선사할 수 있었다. 한 시민은 "시장에서 이렇게 신기한 경험을 하게 될 줄 몰랐다"며 전통시장의 새로운 변화에 대한 소감을 밝혔다. 울산신정상가시장의 VR 체험존은 전통시장에 최신 기술을 접목해 단순히 물건을 사고파는 공간이 아닌 복합 문화 공간으로 전통시장을 재해석한 새로운 도전이었다.



INSIDE FESTIVAL

더 나은 내일을 꿈꾸는 '푸드존'과 '플리마켓'



울산신정상가시장은 이번 가을축제에서 사회적 기업과 함께 '푸드존', '플리마켓'을 운영해 전통시장의 역할을 확대하고자 노력했다. 남문 앞마당에 마켓존을 설치해 지역 특산물을 활용한 제품들을 시민에게 선보인 것. 매대는 부모가 키운 고품질 농산물을 활용해 만든 청년들의 지역 특산품으로 가득 채워졌다. 울산의 명물 '배'를 활용한 배 빵, '오리 농법'으로 재배한 쌀로

만든 막걸리 등의 이색 먹거리와 사회적 기업이 제작한 수공예품, 울산 고래 캐릭터 상품은 방문객의 눈길을 사로잡았다.

이를 통해 울산신정상가시장은 지역 경제 활성화의 거점에서 나아가 지역 공동체와 협업해 지역 사회 문제를 함께 고민하고 해결하는 시작점으로 발전하고자 했다.



축제톡톡! 이 축제, 어땠나요?



박건욱 배민석 고등학생, 울산

어제 등교하다가 VR 부스가 설치된 것을 보고 친구와 함께 왔어요. 예전에 놀이동산에서 탔던 T익스프레스처럼 생생해서 신기했어요. 직접 타는 것과 다른 재미가 있더라고요. 게다가 멀리 가지 않고 집 근처 시장에서 체험할 수 있어서 더 좋았어요! :D



김민혜 주부, 울산

가족과 함께 주변을 지나가다가 우연히 발견해 체험했는데, 굉장히 재밌네요! 평소에 가족이랑 놀이동산을 자주 가는 편인데, VR을 이용한 놀이기구 체험은 처음이라 참신하다고 느꼈어요. 장을 보는 시장에서 색다른 체험을 무료로 즐길 수 있어 좋았고, 앞으로도 시장에서 이런 기회를 많이 만나보고 싶어요.



김규랑 주부, 울산

신정시장은 울산을 대표하는 대형 시장이자 어릴 때부터 엄마와 함께 다녔던 시장이에요. 제가 제일 좋아하는 시장이기도 하고요. 항상 오던 시장에서 이런 축제를 한다는 게 신기해요. 특히 프로레슬링은 어릴 때 즐겨봤던 스포츠여서 옛날 생각이 많이 나네요. 평소 장 보러 다녔던 시장이었는데, 많이 바뀌고 있는 것이 느껴져요.



지종철 직장인, 울산

지인 중에 신정시장 상인이 있는데, 놀러 오라고 해서 여자친구랑 왔어요. 마침 프로레슬링을 하고 있길래 흥미롭게 보고 있었어요. 어릴 때 프로레슬링을 많이 봤는데, 이렇게 다시 보게 되니 그때 생각도 많이 나고, 그래서 더 재밌어요. 시장에서 이렇게 다양한 이벤트를 한다는 게 신기하기도 하고 직접 참여해보니 즐거워서 앞으로 자주 올 생각이예요.

시장愛 시장의 길을 묻다: 울산신정상가시장

"상인이 되를 속이면 저승에서 문턱을 못 넘는다"

강수열 상인회 회장

울산신정상가시장에는 처음 방문하는데, 외관부터 골목까지 대단히 깨끗하고 매장마다 정비가 잘 돼 있어 인상 깊었다.

과거 전통시장과 다르게 동선까지 잘 정돈된 것 같다.

울산신정상가시장은 울산을 대표하는 생활밀접형시장으로 울산 전역에서 많은 사람이 방문한다. 그러다 보니 고객 편의를 위해 여러 차례 시설 공사를 진행했다. 이는 고객을 가장 최우선으로 생각하는 새로운 전통시장의 모습을 보여주기 위한 노력이다.

일각에서는 전통시장에서 고객 서비스나 편의성을 기대하기 힘들다는 인식이 있는데, 울산신정상가시장은 다른 것 같다. 구체적으로 어떻게 노력했는가.

모든 매장을 구역으로 나눈 뒤 간판과 번호를 설치했다.

또한, 아케이드와 조명을 설치해 날씨에 상관없이 쾌적하게 이용할 수 있게 했다. 이용자 안전 보장을 위해 도로를 개선하고 CCTV와 보안등, 응급 시설, 고객센터까지 구축했다. 울산신정상가시장의 시설은 전국 전통시장 중에서도 최고 수준이다.

'전통시장 가을축제' 기간에 진행한 행사를 보니 기존 전통 시장에서 볼 수 없었던 색다른 시도와 사람 간 교류에 초점 맞춘 행사가 많았는데, 그 이유는 무엇인가.

전통시장이 지역 사람들을 하나로 모을 수 있는 중심점이

되고, 시장을 자주 이용하는 중장년층뿐 아니라 청년들도 전통시장에 관심을 두길 바랐다. 특별한 이벤트를 기획했던 것도 시장에 대한 색다른 경험을 전하기 위해서였다. 시장을 통해 서로 다른 시각을 지닌 이들이 만나고, 그 만남을 통해 전통시장이 이어질 수 있다.

사람 사이의 관계를 중시하는데, 시장 내부 상인의 단합도 잘 돼 있는가.

같은 업종에 종사하는 사람들이 모여 있다 보니 과거에는 다툼도 잦았다. 하지만 비 온 뒤 땅이 굳는다고, 함께 어려움을 겪고 이겨내다 보니 많이 개선되고 있다. 그래서 이번 가을 축제에서도 신정극장이나 프로레슬링 같은 함께 어울릴 수 있는 자리를 마련하고자 했다.

울산신정상가시장은 고객 편의와 지역 공동체 융합에 힘쓰는 시장인데, 이런 노력의 기반이 되는 철학은 무엇인가.

현재 3대째 떡집을 운영하고 있는데, 있는 그대로 속이지 않고 정직하게 만들고 판매하는 것을 원칙으로 한다.

돌아가신 장인어른이 늘 하시던 말씀이 있다. '떡장수는 절대 되를 속이면 안 된다. 되를 속이면 저승에서 문턱을 못 넘는다'고 하셨다. 이 말은 장사 철학이자 인생 철학이다. 사람을 대하고 시장을 운영하는 데 '정직'을 가장 최우선으로 삼고 있다.



TOUR

떠나요 울산여행!
즐거요 신정상가시장!



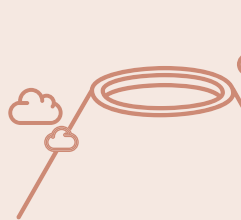
태화강대공원(십리대숲)*
도심 속 힐링스팟,
십 리까지 펼쳐진 대나무 숲



신정상가시장에서 점심
30년 내공의 돼지국밥과
칼국수골목으로!



울산대공원
자연에서 즐기는
빛축제와 신나는
문화공연



울산온천
여행 피로가 싹~
기분 좋게 마무리!



외고산 웅기 마을
한국 최고의 웅기와
장인을 만나다



울산박물관
울산 역사와 산업 발전의
발자취를 따라서



* 이미지 출처

울산대공원, 울산온천 - 한국관광공사
태화강대공원 - 한국관광공사, 이범수 / 울산박물관 - 한국관광공사, 김지호



INTRO

찬란한 가을밤 낭만의 맥주 파티 오산오색시장



알록달록 다섯 가지 색을 입은 오색시장 거리에 어스름이 내리면 유모차를 끄는 가족, 손을 꼭 잡고 산책하는 연인 등 나들이객으로 붐비기 시작한다. 상인들이 직접 개발한 오색시장만의 수제 맥주와 이국적인 음식들을 맛볼 수 있는 독특한 야시장이 열리기 때문이다. 한 손에는 주전부리를, 나머지 한 손에는 맥주 한 잔을 들

고 장을 보는 재미는 덤이다. 1792년 발간된 <화성궐리지>에 처음 모습을 드러낸 이곳은 훗날 오일장으로, 오늘날에는 현대적 시설과 매력적인 야시장을 여는 젊음의 공간으로 탈바꿈했다. 이토록 변화무쌍한 오색시장이 이번 '전통시장 가을축제'를 맞아 가을밤을 감미롭게 만드는 낭만의 장으로 다시 태어났다.

시장 유형 문화관광형시장
주소 경기도 오산시 오산로 272번길 22
개설일 1914년(2005년 등록시장)
면적 약 60,000㎡

점포 수 350개소(노점 30여 개 별도)
종사자 수 1,000여 명
수상내역 2013년. 전국우수시장박람회 대통령상
2014년. 대한민국 우수전통시장 인증



MARKET+FESTIVAL

맥주, 젊음, 음악이 어우러진 오색 빛깔 페스티벌



그중에서도 빨강길 일대는 맥주를 사랑하는 이들이 매주 찾아오는 곳이다. 침체된 시장 분위기를 살리기 위해 상인들이 톨톨 뭉쳐 점포 앞에서 간단한 안주와 술을 팔며 시작한 야시장은, 이제 오색시장을 대표하는 축제²로 거듭났다. 시장 내 다양한 먹거리와 함께 상인들이 머리를 맞대 개발한 오색시장표 수제 맥주를 맛볼 수 있는 특별한 야시장으로 변화를 꾀했기 때문이다.

오색시장은 다섯 개의 긴 골목이 중첩으로 교차하며 하나의 큰 시장을 이룬다. 끝없이 늘어선 수백여 개의 점포와 갈래갈래 이어진 골목이 복잡해 보이지만, 이곳에서는 초행자도 길을 잃을 염려가 없다. 골목마다 각기 다른 색상의 간판을 달고, 상점 번호를 부여했기 때문이다.

오색시장 상인회에서는 '오색'이라는 이름을 살려 시장에 다섯 가지 색'을 입혔다. 빨강, 초록, 노랑, 주황, 보라색으로 나뉜 각각의 골목은 간판, 소품 등이 골목을 대표하는 색상으로 꾸며져 있어 통일감을 느끼게 한다.

이번 전통시장 가을축제에서도 '전통시장 음식과 수제 맥주의 기막힌 콜라보레이션'이라는 콘셉트로 기획한 야맥축제가 단연 백미였다.

양꼬치, 팟타이, 큐브스테이크, 다코야키 등 다양한 세계 먹거리와 전국 유명 브루어리의 수제 맥주는 전통시장 분위기를 단순히 이색적인 펍(Pub)으로 만들었다. 시장 상인들이 합심해 공터 한편에 조성한 쉼터에서는 인디밴드의 노랫소리가 울려 퍼졌다.

오산 시민 평균연령 36세(2016년 기준, 행정안전부). 젊은 인구의 비율이 높은 도시에서 전통시장이 나아갈 방향을 확인할 수 있었던 기회였다.

¹ 다섯 개의 골목마다 각기 다른 특성이 있는데, '빨강길'은 야시장과 패션 골목, '녹색길'은 싱싱한 식재료를 파는 골목, '미소 거리(노랑길)'는 방앗간 골목, '이름 거리(주황길)'는 맛집 골목, '맘스 거리(보라길)'는 보양식 골목으로 이뤄져 있다.

² 오색시장은 지난 2015년부터 매주 수제 맥주가 있는 야시장(금, 토 오후 5~11시)을 열고, 1년에 두 차례(봄, 가을) 전국 수제 맥주 브루어리가 참여하는 야맥축제를 개최하고 있다. 이번 가을축제 기간에는 야맥축제 시간을 연장해(오후 1시~11시) 운영했다.

INSIDE FESTIVAL

RED&YELLOW : 빨강길 위에서 금빛 맥주를 마시다 '야맥축제'



수제 맥주 브루어리와 먹거리를 파는 부스가 늘어선 거리를 지나는 사람들 손에 검정 비닐봉지 대신 맥주가 들려 있다. 사람들은 웃음을 가득 머금은 얼굴로 너나 할 것 없이 잔을 부딪치며 '건배~'를 외치고, 상인들은 방문객에게 다가가 친근하게 말을 건다. 이는 페스티벌의 한 장면이 아니다. 전통시장 한복판에서 볼 수 있는 모습이다. 유쾌하고 즐거운 분위기에 오색시장 빨강길 일대가 나들이를 나온 사람들로 발 디딜 틈이 없다. 올해로 3회째 열린 야맥축제에는 전국 유명 수제 맥주 브루어리 15곳이 참가해 80여 종의 맥주를 선보였다. 브루어리 부스 중간중간에는 타로점 부스와 캘리그래피 염서, 향초 등 수공예품을 판매하는 부스가 자리해 보는 즐거움을 더했다. 빨강길이 끝나는 지점에서는 상인들이 '#소주보다 맥주', '#

기분 좋게 취하자' 등의 문구와 브루어리 로고가 인쇄된 스티커를 방문객에게 무료로 나눠주며 젊은이들의 발길을 붙잡았다. 오색시장에서는 전통시장 가을 축제를 맞아 기존에 170m로 운영하던 야맥축제 구간을 400m로 연장했다. 1회 때부터 줄곧 야맥축제에 참가했다는 한 시민은 "구간이 넓어진 덕분에 복잡하지 않게 다닐 수 있고, 더 많은 수제 맥주를 마셔볼 수 있어 좋다"고 소감을 밝혔다.

축제 구간 연장은 상인들에게도 기쁨이었다. 빨강길에서 베이커리를 운영 중인 한 상인은 "처음으로 우리 상점 앞이 야시장 구간으로 조성됐는데, 갑자기 매출이 많이 늘어서 열덜떨하다"며 환하게 웃었다. 이번 야맥축제는 수제 맥주 브루어리와 방문객, 시장 상인 모두를 만족시킨 흥겨운 시간이었다.



GREEN :

수제 맥주가 궁금해? 초록 현수막을 따라와!
'비어 투어'



수제 맥주의 매력은 양조하는 방식과 홉의 종류에 따라 맛, 향, 빛깔이 모두 달라진다는 점이다. 이에 오색시장에서는 가을축제 기간 중 '비어 투어(BE a tour)'를 진행해 방문객들에게 큰 호응을 받았다.

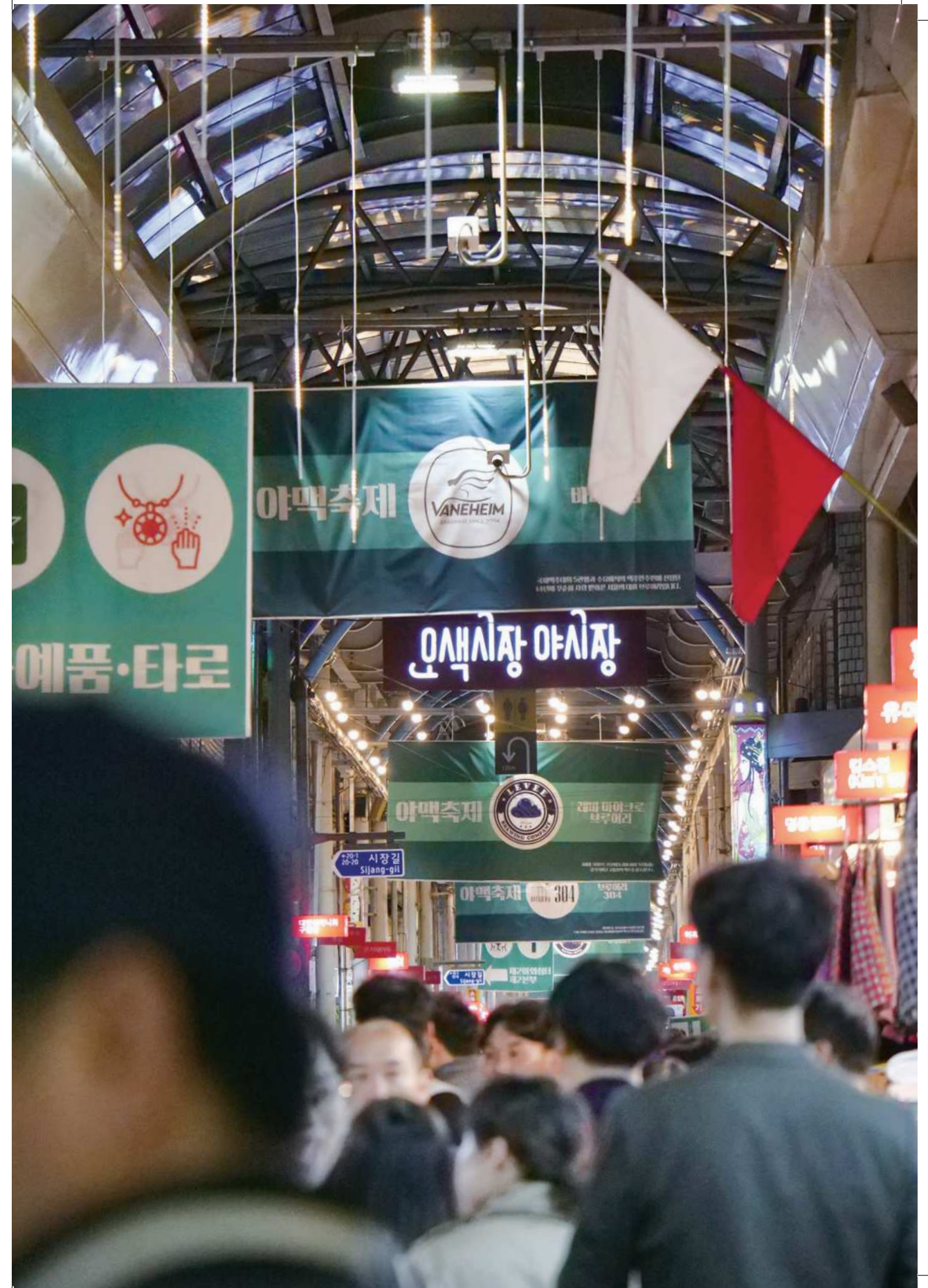
비어 투어는 빨강길 아케이드 아래에 걸린 브루어리들의 초록색 현수막을 따라 걸으며, 각 브루어리 부스에서 맥주 양조 방식과 제조 과정 에피소드, 철학을 듣고 수제 맥주를 맛보는 프로그램이다. 안주가 될 바삭한 스낵을 든 참가자들은 가이드를 따라 골목을 누비며 브루어리들을 방문했다.

브루어리마다 길게 줄지어 서서 브루마스터의 설명을

듣는 사람들의 모습을 보고, 수많은 방문객이 비어 투어 신청대를 찾았다. 하루 네 차례(13, 14, 15, 16시 정각) 운영한 비어 투어는 매진을 기록하며 이번 축제에서 큰 인기를 모았다.

맥주 공방과 로컬 브루어리*를 운영하며 상인들이 직접 수제 맥주를 개발하고, 유명 브루어리를 초청한 축제를 개최하는 것은, 수제 맥주가 오색시장의 단순한 판매 상품이 아니라 시장의 새로운 정체성을 만드는 주요 소재임을 증명한다. 비어 투어는 '아맥축제를 마니아들이 찾는 의미 있는 페스티벌로 만들겠다'는 오색시장의 야심찬 시도가 빛을 발한 프로그램이었다.

* 오색시장에는 수제 맥주 제조법을 교육하는 '맥주공방290'과 로컬 브루어리 '까마귀브루잉'이 자리하고 있다.



INSIDE FESTIVAL

BLACK&WHITE : 캄캄한 밤을 밝히는 멜로디 '뮤직파티 인 오색시장'



수제 맥주와 어우러져 축제를 더욱 낭만적으로 만든 일등공신은 미니콘서트 '뮤직파티 인 오색시장'이다. 기존에 야시장 구간에서 버스킹 공연을 했던 것에 착안해 이번 축제에서는 시장 공터에 쉼터를 꾸미고 공연장을 조성했다. 쉼터 공중에는 알알이 전구를 매달고, 우드팔레트로 테이블과 의자를 만들어 마치 야외 캠핑장을 연상케 하는 공간을 연출했다. 무대에서는 권지영, 파마씨,

인도에서 온 란초 등 인디밴드가 공연을 하고, 삼삼 오오 모여 앉은 사람들은 맥주와 음악에 취해 감미로운 가을밤을 만끽했다. '전통시장은 촌스럽다'는 편견을 깬 감각적인 분위기에 사람들은 자발적으로 사진을 찍어 SNS에 업로드 했다. 덕분에 축제를 알지 못했던 인근 지역 시민들 까지 오색시장에 방문하도록 하는 유의미한 결과를 낳았다.



INTERVIEW 1

축제특독! 이 축제, 어땠나요?



박혜순 직장인, 오산

집이 가까워서 주말마다 오색시장에 와요. 이 골목은 주로 젊은이들이 다니는 곳이라 자주 방문하지 않았는데, 오늘은 반짝이는 불빛에 이끌려 들렀어요. 손을 꼭 붙잡고 다니는 대학생 커플, 여러 무리의 청년들과 함께 맥주를 마시니까 덩달아 젊어지는 기분이 들어요. 청년들의 손길에 닿으니 재래시장도 멋있게 바뀌네요. 앞으로도 자주 올 생각이예요.



이나연 주부, 오산

오색시장은 물건값도 저렴하고, 상인들이 친절해서 무척 좋아하는 시장이에요. 야맥축제는 1회 때부터 꼬박꼬박 오고 있는데, 올해는 규모도 커지고 볼거리가 더욱 많아진 것 같아요. 특히 쉼터에서 인디밴드가 공연하는 소리가 울려 퍼져 시장이 아니라 축제에 온 듯하네요. 전보다 훨씬 흥겹습니다.



이상연 직장인, 수원

인터넷에서 우연히 오색시장에 축제가 열린다는 소식을 보고 바로 달려왔어요. 제가 맥주를 진짜 좋아하거든요(웃음). 여러 브루어리를 돌며 각각의 시그니처 맥주를 맛보고, 설명을 듣는 '비어 투어'가 인상적이었어요. 맥주 하나에 이렇게 깊은 철학이 담겨있는지 몰랐거든요. 전통시장답지 않게 생동감이 넘치고, 맥주와 시장을 접목하려는 시도가 돋보여 좋았어요.



황영식 자영업, 수원

수원에서 펍을 운영하고 있는데, 오산에서 야맥축제가 열린다고 해서 호기심에 와봤어요. 먹을거리도 많고, 수준 높은 수제 맥주 브루어리가 준비해 있어서 보기만 해도 마음이 들뜨네요. 여러 브루어리의 맥주를 맛봤는데, 향이 너무 좋아서 깜짝 놀랐어요! 전통시장에서 맥주에 대해 배우게 되다니, 색다른 경험이라 더 재미있었습니다(웃음).

시장애 시장의 길을 묻다 : 오산오색시장

"시장은 고객이 있을 때 비로소 존재한다"

김병도 상인회 회장

오색시장은 2015년 문화관광형시장으로 선정된 후, 급속도로 발전하고 있다. 통일감 있게 잘 정비된 시설이 특히 인상적인데, 상인회를 이끄는 소신이 궁금하다.

'고객 편의를 위해 최선을 다하자'는 것이다. 진부할 수도 있지만, 반드시 지켜야 하는 원칙이기도 하다. 믿을 수 있는, 편안한 시장이라는 느낌을 주기 위해서 시장 곳곳에 양심 저울을 갖다 놓았고, 상인들에게도 바른 원산지 표시, 고객선 지키기 등에 동참해달라고 매일 호소한다. 시장이 조성돼 있다고 해서 저절로 고객이 찾아오는 게 아니기 때문이다.

'야맥축제'는 어느덧 오색시장의 자랑거리가 됐다. 전통시장의 주력 판매상품이 '수제 맥주'라는 사실이 독특하고 신선하다.

오산시는 젊은 인구의 비율이 높기 때문에 젊은이들이 오고 싶은 시장을 만드는 게 무엇보다 중요했다. 고심하던 중 '맥주'라는 아이템이 떠올랐고, 고객 반응을 살피기 위해 시장 내 수제 맥주 공방을 만들고 양조 교육을 열었는데 반응이 무척 좋았다. 이에 수제 맥주가 있는 야시장을 기획해 기존에 운영하던 야시장을 밝고 젊은 분위기로 개편했다. 덕분에 '빨강길'*에 유동 인구가 늘며 상인들의 매출 또한 올랐다.

수제 맥주가 중장년층 상인들에게는 낯선 아이템이기 때문에 축제에 반발하는 목소리도 있었을 것 같다. 상인들의

단합을 끌어낸 비결이 있다.

특산물인 오산시 특성상 젊은 층을 끌어들이기 위한 아이템이 필요하다는 점을 설득했다. 또 야맥축제를 경험하면서 상인들 스스로 이러한 변화가 시장을 활성화하는 데 도움이 된다고 느꼈던 것 같다. 평소에는 상인들 대상으로 다양한 프로그램을 개최해 사기를 북돋우려고 애쓴다.

16년째 방앗간을 운영해온 경험을 바탕으로 상인들에게 전하고 싶은 이야기가 있다.

상인들끼리 친목을 다지는 것이 무척 중요하다고 느낀다. 처음 장사를 시작했을 때는 같은 업종의 상점을 운영하는 상인들끼리도 교류가 없었다. 그래서 다른 방앗간들을 찾아다니며 친분을 쌓았고, 고추 등을 공동구매해 판매하기도 했다. 그렇게 친해지고 나니 일할 때 더욱 신나고, 문제가 생기면 도움을 주고받을 수 있어 장사하기가 훨씬 수월했다. 경쟁자가 아니라 동업자라는 생각으로 함께 시장을 발전시켜 나갔으면 하는 바람이다.

앞으로 오색시장을 어떻게 운영해 나갈 계획인가.

오색시장의 가장 큰 자원은 전통적인 분위기와 도시적인 분위기가 공존한다는 점이다. 따라서 전통시장의 명맥을 유지하는 한편 야맥축제를 더욱 활성화해 세련된 시장, 재미있는 시장이라는 이미지를 구축해나갈 것이다.



* 옷가게가 주를 이루던 빨강길은 오색시장에서 유동인구가 가장 적은 골목이었다.

TOUR

떠나요 오산여행!
즐거요 오색시장!



독산성&세마대지*
성곽길 걸으며 오산 시내를
한눈에~



오색시장에서 점심
맛집 골목 '아름 거리'를
기억하세요!



맑음터 공원 캠핑장
도심 속 캠핑으로
여행 마무리!



궐리사*
공자(孔子)의 흔적을
찾아서



물향기수목원
시장에서 간식을
사 가면 더 즐겁다!

* 이미지 출처
독산성&세마대지, 궐리사 - 오산시



INTRO

만화와 만나 새로운 변화를 인천가좌시장



1980년대 인천 가좌동에 재개발로 아파트가 생겨나면서 노점상들이 들어섰고, 이들이 모여 시장으로 발전해 지금의 인천가좌시장이 됐다. 아파트 단지와 건물에 둘러싸인 인천가좌시장은 한때 주변 아파트의 이름을 딴 '진주시장'으로 불리며, 주민들이 대중교통을 이용하기 위해 지나가는 길이자 즐겨 찾는 시장으로 애용돼 왔다. 여기서 나아가 인천가좌시장은 외부인과 젊은 층을 많이 유입하고자 시장을 좀 더 특색 있게 만들고자

했다. 그래서 찾은 아이템이 바로 '만화'. '만화'는 남녀노소 모두가 좋아하므로 다양한 세대가 공감대를 형성할 수 있고, 이를 통해 젊은 층이 쉽게 시장에 들어올 수 있으리라고 판단했기 때문이다.

이처럼 '만화'를 콘셉트로 변화를 꾀하고 있는 가좌시장의 '전통시장 가을축제' 역시 달랐다. 그들은 홍보물에 '가을만화축제'라는 타이틀을 딱 하니 걸고 가좌시장만이 할 수 있는 흥미로운 행사를 펼쳤다.

시장 유형 문화관광형시장

주소 인천 서구 장고개로 337번길 18-19

개설일 2004년

면적 9,567㎡

점포 수 169개(노점 포함)

종사자 수 318명



MARKET+FESTIVAL

만화의, 만화에 의한 '가을만화축제'



등 직접 이벤트를 진행하며 사람들의 호기심을 자아냈다. 그들이 교복을 입고 시장을 한 바퀴 돌면 사람들은 '뭐 하는지', '누가 왔는지' 궁금해했고, 그들이 백설공주, 드라큘라 복장으로 퍼레이드를 할 때는 아이들이 따라와서 사진을 찍기도 했다.

'만화시장'이라는 특색을 제대로 알리기 위해 전반적으로 행사는 자체 이벤트, 공통 이벤트를 구분하지 않고 '만화'에 중점을 뒀다.

이벤트로선 만화가 사인회, 페이스페인팅, 보물 캐리커처 등으로 구성된 '만화체험 행사', 공통 이벤트 '추억의 카페'에 만화를 접목한 '7080 추억의 만화카페', 캐릭터 인형탈과 함께 가을만화축제의 시작을 알리는 '거리 퍼레이드', 코스프레에 참여하고 SNS에 공유하는 '코스프레 인증샷 이벤트' 등이 있었다.

모든 행사는 시장 내 '만화카페'²를 통하도록 구성했다. 예를 들어, 이벤트 참여 후 상품권을 만화카페에서 받게 했고, 뽑기 게임도 만화카페에서 하게 하고, 코스프레 행사 인증샷도 만화카페에서 인화하게 했다. 이는 '만화카페'에 축제 기간 중 한 번쯤은 방문하게 함으로써 지속해서 만화카페의 방문을 유도하려는 영리한 전략이었다.

전통시장 가을축제를 맞아 인천가좌시장은 '이 기회에 만화시장이라는 특색을 제대로 알리자'고 생각했다. 이에 '가을만화축제'라는 명칭을 현수막, 포스터, 리플릿 등의 홍보물에 넣었고, 전략적으로 홍보물을 배포 및 설치했다.

인천가좌시장은 유동인구가 많은 지점과 홍보에 효과적인 구역 등을 조사해 전철역 6곳과 버스 10개에 광고를 집행했고, 가좌동에 있는 아파트 입구마다 전단을 붙여 주민들에게 최대한 축제를 알렸다.

축제 홍보 및 진행에서는 서포터즈¹의 활약도 눈에 띄었다. 이들은 7080 교복이나 코스프레 복장으로 시장을 누비며 '가을만화축제' 홍보에 적극적으로 나섰다. '추억의 카페'에서 DJ를 맡고 퍼레이드 때 퀴즈를 내는

1 가좌동을 사랑하는 청년들이 자발적으로 모인 서포터즈는 가좌동에서 진행되는 각종 지역 행사에서 활약한다.

2 만화카페는 가좌시장의 랜드마크이자 가좌 주민들의 커뮤니티 공간이다. 가좌시장은 만화카페를 통해 젊은 층의 방문을 유도하고, 이들의 재방문을 이끌고자 했다. 실제로 저렴한 가격에 다양한 연령층이 만화카페를 부담 없이 이용하고 있다. 젊은 엄마들은 아이들을 유치원에 보내고 이곳에서 담소를 나누며, 학생들은 이곳에서 친구를 만나거나 데이트를 하기도 한다.

'만화시장'이라는 이름으로 '만화체험 행사'



가을만화축제라는 명칭답게 가장 주력한 이벤트는 '만화체험 행사'였다. 인천가좌시장은 만화가 사인회, 색칠 체험, 페이스 페인팅, 보틀 캐리커처 등 다양한 만화체험을 준비했다.

이 중 '보틀 캐리커처' 이벤트는 인천가좌시장의 야심작. '만화'와 연계한 특별한 경험을 선사하기 위해 고심한 인천가좌시장은 종이에 그리는 흔한 캐리커처가 아닌 투명 보틀에 그리는 캐리커처를 선택했다. 이 보틀이 하나밖에 없는 소중한 아이템이 되리라고 생각했기 때문이다.

보틀 캐리커처 이벤트 앞에는 차례를 기다리는 줄이 이어졌다. 그들 가운데는 먼저 보틀 캐리커처를 경험한 이의 추천으로 찾아온 친구나 이웃이 많았고, 그들의 얼굴에는 웃음이 넘쳐났다. 해당 이벤트는 특히 여성들에게 많은 인기를 끌었는데, 가족의 얼굴로 보틀 캐리커처를 완성한 한 주부는 "너무 행복한 경험이었다"

며 "이런 이벤트를 자주 했으면 좋겠다"고 소감을 밝혔다. 가장 크게 펼쳐진 이벤트는 만화가 김광성, 이우영, 김금숙의 사인회였다. 위안부 피해자 만화 <나비의 노래>, <그 많던 싱아는 누가 다 먹었을까>를 그린 김광성 만화가와 <검정고무신>의 이우영 만화가가 가좌동 거주민으로, 기존에도 인천가좌시장에 많은 도움을 줬다. 이번에 그들은 위안부 피해자 만화 <풀>, <꼬쟁이>를 그린 김금숙 만화와 함께 축제를 장식했다. 유명 만화가의 방문에 축제 분위기는 한껏 달아올랐다. 축제 명칭이 적힌 사인지에 사인을 받은 사람들은 이를 SNS에 공유하며 축제를 널리 알렸다.

그 외에도 만화 주인공의 옷을 입어볼 수 있는 '코스프레 행사', 색칠의 즐거움을 담은 '소품 색칠하기' 등 만화와 연계한 다양한 체험이 가을만화축제를 더욱 풍성하게 완성했다.



온 동네에 축제를 알리자! '거리 퍼레이드'



아파트 단지에 둘러싸여 있는 데다 일직선으로 길쭉하게 늘어진 인천가좌시장은 공연을 진행할 공간이 부족했다.

하지만 인천가좌시장은 축제 시작과 함께 개막을 정식으로 알려 사람들의 발걸음을 이끌고자 했고, 따로 무대와 여분 공간이 없는 상황에서 그들이 선택한 건 '거리 퍼레이드'였다. 이에 전문업체와 연계해 코스프레와 신나는 공연을 접목한 퍼레이드를 낮과 밤으로 나눠 총 2회로 구성했다.

낮에 진행한 퍼레이드는 흥겨운 에너지가 가득한 아프리카 전통 민속 무용단이 앞장섰고, 밤에 진행한

퍼레이드는 박력 넘치는 타악기 연주단이 앞장서서 이끌었다. 그들의 뒤로 캐릭터 인형탈을 쓴 이들과 드라큘라, 백설 공주를 코스프레한 이들이 따라다니며 전단을 나눠주는 등 계속해서 축제를 홍보했고, 중간에는 퀴즈를 진행해 재미를 더했다.

한 시민은 "시장에서 볼 수 없었던 이색적인 공연"이라며, "마치 놀이공원에 온 것 같다"고 소감을 밝혔다. 인천가좌시장은 시장 안에서만 퍼레이드를 진행하지 않고, 시장 바깥으로도 퍼레이드를 이어나가 개막을 선포하는 동시에 주변 아파트와 상가에 축제를 알리는 일거양득의 효과를 만들었다.



퇴근길에 함께 하는 맥주 파티 '비어데이'



가좌동에는 버스정류장에 내린 후 가좌시장을 거쳐 귀가하는 주민이 많다. 인천가좌시장은 이러한 특성과 주변에 맥주 가게가 없는 점, '불금'에 행사를 진행하는 점에서 착안해 맥주와 음악이 어우러지는 '비어데이'를 진행했다. 이는 대개 축제 행사가 저녁 전에 종료됨을 고려해 퇴근길에 시장을 지나가는 주민들도 축제의 재미를 함께하도록 하기 위함이었다. 이에 종료 시각도 밤 11시로 늦췄다.

비어데이는 고객들이 영수증을 가져오면 맥주 쿠폰을 주는 방식으로 진행해 구매와 이벤트를 연결했으며, 1인당 한 잔씩 마실 수 있게 했다. 또한, 축제 공간의 부족함을 해결하기 위해 아메리카노 잔에 맥주를 담아 줬고, 특정 공간 대신 시장 통로에서 진행했다. 퇴근길에 장을 본 후 맥주 쿠폰을 받은 한 남성 직장인은 "힘들었던 오늘 하루를 위로받는 기분이 든다"며, "맥주를 마시며 불금을 즐겨보겠다"고 말했다.



INTERVIEW 1

축제톡톡! 이 축제, 어땠나요?



방가경 주부, 인천

아이들에게 보틀 캐리커처를 체험시켜주려고 왔어요. (자신의 캐리커처가 그려진 보틀을 가리키며) 기대했던 것보다 잘 그려줘서 좋았어요! 그런데 밖에서 봤을 때는 축제를 크게 진행한다고 생각했는데, 실제로 와보니 장소가 협소한 부분이 조금 아쉬웠어요. 이따가 저녁에 아이 아빠가 퇴근하면 비어파티에 함께 와보려고요(웃음).



서정미 주부, 인천

주변 유치원 엄마들이 네트워크가 좋아요. 가좌시장에서 축제한다고 여기저기서 연락이 많이 오더라고요. 조금 전 시장에 들어오다가 본 퍼레이드, 너무 신나고 이색적이었어요! 전통시장이라서 뽀할 줄 알았는데, 색다르더라고요. 북 친 분이 어느 나라 사람인지 궁금해서 따로 물어보기도 했어요~



김윤숙 주부, 인천

지나가다가 재밌어 보여서 시장에 들어왔어요. 보틀 캐리커처 행사 너무 좋네요^^ 우리 아들 사진으로 그려달라고 했는데, 의미 깊었어요. 가좌시장이 '만화시장'이라고 하면서 많이 변화하고 있는데, 앞으로도 이런 행사를 자주 해서 어렸을 때 생각도 하고 즐길 기회가 많았으면 좋겠어요.



이성경 중학생, 인천

버스 두 번 타고 친구와 함께 왔어요! 아까까지 만화카페에 있다가 지금은 거울 만들기 체험하는 중이에요. 다른 친구들한테 소개해주고 싶을 정도로 재밌어요! 만화카페에서는 사탕도 두 번 뽑아서 좋았고요. 시장에 이렇게 행사가 많아진 걸 보니 시장이 달라졌다는 생각이 들어요.

시장애 시장의 길을 묻다 : 인천가좌시장

"모든 시장이 그 지역에서 최고의 시장이 되려고 했으면 좋겠다"

이찬관 상인회 회장

인천가좌시장은 만화시장이다. 뚜렷한 특색이 있는 만큼 상인회 운영에도 특별한 철학이 있을 것 같다.

한 단어로 표현하면 '변화'다. 젊은 상인이 점차 들어오고, 시대가 빠르게 바뀌고 있기에 변화에 대한 중요성을 깨닫고 있다. 이에 '변화해야 우리 시장이 산다'는 취지로 시장을 운영하고 있고, 여기에 상인들도 동참하고 있다.

'변화'에 대한 철학을 상인들이 잘 받아들이는가.

점점 나아지고 있다. 이에 대해 10년 넘게 소통했다. '변화' 만큼 중요한 것이 '단합'이니까. 그래서 상인회 활동 외에도 참여하는 모임이 많다(웃음). 가좌시장에는 야구단이나 산악회, 부녀회 등 서로 단합할 수 있는 동호회가 많다.

또 회의를 자주 진행해 대화를 많이 하고, 결정된 행사나 사항에 대해 상인들에게 회람을 돌린다. 상인 모두가 빠짐없이 알아야 하기 때문이다. 그렇게 소통해야 상인들이 따라와 주고 시장이 살 수 있다.

'시장을 살리기 위해' 가좌시장에서 하는 특별한 활동이 있을까.

국가에서 진행하는 사업이나 행사에는 모두 들어가려고 한다. 다 같이 모여 회의하고 취합해서 사업계획서를 직접 만든다.

여러 사업을 진행함으로써 시장을 하나하나씩 고쳐 나가려는 것이다.

그래서 하게 된 게 문화관광형시장 사업이었고, 그렇게 해서 이번에 가을축제 거점시장이 될 수 있었다. 이렇게 사업을 시작하면 상인회뿐 아니라 상인, 시장 전체에 공통적인 목표가 생긴다.

공통 목표라는 것이 참 의미 있다. 인천가좌시장은 상인들이 함께 만들어가는 시장이라는 생각이 든다.

그렇다. 인천가좌시장은 상인이 함께 만들어간다. 시장이 사업이나 행사를 진행하고 아이디어를 내면 상인들이 도와주기도 한다. 예를 들어, 지난여름 만화축제 때 외국 인사가 왔는데 상인들이 통역을 해줬다. 상인 입장에서는 하루에 한 시간을 빼는 것도 굉장히 어려운 일인데 말이다.

또 지금 만화카페가 있는 건물이 시장을 위해 무상으로 지원해준 공간이고, 상인 20명 정도가 국비로 바리스타 수업을 받고 종종 자원봉사를 해주고 있다. 정말 고마운 일이다.

이런 게 인천가좌시장의 힘이 아닐까 싶다.

상인들의 마인드가 대단하다. 이러한 의식이 하루아침에 생겨나는 것은 아닐 텐데, 이를 이끈 특별한 노하우가 있을까.

인천가좌시장은 서비스 교육, 멀티미디어 교육 등 상인 대상으로 다양한 교육 프로그램을 운영하고 있다. 여기에 상인들이 예전부터 잘 참여했다. 장사 끝나고 교육받으면 밤 9, 10시 인데도 참여율이 굉장히 높았다. 상인들 사이에 변화에 대한 의지가 크고, '내 가게가 잘 돼야 시장이 잘 되고 시장이 잘 돼야 내 가게도 잘 된다'는 마인드가 형성돼있다.

전통시장에 바라는 것이 있다면.

각각 차별된 시장을 만들기를 바란다. 모든 시장이 그 지역에서 최고의 시장이 되려고 했으면 좋겠다. 인천가좌시장의 목표는 인천 지역 최고의 시장이 되어 사람들이 우리 시장에 오게 하는 것이다. 결국, 시장들이 상생과 경쟁을 통해 발전하면서 전통시장이 전체적으로 진화할 것이라고 본다.



TOUR

떠나요 인천여행!
즐거요 가좌시장!



원적산 공원*

계절의 변화가 느껴지는
자연 속에서 산책



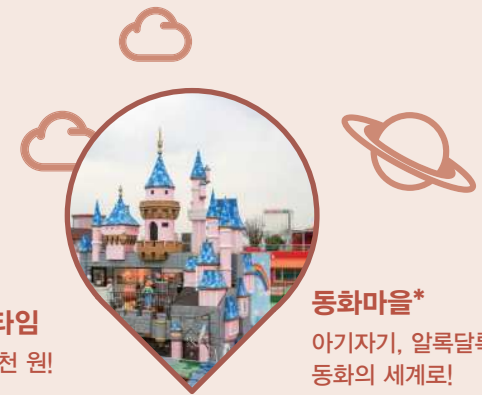
가좌시장에서 점심

칼국수? 김밥? 족발?
돈가스? 골라 먹자!



가좌시장
만화카페에서 티타임

아메리카노 한 잔에 천 원!
부담 없이 휴식을



동화마을*

아기자기, 알록달록한
동화의 세계로!



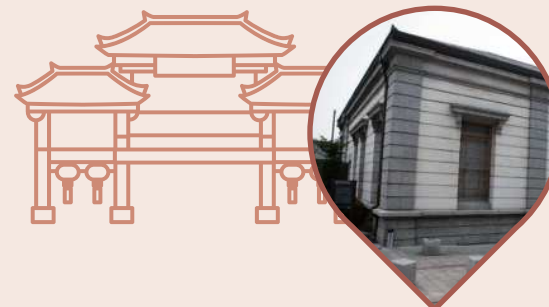
월미테마파크*

디스코팡팡으로
소화 다 됐어요!



차이나타운에서 저녁*

여기가 한국 속 중국!
맛있는 게 너무 많아~



개항장 거리*

100년이 넘는 개항기 역사와
문화를 만나보자!

* 이미지 출처

원적산공원 - 인천시 / 동화마을, 개항장 거리, 차이나타운 - 한국관광공사, 김지호
월미테마파크 - 한국관광공사, 판앤담스튜디오



INTRO

아리랑 노래자락을 따라 울려 퍼지는 '정선다움' 정선아리랑시장



신선한 지역 농산물과 여타 시장과는 다른 자신만의 이야기로 성공 가도를 달리는 이곳, 바로 정선아리랑 시장이다.

정선의 특산물만 판매한다는 점, 빈 점포가 단 하나도 없다는 점, 강원도 전 지역 상인들이 물건을 팔기 원하는 지역선도시장이라는 점이 정선아리랑시장 상인들의 자부심이다.

아리랑이 세계문화유산으로 등재된 2012년을 기점으로 정선시장은 '정선아리랑시장'으로 새출발했다. 연간 120회의 아리랑 공연은 이제 정선아리랑시장에 없어서는 안 될 문화행사로 자리매김했고, 이를 통해 시장은 활기를 띠었다.

지역 특산물 그리고 역사와 함께 발전하고 있는 정선 아리랑시장의 가을 풍경 속으로 걸어 들어가 보자.

시장 유형 지역선도시장

주소 강원도 정선군 정선읍 봉양7길 39(봉양리 349-20)

개설일 1966년 2월 17일

면적 11,335㎡

점포 수 154개 점포(노점 제외)

종사자 수 300여 명(장날 노점 포함)

수상내역 2012년, 한국관광공사 '한국 관광의 별' 쇼핑 부문 1위/
2015년, 전국우수시장박람회 대통령상/ 2016년, 대한민국 전통
우수시장 선정



MARKET+FESTIVAL

평창 동계올림픽의 배후 시장 지역 콘텐츠 200% 활용!



'청정 고장' 정선에서 나고 자란 산나물의 품질에 대한 자부심이 느껴지는 대목이다.

정선을 찾을 만한 이유를 만들어 시장으로 한 번 더 발걸음하게 하려는 부분은 이번 '전통시장 가을축제'에서 가장 고심한 부분. 무엇보다 2018 평창 동계올림픽을 100여 일 앞둔 시기에 동계올림픽 배후 시장으로 인지도를 높일 수 있어야 했다. 평창 동계올림픽 개최 도시인 평창, 정선, 강릉을 하나로 잇는 '올림픽 아리바우길*' 개통에 맞춰 트레킹 행사를 기획한 이유가 여기에 있다.

정선역 앞에서 시작된 걷기 대회는 경쟁도, 기록도 중요하지 않다. 제법 알록달록하게 물들어간 정선의 산수를 온몸으로 만끽하며, 한 걸음 한 걸음 내디딜 뿐이다. 평지와 산지가 번갈아 나타나는 가운데 흐르는 물줄기, 제각기 다른 모습의 산을 구경하다 보면 지겨울 새가 없다. '청정 고장' 정선의 맑고 깨끗한 산천은 이른 가을 절정에 이른다.

걷기 대회를 완주한 참가자 전원에게는 정선 상품권이 지급됐다. 정선 상품권은 정선 시내 어느 곳에서도 현금처럼 사용 가능한데, 전국우수시장박람회*가 열리고 있던 행사 당일에 정선아리랑시장과 식당가는 관광객의 상품권으로 넘쳐났다.

가장 '정선'다운 정선아리랑시장에 없는 것은? 바로 '수입산' 식재료다. 정선은 스스로 자급자족하는 시장답게 가장 정선다운 것, 정선에서 생산한 것만을 취급한다. 그래서 해산물도 없고 곤드레나물이나 더덕, 버섯 같은 산나물과 약재들이 가득하다. 해산물은 2일, 7일 열리는 장날에 외지 상인이 판매할 때나 겨우 볼 수 있다. 물론 지역선도시장인 만큼 인근 영월이나 평창, 강릉 봉화에서 생산한 농산물이 정선으로 모여 더욱 풍성한 장날 풍경을 완성한다.

정선아리랑시장의 '정선스러운' 모습은 상인들 스스로 시장 분위기를 만들기 위해 부단히 노력한 결실이다. 그 바탕에는 상품 품질을 떨어뜨리지 않겠다는 다짐과 더불어 한번 다녀간 손님이 다시 찾고 싶은 인상을 남기기 위한 상인들의 진심이 있다. 이러한 상인들에게는 또 다른 이름이 있다. 바로 '신도불이 상인'이다.

* 올림픽 아리바우길 : 국제올림픽위원회(IOC)가 '올림픽'이라는 명칭을 붙이도록 한 국내 유일 트레킹 코스로, '아리바우길'은 평창에서 열리는 '올림픽', 정선의 '아리랑', 강릉바우길의 '바우'를 합쳐 탄생한 이름이다. 강원 지역의 대표적인 문화·경관·역사·자연을 그대로 살려 꾸며진 노선을 친환경적으로 정비했으며, 옛길을 복원하고 숨겨진 길을 활용하는 등 자연환경을 최대한 보전했다.

걷기의 기운이 올림픽에 당기를 '올림픽 아리바우길 걷기대회'



2018 평창 동계올림픽을 110여 일 앞둔 시기에 정선에서 열린 아리바우길 걷기대회는 정선아리랑시장이 올림픽 배후 시장으로의 도약을 선언하는 행사였다. 평창 동계 올림픽이 열리는 평창, 정선, 강릉을 잇는 올림픽 아리바우길 첫 시작이 바로 정선아리랑시장이기 때문.

올림픽 아리바우길 걷기대회는 온라인으로 참가를 신청한 사람만 1,200명, 현장 신청자만 400명일 정도로 규모가 있는 지역 행사지만, 승자와 패자는 따로 없었다. 이는 경쟁보다 공생을 지향하는 정선아리랑시장과 닮아있었다.

함께 걷는 일행들과 담소를 나누느라, 눈 앞에 펼쳐진 조양강과 비봉산의 절경에 감탄하느라, 풍경을 배경으로 사진을 남기느라 뒤처지는 것은 예사일이었다. 가족 또는 직장 동료, 동호회 등 다양한 구성으로 걷기대회에 참가했지만, 그들은 하나같이 "불거리가 풍성한 길이다"고 평했다.

적당한 평지와 오르막길이 지루함을 덜어주고, 높은 곳에 오르면 상이라도 주듯 단풍이 물든 산과 그 산이 투명하게 비치는 강물이 눈 앞에 펼쳐졌다. 참으로 걷기 좋은,



건강한 길이 아닐 수 없다.

약 9km 구간의 코스를 걷는 동안 체크포인트에서 열리는 스탬프 찍기 미션과 버스킹 공연은 대회의 또 다른 즐거움이었다. 스탬프를 찍기 위해 참가자들이 줄을 서면서 정체되는 순간에도 통기타와 노래가 있어 지루하지 않았다.

걷기대회를 완주한 참가자 전원에게는 메달을 수여하고, 성공적인 평창 동계올림픽을 기원하는 사인기념구 이벤트에 참여한 사람에게는 정선아리랑 상품권을 지급해 자연스럽게 지역 내 소비 순환을 유도했다. 한 시민은 "여러 둘레길과 올레길을 다녀봤지만, 아리바우길만한 곳이 없다. 길이 너무 예쁘다"며 소감을 밝혔다. 이번 걷기대회를 통해 정선아리랑시장은 자전거 도로로 유명한 정선이 걷기 좋은 길로도 명성이 높아지리라 기대감을 내비쳤다. 지역 행사임에도 '올림픽 아리바우길 걷기대회'가 2천여 명이라는 적지 않은 참여 인원을 기록했기 때문이다. 이를 통해 정선은 평창 동계올림픽의 한 축임을 당당하게 천명했다.



대회 끝! 정선아리랑시장으로 여행을



건기대회에 참가했던 시민들의 발걸음은 자연스럽게 정선아리랑시장으로 향했다. 대회에서 받은 지역 상품권으로 정선의 음식을 맛보려는 이들이 모여들자 시장 풍경은 또 한 번 바뀌었다.

대회날은 마침 주말 장이 열리는 날. 건기대회 참가자까지 모인 토요일의 정선아리랑시장에는 평소보다 다양한 이들이 모였다. 어떤 이가 정선 군민인지, 관광객인지 구분되지 않을 만큼 모두 시장 분위기에 자연스럽게 동화돼 있었다. 대회가 끝난 후 끼니때가 지났음에도 저잣거리라 불리는 음식점에는 사람들의 발

길이 끊임없이 이어졌고, 열에 아홉은 '보고싶다 정선아'라는 문구가 적힌 비닐봉지를 들고 다녔다.

동네 마트만 다녀왔던 꼬마는 산나물 일색인 전통시장의 풍경이 낯설지만, 가을축제를 맞아 진행하고 있는 '로보카폴리 스탬프투어' 이벤트에 상기된 표정이었다.

정선아리랑시장을 방문한 한 시민은 "정선아리랑시장에서 꼭 먹어봐야 한대서 콧등치기 국수와 곤드레밥, 모듬전을 먹었는데, 메밀전이 정말 맛있었다"며 시장 여행의 먹는 즐거움을 전했다.



아리랑의 전통과 정선다움을 이어



정선아리랑시장은 정선의 음식, 나물, 약초가 특화된 시장이다. 여기에 한 가지를 더하자면, 시장에서 펼쳐지는 '아리랑 공연'을 들 수 있다. '올림픽 아리바우길 걷기대회'와 '2017 전국우수시장 박람회'가 함께 열린 토요일 장에서는 장터 공연이 열리지 않아 비교적 한산했지만, 아리랑 공연이 열리는 날에 정선아리랑시장은 그야말로 인산인해를 이룬다. 정선 오일장에 방문한 김동연 경제부총리는 정선아리랑시장에 대해 "중국 자금성 다음으로 사람이 넘실대는 곳"이라고 표현할 정도였더니, 아리랑 공연까지 치렀다면 그야말로 시장 구경이 아닌 '사람 구경'을

할 판이다.

정선은 우리나라 전통 민요인 아리랑의 3대 발상지 중 한 곳으로, 정선아리랑시장은 아리랑의 전통과 명맥을 잇는 시장이다. 그렇기에 정선아리랑시장은 그 가치와 정선다움을 잃지 않고 이어가려고 한다. 그 철학이 배어있는 노력 중 하나가 바로 아리랑 공연이고, '전통 시장 가을축제'를 맞아 진행한 '올림픽 아리바우길 걷기대회'다. 꾸준히 사랑받는 아리랑 공연과 성공리에 마무리된 아리바우길 걷기대회. 앞으로도 아리랑의 전통과 정선다움을 지켜갈 정선아리랑시장의 콘텐츠들이 더욱 기대되는 이유다.



축제특독! 이 축제, 어땠나요?



권승만 자영업, 공주

정선은 두 번째 방문인데, 7~8년 전에 왔을 때와 비교하면 길도 잘 포장되고 많이 변한 것 같아요. 오늘 걷기대회 마치고 정선아리랑시장에 방문해 요기한 후 우수시장박람회에도 들을 예정이에요. 강원도 축제에 오면 지역 상품권을 줘서 시장을 이용하게 하는 부분이 유용하고, 시장 활성화에 많은 도움이 되는 것 같아요.



전흥열 자영업, 남양주

작년 여름에는 정선 화암동굴을 방문했는데, 오늘은 전국우수시장박람회와 정선오일장을 둘러볼 계획입니다. 정선에서 나는 특산품을 구매하려고요. 정선 특산품에 대한 홍보가 많이 돼서 누구든지 와서 구입할 수 있게 되면 좋겠어요. 걷기대회에서 받은 상품권은 식당이나 시장에서 사용할 예정입니다(웃음).



최중훈 직장인, 강릉

저와 아내 모두 시장을 좋아해서 정선뿐 아니라 동해, 양양 등의 시장에도 부지런하게 다녀요. 정선아리랑시장은 여타 시장들에 비하면 큰 편이고, 시골에서 파는 나물과 약재를 살 수 있어서 좋아요. (아내: 전에 빼빼목을 구입하려고 일부러 찾은 적도 있어요!) 마트는 언제든 갈 수 있지만, 오일장은 날 잡고 와야 하니까 더 기대하게 돼요. 시장에 젊은 사람들이 올 수 있는 콘텐츠가 충분했으면 좋겠어요.



전제훈 공무원, 서울

지금은 서울에 있지만 원래 고향이 정선이라서 여름휴가 때도 정선에 왔어요. 저는 아리랑 공연이 인상 깊어서 정선아리랑시장에 방문하면 공연을 주로 봅니다. 앞으로도 정선아리랑시장이 정선다운 특색이 있고, 신뢰를 지키는 시장이었으면 좋겠어요! 정선 특산품인 나물이 전국적으로 알려져서 '역시 정선 나물이 좋다'는 평가를 받았으면 하는 것이 정선 출신인 저의 바람입니다(웃음).

시장애 시장의 길을 묻다: 정선아리랑시장

"시장을 살리는 것도 상인 망치는 것도 상인이다"

이윤광 상인회 회장

정선아리랑시장은 지역선도시장이면서 전국에서 유명한 시장으로 꼽힌다. 정선아리랑시장이 지금의 모습을 갖추 수 있었던 과정은?

정부 및 지방자치단체의 보조금이나 지원금 의존도를 낮추고 상인들 스스로 자생력을 키운 점이 큰 경쟁력이다. 2012년부터 협동조합을 설립해 수익 사업을 펼쳐오고 있다. 그 사업 중 하나가 시장 브랜드 상품 개발 및 판매다. 막걸리를 만들어 팔거나 카페에서 커피와 차를 판다. 여기서 수입이 생기면, 인건비를 제외한 모든 수익은 다시 시장에 투자하는 구조다. 중요한 것은 상인회 판매 상품은 시장 상인들이 취급하지 않는 제품이라는 것이다. 상인들의 밥그릇을 지켜줘야 한다는 것이 상인회가 추구하는 가치다.

상인들이 '신토불이' 명찰을 달고 있더라. 언제부터, 어떤 의도로 달게 됐나?

4~5년 전부터 정선 상인들이 착용하고 있는 '신뢰 명찰'이다. '신토불이' 명찰을 달고 있는 상점에서 산 제품의 품질과 신뢰는 상인회가 보장한다. 만약 이 명찰을 단 상점에서 구매한 물건이 의심스럽거나 만족스럽지 않을 때 상인회 사무실에 가져오면 100% 환불해준다. 마치 정선아리랑시장을 믿고 찾아온 소비자들이 안심할 수 있는 보증서인 셈이다. 점포뿐 아니라 노점 상인들 역시 '신토불이 상인'이다.

상인회에서 '정직한' 시장 분위기 조성에 애쓰는 것 같다.

이를 위한 또 다른 노력이 있을까.

정선아리랑시장은 오로지 국내산만 취급·판매하는 시장이다.

아마 전국에서 유일할 것이다. 국내산 검증은 상인회에서 자체적으로 실시하는데, 지역 토박이들이라 보니 척 보면 척이다. 정선에서 난 산나물인지 아닌지 단번에 감별이 가능하다. 만약 가격이나 원산지를 속여 판매할 경우 징계 위원회를 통해 상인을 퇴출한다. 지난해에 세 명이 퇴출당했는데, 이유는 서비스 태도의 문제였다. 흥정하는 소비자와 싸우는 것은 시장 분위기를 흐리기 때문이다.

정선아리랑시장이 전국적으로 알려지면서 유명세도 겪었을 것 같다.

장사가 잘 되니 부작용도 생긴다. 바로 점포 임대료의 상승이다. 임대료가 오르면 상인들은 덩달아 상품 가격을 올릴 수밖에 없는데, 이는 싸고 좋은 물건을 사러 온 소비자들의 목적과 맞지 않는다. 이에 상인회 수익 사업을 통해 '황금마차'라 불리는 포장마차와 공연장 옆 주막을 무상으로 제공하는 등 점포를 늘려 임대료 상승을 막고 있다.

앞으로 계획이나 과제는?

시설은 깨끗하고 편리한 현대식이지만, 분위기만큼은 전통 시장다움을 유지하는 것이다. 계속 고객들에 맞춰 변화하면서 정선다움과 전통시장의 모습을 지켜나가고 싶다. 무엇보다 시장은 상인이 하기에 달렸다. 시장을 살리는 것도 상인, 시장을 망치는 것도 상인이다. 상인들의 의식 변화를 위해 수준에 맞는 교육이 필요하다. 서비스 부분에서는 '친절함'이 중요해진 만큼 친절 교육에 신경 쓰고 있다.

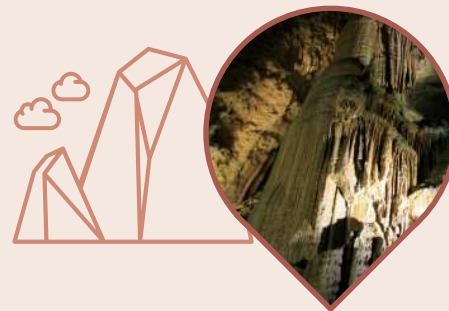


TOUR

떠나요 정선여행!
즐거요 아리랑시장!



화암약수 야영장*
화암약수터 골짜기에 있는
야영장에서 바비큐 파티!



화암동굴*
모노레일 타고 떠나는
금광 탐험!



정선아리랑시장에서 점심
정선의 별미
'콧등치국수'로 배부르게!

* 이미지 출처
레일바이크, 아우라지, 화암동굴, 화암약수 야영장 - 한국관광공사, 김지호

AROUND

시장의 숨은 매력을 찾다 소비자와 함께하는 '전통시장 가을축제'

가을축제의 주인공, 시장, 상인 그리고 소비자.
소비자들도 축제의 한 축을 담당했다.
그들이 직접 부지런히 돌아다니며 찾은
전통시장의 숨은 보석들!



INTRO

프로시장여행자, 그들은 누구인가 '전통시장 가을축제 서포터즈'

떠오르는 핫플레이스, 전통시장. 전통시장에서 장만 보고 돌아가는 시대는 지나갔다.
구수한 향토 음식과 이색적인 푸드트럭 요리, 수만 가지 생활용품, 다양한 체험까지.
지금 전통시장에는 먹거리, 볼거리, 즐길 거리가 가득하다.
여기, 전통시장의 숨은 매력을 찾아내기 위해 여행을 떠나는 이들이 있다. 그들의 이름은 바로 프로시장여행자.
전국에서 모인 프로시장여행자는 자신들만의 시선으로 전통시장을 즐기고 알리며 시장을 여행했다.
프로시장여행자들의 여정은 어떻게 진행됐을까.

PROCESS

전 국민을 대상으로 선발한 18명의
프로시장여행자. 한 달 동안 그들
에게는 특별한 미션이 주어진다.

MISSION

- 1 전통시장 가을축제를 알려라
- 2 살아있는 시장을 만나라
- 3 친구야 전통시장 가자
- 4 BEST 시장여행코스를 찾아라

TEAM

전통시장먹깨비들_수도권

박현수, 한승진

"전통시장은 내 앞마당! 아름다운
한국 전통시장, 우리가 알린다!"

다님프렌즈_수도권

김태상, 윤치영

"여행은 일상! 전통시장여행으로
특별한 추억을 만들어보자!"

세얼간이_대전, 충청

김광우, 김미소, 최경운

"전통시장 원정대의 노하우로,
빛나라, 전통시장 가을축제!"

모디라_대구, 경북

박재현, 윤은정, 이정옥

"청춘과 열정, 그리고 시장. 호기심
가득한 청년들, 시장에 가다!"

축제갑시장_수도권

박수연, 한숙현

"사람과 이야기가 있는 전통시장.
남다른 시선으로 찾아내자!"

YEAH_수도권

이예림, 이예진

"전통시장만의 풍경과 색,
현장의 생생함을 전하다"

어여갑시장_광주, 전라

강혜정, 김남중

"홍보전문가에서 시장전문가로.
전통시장에 트렌드를 더하다!"

뷰산_부산, 경남

권현아, 최정은

"함께라면 전통시장 가을축제!
숨어있는 가치가 더 빛나도록."

TRAVEL ROAD

프로시장여행자들의 첫 만남인
발대식부터 시장여행이 끝나는
시상식까지,
그 여정을 살펴보자.

프로시장여행자
결성
9월 26일



전국 프로시장여행자
모집
9월 13일 - 9월 24일



프로시장여행자
오리엔테이션
10월 11일

Mission 1
전통시장
가을축제를 알려라



Mission 2
Live Video
살아있는 시장을 만나라

Mission 3
Welcome to 전통시장!
친구야 전통시장 가자



Mission 4
BEST 시장여행코스를
찾아라

전통시장 가을축제
종료
10월 31일



프로시장여행자
시상식
11월 25일

프로시장여행자, 그 시장 속으로 '서포터즈 활동로그'

전통시장여행에서 빠질 수 없는 볼거리, 먹거리, 즐길 거리. 과연 명성대로일까.
전통시장 가을축제 기간에 전국 시장을 여행한 프로시장여행자들의 시선으로 확인해봤다.

프로시장여행자, 전통시장을 알리다

아이를 위한 인기 로봇 캐릭터 '로보카폴리' 스탬프투어부터 아이와 젊은 층을 겨냥한 귀여운 오리 인형탈 '비덕', 중장년층의 그리운 추억을 불러일으키는 '추억의 카페', 남녀노소 모두가 즐거운 '미니콘서트'까지. 올가을 전통시장에는 특별한 이벤트가 펼쳐졌다.

이렇게 전통시장여행에 묘미를 더하는 이벤트와 시장여행의 진가를 알리기 위해 프로시장여행자들이 시장 전문 리포터·홍보대사로 직접 나섰다. 이들은 더 많은 사람이 이벤트와 여행에 동참할 수 있도록 이벤트 및 시장을 소개하는 카드뉴스와 블로그 포스팅, 영상 등 다양한 콘텐츠를 제작했다.

프로시장여행자가 찾은 세 가지 시장여행 포인트, 전통시장의 볼거리와 먹거리, 즐길 거리를 살펴보자.



볼거리 : 세상의 모든 것이 한 곳에, 전통시장을 누리다
전통시장에 없다면 어디에도 없다.

의류부터 생활용품, 원예, 장난감, 수공예품까지. 전통시장의 신기한 볼거리와 트렌디한 상품들이 프로시장여행자들의 발길을 멈추게 했다. 거리를 가득 채운 볼거리를 구경하고 상인과 이야기도 나누며 전통시장의 매력에 빠져보자. 그들이 추천하는 인근 명소까지 들린다면 금상첨화.



먹거리 : 지역 특산물과 명물이 한 곳에, 전통시장을 맛보다

신선한 로컬푸드를 가장 먼저 만날 수 있는 곳, 바로 전통시장이다. 투박하지만 정직한 먹거리와 푸짐한 시장 상인들의 인심은 프로시장여행자들의 마음을 사로잡았다. 특산물로 만든 찐빵과 컵케이크 등 젊은 세대가 좋아하는 간편한 푸드 트럭 음식도 전통시장의 새로운 먹거리로 떠오르고 있다. 그 지역만의 특별한 색을 맛보고 싶다면 그곳의 전통시장으로 떠나자.



즐길 거리 : 전통과 현대적 감각이 한 곳에, 전통시장을 즐기다

아직도 시장에서 물건만 사고판다고 생각한다면, 당신은 시장 초보. 아이부터 노인까지 즐길 수 있는 문화, 예술, 공연, 오락, 만화 등 다양한 즐길 거리가 전통시장에서 펼쳐지고 있다. 아이와 함께 노는 놀이터, 연인의 데이트 명소, 친구와 즐길 색다른 핫플레이스를 찾아가. 프로시장여행자가 자신 있게 추천하는 전통을 간직한 현대적 놀이 공간, 전통시장으로 오라.

#프로시장여행자 #시장스타그램

전통시장에 가면 그 지역의 이야기가 들린다.
역사와 문화, 음식, 사람까지
그 지역의 고유한 색을 담고 있는 전통시장.
프로시장여행자가 직접 여행하며 발굴한
전통시장여행 포인트를 살펴보자.



Pro_mk_traveler_박수연
서울남대문시장 >



갈치골목

시장 뒤편 골목에 숨겨진 맛있는 보물.
실종된 입맛도 찾아주는 갈치조림한상.
#남대문 #골목 #맛집 #갈치



Pro_mk_traveler_윤은정
성주전통시장 >



추억의 박물관과 참외 찐빵

장날에 만날 수 있는 참외 찐빵과 함께
그리운 어린 시절의 향수를 느껴보자.
#성주 #추억 #참외 #찐빵 #간식



Pro_mk_traveler_권현아
강진오감통시장 >



음악창작소와 남도 한정식

낮엔 시장! 밤엔 공연장?
국내 유일 음악 시장에서 남도 음식까지 즐겨보자.
#강진 #뮤직 #푸드 #순맛



Pro_mk_traveler_한숙현
서울망원시장 >



과일 닭강정과 한강공원

달콤한 과일 닭강정 손에 들고 한강으로!
시장 먹거리와 한강 야경 조합은 최고.
#서울 #치느님 #한강 #치맥 #데이트



Pro_mk_traveler_이정옥
대구와룡시장 >



동남아 플리마켓과 힐링 마사지 카페

먼 동남아까지 가지 말고 와룡에 가자.
이색음식과 마사지, 이곳이 자상낙원.
#대구 #이색 #과일 #마사지 #힐링



Pro_mk_traveler_김미소
인천신포국제시장 >



차이나타운과 동화마을

매일 똑같은 풍경이 지겹다면 이곳에 오라.
중국과 동화 속 세계로 떠나보자.
#인천 #데이트 #포토존 #동화 #중국



Pro_mk_traveler_강혜정
광주대인예술시장 >



숨겨진 공간과 아트 갤러리

시장 곳곳에 숨겨진 감성 포인트를 찾아라.
전통과 현대적 감성이 공존하는 멋진 공간.
#광주 #디자인 #아트 #감성 #공존



Pro_mk_traveler_한승진
인천소래어시장 >



소래 철교와 생태습지공원

도심에서 즐기는 시원한 바닷냄새.
갈매기와 함께 갯벌체험까지 즐기자.
#인천 #역사 #자연 #갯벌 #갈매기



Pro_mk_traveler_김미소
서울서교재시장 >



경의선 책거리와 홍대 거리

젊음의 거리에 숨겨진 전통시장?
책과 전시회까지 볼 수 있는 핫플레이스.
#서울 #홍대 #북카페 #전시회 #핫플



Pro_mk_traveler_김태상
대구서문시장 >



수선 골목과 김광석 거리

한 시대를 주름잡은 명인들의 이야기.
과거와 현재를 이어주는 장인의 손길.
#대구 #전통 #추억 #장인 #거리



Pro_mk_traveler_김남중
광주남광주시장 >



송정역1913과 펭귄마을

열정 가득한 청년몰과 90년대 풍경을
간직한 펭귄마을로 떠나는 시간여행.
#광주 #청년몰 #펭귄 #8090 #시간여행

INTERVIEW

2017 가을 시장에서 우리는

우수 프로시장여행자들의 전통시장 여행 후기

PERSONAL PART

〈프로시장여행자
윤은정〉



우수 프로시장여행자
선정 소감 한마디

"여행의 묘미, 역시 전통시장!"

많은 프로시장여행자가 짧은 기간 내 훌륭히 미션을 수행했기 때문에 내가 대표로 우수 프로 시장여행자에 선정됐다는 사실이 기쁘면서도 한편으로는 죄송스럽다. 이번 전통시장여행은 나에게 시장에 대한 많은 경험과 인상을 준 특별한 기회였고, 이는 앞으로 블로그 활동을 하는 데 있어 큰 전환점이 될 것 같다.

프로시장여행자에
지원한 동기는?

프로시장여행자를 지원하기 전에 전통시장 블로그 기자단과 소상공인시장진흥공단 블로그 기자단 활동을 하고 있었다. 관심 있는 분야와 연관점이 많아 지원했다.

여행 중 인상 깊었던
에피소드

성주시장의 명물 '참외 찐빵'을 꼭 먹고 싶었는데, 막상 시장에 방문하니 가게 문이 닫혀 있었다. 너무 아쉬워서 다음 장날에 다시 와야 하나 고민하던 차에 마침 방문한 한개마을에서 딱 마주 쳤다. 정말 반갑고 기뻐다.

전통시장여행에서
아쉬웠던 점

프로시장여행자로 활동한 한 달이 너무 짧게 느껴진다. 활동 기간이 더 길었더라면 더 잘할 수 있었으리라는 아쉬움이 남는다.

나만의 시장여행
포인트 · 노하우

"경험을 활용하라"

평소 아이와 함께 다녔던 여행 경험이 시장여행코스를 짤 때 많은 도움이 됐다. 미션으로 갔던 성주시장과 독운동 자연휴양림은 첫 방문이었지만, 성주도 이전에 여행했던 곳이라 보다 완벽한 시장여행코스를 짤 수 있었다.

나에게 전통시장이란

전통시장은 [또 다른 여행코스]다.

평소 시장을 물건을 사고파는 곳이라고 생각했다. 하지만 직접 경험해 본 전통시장은 먹거리와 볼거리가 풍부할 뿐 아니라 가볍게 떠날 수 있는 훌륭한 여행코스였다.

TEAM PART

우수 프로시장여행자
선정 소감 한마디

프로시장여행자에
지원한 동기는?

여행 중 인상 깊었던
에피소드

전통시장여행에서
아쉬웠던 점

나만의 시장여행
포인트 · 노하우

나에게 전통시장이란

비글미 넘치는 두 남자의 전통시장 먹방여행
〈전통시장먹깨비들 : 박현수, 한승진〉



"누구보다 잘 놀 수 있다면 누구보다 잘 할 수 있다" 한국을 대표하는 콘텐츠를 만들고, 전통시장을 탐방하며 맛있는 것을 맛볼 수 있어 좋았다. 모든 과정이 즐거웠기 때문에 결과도 좋았던 것 같다.

서로 평소 잘 아는 사이였고 둘 다 시장과 음식을 사랑했기 때문에 지원 공고를 보자마자 바로 참여하기로 했다.

남대문시장을 구경하고 국밥집에 갔다. 정신 없이 먹다보니 '먹성(곡성 패러디) 먹방 콘텐츠'를 만들면 재미있겠다는 생각이 들었다.

아직도 전통시장 축제에 대해 잘 모르는 사람들이 많아 아쉬웠다. 전통시장 축제가 앞으로로도 계속됐으면 좋겠다.

"전통시장에 관심을 가져라!" 관심이 있을 때 더 열심히 보고 듣고 경험할 수 있다. 다양한 시각에서 관심을 갖고 즐기려 노력할수록 전통시장여행은 더욱 특별해진다.

전통시장은 [다섯 가지 즐거움]이다. 처음 여행을 시작했을 때의 기대보다 더 크고 다양한 즐거움을 만났다. 앞으로도 프로시장여행자로서 보고, 먹고, 사고, 즐기고, 체험하며 시장을 마주하겠다.

새로움을 찾아 떠나는 전통시장 기록여행
〈축제갑시장 : 박수연, 한숙현〉



"20대의 시선으로 바라본 원조 1인 브랜드, 전통시장" 계절 변화를 가장 일찍 마주할 수 있는 전통시장을 트렌드의 선도지이자 1인 브랜드의 원조로 해석했다. 남다른 시선으로 색다르게 표현한 노력이 인정받아 기쁘다.

우리는 대학 동기. 둘 다 여행 갈 때 전통시장을 들른다는 것을 알게 되어 시장의 매력과 가치를 함께 알고자 지원했다.

청년상인이 인상 깊었다. 재치있게 신조어를 섞으며 자연스럽게 대화를 이어가는 모습에 전통시장이 더 친숙하게 느껴졌다.

아직 온누리 상품권이 보편화되지 않아 아쉬웠다. 물건을 결제할 때 상품권으로 계산하려고 하면 거절하는 상인이 많아 불편했다.

"인사는 기본! 사람을 만나라" 먼저 다가가 인사하며 상인과 이야기 나눌 때 시장여행의 묘미를 느낄 수 있다. 이를 통해 얻는 차별화된 시선이 새로움을 만드는 비결이다.

전통시장은 [상생]이다. 전통시장은 누구나 창업할 수 있고, 1인 브랜드를 가꿀 수 있는 다양한 세대가 어우러지는 곳이다. 이처럼 전통시장은 다양한 사람이 자신만의 의미를 부여할 수 있는 공간이다.

INTRO

여행의 중심에서 전통시장을 외치다

사전 이벤트 :

'최고의 전통시장 여행코스를 찾아라!'



여행을 준비할 때 무엇보다 중요한 것이 바로 코스 짜기다. 사람들은 여행을 떠나기 전 직접 여행코스를 짜기도 하고, 입소문 난 코스를 그대로 따라가기도 한다. 보통 맛이 보장된 유명 식당은 필수 코스로 들어 가지만, 가끔 그러한 식당보다 발길 닿는 대로 가다 만난 가게가 더 기억에 남을 때가 있다. 마음에 드는 곳일수록 남에게 소개하고 싶은 법.

사전 이벤트 "최고의 전통시장 여행코스를 찾아라!" 는 시장을 제일 가까이서 이용하는 시민들이 자신의 마음에 쏙 든 시장여행코스를 추천 · 소개하는 방식 이었다.

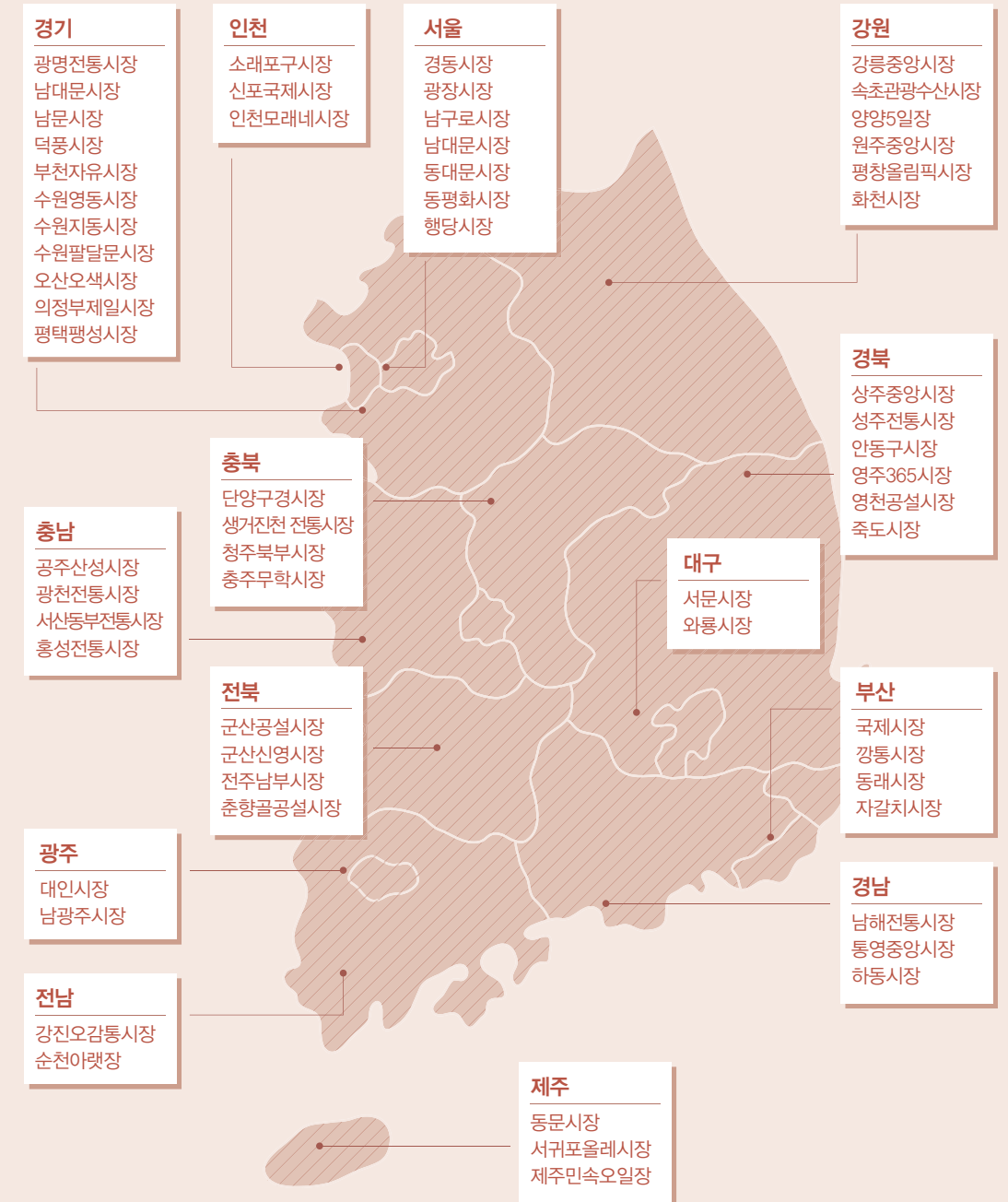
이는 시장에서 홍보하는 명물이나 명소가 아닌 소비 자들이 직접 시장 내 관광포인트를 발견하고 함께 코 스를 만들어간다는 점에서 중요한 의미가 있다.

더 나아가 시장 자체가 하나의 여행지가 되는 기회 이기도 했다. 이번 이벤트는 검증된 최적의 코스를 체험하는 '지정코스'와 직접 코스를 제안하는 '자유코스' 두 가지로 진행했다. 지정코스는 지역별 필수 명소를 시장에 초점 맞춰 경험할 수 있기 때문에 타 지역에 방문해 응모한 비율이 높았다. 이에 반해 자유코스는 자신에게 가장 익숙한 지역 시장을 기반으로 새로운 코스를 개척한 사례가 많았다.

이벤트는 2017년 9월 22일부터 10월 22일까지 총 한 달간 진행됐으며, 전국 각지에서 88개의 응모작 이 접수됐다. 전국 64개 시장코스가 개발됐고, 여유 만끽 가족코스, 친구와 함께하는 먹방 여행코스 등 다양한 코스 중 우수 코스 23개를 선정했다.

MAP

지도로 보는 이벤트 응모 코스



TOUR 1

최고의 전통시장 여행코스를 찾아라! '대상'

단양 구경시장

떠나고 싶을 때 떠날 수 있는 시장

국내 여행의 장점은 언제라도 떠날 수 있다는 것이다. 그 중에서도 상설시장은 평일, 주말을 가리지 않고 여행객을 맞이할 준비가 돼있다.

3시간이면 돌아볼 수 있는 구경시장 코스는 국내 어디서 출발해도 당일치기 여행으로 부담이 없다. 패러글라이딩으로 유명한 단양의 또 다른 여행지, 구경시장에서 하늘에서는 볼 수 없었던 재미를 느껴보자!



마늘순대 거리

마늘순대가 유명해 매운 마늘순대, 마늘 순대국밥 등 다양한 순대 요리가 있다.

* 마늘순대국밥 7,000원
마늘순대 한 접시 10,000원



흑마늘 닭강정

흑마늘로 닭고기 잡내를 잡은 매콤달콤 닭강정 포장도 가능하다.

* 뼈 닭강정 17,000원
순살 닭강정 18,000원



고수대교

남한강을 가로지르는 고수대교는 특히 밤에 볼 때 더 아름답다.

* 2017년 10월 기준, 상기 가격과 다를 수 있음

COURSE 1



PLACE 1

백종원도 엄지 척, 마늘순대 거리

단양의 특산물 마늘이 들어간 순대는 잡내가 없어 순대를 꺼리는 사람들도 먹기 좋다. 나홀로 여행자라면 마늘순대국밥을, 가족, 친구와 함께 여행을 간다면 마늘순대 곱창전골을 추천한다.



PLACE 2

매콤한 마늘에 달콤한 양념, 흑마늘 닭강정

닭강정은 어느 시장에 가도 있는 스테디셀러이지만, 구경시장 닭강정은 흑마늘로 맛을 내 감칠맛이 돈다. 식었을 때 또 다른 매력이 있기 때문에 포장해간 후 한 김 식혀 먹는 것을 추천한다.



PLACE 3

로맨틱한 산책 명소, 고수대교

단양 여행객들의 필수 코스, 남한강을 끼고 길게 뻗어 있는 산책로는 계절마다 다른 매력이 있다. 특히 밤에는 수백 개의 LED 조명이 남한강을 비추는 야경명소이기도 하다.



CHECK POINT ★

떠오르는 핫플레이스, 다누리 아쿠아리움

고수대교 근처에 있는 다누리 아쿠아리움은 국내 최대 민물고기 생태관이다. 80여 개 수조에 국내 어류 13,000여 마리, 해외 어류 2,000여 마리가 살고있다. 다른 곳에서 볼 수 없었던 민물고기를 직접 볼 수 있어 아이들이 민물 생태계를 더 쉽게 배울 수 있다.

TOUR 2

최고의 전통시장 여행코스를 찾아라! '최우수상'

순천 아랫장시장

낮과 밤 모두 화려한 이곳

전남 최대 규모의 오일장 순천 아랫장은 순천역에서 도보로 15분이면 도착해 순천 여행의 시작과 끝으로 손색 없다.

활기찬 시장의 낮 공기를 즐긴 후 산책하기 좋은 향림사를 걸으면 순천의 자연을 온몸으로 느낄 수 있다. 해가 지고 배가 고파질 때쯤, 아랫장의 야시장에서는 노래와 함께 맛있는 음식을 즐길 수 있다.



농수산물 코너

기름진 순천 평야에서 나온 제철 농산물과 남해안에서 잡아 올린 수산물을 직거래로 구매할 수 있다.

* 꿀 고구마 한바구니 5,000원



야시장

시장의 인심과 젊은 감각이 더해져 맛과 양을 보장하는 야시장에는 가리지않 매력력을 자랑하는 27개 점포가 입점해있다.

* 금, 토 18:00~22:00 운영

* 삼겹갈비 직화구이 5,000원



향림사

주위에 향기로운 차가 많이 생산돼 붙여진 이름, 이름만큼 향기로운 꽃들이 가득해 산책하기 좋다.

* 2017년 10월 기준, 상기 가격과 다를 수 있음

COURSE 2



PLACE 1

계절마다 새로운 느낌, 농수산물 코너

매달 2일, 7일로 끝나는 날에는 오일장이 열린다.

삼삼오오 모여있는 좌판에서는 대형마트에서 느낄 수 없었던 전통시장만의 정을 느낄 수 있다. 제철 농산물, 수산물을 위주로 판매하기 때문에 그 시기에 가장 맛있는 식재료를 한눈에 파악할 수 있다.



PLACE 2

순천의 숨은 명소, 향림사

거대하고 웅장한 절이 아닌, 우리 생활과 가까운 소박한 절 향림사. 자동차에서 내려서도 한참 걸어야 하는 일반 절과는 달리 시내와 가까워 순천의 정취를 느끼기에 좋다.



PLACE 3

순천의 밤을 밝히는 야시장

매주 금요일, 토요일 순천의 밤은 야시장으로 뜨겁다. 먹거리는 물론이고 가수 공연, 댄스대회 등 전 연령의 시민들이 즐길 수 있는 다양한 프로그램이 있어 온가족이 함께하기에 제격이다.



CHECK POINT ★

아랫장시장, 이 맛 모르고 먹지 마오

포장마차를 콘셉트로 한 아랫장시장 야 시장은 계란말이, 소시지 볶음 같은 보편적인 메뉴뿐 아니라 삼겹살 김밥, 오리 스테이크 등 이목을 집중시키는 이색 메뉴도 판매하고 있다. 편하게 먹을 수 있는 테이블이 있어 출출한 주말 밤 부담 없이 방문하기 좋다.

TOUR 3

최고의 전통시장 여행코스를 찾아라! '최우수상'

의정부 제일시장

만 원 한 장으로 시장 먹거리 완전 정복

시장하면 열에 아홉은 푸짐한 인심, 그리고 손맛 가득한 음식을 떠올린다. 저렴한 가격으로 이것저것 맛볼 수 있다는 장점 때문에 젊은 여행객들은 전통 시장으로 향한다. 서울에서 멀지 않은 의정부 제일시장에 가면 남부럽지 않은 시장 코스요리를 맛볼 수 있다. 만 원이면 애피타이저에서 후식까지 해결할 수 있는 먹방 코스로 떠나보자!



COURSE 3



PLACE 1

애피타이저도 메인 요리처럼, 떡볶이&김밥
빨간 양념의 떡볶이와 고소한 참기름 냄새가 가득한 김밥은 오감을 자극하기에 충분하다. 특히 꼬마김밥은 기존 김밥에 비해 크기가 작아 아이들도 먹기 좋다.



PLACE 2

울퉁불퉁한 모양이 매력, 손칼국수&들깨 수제비
손칼국수라고 자부하는 만큼 매장에서 분주히 반죽을 썰고 있다. 기계가 뽑아낸 면보다 정갈하지는 않지만, 특유의 쫄쫄함이 육수와 잘 어울린다. 고소한 맛이 일품인 들깨 수제비 역시 한 끼 식사로 훌륭하다.



PLACE 3

달콤한 유혹, 와플&chapssal-donut
도넛이라는 표준어보다 '도나스'가 어울리는 chapssal-donut. 즉석에서 튀겨지는 도넛은 소리로 한 번, 고소한 냄새로 한 번 위장을 유혹한다. 또 다른 명물, 생크림과 잼이 듬뿍 발린 와플은 시장표 아메리카노와 어울린다.



CHECK POINT ★

두 손을 무겁게, 통닭&주전부리
이대로 시장여행을 끝내기 아쉬운 당신. 집에서도 시장을 느낄 수 있는 다양한 간식이 준비돼 있다. 바삭한 튀각은 재료마다 가진 특성을 살려 먹는 재미가 있다. 또한, 닭 한 마리를 통째로 튀긴 통닭은 어린 시절 향수를 자극한다.

01

가을을 맞아 축제하는 시장이 많네요. 모두 가보고 싶지만 가장 익숙하고, 어렸을 때부터 자주 다니던 전통시장 #남대문시장 #가을축제 를 보고 왔어요. 유명한 손칼국수 먹고 호떡도 먹으면서 재밌게 쇼핑하다가 왔네요^^ 전통시장마다 그곳만의 특징과 명물이 있어서 여행 가면 그곳의 전통시장에 꼭 들리게 돼요. 우리나라 전통시장은 외국 사람들도 좋아하더라고요. 남대문시장에도 외국인들 무척 많았어요. 대한민국 전통시장의 활성화를 응원합니다! - 김인숙, 페이스북

02

올해도 어김없이 전통시장에서 추억을 만들었어요. 가족과 함께 떠난 제주도 #올레시장 에서 장 보고, 지인 선물로 제주 초콜릿도 구매하고, 맛있는 식사도 하고, 정말 행복했던 추억이었어요. 그리고 가을이면 항상 추석 명절을 앞두고 제사 음식을 준비하기 위해 방문하는 #상계중앙시장! 각종 행사로 더욱 즐겁고, 어릴 때부터 다닌 곳이라 정이 많이 든 시장이에요. 그래서 가격도 더욱 착하게 구매합니다! 앞으로도 전통시장과 함께한 추억~ 더 많이 만들게요! - Yunse Lee, 페이스북

03

전통시장을 내 마음속에 저장! 2017 전통시장 가을축제 기간에 방문한 #국제시장. 언제 가도 재미있고 사람 사는 정이 넘치는 전통시장으로의 나들이! 한 바퀴 돌면서 사고, 두 바퀴 돌면서 먹고, 세 바퀴 돌면서 또 사고, 네 바퀴 돌면서 또 먹고 ~ 시간 가는 줄 모르고 즐긴 전통시장에서의 하루였습니다. 많은 사람이 전통시장의 매력에 빠지길 응원합니다. - 최부연, 페이스북

05

#동원시장. 종일 집에서 일하고 늘어져 있다가 시장으로! 순댓국으로 저녁 해결하고, 먹고 싶었던 열무김치는 딸이로 왕창 사고, 일주일 치 장까지 보고 귀가. 이 모든 걸 당첨된 온누리상품권으로 결제. 역시 대형마트보다 전통시장이 저렴하고 좋아! - musang5265, 인스타그램

04

지붕 없는 미술관, #연무시장. 연무시장에는 상인들의 초상화가 전시돼 있고, 멋진 예술품들과 귀여운 캐릭터들이 연무시장 곳곳에 배치돼 있어요. 지붕없는 미술관으로 어서 놀러 오세요!

- ssan77k, 인스타그램

06

여행 다닐 때 꼭 가는 장소 두 곳. 그 동네의 시장과 성당. 오늘은 #한림오일장 에 갔다. 규모는 작지만, 내가 사는 동네는 신도시라 이렇게 사람냄새 나는 공간이 없어서 시장만 오면 기분이 좋아진다.

- bongchanun, 인스타그램

07

#연양알프스시장 내 #원조연양옛날곰탕 집에서 #한우소머리곰탕 한 그릇! 연양 하면 연양불고기와 봉계면 한우가 유명하다. 연양 알프스시장은 규모가 큰 편이며, 여기에는 많은 곰탕집이 있다. 그 가운데 #원조옛날곰탕 집이 제일 맛있다^^ 멀리 가는 것만 여행이라고 생각하는 사람이 많지만, 나는 가까운 곳 둘러보면서 바람 쐬고 먹방 찍는 것도 하나의 여행이라고 생각한다.

- bus_travel_pdh, 인스타그램

08

시장에서만 느낄 수 있는 따뜻하고 복직이는 느낌이 좋다. 서울에서 20년을 넘게 살았지만, 사실 '전통시장'과 관련된 기억은 잠시 야시장 길거리 음식을 먹기 위해 방문했던 것이 다였다. 그러다 시장에서 '전통시장 가을축제'와 관련된 현수막을 보게 됐다. '축제'와 '전통시장'의 조합이 사실 생소했지만, 이 낯설은 전통시장에 방문해보니 금세 해결됐다. 전통시장 안에는 음식뿐 아니라 다양한 제품, 상인, 소비자, 쉼터, 공원, 상점 등 많은 것이 담겨있었다. 시장에는 어딜 가도 새로운 풍경이 있고, 새로운 사람이 있었다. 잠시 간식을 먹기 위해 들렀던 시장과는 또 다른 느낌이었다. 그곳에는 각자의 목소리를 내는 사람들이 있었고, 개성 있는 점포들도 있었고, 많은 외국인은 저마다 선물을 사고 있었다. 천천히 돌아보면서 '맛있는' 음식, '어두한' 골목, '개성 있는' 가게, '인심 좋은' 아주머니를 만나 시장의 다양한 가치와 따뜻한 느낌을 받을 수 있었다. 이곳저곳을 둘러보다 보니 어느새 어둑해진 하늘이 보였다. 시장 곳곳을 여행하면서 자연스레 두 손 가득, 뱃속 가득 든든하게 채워줄 수 있었다. 더 많이, 더 가깝게 본 시장은 더욱 따뜻했다. #남대문시장 - hoonism, 인스타그램

09

쉬는 날 들른 #세종전통시장. 마침 KSF 기간이라 다양한 행사가 있었는데, 그중 로보카폴리, 비덕 이벤트 등 신세대에 맞춰 SNS를 이용한 이벤트가 많이 보였다. 어르신들도 쉽게 할 수 있도록 문자 응모도 가능하게 한 건 정말 센스 짱짱! 오랜만에 세종전통시장에서 먹고, 보고, 놀고 하니 전통시장의 새로운 매력을 깨달을 수 있었다. 더불어 왜 그동안 전통시장을 소홀히 대했는지 다시 생각해보는 시간이었다.

- 이주연, 페이스북

10

전통시장에 가는 걸 좋아한다. 시장에서 조화를 이룬 다양한 사람의 삶과 한 눈에 마주하는 계절의 시작은 정말 즐겁다. 시장에 오면 정말 여행을 떠난 기분일까. 동네 #인천가좌시장 에 걸린 현수막에 쓰여 있는 문구 '떠나요 가을여행, 즐겨요 전통시장'를 보고 무릎을 '탁' 쳤다. 공감 100%! 전통시장으로 겨울여행도 떠나봐야지~

- eighteen72, 인스타그램



다양한 세대
다채로운 행사
다섯 가지 재미
보고 먹고 사고 즐기고 체험하고



내 주변의 가까운 여행지
이제는 전통시장



SUPPLEMENT

청년상인의 미래를 위한 지침서

전통시장 청년상인 버스킹플레이

젊어지고 새로워지고 있는 전통시장.

그 속에서 날고뛰는 청년상인을 보며 미래를 꿈꾸는 사람이 많다.

하지만 누구나 청년상인이 될 수 있지만, 모두가 청년상인으로 성공하기는 어렵다.

성공한 청년상인들은 어떻게 했을까?

아니, 청년상인으로 성공하려면 어떻게 해야 할까?

그 해답을 담은 진솔한 이야기를 시작한다.



'전통시장 가을축제'가 막을 올렸던 지난 10월 19일, 전통시장 청년상인 육성을 위한 재능 나눔 토크콘서트 '전통시장 청년상인 버스킹플레이'가 수원영동시장 '28청춘 청년몰'*에서 열렸다. 이 자리에는 전통시장에서 창업해 성공을 거둔 청년상인 임민기 대표(평택통복시장 불독스테이크), 김태웅 대표(서울 신영시장 남도반찬), 김나연, 장예원 대표(수원영동시장 미나리빵집)가 강연자로 나서 생생한 이야기를 들려줬고, 성수동 독도시장 청년몰을 성공으로 이끈 김강 독도청춘 사업단 단장과 서울숲 청년몰 언더스탠드메뉴를 운영하는 허인정 스타트업 캠퍼스 대표가 해안을 나눠줬다.

'전통시장 청년상인 버스킹플레이'는 진솔한 얘기를 털어놓는 장인만큼 자유로운 분위기로 진행했다.

* 수원영동시장은 '시장에 젊은 피를 수혈해 시장 분위기를 활기치게 만들자'는 목적 아래 2017년 7월 '28청춘 청년몰'을 열었다. 한복, 잡화, 의류 상점 중심이라 먹거리가 없던 영동시장에 맛 있고 이색적인 음식이 가득한 청년몰이 들어온 후, 고객 방문이 증가하고 고객 만족도가 높아졌다. 영동시장은 당초 계획보다 높은 성과를 보이며, '2017 전국우수시장박람회' 청년몰 부문에서 수상하는 쾌거를 올렸다.

'스테이크'는 어떻게 시장에서 성공을 거뒀을까



평택통복시장에 '불독 스테이크'를 열고 3개월 만에 전체 매출 1억 원을 달성한 임민기 대표는 '환경을 파악하고 꿈을 가져라!'라는 주제로 이야기를 시작했다. 작업실을 만들고 계속 음악을 하려는 꿈을 위해 자금이 필요했고 그 방법으로 창업을 고민했다는 그는 '환경 파악'과 '타깃 설정'을 우선해야 '아이템'도 선정할 수 있다고 강조했다. 시장의 주요 타깃은 3040주부인데, 20대를 위한 아이템으로는 성공하기 힘들다는 것이 그의 설명이었다.

또한, 유동인구가 많은 명동에서 잘 팔리는 음식과 시장에서 잘 팔리는 음식은 다르다며, 환경에 따라 손님이 좋아하는 것을 파악하는 것이 중요하다고 덧붙였다. 그렇게 임 대표가 찾은 아이템은 '스테이크'였다. 평택에 스테이크 가게가 희소하다는 것이 환경적 요인이었다. 아이템을 정한 그는 대구 유명 스테이크 가게에서 비법을 전수받았고, 정육점에서 3개월 동안 고기 손질을 배웠다.

더 나아가 임민기 대표는 여러 시행착오 끝에 흑마늘

소스를 개발해 '불독 스테이크'에서만 파는 유일한 메뉴를 만들어냈다. 임 대표는 "같은 아이템을 하더라도 차별화된 부분이 필요하다"는 점을 피력하며, 요즘도 신메뉴 개발에 매진하고 있다고 밝혔다. 성공으로 가는 길은 쉽지만 않았다. 그는 지금도 어김없이 새벽 1시부터 6시까지 고기 손질을 직접 하고 있다. 인건비를 줄여 합리적인 가격에 스테이크를 제공하기 위해서지만, 고기의 맛을 놓치지 않으려는 의지도 컸다.

운영에 관해서 임 대표는 "처음에 세 명이 했을 때 하루 매출 60만 원을 달성했는데 그때 너무 힘들었다"고 과거를 회상하며, "사람을 쓰는 것을 두려워하면 안 된다"고 당부했다. 그 이유에 관해 그는 "인원을 늘린 후 매출이 두 배 늘었고, 일의 능률이 오르면서 자연스럽게 서비스도 좋아졌다"고 부연했다.

마지막에 즉석 랩까지 선보인 임민기 대표는 토크 버스킹의 분위기를 화기애애하게 만들며, 다음 강연자에게 마이크를 넘겼다.

청년이 지닌 '변형'의 힘에 대하여



부모님의 손맛을 전수받아 가업을 잇고 있는 '남도반찬'의 김태웅 대표는 7년간 청년상인으로서 쌓은 실질적인 노하우를 아낌없이 털어놓았다. 강연을 시작하며 그는 '발템(Val-tem)'에 관해 들어본 적 있는지 질문한 후, "발템은 가치(Value)와 아이템(Item)의 합성어로, 가치를 가진 아이템을 의미한다"고 설명했다. 김 대표는 성공적인 사례로 '정'을 파는 초코파이와 '사랑'을 이야기한 코카콜라를 들며, "아이템이 좋다고 무작정 시작하기보다는 아이템에 어떤 가치와 이야기를 담을지 생각해야 한다"고 강조했다. 이어 그는 시장에서 원래 만 원에 팔던 '명란 젓갈'을 반으로 나눠 오전 원에 판매하는 새로운 시도로 매출을 올렸던 일화를 언급하며, "변형으로 전통시장을 끌고 나가는 청년의 힘"을 강조했다. 이는 청년들이 전통시장에서 새로운 것을 만드는 부담을 갖기보다는 "무엇을 바꾸면 좋을지" 깊이 탐구해보길 바라는 애정

어린 조언이었다.

그 외에도 김태웅 대표는 "청년들은 흐름을 보려고 노력해야 한다"고 직설했다. 공단, 구청, 시청, 기업, 정부 사업 등 각종 기관 사이트에서 밀고 있는 키워드를 수시로 확인, 자신의 아이템과 키워드를 접목해 '어떻게 변형할 것인가'를 연구하는 과정이 꼭 필요하다는 것. 그 이유는 자본이 별로 없는 상황에서 정부 정책이나 정부 자금을 이용해 창업에 성공하는 모델을 만드는 것이 충분히 가능한 시기이기 때문이다.

마지막으로 그는 창업 후 지켜야 할 자세로, 기존 상인들과의 '협업'을 언급했다. 그 예로 남도반찬이 정육점과 깍두기를 협업해 단골을 확보했던 사례를 이야기한 김 대표는, 기존 상인들과 함께 판로를 개척하면 매출에 도움 되는 것을 떠나 길게 상생할 수 있다고 전했다.

청년 창업에 중요한 네 가지 요소



버스킹이 이뤄진 수원영동시장에서 미나리 효소를 넣은 쌀 식빵을 판매하고 있는 '미나리빵집'의 김나연, 장예원 대표는 창업에서 가장 중요한 네 가지 요소(어디서, 어떻게, 무엇을, 왜)를 통해 이야기를 풀어갔다.

첫 번째, '어디서'. 처음에 28청춘 청년몰에 들어오게 된 이들은 '전통시장'이고, '2층'에 있는 점이 핸디캡이라고 생각했다. 젊은 사람이 많이 오지 않고, 접근성이 떨어진다고 여겼던 것. 하지만 그들은 생각을 바꿨다. 전통시장이기 때문에 기존 상권과의 중복을 걱정

하지 않고 하고 싶은 아이템을 할 수 있고, 2층이어서 아늑한 아지트 같은 공간으로 활용할 수 있기 때문이었다.

두 번째, '어떻게'. 그들은 동업과 협업으로 운영하는 만큼 '돈만 좇지 말자'는 운영 철학을 고수하고 있다. 하루 중 가장 많은 시간을 보내는 곳이니, 단순히 장사만 하는 것이 아니라 모두 함께 경험하고 성장하는 일터였으면 좋겠다는 것이 그들의 바람. 장예원 대표처럼 아이가 있는 어머니 경력의 단절된 여성을 고용하는 것도 좋은 일터를 만들려는 생각에서 비롯했다.



세 번째, '무엇을'. '미나리 식빵'이 나온 이유는 현재 영동 시장이 있는 자리가 과거에는 미나리 밭이었기 때문이다. 두 대표는 지역이 가진 이야기를 발굴해 빵과 접목하려 했고, 이를 통해 미나리 효소를 넣은 쌀 식빵을 개발했다.

네 번째, '왜'. '미나리빵집'의 목표는 좋은 재료를 많이 넣고 만들어 '믿고 먹을 수 있는 빵집', 일과 생활의 균형이 보장되는 '일하기 좋은 일터', 지역 사회에 공헌하는 '착한 가게'가 되는 것이다. 더 나아가 그들은 수원남문 시장을 넘어 수원 전체를 대표하는 청년 창업 매장이 되고 싶다는 포부를 밝혔다.

강연 말미에 그들은 창업하고 싶어 하는 청년들에게 한 마디를 전했다. "미리 자신이 무엇을 하고 싶은지 생각하고, 무슨 아이템을 창업하고 싶은지 고민하고, 그 준비를 계속하면서 역량을 채워나가다가 이런 지원 사업의 기회가 왔을 때 잘 잡는 게 중요하다. 열정과 용기가 있으면 충분히 해볼 가치가 있다".

전통시장에서 청년상인이 살아남는 방법



뚝도시장에서 청년몰을 이끄는 김강 뚝도청춘사업단 단장은 청년과 전통시장은 참 어울리지 않는 단이라고 운을 띄우며, '청년과 전통시장이라는 아이러니한 조합에서 길 찾는 법'에 대해 이야기했다.

먼저 김 단장은 원론적인 얘기부터 꺼냈다. 그는 국가가 청년상인을 지원하는 이유에 대해 "국가는 청년 자체가 아니라 전통시장 전체를 지원하는 것이며, 청년들을 빈 점포에 창업하게 해서 전통시장을 활성화하려는 것"이라고 직설하며, "그렇기에 청년상인은 '내 장사 잘하면서, 전통시장도 같이 살려보자'는 마인드를 갖고 시작해야 한다"고 당부했다.

이어 김강 단장은 전통시장 내 청년상인이 살아남을 수 있는 전략을 전수했다. 그가 말한 전략은 다음과 같다.

첫 번째 전략은, '스며들'. 좋은 아이템을 갖고, 가게를 깨끗하게 하는 것은 기본. 세대가 다른 기존 상인들의 문화에 어떻게 잘 스며들 것인가를 고민해야 한다. 가장 중요한 것은 '인사를 열심히 하는 것'과 '성실함'이다. 장사가 잘되지 않아도 문 여는 시간에 열고, 닫는 시간에 닫는 성실함에 기존 상인들은 높은 점수를 준다.



두 번째 전략은, '배움'. 창업하려는 시장에 어떤 역사가 있는지, 과거에 성행했던 아이템이 왜 지금은 쇠퇴했는지 등 많은 자료를 찾아봐야 한다. 그다음에 이미 정착한 상인들은 어떠한 상황에서 얼마나 영업했는지, 단골은 얼마나 있는지, 어떤 동네인지, 연령별 분포는 어떤지 등 시장에 관한 실질적인 정보를 면밀하게 조사하고 공부해야 한다.

세 번째 전략은, '장기적으로 바라볼 것'. 전통시장의 가장 큰 장점은 사회적 관계 자본이라는 점이다. 마트는 편리하지만, 공허하다. 이것이 아직 전통시장이 운영

되는 이유다. 전통시장에는 구구절절한 이야기가 많고, 이는 일상을 지탱하는 힘이 되기도 한다. 이 부분을 생각하며 오래오래 장사하면, 쌓은 관계들을 통해 사업을 도와줄 사람이 얼마든지 생긴다.

마지막 전략은, '첫 번째 나의 고객은 시장 어른들'이라고 생각할 것. 전통시장은 입소문이 많은 곳이다. 그렇기에 시장 어른들의 마음을 사로잡아야 한다. 이들은 오픈하면 먼저 보러 오고, 먹어보고, 사보고 평가도 잘한다. 존중해서 들어보면 피가 되고 살이 될 이야기가 많다. 결국은 상생이다. 함께 잘 살자!

청년 창업,
원하는 것이 있다면 부딪혀보라



서울 성수동과 경기 판교에서 각각 '언더스탠드에비뉴', '스타트업캠퍼스' 프로젝트를 운영하며 청년들의 창업에 도움을 주고 있는 허인정 스타트업캠퍼스 대표가 마지막 강연을 맡았다.

허 대표는 한 달에 한 번씩 언더스탠드에비뉴에서 열고 있는 농부들의 장터인 '마르쉐@성수'를 통해 느낀 점을 이야기했다.

그는 "처음에는 농산물을 재배하는 농부들만 참여하는 줄 알았는데, 식재료를 실험하거나 농산물 기반으로 새로운 상품을 개발한 청년상인들의 참여도 많았다"

며, "본인이 만들고 싶은 아이디어나 하고 싶은 아이템이 있으면, 팔리든 안 팔리든 마르쉐 형태의 플리마켓에 일단 도전해보라"고 조언했다.

보통 공급자 입장에서 원재료, 노동력, 수익을 감안해 가격 책정을 하기 쉬운데, 이런 경험을 통해 고객들의 피드백을 촘촘하게 듣다 보면 그들이 원하는 가격을 파악하게 되고, 그 가격에서 원재료 비율과 노동력, 수익을 거꾸로 맞춰보는 방법을 배운다는 것이 허 대표의 설명. 이어 허인정 대표는 최근 전통시장의 변화를 느끼고 있다고 밝히며, "전통적인



상점과 청년몰의 차이가 여러 가지로 크기 때문에 기성세대들은 청년몰을 다른 세상처럼 느낄 수 있다. 이럴 때 예술이나 콘텐츠가 매개체 역할을 할 수 있다"고 이야기했다. 더불어 "청년들이 '어떤 제품을 팔 것인가'에 대한 고민에 앞서 '어떤 스토리를 팔 것인가', '스토리를 어떻게 예술처럼 풀어낼 것인가'를 고민한다면 훨씬 재밌는 공간이 될 것"이라고 덧붙였다.

마지막으로 허 대표는 다시 한번 '부딪쳐 볼 것'을 강조했다. 그의 경험상 실제로 물에 입점한 사람과 아닌 사람의 큰 차이는 '머리로만 생각했느냐'와 '일단 부딪

혀 해보느냐'였다. 허인정 대표는 "무엇을 해볼까 숫자로 계산하는 것보다 실제로 부딪혀서 얻는 게 많다"며, "여러분에게는 다양한 길이 열려 있으니, 나에게 맞는 길이 무엇인지 찾아보고 현장에서 부딪혀본 후 창업했으면 한다"고 바람을 전했다.

강연자마다 저마다의 경험을 토대로 유익한 이야기를 풀었던 '전통시장 청년상인 버스킹플레이'는, 청년상인에 대한 진심 어린 조언과 실질적인 노하우가 넘치는 유의미한 강연이었다.

가을여행에서 만난 전통시장

발행일 2017년 12월 15일

발행처 중소벤처기업부, 소상공인시장진흥공단

기획·디자인 베타카주식회사

인쇄 상현인쇄

© 이 책의 저작권은 중소벤처기업부, 소상공인시장진흥공단에 있습니다