

제1절 울진군 시장 개설 상황

1. 상업의 개관

우리나라는 서울 중심부에 육의전을 주축으로 하는 시전들, 즉 상설시장을 갖추고 있었다. 서울 근교의 수원장은 거의 하루걸러 서는 장이었고, 서울 길목인 경기도 광주의 송파장은 조선 후기로 내려오면서 교역량이 많아져 매일 열리는 상설화된 장이었다. 조선 14대 왕 인 선조 이후에는 개성, 평양, 수원 등의 도시에도 상설점포인 시전이 형성되었다. 그러나 대부분의 지방에서는 고정점포로 구성되는 상설시장을 찾아보기 힘들었다. 그것은 반드시 시장경제의 미발달에서 비롯되었다기보다는 상업활동과 시장기능이 도시에만 배타적으로 집중되어 있지 않고 정기시장을 매개로 하여 농촌지역에 널리 분산되어 있었기 때문이다. 달리 보면 이것은 조선 후기에 광범위하게 확산된 정기시장이 도시의 기능을 농촌 구석구석에까지 소규모 단위로 분산시켰기 때문인지도 모른다.

전통사회에서는 거의 모든 도시들이 농촌을 배후지로 하여 구성되어 있으며 또한 서로 간에 경제적인 의존관계가 높았기 때문에, 시장을 상설화하려는 상인들의 욕구가 있었고 이를 뒷받침하는 주된 수요자인 농민의 구매력이 어느 정도 향상되었다. 그러나 곧바로 시장이 상설화되기는 힘들었고 또 그럴 필요도 없었다. 그 대신 그러한 곳의 장날 간격은 5일보다 더 줄어 2~3일로 좁혀지는 경향을 보이기도 했다. 전라도의 중심지인 전주나 나주의 경우가 그러하였다.

이러한 상업과 시장의 발전적인 모습에도 불구하고, 우리나라는 전통적으로 자급자족의 농업생산에 힘쓰고 상업은 홀대하여 자유로운 상업활동이 제한되어 왔다. 더욱이 해방, 군정, 그리고 6·25전쟁 등과 같은 격변은 상업질서의 붕괴를 뜻하는 화폐질서의 붕괴를 가져왔다. 그리하여 일정규모의 생산과 생존을 위한 소비활동의 필요를 충족시키기 위한 상업수단을 갖지 못한 상태에서 기본적 상행위 기능만을 유지할 뿐이었다.

이와 같은 격변을 거치면서 상업활동은 남보다 먼저, 빨리, 확실히 거래를 해야 살아남는다는 강박관념을 주어 이것이 상행위의 기본윤리로 정착되어 나갔다. 특히 고객지향의 질 높은 서비스 제공과 같은 장기적 안목에서의 차분한 상행위보다는, 단기적이고 현재 우선적이며 억지 강매식의 상행위가 장사의 요체라고 믿는 상행위 윤리가 지배하기도 했다. 더욱이 도·소매 기능이 분리되지 못한 상태에서 정상적인 유통질서를 무시한 파행적인 시장구조를 나타내고 있었다.

그러다가 제1차 경제개발5개년 계획[1962~1966]을 필두로 몇 차례의 경제발전계획과 국제경제환경의 호전으로 고도성장을 지속할 수 있었고, 이에 따라 상업도 물론 기능면

에서도 팔목할 만큼 발전하게 되었다. 1960년대 초까지는 생산품의 공급부족이 일반적이었고, 상업자본이 영세한 생산기업을 지배하고 있던 시기였다. 산업화가 진전되어 가면서 소비자를 의식한 상업활동이 시작되었는데, 1960년대부터 1970년대는 광고와 물적 유통의 기능이 차츰 중요시되고, 생산면에서는 기술혁신과 소비자욕구에 부합하는 상품제조에 관심을 갖게 되었다.

소장은 농민들이 하루 안에 장을 보고 갈 수 있는 지역적 범위를 한계로 하는 가장 기본적인 소단위 시장이다. 농촌의 일반적인 정기시장인 소장들은 대개 20~30리[약 10~15km]간격으로 떨어져 존재한다. 이 거리는 소비자인 농민이 하루 안에 왕복할 수 있는 거리이며 장과장을 옮겨 다녀야 하는 상인들이 이동하기에도 적당한 간격이다. 울진군의 울진장, 평해장, 흥부장, 매화장, 기성장, 죽변장, 후포장 등의 5일장은 모두 이러한 소장에 해당된다. 소장권(小場圈)의 상품유통을 주로 담당하는 층이 소상품생산자이면서 동시에 소비자인 농민층이라면, 대장권(大場圈)에서는 주로 상인들이다.

조선 후기에 이러한 유통을 담당한 상인층은 보부상과 선상(船商), 그리고 이를 객상들을 대상으로 위탁매매를 하는 객주들이었다. 상설점포가 발달하지 않았던 당시에 객주는 소장권간, 대장권간, 그리고 원격지유통을 매개하는 데 중요한 역할을 했다. 그러므로 객주가 없는 장시에서는 큰 거래가 이루어질 수 없었다. 행상들이 택하는 길은 대개 지름길이다. 장과장 사이의 거리는 장길, 즉 지름길을 이용한 행상들의 이동시간도 고려되었다. 그러나 운송수단이 현대화된 요즈음은 장꾼과 물건이 함께 움직이는 것이 아니라 전문 운반인에 의해 물건만 트럭에 실려 다음 장으로 옮겨지며 상인은 집으로 돌아갔다가 다음날 그곳으로 출장하면 된다. 일제에 의해 자본주의체제로 편입된 이후 상품경제에 의한 유통량의 증대와 인구의 증가로 시장간의 위계는 종전의 두 단계에서 한 단계 더 늘어나 대장과 소장 사이에 중간 시장이 형성되어 가는 추세를 보인다.

2. 시장개설의 변화

전통적 유통구조로서의 시장은 그것이 개시(開市)되는 날짜에 따라서 정기시장과 부정기 시장으로 나눌 수 있다. 정기시장은 옛날부터 정해진 날짜 또는 기간 동안에 개시되는 것으로서, 전국 방방곡곡에서 열리는 5일마다 열리는 시장이라든가 대도시에 항상 열려있는 상설시장이 그것이다. 부정기시장은 당국이나 소비자, 생산자 등의 필요에 따라 열리는 것으로서 어물·채소시장, 야시장 등이 그것이다.

전통적으로 길에 따라 열리던 시전(市塵)체제는 가장 교통이 편리한 도시 공간에 공개적으로 누구나 상행위에 참여할 수 있어 자유가 보장되었던 공설시장에서 근대성의 효시를 찾을 수 있다. 그러다가 도시의 중심지역에 많은 사람이 밀집되면서 상권으로서의 고객 흡인력

이 높아짐에 따라, 지가(地價)가 상승하는 등 점포를 둘러싼 여러 가지 부작용과 잡음이 생기게 되었다. 이와 같은 마찰을 조정하는 자율기관으로 재래시장마다 자연발생적으로 번영회, 자치회라는 기관을 갖게 되었고, 이들이 공설시장이란 체제내에서 가장 활발히 활동하던 시기가 1960년대까지였다.

공설시장이란 지역별로 일정 상업지역의 구획을 지정하여, 간단히 지붕을 덮고 점포에서 일용생활용품의 소매행위를 하게 했던 시장으로서, 구조물은 볼품이 없었으나 그 나름대로 각 지역에서 소매행위의 중심적 기능을 수행하였다. 그러나 상행위의 활성화에 따른 상설시장의 개량이나 건축물의 미화라는 과제는 재정으로 감당할 수 없었다. 그리하여 유통정책의 불명확화에 따른 번잡스러움 때문에 공설시장의 민영화가 시도되어 왔던 것이다.

<표 374>에서 볼 수 있듯이 1970년 이후 연도별 정기시장, 일반시장, 백화점·쇼핑센터·대형점 등 우리나라의 시장분포 상황을 살펴보면, 정기시장의 경우 1970년에 306개소에서 1980년에는 284개소로 22개소가 감소하였고, 1990년에는 다시 206개소로 78개소나 감소하였다. 1996년에는 306개소로 1970년 숫자로 회복하였다. 시장부지면적은 1980년 1,934.6천 m²에서 1990년에는 2,161.5천m²로 1.1배 증가하였으나, 1996년에는 1,900.6천m²로 오히려 12%가 감소하였다.

일반시장은 1970년 231개소에서 1980년에는 821개소로 3.6배가 증가하고, 1990년에는 1,107개소로 '80년 대비 1.3배의 증가, 1996년에는 '90년 대비 1.4배가 증가한 1,497개소로 되었다. 일반시장의 부지면적도 1980년 2,704.5천m²에서 1990년에는 1.6배 증가한 4,204.9천 m², 1996년에는 '90년 대비 1.6배 증가한 6,801.6천m²가 되었다. 백화점·쇼핑센터·대형점의 경우는 1980년 130개소에서 1990년에는 146개소로 16개소가 증가하였고, 1996년에는 106개소로 '90년 대비 40개소가 오히려 감소하였다. 그러나 면적은 1980년 317.0천m²에서 1990년에는 1,896.9천m²로 5.98배 증가하였고, 1996년에는 3,685.2천m²로 '90년 대비 1.9배가 증가한 것으로 나타난다.

<표 374> 우리나라의 시장분포 상황

(단위 : 개소, 천m²)

연도	정기시장		일반시장		백화점·쇼핑센터·대형점	
	개소	부지면적	개소	부지면적	개소	건물연면적
1970	306	...	231
1971	259	1,738.5	310	671.0
1974	278	1,561.6	439	793.3
1978	239	1,483.3	643	2,825.6	113	249.6
1980	284	1,934.6	821	2,704.5	130	317.0

연도	정기시장		일반시장		백화점·쇼핑센터·대형점	
	개소	부지면적	개소	부지면적	개소	건물면적
1981	276	1,796.0	925	3,214.9	133	294.9
1982	268	1,953.0	1,041	3,899.4	124	324.2
1983	247	1,853.9	1,037	3,366.3	115	383.8
1984	225	1,820.8	1,044	3,821.9	99	573.7
1985	226	2,162.9	967	3,638.6	84	678.0
1986	232	2,156.0	1,013	3,745.0	106	836.0
1987	229	2,161.5	1,040	3,817.1	105	1,100.3
1988	221	2,011.1	1,043	4,021.2	182	1,591.9
1989	213	2,292.7	1,045	4,065.9	147	1,978.7
1990	206	2,161.5	1,107	4,204.9	146	1,896.9
1991	1,045	4,403.9	165	1,601.0
1992	209	2,255.1	1,190	5,085.7	157	1,956.4
1993	197	1,603.2	1,301	5,534.1	167	1,943.1
1994	188	1,943.4	1,440	6,057.5	180	2,885.0
1995	297	1,866.9	1,430	6,842.0	171	3,233.8
1996	306	1,900.6	1,497	6,801.6	106	3,685.2

출처 : 통계청, 1998, 『대한민국 50년의 경제사회상 변화』, 183쪽

2006년 이후 전통시장의 현황은 <표 375>에서 보는 것과 같다. 전통시장의 개수는 2006년 1,610개에서 2017년에는 1,450개로 최근 도시재생사업 등으로 다소 증가하였으나 전반적으로 감소하고 있는 추세를 나타내고 있다. 그리고 전통시장에서 정기시장이 차지하는 비중은 크게 감소하여 2006년 28.3%에서 2017년 11.2%로 17.1%p 감소한 반면 상설시장과 상설+정기시장의 형태는 점점 증가하고 있는 모습을 보이고 있다.

<표 375> 우리나라 상설시장과 정기시장 현황

(단위 : 개소, %)

연별	전체	상설시장	정기시장	상설+정기시장
2006	1,610	71.7	28.3	-
2008	1,550	67.2	24.3	-
2010	1,517	68.6	21.6	9.8
2012	1,511	67.5	16.5	16.0
2014	1,536	67.7	16.0	16.3

연별	전체	상설시장	정기시장	상설+정기시장
2015	1,439	69.6	12.4	18.0
2016	1,441	69.9	12.1	18.0
2017	1,450	70.8	11.2	17.9

출처 : 통계청, KOSIS, 2018

전통시장의 숫자는 감소하는 반면 백화점을 포함한 대형종합소매점은 계속하여 증가하고 있다. 특히 할인매장 등이 포함된 기타대형종합소매점은 2007년 375개에서 2016년 557개로 10년 사이에 1.5배 가까이 증가하였다.

<표 376> 대형종합소매점 현황

(단위 : 개소, m²)

연별	대형종합소매점		백화점		기타 대형종합소매점	
	사업체 수	건물연면적	사업체 수	건물연면적	사업체 수	건물연면적
2007	459	13,748,616	84	3,744,217	375	10,004,399
2009	525	15,389,769	83	4,151,467	442	11,238,302
2011	565	17,223,922	93	4,912,279	472	12,311,643
2013	620	21,511,279	95	7,460,903	525	14,050,376
2014	634	23,017,544	97	7,175,664	537	15,841,880
2016	658	20,830,922	101	6,796,804	557	14,034,118

출처 : 통계청, KOSIS, 2018

상품판매 유형에서도 다변화가 이루어져 전통적인 매장 판매의 비중은 감소하고 있는 추세인 반면 인터넷 판매, TV홈쇼핑 판매, 기타 판매의 매출액비중이 증가하고 있다. 2017년의 도소매 상품판매 유형별 매출액 구성비를 보면 매장판매가 61.6%를 차지하고 있으며, 방문판매가 7.0%, 인터넷 판매 4.6%, TV홈쇼핑 판매 등이 2.3% 등을 차지하고 있다.

<표 377> 도소매 상품판매 유형별 매출액 구성비

(단위 : %)

구분	합계	매장판매	방문판매	인터넷판매	TV홈쇼핑전화, 우편	기타
2017	100	61.6	7.0	4.6	2.3	24.5

출처 : 통계청, KOSIS, 2018

3. 울진군의 시장개설 상황

1) 정기시장의 모습

울진군에서는 1965년 2월 1일자로 매월 5일마다 장이 서는 정기시장(定期市場)을 3개면을 제외한 7개 읍·면에 개설하였다. 정기시장은 우리의 전통적인 농촌사회에서 일반적으로 볼 수 있는 자연스러운 현상으로서, 지역사회를 공간적으로, 시간적으로 한데 묶어주는 중요한 매개체이다. 여기서 ‘공간적’이라는 말은 지리적인 거리뿐만 아니라 경제적인 거리와 인구의 수까지를 포함한다. 시간적으로는 개시일(開市日), 즉 장날이 지정되어 있으므로 능률적으로 판매자와 구매자를 한 장소로 모은다.

전통사회의 시장은 분열되어 있는 것처럼 보이는 개개의 촌락들을 이와 같은 원리를 통해 서로 연결시켜 전체 사회와 닳게 하는 역할을 해왔다. 또한 시장은 그 시대 그 지역 주민의 생활실태를 반영한다. 그들이 평소 무엇을 먹고 입는지, 생활 속에서 어떠한 물건들을 사용하는지는 시장에 가보면 알 수 있다.

농민들은 꼭 사거나 팔 물건이 없더라도 구경삼아 시장에 나와 본다. 이것이 농촌사회의 특징이다. 그래서 “남이 장에 간다고 하니 거름 짊어지고 따라간다.”라는 속담도 있다. 평소에는 조용하던 농촌의 마을도 장날이 되면 활기를 띤다. 장터에 이르는 길은 손이나 어깨, 등, 머리 위에 곡식자루, 닭, 달걀, 채소 등을 이고 지고 나오는 농민들로 북적거린다. 장에는 못 보던 새로운 물건이 있는가 하면, 자주 못 만나는 친척을 만나 주막에 마주 앉아 막걸리 잔을 주고받을 수도 있는 곳이다.

시골장에는 장날마다 꼭 만나게 되는 사람들이 있다. 그들은 주로 순회상인들로서 각자 자기 자리가 있어서 장이 설 때마다 그 자리를 지킨다. 시장에는 이와 같은 행상인 이외에도 이들을 따라 함께 이동하는 장수들이 있다. 신발을 수선하는 신기료장수, 냄비·솥·쟁기 같은 각종 생필품이나 농기구를 고쳐주는 수선공, 이발사, 점쟁이 등이 그들이다. 얼마 전까지만 해도 풍가쟁이, 악단, 극단, 서커스단들도 순회상인들을 따라 공연장을 옮겼다.

시골장에 가면 무엇보다도 한꺼번에 많은 농민들을 만날 수 있다. 사실 따지고 보면 장날은 농민들의 날인 것이다. 농민들은 대개 20~30리 정도의 거리 안에 사는 주민들이다. 이들은 물건을 구입할 현금을 마련하기 위해 자신들이 직접 생산한 상품들을 조금씩 들고 시장에 나오기도 하고, 제사지낼 때 필요한 제수를 장만하는 순전히 물건 구입을 목적으로 시장에 나오기도 한다. 시장에 나온 거의 모든 농민들은 장날만은 아마추어 상인이 된다. 또 단순히 구경하러 나온 사람들도 있고, 시장 가까이 있는 읍사무소나 조합에 들러 일을 볼겸 나오는 사람들도 있다.

이와 같이 시장에서는 경제적 교환이 이루어졌음은 물론 사회적 교환이 이루어졌으며, 이를 통해 문화적 전통이 이어져 나갔다. 적어도 “시골장에서는 파는 사람이 곧 사는 사람이

고 사는 사람이 곧 파는 사람이다”라는 말이 통용될 수 있을 때까지는 그러했다. 그러나 산업화된 현대사회의 농촌시장에서는 그러한 모습을 볼 수 없다. 왜냐하면 거의 모든 부문에서 생산과 소비가 분리되어 있기 때문이다. 이제 상품화된 자본주의 시장경제에서 농민이 시장에 들고 갈 만한 품목은 자꾸 없어져간다. 아직 기계로는 만들 수 없는 채소 등 농산물이 있어 시장에 내다 팔기는 하나 과거에 비하면 자주 있는 일이 아니다. 농민의 수공품 생산은 이미 도시의 공산품에 밀려 끊어진지 오래다. 농촌시장의 도처에 도시자본이 침투해 있다. 이제 농촌시장도 농민을 세계자본주의 체계로 편입시키는 통로가 되어버린 것이다.



<그림 79> 울진 전통시장

2) 울진군의 시장과 장날

지방에서는 5일 간격으로 열리는 정기시장이 주류를 이루었다. 『증보문헌비고』 권165에 의하면 조선 후기[18~19세기] 본 군에 개설된 시장은 울진읍내 장이 2·7일에 기하여 하루에 두 번 개설, 평해읍내 장이 2·7일에 기하여 하루에 두 번 개설, 기성면의 정명장이 1·6일에 기하여 하루에 한번 개설, 북면의 흥부장이 3·8일에 기하여 하루에 세 번 개설, 근남면의 매화[당시엔 매야(梅野)라고 표기됨]장이 4·9일에 기하여 하루에 세 번 개설된 것으로 기록되어 있다.

한편 시골장에서 불려지던 ‘장타령’의 가사는 그 지방 일대의 유명한 정기시장들을 소개하고 있다. 특히 ‘울통불통 울진장 울화 나서 못 보고’의 울진장이 소개된 민요는 특이하다. 아래의 가사는 울진군이 강원도에 소속되었을 때 구전되어온 가사로 추측된다.

춘천이라 샘밭장 신발이 젖어 못 보고 / 홍천이라 구만리장 길이 멀어 못 보고
이귀 저귀 양귀장 당귀 많어 못 보고 / 한자 두자 삼척장 베가 많어 못 보고

명주 바꿔 원주장 값이 비싸 못 보고 / 횡설수설 횡성장에 누리 많어 못 보고
 값 많은 강능장 값이 싸서 못 보고 / 이통 저통 통천장 알 것 많어 못 보고
 엄성듬성 고성장 심심해서 못 보고 / 철떡철떡 철원장 길이 질어 못 보고
 영 넘어라 영월장 담배 많어 못 보고 / 어화저화 금화장 놀기 좋아 못 보고
 회회충충 회양장 길이 험해 못 보고 / 이강 저강 평강장 강물 없어 못 보고
 정들었다 정선장 갈보 많어 못 보고 화목 많은 화천장 길이 막혀 못 보고
 양식 팔어라 양양장 쌀이 많어 못 보고 / 즉금 왔다 인제장 일 바빠서 못 보고
 울퉁불퉁 울진장 울화 나서 못 보고 / 안창곱창 평창장 국술 좋아 못 보고

본 군의 시장 명칭들은 세월의 흐름, 행정기구의 변화, 주간선도로 중심의 행정명칭의 변화, 신도시의 발달 등으로 후술하겠지만 시장의 명칭에도 약간의 변화가 있었고, 시장의 숫자도 약간의 증가가 이루어졌다. <표 378>에서 볼 수 있듯이 울진군의 각 읍·면별 시장개설일자는 1965년 2월 1일 동시에 개설되었다. 각 지역별 장날은 울진과 평해가 매월 2일, 7일, 북면의 흥부시장은 1일 6일, 원남면[현 매화면]의 매화시장은 4일과 9일, 척산시장은 1일과 6일, 죽변시장과 후포시장은 3일과 8일에 정기적으로 시장이 개설된다. 가끔씩 설, 추석 등의 큰 명절이 있을 경우에는 위의 날짜가 약간씩 조정되어 특별장이 개설되기도 한다. 이러한 정기 시장은 지역사회를 시간적으로, 공간적으로 한데 묶는 장소이다. 이날이 되면 이곳 시장에는 조용하던 시골마을이 모처럼의 활기를 띠게되며, 이때 지역주민들은 자기가 필요로 하는 물건의 소비자이면서 또 다른 사람이 필요로 하는 물건을 내다 파는 생산자가 되는 것이다.

위의 시장 가운데 울진시장은 군청소재지에 위치한 관계로, 또 후포시장은 어획물들의 집산장, 울릉도와의 여객선 운항, 평해 기성 등 인근 지역 농산물 등의 집산장의 역할을 하는 관계로 다른 시장보다 면적이 매우 넓은 편이다.

<표 378> 울진군의 각 읍·면별 시장개설일과 장날

(1998년 12월 31일, 현재)

시장명	위치	개설일	시일 (장날)	용도지역	시설규모			
					부지면적 (m ²)	장목		
						연면적	동수	점포 수
계					56,129	6,433.9	26	209
울진	울진읍 읍내리 60-1-13	65.2.1	2, 7일	도시지역 (상업지역)	18,880	1,352	4	74
평해	평해읍 평해리 871-1-8	65.2.1	2, 7일	도시지역 (상업지역)	6,074	600	4	23

시장명	위치	개설일	시일 (장날)	용도지역	시설규모			
					부지면적 (m ²)	장목		
						연면적	동수	점포 수
흥부	북면 부구리 135-12	65.2.1	1,6일	도시지역 (주거지역)	7,229	428	2	22
매화	원남면 매화리 1147-8	65.2.1	4,9일	도시지역밖	6,855	97.9	2	2
척산	기성면 척산리 211-6-1	65.2.1	1,6일	도시지역밖	2,212	-	-	-
죽변	죽변면 북변리 36-8-1	65.2.1	3,8일	도시지역 (상업지역)	3,487	-	-	-
후포	후포면 삼율리 126-1-1	65.2.1	3,8일	도시지역 (상업지역)	11,392	4,056	14	88

아울러 울진군 정기시장은 7개소로 그들의 면적분포상황은 <표 379>에서 보는 바와 같다. 울진군의 읍·면별 정기시장 판매면적은 울진읍 시장이 6,247m²로 49.3%로 가장 넓고, 그 다음 후포 시장이 4,598m²로 36.3%, 북면 시장이 614m²로 4.8%, 죽변면 시장이 540m²로 4.3%, 평해읍 시장이 503m²로 4.0% 등의 순서로 점유하고 있다.

점포수의 경우는 울진읍이 150개로 40.7%로 압도적인 비중을 차지하고 있으며, 그 다음 후포면 시장이 89개로 24.1%, 죽변면 시장이 52개로 14.1% 등을 차지하고 있다.

<표 379> 울진군 정기시장(전통시장)의 면적분포상황

(단위 : 개소, m²)

연별 및 읍면별	개소	점포 수	부지면적	판매면적
1991	7	-	-	-
1995	7	-	-	-
2000	7	-	57,153	14,761
2005	7	-	58,489	10,737
2010	7	-	63,609	12,664
2015	7	340	-	12,502
2016	7	369	-	12,664
2017	7	369	-	12,664
울진읍	1	150	-	6,247
평해읍	1	23	-	503
북면	1	26	-	614

연별 및 읍면별	개소	점포 수	부지면적	판매면적
금강송면	-	-	-	-
근남면	-	-	-	-
매화면	1	29	-	162
기성면	1	-	-	-
온정면	-	-	-	-
죽변면	1	52	-	540
후포면	1	89	-	4,598

출처 : 울진군, 『울진통계연보』, (1992~2018)



<그림 80> 울진시장

3. 울진군 7개 지역 5일장의 형성과 특징

1) 울진장

본 시장은 매월 2, 7, 12, 17, 22, 27일에 개설되는 시장으로서, ‘시인의 마음으로 상인을 만날 수 있는 곳’으로 일컬어진다. 본 시장에서는 조선 선조때부터 월변 송림지역에서 향교 앞까지 상인 상호간 물품교환거래가 형성되어 왔으나 1947년 연호정 주변 논을 성토하여 목조건물 형태의 시장이 되었으며, 1980년에 현대식 장옥으로 개축하였다. 한때 우시장에서는 하루에 소가 1~2백 마리가 거래되기까지 했다. 울진대개, 오징어 및 해조류의 수산물이 풍부하며 통고산에서 채취한 산나물과 무공해 채소가 거래의 주종을 이룬다.

특히 본 시장에서는 통고산에서 채취한 취나물 등 깨끗한 무공해 산나물 등을 많이 만나

볼 수 있다. 또 향이 풍부한 자연산 송이는 본 장에서 만나볼 수 있는 특산품일 뿐만 아니라, 본 품질은 외국에서 오히려 널리 알려져 일본을 비롯 세계로 수출되고 있다.



<그림 81> 울진읍 재래시장

2) 척산장

본 시장은 매월 1, 6, 11, 16, 21, 26일에 개설되는 시장으로서, ‘싱싱한 해산물과 청정농산물의 만남’의 장소로 일컬어진다. 본 시장은 1965년 인위적으로 형성된 장으로 장날에는 아침 일찍부터 오후 3시까지 장이 개설된다. 본 시장에서는 동해의 인근해역에 잡아 올린 오징어 등 싱싱한 해산물과 각종 유기농법으로 재배된 청정농산물이 사고 팔린다. 척산장에서 많이 볼 수 있는 전통 발효식품인 울진바다 생젓갈은 소화흡수가 잘되고 풍부한 칼륨성분을 지닌 고단백 저장식품으로 알려져 있다.

3) 평해장

본 시장은 매월 2, 7, 12, 17, 22, 27일에 개설되는 시장으로서, ‘동해안 어업전진기지의 소도시’로 일컬어진다.

본 시장은 조선후기 이래 이 지역의 물류의 집산지로서, 현재까지 이르고 있다. 본 시장에서는 동해안 고속화 도로인 7번 국도선이 중간에 입지한 어업소도시로 동해안의 어업전진기지로서의 역할을 하는 평해의 지정학적 특성 때문에 본 장날에는 동해의 인근지역에서 갓 잡아 올린 울진대게, 오징어 및 해조류 등의 수산물이 풍부하다.

4) 흥부장

본 시장은 매월 1, 6, 11, 16, 21, 26일에 개설되는 시장으로서, ‘임금님 수라상에 올랐다는 고포미역’으로 잘 알려진 시장이다.

경상북도 최북단에 위치한 시장이 되는 흥부장은 조선말기에 물물교환형태로 장이 형성되었으며 3, 8일장으로 1919년 4.13 만세운동이 일어났다. 1997년 시장을 현재로 이전하면서 1, 6일장이 되었다. 맑고 깨끗한 청정해역의 고포미역은 임금님에게 진상했다는 유명세가 아직 남아있다. 특히 고포마을의 해안은 지역특성상 민물이 유입되지 않는 곳으로 이 청정해역의 수심이 얕은 암석에서 자연 성장한 고포미역은 국내 유일의 왕실진상미역으로 유명하다.

5) 매화장

본 시장은 매월 4, 9, 14, 19, 24, 29일에 개설되는 시장으로서, 1, 6일 열리다가 조선후기에는 매화(梅花)장이라고 불리었다. 1919년 4월 11일[매화장날]에 3·1만세운동이 일어났다.

삼척 심씨와 진성 이씨의 개척사가 남아있는 매화리는 옛날에는 유명한 풍수가의 예언으로 나아곡이라 불리다가 1914년 행정구역 개편시 지금의 매화리가 되었다. 본 시장은 1960년대 초부터 정기시장을 형성, 1960~70년 초까지 가장 성황을 이루었다. 특히 우(牛)시장이 번성하여 울진군의 중심부가 되었으나 1970년 중반부터 장세가 점차 줄어들고 있어 안타까운 실정이다.

본 시장에서는 매화에서 생산된 쌀과 보리를 원료로 한 ‘매화쌀엿’은 고품질로 인기가 높다. 그리고 메주콩과 태양초만을 선별하여 고초령 청정 자연수로 제조한 전통의 장류제품인 고초령 전통식품으로도 유명하다.

6) 죽변장

본 시장은 매월 3, 8, 13, 18, 23, 28일에 개설되는 시장으로서, ‘경매를 알리는 종소리에 새벽을 여는 어판장’ ‘지역 농산물 집산장’으로 유명한 시장이다.

대개 장들이 새벽에 열리지만, 어판장은 그야말로 새벽에 들리는 번잡함과 시끌벅적한 경매소리가 신선한 장터이다. 가까운 해안은 물론 멀리 독도까지 나아가 몇 밤을 새며 잡아 올린 싱싱한 해산물들이 모이는 어업소도시의 장으로서 죽변장은 충분하다. 특히 게의 다리가 대나무처럼 굵고 곧으며 마디가 있다하여 대게라 불리는 ‘울진대게’는 11월부터 이듬해 5월까지 판매되고 있다.



<그림 82> 대개 어판장

7) 후포장

본 시장은 매월 3, 8, 13, 18, 23, 28일에 개설되는 시장으로서, ‘싱싱한 수산물 및 싱싱한 농산물 장터’ ‘경매를 알리는 종소리에 새벽을 여는 어판장’으로 널리 알려진 시장이다. 가까운 해안은 물론 멀리 울릉도까지 나아가 몇 밤을 새며 잡아 올린 싱싱한 해산물들이 모이는 어업소도시의 장으로서 후포장은 충분하다.

1965년부터 형성되어 지금까지 3, 8일에 장이 서는 후포장은 울진군의 다른 장과 마찬가지로 동해의 싱싱한 수산물을 중심으로 철 따라 콩, 고추, 들깨, 마늘, 수박 등 신선한 농산물도 풍부하다. 특히 후포에는 자연산 먹거리인 미역과 싱싱한 횟감인 오징어, 꼬치, 울진대게 등이 판매되고 있다.

4. 1970년대 이후 울진군의 각 읍·면별 시장개설 상황

1) 1970년 울진군의 각 읍·면별 시장개설 상황

<표 380>에서 볼 수 있듯이 울진군의 시장 개설은 1965년 2월 1일자로 처음 정기시장인 5일장으로 개설되었다. 이러한 정기시장은 군내에 7곳이 개설되어 1970년까지도 큰 변화 없이 그대로 유지되었다.

개설장소로는 울진읍에 2곳, 북면에 1곳, 원남면[현 매화면]에 1곳, 기성면에 1곳, 평해읍에 2곳 합계 7곳이 개설되어 있었다. 온정면과 서면[현 금강송면], 근남면에서는 정기시장이 개설되어있지 않았다. 온정면과 서면에 시장이 개설되어 있지 않은 이유는 당시 이들 지역이 산간벽지로서 소비인구가 적고 특산물이 없으며 교통의 불편이 중요한 원인으로 지적된다.

근남면의 경우는 울진지역과 인접해 있는 관계로 별도의 시장개설이 오히려 낭비라는 관점에서 연유한 것으로 생각된다. 그런데 1970년에는 가축시장, 농수협공판장, 농수산물도매시장, 농협연쇄점 등은 아직 개설되지 않았다.

<표 380> 1970년 울진군의 각 읍·면별 시장개설 상황

연별/ 면별	총수	일반시장		가축시장	농수협 공판장	농수산 도매시장	농협 연쇄점
		상설	정기				
1970	7	-	7	-	-	-	-
울진	2	-	2	-	-	-	-
북면	1	-	1	-	-	-	-
서면	-	-	-	-	-	-	-
근남	-	-	-	-	-	-	-
원남	1	-	1	-	-	-	-
기성	1	-	1	-	-	-	-
평해	2	-	2	-	-	-	-
온정	-	-	-	-	-	-	-

출처 : 울진군, 『울진통계연보』, (1971)

2) 1980년 울진군의 각 읍·면별 시장개설상황

1980년에는 정기시장인 5일장이 울진읍에 2곳, 북면에 1곳, 원남면[현 매화면]에 1곳, 기성면에 1곳, 평해읍에 2곳 합계 7곳이 개설되어 있었고, 가축시장이 울진읍에 1곳, 평해읍에 1곳, 원남면[현 매화면]에 1곳 합계 3곳이 개설되어 있었다. 1970년과 비교해 볼 때 크게 변화된 모습으로는 농수협공판장이 울진읍에 1곳, 평해읍에 1곳 합계 2곳이 개설되어 있었고, 농협연쇄점이 울진읍에 2곳, 평해읍에 2곳, 북면에 1곳, 서면[현 금강송면]에 1곳, 원남면[현 매화면]에 1곳, 기성면에 1곳, 온정면에 1곳 합계 9곳이 개설된 것이다.

그리하여 1980년에는 총 시장 개설수가 1970년의 7곳에서 21곳으로 3배나 증가됨으로써, 본 군 주민들의 소비선택의 기회가 그만큼 확대되게 된 것이다. 이 시기는 명실상부하게 울진군의 시장 확장기였다고 말할 수 있을 것이다.

그 이후 1985년, 1990년, 1995년, 1996년에 이르기까지 특별한 변화 없이 1980년의 상황을 유지하고 있는 실정이다

<표 381> 1980년 울진군의 각 읍·면별 시장개설 상황

연별/ 면별	총수	일반시장		가축시장	농수협 공판장	농수산 도매시장	농협 연쇄점
		상설	정기				
1980	21	7	7	3	2	-	9
울진	6	2	2	1	1	-	2
평해	6	2	2	1	1	-	2
북면	2	1	1	-	-	-	1
서면	1	-	-	-	-	-	1
근남	-	-	-	-	-	-	-
원남	3	1	1	1	-	-	1
기성	2	1	1	-	-	-	1
온정	1	-	-	-	-	-	1

출처 : 울진군, 『울진통계연보』, (1981)

3) 1990년대 울진군의 각 읍·면별 시장개설상황

1990년대 울진군의 각 읍·면별 시장개설 상황은 <표 382>와 같다.

<표 382> 1990년대 울진군의 각 읍·면별 시장개설 상황

연별/ 면별	총수	일반시장		가축시장	농수협 공판장	농수산 도매시장	농협 연쇄점
		상설	정기				
1990	21	7	7	3	2	-	9
1995	21	7	7	3	2	-	9
1996	21	7	7	3	2	-	9
울진	6	2	2	1	1	-	2
평해	6	2	2	1	1	-	2
북면	2	1	1	-	-	-	1
서면	1	-	-	-	-	-	1
근남	-	-	-	-	-	-	-
원남	3	1	1	1	-	-	1
기성	2	1	1	-	-	-	1
온정	1	-	-	-	-	-	1

출처 : 울진군, 『울진통계연보』, (1991~1997)

<표 382>에서 볼 수 있듯이 울진군의 시장개설 상황은 1990년대에는 1970년대 이후 정기시장인 5일장이 울진읍에 2곳, 북면에 1곳, 원남면[현 매화면]에 1곳, 기성면에 1곳, 평해읍에 2곳 합계 7곳에 개설되어있는 것을 변동 없이 그대로 유지하고 있다.

또 1980년대 이후 개설된 가축시장이 울진읍에 1곳, 평해읍에 1곳, 원남면[현 매화면]에 1곳 합계 3곳도 그대로 유지하고 있다. 그리고 1980년대 이후 개설된 농수협공판장이 울진읍에 1곳, 평해읍에 1곳 합계 2곳과, 농협연쇄점이 울진읍에 2곳, 평해읍에 2곳, 북면에 1곳, 서면[현 금강송면]에 1곳, 원남면[현 매화면]에 1곳, 기성면에 1곳, 온정면에 1곳 합계 9곳이 개설되어 있는 것도 마찬가지로 변동 없이 그대로 유지하고 있다.



<그림 83> 영덕울진축협 전자경매가축시장

4) 2000년대 울진군의 각 읍·면별 시장개설상황

2000년대 울진군의 시장개설 현황은 <표 383>에서 보는 것과 같이 상설시장의 개소는 1990년대와 같다. 시장개설 수는 같으나 개소 장소는 1990년대에 비해 다양화 되었다. 1990년대 일반시장의 개소 장소는 울진읍과 평해읍 등 5곳이었으나 2000년대에는 울진읍, 평해읍, 북면, 원남면[현 매화면] 등 7개 읍·면에 각각 1개소씩 개소되었다.

등록시장의 대지면적을 보면 2000년 $57,313m^2$ 에서 2009년에는 $163,609m^2$ 로 증가하였으며, 울진읍 시장이 $20,626m^2$ 로 가장 넓은 비중을 차지하며, 그 다음이 후포면 시장 $12,533m^2$ 등을 차지하고 있다.

<표 383> 2000년대 울진군의 각 읍·면별 시장개설 상황

(단위 : 개, m²)

연별 읍면별	시 장				기타대규모점포		
	등록시장		인정시장				
	개소	면적		면적		면적	
		매장면적	대지면적	매장면적	대지면적	매장면적	대지면적
2000	7	14,761	57,313	-	-	-	-
2005	7	10,737	58,489	-	-	-	-
2009	7	12,664	63,609	-	-	-	-
울진읍	1	6,247	20,626	-	-	-	-
평해읍	1	503	6,074	-	-	-	-
북면	1	614	8,316	-	-	-	-
서면	-	-	-	-	-	-	-
근남면	-	-	-	-	-	-	-
원남면	1	162	8,238	-	-	-	-
기성면	1	-	2,212	-	-	-	-
온정면	-	-	-	-	-	-	-
죽변면	1	540	5,610	-	-	-	-
후포면	1	4,598	12,533	-	-	-	-

* “부지면적”, “영업장면적”의 명칭이 “대지면적”으로 변경됨.

* “건물연면적”的 명칭이 “매장면적”으로 변경됨.

출처 : 울진군,『울진통계연보』, (2001~2010)

5) 2010년대 울진군의 각 읍·면별 시장개설상황

2010년대 울진군의 각 읍·면별 시장개설 상황은 <표 384>에서 보는 것과 같이 전통시장 개소 수와 개설 장소는 2000년대와 같다. 2013년부터 집계된 점포수를 보면 2013년 340개에서 2017년에는 369개로 29개 증가하였으며, 판매면적도 12,502m²에서 12,664m²로 증가하였다.

2017년 울진군의 369개 점포 중 울진읍에 150개가 소재하며, 후포면에 89개, 죽변면에 52개, 매화면에 29개 등이 소재하고 있다.

<표 384> 2010년대 울진군의 각 읍·면별 시장개설 상황

(단위 : 개소, m²)

연별 및 읍면별	시장							기타 대규모 점포
	소계			전통시장			상점가	
	개소	점포 수	판매면적	개소	점포 수	판매면적	개소	
2013	7	340	12,502	7	340	12,502	-	-
2014	7	340	12,502	7	340	12,502	-	-
2015	7	340	12,502	7	340	12,502	-	-
2016	7	369	12,664	7	369	12,664	-	-
2017	7	369	12,664	7	369	12,664	-	-
울진읍	1	150	6,247	1	150	6,247	-	-
평해읍	1	23	503	1	23	503	-	-
북면	1	26	614	1	26	614	-	-
금강송면	-	-	-	-	-	-	-	-
근남면	-	-	-	-	-	-	-	-
매화면	1	29	162	1	29	162	-	-
기성면	1	-	-	1	-	-	-	-
온정면	-	-	-	-	-	-	-	-
죽변면	1	52	540	1	52	540	-	-
후포면	1	89	4,598	1	89	4,598	-	-

* 2013년 자료부터 서식 변경-시장 “점포수” 항목추가, “등록시장” 항목 삭제

* 2016년 자료부터 서식변경 - “매장면적” → “판매면적” 항목 변경

* 2017년 자료부터 “복합쇼핑몰” 추가

출처 : 울진군, 『울진통계연보』, (2018)

제2절 시장 육성책과 시장의 현대화 시설

1. 우리나라의 연도별 도소매업 현황

<표 385>에서 볼 수 있듯이 1968년의 우리나라 도매업체 수는 13,193개소에서 28년 후의 1996년에는 162,604개소로 12.3배의 증가를 보여주고 있고, 종사자수는 1968년 60천명에서 1996년엔 766천명으로 12.8배의 증가를 보여주고 있다. 이 기간동안 발견할 수 있는 주요