

북한 전국 시장 정보: 공식시장 현황을 중심으로

홍민·차문석·정은이·김혁



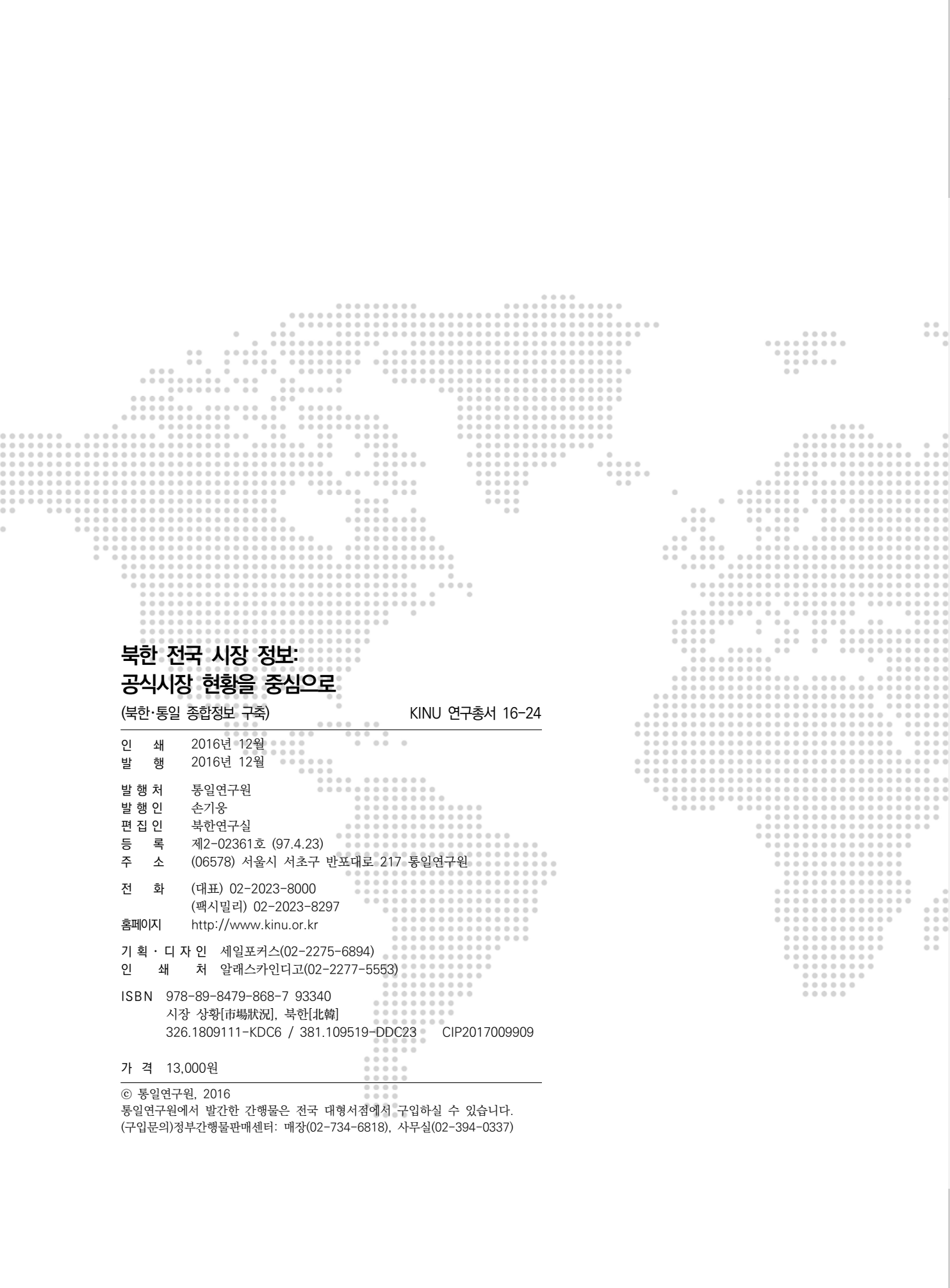
Korea Institute for National Unification

북한 전국 시장 정보: 공식시장 현황을 중심으로

홍민·차문석·정은이·김혁



Korea Institute for National Unification



북한 전국 시장 정보: 공식시장 현황을 중심으로

(북한·통일 종합정보 구축)

KINU 연구총서 16-24

인 쇄 2016년 12월
발 행 2016년 12월

발 행 처 통일연구원
발 행 인 손기웅
편 집 인 북한연구실

등 록 제2-02361호 (97.4.23)
주 소 (06578) 서울시 서초구 반포대로 217 통일연구원

전 화 (대표) 02-2023-8000
(팩시밀리) 02-2023-8297

홈페이지 <http://www.kinu.or.kr>

기 획 · 디 자 인 세일포커스(02-2275-6894)
인 쇄 처 알래스카인디고(02-2277-5553)

ISBN 978-89-8479-868-7 93340
시장 상황[市場狀況], 북한[北韓]
326.1809111-KDC6 / 381.109519-DDC23 CIP2017009909

가 격 13,000원

© 통일연구원, 2016

통일연구원에서 발간한 간행물은 전국 대형서점에서 구입하실 수 있습니다.
(구입문의)정부간행물판매센터: 매장(02-734-6818), 사무실(02-394-0337)

북한 전국 시장 정보: 공식시장 현황을 중심으로



본 보고서에 수록된 내용은 집필자의 개인적인 견해이며,
당 연구원의 공식적인 의견을 반영하는 것이 아님을 밝힙니다.

목차

요약	x iii
I. 조사·분석의 개요	1
1. 조사목적	3
2. 조사내용	4
3. 조사방법	5
4. 조사·집계 과정	7
II. 전국 공식시장 분포와 지역별 특징 홍민	9
1. 시장의 유형과 구조	11
2. 시장구조와 공식시장의 비중	12
3. 공식시장 지역별 분포	17
4. 향후 연구과제 및 정책적 시사점	35
III. 공식시장의 시장관리체계와 장세 수입 차문석	39
1. 시장관리체계	41
2. 공식시장의 장세: 체계와 규모	48
3. 장세 추정치	51
4. 북한의 시장관리체계와 장세 연구의 함의	56
IV. 시장의 변화와 추이 : 외형과 입지 정은이	59
1. 시장의 외형적 변화와 발전과정(1990년 이후~현재까지)	61
2. 평양시장의 진화와 발전	65
3. 지방의 주요 시장: 도매시장	82

V. 대표적 공식시장의 내부형태와 유통구조 김혁	95
1. 시장의 시기별 매대 구조의 변화	97
2. 매대 구성 과정과 매대 상인 구성	100
3. 대표적 시장의 내부 구조와 대표 품목 수입 규모	102
4. 시장의 기능별 특성과 대표도시의 시장별 역할	130
5. 시장의 유통구조망	133
VI. 지역별 공식시장 현황	141
1. 지역별 시장 특성: 평양시	143
2. 지역별 시장 특성: 평안남도/남포특별시	154
3. 지역별 시장 특성: 평안북도	165
4. 지역별 시장 특성: 황해북도	174
5. 지역별 시장 특성: 황해남도	181
6. 지역별 시장 특성: 함경북도/나선특별시	188
7. 지역별 시장 특성: 함경남도	202
8. 지역별 시장 특성: 강원도	211
9. 지역별 시장 특성: 자강도	218
10. 지역별 시장 특성: 양강도	226
참고문헌	233
최근 발간자료	235

표·그림목차

〈표 I-1〉 북한이탈주민 면담 대상자	6
〈표 I-2〉 공식시장(종합시장) 조사·집계 과정	7
〈표 II-1〉 시장 활용 수준에 따른 북한의 계층구조	14
〈표 II-2〉 북한 도별 공식시장 수	17
〈표 II-3〉 도별 시장 1개당 인구수	21
〈표 II-4〉 시·군단위 행정구역별 공식시장 수와 비중	23
〈표 II-5〉 27개 도시별 시장 수	23
〈표 II-6〉 도별 공식시장 면적 추계	25
〈표 II-7〉 도시등급별 시·군·지구·구 행정구역 구별	30
〈표 II-8〉 도별 공식시장 매대수 추정	31
〈표 II-9〉 시장관리소 인력 추정치	32
〈표 II-10〉 매대수 및 장세 추정액 기준 시장 규모 순위	34
〈표 III-1〉 북한시장등급별 인력규모	46
〈표 III-2〉 북한시장등급별 분류	52
〈표 III-3〉 각 도별 1일 장세 추정치	55
〈표 III-4〉 북한의 공식환율에 기반 한 각 도별 1일 장세 추정치	55
〈표 III-5〉 북한의 시장환율에 기반 한 각 도별 1일 장세 추정치	56
〈표 IV-1〉 1990년 이후 북한 공설시장의 외형적 발달 양상	64
〈표 IV-2〉 평양 각 시장들의 건설시기 및 발전 단계	75
〈표 V-1〉 수남시장의 품목별 매대 규모 및 비중	109
〈표 V-2〉 옥전시장의 품목별 매대 규모 및 품목비중	113
〈표 V-3〉 혜산시장의 품목별 매대 규모 및 품목비중	117
〈표 V-4〉 외룡시장의 품목별 매대 규모 및 품목비중	120
〈표 V-5〉 송신(10일)시장의 품목별 매대 규모 및 품목비중	126
〈표 V-6〉 송신(상설)시장의 품목별 매대 규모 및 품목비중	126
〈표 V-7〉 사포시장의 품목별 매대 규모 및 비중 추정	130

〈표 VI-1〉 평양시 시장정보 수집 현황	145
〈표 VI-2〉 평양시 인구·시장 개수·시장 1개당 인구	146
〈표 VI-3〉 평양시 장세 추정	147
〈표 VI-4〉 평안남도 시장정보 수집 현황	157
〈표 VI-5〉 남포특별시 시장정보 수집 현황	159
〈표 VI-6〉 평안남도 인구·시장 개수·시장 1개당 인구	160
〈표 VI-7〉 남포특별시 인구·시장 개수·시장 1개당 인구	160
〈표 VI-8〉 평안남도 장세 추정	161
〈표 VI-9〉 남포특별시 장세 추정	163
〈표 VI-10〉 평안북도 시장정보 수집 현황	168
〈표 VI-11〉 평안북도 인구·시장 개수·시장 1개당 인구	170
〈표 VI-12〉 평안북도 장세 추정	171
〈표 VI-13〉 황해북도 시장정보 수집 현황	177
〈표 VI-14〉 황해북도 인구·시장 개수·시장 1개당 인구	178
〈표 VI-15〉 황해북도 장세 추정	179
〈표 VI-16〉 황해남도 시장정보 수집 현황	184
〈표 VI-17〉 황해남도 인구·시장 개수·시장 1개당 인구	185
〈표 VI-18〉 황해남도 장세 추정	186
〈표 VI-19〉 함경북도·나선특별시 시장정보 수집 현황	191
〈표 VI-20〉 함경북도·나선특별시 인구·시장 개수·시장 1개당 인구	193
〈표 VI-21〉 함경북도·나선특별시 장세 추정	194
〈표 VI-22〉 함경남도 시장정보 수집 현황	205
〈표 VI-23〉 함경남도 인구·시장 개수·시장 1개당 인구	207
〈표 VI-24〉 함경남도 장세 추정	208
〈표 VI-25〉 강원도 시장정보 수집 현황	214
〈표 VI-26〉 강원도 인구·시장 개수·시장 1개당 인구	215

표·그림목차

〈표 VI-27〉 강원도 장세 추정	216
〈표 VI-28〉 자강도 시장정보 수집 현황	221
〈표 VI-29〉 자강도 인구·시장 개수·시장 1개당 인구	222
〈표 VI-30〉 자강도 장세 추정	223
〈표 VI-31〉 양강도 시장정보 수집 현황	229
〈표 VI-32〉 양강도 인구·시장 개수·시장 1개당 인구	230
〈표 VI-33〉 양강도 장세 추정	231
〈그림 II-1〉 북한에서 시장경제와 시장세력의 위상	13
〈그림 II-2〉 북한에서 활성화되어 있는 시장경제 영역	15
〈그림 II-3〉 도별 시장 수	19
〈그림 II-4〉 도별 시장면적	27
〈그림 II-5〉 도별 시장면적/인구/시장 수	28
〈그림 III-1〉 북한의 시장관리체계	42
〈그림 III-2〉 시 인민위원회 내 '상업관리국'	43
〈그림 III-3〉 시장관리소 구조	44
〈그림 III-4〉 시장관리소 수입체계	49
〈그림 IV-1〉 농민시장의 변화	61
〈그림 IV-2〉 확장형 구조	63
〈그림 IV-3〉 혼합형 구조	63
〈그림 IV-4〉 단지형 밀집구조	63
〈그림 IV-5〉 반원통형 지붕구조(1)	65
〈그림 IV-6〉 반원통형 지붕구조(2)	65
〈그림 IV-7〉 낙랑구역 낙랑시장(2000. 6. 13.)	66
〈그림 IV-8〉 낙랑구역 낙랑시장(2004. 6. 5.)	66
〈그림 IV-9〉 낙랑구역 낙랑시장(2016. 5. 11.)	67

〈그림 IV-10〉 대성구역 능라2동시장(2000. 6. 13.)	68
〈그림 IV-11〉 대성구역 능라2동시장(2003. 12. 26.)	68
〈그림 IV-12〉 대성구역 능라2동시장(2006. 12. 26.)	69
〈그림 IV-13〉 대성구역 능라2동시장(2014. 4. 14.)	69
〈그림 IV-14〉 대성구역 시장관리소2동시장(2015. 8. 7.)	70
〈그림 IV-15〉 대성구역 용흥시장(2000. 11. 6.)	70
〈그림 IV-16〉 대성구역 용흥시장(2004. 6. 5.)	71
〈그림 IV-17〉 대성구역 용흥시장(2011. 9. 23.)	71
〈그림 IV-18〉 낙랑구역 통일거리시장(2001. 5. 11.)	72
〈그림 IV-19〉 낙랑구역 통일거리시장(2004. 6. 5.)	72
〈그림 IV-20〉 중구역 중구시장(2004. 6. 5.)	73
〈그림 IV-21〉 중구역 중구시장(2005. 4. 7.)	73
〈그림 IV-22〉 동대원구역 문신1동시장(2000. 6. 13.)	74
〈그림 IV-23〉 평양시 주요시장	76
〈그림 IV-24〉 평양시 사동구역 주요시장	77
〈그림 IV-25〉 송신시장(2000. 6. 13.)	78
〈그림 IV-26〉 송신시장(2003. 12. 26.)	78
〈그림 IV-27〉 사동구역시장 및 주변 궤도전차 사업소	80
〈그림 IV-28〉 신의주시 주요 시장 및 시설	83
〈그림 IV-29〉 채하시장의 변화	84
〈그림 IV-30〉 채하시장(2016. 10. 8.)	85
〈그림 IV-31〉 평안남도 시/군별 시장수	86
〈그림 IV-32〉 평안남도 시장 분포	87
〈그림 IV-33〉 북한 최대의 도매시장: 평안남도 평성시 옥전시장	88
〈그림 IV-34〉 평안남도 평성시 주요시장	89
〈그림 IV-35〉 함경북도 시/군별 시장수	91

표·그림목차

〈그림 IV-36〉 북한 최대의 도매시장 수남시장	93
〈그림 IV-37〉 함경북도 청진시 수남구역 수남시장 일대	94
〈그림 V-1〉 1990년대 이전: 시장 매대 구조 변화	97
〈그림 V-2〉 1990년대 중반: 시장 매대 구조	98
〈그림 V-3〉 2000년대 초: 시장 매대 구조	98
〈그림 V-4〉 2000년대 중반 시장 매대 구조 변화	99
〈그림 V-5〉 상인 간 매대 구매 과정	101
〈그림 V-6〉 함경북도 청진시 주요시장	103
〈그림 V-7〉 수남시장의 단순화 평면도	104
〈그림 V-8〉 수남시장 매대구조	105
〈그림 V-9〉 수남시장 1차 부지 매대 구조	106
〈그림 V-10〉 수남시장 2차 부지 매대 구조	107
〈그림 V-11〉 수남시장 3차 부지 매대 구조	108
〈그림 V-12〉 평안남도 평성시 주요시장	111
〈그림 V-13〉 옥전시장 매대구조	112
〈그림 V-14〉 양강도 해산시 주요시장	114
〈그림 V-15〉 해산시장 매대구조	116
〈그림 V-16〉 자강도 강계시 주요시장	118
〈그림 V-17〉 외룡시장 매대구조	119
〈그림 V-18〉 평양시 주요시장	121
〈그림 V-19〉 송신시장 매대별 구조	122
〈그림 V-20〉 송신시장 매대구조	123
〈그림 V-21〉 송신(10일)시장의 매대 구조	124
〈그림 V-22〉 송신(상설)시장의 매대 구조	125
〈그림 V-23〉 함경남도 함흥시 주요시장	127
〈그림 V-24〉 사포시장 매대구조	129

〈그림 V-25〉 지구별 구분과 산맥지형	134
〈그림 V-26〉 수남시장의 유통구조	135
〈그림 V-27〉 평성시장의 유통구조	136
〈그림 V-28〉 평성시장의 유통구조	137
〈그림 V-29〉 평성시장의 유통구조	139
〈그림 VI-1〉 평양시 시/군별 시장 수	144
〈그림 VI-2〉 평양시 주요시장	148
〈그림 VI-3〉 평양시 만경대구역 주요시장	149
〈그림 VI-4〉 평양시 사동구역 주요시장	150
〈그림 VI-5〉 평양시 중구역 주요시장	151
〈그림 VI-6〉 평양시 평천구역 주요시장	152
〈그림 VI-7〉 평양시 낙랑구역 주요시장	153
〈그림 VI-8〉 평안남도 시/군별 시장 수	155
〈그림 VI-9〉 평안남도 주요시장 위치	156
〈그림 VI-10〉 평안남도 평성시 주요시장	164
〈그림 VI-11〉 평안북도 시/군별 시장 수	166
〈그림 VI-12〉 평안북도 주요시장 위치	167
〈그림 VI-13〉 평안북도 신의주시 주요시장	173
〈그림 VI-14〉 황해북도 시/군별 시장 수	175
〈그림 VI-15〉 황해북도 주요시장 위치	176
〈그림 VI-16〉 황해북도 송림시 주요시장	180
〈그림 VI-17〉 황해남도 시/군별 시장 수	182
〈그림 VI-18〉 황해남도 주요시장 위치	183
〈그림 VI-19〉 황해남도 해주시 주요시장	187
〈그림 VI-20〉 함경북도 시/군별 시장 수	189
〈그림 VI-21〉 함경북도 주요시장 위치	190

표·그림목차

〈그림 VI-22〉 함경북도 청진시 주요시장	196
〈그림 VI-23〉 함경북도 청진시/청암/포항/신암구역 주요시장	197
〈그림 VI-24〉 함경북도 청진시 송평구역 주요시장	198
〈그림 VI-25〉 함경북도 청진시 나남구역 주요시장	199
〈그림 VI-26〉 함경북도 청진시 수남구역 주요시장	200
〈그림 VI-27〉 함경북도 길주군 주요시장	201
〈그림 VI-28〉 함경남도 시/군별 시장 수	203
〈그림 VI-29〉 함경남도 주요시장 위치	204
〈그림 VI-30〉 함경남도 함흥시 주요시장	210
〈그림 VI-31〉 강원도 시/군별 시장 수	212
〈그림 VI-32〉 강원도 주요시장 위치	213
〈그림 VI-33〉 강원도 원산시 주요시장	217
〈그림 VI-34〉 자강도 시/군별 시장 수	219
〈그림 VI-35〉 자강도 주요시장 위치	220
〈그림 VI-36〉 자강도 희천시 주요시장	224
〈그림 VI-37〉 자강도 강계시 주요시장	225
〈그림 VI-38〉 양강도 시/군별 시장 수	227
〈그림 VI-39〉 양강도 주요시장 위치	228
〈그림 VI-40〉 양강도 혜산시 주요시장	232

본 연구는 북한 전국에 분포하고 있는 공식시장(종합시장)의 현황을 파악하고 있다. 북한 당국은 2003년 종합시장 설치를 제도적으로 승인한 이후 각 시·군에 종합시장을 개설해 왔다. 북한 당국의 시장에 대한 정책은 허용과 억제 사이에 굴곡이 있었지만 종합시장은 수와 면적에서 지속적으로 확장되어 왔다. 특히 김정은 집권 이후 시장을 대폭 허용하고 활용하는 정책을 펼치면서 종합시장이 보다 많이 증축·개축·신축되어 왔다. 종합시장의 증가는 시장으로부터의 세금 징수를 확대하여 중앙 및 지방의 재정에 일정 수준 활용한다는 측면이 있다. 또한 배급제가 사실상 유명무실해진 상황에서 주민들의 기본적인 식량 구매와 경제생활이 종합시장을 축으로 이루어지게 되었다는 것을 의미한다. 사실상 종합시장은 과거 계획경제를 대체하는 실물경제 메커니즘으로 자리 잡았다고 할 수 있다.

그러나 국내외적으로 북한 종합시장 현황에 대한 구체적인 정보는 매우 제한돼 있는 것이 현실이다. 북한 전국 종합시장의 전체 수와 분포 현황 등 기본적인 내용들이 조사되지 않아 북한 내 전체 시장영역과 종합시장이 차지하는 비중을 가늠하기 힘든 부분이 있다. 본 연구는 우선 북한 전국 종합시장의 위치를 파악하고 전체 수를 세고 지역적 분포 현황을 파악하는 데 일차적 목표를 두었다. 북한의 도·시·군별 종합시장 수와 면적, 종사 인구, 시장 1개당 인구 등 기본적인 데이터를 제공하고 있다. 둘째, 기본적인 데이터에 기초하여 전국 종합시장으로부터 징수되는 장세의 총액을 추정하였다. 또한 북한의 시장관리체계에 대해서도 분석하였다. 셋째, 북한에서 종합시장이 형태적으로 어떠한 변화를 거쳐왔는가를 살펴보았다. 종합시장의 외형적 모습과 도시 내 위치 등에서 어떠한 변화가 있었는가를 분석하였다. 마지막으로 종합시장 내부의 매대 배열과 구조 등을 미시적으로 살펴보았다. 그리고 각 종합시장의 유통망을 추적해 상품과 화폐가 교환되는 네트워크를 분석하였다.

주제어: 종합시장, 공식시장, 장마당, 장세, 시장관리체계

Abstract

This paper sets out to analyze the current status of official markets (general markets) spanning across the nation. The North Korean authorities has allowed the establishment of general markets in every city and county ever since it granted their institutional approval in 2003. Although the North Korean policy toward the market has gone through a tumultuous cycle of permissions and restrictions, the general markets in their number and size have recorded a consistent growth. In particular, ever since Kim Jong Un took power, the general markets have witnessed increased occasions of expansions, renovations, and new establishments thanks to his policy of allowing and utilizing the existence of markets in full scale. An increase in the general markets holds significance in that the associated tax increases from the markets can contribute to the finance of the central and local governments to some extent. This indicates that North Korean residents are now increasingly turning to the general markets to purchase basic foods and engage in economic activities since its public distribution system has virtually become a system in name only. Therefore, it would be fair to say that the general market has practically positioned itself as a mechanism for the real economy replacing the planned economy of the past.

However, the grim reality suggests that only the very limited amount of detailed information is available on the current status of general market in North Korea. It is hard to analyze the share of the general market within the entire market in North Korea because there is rarely a basic research on the total number of general markets nation-wide and how they are distributed across the country. This study primarily attempts to locate the nation-wide general markets, calculate their total number, and evaluate their local distributions. Basic sets of data are also provided in this research, including the number and the size of general markets grouped by North Korean province, city, and county, the number of population engaged in commercial activities, and the population per market. Second, the total estimates of rental fees levied by the state from the nation-wide general market have been calculated in the study based on basic data. There is also an analysis on the market management system in the North. Third, the study looks into how a general market has gone through some changes in its form: how the general market has changed on the outside and how it has moved its location within a city. And lastly, an analysis is done on the arrangement and structure of stalls inside the general markets in a microscopic sense. The network of exchanges between goods and currency is also analyzed by tracking distribution networks within the general market.

Keywords: General Market, Official Market, Jangmadang (Black Market), Market Rental Fee, Market Management System

1. 조사·분석의 개요



1. 조사목적

1990년대 북한에서 시장이 경제활동의 주요 영역으로 등장한 이후 지금까지 북한 시장(market, marketplace) 또는 시장화(marketization)에 대한 다양한 연구 결과가 제출되어 왔다. 그러나 북한 경제를 비롯해 정치 및 사회에서 시장이 차지하는 비중과 위상에 대한 일관된 지표 생성과 축적은 사실 미약했다. 북한에서 시장은 기존 계획경제와 배급제를 대체하는 경제영역으로 부상하며 경제활동의 중심적 영역이 되었고 정치적 안정성 및 사회적 변화와도 밀접하게 연동되어 북한체제의 변화를 가늠하는 중요한 지표로서 의미를 갖는다. 그런 측면에서 북한에서 시장영역이 경제 및 사회 전반에서 차지하는 위상에 대한 구체적인 지표와 정보를 생성하여 축적하는 것은 무엇보다 중요하다.

통일연구원이 이번에 실시한 북한 전국 공식시장(종합시장) 현황 조사는 북한에서 시장이 차지하고 있는 위상과 시장화 수준을 판단하는 연구정보의 생성 차원에서 진행되었다. 지금까지의 북한 시장연구는 실태를 보여주는 차원에서는 상당한 성과를 거두어 왔다. 그러나 시장화 수준을 판단할 수 있는 일관된 지표와 정보를 수집·생성하여 시계열적인 비교 분석을 하지 못해 그 위상을 판단하는 데 한계가 있었다. 따라서 북한 시장화 수준을 판단할 수 있는 일정한 지표를 생성하여 지속적으로 조사·분석함으로써 북한 시장연구의 객관성을 확보할 필요가 있다. 이를 위해서는 북한 당국이 공식적으로 허용하는 시장 영역과 공식적으로 허용하지 않는 비공식적 시장 영역을 아우르는 시장화 수준에 대한 지표와 정보의 단계적 생성이 필요하다. 본 조사는 중·장기적으로 북한의 시장화 수준을 판단할 수 있는 지표 및 정보의 단계적 생성에서 필요한 조사라고 할 수 있다.

둘째, 본 조사는 북한 시장 관련 정보를 공간정보 형태로 구체화하는 데 있어 중요한 기초자료이자 선행 연구가 될 것으로 기대된다. 북한의 공식·비공식 시장 활동을 구체적인 물리적 좌표와 공간상에서 확인하고 정보화하여 지속적으로 축적함으로써 시장화 추이에 대한 분석의 기초자료로 활용하는 것이 본 조사의 목표이다. 이를 위해 단계적으로 공식적인 종합시장 및 상업시설, 무역, 건설, 운송·운수 등의 시장 활동 영역과 이외의 다양한 비공식적인 시장 활동 영역을 공간적으로 확인하고 정보화하는 것이 필요하다. 이를 통해 궁극적으로 북한 시장화 지표 및 정보와 지리정보시스템(GIS)을 연계한 ‘시장정보의 공간정보화’ 추진을 모색할 필요가 있다.

셋째, 본 조사는 북한 시장에 대한 이해를 경제적 측면뿐만 아니라 정치 및 사회 전반을 이해하는 차원에서 접근하는 데 있어 중요한 기초연구 성격을 갖는다. 시장화는 기본적으로 물리적 공간의 변화와 사회적 변화를 수반하는 ‘사회-공간적 과정’이다. 주민들의 구체적 삶이 펼쳐지는 공간이 시장화를 통해 어떻게 변화되고 있으며 그러한 변화가 계층분화나 계층구조 변화와 어떻

I
II
III
IV
V
VI

계 연동되어 있는가를 봄으로써 북한사회 변화의 구체성을 확보할 필요가 있다. 이를 위해 일차적으로 도시 내부의 시장 입지와 분포, 각 시장의 기능적 특징과 공간적 분화 양상을 파악하는 것은 물론 현재 활발하게 진행 중인 건설시장을 비롯한 각종 시장 - 부동산 시장, 서비스 및 증개업 시장, 운수·운송시장, 공식·비공식 무역, 공장·기업소 생산물 및 자재의 생산·조달·처분 관련 시장 등 - 이 실제 공간상에서 어떻게 전개되고 있는가를 파악할 필요가 있다.

시장화는 중앙집권적인 경제운영, 공공서비스, 생산 및 노동양식, 공간구조, 계층분화 및 구조 등의 변화와 맞물려 있으며, 이를 둘러싼 도시 내 다양한 이해 당사자 사이의 정치적 과정을 수반하는 과정이다. 본 조사는 시장화가 확산·심화되면서 국가와 시장의 관계 양태가 어떻게 변화되어 되는가를 살펴보기 위한 기초자료로서 의미가 있다고 할 수 있다. 본 조사는 향후 단계적으로 수행될 북한 사회지리정보 수집 및 분석의 첫 단계로 북한 전국에 분포하고 있는 공식시장(종합시장)에 대한 정보를 수집하고 분석하는 데 초점을 맞췄다.

2. 조사내용

(1) 북한 전국 공식시장 분포와 지역별 특징

- 공식시장 위치 확인
- 공식시장 전체 개수 및 지역별 분포 확인
- 공식시장 총 매대수 및 종사자 추정

(2) 북한의 시장관리체계와 장세 수입

- 제도적 시장관리체계
- 시장관리소 운영체계
- 장세 징수체계 및 장세 추정치

(3) 북한 시장의 변화 추이: 외형과 입지

- 공식시장 외형적 변화 과정
- 대표시장 분석 및 유형별 분류
- 북한 시장 모델 분석

(4) 북한의 대표시장 분석: 내부구조와 유통구조

- 각 도시 대표시장의 내부형태
- 각 도시 대표시장 매대 배열 및 구성
- 시장 유통구조

3. 조사방법

북한 전국에 분포하고 있는 공식시장의 위치를 파악하기 위해서는 북한 당국의 공식 집계 자료나 현지 조사를 통한 객관적 현황을 파악하는 것이 필요하다. 그러나 이러한 공식 정보나 현지 조사가 불가능하기 때문에 간접적인 방법을 택할 수밖에 없다.

우선 구글 어스(Google Earth)의 인공위성 이미지를 활용하였다. 구글 어스가 제공하는 위성사진 프로그램은 전 세계 모든 사람에게 개방되어 있는 위성영상지도 서비스이다. 이 서비스는 직접적인 접근이 불가능한 북한 지역을 위성 이미지를 통해 공간적으로 파악하는 데 유용하게 활용될 수 있다. 구글 어스는 가장 최근부터 최대 10년 기간 정도의 인공위성 이미지를 각 시기별로 살펴 볼 수 있는 기능을 갖추고 있어 공간 변화의 시계열적(historical) 분석이 가능하다는 장점이 있다. 본 조사에서는 구글 어스를 적극 활용하여 북한 행정구역 체계상의 27개 시(市), 141개 군(郡), 3지구(地區), 2구(區)에 운영 중인 공식시장의 위치를 확인하고 공간적 분포 현황을 조사했다. 또한 이 서비스를 활용하여 각 지역 시장의 형성과 형태 변화를 시계열적으로 분석하였다.

둘째, 북한 시장 및 도시 관련 기존 문헌자료를 활용하였다. 북한에서 발간된 『조선지도첩』(1997), 『고장이름사전』(2000), 『조선지명편람』(2002) 등 북한 지리 관련 문헌과 지도를 기초자료로 참고하였다. 이들 문헌과 지도는 북한 행정구역상의 시·군 및 동·리의 지명을 확인하는데 활용하였다. 또한 북한에서 2002년 발간한 전국 『전화번호책』을 활용하여 행정구역 명칭, 각 시·군의 국가기관 입지와 인민위원회 조직 구성을 살펴보는 데 참고하였다. 한편 장세 추정을 위해 북한의 시장 관련 법령 및 내각지시 자료도 참고하였다.

셋째, 북한이탈주민 면담을 통해 지역 시장의 위치와 현황을 파악하였다. 본 조사에 참여한 공동연구자별로 지역을 분담하여 각 지역 출신 북한이탈주민 총 36명에 대한 면담을 진행하였다. 평양시·평안남도(정은이), 평안북도·황해남북도(차문석), 함경북도·자강도·양강도(김혁), 함경남도·강원도(홍민) 등이다.

표 I-1 ▶ 북한이탈주민 면담 대상자

코드	입국년월	탈북년월	북한거주지	직업
A1	2014.02.	2014.01.	평양시	농업상사, 경리원
A2	2012.04.	2011.04.	평양시	릉라 대외건설 일군양성소
A3	2011.04.	2010.12.	평양시	국토부문 외화벌이
A4	2010.09.	2010.05.	평양시	미장공, 음식 및 보따리장사
A5	2013.07.	2013.05.	평양시	인민군 제117호공장 근무, 장사
B1	2015.04.	2014.09.	평안남도 남포시	수산업 선주
B2	2015.05.	2015.03.	평안남도 평성시	군부대 원천과 지도원
B3	2014.08.	2014.07.	평안남도 순천시	가정교사
B4	2011.01.	2010.11.	평안남도 순천시	순천시 상업관리소장
C1	2005.04.	2014.10.	평안북도 박천군	공장노동자
D1	2014.11.	2012.02.	황해북도 사리원시	공장노동자, 장사
D2	2005.04	2015.04.	황해북도 사리원시	프로그래머
D3	2015.02.	2012.08.	황해북도 승호군	고등중학교졸업
E1	2013.07.	2013.05.	자강도 강계시	부양
E2	2014.01.	2013.11.	자강도 희천시	수리공
F1	2014.06.	2014.04.	양강도 해산시	운수사업소, 건설기업 종사
F2	2014.08.	2014.06.	양강도 해산시	건설부대 간부
G1	2015.06.	2015.04.	함경북도 회령시	자재상사
G2	2012.12.	2012.09.	함경남도 함흥시	공장 노동자
G3	2013.08.	2013.07.	함경북도 회령시	미싱사, 노동자
G4	2013.03.	2012.09.	함경북도 청진시	요리사, 재봉공
G5	2014.12.	2014.11.	함경북도 회령시	장사
G6	2014.12.	2014.11.	함경북도 회령시	장사
G7	2015.04	2014.06.	함경북도 경흥군	전기업
G8	2015.04.	2014.08.	함경북도 온성군	측량단 연구중대, 풍인탄광 기술과
G9	2013.11.	2013.09.	함경북도 길주군	길주펄프공장 분석공, 장사
H1	2015.01.	2014.12.	함경남도 이원군	장사
H2	2012.12.	2012.10.	함경남도 금야군	피복공장, 부양
H3	2014.08.	2012.11.	함경남도 단천시	기동예술선전대
H4	2014.07.	2014.07.	함경남도 함흥시	대학생
H5	2013.01.	2012.02.	함경남도 함흥시	학생
H6	2012.07.	2012.04.	함경남도 함흥시	인민위원회 청년동맹
I1	2014.01.	2013.11.	강원도 문천시	장사

출처: 필자 작성

마지막으로 2014년 전후로 장세 납부 경험 및 장세 추이를 파악하기 위해 통일부 산하 하나원을 방문하여 총 79명에 대해 설문 및 면담 조사를 진행하였다. 주요 조사 내용은 2012~2016년 사이 지역별 장세 납부 경험, 장세 변화 시기, 품목별 장세 차이, 시장관리소 운영체제 등이다.

4. 조사·집계 과정

북한 전국 공식시장(종합시장) 총 개수와 위치에 대한 조사는 우선 1단계로 약 3개월에 걸쳐 출신 지역별로 북한이탈주민 면담을 총 36회 진행하였다. 면담을 통해 수집된 정보를 집계하고 내용 분석하여 2016년 9월 23일 1차 집계를 하였다. 1차 집계 결과 파악된 공식시장 수는 총 393개였다. 이후 추가적인 조사로 새롭게 파악된 시장과 폐쇄되거나 이전된 시장을 반영하여 12월 2일 2차 집계로 총 406개를 파악하였다. 그리고 이후 추가 파악된 시장과 이전된 시장 상황을 반영하여 최종적으로 12월 5일 공식시장 최종 집계 결과로 404개를 확정하였다.

표 I-2 ▶ 공식시장(종합시장) 조사·집계 과정

일자	추진 내용	시장 총 개수 집계
4월 12일	역할 분담 및 향후 연구 수립	
4월 ~ 7월	북한이탈주민 인터뷰 진행 (총 36회 진행)	
5월 27일	인터뷰 및 조사 중간 점검	
7월 18일	자료수집 및 보완사항 점검	
9월 9일	수집 자료 내용분석	
9월 23일	1차 집계 → 총 393개	393개
10월 12일	평성시 5개 추가 → 총 398개	398개
10월 17일	함경북도 청진시 구신진시장 삭제 (-1) 자강도 만포시 구오동 구오시장 추가 (+1)	398개
10월 22일	하나원 방문조사	
11월 3일	자강도 만포시 문악동시장 추가(+1) 평양시 평천구역 시장 추가(+1)	400개
11월 17일	• 함경북도 무산군 3개 추가 (+3) - 삼봉시장, 철송시장, 주초시장 • 자강도 위원군 1개 추가 (+1) - 신연리시장 • 평양시 은정구역 2개 추가 (+2) - 배산시장, 과학동시장	406개
12월 2일	• 평성시 두무장 위치 불명확, 추가 증언 미확보 • 2차 집계 수정	406개
12월 5일	• 평성시 하차시장, 삼화시장 삭제 (-2) ※ 2010년 하차시장 폐쇄, 옥전시장 이전 (연구자 표기 오류 정정) ※ 삼화시장 공식시장 기준 미달, 북한이탈주민 추가 증언 미확보	404개
12월 5일	최종 집계 확정	404개

출처: 필자 작성

I

II

III

IV

V

VI

본 조사의 수행은 여러 분의 조언과 도움을 통해 가능했다. 우선 학술회의 토론을 통해 조사 결과 및 분석에 대해 조언을 아끼지 않으셨던 동국대 박순성 교수, 서울대 김병연 교수, 북한대학원대 이우영, 양문수 교수, 이화여대 최대석 교수, 통일연구원에 박형중, 김석진, 현인에 박사에게 진심으로 감사드린다. 본 조사는 자료수집과 분류, 면담과 설문조사 준비, 원고 편집과 수정 등의 굳은 일을 도맡아 해준 통일연구원의 백인의 연구원, 김혜민 연구원의 노력 덕분에 원활하게 진행될 수 있었다. 또한 수집된 시장 정보를 인포그래픽으로 훌륭하게 구현해 준 이화여대 한국여성연구원의 홍혜미 선생님의 도움도 컸다. 이 분들에게 감사를 드린다.

II. 전국 공식시장 분포와 지역별 특징

홍민(통일연구원)



1. 시장의 유형과 구조

북한 전국에 분포하고 있는 공식시장의 총 개수와 지역별 특징을 파악하기 위해서는 ‘공식시장’의 개념과 범주를 정의할 필요가 있다. 보통 북한 연구자나 언론 매체에서는 ‘시장’과 ‘장마당’이란 용어를 구분 없이 사용해 왔다. 일반적으로 ‘장마당’이란 용어는 시장에 대한 북한 당국의 공식적인 허용이 있기 전부터 주민들 사이에서 시장 거래를 하는 장소의 개념으로 사용되어 왔다. 특히 1990년대 북한의 경제난이 심화되면서 주민들의 비공식적인 상거래 장소를 지칭하다가 지금은 합법적 시장과 불법적 시장을 통칭하여 장마당이란 용어를 사용하고 있다. 장마당 용어는 시장이 합법화되기 이전부터 사용되었다는 점에서 용어의 기원 자체가 불법적이고 비공식적인 차원을 전제하거나 포함하고 있다고 볼 수 있다.

그러나 북한 당국이 2003년 ‘종합시장’을 공식 설치한 이후 시장은 공식적으로 허가한 장소와 그렇지 않은 곳으로 구분되기 시작했다. 공식시장은 시(군)인민위원회 상업과(부) 및 재정과(부)에서 정책적·행정적으로 관리하고 있으며, 각 시장의 관리소에서는 매대 자릿세와 정기적인 장세를 수취하고 출입과 각종 제반 상행위에 대한 관리를 받고 있다. 따라서 합법과 비합법의 구분 없이 ‘장마당’이란 용어를 사용하는 것은 현재의 북한 시장 실태를 이해하는 데 있어 혼돈을 가져올 가능성이 있다. 다시 말해 ‘시장’을 공식 시장과 비공식 시장으로 구분할 필요가 있다. 공식 시장은 종합시장을 비롯하여 당국이 상행위를 허가한 공식 장소 및 상행위 활동을, 비공식 시장은 ‘장마당’으로 통칭되는 골목이나 길거리 등 공식적으로 허가되지 않은 장소에서 이루어지는 장사 행위에 사용하는 것이 바람직하다.¹⁾

본 조사에서 대상으로 삼고 있는 ‘공식시장’은 2003년 종합시장 개설 이후 북한 당국에 의해 공식 허가된 시장을 의미한다. 기본적으로 해당 도(道)·시(市) 당국이 허가한 장소에 건물과 시설을 갖추고 자릿세 및 장세를 내고 장사하는 곳을 말한다.²⁾ 대부분의 북한이탈주민들은 시장이 제도적으로 허용되고 현재의 모습을 갖기 시작한 시점을 2000년대 초반이라고 증언한다. 북한 당국은 2003년 ‘종합시장’ 개설을 허용한 후 시장에 대한 제도적 관리 차원에서 기존의 장마당을 대대적으로 정비(신축, 개축, 증축)하며 ‘○○시장’이라는 이름을 공식적으로 사용하기 시작했다.

¹⁾ 장마당은 ‘메뚜기 장사’, ‘골목장’, 모래시장, 시멘트시장, 신발시장 등 비공식적으로 특정 장소에서 상행위가 이루어지는 행위로 정의할 수 있다. 최근에 번성하고 있는 개인집을 창고나 가게로 이용한 장사까지 포함하면 실제적인 ‘비공식 시장’ 또는 장마당의 기능을 하는 장소는 훨씬 더 많을 것으로 예상된다. 실제로 위성사진을 주의 깊게 보면, 울타리와 지붕을 치고 공식 시장 근처 일대의 골목마다 수많은 인파가 밀집한 간이매대들의 존재가 확인된다. 이들 대부분이 비공식적인 거래 장소라고 볼 수 있다. 홍민, 『북한의 시장화와 사회적 모빌리티: 공간구조·도시정치·계층 변화』 (서울: 통일연구원, 2015), p. 44 참조.

²⁾ 기본 시설은 형태적으로 일정하게 변화되어 왔지만, 현재 시장관리소 건물, 시장 울타리, 매대, 지붕(전체 덮개형, 부분 덮개형), 자전거보관소, 짐보관소, 화장실, 정문, 후문 등으로 구성되어 있는 것이 일반적이다.

2003년 이후 현재까지 약 15년이 경과하며 시장은 외형적으로나 질적으로 많은 변화가 있었다. 최근에는 기존 시장 형태와는 달리 완전히 지붕을 덮고 실내도 2층 난간 형태로 매장을 품목별 배치하여 상품 전시효과를 높이는 백화점식 형태의 시장이 등장하기도 했다. 시장의 위치도 기존에 외곽이나 산기슭 등 후미진 곳에 배치하여 외관을 가급적 가리려고 했던 것과는 달리 최근에는 도심 한가운데 조성하여 개방성과 접근성을 적극 살리려는 의지를 보여주고 있다. 다시 말해 시장을 시(市) 경제활동의 중심으로 인식하고 중앙 및 지방정부 차원에서 정책적으로 적극 활용하고 있다고 볼 수 있다.

한편 북한 전국의 공식 시장 운영 메커니즘을 이해하기 위해서는 ‘전국적’ 또는 ‘지역적’ 도매시장의 역할과 기능에 대해 이해할 필요가 있다.³⁾ 북한의 도매시장은 전국적인 시장 네트워크의 형성에서 없어서는 안 될 중요한 ‘심장’ 역할을 한다. 사실상 전국적 유통망의 핵심적 동력이라고 할 수 있다. 또한 제한적이고 초보적이지만 생산을 유도하고 활성화하는 역할도 하고 있다. 전국적인 도매 유통 기능이 작동함에 따라 지역 및 전국을 상대로 한 생산 역시 자극을 받기 때문이다. 또한 전국적 도매시장이 입지한 도시는 각종 상행위로부터 세금을 징수하고 운송 관련 이익과 편의 기반이 자연스럽게 조성되고 물자·화폐·인구·정보가 집적되면서 각종 경제적 이익을 누릴 수 있다. 그런 측면에서 북한에서 도매시장은 일정부분 입지산업이자 지역산업의 역할을 하고 있다고 볼 수 있다.

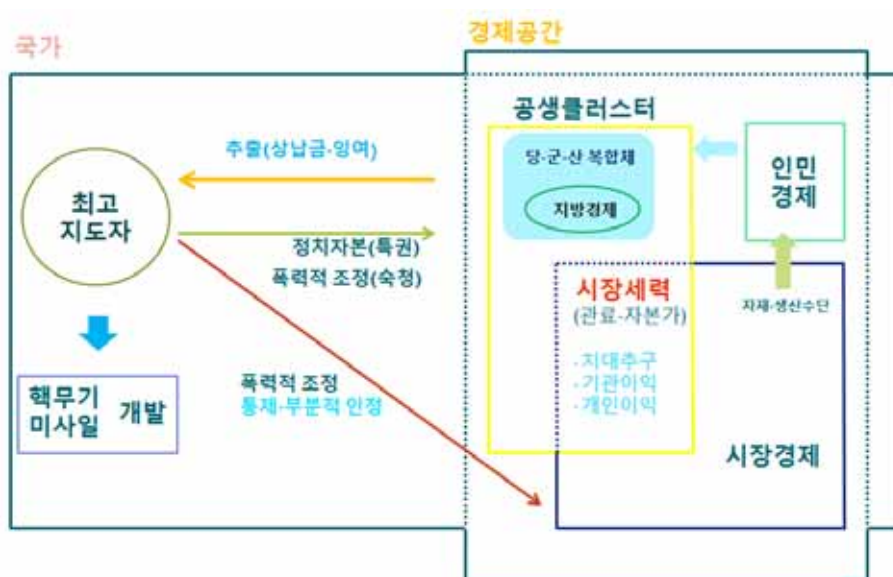
2. 시장구조와 공식시장의 비중

북한에서 공식시장이 갖는 위상을 이해하기 위해서는 북한에서 시장경제가 작동하는 방식에 대한 이해가 필요하다. 1990년대 이후 북한에서 시장의 진화 과정을 긴 호흡에서 살펴보면, 북한 당국은 시장을 활용한 수탈 구조를 디자인해 왔다. 특히 김정은 집권 이후 시장 친화적 정책을 취하면서 이런 구조는 강화되고 있다. 국가와 시장을 대립적인 관계가 아니라 상호 침투하고 활용하며 서로를 강화하는 친화적 관계로 볼 필요가 있다. 그런 측면에서 본다면, ‘시장세력’을 단순히 장터에서 장사 활동을 하는 일반 주민들을 지칭하는 용어로 사용하는 것은 한계가 있다. 시장세력은 대내외 시장교환에 직간접으로 관여하는 것을 통해 생존과 이윤, 기득권과 지위 등을 유지·확대·재생산하는 데 있어 상호 이해관계를 공유하는 개인, 집단(기관, 조직)을 총칭하여

³⁾ 일반적으로 도매시장(wholesale market)의 기능은 다양한 상품 및 물자를 수집하는 집하기능, 수집된 상품과 물자를 여러 다른 지역으로 분산시키는 분산기능, 유통 단계별로 상품과 물자의 흐름을 중개하는 중개기능 등을 수행한다. 사실상 도매시장이 상품과 화폐를 빨아들이고 밀어내는 ‘펌프’ 역할을 한다고 할 수 있다. 홍민, 『북한의 시장화와 사회적 모빌리티: 공간구조·도시정치·계층변화』, p. 131.

사용하는 것이 타당하다. 시장으로부터 가장 많은 이익을 향유하는 계층은 관료들과 자본가(돈주)들, 그리고 궁극적으로 국가 및 최고지도자가 최대의 수혜자라고 할 수 있다. 사실상 북한에서 시장세력은 다양한 층위의 관료와 돈주들, 중앙 및 지역 권력기관과 주요 생산단위 등이 결합된 이권구조이자 시장을 제도적으로 관리하는 국가의 정치행정이 결합된 네트워크라고 할 수 있다. 따라서 시장의 발전 또는 확장은 상당 부분 경제적 이해와 함께 정치적 경쟁이 중요하게 작용한다고 볼 수 있다.⁴⁾

그림 II-1 ▶ 북한에서 시장경제와 시장세력의 위상



출처: 필자 작성

그런 차원에서 본다면, 시장을 활용 또는 전유(appropriation)하는 능력에 따라 시장으로부터 얻는 수익에서도 결국 차이가 날 수밖에 없다. 공식시장의 위상을 파악하기 위해서는 공식시장에 종사하는 사람들의 시장 활용 능력과 계층 수준을 이해할 필요가 있다. 현재 북한의 계층구조는 전통적인 정치적 지위에 따른 계층 구분과 함께 시장을 활용하는 수준에 따라 일정 수준 결정되는 구조를 가지고 있다. 시장 활용 수준에 따른 북한의 계층 분화 및 계층구조는 기본적으로 자본(정치자본, 경제자본) 소유 수준, 시장 네트워크상의 위치, 거래 규모 등에 따라 아래와 같이 임의적으로 구분해 볼 수 있다.

⁴⁾ 홍민, “시장화와 사회주의체제 국가 행위성,” 임강택 외, 『시장화 및 빈곤감소형 경제질서 수립: 북한 변화와 통일을 위한 시사점』 (서울: 통일연구원, 2013), pp. 93-95.

- I
- II
- III
- IV
- V
- VI

표 II-1 시장 활용 수준에 따른 북한의 계층구조

구분	정치적 특권 수준 계층	시장 활용수준
상위 계층	백두산줄기 (김씨 일가 및 친인척)	핵심엘리트
	항일혁명가 가족 (빨치산계)	고위간부
	전문관료계층 (테크노크라트)	•군당 비서급 이상 간부
	영웅 및 공로자 (공화국 영웅, 노동영웅)	무역일꾼 • 외화벌이 기관 간부
중간 계층	기본군중 • 영예군인 • 전사자 가족 • 애국희생자 가족 • 체대군인	무역상인
		건설·부동산 돈주
		중개상·수공업자 • 브로커('데꺼') • 되거리 장사 • 식당·상점운영 • 개인임가공·편의봉사 • 창고임대 및 창고형 장사
		현장관료·사법일꾼
하위 계층	복잡군중 • 귀환 군인 및 시민 • 반동단체·일제 복무자, 의거 입북자 • 정치범·출소자·가족 • 월남자 및 미귀환 포로 가족 • 해외도주자 가족 • 종파연루자 가족/ 간첩가족	일반주민
		• 노동자 및 농민 • 매대 상인 • 기타 비공식 상행위
		일반주민 및 극빈층 • 노약자 • 꽃제비 • 장애인 • 농장원 • 샷별이
		적대계급잔여분자 • 지주, 부농, 친일파, 친미파 • 악질종교인 • 종파분자, 종파연루자, 간첩

출처: 필자 작성

시장 활용 수준에 따른 계층 분류에서 중상위 계층들은 시장 네트워크를 통해 상호 공생적으로 협력하는 체계를 구축하고 있다. 이들 중상위 계층의 네트워크들은 단순히 시장 잉여를 챙기는 것 이상으로 자원, 물자, 운송, 에너지, 기술, 정보 등의 흐름을 일정하게 만들어내는 실질적인 시장 활동의 주역들이라고 할 수 있다. 반면 공식시장에서 매대 장사를 하는 계층은 일반주민 중 중간계층에 주로 해당한다. 최근에는 돈주가 여러 매대의 자릿세를 내고 매대 대리 장사를 시키며 외부에 대형 창고를 두고 운영하는 경우가 많아지고 있다. 그러나 어디까지나 현재까지 공식시장에서 매대 장사를 하는 사람들은 시장 활용 능력이나 계층 수준에서 중간 정도에 속한다.

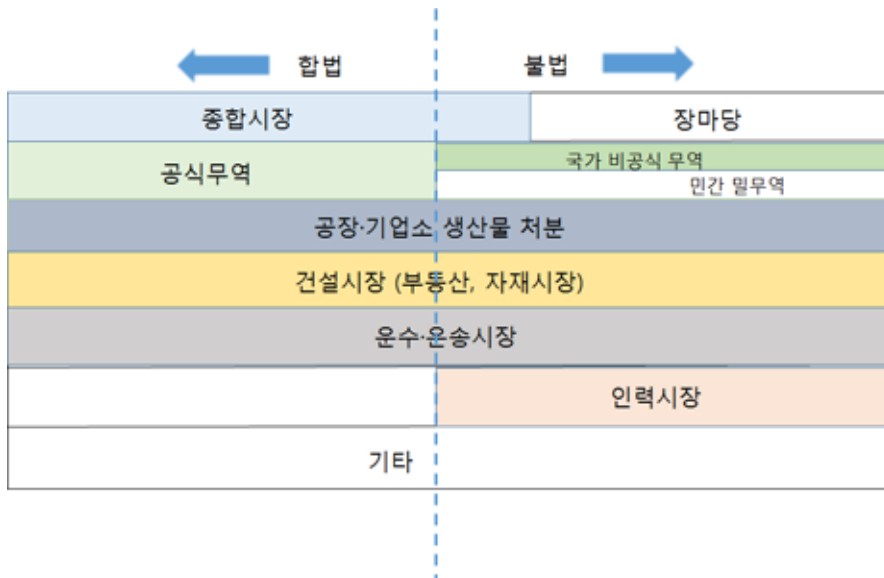
따라서 공식시장 종사자들에 대한 일정한 추정 수치가 나와도 전체 시장 활동 영역의 규모를 측정하는 데는 제한적일 수밖에 없다.

북한에는 허가된 공식시장 이외에 다양한 시장 활동들이 활성화되어 있다. 우선 장터 (marketplace) 형태로 장소화되어 있는 종합시장이나 장마당이 있다. 종합시장 매대 장사 이외에도 도로나 길가에 있는 편의봉사 매대, 국영상점 매대, 집 매대, 시장 인근의 ‘막매대’ 등 매대 장사 형태도 다양하게 늘어나고 있다.⁵⁾ 물론 공식적으로 허가된 종합시장도 허가되지 않은 물품이 거래되고 비공식적인 시장 활동과 연계되어 있다.

둘째, 크고 작은 공식·비공식 무역거래도 해외 시장과의 시장교환이란 측면에서 시장 활동 영역에 해당한다. 대외시장의 환경 변화는 공식·비공식 무역거래를 통해 국내 시장에도 크고 작은 영향을 미친다.

셋째, 공장·기업소의 생산·경영 활동 역시 시장 영역과 긴밀하게 연동되어 있다. 자재수급, 생산, 보수·시설관리, 생산물 처분 등 대부분의 활동이 시장을 경유하여 이루어지고 있다. 사실상 공장·기업소의 생산·경영 활동에서 계획과 시장, 합법과 불법의 경계는 불분명하고 유명무실하다고 볼 수 있다.

그림 II-2 ▶ 북한에서 활성화되어 있는 시장경제 영역



출처: 필자 작성

⁵⁾ 양문수, “2015년 북한 시장화 동향과 향후 전망,” 『KDI 북한경제리뷰』 2016년 봄호, pp. 15-16.

- I
- II
- III
- IV
- V
- VI

넷째, 건설시장은 최근 들어 '붐'이 조성되면서 가장 각광받고 있는 시장 활동 영역이다. 건설시장은 당국의 건설 실적 필요성, 건설 인허가권, 그리고 민간의 자본과 수요 등이 결합하면서 활성화되어 왔다. 특히 2010년 평양 살림집 10만호 건설계획을 시발점으로 김정은 집권 이후 건설시장은 대형 돈주들의 투자와 수익 창출의 주요 영역이 되고 있다. 또한 건설 '붐'에 따라 부동산시장, 자재시장, 인력시장 등도 함께 활성화되고 있다.

다섯째, 전국적인 시장 유통구조가 작동하면서 물자와 사람을 나르는 운수·운송사업이 각광 받는 시장영역이 되었다.⁶⁾ 돈주들이 운영하는 사설 운수업체가 지속적으로 늘어나고 있다. 대부분 중앙기관과 결탁해 운송업 허가를 받은 개인들이 돈을 투자해 차량을 구입하여 수익을 올리는 방식이다. 돈주가 운영하는 시외버스 이외에도 택시 운송사업도 성업 중인 것으로 알려져 있다.

이외에도 시장영역에 종사하는 방식이 다양화되고 종사 인구도 증가하고 있다. 물건을 날라 시장에 넘겨주는 '뽕뽕기꾼' 또는 '달리기꾼', 이들을 아파트 뒷골목의 '별이뽀스'와 연결해 주는 '몰이꾼', 무역회사와 짜고 수입상품을 통째로 들여와 파는 '차판 장사꾼', 이들을 매대와 연결해 주거나 흥정을 대행하는 '거간꾼'과 '데꺼', 시장 앞 살림집을 이용해 통제품을 파는 '살림집 밀매꾼', 시장 앞 아파트 단지 내에 기성양복을 전문으로 만들어 파는 '옷촌', 가방을 만들어 파는 '가방촌', 신발을 만들어 파는 '신발촌', 밀주나 담배를 만들어 파는 '술촌', '담배촌'이 형성돼 성업 중이다.⁷⁾

이밖에 최근에는 보다 진화하여 직접 매대를 차리거나 나가서 팔지 않고 단골을 상대로 개인 살림집에서 규모 있게 거래하는 개인기업 형태도 만연하고 있다. 또한 집이나 물건을 보관해주는 '창고업', 창고로 자신의 살림집을 임대하는 '임대업', 차판장사나 거가꾼에게 흥정 및 숙박 장소를 제공하는 '숙박업', 이들을 거래 장소로 안내하고 수고비를 받는 사람, 철도역이나 버스터미널에서 시장으로 물건을 날라주는 '손수레꾼', 건설이나 물건 나르는 잡부를 알선하는 '가대기', 공터에서 머리를 잘라주는 이발업, 골목에서 자전거를 수리해 주는 자전거수리업 등 이제 시장은 단순히 매대에서 장사하는 것을 넘어 다양한 양태로 나타나고 있다. 이처럼 북한의 시장경제 영역은 다양한 분야로 확산·심화되어 있으며 여기서 공식시장이 갖는 비중은 정확하게 가늠하기 어렵지만 상대적으로 제한적인 수준에 있다고 볼 수 있다.

⁶⁾ 위의 글, pp. 22-23.

⁷⁾ 한기범, “북한 정책결정과정의 조직행태와 관료정치: 경제개혁 확대 및 후퇴를 중심으로(2000~2009),” (경남대학교 정치외교학과 박사학위논문, 2010), p. 148.

3. 공식시장 지역별 분포

가. 공식시장 전체수와 도별 시장 분포

(1) 도별 시장 분포

북한이탈주민 면담과 구글 어스 위성사진 조사를 종합한 결과 북한의 공식시장(종합시장) 총 개수는 404개로 집계되었다. 북한의 도별(9개 도, 평양직할시, 남포특별시, 나선특별시) 평균 시장 개수는 33.7개로 나타났다. 도별 시장 분포를 보면, 평안남도가 65개의 시장을 보유하고 있어 압도적 우위를 나타냈다. 평양직할시와 남포특별시를 평안남도에 포함시킬 경우 116개로 전체 시장 404개의 1/4 이상이 평안남도 지역에 위치하고 있는 것이 된다. 다음은 평안북도 51개, 함경남도 48개, 함경북도 46개 순이었으며, 양강도는 18개로 상대적으로 가장 적은 수의 시장이 입지하고 있었다.

표 II-2 >> 북한 도별 공식시장 수

도	시·군	공식시장 수	도 전체 합계
평안남도	평성시 (도소재지)	6	65
	안주시	3	
	개천시	9	
	순천시	3	
	덕천시	8	
	군 (14개)	33	
	운곡지구, 득장지구	2	
	청남구	1	
평안북도	신의주시 (도소재지)	6	51
	정주시	2	
	구성시	3	
	군 (22개)	40	
함경북도	청진시 (도소재지)	19	46
	김책시	3	
	회령시	2	
	군 (12개)	22	

I
II
III
IV
V
VI

도	시·군	공식시장 수	도 전체 합계
함경남도	함흥시 (도소재지)	11	48
	단천시	4	
	신포시	4	
	군 (15개)	25	
	금호지구	1	
	수동구	3	
황해남도	해주시 (도소재지)	4	34
	군 (19개)	30	
황해북도	사리원시 (도소재지)	4	34
	송림시	3	
	개성시	5	
	군 (15개)	22	
평양시	평양시	26	30
	군 (2개)	8	
강원도	원산시 (도소재지)	4	29
	문천시	3	
	군 (15개)	22	
자강도	강계시 (도소재지)	2	24
	만포시	3	
	희천시	3	
	군 (15개)	16	
양강도	혜산시 (도소재지)	5	18
	군 (11개)	13	
남포특별시	구역	14	21
	군	7	
나선특별시	선봉지구	2	4
	나선지구	2	
총 개수			404

출처: 필자 작성

그림 II-3 ▶ 도별 시장 수



출처: 필자 작성

I
II
III
IV
V
VI

도별 공식시장 분포의 양적 차이의 원인은 다음과 같은 점을 고려해 볼 수 있다. 첫째, 물자 유통의 동선에 따라 도별 차이가 발생하는 점이다. 가령 평안북도는 신의주-단둥으로의 물자 유입이 활발하고 평안남도는 평안북도와 평양으로 연결되는 유통의 거점이자 중심이란 측면에서 시장이 많이 위치하고 있다고 볼 수 있다. 함경북도 역시 북·중 접경지역과의 접근성이 좋다는 점에서 중국으로부터의 대규모 물자 이동의 통로 역할을 하는 지역이기 때문에 시장이 많다고 볼 수 있다. 따라서 중국 또는 해외로부터 국내로의 물자 유통 동선과 도별 시장 분포는 밀접한 상관성을 갖는다고 볼 수 있다.

둘째, 도에 속한 시, 군, 지구, 구 등의 행정단위가 많을수록 시장의 수가 상대적으로 많다는 점이다. 시장을 많이 보유한 상위 4개의 도(평남, 평북, 함북, 함남)는 행정구역상 보통 3~5개 시(市)를 보유하고 있다. 공식시장의 설치가 행정단위를 기초로 해당 행정구역 내 주민의 편의를 명분으로 하는 만큼 행정단위의 수는 지역 시장 수에도 영향을 일정하게 미친다고 할 수 있다.

셋째, 인구수와 시장 수와의 일정한 상관관계가 있는 것으로 볼 수 있다. 도별 인구수에서 평안남도는 인구 371만으로 가장 많았고 평안북도·함경북도·함경남도 등 시장 수 상위 지역 역시 도별 인구 순위 2~5위권에 해당한다. 인구수가 많은 도일수록 행정구역 단위가 많고 시장 수도 많은 것은 자연스러운 결과로 보인다. 인구수와 연동하여 공장·기업소와 노동자가 많은 도일수록 시장이 많다고 볼 수 있다. 이는 주요 공업지구가 입지하고 있고 다수의 노동자층 인구가 존재할수록 시장 소비층이 두텁게 형성되어 있다는 것을 의미한다.

한편 도별 공식시장 분포에서 발견되는 특징 중 하나는 서쪽 해안축 지역을 중심으로 시장이 보다 많이 분포하는 현상이다. 서쪽 해안축에 해당하는 평안남도(65개), 평안북도(51개), 황해북도(34개), 황해남도(34개), 평양시(30개), 남포특별시(21개) 등에 총 235개의 시장이 있어 전체 시장 비중 중 절반이 넘는 58.2%가 서쪽 해안축 지역에 분포하고 있다. 반면 동쪽 해안축에 해당하는 함경남도(48개), 함경북도(46개), 강원도(29개) 등은 총 123개로 30.4%를 차지하고 있다. 북·중 접경지역에 해당하는 자강도(24개), 양강도(18개) 등은 총 42개로 10.4%를 차지하고 있다. 이처럼 동·서 해안축 도시를 중심으로 시장이 발달한 이유로는 첫째, 식민지시기부터 중국 침략을 위한 교통선이 동서축으로 발달한 초기조건이 강하게 작용한 것으로 볼 수 있다. 둘째, 중국으로부터 들어오는 물자의 이동 동선이 동서축의 교통망을 따라 발달했기 때문으로 볼 수 있다. 셋째, 해안축 중심으로 항구가 발달하여 국내외 선박의 출입이 가능하고 물자의 이동이 상대적으로 용이한 측면이 있다.

(2) 인구수와 시장수

시장 분포의 특징을 파악하기 위해 인구수와 시장수의 관계를 이해할 필요가 있다. 2008년 북한 인구센서스 기준으로 인구수와 시장수를 대비하면, 북한 공식시장 1개당 인구 대비 평균 56,699명의 인구를 소비층으로 두고 있는 것으로 나타났다. 시장 1개당 가장 많은 인구수를 두고 있는 곳은 9개 도(道)와 평양시, 남포특별시, 나선특별시 중 평양시가 108,510명으로 많았고, 다음으로 황해북도가 시장 1개당 70,456명으로 가장 많았다. 반면 양강도와 함경북도는 시장 1개당 각각 39,959명, 44,384명의 인구를 상대하는 것으로 나왔다.

단일 시로 남포특별시의 경우 시장 1개당 인구 17,467명으로 수치상으로는 가장 조밀하게 시장이 분포하고 있는 것으로 나타났다. 남포특별시의 거주 인구에 비해 시장이 많은 것은 남포항이 외부로부터 물자가 들어오는 통로이고 이렇게 들어 온 물자들이 남포시의 시장들을 경유하여 타지역으로 유통되기 때문이다. 평양을 비롯한 전국의 주요 외화벌이 기관의 출장소가 남포에 많은 점도 시장 발달의 배경 중 하나이다. 남포시의 시장들은 거주인구를 상대로 한 소비·판매도 있겠지만, 주로 타지역 유통을 위한 유통 거점 역할을 한다고 할 수 있다.

표 II-3 ▶ 도별 시장 1개당 인구수

도	시장수(단위: 개)	인구수(단위: 명)(순위)	시장 1개당 인구(명)
평안남도	65	3,714,881 (1)	57,152
평안북도	51	2,728,662 (3)	53,503
함경남도	48	2,130,408 (5)	44,384
함경북도	46	3,066,013 (2)	66,652
황해남도	34	2,310,485 (4)	67,955
황해북도	34	2,113,672 (6)	70,456
평양시	30	3,255,288	108,510
강원도	29	1,477,582 (7)	50,951
자강도	24	1,299,830 (8)	54,159
남포특별시	21	336,815	17,467
양강도	18	719,269 (9)	39,959
나선특별시	4	196,954	49,239
전국 합계	404	23,349,859	
도별 평균	33.7		56,699

출처: 필자 작성

I
II
III
IV
V
VI

물론 행정구역별 인구수를 시장수로 나누어 1개 시장이 상대하는 평균 인구수를 통해 해당 지역 시장의 조밀도를 전적으로 판단하기에는 한계가 있다. 가령 평양직할시의 경우 시장 1개당 평균 인구수가 108,510명으로 가장 많은 반면 양강도의 경우 39,959명으로 적다. 수치로만 본다면 양강도 지역 시장이 인구 대비 조밀하게 분포하고 있고 평양은 상대적으로 덜 조밀하다고 할 수 있다.

그러나 거주 인구수와 시장 수의 대비만으로 시장의 조밀도를 속단하긴 힘들다. 여기에 시장의 규모와 접근성 등을 고려할 필요가 있다. 평양시의 경우 상대적으로 시내 교통이 발달해 있고 구역별로 시장이 골고루 배치돼 있어 평양 내의 시장 접근성은 다른 도시에 비해 높은 편에 속한다. 시장 접근성이 좋다는 것은 하나의 시장이 커버할 수 있는 인구가 상대적으로 많다는 것을 뜻한다. 따라서 평양시의 경우 시장 1개당 포괄하는 인구수가 다른 도시에 비해 많지만 시장의 접근성과 균질성을 고려하면 시장의 조밀도가 낮다고만은 볼 수 없는 것이다. 반면 양강도의 경우 전체 인구가 전국에서 가장 적는데다 깊은 산간지대에 위치하고 있어 접근성이 떨어진다는 점에서 시장 1개가 포괄하는 인구수가 제한적일 수밖에 없다.

또한 시장을 이용하는 유동인구에 대한 고려 역시 필요하다. 거주등록된 해당 지역 인구 이외에 시장을 이용하는 타지역 유동인구를 고려하면 1개 시장이 포괄하는 인구수는 보다 많을 가능성이 높다. 가령 평안남도과 평안북도의 전국 및 지역 도매시장이 있는 도시의 경우 해당 거주 인구를 상대하는 것뿐만 아니라 타지역 사람들도 상대한다. 평안남도의 경우 시장 1개당 평균 57,152명의 지역 인구를 포괄하는 것으로 추산되었지만, 실제 유동하는 인구를 고려하면 이보다 훨씬 많은 인구를 상대하고 있다고 볼 수 있다.

이런 측면에서 인구센서스에 기초한 거주등록 인구 기준으로 보면 1개 시장이 포괄하는 평균 인구수에서 일정한 ‘균질성’이 발견되지만 시장의 규모, 접근성, 시장 활동 유동인구 등을 고려하면 각 시장이 실제 상대하는 인구는 균질하지 않고 차이가 클 가능성이 있다. 가령 평성시의 옥전시장 같은 경우 거주등록 인구 28만 5천명을 기준으로 보면 시장 6개를 보유하고 있어 1개 시장이 47,500명 정도를 포괄한다는 계산이 나온다. 그러나 옥전시장의 경우 하루 시장 이용객만 10만 명이 넘는다는 증언이 많아 지역 주민 이외의 타지역 사람들까지 고려하면 시장이 포괄하는 인구는 이보다 몇 배 많을 것으로 추정해 볼 수 있다.

나. 시(市)별 공식시장 분포

북한에는 행정구역상 평양직할시, 나선특별시, 남포특별시, 그리고 24개의 일반시를 합해 총 27개의 시(市)가 있다. 시별 공식시장 분포를 조사한 결과, 이들 27개의 도시에만 총 176개의

공식시장이 있는 것으로 파악됐다. 전체 시장 총수 404개 중 44%가 도시에 위치하고 있는 것이다. 시가 아닌 군(郡)에는 총 223개의 시장이 있는 것으로 파악됐다.

표 II-4 시·군단위 행정구역별 공식시장 수와 비중

구분	시			군	지구	구
	직할시	특별시	일반시			
행정구역 단위수	1	2	24	141(145) ⁸⁾	3(5) ⁹⁾	2
시장개수	30	25	121	223	3	4
	176					

출처: 필자 작성

27개 시(市)에는 평균 6.52개의 공식시장이 위치하고 있는 것으로 추계되었다. 군(郡)에 평균 1.58개 공식시장이 있는 것과 비교했을 때 시의 시장 수가 약 4배 가량 많다고 볼 수 있다.

표 II-5 27개 도시별 시장 수

순위	시	합계	순위	시	합계
1	평양직할시	30	15	신포시	4
2	남포특별시	21	16	나선특별시	4
3	청진시*	19	17	순천시	3
4	함흥시*	11	18	김책시	3
5	개천시	9	19	희천시	3
6	덕천시	8	20	안주시	3
7	평성시*	6	21	구성시	3
8	신의주시*	6	22	문천시	3
9	개성시	5	23	송림시	3
10	혜산시*	5	24	만포시	2
11	사리원시*	3	25	강계시*	2
12	해주시*	4	26	정주시	2
13	원산시*	4	27	회령시	2
14	단천시	4			

* 도소재지

출처: 필자 작성

⁸⁾ 전체 군의 수는 145개이지만, 평양시와 남포시 행정구역 내에 포함된 군 4개는 두 도시에 포함된 것으로 간주하고 제외하여 141개로 카운트 함.

⁹⁾ 전체 지구의 수는 5개이지만, 나선특별시에 속한 선봉지구와 나선지구는 나선특별시에 포함하여 합을 냄.

I
II
III
IV
V
VI

시단위 시장 집계 결과 평양직할시가 총 30개로 단일 시로는 가장 많은 시장이 형성돼 있었다. 2위인 남포특별시 21개, 3위인 청진시 19개, 4위인 함흥시 11개 등과 비교했을 때 압도적으로 많은 수다. 평양시 행정구역 내 있는 강동군, 강남군 등 농촌지역 시장을 제외해도 도심 시가지에 만 총 24개의 시장이 들어서 있는 것이다. 평양시는 2008년 인구센서스 기준으로 인구가 325만 명으로 소비인구를 가장 많이 보유하고 있는 도시라고 할 수 있다. 또한 평양시는 구역이 총 18개¹⁰⁾가 있어 구역별로 시장이 골고루 분포한다는 점에서 상대적으로 많은 시장을 보유하고 있다.

시단위 공식시장 분포에서 나타나는 특징 중 첫 번째는 시장 수 상위 10위권 도시 중 청진시, 함흥시, 혜산시 등 3개를 제외하면 7개 모두 서쪽 해안과 내륙에 입지하고 있다는 점이다. 청진시와 함흥시를 제외하면 동쪽 해안측 도시들은 시장 수에서 10위권 밖의 상대적으로 적은 수를 보유하고 있는 것으로 파악됐다. 이런 현상은 도별 분포에서 나타난 현상의 서해안 축 도시 중심의 시장 입지의 연속선상에 있다고 할 수 있다.

둘째, 도소재지일수록 시장이 많이 들어서 있다는 점이다. 특히 도소재지 도시에는 전국 또는 지역을 대표하는 도매시장이 입지해 있는 것이 특징이다. 공식시장이 많이 들어서 있는 상위권 도시들의 대부분이 도소재지 또는 특별시·직할시에 해당한다. 청진, 함흥, 평성, 신의주, 혜산, 평양, 남포 등이 여기에 해당한다. 도소재지 중심으로 전국적 도매시장이 발달한 원인은 첫째, 이들 도시들이 대부분 교통의 요충지란 점, 둘째, 전통적 공업지역 거점 도시란 점, 셋째, 도급·시급 기관이 밀집되어 있어 각종 건설과 시장 및 개발 인허가권 발급이 수월하다는 점, 마지막으로 노동자층 인구를 다수 보유하여 기본적인 소비인구가 많은 점을 들 수 있다.

도소재지나 특별시·직할시가 아님에도 10위권 안에 든 도시는 개천시, 덕천시, 개성시 3개 도시이다. 개천시와 덕천시는 탄광지대로서 노동자구가 다수 입지하고 있어 시장이 노동자구마다 형성돼 있기 때문으로 보인다. 북한은 어촌, 광산, 대형 공장·기업소 등이 있어 400명 이상의 종업원이 집단 거주하는 곳을 '노동자구'로 지정하고 있다. 적게는 400여 명에서 많게는 1,000세대 이상이 거주한다. 북한에는 약 250개의 노동자구가 있는 것으로 알려져 있는데 대체로 큰 노동자구에는 시장이 들어서 있다고 할 수 있다.

셋째, 도시가 지닌 지리적 조건이 시장 보유 개수와 일정한 상관성이 있는 것으로 볼 수 있다. 산간지대는 입지 측면에서 평지가 부족하고 교통 연결이 용이하지 않아 대규모 도매시장보다는 지역시장의 성격이 강하다고 볼 수 있다. 또한 내륙일수록 시장수가 적고 규모가 상대적으로 작은 것이 특징이다. 북한 지형상 내륙 지역에는 주로 산간지대가 많고 인구수가 상대적으로

¹⁰⁾ 낙랑구역, 대동강구역, 대성구역, 동대원구역, 만경대구역, 모란봉구역, 보통강구역, 사동구역, 삼석구역, 서성구역, 선교구역, 순안구역, 역포구역, 용성구역, 은정구역, 중구역, 평천구역, 형제산구역

적기 때문에 시장수가 많지 않을 수밖에 없다. 반면 해안지대를 끼고 있는 도시의 경우, 평지를 넓게 보유하여 시장의 입지와 공간적 확장성이 높고 인구수도 대부분 많은 편이라 시장수가 상대적으로 많은 것으로 볼 수 있다.

다. 공식시장 면적 및 총매대수 추정

(1) 시장 면적 추정

본 조사는 북한 전국에 있는 공식시장 면적을 추정해 보았다. 추정 결과, 전국에 있는 시장의 전체 면적은 1,839,582㎡(556,474평)로 추계되었다. 면적에 대한 이해를 돕기 위해 비교 사례를 든다면, 북한 공식시장의 전체면적은 한국의 일산 신도시 면적(1,574,000㎡)보다 큰 면적이며, 여의도 면적(2.9㎢)의 2/3 정도에 해당하는 것으로 추정된다. 둘째, 각 도와 직할시·특별시 중 시장 전체면적 순위는 함경남도가 253,218㎡로 가장 넓었으며, 그 다음으로 평안남도(240,917㎡), 함경북도(217,458㎡), 평안북도(213,112㎡) 순이었다. 셋째, 시장 1개당 평균 면적은 4,630㎡(1,401평) 정도로 한국의 시청 광장(13,207㎡), 잠실야구장(13,880㎡) 면적과 비슷했다.

표 II-6 > 도별 공식시장 면적 추계

도	시장수 (단위: 개)	시장 전체면적 (단위: ㎡)	시장 1개당 평균면적 (단위: ㎡, 평수)	최대면적 (단위: ㎡)	최소면적 (단위: ㎡)
평안남도	65	240,917	3,706(1,121평)	15,842 남포 중대두동	380 개천 용진동
평안북도	51	213,112	4,178(1,264평)	13,828 정주시장	865 신의주 연하
함경남도	48	253,218	5,275(1,596평)	16,721 함흥 평수시장	661 고원 부래산구
함경북도	46	217,458	4,727(1,429평)	23,487 청진 수남시장	612 무산 철송시장
황해남도	34	206,455	6,072(1,837평)	21,303 해주 양사시장	956 배천 금곡시장
황해북도	34	174,431	5,130(1,551평)	15,568 송림 새마을	519 신계 역전시장
평양시	30	207,202	6,907(2,059평)	16,032 낙랑 통일거리	1,284 승호 화천동
강원도	29	101,817	3,511(1,062평)	15,052 원산 갈마시장	323 천내 화라구
자강도	24	63,572	2,691(814평)	10,177 강계 외룡시장	459 용림 용림시장

I
II
III
IV
V
VI

도	시장수 (단위: 개)	시장 전체면적 (단위: ㎡)	시장 1개당 평균면적 (단위: ㎡, 평수)	최대면적 (단위: ㎡)	최소면적 (단위: ㎡)
남포특별시	21	103,061	4,908(1,485평)	15,842 중대동시장	485 중약구시장
양강도	18	31,499	1,750(529평)	6,901 해산 해산시장	571 보천 보천시장
나선특별시	4	26,840	6,710(2,029평)	16,869 신흥시장	1,495 중현시장
전국 합계	404	1,839,582 (556,474평)			
도별 평균	33.7	153,299 (46,373평)	4,630 (1,401평)	15,083	718

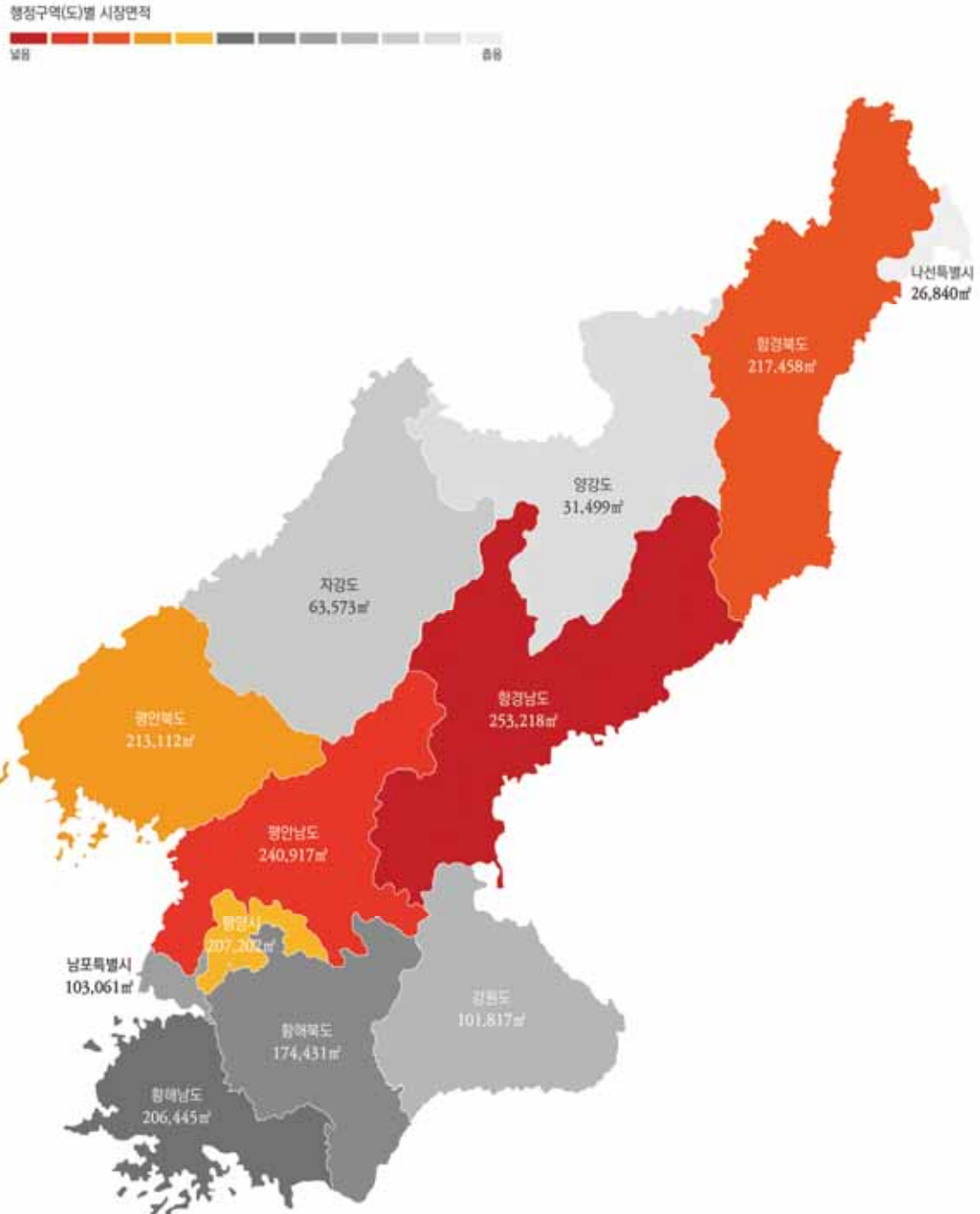
출처: 필자 작성

전국에 있는 전체 공식시장 중 최대 면적을 가진 시장은 청진시의 수남시장(23,487㎡), 가장 작은 면적의 시장은 강원도 천내군의 화라구시장(323㎡)으로 파악되었다. 각 도별 최대 면적 시장들의 평균 면적은 15,083㎡(4,563평)이었다. 대지면적으로만 본다면, 한국의 동대문시장(14,437㎡)보다 약간 큰 규모로 볼 수 있다.¹¹⁾ 쉽게 얘기하면, 북한 전국에 한국의 동대문시장 대지면적 규모의 시장이 총 9개 정도 운영 중인 것으로 볼 수 있다. 물론 최근 등장하기 시작한 복층 형태의 시장을 연면적으로 계산하면, 이보다 수는 늘어날 수 있다.

- 함경북도 청진시 수남구역 수남시장 (23,487㎡)
- 황해남도 해주시 양사동 양사시장 (21,303㎡)
- 함경북도 나선시 신흥동 신흥시장 (16,869㎡)
- 함경남도 함흥시 평수동 평수시장 (16,721㎡)
- 황해남도 안악군 안악시장 (16,239㎡)
- 평양시 낙랑구역 통일거리시장 (16,032㎡)
- 평안남도 남포시 항구구역 중대두동시장 (15,842㎡)
- 황해북도 송림시 새마을동 새마을시장 (15,568㎡)
- 황해남도 재령군 재령시장 (15,252㎡)
- 강원도 원산시 갈마동 갈마시장 (15,052㎡)

¹¹⁾ 건물 연면적으로 보면 동대문시장은 59,683㎡로 훨씬 넓으나 공간적 넓이 수준을 쉽게 이해시키는 차원에서 대지면적으로 비교함.

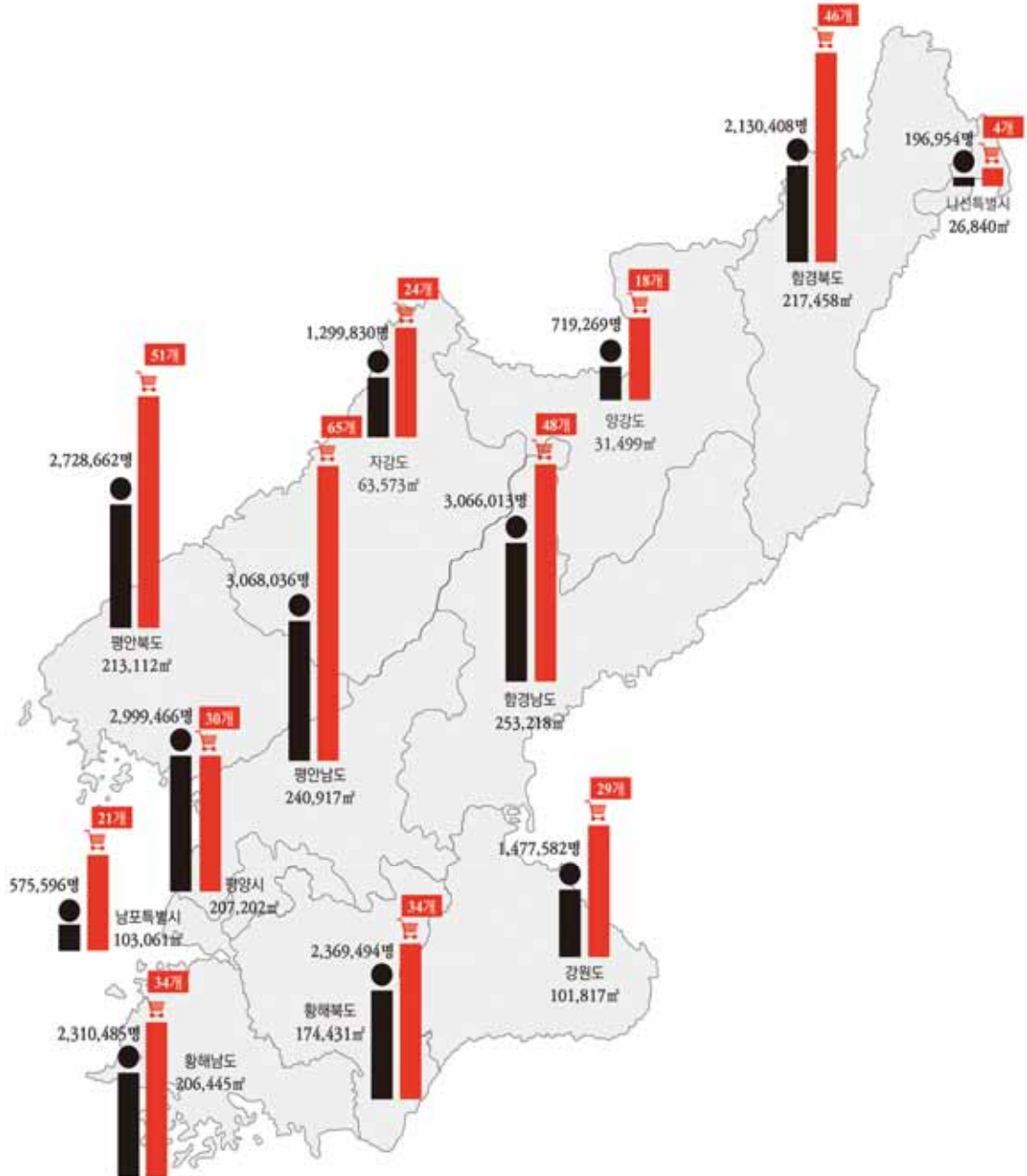
그림 II-4 ▶ 도별 시장면적



출처: 필자 작성

I
II
III
IV
V
VI

그림 II-5 ▶ 도별 시장면적/인구/시장 수



출처: 필자 작성

(2) 총 매대수 추정

북한 전국 공식시장 면적 추정에 기초하여 매대수도 추정하였다. 추정 방식은 다음과 같다. 우선 평양직할시, 나선특별시, 남포특별시, 9개 도 (24개 시, 5지구, 3구, 145개 군) 등 행정구역상 177개 단위(시, 지구, 구, 군)에 각 시장이 어디에 위치하고 있는지를 구글 어스 위성 이미지에서 확인했다. 두 번째로, 구글 어스에서 확인된 시장 위치를 토대로 177개 단위별(시·군·지구·구), 도별로 시장수를 집계하였다. 세 번째로, 구글 어스 Pro를 활용해 각 시장의 면적을 시장 울타리를 기준으로 측정하였다.

다음으로 중요한 것이 시장 면적에서 매대가 차지하는 면적을 추계하는 것이다. 그러나 보통 매대 1개당 크기는 시장과 품목에 따라 차이가 있다. 이런 차이를 모두 반영해 매대수를 추정하는 것은 사실상 불가능하다. 따라서 본 조사에서는 행정구역상 177개 단위를 4개 등급으로 분류하여 각 등급에 해당하는 매대 평균 면적을 설정하였다. 현재 북한 시장 매대는 작게는 60cm, 크게는 110cm 정도로 규모가 큰 도매시장일수록 매대가 상대적으로 작고, 지방 군 읍시장일수록 큰 것으로 조사되었다.

본 조사에서는 측정된 시장 면적을 기초로 각 시·군을 4등급으로 분류, 등급별로 매대 크기(60cm, 70cm, 80cm)를 차등 적용하여 매대수를 추산하였다. 1등급에 해당하는 도시는 전국 단위의 유통망을 갖는 전국 규모의 도매시장으로 대부분 도소재지에 해당하며, 2등급에 해당하는 도시는 도소재지를 포함해서 도시와 군을 묶는 지역 도매시장 역할을 하는 도시이며, 3등급에 해당하는 도시는 일반시로서 인구규모에서 저위도시이며, 4등급에 해당하는 도시는 인구규모가 작은 도시와 군에 해당하는 것으로 구분했다. 해당 등급에 속하는 도시의 시장 전체 면적을 등급별 매대 1개 평균면적으로 나눠 총 매대수 산출하였다.¹²⁾ 이렇게 산출된 총 매대수를 기초로 1개 시장당 1일 장세 총액도 산출하였다.

¹²⁾ 매대 크기에 보다 가까운 매대 지붕 면적을 측정하지 않고 울타리를 기준 면적으로 매대수를 측정한 이유는 실제로 지붕 아래 매대 이외에도 시장 울타리 안에 곳곳에 조밀하게 매대 장사가 이뤄지고 있어 지붕 아래 매대만 고려할 경우 실제 상황을 반영 못하게 됨. 한편을 지붕이 매대 라인별로 덮는 방식이 아닌 시장 전체를 통으로 덮는 경우 매대별 측정이 불가능하기 때문임.

I
II
III
IV
V
VI

표 II-7 도시등급별 시·군·지구·구 행정구역 구별

구분	1등급	2등급	3등급	4등급
분류 항목 상세	전국 도매시장	지역 도매시장	일반 도시시장	일반시·군단위 시장
	전국 단위 유통망	수위도시 대표시장	저위도시 대표시장	저위도시 소규모시장
	도소재지급	도소재지급	일반 도시	일반 도시 및 군
해당 도시	평양시(직할시)	황해북도 사리원시	함경남도 단천시	평안북도 정주시
	함경남도 함흥시	평안남도 순천시	평안남도 개천시	자강도 회천시
	함경북도 청진시	황해남도 해주시	황해북도 개성시	함경남도 신포시
	강원도 원산시	나선시(특별시)	자강도 강계시	황해북도 송림시
	평안북도 신의주시	양강도 혜산시	평안남도 안주시	강원도 문천시
	평안남도 평성시		평안남도 덕천시	자강도 만포시
	남포시(특별시)		함경북도 김책시	군 (145개)
			평안북도 구성시	지구 (3개) ¹³⁾
		함경북도 회령시	구 (2개)	
개수	7개	5개	9개	6 + 150 = 156개
매대 길이 (1개)	60cm	70cm	70cm	80cm
매대 면적 (1개)	1.4㎡	1.75㎡	1.75㎡	1.9㎡

출처: 필자 작성

추정 결과 북한 전체 공식시장 총 매대수는 1,092,992개로 집계되었다. 9개 도와 평양직할시, 남포특별시, 나선특별시 등이 보유하고 있는 평균 매대수는 91,083개로 추산되었다. 그리고 개별 시장 1개당 평균 매대수는 2,836개로 추산되었다. 정리하면, 북한의 공식시장 1개당 상대하는 인구는 평균 56,699명이고, 시장 1개당 매대수는 2,836개라는 얘기가 된다. 따라서 평균 2,836개의 매대가 평균 56,699명의 인구를 상대하고 있다고 볼 수 있는 것이다.

¹³⁾ 북한 행정구역상 지구는 총 5개로 나선지구, 선봉지구, 운곡지구, 득장지구, 금호지구 등이 있음. 여기에선 나선지구와 선봉지구를 나선특별시로 통합 계산하고 나머지 3개 지구만 독립적으로 계산하였음.

표 II-8 ▶ 도별 공식시장 매대수 추정

도	시장수 (단위: 개)	시장 전체면적 (단위: ㎡)	시장 1개당 평균면적 (단위: ㎡, 평수)	도 전체 매대수 (단위: 개)	시장 1개당 매대수 (단위: 개)
평안남도	65	240,917	3,706(1,121평)	134,890	2,075
평안북도	51	213,112	4,178(1,264평)	117,855	2,311
함경남도	48	253,218	5,275(1,596평)	150,013	3,125
함경북도	46	217,458	4,727(1,429평)	133,888	2,911
황해남도	34	206,455	6,072(1,837평)	117,968	3,470
황해북도	34	174,431	5,130(1,551평)	94,018	2,765
평양시	30	207,202	6,907(2,059평)	141,992	4,733
강원도	29	101,817	3,511(1,062평)	61,124	2,108
자강도	24	63,572	2,691(814평)	34,905	1,454
남포특별시	21	103,061	4,908(1,485평)	70,034	3,335
양강도	18	31,499	1,750(529평)	17,134	952
나선특별시	4	26,840	6,710(2,029평)	19,171	4,793
전국 합계	404	1,839,582 (556,474평)	55,565	1,092,992	
도별 평균	33.7	153,299 (46,373평)	4,630 (1,401평)	91,083	2,836

출처: 필자 작성

(3) 공식시장 관련 종사자 추정

추산된 총 매대수를 기초로 공식시장 관련 전체 종사자의 수를 추산하고자 했다. 우선 기본적인 종사자로 매대 상인, 시장관리소 인원의 추정치를 산출하고자 했다. 공식시장 종사자는 이밖에도 더 있을 수 있으나 시장 면적과 규모를 통해 추산해 볼 수 있는 대상으로 일단 한정했다.

총 매대수만큼 매대 상인이 있다는 전제 아래 총 매대수를 매대 상인 총수로 동일하게 간주하였다. 물론 한 매대에 여러 명이 교대로 장사를 하는 경우는 사실상 확인이 불가능하기 때문에 반영하지 않았다.¹⁴⁾ 한편 시장관리소 인원은 각 시장마다 일률적이지 않고 시장의 규모에 따라 차이가 있는 것으로 알려져 있다. 북한이탈주민 면담 조사 결과 대략 1등급 도시의 경우 25~35명,

¹⁴⁾ “시장에 나와 장사를 하겠다는 주민들은 많고 판매자리(매대)는 제한되어 있으므로 2~3일에 한 번 교대하면서 자리를 차지하고 장사를 하므로 시장을 리용하여 합법적으로 장사하는 주민이 수 만여 명에 달한다.” 군중강연자료. “시장에 대한 올바른 인식을 가지고 인민의 리익을 침해하는 비사회주의적인 행위를 하지 말자”(2007.10.). 『산케이신문』, 2007.11.13; 매대수는 시, 군, 구역의 인구수와 면적으로 고려하여 시장마다 대략 600~2,000석 규모였다. 한기범, “북한 정책결정과정의 조직행태와 관료정치: 경제개혁 확대 및 후퇴를 중심으로(2000~2009),” p. 141 재인용.



2등급 도시의 경우 15~25명, 3등급 도시의 경우 10~15명, 4등급 도시의 경우 5~10명 수준인 것으로 조사되었다. 이를 기초로 일단 추정치를 산출하기 위해 임의적으로 각 등급별로 시장관리소 인원의 대푯값을 설정하였다. 1등급 30명, 2등급 20명, 3등급 15명, 4등급 10명 등이다. 이렇게 추산한 결과, 북한 전국의 시장관리소 전체 인력은 6,375명으로 추계되었다.

표 II-9 > 시장관리소 인력 추정치

구분	1등급	2등급	3등급	4등급
분류 항목 상세	전국 도매시장	지역 도매시장	일반 도시시장	일반시·군단위 시장
	전국 단위 유통망	수위도시 대표시장	저위도시 대표시장	저위도시 소규모시장
	도소재지급	도소재지급	일반 도시	일반 도시 및 군
해당 도시	평양시(직할시)	황해북도 사리원시	함경남도 단천시	평안북도 정주시
	함경남도 함흥시	평안남도 순천시	평안남도 개천시	자강도 희천시
	함경북도 청진시	황해남도 해주시	황해북도 개성시	함경남도 신포시
	강원도 원산시	나선시(특별시)	자강도 강계시	황해북도 송림시
	평안북도 신의주시	양강도 혜산시	평안남도 안주시	강원도 문천시
	평안남도 평성시		평안남도 덕천시	자강도 만포시
	남포시(특별시)		함경북도 김책시	군 (145개)
			평안북도 구성시	지구 (3개) ¹⁵⁾
		함경북도 회령시	구 (2개)	
개수	7개	5개	9개	6 + 150 = 156개
매대 길이 (1개)	60cm	70cm	70cm	80cm
매대 면적 (1개)	1.4㎡	1.75㎡	1.75㎡	1.9㎡
시장관리소 인원수	97(개)×30(명) = 2,910	20(개)×20(명) = 400	39(개)×15(명) = 585	248(개)×10(명) = 2,480
합계	6,375명			

출처: 필자 작성

이를 기초로 시장관리소 전체 인력과 매대 상인 총수를 합한 결과 북한 전국 공식시장 관련 종사자 수는 총 1,099,052명이란 결과가 나왔다. 물론 앞서 밝혔듯이 이외에 공식시장에 종사하는 사람들이 추가적으로 있을 수 있으나 추정 자체가 힘들어 일단 배제했다. 공식시장 종사자수 1,099,052명은 북한 전체 인구의 약 4.4~4.6%에 해당하는 규모이다.¹⁶⁾ 공식시장 매대에서 주로 여성이 장사를 하는 점을 고려하여 전체 여성 인구에서 차지하는 비중을 본다면 약 8.2%에 해당한다.

¹⁵⁾ 북한 행정구역상 지구는 총 5개로 나선지구, 선봉지구, 운곡지구, 득장지구, 금호지구 등이 있음. 여기에선 나선지구와 선봉지구를 나선특별시로 통합 계산하고 나머지 3개 지구만 독립적으로 계산하였음.

¹⁶⁾ 2008년 북한 인구센서스의 23,930,231명과 미국 중앙정보국의 약 25,115,311명(CIA, The World Factbook, 2016. 7)을 기준으로 했음. <<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/kn.html>>

1,092,992명(총 매대수) + 6,375명(시장관리소 인원) = 1,099,052명

위와 같은 추정치를 기초로 보다 구체적으로 공식시장 종사자의 인구학적 범주를 좁혀서 볼 필요가 있다. 공식시장에서 매대 장사가 가능한 연령대 인구가 전체 인구에서 차지하는 비중을 추정해 볼 필요가 있다. 북한 당국은 2000년대 중반부터 40대 중반 이상의 여성만 공식시장에서 매대 장사를 허용하는 연령제한을 강력하게 시행해 왔다. 하지만 2015년 폐지된 것으로 전해지고 있으며 현재는 20~30대 여성들이 매대 장사하는 것을 쉽게 볼 수 있다고 한다. 또한 매대 장사는 여성이 주로 하고 남성은 신발 및 자전거, 열쇠 수리, 담배 매대, 이발 등을 했지만, 2015년에 역시 60세 이상 남성들의 장사를 금하는 조치가 내려진 것으로 알려지고 있다.¹⁷⁾

따라서 현재 공식시장에서 매대 장사가 가능한 인구는 대략 20~65세 사이의 여성 인구라고 볼 수 있다. 통계청의 북한 연령별 추계 인구를 기초해서 이들의 수를 추산해 보면 약 7,356,183 명이 된다. 이들이 공식시장에서 매대 장사가 가능한 인구에 해당한다. 위의 추정 수치에 기초하여 정리하면, 공식시장에서 매대 장사가 가능한 여성 인구 약 7,356,183명 중 약 15%에 해당하는 1,099,052명이 공식시장에 종사하고 있다고 볼 수 있다. 물론 1,099,052명 중에는 남성 종사자도 있으나 대체로 시장관리소 인력에 해당하기 때문에 시장 관련 종사자의 대부분은 여성이 차지하고 있다고 보아도 무방해 보인다.

사실 공식시장 이외의 다양하게 확산돼 있는 시장영역을 고려하면 시장 관련 종사자는 이보다 몇 배 더 많을 것으로 판단된다. 또한 공식시장의 매대 상인과 시장관리소 인원 이외에도 공식시장에서 일을 하는 부가적인 시장 관련 공식·비공식 활동도 존재한다. 여기서는 공식시장 내 합법적 종사자 중 추정 가능한 대상에 한했다. 그럼에도 불구하고 공식시장 종사자 추정수가 100만 명이 넘는 것에 대해 과대하게 추정된 것이 아니냐는 의견이 나올 수 있다. 그러나 북한 주민에게 공식적인 직장은 실질적인 생계수단으로서 큰 의미를 갖지 못해 왔고 직장 이동 및 직종 전환의 제한, 자유로운 사적 영리 활동의 제약으로 인해 사실상 공식·비공식 시장 활동 이외에 특별한 생계수단을 갖고 있지 못하다. 실제 북한이탈주민을 상대로 한 조사에서도 장사 경험을 가진 비중이 70%로 나타나고 있고 여성의 경우 75%를 상회하고 있다.¹⁸⁾ 물론 이 수치는 공식적·비공식적 시장 활동 모두를 포함하고 있지만, 공식시장 종사자 역시 이런 맥락에서 보면 적지 않은 수라고 추측해 볼 수 있다.

¹⁷⁾ “최근 북시장서 장사하던 40대 남성들 사라지고 있다는데,” 『데일리NK』 2015. 6. 26. <<http://www1.dailynk.com/korean/read.php?cataId=nk04504&num=106375>>

¹⁸⁾ 장용석·정은미·박명규, 『북한사회변동 2014』(서울: 서울대 통일평화연구원, 2015), pp. 86-87.

I
II
III
IV
V
VI

(4) 시장 규모 순위

이상과 같이 추산해 낸 매대수 및 장세 추정액을 기준으로 북한 전국의 공식시장들의 규모 순위를 뽑아 보았다. 그 결과 청진시 수남시장이 면적, 매대수, 장세 등에서 모두 다른 시장보다 압도적 우위에 있는 것으로 나타났다. 다음으로 해주시의 양사시장, 나선시의 신흥시장, 함흥시의 평수시장 등이 그 뒤를 이었다. 반면 일반적으로 북한 최대 도매시장이라고 평가되는 평성시의 옥전시장은 10위권 밖의 14위에 머물렀다. 이것은 면적을 기초로 매대수가 추계되고 이에 기초하여 매대 상인수와 장세를 추산한 결과로 볼 수 있다. 다시 말해 면적 크기에 따라 다른 각 시장의 종사자와 장세가 추정되는 방식 때문에 면적이 클수록 시장 규모 순위가 높을 수밖에 없는 것이다.

표 II-10 ▶ 매대수 및 장세 추정액 기준 시장 규모 순위

순위	도시/시장	면적 (㎡)	매대 (㎡)	매대 (개수)	2,500(시) 500(군)	2,500(시) 700(군)	2,000(시) 500(군)	2,000(시) 700(군)
1	청진시 수남시장	23,487	1.4	16,776	41,941,071	41,941,071	33,552,857	33,552,857
2	해주시 양사시장	21,303	1.75	12,173	30,432,857	30,432,857	24,346,286	24,346,286
3	나선시 신흥시장	16,869	1.4	12,049	30,123,214	30,123,214	24,098,571	24,098,571
4	함흥시 평수시장	16,721	1.4	11,944	29,858,929	29,858,929	23,887,143	23,887,143
5	평양시 통일거리시장	16,032	1.4	11,451	28,628,571	28,628,571	22,902,857	22,902,857
6	남포시 중대두시장	15,842	1.4	11,316	28,289,286	28,289,286	22,631,429	22,631,429
7	원산시 갈마시장	15,052	1.4	10,751	26,878,571	26,878,571	21,502,857	21,502,857
8	원산시 울동시장	13,581	1.4	9,701	24,251,786	24,251,786	19,401,429	19,401,429
9	남포시 천진시장	13,235	1.4	9,454	23,633,929	23,633,929	18,907,143	18,907,143
10	남포시 산업시장	13,149	1.4	9,392	23,480,357	23,480,357	18,784,286	18,784,286
11	함흥시 사포시장	12,995	1.4	9,282	23,205,357	23,205,357	18,564,286	18,564,286
12	안악군 안악시장	16,239	1.75	9,279	4,639,714	6,495,600	4,639,714	6,495,600
13	평양시 송신시장	12,971	1.4	9,265	23,162,500	23,162,500	18,530,000	18,530,000

순위	도시/시장	면적 (㎡)	매대 (㎡)	매대 (개수)	2,500(시) 500(군)	2,500(시) 700(군)	2,000(시) 500(군)	2,000(시) 700(군)
14	평성시 옥전시장	12,804	1.4	9,146	22,864,286	22,864,286	18,291,429	18,291,429
15	재령시장	15,252	1.75	8,715	4,357,714	6,100,800	4,357,714	6,100,800
16	청진시 수원시장	12,074	1.4	8,624	21,560,714	21,560,714	17,248,571	17,248,571
17	신의주시 남중시장	11,797	1.4	8,426	21,066,071	21,066,071	16,852,857	16,852,857

출처: 필자 작성

그러나 면적에 기초한 총 매대수 추정 방식에는 한계 및 고려할 점이 있다. 구글 어스 인공위성 이미지를 통해 시장면적을 측정하고 매대수를 추정하는 방식으로만 시장의 활성화 수준을 파악하는 데는 일정 부분 한계가 있다. 시장의 물리적인 사이즈도 중요하지만, 그 주변과 도시 전체가 하나의 시장 시스템을 이루며 어떻게 유기적으로 작동하는가의 측면을 읽어내는 것이 중요하기 때문이다. 가령 A시장의 면적이 B시장의 면적보다 작아도 A시장이 전국적 도매시장으로서의 역할과 비중이 큰 경우가 있다. 앞서 언급한 평성시 옥전시장은 추정 면적이 12,804㎡, 추정 매대수가 9,146개로 전국 시장 중 순위권에 속하지 않지만, 실제로는 가장 전국적인 도매시장으로 기능하고 있는 것으로 평가된다. 이 경우 물리적인 사이즈는 제한돼 있지만 실질적으로 울타리를 벗어나 주변과 도시 전체로 도매시장 기능이 연장돼 작동하는 경우이다. 개인 주택과 창고, 골목, 거리 등으로 연장된 도매시장 기능을 포함하면 한 도시가 갖는 도매시장의 역할은 단순히 울타리가 쳐진 시장의 물리적 사이즈만으로는 측정이 불가능하다.

4. 향후 연구과제 및 정책적 시사점

이번 조사 결과를 토대로 향후 추가적인 조사 내용과 연구과제를 도출해 볼 필요가 있다. 첫째, 지역별(도별·시별) 시장수의 차이는 인구 분포를 일정 부분 반영한다는 점에서 북한의 공식시장은 일정한 ‘균질성’을 갖고 분포하고 있다고 볼 수 있다. 공식시장 설치와 운영 측면에서 북한 당국의 정책적 관리가 상당부분 체계적으로 이루어지고 있을 가능성이 있다고 추론해 볼 수 있다. 북한이탈주민의 증언과 북한 당국의 시장정책 추이를 종합하면, 최소한 북한은 2003년 이후 공식시장 관리를 제도화하고 정책적으로 관리하고 있는 것으로 보인다. 현재 2003년 전후로 시장수의 증감을 파악할 자료가 없기 때문에 그 증가 추이를 통해 공식시장에 대한 북한 당국의 정책적 관리 수준을 판단하는 데는 한계가 있다. 또한 해당 지역 거주 인구 이외에 타지역 사람들

의 시장 이용을 고려하면, 시장 당 인구수의 균질성은 추가적인 해석이 필요하다. 다만 공식시장의 완만한 증가와 분포 상 전국적 균질성을 일정하게 갖는 것은 국가의 시장을 통한 주민 접근성과 관리 능력이 확장된 것으로 해석해 볼 여지가 있다. 이것은 공식시장이 중앙 또는 지방의 재정적 수익이 된다는 경제적 측면에서 해석해 볼 수 있지만, 한편 기존 계획경제와 배급제를 대체하고 있는 시장을 통해 주민들을 일정하게 관리하는 체계를 적극적으로 펼치고 있는 것으로 보인다. 따라서 향후 북한 공식시장 증가 추이와 지역 및 인구별 분포 수준을 꾸준히 파악하여 국가와 인민 관계 또는 주민 관리 차원에서 시장의 변화를 해석해 볼 필요가 있다.

둘째, 공식시장 설치, 확장, 이전 등과 관련한 결정 과정에 대한 연구가 필요하다. 김정은 정권 들어 시장을 활용하는 정책을 펼치고 있는 것과 더불어 최근 들어 큰 시장들을 시내 중심으로 이동시키거나 신규로 건설하는 현상이 발견되고 있다. 시장의 도심으로의 이전 및 신규 건설은 시장 수요가 많은 곳으로 이전한다는 의미이고 시장을 통해 중앙 및 지방 당국이 일정한 이익을 향유하고자 하는 목적에 따른 것으로 볼 수 있다. 이와 같이 시장의 양적·형태적·장소적 변화 과정에 영향을 미치는 요인으로는 정치적·경제적 요인과 함께 교통과 같은 지리적 요인 등도 작용하고 있는 것으로 보인다. 따라서 추가적인 연구를 통해 시장에 의한 공간 구성 변화가 자연발생적인 것인지 또는 당국 차원의 관리나 민간 자본의 필요에 의한 것인지 살펴볼 필요가 있다.

더욱 구체적으로는 공식적이고 합법적인 시장 확대와 관련 시설 투자 과정을 누가 조직하고 실행하는지 파악해 볼 필요가 있다. 시장 건설·증설·이전 등과 관련한 자본 투입에 있어서 정부 재정 투자도 있겠지만 민간 돈주들의 투자나 의견이 어떻게 반영되는지 살펴볼 필요가 있다. 가령 시장의 위치가 도심 외곽이나 주변부에서 중심으로 이동하는 현상은 시장에 대한 중앙 및 지방 당국의 인식과 정책에서 모종의 변화가 발생했기 때문으로 볼 수 있다. 감추고 통제해야 하는 대상에서 경제적·정치적으로 활용하고 적극적으로 수익을 창출하는 대상으로 삼고 있을 가능성이 높다. 한편 지방재정에서 시장이 차지하는 위상이 보다 높아졌을 가능성이 높다. 지방마다 시장을 통한 재정 충당을 위해 경쟁적으로 시내 중심으로 시장을 이동시키고 있다고도 볼 수 있다. 지방재정 확보, 시장에 대한 북한 당국의 인식 변화 등으로 시장이 지금까지 성장해 왔다고 볼 수 있다.

셋째, 장세의 규모를 보다 현실감 있게 추정하는 것과 함께 실제 쓰이는 방식, 용도 등에 대한 추가적인 연구가 필요하다. 장세가 지방 단위에서 자체적인 재정으로 온전히 사용되는지의 여부와 중앙 납부를 통해 중앙 재정에 어느 정도 반영되는지 추정해 볼 필요가 있다. 이와 함께 지방정부의 기업가적 역할에 대한 분석 역시 필요하다. 지방정부의 기업가적 역할이란 지방의 수익을 제고하기 위해 수익이 될 수 있는 부분에 적극적인 행정 지원 또는 제도적 허용을 하는 경우이다. 지역의 경제를 살리기 위해, 수익을 올리기 위해 지방 정부가 마치 기업가적인 역할을 하는 것이다.

만약 지방정부의 시장 영역에 대한 기업가적 역할이 증대되고 시장이 지방의 분권화를 촉진하는 요인으로 작용한다면 그것은 북한 경제 전반의 운영에 있어 큰 변화가 아닐 수 없다.

마지막으로 공식 및 비공식 시장에서 장사하는 사람들에 대한 인구학적 특성 분석이 필요하다. 시장 영역에서 종사하는 사람들은 시장의 공식 및 비공식 여부와 시장 활동 업종 및 성격에 따라 일정한 인구학적 특성의 차이를 가지고 있을 수 있다. 가령 종합시장과 같은 공식시장의 경우 중산층 여성들이 많고 연령대는 대체로 어떠한지 등 인구학적 특징에 대해 수치화된 정보를 수집하는 것이 필요하다. 또한 공식시장에서 장세를 내며 합법적으로 장사하는 집단과 그렇지 않은 집단 간의 사회적 특성을 분석할 필요가 있다. 또한 매대 형태의 장사 이외에 건설, 운송·운수, 서비스, 무역 등 여러 시장 영역에서 활동하는 주요 종사자들의 인구학적 특성을 파악함으로써 시장이 계층구조와 어떻게 연동되어 있는가를 분석할 필요가 있다.

I

II

III

IV

V

VI

Ⅲ. 공식시장의 시장관리체계와 장세 수입

차문석(통일교육원)



현재 북한에는 404개 시장이 국가에 의해서 공식적으로 관리 운용되고 있는 것으로 파악되었다. 본 연구는 크게 두 가지 주제에 집중하여 논의를 진행한다. 첫째, 현재 북한에서 공식적으로 운용되는 시장들(종합시장)의 관리체계(이하에서 '시장관리체계')를 정리한다. 북한의 시장들은 각 시장마다 꾸려져 있는 '시장관리소'를 통해서 체계적으로 관리되고 있는 것으로 보인다.

둘째, 이 시장들에서 북한 당국이 징수하고 있는 '장세'(場稅: 시장 사용료)¹⁹⁾의 규모를 추정하고자 한다. 현재 북한 전역에 존재하는 종합시장에서는 다양한 방식으로 집금(集金)이 이루어지고 있다. 그 중에서 가장 중요한 것이 바로 '장세'이다. 장세는 시장관리소의 장세 관리원을 통해서 징수되어 해당 지역 인민위원회 등 당국으로 체계적으로 넘겨지는 것으로 파악되고 있다.

1. 시장관리체계

가. 시장관리의 체계

북한의 시장관리는 상품 품목, 도시·농촌, 시·군에 상관없이 전국적으로 거의 유사한 통제 및 관리 체계와 구조를 통해 관리되고 있다. 이것은 북한의 시장 관리가 중앙적으로 조직되어 전국적으로 이루어지고 있다는 것을 의미한다.

일반적으로 북한에서 시장에 대한 관리는 해당 지역의 인민위원회 산하 상업관리국(혹은 상업부)에서 관리 감독하고 있다. 상업관리국은 해당 지역 시장관리소의 최고 책임자인 시장관리소장을 비롯하여 시장관리원 등 시장관리 직원들의 임명에 대한 결정권을 가지고 있다.

북한에서 시장은 기본적으로 사회주의 이데올로기나 사회주의 시스템에 부합하지 않는 요소이기 때문에 인민위원회 산하에 직접적으로 총괄하는 관리부서가 존재하지 않았다. 하지만, 2003년 경부터 북한에서 종합시장이 공식적으로 허용됨에 따라 상업관리국에서 '시장관리소'라는 공식적인 상설기구를 통해 직접 관리하는 체계로 변화하였다.

북한에서 시장관리체계가 공식화된 것은 2003년 5월 5일에 내려진 [내각지시 제24호]와 같은 날의 [내각결정 제27호]를 통해서였다. [제24호]와 [제27호]에 따르면, 다음과 같은 사항에 대해 책임기관을 명시하고 있다.

- 시장의 명칭은 시장이 위치한 해당 지역이나 리의 지명을 따르도록 하였다. 이러한 책임은 상업성, 도인민위원회와 해당기관들에게 부여하였다.

¹⁹⁾ 북한에서 '장세'는 '매대의 사용료'를 의미함. 매대(賣臺)는 상인들이 시장에서 상품을 진열하여 판매할 수 있도록 하는 공간을 말함.

I
II
III
IV
V
VI

- 시장의 건설은 '시장표준설계'에 기초하여 건설하도록 하였다. 이러한 책임은 국가건설감독성, 도인민위원회와 해당 기관들에게 부여하였다.
- 시장의 건설에 소요되는 자금은 해당 시장이 위치하는 지방의 예산과 균등적 자금원천을 동원하여 해결하도록 하였다. 이러한 책임은 재정성, 도인민위원회와 해당 기관들에게 부여하였다.
- '시장관리소'를 조직하는 책임은 재정성, 상업성, 도인민위원회와 해당 기관들에게 부여하였다.
- '시장사용료'의 액수를 결정하는 책임은 상업성, 재정성, 도인민위원회와 해당 기관들에게 부여하였다.

그림 Ⅲ-1 ▶ 북한의 시장관리체계



출처: 필자 작성

큰 틀에서 보았을 때, 북한의 시장관리체계는 중앙당이 상업성에 지시하며, 상업성은 도, 시, 군의 인민위원회와 내부의 상업관리국에 지시하는 체계로 이루어져 있다. 그리고 해당 지역의 상업관리국은 최종적으로 시장관리소에 지시를 내리는 구조로 이루어져 있다.

시(혹은 군) 인민위원회 내 상업관리국은 해당 지역의 시장과 관련된 업무 전반을 책임지고 있으며, 시장관리소에 대한 통제와 관리를 행사하고 있다. 상업관리국은 해당 지역의 시장관리소

의 임원을 선출하는 업무를 주요 업무 중 하나로 취급하고 있다. 지역에 따라 양상은 다르기는 하나, 대체로 해당지역의 초급당위원회에서 인사 문제를 결정할 때 개입하는 것으로 파악되고 있다. 가령, 청진 수남시장의 경우, 청진시 인민위원회 상업관리국에서 수남시장 시장관리소 임원을 선출하는데, 청진시당위원회의 결정에 따라 시장관리소장이 결정되는 것으로 파악되고 있다.

그림 Ⅲ-2 ▶ 시 인민위원회 내 ‘상업관리국’



출처: 필자 작성

나. 시장관리소

북한에서 시·군에 위치한 시장을 관리하는 역할은 해당 지역의 인민위원회 산하 ‘시장관리소’가 맡고 있다. 이하에서는 시장관리소의 구조, 시장관리소의 인력 체계와 구성에 대해서 정리한다.

I
II
III
IV
V
VI

(1) 시장관리소의 구조

현재 북한 전역에서 시장관리소가 공식시장들을 통제 및 관리하고 있다. [내각결정 제27호]의 제30조에 따르면, “시장 안에서 상품판매와 관련된 단속, 통제 사업은 시장관리소 일꾼들이 하며 질서를 문란시키는 위법행위들에 대한 단속통제는 인민보안기관의 시장담당 보안원이 한다. 시장 밖에서 장사행위에 대한 단속 통제는 인민보안기관을 비롯한 검열단속 통제기관이 한다.”

시장관리소의 구조는 북한 전역에서 유사한 관리구조로 이루어져 있다. 기본적으로 다음과 같은 구조로 구성되어 있다.

그림 III-3 > 시장관리소 구조



출처: 필자 작성

- 시장관리소장: 시장 내의 행정업무 전반 사업을 책임지고 있다.
- 출납원 혹은 부기원: 부기 혹은 은행거래 담당 및 비서 업무를 수행하고 있다.
- 시장관리원: 담당 시장과 매장을 관리하는 업무를 수행하고 있다. 시장관리소에 따라서 장세를 직접 징수하는 역할을 하기도 한다.
- 장세관리원: 매대세, 즉 장세를 징수하는 업무를 담당하고 있다. 지역에 따라서는 시장관리원과 같은 업무를 수행하는 시장관리소도 존재하고 있다.
- 자전거보관원: 시장관리소 내 자전거보관소의 보관 업무를 담당하고 있다.
- 창고보관원: 시장관리소 내 창고의 짐 보관 업무를 담당하고 있다.
- 시장경비원: 시장 전 지역의 경비를 담당하고 있다.

물론 시장이 위치한 지역에 따라서, 시장관리소의 구조에서 약간의 차이가 있을 수 있다. 또한 직함과 직무의 명칭이 다를 수도 있으며, 또한 동일한 명칭을 가지고 있다고 하더라도 담당하는 업무도 다양한 것으로 나타나고 있다.

(2) 시장관리소의 인력

■ 시장관리소장

현재 북한 전역에 있는 시장관리소를 검토하였을 때 시장관리소장은 주로 남성이며, 해당 지역 당위원회에 막강한 인맥이 있거나 연관이 있는 인물이 주로 임명되는 것으로 파악되고 있다.

■ 시장관리원

시장관리원은 시장의 질서를 유지하는 것이 기본적인 업무이다. 그러나 대부분의 시장에서 시장관리원은 장세를 징수하는 역할을 하고 있기 때문에 ‘장세 관리원’이라는 명칭도 사용하고 있다. 시장관리원은 해당 지역 혹은 구역의 인민위원회에서 선발하는 것으로 알려져 있다. 이들은 주로 국가유공자이거나 60-70대의 퇴직 간부출신들이 많은 것으로 알려져 있다.

청진 수남시장의 경우, 시장관리원과 장세관리원은 반드시 당원이어야 하며, 대학교를 졸업한 엘리트여야 한다는 조건이 붙어 있다고 한다. 이러한 조건을 붙이는 이유는 장세를 관리하는 과정에서 나타날 수 있는 시장관리소와 상인들 간에서 발생하는 갈등이나, 시장 내에서 상인들 간에 그리고 상인들과 소비자 간에 발생하는 분쟁을 조정할 수 있는 능력을 필요로 하며, 또한 상인들로부터 장세를 걷는 과정에서 청렴해야하기 때문인 것으로 알려져 있다.

시장관리원의 수는 지역 및 시장의 규모에 따라서 다르지만 신의주, 청진 출신 탈북자들의 증언에 따르면, 평균적으로는 약 20-30명이 되는 것으로 증언하고 있다.

■ 자전거보관원

‘자전거보관소’는 시장관리체계에서 대단히 중요한 시설이다. 주로 시장 상인들의 자전거와 시장 이용자들의 자전거를 보관해 주는 역할을 한다. 자전거 보관료는 시장관리소가 징수하고 있는 집금 내역 중에서 중요한 항목을 차지하고 있다.

자전거 보관소는 시장관리소의 관리 업무 중에서 중요한 업무이다. 시장관리소 인력 중에서 이러한 업무를 담당하는 사람이 바로 자전거보관원이다. 생활필수품 구매를 위한 운반수단인 자전거, 오토바이를 자전거보관소에 맡기는 주민들과 상인들의 수는 하루에 수백 명(평안남도의 종합시장의 경우)이 넘는 것으로 알려져 있다.

■ 시장상품보관 및 경비원

경비원은 시장관리소 전체 시설을 경비하거나, 시장관리소 내의 상품 및 짐 보관 창고를 경비하는 역할을 하고 있다.

I
II
III
IV
V
VI

■ 시장관리소 직원의 노임

시장관리소 직원들의 노임은 시장의 위치와 상황에 따라 다를 수 있겠지만, 평안남도의 경우, 평균적으로 월 백미 20kg과 10,000원 정도인 것으로 알려져 있다.²⁰⁾ 물론 이 정도의 노임은 명목상의 노임이며, 명목상 노임 외에 비공식적으로 벌어들이는 수입이 매대 상인들의 수 십 배라는 전언도 존재하고 있다.²¹⁾

(3) 시장관리소 인력 규모

북한의 시장을 크게 4개의 등급으로 나누어 시장관리소의 인력 규모를 추정하여 보았다. 1등급 시장은 모두 97개이며, 시장 당 평균 30명의 인력으로 추정되고 있으며, 2등급은 20개 시장에 평균 20명의 인력, 3등급의 경우, 39개 시장에 평균 15명의 인력, 마지막으로 4등급의 경우, 248개 시장에 평균 10명의 관리소 인력이 근무하는 것으로 설정하였다.

표 III-1 ▶ 북한시장등급별 인력규모

	1등급	2등급	3등급	4등급
분류 항목 상세	특대도매시장	도소재지 일반 도매시장	일반 도시시장	군단위시장
	전국 단위 유통망			
	도소재지	수위도시 대표시장	저위도시 대표시장	저위도시 소규모시장
해당 도시	평양시(직할시)	황해북도 사리원시	함경남도 단천시	평안북도 정주시
	함경남도 함흥시	평안남도 순천시	평안남도 개천시	자강도 희천시
	함경북도 청진시	황해남도 해주시	황해북도 개성시	함경남도 신포시
	강원도 원산시	나선시(특별시)	자강도 강계시	황해북도 송림시
	평안북도 신의주시	양강도 혜산시	평안남도 안주시	강원도 문천시
	평안남도 평성시		평안남도 덕천시	자강도 만포시
	남포시(특별시)		함경북도 김책시	군(145개)
		평안북도 구성시	지구(3개)	
		함경북도 회령시	구(2개)	
시장 개수	97개	20개	39개	248개
시장관리소 인력수 분포	1개 시장 당 25-35명 (평균 30명)	1개 시장 당 15-25명 (평균 20명)	1개 시장 당 10-15명 (평균 15명)	1개 시장 당 5-10명 (평균 10명)
합 계	2,910명	400명	585명	2,480명
전체 인력수	6,375명			

출처: 필자 작성

²⁰⁾ “北시장관리소에老간부 밀어낸 여성들이 판친다는데...,” 『DailyNK』, 2015.6.23., <<http://www.dailynk.com/korean/read.php?catald=nk04504&num=106357>>. (검색일: 2016.12.7.).

²¹⁾ ‘자전거를 무상 보관해주고 돈을 받거나 장세를 입금하지 않고 개인 주머니에 들어가는 돈이 월 몇 백 달러’라고 전언하고 있다. 위의 기사, 2015.6.23.

다. 매대, 자전거 보관소, 짐 보관소

북한의 공식시장 내에는 상인들이 자신의 상품을 진열하여 판매할 수 있도록 하는 매대가 있고, 상인들과 소비자들의 자전거를 보관하는 자전거 보관소, 그리고 상인들의 각종 상품과 다양한 짐을 보관하는 짐 보관소가 있다.

(1) 매대

공식 시장에서 상인들은 시장관리소에 '시장사용료'(장세)를 납부하고, 자기의 소득에 따라 책정되는 국가납부금을 납부하기만 하면 종합시장에서 합법적으로 장사할 수 있게 되어있다.

[내각지시 제24호]와 [내각결정 제27호]에 따르면, “시장에서 상품을 전문적으로 파는 국영기업소, 협동단체와 개별주민들은 시, 군 인민위원회 상업부서에 등록하고 등록증을 만든 다음 재정부서에 등록하여야 하며 시장사용료와 국가납부금을 내야 한다. 시장사용료는 매대 면적과 위치를 고려하여 정하고 시, 군 인민위원회 상업부서가 발급한 전표에 따라 매일 시장관리소가 받아들인다. 국가납부금은 소득 규모를 고려하여 소득의 일정한 비율로 월에 한 번씩 재정기관이 직접 받는다. 국영기업소, 협동단체, 개인들은 월마다 소득세를 시, 군 인민위원회 재정부에 신고하여야 한다.”²²⁾

(2) 자전거 보관소

‘자전거보관소’도 시장관리소의 시설 중에서 매우 중요한 시설이다. 자전거보관소가 징수하는 보관료는 장세만큼이나 중요한 집금 항목으로 알려져 있다. 자전거보관소의 업무는 시장관리소 내에 근무하는 자전거보관원이 담당하고 있다.

시장을 이용하는 일반 주민들의 운반수단이냐 상인들의 이동 및 운반 수단이 되는 자전거와 오토바이를 주로 보관해 주고 있다. 자전거보관소에 이동 및 운반수단을 맡기는 주민들과 상인들의 수는 평안남도의 경우, 하루에 수백 명이 넘는다고 한다.

평안남도의 종합시장에서 자전거와 오토바이의 시간당 보관비는 북한 돈으로 각각 300원, 600원 정도로 알려져 있다. 하지만 하루 10시간 이상 맡기는 매대 상인들이 많아 직원들이 출표(세금징세 티켓)를 착복해도 알기 어렵다는 전언이 존재한다.²³⁾

²²⁾ [내각 지시 제24호]와 [내각 결정 제27호], 2003.5.5.

²³⁾ “北시장관리소에老간부 밀어낸 여성들이 판친다는데...,” 『DailyNK』, 2015.6.23.

자전거보관소에 자전거나 오토바이를 맡기는 절차는 다음과 같다. 먼저, 시나 군의 인민위원회 도장이 찍힌 표를 자전거보관소 직원들에게 지급하고 직원들은 자전거를 맡기는 상인들과 주민들에게 시간이 적힌 표를 나누어 준다. 자전거를 찾아갈 때 표에 적힌 시간을 보고 시간당 계산하여 보관비를 징수하고 있다.

자전거보관소 인력은 매일 보관비용을 정산하여 인민위원회 상업과에 입금하는 것으로 알려져 있다. 북한이탈주민 인터뷰에 따르면, 시장관리소 자전거보관소에 자전거를 위탁하면 1회(3~4시간) 가격이 700~1,000원, 종일권은 1,500~2,000원, 개인위탁(불법)은 1회 700~1,500원으로 추정된다.

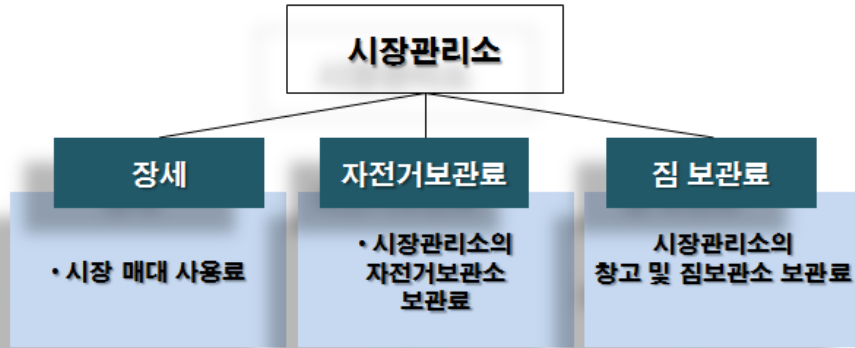
(3) 짐 보관소

시장관리소 내에는 상인들의 상품을 보관해 주는 짐 보관소가 운용되고 있다. 짐 보관소에 짐을 맡기는 위탁 가격은 상품의 크기나 부피, 가치에 따라 약간의 차이는 있으나, 기본적으로 월 평균 10만원의 보관비를 받는 것으로 알려져 있다. 반면, 시장 외부에 있는 개인 짐 보관료의 경우 짐 부피로 계산되는 비용과 짐의 가치로 계산되는 비용이 엄격하게 구분되어 다르게 적용되고 있고, 평균 5만원에서 10만원 사이의 보관료를 받는 것으로 알려져 있다.

2. 공식시장의 장세: 체계와 규모

북한 시장에서 '장세(場稅)'는 시장에 있는 '매대(賣臺)의 사용료'를 의미한다. 시장관리소를 통해 얻는 수익에는 장세 외에도 시장관리소 '자전거보관소'의 보관료가 있으며, 상품을 보관하는 창고의 '짐 보관료'가 있다. 시장관리소가 운용하는 '자전거보관소'의 보관료와 '짐 보관료'는 상당한 액수가 되는 것으로 알려져 있다.

그림 Ⅲ-4 시장관리소 수입체계



출처: 필자 작성

청진시의 경우, 특히 자전거 보관소에 자전거를 위탁하는 건수가 하루 최대 수천 대에 달하는 것으로 알려져 있다. 청진시에서 자전거 및 오토바이의 1일 보관료 또한 1일 장세와 맞먹을 정도의 수입이 발생하는 것으로 알려져 있어, 자전거 보관소를 통해서 징금되는 돈이 상당한 액수라는 것을 알 수 있다.

자전거 보관소를 통해 징금되는 돈이 많음에도 불구하고, 여기서는 매대의 사용료, 즉 ‘장세’만을 다루고자 한다. 청진을 제외하면, 대부분의 지역에서 ‘자전거보관소’와 ‘짐보관소’의 단위면적, 자전거 위탁 건수와 짐 보관 위탁 건수 등을 추정할 수 없기 때문에 상당한 액수의 수입이 발생함에도 불구하고, 상대적으로 추정 가능한 ‘장세’에 집중해서 정리하고자 하는 것이다.

가. 장세 징수 체계

[내각지시 제24호]에 따르면 장세의 징수 기준은 다음과 같다. “상업성, 재정성, 도인민위원회와 해당 기관들은 시장사용료를 매대 면적과 위치를 고려하여 정하고 매일 시장관리소가 받아들이”는 것으로 하였다. 시장사용료는 시, 군 인민위원회 상업부서가 발급한 전표를 통해서 징금하도록 하였다.

현재 시장관리소를 통해서 징수되는 장세는 매일 인민위원회 산하 재정(관리)국을 통해 해당 지역의 시 재정으로 활용, 상부기관인 도인민위원회에 보고된다. 헤산시의 경우, 시장을 통해 거둬들인 장세는 당일 재정국에 신고 및 귀속되며, 이 과정에서 운반은 무장한 시장담당 보안원이 맡는 것으로 북한이탈주민 인터뷰를 통해서 확인되고 있다.

- I
- II
- III
- IV
- V
- VI

한편 청진의 대표적인 시장인 수남시장의 경우, 현대식 시장 관리방법을 도입하여 안정적인 장세의 집금을 보장하려고 노력하고 있다고 한다. 수남시장의 경우, 다른 시장에서는 '시장 매대 전표'로 관리하는 것과는 대조적으로 카드 단말기를 사용하여 장세를 징수하고 있는 것으로 알려져 있다.

나. 품목별 장세와 액수

북한 시장에서 장세의 액수는 품목마다 다른 것으로 확인되고 있다. 장세는 공산품과 가전제품이 가장 비싼 것으로 알려져 있다. 공산품과 가전제품을 진열한 매대가 클 뿐만 아니라, 고가의 제품을 판매할 경우 많은 이익이 남기 때문에 장세가 가장 비싸다고 한다.

“북한 시장에서의 장세는 상품의 종류나 매대의 크기에 따라 500원, 1,000원, 1,500원으로 나누고, 길거리에 앉아 장사를 하는 장사꾼들은 자리크기보다 상품 종류에 따라 장세를 내고 있”는 것으로 보인다.²⁴⁾

가령, 음식 매대와 생선 매대의 경우, 보통 너비 1.5m 정도의 매대를 이용하는데, 이 경우 장세는 500원 정도이다. 공업품과 가전제품 매대의 경우, 보통 너비 2.5m 정도의 매대를 이용하며, 장세는 1,500원 정도이다. 그리고 생필품, 쌀, 담배 등 매대의 경우, 음식 매대와 공업품 매대의 중간 크기로 장세는 1,000원 정도인 것으로 나타났다.

한편, 공식시장 내의 매대 상인이 아닌 시장 울타리 밖에서 장사하는 길거리 장사꾼들에게서도 장세를 징수하는 것으로 나타났다. “해당 시장관리소에서는 시장 안에 위치한 상인들의 장세보다 밖에서 매대 없이 판매하고 있는 장사꾼들에 대한 장세도 집요하게 받아내고 있”으며, “길거리 장사꾼들의 경우, 채소 매대는 500원, 공업품 매대는 1,000원의 장세를 딱지(명찰)를 확인해 가면서 받아낸다”고 한다.²⁵⁾

시장관리소가 상인들에게 징수하는 장세의 징수 횟수도 시장의 '안'과 '밖'에 따라서 차이가 나고 있다. '시장 내 매대'의 경우, 대체로 대부분의 지역에서 하루에 한 번씩 돌면서 장세를 징수하는 것으로 알려져 있지만, '시장 밖 매대'의 경우, 오전에 한 번, 오후에 한 번 하루 두 번 정도 돌면서 장세를 징수하는 것으로 나타났다. 이는 시장관리소 관리원들이 시장의 고정매대 상인들에게는 아무 때나 장세를 징수할 수 있지만, 시장 밖에서 자리없이 이동하는 상인들의 왕래는 정확하게 파악하는 것이 어려워 수시로 확인해서 장세를 징수하기 때문이다.

²⁴⁾ “北장세, 매대크기·상품에 따라 차등… 공산품 매대 1,500원.” 『DailyNK』, 2015.10.6., <<http://www.dailynk.com/korean/read.php?num=107043&catId=nk04504>>. (검색일: 2016.12.5.).

²⁵⁾ 위의 기사, 2015.10.6.

3. 장세 추정치

여기서는 공식시장(종합시장)으로 확인된 404개 시장에서 체계적으로 당국으로 징수 및 집금 되는 장세를 추정하려고 한다. 장세를 본격적으로 추정하기에 앞서, 본 조사에서 북한의 장세를 어떤 방식으로 추정 및 계산하였는지를 설명하는 것이 순서일 것이다.

시장이 위치한 지역, 시장의 도·소매 여부, 시장의 규모, 시장의 주 판매 상품 등에 따라서 장세는 다르다. 이 모든 항목들을 현실적으로 확인하여 장세를 계산하는 것은 불가능하다. 따라서 이 모든 항목들을 평균적으로 계산할 수 있는 방법을 고민하는 것은 대단히 중요하다.

북한 전역의 시장을 정확하게 확인하여 장세를 계산하는 것이 불가능한 상황에서 장세의 규모는 장세의 계산 방식에 따라 다르게 나타날 수 있다. 그러므로 장세를 계산하는 방식은 대단히 신중하게 해야만 한다.

가. 장세의 계산 방법

본 연구에서는 다음과 같은 방식으로 장세를 계산하기로 하였다. 계산 방식은 대체로 북한이탈 주민 인터뷰를 통해서 확인된 경험적 사실을 근거로 시장들을 등급화하여 추정하는 방식을 택했다.

- (1) 첫째, 도시의 등급을 <표 III-2>와 같이 4등급으로 분류하였다. 1등급에는 특대 규모의 도매시장, 전국 단위 유통망, 도 소재지에 위치한 시장을 포함시켰다. 2등급에는 도 소재지의 일반 도매시장, 수위도시의 대표시장을 포함시켰다. 3등급에는 일반 도시에 위치한 시장과 저위도시의 대표시장을 포함시켰다. 그리고 4등급에는 군단위의 시장들과 저위도시 소규모시장을 포함시켰다.

I

II

III

IV

V

VI

표 III-2 ▶ 북한시장등급별 분류

	1등급	2등급	3등급	4등급
분류 항목 상세	특대도매시장	도소재지 일반 도매시장	일반 도시시장	군단위시장
	전국 단위 유통망 도소재지			
단위 매대 길이 (면적)	60cm (1.4㎡)	70cm (1.75㎡)	70cm (1.75㎡)	80cm (1.9㎡)
해당 도시	평양시	황해북도 사리원시	함경남도 단천시	평안북도 정주시
	함경남도 함흥시	평안남도 순천시	평안남도 개천시	자강도 희천시
	함경북도 청진시	황해남도 해주시	황해북도 개성시	함경남도 신포시
	강원도 원산시	함경북도 라선시	자강도 강계시	황해북도 송림시
	평안북도 신의주시	양강도 혜산시	평안남도 안주시	강원도 문천시
	평안남도 평성시		평안남도 덕천시	자강도 만포시
	평안남도 남포시		함경북도 김책시	군 및 지구
			평안북도 구성시	
	함경북도 회령시			
개수	7	5	9	6

출처: 필자 작성

(2) 둘째, 4등급으로 분류된 도시 등급에 따라 단위 매대 길이를 달리하여 결정하였다. 매대는 60cm, 70cm, 80cm로, 면적은 1.4㎡, 1.75㎡, 1.9㎡로 분류하였다. 분류의 내용은 다음과 같다.

- 1등급 도시 시장 매대의 평균 길이는 60cm, 면적 1.4㎡으로 결정
- 2등급 도시 시장 매대의 평균 길이는 70cm, 면적 1.75㎡으로 결정
- 3등급 도시 시장 매대의 평균 길이는 70cm, 면적 1.75㎡으로 결정
- 4등급 도시 시장 매대의 평균 길이는 80cm, 면적 1.9㎡으로 결정

(3) 셋째, 각 시장의 매대수를 추산하기 위해 먼저 구글 어스(Google Earth)에서 해당 시장의 위치를 확인하고, 해당 시장의 전체 면적을 측정하였다. 다음으로, 전체 면적을 해당 도시의 등급에 따른 단위 매대 면적으로 나누어서 해당 시장의 전체 매대수를 측정하였다.

- 측정된 시장 면적 ÷ 해당 도시의 등급에 따른 단위 매대 면적 = 매대수

(4) 넷째, 기준 장세를 추산·설정하는 것도 중요했다. 북한 전역의 모든 시장들의 장세를 확인하는 것이 불가능하기 때문에 특정한 기준을 설정하고 ‘기준 장세’를 결정하여 계산한다. 먼저, 각 시장의 장세 총액을 계산하기 위해서 ‘기준 장세’를 결정하였다. 기준 장세는 ‘도시’와 ‘군’을 구분해서 계산하였다.

- 시 지역의 장세는 최대 2,500원, 최소 2,000원으로 추정하여 계산
- 군 지역의 장세는 최대 700원, 최소 500원으로 추정하여 계산²⁶⁾

(5) 다섯째, 각 시장의 장세 총액을 계산하였다. 해당 시장의 매대수에 해당 시장의 기준 장세를 곱하여서 해당 시장의 장세 총액을 계산하였다.

- 해당 시장의 총 매대수 × 해당 시장의 기준 장세 = 해당 시장의 장세 총액

해당 시장의 장세 총액은 모두 4가지의 결과를 갖게 된다.

- ① 해당 시장의 매대수 × 기준 장세(2,500원 & 500원) = 해당 시장의 장세 총액
- ② 해당 시장의 매대수 × 기준 장세(2,500원 & 700원) = 해당 시장의 장세 총액
- ③ 해당 시장의 매대수 × 기준 장세(2,000원 & 500원) = 해당 시장의 장세 총액
- ④ 해당 시장의 매대수 × 기준 장세(2,000원 & 700원) = 해당 시장의 장세 총액

이 때, 4가지 장세 총액 중에서 2의 장세 총액이 최대치 장세 총액이 되며, 3의 장세 총액이 최저치 장세 총액이 된다.

(6) 여섯째, 각 시, 군 지역의 장세 총액은 해당 지역에 소재한 시장의 장세 총액을 합한 것으로 추정했다.

(7) 일곱째, 각 도의 장세 총액은 도 내에 있는 시, 군의 장세 총액을 합한 것으로 추정했다.

(8) 여덟째, 북한 전체의 1일 장세는 각 도의 장세 총액을 합한 것으로 추정했다.

²⁶⁾ 북한 전역에서 2014년을 기준으로 장세가 급등했다. 따라서 그러한 현실적 상황을 반영하여 2000원과 2500원 수준으로 기준 장세를 결정했다.

I
II
III
IV
V
VI

나. 북한의 1일 장세 총액

위에서 소개한 장세 계산 방법으로 장세를 계산한 결과, 다음과 같은 장세 추정치를 얻을 수 있었다.

〈북한원 기준〉

- 1일 장세, 최대 1,847,615,990원(18억 4761만 5990원)
 - 1일 장세, 최소 1,448,558,006원(14억 4855만 8006원)
- ※ 최대치의 1개월 장세: 48,038,015,740원(480억 3801만 5740원)²⁷⁾
※ 최대치의 1년 장세: 576,456,188,880원(5764억 5618만 8880원)

〈시장환율(1\$=8,300원) 기준〉

- 1일 장세, 최대 222,604 \$ (22만 2604 달러)
 - 1일 장세, 최소 174,525 \$ (17만 4525 달러)
- ※ 최대치의 1개월 장세: 5,787,704 \$ (578만 7704 달러)
※ 최대치의 1년 장세: 69,452,448 \$ (6945만 2448 달러)

다. 도별 1일 장세

북한의 각 도별로 장세 총액이 가장 많은 지역은 평양시였다. 평양시의 장세 규모는 다음과 같다.

- [북한원] 1일 장세, 최대 3억 2469 2708원 - 최소 2억 5874만 4587원
- [공식환율] 1일 장세, 최대 295만 1752\$ - 최소 235만 2224\$
- [시장환율] 1일 장세, 최대 3만 9120\$ - 최소 3만 1174\$

반면, 북한에서 장세 총액이 가장 적은 도는 양강도였다. 양강도의 장세 규모는 다음과 같다.

- [북한원] 1일 장세, 최대 2463만 1592원 - 최소 1901만 1592원
- [공식환율] 1일 장세, 최대 22만 3956\$ - 최소 17만 3651\$
- [시장환율] 1일 장세, 최대 2968\$ - 최소 2301\$

각 도별로 1일 장세 추정치(단위: 북한원)는 〈표 III-3〉과 같았다.

²⁷⁾ 1개월 장세 추정치를 계산할 때, 1일 장세 × 26으로 계산함. 일주일에 한 번 시장이 휴장하기 때문으로 이하도 동일하게 계산함.

표 III-3 ▶ 각 도별 1일 장세 추정치

(단위: 북한 원)

도별	2,500원(시) 500원(군)	2,500원(시) 700원(군)	2,000원(시) 500원(군)	2,000원(시) 700원(군)
평안북도	131,864,474	148,142,053	113,630,368	129,907,947
평안남도	204,123,144	217,432,827	169,953,360	183,263,043
남포시	155,017,576	157,023,891	125,017,220	127,023,535
황해북도	127,343,383	138,113,701	107,259,864	118,030,182
황해남도	102,651,713	121,878,685	91,734,856	110,961,828
함경북도	289,384,153	298,711,098	236,170,796	245,497,741
함경남도	244,008,664	257,110,562	201,757,880	214,859,778
자강도	54,134,849	57,448,220	44,964,565	48,277,936
양강도	22,613,306	24,635,202	19,101,592	21,123,488
강원도	96,697,989	102,427,043	80,222,918	85,951,972
평양시	321,327,444	324,692,708	258,744,587	262,109,851
합계	1,749,166,695	1,847,615,990	1,448,558,006	1,547,007,301

출처: 필자 작성

북한의 공식환율(1\$=110원)에 기초해 달러로 환산한 도별 1일 장세 추정치(단위: \$)는 <표 III-4>와 같았다.

표 III-4 ▶ 북한의 공식환율에 기반 한 각 도별 1일 장세 추정치

(단위: \$)

도별	2,500원(시) 500원(군)	2,500원(시) 700원(군)	2,000원(시) 500원(군)	2,000원(시) 700원(군)
평안북도	1,198,768	1,346,746	1,033,003	1,180,981
평안남도	1,855,665	1,976,662	1,545,031	1,666,028
남포시	1,409,251	1,427,490	1,136,520	1,154,759
황해북도	1,157,667	1,255,579	975,090	1,073,002
황해남도	933,197	1,107,988	833,953	1,008,744
함경북도	2,630,765	2,715,555	2,147,007	2,231,798
함경남도	2,218,261	2,337,369	1,834,163	1,953,271
자강도	492,135	522,257	408,769	438,890
양강도	205,576	223,956	173,651	192,032
강원도	879,073	931,155	729,299	781,382
평양시	2,921,159	2,951,752	2,352,224	2,382,817
합계	15,901,515	16,796,509	13,168,709	14,063,703

출처: 필자 작성

I
II
III
IV
V
VI

북한의 시장환율(1\$=8,300원)에 기초해 달러로 환산한 도별 1일 장세 추정치(단위: \$)는 <표 III-5>와 같았다.

표 III-5 북한의 시장환율에 기반 한 각 도별 1일 장세 추정치

(단위: \$)

도별	2,500원(시) 500원(군)	2,500원(시) 700원(군)	2,000원(시) 500원(군)	2,000원(시) 700원(군)
평안북도	15,887	17,848	13,690	15,652
평안남도	24,593	26,197	20,476	22,080
남포시	18,677	18,919	15,062	15,304
황해북도	15,343	16,640	12,923	14,221
황해남도	12,368	14,684	11,052	13,369
함경북도	34,866	35,989	28,454	29,578
함경남도	29,399	30,977	24,308	25,887
자강도	6,522	6,922	5,417	5,817
양강도	2,725	2,968	2,301	2,545
강원도	11,650	12,341	9,665	10,356
평양시	38,714	39,120	31,174	31,580
합계	210,743	222,604	174,525	186,386

출처: 필자 작성

4. 북한의 시장관리체제와 장세 연구의 함의

첫째, 본 연구는 시와 군, 도시와 농촌을 망라하여 북한 전역에서 하나의 대세(大勢)로서 운용되고 있는 시장의 관리에 대한 광범위한 연구이며, 이 시장들에서 조직적이고 국가적으로 징수되는 장세에 대해 ‘체계적’·‘전국적’으로 접근하고자 한 연구이다.

특히 북한에서 장세는 국가적인 차원에서 공적 권력의 힘을 빌려 센서스 형식으로 조사하지 않는 한 추정하여 파악하기 불가능한 영역이라고 할 수 있다. 본 연구는 현실적으로 얻기 불가능한 북한 장세 액수를 다양한 추상의 방법을 조합하여 추정하려고 하였다. 따라서 확실성과 정밀성에서 다소 결정적인 결함도 존재할 수 있다는 우려도 항상 동반되고 있음을 전제하고자 한다.

둘째, 북한에서 ‘시장경제적’인 성격을 가지고 있는 영역들은 매우 광범위하며 확산적인 경향성을 보인다. 매대 사용료 혹은 시장 사용료를 의미하는 장세는 북한의 이러한 광범위한 시장경제적 영역 중의 일부라고 할 수 있다.

따라서, 장세 규모의 문제(즉, 총 액수의 규모가 크다작다의 문제) 그 자체는 북한의 시장경제 영역의 존재와 부재, 혹은 시장경제 ‘화’(化)의 가역성과 비(非)가역성을 판단하는 결정적인 요소라고는 할 수 없다.

셋째, ‘장세’에 대한 다양한 접근과 다양한 평가에도 불구하고, 북한에서 장세는 북한 시장경제의 실패를 역할을 함으로써 ‘관’(官)의 부문과 ‘사회’ 부문, 그리고 ‘주민’을 연결하고 조직화하고 있는 매우 기능적인 존재라고 판단할 수 있다.

넷째, 장세와 함께 고려해야 할 것은, 비록 본 연구에서 본격적으로 다루지는 않았지만 ‘자전거 보관료’와 ‘짐 보관료’ 등 시장관리소가 징수하는 여타의 세금들도 적지 않은 규모로 장세와 함께 가동되고 있다는 것이다.

장세 + 자전거보관료 + 짐 보관료 + 국가납부금(판매자들로부터 징수)의 규모는 적어도 해당 지역의 재정을 넘어서 북한 사회 전체의 주민생활에 상당한 기여를 할 정도로 충분히 큰 액수라는 것은 부정할 수 없을 것이다.

다섯째, 본 연구는 본 연구가 가진 결함과 단점을 극복하고 새로운 장세 연구의 지평을 열고 나올 차기 연구에 어떤 형식으로라도 기여할 수 있을 것이라는 기대를 가지고 있으며, 그러한 기대는 본 연구의 원동력이 되었다.

I
II
III
IV
V
VI

IV. 시장의 변화와 추이 : 외형과 입지

정은이(한국수출입은행)



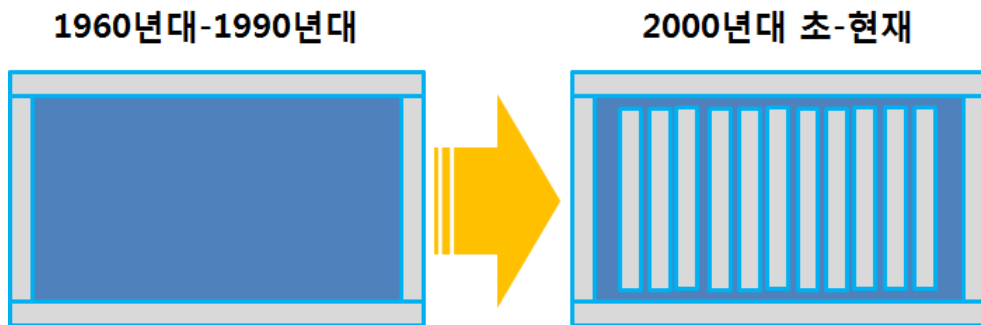
1. 시장의 외형적 변화와 발전과정(1990년 이후~현재까지)

구글 어스(Google Earth)에 입각하여 분석한 결과, 북한에서 시장은 1990년대 고난의 행군 이후 다음과 같이 4단계를 거쳐 외형적으로 진화·발전하였다.

첫 번째 단계는 1994년부터 1997년까지의(1단계) 시기이다. 이 시기는 김일성 사후 경제혼란기로 시장은 공터가 있고, 안은 매대(줄)만 조금씩 형성되어 있을 뿐인 이른 바 농민시장의 형태이다(〈그림 IV-1〉 참조).

두 번째 단계는 1998년부터 2002년까지의(2단계) 시기이다. 이 시기는 고난의 행군 시기 전국 각지에서 무질서하게 흩어져 산발적으로 형성된 시장을 한 곳으로 모아 관리하고자 하였다. 즉 장마당의 공설(公設)시장화 시기이다. 따라서 일정 설비를 갖추고 관리소를 만들어 장세를 거두기 시작하였으며, 설비는 담 벽과 정문을 설치하여 종합시장의 경계를 만들고 시장 안에는 매탁 및 매대를 만들었다(〈그림 IV-1〉 참조). 그러나 시장의 지붕, 매탁 등 설비의 자재는 상대적으로 견고하지 못하였다. 즉 1990년대 이전까지만 하더라도 시장은 도심의 외곽지역인 리 단위에서 생산된 개인 농산물들이 농민시장을 통해 판매되는 정도에 머물렀으나, 1990년대 초부터 도심지역의 불법장마당이 확산됨에 따라 시장의 중앙부에 매대를 설치하고, 불법상인들을 시장으로 유도하여 관리하고자 하였다. 동시에 1990년대 중반에는 이미 넘쳐나는 상인수요를 현 시장의 규모가 감당하기 어려운 수준에 도달함에 따라 시장의 범위가 주변 골목으로 점차 확장하는 형태로 변화하였다. 즉 1990년대 후반부에 들어서면서 급증하는 시장수요와 암시장의 확산을 경계하기 위해 새로운 공간을 시장으로 규정하거나 기존의 시장을 주변으로 확대하는 형태로 대대적인 규모의 변화과정을 거치게 되었다.

그림 IV-1 ▶ 농민시장의 변화



출처: 필자 작성

I
II
III
IV
V
VI

세 번째 단계는 2003년부터 2006까지(3단계)의 시기이다. 이 시기는 1998년 ‘공설시장화’ 이후 2003년에 한 단계 더 심화된 ‘종합시장’ 정책을 내놓았다. 이때 주목할 변화는 각 지붕의 면적이 더 넓어지고 이어져 눈과 비를 피하는 데 유리해 졌으며 편의시설도 대폭 늘어났다는 것이다(〈그림 IV-2〉 참조). 즉 도심지역의 변화는 증축과 신축, 또는 새로운 넓은 공간으로의 이전 등으로 구분할 수 있다. 증축의 경우 시장 주변의 확장 가능한 부지가 있을 때, 신축의 경우 암시장의 수요를 공적영역으로 끌어내기 위해 암시장의 대대적인 단속과 동시에 신축 공간으로의 유도를 통해 통제 및 관리하는 형태이다. 마지막으로 기존 시장의 지리적 접근성의 한계로 시장 이용이 저조할 때 이전을 통해 해결하는 구조로 변화하였다. 이러한 도심지역의 시장 변화는 시장의 수요를 충족하기 위한 움직임으로 증축, 신축, 이전이라는 형태로 나타났으며, 대체로 2000년대 초부터 급속도로 확산되었다. 특히 시장의 건물구조는 기존의 전통적 방식의 시장을 현대식으로 개축하거나 기존의 전통적 구조의 시장은 그대로 유지하면서 새로운 형태의 현대식 구조물이 추가 확대되었다.

네 번째 단계는 2007년부터 현재까지(3.5~4단계)의 시기이다. 이 시기는 2003년의 ‘종합시장’ 개혁에 이어 2007년 ‘시장의 상점화’ 방안을 내놓았다. 여기서 주목할 점은 상점화이다. 상점화는 사진이나 구글 어스 위성자료에 의하면 중국과 같이 사방이 다 막힌 건물형태로 마트형태의 건물을 의미한다. 따라서 상점이 폐장 시간에 문을 잠그면 상점 자체의 건물 전체가 짐 보관소의 역할을 하여 상인들이 무거운 짐을 다시 들고 나가는 고충을 겪지 않아도 된다. 구조는 현대식 구조로, 이는 2003년 종합시장 개혁, 2004년 이후 부터 나타나는 현상으로, 시장의 구조가 하나의 큰 건물을 이루는 형태로 나타났다. 대표적인 지역으로는 평양, 청진, 송림, 평성, 원산, 나선, 함흥, 신의주, 남포 등 대표적인 큰 도시들이다(3.5단계). 새로운 형태의 대표적인 현대식 시장구조로는 커다란 반원통형 지붕이 3개가 합쳐져 하나의 건물을 이루고 있는 통일거리시장, 1개의 커다란 반원통형 지붕 시장 전체를 덮고 있는 중구시장, 아파트 단지들 사이에 종류별로 나누어 평지붕을 올린 하신시장 등이 있었다(4단계).

그림 IV-2 확장형 구조



출처: 조사에 의해 필자 작성

그림 IV-3 혼합형 구조



출처: 조사에 의해 필자 작성

그림 IV-4 단지형 밀집구조



출처: 조사에 의해 필자 작성

I
II
III
IV
V
VI

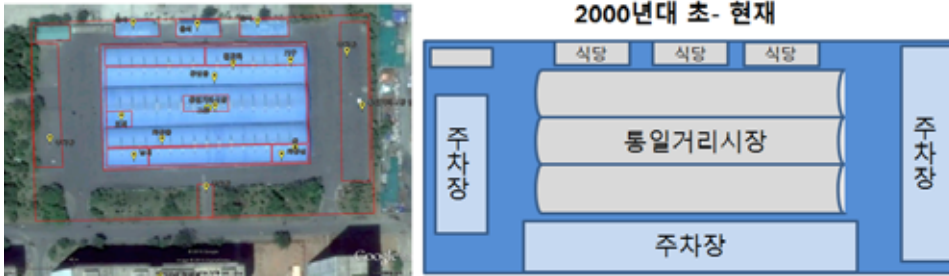
이를 정리하면 아래 <표 IV-1>과 같다.

표 IV-1 1990년 이후 북한 공설시장의 외형적 발달 양상

시기		1994~1997	1998~2002	2003~2006	2007~현재
수준		1단계	2단계	3단계	4단계
시장정책		혼란	공설시장	종합시장	상점화
발달양상		농민시장형	재래시장형	건물형	상점(매점)형
외부구조	울타리		●(토담)	●(콘크리트)	●(콘크리트)
	지붕		●(나무판자)	●(슬래브)	●(슬래브)
	출입문		●	●	●
	문양				●
내부구조	매매시설	매탁		●	●
		매대	●	●	●
		매장		●	●
		매점			●
	편의시설	자전거보관소		●	●
		화장실			●
		안내도			●
		식당			●
		짐보관			●
		관리시설	관리소		●
보안소		●	●		
세금	장세		●	●	
	자릿세			●	

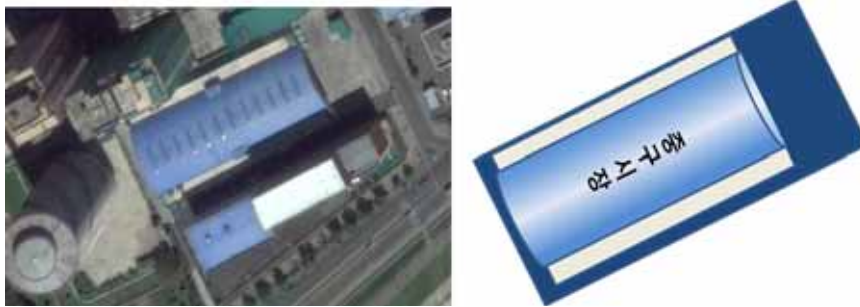
출처: 필자 작성

그림 IV-5 ▶ 반원통형 지붕구조(1)



출처: 조사에 의해 필자 작성

그림 IV-6 ▶ 반원통형 지붕구조(2)



출처: 조사에 의해 필자 작성

2. 평양시장의 진화와 발전

상기 분석법에 의거하여 평양시장의 발전 형태를 구분하면, 크게 두 가지 형태로 구분할 수 있다. 즉 1단계에서 4단계까지 모든 과정을 거치면서 점진적으로 발전한 시장이 있는가 하면 처음부터 4단계 건물형태로 등장한 시장들이 있었다. 이는 다음과 같다.

가. 점진적·진화적 발전: 지붕에서 건물형태로

대표적으로 낙랑구역의 낙랑시장은 <그림 IV-7>, <그림 IV-8>, <그림 IV-9>에서 보듯이 오랜 시간에 걸쳐 점진적으로 발달하였다. 2000년대만 해도 농민시장의 형태에서 2단계 공설시장의 형태로 희미하게 변화하고 있었다. 그러다 2016년 사진을 보면 지붕이 하나로 연결되어 거의 건물 형태에 가까운 발전 단계에 진입해 있다.

I
II
III
IV
V
VI

그림 IV-7 ▶ 낙랑구역 낙랑시장(2000. 6. 13.)



출처: 구글 어스(Google Earth)

그림 IV-8 ▶ 낙랑구역 낙랑시장(2004. 6. 5.)



출처: 구글 어스(Google Earth)

그림 IV-9 ▶ 낙랑구역 낙랑시장(2016. 5. 11.)



출처: 구글 어스(Google Earth)

다음 대성구역의 능라2동시장을 보면 <그림 IV-10>과 같이 2000년에는 어떤 설비도 존재하지 않았다. 빈 공터만 존재하였다. 그러나 <그림 IV-11>과 같이 2003년에 들어 농민시장의 형태와 같이 형태가 나타나기 시작했으며 <그림 IV-12>에서는 이미 3단계의 시장형태가 보이기 시작했다. 2014년도 최근의 사진을 보면 <그림 IV-13>과 같이 양 갈래로 나누어져 있던 지붕이 한 개로 이어져 매우 입체적인 형태로 시장 건물이 변화하여 마지막 시장발전 단계인 4단계에 거의 진입한 형태이다.

I
II
III
IV
V
VI

그림 IV-10 ▶ 대성구역 능라2동시장(2000. 6. 13.)



출처: 구글 어스(Google Earth)

그림 IV-11 ▶ 대성구역 능라2동시장(2003. 12. 26.)



출처: 구글 어스(Google Earth)

그림 IV-12 ▶ 대성구역 능라2동시장(2006. 12. 26.)



출처: 구글 어스(Google Earth)

그림 IV-13 ▶ 대성구역 능라2동시장(2014. 4. 14.)



출처: 구글 어스(Google Earth)

I
II
III
IV
V
VI

그림 IV-14 ▶ 대성구역 시장관리소2동시장(2015. 8. 7.)



출처: 구글 어스(Google Earth)

한편 대성구역의 용흥시장의 경우, <그림 IV-15>와 같이 2000년도에는 어떠한 형태도 존재하지 않고 터만 존재하였다. 그러나 동대원시장은 <그림 IV-16>과 같이 3단계에서 출발하여 바로 <그림 IV-17>과 같이 건물형태로 변화하였다.

그림 IV-15 ▶ 대성구역 용흥시장(2000. 11. 6.)



출처: 구글 어스(Google Earth)

그림 IV-16 ▶ 대성구역 용흥시장(2004. 6. 5.)



출처: 구글 어스(Google Earth)

그림 IV-17 ▶ 대성구역 용흥시장(2011. 9. 23.)



출처: 구글 어스(Google Earth)

I
II
III
IV
V
VI

나. 급진적 발전: 건물형태

한편 낙랑구역의 통일거리시장은 상기 서술한 시장과 달리 매우 급진적인 형태로 발전하였다. 즉 <그림 IV-18>과 같이 2001년에는 빈 공터만 존재하였으나 3년 후인 2004년에는 <그림 IV-19>와 같이 시장발전단계의 4단계인 건물형태로 시장이 건설되었다.

그림 IV-18 ▶ 낙랑구역 통일거리시장(2001. 5. 11.)



출처: 구글 어스(Google Earth)

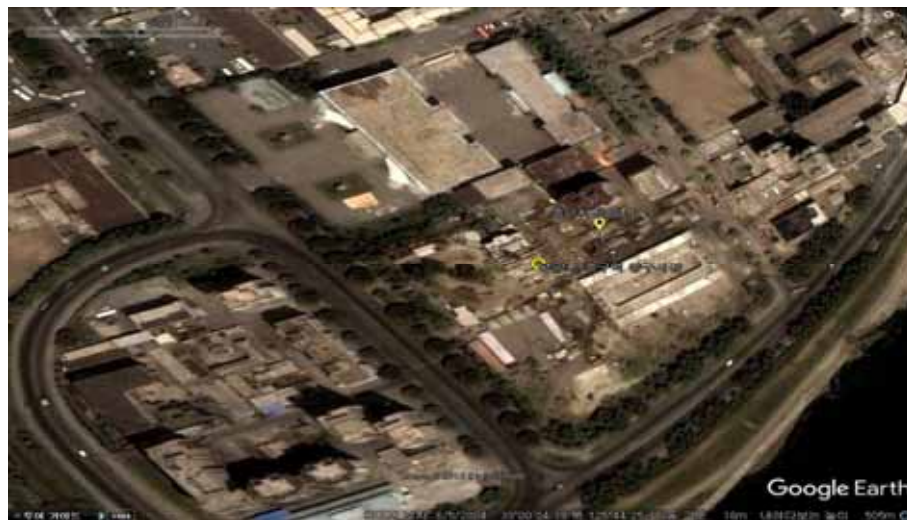
그림 IV-19 ▶ 낙랑구역 통일거리시장(2004. 6. 5.)



출처: 구글 어스(Google Earth)

현재 중구역의 중구시장 또한 통일거리시장과 같이 빈 공터에서 바로 시장발전 4단계인 건물형태로 들어섰다. <그림 IV-20>과 같이 2004년 6월 5일 구글 어스 위성사진 상 빈 공터였으나 <그림 IV-21>과 같이 2005년 4월 7일 구글 어스 위성사진에 건물형태의 시장이 바로 들어선 것을 확인할 수 있다.

그림 IV-20 ▶ 중구역 중구시장(2004. 6. 5.)



출처: 구글 어스(Google Earth)

그림 IV-21 ▶ 중구역 중구시장(2005. 4. 7.)



출처: 구글 어스(Google Earth)

I
II
III
IV
V
VI

다. 북한 시장의 모델 (1) : 송신시장

위의 내용을 보면, 평양의 시장이 시기별로 각각 다르게 건축되었음을 알 수 있다. 즉 발전 단계가 시기별로 다르다. 뿐만 아니라 이는 평양의 시장이 같은 시기에 일제히 건축된 것이 아님을 뒷받침한다. 예를 들어 동대원시장이 입지한 동대원구역 문신동 적십자종합병원 근처의 자리에는 <그림 IV-22>와 같이 2000년도에 이미 시장이 들어서 있으나 <그림 IV-20>이나 <그림 IV-18>과 같이 중구시장이나 통일거리시장은 이 시기에 어떤 시장의 형태도 존재하지 않았다.

그림 IV-22 ▶ 동대원구역 문신1동시장(2000. 6. 13.)



출처: 구글 어스(Google Earth)

실제로 구글 어스(Google Earth) 위성 사진과 북한이탈주민 인터뷰 조사에 의하면 시장이 건설된 시기는 다음 <표 IV-2>와 같이 각기 구역별, 시장별로 달랐다.

이 자료에 입각하여 볼 때, 평양시의 시장들은 오히려 외곽에서 중심구역으로 확대되었다는 사실을 발견할 수 있다. 즉 종합시장 개혁이 실시된 2003년을 기준으로 볼 때, 평양의 중심구역에 입지한 시장들은 오히려 2003년 이후에 집중적으로 건설되었던 반면 평양의 주변에 입지한 시장들은 2003년 이전에 건설되었다. 다시 말해 평양의 중심구역에 입지한 시장들은 오히려 2003년 종합시장개혁이 나온 이후 뒤늦게 세워졌다.

표 IV-2 ▶ 평양 각 시장들의 건설시기 및 발전 단계

구역	시장명	첫 건설시기	변형-이전 시기	건물 형태
동평양	송신	2000.6 이전	2000.11/2003.12	×
	동대원	2000.6 이전	2000.11/2003.12/2004.6/2005.4	×
	대동강	2003.12	2004.6/2005.8	×
	선교	2000.6 이전	2000.11/2003.12/2006.12/2009.3	×
	역포	2000.6 이전	2000.11/2003.12	×
	낙랑	2000.6 이전	2001.5	×
	통일거리	2004.6	none	●
중부	평천1	2004.6	none	●
	평천2	2004.6	2010.1	●
	중구	2005.4	none	●
	보통강	2005.4		●
	모란봉	2004.6	none	×
	대성	2004.6	2011.9	●
	서성	2005.4	2014.9	●
서평양	만경대	2000.6 이전	2003.6/2004.6	×

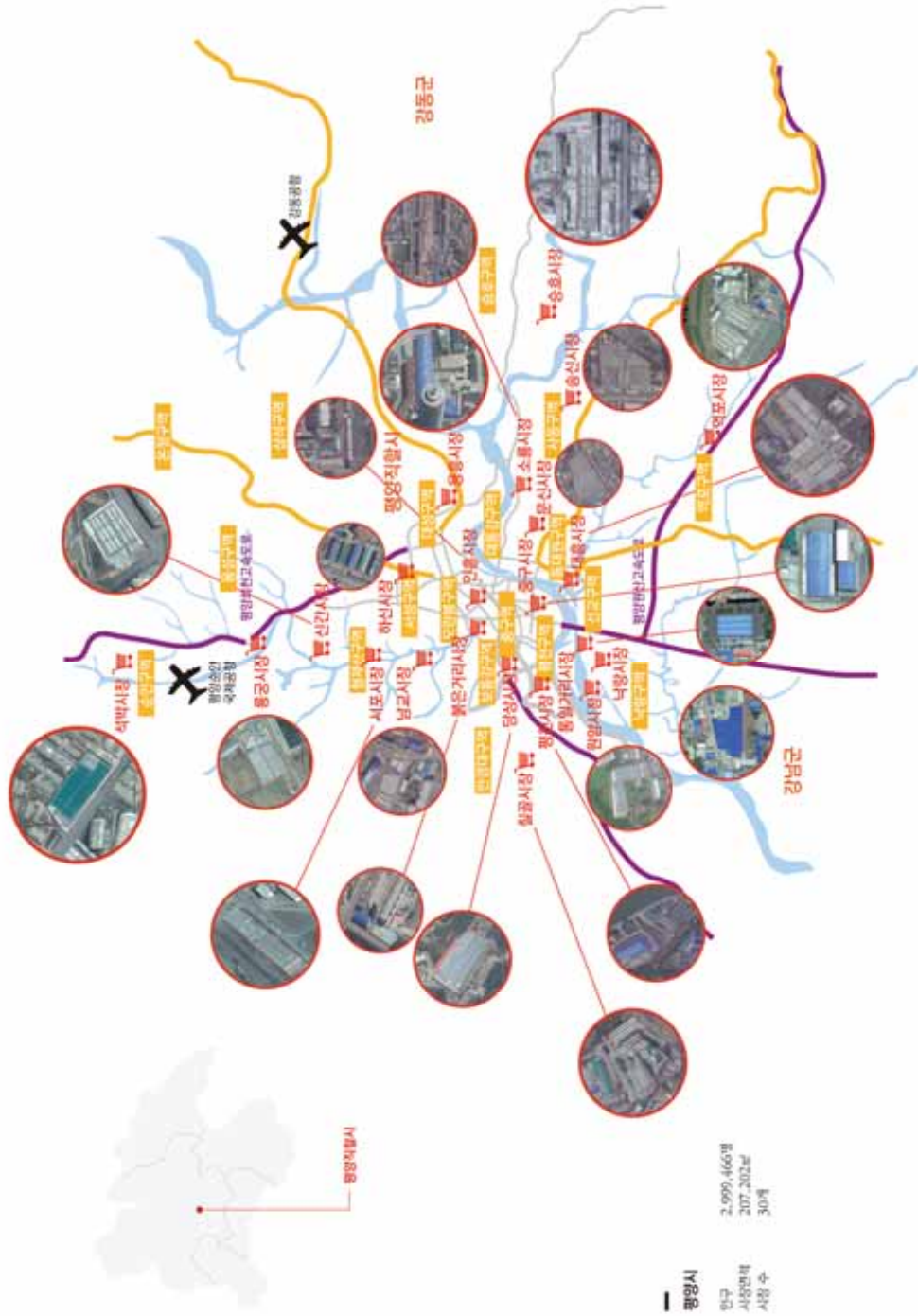
출처: 구글 어스(Google Earth) 참조, 필자 작성

특히 평양의 최초 공설시장은 송신시장이다. 송신시장은 사동구역에 입지한다. 그런데 동구역은 <그림 IV-23>과 같이 ‘동(東) 평양’에 있으며, 중심지와 멀리 떨어진 평양시 교외에 속한다. 따라서 사동구역에 입지한 송신시장은 농촌은 아니지만 중심지의 시장들과 상당히 멀리 떨어진 교외에 입지한 시장이라고 할 수 있다.

송신시장은 2000년도만 해도 <그림 IV-25>와 같이 농민시장의 형태에서 공설시장화의 단계로 넘어가는 정도였다. 그러나 2003년 <그림 IV-26>과 같이 큰 규모로 확장되었으며 설비도 크게 증가하였다. 송신시장은 주변부에 입지하지만 국가의 의도와는 상반되게 시간이 지남에 따라 ‘송신시장을 모르면 북한사람이 아니다’고 할 정도로 폭발적인 파급효과를 가지고 팽창했다. 즉 송신시장은 오늘날 북한시장의 성공모델이 되어 평양뿐 아니라 북한전역으로까지 시장을 확대시키는 기원과 동력이 되었다.

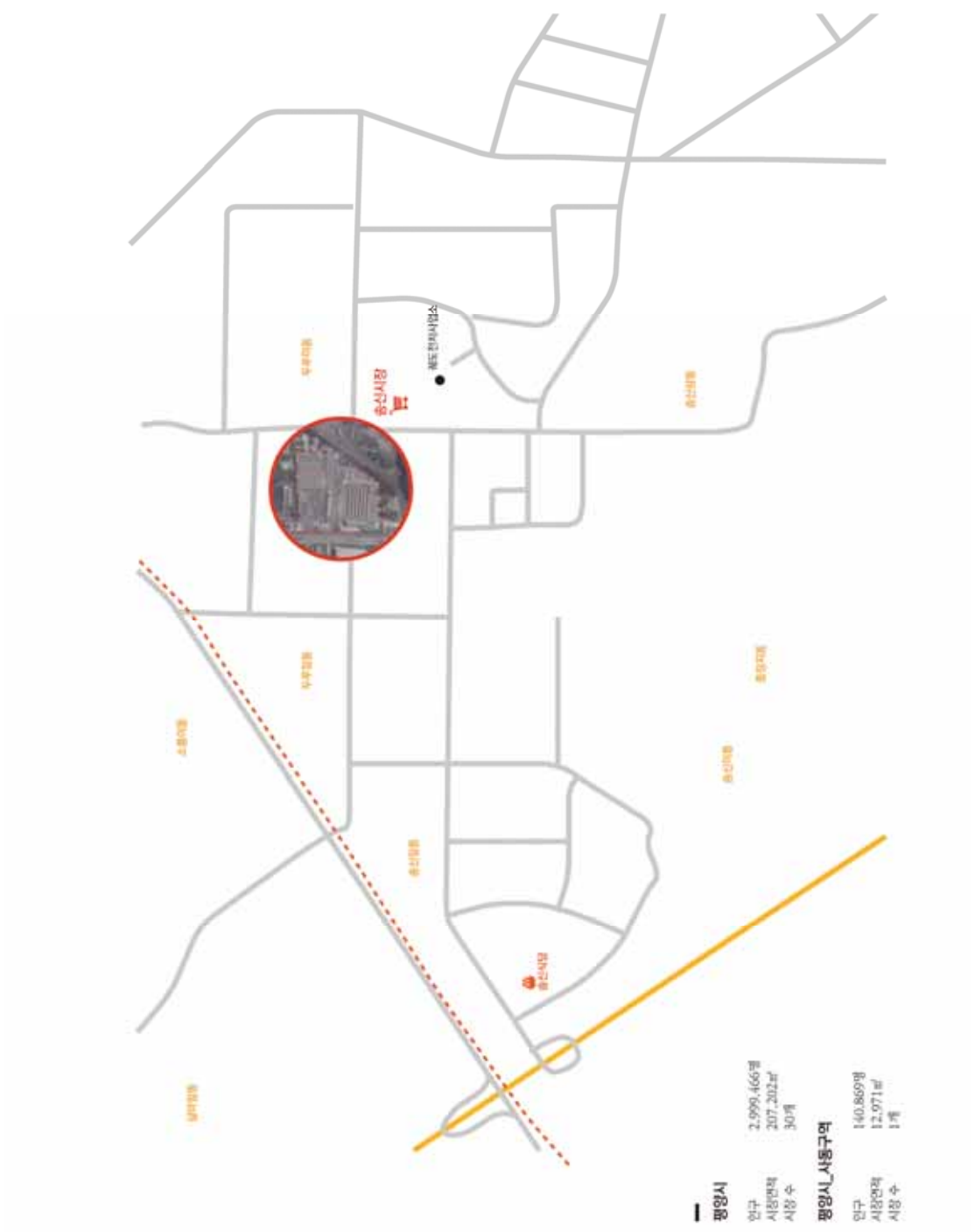
I
II
III
IV
V
VI

그림 IV-23 평양시 주요시장



출처: 필자 작성

그림 IV-24 ▶ 평양시 사동구역 주요시장



출처: 필자 작성

I
II
III
IV
V
VI

그림 IV-25 송신시장(2000. 6. 13.)



출처: 구글 어스(Google Earth)

그림 IV-26 송신시장(2003. 12. 26.)



출처: 구글 어스(Google Earth)

이와 같이 송신시장이 평양의 도매시장으로 발달하게 된 이점은 평양 출신의 북한이탈주민에 대한 인터뷰 조사 결과 크게 다음 5가지로 나누어 분류할 수 있다.

첫째, 교통의 편리이다. 송신시장은 <그림 IV-24>, <그림 IV-25>와 같이 바로 옆에 궤도전차사업소가 있으며 송신역과도 멀지 않다. 이는 송신시장이 비록 평양의 중심지와 멀리 떨어져 있으나 궤도전차를 통해 이러한 불편이 해소 가능하다는 사실을 뒷받침한다. 실제로 이 궤도전차는 송신역이 마지막 역이지만, 평양의 만경대구역까지 연결되어 있으며, 이 궤도전차 한 번으로 1시간 반 안에 송신시장까지 올 수 있다는 장점이 있다. 이를 통해 평양 중심지에 있는 사람들도 송신시장의 이용 빈도가 상당히 높았다. 즉 만경대(중점)에서 사동구역 송신시장(중점)까지 왕래하는 궤도전차가 있어 평양 안쪽, 즉 서평양 사람들도 쉽게 올 수 있다는 것이다. 평균 1시간 반 정도 소요로 평양의 끝에서도 도착할 수 있다.

둘째, 시장이 발달하기 위해서는 충분한 상품공급이 수반되어야 한다. 그런데 송신시장은 평양시의 외곽에 입지한 만큼 평양맛내기공장, 평양알콜공장, 평양곡산공장, 평양식료공장, 평양방직공장, 평양편직공장, 평양전구공장, 동평양기계공장 등 공장들로 둘러싸인 공업지구이기도 하다. 따라서 배급제가 마비된 상황에서 유일하게 경공업제품을 생산하는 공장에 대해 주민들의 시장수요가 발생하는 것은 자연스러운 경제 원리이다. 한편, 기업의 입장에서 국정가격보다 더 높은 가격으로 상품을 유통할 시장이라는 새로운 통로가 존재한다면 기업에게 시장은 상당히 매력적인 교환조건을 제공하는 공간이다. 따라서 당시 '평양의 모든 공장사람들이 장사꾼이 되었고, 시장에 나가 물건을 파는 모든 사람들이 다 장사꾼이 되었다'고 할 정도로 공장과 시장과의 연계는 급격히 증가했다. 공장에서 생산된 상품이 종업원, 간부에 의해 시장으로 횡령, 방출되었으며, 공장사람들의 횡령이 많을수록 시장은 더욱 발달했다.

셋째, 한편 평양공장에서의 생산품은 평양시장에 한정되어 방출된 것이 아니다. 평양에서 생산된 경공업제품에 대해 평양시보다 더 높은 가격으로 판매될 또 다른 출구가 존재한다면, 상품은 단지 평양시에 머물지 않고 전국으로 확대될 가능성이 높다. 지방도시의 경우, 평양보다 상대적으로 상품이 부족해 상품가격이 높기 때문이다. 이를 위해서는 중앙과 지방을 연계할 유통수단의 확보가 전제되어야 한다. 그런데 평양은 특별한 도시인만큼 검열이 심해 비공식으로 외부와 연계하기에는 장벽이 높다. 반면 동평양에 입지한 역들은 원산, 개성, 황해도 등 전국 각지로 나가는 교통편과 연계되어 있으며 평양의 주변부이기 때문에 중심역인 평양역보다 상대적으로 검열이 덜하다. 이는 송신시장이 국내 가공품의 도매시장으로 기능을 하는 데 큰 역할을 하였다. 즉 송신은 외곽의 교통 요충지로 평성 등과 가까운 시장의 경우, 옷, 신발 가공품을 나르기 편하다. 상인들이 지방에서 물건을 가져오면 대동강을 가로질러 평양역으로 가는 것 보다 강을 건너지 않고도 바로 평양으로 들어갈 수 있는 동평양 지역의 역들이 더 편리했다. 따라서 동평양 지역의

I
II
III
IV
V
VI

역전들이 평양 간 비공식적인 물류유통의 중심역이 되었다.

넷째, 농촌주변 구역 중심시장으로 농산물 도매시장(사동시장)이 큰 역할을 하였다. <그림 IV-24>와 같이 사동구역시장을 비롯하여 역포시장 등 평양 주변구역의 시장은 평양시와 인접해 있으면서도 농촌과 접하고 있다. 따라서 이러한 시장은 새벽에 주변 농가의 농민이 야채, 가축 등을 키워 주변 시장에 내놓고 있다. 특히 사동구역시장은 10일장이 설 경우 인파가 너무 많아 경찰이 통제하기 어려울 정도라고 한다.

다섯째, 시장은 서민지역에서 더 발달하였다. 잘 사는 동네의 지역주민들은 사유재산의 축적이 많기 때문에 쌀도 1년 치를 한꺼번에 사 놓고 먹었다. 바뀐 말하면 북한에서는 경제적으로 상류층일수록 시장의 이용 빈도수가 낮다. 반면, 서민지역의 주민들은 시장에 의존해서 하루하루 먹고 산다. 수입도 소비도 시장을 통해 그날그날 형성되었다. 서민들이 많이 사는 지역일수록 주민들의 시장 이용 빈도수가 높다. 이는 상품판매의 회전율을 높이며, 시장을 활성화하는 요소가 되었다. 게다가 1990년대 중반 당시 북한주민들 사이에서 아사로 많은 사람들이 죽고, 간부들은 잘 사니 '하층 통일해서 잘 살자'라는 말이 나왔다. 하층끼리 유통해서 잘 살자고 했을 정도로 서민층에서 시장에 대한 의존은 필사적이었다.

그림 IV-27 사동구역시장 및 주변 궤도전차 사업소



출처: 필자 작성, 구글 어스(Google Earth)

한편, 통일거리시장은 송신시장과 달리 최초의 종합시장의 모델로서 수입품, 공업품의 도매시장(통일거리시장 또는 중심구역 시장)으로 중요한 역할을 하였다. 즉 통일거리시장은 ‘종합시장’의 최초의 본보기로, 각종 물건이 있어 중구역, 평천구역, 모란봉구역 등 평양 중심구역의 도매시장이 되었다. 특히 자동차 주차가 가능한 넓은 주차장을 확보하고 있는 동시에 각종 편의시설들을 갖추고 있어, 평양 중심부로부터 접근이 용이하였다. 이곳은 특히 외국인에게 보여주기 위한 시장으로 주변 노동자구역의 시장에 비해 상품의 종류와 질이 좋다. 반면, 이러한 우수성에도 불구하고 평양의 중심구역과 멀리 떨어져 있다는 한계로 중급시장을 면치 못하고 있다.

라. 구역 내 격차(계층화): 부자동네 시장과 가난한 동네의 시장

평양에서 최초 공설시장은 상기 언급한 바와 같이 송신시장이었으며 평양의 도매시장 역할을 하였다. 그러나 시장은 시간이 지남에 따라 구역의 경제적 격차에 따라 분화가 이루어졌다. 즉 부자동네에는 부자시장이, 가난한 동네에는 서민시장이 발달하였다.

먼저, 중심구역 시장(상급)은 고위행정관료·무역일꾼·재일조선인 등 외화소지자 집중 거주지이다. 중구역은 관료 및 무역종사자가 많으며, 부유층이 거주한다. 보통강구역은 4.25 예술단, 체육인이 거주한다. 평천구역은 원래 노동자구역이지만 화력발전소가 입지해 있어 난방이 잘 되어 잘 사는 지역으로 변화되었다. 모란봉구역은 모란봉이 있어 경치가 아름다워 선호하는 지역으로, 작가, 예술인, 일본 귀국자가 거주한다. 이곳은 시장 물가가 비싸지만 주민들은 오히려 시장이 외화상점보다 가격이 더 저렴하다고 느낀다. 특히 안상택 거리에는 오래전부터 일본으로부터 거액의 외화를 송금 받는 재일조선인 귀국자가 거주한다.

반면, 대성구역 시장은 오히려 공급체계가 우수한 지역이어서 시장이 덜 발달하였다. 대성구역의 시장은 금수산기념궁전을 비롯해 주석부 기초과학원 등에 종사하는 관료들이 많이 거주하며 김일성 식품을 연구하고, 피복을 담당하는 공장이 있으며 이곳의 피복은 광복 제1백화점으로 나간다. 이러한 곳에서 나오는 상품들이 관료들에게 공급된다. 즉 공급체계가 여전히 작동하여 주민들도 시장에 대해 매우 보수적이다. 이러한 이유에 의해 이곳 주민들은 시장을 이용할 필요성이 적다. 따라서 이곳의 시장은 잘 발달하지 못했으며, 상인들의 차림새가 오히려 초라하다고 한다.

한편 만경대구역 시장은 중·하급시장으로 분류된다. 이곳은 사적지 및 예술인·체육인의 밀집 거주 지역으로 1993년 전후 완공된 낙랑구역의 아파트가 주로 노동자에게 배분되었다면 1980년대 말에 완공된 노동자만경대구역의 아파트는 체육촌 주택단지로 입주 초기에는 지식인들, 예술인들이 배치 받아 비교적 좋은 동네였다. 그러나 후에 교통이 불편하고 중앙난방시설이 열악하여

I
II
III
IV
V
VI

중하급 지역으로 전락하였다. 이곳 시장은 낙랑구역에 입지한 시장보다는 낮지만, 중하급 시장수준에 머물렀다. 또한 대동강구역의 문수동에 위치한 시장은 중급시장으로 분류된다. 왜냐하면 사적지 및 재일조선인 집중 거주 지역이기 때문이다. 특히 대동강구역은 맞은 편에 김일성 경기장, 개선문 등이 있어 외국인의 눈에 띄기 쉬운 구역이어서 이곳에는 고층아파트도 많고, 전기설비도 좋다. 주변에 문수물놀이장, 대극장 등이 있으며 노동자, 학생이 거주하는 대학거리가 있다. 교통도 비교적 좋아 중구역과 사동구역으로 접근하기가 유리하여 화교나 재일조선인들이 상대적으로 많이 거주한다.

그러나 공업지대가 밀집한 구역은 노동자구역으로 분류되어 시장도 하급시장이다. 예를 들어 낙랑구역은 만경대구역과 비슷하지만, 교통이 좋지 못 해 만경대구역보다 더 선호하지 않는 구역이다. 선교구역 또한 낙랑구역과 같이 주로 노동자가 거주한다. 생활필수품, 가죽, 식료품, 조미료, 고무, 가죽, 가구공장 등이 분포한 동평양 산업지대이지만 하급시장으로 분류된다.

3. 지방의 주요 시장: 도매시장

한편, 북한의 시장은 이렇게 평양의 시장을 모델로 하여 양적·질적으로 확장·발전하였다. 그 중 시장입지가 바뀌면서 지속적으로 확장·발전한 시장이 있는가 하면, 한 곳을 축으로 그 주변으로 확장해 나아가는 시장이 있었다. 이를 정리하면 다음과 같다.

가. 시장의 입지 이동과 발전

(1) 신의주: 평안북도 남중동시장(채하시장)

북한의 신의주에는 총 6개의 시장이 존재하며, 신의주 중심부에만 3개의 시장이 존재한다. 그 중 신의주에는 최대의 상업·무역·유통도시의 이름에 걸맞게 북한 최대의 도매시장인 채하시장이 존재한다.

채하시장은 원래 북한 화교 등이 많이 거주하는 남중동과 가까운 채하동이 입지해 있었다. 즉 채하동은 역전뿐만 아니라 세관과도 가깝고 화교 집들과도 가까워 장사하기에 가장 적합한 곳이다(〈그림 IV-28〉 참조). 이러한 연유에 의해 신의주시 채하시장은 역사적으로도 발전하였으며, 2003년 여름에는 김정일 국방위원장의 지시로 채하시장과 친선1동시장에 콘크리트 바닥을 깔았고 지붕을 설치하여 종합시장으로 변모하였다. 〈그림 IV-29〉와 같이 2004년 1월과 2005년 1월의 채하시장은 그 규모가 대폭 확장되었음을 알 수 있다.

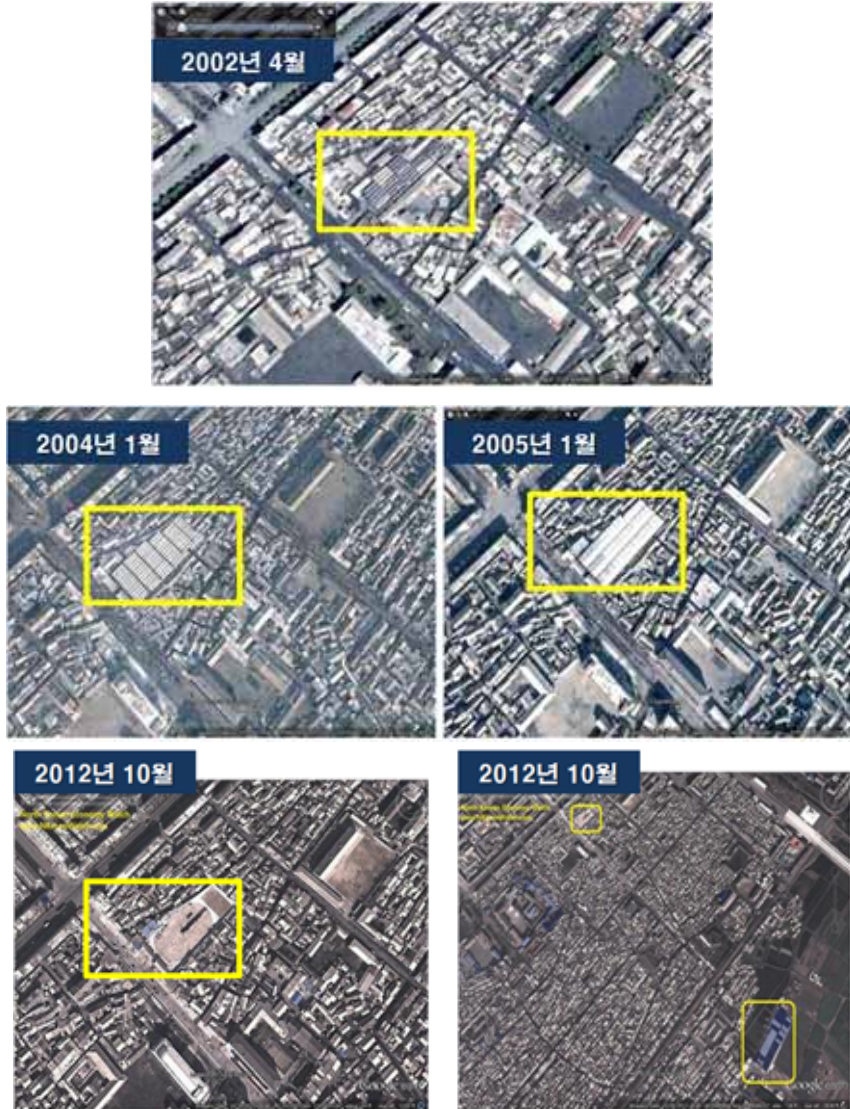
그림 IV-28 > 신의주시 주요 시장 및 시설



출처: 필자 작성

I
II
III
IV
V
VI

그림 IV-29 ▶ 채하시장의 변화



출처: 구글 어스(Google Earth)

그러나 2012년 10월 채하시장이 사라지고 이곳에 롤러스케이트 공원이 조성되었다. 그리고 시장은 남중동시장으로 확장 이전하였다(〈그림 IV-30〉 참조). 이전한 이유는 더 이상 수용할 수 없을 정도의 규모로 시장이 팽창하여 시장을 확장시킬 필요성이 절대적으로 대두되고 있는 반면 주변에는 확장할 수 있는 공간이 절대적으로 부족했기 때문이다. 따라서 좀 더 넓은 곳으로 혼란을 피하고자 도시 동쪽 외곽으로 벗어나게 되었다. 물론 시장은 남중동으로 이전하여 남중동 시장이지만 여전히 채하시장의 이미지가 많이 굳어있어 주민들은 여전히 채하시장이라 부른다.

남중동시장은 총 3,320평 규모(세로 183m, 가로 60m)로 종전보다 확대되었다.

그림 IV-30 ▶ 채하시장(2016. 10. 8.)



출처: 구글 어스(Google Earth)

I
II
III
IV
V
VI

(2) 평안남도 평성의 옥전시장

그림 IV-31 평안남도 시/군별 시장수



출처: 필자 작성

그림 IV-32 ▶ 평안남도 시장 분포



출처: 필자 작성

I
II
III
IV
V
VI

평안남도의 시장은 남포특별시를 포함하여 총 86개다. 즉 평안남도는 도내 시장이 총 86개로 도에서 가장 많은 시장개수를 보유하고 있었다(〈그림 IV-31〉, 〈그림 IV-32〉참조). 특히 이곳의 시장들은 평양시와 인접하고 신의주와는 교통이 가까우며, 철도나 도로를 통해 북한 각 지역과의 네트워크가 발달하였기에 좋은 곳에 입지한 지역으로서의 특징을 가지고 있다. 즉 북한 각 지역시장에 도매하는 역할을 수행하고 있다. 만포시장의 경우, 북한에서 최초로 외국과의 문물을 개방한 지역이어서 일찍부터 시장이 발달했다. 순천시장은 순천탄광이나 2천만 톤 시멘트 등 원료의 원천지로 석탄, 시멘트와 같은 규모가 크고 금, 몰리브덴, 마약과 같이 유통자금의 액수가 큰 항목이 유통되는 것이 특징이다. 평양시 은정구역에는 과학원미생물연구소, 순천제약공장이 있어 약을 만들어 유통시키기도 한다.

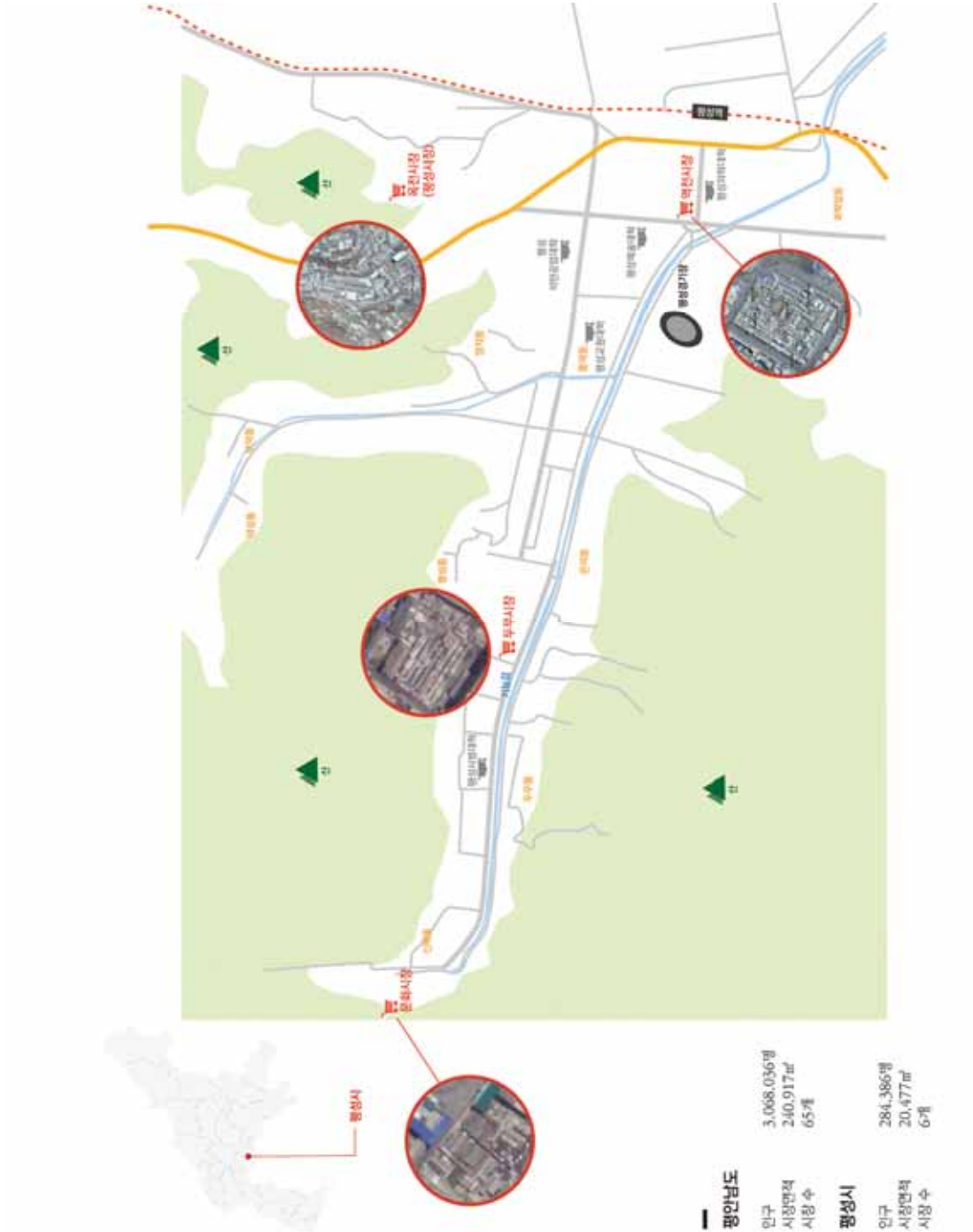
그러나 무엇보다 평성에는 북한 최대의 도매시장인 옥전시장이 입지해 있다. 옥전시장은 현재 옥전동에 입지해 있지만 원래 북한 최대의 도매시장은 하차동의 하차시장에 입지해 있었다. 그러나 이 시장이 금 등 불법 상품의 거래규모가 크게 진행되면서 당국은 2008년 하차시장을 폐쇄하고 현재의 옥전동으로 옮기게 되었다(〈그림 IV-33〉, 〈그림 IV-34〉 참조). 그러나 옥전동으로 시장이 옮겨지면서 시장의 면적은 기존보다 더 줄어들게 되었다. 당국이 시장부지를 충분히 확보하지 못했기 때문이다. 따라서 옥전시장은 많은 인원을 다 수용할 수 없게 되자 점차 시장 주변에서 대부분의 거래가 이루어졌다. 특히 타 지역 상인들과의 많은 거래는 옥전시장 밖에 존재하는 새벽시장에서 이루어진다. 평양의 상인들도 새벽에 옥전시장 밖에 존재하는 새벽시장에서 물건을 사서 오후 평양시장이 개장하는 시장에 맞추어 평양으로 다시 이동한다.

그림 IV-33 ▶ 북한 최대의 도매시장: 평안남도 평성시 옥전시장



출처: 구글 어스(Google Earth)

그림 IV-34 ▶ 평안남도 평성시 주요시장



출처: 필자 작성

I
II
III
IV
V
VI

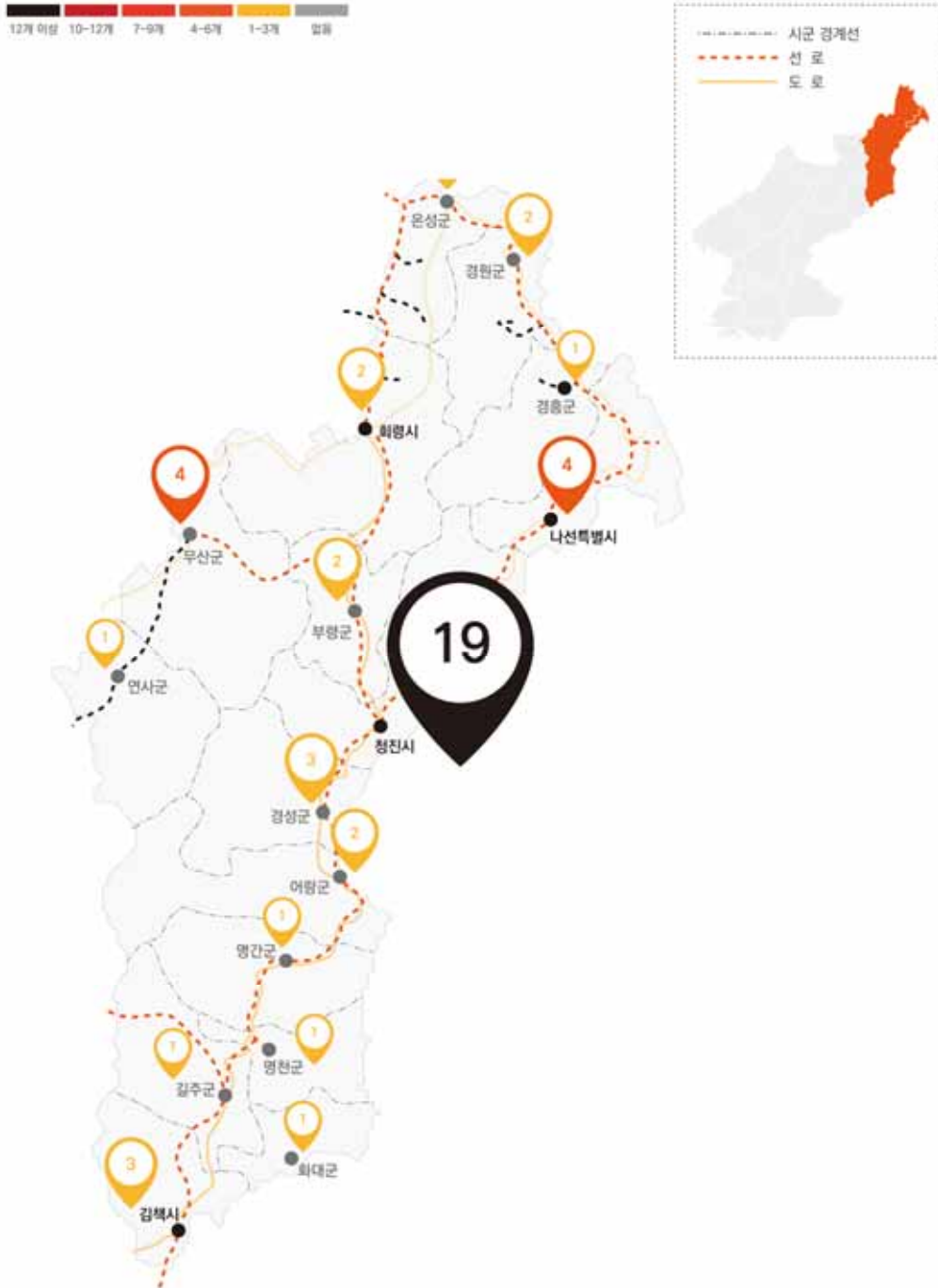
나. 기존 터에서 확장 : 함경북도 수남시장

함경북도 전체 시장개수는 46개로 전국 도단위 지역에서 평안남도, 평안북도, 함경남도에 이어 네 번째로 많은 시장이 분포하고 있으며 전체 시장면적은 217,458㎡에 달해 전국적으로 세 번째로 큰 규모의 시장면적을 보유하고 있다.

그러나 1990년대 이전의 청진시장은 작은 농민시장 6곳에 불과하였다. 신암구역의 신진농민시장, 청암구역 반죽시장(1990년대 들어 반죽동이 청암동으로 변경), 청암구역 역전동시장, 송평구역의 송평시장, 나남구역의 나북동시장, 송평구역 남향동시장이 각 구역의 중심과는 떨어진 곳에 설치되어 있는 형태였다. 당시 이들 시장의 규모는 1,500㎡(453평)를 대부분 넘어서지 못했으며, 바른 사각형의 형태로 시장 중심은 공터로 남겨지고 시장 내부둘레를 따라 매대가 이어지는 구조였다. 시장을 이용하는 사람들도 연로보장자(정년퇴직자), 부양 여성만 가능했다. 상품도 담배, 껌, 채소와 같은 부식물이나, 잡화류가 대부분이었으며 그 밖의 시간(예: 오후 2~6시)이나, 나이 한계 등으로 시장을 이용할 수 있는 사람은 제한적이었다.

그러나 1990년대 경제위기를 전후로 전력사정이 악화됨에 따라 청진 역전에 여객들이 발이 묶여 움직이지 못하면서 이들을 상대로 한 음식장사가 불법적으로 확산되기 시작했다. 안전원과 비사회주의 그룹, 사회단체 규찰대들의 눈에 띄기 쉬운 낮 시간보다는 야간에 음식을 만들어 역전광장에서 팔기 시작하였다. 이러한 현상은 도시 중심을 지나는 모든 역전에서 발생하였다. 특히 청진역전, 수남역전, 송평역전, 나남역전에서 음식장사가 불법적으로 행해지기 시작했으며 경제위기가 시작된 후 가족 생계를 위한 부양 여성이 증가하면서 각종 장마당들이 불법적으로 확산되고 물건들도 조금씩 다양해지기 시작했다. 이렇게 나타난 불법적인 장마당은 ‘메뚜기장마당’, ‘골목장마당’, ‘역전장마당’이라는 형태로 장소나 장마당의 형태를 빗대어 이름들이 지어지기 시작해 합법적이지는 않지만 임시적인 시장의 성격을 띠는 장마당들이 형성되었다. 이들 장마당들은 적게는 10여 명에서 많게는 100여 명씩 무리지어 단속을 피해 끊임없이 이동하는 과정에서 정착하기 시작하였다. 특히 경제위기가 가시화 되던 1993년경부터는 단속의 한계로 인해 경찰통제가 상인들의 거리유입을 차단하고 구석진 장소에서의 장사를 묵인해주는 형태로 변화됨에 따라 오늘날 청진시의 대표적인 시장들이 형성되었다.

그림 IV-35 함경북도 시/군별 시장수



출처: 필자 작성

I
II
III
IV
V
VI

함경북도의 대표적인 시장은 전국에서 가장 큰 수남시장, 청진시에서 가장 큰 포항시장(수원동에 위치하여 수원시장이라고도 부름), 청년공원시장(관해시장이라고도 부름), 낙원시장 등이 있으며 이렇게 형성된 장마당이 시장화 되면서 현재 도심지역에 17개의 시장과 외곽지역에 2곳이 형성되었다. 2000년대 이후 청진시장의 변화는 크게 3가지로 구분할 수 있다.

첫째, 종합도매시장, 외국산 고가상품을 전문으로 도매하는 시장, 산업원자재들만을 취급하는 산업시장 등 시장의 전문화이다. 둘째, 시장의 규모가 1990년대 초 공식 시장이 도심에는 6곳에 불과했지만 경제위기를 겪는 과정에서 장마당이 확산됨에 따라 현재는 19곳으로 급증했으며 그중 5곳이 확장되고, 13곳이 신축되었다. 셋째, 시장의 이동으로 과거 도심 외곽이나 외진 곳에 시장이 자리했던 것과 달리 현재 신축된 대부분의 시장이 수요가 높은 도시 중심부에 형성되었다. 뿐만 아니라 이들 시장 대부분이 과거 메뚜기 장마당이라고 불리던 곳이었다는 점에서 시장의 발달을 의미한다. 2000년대 들어 청진시장의 또 다른 새로운 모습은 청진시 주요 백화점에 진열되는 고가상품의 상당수가 수남시장과 수원시장에서 나오는 제품이라는 것이다. 다시 말해 국가 운영의 상업망이 시장을 통해 상품을 보장받으며, 시장을 통해 수입된 상품들이 백화점 상품으로 둔갑해 약 1.5배 이상의 가격으로 판매되는 현상뿐만 아니라 국정 상업공간을 상인이 돈을 내고 임대받는 형태로 추진되어 사실상 상인이 상품 판매가나 운영관리를 스스로 결정하는 자율경영이 추진되었다. 청진시 시장 규모는 전체 95,379㎡(28,852여 평)로 함경북도에서 가장 큰 시장면적을 보유하고 있으며, 함경북도 전체 시장면적 65,781평 가운데 28,852평으로 43.8%의 비율을 차지한다. 또한 전국에서 가장 큰 시장인 수남시장(23,487㎡)과 청진시에서 두 번째로 큰 시장인 수원시장(12,074㎡)은 각각 24.6%와 12.6%를 차지해 청진시 전체 시장면적의 37.2%에 달하였다. 특히 두 시장의 특성은 대량도매가 이루어지는 시장이면서 동시에 서로 다른 성격을 가지고 있어 수남시장이 종합도매시장으로 기능을 수행한다면, 수원시장의 경우 고가제품을 취급하는 도매시장으로 자리 잡고 있다.

그림 IV-36 ▶ 북한 최대의 도매시장 수남시장



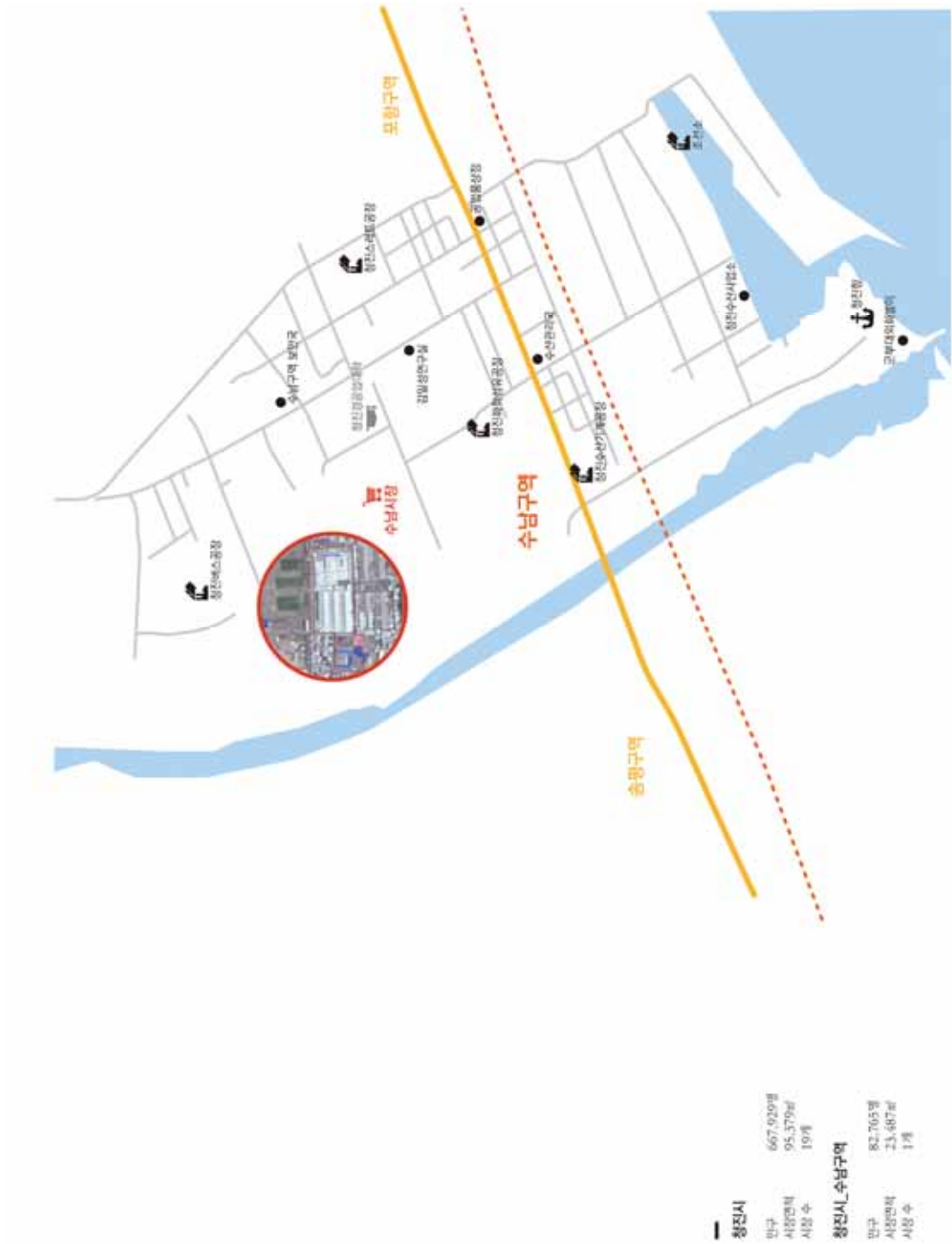
출처: 구글 어스(Google Earth)

무엇보다 전국에서 가장 큰 규모의 도매시장인 수남시장은 청진에 위치하고 있어 북부와 남부 지역의 물류 유통을 연계하는 요충지라는 장점을 가지고 있다. 수남시장은 1993년경부터 오늘날 시장 위치에 자리 잡으면서 확장되기 시작하였으나 그 이전부터 지금의 수원동 마을에서 장사를 하던 상인들이 안전원의 단속을 피해 포항구역 남향동과 수남구역 추목동 사이 수남천에 자리 잡으면서 점차 증가하기 시작했다. 이후 남향동 분주소와 추목동 분주소가 협력해 이곳 상인들을 지금의 수남구역 청남동에 위치한 화학섬유공장 뒤편으로 이주시킨 것이 지금의 수남시장으로 자리 잡는 계기가 되었다. 이곳에서의 시장활동이 암묵적으로 허용됨에 따라 수많은 사람들이 생계를 위해 이곳으로 모여 들면서 1994년경부터 판자로 된 간이 매대가 만들어지기 시작하고 주변에 낮은 블록 담장이 세워졌다. 이렇게 세워진 초기 수남장마당의 크기는 약 3,552㎡에 불과했으나, 주민들이 대거 모여들면서 주변 마을뿐만 아니라 수남시장 입구에서 1.4km 떨어진 수성천까지 가는 길목에서도 장사를 하기 시작해 1990년대 중반에 이미 ‘고양이 뽕 내놓고 다 있다’, ‘총폭탄 내놓고 다 있다’는 이야기들이 나돌 정도로 크게 확대되었다.

2000년대에 들어서면서 수남시장은 지속적으로 증축, 확장을 반복해 오늘날 거대 종합도매시장으로 성장하였다. 1차 확장은 2003년에서 2004년 사이로 1,100평 정도의 시장을 1,920평으로 두 배 가까이 증가하였으며, 2차 확장은 2005년에서 2006년 초 사이 공업품 전용시장을 증축해 전체 시장면적이 5,300평을 넘어섰다. 3차는 2006년 8월 경 해당 공업품시장 서쪽 편에 추가 설치하여 전체 시장규모는 2016년 현재 23,487㎡(7,104평)에 달한다.

I
II
III
IV
V
VI

그림 IV-37 ▶ 함경북도 청진시 수남구역 수남시장 일대



출처: 필자 작성

V. 대표적 공식시장의 내부형태와 유통구조

김 혁(한국학중앙연구원)



1. 시장의 시기별 매대 구조의 변화

북한의 매대 구조는 1990년대를 기점으로 여러 차례의 변화 과정을 거치게 된다. 먼저 1990년대 이전 형태의 농민시장은 시장의 둘레를 따라 매대가 나열되어 있으며, 출입구가 하나로 완전히 통제되고 봉쇄된 구조를 가지고 있었다. 아래 <그림 V-1>에서 보여지는 것처럼 한 개의 출입구와 중앙의 빈 공간은 시장을 통제하기에 상당히 용이한 구조를 가지고 있음을 확인할 수 있다. 이를 통해 북한당국이 가지고 있던 시장통제에 대한 의지를 엿볼 수 있다.

그림 V-1 1990년대 이전: 시장 매대 구조 변화



출처: 필자 작성

두 번째 변화는 1990년대 경제위기를 겪는 과정에서 주민들의 시장에 대한 수요가 급상승하면서 나타난 시장 매대 구조의 변화이다. 주민들의 시장의존성이 높아짐에 따라 시장의 빈 공간에 손님이나 시장 상인들을 대상으로 하는 음식 상인들이 자리하면서 매대 구조의 변화가 발생했다. 즉, 그동안 제한적이었던 매대 구조가 일정한 형태적 변화를 보이기 시작한 것이다. 물론 이러한 매대 구조는 기존의 매대와 달리 음식 상인들이 스스로 돌을 쌓아 만들거나 음식을 가져온 밀차를 간이 매대로 이용하면서 자리를 잡아가는 과정 중 나타났다.

I

II

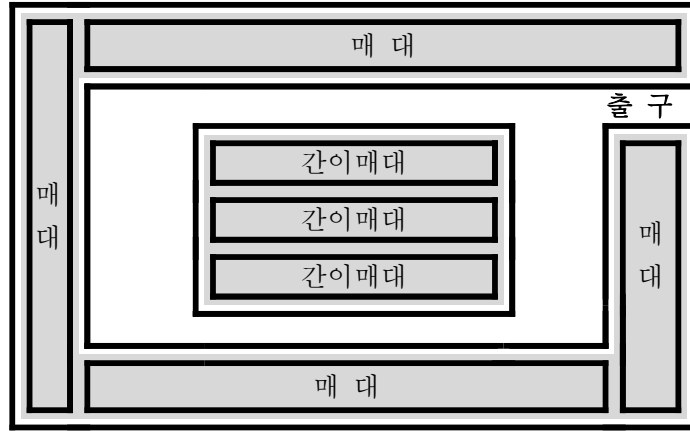
III

IV

V

VI

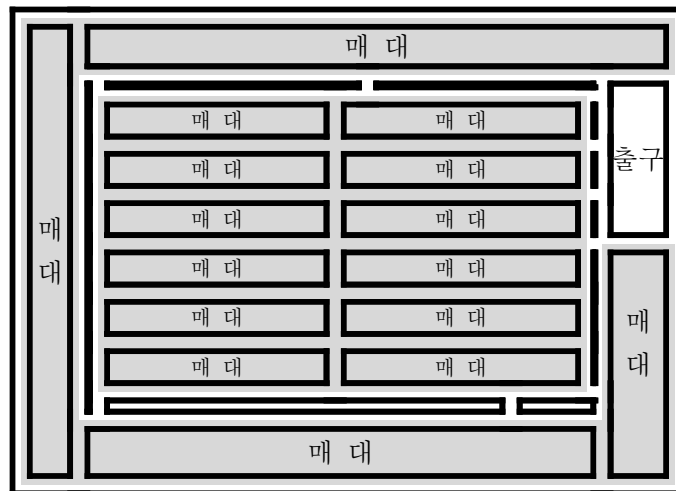
그림 V-2 1990년대 중반: 시장 매대 구조



출처: 필자 작성

세 번째 매대 구조 변화는 1990년대 후반부터 2000년대 초, 주민들의 시장의존성이 폭발적으로 증가함에 따라 기존의 간이매대가 체계적으로 정착하는 과정에서 나타났다. 이로 인해 상당히 밀집된 매대 구조를 형성하게 되었다. 제한된 면적에서 상인수가 급증함에 따라 매대수는 증가하고 매대 크기는 축소되었다.

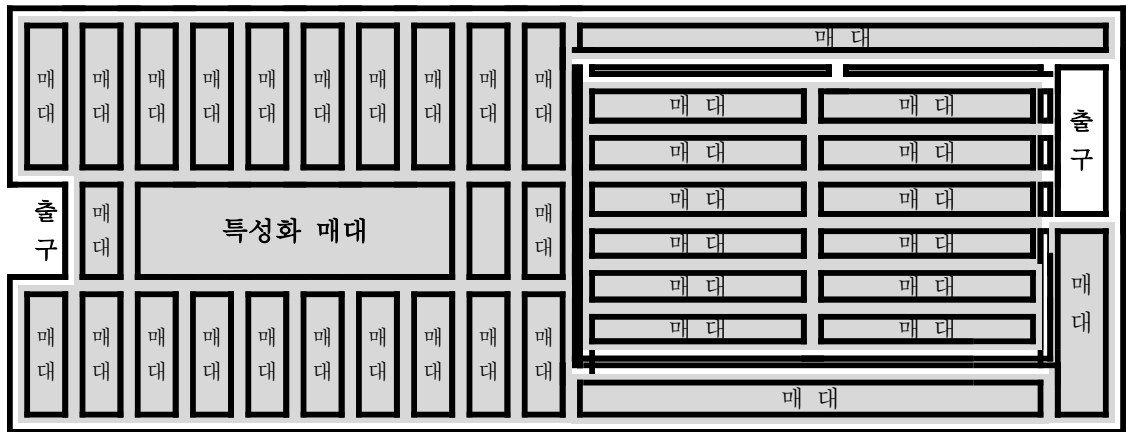
그림 V-3 2000년대 초: 시장 매대 구조



출처: 필자 작성

마지막 매대 구조의 변화는 2003년부터 2005년 사이에 북한 당국이 시장 활동을 공식 허용하면서 나타났다. 특히 대표적인 시장들의 매대 구조가 외형적 변화와 함께 크게 확장되거나, 현대적인 형태로 변화하기 시작한다. 외형적 변화로는 시장 면적의 확장, 여러 개의 출입구 설치, 매대 줄별 지붕 또는 전체를 덮는 지붕 형태 등의 등장이다. 내부구조의 변화는 바닥의 개보수, 매대 크기, 매대 재질, 상품별 매대 구성, 특성화 매대 등이다.

그림 V-4 2000년대 중반 시장 매대 구조 변화



출처: 필자 작성

이러한 북한시장의 매대 구조 변화는 주민들의 시장에 대한 수요가 급속도로 확대되면서 나타난 현상으로, 제한적인 시장 공간의 한계를 상인들 스스로가 극복한 과정이라고 볼 수 있다.

또한 매대 구조의 변화는 도심지역을 중심으로 생산시장, 유통시장, 특성화시장, 소비시장으로 구분되고 발달하는 과정을 거쳐 왔다. 이 과정에서 상품의 판매 가치, 품질, 품목이 매대 크기와 매대 구조에 영향을 미친 것으로 볼 수 있다. 시장의 내부형태에서 두드러지는 변화는 시장의 출입구가 한 개에서 여러 개로 많아지면서 시장 내 통제적 기능이 관리적 차원으로 변화된 것이다. 즉, 시장 통제구조에서 시장의 활성화를 위한 관리구조로의 변화를 의미한다.

- I
- II
- III
- IV
- V
- VI

2. 매대 구성 과정과 매대 상인 구성

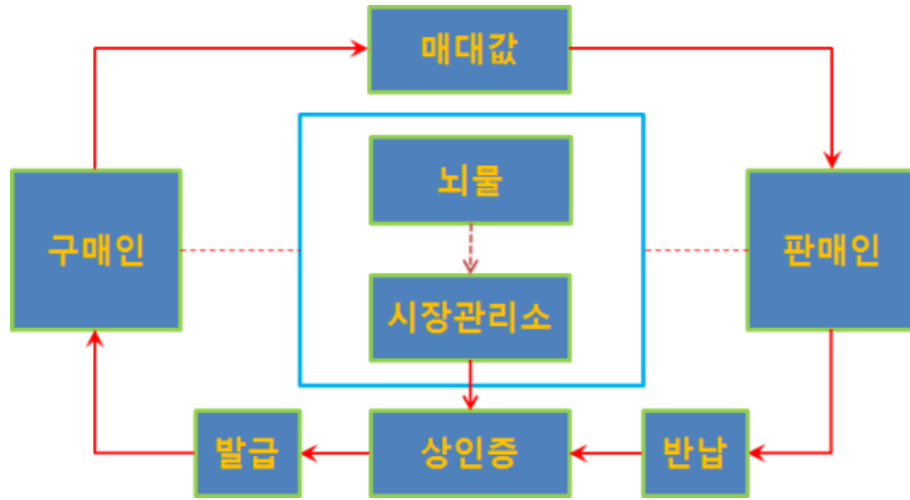
가. 매대 구성 과정

북한의 시장 매대 구성은 기본적으로 '1인 1매대'를 기준으로 한다. 또한 매대 분양은 관리사무소의 관리 하에 상인으로 등록된 사람만 고정 매대를 사용할 수 있다. 물론 고정 매대는 과거부터 있어왔지만 변칙적인 경우가 많았다. 특히 1990년대 초까지 상인 구성비 가운데 노인층의 비중이 높았던 반면, 1990년대 중반 이후 시장 의존성이 높아짐에 따라 젊은 여성의 비중이 많아지면서 매대 구성에도 변화가 나타난다. 그 변화는 젊은 여성들의 적극적인 시장 활동에 따른 자본 축적과 자본을 매개로 좋은 자리를 구입하면서 나타난 현상이다. 따라서 매대 구성에서 노인층은 구매력이 떨어지는 변두리 지역으로 이동하고, 장사 수완이 좋은 젊은 상인들이 축적한 자본을 매개로 좋은 자리를 차지하면서 매대 구성이 변화한 것이다.

뿐만 아니라 매대 구성에서 고정 매대는 상인의 연령과 무관하게 안정적인 장세 수입을 위한 방법으로써 도입되었다. 고정 매대는 시장이 크게 확장되던 2000년대 초부터 두드러지게 나타나는데, 이는 매대를 매개로 상인들을 고정시킴으로써 장세가 안정적으로 견딜 수 있다고 판단한 시장관리소의 이해관계와 지역 당국의 안정적 재정수입이라는 합리적 판단이 더해진 결과이다. 따라서 좋은 자리를 얻기 위해 상인은 시장관리소에 뇌물을 주고 새로운 자리가 발생하면 자리를 잡는 방식을 택했다. 특히 자리를 사고파는 것은 불법으로 간주되기 때문에 어렵지만 팔고자 하는 상인에게 시세에 맞게 금액을 주고 시장관리소에 뇌물을 상납한 후 해당 자리를 구입하여 명의를 전환하기도 한다.

이렇게 매대 자리 구성에서 변동이 발생하는 경우는 크게 3가지로 구분할 수 있다. 첫째, 시장의 이동으로 기존의 시장에서 새로 신축된 시장으로 옮겨 갈 때 발생한다. 두 번째, 시장의 매대 크기가 축소(매대 당 크기의 개축)되는 과정에서 자리구성이 변동하는 경우이다. 셋째, 시장의 증축, 확장과정에서 매대 수가 증가하여 매대 구성의 변동이 발생하는 경우이다. 첫 번째와 두 번째의 경우 시장의 전체 매대 구성이 큰 규모로 재배치되어 시장 내에서 품목에 따라 작은 시장을 구성하는 경우가 발생하기도 한다.

그림 V-5 ▶ 상인 간 매대 구매 과정



출처: 필자 작성

나. 매대 상인 구성 형태

매대 구성은 크게 3가지로 1인 다매대 구성, 1인 1매대 구성, 1매대 교대형 구성으로 분류할 수 있다. 앞서 1인 1매대 구성을 이루는 과정을 기준으로 설명 되었기에 반복하지 않고 본 내용에서는 1인 다매대 구성과 1매대 교대형 구성만 다룬다.

먼저 1인 다매대 구성은 상인 1명이 여러 개의 매대를 운영하고 있는 경우를 칭한다. 기본적으로 시장의 매대는 1인을 기준으로 하기 때문에 불법에 해당되지만, 이 경우 편법을 동원해 여러 개의 매대를 운영하게 된다. 먼저 1개의 매대를 이미 가지고 있는 상인은 자신의 옆 매대를 돈을 주고 사는데, 이때 시장의 상인증은 반납하지 않고 그대로 소유하고 있으며, 그 자리에 자신의 물건을 함께 진열한다. 즉, 매대 두 개를 합쳐서 운영하는 경우이다.

이때 시장관리소의 의심을 회피하기 위해 대리인을 세우거나 대리인으로서 자리를 봐주는 것처럼 하며, 매대를 판매한 상인의 경우 시장관리소가 의심하지 않도록 하기 위해 구매자의 요구에 따라 시장에 나와서 얼굴을 보여주고 들어간다. 물론 2개 이상의 매대를 소유한 경우 대부분 상당한 재산을 축적한 상인들이며, 동시에 시장관리소와 인맥관계가 형성되어 있어 크게 문제가 되지는 않는다. 또한 시장관리소에서 문제가 될 경우 매대 판매자가 직접 나와서 자신이 계속 장사하고 있음을 보여주지만 하면 문제가 되지 않는다. 따라서 매대 구매자는 두 개의 매대에 자신의 상품을 모두 진열하여 이익을 극대화 한다. 가장 작은 매대 규모는 넓이가 60cm에 불과하기 때문에 많은 돈을 주고 불법으로 옆 매대를 구매해 120cm의 매대를 운영하는 것이다.

- I
- II
- III
- IV
- V
- VI

마지막으로, 1매대 교대형 구성은 한 매대에 여러 명의 상인들이 함께 운영하는 것으로 시간대를 정하고 정해진 시간에 맞춰 자신들의 물건을 판매하는 경우를 말한다. 대부분의 상인들이 유사한 상품을 판매할 때 가능한 경우이다. 이 경우 대부분 매대를 구매할 능력이 되지 않거나, 또는 매대 상인증을 보유한 사람의 사정에 의해 각기 장세를 나누어내며 매대를 운영하게 된다. 대체로 교대형 매대 구성은 매대를 소유하고 있던 상인의 요구에 의해 이뤄지는 경우가 많다. 때로는 매대를 소유하고 있는 상인의 개인 사정으로 임시로 맡아주면서 본인 물건과 매대 소유 상인의 물건을 함께 놓고 판매하는 대리판매 역할을 하는 경우도 있다.

시장관리소의 입장에서 매대 당 하루 장세를 받는 것이 중요한 것이지, 여러 명이 사용하거나, 한명이 여러 개의 매대를 사용하는 것은 크게 중요하지 않다. 따라서 상인이 장시간 동안 장사를 하지 않고 매대를 비워둘 경우 장세가 걸리지 않기 때문에 강제로 매대를 압수하여 매대를 얻기 위해 대기 중인 다른 상인에게 넘겨주고 매대 상인증을 발급해주는 것으로 확인됐다.

3. 대표적 시장의 내부 구조와 대표 품목 수입 규모

가. 함경북도 청진시 수남시장의 내부구조와 대표품목 수입규모

(1) 수남시장 : 전국 최대 종합도매시장

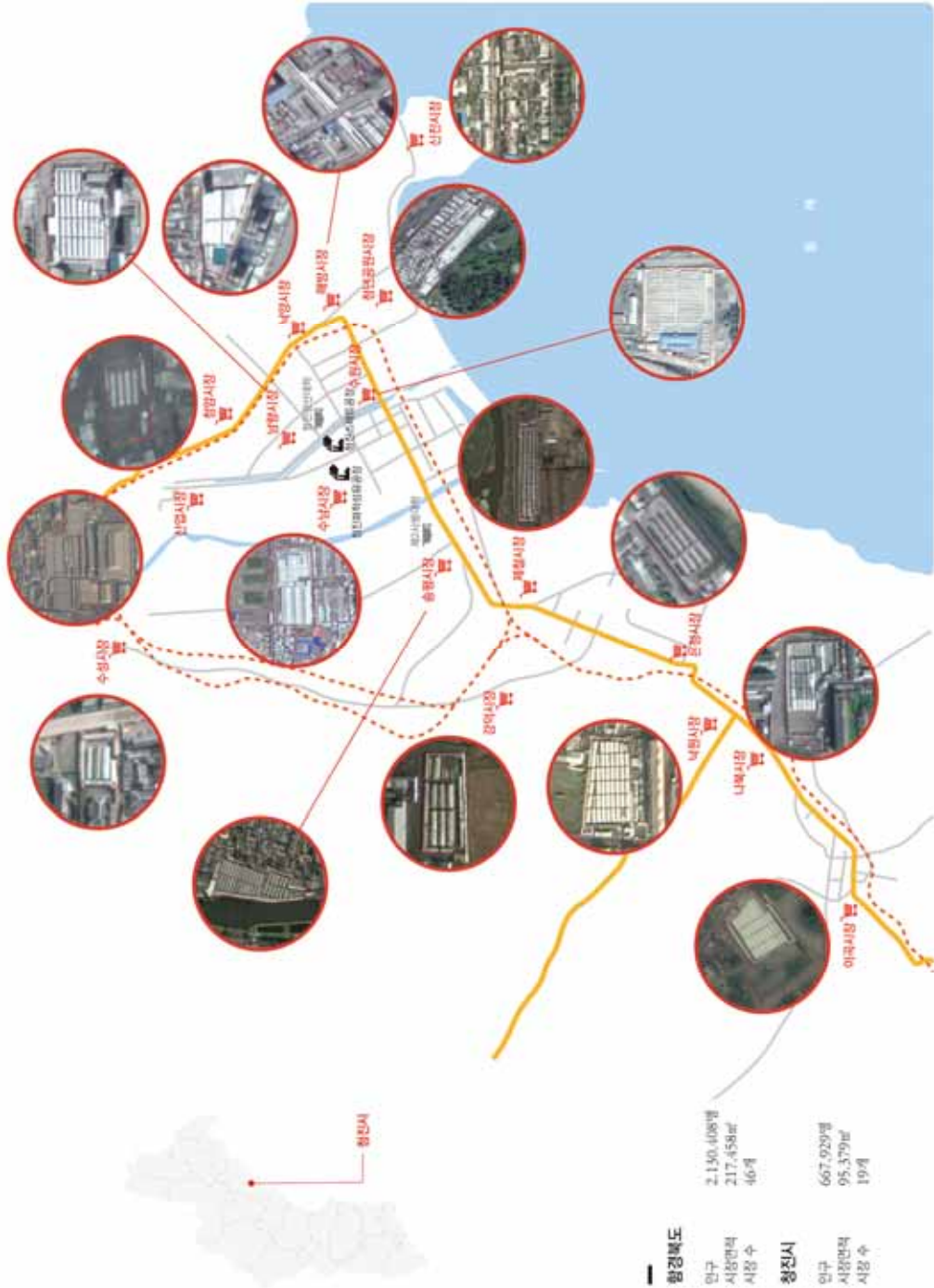
(가) 수남시장의 외형적 구조 : 전국 최대 면적규모

1990년대 초 새로 형성된 수남시장은 도시 내 수요를 충족하기 위해 2000년대 중반부터 공업품을 전문으로 판매하는 공업품시장, 육류 및 수산물을 전문으로 하는 수산물 시장, 중고 옷을 파는 중고 옷 시장을 신설하여 확대 운영해왔다.

수남시장은 잡화시장, 공업품시장, 수산물시장으로 구분되며 내외부에 채소도매시장과 같은 도매시장들이 따로 자리 잡고 있을 정도로 상당히 큰 규모를 가지고 있다. 이러한 품목에 따른 시장 내부구조의 분화는 주요 판매상품의 품목과 설립시기에 따라 구분되는 특성을 보인다.

먼저, 1차 부지는 초기 종합시장의 특성을 가지고 있었으나 시장에 대한 수요가 크게 높아짐에 따라 2차 부지에 공업품시장이 별도로 기존 시장 규모보다 크게 구축되고, 여기에 1차부지의 공업품 매대들이 이전되면서 대체로 식품, 식량, 생활소비품, 잡화가 주류를 이루는 지금의 특성을 가지게 되었다.

그림 V-6 ▶ 함경북도 청진시 주요시장



출처: 필자 작성

I
II
III
IV
V
VI

그림 V-7 수남시장의 단순화 평면도



출처: 북한이탈주민 면담을 통해 필자가 작성

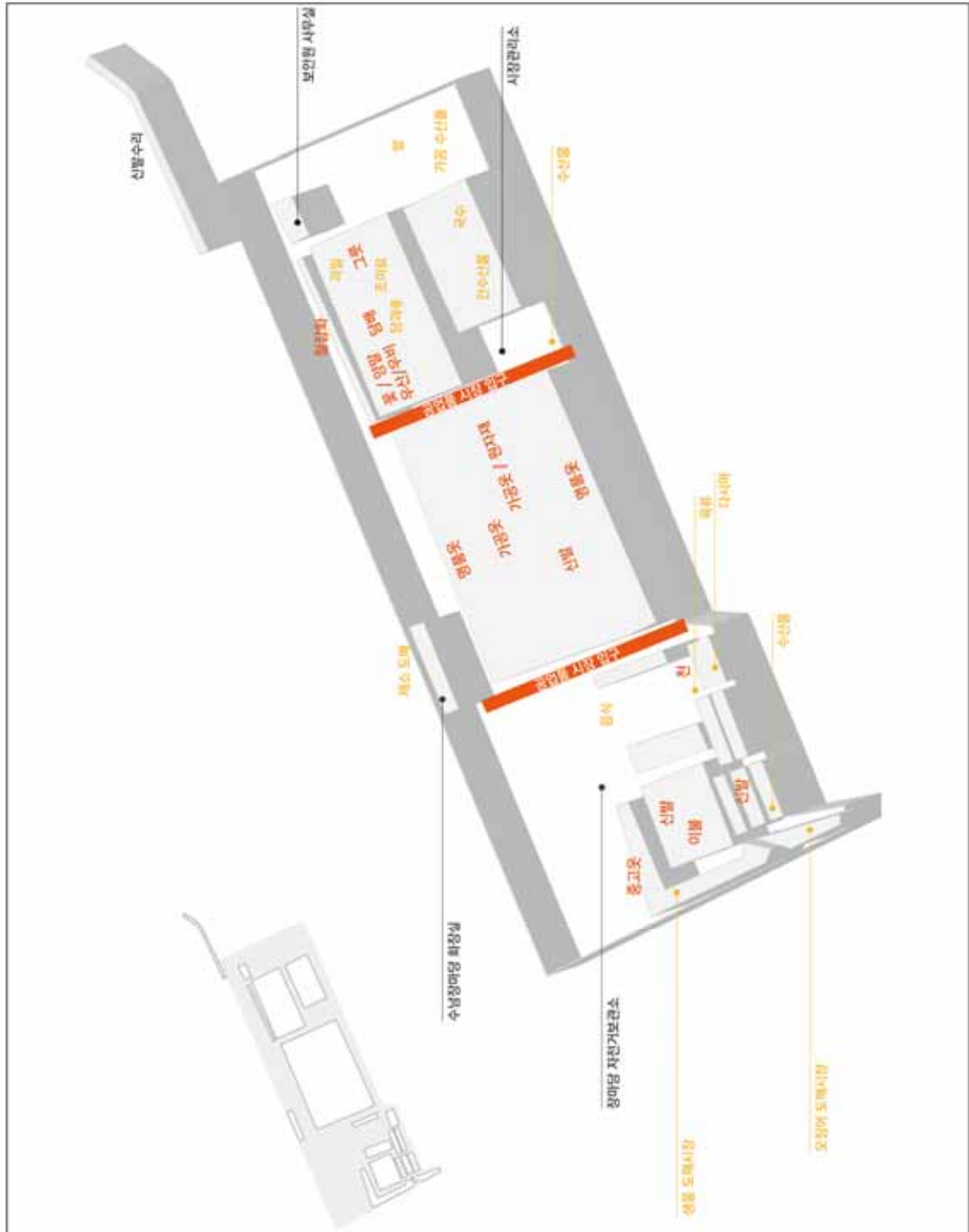
수남시장의 1차 부지 규모는 초기 1,000평대였으나 수요 증가로 인해 2003년부터 시장의 남쪽 화학섬유공장 주변으로 약 590평의 규모가 추가 확대되었다. 이러한 시장규모의 확장으로 전체 규모가 1,595평(5,274㎡)으로 1.5배 이상 증가했으며, 1차 부지의 전체 면적규모는 약 8,000㎡로 확장되었다.

2004년까지 1차 부지 시장의 확장이 완료됨에 따라 2005년에서 2006년 사이 공업품시장이 건평 1,940평(6,400㎡)에 달하는 규모로 신축되었으며, 이어 2006년에는 1,240평(4100㎡) 규모의 도매기능을 중심으로 하는 시장이 신설되었다.

전체 수남시장 건평규모는 4,775평(15,785㎡)에 달하며, 지붕은 없으나 시장 내에 존재하는 기타 도매시장과 각종 수리시설 등을 포함한 시장 전체 면적은 7,105평(23,487㎡)으로 북한 전국에서 가장 큰 규모를 자랑한다.

수남시장의 건물구조는 블록으로 쌓아 올려 시멘트로 미장된 담이 설치되어 있으며, 전통식 매대형 지붕구조인 한 개의 지붕아래 2~4줄이 존재하는 지붕구조와 신축건물의 현대식 건물형 지붕구조로 이루어져 있다. 지붕 재질은 중국산 양철판으로 햇빛이 스며들고 공기가 순환할 수 있도록 통풍창이 설치되었다.

그림 V-8 수남시장 매대구조



출처: 필자 작성

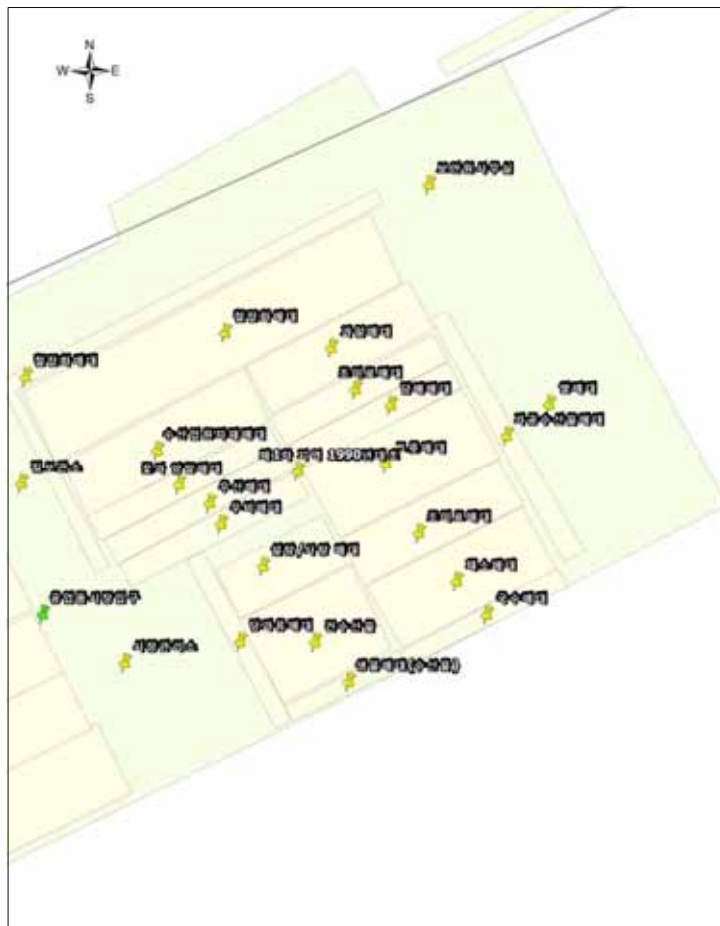
I
II
III
IV
V
VI

(나) 1차 부지 매대 규모 : 거대 생활필수품 시장

1차 부지는 매대가 구성되지 않은 임시·간이매대까지 모두 포함해 약 8000㎡에 달하며 대부분 잡화, 가공식품, 식량, 조미료, 과일 등 생필품과 관련된 품목들이 판매되는 공간이다.

1차 부지에서 가장 큰 규모의 품목은 식량으로 약 1,200㎡ 규모의 매대를 형성하고 있으며, 그 밖에 철잡화 1,007㎡, 수산가공물 463㎡, 조미료 367㎡, 그릇 356㎡, 채소 323㎡, 수산업 및 원자재 300㎡, 과일 274㎡, 우비·장화 등 우기용품 256㎡, 당과류 247㎡, 양말 및 잡화 134㎡, 담배 132㎡, 이외에도 수산물(생물), 가공식량, 신발수리를 비롯한 각종 수리가공 상인들이 간이 매대를 구성하고 있다.

그림 V-9 수남시장 1차 부지 매대 구조



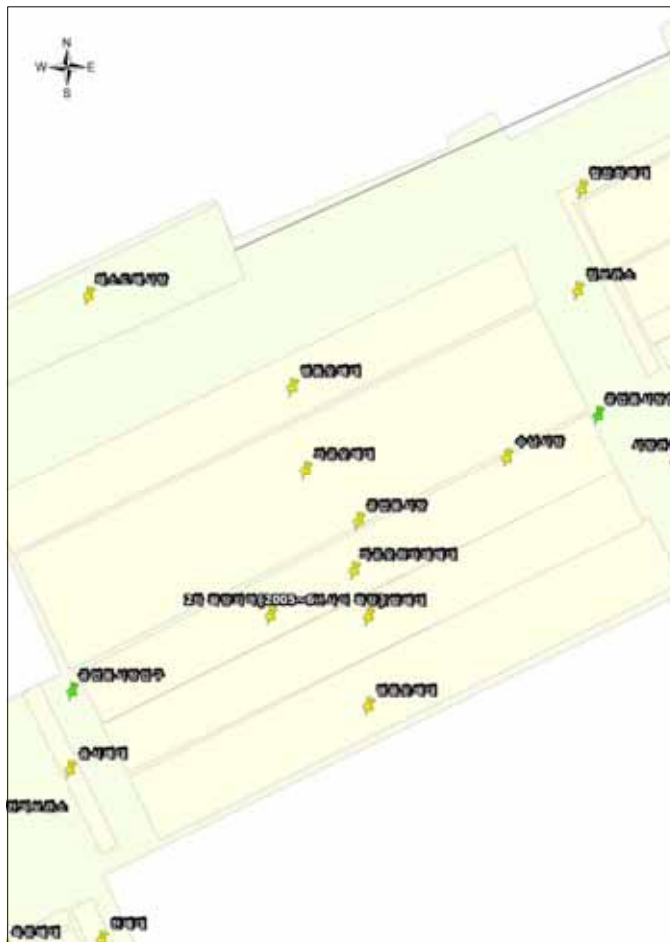
출처: Arc-GIS를 활용하여 필자 작성

(다) 2차 부지 매대 규모 : 전국 최대 공업품 시장

2차 부지 시장의 전체 규모는 약 9,600㎡에 달하며 공업품시장 건물 내 주요 상품 매대로는 명품 옷 매대, 가공 옷 매대, 가공 옷 원자재 매대, 신발 매대 등이 있다.

주요 매대 규모는 명품 옷 매대가 약 2,140㎡로 가장 큰 규모로 형성되어 있으며 가공 옷 매대가 2,140㎡, 가공 옷 원자재 매대가 약 1,070㎡, 신발 매대가 약 1,070㎡로 구성되어있다. 그밖에도 채소 도매, 주변 간이매대들이 주변을 둘러싸고 있다.

그림 V-10 수남시장 2차 부지 매대 구조



출처: Arc-GIS를 활용하여 필자 작성

I
II
III
IV
V
VI

(라) 3차 부지 매대 규모 : 수산물도매와 중고 옷 도매시장

수남시장의 3차 부지 전체 규모는 약 5,880㎡로 자전거 보관소를 포함한(건평 1,240평) 매대는 음식 매대, 천 매대, 해산물 매대, 육류 매대, 해산물(생물)도매장, 신발 매대, 오징어 매대, 중고 옷 매대, 오징어 도매장 등 수산물, 육류, 중고 옷이 주류를 이루는 도매공간을 형성한다.

가장 큰 매대로는 중고 옷 매대로 1,050㎡에 달하며, 뒤이어 신발 매대 675㎡, 이불 매대 220㎡, 수산물 매대 210㎡, 다시마 매대 120㎡, 음식 매대 100㎡, 육류 110㎡, 천 매대 55㎡의 영역을 차지하고 있다. 가장 큰 자전거보관소 1,000㎡, 생물 도매장 650㎡, 오징어 도매장 230㎡ 외에도 채소 소매, 이발 간이 매대, 간이형 그릇땀질 등 여러 종류의 수리시설들이 갖춰져 있다.

그림 V-11 수남시장 3차 부지 매대 구조



출처: Arc-GIS를 활용하여 필자 작성

(2) 수납시장의 대표품목 수익규모

수납시장 건평면적 규모를 중심으로 한 매대 규모와 품목 비중을 확인한 결과 가장 많은 비중을 차지하는 품목은 공업품으로 명품 옷과 가공 옷이 각각 14.3%, 신발 11.7%이었고, 두 번째로 많은 비중을 차지하는 품목은 수산품으로 11.1%(도·소매 모두 포함하여 506평 규모)를 차지하여 수산물 도매시장으로 자리매김하고 있다. 그밖에 식량이 8.0%, 가공 옷 원자재와 중고 옷이 각각 7.1과 7.0%를 차지했다.

〈표 V-1〉에 나타난 품목들은 확인하기 어려운 품목들을 제외하고 확인 가능한 수준에서 추정 한 결과이다. 전수 조사가 아니라서 점에서 한계를 가지고 있으나 수납시장의 성격과 전국 최대 규모의 도매시장으로서 대표상품 특성을 확인할 수 있다.

전체 매대 품목 가운데 공업품이 차지하는 비중은 54.4%로 전체 시장면적 대비 비중은 34.67%로서 시장의 전체 장세 규모인 41,941,071원 중 14,540,969원 이상의 수익을 공업품이 내고 있는 것으로 추정된다. 따라서 수납시장의 대표적인 수익품목은 공업품이며, 이는 최대 종합 도매시장이라는 특성과 맞물려 상당한 수익규모를 자랑한다.

표 V-1 수납시장의 품목별 매대 규모 및 비중

품목분류	매대 규모(㎡)	매대(㎡)	매대수	품목별(%)
명품 옷(고기상품)	2,140	1.4	1,529	14.3
가공 옷(청진가공품)	2,140	1.4	1,529	14.3
신발	1,745	1.4	1,246	11.7
식량	1,200	1.4	857	8.0
가공 옷 원자재	1,070	1.4	764	7.1
중고 옷	1,050	1.4	750	7.0
철잡화	1,007	1.4	719	6.7
수산물 도매장	650	1.4	464	4.3
수산물 가공품	463	1.4	331	3.1
조미료	367	1.4	262	2.5
그릇	356	1.4	254	2.4
채소	323	1.4	231	2.2
당과류	323	1.4	231	2.2
수산업 및 원자재	300	1.4	214	2.0
과일	274	1.4	196	1.8
우기용품	256	1.4	183	1.7
오징어도매장	230	1.4	164	1.5

I
II
III
IV
V
VI

품목분류	매대 규모(㎡)	매대(㎡)	매대수	품목별(%)
이불	220	1.4	157	1.5
수산물(생물)	210	1.4	150	1.4
양말	134	1.4	96	0.9
담배	132	1.4	94	0.9
다시마	120	1.4	86	0.8
육류	110	1.4	79	0.7
음식	100	1.4	71	0.7
천 매대	50	1.4	36	0.3

출처: 북한이탈주민 면접을 통해 필자가 작성

나. 평안남도 평성시 옥전시장의 내부구조와 대표품목 수입규모

(1) 옥전시장의 내부구조 : 전국 최대 가공 옷 도매시장

(가) 옥전시장의 외형적 구조: 블록 담과 양철판 지붕

옥전시장은 2003년 북한의 시장 장려 정책과 맞물리면서 지붕을 올린 종합시장 형태로 점차 발달해 왔으며, 시장 전체규모는 12,804㎡, 면적 대비 매대 개수는 약 9,146개로 추정된다.

옥전시장의 판매 품목은 대부분 공업품이며 옷 가공업에 상당수의 주민들이 참여하는 것으로 확인된다. 따라서 옥전시장은 가공 옷 도매시장의 성격을 가지고 있다. 내부구조는 4줄 당 1개의 지붕을 차지하는 구조를 가지고 있다.

(나) 옥전시장의 매대 구성: 옷 가공업 매대 중심의 구성

옥전시장은 옷 가공업이 주류를 이루며, 확인 가능한 시장 내부의 매대 규모는 8,990㎡에 달하는 것으로 나타나고 있다.

옥전시장에서 매대 규모가 가장 큰 부분은 가공 상품이며 이는 청진시 가공 옷 매대 규모보다 더 큰 것으로 전국 최대 규모인 2,641㎡에 달한다. 뒤이어 옷 가공에 필요한 부자재 매대 또한 전국 최대 규모로 1,271㎡, 일용잡화 1,020㎡, 식료품 1,000㎡, 부속품 777㎡, 육류·수산물이 523㎡, 신발 411㎡, 생필품 400㎡ 등으로 구성되어 있다.

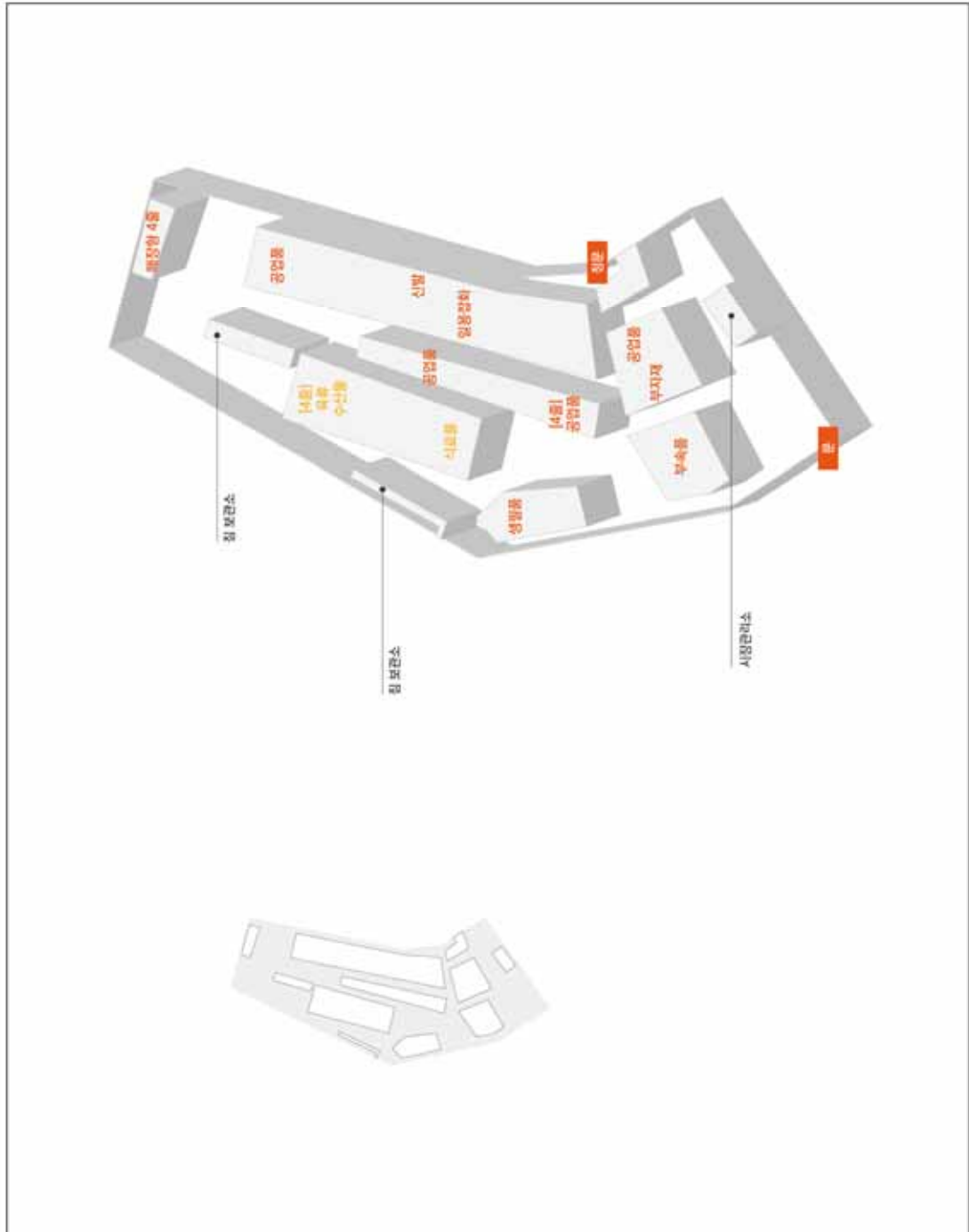
그림 V-12 ▶ 평안남도 평성시 주요시장



출처: 필자 작성

I
II
III
IV
V
VI

그림 V-13 옥전시장 매대구조



출처: 필자 작성

(2) 옥전시장의 대표품목 수익규모

옥전시장의 매대별 품목 비중을 보면 공업품이 시장 전체 면적의 29.4%를 차지하며, 이는 수납시장 가공 옷 매대 2,140㎡(14.3%)보다 500㎡가 더 큰 규모이다. 특히, 가공업과 관련된 부자재 역시 14.1%로 전국 최고 수준의 높은 비율을 보이고 있어 옷 가공업의 최대 생산기지라는 특성을 분명하게 보여주고 있다. 시장의 최대 수익구조가 옷 가공업에서 나오고 있음을 확인할 수 있다. 수익구조에서 옥전시장 전체 장세규모인 22,864,286원 중 7,721,269원이 시장 내 공업품 부문에서 발생하고 있는 것으로 추정돼 시장 수익규모의 가장 대표적인 품목이라는 것을 알 수 있다.

표 V-2 ▶ 옥전시장의 품목별 매대 규모 및 품목비중

품목분류	매대규모(㎡)	매대기준(㎡)	매대수	품목별(%)
공업품	2,641	1.4	1886	29.4
부자재	1,271	1.4	908	14.1
일용잡화	1,020	1.4	729	11.3
식료품	1,000	1.4	714	11.1
부속품	777	1.4	555	8.6
육류, 수산물	523	1.4	374	5.8
신발	411	1.4	294	4.6
생필품	400	1.4	286	4.4
집보관	947	1.4	676	10.5

출처: 북한이탈주민 면접을 통해 필자가 작성

다. 양강도 해산시 해산시장의 내부구조와 대표품목 수입규모

(1) 해산시장의 내부구조 : 도시발달과 주민소비

(가) 해산시장의 외형적 구조: 양강도 내 최대 규모

해산시장의 외형구조는 1998년경 3차례의 이동과정을 거쳐 현재의 위치로 온 이후 현재까지 개보수과정을 거치면서 유지되고 있으며, 시장건평규모는 2,078평(6,901㎡), 전체 시장은 8,000㎡의 규모이다.

I
II
III
IV
V
VI

그림 V-14 양강도 혜산시 주요시장



출처: 필자 작성

현재 혜산시장은 혜산시 혜신동에 큰 규모로 자리하게 되면서 시장 율타리는 블록을 쌓아 올린 후 외벽에 시멘트 미장을 한 담으로 둘러싸고 지붕은 중국에서 수입된 양철판으로 시장전체 지붕을 모두 덮는 통지붕 형태이다.

혜산시장은 공업품, 건재, 잡화, 중고품, 약재 등을 판매하는 종합시장으로 다양한 주요상품 매대들로 구성되어 있으며, 도매업 비중이 낮고 소매를 중심으로 운영되기 때문에 매대 규모는 크지 않은 것으로 나타났다.

(나) 품목별 매대 면적: 잡화와 건재 중심의 매대

혜산시 매대 규모는 건재 694㎡, 고급잡화 693㎡, 잡화 559㎡, 공업품 557㎡, 한약 501㎡, 신상품 387㎡, 육류·가축·수산물 340㎡, 신발 324㎡, 잡화 303㎡, 식품 282㎡, 중고의류 209㎡, 과일 160㎡, 식량 136㎡, 담배 47㎡ 등으로 구성되었다.

(2) 혜산시장의 대표품목 수익규모

품목별 매대 규모 및 비중 추정: 90%의 외국산 소비시장

대표적인 품목의 매대 비중은 혜산시의 특성상 잡화부분이 압도적으로 높은 24.1%를 차지하고 있으며, 뒤이어 공업품의 비중이 22.2%로 혜산시장의 주류상품이 사치품과 공업품에 집중되어 있음을 확인할 수 있다. 세 번째로 건재 매대가 전체 매대 중 13.4%를 차지하고 있으며 이는 혜산시의 도시발달(시가지 인구밀도는 1km²에 17,506명)과 밀접한 상관성이 있는 것으로 보인다.

외국산 공업품과 잡화 가운데 중국산이 85~90%를 차지하고 있으며, 이는 중국의 장백현이 혜산시와 두만강을 사이에 두고 접해있기 때문인 것으로 보인다(일본산6%, 한국산4%). 혜산시는 생산보다는 소비도시에 가까워 국내 공업품 중에서도 가공옷의 70~80%가 평성(가공옷), 남포(천리마구역이 전국모조품 의류생산기지), 사리원 등에서 유입된다.

수익을 산출하는 대표품목은 잡화, 공업품, 건재이며 해당 3가지 품목의 장세 수익규모는 전체 장세 9,858,571원 중 5,885,566원으로 비중에서 59.7%의 비중을 차지하고 있다.

I

II

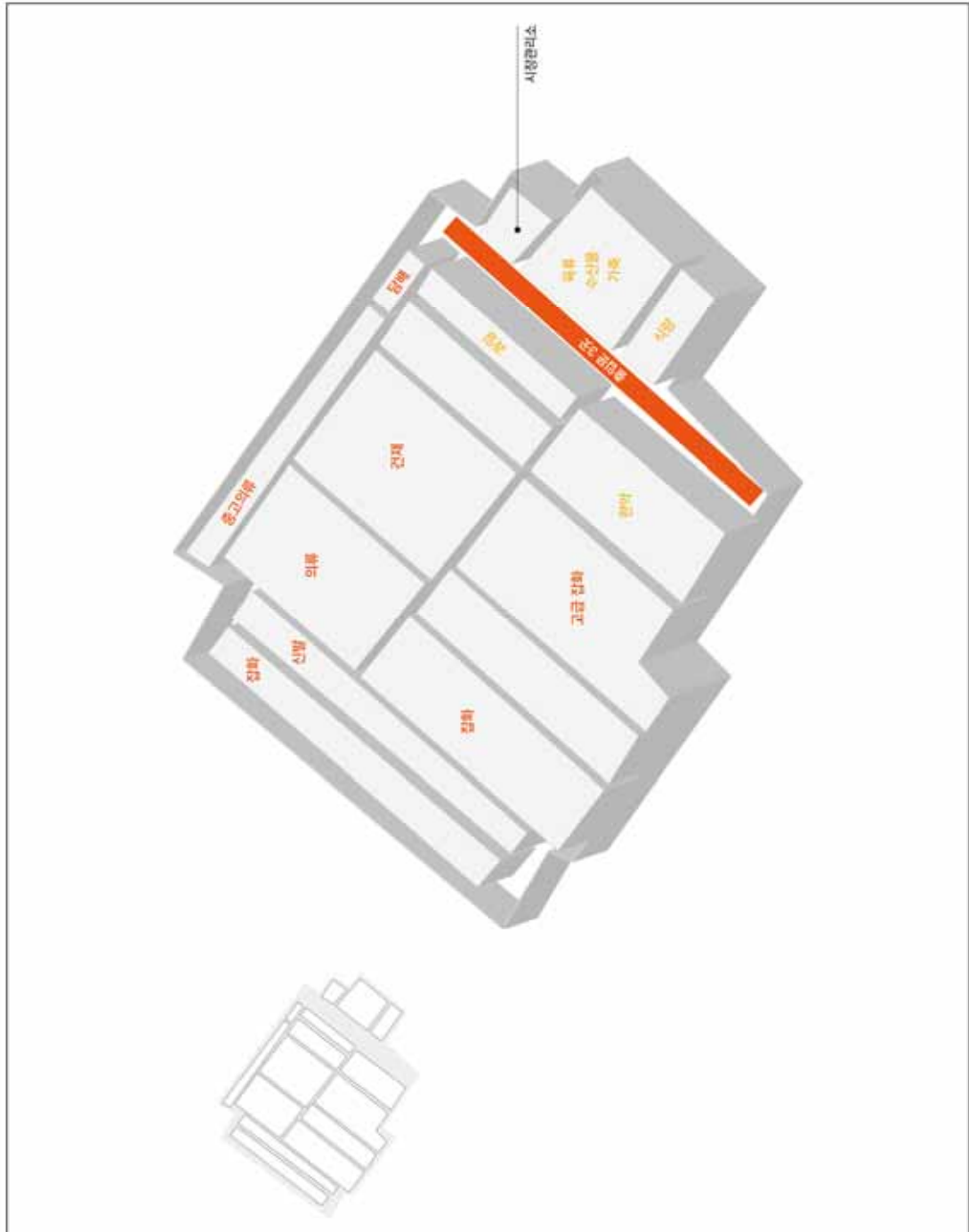
III

IV

V

VI

그림 V-15 ▶ 혜산시장 매대구조



출처: 필자 작성

표 V-3 ▶ **혜산시장의 품목별 매대 규모 및 품목비중**

품목분류	매대 규모(㎡)	기준(㎡)	매대(수)	품목별(%)
건재	694	1.75	397	13.4
공업품	557	1.75	318	10.7
잡화	559	1.75	319	10.8
고급잡화	693	1.75	396	13.3
신상품(공업)	387	1.75	221	7.5
한약	501	1.75	286	9.6
식품	282	1.75	161	5.4
과일	160	1.75	91	3.1
육류 및 수산물	340	1.75	194	6.5
식량	136	1.75	78	2.6
담배	47	1.75	27	0.9
중고의류	209	1.75	119	4.0
잡화	303	1.75	173	5.8
신발	324	1.75	185	6.2

출처: 북한이탈주민 면접을 통해 필자 작성

라. 자강도 강계시 외룡시장의 내부구조와 대표품목 수입규모

(1) 외룡시장의 매대구조 : 자강도 최대 종합소비시장

(가) 외룡시장의 외형적 구조: 생활소비형 매대구조

외룡시장은 규모는 1990년대 당시 1,500㎡에 불과했으나 2000년대 초에는 3,000㎡로 성장했으며, 2005년에서 2006년 사이에는 3배 이상 증가하여 현재까지 10,177㎡의 규모를 유지하고 있다. 현재 자강도에서 가장 큰 규모의 종합시장으로 자리 잡았다.

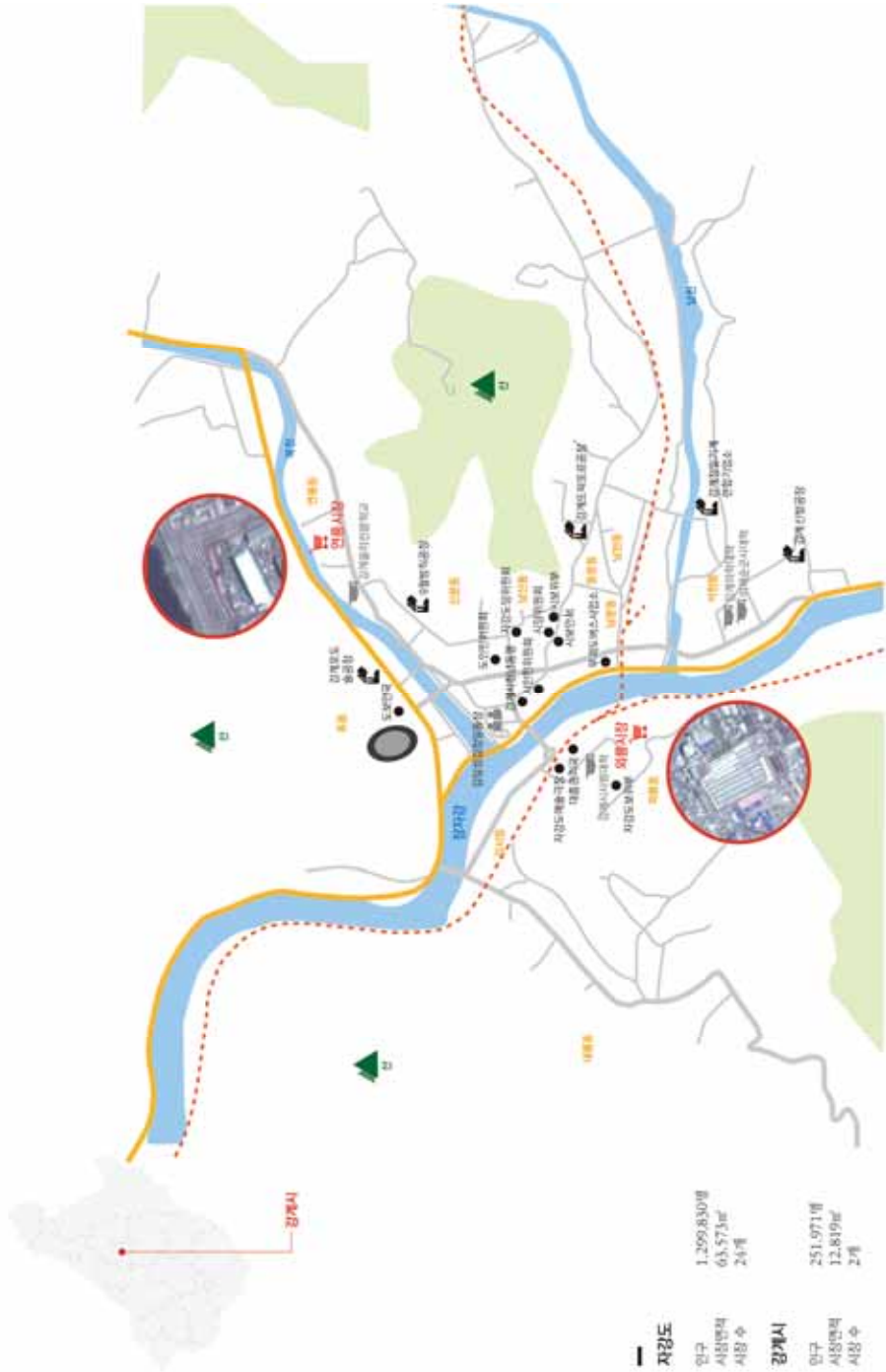
외룡시장의 외형적 건물구조는 나무널판으로 만든 담과 널판으로 된 지붕으로 구성되었으며, 한 개의 지붕에 4줄 매대로 구분되어 있다. 주요 매대는 건재와 잡화, 공업품과 잡화, 담배, 식량, 음식, 식료품, 수산물, 신발 매대 등이다.

(나) 품목별 매대 면적: 생필품 중심의 매대 규모

외룡시장 주요 품목별 매대 면적은 잡화가 1,612㎡로 가장 크며 음식과 식당 매대가 두 번째로 큰 면적인 1,488㎡를 차지한다. 이외에도 식량 1,238㎡, 공업품 1,077㎡, 건재 879㎡, 신발 741㎡, 생선 511㎡, 육류 301㎡ 등의 순으로 매대가 구성되어 있다.

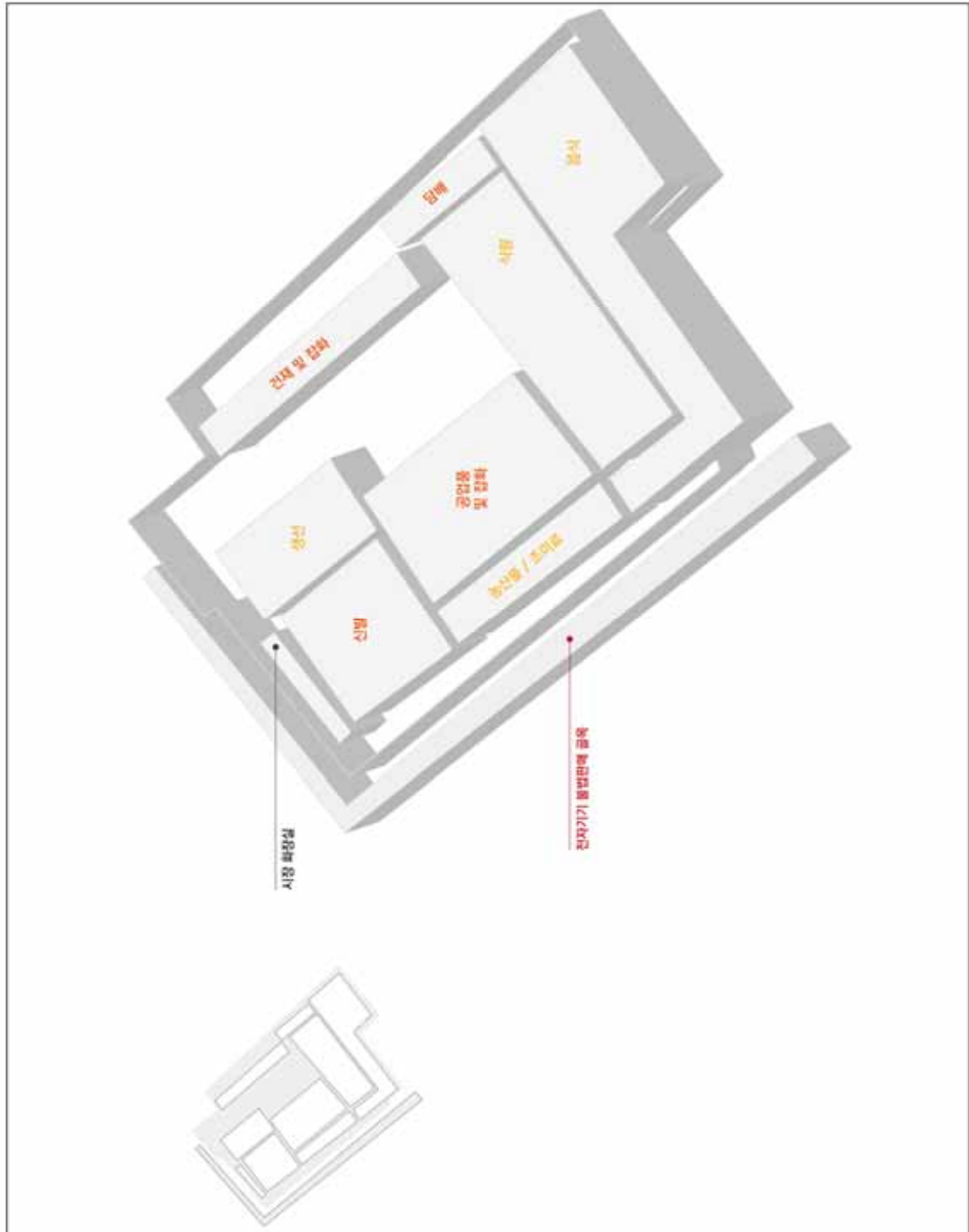
I
II
III
IV
V
VI

그림 V-16 자강도 강계시 주요시장



출처: 필자 작성

그림 V-17 외룡시장 매대구조



출처: 필자 작성

I
II
III
IV
V
VI

(2) 외룡시장의 대표품목 수익규모

품목별 매대 규모 및 비중 추정: 생필품 중심의 종합시장

〈표 V-4〉의 외룡시장 매대 규모 및 비중을 살펴보면 대체로 생활소비재와 관련된 비중이 상당히 높은 것을 확인할 수 있으며, 특히 품목 가운데 잡화, 식당, 음식, 식량 매대 등이 많은 것으로 보아 외룡시장이 실생활에 필요한 소비시장의 기능과 역할을 수행한다는 것을 알 수 있다.

외룡시장의 경우 시장 내 도매공간은 없으나 주변 마을 단위들 시장을 상대로 도매시장의 역할을 하고 있다. 이는 다른 지역으로 도매되는 물건들의 운송을 용이하게 하기 위해 기차역과 시장이 근접한 거리에 도매상들이 자리하기 때문이다.

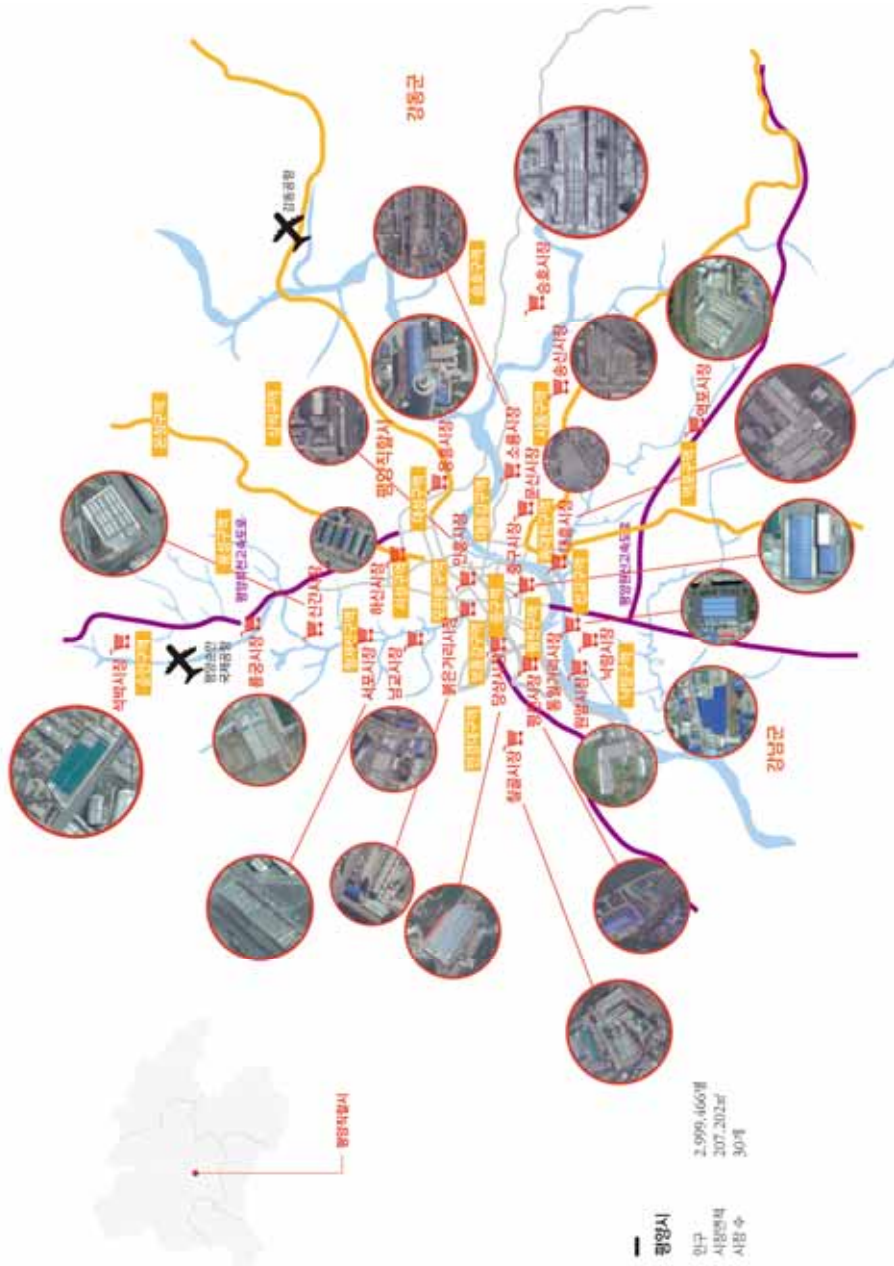
외룡시장의 품목 가운데 대표적인 것은 식량(음식포함) 34.8%, 잡화 20.5%, 공업품 13.7% 순으로 이는 시장의 장세 수익구조의 69%를 차지하는 것으로 추정되며, 시장전체 장세규모 14,538,571원 중 10,031,613원으로 수익규모의 대부분이 식량과 잡화, 공업품에 집중돼 있음을 알 수 있다. 특히, 강계시는 특성상 많은 노동자들이 거주함에도 불구하고 배급이 되지 않아 도시주변의 낮은 산들을 개간하여 잡곡들이 많이 생산되어 타 지역에 비해 식량가격이 저렴한 편이다. 따라서 다른 지역과 달리 외룡시장은 도시 내 생필품소비를 보장하는 기능을 하고 있다.

표 V-4 외룡시장의 품목별 매대 규모 및 품목비중

품목분류	매대규모(㎡)	매대기준(㎡)	매대수	품목별(%)
잡화	1,612	1.75	921	20.5
식당, 음식	1,488	1.75	850	19.0
식량	1,238	1.75	707	15.8
공업품	1,077	1.75	615	13.7
건재	879	1.75	502	11.2
신발	741	1.75	423	9.4
생선	511	1.75	292	6.5
육류	301	1.75	172	3.8

출처: 북한이탈주민 면접을 통해 필자 작성

그림 V-18 ▶ 평양시 주요시장



출처: 필자 작성

마. 평양시 송신시장의 내부구조와 대표품목 수입규모

(1) 송신시장의 내부구조 : 경공업 중심의 소비재시장

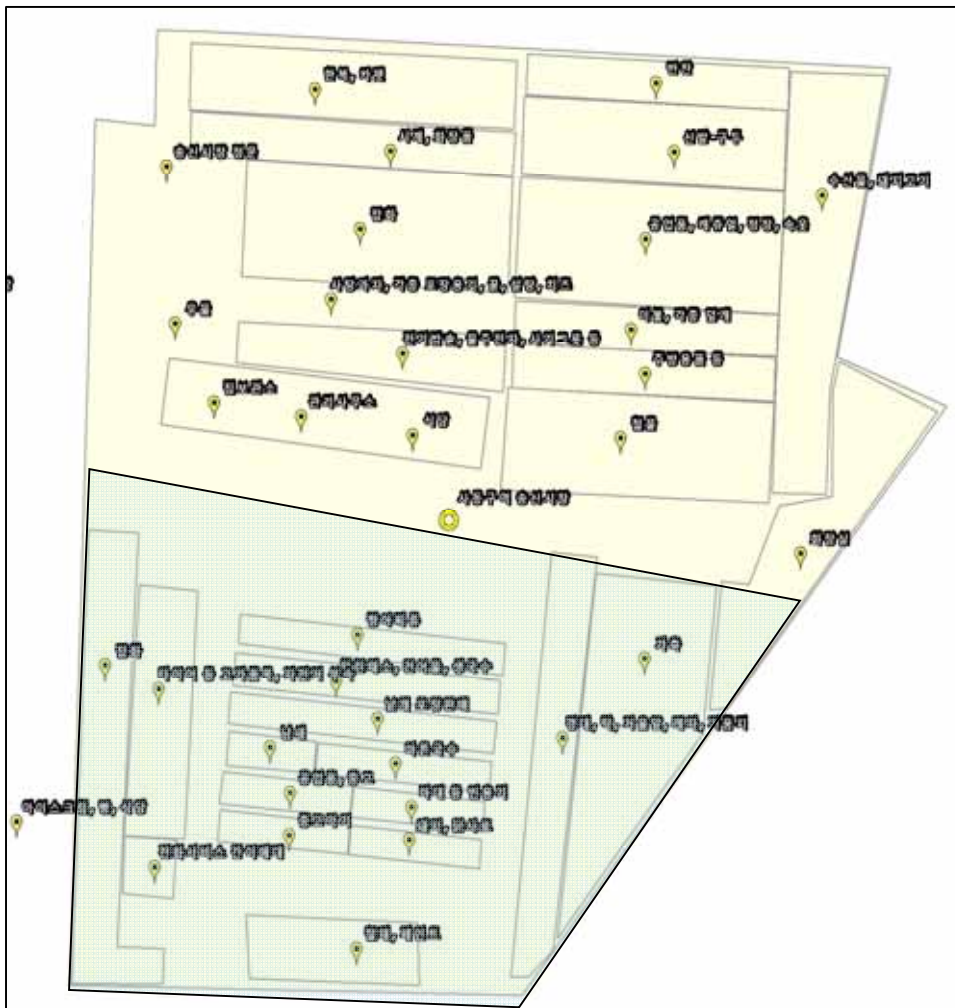
I
II
III
IV
V
VI

(가) 송신시장의 외형적 구조: 10일장과 상설시장의 공존구조

송신시장은 1990년대 이전까지 농민시장에서 상당히 발전된 종합시장의 기능을 갖추고 있는 상태였다. 2003년에 규모가 크게 확장되고 규격화된 이후 큰 변화는 나타나지 않았으나 전체 규모는 12,971㎡에 이르며 매대 규모도 1만 개 이상에 달하는 것으로 추정된다.

송신시장은 시장을 중심으로 남쪽은 10일에 한 번씩 열리는 10일장, 북쪽은 상설시장으로 나뉜다. 시장의 전체 외벽은 블록으로 올리고 벽면을 시멘트로 미장한 담이 설치되어 있다.

그림 V-19 송신시장 매대별 구조



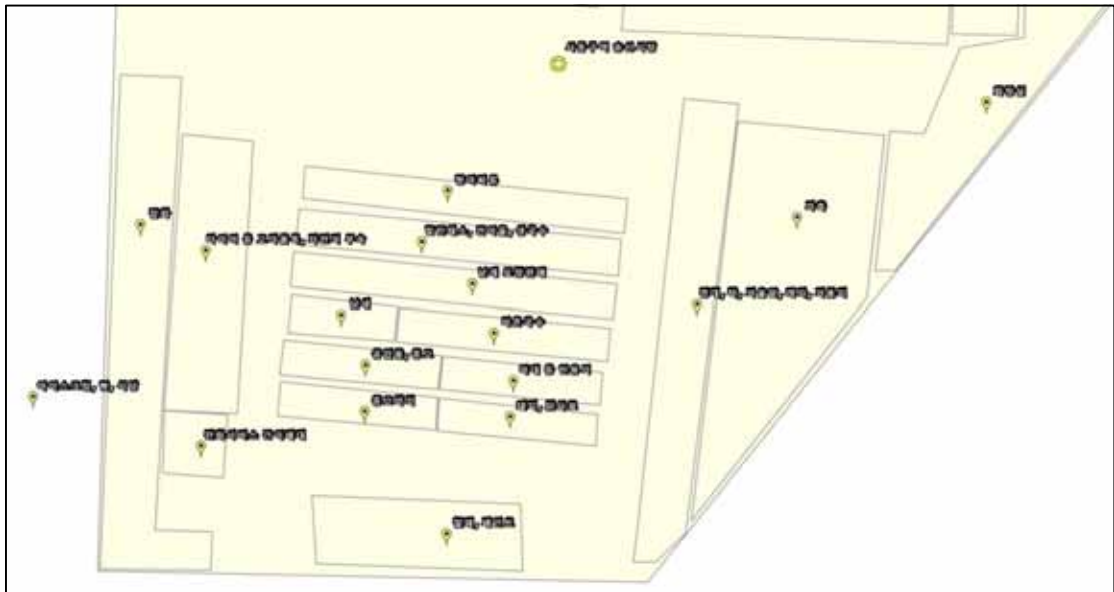
출처: Arc-GIS 활용해 필자가 작성

(나) 10일장 품목별 매대 면적: 고정화된 10일장

10일장은 상설시장과 달리 10일에 한 번씩 열리기 때문에 장이 열리지 않는 날에는 닫혀있다가 장날에는 정해진 매대가 자리잡으며(이는 다른 지역 10일장과 달리 매대가 지정되어 있다는 특징을 가짐), 전체 규모는 약 6,300㎡로 상설시장과 비슷한 규모를 차지한다.

매대별 규모는 가축 매대가 660㎡로 가장 큰 매대를 차지하며, 관리사무소, 짐 보관소, 식당으로 구성된 건물이 486㎡, 잡화 477㎡, 가구 370㎡, 부속품 312㎡, 철재·페인트 222㎡, 장아찌류 180㎡, 건채소·건어물·국수 180㎡, 건국수 112㎡, 중고공업품 86㎡, 마대용기 86㎡, 중고악기 85㎡, 사료 매대 85㎡ 등으로 이루어져 있다.

그림 V-21 송신(10일)시장의 매대 구조



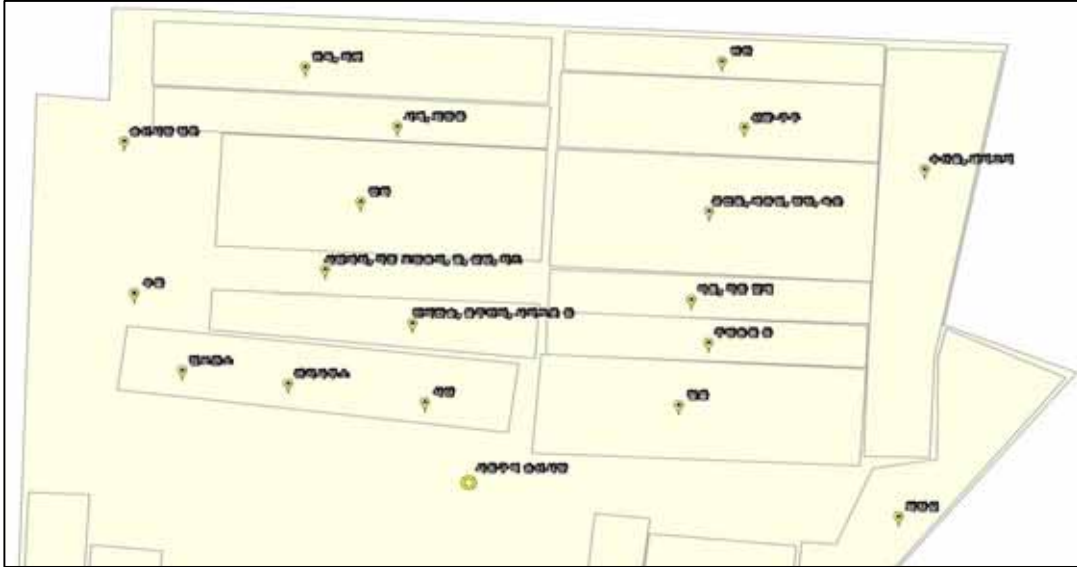
출처: Arc-GIS 활용해 필자가 작성

(다) 상설시장 품목별 매대 구조: 균형적인 종합소비품 시장

송신 상설시장은 전체 규모가 6,670㎡에 달해 10일장보다 약 370㎡가 더 큰 것으로 확인되며, 매대 품목도 종합시장으로 상시적인 수요의 품목들로 구성되어 있다.

매대별 규모에서 가장 큰 규모는 공업품 매대로 675㎡를 차지하며, 잡화 650㎡, 수산물·육류 618㎡, 철제잡화 570㎡, 한복·카펫 458㎡, 구두 443㎡, 화장품·약세사리 297㎡, 가전제품 274㎡, 주방용품 243㎡, 생활용품 236㎡, 반찬 225㎡, 당과류 223㎡ 등으로 구성되어 있다.

그림 V-22 송신(상설)시장의 매대 구조



출처: Arc-GIS 활용해 필자가 작성

(2) 송신시장의 대표품목 수익규모

품목별 매대 규모 및 비중 추정: 특화된 상품 공급

송신(10일)시장의 매대 비중을 보면 상설시장과 달리 가축 매대가 전체 품목 가운데 23.1%를 차지해 가장 많으며, 뒤이어 잡화 16.7%, 가구 13%, 부속품 10.9%, 철재·페인트가 7.8%를 차지하는 등 10일장의 특성이 품목 비중에서 나타나고 있다.

상설시장의 매대 품목에서 가장 높은 비율을 차지하는 품목은 공업품과 잡화로 각각 13.7%와 13.2%로 나타났으며, 뒤이어 수산물, 육류가 12.6%, 철제잡화가 11.6%, 한복, 카펫이 9.3%, 구두가 9.0% 등으로 확인돼 종합시장의 특성을 가지고 있다는 것을 알 수 있다.

송신시장의 경우 경공업과 관련된 제품들이 주로 판매되는데, 그 이유는 송신시장 주변에 평양의 수요를 위해 형성되었던 경공업 공장들이 많기 때문인 것으로 보인다. 따라서 시장의 품목도 상당히 다양하다. 송신시장의 전체 수익 규모 가운데 가장 높은 비중을 차지하는 잡화(17.3%)와 공업품(13.15%)이 전체 비중의 30.44%를 차지해 송신시장 전체 장세 23,162,500원 중 7,052,980원에 달하는 것으로 추정된다. 따라서 송신시장은 경공업 특성을 가지고 있는 시장으로 평양시 주민을 위한 대표적인 소비시장이라고 할 수 있다.

I
II
III
IV
V
VI

표 V-5 송신(10일)시장의 품목별 매대 규모 및 품목비중

품목분류	매대 규모(㎡)	매대기준	매대수	품목별 비중
건축	660	1.4	471	23.1
잡화	477	1.4	341	16.7
가구	370	1.4	264	13.0
부속품	312	1.4	223	10.9
철재, 페인트	222	1.4	159	7.8
장아찌류	180	1.4	129	6.3
건채소, 건어물	180	1.4	129	6.3
건국수	112	1.4	80	3.9
중고공업품	86	1.4	61	3.0
매대용기	86	1.4	61	3.0
중고약기	85	1.4	61	3.0
짐승사료	85	1.4	61	3.0

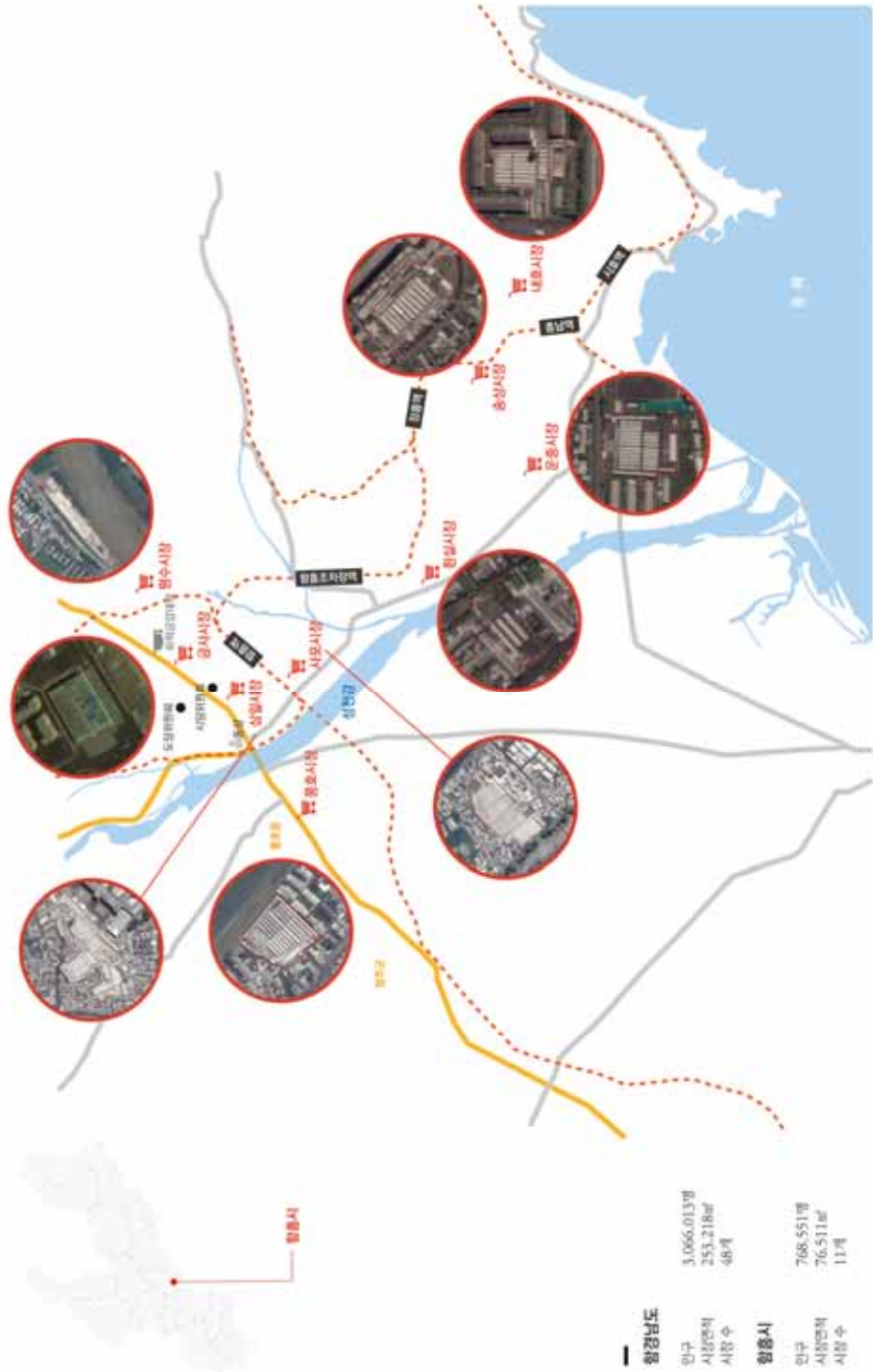
출처: 북한이탈주민 면접을 통해 필자가 작성

표 V-6 송신(상설)시장의 품목별 매대 규모 및 품목비중

품목분류	매대 규모(㎡)	매대기준	매대수	품목별 비중
공업품	675	1.4	482	13.7
잡화	650	1.4	464	13.2
수산물, 육류	618	1.4	441	12.6
철제잡화	570	1.4	407	11.6
한복, 카펫	458	1.4	327	9.3
구두	443	1.4	316	9.0
화장품, 액세서리	297	1.4	212	6.0
가전제품	274	1.4	196	5.6
주방용품	243	1.4	174	4.9
생활용품	236	1.4	169	4.8
반찬	225	1.4	161	4.6
당과류	223	1.4	159	4.5

출처: 북한이탈주민 면접을 통해 필자가 작성

그림 V-23 ▶ 함경남도 함흥시 주요시장



출처: 필자 작성

I
II
III
IV
V
VI

바. 함흥시 사포시장의 내부구조와 대표품목 수입규모

(1) 사포시장의 매대구조 : 함경남도 최대 종합시장

(가) 사포시장 외형 및 규모: 지역소비를 위한 가공업에서 최대 규모

사포시장은 금사시장과 함께 함흥시 최대 규모의 종합시장으로 전체 시장면적이 12,995㎡이다. 사포시장은 북문지역의 농민시장에서 시작해 2004년부터 현재의 규모로 정착해 왔다.

(나) 품목별 매대 면적

사포시장 주요 매대로는 공업품(가공 옷, 원단, 부자재 등)매대가 2,090㎡로 가장 큰 면적을 차지하며, 잡화(학용품, 사치품 등) 1,490㎡, 가전제품 1,220㎡, 신발 710㎡, 당과류(사탕, 과자 등), 견과류(땅콩, 호두, 잣 등) 700㎡, 가축 640㎡, 식량 570㎡, 과일 440㎡, 철물 380㎡, 담배 340㎡, 자전거부품 330㎡, 그릇 200㎡ 등으로 구성되어 있다.

(2) 사포시장의 대표품목 수입규모

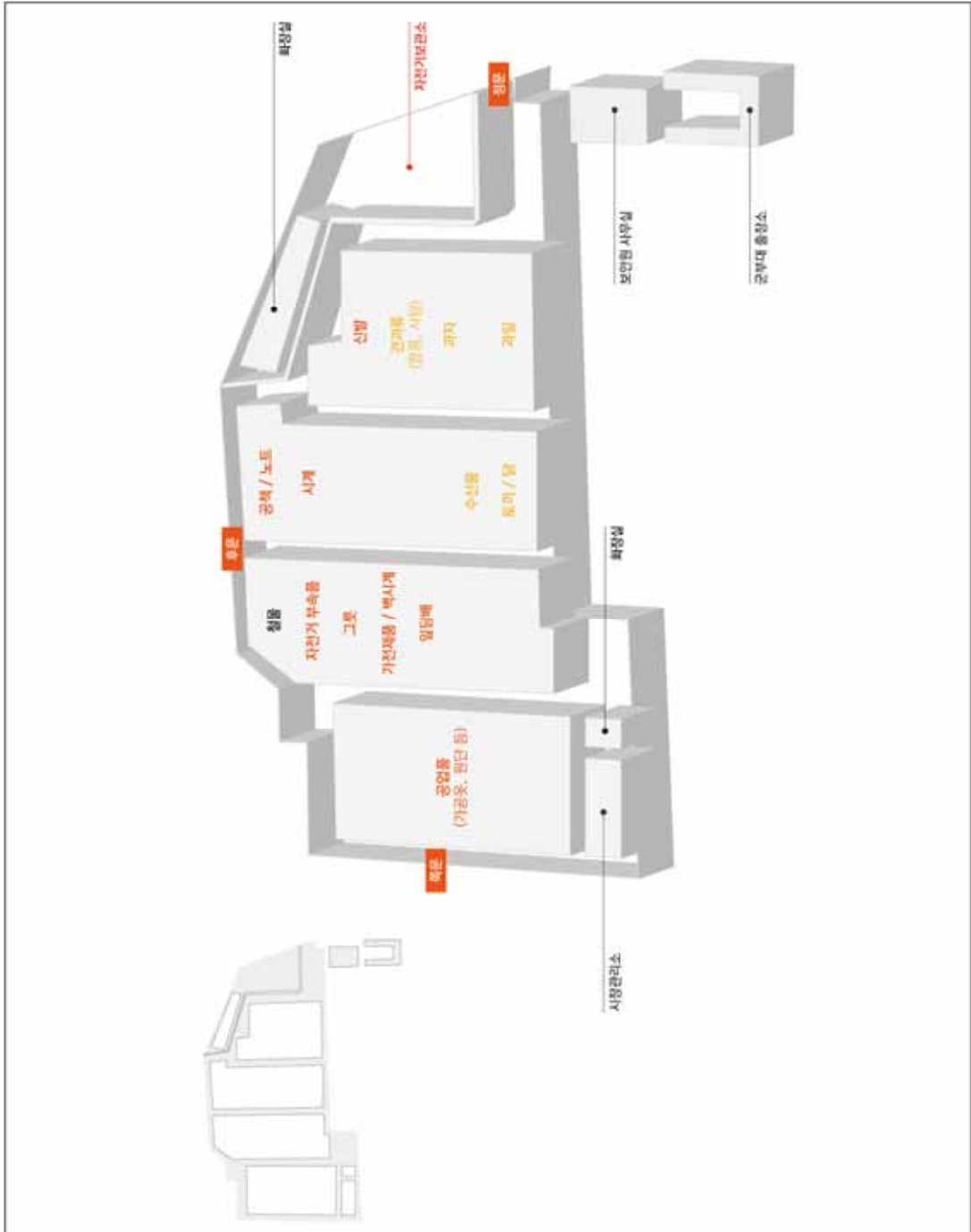
품목별 매대 규모 및 비중 추정: 중저가 가공옷 생산과 가전유통

사포시장의 매대 품목 비중을 보면 주요 매대 규모 중 옷 가공에 필요한 원단 및 부자재를 모두 포함한 공업품이 가장 많은 22.9%를 차지하고 있어 옷 가공 생산이 핵심임을 알 수 있다. 대체로 품질은 타 지역에 비해 낮은 편으로 함흥시와 주변 군의 수요를 충족하는 정도에 머물고 있는 것으로 확인된다.

잡화·가전제품이 각각 16.4%와 13.4%를 차지하며, 잡화의 경우 일반 종합시장 형태와 유사한 비중을 보이지만 가전제품의 경우 다른 시장들보다 상당히 높은 비중을 보이고 있어 주민생활에서 가전의 수요가 높은 것을 알 수 있다.

사포시장의 가장 대표적인 품목은 공업품으로 22.9%를 차지해 전체 장세 수익 23,205,357원 중 5,314,026원, 잡화는 16.4%로 3,805,678원을 차지하고 있는 것으로 추정된다. 특히 사포시장의 경우 금사시장과 달리 대체로 중저가의 제품이 판매되며, 공업품 비중이 타 지역보다 상대적으로 적지만, 시장 내에서 공업품 비중이 커지게 된 것은 가공 옷이 점차 늘었기 때문이다. 사포시장은 수익 규모 비중을 볼 때, 종합소비시장으로써의 특성을 가진다고 볼 수 있다.

그림 V-24 사포시장 매대구조



출처: 필자 작성

I
II
III
IV
V
VI

표 V-7 사포시장의 품목별 매대 규모 및 비중 추정

품목분류	매대 규모(㎡)	매대기준	매대수	품목별 비중
공업품	2,090	1.4	1493	22.9
잡화	1,490	1.4	1064	16.4
가전제품	1,220	1.4	871	13.4
신발	710	1.4	507	7.8
당과, 건과류	700	1.4	500	7.7
수산물, 가축	640	1.4	457	7.0
식량	570	1.4	407	6.3
과일	440	1.4	314	4.8
철물	380	1.4	271	4.2
담배	340	1.4	243	3.7
자전거부품	330	1.4	236	3.6
그릇	200	1.4	143	2.2

출처: 북한이탈주민 면접을 통해 필자가 작성

4. 시장의 기능별 특성과 대표도시의 시장별 역할

가. 시장 기능별 특성

(1) 종합소비시장과 도매시장

종합소비시장은 대부분 도시를 중심으로 형성되어 있다. 여기서 종합소비시장이란 전체 품목 가운데 일부 품목이 큰 비중을 차지하지 않고 상대적으로 모든 품목이 평준화된 경우를 말한다. 다시 말해 주민생활에 필요한 다양한 소비재의 비중 격차가 크지 않음을 의미한다. 또한 소비재 시장은 종합도매시장과 달리 도매시장을 따로 가지고 있지 않다는 점에서 소비중심의 시장이라고 할 수 있다.

반면 종합도매시장은 시장 내 도매시장을 따로 구축하고 있는 시장으로 도매의 비중이 상당히 높으며, 일반적으로 종합도매시장 내 품목별 비중 간에 큰 차이가 발생한다. 품목 비중의 차이가 큰 경우 곧 시장의 수익규모와 연관되는 동시에 도매품목일 가능성이 매우 높다. 종합도매시장은 도매만 있는 것이 아니라 실제로 종합소비시장의 성격도 동시에 가지고 있다.

지역별 종합소비시장과 도매시장은 대도시의 경우 타 지역으로 상품을 도매하는 역할도 하지만 대도시 내 소비시장으로 도매하는 기능도 한다. 예를 들면 고가시장의 경우, 고가의 상품을 외부에서 직접 도매해 오기도 하지만 종합도매시장에서 도매되는 좋은 물건들을 가져다 판매하는 경우가 많다. 특히 종합시장에 다량의 물건이 많고 싸게 나오는 것만큼 차익을 남길 수 있기

때문이다. 예를 들면 중고 옷을 종합도매시장에서 싸게 넘겨 온 후, 옷을 다림질 하고 깨끗하게 만들어 고가시장에 넘겨주거나 파는 경우가 많으며, 이는 일종의 노동력을 통해 공임을 남기는 것이라 할 수 있다.

(2) 산업소비재시장

산업소비재 시장은 일반적으로 산업과 관련된 부품이나 제품을 주로 판매하는 공간으로 대도시 에 주로 나타난다. 이러한 산업소비재 시장은 기계부속품, 자동차 소모품, 자전거부속품, 변압기, 공구, 시멘트, 도색류 등과 같은 산업소비재 전반을 판매하는 산업시장과 특정산업 제품을 주로 판매하는 시장으로 구분된다. 주요 산업도시마다 산업동이 있는데, 이러한 명칭과는 구별되며 때로는 해당 동에 있는 경우도 있고, 때로는 해당 동이 아니지만 산업소비재를 판다고 하여 산업시 장이라고도 부른다.

산업시장의 경우 일반적인 소비시장과 달리 산업관련 소비재만을 취급하는 공간으로 시장의 규모가 크지 않다. 또한 북한당국의 강력한 통제로 판매할 수 있는 물건들이 다소 제한적이며, 필요한 부품들은 상인들이 시장이 아닌 주변에 비축해 두어 시장 외에서 거래하는 경우가 많다고 한다. 이러한 산업시장은 개인보다 주로 외화별이사업소나 소규모 기업들에서 이용한다.

산업소비재시장으로 또 다른 유형인 특정산업시장의 경우, 해당지역의 주요 산업적 특성에 따른 특성화된 제품, 부품, 소모품 등을 취급한다. 수산업이 특성화된 지역의 경우 개인의 어선 소유와 관련해 어선에 필요한 제품을 주로 판매하는 시장으로 나타난다. 또 시멘트가 생산되는 곳이거나 농산품과 관련된 기계, 철제도구들을 파는 시장, 좋은 석탄이 생산되는 곳에서는 개인이 석탄을 채굴해 불법으로 판매하는 등의 현상도 함께 나타난다.

(3) 고가시장

고가시장은 주로 고가의 상품을 취급하는 시장으로 대도시에서 흔히 형성돼 있다. 고가제품을 주로 취급한다고 하여 중저가의 상품이 전혀 없는 것은 아니며, 대체로 고가상품을 많이 취급한 다. 고가의 대표물건들이 다양하지 않아 가격이 일정부분 경직돼 있다.

고가시장의 경우 대체로 외국산 공업품이나 화장품, 일부 가전제품 등을 취급하며 그 중 일본 산, 한국산, 중국산 순으로 가격이 매겨진다. 특히 대도시의 경우 종합시장과는 별도로 이러한 고가상품들을 취급하는 시장이 따로 있을 정도로 확산되었다. 또한 고가시장에서 나오는 물건을 국영상점에서 자리를 임대해 1.5배의 가격에 판매하기도 하며, 일부 물건들은 종합도매시장에서

I
II
III
IV
V
VI

도매하는 경우도 많다. 또 외부에서 고가의 상품이 대량으로 도매상에게 도착할 경우 시장의 중간 도매상들이 넘겨받아 시장 소매상들에게 직접 넘겨주거나, 가운데서 옷을 깨끗하게 손질해 파는 상인들에게 넘겨주기도 한다.

나. 대표적 도시 시장의 기능별 분화

평양시의 경우 시장들이 일정부분 기능별로 분화되어 있다. 주로 공업품만을 취급하는 도매시장인 선교시장, 고가의 상품인 수입품만을 취급하는 통일거리시장과 중구역시장, 종합소비시장으로서의 송신시장, 농산물도매시장으로서의 사동시장 등이 특성별로 분화되어 운영되고 있다. 사동시장의 경우 주변이 농촌과 맞닿아 있어 평양시 농산물 도매시장으로서의 역할을 수행한다. 또 송신시장은 평양시민을 위한 경공업 생산기업들이 주변에 많아 그 영향을 받았으며, 수입품을 취급하는 고가시장인 중구역 시장은 지리적으로 평양의 중심에 위치해 있다는 점이 시장의 특성화에 영향을 미친 것으로 보인다. 또한 송신시장이 평양의 동쪽 끝에 위치해 있음에도 불구하고 종합소비시장으로 성장할 수 있었던 배경에는 해당 지역에 궤도전차 종점이 위치해 유리한 교통 이용이 결정적인 역할을 하였다.

청진시의 경우도 평양시와 마찬가지로 시장별로 특성이 구분되어 있다. 물론 19개 시장이 전부 그런 것은 아니지만 대표적인 몇몇 시장은 고유의 특성을 가지고 있어 기능별로 시장이 분화되어 있음을 알 수 있다. 청진시의 경우 수남시장이 전국적으로 가장 큰 종합도매시장으로서의 특성을 가지고 있으며, 대체로 공업품과 수산품이 큰 비중을 차지하는 것으로 나타났다. 또한, 고가의 상품으로 외국산을 전문으로 취급하는 포항시장의 경우 일본산, 한국산, 중국산이 상표를 제거한 상태에서 판매되고 있다.

포항구역 산업동에 위치해 있는 산업소비재시장인 산업시장의 경우 건설, 기계, 전력 등의 소모품이나, 소형기계류, 부품, 시멘트, 도색류 등을 전문으로 취급한다. 별도로 특정산업과 관련된 전문시장으로는 신암구역 관해동에 위치한 수산물시장이 있는데 그물이나 통발, 부표, 선박 부품 등 수산업과 관련 있는 생산 장비 또는 부속품을 전문으로 판매하고 있다. 물론 시장 전체가 그런 것은 아니지만 청진시 특성 중 하나인 수산업에 맞는 시장이 형성되었으며, 시장의 기능별 분화가 점차 세분화 및 전문화되고 있음을 알 수 있다.

이 밖에도 공식시장은 아니지만 사실상 마을 전체가 특정 산업제품에 연계되어 비공식 시장화가 이루어진 경우도 있다. 평성시의 경우 옥전시장이 가공 옷의 도매역할 기능과 더불어 생산관련 재료를 판매하는 공간이라면 옥전시장의 주변 마을은 모두 가공 옷 생산기지로서 특성화되어 있다. 또한 순천시의 경우 순천시멘트 공장 주변이 모두 평성시와 유사한 형태로 비공식 시장을

이루고 있으며, 주변 마을이 모두 시멘트와 관련된 업종과 연계되어 있다. 또한 순천시는 도시건설과 관련되어 공식적인 시장은 아니지만, 대동강변에 모래시장이 형성되어 있어 건설자재를 필요로 하는 사람들이 이곳에서 모래를 구입한다.²⁸⁾

이러한 시장의 기능별 특성화는 전국적으로 나타나는 현상으로 도시의 산업적 특성과 지리적 영향에 따른 것으로 볼 수 있다. 이러한 현상은 북한의 시장이 점차 전문화되고 현대화 되어가는 과정을 보여주는 것으로 시장 중심적 도시운영에 상당한 영향을 미칠 것으로 판단된다.

5. 시장의 유통구조망

가. 지형적 요인에 의한 지역구분

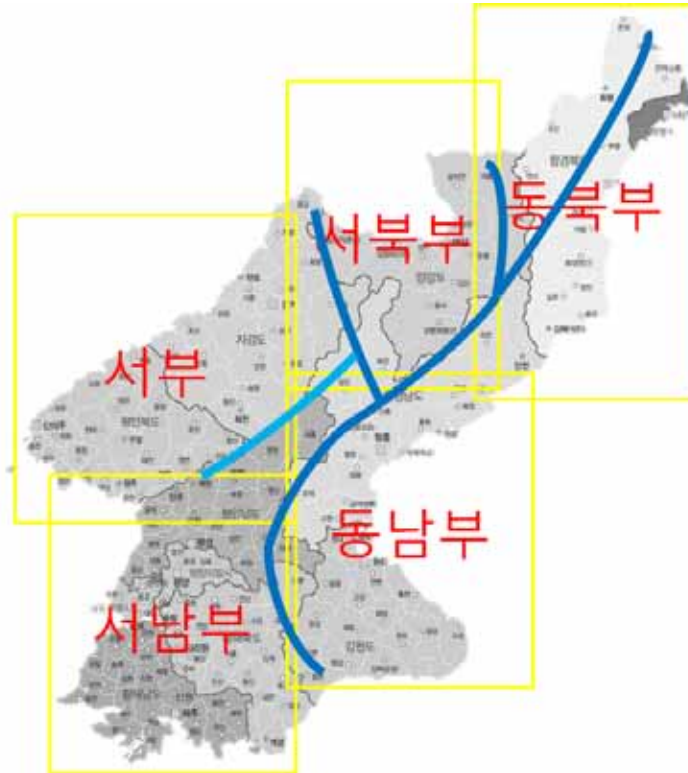
북한지역은 지형적 요인에 의해 크게 서부, 서북부, 동북부, 서남부, 동남부로 구분할 수 있으며, 이는 북한의 시장 유통구조에 중요한 영향을 미친다.

동북부의 함경산맥이 서북부의 백두대간을 만나 동남부와 서북부를 구분하게 되며, 서북부의 남쪽에 위치한 낭림산맥이 서부와 경계해 동남부의 함경산맥과 만나 강원산맥을 이루는 구조를 형성하고 있어 유통구조의 순환적 기능이 제한적일 수밖에 없는 한계를 가진다.

지구별 대표적인 유통지역은 동북부의 청진시, 서북부의 혜산시, 서부의 강계시와 신의주시, 서남부의 평성시와 평양시, 동남부의 함흥시와 원산시이며, 그 중에서도 가장 대표적인 도매시장이 있는 동북부의 청진시와 서남부의 평성시가 대표적인 지역이다.

²⁸⁾ 홍 민, 『북한의 시장화와 사회적 모빌리티: 공간구조·도시정치·계층분화』(서울: 통일연구원, 2015), pp. 108~110.

그림 V-25 지구별 구분과 산맥지형



출처: 북한이탈주민 면담을 통해 필자 작성

나. 대표시장 유통구조

북한시장의 대표적인 유통시장은 북부의 수남시장과 남부의 평성시장이 남북의 최대 도매업의 정점을 이루며 이곳을 통해 전국각지로 상품이 유통된다.

수남시장은 북한 최대 도매시장으로 각 지역으로부터 대규모 생산품과 수입품이 유입되고 타 지역 시장으로 다시 유통되는 과정에서 역수출 현상도 나타난다. 수남시장 상품은 함경북도 내 북부의 나선, 무산, 회령, 온성 지역과 남부의 경성, 길주, 김책으로 유통되며, 도외 지역으로는 동해안 지역인 함흥, 원산, 서남부지역인 혜산, 평성, 신의주, 평양까지 도매된다.

수남시장을 통해 가장 많이 유통되는 상품은 공업품과 수산물이다. 청진 가공 옷, 중국과 일본으로부터 수입된 공업품, 청진 동해안에서 생산된 가공수산물 제품들이 국내지역과 해외로 수출된다. 수산물 수요를 충족하기 위해 수남시장 내에 수산물 매대 외에 도매시장이 따로 정해져 있을 정도로 큰 비중을 차지한다.

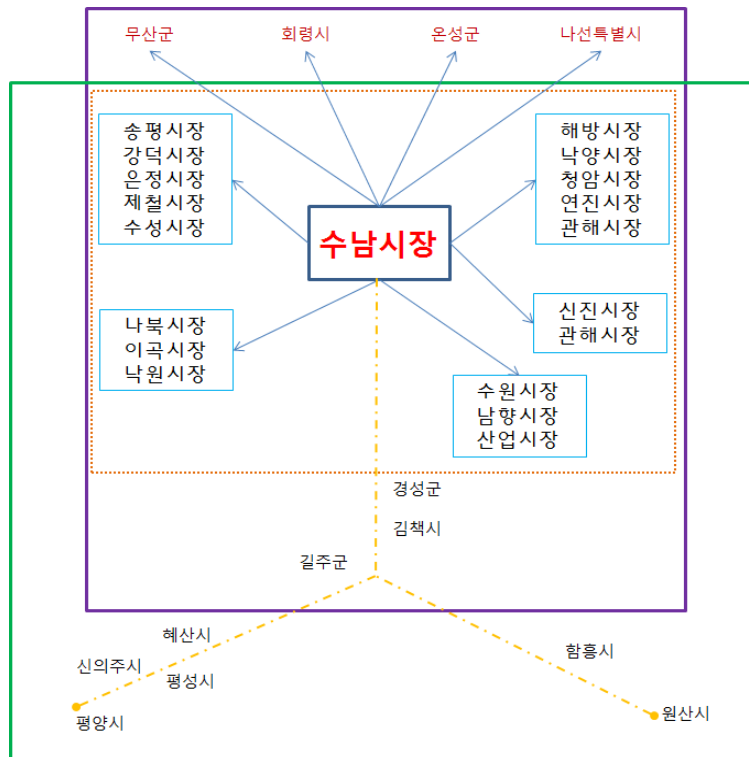
2000년대까지는 평성시에서 생산된 가공 옷이 청진시까지 유입되었으나, 2010년대 들어서 부터 청진시의 옷 가공업에 종사하는 사람들의 기술이 좋아지고 고가의 가공 옷 설비(일본산을 주로 사용-재일교포출신 면접)들이 갖춰지면서 가공 옷 수입지역에서 자체 소비 및 수출하는 지역으로 변화해 왔다.

평성시장의 상품은 평안남도 내 서부의 안주, 문덕, 숙천, 대동, 온천 등 지역과 북부의 성천군, 양덕, 대흥, 북창, 덕천, 개천, 신의주 등으로, 도외지역으로는 남쪽의 평양, 사리원, 해주, 남포, 동해안 지역으로는 함흥, 단천, 김책, 청진, 나선까지 유통되었다.

평성시장의 가장 대표적인 국산품은 가공 옷으로 중국과 원산으로부터 수입된 천이나 국내에서 생산된 천으로 옷을 가공하여 전국 각지로 유통하며, 평성시장을 중심으로 주변 지역 주민들 상당수가 옷 가공업에 종사하는 것으로 나타났다.

평성시에서 만들어진 가공 옷은 현재 청진까지 유입되지는 않으나 주변에 평양을 비롯한 높은 수요의 도시와 읍 단위에 대량으로 도매되고 있어 여전히 청진과 함께 옷 가공이 발달한 지역으로 평가받고 있다.

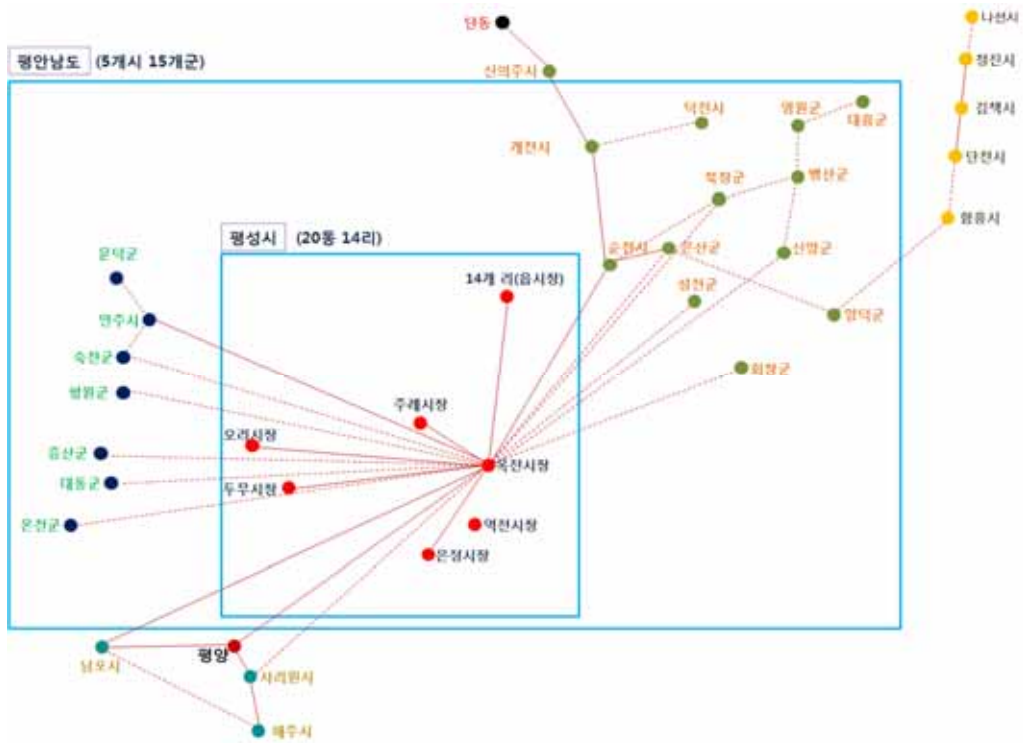
그림 V-26 수남시장의 유통구조



출처: 북한이탈주민 면담을 통해 필자 작성

- I
- II
- III
- IV
- V
- VI

그림 V-27 평성시장의 유통구조



출처: 홍민, 『북한의 시장화와 사회적 모빌리티: 공간구조·도시정치·계층변화』 (서울: 통일연구원, 2015), p. 66, 그림 II-6.

다. 주요 유통경로

수입품은 나선시, 회령시, 평양시, 평성시에서 청진으로 유입되며, 주요 상품으로는 나선시의 가공신발과 중국신발, 회령시의 천과 중고 옷, 평양시의 빵가공 식품(평양 빵가공 발달로 청진까지 수입됨), 원산시의 일본 중고 옷과 자투리천, 신의주시의 중국 고가제품 등이 있다.

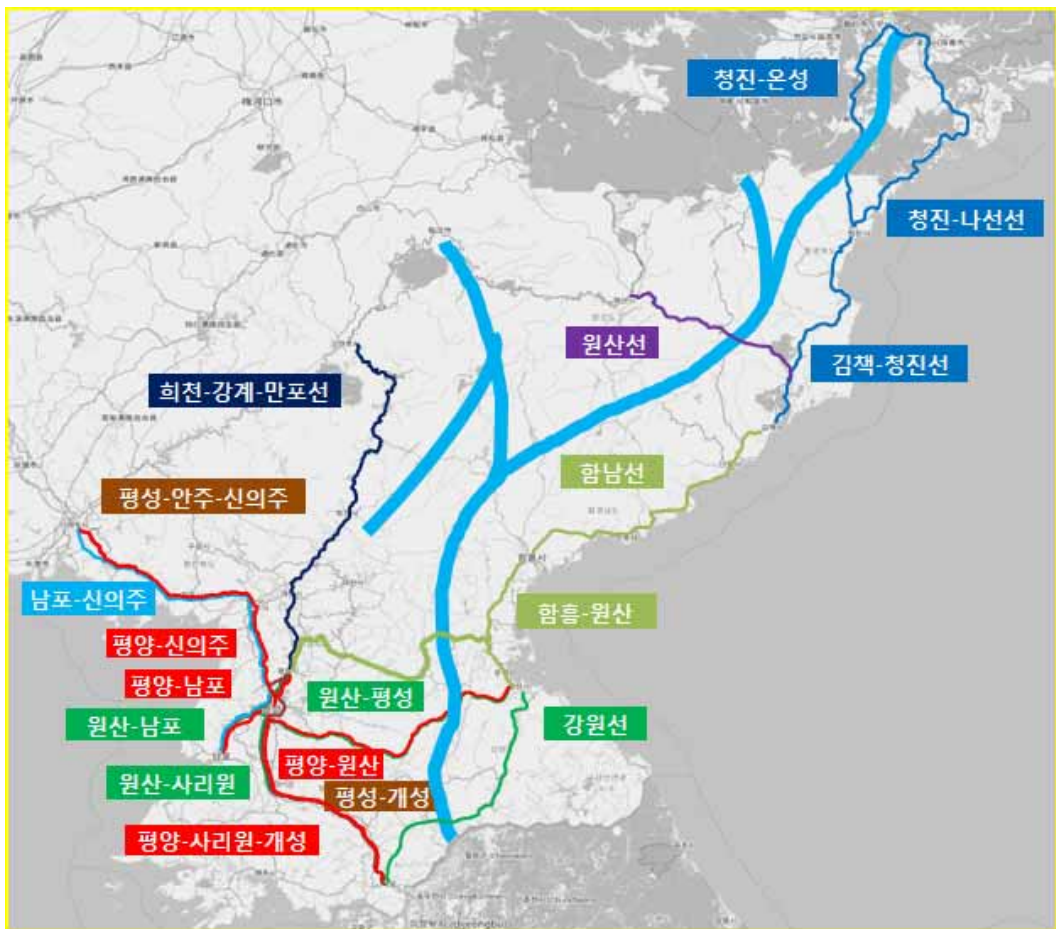
물자 유통경로는 회령, 나진, 무산, 청진으로 이어지는 북부철도망과 사리원, 신의주, 평양, 평성, 원산, 함흥, 김책, 청진으로 이어지는 동해안 철도망이 물자운송의 수단이며, 주요 도로망을 이용한 물자유통은 평양, 평성, 함흥, 김책, 청진, 나선으로 이어지는 1급 도로망과 북쪽의 온성, 회령, 부령, 무산, 청진으로 이어지는 2급 도로망을 이용하여 이뤄진다.

대규모 물자유통의 주요 수단으로는 기차를 활용한 운송수단 방법과 10톤 컨테이너 차량을 이용하는 방법이 있다. 열차운송의 경우, 가격이 저렴하고 많은 물량을 이동할 수 있는 대신 시간이 많이 걸리는 단점이 있으며, 반면 도로망을 이용한 10톤 컨테이너 차량(임대 또는 회사명의 개인소유차량)의 경우 운송비가 비싸지만 운송 시간이 단축되어 시간을 정확히 맞출 수 있다는

장점(신용)도 있어 최근 들어 주요 운송수단으로 많이 활용하는 것으로 나타났다.

물자유통 가운데 소규모 운송수단은 택배버스로 장거리는 2회, 단거리는 5회 이상을 이동하는 버스에 물건을 붙여서 보내는 형태로 물건의 부피, 무게, 가치에 따라 운임료의 차이가 발생하며 대량유통이 가능한 컨테이너차량 운임료는 10톤 컨테이너 차량을 기준으로 회령과 청진사이 1회 운임료로 200~250불, 나선과 청진사이 1회 운임료는 400~500불, 청진과 평양 사이 1회 운임료는 1,000달러를 지불하는 것으로 나타난다.

그림 V-28 ▶ 평성시장의 유통구조



출처: 북한이탈주민 면담을 통해 필자 작성

- I
- II
- III
- IV
- V
- VI

라. 대외 수출입 유통경로

대외 수출입 유통경로를 살펴보면 서부지역의 경우에는 신의주, 만포, 혜산, 회령, 나선을 통해 중국산, 한국산 등이 수입되며, 대량도매를 소비할 수 있는 종합 도매시장을 통해 전국각지로 유통되는 것으로 확인됐다. 동부지역의 경우 원산, 나선을 통해 일본산과 한국산, 중국산이 유입되어 함흥, 청진에서 유통되며, 서부와 남부지역으로는 평성시장을 통해 평양, 신의주, 해주, 남포, 사리원 등으로 도매된다. 특히 중국산 제품의 경우 고가의 좋은 제품들과 한국산 제품들 상당수가 단동을 통해 유입되는 것으로 알려져 있으며, 상대적으로 저가의 제품들이 북부지역을 통해 유입되어 판매되는 것으로 확인됐다.

지리적 특성상 신의주 지역은 단동시와 접해 있고, 주요 도시들이 평성을 기점으로 남부와 북부 지역에 위치해 있어 상품의 대량소비가 가능하다는 이점이 함북도 지역과 대비된다. 한편, 함북도 지역의 경우 도시나 인구 규모는 작지만, 산간지가 많고 도시의 대부분이 농업보다는 공업에 종사하는 인구 밀도가 높아 시장의존적이라는 특성이 시장 네트워크를 활성화시키는 중요한 요인으로 보인다.

마. 외국 상품 유통과정

중국산, 한국산 제품과 원자재는 외화별이 회사나 주요기관을 이용한 거래를 통해 신의주, 혜산지역에서 수요 가능한 분량을 제외하고 주소를 평성, 평양 등으로 변경하여 이동시키며, 이때 포장 박스의 중국 상표들은 모두 제거된다.

평성에 도착한 상품은 개인의 경우 북한 당국의 강력한 통제로 접근이 어렵기 때문에 평성에서 직접 상인들에게 도매되거나 평양 도매꾼들을 평성으로 불러 거래하여 평양 외화별이회사의 간판을 이용해 평양으로 직접 들어가는 것으로 확인됐다.

평양 소매상인의 경우 3일에 1회 정도 소매품을 받기 위해 평성 도매시장을 찾으며, 평성 도매업자에게 기존 물건 대금을 정산하고 다시 새로운 물건으로 받아 가는데, 이때 소매업자들과 도매업자들 간에 대금 결제는 대부분 후불제로 거래된다.

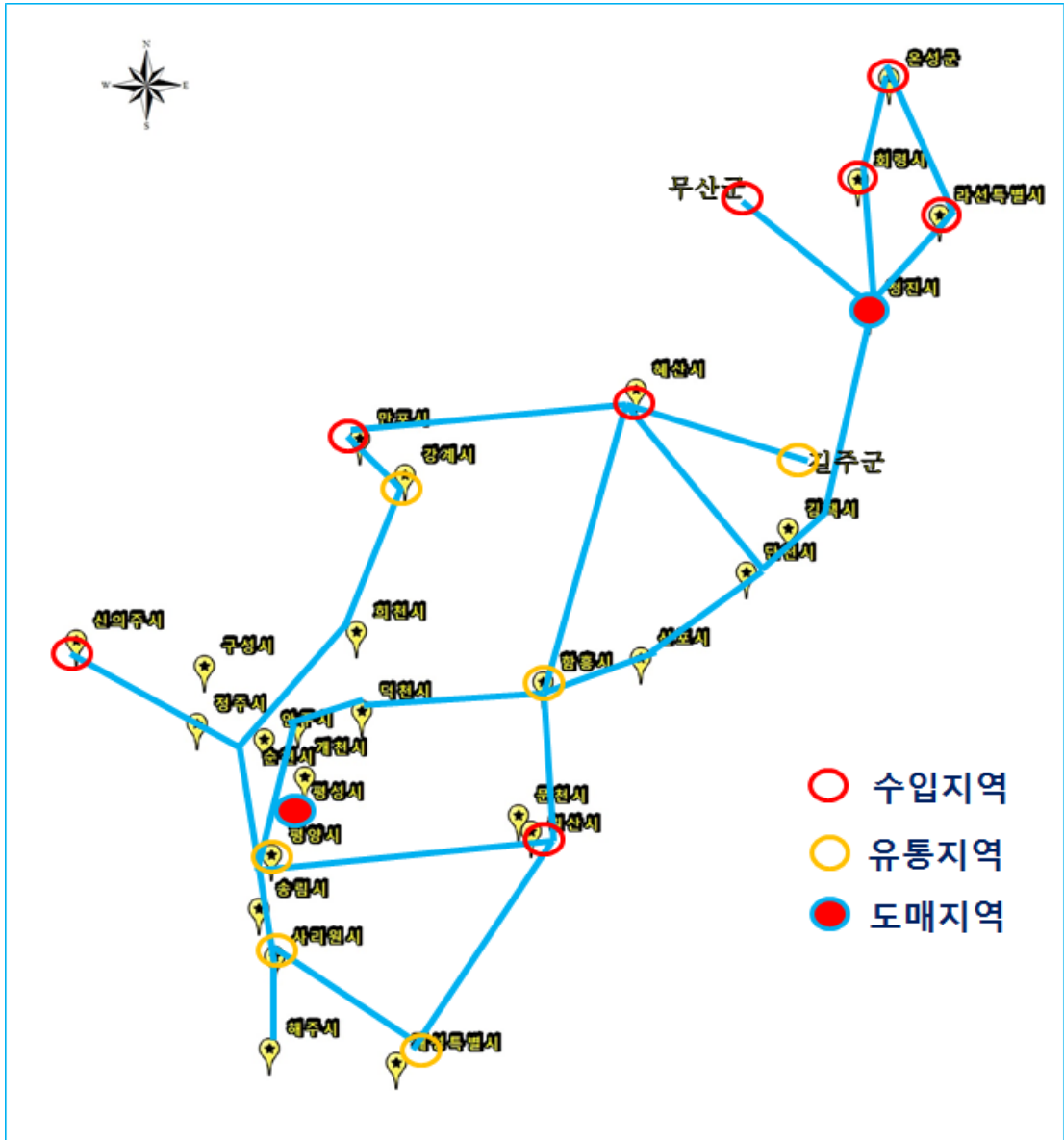
북쪽의 남양, 회령, 나선을 통해 유입된 수입산 물건은 중국인 보따리 상인을 제외하고는 대량으로 움직이기 때문에 회령이나 남양에서 내리지 않고 컨테이너 차량을 이용해 직접 청진까지 이동시킨다.

대체로 외화별이 회사의 간판을 걸고 차량을 임대하여 물건을 수송하기 때문에 교두보 지역부터 청진까지 한 번에 수송하게 되며, 이곳에서 대량도매상을 통해 중간도매상들에게 배분되어

시장에서 소매 내지 도매된다.

대량도매상은 상품 도착예정 일시를 확인하여 시장과 연관된 도매상이나 타 지역 도매상들에게 연락을 취해 도착예정을 알리며, 중간도매상들은 선불 또는 상황에 따라 후불로 대금을 지불하는 경우도 있는 것으로 확인됐다.

그림 V-29 평성시장의 유통구조



출처: 북한이탈주민 면담을 통해 필자 작성

I
II
III
IV
V
VI

VI. 지역별 공식시장 현황



1. 지역별 시장 특성: 평양시

- 평양시의 시장은 총 30개로 도시에만 총 24개의 시장이 입지함.
- 평양시 시장 개수는 도 단위에서 7번째로서, 비교적 중간보다 적지만 시장 1개당 인구로 환산했을 때에는 전국에서 가장 높은 99,982명임.
- 인구가 가장 많은 구역은 만경대구역으로 321,690명이었으며, 그 다음이 282,681명으로 낙랑구역임.
- 인구가 가장 적은 구역은 은정구역으로 47,569명이었으며, 그 다음이 62,790명으로 삼석구역이었음.
- 평양시 시장의 평균 면적은 6,906㎡임.
- 가장 큰 시장면적을 차지하는 구역은 25,868㎡로 낙랑구역이 차지하였으며, 가장 작은 시장 면적을 차지한 구역은 3,049㎡로 보통강구역이었음.
- 시장 1개당 인구가 가장 많은 구역은 대동강구역과 용성구역이었으며, 가장 적은 구역은 은정구역과 강동군이었음.

I

II

III

IV

V

VI

그림 VI-1 ▶ 평양시 시/군별 시장 수



표 VI-1 ▶ 평양시 시장정보 수집 현황

도	시·군	시장위치 (구역·리·동)	시장명	시장 면적 (㎡)	시장 전체 면적 (㎡)	시·군별 시장수	도별 시장수
평양시		사동구역 송신동	송신시장	12,971	207,202	24	30
		대성구역 능라2동	능라2동시장	8,180			
		대성구역 용흥동	용흥시장	7,551			
		역포구역 장진동	역포시장	12,151			
		평천구역 안산2동	평천시장	10,593			
		만경대구역 당상동	당상시장	7,654			
		만경대구역 칠골동	칠골시장	11,184			
		모란봉구역 인흥1동	인흥시장	3,673			
		서성구역 중신동	하신시장	11,094			
		서성구역 남교동	남교동시장	8,027			
		중구역 오탄동	중구시장	4,745			
		낙랑구역 관문동	낙랑시장	8,344			
		낙랑구역 원암동	원암동시장	1,492			
		낙랑구역 통일거리동	통일거리시장	16,032			
		보통강구역 붉은거리2동	붉은거리2동시장	3,049			
		용성구역 용궁2동	용궁2동시장	6,149			
		형제산구역 신간2동	신간2동시장	3,539			
		형제산구역 서포2동	서포2동시장	8,073			
		선교구역 대흥동	대흥동시장	7,428			
		동대원구역 문신1동	문신1동시장	7,575			
		대동강구역 소룡1동	소룡1동시장	7,372			
		순안구역 석박동	석박동시장	3,873			
		은정구역 배산동	배산동시장	2,094			
	은정구역 과학1동	과학동시장	2,389				
		삼석구역	0	0			
		강남군	강남읍	강남시장	4,772		1
		강동군	강동읍	강동시장	11,545		5
	고비노동자구		고비구시장	1,531			
	송가리노동자구		송가리구시장	6,504			
	상리노동자구		상리구시장	1,059			
	대리노동자구		대리구시장	6,559			

I
II
III
IV
V
VI

표 VI-2 ▶ 평양시 인구·시장 개수·시장 1개당 인구

도·시·군	인구 (2008년) ²⁹⁾	시장개수	시장 1개당 인구
평양시	2,999,466	30	99,982
중구역	131,333	1	131,333
만경대구역	321,690	2	160,845
선교구역	148,209	1	148,209
평천구역	181,142	1	181,142
동대원구역	143,561	1	143,561
용성구역	195,891	1	195,891
은정구역	47,569	2	23,784
대성구역	115,739	2	57,869
모란봉구역	143,404	1	143,404
서성구역	147,138	2	73,569
보통강구역	105,180	1	105,180
대동강구역	207,081	1	207,081
사동구역	140,869	1	140,869
형제산구역	160,032	2	80,016
순안구역	91,791	1	91,791
삼석구역	62,790	-	-
역포구역	82,548	1	82,548
낙랑구역	282,681	3	94,227
강남군	69,279	1	69,279
강동군	221,539	5	44,307

²⁹⁾ KOSIS 국가통계포털 북한통계, “도, 시/구역/군, 도시/농촌별, 성별인구,” <<http://kosis.kr>>. (검색일: 2016. 10.25.)

표 VI-3 평양시 장세 추정

(단위: 북한 원)

시·군	시장명	면적 (㎡)	매대 (㎡)	매대 (개수)	2,500(시) 500(군)	2,500(시) 700(군)	2,000(시) 500(군)	2,000(시) 700(군)
사동구역	송신시장	12,971	1.4	9,265	23,162,500	23,162,500	18,530,000	18,530,000
대성구역	능라2동시장	8,180	1.4	5,843	14,607,143	14,607,143	11,685,714	11,685,714
	용흥시장	7,551	1.4	5,394	13,483,929	13,483,929	10,787,143	10,787,143
역포구역	역포시장	12,151	1.4	8,679	21,698,214	21,698,214	17,358,571	17,358,571
평천구역	평천시장	10,593	1.4	7,566	18,916,071	18,916,071	15,132,857	15,132,857
만경대구역	당상시장	7,654	1.4	5,467	13,667,857	13,667,857	10,934,286	10,934,286
	칠골시장	11,184	1.4	7,989	19,971,429	19,971,429	15,977,143	15,977,143
모란봉구역	인흥시장	3,673	1.4	2,624	6,558,929	6,558,929	5,247,143	5,247,143
서성구역	하신시장	11,094	1.4	7,924	19,810,714	19,810,714	15,848,571	15,848,571
	남교동시장	8,027	1.4	5,734	14,333,929	14,333,929	11,467,143	11,467,143
중구역	중구시장	4,745	1.4	3,389	8,473,214	8,473,214	6,778,571	6,778,571
낙랑구역	낙랑시장	8,344	1.4	5,960	14,900,000	14,900,000	11,920,000	11,920,000
	원암동시장	1,492	1.4	1,066	2,664,286	2,664,286	2,131,429	2,131,429
	통일거리시장	16,032	1.4	11,451	28,628,571	28,628,571	22,902,857	22,902,857
보통강구역	붉은거리2동시장	3,049	1.4	2,178	5,444,643	5,444,643	4,355,714	4,355,714
용성구역	용궁2동시장	6,149	1.4	4,392	10,980,357	10,980,357	8,784,286	8,784,286
형제산구역	신간2동시장	3,539	1.4	2,528	6,319,643	6,319,643	5,055,714	5,055,714
	서포2동시장	8,073	1.4	5,766	14,416,071	14,416,071	11,532,857	11,532,857
선교구역	대흥동시장	7,428	1.4	5,306	13,264,286	13,264,286	10,611,429	10,611,429
동대원구역	문신1동시장	7,575	1.4	5,411	13,526,786	13,526,786	10,821,429	10,821,429
대동강구역	소룡1동시장	7,372	1.4	5,266	13,164,286	13,164,286	10,531,429	10,531,429
순안구역	석박동시장	3,873	1.4	2,766	6,916,071	6,916,071	5,532,857	5,532,857
은정구역	배산동시장	2,094	1.4	1,496	3,739,286	3,739,286	2,991,429	2,991,429
	과학동시장	2,389	1.4	1,706	4,266,071	4,266,071	3,412,857	3,412,857
삼석구역	-	0	1.4	0	0	0	0	0
강남군	강남시장	4,772	1.9	2,512	1,255,789	1,758,105	1,255,789	1,758,105
강동군	강동시장	11,545	1.9	6,076	3,038,158	4,253,421	3,038,158	4,253,421
	고비구시장	1,531	1.9	806	402,895	564,053	402,895	564,053
	송가리구시장	6,504	1.9	3,423	1,711,579	2,396,211	1,711,579	2,396,211
	상리구시장	1,059	1.9	557	278,684	390,158	278,684	390,158
	대리구시장	6,559	1.9	3,452	1,726,053	2,416,474	1,726,053	2,416,474
		207,202		141,992	321,327,444	324,692,708	258,744,587	262,109,851

I
II
III
IV
V
VI

그림 VI-2 ▶ 평양시 주요시장



그림 VI-3 ▶ 평양시 만경대구역 주요시장

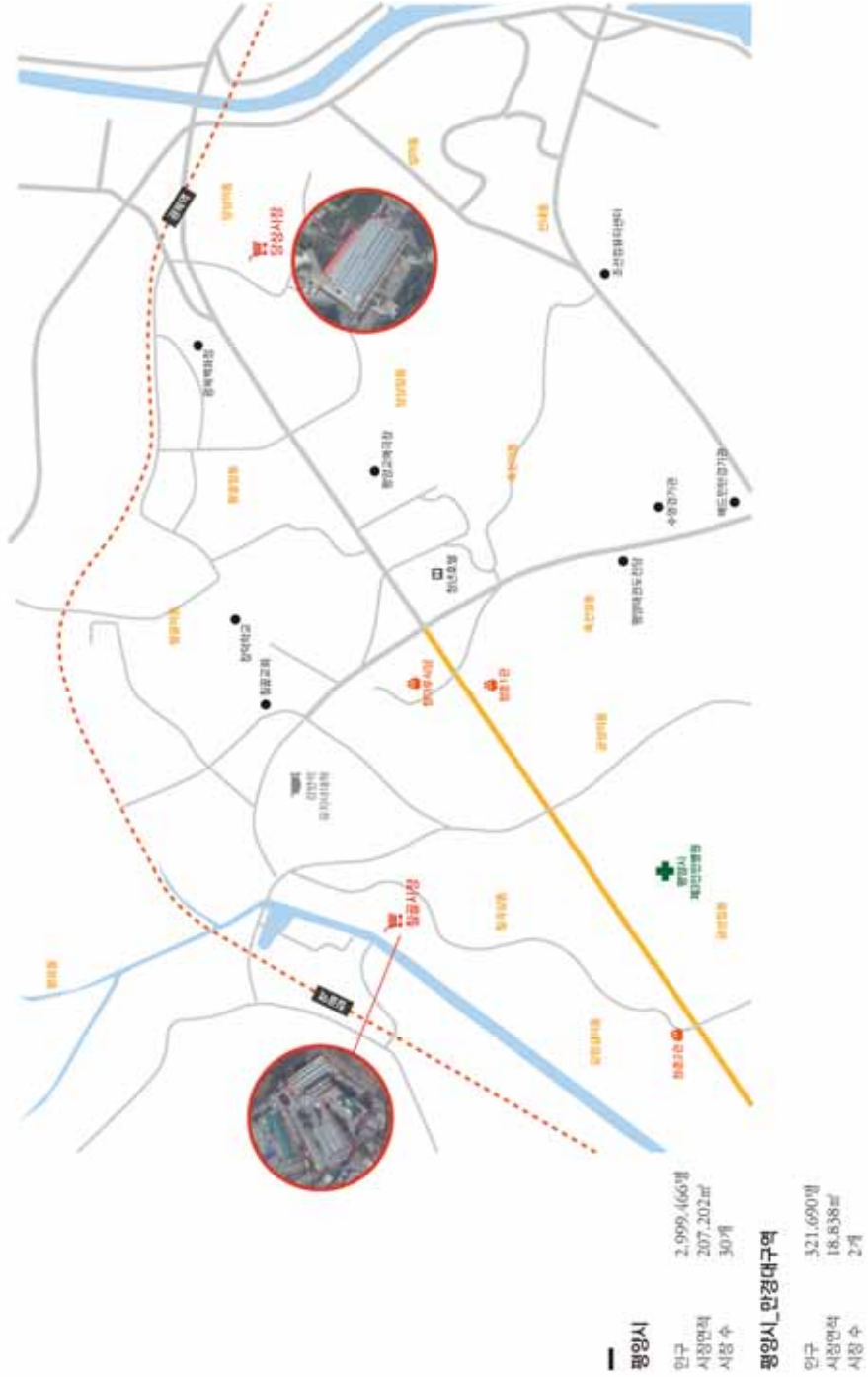
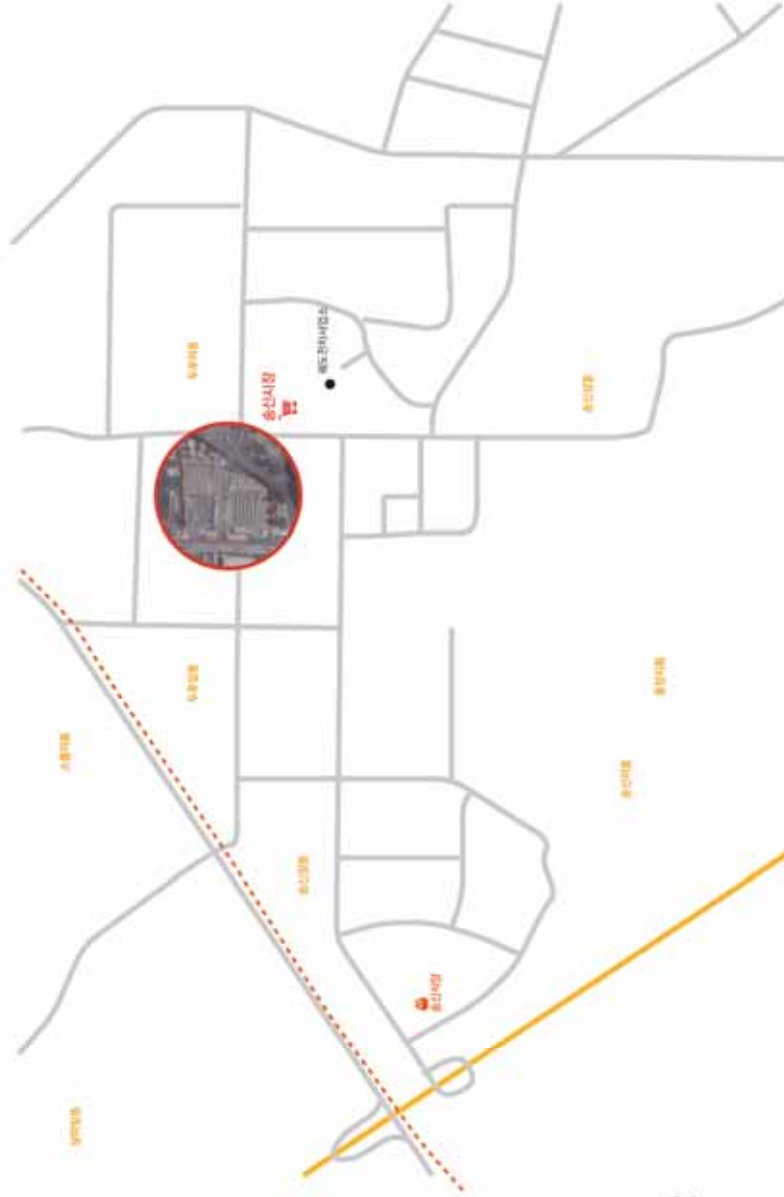
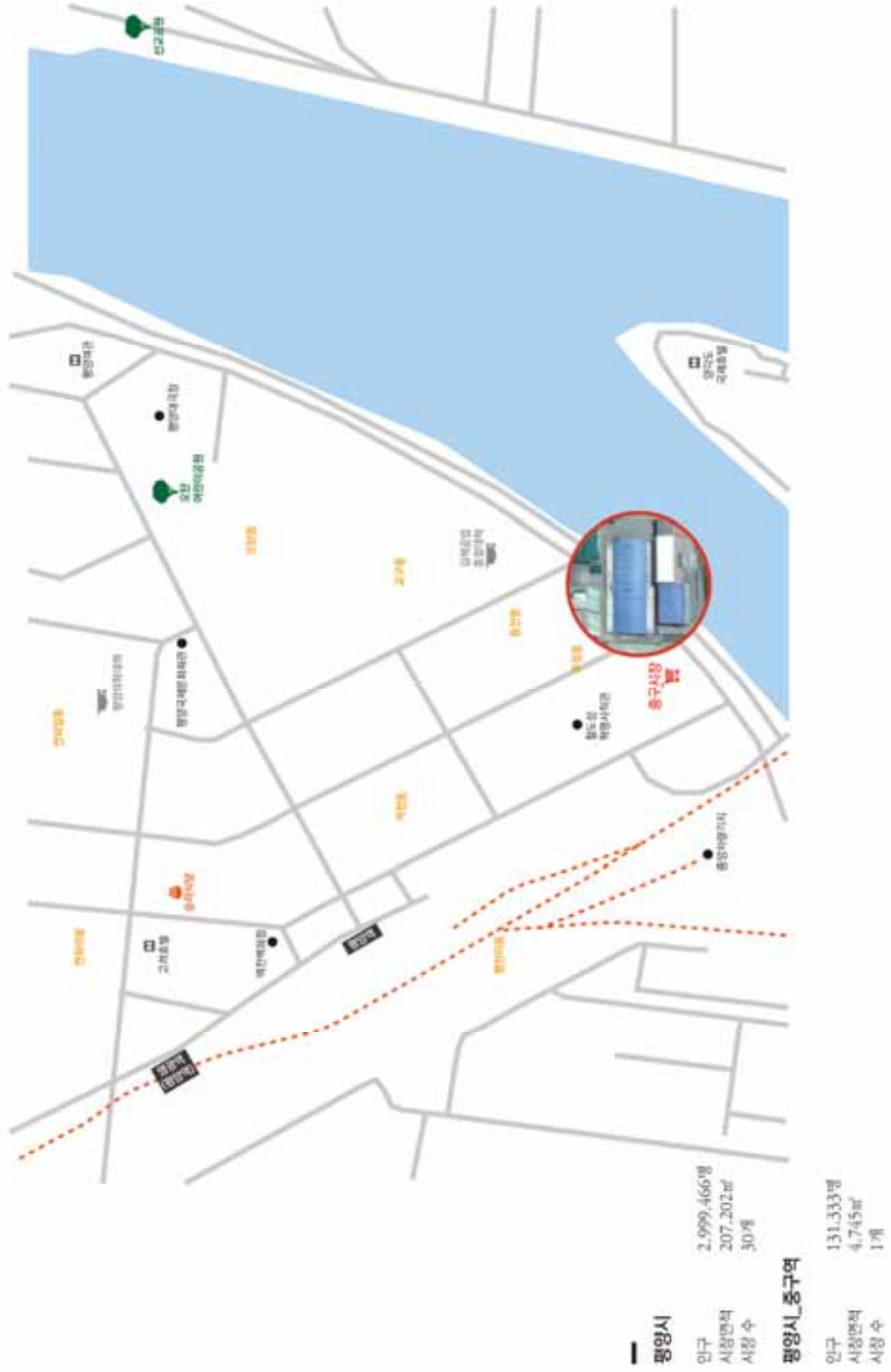


그림 VI-4 ▶ 평양시 사동구역 주요시장



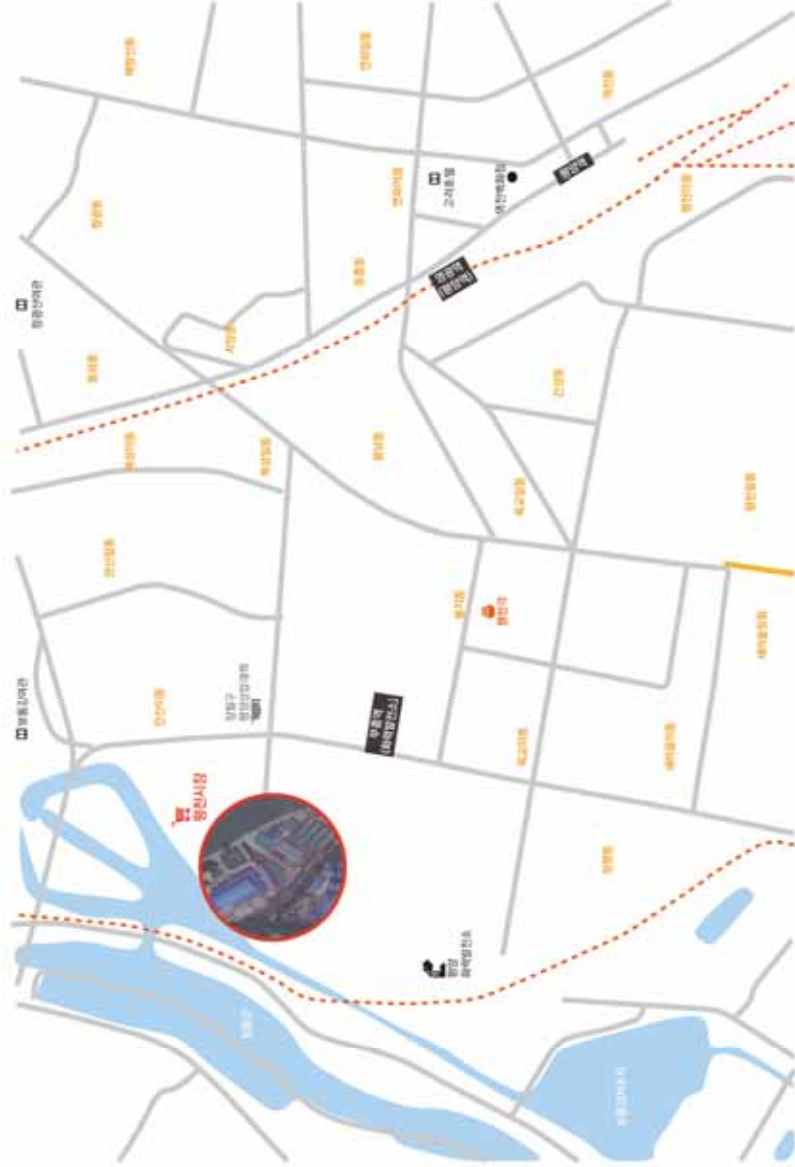
평양시		
인구	2,999,466	
시장면적	207,202㎡	
시장 수	30개	
평양시_사동구역		
인구	140,869명	
시장면적	12,971㎡	
시장 수	1개	

그림 VI-5 ▶ 평양시 중구역 주요시장



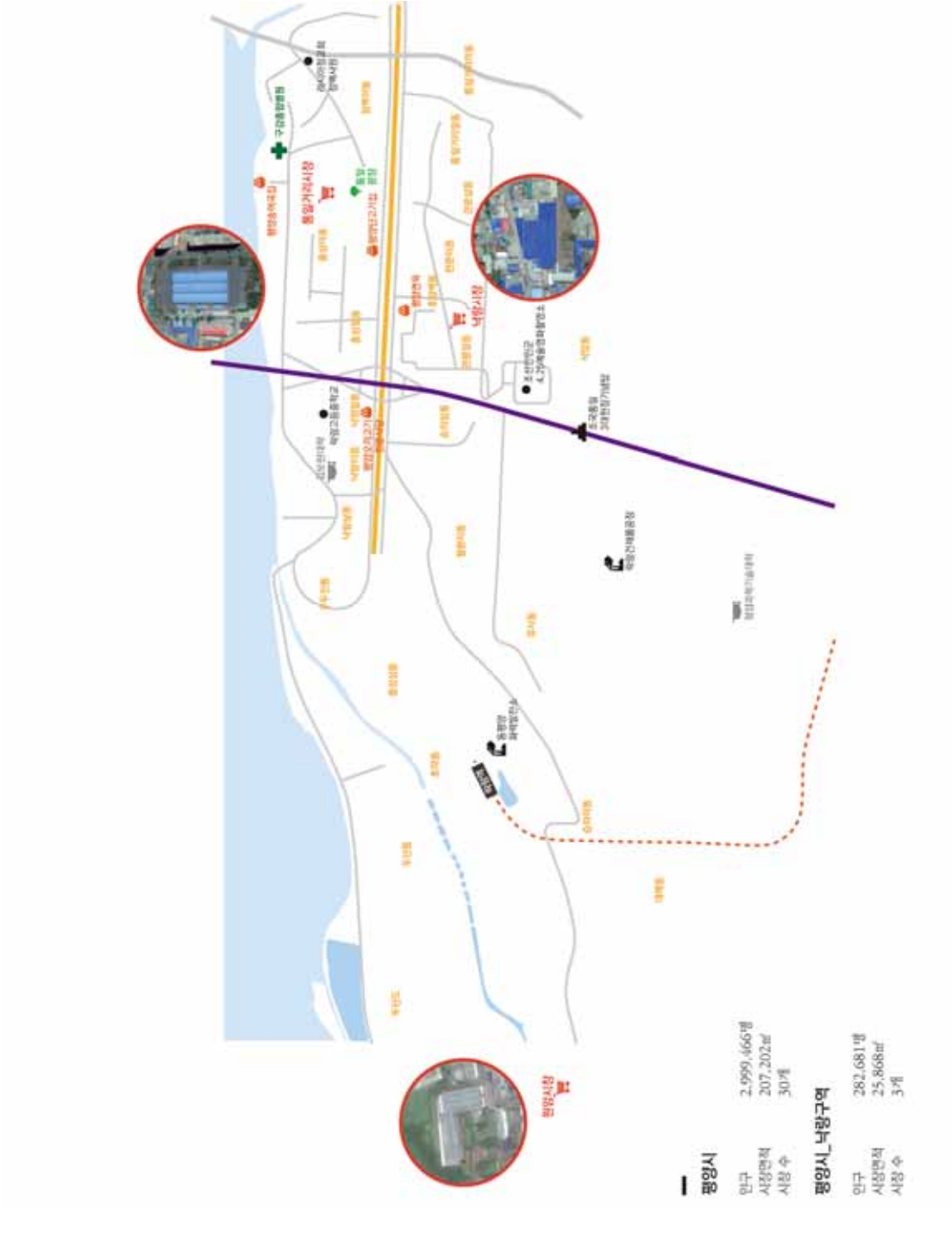
I
II
III
IV
V
VI

그림 VI-6 ▶ 평양시 평천구역 주요시장



평양시	인구	2,999,466명
	시장면적	207,202㎡
	시장 수	30개
평양시_평천구역	인구	181,142명
	시장면적	10,593㎡
	시장 수	1개

그림 VI-7 ▶ 평양시 낙랑구역 주요시장



I
II
III
IV
V
VI

2. 지역별 시장 특성: 평안남도/남포특별시

- 평안남도의 시장은 남포특별시를 포함하여 총 86개임.
- 평안남도는 도 단위 지역에 시장이 총 65개로 도에서 가장 많은 시장개수를 보유하고 있음.
- 그러나 시장 한 개당 인구가 환산했을 때는 평양을 포함한 전국에서 함경북도 다음으로 적었음.
- 이는 전국에서 평안남도의 인구가 평양시를 제외하고 가장 높았다는 사실에도 기인함. 일반적으로 2배 이상 많았음.
- 평안남도에서 인구가 가장 많은 도시는 남포특별시로 366,815명이었으며, 그 다음이 319,554명으로 개천시였음.
- 인구가 가장 적은도시는 영원군으로 30,427명이었으며, 그 다음이 32,915명으로 대흥군이었음.
- 평안남도 시장의 평균 면적은 3,706km²임.
- 그 중 가장 큰 시장면적을 차지하는 구역은 103,061km²로 남포시였으며, 가장 작은 면적을 차지한 시장은 380km²로 개천시 용진동시장이었음.

그림 VI-8 ▶ 평안남도 시/군별 시장 수



I
II
III
IV
V
VI

그림 VI-9 평안남도 주요시장 위치

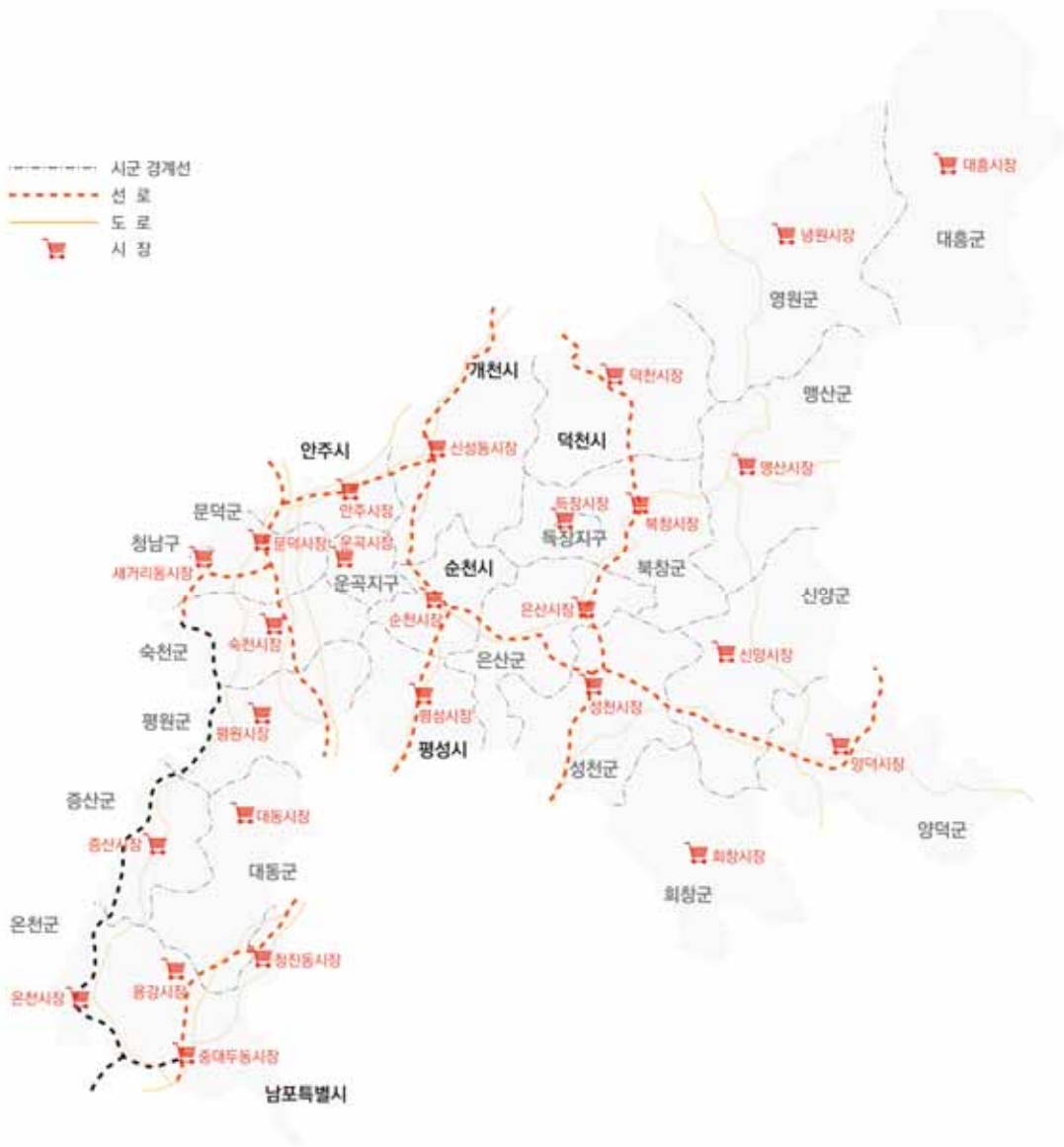


표 VI-4 ▶ 평안남도 시장정보 수집 현황

도	시·군	시장위치 (구역·리·동)	시장명	시장 면적 (㎡)	시장 전체 면적 (㎡)	시·군별 시장수	도별 시장수
평안남도	덕천시	제남동	제남동시장	1,979	240,917	8	65
		남덕동	남덕동시장	2,040			
		오산동	오산동시장	1,007			
		은덕동	덕천시장	13,623			
		역전동	역전동시장	3,269			
		장상동	장상동시장	814			
		청신동	청신동시장	686			
		상덕동	상덕동시장	1,865			
	안주시	칠성동	안주시장	7,855		3	
		역전동	신안주시장	4,326			
		독산동	독산동시장	9,152			
	개천시	조양동	조양동시장	1,240		9	
		약수동	약수동시장	5,986			
		신성동	신성동시장	7,870			
		용진동	용진동시장	380			
		용암동	용암동시장	2,484			
		봉천동	봉천동시장	1,710			
		자작동	자작동시장	2,303			
		람전동	람전동시장	2,589			
	순천시	목방동	목방동시장	1,941		3	
		강포동	강포시장	6,053			
		연포동	연포시장	2,846			
	평성시	역전동	순천시장	11,980		6	
		주례동	옥전시장	12,804			
		오리동	문화시장	1,123			
		역전동	역전시장	-			
		주례동	주례시장	-			
두무동		두무시장	1,568				
구월동	구월시장	4,982					
영원군	정산리	정산리시장	1,184	1			
대흥군	대흥읍	대흥시장	1,600	1			
맹산군	맹산읍	맹산시장	2,497	1			
북창군	봉창리	봉창리시장	1,267	6			
	보업노동자구	보업구시장	586				
	인포노동자구	인포구시장	794				

I
II
III
IV
V
VI

도	시·군	시장위치 (구역·리·동)	시장명	시장 면적 (㎡)	시장 전체 면적 (㎡)	시·군별 시장수	도별 시장수	
		북창노동자구	북창구시장	2,627				
		관하노동자구	관하구시장	1,249				
		북창읍	북창시장	4,698				
	신양군	인평노동자구	인평구시장	1,056				2
		신양읍	신양시장	2,563				
	양덕군	양덕읍	양덕시장	2,606				1
	회창군	백령노동자구	백령구시장	1,177				2
		회창읍	회창시장	5,257				
	대동군	대동읍	대동시장	4,343				2
		시정노동자구	시정구시장	3,937				
	평원군	평원읍	평원시장	5,406				3
		한천노동자구	한천구시장	3,405				
		어파노동자구	어파구시장	2,090				
	숙천군	숙천읍	숙천시장	6,479				3
		용덕리	용덕시장	1,924				
		남양노동자구	남양구시장	1,664				
	성천군	장림노동자구	장림구시장	3,631				4
		신성천노동자구	신성천구시장	3,442				
		덕암리	덕암리시장	1,999				
		성천읍	성천시장	9,777				
	문덕군	문덕읍	문덕시장	4,667				1
	증산군	증산읍	증산시장	5,240				1
	은산군	재동노동자구	재동구시장	3,741				5
구봉노동자구		구봉구시장	3,995					
천성노동자구		천성구시장	4,424					
학산노동자구		학산구시장	1,503					
은산읍		은산시장	11,138					
청남구	새거리동	새거리동시장	11,433	1				
운곡지구	운곡읍	운곡시장	923	1				
득장지구	득장읍	득장시장	2,120	1				

표 VI-5 ▶ 남포특별시 시장정보 수집 현황

도	시·군	시장위치 (구역·리·동)	시장명	시장 면적 (㎡)	시장 전체 면적 (㎡)	시·군별 시장수	도별 시장수
남포 특별시		와우도구역 남흥동	남흥시장	5,353	103,061	14	21
		와우도구역 체육촌동	체육촌시장	11,437			
		와우도구역 갑문1동	갑문1동시장	1,506			
		항구구역 중대두동	중대두동시장	15,842			
		항구구역 하비석동	하비석동시장	2,138			
		항구구역 상비석동	상비석동시장	2,219			
		대안구역 대안동	대안시장	5,398			
		강서구역 산업동	산업동시장	13,149			
		강서구역 락원동	락원동시장	2,246			
		강서구역 덕흥동	덕흥동시장	2,345			
		강서구역 서기동	서기동시장	1,921			
		천리마구역 천진동	천진동시장	13,235			
		천리마구역 원정동	원정동시장	3,795			
		천리마구역 달마동	달마동시장	3,417			
	용강군	용강군 용강읍	용강시장	4,479		1	
	온천군	온천읍	온천시장	8,681		6	
		증악노동자구	증악구시장	485			
		보림노동자구	보림구시장	723			
		귀성노동자구	귀성구시장	1,711			
		원읍노동자구	원읍구시장	2,181			
마영노동자구		마영구시장	800				

I

II

III

IV

V

VI

표 VI-6 ▶ 평안남도 인구·시장 개수·시장 1개당 인구

도·시·군	인구 (2008년) ³⁰⁾	시장개수	시장 1개당 인구
평안남도	3,068,036	65	47,200
평성시	284,386	6	47,397
안주시	240,117	3	80,039
개천시	319,554	9	35,506
순천시	297,317	3	99,105
덕천시	237,133	8	29,641
대동군	129,761	2	64,880
증산군	113,613	1	113,613
평원군	179,492	3	59,830
숙천군	178,509	3	59,503
문덕군	147,191	1	147,191
성천군	149,809	4	37,452
신양군	59,115	2	29,557
양덕군	61,355	1	61,355
은산군	206,407	5	41,281
북창군	139,498	6	23,249
맹산군	48,155	1	48,155
회창군	89,959	2	44,979
영원군	30,427	1	30,427
대흥군	32,915	1	32,915
청남구	73,290	1	73,290
득장지구	50,033	1	50,033
운곡지구	-	1	-

표 VI-7 ▶ 남포특별시 인구·시장 개수·시장 1개당 인구

도·시·군	인구 (2008년) ³¹⁾	시장개수	시장 1개당 인구
남포특별시	575,596	21	27,409
남포시	366,815	14	24,058
온천군	149,851	6	24,975
용강군	58,930	1	58,930

³⁰⁾ KOSIS 국가통계포털 북한통계, <<http://kosis.kr>>. (검색일: 2016.10.25.).

³¹⁾ KOSIS 국가통계포털 북한통계, <<http://kosis.kr>>. (검색일: 2016.10.25.).

표 VI-8 ▶ 평안남도 장세 추정

(단위: 북한 원)

시·군	시장명	면적 (㎡)	매대 (㎡)	매대 (개수)	2,500(시) 500(군)	2,500(시) 700(군)	2,000(시) 500(군)	2,000(시) 700(군)
덕천시	제남동시장	1,979	1.75	1,131	2,827,143	2,827,143	2,261,714	2,261,714
	남덕동시장	2,040	1.75	1,166	2,914,286	2,914,286	2,331,429	2,331,429
	오산동시장	1,007	1.75	575	1,438,571	1,438,571	1,150,857	1,150,857
	덕천시장	13,623	1.75	7,785	19,461,429	19,461,429	15,569,143	15,569,143
	역전동시장	3,269	1.75	1,868	4,670,000	4,670,000	3,736,000	3,736,000
	장상동시장	814	1.75	465	1,162,857	1,162,857	930,286	930,286
	청신동시장	686	1.75	392	980,000	980,000	784,000	784,000
	상덕동시장	1,865	1.75	1,066	2,664,286	2,664,286	2,131,429	2,131,429
안주시	안주시장	7,855	1.75	4,489	11,221,429	11,221,429	8,977,143	8,977,143
	신안주시장	4,326	1.75	2,472	6,180,000	6,180,000	4,944,000	4,944,000
	독산동시장	9,152	1.75	5,230	13,074,286	13,074,286	10,459,429	10,459,429
개천시	조양동시장	1,240	1.75	709	1,771,429	1,771,429	1,417,143	1,417,143
	약수동시장	5,986	1.75	3,421	8,551,429	8,551,429	6,841,143	6,841,143
	신성동시장	7,870	1.75	4,497	11,242,857	11,242,857	8,994,286	8,994,286
	용진동시장	380	1.75	217	542,857	542,857	434,286	434,286
	용암동시장	2,484	1.75	1,419	3,548,571	3,548,571	2,838,857	2,838,857
	봉천동시장	1,710	1.75	977	2,442,857	2,442,857	1,954,286	1,954,286
	자작동시장	2,303	1.75	1,316	3,290,000	3,290,000	2,632,000	2,632,000
	람전동시장	2,589	1.75	1,479	3,698,571	3,698,571	2,958,857	2,958,857
순천시	목방동시장	1,941	1.75	1,109	2,772,857	2,772,857	2,218,286	2,218,286
	강포시장	6,053	1.75	3,459	8,647,143	8,647,143	6,917,714	6,917,714
	연포시장	2,846	1.75	1,626	4,065,714	4,065,714	3,252,571	3,252,571
	순천시장	11,980	1.75	6,846	17,114,286	17,114,286	13,691,429	13,691,429
평성시	옥전시장	12,804	1.4	9,146	22,864,286	22,864,286	18,291,429	18,291,429
	문화시장	1,123	1.4	802	2,005,357	2,005,357	1,604,286	1,604,286
	역전시장	0	1.4	0	0	0	0	0
	주례시장	0	1.4	0	0	0	0	0
	두무시장	1,568	1.4	1,120	2,800,000	2,800,000	2,240,000	2,240,000
	구월시장	4,982	1.4	3,559	8,896,429	8,896,429	7,117,143	7,117,143
영원군	정산리시장	1,184	1.9	623	311,579	436,211	311,579	436,211
대흥군	대흥시장	1,600	1.9	842	421,053	589,474	421,053	589,474
맹산군	맹산시장	2,497	1.9	1,314	657,105	919,947	657,105	919,947

I
II
III
IV
V
VI

시·군	시장명	면적 (㎡)	매대 (㎡)	매대 (개수)	2,500(시) 500(군)	2,500(시) 700(군)	2,000(시) 500(군)	2,000(시) 700(군)
북창군	봉창리시장	1,267	1.9	667	333,421	466,789	333,421	466,789
	보업구시장	586	1.9	308	154,211	215,895	154,211	215,895
	인포구시장	794	1.9	418	208,947	292,526	208,947	292,526
	북창구시장	2,627	1.9	1,383	691,316	967,842	691,316	967,842
	관하구시장	1,249	1.9	657	328,684	460,158	328,684	460,158
	북창시장	4,698	1.9	2,473	1,236,316	1,730,842	1,236,316	1,730,842
신양군	인평구시장	1,056	1.9	556	277,895	389,053	277,895	389,053
	신양시장	2,563	1.9	1,349	674,474	944,263	674,474	944,263
양덕군	양덕시장	2,606	1.9	1,372	685,789	960,105	685,789	960,105
회창군	백령구시장	1,177	1.9	619	309,737	433,632	309,737	433,632
	회창시장	5,257	1.9	2,767	1,383,421	1,936,789	1,383,421	1,936,789
대동군	대동읍시장	4,343	1.9	2,286	1,142,895	1,600,053	1,142,895	1,600,053
	시정구시장	3,937	1.9	2,072	1,036,053	1,450,474	1,036,053	1,450,474
평원군	평원시장	5,406	1.9	2,845	1,422,632	1,991,684	1,422,632	1,991,684
	한천구시장	3,405	1.9	1,792	896,053	1,254,474	896,053	1,254,474
	어파구시장	2,090	1.9	1,100	550,000	770,000	550,000	770,000
숙천군	숙천시장	6,479	1.9	3,410	1,705,000	2,387,000	1,705,000	2,387,000
	용덕시장	1,924	1.9	1,013	506,316	708,842	506,316	708,842
	남양구시장	1,664	1.9	876	437,895	613,053	437,895	613,053
성천군	장림구시장	3,631	1.9	1,911	955,526	1,337,737	955,526	1,337,737
	신성천구시장	3,442	1.9	1,812	905,789	1,268,105	905,789	1,268,105
	덕암리시장	1,999	1.9	1,052	526,053	736,474	526,053	736,474
	성천시장	9,777	1.9	5,146	2,572,895	3,602,053	2,572,895	3,602,053
문덕군	문덕시장	4,667	1.9	2,456	1,228,158	1,719,421	1,228,158	1,719,421
증산군	증산시장	5,240	1.9	2,758	1,378,947	1,930,526	1,378,947	1,930,526
은산군	재동구시장	3,741	1.9	1,969	984,474	1,378,263	984,474	1,378,263
	구봉구시장	3,995	1.9	2,103	1,051,316	1,471,842	1,051,316	1,471,842
	천성구시장	4,424	1.9	2,328	1,164,211	1,629,895	1,164,211	1,629,895
	학산구시장	1,503	1.9	791	395,526	553,737	395,526	553,737
	은산시장	11,138	1.9	5,862	2,931,053	4,103,474	2,931,053	4,103,474
청남구	새거리동시장	11,433	1.9	6,017	3,008,684	4,212,158	3,008,684	4,212,158
운곡지구	운곡시장	923	1.9	486	242,895	340,053	242,895	340,053
특장지구	특장시장	2,120	1.9	1,116	557,895	781,053	557,895	781,053
		240,917		134,890	204,123,144	217,432,827	169,953,360	183,263,043

표 VI-9 ▶ 남포특별시 장세 추정

(단위: 북한 원)

시·군	시장명	면적 (㎡)	매대 (㎡)	매대 (개수)	2,500(시) 500(군)	2,500(시) 700(군)	2,000(시) 500(군)	2,000(시) 700(군)
와우도 구역	남흥시장	5,353	1.4	3,824	9,558,929	9,558,929	7,647,143	7,647,143
	체육촌시장	11,437	1.4	8,169	20,423,214	20,423,214	16,338,571	16,338,571
	갑문1동시장	1,506	1.4	1,076	2,689,286	2,689,286	2,151,429	2,151,429
항구구역	중대두동시장	15,842	1.4	11,316	28,289,286	28,289,286	22,631,429	22,631,429
	하비석동시장	2,138	1.4	1,527	3,817,857	3,817,857	3,054,286	3,054,286
	상비석동시장	2,219	1.4	1,585	3,962,500	3,962,500	3,170,000	3,170,000
대안구역	대안시장	5,398	1.4	3,856	9,639,286	9,639,286	7,711,429	7,711,429
강서구역	산업동시장	13,149	1.4	9,392	23,480,357	23,480,357	18,784,286	18,784,286
	락원동시장	2,246	1.4	1,604	4,010,714	4,010,714	3,208,571	3,208,571
	덕흥동시장	2,345	1.4	1,675	4,187,500	4,187,500	3,350,000	3,350,000
	서기동시장	1,921	1.4	1,372	3,430,357	3,430,357	2,744,286	2,744,286
천리마 구역	천진동시장	13,235	1.4	9,454	23,633,929	23,633,929	18,907,143	18,907,143
	원정동시장	3,795	1.4	2,711	6,776,786	6,776,786	5,421,429	5,421,429
	달마동시장	3,417	1.4	2,441	6,101,786	6,101,786	4,881,429	4,881,429
용강군	용강시장	4,479	1.9	2,357	1,178,684	1,650,158	1,178,684	1,650,158
온천군	온천읍시장	8,681	1.9	4,569	2,284,474	3,198,263	2,284,474	3,198,263
	증악구시장	485	1.9	255	127,632	178,684	127,632	178,684
	보림구시장	723	1.9	381	190,263	266,368	190,263	266,368
	귀성구시장	1,711	1.9	901	450,263	630,368	450,263	630,368
	원읍구시장	2,181	1.9	1,148	573,947	803,526	573,947	803,526
	마영구시장	800	1.9	421	210,526	294,737	210,526	294,737
		103,061		70,034	155,017,576	157,023,891	125,017,220	127,023,535

I

II

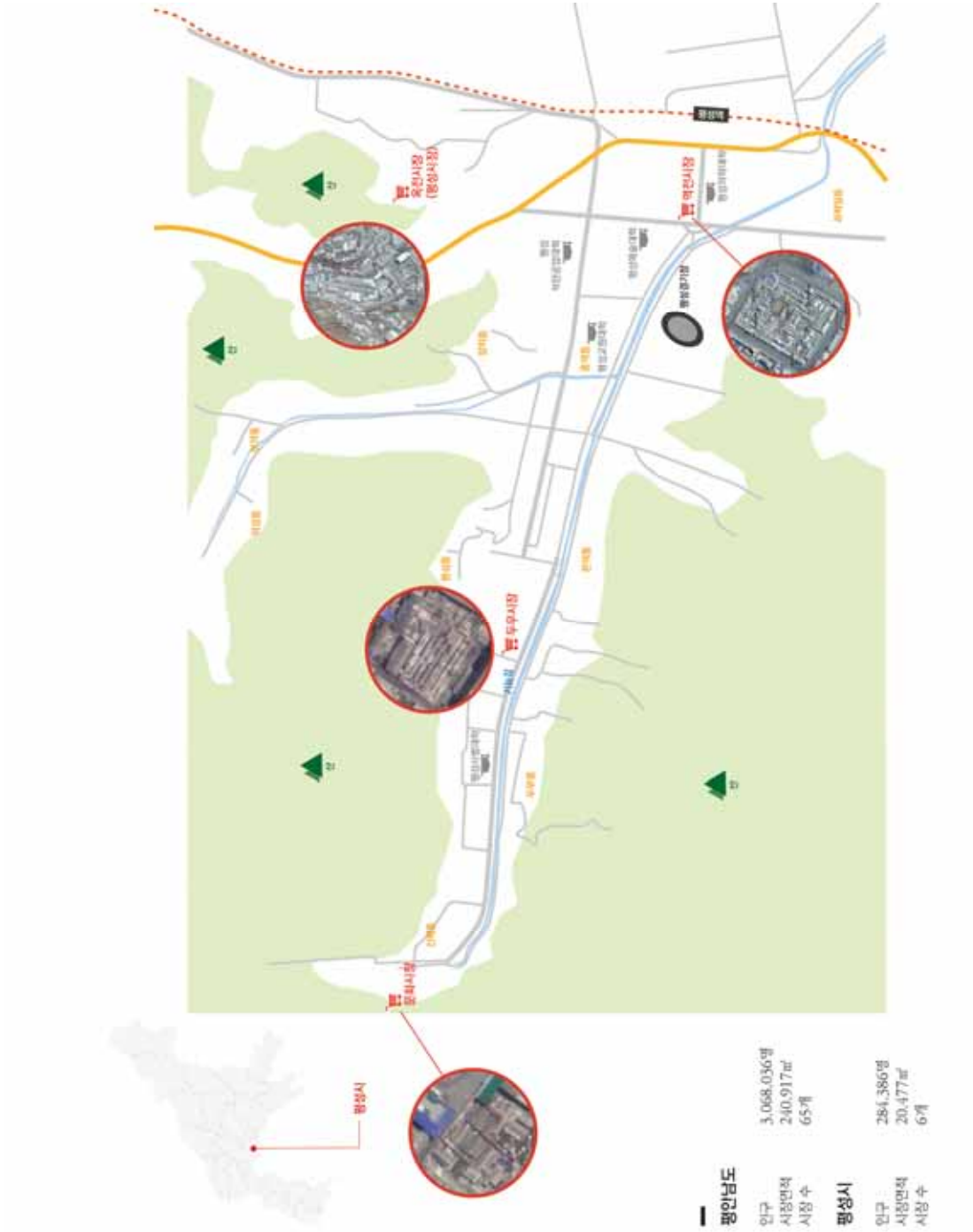
III

IV

V

VI

그림 VI-10 ▶ 평안남도 평성시 주요시장



3. 지역별 시장 특성: 평안북도

- 평안북도 인구는 2,728,662명이며, 도 내 51개 시장이 존재함.
- 평안남도(65개)에 이어 평안북도는 북한에서 두 번째로 시장이 많음.
- 평안북도의 인구 대비 시장 1개당 평균 인구는 '53,503명'임.
- 평안북도의 시장 전체 면적은 213,112㎡임.
- 평안북도 내 시장의 평균 면적은 4,178㎡임.
- 평안북도 내 최대 면적 시장은 정주시 정주시장으로서 13,828㎡의 면적을 차지하며, 최소 면적 시장은 용천군 진흥노동자구 진흥구시장으로서 239㎡의 면적임.

I

II

III

IV

V

VI

그림 VI-11 ▶ 평안북도 시/군별 시장 수



그림 VI-12 ▶ 평안북도 주요시장 위치



I
II
III
IV
V
VI

표 VI-10 평안북도 시장정보 수집 현황

도	시·군	시장위치 (구역·리·동)	시장명	시장 면적 (㎡)	시장 전체 면적 (㎡)	시·군별 시장수	도별 시장수
평안북도	신의주시	풍서2동	남신의주시장	6,553	213,112	6	51
		락원1동	락원1동시장	1,443			
		신포동	신포동시장	2,711			
		친선1동	친선1동시장	3,507			
		남중동	남중동시장	11,797			
		연하동	연하동시장	865			
	정주시	오산동	오산동시장	3,584		2	
		달천동	정주시장	13,828			
	구성시	청년동	청년동시장	8,534		3	
		백운동	백운동시장	2,653			
		방현동	방현동시장	3,000			
	운전군	운전읍	운전시장	6,567		1	
	박천군	박천읍	박천시장	5,857		2	
		맹중리	맹중리시장	3,442			
	구장군	구장읍	구장시장	7,513		4	
		용등노동자구	용등구시장	1,790			
		용문노동자구	용문구시장	854			
		용철노동자구	용철구시장	681			
	영변군	영변읍	영변시장	4,067		2	
		팔원노동자구	팔원구시장	1,112			
	태천군	태천읍	태천시장	7,641		1	
	향산군	향산읍	향산시장	5,284		1	
	운산군	운산읍	운산시장	11,810		3	
		답상리	답상리시장	593			
		북진노동자구	북진구시장	3,877			
	동창군	동창읍	동창시장	2,002		1	
	대관군	대관읍	대관시장	4,506		2	
		수원리	수원리시장	1,479			
	곽산군	곽산읍	곽산시장	7,371		1	
	선천군	선천읍	선천시장	6,944		1	
철산군	철산읍	철산시장	4,409	1			
동림군	동림읍	동림시장	7,687	1			
창성군	창성읍	창성시장	1,513	1			
염주군	염주읍	염주시장	5,898	2			

도	시·군	시장위치 (구역·리·동)	시장명	시장 면적 (㎡)	시장 전체 면적 (㎡)	시·군별 시장수	도별 시장수
	피현군	다사노동자구	다사구시장	2,184		3	
		피현읍	피현시장	5,078			
		양책노동자구	양책구시장	1,063			
		백마노동자구	백마구시장	5,000			
	용천군	용천읍	용천시장	9,436		4	
		북중노동자구	북중구시장	4,454			
		용암포노동자구	용암포구시장	3,096			
		진흥노동자구	진흥구시장	239			
	의주군	의주읍	의주시장	4,504		3	
		덕현노동자구	덕현구시장	1,441			
		덕룡노동자구	덕룡구시장	1,045			
	삭주군	삭주읍	삭주시장	5,919		4	
		연삼리	연삼리시장	1,366			
		수풍노동자구	수풍구시장	804			
		청수노동자구	청수구시장	1,246			
	천마군	천마읍	천마시장	3,112		2	
		금골리	금골리시장	1,753			
	신도군	-	-	0		0	
벽동군	-	-	0	0			

표 VI-11 ▶ 평안북도 인구·시장 개수·시장 1개당 인구

도·시·군	인구 (2008년) ³²⁾	시장개수	시장 1개당 인구
평안북도	2,728,662	51	53,503
신의주시	359,341	6	59,890
정주시	189,742	2	94,871
구성시	196,515	3	65,505
벽동군	35,601	-	-
피현군	110,637	3	36,879
용천군	135,634	4	33,908
염주군	113,620	2	56,810
철산군	85,525	1	85,525
동림군	104,614	1	104,614
선천군	126,350	1	126,350
곽산군	97,660	1	97,660
운전군	101,130	1	101,130
박천군	98,128	2	49,064
영변군	113,852	2	56,926
구장군	139,337	4	34,834
향산군	52,350	1	52,350
운산군	102,928	3	34,309
태천군	108,894	1	108,894
천마군	50,462	2	25,231
의주군	110,018	3	36,672
삭주군	159,707	4	39,926
대관군	69,565	2	34,782
창성군	26,577	1	26,577
동창군	28,665	1	28,665
신도군	11,810	-	-

³²⁾ KOSIS 국가통계포털 북한통계, <<http://kosis.kr>>. (검색일: 2016.10.25.).

표 VI-12 평안북도 장세 추정

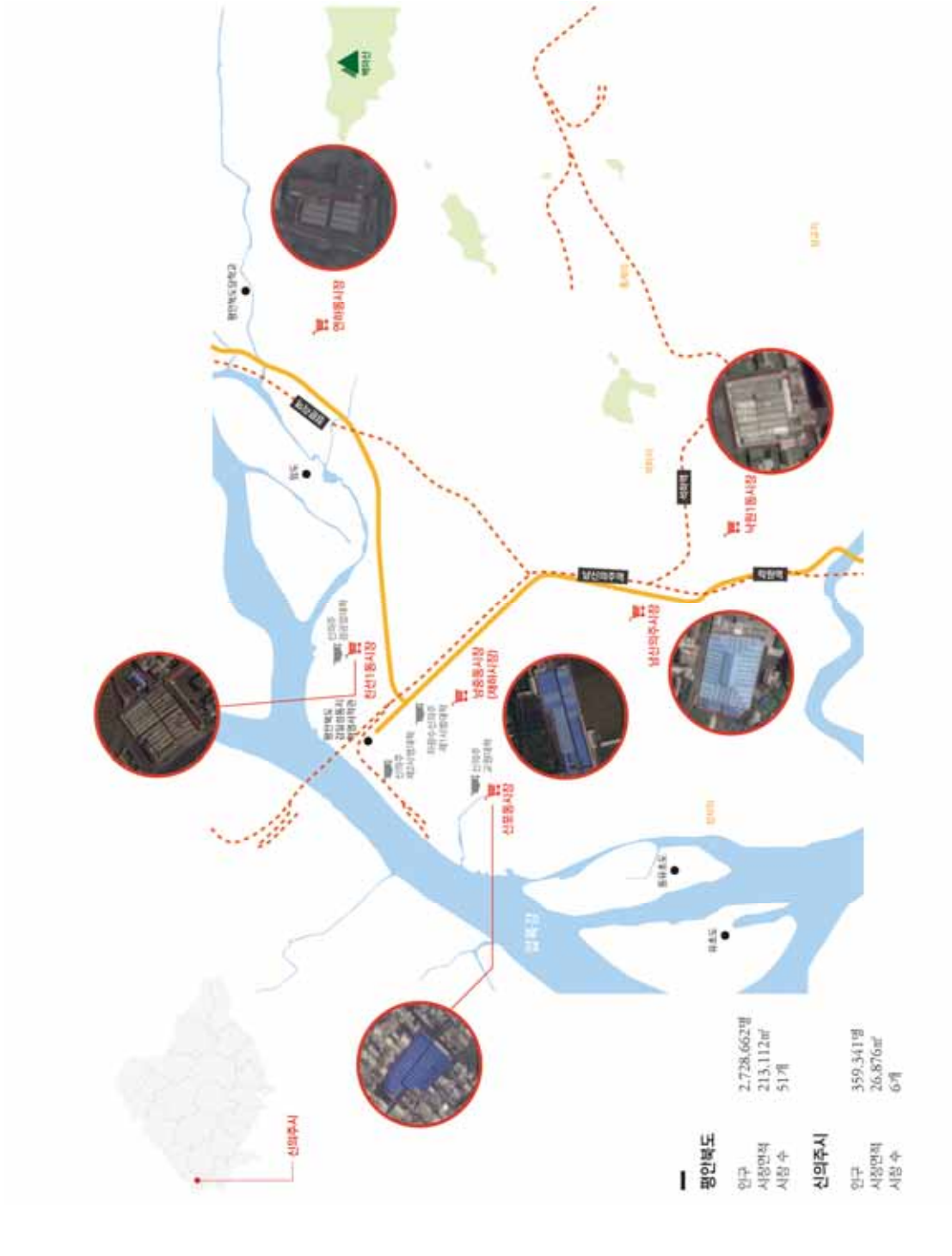
(단위: 북한 원)

시·군	시장명	면적 (㎡)	매대 (㎡)	매대 (개수)	2,500(시) 500(군)	2,500(시) 700(군)	2,000(시) 500(군)	2,000(시) 700(군)
신의주시	남신의주시장	6,553	1.4	4,681	11,701,786	11,701,786	9,361,429	9,361,429
	락원1동시장	1,443	1.4	1,031	2,576,786	2,576,786	2,061,429	2,061,429
	신포동시장	2,711	1.4	1,936	4,841,071	4,841,071	3,872,857	3,872,857
	친선1동시장	3,507	1.4	2,505	6,262,500	6,262,500	5,010,000	5,010,000
	남중동시장	11,797	1.4	8,426	21,066,071	21,066,071	16,852,857	16,852,857
	연하동시장	865	1.4	618	1,544,643	1,544,643	1,235,714	1,235,714
정주시	오산동시장	3,584	1.9	1,886	4,715,789	4,715,789	3,772,632	3,772,632
	정주시장	13,828	1.9	7,278	18,194,737	18,194,737	14,555,789	14,555,789
구성시	청년동시장	8,534	1.75	4,877	12,191,429	12,191,429	9,753,143	9,753,143
	백운동시장	2,653	1.75	1,516	3,790,000	3,790,000	3,032,000	3,032,000
	방현동시장	3,000	1.75	1,714	4,285,714	4,285,714	3,428,571	3,428,571
운전군	운전시장	6,567	1.9	3,456	1,728,158	2,419,421	1,728,158	2,419,421
박천군	박천시장	5,857	1.9	3,083	1,541,316	2,157,842	1,541,316	2,157,842
	맹종리시장	3,442	1.9	1,812	905,789	1,268,105	905,789	1,268,105
구장군	구장시장	7,513	1.9	3,954	1,977,105	2,767,947	1,977,105	2,767,947
	용등구시장	1,790	1.9	942	471,053	659,474	471,053	659,474
	용문구시장	854	1.9	449	224,737	314,632	224,737	314,632
	용철구시장	681	1.9	358	179,211	250,895	179,211	250,895
영변군	영변시장	4,067	1.9	2,141	1,070,263	1,498,368	1,070,263	1,498,368
	팔원구시장	1,112	1.9	585	292,632	409,684	292,632	409,684
태천군	태천시장	7,641	1.9	4,022	2,010,789	2,815,105	2,010,789	2,815,105
향산군	향산시장	5,284	1.9	2,781	1,390,526	1,946,737	1,390,526	1,946,737
운산군	운산시장	11,810	1.9	6,216	3,107,895	4,351,053	3,107,895	4,351,053
	답상리시장	593	1.9	312	156,053	218,474	156,053	218,474
	북진구시장	3,877	1.9	2,041	1,020,263	1,428,368	1,020,263	1,428,368
동창군	동창시장	2,002	1.9	1,054	526,842	737,579	526,842	737,579
대관군	대관시장	4,506	1.9	2,372	1,185,789	1,660,105	1,185,789	1,660,105
	수원리시장	1,479	1.9	778	389,211	544,895	389,211	544,895
곽산군	곽산시장	7,371	1.9	3,879	1,939,737	2,715,632	1,939,737	2,715,632
선천군	선천시장	6,944	1.9	3,655	1,827,368	2,558,316	1,827,368	2,558,316
철산군	철산시장	4,409	1.9	2,321	1,160,263	1,624,368	1,160,263	1,624,368
동림군	동림시장	7,687	1.9	4,046	2,022,895	2,832,053	2,022,895	2,832,053
창성군	창성시장	1,513	1.9	796	398,158	557,421	398,158	557,421
염주군	염주시장	5,898	1.9	3,104	1,552,105	2,172,947	1,552,105	2,172,947

I
II
III
IV
V
VI

시·군	시장명	면적 (㎡)	매대 (㎡)	매대 (개수)	2,500(시) 500(군)	2,500(시) 700(군)	2,000(시) 500(군)	2,000(시) 700(군)
	다사구시장	2,184	1.9	1,149	574,737	804,632	574,737	804,632
피현군	피현시장	5,078	1.9	2,673	1,336,316	1,870,842	1,336,316	1,870,842
	양책구시장	1,063	1.9	559	279,737	391,632	279,737	391,632
	백마구시장	5,000	1.9	2,632	1,315,789	1,842,105	1,315,789	1,842,105
용천군	용천시장	9,436	1.9	4,966	2,483,158	3,476,421	2,483,158	3,476,421
	북중구시장	4,454	1.9	2,344	1,172,105	1,640,947	1,172,105	1,640,947
	용암포구시장	3,096	1.9	1,629	814,737	1,140,632	814,737	1,140,632
	진흥구시장	239	1.9	126	62,895	88,053	62,895	88,053
의주군	의주시장	4,504	1.9	2,371	1,185,263	1,659,368	1,185,263	1,659,368
	덕현구시장	1,441	1.9	758	379,211	530,895	379,211	530,895
	덕룡구시장	1,045	1.9	550	275,000	385,000	275,000	385,000
삭주군	삭주시장	5,919	1.9	3,115	1,557,632	2,180,684	1,557,632	2,180,684
	연삼리시장	1,366	1.9	719	359,474	503,263	359,474	503,263
	수풍구시장	804	1.9	423	211,579	296,211	211,579	296,211
	청수구시장	1,246	1.9	656	327,895	459,053	327,895	459,053
천마군	천마시장	3,112	1.9	1,638	818,947	1,146,526	818,947	1,146,526
	금골리시장	1,753	1.9	923	461,316	645,842	461,316	645,842
신도군	-	0	1.9	0	0	0	0	0
벽동군	-	0	1.9	0	0	0	0	0
		213,112		117,856	131,864,475	148,142,053	113,630,370	129,907,948

그림 VI-13 ▶ 평안북도 신의주시 주요시장

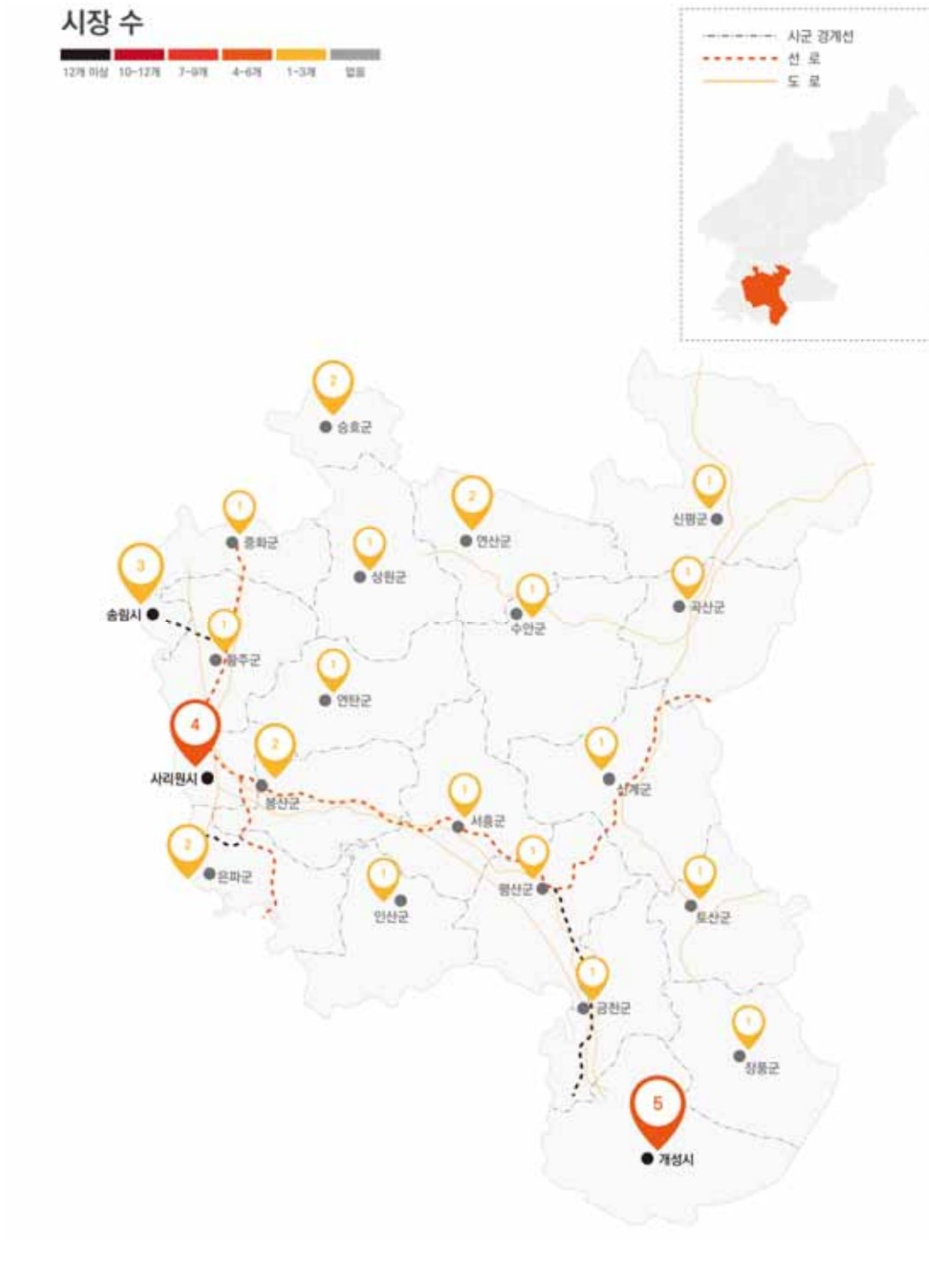


I
II
III
IV
V
VI

4. 지역별 시장 특성: 황해북도

- 황해북도의 인구는 2,369,494명이며, 도 내 34개 시장이 존재함.
- 황해북도는 북한에서 황해남도과 함께 다섯 번째로 시장이 많은 도입.
- 황해북도의 인구 대비 시장 1개당 평균 인구는 '69,691명'임.
- 황해북도 내 시장의 평균 면적은 5,130㎡임.
- 황해북도 내 최대 면적 시장은 송림시 새마을시장으로서 15,568㎡의 면적을 차지하며, 최소 면적 시장은 신계군 신계역전시장으로서 519㎡의 면적을 차지함.

그림 VI-14 ▶ 황해북도 시/군별 시장 수



- I
- II
- III
- IV
- V
- VI

그림 VI-15 ▶ 황해북도 주요시장 위치

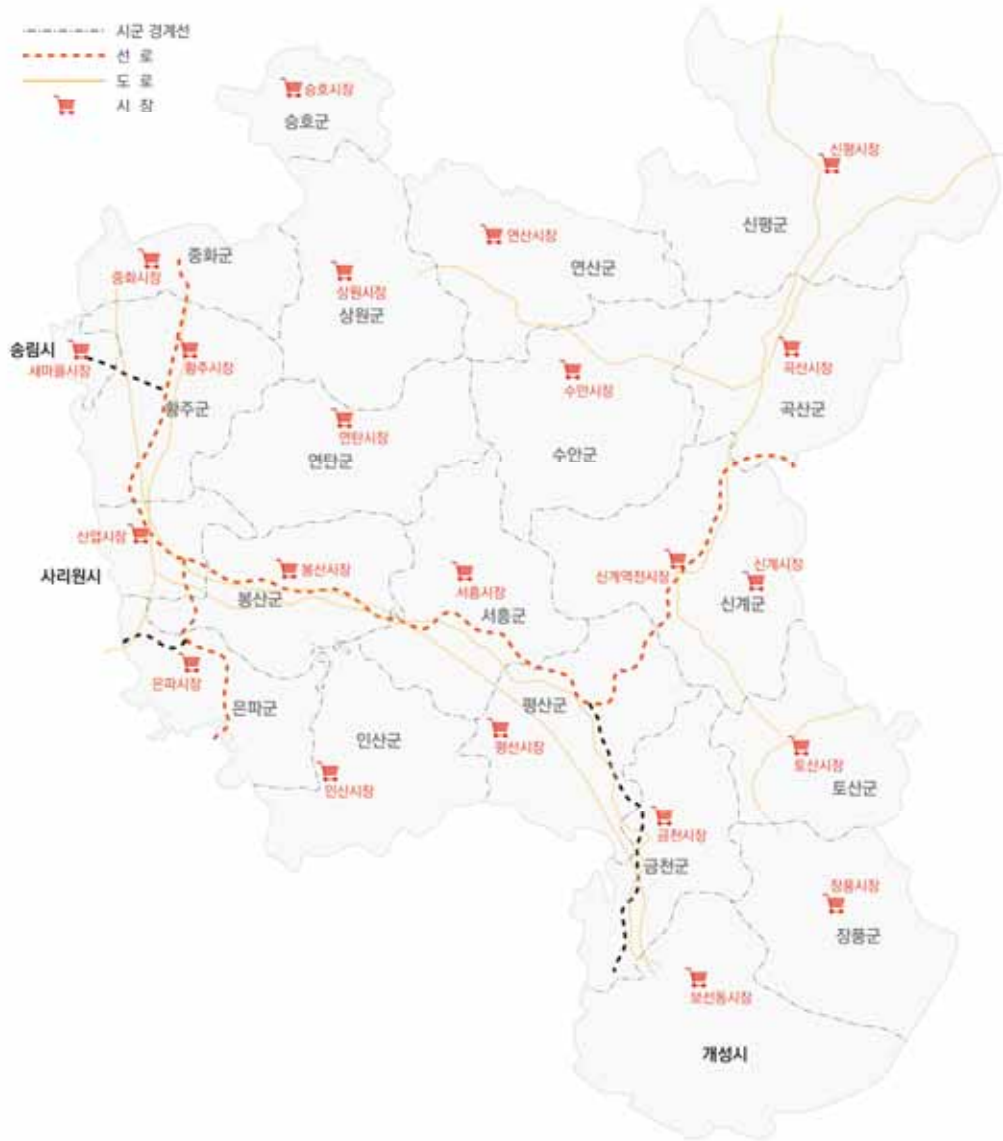


표 VI-13 ▶ 황해북도 시장정보 수집 현황

도	시·군	시장위치 (구역·리·동)	시장명	시장 면적 (㎡)	시장 전체 면적 (㎡)	시·군별 시장수	도별 시장수
황해북도	송림시	철산동	철산시장	4,179	174,431	3	34
		꽃핀동	꽃핀동시장	3,315			
		새마을동	새마을시장	15,568			
	사리원시	구천1동	구천시장	6,003		4	
		산업동	산업시장	11,179			
		대성동	대성시장	7,351			
	개성시	-	판문군시장	1,757		5	
		보선동	보선동시장	10,383			
		-	개풍시장	3,205			
		고려동	고려동시장	1,201			
		남문동	남문동시장	5,145			
	토산군	토산읍	토산시장	5,564		1	
	신계군	신계읍	신계역전시장	519		1	
	인산군	인산읍	인산시장	2,532		1	
	평산군	평산읍	평산시장	8,253		1	
	은파군	은파읍	은파시장	6,534		2	
		광명노동자구	광명구시장	4,015			
	봉산군	구연리	구연리시장	12,872		2	
		봉산읍	봉산시장	4,742			
	연탄군	연탄읍	연탄시장	4,367		1	
	황주군	황주읍	황주시장	5,984		1	
	서흥군	서흥읍	서흥시장	5,975		1	
	곡산군	곡산읍	곡산시장	3,607		1	
	신평군	신평읍	신평시장	3,467		1	
	연산군	연산읍	연산시장	4,942		2	
		홀동노동자구	홀동구시장	2,673			
	수안군	수안읍	수안시장	3,639		1	
	금천군	금천읍	금천시장	3,670		1	
	중화군	중화읍	중화시장	6,770		1	
	상원군	상원읍	상원시장	5,702		1	
승호군	승호읍	승호시장	2,737	2			
	-	화천동시장	1,284				
장풍군	장풍읍	장풍시장	2,470	1			

I
II
III
IV
V
VI

표 VI-14 황해북도 인구·시장 개수·시장 1개당 인구

도·시·군	인구 (2008년) ³³⁾	시장개수	시장 1개당 인구
황해북도	2,369,494	34	69,691
사리원시	307,764	4	76,941
송림시	128,831	3	42,943
개성시	308,440	5	61,688
장풍군	69,104	1	69,104
황주군	155,215	1	155,215
연탄군	73,032	1	73,032
봉산군	124,745	2	62,372
은파군	110,988	2	55,494
인산군	73,626	1	73,626
서흥군	100,887	1	100,887
수안군	76,890	1	76,890
연산군	66,568	2	33,284
신평군	63,727	1	63,727
곡산군	120,693	1	120,693
신계군	78,573	1	78,573
평산군	123,646	1	123,646
금천군	68,216	1	68,216
토산군	62,727	1	62,727
승호군	85,624	2	42,812
증화군	77,367	1	77,367
상원군	92,831	1	92,831

³³⁾ KOSIS 국가통계포털 북한통계, <<http://kosis.kr>>. (검색일: 2016.10.25.).

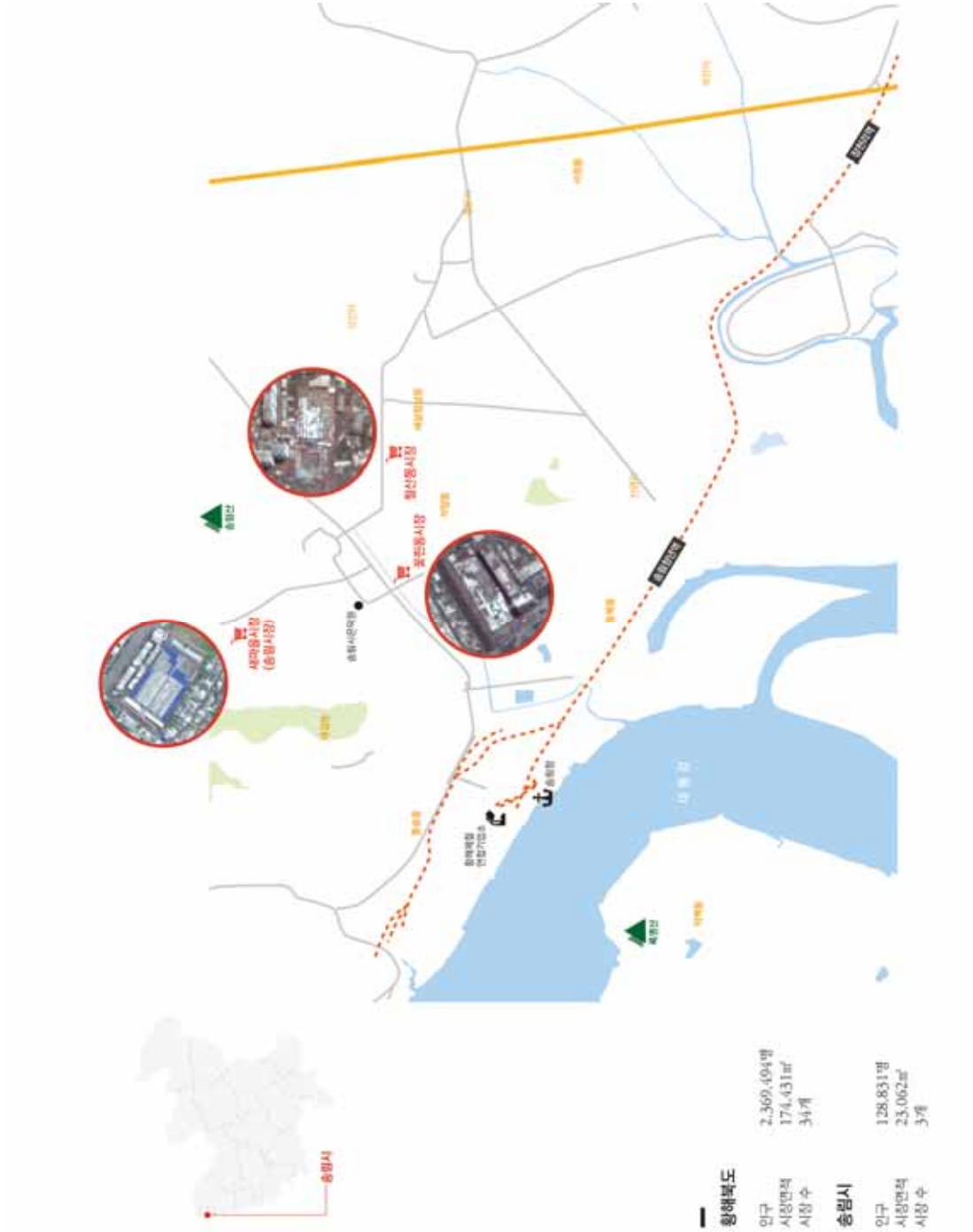
표 VI-15 황해북도 장세 추정

(단위: 북한 원)

시·군	시장명	면적 (㎡)	매대 (㎡)	매대 (개수)	2,500(시) 500(군)	2,500(시) 700(군)	2,000(시) 500(군)	2,000(시) 700(군)
송림시	철산시장	4,179	1.9	2,199	5,498,684	5,498,684	4,398,947	4,398,947
	꽃핀동시장	3,315	1.9	1,745	4,361,842	4,361,842	3,489,474	3,489,474
	새마을시장	15,568	1.9	8,194	20,484,211	20,484,211	16,387,368	16,387,368
사리원시	구천시장	6,003	1.75	3,430	8,575,714	8,575,714	6,860,571	6,860,571
	산업시장	11,179	1.75	6,388	15,970,000	15,970,000	12,776,000	12,776,000
	대성시장	7,351	1.75	4,201	10,501,429	10,501,429	8,401,143	8,401,143
	선경시장	2,827	1.75	1,615	4,038,571	4,038,571	3,230,857	3,230,857
개성시	판문군시장	1,757	1.75	1,004	2,510,000	2,510,000	2,008,000	2,008,000
	보선동시장	10,383	1.75	5,933	14,832,857	14,832,857	11,866,286	11,866,286
	개풍시장	3,205	1.75	1,831	4,578,571	4,578,571	3,662,857	3,662,857
	고려동시장	1,201	1.75	686	1,715,714	1,715,714	1,372,571	1,372,571
	남문동시장	5,145	1.75	2,940	7,350,000	7,350,000	5,880,000	5,880,000
토산군	토산시장	5,564	1.9	2,928	1,464,211	2,049,895	1,464,211	2,049,895
신계군	신계역전시장	519	1.9	273	136,579	191,211	136,579	191,211
인산군	인산시장	2,532	1.9	1,333	666,316	932,842	666,316	932,842
평산군	평산시장	8,253	1.9	4,344	2,171,842	3,040,579	2,171,842	3,040,579
은파군	은파시장	6,534	1.9	3,439	1,719,474	2,407,263	1,719,474	2,407,263
	광명구시장	4,015	1.9	2,113	1,056,579	1,479,211	1,056,579	1,479,211
봉산군	구연리시장	12,872	1.9	6,775	3,387,368	4,742,316	3,387,368	4,742,316
	봉산시장	4,742	1.9	2,496	1,247,895	1,747,053	1,247,895	1,747,053
연탄군	연탄시장	4,367	1.9	2,298	1,149,211	1,608,895	1,149,211	1,608,895
황주군	황주시장	5,984	1.9	3,149	1,574,737	2,204,632	1,574,737	2,204,632
서흥군	서흥시장	5,975	1.9	3,145	1,572,368	2,201,316	1,572,368	2,201,316
곡산군	곡산시장	3,607	1.9	1,898	949,211	1,328,895	949,211	1,328,895
신평군	신평시장	3,467	1.9	1,825	912,368	1,277,316	912,368	1,277,316
연산군	연산시장	4,942	1.9	2,601	1,300,526	1,820,737	1,300,526	1,820,737
	홀동구시장	2,673	1.9	1,407	703,421	984,789	703,421	984,789
수안군	수안시장	3,639	1.9	1,915	957,632	1,340,684	957,632	1,340,684
금천군	금천시장	3,670	1.9	1,932	965,789	1,352,105	965,789	1,352,105
중화군	중화시장	6,770	1.9	3,563	1,781,579	2,494,211	1,781,579	2,494,211
상원군	상원시장	5,702	1.9	3,001	1,500,526	2,100,737	1,500,526	2,100,737
승호군	승호시장	2,737	1.9	1,441	720,263	1,008,368	720,263	1,008,368
	화천동시장	1,284	1.9	676	337,895	473,053	337,895	473,053
장풍군	장풍시장	2,470	1.9	1,300	650,000	910,000	650,000	910,000
		174,431		94,018	127,343,383	138,113,701	107,259,864	118,030,182

I
II
III
IV
V
VI

그림 VI-16 ▶ 황해북도 송림시 주요시장



5. 지역별 시장 특성: 황해남도

- 황해남도 인구는 2,310,485명이며, 도 내 34개의 시장이 존재함.
- 황해남도의 인구 대비 시장 1개당 평균 인구는 '67,955명'임.
- 황해남도의 시장 전체 면적은 206,455㎡임.
- 황해남도 내 시장의 평균 면적은 6,072㎡임.
- 황해남도 내 최대 면적 시장은 해주시 양사시장으로서 21,303㎡의 면적을 차지하며, 최소 면적 시장은 배천군 금곡시장으로서 956㎡의 면적을 차지함.

I

II

III

IV

V

VI

그림 VI-17 황해남도 시/군별 시장 수

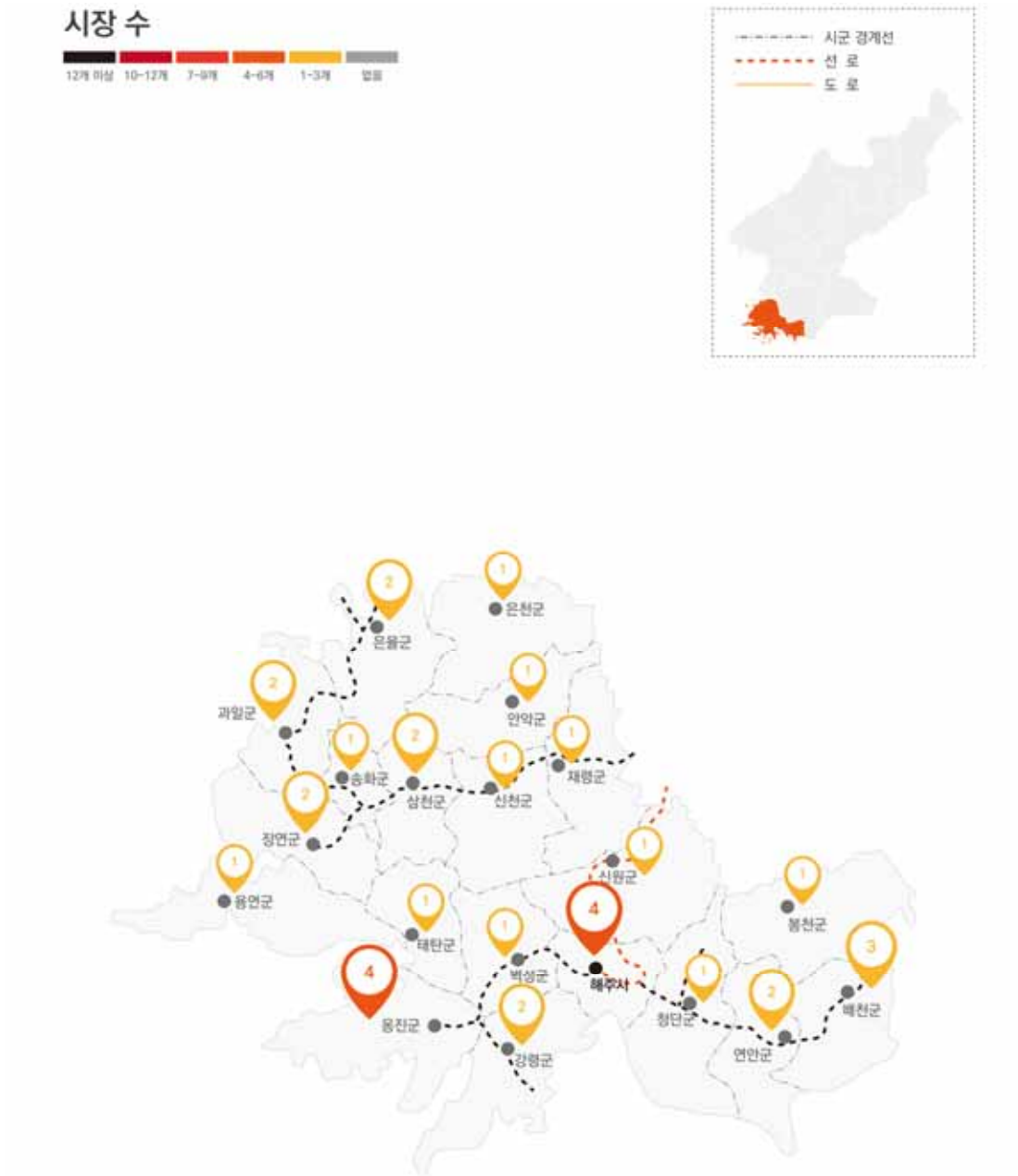


그림 VI-18 ▶ 황해남도 주요시장 위치



I
II
III
IV
V
VI

표 VI-16 황해남도 시장정보 수집 현황

도	시·군	시장위치 (구역·리·동)	시장명	시장 면적 (㎡)	시장 전체 면적 (㎡)	시·군별 시장수	도별 시장수
황해남도	해주시	서애동	서애시장	4,235	206,445	4	34
		새거리동	새거리시장	9,790			
		양사동	양사시장	21,303			
		학현동	학현시장	2,881			
	벽성군	벽성읍	벽성시장	8,028		1	
	강령군	강령읍	강령시장	5,748		2	
		부포노동자구	부포구시장	2,212			
	옹진군	옹진읍	옹진시장	6,045		4	
		남해노동자구 사곶동마을	사곶동시장	2,010			
		옹진노동자구	옹진구시장	3,123			
		련봉리 소강동마을	소강시장	1,706			
	장연군	장연읍	장연시장	5,857		2	
		락연노동자구	락연구시장	4,267			
	신천군	신천읍	신천시장	6,808		1	
	재령군	재령읍	재령시장	15,252		1	
	안악군	안악읍	안악시장	16,239		1	
	배천군	배천읍	배천시장	9,949		3	
		금곡리	금곡시장	956			
		봉랑노동자구	봉랑구시장	1,707			
	청단군	청단읍	청단시장	7,411		1	
	연안군	연안읍	연안시장	5,735		2	
		염전노동자구	염전구시장	1,319			
	봉천군	봉천읍	봉천시장	5,068		1	
	은천군	은천읍	은천시장	5,603		1	
	과일군	월사리 비파곶마을	비파곶시장	3,545		2	
		과일읍	과일시장	7,752			
	은률군	금산포노동자구	금산포구시장	5,216		2	
		은률읍	은률시장	6,784			
	신원군	신원읍	신원시장	4,756		1	
	송화군	송화읍	송화시장	3,801		1	
	태탄군	태탄읍	태탄시장	3,817		1	
	삼천군	수교리	수교리시장	1,374		2	
		삼천읍	삼천군시장	7,588			
	용연군	용연읍	용연시장	8,560		1	

표 VI-17 황해남도 인구·시장 개수·시장 1개당 인구

도·시·군	인구 (2008년) ³⁴⁾	시장개수	시장 1개당 인구
황해남도	2,310,485	34	67,955
해주시	273,300	4	68,325
강령군	106,827	2	53,413
응진군	152,878	4	38,219
태탄군	64,258	1	64,258
장연군	91,422	2	45,711
삼천군	86,042	2	43,021
송화군	44,274	1	44,274
은률군	107,997	2	53,998
은천군	95,597	1	95,597
안악군	125,924	1	125,924
신천군	141,407	1	141,407
재령군	125,631	1	125,631
신원군	83,161	1	83,161
봉천군	79,740	1	79,740
배천군	159,825	3	53,275
연안군	158,845	2	79,422
청단군	142,607	1	142,607
용천군	90,102	1	90,102
과일군	89,895	2	44,947
벽성군	90,753	1	90,753

³⁴⁾ KOSIS 국가통계포털 북한통계, <<http://kosis.kr>>. (검색일: 2016.10.25.).

표 VI-18 황해남도 장세 추정

(단위: 북한 원)

시·군	시장명	면적 (㎡)	매대 (㎡)	매대 (개수)	2,500(시) 500(군)	2,500(시) 700(군)	2,000(시) 500(군)	2,000(시) 700(군)
해주시	서애시장	4,235	1.75	2,420	6,050,000	6,050,000	4,840,000	4,840,000
	새거리시장	9,790	1.75	5,594	13,985,714	13,985,714	11,188,571	11,188,571
	양사시장	21,303	1.75	12,173	30,432,857	30,432,857	24,346,286	24,346,286
	학현시장	2,881	1.75	1,646	4,115,714	4,115,714	3,292,571	3,292,571
벽성군	벽성시장	8,028	1.75	4,587	2,293,714	3,211,200	2,293,714	3,211,200
강령군	강령시장	5,748	1.75	3,285	1,642,286	2,299,200	1,642,286	2,299,200
	부포구시장	2,212	1.75	1,264	632,000	884,800	632,000	884,800
용진군	용진시장	6,045	1.75	3,454	1,727,143	2,418,000	1,727,143	2,418,000
	사곶동시장	2,010	1.75	1,149	574,286	804,000	574,286	804,000
	용진구시장	3,123	1.75	1,785	892,286	1,249,200	892,286	1,249,200
	소강시장	1,706	1.75	975	487,429	682,400	487,429	682,400
장연군	장연시장	5,857	1.75	3,347	1,673,429	2,342,800	1,673,429	2,342,800
	락연구시장	4,267	1.75	2,438	1,219,143	1,706,800	1,219,143	1,706,800
신천군	신천시장	6,808	1.75	3,890	1,945,143	2,723,200	1,945,143	2,723,200
재령군	재령시장	15,252	1.75	8,715	4,357,714	6,100,800	4,357,714	6,100,800
안악군	안악시장	16,239	1.75	9,279	4,639,714	6,495,600	4,639,714	6,495,600
배천군	배천시장	9,949	1.75	5,685	2,842,571	3,979,600	2,842,571	3,979,600
	금곡시장	956	1.75	546	273,143	382,400	273,143	382,400
	봉랑구시장	1,707	1.75	975	487,714	682,800	487,714	682,800
청단군	청단시장	7,411	1.75	4,235	2,117,429	2,964,400	2,117,429	2,964,400
연안군	연안시장	5,735	1.75	3,277	1,638,571	2,294,000	1,638,571	2,294,000
	염전구시장	1,319	1.75	754	376,857	527,600	376,857	527,600
봉천군	봉천시장	5,068	1.75	2,896	1,448,000	2,027,200	1,448,000	2,027,200
은천군	은천시장	5,603	1.75	3,202	1,600,857	2,241,200	1,600,857	2,241,200
과일군	비파곶시장	3,545	1.75	2,026	1,012,857	1,418,000	1,012,857	1,418,000
	과일시장	7,752	1.75	4,430	2,214,857	3,100,800	2,214,857	3,100,800
은률군	금산포구시장	5,216	1.75	2,981	1,490,286	2,086,400	1,490,286	2,086,400
	은률시장	6,784	1.75	3,877	1,938,286	2,713,600	1,938,286	2,713,600
신원군	신원시장	4,756	1.75	2,718	1,358,857	1,902,400	1,358,857	1,902,400
송화군	송화시장	3,801	1.75	2,172	1,086,000	1,520,400	1,086,000	1,520,400
태탄군	태탄시장	3,817	1.75	2,181	1,090,571	1,526,800	1,090,571	1,526,800
삼천군	수교리시장	1,374	1.75	785	392,571	549,600	392,571	549,600
	삼천군시장	7,588	1.75	4,336	2,168,000	3,035,200	2,168,000	3,035,200
용연군	용연시장	8,560	1.75	4,891	2,445,714	3,424,000	2,445,714	3,424,000
		206,445		117,968	102,651,713	121,878,685	91,734,856	110,961,828

그림 VI-19 ▶ 황해남도 해주시 주요시장



I
II
III
IV
V
VI

6. 지역별 시장 특성: 함경북도/나선특별시

- 함경북도 시장개수는 총 50개(나선특별시 4개 포함)로 전국 도 단위 지역에서 평안남도, 평안북도, 함경남도에 이어 4번째로 많은 시장이 분포함.
- 전체 시장면적은 244,298㎡에 달해, 전국적으로 3번째로 큰 규모의 시장면적 보유
- 특히 함경북도의 경우 전국에서 가장 큰 규모의 도매시장인 수남시장이 청진시에 위치하고 있어 북부와 남부 지역의 물류 유통을 연계하는 요충지라는 장점을 가지고 있음.

그림 VI-20 함경북도 시/군별 시장 수



I
II
III
IV
V
VI

그림 VI-21 함경북도 주요시장 위치



표 VI-19 함경북도·나선특별시 시장정보 수집 현황

도	시·군	시장위치 (구역·리·동)	시장명	시장 면적 (㎡)	시장 전체 면적 (㎡)	시·군별 시장수	도별 시장수
함경북도	청진시	청암구역 해방동	해방시장	1,080	217,458	19	46
		청암구역 낙양동	낙양시장	2,407			
		청암구역 청암2동	청암시장	1,545			
		청암구역 연진동	연진시장	1,507			
		청암구역 관해동	관해시장	1,106			
		포항구역 수원동	수원시장	12,074			
		포항구역 남향동	남향시장	6,489			
		포항구역 산업동	산업시장	2,649			
		신암구역 관해동	청년공원시장	10,310			
		신암구역 신진동	신 신진시장	1,522			
		수남구역 청남동	수남시장	23,487			
		송평구역 송평동	송평시장	5,837			
		송평구역 강덕1동	강덕시장	1,570			
		송평구역 수성동	수성시장	747			
		송평구역 은정1동	은정시장	1,581			
		송평구역 제철동	제철시장	4,153			
		나남구역 낙원1동	낙원시장	5,031			
		나남구역 이북1동	나북시장	6,596			
		나남구역 이곡동	이곡시장	5,688			
	부윤구역	-	0				
	김책시	제강1동	제강시장	6,144		3	
		수원동	수원시장	10,646			
		업역동	업역시장	1,766			
	회령시	성천동	회령시장	12,864		2	
		유선동	유선시장	2,053			
	명간군	화성읍	화성시장	3,535		1	
	어랑군	어랑읍	어랑시장	6,799		2	
		어대진노동자구	어대진시장	2,551			
	경원군	고건원노동자구	고건원시장	3,568		2	
		새별읍	새별시장	7,043			
	부령군	부령읍	부령시장	818		2	
고무산노동자구		고무산시장	1,220				
명천군	명천읍	명천시장	5,696	1			
경성군	승암노동자구	승암시장	2,670	3			
	경성읍	경성시장	6,724				

I
II
III
IV
V
VI

도	시·군	시장위치 (구역·리·동)	시장명	시장 면적 (㎡)	시장 전체 면적 (㎡)	시·군별 시장수	도별 시장수
	무산군	경성읍	경성역전시장	676	26,840	4	4
		무산읍	무산시장	8,593			
		삼봉노동자구	삼봉시장	937			
		철송노동자구	철송시장	612			
		주초노동자구	주초시장	594			
	길주군	영북구	길주시장	13,024		1	
	온성군	남양노동자구	남양시장	644		3	
		종성노동자구	종성시장	1,092			
		온성읍	온성시장	4,709			
	경흥군	경흥읍	경흥시장	7,402		1	
	연사군	연사읍	연사시장	4,287		1	
	화대군	화대읍	화대시장	5,412		1	
	나선 특별시	선봉지구	중현동	중현시장		1,495	
하현동			선봉시장	5,695			
나선지구		창평동	창평시장	2,781			
		신흥동	신흥시장	16,869			

표 VI-20 ▶ 함경북도·나선특별시 인구·시장 개수·시장 1개당 인구

도·시·군	인구 (2008년) ³⁵⁾	시장개수	시장 1개당 인구
함경북도	2,130,408	46	46,313
김책시	207,299	3	69,099
회령시	153,532	2	76,766
청진시 신암구역	64,924	2	32,462
청진시 청암구역	136,659	5	27,331
청진시 포항구역	104,007	3	34,669
청진시 수남구역	82,765	1	82,765
청진시 송평구역	146,973	5	29,394
청진시 나남구역	112,343	3	37,447
청진시 부윤구역	20,258	-	-
길주군	139,932	1	139,932
화대군	67,677	1	67,677
명천군	65,797	1	65,797
명간군	99,557	1	99,557
어랑군	87,757	2	43,878
경성군	105,909	3	35,303
연사군	37,876	1	37,876
무산군	123,721	4	30,930
부령군	48,958	2	24,479
온성군	127,893	3	42,631
경원군	107,327	2	53,663
경흥군	89,244	1	89,244
나선특별시	196,954	4	49,238

³⁵⁾ KOSIS 국가통계포털 북한통계, <<http://kosis.kr>>. (검색일: 2016.10.25.).

표 VI-21 함경북도·나선특별시 장세 추정

(단위: 북한 원)

시·군	시장명	면적 (㎡)	매대 (㎡)	매대 (개수)	2,500(시) 500(군)	2,500(시) 700(군)	2,000(시) 500(군)	2,000(시) 700(군)
청진시	해방시장	1,080	1.4	771	1,928,571	1,928,571	1,542,857	1,542,857
	낙양시장	2,407	1.4	1,719	4,298,214	4,298,214	3,438,571	3,438,571
	청암시장	1,545	1.4	1,104	2,758,929	2,758,929	2,207,143	2,207,143
	연진시장	1,507	1.4	1,076	2,691,071	2,691,071	2,152,857	2,152,857
	관해시장	1,106	1.4	790	1,975,000	1,975,000	1,580,000	1,580,000
	수원시장	12,074	1.4	8,624	21,560,714	21,560,714	17,248,571	17,248,571
	남향시장	6,489	1.4	4,635	11,587,500	11,587,500	9,270,000	9,270,000
	산업시장	2,649	1.4	1,892	4,730,357	4,730,357	3,784,286	3,784,286
	청년공원시장	10,310	1.4	7,364	18,410,714	18,410,714	14,728,571	14,728,571
	신진시장	1,522	1.4	1,087	2,717,857	2,717,857	2,174,286	2,174,286
	수남시장	23,487	1.4	16,776	41,941,071	41,941,071	33,552,857	33,552,857
	송평시장	5,837	1.4	4,169	10,423,214	10,423,214	8,338,571	8,338,571
	강덕시장	1,570	1.4	1,121	2,803,571	2,803,571	2,242,857	2,242,857
	수성시장	747	1.4	534	1,333,929	1,333,929	1,067,143	1,067,143
	은정시장	1,581	1.4	1,129	2,823,214	2,823,214	2,258,571	2,258,571
	제철시장	4,153	1.4	2,966	7,416,071	7,416,071	5,932,857	5,932,857
	낙원시장	5,031	1.4	3,594	8,983,929	8,983,929	7,187,143	7,187,143
	나북시장	6,596	1.4	4,711	11,778,571	11,778,571	9,422,857	9,422,857
	이곡시장	5,688	1.4	4,063	10,157,143	10,157,143	8,125,714	8,125,714
	(부윤구역)	0	1.4	0	0	0	0	0
김책시	제강시장	6,144	1.75	3,511	8,777,143	8,777,143	7,021,714	7,021,714
	수원시장	10,646	1.75	6,083	15,208,571	15,208,571	12,166,857	12,166,857
	업역시장	1,766	1.75	1,009	2,522,857	2,522,857	2,018,286	2,018,286
회령시	회령시장	12,864	1.75	7,351	18,377,143	18,377,143	14,701,714	14,701,714
	유선시장	2,053	1.75	1,173	2,932,857	2,932,857	2,346,286	2,346,286
명간군	화성시장	3,535	1.9	1,861	930,263	1,302,368	930,263	1,302,368
어랑군	어랑시장	6,799	1.9	3,578	1,789,211	2,504,895	1,789,211	2,504,895
	어대진시장	2,551	1.9	1,343	671,316	939,842	671,316	939,842
경원군	고건원시장	3,568	1.9	1,878	938,947	1,314,526	938,947	1,314,526
	새별시장	7,043	1.9	3,707	1,853,421	2,594,789	1,853,421	2,594,789
부령군	부령시장	818	1.9	431	215,263	301,368	215,263	301,368
	고무산시장	1,220	1.9	642	321,053	449,474	321,053	449,474
명천군	명천시장	5,696	1.9	2,998	1,498,947	2,098,526	1,498,947	2,098,526
경성군	승암시장	2,670	1.9	1,405	702,632	983,684	702,632	983,684
	경성시장	6,724	1.9	3,539	1,769,474	2,477,263	1,769,474	2,477,263
	경성역전시장	676	1.9	356	177,895	249,053	177,895	249,053

시·군	시장명	면적 (㎡)	매대 (㎡)	매대 (개수)	2,500(시) 500(군)	2,500(시) 700(군)	2,000(시) 500(군)	2,000(시) 700(군)
무산군	무산시장	8,593	1.9	4,523	2,261,316	3,165,842	2,261,316	3,165,842
	삼봉시장	937	1.9	493	246,579	345,211	246,579	345,211
	철송시장	612	1.9	322	161,053	225,474	161,053	225,474
	주초시장	594	1.9	313	156,316	218,842	156,316	218,842
길주군	길주시장	13,024	1.9	6,855	3,427,368	4,798,316	3,427,368	4,798,316
온성군	남양시장	644	1.9	339	169,474	237,263	169,474	237,263
	종성시장	1,092	1.9	575	287,368	402,316	287,368	402,316
	온성시장	4,709	1.9	2,478	1,239,211	1,734,895	1,239,211	1,734,895
경흥군	경흥시장	7,402	1.9	3,896	1,947,895	2,727,053	1,947,895	2,727,053
연사군	연사시장	4,287	1.9	2,256	1,128,158	1,579,421	1,128,158	1,579,421
화대군	화대시장	5,412	1.9	2,848	1,424,211	1,993,895	1,424,211	1,993,895
나선 특별시	중현시장	1,495	1.4	1,068	2,669,643	2,669,643	2,135,714	2,135,714
	선봉시장	5,695	1.4	4,068	10,169,643	10,169,643	8,135,714	8,135,714
	창평시장	2,781	1.4	1,986	4,966,071	4,966,071	3,972,857	3,972,857
	신흥시장	16,869	1.4	12,049	30,123,214	30,123,214	24,098,571	24,098,571
		244,298		153,059	289,384,153	298,711,098	236,170,796	245,497,741

그림 VI-22 ▶ 함경북도 청진시 주요시장

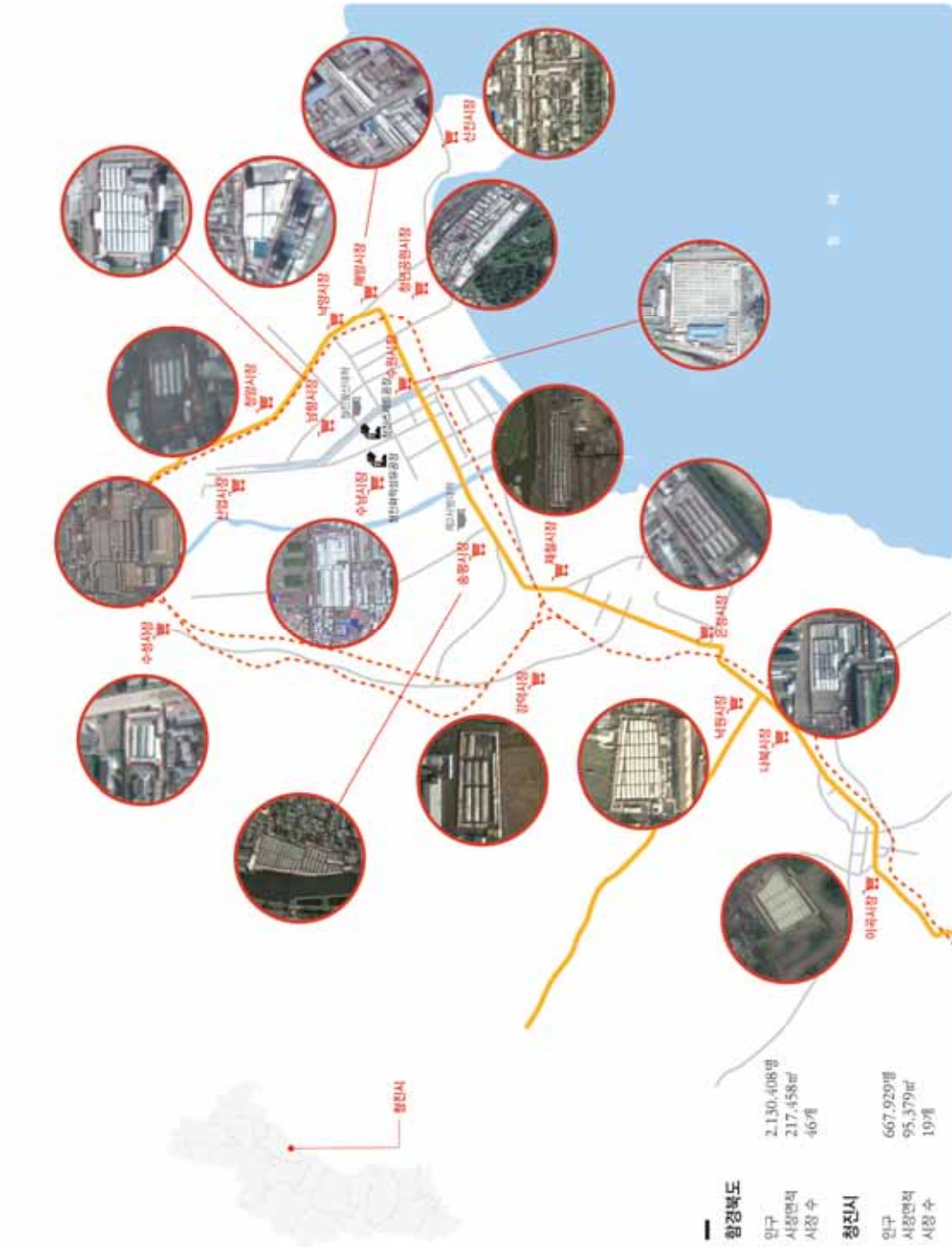
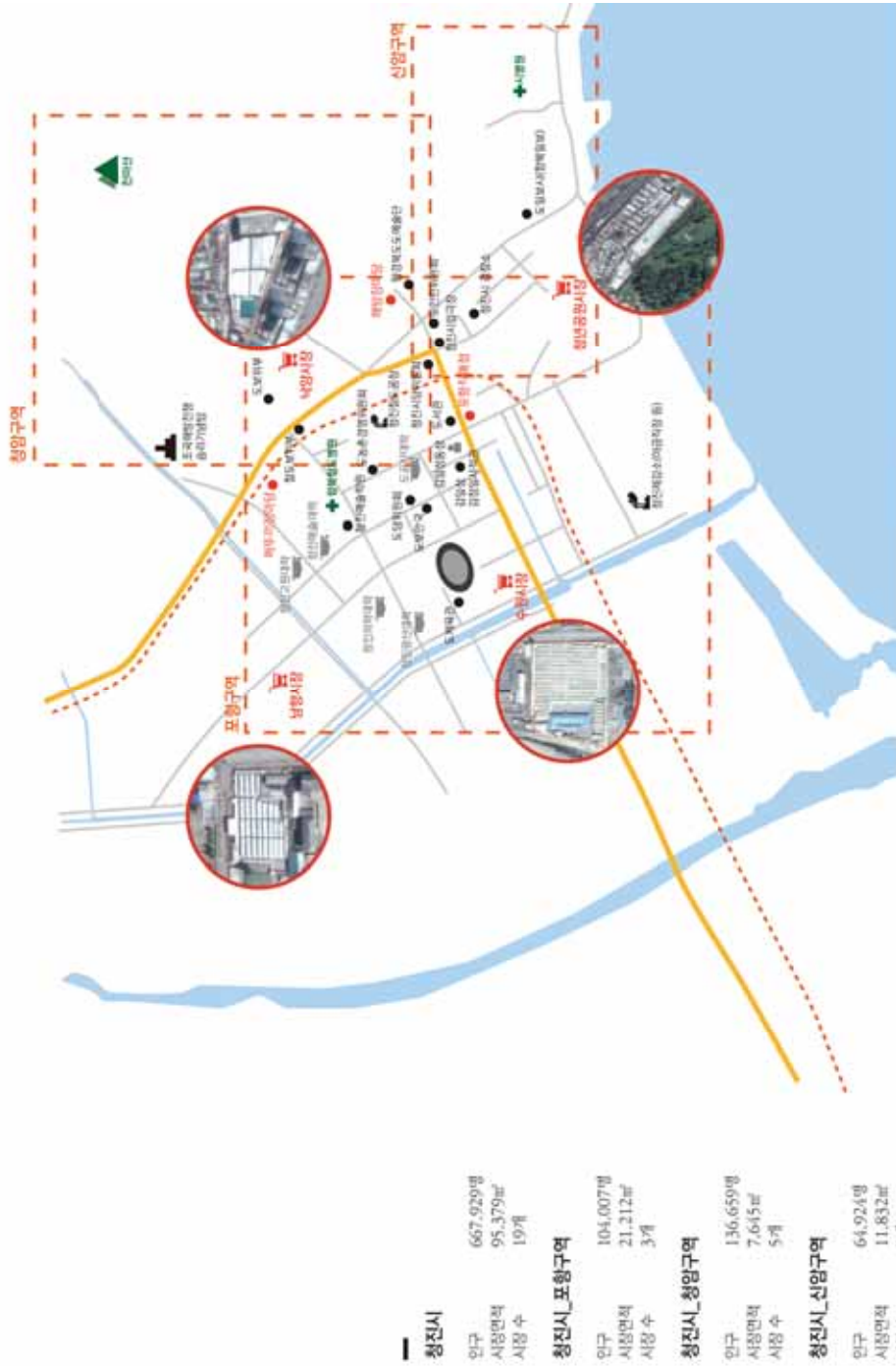


그림 VI-23 ▶ 함경북도 청진시/청암/포항/신암구역 주요시장



I
II
III
IV
V
VI

그림 VI-24 ▶ 함경북도 청진시 송평구역 주요시장

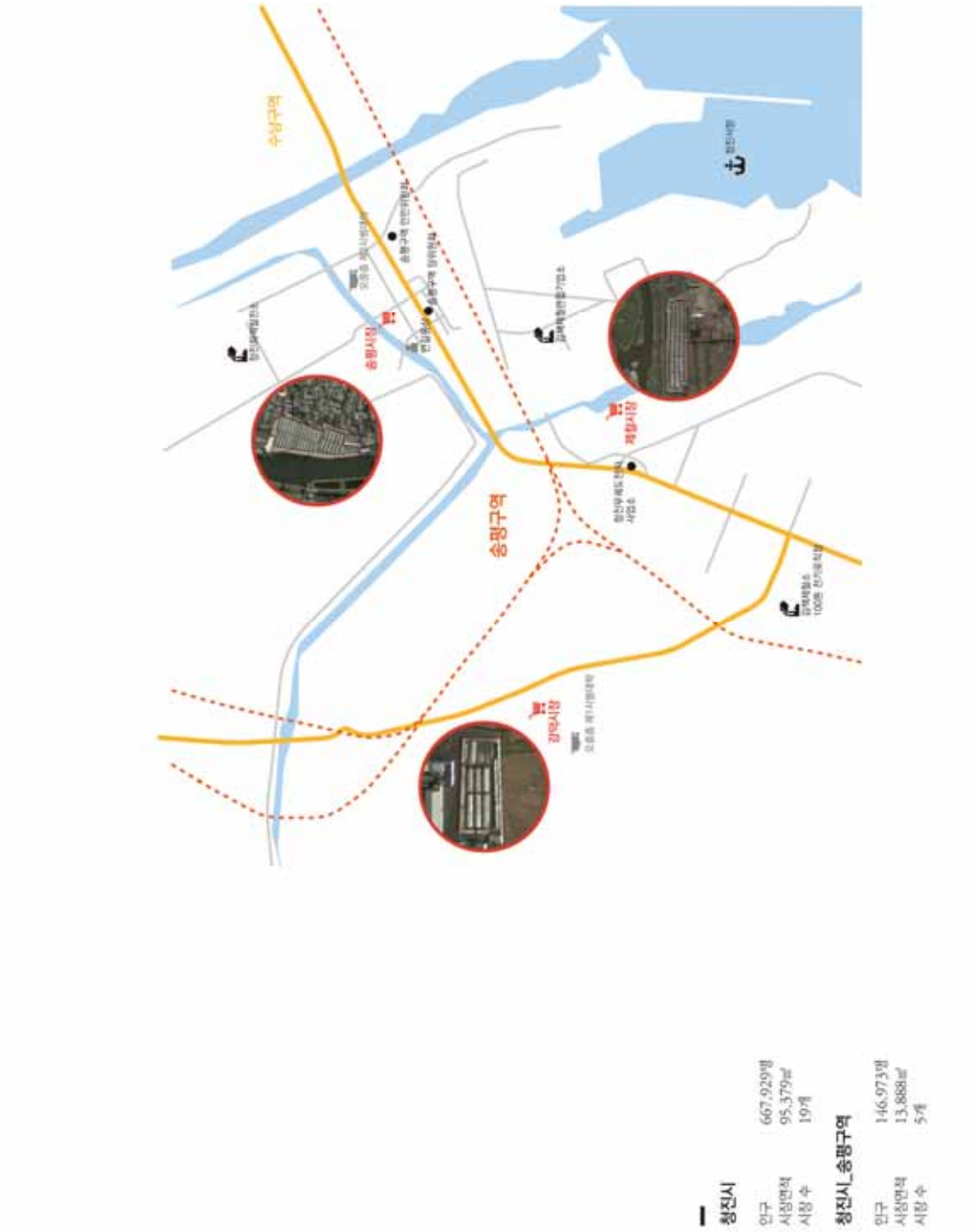
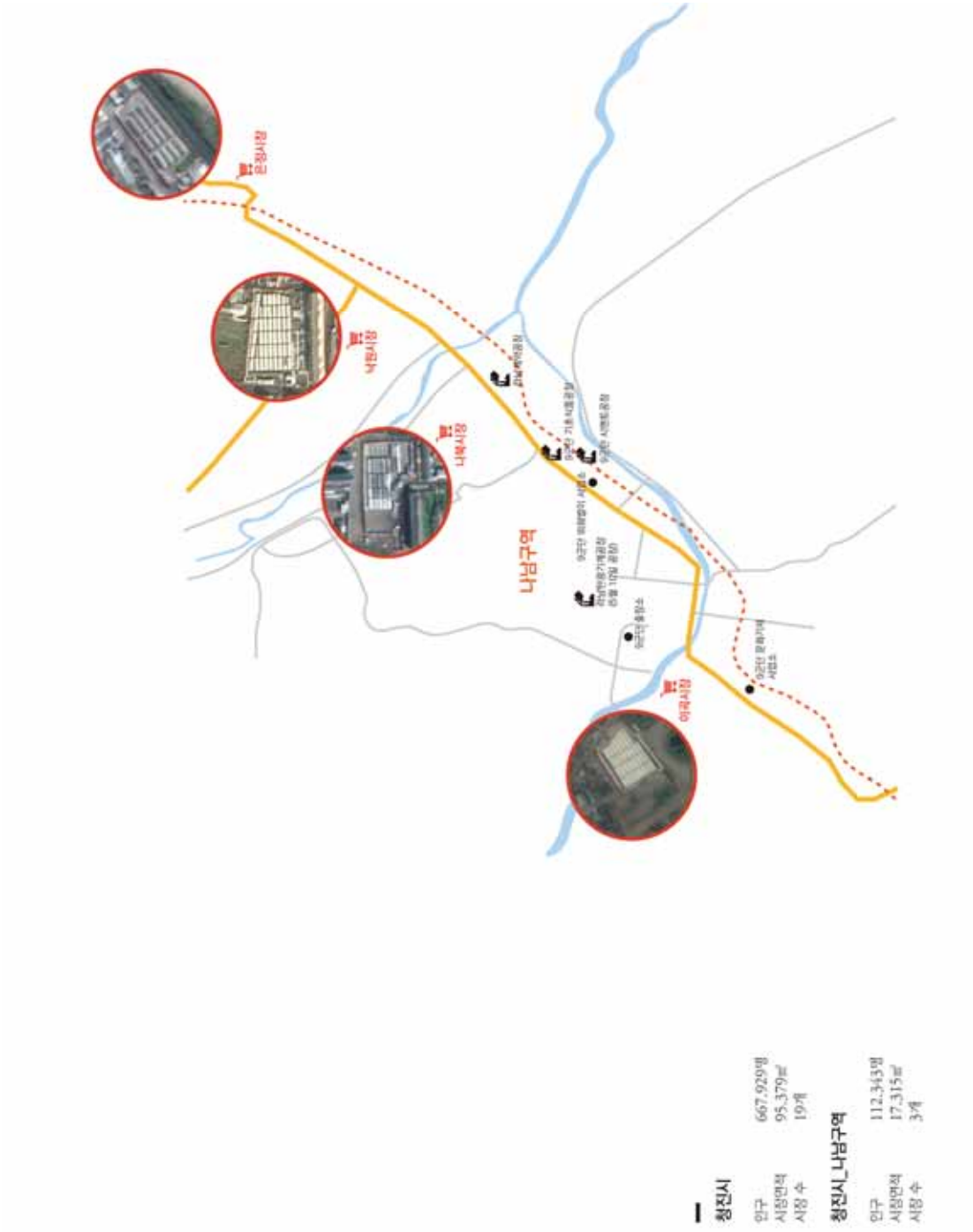


그림 VI-25 ▶ 함경북도 청진시 남남구역 주요시장



I
II
III
IV
V
VI

그림 VI-26 ▶ 함경북도 청진시 수남구역 주요시장

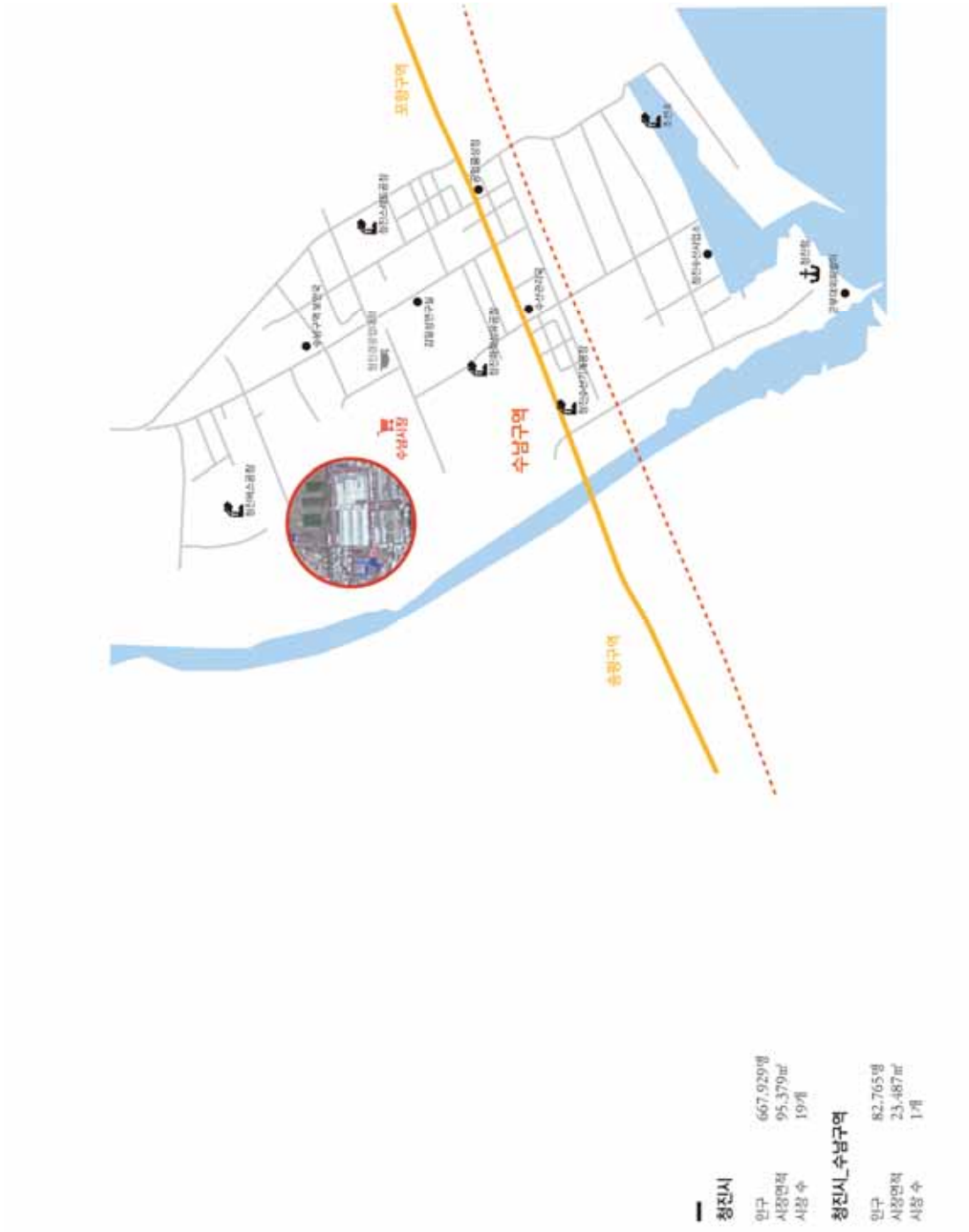
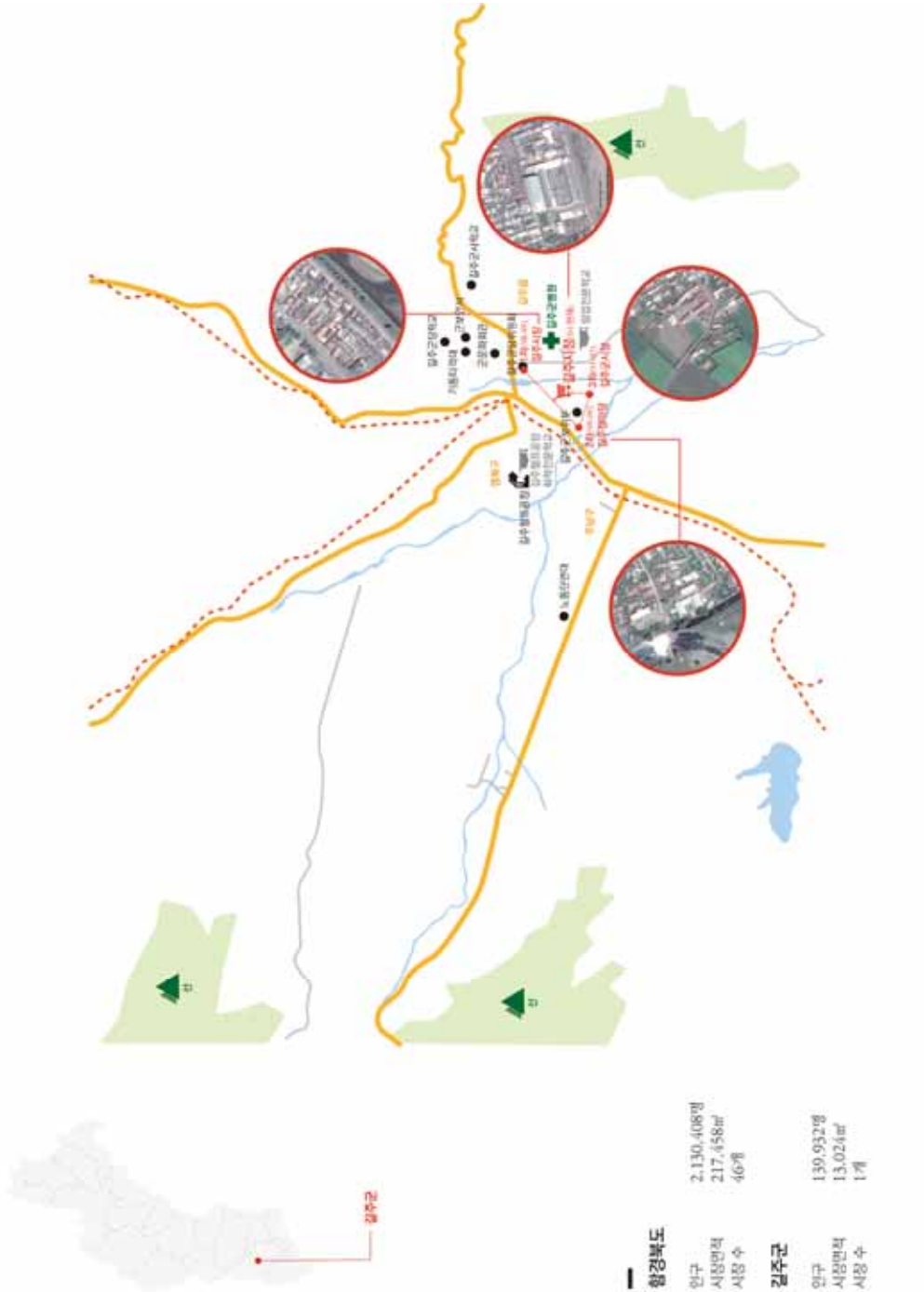


그림 VI-27 ▶ 함경북도 길주군 주요시장



7. 지역별 시장 특성: 함경남도

- 함경남도는 행정구역상 함흥시(도소재지), 단천시, 신포시 등 3개의 시와 15개의 군(郡), 금호지구, 수동구 등으로 구성되어 있음.
- 함경남도 내의 공식시장은 총 48개로 도별 공식시장 입지 순위에서 3위에 해당함.
- 함경남도 내 각 시·군·지구·구의 시장 수는 함흥시 11개, 단천시 4개, 신포시 4개가 있으며, 15개 군에는 총 25개, 금호지구에 1개, 수동구에 3개 등이 있음.
- 함경남도 인구는 2008년 인구센서스 기준 총 2,130,408명
- 함경남도의 인구 대비 시장 1개 당 평균 인구는 44,384명
- 함경남도의 공식시장 전체 면적은 253,218㎡(379,098평), 시장 1개 당 평균 면적은 5,275㎡ (1,596평)
- 함경남도 내 면적이 가장 큰 시장은 함흥시의 평수시장으로 16,828㎡이며, 가장 작은 면적의 시장은 고원군의 부래산구시장으로 661㎡
- 함경남도의 총 매대수 추정치는 150,013개, 시장 1개당 평균 매대수는 3,125개

그림 VI-28 ▶ 함경남도 시/군별 시장 수



I
II
III
IV
V
VI

그림 VI-29 ▶ 함경남도 주요시장 위치

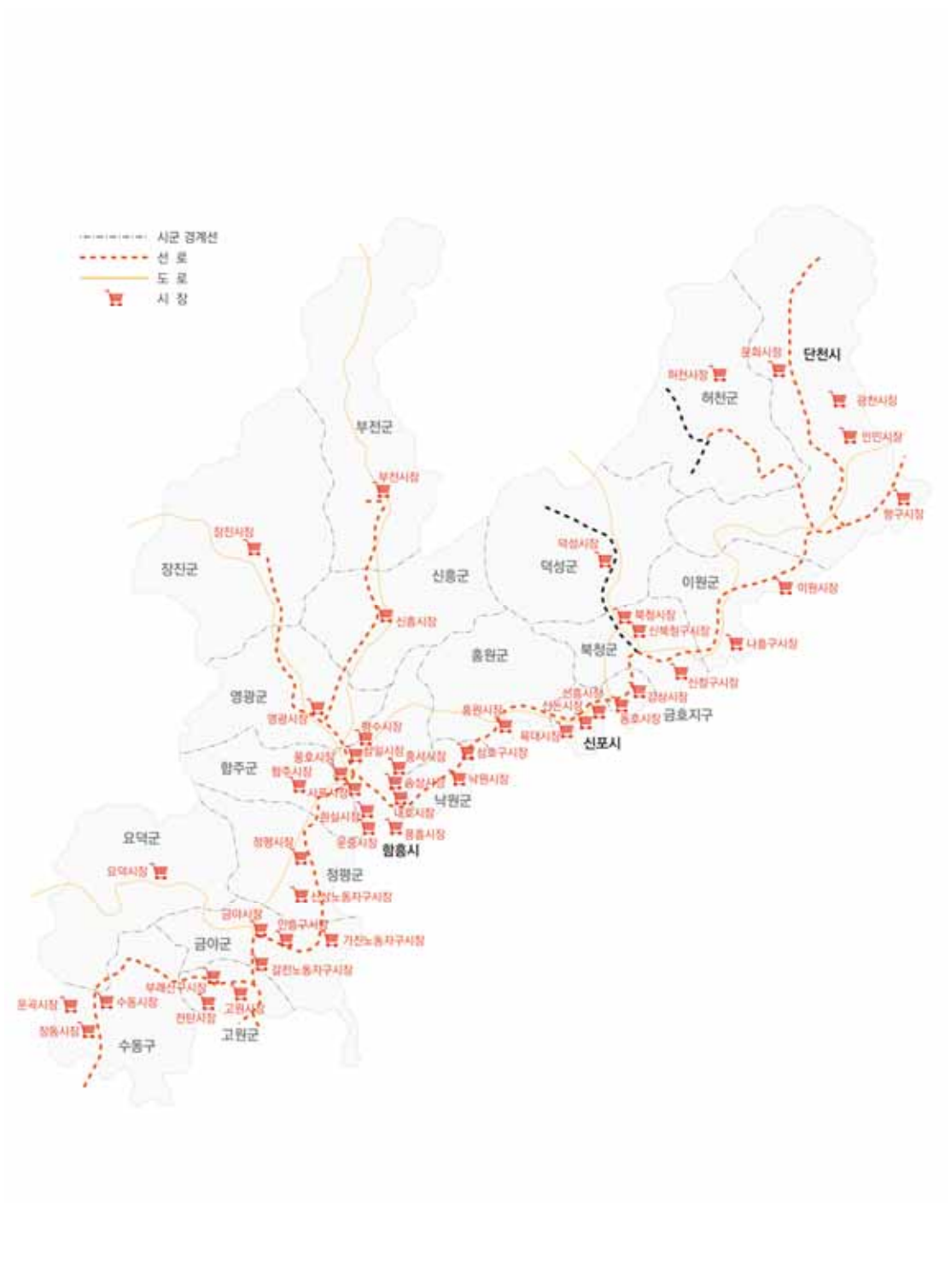


표 VI-22 ▶ 함경남도 시장정보 수집 현황

도	시·군	시장위치 (구역·리·동)	시장명	시장 면적 (㎡)	시장 전체 면적 (㎡)	시·군별 시장수	도별 시장수
함경남도	함흥시	운중1동	운중시장	6,247	253,218	11	48
		풍흥동	풍흥시장	2,000			
		내호동	내호시장	2,993			
		흥서동	흥서시장	7,843			
		송상동	송상시장	4,098			
		흰실동	흰실시장	1,314			
		금사동	금사시장	8,275			
		삼일동	삼일시장	9,033			
		평수동	평수시장	16,721			
		사포동	사포시장	12,995			
		풍호동	풍호시장	4,992			
	단천시	량산동	단천시장	12,391		4	
		항구동	항구시장	5,476			
		광천동	광천시장	2,758			
		문화동	문화시장	5,716			
	신포시	육대1동	육대시장	4,054		4	
		광복1동	광복시장	13,446			
		신흥동	신흥시장	1,613			
		동호1동	동호시장	6,785			
	금야군	가진노동자구	가진구시장	1,169		4	
		금야읍	금야시장	6,583			
		갈전노동자구	갈전구시장	1,409			
		인흥노동자구	인흥구시장	2,272			
	고원군	고원읍	고원시장	9,310		3	
		전탄리	전탄시장	1,458			
		부래산노동자구	부래산구시장	661			
이원군	이원읍	이원시장	12,049	2			
	나흥노동자구	나흥구시장	3,535				
요덕군	요덕읍	요덕시장	1,785	1			
정평군	정평읍	정평시장	8,462	2			
	신상노동자구	신상구시장	4,923				
함주군	함주읍	함주시장	6,230	1			
영광군	영광읍	영광시장	7,349	1			
장진군	장진읍	장진시장	2,239	1			

I
II
III
IV
V
VI

도	시·군	시장위치 (구역·리·동)	시장명	시장 면적 (㎡)	시장 전체 면적 (㎡)	시·군별 시장수	도별 시장수
	부전군	부전읍	부전시장	1,212		1	
	금호지구	강상노동자구	강상시장	2,702		1	
	북청군	북청읍	북청시장	10,259		3	
		신창노동자구	신창구시장	4,702			
		신북청노동자구	신북청구시장	2,720			
	낙원군	삼호노동자구	삼호구시장	1,047		2	
		낙원읍	낙원시장	3,894			
	홍원군	홍원읍	홍원시장	7,372		1	
	허천군	허천읍	허천시장	1,594		1	
	덕성군	덕성읍	덕성시장	6,234		1	
	신흥군	신흥읍	신흥시장	5,250		1	
	수동구	장동동	장동시장	2,147		3	
		수동읍	수동시장	4,264			
		운곡동	운곡시장	1,637			

표 VI-23 ▶ 함경남도 인구·시장 개수·시장 1개당 인구

도·시·군	인구 (2008년) ³⁶⁾	시장개수	시장 1개당 인구
함경남도	3,066,013	48	63,875
신포시	152,759	4	38,189
단천시	345,875	4	86,468
함흥시	768,551	11	69,868
함주군	133,896	1	133,896
영광군	103,532	1	103,532
신흥군	104,002	1	104,002
부전군	48,351	1	48,351
장진군	64,681	1	64,681
정평군	179,114	2	89,557
금야군	211,140	4	52,785
요덕군	40,839	1	40,839
고원군	94,963	3	31,654
낙원군	60,700	2	30,350
홍원군	142,910	1	142,910
북청군	161,886	3	53,962
덕성군	97,617	1	97,617
이원군	117,320	2	58,660
허천군	104,731	1	104,731
수동구	95,716	3	31,905
금호지구	37,430	1	37,430

³⁶⁾ KOSIS 국가통계포털 북한통계, <<http://kosis.kr>>. (검색일: 2016.10.25.).

표 VI-24 함경남도 장세 추정

(단위: 북한 원)

시·군	시장명	면적 (㎡)	매대 (㎡)	매대 (개수)	2,500(시) 500(군)	2,500(시) 700(군)	2,000(시) 500(군)	2,000(시) 700(군)
함흥시	운중시장	6,247	1.4	4,462	11,155,357	11,155,357	8,924,286	8,924,286
	풍흥시장	2,000	1.4	1,429	3,571,429	3,571,429	2,857,143	2,857,143
	내호시장	2,993	1.4	2,138	5,344,643	5,344,643	4,275,714	4,275,714
	흥서시장	7,843	1.4	5,602	14,005,357	14,005,357	11,204,286	11,204,286
	송상시장	4,098	1.4	2,927	7,317,857	7,317,857	5,854,286	5,854,286
	흰실시장	1,314	1.4	939	2,346,429	2,346,429	1,877,143	1,877,143
	금사시장	8,275	1.4	5,911	14,776,786	14,776,786	11,821,429	11,821,429
	삼일시장	9,033	1.4	6,452	16,130,357	16,130,357	12,904,286	12,904,286
	평수시장	16,721	1.4	11,944	29,858,929	29,858,929	23,887,143	23,887,143
	사포시장	12,995	1.4	9,282	23,205,357	23,205,357	18,564,286	18,564,286
	풍호시장	4,992	1.4	3,566	8,914,286	8,914,286	7,131,429	7,131,429
단천시	단천시장	12,391	1.75	7,081	17,701,429	17,701,429	14,161,143	14,161,143
	항구시장	5,476	1.75	3,129	7,822,857	7,822,857	6,258,286	6,258,286
	광천시장	2,758	1.75	1,576	3,940,000	3,940,000	3,152,000	3,152,000
	문화시장	5,716	1.75	3,266	8,165,714	8,165,714	6,532,571	6,532,571
신포시	육대시장	4,054	1.75	2,317	5,791,429	5,791,429	4,633,143	4,633,143
	광복시장	13,446	1.75	7,683	19,208,571	19,208,571	15,366,857	15,366,857
	신흥시장	1,613	1.75	922	2,304,286	2,304,286	1,843,429	1,843,429
	동호시장	6,785	1.75	3,877	9,692,857	9,692,857	7,754,286	7,754,286
금야군	가진구시장	1,169	1.9	615	307,632	430,684	307,632	430,684
	금야시장	6,583	1.9	3,465	1,732,368	2,425,316	1,732,368	2,425,316
	갈전구시장	1,409	1.9	742	370,789	519,105	370,789	519,105
	인흥구시장	2,272	1.9	1,196	597,895	837,053	597,895	837,053
고원군	고원시장	9,310	1.9	4,900	2,450,000	3,430,000	2,450,000	3,430,000
	전탄시장	1,458	1.9	767	383,684	537,158	383,684	537,158
	부래산구시장	661	1.9	348	173,947	243,526	173,947	243,526
이원군	이원시장	12,049	1.9	6,342	3,170,789	4,439,105	3,170,789	4,439,105
	나흥구시장	3,535	1.9	1,861	930,263	1,302,368	930,263	1,302,368
요덕군	요덕시장	1,785	1.9	939	469,737	657,632	469,737	657,632
정평군	정평시장	8,462	1.9	4,454	2,226,842	3,117,579	2,226,842	3,117,579
	신상구시장	4,923	1.9	2,591	1,295,526	1,813,737	1,295,526	1,813,737
함주군	함주시장	6,230	1.9	3,279	1,639,474	2,295,263	1,639,474	2,295,263
영광군	영광시장	7,349	1.9	3,868	1,933,947	2,707,526	1,933,947	2,707,526
장진군	장진시장	2,239	1.9	1,178	589,211	824,895	589,211	824,895
부전군	부전시장	1,212	1.9	638	318,947	446,526	318,947	446,526

시·군	시장명	면적 (㎡)	매대 (㎡)	매대 (개수)	2,500(시) 500(군)	2,500(시) 700(군)	2,000(시) 500(군)	2,000(시) 700(군)
금호지구	강상시장	2,702	1.9	1,422	711,053	995,474	711,053	995,474
북청군	북청시장	10,259	1.9	5,399	2,699,737	3,779,632	2,699,737	3,779,632
	신창구시장	4,702	1.9	2,475	1,237,368	1,732,316	1,237,368	1,732,316
	신북청구시장	2,720	1.9	1,432	715,789	1,002,105	715,789	1,002,105
낙원군	삼호구시장	1,047	1.9	551	275,526	385,737	275,526	385,737
	낙원시장	3,894	1.9	2,049	1,024,737	1,434,632	1,024,737	1,434,632
홍원군	홍원시장	7,372	1.9	3,880	1,940,000	2,716,000	1,940,000	2,716,000
허천군	허천시장	1,594	1.9	839	419,474	587,263	419,474	587,263
덕성군	덕성시장	6,234	1.9	3,281	1,640,526	2,296,737	1,640,526	2,296,737
신흥군	신흥시장	5,250	1.9	2,763	1,381,579	1,934,211	1,381,579	1,934,211
수동구	장동시장	2,147	1.9	1,130	565,000	791,000	565,000	791,000
	수동시장	4,264	1.9	2,244	1,122,105	1,570,947	1,122,105	1,570,947
	운곡시장	1,637	1.9	862	430,789	603,105	430,789	603,105
		253,218		150,013	244,008,664	257,110,562	201,757,880	214,859,778

그림 VI-30 ▶ 함경남도 함흥시 주요시장



8. 지역별 시장 특성: 강원도

- 강원도는 행정구역상 원산시(도소재지), 문천시 등 2개의 시(市)와 15개의 군(郡)으로 구성되어 있음.
- 강원도 내의 공식시장은 총 29개로 도별(9개 도, 평양직할시, 남포특별시, 나선특별시) 공식 시장 입지 순위에서 8위에 해당함.
- 강원도 내 각 시·군의 시장 수는 원산시 4개, 문천시 3개가 있으며, 15개 군에는 총 22개의 시장이 있음.
- 강원도 인구는 2008년 인구센서스 기준 총 1,477,582명으로 도별 인구 순위에서 8위에 해당함.
- 강원도의 인구 대비 시장 1개 당 평균 인구는 50,951명
- 강원도의 공식시장 전체 면적은 101,817㎡(30,800평), 시장 1개 당 평균 면적은 3,511㎡ (1,062평)
- 강원도 내 면적이 가장 큰 시장은 원산시의 갈마시장으로 15,052㎡이며, 가장 작은 면적의 시장은 천내군의 화라구시장으로 323㎡
- 강원도의 총 매대수 추정치는 61,124개, 시장 1개당 평균 매대수는 2,108개

I

II

III

IV

V

VI

그림 VI-31 강원도 시/군별 시장 수

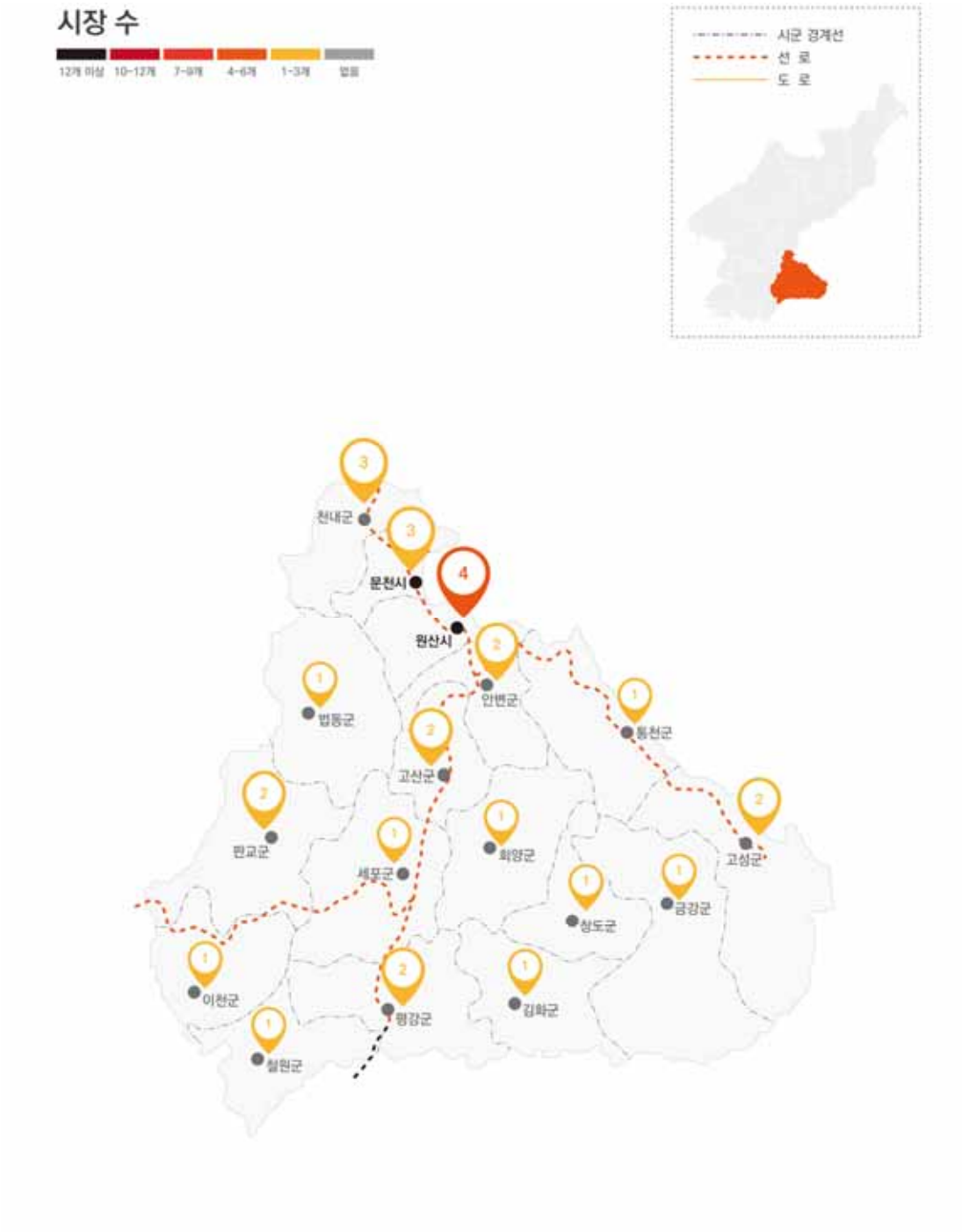


그림 VI-32 강원도 주요시장 위치



I
II
III
IV
V
VI

표 VI-25 강원도 시장정보 수집 현황

도	시·군	시장위치 (구역·리·동)	시장명	시장 면적 (㎡)	시장 전체 면적 (㎡)	시·군별 시장수	도별 시장수
강원도	원산시	신흥동	신흥시장	9,794	101,817	4	29
		갈마동	갈마시장	15,052			
		울동	울동시장	13,581			
		세길동	세길시장	1,680			
	문천시	삼오동	문천시장	6,664		3	
		성문동	성문시장				
		옥평동	옥평시장	620			
	김화군	김화읍	김화시장	2,678		1	
	판교군	지하리	지하시장	1,469		2	
		판교읍	판교시장	1,712			
	고성군	고성읍	고성시장	3,206		2	
		두포리	두포시장	411			
	통천군	통천읍	통천시장	4,543		1	
	금강군	금강읍	금강시장	1,734		1	
	평강군	복계리	복계시장	2,511		2	
		평강읍	평강시장	5,604			
	철원군	철원읍	철원시장	2,574		1	
	창도군	창도읍	창도시장	3,265		1	
	세포군	세포읍	세포시장	3,565		1	
	회양군	회양읍	회양시장	2,596		1	
	고산군	고산읍	고산시장	4,326		2	
		광명리	광명시장	1,777			
	안변군	안변읍	안변시장	3,090		2	
미현리		미현시장	1,216				
이천군	이천읍	이천시장	2,588	1			
법동군	법동읍	법동시장	465	1			
천내군	천내읍	천내시장	4,351	3			
	신산노동자구	신산구시장	422				
	화라노동자구	화라구시장	323				

표 VI-26 강원도 인구·시장 개수·시장 1개당 인구

도·시·군	인구 (2008년) ³⁷⁾	시장개수	시장 1개당 인구
강원도	1,477,582	29	50,951
원산시	363,127	4	90,781
문천시	122,934	3	40,978
안변군	93,960	2	46,980
고산군	103,579	2	51,789
통천군	89,357	1	89,357
고성군	61,277	2	30,638
금강군	54,211	1	54,211
창도군	51,319	1	51,319
김화군	56,541	1	56,541
회양군	42,485	1	42,485
세포군	61,113	1	61,113
평강군	90,425	2	45,212
철원군	62,418	1	62,418
이천군	57,563	1	57,563
판교군	47,031	2	23,515
법동군	35,119	1	35,119
천내군	85,123	3	28,374

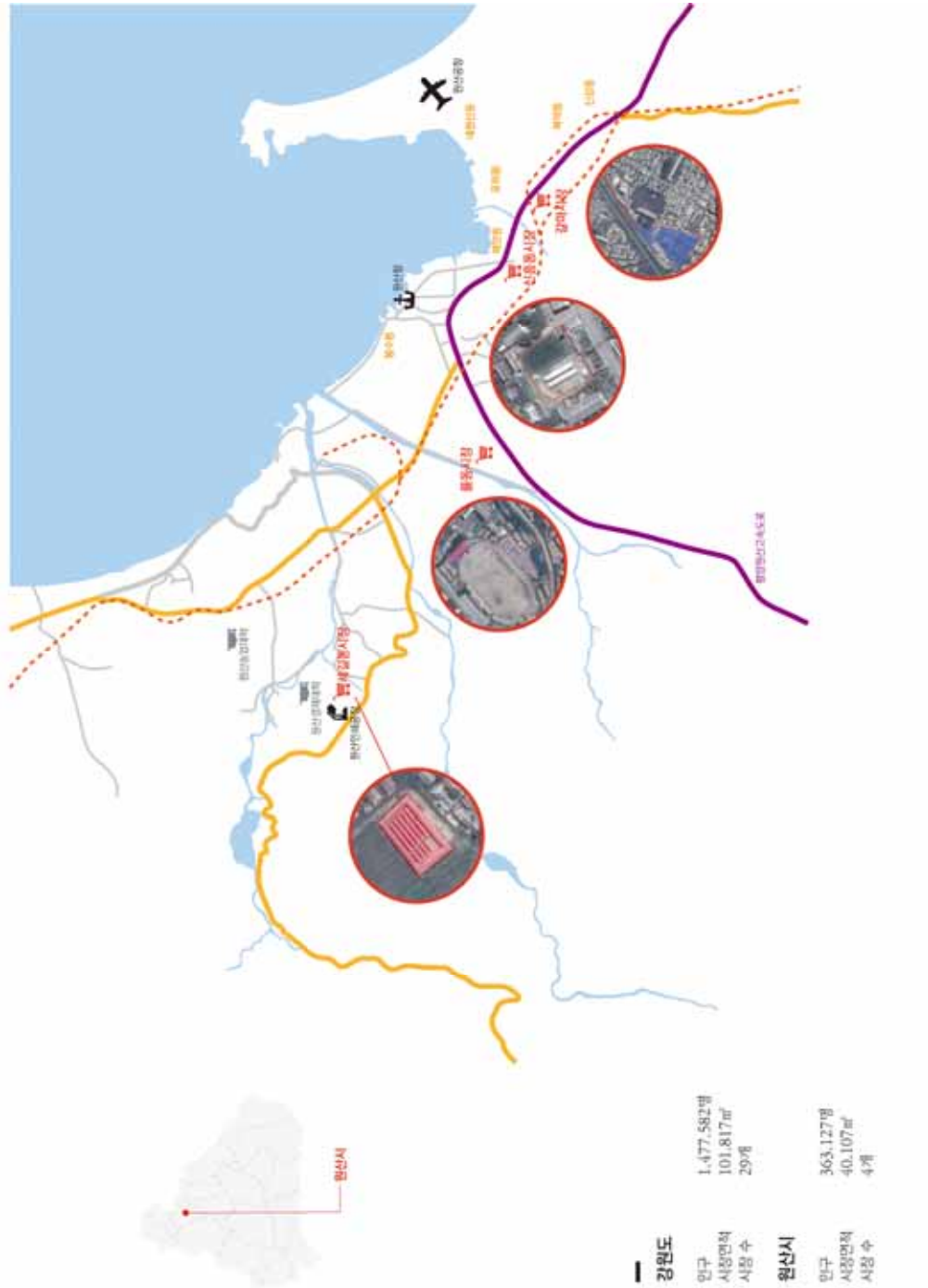
³⁷⁾ KOSIS 국가통계포털 북한통계, <<http://kosis.kr>>. (검색일: 2016.10.25.).

표 VI-27 강원도 장세 추정

(단위: 북한 원)

시·군	시장명	면적 (㎡)	매대 (㎡)	매대 (개수)	2,500(시) 500(군)	2,500(시) 700(군)	2,000(시) 500(군)	2,000(시) 700(군)
원산시	신흥시장	9,794	1.4	6,996	17,489,286	17,489,286	13,991,429	13,991,429
	갈마시장	15,052	1.4	10,751	26,878,571	26,878,571	21,502,857	21,502,857
	울동시장	13,581	1.4	9,701	24,251,786	24,251,786	19,401,429	19,401,429
	세길시장	1,680	1.4	1,200	3,000,000	3,000,000	2,400,000	2,400,000
문천시	문천시장	6,664	1.75	3,808	9,520,000	9,520,000	7,616,000	7,616,000
	성문시장	245	1.75	140	350,000	350,000	280,000	280,000
	옥평시장	620	1.75	354	885,714	885,714	708,571	708,571
김화군	김화시장	2,678	1.9	1,409	704,737	986,632	704,737	986,632
판교군	지하시장	1,469	1.9	773	386,579	541,211	386,579	541,211
	판교시장	1,712	1.9	901	450,526	630,737	450,526	630,737
고성군	고성시장	3,206	1.9	1,687	843,684	1,181,158	843,684	1,181,158
	두포시장	411	1.9	216	108,158	151,421	108,158	151,421
통천군	통천시장	4,543	1.9	2,391	1,195,526	1,673,737	1,195,526	1,673,737
금강군	금강시장	1,734	1.9	913	456,316	638,842	456,316	638,842
평강군	복계시장	2,511	1.9	1,322	660,789	925,105	660,789	925,105
	평강시장	5,604	1.9	2,949	1,474,737	2,064,632	1,474,737	2,064,632
철원군	철원시장	2,574	1.9	1,355	677,368	948,316	677,368	948,316
창도군	창도시장	3,265	1.9	1,718	859,211	1,202,895	859,211	1,202,895
세포군	세포시장	3,565	1.9	1,876	938,158	1,313,421	938,158	1,313,421
회양군	회양시장	2,596	1.9	1,366	683,158	956,421	683,158	956,421
고산군	고산시장	4,326	1.9	2,277	1,138,421	1,593,789	1,138,421	1,593,789
	광명시장	1,777	1.9	935	467,632	654,684	467,632	654,684
안변군	안변시장	3,090	1.9	1,626	813,158	1,138,421	813,158	1,138,421
	미현시장	1,216	1.9	640	320,000	448,000	320,000	448,000
이천군	이천시장	2,588	1.9	1,362	681,053	953,474	681,053	953,474
법동군	법동시장	465	1.9	245	122,368	171,316	122,368	171,316
천내군	천내시장	4,351	1.9	2,290	1,145,000	1,603,000	1,145,000	1,603,000
	신산구시장	422	1.9	222	111,053	155,474	111,053	155,474
	화라구시장	323	1.9	170	85,000	119,000	85,000	119,000
		102,062		61,593	96,697,989	102,427,043	80,222,918	85,951,972

그림 VI-33 강원도 원산시 주요시장



9. 지역별 시장 특성: 자강도

- 자강도 총 시장개수는 24개로 전국 도 단위에서 18개 시장을 보유한 양강도 다음으로 가장 작은 규모를 가지고 있으며 전체 시장면적은 63,572㎡로 양강도 31,499㎡의 두 배에 달함.
- 자강도 시장분포의 특징은 평양에서 출발한 고속도로가 향산을 거쳐 자강도 희천의 1급 도로와 연결되어 있으며, 동1급도로가 북부의 강계시와 만포까지 이어지면서 교통로에 의한 시장이 활성화 됨.
- 반면 산이 많은 지리적 한계로 인구밀도가 낮고 시장발달조건이 부족하여 주요 도시인 희천시, 강계시, 만포시에 시장화가 집중됨.

그림 VI-34 자강도 시/군별 시장 수



I
II
III
IV
V
VI

그림 VI-35 자강도 주요시장 위치

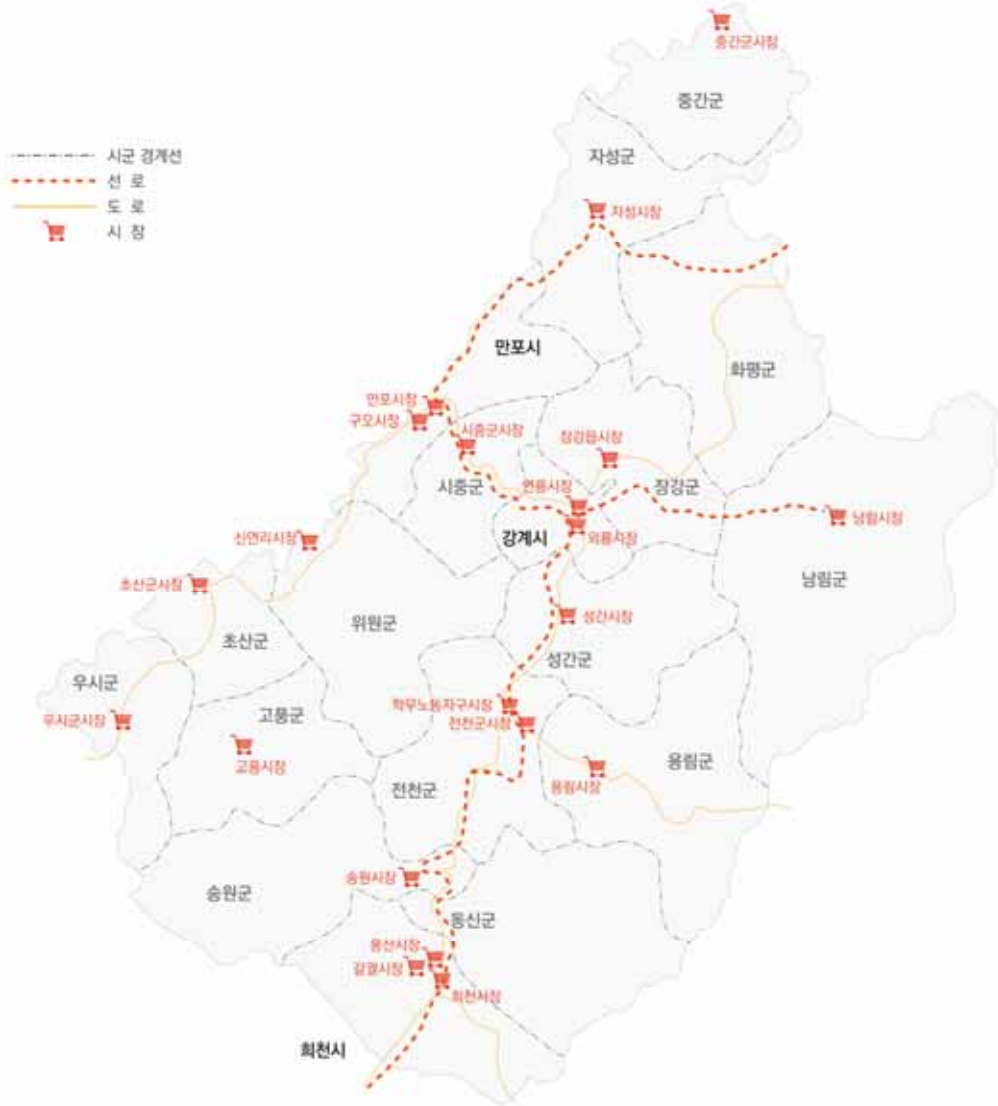


표 VI-28 자강도 시장정보 수집 현황

도	시·군	시장위치 (구역·리·동)	시장명	시장 면적 (㎡)	시장 전체 면적 (㎡)	시·군별 시장수	도별 시장수
자강도	만포시	봉화동	만포시장	5,645	63,573	3	24
		구오동	구오시장	1,081			
		문악동	문악시장	507			
	강계시	외룡동	외룡시장	10,177		2	
		연풍동	연풍시장	2,642			
	희천시	풍산동	풍산시장	836		3	
		서문동	희천시장	8,731			
		갈곶동	갈곶시장	2,477			
	송원군	송원읍	송원시장	1,493		1	
	성간군	성간읍	성간시장	2,731		2	
		중성간노동자구	중성간시장	1,667			
	우시군	우시읍	우시시장	4,411		1	
	고풍군	고풍읍	고풍시장	1,317		1	
	초산군	초산읍	초산시장	2,656		1	
	전천군	전천읍	전천시장	4,066		2	
		학무노동자구	학무구시장	2,206			
	낭림군	낭림읍	낭림시장	1,349		1	
	자성군	자성읍	자성시장	1,838		1	
	중강군	중강읍	중강시장	1,492		2	
		호하노동자구	호하시장	1,158			
시중군	시중읍	시중군시장	1,500	1			
장강군	장강읍	장강시장	1,842	1			
용림군	용림읍	용림시장	459	1			
위원군	신연리	신연리시장	1,292	1			
화평군	-	-	0	0			
동신군	-	-	0	0			

I
II
III
IV
V
VI

표 VI-29 자강도 인구·시장 개수·시장 1개당 인구

도·시·군	인구 (2008년) ³⁸⁾	시장개수	시장 1개당 인구
자강도	1,299,830	24	54,159
강계시	251,971	2	125,985
만포시	116,760	3	38,920
회천시	168,180	3	56,060
낭림군	36,481	1	36,481
전천군	106,311	2	53,155
성간군	92,952	2	46,476
장강군	54,601	1	54,601
화평군	42,183	-	-
증강군	41,022	2	20,511
자성군	50,939	1	50,939
시종군	41,842	1	41,842
위원군	60,245	1	60,245
초산군	43,614	1	43,614
우시군	42,919	1	42,919
고풍군	31,572	1	31,572
송원군	38,051	1	38,051
동신군	47,460	-	-
용림군	32,727	1	32,727

³⁸⁾ KOSIS 국가통계포털 북한통계, <<http://kosis.kr>>. (검색일: 2016.10.25.).

표 VI-30 자강도 장세 추정

(단위: 북한 원)

시·군	시장명	면적 (㎡)	매대 (㎡)	매대 (개수)	2,500(시) 500(군)	2,500(시) 700(군)	2,000(시) 500(군)	2,000(시) 700(군)
만포시	만포시장	5,645	1.75	3,226	8,064,286	8,064,286	6,451,429	6,451,429
	구오시장	1,081	1.75	618	1,544,286	1,544,286	1,235,429	1,235,429
	문약시장	507	1.75	290	724,286	724,286	579,429	579,429
강계시	외룡시장	10,177	1.75	5,815	14,538,571	14,538,571	11,630,857	11,630,857
	연풍시장	2,642	1.75	1,510	3,774,286	3,774,286	3,019,429	3,019,429
희천시	풍산시장	836	1.75	478	1,194,286	1,194,286	955,429	955,429
	희천시장	8,731	1.75	4,989	12,472,857	12,472,857	9,978,286	9,978,286
	갈곶시장	2,477	1.75	1,415	3,538,571	3,538,571	2,830,857	2,830,857
송원군	송원시장	1,493	1.9	786	392,895	550,053	392,895	550,053
성간군	성간시장	2,731	1.9	1,437	718,684	1,006,158	718,684	1,006,158
	중성간시장	1,667	1.9	877	438,684	614,158	438,684	614,158
우시군	우시시장	4,411	1.9	2,322	1,160,789	1,625,105	1,160,789	1,625,105
고풍군	고풍시장	1,317	1.9	693	346,579	485,211	346,579	485,211
초산군	초산시장	2,656	1.9	1,398	698,947	978,526	698,947	978,526
전천군	전천시장	4,066	1.9	2,140	1,070,000	1,498,000	1,070,000	1,498,000
	학무구시장	2,206	1.9	1,161	580,526	812,737	580,526	812,737
낭림군	낭림시장	1,349	1.9	710	355,000	497,000	355,000	497,000
자성군	자성시장	1,838	1.9	967	483,684	677,158	483,684	677,158
중강군	중강시장	1,492	1.9	785	392,632	549,684	392,632	549,684
	호하시장	1,158	1.9	609	304,737	426,632	304,737	426,632
시중군	시중군시장	1,500	1.9	789	394,737	552,632	394,737	552,632
장강군	장강시장	1,842	1.9	969	484,737	678,632	484,737	678,632
용림군	용림시장	459	1.9	242	120,789	169,105	120,789	169,105
위원군	신연리시장	1,292	1.9	680	340,000	476,000	340,000	476,000
화평군	-	0	1.9	0	0	0	0	0
동신군	-	0	1.9	0	0	0	0	0
		63,573		34,906	54,134,849	57,448,220	44,964,565	48,277,936

I

II

III

IV

V

VI

그림 VI-36 자강도 희천시 주요시장

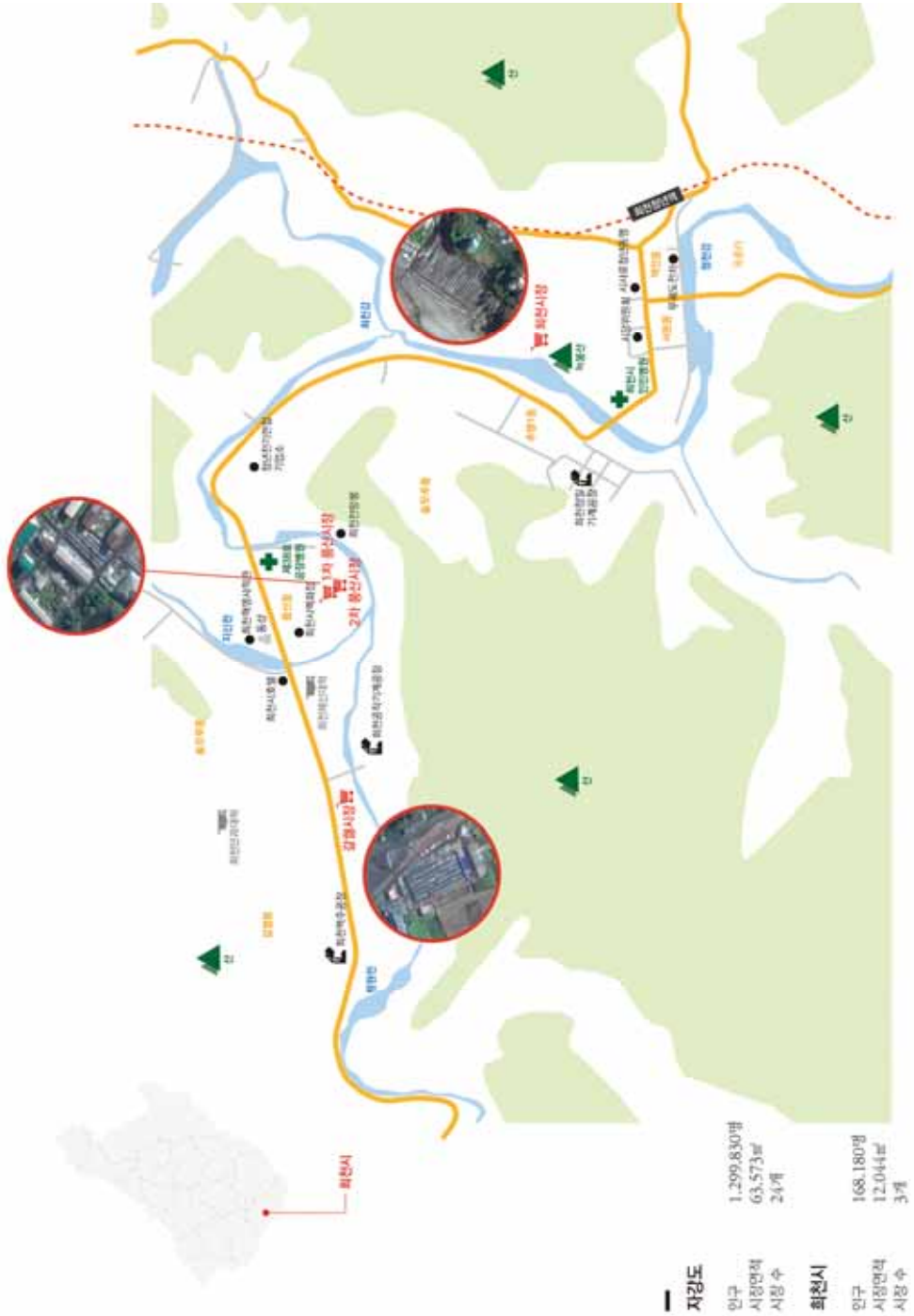
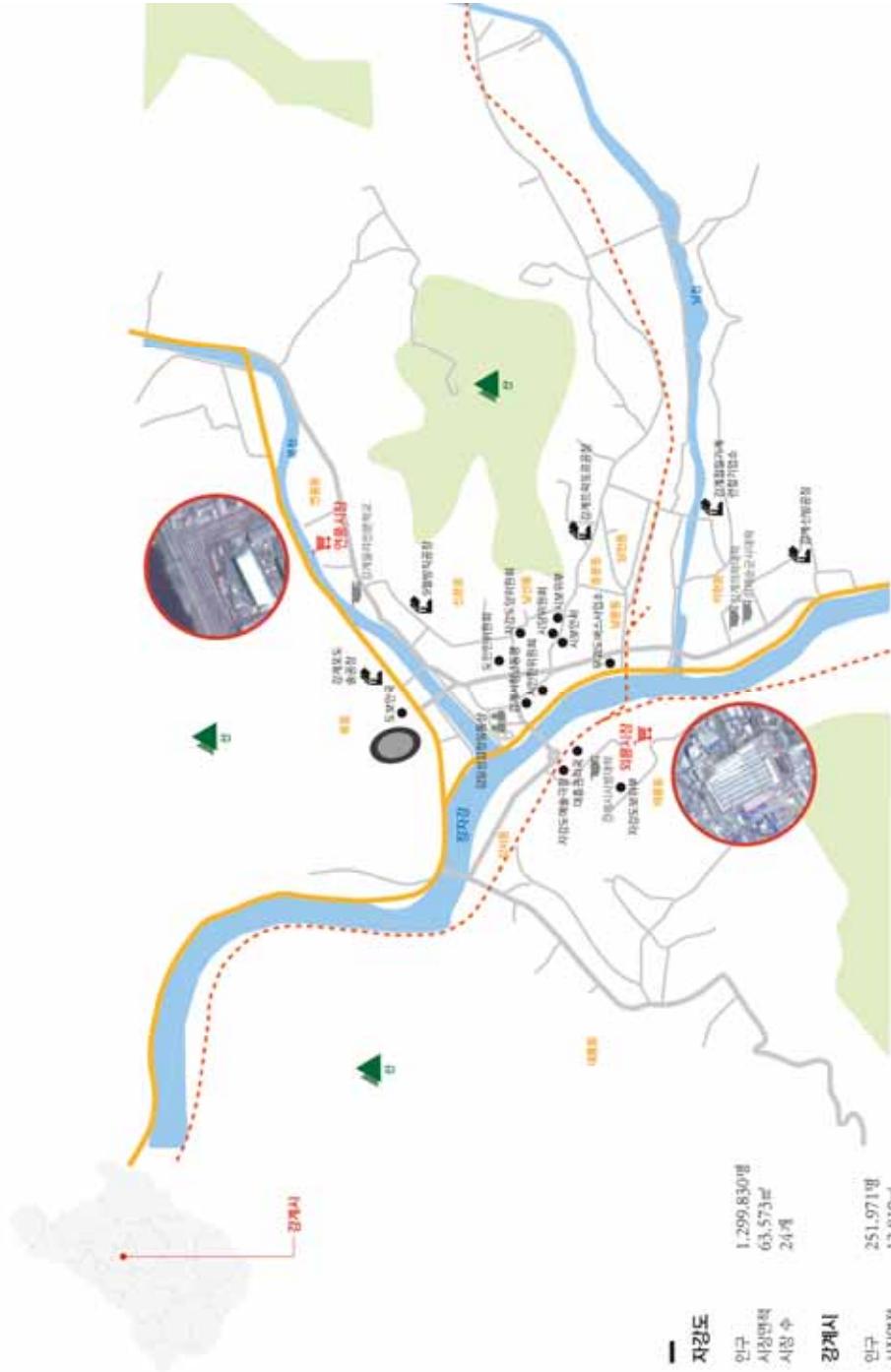


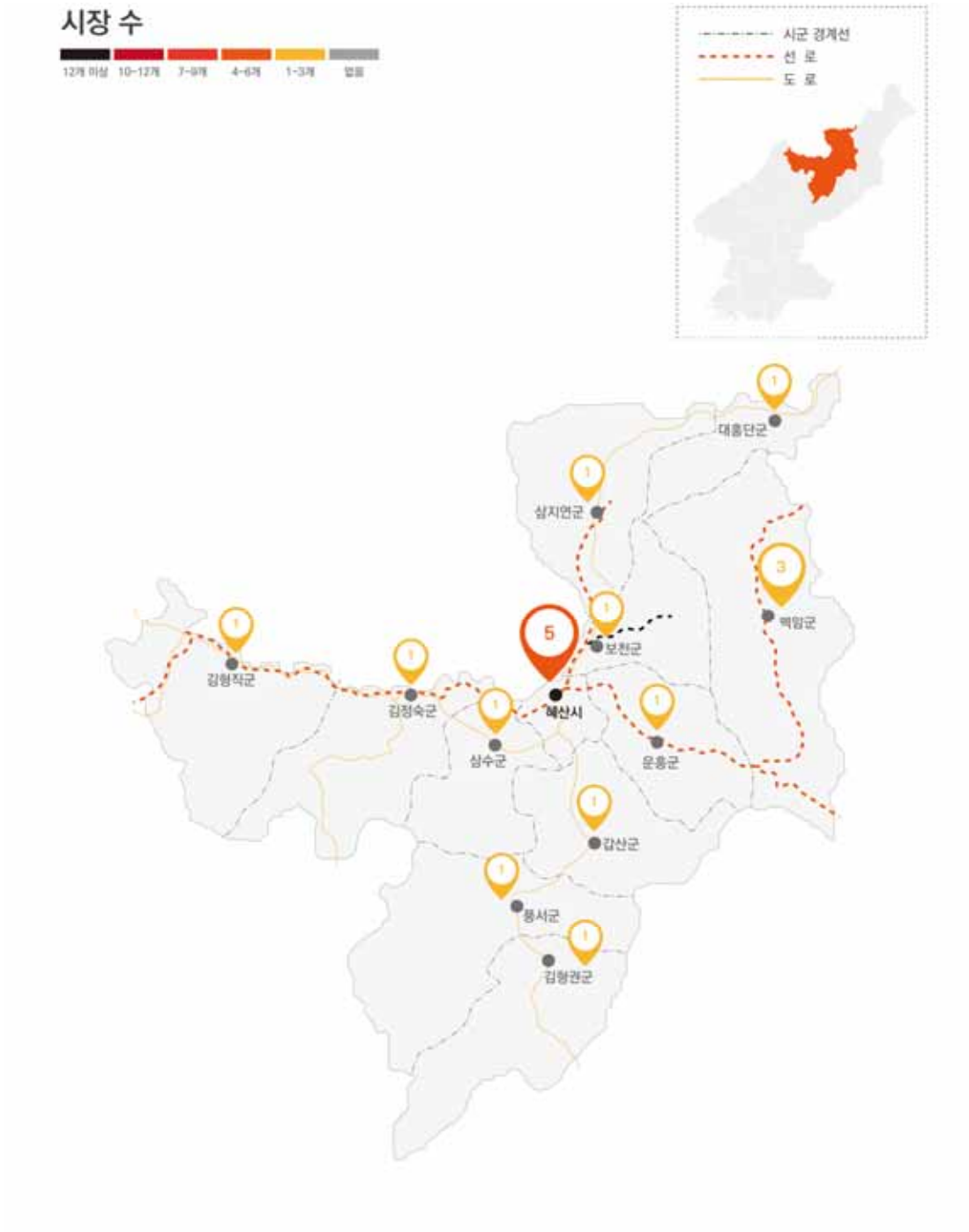
그림 VI-37 자강도 강계시 주요시장



10. 지역별 시장 특성: 양강도

- 양강도의 시장 개수는 18개로 전국 도 단위 시장규모 가운데 가장 작은 규모에 속하며, 전체 시장면적도 31,499㎡에 불과해 대표도시인 해산시를 제외하고 시장 활동이 매우 제한적인 지역
- 양강도가 시장 활동이 매우 제한적이고 저조할 수밖에 없는 이유는 인구밀도가 낮고, 대부분 해발 고도가 높아 주민들이 생활하기 어려운 환경적 요인도 크게 작용하는 것으로 보임.

그림 VI-38 양강도 시/군별 시장 수



I
II
III
IV
V
VI

그림 VI-39 양강도 주요시장 위치



표 VI-31 양강도 시장정보 수집 현황

도	시·군	시장위치 (구역·리·동)	시장명	시장 면적 (㎡)	시장 전체 면적 (㎡)	시·군별 시장수	도별 시장수
양강도	혜산시	연봉동	연봉시장	1,713	31,499	5	18
		연풍동	연풍시장	1,055			
		위연동	위연시장	1,458			
		마산1동	마산시장	1,164			
		혜신동	혜산시장	6,901			
	김정숙군	김정숙읍	김정숙시장	1,420		1	
	갑산군	갑산읍	갑산시장	2,549		1	
	김형권군	김형권읍	김형권시장	1,499		1	
	대흥단군	대흥단읍	대흥단시장	2,593		1	
	김형직군	김형직읍	김형직시장	1,237		1	
	백암군	백암읍	백암시장	2,118		3	
		유평노동자구	유평시장	625			
		백암노동자구	백암구시장	976			
	보천군	보천읍	보천시장	571		1	
	삼수군	삼수읍	삼수시장	1,182		1	
	삼지연군	삼지연읍	삼지연시장	1,770		1	
	운흥군	운흥읍	운흥시장	1,079		1	
	풍서군	풍서읍	풍서시장	1,589		1	

I
II
III
IV
V
VI

표 VI-32 양강도 인구·시장 개수·시장 1개당 인구

도·시·군	인구 (2008년) ³⁹⁾	시장개수	시장 1개당 인구
양강도	719,269	18	39,959
혜산시	192,680	5	38,536
삼수군	40,311	1	40,311
김정숙군	42,618	1	42,618
김형직군	57,729	1	57,729
김형권군	37,528	1	37,528
보천군	37,225	1	37,225
삼지연군	31,471	1	31,471
대흥단군	35,596	1	35,596
운흥군	61,705	1	61,705
백암군	67,683	3	22,561
갑산군	70,611	1	70,611
풍서군	44,112	1	44,112

³⁹⁾ KOSIS 국가통계포털 북한통계, <<http://kosis.kr>>. (검색일: 2016.10.25.).

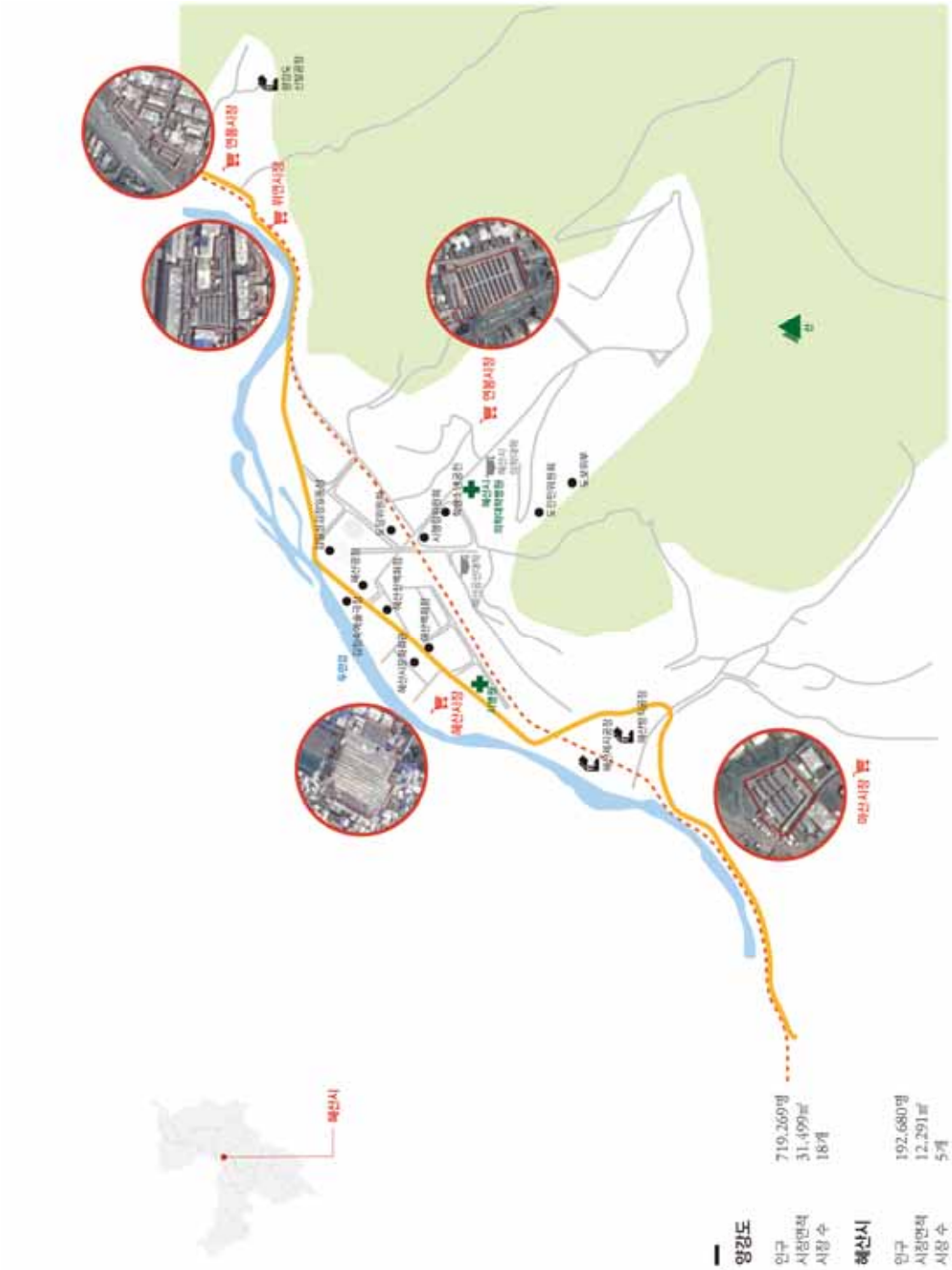
표 VI-33 양강도 장세 추정

(단위: 북한 원)

시·군	시장명	면적 (㎡)	매대 (㎡)	매대 (개수)	2,500(시) 500(군)	2,500(시) 700(군)	2,000(시) 500(군)	2,000(시) 700(군)
혜산시	연봉시장	1,713	1.75	979	2,447,143	2,447,143	1,957,714	1,957,714
	연풍시장	1,055	1.75	603	1,507,143	1,507,143	1,205,714	1,205,714
	위연시장	1,458	1.75	833	2,082,857	2,082,857	1,666,286	1,666,286
	마산시장	1,164	1.75	665	1,662,857	1,662,857	1,330,286	1,330,286
	혜산시장	6,901	1.75	3,943	9,858,571	9,858,571	7,886,857	7,886,857
김정숙군	김정숙시장	1,420	1.9	747	373,684	523,158	373,684	523,158
갑산군	갑산시장	2,549	1.9	1,342	670,789	939,105	670,789	939,105
김형권군	김형권시장	1,499	1.9	789	394,474	552,263	394,474	552,263
대흥단군	대흥단시장	2,593	1.9	1,365	682,368	955,316	682,368	955,316
김형직군	김형직시장	1,237	1.9	651	325,526	455,737	325,526	455,737
백암군	백암시장	2,118	1.9	1,115	557,368	780,316	557,368	780,316
	유평시장	625	1.9	329	164,474	230,263	164,474	230,263
	백암구시장	976	1.9	514	256,842	359,579	256,842	359,579
보천군	보천시장	571	1.9	301	150,263	210,368	150,263	210,368
삼수군	삼수시장	1,182	1.9	622	311,053	435,474	311,053	435,474
삼지연군	삼지연시장	1,770	1.9	932	465,789	652,105	465,789	652,105
운흥군	운흥시장	1,079	1.9	568	283,947	397,526	283,947	397,526
풍서군	풍서시장	1,589	1.9	836	418,158	585,421	418,158	585,421
		31,499		17,134	22,613,306	24,635,202	19,101,592	21,123,488

I
II
III
IV
V
VI

그림 VI-40 양강도 혜산시 주요시장



참고문헌

- 양문수. “2015년 북한 시장화 동향과 향후 전망.” 『KDI 북한경제리뷰』. 2016년 봄호.
- 장용석·정은미·박명규. 『북한사회변동 2014』. 서울: 서울대 통일평화연구원, 2015.
- 한기범. “북한 정책결정과정의 조직행태와 관료정치: 경제개혁 확대 및 후퇴를 중심으로 (2000~2009).” 경남대학교 정치외교학과 박사학위논문, 2010.
- 홍 민. 『북한의 시장화와 사회적 모빌리티: 공간구조·도시정치·계층분화』. 서울: 통일연구원, 2015.
- _____. “시장화와 사회주의체제 국가 행위성.” 임강택 외. 『시장화 및 빈곤감소형 경제질서 수립: 북한 변화와 통일을 위한 시사점』. 서울: 통일연구원, 2013.
- 북한 내각지시 제24호. 2003.5.5.
- 북한 내각결정 제27호. 2003.5.5.
- 『데일리NK』. <www.dailynk.com>.
- KOSIS 국가통계포털 북한통계. <http://kosis.kr>.

KINU 통일포럼 시리즈

2014-01 제1차 KINU 통일포럼: 『드레스덴 구상』과 ‘행복한 통일’	통일연구원
2014-02 제2차 KINU 통일포럼: 김정은 시대 북한의 핵보유 및 대남정책	통일연구원
2014-03 제3차 KINU 통일포럼: 북일 스톡홀름 합의와 동북아정세	통일연구원
2014-04 제4차 KINU 통일포럼: 통일준비를 위한 과제와 전략	통일연구원
2014-05 제5차 KINU 통일포럼: 동북아 전략환경의 변화와 한국의 대응방향	통일연구원
2014-06 제6차 KINU 통일포럼: 북한인권정책 추진전략	통일연구원
2015-01 제7차 KINU 통일포럼: 동북아 국제질서 전환기 한국의 전략적 딜레마와 통일·외교정책 방향	통일연구원
2015-03 제9차 KINU 통일포럼: 한반도 신뢰프로세스 업그레이드 전략 - 8·25남북합의 평가와 박근혜정부 하반기 대북·통일정책 방향 -	통일연구원
2015-04 제10차 KINU 통일포럼: 통일담론 3.0과 북한 변화 전략	통일연구원
2015-05 제11차 KINU 통일포럼: 김정은 집권 이후 북한의 대내외 정책 평가와 전망	통일연구원
2016-01 제12차 KINU 통일포럼: 북한의 4차 핵실험 이후 한반도 정세와 대북정책방향	통일연구원
2016-02 제13차 KINU 통일포럼: 북한 제7차 당대회 분야별 평가 및 향후 전망	통일연구원
2016-03 제14차 KINU 통일포럼: 북한인권법 제정 이후 한국의 북한인권정책 방향	통일연구원

통일나침반(통일정세분석)

■ 통일정세분석 ■

2014-01 2014년 북한 신년사 분석	박형중 외
2014-02 최고인민회의 제13기 제1차 회의결과 분석과 전망	박영자 외
2014-03 한미 정상회담 결과 분석	김규륜

■ 통일나침반 ■

2015-01 2015년 북한 신년사 분석	북한연구센터 신년사 분석팀
2015-02 최근 2년 간 미·일·중·러 4개국 정상외교 분석 및 한국 통일외교에 대한 시사점	김진하 외
2015-03 북한인권정책 추진전략과 실천과제	한동호, 도경옥
2015-04 북한 외화벌이 추세와 전망	김석진
2015-05 연해주 지역 북한 노동자의 실태와 인권	이애리아, 이창호
2016-01 효율적 대북제재: 데이터 분석과 함의	이 석
2016-02 2016년 북한 신년사 분석	김갑식 외
2016-03 4차 북핵실험 이후 대북정책	통일연구원 현안대책팀
2016-04 4차 북핵실험 이후 정세 전개와 향후 전망	통일연구원 현안대책팀
2016-05 사드 배치 결정 이후 한반도 정세 및 대응 방안	통일연구원 북핵대응 T/F팀
2016-06 4차 북핵실험 이후 미중관계와 대북정책 방향	통일연구원 대외협력팀
2017-01 트럼프 대통령의 한반도 관련 주요 발언	통일연구원
2017-02 2017년 북한 신년사 분석	홍 민 외

통일플러스

2015-01 KINU 통일 플러스 Vol.1 No. 1 (봄호)	통일연구원
2015-02 KINU 통일 플러스 Vol.1 No. 2 (여름호)	통일연구원
2015-03 KINU 통일 플러스 Vol.1 No. 3 (가을호)	통일연구원
2015-04 KINU 통일 플러스 Vol.1 No. 4 (겨울호)	통일연구원
2016-01 KINU 통일 + Vol.2 No. 1 (봄호)	통일연구원
2016-02 KINU 통일 + Vol.2 No. 2 (여름호)	통일연구원
2016-03 KINU 통일 + Vol.2 No. 3 (가을호)	통일연구원
2016-04 KINU 통일 + Vol.2 No. 4 (겨울호)	통일연구원

북한인권백서

북한인권백서 2014	한동호 외	24,000원
<i>White Paper on Human Rights in North Korea 2014</i>	한동호 외	23,000원
북한인권백서 2015	도경옥 외	19,000원
<i>White Paper on Human Rights in North Korea 2015</i>	도경옥 외	23,000원
북한인권백서 2016	도경옥 외	18,000원
<i>White Paper on Human Rights in North Korea 2016</i>	도경옥 외	22,500원

연구보고서

2014년도 연구보고서

■ 연구총서 ■

2014-01 북·중 간 인적 교류 및 네트워크 연구	이교덕 외	7,500원
2014-02 북한변화 촉진 및 남북친화성 증대: 이론발굴과 적용모색	박형중, 박영자	7,500원
2014-03 북한 비공식 경제 성장요인 연구	김석진, 양문수	9,000원
2014-04 신동북아질서 시대의 중장기 통일전략	성기영 외	7,000원
2014-05 '행복한 통일'로 가는 남북 및 동북아공동체 형성을 위한 통합정책: EC/EU 사례 분석을 통한 남북 및 동북아공동체 추진방안	손기웅 외	6,000원
2014-06 탈북청소년의 경제 경험과 정체성 재구성	조정아, 홍민, 이희영, 이항규, 조영주	14,000원
2014-07 한국의 대북 인권정책 연구	한동호	6,000원
2014-08 법치지원과 인권 증진: 이론과 실제	이금순, 도경옥	8,000원
2014-09 신뢰정책의 과제와 추진전략	박영호, 정성철 외	11,000원
2014-10 대미(對美)·대중(對中) 조화외교: 국내 및 해외 사례연구	김규륜 외	10,500원
2014-11 북한의 핵전략과 한국의 대응전략	정영태, 홍우택 외	12,000원
2014-12 중국의 주변외교 전략 연구: 중국의 대북정책 결정에 대한 함의	이기현, 김애경, 이영학	7,000원
2014-13 한반도에 있어서 과도기 정의(Transitional Justice)	김수암 외	
2014 The Trust-building Process and Korean Unification (통일대계연구 13-03)	최진욱 편저	8,000원
2014 중국 권력엘리트와 한중교류 네트워크 분석 및 DB화 (중국 지도부의 리더십 분석과 한중 정책협력방안 2014)	전병곤, 홍우택, 신종호 외	9,000원
2014 북한의 시장화와 인권의 상관성 (북한인권정책연구 2014)	북한인권연구센터	11,000원
2014 동북아 4국의 대외전략 및 대북전략과 한국의 통일외교 전략	배정호, 봉영식, 한석희 외	9,500원
2014 2014년 통일에측시계	박영호, 김형기	9,500원

2014	통일한국의 국가상과 한중협력 (통일대비 중국에 대한 종합적 전략 연구 2014-01)	배정호 외	15,500원
2014	China's Strategic Environment and External Relations in the Transition Period (A Comprehensive Strategic Study on China in Preparation for Korean Unification 2014-02)	Bae, Jung-Ho et al.	18,000원
2014	Global Expectations for Korean Unification (Research on Unification Costs and Benefits 2014-01)	Kyuryoon Kim et al.	19,000원
2014	Lessons of Transformation for Korean Unification (Research on Unification Costs and Benefits 2014-02)	Kyuryoon Kim et al.	15,500원
2014	한반도 통일의 효과 (통일 비용·편익 종합연구 2014-3)	김규룡 외	4,500원
2014	2014 남북통합에 대한 국민의식조사	박종철, 허문영, 송영훈, 김갑식, 이상신, 조원빈	12,000원
2014	통일교육 콘텐츠 개발 IV(1)	조정아 외	7,000원
2014	통일교육 콘텐츠 개발 IV(2)	조정아 외	22,000원
2014	신통일대계 구현을 위한 구조분석	허문영 외	12,000원
2014	Law and Policy on Korean Unification: Analysis and Implications	박종철 외	11,000원
2014	'그린 데탕트' 실천전략: 환경공동체 형성과 접경지역-DMZ 평화생태적 이용방안	손기웅 외	17,000원

■ 정책연구시리즈 ■

2014-01	농업분야의 지속가능한 대북지원 및 남북 협력방안 모색	임강택, 권태진
---------	-------------------------------	----------

■ Study Series ■

2014-01	Korea's FTA Strategy and the Korean Peninsula	Kim, Kyuroon et al.
2014-02	The Perceptions of Northeast Asia's Four States on Korean Unification	Bae, Jung-Ho et al.
2014-03	The Emergence of a New Generation: The Generational Experience and Characteristics of Young North Koreans	Cho, Jeong-ah et al.
2014-04	Geopolitics of the Russo-Korean Gas Pipeline Project and Energy Cooperation in Northeast Asia	Lee, Kihyun et al.
2014-05	Fiscal Segmentation and Economic Changes in North Korea	Park Hyeong Jung, Choi Sahyun
2014	북한인권: 국제사회 동향과 북한의 대응, 제9권 1호	이금순 외

2015년도 연구보고서

■ 연구총서 ■

2015-01	김정은 정권의 정치체제: 수령제, 당·정·군 관계, 권력엘리트의 지속성과 변화	김갑식 외	9,000원
2015-02	북한의 시장화와 사회적 모빌리티: 공간구조·도시정치·계층변화	홍민	13,000원
2015-03	김정은 시대 북한의 교육정책·교육과정·교과서	조정아 외	13,500원
2015-04	2015 남북통합에 대한 국민의식조사: 인식, 요인, 범주, 유형	박종철 외	16,500원
2015-05	동북아평화협력구상과 유라시아 협력 추진을 위한 다자주의적 접근	현승수 외	8,000원
2015-06	북한주민의 임파워먼트: 주체의 동력	박영자 외	10,500원
2015-08	인권개선을 위한 기술협력	한동호 외	6,500원
2015-09	중국의 주변외교 전략과 대북정책: 사례와 적용	이기현 외	7,500원
2015-10	한반도 중장기 정세 변동 및 정책 도전 관련 요인의 식별(2015~2030)	박형중 외	16,500원
2015	'그린 데탕트' 실천전략: 환경공동체 및 경제공동체 동시 형성방안	손기웅 외	10,500원
2015	2015년 통일예측시계	홍석훈 외	10,000원
2015	남북한 통합과 북한의 수용력: 제도 및 인식 측면	김수암 외	15,500원

2015	북한에 의한 납치 및 강제실종	북한인권연구센터 편	10,000원
2015	전환기 국가의 경제범죄 분석과 통일과정의 시사점	이규창 외	8,000원
2015	통일외교 콘텐츠 개발	김진하 외	9,000원
2015	통일 이후 국가정체성 형성방안: 이론과 사례연구 중심	박종철 외	10,000원
2015	통일 이후 사회보장제도 분리 운영방안: 경제적 및 법적 분석	김석진 외	8,000원
2015	한반도 통일의 비용과 편익: 정치·사회·경제분야	조한범 외	11,500원
2015	한반도 통일에 대한 국제사회의 기대와 역할: 주변 4국과 G20	조한범 외	14,000원
2015	북한 접경지역에서의 남·북·중 협력방향 모색(종합요약보고서)	전병곤 외	10,000원
2015	길림성의 대북경제협력 실태 분석: 대북투자를 중심으로	배종렬 외	13,000원

■ 정책연구시리즈 ■

2015-01	전환기 쿠바와 북한 비교: 정책적 함의	박영자 외
---------	-----------------------	-------

■ Study Series ■

2015-01	Tasks and Implementing Strategies of the "Trust-Building" Policy	Park, Young-Ho
2015-02	The Growth of the Informal Economy in North Korea	Kim, Suk-Jin
2015-03	The Experiences of Crossing Boundaries and Reconstruction of North Korean Adolescent Refugees' Identities	Cho, Jeong-ah et al.
2015-04	Implementation Strategies for Policies on North Korean Human Rights	KINU Center for North Korean Human Rights Studies

2016년도 연구보고서

■ 연구총서 ■

2016-01	북한 핵 개발 고도화의 파급영향과 대응방향	정성운 외	14,000원
2016-02	일본 아베정권의 대외전략과 대북전략	이기태, 김두승	6,500원
2016-04	과학기술발전과 북한의 새로운 위협: 사이버 위협과 무인기 침투	정구연, 이기태	6,000원
2016-05	김정은 정권의 대남정책 및 통일담론: 텍스트마이닝을 이용한 분석	오경섭, 이경화	8,000원
2016-06	남북통일과 국가재산·채무·양허권의 승계	이규창	8,000원
2016-07	남북통합에 대한 국민의식조사	박주화 외	12,000원
2016-08	대북정책전략 수단 효용성 분석: 이란의 경험과 경제제재를 중심으로	홍우택 외	7,000원
2016-09	북한 민생경제 진흥을 위한 개발협력 방안	김석진, 홍제환	8,000원
2016-10	북한 기업의 운영실태 및 지배구조	박영자 외	13,000원
2016-11	북한에서 사적경제활동이 공적경제부문에 미치는 영향 분석	조한범 외	9,500원
2016-12	북한인권 제도 및 실태 변화추이 연구	임예준 외	8,500원
2016-13	최근 중동사태에 비추어본 북한 체제지속성 연구	김진하 외	7,000원
2016-14	『그린데탕트』 실천전략: DMZ 세계생태평화공원사업을 중심으로	조한범 외	7,000원
2016-15	Pathways to a Peaceful Korean Peninsula: Denuclearization, Reconciliation and Cooperation	도경욱 외	
2016-16	한중수교이후 북중관계의 발전: 추세분석과 평가	이기현 외	8,000원
2016-17	국내적 통일준비 역량 강화방안	김수암 외	8,500원
2016-18	민주주의 및 시장경제에 대한 탈북민 인식조사	김수암 외	15,000원
2016-19	전환기 남북관계 영향 요인 및 향후 정책 방향	신종호 외	16,500원
2016-20	북한인권 책임규명 방안과 과제: 로마규정 관할범죄에 대한 형사소추 문제를 중심으로	이규창 외	12,000원
2016-21	2016년 통일예측시계	홍우택 외	7,000원
2016-22	남북한 주민의 통일국가정체성 인식조사	박종철 외	19,000원
2016-23	구술로 본 통일정책사	홍민 외	13,000원
2016-24	북한 전국 시장 정보	홍민 외	13,000원

■ 정책연구시리즈 ■

2016-01 미국 대선 주요 후보의 Think-Tank 및 의회 네트워크 분석	정구연, 민태은
2016-02 대북제재 평가와 향후 정책 방향	신종호 외

■ Study Series ■

2016-01 Identifying Driving Forces for Changes and Policy Challenges on the Korean Peninsula (2015-2030)	Park, Hyeong Jung et al.
2016-02 China's Neighborhood Diplomacy and Policies on North Korea: Cases and Application	Lee, Ki-Hyun et al.
2016-03 The Costs and Benefits of Unification on the Korean Peninsula: in the Political, Social and Economic Areas	Cho, Han-Bum et al.
2016-04 Development of Unification Diplomacy Contents	Kim, Jin-Ha
2016-05 South and North Korean Integration and North Korea's Adaptability: From the Perceptive Point of View	Kim, Soo-Am et al.

연례정보고서

2014 통일환경 및 남북한 관계 전망: 2014~2015	6,000원
2015 통일환경 및 남북한 관계 전망 2015~2016	8,000원
2015 통일환경 및 남북한 관계 전망 2015~2016	8,000원

논총

통일정책연구, 제23권 1호 (2014)	10,000원
<i>International Journal of Korean Unification Studies</i> , Vol. 23, No. 1 (2014)	10,000원
통일정책연구, 제23권 2호 (2014)	10,000원
<i>International Journal of Korean Unification Studies</i> , Vol. 23, No. 2 (2014)	10,000원
통일정책연구, 제24권 1호 (2015)	10,000원
<i>International Journal of Korean Unification Studies</i> , Vol. 24, No. 1 (2015)	10,000원
통일정책연구, 제24권 2호 (2015)	10,000원
<i>International Journal of Korean Unification Studies</i> , Vol. 24, No. 2 (2015)	10,000원
<i>International Journal of Korean Unification Studies</i> , Vol. 24, No. 3 (2015)	10,000원
통일정책연구, 제25권 1호 (2016)	10,000원
<i>International Journal of Korean Unification Studies</i> , Vol. 25, No. 1 (2016)	10,000원

기타

2014 북핵일지 1955~2014	조민, 김진하
---------------------	---------

통일연구원 定期會員 가입 안내

통일연구원은 민족공동체 실현을 위한 국민 역량을 축적하고 통일환경 변화에 적극적 주도적으로 대응할 수 있도록 통일문제에 관한 제반 사항을 전문적, 체계적으로 연구하고 있습니다. 본원의 연구성과에 관심이 있는 분들에게 보다 많은 정보와 자료를 제공하고자 연간 회원제를 운영하고 있습니다.

연간 회원에게는 간행물을 우편으로 우송해 드리며 각종 학술회의에 참석할 수 있는 혜택을 드립니다.

1. 회원 구분

- 가) 학생회원: 대학 및 대학원생
- 나) 일반회원: 학계나 사회기관소속 연구종사자
- 다) 기관회원: 학술 및 연구단체 또는 도서관

2. 가입방법

- 가) 회원 가입신청서 작성
- 나) 신한은행 140-002-389681(예금주: 통일연구원)으로 계좌입금
- 다) 연회비: 학생회원 7만원, 일반회원 10만원, 기관회원 20만원

3. 회원 특전

- 가) 연구원이 주최하는 국제 및 국내학술회의 등 각종 연구행사에 초청
- 나) 연구원이 발행하는 정기간행물인 『통일정책연구』, International Journal of Korean Unification Studies, 단행본 시리즈인 연구총서, 협동연구총서 등 우송
- 다) 도서관에 소장된 도서 및 자료의 열람, 복사이용
- 라) 통일연구원 발간자료 20% 할인된 가격에 구입

4. 회원가입 문의

- 가) 주소: (06578) 서울시 서초구 반포대로 217 통일연구원 도서회원 담당자
- 나) 전화: (02)2023-8009, FAX: (02)2023-8299, E-Mail: books@kinu.or.kr
- 다) 홈페이지: <http://www.kinu.or.kr>

※ 가입기간 중 주소 변경 시에는 즉시 연락해 주시기 바랍니다.

회원가입신청서

* 표는 필수항목입니다.

성 명*		입 금 일 자*	
소 속*		입 금 자 (신청자와 다를 경우)	
간 행 물* 받 을 주 소	(우편번호 :) ※도로명 주소 기입必		
연 락 처*	전 화		이메일
	핸드폰		F A X
이메일서비스	수신 ()		수신거부 ()
회 원 구 분*	학생회원 ()	일반회원 ()	기관회원 ()
본인은 통일연구원의 연회원 가입을 신청합니다.			
20 년 월 일		성 명 (인)	

개인정보 이용 동의서

통일연구원은 개인정보보호법 등 관련 법령상의 개인정보보호 규정을 준수하며 개인정보 보호에 최선을 다하고 있습니다. 연구원은 다음과 같이 연구원 업무 수행에 반드시 필요한 범위 내에서 개인정보를 이용하는데 동의를 받고자 합니다.

1. 개인정보의 수집·이용 목적: 도서회원 가입 신청 관리
2. 수집하려는 개인정보의 항목
○ 필수사항: 성명, 입금일자, 소속, 주소, 연락처, 회원구분
○ 선택사항: 입금자, 이메일서비스
3. 개인정보의 보유 및 이용 기간: 입금일로부터 1년
※ 회원자격 갱신 시 개인정보 보유기간은 1년간 연장됩니다.
4. 동의를 거부할 권리 안내
귀하는 위와 같은 개인정보를 제공하는데 대한 동의를 거부할 권리가 있습니다. 그러나 동의를 거부하실 경우 도서 회원 가입 및 발송이 원활히 이루어질 수 없음을 알려 드립니다.

20 년 월 일 성 명 (인)

※ 본 신청서 및 개인정보 이용 동의서를 보내주십시오.
(06578) 서울시 서초구 반포대로 217 통일연구원 도서회원 담당자앞
전화: (02)2023-8009, FAX: (02)2023-8299, E-Mail: books@kinu.or.kr
※ 온라인 신한은행 140-002-389681 (예금주: 통일연구원)

북한·통일 종합정보 구축

북한 전국 시장 정보: 공식시장 현황을 중심으로

