

지역상권 활성화를 위한 공간관리 방안

Spatial Management Strategies for Revitalizing Local Trading Areas

정인아 Jung, Ina
서수정 Seo, Soojeong
진태승 Jin, Teseung
유예슬 Yoo, Yeseul

(a u r i

기본연구보고서 2024-3

지역상권 활성화를 위한 공간관리 방안

Spatial Management Strategies for Revitalizing Local Trading Areas

펴낸곳 건축공간연구원

출판등록 제2015-41호 (등록일 '08. 02. 18.)

인쇄 2024년 10월 26일, 발행: 2024년 10월 31일

주소 세종특별자치시 절재로 194, 701호

전화 044-417-9600

팩스 044-417-9608

<http://www.auri.re.kr>

가격: 25,000원, ISBN: 979-11-5659-470-3

이 연구보고서의 내용은 건축공간연구원의
자체 연구물로서 정부의 정책이나 견해와 다를 수 있습니다.

연구진

' 연구책임	정인아 부연구위원
' 연구진	서수정 선임연구위원 진태승 연구원 유예슬 연구원
' 외부연구진	최윤진 도시연구소 구와별 소장 윤장식 요코하마대학교 교수
' 조사원	송윤정 미국 오하이오 주립대학교 박사과정 김도희 전북대학교 건축공학과 김민범 전북대학교 건축공학과 최현서 전북대학교 건축공학과
' 연구심의위원	염철호 부원장 성은영 공간문화본부장 조영진 지속가능본부장 강효민 중소벤처기업부 지역상권과 사무관 박정은 국토연구원 도시재생·정비연구센터 연구위원
' 연구자문위원	김종천 한국법제연구원 선임연구위원 김철호 소상공인시장진흥공단 서울동부센터장 김현중 (주)빅랩 소장 류태창 우송대학교 교수 우신구 부산대학교 교수 정은애 중소벤처기업연구원 연구위원 정수경 즐거운도시연구소 대표 최인영 삼천동막걸리골목 상인회장

제1장 서론

상권은 지역 경제의 중심이자 사회적 활동을 촉진하고 지역의 산업생태계를 구성하는 핵심 공간이다. 그러나 온라인시장의 급성장과 경기침체로 인해 지역상권은 쇠퇴 위기에 있다. 특히, 소비패턴의 변화로 단순 구매보다는 독특한 공간 경험을 위한 소비문화가 확산하면서 지역상권의 공간관리에 대한 새로운 접근이 요구되고 있다.

그동안 정부는 상권 활성화를 위해 개별 소상공인에 대한 경제적 지원, 시설 환경개선, 창업자 육성 등 다양한 정책을 추진해 왔다. 그러나 한정된 사업 구역을 대상으로 아케이드와 주차장 등 시설 중심의 환경개선에 치중되었으며, 사후관리도 미흡하여 변화하는 소비트렌드에 유연하게 대응하지 못하고 상권의 자생력을 높이는 데 한계가 있었다.

2021년 7월 제정된 「지역상권법」은 쇠퇴상권 활성화(자율상권구역)와 젠트리피케이션 방지(지역상생구역)를 목표로 하여 지역상권의 자생력 강화와 지역 상생 발전을 도모하고자 한다. 이에 따라 2023년 12월 발표된 ‘지역상권 상생 및 활성화 종합계획(’23~’25)’은 ‘공간-주체-프로그램’의 유기적 연계를 통해 지역상권 생태계를 조성하고자 하며, 상권기획자 육성을 통한 민간 주도의 상권 활성화와 장소 가치를 담은 지역상권의 종합적인 공간관리를 지향한다. 특히, 인구감소 위기에 대응하기 위해 N분 생활권과 연계한 지역상권의 물리적, 경제적, 사회문화적인 측면을 고려한 종합적인 접근의 필요성을 제시하고 있다.

이에 본 연구는 인구감소 및 저성장시대에 대응한 지역상권의 활성화와 지속가능한 경제 생태계 구축을 위해 지역 차원의 공간관리 방안 제시를 목적으로 한다. 구체적으로 배후생활권과 연계한 지역상권 공간관리의 범위와 대상을 도출하고, 지역상권 활성화를 위한 공간관리와 관련한 정책 및 제도 개선방안을 제시하였다.

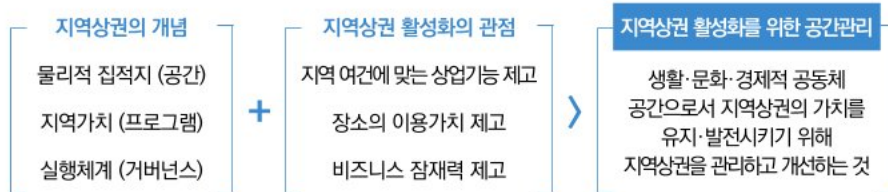
제2장 지역상권의 기능 변화와 공간관리의 의미

2장에서는 사회경제적 여건 변화에 따른 지역 상권의 기능 변화를 분석하고, 이를 토대로 지역상권 활성화를 위한 공간관리의 의미와 범주를 도출하였다.

먼저, 사회경제적 여건 변화에 따른 지역상권의 기능 변화는 크게 세 가지 관점에서 검토하였다. 첫째, 전통적인 상권 중심의 소비활동에서 미디어를 통한 소비패턴으로 변화로, 디지털 기술 발달로 인한 비대면 소비문화 확산과 직주근접의 동네상권 부상, 희소한 공간 경험에 대한 선호 경향과 온오프라인이 융합된 공간소비문화 확산, 지역상권의 팝업화와 급변하는 상권의 이동·확장 현상을 검토하였다. 둘째, 인구감소로 인한 지방 중소도시 지역상권의 수요변화로, 인구감소 지역의 상업시설 인프라 부족으로 발생하는 쇼핑 난민과 식품사막화 현상, 그리고 생활인구 확보를 위한 지역상권의 관광상권화 현상을 살펴보았다. 셋째, 이용권을 고려한 N분 생활권 중심의 지역상권의 변화로, 도보생활권을 중심으로 하는 N분 생활권 개념이 대두되며 생활상권의 중요성이 증대되는 양상을 검토하였다.

이와 같은 사회경제적 여건 변화를 고려한 지역상권 활성화를 위한 공간관리의 의미와 범주는 「지역상권법」에 따른 지역상권의 정의를 바탕으로 도출하였다. 이에 따라 지역상권은 다양한 주체(거버넌스)가 지역 특유의 생활·문화·경제적 특성(지역가치)을 반영하며 밀도 있는 공간을 형성하는 지역(‘물리적 집적지’)을 의미한다. 이를 바탕으로 지역상권 활성화를 위한 구성요소로 ‘공간, 프로그램, 거버넌스’를 설정하였다.

본 연구에서 ‘지역상권의 활성화를 위한 공간관리’는 지역상권의 가치를 유지·발전시키기 위해 물리적 공간으로서 지역상권을 관리하고 개선하는 것을 의미한다. 이는 지역상권을 장소 기반의 종합적인 관점에서 접근하는 것으로서 상권의 물리적인 공간 계획과 사회경제적인 운영관리를 포함한다. 따라서 생활·문화·경제적 공동체 공간으로서 지역상권의 가치를 유지하고 발전시키기 위해서는 배후생활권과 연계한 지역상권의 공간관리 범주를 고려해야 하며 도시계획, 도시설계, 건축 레벨의 공간 위계를 종합적으로 검토할 필요가 있다.



[그림 1] 본 연구의 지역상권 활성화를 위한 공간관리의 의미

출처 : 연구진 작성

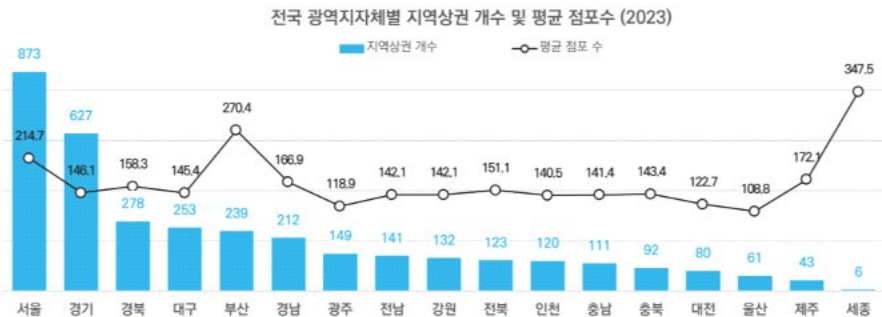
제3장 지역상권 활성화 관련 제도 및 정책 동향

3장에서는 그간의 상권 활성화 제도 및 정책과 「지역상권법」에 따른 제도와 정책을 공간 개념과 계획체계, 프로그램, 거버넌스 등 공간관리 측면에서 검토하였다. 이를 토대로 전국 지역상권의 현황과 활성화 정도를 분석하고 관련 정책의 시사점을 도출하였다.

우리나라 상권 정책은 산업화 및 경제성장기에 도시계획시설로 시장을 공공시설로 간주한 것에서 시작한다. 이후 1961년 「시장법」이 제정을 시작으로 1986년 「도·소매진흥법」, 1997년 「유통산업발전법」, 2002년 「전통시장법」 등 관련 법률이 제정되면서 제도적 기반이 마련되었다. 2000년대부터는 영세한 소상공인에 대한 지원이 본격화되며 ‘금융지원→경영지원→인프라시설 조성 지원’으로 확장되었다. 상권 활성화 정책은 「전통시장법」과 「유통산업발전법」을 근거로 소상공인 지원과 보호를 위해 상권 내부의 시설 환경개선에 중점을 두면서, 대형유통업체에 대한 규제 정책이 함께 추진되었다. 반면, 「지역상권법」에 따른 지역상권 상생 및 활성화 정책은 지역관리 차원에서 상권을 브랜드화하고 투·융자 및 비즈니스 모델 확장을 통해 민간 주체의 상업활동을 촉진하는 방향으로 전환되고 있다.

전국 지역상권의 현황은 ‘지역상권 상생 및 활성화 종합계획’에서 제시한 지역상권 잠정치 3,540곳을 대상으로 분석하였다. 분석 결과, 광역지자체별 평균 208개 지역상권이 있고, 지역상권 1곳당 평균 167개 점포가 입지하는 것으로 나타났다. 전국 지역상권은 점포 수 30개 이상 100개 미만의 ‘소형상권’이 54.5%를 차지하며, 주거지역에 입지하는 지역상권이 74.7%로 나타났다. 이는 「지역상권법」에 따른 활성화구역 지정 요건인 ‘상업지역 50% 이상 포함과 점포 수 100개 이상’의 기준과 상당한 차이가 있다.

한편, 소멸위험지수 1.0이하(주의단계)의 지역 중 서울, 대구, 경북을 제외하고 11개 광역지자체에서 상업지역이 지역상권의 면적보다 과다하게 설정되어 있어, 인구감소에 대응한 지역상권의 공간관리가 필요한 것으로 나타났다.



[그림 2] 전국 광역지자체별 지역상권 개수 및 평균 점포수 현황(2023)

출처 : 건축공간연구원. (2023). 지역상권 종합계획 배경과 방향. 중소벤처기업부 지역상권 정책연구TF 자료. p.15.

전국 지역상권의 활성화 정도는 업소 수와 매출액 증감률을 기준으로 5개 유형으로 구분하여 분석했다. 그 결과, 정제(39.3%), 활성화(24.1%), 쇠퇴(20.1%), 포화(15.6%), 신규 상권(0.9%) 순으로 나타났으며, 관리가 필요한 유형인 포화형(15.6%, 546개)과 쇠퇴형(20.1%, 702개)이 전체의 약 35.7%(1,248개)를 차지하였다.

이를 바탕으로, 관련 제도와 정책의 시사점을 다음과 같이 도출하였다. 물리적 공간 측면에서는 여러 법률에서 규정된 정책지원 대상 구역의 개념을 명확히 하고, 활성화구역 지정 기준 및 계획체계 개선, 상권 규모 관리 등을 추진할 필요가 있다. 프로그램 측면에서는 인구감소에 대응하기 위해 배후 수요를 고려한 빈점포 관리 및 용도 전환 방안을 마련하고, 사업 지원내용과 운영모델을 구체화할 필요가 있다. 거버넌스 측면에서는 지역 기반의 공간 및 경제 분야 협력체계를 구축하고, 장소 기반 민관협력 방안이 강화해야 한다.

제4장 지역상권 활성화를 위한 공간관리 사례분석

4장에서는 지역상권 활성화를 위한 공간관리 방안을 검토하기 위해 생활권 중심의 상권 재생계획, 마을 만들기와 연계한 상권 활성화 정책, 민관협력 및 민간 주도 상권 활성화 등 3개 부문 8개 사례를 대상으로 국내외 사례분석을 진행하였다. 분석 방법은 물리적 공간, 프로그램, 거버넌스라는 지역상권 공간관리 요소를 중심으로 사례별 상권 활성화를 위한 공간관리 전략을 검토하고 그 특성을 분석하는 방식으로 이루어졌다. 이를 바탕으로 3장에서 분석한 기존 상권 활성화 정책과 국내외 사례에서 나타난 상권 활성화 전략을 비교하여 지역상권 공간관리를 위한 분석 요소를 도출하였다.

국내외 사례를 물리적 공간 측면에서 살펴보면, 배후생활권의 중심지로서 상권 내·외부를 연계하여 상업거점 기능을 강화하고 있다. 이에 따라 공간 범위는 상권 내부에 국한되지 않고 배후생활권, 주변 상점가, 관광지 등을 고려하여 사업 구역을 설정한다. 계획체계 또한 상권 자체의 실행계획에 머무르지 않고 도시계획 및 전략계획과 연계하여 수립하며, 공간 계획뿐만 아니라 지역의 경제계획과도 통합적으로 추진된다. 상권과 배후생활권의 연계성 강화를 위해서는 배후 수요를 반영한 집객시설을 조성하고, 단일 대형 점포 유치보다 다양한 소규모 비즈니스의 밀집성을 위해 주요 가로의 빈점포를 활용하여 다양한 세대가 교류할 수 있는 공간으로 조성하였다.

프로그램 측면에서는 지역사회 수요를 반영하여 용도 및 기능이 복합된 공간 조성 및 지역사회와 연대할 수 있는 소프트웨어 프로그램이 추진된다. 공간조성의 토지이용 측면에서 용도 복합의 환경을 만들고자 주거, 상업, 업무 기능을 도입하며, 지역문제 해결과 관련된 기능을 도입한다. 상업기능 다양화와 혼합도 제고를 위해서는 소규모 비즈니스를 중점적으로 지원하며 작은 규모의 활동과 기능이 집적되도록 한다. 이와 더불어 빈점포를 활용하여 약해진 상업기능을 보강하고 대규모 점포와 소규모 점포, 신규 점포와 노포가 상생하는 프로그램을 운영하며 지역의 장소가치를 제고하는 콘텐츠와 브랜드를 창출하고자 한다.

거버넌스 측면에서는 지역관리 차원에서 공공, 민간, 지역사회 파트너십 협업체계를 구축하기 위해 상권 중심의 운영 체계 구축과 기금 활용 사례 등이 확인되었다. 상권의 조직 구성은 행정과 민간, 상인과 민간, 상인과 지역사회 비영리 단체 등 다양한 주체가 파트너십의 협업체계를 구축한다. 또한 상권관리를 위한 기금 및 재원, 사업지원, 사후관리 등은 지역 중심의 운영체계를 마련하여 상호 신뢰와 결속력을 강화하고 상권에 대한 공간관리의 효과가 면단위로 확산되도록 한다.

제5장 지역상권의 공간특성 및 공간관리 현안 분석

5장은 4장에서 도출된 분석요소를 활용하여 실제 지역을 대상으로 배후생활권을 연계한 지역상권의 공간 특성을 분석하였다. 이를 통해 3장에서 제시된 제도 및 정책현안과 실제 현장에서 나타나고 있는 공간관리의 과제를 도출하고자 하였다. 대상지는 지역상권 쇠퇴 지역 중 배후생활권 분석에 적합한 규모인 '전북 전주시'로 선정하여 기초지자체 단위의 현황을 검토한 후, 서로 다른 기능적 유형에 대한 개별 지역상권 단위의 심층분석을 실시하여 공간관리 현안에 대한 공통된 이슈를 도출하였다.

기초지자체 단위의 현황분석은 지역상권을 도시차원에서 분석하여 지역상권과 배후생활권의 입지 여건을 토대로, 상권의 기능적 유형과 상권의 영향범위, 업종다양성 지수 등을 통해 도시 내 다양한 지역상권의 유형과 그 특성을 검토하였다. 이와 동시에 지역상권의 배후생활권에 대한 잠재력을 분석하여 전반적인 지역상권의 배후 수요를 종합적으로 검토하였다. 그 결과, 전주시 지역상권의 평균 면적과 주거지역 내 입지 비율이 전국 지역상권의 특성과 유사하게 나타났으며, 업종다양성에 따른 활성화정도는 상권의 기능적 유형보다는 개별 상권의 특성에 더 큰 영향을 받는 것으로 확인되었다. 또한, 지역상권의 영향범위 분석

을 통해 기능적 유형 중 생활밀착형의 수요가 확대되고 있는 한편, 동일한 배후생활권 내에 개별 지역상권마다 활성화정도에 차이가 있음을 확인하였다.

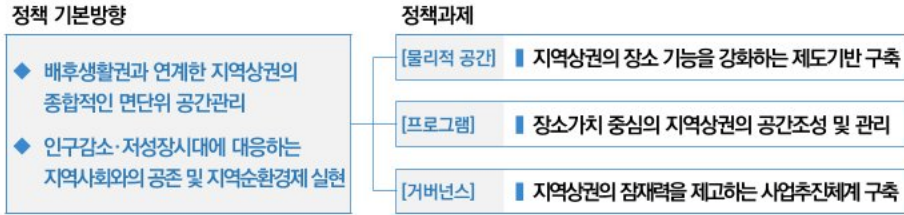
개별 지역상권 단위의 심층분석은 교통관광형(중앙동 객리단길), 생활밀착형(서신동 생활상권), 위락소매형(삼천동 막걸리골목)의 지역상권을 대상으로 진행하였다. 이에 지역상권과 배후생활권 간의 입지, 내외부 방문객 이용에 대한 영향범위 분석과 업종별 매출 특성 및 업소생존기간, 가로별 평균매출액 등을 고려한 지역상권의 운영특성 검토하였다. 지역상권의 공간특성은 건축물의 층별 용도현황, 집객시설 및 교통인프라 현황, 가로 환경 등을 살펴보고, 상점 전면부의 체류공간 및 전시공간 여부, 투시성 등을 현장조사를 통해 파악하였다. 이를 토대로 관계자 심층면담을 통해 지역상권의 공간관리에 대한 지역 수요와 현안을 검토하였다.

지역상권의 수요는 배후생활권에 집중되기도 하고, 넓은 범위에서 외부 수요에 의존하기도 하는데 그 비중은 지역상권마다 다르게 나타났다. 관광객 등 외부 수요에 의존도가 높을 수록 상권의 폐업 비율이 높은 경향을 보였다. 반면, 배후생활권 내 지역주민의 이용 비율이 높은 경우 폐업 비율이 낮았으며, 이 경우 다양한 업종이 고르게 혼합되고 집객시설이 인접하여 주야간의 활발한 이용이 지속되는 특징을 보였다. 따라서 인구감소와 저성장시대에 대응한 지역상권 활성화를 위해서는 외부 수요에 의존하는 것을 최소화하고, 1차적으로 배후생활권 수요에 대응하는 기능을 강화하며, 상권의 영향범위를 고려한 상권 활성화 전략이 필요하다. 또한, 지역상권의 수요와 공간 특성이 상권마다 다르기 때문에 물리적 공간, 프로그램, 거버넌스 측면에서 세분화하여 공간관리 현안을 도출할 필요가 있다.

제6장 지역상권 공간관리를 위한 정책 및 제도 개선방안

본 연구는 지역상권의 기능 변화와 공간관리의 의미(2장)를 바탕으로 관련 제도 및 정책 동향 분석(3장), 국내외 사례분석(4장), 지역상권 현황 및 심층분석 결과(5장)를 종합하여 지역상권 활성화를 위한 공간관리에 대한 기본방향과 정책과제를 도출하고 과제별 정책 및 제도 개선방안을 제시하였다.

정책의 기본방향으로는 '배후생활권과 연계한 지역상권의 종합적인 면 단위 공간관리'를 통한 '인구감소와 저성장에 대응하여 지역사회와 공존 및 지역순환경제 실현'을 제시하였다. 이에 따른 주요 정책과제와 개선방안은 다음과 같다.



[그림 3] 정책 기본방향 및 정책과제

출처 : 연구진 작성

첫째, 지역상권의 장소 기능을 강화하기 위한 제도 기반을 구축한다. 전국 지역상권 대부분은 고도 경제성장기에 형성되어 현재 인구 규모보다 상권의 규모가 큰 것으로 나타났다. 이는 인구감소로 인한 소비수요 감소와 폐업 증가로 이어져 빈점포 증가를 초래한다. 이를 해결하기 위해 지자체 차원에서 인구 변화와 지역상권의 장소 특성을 고려한 기능과 역할, 규모를 조정할 수 있는 공간관리 체계가 필요하다. 이에 따라 활성화구역 지정제도 개선과 인구감소 대응 및 N분 생활권 실현을 위한 계획수립 체계 개선 및 배후생활권의 이용수요를 고려한 지역상권 및 빈점포 관리 방안을 제시하였다.

둘째, 장소가치 중심의 지역상권의 공간 조성 및 관리를 수행한다. 공간 경험과 취향을 중시하는 소비트렌드를 고려하여 지역상권에 다양한 프로그램을 도입하고, 배후생활권과 연계하여 이용될 수 있는 공간환경의 조성 및 관리가 필요하다. 이를 위해 상권관리 주체가 소비트렌드 변화에 대응하여 지속적으로 공간환경을 개선하고 관리할 수 있도록 디자인 가이드 라인의 운영 방안과 공간조성 관련 특례 및 활성화구역에 대한 지원 근거의 개선 방안을 제안하였다.

셋째, 지역상권의 가치와 잠재력을 극대화할 수 있는 사업추진체계를 구축한다. 지역상권 활성화를 위해서는 상권관리기구를 중심으로 사업모델, 자원조달과 운영전략 등을 고려한 거버넌스 구축이 전제되어야 한다. 또한, 배후생활권과 연계된 지역상권 활성화 전략이 실행력을 갖추려면 다양한 경제 주체가 참여할 수 있는 사업 추진 체계가 전제되어야 한다. 이를 위해 정책사업 고도화를 위한 동네상권발전소 지원사업의 개선 방안과 인구감소 패키지 관련 사업을 활용한 부처 연계사업의 추진방안을 제시하였다.

제7장 결론

본 연구는 지역상권을 경제자본, 사회자본, 문화자본, 인적자본의 집적지로 보고, 물리적 상권의 필요성을 전제로 하여 인구감소와 저성장에 대응하는 지역상권 활성화를 위한 공간관리 방안을 제시하고자 하였다. 이를 위해 배후생활권과 연계한 공간관리의 범주와 의미를 제시하고, 관련 정책 동향을 공간관리 관점에서 분석하였다. 또한, 전국 지역상권의 현황과 활성화 정도를 분석해 관리가 필요한 지역상권의 규모를 파악하였으며, 지역상권 공간관리와 관련된 국내외 계획, 정책, 사례 등을 분석하여 공간관리에 필요한 검토 사항을 도출하였다. 또한, 실증지역을 바탕으로 배후생활권을 연계한 지역상권의 심층 분석을 통해 주요 현안을 도출하고, 이를 기반으로 인구감소와 저성장에 대응하는 지역상권 활성화를 위한 공간관리의 기본방향과 정책 및 제도 개선 방안을 제시하였다.

본 연구는 기존 경제적 관점에서 주로 분석되었던 지역상권을 종합적인 공간관리 관점에서 접근하여 배후생활권과 연계한 공간관리 방안에 새로운 시각을 제시하였다. 그러나 다음의 한계점을 향후 과제에서 보완하여 지역상권 활성화를 위한 실효성 있는 정책방안을 모색할 필요가 있다.

먼저, 실증사례지역에 대한 한계로, 본 연구는 전주시를 대상으로 심층분석을 진행했으나, 하나의 도시에 한정된 분석 결과로는 다양한 지역 상권의 특성을 충분히 반영하기 어렵다. 따라서 향후 다양한 기초지자체와 개별 지역상권을 대상으로 실증 사례를 분석하고, 이를 바탕으로 전국 지역상권의 특성을 도출하며 분석 방법을 체계화하는 방안이 필요하다.

둘째, 공간관리의 방안 제시에 대한 한계로 본 연구는 용도 복합 및 혼합, 장소 특화와 브랜드 창출을 위한 공간조성 방법, 민간 주체의 상권기금 활용 및 국비 지원방안, 공간 비즈니스 창출 방안 등 장소 가치를 증진하기 위한 구체적인 실행방안이 미흡하다. 이를 보완하기 위해 지역상권 공간관리를 위한 디자인 가이드라인을 개발하고, 이를 기반으로 실행방안을 구체화하는 후속 연구가 필요하다.

셋째, 지역상권과 연계한 부처 협업 사업추진 방안과 관련하여 상권 활성화는 배후생활권의 주거, 공공시설, 산업·일자리 등 다양한 측면에서 종합적으로 접근해야 하며, 지역 경제 생태계 구축을 위해 여러 부처 사업이 장소 중심으로 연계되어 추진될 필요가 있다. 따라서 지역상권과 다양한 부처의 정책을 연계하는 사업모델 및 구체적인 실행방안을 모색하고, 이를 통해 정책 효과를 제고하는 다양한 지원 방안을 마련해야 한다.

주제어

지역상권, 상권 활성화, 생활권 연계 공간관리, 민관협력

차례 CONTENTS

제1장 서론	1
1. 연구의 배경 및 목적	1
1) 연구 배경 및 필요성	1
2) 연구의 목적	5
2. 연구의 범위 및 방법	6
1) 관련 용어정의	6
2) 연구의 범위	8
3) 연구방법	10
4) 연구수행절차	11
3. 선행연구 검토	12
1) 선행연구 현황	12
2) 본 연구의 차별성	14
제2장 지역상권의 기능변화와 공간관리의 의미	17
1. 사회경제 여건변화에 따른 지역상권의 기능 변화	17
1) 전통상권 중심의 소비활동에서 미디어를 활용한 소비패턴으로 변화	17
2) 인구감소에 따른 지방중소도시 지역상권의 수요 변화	23
3) 이용권을 고려한 N분 생활권 중심의 지역상권의 변화	24
2. 지역상권 활성화를 위한 공간관리의 의미	27
1) 지역상권의 정의와 구성요소	27
2) 지역상권 활성화를 위한 공간관리의 의미와 범주	28
제3장 지역상권 활성화 관련 제도 및 정책 동향	33
1. 상권 활성화를 위한 제도 및 정책	33
1) 상권 활성화 정책의 출현 배경	33
2) 「전통시장법」에 따른 전통시장 및 상점가에 대한 상권 활성화	36
3) 「유통산업발전법」에 따른 전통산업보존과 대형점포 규제	44
2. 지역상권 상생 및 활성화를 위한 제도 및 정책	48
1) 「지역상권법」의 주요내용	48
2) 「지역상권법」에 따른 정책사업	55
3) 지역상권과 연계한 소상공인 육성 정책	60

4) 지역상권을 연계한 지역활성화 관련 정책사업	64
3. 전국 지역상권의 현황 및 활성화정도	73
1) 지역상권의 일반현황	73
2) 지역상권의 활성화정도	78
4. 소결	80
1) 종합	80
2) 시사점	82
제4장 지역상권 활성화를 위한 공간관리 사례분석	87
1. 분석개요	87
2. 생활권 중심의 상권 재생계획	89
1) 미국 포틀랜드 네이버후드 디스트릭(Neighborhood District)	89
2) 일본 도야마시 입지적정화를 통한 상권 재생	95
3. 마을만들기와 연계한 상권활성화 정책	98
1) 일본 지역상업 자립촉진사업	98
2) 일본 지역상업 기능 복합화 추진사업	101
3) 일본 면(面)적 지역가치 향상 및 소비창출 사업	104
4. 민관협력·민간주도 지역상권 활성화 사례	107
1) 영국 High Street 대응전략 포터스 리뷰(Portas Review)	107
2) 민간 주도 골목상권 활성화 인천 개항로 프로젝트	112
3) 민관협업 예산상설시장 활성화 프로젝트	114
5. 소결	116
1) 사례종합	116
2) 지역상권의 공간관리를 위한 분석요소 도출	119
제5장 지역상권의 공간특성 및 공간관리 현안 분석	121
1. 분석개요	121
1) 분석목적 및 방법	121
2) 분석대상지 선정	125
2. 전주시 배후생활권 연계 지역상권 현황분석	126

차례 CONTENTS

1) 배후생활권과 지역상권의 입지현황	126
2) 지역상권의 기능적 유형과 영향범위	130
3) 배후생활권의 잠재력 현황	136
3. 전주시 기능적 유형별 지역상권 심층분석	139
1) 심층분석 개요	139
2) 중앙동 객리단길	141
3) 서신동 생활상권	150
4) 삼천동 막걸리골목	158
4. 소결	167
제6장 지역상권 활성화를 위한 공간관리의 정책 및 제도 개선방안	173
1. 기본방향 및 정책과제	173
2. 지역상권의 장소 기능을 강화하는 제도 기반 구축	176
1) 지역상권 관련 공간개념 및 정책대상 지정요건 개선 방안	176
2) 인구감소 대응 및 N분 생활권 실현을 위한 계획수립체계 개선 방안	182
3) 배후생활권의 이용수요를 고려한 지역상권 빈점포 관리	185
3. 장소가치 중심의 지역상권 공간조성 및 관리방안	188
1) 지역상권 공간관리를 위한 디자인 가이드라인 운영방안	188
2) 공간조성 관련 특례 및 활성화구역에 대한 지원 근거 개선	190
4. 지역상권 잠재력을 제고하는 사업추진체계 구축	193
1) 정책사업 고도화를 위한 동네상권발전소 지원사업의 개선 방안	193
2) 인구감소 패키지 관련 사업을 활용한 부처 연계사업의 적극적 공간관리	197
제7장 결론	201
1. 연구 성과	201
2. 연구한계 및 향후 과제	205
참고문헌	207
SUMMARY	219
부록	226

[표 1-1] 상권 활성화 관련 정책사업	4
[표 1-2] 지역상권의 용어정의	6
[표 1-3] 관련법의 공간개념	6
[표 1-4] 건축물 용도 구분	7
[표 1-5] 전국 지역상권의 용도지역 현황	7
[표 1-6] 본 연구의 지역상권 공간개념	7
[표 1-7] 지역상권 구역계 분석 제외	8
[표 1-8] 지역상권 공간관리의 내용적 범주	9
[표 1-9] 선행연구 검토	14
[표 2-1] 신흥상권의 장소애칭 사례	20
[표 2-2] 상권의 생애주기별 주요 특징	22
[표 2-3] 서울 상권의 핫플레이스 변화	22
[표 2-4] 상권 이론에서 상권의 분류	24
[표 2-5] 도시기본계획의 생활권 설정에서 상권	24
[표 2-6] 지역상권 활성화를 위한 공간관리의 범주	31
[표 3-1] 관련법의 상업공간	34
[표 3-2] 「전통시장법」에 따른 정책지원 요건	36
[표 3-3] 시장 및 상점이 활성화를 위한 「전통시장법」의 계획수립체계	38
[표 3-4] 전통시장·상점이 주요 정책사업 연혁	39
[표 3-5] 시장경영혁신 지원사업 지원내역	40
[표 3-6] 전통시장 및 상점이 대한 관련 사업주체의 업무범위 및 사업	41
[표 3-7] 시장정비사업의 사업대상 및 특례사항	42
[표 3-8] 「유통산업발전법」에 따른 정책지원 요건	44
[표 3-9] 「유통산업발전법」의 대규모점포 규제 관련 법 개정 연혁	46
[표 3-10] 정책 패러다임의 전환	48
[표 3-11] 「지역상권법」의 활성화구역	50
[표 3-12] 실태조사 내용	52
[표 3-13] 「지역상권법」에 따른 활성화구역의 특례 및 규제사항 상세	53
[표 3-14] 상권활성화사업의 주요 변경사항	56
[표 3-15] 상권활성화사업 공모내용 변화(2021-2024)	56
[표 3-16] 동네상권발전소 지원사업의 세부내용	58
[표 3-17] 동네상권발전소 사업 선정지역	59
[표 3-18] 기업가형 소상공인 육성 관련 주요사업	61

[표 3-19] 지역특화재생 사업내용	64
[표 3-20] 로컬브랜드 인프라(5범주 7유형)	65
[표 3-21] 생활권 연계 로컬브랜드 활성화 지원사업 추진절차	65
[표 3-22] 지역상권을 연계한 지역활성화 관련 정책사업	66
[표 3-23] 생활권 단위 로컬브랜드 활성화 지원사업 선정지역(2023)	66
[표 3-24] 행정안전부-신한금융그룹 로컬브랜드 협력사업	66
[표 3-25] 도시재생씨앗양자 지원현황 (2024년 10월 기준)	67
[표 3-26] 도시재생씨앗양자 종류	67
[표 3-27] 지자체 지역상권 관련 조례	68
[표 3-28] 골목형 상점가 지정 현황(2024년 6월 기준)	69
[표 3-29] 전국 소상공인지원센터 운영현황(2022년 4월 기준)	70
[표 3-30] 서울시 생활상권 및 로컬 브랜드 상권 육성사업	71
[표 3-31] 경기도 상권진흥구역 및 골목상권 관련 사업	72
[표 3-32] 전국 지역상권 현황 요약	73
[표 3-33] 전국 지역상권 개수 및 점포 현황	74
[표 3-34] 전국 지역상권 규모 및 용도지역 현황	75
[표 3-35] 전국 지역상권 활성화 정도에 따른 유형별 현황	78
[표 3-36] 시·도별 지역상권 활성화 정도에 따른 유형별 현황	79
[표 3-37] 상권 활성화 정책의 공간관리 종합	81
[표 3-38] 중앙부처별 상권 관련 명칭 현황	83
[표 4-1] 사례 개요	88
[표 4-2] 포틀랜드의 근린생활권 상업의 활력을 위한 5개년 실행계획	90
[표 4-3] Advance Portland의 '활기찬 도심 및 지역 상권 활성화' 전략 내용	92
[표 4-4] 도야마시 도시 기능 입지 촉진 사업보조금 대상 및 조건	97
[표 4-5] 지역상업 자립촉진사업의 주요 분야와 내용	100
[표 4-6] 지역상업 기능 복합화 추진사업 흐름	102
[표 4-7] 지역상업 기능 복합화 추진사업 추진사례	103
[표 4-8] 포터스 리뷰 주요 전략 및 내용	108
[표 4-9] 영국 High Street 관련 기금	111
[표 4-10] 개항로프로젝트 연혁	112
[표 4-11] 사례별 공간관리 요소별 종합	118
[표 4-12] 지역상권의 공간관리를 위한 분석요소 도출	120
[표 5-1] 지역상권 분석을 위한 배후생활권 설정 기준과 예시	122
[표 5-2] 주요 분석자료 목록	124
[표 5-3] 전주시 점포수별 상권규모 현황	127
[표 5-4] 지역상권의 용도지역 현황	127
[표 5-5] 전주시 지역상권 활성화 정도	128
[표 5-6] 전주시 배후생활권 및 지역상권 입지현황	129
[표 5-7] 입지 및 업종에 따른 지역상권 기능적 유형 구분	130
[표 5-8] 전주시 지역상권 기능적 유형별 월평균 매출액 현황	131

[표 5-9] 지역상권별 업소당 월평균 매출액 순위	131
[표 5-10] 기능적 유형별 주요 지역상권의 업종비율 및 업종다양성 지수(RDI)	132
[표 5-11] 전주시 지역상권 영향권 상위 10개소	133
[표 5-12] 기능적 유형별 유동인구 현황	134
[표 5-13] 배후생활권 잠재력 평가지표 및 산출방법	137
[표 5-14] 권역별 평균 표준점수 및 등급	138
[표 5-15] 전주시 지역상권 심층분석 대상지 개요	140
[표 5-16] 객리단길 일대 추진사업 목록	148
[표 5-17] 서신동 상권 추진사업 목록	157
[표 5-18] 삼천동 막걸리골목 관련 추진사업	165
[표 5-19] 전주시 3개 지역상권 심층분석 종합	169
[표 6-1] 정책과제 도출과정	176
[표 6-2] 「지역상권법」의 '활성화구역' 용어 변경(안)	176
[표 6-3] 「지역상권법」제2조 정의 개선(안)	176
[표 6-4] 「지역상권법」의 활성화구역 지정 기준 변경(안)	178
[표 6-5] 전국 지역상권 규모별 현황	178
[표 6-6] 「지역상권법」 및 시행령 개정안	179
[표 6-7] 전국 지역상권 규모별 현황 및 특징 요약	180
[표 6-8] 기본계획수립 가이드라인(안)의 활성화구역 설정 관련 제안사항	180
[표 6-9] 「지역상권법」의 활성화구역 지정을 위한 기본계획 기준 관련 근거 마련	181
[표 6-10] 「지역상권법」의 활성화구역 지정 기준 변경(안)	183
[표 6-11] 「도시재생특별법」 개선안	184
[표 6-12] 현행 관련 법의 빈집 관리	185
[표 6-13] 「지역상권법」의 실태조사 조항 개선(안)	186
[표 6-14] 빈점포 활용 조항 신설 개선안	187
[표 6-15] 가이드라인에 반영할 주요 내용(안)	189
[표 6-16] 지역별 기본계획 및 개별 지역상권 계획의 주요 검토내용(안)	189
[표 6-17] 「지역상권법」의 활성화구역 특례조항	190
[표 6-18] 대규모 점포 입지에 대한 업종제한 관련 제도 개선(안)	191
[표 6-19] 「도시재생법」의 건축협정 관련 의제처리 조항	191
[표 6-20] 활성화구역 지정에 따른 건축협정체결 관련 규정 개정	192
[표 6-21] 동네상권발전소 지원사업의 공모절차 개선안	194
[표 6-22] 정책 및 제도 개선방안 종합	200
[표 부록-1] 1990년대 이전 관련 정책의 상업공간 분류 변화	227
[표 부록-2] 「유통산업발전법」의 상업공간 개념 정의 및 지원내용(1997)	228
[표 부록-3] 문화관광형 시장 육성사업 지원내용 변화	231
[표 부록-4] 동네 슈퍼를 대상으로 한 정책사업	234
[표 부록-5] 업종에 따른 기능적 상권유형 구분	238

그림차례 LIST OF FIGURES

[그림 1-1] 연구추진절차	11
[그림 2-1] 유통업태별 매출구성비(24년 상반기)	17
[그림 2-2] 무인점포 증가(좌) 및 무인점포 이용건수(우) 추이	18
[그림 2-3] 대학가 상권별 중대형 상가 공실률(2023년 4/4분기)	18
[그림 2-4] 대형마트의 체험을 위한 소비공간화	19
[그림 2-5] 백화점의 체험형 팝업스토어	19
[그림 2-6] 핫플레이스의 팝업스토어	20
[그림 2-7] 신흥상권의 용도지역 및 주요 점포 현황	20
[그림 2-8] 팝업스토어 키워드 언급량 추이	21
[그림 2-9] 성수동 팝업스토어 현황(2024.4)	21
[그림 2-10] Tourism Area Life Cycle Model	22
[그림 2-11] 상권 확장·이동 : 서울 이태원 일대	22
[그림 2-12] 상권 확장·이동 : 부산 서면 일대	22
[그림 2-13] 쿠팡 새벽배송 지역(좌)과 인구소멸지역(우) 비교	23
[그림 2-14] 서울시 생활상권 조성 '세력권'에서 '이용권'으로 전환	25
[그림 2-15] 서울시 생활상권 예비구역 설정 : 남가좌	25
[그림 2-16] 본 연구의 지역상권 활성화에 대한 관점	29
[그림 2-17] 지역상권 활성화를 위한 공간관리의 의미	30
[그림 3-1] 상권 활성화 정책의 동향	35
[그림 3-2] 전통시장·상점가의 면단위 상권활성화구역 지원	37
[그림 3-3] 전통시장 및 상점가 활성화 관련 사업	39
[그림 3-4] 제주도 전통상업보존구역 고시도면	46
[그림 3-5] 서울시·대구시 전통상업보존구역	47
[그림 3-6] 지역상권 상생 및 활성화 종합계획의 정책 추진전략	49
[그림 3-7] 「지역상권법」에 따른 계획체계	51
[그림 3-8] 「지역상권법」의 계획수립 및 활성화구역 지정 절차 종합	52
[그림 3-9] 활성화구역 지정을 위한 거버넌스 구성	54
[그림 3-10] 동네상권발전소 운영모델	57
[그림 3-11] 동네상권발전소 지원사업 추진체계	57
[그림 3-12] 동네상권발전소 지원사업 선정지역의 자율상권구역 예정지	58
[그림 3-13] 로컬브랜딩 및 골목산업화 추진: 로컬상권 성장단계	60
[그림 3-14] 상권기획자 및 상권발전기금 개념도	60
[그림 3-15] 기업가형 소상공인 육성정책의 단계별 지원방안	61

[그림 3-16] 근린재생형 도시재생 사업유형 변화	64
[그림 3-17] 상가리모델링 자금 사례 : 목포 노후상가 리모델링 전(좌)/후(우)	67
[그림 3-18] 창업시설 조성자금 사례 : 전주현대미술관 조성사업 전(좌)/후(우)	67
[그림 3-19] 서울시 생활상권의 개념	70
[그림 3-20] 대구시 골목상권 활성화 단계별 추진계획	72
[그림 3-21] 전국 지역상권 분포 현황	73
[그림 3-22] 지역상권 개수 및 상권별 평균 업소 수	74
[그림 3-23] 지역별 가구당 지역상권 및 상업지역 면적현황	76
[그림 3-24] 최근 10년간 상업지역 지정면적 대비 인구변화율	77
[그림 3-25] 지역별 소멸위험지수와 지역상권 및 상업지역 면적 현황	77
[그림 3-26] 사분위 범위에 따른 지역상권 활성화 정도 구분	78
[그림 4-1] 포틀랜드 20분 근린생활권 접근성 분석	89
[그림 4-2] 포틀랜드 생활권 중심지 및 근린상업지구	92
[그림 4-3] 히스토리릭 파크로즈 NPI 지구의 소규모 사업체	94
[그림 4-4] 도야마시 입지적정화 계획을 통한 바람직한 미래상	95
[그림 4-5] 도야마시 도심 내 공공문화시설 조성 사례	96
[그림 4-6] 지역상업 자립촉진 사업의 지원대상	98
[그림 4-7] 일본 지역상업 자립촉진 사업 대상자(2015~)	99
[그림 4-8] 지역상업 기능 복합화 추진사업의 목표상	101
[그림 4-9] 나고야시 오오스 상점가 사업추진체계	103
[그림 4-10] 노시로시 노시로역전상점회 사업추진체계	103
[그림 4-11] 노시로역전상점회 사업시행 전후	103
[그림 4-12] 면(面)적 지역가치 향상 및 소비창출 사업의 흐름	104
[그림 4-13] 전문가의 동반 지원 흐름	105
[그림 4-14] 사업지역의 범위 설정	106
[그림 4-15] 영국 베드포드 플리마켓 행사	109
[그림 4-16] 영국 베드포드 로컬 옷가게	109
[그림 4-17] 개항로프로젝트 주요 점포	113
[그림 4-18] 개항로프로젝트 현황	113
[그림 4-19] '함께가게' 인증마크	115
[그림 4-20] 예산시장 점포운영 현황	115
[그림 4-21] 예산시장 및 주변 현황	115
[그림 5-1] 분석 절차	123
[그림 5-2] 분석대상지 선정 방법	125
[그림 5-3] 전주시 행정구역	126
[그림 5-4] 전주 도시기본계획 공간구조 설정	126
[그림 5-5] 전주시 대생활권·배후생활권 구분	126
[그림 5-6] 전주시 도시형성과정	126
[그림 5-7] 전주시 지역상권의 용도지역 현황	127
[그림 5-8] 전주시 배후생활권과 지역상권의 활성화 정도 현황	128

[그림 5-9] 기능적 유형별 지역상권의 현황	131
[그림 5-10] 전주시 상권영향권 상위 10개소	133
[그림 5-11] 전주시 지역상권의 현황 종합	136
[그림 5-12] 배후생활권의 잠재 구매인구 현황	136
[그림 5-13] 생활권별 잠재력 평가 종합	138
[그림 5-14] 현장조사를 통한 심층분석 대상지 범위 조정	140
[그림 5-15] 중앙동 객리단길 입지현황	141
[그림 5-16] 객리단길 상권 영향범위	142
[그림 5-17] 객리단길 가로활성화시설 현황	143
[그림 5-18] 객리단길 업종별 월평균 매출액 및 업소당 매출액 현황	144
[그림 5-19] 객리단길 세부업종별 업소 수 및 업소당 매출액 현황	144
[그림 5-20] 객리단길 주요 가로별 일평균 유동인구 현황	145
[그림 5-21] 객리단길 건축물 층별 용도별 면적 현황	145
[그림 5-22] 객리단길 내 빈점포 현황	146
[그림 5-23] 객리단길 가로 D/H비	146
[그림 5-24] 객리단길 주요 가로환경 현황	147
[그림 5-25] 객리단길 전면부 체류공간 현황	147
[그림 5-26] 서신동 상권 입지현황	150
[그림 5-27] 서신동 상권 상권영향권	151
[그림 5-28] 서신동상권 가로활성화시설 현황	152
[그림 5-29] 서신동상권 주요 가로별 유동인구 현황	152
[그림 5-30] 서신동 상권 업종별 월평균 매출액 및 업소당 매출액 현황	153
[그림 5-31] 서신동 상권 세부업종별 업소 수 및 업소당 매출액 현황	153
[그림 5-32] 분석대상 상권의 유동인구 변화 추이 및 시간대별 유동인구 변화 비교	154
[그림 5-33] 서신동 생활상권 건축물 층별 용도별 면적 현황	154
[그림 5-34] 서신동 상권 가로변 주차	155
[그림 5-35] 서신동 상권 가로 D/H비	155
[그림 5-36] 서신동 상권 업종 혼합 예시	155
[그림 5-37] 서신동 상권 주요 가로환경 현황	156
[그림 5-38] 삼천동 막걸리골목 입지현황	158
[그림 5-39] 삼천동 막걸리골목 상권영향권	159
[그림 5-40] 삼천동 막걸리골목 가로활성화시설 현황	160
[그림 5-41] 삼천동 막걸리골목 업종별 월평균 매출액 및 업소당 매출액 현황	161
[그림 5-42] 삼천동 막걸리골목 세부업종별 업소당 매출액 현황	161
[그림 5-43] 삼천동 막걸리골목 주요 가로별 유동인구 현황	161
[그림 5-44] 삼천동 막걸리골목 건축물 층별 용도별 면적 현황	162
[그림 5-45] 삼천동 가로 D/H비	163
[그림 5-46] 삼천동 막걸리골목 가로변 주차 현황	163
[그림 5-47] 삼천동 막걸리골목 점포 전면부 현황	163
[그림 5-48] 삼천동 막걸리골목 주요 가로환경 현황	164

[그림 6-1] 정책 기본방향 및 정책과제	174
[그림 6-2] 「전통시장법」과 「지역상권법」에 따른 계획체계 비교	182
[그림 6-3] 시군구 단위 기본계획 및 실태조사 도입체계(안)	183
[그림 6-4] 객리단길 보행로 미비 상태에서 상점 전면부 대기공간 조성	188
[그림 6-5] 삼천동 막걸리골목 보행환경 저해요소	188
[그림 6-6] (좌)전국 쇠퇴상권과 (우)지방소멸위험지수	193
[그림 6-7] 동네상권발전소 지원사업의 국비지원체계 개선방안	195
[그림 6-8] 상권활성화사업 추진체계 예시	196
[그림 6-9] (가칭)리노베이션 프로젝트 관계기관별 역할 예시	198
[그림 6-10] 소규모 지역상권의 점진적 정비사업 예시	199
[그림 부록-1] 영동2지구 토지구획정리사업 조감도	226
[그림 부록-2] 1967년 청계천 상가아파트 광고	227
[그림 부록-3] 을지로 지하상가 계획 발표	227
[그림 부록-4] 남대문시장 재개발 : '메사' 조감도	228
[그림 부록-5] 용산 전자상가 일대(1998)	228
[그림 부록-6] 파주 금촌전통시장 현대화사업	229
[그림 부록-7] 온누리상품권 발행	229
[그림 부록-8] 2016 문화관광형 시장 사업 : 여주 한글시장	230
[그림 부록-9] 전통시장·상점가의 면단위 상권활성화구역 지원	232
[그림 부록-10] 청년몰 폐장 사례 : 대전 청년구단	232
[그림 부록-11] 문경시 점촌 중심시가지형 도시재생뉴딜사업 활성화계획	233
[그림 부록-12] 문경시 점촌 원도심 상권르네상스 기본계획	233
[그림 부록-13] 제주시 전통상업보존구역 고시도면	234
[그림 부록-14] 동네슈퍼 나들가게 사업	234
[그림 부록-15] 상권 관련 정책 변화과정(1)	236
[그림 부록-16] 상권 관련 정책 변화과정(2)	237

제1장 서론

1. 연구의 배경 및 목적
2. 연구의 범위 및 방법
3. 선행연구 검토

1. 연구의 배경 및 목적

1) 연구 배경 및 필요성

□ 인구감소·저성장시대 지역상권의 위기와 장소기반의 지역상권 수요 증대

상점은 사유재산으로 민간의 경제활동 공간이나, 여러 상점이 모여 군집을 형성하는 상권은 상업적 영향력을 행사하며 지역경제의 중추 역할을 한다. 상권은 지역의 산업생태계를 구성하는 핵심 공간으로 일자리 창출과 소득 증대, 부동산 가치향상, 세수 확보 등 지역경제의 성장과 안정을 도모하는 경제적 장소이자, 일상생활에서 문화를 향유하고 대면 교류를 촉진하며 공동체 의식 형성과 사회적 자본을 축적하는 사회적 장소이다. 따라서 이러한 지역상권을 공공재로 인식하여 접근할 필요가 있다.

오늘날 디지털 기술 발전에 따른 온라인 상거래의 급격한 성장¹⁾과 인구감소 및 저성장으로 인해 폐업 점포가 증가²⁾하여 지역상권은 위기에 있으며, 장소로서의 지역상권에 대한 새로운 접근이 요구되고 있다. 특히, 소비패턴의 변화로 단순 물품 구매는 온라인

1) 2023년 온라인 매출은 전체 유통업체 매출의 50.2%를 기록하며 오프라인 유통업체 매출(49.8%)을 추월함. (산업통상자원부. (2023). '23년 5월 주요 유통업체 매출 5.7% 증가, 6월 28일 보도자료 p.3.)

2) 고금리·고환율의 경기침체로 2023년 폐업자(985,868명)는 전체 사업자 수(9,950,368명)의 약 10% 차지. (국세청 국세통계포털, 폐업자현황. (2023). <https://tasis.nts.go.kr/websquare/websquare.html?w2xPath=/ui/ep/e/a/UTWEPEAA02.xml&sttPblYr=2024&sttsMtainfrId=20240103101202429986>, 검색일: 2024.08.20.)

플랫폼을 통해 해결하고, 취향과 경험을 소비하기 위해 오프라인 상권을 이용하는 경향이 높아지고 있다. 이에 지역 고유의 가치로 독특한 공간 경험을 소비하는 '로코노미(Local + Economy)'라는 개념도 등장하여 '-리단길' 등 독특한 공간특성과 지역의 장소성을 가진 상권이 부상하고 있다. 이처럼 상권은 단순 구매를 위한 편의시설을 넘어 공간경험을 소비하는 장소로 상권의 기능과 역할에도 변화가 나타나고 있다.

□ 소상공인에 대한 개별지원과 환경개선 지원 중심의 상권 활성화 정책 한계

상권 활성화 정책은 상권의 쇠퇴 현상을 극복하고 지역상권의 경쟁력을 강화하기 위해 그간 중소벤처기업부를 중심으로 개별 소상공인에 대한 경제적 지원과 상점가 환경개선 사업을 중심으로 지원사업이 시행해 왔다.

개별 소상공인에 대한 경제적 지원은 소상공인을 '보호·육성'의 관점에서 접근하여 세계 혜택, 금융 및 창업, 판로개척 등으로 '96년 유통개방, IMF 외환위기, 미국 금융위기, 코로나19 등으로 인한 경기침체와 국가 경제 위기를 거치면서 지속되었다.

국가경제 위기가 심각해 질 때마다 소상공인 지원정책³⁾⁴⁾은 실업문제 해소 정책과 연계되어 창업지원과 경영개선을 위한 자금지원이 주를 이룬다. 그러나 이는 우리나라 경제 활동 인구 중 약 4분의 1이 소상공인⁵⁾인 점을 고려할 때, 과당경쟁에 따른 영업이익 감소와 생계형 소상공인의 대량 출현⁶⁾을 초래하였다. 이에 따라 2010년 이후 소상공인의 경쟁력 강화와 자생력 제고를 위해 자금지원을 통한 '직접지원' 방식에서 인프라 시설 개선과 창업자를 육성하는 '간접지원' 방식으로 전환하였다.

인프라 시설 및 환경개선에 대한 지원으로는 전통시장 현대화사업과 상권활성화사업(舊상권르네상스 사업)이 대표적이다. 이는 아케이드 설치, 주차장 조성, 간판 정비 및 상징조형물 조성을 통해 방문객의 편의를 제고하고자 하였다. 또한, 청년몰사업을 통해 전통시장 내 빈집포를 활용하여 청년 창업자를 유입하여 상인의 세대교체와 전통시장 활성화

3) 1997년 4월 「소기업 지원을 위한 특별조치법」이 제정된 이래, 2000년 「소기업 및 소상공인 지원을 위한 특별조치법」 개정 후 소상공인 지원에 대한 법적 근거를 마련하였으며, 2015년 특별법에서 일반법으로 전환하여 「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률」로 전부 개정하여 지원 근거를 마련함

4) 2020년 이전 소상공인은 「중소기업기본법」상의 적용을 받으며 보호·지원되어왔으며, 기본법으로서의 역할을 해 온 「중소기업기본법」이 중소기업을 집중 보호·육성하는 규정으로만 편중되어 있어 소상공인 지원·보호에 있어 문제가 다수 존재하여 기본법이 필요하다는 주장이 대두되어 2020년 「소상공인기본법」을 제정함. (김선현, (2020). 소상공인기본법 제정의 의의와 향후 입법론적 과제. 사법, 1(51), p.434.)

5) 2022년 통계청 소상공인 실태조사 결과(잠정)에 따르면, 전국 소상공인 사업체수 412만 5천개로, 소상공인 사업체 종사자 수는 전국 7143천명이고 2022년 통계청 경제활동인구 수 28,922천명 대비 24.7%를 차지. (통계청, (2023). 2022년 소상공인실태조사 잠정결과 발표. 12월 28일 보도자료. p.3.; 통계청. 경제활동인구조사. (2022). https://kosis.kr/statHtml/statHtml.do?orgId=101&tblId=DT_1DA7001S&conn_path=12, 검색일: 2024.04.10.)

6) 소상공인시장진흥공단. (2022.7) 새정부의 소상공인정책. p.27.

화를 도모하고자 하였다. 그러나 한정된 사업구역 내에서만 환경개선이 이루어져 사업 효과가 주변 지역으로 확산되지 못했고, 미흡한 사후관리로 사업효과의 지속이 어려웠다. 또한, 변화하는 소비수요에 능동적으로 대응하지 못하여 지역상권 활성화에 미치는 효과는 한계가 있었다.

□ ‘공간-주체-프로그램’이 연계된 지역상권 상생 및 활성화 정책의 시작

2021년 7월 제정된 「지역상권 상생 및 활성화에 관한 법률(이하 ‘지역상권법’)」은 기존 상인 중심의 경제적 지원과 시설 및 환경 개선 사업의 한계를 극복하고 변화된 소비패턴을 반영하여 장소 가치를 담은 공간으로써 지역상권 활성화를 도모하기 위한 정책이다. 이에 중소벤처기업부는 동법 제6조에 따라 2023년 12월 ‘지역상권 상생 및 활성화 종합계획(’23~’25, 이하 ‘종합계획’)」을 수립하면서 공간으로서의 상권, 참여주체로서의 상인, 활성화를 위한 프로그램이 유기적으로 연계된 지역상권 생태계 조성을 지향한다.

또한, 중소벤처기업부는 2023년 3월 「소상공인지원법」에 따른 ‘소상공인 지원 기본계획(’23~’25)’을 수립하며 “소상공인이 혁신기업가로 성장하는 자생적 생태계 조성”을 비전으로 제시하였다. 이에 기업가형 소상공인 육성을 위해 창업, 성장, 도약의 성장단계별 정책지원을 추진하며, 지역상권기획자⁷⁾와 지역상권발전기금, 우리동네편당 등의 세부제도를 신설하여 추진⁸⁾하고 있다.

이러한 정책은 그간의 소상공인에 대한 개별적 지원과 관 주도의 상권 활성화사업에서, 상권기획자 육성을 통한 민간 주도·민관협력의 상권 활성화를 추진하고 상권의 장소 가치를 담아 종합적인 공간관리를 정책 방향으로 전환하는 것을 시사한다.

□ 인구감소 대응 지역상권 활성화를 위한 공간관리의 구체적인 방안 마련 필요

지역상권은 지역경제 활성화를 위해 중요한 정책대상으로 다루어져 왔다. 이에 「지역상권법」 시행 이전부터 중소벤처기업부 뿐만 아니라 문화체육관광부, 국토교통부, 행정안전부 등 다양한 부처에서 지역 활성화를 위한 정책 수단으로 상권을 포함하여 다양한 사업을 추진하였다. 특히, 인구감소와 지역소멸 위기에 대응하여 로컬지향의 창업자를 유입하기 위한 전략을 주요 상권과 연계하는 사업도 나타나고 있다. 이러한 맥락에서 종합계획 또한 여러 부처의 사업을 유기적으로 연계할 필요성을 강조하고 있다.

7) ‘지역상권기획자’는 민간 주도 상권 거버넌스 구축을 위해 상권 발굴 및 전략 수립부터 실행까지 전문 지원하는 주체로서 ’23.10월 개정안을 발의(의안번호25011) 하여 제도 도입을 준비 중.
(관계부처 합동. (2023.3). 소상공인 지원 기본계획(2023년~2025년).p.16.)

8) 관계부처 합동. (2023.3). 소상공인 지원 기본계획(2023년~2025년).pp.4-5, p.17.

[표 1-1] 상권 활성화 관련 정책사업

부처	사업명	상권 관련 공간개념	관련법
중소벤처기업부	<ul style="list-style-type: none"> 전통시장 및 상점가 활성화 지원사업 (시장경영 혁신지원, 특성화 시장, 청년몰 등) 상권활성화사업 동네상권발전소사업 글로벌상권 창출팀 사업 	<ul style="list-style-type: none"> 전통시장/상점가/골목형상점가 상권활성화구역 활성화구역(지역상생구역, 자율상권구역) 	<ul style="list-style-type: none"> 전통시장법 유통산업발전법 지역상권법
국토교통부	<ul style="list-style-type: none"> 도시재생사업의 지역특화재생 도시재생뉴딜사업 도시재생 선도/일반지역 근린재생 	<ul style="list-style-type: none"> 로컬콘텐츠 타운 상생협력상가 근린재생, 중심시가지 	<ul style="list-style-type: none"> 도시재생법
해양수산부	<ul style="list-style-type: none"> 어촌활력증진지원 시범사업 어촌신활력증진사업(유형2) 	<ul style="list-style-type: none"> 1·2차 생활권 	<ul style="list-style-type: none"> 어촌어항법
농림축산식품부	<ul style="list-style-type: none"> 농촌중심지활성화사업 	<ul style="list-style-type: none"> 농촌중심지 	<ul style="list-style-type: none"> 균형발전특별법 농어업인살의질법
문화체육관광부	<ul style="list-style-type: none"> 문화도시사업 	<ul style="list-style-type: none"> 원도심 	<ul style="list-style-type: none"> 지역문화진흥법
행정안전부	<ul style="list-style-type: none"> 골목경제 회복지원 사업 생활권 단위 로컬브랜딩 활성화 지원사업 	<ul style="list-style-type: none"> 골목상권 생활권 	

출처 : 연구진 작성

「지역상권법」에 따른 지역상권 활성화를 위해 지자체는 지역별 기본계획 수립해야 한다(법 제7조). 지자체는 실태조사를 바탕으로 기본계획을 수립하고, 이를 통해 기반으로 상권을 대상으로 하는 사업이 단순한 수단으로서가 아니라 지역경제를 견인할 수 있는 '공간-주체-프로그램'의 종합적인 대책으로 작동될 수 있도록 해야 한다. 이를 위해 지역의 장소를 종합적인 시각으로 접근하여 지역상권의 관리방안 및 전략 마련이 전제되어야 한다.

그러나 지금까지 상권계획이나 상권분석은 단일 점포의 입지, 지역의 구매력과 경제수준을 판단하는데 집중되어 있고 편의시설 중심의 환경개선을 위한 계획에 국한되어 있어 장소가치 중심의 지역상권 활성화 전략으로 활용하기에는 한계가 있다.

따라서 지역상권이 공간으로서 지닌 가치, 방문객이 인지하는 상권의 영향권과 생활권의 관계, 공간경험을 높이기 위한 지역자원의 활용 방안 등 장소로서의 지역상권에 대한 특성을 파악하고 이를 토대로 지역상권 활성화를 위한 장소중심의 공간관리 방안 마련이 필요하다. 또한, 종합계획의 정책방향을 고려하여 인구감소시대에 대응하여 N분 생활권 개념과 지역상권을 연계한 물리적, 경제적, 사회문화적인 종합적인 방안 마련이 필요하다.

2) 연구의 목적

온라인시장의 성장으로 비대면 거래가 일상화된 오늘날, 물리적 공간으로서 오프라인 상권은 여전히 중요한 역할을 한다. 이는 상권이 단순한 물리적 공간을 넘어, 다양한 자본이 집적된 복합공간이기 때문이다. 이를 자본의 관점으로 살펴보면, 상권은 상품과 서비스의 소유·분배·유통에서 발생하는 '경제자본'과 상인과 고객 간, 그리고 지역커뮤니티의 신뢰·유대를 형성하는 '사회자본', 지역의 생활·행동양식이 축적된 '문화자본', 지식과 기술 등의 경험이 축적된 '인적자본'의 집적지로 정의될 수 있다.

이처럼 상권은 단순 소비활동이나 이익관계를 형성하는 것뿐만 아니라 사회적 교류의 장 역할을 하며, 상거래 활동을 기반으로 여가·문화·사회 등 다양한 활동을 가능하게 한다. 또한, 상권은 상품과 서비스의 전시를 통해 지역문화의 특수성과 다양성을 드러내고 문화 예술을 향유할 수 있는 기회가 되는 장소가 된다. 배타적 공간의 게이티드 커뮤니티와 사회 계층 양극화, 사회적 고립 현상 등을 고려할 때, 대면관계를 통해 다양한 계층이 만나 교류하는 상권은 일상에서 필수적이고 중요한 공공의 장소이다. 이러한 이유로 각 정부부처의 정책에서 쇠퇴상권을 대상으로 지역활성화를 위한 국비 지원사업을 추진하는 것이다.

고도 경제성장기에 주로 형성되고 확장된 상권은 인구감소시대에 접어들면서 지역 구매력과 상권 규모 간의 불균형이 나타나고 있다. 이에 인구감소·저성장 시기에 맞게 상권의 규모를 조정하면서 상권 활성화를 도모할 필요가 있다. 특히 국비지원을 통해 상권을 활성화하고 더 나아가 지역경제를 회복시킬 수 있는 지역상권의 대상을 구체화하는 것이 중요하다. 또한, 지속가능한 경제생태계 형성을 위한 지역상권의 공간, 기능, 실행 체계 등을 종합적으로 고려한 장소기반의 정책수단 마련이 필요하다.

따라서 본 연구는 상권의 물리적 공간의 필요성을 전제로 하여 인구감소 및 저성장시대에 대응한 지역상권 활성화와 지속가능한 경제생태계 구축을 위해 지역차원의 공간관리 방안을 제시하는데 목적이 있다. 이에 다음의 세부 목적에 따라 연구를 진행하였다.

첫째, 지자체 차원에서 상권을 포함한 생활서비스나 주거공간 등을 종합적으로 관리하던 도시·군계획체계가 생활권 중심으로 재편되고 있는 흐름을 반영하여 배후생활권과 연계한 지역상권 공간관리의 범위와 대상을 도출하고자 한다. 둘째, '지역상권 상생 및 활성화 종합계획'에서 제시하는 상권기획자가 참여하는 민관협력 사업추진과, 지역상권과 주변 지역 상생을 통한 지역순환경제체계 구축을 고려하여 정책 및 제도 개선방안을 제시하고자 한다. 특히 지역상권 활성화를 위한 계획수립체계 관련 조항을 검토하고, 동네상권발전소 지원사업과 상권활성화사업 등 관련 사업의 추진체계 개선방안을 마련하고자 한다.

2. 연구의 범위 및 방법

1) 관련 용어정의

□ '지역상권'의 정의

본 연구에서 지역상권은 「지역상권법」제2조1과 '지역상권 상생 및 활성화종합계획'('23.12)의 정의에 따른다.

[표 1-2] 지역상권의 용어정의

용어	내용
「지역상권법」 제2조 1	“지역상권”이란 상가건물의 소유자·임대인·임차인, 토지소유자, 주민 등이 어우러져 지역에 특화된 생활·문화·경제적 공동체를 형성하고 있는 상가건물 밀집지역을 말한다.
지역상권 상생 및 활성화 종합계획	“지역상권”은 지역의 다양한 경제주체들(상인·임대인·지역민 등)이 어우러져 경제·사회·문화적 기능을 수행하는 거점

출처: 「지역상권 상생 및 활성화에 관한 법률」 [법률 제20365호, 2024. 2. 27., 일부개정].; 중소벤처기업부. (2023.12). 지역상권 상생 및 활성화 종합계획, p.1.

□ 관련 공간개념과 '지역상권'과의 관계

- 관련법의 공간개념

'지역상권 상생 및 활성화 종합계획'에서 지역상권은 전통시장을 제외한 상업행위가 발생하는 곳으로 점포 수, 업소밀집도 등을 바탕으로 한다⁹⁾. 따라서 지역상권은 「전통시장법」의 골목형 상점가, 상권활성화구역, 「유통산업발전법」의 상점가, 전문상가, 대규모 점포, 지자체 조례로 정하는 골목상권 등 관련법에서 규정하는 공간 범위와 중첩될 수 있다.

[표 1-3] 관련법의 공간개념

「지역상권법」의 공간개념	관련법의 공간개념
• 활성화구역	• (「전통시장법」) 전통시장, 골목형 상점가, 상권활성화구역
• 지역상생구역	• (「유통산업발전법」) 상점가, 전문상가단지, 대규모점포(대형마트, 전문점, 백화점, 쇼핑센터, 복합쇼핑몰)
• 자율상권구역	• (골목상권 관련 지자체 조례) 골목상권

출처: 국가법령정보센터(<https://www.law.go.kr/>, 검색일: 2024.08.31.)를 활용하여 연구진 작성

- 건축물 용도

건축물 현황 통계에서는 「건축법」상 건축물 용도를 유사 구조, 이용 목적 및 형태별로 7가지로 분류한다. 지역상권을 구성하는 개별상점은 '사업자등록의 대상이 되는 건물'(상가

9) 중소벤처기업부. (2023.12). 지역상권 상생 및 활성화 종합계획, p.5.

건물) 이므로 본 연구에서는 통계지표상 건축물 용도를 '상업용 건축물'에 한정하지 않고 상업용 외의 모든 용도의 건축물을 포함하여 '업소가 입지하는 건축물'을 기준으로 한다.

[표 1-4] 건축물 용도 구분

통계용 건축물 용도	「건축법」 건축물 용도
1 주거용	공동주택, 단독주택
2 상업용	판매및영업시설, 제1종근린생활시설, 제2종근린생활시설, 판매시설, 운수시설, 업무시설, 숙박시설, 위락시설, 위험물저장 및 처리시설, 자동차관련시설, 야영장시설
3 농수산용	동·식물관련시설
4 공업용	공장
5 공공용	공공용시설, 교정및군사시설, 방송통신시설, 발전시설
6 교육 및 사회용	교육연구및복지시설, 문화및집회시설, 종교시설, 의료시설, 교육연구시설, 노유자시설, 수련시설, 운동시설, 묘지관련시설, 관광휴게시설, 장례시설
7 기타	기타, 창고시설, 분뇨·쓰레기처리시설, 가설건축물시설, 자원순환관련시설

출처 : e-나라지표. 건축물 현황. https://www.index.go.kr/unity/potal/main/EachDtlPageDetail.do?idx_cd=1226
(검색일 : 2024.02.01.)

• 용도지역

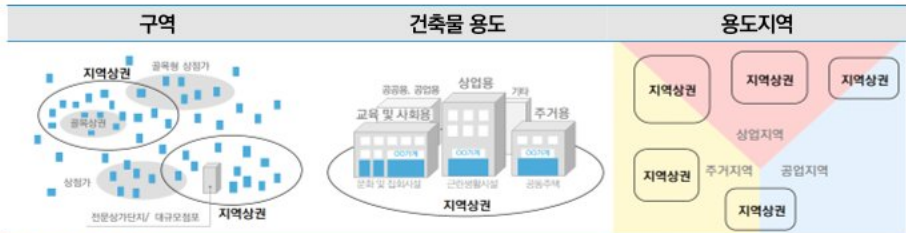
「지역상권법」의 활성화구역과 「전통시장법」의 상권활성화구역에 대한 지정요건에서 용도지역은 '상업지역 50% 이상'을 포함해야 한다. 그러나 본 연구는 '중소벤처기업부 지역상권 정책연구TF (23.5~23.12)'의 결과에서 도출한 전국 지역상권 구역계 면적 중 74.7%가 주거지역에 입지한다는 점을 고려하여, 상업지역에 한정하지 않고 지역상권의 입지를 기준으로 하였다. 이에 본 연구에서 지역상권은 용도지역에 관계없이 상업지역, 주거지역, 준공업지역이 모두 포함된다.

[표 1-5] 전국 지역상권의 용도지역 현황

구분	주거지역	상업지역	준공업지역	기타	계
면적	198.6km ² (198,627,549m ²)	54.7km ² (54,705,568m ²)	4.7km ² (4,773,582m ²)	7.9km ² (7,878,694m ²)	265.98km ² (265,985,393m ²)
비율	74.7%	20.6%	1.8%	3.0%	100.0%

출처 : 건축공간연구원. (2023). 지역상권 종합계획 배경과 방향. 중소벤처기업부 지역상권 정책연구TF 자료. p.13

[표 1-6] 본 연구의 지역상권 공간개념



출처 : 연구진 작성

□ 소상공인 및 관련 용어정의

「소상공인기본법」에 따라 ‘소상공인’이란 중소기업기본법 제2조 2항에 따른 소기업 중 ①상시 근로자 수가 10명 미만일 것, ②업종별 상시 근로자 수 등이 대통령령¹⁰⁾으로 정하는 기준에 해당하는 할 것 등 두 요건을 모두 갖춘 자¹¹⁾를 의미한다.

관련 용어로 ‘자영업자’는 임금근로자가 아니면서, 근로자를 고용하여 사업을 영위하거나, 자기 혼자 사업을 영위하는 사람으로서, 통계상 용어¹²⁾이다. 또한, ‘개인사업자’는 사업장 유무 및 상시근로자 수와 관계없이 국세청에 개인사업자로 등록한 사람으로서, 부가세법상의 용어¹³⁾이다.

따라서 「지역상권법」에 따른 정책대상은 ‘지역상권 상생 및 활성화 종합계획’에서 ‘소상공인 및 자영업자’로 표현되어 두 용어를 혼용하고 있으므로 본 연구는 이에 따른다.

2) 연구의 범위

□ 공간적 범위

- 전국 단위 : 지역상권 3,540곳 대상

본 연구에서 전국 지역상권은 2023년 12월 ‘지역상권 상생 및 활성화 종합계획’에서 제시된 지역상권의 잠정치 3,540곳을 대상으로 한다. 다만, 전국 지역상권 현황분석(3장)에서 구역 계 및 매출액 DB 누락을 반영하여 분석을 진행하여, 데이터 유무에 따라 분석 항목별로 지역상권의 총 개수에 차이가 있을 수 있다.

[표 1-7] 지역상권 구역계 분석 제외

구분	지역상권 잠정치	구역계 누락지역 제외	매출액 등 누락지역 제외
지역상권 수	3,540개	3,507개	3,495개
비고	2023. 12. ‘지역상권 상생 및 활성화 종합계획’ 발표	지역상권 잠정치가 도출되지 않는 시군구 20곳과, 누락된 지역1곳 (군산시) 제외	상권활성화구역 및 전통시장 병합구역 5곳과 매출액이 부재한 7곳 제외

출처 : 연구진 작성

10) 1. 광업, 제조업, 건설업 및 운수업 : 상시 근로자 10인 미만, 2. 그 밖의 업종 : 상시 근로자 5인 미만, 「소상공인기본법 시행령」, [대통령령 제32274호, 2021. 12. 28., 타법개정].

11) 「소상공인기본법」, [법률 제17623호, 2020. 12. 8., 일부개정].

12) 관계부처 합동. (2024.7). 소상공인·자영업자 종합대책. p.23.

13) 관계부처 합동. (2024.7). 소상공인·자영업자 종합대책. p.23.

- 심층분석 대상지 : 전북 전주시

본 연구는 종합계획에서 제시하고 있는 'N분 생활권 기반의 지역상권'을 반영하여 인구 규모별 배후생활권 분석에 적합한 지역을 후보군으로 선정하여 심층분석 대상지로 선정하였다. 이에 특·광역시 및 대도시는 광역교통 체계, 지역상권 여건, 인구 구성 및 생활 여건 등이 지방도시와 다른 특수한 상황인 것을 고려하여 제외하였다. 또한, 배후생활권과 연계하여 지역상권을 분석하기 위해 생활권 경계가 모호한 도농복합시나 군 지역은 분석대상지 후보에서 제외하였다. 이와 같은 과정을 거쳐 지역상권의 활성화 정도에 따라 지역상권의 관리가 필요한 포화 및 쇠퇴유형이 50%이상인 시(구) 중 활성화 정도가 다양한 지역상권이 있는 전북 전주시를 심층 분석 대상지로 선정하였다.

□ 내용적 범위

- 제도적 측면

「지역상권법」의 활성화구역은 쇠퇴상권 활성화를 위한 '자율상권구역'과 젠트리피케이션이 발생하는 상권에 대한 '지역상생구역'을 대상으로 한다. 본 연구는 쇠퇴 상권 활성화를 위한 '자율상권구역'을 중점적으로 다룬다.

- 지역상권 활성화를 위한 공간관리 측면

지역상권에 대한 공간관리는 단순히 물리적인 시설의 유지보수뿐만 아니라 상업공간의 기획, 운영 등 공간운영 측면을 포함하여 다룰 필요가 있다. 이는 상권에서 장소 가치를 소비하면서, 이용자가 콘텐츠의 생산자이자 소비자가 되는 비즈니스 방식을 고려하여 상권의 공간을 콘텐츠를 담는 그릇으로 접근하는 것이다. 또한, 재화 및 서비스에 대해 지역가치를 발굴 및 재해석하여 상권의 공간이 매개수단이 되는 것을 고려하여 지역상권의 공간계획, 운영관리, 이용주체의 소비방식 등을 입체적으로 파악할 필요가 있다. 이에 본 연구는 지역상권에 대한 물리적인 공간관리를 중점적으로 다루되, 지역상권의 사회경제적인 운영관리의 내용을 포함한다.

[표 1-8] 지역상권 공간관리의 내용적 범주

구분	물리적인 지역상권의 공간환경 계획	사회경제적으로 상권의 효율적인 운영체계
내용	<ul style="list-style-type: none"> • 지역차원 공간관리 범위 및 공간환경 계획 • 상업공간 등 지역자원 연계 활용 관련 등 • 상환경 계획 및 설계, 물리적인 유지보수 등 	<ul style="list-style-type: none"> • 상권 가치를 제고하는 브랜딩 등 • 상권 운영주체 조직화 및 거버넌스 • 비즈니스 및 지역경제 생태계 구축

출처 : 연구진 작성

3) 연구방법

□ 문헌조사 및 분석

- 지역상권 관련 개념, 상권이론, 선행연구 고찰
- 지역상권 관련 제도 및 정책 동향, 관련 국내외 정책 및 계획 사례 조사

□ 공간분석 및 통계자료 분석

- 전국 지역상권 현황 파악을 위한 업소 및 매출액 통계분석, 공간데이터 분석
- 지역상권 공간특성 심층분석을 위한 GIS를 활용한 공간 및 유동인구 데이터분석

□ 현지조사 및 관계자 인터뷰

- 심층분석 대상지 관련 현장실태 파악을 위한 현장조사
- 심층분석 대상지 관련 지역현안 파악을 위한 관계자 인터뷰

□ 전문가 활용 및 자문

- 전문가 자문회의
 - 지역상권 관련 제도 및 정책 동향, 정책현안 자문
 - 지역상권 공간분석 결과 검토, 정책제안 실효성 검증을 위해 공공·실무분야 전문가 자문
- 원고의뢰 및 해외 조사원 활용
 - 국외사례 조사 및 분석을 위한 전문가 원고의뢰 및 해외 조사원 활용
- 외부 전문기관 협동연구
 - 지역상권의 공간특성 분석을 위한 건축 도시 분야 GIS 전문가 등과 협업 진행

4) 연구수행절차

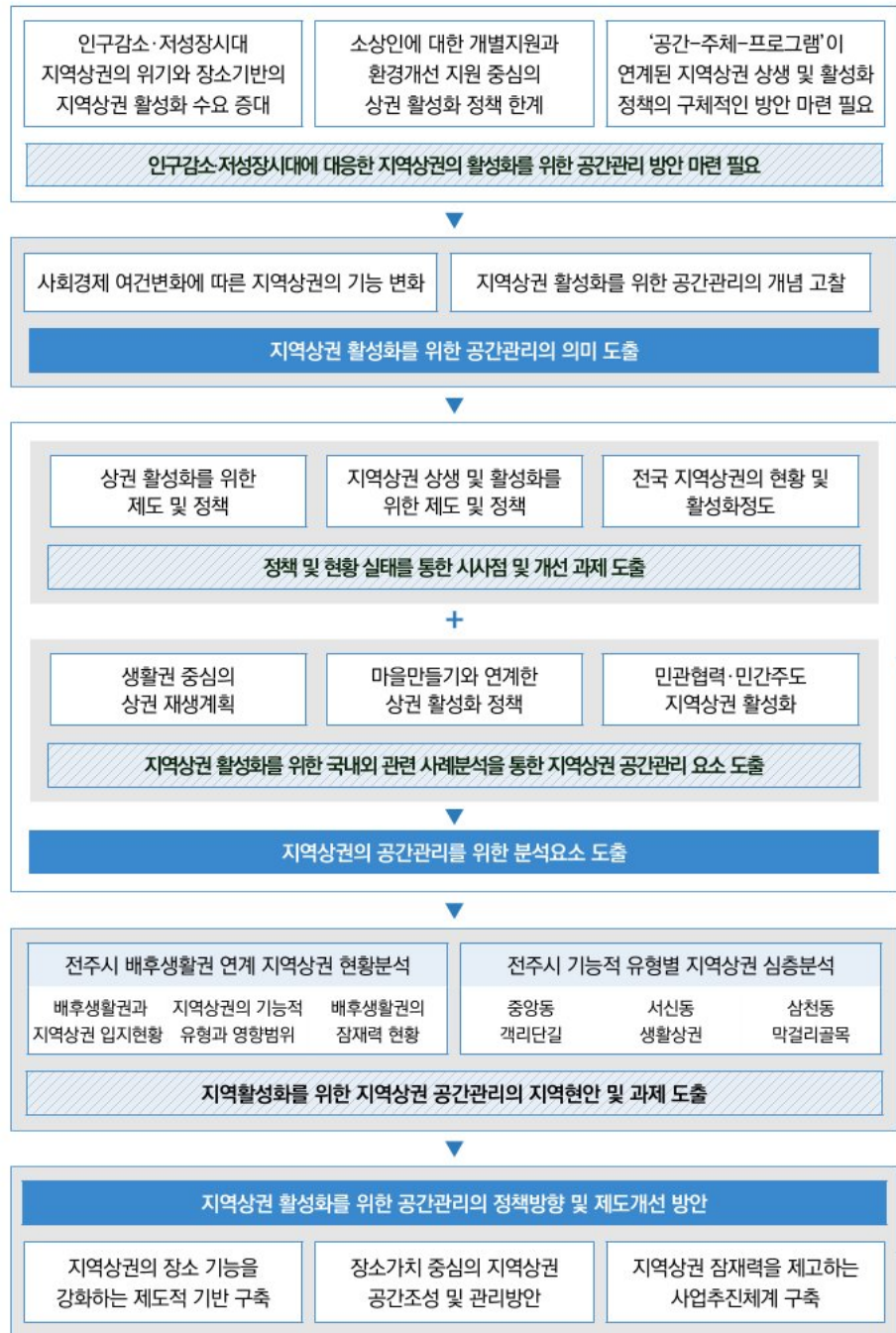


표 1-1

[그림 1-1] 연구추진절차

출처 : 연구진 작성

3. 선행연구 검토

1) 선행연구 현황

□ 소상공인의 경영상태를 토대로 상권 활성화 방안 모색 연구

소상공인의 경영상태를 토대로 상권 활성화 방안을 모색하는 연구는 지역상권의 쇠퇴 문제를 소상공인의 경영악화로 보고 점포 수, 매출액, 폐업률 등을 통해 상권의 특성을 경제적 관점에서 정량적으로 분석하고 이에 대한 방안을 제시하였다.

신기동 외(2019)는 경기도 골목상권을 대상으로 영업이익을 활용하여 과밀지표 조합에 따른 나리오별 과밀업종을 분류결과를 분석하며, 과당경쟁의 대응으로 점포의 양적·질적 수급 불균형 해소를 위한 점포밀도 완화(진입억제, 퇴출촉진)와 수익성 개선(수요 창출, 시장보호)을 위한 방안을 제시하였다. 윤상용(2019)은 서울시 '우리마을가게 상권 분석 서비스'의 정보를 활용하여 생활밀접업종 중 외식업과 서비스업의 폐업률을 분석하며, 폐업률에 유의미한 영향을 미치는 변수가 업종별로 상이하게 나타날 수 있음을 실증하였다. 정은애(2019)는 서울시의 43개 생활밀착업종에 대한 월평균 추정매출액을 토대로 상권 주기별 시공간 패턴에 따른 6개 상권유형을 도출하고 상권단계별 정책 방향을 제시하면서 상권에 대한 예방적·보완적 관리가 필요함을 주장하였다.

□ 지역상권과 공간적 특성의 상관관계 및 영향분석 관련 연구

- 지역상권의 공간 특성과 유동인구 및 소매점포 매출의 상관관계 분석

정은애·성현곤(2018)은 그간 많은 연구에서 상권을 등질적(Homogeneity)으로 가정하고 분석해 왔으나 실제 상권의 형성과 공간적 분포는 지역특성에 따라 이질적으로 나타난다는 점에서, 소매업 매출액에 미치는 요인들의 영향력이 지역의 인구수, 주택공시가격, 건폐율 등에 따라 이질적 공간효과가 있음을 증명하고 지역의 기능과 특성에 맞는 상업계획의 필요성을 주장하였다. 박근송 외(2021)는 공간구문론을 통해 서울시 도시재생활성화지역 45곳의 공간구조적 특성을 분석하여 젠트리피케이션 발생 상권이 대체로 명료도가 높은 특성이 있음을 밝히고, 상권의 공간 특성을 사전에 파악하여 젠트리피케이션 대응이 필요함을 시사하였다. 채한희·이경환(2023)은 서울시 도심부 상업지역 유동인구에 영향을 미치는 도시공간구조와 물리적 환경을 공간구문론(Space Syntax)과 회귀분석을 통해 분석하여, 상권의 주요 가로를 대상으로 사업을 추진하기보다는 상업 지역의 전반적 개선이 필요함을 제안하였다.

- 상권의 지속성 차원에서 생존영향요인 도출 및 장소적 특성 분석

상권의 생존영향에 관한 연구로 박경태·김영훈(2022)은 청주시 골목상권을 대상으로 골목상권의 생존에 미치는 요인을 분석하며 상권규모(점포수), 선점점포비율을 바탕으로 상권별 생존지수와 생존등급을 도출하여 골목상권 유형을 제시하고 장소별 특성을 분석하였다. 임보영·윤주선(2022)은 도시재생사업이 종료된 도시재생 선도지역을 대상으로 근린상권 활성화를 위한 사업효과를 검증하며 사업 종료 후 근린상권의 폐업 경향이 강해지고 있음을 확인하였다.

상권의 장소적 특성과 변화과정을 중심으로 한 연구로 김영재·박인권(2023)은 젠트리피케이션으로 인한 상권의 장소성 변화과정을 소셜미디어 빅데이터를 활용하여 분석하여 서울시 주요 상권을 유형화하면서 '장소성의 상업화'가 있음을 밝히고 지역상권의 장소성 강화를 위해 종합적·입체적 분석이 필요함을 시사하였다. 강태연·박진아(2021)는 상권의 변화과정에 주목하여 상권이 활성화와 쇠퇴 이후에 재활성화의 가능성을 가지고 있음을 주장하며, 상권의 재활성화 단계를 5단계(성장-활성화-안정화-쇠퇴-재활성화)로 구분하고 상권의 변화과정을 시점별로 구분하여 제시하였다.

□ 지역단위 상권 활성화 방안 관련 연구

개별 상권이 아닌 주변지역과 연계하여 상권 활성화 방안을 고찰한 연구는 지역차원의 지원정책의 효과를 검증하거나, 배후지의 상권에 대한 영향요인을 분석하는 연구가 진행되었다.

이영주·임은선(2011)은 지역상권 지원정책의 효과 검증을 위한 시뮬레이션과 상권활성화구역 설정을 위한 모의실험을 시행하고, 지역상권 활성화를 위한 정책방향과 지원방안을 제시하였다. 박지완 외(2023)는 코로나19 전후 상권 영향요인을 분석하여 생활밀접업종과 버스정류장 밀도, 배후지 점포수 등이 성장상권에 영향을 미치는 것을 밝히며, 상권 활성화 정책 및 소상공인 지원 정책 수립 시 상권의 내부뿐만 아니라 배후지 특성을 함께 고려해야 함을 강조하였다.

2) 본 연구의 차별성

선행연구는 상권에서 발생하는 매출, 폐업률 등 소상공인의 경영상태를 통해 상권을 경제적 관점에서 상권에 미치는 영향과 요인을 분석하는 연구가 주를 이루며, 이를 토대로 방안을 모색하고 있다. 한편 최근 연구에서는 지속가능한 상권을 위해 장소성 강화를 위한 상권의 배후지와 연계하여 지역차원에 종합적이고 입체적인 분석이 필요함을 제시하고 있다. 이에 본 연구는 선행연구와 네 가지 측면에서 차별성이 있다.

첫째, 연구대상의 측면에서 본 연구는 상권의 쇠락으로 인해 지역쇠퇴가 가속화되고 있는 지방 중소도시 지역상권 중심으로 분석한다. 이는 선행연구 대부분이 주로 수도권 및 대도시의 지역상권을 대상으로 하고 있는 점과 차별화된다.

둘째, 본 연구는 지역상권의 경제적 여건을 고려하되 지역상권에 대한 장소기반의 공간적 특성을 중점적으로 연구한다. 선행연구들은 매출액, 임대료, 개·폐업률 등 상권의 경제적 측면과 경영상태를 중심으로 상권을 분석하였다면, 본 연구에서는 가로 폭, 입지, 건축물 전면 폭 등의 물리적 특성과 체류 및 집객공간의 기능적·활동적 특성을 고려하여 상권의 공간 특성을 중심으로 지역상권의 공간관리에 대한 요소를 도출하였다.

셋째, 상권의 공간적 범위와 관련하여, 본 연구는 상권을 이용하는 주체의 구매력 및 소비력을 고려하여 상권의 배후생활권을 기반으로 한다. 따라서 기존 연구들이 점포가 밀집된 상권을 중심으로 경제적 활성화에 초점을 맞추었다면, 본 연구는 상권과 지역사회 간의 상호작용을 고려하여 지역의 생활권과 연계하여 도시계획, 도시설계, 건축적 위계에서 다각도로 분석한다. 이에 상권이 지닌 장소적 가치를 토대로 지역상권의 공간계획과 운영관리를 포함하는 ‘공간관리’의 의미와 기본방향을 제시함으로써 종합적인 지역상권의 공간관리 방안을 제시한다는 점에서 차이가 있다.

[표 1-9] 선행연구 검토

구분	연구목적	연구방법	주요 연구내용	
소상공인의 경영상태를 중심으로 한 상권 활성화 방안 연구	1	<ul style="list-style-type: none"> 과제명 : 골목상권 과당경쟁 실태와 개선방안 연구 연구자(연도) : 신기동 외(2019) 연구목적: 골목상권의 자영업 과당경쟁 문제의 실태 분석 및 정책대안 제시 	<ul style="list-style-type: none"> 문헌조사 통계조사 	<ul style="list-style-type: none"> 골목상권 및 과당경쟁 개념 및 분석틀 정립 자영업 과당경쟁 관련 선행연구 및 정책동향 분석 골목상권 과당경쟁의 현황과 발생요인 분석 골목상권 과당경쟁 해소를 위한 정책대안 도출
	2	<ul style="list-style-type: none"> 과제명: 지역상권 특성이 자영업자 폐업률에 미치는 영향에 관한 연구 연구자(연도): 윤상용(2019) 연구목적: 지역 및 상권의 특성이 자영업자의 신용위험(폐업)에 미치는 영향력 분석 	<ul style="list-style-type: none"> 문헌조사 통계조사 패널회귀분석 	<ul style="list-style-type: none"> 신용평가 방식의 현황 및 변화와 사례 서울시 우리마을 상권분석 서비스를 토대로 상권정보 특성 및 기초분석 지역상권 정보와 폐업률의 실증분석을 통해 정책제언 제시

구분	연구목적	연구방법	주요 연구내용	
	3	<ul style="list-style-type: none"> 과제명 : 상권주기에 따른 소상공인 및 자영업 정책방향 연구자(연도): 정은애(2019) 연구목적: 상권주기 관점에서 시공간 패턴에 따라 상권 유형 도출 및 상권단계별 정책 방향 제시 	<ul style="list-style-type: none"> 문헌조사 핫스팟분석 시공간 매출패턴 분석 	<ul style="list-style-type: none"> 소상공인 주요정책 분석 및 정책진단 서울시 시공간 매출패턴 분석 및 상권분류 상권주기에 따른 상권유형 및 특성 분석 '상권에방직' 관리, '상권보완적' 관리, 체계적 상권관리체계 마련의 정책방향 제시
지역상권과 공간특성의 상관관계 및 영향분석 관련	4	<ul style="list-style-type: none"> 과제명: 공간의 이질성 특성이 소매업 매출액에 미치는 차별적 영향 분석 연구자(연도): 정은애·성현곤(2018) 연구목적: 소매업 매출액에 영향을 미치는 요인의 이질적인 공간효과를 규명 	<ul style="list-style-type: none"> 문헌조사 통계조사 회귀분석, 공간분석 (SLM, SEM, GWR) 	<ul style="list-style-type: none"> 소매업의 군집특성, 이익추정에서 이질적 공간효과 파악 관련 이론적 고찰 소매업과 매출액의 종속적 공간효과 분석 입지특성으로 인한 소매업 매출액에 미치는 요인들의 영향력 차이인 공간이질성 분석
	5	<ul style="list-style-type: none"> 과제명: 서울시 도시재생활성화지역 내 젠트리피케이션 발생지의 공간구조적 특성 연구 연구자(연도): 박근송 외(2021) 연구목적: 도시재생활성화지역을 비교분석하여 젠트리피케이션이 발생한 공간구조적 특성 도출 	<ul style="list-style-type: none"> 문헌연구 공간분석 (Space Syntax, GIS) 	<ul style="list-style-type: none"> 도시재생사업지역의 공간구문론 적용 및 분석 젠트리피케이션 발생지역과 도시재생활성화지역의 특성분석 젠트리피케이션 발생지역을 포함한 도시재생활성화 지역의 특성분석
	6	<ul style="list-style-type: none"> 과제명: 상업지역 유동인구에 영향을 미치는 도시공간구조 및 물리적 환경특성 분석 연구자(연도): 채한희·이경환(2023) 연구목적: 상업지역 유동인구에 영향을 미치는 도시공간구조 및 물리적 환경특성을 실증 분석 	<ul style="list-style-type: none"> 문헌조사 공간분석(Space Syntax, GIS) 통계분석(SPSS 활용한 회귀분석) 	<ul style="list-style-type: none"> 상업지역 유동인구에 영향을 미치는 도시공간구조 및 물리적 환경특성 관련 이론 검토 분석데이터 구축 및 분석방법, 분석모형 설정 서울 도심부 상업지역 도시공간구조 분석 및 유동인구 영향요인 분석
	7	<ul style="list-style-type: none"> 과제명: 청주시 골목상권 생존 요인과 상권 유형별 생존 등급 분류 연구자(연도): 박경태·김영훈(2022) 연구목적: 청주시를 대상으로, 골목상권의 생존에 영향을 미치는 요인을 분석 	<ul style="list-style-type: none"> 문헌조사 회귀분석 (Cox비례위험 회귀모형) 	<ul style="list-style-type: none"> 골목상권의 영역 설정 및 생존요인 분석과정 설정 청주시 골목상권 생존요인 분석 (주요변수 : 용도지역, 상권 규모, 선점 점포 비율, 밀집도, 업종 다양성, 임대료, 유동인구 등) 골목상권의 생존지수 도출 및 생존 등급분류
	8	<ul style="list-style-type: none"> 과제명: 도시재생선도지역의 근린상권 실태분석 연구자(연도): 임보영·윤주선(2022) 연구목적: 도시재생사업 시행 지역과 주변지역 근린상권에 미치는 영향력을 정량적으로 분석하여 도시재생사업 실효성을 검증 	<ul style="list-style-type: none"> 분헌연구 공간분석 및 계량통계분석 현장조사 및 관계자 인터뷰, 전문가 자문 	<ul style="list-style-type: none"> 도시재생선도지역의 근린상권의 물리환경·사회경제 현황 및 특성 분석 도시재생사업이 도시재생사업지 일대 근린상권에 미친 영향력 분석 도시재생사업지 일대 근린상권의 생존율 영향요인분석
9	<ul style="list-style-type: none"> 과제명: 빅데이터를 활용한 젠트리피케이션 상권의 장소성 분류와 특성 분석 연구자(연도): 김영재·박인권(2023) 연구목적: 젠트리피케이션이 발생한 상권의 장소성 유형화와 유형별 특징 분석 	<ul style="list-style-type: none"> 문헌연구 빅데이터분석 	<ul style="list-style-type: none"> 상업적 젠트리피케이션과 인터넷을 통한 장소성의 전파·확장을 고려한 분석방법 검토 텍스트마이닝을 활용한 젠트리피케이션 상권분류 인지적 차원의 '경험'과 실제적 차원의 '상권특성'으로 상권의 군집별 특성 분석 	
10	<ul style="list-style-type: none"> 과제명: 상권변화과정 분석을 통한 상권 재활성화 진단 연구 연구자(연도): 강태연·박진아(2021) 연구목적: 상권 재활성화의 가능성이 보이는 압구정 로데오 상업지역의 변화과정 고찰 	<ul style="list-style-type: none"> 문헌연구 군집분석 	<ul style="list-style-type: none"> 상권변화 단계 및 재활성화 정의 상권변화 변수 설정 (주요변수 : 상권활력도, 업종유지, 허쉬만-허핀달지수, 양식음식점비율, 의료업비율, 상업화 정도) 상권변화 단계별 특징 분석 	

구 분	연구목적	연구방법	주요 연구내용	
지역단위 상권 활성화 방안 연구	11	<ul style="list-style-type: none"> 과제명 : 서민경제 안정을 위한 지역상권 활성화 방안 연구 연구자(연도) : 이영주·임은선(2011) 연구목적: 유통시장 여건 및 제도 변화가 지역상권에 미치는 영향을 실증분석, 상권 활성화의 정책효과를 시뮬레이션하여 지역상권 활성화 방안 모색 	<ul style="list-style-type: none"> 문헌조사 해외 사례 연구 설문조사 및 인터뷰 GIS 공간분석 상권변화 시뮬레이션 	<ul style="list-style-type: none"> 지역상권의 여건변화 및 정책동향 검토 국의 지역상권 관련 정책동향 검토 지역상권(중심상권, 전통시장, 골목상권)의 실태분석 지역상권 활성화 전략 및 지원방안 도출
	12	<ul style="list-style-type: none"> 과제명 : 골목상권 매출액 데이터를 활용한 성장·쇠퇴 유형화와 성장상권 영향요인 분석 - 코로나 19 전후를 대상으로 - 연구자(연도) : 박지완 외(2023) 연구목적: 성장상권과 쇠퇴상권을 유형화하고, 성장상권에 영향을 미치는 요인 분석 	<ul style="list-style-type: none"> 문헌연구 DTW 시계열 군집분석 로지스틱 회귀분석 	<ul style="list-style-type: none"> 성장상권, 쇠퇴상권의 정의 및 유형화 성장상권에 미치는 영향요인 실증분석
본 연구	<ul style="list-style-type: none"> 과제명 : 지역상권 활성화를 위한 공간관리 방안 연구목적: 인구감소 및 저성장시대에 대응하여 지역상권의 활성화와 지속가능한 경제생태계 구축을 위한 지역차원의 공간관리 방안을 제시 	<ul style="list-style-type: none"> 문헌조사 통계분석 공간분석(GIS) 현지조사 및 관계자 인터뷰 전문가 자문 	<ul style="list-style-type: none"> 지역상권의 기능변화와 공간관리의 의미 도출 지역상권 활성화 관련 정책동향 분석 지역상권 활성화를 위한 공간관리 국내·외 사례분석 지역상권의 공간특성 및 공간관리 현안분석 지역상권 활성화를 위한 공간관리의 정책 및 제도개선 방안 	

출처 : 각 연구를 토대로 연구진 작성

제2장 지역상권의 기능변화와 공간관리의 의미

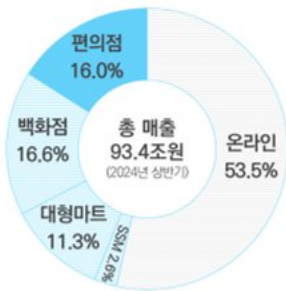
- 1. 사회경제 여건변화에 따른 지역상권의 기능 변화
- 2. 지역상권 활성화를 위한 공간관리의 의미

1. 사회경제 여건변화에 따른 지역상권의 기능 변화

1) 전통상권 중심의 소비활동에서 미디어를 활용한 소비패턴으로 변화

□ 디지털 기술 발달로 인한 비대면 소비문화 확산과 직주근접의 동네상권 부상

- 온라인 장비기와 홈어라운드·홈코노미 중심의 소비와 생활상권의 부상



[그림 2-1] 유통업체별 매출구성비('24년 상반기)

출처 : 산업통상자원부. (2024). '24년 상반기 주요 유통업체 매출 10.5% 증가. 7월 30일 보도자료. p.2.

디지털 전환 및 코로나19 시기 비대면 거래 활성화로 일상생활의 소비 공간에도 큰 변화가 나타났다. 구매자는 생필품과 식료품 대부분을 온라인에서 비교검색하며 저렴하게 구매하는 한편, 집주변 생활반경에서는 그때그때 필요한 만큼 소량 구매하는 소비행태로 변화하고 있다. 이와 동시에, 소비·문화·여가 등을 집에서 해결하는 '홈코노미' 서비스가 확산¹⁴⁾되고 새벽배송과 주문 즉시 물품을 배달하는 퀵커머스 시장이 성장함에 따라 하이퍼로컬 기반의 동네상권이 부상하고 있다.

이에 일상생활에서 집주변 근거리에서 소량으로 구매하는 소비행태가 확산되면서 편의점 중심의 소비가 증가하고 있다. 2024년 상반기 유통업체별 매출¹⁵⁾을 살펴보면, 온라인 매출 비중이 53.5%로 오프라인 점포(46.5%)를 크게 상회하며 압도적인 성장세를 보

14) 집(Home)+경제(Economy)의 합성어로, 홈코노미 서비스는 음식 및 생활용품 배달업, 대여업, 홈 케어(출장청소) 업종 등이 해당. (관계부처 합동. (2021). 서비스산업 코로나19 대응 및 발전전략. 3월 3일 보도자료. p.7.)

15) 산업통상자원부. (2024). '24년 상반기 주요 유통업체 매출 10.5% 증가. 7월 30일 보도자료. p.2.

이고 있다. 특히, 편의점은 16%의 매출 비중을 기록하며 대형마트(11.3%)를 추월하고 백화점(16.6%)과는 유사한 수준으로 나타나 직주근접의 근거리 소비 트렌드를 반영하는 유통 채널로 자리매김하고 있다. 이에 과거 대형마트 및 백화점 등의 현장구매가 주요 소비 방식이었던 것과 달리, 온라인시장이 주요 구매처로 자리 잡으면서 오프라인 점포는 필요시 이용하는 선택적인 구매처로 변화하고 있다.

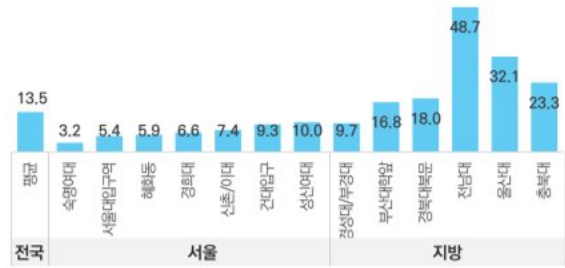
• 일상생활을 지원하는 비대면 셀프소비 증가로 대면서비스 점포의 폐업 증대

디지털 전환에 따라 구매자의 소비 방식뿐만 아니라, 판매자의 점포를 운영하는 방식에도 변화가 나타나고 있다. 고물가·고금리 영향, 최저임금 인상에 따른 인건비 부담과 인력난으로 인해 무인점포로 운영하거나 키오스크, 음식 조리/서빙 로봇 등으로 인력을 대체하는 현상이 증가하고 있다. 이에 소비자와 판매자간 비대면 결제방식이 확산하고, 배달플랫폼이 활성화되면서 점포 내 소비자가 체류하는接客공간을 두지 않고 제품 및 서비스를 제공하는 영업형태가 나타나고 있다. 또한, 비대면 세탁 서비스, 가사, 생활 심부름 등 앱을 통한 온오프라인 연계(O2O) 서비스 증대¹⁶⁾로 생활서비스를 제공하는 동네 세탁소나 목욕탕¹⁷⁾, 문방구 등의 폐업이 증대되고 있다.

이러한 현상은 물가 상승과 더불어 온라인 소비와 모바일·비대면 결제에 능숙한 청년층과 1인 가구가 많은 대학가 상권에서 두드러지게 나타나며, 특히 지방 대학가 상권에서 폐업 증가 현상이 더욱 심각하게 나타나고 있다.



[그림 2-2] 무인점포 증가 (좌) 및 무인점포 이용건수(우) 추이
출처 : 오효정, (2024). 무인매장 전성시대 '대세' 바뀐다...아이스크림 지고 뜨는 이것. 중앙일보 3월 31일 기사. <https://www.joongang.co.kr/article/25239170> (검색일: 2024.05.03.)



[그림 2-3] 대학가 상권별 증대형 상가 공실률 (2023년 4/4분기)
출처 : 한국부동산원, 상업용부동산임대동향조사 (2023 4/4). <https://www.reb.or.kr/r-one/portal/bbs/rpt/selectBulletinPage.do> (검색일: 2024.01.29.)을 토대로 연구진 작성

- 16) 개인 신용카드 통계 기준 전자상거래/통신판매를 통한 비대면 소비는 2011년 8.9%에서 2022년 23.8%로 빠르게 성장. (현대경제연구원, (2023). 국내 5대 소비분화 현상과 시사점. 경제주평, 통권 944호. p.6.)
- 17) 지난 5년간(2018-2023) 세탁업은 5,271개 점포가, 목욕장업은 1,033개가 감소.

[전국 세탁소 및 목욕탕 현황(2018-2023)]

구분	2018	2019	2020	2021	2022	2023	5년간 증감률
세탁업	25,784	24,484	23,134	22,472	21,363	20,513	-20.4%
목욕장업	6,911	6,762	6,439	6,286	6,025	5,878	-14.9%

출처 : 국가통계포털, 사·도별 공중위생영업소 현황. https://kosis.kr/statHtml/statHtml.do?orgId=117&tblId=TX_117430022&conn_path=12 (검색일 : 2024.05.03.)

□ 희소한 공간에 대한 경험과 온오프라인 융합의 공간소비문화 확산

- 대형마트·백화점 등 대형유통업체의 점포 생존전략으로 체험형 소비공간 조성

1990년대 유통 공룡으로 등장했던 이마트, 홈플러스, 롯데마트 등 대형마트와 백화점은 오늘날 비대면 소비의 일상화로 온라인시장과의 경쟁에 직면하였다. 대형유통업체는 온라인 플랫폼 성장으로 인한 경쟁력 약화와 수익성 악화로, 도심 점포를 폐점 처리¹⁸⁾하거나 퀵커머스 서비스 전환을 위해 도심형 물류센터를 구축하게 되면서 그에 따른 지역 일자리 감소, 부지 유향화 및 주변 상권의 침체가 심화되고 있다.

현장 구매의 필요성과 공간이용도를 높이기 위해 대형마트는 판매공간을 축소하고 체험공간 확대로 리뉴얼¹⁹⁾하여 '사러 간 김에 놀이'가 아닌 '놀러 간 김에 소비'하는 소비 공간의 이용 개념이 변화하고 있다. 이와 마찬가지로 백화점은 희소한 공간경험을 위해 일시적인 팝업스토어나 유명 로컬브랜드를 입점²⁰⁾시키고 온오프라인 통합마케팅으로 공간의 이용도를 높여 브랜드가치를 높이고자 한다.



이마트 연수점 랜더스 광장 이마트 연수점 그로서리 롯데마트 잠실점 와이너리 홈플러스 동대문점 풋살장

[그림 2-4] 대형마트의 체험을 위한 소비공간화

출처 : 김금영. (2023). [미래형 라이프스타일 공간①] 매장서 채소 키우고, 축구·스케이트 즐기고...대형마트 놀러 가는 사람들. 문화경제. 6월19일 기사. <https://weekly.cnbnews.com/news/article.html?no=151380> (검색일: 2024.02.01.)



현대백화점 : 더현대서울
자연주의 콘셉트 기반
리테일테라피 및 팝업점포

롯데백화점 그라운드 시스
예술과 쇼핑을 결합한
아트비즈니스

롯데백화점 아트리움
팝업 전용공간을 조성하여
체험형 팝업스토어 운영

신세계 백화점 넥스페리움
과학과 예술을 결합한
사이언스 뮤지엄

[그림 2-5] 백화점의 체험형 팝업스토어

출처 : (좌측 2개 사진) 엄아람. (2021). '체험' 주력하는 백화점업계... 쇼핑 넘어 여가 공간으로 '탈바꿈'. 시사위크. 10월15일 기사. <https://www.sisaweek.com/news/articleView.html?idxno=147970> (검색일: 2023.02.01.);

(우측 2개 사진) 현대백화점 공식블로그. <https://theyundaiblog.com/entry/thehyundaiseoul-spot> (검색일: 2023.02.01.)

- 18) 이마트·홈플러스·롯데마트의 대형마트 3사 전국 점포는 2019년 424개에서 2023년 396개로 감소하여 기존 점포 정리 및 선택과 집중 추진. (최은경. (2023). '23년 해운대 '터줏대감' 문 닫았다...400개도 안 남은 대형마트'. 중앙일보. 10월 30일 기사. <https://www.joongang.co.kr/article/25203321>, 검색일: 2024.02.01.)
- 19) 김금영. (2023). [미래형 라이프스타일 공간①] 매장서 채소 키우고, 축구·스케이트 즐기고...대형마트 놀러 가는 사람들. 문화경제. 6월19일 기사. <https://weekly.cnbnews.com/news/article.html?no=151380> (검색일: 2024.02.01.)
- 20) '더현대서울'은 개점 이후 1년 6개월 동안 3,508개 브랜드 500회 넘는 팝업스토어를 운영하며 1천억원 매출 발생. (이혜운. (2024). MZ세대를 알려면 여기로... '더현대 서울' 팝업 매출 탑3 [여기힘해]. 조선일보. 1월 8일 기사. <https://www.chosun.com/national/weekend/2024/01/08/IFGIIQFFMJGDVEPG7XIL2ATXLQ/>, 검색일: 2024.02.01.)

- SNS 기반 로코노미의 공간소비문화 확산과 장소 애칭으로 불리는 신흥상권 부상

대형유통업체의 소매공간이 체험 공간화되는 것과 같이 변화가 등 상업거리에도 변화가 나타난다. 정형화된 소비문화보다 개인의 취향과 특화된 비즈니스를 선호하는 로코노미(Local+economy)의 공간소비문화가 확산되고, 디지털에 능숙한 MZ세대가 주 소비계층이 되면서 SNS를 통한 바이럴 마케팅으로 식음료(Food & Beverage) 중심의 핫플레이스가 확산되고 있다. 특히, 검색포털이나 SNS로 사전에 확인하고 구매하는 소비습관이 자리 잡으면서 공간소비자가 정보의 생산 주체이자 소비주체가 되고 장소 정보가 확산되면서 -리단길, -로수길, 힙OO 등 특정 장소 애칭으로 불리는 신흥상권이 부상하였다. 이 같은 체험공간 중심의 상권은 한국관광공사 2021년 12월 기준 전국 골목상권 총 462곳 중 '지역특화거리(카페거리, 특화거리)' 264곳(57.1%), '리단길' 125곳(27%)²¹⁾으로 전체의 84.1%를 차지한다.

한편, 신흥상권은 역세권이나 대로변의 접근성이 좋은 곳보다 저렴한 지가의 뒷골목 및 이면도로에 주로 상업지역이 아닌 주거지역 및 준공업지역에 형성하여 확산하는 경향이 있다. 신흥상권은 도심 및 중심지에 형성되는 전통상권에 비해 상대적으로 열악한 접근성과 공간적 여건을 가지고 있으나, 매출액은 높게 나타나고²²⁾ 휴먼스케일의 공간감과 특정 장소 애칭의 브랜딩으로 유동인구 또한 많은 특징이 있다.



성수동, 디올 성수



성수동, 포르셰 나누

[그림 2-6] 핫플레이스의 팝업스토어
출처: (위) 디올 성수, (아래) 포르셰 코리아



[표 2-1] 신흥상권의 장소애칭 사례

구분	사례지역
○리단길	연리단길(연남동), 용리단길(용산), 해리단길(해운대), 객리단길(전주)
○로수길	세로수길/다로수길(신사동), 사로수길(서울대입구역), 뒤로수길(※주요 가로의 뒷골목 의미)
힙○○	힙지로(을지로), 힙당로(신당동), 힙랑리(청랑리), 힙포동(전포동)
기타	빵천동(남천동 빵지순례길), 합마르뜨(합정), 용마루길(용문시장)

[그림 2-7] 신흥상권의 용도지역 및 주요 점포(●카페/음식점) 현황

출처: 카카오맵. <https://map.kakao.com/> (검색일: 2024.02.01.)

출처: 연구진 작성

21) 한국관광데이터랩. 지자체 관광 경쟁력 사업 관련 골목상권 리스트(2021.12). <https://datalab.visitkorea.or.kr/common/board/Download.do?bcIdx=299509&cbIdx=1129&strFileNm=cc1f8da2-8443-42f4-a600-3eba82c4287d.xlsx> (검색일: 2024.01.15.)

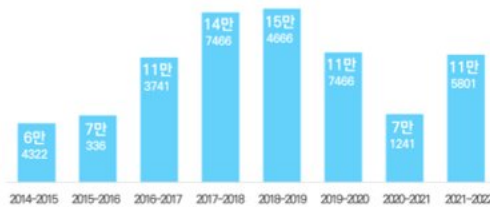
22) 리플랫폼. (2023). 2023년 상권활성화사업 상권과 로컬상권 비교분석. 소상공인시장진흥공단, p.94.

□ 지역상권의 팝업화와 급변하는 상권의 이동·변화·확장

- 핫플레이스를 활용한 팝업스토어의 현지화(Localization)전략 확산

신흥상권이 부상하는 한편, 대기업 및 백화점 운영사는 유명 해외 브랜드를 독점 계약하고 해당 점포를 점포 내부에 한정되지 않고 백화점 밖 유동인구가 많은 지역의 핫플레이스에 입점²³⁾하여 새로운 상권에서 브랜드의 위상을 제고하는 흐름도 나타나고 있다.

과거 기업의 브랜드 인지도를 강화하기 위해 유명상권이나 교통중심지에 플래그십 스토어를 조성하여 브랜드의 상징 점포로 장기 운영했던 것과 달리, 유행을 선도하는 신흥상권에 입지하여 단기간의 팝업스토어 운영으로 상점운영에 대한 비용효율화를 추구하는 경향이 늘고 있다. 이에 일명 '핫플레이스' 상권에는 주(週)단위 점포 임대 방식이 등장하여 '가치공간, Project Rent, hourplace' 등 팝업스토어 공간대여 플랫폼이 증가하며, SNS를 기반으로 브랜드를 홍보하고 시시각각 변화하는 지역상권의 팝업화 확산하고 있다.



[그림 2-8] 팝업스토어 키워드 언급량 추이

출처: 김은영. (2023). [팝업의 시대]① "쇼핑 공간? 아니 시간제한 놀이터"... '리테일 미디어'로 진화하는 팝업스토어. 조선비즈 1월12일 기사. <https://biz.chosun.com/distribution/channel/2023/01/04/GRFL5N3UTJEBDEIYJITN03UOTI/> (검색일: 2024.04.28.)



[그림 2-9] 성수동 팝업스토어 현황(2024.4, 약 50개소)

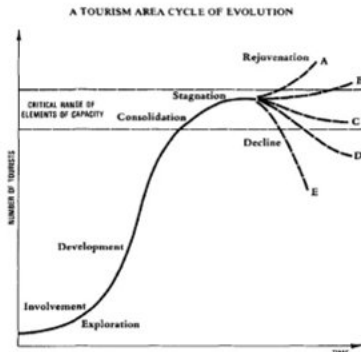
출처: 네이버지도. "성수동 팝업" 검색. <https://map.naver.com/> (검색일: 2024.04.28.)

- 젠트리피케이션으로 상권의 '성장-성숙-쇠퇴'의 주기가 빨라지는 현상 빈번

Butler(1980)의 관광지 수명주기 모델(Tourism Area Life Cycle Model)에 따르면 상권은 성장 수준에 따라 '도입 및 성장-성숙-정체-쇠퇴-재활성화'의 단계에 따라 활성화 정도가 변화한다. 그러나 최근 리단길 등 신흥상권의 성장과 쇠퇴는 과당경쟁과 임대료 상승 등으로 인해 상권의 기능이 유지되는 기간은 약 2~3년 정도²⁴⁾에 불과하여 상권의 단명 현상이 빈번하게 나타난다. 특히, 신흥상권은 과거 교통거점이나 상업 중심지의 핫플레이스와 달리 주로 재개발·낙후지역 등 주거지역의 상업화로 나타나 정주여건을 크게 변화시켰다.

23) 롯데백화점은 싱가포르 바사커피를 청담명품거리에 입점하고 갤러리아백화점의 운영사는 강남대로에 미국 유명버거 파이브가이즈 입점. (배윤경. (2024). "백화점에는 없다"...청담동 커피·강남 버거 매장 내는 이들의 정체. 매일경제. 2월 3일 기사. <https://www.mk.co.kr/news/business/10935893>, 검색일: 2024.04.28.)

24) 이주원. (2019). 5일마다 한 곳 폐업...위기의 신흥상권. 서울경제. 4월 30일 기사. <https://www.sedaily.com/NewsView/1VI2FSTB5W>. (검색일: 2024.04.28.)



[그림 2-10] Tourism Area Life Cycle Model
출처 : Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. Canadian Geographer, Le Géographe canadien, 24(1), p.7.

[표 2-2] 상권의 생애주기별 주요 특징

주기	주요 특징
성장기	-점포 유입 및 상권 확산, 창업 활발, 폐업 미미
성숙기	-점포 유입 지속·성장 -창업 활발, 임대료 상승 시작 및 폐업 발생
정체기	-상권 규모의 증가 없이 유지 -창업과 폐업 규모가 유사한 수준
쇠퇴기	-상권 규모 점차 축소 -창업보다 폐업 증가, 영업 점포 밀도 감소
재활성화기	-쇠퇴기 이후 재활성화, 새로운 점포 유입
쇠퇴말기	-쇠퇴기 이후 폐업 활발, 상권 규모 축소

출처 : 손용만. (2016). 쇠퇴상권 재활성화를 위한 도시재생 계획요소 연구. 광운대학교 박사학위논문. pp.15-16; 김태연. (2021). 시계열 분석을 통한 상권 재활성화 현상 분석. 한양대학교 석사학위논문. p.39 을 토대로 연구진 작성

[표 2-3] 서울 상권의 핫플레이스 변화

구분	주요 특징 및 사례
1세대	-교통거점으로 금융/상업 중심지 -명동, 서울역, 영등포역 등
2세대	-대학가 및 지하철 노선 연결 -신촌, 이대, 홍대, 건대, 강남역 등
3세대	-외국 문화 및 럭셔리 등 고급 문화 -압구정, 청담, 이태원, 한남, 서래마을 등
4세대	-노후주거지, 재개발 예정지 등 -서촌, 삼청동, 연남동, 연희동, 경리단길 등

출처 : 김용섭. (2024). 라이프트렌드 2024. 부키. pp.150-152.

- 문화적 차별성을 위해 소비트렌드에 따라 빠르게 확장·이동하는 핫플레이스

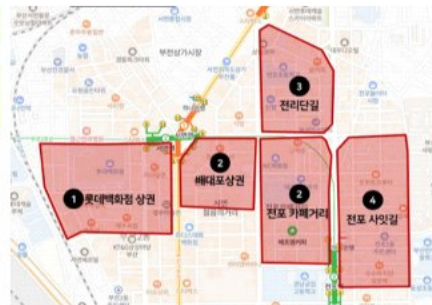
신흥상권은 저렴한 지가에 입지하여 성장 초기 독특함과 다양한 매력으로 유명해지기 시작하지만 점차 대규모 자본의 유입과 유사 점포 증가로 다양성을 상실하여 기성 상권과의 차별성을 잃게 된다. 유행에 민감한 소비자는 새로운 핫플레이스를 찾아 이동하고, 소상공인은 저렴한 지가를 찾아 새로운 배후지역으로 점포를 이동하게 되어 신흥 상권 생성과 쇠퇴가 반복되며, 상권의 확장과 이동이 단기간에 빠르게 진행된다.

그 예로, 리단길의 시초로 알려진 이태원은 경리단길에서 해방촌으로 상권이 이동하였으며, 부산 서면 일대는 공구거리 및 배대포 골목에서 전포카페거리, 전리단길, 전포 사잇길로 신흥상권이 확장 및 이동 현상을 들 수 있다. 특히, 홍대상권의 경우 합정, 상수, 연남동, 경의선 책거리 일대로 상권이 확장하며 '메가 상권'으로 팽창하였다. 이처럼 핫플레이스는 유행에 민감하게 반응하여 상권의 확장 및 이동을 촉진하는 요인으로 작용하고 있다.



[그림 2-11] 상권 확장·이동 : 서울 이태원 일대

출처 : 정다운. (2016). 요즘 뜨겁다는 서울 해방촌-이태원-경리단길 거쳐 이제 해방촌 활짝. 매일경제. 9월 26일 기사.
<https://www.mk.co.kr/economy/view.php?sc=50000001&year=2016&no=674095> (검색일: 2024.04.01.)



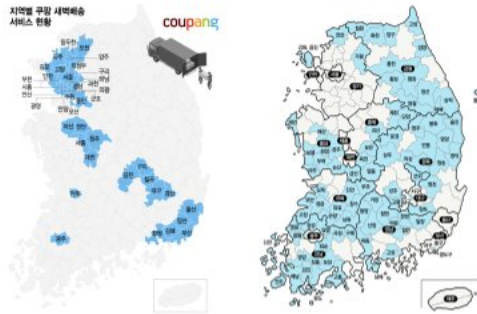
[그림 2-12] 상권 확장·이동 : 부산 서면 일대

출처 : 전현희. (2023). 부산 '전리단길' 뜨자 그 옆 동네가 '땅값 4년 만에 2배가 뛰었다. 땅잡고. 10월 7일 기사.
https://reality.chosun.com/site/data/html_dir/2023/10/06/2023100602593.html (검색일: 2024.04.01.)

2) 인구감소에 따른 지방중소도시 지역상권의 수요 변화

□ 인구감소지역의 상업시설 인프라 부족과 쇼핑난민 발생

온라인 구매확산으로 인한 상품유통망은 일정 규모 이상의 인구와 구매력이 있어야 구축될 수 있으므로 인구감소지역은 유통망 구축에서 소외될 수밖에 없다. 실제 2022년 3월 기준 쿠팡 새벽 배송서비스 지역을 보더라도 인구소멸지역은 서비스가 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 구매수요를 근거로 설치되는 지방의 물류센터 및 유통망의 인프라 부족에서 비롯된 것으로 새벽배송을 증시하는 청년계층의 지방 중소도시 기피현상에도 영향을 미칠 수 있다. 이처럼 유통망이 구축되지 못함으로 인해 발생하는 지역의 소비 위축은 쇼핑난민 발생과 식품사막화²⁵⁾로 이어질 수 있다. 또한 이로 인한 관련 일자리 창출과 지역의 산업 경제 차원의 문제로 확대될 우려가 있다.



[그림 2-13] 쿠팡 새벽배송 지역(좌)과 인구소멸지역(우) 비교

출처: (좌) 정현수 외. (2022). [단독] '쿠세권 지도' 그려봤더니.. 국토의 84%에 새벽배송 없다. 머니투데이. 3월 19일 기사. <https://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2022031719361090714> (검색일: 2024.02.01.); (우) 행정안전부. 인구감소지역 지정. <https://www.mois.go.kr/frt/sub/a06/b06/populationDecline/screen.do> (검색일: 2024.02.01.)

□ 생활인구를 확보를 위한 원도심 중심의 지역특화 및 중소도시 관광상권화

인구감소로 인한 지방 중소도시는 상권 붕괴 및 지역쇠퇴 문제해결을 위해 생활인구 확대를 위한 관광지 및 지역장소를 활용한 관광 상권화에 관한 관심이 증대되고 있다. 특히, 일자리 부족 및 경제 기반 약화 등 상권 붕괴가 현실화되고 있으며, 이에 지방정부는 주요 상권을 관광지화하며 지역의 구매·소비력을 지역 내부보다 외부에서 찾고자 한다. 특히, 농산어촌의 읍 중심지 등 주요 상권은 지역민의 생활 상권이자, 소득 창출을 위한 관광상권의 기능을 하며, 영세 버스터미널 등 대중교통시스템 운영 및 생활서비스와 밀접한 관련이 있어 소도시 상권의 역할이 더욱 중요해지고 있다. 이에 문화체육관광부는 'K-관광 마켓' 10곳²⁶⁾을 선정하여 지역 관광지와 연계하여 관광코스 개발 및 맞춤형 지원을 통한 전통시장을 관광 명소화로 추진하고 있다.

25) 이민아. (2023). [인구 충격, 소비 충격]⑤ '식품 사막' 된 인구 소멸 지역... 쿠팡 새벽배송 지도가 주는 교훈. 조선일보. 11월 20일 기사. <https://biz.chosun.com/distribution/food/2023/11/20/CWVXS057R5CGPK3P2H5SLZVBAE/> (검색일: 2024.02.05.)

26) 속초 관광수산시장, 단양 구경시장, 순천 옷장, 안동 구시장연합, 진주 중앙·논개시장 등 (문화체육관광부. (2023). 내수 활성화의 특급엔진 'K-관광 마켓' 10선으로 지역 경제 활력 이끈다. 5월 3일 보도자료. pp.3-4.)

3) 이용권을 고려한 N분 생활권 중심의 지역상권의 변화

□ ‘세력권’에서 ‘이용권’으로 생활권 중심의 도시기본계획의 변화와 생활상권의 부상

도시기본계획에서 생활권은 시설 배치와 인구 배분을 위한 수단으로써, 상업시설은 생활권에 포함되어 그 기능을 보조한다. 이에 인구규모에 따라 근린생활권에는 근린상가, 소생활권에는 전통시장권역, 중생활권에는 지구중심 쇼핑센터, 대생활권에는 백화점 및 유통단지 등의 시설을 배치하는 것으로 규정된다.²⁷⁾

【표 2-5】 도시기본계획의 생활권 설정에서 상권

구분	설정기준	인구규모	고려사항	관련 시설
근린생활권	인보구	-	2~8백명	-유아놀이터
	근린분구	-	3~5천명	-유치원, 어린이공원, 작업장, 근린상점 포함
	근린주구	2~4개의 근린분구	5천~1만명	-초등학교, 근린상가 포함, 간선도로 및 녹지 등에 의해 다른 지역과 구분
소생활권 (근린지구 중심)	행정동	2~3만명	-중·초등학교 학군, 전통적 시장권역, 역세권역 -지형적, 인위적 제약성, 지역적 특수성	-동사무소, 우체국, 은행, 어린이 공원, 근린공원, 복지센터, 동네의원, 근린중심 쇼핑센터
중생활권 (지역·커뮤니티)	2~4개의 소생활권	10만명	-중·고등학교 학군, 시설배치기준의 고려, 계획의도적 구분, 산세·하천 등 자연적 환경	-경찰서, 소방서, 지구공원, 종합복지센터, 보건소, 종합병원, 지구중심 쇼핑센터
대생활권 (부도심권 중심)	시군구 단위기준	20~30만명	-도로, 철도 등 인문적 환경, 부도심권 형성 및 도심기능 분산을 유도한 계획성	-시청, 구청, 종합운동장, 대학병원 등 3차의료시설, 백화점, 대형 유통단지

출처 : 신서경. (2021). 도시계획 실행력 강화를 위한 생활권계획 도입방안 연구. 국토연구원. p.54 ; 국토연구원. 국토용어해설 “생활권”. <https://library.krihs.re.kr/library/10350/boards/11994/87806?query=%EC%83%9D%ED%99%9C%EA%B6%8C> (검색일: 2024.02.01.)

그러나 최근 생활권은 시설 배치나 인구 배분을 위한 기준보다는 지역특성과 이용권에 맞는 생활밀착형 도시계획 수립을 위한 수단으로 변화²⁸⁾하고 있다. 이에 시설 배치나 입지를 기준으로 하는 ‘세력권’에서, 일상생활의 보행을 기반으로 이루어지는 ‘이용권’을 중심으로 지역별 여건과 특성에 맞는 동네 단위 근린 생활권 개념²⁹⁾이 대두되고 있다.

27) 이에 전통적인 상권 이론에서는 상권을 시설 배치의 관점에서 계층, 거리, 입지 형태에 따라 분류함.

【표 2-4】 상권 이론에서 상권의 분류

구분	분류	내용
계층적 분류	지역상권 (general trading area)	-특정 지역 전체가 가지는 상권
	지구상권 (district trading area)	-지역상권 내 특정 입지에 집적된 상업시설이 갖췄어진 상권 범위
	점포 상권 (individual trading area)	-각 개별점포가 형성하는 고객 흡인이 가능한 범위
거리에 따른 분류	1차 상권 (primary trade area)	-총매출 75%를 점유하는 지역 또는 고객 내점 빈도가 주 2회인 지역 (도보 10분, 1.5km 이내)
	2차 상권 (secondary trade area)	-총매출 15%를 점유하는 지역 또는 고객 내점 빈도가 주 2회인 지역 (도보 20분, 4km 이내)
	3차 상권 (fringe trade area)	-2차 상권 외측 범위에서 가끔 내점하는 고객범위
입지 형태	중심형 상권 (번화가형 상권)	-주거지에서 멀리 떨어져 있으며 쇼핑은 일년에 몇 회 간격으로 이루어짐 -일반상품 업종은 물론이고 외식업이나 오락, 유흥 등 여러 업종이 복합적으로 구성
	지구형 상권 (선호품형 상권)	-주거지에서 다소 떨어져 있고 보통 주 단위로 쇼핑하는 물건이나 서비스를 주로 취급하는 곳 -필수품목이 아닌 선호품이나 기호품을 주로 판매
	근린형 상권 (동네상권)	-주거지 근처에 있고 사람들이 일상적으로 자주 쇼핑하거나 외식을 즐기는 상업지 -일상생활에서 자주 구매하게 되는 일반 상품 위주로 판매

출처 : 한국창업부동산정보원. 형태별 상권의 종류와 상권에 미치는 요인들. <http://www.kera.kr/%EC%83%81%EA%B6%8C%EC%BB%A8%ED%85%90%EC%B8%A0/read?uid=463861>(검색일 : 2024.02.01.) ; 이상윤. (2023). 상권분석론. 도서출판 두남. p.26.

28) 장민영 외. (2022). 동네생활권 개념 도입 및 정책적 활용방안 연구. 건축공간연구원. p.25.

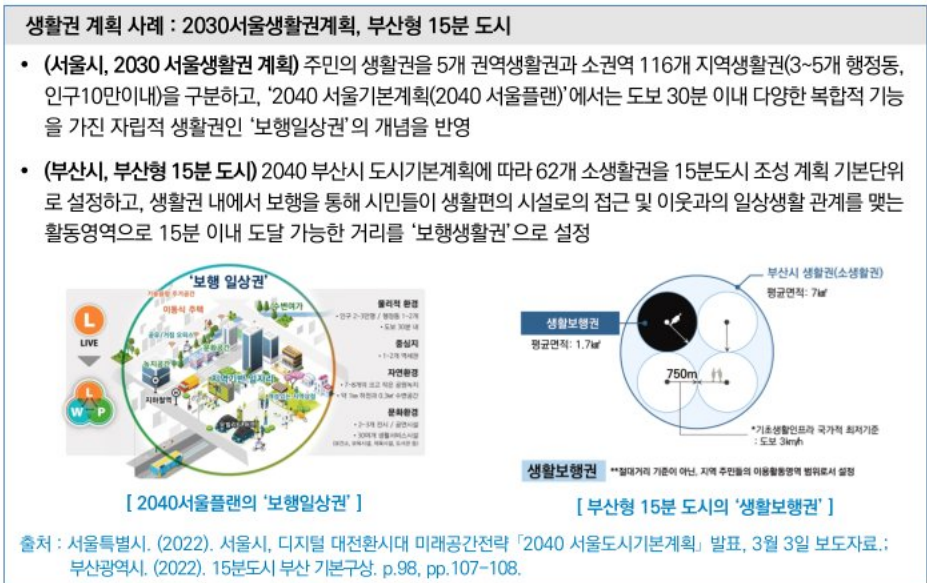
서울, 부산, 제주, 청주 등의 지자체 생활권 계획이 대표적인 예이다.

서울시는 도보 10분 이내 생활권을 중심으로 핵심 상권과 동질적 성격을 지닌 배후 주거지를 하나의 생활상권³⁰⁾으로 묶어 동네 소비촉진과 지역 경제 선순환 구축을 도모하는 생활상권 육성 사업을 추진하고 있다. 이는 이용권 개념을 바탕으로 도보 생활권 개념을 도입하여 지역 상권과 생활권을 연계하려는 시도로 볼 수 있다.



[그림 2-14] 서울시 생활상권 조성 '세력권'에서 '이용권'으로 전환 [그림 2-15] 서울시 생활상권 예비구역 설정 : 남가좌
출처 : 서울특별시 노동민생정책관.(2019.10). 선순환 지역경제를 위한 생활상권 추진계획. p.5. 출처 : 서울특별시. (2020). 서울특별시 생활상권 구획확정. p.26.

이러한 도보생활권을 중심으로 하는 N분 생활권 계획은 파리 15분 도시, 포틀랜드 데이 버후드, 멜버른 20분 도시 등 전 세계적인 추세로 일상생활에 필요한 생활편의시설 및 서비스 등 생활수요에 충족될 수 있는 자립적인 생활권을 구축하는 것으로서, 동네상권의 부상과 함께 이에 대한 수요는 증가할 것으로 전망된다.



29) 장민영 외. (2022). 동네생활권 개념 도입 및 정책적 활용방안 연구. 건축공간연구원. p.37.

30) 서울특별시. (2020). 서울특별시 생활상권 구획확정. p.18.

□ 도심 교통요충지 주요 상권의 침체와 생활상권의 중요성 증대

도시의 대표 상권은 주로 교통접근성, 배후주거지, 대학가, 업무시설 등을 기반으로 풍부한 유동인구를 바탕으로 형성된다. 그러나 온라인 소비 활성화와 체험 중심의 공간소비문화 확산에 따른 소비패턴의 변화로 과거 번성했던 도심의 교통요충지 상권에도 큰 변화가 나타나고 있다. 이는 명동, 신촌 등 일명 발달상권³¹⁾과 주요 전철역 간의 지하보도 기능을 겸하며 조성된 지하도 상점가³²⁾, 대학가 상권의 쇠퇴가 심화되고 있다. 또한, 도심에 형성된 시장이 기능이 상실되어 도시계획시설이 해제되는 사례³³⁾도 나타나고 있다.

전통시장의 도시계획시설 해제 결정 사례 : 광주 대원시장

- 광주 대원시장은 1980년에 개설된 전통 재래시장으로 인근 전남 일신방직의 가동 중단으로 도심 공동화가 진행되어 2010년부터 시장 건물 방치되어, 2014년 대원시장 활성화를 위해 청년 창업가와 문화·예술인에게 건물을 3년간 무상 임대하여 협동조합의 거점 조성을 추진
- 그러나 노후 주거지역에 입지하여 도로가 협소하고 접근성이 떨어지는 등 2020년 시장 기능을 상실했다고 판단한 광주시는 주거지역으로 용도를 변경하기 위해 도시계획시설상 시장 해제를 결정



출처 : 디지털광주문화대전. '대원시장'. <https://www.grandculture.net/gwangju/bukgu/toc/GC60002531>
(검색일: 2024.04.27.)

경제성장기에 형성된 도심의 주요 상권 쇠퇴와 더불어 코로나 팬데믹을 겪으면서 '소매업 종말'이 우려되고 있으나 여전히 오프라인 상권에 대한 수요가 있다. 특히 우리나라는 전체 유통시장에서 온라인 판매액의 비중이 전 세계 평균의 2배 높은 수준인데, 이는 근거리에 있는 오프라인 상권의 부재가 온라인시장의 급성장을 용이하게 했고, 그로 인해 신흥상권에 더욱 열광하도록 만들었다고 볼 수 있다³⁴⁾. 이처럼 도심의 상권 침체가 심화되는 한편, 향후 도심의 업무 및 상업기능 일부가 근린으로 옮겨와 이 기능의 수요가 증가할 것으로 전망³⁵⁾되고 있어 생활상권에 대한 중요성은 더욱 증대될 전망이다.

31) 그 예로 서울시 골목상권·관광특구·발달상권은 2018년을 정점으로 2019년 총매출액이 급감, 그 중 발달상권이 크게 감소함. (김민철. (2022). "골목상권 지고 전통시장 떴다"…업종별 양극화 심화. KBS뉴스. 5월 25일 기사. <https://news.kbs.co.kr/news/pc/view/view.do?ncd=5470482>, 검색일: 2024.04.27.)

32) 그 예로 청주 대현지하상가는 1987년 개장한 이래, 2010년대 들어서 빨라진 원도심 쇠퇴와 코로나19 여파로 상권 침체 가속화되었고, 공실률이 점차 증대되면서 2022년 공실률 100%로 운영을 중단함. (강준식. (2022). 청주 상권 이끌었던 대현지하상가 몰락…공실률 100% 운영 중단. 파이낸셜 뉴스. 9월 2일 기사. <https://www.fnnews.com/news/202209021608049755>, 검색일: 2024.04.27.)

33) 서울 녹번시장('73년 결정.'17년 해제), 제기시장('78년 결정.'16년 해제), 광주 대원시장('80년 결정.'20년 해제) 등

34) 국제쇼핑센터산업협회(ICSC, International Council of Shopping Centers)가 북미·유럽의 밀레니얼세대 이상의 9천명을 대상으로 실시한 조사에 따르면, 전체 55%가 생활환경의 오프라인 상업시설이 중요하고, 온라인 구매이유가 오프라인의 재고부족에 기인하는 것으로 나타남. (정광섭. (2019). 골목상권에 열광하는 소비자로 보는 국내상권의 미래. Deloitte. pp.4-5.)

35) 윤서연 외. (2021). 디지털 전환에 따른 도시 생활과 공간변화. 서울연구원.p.8.

2. 지역상권 활성화를 위한 공간관리의 의미

1) 지역상권의 정의와 구성요소

□ ‘거버넌스 + 지역가치 + 물리적 집적지’로서 지역상권의 법적 정의

「지역상권법」 제2조1항에 지역상권은 ‘상가건물의 소유자·임대인·임차인, 토지소유자, 주민 등이 어우러져 지역에 특화된 생활·문화·경제적 공동체를 형성하고 있는 상가건물 밀집지역’으로 정의된다. 이를 고려할 때, 지역상권은 다양한 주체(거버넌스)가 그 지역만의 생활·문화·경제적 특성(공간의 가치/지역가치)을 나타내며 물리적으로 밀도 있는 공간을 형성하는 지역(물리적 집적지)을 의미한다. 따라서 지역상권은 전통시장, 상점가, 대규모점포 등 다양한 종류의 상업공간을 포괄한다.

지역상권의 정의 (「지역상권법」 제2조1항)

“상가건물의 소유자·임대인·임차인, 토지소유자, 주민 등이 어우러져 지역에 특화된 생활·문화·경제적 공동체를 형성하고 있는 상가건물 밀집지역”	…… 거버넌스 (실행체계)
	…… 지역가치 (프로그램)
	…… 물리적 집적지 (공간)

□ 생활·문화·경제적 공동체의 장소로서 지역상권의 가치

지역상권의 가치는 ‘지역에 특화된 생활·문화·경제적 공동체를 형성하는 공간’으로서, 단순한 경제적 거래 장소 또는 상업적 공간 그 이상을 의미하는 장소적 가치를 가진다. 이러한 장소적 가치를 구분해 볼 때, ‘생활 공동체 공간’은 지역 주민의 일상생활 중심지, 사회적 상호작용과 공동체 의식을 강화하는 공간을, ‘문화 공동체 공간’은 문화적 교류와 다양성을 증진하는 장이자, 지역 문화의 보존과 발전, 문화적 활동의 중심, 지역 정체성 강화하는 공간을 의미한다. 또한, ‘경제 공동체 공간’은 지역경제의 핵심 축이자 경제 활동의 중심지로서, 지역의 자금 순환과 지역 경제의 자립성 강화 역할을 하며 경제주체 간의 협력과 지원 등 경제적 기회를 제공하는 공간이라 할 수 있다.

□ 지역상권의 구성요소 : 공간, 프로그램, 거버넌스

지역상권의 정의와 개념을 토대로 한 지역상권 활성화를 위한 구성요소는 생활·문화·경제적 공동체를 담는 그릇으로서 물리적 ‘공간’과 다양한 지역가치를 나타내는 용도, 콘텐츠 등의 ‘프로그램’, 지역 여건 및 수요 변화에 대응하며 시장 경제에서 작동할 수 있는 ‘거버넌스’로 조직구성이나 운영체계 등의 실행체제로 설명할 수 있다.

2) 지역상권 활성화를 위한 공간관리의 의미와 범주

□ 본 연구의 '지역상권 활성화'의 관점 : 지역상권의 생활·문화·경제적 가치 창출

본 연구에서 지역상권 활성화는 유동인구 증가와 상인의 소득창출, 지역의 세수 증가 등의 경제적 가치에 한정하지 않고, 지역상권의 생활·문화·경제적 장소로서의 가치를 창출하는 것으로 보았다.

이는 상권이 교역과 거래를 기반으로 많은 사람이 모이는 거래의 장을 형성하는 것을 바탕으로 상품 및 서비스를 생산자와 소비자를 연결하는 유통 기능을 토대로 단순히 물건을 사고파는 공간을 넘어 다양한 복합적 기능을 수행하기 때문이다. 특히, 생활편의의 제공뿐만 아니라 다양한 사람이 교류하며 정보를 교환하고 사회문화적 활동을 하며 문화예술을 향유하는 장소를 형성하고, 더 나아가 일자리 창출과 비즈니스를 가능하게 하는 경제활동의 장으로서 지역의 생활, 문화, 경제적 가치를 향상시킨다.

최근 나타나는 지역상권의 기능변화(2장1절)를 고려하여 본 연구의 지역상권 활성화 관점은 세부적으로 지역여건에 맞는 고유의 상업기능 강화, 지역상권의 장소에 대한 이용 가치 제고, 지역상권의 비즈니스 잠재력 제고를 지향한다고 볼 수 있다.

① 지역여건에 맞는 지역상권 고유의 상업 기능 제고 : 장소 이용·소비활동 활성화

상권의 기본적인 기능은 생산자·판매자의 상품 및 서비스를 소비자·구매자와 연결하는 유통에 있으며, 이러한 상업활동은 특정 공간에 밀집하는 집적경제의 기반이 된다. 특히, 온라인시장과 차별화되는 대면 기반의 현장 거래는 상품 및 서비스에 대한 실물경험을 제공하고 상권의 공간 이용도를 증진한다. 이는 지역 여건에 따라 주거지, 산업·업무 배후지, 관광지 등 배후수요에 차이가 있으므로, 구매특성과 소비력 등 배후수요를 고려하여 해당 지역에 맞는 고유의 상업기능을 통해 소비활성화를 도모할 필요가 있다.

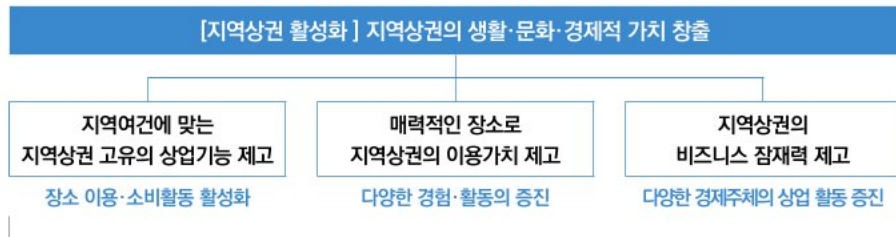
② 매력적인 장소로 지역상권의 이용가치 제고 : 다양한 경험·활동의 증진

지역상권의 이용가치는 단순히 물건을 사고파는 기능을 넘어, 다양한 활동과 의미 있는 경험을 할 수 있는 것에 효용이 있으며, 상권 이용 전반에 대한 만족도와 유인력을 높이는 것과 관련이 있다. 따라서 공간의 효용가치를 극대화하기 위해 지역상권을 매력적인 공간을 조성할 필요가 있으며, 이에 문화예술의 향유와 커뮤니티 교류를 증진하는 체험, 체류, 집객 등의 기능 도입이 필요하다. 또한, 상권의 장소가치를 특성화하여 브랜딩하고 전략적인 장소를 발굴하여 지역만의 희소한 가치를 만드는 것이 필요하다.

㉓ 지역상권의 비즈니스 잠재력 제고: 다양한 경제주체의 상업 활동 증진

상권은 다양한 경제주체들이 특정 장소에 밀도 있게 모여 상품 및 서비스, 인력, 기술 등을 거래하고 교환하는 집적경제의 효과를 발생시킨다. 이는 유사 업종이 한곳에 모여 생산성을 높이며 시장 지배력을 강화할 수 있고, 서로 다른 업종 간의 협력으로 새로운 융합 비즈니스 모델을 창출할 수 있다. 또한, 일자리 및 고용 창출 효과와 더불어 부동산 가치 증진에 따른 임대료 수익 창출뿐만 아니라, 비즈니스의 입지 거점으로 활용되어 다양한 비즈니스를 가능하게 하는 장소가 될 수 있다.

따라서 상권의 비즈니스 잠재력 제고를 위해 다양한 경제주체의 상업 활동 지원이 필요하다. 이는 지역기반의 다양한 경제주체 간 연대·협업, 지역사회와의 상생을 이끌어내는 비즈니스 모델 및 운영체계 구축과 관련된다. 특히, 지역 내 소비 촉진 및 소득을 증대시켜 외부 경제에 대해 자생적이고 자립적인 경제시스템을 구축하는 것이 중요하다. 이는 생산, 소비, 투자가 유기적으로 연결되어 지역상권의 지속가능성을 도모하는 지역순환 경제에 기여할 수 있다.



▲ 반영

[사회경제 여건 변화에 따른 지역상권의 기능변화]

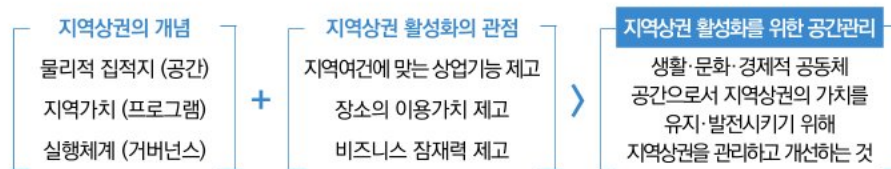
비대면 홀코노미 소비 확산	공간소비문화 확산	인구감소에 따른 수요변화	생활권 기반의 이용 증가
<ul style="list-style-type: none"> 온라인소비 생활화와 직주근접의 동네상권 부상 비대면 셀프소비 및 무인점포 증대 대면서비스 점포의 폐업 증대와接客공간 축소 경향 	<ul style="list-style-type: none"> 대형유통업체의 판매공간 축소 및 체험형 공간조성 SNS 기반 신형상권 부상과 빨라지는 상권주기 바르게 확장·이동하는 핫플레이스의 변화 	<ul style="list-style-type: none"> 유통망에 소외되는 인구감소지역, 상업인프라 부족으로 인한 소평년민의 발생 생활인구확보를 위해 중소도시의 관광상권화 	<ul style="list-style-type: none"> '세력권'에서 '이용권'으로 생활권 중심의 도시기본 계획의 변화 도심 교통요충지 주요 상권의 침체와 생활상권의 중요성 증대

[그림 2-16] 본 연구의 지역상권 활성화에 대한 관점
출처: 연구진 작성

□ 지역상권 활성화를 위한 공간관리의 의미

오늘날 사회경제 및 소비패턴 변화에 따라 지역상권의 기능 변화가 나타나고 있으며, 인구감소와 저성장에 대응하여 지역상권 활성화를 위한 관리가 필요한 시점이다.

본 연구에서 지역상권의 활성화를 위한 공간관리는 지역상권의 가치를 유지·발전시키기 위해 물리적 대상으로서 지역상권을 관리하고 개선하는 것을 의미한다. 이는 생활·문화·경제적 공동체 공간으로서 장소가치를 가진 지역상권을 유지하고 발전시키기 위한 것이다. 이에 공간관리는 물리적 공간을 토대로 활성화를 위한 프로그램 운영하고, 상가건물의 소유자·임대인·임차인, 토지소유자, 주민 등의 거버넌스를 통한 실행체계를 작동시키는 데에 목적이 있다.



[그림 2-17] 지역상권 활성화를 위한 공간관리의 의미

출처: 연구진 작성

지역상권에 대한 공간관리는 장소 기반의 종합적인 관점에서 접근하여 상권의 물리적인 공간환경 계획 및 사회경제적인 상권의 운영관리를 포함한다. 따라서 지역상권의 공간관리는 단순히 상권의 물리적 환경을 개선하는 것이 아니라 상권이 지역경제 활성화를 견인할 수 있는 촉매 역할과 거점 역할을 할 수 있는 기능을 부여하기 위한 종합적인 전략으로 볼 수 있다. 이에 지역상권에 대한 공간관리의 구체적인 의미는 다음과 같다.

첫째, 지역상권에서의 쇼핑 경험을 향상시키는 동시에 생활, 문화, 공동체의 장으로서, 장소가치를 증진하기 위해 지역상권의 물리적 공간에 대한 방안 제시를 의미한다.

둘째, 지역차원에서는 상권과 주변지역을 연계할 수 있는 생활권 기반의 전략을 마련한다는 측면에서 어떻게 도시공간을 조성하고 개편할지에 대한 것을 의미한다.

셋째, 공급자 중심의 하향식(Top-down)에서 이용 수요를 고려한 상향식(Bottom-up)의 공간관리로 전환하여 지역상권을 이용 및 운영하는 상인, 주민, 토지 및 건물 소유자, 지자체 등이 함께 대안을 만들어 가는 협력적 공간관리 개념을 의미한다.

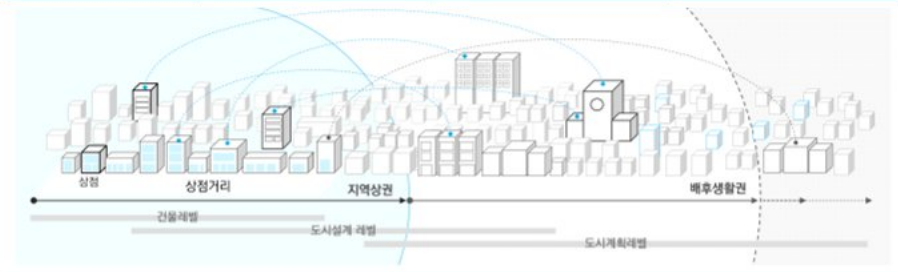
따라서 지역상권의 공간관리란 도시계획적 관리수단인 지구단위계획이나 간판정비, 건축선 셋백 등을 지정하기 위한 경관계획을 의미하는 것이 아니라 소프트웨어와 하드웨어, 휴먼웨어가 결합된 공간관리를 의미한다.

□ 지역상권 활성화를 위한 배후생활권과 연계한 공간관리의 범주

본 연구는 생활·문화·경제적 공동체 공간으로서 지역상권의 가치를 유지·발전시키기 위해 지역상권의 공간관리에 대한 범주를 지역상권의 구성요소인 공간, 프로그램, 거버넌스로 구분하여 설정하였다.

[표 2-6] 지역상권 활성화를 위한 공간관리의 범주

지역상권 활성화		상업기능 제고 : 대면거래·장소이용 증진	장소의 이용가치 제고 : 사회문화 교류활동 증진	비즈니스 잠재력 제고 : 다양한 상업 활동 증진
물리적 공간	공간수요	상권의 이용 편의 및 제품/서비스의 실물 경험	상권의 경험·체험 활동, 문화예술 교류 및 장소특화	창업·일자리 창출, 지역기반 투자 활동
	공간영역	개별 상점 및 상권 내부 (상점/가로)	상권 내·외부 (가로 및 장소거점)	상권 - 생활권 (장소-장소 네트워크)
	관련 공간	상업 인프라시설, 상점 및 상점 전면부, 보행공간	공공시설/장소, 공원, 녹지, 교통 및 보행체계, 체류시설	주거지, 산업·업무시설 등 배후수요, 빈점포 등
프로그램	기능/용도	유통, 편의성, 쾌적성	집객, 특화, 브랜드	생산, 제조, 투자, 인재관리
	주요활동	대면거래, 판매/소비	경험·체험·사고·친교	창업, 협업, 연대, 연합
거버넌스	조직구성	개별 상인/ 상인조직+주민	상인조직, 기업, 지역사회	[상권+지역]+[상권+지역]
	운영관리	개별점포/상가의 운영관리	상권과 인접지역의 운영관리	상권과 지역을 연계한 관리
	운영체계	상품개발, 소비활동 촉진	점/선 단위 장소 연계 이용	면단위 경제활동 연계
비교	공간위계	건축/도시설계 레벨	도시설계/도시계획 레벨	도시계획 레벨



출처 : 연구진 작성

지역상권 활성화를 위한 공간관리의 범주는 도시 차원에서 배후생활권을 고려하여 공간적 위계 전반을 고려할 필요가 있다. 이에 지역상권 활성화의 목적에 따른 공간관리의 범주는 다음과 같다.

지역여건에 맞는 상업 고유의 기능을 제고하기 위한 공간관리의 범주는 대면거래 및 장소이용을 증진시켜 상업기능을 강화하는 것과 관련된다. 이에 물리적 공간으로서 개별 상점들이 밀집하는 상점거리의 공간영역을 중심으로 상업 인프라시설을 조성하여 제품과 서비스를 소비자에게 전달하는 유통 및 이용편의를 제공하여 대면거래를 촉진한다. 이러한 상권의 물리적 환경을 관리하는 거버넌스는 개별상인 또는 상권 내 조직이 상시

적으로 운영관리하며, 상품을 개발하거나 소비활동을 촉진하는 것을 중점으로 한다. 따라서 공간관리의 범주는 소상공인의 개별 상점에 건축물 레벨과 더불어 상점에 인접하여 상가거리를 형성하는 도시설계의 위계에서 다룬다. 이때, 개별 상점의 사적영역과 가로 공공영역이 상호 긴밀하게 이용될 수 있도록 상점 전면부와 보행환경의 세심한 공간관리가 필요하다.

지역상권에 대한 장소의 이용가치 제고를 위한 공간관리의 범주는, 물리적 대상으로서 상권내 외부의 공공시설, 공원 및 체류시설, 집객시설과 연계하여 면적으로 확장한다. 상권을 이용하는 소비자는 방문 목적에 맞는 특정 점포뿐만 아니라, 상권 내·외부의 다양한 공간을 연계하여 이용할 수 있다. 이러한 공간이용의 잠재력을 고려하여 다양한 경험 및 체험, 사교 활동을 촉진시키는 집객기능과 이동을 원활하게 하는 교통 및 보행체계, 그리고 장소가치를 특화하는 상권의 브랜드화는 중요하게 다룰 필요가 있다. 백화점이나 대형마트의 상업시설의 브랜드는 기업에 의해 단기간에 기획되어 브랜드의 이미지를 확보한다. 그러나 상권은 개별 점포의 다양한 상업 활동이 밀집되고 축적되는 장기간의 형성과정을 거친다. 따라서 상권 내·외부의 공간관리를 위해 거버넌스는 상권 내 조직뿐만 아니라 상권과 연계 이용될 수 있는 장소거점의 운영주체와의 연대협력이 필요하다. 특히, 지역상권만의 독특한 장소가치를 발굴하고 브랜드하기 위해서는 개별점포의 창의적인 상업 활동과 함께 지역사회의 다양한 이해관계자와의 긴밀한 협력이 필요하다.

지역상권의 비즈니스 잠재력 제고를 위한 공간관리의 범주는, 배후 수요를 고려한 창업 및 일자리 창출과 지역기반의 투자활동으로 상업기반을 지역사회로 확장하는 것으로 이는 배후생활권과 밀접한 관련이 있다. 상권에서의 다양한 비즈니스의 창출을 위해서는 배후 수요를 파악하여 지역자원의 활용을 통해 지역의 산업경제생태계를 이끄는 통한 생산, 제조, 투자, 전문인력 유입 등을 원활하게 할 필요가 있다. 이를 위해서는 상권과 생활권이 연계된 연합체계를 구축하여 지역의 고용창출, 세수확보, 지역사회 공헌, 산업클러스터 형성 및 특화산업의 육성 등의 효과를 창출하여 이러한 면단위의 경제활동을 통해 지역경제 순환을 도모할 필요가 있다.

지역상권 활성화를 위한 공간적 범위의 설정은 소상공인, 소유주 등 이해관계자의 협의를 통해 사업구역으로 구획되지만 상권은 상업 활동의 영향력이 미치는 공간적 범위로 명확한 구분이 어렵다. 이에 공간관리의 위계로 제시한 건축 레벨, 도시설계 레벨, 도시계획적 레벨은 활성화의 목적에 따라 중첩될 수 있다. 따라서 지역상권 활성화를 위해서는 상점이 밀집하고 있는 상권 내부에 국한되지 않고, 배후수요를 고려하여 상권의 내외부를 연계하여 배후생활권으로 확장하여 접근할 필요가 있다.

제3장 지역상권 활성화 관련 제도 및 정책 동향

1. 상권 활성화를 위한 제도 및 정책
 2. 지역상권 상생 및 활성화를 위한 제도 및 정책
 3. 전국 지역상권의 현황 및 활성화정도
 4. 소결
-

1. 상권 활성화를 위한 제도 및 정책

1) 상권 활성화 정책의 출현 배경

□ 상권 관련 정책의 변화과정³⁶⁾

- (2000년대 이전) 전후 복구 및 경제성장기 유통산업 근대화를 위한 기반 마련

우리나라 상권 관련 정책은 한국전쟁 이후 난립한 상업환경의 정비에서 시작되었다. 자연발생적으로 형성된 시장을 토지구획정리사업을 통해 도시계획시설의 공공시설로 간주하여 조성한 것이 그 출발점이다. 1960년대 들어서는 도심 재개발과 불량지구 정비를 목적으로 주거지와 재래시장을 연계한 상가아파트가 조성되었고, 1961년에는 「시장법」이 제정되어 시장 개설 허가제가 도입되었다. 그러나 급변하는 유통산업 환경에 대응하기 위해 1986년에 폐지되고 「도·소매진흥법」이 제정되었다. 이 법에 따라 도·소매 시장의 균형 유지를 위해 '상점가'의 범위를 설정하고 '대규모 소매점'(백화점, 쇼핑센터, 대형점)의 종류를 구분하여 유통산업의 근대화를 위한 제도적 기반을 마련하였다. 1990년대에는 유통시장이 개방되면서 유통환경 개선과 중소 유통기업의 경쟁력 강화를 위해 1997년 「유통산업발전법」이 제정되었다.

36) 시기별 세부 내용은 [부록1. 지역상권 관련 제도 및 정책변화]를 참조.

- (2000년대 이후) 유통구조 변화로 소상공인 지원 및 상권 활성화 정책 본격화

IMF 이후 실직자·퇴직자 증가로 음식점과 서비스업의 생계형 창업이 많아지고, 대형유통업체의 급성장으로 소상공인에 대한 제도적 지원의 필요성이 제기되었다. 이에 노후 재래시장을 지방 중소유통업의 핵심축으로 육성하고 영세상인을 보호하기 위해 2005년 「재래시장육성을위한특별법」이 시행되었고, 이를 근거로 시장의 환경개선과 경영 및 상거래 방식을 현대화하기 위한 정책이 추진되었다. 또한, 용적률, 건폐율 등 개발사업 상 특례를 확대하여 '시장정비사업'을 통해 물리적 환경을 개선하고자 하였다.

2010년대 들어서는 소상공인 보호와 육성을 위한 지원방안이 구체화되어 대형유통업체로부터 전통상권을 보호하기 위해 「유통산업발전법」에 '전통상업보존구역' 지정제도를 도입하였다. 이와 함께 전통시장과 상점가를 중심으로 환경개선뿐만 아니라, 문화관광형 시장, 청년몰 조성사업 등과 같이 특색있는 상권과 새로운 상인 주체를 육성하고자 하였다. 또한, 상점가 등 주변지역과 연계한 공간범위로 상권활성화사업을 추진하여 시설 정비(H/W)와 테마상권 조성(S/W)과 더불어 상권관리자(타운매니저)와 상권관리기구의 사업 주체를 도입하고 민관협업의 상권활성화사업으로 사업효과를 높이고자 하였다.

한편, 온라인시장 확대와 다양한 유통형태가 출현하며 구도심의 쇠퇴상권이 증가하였고, '-리단길' 등 신흥상권의 젠트리피케이션 현상이 빈번하게 나타났다. 이에 정부는 쇠퇴상권 활성화와 젠트리피케이션을 예방·방지하기 위한 제도로 2021년 「지역상권 상생 및 활성화에 관한 법률(이하, 지역상권법)」을 제정하여 민간 및 지역주도의 지역상권 활성화를 위한 관련 정책사업을 추진하고 있다. 이처럼 2000년대 이후 상권 활성화 정책은 대형유통업체와 대기업 자본으로부터 중소유통업체인 소상공인을 지원하기 위해 상업공간을 세분화하여 정의하고 그에 대한 지원과 규제 정책이 동시에 추진되었다.

[표 3-1] 관련법의 상업공간

구분	「전통시장법」	「유통산업발전법」	「지역상권법」	「건축법」**
중소유통업체 및 상점밀집지역에 대한 지원 대상	전통시장		자율상권구역 (쇠퇴상권 활성화)	판매및영업시설, 제1종근린생활시설, 제2종근린생활시설, 판매시설, 운수시설, 업무시설, 숙박시설, 위락시설, 위험물저장 및 처리시설, 자동차관련시설, 야영장시설
	상점가	상점가		
	골목형 상점가			
	상권활성화구역			
대형유통업체 및 대기업 자본에 대한 지원·규제 대상	시장정비구역*	대규모점포*	지역상생구역 (젠트리피케이션 예방·방지)	
		준대규모 점포		
		전문상가단지		
		전통상업보존구역		

* '시장정비구역' 은 시장정비사업의 시행구역이며 시장정비사업을 통해 「유통산업발전법」에 의한 '대규모점포'가 조성됨

** 「건축법」상 상업용 건축물의 용도에 해당하는 시설

출처 : 국가법령정보센터. <https://www.law.go.kr/LSW/main.html> (검색일: 2024.08.31.)을 토대로 연구진 작성

□ 상권 활성화 정책 동향 : 개별 상권 중심에서 지역 차원의 면단위 공간관리 지향

그간의 상권 활성화 정책은 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법(이하, 전통시장법)」에 의한 전통시장 및 상점가 활성화, 「전통시장법」 및 「도시 및 주거환경정비법(이하, 도시정비법)」등을 근거로 추진된 '시장정비사업', 「유통산업발전법」에 의한 대규모 점포와 중소유통업체 상생의 크게 3가지 방향으로 추진되었다. 이에 「전통시장법」에 따라 '전통시장', '상점가', '골목형상점가', '상권활성화구역'에 대한 지원과 함께 '시장정비사업구역'을 지정하여 사업이 추진되는 한편, 「유통산업발전법」에 따른 '대규모점포·준대규모점포'에 대해 '전통상업보존구역'으로 지정 및 규제하여 중소 영세상인을 보호하고 골목상권을 지원하고자 하였다.

경제성장기 유통환경이 급변함에 따라 정책지원을 위한 사업구역, 사업내용, 사업추진 주체 또한 다양해졌다. 이에 상권마다 해당되는 공간개념에 대한 지원 근거를 알기 어렵고 복잡해졌으며, 지역마다 다른 여건과 상권 특성을 고려한 면단위의 종합적인 공간관리가 어려워 정책지원에 소외되는 문제가 지속적으로 발생하였다. 그 예로 2020년 '상점가'에 대한 지원대상의 사각지대를 해소하고자 '골목형 상점가'의 지원근거를 신설하였다. 그러나 여전히 이에 포함되지 않는 상점 밀집지역³⁷⁾이 있으며, 영세 소상공인 집적지의 유통상가는 '전문상가단지'로 규정³⁸⁾되어 정책에서 소외되어 있다. 이러한 측면에서 「지역상권법」은 업종·업태·규모 등 다양한 유통형태를 포괄적으로 아우르며 지역 차원에서 면단위 공간관리를 지향하는 법이라 할 수 있다.

추진방향	구역선정 및 사업지원	시장정비사업 시행	대규모점포 등록 및 규제
지원대상	상권활성화구역	시장정비구역	전통상업보존구역
관련법	「전통시장법」	「전통시장법」, 「도시정비법」, 「집합건물 관리 및 소유에 관한 법」, 「건축법」, 「주택법」	「유통산업발전법」
소관부처	중소벤처기업부	국토교통부	산업통상자원부

「지역상권법」의 활성화구역 (지역상생구역, 자율상권구역)
 업종·업태·규모 등 다양한 유통형태를 포괄적으로 아우르며
 지역 차원의 면단위 공간관리를 지향

[그림 3-1] 상권 활성화 정책의 동향

출처 : 맹다미. (2014). 서울시 시장정비사업의 추진실태와 제도 개선방안. 서울연구원 정책리포트. p.8을 토대로 연구진 작성

37) 류광현. (2023). 은누리상품권 사각지대에 놓인 상인들②. 경남뉴스. 3월 14일 기사.
<https://www.gnnews24.kr/news/articleView.html?idxno=19226> (검색일: 2024.08.14.)

38) 홍완식. (2020). 소상공인 죽이는 유통산업발전법... 수십년 지원 사각지대. 경기일보. 6월 21일 기사.
<https://www.kyeonggi.com/article/202006211129776> (검색일: 2024.08.14.)

2) 「전통시장법」에 따른 전통시장 및 상점가에 대한 상권 활성화

□ (공간개념) '전통시장'·'상점가'·'골목형 상점가'를 기반으로 '상권활성화구역'과 '시장정비사업구역'의 사업구역을 규정

「전통시장법」에 따른 정책 대상은 '전통시장', '상점가', '골목형 상점가'를 중심으로 한다. 전통시장은 토지면적합계 1,000㎡이상, 건축물 연면적 1,000㎡이상, 영업점포 50개 이상 중 하나에 해당해야 하며, '상점가'는 「유통산업발전법」 제2조제7호에 따른 상점가의 기준에 따라 도·소매점포 또는 용역점포가 2,000㎡ 이내 면적에 점포 30개 이상 밀집하는 지구로 도소매업 및 용역의 업종에 제한된다. '골목형 상점가'는 2020년 8월 법 개정을 통해 「유통산업발전법」의 '상점가'에서 소외되었던 음식점 등의 업종³⁹⁾으로 이루어진 소규모 상점가를 포함하고자 하는 것으로 면적과 점포수 기준은 '상점가'와 동일하다.

「전통시장법」에 따른 정책사업은 전통시장, 상점가, 골목형 상점가의 개별 시장 및 상점가를 대상으로 하거나 이를 포함하는 '상권활성화구역'의 상권활성화사업과 '시장정비사업구역'의 지정을 통한 시장정비사업이 추진된다.

[표 3-2] 「전통시장법」에 따른 정책지원 요건

구분	법적 정의	지정권자	공간적 요건		조직구성 요건	등의 등	관계 법령
			면적	점포 수	주체	기타 요건	
전통시장	• 자연발생적으로 또는 사회적·경제적 필요에 의하여 조성되고, 상품이나 용역의 거래가 상호신뢰에 기 초하여 주로 전통적 방식 으로 이루어지는 장소	• 특별자치시 장·특별자치 도지사·시장· 군수·구청장	• 토지면적합계 1천㎡이상* • 건축물 연면적 1천㎡이상**	• 점포 50개 이상 • 「유통산업발전 법」제2조에 따라 용역장소 범위를 당점포수 전체의 1/2미만	• 상인회, • 상인연합회 • 시장관리자	• 상인, 토지 및 건축물 소유자 등의 1/2이상 동의	• 「건축법」에 의한 용도별 건축물의 종류상 판매시설 중 소매시장에 해당 • 「국토계획법」에 의한 기반 시설 중 유통·공급시설에 해당
상점가	• 일정 범위의 가로 또는 지하 도에 대통령령으로 정하는 수 이상의 도매점포·소매점 포 또는 용역점포가 밀집하 여 있는 지구 (※ 공간적 요건의 1 또는 2 에 해당)	• 특별자치시 장·시장·군수 ·구청장	1. 도·소매점포 또는 용역점포 밀집 지구 2. 특성업종 도소매점포 밀집 지구 (다음 '가, 나, 다'의 요건 모두 충족) 가. 가로 또는 지하도의 나. 점포 30개 이상 면적이 특성업종도 다. 특성업종 소매점포의 평균면 도·소매업비중이 적에 도소매점포 수 50% 이상 를 합한수를 곱한면 적과 용역점포의 면 적을 합한면적 이내	• 상점가진흥조합 (협동조합 또는 사업조합)	-	• 「유통산업발전법」 제2조제7호에 따른 '상점가'에 해당	

39) '상점가'는 도소매업종 비율이 전체 50%이상이어야 하므로 음식점의 비율이 높은 곳은 정책지원 대상에서 제외되었으며, 이에 '골목형상점가'는 도·소매업종 비율에 관계없이 면적 및 점포수를 기준으로 지정함

구분	법적 정의	지정권자	공간적 요건		조직구성 요건	동의 등	관계 법령
			면적	점포 수	주체	기타 요건	
골목형 상점가	• 「소상공인기본법」 제2조에 따른 소상공인이 운영하는 점포가 대통령령으로 정하는 수준으로 밀집하여 있는 구역 중 조례로 정하는 곳	• 특별자치도·특별자치시·시·군·구의 조례	• 2천㎡ 이내	• 점포 30개 이상	• 상인회 • 상인을 회원으로 설립한 법인·조합·단체 및 「상법·상사인연합회	• 상인, 토지 및 건축물 소유자 등의 1/2이상 동의	• 「소상공인기본법」 제2조에 따른 소상공인이 운영하는 점포 • 지자체 조례
문화관광형 시장	• 지역의 역사·문화·관광자원 등을 연계하여 상품·구역의 거래뿐만 아니라 그 고유의 특성을 즐기고 관광할 수 있는 곳으로 육성하기 위한 시장·상점가 또는 골목형상점가	• 시장·군수·구청장	-	-	-	-	-
상권활성화 구역	• 다음 요건에 해당하여 시장·군수·구청장이 지정한 구역 - 시장·상점가 골목형상점가가 하나 이상 포함 - 상업지역 50% 이상 - 일정 수 이상의 도·소매/용역점포가 밀집하여 하나의 상권을 형성하는 곳 - 매출액 감소 등 상업활동 위축 및 위축 우려가 있다고 판단되는 곳	• 시장·군수·구청장	• (상업지역 50% 이상 포함)	• 시군구 인구 50만 이상인 경우 : 700개 • 시군구 인구 50만 미만인 경우 : 400개	• 시장관리자 • 상권관리기구 • 상권관리전문가 (타운매니저)	• 최근 2년간 인구·사업체수 계속 감소	• 「국토계획법」에 따른 상업지역 50% 이상 포함 • 「도시재생특별법시행령」 제56조에 따른 국가시범지구 지정 가능
시장정비 구역	• 시장정비사업을 추진하기 위하여 제37조에 따라 특별시장·광역시장·도지사 또는 특별자치도지사가 승인·고시한 구역	• 특별시장·광역시장·도지사 또는 특별자치도지사	• (국·공유지 면적이 전체 토지면적의 2/1 이상)	-	• 시장정비사업 추진위원회 • 시장정비사업 조합 • 정비사업전문관리업자	-	• 「도시정비법」 제2조제4호에 따른 정비기본시설을 정비 • 「유통산업발전법」 제2조제7호에 따른 '대규모점포' 조성 • 「건축법」, 「주택법」, 「집합건물법」의 규정 범위 내 조례

* 도매업·소매업 또는 용역업을 영위하는 점포에 제공되는 건축물과 편의시설이 점유하는 토지면적의 합계가 1천 제곱미터 이상인 곳

** 상가건물 또는 복합형 상가건물 형태의 시장인 경우 판매·영업시설과 편의시설을 합한 건축물의 연면적이 1천 제곱미터 이상인 곳

출처 : 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」 [법률 제20343호, 2024. 2. 20., 일부개정] ; 「상권활성화사업 운영지침」 [중소벤처기업부고시 제2024-19호, 2024. 4. 8., 타법개정] ; 「유통산업발전법」 [법률 제19117호, 2022. 12. 27., 타법개정을 토대로 연구진 작성]

□ (공간관리①) 전통시장 및 상점가에 대한 상권 활성화 지원

- (공간범위) '전통시장'·'상점가'·'골목형 상점가'를 포함하는 '상권활성화구역' 지원

상권 정책은 2000년대 이래 전통시장 및 상점가의 개별 시장을 대상으로 하는 지원에서 주변지역을 연계한 '상권활성화구역'으로 확장하여 추진되었다. 상권활성화구역은 2010년에 도입되었으며, 2012년에는 상업지역 기준을 50%로 완화하여 상업지역 외 주거지역 등 시장과 주변지역을 연계한 면단위의 상권 활성화사업이 추진되었다. 현행법상 상권활성화구역은 개별 시장과 상점가를 포함하여 최근 2년간 인구·사업체가 계속 감소한 지역으로 상업지역을 50% 이상이어야 하며, 시군구 인구 50만 이상인 경우 700개의 점포수, 인구

50만 미만인 경우 400개의 점포를 포함해야 한다. 또한, 시장·군수·구청장은 직접 또는 상인조직을 대표하는 자가 신청하는 경우 시·도지사의 승인을 받아 상권활성화구역을 지정 또는 변경(법 제19조2)할 수 있으며, 「도시재생특별법 시행령」 제56조에 따른 국가시범지구로 지정이 가능⁴⁰⁾하다. 상권활성화구역은 시장 및 상점가 주변지역에 정부지원 효과를 높이기 위해 국비 지원 대상지역으로 선정되면 「상권활성화사업 운영지침」 제13조에 따라 상권관리기구를 설치하여야 하고, 상권 활성화 업무를 담당하는 상권관리전문가(타운매니저)를 두어야 한다.

- (계획체계) 전통시장 및 상점가 활성화를 위한 '기본계획(국가) - 시·도 지원계획(광역)- 지역추진계획(기초)'의 계획체계

「전통시장법」에 따른 시장 및 상점가 지원을 위해 중소벤처기업부 장관은 시장 및 상점가 활성화 기본계획을 관계 중앙행정기관의 장 및 시·도지사와 협의하여 3년마다 수립·시행해야 하며, 「유통산업발전법」 제3조에 따른 유통산업시책의 기본방향과 연계해야 한다. 이에 광역지자체장(시·도지사)은 3년마다 기본계획과 기초지자체장(시장·군수·구청장)이 수립하는 '지역추진계획'을 반영하여 '시·도 지원계획'을 마련하고, 기초지자체장은 도시계획과 연계하여 지역추진계획을 수립하여야 한다. 또한, 기초자치단체장은 상권활성화 사업을 시행하는 경우 상권활성화사업 계획을 수립(법 제19조의4)하며, 이때, 사업계획은 시·도의 지원계획 및 지역추진계획의 내용과 배치되지 않아야 한다.



[그림 3-2] 전통시장·상점가의 면단위 상권활성화구역 지원

출처 : 소상공인시장진흥공단 (2014) 내부자료: 가천대학교, 소상공인시장진흥공단 (2016). 시장 및 상권활성화 연계 근린재생기법 매뉴얼, p.8 재인용

[표 3-3] 시장 및 상점가 활성화를 위한 「전통시장법」의 계획수립체계

구분	국가 (중소벤처기업부장관)	광역 (시·도지사)	기초 (시장·군수·구청장)
계획명	시장 및 상점가 활성화 기본계획 (3년 마다)	시·도 지원계획 (3년 마다)	시장과 상점가의 활성화 지역추진계획
계획 내용	1. 시장과 상점가의 활성화를 위한 기본 방향 및 정책에 관한 사항 2. 주요 사업의 추진에 관한 사항 3. 재원의 조달 및 운용에 관한 사항 4. 상인조직의 육성에 관한 사항 5. 그 밖에 시장과 상점가의 활성화를 위하여 필요하다고 인정되는 사항	※ 기본계획 및 지역추진계획을 반영	1. 지역추진계획의 연차별 시행에 관한 사항 2. 도시계획과 연계한 시장과 상점가의 활성화 방향 3. 시장과 상점가의 육성계획 4. 시장과 상점가에 대한 주요 지원사업 5. 시장과 상점가의 활성화에 필요한 재원 확보 방안 6. 시장 및 상점가의 안전시설물 관리 및 개선에 관한 사항 7. 그 밖에 중소벤처기업부장관이 요청한 사항
비고	• 관계 중앙행정기관의 장 및 시·도지사와 협의 • 「유통산업발전법」 제3조에 따른 유통산업시책의 기본방향과 연계	-	• 시·도의 지원계획 및 지역추진계획의 내용과 배치되지 않아야 함

출처 : 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」, [법률 제20343호, 2024. 2. 20., 일부개정]을 토대로 연구진 작성

40) 「도시재생 활성화 및 지원에 관한 특별법 시행령」 [대통령령 제34774호, 2024. 7. 30., 타법개정]

[표 3-4] 전통시장·상점가 주요 정책사업 연혁

년도	주요 정책사업
2002	시설 현대화사업(~2019) ⇒ 2020년부터 지방이양 사업으로 전환
2004	시장경영혁신사업(~현재)
2008	문화를 통한 전통시장 활성화 시범사업 (문화체육관광부, 문전성시사업) 문화관광형 시장(중소기업청, ~현재) ⇒ 2009년 중소기업청 소관 사업으로 통합
2011	상권활성화 시범사업
2012	상권활성화사업
2015	골목형시장 육성사업('15~'17)
2016	주차환경 개선사업(~현재) 지역선도시장('16~'21) 청년몰 조성사업(~현재)
2018	상권르네상스 사업('18~'22) (‘상권활성화사업’ 사업명 변경)
2019	노후전선 정비사업(~현재)

출처 : 연구진 작성

- (정책사업) ‘시장환경 개선·정비’에서 ‘경영지원 및 특성화·상인주체 육성’으로 확장

전통시장 및 상점가의 경쟁력 강화를 위해 추진된 정책사업은 2001년 국가균형발전 특별회계사업의 일환으로 중소기업청이 개별 시장 및 상점가를 대상으로 ‘전통시장 및 상점가 시설현대화사업’을 시작하였으며 아케이드 조성과 시장 입구의 환경개선을 중심으로 추진되었다. 시설현대화사업은 2002년부터 2019년까지 총 사업비 3조 8,042억 원이 투입되었으며 그 중 아케이드사업비는 9,677억 원⁴¹⁾으로 전체의 25%를 차지한다. 이와 더불어 2004년에는 상인 대상 공동마케팅과 교육 및 컨설팅을 지원하는 시장경영 혁신사업이 추가되어 지속 추진하였다.

2008년에는 침체된 전통시장 활성화를 위해 문화체육관광부는 중소기업청의 시설현대화 및 경영현대화 사업과는 다른 접근법으로 ‘문화를 통한 전통시장 활성화 시범사업(문전성시사업)’을 추진하였고, 이를 중소기업청이 통합 추진하여 지역 문화·관광자원을 연계한 시장 고유의 특·장점을 집중 육성하는 ‘문화관광형 시장사업’을 현재까지 추진하고 있다. 또한, 2009년부터는 시장 현대화뿐만 아니라 상거래 방식 선진화를 위해 온누리상품권을 발행하여 시장 활성화를 도모하고자 하였다.



[그림 3-3] 전통시장 및 상점가 활성화 관련 사업

출처 : (좌) 신상철. (2009). 파주시, 금촌 전통시장 현대화사업 준공 - 27일 준공식 열려. SKN. 11월 25일 기사. <https://www.safekoreanews.com/3629> (검색일: 2024.05.03.). (중) 채지영. (2020). 세종대왕과 함께 떠나는 골목 여행, 여주한글시장. 아파트관리신문. 6월 15일 기사. <https://www.aptn.co.kr/news/articleView.html?idxno=76051> (검색일: 2024.05.03.); (우) 김방현. (2021). ‘백종원 경고’ 무시했던 청년구단 재도전, 이번엔 음식 버렸다. 중앙일보. 9월 12일 기사. <https://www.joongang.co.kr/article/25006316> (검색일: 2024.05.03.)

상권활성화사업은 2011년 시범사업에서 개별 시장을 중심으로 추진되었으나, 주변지역을 면단위로 확장하여 2018년부터 ‘상권르네상스 사업(18~22)’으로 명칭을 변경하여 총 33곳을 선정하고, 거리정비 및 기반공사, 테마별 거리디자인, 상징조형물 등의 상권환경개선사업(H/W)과 테마존 운영과 홍보·마케팅, 역량강화 교육(S/W)을 추진하였다⁴²⁾. 또한, 2016년부터는 ‘전통시장 및 상점가 주차환경개선사업’ 과 더불어 2017년도 법 개정으로 청년상인 육성 근거(법 제16조)를 마련하여 시장 내 빈점포를 저렴한 임

41) 소상공인시장진흥공단. (2023). 시설현대화사업 지원내역('02-'19) 내부자료.

42) 소상공인시장진흥공단 전통시장통통. 상권르네상스사업. <https://www.sbiz.or.kr/sijangtong/nation/trdarRena/trdarRenaIntro.do> (검색일 : 2024.05.03.)

대료로 창업공간을 지원하는 '청년몰 조성사업'으로 전국 39곳에 672개 점포⁴³⁾가 조성되었다.

전통시장과 상점가를 대상으로 인프라 정비, 특성화, 경영지원으로 진행된 시장경영혁신 지원사업(2014-2023)을 종합해보면, 2,228개소 시장에 총 1조 1,825억원의 국비가 투입되었다. 현재 전통시장 및 상점가 활성화를 위해 주차환경 개선 및 노후전선 정비, 화재안전시설 등의 인프라 정비, 문화관광형 시장 육성 및 청년몰 활성화 등의 특성화 사업, 공동마케팅 및 경영자문, 시장매니저 등 경영지원의 사업이 지속 추진되고 있다.

[표 3-5] 시장경영혁신 지원사업 지원내역

구분	사업명	지원금액(억원)											전통시장 (개소)
		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	합계	
인프라 정비	전통시장 화재안전점검	10	24	30	30	23	25	32	32	23	32	261	1,855
	전통시장 화재알림시설				21	130	121	87	53	61		472	824
	전통시장 안전관리패키지							126				126	46
	노후전선 정비사업						80	122	112	187	27	530	302
	시장환경개선사업						4	11				15	372
특성화	문화관광형시장	321	435	421	438	470	478	404	400	354	172	3,892	341
	청년몰조성			184	148	323	150	64	97			965	43
	청년몰활성화 및 확장					192	51	76	64	63	14	461	34
	상권활성화	23	33			48	105	196	302			708	26
	골목형시장육성사업		376	344	315							1,035	203
	지역선도시장			24	90	128	71	18	9			340	26
	글로벌명품시장육성사업		85	182	147	36						450	42
경영 지원	첫걸음기반조성					96	88	86	28	84	77	458	213
	시장경영패키지지원									142	150	292	569
	시장경영바우처지원	124	186	138	137	119	135	360	204			1,402	1,421
	청년몰대학협력		25	24	24	47	18					138	56
	청년상인도약지원		55	49	31							134	53
	디지털전통시장육성									38	36	74	42
	ICT전통시장육성사업	25	26	13	2							66	305
	전통시장 디지털매니저 지원							5				5	38
합계	504	1,246	1,408	1,383	1,612	1,325	1,585	1,302	952	509	11,825	2,228	

출처 : 소상공인시장진흥공단. (2023). 시장경영혁신지원사업 지원내역('14-'23) 내부자료를 토대로 연구진 작성

43) 2021년 기준 전국 39곳의 청년몰이 조성되어 672개 점포가 들어섰으며, 293개가 폐점, 22개 점포는 휴업, 92개 점포는 이전, 265개 점포만 영업 중이며, 2017년부터 2021년까지 총 679억원의 국비가 투입. (김미란. (2022). 누가 청년을 기울어준 운동장으로 떠밀었나. 더스쿠프. 6월 14일 기사. <https://www.thescoop.co.kr/news/articleView.html?idxno=54576>, 검색일: 2024.05.01.)

• (거버넌스) 상권협의체 구성과 상권관리기구 설립 및 타운매니저 배치 의무

상권활성화사업은 상권협의체를 구성하고 상인, 임대인 각 1/2 이상 사업동의 및 상생협약 체결⁴⁴⁾ 후 사업신청이 가능하며, 사업선정 이후에는 120일 이내 상권활성화재단 등 상권관리기구를 설립하고 타운매니저를 1인 이상 두어야 한다⁴⁵⁾. 이에 전국 상권활성화재단은 2024년 6월 기준 총 11곳⁴⁶⁾의 지자체에 설립되어 상권활성화사업을 운영하고 있다.

이처럼 상권활성화사업은 시장과 주변지역을 연계한 면단위의 사업구역을 대상으로 하였으나, 실제 사업의 추진은 시장 상권의 내부 시설인프라를 정비하거나 테마가로를 조성하고, 상인에 대한 보호 및 육성의 관점에서 경영능력 향상을 통한 상인의 소득 증기를 위한 마케팅 중심으로 지원이 이루어졌다. 또한, 관련 사업주체로 규정된 시장관리자와 상권관리자의 업무범위와 상인회 및 상인연합회가 할 수 있는 사업의 내용과 같이, 주로 기반시설 유지 관리 및 상권활성화사업에 한정된 지원업무 및 사업으로 정의되어 있다.

[표 3-6] 전통시장 및 상점가 대한 관련 사업주체의 업무범위 및 사업

시장관리자의 업무범위(법 제67조①)	상권관리기구의 업무범위(법 제19조의8)
<ol style="list-style-type: none"> 1. 상업기반시설의 유지 및 관리 2. 화재예방과 화재안전관리를 위한 체계 구축·운영, 청소 및 방범 활동 3. 고객의 안전유지 및 고객과 인근 지역 주민의 피해·불만의 처리 4. 상거래 질서의 확립 5. 그 밖에 시장 관리를 위하여 필요하다고 시장·군수·구청장이 인정하는 업무 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 상권활성화사업의 계획 수립에 필요한 자료의 제공 등 지원 업무 2. 상권활성화사업 3. 상권활성화와 관련된 사업으로서 지방자치단체의 장이 위탁하는 사업 4. 그 밖에 중소벤처기업부장관 또는 지방자치단체의 장이 상권활성화를 위하여 필요하다고 인정하는 사업
상인회가 할 수 있는 사업(법 제66조④)	상인연합회가 할 수 있는 사업(법 제66조④)
<ol style="list-style-type: none"> 1. 시설 및 경영의 현대화를 위한 사업 2. 상인의 매출 증대 및 영업활성화를 위한 공동사업 3. 상인 교육 및 지역주민과의 협력사업 4. 상거래 질서유지 및 고객불만 처리에 관한 업무 5. 상업기반시설 관리업무 6. 화재나 자연재해의 예방 및 안전관리를 위한 체계 구축·운영에 관한 업무 7. 그 밖에 정부와 지방자치단체에서 시장등의 상권활성화를 위하여 위탁하거나 인정하는 사업 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 시장과 상점가 상인의 상권활성화 2. 시장과 상점가 상인의 공동 상품개발과 판로 확보 3. 시장과 상점가 상인의 구매·판매 및 물류에 관한 공동사업 4. 상인의 자조조직 육성 및 지원 5. 정부와 지방자치단체의 장이 위탁하는 사업 6. 그 밖에 중소벤처기업부장관이 필요하다고 인정하는 사업

출처 : 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」 [법률 제20343호, 2024. 2. 20., 일부개정]

44) 중소벤처기업부. (2021.5). 「상권 르네상스 사업(상권활성화사업)」 공고(5차) (공고 제2021-320호). p.2.

45) 「상권활성화사업 운영지침」 [중소벤처기업부고시 제2023-87호, 2023. 8.31., 일부개정]

46) 상권활성화재단현황(11곳) : 부산 연제구, 경기 성남/ 안산/의정부/구리시, 강원 정선군, 전북 군산시, 전남 진도군, 경북 문경시, 경남 창원/진주시. (클린아이 지방공공기관 통합공시, 지방출자출연기관 설립현황 (2024.6.30. 기준). <https://www.cleaneye.go.kr/siteGuide/iptCompStatus.do>, 검색일 : 2024.08.30.)

□ (공간관리②) '시장정비사업'을 통한 대규모점포 조성

- (공간범위) 기능을 상실한 노후 시장을 중심으로 시장 재건축·재개발

'시장정비구역'은 시장정비사업을 추진하기 위해 광역자치단체가 승인·고시하는 구역으로 국공유지 면적이 전체 토지면적의 1/2 이상이어야 하며, 기존 시장재개발과 시장재건축사업이 통합되어 시행되었다. 시장정비사업은 전통시장 현대화 촉진을 위해 「전통시장법」 제14조에 따른 상업기반시설 및 「도시정비법」 제2조 제4호에 따른 정비기반시설을 정비하고, 사업추진단계는 「전통시장법」을 따르고 조합설립단계부터 준공까지는 「도시정비법」의 재개발사업에 관한 규정을 준용한다⁴⁷⁾.

시장정비사업은 대규모점포가 포함된 건축물을 조성하기 위한 사업으로 용적률, 건폐율, 건축물의 높이 제한 등의 건축특례와 세금 특례 및 사업추진 방식에 특례가 적용된다. 따라서 대규모점포가 의무적으로 포함되도록 건설하여야 하며, 사업을 완료하면 전통시장의 지위를 상실하게 된다⁴⁸⁾. 이에 「유통산업발전법」에 따른 판매면적 3천㎡ 이상의 대형마트와 백화점, 복합쇼핑몰 등의 '대규모점포'로 등록하여야 한다.

[표 3-7] 시장정비사업의 사업대상 및 특례사항

사업대상*	특례사항	관계법령
<ul style="list-style-type: none"> • 상업기반시설이 노후 및 안전상의 결함이 있거나 경쟁력이 없어진 시장 • 화재나 홍수 등 자연재해로 시장의 기능이 정상 수행 불가 또는 수리만으로 기능 회복이 불가능한 시장 • 그 밖에 시장·군수·구청장이 상권 활성화와 도시개발을 위하여 필요하다고 인정하는 시장 	<ul style="list-style-type: none"> • (건축특례) 지구단위계획, 건폐율, 용적률, 높이 제한, 대지의 공지, 도시·군계획시설 결정 해제 등 • (세금 특례) 국세 및 지방세, 과밀부담금 감면 등 • (사업추진) 소유주 동의, 인접지역 동의, 국공유재산 처분, 공설시장, 임시시장 마련 등 	<ul style="list-style-type: none"> • 「전통시장법」 • 「도시 정비법」 • 「국토계획법」 • 「집합건물의 소유 및 관리에 관한 법률」 • 시장정비사업 매뉴얼('18.12)

* 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」에 따른 도시계획시설 중 '시장'이라 하더라도 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」에 따른 전통시장이 아닌 경우 시장정비사업의 대상이 될 수 없음(중소벤처기업부. (2018.12). 시장정비사업 매뉴얼. p.17) 출처 : 중소기업부. (2018.12). 시장정비사업 매뉴얼. p.7, pp.94-100.을 토대로 연구진 재작성

- (공간조성) 사업성을 고려하여 주상복합건물 및 건물형 상업시설 조성

시장정비사업을 통해 이루어지는 공간관리는 시장현대화를 촉진하기 위한 기반시설의 정비를 목적으로 형태적으로는 소규모의 점포가 밀집한 가로형 시장이 건물형으로 조성되고, 주로 저층부에는 상업시설, 중·고층부에는 주거시설로 용도 복합으로 건설된다. 사업시행주체는 사업이 진행되는 동안 사업추진위원회와 사업조합, 정비사업전문

47) 중소기업부. (2018.12). 시장정비사업 매뉴얼. p.1.

48) 중소기업부. (2018.12). 시장정비사업 매뉴얼. p.1.

관리업자의 사업주체를 통해 추진된다.

그러나 시장경쟁력 확보 및 지역경제 발전 도모라는 공공정책의 취지와는 달리, 사업시행자에게 개발이익 수단으로 활용되어 상인 재입점이 어려워지거나, 주상복합건물로 인해 도시미관 훼손, 일조권·조망권을 둘러싼 갈등 발생 등의 비판이 지속적으로 제기⁴⁹⁾되고 있다. 또한, 국공유지의 절반 이상을 포함하여야 하는 규정⁵⁰⁾과 사업절차 및 사업성 문제로 인한 사업시행 연기 등의 문제가 지속되고 있다. 이와 관련하여 최근 '양남시장'과 같이 사업성 문제로 장기간 표류 중이었던 시장정비사업이 도시재생사업과 연계하여 추진되는 사례가 대도시를 중심으로 나타나고 있다.

도시재생사업과 연계한 시장정비사업 : 영등포구 양남시장정비사업- 양평동1가 도시재생 인정사업

- 사업개요 : 양남시장정비구역, 1,956.7㎡, 준공업지역
- 사업내용 : 조합원 분양 30가구, 공공지원 민간임대주택 48가구 등 공동주택 78가구와 어린이집, 소상공인지원센터 등
- 사업추진과정
 - 2010년 양남시장정비사업의 사업추진계획이 승인되었으나 사업비 조달 문제로 장기간 사업이 중단
 - 2021년 공공과 민간이 함께하는 부동산 매입사업이 도시재생 인정사업으로 선정, 서울주택도시공사와 주택도시금이 출자한 위탁관리 부동산 투자회사(공간지원리츠)와 시장조합이 협약을 맺고 사업추진



[양평동1가도시재생인정사업 건축계획(안)]

출처 : 양지윤. (2021). 양남시장 일대에 임대주택...공공+민간 손잡고 개발. 서울경제. 8월 27일 기사. <https://sedaily.com/NewsView/22QCNTUEY6> (검색일: 2024.05.01.); 영등포구. (2021). 제2021-1681호 양남시장정비사업추진계획 변경 승인 추천 신청에 따른 공람공고. 영등포구보 제1837호. pp.22-23.

49) 정미숙. (2012). 시장정비사업...주상복합아파트 개발사업(돈벌이 수단)으로 전락. 대한뉴스. 12월 11일 기사. <http://www.dhns.co.kr/news/articleView.html?idxno=72020> (검색일: 2024.05.01.); 신주현. (2022). [집중취재] '공익사업 취지 무색' 시장정비사업 투기판 전락. KBS뉴스. 6월 15일 뉴스. <https://news.kbs.co.kr/news/pc/view/view.do?ncd=5486898> (검색일: 2024.05.01.)

50) 2018년 기준 전국 1천437개 전통시장 중 국공유지 면적 기준을 충족하는 시장은 289곳에 불과. (우계성. (2024). 노후 전통시장 정비하고 싶어도 전통시장법이 발목. 기호일보. 3월 12일 기사. <https://www.kihoilbo.co.kr/news/articleView.html?idxno=1077346>, 검색일: 2024.06.16.)

3) 「유통산업발전법」에 따른 전통상업보존과 대형점포 규제

□ (공간개념) 대형유통업체인 ‘대규모점포’·‘준대규모점포’의 유통산업 활성화와 중소유통업체의 지원 및 상생을 위한 ‘상점가’, ‘전문상가단지’, ‘전통상업보존구역’

「유통산업발전법」은 1996년 유통시장 전면 개방에 따라 유통구조 선진화 및 효율화를 위해 제정되었다. 이에 따라 유통산업의 경쟁력 강화와 외국인 투자 촉진을 위해 백화점, 대형마트, 백화점, 쇼핑센터 등 매장면적합계 3,000㎡ 이상의 규모인 ‘대규모점포’에 대한 허가제를 등록제로 개편하고 영업 관련 인·허가 사항의 일괄 처리를 확대하는 등 유통업자에게 부담이 되는 규제를 완화하였다. 또한, 도소매점포 및 용역점포로 이루어진 2,000㎡ 이내 및 점포 30개 이상의 ‘상점가’의 진흥조합의 조직 근거와 지원내용, 5,000㎡ 이상의 부지면적을 기준으로 ‘전문상가단지’의 건립자금 지원 근거를 마련하는 등 중소유통기업에 대한 지원방안도 마련하였다.

2000년대 들어서는 대형 유통업의 급격한 확산과 다양한 유통 구조 변화에 따른 소상공인·전통시장 경쟁력 약화에 대응하여 정부는 소상공인 ‘지원’에서 ‘보호와 육성’ 정책으로 전환⁵¹⁾하였다. 이에 2010년부터 대규모유통업과 중소유통업의 상생을 위해 입점 제한 및 영업시간을 제한하는 ‘전통상업보존구역’의 규제 근거를 마련하였다.

[표 3-8] 「유통산업발전법」에 따른 정책지원 요건

구분	법적정의	지정권자	공간적 요건		조직구성 요건 조직	기타 요건	관계법령
			면적/범위	점포 수			
대규모 점포	<ul style="list-style-type: none"> 다음 요건을 모두 갖춘 매장을 보유한 점포의 집단 (※ 대형마트, 전문점, 백화점, 쇼핑센터, 복합쇼핑몰, 그 밖의 대규모 점포) -가. 하나 또는 둘 이상 연결된 건물 내 하나 또는 여러 개로 나누어 설치되는 매장 -나. 상시운영 매장 -다. 매장면적 합계 3천㎡ 이상 	<ul style="list-style-type: none"> 특별자치시장·시장·군수·구청장에게 등록 	<ul style="list-style-type: none"> 매장면적 합계 3천㎡ 이상 (용역의 제공장소 제외) 	-	<ul style="list-style-type: none"> 유통업상생발전협의회 (특별자치시장·시장·군수·구청장 소속) 	<ul style="list-style-type: none"> 상권영향평가서 및 지역협력계획서 	<ul style="list-style-type: none"> 「식품위생법 시행령」 제23조 및 제25조의 관련 의제사항
준대규모 점포	<ul style="list-style-type: none"> 다음 각 목에 어느 하나에 해당하는 점포로 대통령령으로 정하는 것 -가. 대규모점포를 경영하는 회사 또는 그 계열회사가 직영하는 점포 -나. 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」에 따른 상호출자제한기업집단의 계열회사가 직영하는 점포 -다. 가목 및 나목의 회사 또는 계열회사가 제6호가목에 따른 직영점형 체인사업 및 같은 호 나목에 따른 프랜차이즈형 체인사업의 형태로 운영하는 점포 						

51) 소상공인진흥공단. (2022.7). 새정부의 소상공인정책. p.2.

구분	법적정의	지정권자	공간적 요건		조직구성 요건	기타 요건	관계법령
			면적/범위	점포 수			
상점가	<ul style="list-style-type: none"> 일정 범위의 가로 또는 지하도에 대통령령으로 정하는 수 이상의 도매점포·소매점포 또는 용역점포가 밀집하여 있는 지구 (1또는 2에 해당하는 지구) 	<ul style="list-style-type: none"> 특별자치시장·시장·군수·구청장 	1. 도·소매점포 또는 용역점포 밀집 지구 <ul style="list-style-type: none"> 2천㎡이내의 가로 또는 지하도 2. 특성업종 도소매점포 밀집 지구 (다음 '가, 나, 다'의 요건 모두 충족) <ul style="list-style-type: none"> 가. 가로 또는 지하도의 면적이 특성업종 도소매점포의 평균면적에 도소매점포의 수를 곱한 면적과 용역점포의 면적을 합한 면적 이내 나. 점포 30개 이상 다. 특성업종 도·소매업 비중이 50% 이상 	<ul style="list-style-type: none"> 상점가진흥조합 (협동조합 또는 사업조합) 	<ul style="list-style-type: none"> 「전통시장법」에 따른 지원 (법제20, 21조, 25~27조, 29, 30조) 		
전문상가 단지	<ul style="list-style-type: none"> 같은 업종을 경영하는 여러 도매업자 또는 소매업자가 일정 지역에 점포 및 부대시설 등을 집단으로 설치하여 만든 상가단지 		<ul style="list-style-type: none"> 5천㎡이상의 부지확보 	<ul style="list-style-type: none"> (단지 내 입주 조합원 50인 이상) 	<ul style="list-style-type: none"> 협동조합·사업협동조합·협동조합 연합회 또는 중소기업중앙회 	<ul style="list-style-type: none"> 「중소기업협동조합법」 제3조제1항 제1호부터 제4호 	
전통상업 보존구역	<ul style="list-style-type: none"> 전통시장이나 중소벤처기업부 장관이 정하는 전통상점가의 경계로부터 1킬로미터 이내의 범위에서 해당 지방자치단체의 조례로 정하는 지역 	<ul style="list-style-type: none"> 지방자치단체 조례 	<ul style="list-style-type: none"> 전통상점가(전통시장)의 경계로부터 1km 이내 	-	-	<ul style="list-style-type: none"> 반경 3km 이내 지역에서는 상권영향평가와 인근 상인회와 협의 	<ul style="list-style-type: none"> 「전통시장법」 지방자치단체 조례

출처 : 「유통산업발전법」, [법률 제19117호, 2022. 12. 27., 타법개정]; 「유통산업발전법 시행령」, [대통령령 제33886호, 2023. 11. 21., 타법개정]; 「유통산업발전법 시행규칙」, [산업통상자원부령 제502호, 2023. 2. 28., 타법개정]; 「전통시장법」 [법률 제20343호, 2024. 2. 20., 일부개정]을 토대로 연구진 작성

□ (공간관리) 중소기업의 경쟁력 강화와 상생을 위한 지원과 규제

- 전통시장 및 상점가 활성화 지원대상으로 「유통산업발전법」의 '상점가'를 지원, 골목상권 지원 확대를 위한 2020년 「전통시장법」의 '골목형 상점가' 신설

'상점가'는 「전통시장법」에 따른 상점가 활성화지원, 상업기반시설 현대화, 공동사업 활성화 등의 지원대상이 되어 왔다. 도·소매점포 및 용역점포가 밀집한 골목상권은 '상점가'에 해당하며, 2015년 개정 당시 「유통산업발전법 시행령」에 상점가의 점포 수 기준을 '가로 또는 지하도에 2천㎡당 50개 이상의 점포가 밀집한 지구'로 규정하면서, 인구 30만 이하 시·군·자치구에서는 30개 이상의 점포로 완화 규정을 두었다. 이에 2018년 정부는 소상공인에 대한 지원확대를 위해 지자체의 인구수에 상관없이 점포수 30개 이상 밀집한 지구⁵²⁾로 기준을 완화하여 현행의 지원근거를 마련하였다.

52) 산업통상자원부. (2018). 상점가 기준 완화를 통한 소상공인 지원 강화. 1월 30일 보도자료. p.1.

한편, 도·소매 점포 비중이 50% 이상을 충족해야 상점가 등록 및 지원을 허용함에 따라 카페, 제과점, 식당, 주점 등 요식업과 먹자골목 등 다양한 업종으로 이루어진 상점가는 용역업으로 구분되어 「유통산업발전법」에 따른 상점가의 등록 기준에 부합하기 어려웠다. 이에 2020년 「전통시장법」에 ‘골목형 상점가’의 지원근거를 마련하여 그간 상점가에서 소외되어왔던 골목상권의 소상공인 지원을 확대하였다.

- 중소기업의 상생을 위한 ‘전통상업보존구역’ 지정으로 대형유통업체 규제

정부는 기업형 슈퍼마켓(SSM)의 급격한 성장에 따라 중소 영세상인을 보호하기 위해 2010년 ‘전통상업보존구역’의 지정 근거를 마련하였으며 전통상업보존구역의 지정은 지방자치단체 조례에 따른다. 법에 따른 지정근거에는 대규모·준대규모 점포의 입지제한(전통시장 및 전통상점가로부터 반경 1km 이내)에 대한 등록규제와 영업시간 제한과 의무휴업일 도입의 행위제한 규제가 포함된다. 또한, 대규모점포 등의 개설 시 지역협력 계획서 및 상권영향평가를 첨부하여 지자체가 대규모점포 현황을 점검·감독하는 근거를 마련되었다. 전통상업보존구역 지정제도는 2015년과 2020년에 일몰 기한을 2차례 연장하여 2025년 11월까지 유효하다.

[표 3-9] 「유통산업발전법」의 대규모점포 규제 관련 법 개정 연혁

년도	법 제·개정 주요내용	비고
2010	전통상업보존구역 신설(전통시장 반경 500m), 대형마트 및 SSM 신규 출점 제한	등록규제
2011	전통상업보존구역 범위 확대(전통시장 반경 1km)	등록규제
2012	영업시간 제한 도입(0~8시), 의무휴업 도입(월 1~2회 이내)	행위규제
2013	영업시간 제한 확대(0~10시), 의무휴업 확대(월 2회)	행위규제
	대규모·준대규모 점포 출점시 상권영향평가서 및 지역협력계획서 제출	등록규제
2015	전통상업보존구역 관련 조항 일몰기한 연장(2020년 11월 까지)	등록규제
2016	대규모·준대규모 점포 개설 예고 영업개시 60일전까지로 강화	등록규제
2020	전통상업보존구역 관련 조항 일몰기한 5년 추가 연장(2025년 11월 까지)	등록규제

출처: 윤희훈, 이선목, (2021). [마트 규제 10년]① “온라인으로 장보면 되죠”...대형마트 의무 휴업, 수혜자가 없다. 조선비즈, 4월 11일 기사. https://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2021/04/11/2021041100045.html (검색일: 2024.05.03.)



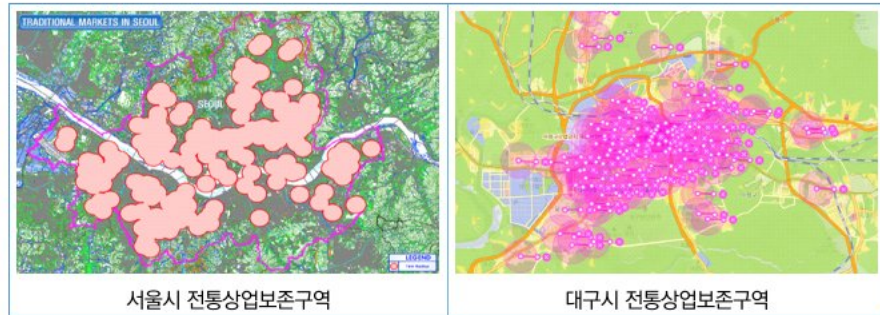
[그림 3-4] 제주시 전통상업보존구역 고시도면

출처: 김봉현, (2011). 제주 전통시장 근처엔 대형마트·SSM 얼씬 못한다. 제주의소리, 5월 23일 기사. <https://www.jejusori.net/news/articleView.html?idxno=99823> (검색일: 2024.05.04.)

그러나 최근 온라인시장 확대 및 유통환경의 급변에 따라 기존 ‘전통시장 VS 대형유통업체’의 경쟁 구도는 ‘온라인 VS 오프라인’으로 변화⁵³⁾ 하였다. 이에 대형유통업체 입점

53) 이에 중소벤처기업부는 중소유통업체 활성화를 위해 유럽 슈퍼협동조합(레베, 에데카, 르클레르 등)을 벤치마킹하여 2018년 ‘동네슈퍼 협업화 지원사업’을 추진하며, 지역협업화 유형으로 슈퍼조합 10개를 선정하여 협업시스템 개발, 공동구매·마케팅, 점포환경·경영 개선 등에 총 21억원으로 단년간 지원하였음. (중소벤처기업부, (2018). 동네슈퍼 협업화로 위기를 돌파한다!!, 4월 4일 보도자료, p.1.)

규제에 대한 실효성 문제가 제기되고 있다. 특히 서울과 대구의 경우 전통상업보존구역이 도시 전체면적의 상당 부분을 차지한다는 문제가 제기되었고, 일부 지방자치단체는 대형마트 의무 휴업일을 평일로 전환하거나 폐지⁵⁴⁾하는 현상이 나타나고 있다.



[그림 3-5] 서울시·대구시 전통상업보존구역

출처 : (좌) 전국경제인연합회. (2020). 서울시 유통규제 지역 현황. 12월 1일 보도자료. https://m.fki.or.kr/bbs/bbs_view.asp?cate=news&content_id=d436d536-602b-4222-917f-b4062547b260 (검색일: 2024.05.03.), (우) 유현제. (2021). 대구 덮은 전통상업보존구역...대규모점포 등 진입장벽, 낡은 조례 바꿔야. 대구일보. 11월 1일 기사. <https://www.idaegu.com/news/articleView.html?idxno=421885> (검색일: 2024.05.03.)

한편, 온라인시장의 급성장에 따라 대형마트 및 백화점의 대규모점포가 폐업되면서 출구전략으로 주상복합아파트를 조성하는 사례가 증가하고 있다. 그 예로 부산의 경우 2021년부터 2024년 5월까지 총 7개 대형마트가 폐업하였으며, 이 중 5곳이 주상복합으로 개발될 예정⁵⁵⁾이다. 또한, 대전의 경우 2020년 홈플러스 탄방점, 둔산점이 폐업하여 오피스텔로 조성될 예정이며, 홈플러스 동대점은 주상복합 아파트로 조성될 예정⁵⁶⁾이다. 이에 유통상업시설이 주거시설로 전환되어 지역의 생활권 기능과 도시경관에 큰 변화가 예상된다.

54) 강지아. (2024). 대형마트 일요일 의무휴업, 부산서 12년 만에 폐지. KBS뉴스. 5월 24일 뉴스. <https://news.kbs.co.kr/news/pc/view/view.do?ncd=7971651> (검색일: 2024.5.31.); 국무조정실. (2024). 기초지자체 76곳, 대형마트 의무휴업 '평일'로 옮긴다. 4월2일 보도자료. 참조

55) 롯데마트 금정점, 홈플러스 가야점/연산점/해운대점/서면점, NC백화점 서면점, 메가마트 남천점. (김건형. (2024). 사라지는 대형마트, 줄줄이 아파트 건립 추진. KNN. 5월 31일 뉴스. <https://news.knn.co.kr/news/article/157975>, 검색일: 2024.06.01.)

56) 이정순. (2022). 줄줄이 문닫는 대전 대형 유통시설... 불안감, 충청투데이. 6월 24일 기사. <https://www.cctoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=2164056> (검색일: 2024.07.05.)

2. 지역상권 상생 및 활성화를 위한 제도 및 정책

1) 「지역상권법」의 주요내용

□ 법 제정 배경

2021년 7월 제정된 「지역상권법」은 지역상권 구성원 간의 상호 협력을 촉진하고, 지역상생발전과 자생적·자립적인 상권 운영에 필요한 사항을 규정함으로써 지역경제의 활성화 및 국민경제의 균형 있는 발전에 기여함을 목적으로 한다(법 제1조).

이 법은 상권 고유의 특색을 상실함으로써, 임대인, 임차인, 사업자 등 지역공동체 모두에게 부정적인 결과를 초래하는 젠트리피케이션과 도시개발 및 코로나19로 인해 소상공인 생존의 위기에 대한 문제를 법 제정 이유로 밝히고 있다. 따라서 「지역상권법」은 이 같은 상권 문제를 극복하기 위해 지역공동체 간의 공존과 상생의 협력적 관계를 강조하며 지역에 특화된 문화의 지속적 발전과 서민경제의 활성화를 도모하고자 한다.

중소벤처기업부는 「지역상권법」을 실행하기 위해 2023년 12월 '지역상권 상생 및 활성화 종합계획(이하 '종합계획')'을 발표하였다. 이에 그동안의 상권 활성화 정책이 관 주도로 전통시장을 중심으로 추진되었다면, 지역·민간주도의 지역상권으로 정책대상을 확장하게 되었다. 또한, 지역소멸 위기와 N분 생활권, 압축도시 개념 등 도시환경 변화에 대응할 수 있도록 지역을 재건하고 지역상권을 매력적인 공간으로 개조하여 소비유입 및 활력을 제고하고 지역상권을 민간주도로 재구성하여 지속가능한 발전을 도모하고자 한다.

[표 3-10] 정책 패러다임의 전환

구분	기존	전환	내용
정책대상	전통시장 중심	→ 모든 상권	지역상권법(21.7 제정) 취지를 살리고, 지역 내 균등기회 제공과 균형있는 발전을 위해 지역자율상권 조성 및 지원
권한이양	중앙정부	→ 지자체	재원 및 예산절차, 선정권한 등을 지자체에 과감하게 이양하고, 정부는 법·제도 정비 등 기반 조성에 집중, 지방분권 기틀을 마련
지원전략	정부주도	→ 지역상권주체 + 민간주도	정부의 일률적 가이드 없이 상권주체와 민간이 투자관점에서 자립과 지속성을 담보로 기획·실행하여 정책효과성 제고 및 지속성 확보
지역확산	지역사회 분절	→ 공존·상호발전	지역상권의 성과가 지역사회로 확산되고 서로 공유하며 상호 발전하는 선순환 생태계를 조성하여 지역 활력을 제고

출처 : 중소기업부. (2023.12). 지역상권 상생 및 활성화 종합계획. p.9.

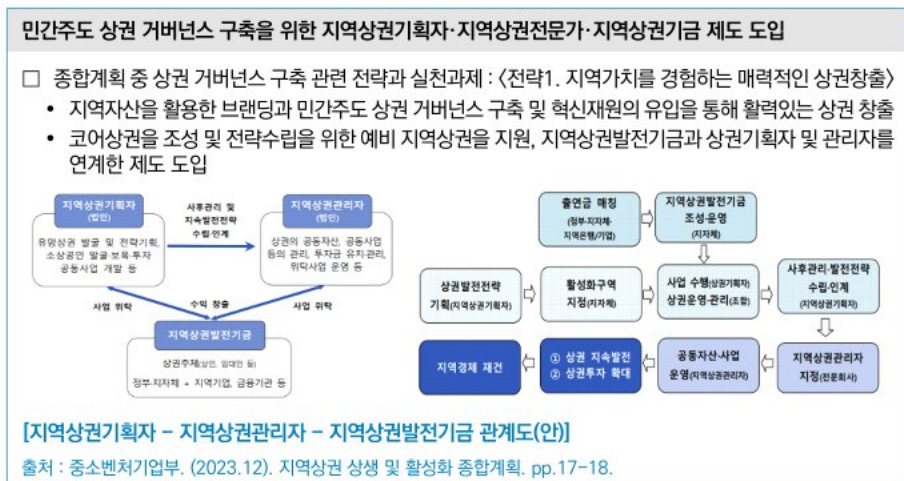
57) 중소기업부. (2023.12). 지역상권 상생 및 활성화 종합계획. pp.3-4.

종합계획은 정책 추진전략으로 ①지역가치를 경험하는 매력적인 상권 창출, ②지속가능한 상권생태계 조성, ③지역과 공존·발전하는 상권, ④상생하는 상권의 4개의 추진전략과 10개의 세부추진과제를 제시하고 있다. 이를 위한 기반구축으로 사업추진체계 개편 관련해서는 유형별·단계별 코어상권 조성과 지역주도·중앙정부 지원 추진체계를 구축하는 내용이, 법·제도 정비와 관련해서는 상권기획자, 투자제도에 대한 지역상권법 개정⁵⁸⁾과 지역상권의 DB 구축 등 상권정보시스템 고도화 내용을 포함하고 있다.

비전	민간주도의 지속가능한 혁신상권 조성으로 지역경제를 “Re:Structure”(재건)			
목표	지역의 특성과 매력을 발산하는 지역별 코어(Core)상권 조성 - 상권전략 기획 등 예비지역상권 발굴·육성(동내상권발전소 지원)-			
추진 전략	1. 지역가치를 경험하는 매력적인 상권 창출 <ul style="list-style-type: none"> 지역브랜딩을 통한 차별화된 상권 조성 민간주도 상권 거버넌스 구축 혁신재원의 자발적 유입 촉진 	2. 지속가능한 상권 생태계 조성 <ul style="list-style-type: none"> 생애주기별 맞춤형 지원 전략 지역 소상공인 창업과 혁신성장의 거점 역량있는 상권주체, 스마트한 상권 	3. 지역과 공존·발전하는 상권 <ul style="list-style-type: none"> 지역기반 경제공유 네트워크 구축 지역민 참여와 상권 성과의 지역 환원 	4. 상생하는 상권 <ul style="list-style-type: none"> 상권주체간 상생 민관협력 상생기반 조성
기반 구축	사업 추진체계 개편 <ul style="list-style-type: none"> ◇ 유형별·단계별 코어상권 조성 ◇ 지역 주도, 중앙 지원 추진체계 구축 		법·제도 정비 <ul style="list-style-type: none"> ◇ 지역상권법 개정(상권기획자, 투자제도) ◇ 상권정보시스템 고도화(상권DB, 활성화자료) 	

[그림 3-6] 지역상권 상생 및 활성화 종합계획의 정책 추진전략

출처 : 중소벤처기업부. (2023.12). 지역상권 상생 및 활성화 종합계획. p.10.



58) ‘지역상권기획자’, ‘지역상권관리자’ 등록제도 및 ‘지역상권발전기금’에 대한 법적 근거 마련을 위해 2023년 10월 법 개정을 추진(「골목상권 공동체 육성 및 활성화 지원을 위한 특별법안」(의안번호: 2201528, 제안일: 2024.07.09., 산업통상자원중소벤처기업위원회))

□ 공간 개념

- 활성화구역의 유형 : 지역상생구역과 자율상권구역

「지역상권법」에서의 공간 개념은 '활성화구역'으로 젠트리피케이션 방지를 위한 '지역상생구역'과 쇠퇴상권 활성화를 위한 '자율상권구역'의 2개 유형으로 구분된다.

공간적 지정요건은 두 유형 공통으로 상업지역이 50%이상 포함되고 100개 이상의 도·소매점포 또는 용역점포가 밀집하여 하나의 상권을 이루는 곳에 지정할 수 있다. 각 유형은 지정 목적이 상이함에 따라 경제적 지정요건과 특례 및 규제 사항에 차이가 있다.

지역상생구역은 해당 행정동의 평균 상가임대료가 최근 2년 간 계속 상승⁵⁹⁾한 지역으로 젠트리피케이션 현상을 관리하기 위하여 지정한다. 자율상생구역은 해당 행정동의 사업체 수, 매출액 또는 인구수 중 2개 이상이 최근 2년간 지속 감소한 곳에 지정할 수 있으며 상권이 지속적으로 쇠퇴하고 있어 활성화가 필요할 때 지정한다.

[표 3-11] 「지역상권법」의 활성화구역

구분	활성화구역		
	지역상생구역 (법 제2조2)	자율상권구역(법 제2조4)	
지정목적	젠트리피케이션 방지	쇠퇴상권 활성화	
지정요건	상업지역 50%이상		
	점포 100개 이상		
	경제	임대료 급격히 상승 또는 우려가 있는 지역	사업체 수, 매출액 또는 인구수 중 2개 이상이 연평균 최근 2년간 계속 감소
조직	상인, 임대인, 소유자 2/3 동의		
	(조직구성) 지역상생협의체, 지역상권위원회	(조직구성) 자율상권조합, 지역상권위원회	
특례	공통	임대료 인상제한, 지방세 또는 부담금 감면, 대수선비 및 시설비 용자, 부설주차장 설치기준 완화	
	개별	-	온누리상품권 가맹점 등록, 환경 및 영업시설 정비사업, 특성화 사업 등
규제	업종 제한	대규모, 준대규모 점포, 연매출 일정수준 이상의 가맹본부 직영점 업종제한	-

출처 : 「지역상권 상생 및 활성화에 관한 법률」 [법률 제20365호, 2024. 2. 27., 일부개정]을 토대로 연구진 작성

- 활성화구역의 지정 신청과 승인(법 제12조)

활성화구역의 지정 또는 변경 신청 시, 시장·군수·구청장은 각 구역의 지정 기준의 충족 여부, 지역별 기본계획과 부합 여부, 상생협약 체결 여부를 확인해야 한다. 이때, 자율상

59) 「상가건물 임대차보호법」 제11조제1항 단서에 따른 비율 이상(※차임 또는 보증금의 100분의 5의 금액)으로서 지자체 조례로 정하는 임대료 비율을 초과하여 최근 2년간 계속하여 상승한 것을 말함.

(「지역상권 상생 및 활성화에 관한 법률 시행령」 제2조 [대통령령 제34862호, 2024. 8. 27., 일부개정] ; 「상가건물 임대차보호법 시행령」 제4조 [대통령령 제34550호, 2024. 6. 4., 타법개정])

권구역의 경우에는 자율상권조합의 재원조달 및 운영방안의 타당성 또한 검토해야한다. 예비구역이 모든 조건을 갖추었을 때, 시장·군수·구청장은 공청회를 거쳐 주민 및 관계 전문가 등의 의견을 수렴하여 시·도지사에 승인을 신청한다. 시·도지사에 승인 신청이 들어오면, 지역상생구역은 지역상권위원회⁶⁰⁾의 심의를 거쳐 승인 여부를 결정하며, 자율상생구역의 경우는 지역상권위원회 심의뿐만 아니라, 중소벤처기업부장관과의 협의를 통해 승인여부를 결정한다.

□ 공간관리 내용

- 계획체계(법 제6~7조) : 종합계획(중앙) - 기본계획(광역) - 사업계획(기초)

법에 따른 계획은 중소벤처기업부장관이 수립하는 종합계획과, 활성화구역을 승인하고자 하는 특별시장·광역시장·특별자치시장·도지사 및 특별자치도지사(이하, '시·도지사')가 수립하는 지역별 기본계획이 있다. 중소벤처기업부장관은 종합계획을 3년마다 수립·시행해야 하며, ①지역상권 상생 및 활성화의 기본목표와 발전방향, ②사업 및 지원에 관한 사항, ③재원의 조달 및 운용에 관한 사항, ④지역상권 전문 인력의 교육 및 육성에 관한 사항, ⑤그밖에 필요한 사항의 내용을 포함해야 한다. 시·도지사는 종합계획을 반영하여 지역특성을 고려한 지역별 기본계획을 수립하여야 하며, 활성화구역을 지정한 시·도에서는 매년 수립·시행해야 한다⁶¹⁾. 현행법상 개별 지역상권에 대한 사업계획을 통합적으로 계획하는 기초지자체 단위의 계획은 부재하다.

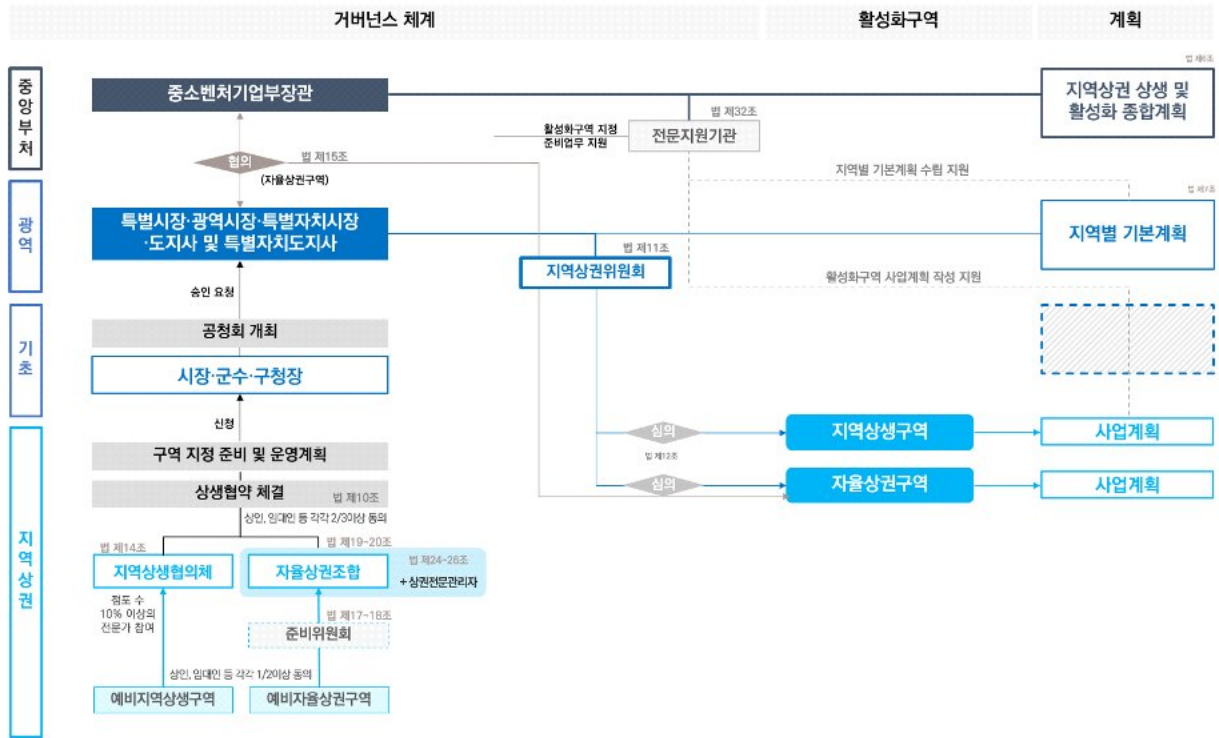
	[중앙]		[광역]	[기초]	[개별 상권]
계획명	지역상권 상생 및 활성화 종합계획	반영 →	지역별 기본계획	-	사업계획
수립권자	중소벤처기업부장관 (3년)	← 제출	시·도지사 (매년)	-	시장·군수·구청장
계획내용	①기본목표와 발전방향 ②사업 및 지원에 관한 사항 ③재원조달/운용에 관한 사항 ④지역상권 전문 인력의 교육 및 육성에 관한 사항		※ 종합계획의 내용을 반영하여 수립	-	-
비고	2023년 12월 수립 (법 제6조)		※ 활성화구역이 있는 경우 매년 수립 (법 제7조)	※ 기초지자체가 수립하는 계획 부재	※ 상권 활성화사업, 동네상권발전소 지원사업 등

[그림 3-7] 「지역상권법」에 따른 계획체계

출처 : 「지역상권 상생 및 활성화에 관한 법률」[법률 제20365호, 2024. 2. 27., 일부개정]을 토대로 연구진 작성

60) 「지역상권법」 제11조에 따라 '지역상권위원회'는 특별시·광역시·특별자치시·도 및 특별자치도에 둘 수 있고, 활성화구역을 지정·변경·해제, 구역 내 임대인과 임차인 간 분쟁조정 등 활성화구역에 관한 사항을 심의하며, 위원회 구성과 운영에 관한 사항은 시·도 조례로 정함.

61) 「지역상권 상생 및 활성화에 관한 법률」[법률 제20365호, 2024. 2. 27., 일부개정]



[그림 3-8] 「지역상권법」의 계획수립 및 활성화구역 지정 절차 종합

출처 : 「지역상권 상생 및 활성화에 관한 법률」 [법률 제20365호, 2024. 2. 27., 일부개정]을 토대로 연구진 작성

• 실태조사

중소벤처기업부장관과 시·도지사는 종합계획 또는 지역별 기본계획을 수립하거나, 활성화구역의 지정 및 운영에 필요할 때 실태조사를 실시할 수 있다. 실태조사의 주요 조사내용은 임대료 상승률 등 임대차 정보, 상권의 매출액 변화, 창·폐업 및 종사자 수 변화 등이다. 종합계획에서는 상업행위가 발생하는 잠정치 지역상권 3,540곳⁶²⁾이 제시되어 이를 토대로 지역상권 실태조사(’23.11~’24.8)가 추진되었다.

• 특례 및 규제 사항

활성화구역으로 지정되면 다양한 법적 특례와 비용 지원 혜택을 받을 수 있다. 국가 및 지방자치단체는 활성화구역에 대해 조세 또는 부담금을 감면할 수 있으며, 활성화를 위한 조사와 연구비도 보조할 수 있다. 또한, 구역 내 건물과 토지를 매입하거나 임차하여 상시 영업 상인이나 자율상권조합 등의 입주를 지원할 수 있다.

[표 3-12] 실태조사 내용

실태조사의 주요내용(법 제8조)
1. 임대료상승률 등 임대차 정보에 관한 사항
2. 상권의 매출액 변화에 관한 사항
3. 창업·폐업 및 종사자 수의 변화에 관한 사항
4. 그 밖에 활성화구역의 실태를 파악하는 데 필요한 사항

출처 : 「지역상권 상생 및 활성화에 관한 법률」
[법률 제20365호, 2024. 2. 27., 일부개정]

62) 중소벤처기업부. (2023. 12). 지역상권 상생 및 활성화 종합계획. p.5.

특례 적용 대상에 따라, 상가 건물 소유자에게는 건물 개축 및 대수선에 필요한 비용을 용자해 줄 수 있으며, 부설 주차장을 설치해야 하는 경우 일부 용도에 한해 주차장 확보 기준이 완화된다. 상인과 입주자는 시설비와 운영비 등에 대한 용자 지원을 받을 수 있으며, 자율상권구역의 경우 상인 및 자율상권조합이 온누리상품권 가맹점으로 등록될 수 있다. 한편, 활성화구역으로 지정된 후에는 임대차 계약과 업종에 대한 규제가 적용될 수 있다. 활성화구역 내 상가건물 임대인은 상생협약에서 정한 비율을 초과하는 임차료 및 보증금 인상을 청구할 수 없으며, 시장·군수·구청장은 사행행위 영업, 유흥주점 영업, 프랜차이즈업, 대규모 및 준대규모 점포 등에 대해 영업 또는 시설 설치를 금지하거나 제한할 수 있다.

[표 3-13] 「지역상권법」에 따른 활성화구역의 특례 및 규제사항 상세

구분	항목	대상	내용	지역상권법	타법
특례	상가임대차 계약	활성화구역 (자율상권구역, 지역상생구역)	• 차임 또는 보증금의 100분의 5의 비율 이내에서 상생협약으로 정한 비율을 초과 청구 불가	• 법 제27조	• 「상가건물임대차보호법」 제11조제1항, 동법 시행령 제4조
	부설주차장 설치	활성화구역 (자율상권구역, 지역상생구역)	• 문화 및 집회시설, 종교시설, 판매시설, 운수시설, 의료시설, 운동시설, 업무시설, 방송국, 장례식장 : 시설면적 150㎡당 1대 → 300㎡당 1대 • 제1종 근린생활시설 및 제2종 근린생활시설 : 시설면적 200㎡당 1대 → 300㎡당 1대	• 법 제28조 • 시행령 제22조	• 「주차장법 시행령」 별표 1
	온누리상품권 가맹점	자율상권구역	• 온누리상품권 가맹점 등록 (자율상권구역 내 상인 및 자율상권조합)	• 법 제29조	• 「전통시장법」 제2조 제13호
	활성화구역에 대한 지원	활성화구역 (자율상권구역, 지역상생구역)	[국가와 지방자치단체가 다음을 지원] • 지자체 조례로 정하는 조세 또는 부담금의 감면 • 상가건물 소유자에 대한 건물 개축, 대수선비 등의 용자 • 활성화구역에 입주한 자에 대한 시설비, 운영비 등의 용자 • 구역 활성화를 위한 조사·연구비 등의 보조 • 상인 등 입주를 목적으로 활성화구역 내의 건물 또는 토지의 매입 및 임차 (상시영업상인, 자율상권조합 등)	• 법 제30조 • 시행령 제23조 • 시행규칙 제11조	• 「전통시장법」 제16조에 따른 청년상인 • 「중소기업창업지원법」에 따른 초기창업기업, 청년창업기업
규제	업종 제한	지역상생구역	• 「사행행위 등 규제 및 처벌 특례법」에 따른 사행행위 영업 • 「식품위생법」에 따른 식품접객업 중 유흥주점 영업 등 대통령령으로 정하는 업 • 「가맹사업거래의 공정화에 관한 법률」 제2조에 따른 가맹사업 중 연매출액이 대통령령으로 정하는 기준 이상인 가맹본부가 운영하는 직영점 • 「유통산업발전법」 제2조에 따른 대규모점포 또는 준대규모점포 • 그 밖에 지역상생구역의 지정 목적을 해칠 우려가 있는 사실로서 해당 지방자치단체의 조례로 정하는 것	• 법 제31조 • 시행령 제24-26조 • 시행규칙 제12조	• 「사행행위 등 규제 및 처벌 특례법」 • 「식품위생법」 • 「가맹사업거래의 공정화에 관한 법률」 제2조 • 「유통산업발전법」 제2조

■ 활성화구역 2개 유형 공통사항




출처 : 「지역상권 상생 및 활성화에 관한 법률」 [법률 제20365호, 2024. 2. 27., 일부개정]을 토대로 연구진 작성

- 거버넌스 운영체계

지역상생구역의 지역상생협의체는 예비지역상생구역 내 상인 등의 각각 1/2 이상의 동의를 받아 전문가 등과 함께 지역상생협의체를 구성하여야 한다(법 제14조). 이때, 전문가는 상권 활성화 또는 도시재생에 전문성이 있는 사람으로 1명 이상이되, 구역 내 점포수의 10% 이상으로 전문가가 구성되어야 한다.

자율상권구역의 경우, 자율상권조합의 설립 이전에 예비자율상권구역 내 상인 등의 각각 1/2 이상 동의를 받아 준비위원회를 구성하여야 한다(법 제17조제1항). 자율상권조합에는 경영, 경제, 상권분석, 부동산, 도시계획, 건축, 디자인, 문화 또는 관광 등 상권 관련 분야의 자격과 경력을 갖춘 전문가를 '상권 전문관리자'로 두어야 한다. 다만, 10명 이하 조합원으로 구성된 자율상권조합의 경우, 조합 임원이 상권전문관리자의 업무를 대행할 수 있다(법 제24조).

지역상생구역 또는 자율상권구역으로 지정받기 위해서는 구역 내 상인, 임대인 등의 각각 2/3 이상의 동의를 받아 '상생협약'을 체결하여야 한다(법 제10조). 상생협약에는 임대료 안정화를 위한 사항, 임대차 기간의 조정에 관한 사항, 계약갱신 요구권 및 권리금 회수기회 보장에 관한 사항 등이 포함되어야 한다. 따라서 중소벤처기업부장관 또는 시·도지사는 상생협약의 체결을 위한 '상생협약 표준안'을 마련하여 보급하고, 법률적·기술적 자문을 하거나 관계 전문가의 도움을 받을 수 있도록 지원할 수 있도록 근거를 명시한다.

거버넌스 구성	1/2 동의	2/3 동의	
상인  주민  전문가 	1/2 동의	2/3 동의	
지역상생구역	지역상생협의체 구성 (예비 지역상생구역) +전문가 1명 이상, 점포수의 10% 이상 (법 제14조)	상생협약 체결 (법 제10조)	구역 지정 준비 및 운영계획
자율상권구역	자율상권조합 준비위원회 구성 (예비 자율상권구역) 위원장, 부위원장 포함 20명 이내 (법 제17조제1항, 영 제12조)	상생협약 체결, 자율상권조합 구성 +상권전문관리자 (조합임원 대행가능) (법 제10조, 영 제20조)	구역 지정 준비 및 운영계획

[그림 3-9] 활성화구역 지정을 위한 거버넌스 구성

출처 : 「지역상권 상생 및 활성화에 관한 법률」 [법률 제20365호, 2024. 2. 27., 일부개정]; 「지역상권 상생 및 활성화에 관한 법률 시행령」 [대통령령 제34862호, 2024. 8. 27., 일부개정]을 토대로 연구진 작성

2) 「지역상권법」에 따른 정책사업

□ 상권활성화사업

- '관 주도·상권 환경개선'에서 '민관협업·상권 기획력'을 중심으로 개편

상권활성화사업은 기존 '상권르네상스 사업(18~22)'에서는 「전통시장법」에 따른 상권활성화구역으로 전통시장 및 상점가를 중심으로 추진하였으나, 「지역상권법」에 시행(22.4)에 따라 '도심형 소형상가'를 신설하여 지원 대상을 확장하고 2023년부터 예비사업방식으로 '동네상권발전소 지원사업'을 도입한 상권활성화사업을 추진하고 있다. 이에 예비사업의 성격인 동네상권발전소 지원사업의 수행성과를 평가하여 우수 전략사업을 상권활성화사업으로 연계하여 추진하며, 2024년부터 상권활성화사업은 기존 소상공인시장진흥기금에서 지역균형발전 특별회계 자율계정으로 이관되어 운영되고 있다. 현행 상권활성화사업은 쇠퇴상권인 자율상권구역을 대상으로 상권의 특색을 반영한 거점공간 조성, 빈점포 활용(H/W), 특화상품·브랜드 개발, 지역창업가 양성(S/W) 등을 종합적으로 지원⁶³⁾한다.

이에 기존 사업은 관 주도로 상권의 시설인프라 조성 및 특화상품 개발을 중심의 사업을 지원한 것과 달리, 변경된 사업에서는 상업환경에 대한 민간의 기획 능력을 강조하며, 민관 공동의 컨소시엄을 통해 상권활성화 5개년계획을 사전에 준비하여 후속사업을 연계 추진한다는 점에서 큰 차이가 있다. 개편된 주요 내용은 다음과 같다.

첫째, 지원대상 측면에서 기존 사업에서는 상권활성화구역으로 전통시장을 중심으로 하여 점포 수 100개에서 400개 이상을 대상으로 지원하였으나, 변경 사업에서는 점포수 규모는 30개로 '자율상권구역'의 지정을 고려하여 상업지역 50% 이상을 포함해야 한다.

둘째, 사업내용 측면에서 기존 사업에서는 상권환경을 개선하는 하드웨어사업과 상품 및 브랜드 개발을 추진하였으나, 변경된 사업에서는 상권 특색을 강화하고 빈점포를 활용하는 하드웨어 사업과 특화상품 및 브랜드 개발, 지역창업가 양성이 포함되어 있다.

셋째, 거버넌스체계 측면에서는, 기존에는 상권협의체를 구성하고 상생협약을 체결하는 요건을 두었으나, 변경된 사업에서는 상권기획자⁶⁴⁾, 로컬크리에이터 등 주관기관과 지자체가 민관 공동의 컨소시엄을 구성하여 예비사업을 추진하고 본 사업에서 지역 기반의 자율상권조합이 사업을 추진한다.

63) 중소벤처기업부. (2024.1). 「2024년 동네상권발전소 지원사업」 모집공고(공고 제2024-79호). p.3.

64) 상권구성원 등과 협업하여 상권발굴 및 전략수립~실행까지 전문지원하는 전문회사로서, 상권발굴 및 전략기획, 유망 소상공인 발굴·교육·투자 등 수행. (중소벤처기업부. (2024.1). 「2024년 동네상권발전소 지원사업」 모집공고(공고 제2024-79호). p.2.)

[표 3-14] 상권활성화사업의 주요 변경사항

(기존) 「전통시장법」에 따른 사업시행		구분	(변경) 「지역상권법」 시행에 따른 상권활성화사업		
상권활성화사업 (상권르네상스 사업, 2022년 기준)	사업명		[先 예비사업 추진] 동네상권발전소 지원사업	▼ 성과 평가	[後 본사업 추진] 상권활성화사업
		기간	1년		5년
5년 또는 3+2년	지원 대상	예비상권구역 (임의구역 지정, 점포 수 30개 이상) (※자율상권구역 지정 시 상업지역 50% 포함 필수)	자율상권구역 (점포 수 30개 이상, 상업지역 50% 이상)		
상권활성화구역 (도심형 소형상권 - 점포 수 100개, 일반 상권 - 점포 수 400개 이상)	지원 금액	최대 1.5억원 (국비 50%, 지방비 50%)	100억원 (※지역균형발전 특별회계 자율계정)		
60억~120억원 (국비 50%, 지방비 50%)	사업 내용	· (필수) 동네상권 거버넌스 구축, 로컬 아카이빙, 상권전략수립(상권활성화 5개년계획) · (선택) 동네상권 리빙랩, 크리에이터 발굴·육성	· (H/W) 상권특색을 반영한 거점공간 조성, 빈점포 활용 · (S/W) 특화상품·브랜드 개발, 지역창업가양성		
· (H/W) 상권 특색을 반영한 거점공간 조성 등 상권환경개선 · (S/W) 특화상품·브랜드 개발 등 지원	거버넌스	민·관 공동 컨소시엄 (주관기관(상권기획자 등) + 지자체 + 상인·주민 협의체)	자율상권조합 (상인, 임대인, 소유자 2/3 동의)		
상권협의체 구성 및 상생협약 (토지소유자, 상인, 임대인, 임대인, 거주자, 전문가 등) (상인, 임대인 각 1/2 이상 사업동의 및 상생 협약 체결)	관리 주체	소상공인시장진흥공단 (전문기관)	자율상권조합, 지역상권위원회		
상권관리기구 (일반 - 상권활성화재단, 도심형소형 - 자율상권조합)	추진 방법	민관주도로 추진·지역문제해결 역량을 높여 후속사업을 위한 '상권5개년계획' 수립	예비사업의 '상권5개년계획'을 토대로 본격적인 지역상권 활성화 사업 추진		
사업공모 선정 후 총 5년간 사업추진		상권의 민간 기획력을 활용하여 민관 공동의 사업추진			
상권의 환경개선과 상품·브랜드 개발					

출처 : 중소벤처기업부. (2022.6). 「상권 활성화 사업」 대상지 모집 공고(공고 제2022-363호), pp.1-2. ; 중소벤처기업부. (2024.1). 「2024년 동네상권발전소 지원사업」모집공고(공고 제2024-79호), pp.2-3. 토대로 연구진 작성

[표 3-15] 상권활성화사업 공모내용 변화(2021-2024)

공모년도	지원분야	근거법	지원대상	점포수	지원액	지원기간	상권관리기구	비고
2021년	(일반상권)	전통시장법	상권활성화구역	400개 이상	최대 120억	5년	상권활성화협의체	(舊 상권르네상스사업)
2022년	일반상권	전통시장법	상권활성화구역	400개 이상	최대 120억	3+2년	상권활성화재단	「지역상권법」 시행(22.4)에 따른 변경
	도심형소형상권	지역상권법	자율상권구역	100~399개	최대 60억	3+2년	자율상권조합	
2023년	단일유형	지역상권법	자율상권구역	30개 이상	2억/100억원*	1년/5년*	자율상권조합	※동네상권발전소 지원사업
2024년	산업·생활·관광형	지역상권법	자율상권구역	30개 이상	1.5억/100억원*	1년/5년*	자율상권조합	후 상권활성화사업 추진

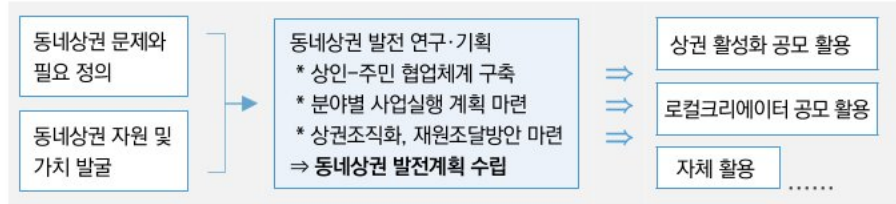
* 동네발전소 지원사업의 도입을 고려한 것으로 '동네발전소사업 해당/ 상권활성화사업 해당'

출처 : 중소벤처기업부. (2022.6). 「상권 활성화 사업」 대상지 모집 공고(공고 제2022-363호), p.2. ; 중소벤처기업부. (2024.1). 「2024년 동네상권발전소 지원사업」모집공고(공고 제2024-79호), pp.1-4.을 토대로 연구진 작성

□ 상권활성화사업의 예비사업 : 동네상권발전소 지원사업

- 민·관 공동 컨소시엄으로 지역상권의 발굴과 기획력을 강화

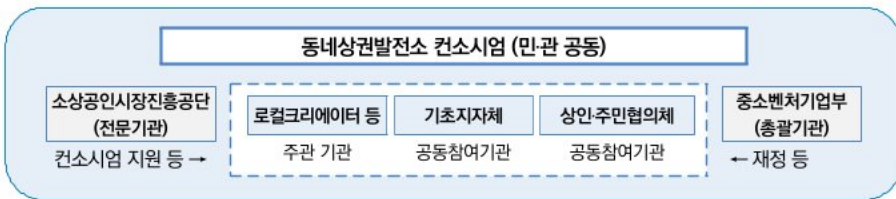
동네상권발전소 지원사업은 지역상인 및 주민이 체감하는 동네상권의 문제를 해결하기 위해 주도적으로 상권을 발굴하여 지속가능한 발전을 위해 연구·기획⁶⁵⁾하는 사업이다. 본 사업인 상권활성화사업 추진 이전에 단년간 지원하는 예비사업으로 사업기간 내 수립한 동네발전계획을 통해 향후 상권 활성화 관련 사업 등으로 활용할 수 있다.



[그림 3-10] 동네상권발전소 운영모델

출처 : 중소벤처기업부. (2023). 민간전문가와 지역상인, 주민이 함께 만드는 ‘동네상권’이 뜬다. 5월 2일 보도자료. p.4.

또한, 상권기획자, 로컬크리에이터 등 주관기관과 지자체 및 상인·주민협의체가 ‘동네상권발전소 컨소시엄’을 구성하여 사업을 신청하는 것이 주요한 특징이며, 2023년 도입되어 2024년부터는 지원유형을 ‘산업형, 생활형, 관광형’으로 세분화하여 공모하고 있다. 사업내용은 ‘동네상권 거버넌스 구축, 로컬 아카이빙, 상권전략수립’의 3개의 필수사업과 ‘동네상권 리빙랩, 크리에이터 발굴·육성’을 선택사업을 지원한다.



[그림 3-11] 동네상권발전소 지원사업 추진체계

출처 : 중소벤처기업부. (2024. 1). 「2024년 동네상권발전소 지원사업」 모집공고(공고 제2024-79호). p.3.

이에 공모에 선정되면 사업기간 동안 지역의 역사, 문화, 생활자원을 아카이빙하며 잠재력이 높은 상권을 발굴하고, 이를 자율상권구역으로 운영하기 위한 협업체계(자율상권조합)를 구성하여 향후 5년간의 상권활성화사업 추진계획을 수립하는 필수사업을 추진하게 된다. 선택사업으로는 상권 문제 해결을 위한 아이디어를 실험하는 리빙랩과 지역자원을 활용한 혁신적인 소상공인을 발굴·교육에 대해 추진이 가능하다. 사업종료 전에는 그간의 수행내역에 대한 성과평가를 거쳐 본사업인 상권활성화사업으로 연계하여

65) 중소벤처기업부. (2024. 1). 「2024년 동네상권발전소 지원사업」 모집공고(공고 제2024-79호). p.1.

추진하게 된다. 이를 위해 사업기간 내 법에 따른 요건을 준비하여야 한다. 따라서 ①자율상권조합의 설립, ②자율상권구역의 지정(점포수 100개, 상업지역 50%이상), ③상권 활성화 5개년 사업계획(안) 수립의 3가지가 필수⁶⁶⁾ 수행 조건이 된다.

[표 3-16] 동네상권발전소 지원사업의 세부내용

구분	사업내용	세부내용	비고(공간관리 측면)
필수	동네상권 거버넌스 구축	이해관계자와 함께 잠재력이 높은 상권을 발굴하고 협업체계를 구축하여 자율상권조합 설립·자율상권구역 지정	거버넌스
	로컬 아카이빙	지역 상권의 역사와 문화, 생활 자료를 수집하고 관리·보존하여 지역 정체성을 확립하고 상권의 매력도 제고	프로그램
	동네상권 전략수립	지역자원을 활용하여 지속가능하고 지역의 특색을 반영하는 상권활성화사업 추진계획(5개년) 수립	물리적 대상
선택	동네상권 리빙랩	지역구성원(상인, 주민, 지자체 등)이 함께 상권 문제점을 도출하고 해결을 위해 필요한 사업의 연구·실행 과정 지원*	(프로그램/거버넌스)
	크리에이터 발굴·육성	지역의 자원을 활용한 혁신적 아이디어를 갖춘 소상공인 등 로컬상권 크리에이터 발굴 및 교육	(프로그램/거버넌스)

* ①로컬상권 문제 발견 및 해결방안 탐색, ②주민·상인·임대인 등 참여역량 강화를 위한 교육 및 멘토링, ③로컬상권 문제 해결 아이디어 개선·적용을 위한 활동비 지원, ④로컬상권 활성화를 위한 사업지원

출처 : 중소벤처기업부. (2024.1). 「2024년 동네상권발전소 지원사업」모집공고(공고 제2024-79호). pp.1-4.

동네상권발전소는 '23년 6곳, '24년 13곳으로 총 19곳의 사업을 추진하고 있다. 주로 지방 중소도시의 상권을 대상으로 하며 주관기관은 도시재생사업의 경험이 있는 관련 민간 주체가 다수 포함되어 있다. 자율상권구역 예정지는 '상업지역 50% 이상' 요건에 충족시키기 위해 창원 소리단길 사업지역과 같이 인접하는 대로변 상업지역을 포함하여 구역으로 설정하고 있다. 한편, 상업지역 50% 이상에 부합하는 곳은 2023년도 선정지역 6곳 중 속초, 제주, 광주 서구의 3곳에 불과한 실정이다.



[그림 3-12] 동네상권발전소 지원사업 선정지역의 자율상권구역 예정지

출처 : 거제시. (2023.12). 상권활성화사업 5개년계획. p.2.; 제주시. (2023.12). 상권활성화사업 5개년계획. p.6.; 디벨로펀. (2024.7). 창원 소리단길 프로젝트 관련 내부자료. p.7.

66) 중소벤처기업부. (2024.1). 「2024년 동네상권발전소 지원사업」모집공고(공고 제2024-79호). pp.1-4.

[표 3-17] 동네상권발전소 사업 선정지역

구분	기초	주관기관	상권 대상지	자율상권구역 예정지 면적	상업지역 면적 (구성비)
'23년 선정	1	강원 속초시 칠성조선소	속초 중앙시장 일대	145,800㎡	107,724㎡ (73.8%)
	2	경남 거제시 거제섬도	고현동 고현시장	2,079,318㎡	15,741㎡ (0.75%)
	3	제주 제주시 주식회사 일로와	삼도2/이도1/일도1동	180,840㎡	175,406㎡ (97.0%)
	4	충북 청주시 구루물마을관리사회적협동조합	운천동	85,614㎡	(※ 상업지역 없음)
	5	강원 강릉시 어번데일벤처스(주)	명주동·남문동	61,195㎡	31,821㎡ (52.0%)
	6	광주 서구 (주)더드림메이커스	금호동 일대 (금호감 상권)	29,742㎡	15,027㎡ (50.5%)
'24년 선정	1	서울 용산구 (주)한국시장경영원	용산구 이태원동 일원	-	-
	2	경기 수원시 주식회사 공존공간	팔달구 매교동 일원	-	-
	3	강원 태백시 주식회사 휘영	삼수동 일원	-	-
	4	강원 홍천군 맥주학교 농담	홍천읍 신장대리 일원	-	-
	5	대전 동구 (주)제이어스	동구 중앙동 일원	-	-
	6	전남 영암군 영암활출마을관리사회적협동조합	서남리, 동무리, 역리 일원	-	-
	7	전남 무안군 (주)관찰아마을목포	무안군 청계면 일원	-	-
	8	전북 남원시 따뜻한소통 협동조합	남원시 천거동 일원	-	-
	9	전북 고창군 (사)고창군지역사회발전협의회	고창읍 읍내리 일원	-	-
	10	대구 중구 북성로일원마을관리사회적협동조합	향촌동 및 대안동 일원	-	-
	11	부산 부산진구 어번데일벤처스(주)	부전동 일원	-	-
	12	부산 기장군 (주)로컬바이로컬	기장읍 대라리 일원	-	-
	13	경남 창원시 주식회사 디벨로펀	의창구 중동 일원	-	-

도시재생사업 지역 관련 주관기관 운영지역

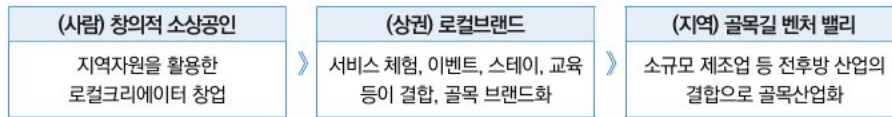
출처 : 중소벤처기업부. (2023). 민간전문가와 지역상인, 주민이 함께 만드는 '동네상권'이 뜬다. 5월 2일 보도자료. p.2.; 중소벤처기업부. (2024). 동네상권, 우리가 스스로 만든다. 4월 12일 보도자료. p.4.; 속초시. (2023.12). 상권활성화사업 5개년계획. p.5.; 거제시. (2023.12). 상권활성화사업 5개년계획. p.5.; 제주시. (2023.12). 상권활성화사업 5개년계획. p.6.; 청주시. (2023.12). 상권활성화사업 5개년계획. p.4.; 강릉시. (2023.12). 상권활성화사업 5개년계획. p.5.; 광주 서구. (2023.12). 상권활성화사업 5개년계획. p.4.

3) 지역상권과 연계한 소상공인 육성 정책

□ 소상공인 및 자영업 정책방향

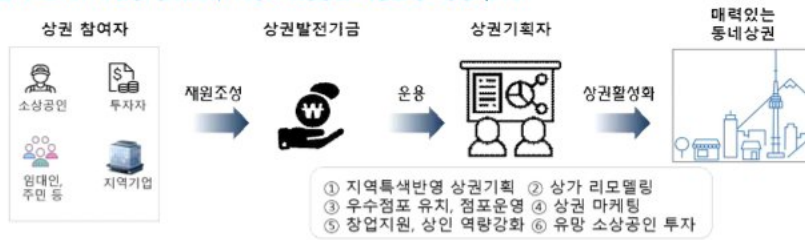
- 민간의 상권 기획 및 관리주체 육성과 민·관 협력형 상권 투자모델 도입

2022년 8월 발표된 '새정부 소상공인·자영업 정책방향'에서는 민간의 혁신역량을 활용하여 지역의 창의적 소상공인을 로컬브랜드로 키워 다양한 로컬브랜드의 집적지로 골목길 벤처밸리로의 성장을 도모하고자 한다. 이에 상인·창업가·건물주·지역주민 등 다양한 골목상권 주체들이 참여하는 커뮤니티(협업체 등) 운영 및 브랜딩 전략수립을 지원하여 지역의 정체성을 가지는 읍면동 단위의 로컬브랜드 구축⁶⁷⁾을 전략으로 제시한다. 또한, 민간 혁신가 및 자본유입을 위해 골목상권의 공간을 재구성하고 소상공인을 보육하는 상권기획자 제도를 도입하고, 상권 주체들이 사업을 추진할 수 있도록 상권발전기금을 도입하는 등 민관협력형 상권 투자모델 추진을 실천과제로 제시하고 있다.



[그림 3-13] 로컬브랜드 및 골목산업화 추진: 로컬상권 성장단계

출처 : 관계부처 합동. (2022.8). 새정부 소상공인·자영업 정책방향. p.18.



[그림 3-14] 상권기획자 및 상권발전기금 개념도

출처 : 관계부처 합동. (2022.8). 새정부 소상공인·자영업 정책방향. p.19.

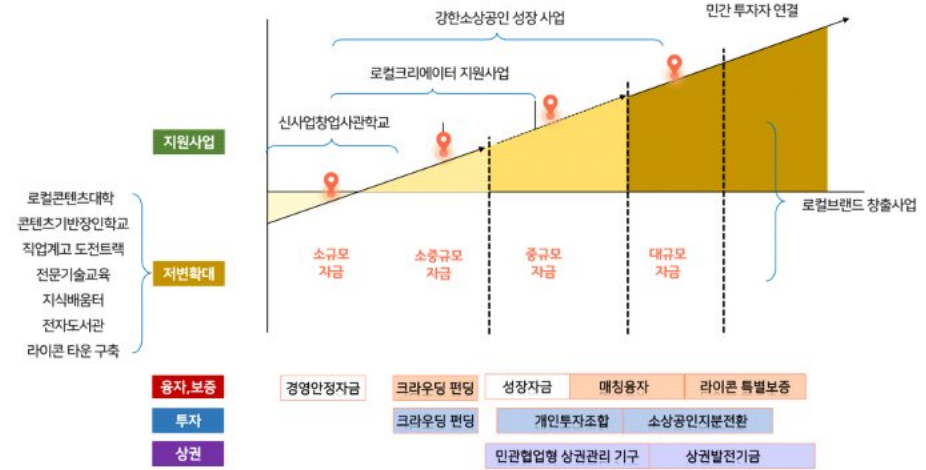
□ 기업가형 소상공인 육성을 위한 정책사업

- 성장단계별 민간주체 지원을 통한 기업가형 소상공인 육성 정책사업

2023년 5월 중소벤처기업부는 '기업가형 소상공인 육성' 정책을 발표하여, 소상공인을 '보호'나 '지원'이 아닌 '육성'의 관점에서 보고, 기업가 정신을 가진 소상공인을 '라이콘(LICORN)'으로 브랜드화, 라이프·로컬에서 혁신을 통해 새로운 콘텐츠를 창조하는 유니콘 기업(Lifestyle & Local Innovation Unicorn) 육성⁶⁸⁾하는 것을 지향한다.

67) 관계부처 합동. (2022.8). 새정부 소상공인·자영업 정책방향. p.18.

이에 성장단계별 기업가형 소상공인 육성을 위해 ①아이디어 발굴 및 창업지원, ②비즈니스 모델 고도화 및 확장, ③민간금융 연계를 통한 사업화지원, ④로컬크리에이터 중심의 상권 창업을 촉진⁶⁹⁾하고자 한다. 이를 위해 지원체계를 정비하여 상권공간 재구성과 전문 기획의 상권기획자, 문화콘텐츠 및 도시재생 등의 민간 엑셀러레이터 연계, 협력 네트워크 구축 등 민간 주체의 스케일업을 추진한다.



[그림 3-15] 기업가형 소상공인 육성정책의 단계별 지원방안

출처 : 중소벤처기업부. (2023). 기업가형 소상공인 육성을 통한 지속가능한 로컬생태계 창출전략. 2024 로컬콘텐츠중점대학 사업설명회 자료(2023.12.14.). p.16.

서변확대를 위해 소상공인 육성을 위한 로컬콘텐츠 중점 대학, 라이콘타운 구축(창업지원 거점) 등을 운영하고, 지원사업으로 신사업창업사관학교, 로컬크리에이터 지원사업, 강한소상공인성장사업, 로컬브랜드 창출사업을 추진하며, 이 과정에서 상권관리기구 및 상권발전기금, 크라우드펀딩 등의 투·용자 및 보증 등 지원사업과 투·용자를 혼합하여 추진한다.

[표 3-18] 기업가형 소상공인 육성 관련 주요사업

구분	사업명	목적	지원대상(금액)	사업내용	비고
서변 확대	로컬콘텐츠 중점대학	로컬형 예비창업자 육성	지역대학 (대학별 2억~5억)	· 지역대학을 활용한 로컬콘텐츠창업 관련 전문 기술 및 지식 교육	
	라이콘타운 구축	지역 (예비)기업가형 소상공인을 창업지원 거점 조성	(예비)창업자 및 기업가형 소상공인	· (예비)창업자 및 기업가형 소상공인 혁신창업공간 조성	세종(24.3 개점), 아산·대전·부산(24년 하반기 예정)

68) 중소벤처기업부. (2023). 소상공인의 새로운 미래를 생활양식(라이프스타일)과 지역(로컬)상표(브랜드)로 제시하다. 5월 16일 보도자료. p.1.

69) 중소벤처기업부. (2023). 기업가형 소상공인 육성을 통한 지속가능한 로컬생태계 창출전략. 2024 로컬콘텐츠중점대학 사업설명회 자료(2023.12.14.). p.22.

구분	사업명	목적	지원대상(금액)	사업내용	비고
지원 사업	신사업창업 사관학교	예비 창업자 및 소상공인의 신사업 발굴·육성 및 창업 지원	예비창업자 (최대 4천만원)	· 창업역량강화, 정책자금 · 사업화자금 및 보육공간 제공	
	로컬크리에 이터 육성	지역의 자원·문화 등을 소재로 창의성과 혁신을 통해 사업가치를 창출하는 로컬크리에이터 발굴 및 육성	소상공인 (개인, 4천만원) 소상공인 2개사 이상(합업, 7천만원)	· (개인) 아이디어 구체화 및 사업고도 화, 마케팅 등 사업화 자금 지원 · (협업)협업을 통해 지역자원(경제적 및 문화적)의 활용가치 제고 및 지역 창업의 생태계 활성화 도모	※ 협업지원
	강한소상공 인 성장지원	기업가정신, 창의·혁신적 아이템 등을 보유한 소상공인을 발굴·선 별하여 다양한 분야 융합·연결	소상공인 (최대 1억원)	· 팀빌딩 프로그램 및 사업모델(BM) 고도화 및 스케일업(확장)에 필요한 사업화 자금 지원	※ 협업지원
	로컬브랜드 창출사업	지역(상권)별 로컬브랜드를 구축하고 로컬크리에이터 중심의 지역별 특성을 반영한 골목 상권·산업 육성	로컬크리에이터 3개사 이상 팀 (최대 5억원)	· (장인학교 운영) 지역정체성 기반 골목상권 브랜드화 · (로컬비즈니스 확장) 협업을 통한 창업 아이템 발굴 및 구체화 지원 · (로컬브랜드 사후관리) 네트워킹 확산 및 성과 공유회 등 지원	※ 협업지원 · (지리적 요건) 협업기업 사업장 소재지 반경 1km이내 밀집
	글로벌 상권 창출 팀	로컬크리에이터가 중심이 되어 집객·체류·회유공간 등 다양한 공간·콘텐츠를 결합시켜 다양한 관계인구를 끌어들이는 글로벌 상권 구축	로컬크리에이터 3개사 이상 팀과 지자체 컨소시엄 (최대 55억원)	· 중기부 교육·컨설팅·사업화 자금 최대 49.5억원 지원(매칭융자 포함) · 지자체 매칭 5.5억원(1년차 또는 2년차)	※ 협업지원 · 협업기업 사업장 소재지 반경 1km이내 밀집 · 상권활성화구역, 지역상 생구역 및 자율상권구역 으로 모두 가능
	우리동네크라 우드 펀딩	소상공인에 적합한 크라우드펀 딩 방식의 민간자금 연계	소상공인	· 크라우드펀딩 교육·코칭, 펀딩 오픈·홍보지원, 수수료 등 제반사항	

출처 : 중소벤처기업부. (2023. 1). 2023년 로컬콘텐츠 중점대학 주관기관 모집 공고 (제2023-39호); 중소벤처기업부. (2024. 1). 2024년 소상공인 지원사업 통합 공고(제2024-003호); 중소벤처기업부. (2024. 4). 2024년 로컬브랜드 창출팀 모집공고(연장)(제2024-278호); 소상공인시장진흥공단. 지원사업. <https://www.semash.or.kr/web/SUP01/SUP0103/SUP010301.kmdc> (검색일: 2024.05.07.); 중소벤처기업부. (2024.4). 2024년 글로벌 상권 창출팀 모집공고(수정)(제2024 - 262호). p.2.

• 기업가형 소상공인 매칭융자 '립스(LIPS)'

중소벤처기업부는 2024년부터는 투자와 정책자금을 결합한 소상공인 복합금융인 매칭 융자사업 '립스 (LIPS, Liconrn Incubator Program for Small Brand)'를 추진하고 있으며, 그중 상인 공동자산화를 위한 '상권연계형 매칭융자' 프로그램을 신규로 도입하여, 소상공인들이 공동으로 필요한 보육·창업공간, 코워킹 스페이스, 교육장 등 지원시설을 조성할 때 투자금의 최대 5배, 최대 20억원까지 묶음형으로 정책자금 융자⁷⁰⁾를 지원한다.

기업가형 소상공인 매칭융자 '립스(LIPS, Liconrn Incubator Program for Small Brand)'

- 중소벤처기업부가 지정한 운영사가 역할을 갖춘 '기업가형 소상공인'*에게 선 투자한 후 추천하면, 중소벤처기업부가 정책자금을 연계(매칭)하여 지원하는 프로그램
- * 기업가 정신, 장인 정신과 창의성을 기반으로 혁신적 사업모델을 창출하고 성장을 지향하는 소상공인
- (투자대상) 투자운영사로부터 3년 이내 투자를 받은 실적이 있는 소상공인

70) 중소벤처기업부. (2024.2). '24년 민간투자 연계형 연계(매칭)융자 참여 소상공인 모집. pp.1-2.

기업가형 소상공인 매칭융자 '립스(LIPS, Liconrn Incubator Program for Small Brand)'

- (지원절차) 선투자 추천서를 발급해 소상공인시장진흥공단에 제출한 후, 소상공인이 온라인을 통해 정책자금 신청하면 심사를 통해 투자받은 금액의 최소 2.5배에서 최대 5배까지 지원

[기업가형 소상공인 매칭융자 '립스' 지원내용]

투자대상	융자 지원금액	금리	대출기간
투자운영사로부터 3년 이내 투자 실적이 있는 소상공인	심사를 통해 투자받은 금액의 최소 2.5배~ 최대 5배	정책자금 기준금리(변동) +0.4%p(가산)	최대 8년 (3년 거주 5년 분할상환)

*투자운영사(11곳) : ㈜비플러스, 어벤데일벤처스, 크립톤, 와디즈파트너스(주), ㈜엔피프린트파트너스, ㈜뉴키즈인베스트먼트, 와이앤아처 주식회사, 주식회사 엠와이소셜컴퍼니, ㈜오마이컴퍼니, ㈜시리즈벤처스, 웰컴벤처스(주)

출처 : 중소벤처기업부, (2024.2), '24년 민간투자 연계형 연계(매칭)융자 참여 소상공인 모집, p.1

• 지역상권 활성화를 위한 소상공인 공동 협업사업 지원

지역상권 활성화 관련 소상공인의 협업을 지원하는 사업은 로컬크리에이터(협업), 강한 소상공인 성장지원, 로컬브랜드 창출, 글로벌상권 창출팀 사업으로, 이 중 로컬브랜드 창출과 글로벌상권 창출팀 사업에 대해 지리적 요건으로 사업장 간 1km 반경 내 밀집조건을 설정하고 있다.

24년도 4월 발표된 '글로벌 상권 창출팀' 지원사업은 동네상권발전소사업과 유사하게 3개 이상의 기업이 지자체와 컨소시엄 형태로 추진되며, 3개 사 중 대표기업의 자격요건을 '로컬기업 2개 이상 영위 경험' 또는 '지역관리(Area Management)의 경험'으로 설정하여 「전통시장법」에 따른 상권활성화구역과 「지역상권법」에 따른 지역상생구역 및 자율상권구역으로 추진할 수 있다.

이 같은 소상공인 협업사업의 근간에는 단계별 소상공인 지원의 기초가 되는 '로컬크리에이터'에 있으며, 이들을 중심으로 집객, 체류, 회유공간 등 다양한 공간과 콘텐츠를 결합시켜 다양한 관계인구를 끌어들이고자 하는 상권을 구축하거나, 이들의 협업을 통해 인적·물적 자산을 연결시켜 골목상권을 브랜드화⁷¹⁾ 하고자 한다.

로컬크리에이터 정의 및 7대 분야

- [정의] '지역의 자연환경, 문화적 자산을 소재로 창의성과 혁신을 통해 사업적 가치를 창출하는 창업가'
- [7대분야] 로컬크리에이터는 지역 고유의 특성과 자원을 기반으로 혁신적인 아이디어를 접목하여 지역경제 활성화에 기여하는 창업가로 7대 유형의 비즈니스모델로 분류

※ ① 지역가치, ② 로컬푸드, ③ 지역기반제조, ④ 지역특화관광, ⑤ 거점브랜드, ⑥ 디지털문화체험, ⑦ 자연친화활동

출처 : 중소벤처기업부, (2024.2), '24년 민간투자 연계형 연계(매칭)융자 참여 소상공인 모집, p.1

71) 중소벤처기업부, (2024), 지역을 살리는 글로벌 상권 프로젝트 신설, 4월 4일 보도자료, pp.3-4.

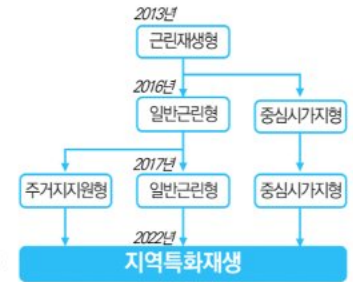
4) 지역상권을 연계한 지역활성화 관련 정책사업

□ 지역상권을 연계한 중앙부처 사업

- 국토교통부 근린재생형 도시재생사업과 지역특화재생

「도시재생특별법」에 따른 근린재생형 사업은 생활권 단위의 생활환경 개선, 기초생활인프라 확충, 공동체 활성화, 골목경제 살리기 등을 위한 활성화계획⁷²⁾을 수립해야 한다. 2013년 법 제정 이래 일반근린형, 중심시가지형, 주거지지원형 등으로 변화하여 2022년부터 ‘지역특화재생’ 사업유형에서 추진하면서, 원도심의 전통시장과 도심상권, 주거지 근린상권과 골목상권 등 지역상권 활력 회복을 위한 사업을 지속적으로 추진해 왔다.

지역특화재생 사업은 역사·문화 등 지역 고유자원을 활용한 스토리텔링·도시브랜드화 추진 및 중심·골목상권 활성화 등을 통한 강소도시 육성⁷³⁾을 목표로 한다. 사업내용으로 도시브랜드화, 상권 활성화, 청년창업지원, 로컬콘텐츠 타운의 4가지로 구분하여, 하드웨어로는 관광거점 및 창업지원 공간과 특화거리 조성 등을, 소프트웨어로는 지역자원을 활용한 로컬브랜드 및 테마상품 개발, 휴먼웨어로는 로컬크리에이터, 스타트업, 벤처기업 등의 경제주체 육성을 지원한다. 부처 협업사업을 추진하는 경우 가점이 부여되며 중소벤처기업부 사업 중에서는 상권 활성화를 위한 공간조성 및 소상공인 등 경제주체 육성 사업이 복합적으로 추진되는 사업⁷⁴⁾이 포함되어 있다.



[그림 3-16] 근린재생형 도시재생 사업유형 변화
출처: 연구진 작성

[표 3-19] 지역특화재생 사업내용

구분	대상지 특성	지원내용
도시브랜드화	지역 자산을 활용한 지역 정체성 보존·확립 및 관광객 친화적인 기반시설 정비가 필요한 지역	역사, 문화, 건축 등 고유자산을 활용한 관광거점 조성, 지역명소와 연계한 방문코스 개발, 도시 브랜드 및 테마상품 개발 지원
상권 활성화	상권 노후화 등으로 상권 활성화를 위한 시설 정비 및 창업 지원이 필요한 지역	지역 특산물 등을 활용한 스토어 브랜드 개발, 특화거리 조성, 상권 컨설팅 및 창업 공간 지원
청년창업 지원	지역경제 침체 및 고용위기지역, 지역 대학 및 기업과 연계한 창업 지원이 필요한 지역	스타트업·벤처기업 등을 위한 공유오피스 조성, 경제주체 육성을 위한 모태펀드 투자 확대
로컬콘텐츠 타운	일자리 창출, 청년인재유입을 위해 지역자산을 활용한 로컬크리에이터 집중 육성이 필요한 지역	로컬크리에이터 창업 및 네트워킹 공간, 코리빙 하우스 조성 등

출처: 국토교통부, (2024.4). '24년 상반기 도시재생사업 신청 가이드라인. p.17.

72) 「도시재생 활성화 및 지원에 관한 특별법」 [법률 제19430호, 2023. 6. 9., 타법개정]

73) 국토교통부, (2024.4). '24년 상반기 도시재생사업 신청 가이드라인. p.17

74) 중소벤처기업부 중점연계사업: ①전통시장 주차환경 개선, ②특성화시장 육성, ③청년상인 육성(복합형 년물 조성 및 활성화), ④상권활성화사업, ⑤소공인 특화지원센터 설치·운영, ⑥지식산업센터 건립, ⑦지역혁신창업 활성화 지원사업, ⑧동네상권 발전소. (국토교통부, (2024.4). '24년 상반기 도시재생사업 신청 가이드라인. p.24.)

[표 3-20] 로컬브랜딩 인프라(5범주 7유형)

범주	유형	로컬브랜딩 인프라
유입	맛이공간	체류형 생활인구(관계인구) 활성화 관계안내소, 상징거점(랜드마크), 팝업스토어
소비	집객공간	집객효율이 높은 앵커스토어(핫플레이스)
	체류공간	머물면서 즐기는 콘텐츠
생산	협업공간	코워킹 스페이스, 워케이션 오피스 등
	제조공간	메이커 스페이스 (열린제작실)
편의	생활공간	교육·의료·행정 등 생활편의 관련 거점
향유	화유공간	보행의 즐거움 (생활권의 쉼표)

출처: 행정안전부. (2023.10.). '24년 생활권 단위 로컬브랜딩 활성화 지원사업 공모 추진계획, p.11

• 행정안전부 생활권 연계 로컬브랜딩 활성화 지원사업

행정안전부는 생활권 로컬 로컬브랜딩을 '지역의 고유자원과 생활양식(lifestyle)을 바탕으로 생활권의 경쟁력과 활력을 높여 정착·방문할 만한 지역으로 만들어 가는 전략'으로 개념화하여 지역성, 고유성, 참여성, 창조성을 4대 핵심 가치로 제시하고 차별화된 지역의 성장 기반 마련⁷⁵⁾을 목적으로 사업을 추진한다. 생활권의 범위는 거점이나 거리, 마을 등 로컬브랜딩 단위가 되는 범위⁷⁶⁾로 하며, 자연·환경, 역사·문화, 지리·장소, 커뮤니티·인적자원, 상업 등 지역 고유자원과 라이프스타일을 통해 지역자원의 활용 가능성을 탐색한다. 사업내용은 지역가치를 발굴하고 운영계획을 포함한 맞춤형 마스터플랜을 수립하고 이에 따른 로컬브랜딩 인프라 시설 조성, 가로·공원 환경정비 등의 사업추진을 지원한다. 이때, 로컬브랜딩 인프라의 공간으로 ①유입(맛이), ②소비(집객·체류), ③생산(협업·제조), ④편의(생활), ⑤향유(회유)의 5가지 범주 7개 유형⁷⁷⁾으로 제시하고 있다. '23년 선정지역은 총 10곳으로 주거지역과 원도심 및 지역상권이 포함된 생활권을 대상으로 추진하였다.

[표 3-21] 생활권 연계 로컬브랜딩 활성화 지원사업 추진절차

① 지역가치발굴	② 마스터플랜 수립	③ 핵심기반 조성 및 생활실험 추진
매력·개성적인 지역 고유 가치 발굴을 통해 차별성 있는 지역만의 성장동력 마련	운영계획을 포함하여 지역가치를 살리고 기존 사업들을 아우르는 '생활권 활성화 계획' 마련	지역 커뮤니티 기반의 지역가치 제고 핵심기반 조성 및 생활실험을 통해 가시적인 성과 창출

출처: 행정안전부. (2023.10.). '24년 생활권 단위 로컬브랜딩 활성화 지원사업 공모 추진계획, p.2

• (공간관리) 지역 고유의 가치를 활용한 특화상권 브랜딩 및 경제주체 육성

국토교통부 지역특화재생과 행정안전부 생활권 연계 로컬브랜딩 활성화 지원사업은 '국정과제 119. 지역사회의 자생적 창조역량 강화'와 관련하여 중소벤처기업부와 협업으로 추진된다. 이에 공간관리는 지역 고유의 가치를 활용하여 특화 상권으로 브랜딩하고, 로컬크리에이터 등 관련 경제주체를 육성하는 것을 중점적으로 한다. 특히, 거버넌스 측면에서 사업추진을 위한 의무사항으로 주어지는 체계를 구성하기보다는 국정과제의 세부내용으로 포함된 '창조커뮤니티 기반 조성'을 위해 이들의 활동이 단계적으로 확장할 수 있는 거버넌스를 구축하도록 지원한다. 또한, 물리적 기반의 공간을 조성하기보다 지역 고유의 자산으로 콘텐츠를 중심으로 로컬의 창조경제 생태계를 지속적으로 확장하고자 한다.

75) 행정안전부. (2023.10.). '24년 생활권 단위 로컬브랜딩 활성화 지원사업 공모 추진계획, p.2.

76) 행정안전부. (2023.10.). '24년 생활권 단위 로컬브랜딩 활성화 지원사업 공모 추진계획, p.9.

77) 행정안전부. (2023.10.). '24년 생활권 단위 로컬브랜딩 활성화 지원사업 공모 추진계획, p.11.

[표 3-22] 지역상권을 연계한 지역활성화 관련 정책사업

사업명	지원대상	금액/기간	지원내용	비고(공간관리 특성)
지역특화 재생사업 (국토교통부)	지역의 특성 및 상징성을 향상시킬 수 있는 특화사업	국비 150억원/ 4년	· 도시브랜드화, 상권 활성화, 청년창업지원, 로컬콘텐츠타운	· (공간) 특화거리, 창업지원 공간 등 · (프로그램) 브랜드 개발, 창업 지원 · (거버넌스) 경제주체 육성, 상권 컨설팅
생활권 연계 로컬브랜딩 활성화 지원사업 (행정안전부)	로컬브랜딩을 통해 생활권을 활성화하려는 시·군·구	3억원 / 2년 (국비 50%, 지방비 50% 이상)	· 지역가치발굴, 마스터플랜 수립 (생활권 활성화 계획), 핵심기반 조성 및 생활실험 추진	· (공간) 생활권 연계 브랜딩 인프라 · (프로그램) 아카이빙, 생활실험 · (거버넌스) 지역 커뮤니티 기반 활동

출처 : 행정안전부. (2023.10). '24년 생활권 단위 로컬브랜딩 활성화 지원사업 공모 추진계획. p.2, p.11.를 토대로 연구진 작성

□ 지역상권 활성화 및 로컬브랜딩을 위한 중앙부처와 기업 연계 정책

- 행정안전부-신한금융그룹, 로컬브랜딩 지역경제 활성화 협력사업

행정안전부는 2024년 3월 부처사업을 개편하여 '생활권 연계 로컬브랜딩 활성화 지원 사업'을 종료하고 기업과 연계한 협업사업으로 '로컬브랜딩 지역경제 활성화 협력사업 (로컬브릿지 프로젝트)'을 추진하였다. (신한금융그룹과 (재)함께일하는재단은 지역의 고유자원을 활용하여 지역의 활력과 경쟁력 제고를 지원하는 생활권 연계 로컬브랜딩 사업에 동참하여 ①지역가치 제고 아이디어 실현, ②신규창업 점포 인테리어 지원⁷⁸⁾의 2개 유형으로 구분하여 지원한다. 행정안전부가 기 추진한 사업의 연속성을 위해 2023년 생활권 연계 로컬브랜딩 사업의 선정지역 10곳에 한하여 사업을 지원하며, 이를 통해 신한금융그룹은 지역 기반의 ESG경영을 실천하고자 한다.

[표 3-24] 행정안전부-신한금융그룹 로컬브랜딩 협력사업

유형	지역가치 제고 아이디어 실현지원	신규 창업 점포 인테리어 지원
신청자격	<ul style="list-style-type: none"> · 로컬브랜딩 사업지역이 포함된 광역지자체 내 주소를 두고 있는 단체 및 기업 · 또는 2개 단체 및 기업으로 구성된 컨소시엄 	<ul style="list-style-type: none"> · 로컬브랜딩 사업지역 내 신규창업 및 2년 이상 영업활동 계획이 있는 만 49세 미만의 예비창업자
지원내용	<ul style="list-style-type: none"> · 로컬브랜딩 사업지역 내 자원을 활용하여 사업지 활성화 목적에 부합하는 아이디어 실행자금(최대 5천만원) 	<ul style="list-style-type: none"> · 로컬브랜딩 사업지역 내 예비창업자의 신규창업 점포 인테리어 비용 (1개소 당 2천만원)

주. 로컬브랜딩 사업지역 : 2023년 행정안전부 '생활권 연계 로컬브랜딩 활성화 지원사업' 선정지역 10곳.

출처 : 행정안전부. (2023). 2024년 「로컬브릿지 프로젝트」지역을 살리는 로컬메이트 공모사업.

<https://gwon.net/%EB%A1%9C%EC%BB%AC%EB%A9%94%EC%9D%B4%ED%8A%B8> (검색일: 2024.05.09)

78) 행정안전부. (2023). 2024년 「로컬브릿지 프로젝트」지역을 살리는 로컬메이트 공모사업.
<https://gwon.net/%EB%A1%9C%EC%BB%AC%EB%A9%94%EC%9D%B4%ED%8A%B8> (검색일: 2024.05.09)

[표 3-23] 생활권 단위 로컬브랜딩 활성화 지원사업 선정지역(2023)

지역	사업내용
1 부산 해운대구	해리단길 과거-현재-미래가 공존하는 감성상권 형성
2 광주 서구	피지컬 발산마을, 언덕마을을 건강특화지구로 조성
3 강원 춘천시	'Made by 약사천' 로컬메이커 (약사천 특화상품)기반 활성화
4 충북 충주시	We, 관아골, 창조커뮤니티 기반 원도심 활성화
5 충남 천안시	천안 문화생산지지, 옛법원길을 로컬크리에이터 기반 재활성화
6 전북 장수군	트라이빌리지, 지역70% 산지를 트레일 특화지역 조성
7 전남 곡성군	뚝방마켓 빌리지, 독특한 플라마켓을 마을로 확장·활성화
8 경북 구미시	슬로우 북라이프, 금리단길, 책문화기반 지역상권 활성화
9 경북 청도군	귀촌의고수, 여가청도, 대구 접근성 활용 귀촌 활성화
10 제주	김녕, 해녀마을, 독특한 해녀문화 기반 특화로 지역개성 강화

출처 : 행정안전부. (2023). 2024년 「로컬브릿지 프로젝트」지역을 살리는 로컬메이트 공모사업.

<https://gwon.net/%EB%A1%9C%EC%BB%AC%EB%A9%94%EC%9D%B4%ED%8A%B8> (검색일: 2024.05.09)

• 국토교통부-주택보증공사, 도시재생씨앗금융

도시재생사업에서는 주택보증공사(HUG)의 도시재생씨앗금융을 활용하여 공공성이 높은 수요중심형 사업에 자금용자를 지원하며 상권 활성화와 관련 공간조성에 대해 지원한다. 이에 도시재생활성화지역에서 사업을 추진하는 법인 또는 개인사업자가 상권 활성화 관련하여 상가 리모델링, 창업시설, 임대상가를 조성하는 경우 총 사업비의 80% 이내 최대 연 2.2%의 용자를 지원('24년 4월 기준)⁷⁹⁾한다. 2016년 기금지원이 시작 이래 2024년 10월까지 도시재생기금 지원건수는 총 364건이며, 이 중 상권 활성화 관련 자금 용자건수는 192건으로 전체의 52.7%를 차지한다.

[표 3-25] 도시재생씨앗금융 지원현황 (2024년 10월 기준)

구분	건수(비율)	계(비율)
공동협업공간 조성자금	148 (40.7%)	172건 (47.3%)
생활SOC 조성자금	24 (6.6%)	
상가리모델링 자금	28 (7.7%)	
창업시설 조성자금	130 (35.7%)	192건 (52.7%)
임대상가 조성자금	34 (9.3%)	
계	364	(100%)

출처 : 기금도시재생포털. 도시재생기금지도. <https://enhuf.molit.go.kr/fur/pp/pm/POPPM009M01.jsp> (검색일: 2024.10.20)

[표 3-26] 도시재생씨앗금융 종류

종류	용자대상	용자용도	한도	이율
생활SOC 조성자금	생활SOC를 조성하는 지자체, 공공기관 등 법인 또는 개인사업자	건설, 매입, 리모델링 자금 등	총사업비의 70% 이내	연 2.0% (최대 연 1.5%)
공동협업공간 조성자금	공동협업공간을 조성하는 개인, 지자체, 지방공기업 등	건설, 매입, 리모델링 자금 등	총사업비의 70% 이내	· (개인/일반법인) 연 2.2% · (공공/사회적경제주체*) 연 2.0%
상가리모델링 자금	상가소유자, 상가신축을 추진하는 토지소유자	상가 리모델링·신축	총사업비의 80% 이내	
창업시설 조성자금	신규 창업하는 청년창업자, 사회적기업 등	건설, 매입, 리모델링 자금 등		
임대상가 조성자금	임대상가를 조성하는 지자체, 지방공기업 등	건설, 매입, 리모델링 자금		* 마을기업, 사회적기업, 협동조합, 자활기업 등

상권 활성화 관련 조성자금 종류

출처 : 국토교통부. (2024.4). '24년 상반기 도시재생사업 신청 가이드라인. p.5



[그림 3-17] 상가리모델링 자금 사례

: 목포 노후상가 리모델링 전(좌)/후(우)

출처 : 국토교통부, 주택도시기금, 주택도시보증공사. (2020). 2020 주택도시기금 도시재생 씨앗금융 안내 및 활용사례집. p.12.

[그림 3-18] 창업시설 조성자금 사례

: 전주현대미술관 조성사업 전(좌)/후(우)

출처 : 국토교통부, 주택도시기금, 주택도시보증공사. (2020). 2020 주택도시기금 도시재생 씨앗금융 안내 및 활용사례집. p.18.

79) 국토교통부. (2024.4). '24년 상반기 도시재생사업 신청 가이드라인. p.5.

□ 지자체 지역상권 관련 제도 및 정책사업

- 지역상권 상생 및 골목상권 활성화를 위한 지자체 조례

지역상권과 관련된 지방자치단체 조례는 ‘지역상권 상생협력’과 ‘골목상권 활성화’, 그리고 ‘골목형 상점가 지정’에 관한 조례로 크게 세 흐름에서 나타난다.

[표 3-27] 지자체 지역상권 관련 조례

구분	‘지역상권’ 관련 조례	‘골목상권’ 관련 조례	‘골목형 상점가’ 관련 조례
관련 법	「상가건물 임대차보호법」, 「지역상권법」	「소상공인법」, 「전통시장법」, 「유통산업발전법」	「전통시장법」 제2조제2호의2
설치 목적	<ul style="list-style-type: none"> • (초기) 임대료 상승방지 및 상생협력 • (최근) 「지역상권법」에 따른 지원 근거 	<ul style="list-style-type: none"> • 지역 기반 골목상권 공동체 지정 및 육성 (온누리상품권 가맹신청, 시설·경영 현대화사업지원) 	<ul style="list-style-type: none"> • 골목형 상점가 지정 관련 지자체 조례 위임하여 규정
주요 내용	<ul style="list-style-type: none"> • 상생협약 체결 및 상생협력 상가 조성 지원근거 • 지역상권 지역별 기본계획 수립 근거 • 지역상생구역 기준 및 업종제한 근거 • 자율상권조합 설립 근거, 활성화구역 지원근거 	<ul style="list-style-type: none"> • 소상공인 지원 및 골목상권 활성화 지원 근거 (지원계획수립 및 실태조사, 경영 안정 지원 관련) • 골목상권 공동체 육성 및 활성화 지원근거 (골목상권 공동체 지정 기준, 지원사업, 위원회 등) 	<ul style="list-style-type: none"> • 골목형 상점가 기준 및 정의 • 골목형 상점가 지정/변경 절차 • 지원사업 및 온누리상품권 가맹점 권장 등 • 위원회 설치 및 기능, 구성 및 운영에 관한 사항 등
참고 조례	<ul style="list-style-type: none"> • 광주시 지역상권 상생협력 및 착한 임대인 지원 조례 • 광주광역시 북구 지역상권 젠트리피케이션 방지 및 상생협력에 관한 조례 	<ul style="list-style-type: none"> • 경기도 골목상권 공동체 육성 및 활성화 지원 조례 • 수원시 소상공인 지원 및 골목상권 활성화에 관한 조례 • 김해시 골목상권 보호지구 지정 및 운영에 관한 조례 	<ul style="list-style-type: none"> • 부산 금정구 골목형상점가 지원에 관한 조례 • 거제시 골목형상점가 지정 및 활성화 지원에 관한 조례
비고	전국 총 199건	전국 총 33건	전국 총 115건

출처 : 국가법령정보센터. <https://www.law.go.kr/>(검색일: 2024.08.31.)을 토대로 연구진 작성

지역상권 상생협력 관련 조례는 2010년대 중반 급격한 임대료 상승으로 젠트리피케이션 방지를 위한 「상가건물 임대차보호법」에 따라 임대인과 임차인의 상생협력을 위해 2017년부터 서울 성동구, 중구, 전북 전주시 등에 제정되기 시작했다⁸⁰⁾. 조례 제정 초기에는 임대료 상승 방지 및 상생협력을 목적으로 설치되었으며, 21년 「지역상권법」 제정 이후에는 「지역상권법」에 따른 조합인가와 지원근거 마련 등을 목적으로 설치되고 있다. 현재까지 전국 199건(24년 8월 기준)이 설치되었고, 일부 지자체의 경우 기존 조례 내용에 자율상권구역, 지역상생구역의 조합설립 인가, 활성화구역 지원, 지역별 기본계획, 지역상생구역의 업종 제한 등을 포함하여 개정하였다.

골목상권 활성화 관련 조례는 2020년 기존 「유통산업발전법」에 따른 ‘상점가’의 지정 근거를 보완하는 「전통시장법」의 ‘골목형 상점가’ 지정 요건이 추가 개정됨에 따라 제정

80) 박종일. (2017). 동지 내몰림 당하는 상인 없도록 법 제·개정. 아시아경제. 2월 7일 기사. <https://www.asiae.co.kr/article/2017020707055118952> (검색일: 2024.05.07.)

되었다. 골목형 상점가는 2,000㎡ 면적 이내 30개 이상의 점포가 밀집되어 상인조직이 있는 경우 지정이 가능하나 지자체 조례를 근거로 점포 개수를 다르게 정할 수 있다⁸¹⁾. 이에 관련 조례는 전국 총 33건(24년 8월 기준)이 설치되었고 이를 근거로 온누리상품권 가맹 신청, 시설·경영 현대화 사업 등을 지원할 수 있다.

‘골목형 상점가 지정’ 관련 조례는 골목상권 활성화 관련 조례와 유사하나, 「전통시장법」 제2조제2호의2에서 정의되는 ‘골목형 상점가’의 지정 기준을 지자체 조례로 위임하여 규정하는 조례이다. 본 조례는 전국 총 115건(24년 8월 기준)이 설치되었고, 이를 근거로 온누리상품권 가맹 신청 및 관련 사업에 대한 지원이 가능하다.

이처럼 골목상권 활성화 관련 조례와 골목형 상점가 지정 관련 조례를 통해 2024년 6월 기준 전국 115곳의 골목형 상점가가 지정되었으나, 전체 66.1%(76곳)가 서울, 경기, 인천의 수도권에 해당하고, 지방 중소도시에는 3개 이하로 미미하며 골목형 상점가가 지정되지 않은 광역지자체는 충남, 경남, 경북으로 3개 지자체로 나타났다.

[표 3-28] 골목형 상점가 지정 현황(2024년 6월 기준)

구분	수도권			지방 대도시 (광역시·특별자치시)						지방 중소도시 (광역시·특별자치도)					합계	
	서울	경기	인천	부산	대구	대전	광주	울산	세종	강원	전남	전북	충북	제주		
골목형 상점가	개수	35	21	20	3	2	10	6	7	2	2	1	1	2	3	115
	비율	30.4%	18.3%	17.4%	2.6%	1.7%	8.7%	5.2%	6.1%	1.7%	1.7%	0.9%	0.9%	1.7%	2.6%	100.0%
포함되는 점포 수 (개)	합계	3,104	3,057	1,687	183	366	962	894	401	264	148	77	75	175	585	11,978
	평균	89	146	84	61	183	96	149	57	132	74	77	75	88	195	104
	최소	24	50	30	44	56	33	45	38	100	70	77	75	66	57	24
	최대	213	532	290	92	310	240	324	90	164	78	77	75	109	413	532

출처 : 공공데이터포털, 소상공인시장진흥공단-골목형상점가현황정보(2024년 6월 25일 기준), <https://www.data.go.kr/data/15118622/fileData.do>
(검색일 : 2024.08.31.) 토대로 연구진 작성

- 지역상권·골목상권 지원을 위한 관련 지자체 지원조직 : 소상공인 대상 지원

지역상권 및 골목상권 관련하여 광역지자체 관련 부서는 소상공인정책, 민생경제, 경제진흥, 일자리경제와 관련된 팀 또는 과 단위로 운영⁸²⁾되고 있다. 또한, 이러한 사업을 지원하는 중간지원조직으로 전국 소상공인지원센터가 16개 시도에 총 21개 지원센터로 운영⁸³⁾되고 있으며, 독립 법인인 경기도를 제외하고, 그 외 지역에서는 경제 분야 관련 기관의 위탁 또는 관련 부서 내에서 업무를 담당하고 있다.

81) 이에 따라 강원 영월군, 경남 해남군은 점포수 20개, 김포, 용인, 제주 등은 상업지역 25개·비상업지역 20개 이상으로 골목형 상점가 지정 기준을 완화함.

82) 2022년 3월 기준, 각 시도의 소상공인정책 추진 조직이 상권 관련 업무를 담당. (민규량, 강민근. (2022). (가칭)인천소상공인지원재단설립 여건분석 및 추진방안. 인천연구원. p.52.)

83) 민규량, 강민근. (2022). (가칭)인천소상공인지원재단설립 여건분석 및 추진방안. 인천연구원. p.53.

[표 3-29] 전국 소상공인지원센터 운영현황(2022년 4월 기준)

지역	지원센터명	운영방식/전담부서	지역	지원센터명	운영방식
서울	서울자영업지원센터 소상공인정책연구센터	서울신용보증재단 위탁	대전	소상공인지원센터, 소공인특화센터	대전경제통상진흥원 부서
	소상공인특화지원센터	서울산업진흥원 부서		울산	소상공인행복드림센터
경기	경기도시장상권진흥원	독립법인/지방출자	강원	중소상공인 강원희망센터	강원창조경제혁신센터 부서
인천	소상공인서민금융복지지원센터	인천신용보증재단위탁		전통시장지원센터	강원도경제진흥원 부서
	소상공인진흥공단	중소기업벤처부 산하공공기관	충북	소상공인지원센터	충북기업진흥원 부서
부산	소상공인희망센터	부산신용보증재단 위탁		충남	소상공인지원센터
	민생경제팀	부산경제진흥원 부서	경북	소상공인지원팀	경북경제진흥원 부서
대구	소기업소상공인성공지원센터	대구신용보증재단 위탁	경남	기업지원부	경남신용보증재단 위탁
	소상공인지원부	광주경제고용진흥원 부서	전북	소상공인팀, 자치경제팀	전북 경제통상진흥원 부서
광주	인쇄소공인특화팀	광주디자인진흥원 부서		전남	자영업종합지원센터
			제주	소상공인경영지원센터	제주경제통상진흥원 위탁

16개 시도 21개 지원센터 운영 중

출처 : 민규량, 강민근. (2022). (가칭)인천소상공인진흥재단설립 여건분석 및 추진방안. 인천연구원, p.53.

• 지자체 주요 관련 정책사업

① 서울시 생활상권 및 로컬브랜드 상권 육성사업

서울시는 2019년 ‘선순환 지역경제를 위한 서울시 생활상권 추진계획’을 발표하며, 온라인 쇼핑, 대기업 점포 등에 대응하여 상점가 중심의 ‘세력권’에서 주민생활 중심의 ‘이용권’으로 정책 패러다임 전환과 동네소비를 통한 관계 축적으로 주민·상인 관계기반의 생활상권 조성⁸⁴⁾을 추진방향으로 설정하였다. 이에 지역 내 소비활성화로 선순환 경제공동체 구현을 비전으로 하고 주민과 상인 간의 호혜적인 지역경제 활성화를 목표로 하여, 협력의 경제 구축과 지속가능성 제고를 위한 주민·상인 주체 육성 전략⁸⁵⁾을 제시하였다.

이에 ‘생활상권’을 정주인구의 생활중심지로부터 반경 0.8~1.2km(도보 10분 기준)를 하나의 생활상권 사업 영역으로 획정⁸⁶⁾하여 정주생활중심지 기반의 사업을 추진한다. 「소상공인보호법」, 「전통시장법」에 의거하여 2020년, 2021년 ‘생활상권 기반사업’을 추진하여 조직구성 및 계획수립 등을 추진하여 성과를 평가하고 ‘생활상권 육성사업’ 총 13곳을 선정하여 사업을 추진하였다. 2023년에는 ‘로컬브랜드 상권 육성사업’으로 변경, 특색 있는 골목상권 육성을 위해 (1단계) 상권 인프라 구축, (2단계) 로컬브랜드화, (3단계) 자생력 강화를 위해 단계별로 사업을 추진하며, 첫해에는 상권별 수요 파악 및 브랜딩 방향을 설정하고 소상공인 역량강화와 상인조직화를 중심으로 추진⁸⁷⁾한다. 또한, 사업이 지역과



[그림 3-19] 서울시 생활상권의 개념
출처 : 서울특별시. (2019.10). 생활상권 추진계획 설명회 발표자료, p.2.

84) 서울특별시 노동민생정책관. (2019.10). 선순환 지역경제를 위한 생활상권 추진계획, p.5.

85) 서울특별시 노동민생정책관. (2019.10). 선순환 지역경제를 위한 생활상권 추진계획, p.6.

86) 서울특별시 노동민생정책관. (2019.10). 선순환 지역경제를 위한 생활상권 추진계획, p.8.

융합될 수 있도록 협력적 거버넌스를 2-3단계에서 구축하도록 하여 상권 육성기구(구청장이 설치)와 상권협의체, 지역 유관단체가 협력하고, 상권 활성화에 따른 젠트리피케이션 방지를 위한 상인과 임대인 각각의 1/2 이상 참여하는 상생협약을 체결하도록 하였다.

[표 3-30] 서울시 생활상권 및 로컬 브랜드 상권 육성사업

사업명	지원내용	지원규모	사업지역	비고
생활상권 기반사업·육성사업 (2020-2021)	<ul style="list-style-type: none"> 생활상권 추진위원회 구성 커뮤니티 스토어 발굴 및 운영 생활상권 활성화 사업계획 수립 	<ul style="list-style-type: none"> (기반) 개소당 7천만원 (육성) 3년간 최대 30억원 	<ul style="list-style-type: none"> 총 13곳 ('20년 5곳, '21년 8곳) 	<ul style="list-style-type: none"> (‘20년 선정) 난곡동(관악), 방배동(서초), 가락동(송파), 신정동(양천), 창신동(종로) (‘21년 선정) 인수동(강북), 대학동(관악), 행운동(관악), 상도동(동작), 망원동(마포), 남가좌(서대문), 방이동(송파), 면목동(중랑)
로컬브랜드 상권 육성사업 (2022~)	<ul style="list-style-type: none"> (H/W) 시설개선, 체류인프라 조성, 테마존 형성 (S/W) 브랜드 스토리 개발, 앵커스토어 육성 등 (H/W) 로컬 크리에이터 양성, 창업자금 지원, 상인과 임대인 간 상생협약, 상인 역량 강화 	<ul style="list-style-type: none"> 3년간 상권별 최대 30억 	<ul style="list-style-type: none"> 총 9곳 ('22년 5곳, '23년 2곳, '24년 2곳) 	<ul style="list-style-type: none"> (‘22년 선정) 양재천길, 합마르뜨, 장충단길, 선유로운, 오류버들 (‘23년 선정) 경춘선숲길, 용마루길 (‘24년 선정) 관악구 사토수길, 서초강남역상권

출처: 서울특별시. (2020). 생활상권 2기 기반사업 공모 공고(제2020-2468호); 서울특별시. (2022). 동네 단골손님 끌어모으는 골목상권 살리는 가을행사 모음. 내 손안에 서울. 9월 23일 보도자료; 서울특별시. (2023). 특색 있는 골목상권 제대로 키운다...3년간 30억 지원. 내 손안에 서울. 3월 21일 보도자료.

2 경기도형 상권진흥구역 지정·지원과 골목상권 특성화지원 사업

경기도형 상권진흥구역 지정 및 지원사업은 경기도 민선 7기 골목상권 활성화 공약사업 중 하나로, 전통시장과 주변 상권을 상권진흥구역으로 지정하며 선정지역에 4년간 40억원을 지원⁸⁸⁾한다. 경기도 골목상권 특성화 지원사업은 소상공인이 스스로 문제해결을 할 수 있는 협력모델을 발굴하고 상권 단위 맞춤 특화지원을 위해 대형유통기업 진출, 재개발 등 경영이 악화된 골목상권, 청정계곡 복원지역, 노후상가거리를 대상⁸⁹⁾으로 사업을 추진한다. 또한, 경기침체로 인한 활력 회복을 위해 골목상권 활성화사업을 추진하여 골목상권 공동체 신규 조직화 및 기존 조직의 성장을 지원한다. 2024년 총 228개⁹⁰⁾ 상권을 선정하고, 골목상권 공동체의 인정은 아파트상가, 상가형 건물, 가두점포로 구분⁹¹⁾하여 상권의 공간형태와 주변상권과의 관계를 고려하여 지원한다.

87) 김윤경. (2022). 양재천길·합마르뜨...골목상권 5곳 로컬브랜드로 키운다. 내 손안에 서울, 9월 22일 기사. <https://mediahub.seoul.go.kr/archives/2008008> (검색일: 2024.05.10.)

88) 경기도. (2019). 2020년 경기도형 「상권진흥구역」 지정·지원 사업 시행 공고(제2019-6146호). pp.1-2.

89) 경기도. (2022). 「2022년 경기도 골목상권 특성화지원 사업」 시행 공고(제2022-5029호). p.1

90) 이명래. (2024). 경기도, 2024년 골목상권 활성화 사업 228개소 선정. 도민일보. 5월 10일 기사. <http://www.dmilbo.com/news/articleView.html?idxno=469753> (검색일: 2024.05.10.)

91) 경기도 골목상권 공동체 인정 기준은 다음과 같음.

- 공통사항 ① 골목상권 상인회 간 상인회원 중복이 없을 것 ② 골목상권 간 상권 겹침이 없을 것
- 아파트 상가: 1개의 상권으로 인정하며 다수 건물 존재 시 별도 상권 인정 가능
- 상가형 건물: 1개의 상권으로 인정하며 주변 상권과 묶어서 1개로 인정 가능
- 가두점포: 4차선도로 이내 도로와 블록을 한 상권으로 인정하되, 다리가 있는 경우 분리하여야 함

출처: 경기도. (2024). 2024년 경기도 골목상권 활성화 사업(신규·성정) 모집공고. p.3.

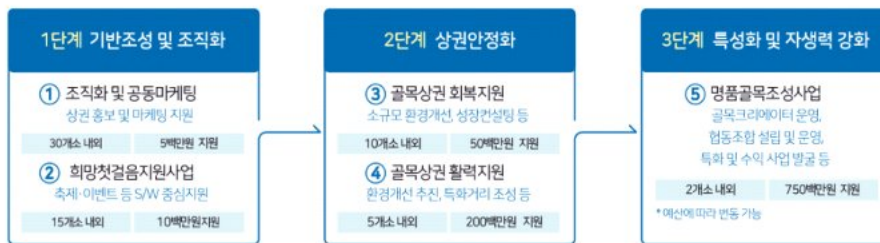
[표 3-31] 경기도 상권진흥구역 및 골목상권 관련 사업

사업명	지원내용	지원대상	지원규모
경기도형 상권진흥구역 지정·지원사업	<ul style="list-style-type: none"> 환경개선(H/W) : 상점가 거리정비 및 기반공사, 거리 디자인, 환경안전관리 등 활성화(S/W) : 빈점포 활성화, 핵심포유치, 문화예술 공간 등 운영 	<ul style="list-style-type: none"> 시장 또는 상점가가 하나 이상 포함 「국토계획법」상 상업지역 및 준주거지역 시·군 인구 50만 이상은 350개, 50만 미만은 200개 도소매점포 	4년간 40억원
경기도 골목상권 특성화지원 사업	<ul style="list-style-type: none"> (① 희망상권 프로젝트) 경영진단, 공동 마케팅, 경관 정비 및 상권디자인 개선 등 (② 청정계곡 상권 활성화) 점포환경개선 및 테마 프로그램 도입 (③ 노후상가거리 활성화) 노후상가 랜드마크 조성, 디자인개선, 조직화 등 	<ul style="list-style-type: none"> 골목상권 상인회 (소상공인 15인 이상 조직화) 골목상권 상인회 (소상공인 15인 이상 조직화) 노후상가거리 중 건물주와 상인협의체 간 상생협약 체결 지역 	10억원/ 1곳 10억원/ 1곳 10억원/ 1곳
경기도 골목상권 활성화 사업 (2024)	<ul style="list-style-type: none"> (골목상권 신규 조직화, 1년차) 사업화 지원비 및 선진지 견학 비용 등 (기본 성장지원, 2~6년차) 사업화 지원비 및 선진지 견학 비용 등 	<ul style="list-style-type: none"> 소상공인 30명 이상 골목상권 공동체 '19년~'23년 조직화 공동체 	개소당 2천만원/ 10개소 개소당 5백만원/ 200개소

출처 : 경기도. (2022). 「2022년 경기도 골목상권 특성화지원 사업」 시행 공고(제2022-5029호), pp.2-6. ; 경기도. (2024). 2024년 경기도 골목상권 활성화 사업(신규·성장) 모집공고. p.1.

③ 대구시 골목경제권 조성사업

대구시는 전통시장 중심의 기존 정부 지원 정책에서 소외된 골목상권 활성화를 위해 2021년 ‘골목상권 활성화 중장기 계획(‘21~’25, 5개년)’을 수립하여 2025년까지 골목상권을 120개소 이상 육성⁹²⁾을 목표로 대구전통시장진흥재단과 함께 ‘골목경제권 조성사업’을 추진한다. 이에 골목상권 기반의 소상공인을 경제공동체로 조직·육성하기 위해 ①골목상권 기반조성, ②상권 안정화, ③상권 특성화 및 자생력 강화의 3단계로 사업을 추진하며, 지자체 조례에 따라 소상공인 30명 이상 밀집되어 있는 골목상권의 조직화(1단계)와 기존 골목상권 공동체의 안정화(2단계)를 지원한다.



[그림 3-20] 대구시 골목상권 활성화 단계별 추진계획

출처 : 대구광역시. (2022). 대구형 명품골목상권 조성사업 본격 추진!. 4월 3일 보도자료. p.2.

92) 신현호. (2023). 대구시, 골목상권 회복 지원사업 대상지 5개소 선정. 대구일보. 6월 8일 기사. <https://www.idaegu.com/news/articleView.html?idxno=459798> (검색일 : 2024.05.09.)

3. 전국 지역상권의 현황 및 활성화정도

1) 지역상권의 일반현황

□ 개요

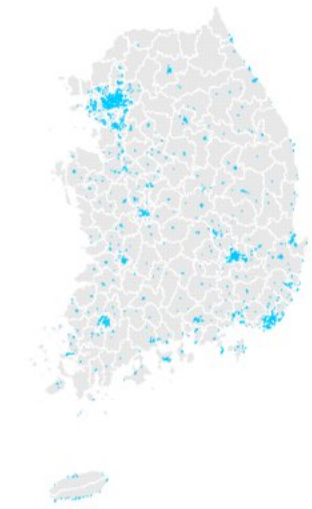
2023년 12월 발표된 '지역상권 상생 및 활성화 종합계획'에 따라, 지역상권은 전통시장을 제외한 상권영역으로 전면도로에 면한 점포의 개수를 전면도로의 길이로 나눈 가로별 업소밀집도를 적용하여 상권영역을 도출⁹³⁾한다. 전국에는 총 4,948곳의 상권이 있으며, 이 중 전통시장 1,408개소를 제외한 지역상권은 3,540개소로 수도권과 광역시의 대도시에 집중되어 나타났다.

전국 지역상권에는 총 606,569개의 업소가 포함되며, 이는 전국 소상공인 사업체수(412.5만개)⁹⁴⁾의 14.7%에 해당한다. 또한, 전국 지역상권의 평균면적은 103,505㎡이며, 총 면적은 265.98km²으로 이는 도시지역 면적(17,792km²)의 1.5%를 차지하며, 상업지역 면적(343km²)⁹⁵⁾ 대비 77.5%에 해당하는 면적이다.

[표 3-32] 전국 지역상권 현황 요약

개소	총 면적	1구역당 평균면적	총 점포 수	1구역당 평균업소수
3,540곳	265.98km ²	103,505㎡	606,569개	166.6개

출처 : 연구진 작성



[그림 3-21] 전국 지역상권 분포 현황
출처 : 연구진 작성

93) 지역상권에 대한 구역계 설정은 업소밀집도, 가로폭, 지정면적, 업소 수를 기준으로 함.

지역상권 구역계 설정 기준

업소밀집도	0.5 이상	10M 당 업소 5개소 이상
가로폭	도로폭 20M 이하	보행중심 활성화 상권 조성을 위해 왕복 2차로 이하에 면한 상권을 대상으로 지정
지정면적	3만㎡ 이상	소형상권(30~100개) 평균 3만㎡ 이상
업소수	업소 30개소 이상	점포수별 상권유형에 따른 소형상권 최소기준 업소 30개 이상



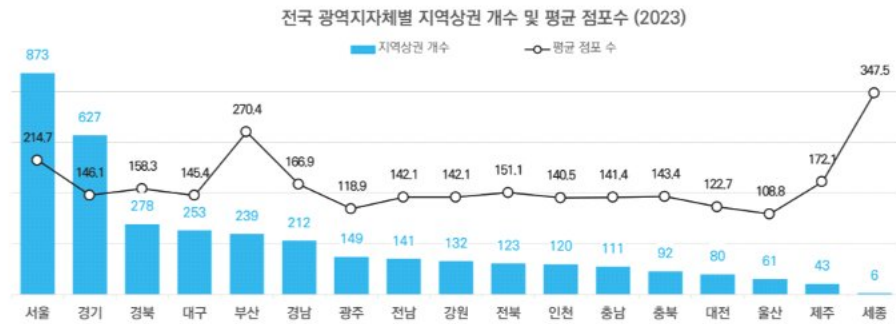
출처 : 건축공간연구원, (2023). 지역상권 종합계획 배경과 방향. 중소벤처기업부 지역상권 정책연구TF 자료. p.12

94) 2022년 소상공인실태조사 결과(잠정)기준, 소상공인 사업체 수는 4,125천개, 종사자 수는 7,143천명으로 나타남. (통계청, (2023). 2022년 소상공인실태조사 결과(잠정). 12월 27일 보도자료. p.2.)

95) 2022년 도시계획현황 통계 기준, 국토면적은 총 106,232km²로, 도시지역 17,792km²(16.7%)이며, 도시지역에서 주거지역은 2,753km²(15.5%), 상업지역 343km²(1.9%), 공업지역 1,253km²(7.0%), 녹지지역 12,581km²(70.7%)임. (토지아름. <https://www.eum.go.kr/web/cp/st/stUpisStatDet.jsp>, 검색일: 2024.08.05.)

□ 지역별 지역상권의 현황

• 지역상권 면적 및 점포 수 현황 : 지역별 평균 208개 지역상권, 평균 167개 점포
 광역지자체별 지역상권의 평균 개수는 208개, 평균 면적 103,505㎡이며 지역상권 1개 소당 점포 수 평균 약 167개가 입지하고 있다. 지역상권 개수가 많은 곳은 서울(873개), 경기(627개), 경북(278개), 대구(253개)순이며, 지역상권의 개수에 비해 점포 수가 많은 지역은 세종(347개), 부산(270개), 제주(172개), 경남(167개) 순으로 나타났다.



[그림 3-22] 지역상권 개수 및 상권별 평균 업소 수

출처 : 건축공간연구원. (2023). 지역상권 종합계획 배경과 방향. 중소벤처기업부 지역상권 정책연구TF 자료. p.15

[표 3-33] 전국 지역상권 개수 및 점포 현황

구분	지역상권 현황					점포 수 현황(개)			
	개수(개)	최소(㎡)	최대(㎡)	총 면적(㎡)	평균면적(㎡)	최소	최대	합계	평균
서울	873	1,409	754,094	65,401,706	74,916	30	2,698	187,416	214.7
부산	239	120	715,271	22,223,693	92,986	30	2,945	64,617	270.4
대구	253	1,282	556,395	20,131,941	79,573	30	1,062	36,780	145.4
인천	120	1,890	266,196	6,195,267	51,627	31	479	16,865	140.5
광주	149	4,405	337,782	7,469,620	50,132	30	689	17,710	118.9
대전	80	2,063	259,736	4,041,197	44,663	30	516	9,816	122.7
울산	61	3,607	207,122	2,889,617	40,802	30	1,113	6,634	108.8
세종	6	30,677	1,517,677	3,321,167	553,528	38	1,009	2,085	347.5
경기	627	20	500,149	28,773,823	45,891	30	2,128	91,584	146.1
강원	132	70	560,830	9,595,431	72,693	30	1,096	18,763	142.1
충북	92	120	506,242	7,120,355	77,395	31	871	13,189	143.4
충남	111	166	909,989	8,945,586	80,591	30	1,820	15,694	141.4
전북	123	245	682,778	11,309,460	91,947	30	1,058	18,590	151.1
전남	141	3,950	826,507	12,672,625	89,877	30	892	20,042	142.1
경북	278	4,395	1,389,704	31,592,245	113,641	30	1,449	43,998	158.3
경남	212	351	630,758	19,733,300	93,082	30	1,132	35,386	166.9
제주	43	2,673	354,087	4,568,361	106,241	32	1,036	7,400	172.1
합계	3,540	-	-	265,985,393	103,505	30	2,945	606,569	166.6

주. 지역상권 현황의 최소면적 중 300㎡ 미만의 면적인 부산, 경기, 강원, 충북, 충남, 경남의 경우, 전체 상권 중 '전통시장' 구역계를 제외한 나머지 구역임

출처 : 건축공간연구원. (2023). 지역상권 종합계획 배경과 방향. 중소벤처기업부 지역상권 정책연구TF 자료. p.12.

- 점포수별 상권규모 : 점포수 30개 이상 100개 미만의 '소형상권'이 54.5% 차지

점포수별 상권규모는 소형상권(점포수 30개 이상~100개 미만)이 1,928곳(54.5%)으로 평균 면적 23,838㎡, 중형상권(점포수 100개 이상~200개 미만)이 778곳(30%)으로 평균 면적 55,234㎡, 대형상권(점포수 200개 이상)이 834곳(23.6%)으로 평균 면적 167,692㎡으로 나타났다.

상권규모에 따른 지역별 특징은 소형상권은 세종시를 제외하고 대체적으로 특·광역시 및 경기도에서 2만㎡에서 3만㎡ 정도인 반면, 그 외 경우 4만㎡대로 상대적으로 넓은 면적으로 나타났다. 중형상권은 4만㎡에서 12만㎡의 넓은 범주로 나타나며, 대체로 특·광역시 및 경기도의 경우 5만㎡에서 7만㎡, 그 외 광역도의 경우 6만㎡에서 9만㎡대의 규모로 형성하였다. 대형상권은 세종(75만㎡)와 인천(21만㎡)를 제외하고 대체로 10만㎡에서 20만㎡대로 형성되는 것으로 나타났다.

- 용도지역 현황 : 주거지역에 입지하는 지역상권이 74.7%를 차지

지역상권이 입지하는 용도지역은 주거지역 74.7%(198,627,549㎡), 상업지역 20.6%(54,705,568㎡), 준공업지역 1.8%(4,773,582㎡)로, 세종시를 제외하고 상당수의 광역 도시의 지역상권이 주거지역에 입지하고 있다. 특히, 주거지역 내 지역상권의 입지 비율이 높은 지역은 서울(83.7%), 대구(81.9%), 광주(80.1%) 순으로 대부분 특·광역시에 해당한다. 반면, 상업지역 내 지역상권 입지 비율이 높은 지역은 세종(54.7%), 제주(34.1%), 전남(33.4%), 강원(32.7%) 순으로 나타났다.

[표 3-34] 전국 지역상권 규모 및 용도지역 현황

구분	상권 규모							용도지역		
	소형상권 (점포수 30~100개)		중형상권 (점포수 100~200개)		대형상권 (점포수 200개 이상)		지역상권 (영역) 수	주거지역 비율(%)	상업지역 비율(%)	준공업지역 비율(%)
	개수	평균면적(㎡)	개수	평균면적(㎡)	개수	평균면적(㎡)				
서울	427	23,838	174	55,234	272	167,692	893	83.7	8.7	3.9
부산	116	32,725	47	76,599	76	195,098	239	74.7	21.1	3.7
대구	146	29,053	55	82,660	52	218,152	253	81.9	17.2	0.4
인천	64	28,277	26	57,703	30	96,175	120	76.6	15.8	7.3
광주	98	25,189	31	68,285	20	144,212	149	80.1	17.9	0.3
대전	48	29,637	16	47,391	16	116,272	80	78.1	19.7	0.0
울산	42	30,255	15	59,465	4	181,731	61	77.3	21.0	1.3
세종	2	150,513	-	-	4	755,035	6	23.3	54.7	0.0
경기	382	23,522	128	43,791	117	121,222	627	72.2	21.8	0.2
강원	69	45,685	41	60,953	22	179,275	132	60.6	32.7	0.2
충북	46	40,170	29	74,812	17	182,529	92	76.1	27.4	0.5

구분	상권 규모						용도지역			
	소형상권 (점포수 30~100개)		중형상권 (점포수 100~200개)		대형상권 (점포수 200개 이상)		지역상권 (영역) 수	주거지역	상업지역	준공업지역
	개수	평균면적(㎡)	개수	평균면적(㎡)	개수	평균면적(㎡)	개수	비율(%)	비율(%)	비율(%)
충남	68	36,646	28	97,028	15	249,126	111	75.9	20.5	0.2
전북	64	43,163	35	98,924	24	211,861	123	72.9	25.7	0.4
전남	82	39,138	29	93,385	30	225,172	141	62.2	33.4	0.6
경북	147	47,183	60	98,268	71	264,230	278	69.2	27.6	0.9
경남	104	41,326	55	80,221	53	207,986	212	72.0	23.7	1.3
제주	23	53,195	9	127,106	11	200,084	43	65.7	34.1	0.2
합계	1,928	-	778	-	834	-	3,540			
평균	-	31,326	-	68,943	-	182,196	208	74.7	20.6	1.8

출처 : 건축공간연구원. (2023). 지역상권 종합계획 배경과 방향. 중소벤처기업부 지역상권 정책연구TF 자료. pp.13-14.

□ 인구대비 지역상권 현황

• 가구당 지역상권 및 용도지역 현황

지역상권 현황을 상업지역으로 지정된 면적을 비교하여 이에 대한 국토계획 측면에서 파악할 수 있다. 이에 2023년 전국 주민등록인구통계의 세대수(23,484,149세대)를 토대로 가구당 각 면적을 살펴보면, 1가구당 지역상권 면적은 11.3㎡, 상업지역 면적은 14.6㎡로 실제 형성되어 있는 지역상권보다 상업지역으로 지정된 가구당 면적이 큰 것으로 나타났다.

지역별로는 서울, 경북, 대구를 제외한 모든 지자체에서 지역상권이 형성된 곳보다 상업지역의 지정 면적이 과도하게 설정되어 있는 것으로 나타난다. 상업지역 면적에 비해 지역상권 면적이 넓게 나타나는 지역은 서울시로 가구당 지역상권 면적(14.8㎡)은 가구당 상업지역(5.8㎡)의 약 2.5배에 달하고 지역상권의 개수 또한 많은 것으로 나타난다.

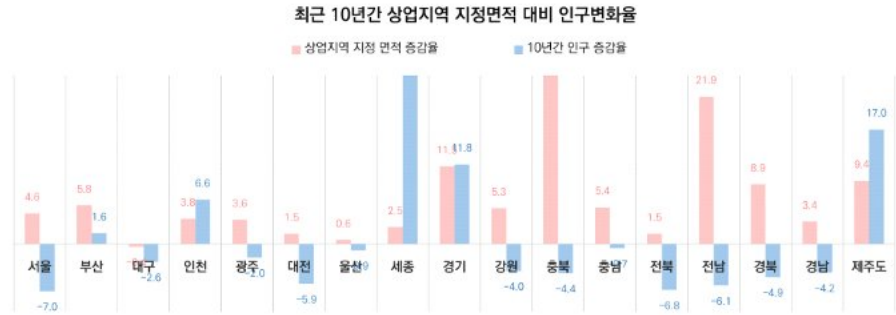


[그림 3-23] 지역별 가구당 지역상권 및 상업지역 면적현황

출처 : 건축공간연구원. (2023). 지역상권 종합계획 배경과 방향. 중소벤처기업부 지역상권 정책연구TF 자료. p.15

• 최근 10년간 상업지역 지정면적 대비 인구변화율

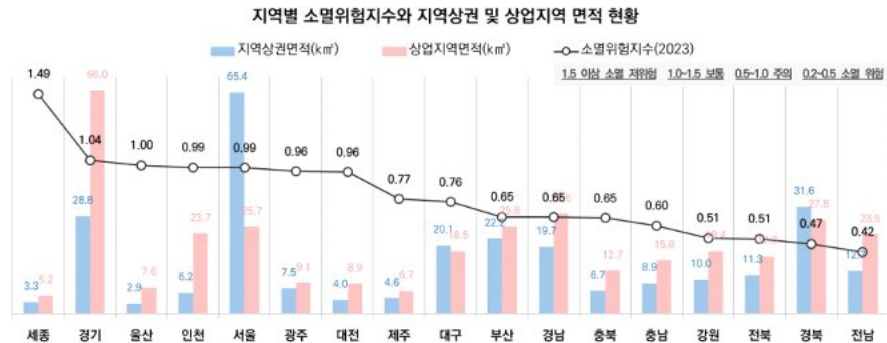
최근 10년간 상업지역 지정면적 증감율과 인구변화율을 살펴보면, 세종, 제주, 경기, 인천을 제외한 지역의 상업지역 지정 면적은 증가 추세인 반면, 인구는 감소한 것으로 나타났다. 특히, 충북, 전남, 경북의 경우 인구는 감소(-)하고 있으나, 상업지역 지정면적은 큰 폭으로 증가(+)하여 지방 도시의 인구감소에 대한 고려가 미흡한 것으로 나타난다.



[그림 3-24] 최근 10년간 상업지역 지정면적 대비 인구변화율

주. 국가통계포털의 '상업지역 면적변화(2012~2021)', 시군구별 인구증감율(2012~2021)의 자료를 활용하여 작성
출처 : 건축공간연구원. (2023). 지역상권 종합계획 배경과 방향. 중소벤처기업부 지역상권 정책연구TF 자료. p.3.

또한, 지역상권 면적 및 상업지역 지정면적을 소멸위험지수와 종합하여 볼 때, 2023년 기준 소멸위험지수 1.0이하(주의 또는 소멸 위험 단계)의 지역 중 서울, 대구, 경북을 제외하고 11개 광역지자체에서 상업지역 지정면적이 지역상권의 면적보다 많은 지역으로 나타난다. 반면, 경북의 소멸위험지수는 0.47(위험단계)로 상업지역에 비해 과다하게 형성되어 있는 지역상권의 관리가 필요하며, 서울의 경우 소멸위험지수가 0.99(주의단계)로 향후 인구감소에 대응하여 과다하게 형성되어 있는 지역상권에 대한 대비가 필요하다.



[그림 3-25] 지역별 소멸위험지수와 지역상권 및 상업지역 면적 현황

출처 : 클라우드나인. (2023). 지역상권 개념 정립 및 상권 현황. 소상공인시장진흥공단. p.16.을 토대로 연구진 작성

2) 지역상권의 활성화정도

□ 전국 지역상권의 활성화정도 분석

전국 지역상권의 활성화 정도를 파악하기 위해 업소 수와 매출액 증감률(%)을 기준으로 쇠퇴, 포화, 정체(유지), 활성화, 신규상권의 5개 유형⁹⁷⁾으로 구분하였다. 사분위 범위에 따른 유형 구분 결과, 총 3,495개소⁹⁸⁾에 대해 구역계를 기준으로 정체(39.3%), 활성화(24.1%), 쇠퇴(20.1%), 포화(15.6%), 신규상권(0.9%) 순으로 나타났으며, 이 중 상권에 대한 관리가 필요한 단계라고 판단할 수 있는 포화형(546개소)과 쇠퇴형(702개소)은 전체의 약 35.7%를 차지한다.

[표 3-35] 전국 지역상권 활성화 정도에 따른 유형별 현황

구분	구역계		면적		구역당 평균면적(㎡)	평균 업소 수 증감률	평균 매출액 증감률
	개수	비율(%)	(㎡)	비율(%)			
포화	546	15.62	52,356,895	19.63	95,892	104.86 (↑)	2.14 (↓)
쇠퇴	702	20.09	38,084,897	14.28	54,252	-13.41 (↓↓)	-9.60 (↓↓)
정체	1,373	39.28	128,615,038	48.22	93,674	-12.94 (-)	7.31 (-)
활성화	841	24.06	46,899,714	17.58	55,767	42.80	26.60 (↑)
신규상권	33	0.94	766,253	0.29	23,220	3,622.34 (↑↑)	29.09
소계	3,495	100.0	266,722,798	100.0	76,316		

주. 지역상권 잠정치 3,540곳 중 상권활성화구역 및 전통시장 병합구역과 매출액이 부재한 12개소를 제외한 3,495개소를 기준으로 분석
출처 : 연구진 작성

96) 업소 증감률과 매출액 증감률은 「지역상권법」에 따른 자율상권구역 구역 지정 요건에 해당하며 개·폐업률이나 점포생존률과 다르게 상권의 특성에 따른 영향을 크게 받지 않으므로 상권 활성화의 일반적 척도로 삼을 수 있는 지표로 판단

[지역상권 활성화정도 분석 지표]

지표	산출식	구독자료	단위
5년간 업소증감률	(2023년 업소수-2019년 업소수)/2019년 업소수X100	소상공인진흥공단 (공공데이터포털)	상권구역계별
전년대비 매출액 증감률	(2023년 매출액-2022년 매출액)/2022년 매출액X100	소상공인진흥공단 (신한카드 추정매출액)	상권구역계별

출처 : 연구진 작성

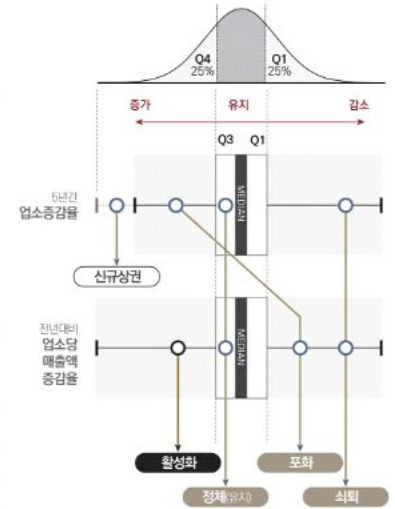
97) 이에 앞서 K-평균 군집분석을 실시한 결과 지역상권 대다수가 정체·쇠퇴 군집으로 편중되어 활성화 정도가 세분화되지 못하는 한계가 있으므로 사분위 범위에 의한 유형 구분 방식을 채택함

[K-평균 군집 분석 결과]

연번	군집 수	업소증감률	매출액 증감률	군집특성	군집 유형
1	876	-0.06813	1.13164	업소감소/매출증가	활성화
2	68	2.71036	-0.23258	업소증가/매출유지	포화
3	38	12.61744	0.56389	업소과다증가	신규상권
4	2,513	0.56389	-0.391	업소유지/매출감소	정체(쇠퇴)
합계	3,495	-	-	-	-

출처 : 연구진 작성

98) 지역상권 잠정치 3,540곳 중 상권활성화구역 및 전통시장 병합구역 5개소와 매출액이 부재한 7개소를 제외한 3,495개소를 기준으로 분석



[그림 3-26] 사분위 범위에 따른 지역상권 활성화 정도 구분

주. 자료 집합의 중간 범위인 50%에 해당하는 Q1 ~ Q3 사이를 '정체(유지)' 구간으로 설정
출처 : 연구진 작성

□ 지역별 지역상권의 활성화정도 분석

지역상권 활성화 정도에 따른 유형은 지역별로 상이하게 나타난다. 특히, 서울 및 수도권 지역에 '포화' 유형이 많은데 이는 매출액은 증가하지 않으나 업소 수는 증가하는 특성을 가지므로 수요에 비해 공급이 많은 지역이라 할 수 있다.

'활성화' 유형 비율이 가장 높은 지역은 대전(63.8%)으로 타 지역 대비 월등히 높은 수치이며, 이에 따라 포화(3.75%), 쇠퇴(7.5%) 비율도 매우 낮게 나타나고 있다. '쇠퇴' 유형의 비율이 가장 높은 지역은 전라북도(52.2%)로 업소 수와 매출액이 모두 감소한다. 전북의 빈집이 15.3%⁹⁹⁾로 전국 시도 중 가장 높은 것을 고려할 때, 인구감소 및 빈집 증가가 지역상권의 쇠퇴와 직접적인 연관이 있을 것으로 판단된다.

[표 3-36] 시·도별 지역상권 활성화 정도에 따른 유형별 현황

구분	포화		쇠퇴		정체		활성화		신규상권		구역계 합계
	개	%	개	%	개	%	개	%	개	%	
서울	316	36.16	84	9.61	224	25.63	239	27.35	10	1.14	873
부산	17	7.49	37	16.30	88	38.77	84	37.00	1	0.44	227
대구	24	9.52	65	25.79	104	41.27	56	22.22	2	0.79	251
인천	6	4.96	11	9.09	61	50.41	40	33.06	1	0.83	119
광주	9	6.04	30	20.13	67	44.97	43	28.86	0	0.00	149
대전	3	3.75	6	7.50	20	25.00	51	63.75	0	0.00	80
울산	8	13.11	9	14.75	29	47.54	14	22.95	0	0.00	60
세종	1	16.67	0	0.00	2	33.33	2	33.33	1	16.67	6
경기	71	11.47	126	20.36	289	46.69	115	18.58	15	2.42	616
강원	5	3.73	35	26.12	65	48.51	27	20.15	1	0.75	133
충북	6	6.90	22	25.29	48	55.17	11	12.64	0	0.00	87
충남	7	6.48	34	31.48	48	44.44	19	17.59	0	0.00	108
전북	11	9.57	60	52.17	35	30.43	6	5.22	2	1.74	114
전남	8	5.67	46	32.62	59	41.84	28	19.86	0	0.00	141
경북	17	6.07	70	25.00	133	47.50	60	21.43	0	0.00	280
경남	28	13.33	55	26.19	88	41.90	37	17.62	0	0.00	208
제주	9	20.93	12	27.91	13	30.23	9	20.93	0	0.00	43
소계	546	15.57	702	20.02	1,373	39.15	841	23.98	33	0.94	3,495

주. 지역상권 잠정치 3,540곳 중 상권활성화구역 및 전통시장 병합구역과 매출액이 부재한 12개소를 제외한 3,495개소를 기준으로 분석
출처: 연구진 작성

99) 한국부동산원. (2024). 지도로 보는 전국 빈집실태조사 결과 현황- 통합가이드라인 적용 전 기준.

<https://binzib.reb.or.kr/binzib/binzibplatform/statisticInfo/binzibMap.do?pageCd=1> (2024.08.20.)

구분	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	세종	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주	계
빈집(화)	2,972	5,431	4,137	3,945	2,286	3,873	1,784	645	4,861	6,675	2,401	4,490	13,687	10,399	10,407	10,613	861	89,457
비율	3.3%	6.1%	4.6%	4.4%	2.6%	4.3%	2.0%	0.7%	5.4%	7.5%	2.7%	5.0%	15.3%	11.6%	11.6%	11.9%	1.0%	100%

4. 소결

1) 종합

□ 상권 활성화 정책의 변화와 공간관리 특성

우리나라의 상권 관련 정책은 산업화 및 경제성장기 시장이 공공시설로 간주되어 도시 계획이 이루어졌던 것을 시작으로, 2000년대 이후 영세한 소상공인에 대한 지원을 위한 '금융지원→경영지원→인프라시설 조성 지원'으로 변화해 왔다. 상권 활성화를 위한 공간적 처방으로는 전통시장을 중심으로 하는 「전통시장법」과 「유통산업발전법」을 토대로 보호를 위한 지원과 규제 정책이 추진되었으며, 다양한 유통형태가 출현하면서 새로운 공간개념이 추가 및 개정되는 과정이 지속적으로 이루어졌다. 이러한 배경에서 「지역상권법」은 다양한 상업공간을 아우르며 지역 기반의 면 단위 상권 활성화 및 상생의 종합적인 정책방향을 잘 보여준다.

「전통시장법」과 「유통산업발전법」에 따른 그간의 상권 활성화 제도 및 정책의 공간관리는 지원과 규제로 이루어졌으며 세부내용은 다음과 같다.

「전통시장법」에 따른 공간관리는 전통시장 및 인접 상점가를 중심으로 시설 인프라시설 개선과 특성화를 중점적으로 추진해 왔다. 이에 물리적 공간 측면에서 시장의 중요한 입지를 고려하여 국가(기본계획)-광역(지원계획)-기초(지역추진계획)의 단계로 계획을 수립 하도록 구성되어 있다. 이에 따라 기존 개별 시장과 상점가 자체에 대한 활성화에서 주변지역과 연계한 상권활성화구역으로 공간 범위를 확장하였다. 면단위로 확장하는 사업실행을 위해서는 거버넌스의 사업주체로 상권관리기구(타운매니저)를 설치하고 상권협의체(상권활성화협의회)¹⁰⁰를 구성하도록 하였다. 프로그램으로는 시장특성화를 위한 테마가로 및 상징조형물을 조성하는 한편, 상인조직의 역량강화 및 공동마케팅, 시장매니저 지원을 위한 거버넌스 구축의 사업을 추진해왔다. 그러나 상징조형물 시설 또는 한시적인 축제행사 등으로 추진되면서 장기적인 콘텐츠의 발굴 및 상권의 공간가치 제고를 통한 지속적인 브랜드가치 창출에는 한계가 있었다.

시장정비사업에 따른 공간관리는 시장현대화 및 기반시설의 정비를 목적으로 가로형 시장을 건물형으로 조성하여 주상복합 건물로 조성한다. 사업성을 토대로 시장정비구역의

100) '상권활성화협의회'를 사업 요건으로 제시하여, 사업의 효율적인 추진·운영을 위하여 구역 내 토지 소유자, 상인, 임차인, 임대인, 거주자, 전문가 등으로 구성된 협의체(상권관리기구가 구성 및 운영)로 정의함. (중소벤처기업부, (2021.5). 「상권 르네상스 사업(상권활성화 사업)」 공고(5차)(공고 제2021-320호), p.2)

사업이 추진되며 그 결과로 대형마트, 백화점 등 대규모점포의 상업시설이 조성된다. 이는 공간관리 측면에서 쇠퇴상권을 주변지역과 연계하여 복합용도로 정비한다는 시장정비사업의 본래 취지와 달리, 개발사업을 통한 지역활성화를 도모하는데 한계가 있다.

「유통산업발전법」에 따른 공간관리는 유통산업 진흥이라는 취지와는 달리, 전통시장 및 중소유통업체의 경쟁력 약화에 따른 지원과 상생을 위한 규제 정책으로 주로 작용하였다. 이에 상권영향평가를 토대로 전통상업보존구역의 지정 및 이용시간의 규제가 이루어진다. 또한, 산업통상자원부 소관 법률임에도 불구하고 「전통시장법」에 의해 중소벤처기업부의 정책지원이 이루어지고 있다.

□ 지역상권 활성화 및 상생 정책의 공간관리 특성

「지역상권법」에 따른 활성화구역에 대한 공간관리는 「소상공인기본법」에 따른 기업가형 소상공인 육성 정책과 연동하여 추진된다. 이에 동네상권발전소 지원사업과 글로컬 상권 창출 팀과 같이 지역관리의 경험이 있는 혁신적인 민간주체 육성을 활성화구역과 연계하여 장소 기반의 사업으로 확장하고 있다. 민간주체의 전문 역량을 활용하기 위해 예비사업으로 사전에 실험할 수 있는 여건을 제공하여, 지역 내에서 아카이빙과 상권 거버넌스의 육성 등을 사전에 추진하고 후속 사업을 추진한다.

이처럼 그간의 정책이 상권 내부를 중심으로 시설개선과 상권 자체의 특성화를 중점적으로 추진되었다면, 지역상권 상생 및 활성화 정책은 상권의 자생력과 지속성 제고를 위해 지역관리 차원에서 상권을 브랜드화하고, 이를 토대로 투·융자지원 및 비즈니스 모델 확장 등 민간주체의 상업활동을 증진 및 촉진하는 방향으로 변화하고 있다.

【표 3-37】 상권 활성화 정책의 공간관리 종합

구분	지원대상	물리적 공간	프로그램	거버넌스	관련법/정책사업
「전통시장법」에 따른 구역선정 및 사업지원	전통시장, 상점가, 상권활성화 구역	<ul style="list-style-type: none"> • (계획) 국가-광역-기초-사업계획 • (구역) 면단위 공간범위로 확장 (개별 시장 → 시장 + 주변지역) • 환경개선 및 인프라 정비 - 주차환경개선, 노후전선 정비, 화재알림시설 설치 등 • 상권활성화사업(H/W, 18-22) 	<ul style="list-style-type: none"> • 특성화 시장 육성·마케팅 지원 - 문화관광형시장 육성 - 청년몰 활성화 (공용공간 시설 개선, 알림 및 안내체계 개선 등) - 청년상인 도약 지원(시제품 제작, 상품 및 포장 디자인 개선 등) • 빈점포 활용 청년상인 육성 • 상권활성화사업(S/W, 18-22) 	<ul style="list-style-type: none"> • (조직) 상점가진흥조합, 상권관리기구, 상권협의체 • 상인조직 교육·컨설팅 - 시장경영 패키지지원 (상인교육, 경영자문, 공동마케팅, 온라인마케팅, 시장애니저 지원 등) - 청년몰 활성화 사업 (공동마케팅, 공동수익사업, 컨설팅, 기술지원 등) • 상권활성화사업(S/W, 18-22) 	「전통시장법」, 전통시장 및 상점가에 대한 '상권활성화사업' (구 상권르네상스 사업)
시장정비 사업 시행	시장정비 구역	<ul style="list-style-type: none"> • (형태 전환) 가로형 → 건물형 - 대규모점포 조성 필수 	<ul style="list-style-type: none"> • (용도) 상업→상업+주거 복합 	<ul style="list-style-type: none"> • 시장정비사업 추진위원회 및 시장정비사업조합 	「전통시장법」, 「도시정비법」, 「건축법」, 「주택법」, 「집합건물 관리 및 소유에 관한법」
대규모점포 등록규제	상점가 전통상업보존구역	<ul style="list-style-type: none"> ※ 「전통시장법」에 따른 환경개선 및 인프라 정비 • '전통상업보존구역' 지정 - 대규모 점포 입점 제한 	<ul style="list-style-type: none"> ※ 「전통시장법」에 따른 특성화 시장 육성·마케팅 지원 • 이용시간 규제 • 상권영향평가 및 사업계획 	<ul style="list-style-type: none"> ※ 「전통시장법」에 따른 상인조직 교육·컨설팅 • 유통업상생발전협의회 구성 및 운영 	「유통산업발전법」

구분	지원대상	물리적 공간	프로그램	거버넌스	관련법/정책사업
「지역상권법」에 따른 활성화구역 지정	지역상생 구역	<ul style="list-style-type: none"> (계획) 국가-광역-X-사업계획 - 활성화구역 있는 경우 광역의 지역별 기본계획 수립 대수선비 및 시설비 용자 부설주차장 설치기준 완화 	<ul style="list-style-type: none"> (규제) 대규모, 준대규모 점포, 연매출 일정수준 이상의 가맹본부 직영점 업종제한 	<ul style="list-style-type: none"> (조직) 지역상생협의체, 지역상권위원회 	「지역상권법」
	자율상권 구역	<ul style="list-style-type: none"> (계획) 국가-광역-X-사업계획 활성화구역 있는 경우 광역의 지역별 기본계획 수립 대수선비 및 시설비 용자 부설주차장 설치기준 완화 환경 및 영업시설 정비사업 	<ul style="list-style-type: none"> (특례) 특성화 사업 등 (특례) 온누리상품권 가맹점 등록 	<ul style="list-style-type: none"> (조직) 자율상권조합, 지역상권위원회 	
	예비자율상권구역	<ul style="list-style-type: none"> (계획) 동네상권 전략수립(필수) 	<ul style="list-style-type: none"> 로컬아카이빙(필수) 동네상권리빙랩(선택) 	<ul style="list-style-type: none"> 동네상권 거버넌스(필수) 크리에이터 발굴·육성(선택) 	「지역상권법」, 동네상권발전소 지원사업
관련 정책 연계지원	<ul style="list-style-type: none"> 상권활성화 구역, 지역상생 구역, 자율상권 구역 	<ul style="list-style-type: none"> 스마트상점 (사업장 내 스마트기술 도입 지원) 로컬브랜드 창출팀 (공동작업장 구축 및 시설 개선) 	<ul style="list-style-type: none"> 로컬브랜드 창출팀 (비즈니스 확장, 상권관리모델 도입, 상권 사업화 등) 로컬크리에이터 사업 (비즈니스 구체화, 브랜딩, 마케팅 등 사업화) 동네상권 컨설팅 	<ul style="list-style-type: none"> (조직) 상권팀 + 지자체 컨소시엄 - 대표기업이 로컬기업 운영 또는 지역관리 경험이 있는 기업 주체/조직 육성 기반지원 - 지역기반형 협동조합, 신사업창업 사관학교, 강화소상공인 성장지원 투융자 지원 - 동네단위 클라우드 펀딩, 매칭투자(립스) 	글로벌상권 창출팀 지원사업

출처 : 중소벤처기업부. (2024). 2024년도 중소벤처기업 지원사업. pp.586-618.을 토대로 연구진 작성

2) 시사점

관련 정책을 토대로 지역상권 상생 및 활성화 제도 및 정책의 공간관리에 대한 물리적 공간, 프로그램, 거버넌스 측면에서 살펴본 정책의 한계와 시사점은 다음과 같다.

□ (물리적 공간) 공간개념 및 계획체계 미비와 편의시설 개선 중심의 공간관리

- (공간개념) 정책 혼란 해소를 위한 상권 관련 구역 명칭 통일 필요

관련 정책에서는 다양한 상권 관련 용어가 사용되고 있지만 각 용어에 근거한 지원사업의 내용은 유사한 것으로 나타났다. 특히, 「전통시장법」의 '상권활성화구역'과 「지역상권법」의 '활성화구역', 「도시재생특별법」의 '도시재생활성화지역'은 유사한 명칭으로 사용되고 있다. 또한, 「유통산업발전법」에서 규정되는 '상점가와 2020년 개정된 「전통시장법」의 '골목형 상점가'는 업종을 제외하고 지원대상(2천㎡, 30개) 및 내용이 유사하다. 이에 상권 활성화 관련 사업추진을 위한 구역 명칭을 명확히 하고 관련 지원대상의 용어를 통일하여 정책에 대한 혼란을 해소할 필요가 있다.

[표 3-38] 중앙부처별 상권 관련 명칭 현황

부처	관련법	법적 용어	기타 용어(정책사업)
중소벤처기업부	전통시장법	전통시장, 상점가, 골목형 상점가, 상권활성화구역	골목상권, 동네상권,
	지역상권법	활성화구역, 지역상생구역, 자율상권구역	로컬상권
산업통상자원부	유통산업발전법	전통상업보존구역, 상점가, 전문상가단지, 대규모점포	골목상권
문화체육관광부	관광진흥법	관광특구	골목관광상권
국토교통부	도시재생특별법	도시재생활성화지역, 근린재생, 도시재생 혁신지구	중심시가지, 골목상권
행정안전부	-	(※골목상권 - 골목경제회복지원사업 관련)	골목상권

출처 : 「지역상권 상생 및 활성화에 관한 법률」 [법률 제20365호, 2024. 2. 27., 일부개정] ; 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」 [법률 제20455호, 2024. 9. 20., 일부개정] ; 「유통산업발전법」 [법률 제20444호, 2024. 9. 20., 일부개정] ; 「도시재생 활성화 및 지원에 관한 특별법」 [법률 제20394호, 2024. 3. 19., 타법개정] ; 「관광진흥법」 [법률 제20357호, 2024. 2. 27., 일부개정]을 참고하여 연구진 작성

- (구역 지정 요건) 상업지역 요건 및 상권 활성화 관련 구역 지정 기준 개선 필요

「지역상권법」의 활성화구역과 「전통시장법」의 상권활성화구역의 지정요건은 「국토계획법」상 용도지역 기준인 상업지역 면적비율(50%)과 점포 수를 기준으로 지정하고 있다. 그러나 지역상권 현황에서 나타나듯이, 업소 및 상업용 건축물은 모든 용도지역에 분포되어 있고, 용도지역 중에서는 전체 74.7%가 주거지역에 입지하고 있다.

또한, 도시 규모 및 지역의 경제상황에 따라 지역상권의 공간적 형태와 밀집특성 등에는 차이가 있으므로 법률상의 점포수 기준 부합에 한계가 예상된다¹⁰¹⁾. 이에 「지역상권법」의 정책지원 대상을 종합계획에서 제시하는 것과 같이 ‘모든 상권’을 대상으로 현실성 있게 적용하기 위해서는 실태조사 결과를 토대로 객관적인 기준을 마련하여 상업지역(50%)기준 관련 조항(법 제2조2의 가, 제2조4)과 점포 수(100개)에 관한(시행령 제2조 ②) 조항의 개정이 필요하다.

- (계획체계) 인구감소 대응 및 N분 생활권 실현을 위한 계획체계 및 가이드 마련 필요

❶ 기초지자체 단위 전략적 장소를 고려한 종합적인 계획수립체계 미비

「지역상권법」의 계획체계는 ‘종합계획(국가)-지역별 기본계획(광역)-사업계획(기초)’으로 이는 장소단위의 사업계획을 수립하는 「도시재생특별법」이나 이는 「전통시장법」의 계획체계(국가-광역-기초-사업계획)와 차이가 있다. 「지역상권법」에서는 ‘지역별 기본계획’을 광역지자체인 시·도지사가 수립하도록 되어 있으며, 기초지자체 단위에서 실제 개별 상권을 종합적으로 관리할 수 있는 계획체계는 미비한 실정이다. 쇠퇴상권 등을 지역차원에서 종합적으로 관리, 전략을 수립하려면 기초지자체가 지역의 발전방향

101) 상권의 지정요건에 대한 「골목상권 공동체 육성 및 활성화 지원을 위한 특별법안(의안번호: 2201528, 제안일: 2024.07.09., 산업통상자원중소벤처기업위원회)」이 현재 소관위 심의중.

을 고려하여 활성화구역을 지정하고 관리할 필요가 있으며, 이에 따른 계획수립체계와 주체별 역할 마련 필요하다. 특히, 국가의 종합계획 정책 방향에 맞게 상권을 이용하는 지역사회 및 생활권의 구매력을 고려하여 어떠한 상권이 효과적인 정책대상지로 적합한지를 지역차원에서 관리할 필요가 있다.

② 활성화구역(상권활성화 5개년계획)의 계획수립권자, 계획내용 조항 및 가이드 미비 「지역상권법」에는 활성화구역을 지정 절차에 관한 내용은 있으나, 활성화구역 계획의 수립주체와 계획에 담아야 할 내용 등에 관한 조항이 부재하다. 이러한 계획 내용에 관한 규정과 가이드 미비로 동네상권발전소 지원사업에서 도출되는 ‘상권활성화 5개년 계획’의 내용이 상권의 매출액과 업종의 경제성을 기반으로 구성되어 상품과 브랜드 개발로 치중되는 경향이 있어, 종합계획 및 지역별 기본계획을 토대로 지역의 사업계획을 구체화하는 계획수립 가이드 마련이 필요하다.

③ 관련 법 및 기존 정책과 연계한 종합적인 계획수립체계 마련

「전통시장법」은 국가계획에서 유통산업시책의 기본방향과 연계하고, 기초단위 계획에서는 도시계획과 연계하여 계획을 수립하도록 하고 있다. 이에 반해, 「지역상권법」과 관련법과의 연계방안이 미흡하다. 이에 「국토계획법」의 도시·군기본계획 및 「도시재생특별법」의 도시재생 활성화계획과 연계하여 광역지자체가 수립하는 ‘지역별 기본계획’을 연계하여 수립할 필요가 있다. 또한, 기존 전통시장 및 상점가의 활성화를 고려하여 지역차원의 관리를 도모할 수 있도록 「전통시장법」의 계획과도 연계가 필요하다.

한편, 종합계획에서 제시하는 경동시장의 스타벅스나 대전 성심당처럼 지역활성화를 견인하는 역할을 할 수 있는 기업의 지역상생 사례를 고려할 때, 「유통산업발전법」제13조의3에 따른 전통상업보존구역 지정 및 대규모점포 입점금지에 대한 인식 변화도 필요하다.

• (공간조성) 기본적인 상권 인프라 시설 조성사업의 유사 지원사업 활용 필요

시장경영혁신사업 지원(14~'23)을 받은 시장은 2,228개로, 약 1조2천억원¹⁰²⁾의 사업비가 투입되었다. 사업비의 대부분은 시설현대화를 목적으로 아케이드, 간판, 휴게소, 화장실, 주차장조성 등의 편의시설 개선사업에 투입되었다. 지역상권 또한 편의시설 개선이 필요한 지역이 많으므로 별도 사업으로 추진하기보다는 관련 사업과 연계하여 편의시설 정비사업이 추진될 수 있도록 연계할 필요가 있다. 또한 「도시재생특별법」에 의한 도시재생사업은 상권을 대상으로 할 때, 상생상가를 비롯한 주차장건설, 골목길 정비 등의 하드웨어 사업추진이 가능하므로 지역상권 활성화를 위해 이를 적극 활용할 필요가 있다.

102) 소상공인시장진흥공단. (2023). 시장경영혁신지원사업 지원내역(14-'23) 내부자료.

- (규모관리) 인구감소에 대응한 지역별 상권규모 조정 및 관리 필요

지역상권 현황분석 결과, 인구감소 지역과 상권쇠퇴 현상이 일치하는 것으로 나타났으며, 인구 대비 상권 규모가 큰 것으로 나타나고 있다. 이는 기존 상권이 고도 경제성장기에 조성되어 인구감소와 지역경제가 쇠퇴하면서 동반 쇠퇴했기 때문이다.

그러나 그간 상권 활성화 정책은 지역의 인구 규모와 배후 경제 여건, 쇠퇴현상을 종합적으로 다루지 못하고 전국에 동일한 방식으로 사업을 추진하였다. 중소기업부의 '종합계획'은 인구감소시대에 대응하여 지역과 상생하는 방향을 설정하고 있다. 이를 위해서는 인구감소와 저성장시대에 대응하는 상권수요를 고려한 전략이 필요하며, 공간관리 측면에서 지역에 필요한 상권규모를 객관적으로 파악할 수 있는 공간관리 계획이 전제되어야 한다.

□ (프로그램) 사업지원 내용과 운영모델 구체화 필요

- (공간용도) 인구감소 대응 배후수요를 고려한 빈점포 관리 및 용도전환 고려 필요

「지역상권법」은 지역상권 활성화를 위해 활성화구역이 지정되면, 대수선비 및 시설비용자, 부설주차장 설치기준 완화, 환경 및 영업시설 정비사업으로 상권의 이용 인프라 구축 관련한 특례 조치가 이루어진다. 그러나 지역상권은 향후 인구감소에 따라 빈점포가 지속적으로 발생할 것으로 예상되며, 배후생활권의 수요에 따라 지속가능성에 큰 영향을 미칠 것을 고려하여 빈점포에 대한 관리가 필요한 상황이다.

「전통시장법」에는 시장 등 상권 활성화를 위해 비영리법인, 단체 또는 개인이 편의시설 마련, 창업보육 장소 등으로 빈점포를 활용할 수 있도록 지원하고 있으며, 도시재생사업에서도 빈점포를 활용한 사업이 추진되고 있다. 그러나 인구가 감소되고 있는 상황에서 빈점포를 모두 활용하는 방안을 마련하는 것은 추후 재유휴화의 우려가 있다. 이를 위해서는 빈점포에 대한 실태 파악이 우선되어야 한다. 쇠퇴지역은 빈점포와 함께 빈집도 지속적으로 증가하고 있어 「빈집 및 소규모 주택정비에 관한 특례법」에는 기초지자체가 빈집조사를 의무적으로 수행하도록 규정하고 있다. 그러나 「지역상권법」에는 빈점포 관리나 활용에 대한 규정은 미비한 실정이다. 또한, 지역상권이 이용자 편의를 위한 소비 공간일 뿐만 아니라, 다양한 공간으로 활용되기 위해서는 배후생활권의 이용 수요를 반영하여 기존 점포에 대한 용도전환 등을 고려할 필요가 있다.

- (사업내용) 다부처에서 추진되는 로컬 브랜딩 관련사업과 차별화 전략 마련 필요

그간의 상권 활성화 정책에서 프로그램은 특성화시설 조성에서 브랜딩 및 상권관리모델과 창업자 육성을 통한 지역가치 창출로 변화하였다. 이에 「전통시장법」에 따른 상권활성화사

업에서는 테마가로 등 특성화시설 조성을 중심으로 지원하였으나, 「지역상권법」에 따른 동네상권발전소 지원사업, 글로벌상권팀 창출사업에서는 역량 있는 창업자 육성을 기반으로 지역자원 기반의 브랜드 가치를 창출하는 지원 방향으로 변화하였다.

그러나 지역자원 아카이빙 기반으로 로컬브랜드를 창출하는 사업은 행정안전부의 생활권 단위 로컬브랜드 사업과 대동소이하다. 또한, 행정안전부의 로컬브랜드 인프라 조성사업에는 상권의 장소가치, 방문자를 위한 다양한 공간 조성 등을 위한 맞이공간, 집객공간, 체류공간, 생산, 편의 공간 등을 지원대상에 포함하고 있다. 중소벤처기업부에서는 이를 사업공모 내용에 반영하고 있으나 상권활성화사업에는 다양한 공간조성 방식에 대한 대안은 미흡한 상황이다. 또한, 국토교통부 지역특화재생 사업의 로컬콘텐츠타운과 연계하여 추진되는 것을 고려할 때, 다양한 공간조성에 대한 방안 마련과 더불어, 공간비즈니스를 기반으로 하는 상권관리모델 및 상권활성화를 위한 구체적인 사업방식을 마련할 필요가 있다.

□ (거버넌스) 지역기반의 공간+경제 분야의 협력체계 및 민관협력 방안 구체화 필요

- 지역상권 활성화를 위한 지자체의 공간+경제 분야의 협력적 지원체계 부족

지자체 조례를 근거로 추진되는 지방정부의 상권활성화 관련 사업은 소상공인에 대한 경제적 지원을 중심으로 이루어진다. 그에 따라 소상공인에게 온누리상품권의 가맹과 시설 개선 수요가 높은 편이다. 또한, 지자체에서는 주로 소상공인 지원을 위해 경제 분야 부서에서 지원하고 있고, 상권활성화 재단 등 상권관리기구 대부분이 경제 분야 관련 기관에서 위탁하여 운영하고 있어, 공간관리에 대한 고려가 부족하다. 이에 종합적인 지역관리를 위해서는 도시계획 및 도시재생 등 관련 부서와의 행정협력체계가 필요하다. 이에 국비지원사업에서는 부서간 협력체계 구축 및 상권관리기구 내 공간관리 분야 전문가가 참여하여 사업을 추진할 수 있는 대안 마련이 필요하다.

- 거버넌스 지속성을 위한 장소 기반의 자원 활용 및 기금 활성화 방안마련 필요

지역상권 상생 및 활성화 정책에서는 소상공인 지원정책에 따라 동네단위 크라우드 펀딩, 상권연계형 매칭용자(LIPs)의 활용이 가능하다. 이에 관련 부처 사업의 재원을 사업구역에 적극 활용하기 위해서는 타법과 연계한 정책 추진이 필요하며, 상권활성화사업 및 글로벌 상권 창출팀 사업에서 립스 등 투·용자 프로그램을 적극 활용하여, 기업가형 소상공인이 지역 내에서 상업활동을 영위할 수 있는 기반을 마련하고 지속적으로 성장할 수 있는 여건 마련이 필요하다.

제4장 지역상권 활성화를 위한 공간관리 사례분석

1. 분석개요
 2. 생활권 중심의 상권 재생계획
 3. 마을만들기와 연계한 상권활성화 정책
 4. 민관협력·민간주도 지역상권 활성화 사례
 5. 소결
-

1. 분석개요

□ 분석 목적 및 방법

본 장에서는 지역상권 공간관리를 위한 검토사항을 도출하기 위해 국내외 사례를 분석하였다. 각 사례는 지역상권을 활성화하기 위한 시도로서 관련 정책, 계획, 민관 거버넌스 등에 관한 사항을 포함하고 있으므로 지역상권 공간관리를 위한 참고 사항을 제공한다. 이에 따라 사례에서 나타나는 지역상권 활성화를 위한 공간관리 전략과 내용을 다각도로 검토하고, 분석결과는 제5장에서 실제 지역상권을 대상으로 하는 공간관리 현안분석의 검토항목으로 활용하고자 하였다.

사례 분석을 위해 먼저 사례별로 상권활성화의 배경 및 목적을 검토하고, 앞서 지역상권 활성화에 영향을 미치는 구성요소로 규정한 물리적 공간, 프로그램, 거버넌스의 측면으로 구분하여 사례의 특징을 살펴보았다. 분석에 있어 물리적 공간의 측면은 단지 상점이 밀집한 공간 범위에 한정되지 않고 전체적인 도시에서 상권의 입지나 상권이 위치한 지역 차원에서의 맥락이 고려되었다. 프로그램 측면은 지역상권 공간의 기능이나 특화된 콘텐츠에 해당하며 이에 대한 정책적인 지원사항도 포함하였다. 거버넌스 측면에서는 지역상권 활성화와 공간관리를 위해 정부, 상인 등 상권 운영관리 주체, 민간회사, 지역주민 등이 어떻게 각각의 역할과 협력관계를 구축하였는지에 주목하였다.

□ 사례선정

지역상권 활성화를 위한 공간관리 검토사항을 도출하기 위해, 관련 사례는 다양한 공간적 위계와 범위, 상권관리의 성격, 운영방식 및 추진주체의 특성 등을 고려하여 크게 3개 부문의 8개 사례를 선정하였다.

첫째, 생활권 중심의 상권 재생계획의 부문에서는 미국 포틀랜드 네이버후드 디스트릭과 일본 도야마시 입지적정화를 통한 상권 재생의 2개 사례를 토대로 지역상권의 영향범위와 생활권의 기능과 연계되는 지역상권의 공간관리 특성을 분석한다.

둘째, 마을만들기 연계 상권활성화 정책 부문에서는 일본 지역상업 자립촉진사업, 일본 지역상업 기능 복합화 추진사업, 일본 면(面)적 지역 가치 향상 및 소비 창출 사업을 토대로 정책지원 사업에서 상권활성화를 위해 고려하였던 공간관리의 특성을 분석한다.

셋째, 민관협력·민간주도 상권 활성화 부문에서는 영국 High Street 대응전략인 ‘포터스 리뷰(Portas Review)’와 민간주도로 추진되었던 인천 개항로 프로젝트, 기업과 행정 이 민관협업으로 추진한 예산상설시장 활성화 프로젝트를 살펴보고, 민간이 참여한 프로젝트에서 나타난 공간관리의 특성을 분석하였다.

[표 4-1] 사례 개요

구분	사례명	주요내용
생활권 중심의 상권 재생계획	미국 포틀랜드 네이버후드 디스트릭(Neighborhood District)	완전한 근린 만들기를 위해 근린 중심지를 중요한 요소로 설정하여 압축적 토지이용 및 소규모 비즈니스 지원
	일본 도야마시 입지적정화를 통한 상권 재생	도심 내 인구집중을 위해 입지적정화 계획을 기반으로 대중교통 개선 및 지역거점의 상권재생
마을만들기 연계 상권활성화 정책	일본 지역상업 자립촉진사업	중심지 주요 상점가의 상업기능 강화를 목표로 지역주민 수요 조사분석 사업과 공공성을 구현하는 지원사업 추진
	일본 지역상업 기능 복합화 추진 사업	상점가 테넌트 복합화를 위해 소비동향을 파악하여 미래상을 설정하고, 상점가에 새로운 기능을 도입
	일본 면(面)적 지역 가치 향상 및 소비 창출 사업	지역의 면(面)적 수익 능력을 높이기 위해 전문가 지원, 소비 창출 사업, 머무는 교류공간 정비사업 지원
민관협력·민간주도 상권 활성화	영국 High Street 대응전략 포터스 리뷰(Portas Review)	도심 상가(High Streets) 내 상권혁신기금을 조성하여 빈점포 활용 및 기업유치
	민간주도 골목상권 활성화 인천 개항로 프로젝트	지역 기반의 소규모 비즈니스 크루연합체제 및 협업을 통한 로컬 브랜딩 창출
	민관협업 예산상설시장 활성화 프로젝트	사업추진과정에서 공공행정과 민간기업의 역할분담 및 민관협업체제 구축

출처 : 연구진 작성

2. 생활권 중심의 상권 재생계획

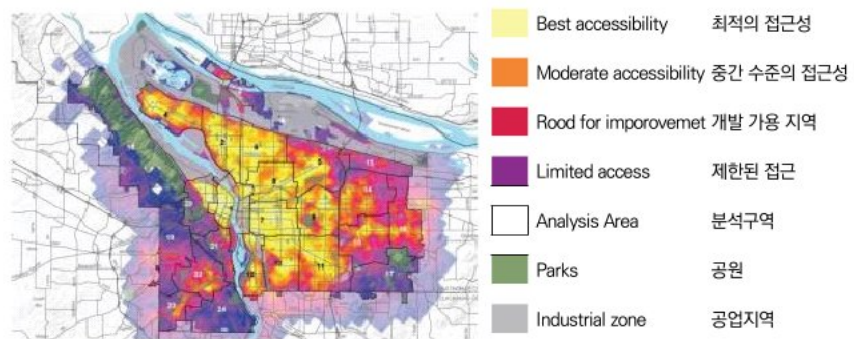
1) 미국 포틀랜드 네이버후드 디스트릭(Neighborhood District)

□ 배경 및 목적

- 포틀랜드는 도시계획에서 ‘완전한 근린(Complete Neighborhood)’을 목표로 생활권 차원의 상업 활성화 방향 제시

2012년 수립된 “포틀랜드 플랜(The Portland Plan)”은 2035년을 목표로 수립된 도시 전략계획으로 형평성의 가치를 바탕으로 ‘번창하는 교육’, ‘건강하고 연결된 도시’, ‘경제적 번영’이라는 통합적 도시 전략을 제시하고 있다.¹⁰³⁾

‘건강하게 연결된 도시(Healthy Connected City)’ 전략은 궁극적으로 생활권 내에서 20분 안에 도보나 자전거로 근린생활권 중심지에 접근할 수 있는 “완전한 근린(Complete Neighborhoods)” 실현을 목표로 삼는다. 근린생활권 중심지에는 지역에서 필요로 하는 재화 및 서비스 시설(로컬 식료품점, 공원, 커뮤니티 센터, 학교 등)이 입지하도록 장려하여 활기찬 근린생활권 중심지(Vibrant Neighborhood Center)가 되도록 하는 것을 기본방향으로 제시하였다.¹⁰⁴⁾ 또한 ‘경제적 번영(Economic Prosperity and Affordability)’ 전략을 실현하기 위한 중요한 요소 중 하나로 ‘근린생활권 상업의 활력(Neighborhood Business Vitality)’을 제시하고 실행계획을 마련하였다.¹⁰⁵⁾



[그림 4-1] 포틀랜드 20분 근린생활권 접근성 분석

주. 지표는 식료품점

출처 : City of Portland. (2012). The Portland Plan, p.128.

103) City of Portland. (2012). The Portland Plan, p.7.

104) City of Portland. (2012). The Portland Plan, pp.84-87., pp.127-132. 참고하여 작성

105) City of Portland. (2012). The Portland Plan, pp.60-61.

[표 4-2] 포틀랜드의 근린생활권 상업의 활력을 위한 5개년 실행계획

구분	실행내용	파트너
근린생활권 상업 개발	메인스트리트와 NPI(Neighborhood Prosperity Initiative)를 포함, 시의 근린생활권 경제개발 전략(Neighborhood Economic Development Strategy)을 적용하여 근린생활권 중심부의 비즈니스 활동을 강화	PDC, City, Nonprofits
소규모 비즈니스 개발	소규모 비즈니스 개발 프로그램, 특히 지역기반 비즈니스를 위한 개발 프로그램의 효율성과 이용성, 접근성을 증진시킬 수 있는 방법을 모색	PDC, Venture Portland, Nonprofits
근린생활권 상업지구의 토지이용을 지원	새로 수립하는 종합계획의 한 부문으로서, 소외된 근린생활권에서의 새로운 상업 중심지(commercial center) 성장을 촉진하는 조닝과 규제변화를 도출	BPS, BDS, City
지속가능성	사업체에서 에너지, 물, 교통 효율성을 증진하고, 폐기물 감소, 재택근무 및 지속가능한 구매를 확대하여 비용을 절감하고 전반적인 운영 방식을 개선할 수 있도록 지원을 확대	BPS

주. PDC(Portland Development Commission, 현 Prosper Portland), City(City of Portland), BPS(Bureau of Planning and Sustainability), BDS(Bureau of Development Services)

출처 : City of Portland. (2012). The Portland Plan, p.61.

이어 수립된 “2035 포틀랜드 종합계획(2035 Comprehensive Plan)”¹⁰⁶⁾은 궁극적으로 콤팩트 도시 실현을 목표로 삼고 있다. 이를 위한 도시형태(Urban Form) 부문에서는 지역사회 서비스와 상업 활동에 대한 접근성을 높이기 위해 압축적인 혼합용도의 상업 중심지 체계를 마련하는 내용이 포함되어 있다. 이는 결과적으로 ① 일상적인 필요를 지역 내에서 더 많이 충족하고, ② 근린생활권 체계를 강화하고, ③ 서비스에 대한 공평한 접근을 증진시키고, ④ 건강하고 활동적인 생활을 지원한다는 점에서 의의가 갖는다.¹⁰⁷⁾

경제 개발(Economic Development) 부문에서는 상업 지구의 성장과 활력을 지원하기 위한 토지이용이나 지역의 강점을 기반으로 기업이 찾을 수 있는 기능적이고 매력적인 장소가 되도록 지원 정책을 제시하였다. 특히 근린상업지구(Neighborhood Business District)¹⁰⁸⁾는 포틀랜드 내에서 자금이 순환되고, 인근 주민들에게 재화와 서비스를 제공하고, 소규모 비즈니스의 활력을 지원하고, 도시 내에서 약 1/4에 해당하는 고용에 기여하기 때문에 경제적으로 중요한 지역으로 인식¹⁰⁹⁾된다. 따라서 근린상업지구 중심지에 상업 활동과 고용이 집중되도록 하는 정책 및 지원 프로그램을 제시하고 있다.¹¹⁰⁾

106) 2016년 수립, 2023년 개정

107) City of Portland. (2023). 2035 Comprehensive Plan, pp.GP3-1~ GP3-2.

108) 도심(Central City) 밖의 일반적으로 다가구 주택(multifamily housing)이 있는 지역에서 고객에게 현장 서비스를 제공하는 소매업 등이 있는 혼합용도의 가로(corridors)나 중심지(centers)를 말함.
(출처 : City of Portland. (2023). 2035 Comprehensive Plan. p.GP6-17)

109) City of Portland. (2023). 2035 Comprehensive Plan, p.GP6-17.

- 지역사회 중심의 경제 개발을 위해 근린생활권 단위의 상업지구 지정 및 지원

포틀랜드는 물리적으로 황폐화되었거나 경제적 침체를 겪고 있는 지역 등을 조세담보금융 지구(Tax Increment Financing(TIF) Districts¹¹¹)로 지정하여 운영하고 있다. TIF는 도시(재)개발을 촉진하기 위한 재정 프로그램으로 주 정부가 승인하고, 시 정부 산하의 경제 및 도시개발 기관인 프로스퍼 포틀랜드(Prosper Portland, 전 Portland Development Commission)가 운영을 담당한다.

포틀랜드는 2011년 근린생활권 경제 개발 전략(The Neighborhood Economic Development(NED) Strategy)을 수립하여 지역사회 중심의 경제 개발로의 전환을 추진하였다. 이를 계기로 근린생활권 레벨에서 낙후된 지역에 경제적 기회와 활력을 만들기 위한 NPN(Neighborhood Prosperity Network, 전 Neighborhood Prosper Initiative) 프로그램이 도입되었는데 이는 근린상업지구(Neighborhood Business District)를 TIF 지구로 지정하여 지원하는 방식이다. 현재 7개의 NPN TIF 지구가 지정되어 있으며 각 지역의 NPN 조직은 TIF 기금 등으로 마련된 재원으로 지역상권(근린생활권 중심지) 활성화를 위한 물리적 개선, 기술 지원, 마케팅 및 브랜딩, 관리 운영 등을 추진하고 있다.¹¹²

□ 상권 활성화를 위한 공간관리 전략

- (공간) 상업지구에 대한 접근성 향상 및 상업·주거 등 중심지 기능 집적

포틀랜드의 상권은 도심(Central City)과 도심 밖의 근린상업지구(Neighborhood Business District)로 나누어 볼 수 있는데 도심이 교통관광의 요충지이자 각종 공공서비스와 주거·상업·업무 기능이 집중된 중심지라면 근린상업지구는 인접한 거주자에게 일상적으로 필요한 상품과 서비스를 제공하는 근린생활권의 중심이다.

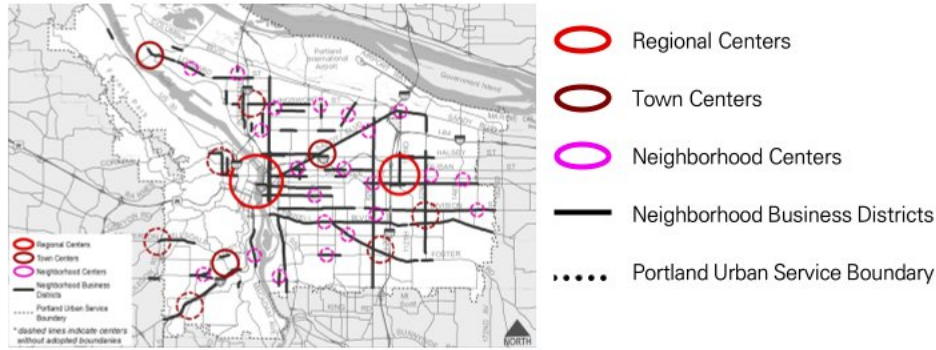
포틀랜드 도시계획에서는 근린생활권을 유지하는 근간으로서 근린상업지구의 중요성을 강조하고 보행자, 자전거, 대중교통 시스템을 잘 갖춰 생활권 내에서의 접근성을 향상시키고 집중적인 성장 및 형평성 개선을 위한 공공투자를 시행하는 한편 저렴한 상업 공간 및 주택의 기회를 제공하는 것을 기본방향으로 설정하고 있다.¹¹³ 포용적 경제성장을 위

110) City of Portland. (2023). 2035 Comprehensive Plan, pp.GP6-17~GP6-19.

111) TIF 지구를 지정한 후 지구 내 도시(재)개발에 따라 증가될 조세수입을 담보로 지방정부가 채권을 발행하여 초기 개발 자금을 조달하는 금융 프로그램. TIF 기금은 지구 내 투자에 사용되고 개발 후 부동산 가치 상승에 따른 세수 증가분으로 TIF 채권을 상환하는 방식

112) 이전까지 전통적인 TIF 지구는 평균 500에이커(약 2km²)가 넘었으나 NPN TIF 지구는 108~167에이커(약 0.4km²~0.7km²) 사이의 면적으로 지역사회 구성원이 지역의 개선사항을 결정 및 이행하고 장기 부채 부담 없이 TIF 수익을 투자할 수 있게 규모를 조정하였다. Prosper Portland. (2020). Update on the Neighborhood Prosperity Network, pp.1-5 참고하여 작성.

한 5개년('23~'28) 전략계획인 “Advance Portland(2023)”에서도 “활기찬 도심 및 지역 상권 조성”을 4개 전략 중 하나로 채택하고 지역상권을 활성화하기 위해 위한 물리적 개선방안으로 지상층(빈점포 등)의 상업 활성화, 주거지역과 상업지역 간 보행 및 교통체계 개선, 공공공간 활성화, 부담가능한 주택 생산 등의 실행방안을 제시하고 있다.¹¹⁴⁾



[그림 4-2] 포틀랜드 생활권 중심지 및 근린상업지구

출처 : City of Portland. (2023). 2035 Comprehensive Plan, p.GP6-22

특히 근린상업지구 중 NPN 지구로 지정된 곳에서는 실제 상점 외관 개선 보조금을 지원¹¹⁵⁾하고, 보행자 및 자전거 이용자의 안전을 위한 도로 및 교통 환경을 개선하며 공공 예술 및 공공공간 조성, 간판 및 조명 설치 등 상권 환경 개선사업이 진행된다. Cully Boulevard Alliance 지구의 경우에는 TIF 자금을 활용해 폐업한 상업 건물을 철거하고 지역 주민들을 위한 저렴한 주택을 건설하여 공급하는 방식으로 근린상업지구의 물리적·경제적 환경을 개선하기도 하였다.¹¹⁶⁾

[표 4-3] Advance Portland의 ‘활기찬 도심 및 지역 상권 활성화’ 전략 내용

구분	목표 성과	실행방안 (상권의HW자원 상권의SW자원 주거지 조성 공공지원 부문)
활기찬 도심지 조성	3.1 주거 부족 및 불균형한 용도로 혼합된 소구역에 다양한 소득 수준의 주택 증가	3.1.1 사무-주거 용도 전환 시 인센티브
		3.1.2 민간개발을 통한 다양한 소득층을 위한 고밀도 인필(infill) 주거지 조성
	3.2 상업 활동 유지 및 증대, 도심지 내 소규모 비즈니스 지원	3.2.1 앵커 비즈니스 유지 및 모집
		3.2.2 상업 공간 활성화 지원 (지상층, 소매 및 사무용 공간의 유연한 재사용 등 규제 완화 등)
3.2.3 사무실로 돌아오기 (최소 일주일 중 하루는 사무실 근무 장려)		
	3.2.4 지구 차원의 비즈니스 서비스 강화	
	3.2.5 포틀랜드 주립대 캠퍼스 및 주변 상권 활성화	
3.3 공공-민간 파트너십 촉진을 통해 대중교통 접근성이 높은 대규모 복합용도 및 복합소득 부지 인필 개발 활성화	3.3.1 규제 프로세스 간소화	
	3.3.2 집중된 TIF 지구 조성	
	3.3.3 경제적 영향 분석	
3.4 방문객 유치를 위한 이벤트 및 활성화;	3.4.1 도심지 이벤트 사무소 설립(이벤트 교차 홍보 플랫폼)	

113) City of Portland. (2023). 2035 Comprehensive Plan, p.GP6-17.

114) Prosper Portland. (2023). Advance Portland, pp.36-40

구분	목표 성과	실행방안 (<input type="checkbox"/> 상권의 HW지원 <input type="checkbox"/> 상권의 SW지원 <input type="checkbox"/> 주거지 조성 <input type="checkbox"/> 공공지원 부문)
활기찬 지역상권 조성	공공 영역의 혁신, 지역 문화 단체 및 앵커 지원	3.4.2 포틀랜드의 평판 개선을 위한 리브랜딩 프로그램 개발 실행
		3.4.3 도심지 재생(지역 앵커시설의 리노베이션 및 활성화 등)
		3.4.5 공공공간 활성화
	3.5 상권 내 비즈니스의 성장과 건강 지원	3.5.1 비즈니스 지구 역량 강화 (상권 내/상권 간 공동 마케팅, 소규모 비즈니스 서비스 등)
		3.5.2 소규모 비즈니스 지원
		3.5.3 규제 장벽 개선 (소기업 및 스타트업 등이 규제 장벽 파악 및 해결 지원)
		3.5.4 임차인 지원 프로그램(직접적인 자금 지원 및 기술 지원을 통해 퇴거 방지)
	3.6 지역사회에 봉사하는 사업으로 빈 건물과 상점을 활성화하여 새로운 상업 개발 유치	3.6.1 지상층 상업 활성화 (1층 빈점포를 활발한 용도로 전환하고 지역사회에 필요한 소규모 비즈니스를 지원하는 방식으로 재정적 인센티브 재조정)
		3.6.2 우선순위 지역 지원(주요 거리를 따라 다양한 상업용 건물 공간 조성)
		3.6.3 저렴한 상업용 임차료(우선순위 지역에 임차인 지원 프로그램 배치)
		3.6.4 친환경 건물 인센티브
		3.6.5 팝업 활용 촉진(팝업 기회 지원, 단기 점유 허가를 통해 빈 1층 상점 사용 장려)
3.6.6 각종 규제비용 절감		
3.7 공공 도로와 보도를 개선하여 비즈니스 지구의 활력 지원		
3.8 부담가능 주택 생산 문제 해결	3.7.1 네이버후드 연결성 향상(주거 지역과 상업 지역 간 보행 및 교통체계 개선 등)	
	3.7.2 대규모 인프라 변경 등에 대한 영향 분석 평가	
	3.7.3 조기 비즈니스 안정화	
	3.7.4 인프라 건설에 따른 지원 프로그램 (인프라 건설로 인한 영업 중단 기간 동안 중소기업에 기술 및 직접 지원 등)	
	3.8.1 공평한 주거 투자	
	3.8.2 혁신적인 주거 해결	
	3.8.3 주택 생산 효율화	
	3.8.4 수수료 절감 전략	

출처 : Advance Portland. <https://www.advanceportland.com/> (검색일: 2024.02.06.)

• (프로그램) 지역사회에 필요한 기능과 소규모 비즈니스 지원

포틀랜드는 지역 기반의 소규모 사업체를 지역경제 개발의 주역으로 인식하고 도시계획 및 경제성장 계획을 통해 근린상업지구에서 다양한 소규모 사업체가 성장하고 유지될 수 있도록 지원하는 정책을 제시하고 있다. 근린상업지구에서는 근린생활권 내에서 필요로 하는 상품이나 서비스를 제공하는 소규모 사업이 활성화되도록 장려하고 주거 지역에서 가정 내 사업(home based business)을 허용하기도 한다. 또한, 젠트리피케이션의 위험이 있는 지역에서 소규모 사업체가 유지될 수 있도록 임차료를 지원하는 한편 공동 마케팅 등 역량강화 프로그램도 추진하도록 한다.

115) Historic Parkrose 지구의 경우 상점 외관 개선 보조금(storefront improvement grant)은 도색, 간판, 창문, 조명, 펜스 등을 교체 또는 보수하는 데 사용되며 2018년부터 2021년까지 15건 지원(출처: Historic Parkrose. <https://historicparkrose.com/district-improvement-grants/> 검색일: 2024.5.10.)

116) Oregonlive. (2015). Sugar Shack property in Northeast Portland sold to Cully group for \$2.3 million. 7월 8일 기사. https://www.oregonlive.com/portland/2015/07/sugar_shack_property_in_northe.html (검색일: 2024.06.05.)

NPN 지구에서는 지역 내 소규모 사업체를 위해 마케팅 및 기술 지원, 상업용 부동산의 판매 및 임대 등이 이루어진다. Parkrose Historic 지구에서는 재택 사업과 소규모 사업 활성화를 위해 여러 소규모 임차인에게 저렴한 공동 작업 공간이나 인큐베이팅 공간을 찾아 제공하고 로컬 메이커스 마켓, 농부 마켓, 팝업 마켓 등을 열기 위해 부동산 소유자와 협력을 추진하고 있다.¹¹⁷⁾ Our 42nd Avenue 지구의 경우 NPN 지원조직이 상업용 부동산을 구입 및 임대하여 지역 기반의 기업에게 저렴한 상업공간을 제공하기도 한다.¹¹⁸⁾



[그림 4-3] 히스토릭 파크로스 NPI 지구의 소규모 사업체(●)
출처 : Historic Parkrose, <https://historicparkrose.com/our-businesses/> (검색일 2024.5.10.)

- (거버넌스) 커뮤니티 주도, 공공 지원 및 파트너십을 통한 실행

NPN(Neighborhood Prosperity Network)은 커뮤니티 주도로 경제 개발을 촉진하기 위해 만들어진 프로그램으로 각 지역 커뮤니티가 중심이 되는 거버넌스 체계를 갖는다.

우선 각 NPN 지구에는 지구 운영을 위한 비영리조직이 설립되며 이는 지역 주민, 사업자 등으로 구성된 이사회를 통해 운영된다. 이사회는 지역의 경제적 발전을 위한 전략과 계획을 수립하고, NPN 프로그램을 통해 제공되는 자금을 책임지고 운용 관리한다. 또한 각 지구에는 전담 매니저가 배치되어 지구 내에서 추진하는 프로젝트의 실행을 담당하며 리더십 개발 프로그램을 통해 지역 사회의 참여를 이끌어낸다.

NPN 프로그램을 총괄하는 프로스퍼 포틀랜드(Prosper Portland)는 각 지구를 운영하고 관리하는 데 필요한 재정 및 기술 지원을 제공하고, 프로그램 진행 상황을 모니터링하여 전략을 조정한다.

117) Historic Parkrose. <https://historicparkrose.com/district-improvement-grants/>
(검색일: 2024.5.10.)

118) Prosper Portland. (2020). Update on the Neighborhood Prosperity Network, p.5.

2) 일본 도야마시 입지적정화를 통한 상권 재생

□ 배경 및 목적

- 다중심 교통체계 기반으로 상권을 포함하는 지역 거점 활성화

도야마시는 일본의 다른 도시들과 마찬가지로 인구 고령화 및 감소와 교외 개발로 인해 도심의 활력이 감소하는 문제를 겪고 있었다. 도야마시는 이를 해결하기 위해 2000년대 초반부터 압축도시를 표방하고 경전철(LRT) 네트워크 구축 등 대중교통 접근성을 높여 도심 및 거점의 활력을 유도하는 정책을 추진하기 시작하였다.

도야마시는 제1차 도심 활성화 계획(2007.2~2012.3)에서 도시 중심부와 대중교통으로 연결된 여러 개의 지역생활거점을 갖춘 도시 구조 구상¹¹⁹⁾을 발표했다. 이 구상은 도시 구조를 “도심지구, 지역생활거점, 역·정류장 등 도보권의 세 구역으로 구분하고 각 특성에 맞도록 기능을 집약시켜 거점을 활성화”¹²⁰⁾하는 것을 목표로 하였다. 이와 같은 구조는 하나의 집중형 콤팩트 시티계획과는 달리 도보권과 대중교통축이 연속적으로 연결되어 일명 ‘경단꼬치’ 형으로 불리는데, 여러 거점을 중심으로 대중교통을 활성화하여 서로 연결하고 거점 지역에 인구를 유입시켜 도보권 내에 상업을 비롯한 일상생활에 필요한 도시 기능을 집약시키는 것이다.

□ 상권 활성화를 위한 공간관리 전략

- (공간) 대중교통 접근성 개선 및 도심 내 상업·공공·문화시설 조성

도야마시의 제2차 도심 활성화 계획(2012~2017)에서는 지속적인 대중교통 체계 개선과 더불어 상업시설 개발 등을 통해 도심 내 ‘도야마’ 문화를 육성하고, 고품질의 다양한 도시 라이프스타일 제공을 위한 시설 조성 등을 목표로 하였다.¹²¹⁾

도야마시는 2015년 도야마역의 신칸센 도입을 계기로 대중교통 환승이 보다 편리하도록 역사를 입체적으로 정비하고 역 주변의 가로 정비, 토지구획 정리를 통한 광장 조성 등 역 주변 정비 사업을 추진하였다.¹²²⁾ 최근에는 ‘미나미도야마역 주변 도시조성 비전’을 공표(2024.4.1.)하고 그 일환으로 역 앞 공간의 교통환경 개선 및 체류공간 만들기 등



[그림 4-4] 도야마시 입지적정화 계획을 통한 바람직한 미래상
출처 : 富山市. (2023.11). 立地適正化計画, p.29

119) The World Bank. (2021). Toyama City Compact City Development, pp.2-3.

120) 광대영, 한아름. (2023). 살아 숨쉬는 도시: 지방도시, 인구감소시대를 준비하다. 도서출판 미세움, p.97.

121) The World Bank. (2021). Toyama City Compact City Development, p.3.

122) 富山市. (2023). Compact City Toyama: Outline of Toyama City Urban Improvement Project, pp.35-48.

대중교통 접근성을 개선하려는 노력을 계속하고 있다.¹²³⁾

한편 도야마시는 다양한 중심시가지 활성화 사업을 전개하여 도심으로 사람들을 끌어들이는 전략을 취하고 있다. 도야마역 주변과 중심업무지구에서 시가지 재개발 사업으로 상업, 주거, 숙박 등의 복합시설 2곳이 건설되었고, 도야마시는 인접한 두 곳의 시가지 재개발 사업 대상지 사이에 다목적 광장(그랜드 플라자)를 조성하여 도심에서 각종 이벤트를 개최할 수 있는 장소로 활용하도록 하였다. 또한 트램 정류장에 인접한 곳에 도야마 시립 도서관 본관, 도야마 유리 미술관 등이 들어선 복합문화시설인 ‘TOYAMA 키라리’가 세계적인 건축가 구마 겐고의 설계로 조성(2015년)되었고, 기존의 도야마현 미술관은 위치를 옮겨 신축(2017년)하였다. 도야마역 주변 복합상업공간(CiC)의 빈점포에는 특산품 판매점, 어린이 플라자, 도야마 시민 교류관 등 공공시설을 도입하여 운영하고 있기도 하다.¹²⁴⁾ 이러한 도심 내 상업시설과 함께 공공·문화시설을 조성하는 것은 상업 활동의 증가로 자연스럽게 이어질 수 있게 한다.



[그림 4-5] 도야마시 도심 내 공공문화시설 조성 사례

출처 : (좌/중) 도야마시 공식 여행 가이드, <https://www.toyamashi-kankoukyoukai.jp/kr/art-museum> (검색일: 2024.06.05.); (우) 富山市. (2023). Compact City Toyama: Outline of Toyama City Urban Improvement Project, p.45.

- (프로그램) 신규 출점 점포에 대한 보조금 등의 지원

도야마시는 중심상업지구의 빈점포를 줄이기 위해 신규 출점자에게 점포 개장 비용, 임차료, 경영 상담 경비 등을 2017~2018년 사이 총 69건 지원하였다.¹²⁵⁾ 현재는 상업시설이 부족한 지역에 대해 상업시설의 입지를 촉진하기 위한 “도시 기능 입지 촉진 사업 보조금”을 지급하고 있다. 보조 대상구역(오야마 지역, 호소이리 지역)에서 식료품점, 편의점 등 일상생활에 필요한 상업시설을 개장하기 위한 토지 취득, 시설 조성 및 정비 등에 대해 한도 내에서 해당 비용의 50%까지 보조금을 지급할 수 있다. 이 때 보조 대상

123) 도야마시, 미나미 도야마역 주변 마을만들기, <https://www.city.toyama.lg.jp/shisei/machizukuri/1015125/1014091.html> (검색일: 2024.08.29.)

124) 富山市. (2023). Compact City Toyama: Outlin of Toyama City Urban Improvement Project, pp.15-16; 광대영·한아름. (2023). 살아 숨쉬는 도시: 지방도시, 인구감소시대를 준비하다. 도서출판 미세움, pp.145-149.을 참고하여 작성

125) 富山市. (2023). Compact City Toyama: Outlin of Toyama City Urban Improvement Project, p.48.

구역 내 동종 시설이 입지하고 있지 않아야 하며, 보조금을 지급받은 상업시설은 영업 시작으로부터 10년 이상 계속 운영하는 것 등을 조건으로 한다.¹²⁶⁾

[표 4-4] 도야마시 도시 기능 입지 촉진 사업보조금 대상 및 조건

시설명	보조율	보조 한도액	대상지역	비고
슈퍼마켓, 식료품을 다루는 드럭스토어	시설 정비비용의 1/2	1억엔	오야마 지역, 호소이리 지역	
드럭스토어	시설 정비비용의 1/2	5,000만엔	오야마 지역, 호소이리 지역	
편의점	시설 정비비용의 1/2	2,000만엔	호소이리 지역	오야마 지역은 입지원료

출처 : 도야마시. 도시 기능 입지 촉진 사업보조금. <https://www.city.toyama.lg.jp/shisei/machizukuri/1015125/1015133/1006127.html> (검색일: 2024.8.29)

- (거버넌스) 지역단체 주도의 지역관리 활동 지원

도야마시는 지역 주민, 사업자, 토지 소유자 등이 주체가 되어 매력 있는 시가지를 조성하기 위해 지역 매니지먼트를 추진하는 경우 보조금 등을 지원하는 “거점 마을만들기 지원 제도”를 운영하고 있다. 대상지역은 중심시가지(도심지구), 지역생활거점, 철도역을 중심으로 하는 반경 500m 이내 지역이며, 지역의 가치를 향상시키기 위한 거점 마을만들기 활동을 하는 단체에게 1년간 최대 50만 엔을 3년까지 지원할 수 있다. 보조금은 거점 마을만들기 계획 수립을 위한 용역비, 연수회 및 강연회 등에 소요되는 각종 경비나 비품구입비 등으로 사용할 수 있다. 거점 마을만들기 추진단체는 5명 이상으로 구성되어야 하고, 도야마시로부터 ‘거점 마을만들기 추진 단체’로 인정받아야 한다. 또한 도야마 시장은 ‘거점 마을만들기 어드바이저’를 파견하여 거점 도시조성 활동을 지원할 수 있다.¹²⁷⁾

한편 대중교통 중심과 식료품점 등 필수적인 상업시설에서 떨어져 있는 교외지역에서는 “교외부의 가까운 거점만들기 지원 제도” 운영하여 주민단체가 공공시설을 거점으로 활용하는 활동이나 쇼핑 지원 등을 추진하는 경우 주민단체에 보조금을 지원한다.¹²⁸⁾

126) 도야마시. 도시 기능 입지 촉진 사업보조금. <https://www.city.toyama.lg.jp/shisei/machizukuri/1015125/1015133/1006127.html> (검색일: 2024.8.29)

127) 도야마시. 거점 마을만들기 지원제도. <https://www.city.toyama.lg.jp/shisei/machizukuri/1015125/1015133/1006105.html> (검색일: 2024.8.29.)

128) 도야마시. 교외부의 가까운 거점만들기 지원제도. <https://www.city.toyama.lg.jp/shisei/machizukuri/1015125/1015133/1015452.html> (검색일: 2024.8.29.)

3. 마을만들기와 연계한 상권활성화 정책¹²⁹⁾

1) 일본 지역상업 자립촉진사업

□ 배경 및 목적

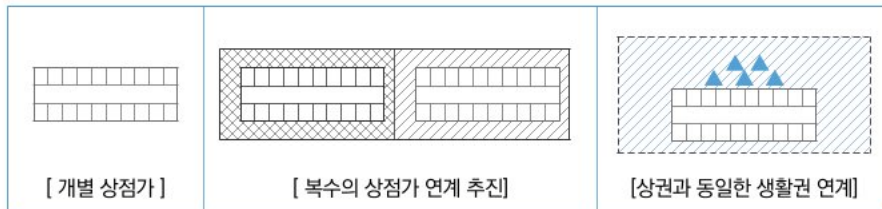
일본은 저출산·고령화 등 사회구조 변화에 따른 상점가 쇠퇴에 대응하여, 소비 활동을 활성화하고 자금 순환을 촉진하기 위해 상점가의 신진대사 촉진 및 상점가의 매력 창출을 위한 지원이 필요하다고 보았다. 이에 일본 중소기업청은 2014년부터 2018년까지 중심지 내 주요 상점가의 상업기능 강화를 목표로 '지역상업 자립촉진사업'을 시행하였다.

사업대상지는 중심시가지에 입지하거나, 사업지원 체계와 사후 운영 방안을 마련하여 파급효과가 기대되는 상점가에 한하였다. 또한 지역에 필요한 상점가의 역할을 고려하여 지역 주민의 규모, 행동 범위, 상업 활동량 등의 여건을 고려하여 주민 요구를 반영한 사업을 추진하고자 '조사·분석 사업'과 '지원사업'으로 구분하여 진행되었다.

□ 상권 활성화를 위한 공간관리 전략

- (공간대상/범위) 상점가와 함께 커뮤니티를 형성하는 주변 생활권을 함께 고려

지역상업 자립촉진 사업의 지원대상은 주로 상점가를 기본으로 하지만 공동점포, 임대 건축물, 도매시장 등도 지원 대상에 포함될 수 있다. 복수의 상점가 조직이 함께 사업을 추진하는 경우에는 각 상점가의 범위를 사업 대상지로 설정하는 것도 가능하다. 또한, 사업 실시의 효과가 상점가 외부로 확장될 것이 예상되는 경우 해당 공간을 포함하여 공간범위를 설정 할 수 있도록 하였다. 특히, 상점가와 주변 지역을 조사 분석하여 상권이 해당 주변지역과 동일한 생활권으로 판단되면 이를 포함하여 사업 대상지로 할 수 있다.



[그림 4-6] 지역상업 자립촉진 사업의 지원대상

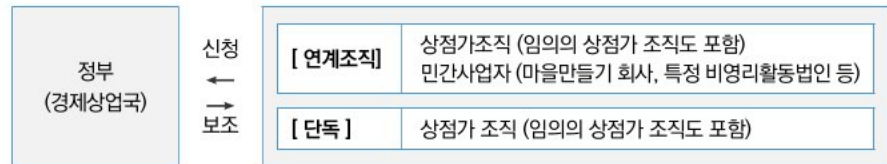
출처 : 연구진 작성

129) 외부 전문가 원고(2024.7.26.~8.26)를 바탕으로 작성

- (거버넌스) 상점가 조직과 민간사업자의 연계조직 중심의 사업 추진

지역상업 자립촉진사업의 대상자가 되기 위해서는 상점가 조직과 민간사업자가 함께 하는 연계조직을 구성해야 한다. 이때 상점가 조직은 상점가 진흥조합이나 사업협동조합과 같이 법인 자격을 가진 조직으로, 임의의 규약을 통해 대표자를 선출하고 재산 관리를 적절하게 운영할 수 있는 조직으로 정의된다. 민간사업자는 해당 지역에서 마을 만들기, 상업 활성화, 커뮤니티 활동 등을 주도할 수 있는 단체¹³⁰⁾이다.

사업대상자는 상점가 조직과 민간 사업자가 연계하여 구성한 조직이 일반적이거나, 상점가 조직 또는 민간사업자가 단독으로도 가능하다. 다만, 상점가 조직이 아닌 민간사업자, 특정 비영리 활동법인, 사단법인, 재단법인 등의 사업자가 사업을 추진할 경우, 해당 지역의 상점가 진흥조합 또는 상점가 조직으로부터 작성된 추천서를 제출해야 한다. 사업 선정 시에는 본 사업만을 위해 설립된 협의회가 대상이 될 수 없도록 대상자가 해당 지역에서 행해온 활동 여부와 사업계획을 바탕으로 판단한다.



[그림 4-7] 일본 지역상업 자립촉진 사업 대상자(2015~)

출처 : 中小企業庁. (2015). 地域商業自立促進事業 募集要領, p.2.

- (프로그램 ❶) 지역주민의 수요조사와 마케팅 조사를 지원하는 ‘조사분석 사업’

조사분석 사업은 수요조사와 마케팅조사를 중심으로 한다. 수요조사는 연계 조직이 추진하려는 사업이 지역 주민들의 요구에 부합하는지를 확인하기 위한 것이며, 마케팅조사는 지역의 인구 규모, 상업 활동량, 소비 동향, 유동인구 등의 데이터를 분석하여 적절한 사업 규모와 예상 이용자 수를 검토한다. 이와 관련된 경비는 2/3 범위 안에서 100만~500만 엔 이내로 지원된다.

- (프로그램 ❷) 공공성을 구현하는 다양한 세부목표를 달성하기 위한 ‘지원사업’

지원사업은 사업 시행 첫 해인 2014년에는 ‘지역 커뮤니티 형성 촉진사업(다세대 교류 시설 등)’, ‘상점가 신진대사 촉진 지원사업(점포 유치 등)’, ‘매력 창출 지원사업(아케이드, 이벤트 등)’의 3가지 분야로 하였으며, 2015년도부터 ‘지역상업 자립촉진 지원사업’

130) 정관에 대표자를 정하여 재산 관리를 적절하게 수행할 수 있어야 함

으로 통합되었다. 이 과정에서 행정사업검토를 통해 2015년 사업부터는 전국적인 파급 효과를 검증할 수 있는 정량지표를 설정하여 사업효과의 지속성을 고려하고자 하였다. 이에 통합된 사업에서는 상점가의 증장기적 발전과 자립화를 촉진하는 방향으로 공공성이 확보되는 ①지역자원 활용, ②외국인 대응, ③저출산·고령화 대응, ④신진대사, ⑤ 지역교류에 대한 지원을 추진하였다.

지원사업의 선정 심사에서는 사업 내용과 효과뿐만 아니라 마을만들기 계획과의 연계성, 그리고 해당 지자체의 관여 정도를 평가한다. 경비 보조는 분야나 조건에 관계없이 일괄적으로 2/3 이내로 지원되며, 지원 금액은 100만 엔에서 5억 엔까지 제공된다.

[표 4-5] 지역상업 자립촉진사업의 주요 분야와 내용

시기	조사분석사업	지원사업		
2014	지역상업 자립 촉진 조사분석 사업	지역 커뮤니티 형성 촉진사업	상점가 신진대사 촉진 지원사업	매력 창출 지원사업
2015 ~ 2018		지역상업 자립촉진사업		
		지역자원 활용	외국인 대응	저출산·고령화 대응
		신진대사(前창업 지원)	지역교류	구조개선(※2016년 신설)
	<ul style="list-style-type: none"> 특산물 판매 안테나숍 설치 로컬 상품 개발 및 보급 	<ul style="list-style-type: none"> 외국인 안내창구 설치 컨시어지 기능 확보 면세처리 기기 도입 	<ul style="list-style-type: none"> 보육 및 놀이시설 정비 부모대상 교육 실시 고령자용 카탈로그 배부 독거 고령자 돌봄 활동 	
	<ul style="list-style-type: none"> 창업 인큐베이션 시설 정비 상점 신규 출점 촉진 빈점포 신규 상가 유치 	<ul style="list-style-type: none"> 커뮤니티 시설 정비 휴게공간 정비 	<ul style="list-style-type: none"> 독거 고령자 돌봄 등 커뮤니티 활동 포인트 시스템 도입 공동점포화 도입 빈점포 유효활동 촉진 	

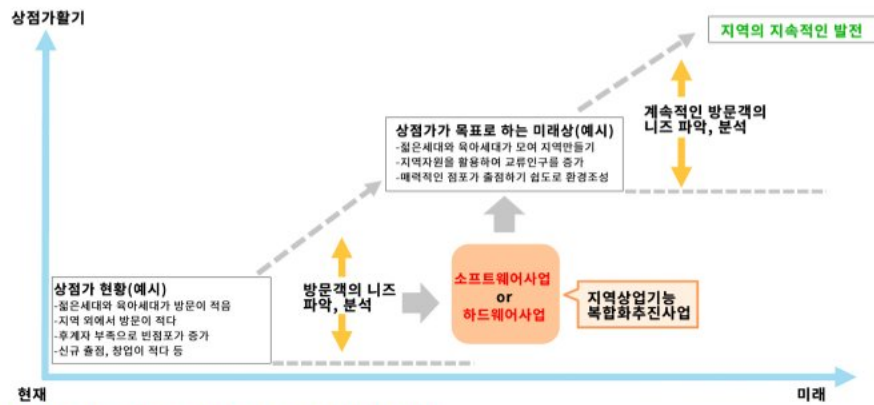
출처: 経済産業省, (2018), 地域・まちなか商業活性化支援事業について; 中小企業庁, (2014-2018), 地域商業自立促進事業募集要領을 참고하여 작성

중소기업청은 지원사업의 추진 성과를 사례집으로 발행하였다. 사례집에는 상점가 유형, 사업분야, 점포 수, 방문객 수, 업종 구성 등 상점가의 기본 정보뿐만 아니라 사업추진의 애로사항과 해결방법, 조사 방법, 상점가의 비전 등을 안내하고 있다. 이를 통해 다른 상점가에서 이 사례집을 참고하여 사업을 효과적으로 추진할 수 있도록 유도하였다.

2) 일본 지역상업 기능 복합화 추진사업

□ 배경 및 목적

일본에서는 인구감소와 소비층 고령화에 따라 지역 커뮤니티를 둘러싼 환경 변화에 대응하기 위해 상점가를 지역 특성과 주민들의 요구에 맞춰 재구축할 필요성이 제기되었다. 기존 상점가가 단순히 물건 판매의 장소였다면, 앞으로는 지역 커뮤니티에서 여러 세대가 함께 생활하고 일하며 교류할 수 있는 공간이 되어야 한다는 문제의식을 토대로 상점가의 테넌트 복합화를 위한 ‘지역상업 기능 복합화 추진사업’이 시행되었다. 이에 방문객의 수요를 분석한 뒤, 상점가가 원하는 미래상을 설정하고, 이를 실현하기 위해 소프트웨어 또는 하드웨어 사업을 활용하여 상점가의 기능 복합화를 추진한다.



[그림 4-8] 지역상업 기능 복합화 추진사업의 목표상

출처 : 中小企業庁. (2023). 地域の持続的発展のための中小事業者等の機能活性化事業. p.6.

사업은 2021년부터 2023년까지 중앙정부가 지자체의 상점가 지원정책을 보조하는 방식으로 시행되었다. 상점가 조직이 아닌 지자체에 지원하는 간접보조 방식으로 추진되므로, 사업을 신청할 때는 지자체의 재정 부담이 발생하지 않도록 주의해야 한다. 국고 보조 금액은 지자체가 간접 보조사업자에게 교부하는 예산에 대해 소프트웨어 사업은 4/5 이내, 하드웨어 사업은 2/3 이내의 보조 비율을 적용하며, 상한액은 400만 엔이다.

□ 상권 활성화를 위한 공간관리 전략

- (거버넌스) 기초지자체+상점가 조직 주축의 사업추진

사업의 신청자이자 보조사업자는 기초지자체이며 간접보조사업자로 지역개발회사, 상점가 조합, 민간사업자 등이 활동한다. 기초지자체는 사업의 구상 단계부터 간접보조사업자를 지원하며 광역지자체, 금융기관, 민간 회사 등과의 연계 협력을 주도한다.

- (프로그램①) 소비동향을 파악하고 입주자를 복합화하기 위한 '소프트웨어 사업'

소프트웨어 사업은 다음과 같이 진행된다. 첫째, 소비 동향의 변화를 추적하기 위해 AI 카메라 도입을 통해 방문객의 속성과 동선에 대한 정보를 수집하며, 이를 토대로 효과적인 이벤트 개최와 상품 및 서비스 개선을 도모한다. 둘째, 빈점포를 활용한 챌린지 점포 사업으로 신규 출점 및 창업 촉진을 위해 빈점포 활용을 지원하며, 디지털 수단을 통해 방문객의 특징과 선호도를 파악하여 수요에 맞는 매장의 출점과 유치로 연결한다.

- (프로그램②) 상점가에 없는 새로운 기능을 도입하는 '하드웨어 사업'

하드웨어 사업은 다음과 같이 추진된다. 첫째, 청년과 육아 세대가 모이는 교류 공간과 커뮤니티 카페를 조성한다. 또한, 육아 세대의 선호도를 분석하여 개별 점포와 연계되는 다양한 이벤트를 개최한다. 둘째, 신규 창업을 지원하기 위하여 창업 정보 공유 사무실과 코워킹 스페이스를 마련하여 해당 지역에 적합한 업종과 업태의 창업자를 육성한다. 셋째, 지역자원을 활용하여 복합공간을 조성한다. 특산품 판매와 지역의 역사·문화를 소개하는 복합공간을 조성하고, 방문객의 요구를 주변 점포와 공유하여 상점가 전체의 상품과 서비스를 개선해 나간다.

[표 4-6] 지역상업 기능 복합화 추진사업 흐름

사업 실시 전	사업 실시(간접보조사업 내용)	사업 실시 후
계획작성 - 지역주민의 요구 및 수요 파악 - 상점가의 미래상을 설정	소프트웨어 사업 : 소비동향 분석 및 입주자 복합화 사업 - AI 카메라 도입으로 방문객 속성, 동선 정보수집 - 수요에 적합한 공급 체제 구축 - 빈점포를 활용한 챌린지 점포 실시 하드웨어 사업: 상점가에 없는 새로운 기능 도입 - 젊은 층과 육아 세대가 모이는 교류 공간 정비 - 신규 창업 공간 정비 - 지역자원을 활용한 복합 상업시설 정비 - 지역 파급효과 분석과 수요구조에 적합한 공급체제 구축	정보수집 계속 미래상 PDC 사이클 시행 성과 보고(5년간) - 지역 요구, 수요 대응 - 최적의 테넌트믹스 - 상점가 기능 활성화 - 지역의 지속적 발전

출처 : 中小企業庁. (2023). 地域の持続的発展のための中小事業者等の機能活性化事業, p.4.

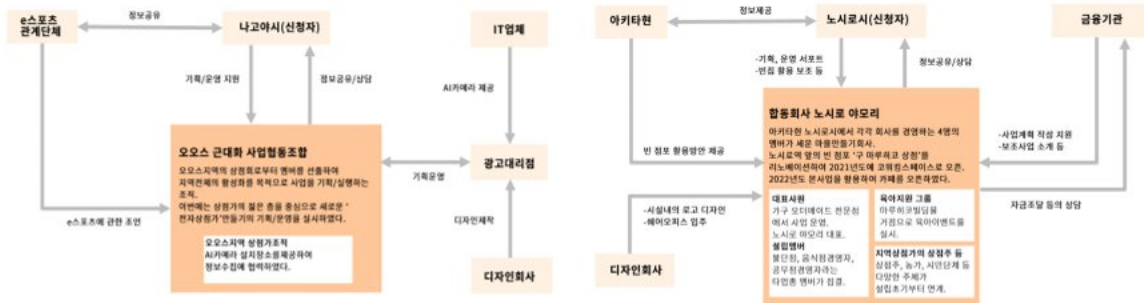
- (공간관리 특성) 빈점포를 활용한 복합용도 확충 및 PDCA사이클로 검증

지역상업 기능 복합화 추진사업은 빈점포를 리노베이션하여 지역에서 필요로 하는 상업 이외의 용도로 변화시켜 상점가의 이용을 활성화하고자 한다. 이에 사업실시 이전에 주민 요구 및 수요를 파악하여 창업 시설, 보육 시설, 체험 공간 등의 다양한 용도로 조성된다. 또한, 시설을 조성하는 것에서 그치는 것이 아니라 사전에 설정한 상점가의 미래상과 방향성을 검증하기 위해, 사업실행 이후에 PDCA사이클을 활용하여 사업의 효과를 검증하고 재검토하는 모니터링 과정을 거친다.

[표 4-7] 지역상업 기능 복합화 추진사업 추진사례

사례명	사업경위	사업추진내용	사업효과
[소프트웨어 사업] 나고야시 오오스 상점가 (名古屋市大須商店街)	오오스 상점가는 컴퓨터와 스마트폰 등을 다루는 전자상가로 번창했던 곳으로, e스포츠라는 새로운 콘텐츠에 대한 대응 방안을 검토하던 중, 나고야시의 안내를 받아 사업에 신청	- (공간조성) 상가 내에 e스포츠 체험 공간 조성 - (모니터링) e스포츠 체험 공간에 시카메라를 설치하여 유동인구 조사 실시 - (거버넌스) 사업 신청주체인 시는 사업구상 단계부터 스타트업 및 스포츠 관련 부서와 오오스 상점회에서 선출된 '오오스 근대화 사업협동조합'이 정보수집 과정에 협력	- e스포츠 체험 공간을 기점으로 오락실, e스포츠 장치를 취급하는 점포 방문이 다수였음이 확인 - 의류 및 브랜드 상품의 점포에 수요가 있음을 파악하여 해당유형의 점포가 e스포츠와 오오스 상점가의 점포에 어울릴 수 있다는 가능성을 검증
[하드웨어 사업] 노시로시 노시로역전상점회 (能代市能代駅前商店会)	아키타현 및 노시로시와의 협력을 통해 빈점포를 활용한 한 셰어오피스 코워킹스페이스를 조성하던 곳으로, 창업과 육아 커뮤니티의 거점이 될 수 있는 복합시설이 필요했음	- (공간조성) 폐점 술집을 4개 기능(사업지원, 육아지원, 커뮤니티, 창업지원)을 갖춘 복합 시설 '마루히코 빌딩'으로 리노베이션 - (모니터링) 방문객 특성 분석을 위해 방문 빈도를 자동 기록하는 출입 관리시스템을 도입 - (거버넌스) 시는 계획수립부터 사업체로 참여하여 창업 희망자 강좌 지원, 빈점포 활용 보조 사업 등을 시행, 아키타현은 창업지원 프로그램을 추진하고, 수익성 향상을 위해 금융기관에 사업계획을 자문	- 마루히코빌딩 내 어린이가 놀 수 있는 공간과 카페를 병설하여 육아 세대의 휴식과 돌봄 활동을 병행하도록 유도 - 건물 출입 관리시스템을 통한 수집정보를 활용하여 빈점포 활용지원, 창업지원 등을 실시함으로써 신규 출점을 도모

출처 : 中小企業庁商業課. (2022). 令和3年度地域商業機能複合化推進事業活用事例, pp.4-6., pp.12-16.



[그림 4-9] 나고야시 오오스 상점가 사업추진체계

출처 : 中小企業庁商業課. (2022). 令和3年度地域商業機能複合化推進事業活用事例, p.15.

[그림 4-10] 노시로시 노시로역전상점회 사업추진체계

출처 : 中小企業庁商業課. (2022). 令和3年度地域商業機能複合化推進事業活用事例, p.5.

[사업실시 전]



구 점포(마루히코상점)

상점가 모습

[사업실시 후]



마루히코빌딩 정비 후

카페스테이스

상점가 빈점포를 활용한 시설

[그림 4-11] 노시로역전상점회 사업시행 전후

출처 : 中小企業庁商業課. (2022). 令和3年度地域商業機能複合化推進事業活用事例, p.6.

3) 일본 면(面)적 지역가치 향상 및 소비창출 사업

□ 배경 및 목적

COVID-19로 인해 방문객들의 요구가 변화하고, 엔저 영향으로 방일객 증가가 기대되는 분위기 속에서 상점가의 매력적인 자원을 활용하여 지역의 면(面)적인 수익 능력을 높이기 위한 목적으로 2023년 실시되었다. 본 사업은 중앙부처인 경제산업국이 직접 지원하는 방식으로 추진되며 전문가 지원, 소비 창출 사업, 머무는·교류공간 정비사업으로 구분된다. 보조 비율은 사업비의 2/3로, 200만 엔~3,000만 엔의 금액이 지원된다. 보조대상자는 상점가조직과 연계 조직¹³¹⁾으로 규정하였다.

□ 상권 활성화를 위한 공간관리 전략

- (거버넌스) 상점가 조직과 지자체 연계를 통한 사업 시행

사업 전체의 흐름을 살펴보면, 사업 실시 전에 지역의 매력과 특성을 고려하여 상점가의 컨셉을 설정하는 사업계획을 작성해야 한다. 다음으로는 지자체에 지원계획서를 의뢰하여 연계 체제를 구축한다. 사업 실시 단계에서는 전문가가 동반하여, 사업계획에 대해 자문을 받거나 연수회 개최, 사업성과 검증 및 개선을 위한 자문 등을 지원받으면서 사업을 실시한다. 이 단계에서 지자체는 홍보와 시책 연계를 지원한다. 마지막으로 사업 실시 후에는 사업의 성과를 지속적으로 유지할 수 있도록 체제를 구축하고 성과를 보고하도록 되어 있다.



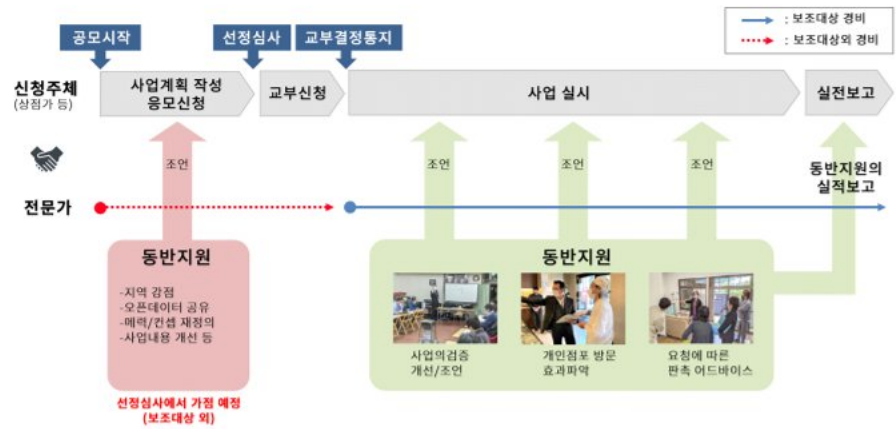
[그림 4-12] 면(面)적 지역가치 향상 및 소비창출 사업의 흐름

출처 : 中小企業庁商業課. (2023). 令和4年度第2次補正予算面的地域価値の向上・消費創出事業(概要資料), p.8.

131) 상점가 조직과 민간 사업자가 연계된 형태

- (프로그램①) 사업 전 과정에 '상권 전문가 지원'

지역 활성화에 전문지식을 가진 전문가가 사업 전반에 걸쳐 지원하는데 필요한 경비를 보조하는 사업이다. 전문가는 상점가 상담 어드바이저, 중소기업 어드바이저, 중소기업인 단사, 경영지도원 등을 예시가 되며 복수의 전문가에 의한 지원도 가능하다. 소비 창출 사업에 관한 추진현황을 파악하여 추후 사업에 대한 개선점을 신청자에게 전달하거나, 점포를 정기적으로 방문하여 사업성과를 파악하고, 각 점포에 대해 경영 조언을 시행한다.



[그림 4-13] 전문가의 동반 지원 흐름

출처 : 中小企業庁商業課, (2023), 令和4年度第2次補正予算的地域価値の向上・消費創出事業(概要資料), p.13.

- (프로그램②) 지역자원을 활용하여 외부 수요를 유치하고, 상점가 활성화를 위한 장기적 계획을 구상하는 '소비 창출 사업'

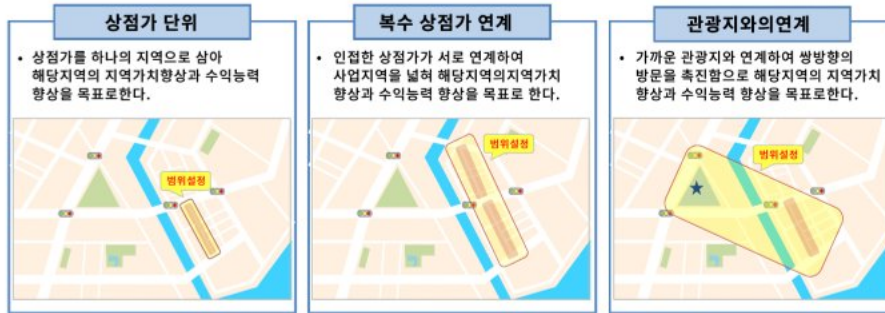
'소비 창출 사업'은 지역 외부로부터 발생하는 수요를 유치하기 위해 지역자원을 활용하여 소비를 창출하는 사업이다. 상점가 내부를 돌아다니도록 유도하고, 체험·교류사업과 상업·서비스 개발, 정보 공유 확대, 지역기업과 협력·제휴 등을 제시한다. 이 사업은 일회성 사업이 아니라 사업 기간 내에 여러 번 또는 장기적으로 실시하는 계획으로 전문가에 의한 평가를 바탕으로 개선해나가도록 요구한다.

- (프로그램③) 소비 창출 사업과 연계, 유희공간 활용 및 경관 정비를 시행하는 '머무는·교류공간 정비사업'

'머무는·교류공간 정비사업'은 소비 창출 사업의 효과를 높이기 위한 사업이다. 빈 땅·빈점포 활용, 점포 기능 전환, 보도 이용·활용, 경관 정비 등을 제시하고 있다. 다만 본 사업을 단독으로 실시할 수 없으며 반드시 소비 창출 사업과 연계한 정비사업으로 신청하도록 하고 있다.

- (공간범위) 여러 상점가 또는 주변 관광지와 연계하여 사업 구역 설정

사업계획 작성 시에는 다양한 방문객의 요구에 대응하기 위해 지역만의 개성과 다양성에 주목하여 지역의 장점이 무엇인지 검토하는 것이 중요하다. 이때 사업 실시 구역을 정할 필요가 있는데, 여러 상점가를 함께 연계하거나 근처의 관광지와 통합하여 범위를 설정하는 것도 가능하다.



[그림 4-14] 사업지역의 범위 설정

출처 : 中小企業庁商業課. (2023). 令和4年度第2次補正予算的地域価値の向上・消費創出事業(概要資料), p. 12.

- (공간관리) 점포 경영 방식과 공간이 함께 개선될 수 있도록 유도

소비 창출 사업에서 상권의 마케팅적 측면을 지원한다면, 머무는·교류공간 정비사업에서는 공간적 차원의 개선을 도모한다. 이 때, 공간 지원사업을 단독으로 실시할 수 없다고 규정하여, 점포의 경영과 공간이 함께 개선될 수 있도록 유도한다. 또한 사업의 전 과정에 상업 전문가를 지원하여, 보조대상자에 대한 자문뿐만 아니라 사업 자체의 추진현황을 모니터링한다.

4. 민관협력·민간주도 지역상권 활성화 사례

1) 영국 High Street 대응전략 포터스 리뷰(Portas Review)

□ 배경 및 목적

영국은 도시 중심부(High streets) 쇠퇴와 같은 시기 발생한 영국 폭동으로 인해 도시보다는 외곽의 상점가로 소비 활동이 유출되는 문제가 심각해졌다. 이에 2011년 중앙정부는 유명 소매업 컨설턴트 메리 포터스에 도심 상권 대응 전략을 제시해줄 것을 요청하였다¹³²⁾. 포터스 사는 도심 상가를 운영 관리하는 '타운 팀(Town team)' 조직을 시작으로 사업세율, 빈점포 관리명령, 지역매수권 및 지역시도권 등 업무개선 지구(Business Improvement Districts, BIDs)의 역할강화를 위한 다양한 전략을 담아 '포터스 리뷰(Portas Review)'를 출간하였다. 2012년 중앙정부는 포터스(Portas Review) 리뷰를 바탕으로 시범사업(Portas Pilot Town) 공모를 통해 27곳의 대상지를 지원하였다¹³³⁾.

□ 상권 활성화를 위한 공간관리 전략¹³⁴⁾

- (거버넌스) 도시 중심부의 재활성화를 위한 타운 팀의 조직

메리 포터스는 지방정부 주도형 도시 중심부 재활성화 사업이 지속가능할 수 없음을 지적하고 지역의 다양한 주체들이 참여할 수 있는 협력이 확대될 필요가 있다고 주장하였다. 따라서 임대인, 임차인, 대규모 또는 소규모 사업주, 지방의회 대표, 시장 및 국회의원, 기타 사업자 및 종사자, 지역주민 등이 포함된 '타운 팀'의 조직구성을 제안¹³⁵⁾하며 하나의 사업체와 같이 운영되어야 한다고 강조했다.

- (프로그램①) 도심상권의 대응전략을 제시하는 포터스 리뷰(2011) 발간

포터스 리뷰는 도심 상권의 활성화를 위해 도심을 하나의 비즈니스처럼 운영하고, 소매업자들이 사업을 원활히 운영할 수 있도록 기본적인 환경을 조성하며, 외곽 지역 개발을 제한해 도심의 중요성을 강조할 필요가 있다고 보았다. 또한, 토지소유주를 지역사회의

132) Mary Portas. (2011). The Portas Review : An independent review into the future of our high streets, p.2.

133) GOV.UK. (2012). Portas Pilots to kick-start high street renaissance. 5월 26일 보도자료. <https://www.gov.uk/government/news/portas-pilots-to-kick-start-high-street-renaissance> (검색일: 2024.07.25.)

134) Mary Portas. (2011). The Portas Review : An independent review into the future of our high streets. pp.19-40. 참고하여 작성

135) 성주인 박시현, 심재현, 윤병석. (2013). 해외 농어촌 정주공간 관련 정책 동향과 시사점Ⅱ. 농촌경제연구원, p.45.

장기 투자자로 인식하여 건강한 임대인-임차인 관계를 구축하고, 도심 상권의 공공적 특성을 고려해 지역사회의 발언권을 강화해야 한다고 제안한다.

[표 4-8] 포터스 리뷰 주요 전략 및 내용

주요 전략	주요 내용		
도심을 하나의 사업처럼 운영하기	상권 운영관리 팀 조직	1. 타운 팀(Town Team)을 설립하라 : 도심 상가를 위한 비전 있고 전략적이며, 강력한 운영관리 팀을 배치하여야 한다.	
	BID 권한 확대	2. 성공적인 BID(Business Improvement Districts)에 더 많은 책임과 권한을 부여하여 "Super-BID"로 만들어야 한다.	
	BID 관련 법률 제정	3. 임대인이 BID에 이바지함으로써 도심 상가에 대한 투자자가 될 수 있도록 법률을 제정해야 한다.	
	저비용 창업 체험 행사 개최	4. "국가 시장의 날(National Market Day)"을 신설하여 예비 상인들이 저비용 소매업을 시도해볼 수 있도록 한다.	
	규제 해소	5. 불필요한 규제를 없애, 누구나 정당한 이유가 없는 한 시장 상인이 되는 것을 용이하게 해야 한다.	
사업이 번성할 수 있도록 기본적인 사항을 바로 세우기	사업세율 도입	6. 정부는 사업세율을 통해 소규모 기업과 1인 소매업자를 더 잘 지원하는 방법을 고려해야 한다.	
	세제 혜택	7. 지방 당국은 재량권을 통해 새로운 로컬 비즈니스를 위한 사업세율 할인을 제공해야 한다.	
	상권 지표 개편	8. 소매가격지수(RPI)가 아닌 소비자 물가지수(CPI)로 계산하는 방식으로 변경하여 사업세율이 비즈니스에 도움이 되도록 해야 한다.	
	주차 제도 개선	9. 지역은 도심에 적합한 무료 주차 제도를 실시해야 하며, 새로운 주차 제도가 필요하다.	
	접근성 개선	10. 타운 팀은 도심 상권이 접근 용이하며 매력적이고 안전한 공간으로 만드는 데 집중해야 한다.	
	규제 완화	11. 정부는 도심 상권의 규제 완화를 고려해야 한다.	
	토지이용규제 해소	12. 핵심 건물의 용도를 쉽게 변경할 수 있도록, '토지이용 분류(Use Class)' 시스템의 제약을 해결해야 한다.	
	업종 재분류	13. 마권 판매소(Betting Shop)를 별도 이용분류로 설정해야 한다.	
	시장 조절하기	국가 계획과 도심 개발의 연계	14. 국가적 계획 정책 프레임워크에서 도심 개발에 대한 계획을 명시한다.
		소규모 점포 할당제 도입	15. 새로운 외곽 개발에 대한 예외적 승인을 허용하고, 모든 대규모 개발에 있어서 저렴한 가게가 입점할 수 있는 할당을 요구해야 한다.
대규모 점포의 소상공인 지원		16. 대규모 점포는 로컬 비즈니스 및 1인 소매업자를 지원하고 멘토링해야 한다.	
대규모 점포의 지역사회 기여 강화		17. 대규모 점포는 연례보고서에서 그들이 도심 상가에 대한 지원 내용을 보고한다.	
토지 소유주의 역할과 책임 정립하기	소규모 업체 임대협약 지원	18. 임대협약 통과를 위해 노력하고, 특히 소규모 사업체를 위해 대안적 임대 구조를 지원하여 (상업)임차인과 임대인 간의 계약을 촉진한다.	
	빈점포 방치 임대인 패널티 부여	19. 빈점포를 방치하는 임대인을 막기 위해 추가적인 패널티를 모색한다.	
	은행 소유 부동산 관리 강화	20. 도심 상권에 부동산을 소유하고 있는 은행은 잘 관리하거나, 팔아야 한다.	
	강제 매수 명령 도입	21. 지자체는 강제 매수 명령(Compulsory Purchase Order)을 활용하여 도심 상권 내 주요한 상가의 재개발을 촉진하여야 한다.	
	빈점포 관리 명령 도입	22. 임대인이 무책임할 경우, 지자체가 개입할 수 있도록 "빈점포 관리 명령(Empty Shop Management Order)"을 신설한다.	
	임대인 명단 공개	23. 도심 상권에 대한 임대인들의 공개 명단을 도입한다.	

주요 전략	주요 내용	
지역사회 커뮤니티의 발언권 강화하기	지역사회 계획 참여 강화	24. 네이버후드 플랜에 참여할 사람을 모집하기 위해 대형 캠페인을 진행한다.
	지역사회 계획에 상권 포함	25. 네이버후드 플랜에 도심 상권을 포함하여야 한다.
	대규모점포의 지역사회 기여 강화	26. 대규모 점포는 지역사회가 계획 체계에 강한 발언권을 가질 수 있도록 금전적 기여를 해야 한다.
	빈점포 지역매수권·지역시도권 도입	27. 빈점포의 창의적인 지역사회 활용을 지원하기 위해 지역매수권(Community Right to Buy), 지역시도권(Community Right to Try)를 시도하고 도입한다.
	시범사업 추진	28. 도심 상권 발전 구상을 검증하기 위하여 많은 도심상권의 시범사업을 수행한다.

출처 : Mary Portas. (2011). The Portas Review : An independent review into the future of our high streets. pp.19-40. 참고하여 번역 및 요약

• (프로그램 2) 포터스 리뷰를 적용하는 도심상권 활성화 시범사업 시행

2012년에 실시된 포터스 시범사업 공모에는 전국 370건의 신청이 접수되었다. 1차 심사 에서 12개 파일럿 대상지가 선정되고, 이후 15개를 추가 선정하여 총 27개 사업이 추진되었다. 이들 대상지는 120만 파운드의 예산과 타운팀의 지원을 받으며, 신진 기업가들이 지역에서 사업아이디어를 테스트할 기회를 제공하였다.¹³⁶⁾ 이에 따라 27개 사업지역에 24개 정부가 지원하고 333개의 타운팀 파트너십을 구성하며 사업을 추진하였다.

포터스 시범사업 사례 : 베드포드 하이스트리트(Bedford High Street)

- 2013년 12월, 베드포드 타운 팀은 약 6여 년 간 방치되어 있던 빈점포 1곳을 인수, 6개월 간 19개의 행사 및 팝업스토어를 개최하며 임대인은 많은 임대문의를 받게 되었으며, 2014년부터는 새로운 임차인에게 임대
- 이후 다른 빈점포에도 서점, 레코드가게, 청과점, 비건카페 등이 문을 열었으며, 타운팀은 이와 연계하여 도심 상권 곳곳에서 이벤트를 개최하여 많은 방문객을 유치하게 되었음
- 사업 종료 이후에도 플리마켓, 주류축제 등이 지속 운영, 장기적이고 혁신적인 영향을 미쳤다고 평가받고 있음



[그림 4-15] 영국 베드포드 플리마켓 행사



[그림 4-16] 영국 베드포드 로컬 옷가게

출처 : Erica Roffe. (2022). Opinion: An open letter to Mary Portas. Bedford Independent. 10월 16일 기사.
<https://www.bedfordindependent.co.uk/opinion-an-open-letter-to-mary-portas> (검색일: 2024.08.29.)

136) GOV.UK. (2012). Portas Pilots to kick-start high street renaissance. 5월 26일 보도자료.
<https://www.gov.uk/government/news/portas-pilots-to-kick-start-high-street-renaissance>
 (검색일: 2024.07.25.)

- (공간) 주차 및 공간환경 개선, 빈점포 대책 등 공간 관련 대응전략 포함

포터스리뷰는 외곽 지역의 주민이 다른 도시로 가기보다 지역 변화를 이용하기 쉽게 상권을 더 매력적이고 안전한 장소로 만들어야 하며 대중교통 접근성을 고려한 교통계획 수립의 필요성을 제안하고 있다.¹³⁷⁾ 또한, 빈점포 발생에 대응하기 위해 창의적인 활용이 가능하도록 용도 변경 제한을 완화하고, 빈점포를 방치하는 임대인에게는 패널티를 부과해야 한다고 언급한다. 더 과감한 전략으로는 '지역매수권(Community Right to Buy)'과 '지역시도권(Community Right to Try)'을 도입하여 지방정부가 빈점포를 우선적으로 매입하고 이를 팝업 공간, 타운팀 공용 공간, 광고 공간 등으로 활용하도록 제안한다¹³⁸⁾.

- (운영체계) 포터스리뷰 시범사업 이후 정부 기금으로 확장

영국 정부는 2013년 시범사업의 정책효과를 분석한 'The Future of High Streets: Progress since the Portas Review'에서 전국적으로 6%의 유동인구가 감소한 반면, 시범사업의 참여도시 중 절반 이상이 약 4% 방문객 증가¹³⁹⁾가 나타났다고 발표하였다. 그러나 2017년 BBC 보도에 따르면, 12개 시범사업 지역에서 5년간 약 1,000개의 상점이 폐업하여 전체의 17%가 감소¹⁴⁰⁾했다고 발표되었으며, 이는 온라인시장 확산 등의 소비 패턴 변화에 대응이 부족했음을 시사하였다.

영국 정부는 시범사업을 계기로 고질적인 하이스트리트 쇠퇴문제에 대응하고자 지속적인 기금 정책을 발표하였다. 이에 하이스트리트 혁신기금(High Street Innovation Fund)으로 다양한 아이디어를 발굴하고 실험하는 데 초점을 맞추었고¹⁴¹⁾, 미래 하이스트리트 펀드(Future High Street Fund)와 타운 펀드(Town Fund)를 통해 상권의 재생을 위한 대규모 투자를 추진하며 물리적 인프라 환경개선, 디지털 전환 지원¹⁴²⁾ 등이 이루어졌다. 또한, 커뮤니티 소유권 기금(The Community Ownership Fund)과 레벨링

137) Mary Portas. (2011). The Portas Review : An independent review into the future of our high streets. pp.27-28.

138) Mary Portas. (2011). The Portas Review : An independent review into the future of our high streets. p.29, pp.35-36, p.30.

139) Department for Communities and Local Government. (2013). The Future of High Streets: Progress since the Portas Review. pp.4-5, p.7.

140) Samantha Fenwick. (2017). Shopping choices shrink in Portas Pilot towns. BBC. 11월 8일 뉴스 기사. <https://www.bbc.com/news/business-41906964> (검색일: 2024.05.07.)

141) GOV.UK. (2013). Fund rewards high street innovation. News story. 5월 4일 기사. <https://www.gov.uk/government/news/fund-rewards-high-street-innovation> (검색일: 2024.05.07.)

142) GOV.UK. (2018). Future High Street Fund, Policy paper. 10월 29일 기사. <https://www.gov.uk/government/publications/future-high-streets-fund/future-high-street-fund#structural-changes-on-high-streets> (검색일: 2024.05.07.)

업 기금(Levelling Up Fund)¹⁴³을 통해서 지역 간 불균형 해소를 위한 인프라 투자 확대와 커뮤니티 자산화를 시도하며 지역경제 활성화를 도모하고자 한다.

[표 4-9] 영국 High Street 관련 기금

구분	기금명	배경 및 목적	기금활용 방안
캐머런 정부 (2010-16)	High Street Innovation Fund	포터스 리뷰 개발과 시범사업 운영 및 지원에 사용하여 지방정부의 경제 활성화를 지원	<ul style="list-style-type: none"> 지방정부들은 지역 기업들에게 사업세율(business rates) 할인을 제공하거나, 새로운 비즈니스를 유치하고 공실 부동산을 다시 활용하기 위해 지원받은 예산을 사용
메이정부 (2016-19)	Future High Street Fund	온라인 쇼핑 활성화에 따른 소비방식의 변화로 하이스트리트가 변화에 적응 하도록 상가의 장기 전략마련 및 전문적 지원을 제공	<ul style="list-style-type: none"> 하이스트리트 태스크포스를 통해 물리적 인프라와 토지 편성에 투자 <ul style="list-style-type: none"> - 물리적 인프라: 대중교통 및 기타 접근성 개선, 도심부 흐름 및 순환 개선, 혼잡 해소, 새로운 주거 및 작업 공간 개발, 문화유산 재생 - 토지편성: 상가 주변의 주거 및 사무 공간의 밀도를 높이기 위한 지원 실현 가능성, 목표와 전략의 정합성, 공동 자금 조달 능력 등의 요소들을 평가하여 경쟁을 통해 선정, 제안서 작성은 지자체와 민간 부문이 협업가능
	Town Fund	정부는 도시 기금의 일환으로 100개 지역에 타운 딜(Town Deal) 제안을 요청	<ul style="list-style-type: none"> 타운 투자 계획(Town Investment Plan)을 수립하여 투자 우선순위와 사업 제안, 타운 딜 위원회(Town Deal Boards)를 설립하여 기금을 활용 <ul style="list-style-type: none"> - 장기적인 경제 및 생산성 성장을 촉진하기 위해 토지이용, 연결성, 자원(문화 자산, 기술 및 기업 인프라 등)에 대한 투자 계획을 포함
존슨 정부 (2019-22)	Community Ownership Fund	지역문화에 투자하여 지역주민이 지역자산을 잃지 않도록 지역사회 지원을 위한 기금을 마련	<ul style="list-style-type: none"> 커뮤니티가 소실될 위험이 있는 자산을 소유할 수 있도록 지원 <ul style="list-style-type: none"> - 지역사회가 자신들의 지역을 개선할 수 있도록 권한을 부여 - 커뮤니티가 장기적 이익을 고려해 지속가능하게 자산을 구매하거나 개보수하여 운영하도록 지원
	Levelling Up Fund	금융업 중심지와 전통제조업 중심 지역의 경제적 격차 해소 및 낙후 지역의 개선	<ul style="list-style-type: none"> 경제적 격차를 해소하고자 일상생활 환경 개선을 위한 인프라에 투자 <ul style="list-style-type: none"> - 상가 재생 및 지역교통 개선, 문화유산 투자 등의 내용을 포함

출처 : High Streets Task Force. <https://www.highstreettaskforce.org.uk/about/> (검색일: 2024.05.07.) ; GOV.UK. (2021). New levelling up and community investments. <https://www.gov.uk/government/collections/new-levelling-up-and-community-investments#the-levelling-up-fund> (검색일: 2024.05.07.); GOV.UK. (2021). The Community Ownership Fund. <https://www.find-government-grants.service.gov.uk/grants/the-community-ownership-fund-1> (검색일: 2024.05.07.)을 토대로 연구진 작성

143) GOV.UK. (2021). New levelling up and community investments. <https://www.gov.uk/government/collections/new-levelling-up-and-community-investments#the-levelling-up-fund> (검색일: 2024.05.07.)

2) 민간 주도 골목상권 활성화 인천 개항로 프로젝트

□ 목적 및 특징

- 공간기획자와 노포와의 협업으로 로컬브랜딩을 통한 민간주도의 상권 활성화

개항로프로젝트는 쇠퇴한 인천 구도심의 약 1km 구간의 2차선 가로를 중심으로 역할을 다한 건축물을 활용하여 지역 출신 공간기획자와 사업가, 소상공인 등 다양한 민간 주체가 협력하여 2017년부터 진행하고 있는 프로젝트이다. 특히, 지역만이 가지는 가치를 브랜딩하기 위해 근대 개항기 차이나타운 화교 문화, 선교사 문화와 경제 개발기 산업 흔적들이 집약된 구도심의 장소특성을 토대로 지역에 산재한 노포들의 특성을 적극 활용하였다. 또한, 지역만의 문화적 특성을 공간기획자를 통해 재가치화 되고 소상공인의 느슨한 연대를 기반으로 골목상권의 상점가 특성을 강화하고 있다.

□ 상권 활성화를 위한 공간관리 전략

- (거버넌스) 지역 기반의 소규모 비즈니스 크루 연합체계 구축 및 확장

개항로프로젝트는 지역 출신 공간기획자를 중심으로 '플레이스랩' 법인을 설립하여 카페 공간 '브라운 핸드', 일광전구 브랜드 스페이스 '라이트 하우스'를 기획하는 프로젝트에서 시작하였다. 현재 각자 매장을 운영하는 소상공인 16인이 프로젝트의 크루로 참여하며 느슨한 연대체계를 가진다. 이 같은 연합체계는 크루인 소상공인이 각자의 자율적인 비즈니스를 수행하면서도 지역가치를 중심으로 하는 로컬브랜딩을 위해 함께 연대한다.

또한, 노포와 상생하는 '개항로 이웃사람' 캠페인과 창업자를 유입하는 '개항백화', '마계인천 페스티벌' 등을 운영하여 지역 상인과 예비 창업자를 크루의 연합체계를 점진적으로 확장하였다. 이에 2021년 (주)개항마을을 설립하여 2023년 마을기업으로 인증¹⁴⁴⁾ 받았으며, 2023년에는 중소벤처기업부 로컬브랜드 상권 창출팀 사업에 선정되고 우리동네 크라우드 펀딩을 받아 거버넌스 기반의 사업을 지속 추진하고 있다. 따라서 민간의 자율적인 조직과 프로젝트를 수행하면서 후속으로 공공 정책사업을 지원받아 프로젝트를 확장해 나가고 있다.

- (프로그램) 아카이빙을 통한 노포와의 협업과 '개항로'만의 복제되지 않는 브랜딩
- 초기 프로젝트인 '개항로 이웃사람'은 노포를 인터뷰하고 기록하며 관계를 형성함과 동시에 노포의 매력을 홍보하였다. 그 과정에서 발굴된 지역 노포 및 지역자원, 인재의 역

[표 4-10] 개항로프로젝트 연혁

구분	연혁
2018.02.	개항로 프로젝트 1호 가게 카페공간 '브라운 핸드' 오픈
2018.11.	일광전구 브랜드 스페이스 '라이트 하우스' 오픈
2018.12.	개항로 노포 소개 사진전시회 <개항로 이웃사람> 개최
2019.04.	2019 도시재생산업박람회 국무총리상 수상
2020.10.	칼리가리 브루잉 '인천맥주' 제작유통 시작
2020.12.	취향백화점 '개항백화' 오픈 (백가지 변화와 문화의 결합)
2021.11.	(주)개항마을 설립
2023.04.	(주)개항마을 마을기업 인증
2023.07.	윤디자인그룹 협업 - 개항로 서체 개발
2023.09.	마계인천 페스티벌 개최
2023.10.	중소벤처기업부 로컬브랜드 상권 창출팀 사업 선정
2023.12.	2023 우리동네 크라우드펀딩

출처 : 인천광역시 블로그. <https://blog.naver.com/incheontogi/223146297417> (검색일: 2024.05.10.); 전국마을기업 지도. <https://fvcn.purpleo.co.kr/view/2330> (검색일: 2024.08.20.)

144) 전국마을기업 지도. <https://fvcn.purpleo.co.kr/view/2330> (검색일 : 2024.08.20.)

량 등을 적극 활용하여 개항로의 빈티지 문화를 더욱 확장하는 계기가 되었고 지역 이미지와 상품으로 재탄생하였다. 그 예로 '개항로 서체'는 2021년 지역 목간판업체(전원공예사)와 협업하여 만든 것으로, 개항로 점포의 간판, 차림표, 홍보물 등에 활용되었고, 이는 2023년 윤디자인그룹의 제안으로 개항로 서체로 개발되었다. 또한, 지역 노포(광신제면소)와 협업하여 만든 '개항면', 양조장(인천맥주)과 협업하여 만든 '개항로 맥주'는 기존 지역 브랜드를 발전시켰다. 특히, 개항로 맥주는 지역내에서만 소비하도록 하여 온라인 판매를 할 수 없게 함으로써 지역 가치를 개항로에 한정하여 장소화하고자 한다.

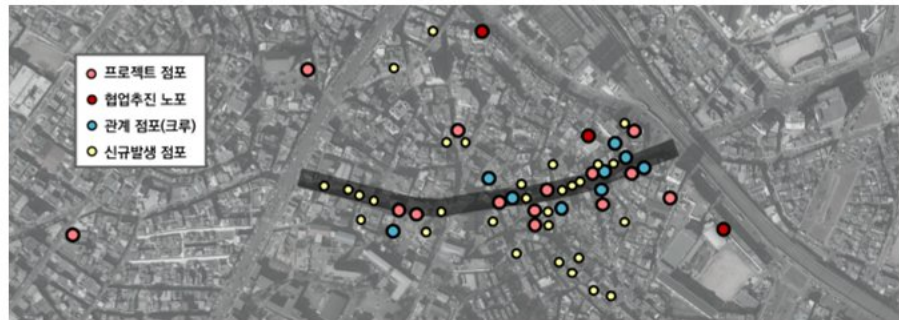


[그림 4-17] 개항로프로젝트 주요 점포

출처 : 이창길, (2022). 지역 고유자원을 바탕으로 지역과 상생하는 개항로프로젝트. 2022년 auri 마을재생 포럼 자료집 (2022.1.27.). 건축공간연구원. p.6.

- (공간) 개항로를 중심으로 빈점포 리모델링 및 크루점포의 장소 밀집특성 강화

개항로 프로젝트는 점포의 밀집도를 높여 연속적인 상업가로의 이용할 수 있도록 개항로에 인접한 유희공간 및 빈점포 매입을 진행하고 기존 건물을 최대한 활용하여 옛 건물의 특성을 드러내 지역의 역사·문화적 가치를 살리고자 한다.



[그림 4-18] 개항로프로젝트 현황

출처 : 이창길, (2022). 지역 고유자원을 바탕으로 지역과 상생하는 개항로프로젝트. 2022년 제1회 auri 마을재생 포럼 자료집 (2022.1.27.). 건축공간연구원. p.4.를 토대로 연구진 재작성

이에 2018년 이비인후과 병원 건물을 매입하여 카페 '브라운핸즈', 산부인과 병원 건물 일광전구 브랜드 스페이스 '라이트 하우스' 오픈하였고, 이후 총 15개 점포¹⁴⁵⁾에 프로젝

145) 브라운핸즈를 시작으로 이후 플레이스막(18.3), 개항로본부(18.7), 마틸다개항로(18.8), 메콩사롱(18.9), 라이트하우스(18.11), 오노고로(18.12), 이슬옥(19.5), 개항로통닭(19.6), 개항면(19.7), 레

트를 추진하였다. 프로젝트 점포를 개항로에 인접한 부지로 오픈함과 동시에 가로에 인접한 상인들이 크루로 참여하는 관계점포를 형성하게 되면서 상업가로의 밀집성은 더욱 강화되었다. 이러한 점포의 밀집성은 자연스럽게 신규 점포의 발생으로 이어지게 되었다.

3) 민관협업 예산상설시장 활성화 프로젝트

□ 목적 및 특징

- 공공행정과 민간기업의 사업추진 역할 분담을 통한 전통시장 활성화

당초 예산군청은 공실로 방치된 예산상설시장을 철거 후 주상복합 신축을 구상하였다. 그러나 지역출신인 (주)더본코리아 백종원 대표의 자문을 계기로, 민간기업과 함께 2018년부터 시장 활성화 프로젝트를 추진하였다. 예산군청과 (주)더본코리아는 2017년부터 예산국밥거리 조성 등 상권 활성화를 위한 사업을 함께 추진하였고, 예산상설시장 활성화프로젝트의 민관협업 체계를 유지해 오면서 상호 간의 신뢰 구축 및 업무협조가 원활하였다. 이 과정에서 행정이 국비로 지원하기 어려운 문제들을 민간기업이 주도적으로 해결하고 수행하면서 공공과 민간 부분의 역할을 분담하며 진행하였다.

□ 상권 활성화를 위한 공간관리 전략

- 민간기업은 건물 매입 및 창업자 육성을 주도, 행정은 공공 시설인프라 지원

(주)더본코리아 백종원 대표는 학교법인 예덕학원 이사장직에 있으면서, 2019년 예덕학원에서 임대사업 명목으로 예산상설시장 점포를 매입하였다. 이에 2023년 1월, 5개 프로젝트 점포를 개점하여 2024년 5월 기준 총 21개 점포¹⁴⁶⁾를 운영 중이며 입점 가게들은 (주)더본코리아와 1년 단위로 임대 계약하여 창업하였다. 또한, (주)더본코리아는 시장 내 공중화장실을 리모델링하여 기부채납하였으며, 시장 내 상점 기획, 점포 리모델링, 메뉴 개발, 상인 교육 및 컨설팅 등의 창업자를 위한 점포 운영 전반을 지원한다.

한편, 예산군청은 2018년 국토교통부 지역수요맞춤지원 공모사업에 선정되어, 2022년 9월 신활력 창작소 조성사업으로 외식창업 교육기관을 설립하고, 운영주체로 (주)더본코리아를 입주(상주직원 10인)시켜 외식창업 교육장소로 조성¹⁴⁷⁾하였다. 또한 예산상설

바논버거(20.6), 중구집(20.8), 개항로고깃집(20.8), 인천맥주(20.10), 개항로서프라이즈(20.12), 하오살럿(21.5)의 건물이 조성됨 (출처: 이창길. (2022). 지역고유자원을 바탕으로 지역과 상생하는 개항로프로젝트, 2022년 제1회 auri 마을재생 포럼 자료집(2022.1.27.). 건축공간연구원, p.6.)

146) 이재환. (2023). "30억 썼다" 간절한 백종원... 예산시장 투입 돈 대체 얼마?. 오마이뉴스, 4월 25일 기사. https://www.ohmynews.com/NWS_Web/View/at_pg.aspx?CNTN_CD=A0002921979(검색일: 2024.05.10.)

시장의 장육에 오픈 스페이스를 조성하는 사업으로 36억원(국비 5억원, 도비 5억원, 군비 26억원)을 편성¹⁴⁸⁾하여 2024년 4월부터 공사를 진행하고 있다.

이처럼 민간기업은 행정의 절차 이행으로 인해 지연될 수 있는 민간 점포 매입과 사전 창업자 육성을 추진하는 한편, 행정은 지역 내 공공시설을 활용한 창업자 육성장소 제공과 시장환경 개선에 필요한 지원을 추진하여 사업추진의 속도를 높였다.

• 주변상권을 연계한 민간기업의 지역상권 관리 전략

(☞)더본코리아는 시장 인근에 있는 국밥거리, 국수거리에 레시피 공유와 더불어 소매점 마케팅 컨설팅 및 위생교육을 지원한다. 또한, 예산시장의 인기가 높아짐에 따라 상점의 가격이 인상되고 지역의 숙박업소 이용료가 두 배 가량 증가하게 되자, 경쟁력 있는 가격 유지와 젠트리피케이션 방지 등 상권의 이용가치 하락에 대응하여 소상공인 개별 점포에 ‘함께가게’ 인증제도¹⁴⁹⁾를 시행(식약처 인증 위생기준으로 예산군과 상인회가 인증)하고 있다. 그밖에 소도시의 활성화 및 경쟁력 강화 전략을 관광으로 보고, 예산시장을 중심으로 지역관광 활성화를 위해 맥주페스티벌, 삼국축제(국화, 국밥, 국수 테마로 진행되는 가을 축제)를 성황리에 추진, 지역의 유동인구 활성화 및 경제활성화 도모하고 있다.



[그림 4-19] '함께가게' 인증마크
출처 : 연구진 촬영



[그림 4-20] 예산시장 점포운영 현황
출처 : 예산장터관광. <https://yesan.theborn.co.kr/market/tour?Ctg=B> (검색일: 2024.05.10.)를 토대로 연구진 작성



[그림 4-21] 예산시장 및 주변 현황
출처 : 연구진 작성

147) 예산군. (2023.4). 예산형 구도심 지역상생프로젝트. pp.2-3

148) 예산군. (2023.4). 예산형 구도심 지역상생프로젝트. p.4.

149) 유사사례로 대전 성심당은 은행동의 '상생가게' 70개 점포와 연계하여 운영, 성심당 영수증을 인근 상생매장에 보여주면 소비자에게 할인을 제공(출처 : 박명준. (2024). 이번엔 '방장고'...상생 사업은 진화 중. KBS 9월 2일 뉴스. <https://news.kbs.co.kr/news/pc/view/view.do?ncd=8049148>, 검색일: 2024.09.04.)

5. 소결

1) 사례종합

지역상권 활성화를 위한 국내외 공간관리 사례는 물리적 공간, 프로그램, 거버넌스 측면에서 다음과 같은 특징을 갖는다.

□ (공간) 배후생활권의 중심지로서 상권의 내·외부를 연계하여 상업 거점기능을 강화 사례에서 나타난 물리적 공간에 대한 관리는 공간범위, 계획체계, 토지이용, 접근성, 공간조성 측면에서 요약할 수 있다. 첫째, 공간범위는 상권 내부에 한정하지 않고, 배후 생활권이나 주변상가, 관광지 등을 고려하여 사업구역을 설정한다. 이는 상권이 가진 중심지로서의 역할을 토대로 상권의 공공성을 적극 활용하기 위한 방안이다. 둘째, 계획체계에 있어 상권 자체의 실행계획에 머물지 않고, 도시계획과 전략계획, 실행계획을 수립하며, 특히 포틀랜드 사례에서는 '경제개발전략'을 추가로 수립하며 공간과 경제 분야를 종합적으로 관리하고자 한다. 셋째, 토지이용 측면에서 비즈니스의 잠재력을 제고하기 위해 포틀랜드와 포터스리뷰 시범사업의 사례와 같이 조닝의 규제를 완화하거나 토지이용분류체제로 인한 제약을 해결하고자 한다. 넷째, 접근성 및 인프라 측면에서 상권과 배후생활권의 연계성을 강화하고자 재화나 서비스가 집중될 수 있도록 집객시설을 조성하고, 대중교통체계 및 보행인프라 시설을 개선한다. 다섯째, 공간조성 측면에서 하나의 핵점포를 유치하기보다는 소규모 비즈니스의 밀집성을 강조하고자 주요 가로를 중심으로 빈점포를 활용하고 다양한 세대가 교류하기 위한 집객공간을 조성한다.

□ (프로그램) 지역사회 수요를 토대로 용도 및 기능복합의 공간조성과 지역사회와 연대하는 소프트웨어 프로그램 추진

프로그램은 공간조성과 콘텐츠 및 소프트웨어 프로그램 측면에서 구분된다.

먼저, 프로그램 측면에서 공간조성은 첫째, 도시계획의 토지이용 측면에서 용도복합의 환경을 만들고자 주거, 상업, 업무기능을 강화하거나 개별 건물 단위에서 상업, 주거, 숙박, 공공문화시설 등으로 조성한다. 둘째, 공간조성 시에는 사전에 소비동향과 지역수요를 고려하여 지역사회의 문제 해결과 관련된 새로운 기능을 도입하여 공간을 조성한다. 특히, 일본의 지역상업 자립촉진사업에서는 저출산 고령화문제를 대응하거나 소비 촉진, 지역교류 등으로 사회문제와 관련된 공공성 확보를 위해 상업시설과 연계하여 조성한다. 셋째, 상업시설의 점포 경영방식과 공간조성을 연계하여 상업활동의 자립성을 제

고하고자 한다. 넷째, 상업기능의 다양화와 혼합도 제고를 위해 소규모 비즈니스를 중심으로 지원하여, 작은 규모 활동과 기능이 집적되도록 한다. 특히 포틀랜드에서는 다양한 소규모 사업을 장려하고, 이들이 공동마케팅을 실현할 수 있도록 지원한다. 다섯째, 빈 점포를 저렴한 가격으로 임대하여 약해진 상업 기능을 보강하는 한편, 일시적인 팝업마켓으로 제공하여 새로운 상점으로 상권의 분위기를 환기시키기도 한다.

소프트웨어 프로그램 측면에서는 상품 및 서비스의 홍보와 마케팅, 지역사회와의 공감대 형성을 위한 캠페인과 축제, 전문가 컨설팅과 기술지원이 주로 진행되고 있다. 특히, 포터스리뷰에서는 대규모점포가 소규모비즈니스를 멘토링하는 프로그램을 운영하도록 하여 지역상권의 상생을 추구한다. 콘텐츠 및 브랜드 창출 프로그램과 관련해서는 인천 개항로 사례에서 지역 아카이빙 및 노포와의 협업을 통한 브랜드와 서체개발, 특화상품(인천맥주, 개항면)이 있으며, 지역방문을 유도하기 위해 특화상품을 지역 내에서만 소비하게 하여 지역의 장소가치를 제고하고자 한다.

□ (거버넌스) 지역관리 차원의 공공, 민간, 지역사회 파트너십 협업체계 구축을 토대로 상권 중심의 운영체계 및 기금 등을 활용

거버넌스는 조직구성과 운영체제로 구분된다.

조직구성은 파트너십의 협업체계를 바탕으로 행정과 민간, 상인과 민간, 상인과 지역사회 비영리 단체 등 다양하게 형태로 조직을 구성하고, 상점의 소유자 및 임대업자 또한 포함된다. 특히, 포틀랜드 사례에서는 시 뿐만 아니라 주정부단위까지 거버넌스 체계를 구축하여 민간기업, 지역사회와 협력하고 있으며, 예산상실시장 사례에서는 민간기업인 더본코리아와 예산군청이 업무를 분담하여 예산시장 활성화를 위한 창업지원이나 공간정비 사업이 원활하게 수행되었다. 이는 행정이 민간전문가나 기업의 기획력과 전문성을 적극 활용할 때 공공주도의 사업보다 효율성이 높아질 수 있다는 점에서 시사점이 있다. 지역사회가 참여하는 거버넌스는 지역 차원에서 상권관리를 위한 기금마련, 사업지원, 사후관리 등을 제공하는 운영체계를 통해 상호 신뢰와 결속력을 제고할 수 있다. 특히 기금 및 자원마련과 관련하여, 포터스리뷰에서는 지역사회가 지역자산을 소유할 수 있도록 하는 커뮤니티소유권 기금을 지원하는 한편, 경제적 격차를 해소하고자 환경개선을 위한 레벨링업 기금이 특징적이다. 또한, 예산시장에서는 ‘함께가게’ 인증마크를 통해서 예산시장과 주변 상권과 연계하여 예산시장의 브랜드로 인지할 수 있도록 운영한다. 이처럼 운영체계를 지역차원으로 확장하고 상권에 대한 공간관리를 면단위의 효과가 확장되도록 한다.

[표 4-11] 사례별 공간관리 요소별 종합

구분	사례명	물리적 공간	프로그램	거버넌스
생활권 중심의 상권 재생계획	미국 포틀랜드 네이버후드 디스트릭	<ul style="list-style-type: none"> (공간범위) 근린생활권의 중심지를 대상으로 근린생활권 단위의 상업지구 지정, NPN 지구 및 조세담보금융지구 등 지원 (계획체계) 전략계획, 실행계획, 경제개발전략 (토지이용) 조닝, 규제변경 지원 (접근성/인프라) 재화 및 서비스 시설을 상권 내 입지, 교통체계 개선, 간판 및 조명설치 	<ul style="list-style-type: none"> (임시/빈점포) 인큐베이팅 공간, 팝업마켓 지원, 저렴한 점포 제공 (기능)용도복합 주거·상업·업무 기능을 집중 (공간조성) 소규모 비즈니스 지원 (프로그램) 마케팅 및 기술지원, 공동마케팅 등 역량강화 	<ul style="list-style-type: none"> (조직/운영) 주 정부, 시 정부의 산하 부서 협업, 비영리단체 및 지역사회 파트너십으로 지역사회 중심의 경제개발 (자금보조) 창업자에 대한 자금보조 지원
	일본 도야마시 입지적정화를 통한 상권 재생	<ul style="list-style-type: none"> (공간범위) 도심(도심지구, 지역생활거점, 역·정류장 등 도보권) (계획) 도시계획 연계 및 도심활성화 계획 수립 (접근성) 대중교통으로 연계된 지역생활거점에 기능 집약, 대중교통 접근성 향상 (지역 거점조성) 교외지역 등에서 가까운 거점만들기 지원제도 운영 	<ul style="list-style-type: none"> (임시/빈점포) 저렴한 빈점포 연계 창업지원 (기능)상업, 주거, 숙박 등 복합시설 조성 (공간조성) 도심 내 상업·공공·문화시설 조성 (프로그램) 다목적광장을 조성한 도심 이벤트 개최, 거점 마을만들기 어드바이저 지원 	<ul style="list-style-type: none"> (조직구성) 지역매니지먼트 거점 도시조성 추진 단계 구성(거점 도시조성 지원 제도) (자금보조) 창업자에 비용 보조, 일상생활에 필요한 식료품, 편의점 등의 점포에 보조금 지원
마을만들기 연계 상권활성화 정책	일본 지역상업 자립촉진사업	<ul style="list-style-type: none"> (공간범위) 상점가와 주변생활권/관광지 연계 또는 복수의 상점가 연계 중심시가지에 입지 또는 사업지원체계와 사후 운영 방안이 마련된 상점가 대상 	<ul style="list-style-type: none"> 공공성 구현 및 지역사회 문제와 관련된 지역 자원 활용, 외국인대응, 저출산 고령화 대응, 신진대사, 지역교류, 구조개선 관련 시설 및 S/W 지원 	<ul style="list-style-type: none"> (조직구성) 상점가 조직 단독 또는 연계조직으로 민간사업가 참여 가능
	일본 지역상업 기능 복합화 추진사업	<ul style="list-style-type: none"> (공간범위) 개별 상점가 대상 (공간조성) 여러 세대가 이용하는 교류공간 조성 	<ul style="list-style-type: none"> (임시/빈점포) 빈점포를 활용한 복합용도 확충 (기능) 소비동향 분석을 토대로 새로운 기능을 도입한 수요에 맞는 매장의 출점 및 유지 	<ul style="list-style-type: none"> (추진체계) 중앙정부가 지자체의 상권 정책을 보조 - (운영체계) 사업이후 PDCA사이클 검증
	면(面)적 지역 가치 향상 및 소비창출 사업	<ul style="list-style-type: none"> (공간범위) 여러 상점가 또는 주변 관광지와 연계한 사업구역 설정 (공간조성) 빈점포 활용, 점포 기능전환, 보행환경 및 경관 정비 	<ul style="list-style-type: none"> 점포경영 방식과 공간조성을 연계 개선 사업 전반에 대해 전문가 자문 및 컨설팅 지원, 체험·교류, 서비스개발, 지역기업 협력·제휴 등을 지원 	<ul style="list-style-type: none"> (조직구성) 상점가 조직과 지자체 연계 (운영체계) 사업성과 검증 및 개선을 위한 자문 등을 지원받으면서 사업을 실시
민관협력·민간주도 상권 활성화	영국 포터스 리뷰(Portas Review)	<ul style="list-style-type: none"> (공간범위) 도시 중심부 상가(High streets) (계획) 국가 정책 기반으로 도심개발계획 명시하고, 네이버후드 플랜에 포함 (토지이용) 토지이용분류체계 제약 해결 (공간조성) 소매업 활성화를 위한 환경 조성, 도심 상권의 공공성 강조 	<ul style="list-style-type: none"> (임시/빈점포) 빈점포 방치에 패널티 및 빈점포 관리명령, 지역매수권, 지역시도권 도입 (규제완화) 도심에 적합한 주차제도 등 (점포상생) 대규모 점포가 소규모 비즈니스 지원 및 멘토링 (프로그램) 지역사회 참여 대형캠페인 진행 	<ul style="list-style-type: none"> (조직구성) 도심 상권의 타운팀 설립 (운영) BID를 통한 상가 투자 활성화, 상업활성화를 위한 규제 혁신 (기금정책) 하이스트리트 혁신기금, 미래 하이스트리펀드, 도시기금, 커뮤니티소유권 기금, 레벨링 기금
	민간주도 골목상권 활성화 인천 개항로 프로젝트	<ul style="list-style-type: none"> (공간범위) 개항로 및 인천 구도심 일대 (공간조성) 개항로의 주요가로를 중심으로 민간이 빈점포를 리모델링하고 자생적인 점포와 연대 	<ul style="list-style-type: none"> (브랜드) 아카이빙을 통한 노포와 협업으로 지역브랜드 창출 (브랜드) 역사문화 가치를 활용하여 지역이 미지를 대표하는 서체 개발 특화상품을 지역 내 소비로 한정하여 판매 	<ul style="list-style-type: none"> (조직구성) 개항로 중심의 소규모 비즈니스 코루 연합체계 구축, 마을기업 설립 및 인증 (재원마련) 민간주도 사업성과로 정책사업 및 크라우드펀딩 등 기반사업 지속 추진
	민관협업 예산 상설시장 활성화 프로젝트	<ul style="list-style-type: none"> 예산시장 및 주변 음식거리 연계 민간기업은 점포 매입/조성 및 창업자 육성을 주도 공공행정은 공공시설의 인프라를 조성 	<ul style="list-style-type: none"> 행정이 제공하는 창업공간을 활용하여 창업자 육성 프로그램 운영 지역관광축제와 연계한 지역홍보 및 마케팅 	<ul style="list-style-type: none"> 행정과 기업의 민관협업체계가 구축하여 국비 지원이 어려운 부분을 기업이 부담 '함께가게' 인증마크를 통해 주변상권과 연계하여 관리

출처: 연구진 작성

2) 지역상권의 공간관리를 위한 분석요소 도출

지역상권 활성화를 위한 국내외 공간관리 사례종합에서 나타나듯이, 물리적 공간, 프로그램, 거버넌스의 내용은 다양한 스케일의 범주에서 공간관리가 이루어지고 있다. 이에 도시계획, 도시설계, 건축계획의 스케일 범주는 명료하게 구분되지는 않으나, 국내외 사례에서 나타난 공간관리 내용을 종합하여 지역상권의 공간특성을 분석할 때 활용될 수 있는 공간관리의 분석요소를 [표 4-12]와 같이 도출하였다.

또한, 국내외 사례에서 나타난 경향을 인구감소와 저성장시대의 지역상권 활성화를 위한 공간관리라고 본다면, 그간의 상권활성화 제도 및 정책에서 나타난 공간관리의 방향과 비교하면 다음과 같이 정리될 수 있다.

그간의 상권활성화 정책은 개발가능성을 고려한 상업시설의 공급·조성을 목표로 용도지역에 따라 상업지역을 지정하고, 유통물류 중심의 상업시설을 공급하였으며, 영세상점의 보호를 위해 입지기반으로 규제하고, 상권의 분석은 개별 상점의 출점을 위해 교통요충지역세권 등을 중심으로 접근성을 고려하여 이루어졌다. 또한, 상권 내부의 편의성을 증진하기 위한 인프라시설들을 조성하고, 대규모점포를 통해 상업기능을 강화하거나 소매업 자체의 이미지를 활용하여 먹자골목, 귀금속거리 등 테마거리로 특성화하였다. 또한, 다양한 제품군을 전시하여 소비를 증진하고자 하며, 빈점포는 새로운 상업시설로 공급하고자 하였다. 운영측면에서는 개별 상점을 운영하는 소상공인에 대해 지원하며, 소상공인의 소득을 제고하고자 하였으며, 조직구성은 상인회를 중심으로 하고 세대교체를 위해 청년창업을 활성화시키면서, 전반적인 운영관리는 공공주도로 이루어졌다.

반면, 국내외 사례에서 나타난 인구감소·저성장시대 지역상권 활성화를 위한 공간관리는 상업 중심지의 공공성과 역할을 토대로 지속가능성을 고려한 상업시설의 조정(전환)·관리를 지향한다. 이에 지정된 용도나 기능에 대해 전환을 고려하고, 배후 구매력과 상권의 업소 밀집도나 규모, 업종 등을 토대로 상권과 생활권을 연계하여 분석한다. 또한 대규모점포를 규제하기보다는 대기업의 전문성 등을 활용하여 상생효과를 도모하고 있다. 도시설계측면에서는 생활권과 상권을 연계 이용하고, 상권의 활동성을 증진하고자 주변 집객시설과 복합용도, 다기능을 지향한다. 또한, 매력 있는 상권 조성을 위해 대체될 수 없는 특수성을 장소화하고, 건축레벨에서는 전면부의 전시성보다는 체험성을 강화하며, 빈점포는 이용활성화를 위해 기능전환 등을 고려한다. 운영측면에서는 소규모 비즈니스의 집적을 강조하며, 상업뿐만 아니라 다양한 산업군의 창업을 추구하여 소상공인의 소득뿐만 아니라 지역사회 일자리와 소득창출에 기여하고자 한다. 또한, 상권의 운영은 상인회뿐만 아니

라 상인과 지역민, 상점 및 토지의 소유주, 임대인, 공공행정, 민간기획자 및 전문가의 협업으로 자발적인 재원마련 및 자립성을 제고하는 것을 지향한다.

[표 4-12] 지역상권의 공간관리를 위한 분석요소 도출

구분	[그간의 상권활성화를 위한 공간조정]		[인구감소·저성장시대 지역상권 활성화를 위한 공간관리]			
	개발가능성을 고려한 상업시설의 공급·조정		지속가능성을 고려한 상업시설의 조정(전환)·관리		분석요소	관련 사례
도시 계획 레벨	용도/기능 지정	• 상업지역 지정 및 법적 용도지역 지정으로 지역 규정	용도/기능 전환	• 배후 수요 및 구매력을 고려한 용도 및 기능 전환가능성 고려	용도지역	도야마시 포터스리뷰
	상업시설 공급	• 수익성, 개발가능성을 고려하여 유통물류 중심·생활권 위계별 상업시설 공급	상업시설 조정	• 인구 규모, 배후 구매력을 고려한 업종 등 맞춤형 상업시설 조성/ 지속 운영가능성 검토	업소 밀집도, (업소 수, 규모)	도야마시, 일본 지역상업자립촉진지역
	입지기반 규제	• 전통시장 및 골목상권 인근 대형유통업체 입점 제한	지역 상생	• 전통시장 및 골목상권과 대형유통업체의 지역상생	대형점포와의 거리	포터스리뷰
	개별상권분석	• 개별상점을 중심으로 반경 2km이내 분석	상권-생활권 분석	• 상점 밀집도를 고려한 상권영역과 배후생활권 연계분석	배후 생활권, 가로체계	포틀랜드 도야마시
	교통 중심의 접근성	• 교통요충지 중심의 접근성	장소 중심의 접근성	• 상업기능을 강화하는 거점 및 장소 중심의 접근성	접근성, 집객시설, 대중교통체계	포틀랜드, 도야마시, 포터스리뷰
도시 설계 레벨	상권 내 보행편의성 증진	• 보행편의성 증진을 위한 노면정리, 보행시설 정비	상권 내외부 연계성 증진	• 상권 및 배후 생활권의 연계성 증진을 위한 보행시설 정비	대중교통체계, 보행 접근성	도야마시
	편의증진 시설조성	• 이케이드, 주차장, 쉼터 등 상권 인프라 조성	체험증진 시설 활용	• 상권인프라+체험 증진(유입, 체류 등을 위한 공원 등)	가로활성화 시설, 집객시설	포틀랜드, 도야마시
	유동인구 증진	• 축제 및 이벤트를 통한 관광객 등 많은 유동인구 유입 유도	활동성 증진	• 집객/공공시설, 이벤트 밀도, DH비를 고려한 활동성 증진	가로특성(교차로, 집객시설 활용)	포틀랜드 개항로,
	상업기능 강화	• 대규모유통업체를 중심으로 상업기능 강화	상업 연계한 다기능 혼용 및 특화	• 소규모비즈니스 지원, 용도복합, 업종 다양성 제고	업종 혼합도	일본 면적 지역가치 창출
건축 레벨	상권 특성화 (뛰어난 상태)	• 상권 구역 내 테마가로화, 앵커점포 등(먹자골목, 젊음의 거리, 영화의 거리)	상권 특수화 (대체될수없는 특수성)	• 아카이빙을 통한 지역자원 활용 및 지역가치 기반의 상권 특수성을 장소화	상권의 브랜드, 지역의 장소가치를 활용한 점포	개항로, 예산시장
	전면부 전시성 강화	• 소매상품의 진열, 다양한 제품군으로 선택가능성 제고	전면부 체험성 강화	• 체험 및 체류활동 자원의 공간조성, 취향을 반영하는 상품	전면부 체험요소 및 체류특성	개항로 프로젝트
	빈점포 활용	• 빈점포에 새로운 콘텐츠의 상업시설로 활용	수요기반 빈점포 활용·전환	• 이용활성화를 위한 빈점포의 기능 전환 등의 활용	빈점포 현황 및 활용특성	포틀랜드, 일본 지원사업
운영 측면	개별상점 운영	• 프랜차이즈 등 기성 상권화 또는 영세상점 개별 운영	상권 운영의 다양성	• 소규모 비즈니스 집적 강화 • 대기업-소규모비즈니스 상생	소규모비즈니스 연계 및 대기업과 상생	더본코리아, 포터스리뷰
	청년 창업 활성화	• 소매중심의 청년창업 활성화	다양한 분야의 창업	• 상업 + 업무+ 산업 등 다양한 분야의 창업 활성화	사업체 업종, 업태	포틀랜드
	주체의 이득 증가	• 소상공인 소득증진 (소득 및 소비 활성화)	지역의 소득 증가	• 지역 소득 증가 (소득과 소비의 지역순환)	지역자산화, 지역자금 마련	포틀랜드, 포터스리뷰
	상인회 중심 조직화	• 상인회 중심의 거버넌스	다분야, 다주체의 연합 조직화	• 상인+지역민+소유주+상권기획/관리자 거버넌스	조직구성체계	전 사례
	공공운영관리	• 상권재단 등 (준)공공기관의 운영관리	공공+민간 연대 운영	• 공공 + 민간 거버넌스, 민간기획 및 참여 활성화	관련사업 연계 현황	포틀랜드

출처 : 연구진 작성

제5장 지역상권의 공간특성 및 공간관리 현안 분석

1. 분석개요
 2. 전주시 배후생활권 연계 지역상권 현황분석
 3. 전주시 기능적 유형별 지역상권의 심층분석
 4. 소결
-

1. 분석개요

1) 분석목적 및 방법

□ 분석목적

- 지역상권의 공간특성과 공간관리 현안 분석을 통해 지역상권 공간관리 방향 도출

앞서 3장에서 전국 지역상권 현황을 개략적으로 살펴본 데 이어 본 장에서는 시범적으로 실제 사례지역을 선정하여 지역상권의 공간특성을 분석하였다. 이는 지역상권을 공간적으로 개선하기 위해 선행되어야 할 작업으로서 지역상권을 배후생활권과의 관계 속에서 파악하고, 지역상권의 경쟁력을 강화하기 위한 정책 및 계획을 수립하는 데 참고 자료가 될 수 있도록 하였다.

이어 지역상권 공간특성 분석결과를 토대로 상권 활성화에 기여하거나 이를 저해하는 요소를 파악하고, 지역상권 공간관리 현안을 도출하여 공간관리 방향을 제시하는 데 활용하고자 하였다. 사례 지역의 분석결과는 전국에 분포한 지역상권의 현황과 특성을 대변할 수는 없으므로 해당 지역상권에 한정된 공간관리 목표 및 과제보다는 공통된 이슈를 도출하는 데 초점을 맞추었다.

□ 분석내용 및 방법

• ❶ 기초지자체 단위의 배후생활권과 연계한 지역상권 현황 분석

분석범위는 1차적으로 기초지자체 단위로 설정(150)하여 도시 차원에서 지역상권과 배후생활권의 여건을 분석하였다. 이에 기초지자체 관할 구역 전체를 도보 기준의 생활권으로 구분하고 그 바탕에서 지역상권이 어떻게 입지하고 있고, 도시 차원에 얼마나 다양한 유형의 상권이 있는지를 기능적 유형과 영향범위, 업종다양성 지수를 통해 파악하였다. 이와 동시에 지역상권의 배후생활권에 대한 잠재인구(주거·직장인구)와 잠재력을 분석하여 전반적인 지역상권의 배후 수요를 검토하였다.

지역상권 분석을 위한 배후생활권 설정 기준																														
<ul style="list-style-type: none"> 본 연구에서는 도보 및 자전거로 접근이 용이하고, 다양한 생활편의시설에 접근 가능한 영역을 경계로 삼아 지역상권 분석을 위한 생활권으로 설정 배후생활권 설정을 위한 선행연구 참고 <ul style="list-style-type: none"> - 장민영 외(2022)의 '동네생활권' : 지역 특성에 따라 다르게 설정할 수 있으나 일상생활활동 범위로서 평균 1km 내외의 범위(장민영 외, 2022, p.151) - '15분 도시 부산'의 보행생활권 : 보행을 통해 시민들이 생활편의 시설로의 접근 및 이웃과의 일상생활 관계를 맺는 활동영역으로 반경 750m, 면적 1.7km²의 공간적 범위를 단위로 함 (부산광역시, 15분 도시. https://www.busan.go.kr/15minute/intro05, 검색일 : 2024.06.02.) 배후생활권 설정의 물리적 경계 및 영역 연계요소 <ul style="list-style-type: none"> - (물리적 경계 요소) 통과도로 등의 지형지물 뿐 아니라 토지이용현황에 따른 공간적 단절(녹지지역, 공업지역 등)이나 대규모 공간시설에 의한 단절 고려 - (영역 연계요소) 25미터 미만의 생활도로와 지역버스노선, 소공원, 집객시설 등의 공간시설과 생활권을 연결하는 중심지로 구성 																														
<p>[표 5-1] 지역상권 분석을 위한 배후생활권 설정 기준과 예시</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>구분</th> <th>지형지물</th> <th>공간시설</th> <th>토지이용</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="4">물리적 경계요소</td> <td>통과도로(25미터 이상)</td> <td>*대규모 공공시설(부지면적 10만㎡이상)</td> <td>녹지지역</td> </tr> <tr> <td>철로</td> <td>*대규모 공간시설(광장,공원,녹지 등)</td> <td>전용공업지역</td> </tr> <tr> <td>전철(지상철)</td> <td>완충녹지</td> <td></td> </tr> <tr> <td>하천, 저수지</td> <td>광역버스노선</td> <td></td> </tr> <tr> <td rowspan="3">영역 연계요소</td> <td>생활도로(25미터 미만)</td> <td>지역버스노선, 버스정류장</td> <td>지역상권(중심지)</td> </tr> <tr> <td></td> <td>소공원</td> <td>상업지역</td> </tr> <tr> <td></td> <td>집객시설</td> <td>주거지역</td> </tr> </tbody> </table> <p>주. 대규모 공공시설 및 공간시설은 「국가도시재생기본방침 개정안」(2018.12)의 지역거점공원 면적인 10만㎡을 기준으로 함 출처 : 연구진 작성</p>				구분	지형지물	공간시설	토지이용	물리적 경계요소	통과도로(25미터 이상)	*대규모 공공시설(부지면적 10만㎡이상)	녹지지역	철로	*대규모 공간시설(광장,공원,녹지 등)	전용공업지역	전철(지상철)	완충녹지		하천, 저수지	광역버스노선		영역 연계요소	생활도로(25미터 미만)	지역버스노선, 버스정류장	지역상권(중심지)		소공원	상업지역		집객시설	주거지역
구분	지형지물	공간시설	토지이용																											
물리적 경계요소	통과도로(25미터 이상)	*대규모 공공시설(부지면적 10만㎡이상)	녹지지역																											
	철로	*대규모 공간시설(광장,공원,녹지 등)	전용공업지역																											
	전철(지상철)	완충녹지																												
	하천, 저수지	광역버스노선																												
영역 연계요소	생활도로(25미터 미만)	지역버스노선, 버스정류장	지역상권(중심지)																											
		소공원	상업지역																											
		집객시설	주거지역																											

150) 「지역상권법」에 따른 “지역별 기본계획”은 시·도지사가 수립하나 “활성화구역”은 시장·군수·구청장이 검토하는 등 지역상권의 실질적인 실태조사 및 관리는 기초지자체 차원에서 이루어지는 것을 고려함

• ② 개별 지역상권 대상 기능적 유형별 공간특성 심층분석 및 지역현안 도출

개별 지역상권에 대한 심층분석은 기초지자체 단위의 분석결과를 토대로 전주시 내 개별 지역상권 3곳을 사례로 선정하여 공간특성을 심층적으로 분석하고 해당 지역상권 공간관리에 대한 주요 현안을 도출하였다. 이에 대한 분석절차는 다음과 같다.

첫째, 개별 지역상권과 배후생활권의 입지를 검토하며 지역상권의 형성배경과 규모, 용도 지역 등의 전반적인 여건을 검토하고, 지역상권의 이용 및 운영(소비) 특성으로서 업소 규모 및 매출액 등 경제적 특성을 토대로 주야간 유동인구 및 방문객의 생활권 내·외부의 영향범위를 검토하였다. 둘째, 지역상권의 공간조성에 대한 특성으로 건축물용도, 집객 및 공공시설, 교통인프라 여건을 검토하였고, 가로환경에 대해서는 가로폭(Depth)에 대한 건축물 높이(Height) 비율(이하 "D/H비")과 더불어, 개별상점 전면부의 체류 및 전시공간의 조성여부, 투시정도 등의 공간관리 특성을 현장조사를 통해 분석하였다. 셋째, 이를 토대로 해당 상권의 상인회 및 이해관계자의 면담을 통해 지역상권의 공간관리 관련 사업, 조직운영 현황, 공간관리 수요 및 지역현안을 도출하였다.

[분석범위]	[분석내용]	[분석항목]	[분석방법]	
기초 지자체 단위	배후생활권과 지역상권 입지현황	<ul style="list-style-type: none"> 지역상권 용도지역 입지현황 생활권 대비 지역상권 현황 	통계자료, 공간 및 유동인구 데이터 GIS분석	
	지역상권의 기능적 유형분석과 상권의 영향 범위	<ul style="list-style-type: none"> 기능적 유형 현황 지역상권 및 업소별 평균매출액 규모 업종다양성지수 		
	배후생활권의 잠재력 현황	<ul style="list-style-type: none"> 지역상권의 영향범위 유동인구 분석 배후생활권의 잠재인구 현황 배후생활권의 잠재력 분석 		
개별 지역 상권	지역상권-생활권 입지	<ul style="list-style-type: none"> 형성배경, 규모, 용도지역 		현장조사 및 관계자 면담
	지역상권의 이용 및 운영특성	<ul style="list-style-type: none"> 지역상권의 영향범위 분석 접근성 및 집객시설 안접성 업종매출특성·업소 생존기간 및 폐업 현황 가로별 유동인구·업소당 평균매출액분석 		
	지역상권의 공간특성	<ul style="list-style-type: none"> 건축물 층별 용도현황 집객시설 및 공공/교통인프라 현황 가로환경 (D/H비, 상점 전면부 체류/전시 특성 등) 		
	지역상권 공간관리 관련 지역현안 검토	<ul style="list-style-type: none"> 관련사업 및 운영조직 현황 공간관리에 대한 지역 수요조사 		

지역상권의 공간관리를 위한 과제 및 시사점 도출

[그림 5-1] 분석 절차

출처 : 연구진 작성

□ 분석자료

분석자료는 위치기반 데이터로 공공과 민간이 제공하는 다양한 데이터를 활용하였고 크게 3개 범주로 구분된다.

첫째, 지역상권의 현황자료는 중소벤처기업부 「지역상권 상생 및 활성화 종합계획」(23.12)의 지역상권 구역계를 토대로 하여 소상공인시장진흥공단으로부터 구득한 상권분석시스템의 원 자료를 기반으로 하였다.

둘째, 배후생활권에 대한 현황자료는 지역상권의 잠재인구(직장·주거인구) 및 잠재력 평가를 위해 소상공인시장진흥공단의 상권분석시스템정보와 각종 공공개방데이터를 활용하여 분석하였다.

셋째, 배후생활권에 대한 지역상권의 영향범위 분석에 대한 기초데이터는 통신사 유동인구 기중점 OD(Origin-Destination) 데이터(50m × 50m 셀 단위)를 활용하여 개별 지역상권을 목적지로 하는 유동인구의 범위를 분석하는데 활용하였다.

[표 5-2] 주요 분석자료 목록

구분	내용	자료명	자료 및 출처	자료단위	비고
지역상권 관련 자료	지역상권 구역계	지역상권 구역계	중소벤처기업부(2023.12)	상권구역계	소상공인시장 진흥공단 내부자료 (상권분석시스템 원자료)
	지역상권별 업소 수, 개·폐업 현황	업소정보	소상공인진흥공단(2023.07)	상권구역계	
	지역상권별 매출액	매출액	소상공인진흥공단(2023.07)	상권구역계	
	가로별 유동인구 현황	유동인구(SKT)	소상공인진흥공단(2024.01)	상권구역계	
배후생활권 관련 자료	지역상권별 직장인구수	직장인구(KCB)	소상공인진흥공단(2024.01)	상권구역계	
	지역상권별 주거인구수	주거인구(행정안전부)	소상공인진흥공단(2024.01)	상권구역계	
	행정동별 직장인구 소득대비 소비	소득(KCB)	소상공인진흥공단(2023.12)	읍면동	
	비율	소비(KCB)	소상공인진흥공단(2023.12)	읍면동	
	집객시설까지의 평균거리	POI기초데이터	한국교통연구원(2022.12)	point	공공데이터포털
	대형판매시설까지의 평균 거리	대규모점포	행정안전부(2024.03)	point	
	상업용 건축물 현황	용도별건물정보	국토교통부(2024.02)	point	
	생활권별 평균 공시지가	개별공시지가정보	국토교통부(2024.01)	토지	
	생활권별 주택가격 현황	개별주택가격정보	전북특별자치도 전주시(2024.01)		
		공동주택가격정보	국토교통부(2023.12)		
상권의 영향범위	전주시 D/O데이터	통신사 유동인구데이터	LGT 통신데이터(2024.04)	cell(50*50)	민간 데이터 활용

출처 : 한국교통연구원 부동산 빅데이터 플랫폼. (2024.12). POI기초데이터. https://www.bigdata-realestate.kr/rebpb/usr/prd/prdInfoDetail.do?req_productId=21 (검색일: 2024.04.08.); 공공데이터포털. (2024.03). 행정안전부 대규모점포. <https://www.data.go.kr/data/15045013/fileData.do>(검색일: 2024.04.08.); 국토교통부 디지털트윈국토. (2024.1). 용도별건물정보. https://www.vworld.kr/dtmk/dtmk_ntads_s002.do?svcCde=NA&dsId=2(검색일: 2024.04.08.); 국토교통부 디지털트윈국토. (2024.1). 개별공시지가정보. https://www.vworld.kr/dtmk/dtmk_ntads_s002.do?svcCde=NA&dsId=6(검색일: 2024.04.08.); 공공데이터포털. (2024.01). 전북특별자치도 전주시 개별주택가격정보. <https://www.data.go.kr/data/3069068/fileData.do>(검색일: 2024.04.08.); 국토교통부 디지털트윈국토. (2023.12). 공동주택가격정보. https://www.vworld.kr/dtmk/dtmk_ntads_s002.do?svcCde=NA&dsId=8(검색일: 2024.04.08.)

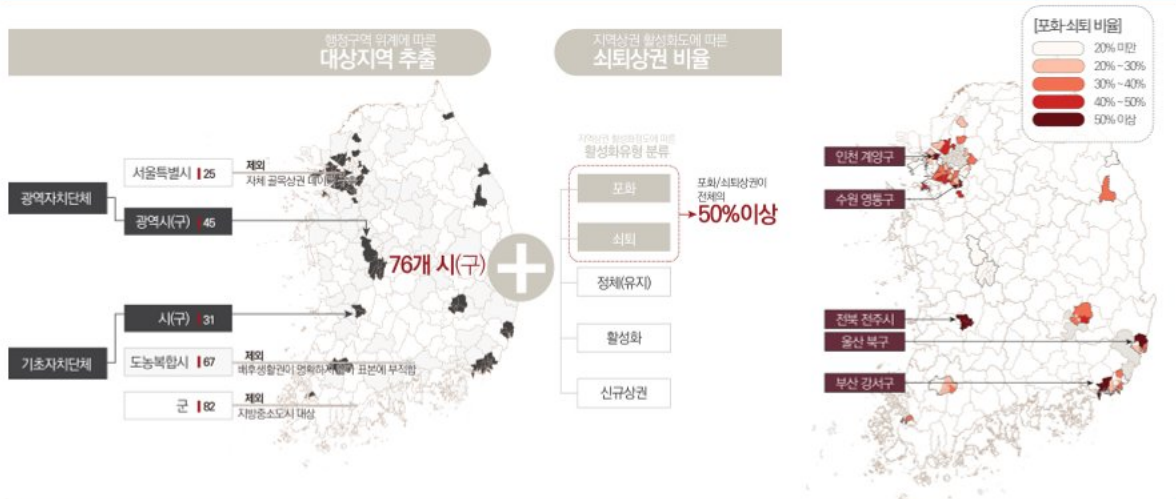
2) 분석대상지 선정

□ 지역상권 쇠퇴지역으로 배후생활권 분석에 적합한 규모인 '전북 전주시' 선정

본 연구의 공간분석은 배후생활권을 연계하여 지역상권을 분석하는 것으로 생활권의 경계구분을 고려할 필요가 있다. 인구규모별 도시를 고려하여 배후생활권을 구분할 때 도시 규모가 클수록 배후생활권의 경계가 뚜렷하고 세분화되는 반면, 도시 규모가 작을수록 경계구분이 모호하여 도보 중심으로 생활권을 설정하기에 한계가 있다.

이에 본 연구에서는 지역상권에 대한 여건의 차이가 큰 서울시는 배제하고, 도보 중심의 생활권 구분이 어려운 도농복합시나 군 지역도 분석대상지 후보에서 제외하였다. 그 결과 광역시·도(45개 시·구) 및 일반시(31개 시·구)를 대상으로 지역상권 활성화 정도에 따른 포화 및 쇠퇴 상권이 전체의 50% 이상인 지역을 검토하여 인천 계양구, 수원 영통구, 전북 전주시, 울산 북구, 부산 강서구를 후보지로 도출하였다. 이 중에서 수도권 지역은 제외하고 지역상권 쇠퇴가 두드러지게 나타나면서도 활성화 정도가 다양한 지역상권이 있는 전북 전주시를 분석대상지로 최종 선정하였다.

행정구역 위계에 따른 대상지역 추출 + 지역상권 활성화 정도에 따른 쇠퇴상권 비율 검토 ▶ 포화/쇠퇴상권이 전체 50%이상인 후보지 5곳



[그림 5-2] 분석대상지 선정 방법

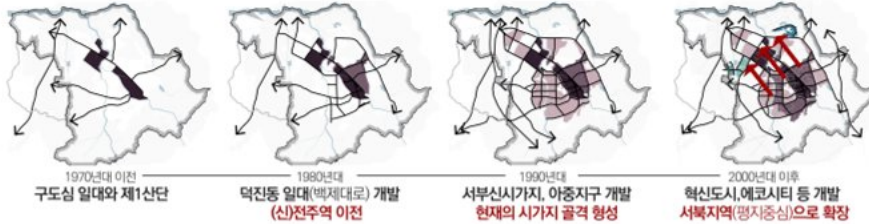
출처 : 연구진 작성

2. 전주시 배후생활권 연계 지역상권 현황분석

1) 배후생활권과 지역상권의 입지현황

□ 지역개요

전주시는 구도심을 중심으로 시가지가 점차 확장되어 현재 면적은 205.49km²이며, 행정구역은 덕진구와 완산구의 2개구, 35개 행정동으로 구성되어 있다. 2023년 기준 전주시 인구는 총 641,091명, 세대수 295,089세대이고 지방소멸위험지수는 0.68로 주의단계¹⁵¹⁾에 해당하는 지역이다.



[그림 5-6] 전주시 도시형성과정

출처: 연구진 작성

- (생활권) 전주시 도시기본계획 5개 대생활권을 도보 기준 배후생활권 45개로 구분

2035 전주시 도시기본계획에서 도시공간구조는 1도심(원도심), 2부도심(효자, 팔복), 2지역중심(인후, 완산)¹⁵²⁾으로 중심지체계를 설정하였으며, 행정구역 경계를 기준으로 대생활권을 중·동·서·남·북부의 5개 권역으로 구분하였다. 본 연구에서는 도보권 중심으로 분석하기 위해 5개 대생활권을 토대로 전주시 전역을 45개 배후생활권으로 구분하였다. 권역별로 살펴보면, 중부 권역은 전주시청 일대 원도심에 해당되며 1980년대 전주역 이전으로 백제대로 역세권·덕진동 일대가 개발되었다. 동부 권역은 1990년대 베드타운 형태의 아파트 단지가 개발된 아중지구 일대이며, 서부 권역은 2000년대 전북도청 신청사 이전과 함께 신시가지로 개발된 곳이다. 남부 권역은 저층주거지로 형성되어 1990년대 아파트 단지가 개발되었으며, 북부 권역은 2000년대 에코시티·혁신도시·반월지구 등 신시가지가 집중적으로 개발된 지역이다.



[그림 5-3] 전주시 행정구역

출처: 전주시, (2020), 2035 전주시 도시기본계획, p.6



[그림 5-4] 전주 도시기본계획 공간구조 설정

출처: 전주시, (2020), 2035 전주시 도시기본계획, p.130



[그림 5-5] 전주시 대생활권·배후생활권 구분

출처: 연구진 작성

151) 행정안전부, (2024). 주민등록인구통계. <https://jumin.mois.go.kr/>(검색일: 2024.08.30.); 한국고용정보원, (2024). 2024년 3월 지방소멸위험지수 원시자료.

152) 전주시, (2020). 2035 전주시 도시기본계획, p.131.

- (지역상권) 전주시 지역상권은 총 63개, 평균 업소 수는 약 105개로 소형상권 다수 중소벤처기업부 '지역상권 상생 및 활성화 종합계획'에서 도출한 지역상권 잠정치 기준으로 전주시 지역상권은 총 63개로 4,886,860㎡의 면적에 총 업소 수 6,589개가 분포하고 있다. 전체 지역상권의 평균 면적은 77,569㎡, 평균 업소 수는 104개이다.

점포수별 지역상권 규모는 소형상권이 가장 많으며 전체 50.8%를 차지하지만, 전체 업소 57.2%(3,766개)가 대형상권에 입지한다. 단위면적당 업소 수를 비교해볼 때, 소형상권(1,070개/㎡)이 대형상권(599개/㎡)보다 약 1.8배 밀도 있게 입지하는 것으로 나타났다.

[표 5-3] 전주시 점포수별 상권규모 현황

구분	지역상권		업소 수			면적(㎡)				면적당 업소 수 (개/㎡)
	개수	비율	합계(개)	비율	평균(개)	합계면적	평균면적	최소면적	최대면적	
소형상권 (점포수 30개-100개)	32	50.8%	1,051	16.0%	33	1,124,940	35,154	2,345	90,031	1,070
중형상권 (점포수 100개-200개)	17	27.0%	1,772	26.9%	104	1,504,890	88,523	25,860	224,234	849
대형상권 (점포수 200개 이상)	14	22.2%	3,766	57.2%	269	2,257,032	161,217	64,680	274,788	599
합계	63	100.0%	6,589	100.0%	105	4,886,862	77,569	2,345	274,788	742

출처 : 연구진 작성

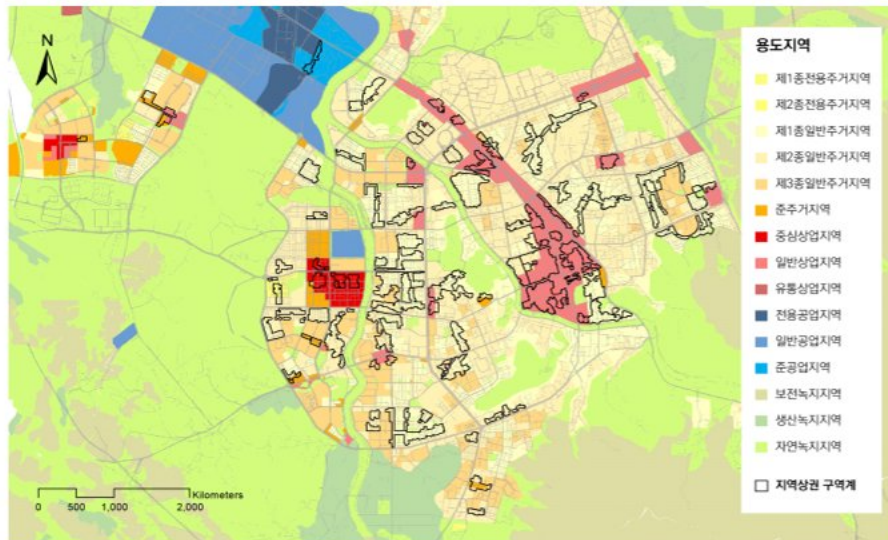
- (용도지역) 지역상권 구역계 면적 중 상업지역은 22.9%, 주거지역은 75.9%

전주시 지역상권에서 용도지역 상 상업지역이 차지하는 비율은 22.9%이며 주거지역은 이보다 많은 75.9%에 해당한다. 「지역상권법」에 따른 활성화구역 지정요건인 상업지역이 50% 이상을 만족하는 지역상권 구역은 63개 중 14개(22.2%)에 불과하며 원도심의 한옥마을과 객사길 일대, 전주시청, 서부 신시가지 일대 등이 이에 해당한다.

[표 5-4] 지역상권의 용도지역 현황

용도지역	면적비율	비고
제1종전용주거지역	0.5%	주거지역 75.9%
제1종일반주거지역	41.7%	
제2종일반주거지역	28.9%	
제3종일반주거지역	2.4%	상업지역 22.9%
준주거지역	2.5%	
중심상업지역	2.7%	상업지역 22.9%
일반상업지역	20.2%	
준공업지역	0.8%	0.8%
자연녹지지역	0.3%	0.3%
계	100.0%	

출처 : 연구진 작성



[그림 5-7] 전주시 지역상권의 용도지역 현황

출처 : 국토교통부 디지털트윈국토, (2024.8), 국토계획/도시지역, https://www.vworld.kr/v4po_main.do (검색일: 2024.09.01.) 토대로 연구진 작성

- (지역상권의 활성화 정도) '쇠퇴(51.6%)' 및 '포화(12.9%)'로 전반적인 침체

지역상권 활성화 현황 분석 결과 매출액 정보가 누락된 1개소 제외한 전주시 지역상권 62개소 중 절반 이상인 32개소(51.6%)가 업소 수와 업소 당 매출액이 모두 감소하는 '쇠퇴' 상태인 것으로 나타났다. 나머지 지역상권 중 '포화'인 곳은 8개소(12.9%), '정체(유지)'인 곳도 16개소(25.8%)에 달해 전주시 지역상권이 전반적으로 침체되어 있음을 알 수 있다.

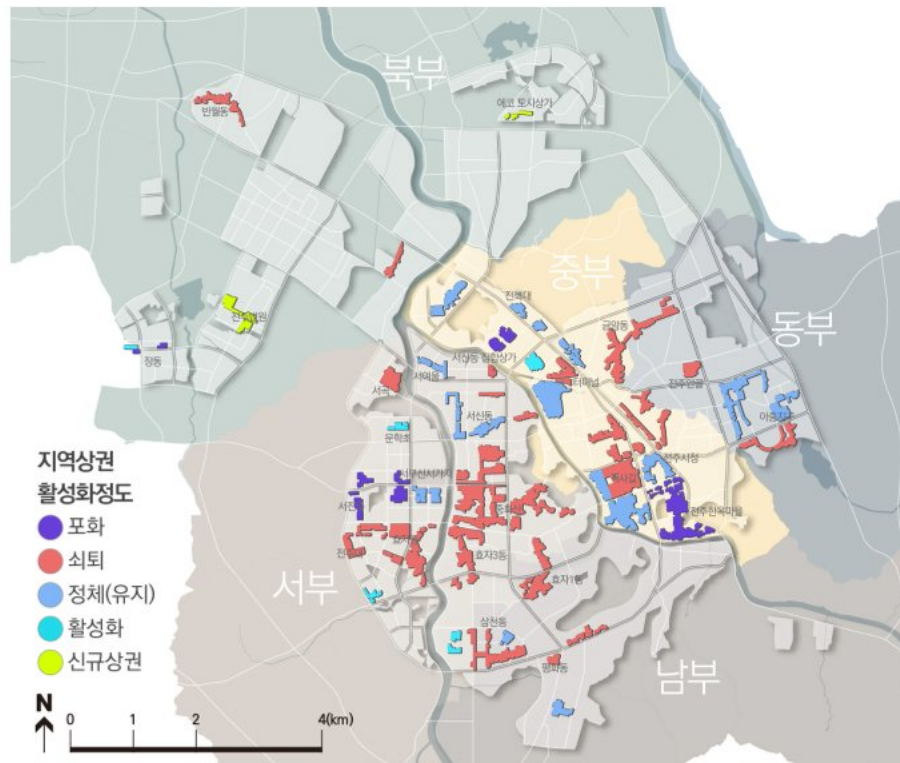
도시 전반에서 지역상권 쇠퇴 및 포화 양상이 나타나고 있지만 지역상권이 가장 많이 분포하는 서부권역(총 23개소 중 쇠퇴 및 포화는 17개소)에서 이와 같은 현상이 두드러진다. 이는 서부권역에 많은 상권이 밀집해 있어 수요에 비해 공급이 크기 때문인 것으로 예상된다. 또한 객사길을 비롯해 면적이 넓고 업소 수가 많은 대형상권 대부분이 쇠퇴하고 있으므로 상권을 유지하기 위한 기능 도입이나 규모 등에 관한 관리가 필요할 것으로 판단된다.

한편, 업소 수를 기준으로 한 상권의 규모별로 볼 때 대형상권의 경우 쇠퇴 및 정체, 포화에 해당하는 반면, 소형상권 중에서는 쇠퇴 및 정체, 포화상권이 있으면서도 활성화 및 신규상권이 16.%(5개소) 나타나는 특징이 있다.

[표 5-5] 전주시 지역상권 활성화 정도

구분	소형 상권	중형 상권	대형 상권	계	
				개수	비율
쇠퇴	16	8	8	32	51.6%
정체	4	7	5	16	25.8%
포화	6	1	1	8	12.9%
활성화	4			4	6.5%
신규상권	1	1		2	3.2%
합계	31	17	14	62	100.0%

주. 총 63개소 중 매출액 정보가 누락된 1개소 제외
출처 : 연구진 작성



[그림 5-8] 전주시 배후생활권과 지역상권의 활성화 정도 현황
출처 : 연구진 작성

- (생활권-지역상권 입지) 생활권 대비 지역상권의 수는 1.4개, 면적비율은 11.3%

전주시 45개 배후생활권에 대한 지역상권 63개의 입지를 분석한 결과, 평균적으로 1개 생활권 당 지역상권이 1.4개 분포하고 있으며, 지역상권의 면적은 생활권 면적의 약 11.3%를 차지하는 것으로 나타났다.

생활권 대비 지역상권의 수와 면적비율이 큰 곳은 구도심의 중부 권역(1.9개, 면적비율 29.3%)과, 서부 권역(2.1개, 면적비율 18.1%)이다. 반면, 지역상권의 수와 면적비율이 적은 곳은 교외지역에 개발된 지구로 북부(0.4개, 1.7%)의 에코시티 및 혁신도시 일대와 동부(1.1개, 11.7%) 아중지구 일대로 나타났다. 특이사항으로 남부권역은 생활권 대비 지역상권 개수가 2개로 많고, 면적비율은 7.0%로 낮는데 이는 저층주거지의 골목에 상권이 밀집하여 형성되는 특성 때문인 것으로 판단된다.

[표 5-6] 전주시 배후생활권 및 지역상권 입지현황

권역	배후생활권		지역상권		생활권 대비 지역상권의 수 (B/A)	생활권 면적 대비 지역상권 면적비율 (D/B)*100%	배후생활권 주요특징
	개수 (A)	총 면적(㎡) (B)	개수 (C)	총 면적(㎡) (D)			
중부	8	5,336,042	15	1,564,959	1.9	29.3%	-전주시청 일대 원도심에 해당, 1980년대 전주역 이전으로 백제대로 역세권·덕진동 일대 개발
동부	9	7,319,008	10	855,756	1.1	11.7%	-1990년대 베드타운 형태의 아파트 단지 개발(아중지구 등)
서부	11	9,559,712	23	1,727,384	2.1	18.1%	-2000년대 전북도청 신청사 이전(2005년 준공)과 함께 신시가지 개발
남부	5	7,035,170	10	495,947	2.0	7.0%	-저층주거지 형성 -1990~2000년대 아파트 단지 개발
북부	12	14,111,702	5	242,814	0.4	1.7%	-2000년대 에코시티·혁신도시·반월지구 등 신시가지 집중 개발
합계	45	43,361,634	63	4,886,860	1.4	11.3%	

출처: 연구진 작성

2) 지역상권의 기능적 유형과 영향범위

□ 입지 및 업종특성을 고려한 지역상권의 기능적 유형 현황

• (유형화) 일상생활 필수소비 관련 '생활밀착형'과 취미·여가의 '위락소매형'이 다수 업종은 지역상권의 성격을 결정하는 프로그램에 해당한다. 이는 배후생활권의 특성 및 수요에 따라 형성되므로 지역상권 주변 집객시설 입지와 상권 내 업종 비중을 고려하여 '교통관광형', '업무지원형', '위락소매형', '생활밀착형'의 4개의 기능적 유형으로 구분하였다. 분석결과, 일상생활에서 필수적인 소비와 관련된 '생활밀착형'과 취미·여가를 위한 오락, 스포츠 관련 소비의 '위락소매형'이 각각 24개로 전체 76.2%를 차지하였다.

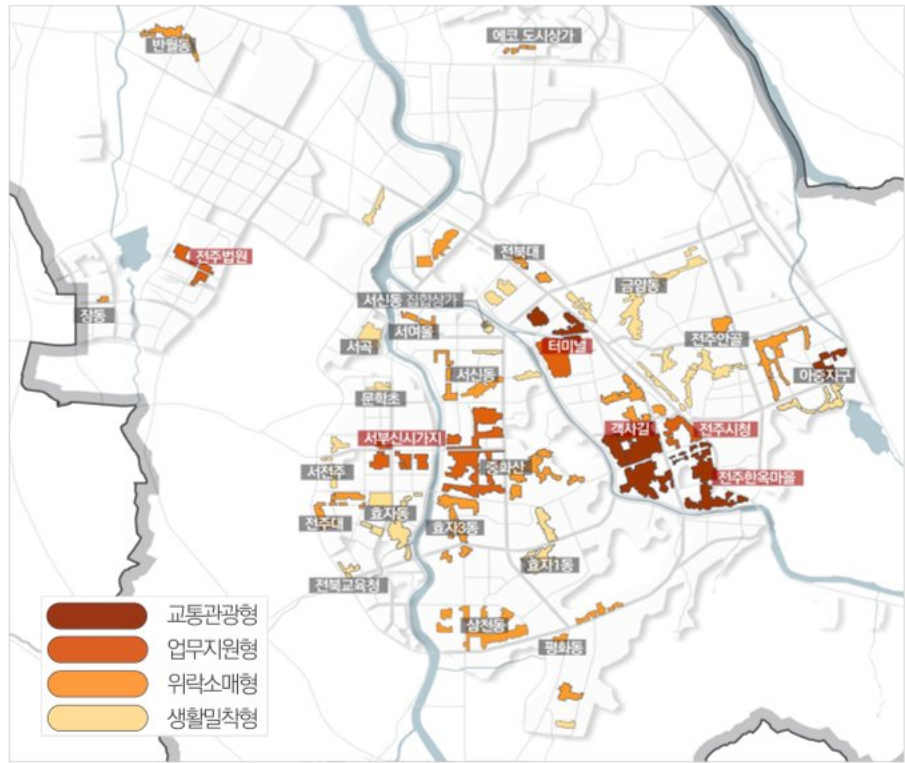
[표 5-7] 입지 및 업종에 따른 지역상권 기능적 유형 구분

유형	기능적 유형 정의	유형화 방법	구역 수	비율
교통관광형	터미널, 철도, 교통결절점을 연계하는 상권 (예. 전주터미널, 전주역)	숙박업종의 공간적 집중도 상위 25%를 지리적으로 추출 후 터미널, 철도, 교통결절점에 입지한 상권	7	11.1%
업무지원형	도청, 시청, 종합병원 등 직장인구 및 집객시설 밀집지역 상권 (예. 전북도청, 중화산 일대)	과학기술업·시설관리 임대업·부동산업종의 공간적 집중도 상위 25%를 지리적으로 추출 후 입자상 관공서 등의 업무시설에 위치한 상권을 분리	8	12.7%
위락소매형	주거지에 인접한 상권 중 예술스포츠업, 의류소매 등의 비중이 높은 상권	위 두 유형을 제외한 상권 중 예술스포츠업, 의류소매 등 업종의 공간적 집중도 상위 25%를 지리적으로 추출	24	38.1%
생활밀착형	일상생활에 필요한 기능을 가진 업종이 밀집한 상권	위의 세 유형을 제외한 상권으로 교육·보건·의료·생활밀착형 소매업종 등이 밀집한 곳	24	38.1%
계			63	100.0%

출처: 연구진 작성

- (평균 매출액 규모) 전체 상권 평균매출액은 교통관광형이 생활밀착형의 6배이나, 업소당 매출액 기준으로는 생활밀착형·위락소매형 상권도 상위권에 다수 포함

지역상권의 평균 매출액 규모가 가장 큰 상권 유형은 교통관광형이며 가장 작은 상권은 생활밀착형으로 나타났다. 업소당 평균 매출액에서도 생활밀착형 상권과 위락소매형 상권이 교통관광형과 업무지원형 상권에 비해 낮은 것으로 나타났다. 이는 지역상권의 전체 면적 및 업소 수 차이에 기인하며 단위 점포의 규모도 대체적으로 생활밀착형에 해당할수록 작기 때문인 것으로 판단된다. 하지만 지역상권별 업소당 평균 매출액 [표 5-9]을 살펴보면 생활밀착형이나 위락소매형 상권이 매출액 순위의 상위권에 포함되어 있어 지역상권의 경쟁력은 반드시 기능적 유형에 따르지 않는 것으로 나타났다.



[그림 5-9] 기능적 유형별 지역상권의 현황
출처: 연구진 작성

[표 5-8] 전주시 지역상권 기능적 유형별 월평균 매출액 현황

(단위 : 백만원)

구분	지역상권 구역계 수	지역상권당 평균 매출액		업소당 평균 매출액	
		2022년	2023년	2022년	2023년
교통관광형	7	4,893	4,982	19.8	21.0
업무지원형	8	3,358	3,569	22.9	24.3
위락소매형	24	1,852	1,832	17.7	17.1
생활밀착형	24	863	805	17.4	15.3
합계(평균)	63	(2,004)	(2,011)	(18.4)	(17.8)

출처: 연구진 작성

[표 5-9] 지역상권별 업소당 월평균 매출액 순위

(단위 : 백만원)

순위	상권명	기능적 유형	업소 수 변화		지역상권 매출액		업소당 평균 매출액		전년대비 매출액 증감
			'22년	'23년	'22년	'23년	'22년	'23년	
1	전북교육청	생활밀착형	25	27	1,064	1,316	42.6	48.8	14.5
2	서신동-4	생활밀착형	43	43	1,985	1,749	46.2	40.7	-11.9
3	서부 신시가지-1	업무지원형	31	34	1,169	1,319	37.7	38.8	2.9
4	예곡 도시상가	위락소매형	54	65	1,694	2,339	31.4	36.0	14.7
5	서부 신시가지-2	업무지원형	73	74	2,300	2,545	31.5	34.4	9.2
6	중화산	위락소매형	209	204	6,339	6,197	30.3	30.4	0.2
7	서신동 집합상가	생활밀착형	28	31	924	854	33.0	27.5	-16.5
8	전주법원	업무지원형	196	222	4,183	5,718	21.3	25.8	20.7
9	객사길-1	교통관광형	647	607	16,359	15,389	25.3	25.4	0.3
10	서부 신시가지-3	업무지원형	187	191	4,378	4,823	23.4	25.2	7.9

주. 본 결과는 일부 데이터를 기반으로 분석한 것으로 지역상권의 현황을 정확하게 파악하는 데에는 한계가 있을 수 있음
출처 : 소상공인시장진흥공단 제공 기초단위구별 추정 매출액(2022년 7월 및 2023년 7월 기준)을 토대로 연구진 작성

- (업종다양성 지수, RDI¹⁵³) 기능적 유형보다는 개별상권의 조성 특성에 영향

지역상권의 업종별 혼합특성 파악을 위해 업소별 대분류의 업종비율을 기준으로 업종다양성지수를 분석하였다. 그 결과, 전주시 전체 RDI 평균은 3.47이며, 교통관광형(3.91), 위락소매형(3.84), 생활밀착형(3.21), 업무지원형(2.79)순으로 나타났다. 그러나 유형별로는 RDI 값의 격차가 적어 유의미하지는 않은 것으로 판단되며 개별상권의 조성특성에 따른 것으로 예상된다. 업종혼합 비율이 가장 높은 상권은 교통관광형 중 객사길, 전주한옥마을이고 업무지원형 중에서는 완산구청 일대 상권 등이었다. 음식점이 다른 업종에 비해 현저히 높은 곳은 객리단길, 서부신시가지 등의 상권으로 낮은 RDI를 보였다.

[표 5-10] 기능적 유형별 주요 지역상권의 업종비율 및 업종다양성 지수(RDI)

기능적 유형	상권명	활성화 유형	업소 수	업종별 비율(%)					RDI
				과학기술	소매	예술스포츠	음식	전체	
교통관광형	객사길-2	정체	281	10.0	44.8	1.4	43.8	100	6.88
	전주한옥마을	포화	244	5.7	48.0	3.7	42.6	100	5.42
	객사길-1	쇠퇴	684	8.3	52.3	5.6	33.8	100	4.05
	아중-1	정체	127	5.5	26.8	7.9	59.8	100	2.53
	터미널	쇠퇴	73	2.7	31.5	4.1	61.6	100	2.46
	평균		26,877	11.8	40.2	6.5	41.5	100.0	3.91
업무지원형	예수대 생활가로	쇠퇴	248	19.0	31.5	8.5	41.1	100	5.70
	완산구청	쇠퇴	443	17.8	25.1	9.0	48.1	100	3.35
	서부 신시가지-2	포화	79	11.4	24.1	8.9	55.7	100	3.02
	전주시청-1	정체	131	36.6	20.6	1.5	41.2	100	2.03
	서부 신시가지-1	포화	37	27.0	13.5	10.8	48.6	100	1.89
	평균		1,493	24.2	23.4	7.2	45.2	100.0	2.79
위락소매형	효자3동	쇠퇴	189	10.6	38.6	7.4	43.4	100	17.8
	산중양시장-2	쇠퇴	113	9.7	37.2	6.2	46.9	100	9.00
	एको 도시상가	신규상권	41	9.8	34.1	14.6	41.5	100	6.16
	전주시청-2	쇠퇴	52	5.8	55.8	5.8	32.7	100	3.17
	평균		1,493	24.2	23.4	7.2	45.2	100.0	2.79
생활밀착형	필복동 생활가로	쇠퇴	21	9.5	47.6	4.8	38.1	100	6.56
	전북교육청	활성화	30	33.3	13.3	3.3	50.0	100	1.67
	평균		1168	13.9	40.0	6.3	39.8	100.0	3.21
전주시 전체		25,280	12.0	40.0	6.6	41.3	100	3.47	

출처 : 연구진 작성

- 153) 소상공인진흥공단의 상권 업소정보의 업소별 대분류 중 가장 많은 업종 비율을 차지하는 소매, 음식업종과 지역상권 활성화에 영향을 미치는 사무업종(과학기술 분류), 유흥오락업종(예술·스포츠 분류)를 포함하여 소매, 음식, 과학기술, 예술스포츠의 4개 대분류 업종을 대상으로 업종 다양성 지수 산출

업종다양성 지수 분석 방법

$$RDI_i = 1 / \sum_j |s_{ij} - s_j|$$

s_i : i 상권에서 업종 j가 차지하는 비율
 s_j : 지자체 전체에서 업종 j가 차지하는 비율

업종다양성지수(RDI)는 지자체별 업종비율 대비 개별 상권에서의 업종비율을 1로 나눈 수치를 의미하며, 지자체 평균값 이상 최고값 미만의 RDI 수치를 가진 지역이 가장 높은 업종혼합도를 가진 지역으로 판단

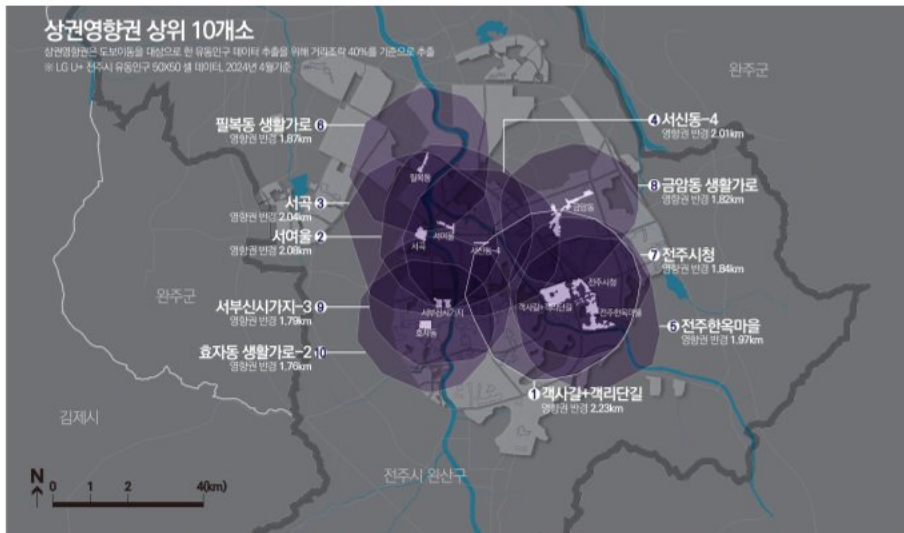
업종다양성지수(RDI)는 동종 업종이 집적한 경우 RDI는 낮아지지만, 지자체의 업종 비율 자체가 소매·음식점이 전체의 80% 이상을 차지하는 한국 상권의 특성상 업종분류별 혼합도가 높아지면 소매·음식점 비율이 상대적으로 낮게 도출되어 업종 혼합이 높아질 때 RDI는 비교적 낮아지게 된다.

□ 지역상권의 영향 범위

- 지역상권 영향 범위 분석을 통해 생활밀착형의 수요가 확대되고 있음을 확인

지역상권의 수요 범위를 파악하기 위해 전주시 63개 지역상권을 대상으로 상권별 유동 인구 기종점 OD(Origin-Destination) 분석¹⁵⁴⁾을 실시하였다. 이는 해당 상권을 이용하는 사람이 얼마나 먼 거리에서 방문하는지를 판단하는 척도로 활용하였다.

분석결과, 상권영향권의 범위가 넓은 상위 10개소의 반경 범위는 1.8km~2.2km이고, 하위 10개소는 반경 1km~1.1km로 나타났다. 가장 넓은 영향권의 기능적 유형은 교통관광형으로 구도심 중심 상권인 객사길 및 객리단길이며, 생활밀착형 상권은 인접 생활권 수요에 대응하는 만큼 상대적으로 작게 나타났다.



[그림 5-10] 전주시 상권영향권 상위 10개소

출처 : 연구진 작성

[표 5-11] 전주시 지역상권 영향권 상위 10개소

연번	상권명	기능적 유형	영향권 면적(㎡)	반경(km)
1	객사길+객리단길	교통관광형	15,662,500	2.23
2	서여울	위락소매형	13,556,250	2.08
3	서곡	생활밀착형	13,015,000	2.04
4	서신동-4	생활밀착형	12,725,000	2.01

154) LG U+ 전주시 유동인구 자료(2024.04 기준)를 공간 DB로 구축하고, 지역상권별로 출발지의 위치 정보를 추출한 후 지역상권과 출발지 간 거리값을 토대로 지역상권의 영향권 거리를 도출하였음. 분석도구는 arcGIS 10.8 Minimum Bounding Geometry으로 영향권의 반경은 도보권을 기준으로 하여 1.0km에서 최대 2.23km로 도출되는 거리조각 40%를 채택하였음.

연번	상권명	기능적 유형	영향권 면적(m ²)	반경(km)
5	전주한옥마을	교통관광형	12,245,000	1.97
6	팔복동 생활가로	생활밀착형	10,951,250	1.87
7	전주시청-1	업무지원형	10,632,500	1.84
8	금암동 생활가로-2	생활밀착형	10,415,000	1.82
9	서부 신시가지-3	업무지원형	10,068,750	1.79
10	효자동 생활가로-2	생활밀착형	9,791,250	1.77

출처: 연구진 작성

하지만 영향권이 넓은 지역상권 중에는 생활밀착형 상권도 다수 포함되어 있어 상권의 영향력은 기능적 유형에 따라 결정되는 것은 아닌 것으로 나타났다. 이는 생활밀착형 상권이라도 입지나 업종의 특성, 업소의 경쟁력 등에 따라 인접 지역뿐만 아니라 멀리서도 찾아올 수 있다는 점을 시사한다.

- 업소당 유동인구를 볼 때 위락소매형 상권에서 공간을 체험하는 경향이 상대적으로 높을 것으로 예상

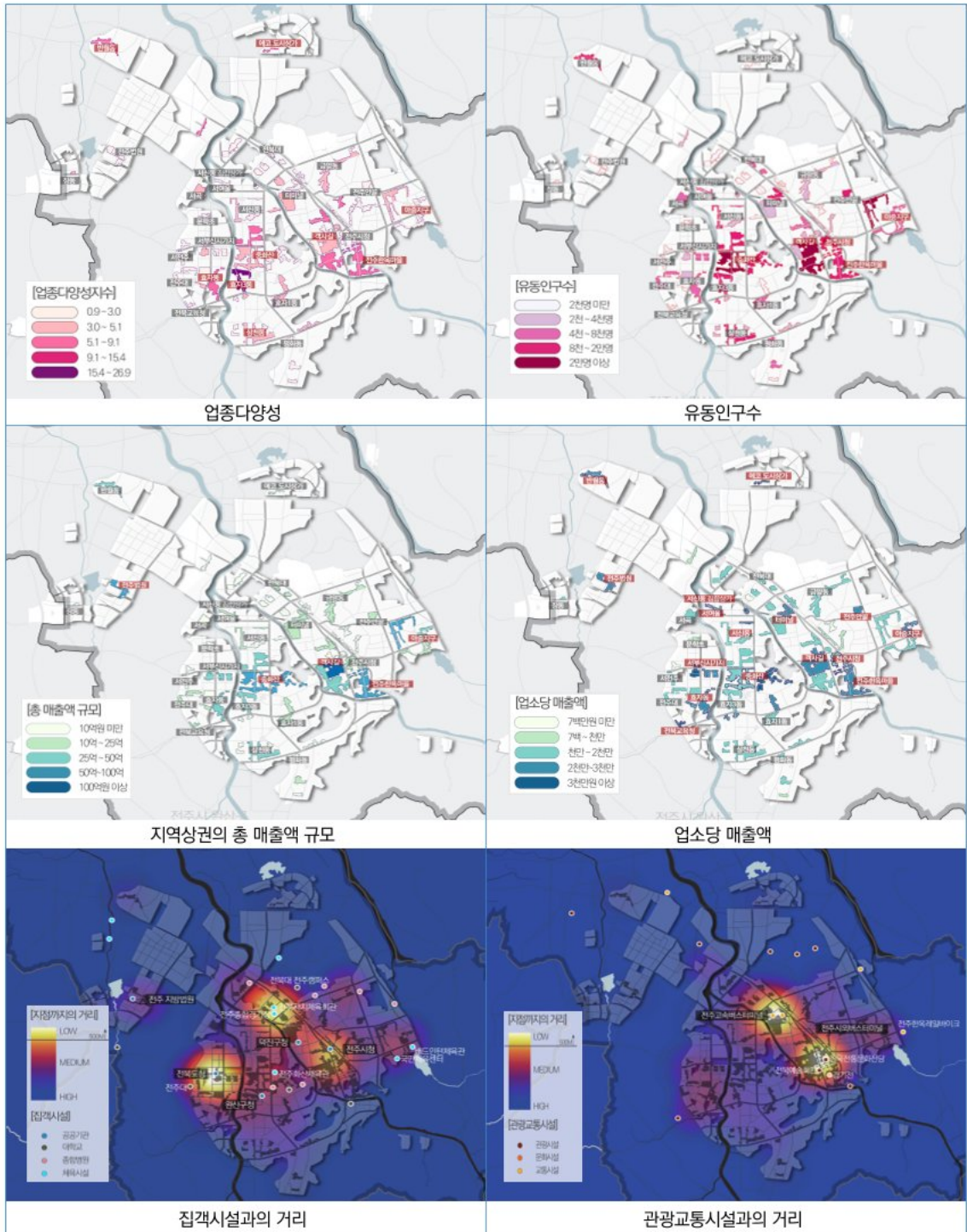
소상공인시장진흥공단에서 제공하는 상권정보분석시스템의 SKT 전주시 유동인구 데이터(2024.01 기준)를 지역상권 기능적 유형에 따라 분석한 결과, 평균 유동인구 규모가 가장 큰 유형은 예상대로 교통관광형이었으며 가장 작은 유형은 생활밀착형이었다.

하지만 업소당 평균 유동인구는 위락소매형 상권이 가장 많았고, 생활밀착형 상권도 업무지원형에 비해서는 높은 것으로 나타났다. 직장인들의 이용이 많은 업무지원형 상권의 경우 점심 또는 저녁 특정 시간대에 이동이 집중되며 유동인구에 비해 업소가 밀집되어 있는 특성이 반영되어 업소당 평균 유동인구 수가 가장 적게 나타났다. 이에 반해 위락소매형 상권을 이용하는 이들은 특정한 목적지를 정하고 이동하기보다는 다양한 상점에 들르거나 머무는 등 공간을 경험하는 경향이 상대적으로 뚜렷한 것으로 파악된다.

[표 5-12] 기능적 유형별 유동인구 현황

구분	구역계 수	총 유동인구	평균 유동인구	업소당 평균 유동인구
교통관광형	7	88,822	12,688.9	42.51
업무지원형	8	57,117	7,139.6	27.08
위락소매형	24	166,921	6,955.0	51.82
생활밀착형	24	60,019	2,500.8	36.06
합계(평균)	63	372,879	(5,918.7)	(39.82)

출처: 연구진 작성



[그림 5-11] 전주시 지역상권의 현황 종합

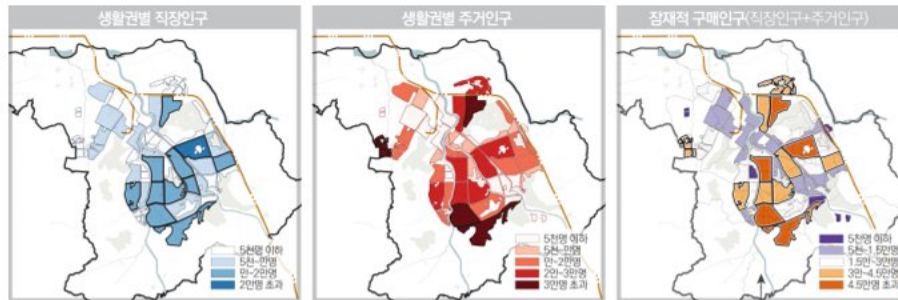
출처 : 연구진 작성

3) 배후생활권의 잠재력 현황

□ 배후생활권의 잠재 구매인구

배후생활권의 잠재 구매인구는 지역상권의 잠재력을 판단하는 기본적인 지표로 활용될 수 있다. 지역상권의 잠재 구매인구는 일차적으로 배후생활권의 주거인구와 직장인구로 나누어 살펴볼 수 있는데 주거인구는 일상생활의 필수적인 소비부터 여가 등을 위한 다양한 소비를 하고, 직장인구는 업무 활동이나 식사 등에 필요한 소비와 출퇴근 전후 여가시간을 보내기 위한 소비를 하게 된다.

배후생활권별로 주거인구수와 직장인구수를 종합한 결과 서신동, 서부신시가지 등이 있는 서부권역과 삼천동, 평화동 등이 있는 남부권역 생활권이 잠재 구매인구 규모가 크게 높은 것으로 나타났다. 중부권역에서는 고속시외 버스터미널 부근의 인구 규모가 높게 나타났고, 북부권역에서는 송천동, 혁신도시, 에코시티 일대에만 인구가 집중되는 경향을 보였다.



[서부권역(서신동, 서부 신시가지), 진북동(전주시외버스터미널) 일대 및 신규개발지역의 잠재구매력 높음]

[그림 5-12] 배후생활권의 잠재 구매인구 현황

출처 : 연구진 작성

□ 배후생활권 잠재력 분석

- 배후생활권의 집객력, 안정성, 성장성을 기준으로 잠재력 점수 표준화

지역상권 배후지로서 생활권의 잠재력을 분석하기 위해 집객력, 안정성, 성장성을 기준으로 점수를 표준화하여 분석하였다. 평가기준은 BC카드의 '상권지수' 평가항목인 집객력, 포화도, 안정성, 구매력, 성장성 등 5가지 항목을 참고하였고 이 중 개별 상권의 경쟁력에 의존하는 포화도와 구매력 부문은 평가지표에서 제외하였다.

[표 5-13] 배후생활권 잠재력 평가지표 및 산출방법

항목	세부항목	평가지표 (데이터 출처)	산출식	방향
집객력	업소의 밀집도	잠재적 구매인구 천명당 업소 수	총 업소 수/잠재적 구매인구(생활권별 주거 + 직장 인구)×1,000	(+)
	구매력이 가장 높은 3040 비율	3040 주거인구 비율	(30대 주거인구수 + 40대 주거인구수)/ 총 주거인구수×100	(+)
안정성	근거리 고정소비 고객층의 비중	직장인구 비중	직장인구수/(생활권별 주거 + 직장 인구)×100	(+)
	인근 집객시설 인접성	집객시설까지의 평균 거리	배후생활권 중심으로부터 집객시설까지의 최근린거리	(-)
	인근 대형판매시설 인접성	대형판매시설까지의 평균 거리	배후생활권 중심으로부터 대형판매시설까지의 최근린거리	(-)
성장성	유동인구 현황	일평균 유동인구 증감	(24년 일평균 유동인구수 - 23년 일평균 유동인구)/23년 일평균 유동인구수 ×100	(+)
	상업용 건축물의 물리적 노후도	상업용건축물 평균연령	배후생활권별 상업용건축물 평균 연령	(-)
	토지 가치	평균 공시지가	2024년 배후생활권 평균 공시지가	(+)

출처 : 연구진 작성

- 지역상권의 배후지로서 잠재력은 중서부권역이 높고, 남부권역이 대체로 낮음

분석결과 구도심인 중부권역은 면적은 작으나, 교통관광 및 집객시설 등의 인프라가 집중되어 있고, 상업지역 비율이 가장 높아 잠재력이 가장 높은 것으로 나타났다.

서부권역은 2000년대 초부터 전북도청을 비롯한 여러 공공시설과 아파트단지가 개발된 서부 신시가지가 있어 배후지로서 잠재력이 높은 것으로 평가되었다.

전반적으로 업무시설과 상업시설의 비중이 적고 주거지를 중심으로 형성된 동부권역과 남부권역은 상대적으로 낮게 평가되었다. 특히 남부권역은 다른 권역에 비해 전반적으로 집객시설 등 인프라가 부족하고 노령인구 비율이 높아 잠재력이 가장 낮게 나타났다.

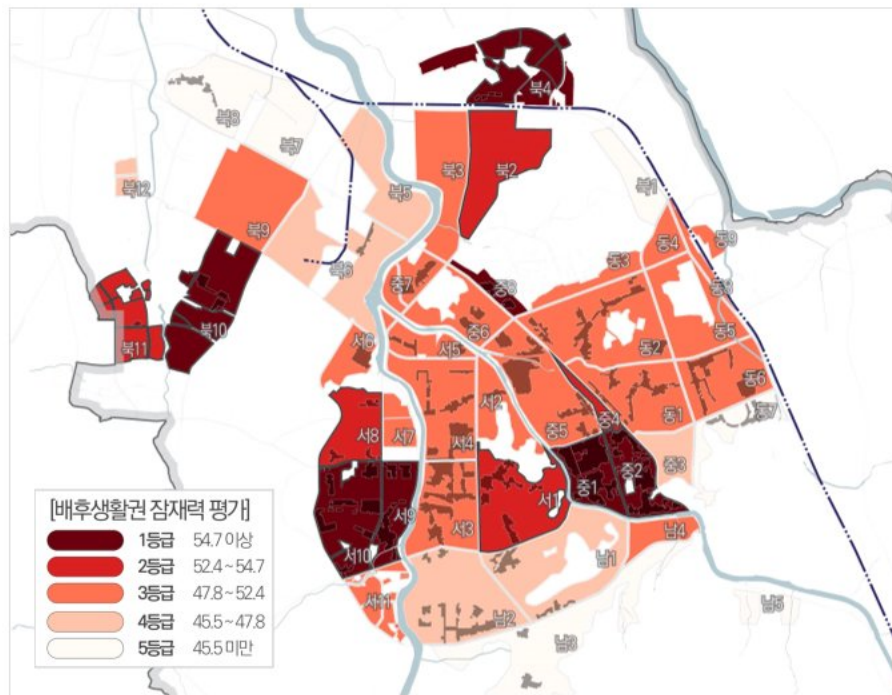
북부권역의 경우 90년대 초에 조성된 산업단지와 80~90년대부터 최근까지 여러 시기에 걸쳐 개발된 주거지가 분명하게 나뉘는 지역으로 생활권별 개발 시기와 특성에 따라 잠재력 등급이 달라지는 특징을 보였다.

권역별 평가는 거시적인 차원에서 기술한 것으로 같은 권역 내에서도 생활권별로 잠재력이 다르다는 점을 감안할 필요가 있다.

[표 5-14] 권역별 평균 표준점수 및 등급

권역	생활권 수	T점수		평균 T점수	등급		평균 등급*
		min	max		min	max	
중부	8	47.5	60.2	53.6	1	4	2.3
동부	9	45.5	51.9	49.4	3	5	3.2
서부	11	47.9	56.2	51.9	1	3	2.5
남부	5	37.7	49.3	44.7	3	5	4.2
북부	12	38.8	56.3	48.8	1	5	3.3

주. 1등급에 가까울수록 잠재력 지표가 높은 것을 의미
출처 : 연구진 작성



[그림 5-13] 생활권별 잠재력 평가 종합

출처 : 연구진 작성

3. 전주시 기능적 유형별 지역상권 심층분석

1) 심층분석 개요

□ 심층분석 대상 지역상권 선정기준

- 기능적 유형을 대표하고 배후생활권의 잠재력이 다른 '정체' 상태인 상권 선정

심층분석 대상은 지역상권의 특성과 배후생활권과의 관계 분석을 통해 지역상권 공간관리의 이슈를 도출하기 위한 목적에 따라 선정하였다. 이에 따라 전주시 내에서 지역상권의 기능적 유형(교통관광형, 위락소매형, 생활밀착형¹⁵⁵)을 대표하는 상권 1개씩을 대상으로 하고, 상권의 활성화 정도는 모두 같은 '정체' 상태인 곳으로 정하였다. 3개 대상지에 대해 배후생활권 잠재력은 다른 수준으로 하여 정체된 상태의 지역상권에서 배후생활권 잠재력에 따라 다르게 제시될 수 있는 공간관리 방향을 도출하고자 하였다.

□ 심층분석 대상지 개요

- ❶ 중앙동 객리단길 (교통관광형)

객리단길은 전주 구도심의 신흥상권으로, 재개발계획이 무산되면서 2010년대 후반 저렴한 임대료를 찾는 소규모 점포들이 객사1·2길을 중심으로 자리 잡으며 형성되었다. 저층주거지에 상업화가 진행된 곳으로 개성 있는 상점이 많아 젊은 층의 수요가 높은 상권이다.

- ❷ 서신동 생활상권 (생활밀착형)

서신동 일대는 1997년 동계유니버시아드 대회 개최를 위한 선수촌을 조성하면서 계획적으로 개발된 지역이다. 서신동 생활상권은 전주의 대표적인 학원가 지역 중 하나이며 상권 내 여러 공공시설과 음식점, 학원, 각종 소매점 등 다양한 업종과 시설이 고르게 분포해 있다. 배후생활권은 대규모 아파트단지와 대형유통시설(이마트)이 입지한다.

- ❸ 삼천동 막걸리골목 (위락소매형)

삼천동 막걸리골목은 1990년대 말 외환위기 때 막걸리와 한상 안주를 내주는 가게가 인기를 끌면서 발전된 상권으로 관광객의 방문이 잦은 곳이다. 이곳은 1980년대 후반 개발된 단독·다가구주택 밀집지역 내에 있고 아파트단지와 인접해 있다.

155) 생활밀착형 상권으로 선정한 서신동 생활상권은 데이터 분석을 통한 전주시 지역상권의 기능적 유형 분석에서 위락소매형으로 분류했으나 현장조사를 통해 확인한바 주거지로 둘러싸여 주민센터, 학원, 슈퍼마켓 등 생활밀착형 업종이 많은 것으로 나타나 생활밀착형으로 재분류함

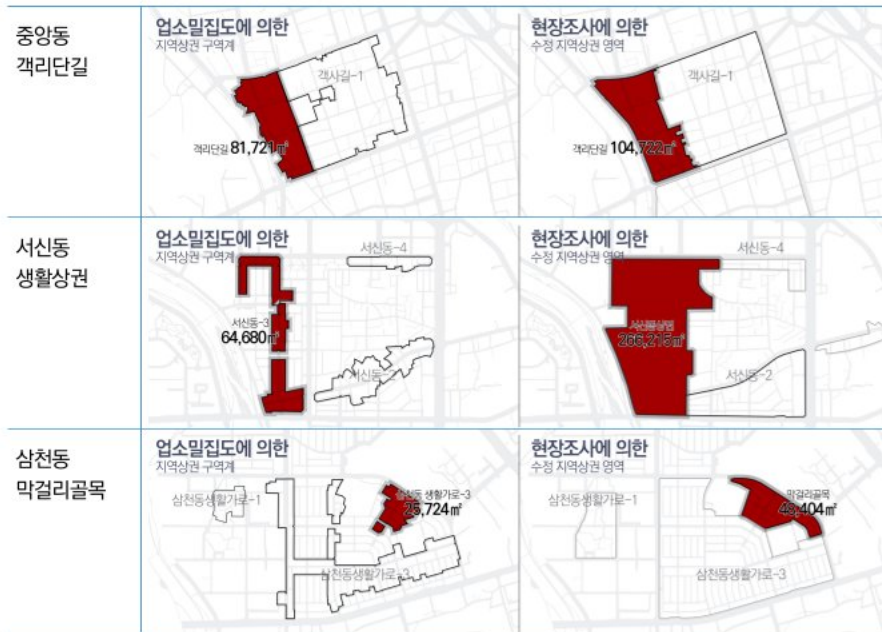
[표 5-15] 전주시 지역상권 심층분석 대상지 개요

구분	중앙동 객리단길	서신동 생활상권	삼천동 막걸리골목	
면적	81,721㎡	64,680㎡	25,724㎡	
(※현장조사 조정면적)	(104,722㎡)	(266,215㎡)	(48,404㎡)	
업소 수	154개	182개	55개	
지역 상권	용도지역	일반상업지역, 제1종 일반주거지역	제1종 일반주거지역	제1종 일반주거지역
	업종 특징	음식·숙박 업종 특화	예술·스포츠, 교육, 음식 등	음식·유흥 업종 특화
	업소당 월평균 매출액	22.6백만 원	12.8백만 원	14백만 원
	기능적 유형	교통관광형	생활밀착형	위락소매형
	활성화(쇠퇴) 정도	정체	정체	정체
배후 생활권	면적	767,956㎡	1,528,647㎡	2,060,462㎡
	인구수	3,199명	28,089명	46,141명
	인구밀도	4,154.5명/㎢	18,358.8명/㎢	22,398.5명/㎢
	잠재력	1등급	4등급	3등급

출처 : 연구진 작성

□ 배후생활권을 고려한 심층분석 대상지 경계 조정

심층분석 대상지 3곳은 중소벤처기업부가 2023년 12월 발표한 업소 밀집도에 의해 도출된 지역상권 잠정치역의 구역계로 경계 조정이 필요하다. 이에 현장조사를 통해 배후생활권의 경계를 고려하여 기존 구역계를 조정하여 조사를 진행하였다.



[그림 5-14] 현장조사를 통한 심층분석 대상지 범위 조정

출처 : 연구진 작성

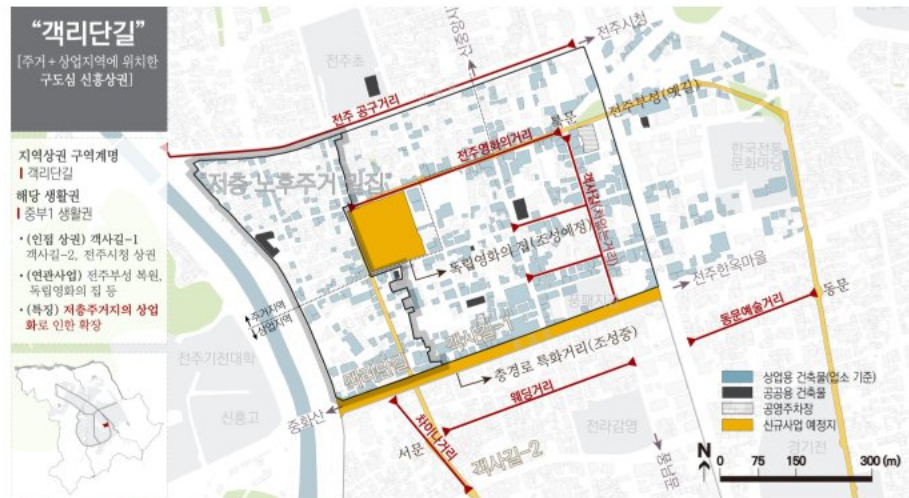
2) 중앙동 객리단길

지역상권	상권명	면적	업소 수	생활권 내의 유동인구 비중		업종다양성	상권유형	상권 매출액	업소 매출액	용도지역
	중앙동 객리단길	81,721㎡ (104,722㎡)	154개	내 9.3%	외 90.7%	1.55 (음식·숙박 多)	교통관광형	34.7억원/월	22.6백만원/월	일반상업지역, 제1종일반주거지역
생활권	생활권명	면적	잠재력등급	인구수	인구밀도	주요 집객시설과 거리		평균공시지가	건물유형	
	중부1	767,956㎡	1등급	3,199명	4,154.5명/㎢	570.7m (예수대학교)		104만원/㎡	7층 이하 상업·업무혼합	
주요특징	신흥상권으로 주거지 상업화가 진행되었으며 F&B 중심의 소규모 음식점 밀집									

□ 지역상권 및 배후생활권 개요

- (형성배경) 구도심에 인접한 10년 미만의 신흥상권

전주 구도심 최대상권인 객사길과 연결한 주거지역으로, 재개발구역이 해제된 2016년 이후 좋은 입지에 비해 임대료가 저렴하여 소규모 창업이 증가하게 되면서 신흥상권으로 부상하였다. 이에 기존 주거지였던 배후생활권은 현재 객사1·2길을 중심으로 상당 부분 상업용도로 변화하였으며, 개성 있고 세련된 분위기의 음식점이 많은 F&B 중심의 상권으로 젊은 층의 수요가 높은 곳이다. 신흥상권으로 형성된 지 불과 10년도 채 되지 않았으나, 오늘날 전주시의 주요 상권을 대표하는 관광상권으로 자리매김하였다.



[그림 5-15] 중앙동 객리단길 입지현황

출처 : 연구진 작성

- (지역상권) 업종다양성이 현저히 낮은 음식점 중심의 신흥상권

객리단길은 제1종 일반주거지역과 일반상업지역에 걸쳐 면적 104,722㎡ 규모의 상권이다. 총 154개의 업소가 있으며 영화의거리, 견고싶은거리 등이 위치한 객사길1 상권에

비해 점포수는 1/4 수준이다. 객리단길은 음식점 비중이 71.9%(115곳)로 압도적으로 많아 업종 다양성 지수(1.55)가 교통관광형 전체 평균(3.91)보다 현저히 낮은 곳이다. 반면, 인접한 객사길1 상권의 경우 소매 업종이 52.3%로 과반을 차지하고 있어, 객리단길 상권은 주로 식음료를 위해 방문 및 체류하는 곳으로 상당한 차이를 보인다. 상권 전체의 매출액 규모와 유동인구수를 기준으로 하면 객사길1 상권이 더욱 활성화된 것으로 보일 수 있지만, 업소당 평균 매출액은 객리단길(22.6백만원/월)과 비슷한 수준으로 나타나, 객리단길은 상권의 규모 대비 경쟁력이 높은 편이라 할 수 있다.

- (배후생활권) 주거인구보다 직장인구의 의존도가 높은 작은 규모의 배후생활권

객리단길 상권은 주거인구 밀도가 높은 대단지 아파트단지와 밀접한 생활권을 형성하고 있다. 그러나 배후생활권 내 인구는 약 3,199명에 그치고, 그중 직장인구가 82.79%로 나타나고 있어 거주민 의존도가 낮은 상권으로 해석할 수 있다.

□ 지역상권의 이용 및 운영 특성

- (상권 영향범위) 배후생활권 내부보다 외부 방문객이 높은 비중 차지

상권의 영향범위는 상권이 위치한 중부1생활권을 중심으로 인접한 다수의 생활권까지 영향을 미치는 상권이다. 생활권 내 지역주민보다 외부 방문객에 집중된 상권으로, 중부1생활권 내의 유동인구량은 거리조락 40% 기준으로 전체의 9.3%를 차지하며, 생활권 외에서 이동하는 유동인구의 약 1/10 수준을 나타낸다. 최대 거리는 2km로 인근 생활권을 포괄하는 거리 수준을 보여 외부 방문객의 비중이 높은 상권으로 볼 수 있다.

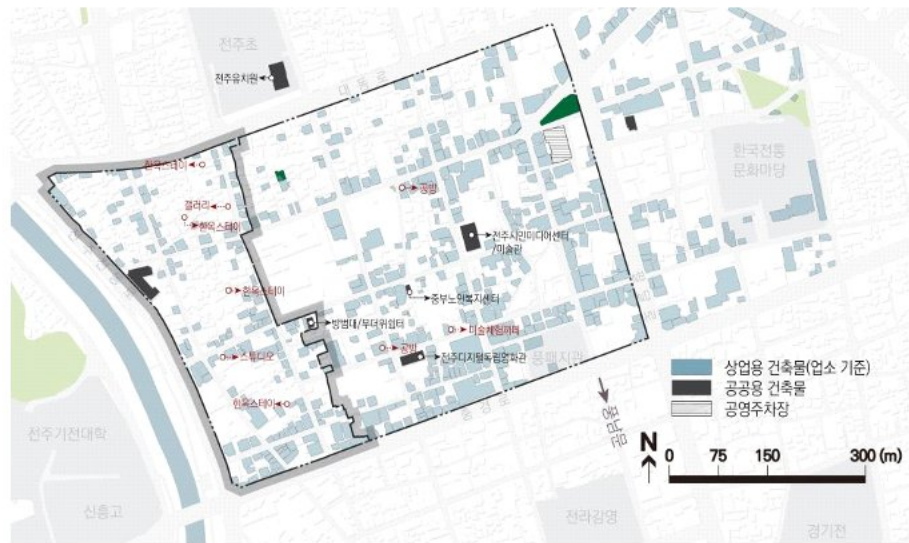


[그림 5-16] 객리단길 상권 영향범위

출처: 연구진 작성

- (접근성과 집객시설 인접성) 대중교통 및 광역 교통체계가 비교적 편리하고 다양한 공공기관 및 관광문화시설이 인접하여 방문객 유입이 용이

객사길과 객리단길 상권은 주요 가로를 기준으로 1분에 1대 꼴로 대중교통이 오가고 있어 대중교통을 통한 접근이 매우 유리하다. 또한, 반경 1km 이내에 전주시청, 경기전, 전북예술회관, 한국전통문화전당 등 다양한 공공기관과 관광문화시설이 입지하고 있다. 체류 및 여가를 위한 소규모 문화시설은 객리단길과 객사길-1 구역에 다양하게 분포하고 있으며, 객리단길은 주로 스튜디오와 소규모 게스트하우스가 집중되어 있다. 외부 방문객들이 함께 이용할 수 있는 관광문화시설이 상권을 중심으로 다양한 방향에 분포하여, 보행의 확장이 원활하게 이루어질 수 있다.



[그림 5-17] 객리단길 가로활성화시설 현황

출처 : 연구진 작성

- (업종 매출특성) 업소는 소규모의 한식업과 카페 비중이 많으나, 실제 매출은 주로 야간 시간대 주류 관련 요식업 및 위락형 소비 특성

객리단길은 업종 다양성 지수가 낮은 지역으로, 업종 특화도 지수에서는 숙박과 음식업종의 비율이 매우 높다. 이는 외부 방문객에 의한 상권 이용도가 높다는 것을 시사한다. 업종 대분류별 월평균 매출액을 살펴보면 <음식점> <소매> <보건의료업> 순으로 나타나지만, 업소 수 기준 매출액으로는 보건의료업의 비중이 압도적으로 높다.

객리단길의 세부 업종별 업소 중에서는 한식업, 카페 등 음식업종 중심의 점포가 많다. 그러나 업소당 매출액이 높은 세부 업종은 힛집, 구이집, 생맥주집 등으로, 주로 밤 시간대의 요식 및 위락형 소비 형태를 보인다.

- (업소 생존기간 및 폐업 현황) 생존기간(5.4년)이 짧고 폐업이 빈번한 상권

점포의 평균 생존기간은 5.4년으로, 3개 지역상권 중 가장 짧다. 객리단길의 폐업 점포 비율은 전체 업소 수의 8.4%로, 심층분석 대상지 3곳 중에서 가장 높은 편이다. 폐업점포는 객리단길의 주요 가로인 '전주객사1길'에서 발생하고 있다.



[그림 5-18] 객리단길 업종별 월평균 매출액 및 업소당 매출액 현황

출처 : 소상공인시장진흥공단. (2024). 업소정보 내부자료(2015~2023.7)를 활용하여 연구진 작성



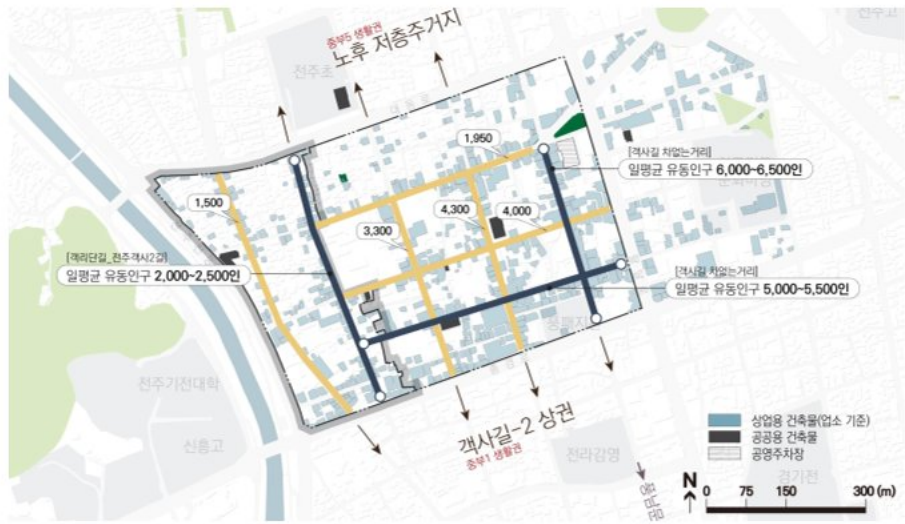
[그림 5-19] 객리단길 세부업종별 업소 수 및 업소당 매출액 현황

출처 : 소상공인시장진흥공단. (2024). 업소정보 내부자료(2015~2023.7)를 활용하여 연구진 작성

- (가로별 유동인구) 인접한 객사길 상권에 비해 유동인구는 적은 편이나 업소당 평균 매출액이 높고 젊은 연령의 소비계층이 주로 찾는 상권

유동인구 이동은 남북방향인 전주객사1길 및 전주객사2길 가로를 중심으로 이루어진다. 객리단길 상권에서 일평균 유동인구가 가장 많은 가로는 전주객사2길로, 일평균 유동인구는 2,000~2,500명 수준이다.

인접한 객사길 상권과 비교했을 때, 객리단길 상권의 유동인구량은 약 1/3 수준이다. 그러나 업소당 월별 매출액을 기준으로 보면, 평균 22.6백만원으로 객사길(25.4백만원)에 비해 큰 차이가 나지 않는다.



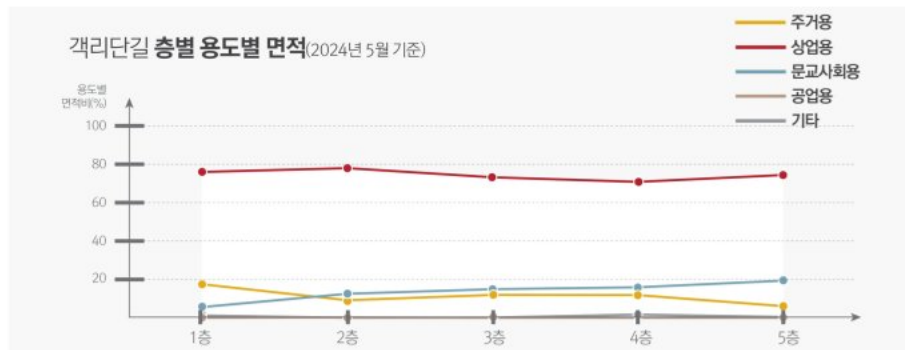
[그림 5-20] 객리단길 주요 가로별 일평균 유동인구 현황

출처 : 소상공인시장진흥공단. (2024). 유동인구 내부자료(2024.1)를 토대로 연구진 작성

□ 지역상권의 공간적 특성

- (건축물 층별 현황) 건축물 상층부까지 상업용도로 구성된 건축물이 대다수

지상 5층까지 상업용 건축물의 비율은 70~80%를 꾸준히 유지하고 있으며, 층수가 높아질수록 문교·사회용(사무소·교육시설)의 비율이 증가한다. 1층의 주거용도 비율은 17.4%로 나타나며, 상층부로 갈수록 주거용도의 비중이 감소한다. 1층의 주거용도 비율이 높은 것은 단층 주거용 건축물들이 반영된 것으로 판단된다. 2~5층까지 문교·사회용의 비중이 미미하게 증가하나, 상업 및 주거용도의 비율은 거의 변화가 없는 것을 보아 건축물의 상층부까지 상업용도로 구성된 건축물이 대다수인 상권임을 의미한다.



[그림 5-21] 객리단길 건축물 층별 용도별 면적 현황

출처 : 국토교통부 디지털토원국토. (2024.1). 용도별건물정보. [https://www.vworld.kr/dtmk/dtmk_ntads_s002.do?svccde=NA&dsid=2\(검색일: 2024.04.08.\)](https://www.vworld.kr/dtmk/dtmk_ntads_s002.do?svccde=NA&dsid=2(검색일: 2024.04.08.))를 토대로 연구진 작성

- **집객시설 및 교통 인프라 현황**

- ① (공공공간) 상권 내 기초생활인프라 시설 부재, 문화예술 관련 공공시설 부재

상권 내에는 거주민을 위한 노인복지시설, 의원, 약국 이외에 기초생활인프라시설이 전무하며 역사문화관광과 관련된 공공시설도 전무하다. 현재 2022년 폐업한 옛 옥토주차장 부지에 영화산업의 공공거점기능을 담당하는 '독립영화의 집'이 조성될 예정이다.

- ② (주차장) 공영주차장이 부재하며 사설 유료주차장이 분산적으로 형성

주차장 설치 기준이 도입되기 이전에 조성된 건축물이 다수임에 따라, 개별 점포가 자체적으로 주차장을 확보하고 있지 않으며, 규모 있는 공영주차장이 부재하다. 2022년까지 390여대의 차량을 수용하는 대형주차장(옥토주차장)이 있었으나, 독립영화의 집 조성으로 사라지게 되었다. 독립영화의 집 조성부지 가로변에 주차구역이 마련되어 있으나 거주자 우선주차구역으로 방문객은 이용할 수 없다. 따라서 방문객은 유료 사설주차장을 이용해야하며 사설주차장은 곳곳에 분산적으로 조성되어 있다.

- (가로환경) 상점은 다양한 입면과 개방감을 제공하며 전시·체류 공간 다수

객사길과 객리단길 내 소로는 대부분 보행자와 차량이 함께 사용하는 보차혼용 도로로 구성되어 있다. '객사길 견고싶은 거리 조성사업' 및 '객리단길 특화거리 조성사업'으로 정비된 구간 중 일부는 보차분리형으로 조성되어 있는데, 그 거리가 짧고 보차혼용 도로와 만나는 방식으로 설계되어 있어 보행 환경이 연속적이지 않다.

객리단길의 주요 가로인 전주객사2길은 가로의 너비와 건축물 높이 비율(D/H)이 1.5~2 사이로 적당한 위요감과 개방감을 가진다. 이에 비해 인접한 객사길의 주 가로인 전주객사5길의 D/H비는 0.9~1로, 좁은 도로폭에 비해 평균 3층 건축물이 밀집되어 있어 보행자가 답답함을 느낄 수 있다. 객리단길과 인접한 객사길 상권은 전체적으로 D/H비 1 이하의 폐쇄적인 공간감을 가진 가로가 많은데, 이는 대부분이 6~8m 폭의 소로로 구성되어 있는 가로 특성에 기인한다.

객리단길은 상점마다 입면 및 전면부를 다양하게 연출하고 있어 가로에 활력을 불어넣고 있다. 방문객의 관심과 유입을 유도하기 위해 쇼윈도 전시공간의 투시성을 높여 상점 내부 조망이 가능하도록 하거나 전면부에 고객 대기를 위한 테라스 등 체류공간 등을 두거나 옥외 영업의 공간을 조성한 점포도 있다.

- (빈점포 현황) 주요 가로부 교차로에 빈점포 발생 추세

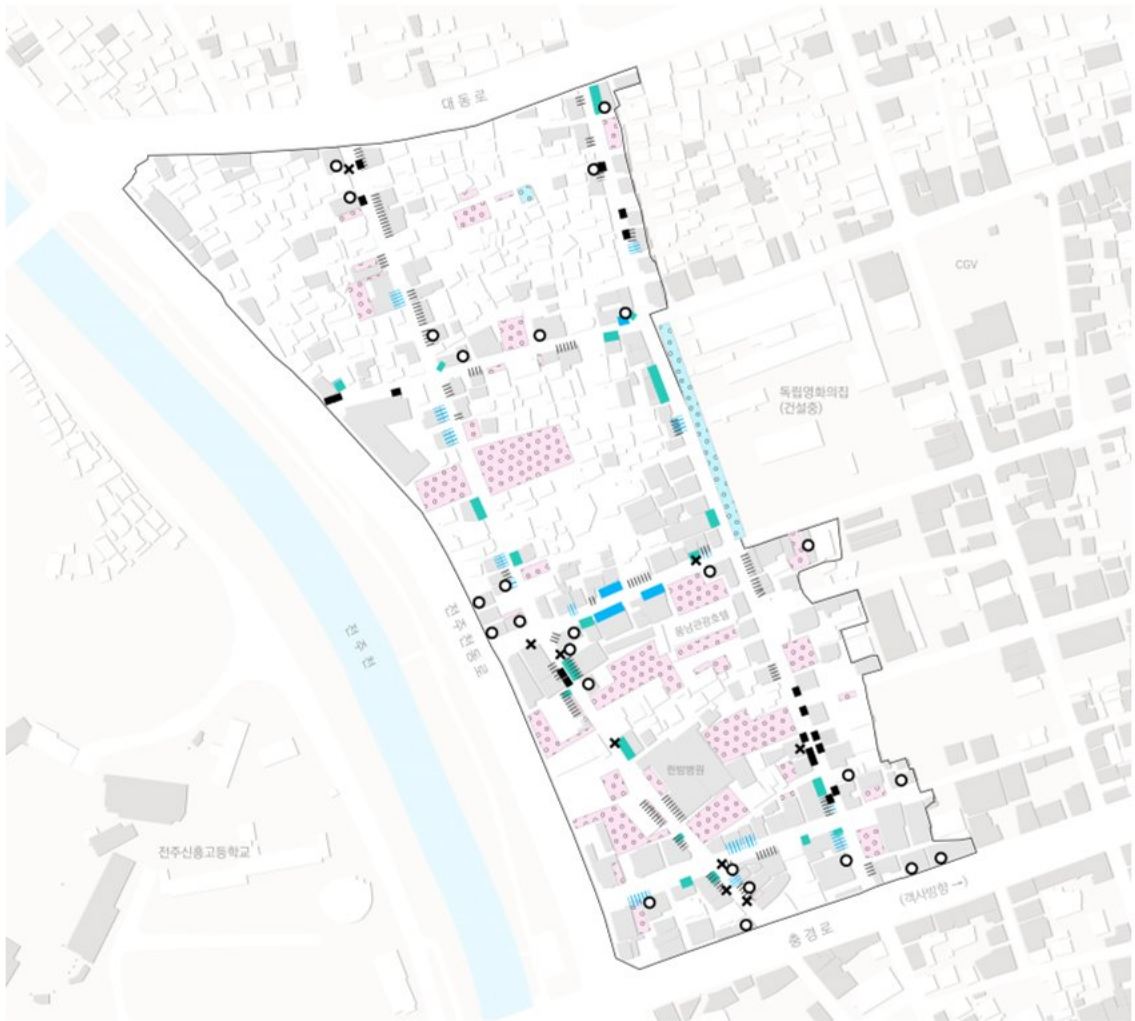
최근 객리단길에서 빈점포가 증가하고 있는 추세이며, 특히 주요 가로의 교차로에 집중적으로 발생하고 있다. 이로 인해 상권에 대한 부정적 이미지가 형성될 우려가 있다.



[그림 5-22] 객리단길 내 빈점포 현황
출처: 연구진 촬영



[그림 5-23] 객리단길 가로 D/H비
출처: 연구진 작성



[그림 5-24] 객리단길 주요 가로환경 현황
출처: 연구진 작성



[그림 5-25] 객리단길 전면부 체류공간 현황
출처: 연구진 촬영

□ 지역상권 공간관리 관련 현안

- (관련 사업) 보행안전을 위한 일방통행 및 특화거리 사업을 추진

전주시는 2018년에 전주객사1·2·3길 5개 노선 1.7km을 일방통행으로 변경하였다. 이로 인해 보행 중심의 거리가 형성되었지만, 보행로가 차선으로만 구분되어 이동 차량과 불법 주정차 차량으로 인해 보행자의 안전이 위협받았다. 이에 전주시는 행정안전부 공모사업을 통해 보행환경 조성사업을 추진하여 1.7km의 인도를 설치하고 불법주정차가 가능했던 공간에는 나무를 심거나 설치미술품을 전시하였다.¹⁵⁶⁾

2022년에는 객사길 일대 특화거리를 조성하여, 각각 객리단 보행길, 객리단 감성길, 조선시대 전주부성 흔적길의 테마를 도입하고, 2023년 전라북도 '작고 예쁜 간판 꾸미기' 공모 사업에 선정되어 국·도비 3억원을 지원받아 도시경관과 어울리는 간판을 설치하였다.¹⁵⁷⁾ 그 외 24년 6월 중소벤처기업부 글로벌 상권 창출팀 지원사업 공모에 선정되어 인근 웨딩의 거리, 영화의거리 등과 연계하여 전주 원도심 상권 일대에서 사업이 추진 중이다.

[표 5-16] 객리단길 일대 추진사업 목록

사업명	지원기관(사업기간)	주요내용
도시재생뉴딜사업 중심시가지지형	국토교통부 (2016-2021)	• 영화의거리 구간에 차없는 거리 사업이 추진되면서 객리단길 일부 구간 연계 추진
전주 객사길 교통체계 개선안 수립용역	전주시 (2018)	• 전주시 다가동, 고사동 일대 객사 1, 2, 3길의 일부 구간을 일방통행화
전주객사1·2·3길 5개 노선 일방통행화	전주시 (2018)	• 전주객사1·2·3길 5개 노선 일방통행화
전주객사길 보행환경 조성사업	행정안전부 (2019-2020)	• 보행로 인도 설치, 불법주정차 우려 공간 수목식재 및 설치미술품 전시
객사길 특화거리 조성사업	행정안전부 (2021-2022)	• 객리단 보행길, 객리단 감성길, 조선시대 전주부성 흔적길 테마별 특화거리 조성
전북 공모사업 (작고 예쁜 간판 꾸미기)	전라북도 (2023)	• 도로와 상업지역에 난립한 광고물 철거 • 주변환경과 어울리는 특색있는 간판을 제작·설치
글로벌 상권 창출팀 지원사업	중소벤처기업부 (2024)	• 앵커스토어 및 장인학교 운영 등 프로그램 운영 • 웨리단길과 객리단길, 영화의거리 등을 중심으로 원도심 일대 글로벌 상권 조성

출처 : 연구진 작성

- (공간 측면①) 유동인구의 흐름을 고려한 교통체계 검토 및 주차장 확충 필요

지역 상인 면담에서 객리단길 일대의 일방통행 체계로 인해 차량의 상권 내 진출입 경로

156) 권희성. (2019). 전주객사길(객리단길) 나무와 예술작품으로 채운다. 전북타임스. 5월 23일 기사. <http://211.212.37.36/news/view.asp?idx=60804>(검색일 : 2024.08.30.)

157) 김한호. (2022). 전주 동문길/객리단길 간판 새롭게 정비, 아주경제. 11월 10일 기사. <https://www.ajunews.com/view/20221110151926685>(검색일 : 2024.08.30.)

가 이전과 달라져 유동인구 및 매출액 감소에 영향이 있다는 것을 지적하였으므로 교통 체계에 대한 검토가 필요하다. 또한, 방문객이 편리하게 이용해 온 대형주차장이 공공시설 조성으로 사라지게 되면서 갑자기 부족해진 주차장 확충에 대한 요구도 큰 상황이다.

- (공간 측면②) 상권 내 주요 가로부의 빈점포에 대한 집중 관리 필요

객리단길은 쾌적한 가로환경과 업주의 개성이 담긴 건축물 입면과 전면부가 매력적인 상권이다. 그러나 최근 주요 가로를 중심으로 빈점포가 늘어나면서 이러한 분위기를 저해하고 있다. 상주하는 주거 인구가 적고 건축물이 주로 상업용으로 사용되는 상황에서, 상권의 지속성을 고려할 때 1층 빈점포에 대한 집중적인 관리가 요구되는 실정이다.

- (프로그램 측면) 업종다양성 부족 개선 및 집객유도 공공시설 등 확충

2018년, 객리단길과 객사길 일대를 지구단위계획으로 프랜차이즈 업종의 입점을 제한했으나, 이로 인해 도시의 중심 상업 기능이 약화되는 부작용이 발생했다. 이 사례는 지역 상권을 활성화하기 위해 프랜차이즈나 대규모 점포를 제한하는 방식이 항상 긍정적인 효과를 낼 수 없음을 보여준다. 상권에 대한 규제가 필요할 경우, 해당 지역상권이 도시 전체에서 어떤 기능과 역할을 하는지에 대한 면밀한 검토가 반드시 필요하다.

또한, 객리단길은 관광형 상권으로 유행에 민감하여 새로운 변화를 빠르게 수용해야 한다. 최근 나타나는 객리단길의 쇠퇴현상은 경기와 유행에 민감한 식음료 중심으로 업종이 집중되어 있는 반면, 생활권 내외에서 꾸준히 방문하게 되는 기초인프라시설이나 미술관, 전시관 등 문화시설은 부족한 데에서 이유를 찾을 수 있다. 따라서 상권 활성화를 위해서는 새로운 수요와 변화에 대응할 수 있는 기능 도입이 필요하다.

- (거버넌스 측면) 상인회 유사 조직은 있으나 창·폐업이 잦아 거버넌스 구축 한계

상인회 관련 조직은 객리단길 지역발전협의회가 있으며 2019년경 객사길 상인과 객리단길 상인들의 커뮤니티 기구로 조직되었다. 현재 약 150명의 소상공인, 지역주민, 임대업자 및 토지소유주가 참여하고 있으나 임의단체로 등록된 조직은 아니다.

객리단길은 지역 외에서 찾아와 창업하는 이가 많고, F&B 업종의 특성상 상인들의 교체가 빈번해 상인조직의 결속을 다지기 어려운 것으로 보인다. 이로 인해 객리단길 지역발전협의회에는 소매업 중심의 객사길에 비해 객리단길 구성원들의 참여가 저조한 상황이다. 비록 객리단길과 객사길의 상권 특성이 다름에도 불구하고 서로 연계하여 발전가 능한 조건이므로 이들이 하나의 조직으로 운영되는 것은 긍정적인 측면이 있다. 따라서 공동의 구체적인 목표를 가지고 상인들의 참여를 독려하여 상권 운영의 중심점을 만들어 가는 노력이 필요하다.

3) 서신동 생활상권

지역상권	상권명	면적	업소 수	생활권 내외 유동인구 비중		업종다양성	상권유형	상권 매출액	업소 매출액	용도지역
				내	외					
	서신동 생활상권	64,680㎡ (266,215㎡)	182 개	23.2%	76.8%	2.99 (학원·병원 발달)	생활밀착형	23.4억원/월	12.8백만원/월	1종일반주거지역 (7층 이하 근생 多)
생활권	생활권명	면적	집재력 등급	인구수	인구밀도	주요 집객시설과 거리	평균공시지가	건물유형		
	서부4	1,528,647㎡	4등급	28,089명	18,358.8명/㎢	1,216m (전주화신체육관)	72.9 만원/㎡	중·고층아파트		
주요특징 교통인프라 및 주차시설 양호, 다양한 업종이 고루 분포, 집객시설 및 녹지 연계에 따른 여가·산책·교육 등 부가적 활동이 일어나는 상권										

□ 지역상권 및 배후생활권 개요

- (형성배경) 1997년 국제경기대회 개최를 계기로 조성된 계획도시

서신동은 1997년 동계유니버시아드 대회 개최를 위한 선수촌을 조성하면서 본격적으로 개발되기 시작한 지역으로, 근린주구형 도시계획에 따라 도보권 500m마다 생활권 공원을 배치하고 보행 중심의 생활가로가 발달되어 있다.



[그림 5-26] 서신동 상권 입지현황

출처: 연구진 작성

- (지역상권) 다양한 업종이 위치하는 상권, 특히 학원가와 병원 등 발달

서신동 상권은 제1종 일반주거지역에 위치한 면적 64,680㎡의 상권으로, 대규모 아파트 밀집지역을 배후로 한 7층 이하 근생시설 및 단독·다가구주택이 밀집한 상권이다. 상권 내 업소 수는 153개이며, 음식 업종 53.6%, 소매 업종 28.8%, 예술스포츠 업종 11.1%, 과학기술 업종 6.5%로 타 사례지 대비 다양한 업종이 분포하고 있다.¹⁵⁸⁾ 도보권 내에 이마트 전주점, 롯데백화점 전주점이 있고 술집과 변화가, 학원가, 병원 등이 발달되어 있다.

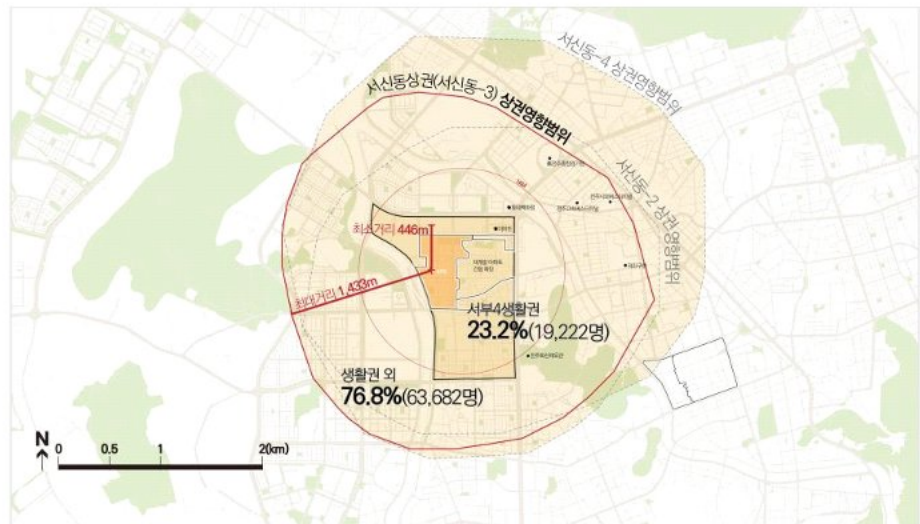
- (배후생활권) 가족단위 세대 다수 거주, 배후생활권 인구 증가 예상

서신동 상권의 배후생활권은 비교적 최근에 조성된 주거지역 내에 위치하고 공공시설과 평균 주택가격이 타 생활권보다 높은 편이다. 또한, 가족 단위 세대가 다수 거주한다는 특징이 있다. 따라서 주거인구가 생활권 전체 인구의 62.04%이고, 유동인구는 젊은 계층의 비율이 높게 나타난다.¹⁵⁹⁾ 특히, 2026년 11월 입주예정인 1,914세대의 대규모 아파트가 조성될 예정으로¹⁶⁰⁾, 배후생활권 인구가 증가할 것으로 보인다.

□ 지역상권의 이용 및 운영 특성

- (상권 영향범위) 생활권 외에서 이동하는 인구가 76.8%, 도보 이동이 많은 상권

서신동 상권(서신동-3)은 상권이 위치한 서부4생활권을 중심으로 인접한 생활권까지 영향을 미치고 있다. 서부4생활권 내의 유동인구는 거리 조락을 40% 기준으로 했을 때 전체의 23.2%를 차지하며, 생활권 외에서 이동하는 유동인구의 약 1/4에 해당한다. 또한, 서신동 상권의 유동인구 출도착지의 거리값을 바탕으로 산출한 평균 이동거리는 860m로, 다른 두 상권에 비해 짧아 도보 이동이 많은 상권임을 알 수 있다. 따라서 서신동 상권은 주변 생활권들의 중심지 역할을 하는 것으로 보인다.



[그림 5-27] 서신동 상권 상권영향권

출처 : 연구진 작성

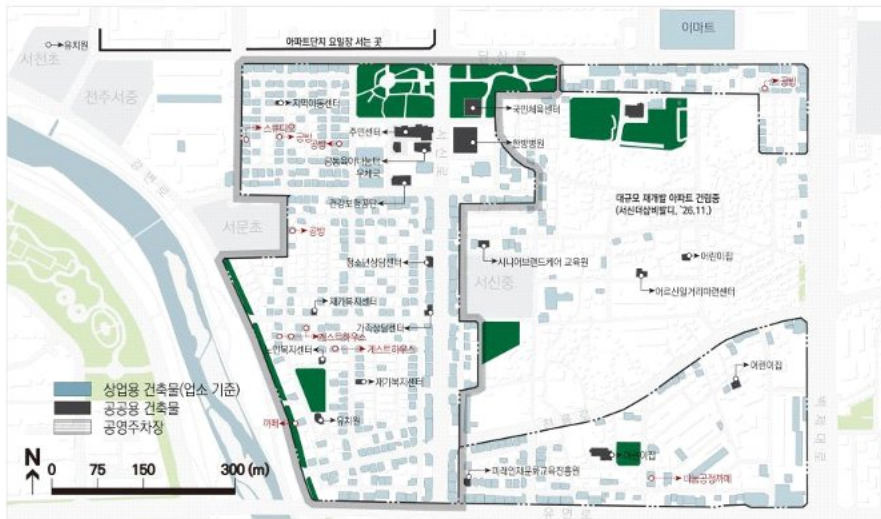
158) 서신동 사례 상권 업종 다양성 지수 : 2.99, 전주시 위락소매형 지역상권 평균 : 3.84

159) 10대 12.8%, 20대 9.6%, 30대 7.9% 순

160) 서신동 감나무골 대규모 주택재개발사업 진행 중

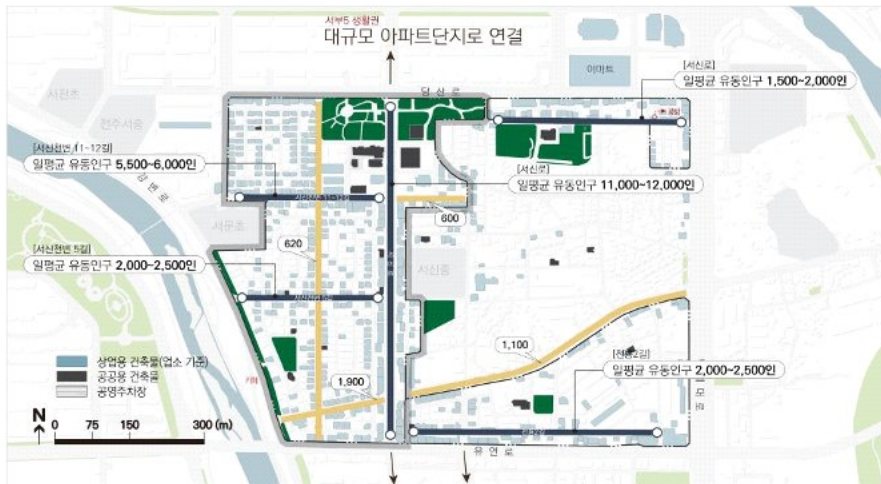
- (접근성과 집객시설 인접성) 학원, 병원 등 다중이용시설과 대규모 점포가 위치하여 집객력 높은 상권

대상지의 도로는 주로 중로와 소로로 구성되어 있으며, 중로 이상의 도로는 대부분 보도와 차도가 분리된 구조를 갖추고 있다. 그러나 내부의 소로는 보도와 차도가 혼용된 형태이다. 가장 인접한 대로인 '서신로'는 학원과 병원 등 다중이용시설이 밀집한 지역이다. 서신동에는 이마트와 롯데백화점 등 대규모 점포가 입점해 있으며, 상권 반경 1km 이내에는 전주화산체육관과 전주종합경기장 같은 체육시설이 있어 집객력이 높은 편이며, 상권으로의 보행자 이동이 원활하게 이루어질 가능성이 크다.



[그림 5-28] 서신동상권 가로활성화시설 현황

출처 : 연구진 작성



[그림 5-29] 서신동상권 주요 가로별 유동인구 현황

출처 : 소상공인시장진흥공단. (2024). 유동인구 내부자료(2024.1)를 토대로 연구진 작성

- (용도 및 업종 특성) 다양한 업종이 고루 혼합된 상권

업종 대분류별 업소 수는 음식점 > 수리·개인 > 소매 > 예술·스포츠 순으로 나타난다. 반면, 월평균 매출액은 음식점종이 772백만 원에 그치고 있는 데 반해, 소매업이 약 1,123백만 원으로 약 1.5배에 달한다. 세부 업종별로는 음식점 이외에 미용실, 입시교과학원 등의 업소 수가 많고, 업소당 매출액을 기준으로는 약국, 병·의원, 슈퍼마켓 등이 높은 편이다. 주로 낮 시간대에 이용할 수 있는 생활편의 서비스를 중심으로 소비가 이루어지고 있으나, 학원가, 유희·오락, 생활편의 서비스 지원시설, 음식점 등이 고루 혼합된 양상으로, 단일 업종에 특화되지 않은 상권임을 알 수 있다.



[그림 5-30] 서신동 상권 업종별 월평균 매출액 및 업소당 매출액 현황
출처 : 소상공인시장진흥공단. (2024). 업소정보 내부자료(2015~2023. 7)를 활용하여 연구진 작성



[그림 5-31] 서신동 상권 세부업종별 업소 수 및 업소당 매출액 현황
출처 : 소상공인시장진흥공단. (2024). 업소정보 내부자료(2015~2023. 7)를 활용하여 연구진 작성

- (업소 생존기간 및 폐업 현황) 생존기간이 비교적 길고 폐업비율이 낮은 상권

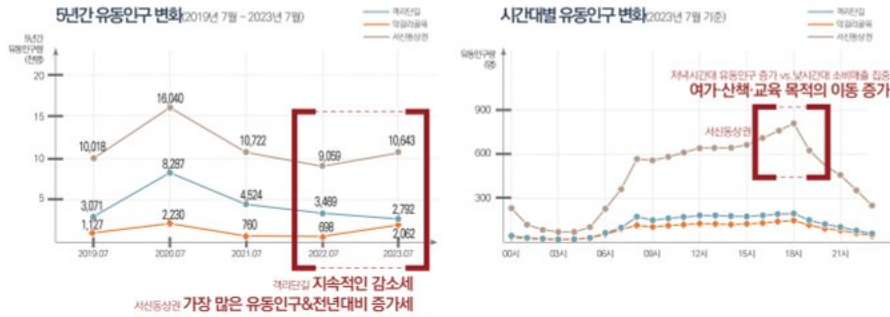
서신동 상권 내 업소의 평균 생존기간은 6.6년으로, 3개 지역상권 중 가장 길다. 또한, 폐업 점포 비율은 전체 업소 수의 2.1%로 심층 분석 대상지 3곳 중에서 가장 낮다.

- (가로별 유동인구) 주야간 이용이 지속되며, 단순 소비 목적보다는 여가, 산책, 교육 등의 체류형 서비스 이용이 높은 상권

주요 유동인구의 이동은 대로인 서신로를 중심으로 발생하며, 서신로와 교차하는 동서방향 도로인 서신천변 11·12길, 서신천변 5길 등의 유동인구가 많다. 서신동의 주요 동서방향 도로 중 서신천변 11·12길의 일평균 유동인구는 5,500~6,000명, 서신천변 5길

은 2,000~2,500명으로, 인접한 대규모 아파트단지의 배후상권 성격을 보이고 있다.

서신동 상권의 시간대별 유동인구량을 분석한 결과, 주로 낮 시간대에 소매 매출이 높은 상권이지만, 저녁 시간대 유동인구도 많은 상권임을 알 수 있다. 이는 서신동 상권이 단순 소비 목적보다는 여가, 산책, 교육 등의 체류형 서비스 이용이 높은 상권임을 의미한다.



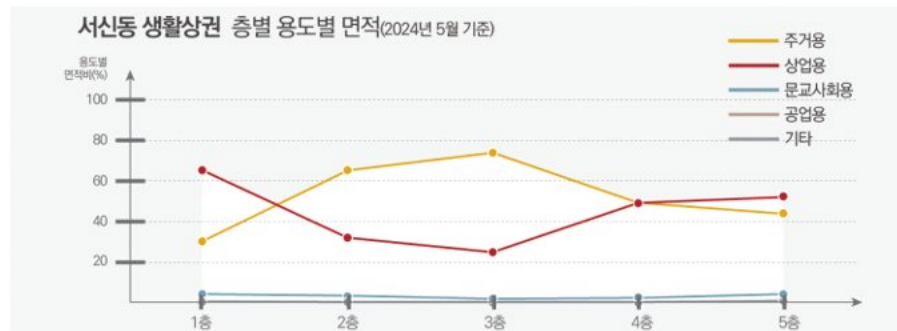
[그림 5-32] 분석대상 상권의 유동인구 변화 추이 및 시간대별 유동인구 변화 비교

출처 : 소상공인시장진흥공단. (2024). 유동인구 내부자료(2024.1)를 토대로 연구진 작성

□ 지역상권의 공간특성

- (건축물) 주거용과 상업용 혼재, 점포 겸용 주택 다수

서신동 상권의 층별 용도를 분석한 결과, 3층 이하 건물은 저층부에 상업시설이 위치하고 상층부는 주거 용도로 사용되는 다세대 주택이 많으며, 4층 이상의 건물은 상업 전용 건축물이 골고루 혼재된 양상을 보인다.



[그림 5-33] 서신동 생활상권 건축물 층별 용도별 면적 현황

출처 : 국토교통부 디지털트윈국토. (2024.1). 용도별건물정보. [https://www.vworld.kr/dtmk/dtmk_ntads_s002.do?svccde=NA&dslid=2\(검색일: 2024.04.08.\)](https://www.vworld.kr/dtmk/dtmk_ntads_s002.do?svccde=NA&dslid=2(검색일: 2024.04.08.))를 토대로 연구진 작성

- (공공공간) 거주민을 위한 기초생활 인프라 시설 고르게 분포

서신동 상권은 기초생활 인프라뿐만 아니라 공방, 스튜디오, 게스트하우스 등의 소규모 문화시설이 250m 반경 이내에 최소 1개소 이상 위치하고 있다. 또한, 서신동 상권 내 도보권에 위치한 공원은 총 6개소로, 약 300m~500m 간격으로 고르게 분포하고 있다.

- (주차장) 일부 구간 홀·짝수일 주차제 도입, 그러나 불법주정차 많은 편

상권 내 공영주차장이 설치되어 있고 일부 구간에서 홀·짝수일 주차제를 시행하고 있지만, 주차공간은 부족한 편이다. 주차 단속이 상시 이루어지는 것은 아니기 때문에 많은 방문객이 불법 주정차를 하고 있다. 일부 점포는 전면부를 차량이 가리지 못하도록 상습 주정차 구역에 화분이나 풍선 입간판 등을 설치하였다.



[그림 5-34] 서신동 상권 가로변 주차
출처 : 연구진 촬영

- (가로환경) 적당한 개방감과 위요감 제공, 생활에 필요한 다양한 업종이 혼재, 단순 구매를 하는 소매와 체류형 소비가 어우러진 상업환경

각 가로의 폭원과 그 가로에 면한 건축물의 평균 높이 비율을 산출하여 분석한 결과, 서신동 상권의 주요 가로인 서신천변 11길, 서신천변 5길, 전룡로 등의 D/H비는 1~2 사이로, 가장 적당한 개방감과 위요감을 가진 가로로 나타났다. 이들 가로는 서신동 상권 내에서 유동인구가 가장 많은 곳이다. 반면, 서신동 상권에 위치한 소로들은 모두 D/H비 1 이하로, 폐쇄적인 느낌을 준다. D/H비 1~2 사이의 가로는 서신동 상권 내에서 유동인구가 가장 많은 가로임을 고려할 때, 적당한 위요감과 개방감을 가진 가로는 실제로 방문객의 이동에 영향을 미치고 있음을 알 수 있다.

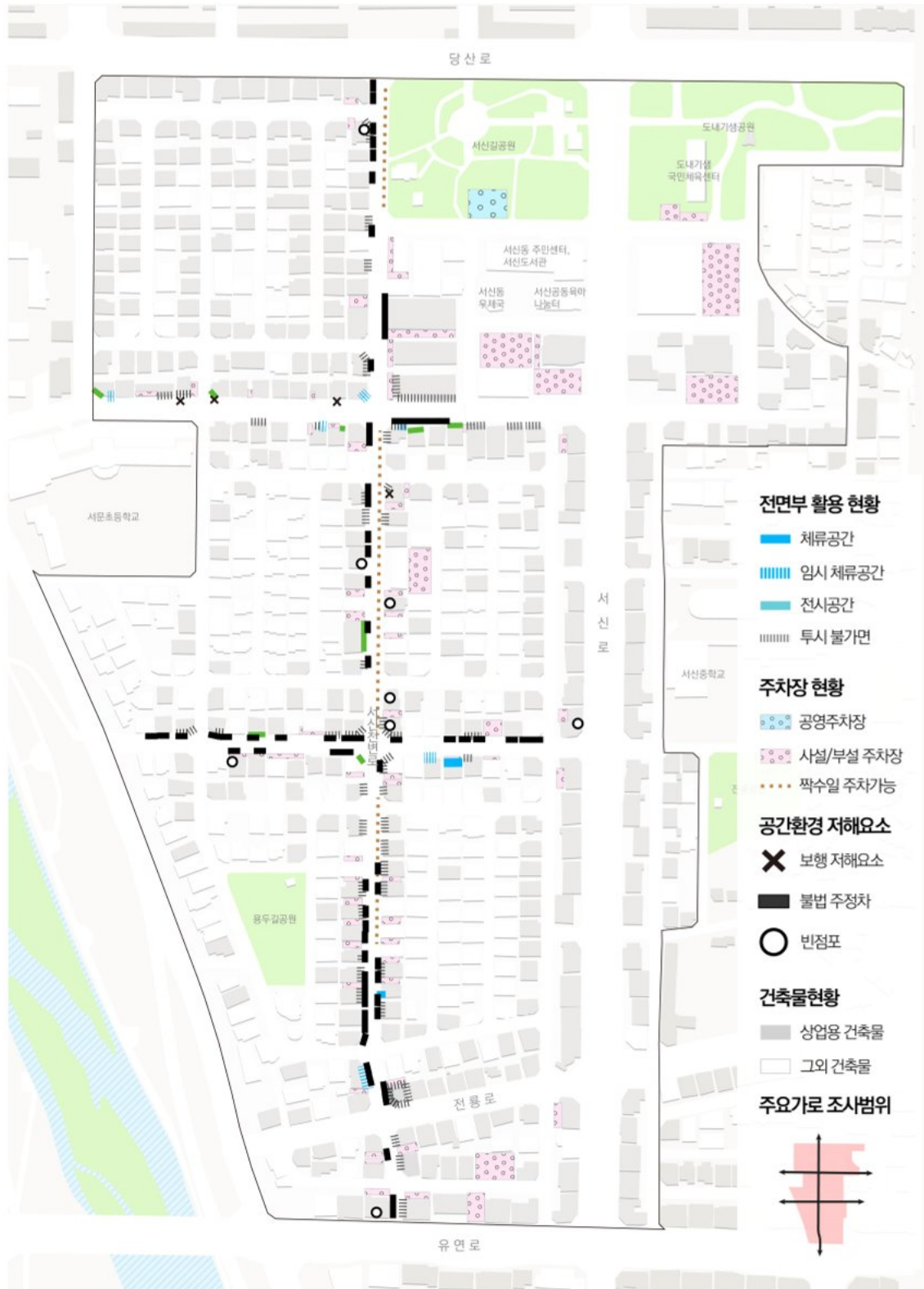
서신동 상권은 다양한 업태와 업종이 어우러져 있어 개성이 있거나 정돈된 느낌을 주지는 않지만 다채로운 분위기를 자아낸다. 예를 들어, 과일가게 옆에 맥주집이 있고, 카페와 식당 위층에 회사가 자리하는 등 다양한 목적을 가진 방문객들이 여러 시간대에 활기를 더할 수 있는 상권이다.



[그림 5-35] 서신동 상권 가로 D/H비
출처 : 연구진 작성



[그림 5-36] 서신동 상권 업종 혼합 예시
출처 : 연구진 작성



[그림 5-37] 서신동 상권 주요 가로환경 현황
출처 : 연구진 작성

□ 지역상권 공간관리 관련 현안

- (관련 사업 추진현황) 대규모 점포와 상생을 위하여 골목상권 축제 개최

서신동 상가번영회는 대형마트와의 상생을 위하여 “골목상권 드림축제”를 공동 주최하고 회원 상가 고객에게 마트 할인쿠폰을 제공하는 행사를 한시적으로 추진한 바 있다.

[표 5-17] 서신동 상권 추진사업 목록

사업명	주요내용	사업기간
전주 골목상권 드림축제	<ul style="list-style-type: none"> • 플리마켓 및 동네 식당 할인행사 • 이마트 할인 쿠폰 증정 	2021.11.~2022.01.
골목상권 활성화 사업	<ul style="list-style-type: none"> • 골목상권 활성화를 위한 이마트 전주점-서신동 상가번영회 동반행사 추진 • 서신동 상가 이용 시 이마트 할인권 증정 	2022

출처: 연구진 작성

- (공간 측면) 기존 상권 수요를 지속적으로 유지하는 한편 대규모 재개발로 인한 수요 증가에 대응하여 보행환경 개선 등 배후생활권과 연계 활성화 필요

서신동은 학원, 병원 등 다중이용시설이 밀집해 있고, 상권 주변부가 아파트단지로 둘러싸인 형태로 상권에 대한 수요가 지속될 것으로 전망된다. 더불어 서신동 상권으로부터 도보권 이내에 대규모 재개발 아파트단지가 조성되고 있어, 향후 배후생활권의 인구 증가에 대응하여 공간관리 방안을 마련할 필요가 있다.

현재 서신동 상권은 업종이 다양해 여러 점포를 연계 이용할 수 있다는 장점이 있으며, 공원녹지, 공공시설, 문화시설 등도 잘 갖추어져 있다. 따라서 배후생활권 내 주거인구를 도보로 원활하게 유입시킬 수 있도록 가로의 연결성 및 연속성을 향상시키고 매력 있는 공간환경을 조성하여 상권 활성화를 도모할 필요가 있다.

- (프로그램 측면) 대규모 점포와 지역상권의 연계소비 유도를 위한 상생 프로그램 필요

서신동 행정구역 내에 이마트와 롯데백화점 등 대규모 점포가 입지해 있지만, 이들이 서신동 상권의 주요 업종과 크게 중복되지 않는다.¹⁶¹⁾ 따라서 대규모점포로 인한 지역상권 피해에 집중하기보다는, 대규모점포의 집객력을 낙수 효과로 활용해 지역 상권을 활성화하기 위한 유도책이 필요하다. 대규모점포 소비자들이 지역 상권으로 자연스럽게 연계 소비를 할 수 있도록 주차 문제를 해소하기 위한 대책이 필요하며, 2022년에 서신동 상가 이용 시 이마트 할인권 증정하는 등 한시적으로 시행했던 ‘골목상권 활성화 사업’과 같은 프로그램을 지속해 대규모점포와 지역 상권의 상생을 도모할 필요가 있다.

161) 서신동 상권의 업소 수 : 음식점 > 수리·개인 > 소매 > 예술·스포츠 순

4) 삼천동 막걸리골목

지역상권	상권명	면적	업소 수	생활권 내외 유동인구 비중		업종다양성	상권유형	상권 매출액	업소 매출액	용도지역
				내	외					
	삼천동 막걸리골목	25,724㎡ (48,404㎡)	55 개	47.1%	52.9%	1.46	위락소매형	31.7억원/월	14백만원/월	1종일반주거지역 (단독주택 주)
생활권	생활권명	면적	잠재력 등급	인구수	인구밀도	주요 집객시설과 거리		평균공시지가	건물유형	
	남부2	2,060,462㎡	3등급	46,141명	22,398.5명/㎢	1901.m (완산구청)		56.1만원/㎡	단독·다가구주택	
주요특징 한옥마을과 연계 이용한 관광객이 많았으나, 최근 막걸리 골목의 이용객 급감으로 폐업/업종변경 증가('24.9 기준 막걸리 판매 점포 11개)										

□ 지역상권 및 배후생활권 개요

- (지역상권) 막걸리 특화 먹자골목으로 형성, 최근 막걸리 판매점포 급감 및 쇠퇴진행

삼천동 막걸리골목은 제1종 일반주거지역에 위치한 면적 25,724㎡ 규모의 상권으로, 3~4층의 다가구·다세대 밀집지역에 입지한 먹자골목이다. 업소 수는 총 62개로, 이 중 음식점이 72.6%(45곳)를 차지하며 전주시 위락소매형 지역상권의 평균 업종다양성 지수(3.84)를 고려할 때 삼천동 막걸리골목의 업종다양성 지수는 1.46으로 낮은 편이다. 상권의 매출액과 업소 수는 지난해보다 소폭 감소하며 정체(유지) 상태이다. 그러나 2017년 21곳¹⁶²⁾이던 막걸리 판매 업소가 코로나 팬데믹과 경기침체 영향으로 2024년에는 11곳¹⁶³⁾으로 급감하여 '막걸리' 테마를 가진 상권의 특성이 점차 약해지고 있다.



[그림 5-38] 삼천동 막걸리골목 입지현황
출처: 연구진 작성

162) 지역농업연구원 (2017). 『삼천동 막걸리』 문화콘텐츠 강화 등 활성화를 위한 기본계획 수립 용역. 전주시청. p.18.

163) 삼천동 막걸리골목 상인회 면담(2024.09.02.)에서 확인된 내용임

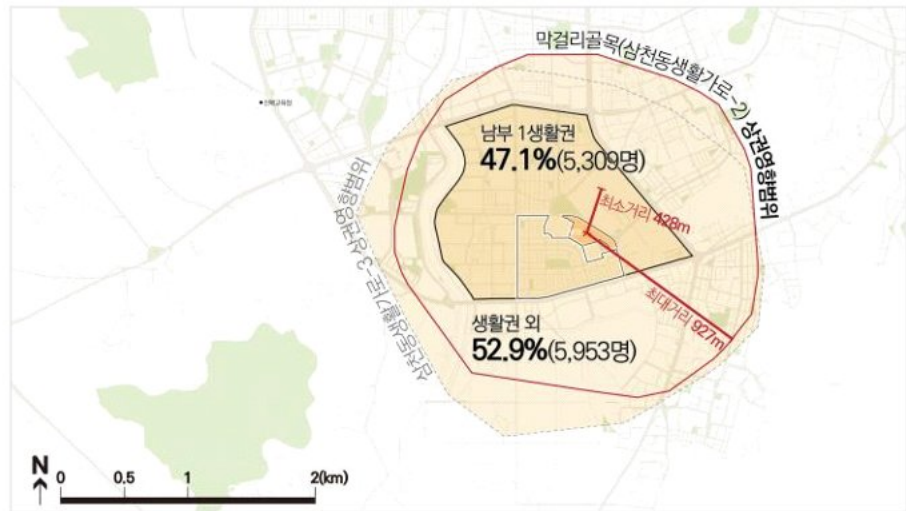
- (배후생활권) 높은 주거인구 비율과 인구밀도, 60대 이상 고령자 비중 큼

주변지역은 아파트단지와 대규모 단독주택지 등 제1종~제3종 일반주거지역으로 이루어져 인구밀도가 높은 편이다. 배후생활권은 주거인구가 약 74.6%로 매우 높으며, 60대 이상 고령자의 거주비율이 높은 비중을 차지하고 있다.

□ 지역상권의 이용 및 운영 특성

- (상권 영향범위) 배후생활권 내 유동인구 비율이 47.1%로 거주민 이용 비중 높음

상권의 영향 범위는 상권이 위치한 남부1생활권을 중심으로 하며, 생활권 내부의 유동인구 비율이 전체의 47.1%를 차지한다. 이는 인근 지역에서의 방문객 비율이 비교적 낮은 것으로 나타나 막걸리골목은 관광객에 크게 의존하기보다는 주로 해당 생활권(남부1생활권)에 거주하는 주민을 중심으로 소비되는 상권임을 알 수 있다.



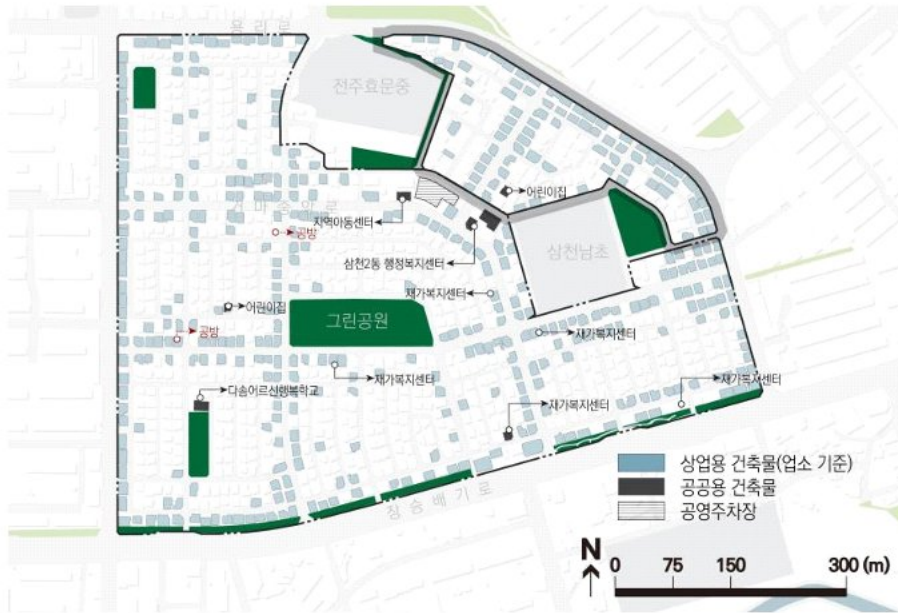
[그림 5-39] 삼천동 막걸리골목 상권영향권

출처 : 연구진 작성

- (접근성과 집객시설 인접성) 대중교통이 불편하고 주요 관광지로부터 멀리 떨어진 곳에 위치

막걸리골목은 주요 대중교통로인 백제대로에 면하지 않으며, 백제대로에서 막걸리골목까지는 도보로 15~20분 거리에 위치하고 있어 차량으로 접근하는 것이 더 유리하다.

막걸리골목은 반경 1km 이내에 관광문화시설 등 집객시설이 위치하지 않는다. 가장 가까운 공공기관은 완산구청이며, 가장 가까운 관광문화시설은 국립전주박물관으로 상권에서 약 2~3km 떨어져 있어 물리적으로 상권과의 연계성은 찾기 어렵다.



[그림 5-40] 삼천동 막걸리골목 가로활성화시설 현황

출처 : 연구진 작성

- (용도 및 업종특성) 업소 수 기준으로는 유흥형 먹자골목 상권, 그러나 매출액 기준으로는 생활밀착형 상권으로 변화 중

막걸리골목은 음식점 위주의 상권으로, 업종 다양성 지수가 낮은 편에 속한다.¹⁶⁴⁾ 업종 특화도 지수에서도 음식과 예술·스포츠 업종이 가장 높은 것으로 나타나, 유흥형 먹자골목 상권으로 분석된다.

업종별 업소 수와 월평균 매출액을 살펴보면, 음식점 > 소매 > 예술·스포츠(유흥·오락) 순으로 나타난다. 그러나 업소당 매출액을 기준으로 살펴보면, 소매업이 음식업의 약 1.7배를 차지한다. 이와 관련하여, 인접한 삼천동-3 상권에서는 소매와 음식점의 매출 업소 수가 비슷하지만 음식점 매출이 매우 낮다. 이는 먹자골목 중심의 막걸리골목(삼천동-2) 상권과 생활 편의 서비스 중심의 삼천동-3 상권이 유사한 소비패턴을 보인다는 것을 의미한다. 이는 막걸리골목의 먹자골목 상권의 특성이 많이 사라지고 생활 밀착형 상권으로 변화하고 있음을 시사한다.

- (업소 생존기간 및 폐업점포 현황) 생존기간 및 폐업을 양호한 편

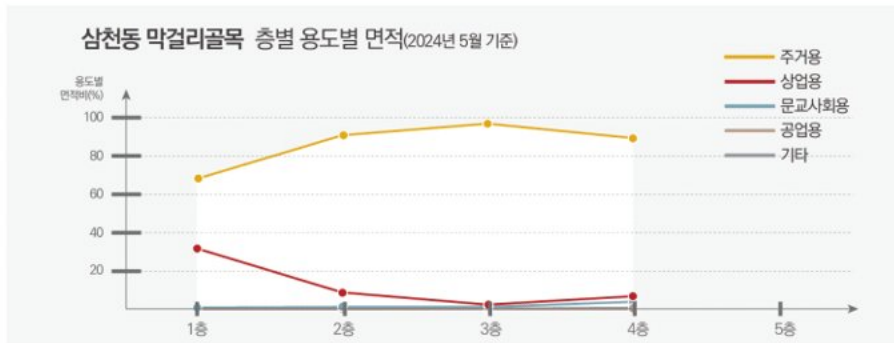
점포의 평균 생존기간은 6.2년. 폐업 점포 비율은 전체 업소 수의 2.9%이다. 폐업점포는 주요 가로가 아닌 이면가로에 집중되고 있다.

164) 삼천동 막걸리골목 업종다양성 지수 : 1.45 / 전주시 내 위락소매형 지역상권 평균 3.84

□ 지역상권의 공간적 특성

- (건축물) 4층 이하의 저층 건축물로 2층 이상부터 대부분 주거용으로 이용

막걸리골목 일대는 가로변에 면한 건축물을 제외한 67.7%의 건축물이 1층 부 용도가 주거로 구성되어 있으며, 상층부로 갈수록 주거 비중이 100%에 근접한다. 가로변에 면한 건축물의 경우 1층 부의 상업용도가 전체의 31.4%를 차지하지만, 2층 이상으로 갈수록 상업 비중이 급격히 감소하여 대부분이 주거용으로 사용되며, 일부 가로변 저층부에만 상업용 시설이 위치하는 특징이 있다.



[그림 5-44] 삼천동 막걸리골목 건축물 층별 용도별 면적 현황

출처 : 국토교통부 디지털트윈국토. (2024. 1). 용도별건물정보. [https://www.vworld.kr/dtmk/dtmk_ntads_s002.do?svcd=NA&dslid=2\(검색일: 2024.04.08.\)](https://www.vworld.kr/dtmk/dtmk_ntads_s002.do?svcd=NA&dslid=2(검색일: 2024.04.08.))를 토대로 연구진 작성

- (공공공간) 문화·여가 관련 인프라 부족하나, 인근 주거지의 돌봄 인프라 조성

문화·여가와 관련된 인프라는 부족한 지역이나, 인접 생활권과 더불어 어린이집·유치원, 경로당, 의원, 약국 등 돌봄에 관한 시설은 국가최저기준을 만족한다.

- (주차장) 주차장 확보 미흡, 불법 주정차로 인한 보행환경 저해

삼천동 막걸리골목은 주거인구 비율이 높음에도 불구하고 주차장 확보가 미흡하다. 2009년 200여 면의 삼천2동 공영주차장이 건립되었으나, 기존 주민과 상인들의 주차 수요를 충족하기에는 부족한 것으로 보인다. 이로 인해 불법주정차, 특히 개구리 주차가 만연해 있다. 상인회는 차량 통행이 적은 시간대에 한시적으로 주차를 허용하는 방안을 제시했으나, 주거인구 비율이 높은 지역 특성상 이를 추진하기가 어려운 상황이다.

- (가로환경) 전반적으로 보행환경이 혼잡하고 미관 저하, 대부분 상점 전면부 점포 소개를 위한 홍보물을 시트지 형태로 마감하여 투시성 및 상점 체험 부족

막걸리골목 및 삼천동 상권의 주요 생활 가로인 거마중앙로, 거마남로, 거마서로, 거마산로의 D/H비는 1~2 사이로 적당한 위요감과 개방감을 가진 가로로 나타났다. 세가로

인 동서 방향 이면가로는 D/H비 0.5~0.6으로 폐쇄적인 가로로 도출되었다. 적당한 위
요감과 개방감을 가진 가로가 실제로 방문객의 이동에 영향을 미치고 있음을 알 수 있다.

대상지 주변의 주요 도로인 용리로와 내부 생활가로인 거마중앙로, 거마서로, 거마산로
는 보차분리형 도로로 구성되어 있지만, 개별 단독주택을 연결하는 국지도로는 모두 보
차혼용 형태다. 보차분리형 도로를 중심으로 내부 블록을 통과하는 차량 교통이 발생해
보행자와 차량이 혼잡하게 얽히고 있다. 삼천동 막걸리골목 내 상점들은 보도의 유무에
따라 전면부를 다르게 활용하고 있다. 보도가 있는 구간에서는 개구리 주차, 풍선형 입
간판, 막걸리 적치 및 대기 공간 등이 혼재해 보행로가 좁아지고, 주차차와 일반 보행자
간 충돌 가능성이 높다. 보도가 없는 구간은 불법 주차, 주차금지 시설물, 실외기, 음식물
쓰레기통 등으로 인해 보행자가 차로를 통해 이동해야 하는 상황이다.

상점들의 입면이 유사하고, 획일적인 간판 디자인으로 인해 점포 간 차별성이 부족하다.
특히 상점의 전면부 대부분이 시트지로 차폐되어 상점 내부에 대해 시각적인 체험이 불
가능하고 상점의 영업 여부를 알기 어렵다. 이에 따라 상점이 활발하게 운영된다 하더라
도 상점 내부가 외부 가로와 단절되어 거리의 활력으로 이어지기는 어렵게 보인다.



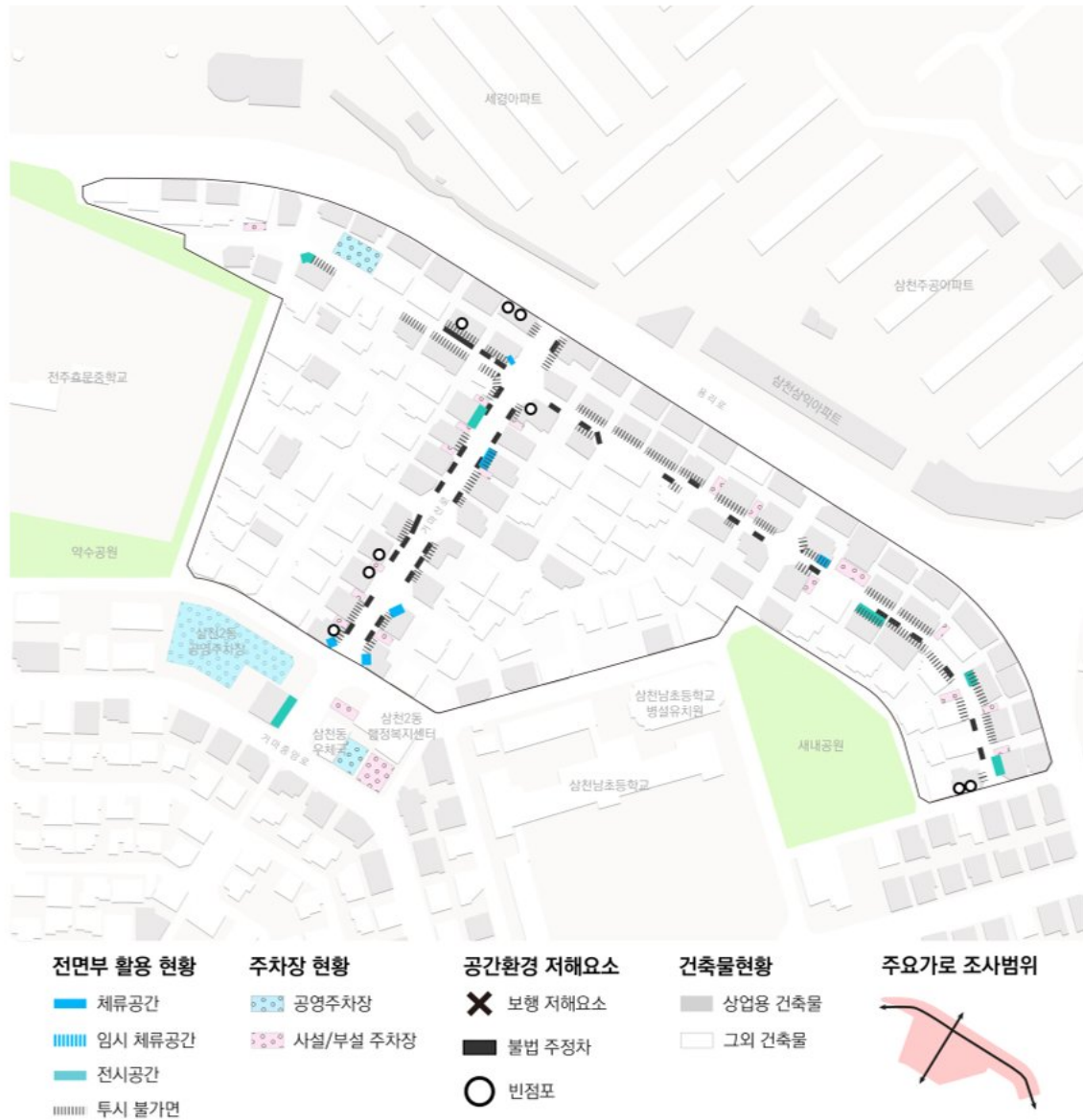
[그림 5-45] 삼천동 가로 D/H비
출처 : 연구진 작성



[그림 5-46] 삼천동 막걸리골목 가로변 주차 현황
출처 : 연구진 촬영



[그림 5-47] 삼천동 막걸리골목 점포 전면부 현황
출처 : 연구진 촬영



[그림 5-48] 삼천동 막걸리골목 주요 가로환경 현황
출처 : 연구진 작성

□ 지역상권 공간관리 관련 현안

- (관련 사업 추진현황) 간판, 사인물, 조명 중심의 단순 시설 개선사업 추진

삼천동 막걸리골목은 2007년에 테마업소 조성사업을 통해 업소 내·외부 시설을 개선하였고, 2011년에는 가로변 인도 정비, 띠녹지 조성, 진입 사인물 설치 등 공용부 환경 개선 사업을 실시하였다. 이후에도 주기적으로 내·외부 시설 개선과 도로, 조명, 간판 등 경관 개선 사업이 관 주도로 진행되어 왔다. 2017년에는 『삼천동 막걸리』 문화콘텐츠 강화 등 활성화를 위한 기본계획 수립 용역'을 실시하여, 삼천동 막걸리골목의 자원을 분석하고 지역주민, 관광객, 상인의 인식조사를 통해 활성화 전략을 마련하였다. 해당 연구에서는 물리적 시설 개선사업 중심의 한계를 지적하며, 골목의 문화적 해석과 적용을 통한 문화, 커뮤니티, 스토리텔링 전략의 필요성을 제시하였다. 그러나 연구용역 종료 이후, 매년 개최하는 막걸리 축제 외에는 소프트웨어 사업 추진 성과가 미미하다.

[표 5-18] 삼천동 막걸리골목 관련 추진사업

구분	사업명	주요내용	비고
HW 사업	전통 막걸리골목 테마업소 조성사업 (2007)	<ul style="list-style-type: none"> • 30개 업소 시설개선자금 지원 • 한지 등 제작 및 설치, 막걸리 지도 제작 및 배포 	예술인 9개 단체 1:1 결연 후 테마업소 조성
	삼천2동 공영주차장 조성 (2007~2009)	<ul style="list-style-type: none"> • 200여 면 규모 공영주차장 조성 	
	삼천동 막걸리골목 경관개선사업 (2011~2013)	<ul style="list-style-type: none"> • 인도 정비, 띠녹지 조성 • 진입 사인물(상징 조형물, 조명등) 설치 	
	막걸리업소 시설개선사업 (2012~2013)	<ul style="list-style-type: none"> • 화장실 개보수, 도배 및 바닥장판 교체, 간판 정비 	
	삼천1동 막걸리골목 경관개선사업 (2013~2014)	<ul style="list-style-type: none"> • 도로 재포장, 경관등 설치 	
SW 사업	삼천동 막걸리골목 간판개선사업 (2019~2020)	<ul style="list-style-type: none"> • 노후 간판 철거, 신규 간판 설치(청사초롱) 	전북 공모사업 (작고 예쁜 간판 꾸미기)
	전주 국선생 마프로젝트 (2006~2013)	<ul style="list-style-type: none"> • 전주 막걸리 문화 관광상품화 및 산업화 • 막걸리업소 밀집지역 실태조사 	2011년 지역발전위원회 창조지역사업 선정, 삼천동 골목과 직접연계사항 없음
	막걸리 문화콘텐츠 개발사업 (2011)	<ul style="list-style-type: none"> • 전주막걸리 스토리텔링 • 웹 및 QR코드, 막걸리 여행지도 제작 	
	막걸리 상품개발 (2012~2013)	<ul style="list-style-type: none"> • 고급 막걸리·막걸리 활용 발효식품·전통누룩 개발 • 국선생 캐릭터 개발 	삼천동 골목과 직접적 연계사항 없음
	삼천동 막걸리골목 막걸리 축제 (2013~2015)	<ul style="list-style-type: none"> • 먹거리 및 문화공연 중심의 축제 	
	삼천동 막걸리골목王大포축제 (2016~2018)	<ul style="list-style-type: none"> • 먹거리 및 문화공연 중심의 축제 	
	삼천동 골목문화 축제 (2023)	<ul style="list-style-type: none"> • 먹거리 및 문화공연 중심의 축제 	주민자치위원회 동네지킴이 주최
전주 막걸리 축제 (2024)	<ul style="list-style-type: none"> • 전주시 관내 막걸리 및 안주 조리 판매 행사 	전주페스타 연계	
연구 사업	『삼천동 막걸리』 문화콘텐츠 강화 등 활성화를 위한 기본계획 수립 용역 (2017)	<ul style="list-style-type: none"> • 삼천동 막걸리골목 자원 분석 • 주민, 관광객, 상인 인식조사, 활성화 전략 제시 	

출처: 연구진 작성

- (공간 측면) 상인들의 약속을 통한 점포 전면부 환경 가꾸기 사업추진 필요

삼천동 막걸리골목 거마산로의 보행로는 폭이 좁고, 개구리 주차와 풍선형 입간판으로 인해 전면부 대기공간 환경이 열악해지고 있다. 주민과의 갈등은 주로 막걸리 판매 점포에서 발생하고 있으므로, 막걸리 판매 점포를 주축으로 보행환경을 저해하는 거치물 제거에 대한 약속을 통해 공공공간을 가꾸어나갈 필요가 있다.

- (프로그램 측면) 변화한 상권의 성격과 상인들의 요구를 고려하여, 상권을 재활성화하기 위한 전문가 지원 필요

삼천동 막걸리골목은 막걸리를 주요 품목으로 하는 먹자골목으로, 음식업종에 치중된 상권이지만, 실제 소비 패턴을 보면 소매점 매출이 음식점 매출의 약 1.7배에 달해 생필품, 의류 등 생활 밀착형 소매품이 중심인 상권으로 나타났다. 이는 막걸리골목으로서 상권의 특성이 점차 상실되고 있음을 의미한다.

한편, 상인들은 삼천동 막걸리골목이 테마거리이자 관광지로서 상징성이 강화되기를 바라고 있다. 막걸리골목은 타 상권에 비해 공간 개선사업이 다수 추진된 곳이지만, 약 10여 년 전 설치된 경관등, 알림판, 상징물 등이 매우 노후된 상태로 노후 시설물을 개선하고 막걸리골목의 특색을 살린 공간환경 개선이 필요하다. 또한, 삼천동 막걸리골목은 전주시의 주요 관광지인 한옥마을 등을 방문하는 관광객들이 찾는 코스 중 하나인데, 올해 들어 관광객 수가 급감하고 있다. 이에 한옥마을 등 주요 관광지와 막걸리골목을 연계하려는 노력이 필요하지만, 삼천동이 주요 관광지나 숙박지역에서 차로 약 10분 정도 소요되는 거리에 위치해 있어 상인들만의 노력으로는 한계가 있다. 상인들의 요구와 상권 특성 분석 결과가 일치하지 않는 상황에서, 막걸리골목의 방향성을 함께 고민하고 개선해 나갈 전문가의 지원이 필요한 시점이다.

- (거버넌스 측면) 주민과 상인 간 갈등 해소를 위한 공동체 기반 상권 활성화 필요

삼천동 막걸리골목은 주거지역에 위치해 주민과 상인 간 마찰이 빈번하게 발생한다. 주민과 상인 간 화합을 도모하고 동 전체를 활성화하기 위해 일부 업소가동발전협의회에 기부하고 있다고 하나, 오랜 경제 침체로 인해 상인회 차원의 전체 참여를 이끌어내기 어렵다. 현재 '삼천동 상인회'는 막걸리 판매 점포와 방앗간, 미용실, 식당 등 약 24개 점포가 참여하고 있다. 상인회를 중심으로 주민과 상인 간의 갈등을 줄이고 상권을 활성화하기 위해 공동체 기반의 프로젝트를 추진해야 한다. 이를 위해서는 상인회의 결속력을 강화하고 더 많은 상인들의 참여를 유도하기 위한 노력이 필요하다.

4. 소결

□ 지역상권별 수요 및 공간 특성에 따른 공간관리 현안

지역상권의 전반적인 관리 방향의 설정을 위해서는 지역상권별로 수요 및 공간 특성을 파악하여 해당 상권 공간관리를 위한 현안을 도출할 필요가 있다.

지역상권의 수요는 상권마다 배후생활권 내에 집중되기도 하고 보다 넓은 범위에서 외부 수요에 의존하기도 한다. 일반적으로 인구감소 및 저성장시대에는 외부 수요에 의존하기보다는 1차적으로 배후생활권 수요에 대응하는 기능을 강화하면서 특성화하여 상권의 영향범위를 고려한 상권 활성화를 도모하는 것이 바람직한 방향이라 할 수 있다. 따라서 배후생활권 내에서의 소비패턴이나 시간대별 유동인구 등을 파악하여 상권 내 부족한 서비스 기능이나 시설을 파악할 필요가 있다.

지역상권의 공간 특성은 형태 차원과 운영 차원에서 구분하여 살펴볼 수 있다.

상권의 형태는 상권 형성과정에서 주어진 물리적 조건으로서 토지이용, 건축물, 필지 패턴, 가로 패턴 네 가지 구성요소로 구분해 볼 수 있다. 네 가지 요소 중 가장 쉽고 빠르게 변화하는 것은 건물에 담기는 용도이고 그 다음이 건축물이다. 필지 패턴은 합필과 분할에 따라 변화하고, 가로 패턴은 가장 바뀌기 어렵다.¹⁶⁵⁾ 상권에서도 가장 쉽게 변할 수 있는 것은 건물의 용도이다. 객리단길의 경우 비교적 짧은 기간 내 상업화되면서 빠르게 주거용도가 상업용도로 바뀌었고, 서신동과 삼천동은 본래 다가구·다세대주택이었던 것이 점포 겸용으로 바뀐 것이 많다. 건축물의 변화는 상권이 활성화와 관련이 있다. 객리단길이 활성화되는 시기 기존 주택의 상업용도 전환을 위한 건축물 리모델링이나 재건축이 자주 일어났던 것에 비해 서신동과 삼천동에서는 상가 인테리어 수준을 넘어선 건축물 리모델링이나 재건축은 찾아보기 어렵다.

하지만 건축물 및 필지의 큰 변화는 주로 공공부문에 의해 일어난다. 객리단길과 객사길 상권 사이 기존 대규모 주차장 부지에 공공시설(독립영화의 집)을 건설 중이며, 삼천동에서는 주차난 해결을 위해 여러 필지를 합필하여 공영주차장 시설을 조성하였고, 서신동 상권 일대에는 여러 공공기관 건물이 자리 잡고 있다. 이와 같이 공공시설의 조성은 상권의 공간변화와 특성에 큰 영향을 미치는 요소이다.

한편 상권이 운영되는 과정에서는 공공이 개입하여 가로 및 보행 체계의 변화를 주기도

165) Conzen, M.P. (1960). Alnwick: s study in town plan analysis. *Transactions, Institute of British Geographers*, 27, 1-122; Matthew Carmona, Tim Heath, Taner Oc, Steve Tiesdell. (2009). 도시설계 장소만들기의 여섯 차원. 강홍빈, 김기호, 김도년, 양승우, 이석정, 정재용 공역. 대가, p.119 재인용.

한다. 객리단길에서는 방문객들의 안전과 거주자의 불편을 해소하기 위해 가로 패턴의 변화 없이 가로 체계를 일방통행으로 바꾸고 기존 보차혼용 구간을 일부 보차분리로 변경하였다.

지역상권 내 가로환경은 상권의 매력을 결정하는 중요한 요소이다. 가로의 너비(D)와 건축물 높이(H)는 방문객들이 가로를 거닐 때 공간의 분위기에 영향을 미친다. 일반적으로 D/H 비율이 1~1.5 정도¹⁶⁶⁾일 때 위요감을 갖고 편안함을 느끼게 되므로 공간관리를 위해 이를 참고하되 상권의 공간 특성에 따라 달리 접근할 필요도 있다. 삼천동 상권의 내부 소로에서는 폐쇄적인 느낌으로 다가올 수 있는 D/H 비율이 객리단길의 좁은 가로에서는 오히려 장소의 매력을 높이는 요소가 될 수 있기 때문이다.

가로의 분위기는 운영되는 상점들의 전면공간의 형태와도 밀접한 관련이 있다. 상권을 이용하는 방문객들이 가로를 거닐 때 전면공간에서 일어나는 교류 활동은 상권에 활력을 주는 요소가 된다. 객리단길에서는 상점의 전면공간에 방문객들이 이용하거나 잠시 체류할 수 있는 공간이 많은 편이며 상점의 내부가 잘 보이게 연출된 곳이 많아 가로의 활력을 더한다. 반면 삼천동 상권 내 상점들은 전면공간이 시트지, 광고물, 에어컨 실외기, 적치물, 불법 주정차 등으로 인해 보행이 불편하고 시각적인 즐거움을 주지 못한다. 서신동의 가로는 가로변 상점의 전면공간이 제각각 구성되어 연결된 상업가로로 인식하기 어렵고 뚜렷한 개성이 없어 단조로운 분위기를 연출한다.

이와 같이 지역상권의 수요 및 공간 특성에 따라 공간관리의 이슈는 상권마다 다르게 도출될 수 있다. 공간관리의 이슈는 물리적 공간 측면, 프로그램 측면, 그리고 공간관리를 실행하기 위한 거버넌스 측면에서 구분하여 살펴볼 수 있다.

물리적 공간 측면에서 공통적인 이슈는 주로 주차장 확보, 불법주정차 문제와 보행환경 개선에 관한 사항이다. 하지만 가로 형태는 쉽게 바꾸기 어렵고 대규모 공영주차장을 확보하기 어려우므로 상권마다 수요나 공간 특성에 따라 보다 구체적인 이슈를 도출할 필요가 있다. 예컨대 객리단길에서는 공영주차장이 절대적으로 부족하다는 의견이 많으나 민영주차장이 충분히 활용되지 않는다는 점이 이슈가 될 수 있다. 물리적 공간 측면에서 공통적인 다른 이슈는 상권마다의 특징이 부족하다는 것인데 이것도 상권의 특성에 따라 이슈가 다르게 도출할 수 있다. 객리단길의 경우 본래 개성 있는 소규모 카페나 음식점으로 인해 활성화된 상권인 만큼 기존의 필지 및 건축물 규모의 유지, 가로 활력을 위한 전면공간의 활용을 증진시키는 것이 이슈가 될 수 있다. 삼천동은 막걸리골목이

166) Llewelyn-Davis. (2006). 도시설계 개론. 김경배, 이제선, 권성실 역. 서울시정개발연구원, pp.88-89.

란 명성에 걸맞은 디자인의 특화거리 조성, 서신동 상권은 가로의 연결성과 매력이 높이는 것이 주된 이슈가 될 수 있다.

프로그램 측면의 이슈는 상권의 기능과 관련되며, 배후생활권의 수요에 따라 다르다. 객리단길의 경우 상권 특성상 유행과 경기 변화에 민감한 업종이 많아 업소 생존기간이 상대적으로 짧은 편으로 공공이 추진하는 도로 정비나 시설 조성이 인접 업소에 큰 피해를 주기도 한다. 삼천동의 경우 경기침체로 인해 막걸리특화 업종의 줄어드는 것과 배후주거지 수요에 대응하는 기능이 부족한 점이 주요 이슈라 할 수 있다. 서신동의 경우 다양한 업종이 혼재되어 있어 주야간대 유동인구뿐만 아니라, 단순 소매와 체류의 소비활동 형태가 혼합되어 있고 주변 공공 및 공원시설로 소비활동 외의 문화여가 활동을 할 수 있는 여건을 가지고 있어 비교적 양호한 프로그램을 구성한 것으로 판단된다.

거버넌스 측면에서는 지역상권 공간관리를 주도할 주체가 필요한데 특정 정책사업을 추진하지 않는 경우 상인회, 지역발전협의회 등 자체적인 조직이 없거나 있는 경우에도 결집력과 전문성이 부족한 문제가 있다.

[표 5-19] 전주시 3개 지역상권 심층분석 종합

구분		중앙동 객리단길	서신동 생활상권	삼천동 막걸리골목
지역상권 및 배후생활권 개요	상권 규모 (면적/점포수)	0.10km ² / 154개	0.27km ² / 182개	0.05km ² / 55개
	상권 용도지역	일반상업지역, 제1종 일반주거지역	제1종 일반주거지역	제1종 일반주거지역
	상권 쇠퇴 정도	정체	정체	정체
	배후생활권 인구	3,199명(4,154.5명/km ²)	28,089명(18,358.8명/km ²)	46,141명(22,398.5명/km ²)
	배후생활권 잠재력	1등급	3등급	4등급
수요 및 운영 특성	배후생활권 내·외 수요 (내:외 비율)	외부 방문객 중심 (9.3 : 90.7)	외부 방문객 우세 (23.2 : 76.8)	내·외부 방문객 비중 유사 (46.1 : 52.9)
	가로활성화 시설	부족	만족	일부 부족
	업종다양성	1.55	2.99	1.46
	업종특화도	음식·숙박업종 특화	예술·스포츠, 교육, 수리·개인, 음식 등	음식·유흥업종 특화
	업소 생존기간 평균(중위)	5.4년 (3.0년)	6.6년 (4.0년)	6.2년 (4.5년)
	폐업점포	전체업소 대비 8.4%	전체업소 대비 2.1%	전체업소 대비 2.9%
	빈점포(중심가로변 1층 기준)	50~60m당 1개 수준	눈에 띄지 않는 수준 (일부 블록 구간은 50m당 1개 수준)	40m당 1개 수준

구분		중앙동 객리단길	서신동 생활상권	삼천동 막걸리골목
공간 특성	가로 및 보행 체계	일부 도로 구간은 일방통행으로 정비, 보차혼용 구간이 대부분이나 일방통행 구간은 보행로 확보	중로 이상 도로는 보차분리, 내부 소로는 보차혼용	중심가로는 보차분리, 내부 소로는 도차혼용
	건축물	단층 주거용 건축물과 중층(5층 이하) 상업용 건축물 혼재, 부정형 필지에 층수 및 형태 다양	점포 겸용 다가구·다세대 주택(4층 이하) 다수, 일부 신축, 격자형 필지에 단조로운 형태	점포 겸용 다가구 주택(3층 이하) 다수, 노후건축물 다수, 격자형 필지에 단조로운 형태
	공공 공간	없음	근린공원 2개소	근린공원 1개소(상권 외곽)
	주차장	공영주차장(소규모 노상주차), 민영주차장 다수, 불법주정차 많음	공영주차장(131면), 일부 도로 노상주차(홀짝제), 불법주정차 많음	공영주차장(194면), 도로변 주차 일부 허용, 불법주정차 많음
	가로 환경	중심가로 D/H 1.5 내외(위요감) 내부소로 D/H 1.0 이하(폐쇄적)	중심가로 D/H 1.0~1.5(위요감) 내부소로 D/H 1.0 이하(폐쇄적)	중심가로 D/H 1.2 내외(위요감) 내부소로 D/H 1.0 이하(폐쇄적)
		상점 전면의 체류공간이 많은 편이고 투시성이 높아 가로에 활력이 있으나 불법 주정차가 이를 저해	넓은 면적에 걸쳐 격자형으로 구성된 가로는 단조롭고 뚜렷한 특징이 없음. 상점 전면공간은 보행 이외의 활동을 유도하는 요소가 없는 편. 내부가로변은 불법주정차로 인해 보행환경이 쾌적하지 못함	상점 전면 시트지, 설비, 광고물 및 적치물 등으로 인해 공간의 투시성이 낮고 가로변 주차와 보도 포장의 불량하여 쾌적하지 못함. 중심가로 가로수의 높이와 밀도가 높은 것이 특징
공간관리 이슈		(공간) 기존 대규모 공영주차장 부지에 '독립영화의 집' 건립 중으로 방문객 주차 불편. 또한 공사 지연에 따라 상인들의 불편도 가중	(공간) 상권이 비교적 넓은 면적에 걸쳐 있으나 단조로운 형태이며 가로에 활력을 줄만한 요소 부족	(공간) 방문객 주차공간 부족하고 불법 주정차로 인해 보행 불편, 특화 업종이 밀집해 있으나 단조롭고 폐쇄적인 외관으로 특징 부족. 상징 시설물의 유지 관리 미흡
		(프로그램) 유행과 경기 변화에 민감한 업종의 특성상 생존기간이 짧은 편	(프로그램) 인접한 대규모 점포 및 상권 내 가로활성화 시설과 연계된 프로그램은 미흡. 인접한 주택재개발사업으로 인한 변화 예측 및 대응 필요	(프로그램) 막걸리특화 업종 침체, 배후 주거지 수요에 대응하는 기능 부족
		(거버넌스) 지역발전협의회가 있으나 상인, 주민, 임대인·임차인 등의 이해 관계가 달라 결집력이 약함	(거버넌스) 상인회 등 상권 활성화를 도모할 조직 부재	(거버넌스) 상권 재활성화를 위해 상인회를 재결성하였으나 전문성 부족. 야간 방문자가 많은 상점의 특성으로 상인과 거주자 간 일부 갈등요소 있음

출처 : 연구진 작성

□ 배후생활권을 고려한 지역상권 관리 방향의 시사점

지방자치단체 차원에서 지역상권을 관리하고 활성화하고자 하는 경우 지역상권의 특성과 배후생활권의 잠재력을 함께 고려하여 공간관리 방향을 설정할 필요가 있다. 배후생활권은 지역상권의 기능과 특성을 규정하는 중요한 요인으로 특히 전주시와 같이 전반적으로 상권이 쇠퇴하거나 포화인 지역에서는 배후생활권의 수요를 우선적으로 만족시킬 수 있는 방향으로 공간을 관리하고 개선시키는 것이 바람직하다.

지역상권이 쇠퇴하는 상황에서 배후생활권의 잠재력이 큰 경우 그 잠재력을 최대한 활용하여 상권을 재활성화하는 방향을 모색할 필요가 있다. 배후생활권의 잠재력과 자원을 분석하여 지역상권의 기존 이미지나 기능을 새롭게 재정립하고, 배후생활권의 잠재 구매인구가 상권을 쉽게 이용할 수 있도록 교통 및 보행 체계를 개선하거나 편의시설을 확충하는 것을 검토할 필요가 있다. 또한 배후생활권의 잠재력이 큰 만큼 상권 쇠퇴에 따라 발생하는 빈점포를 대상으로 하는 소규모 창업 지원도 효과적일 수 있다.

지역상권이 쇠퇴하는 상황에서 배후생활권의 잠재력도 작은 경우에는, 일반적으로 외부 수요를 창출하기 위해 상권의 기능과 공간을 특화하는 전략이 필요하며 한편으로는 배후생활권의 인구가 적더라도 상권을 생활권의 중심 공간으로 재구성해 주민들이 자주 찾는 장소로 만들 필요가 있다.

지역상권이 포화 상태인 경우 배후생활권의 잠재력이 크다면, 과잉 경쟁을 완화할 수 있도록 업종의 다각화고도화를 유도하고, 방문객들이 상권에서 더 오래 머물면서 더 많은 경험을 할 수 있도록 문화 및 여가 시설이나 공공공간을 확충하여 체류형 상권으로 전환할 필요가 있다. 상권이 포화 상태이나 배후생활권의 잠재력이 작은 경우라면 상권의 규모를 조정하는 것이 중요하며 한편으로는 외부 유입을 촉진하기 위해 특화 구역을 조성하거나 주차장 등 인프라를 개선해나갈 수 있다.

지역상권이 현상 유지 혹은 정체 상태인 것으로 판단되는 경우에는, 향후 쇠퇴되지 않도록 하는 것이 중요하다. 전주시와 같이 대부분의 중소도시들은 지속적으로 인구가 감소하고 있고, 성장 동력을 찾기 어려운 상황이므로 현재 지역상권이 유지되고 있다 하더라도 점차 쇠퇴하기 쉽다. 따라서 상권의 양적 성장을 기대하기보다는 배후생활권의 수요를 만족시킬 수 있도록 기능을 다각화하고 공간 환경의 질을 높여 주민이나 방문객들이 자주 찾고 싶은 장소로서 내실을 다질 필요가 있다.

지역상권이 활성화되는 과정에 있다면 배후생활권의 잠재력을 고려하여 미리 지역상권의 공간적 범위를 관리할 필요가 있다. 배후생활권의 잠재력이 높은 경우 일반적으로 상권의 물리적 확장이 가능하다고 볼 수 있지만 전주시와 같이 상권이 전반적으로 침체된 상황에서는 인접한 상권과의 관계를 고려하여 무리하게 확장되지 않도록 관리해야 한다. 반대로 배후생활권의 잠재력이 낮은 경우 상권의 범위는 유지하되 상권 내에서 상업 활동뿐만 아니라 주거, 업무, 여가가 공존할 수 있도록 다양한 기능을 갖추도록 유도함으로써 상권 내에서의 비즈니스 잠재력을 높일 필요가 있다.

제6장 지역상권 활성화를 위한 공간관리의 정책 및 제도 개선방안

1. 기본방향 및 정책과제
 2. 지역상권의 장소 기능을 강화하는 제도 기반 구축
 3. 장소가치 중심의 지역상권 공간조성 및 관리방안
 4. 지역상권 잠재력을 제고하는 사업추진체계 구축
-

1. 기본방향 및 정책과제

□ 정책 기본방향

지역상권 관련 정책동향과 국내·외 사례분석, 공간특성 및 공간관리 현안 분석을 토대로 본 연구는 '배후생활권과 연계한 지역상권의 종합적인 면단위 공간관리'를 통해 '인구감소·저성장시대에 대응한 지역사회와의 공존 및 지역순환경제 실현'을 향후 정책방향으로 설정하였다.

지역상권 활성화를 위한 공간관리는 '물리적 공간, 프로그램, 거버넌스'가 유기적으로 결합하여 상권을 넘어 지역으로 활성화 효과를 확산하는 것에 궁극적인 목적이 있다. 이를 위해서는 N분 생활권 개념을 도입하여 배후생활권의 특성에 맞는 맞춤형 공간관리가 전제되어야 한다. 이는 지역상권이 관광객 등 외부 수요에 의존하기보다는 배후생활권의 수요를 중심으로 하여 지역상권의 공공적 가치 증진과 안정적인 운영을 가능하게 한다. 지역상권의 장소 가치는 민간의 자율성과 창의성을 토대로 형성된 지역상권과 지역사회의 수요가 상호 작용하며 만들어진다. 따라서 이를 고려하여 물리적 환경개선과 프로그램의 도입, 소상공인 및 주민 등 다양한 경제주체 간 네트워크 구축의 종합적인 공간관리를 통해 지역순환경제를 유도하여 지역상권의 지속가능성을 실현할 수 있다.

□ 정책과제 도출

본 연구는 「지역상권법」 및 ‘지역상권 상생 및 활성화 종합계획’의 실행력 강화를 위해 지역상권 활성화를 위한 공간관리에 대한 세 가지의 정책과제를 도출하였다.



[그림 6-1] 정책 기본방향 및 정책과제

출처 : 연구진 작성

첫째, 지역상권의 장소 기능을 강화하기 위한 제도 기반을 구축한다. 전국 지역상권 현황분석 결과, 대부분의 지역상권은 고도 경제성장기에 형성되어 현재 인구 규모보다 상권의 규모가 큰 것으로 나타났다. 이는 인구감소로 인한 소비수요 감소로 이어지고 폐업 증가에 따른 빈점포 증가로 나타나고 있다. 이에 지자체 단위에서 인구변화와 지역상권의 장소특성을 고려한 기능과 역할, 규모를 조정할 수 있는 공간관리 체계를 마련할 필요가 있다. 특히 지역활성화 측면에서 지역상권이 순기능을 발휘하려면 N분 생활권 개념과 연계한 지역상권의 적정규모와 특성, 입지여건 등을 종합적으로 반영한 지역상권 활성화구역 지정과 재정지원 등 실행력 있는 법적 기준과 정책지원이 전제되어야 한다.

둘째, 장소가치 중심의 지역상권의 공간조성 및 관리를 수행한다. 이를 위해서는 공간경험을 소비하고 취향을 중시하는 소비경향을 고려하여 다양한 프로그램을 도입하고, 상업기능이 동일 지역상권 및 인접 지역상권, 그리고 배후생활권과 공간적으로 연속하여 향유할 수 있는 공간환경을 조성하고 관리할 필요가 있다.

셋째, 지역상권의 가치와 잠재력을 극대화할 수 있는 사업추진체계를 구축한다. 지역상권 활성화를 위해서는 상권관리기구를 중심으로 사업모델, 자원조달과 운영전략 등을 고려한 거버넌스 구축이 전제되어야 한다. 또한 지역상생과 생활권을 연계한 지역상권 활성화 전략이 실행력을 갖출 수 있도록 지역상권 활성화에 직간접적으로 관여하는 실질적인 주체가 참여할 수 있는 사업추진체계를 마련하는 것이 전제되어야 한다.

이러한 정책과제를 실현하기 위한 세부 내용과 제도개선 방안 도출과정은 다음과 같다.

[표 6-1] 정책과제 도출과정

정책과제	공간범주	정책동향 분석(3점)	국내외 사례분석(4장)	지역상권 공간특성 및 현안분석(5장)
[물리적 공간] 지역상권의 장소 기능을 강화하는 제도기반 구축	도시계획	지역 단위 생활권 상권 구역용어 및 지정요건 개선	<ul style="list-style-type: none"> 포틀랜드 : 근린생활권 중심지 상업지구 도야마시 : 도심(도심지구, 지역생활거점, 역·정류장 등 도보권) 	<ul style="list-style-type: none"> 재개발·재건축 등 사업 추진현황 및 관련 사업구역 검토
		계획수립 체계 마련	<ul style="list-style-type: none"> 활성화구역 지정요건 개선 필요 : 용도지역 50%기준 등 포틀랜드 : 조닝 및 규제변경 지원 포터스리뷰 : 토지이용 제약 해결 	<ul style="list-style-type: none"> 지역상권 용도지역 현황 업소 및 사업체의 입지 및 규모현황
[프로그램] 장소가치 중심의 지역상권 공간조성 및 관리	도시설계	생활권을 고려한 지역상권 및 빈점포 관리	<ul style="list-style-type: none"> 포틀랜드 네이버후드 센터 : 전략계획, 실행계획, 경제개발전략 수립 도야마시 : 도시계획 연계 및 도심 활성화 계획 수립 	<ul style="list-style-type: none"> 생활권-지역상권의 영향권 분석 도시계획 및 도시재생 활성화계획 등 관련 계획·사업
		특례 및 지원사업 관련	<ul style="list-style-type: none"> 인구감소 대응 상권 규모 조정·관리 유희공간 및 빈점포 관리 및 용도전환 고려 필요 포터스리뷰 : 빈점포 방치에 패널리티 및 빈점포 관리명령, 지역매수권 등 도입 개항로 : 주유가를 중심으로 빈점포 리모델링, 밀집성·상업기능 강화 	<ul style="list-style-type: none"> 배후생활권 잠재력 빈점포 현황 업종별 매출액 현황 업소 생존기간 및 폐업점포 현황
[거버넌스] 지역상권 잠재력을 제고하는 사업추진체계 구축	건설법	브랜드 및 장소특화	<ul style="list-style-type: none"> 대중교통체계 및 보행환경 접근성 개선 주차장 등 교통인프라 정비 포틀랜드 : 대중교통체계 체계 개선 도야마시 : 대중교통으로 연계된 지역생활거점으로 기능 집약, 대중교통 접근성 향상 	<ul style="list-style-type: none"> 대중교통 접근성, 유동인구, 가로활성화시설, D/H비, 주차장 현황
		빈점포 활용·공간조성	<ul style="list-style-type: none"> 공원, 공공시설 등 집객시설 유치 관련 특례 및 지원근거 마련 인프라시설 조성에 유사지원 사업 활용 필요 일본 지역상업 자립촉진 지원사업 : 지역 수요조사 기반 지원사업 추진 예산상설시장 활성화 프로젝트 : 관내 유사지원사업 연계 추진 포터스리뷰 : 도시에 적합한 주차제도 	<ul style="list-style-type: none"> 생활권의 잠재력 분석 상권의 영향범위 분석 집객시설과의 거리 접근성
[거버넌스] 지역상권 잠재력을 제고하는 사업추진체계 구축	건설법	협력체계	<ul style="list-style-type: none"> 대규모점포 입점 제한 한계, 대규모점포/대기업과 소규모 비즈니스 상생 및 연계 필요 공간비즈니스 기반 특성화 및 복합용도 정비 포터스리뷰 : 대규모 점포가 소규모 비즈니스를 지원 및 멘토링 예산시장 : '함께가게' 인증제도 	<ul style="list-style-type: none"> 대규모점포 현황 검토 대기업-소규모 점포 연계사항 검토
		운영체계	<ul style="list-style-type: none"> 여러 부처에서 추진 중인 로컬 브랜딩 관련 사업의 차별화 필요 상권 연계성 및 특성화 브랜딩 필요 개항로 : 아카이빙을 통한 노포와 협업으로 지역브랜드 창출, 서체개발 예산시장 : 지역관광축제와 연계한 홍보 및 마케팅 	<ul style="list-style-type: none"> 관련 부처사업 추진현황 상가 전면부 공간관리 실태조사 (체류시설, 투시성, 장애/저해요소)
[거버넌스] 지역상권 잠재력을 제고하는 사업추진체계 구축	건설법	사업추진방식 개선	<ul style="list-style-type: none"> 인구감소 대응 배후생활권의 지역주민의 수요조사를 고려한 빈점포 활용 및 조성 필요 포틀랜드/도야마 : 인큐베이팅 공간, 팝업마켓 지원, 저렴한 점포 제공 일본 지역상업 사업 : 지역 수요조사 기반으로 빈점포를 활용한 복합용도 확충 	<ul style="list-style-type: none"> 배후생활권 지역사회 수요 업종별 매출액 현황 업소 생존기간 및 폐업점포 현황
		협력체계	<ul style="list-style-type: none"> 지자체 공간+경제 분야의 협력적 지원체계 '상권기획자-상권관리회사-상인-지역주민' 거버넌스 체계 실효성 확보 포틀랜드 : 주 정부-시정부-지역사회 및 민간 등 협력체계 구축 	<ul style="list-style-type: none"> 관련사업 추진현황 및 지원체계
[거버넌스] 지역상권 잠재력을 제고하는 사업추진체계 구축	건설법	운영체계	<ul style="list-style-type: none"> 장소 기반의 재원 활용·기금 활성화 방안 필요 일본 : 상인+민간+행정 조직연계 연적 지역 사업 : 전문가 자문 및 컨설팅 지원, 체험·교류, 서비스개발, 지역기업 협력·제휴 등을 지원 	<ul style="list-style-type: none"> 상인회 및 상권 관련 조직구성 현황 및 거버넌스체계 지역기업 협력·제휴 현황 상권 관련 전문가 컨설팅 지원 또는 전문가 활용 현황 검토 상권조직의 크라우드펀딩 등 기금마련 및 재원활용 현황 검토
		사업추진방식 개선	<ul style="list-style-type: none"> 주변지역과 연계한 N본 생활권기반의 지역상권 활성화 사업모델 필요 단계별 국비지원 방안 도야마시 : 도심지구, 지역생활거점, 가까운 지역거점 등 유형별 구분 지원 일본 : PDC의 검증체제로 사후 관리 	<ul style="list-style-type: none"> 지역 내 추진된 관련 사업의 지속가능성을 검토 사업추진과정 및 사후관리 방안 검토

□ : 제도 개선사항 □ : 정책 개선사항

출처 : 연구진 작성

2. 지역상권의 장소 기능을 강화하는 제도 기반 구축

1) 지역상권 관련 공간개념 및 정책대상 지정요건 개선 방안

□ '활성화구역' 용어 관련 개정 및 지역상권 관련 정책대상 통합(법 제2조 개정)

「지역상권법」 제3장 '활성화구역'은 「도시재생법」 제2조5의 '도시재생활성화지역(약칭 '활성화지역')'의 용어와도 유사하여 향후 구역 지정이나 정책사업 추진 시 혼란이 있을 것으로 예상된다. 또한, 「전통시장법」의 상권활성화구역은 구역 지정을 근거로 국비지원사업을 추진하지만, 「지역상권법」의 활성화구역은 예비자율상권구역으로 동네상권발전소 지원사업의 추진 후에 후속으로 본사업인 상권활성화사업을 진행하여 구역지정을 근거로 하지 않는다. 따라서 「지역상권법」의 제2조 정의의 '활성화구역'에 대한 개념 정의와 명칭 개선이 필요하다.

이처럼 지역상권에 대한 혼란을 해소하고 정책 취지와 대상을 명확히 하기 위해 다음과 같이 단기적 측면과 장기적 측면의 개선방안으로 제시할 수 있다.

단기적 개선 방안으로는 '지역상권', '활성화구역', '상권활성화구역' 등 다양하게 사용하고 있는 정책 대상의 명칭을 명확하게 구분하는 것이다. 구역 지정과 사업 명칭의 중복을 피하기 위해 '지역상생구역'과 '자율상권구역'으로 구분하고 있는 「지역상권법」 제2조, 제3장의 '활성화구역'을 '지역상생 및 자율상권 구역'으로 변경하는 것을 제안한다.

[표 6-2] 「지역상권법」의 '활성화구역' 용어 변경(안)

구분	현행 관련법의 상권 관련 공간개념				단기적 개선안	
	「전통시장법」	「지역상권법」	「유통산업발전법」	「도시재생법」	「전통시장법」	「지역상권법」
정책 대상	<ul style="list-style-type: none"> 상권활성화구역 전통시장 상점가 골목형 상점가 시장정비구역 	<ul style="list-style-type: none"> 활성화구역 자율상권구역 지역상생구역 	<ul style="list-style-type: none"> 전통산업보존구역 상점가 전문상가단지 대규모점포 	<ul style="list-style-type: none"> 도시재생 활성화지역 근린재생 도시재생 혁신지구 	<ul style="list-style-type: none"> 상권활성화구역 전통시장 상점가 골목형 상점가 시장정비구역 	<ul style="list-style-type: none"> 지역상생구역 및 자율상권구역 자율상권구역 지역상생구역

출처: 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」 [법률 제20455호, 2024. 9. 20., 일부개정]; 「지역상권 상생 및 활성화에 관한 법률」 [법률 제20365호, 2024. 2. 27., 일부개정]; 「유통산업발전법」 [법률 제20444호, 2024. 9. 20., 일부개정]; 「도시재생 활성화 및 지원에 관한 특별법」 [법률 제20394호, 2024. 3. 19., 타법개정]을 토대로 연구진 작성

[표 6-3] 「지역상권법」 제2조 정의 개선(안)

구분	현행	개선안
정의 (법제2조)	제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다. 1. "지역상권"이란 상가건물(「상가건물 임대차보호법」에	제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다. 1. "지역상권"이란 상가건물(「상가건물 임대차보호법」에

구분	현행	개선안
	<p>다른 상가건물을 말한다. 이하 같다)의 소유자·임대인·임차인, 토지소유자, 주민 등이 어우러져 지역에 특화된 생활·문화·경제적 공동체를 형성하고 있는 상가건물 밀집지역을 말한다.</p> <p>2. “지역상생구역”이란 지역상권 중 다음 각 목의 요건을 모두 충족하는 곳으로서 제12조에 따라 지정한 구역을 말한다.</p> <p>3. “지역상생협의체”란 지역상생구역의 지정과 지역상권상생 및 활성화를 위하여 제14조에 따라 구성한 자율조직을 말한다.</p> <p>4. “자율상권구역”이란 지역상권 중 다음 각 목의 요건을 모두 충족하는 곳으로서 제15조에 따라 지정한 구역을 말한다.</p> <p>5. “자율상권조합”이란 자율상권구역의 지정과 지역상권상생 및 활성화를 위한 공동 사업의 추진을 위하여 제19조에 따라 설립한 조합을 말한다.</p>	<p>다른 상가건물을 말한다. 이하 같다)의 소유자·임대인·임차인, 토지소유자, 주민 등이 어우러져 지역에 특화된 생활·문화·경제적 공동체를 형성하고 있는 상가건물 밀집지역을 말한다.</p> <p>2. “지역상생 및 자율상권구역”이란 국가와 지방자치단체의 자원과 역량을 집중함으로써 지역상권상생 및 활성화를 위한 사업의 효과를 극대화 하는 전략적 대상지역으로 ‘지역상생구역’과 ‘자율상권구역’을 말한다.</p> <p>3. “지역상생구역”이란 지역상권 중 다음 각 목의 요건을 모두 충족하는 곳으로서 제12조에 따라 지정한 구역을 말한다.</p> <p style="text-align: center;">⋮ ⋮ ⋮ ⋮ ⋮ ⋮</p>
제3장	활성화구역의 지정	지역상생 및 자율상권구역의 지정

출처 : 「지역상권 상생 및 활성화에 관한 법률」[법률 제20365호, 2024. 2. 27., 일부개정]을 토대로 연구진 작성

장기적 개선 방안으로 지역상권 관련 공간개념 및 정책 대상의 통합이 필요하다. 우리나라 상권 관련 정책은 1961년 「시장법」 제정 이후 여러 차례 관련법의 제·개정을 통해 정책 사각지대를 해소하고자 하였다. 이에 상권 관련 정책 대상은 「전통시장법」, 「유통산업발전법」, 「지역상권법」에 상권 관련 용어가 세분화되어 있다.

따라서 「지역상권법」의 법 취지에 맞게 다양한 상업 공간을 포괄적으로 아우를 수 있는 상권 관련 법의 공간개념을 통합하는 방안 마련이 필요하다. 특히 「전통시장법」의 골목형 상점가와 「유통산업발전법」의 상점가는 용역점포의 포함 여부로 기준을 정하며, 가로를 기반으로 형성된 상점가를 의미하는 형태적 의미와도 혼동된다. 또한, 「유통산업발전법」은 산업통상자원부가, 「지역상권법」은 중소벤처기업부가 관련 정책을 수행하고 있다. 따라서 종합적인 지역상권의 활성화 방안 모색을 위해서는 장기적으로 관련 부처의 협업을 통해 정책대상을 통합하고 체계화할 필요가 있다.

□ 지역상권 활성화구역 지정 기준 개정 검토(법 제2조 및 영 제2조 개정)

전국 지역상권 실태조사 결과, 지역상권이 입지한 용도지역과 점포 수는 현행 활성화구역에 대한 지정 기준에 부합하지 않는 곳이 많은 것으로 나타났다.

용도지역 측면에서 현행 기준은 상업지역을 50%이상을 포함하게 되어 있으나, 실제 지역상권은 주거지역(74.7%)에 입지하는 경우가 많았다. 지역상권 활성화 정책의 기본방

향인 N분 생활권과 연계한 상권 활성화를 위해서는 주민의 생활환경 서비스 증진에 기여하는 주거지역 내 지역상권을 포함하여 구역을 설정하는 것이 필요하다. 특히 전통시장은 경제성장기 토지구획정리사업으로 조성된 주거지역에 도시계획시설로 지정된 경우가 많으며, 주거지역의 근린생활시설이나 점포병용주택이 동네상권을 형성하였다. 이에 '상업지역 50% 이상'의 기준을 확대하여 상업용 건축물이 50% 이상인 주거지역도 포함할 수 있도록 기준을 개정할 필요가 있다.

점포 수의 상권규모 측면에서는 현행법상 점포 100개 이상을 요건으로 두고 있다. 그러나 실태조사 결과 전국 지역상권 중 점포 100개 이하의 소형상권이 전체 54.5%로 나타났다. 특히 지방 중소도시의 경우 인구감소로 인해 점포 100개 이상의 지정 기준을 부합하기에 어려움이 있다. 이에 '법 제2조2의 가목'과 '법 제2조4의 가목'에 해당하는 지역상생구역과 자율상권구역의 점포 수에 관한 규정을 '점포 100개 이상 또는 주거지역은 점포 30개소 이상'으로 개선할 필요가 있다.

주거지역에 입지한 지역상권을 활성화구역으로 지정할 경우 주거지역의 상업화로 인한 젠트리피케이션 현상을 고려하여 지정할 필요가 있다. 또한 주민의 주거권 침해를 야기할 수 있으므로 실태조사 결과를 토대로 상권의 용도별 건축물과 부동산의 증장기적 영향 등을 고려하여 지정해야 한다. 이를 위해서는 주거지역 내 지역상권은 젠트리피케이션에 대한 선제적인 대응이 가능하도록 지역상생구역을 중첩하여 지정하거나 자율상권구역의 경우 점포 30개소 이상이 쇠퇴기준 요건에 부합하며 20년 이상 장기간 영업한 곳을 지정 요건으로 하는 등의 세부 요건 마련에 대한 추가적인 검토가 필요하다.

[표 6-4] 「지역상권법」의 활성화구역 지정 기준 변경(안)

구분	현행		개선안	
	지역상생구역	자율상권구역	지역상생구역	자율상권구역
공간적 요건	상업지역 50%이상		상업지역 50%이상 또는 주거지역은 상업용 건축물 50%이상	
	(법제2조2)	(법제2조4)	(법제2조2)	(법제2조4)
	점포 100개 이상 (시행령 제2조)		점포 100개 이상 또는 주거지역은 점포 30개소 이상 (시행령 제2조)	

출처: 「지역상권 상생 및 활성화에 관한 법률」[법률 제20365호, 2024. 2. 27., 일부개정]; 「지역상권 상생 및 활성화에 관한 법률 시행령」[대통령령 제34862호, 2024. 8. 27., 일부개정]을 토대로 연구진 작성

[표 6-5] 전국 지역상권 규모별 현황

구분	개수	비율
소형상권 (30~100개)	1,928	54.5%
중형상권 (100~200개)	778	22.0%
대형상권 (200개 이상)	834	23.6%
계	3,540	100.0%

출처: 연구진 작성

[표 6-6] 「지역상권법」 및 시행령 개정안

구분	현행	개선안
법제2조2	2. “지역상생구역”이란 지역상권 중 다음 각 목의 요건을 모두 충족하는 곳으로서 제12조에 따라 지정한 구역을 말한다. 가. 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」에 따른 상업 지역이 100분의 50 이상 포함된 곳 나. 해당 구역 안에 대통령령으로 정하는 수 이상의 도매점포·소매점포 또는 용역점포가 밀집하여 하나의 상권을 형성하고 있는 곳 다. 제12조에 따른 구역의 지정 신청 당시 임대료가 급격히 상승한 곳이나 그러할 우려가 있는 지역으로서 대통령령으로 정하는 기준을 충족하는 곳	2. “지역상생구역”이란 지역상권 중 다음 각 목의 요건을 모두 충족하는 곳으로서 제12조에 따라 지정한 구역을 말한다. 가. 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」에 따른 상업 지역이 100분의 50 이상 또는 주거지역 내 상업용 건축물이 100분의 50 이상 포함된 곳 · · · · ·
법제2조4	4. “자율상권구역”이란 지역상권 중 다음 각 목의 요건을 모두 충족하는 곳으로서 제15조에 따라 지정한 구역을 말한다. 가. 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」에 따른 상업 지역이 100분의 50 이상 포함된 곳 나. 해당 구역 안에 대통령령으로 정하는 수 이상의 도매점포·소매점포 또는 용역점포가 밀집하여 하나의 상권을 형성하고 있는 곳 다. 제15조에 따른 구역의 지정 신청 당시 사업체 수, 매출액 또는 인구수 중 2개 이상이 대통령령으로 정하는 기준 이상으로 감소한 곳	4. “자율상권구역”이란 지역상권 중 다음 각 목의 요건을 모두 충족하는 곳으로서 제15조에 따라 지정한 구역을 말한다. 가. 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」에 따른 상업 지역이 100분의 50 이상 또는 주거지역 내 상업용 건축물이 100분의 50 이상 포함된 곳 · · · · ·
시행령 제2조	제2조(지역상생구역의 기준 등) ① 「지역상권 상생 및 활성화에 관한 법률」(이하 “법”이라 한다) 제2조제2호나목 및 같은 조 제4호나목에서 “대통령령으로 정하는 수”란 100개를 말한다.	제2조(지역상생구역의 기준 등) ① 「지역상권 상생 및 활성화에 관한 법률」(이하 “법”이라 한다) 제2조제2호나목 및 같은 조 제4호나목에서 “대통령령으로 정하는 수”란 상업지역이 100분의 50 이상인 경우 점포수 100개 이상, 주거지역 내 상업용 건축물이 100분의 50 이상인 경우 점포수 30개 이상 을 말한다.

출처: 「지역상권 상생 및 활성화에 관한 법률」 [법률 제20365호, 2024. 2. 27., 일부개정]; 「지역상권 상생 및 활성화에 관한 법률 시행령」 [대통령령 제34862호, 2024. 8. 27., 일부개정]을 토대로 연구진 작성

□ 지역상권의 활성화구역에 대한 면적 상한 기준 설정(법 제7조 및 영 제7조 개정)

전국 지역상권의 평균면적은 76,316㎡¹⁶⁷⁾로 나타났으나 「전통시장법」에 의한 상권활성화구역의 평균면적은 175,345㎡¹⁶⁸⁾로 나타났다. 반면 「지역상권법」에 의한 2023년 동네상권발전소 지원사업 대상지 6곳의 예비자율상권구역 면적은 3만㎡~200만㎡ 규모로 사업지역별 차이가 큰 것으로 나타났다. 이와 관련하여 구역단위 사업을 추진하는

167) 종합계획에 따른 지역상권 잠정치 3,540개에 대한 평균면적은 103,505㎡이며, 매출액DB가 부재한 구역을 제외한 지역상권 3,495개소 대상 기준으로는 평균면적 76,316㎡임.

168) 리플랫폼. (2023). 2023년 상권활성화사업 상권과 로컬상권 비교분석 보고서. 소상공인시장진흥공단. p.3.

도시재생사업도 2014년도 선도지역 사업추진 당시에는 사업면적 기준이 없었으나 사업추진과정에서 면적이 과도하게 지정된 활성화지역의 경우 예산투입에 따른 사업효과가 낮은 것으로 나타났다. 이에 2021년 도시재생전략계획 수립 가이드라인을 개정하면서 구역의 상한면적을 제시하였다. 지역상권과 관련한 근린재생 활성화지역(중심시가 지형)은 상한 20만㎡, 경제기반형은 50만㎡¹⁶⁹⁾로 구역 면적의 상한을 설정한 바 있다. 지역상권은 생활권에 따라 규모가 다양하게 나타날 수 있으나 효과적인 사업추진을 위해서는 구역의 상한면적 지정에 대한 검토가 필요하다. 이에 전국 지역상권 현황을 토대로 점포 수를 고려한 상권규모로 소형상권 5만㎡, 중형상권 10만㎡, 대형상권 20만㎡의 상한선을 설정하여 활성화구역을 지정하는 방안을 마련할 필요가 있다. 이는 지역별 기본계획 수립에 반영하는 것이 바람직하다. 중소벤처기업부는 지역별 기본계획 수립을 위한 기준을 마련하여 지자체가 기본계획수립에 참고할 수 있도록 기준을 제시할 필요가 있다. 기본계획 수립 기준에는 활성화구역의 면적 및 경계설정 기준, 타법에 의한 구역지정 현황과 지역상권의 활성화구역과의 관계 설정 등을 포함할 수 있다.

[표 6-7] 전국 지역상권 규모별 현황 및 특징 요약

구분	소형상권 (점포 30~100개)		중형상권 (점포 100~200개)		대형상권 (점포 200개 이상)		계	
	개수(개)	평균 면적(㎡)	개수(개)	평균 면적(㎡)	개수(개)	평균 면적(㎡)	개수(개)	평균 면적(㎡)
전국 현황	1,928	31,326	778	68,943	834	182,196	3,540	103,505
주요 면적 특징	· 특·광역시 및 경기도 : 2만㎡~3만㎡ (세종 제외) · 그 외 광역도 : 4만㎡ 초과		· 특·광역시 및 경기도 : 5만㎡~7만㎡ (세종 제외) · 그 외 광역도 :6만㎡~9㎡		· 대체로 10만㎡~20만㎡ (세종, 인천 제외)		※ 종합계획 잠정치 3,540개소, 평균면적 103,505㎡ ※ 매출액DB 부재구역을 제외한 3,495개소 대상 평균면적 76,316㎡	

출처 : 연구진 작성

[표 6-8] 기본계획수립 가이드라인(안)의 활성화구역 설정 관련 제안사항

구분	내용
활성화구역 면적 설정	· 소형상권 5만㎡, 중형상권 10만㎡, 대형상권 20만㎡를 초과하지 않음
활성화구역 경계 설정	· 지역상권 실태조사를 토대로 도출된 지역상권 구역계를 바탕으로 하되 지역의 도시군기본계획 및 도보기준의 배후생활권을 고려하여 설정
타법에 의한 구역지정 현황 및 사업내용 관련	· 「전통시장법」에 의한 전통시장, 골목형 상점가, 시장정비구역, 「유통산업발전법」의 전통상업보존구역, 상점가, 「도시재생법」에 의한 도시재생활성화지역 등 타법에 의한 구역지정 및 관련 정책사업지역을 고려하여 설정

출처 : 연구진 작성

169) 국토교통부, (2018.4). 도시재생 뉴딜 사업신청 가이드라인. p.18.

[표 6-9] 「지역상권법」의 활성화구역 지정을 위한 기본계획 기준 관련 근거 마련

구분	현행	개선안
법 제7조 (지역별 기본계획 수립)	<p>① 활성화구역을 승인하려는 특별시장·광역시장·특별자치시장·도지사 및 특별자치도지사(이하 “시·도지사”라 한다)는 종합계획을 반영하여 관할 지역의 특성을 고려한 기본계획(이하 “지역별 기본계획”이라 한다)을 수립·시행하여야 한다. 다만, 활성화구역이 지정된 지역의 시·도지사는 지역별 기본계획을 매년 수립·시행하여야 한다.</p> <p>② 시·도지사는 지역별 기본계획의 수립을 위하여 시장·군수·구청장(자치구의 구청장을 말한다. 이하 같다)에게 필요한 자료를 요청할 수 있다. 이 경우 요청을 받은 자는 특별한 사유가 없으면 그 요청에 따라야 한다.</p> <p>③ 시·도지사는 제1항에 따라 지역별 기본계획을 수립하였을 때에는 그 내용을 중소벤처기업부장관에게 제출하여야 한다.</p>	<p>④ 지역별 기본계획 수립에 필요한 사항은 중소벤처기업부령으로 정한다.</p>
시행령 제7조	-	<p>(※신설 : 지역별 기본계획의 작성기준 및 작성방법) 기본계획 수립권자는 다음 각 호의 사항을 고려하여야 한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 지역상권실태 조사결과를 반영하여 상권쇠퇴 원인을 과학적으로 진단하고, 물리적·사회적·경제적·문화적 현황 자료의 수집·분석을 통하여 지역상권의 잠재력과 성장요인을 도출할 것 2. 기본계획을 수립하고자 하는 해당 시군구의 각종 계획, 사업, 프로그램, 상권 관련 인적, 물리적, 특산물 등 자산을 적극적으로 조사·발굴하고, 상호연계하는 방안을 검토할 것 3. 해당 시군구의 재정여건 등을 고려하여 활성화구역을 지정할 것 4. 지역상권의 면적 규모, 경계설정기준을 포함한 세부사항은 별도로 정한 기준에 따른다.

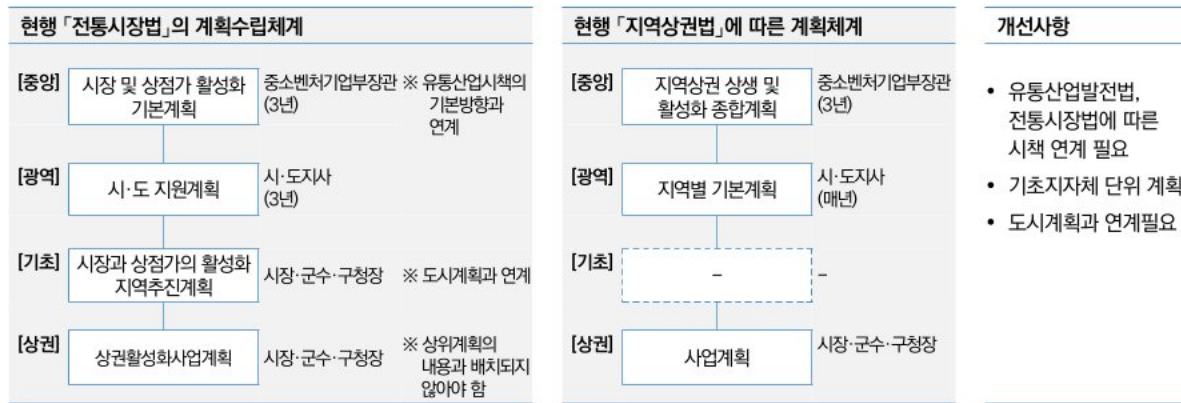
출처 : 「지역상권 상생 및 활성화에 관한 법률」 [법률 제20365호, 2024. 2. 27., 일부개정]; 「지역상권 상생 및 활성화에 관한 법률 시행령」 [대통령령 제34862호, 2024. 8. 27., 일부개정]을 토대로 연구진 작성

2) 인구감소 대응 및 N분 생활권 실현을 위한 계획수립체계 개선 방안

□ 지역별 기본계획 수립권자를 시장·군수·구청장으로 확대 필요(법 제7조 개정)

「지역상권법」제7조에 의해 활성화구역을 지정하려는 특별시장·광역시장·특별자치시장·도지사 및 특별자치도지사는 지역별 기본계획을 매년 수립하도록 규정하고 있다. 그러나 N분 생활권에 기반한 활성화구역을 지정하고 지역경제순환을 고려한 상권활성화 전략을 수립하기 위해서는 기초지자체 차원의 도시계획 및 관리계획과 연계할 필요가 있다.

특히 최근 지자체 단위로 도시기본계획을 대체하는 N분 생활권계획이 수립되고 있으므로 지역상권을 중심으로 지역 상생 효과를 기대하기 위해서는 기초자치단체 차원의 계획수립이 광역계획보다 중요하다. 더욱이 상권의 쇠퇴와 젠트리피케이션 동향, 신흥상권의 발생 및 이동경향 등 지역상권의 실패는 시군구 단위에서 파악해야 지역상권 활성화 전략을 구체적으로 수립할 수 있다. 이런 측면에서 「전통시장법」은 광역계획을 기반으로 시장·군수·구청장이 지역추진계획을 수립하고 있다.



[그림 6-2] 「전통시장법」과 「지역상권법」에 따른 계획체계 비교

출처 : 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」 [법률 제20455호, 2024. 9. 20., 일부개정]; 「지역상권 상생 및 활성화에 관한 법률」, [법률 제20365호, 2024. 2. 27., 일부개정을 토대로 연구진 작성]

장소단위의 사업을 추진하는 「도시재생법」 또한 도시재생활성화지역의 지정권한은 광역자치단체에 있고, 활성화지역을 신청하기 위한 도시재생전략계획수립은 기초자치단체인 시장·군수·구청장에 있다. 이는 지역현황을 가장 잘 파악하고 기초지자체 단위의 종합적인 공간관리 전략을 수립하고 재생사업을 추진하라는 의도가 반영된 조치이다.

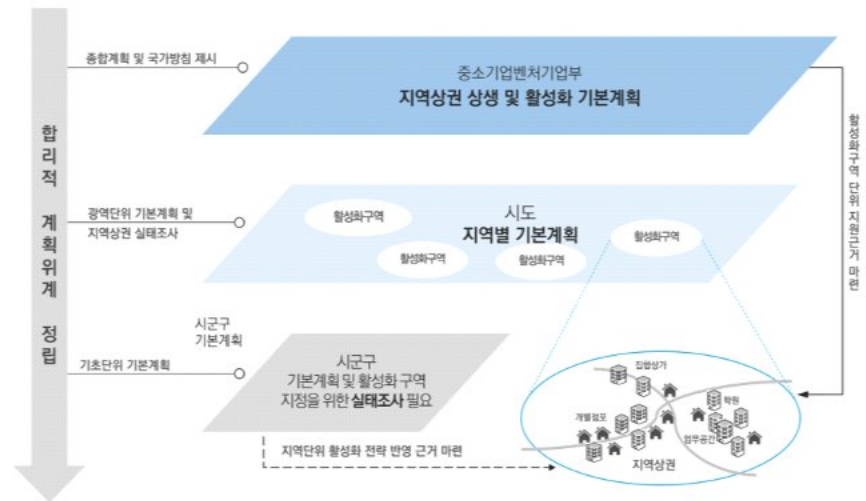
따라서 지역상생을 목표로 하는 지역상권 활성화 또한 기초지자체 차원의 종합적인 공간관리 전략을 반영하고 「전통시장법」의 시장 및 상점가 활성화 지원전략과 연계하는 것이 바람직하다. 이에 「지역상권법」에 따른 활성화구역 지정 승인 권한은 특별시장·광역시장·

특별자치시장·도지사 및 특별자치도지사에 두더라도 활성화구역을 지정하고 기초지자체 단위의 기본계획을 수립하는 주체는 시장·군수·구청장으로 확대할 필요가 있다. 또한 시장, 군수, 구청장은 활성화구역을 신청하려는 지역협의체가 지역활성화 전략과 적합성을 확보하면서 상권 활성화 전략을 수립·시행하도록 계획수립을 지원할 필요가 있다.

[표 6-10] 「지역상권법」의 활성화구역 지정 기준 변경(안)

구분	현행	개선안
수립권자 (법 제7조)	특별시장·광역시장·특별자치시장·도지사 및 특별자치도지사	특별시장·광역시장·특별자치시장·도지사 및 특별자치도지사· 시장·군수·구청장
활성화구역 승인권자 (법 제12조 제6항)	특별시장·광역시장·특별자치시장·도지사 및 특별자치도지사	(기존과 동일)
신청자 (법 제12조 제1항)	시장·군수·구청장	(기존과 동일)

출처 : 「지역상권 상생 및 활성화에 관한 법률」 [법률 제20365호, 2024. 2. 27., 일부개정]을 토대로 연구진 작성



[그림 6-3] 시군구 단위 기본계획 및 실태조사 도입체계(안)

출처 : 연구진 작성

□ 부처 협업 및 연계사업 추진을 위한 구역 지정·의제 처리 방안 검토(「도시재생법」 개정)

지역상권은 지역경제를 견인하기도 하지만 쇠퇴의 원인이 되기도 하므로 국토교통부를 비롯하여 다양한 부처에서 지역활성화를 위해 지역상권 회복을 사업목표로 설정하는 경우가 많다. 그러나 부처별 사업이 종합적으로 연계되어 추진되지 못함에 따라 많은 국비가 투입되었음에도 지역활성화 효과는 미흡한 것으로 나타났다¹⁷⁰⁾. 이는 사업시기와 구역을 선정하는 기준이 달라 재원의 연계와 효율적 투자에 한계가 있기 때문이다. 따라서 구역 지정을 통해 국비지원 사업이 추진되는 사업에 대해서는 구역을 중첩해서 지정하여 다부처 사업이 지역상권 안에서 묶음으로 추진 가능한 방안 마련이 필요하다.

대표적으로 도시재생활성화지역에 지역상권이 포함되는 경우, 「지역상권법」에 의한 예비활성화구역으로 인정할 수 있는 의제 처리 방안을 검토할 필요가 있다. 이를 통해 구역 지정에 소요되는 행정과 계획수립에 필요한 예산의 효율적 활용과 부처 협업 사업의 실행력 제고 효과가 예상된다. 또한, 도시재생활성화지역으로 지정될 경우 상권에 대해 도시재생씨앗기금 활용, 상가리모델링 비용 용자 등의 금융지원 혜택의 적용이 가능하다.

[표 6-11] 「도시재생특별법」 개선안

현행 「도시재생특별법」 제21조 도시재생활성화계획의 효력	개선안 「도시재생특별법」 제21조 도시재생활성화계획의 효력
③ 제20조에 따라 도시재생활성화계획이 고시된 때에는 다음 각 호의 결정·변경·지정·수립 또는 인가 등(이하 “인가등”이라 한다)을 받은 것으로 보며, 이에 대한 고시나 공고를 한 것으로 본다.	⋮
1. 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」 제30조에 따른 도시·군관리계획[「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」 제2조제4호가목, 다목 및 마목의 경우만 해당한다]의 결정 또는 변경 및 같은 법 제86조에 따른 도시·군계획 시설사업의 시행자 지정	⋮
2. 「건축법」 제69조에 따른 특별건축구역의 지정 및 같은 법 제77조의6에 따른 건축협정의 인가 또는 같은 법 제77조의14에 따른 건축협정 집중구역의 지정	⋮
3. 「경관법」 제21조에 따른 경관협정의 인가	⋮
4. 「도시 및 주거환경정비법」 제2조제2호에 따른 정비사업에 대한 같은 법 제16조에 따른 정비계획의 결정 및 정비구역의 지정	⋮
5. 「교통약자의 이동편의 증진법」 제18조에 따른 보행우선지역의 지정	⋮
6. 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」 제19조의2에 따른 상권활성화구역 지정 및 변경	⋮
⋮	7. 「지역상권 상생 및 활성화에 관한 법률」 제12조 및 제15조에 따른 활성화구역 지정 및 변경

출처 : 「도시재생 활성화 및 지원에 관한 특별법」 [법률 제20394호, 2024. 3. 19., 타법개정]

170) 서수정 외. (2019). 중소도시 지속가능성을 위한 지역자원기반의 통합적 공간관리 방안. 건축도시공간연구소. pp.67-68.

3) 배후생활권의 이용수요를 고려한 지역상권 빈점포 관리

□ 빈점포 관리 및 활용을 위한 제도적 근거 마련(법 제8조 개정)

쇠퇴지역에서 가장 문제가 되는 것은 빈집과 빈점포가 지속적으로 늘어단다는 점이다. 이에 농림축산식품부와 해양수산부는 「농어촌정비법」제64조의2(빈집실태조사)에 의해, 국토교통부는 「빈집 및 소규모주택정비 특례법」제5조에 근거를 마련하고 빈집조사를 시군구 단위로 수행할 수 있도록 규정하고 있다. 2023년에는 ‘전국 빈집 실태조사 통합 가이드라인’을 마련하여 전국 기초지자체에 배포하였고, 이에 근거하여 시군구 단위로 빈집조사를 매년 시행하고 있다.

[표 6-12] 현행 관련 법의 빈집 관리

구분	「농어촌정비법」 제64조의 2	「빈집 및 소규모주택 정비법」 제5조
빈집 실태 조사	<p>① 시장·군수·구청장은 빈집정비계획 및 이행계획의 수립·시행, 빈집의 관리·정비를 위하여 다음 각 호의 사항에 관한 실태조사(이하 “빈집실태조사”라 한다)를 실시하여야 한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 빈집의 소재 현황 2. 빈집의 관리 상황 및 방치기간 3. 빈집의 소유자 및 권리관계 4. 빈집 및 그 대지에 설치된 시설 또는 인공구조물 등의 현황 5. 그 밖에 빈집 발생 사유 등 대통령령으로 정하는 사항 <p>② 시장·군수·구청장은 대통령령으로 정하는 전문기관을 지정하여 빈집실태조사를 대행하게 할 수 있다.</p> <p>③ 빈집실태조사의 방법·절차 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.</p>	<p>① 시장·군수등은 빈집이나 빈집으로 추정되는 주택(이하 “빈집등”이라 한다)에 대하여 다음 각 호의 사항에 관한 조사(이하 “실태조사”라 한다)를 5년마다 실시하여야 한다. 다만, 국토교통부장관이 요청하거나 시장·군수등이 필요하다고 인정하는 경우에는 시장·군수등이 수시로 실태조사를 실시할 수 있다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 빈집 여부의 확인 2. 빈집의 관리 현황 및 방치기간 3. 빈집 소유권 등의 권리관계 현황 4. 빈집 및 그 대지에 설치된 시설 또는 인공구조물 등의 현황 5. 그 밖에 빈집 발생 사유 등 대통령령으로 정하는 사항 <p>② 시장·군수등은 대통령령으로 정하는 전문기관을 지정하여 실태조사를 대행하게 할 수 있다.</p> <p>③ 시장·군수등 또는 제2항에 따른 전문기관의 장은 실태조사를 위하여 빈집 소유자 및 이해관계자에게 필요한 자료의 제출을 요청할 수 있다.</p> <p>④ 시장·군수등은 제1항에 따라 실태조사를 실시하는 경우 빈집의 상태 및 위해성 등 대통령령으로 정하는 기준에 따라 빈집의 등급을 산정하여야 한다.</p> <p>⑤ 실태조사의 방법·절차 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.</p>

출처: 「농어촌정비법」 [법률 제19876호, 2024. 1. 2., 일부개정]; 「빈집 및 소규모주택 정비에 관한 특례법」 [법률 제19225호, 2023. 2. 14., 타법개정]

쇠퇴한 상권도 지속적으로 빈점포가 증가하고 있으나 이에 대한 조사근거가 없어 방치되는 경우가 많고 상권활성화구역 지정이나 도시재생활성화지역을 지정할 경우 별도로 조사하여 빈점포를 활용하는 사업이 일부 진행되고 있다.

이에 어떤 빈점포를 활용하고 비울 것인지, 장기 빈점포로 방치하는 소유주에게 어떤 조치를 취할 것인지 등에 대한 기준 없이 사업단위로 일부 활용되다가 다시 방치되는 경우도 많다. 해외 사례에서도 상권 활성화를 위해 빈점포를 방치하는 소유주에 대한 조치를 공동체 단위에서 수행하고 있으며, 포틀랜드나 일본 도야마 사례에서도 빈점포를 활용하는 전략을 마련하고 있는 것으로 파악할 수 있었다.

지역상권 활성화를 위해서는 빈점포에 대한 실태 파악이 전제되어야 하지만 「지역상권법」에도 실태조사 근거가 있으나 빈점포 조사에 관한 근거는 부재하다. 현행법에는 실태조사 주체가 기본계획 수립 주체인 광역자치단체장에 있다. 이에 시장·군수·구청장이 쇠퇴상권 관리를 위한 빈점포 전수조사를 「지역상권법」 제8조 실태조사에 포함할 필요가 있다. 그러나 빈점포 관리와 활성화구역 지정 등을 위한 실태조사는 지역현황을 파악하기 쉽고 지자체 도시관리계획 차원에서 수행하는 것이 바람직하다. 이에 활성화구역 지정과 관련한 기본계획 수립과 마찬가지로 실태조사 또한 시장·군수·구청장이 시행하도록 제도 개선이 필요하다.

[표 6-13] 「지역상권법」의 실태조사 조항 개선(안)

구분	현행	개선안
법	주체 시·도지사	제2항 제4호는 시장·군수·구청장
제8조 (실태조사)	조사 항목	1. 임대료상승률 등 임대차 정보에 관한 사항 2. 상권의 매출액 변화에 관한 사항 3. 창업·폐업 및 종사자 수의 변화에 관한 사항 4. 그 밖에 활성화구역의 실태를 파악하는 데 필요한 사항
		4. 빈점포 조사 및 그 밖에 활성화구역의 실태를 파악하는 데 필요한 사항

출처 : 「지역상권 상생 및 활성화에 관한 법률」 [법률 제20365호, 2024. 2. 27., 일부개정]을 토대로 연구진 작성

□ 지역상권 활성화를 위한 빈점포 관리 및 활용을 위한 조항 신설

지역상권은 배후생활권의 이용 수요에 따라 지속가능성에 큰 영향이 있음을 전주 실태조사를 통해 파악할 수 있었다. 향후 인구감소를 고려할 때 고도 경제성장기에 형성된 상권 규모 대비 수요는 줄 수밖에 없으며, 향후 빈점포는 지속적으로 발생할 것으로 예상된다. 특히 기존 상권 기능이 변화하는 수요에 대응하지 못하는 경우가 많으므로 지역상권이 가진 집객 기능을 유지하기 위해서는 기존 상권에 방문객을 고려한 새로운 기능이나 프로

그램을 도입하는 것이 필요하다. 빈점포는 부족한 기능을 보완할 수 있는 자원으로 활용할 수 있으므로 빈점포 실태조사와 함께 실태조사 결과를 활용하여 빈점포의 활용할 수 있는 근거를 마련하는 것이 요구된다.

「전통시장법」에는 시장 등 상권 활성화를 위해 비영리법인, 단체 또는 개인이 편의시설 마련, 창업보육 장소 등을 빈점포를 활용할 수 있도록 지원하고 있다. 이를 고려하여, 「지역상권법」은 생활권과 연계한 지역상권 활성화를 위해 이용자의 편의뿐만 아니라, 문화 교육 프로그램 등을 통한 공공시설을 통한 장소활성화, 창업자 육성을 위한 시범점포 운영, 상권관리 등을 위해 빈점포 활용할 수 있도록 지원근거를 마련할 필요가 있다.

[표 6-14] 빈점포 활용 조항 신설 개선안

관련법 「전통시장법」 제17조(빈점포의 활용 촉진)	개선안 (신설) 「지역상권법」 빈점포 활용 조항 신설
<p>제17조(빈점포의 활용 촉진) ① 정부와 지방자치단체는 시장등에 있는 빈점포를 비영리법인, 단체 또는 개인 등이 다음 각 호의 장소로 활용할 수 있도록 지원할 수 있다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 상인·지역주민의 교육, 행사 또는 민원상담 등을 위한 장소 2. 고객안내시설, 편의시설 또는 공동작업을 위한 장소 2의2. 고객 및 상인을 위한 수유·탁아 시설의 설치 장소 2의3. 장애인·노인·임산부 및 저소득층 등 고객을 위한 문화 교육 프로그램 운영 장소 3. 지역특산품의 홍보 또는 전시판매를 위한 장소 4. 청년상인을 육성하기 위한 창업보육장소 5. 제25조에 따른 상거래현대화의 시범점포 육성을 위한 장소 6. 농어민직영매장의 설치 장소 7. 그 밖에 시장등의 활성화를 위하여 중소벤처기업부령 또는 지방자치단체의 조례로 정하는 용도를 위한 장소 <p>② 정부와 지방자치단체는 비영리법인, 단체 또는 개인 등이 제1항 각 호의 용도로 빈점포를 활용할 때에는 시설의 수리 및 임차 등에 필요한 비용을 예산의 범위에서 지원하거나 보조할 수 있다.</p> <p>③ 정부와 지방자치단체는 제1항제2호의3에 따른 문화·교육 프로그램을 이용하는 장애인·노인·임산부 및 저소득층 등 고객에 대하여 그 비용의 전부 또는 일부를 예산의 범위에서 지원할 수 있다.</p>	<p>제00조 (빈점포의 활용 촉진) ① 정부와 지방자치단체는 활성화구역 내에 있는 빈점포를 비영리법인, 단체 또는 개인 등이 다음 각 호의 장소로 활용할 수 있도록 지원할 수 있다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 이용자 안내시설, 편의시설, 문화·교육 프로그램 운영 장소 2. 지역특화 상품의 홍보 또는 전시판매를 위한 장소 3. 창업자 육성을 위한 창업보육장소 4. 예비창업자의 창업실험을 위한 시범점포 운영 장소 5. 상권관리자 및 상권관리조직이 상권활성화를 위해 상권 모니터링 등을 위한 공동작업장소 6. 그 밖에 지역상권 활성화를 위하여 중소벤처기업부령 또는 지방자치단체의 조례로 정하는 용도를 위한 장소 <p>② 정부와 지방자치단체는 비영리법인, 단체 또는 개인 등이 제1항 각 호의 용도로 빈점포를 활용할 때에는 시설의 수리 및 임차 등에 필요한 비용을 예산의 범위에서 지원하거나 보조할 수 있다.</p> <p>③ 정부와 지방자치단체는 제1항제2호의3에 따른 문화·교육 프로그램을 이용하는 장애인·노인·임산부 및 저소득층 등 고객에 대하여 그 비용의 전부 또는 일부를 예산의 범위에서 지원할 수 있다.</p>

출처 : 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」 [법률 제20455호, 2024. 9. 20., 일부개정]을 토대로 연구진 작성

3. 장소가치 중심의 지역상권 공간조성 및 관리방안

1) 지역상권 공간관리를 위한 디자인 가이드라인 운영방안

□ 지역상권 디자인 가이드라인 운영 방안에 대한 제도 근거 마련

소비 트렌드 변화에 따른 지역상권의 공간의 질과 특성은 방문객 증대에 영향을 미친다. 이에 상권관리주체(상권기획자, 상권관리자)가 공간환경을 개선하고 관리하는데 참조할 수 있는 지역상권 단위의 가이드를 제시할 필요가 있다. 이를 위해 지역별 기본계획을 수립할 때 상권의 공간가치를 제고할 수 있는 공간조성 및 관리, 운영 방안을 담은 디자인 가이드라인을 함께 작성할 수 있도록 제도적 근거를 마련이 필요하다

전주 객리단길 심층분석 결과, 주변 도로와 교통체계를 고려하지 않은 일방통행로 조성으로 방문차량이 불편을 겪고, 보행로가 없는 가로에 대기자를 위한 의자 설치 등으로 가로환경에 부정적인 영향을 미치는 것을 확인하였다. 이는 지역상권의 공간관리가 해당 상권과 주변과의 관계를 고려한 도시계획차원의 관리가 필요함을 시사한다.



[그림 6-4] 객리단길 보행로 미비 상태에서
상점 전면부 대기공간 조성

출처: 연구진 촬영



[그림 6-5] 삼천동 막걸리골목 보행환경 저해요소
(불법 주차 및 대기공간, 물건 적치, 입간판 등)

출처: 연구진 촬영

가이드라인은 도시계획차원과 지역상권 단위를 연계할 수 있는 내용으로 구성될 필요가 있다. 도시계획 레벨에서는 시·군의 생활권계획을 토대로 도보 기준의 배후생활권에 대한 범위를 설정할 수 있는 기준을 제시하고, 이를 토대로 상권 활성화를 위한 보행체계, 교통접근성 등을 검토할 수 있도록 제시할 필요가 있다. 지역상권 단위인 도시설계 레벨에서는 다양한 기능 확보를 위한 복합용도 지정 기준, 상권 진입로 및 동선 처리, 상권의 보행편의시설 조성, 상점과 가로의 중간영역 조성, 가로경관 형성, 야간조명 등에 대한 기준을 포함할 필요가 있다. 건축 레벨에서는 지역수요 및 공간특성을 고려한 용도 전환 및 리모델링, 신축 등의 내용을 포함하고, 거버넌스 구축 관련 지역자원 활용 및 로컬브랜딩 창출을 위한 지역기반의 연대체계와 운영체계 등의 내용을 포함할 수 있다.

디자인 가이드라인 중 상인과 지역주민이 공간의 가치를 향상시키기 위해 지속적으로 지켜야 할 내용은 경관협정체결의 주요 내용으로 활용할 수 있다.

[표 6-15] 가이드라인에 반영할 주요 내용(안)

구분	도시계획적레벨	도시설계레벨	건축레벨
가이드라인 주요 내용	<ul style="list-style-type: none"> • 도보 기준 배후생활권 범위 • 조례로 정하는 용도지역 지정 현황 • 교통접근성 개선방안 • 보행동선 및 연계방안 	<ul style="list-style-type: none"> • 복합용도설정 기준 • 상권 진입로 및 동선처리 • 보행편의시설 조성 • 상점과 가로의 중간영역 • 가로경관 및 야간조명 	<ul style="list-style-type: none"> • 용도전환 및 리모델링 • 빈점포 활용 • 신축정비
경관협정 활용 범위		<ul style="list-style-type: none"> • 가로경관 및 보행로 관리 	<ul style="list-style-type: none"> • 건축물 외관 디자인
출처 : 연구진 작성			

[표 6-16] 지역별 기본계획 및 개별 지역상권 계획의 주요 검토내용(안)

구분	항목	주요 검토내용(안)	비고	
지역별 기본계획 [시군 단위]	지역상권의 현황	<ul style="list-style-type: none"> • 지역상권 규모, 업종/업소수, 활성화정도 현황 • 지역상권 용도지역 입지현황 • 배후생활권 대비 지역상권 현황 	도시 계획 레벨	
	배후생활권 현황	<ul style="list-style-type: none"> • 도시군기본계획을 고려한 도보기준의 생활권 현황 • 용도지역 및 용도별 건축물 현황 • 공공시설 및 기초인프라시설, 교통인프라 여건 • 배후생활권의 잠재 소비인구 및 잠재력 현황 		
	지역상권의 기능적 유형분석	<ul style="list-style-type: none"> • 기능적 유형 현황(교통관광형/위락소비/생활밀착형 등) • 지역상권 및 업종/업소별 평균매출액 규모 • 업종혼합도 및 업종다양성지수 		
	지역상권의 영향범위 검토	<ul style="list-style-type: none"> • 주요 지역상권의 영향범위 검토 • 유동인구 분석 및 소비특성 분석 		
	관련 계획 및 상위계획	<ul style="list-style-type: none"> • 관련 정책사업 및 상위계획 검토 		
	지역상권 활성화구역 우선순위 도출	<ul style="list-style-type: none"> • 지역상권구역 우선순위(젠트리피케이션 대응) • 자활상권구역 우선순위 도출(쇠퇴 상권 활성화) 		
	지역상권 활성화 계획	<ul style="list-style-type: none"> • 배후생활권 기반 지역상권 일반현황 • 생활권 및 지역상권의 규모, 업종/업소 등 일반현황 		
[개별 지역상권 단위]	지역상권의 이용 및 운영특성	<ul style="list-style-type: none"> • 해당 지역상권의 영향범위 분석 • 배후생활권 내외부 소비경향 파악 • 접근성 및 집객시설 인접성 	도시 설계 레벨	
(※ 동네상권발전소 지원사업의 결과물인 '상권활성화 5개년 계획'에 해당)	지역상권의 공간특성	<ul style="list-style-type: none"> • 업종매출특성·업소 생존기간 및 폐업 현황 • 가로별 유동인구·업소당 평균매출액분석 • 건축물 층별 용도현황 • 집객시설 및 공공/교통인프라 현황 • 가로환경(DH비 및 가로체험시설) • 상점 전면부 체류/전시/투시 특성 • 빈점포 및 신축 공간 현황 및 특성 		건축 레벨
	거버넌스 운영체계 검토	<ul style="list-style-type: none"> • 관련 사업 및 상인회 등 운영조직 현황 • 기금 및 자원 등의 활용 현황 • 지자체 및 민간주체 등의 지역협력체계 현황 		운영 현황
		지역상권의 이용수요 조사 (※설문조사 및 데이터 기반 현장조사 등)		
출처 : 연구진 작성				

2) 공간조성 관련 특례 및 활성화구역에 대한 지원 근거 개선

□ 기존 상권의 주차문제 해결을 위한 부설주차장 설치기준 완화 방안 마련(법 제30조 개정)
 부설주차장 설치기준 완화조건은 신축 상가건축물 조성이나 신규 업종 등록에 한정된 것으로 기존 상권을 위한 주차시설의 확보가 필요한 상황이다. 대중교통 접근성이 낮은 지역은 방문객 편의를 위해 공공주차장 설치를 지원해 주고 있으나 주차장 부지를 마련하는 데 어려움을 겪고 있는 실정이다. 따라서 배후생활권과 연계한 지역상권 활성화의 일환으로 인접한 업무시설, 공공시설 등 휴무일 주차장을 활용할 때, 해당 시설 소유주에 대한 지방세 감면 조항 등을 검토할 필요가 있다.

[표 6-17] 「지역상권법」의 활성화구역 특례조항

현행	개선안
「지역상권법」 제30조 활성화 구역에 대한 지원	「지역상권법」 제30조 활성화 구역에 대한 지원
① 국기와 지방자치단체는 활성화구역 발전을 위하여 다음 각 호의 지원을 할 수 있다.	⋮
1. 지방자치단체의 조례로 정하는 조세 또는 부담금의 감면	⋮
2. 상가건물 소유자에 대한 건물 개축, 대수선비 등의 용자	⋮
3. 상인 및 제2항에 따라 활성화구역에 입주한 자에 대한 시설비, 운영비 등의 용자	⋮
4. 구역 활성화를 위한 조사·연구비 등의 보조	⋮
	5. 활성화구역 반경 1km 이내 업무시설의 주차장을 주말에 활성화구역을 위해 개방할 경우 지자체 조례로 정하는 조세 또는 부담금 감면

출처 : 「지역상권 상생 및 활성화에 관한 법률」[법률 제20365호, 2024. 2. 27., 일부개정]을 토대로 연구진 작성

□ 대규모점포 입점 금지에 대한 특례 조치 검토

전통시장 쇠퇴 문제가 심각한 시기에 마련된 대규모점포 입점에 따른 영업시간규제는 다양한 경험을 소비하는 방문객이 늘어나고 있는 시점에서 규제완화가 요구되고 있는 상황이다. 특히 지역상권 활성화를 견인할 수 있는 앵커기능으로서 프랜차이즈 본점이 입점하여 기업의 사회공헌활동 차원에서 지역상권기획자 역할을 수행하는 경우도 있다. 경동시장의 스타벅스¹⁷¹⁾나 예산시장의 더본코리아가 대표적인 예이다.

따라서 앵커기능을 담보할 수 있는 프랜차이즈가 입점하여 활성화구역 내에 지역상권 기획자 역할을 수행하거나 자율상권조합에 특별조합원으로 가입할 경우 입점할 수 있도록 하되, 입점에 따른 역할이나 지역상권에 공헌할 수 있는 기준은 조합에서 정하도록 한다.

171) 스타벅스 경동1960점은 모든 판매물품의 일부 금액을 적립하여 지역상생기금으로 조성

□ 매력적인 지역상권의 가로환경 및 특화경관 조성을 위한 경관협정 체결 의제 처리

장소를 소비하는 경향이 높아지고 있는 상황에서 지역상권 활성화 구역의 가로경관이 나 보행환경이 방문객에 미치는 영향은 높다. 전주시 실태조사에서도 유동인구가 많거나 매출액이 높은 상점가로는 보행환경을 개선하거나 간판정비나 상점가 외관개선, 점포 내부의 공간에 대한 가치가 높다고 인식되는 곳으로 나타났다.

따라서 새로운 공간을 경험하고 소비하고자 하는 소비패턴의 변화에 대응하여 매력적인 상점 가로를 조성하기 위한 조합원의 노력이 필요하다. 「도시재생법」에서도 공간의 가치를 제고하기 위한 지역주민과 상인의 협력을 유도하기 위해 「경관법」에 의한 경관협정 체결을 구역 지정과 함께 의제처리할 수 있도록 규정하고 있다. 이를 통해 주변환경을 고려하지 못하는 외관 개선이나 신축 행위, 가로환경 정비 등을 주민 및 상인 스스로 관리하고 협의할 수 있도록 유도하고 있다.

지역상권 활성화구역도 마찬가지로 공간의 가치를 높이기 위해 활성화구역 내의 점포경관, 입간판 설치 기준, 외관개선 시 색채 지정, 보행환경 관리와 쓰레기 처리 방안, 에어컨 실외기 설치 위치 등을 정할 수 있도록 경관협정을 체결하는 것이 중요하다.

이를 위해 활성화구역이 지정 시 관련 내용을 포함하여 지역신청을 할 경우 「경관법」에 의한 경관협정체결 효력이 발생할 수 있도록 관련 근거를 마련할 필요가 있다.

[표 6-20] 활성화구역 지정에 따른 건축협정체결 관련 규정 개정(지역상권법 개정)

현행	개선안(신설)
-	<p>(법 제32조) 제12조 및 제15조에 의해 활성화구역이 지정된 때에는 다음 각 호의 결정결정·변경·지정·수립 또는 인가 등(이하 “인가등”이라 한다)을 받은 것으로 보며, 이에 대한 고시나 공고를 한 것으로 본다.</p> <p>1. 「건축법」 제69조에 따른 특별건축구역의 지정 및 같은 법 제77조의6에 따른 건축협정의 인가 또는 같은 법 제77조의14에 따른 건축협정 집중구역의 지정</p> <p>2. 「경관법」 제21조에 따른 경관협정의 체결 인가</p>

출처 : 「도시재생 활성화 및 지원에 관한 특별법」 [법률 제20394호, 2024. 3. 19., 타법개정]; 「지역상권 상생 및 활성화에 관한 법률」 [법률 제20365호, 2024. 2. 27., 일부개정]을 토대로 연구진 작성

4. 지역상권 잠재력을 제고하는 사업추진체계 구축

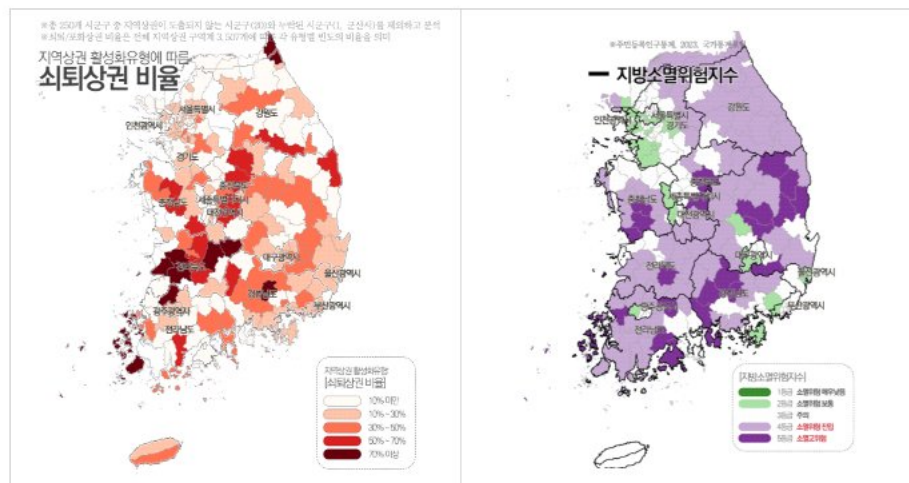
1) 정책사업 고도화를 위한 동네상권발전소 지원사업의 개선 방안

□ 상권 영향권을 고려하여 생활권과 연계한 지역별 우선순위에 따른 지원대상 선정

2024년 현행 동네상권발전소 지원사업은 산업형·생활형·관광형의 3개 유형에 대해 지역상권 사업을 공모하여 지원하고 있다. 또한, 중소벤처기업부의 패키지사업으로 운영 중인 글로벌상권 창출팀 사업에 대한 지원대상 기준은 지역상권의 공간특성보다는 사업추진주체의 거버넌스 및 자격요건 등을 기준으로 선정하고 있다.

지역상권은 지역 여건에 따라 도시구조 및 생활권 기능과 밀접하게 관련이 있다. 따라서 인구감소 추세 속에 상권규모는 자연스럽게 조정되거나 소멸될 수도 있다. 그러나 지자체는 상권규모와 수용력을 파악하여 상권 특성에 따라 집중적으로 축소·관리해야 할 곳과 집중적으로 활성화시켜야 할 곳 등을 정하기 어려웠다.

이에 국비 지원사업 공모도 지자체 규모나 소비력, 잠재력을 종합적으로 판단하기 보다는 사업 대상지역에서 제시한 판단기준에 근거하여 지원여부를 결정하는 것이 일반적이다. 그러나 전국 상권현황 분석 결과에서 나타나듯이 인구 규모 대비 상권규모가 큰 지역이 많고 상권쇠퇴지역과 지역소멸위기 지역이 중첩되는 경향을 볼 수 있다. 이는 국비지원 대상 선정에 선택과 집중이 필요함을 시사한다.



[그림 6-6] (좌)전국 쇠퇴상권과 (우)지방소멸위험지수

출처 : (좌) 연구진 작성, (우) 클라우드나인, (2023). 지역상권 개념 정립 및 상권 현황, 소상공인시장진흥공단, p.17.

따라서 국비 지원대상은 시군구 단위에서 생활권과 연계한 지역상권의 범위를 설정하고 이에 근거하여 상권의 잠재력을 고려한 기능적 유형 설정, 지원대상 우선순위를 결정하여 국비지원 사업지역을 선정할 수 있는 선택과 집중이 필요하다. 이에 지역별 기본계획을 수립할 때 우선순위를 정할 수 있는 가이드를 국가가 매년 시행하는 실태조사 결과를 토대로 제시하고, 이를 반영하여 시군구가 국비지원이 필요한 우선순위 사업지역을 판단하여 공모할 수 있는 절차를 마련하는 것이 필요하다.

지원대상 선정 시 평가 기준에는 국가 실태조사 및 지자체 기본계획 반영 여부를 판단할 수 있는 기준을 포함하도록 한다.

[표 6-21] 동네상권발전소 지원사업의 공모절차 개선안

구분	현행	개선안
유형	산업형·생활형·관광형	산업형·생활형·관광형
공모절차	공모지침 발표 ▼ 시군구신청 ▼ 선정평가 ▼ 예비사업추진 ▼ 성과평가 ▼ 본사업 지원	국가 실태조사 (법 제8조 지역별 상권유형 및 쇠퇴현황을 포함한 공모지침 작성) ▼ 시군구 실태조사 및 기본계획 수립 (지원대상 우선순위 결정) ▼ 선정평가 (기본계획과 실태조사 부합여부 판단) ▼ 예비사업추진 ▼ 성과평가 ▼ 본사업 지원

출처 : 연구진 작성

□ 성과평가에 따른 단계별 국비지원 방안

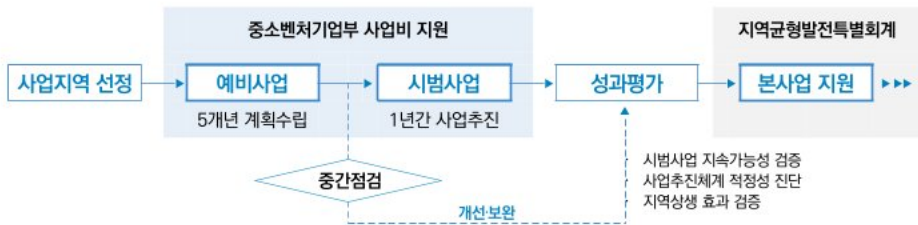
현재 동네상권발전소 지원사업은 상권활성화사업의 예비사업 성격으로 추진하고 있으며 상권활성화사업은 지자체로 이양되어 지역균형발전특별회계로 지원하도록 규정하고 있다. 그러나 지역균형발전특별회계의 지역자율계정은 광역사도의 기준에 따라 예산을 배분하고 있어 기초지자체는 후속사업에 필요한 예산을 확보하는데 어려움이 있을 것으로 예상된다.

동네상권발전소 지원사업은 약 7개월간 추진되며, 주로 향후 5개년의 계획을 수립하여 계획수립 내용을 평가하여 후속사업을 지원하고 있다. 그러나 5개년 계획수립을 위한 지침이나 가이드가 제시되지 않은 상황에서 사업추진주체가 지역상권 활성화를 위한

지역상생과 지역순환경제체계를 목적으로 사업계획을 수립하는데 한계가 있다. 이에 5년간의 예산계획이 구체적이고 타당한지 판단하기 어려운 상황에서 후속사업이 결정될 수 있다.

또한, 상권은 소비트렌드에 민감하므로 향후 사회경제적 여건변화와 주변 개발여건, 타 사업과의 관계 등을 종합적으로 고려하고 5개년 계획에도 이를 반영하여 지역활성화를 견인할 수 있다. 따라서 본 사업을 추진을 위한 국비지원도 5개년 계획을 전략적으로 수립하고 시범사업을 거쳐 단계별로 지원할 수 있도록 단계별 성과평가 절차를 거치는 방안을 도입할 필요가 있다.

예비사업 단계는 해당 상권의 문제점을 파악, 개선과제를 도출하여 5개년 계획을 수립하는데 집중하도록 하고 1차년도는 5개년 계획에 근거하여 시범사업을 실행하도록 한다. 시범사업에 대한 성과평가를 토대로 5개년 계획을 보완할 수 있도록 하며, 사업의 지속가능성을 검증하여 최종 후속 지원을 할 수 있도록 하는 환류체계 도입이 필요하다.



[그림 6-7] 동네상권발전소 지원사업의 국비지원체계 개선방안

출처 : 연구진 작성

□ 국비 지원사업을 지역기반의 사업으로 발전하기 위한 사업추진체계 마련

중소벤처기업부의 동네상권발전소 지원사업은 골목상권을 중심으로 사업을 추진하는 경향이 있고 '24년 신규로 시작한 글로벌상권 사업은 지역상생을 고려한 주변지역으로 확장한 개념으로 추진하고 있다. 그러나 종합계획에서 발표한 지역상생을 고려한 지역상권 활성화사업을 추진하는 데는 아직 한계가 있다.

국비 지원사업의 재원을 사업대상지에 단계별로 지원하는 방식과 함께, 골목단위의 동네상권발전소 지원사업에서 출발하여 지역상권 주변의 배후생활권과 연계한 사업으로 발전시키기 위해서는 사업추진체계 또한 단계별로 발전시킬 필요가 있다.

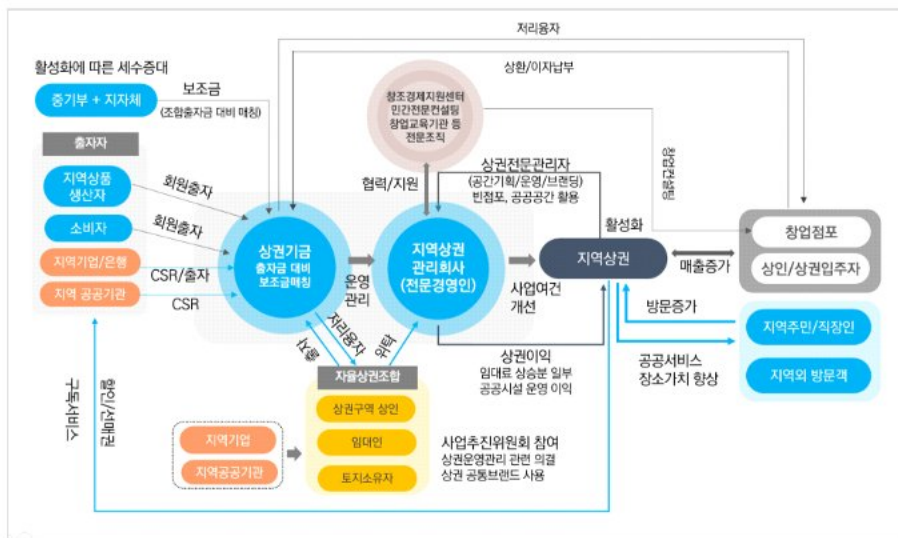
지역과 연계한 지역상권 활성화 사업추진을 위한 국비 지원체계, 거버넌스 구조, 주체별 역할, 사업추진체계 또한 단계별로 확장시켜 나갈 수 있도록 다양한 주체가 참여할 수

있는 지원방안과 수단을 마련할 필요가 있다.

종합계획에는 지역상권조합이 상권기금을 마련하여 이를 지역상권 발전을 위해 활용할 수 있도록 제시하고 있으나 재원조달 출처, 활용방안에 대한 구체적인 대안은 미흡한 상황이다. 국외 사례에서도 나타났듯이 영국, 미국, 일본 등 BID 시스템에서는 지역상권에서 걷은 세금을 지자체가 다시 해당지역에서 사용할 수 있도록 지역상권관리회사에 교부하는 절차를 거치고 있다. 우리나라는 아직 지역단위의 세제 혜택에 대한 근거가 마련되어 있지 않아 해외의 사례를 그대로 도입하기는 어렵다.

다만, 지역상권조합에 지역기업, 금융기관, 공공기관 등이 사회공헌활동 자금을 출자금으로 기금에 투입하고 조합원에게 회비를 걷어 기금을 마련하고 이를 활용하여 조합원 또는 예비조합원에게 저리 용자를 해주거나 지역상권에 필요한 공간관리와 홍보활동을 위한 비용으로 조달하는 방안을 단계적으로 구상할 필요가 있다.

기금을 운영하는 주체는 지역상권관리회사가 되어야 하며, 지역상권관리회사는 조직 내 「지역상권법」제26조의 상권전문관리자 자격을 갖춘 인력으로 구성되어야 한다. 이처럼 지역상권관리회사의 역할과 세부적인 자격요건, 기금운영방안 등에 대한 구체적인 기준도 마련되어야 한다. 이러한 기준에 근거하여 국비지원 대상사업의 5개년 계획에 단계별 사업추진체계를 구축하고 제시할 수 있도록 해야 지속가능한 지역상권을 만들어 갈 수 있을 것이다.



[그림 6-8] 상권활성화사업 추진체계 예시
출처: 연구진 작성

2) 인구감소 패키지 관련 사업을 활용한 부처 연계사업의 적극적 공간관리

□ 도시재생사업과 연계한 상업환경 인프라 정비

2024년 8월 관계부처 합동으로 발표된 '인구감소지역 맞춤형 패키지 지원'의 추진방안의 개선대상은 주거품질, 일자리, 생활환경으로, 이 중 생활환경 대상에 '지역상권 활성화'가 포함되어 있다. 협업방향을로 민관 협업을 통해 지역상권의 혁신가치를 창출하여 지역경제를 활성화하는 「(가칭)리노베이션 프로젝트」를 추진하도록 되어 있으나 구체적인 방안은 미흡한 상황이다.

「(가칭)리노베이션 프로젝트」가 실효성을 갖기 위해서는 상권을 포함한 배후지역, 즉 생활권 단위에서 다양한 주체의 참여와 협력, 재원조달과 사업수단이 복합되어야 한다.

도시재생 씨앗용자를 활용하고 지역특화재생사업을 연계하기 위해서는 앞에서 언급했듯이 도시재생활성화지역으로 지정될 경우, 지역상권 활성화구역도 지정된 것으로 인정할 수 있는 구역지정 효력을 위한 법 개정이 필요하다. 구역지정에 대한 효력이 「도시재생법」과 「지역상권법」 상호간 인정된다면 도시재생활성화지역 내에서만 활용할 수 있는 씨앗용자, 지역상권 활성화구역 안에서만 지원되는 상권발전기금을 활용하여 창업지원이나 빈점포, 빈집 활용 등 다양한 사업을 추진할 수 있을 것으로 예상된다.

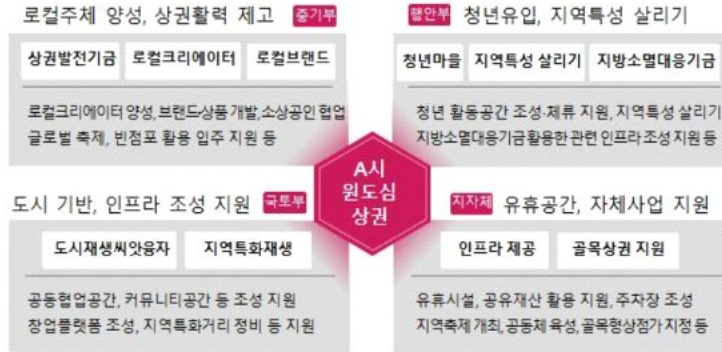
그동안 부처 연계사업을 위해 공모 선정시 가점을 부여하는 방안이 일반적으로 적용되어 왔으나 선정 이후에는 각 부처 사업이 통합적으로 운영되지 못한 결과를 낳아 사업 간 시너지 효과를 기대하는데 한계가 있었다. 이에 부처에서는 '공동 평가-선정 및 패키지 지원' 필요성을 제시하고 있다. 이러한 정책의 실효성을 보장하기 위해서는 「지역상권법」에 의해 지원되는 글로벌상권 사업이나 동네사업발전소 사업대상지 선정시 지역특화재생사업 구역을 대상으로 선정하는 방안도 필요하다.

이때 도시재생지원센터와 상권관리회사의 역할과 업무 분담이 필요하며 계획수립에 투입되는 행정절차와 예산을 효율적으로 활용하기 위하여 도시재생활성화계획과 상권5개년 계획을 통합하여 수립하는 방안도 필요하다. 계획수립에 필요한 기준과 내용, 거버넌스 구축방안 등에 대해서는 부처가 공동으로 수립하는 별도의 공모지침, 시행지침에 반영하는 것이 필요하다.

1차적으로는 '도시재생사업'과 '지역상권 활성화'사업을 동일 지역에서 수행하고 여기에 행정안전부의 청년지역만들기 사업, 중기부의 로컬크리에이터 지원사업을 집중 투입하는 방안이 병행된다면 시너지효과를 기대할 수 있을 것이다.

관계부처 합동 인구감소지역 맞춤형 패키지 지원: (가칭) 리노베이션 프로젝트

- 세부 내용: 1) 민간주도로 상권전략을 기획, 지자체가 재정제도를 뒷받침, 2) 공모절차 개선으로 개별단위 사업을 통합공모로 추진, 3) 범부처 패키지 지원으로 다부처의 묶음형 종합지원
- 추진방안: 관계부처·전문가 등이 합동으로 평가·선정하고, 지자체와 역할분담을 통해 협업하여 지원(3~4 곳 내외/年)하며, 역할분담으로 관계부처는 메뉴판 구성, 공동 평가·선정 및 패키지 지원, 지자체는 인프라 제공, 지방비 매칭, 사업관리 등을 수행



[그림 6-9] (가칭)리노베이션 프로젝트 관계기관별 역할 예시

출처: 관계부처 합동. (2024.8.). 인구감소지역 맞춤형 패키지 지원 추진방안, p.8.

출처: 관계부처 합동. (2024.8.). 인구감소지역 맞춤형 패키지 지원 추진방안, pp.8-9.

□ 국토교통부 '뉴빌리지 사업' 연계를 통한 소규모 지역상권 정비사업 추진

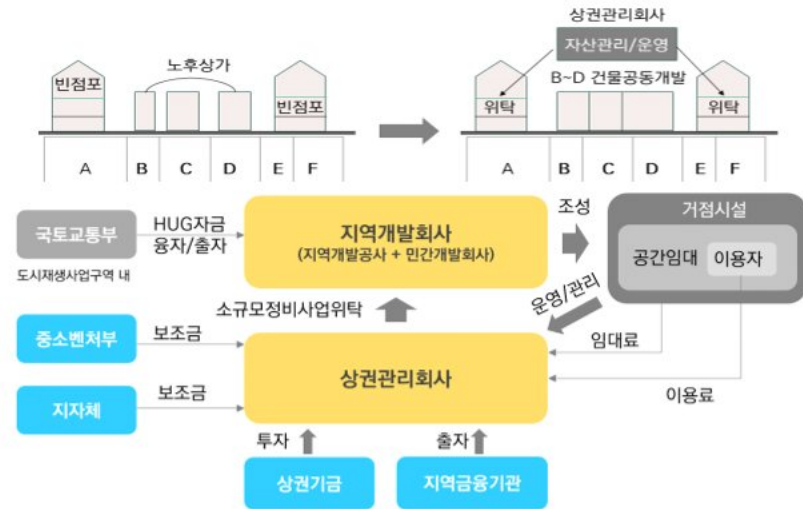
인구감소지역은 대규모 정비사업이 어려운 노후 단독주택 밀집지역이 많고 단독주택 밀집 지역이지만 용도지역상으로는 상업지역으로 지정되어 있는 지역도 많다. 이런 지역은 간선가로변 중심만 상업가로로 형성되어 있고 이면도로에 접한 건축물은 주거지역으로 남아 있는 경우가 많다.

이처럼 복합적인 여건이지만 인구감소로 상권도 쇠퇴하고 노후주거지 정비도 이루어지지 않는 지역에 대해서는 뉴빌리지 사업 대상지와 인접 또는 동일한 지역을 대상으로 지역상권 활성화 사업을 추진할 수 있는 사업추진방안을 마련할 필요가 있다.

뉴빌리지 사업은 노후주택 정비를 목적으로 주차장, 복합편의시설 등 기반편의시설 정비 비용을 지원하는 사업이다. 이 사업에 「전통시장법」 제31조의 시장정비사업을 「지역상권법」의 지역상권 활성화구역과 연계하여 소규모 상가정비를 지원할 수 있는 사업을 추진한다면 노후주택정비와 상점가 정비를 동시에 수행할 수 있을 것이다.

정부는 '24년 3월 19일 '도시 공간·거주·품격 3대 혁신 방안'을 발표하면서 노후상가를 상가복합주택으로 재건축시 도시재생 씨앗자금을 지원해 줄 수 있는 방안을 제시하였다. 여기에 인구감소지역임을 감안하여 상가복합주택시 상가비율이 40%에서 50%까지

상향하는 완화조항을 넣어 소규모 상점가 정비가 다양한 방식으로 이루어질 수 있도록 유연한 조치가 필요하다. 소규모 상가복합주택 조성 시 지역상권관리회사가 상권기금을 활용하여 점진적 상가정비사업을 추진할 수 있는 구조가 마련된다면 적극적인 지역상권의 공간관리가 이루어질 수 있다. 이때 지역상권관리회사는 자산으로서 상권관리와 개발을 총괄할 수 있는 PM으로서 역할을 수행해야 하며, 지역상권관리회사가 부동산 사용권을 위탁받아 지상권 개발할 수 있는 방안을 검토할 수 있다.



[그림 6-10] 소규모 지역상권의 점진적 정비사업 예시
출처: 연구진 작성

□ 부처 연계사업을 적극적으로 활용한 인구감소지역 패키지사업 추진

도시재생사업이나 뉴빌리지 사업이외에도 인구감소지역에 대응한 패키지 사업은 해양수산부의 어촌신활력사업(유형2)사업, 국토교통부의 지역개발사업과도 패키지 사업으로 추진할 수 있다.

특히 어촌신활력사업(유형2)는 사업대상지가 어촌지역이지만 도시형 어촌지역은 어항 배후지역이 상업지역인 곳도 많다. 어촌신활력사업은 어촌생활권을 중심으로 어업기반의 일자리 고도화나 창조적인 인적자원 유입을 통해 새로운 일자리 창출을 위한 사업도 지원하고 있으므로 지역상권 활성화사업과 패키지 사업으로 추진 가능하다.

국토교통부의 지역개발사업은 사업대상지나 특정사업 유형을 정하지 않고 지역에서 필요로 하는 문제를 해결하기 위해 다양한 사업대상지, 다양한 사업을 지역특화 맞춤형으로 제안할 수 있으므로 지역상권 지역을 대상으로 사업을 기획, 공모할 수 있으므로 이를 패키지 사업으로 추진하는 것도 가능하다.

[표 6-22] 정책 및 제도 개선방안 종합

정책과제	방안제시	세부내용	비고
지역상권의 장소 기능을 강화하는 제도적 기반 구축	활성화구역 지정 관련 제도개선 방안	<ul style="list-style-type: none"> • 명확한 상권 관련 정책 추진을 위한 '활성화구역' 용어 재정의 • 지역상권 활성화구역 지정 기준 개정 • 지역상권의 활성화구역자율상권구역에 대한 면적 상한 기준 설정 	<ul style="list-style-type: none"> • 「지역상권법」 제2조 개정 • 「지역상권법」 제2조4, 제2조5 개정 • 「지역상권법 시행령」 제2조 개정 • 중소벤처기업부 별도 가이드라인 제정
	인구감소 대응 및 N분 생활권 실현을 위한 계획수립체계 개선 방안	<ul style="list-style-type: none"> • 활성화구역 지정과 관련 계획수립권자를 시장·군수로 확대 필요 • 부처 협업 및 연계사업 추진을 위한 구역 지정·의제 처리 방안 검토 	<ul style="list-style-type: none"> • 「지역상권법」 제7조 개정 • 「도시재생법」 제21조 개정
	배후생활권의 이용수요를 고려한 지역상권 및 빈점포 관리	<ul style="list-style-type: none"> • 빈점포 관리 및 활용을 위한 제도적 근거 마련 • 지역상권 활성화를 위한 빈점포 관리 및 활용을 위한 조항 신설 	<ul style="list-style-type: none"> • 「지역상권법」 제8조 개정 • 「지역상권법」 제8조 개정
장소중심의 지역상권 공간조성 및 관리방안	지역상권의 종합적인 공간관리를 위한 디자인 가이드라인 운영 방안	<ul style="list-style-type: none"> • 종합적인 공간관리를 위한 디자인 가이드라인 운영 방안에 대한 제도 근거 마련 	<ul style="list-style-type: none"> • 「지역상권법」 조항 신설 • 중소벤처기업부 별도 기준 마련
	공간조성 관련 특례 및 활성화구역에 대한 지원 근거 개선	<ul style="list-style-type: none"> • 기존 상권의 주차문제 해결을 위한 부설주차장 설치기준의 완화 방안 마련 • 대규모점포 입점 금지에 대한 특례 조치 검토 • 노후상점 리모델링 및 신축에 따른 건축기준 특례적용을 위한 활성화구역 지정 시 건축협정체결 의제 처리 검토 • 매력적인 지역상권의 가로경관 형성을 위한 경관협정 체결 의제 처리 	<ul style="list-style-type: none"> • 「지역상권법」 제30조 개정 • 「지역상권법」 제31조 • 「지역상권법」 신설 조항 마련 • 「지역상권법」 신설 조항 마련
	지역상권 잠재력을 제고하는 사업추진체계 구축	<ul style="list-style-type: none"> • 정책사업 고도화를 위한 동네상권발전소 지원사업의 추진방식 개선 방안 • 성과평가에 따른 단계별 국비지원 방안 • 국비지원사업을 지역기반의 사업으로 발전하기 위한 사업추진체계 	<ul style="list-style-type: none"> • 상권 영향권을 고려하여 생활권과 연계한 지역별 우선순위에 따른 지원대상 선정 • 동네상권발전소 지원사업의 공모절차 개선 • 동네상권발전소 지원사업의 국비지원체계 개선방안 • 동네상권발전소 지원사업의 사업추진체계 제안
인구감소 패키지 관련사업을 활용한 부처연계사업으로 적극적 공간관리		<ul style="list-style-type: none"> • 도시재생사업과 연계한 상업환경 인프라 정비 • 뉴빌리지 사업연계를 통한 소규모 지역상권 정비사업 추진 • 부처 연계사업을 적극적으로 활용한 인구감소지역 패키지사업 	<ul style="list-style-type: none"> • 관계부처 합동 '(가칭)리노베이션 프로젝트' 활용방안 • 소규모 지역상권의 점진적인 정비사업 제안 • 관련 부처 사업연계 인구감소지역 패키지사업

출처 : 연구진 작성

제7장 결론

- 1. 연구성과
 - 2. 연구한계 및 향후 과제
-

1. 연구 성과

상권은 민간의 경제활동이 집적되어 지역경제의 증추 역할을 하는 경제적 장소이자, 일상 생활에서 문화를 향유하고 대면 교류를 촉진하는 사회적 장소이다. 그러나 오늘날 온라인 상거래의 급격한 성장과 경기침체로 폐업 점포가 증가하며 지역상권은 쇠퇴 위기에 놓여 있다. 특히, 소비패턴의 변화로 단순 구매보다는 독특한 공간 경험을 위한 소비문화가 확산 하면서 지역상권의 공간관리에 대한 새로운 접근이 요구되고 있다.

2021년 7월 제정된 「지역상권법」은 쇠퇴상권 활성화를 위한 ‘자율상권구역’과 젠트리피 케이션 방지를 위한 ‘지역상생구역’을 정책 대상으로 하는 지역상권 상생 및 활성화 정책이다. 이에 ‘공간-주체-프로그램’이 유기적으로 연계된 지역상권 생태계 조성을 정책 방향으로 하며, 민간 주도의 상권 활성화와 장소 가치를 담는 지역상권의 종합적인 공간관리를 지향한다. 특히, 인구감소 위기에 대응하기 위해 N분 생활권과 연계한 지역상권의 물리적, 경제적, 사회문화적인 종합적인 접근의 필요성을 제시하였다.

이에 본 연구는 경제자본, 사회자본, 문화자본, 인적자본이 집적되는 지역상권을 공공재 로 보고 상권의 물리적 공간이 필요하다는 문제인식에서 출발하였다. 본 연구의 목적은 인구감소 및 저성장시대에 대응한 지역상권의 활성화와 지속가능한 경제생태계 구축을 위해 지역 차원의 공간관리 방안을 제시하는데 있다. 이를 위해 배후생활권과 연계한 지역

상권 공간관리의 범위와 대상을 도출하고, 배후생활권을 연계한 지역상권 활성화를 위해 공간관리에 대한 정책 및 제도 개선방안을 제안하였다. 연구의 주요 성과를 정리하면 다음과 같다.

□ 지역상권 활성화를 위한 공간관리 의미 및 배후생활권과 연계한 공간관리 범주 제시

2장에서는 사회경제적 여건 변화에 따른 지역상권의 기능 변화를 소비패턴의 변화, 인구감소에 따른 지방도시의 수요 변화, 이용권 중심의 지역상권의 변화에 대한 주요 현상을 검토하였다. 이를 바탕으로 「지역상권법」을 근거로 지역상권 활성화를 위한 공간관리의 의미와 범주를 제시하였으며, ‘거버넌스 + 지역가치 + 물리적 집적지’로서 지역상권의 법적 정의를 토대로 ‘공간, 프로그램, 거버넌스’의 지역상권 활성화를 위한 요소를 도출하였다.

지역상권의 활성화를 위한 공간관리는 지역상권의 가치를 유지·발전시키기 위해 물리적 대상으로서 지역상권을 관리하고 개선하는 것을 의미한다. 이는 장소 기반의 종합적인 관점에서 상권의 물리적인 공간환경 계획과 사회경제적인 상권의 운영관리를 포함하는 것으로서 배후생활권과 연계한 공간관리에 대한 범주의 고려가 필요하다. 이에 따라 상업 기능 제고, 장소의 이용가치 제고, 비즈니스 잠재력 제고의 지역활성화 관점에 대해 지역상권의 구성요소인 공간, 프로그램, 실행체계로 구분하여 배후생활권과 연계한 지역상권의 공간관리에 대한 범주를 도시계획, 도시설계, 건축 레벨로 구체화하였다.

□ 관련 정책 동향을 공간관리 관점에서 분석하여 시사점 제시

3장에서는 상권 활성화 정책 동향과 지역상권법에 따른 지역상권 상생 및 활성화 정책에 대해 공간관리 관점에서 분석하여 제도 및 정책의 한계와 시사점을 도출하였다. 이를 위해 관련 제도 및 정책에 대해 공간개념을 토대로 물리적 공간, 프로그램, 거버넌스로 구분하여 공간관리 특성을 중점으로 분석하였다. 분석결과, 2000년대 이후 정책동향을 살펴보면 상권 활성화 정책이 ‘금융지원→경영지원→인프라시설 조성 지원’으로 점차 변화해 왔음을 확인하였다. 「지역상권법」에 따른 지역상권 활성화 정책은 상권의 자생력과 지속성 제고를 위해 지역관리 차원에서 상권을 브랜드화하고 투·융자지원 및 비즈니스 모델 확장 등 민간 주체의 상업활동을 증진 및 촉진하는 방향으로 변화하고 있음을 확인하였다.

이에 대한 시사점으로는 물리적 공간 측면에서는 상권에 대한 공간용어의 명확화, 활성화 구역 지정 기준 개선, 계획체계, 상권의 규모 관리의 필요성을 확인하였다. 프로그램 측면에서는 인구감소에 대응하여 배후수요를 고려한 빈점포 관리 및 용도 전환의 고려가 필요하며, 사업내용 측면에서 사업의 지원내용과 운영모델 구체화, 거버넌스 측면에서는 지역

기반의 공간과 경제 분야의 협력체계와 장소 기반의 민관협력 방안이 필요함을 시사점으로 제시하였다.

□ 전국 지역상권의 현황 및 활성화정도 분석으로 관리가 필요한 지역상권 규모 제시

3장에서는 제도 및 정책 동향의 분석과 더불어 전국 지역상권의 실태를 파악하고자 '지역상권 상생 및 활성화 종합계획'에서 제시한 지역상권 잠정치 3,540곳을 대상으로 분석하였다. 이를 통해 점포 수 30개 이상 100개 미만의 '소형상권'이 54.5% 차지하며, 주거지역에 입지하는 지역상권이 74.7%인 것을 확인하였다. 이는 「지역상권법」에 따른 활성화구역 지정 요건인 '상업지역 50% 이상 포함과 점포수 100개 이상'의 기준과 상당한 차이가 있음을 확인하였다.

전국 지역상권 활성화정도는 업소수와 매출액 증감률을 기준으로 사분위 범위에 따라 쇠퇴, 포화, 정체(유지), 활성화, 신규상권의 5개 유형으로 분석하였다. 이를 통해 전국 지역상권 중 관리가 필요한 단계에 있는 유형이 포화형(15.6%, 546개)과 쇠퇴형(20.1%, 702개)으로 전국 35.7%(1,248개)의 지역상권이 해당한다는 것을 밝혔다.

□ 지역상권 공간관리의 관련 계획, 정책, 사례를 통해 구체화하고 분석요소 도출

4장에서는 국내외 사례를 통해 상권 활성화를 위한 공간관리 전략을 검토하여 그 특성을 3개 부문으로 구분하여 분석하였다. 이에 생활권 중심의 상권 재생계획의 부문에서는 미국 포틀랜드 네이버후드 디스트릭과 일본 도야마시 입지적정화를 통한 상권 재생의 사례를 토대로 지역상권의 영향범위와 생활권의 기능과 연계되는 지역상권의 공간관리 특성을 분석하였다. 마을만들기 연계 상권 활성화 정책 부문에서는 일본 지역상업 자립촉진사업, 일본 지역상업 기능 복합화 추진사업, 일본 면(面)적 지역 가치 향상 및 소비 창출 사업을 토대로 정책지원 사업에서 상권 활성화를 위해 고려하였던 공간관리의 특성을 분석하였다. 민관협력·민간주도 상권 활성화 부문에서는 영국 High Street 대응 전략인 '포터스 리뷰(Portas Review)'와 민간주도로 추진되었던 인천 개항로 프로젝트, 기업과 행정이 민관협업으로 추진한 예산상설시장 활성화 프로젝트를 살펴보고, 민간이 참여한 프로젝트에서 나타난 공간관리의 특성을 분석하였다.

이를 토대로 3장에서 분석한 그간의 상권 활성화 정책과 국내외 사례에서 나타난 인구감소·저성장시대에 대응한 상권 활성화의 공간관리 전략을 비교하여 지역상권의 공간관리를 위한 분석요소를 도출하였다.

□ 실증지역 분석을 통한 배후생활권을 연계한 지역상권의 심층분석

5장은 4장의 국내외 사례분석을 통해 도출된 분석요소를 활용하여 '전북 전주시'를 대상으로 배후생활권을 연계한 지역상권의 공간특성 분석을 도출하였다. 이를 통해 3장의 제도 및 정책현안과 관련하여 실제 현장에서 나타나고 있는 공간관리의 지역현안을 도출하고자 하였다. 이에 배후생활권과 연계한 지역상권에 대해 기초지자체 단위에서 검토한 후, 서로 다른 기능적 유형을 가진 교통관광형, 생활밀착형, 위락소매형의 3곳에 대한 개별 지역상권 단위에서 심층분석하여 공간관리 현안에 대한 공통된 이슈를 도출하였다. 분석결과, 지역상권의 수요는 배후생활권 내에 집중되기도 하고 넓은 범위에서 외부 수요에 의존하는 것으로 나타났다. 이는 인구감소 및 저성장시대에 대응하여 외부 수요에 의존하기보다는 1차적으로 배후생활권 수요에 대응하는 기능을 강화하며 상권의 영향범위를 고려한 상권 활성화 전략이 필요하다는 것을 시사한다. 또한, 지역상권의 수요 및 공간특성은 지역상권마다 차이가 있으므로, 물리적 공간, 프로그램, 거버넌스 측면에 따라 세분화하여 공간관리에 대한 현안을 도출할 필요가 있음을 확인하였다.

□ 지역상권 활성화를 위한 공간관리의 정책 및 제도개선 방안 제시

본 연구는 지역상권 활성화를 위한 공간관리에 대한 기본방향과 정책과제를 도출하고 과제별 정책 및 제도 개선방안을 제시하였다. 이에 기본방향으로 '배후생활권과 연계한 지역상권의 종합적인 면 단위 공간관리'를 통한 '인구감소와 저성장에 대응하여 지역사회와 공존 및 지역순환경제 실현'을 제시하였다. 이에 따른 3개의 정책과제별 정책 및 제도개선 방안은 다음과 같다.

첫째, 지역상권의 장소 기능을 강화하기 위한 제도 기반을 구축으로, 활성화구역 지정 관련 제도개선사항, 인구감소 대응 및 N분 생활권 실현을 위한 계획수립체계 개선과 배후생활권의 이용수요를 고려한 지역상권 및 빈점포 관리 방안을 제시하였다.

둘째, 장소가치 중심의 지역상권의 공간조성 및 관리로, 지역상권의 종합적인 공간관리를 위한 디자인 가이드라인 운영 방안과 공간조성 관련 특례 및 활성화구역에 대한 지원 근거 개선 방안을 제시하였다.

셋째, 지역상권의 가치와 잠재력을 극대화할 수 있는 사업추진체계 구축으로, 정책사업 고도화를 위한 동네상권발전소 지원사업의 추진방식 개선 방안과 인구감소 패키지 관련 사업을 활용한 부처 연계사업으로 적극적인 공간관리 방안을 제시하였다.

2. 연구한계 및 향후 과제

본 연구는 기존 경제적 관점에서 주로 분석되었던 지역상권을 종합적인 공간관리의 관점에서 접근하여 배후생활권과 연계한 공간관리 방안의 새로운 관점을 제시하였으나, 한계점이 존재한다. 이에 다음의 한계를 향후 과제에서 보완하여 지역상권 활성화를 위한 실효성 있는 정책 방안을 모색할 필요가 있다.

먼저, 실증사례지역에 대한 한계로, 본 연구는 전주시에 한정하여 기초지자체 단위의 분석과 3곳의 개별 지역상권을 대상으로 심층분석을 진행하였기 때문에, 5장의 분석결과를 일반화하기에 한계가 있다. 또한, 교통관광형, 위탁소매형, 생활밀착형, 업무지원형으로 제시한 기능적 유형은 도시특성과 지역상권의 공간조성 특성에 따라 다를 수 있고, 공간관리의 현안은 지역상권의 이용 특성과 수요와 관련된 것으로 지역 여건에 따라 다를 수 있다. 이에 향후 다양한 기초지자체와 개별 지역상권을 대상으로 실증사례를 분석하고, 이를 기초로 하여 전국 지역상권의 공간관리 특성 도출과 분석방법을 체계화하는 방안이 필요하다.

둘째, 공간관리의 방안 제시에 대한 한계로, 본 연구는 지역상권에 대해 공간관리의 범주 전반을 다룸에 따라 용도 복합, 장소 특화, 로컬브랜드 창출을 위한 공간조성 방법이나 민간 주체의 상권기금 및 국비 지원방안 등의 재원 활용, 공간비즈니스의 창출 방안 등 장소가치를 증진하는 구체적인 실행방안이 미흡하다. 이와 관련하여 지역상권 공간관리를 위해 지역상권관리자 등 실행주체가 참고할 수 있는 디자인 가이드라인 개발과 실행방안을 후속과제로 제안한다.

셋째, 지역상권과 연계한 부처협업 사업추진 방안에 대한 한계로, 본 연구는 「지역상권법」을 중심으로 방안을 제시하여 관련 부처의 정책을 면밀하게 고려하지 못했다. 특히, 상권 관련 정책은 중심지, 생활거점 등과 같이 직간접적인 관련 정책이 추진되고 있어 이를 파악하기에 어려움이 있었다. 상권 활성화는 배후생활권의 주거, 공공시설, 산업·일자리 등 다양한 측면에서 종합적으로 접근해야 하며, 종합계획에서 제시하는 지역경제 생태계 구축을 위해서는 부처 사업이 장소 중심으로 연계 추진될 필요가 있다. 또한 지역상권의 공간관리는 도시군기본계획과 생활권계획, 도시재생 전략계획 및 활성화계획 등의 관련 계획과도 연계하여 방안을 모색할 필요가 있다. 지역상권과 다양한 부처의 정책을 연계하는 사업모델 및 구체적인 실행방안을 마련하여 정책효과를 제고하는 다양한 지원방안이 마련되기를 기대한다.

- 가천대학교, 소상공인시장진흥공단. (2016). 시장 및 상권활성화 연계 근린재생기법 매뉴얼.
- 강릉시. (2023.12). 상권활성화사업 5개년계획.
- 강준식. (2022). 청주 상권 이끌었던 대현지하상가 몰락...공실률 100% 운영 중단. 파이낸셜뉴스 9월 2일 기사. <https://www.fnnews.com/news/202209021608049755> (검색일: 2024.04.27.)
- 강지아. (2024). 대형마트 일요일 의무휴업, 부산서 12년 만에 폐지. KBS뉴스. 5월 24일 뉴스. <https://news.kbs.co.kr/news/pc/view/view.do?ncd=7971651> (검색일: 2024.5.31.)
- 강태연, 박진아. (2021). 상권변화과정 분석을 통한 상권 재활성화 진단 연구. 국토계획, 56(3), 78-91.
- 강태연. (2021). 시계열 분석을 통한 상권 재활성화 현상 분석, 한양대학교 석사학위논문.
- 거제시. (2023.12). 상권활성화사업 5개년계획.
- 건축공간연구원. (2023). 지역상권 종합계획 배경과 방향. 중소벤처기업부 지역상권 정책연구 TF 자료.
- 경기도. (2019). 2020년 경기도형 「상권진흥구역」 지정·지원 사업 시행 공고(제2019-6146호).
- 경기도. (2022). 「2022년 경기도 골목상권 특성화지원 사업」 시행 공고(제2022-5029호).
- 경기도. (2024). 2024년 경기도 골목상권 활성화 사업(신규·성장) 모집공고.
- 경향신문. (1982). 새 地下商街 만든다. 7월 13일 기사. 6면. (네이버 뉴스라이브러리. <https://newslibrary.naver.com/viewer/index.naver?articleId=1982071300329206001> (검색일: 2024. 04.30))
- 공공데이터포털. (2024.01). 전북특별자치도 전주시 개별주택가격정보. <https://www.data.go.kr/data/3069068/fileData.do>(검색일: 2024.04.08.)
- 공공데이터포털. (2024.03). 행정안전부 대규모점포. <https://www.data.go.kr/data/15045013/fileData.do>(검색일: 2024.04.08.)
- 공공데이터포털. 소상공인시장진흥공단-골목형상점가현황정보(2023년 8월 14일 기준). <https://www.data.go.kr/data/15118622/fileData.do> (검색일: 2024.05.03.).
- 공공데이터포털. 소상공인시장진흥공단-골목형상점가현황정보(2024년 6월 25일 기준).

<https://www.data.go.kr/data/15118622/fileData.do> (검색일 : 2024.08.31.)

공공데이터포털. 소상공인시장진흥공단-전국 나들가게 현황(2022년 5월 26일 등록 기준).
<https://www.data.go.kr/data/3060390/fileData.do> (검색일: 2024.05.04.)

곽대영, 한아름. (2023). 살아 숨쉬는 도시: 지방도시, 인구감소시대를 준비하다. 도서출판 미세음.

관계부처 합동. (2021). 서비스산업 코로나19 대응 및 발전전략. 3월 3일 보도자료.

관계부처 합동. (2022.8). 새정부 소상공인·자영업 정책방향.

관계부처 합동. (2023.3). 소상공인 지원 기본계획(2023년~2025년).

관계부처 합동. (2024.7). 소상공인·자영업자 종합대책.

관계부처 합동. (2024.8). 인구감소지역 맞춤형 패키지 지원 추진방안.

광주 서구. (2023.12). 상권활성화사업 5개년계획.

국가법령정보센터. <https://www.law.go.kr/LSW/main.html> (검색일: 2024.08.31.)

국가통계포털. 시·도별 공중위생영업소 현황. https://kosis.kr/statHtml/statHtml.do?orgId=117&tblId=TX_117430022&conn_path=12 (검색일 : 2024.05.03.)

국무조정실. (2024). 기초지자체 76곳, 대형마트 의무휴업 '평일'로 옮긴다. 4월2일 보도자료.

국세청 국세통계포털. 폐업자현황. (2023). <https://tasis.nts.go.kr/websquare/websquare.html?w2xPath=/ui/ep/e/a/UTWEPEAA02.xml&sttPblYr=2024&sttsMtaInfrId=20240103I01202429986> (검색일: 2024.08.20.).

국토교통부 디지털트윈국토. (2023.12). 공동주택가격정보. https://www.vworld.kr/dtmk/dtmk_ntads_s002.do?svcCde=NA&dsId=8 (검색일: 2024.04.08.)

국토교통부 디지털트윈국토. (2024.1). 개별공시지가정보. https://www.vworld.kr/dtmk/dtmk_ntads_s002.do?svcCde=NA&dsId=6 (검색일: 2024.04.08.)

국토교통부 디지털트윈국토. (2024.1). 용도별건물정보. https://www.vworld.kr/dtmk/dtmk_ntads_s002.do?svcCde=NA&dsId=2(검색일: 2024.04.08.)

국토교통부 디지털트윈국토. (2024.8). 국토계획/도시지역. https://www.vworld.kr/v4po_main.do (검색일: 2024.09.01.)

국토교통부, 주택도시시기금, 주택도시보증공사. (2020). 2020 주택도시시기금 도시재생 씨앗금융 안내 및 활용사례집.

국토교통부. (2018.4). 도시재생 뉴딜 사업신청 가이드라인.

국토교통부. (2024.4). '24년 상반기 도시재생사업 신청 가이드라인.

국토연구원. 국토용어해설 "생활권".
<https://library.krihs.re.kr/library/10350/boards/11994/87806?query=%EC%83%9D%ED%99%9C%EA%B6%8C> (검색일: 2024.02.01.)

권희성. (2019). 전주객사길(객리단길) 나무와 예술작품으로 채운다. 전북타임스 5월 23일 기사. <http://211.212.37.36/news/view.asp?idx=60804>, (검색일 : 2024.08.30.)

기금도시재생포털. 도시재생기금지도. <https://enhuf.molit.go.kr/fur/pp/pm/POPPM009M01.jsp> (검색일: 2024.10.20)

김건형. (2024). 사라지는 대형마트, 줄줄이 아파트 건립 추진. KNN. 5월 31일 뉴스.
<https://news.knn.co.kr/news/article/157975> (검색일: 2024.06.01.)

- 김금영. (2023). [미래형 라이프스타일 공간①] 매장서 채소 키우고, 축구·스케이트 즐기고…대형마트 놀러 가는 사람들. 문화경제 6월19일 기사. <https://weekly.cnbnews.com/news/article.html?no=151380> (검색일: 2024.02.01.)
- 김명진. (2023). 소상공인 살리는 골목형상점가, 온누리상품권으로 알뜰하게~. 대한민국 정책브리핑 국민이 말하는 정책. 12월 27일 기사. <https://korea.kr/news/reporterView.do?newsId=148923957> (검색일: 2024.06.17.)
- 김미란. (2022). 누가 청년을 기울어진 운동장으로 떠밀었나. 더스coop. 6월 14일 기사. <https://www.thescoop.co.kr/news/articleView.html?idxno=54576> (검색일: 2024.05.01.)
- 김민철. (2022). “골목상권 지고 전통시장 떴다”…업종별 양극화 심화, KBS뉴스. 5월 25일 기사. <https://news.kbs.co.kr/news/pc/view/view.do?ncd=5470482> (검색일: 2024.04.27.)
- 김방현. (2021). '백종원 경고' 무시했던 청년구단 재도전, 이번엔 음식 버렸다. 중앙일보. 9월 12일 기사. <https://www.joongang.co.kr/article/25006316> (검색일: 2024.05.03.)
- 김봉현. (2011). 제주 전통시장 근처엔 대형마트·SSM 일썌 못한다!. 제주의소리. 5월 23일 기사. <https://www.jejuori.net/news/articleView.html?idxno=99823> (검색일: 2024.05.04.)
- 김선아. (2023). 도시의 정체성 ④서울, 20세기 후반 : 팽창과 성장의 가속, 도시의 원형을 넘어 서다. 월간건축사. 4월 19일 글 <https://post.naver.com/viewer/postView.nhn?volumeNo=35832658> (검색일: 2024.05.03.) (사진 원출처 : 서울사진아카이브)
- 김선형. (2020). 소상공인기본법 제정의 의의와 향후 입법론적 과제. 사법, 1(51), 433-468.
- 김영재, 박인권. (2023). 빅데이터를 활용한 젠트리피케이션 상권의 장소성 분류와 특성 분석 - 서울시 14개 주요상권을 중심으로-. 지역연구, 39(1), 3-20.
- 김용섭. (2024). 라이프트렌드 2024. 부키.
- 김윤경. (2022). 양재천길·합마르프…골목상권 5곳 로컬브랜드로 키운다. 내 손안에 서울, 9월 22일 기사. <https://mediahub.seoul.go.kr/archives/2008008> (검색일 : 2024.05.10.)
- 김은영. (2023). [팝업의 시대]①“쇼핑 공간? 아니 시간제한 놀이터”... ‘리테일 미디어’로 진화하는 팝업스토어. 조선비즈. 1월 12일 기사. <https://biz.chosun.com/distribution/channel/2023/01/04/GRFL5N3UTJEBDEIYJITNO3UOTI/> (검색일 : 2024.04.28.)
- 김이택. (1998). 소상공인발전센터 눈길. 한겨레. 7월 17일 기사. 4면 (네이버 뉴스라이브러리. <https://newslibrary.naver.com/viewer/index.naver?articleId=1998071700289104013> (검색일: 2024.05.03.)
- 김창균. (1998). 소상공인 지원센터 설립 당정, 중소도시 100곳에. 조선일보. 9월 12일 기사. 9면 (네이버 뉴스라이브러리. <https://newslibrary.naver.com/viewer/index.naver?articleId=1998091200239109006> (검색일: 2024.05.03.)
- 김한호. (2022). 전주 동문길/객리단길 간판 새롭게 정비. 아주경제. 11월 10일 기사. <https://www.ajunews.com/view/20221110151926685>, (검색일 : 2024.08.30.)
- 남혜성. (2017). 서울시 자영업지원센터, 1년만에 소상공인 3만2764명 살렸다. 서울특별시 중부·남부기술교육원 남부캠퍼스. 11월 10일 기사. https://www.nbedu.or.kr/bbs/board.php?bo_table=startups&wr_id=83 (검색일: 2024.05.02.)
- 네이버지도, “성수동 팝업” 검색. <https://map.naver.com/>(검색일 : 2024.04.28.)
- 대구광역시. (2022). 대구형 명품골목상권 조성사업 본격 추진!. 4월 3일 보도자료.
- 이명래. (2024). 경기도, 2024년 골목상권 활성화 사업 228개소 선정. 도민일보. 5월 10일 기사. <http://www.dmilbo.com/news/articleView.html?idxno=469753> (검색일 : 2024.05.10.)

- 도시재생종합정보체계. <https://www.city.go.kr/portal/policyInfo/newDeal/contents05/link.do> (검색일: 2024.04.17.)
- 도야마시 공식 여행 가이드. <https://www.toyamashi-kankoukyoukai.jp/kr/art-museum> (검색일: 2024.06.05.)
- 도야마시, 거점 마을만들기 지원제도. <https://www.city.toyama.lg.jp/shisei/machizukuri/1015125/1015133/1006105.html>(검색일: 2024.8.29)
- 도야마시, 도시 기능 입지 촉진 사업보조금. <https://www.city.toyama.lg.jp/shisei/machizukuri/1015125/1015133/1006127.html> (검색일: 2024.8.29)
- 도야마시, 미나미 도야마역 주변 마을만들기. <https://www.city.toyama.lg.jp/shisei/machizukuri/1015125/1014091.html> (검색일: 2024.8.29)
- 도야마시, 교외부의 가까운 거점만들기 지원제도. <https://www.city.toyama.lg.jp/shisei/machizukuri/1015125/1015133/1015452.html>(검색일: 2024.8.29.)
- 동아일보. (1989). 주택가 재래시장 상가아파트 허용. 11월 23일 기사. 13면. (네이버 뉴스라이브러리. <https://newslibrary.naver.com/viewer/index.naver?articleId=1989112300209213001> (검색일: 202404.30))
- 디벨로펀. (2024.7). 창원 소리단길 프로젝트 관련 내부자료.
- 디올 성수. <https://www.dior.com> (검색일: 2024.02.05.)
- 디지털광주문화대전. '대원시장'. <https://www.grandculture.net/gwangju/bukgu/toc/GC60002531> (검색일: 2024.04.27.)
- 류광현. (2023). 온누리상품권 사각지대에 놓인 상인들②. 경남뉴스. 3월 14일 기사. <https://www.gnnews24.kr/news/articleView.html?idxno=19226> (검색일: 2024.08.14.)
- 리플랫폼. (2023). 2023년 상권활성화사업 상권과 로컬상권 비교분석. 소상공인시장진흥공단.
- 매일경제. (1988). 재래시장에 짓는다. 12월 20일 기사. 15면. (네이버 뉴스라이브러리. <https://newslibrary.naver.com/viewer/index.naver?articleId=1988122000099215001> (검색일: 2024.04.30))
- 매일경제. (1998). 소상공인 지원대책 촉구 김대통령. 7월 10일 기사. 6면 (네이버뉴스라이브러리. <https://newslibrary.naver.com/viewer/index.naver?articleId=1998071000099106009> (검색일: 2024.04.30))
- 매일경제. (1998). 용산전자상가 주말장터 인기. 3월 3일 기사. 35면 (네이버 뉴스라이브러리. <https://newslibrary.naver.com/viewer/index.naver?articleId=1998030300099135005> (검색일: 2024.04.30))
- 맹다미. (2014). 서울시 시장정비사업의 추진실태와 제도 개선방안, 서울연구원 정책리포트.
- 문경도시재생지원센터. http://www.mgrc.or.kr/business/c_info.php (검색일: 2024.04.22.)
- 문경시 상권활성화재단 공식 블로그. <https://blog.naver.com/PostView.naver?blogId=jcp1975&logNo=222405117849> (검색일: 2024.04.22.)
- 문화체육관광부. (2023). 내수 활성화의 특급엔진, 'K-관광 마켓' 10선으로 지역 경제 활력 이끈다. 5월 3일 보도자료.
- 문화체육관광부. 관광특구 지정현황(23년 4월기준). https://www.mcst.go.kr/kor/s_policy/dept/deptView.jsp?pCurrentPage=1&pType=05&pTab=01&pSeq=1725&pDataCD=0417000000 (검색일: 2024.04.27.)

- 민규량, 강민근. (2022). (가칭)인천소상공인진흥재단설립 여건분석 및 추진방안. 인천연구원.
- 박경태, 김영훈. (2022). 청주시 골목상권 생존 요인과 상권 유형별 생존 등급 분류. 한국지역지리학회지, 28(4), 387-405.
- 박근송, 이태규, 김정우, 박지은. (2021). 서울시 도시재생활성화지역 내 젠트리피케이션 발생지의 공간구조적 특성 연구. 대한건축학회논문집, 37(9), 71-79.
- 박명준. (2024). 이번엔 '빵장고'...상생 사업은 진화 중. KBS, 9월 2일 뉴스. <https://news.kbs.co.kr/news/pc/view/view.do?ncd=8049148> (검색일: 2024.8.29)
- 박종일. (2017). 동지 내몰림 당하는 상인 없도록 법 제·개정. 아시아경제, 2월 7일 기사. <https://www.asiae.co.kr/article/2017020707055118952> (검색일: 2024.05.07.)
- 박지완, 전이분, 이승일. (2023). 골목상권 매출액 데이터를 활용한 성장-쇠퇴 유형화와 성장상권 영향요인 분석 - 코로나19 전후를 대상으로 -. 지역연구, 39(1), 53-66.
- 배윤경. (2024). "백화점에는 없다"...청담동 커피·강남 버거 매장 내는 이들의 정체. 매일경제, 2월 3일 기사. <https://www.mk.co.kr/news/business/10935893> (검색일 : 2024.04.28.)
- 부산광역시. (2022). 15분도시 부산 기본구상.
- 부산광역시. 15분 도시. <https://www.busan.go.kr/15minute/intro05>(검색일: 2024.06.02.)
- 산업통상자원부. (2018). 상점가 기준 완화를 통한 소상공인 지원 강화. 1월 30일 보도자료.
- 산업통상자원부. (2023). '23년 5월 주요 유통업체 매출 5.7% 증가. 6월28일 보도자료.
- 산업통상자원부. (2024). '24년 상반기 주요 유통업체 매출 10.5% 증가. 7월 30일 보도자료.
- 서수정, 장민영, 김영하. (2019). 중소도시 지속가능성을 위한 지역자원기반의 통합적 공간관리 방안. 건축도시공간연구소.
- 서울특별시 노동민생정책관. (2019.10). 선순환 지역경제를 위한 생활상권 추진계획.
- 서울특별시. (2019.10). 생활상권 추진계획 설명회 발표자료.
- 서울특별시. (2020). 생활상권 2기 기반사업 공모 공고(제2020 - 2468호).
- 서울특별시. (2020). 서울특별시 생활상권 구획획정.
- 서울특별시. (2022). 동네 단골손님 끌어모은다! 골목상권 살리는 가을행사 모음. 내 손안에 서울. 9월 23일 보도자료.
- 서울특별시. (2022). 서울시, 디지털 대전환시대 미래공간전략 「2040 서울도시기본계획」 발표, 3월 3일 보도자료.
- 서울특별시. (2023). 특색 있는 골목상권 제대로 키운다...3년간 30억 지원. 내 손안에 서울. 3월 21일 보도자료.
- 성주인, 박시현, 심재현, 윤병석. (2013). 해외 농어촌 정주공간 관련 정책 동향과 시사점II. 농촌경제연구원
- 소상공인시장진흥공단 전통시장통통. 상권르네상스사업. <https://www.sbiz.or.kr/sijangtong/nation/trdarRena/trdarRenaIntro.do> (검색일 : 2024.05.03.)
- 소상공인시장진흥공단 전통시장통통. 온누리상품권. https://www.sbiz.or.kr/sijangtong/nation/cms/readAction.do?menu_id=070100 (검색일 : 2024.05.03.)
- 소상공인시장진흥공단. 지원사업. <https://www.semas.or.kr/web/SUP01/SUP0103/SUP010301.kmdc> (검색일: 2024.05.07.).

- 소상공인시장진흥공단. (2021). 전통시장 및 상점가 활성화전략 정책연구용역.
- 소상공인시장진흥공단. (2022.7). 새정부의 소상공인정책.
- 소상공인시장진흥공단. (2023). 시설현대화사업 지원내역('02-'19) 내부자료.
- 소상공인시장진흥공단. (2023). 시장경영혁신지원사업 지원내역('14-'23) 내부자료.
- 소상공인시장진흥공단. (2024). 업소정보 내부자료(2015~2023.7).
- 소상공인시장진흥공단. (2024). 유동인구 내부자료(2024.1).
- 소상공인진흥공단. (2022.7). 새정부의 소상공인정책.
- 속초시. (2023.12). 상권활성화사업 5개년계획.
- 손용만. (2016). 쇠퇴상권 재활성화를 위한 도시재생 계획요소 연구. 광운대학교 박사학위논문.
- 신기동, 김근수, 황상연, 남윤형, 박민근. (2019). 골목상권 과당경쟁 실태와 개선방안 연구. 경기연구원.
- 신기동, 한영숙. (2024). 전통시장 청년몰, 실패의 경험과 발전모델 탐색. 경기연구원.
- 신상철. (2009). 파주시, 금촌 전통시장 현대화사업 준공 - 27일 준공식 열려. SKN. 11월 25일 기사. <https://www.safekoreanews.com/3629> (검색일: 2024.05.03.)
- 신서경. (2021). 도시계획 실행력 강화를 위한 생활권계획 도입방안 연구. 국토연구원.
- 신주현. (2022). [집중취재] '공익사업 취지 무색' 시장정비사업 투기판 전락. KBS뉴스. 6월 15일 뉴스 <https://news.kbs.co.kr/news/pc/view/view.do?ncd=5486898> (검색일: 2024.05.01.)
- 신현호. (2023). 대구시, 골목상권 회복 지원사업 대상지 5개소 선정. 대구일보. 6월 8일 기사. <https://www.idaegu.com/news/articleView.html?idxno=459798> (검색일 : 2024.05.09.)
- 양지윤. (2021). 양남시장 일대에 임대주택...공공+민간 손잡고 개발. 서울경제. 8월 27일 기사. <https://sedaily.com/NewsView/22QCNTUEY6> (검색일: 2024.05.01.)
- 엄아랑. (2021). '체험' 주력하는 백화점업계... 쇼핑 넘어 여가 공간으로 '탈바꿈' 시사위크. 10월15일 기사. <https://www.sisaweek.com/news/articleView.html?idxno=147970> (검색일 : 2023.02.01.)
- 영등포구. (2021). 제2021-1681호 양남시장정비사업추진계획 변경 승인 추천 신청에 따른 공람공고. 영등포구보 제1837호.
- 예산군. (2023.4). 예산형 구도심 지역상생프로젝트.
- 예산장터광장. <https://yesan.theborn.co.kr/market/tour?Ctg=B> (검색일: 2024.05.10.).
- 오효정. (2024). 무인매장 전성시대 '대세' 바뀐다...아이스크림 지고 뜨는 이것, 중앙일보. 3월 31일 기사. <https://www.joongang.co.kr/article/25239170> (검색일: 2024.05.03.)
- 우제성. (2024). 노후 전통시장 정비하고 싶어도 전통시장법이 발목. 기호일보. 3월 12일 기사. <https://www.kihoilbo.co.kr/news/articleView.html?idxno=1077346> (검색일: 2024.06.16.)
- 유봉석. (1997). 남대문시장 재개발 바람, 매일경제. 7월 17일 기사. 14면 (네이버 뉴스라이브리. <https://newslibrary.naver.com/viewer/index.naver?articleId=1997071700099114001> (검색일: 2024.04.30))
- 유현재. (2021). 대구 뒷은 전통상업보존구역...대규모점포 등 진입장벽, 낡은 조례 바꿔야. 대구일보. 11월 1일 기사. <https://www.idaegu.com/news/articleView.html?idxno=421885> (검색일: 2024.05.03.)

- 윤상용. (2019). 지역상권 특성이 자영업자 폐업률에 미치는 영향에 관한 연구 : 서울시 25개 자치구를 중심으로. *기업과혁신연구*, 42(3), 21-39.
- 윤서연, 김인희, 변미리, 임희지, 정상혁, 홍상연, 허자연, 박동찬, 이동하, 진화연. (2021). 디지털 전환에 따른 도시 생활과 공간변화. 서울연구원.
- 윤성노. (2004). 소상공인 경제주체 인정 기뻐. *경향신문*. 12월 24일 기사. <https://www.khan.co.kr/article/200412241732461> (검색일 : 2024.04.25.)
- 윤희훈, 이선목. (2021). [마트 규제 10년]① “온라인으로 장보면 되죠”...대형마트 의무 휴업, 수혜자가 없다. *조선비즈*. 4월 11일 기사. https://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2021/04/11/2021041100045.html (검색일: 2024.05.03.)
- 이민아. (2023). [인구 충격, 소비 충격]⑤ ‘식품 사막’ 된 인구 소멸 지역...쿠팡 새벽배송 지도가 주는 교훈. *조선일보*, 11월 20일 기사. <https://biz.chosun.com/distribution/food/2023/11/20/CWVXS057R5CGPK3P2H5SLZVBAE/> (검색일: 2024.02.05.)
- 이상윤. (2023). 상권분석론. 도서출판 두남.
- 이영주, 임은선. (2011). 서민경제 안정을 위한 지역상권 활성화 방안 연구. 국토연구원.
- 이재환. (2023). “30억 썼다” 간절한 백종원... 예산시장 투입 돈 대체 얼마?. *오마이뉴스*, 4월 25일 기사. https://www.ohmynews.com/NWS_Web/View/at_pg.aspx?CNTN_CD=A0002921979 (검색일: 2024.05.10.)
- 이정순. (2022). 줄줄이 문닫는 대전 대형 유통시설... 불안감. *충청투데이*. 6월 24일 기사. <https://www.cctoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=2164056> (검색일: 2024.07.05.)
- 이주원. (2019). 5일마다 한 곳 폐업...위기의 신흥상권. *서울경제*. 4월 30일 기사. <https://www.sedaily.com/NewsView/1VI2FSTB5W>. (검색일 : 2024.04.28.)
- 이지원. (2021). 골목가게 탁상공론③ “1000억원 투입한 나들가게 사업 중단”. *더스쿠프*. 6월 4일 기사. <https://www.thescoop.co.kr/news/articleView.html?idxno=50862> (검색일: 2024.05.04.)
- 이창길. (2022). 지역고유자원을 바탕으로 지역과 상생하는 개항로프로젝트. 2022년 제1회 aur i 마을재생 포럼 자료집(2022.1.27.). 건축공간연구원.
- 이혜운. (2024). MZ세대를 알려면 여기로... ‘더현대 서울’ 팝업 매출 탑3 [여기힘해]. *조선일보*. 1월 8일 기사. <https://www.chosun.com/national/weekend/2024/01/08/IFGIIQF FMJGDVEPG7XIL2ATXLQ/> (검색일 : 2024.02.01.)
- 이호준. (2013). 골목 슈퍼 ‘나들가게’ 줄줄이 간판 내린다. *경향신문*. 10월 14일 기사. <https://www.khan.co.kr/economy/market-trend/article/201310142225595> (검색일: 2024.04.27.)
- 인천광역시 블로그. <https://blog.naver.com/incheontogi/223146297417> (검색일: 2024.05.10.)
- 임보영, 윤주선. (2022). 도시재생선도지역의 근린상권 실태분석. 건축공간연구원.
- 장민영, 성은영, 정인아, 변은주. (2022). 동네생활권 개념 도입 및 정책적 활용방안 연구. 건축공간연구원.
- 전국경제인연합회. (2020). 서울시 유통규제 지역 현황. 12월 1일 보도자료. https://m.fki.or.kr/bbs/bbs_view.asp?cate=news&content_id=d436d536-602b-4222-917f-b4062547b260 (검색일: 2024.05.03.)
- 전국마을기업 지도. <https://fvcm.purpleo.co.kr/view/2330> (검색일 : 2024.08.20.)

- 전주시. (2020). 2035 전주시 도시기본계획.
- 전현희. (2023). 부산 '전리단길' 뜨자 그 옆 동네가...땅값 4년 만에 2배가 뛰었다. 땅집고. 10월 7일 기사. https://realty.chosun.com/site/data/html_dir/2023/10/06/2023100602593.html (검색일: 2024.04.01.)
- 정광섭. (2019). 골목상권에 열광하는 소비자로 보는 국내상권의 미래. Deloitte.
- 정다운. (2016). 요즘 뜨겁다는 서울 해방촌...이태원·경리단길 거쳐 이제 해방촌 활짝. 매일경제. 9월 26일 기사. <https://www.mk.co.kr/economy/view.php?sc=50000001&year=2016&no=674095> (검색일: 2024.04.01.)
- 정미숙. (2012). 시장정비사업...주상복합아파트 개발사업(돈벌이 수단)으로 전략. 대한뉴스. 12월 11일 기사. <http://www.dhns.co.kr/news/articleView.html?idxno=72020> (검색일: 2024.05.01.)
- 정은애, 성현곤. (2018). 공간의 이질성 특성이 소매업 매출액에 미치는 차별적 영향 분석. 국토계획, 53(4), 163-180.
- 정은애. (2019). 상권주기에 따른 소상공인 및 자영업 정책방향. 중소기업 포커스 제19-07호, 중소기업연구원.
- 정현수, 이창명, 유승목, 한민선. (2022). [단독] '쿠세권 지도' 그려봤더니..국토의 84%에 새벽 배송 없다. 머니투데이, 3월 19일 기사. <https://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2022031719361090714> (검색일 : 2024.02.01.)
- 제주시. (2023.12). 상권활성화사업 5개년계획.
- 조민정. (2017). 김해시 `나들가게 선도지역` 지정. 영남일보. 7월 27일 기사. <https://www.ynnnews.kr/news/articleView.html?idxno=119167> (검색일: 2024.04.27.)
- 조선일보. (1967). 동양제일을 자랑하는 상가아파트 출현. 10월 12일 기사. 1면. (네이버 뉴스라이브리. <https://newslibrary.naver.com/viewer/index.naver?articleId=1967101200239101013> (검색일: 202404.30))
- 중소벤처기업부, 관계부처 합동. (2019). 관계부처 합동 「제2벤처 붐 확산 전략」 발표. 3월 6일 보도자료.
- 중소벤처기업부. (2018). 동네슈퍼 협업화로 위기를 돌파한다!!. 4월 4일 보도자료.
- 중소벤처기업부. (2018.12). 시장정비사업 매뉴얼.
- 중소벤처기업부. (2021.5). 「상권 르네상스 사업(상권활성화 사업)」 공고(5차)(공고 제2021-320호).
- 중소벤처기업부. (2022.6). 「상권 활성화 사업」 대상지 모집 공고(공고 제2022-363호).
- 중소벤처기업부. (2023). 기업가형 소상공인 육성을 통한 지속가능한 로컬생태계 창출전략. 2024 로컬콘텐츠중점대학 사업설명회 자료(2023.12.14.).
- 중소벤처기업부. (2023). 민간전문가와 지역상인, 주민이 함께 만드는 '동네상권'이 뜬다. 5월 2일 보도자료.
- 중소벤처기업부. (2023). 소상공인의 새로운 미래를 생활양식(라이프스타일)과 지역(로컬)상표(브랜드)로 제시하다. 5월 16일 보도자료.
- 중소벤처기업부. (2023.1). 2023년 로컬콘텐츠 중점대학 주관기관 모집 공고 (제2023-39호).
- 중소벤처기업부. (2023.12). 지역상권 상생 및 활성화 종합계획.
- 중소벤처기업부. (2024). 2024년도 중소기업 지원사업.

중소벤처기업부. (2024). 동네상권, 우리가 스스로 만든다!. 4월 12일 보도자료.

중소벤처기업부. (2024). 지역을 살리는 글로벌 상권 프로젝트 신설. 4월 4일 보도자료.

중소벤처기업부. (2024.1). 「2024년 동네상권발전소 지원사업」 모집공고(공고 제2024-79호).

중소벤처기업부. (2024.1). 2024년 소상공인 지원사업 통합 공고(제2024-003호).

중소벤처기업부. (2024.2). '24년 민간투자 연계형 연계(매칭)용자 참여 소상공인 모집.

중소벤처기업부. (2024.4). 2024년 글로벌 상권 창출팀 모집공고(수정)(제2024 - 262호).

중소벤처기업부. (2024.4). 2024년 로컬브랜드 창출팀 모집공고(연장)(제2024-278호).

지역농업연구원. (2017). 『삼천동 막걸리』 문화콘텐츠 강화 등 활성화를 위한 기본계획 수립 용역. 전주시청.

채지영. (2020). 세종대왕과 함께 떠나는 골목 여행, 여주한글시장. 아파트관리신문. 6월 15일 기사. <https://www.aptn.co.kr/news/articleView.html?idxno=76051> (검색일: 2024.05.03.)

채한희, 이경환. (2023). 상업지역 유동인구에 영향을 미치는 도시공간구조 및 물리적 환경특성 분석 - 서울 도심부 상업지역을 대상으로 -. 대한건축학회논문집, 39(8), 165-173.

청주시. (2023.12). 상권활성화사업 5개년계획.

최은경. (2023). '23년 해운대 '터줏대감' 문 닫았다...400개도 안 남은 대형마트'. 중앙일보. 10월 30일 기사. <https://www.joongang.co.kr/article/25203321> (검색일: 2024.02.01.)

카카오맵. <https://map.kakao.com/> (검색일: 2024.02.01.)

클라우드나인. (2023). 지역상권 개념 정립 및 상권 현황. 소상공인시장진흥공단.

클린아이 지방공공기관 통합공시, 지방출자출연기관 설립현황(2024.6.30. 기준). <https://www.cleaneye.go.kr/siteGuide/iptCompStatus.do> (검색일 : 2024.08.30.)

토지이음. <https://www.eum.go.kr/web/cp/st/stUpisStatDet.jsp> (검색일: 2024.08.05.)

통계청. (2023). 2022년 소상공인실태조사 결과(잠정). 12월 27일 보도자료.

통계청. (2023). 2022년 소상공인실태조사 잠정결과 발표, 12월 28일 보도자료.

통계청. 경제활동인구조사. (2022). https://kosis.kr/statHtml/statHtml.do?orgId=101&tblId=DT_1DA7001S&conn_path=I2 (검색일: 2024.04.10.)

포르쉐 코리아. <https://www.porsche.com/korea/ko/aboutporsche/pressreleases/press-releases-korea/?id=2022-11-25-02&pool=korea&lang=ko> (검색일: 2024.02.05.)

하혜영. (2020). 지방이양일괄법의 주요내용과 향후 과제. 국회입법조사처. 이슈와 논점 제1651호.

한국고용정보원. (2024). 2024년 3월 지방소멸위험지수 원시자료

한국관광데이터랩. 지자체 관광 경쟁력 사업 관련 골목상권 리스트(2021.12). <https://datalab.vitkorea.or.kr/common/board/Download.do?bcIdx=299509&cbIdx=1129&strefileNm=cc1f8da2-8443-42f4-a600-3eba82c4287d.xlsx> (검색일: 2024.01.15.)

한국교통연구원 부동산 빅데이터 플랫폼. (2024.12). POI기초데이터. https://www.bigdata-realestate.kr/rebpp/usr/prd/prdInfoDetail.do?req_productId=21(검색일: 2024.04.08.)

한국문화원연합회. 새롭게 형성된 문화관광형시장. <https://ncms.nculture.org/market/story/3462> (검색일: 2024.04.27.)

- 한국부동산원, 상업용부동산입대동향조사(2023년 4/4). <https://www.reb.or.kr/r-one/porta/l/bbs/rpt/selectBulletinPage.do> (검색일: 2024.01.29.)
- 한국부동산원. (2024). 지도로 보는 전국 빈집실태조사 결과 현황- 통합가이드라인 적용 전 기준. <https://binzib.reb.or.kr/binzib/binzibplatform/statisticInfo/binzibMap.do?pageCd=1> (2024.08.20.)
- 한국창업부동산정보원. 형태별 상권의 종류와 상권에 미치는 요인들. <http://www.kera.kr/%EC%83%81%EA%B6%8C%EC%BB%A8%ED%85%90%EC%B8%A0/read?uid=463861> (검색일 : 2024.02.01.)
- 행정안전부. 인구감소지역 지정. <https://www.mois.go.kr/frt/sub/a06/b06/populationDecline/screen.do> (검색일: 2024.02.01.)
- 행정안전부. 주민등록인구통계. <https://jumin.mois.go.kr> (검색일: 2024.08.30.)
- 행정안전부. (2023). 2024년 『로컬브릿지 프로젝트』지역을 살리는 로컬메이트 공모사업. <https://gwon.net/%EB%A1%9C%EC%BB%AC%EB%A9%94%EC%9D%B4%ED%8A%B8> (검색일: 2024.05.09.)
- 행정안전부. (2023.10). '24년 생활권 단위 로컬브랜드 활성화 지원사업 공모 추진계획.
- 행정안전부. (2024). 주민등록인구통계. <https://jumin.mois.go.kr/>(검색일: 2024.08.30.)
- 현대경제연구원. (2023). 국내 5대 소비분화 현상과 시사점. 경제주평, 통권 944호.
- 현대백화점 공식블로그. <https://thehyundaiblog.com/entry/thehyundaiseoul-spot> (검색일 : 2023.02.01.)
- 홍완식. (2020). 소상공인 죽이는 유통산업발전법... 수십년 지원 사각지대. 경기일보. 6월 21일 기사. <https://www.kyeonggi.com/article/202006211129776> (검색일: 2024.08.14.)
- 황윤희. (2023). 전후 서울의 전재복구계획 논의와 도시계획 추진. 한국학논총. 60, 125-164.
- 「골목상권 공동체 육성 및 활성화 지원을 위한 특별법안」(의안번호: 2201528, 제안일: 2024.07.09., 산업통상자원중소벤처기업위원회)
- 「관광진흥법」 [법률 제20357호, 2024. 2. 27., 일부개정]
- 「농어촌정비법」 [법률 제19876호, 2024. 1. 2., 일부개정]
- 「도·소매진흥법」 [법률 제3896호, 1986. 12. 31., 제정]
- 「도시재생 활성화 및 지원에 관한 특별법 시행령」 [대통령령 제34774호, 2024. 7. 30., 타법개정]
- 「도시재생 활성화 및 지원에 관한 특별법」 [법률 제19430호, 2023. 6. 9., 타법개정]
- 「도시재생 활성화 및 지원에 관한 특별법」 [법률 제20394호, 2024. 3. 19., 타법개정]
- 「빈집 및 소규모주택 정비에 관한 특례법」 [법률 제19225호, 2023. 2. 14., 타법개정]
- 「상가건물 임대차보호법 시행령」 [대통령령 제34550호, 2024. 6. 4., 타법개정]
- 「상권활성화사업 운영지침」 [중소벤처기업부고시 제2023-87호, 2023. 8.31., 일부개정]
- 「상권활성화사업 운영지침」 [중소벤처기업부고시 제2024-19호, 2024. 4. 8., 타법개정]
- 「소상공인기본법 시행령」 [대통령령 제32274호, 2021. 12. 28., 타법개정]
- 「소상공인기본법」, [법률 제17623호, 2020. 12. 8., 일부개정].

- 「시장법」 [법률 제704호, 1961. 8. 31., 제정]
- 「시장법」 [법률 제3537호, 1981. 12. 31., 전부개정]
- 「유통산업발전법」 [법률 제5327호, 1997. 4. 10., 제정]
- 「유통산업발전법」 [법률 제6959호, 2003. 7. 30., 전부개정]
- 「유통산업발전법」 [법률 제19117호, 2022. 12. 27., 타법개정]
- 「유통산업발전법」 [법률 제20444호, 2024. 9. 20., 일부개정]
- 「유통산업발전법 시행령」 [대통령령 제33886호, 2023. 11. 21., 타법개정]
- 「유통산업발전법 시행규칙」 [산업통상자원부령 제502호, 2023. 2. 28., 타법개정]
- 「재래시장육성을위한특별법」 [시행 2005. 3. 1.] [법률 제7235호, 2004. 10. 22., 제정]
- 「재래시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」 [법률 제7945호, 2006. 4. 28., 전부개정]
- 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」 [법률 제20343호, 2024. 2. 20., 일부개정]
- 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」 [법률 제20455호, 2024. 9. 20., 일부개정]
- 「중소기업의 구조개선 및 경영안정지원을 위한 특별조치법」 [법률 제5093호, 1995. 12. 29., 제정]
- 「지역상권 상생 및 활성화에 관한 법률」 [법률 제20365호, 2024. 2. 27., 일부개정]
- 「지역상권 상생 및 활성화에 관한 법률 시행령」 [대통령령 제34862호, 2024. 8. 27., 일부개정]
- 経済産業省. (2018). 地域・まちなか商業活性化支援事業について
- 富山市. (2023). Compact City Toyama: Outline of Toyama City Urban Improvement Project.
- 富山市. (2023.11). 立地適正化計画.
- 中小企業庁. (2014). 地域商業自立促進事業 募集要領.
- 中小企業庁. (2015). 地域商業自立促進事業 募集要領.
- 中小企業庁. (2016). 地域商業自立促進事業 募集要領.
- 中小企業庁. (2017). 地域商業自立促進事業 募集要領.
- 中小企業庁. (2018). 地域商業自立促進事業 募集要領.
- 中小企業庁. (2023). 地域の持続的発展のための中小事業者等の機能活性化事業.
- 中小企業庁商業課. (2022). 令和3年度地域商業機能複合化推進事業活用事例
- 中小企業庁商業課. (2023). 令和4年度第2次補正予算的地域価値の向上・消費創出事業(概要資料)
- Advance Portland. <https://www.advanceportland.com> (검색일: 2024.02.06.)
- Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *Canadian Geographer, Le Géographe canadien*, 24(1), 5-12.
- City of Portland. (2012). The Portland Plan.
- City of Portland. (2023). 2035 Comprehensive Plan.
- Conzen, M.P. (1960). Alnwick: a study in town plan analysis, *Transactions, Institute of British Geographer*, 27, 1-122.

- Department for Communities and Local Government. (2013). The Future of High Streets: Progress since the Portas Review.
- Erica Roffe. (2022). Opinion: An open letter to Mary Portas. Bedford Independent. 10월 16일 기사. <https://www.bedfordindependent.co.uk/opinion-an-open-letter-to-mary-portas> (검색일: 2024.08.29.)
- e-나라지표. 건축물 현황. https://www.index.go.kr/unity/potal/main/EachDtlPageDetail.do?idx_cd=1226 (검색일 : 2024.02.01.)
- GOV.UK. (2012). Portas Pilots to kick-start high street renaissance. 5월 26일 보도자료. <https://www.gov.uk/government/news/portas-pilots-to-kick-start-high-street-renaissance> (검색일: 2024.07.25.)
- GOV.UK. (2013). Fund rewards high street innovation. News story. 5월 4일 기사. <https://www.gov.uk/government/news/fund-rewards-high-street-innovation> (검색일: 2024.05.07.)
- GOV.UK. (2018). Future High Street Fund, Policy paper. 10월 29일 기사. <https://www.gov.uk/government/publications/future-high-streets-fund/future-high-street-fund#structural-changes-on-high-streets> (검색일: 2024.05.07.)
- GOV.UK. (2021). New levelling up and community investments, <https://www.gov.uk/government/collections/new-levelling-up-and-community-investments#the-levelling-up-fund> (검색일: 2024.05.07.)
- GOV.UK. (2021). The Community Ownership Fund, <https://www.find-government-grants.service.gov.uk/grants/the-community-ownership-fund-1> (검색일 : 2024.05.07.)
- High Streets Task Force, <https://www.highstreettaskforce.org.uk/about/> (검색일: 2024.05.07.)
- Historic Parkrose. <https://historicparkrose.com> (검색일: 2024.5.10.)
- Llewelyn-Davis. (2006). 도시설계 개론. 김경배, 이제선, 권성실 역. 서울시정개발연구원
- Mary Portas. (2011). The Portas Review : An independent review into the future of our high streets.
- Matthew Carmona, Tim Heath, Taner Oc, Steve Tiesdell. (2009). 도시설계 장소만들기의 여섯 차원. 강홍빈, 김기호, 김도년, 양승우, 이석정, 정재용 공역. 대가.
- Oregonlive. (2015). Sugar Shack property in Northeast Portland sold to Cully group for \$2.3 million https://www.oregonlive.com/portland/2015/07/sugar_shack_property_in_northe.html (검색일: 2024.06.05.)
- Prosper Portland. (2020). Update on the Neighborhood Prosperity Network.
- Prosper Portland. (2023). Advance Portland.
- Samantha Fenwick. (2017). Shopping choices shrink in Portas Pilot towns. BBC. 11월 8일 뉴스기사. <https://www.bbc.com/news/business-41906964> (검색일: 2024.05.07.)
- The World Bank. (2021). Toyama City Compact City Development.

Spatial Management Strategies for Revitalizing Local Trading Areas

SUMMARY

Jung, Ina
Seo, Soojeong
Jin, Teseung
Yoo, Yeseul

The Act on Coexistence and Revitalization of Local Trading Areas, enacted in July 2021, aims to revitalize declining trading areas. It focuses on two policy targets: autonomous trading zones to revitalize declining areas and local coexistence zones to prevent gentrification. The policy direction is to foster a local trading area ecosystem where space, actors, and programs are organically connected. It emphasizes private-sector-led revitalization of trading areas and aims for comprehensive spatial management that enhances the value of places. Specifically, in response to the population decline crisis, the need for a comprehensive approach that integrates physical, economic, and sociocultural aspects of local trading areas, in connection with N-minute living areas, has been highlighted.

This study begins with the recognition that local trading areas should be approached as public goods where economic, social, cultural, and human capital converge, making physical space essential for their functioning. The purpose of this study is to propose spatial management strategies at the local level to revitalize local trading areas and establish a sustainable economic ecosystem in response to the era of population decline and low growth. To this end, the study identifies the scope and targets of spatial management for

local trading areas in connection with their surrounding living areas, and suggests policy and institutional improvements for spatial management to support the revitalization of local trading areas. The key findings of the study are summarized as follows:

- The Significance of Spatial Management for Revitalizing Local Trading Areas and the Scope of Spatial Management in Connection with Surrounding Living Areas

Chapter 2 examines the functional changes of local trading areas in response to shifting socioeconomic conditions, including changes in consumption patterns, the evolving demand in regional cities due to population decline, and the transformation of local trading areas centered around user rights. Based on this analysis and referencing the Act on Coexistence and Revitalization of Local Trading Areas, the chapter outlines the significance and scope of spatial management aimed at revitalizing local trading areas. It derives the key components of local trading areas—space, program, and governance—based on the legal definition of local trading areas as "governance + local value + physical cluster."

Spatial management for revitalizing local trading areas refers to managing and improving these areas as physical entities in order to maintain and enhance their value. This encompasses both the physical spatial environment planning of the trading areas and the socioeconomic management of their operations, from a place-based, comprehensive perspective. It is crucial to consider the scope of spatial management in connection with surrounding living areas (N-minute living areas). In this context, the spatial management of local trading areas should be divided into three components—space, program, and governance—in order to enhance commercial functions, increase the utility value of the area, and unlock business potential. The scope of spatial management connected to surrounding living areas is further specified across urban planning, urban design, and architectural levels.

- Analysis of Relevant Policies from the Perspective of Spatial Management

Chapter 3 analyzes past trends in trading area revitalization policies and the policies for coexistence and revitalization of local trading areas under the Act on Coexistence and Revitalization of Local Trading Areas from a spatial management perspective, identifying the limitations and implications of these institutions and policies. To do so, related systems and policies were categorized into physical space, programs, and governance, and analyzed with a focus on spatial management characteristics. The analysis found that, since the 2000s, policies have evolved from focusing primarily on financial support to management

support and finally to infrastructure development support. In this context, the policy for revitalizing local trading areas under the Act on Coexistence and Revitalization of Local Trading Areas has shifted toward enhancing the self-sufficiency and sustainability of trading areas. This is being achieved by branding local trading areas from a management perspective, promoting private sector commercial activities through support for investment and financing, and expanding business models.

The implications of this analysis are as follows: From the perspective of physical space, the lack of clear spatial concepts and planning frameworks, along with a focus on improving convenience facilities, suggests the need to clarify the spatial concept, revise the criteria for designating revitalization zones, improve the planning system, and manage the scale of trading areas. In terms of programs, to address population decline, it is necessary to manage vacant stores and consider repurposing them, taking into account the demand from surrounding areas. Additionally, the content and operational models of business support programs need further refinement. Regarding governance, the need for a cooperation system between the spatial and economic sectors at the local level is emphasized, along with the importance of place-based public-private partnership strategies.

- Analysis of the Current Status and Revitalization Levels of Local Trading Areas Nationwide, and the Scale of Local Trading Areas in Need of Management

In addition to analyzing the trends in systems and policies, Chapter 3 seeks to grasp the actual status of local trading areas nationwide by analyzing the provisional total of 3,540 local trading areas presented in the Comprehensive Plan for Coexistence and Revitalization of Local Trading Areas. The analysis reveals that 54.5% of these areas are classified as small-scale trading areas with 30 to 100 stores, and 74.7% of them are located in residential areas. This finding highlights a significant discrepancy between these realities and the revitalization zone designation criteria of the Act on Coexistence and Revitalization of Local Trading Areas, which requires over 50% of the area to be designated as a commercial area and at least 100 stores.

Furthermore, the degree of revitalization of local trading areas across the country was analyzed based on the rate of change in the number of businesses and the rate of change in sales. These areas were categorized into five types: declining, saturated, stagnant (maintaining), revitalized, and new trading areas, using quartile ranges as the basis for

classification. The analysis revealed that 35.7% (1,248) of local trading areas nationwide are in need of management, with 15.6% (546 areas) classified as saturated and 20.1% (702 areas) as declining.

- Deriving Analytical Elements Through Actual Spatial Management Plans, Policies, and Case Studies of Local Trading Areas

Chapter 4 reviews spatial management strategies for revitalizing trading areas by analyzing domestic and international case studies. The analysis is divided into three key sectors, highlighting different characteristics of spatial management strategies. In the neighborhood-based trading area regeneration sector, the study examines cases such as the Portland Neighborhood District in the United States and the Location Optimization Plan in Toyama City, Japan. These cases were used to analyze the spatial management characteristics of local trading areas by considering the influence range of trading areas and their connection to the functional roles of surrounding living areas. In the trading area revitalization policies linked to community-building, the study explores Japan's Regional Commercial Independence Promotion Project, the Regional Commercial Function Enhancement Project, and the Area-based Local Value Enhancement and Consumption Creation Project. The analysis identifies the spatial management characteristics considered in policy support projects aimed at revitalizing trading areas. For the public-private partnership and private-led trading area revitalization, the research looks into the UK's Portas Review—a strategy to respond to the decline of high streets—and Korea's Incheon Gaehangro Project, which was privately led, as well as the Yesan Market Revitalization Project, a collaboration between businesses and government. These examples were used to analyze the spatial management features observed in projects with private sector participation.

Based on these case studies, the study compares spatial management strategies for revitalizing trading areas in the context of population decline and low growth. By comparing these strategies with the trading area revitalization policies analyzed in Chapter 3, the study identifies key analytical elements for managing the spatial aspects of local trading areas.

- In-depth Analysis of Local Trading Areas Connected to Surrounding Living Areas Through Empirical Regional Analysis

Chapter 5 utilizes the analytical elements derived from the domestic and international case

studies in Chapter 4 to conduct a spatial characteristics analysis of local trading areas in Jeonju, Jeollabuk-do, focusing on their connection to surrounding living areas. The aim was to identify local spatial management issues in practice, in relation to the institutional and policy challenges discussed in Chapter 3. Following a review at the local government level of local trading areas linked to surrounding living areas, three distinct types of trading areas—transportation-tourism type, daily life-integrated type, and recreation-retail type—were selected for in-depth analysis. This allowed for the identification of common spatial management issues across different functional types of local trading areas.

The analysis revealed that the demand for local trading areas is sometimes concentrated within surrounding living areas, while in other cases, it heavily depends on external demand. This suggests that, in an era of population decline and low growth, there is a need to prioritize strengthening the capacity to meet the demand from surrounding living areas rather than relying on external demand. Additionally, the findings highlight the need for revitalization strategies that take into account the extent of influence in local trading areas. Furthermore, the demand and spatial characteristics of local trading areas vary, underscoring the need to identify specific spatial management challenges by differentiating them based on physical space, program offerings, and governance structures.

- Proposing Policy and Institutional Improvement Measures for Spatial Management to Revitalize Local Trading Areas

This study outlines the basic direction and policy tasks for spatial management aimed at revitalizing local trading areas, and presents improvement measures for related policies and institutions. Through comprehensive spatial management connected to surrounding living areas, it is possible to realize a regional circular economy comprised of sustainable local trading areas that coexist with the community, particularly in response to the challenges of population decline and slow growth. The policy and institutional improvements for the three key tasks are as follows:

First, to establish an institutional foundation for strengthening the functional role of local trading areas, the study proposed improvements to the system for designating revitalization zones, planning system reforms to address population decline and implement N-minute living areas, and management strategies for local trading areas and vacant stores that take into account the demand from surrounding living areas.

Second, for space creation and management focused on the value of local trading areas,

the study proposed operational guidelines for design management of comprehensive space control within local trading areas, as well as improvements to special provisions and support measures for revitalization zones.

Third, to establish a project implementation system that maximizes the value and potential of local trading areas, the study suggested improvements to the method of promoting the Neighborhood Trading Area Development Support Project for the advancement of policy initiatives, along with proactive space management strategies by leveraging interdepartmental collaboration on projects related to population decline packages.

- Limitations of the Study and Future Tasks

This study approached local trading areas from a comprehensive spatial management perspective, offering a new approach that integrates the surrounding living areas. However, several limitations exist, and addressing these in future research will be necessary to devise more effective policies for revitalizing local trading areas.

First, regarding the limitations of the case study region, this study was confined to a single city (Jeonju), where analysis was conducted at the basic local government level, and in-depth analysis was performed on three individual local trading areas. Therefore, generalizing the findings from Chapter 5 is challenging. The functional types—such as transportation-tourism type, daily life-integrated type, recreation-retail type, and business-support type—may vary based on the characteristics of different cities and local trading areas. The spatial management issues also differ depending on the unique demands and usage patterns of each area. Moving forward, it is crucial to analyze multiple case studies across various municipalities and individual local trading areas, which will help to derive spatial management characteristics and systematize analysis methods for local trading areas nationwide. In particular, ongoing research is needed to explore action plans for place-based revitalization of local trading areas in response to the N-minute living area concept and evolving consumption patterns.

Second, there are limitations in proposing spatial management strategies. While the study broadly covered the scope of spatial management for local trading areas, it lacked specific implementation details, such as methods for mixed-use development, place branding, or leveraging resources like private sector funds and government subsidies to enhance place value. To address this, follow-up studies should focus on developing concrete action plans and design guidelines for use by local stakeholders involved in spatial management.

Third, there are limitations in proposing collaborative projects with other government departments. The study centered on the Act on Coexistence and Revitalization of Local Trading Areas and did not fully consider policies from other departments. As various policies related to trading areas, such as central zones and community hubs, are being implemented both directly and indirectly, it was challenging to grasp all related efforts. Revitalizing local trading areas requires a holistic approach that considers housing, public facilities, industry, and employment in the surrounding living areas. For building a regional economic ecosystem, as proposed in the comprehensive plan, interdepartmental projects need to be coordinated with a place-based focus. In addition, spatial management for local trading areas should be aligned with legal frameworks from other policies, such as basic urban plans, living area plans, and urban regeneration strategies. Therefore, there is a need to explore collaborative business models that link local trading area policies with various departmental initiatives, which can enhance the effectiveness of these policies.

Keywords :

Local trading area, Trading area revitalization, Living area spatial management, Private-public cooperation

부록

- 1. 지역상권 관련 제도 및 정책 변화
- 2. 지역상권의 공간특성 분석방법

1. 지역상권 관련 제도 및 정책 변화

□ (~1990년대) 주택공급을 위한 시장상권 형성과 유통물류 중심의 상권정책 추진

- (여건변화) 전후 복구와 경제개발기 다양한 유통형태 출현

해방과 6.25전쟁 이후 피난민과 귀환민 유입과 더불어 경제성장기 대도시에 인구가 집중되면서 전쟁복구와 무질서한 도시환경 정비를 위한 도시계획이 추진되었다. 경제성장기에 슈퍼마켓, 지하도 상점가, 쇼핑센터 등이 확산되었고, 특히 1988년 올림픽 이후로는 소비활동이 증가하며 다양한 쇼핑시설이 빠르게 확산되었다.

- (상권정책¹⁾) 주택공급을 위해 주거지와 연계한 재래시장 및 상가아파트 조성

정부는 토지구획정리¹⁷²⁾를 통해 도시정비와 주택공급을 함께 추진하면서, 시장을 '공공시설'로 간주하여 주거용지 내에 시장을 조성하기 시작했다. 이 과정에서 주요 도로와 교통망에 인접한 중심 시가지에 공공용지를 확보해 공설시장을 세웠으며, 이외에 주상복합과 근린상권을 계획하는 등 공공주도의 상권 입지 정책을 추진하였다.

1960~70년대에는 도심 재개발과 불량지구 정비, 하천 복개를 통해 세운상가, 삼풍상가, 낙원상가 등 상업시설과 주거시설이 결합된 도심 상가아파트가 확산되었다. 1980년대 후반에는 서민주택 공급 확대와 재래시장 근대화를 촉진하기 위해 일반 주거지역 내 상가아파트가 허용되었으며, 이를 위해 「주택건설 촉진법」과 「건축법」 시행규칙을 개정하여 건폐율 상향 조정과 사선 제한 완화 등 규제를 완화했다¹⁷³⁾174).



[그림 부록-1] 영동2지구 토지구획정리사업 조감도
주. 시장 2만 평 계획
출처: 김선아. (2023). 도시의 정체성 ④서울, 20세기 후반: 팽창과 성장의 가속, 도시의 원형을 넘어서다. 월간건축사. 4월 19일 글
<https://post.naver.com/viewer/postView.nhn?volumeNo=35832658> (검색일: 2024.05.03.) (사진 원출처: 서울사민아카이브)

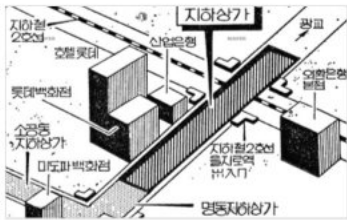
172) 정부는 토지구획정리를 통해 교통, 위생, 방화 등의 문제를 해결하고 토지이용의 경제성을 추구를 목적으로 하였으나, 주요 목적은 주택 난립에 대한 대응이었음. (황윤희. (2023). 전후 서울의 전쟁 복구계획 논의와 도시계획 추진. 한국학논총, 60. pp.137-138.)

173) 1988년 기준, 전국 시도 1,020개 재래시장 중 80%가 주거지역 안에 산재, 점포 수는 149,287개, 대지면

- (상권정책²⁾) 경제성장기 다양한 유통 형태를 반영한 제도 기반 마련



[그림 부록-2] 1967년 창세천상가아파트 광고
출처 : 조선일보. (1967). 동양제일을 자랑하는 상가아파트 출현. 10월 12일자. 1면. (네이버 뉴스라이브러리 <https://newslibrary.naver.com/viewer/index.naver?articleId=196710120239101013> (검색일: 2024.04.30))



[그림 부록-3] 을지로 지하상가 계획 발표
출처 : 경향신문. (1982). 새 지하商街 만든다. 7월 13일자. 6면. (네이버 뉴스라이브러리 <https://newslibrary.naver.com/viewer/index.naver?articleId=198207130329206001> (검색일: 2024.04.30))

전후 복구 시기 난립하는 상업환경을 정비하기 위해 1961년 「시장법」이 제정되었으며, 시장 개설 허가제가 도입되었다. 이 법에서는 시장을 '수요자와 공급자가 물품의 매매 교환을 행하는 장소¹⁷⁵⁾'로 정의하고, 20인 이상의 영업자 수와 소방 및 위생 요건을 갖추어야 함을 명시했다. 이후 유통 형태의 다변화에 대응하여 1982년 「시장법」이 전부 개정되었고¹⁷⁶⁾, 시장을 건물 면적, 매장 면적, 소유, 자본금 기준으로 '도매시장, 일반소매시장, 백화점, 쇼핑센터, 대형점'의 5가지 유형으로 상업공간을 세분화하였다.

1986년에는 「시장법」이 폐지되고, 「도·소매진흥법¹⁷⁷⁾」이 제정되었다. 이 법에서는 유통 산업 환경 변화에 대응하고 도·소매시장의 균형을 위해 상점가의 범위를 설정하는 한편, 대규모 소매점의 종류를 '백화점, 쇼핑센터, 대형점'으로 구분하여 매장 면적, 시설 기준, 운영체제(직영 비율, 판매사 고용 비율)를 기준으로 설정했다. 이로써 유통산업의 근대화를 위한 정책 기반이 마련되었고, 1980년에는 「소비자보호법」이 제정되어 소비자의 기본 권익 보호와 소비생활 향상 및 합리화를 목적으로 건전한 상거래 질서를 도모하게 되었다¹⁷⁸⁾.

[표 부록-1] 1990년대 이전 관련 정책의 상업공간 분류 변화

1961 「시장법」 제정	1982 「시장법」 개정	1986 「도·소매진흥법」 제정
시장 (정의) 수요자와 공급자가 물품의 매매교환을 행하는 장소	도매시장 일반소매시장 (주택가 시장, 상가 포함)	도매센터 시장 상점가
	백화점 (직영매장 50%이상)	대규모소매점 백화점
	쇼핑센터 (백화점·수퍼마켓 등 핵심포 및 각종 전문점과 편의시설과 주차장 정비)	쇼핑센터
	대형점 (대중종합점(G.M.S)·염매점(D.S)·수퍼마켓·전문점 등)	대형점

출처 : 국가법령정보센터, <https://www.law.go.kr/LSW/main.html> (검색일: 2024.08.31.)을 토대로 연구진 작성

적 3,767,000㎡, 건물면적 4,177,000㎡에 달함. (매일경제. (1988). 재래시장에 짓는다. 12월 20일 기사. 15면. (네이버 뉴스라이브러리 <https://newslibrary.naver.com/viewer/index.naver?articleId=1988122000099215001>, 검색일: 2024.04.30))

174) 동아일보. (1989). 주택가 재래시장 상가아파트 허용. 11월 23일 기사. p.13. (네이버 뉴스라이브러리 <https://newslibrary.naver.com/viewer/index.naver?articleId=1989112300209213001> (검색일: 2024.04.30))

175) 「시장법」 [법률 제704호, 1961. 8. 31., 제정]

176) 「시장법」 [법률 제3537호, 1981. 12. 31., 전부개정]

177) 「도·소매진흥법」 [법률 제3896호, 1986. 12. 31., 제정]

178) 경제 규모 확대 및 국민소득 2천불 달성으로 소비 욕구 및 형태가 다양해짐에 따라 1982년 소비자 기본권 리 선언 및 피해보상 규정 근거 마련, 한국 소비자보호원 설립 등 소비자 보호정책의 기반을 마련함.

□ (1990년대) 유통시장 개방과 중소기업 대응: 시장 현대화와 규제 완화 동시 추진

- (여건변화) 유통시장 개방 및 IMF 외환 위기로 소상공인 중심의 민생경제 보호

우루과이 라운드 협상에 따른 조치로 1996년에 유통시장이 개방되면서 국외 유통업체들이 국내로 유입되고, 대기업이 유통업에 본격적으로 진출하게 되었다. 국외·대기업 유통업체의 시장 참여를 활성화하기 위하여 규제 완화가 필요했으며, 동시에 기존 중소기업 상권의 경쟁력이 약화되는 문제에 대한 대응 방안이 모색되었다.

- (상권정책) 시장 재개발·재건축사업과 기업형 유통상점의 유치 동시에 추진

1995년 「중소기업의 구조개선 및 경영안정지원을 위한 특별조치법」이 제정되면서¹⁷⁹⁾, 유통업의 대외 개방과 대기업의 유통업 진출에 대응하여 재래시장의 경쟁력을 강화하기 위한 재개발·재건축사업이 추진되었다. 이 법에 따라 재래시장은 자금 지원과 절차상 특례를 부여받아 재개발이 이루어졌으며, 남대문시장 ‘메사쇼핑몰’과 같이 개별 점포를 집단화해 대규모 건물형으로 조성하거나, 주택가 재래시장에 상가아파트(주상복합)를 허용하는 등의 조치가 시행되었다.

1997년 「유통산업발전법」 제정으로 유통산업 구조의 체질 개선을 위해 대규모점포의 입점을 장려하고 중소기업의 경쟁력 강화를 위한 규제 완화와 지원 근거가 마련되었다. 이를 통해 시장 경쟁을 촉진하고 외국인 투자를 유도하기 위해 대규모점포의 허가 제도를 등록제도로 개편하였으며 유통업자에게 부담이 되는 규제를 완화했다. 또한, 전문상가단지의 건립을 위한 자금 지원 근거를 마련하여 중소기업에 대한 지원 방안도 체계화되었다.

[표 부록-2] 「유통산업발전법」의 상업공간 개념 정의 및 지원내용(1997)

구분	정의	지원내용
대규모점포	-상시 운영되는 대형마트, 전문점, 백화점, 쇼핑센터, 복합쇼핑몰 등 상시운영 점포가 입점되고 매장면적이 3천㎡이상의 대규모 상업시설	-대규모점포 등록제도로 개편, 영업 관련 인·허가 사항을 확대 등 규제 완화
전문상가단지	-가로 또는 지하도에 30개 이상의 도·소매점포 또는 용역점포가 밀집하여 있는 2천㎡ 이내의 지구	-진흥조합 개설 시 지방자치단체장에게 점포 시설의 표준화 및 현대화, 주차장·휴게소 등 공공시설 설치, 판매촉진 공동사업, 가격표 시제 등의 예산 지원을 받을 수 있음
상점가	-동일업종 도·소매업자가 5천㎡이상의 부지에 조합원 50인 이상이 점포 및 부대시설 등을 집단으로 설치하여 만든 상가단지	-단지 건립 시 산업통상자원부 장관, 관계 중앙행정기관장, 지방자치단체장에게 필요한 행정적, 재정적 지원을 받을 수 있음

출처 : 「유통산업발전법」 [법률 제5327호, 1997. 4. 10., 제정]

179) 「중소기업의 구조개선 및 경영안정지원을 위한 특별조치법」 [법률 제5093호, 1995. 12. 29., 제정]



[그림 부록-4] 남대문시장 재개발: '메사' 조감도
출처 : 유봉석. (1997). 남대문시장 재개발 바람, 매일경제. 7월 17일 기사. 14면 (네이버 뉴스 라이브러리 <https://newslibrary.naver.com/viewer/index.naver?articleId=1997071700099114001>, 검색일: 2024.04.30)



[그림 부록-5] 울산 전자상가 일대(1998)
출처 : 매일경제. (1998). 울산전자상가 주말장터 인기. 3월 3일 기사. 35면 (네이버 뉴스 라이브러리 <https://newslibrary.naver.com/viewer/index.naver?articleId=1998030300099135005>, 검색일: 2024.04.30)



[그림 부록-6] 파주 금촌전통시장 현대화사업

출처 : 신상철. (2009). 파주시, 금촌 전통시장 현대화사업 준공 - 27일 준공식 열려. SKN. 11월 25일 기사. <https://www.safekorea.com/3629> (검색일: 2024.05.03.)



[그림 부록-7] 온누리상품권 발행

출처 : 소상공인시장진흥공단 전통시장통동. 온누리상품권. https://www.sbiz.or.kr/sijangtong/nation/cms/readAction.do?menu_id=070100 (검색일 : 2024.05.03.)

□ (2000년대) 유통구조 변화로 인한 전통상권 위축과 소상공인 지원 본격화

- (여건변화) 유통구조와 소비자 구매형태 변화로 인한 전통시장 상권 위축

IMF 이후 실직자와 퇴직자가 증가하면서 음식점 등 서비스업 창업이 급증하여 1999년 전체 산업체 종사자 1,360만 명 중 62%인 840만 명이 소기업에 종사하게 되었다¹⁸⁰⁾. 한편, 대기업 유통산업의 확산과 온라인 소비¹⁸¹⁾ 증가로 인해 재래시장 상권이 급격히 위축되었고, 이에 따라 시장 시설의 개선과 상거래 방식의 현대화 필요성이 제기되었다.

- (상권정책^①) 소상공인을 위한 제도적 지원 근거 마련과 지원기구 설치

1998년 7월, 김대중 대통령은 소상공인을 위한 연합체가 없어 정부지원과 혜택을 받지 못하고 있다는 문제를 지적하며 법적·제도적 지원책을 마련할 것을 지시했고, 이를 바탕으로 ‘(가칭)소규모사업자 발전센터’ 설립을 적극 검토했다¹⁸²⁾¹⁸³⁾. 이에 따라 중소기업청은 1999년 2월부터 음식점, 숙박업, 제과점, 세탁소 등 소규모 서비스업체를 지원하는 ‘소상공인지원센터’를 14곳에 설치하고, 2004년 기준 59곳¹⁸⁴⁾으로 확대하여 상권 분석, 법률 상담, 창업 컨설팅 등을 지원했다. 2005년에는 영세 상인을 위한 공제제도, 지역 신용보증제도, 경영 컨설팅 등의 사업을 추진하는 ‘시장경영지원센터’를 설치하였으며, 2006년에는 ‘소상공인지원센터’를 설립하고 기존의 소상공인지원센터 업무를 지방자치단체로 이관하여 지자체 차원의 상권관리 방안을 모색했다.

- (상권정책^②) 전통시장과 주변상권을 연계한 시설 확충 및 문화적 활용 사업 활성화

① 전통시장 시설 현대화와 주변 상점가를 연계한 상권활성화사업 추진

2004년 제정된 「재래시장육성을위한특별법」은 유통 구조와 구매 방식의 변화로 쇠퇴하는 재래시장을 지방 중소기업의 핵심축으로 육성¹⁸⁵⁾하기 위해 마련되었으며, 이를

180) 김이택. (1998). 소상공인발전센터 눈길. 한겨레. 7월 17일 기사. 4면 (네이버 뉴스라이브러리 <https://newslibrary.naver.com/viewer/index.naver?articleId=1998071700289104013>, 검색일: 2024.05.03.)

181) 「유통산업발전법」은 온라인 판매업의 급격한 확산에 따라, ‘무점포판매업’의 정의를 신설하여 다양화되는 유통업태에 대한 지원시책을 마련. (「유통산업발전법」 [법률 제6959호, 2003. 7. 30., 전부개정])

182) 대기업은 전국 경제인연합회, 중소기업은 중소기업협동조합중앙회가 있으나, 소상공인을 위한 상공인 연합체 부재. (매일경제. (1998). 소상공인 지원대책 촉구 김대통령. 7월 10일 기사. 6면 (네이버뉴스라이브러리 <https://newslibrary.naver.com/viewer/index.naver?articleId=1998071000099106009> 검색일: 2024.04.30))

183) 1998년 9월 중소기업청은 중소기업정책의 혜택을 받지 못하는 가내수공업, 유통업, 음식점, 세탁소 등 생업적 경업을 하는 소규모 자영업자를 지원하기 위해, 2~3개 시군에 1개소씩 지방 주요 도시 100여 곳에 소상공인 지원센터 설립을 계획 (김창균. (1998). 소상공인 지원센터 설립 당정, 중소도시 100곳에. 조선일보. 9월 12일 기사. 9면 (네이버 뉴스라이브러리. <https://newslibrary.naver.com/viewer/index.naver?articleId=1998091200239109006>, 검색일: 2024.05.03.)

184) 윤성노. (2004). 소상공인 경제주체 인정 기뻐. 경향신문. 12월 24일 기사. <https://www.khan.co.kr/article/200412241732461> (검색일 : 2024.04.25.)

통해 시설·환경을 개선하고 상거래 방식을 현대화하기 위한 지원 근거를 포함했다.

시설 현대화 사업으로는 전통시장의 아케이드 조성¹⁸⁶과 시장 입구 환경 개선이 중심이었고, 상거래 방식의 선진화 사업으로는 온누리상품권 발행이 추진되었다. 그러나 시장 중심의 지원에 대한 형평성 문제가 제기되고 인접 상권과의 연결성이 중요해지면서, 전통시장 주변 환경과 인접 상권도 지원 대상에 포함되었다.

이에 따라 2006년에는 「재래시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」으로 법을 전부 개정하고 시장 및 상점가 활성화 기본계획, 실태조사, 시장활성화구역¹⁸⁷ 등의 근거를 마련하여 정책 수혜 범위를 확장했다.

② 시장정비사업의 촉진을 위한 특례 확대

폐지된 「중소기업의구조개선및경영안정지원을위한특별조치법」에 의한 시장 재개발·재건축 사업은 2006년 「재래시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」에서 ‘시장정비사업’으로 개편되었으며 이 과정에서 특례 기준이 구체화되었다. 이를 통해 소규모 건축물 중심이던 상권이 용적률, 건폐율, 국세·지방세 등의 특례를 받는 주상복합 건축물로 빠르게 전환되었다. 그러나 시장정비사업을 통해 물리적 환경은 개선되었지만, 기존 상인들이 대부분 이전하면서 상권 활성화보다는 수익성 위주의 사업으로 변모하여 주변 지역과의 부조화¹⁸⁸라는 한계가 발생했다.

③ 상권의 문화적 가치에 대한 주목한 문화관광형 시장사업 추진

시설 현대화 사업 중심으로 추진된 상권 개선은 물리적 환경을 개선했으나 상권의 지역적 특성을 드러내지 못하는 한계가 있었다. 이에 중소벤처기업부(소상공인시장진흥공단)는 상권의 문화적 가치를 강조하여 관광지 시장 육성 근거와 범위를 마련¹⁸⁹하고, 2008년부터 지역 문화와 관광 자원을 연계하여 시장의 고유 특성과 장점을 집중 육성하는 ‘문화관광형 시장’을 선정하고 지원했다. 이후, 문화체육관광부가 2008년부터 추진하던 ‘문전성시(문화를 통한 전통시장 활성화 시범사업)’와 통합되어, 2013년 5월 28일 법률 일부개정을 통해 문화관광형 시장의 지정 및 육성 근거를 명시함으로써 사업 추진



[그림 부록-8] 2016 문화관광형 시장 사업 : 여주 한글시장

출처 : 채지영. (2020). 세종대왕과 함께 떠나는 골목 여행, 여주한글시장. 아파트관리신문. 6월 15일 기사. <https://www.aptn.co.kr/news/articleView.html?idxno=76051> (검색일: 2024.05.03.)

185) 「재래시장육성을위한특별법」[시행 2005. 3. 1.] [법률 제7235호, 2004. 10. 22., 제정]

186) 2002년부터 2019년까지 시설현대화사업에 투입된 국비는 총 38,042억원으로 그중 아케이드사업비는 9,677억원으로 전체에 25%를 차지(소상공인시장진흥공단. (2023). 시설현대화사업 지원내역('02-'19) 내부자료.)

187) 시장활성화구역: 2개 이상의 시장 또는 시장과 상점가가 인접하여 하나의 상권을 형성하고 있는 곳으로서 시장·군수·구청장이 지정한 구역 (「재래시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」 [시행 2006. 10. 29.] [법률 제7945호, 2006. 4. 28., 전부개정] 제2조4)

188) 맹다미. (2014). 서울시 시장정비사업의 추진실태와 제도 개선방안. 서울연구원 정책리포트 169. pp.10-15.

189) 「재래시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」 [시행 2006. 10. 29.] [법률 제7945호, 2006. 4. 28., 전부개정]

체계를 고도화했다. 현재 문화관광형 시장은 지속적으로 운영되고 있으며, 도입기에는 하드웨어 중심의 사업에서 사업 성장기에는 소프트웨어 중심, 안정기에는 휴먼웨어 중심으로 지원 내용이 변화하고 있다.

[표 부록-3] 문화관광형 시장 육성사업 지원내용 변화

구분	도입기 (2008~2009)	성장기(2010~2012)	안정기(2013~현재)
지원 내용	-시설 현대화 사업과 연계하여 지원하는 형태로 아케이드와 홍보탑 설치 등 ⇒ 하드웨어 중심의 사업	-특성화 요인 발굴, 관광 상품 개발, 문화 공간 조성 등 세분화 -전담조직 설치와 PC(Project coordinator) 제도 도입 ⇒ 소프트웨어 중심 사업진행	-시장문화 발굴, 상인기획단, 협동조합, 수익사업 개발 등을 기반으로 자생 능력을 향상 ⇒ 휴먼웨어 중심으로 사업 운영

출처 : 한국문화원연합회, 새롭게 형성된 문화관광형시장. <https://ncms.nculture.org/market/story/3462> (검색일: 2024.04.27.)

한편, 「관광진흥법」에 따라 문화체육관광부가 지정하는 ‘관광특구’는 관광사업과 관련된 법령의 적용을 배제하거나 완화하는 지역을 의미한다. 1990년대까지는 자연휴양지, 온천, 역사지구, 군사시설 관련 지역이 중심으로 지정되었으나, 2000년대부터는 명동, 종로, 강남 코엑스, 부산 원도심, 목포 원도심 등 중심지 상권이 지정되기 시작했다¹⁹⁰⁾. 이는 상권의 기능적 차원을 넘어 관광 인프라로서의 문화적 가치를 증시하며 정책사업이 점차 확산되는 경향을 보이고 있다.

□ (2010년대) 도심 쇠퇴 및 활성화를 위해 주변지역 연계 및 정책지원 범위 확대

- (여건변화) 소상공인과 골목상권 보호 및 육성을 위한 지원방안 모색

그간 전통시장과 상점가를 중심으로 시설 현대화, 주차장 개설, 휴게소 조성, 공동 화장실 확보 등 물리적 시설 중심의 사업이 활발히 추진되었으나, 매출 증대나 지역 활성화에는 한계가 있었다. 이에 따라 소상공인 교육과 브랜딩 등 지원 방안의 필요성이 커지고 있다. 또한, 시장정비사업과 문화관광형 시장 육성사업 등 기존 제도는 시장과 상점가를 중심으로 추진되었으나, 이와 별도로 다수의 점포가 밀집한 지역을 고려하여 소상공인 및 골목상권 보호와 육성의 필요성도 제기되었다.

190) 문화체육관광부, 관광특구 지정현황(23년 4월기준).

https://www.mcst.go.kr/kor/s_policy/dept/deptView.jsp?pCurrentPage=1&pType=05&pTab=01&pSeq=1725&pDataCD=0417000000 (검색일: 2024.04.27.)

- (상권정책^①) 소상공인 보호와 육성을 위한 관리기구 설립과 정책 대상 세분화

대형 유통업의 급격한 확산과 판로 다양화 등 유통 구조 변화로 인해 소상공인과 전통시장의 경쟁력이 약화됨에 따라, 소상공인 지원 정책이 '보호와 육성'으로 전환되었다¹⁹¹⁾. 2014년에는 소상공인지원센터와 시장경영지원센터를 통합하여 '소상공인지원센터'를 설립하고 소상공인지원기금을 신설하였다¹⁹²⁾. 이와 함께 소상공인, 소공인, 전통시장 등 대상별 특성을 고려하여 정책 대상을 세분화하고 개별법 제정 또는 기존 법률 개정을 통해 구분을 명확히 하였다.

- (상권정책^②) 상권 활성화를 위해 전통시장의 공간적·내용적 지원 범위 확대

① 시장·상점가 이외 정책대상을 상권으로 확대한 상권 활성화 사업추진
2009년 12월, 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」이 개정되어 일정 수 이상의 점포가 있는 상업지역 중 상업 활동이 위축되거나 위축 우려가 있는 곳을 '상권활성화구역'으로 지정했다. 2012년에는 상업지역의 기준을 50%로 완화하여 상업지역 외의 주거지역 등 시장과 주변 지역을 연계한 상권 활성화를 추진했다. 이에 따라 상권 르네상스(현 상권 활성화사업) 사업이 추진되었으며, 시설 개선(H/W)과 함께 특화상품 및 디자인 개발 등 상권활성화(S/W)도 동시에 진행되었다. 2018년 기준으로 전통시장과 상점가의 시설 조성 사업은 총 1,694곳(전통시장 1,437곳, 상점가 190곳, 지하도상점가 67곳)을 대상으로 하여¹⁹³⁾, 주로 소방, 가스, 배수시설, 화장실 등 기반 시설 확충을 상당 부분 달성하였다.

② 전통시장 시설현대화 사업 고도화와 청년몰 조성사업 추진
여전히 시설 개선이 필요한 전통시장이 다수 존재함에 따라, 전통시장 시설 현대화사업의 범위에 안전시설물 및 비 가리개 설치·개량·보수 사업을 추가하고 비 가리개 설치 특례를 신설했다. 또한, 시장상인의 고령화와 젊은 소비층의 외면 문제를 해결하고자 청년층 유입을 통해 시장의 활기를 도모하기 위해, 2016년에는 시장 내 빈점포를 저렴한 임대료로 창업공간으로 지원하는 '청년몰 조성사업'을 추진했다. 그러나 2019년도 국정감사와 백종원의 골목식당 방송을 계기로 청년 상인의 전문성 부족과 열악한 입지 여건으로 사업의 실효성에 대한 비판이 제기되었으며¹⁹⁴⁾, 청년몰의 잇단 폐업에 관한 언론



[그림 부록-9] 전통시장·상점가의 면단위 상권활성화구역 지원
출처 : 가천대학교, 소상공인지원진흥공단 (2016). 시장 및 상권활성화 연계 근린재생기법 매뉴얼. p.8 재인용



[그림 부록-10] 청년몰 폐장 사례 : 대전 청년구단
출처 : 김방현. (2021). '백종원 경고' 무시했던 청년구단 채도전, 이번엔 음식 버렸다. 중앙일보. 9월 12일 기사. <https://www.joongang.co.kr/article/25006316> (검색일: 2024.05.03.)

191) 소상공인지원진흥공단. (2022.7). 새정부의 소상공인정책. p.2.
192) 서울시는 2016년 4개 권역의 소상공인경영지원센터를 통합하여 '자영업지원센터' 설립, 소상공인 생애주기에 맞춰 창업부터 폐업까지 교육·멘토링·컨설팅·협업 등을 위한 지원체계를 구축. (남혜성. (2017). 서울시 자영업지원센터, 1년만에 소상공인 3만2764명 살렸다. 서울특별시 중부·남부기술교육원 남부캠퍼스. 11월 10일 기사. https://www.nbedu.or.kr/bbs/board.php?bo_table=startups&wr_id=83, 검색일: 2024.05.02.)
193) 소상공인지원진흥공단. (2021). 전통시장 및 상점가 활성화전략 정책연구용역. p.14.
194) 2021년 기준 전국 39곳의 청년몰이 조성되어 672개 점포가 들어섰으며, 293개가 폐점, 22개 점포는

보도가 확산되었다. 이에 대해 대도시 및 유명 관광지 인접 지역에서는 청년몰의 인지도(64%)와 이용 경험률(31%)이 높고, 만족도(52.7%) 또한 비교적 양호한 수준으로 나타나¹⁹⁵⁾, 청년몰 정책의 특성 유형화를 고려한 재평가의 필요성이 제기되었다.

- (상권정책³⁾) 중심시가지 활성화를 위해 원도심 쇠퇴 상권을 도시재생 전략 장소로 활용

국토교통부의 도시재생 선도사업(2014)은 사업유형을 도시경제기반형과 근린재생형으로 구분하고, 근린재생형을 주거지(일반근린)와 상업지역(중심시가지)으로 세분화했다. 이를 통해 쇠퇴한 구도심과 중심시가지를 대상으로 지역 상권 활성화와 소득 증대를 목적으로 2021년까지 '중심시가지형' 도시재생사업을 추진하였다. 이 사업은 상권을 단순히 도·소매 및 용역 장소를 넘어 활성화가 필요한 지역의 필수 자산으로 보고, 원도심의 공공기능 회복과 역사·문화·관광과의 연계를 통한 상권의 활력 증진을 목표¹⁹⁶⁾로 한다.

중심시가지형 도시재생사업은 젠트리피케이션 발생 가능성이 있는 지역에 공공임대상가 설치를 의무화하고, 임대인-임차인-지자체 간 상생협약을 체결하도록 하여 임대료 상승으로 인한 내몰림 현상에 대응하고자 하였다. 국토교통부의 '중심시가지형 도시재생 뉴딜사업'과 중소벤처기업부의 '상권 르네상스(현상권활성화) 사업'은 원도심 쇠퇴 상권을 정책 대상으로 공유하고 있어 두 정책사업을 동시에 추진하는 사례¹⁹⁷⁾가 증가하게 되었다.



[그림 부록-11] 문경시 점촌 중심시가지형 도시재생뉴딜사업 활성화계획 주. 사업기간 2019~2023
출처 : 문경도시재생지원센터. http://www.mgrc.or.kr/business/c_info.php
(검색일: 2024.04.22.)



[그림 부록-12] 문경시 점촌 원도심 상권르네상스 기본계획 주. 사업기간 2021~2025
출처 : 문경시 상권활성화재단 공식 블로그. <https://blog.naver.com/PostView.naver?blogId=icp1975&logNo=222405117849> (검색일: 2024.04.22.)

휴업, 92개 점포는 이전, 265개 점포만 영업 중이며, 2017년부터 2021년까지 총 679억원의 국비가 투입. (김미란. (2022). 누가 청년을 기울여진 운동장으로 떠밀었다. 더스쿠프. 6월 14일 기사. <https://www.thescoop.co.kr/news/articleView.html?idxno=54576>, 검색일: 2024.05.01.)

195) 신기동, 한영숙. (2024). 전통시장 청년몰, 실패의 경험과 발전모델 탐색, 경기연구원, pp.9-10.

196) 도시재생종합정보체계. <https://www.city.go.kr/portal/policyInfo/newDeal/contents05/link.do> (검색일: 2024.04.17.)

197) 이를 위해 문경시는 <문경시 상권르네상스&도시재생 융합포럼> 개최(2020.05.12.), 문경도시재생지원센터-문경시상권르네상스추진단-문경관광진흥공단 3자 협약 체결(202104.02.)을 추진

- (상권정책④) 대형유통업체 규제 강화 및 골목상권의 중소 유통업 경쟁력 강화

① 전통상업보존구역의 지정 및 대규모 유통업 규제 강화

「유통산업발전법」은 초기 제정 목적과 달리 대규모 유통업과 중소 유통업의 상생을 위해 '전통상업보존구역'을 지정하여 규제 강화 정책을 추진하고 있다. 이에 따라 중소 영세 상인을 보호하기 위해 전통시장 및 전통상점가 경계로부터 1km¹⁹⁸⁾ 이내 구역에 대규모 및 준대규모 점포의 등록을 제한하고, 의무휴일과 영업시간 제한 제도를 도입하여 지역 상권과의 상생을 도모하고 있다. 또한, 대규모 점포 개설 시 지역협력계획서와 상권영향평가서를 첨부하도록 하여 지자체가 대규모 점포 관리 현황을 점검·감독할 수 있는 근거를 마련하고, 대규모 점포가 지역 상권에 미치는 영향을 검토하고 있다.



[그림 부록-13] 제주시 전통상업보존구역 고시도면
출처: 김봉현. (2011). 제주 전통시장 근처엔 대형마트·SSM 알선 못한다!. 제주의소리. 5월 23일 기사. <https://www.jeju.sori.net/news/articleView.html?idxno=99823> (검색일: 2024.05.04.)

② 골목상권의 핵심인 동네 슈퍼 대상 사업추진

2010년에는 대형마트, SSM, 편의점 등 기업형 슈퍼에 밀려 매출 감소를 겪고 있는 동네 슈퍼마켓을 대상으로 '나들가게' 사업을 추진했다. 나들가게 사업은 소규모 동네 슈퍼 1만 개의 시설 현대화와 경영능력 제고를 목표로 소형 점포를 나들가게로 선정하고 간판 교체와 실시간 재고관리시스템(POS) 도입을 지원하여 경영능력과 쇼핑환경을 개선한다¹⁹⁹⁾. 그러나 나들가게의 매출 감소와 폐업 증가로 인해 2020년 사업을 중단하였고, 후속 사업으로는 비대면 소비 및 급변하는 유통환경에 대응하기 위해 2020년 7월부터 야간 무인 점포 운영을 지원하는 '스마트 슈퍼 구축 시범사업'을 추진하였다. 그러나 수요가 저조하여 '경험형 지능형 스마트마켓'이라는 새로운 사업으로 전환하였다²⁰⁰⁾.



[그림 부록-14] 동네슈퍼 나들가게 사업
출처: 조민정. (2017). 김해시 '나들가게' 선도지역 지정. 영남일보. 7월 27일 기사. <https://www.ynnews.kr/news/articleView.html?idxno=119167> (검색일: 2024.04.27.)

[표 부록-4] 동네 슈퍼를 대상으로 한 정책사업

사업명	나들가게 사업	스마트슈퍼 구축 시범사업
추진시기	2010년 ~ 2020년	2020년 7월~ 2020년 12월
지원대상	- (2015년 이전) 매장면적 300㎡ 이하 점포 - (2015년 이후) 매장면적 165㎡이하 점포	-매장면적 165㎡이하 점포
지원내용	-간판 교체, 실시간재고관리시스템(POS) 설치 -점포개발 컨설팅, 저리 자금 융자, 공동구매	-주간 '유인', 심야 '무인' 운영지원 -출입인증장치, 무인계산대, 보안장비 설치
국비투입	1,134억원(2010~2020)	12억8400만원 (20년 2억 8400만원, 21년 10억원)
비고	전국 8,144개 점포 참여	전국 124개 점포 참여

출처 : 공공데이터포털, 소상공인시장진흥공단-전국 나들가게 현황(2022년 5월 26일 등록 기준). <https://www.data.go.kr/data/3060390/fileData.do> (검색일: 2024.05.04.); 이지원. (2021). 골목가게 탁상공론⑥ "1000억원 투입한 나들가게 사업 중단". 더스쿠프. 6월 4일 기사. <https://www.thescoop.co.kr/news/articleView.html?idxno=50862> (검색일: 2024.05.04.)

198) 2010년 11월 「유통산업발전법」 일부개정 시 500m 이내로 제시되었으나, 2011년 6월 일부개정 시에는 1km로 수정되어 구역 범위가 확대되었음

199) 이호준. (2013). 골목 슈퍼 '나들가게' 줄줄이 간판 내린다. 경향신문. 10월 14일 기사. <https://www.khan.co.kr/economy/market-trend/article/201310142225595> (검색일: 2024.04.27.)

200) 이지원. (2021). 골목가게 탁상공론⑥ "1000억원 투입한 나들가게 사업 중단". 더스쿠프. 6월 4일 기사. <https://www.thescoop.co.kr/news/articleView.html?idxno=50862> (검색일: 2024.05.04.)

□ (2020년대) 골목상권의 부상과 지역·민간 주도의 지역상권 활성화 정책 본격화

• (여건변화) 중소벤처 혁신 경제정책과 골목상권 및 로컬브랜드 부상

2019년 3월 기획재정부는 관계부처 합동 브리핑을 통해 '제2벤처 붐 확산 전략'을 발표하며 정책 방향을 대기업 중심에서 중소벤처가 주도하는 경제성장으로 전환하고 벤처 및 창업 생태계 조성 and 스케일업 지원을 확대²⁰¹⁾했다. 신흥 골목상권의 부상과 도시재생 사업 활성화, '백종원의 골목식당(2018~2021)' 등과 같은 프로그램이 인기를 끌며 중소규모 상권과 특화된 상권에 대한 관심이 증가하였다. 그러나 코로나 팬데믹과 고물가 및 경기침체 지속으로 폐업 점포가 증가하여, 정부는 2024년 3월에 맞춤형 정책자금 41조 원 규모의 금융지원을 발표하기에 이른다.

• (상권정책) 민간 주체를 고려한 지역상권 상생 및 활성화 추진

① 전통시장 및 상점가 시설현대화사업의 일부 사무를 지방이양 결정

2001년 국가균형발전 특별회계사업으로 시작된 전통시장 및 상점가 시설 현대화 사업은 2020년부터 지방이양 사무로 전환²⁰²⁾되었으며, 이에 따라 지원대상, 지원기준 및 절차는 지자체 조례로 위임되었다. 이로 인해 노후 전기, 소방 공사, 아케이드 설치, 공동화장실 등의 상업환경 기반 시설 조성에 대해 국비 60%, 지방비 30%, 자부담 10% 비율로 추진되며, 지자체의 사업추진에 대한 역할과 권한이 증대되었다.

② 소상공인 지원을 위해 지자체 조례를 통한 '골목형 상점가' 지정 기준 완화

2020년 2월 11일 「전통시장법」 일부개정령으로 신설된 '골목형 상점가'는 「유통산업발전법」의 '상점가'와 유사한 개념이나, 「소상공인기본법」에 따른 소상공인 운영 조건과 지역 특성을 고려하여 조례로 지정 기준과 지원 내용을 정한다. 이를 통해 지방자치단체장은 등록시장이 아니더라도 업종과 관계없이 일정 수준 이상의 구역을 묶어 주차장 건립, 홍보, 온누리상품권 취급 등을 지원할 수 있다²⁰³⁾.

③ 관 주도 및 전통시장 중심에서 민간 주도 및 지역상권 정책으로 전환

2021년 7월 정부는 「지역상권 상생 및 활성화에 관한 법률」을 제정하여 기존의 전통시장 중심 상권 활성화 정책을 민간 주도의 지속 가능한 혁신 상권을 조성하는 지역 경제 활성화 정책으로 전환하였다.


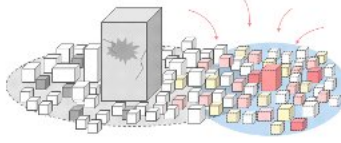

201) 중소벤처기업부·관계부처 합동. (2019). 「제2벤처 붐 확산 전략」 발표. 3월 6일 보도자료. p.1.

202) 2020년 1월 '중앙행정권한 및 사무 등의 지방 일괄 이양을 위한 물가안정에 관한 법률등 46개 법률 일부개정을 위한 법률안'이 국회를 통과하며 16개 중앙부처 소관 400개 국가 사무의 지방이양이 시작됨. (하혜영. (2020). 지방이양일괄법의 주요내용과 향후 과제. 국회입법조사처. 이슈와 논점 제1651호. p.1.)

203) 김명진. (2023). 소상공인 살리는 골목형상점가, 온누리상품권으로 알뜰하게-. 대한민국 정책브리핑 국민이 말하는 정책. 12월 27일 기사. <https://korea.kr/news/reporterView.do?newsId=148923957> (검색일: 2024.06.17.)

상권주요이슈	<p>~1990년대</p> <p>토지구획정리사업을 통해 택지개발지구 내에 재래시장 등 상업용도 건축물 조성/ 교통요충지 및 중심지가 기반의 상권형성</p> 	<p>1990년대</p> <p>신도시개발에 따른 상권이동 및 노후 상권 발생, 재래시장 정비사업으로 주상복합건물로 변화, 기업형 대규모 유통업체(SSM) 부상</p> 
법제도	<p>(‘61~87) 「시장법」</p> <p>(‘66-00) 「토지구획정리사업법」</p>	<p>(‘87~97) 「도·소매입진흥법」</p> <p>(‘97~) 「유통산업발전법」</p>
지원대상	<p>시장</p>  <p>토지구획정리사업을 통한 공공용지 확보로 공설시장 조성 확대</p> <ul style="list-style-type: none"> · '66 「토지구획정리사업법」 제정 및 토지구획정리사업 시행 · 주요 도로 및 교통망에 인접한 장소에 입지 	<p>전통시장</p>  <p>유통산업 선진화를 위한 대규모점포 규제 완화</p> <ul style="list-style-type: none"> · '96 유통시장 개혁('93 UR 입상에 따른 조치) · 인허가 일괄처리 등 대규모점포 개설자 편의 도모 · 기업형 슈퍼마켓(SSM) 개점 증대, 대형 유통업체 시장진입
정책사업	<p>토지구획정리사업</p> <p>공설 및 사설시장 조성 확대</p>	<p>재건축·재개발사업</p> <p>(‘95~) 시장정비사업</p>

[그림 부록-15] 상권 관련 정책 변화과정(1)
출처: 연구진 작성

	2000년대	2010년대	2020년대
상권주요이슈	<p>신도시로 도시기능 이전 본격화, 원도심 쇠퇴 가속, 상권 동반 쇠퇴 심화, 건물형 대형상권 쇠퇴 및 온라인시장 부상</p> 	<p>온라인 소비 활성화 "리단길"의 유행과 젠트리피케이션 발생 SNS기반 오프라인 상권 이용</p> 	<p>상권 쇠퇴와 젠트리피케이션 공존 상권 이동 및 확장 심화 온라인 소비 증대, 오프라인 상권 침체</p> 
법제도	<p>(02~05) 「중소기업의 구조개선과 재래시장 활성화를 위한 특별조치법」</p> <p>(05~) 「재래시장 육성을 위한 특별법」 (06~) 「재래시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」 (06) 시장활성화구역</p> <p>(97~) 「유통산업발전법」</p>	<p>(09~) 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」 (10~) 상권활성화구역</p> <p>(10) 전통상업보존구역 *전통시장으로부터 반경 1km</p>	<p>(21~) 「지역상권법」 (21~) 활성화구역, 자율상권구역, 지역상생구역</p>
지원대상	<p>시장활성화구역</p> <p>재래시장 상점가 상점가</p> <p>소규모 상권 위축으로 인한 재래시장 살리기 정책 추진</p> <ul style="list-style-type: none"> • 소규모 점포 폐업 증대 (슈퍼, 구멍가게 등) • 상업활동 위축 상권의 활성화 필요성 제기 • 전통시장과 상점가, 골목형 상점가의 통합적인 관리 필요성 증대 	<p>상권활성화구역</p> <p>전통시장 상점가 상점가</p> <p>대형유통업체와 중소유통업체의 상생 이슈 대두</p> <ul style="list-style-type: none"> • '전통상업보존구역' 내 대규모점포 등록제한 • 대규모점포 영업제한 의무유일 등 규제 도입 • '18.12 <지역업 성장 혁신 종합대책> 발표 <p>시장의 새로운 가치 주목, 구역단위 활성화 추진</p> <ul style="list-style-type: none"> • 빈 점포 활용 커뮤니티공간 조성, 문화관광형시장 지정 및 육성 • 청년 소상공인 매개 시장 활성화 정책 사업 추진 • 구역단위 활성화 사업(상권르네상스 프로젝트) 추진 	<p>상권활성화구역 + 「지역상권법」의 활성화구역</p> <p>전통시장 상점가 상점가 자율상권구역 도심형 소형상권</p> <p>유통 및 소비방식의 급변으로 인한 상권변화가 가속화</p> <ul style="list-style-type: none"> • 코로나19 여파로 온라인구매 및 배달수요 증대로 디지털 기반 소비 플랫폼 활성화 • 인구감소 및 경기침체, 고물가 등 상권변화 가속화 <p>상권 활성화 방식의 다각화</p> <ul style="list-style-type: none"> • 대규모점포 공휴일 의무휴업 규제 폐지 추진 • 전통시장 및 상점가 시설 현대화 사업 지원(19.3)
정책사업	<p>HW중심 개선사업 (02-21) 전통시장 및 상점가 시설현대화사업</p> <p>SW중심 육성사업 (05~) 시장 경영혁신지원 (마케팅, 상인대학 및 상인교육, 유통전문인력 지원 등)</p>	<p>(15) 청년물 조성사업</p> <p>(08) 문화관광형 시장 육성사업 (특성화시장 육성사업)</p> <p>(16) 청년상인대학 지원사업</p>	<p>(16-22) 전통시장 및 상점가 주차환경개선사업</p> <p>(19) 복합 청년물 조성사업 (사업일원화 (청년물 + 청년상인))</p> <p>(18) 상권르네상스 (22~) 상권활성화 사업</p> <p>(23) 동네상권 발전소 + 상권활성화사업</p> <p>* 동네상권발전소-상권활성화 -포스트상권</p>

[그림 부록-16] 상권 관련 정책 변화과정(2)
출처: 연구진 작성

2. 지역상권의 공간특성 분석방법

□ 지역상권의 기능적 유형 분류

[표 부록-5] 업종에 따른 기능적 상권유형 구분

업종분류		기능별 유형구분				업종분류		기능별 유형구분				
대분류	중분류	교통관광형	업무지원형	유타소매형	생활밀착형	대분류	중분류	교통관광형	업무지원형	유타소매형	생활밀착형	
과학 기술	광고		●			수리 개인	가전제품				●	
	인쇄제품제작		●				모터사이클					●
	시장조사		●				세탁					●
	법무관련		●				욕탕, 신체관리					●
	회계세무		●				이/미용					●
	본사경영컨설팅		●				자동차수리·세차					●
	사진촬영		●				장례식장					●
	수의		●				컴퓨터수리					●
	전문디자인		●				통신장비 수리					●
기술서비스		●			기타가정용품					●		
기타전문과학		●			기타개인					●		
교육	일반교육				●	숙박	일반숙박	●				
	기타교육				●		기타숙박	●				
	교육지원				●	시설관리 임대	가정용품		●			
보건 의료	병원				●		고용알선		●			
	의원				●		사무지원		●			
	기타보건				●		산업용품 대여		●			
부동산	부동산서비스		●		●	시설관리		●				
	가구			●		여행사 보조		●				
소매	가전통신			●		운송장비 대여		●				
	담배			●		조경유지		●				
	모터사이클			●		청소방재		●				
	섬유의복신발			●		기타사업서비스		●				
	시계귀금속				●	예술 스포츠	스포츠/서비스			●		
	식료품				●		유원지/오락			●		
	식물				●		도서관/사적지			●		
	안경정밀기기				●	음식	구내식당/카페	공통				
	애완동물용품				●		동남아시아	공통				
	연료				●		비알콜	공통				
	오락용품				●		서양식	공통				
	음료				●		일식	공통				
	의약화장품				●		주점	공통				
	자동차부품				●		중식	공통				
장식품			●		한식		공통					
종합				●	기타 간이		공통					
중고				●								
철물건설자재				●								
기타상품				●								
기타생활용품				●								

출처 : 연구진 작성