



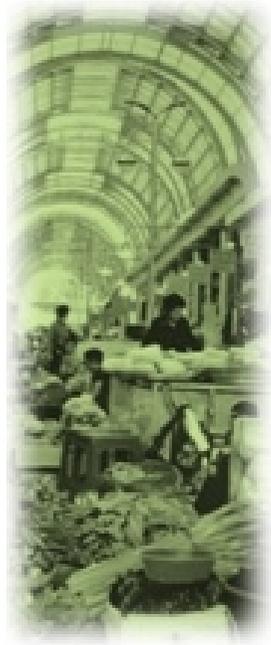
# 전통시장 활성화의 새로운 방향 모색

- 지역친화 상권만들기를 중심으로 -

2011. 8

충남발전연구원

(임준홍 · 임형빈)



## 발표 순서

**I** 전통시장을 둘러싼 환경변화

**II** 전통시장 관련 정책동향

**III** 전통시장 현황과 사업평가

**IV** 지역친화 상권만들기 제안

## I 전통시장을 둘러싼 환경변화

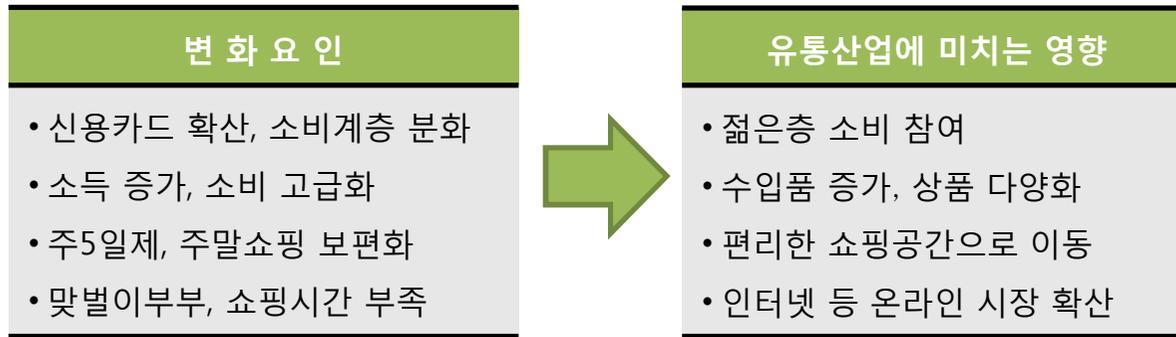
---

# I

## 전통시장을 둘러싼 환경변화

### > 소비행태와 상업환경의 변화

#### • 소비행태의 변화



자료 : 중소기업청(소상공인정책국 시장개선과), 2009.1, p.2 참조

#### • 상업환경의 변화



자료 : 임준홍 외, 2006, 중소도시 중심시가지 실태와 활성화 방향, p.13 재정리

# I 전통시장을 둘러싼 환경변화

## > 주춤하고 있는 대형마트

- 대형마트 지지인구 : 전체 12.3만명 / 충남 14.4만명

대형마트 시·도별 성장추이(최근 5개년)

(단위 : 개, %)

| 구 분 | 2005년 | 2006년 | 2007년 | 2008년 | 2009.11월 | 연평균증감률<br>(‘05~‘09.11) | 점포당<br>인구수(만명)_<br>2009.11 |
|-----|-------|-------|-------|-------|----------|------------------------|----------------------------|
| 전 체 | 290   | 330   | 360   | 394   | 403      | 8.8                    | 12.3                       |
| 서 울 | 49    | 52    | 57    | 62    | 65       | 7.5                    | 15.7                       |
| 부 산 | 27    | 32    | 32    | 33    | 34       | 6.1                    | 10.5                       |
| 대 구 | 17    | 17    | 18    | 18    | 18       | 1.5                    | 13.8                       |
| 인 천 | 17    | 20    | 22    | 22    | 22       | 6.8                    | 12.2                       |
| 광 주 | 9     | 10    | 14    | 14    | 14       | 11.9                   | 10.1                       |
| 대 전 | 12    | 12    | 13    | 16    | 16       | 7.6                    | 9.3                        |
| 울 산 | 9     | 12    | 12    | 13    | 13       | 9.8                    | 8.5                        |
| 경 기 | 79    | 85    | 90    | 101   | 106      | 7.8                    | 10.7                       |
| 강 원 | 7     | 9     | 9     | 9     | 9        | 6.6                    | 16.8                       |
| 충 북 | 8     | 9     | 9     | 10    | 16       | 19.4                   | 15.2                       |
| 충 남 | 6     | 7     | 9     | 14    | 14       | 24.2                   | 14.4                       |
| 전 북 | 8     | 11    | 13    | 15    | 15       | 17.4                   | 12.4                       |
| 전 남 | 11    | 14    | 14    | 15    | 15       | 8.2                    | 12.8                       |
| 경 북 | 13    | 15    | 20    | 21    | 21       | 13.0                   | 12.7                       |
| 경 남 | 15    | 20    | 22    | 25    | 25       | 13.9                   | 12.9                       |
| 제 주 | 3     | 5     | 6     | 6     | 6        | 19.4                   | 9.3                        |

주 : ( ) 내는 비중임. 점포당 인구는 소수점 둘째자리에서 반올림.

자료 : 한국체인스토어협회, 리테일 매거진, 인구는 통계청, 2008년 기준 주민등록 한국인인구

# I 전통시장을 둘러싼 환경변화

## > 주춤하고 있는 대형마트

### • 매출액 증가 추세의 둔화

대형마트 시·도별/연도별 매출액 현황(최근 5개년)

(단위 : 십억원, %)

| 구 분 | 2005년  | 2006년  | 2007년  | 2008년  | 2009.10월 |
|-----|--------|--------|--------|--------|----------|
| 전 체 | 23,678 | 25,644 | 28,251 | 29,943 | 25,743   |
| 서울  | 5,726  | 6,039  | 6,663  | 7,110  | 6,149    |
| 부산  | 2,115  | 2,265  | 2,424  | 2,455  | 2,033    |
| 대구  | 1,463  | 1,416  | 1,462  | 1,471  | 1,248    |
| 인천  | 1,395  | 1,439  | 1,701  | 1,775  | 1,503    |
| 광주  | 563    | 642    | 751    | 822    | 747      |
| 대전  | 870    | 903    | 1,049  | 1,072  | 872      |
| 울산  | 700    | 701    | 727    | 832    | 716      |
| 경기  | 6,589  | 7,192  | 7,826  | 8,286  | 7,134    |
| 강원  | 421    | 521    | 554    | 570    | 467      |
| 충북  | 545    | 586    | 623    | 623    | 532      |
| 충남  | 461    | 479    | 545    | 660    | 598      |
| 전북  | 496    | 551    | 657    | 722    | 661      |
| 전남  | 442    | 568    | 630    | 711    | 610      |
| 경북  | 624    | 809    | 954    | 1,032  | 843      |
| 경남  | 1,044  | 1,248  | 1,356  | 1,464  | 1,337    |
| 제주  | 225    | 318    | 306    | 336    | 293      |

주 : 매출액은 1억 단위에서 반올림.

자료 : 통계청, KOSIS, 16개 시·도별 대형점 판매액

# I 전통시장을 둘러싼 환경변화

## > 급속히 파괴되는 SSM

기업형 SSM 시·도별 성장추이(최근 5개년)

(단위 : 개, %)

| 구 분 | 2005년 | 2006년 | 2007년 | 2008년 | 2009.7월 | 연평균증감률<br>(‘05~‘09.7) | 점포당<br>인구수(만명)_<br>2009.11 |
|-----|-------|-------|-------|-------|---------|-----------------------|----------------------------|
| 전 체 | 275   | 318   | 398   | 526   | 636     | 26.4                  | 7.8                        |
| 서울  | 75    | 85    | 106   | 135   | 174     | 26.5                  | 5.9                        |
| 부산  | 34    | 37    | 44    | 54    | 64      | 19.3                  | 5.6                        |
| 대구  | 2     | 2     | 9     | 20    | 27      | 106.7                 | 9.2                        |
| 인천  | 8     | 8     | 11    | 17    | 19      | 27.3                  | 14.2                       |
| 광주  | 7     | 7     | 17    | 19    | 20      | 34.0                  | 7.1                        |
| 대전  | 4     | 6     | 7     | 18    | 22      | 60.9                  | 6.7                        |
| 울산  | 6     | 7     | 8     | 11    | 13      | 24.1                  | 8.5                        |
| 경기  | 75    | 89    | 96    | 118   | 144     | 20.0                  | 7.8                        |
| 강원  | 9     | 13    | 14    | 15    | 15      | 15.3                  | 10.1                       |
| 충북  | 9     | 10    | 12    | 14    | 15      | 15.3                  | 10.1                       |
| 충남  | 8     | 8     | 9     | 13    | 14      | 16.9                  | 14.4                       |
| 전북  | 3     | 4     | 7     | 10    | 12      | 47.2                  | 15.5                       |
| 전남  | 1     | 2     | 6     | 6     | 6       | 64.9                  | 32.0                       |
| 경북  | 6     | 7     | 11    | 19    | 26      | 50.6                  | 10.3                       |
| 경남  | 24    | 29    | 36    | 51    | 59      | 28.5                  | 5.5                        |
| 제주  | 4     | 4     | 5     | 6     | 6       | 12.0                  | 9.3                        |

주 : ( ) 내는 비증임. 점포당 인구는 소수점 둘째자리에서 반올림.

자료 : 한국체인스토어협회, 리테일 매거진, 인구는 통계청, 2008년 기준 주민등록 한국인인구

## II 전통시장 관련 정책동향

---

## 1. 전통시장 관련 정책(사업)

## &gt; 시장활성화 관련 사업

- 시설현대화사업 / 경영현대화사업 추진

전통시장 관련 주요 사업들(중소기업청 시장경영진흥원)

| 1. 시설현대화사업 |            |           | 2. 경영현대화사업       |
|------------|------------|-----------|------------------|
| 기반시설 정비사업  | 편의시설 확충사업  | 홍보시설 설치사업 |                  |
| 1) 건물 및 점포 | 1) 간이음수대   | 1) 공용광고판  | 1) 공동마케팅         |
| 2) 소방설비    | 2) 고객안내센터  | 2) 네온광고   | 2) 방송홍보(6시내고향 등) |
| 3) 가스설비    | 3) 고객휴게실   | 3) 아치/조형물 | 3) 시장자문 / 점포지도   |
| 4) 전기배선    | 4) 물품보관함   | 4) 이벤트광장  | 4) 상인대학          |
| 5) 배수시설    | 5) 수유시설    | 5) 테마거리   | 5) 퇴직인력 활용       |
| 6) 냉난방시설   | 6) 유아놀이방   | 6) 시장안내판  | 6) 온누리 상품권       |
| 7) 방송시설    | /어린이놀이터    |           | 7) 주차도우미         |
| 8) 화장실     | 7) 자율포장대   |           | 8) 특가판매          |
| 9) 아케이드    | 8) 자전거보관소  |           |                  |
| 10) 비가림시설  | 9) 주차장     |           |                  |
| 11) 진입도로   | 10) 카트     |           |                  |
| 12) 봉행도로   | 11) 공동택배창고 |           |                  |
| 13) 가로등    |            |           |                  |
| 14) 엘리베이터  |            |           |                  |
| /에스컬레이터    |            |           |                  |
| 15) CCTV   |            |           |                  |

## 1. 전통시장 관련 정책(사업)

## &gt; 소상공인 지원시책

## 소상공인 지원시책(중소기업청 소상공인지원원)

- |                         |                    |
|-------------------------|--------------------|
| - 소상공인 창업 및 경영개선 자금(융자) | - 교육장 제공서비스        |
| - 소상공인 일반·특례보증 지원       | - 자영업컨설팅 지원        |
| - 소기업·소상공인 공제제도         | - 소상공인 무료 법률 구조 지원 |
| - 성공창업채키지 교육            | - 상권정보시스템 운영       |
| - 소상공인 경영개선교육           | - 소상공인 방송 운영       |
| - 소상공인 e-러닝교육           | - 소상공인 신사업 육성지원    |
| - 소상공인 전문교육기관 지정제 운영    | - 소상공인 종합정보시스템 운영  |

## &gt; 문화관광형 전통시장 육성사업 : ‘문화를 통한 전통시장 활성화 시범사업(‘문전성시’)’

- 문화체육관광부에서 2008년부터 추진한 전통 시장 살리기 프로젝트
- 전국 16개 시장에서 전통 시장 고유의 ‘맛’, ‘멋’, ‘흥’ 을 되살리며 새로운 활기를 불어넣기 위한 프로젝트
- 2011년 3개소 추가 선정 ‘남문시장(서울 금천구)’, ‘홍성전통시장(충남 홍성군)’, ‘남부시장(전북 전주시)’
- 총매출액 128% 증가(사업전 789억원 사업후 890억원), 취업파급효과 346명 : 2010년 12개 시범사업 인식조사분석

## II

## 전통시장 관련 정책동향

### 2. 최근의 정책 변화\_ 상권활성화구역제도

#### > 상권활성화구역 제도의 시행

- 전통시장법 개정에 따른 ‘상권활성화구역’ 제도와 ‘상권관리자’ 제도 시행(2010. 7)

| 시장활성화구역   | 상권활성화구역   |
|---|---|
| 2개 이상의 시장 또는 시장과 상점가가 인접하여 하나의 상권을 형성하고 있는 곳으로서 시장·군수·구청장이 지정한 구역 | 다음 각 목의 요건에 해당되는 곳으로서 시장·군수·구청장이 시·도지사 의 승인을 받아 지정한 구역<br>1. 시장이 하나 이상 포함된 곳<br>2. 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」에 따른 상업지역에 해당되는 곳<br>3. 해당 구역 안에 대통령령으로 정하는 수 이상의 도매점포·소매점포 또는 용역점포가 밀집하여 하나의 상권을 형성하고 있는 곳<br>4. 제9조에 따른 실태조사 결과 매출액 감소 등 대통령령으로 정하는 기준에 따라 해당 구역의 주요 상업활동이 위축되었거나 위축될 우려가 있는 곳 |

자료 : 문병철, 2009.2, p.18 참조

|   |
|---|
| <상권활성화구역 지정 요건>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- 시장 또는 상점가가 하나 이상 포함된 곳</li> <li>- 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」에 따른 상업지역에 해당되는 곳</li> <li>- 해당 구역 안에 대통령령으로 정하는 수 이상의 도매점포·소매점포 또는 용역점포가 밀집하여 하나의 상권을 형성하고 있는 곳</li> <li>- 제9조에 따른 실태조사를 실시한 결과 매출액 감소 등 대통령령으로 정하는 기준에 따라 해당 구역의 주요 상업활동이 위축되었거나 위축될 우려가 있다고 판단되는 곳</li> </ul> |

2. 최근의 정책 변화\_ 상권활성화구역제도

- 지역별로 특색 있는 다양한 사업이 수행될 수 있도록 사업의 종류를 제한하지 않음
- 유동인구를 흡수할 수 있도록 주차장 등 편의시설 확충과 테마거리 조성 등 주변 환경 개선 사업
- 상권을 포괄하는 공공마케팅 개발 등 경영현대화 사업 등
- 청소 · 방법 · 노점관리 등 상권관리 사업 등 수행 가능

> 상권활성화구역 지정절차



> 상권활성화 사업계획 승인절차



## II 전통시장 관련 정책동향

### 2. 최근의 정책 변화\_ 상권활성화구역제도

#### > 상권관리자 제도의 시행

- 시·군·구는 상권활성화사업의 효율적인 수행을 위해 상권관리기구 설립
- 중앙정부 방침에 따라 상권활성화구역 사업 계획(안)을 수립하고 지자체의 승인을 받아 사업을 시행하는 지역 밀착형 조직
- 관과 민의 파트너십(PPP, Public Private Partnership) 형태가 가장 이상적
- 비영리법인으로 하고 **이사회를 민관협력체**로 구성하며, 정부와 지자체는 사업에 필요한 경비를 예산 범위 안에서 지원

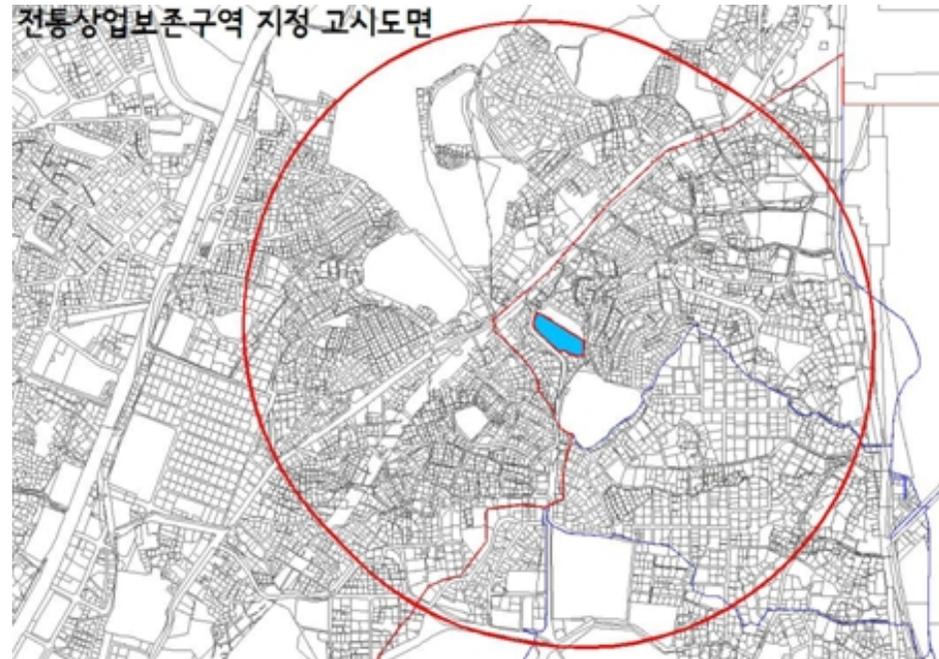
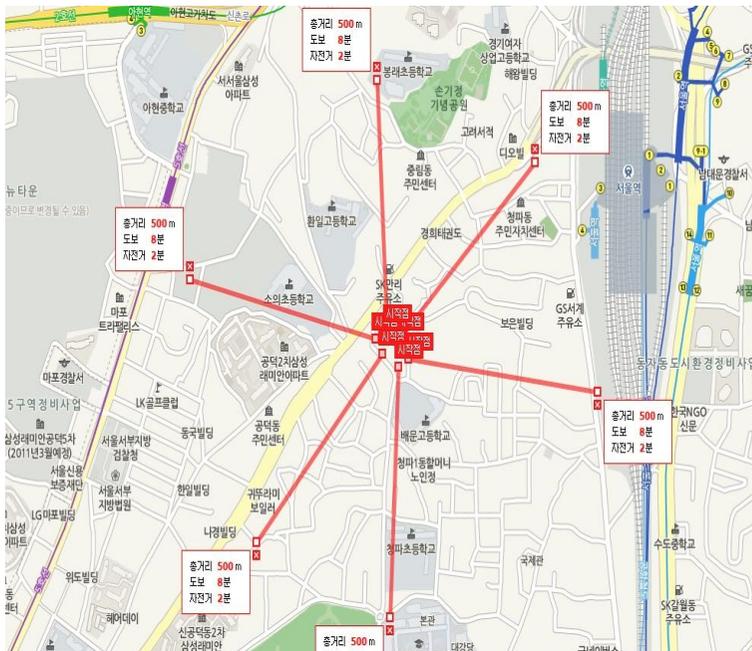
| 구분      | 한국                         | 일본                             | 영국                          | 미국                           |
|---------|----------------------------|--------------------------------|-----------------------------|------------------------------|
| 정책대상    | 재래시장·상점가                   | 도심 상점가                         | 도심 상점가                      | 지역 상점가                       |
| 추진기구    | 지자체, 상인회                   | TMO                            | TCM, BID                    | BID                          |
| 도입시기    | 2006                       | 1998                           | 1986, 2003                  | 1980                         |
| 개발실적    | 637개                       | 423개                           | 329개, 20개                   | 1,400개                       |
| 사업주체    | 지자체, 상인                    | 공익법인, 상인                       | 공익법인                        | 민간협의체                        |
| 주요사업    | 시설개선<br>경영현대화              | 상업지역 기능개선<br>협동사업<br>108개 지원사업 | 상업지역 기능개선<br>접근편의성<br>상권활성화 | 상업지역기능개선<br>상업시설 집적<br>상권활성화 |
| 재원부담(%) | 정부(90 ~ 70)<br>상인(10 ~ 30) | 정부(90 ~ 50)<br>상인(10 ~ 50)     | 민간부담금<br>정부(지자체)            | 민간부담금<br>정부(지자체)             |

자료 : 김영기, 2008.3, p.36참조

2. 최근의 정책 변화\_ 전통상업보존구역

> 유통산업발전법 : 전통상업보존구역

- 대형유통기업과 중소형유통기업의 상생발전, 「유통산업발전법」 제8조제3항 및 제13조의3제2항에 따라 위임된 대규모점포 및 준대규모 점포의 등록제한과 전통상업보존구역의 지정 등에 관한 사항 규정
- 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」에 따른 전통시장, 중소기업청장이 정하는 전통상점가 경계로부터 직선거리로 500미터 이내의 범위에서 전통상업보존구역 지정
- 유통산업환경에 적합하게 대형유통기업과 중소유통기업이 상생발전 할 수 있도록 매년 추진계획 수립



## 2. 최근의 정책 변화\_ 전통상업보존구역

## &gt; 전통시장 사회적기업(커뮤니티 비즈니스) 육성

- ‘장·차관 국정토론회(6.17-18)’ 에서 전통시장 활성화와 연계한 사회적기업 육성 방안 제시
- 기 전통시장에서 활동하고 있는 예비 사회적기업 우선 지원
- 상권활성화기구의 사회적기업화 지원
- 문화관광형시장 상인회를 대상으로 사회적기업 도입 유도

| 사회적기업명     | 활동하고있는 시장    | 성 격            | 주요 사업                         | 직원수 |
|------------|--------------|----------------|-------------------------------|-----|
| (주)온양온천시장  | 충남<br>온양온천시장 | 지역형 사회적기업      | 주차장운영<br>온라인 쇼핑몰<br>식당 및 카페운영 | 16  |
| 하늘땅영농조합법인  | 충남<br>논산화지시장 | 행안부<br>마을기업 지원 | 밤과 대추, 딸기 등 지역산물 가공<br>및 한매   | 7   |
| (사)날라리낙타   | 부산 부전시장      | 지역형 사회적기업      | 점포운영, 문화축제 기획 및 홍보            | 7   |
| 광주광역시상인연합회 | 광주<br>양동시장   | 지역형 사회적기업      | 야시장 조성, 시장자치브랜드 개발            | 8   |

### Ⅲ 충남 전통시장 현황과 사업평가

---

### III

## 충남 전통시장의 현황과 사업평가

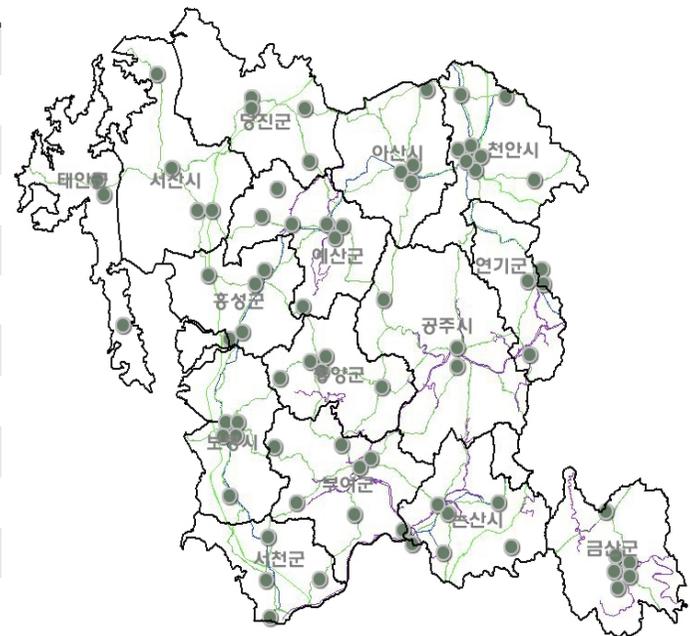
### 1. 전통시장의 현황과 특징

▶ 충남에는 75개의 전통시장

- 읍면지역 45개소 / 중심부 30개소
- 공설시장이 많음(38개 시장) / 전문시장이 적음(6개 시장)

|       |        |    |      |           |      |    |
|-------|--------|----|------|-----------|------|----|
| 시장크기  | 구분     | 전체 | 시장형태 | 상가건물형시장   | 32   |    |
|       | 전체     | 75 |      | 노점형시장     | 3    |    |
|       | 대형시장   | 1  |      | 장옥형시장     | 16   |    |
|       | 중대형시장  | -  |      | 상가주택복합형시장 | 24   |    |
|       | 중형시장   | 29 |      | 상설시장      | 25   |    |
| 상권크기  | 소형시장   | 45 | 개설주기 | 정기시장      | 29   |    |
|       | 전국상권시장 | -  |      | 상설+정기시장   | 21   |    |
|       | 광역상권시장 | 5  |      | 취급상품      | 일반시장 | 69 |
|       | 지역상권시장 | 36 |      |           | 전문시장 | 6  |
|       | 근린상권시장 | 34 |      |           | 등록시장 | 23 |
| 시장소유자 | 법인시장   | 11 | 등록유무 | 인정시장      | 25   |    |
|       | 개인시장   | 1  |      | 기타시장      | 27   |    |
|       | 공설시장   | 38 |      |           |      |    |
|       | 공동시장   | 25 |      |           |      |    |

자료 : 2008년 전통시장 및 점포경영 실태조사 통계자료집



충남의 전통시장 분포 현황

### III

## 충남 전통시장의 현황과 사업평가

### 1. 전통시장의 현황과 특징

#### > 시장의 유형별 점포 특성

- 대형시장, 전문시장일수록 빈점포가 적음

(단위 : 개, %)

| 시장구분 | 점포구분    | 자기소유 점포 | 임차점포  | 빈점포(구성비)  | 기타점포 | 전체    |
|------|---------|---------|-------|-----------|------|-------|
| 등록유무 | 전체      | 2,733   | 5,018 | 746(8.7)  | 116  | 8,613 |
|      | 등록시장    | 634     | 1,408 | 278(11.9) | 16   | 2,336 |
|      | 인정시장    | 1,455   | 2,506 | 287(6.7)  | 19   | 4,267 |
|      | 기타시장    | 644     | 1,104 | 181(9.0)  | 81   | 2,010 |
| 시장크기 | 대형시장    | 680     | 420   | 40(3.5)   | -    | 1,140 |
|      | 중대형시장   | -       | -     | -         | -    | -     |
|      | 중형시장    | 1,536   | 3,259 | 476(8.9)  | 87   | 5,358 |
| 상권크기 | 소형시장    | 517     | 1,339 | 230(10.9) | 29   | 2,115 |
|      | 전국상권시장  | -       | -     | -         | -    | -     |
|      | 광역상권시장  | 504     | 542   | 98(8.5)   | 6    | 1,150 |
|      | 지역상권시장  | 1,391   | 2,865 | 397(8.4)  | 94   | 4,747 |
| 개설주기 | 근린상권시장  | 838     | 1,611 | 251(9.2)  | 16   | 2,716 |
|      | 상설시장    | 1,618   | 2,332 | 347(8.0)  | 28   | 4,325 |
|      | 정기시장    | 288     | 1,528 | 261(12.1) | 81   | 2,158 |
| 취급상품 | 상설+정기시장 | 827     | 1,158 | 138(6.5)  | 7    | 2,130 |
|      | 일반시장    | 2,208   | 4,763 | 745(9.5)  | 110  | 7,826 |
|      | 전문시장    | 525     | 255   | 1(0.1)    | 6    | 787   |

자료 : 2008년 전통시장 및 점포경영 실태조사 통계자료집

주 : 기타점포는 창고 및 사무실 등 영업 이외의 목적으로 활용되고 있는 점포를 말함

### III

## 충남 전통시장의 현황과 사업평가

### 1. 전통시장의 현황과 특징

#### > 시장의 유형별 종사자 특성

- 시장당 종사자수가 적음, 노점상인은 많음

(단위 : 명, %)

| 시장구분 | 종사자구분   | 총시장상인  | 종사자    | 종사자 구성 |        |       | 노점상인  |
|------|---------|--------|--------|--------|--------|-------|-------|
|      |         |        |        | 점포소유상인 | 점포임차상인 | 종업원   |       |
| 등록유무 | 전체      | 13,361 | 12,062 | 2,738  | 4,995  | 4,329 | 4,299 |
|      | 등록시장    | 3,491  | 2,572  | 634    | 1,398  | 540   | 919   |
|      | 인정시장    | 7,910  | 6,555  | 1,450  | 2,511  | 2,594 | 1,355 |
|      | 기타시장    | 4,960  | 2,935  | 654    | 1,086  | 1,195 | 2,025 |
| 시장크기 | 대형시장    | 2,425  | 2,230  | 680    | 420    | 1,130 | 195   |
|      | 중대형시장   | -      | -      | -      | -      | -     | -     |
|      | 중형시장    | 9,007  | 6,883  | 1,529  | 3,266  | 2,088 | 2,124 |
| 상권크기 | 소형시장    | 4,929  | 2,949  | 529    | 1,309  | 1,111 | 1,980 |
|      | 전국상권시장  | -      | -      | -      | -      | -     | -     |
|      | 광역상권시장  | 1,399  | 1,328  | 504    | 542    | 282   | 71    |
|      | 지역상권시장  | 9,190  | 7,050  | 1,386  | 2,870  | 2,794 | 2,140 |
| 개설주기 | 근린상권시장  | 5,772  | 3,684  | 848    | 1,583  | 1,253 | 2,088 |
|      | 상설시장    | 7,256  | 6,474  | 1,613  | 2,327  | 2,534 | 782   |
|      | 정기시장    | 5,803  | 2,796  | 288    | 1,528  | 980   | 3,007 |
| 취급상품 | 상설+정기시장 | 3,302  | 2,792  | 837    | 1,140  | 815   | 510   |
|      | 일반시장    | 15,321 | 11,022 | 2,213  | 4,740  | 4,069 | 4,299 |
|      | 전문시장    | 1,040  | 1,040  | 525    | 255    | 260   | -     |

자료 : 2008년 전통시장 및 점포경영 실태조사 통계자료집

주 : 총시장상인 : 종사자 + 노점상인, 종사자 : 점포소유상인 + 점포임차인 + 종업원

2. 사업추진 현황

> 사업추진 현황

- 시장활성화를 위해 2010년까지 총 약 2천억원 (전통시장 1개소당 약 35억원, 점포당 약 2천여만원)을 투입하였지만 여전히 어려움에 처해 있음

| 1. 시설현대화사업(2002년-2010년)  |  |   | 2. 경영현대화사업(2011년)  |
|--|--|---|--|
| 기반시설 정비사업<br>(117,887 백만원, 54.2%)  | 편의시설 확충사업<br>(89,329 백만원, 41.1%)   | 홍보시설 설치사업<br>(10,331 백만원, 4.7%)                                     | (946 백만원)  |
| 1) 건물 및 점포<br>2) 소방설비<br>3) 가스설비<br>4) 전기배선<br>5) 배수시설<br>6) 냉난방시설<br>7) 방송시설<br>8) 화장실<br>9) 아케이드<br>10) 비가림시설<br>11) 진입도로<br>12) 보행도로<br>13) 가로등<br>14) 엘리베이터<br>/에스컬레이터<br>15) CCTV | 1) 간이음수대<br>2) 고객안내센터<br>3) 고객휴게실<br>4) 물품보관함<br>5) 수유시설<br>6) 유아놀이방<br>/어린이놀이터<br>7) 자율포장대<br>8) 자전거보관소<br>9) 주차장<br>10) 카트<br>11) 공동택배창고<br><br>•주차장 관련 비용<br>82,977 백만원 | 1) 공용광고판<br>2) 네온광고<br>3) 아치/조형물<br>4) 이벤트광장<br>5) 테마거리<br>6) 시장안내판 | 1) 공동마케팅<br>2) 방송홍보(6시내고향 등)<br>3) 시장자문 / 점포지도<br>4) 상인대학<br>5) 퇴직인력 활용<br>6) 온누리 상품권<br>7) 주차도우미<br>8) 특가판매<br><br>•공동마케팅:256.5 백만원<br>•상인대학:80 백만원 |
| •아케이드·비가림 관련<br>비용 52,678 백만원  |  |   |  |

3. 사업추진 효과

> 조사개요

- 조사기간 : 2011년 5월 16일 ~ 5월 30일(15일간)
- 조사대상 : 15개 시군(신도시인 계룡시 제외) 전통시장 상인 570명
  - 회수설문지 498부, 87.4%, 유효설문지수 495부, 99.4%

> 사업의 시장활성화효과\_ 시설현대화사업

| 구분           | 매우 많이          | 많이                                | 보통   | 미비                 | 매우 미비 | 점수<br>(5점 만점)   |
|--------------|----------------|-----------------------------------|------|--------------------|-------|-----------------|
| 기반시설<br>정비사업 | 12.3           | 27.1                              | 35.2 | 16.5               | 9.0   | 3.17<br>(1.122) |
|              | 효과가 가장<br>큰 사업 | ① 비가림시설 (31.2%)<br>③ 아케이드 (14.2%) |      | ② 건물(점포)정비 (23.4%) |       |                 |
| 편의시설<br>정비사업 | 11.9           | 25.4                              | 33.3 | 14.7               | 14.7  | 3.05<br>(1.211) |
|              | 효과가 가장<br>큰 사업 | ① 주차장 (77.3%)<br>③ 고객안내센터 (5.5%)  |      | ② 고객휴게시설 (6.7%)    |       |                 |
| 홍보시설<br>확충사업 | 10.3           | 17.5                              | 36.8 | 19.5               | 16.0  | 2.87<br>(1.185) |
|              | 효과가 가장<br>큰 사업 | ① 이벤트광장 (24.7%)<br>③ 공용안내판 (19.3) |      | ② 시장안내판 (22.7%)    |       |                 |

### III 충남 전통시장의 현황과 사업평가

#### 3. 사업추진 효과

##### > 사업의 시장활성화효과\_ 경영현대화사업

| 구분  | 매우 많이 | 많이   | 보통   | 조금   | 매우 조금 | 점수<br>(5점 만점)   |
|---|-------|------|------|------|-------|-----------------|
| 경영현대화사업   | 13.5  | 28.3 | 35.3 | 15.0 | 7.8   | 3.25<br>(1.109) |
| 효과가 가장 큰 사업 ① 공동마케팅(세일, 경품행사 등) 28.3%<br>② 상인대학 교육 24.2 ③ 온누리 상품권 취급 19.1 |       |      |      |      |       |                 |

##### > 사업계속 추진의 필요성

| 구분      | 매우 많이 | 많이   | 보통   | 조금  | 매우 조금 | 점수<br>(5점 만점)   |
|---------|-------|------|------|-----|-------|-----------------|
| 시설현대화사업 | 57.7  | 31.0 | 8.4  | 1.5 | 1.5   | 4.42<br>(0.823) |
| 경영현대화사업 | 49.6  | 36.4 | 10.9 | 2.3 | 0.8   | 4.32<br>(0.819) |

### III

## 충남 전통시장의 현황과 사업평가

### 3. 사업추진 전후 비교 효과

#### > 사업의 시장활성화효과\_ 경영현대화사업

| 구 분 | 고객수  |        | 매출액  |        |
|-----|------|--------|------|--------|
|     | 증가   | 평균 증가율 | 증가   | 평균 증가율 |
| 전체  | 48.1 | 20.48  | 46.7 | 20.75  |
| 공주  | 39.1 | 15.56  | 26.1 | 18.33  |
| 금산  | 43.8 | 20.01  | 39.4 | 20.02  |
| 논산  | 44.7 | 22.06  | 40.5 | 20.33  |
| 당진  | 32.1 | 14.25  | 27.6 | 16.00  |
| 보령  | 53.8 | 14.25  | 56.4 | 14.74  |
| 부여  | 34.5 | 29.00  | 39.3 | 29.00  |
| 서산  | 59.1 | 16.50  | 50.0 | 17.91  |
| 서천  | 29.4 | 30.00  | 26.7 | 40.00  |
| 아산  | 40.0 | 15.50  | 40.0 | 16.11  |
| 연기  | 64.3 | 17.15  | 64.3 | 17.15  |
| 예산  | 11.1 | 10.00  | 11.1 | 10.00  |
| 천안  | 64.5 | 22.94  | 64.5 | 23.43  |
| 청양  | 33.3 | 13.75  | 41.7 | 15.00  |
| 태안  | 45.0 | 33.33  | 42.1 | 28.75  |
| 홍성  | 50.0 | 25.00  | 50.0 | 25.59  |

## **IV** 지역친화 상권만들기 제안

---

# IV

## 지역친화 상권만들기 제안

### 1. 지역 친화상권 만들기 정책 강화

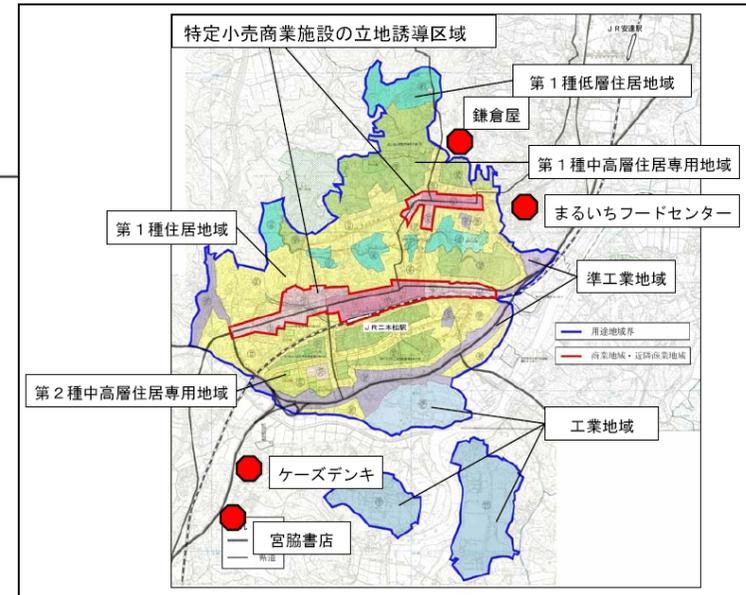
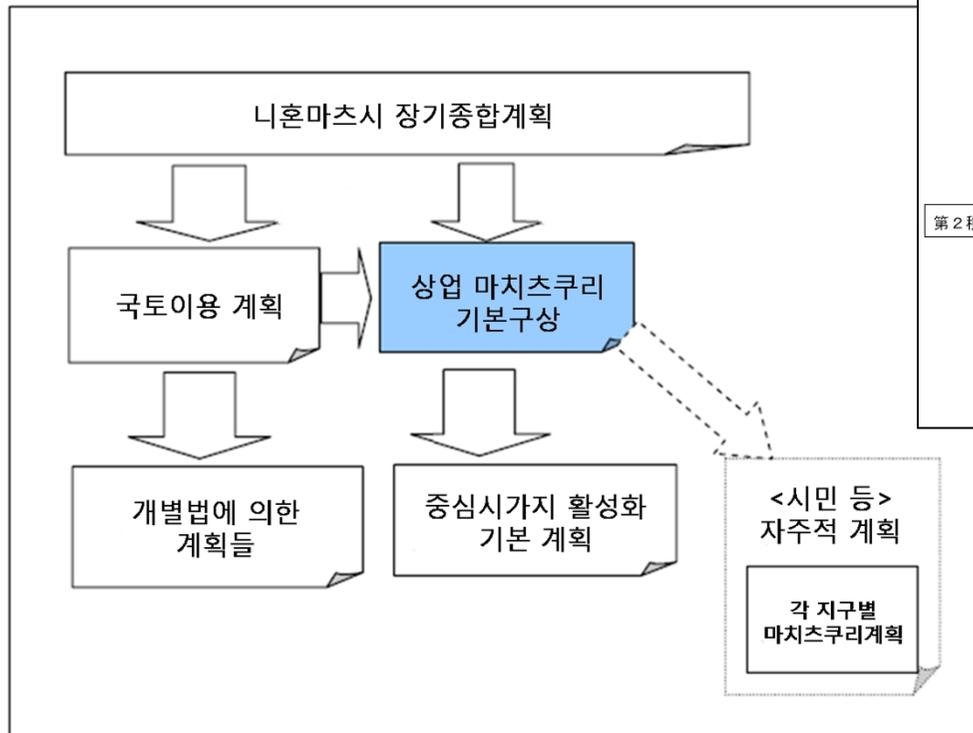
#### 1) 상권만들기 계획 도입\_ 지역 친화형 상권만들기, 상업마치츠클리의 관점에서 접근

- 대형마트, SSM, 농협·축협마트, 개별점포 등 협력관계 만들기

- 전통시장의 경쟁상대(상인의식조사)

대형마트(50.3%), 농협·축협마트(19.1%)

SSM(10.8%), 인접상점가(4.3%)



상업 마치츠클리 기본구상(니혼마쓰시)

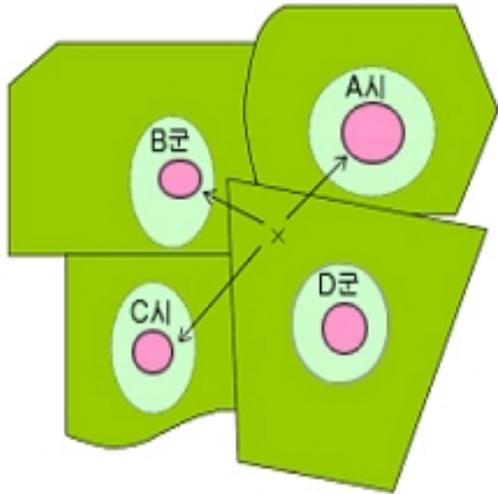
# IV 지역친화 상권만들기 제안

## 1. 지역 친화상권 만들기 정책 강화

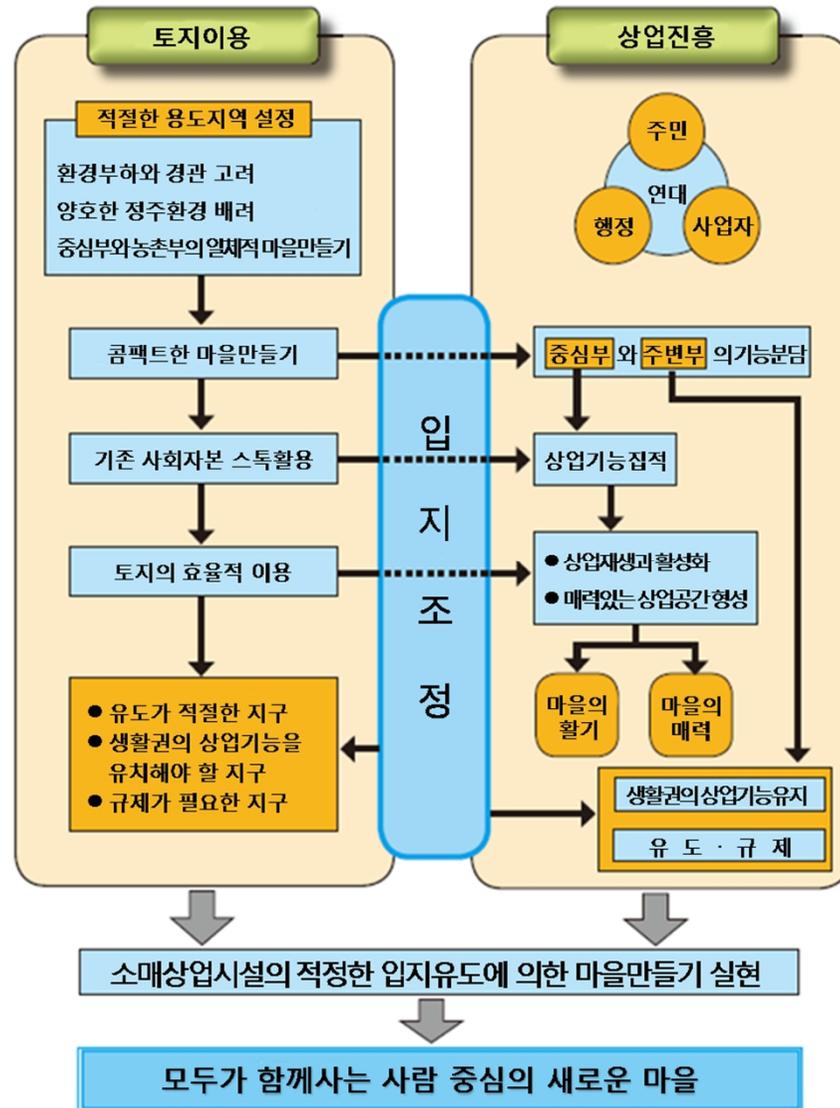
### 2) 도시계획(토지이용)과 상권활성화 연계

- 마치츠클리계획, 토지이용계획과 연계한 상업마치츠클리 구상
- 사회경제변화에 따른 토지이용입지유도
- 관련 주체의 역할 강조

광역적 입지조정 개념



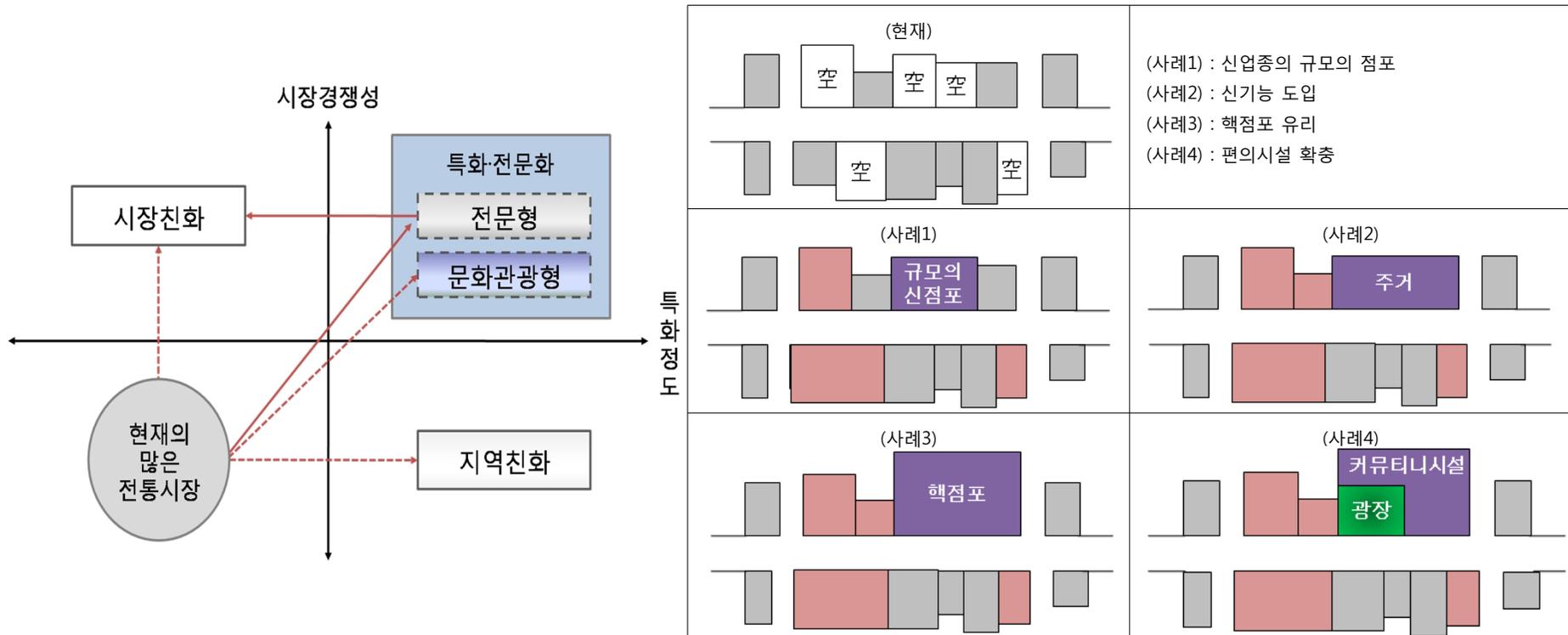
상업 마치츠클리 기본구상  
(아이즈반게마치 상업 마을 만들기 기본 구상)



# IV 지역친화 상권만들기 제안

## 2. 전통시장 구조조정; 기본 방향

- 대부분의 전통시장은 변화하지 않으면 생존 가능성 부족(상인의식 조사)
  - 침체 · 쇠퇴 전통시장 : 76.8%
- 시장경쟁력과 특화시장으로의 전환 가능성에 기초한 전통시장 구조조정 필요



## IV 지역친화 상권만들기 제안

### 2. 전통시장 구조조정; 지금부터 준비

- 시장경쟁에서 살아남을 가능성 없음 : 27.1%
- 특화, 전문화시장으로의 전환 가능성 없음 : 34.6%
- 시장 폐쇄 또는 축소의 필요성 : 11.7%

| 구 분             | 있음   | 조금 있음 | 보통   | 별로 없음 | 없음   | 점수<br>(5점 만점)   |
|-----------------|------|-------|------|-------|------|-----------------|
| 시장경쟁에서 살아남을 가능성 | 25.9 | 18.4  | 28.6 | 21.5  | 5.6  | 3.37<br>(1.234) |
| 특화시장으로의 변화 가능성  | 19.8 | 20.9  | 24.6 | 24.6  | 10.0 | 3.16<br>(1.276) |

| 구 분 | 문화관광형 | 시장경쟁형 | 시장폐쇄 | 시장공간일부전환 |
|-----|-------|-------|------|----------|
| 전 체 | 27.3  | 61.0  | 2.1  | 9.6      |
| 공 주 | 39.1  | 47.8  | .%   | 13.0     |
| 금 산 | 37.8  | 48.6  | 2.%  | 10.8     |
| 논 산 | 21.6  | 73.0  | 0.0  | 5.4      |
| 당 진 | 8.0   | 76.0  | 12.0 | 4.0      |
| 보 령 | 41.0  | 38.5  | 0.0  | 20.5     |
| 부 여 | 36.7  | 53.3  | 0.0  | 10.0     |
| 서 산 | 33.3  | 50.0  | 0.0  | 16.7     |
| 서 천 | 20.0  | 60.0  | 0.0  | 20.0     |
| 아 산 | 41.4  | 51.7  | 0.0  | 6.9      |
| 연 기 | 14.0  | 79.1  | 0.0  | 7.0      |
| 예 산 | 30.0  | 60.0  | 10.0 | 0.0      |
| 천 안 | 14.5  | 75.0  | 1.3  | 9.2      |
| 청 양 | 45.5  | 54.5  | 0.0  | 0.0      |
| 태 안 | 37.0  | 59.3  | 0.0  | 3.7      |
| 홍 성 | 23.3  | 58.1  | 9.3  | 9.3      |

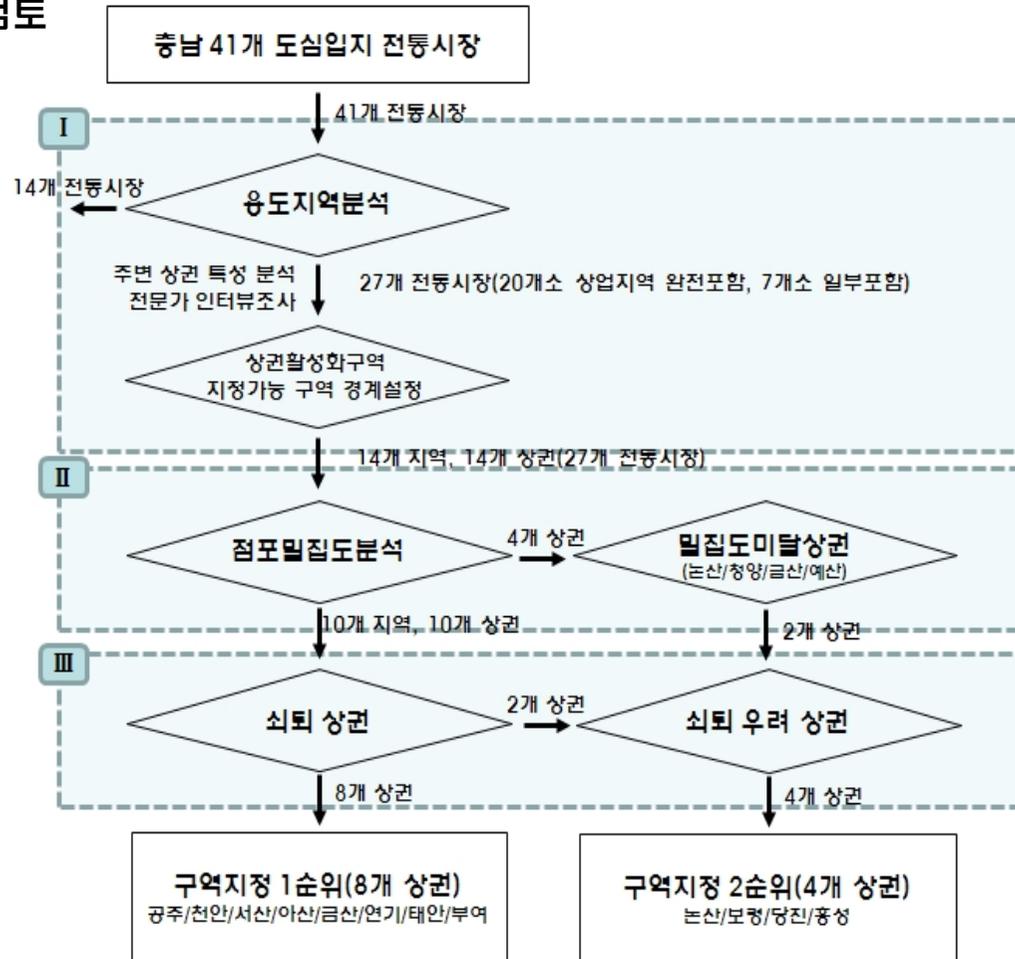
## IV 지역친화형 상권만들기 제안

### 3. 상권활성화구역 제도 활용

- 상권활성화구역 제도의 도입필요성 : 89.2%
- 충남은 2011년 중기청 상권활성화 신청 시군 없음

#### > 구역 지정가능 상권 도출\_ 법적 요건 검토

| 구분       | 분석지표               | 분석내용(방법)                            |
|----------|--------------------|-------------------------------------|
| 입지 분석    | 전통시장의 입지           | 전통시장 입지지역 특성 (동지역 / 읍·면지역 구분)       |
|          | 용도지역 (상업지역) 경계     | 전통시장이 상업지역에 포함 /부분포함 /미포함 구분        |
| 밀집도 분석   | 공무원 인터뷰            | 전통시장 경계 및 권역 설정                     |
|          | 전통시장 및 상권 밀집도 (규모) | 전통시장, 인접상점가 등을 바탕으로 구역경계 대안 제시 후 분석 |
| 쇠퇴 정도 분석 | 인구, 사업체 수의 변화      | 해당 상권에 위치한 행정동의 인구, 사업체 변화를 기준으로 판단 |



# IV

## 지역친화 상권만들기 제안

### 3. 상권활성화구역 지정 가능성

#### > 구역 지정가능 상권 도출

| 상 권 명  | 용도지역 | 점포밀집도   | 인구 | 사업체 | 순위  | 구역 포함 전통시장                    |
|--------|------|---------|----|-----|-----|-------------------------------|
| 공주도심상권 | 일부상업 | 709개소   | 증가 | 감소  | 1순위 | 산성시장                          |
| 천안도심상권 | 상업   | 1,864개소 | 감소 | 감소  | 1순위 | 자유시장,공설시장<br>중앙시장,천일시장,남산중앙시장 |
| 논산도심상권 | 일부상업 | 325개소   | 증가 | 증가  | 2순위 | 화지중앙시장                        |
| 서산도심상권 | 일부상업 | 1,421개소 | 감소 | 증가  | 1순위 | 동부시장                          |
| 아산도심상권 | 상업   | 628개소   | 감소 | 감소  | 1순위 | 온양상설시장,온양시장<br>온양온천역풍물시장      |
| 보령도심상권 | 일부상업 | 561개소   | 증가 | 증가  | 2순위 | 중앙시장,한내시장<br>현대시장,동부시장        |
| 금산도심상권 | 상업   | 398개소   | 감소 | 증가  | 1순위 | 금산인삼국제시장<br>금산수삼센터            |
| 연기도심상권 | 상업   | 1,105개소 | 증가 | 감소  | 1순위 | 조치원시장,조치원재래시장<br>조치원우리시장      |
| 태안도심상권 | 일부상업 | 621개소   | 감소 | 증가  | 1순위 | 태안상설시장,태안서부시장                 |
| 당진도심상권 | 상업   | 888개소   | 증가 | 증가  | 2순위 | 당진시장                          |
| 홍성도심상권 | 상업   | 1,741개소 | 증가 | 증가  | 2순위 | 홍성상설시장                        |
| 부여도심상권 | 상업   | 671개소   | 감소 | 감소  | 1순위 | 중앙시장                          |



# IV

## 지역친화 상권만들기 제안

### 4. 상인조직의 활성화; 상권활성화기구 구성 · 육성

#### > 상인조직 분석

- 충남 75개 전통시장의 상인조직 구성형태를 보면 법인이 9곳, 상인회가 34곳, 번영회가 8곳, 기타가 24곳이며, 상권활성화를 위해 상인주도의 자체사업이 추진되는 경우는 많지 않음

| 구분        | 아산도심상권<br>(온양전통시장및상점가활성화구역상인회)                      | 서산도심상권<br>(서산동부재래시장상인회)                                  |
|-----------|---|--|
| 전통시장      | -온양전통시장, 온궁로문화의거리상점가 연합상권<br>-인접시장 : 온양온천역풍물5일시장    | -서산 동부시장, 서산 중심상점가(비등록) 연합상권                             |
| 조직의 형태    | - 법인  | - 민법상 회사   |
| 유급근로자의 고용 | -총근로자 : 8명<br>-55세이상 근로자 5명<br>-주차관리 4명, 사무원 4명)    | -총 근로자 11명<br>-55세이상 근로자 11명<br>-내근 2명, 시장관리 2명, 주차관리 7명 |
| 사회적 목적 실현 | -취약계층의 일자리 제공<br>-상권만들기                             | -취약계층 일자리 제공<br>-상권만들기                                   |
| 의사결정구조    | -정관에 따른 총회, 이사회, 운영위원회                              | -정관에 따른 총회, 이사회, 운영위원회 등                                 |
| 활동, 수익구조  | -상인회 회비    -시장 유지관리<br>-주차관리        -유유자적 카페, 식당 운영 | -상인회 회비        -주차장 위탁관리(서산시)<br>-시장유지관리    -노점관리        |

# IV

## 지역친화 상권만들기 제안

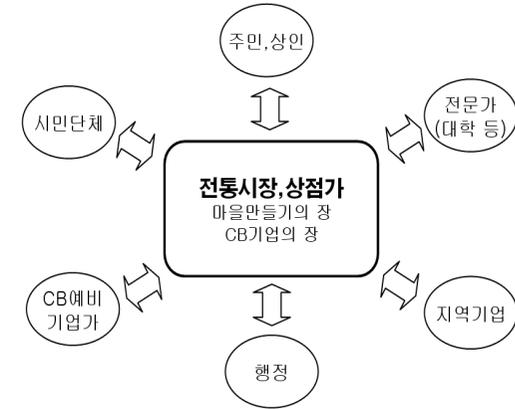
### 4. 상인조직의 활성화; 커뮤니티 비즈니스 육성

#### > 토와긴자상점가의 아모르도와

- 중심상점가 쇠퇴를 극복하기 위해 조합들이 설립한 주식회사(1990년)
- 매출액 : 5억4천만엔
- 주주배당 : 순이익의 5%, 나머지는 회사 축적
- 주요 사업 : 종합병원 식당 운영, 학교급식위탁, 고령자 대상 도시락 택배, 지역대형마트 청소, 방과후 교실(빈점포 활용)
- 효과 : 일자리 창출(200여명)



빈점포를 활용하여 고령자와 NPO에 의한 도시락 마련 및 배달 서비스(일본)

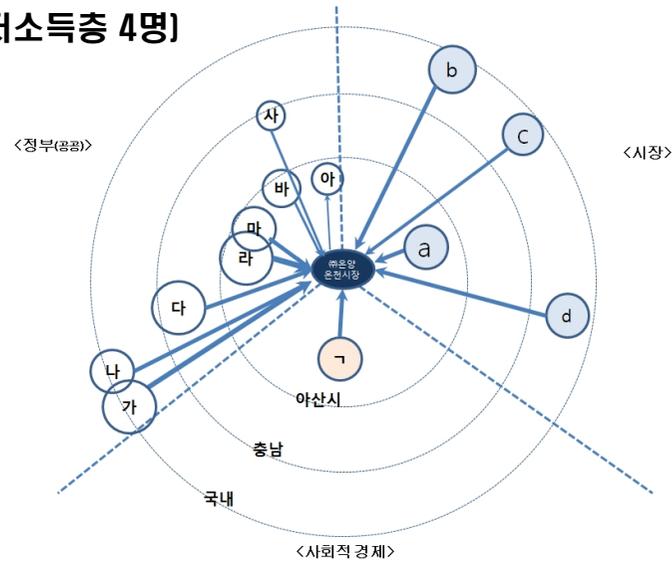
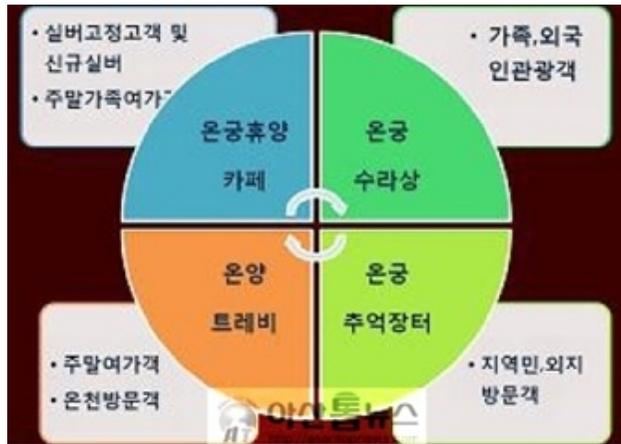


# IV 지역친화 상권만들기 제안

## 4. 상인조직의 활성화; 커뮤니티 비즈니스 육성

### ▶ 커뮤니티 비즈니스 육성 가능성(온양전통시장; 충남형 사회적기업 지정)

- 자발적 다양한 사업추진 : 주차장관리, 식당·카페운영, 축제기획, 우체국 택배서비스 등
- 지역민 고용 : 총직원 16명(고령자 11명, 저소득층 4명)
- 지역사회 다양한 네트워크 구축



|   |             |
|---|-------------|
| 가 | 시장진흥원       |
| 나 | 문화관광체육부     |
| 다 | 충남도         |
| 라 | 아산시청        |
| 마 | 시의회         |
| 바 | 일자리지원센터     |
| 사 | 한남대         |
| 아 | 우체국 택배      |
| a | 삼성 코닝       |
| b | Juice 컴퍼니   |
| c | 삼성 미소금융     |
| d | 아프리카 인터넷 방송 |
| ㄱ | 아산시 기독교연합회  |

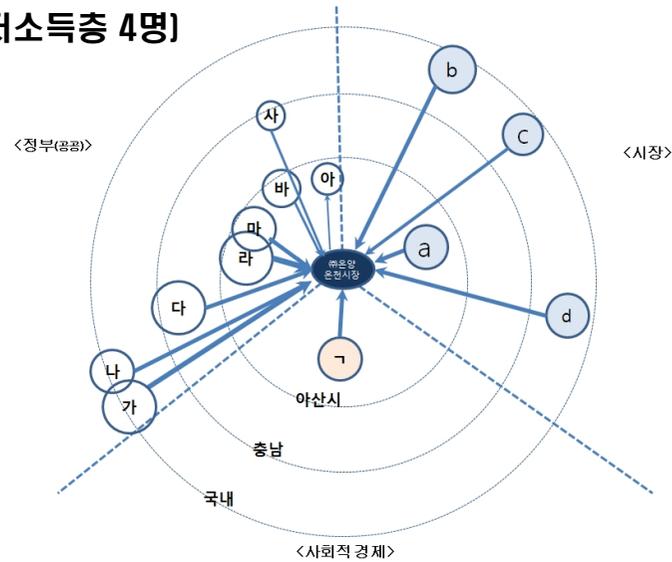
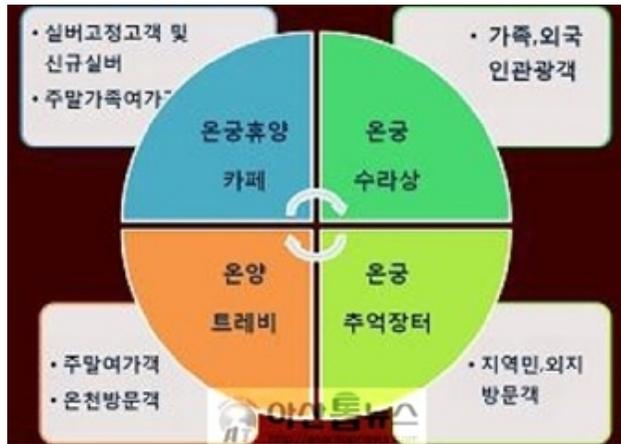


# IV 지역친화 상권만들기 제안

## 4. 상인조직의 활성화; 커뮤니티 비즈니스 육성

### ▶ 커뮤니티 비즈니스 육성 가능성(온양전통시장; 충남형 사회적기업 지정)

- 자발적 다양한 사업추진 : 주차장관리, 식당·카페운영, 축제기획, 우체국 택배서비스 등
- 지역민 고용 : 총직원 16명(고령자 11명, 저소득층 4명)
- 지역사회 다양한 네트워크 구축



|   |             |
|---|-------------|
| 가 | 시장진흥원       |
| 나 | 문화관광체육부     |
| 다 | 충남도         |
| 라 | 아산시청        |
| 마 | 시의회         |
| 바 | 일자리지원센터     |
| 사 | 한남대         |
| 아 | 우체국 택배      |
| a | 삼성 코닝       |
| b | Juice 컴퍼니   |
| c | 삼성 미소금융     |
| d | 아프리카 인터넷 방송 |
| ㄱ | 아산시 기독교연합회  |

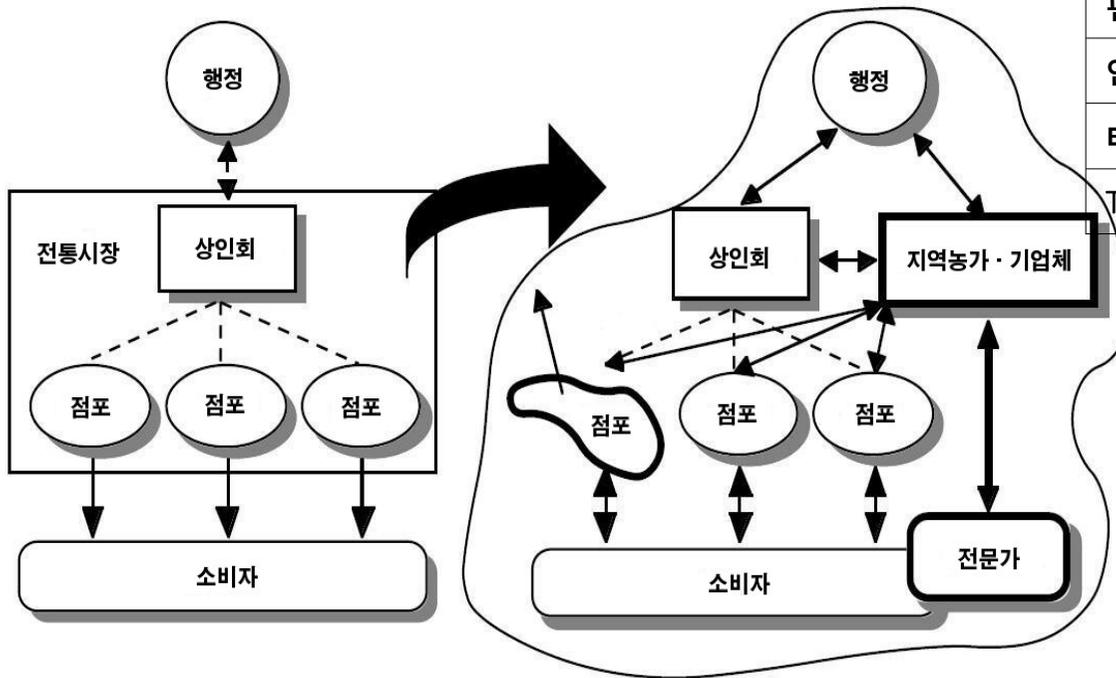


## IV 지역친화 상권만들기 제안

### 5. 지역과 연계한 전통시장(상권)만들기

#### > 지역기업과 농가 등과 연계협력 구조 만들기

- 지역상권 구성요소 간의 협력구조 만들기
- 지역을 구성하고 있는 주민, 상인, 소규모 생산자 공급자(농민), 전문가가 함께할 수 있는 유기적·네트워크 조직체계로 전환



#### 전통시장의 경쟁상대

| 구 분           | 1 순위 | 2 순위 | 전 체  |
|---------------|------|------|------|
| 백화점           | 3.4  | 3.5  | 6.9  |
| 대형마트          | 50.3 | 23.5 | 73.8 |
| 농협, 축협 매장     | 19.1 | 21.6 | 40.7 |
| SSM           | 10.8 | 20.5 | 31.3 |
| 편의점           | 0.2  | 1.2  | 1.4  |
| 인접 상점가        | 4.3  | 7.2  | 11.5 |
| 타 전통시장        | 2.6  | 3.0  | 5.6  |
| TV홈쇼핑, 온라인 판매 | 9.2  | 19.5 | 28.7 |

# IV 지역친화 상권만들기 제안

## 6. 제원확보

### > 재원확보

- 자치단체는 국가의 지원에 따라 예산을 집행하는 소극적인 사업을 추진하고 있어, 선택과 집중, 혁신적, 도전적 사업은 사실상 어려움

전통시장 관련 재원

| 구분 | 광역·지역발전<br>특별회계 운용                 | 일반회계<br>(국고보조금 운용)  | 기금 운용  |
|----|------------------------------------|---|--|
| 특징 | · 일단 사업으로 인정되면<br>지속적이고 안정적인 지원 가능 | · 정치적 합의가 되는 경우 쉽게 운영될 수 있음.<br>· 지속적, 안정적인 사업으로 지원되기가 어려움<br>· 매년 예산편성 (국회심의.) | · 일단 사업으로 인정되면<br>지속적이고 안정적인 지원가능<br>· 설치 절차가 어려움. |

- 전통시장 활성화를 위해서 자치단체 차원에서 지방세 감면 등의 새로운 검토가 필요함

지방세 체계(2008년 현재)

| 구분  | 도세                  | 시군세                                    |
|-----|---------------------|--|
| 보통세 | 취득세, 등록세, 면허세, 레저세  | 주민세, 재산세, 자동차세, 농업소득세, 담배소비세, 도축세, 주행세 |
| 목적세 | 공동시설세, 지역개발세, 지방교육세 | 사업소세                                   |

- 상권활성화 펀드 마련(일본의 마을만들기 펀드 등 참조) : 지속적이고, 자율적 사업 추진 을 위해

### > 재원운용

- 시장의 성격에 따라 전략적 사업추진
- 사업비 운용에 대한 재량권 자치단체로 대폭 이양

## 참 고 문 헌

- 충청남도, 각연도, 전통시장 사업비 투입현황
- 충청남도, 각연도, 충남 전통시장 사업추진현황
- 시장경영지원센터, 2008.12, 2008 전통시장 활성화수준 평가분석 보고서
- 김영기, 2008.3, 지역상권 활성화 한국형 모델에 관한 연구, 시장경영지원센터
- 김영기, 2009, 지역 구도심 상권 활성화를 위한 제도 도입에 관한 연구, 한국주거환경학회
- 이상준, 2006, 유휴공간을 활용한 소도읍 재래시장 환경개선 연구, 충남대학교, pp.13~17.
- 이상준, 2010, 전통시장 유형별 활성화 방안 연구, 한국도시설계학회, p3.
- 임준홍·이상준·황재혁·고덕균, 2010, 충남 전통시장의 실태와 상권활성화구역 지정여건 분석, 충남발전연구원
- 임준홍외, 2010.2.9, 충청남도 전통시장 실태와 생존을 위한 제언(전통시장 활성화 정책변화와 충남의 대응전략 워크숍 발표자료), 충남발전연구원
- 임준홍 · 이상준 · 권영현, 2009.9, 충남 전통시장의 특성과 활성화 전략, 충남발전연구원(충남리포트)
- 임준홍, 2007.7, 대형마트, 도시시설로서 지역·지역민과 함께해야, 대구경북연구원(대경 CEO Briefing)
- 임준홍, 2007.2, 일본의 지역과 함께하는 상업환경 만들기, 국토연구원(월간 국토)
- 이원탁(국회 지식경제위원회 전문위원), 2008.11, 재래시장 및 상점가 육성을 위한 특별법 일부개정법률안 검토 보고서

감사합니다