

현안과제연구

Issue Report

2015. 07. 31

CONTENTS

< 요약 >

1. 연구개요
2. 현황 및 실태 조사
3. 이론적 고찰
4. 국내·외 사례 분석
5. 특화광장 활용 및 조성 방안
6. 결론 및 정책 제언

내포신도시 중심상업지역 내 부지의 특화광장 조성방향 및 추진방법

최영화 외 2인

충남연구원 문화관광디자인연구부 책임연구원, yhc@cni.re.kr

본 연구의 목적은 내포신도시 상가경제 활성화 촉진과 주민들의 문화여가활동 증진을 위하여 중심상업지역 내 특화광장과 근린공원의 조성 및 활용방안과 추진방법을 제시하는데 있음.

요약

- 내포신도시 중심상업지역에 내포시민광장과 근린공원(내포시민1공원, 내포시민2공원)이 조성되어 있으나 현재 상가 조성이 완료되지 않아 활용되지 않고 있음.
- 상가 조성이 완료되는 2020년 이후 내포시민광장이 내포신도시를 대표하는 랜드마크이자 지역주민들의 여가활동을 증진하고 상가 활성화를 견인할 수 있는 특화광장으로 기능할 수 있도록 시설의 보완 및 활용방안 모색이 필요함.
- 본 연구는 중심상업지역 내 내포시민광장과 근린공원의 문화적 활용방안을 마련하기 위하여 선행연구와 국내·외 사례를 조사·분석하고 관련계획을 참고함. 이를 바탕으로 내포신도시 중심상업지역의 특화광장에 예상되는 문화적 수요를 검토하여 광장의 활용방안을 마련함에 있어 정책적 제언을 하고자 함.
- 내포시민광장은 중심상업지역이라는 입지적 특성과 기능을 고려할 때, 시민문화공동체광장과 상업특화광장, 시민위락레저광장 등 융복합형의 특화광장으로서 공간 및 시설의 구성과 프로그램 구성, 이를 운영하기 위한 조직과 재원이 필요함.
- 또한 미국과 영국을 중심으로 성공적으로 정착되고 있는 '상업활동촉진지구(BIDs)'의 도입 사례와 일본의 '상점가진흥조합' 사례를 참조하여, 상업지역 사업체들과 지역단체 및 지방정부 간 파트너십을 형성해 상가 활성화와 광장의 문화적 활용을 촉진하기 위한 계획 마련을 제안함.

1) 연구배경 및 목적

(1) 연구배경

- 내포신도시 중심상업지역에 내포시민광장과 근린공원이 조성되어 있으나 현재 활용되지 않고 있음. 상가 조성이 완료되는 2020년 이후 내포시민광장이 내포신도시를 대표하는 랜드마크이자 상업지역 활성화를 견인할 수 있는 특화광장으로 기능할 수 있도록 시설의 보완 및 활용방안 모색이 필요함
 - 충청남도가 내포신도시 활성화를 위해 젊은 층을 유입시킬 수 있는 특색 있는 도시 건설에 중점을 두고 2단계(2014~2015년) 개발계획을 추진 중이며, 내포신도시 활성화를 촉진하고 새로운 도시콘텐츠를 담아낼 수 있는 방향으로 개발계획도 변경함
 - 2단계 개발과정에서 내포신도시의 주 타깃을 젊은 층으로 설정해 개발계획에 반영하고 새로운 시책을 발굴해 추진할 예정임. 내포신도시의 젊고 긍정적인 도시이미지의 형성을 통해 지역 안팎으로 신도시의 위상을 제고하기 위한 방안 마련이 필요한 시점임

(2) 연구목적

- 본 연구에서는 내포신도시 중심상업지역의 상가경제 활성화를 촉진하고 주민들의 여가활동 증진을 위하여 상업지역 내 조성되어 있는 내포시민광장과 근린공원(내포시민1공원, 내포시민2공원)의 문화적 활용방안을 마련하고자 함

2) 연구내용

- 내포신도시 중심상업지역 인근 내포시민광장과 근린공원의 문화적 활용방안

을 마련하기 위하여 선행연구와 국내·외 사례를 분석하고 관련계획(충남개발공사·한국토지주택공사: 2015)을 조사함. 이를 참고로 하여 내포신도시 중심상업지역의 특화광장에 예상되는 문화적 수요를 검토하여 광장의 활용방안을 마련함에 있어 정책적 제언을 하고자 함

● 주요 연구 내용은 다음과 같음

- ① 내포신도시 내포시민광장과 인근 근린공원의 조성 현황 조사
- ② 국내·외 광장 및 공원의 유형과 활용사례 조사 및 시사점 도출
- ③ 내포신도시 주민들의 활용도를 높일 수 있는 광장 유형과 활용방안 제시
 - 하드웨어 부문 : 인근 근린공원과 연계하여 내포시민광장의 특성과 매력을 부각시킬 수 있는 조형물 설치 등 시설 보완 방안 마련
 - 소프트웨어 부문 : 내포시민광장의 위치와 성격에 맞는 문화이벤트 등 활용방안 제시
- ④ 중심상업지역 내 근린공원과 특화광장임을 감안하여 주변 상가로부터 공원과 광장의 관리를 위한 부담금을 이끌어낼 수 있는 방안 제시
 - 미국의 도시재생수법으로서 상업활동촉진지구(Business Improvement Districts: BID)의 경우, 토지 소유주, 상인, 전문가가 협의체를 구성해 지역을 관리하고 있으며, 일본 동경의 록본기 힐즈(Roppongi Hills)나 미드타운(Midtown)에서는 광장을 활용한 이벤트도 주변 주상복합시설의 주민들과 록본기상점가진흥조합에서 직접 기획·운영함

3) 연구방법

- 문헌 조사
 - 충남도청(내포) 신도시 개발계획(9차 변경)을 비롯한 기존계획 및 관련 통계자료 조사
- 사례 조사
 - 국내·외 문화광장 조성 및 활용사례 조사 및 시사점 도출
- 현장 답사
 - 연구 대상지(내포시민광장) 현장 답사 및 조성 현황 파악
- 전문가 인터뷰
 - 광장 관리 담당자(충청남도 신도시정책과 도시콘텐츠팀)

1) 내포신도시 개발계획 진행 현황

- 내포신도시 전체 개발계획은 2020년까지 충청남도 홍성군 홍북면과 예산군 삽교읍 일원에 9,951,729.1㎡ 면적의 신도시를 개발하는 것임
 - 개발지구 전체 면적 중 홍성군이 6,282,602㎡, 예산군이 3,669,127㎡를 차지함

[표 II-1] 내포신도시 개발계획 개요

기간	2007. 7. 20 ~ 2020. 12. 31
위치	충청남도 홍성군 홍북면·예산군 삽교읍 일원
면적	9,951,729.1㎡

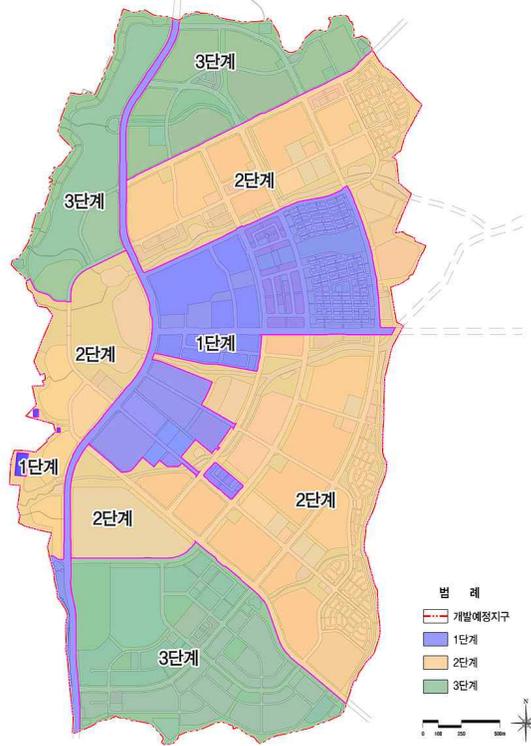
- 내포신도시의 단계별 개발계획에 따라 1단계 1,835.800㎡(18.4%) 면적에 대한 개발이 완료되었고, 현재 2단계 개발이 4,963.600㎡(49.9%) 면적을 대상으로 진행 중이며, 3단계 개발이 3,152.300㎡(31.7%)에 추진될 예정
 - 본 연구의 대상이 되는 중심상업지역 광장과 근린공원은 1단계 계획에 따라 조성이 완료되었으며, 상가 조성 시기에 따라 활용을 위한 계획 마련이 필요한 상황임

<그림 II-1> 내포신도시 단계별 개발계획

구분	1단계 (~2013)	2단계 (~2015)	3단계 (~2020)
행정	도청사 유관기관 지원업무		
자족		상업시설	거점대학 산업시설용지 자족산업
문화		보건·의료시설 / 문화시설 / 체육시설 / 체육시설(골프장)	
주거	쾌적한 주거 환경 조성		

출처: 충청남도개발공사(2014.10), 충남도청(내포) 신도시 개발사업 개발계획(변경) 설명서, 357쪽.

〈그림 II-2〉 내포신도시 단계별 개발계획 시행도

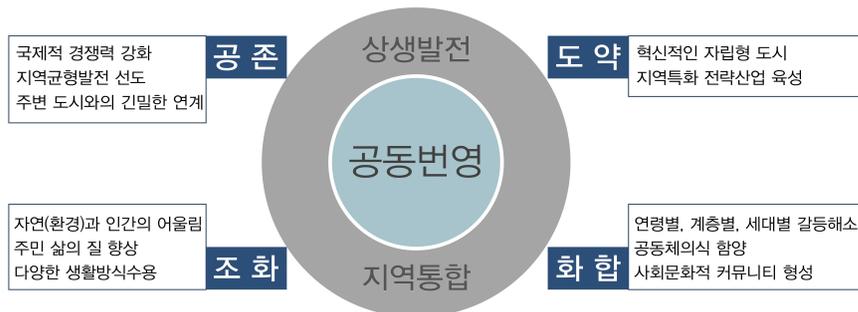


출처: 충청남도개발공사(2014.10), 충남도청(내포) 신도시 개발사업 개발계획(변경) 설명서, 358쪽.

◎ 내포신도시 전체 건설이념은 상생발전과 지역통합을 통한 공동번영이며, 세부적으로는 아래와 같은 네 가지 가치를 표방함

- 21세기 환황해권 시대를 맞이하여 국제경쟁력 강화 및 지역 간 균형발전을 통한 충청남도의 상생발전 선도
- 도민의 화합과 조화를 통한 지역 통합으로 충남의 공동번영 이룩
- 통합적인 행정서비스 제공 및 도시의 자족기반 강화로 경제적 지속가능성 확보
- 자연과 인간이 조화를 이룬 환경친화적 정주공간 창출로 지역주민의 삶의 질을 높여 주는 21세기형 신도시 조성

〈그림 II-3〉 내포신도시 건설이념



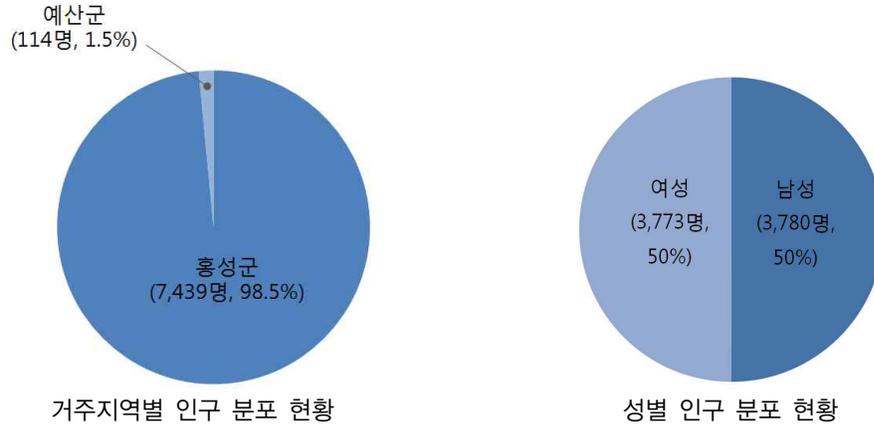
출처 : 충청남도개발공사(2015.04), 충남도청(내포) 신도시 개발사업 개발계획(9차 변경) 보고서

2) 내포신도시 인구 현황

- 내포신도시 내 주민등록 인구 현황(2015.5.31 현재 기준)을 보면, 지역별로는 전체 7,553명 중 홍성군(홍북면 신경리)에 7,439명(98.5%), 예산군(삼교읍 목리)에 114명(1.5%)이 거주하고 있음

- 인구의 성별 분포는 여성이 3,773명, 남성이 3,780명으로 비율이 각각 50%임

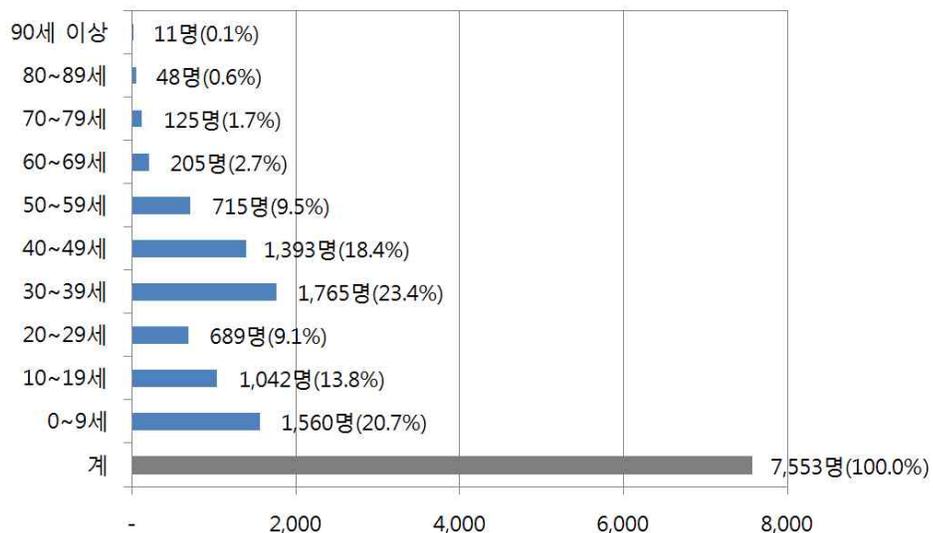
〈그림 II-4〉 내포신도시 내 거주지별·성별 인구 현황 (단위: 명, %)



- 연령대별로는 30대(1,765명, 23.4%), 40대(1,393명, 18.4%)가 가장 많아 비교적 문화향유와 소비활동이 활발한 젊은 층이 다수를 차지함

- 그 밖에는 10대 미만(1,560명) > 10대(1,42명) > 50대(715명) > 20대(689명)순으로, 10세 전후의 아동·청소년을 자녀로 둔 30~40대 가구가 대다수일 것으로 예상됨

〈그림 II-5〉 내포신도시 내 연령별 인구 현황 (단위: 명, %)



출처 : 충청남도 신도시정책과, 내포신도시 주민등록 인구 현황 (2015.05.31. 기준)

3) 중심상업지역 내 특화광장 조성 현황

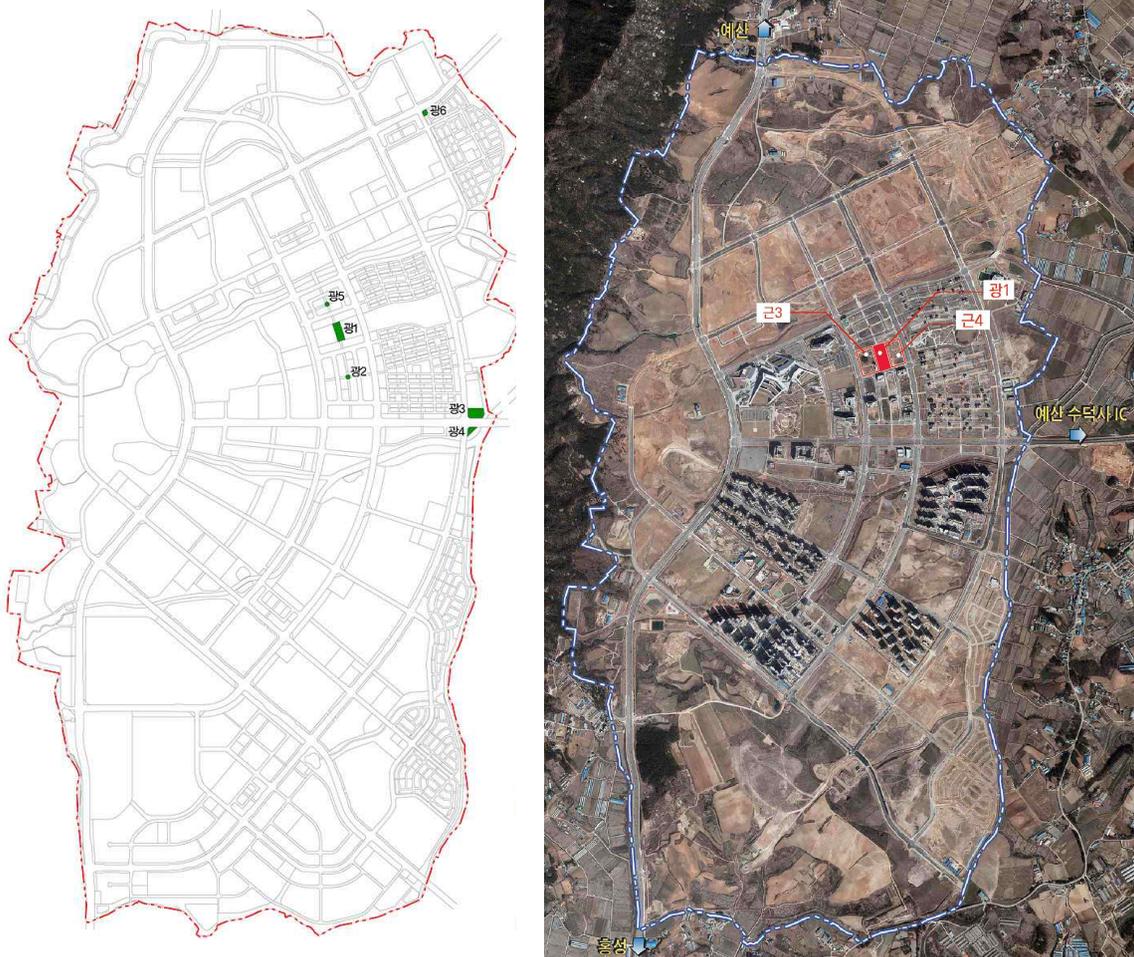
- 연구대상인 광장은 흥북면 신경리 376-4 일원에 위치한 3,975.2㎡ 면적의 ‘내포시민광장’으로서 주변 중심상업지역 및 행정타운과 연계하여 각종 문화행사가 이루어지는 커뮤니케이션 공간으로 활용될 수 있음
 - 현재 내포시민광장과 광장을 둘러싼 근린공원(내포시민1공원, 내포시민2공원)의 조성은 완료된 상태이나, 인근 중심상업지역의 조성(2020년 완료 예정)이 완료되지 않아 적극적으로 활용되지는 않고 있음

[표 II-2] 내포신도시 중심상업지역 내 광장 및 근린공원 조성 현황

구분	번호	위치	면적(㎡)
특화광장	광1	흥북면 신경리 376-4 일원	3,975.2
근린공원	근린3	흥북면 신경리 389-5 일원	10,035.1
	근린4	흥북면 신경리 376-3 일원	10,035.3

출처 : 충청남도개발공사(2015.04), 충남도청(내포) 신도시 개발사업 개발계획(9차 변경) 보고서

<그림 II-6> 내포신도시 중심상업지역 내 내포시민광장(광1) 위치 및 전경



출처 : 충청남도개발공사(2015.04), 충남도청(내포) 신도시 개발사업 개발계획(9차 변경) 보고서

◎ 내포신도시 중심상업지역 내 특화광장(광1 : 내포시민광장)의 조성 현황은 아래 사진과 같음

- 광장 중앙에는 별 모양의 무채색 계열 화강석 판석이, 광장 상하부에는 적색 계열의 점토블럭이 포장되어 있음
- 광장 좌측 근린공원3(내포시민1공원, 10,035.1m²)에는 벤치와 운동기구, 야외무대가 설치되어 있으며 우측 근린공원4(내포시민2공원, 10,035.3m²)에는 산책로가 조성됨

〈그림 II-7〉 내포신도시 중심상업지역 내 내포시민광장(광1) 조성 현황



광장 진입로



광장 전경



광장 바닥



광장 우측 벤치



광장 좌측 근린공원3

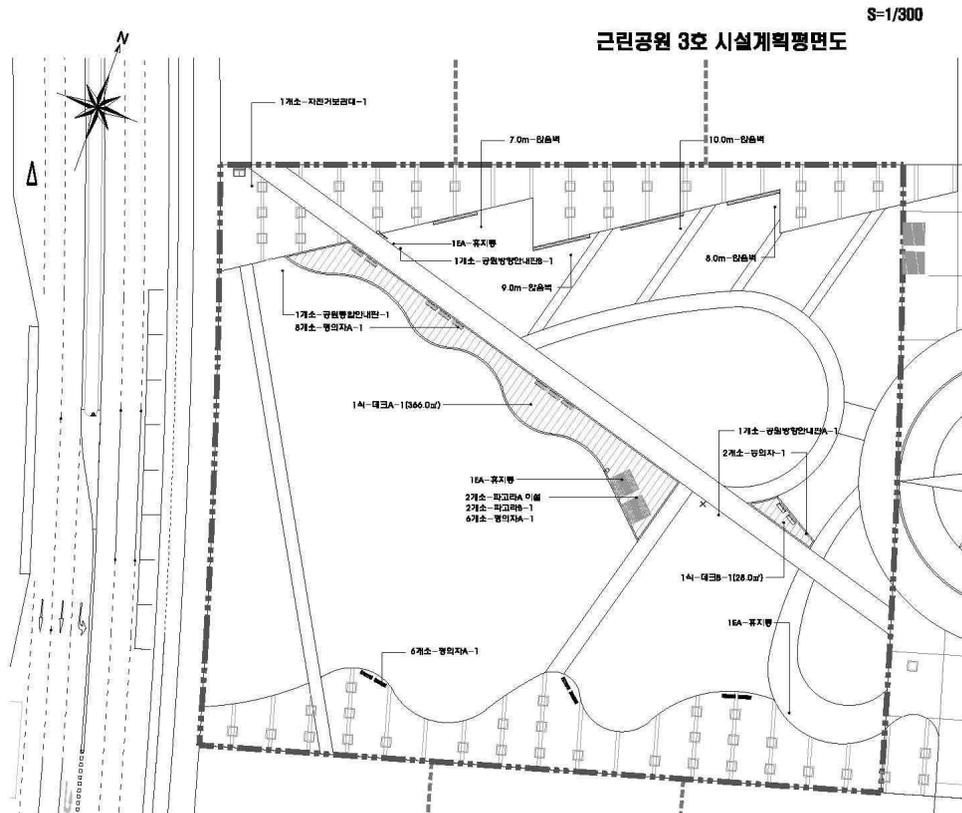


광장 우측 근린공원4

촬영 : 충남연구원 연구진(2015.04.24)

- 내포시민광장과 인근 근린공원(3호, 4호)의 경우, 바닥 포장과 벤치, 야외 무대, 자전거보관대, 생활운동기구 및 각종 식재 등 이미 하드웨어의 조성이 완료되어 있어 전반적인 시설 변경이 어려우므로 기존의 하드웨어 조성 현황을 크게 변경하지 않는 선에서 광장 활용방안을 마련할 필요가 있음

〈그림 II-8〉 내포신도시 근린공원 3호 시설계획 평면도



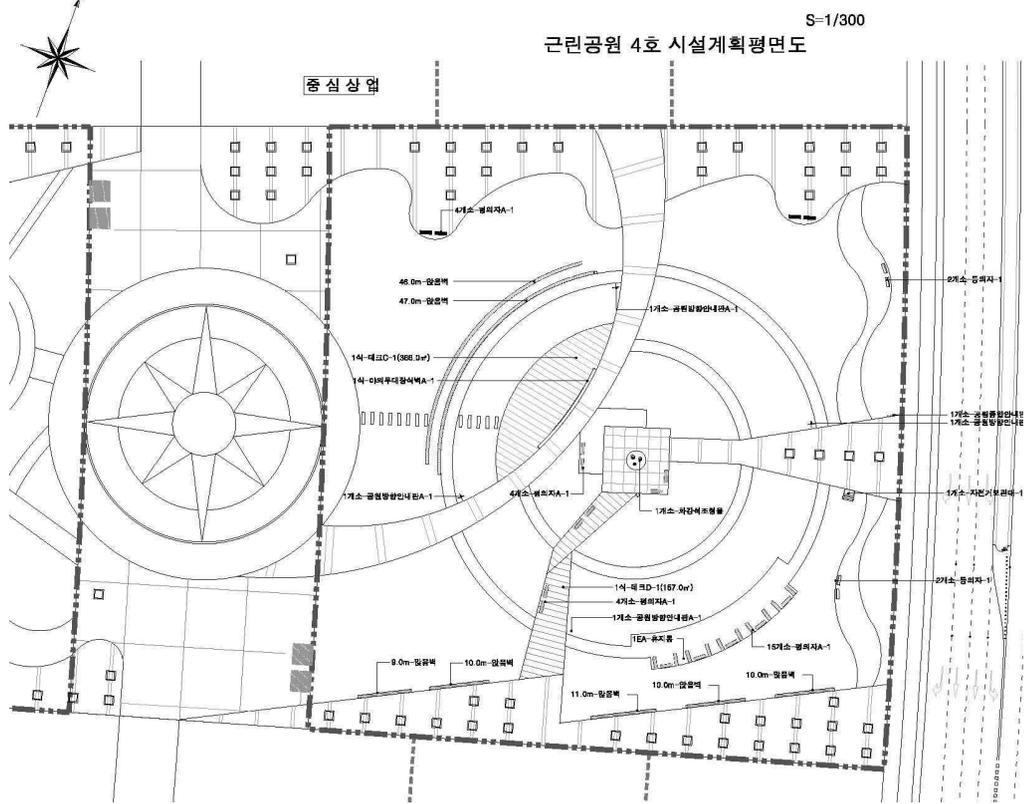
출처 : 충청남도개발공사(2013.05), 근린공원 3호 시설계획 평면도

[표 II-3] 근린공원 3호 시설 수량표

시설명	규격	단위	수량
데크A-1	A=388.0㎡	식	1
데크B-1	A=28.0㎡	식	1
앉음벽	W400×H450	m	34
공원종합안내판-1	W1,260×H1,900	개소	1
공원방향안내판A-1	W1100×H2700, 4방향	개소	1
공원방향안내판A-1	W1100×H2600, 2방향	개소	1
파고라B-1	3400×3500×H2900	개소	2
등의자-1	2000×543×H920	개소	2
평의자A-1	2000×580×H500	개소	20
자전거보관대-1	4000×2000×H2000	개소	1
휴지통	420×420×H900	개소	3

출처 : 충청남도개발공사(2013.05), 근린공원 3호 시설계획 평면도

〈그림 II-9〉 내포신도시 근린공원 4호 시설계획 평면도



출처 : 충청남도개발공사(2013.05), 근린공원 4호 시설계획 평면도

[표 II-4] 근린공원 4호 시설 수량표

시설명	규격	단위	수량
데크C-1	A=388.0㎡	식	1
데크D-1	A=157.0㎡	식	1
야외무대장식벽A-1	L18000×W300×H1500	식	1
앉음벽	W400×H450	m	143
공원종합안내판A-1	W1280×H1900	개소	1
공원방향안내판A-1	1100×H2700, 4방향	개소	4
등의자-1	2200×543×H920	개소	4
평의자A-1	2000×580×H500	개소	27
자전거보관대-1	4000×2000×H2000	개소	1
휴지통	420×420×H900	개소	1
화강석조형물	878×878×H1700	개소	1

출처 : 충청남도개발공사(2013.05), 근린공원 4호 시설계획 평면도

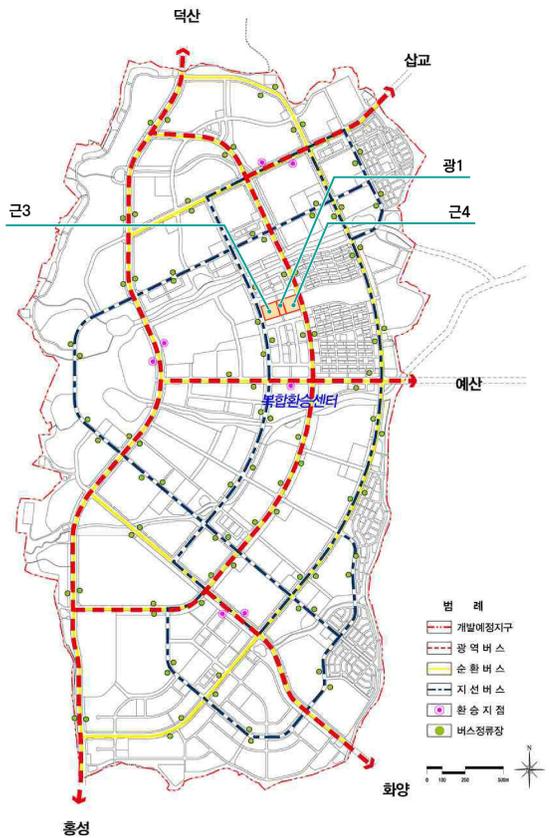
- 현재 조성이 완료된 내포시민광장과 근린공원은 중심상업지역에 걸맞은 특화광장으로서의 이미지를 갖추고 있지 못하여 보완이 필요한 상황임
 - 광장 디자인의 일부 보완(조형물 설치)과 특화 이벤트 및 축제의 활용을 통해 내포시민광장이 내포신도시의 랜드마크이자 만남의 광장으로 활용될 수 있도록 방안 마련이 요구됨

- 내포시민광장과 근린공원의 인근 시설로는 지역적 향토성을 강조한 역사공원인 애향공원(면적 55,987.9㎡)이 있으며, 중심상업지역으로의 접근 편의성을 위해 복합환승센터 1개소와 마을버스정류장 8개소가 조성될 예정
 - 복합환승센터에는 광역버스(시외버스), 순환버스(시내버스), 지선버스(마을버스) 노선이 교차하여 장거리, 중거리, 단거리 방문객들의 편의를 도모할 예정임

〈그림 II-10〉 내포신도시 대중교통계획



〈그림 II-11〉 내포신도시 대중교통계획



출처: 충청남도개발공사(2014.10), 충남도청(내포) 신도시 개발사업 개발계획(변경) 설명서, 192, 220쪽.

4) 내포의 역사문화자원 현황

- 내포를 가야산과 삼교천, 아산만을 중심으로 한 범역으로 보면, 내포지역에는 다양한 해양민속자료가 분포하고 있으며, 서산·해미의 내포문화권에 서 크게 발전한 중고제 판소리가 존재함
 - 안면도 황도봉기풍어제, 당진 기지시 줄다리기, 서산 박첨지 놀이, 저산팔읍 길쌈놀이, 중고제 판소리, 결성 농요 등의 민속문화유산을 내포의 지역 특성으로 특화시키면

귀중한 문화자원으로서의 활용가치가 높아질 것임

- 한편 보부상은 내포지역의 유리한 조운로와 해로를 이용한 상인집단으로 아주 특별한 조직과 성격을 지니며 발달함
 - 내포지역의 보부상 조직으로 예덕상무사(예산, 덕산, 면천, 당진)와 원흥주육군상무사(홍주, 광천, 보령, 청양, 대흥, 결성), 저산팔읍상무사(부여, 홍산, 남포, 비인, 서천, 한산, 임천)가 있었고 그들의 유품이 중요민속자료로 지정되어 있음(충청남도역사문화연구원, 2015: 15)
 - 내포의 보부상 조직들은 1970년대 무렵부터 각종 의례와 놀이, 사건 및 일화 등을 소재로 자신들의 전통을 ‘보부상놀이’ 라는 무형유산으로 전승해오고 있음. 현행 보부상놀이의 중심은 보부상들의 축제 또는 잔치날로 언급된 공문제(公文祭)임. 내포지역 상무사의 공문제는 대개 음력 3월에 열림. 현재까지 ‘예덕상무사 보부상 재현놀이 보존회’ 가 활발하게 활동 중
 - 보부상들의 역사와 각종 의례, 장터 민속 등이 종합되어 있는 보부상놀이에는 방울놀이, 장타령, 영감행진놀이, 보부상노래, 청사초롱 외에도 시장을 삶의 무대로 살아가는 각종 장사치와 각설이패, 유랑연예인 등이 참여해 광대놀이, 줄타기 등 다양한 볼거리를 제공함(충청남도역사문화연구원, 2015: 353~371)

- 내포신도시 지역(홍성군 홍북면, 예산군 삽교읍) 내에는 특별한 지정문화재나 보전 가치가 있는 문화유산은 없으며, 기존 자연마을에 다양한 민속이 전해 내려오고 있음
 - 홍성군 홍북면에서 미륵제, 산제, 홍수막이, 기우제, 서낭제, 칠석잔치 등 생활 풍속이 진행될 바 있으며, 예산군 삽교읍에서는 보부상놀이가 이루어짐(충남발전연구원, 2014: 34)

- 내포신도시 지구 내에서 발생한 역사적 사건은 특별히 주목할 만한 것이 없으며, 인근 홍성군과 예산군에서 출생하거나 활동한 역사인물은 다수 있음
 - 홍성군 출신 역사인물로는 태고 보우 국사, 무민공 최영 장군, 매죽헌 성삼문 선생, 고암 이응로 화백, 지산 김복한 선생, 한성준 선생, 백야 김좌진 장군, 만해 한용운 선생, 남당 한원진 선생 등이 있음
 - 예산군 출신 역사인물로는 ‘의좋은 형제’ 로 불리는 이성만·이순 형제, 추사 김정희, 이존창 루도비코, 춘암 박인호, 매헌 윤봉길 등이 있음

1) 공공영역으로서 광장

- 공공영역은 공공공간과 그 내부에서 일어나는 행위까지를 포함하는 개념으로 공간과 사람들의 다양한 행위들을 포괄하는 장소의 개념임
 - 공공영역은 광장, 역, 도서관, 극장, 길거리 등 다양한 형태로 존재하며 형태에 따라 영역이 포함하는 행위가 다름(최우석·김기호, 2013: 111)

- 공공공간은 ‘공공성’을 실현하기 위한 물리적 장소로 자유롭고 평등한 시민이 모이는 공개된 장소임(김민선·이륜정·이제선, 2013: 141~142, 재인용)
 - 도심 중심의 활기 있는 공간으로 사람들의 모임과 만남을 위한 장소이며 고밀도 구조물과 거리에 둘러싸이거나 연결된 공간(Lynch, 1981)
 - 낯선 사람들과 공유하는 공간으로 정치, 종교, 상업, 스포츠 등을 위한 공간, 평화적 공간, 특정한 개인적인 것이 개입되지 않은 만남을 위한 공간(Walzer, 1986)
 - 사람들이 모이고 이동하고 즐기는 장소이자 문화적 장치가 수반된 장소로서 오픈스페이스의 성격을 가짐(김철수, 2006)
 - 도시의 공공장소로서 도시생활의 중심적인 역할을 하는 도시 구성요소(이해일, 2006)

- 광장은 공공공간의 대표적인 형태로서 사람들의 다양한 활동의 무대가 되기도 하고, 사회적으로 다양한 행사가 일어나기도 함
 - 본 연구에서는 광장을 물리적인 공공공간으로서만이 아니라 광장 내부에서 일어나는 사람들의 활동도 포함하는 공공영역으로 간주하고자 함

2) 근린주구론

- 미국의 도시계획가이자 사회학자인 클래런스 페리(C. A. Perry)의 도시설계이론인 ‘근린주구론(Neighborhood and Community Planning Theory)’에 따르면 상업지구에는 쇼핑의 편리함을 제공하며 손님을 이끄는 작은 상업용 광장을 배치하도록 하고 있음. 또한 상업지구는 영화관, 호텔, 우체국이나 소방서 같은 커뮤니티 시설을 배치하기 위한 최적의 장소임(페리, 2013: 29)
 - 내포신도시 중심상업지역에 위치한 ‘내포시민광장’은 신도시 내에서 가장 규모가 큰 중심광장이자 쇼핑객들이 휴식을 취할 수 있는 공간이면서 동시에 쇼핑객들과 방문객들을 이끄는 문화행사의 장으로서 다양한 역할을 담당할 필요가 있음
- 페리는 도시개발업자가 거주자들이 원하는 새로운 주택과 환경을 만들 수 있지만, 개발이 완료된 후에는 거주자들이 자력으로 이 환경을 유지할 수 있어야 한다고 주장함. 이를 위해서는 자산 소유자들이 자발적으로 구성한 협회나 단체가 필요함을 강조하고 있음(페리, 2013: 63~65, 210)
 - 특히, 이러한 협회나 단체는 주구의 초기 형성 단계에서 발족되고 설립되어, 이후 인구가 많아졌을 경우에도 제공해야 하는 서비스가 존재하는 한, 단체의 역할은 존속할 것이라고 설명함
 - 현재 조성 중인 중심상업지역의 활성화와 서비스 개선을 위해서도 상업지역에 입점하는 상점소유자들과 민간기업의 역할이 중요하다고 할 수 있음

3) 지방브랜드

- 지방브랜드는 ‘한 지자체(지방)에 대한 전반적인 호감도’라 말할 수 있음. 지방브랜드는 그 지방에 거주하는 주민들이 자부심을 갖게 하는 것을 넘어서 관광객, 기업가, 투자자들을 끌어들여 지방경제의 활성화를 견인함
- 지방브랜드의 경쟁적 우위를 부문별로 측정할 것 중 하나가 ‘한국지방브랜드경쟁력지수(KLBCI)’로서, 한국외대 국가브랜드연구센터와 한국경제

신문이 지방브랜드의 경쟁력을 평가하기 위해 개발해낸 모델임

- 2014년에 전국 7개 광역시(광역시 제외)와 77개 기초시(기초군·구 제외)를 대상으로 전국 1만3천650 표본(대상 도시별 최소표본수 할당)을 조사함
- 지수는 6개 대항목과 19개 문항으로 구성되어 있는데, 독자적인 브랜드 자산을 형성할 수 있는 지방브랜드의 ①주거환경, ②관광환경, ③투자환경, 그리고 ④전반적 경쟁력과 ⑤브랜드 태도, ⑥브랜드 로열티를 다차원으로 평가하여 그 결과를 경쟁력지수로 환산함(밸류바인, 2014: 5)

[표 III-1] 기초시 부문 지방브랜드경쟁력지수 결과

순위	종합지수		주거환경지수		관광환경지수		투자환경지수	
1	제주	서귀포시	경기	고양시	제주	제주시	경남	창원시
2	제주	제주시	경남	창원시	제주	서귀포시	경기	성남시
3	경기	고양시	경기	성남시	경북	경주시	충남	천안시
4	경남	창원시	경기	과천시	강원	속초시	제주	서귀포시
5	경기	수원시	경기	수원시	강원	강릉시	경남	거제시

출처 : 밸류바인(2014), 2014 KLBCI 한국지방브랜드경쟁력지수 요약보고서, 11쪽.

- 2014년에 전국 77개 기초시를 대상으로 전국 1만3650 표본(대상 도시별 최소표본수 할당)을 조사한 결과, 광역시 부문에서는 서울시가, 기초시 부문에서는 제주 서귀포시의 지방브랜드경쟁력지수(LBCI)가 가장 높은 것으로 조사됨
 - 충남의 8개 기초시 중에서는 4개 시(천안, 보령, 아산, 당진)만이 부문별로 상위 20위권 안에 포함되었음. 주거환경지수면에서는 천안시가 18위, 관광환경지수 면에서 보령시가 16위를 차지했고, 투자환경지수면에서 천안시가 3위, 아산시가 7위, 당진시가 12위를 차지함. 이는 대기업과 산업체가 밀집해있는 일부 도시 이외에는 충남 기초시의 브랜드 인지도가 낮음을 보여준다고 할 수 있음
- 충청남도 내포신도시의 조성이 완료되는 2020년까지 신도시에 대한 호감도를 증진시킬 수 있는 방안 마련이 필요하며, 내포신도시에서 가장 규모가 큰 ‘내포시민광장’을 신도시의 이미지를 대표하는 브랜드 광장이자 랜드마크로 특화할 필요가 있음

4) 도시 스토리텔링

- 국내·외 도시들은 경쟁력 향상과 이미지 제고의 방안으로 스토리텔링에 주목

- 도시가 보유한 콘텐츠를 활용한 스토리텔링으로 경쟁력을 높이는 사례 증가
- 건축·시설물, 매체(소설·드라마), 인물, 상품, 자연환경 등에 대한 스토리텔링은 도시의 구전(口傳) 마케팅에 도움

[표 III-2] 도시 스토리텔링

구분	story	tell	~ing
특성	지역성	(오감에 의한) 경험성	(상호작용에 의한) 관계성
콘텐츠	도시의 유·무형 자산	도시 체험	도시 이미지
스토리텔링	스토리 원소스 발굴 및 개발	스토리 테마에 의한 체험	이미지에 의한 도시 가치 형성

출처 : 부산발전연구원(2012), 도시콘텐츠를 스토리텔링하자, <BDI포커스> 참고

◎ 스토리텔링은 도시 이미지를 긍정적으로 변화시키는 데 기여함

- 2차 세계대전으로 폐허가 된 영국 코벤트리(Coventry) 시는 ‘전쟁’ 과 ‘레이디 고디바’의 전설을 스토리텔링으로 엮어 도시 재건에 성공함
- 미국 라스베가스는 불모지 사막에 오락·유희의 콘텐츠를 스토리텔링해 관광도시로 발전
- 이탈리아 베로나(Verona) 시는 셰익스피어의 희곡 <로미오와 줄리엣>을 도시 전체에 스토리텔링해 ‘사랑의 도시’ 이미지화에 성공함. 발렌타인데이에 시내 중심가 광장에서 축하 이벤트 개최(부산발전연구원, 2012: 3)

<그림 III-1> 해외 도시스토리텔링 사례



영국 코벤트리(레이디 고디바)



미국 라스베가스



이탈리아 베로나(시노리광장)

◎ 도시 스토리텔링의 방식은 다양하며, 테마별로 문학, 미술·건축, 공연·축제, 휴양, 기업, 역사·문화의 6가지 테마로 분류해볼 수 있음

- 아래 사례는 도시 전체에 대한 스토리텔링 사례이지만 도시를 대표하는 광장의 스토리텔링화 방안을 마련하는 데 있어서 참고할 만한 시사점을 줌
- 도시와 관련된 역사문화적 사실과 전통 외에도 동화나 소설 같은 가공의 이야기나 공연, 축제 등의 이벤트가 도시의 정체성을 창조하는데 활용될 수 있음을 보여주고 있음

[표 III-3] 해외 도시 스토리텔링의 테마별 분류

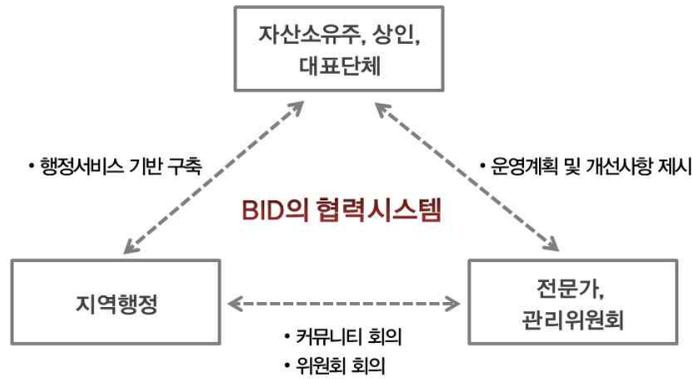
분류	도시	테마	국가
문학(4)	프린스에드워드아일랜드	빨간머리 앤	캐나다
	마이엔펠트	알프스 소녀 하이디	스위스
	더블린	제임스 조이스	아일랜드
	스트랫퍼드어폰에이번	셰익스피어	영국
미술·건축(4)	아를	고흐	프랑스
	라이덴	렘브란트	네덜란드
	바르셀로나	가우디	스페인
	샌타페이	어도비	미국
공연·축제(4)	스트랫퍼드	셰익스피어	캐나다
	몬트리올	축제	캐나다
	베로나	오페라	이탈리아
	바스	제인 오스틴	영국
휴양(5)	소치	동계올림픽	러시아
	두브로브니크	해양 휴양	크로아티아
	호놀룰루	해양스포츠, 명품 쇼핑	미국
	퀸스타운	어드벤처 투어리즘	뉴질랜드
	안도라 공국	레저, 쇼핑	안도라
기업(4)	소피아양티폴리스	전원형 첨단산업 클러스터	프랑스
	칼룬보르	산업 공생, 친환경	덴마크
	어바인	기업 주도형 신도시	미국
	애틀랜트	다이아몬드와 패션	벨기에
역사·문화(4)	드레스덴	문화유산 복원	독일
	코브	타이타닉	아일랜드
	브뤼헤	중세	벨기에
	로바니에미	산타클로스	핀란드

출처 : 김민주·송희령(2010), 시티노믹스, 35쪽.

5) 상업활동촉진지구

- 상업활동촉진지구(BIDs: Business Improvement District)는 도시 내 특정 상업지구의 자산소유주, 사업체, 상인들과 지방정부가 파트너십 형성을 통해 상업 활동의 촉진을 목적으로 형성한 일종의 특구임
 - 미국에서는 BID 지구 내 자산소유자를 대상으로 부담금을 징수하고, 이를 통해 조성된 재원으로 상업 활성화를 위한 조건 정비를 실시함으로써 지구 내부의 매상, 임대료, 자산가치의 상승 등을 통하여 부담금을 지불했던 자산소유자에게 그 이익이 환원되는 전략적 도시재생 프로그램으로 활용됨(이운용·김민경·이정형, 2008: 43)
 - 상업활동촉진지구는 소매형 사업체들이 물리적으로 집적되어 있는 상업공간에 모두 도입될 수 있는 가능성이 있음(이영주·최승담, 2008: 135)

〈그림 III-2〉 BID 협력시스템의 관계 개념도



출처 : 이운용·김민경·이정형(2008), 미국의 도시재생수법으로서 BID에 관한 연구, 44쪽.

- BID는 제한적인 공간 내에서 민간부문과 공공부문이 공동의 목표에 대한 공감대를 형성하고 상업지구의 환경을 조성해나가기 위한 실질적인 사업을 추진한다는 목적을 지님. 이러한 과정을 통해 도심 상업지구가 매력적인 문화소비활동 공간으로 변모하는 효과도 기대할 수 있음

- 상업활동촉진지구는 도시활성화사업, 운영주체, 자원 조성과 관련하여 지역마케팅수법, 주민자치 재생수법, 주민주체의 자원조성수법으로 세분화될 수 있음

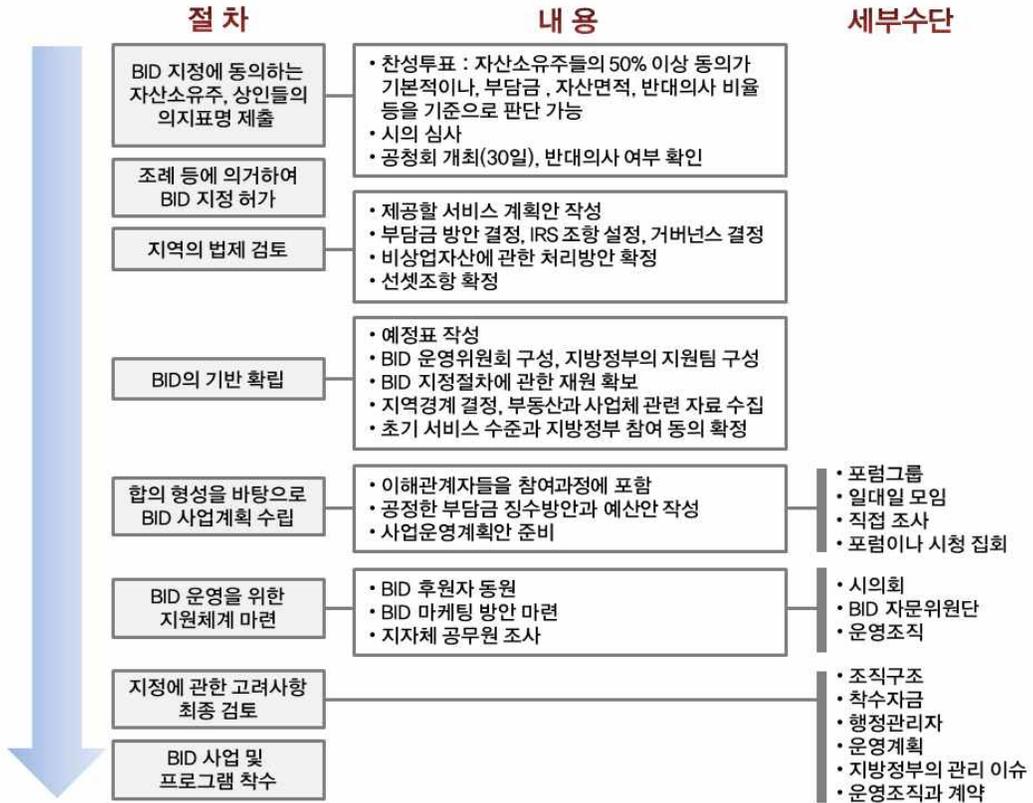
- BID의 지정은 일정한 절차를 따라야 하며 대개 법령으로 지정근거 마련

[표 III-4] BID의 주요 내용

구분	내용
범위	• 특정 지구 내 (관광)상업활동의 촉진을 위한 여건 조성
지정 절차	• 지구에 면한 사업체들이 상세한 지구계획 작성 및 시에 제출 → 지방행정 기관의 승인 → 주의 입법이나 지방정부 법령으로 허용 근거 마련
지정 기준	• 일률적인 기준은 없음 • 지방의회, 시 도시계획위원회에서 엄격한 심사를 통해 반대의견 조율
자금	• 지구 내 사업체들의 부담 + (지방)정부 보조
재정 운영	• 지구 내 사업체들이 기금을 마련하여 직접 운영 • 재정 관리는 지방정부가 지원 - 부과금 징수 및 체납 관리(행정당국), 예산지출 감사(지방의회) • 특성 : ①지방정부는 세금 증세 없이 BID의 공공서비스 개선을 위한 자원 마련 ②상인들이나 부동산 소유자들은 질 좋은 공공서비스의 공급을 향유 하면서 비용을 지출하려 들지 않는 무임승차자의 문제 해결
운영 주체	• 지구 내 관리위원회
사업 내용	• 각 지구에서 목표했던 활동 • 청소나 위생상의 문제 해결/ 교통 접근성의 확보 • 마케팅이나 이벤트 개최/ 관광매력물 개발 • 민간자본의 유치 등 다양

출처 : 이영주·최승담(2008), 137, 143쪽의 내용을 토대로 재정리

〈그림 Ⅲ-3〉 BID 시행 절차



출처 : 이운용·김민경·이정형(2008), 미국의 도시재생수법으로서 BID에 관한 연구, 48쪽에서 재인용.

● BID 내 부동산 소유자와 사업체들은 각각 자신의 상업활동 환경 상 문제가 있다고 판단되는 현실적인 문제점들을 해결하려는 목적의식을 가지고 있기 때문에 사업 내용은 각 지구마다 다름

- 사업내용은 청소나 위생상의 문제 해결, 교통 접근성의 확보, 마케팅이나 이벤트 개최, 관광매력물 개발, 민간자본의 유치 등 매우 다양. 이러한 내용들은 종합적으로 추진되는 경우도 있고 단일 프로젝트로 추진되는 경우도 있음

[표 Ⅲ-5] BID 프로그램의 주요 내용

구분	프로그램 내용
지구의 환경 관리	쓰레기와 낙서 제거, 보도 청소, 제설작업, 잔디 깎기, 식재 관리
공공안전 유지	안전요원, 안내요원, 전기 안전장치 설치, 경찰과 협동한 보안 계획
소비자 유치 마케팅	축제 개최와 이벤트 기획, 광고물 제작, 이미지 증대 및 광고 캠페인
사업체 모집/유치 방안	시장조사·보고, 신규사업에 대한 재정적 인센티브 지원, 투자자 마케팅
법적지원 시행	보행자로 법률에 대한 원조, 택시 승차장 설치기준, 공공행동양식 기준
주차시설/교통수단 운영	공공주차 개선계획, 공공주차시설의 관리와 증진, 대합실 유지 관리
도시디자인	도시디자인 및 조경경관 가이드라인 계획, 건물 외관 및 상점 미관 개선
사회복지사업	홀리스 구제, 직업훈련, 청소년을 위한 프로그램 구성
비전 제시	상업활동촉진지구의 비전 발의, 지구를 위한 전략적 계획 수립
중심지 개선 사업	보행자 스케일의 거리조명 설치, 가로수, 화단, 공원·공공지역 증대

출처 : 이운용·김민경·이정형(2008), 미국의 도시재생수법으로서 BID에 관한 연구, 46쪽 재인용.

- BID의 주요 특징은 운영주체가 공공부문이 아닌 민간 기반의 관리위원회라는 것임. 관리위원회는 지구 내에서 스스로 결정한 민간조직으로서 지구 내 공공서비스를 계획하고 결정된 내용을 사업으로 실행
- 사업을 운영하기 위한 자금은 대부분 지구 내 부동산 소유자 및 사업체, 거주민에 의한 부과금으로 운영되지만, 행정당국의 철저한 관리감독을 받음
 - 행정당국도 일부 프로젝트 운영자금을 지급할 수 있으나 기본적으로는 부과금의 징수 및 체납관리 같은 간접적인 행정지원 업무를 수행함으로써 공공부문에 대한 과도한 경제적 의존성은 낮추고 대신 강제성을 띤 부과금 관리시스템에 의해 탄탄한 재정운영이 가능하도록 함. 지방의회에서는 예산지출에 대한 감사를 병행해 투명하고 합리적인 사업 운영이 가능해짐
- 해외에서 BID가 가장 먼저 추진된 미국의 경우, BID의 60퍼센트가 1990년부터 조성되었으며, 2000년 이후 현재까지 BID는 소매업이 집적한 상업지역에 1,300지구 이상이 지정됨(마쓰나가 야스미쓰, 2006: 177~179)
 - 2001년에 BID를 도입한 영국에서는 도시형 BID로 지정된 곳이 약 40여 개소임
- 상업활동촉진지구의 해외사례를 유형별로 크게 세 가지 정도로 구분
 - 첫 번째 유형은 지구 내 점포들이 좀 더 세련된 소매업 환경을 조성할 수 있도록 하는 목적성을 띤. 두 번째 유형은 지구의 특성을 가장 잘 나타내는 특정산업을 특성화하고자 이와 관련된 주요 프로젝트를 수행하는 것으로서, 영화·엔터테인먼트산업의 특성을 살리려는 할리우드의 경우가 대표적. 세 번째 유형은 도시 내 문화역사적 의미를 가진 쇠퇴지구나 건축물들을 현대적 감각에 맞게 리모델링하는 경우임

[표 III-6] 미국의 상업활동촉진지구 사례의 수행목적별 유형화

수행목적	관련 BIDs 사례	관리 조직
소매점포의 세련된 환경 조성	<ul style="list-style-type: none"> • Downtown New York • Downtown Philadelphia • Downtown Atlanta • Downtown Washington • Downtown Meda, Arizona 	<ul style="list-style-type: none"> • Alliance for Downtown New York, Inc. • Center City District • Central Atlanta Progress • Downtown D.C. • Mesa Town Center Corporation
특정산업의 특성화	<ul style="list-style-type: none"> • Hollywood Boulevard 	<ul style="list-style-type: none"> • Hollywood Entertainment District
공간 재활용	<ul style="list-style-type: none"> • BID #2 in Downtown Milwaukee • Playhouse Square Area, Cleveland 	<ul style="list-style-type: none"> • Historic Third Ward Association • Cleveland Theater District Development Corporation

출처 : 이영주·최승담(2008), 139쪽

● 내포신도시 특화광장(내포시민광장)의 활성화를 위해 참조할 사례는 첫 번째 유형임. 필라델피아 지구의 경우, 중심 시가지에서 도시민과 관광객들이 쾌적한 소비활동을 할 수 있도록 거리환경 정화, 낙서 제거, 경관 유지, 범죄율 완화, 광고와 프로모션, 이벤트 등 복합적인 프로젝트를 수행함

- 특히 1995년부터 지구 내 소매업 활동이 보다 매력적으로 보일 수 있도록 시작한 ‘노천카페(Sidewalk Cafe)’ 프로젝트 결과, 필라델피아 지구 내 노천카페들이 크게 늘고 촘촘하게 분포하면서 도시민과 외부 관광객 모두에게 각광받는 목적지로 거듭남. 이를 통해 주야간 소비문화를 창출해내는 효과를 발휘



미국 필라델피아의 노천카페

1) 광장 유형

- 광장의 유형은 ①광장 테마의 고정성 여부, ②광장 테마의 내용(스토리텔링 자원), ③광장 관리·운영 주체에 따라서 크게 세 부분으로 분류할 수 있으며, 실제 광장의 구성과 운영방식에는 다음 내용이 혼재되어 있음

(1) 광장 테마의 고정성과 가변성에 따른 분류

- 구조물을 설치하여 주민과 외부 방문객들을 유도하는 경우
 - 조각공원 및 광장, 분수광장, 테마광장(특정인물, 소설, 동화, 역사자원 등)
- 계절과 시기에 따라 한시적으로 광장의 테마를 달리하여 활용하는 경우
 - 봄~가을에는 화원, 겨울에는 아이스 스케이트장 조성, 매년 특정 계절에 축제 개최
- 두 가지 방안을 혼용하여 활용하는 사례
 - 테마광장에 테마와 관련된 이벤트, 축제, 장터 개최

(2) 스토리텔링 자원 유형에 따른 분류

- 도시의 고유한 정체성과 관련된 스토리텔링 소스를 발굴하여 활용한 사례
 - 설화와 전설, 장소에 얽힌 이야기 등
- 새로운 스토리텔링 자원을 발굴하여 활용한 사례
 - 도시의 고유한 정체성과 상관없이 국내·외에서 인지도가 높은 상징물, 동화 등을 활용하여 도시의 이미지를 새로 창조
- 자연환경과 자연자원을 활용한 사례

- 도시가 본래 가지고 있는 천연 자연환경(눈, 물, 꽃, 나무 등)을 콘텐츠로 활용
- 축제와 연계해 광장을 활용하는 사례
 - 예술장터, 토요일문화난장, 조명공연 등 상시적으로 이벤트가 열리는 광장으로 활용

(3) 광장 조성 및 관리·운영 주체와 방식에 따른 분류

- 행정과 도시개발자들이 중심이 되어 관리·운영
- 지역 민간기업과 행정이 협력시스템을 구축하여 관리·운영
- 시민·지역단체·기업 등 민관거버넌스를 통한 이벤트 기획·협의·운영

2) 국내사례

(1) 도시의 정체성과 관련된 스토리텔링 소스를 발굴하여 활용한 사례

- 도시의 고유한 역사문화자원을 활용한 사례
 - 전주 '한글테마광장'은 전주시가 한스타일 거점도시 완성을 위해 국립무형유산원과 한옥마을 연계구간(한글테마거리)에 조성함. 한옥마을 주변의 풍부한 역사자원과 한글을 이용한 다양한 조형물 및 선조들의 과학문화를 재현해 놓은 과학기구를 체험할 수 있어서 어린이집과 유치원에서 놀이와 현장체험 교육장소로 호응이 큼
 - 제주 '탐라문화광장'의 경우, 도시재생사업의 일환으로 조성 중이며 2015년 12월 준공 예정. 제주신화를 소재로 공간을 엮어 탐라의 역사, 문화, 자연이 어우러지는 상징적인 공간으로 계획. 제주를 대표하는 신화 조형물을 비롯해 제주 문화유산인 칠성대와 아치형 돌다리인 흥예교, 김만덕 객주터 등도 복원 예정



전주 한글테마광장



탐라문화광장(차오름-카페거리) 예상도

◎ 도시를 배경으로 한 설화, 전설, 소설 등을 스토리텔링화한 사례

- 전북 남원은 전래소설 <춘향전>을 도시에 유기적으로 스토리텔링해 활용하고 있음. 춘향테마공원에는 '사랑의 도시' 이미지를 활용해 '사랑의 언약' 을 의미하는 쌍가락 지 모양의 구조물을 설치하고, '사랑의 언약터' 라는 하트 모양의 단지 안에 두 사람이 동시에 손을 넣으면 춘향전 중 <사랑가>가 울려 퍼짐
- 강원도 봉평 효석문화마을의 경우, 이효석의 근대소설 <메밀꽃 필 무렵>의 배경지임을 활용하여 이효석문학관, 이효석 생가마을, 효석 문학의숲 공원, 물레방앗간, 가산공원, 충주집, 봉평장터 등을 조성해 평창효석문화제(봉평메밀꽃축제)와 연계 활용하고 있음



남원 춘향테마공원 '사랑의 언약' 입구



봉평 가산공원 내 행사 장면

(2) 새로운 스토리텔링 자원을 발굴하여 도시 이미지를 창조한 사례

◎ 도시와 무관한 동화나 소설 속 캐릭터를 활용한 광장 공간 내 조형물 설치

- '부산 감천문화마을' 과 '경기도 가평 뽀띠프랑스' 의 경우 마을과 테마공원 내 어린왕자 조형물을 설치해 포토존으로 활용하며 젊은 층들과 어린 아이를 자녀로 둔 가족단위 관광객들의 방문을 유도하고 있음



부산 감천문화마을 어린왕자 조형물



경기도 가평 뽀띠프랑스 내 어린왕자 조형물

● 계절과 시기에 따라 광장의 테마를 달리하여 유동적으로 활용

- 서울 ‘광화문광장’ 과 ‘서울광장’ 의 경우, 계절별·시기별로 테마를 달리해 활용 중임. 봄·가을에는 화원(flower carpet), 여름에는 바닥분수, 겨울에는 민간기업(우리은행)과 제휴협력을 통해 아이스 스케이트장을 조성하여 도심 속 오락공간을 제공하고 랜드마크로도 활용되고 있음. 스케이트장 이용료는 스케이트 대여료를 포함해 1,000원으로 저렴하여 젊은 연인들의 데이트코스과 가족단위 방문객들의 이용률이 높음



서울 광화문광장(가을)



서울시청 앞 서울광장(겨울)

[표 IV-1] 2013~14 서울광장 스케이트장 설치·운영(안)

구분	2012~2013년	2013~2014년
조성 및 운영기간	총 87일	총 105일
아이스링크 면적	4,200㎡	5,700㎡
부대시설	도서관 연계 북카페	매점 실내환경 개선(갤러리카페)
스케이트교실 운영	스케이트	스케이트, 컬링, 아이스하키

출처 : 서울시(2013.11.21), 보도자료

- 의정부 역 앞 ‘동부광장’ 에 겨울 동안 한시적으로 조성된 ‘시민과 함께하는 행복한 겨울 테마광장’ (주관 : 의정부시청 공원녹지과)의 경우, 의정부시 시민과 다양한 기관, 시설(의정부시보건소, 의정부시 재정경제국, 성베드로병원, 양주지역 산림조합, 경민대학교 등)의 참여로 조명시설 백여 개를 설치해 빛의 광장으로 조성
- 안산 공단역 인근 ‘안산25시광장’ 에는 안산도시공사가 겨울에 야외스케이트장을 조성하여 운영함. 입장료와 스케이트 대여료가 각각 1천원으로 저렴하게 운영하여 지역 주민들의 이용과 호응이 높음



경기도 의정부역 앞 동부광장(겨울)



안산신도시 안산25시광장(겨울)

● 축제 및 이벤트와 장터로 광장 활용 활성화

- 서울 '홍대 앞 놀이터' (홍익 어린이공원)의 경우, 평상시에는 평범한 어린이공원이지만, 금요일 저녁부터 주말 동안에는 지역 예술가와 작가들의 공연과 전시, 예술 베품시장 등 다채로운 행사가 상시적으로 진행되어 젊은이들에게 명소로 자리 잡음. 2002년부터 시작된 홍대 앞 예술시장은 사회적 기업인 '일상예술창작센터'의 주최로 진행되고 있으며, 창작자가 자유롭게 창작활동을 할 수 있는 장을 만들고 그 안에서 창작자와 시민들이 서로 만나 소통하고 교류하는 자생예술시장이자 축제로 자리 잡음
- 경기도 안양시 안양역광장 인근 '안양1번가'에서도 공연, 전시, 노래자랑, 베품시장을 융합한 '일번가 문화난장'이라는 행사를 열어 지역주민과 예술가가 함께 어울려 소통하는 마을축제의 장을 제공함



홍대 앞 홍익어린이공원(주말 예술 베품시장)



안양역광장 앞 안양1번가(일번가 문화난장)

- 서울 청계광장의 경우, 평상시에는 주민들의 산책로로 활용되다가 이벤트와 축제, 대회, 캠페인, 동호회 활동 등 다양한 행사의 장으로 활용되고 있음. 2014년에는 청계광장에서 수표교에 걸친 1.2Km 구간에서 '서울의 빛나는 세계유산'이라는 주제로 '서울빛초롱축제'를 개최함. 한지공예산업협동조합 등 민간단체 참여
- 경기도 고양시 '일산문화광장'에서는 상시적으로 다양한 주제의 시민문화행사가 열리고 있음. 2013년에는 시민과 민간단체의 참여로 '막걸리축제', '고양시 동물보호축제' 등이 개최된 바 있음. 특히 '고양시'와 '고양이'의 발음상 소리가 비슷하다는 점을 도시 정체성 창조와 이미지 마케팅에 적극적으로 활용하고 있음
- 상가지구에 둘러싸인 '일산 라페스타광장'에서도 평소에는 공터지만 무대를 설치하여 다양한 규모의 이벤트와 문화행사가 개최되고 있음



서울 청계광장(2014 서울빛초롱축제)



고양시 일산문화광장(동물보호축제)

● 주민과 방문객이 직접 체험하고 참여할 수 있는 테마공원 및 광장

- 부산 남포동 BIFF광장 인근 용두산공원의 부산타워 전망대 매표소 양쪽에 ‘사랑의 열쇠’ 를 걸어둘 수 있는 장소를 설치하여 가족과 연인들의 포토존으로 인기가 좋음
- 남해고속도로 순천 방향 문산휴게소는 300여㎡ 부지에 ‘사랑’ 을 테마로 한 각종 조형물과 대형 분수대가 중심을 이루는 ‘분수대 광장’ 을 조성해 가족 단위 여행객과 연인들의 ‘포토 존’ 으로 애용되고 있음. 분수대 중간에 ‘사랑의 동전 던지기’ 조형물을 설치해 여기서 모인 동전 전액을 연 2회에 걸쳐 불우이웃돕기에 사용



부산 남포동 BIFF광장 용두산공원 사랑의 열쇠



진주 문산휴게소 분수대 광장

● 상업지역의 특수성을 반영해 상가의 번영을 염원하는 조형물 설치

- 강원도 속초시의 시내 중심가에 위치한 설악 로데오거리에는 부와 재물, 속초의 번영을 상징하는 대형 황소 조형물과 바닥조명이 설치됨. 미국 월스트리트 증권거래소 앞에 설치되어 있는 황소상이 증시의 상승을 뜻하며 관광 명소가 된 사례와 유사한 의미
- 서울 여의도 증권가 한국거래소 안, 대신증권 앞, 금융투자협회 앞에 각각 황소상이 설치되어 있으며, 한국거래소 부산 본사 건물 앞에도 황소상을 설치함



강원도 속초 로데오거리 황소상



한국거래소 부산본사 앞 황소상

● 구도심(원도심) 활성화를 위한 광장 및 공원 운영 사례

- 충남 서천군 ‘봄의 마을 광장’ 은 서천군이 ‘살고 싶은 도시 만들기 사업’ 의 일환으로 구도심의 재래시장 부지에 건설한 1만576평방미터 규모의 커뮤니티 공간(봄의 마을) 앞의 광장. 군청 환경보호과의 주관으로 광장에서 군민의 자율적인 참여를 통해 재활용품 등을 기증·교환·판매하는 ‘나눔장터’ 를 운영하며, 참여자들은 수익금의 일

- 부를 복지사각지대에 있는 저소득 가정 등을 후원하는 ‘희망디딤돌 사업’에 기부함
- 대전 ‘우리들공원’에서도 원도심 활성화 방안 중 하나로 매주 토요일마다 ‘토요페스티벌’이라는 제목으로 다양한 장르의 공연과 아트 프리마켓을 운영. 청소년 마임페스티벌, 재즈 오케스트라, 댄스 퍼포먼스, 풍물, 합창, 밴드 공연 등, 대중들이 부담 없이 접근할 수 있는 수준 높은 대중예술프로그램(즐길거리와 볼거리, 놀거리)을 제공하며 시민들이 직접 참여하는 시민 친화형 축제로 개최되고 있음. 또한 이를 통해 지역 예술인들의 공연 기회 확대로 지역 대중예술의 발전에 기여한다고 평가되고 있음



충남 서천군 봄의 마을 광장(토요 나눔장터)



대전 우리들공원(문화공연)

3) 해외사례

(1) 도시의 정체성과 관련된 스토리텔링 소스를 발굴하여 활용한 사례

◎ 도시의 고유한 역사문화자원과 역사적 사건을 활용한 사례

- 독일 베를린 베벨광장(Bebelplatz)에는 1933년 5월 10일에 나치의 히틀러가 ‘비독일적 정신’으로 규정한 책들을 모아 분서갱유한 역사적 사건을 기억하기 위한 조형물이 있어 관광객들의 방문코스로 자리 잡음. 광장 바닥에 1m 남짓한 크기의 유리덮개가 있고 그 속 밝은 지하 공간엔 텅 빈 백색의 서가만 있어 ‘지성의 학살’을 의미



베를린 베벨광장의 텅 빈 서가(Empty Library)



베를린 베벨광장의 책 탑(Book Tower)

● 도시를 배경으로 한 설화, 소설, 동화 등을 스토리텔링화한 사례

- 독일 브레멘(Bremen)은 그림(Grimm) 형제의 동화 <브레멘 음악대>를 스토리텔링화하여 도시 전체의 이미지를 재창조하는데 사용함. 시청 앞 광장을 비롯하여 시 곳곳에 다양한 형태의 ‘브레멘 음악대’ 동상이 세워져 있고, 동물상의 당나귀 앞다리를 만지고 소원을 빌면 소원이 이루어진다는 설이 전해지며 관광객들의 필수 방문코스가 되고 있음. 매해 ‘브레멘 음악제’를 개최하고 브레멘 동물 음악대의 형상을 본뜬 각종 기념품이 시의 관광상품으로 인기가 많음
- 사랑의 도시를 표방하는 이탈리아의 소도시 베로나(Verona)의 경우, 셰익스피어의 희곡 <로미오와 줄리엣>의 배경이 되는 장소를 조성해 관광객의 방문을 유도함



독일 브레멘 시청광장 브레멘 음악대 동상



이탈리아 베로나의 로미오와 줄리엣 발코니

(2) 새로운 스토리텔링 자원을 발굴하여 도시 이미지를 창조한 사례

● 민간기업과 도시개발의 전략적 제휴 통한 광장 정비 및 운영

- 일본 삿포로 오오토리 공원(大通公園)과 광장의 경우, 민간기업들(JAL, 북해도은행, 백화점, 대형쇼핑가, 건설기업 등)의 협력과 후원으로 수준 높은 루미나리에와 조명탑 등을 제작해 설치하고 삿포로 시 야경을 빛의 바다로 연출하는 도시마케팅을 진행함. 그밖에 독일 뮌헨 시와 자매결연을 맺고 ‘뮌헨크리스마스축제’의 브랜드를 공유하여 양 도시의 상징을 조명예술로 승화시켰으며, 매년 크리스마스 축제 때마다 상대 도시의 날을 정해 유럽의 관광객들과 일본의 관광객들이 서로 방문 추진



일본 삿포로 오오토리공원 JR타워



일본 삿포로 오오토리공원의 빛 조형물

● 축제 및 이벤트와 장터로 광장 활용 활성화

- 영국 런던의 코벤트가든(Covent Garden)은 원래 웨스트민스터 사원의 수도사들에게 과일과 야채를 제공하던 정원이었으나, 17세기에 런던 최대의 청과물 시장이 들어서면서 채소와 과일, 화초를 거래하는 장소로 바뀜. 지금은 레스토랑과 액세서리, 공예품, 꽃, 장식품 등을 파는 상점이 들어서 있음. 코벤트가든광장(Covent Garden Piazza)은 상가지구 내에 위치해있으며, ‘거리 공연자의 천국’ 이라고 불릴 정도로 거리악사, 행위예술가, 익살스러운 재주꾼들을 쉽게 만날 수 있음. 유럽 각지에서 모여드는 거리 공연자들의 수준 높은 무대를 무료로 볼 수 있고, 바와 클럽, 노천카페, 레스토랑, 다양한 쇼핑센터도 준비해 여행객들의 필수 방문코스가 됨



영국 코벤트가든광장의 거리공연



영국 코벤트가든광장의 폴 매카트니 깜짝공연

● 상가지구의 특수성을 반영해 광장의 새로운 정체성 창조

- 프랑스 파리의 방돔 광장(Place de Vendome)은 1702년 태양왕 루이 14세를 기리기 위해 건립되었으며 광장 중앙에는 나폴레옹상이 세워져 있음. 현재는 세계적으로 유명한 호텔과 명품상가, 보석상이 커튼을 두르듯 8각형의 광장을 에워싸고 있어 대부분이나 국제적인 저명인사들의 발길이 끊이지 않음. 광장 자체가 보석같이 빛나는 사고장이자 사치를 상징하는 기념비로서의 정체성을 가지게 됨



파리 방돔광장



파리 방돔광장의 명품 매장

● 도시 디자인 프로젝트와 기부 사업의 일환으로 조형물 설치

- 미국 샌프란시스코의 중심상가지구에 위치한 유니언스퀘어(Union Square)에는 광장

모서리마다 하트 조형물이 설치되어 있음. 이 하트 조형물은 도시 디자인 프로젝트를 통해 기부 방식으로 설치되고 있으며, 1년에 한 번씩 작품을 교체하는데 연말에 철거된 하트조형물을 모아서 경매에 붙여 수익금으로 심장병 어린이들을 돕는데 사용. 하트 안에는 유명예술가들이 샌프란시스코를 상징하는 그림을 그려 넣고 기부자와 예술가의 이름을 하단 동판에 표기함. 도시 곳곳에도 백여 개의 하트동상이 숨겨져 있어서 관광객들이 보물찾기 하듯 하트를 찾아 그 앞에서 사진을 찍도록 유도함. 하트동상은 '사랑' 과 '낭만' 을 테마로 한 스토리텔링으로 샌프란시스코의 상징이자 명물이 되었으며 꾸준히 관광객들의 인기를 얻고 있음



미국 샌프란시스코 유니언스퀘어



미국 샌프란시스코 유니언스퀘어의 하트동상

◎ 관민 협동형 연중 축제 · 이벤트 운영으로 광장 브랜드화

- 일본 오사카의 나카노시마(中之島)는 오사카의 대표적인 경제, 비즈니스의 중심부임. 이 일대의 지역을 단위로 빛을 테마로 한 겨울 쇼 <빛의 르네상스>가 2003년부터 시작해 매년 개최되고 있음. 소리와 빛의 심포니를 콘셉트로 설정하여 환상적이며 세련되고 매력이 넘치는 공간을 도심의 일부분에 실현함
- 나카노시마에는 중앙 공회당과 부립 나카노시마 도서관을 필두로 근대의 흔적을 지닌 역사적인 건조물이 집적되어 있고, 도심의 수변을 향해 열린 도시형 공원이 정비되어 있음. 이러한 입지조건을 활용하여, 겨울 12월 한 달간에 걸쳐 역사적 건축물에 초점을 맞춘 조명에 의해 환상적으로 연출된 장면과 음악과의 협연, 빛의 축제 등 다채로운 이벤트를 전개하고 있음



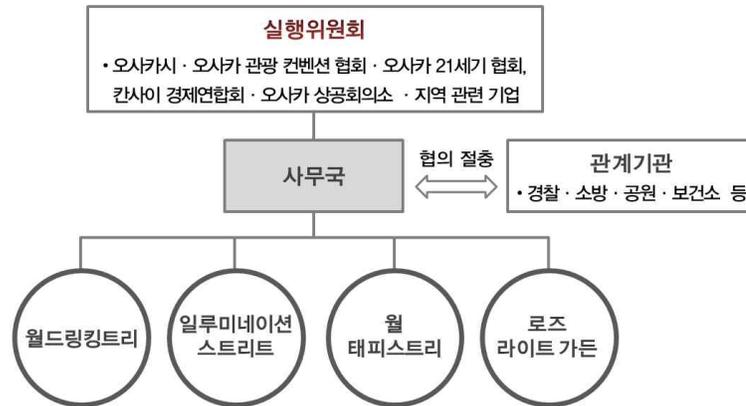
일본 나카노시마 중앙 공회당(월 태피스트리)



일본 나카노시마 장미원(rose garden)

- 나카노시마의 '빛의 르네상스' 는 관민이 협력해 추진해나가는 사업으로, 오사카시·오사카 관광컨벤션협회·오사카 21세기 협회·지역 관련 기업 등으로 실행위원회를 구성함. 위원회는 이벤트와 사업예산(관민 비중 1:1) 등에 관한 실질적인 의사결정기관임. 실무적으로는 관민 양측의 장점을 반영해 역할을 분담해 나가며 사무국으로서의 기능을 맡아 전체 기획, 관계기관과의 협의와 조정, 실시에서 운영에 이르기까지 전 과정에서 사업을 통괄해 나감(멘데 가오르 외, 2013: 168~174)

〈그림 IV-1〉 나카노시마 '빛의 르네상스' 운영체제



출처 : 멘데 가오르 외(2013), 176쪽

4) 요약 및 시사점

(1) 국내사례

- 도시의 고유한 정체성과 관련된 스토리텔링 소스를 발굴하여 광장의 정체성을 만드는데 활용한 사례가 있으나 특정 문화지구 외에는 전국적으로 많지 않음
 - 도시의 고유한 역사문화자원을 활용한 사례: 전주 한글테마광장, 제주 탐라문화광장
 - 도시를 배경으로 한 설화, 전설, 소설 등을 스토리텔링화한 사례: 남원 춘향테마공원, 봉평 효석문화마을 가산공원 등
- 새로운 스토리텔링 자원을 발굴하거나 이벤트를 통해 광장의 활용도를 높이고 도시 이미지를 창조한 사례가 전국적으로 많이 있음

- 도시와 무관한 동화나 소설 속 캐릭터를 활용한 광장 공간 내 조형물 설치: '부산 감천문화마을' 과 '경기도 가평 뿌띠프랑스'
- 계절과 시기에 따라 광장의 테마를 달리하여 유동적으로 활용: 서울 광화문광장과 서울시청 앞 서울광장, 의정부 역 앞 동부광장, 안산 공단역 인근 안산25시광장 등은 모두 겨울철에 아이스 스케이트장을 조성하여 주민들의 큰 호응을 얻음
- 축제 및 이벤트와 장터로 광장 활용 활성화: 서울 홍대 앞 놀이터(홍익 어린이공원), 안양시 안양역광장, 서울 청계광장, 고양시 일산문화광장, 일산 라페스타광장에서는 매주 문화장터, 이벤트, 축제 등을 열어 문화공간으로 활용
- 주민과 방문객이 직접 체험하고 참여할 수 있는 테마공원 및 광장: 부산 남포동 BIFF 광장 인근 용두산공원과 남해고속도로 순천 방향 문산휴게소는 서울 남산공원처럼 하트모양 포토존과 사랑의 자물쇠 걸이를 설치해 방문객의 호응이 높음
- 상가지구의 특수성을 반영해 상가의 번영을 염원하는 조형물 설치: 강원도 속초시의 시내 중심가의 설악 로데오거리에는 상가의 번영을 상징하는 황소상이 설치됨. 서울 여의도 증권가 한국거래소, 대신증권, 금융투자협회 앞 및 한국거래소 부산 본사 건물 앞에도 각각 황소상이 설치되어 있음
- 구도심(원도심) 활성화를 위한 광장 및 공원 운영 사례: 충남 서천군의 '봄의 마을 광장' 과 대전 '우리들공원' 은 구도심을 활성화하기 위해 광장과 공원에서 매주마다 나눔장터와 기획공연을 진행하고 있음

(2) 해외사례

- 유럽의 경우, 긴 역사의 흔적을 잘 보존하여 도시의 고유한 정체성과 연관된 스토리텔링 소스를 발굴하여 활용한 사례가 많음
 - 도시의 고유한 역사문화자원과 역사적 사건을 활용한 사례: 독일 베를린 베벨광장 등
 - 도시를 배경으로 한 설화, 소설, 동화 등을 스토리텔링화한 사례: 독일 브레멘의 <브레멘 음악대>, 이탈리아의 <로미오와 줄리엣>을 활용한 도시 마케팅 등
- 새로운 스토리텔링 자원을 발굴하여 도시 이미지를 창조한 사례도 많으며, 특히 이 과정에서 주민, 상가, 기업, 지자체가 민관 거버넌스를 구축하여 전략적으로 광장을 정비하고 활용하는 사례가 다양하게 존재해 참조점을 주고 있음
 - 민간기업과 도시개발의 전략적 제휴 통한 광장 정비 및 운영: 일본 삿포로 오오토리 공원(大通公園)과 광장

- 축제·이벤트 및 장터로서 광장 활용 활성화: 영국 런던의 코벤트가든
- 상가지구의 특수성을 반영해 광장의 새로운 정체성 창조: 프랑스 파리의 방돔광장
- 도시 디자인 프로젝트와 기부 사업의 일환으로 조형물 설치: 미국 샌프란시스코의 중심상가지구에 위치한 유니언스퀘어
- 관민 협동형 연중 축제·이벤트 운영으로 광장 브랜드화: 일본 오사카의 나카노시마

(3) 시사점

- 국내외 사례를 조사·검토한 결과, 내포신도시 중심상업지역의 내포시민광장과 근린공원에 적합한 요소를 아래와 같이 도출함
- 중심상업지역이라는 광장의 입지 맥락을 고려하여 ‘내포의 정체성’을 강조하기 보다는 젊은 층과 가족단위 쇼핑객, 방문객들의 휴식과 문화향유를 증진시킬 수 있는 보편적이고 복합적인 테마 활용 필요
- 인근에 내포의 역사문화적 정체성을 강조한 역사공원인 ‘애향공원’이 자리하고 있으므로 내포시민광장과 인근 근린공원은 새로운 스토리텔링 전략을 활용하여 신도시의 젊고 긍정적인 이미지를 제고하는 방안이 적절할 것으로 판단됨
 - 사랑·꿈 테마 활용 : 국내·외에서 가장 보편적으로 사용되면서도 호응도가 높은 테마. 시기에 따라 관련 조형물이나 조명시설 등 부가시설 설치. 밸런타인데이, 어린이날, 어버이날, 스승의날 등 각종 기념일과 연관해 ‘사랑’ 테마로 이벤트 가능
 - 계절과 시기에 따른 가변적 활용 : 봄과 가을에는 화원 조성, 여름에는 바닥분수 운영, 겨울에 한시적으로 아이스 스케이트장과 루미나리에 광장을 조성하여 놀이공간이 부족한 내포신도시의 대표적인 여가공간으로 활용. 가족단위 이용객이 증가할수록 상가 활성화에 도움
 - 주야간 차별화한 활용 : 특정시간대 야간조명을 활용한 이벤트, 상가프로모션 불꽃놀이
 - 가족단위 참여·체험형 : 주말 나눔시장, 베품시장, 이벤트, 생활레저스포츠(요가, 체조)
 - 주말 야외 문화행사 : 공연(KBS, 예술의 전당, 충남문화재단, 상가프로모션 연계), 전시(인근 미술관, 공예인조합 등과 연계), 대학동아리 및 주민동호회 활동 발표회(밸리댄스, 스윙댄스, 악기연주, 꽃꽂이 전시 등)

1) 특화광장 활용방향

(1) 특화광장 활용방향 설정 시 고려사항

- 내포신도시 중심상업지역의 내포시민광장을 특화광장으로 활용하기 위해서는 광장의 기본요소인 개방성, 접근성, 연계성, 쾌적성, 편의성을 바탕으로 하되, 상가 활성화와 주민들의 문화향유 증진을 목표로 삼아야 함(김민선·이륜정·이제선, 2013: 141 참조)
- 즉, 중심상업지역에 위치한 광장의 입지 조건에 따라 상가 활성화와 주민들의 문화여가활동을 증진시키기 위한 기능, 내포신도시를 대표하는 중심광장이라는 맥락, 그리고 광장의 특화된 정체성에 대한 고민이 필요
- 2015년 5월 31일 기준 내포신도시의 연령대별 거주 인구의 약 51%가 20~40대의 청·장년층이고, 10대 미만~10대 아동·청소년 인구가 약 35%임을 감안해 젊은 층과 가족단위의 주민이 상가지구에서의 쇼핑과 문화활동을 함께 향유할 수 있도록 특화광장의 활용방안 마련이 요구됨
 - 한편 내포신도시에 충남도청이 입지해 있어서 현재 거주인구의 직업군은 주로 공무원 일 것으로 예상되고 있으나, 중심상가지역의 조성이 완료되는 2020년에는 인구 구성이 크게 달라질 수 있으므로 추후 통계청의 <2015년 인구주택총조사>(조사 기준시점, 2015.11.01) 결과를 반영해 보다 정확한 인구 수요의 예측이 필요

- 따라서, 내포시 특화광장은 입지적 특성과 기능을 고려할 때 시민문화공동체 광장과 상업특화광장, 시민위락레저광장 등 융복합형의 특화광장으로서 공간 및 시설의 구성과 프로그램 구성, 이를 운영하기 위한 조직과 재원이 필요함

(2) 특화광장 활용방향

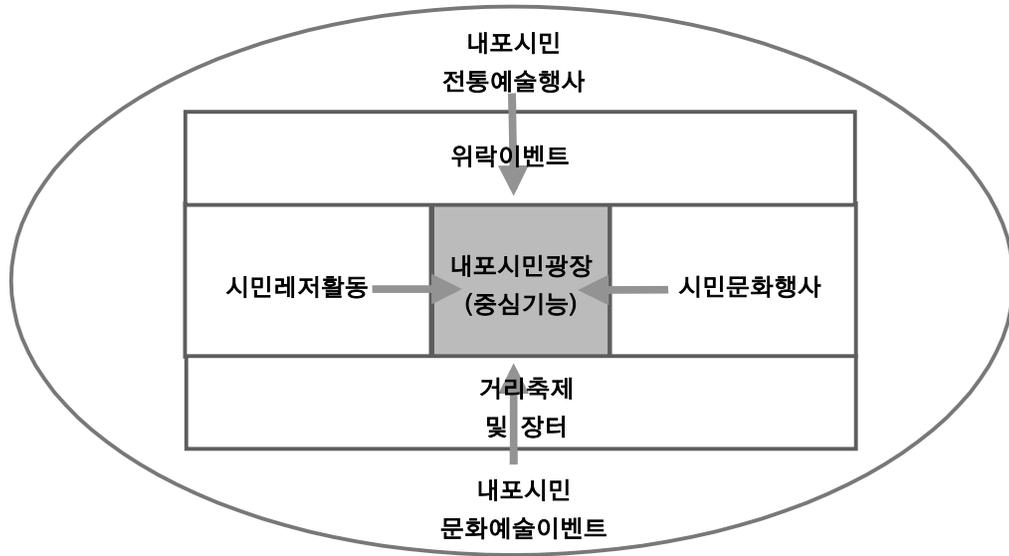
- 내포시민광장은 위치적 입지 여건에서 접근성과 연계성 등을 고려할 때 시민문화광장으로써 내포의 전통과 현대문화예술의 장으로 활용
- 특히, 시민광장 양쪽으로는 근린공원 3호와 4호가 연접하고 있으므로 이들 두 개의 공원을 연계하며 활성화시키는 중심기능 광장으로 조성
- 광장과 공원의 양측은 모두 중심상업지구로서 이들 양쪽 상업시설의 상업 기능과 연계한 상업문화 특화광장으로 활성화
- 내포시민들의 이용성을 제고하고 상가 활성화와 주민들의 문화향유를 증진시키기 위해서는 시민위락레저 광장으로 육성

(3) 특화광장 세부 활용방안

① 공간 및 시설구성

- 내포시민광장은 내포신도시의 중심상업지구내 광장으로서 지역을 대표하는 전통과 현대 문화예술행사와 시민들의 문화와 위락·레저활동, 상업문화 이벤트 공간으로 구성
- 이를 위해서는 새로운 시설·공간보다는 기존에 조성(계획)된 공간과 시설을 바탕으로 기능과 편의성, 이용성을 고려한 보완시설과 공간으로 재편

〈그림 V-1〉 내포시민광장 활용 개념도



② 행사 및 프로그램 운영

● 광장 기능별 행사 및 프로그램 운영 방향

- 시민문화광장 : 내포지역의 농악놀이(결성 농악)와 민속(보부상놀이, 체험이벤트, 마당놀이), 국악(중고제, 내포제 시조) 등 전통공연과 내포지역들의 문화예술인·주민·문예활동인·동호회의 공연 등 문화행사를 정기적으로 실시
- 상업특화광장 : 시민문화광장과 상가거리에서 음악회 및 연주회, 시민문화예술 주말장터, 년버벌 퍼포먼스 이벤트, 음식문화 축제 등 상가이벤트를 개최
- 시민위락레저광장 : 근린공원과 시민광장과 연계하여 시민참여형 생활체육과 레저스포츠, 가족놀이, 익스트림 스포츠 등 공간 구성과 프로그램 운영
- 근린공원 지원광장 : 시민광장은 근린공원의 중심에 위치하므로 문화행사 보조시설 및 매점과 스포츠 관련 대여 등 각종 편의시설 서비스 제공의 지원광장으로 조성



광장 야간공연



광장 전통공연

◎ 계절별 행사 및 프로그램 운영 방향

- 봄 : 신록음악회, 꾸러기체험축제(어린이날, 어버이날), 내포아름드리걷기대회, 봄봄봄 꽃축제(근린공원 수목대상), 야생화 전시회, 연등축제(석가탄신일) 등



어린이 체험 행사



시민 참여 행사

- 여름 : 바닥분수/음악분수축제, 내포생활스포츠향연, 2030젊음의 축제, 전통주&맥주페스티벌, 어린이물축제 등



바닥 분수



생활스포츠 행사

- 가을 : 내포풍년전(한가위 화합마당), 내포문화예술주간행사, 내포여행기획전시회, 내포 이 시대의 예술인전, 내포음악회, 내포음식문화축제 등



화합마당



야간 미니콘서트

- 겨울 : 정월대보름잔치, 스케이트장 이벤트, 크리스마스&연말연시 청소년음악제, 크리스마스 트리&소원카드 참여행사, 루미나리에&빛축제, 발렌타인데이 이벤트 등



크리스마스트리 문화축제



루미나리에 빛 축제

(4) 추진주체 및 운영방법

● 공공부문

- 내포시민광장 및 근린공원에 행사공간 및 지원시설, 이용편익시설 등을 추가적으로 조성
- 충청남도는 총괄사업계획 수립, 홍성군·예산군과 업무협약, 내포광장문화마케팅추진위원회 구성, 지역문화예술단체 등 업무협약, 공공부문 투자재원 확보 등 추진

● 지역 문화예술기관 및 단체, 동호회

- 충남문화재단을 중심으로 충남과 내포지역의 문화예술단체 지원사업과 연계한 각종 문화예술행사와 내포문화예술주간 행사 개최
- 홍성군과 예산군의 문화예술단체, 내포시내의 주민 중심의 문화예술 동호회의 공연과 전시회, 정기발표회 등을 사계절 상시 실시
- 특히, 매일 생활스포츠 활동프로그램을 운영하고, 여름철에 정기적으로 생활스포츠 경연대회를 개최

● 상인 및 상가단체

- 주변 상업시설과 연계해서는 상가시설이 건립되면 내포상가진흥위원회를 구성토록 하고, 거리축제(음악회 및 연주회), 시민문화예술주말장터, 년버벌 퍼포먼스 이벤트 등 상가이벤트를 자립적으로 주최
- 또한 상가별로도 거리축제기간이나 문화예술주간 행사시에는 각각의 다양한 이벤트와 공연 등을 통해 내포시민광장 이용객들의 상가 이용을 유도

● 주민과 주민단체

- 내포신도시에 거주하는 주민과 단체에서는 주민자치센터나 동호회를 통한 문화예술활동과 생활체육 등의 평상시 문화레저 생활을 정기 발표회 및 정기 행사로 개최
- 내포시민광장과 근린공원을 평상시 문화레저 활동과 프로그램이 운영되는 생활문화광장으로 활성화하여 내포 공동체문화의 중심장소로 발전하도록 참여 유도



생활체육 활동



가족과 함께 하는 야간체조

2) 특화광장 조성방안

(1) 신규시설 조성방안 제안 시 고려사항

- 내포시민광장과 근린공원에 새로운 시설을 설치할 경우, 「도시공원 및 녹지 등에 관한 법률」 과 「도시공원 및 녹지 등에 관한 법률 시행규칙」 에서 규정하고 있는 시설 규모 제한사항을 준수할 필요가 있음

- 「도시공원 및 녹지 등에 관한 법률」 (법률 제13051호)

- 내포시민1광장(근3)과 내포시민2광장(근4)은 「도시공원 및 녹지 등에 관한 법률」 제 15조 (도시공원의 세분 및 규모) 1항에 따라 아래와 같은 기능을 가짐. 따라서 공원 기능과 목적에서 벗어나지 않는 조성방안과 활용방안을 마련할 필요 있음

• 근린공원: 근린거주자 또는 근린생활권으로 구성된 지역생활권 거주자의 보건·휴양 및 정서생활의 향상에 이바지하기 위하여 설치하는 공원

- 「도시공원 및 녹지 등에 관한 법률 시행규칙」 (국토교통부령 제184호)

- 시행규칙 제11조(공원시설의 설치면적 등)에서는 도시공원 안에 설치할 수 있는 공원 시설의 부지면적이 아래 표의 비율에 적합할 것을 명시하고 있음

- 따라서 근린공원 내 신규 시설을 설치할 경우, 공원 전체 부지면적(20,070.4m²) 대비 시설면적의 허용 기준을 초과하지 않도록 해야 함

[표 V-1] 도시공원 안 공원시설 부지 면적(제11조 관련)

공원 구분	공원면적	공원시설 부지 면적
근린공원	(1) 30,000m ² 미만	100분의 40 이하
	(2) 30,000m ² 이상~ 100,000m ² 미만	100분의 40 이하
	(3) 100,000m ² 이상	100분의 40 이하

출처 : 도시공원 및 녹지 등에 관한 법률 시행규칙(개정 2013.11.22), 별표 4

(2) 특화광장 조성방향

- 계절 별로 특화된 광장 조성방안 제시
- 기존에 조성된 공간 변경 최소화
- 광장 이용의 편의성을 증진시킬 수 있는 부대시설 추가 조성

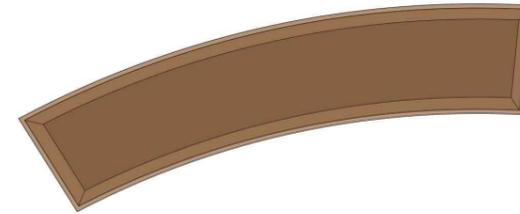
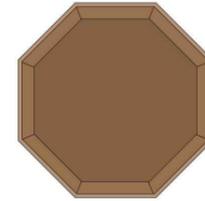
(3) 특화광장 조성방안

- 봄 : 광장 및 주요 보행로 화분 조성
 - 중심 광장 및 데크 등 보행로에 화분 배치
 - 공간 환경에 맞는 팔각 등 유형별 화분과 꽃 식재
- 여름 : 광장에 바닥분수, 파고라 설치
 - 중심광장에 바닥분수 설치(공간 변경 공정 최소화)
 - 파고라(Pergola, 정자) 설치로 그늘공간 부족 해소, 우측 데크 무대로 활용(덧대기)
- 가을 : 내포 풍년전, 가을꽃 전시
 - 중심광장에 15개 시·군 농특산물 전시회(각 지역 농약, 사물놀이 등 부대행사)
 - 우측 광장 및 좌측 공간에는 가을꽃 전시회 및 벼룩시장
- 겨울 : 중심광장 빙상장, 루미나리에로 야간경관 연출
 - 중심광장에 임시 아이스 스케이트장 설치(공간 제약으로 입장객 종목 제한)
 - 중앙광장 양 통로에 루미나리에 설치로 장소에 활력 부여

내포신도시 중심상업지역 내 부지의 특화광장 조성 및 추진 방법

부
12

- 광장 및 주요 보행로 화분 조성
 - 중심 광장분 및 데크 등 보행로에 화분 배치
 - 공간 환경에 맞는 팔각 등 유형별 화분과 꽃 식재

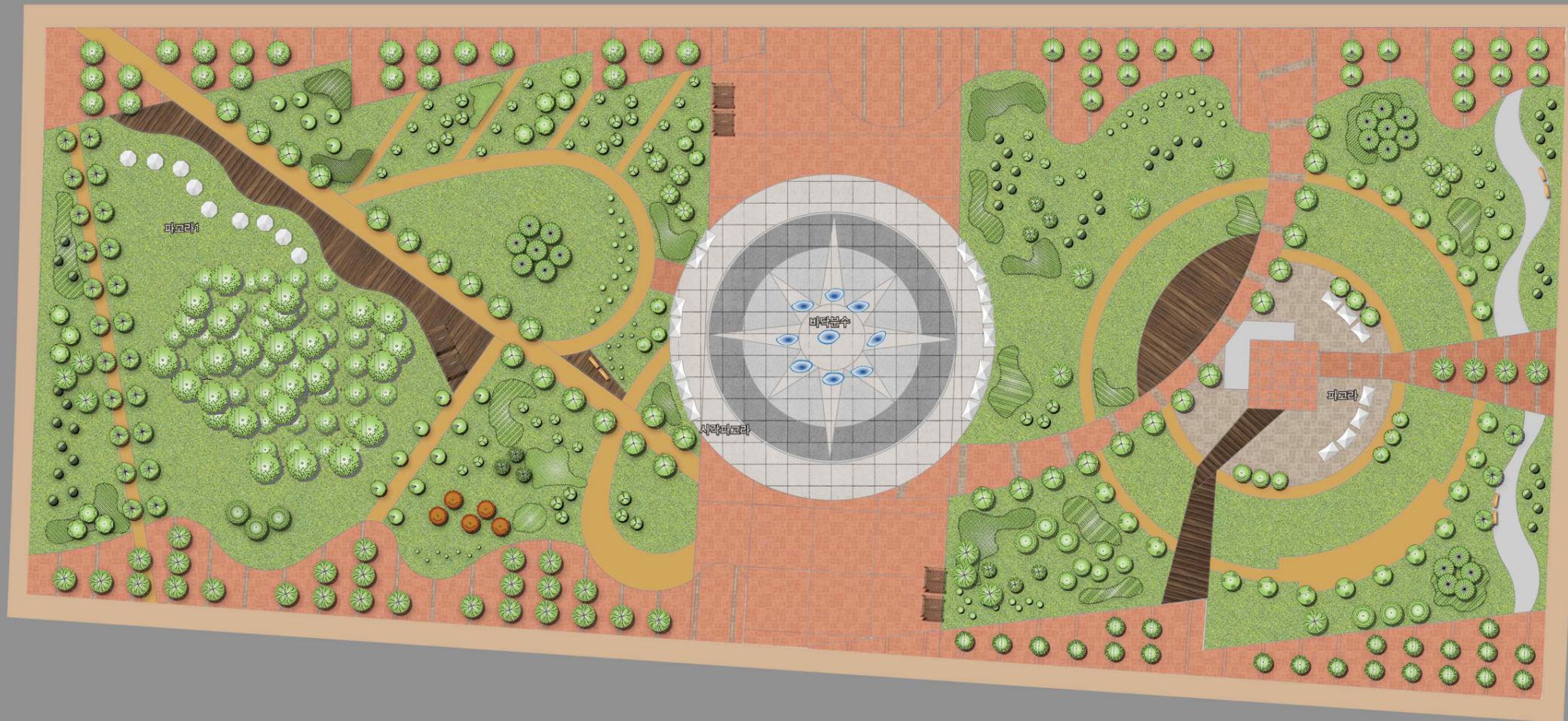
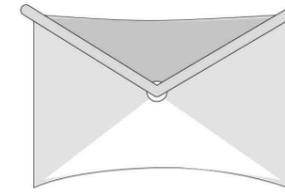


50M 100M

내포신도시 중심상업지역 내 부지의 특화광장 조성 및 추진 방법

여러
12

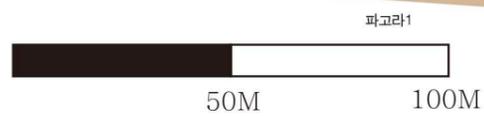
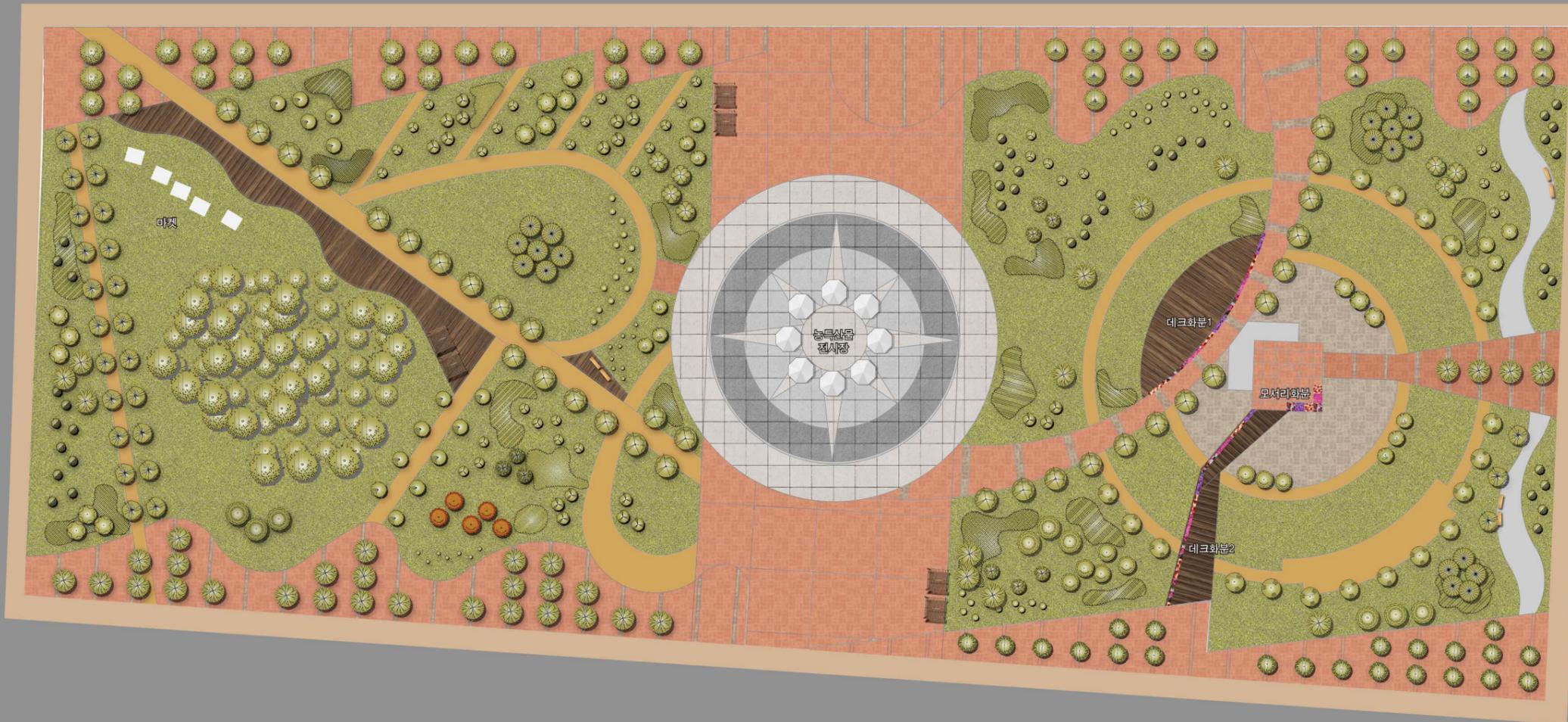
- 광장에 바닥분수, 파고라 설치
- 중심광장에 바닥분수 설치 (변경 공경 최소)
- 파고라 설치로 그늘공간 부족 해소, 우측 데크 무대로 활용(덧대기)



내포신도시 중심상업지역 내 부지의 특화광장 조성 및 추진 방법

가을

- 내포 풍년전, 가을꽃 전시
- 중심광장에 15개 시군 농특산물 전시회(각 지역 농악, 사물놀이 등 부대행사)
- 우측 광장 및 좌측 공간에는 가을 꽃 전시회 및 프리마켓



내포신도시 중심상업지역 내 부지의 특화광장 조성 및 추진 방법

겨울

- 중심광장 빙상장, 루미나리에로 야간경관 연출
- 중심광장에 임시 빙상장 설치 (공간 제약으로 입장객 증폭 제한)
- 중심광장 양 통로에 루미나리에 설치로 장소에 활력 부여



3) 중심상업지역의 광장 및 공원 공동관리 방안

(1) 상업활동촉진지구의 도입

- 미국과 영국을 중심으로 성공적으로 정착되고 있는 상업활동촉진지구(BIDs)의 도입을 통해 내포신도시 중심상업지역의 사업체들과 지방정부간 파트너십을 형성하여 상가 활성화와 광장의 문화적 활용을 촉진하기 위한 계획을 마련할 필요가 있음. 이를 위한 기본방안을 아래와 같이 제시함
- 첫째, 내포신도시 상가지역과 내포시민광장, 근린공원을 중심으로 ‘상업활동촉진지구’를 지정하여 추진함. 이를 위해 지역에 적합한 상업활동촉진계획을 수립할 필요 있음. 여기에는 상가지역의 상업활동과 문화활동을 촉진하기 위한 다양한 사업들이 포함되어야 함
 - 사업 내용으로는 깨끗한 거리 조성, 독특한 조명시설, 안전시설, 편의시설 등의 하드웨어 분야와 문화관광마케팅, 프로모션 활성화, 이벤트 개최 등의 소프트웨어 분야가 복합적으로 검토되어야 함
- 둘째, 다양한 사업을 만들고 운영하는 과정에서 지역적 색깔이 나타날 수 있도록 지역 공동체 기반의 조직이 업무를 담당하도록 해야 함. 사업을 담당하는 조직이 지역 공동체 기반이어야 하는 이유는 지역사회에 대한 높은 이해도를 바탕으로 지역사회 구성원들과 보다 친밀감 있는 사업 추진이 가능하기 때문임
 - 촉진계획을 수립하는 주체는 지구 내 부동산 소유자나 사업체, 지역주민, 문화관광단체나 기관 등이 될 것이며, 이들이 계획과정부터 동참하여 현실성 있는 계획을 만들어나가야 함
 - 지역기반 조직의 구성을 통해 문화관광 마케팅·프로모션에 대한 노하우를 축적할 수 있으며, 해당 지구의 활성화를 위한 문제점 해결이 다각적인 측면에서 고려될 수 있음
- 셋째, 특구 내 상업활동촉진지구를 운영하는 과정에 있어 공공부문의 역할은 각 지구별 상황에 따라 융통성 있는 지원책을 강구하는 것임
 - 일괄적인 세제·금융지원이나 행정지원을 해주기보다 공동체 조직이 사업을 효율

적으로 실행할 수 있도록 과정상의 다양한 지원에 초점을 맞춰야 함. 그래야 민간 부문이 의지를 갖고 창의적으로 지구 내 문화소비환경을 만들어나갈 수 있으며, 현재 공공부문의 직접적인 지원방식이 가져다주는 폐해, 즉 민간부문의 공공부문에 대한 의존도 심화현상을 완화시켜 나갈 수 있음

- 공공부문은 지구 사업이 보다 원활히 진행될 수 있도록 간접적인 인센티브를 지원해줄 필요성이 있음. 상업지구 및 광장 활용 활성화 사업과 관련이 있으면서 공공적 파급효과를 가져다줄 수 있는 적절한 인프라 지원, 개별 사업체 중심이 아닌 사업 중심의 금융 및 행정 지원 등이 요구됨
- 또한 공공부문은 특화지구의 프로젝트가 원활하게 진행될 수 있도록 과정상의 매니저 역할을 수행해야 하는데, 지구 지정과 사업에 대한 공정한 심사, 사업에 대한 정기적인 모니터링 등을 담당할 필요성이 있음

● 넷째, 상업활동촉진지구가 원활하게 운영되기 위해서는 일정함 기금을 형성할 필요성이 있음. 이는 지구별로 민간부문이 중심이 되도록 하되 공공부문도 일정 부분 참여하는 방식이 적합함

- 형성되는 기금이 제대로 활용되기 위해서는 기금 마련과 활용에 대한 제도적 절차를 만들어나가는 노력이 필요함. 특히 공공부문은 기금을 세금 성격으로 분류하여 그 지구에 대한 납세 및 체납 관리를 대신해주는 행정지원 서비스를 수행해야 함. 이러한 절차를 통해 무임승차자에 대한 관리와 기금확보의 안정성을 도모하고, 투명한 예산집행으로 사업의 효율성을 극대화할 수 있음

● 다섯째, 단기적인 관점에서 상업활동촉진지구의 모습을 갖춰나가기 위해서는 가장 중요한 것이 구성원간의 의지를 모으는 것이기 때문에, 많은 자금을 소비하지 않으면서도 효과적인 상업활동촉진지구의 체계를 갖춰나갈 수 있도록 공동 문화마케팅 프로젝트를 수행할 수 있음(이영주·최승담, 2008: 145~146)

- 처음부터 많은 돈을 들여 물리적인 환경을 변화시키려는 계획보다는 적은 기금을 모아 공동의 목표를 가지고 구성원 간 의지를 확인하는 절차가 훨씬 중요함. 내포 시민광장과 근린공원을 활용한 연간 이벤트 계획이나 홍보·프로모션 방식을 결정하고, 민간부문과 공공부문이 함께 소액 기금을 만들어 사업을 수행해나감
- 이러한 과정을 통해 특구 내 사업체들은 자신들의 상업활동을 촉진시키기 위해 필요한 참여방식을 점차 확장시켜 나갈 수 있으며, 광장을 활용한 문화이벤트와 사업의 중요성에 대해서도 이해의 폭을 넓힐 수 있게 될 것임

(2) 상가를 중심으로 한 상점가진흥조합 설립

- 일본 동경의 미드타운(Midtown)에서 성공적으로 자리 잡은 ‘상점가진흥조합’ 설립을 통해 중심상업지구의 자발적인 활동을 단계적으로 견인함
 - 일본 동경 미드타운의 경우, 1995년에 ‘록본기상점가진흥조합(六本木商店街振興組合)’을 설립해 상가지역의 문화이벤트 활동을 주도해오고 있음. 조합에는 록본기 1~7초메, 아카사카 9초메 지역의 음식점, 판매점, 서비스업종, 미츠이부동산(미드타운), 모리빌딩(록본기힐즈) 등의 관계자들이 조합원으로 가입
 - 2008년부터 록본기상점가진흥조합은 3년 계획으로서, 미나토구로부터 7천500만 엔의 보조금을 지원받아 미나토구 산업진흥과와 공동으로 <록본기활성화프로젝트>를 계획하여 일부 사업은 완료하고 일부는 지금까지 시행해 오고 있음
 - 지역 상점가의 주민들뿐만 아니라 미나토구, 지역주민자치회, 기업, 대상지와 주변의 미술관(산토리미술관, 모리미술관, 국립신미술관)과 연계해 ‘록본기 Art & Design 가로추진회’가 발족되어 새로운 활동들을 추진
 - 상점가진흥조합과 가로추진회는 10개의 록본기 활성화 프로젝트 외에도 <퍼블릭아트 전시(2008)>, <록본기 아트 나이트6(2008)>, <록본기 안내시스템(2010)>, <록본기 매스커레이드(masquerade, 2010)> 등의 다양한 사업을 2008년부터 지속적으로 추진함으로써 지역의 활성화를 도모해옴(김철영·박찬돈, 2014: 228)



록본기 아트나이트 2012 야외전시



록본기 아트나이트 2014

- 내포신도시 상가지역의 경우에도 ‘상가진흥조합’과 문화시설, 문화단체, 지역주민이 공동으로 상가지역의 광장과 공원을 활용하기 위한 계획을 세우고 추진해나가면서 단계적으로 ‘상업활동촉진지구’ 지정을 통해 활동의 기반을 안정적으로 다져나갈 필요가 있음
 - 충청남도의 광역문화재단인 ‘충남문화재단’이 내포신도시에 입지해 있으므로 내포시민광장을 활용한 대중문화행사를 기획·운영하는데 있어서 초창기에 일정 부분 지원이 필요할 수 있음

결론 및 정책 제언 ◀

06

- 내포시민광장의 활용방안을 마련할 때 중심상업지역에 위치한 광장의 입지 조건을 고려하여 상가 활성화와 주민들의 문화여가활동을 증진시키기 위한 기능, 내포신도시를 대표하는 중심광장이라는 맥락, 그리고 광장의 특화된 정체성에 대한 고민이 필요함
- 따라서 위치적 입지 여건과 요구되는 기능을 고려할 때, 내포시민광장은 시민문화공동체광장과 상업특화광장, 시민위락레저광장, 근린공원 지원광장 등 융복합형의 특화광장으로 공간 및 시설의 구성과 프로그램 구성방안을 마련해야 함
- 이를 위해서는 새로운 시설·공간보다는 기존에 조성(계획)된 공간과 시설을 바탕으로 기능과 편의성, 이용성을 고려한 보완시설과 공간으로 재편 필요
 - 봄에는 중심광장과 데크 등 보행로에 화분을 배치하여 화원으로 조성. 봄꽃축제, 야생화 전시회 등을 개최해 봄철 산책 공간으로 활용. 이 경우에는 시설 변경 불필요
 - 여름에는 광장 바닥의 변경을 최소화한 바닥분수 설치로 어린이와 주민들의 야외 물놀이 공간으로 활용. 또한 야외 공연 및 행사 시 그늘공간 부족 문제를 해소하기 위한 파고라(그늘막 정자) 설치로 공연 관람의 편의성 제고
 - 가을에는 중심광장에 이동식 부스를 설치해 15개 시·군 농특산물 전시회 및 각종 부대행사 진행
 - 겨울에는 중심광장을 아이스 스케이트장으로 조성해 겨울철 레저공간으로 활용하고 루미나리에를 설치해 주민들의 야간 방문을 유도함
- 내포시민광장을 융복합형의 특화광장으로 조성하고 운영하기 위해서는 공공부문과 민간부문의 협업이 필요함

- 공공부문 : 내포시민광장 및 근린공원에 행사공간 및 지원시설, 이용편익시설 등을 추가적으로 조성해야 함. 충청남도는 총괄사업계획 수립, 홍성군·예산군과 업무협약, 내포광장문화마케팅추진위원회 구성, 지역문화예술단체 등 업무협약, 공공부문 투자재원 확보 등 추진
 - 지역 문화예술기관 및 단체, 동호회 : 충남문화재단을 중심으로 충남과 내포지역의 문화예술단체 지원사업과 연계한 각종 문화예술행사와 내포문화예술주간 행사 개최, 홍성군과 예산군의 문화예술단체, 내포시내의 주민 중심의 문화예술 동호회의 공연과 전시회, 정기발표회 등을 사계절 상시 실시
 - 상인 및 상가단체 : 주변 상업시설과 연계해서는 상가시설이 건립되면 내포상가진흥위원회를 구성토록 하고 자립적으로 상가이벤트를 주최. 상가별로도 거리축제기간이나 문화예술주간 행사시에는 각각의 다양한 이벤트와 공연 등을 통해 내포시민광장 이용객들의 상가 이용을 유도
 - 주민과 주민단체 : 내포신도시에 거주하는 주민과 단체는 주민자치센터나 동호회를 통해 문화예술활동과 생활체육 등의 문화레저활동을 정기발표회 및 정기행사로 개최. 내포시민광장과 근린공원을 평상시 문화레저 활동과 프로그램이 운영되는 생활문화광장으로 활성화하여 내포 공동체문화의 중심장소로 발전하도록 참여 유도
- 또한 미국과 영국을 중심으로 성공적으로 정착되고 있는 ‘상업활동촉진지구(BIDs)’의 도입 사례와 일본의 ‘상점가진흥조합’ 사례를 참조하여, 상업지역 사업체들과 지역단체 및 지방정부 간 파트너십을 형성해 상가 활성화와 광장의 문화적 활용을 촉진하기 위한 계획 마련을 제안함

◆ 참고 자료 ◆

- Lynch, K., *A Theory of Good City Form*, New York: The MIT Press, 1981.
- Walzer, M., “Public Space: Pleasures and Costs of Urbanity”, *Dissent*, vol.33, no.4, 1986, pp.470~475.
- 김민선·이륜정·이제선, 「도시광장 내 도시설계요소에 대한 인식과 이용자 만족도 분석 : 서울 광화문광장 사례를 중심으로」, 『한국지역개발학회지』 제25권 제1호, 2013.3, 139~158쪽.
- 김민주·송희령, 『시티노믹스』, 비즈니스맵, 2010.
- 김철수, 『도시공간의 이해』, 기문당, 2006.
- 김철영·박찬돈, 「민간 도시재생사업이 주변지역에 미치는 영향에 관한 연구: 일본 동경의 미드타운(Midtown) 주변지역을 중심으로」, 대한국토·도시계획학회, 『국토계획』 49(4), 2014.7, 221~231쪽.
- 마쓰나가 야스미쓰, 『도시계획의 신조류』, 한울아카데미, 2006.
- 멘데 가오르, 『빛의 경관 마치즈쿠리』, 김현선·신주리 옮김, 날마다, 2011.
- 밸류바인, 「2014 한국지방브랜드 경쟁력지수 요약 보고서」, 2014.5.7.
- 부산발전연구원, 「도시 콘텐츠를 스토리텔링하자」, 〈BDI포커스〉, 2012.4.23.
- 서울시, 「서울시, 시청 앞 얼음광장 12월 16일부터 70일간 개장」 보도자료, 2013.11.21.
- 이영주·최승담, 「상업활동촉진지구(BIDs)의 도입을 통한 도시형 관광특구 활성화 방안 연구」, 서울연구원, 『서울도시연구』 9(3), 2008.9, 133~148쪽.
- 이운용·김민경·이정형, 「미국의 도시재생수법으로서 BID(Business Improvement Districts)에 관한 연구」, 한국도시설계학회, 『한국도시설계학회지』 9(2), 2008.6, 41~56쪽.
- 이해일, 『시민의식에 기초한 시청 앞 서울광장의 이용실태 및 광장 인식 분

- 석』, 한양대학교 석사학위논문, 2006.
- 창조종합건축사사무소 도시환경디자인연구소·(주)이산·가우건축사사무소, 「탐라 문화광장」, 『월간 CONCEPT』 162, 현대건축사, 2012.9, 168~171쪽.
- 최우석·김기호, 「행태의 장 개념을 통해 본 도심 내 광장의 이용 및 기능에 대한 연구 : 광화문 광장, 서울광장, 청계광장을 중심으로」, 『한국 도시설계학회지』 제14권 제1호, 2013.2. 109~120쪽.
- 충청남도개발공사, 『내포신도시 마을 및 시설 명칭부여 연구』, 충남발전연구원, 2014.
- 충청남도개발공사, 「근린공원 3호 시설계획 평면도」, 「식재계획 평면도」, 「포장계획 평면도」, 2013.05.
- 충청남도개발공사, 「근린공원 4호 시설계획 평면도」, 「식재계획 평면도」, 「포장계획 평면도」, 2013.05.
- 충청남도개발공사·한국토지주택공사, 『충남도청(내포) 신도시 개발계획(9차 변경)』 보고서, 2015.4.
- 충청남도역사문화연구원, 『내포의 역사와 문화』, 충청남도역사문화연구원, 2015.
- 클래런스 페리, 『근린주구론』, 이용근 옮김, 커뮤니케이션북스, 2013.
- 「도시공원 및 녹지 등에 관한 법률 시행규칙」(국토교통부령 제184호), 일부 개정 2015.02.12.
- 「도시공원 및 녹지 등에 관한 법률」(법률 제13051호), 일부개정 2015.01.20.

◆ 연구 참여자 ◆

- 연구 책임 : 최영화 (충남연구원 문화관광디자인연구부 책임연구원)
- 공동 연구 : 이인배 (충남연구원 문화관광디자인연구부 선임연구위원)
- 권영현 (충남연구원 문화관광디자인연구부 선임연구위원)