

부여도심 상권활성화구역 지정 연구



2012. 6



부여군

제 출 문

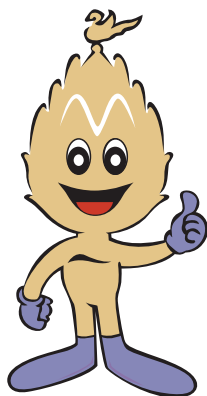
부여군수 귀하

본 보고서를
『부여도심 상권활성화구역 지정
연구 용역』의
최종성과물로 제출합니다.

2012년 6월

충남발전연구원

원장 박진도



...

목 차

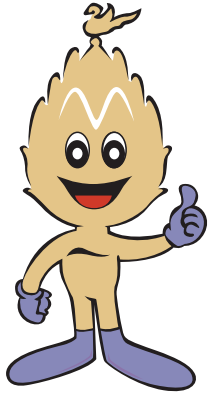
제 1 장	과업개요	1
	○ 1. 과업 배경과 목적	3
	○ 2. 연구 방법과 진행과정	5
제 2 장	상권활성화제도와 선진사례	7
	○ 1. 상권활성화제도의 이해	9
	○ 2. 상권활성화사업 관련 선진사례	18
제 3 장	현황 및 여건 분석	25
	○ 1. 부여군 현황	26
	○ 2. 부여도심 현황	36
	○ 3. 도심상권 특성 분석	38
	○ 4. 상인의식 분석	46
	○ 5. 종합분석	56
제 4 장	상권활성화구역 설정	59
	○ 1. 대안 선정	61
	○ 2. 대안 검토 및 최종(안) 선정	62
	○ 3. 최종(안) 특성	66



목 차



제 5 장	상권활성화사업 기본구상	73
	○ 1. 부여도심 관련 사업 검토	75
	○ 2. 사업 선정원칙과 기본 구상	79
	○ 3. 사업계획	86
제 6 장	상권활성화기구 구성 및 운영	91
	○ 1. 상권관리기구의 개요	93
	○ 2. 상권활성화기구 관련 선진사례	94
	○ 3. 부여도심 상권활성화기구 구성 및 운영방안	109
붙임자료		115
	○ 1. 공무원, 상인, 의회 등 의견수렴 자료	121
	○ 2. 부여 도심상권 실태조사	143
	○ 3. 상권활성화사업 운영지침	149
	○ 4. 부여도심 상권활성화구역 경계도	159



제 1 장

과업개요

- 1. 과업 배경과 목적 ----- 3
- 2. 연구 방법과 진행과정 ----- 5

1. 과업 배경과 목적

1) 과업의 배경

- 중앙시장과 부여시장을 중심으로 형성된 부여 도심상권은 옛 부터 생활의 중심지였으며, 지금은 세력이 많이 약해 졌지만 여전히 지역상권의 중심지 역할을 담당하고 있음
- 부여 도심상권은 부여군 인구감소와 전통시장의 쇠퇴, 대전 등 주변도시의 성장, 소비자 패턴의 변화 등으로 침체·쇠퇴되고 있음
- 이러한 어려움을 극복하기 위해 정부는 전통시장을 중심으로 활성화 정책을 추진하여 왔지만 지역상권 활성화에 는 한계에 부딪침
- 이에 국가는 2010년 ‘전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법’을 개정하여, ‘상권활성화구역제도’를 도입함
- 상권활성화구역제도는 전통시장과 상점가, 소매 및 서비스업 밀집지역을 하나의 구역으로 설정하여, 지역상권의 중심지로 육성하고자하는 제도임
- 전통시장을 포함하여 소매업 및 서비스업이 밀집된 지역을 도시재생의 관점에서 지역상권을 활성화하기 위한 제도로서, 일본의 ‘중심시가지 활성화’ 정책과 유사함

2) 과업의 목적

- 본 과업은 부여전통시장과 중앙시장을 중심으로 지역상 권의 중심지 역할을 담당해 온 지역을 대상으로, 새롭게 도입된 상권활성화구역제도의 적용이 가능한가를 명확히 분석하고자 하는 것임
- 본 과업의 결과물은 향후 상권활성화구역 지정 신청 및 상권활성화구역 사업계획 승인 신청을 위한 기초자료로 활용하고자 함

3) 과업의 범위

(1) 시간적 범위

- 본 계획은 2011년 말을 기준으로, 2016년을 목표연도로 설정함
- 연구에 필요한 각종 자료는 가장 최근 자료를 기준으로 하며, 부족한 자료는 현장조사와 의식조사로 보완함

(2) 공간적 범위

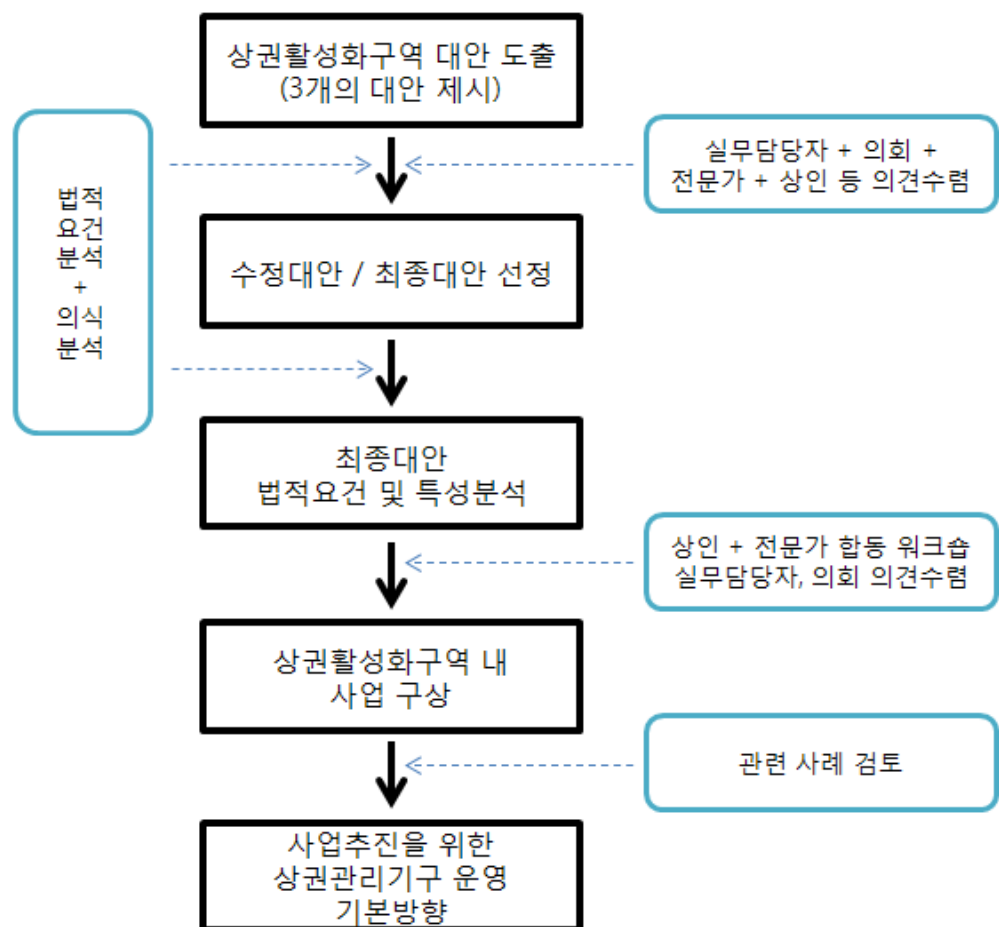
- 부여도심 상권활성화구역을 설정하기 위한 공간적 범위는 우선, 부여읍 중 시가화된 지역을 대상으로 1차적 분석을 함
- 구체적인 상권활성화구역 대안 설정 등은 용도지역과 점포의 분포, 상인·전문가의회의 등의 의견을 수렴하는 과정에서 공간적 범위를 점점 좁혀감

(3) 내용적 범위

- 과업의 내용적 범위는 첫째, 상권활성화구역 지정 가능 여부와 가능할 경우 지정 가능한 대안을 제시하고, 최종 (안)을 선정함
- 상권활성화구역 설정을 위해 필요한 현황분석과 의식조사 등을 병행함
- 둘째, 대안으로 설정된 상권활성화구역 내 상권활성화를 위해 필요한 개략적 사업을 제시함
- 구체적인 사업계획은 예정된 2단계 과업인 사업계획에서 상세히 제시함
- 셋째, 제시된 상권활성화사업을 추진하기 위한 조직인 상권관리기구의 구성 및 운영방향에 대해 제시함

2. 연구 방법과 진행과정

- 연구의 진행과정 및 방법은 부여도심상권에 대한 현황분석을 바탕으로 다음과 같은 절차에 의해 이루어짐
- 우선 상권활성화구역의 법적 요건 검토를 바탕으로 상권활성화구역으로 지정 가능한 대안을 제시하고, 실무담당자, 의회, 전문가, 상인 등의 의견수렴을 바탕으로 최종(안)을 도출함
- 최종(안)을 대상으로 의식조사 등을 보완하여 상권활성화구역내의 특성을 분석하고, 상권활성화를 위한 전략적 사업을 구상하며, 사업을 추진할 상권관리기구의 기본적인 운영방향을 제시함

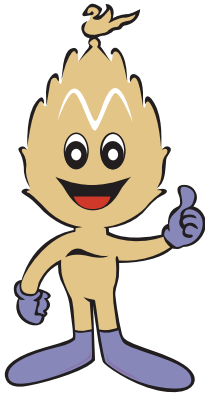


■ 연구의 진행과정과 방법

- 본 과업에서 가장 역점을 둔 부분은 현장에 있는 주민과 상인의 의견을 최대한 수렴하면서, 이를 기초로 하여 공무원, 실무담당자, 전문가와 논의 및 합의하는 과정에 초점을 둠

■ 과업의 진행과정

비 고	주요내용	일시
착 수	착수보고서 제출	2011. 10
실과협의(1차)	상권활성화구역 대안 제시 의견수렴	2011. 12
실과협의(2차)	수정대안 후 의견 수렴(최종(안) 도출)	2012. 01
실무부서 협의	최종(안)에 대한 실무담당자 의견수렴	2012. 02
정책결정자(군수)	연구 중간성과물 보고	2012. 02
상인·전문가 공동워크숍	도심상권의 과제와 사업발굴 등	2012. 02
상인의견조사	상인회 심층 인터뷰 조사	2012. 03-04
상인설명회	상인설명회(구역지정 대안 및 사업)	2012. 05
중간보고	중간결과물 보고(부군수)	2012. 05
의회보고	의회보고	2012. 05
최종보고	최종결과물 보고(군수)	2012. 05
최 종	최종보고서 제출	2012. 06



제 2 장

상권활성화제도와 선진사례

- 1. 상권활성화제도의 이해 9
- 2. 상권활성화사업 관련 선진사례 18

1. 상권활성화제도의 이해

1) 상권활성화제도의 도입배경¹⁾

- 상권활성화제도는 기존의 전통시장 중심의 상권활성화와 현재 전통시장 활성화 관련 사업들의 근본적인 문제를 해결하기 위해 도입된 제도임
 - 또한, 정부나 상권활성화를 목적으로 설립된 기구가 상권 구역의 확정 및 사업승인, 상권활성화사업 지원방안, 재원조달, 조직의 제발활동 및 절차 등의 인위적 노력을 기울이는 구체화된 체계를 의미함
- 1996년 유통시장 개방으로 대형마트, 편의점, 무점포판매 등 신업태가 성장하고 중소 소매상인 경영이 악화에 대한 정부의 소극적인 대응으로 구도심상권이 쇠퇴하고 지역공동화 현상이 나타났음
 - 유통시장 개방 후 6년이 지나서야 지역 상권 활성화를 위해 노력하기 시작하였으나 선진국에서는 상업의 중요성을 인식하고 미국 BID, 영국 TCM, 일본 TMO 등 상권관리제도를 도입하였고 1980년대부터 본격적으로 체계적인 관리를 시행함
- 2002년 「중소기업의 구조개선과 재래시장 활성화를 위한 특별조치법」, 2004년 「재래시장 육성을 위한 특별법」, 2006년 「재래시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」을 제정하고 시행하였음
 - 그러나, 체계적이지 않은 제도와 시장 및 상점가 등 기초단위 위주의 지원 등으로 지역상권의 종합적이고 포괄적인 접근방법을 필요로 하게 되었음

1) 지역상권 활성화 한국형 모델, 시장경영지원센터, 2008

2) 상권활성화 관련 제도의 변천2)

- 상권활성화와 관련하여 일제강점기에 시장규칙 제1조 제4호에 최초로 '정기'의 용어가 등장하며, 이후 1961년 「시장법」에서 최초로 상설시장과 정기시장에 대한 정의가 명확하게 이루어짐
- 우리나라는 기초상권의 관리에 초점을 두었으며 1970년대와 80년대를 거치면서 산업화에 따른 소매업태의 다양화를 중심으로 시장에도 변화가 시작됨
 - － 「도소매진흥법」과 「유통산업발전법」의 제정에 따라 시장의 세부분류로 정의함
- 「유통산업발전법」은 최초로 대규모점포를 정의하고, 1997년 대형마트 설립을 허가제에서 등록제로 변경하였음
 - － 또한 1998년에 외국의 부동산 취득을 허용함으로써 선진국의 대형 유통업체가 국내에 쉽게 진출할 수 있는 길이 열리고 소매업태간 본격적인 경쟁이 시작됨
- 1996년에 유통시장이 개방되면서 대형마트, 편의점, 무점포판매 등 신업태가 성장하고 중소 소매상인의 경영이 악화되기 시작함
 - － 유통시장이 개방된 후 6년이 지난 2002년에 「중소기업의 구조개선과 재래시장 활성화를 위한 특별조치법」이 제정됨
- 「중소기업의 구조개선과 재래시장 활성화를 위한 특별조치법」으로 노후화된 재래시장의 시설개선에 착수하고 재개발과 재건축을 촉진하기 위한 절차 개선 및 용적률 특례조치를 부여함
 - － 정부는 이 법률을 통하여 재래시장이 지역경제 활성화의 주된 역할을 하리라 기대하였지만 법의 시행이 시장의 재개발 재건축을 중심으로 구성되었기 때문에 효과가 그리 크지 않았음

2) 지역 구도심 상권 활성화를 위한 제도 도입에 관한 연구, 한국주거환경학회, 2009

- 이러한 문제점을 해결하기 위하여 정부는 2004년 「재래시장 육성을 위한 특별법」을 제정하여 2005년에 시행하였음
 - 재래시장의 현대화를 촉진하여 유통산업의 균형 있는 성장을 도모함으로써 지역경제의 활성화와 국민경제의 발전에 이바지하기 위해 제정되었음
 - 이법으로 인하여 재래시장에 대한 정책방향, 현대시설화, 경영현대화, 시장정비사업, 상인조직 육성 등 재래시장에 대한 종합적인 제도적 지원근거가 마련되었음
- 2005년부터 시행된 「재래시장 육성을 위한 특별법」은 2006년 10월 「재래시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」으로 전면 개정되었음
 - 지원의 대상을 재래시장에서 상점가로 확대하였으며, 임시시장 개설요건을 규정하고 시장활성화구역을 지정하여 지원의 범위를 확대하였음
 - 또한, 시장관리자 제도를 도입하여 상업시설기반 유지 및 관리와 상거래 질서의 확립 등 주요 역할을 수행하게 하도록 하였음

3) 상권활성화제도의 목적³⁾

- 개별시장 및 상점가만을 지원하는 현행방식을 확장하여, 전통시장과 주변상권에 대해 기반인프라 구축 및 경영개선을 연계 지원하는 사업제도임
 - (지원방식) 시장 인근 상권을 포함한 면·권역 단위 지원(문화·테마거리조성, 리모델링, 마케팅 등)
 - (기대효과) 상권전체의 종합적 지원으로 상권매력도 제고와 지역상권 활성화
- 상권활성화제도는 단순히 전통시장이나 상점가 활성화가 아니라 도시재생(중심시가지 활성화) 차원에서 지역상권을 활성화하고자 하는 제도임

3) 상권활성화제도의 목적, 상권활성화사업의 주요내용, 상권활성화제도의 추진 절차, 상권활성화제도의 실행 시 유의사항은 중소기업청·시장경영진흥원, 2011, 2011년 하반기 전통시장 상점가 지원 담당공무원 교육자료 등을 참조하여 재정리 한 것임

4) 상권활성화사업의 주요내용

(1) 신청대상

- 현재의 전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법에서는 상권활성화구역을 지정할 수 있도록 되어 있으며(법 제 19조의 2), 상권활성화구역이란 다음의 요건에 해당하는 곳으로서 시장·군수·구청장이 지정한 구역을 말함(법 제2조)
 - 시장 또는 상점가가 하나 이상 포함된 곳
 - 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」에 따른 상업지역에 해당되는 곳
 - 해당 구역 안에 대통령령으로 정하는 수 이상의 도매점포·소매점포 또는 용역점포가 밀집하여 하나의 상권을 형성하고 있는 곳
 - 제9조에 따른 실태조사를 실시한 결과 매출액 감소 등 대통령령으로 정하는 기준에 따라 해당 구역의 주요 상업 활동이 위축되었거나 위축될 우려가 있다고 판단되는 곳
- 지정 요건에서 상업지역으로 되어 있지만 운영지침에는 정비를 위해 일부지역이 타 용도(주거지역)가 포함되어도 되는 것으로 명시되어 있음
 - 상권활성화구역 요건은 현재 국회 개정 중에 있음. 즉, 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」 용도지역 중 상업지역이 차지하는 면적 50%이상일 경우 구역지정이 가능하도록 개정 중

< 상권활성화구역의 정의와 지정 요건 >

제정 2011. 5. 9 중소기업청 고시 제 2011-17호

“상권활성화구역”이란 다음 각 목의 요건에 해당하는 곳으로서 시장·군수·구청장이 지정한 구역을 말한다.

가. 시장 또는 상점가가 하나 이상 포함된 곳

- 나. 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」에 따른 상업지역에 해당되는 곳. 다만, 구역내에 동 법상 용도지역이 하나 이상으로 혼재하는 경우에는 상업지역이 구역의 다수를 차지하고 있는 곳은 지정할 수 있으며, 시장 또는 상점가가 두 곳 이상 포함된 구역의 경우에도 동일함
- 다. 해당 구역 안에 대통령령으로 정하는 수 이상의 도매점포·소매점포 또는 용역점포가 밀집하여 하나의 상권을 형성하고 있는 곳
- 라. 법 제9조에 따른 실태조사를 실시한 결과 매출액 감소 등 대통령령으로 정하는 기준에 따라 해당 구역의 주요 상업활동이 위축되었거나 위축될 우려가 있다고 판단되는 곳

[법] 제9조(시장 및 상점가 실태조사) ① 중소기업청장과 지방자치단체의 장은 기본계획, 지원계획 및 지역추진계획의 수립 등을 위하여 필요하면 시장과 상점가의 실태조사(이하 “실태조사”라 한다)를 할 수 있다.

② 실태조사에는 다음 각 호의 사항이 포함되어야 한다.

1. 시장과 상점가의 현황에 관한 사항
2. 시장과 상점가의 상업기반시설 등의 실태에 관한 사항
3. 시장과 상점가의 상인의 경영실태에 관한 사항
4. 그 밖에 상권의 실태를 파악하는 데 필요한 사항

③ 중소기업청장과 지방자치단체의 장은 실태조사를 위하여 필요하다고 인정하면 관계 중앙행정기관의 장, 지방자치단체의 장, 시장과 상점가를 소유하거나 관리하는 법인·단체의 장 및 상인조직을 대표하는 사람에게 자료 제출이나 조사업무 수행에 필요한 협조를 요청할 수 있다. 이 경우 협조 요청을 받은 사람은 특별한 이유가 없으면 협조하여야 한다.

④ 지방자치단체의 장은 실태조사를 하였으면 그 결과를 중소기업청장에게 제출하여야 한다.

시행령 제3조의2(상권활성화구역의 요건) ① 법 제2조제4호 다목에서 “대통령령으로 정하는 수”란 다음 각 호의 구분에 따른 수를 말한다.

1. 상권활성화구역으로 지정받으려는 구역(이하 이 조에서 “예정구역”이라 한다)을 관할하는 시(「제주특별자치도 설치 및 국제자유도시 조성을 위한 특별법」 제15조제2항에 따른 행정시를 포함한다. 이하 이 항에서 같다)·군·구의 인구가 50만명 이상인 경우: 700개
 2. 예정구역을 관할하는 시·군·구의 인구가 50만명 미만인 경우: 400개
- ② 법 제2조제4호라목에서 “매출액 감소 등 대통령령으로 정하는 기준”이란 예정구역에 있는 시장·상점가의 매출액 및 예정구역이 속한 행정동(「지방자치법」 제4조의2제4항에 따른 행정동을 말한다)의 인구·사업체수가 최근 2년간 계속하여 감소하는 것을 말한다.

[본조신설 2010.6.28]

(2) 주요 지원내용

- 상권의 크기, 특성 등을 고려하여 고객의 집객력을 제고하기 위한 기반 인프라 구축 및 경영개선지원 사업에 대해 지원함
- (기반인프라 구축) 점포의 효과적 집적 및 고객 편의성을 높이기 위한 주차장, 특화거리조성, 핵점포유치, 고객문화센터 건립 등임
- (경영개선) 캐릭터 및 디자인 개발, 이벤트 또는 문화축제 개최 지원 등임
 - 공동시설, 고객편의시설의 설치 및 교통체계 개선 등 고객 접근성 향상 및 환경개선 사업
 - 공동마케팅, 공동 상품 디자인 개발 등 공공사업
 - 빈 점포 활용 청소 및 노점 관리 등 상권관리사업
 - 고객 및 지역주민 대상 문화시설 설치 및 문화프로그램 운영 등 고객 유치사업
 - 관광(테마)거리조성, 축제/홍보행사 개최 등 상권홍보사업
 - 상권활성화구역 내 오래되고 낡거나 심하게 훼손된 상업기반시설의 정비에 관한 사업

(3) 사업추진체계

- (중기청) 기본계획 수립 및 상권활성화사업 지원대상 선정 등임
- (지자체) 상권활성화구역을 지정하고, 해당 구역의 상권활성화사업계획을 수립하여 시행하는 등 상권활성화사업의 시행주체가 됨
- (시장경영진흥원) 상권관리기구를 총괄, 관리 감독하는 컨트롤타워 기능을 수행하며, 상권활성화사업에 대한 추진상황 점검 및 평가, 자문/상담 및 지도, 각종 연구조사 사업을 수행함
- (상권관리기구) 지자체가 상권활성화가업을 효율적으로 추진하기 위하여 민법에 따라 비영리법인으로 설치함

- 타운매니저를 두고, 이사회를 민관협력체로 구성
- 정부·지자체는 사업수행에 필요한 경비를 지원 가능
- 상권관리기구는 타운매니저를 중심으로 팀을 구성하여 사업을 관리하고, 시장경영지원의 감독을 받아 사업추진

＜ 상권활성화기구의 설치 ＞

- 시장·군수는 상권활성화사업의 효율적인 수행을 위해 상권관리기구를 민법에 따른 비영리법인으로 설치
- ‘지식경제부장관 및 그 소속청장의 주관에 속하는 비영리법인 설립 및 감독에 관한 규칙’의 규정에 따라 청장의 허가를 받아 민법 제32조의 규정에 따른 비영리법인으로 설립

＜ 타운매니저 자격요건 ＞

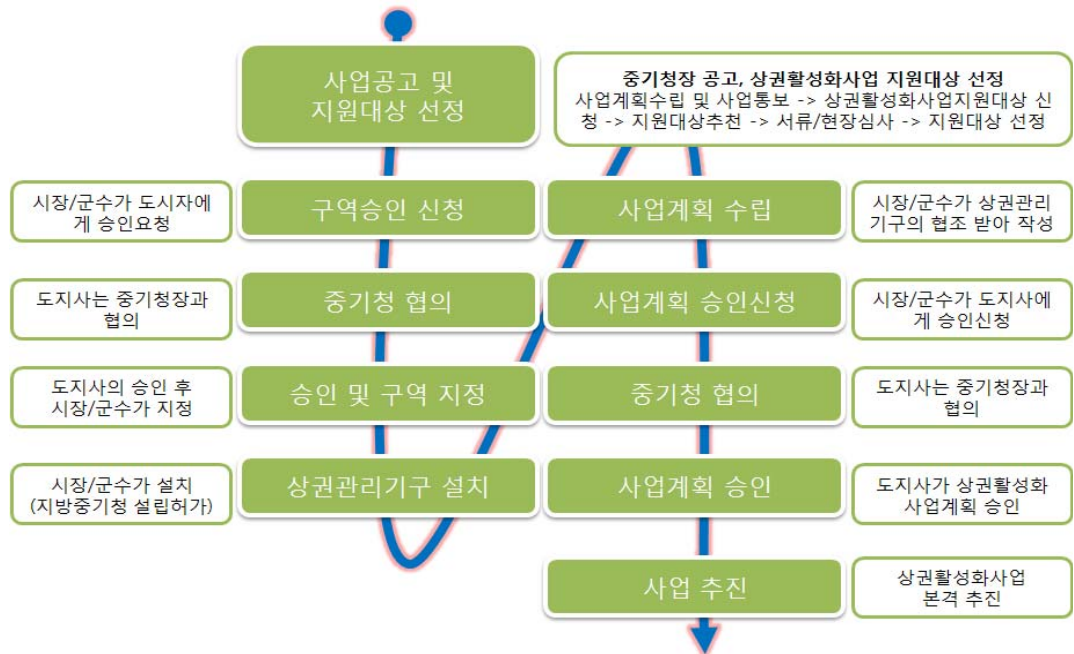
- 타운매니저는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자로 시장/군수가 임명
 1. 경영, 경제, 도시계획 및 건축, 디자인, 문화, 관광 등 관련분야의 석사학위 이상을 취득하고 관련분야에서 5년 이상의 실무경험이 있는 자
 2. 관련 분야에서 5년 이상 연구하고 관련분야 실무경험이 있는 자
 3. 관련 분야 5년 이상의 실무경험이 있는 자로 전문성이 충분히 갖추어 졌다고 시장·군수가 인정하는 자

(4) 예산체계

- (기반인프라사업) 시·도별 시설현대화사업 한도 금액 내에서 예산 확보가 가능함
 - 광특-지역계정으로 사업비는 국비 60%, 지자체 40% (지자체 부담 40%중 민간부담은 10% 범위내에서 지자체가 자율 결정)
- (경영개선사업) 시장경영혁신지원에 반영하여 확보된 예산으로 구역별 상권활성화사업 계획 등을 평가하여 중기청에서 지원 예산을 확정함
 - 광특-광역계정으로 사업비는 국비 100% 지원

5) 상권활성화제도의 추진절차

○ 상권활성화제도의 전반적인 추진절차는 다음과 같다.



■ 상권활성화 제도의 절차

○ 상권활성화구역의 지정절차는 다음과 같다.



■ 상권활성화구역 지정 절차

○ 상권활성화사업계획의 수립절차는 다음과 같다.



■ 상권활성화사업계획의 수립절차

6) 상권활성화제도의 실행 시 유의사항

- 사업공고 후 평가를 통해 상권활성화사업 지원대상으로 선정되면, 전통시장법에 따라 상권활성화구역 지정, 상권활성관리기구 설치, 상권활성화사업 계획을 수립하여야 함
- 상권활성화사업은 기반인프라 구축과 경영개선사업을 연계하여 지원하는 사업으로 다만, 기반인프라 구축사업은 시·도별 시설현대화사업 예산 한도 내에서 확보해야 하므로, 지원예산의 규모에 대해서는 사전에 시·도와 협의를 완료하여야 함(국비 60%, 지방비 40%)
 - － 상권활성화사업 지원 대상으로 선정된 곳은 원활한 사업추진을 위하여 전통시장 및 상점가에 대한 시설현대화사업보다 우선 지원
 - － 경영개선사업은 3년간 지원예정이며 한도금액은 구역당 20억원 내외(국비 100%)
- 상권활성화사업과 시설현대화사업 중복 지원 배제됨

2. 상권활성화사업 관련 선진사례

1) 상권활성화구역 시범사업

- 2011년 5월 중소기업청은 ‘상권활성화구역’ 시범 지자체 7곳을 선정하여 지원
- 지역상권의 크기, 특성 등에 따라 3년에 걸쳐 주차장 설치, 특화거리 조성 등 기반 인프라 구축과 캐릭터·디자인 개발, 이벤트 또는 문화축제 개최 등 경영개선사업을 지원

(1) 경기도 성남시

- 성남시는 상권활성화 사업의 일환으로 ‘시 상권활성화 재단’을 설립
- 주 사업은 태평역~숫골사거리로 이어지는 30만5천㎡ 수정구 상권을 육성하는 것으로 467억원의 사업비를 투입, 수정로 이면도로를 3개 구역으로 구분해 테마를 살린 상권 조성
- 세계 길거리 푸드 타운, 태평동은 전통시장 저작거리, 신흥동은 문화거리 및 아름다운 풍경거리로 기반 인프라 및 현대·중앙시장의 통로구간은 가로환경정비사업을 겸한 아케이드를 설치해 이동 편의 도모
- 주차공간 확충차원에서 수정북로 태평동 일대에 2015년까지 165면의 공영주차장 건립
- 브랜드 개발, 모바일 웹 구축 및 애플리케이션 개발, 상인대학 개설, 상품 및 점포개발지원, 창작예술 및 주민참여시장 운영, 우수점포 발굴 및 마케팅사업지원 추진
- 사업추진을 위해 주민, 상인, 대학교수 등으로 구성된 협의회 및 전문가가 자문위원으로 참여해 민·관·학이 결합된상권 활성화 도모

(2) 강원도 동해시

- 동해시는 인구감소 및 상권위축으로 침체되어 가고 있는 발한구(舊)도심권의 상권활성화를 위하여 ‘재단법인 동해중앙시장 상권관리기구’ 설립 운영
- 동해중앙시장 상권활성화사업은 2014년까지 총사업비 77억원(국비 53억, 지방비 24억). 기반인프라구축 사업비는 국비 60%, 지방비 40%를 분담하고, 경영개선사업비의 경우 지방비 부담없이 국비 100%(17억원)가 지원
- 상권관리기구의 주요 사업으로 고객 주차장 조성, 특화거리조성, 핵심점포 유치, 고객문화센터 건립, 캐릭터 및 디자인개발, 이벤트 행사, 상인 교육 등
- 사업구역내 주차장 확충, 고객문화센터 건립, 특화거리조성사 등을 통해 고객들의(관광객 포함) 접근성·편의성 향상
- 다양한 경영개선사업으로 집객 포인트 마련, 유동객 창출을 통한 상권활성화 선순환 동력 확보
- 지역문화 홍보 및 고객들의 체류시간 연장을 통한 매출 증대 기여
- 지역 내 관광자원과 연계 시너지효과 기대

(3) 충북 청주시

- 청주시는 정감 있고 활력 넘치는 육거리·성안길 상권활성화를 비전으로 전통시장과 인근 상가를 연계 지원해 새로운 ‘지역커뮤니티’ 공간 창출
- ‘온몸으로 이룬 정성 고객에게 기쁨 준다’, ‘하나로 뭉친 마음 신뢰로서 보답된다’, ‘새로운 미래혁신 경쟁력의 초석 된다’, ‘정성들여 쌓은 노력 으뜸 상권으로 거듭난다’ 라는 세부 실행 목표 설정
- 4년간 시설 및 경영개선을 위해 123억원을 투입하여 고객지원센터 건립, 공연무대 설비, 상인카페 조성, 거리문화공연, 시장체험교실 등 다양한 이벤트와 고객유입확대를 위한 사업을 추진 계획

(4) 서울 마포

- 90억원의 예산을 지원받아 ‘마포=갈비’가 연상되는 브랜드 개발뿐만 아니라 대표적 지역축제인 용강 음식문화 축제와 도화 복사골축제의 활성화, 디자인 거리 이미지 제고 등 경영·시설 현대화 사업
- 도화·용강동 상권을 서울의 대표적인 음식 명물거리로 육성
- “문화와 전통의 맛이 어우러진 활력이 넘치는 상권의 성공 모델 추진
- 도화·용강 상권활성화 사업계획의 기본 방향은 문화가 있는 커뮤니티 공간 조성을 통한 글로벌 문화 환경 및 관광 명소화, 도로, 공원 등 기반시설 마련, 상가주민의 자생력 강화 등을 통한 사람이 모이는 상권 환경 조성
 - － 경의선 지상부지 공원화사업과 한강공원을 연계하는 녹지축의 관광코스 조성, 도화동 복사골 공원과 용강동 삼개공원에 상설무대 조성, 마포갈비의 브랜드화, 한국음식문화거리 조성 및 외국인 방문코스 개발
 - － 상점가 시설현대화 사업과 만남의 광장 조성, 자전거도로 설치, 도화동 주차 빌딩 외벽 미디어 설치

(5) 부산 동구

- 부산 동구는 명품도시로 재창조하기 위해 조방 상점가와 자유시장을 연계한 상권활성화구역 지정 신청
- 교통체계 정비, 문화거리·추억거리, 동천둘레길 조성 등의 사업 계획 추진
- 상권활성화 구역 지정으로 과거 화려했던 조방 앞의 명성을 되찾고 명품도시 동구를 재창조

(6) 경남 창원

- 경남 창원은 마산합포구 오동동·창동·어시장 일대 창동 통합상가, 어시장 맞은편 창동 입구 수납상가, 오동동상인연합회 관할 시장, 마산어시장, 어시장주차장 뒤편 정우새어시장, 부림시장 등 6개 시장 51만 9486㎡의 상권활성화 구역 지정하여 국비 90억원과 지방비 30억 투입
- ‘The M.A.S.A.N(the Memory of Art, Sense, Aqua, Nature)’을 비전으로 창동은 Art(예술), 오동동은

Sense(감각), 어시장은 Aqua(물), 부림동은 Nature(자연) 등 테마별로 사업 구상

- 상권활성화구역 사업은 기존 개별 시장 단위인 지원에서 탈피해 전통시장을 중심으로 상권 전체를 활성화시키는데 중점을 두고 있음
- 총 예산은 국비 88억원, 지방비 30억원 등 118억원이며, 시설현대화사업에 100억원, 경영개선사업에 18억원 등이 투입
- 시설현대화 사업으로는 오동동 소리길(재즈거리조성사업은 100m 구간에 걸쳐 소리조형물, 일루미네이션, LED 조명, 캐노피 전광판, 상징 게이트 등), 부림시장 디자인길 조성, 어시장·창동 아케이드 설치, CB(Community Business)센터 조성, 고객 휴게문화공간 마련, 쌈지공원 설치, 부림시장 디자인아트센터 조성 등 추진
- 경영현대화 사업은 디자인 레지던스 사업, 상인교육 아카데미 사업, 문신 문화체험 프로그램, 쌈지공원, 탁아시설 운영 프로그램, 상권활성화 축제 등

2) 문화를 통한 전통시장 활성화사업(문전성시)

(1) 사업 개요

- 문화를 통한 전통시장 활성화 시범사업인 문전성시 프로젝트는 침체된 전통시장에 문화의 숨결을 불어넣어 전통시장을 지역문화공간이자 일상의 관광지로 활성화하기 위한 문화체육관광부 정책사업임
- 2008년부터 2011년까지 총 23곳의 전통시장에서 추진하고 있으며, 문화기획, 건축, 도시계획, 스토리텔링, 공공예술 등의 전문가들로 구성된 '시장과 문화컨설팅단'이 커뮤니티 활성화, 문화콘텐츠 개발, 문화마케팅 등의 문화적 방법을 통한 전통시장 활성화를 지원하고 있음

■ 연차별 지원시장 개요

구분	2008년	2009년	2010년	2011년	합 계
지원시장 수	2개	4개	10개	7개	23개
지원 예산	10억	12억	38억	36.1억	96.1억

※ 신규 선정시장 기준, 시장당 3년간 지원(도입기→ 정착기→ 확산기)

- 문전성시 프로젝트는 전통시장 본연의 정취와 소통의 공간으로서의 특성을 살리는 활성화 전략을 통해 고객과 주민들로 전통시장이 문전성시를 이루게 하는 새로운 전통시장 활성화 사업
 - － 관광자원화 : 전통시장의 역사성과 특수성을 기반으로 한 관광적 활용가치 증대
 - － 문화공간화 : 지역문화공간으로서 전통시장 활용을 통한 주민의 문화향수기회 확대
 - － 문화마케팅 : 문화마케팅적 접근으로 전통시장 활성화와 서민경제 활성화

(2) 활성화 유형

- 주민공동체형
 - － 시장 본연의 기능을 살려 상인과 상인, 지역주민이 교류하는 지역 커뮤니티형 전통시장 모델 구축
- 지역관광형
 - － 시장과 지역의 문화, 관광자원을 활용한 콘텐츠 개발 및 문화마케팅을 통한 지역의 관광명소로 전통시장 모델 구축
- 문화예술형
 - － 지역문화예술인의 창작과 지역주민의 문화향수를 접점으로 전통시장 활성화, 문화시장 브랜드 구축, 지역거점 문화공간화
- 문화복지형
 - － 지역사회거점으로서 전통시장의 공간과 기능을 문화적으로 활용, 서민층과 취약계층, 상인에 대한 문화복지 제고

(3) 사업내용

- 사업내용으로는 상인참여형 문화콘텐츠 개발 및 프로그램 운영(상인극단, 상인합창단 등), 시장별 전통과 특성을 활용한 문화마케팅(스토리텔링, 시장브랜드 개발 등), 문화적 환경 조성(김광석 길 등 공공미술, 꿈치극장 조성 등)
- 상인들이 자신의 시장에 대한 자부심을 갖고 시장의 변화를 주도하며 지역공동체 활성화에 기여

< 서천 한산오일장시장 문전성시 사업 >

- 한산오일장의 경쟁력은 옛 모습이 그대로 남아 있는 노점과 골목길임(3대째 가업을 잇고 있는 대장간, 방앗간, 함석집, 국밥집, 모시양장점, 소곡주대리점 등)
- 목표 : 한산오일장의 자원을 경쟁력 있는 콘텐츠로 만드는 것
 - 상인과 마을이야기를 조사하고 문화 사랑방 한다헌을 만들어, 잊혀져 가는 이야기와 추억을 되살려내고 상인과 주민들 간에 친숙한 감정교류가 이어지도록 하였음
 - 한산오일장 이미지텔링 문패 만들기, 가보고 싶은 한산장날, 이야기가 있는 홈페이지 및 한산오일장 신문 등의 사업을 추진하여 상인과 주민들이 시장에 더욱 애착과 자부심을 갖고 적극적으로 사업에 동참하도록 유도



■ 이야기가 있는 한산오일장 마을관광코스(당일)



■ 함석집



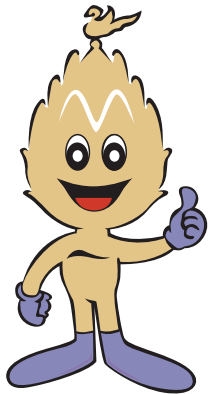
■ 삼거리 국밥집



■ 이야기 전통상점 투어

4) 시사점 및 정책제안

- 지역성, 문화성, 역사성을 고려한 모델을 발굴하고 자생력 있는 운영체계를 위한 계획을 수립
- 역사와 문화, 자연환경을 테마로 한 디자인 도입 및 역사가 살아 숨쉬는 공간 창출
- 사업지원연도뿐 만 아니라 사업지원연도 이후에도 자생적으로 지속적으로 추진할 수 있는 계획 수립
- 여건변화에 대비한 도심상권의 경쟁력 강화와 이를 토대로한 지역경제 발전 계획 수립
- 방문객 유입을 위한 지역 정체성 제고
- 상권별 개별 사업이 아닌 전체 상권을 연계하여 시너지 효과 창출하는 도시 공간 전체적 차원의 계획
- 도시재생 관점에서 접근함으로써 특화거리 조성 등을 통해 방문객들의 체류시간과 차량중심이 아닌 도보중심의 계획
- 지역과 전통시장간의 공생발전 모델 수립
- 지역의 독특한 문화가 방문객들에게 인지되어 지역의 아이덴티티를 형성시키고, 이를 통해 선순환적으로 재방문할 수 있는 계획 수립
- 독창적인 프로그램 발굴을 통한 상권 활성화 관리기구의 수익구조 창출
- 상인회 조직의 역량강화 및 상인주도의 계획 추진 방안



제 3 장

현황 및 여건 분석

○ 1. 부여군 현황	26
○ 2. 부여도심 현황	36
○ 3. 도심상권 특성 분석	38
○ 4. 상인의식 분석	46
○ 5. 종합분석	56

1. 부여군 현황

1) 개요

(1) 우리나라의 대표적인 역사 관광도시, 부여

- 부여는 백제 26대 성왕이 국가 중흥의 원대한 뜻을 품고 산수가 수려하며 생활여건이 풍요로운 사비(부여)로 도읍을 옮긴 후 123년간 국력신장과 활발한 외교활동을 펼쳐 고대 문화를 꽃피웠고 충효, 절의, 개척정신을 뿌린 내린 우리나라의 대표적인 역사관광도시임
- 부여는 1400여년 전 백제가 가장 융성했던 123년 동안의 왕도로서 찬란한 문화의 꽃을 피웠던 아름다운 문화 예술의 본고장이며, 유유히 흐르는 백마강과 소박 장중한 정림사지 오층석탑 등 국보 5점을 비롯한 179점의 문화재가 존재하는 사적관광지이자 산 교육장임

(2) 아름다운 금강과 높아지는 광역접근성

- 부여군의 전체면적은 624.67km²로 행정구역상 1읍 15면으로 편제되어 있으며, 현재(2009년 12월 기준) 76,295명이 생활하고 있음
- 부여군은 충청남도 서남부에 위치하여 북쪽으로는 청양, 공주, 동쪽에는 논산, 서쪽 보령, 남쪽 서천 등을 접하고 있으며, 금강을 사이로 전라북도 익산시와 경계를 이루고 있음
- 부여읍을 중심으로 서울 180km, 천안 78km, 대전 60km 등에 위치하여 대도시권에서 1~2.5시간 거리에 위치함
- 해안고속도로, 천안-논산간 고속도로 등의 개통과 공주-서천간 고속도로 건설로 수도권 및 주변광역도시권과의 접근성이 지속적으로 개선되고 있음



■ 부여의 주요 교통망

2) 인구

- 2009년 현재 부여군 인구는 76,295명(남 38,144명, 여 38,151명)이고, 인구밀도는 122.1명/km² 이며, 세대수는 31,590세대로서 세대 당 인구는 2.41명임
- 1999년의 31,473세대(인구 95,213명)와 2009년 31,590세대(인구 76,295명)를 비교할 때 세대수는 비슷하나 인구차이가 큰 것으로 나타나 급속한 핵가족화가 진행되고 있음
- 특히, 부여군의 노령화 지수는 2009년 기준 198.13 으로 매년 큰 폭의 증가율을 보이고 있으며, 이미 초고령 사회로 진입하였음을 나타냄

■ 읍·면별 세대 및 인구(2009년)

구 분	세대수	인 구 수			인구 밀도 (명/km ²)	세대당 인 구
		남	여	계		
계	31,590	38,144	38,151	76,295	122.1	2.39
부여읍	9,492	12,377	12,455	24,382	421.8	2.60
규암면	4,286	5,563	5,394	10,957	235.2	2.53
은산면	1,847	2,249	2,305	4,554	65.6	2.44
외산면	1,253	1,437	1,447	2,884	51.5	2.29
내산면	827	937	943	1,880	46.5	2.26
구룡면	1,219	1,355	1,417	2,772	126.8	2.26
홍산면	1,536	1,765	1,812	3,557	149.7	2.30
옥산면	798	799	870	1,669	65.7	2.08
남 면	1,047	1,058	1,179	2,237	106.6	2.13
충화면	664	696	714	1,410	38.0	2.11
양화면	1,032	1,030	1,090	2,120	64.7	2.04
임천면	1,651	1,739	1,752	3,491	80.9	2.09
장암면	1,429	1,712	1,594	3,306	69.3	2.25
세도면	1,839	2,083	2,007	4,090	97.6	2.20
석성면	1,471	1,939	1,784	3,723	121.8	2.47
초촌면	1,199	1,405	1,388	2,793	99.8	2.29

3) 산업

(1) 3차 산업이 전체 산업의 70%

- 부여군의 1차 산업의 종사자수는 2008년 현재 563명으로 점차 감소함
- 2차 산업 종사자수는 연평균 3.78% 증가하고, 3차 산업은 증감을 반복하나 전체산업의 80% 정도를 차지함

■ 연도별 사업체 및 종사자수

(단위: 개소, 명)

구 분	1차산업		2차산업		3차산업	
	사업체수	종사자수	사업체수	종사자수	사업체수	종사자수
2001	41	97	650	4,490	4,786	13,250
2002	69	1,011	679	4,906	4,695	13,878
2003	66	948	655	4,775	4,546	13,514
2004	58	700	609	4,906	4,337	13,063
2005	53	390	587	4,481	4,197	12,372
2006	43	377	574	4,358	4,108	12,207
2007	48	561	578	4,566	4,059	12,176
2008	46	563	574	5,210	4,079	12,920

자료 : 부여군 통계연보, 2010.

■ 부여군 산업별 사업체수 및 종사자수

(단위 : 명, %)

	2007년				2009년				연평균 증가율	
	사업체수		종사자수		사업체수		종사자수		사업 체수	종사 자수
	개	(%)	개	(%)	개	(%)	개	(%)		
부여군	4,685	100	17,313	100	4,699	100	18,581	100	0.15	3.60
A.농업, 임업 및 어업	41	0.88	468	2.70	34	0.72	339	1.82	-8.94	-14.89
B.광업	7	0.15	93	0.54	7	0.15	90	0.48	0.00	-1.63
C.제조업	423	9.03	3,307	19.10	415	8.83	3,562	19.17	-0.95	3.78
D.전기, 가스, 증기 및 수도사업	4	0.09	75	0.43	3	0.06	75	0.40	-13.40	0.00
E.하수·폐기물 처리, 원 료재생 및 환경복원업	9	0.19	77	0.44	10	0.21	112	0.60	5.41	20.60
F.건설업	143	3.05	1,091	6.30	140	2.98	1,373	7.39	-1.05	12.18
G.도매 및 소매업	1,287	27.47	2,581	14.91	1,296	27.58	2,726	14.67	0.35	2.77
H.운수업	468	9.99	806	4.66	466	9.92	701	3.77	-0.21	-6.74
I.숙박 및 음식점업	946	20.19	1,924	11.11	952	20.26	2,046	11.01	0.32	3.12
J.출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업	24	0.51	159	0.92	24	0.51	145	0.78	0.00	-4.50
K.금융 및 보험업	58	1.24	574	3.32	57	1.21	536	2.88	-0.87	-3.37
L.부동산업 및 임대업	43	0.92	117	0.68	47	1.00	113	0.61	4.55	-1.72
M.전문, 과학 및 기술 서비스업	45	0.96	244	1.41	43	0.92	139	0.75	-2.25	-24.52
N.사업시설관리 및 사 업지원 서비스업	29	0.62	94	0.54	47	1.00	309	1.66	27.31	81.31
O.공공행정, 국방 및 사 회보장 행정	56	1.20	1,387	8.01	54	1.15	1,578	8.49	-1.80	6.66
P.교육 서비스업	200	4.27	1,626	9.39	190	4.04	1,684	9.06	-2.53	1.77
Q.보건업 및 사회복지 서비스업	134	2.86	1,256	7.25	147	3.13	1,343	7.23	4.74	3.41
R.예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스업	87	1.86	318	1.84	87	1.85	494	2.66	0.00	24.64
S.협회·단체,수리 및 기타 개인 서비스업	681	14.54	1,116	6.45	680	14.47	1,216	6.54	-0.07	4.38

자료 : KOSIS 국가통계포털 「전국사업체조사」 원자료

- 부여군 사업체 변화를 살펴보면 부여군은 연평균 2.17% 감소하고 있으며, 이는 부여군 전체의 2.43%보다 낮은 감소율을 보이고 있음

- 사업체 수의 감소율이 높은 지역은 남면 6.17%, 옥산면 4.43%, 세도면 4.05%의 순으로 나타났다

■ 부여 및 도심의 사업체변화

구분	2000년	2005년	2009년	증감률(%)
전체	5,861	4,837	4,699	-2.43
부여읍	2,830	2,402	2,323	-2.17
규암면	523	460	481	-0.93
은산면	287	217	207	-3.57
외산면	232	177	200	-1.64
내산면	75	60	66	-1.41
구룡면	171	146	130	-3.00
홍산면	442	349	325	-3.36
옥산면	76	49	51	-4.34
남 면	110	69	62	-6.17
충화면	63	51	50	-2.54
양화면	130	112	110	-1.84
임천면	252	207	185	-3.38
장암면	126	109	108	-1.70
세도면	193	134	133	-4.05
석성면	221	182	161	-3.46
초촌면	130	113	107	-2.14

자료 : 부여군 통계연보, 2010.

4) 관광

(1) 관광객 및 관광기반 현황

- 부여는 풍부한 역사문화 유적이 있어 관광자원의 기초적인 여건이 조성되어 있으며, 백제문화단지, 백제의 집 건립 등 다각적인 관광 진흥을 위한 사업이 활발함에 따라 관광객이 크게 증가할 것으로 예상됨
- 부여의 관광객은 2010년 7,507,500명이며, 내국인 관광객과 외국인 관광객이 꾸준히 증가하고 있으며, 2009년 대비 총 관광객이 56.9% 증가함.

■ 부여군 관광객 현황

구분		2007	2008	2009	2010
유료관광지	내국인	1,605,201	1,631,294	1,545,808	2,267,112
	외국인	23,957	26,299	101,162	115,877
무료관광지	미구분	2,645,771	2,954,609	3,135,259	5,124,511
합계		4,274,929	4,612,202	4,782,229	7,507,500

자료 : 부여군, 부여군 통계연보, 각년도. 부여군 내부자료

- 기존의 문화유적 관광지(부소산성, 정림사지 등)는 지속적으로 감소추세에 있음을 알 수 있으며, 특히 외국인 관광객이 전체적으로 감소하고 있어 이에 대한 방안이 필요함
- 서동연꽃축제 개최장소인 궁남지의 관광객이 46.7% 증가하였으며 그 밖에 구드래 관광지와 국립부여박물관이 증가하였음
- 또한 새로운 관광지로 개발된 서동요 오픈세트장과 백제역사재현단지의 백제역사문화관에도 많은 관광객이 찾고 있음
- 특히, 2010년 개장한 백제문화단지에 내국인과 외국인 모두 많은 수의 관광객이 방문하여 관광객을 유치하는데 기여함

■ 부여 주요 관광지 방문객 현황(2010년)

구분	합계	부소산성	정림사지 박물관	능산리고분군	박물관	무량사	만수산 자연휴양림	구드래 국민관광지	궁남지	성흥산성	서동요 촬영지	백제문화단지	백제역사문화관
명	7,507,500	672,329	208,536	136,802	425,665	132,584	25,583	1,924,656	1,450,952	74,362	25,428	1,952,799	477,804

자료 : 부여군 내부자료, 2011.

(2) 역사문화 관광자산 현황

- 백제 제26대 성왕이 웅진에서 이곳으로 도읍을 정하고 남부여라 하여 제 31대 의자왕 때 패망하기까지 123년간 백제의 왕도로서 유지됨

- 백제불교가 크게 진흥하여 일본까지 불경(佛經)·불구(佛具)·불상(佛像) 등을 통해 불교를 전하였고, 이와 함께 백제건축문화가 일본에 전해짐
- 부소산성, 정림사지, 궁남지 등을 포함한 본 지역은 백제의 고도로서 찬란한 민족문화유산이 다수 산재
- 부여군에는 국가지정문화재 50건, 등록문화재 3건, 도지정문화재 56건, 문화재자료 41건 등 향토유적을 제외하고 총 150건의 풍부한 역사·문화유산이 있으며 백제시대의 문화재가 대다수를 차지함

■ 부여군 문화재 현황

국 가 지 정 문 화 재								등록 문화재	도 지 정 문 화 재				문화재 자료	계
국 보	보 물	사 적	사적 명승	천연 기념물	무형 문화재	중요민 속자료	중요무형 문화재		유형 문화재	무형 문화재	시도 기념물	민속 자료		
4	17	21	1	1	1	5	1	3	25	5	26	-	41	150

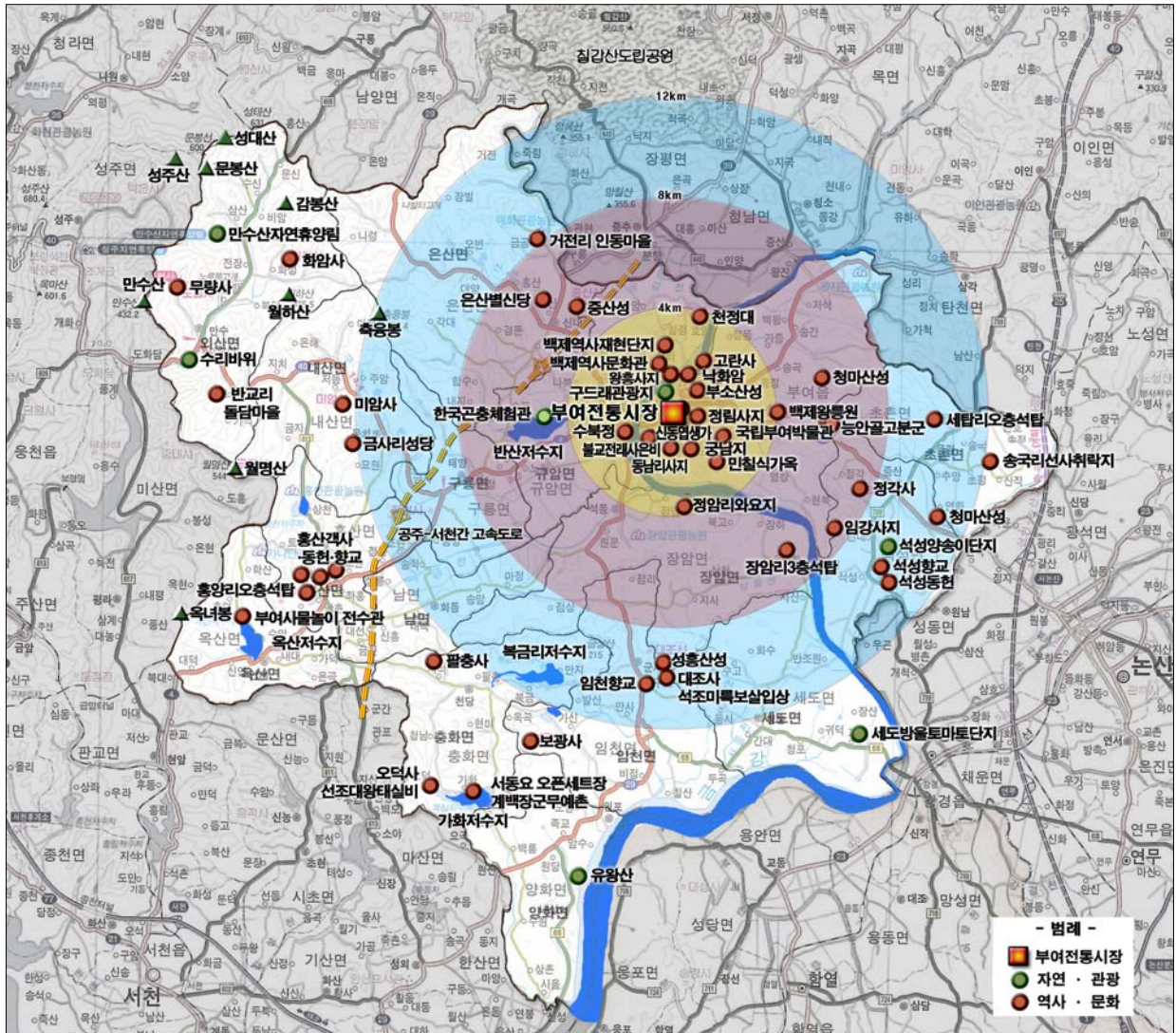
자료 : 부여군, 부여군 통계연보, 각년도

- 주요 역사문화 자산으로는 부소산성, 정림사지 및 정림사지박물관, 궁남지 및 백제오천결사대충혼탑(서동공원), 백제 왕릉원, 송국리 선사취락지, 낙화암, 고란사, 무량사, 흥산성 등이 있음

■ 주요 역사문화 자산 현황

구분	위치	면적(㎡)	주요 시설	비고
부소산성	부여읍 쌍북리	874,492	삼층사, 영일루, 군창지, 궁녀사, 사자루, 백화정, 고란사, 주차장 등 편의시설	사적 제5호
정림사지	부여읍 동남리	59,179	중문, 오층석탑, 연지, 금당, 강당, 주차장 등 편의시설	사적 제301호
궁남지	부여읍 동남리	211,735	포룡정, 인접 군수리 사지, 주차장 등 편의시설	사적 제135호
백제왕릉원	부여읍 능산리	365,992	고분7기, 모형전시관 및 미정비 고분8기, 주차장 등	백제사적 제14호
고란사	부여읍 쌍북리		고란약수, 대웅전, 요사채, 범종각	고려추정
무량사	외산면 만수산		극락전, 5층석탑, 석등, 당간지주, 김시습부도 등	추정
성흥산성	임천면 군사리		산성, 유검필장군사당, 팔각정, 우물터, 느티나무 등	백제

■ 부여군 관광자원 현황



- 그리고 부여군에는 새로운 볼거리와 기존 역사문화 자산을 활용한 대규모 관광지 조성사업이 꾸준히 추진되고 있음
- 백제역사재현단지는 1994년부터 충청남도과 문화관광부가 부소산과 낙화암 맞은편 백마강변에 백제의 역사와 문화를 재현하기 위해 조성하고 있는 시설이며, 총 100만평 규모로 진행되고 있음

- 부여군 지정관광지인 구드래 관광지는 백제문화제 등 각종 행사장소로 활용되고 있으며, 백마강 나루터가 있어 유람선을 이용할 수 있음
- 만수산자연휴양림은 차령산맥 끝 부분 만수산(해발 575m) 아래에 자리하고 산세가 연꽃처럼 여덟 계곡으로 형성되어 노송과 활엽수 천연림이 자연의 조화를 이뤄 각종 야생조수가 서식하는 휴양림임
 - 만수산자연휴양림에는 통나무집 숙박, 야외수영장, 야영, 등산, 레크리에이션, 운동 등을 위한 시설 구비

■ 주요 관광지

구분	위치	면적(㎡)	시설	비고
백제역사 재현단지	규암면 합정리	3,305,800	개국촌 · 왕궁촌 · 전통민속촌 · 군사통신촌 · 장제묘지 촌 · 산업교역촌 · 풍속종교촌	2010년 완공
구드래 관광지	부여읍 구교리	148,515	도로 및 광장, 주차장, 관리사무소, 화장실, 전망대, 분 수대, 선착장, 파고라, 민속공연마당, 열린문화마당, 자 연녹지 등	
서동요 세트장	충화면 가화리	33,058	귀족집, 왕궁마을, 망루, 태학사, 공방, 하늘재마을, 목 탑, 신라왕궁, 정화정, 왕비처소, 정자, 후궁처소, 왕궁 회랑, 백제왕궁 및 기념품 판매부스, 간이화장실, 주차 장, 식수대, 자판기, 차량형 이동식 스크린, 컨테이너 형 편의점, 탈의실 및 대기실	세트제작 지원비50억, 기반시설 10억 투자
만수산 자연휴양림	외산면	1,300,000	황토방, 합숙소, 복합산막, 숲속의 집, 주차장, 전망대, 취사장, 체력단련장, 어린이놀이터, 수영장, 야외교실, 등산로, 기타휴식시설 등	1991년 개장

2. 부여 도심 현황 : 인구 및 사업체 특성 분석

- 최근 10년 정도 부여군의 인구가 감소하는 가운데, 도심이라 할 수 있는 부여읍의 인구도 감소하고 있음. 그러나 면지역의 인구보다 부여읍의 인구감소폭이 적어 중심성은 어느 정도 유지되고 있는 것으로 판단됨

■ 부여 및 도심의 인구변화

구분	2000년	2005년	2009년	증감률(%)
전체	92,842	81,430	76,295	-2.16
부여읍 (도심)	29,234	26,393	24,832	-1.80

자료 : 부여군 통계연보, 각 년도.

- 최근 10년 동안 부여군의 사업체는 2.43% 감소하고 있으며, 도심이라 할 수 있는 부여읍의 사업체도 2.17% 감소하고 있음

■ 부여 및 도심의 사업체변화

구분	2000년	2005년	2009년	증감률(%)
전체	5,861	4,837	4,699	-2.43
부여읍 (도심)	2,830	2,402	2,323	-2.17

자료 : 사업체조사보고서, 각 년도.

- 사업체 감소와 마찬가지로 최근 10년 정도 부여군의 종사자가 감소하는 가운데, 도심이라 할 수 있는 부여읍의 종사자도 감소하고 있음
- 부여군 종사자수는 2.47% 감소하였으며, 부여읍의 감소비율인 2.17% 보다 크게 나타났음

■ 부여 및 도심의 종사자변화

구분	2000년	2005년	2009년	증감률
전체	19,792	11,243	18,581	-0.70
부여읍 (도심)	10,489	8,492	8,372	-2.47

자료 : 사업체조사보고서, 각 년도.

- 부여군의 사업체 중 도심인 부여읍이 차지하는 비중을 보면 전체 업종의 절반 정도이며, 특히 도소매업은 56.3%, 음식숙박업은 53.2%가 집중되어 있음

■ 부여 도심의 업종 집중도(도소매와 음식숙박업) 현황(2009년)

구분	전업종		도소매업		음식숙박업	
	사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중
전체	4,699	100.0	1,296	100.0	952	100.0
부여읍 (도심)	2,323	49.4	730	56.3	506	53.2

- 농촌 및 관광도시의 성격이 강한 부여군의 경우 사업체 밀도는 매우 낮으며, 그나마 부여읍만 상대적으로 높은 밀도를 유지하고 있음

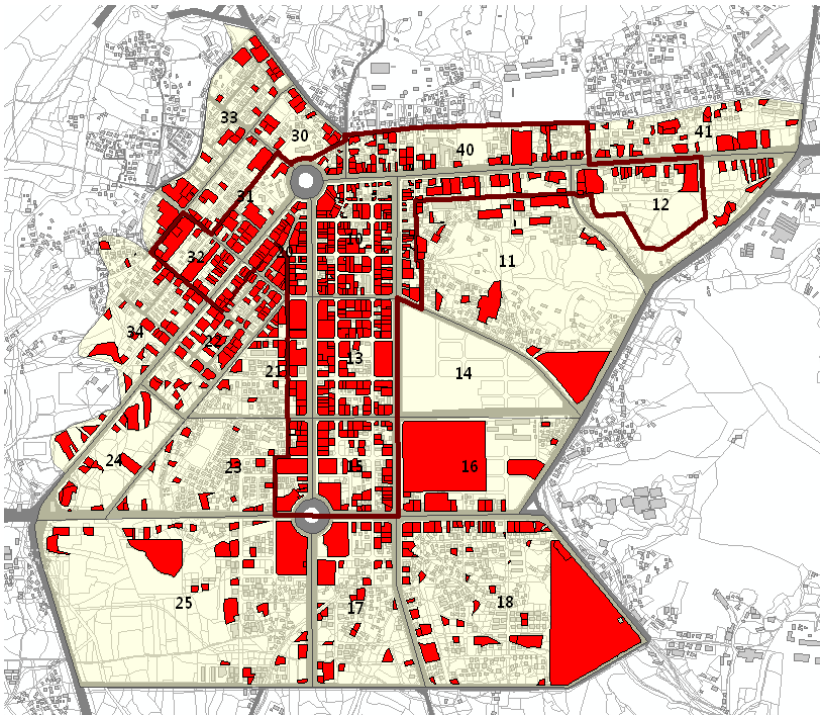
■ 부여 및 도심의 인구 및 사업체 특성(2009년)

구분	종사자대비 사업체비	종사자대비 인구비	사업체밀도 (사업체/ha)	상권적합 업종비
전체	4.21	0.15	0.0753	0.0581
부여읍 (도심)	4.52	0.31	1.0434	0.8565

3. 도심상권 특성 분석

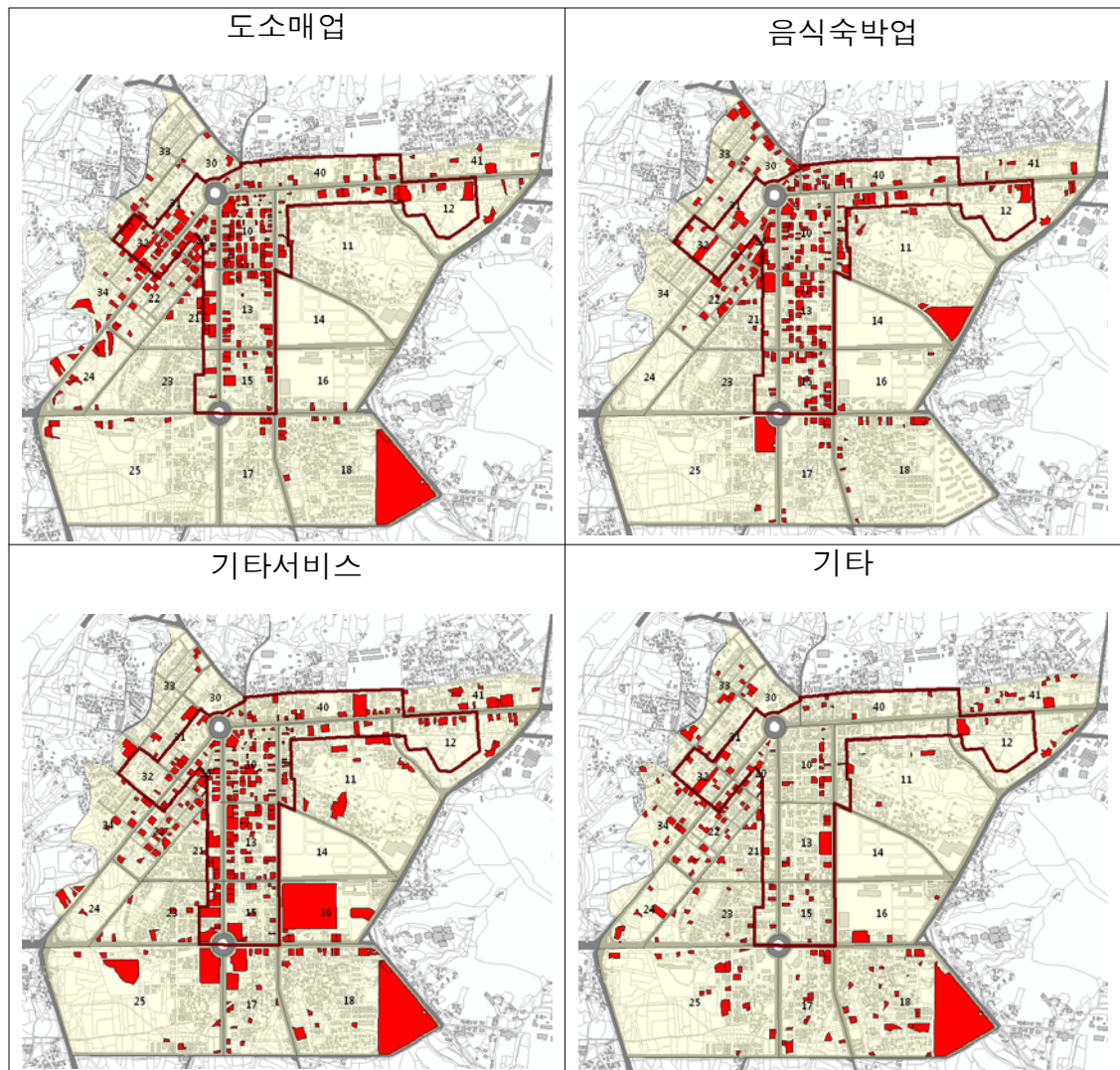
1) 업종분포 특성

○ 부여읍 중 시가지화 된 지역을 도심으로 설정하여, 업종별 점포분포를 보면 다음과 같음

구분	기타	도소매업	음식숙박업	기타서비스	전체
총점포수	250	500	381	461	1592
사업체 분포도					

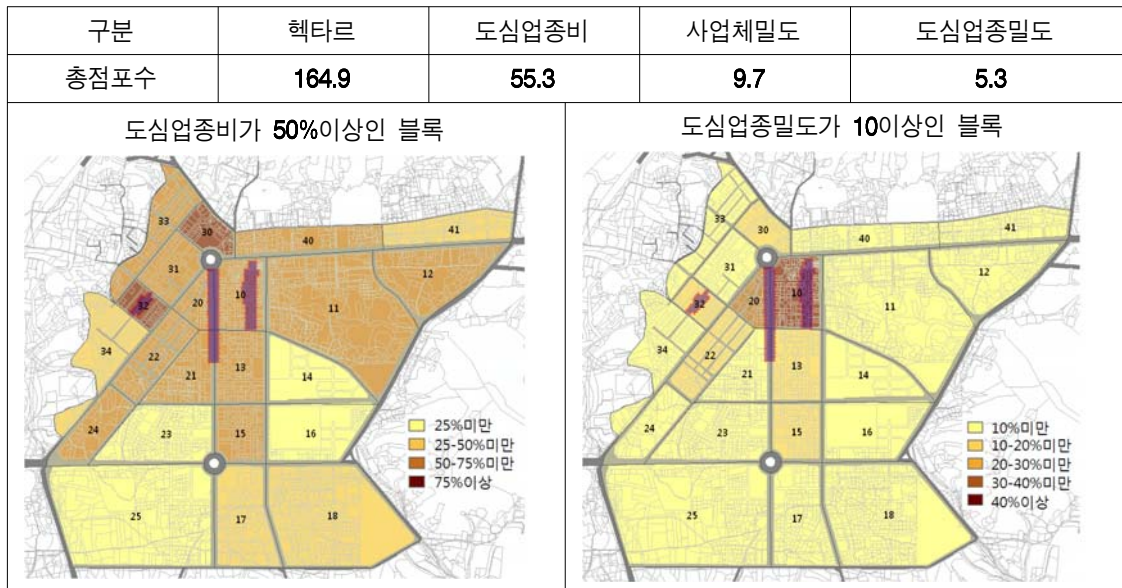
■ 도심 블록별·업종별 사업체 수

- 업종별 분포를 보면 대표적인 도심 및 상권업종인 도소매업과 음식숙박업이 오거리를 중심으로 강하게 집중된 반면 외곽을 중심으로 1차, 2차 산업 관련 비 도심 업종이 분포하고 있음



■ 도심 블록별·업종별 사업체 분포

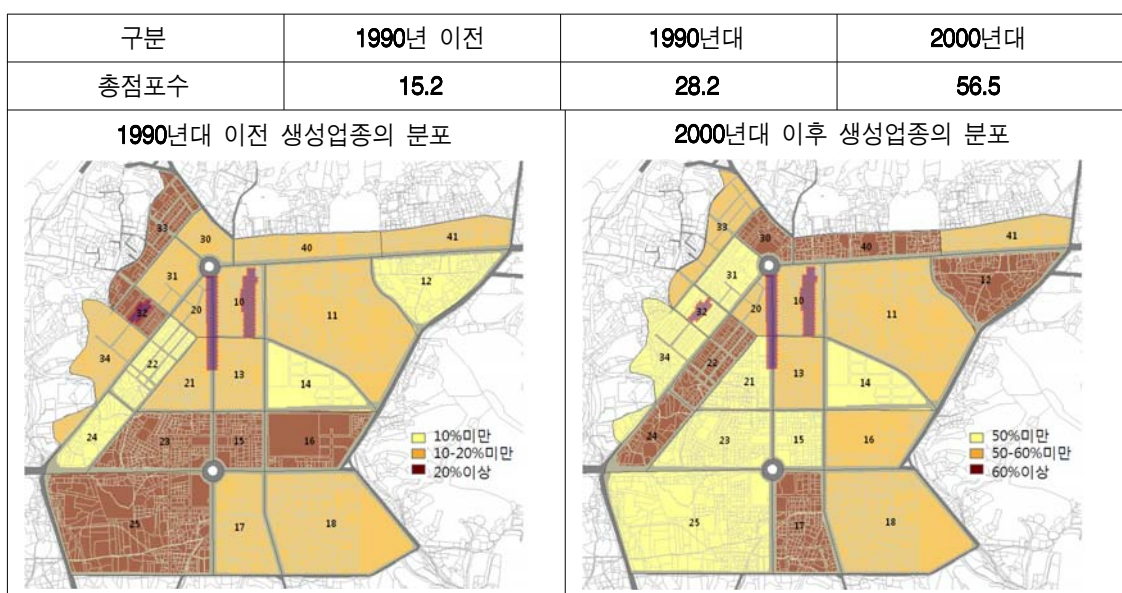
- 북쪽의 오거리를 중심으로 도심업종이 많이 분포되어 있으며, 밀도도 높은 것으로 나타남



■ 도심 블록별 사업체밀도

2) 업종의 변화(생성 기준) 특성

- 부여군의 역사만큼 도심에도 30년 이상 영업하고 있는 업종이 많은 비중을 차지하고 있으며, 소매 및 서비스업의 특성을 잘 반영하듯 2000년 이후 개설된 점포 전체의 절반이상을 차지하고 있음



■ 도심 블록별 사업체 생성연도

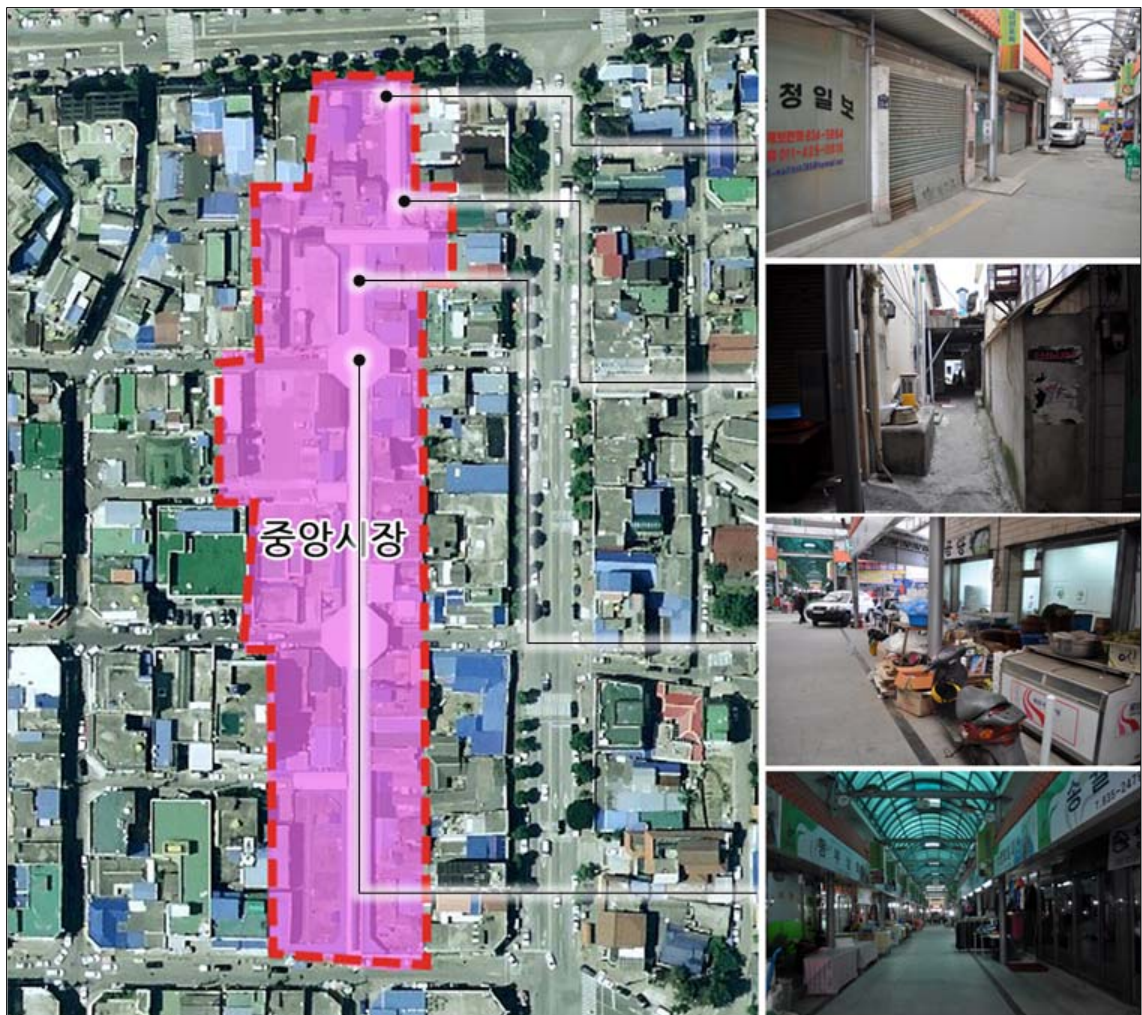
3) 상권활성화구역 내 주요지역 특성분석

- 부여시장은 재개발하여 현대화된 시설과 환경을 갖추
- 시설은 현대화 되었으나 전통시장의 색깔을 잃어버림
- 방문객의 부재로 인한 미 입점 점포가 남아 있으며, 건축물의 동선이 끊어져 있어 점포로 활용되지 못하고 창고 등으로 쓰이고 있음
- 대로변에 위치하지 못하고 있어 눈에 띄지 않는 단점과 더불어 단체방문객의 버스 등이 좁은 도로여건으로 접근이 어려움



■ 상권활성화구역 현황(부여전통시장)

- 중앙시장은 부여시장에 비하여 전통시장의 시설현대화가 일찍이 이루어져 쾌적한 환경과 시장의 형태를 비교적 잘 갖추고 있음
- 중앙시장의 중심부는 많은 점포가 영업 중이지만, 일부 점포는 문을 닫거나 창고로 쓰이고 있어 시장의 일부분은 영업을 하지 않는 상태임
- 각각의 점포는 잘 정비 되어 있지만 시장 사이사이 골목은 관리가 이루어지지 않아 정비가 필요함



■ 상권활성화구역 현황(중앙시장)

- 터미널 등이 위치한 상점가는 가전, 패스트푸드 등 점포들이 입지하고 있으며, 간판정비가 이루어져 비교적 깔끔한 외관을 유지하고 있음
- 노점은 거의 없으나 미관을 해치는 물건 등이 잔존하고 있음
- 대로변의 상점가는 달리 안쪽으로 이어지는 상점가는 전혀 정비가 되어 있지 않음
- 노후화 된 건물이 있으나 전면을 개보수한 건물도 있으며, 대부분의 신축 및 대형건물이 이 상점가에 입지하고 있음



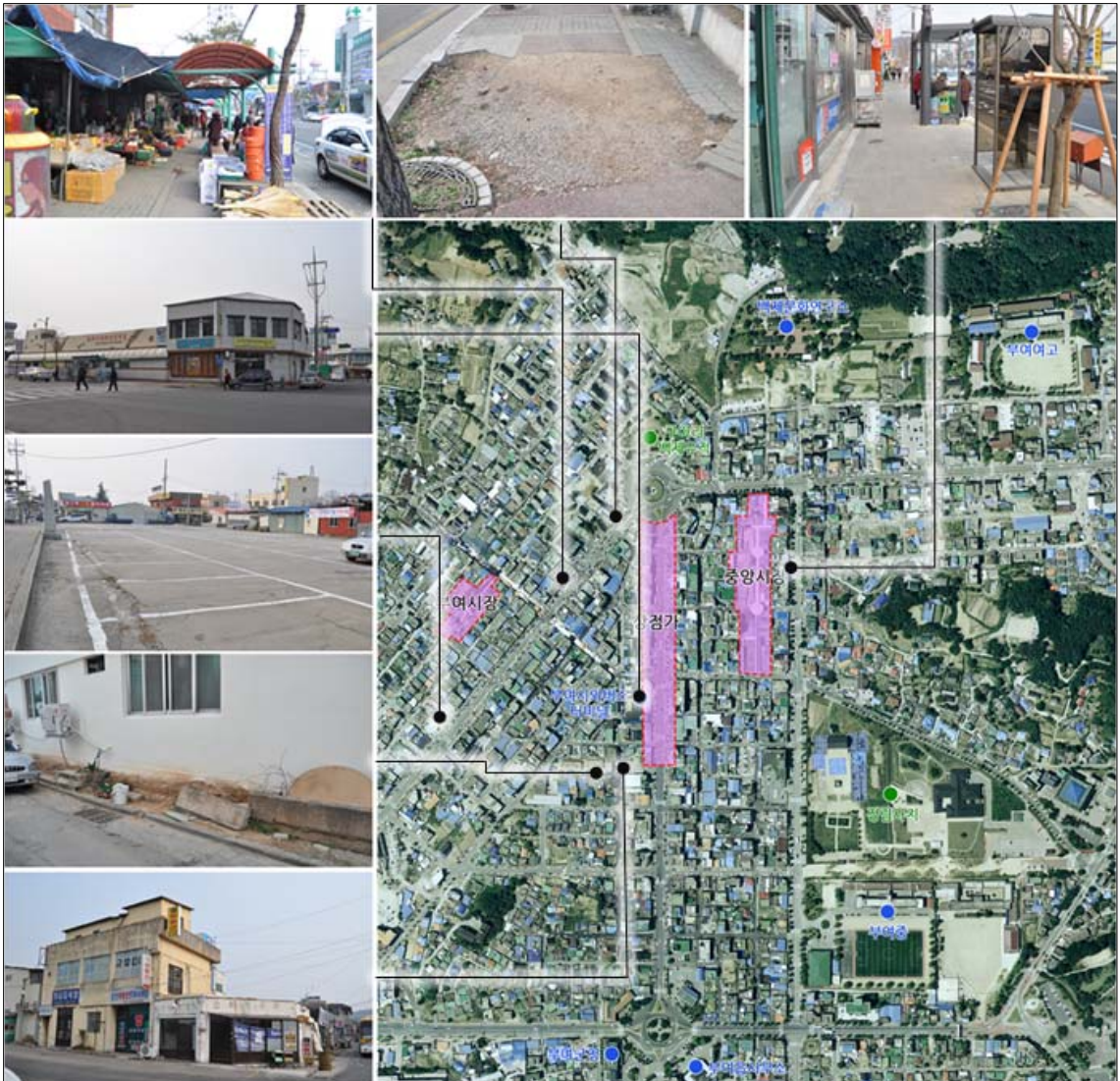
■ 상권활성화구역 현황(상점가)

- 상점가와 중앙시장 사이의 상업지역은 상점이 가장 발달해 있는 지역으로 의복 및 잡화 등의 상점이 가장 밀집하고 있음. 하지만 정비가 전혀 이루어지지 않아 점포에서 내놓은 노점과 간판, 불법주차, 전봇대 등으로 매우 혼잡함
- 부여시장과 상점가 사이의 상업지역은 부여시장을 주변으로 하여 대로변으로 상점과 노점이 발달하여 있으나 시설이 낙후되어 있으며, 인도를 점거하고 있어 미관을 해치는 요소임
- 부여시장 주변 일부 점포는 매우 낙후되어 있거나, 문을 닫은 상점이 많음



■ 상권활성화구역 현황(주변지역)

- 상점가를 제외한 주변지역에는 노후화된 건물이 매우 많으며, 가로환경 또한 정비가 이루어지지 않음
- 대규모의 주차장이 조성되어 있으나 거의 사용하지 않고 대로변 및 골목에 무분별하게 주차를 하고 있음
- 공공시설물 정비가 이루어진 공간은 깨끗한 환경을 유지하고 있으나, 그러지 못한 곳은 점포의 노점공간으로 활용되어 매우 혼잡함
- 자동차도로의 여건은 좋은 편이나, 보행자도로의 통일성이 결여되어 있을 뿐만 아니라 관리상태 또한 매우 열악함



■ 상권활성화구역 현황(주요시설 및 공간)

4. 상인의식 분석

1) 조사개요

- 부여 도심상권의 실태와 활성화 방향을 설정하기 위해 2012년 3월 12일부터 31일까지 부여 도심상권에서 활동하고 있는 상인회와 소상공인협회 회원 170개 점포를 대상으로 의식조사를 실시함
- 설문응답자의 대부분(95.1%)이 자기점포를 갖고 있었으며, 연령은 40대에서 60대가 대부분을 차지하고 있음

■ 응답자의 위치

구 분	빈도	비중(%)
주인	155	95.1
종업원	8	4.9
합계	163	100.0

■ 점포주의 연령대

구 분	빈도	비중
20대	6	3.6
30대	24	14.4
40대	39	23.4
50대	54	32.3
60대	35	21.0
70대 이상	9	5.4
합계	167	100.0

- 응답자의 62.7%가 임대하여 점포를 운영하고 있으며, 종사자수는 1인이 27.1%로 절반이상을 차지함

■ 점포의 소유형태

구 분	빈도	비중
자기 점포	62	37.3
임대 점포	104	62.7
합계	166	100.0

■ 점포 당 종사자수

구 분	빈도	비중(%)
1인	92	57.1
2인	38	23.6
3인	17	10.6
4인	5	3.1
5인 이상	4	5.5
합계	161	100.0

- 점포면적은 절반이상이 10평 이하의 소규모 점포를 운영하고 있으며, 영업시간은 대부분 8시간 이상 영업하는 것으로 나타남

■ 점포의 면적

구 분	빈도	비중(%)
10평 이하	91	56.2
10 - 20평	36	22.2
20 - 30평	13	8.0
30 - 40평	22	13.6
합계	162	100.0

■ 점포의 영업시간

구 분	빈도	비중(%)
8시간 이하	6	5.4
8 - 12	42	73.1
12시간 초과	19	21.6
전체	167	100.0

2) 상권변화에 대한 인식

- 상권 내 점포를 이용하는 고객의 연령은 40~50대가 가장 많았으며, 관광도시 부여임에도 전체고객 중 외지인(관광객)이 차지하는 비중은 대부분 10%도 되지 않는 것으로 나타남

■ 고객의 주요 연령층

구 분	빈도	비중(%)
10대	3	1.8
20대	11	6.6
30대	25	15.1
40대	37	22.3
50대	59	35.5
60대	26	15.7
70대	5	3.0
합계	166	100.0

■ 고객 중 외지인(관광객) 비중

구 분	빈도	비중(%)
10% 이하	135	88.2
10-50%	12	8.3
50% 이상	6	3.5
합계	153	100.0

- 상권의 변화, 즉 침체와 쇠퇴 정도를 조사한 결과 고객수와 매출액이 과거(2년 전)에 비해 대부분 감소하고 있으며, 향후 2년 후에도 이러한 추세가 계속 될 것이라고 생각하고 있어, 상권의 침체정도를 짐작할 수 있음

■ 상권의 변화(침체와 쇠퇴)

구 분	과거 비교 고객수 변화	과거 비교 매출액 변화	향후 매출액 예상
감소	68.9	72.1	68.5
비슷	24.4	19.4	20.2
증가	6.7	8.5	11.3
합계	100.0	100.0	100.0

- 이처럼 상권이 침체하고, 점포 이용 고객과 매출액이 감소하는 주요이유로는 많은 사람들이 경기침체, 정부의 관심부족, 대형마트와 SSM의 영향의 순으로 나타났음

■ 매출액 감소의 주요 이유

구 분	빈도	비중(%)
경기침체	59	36.9
시설노후	3	1.9
대형마트,SSM때문	27	16.9
상인 자발적 노력 부족	6	3.8
편의시설 부족	11	6.9
정부관심부족	40	25.0
주차장, 교통문제	14	8.8
합계	160	100.0

- 이러한 어려운 여건 속에서 향후 점포의 경영 변화에 대해 질문한 결과 현재 상태로 계속 영업하고자 하는 상인이 68.6%가 가장 많았으며, 점포를 폐지하고자 원하는 사람도 15%로 상당부분 차지하고 있음

■ 향후 점포 경영의 변경 계획

구 분	빈도	비중(%)
현재 상태로 계속 영업	105	68.6
타 점포(업종)으로 변경	12	7.8
점포 폐지	23	15.0
점포 축소	4	2.6
점포 확장	9	5.9
합계	153	100.0

3) 상권의 문제점

- 상권을 어렵게 하는 내부요인으로서는 부여의 지속적인 인구감소를 들고 있으며, 그밖에 문화재로 인해 개발행위가 어렵고, 관광도시 부여임에도 특색 있는 지역자산이 부족하기 때문이라고 생각하고 있음

■ 상권을 어렵게 하는 내부요인

구 분	빈도	비중
상인들의 관심 및 참여부족	58	12.4
지속적인 인구 유출	108	23.1
전통시장 및 상권의 쇠퇴	65	13.9
특색 있는 자원의 부족	74	15.8
문화재로 인한 개발 제한	80	17.1
도심의 물리적 노후화	39	8.3
대중교통 접근성의 불편	41	8.8
기타	3	0.6
합계	468	100.0

- 상권을 어렵게 하는 외부요인으로서는 대형마트 및 대도시의 즉각적인 소비행태의 변화, 인터넷 등 소비구조의 패턴 변화와 외부 관광객 유입의 부족 때문인 것이라 생각하고 있음

■ 상권을 어렵게 하는 외부요인

구 분	빈도	비중(%)
대형마트 및 대도시 의존적인 소비행태	96	20.7
소비구조의 패턴 변화(인터넷 등)	91	19.7
민간 부문의 저조한 투자	40	8.6
외부로부터 방문객 유입 부족	96	20.7
대도시권 수도권과의 접근성	32	6.9
인접도시의 활성화된 상권	54	11.7
백제역사문화단지와의 접근성 어려움	53	11.4
기타	1	0.2
합계	463	100.0

- 이러한 상권을 어렵게 하는 내부요인과 외부요인 중에서 내부요인이 더 크게 작용하고 있는 것으로 생각하고 있음

■ 상권을 어렵게 하는 요인

구 분	빈도	비중(%)
내부요인	102	63.0
외부요인	60	37.0
합계	162	100.0

4) 상권활성화의 방향

- 이러한 어려운 여건 속에서 부여 도심상권을 활성화하기 위해 어떤 노력을, 어떤 방향으로 추진하여야 하는가에 대해 조사한 결과 우선 상권활성화구역 지정이 필요하다고 생각하는 사람이 대부분(88.6%)임

■ 상권활성화구역 지정의 필요성

구 분	빈도	비율(%)
매우 많이 필요	60	40.3
필요	72	48.3
필요 없음	13	8.7
전혀 필요 없음	4	2.7
합계	149	100.0

- 한편, 상권활성화를 위해 추진되는 사업은 부여군민과 관광객을 모두 고려하여야 한다고 생각하고 있음
 - 이에, 이러한 점을 고려하여 향후 도심상권 활성화를 위한 사업 추진에 있어서는 상인과 주민은 물론 관광객을 흡입할 수 있는 사업이 요구된다고 판단됨

■ 상권활성화사업의 주요 타겟

구 분	빈도	비중
부여군민	86	58.1
관광객	62	41.9
합계	148	100.0

- 상권활성화 관련 사업 추진에 있어서는 우선 고객과 관광객을 흡입할 수 있는 다양한 프로그램 속에서 상인과 지역민이 참여하고, 주도적으로 추진할 수 있는 상권 만들기가 필요하다고 생각하고 있음
 - 도심상권의 대표적인 공간이 부여전통시장과 중앙시장을 연결하는 아이템 개발이 필요한 것으로 생각하고 있음

■ 상권활성화사업 추진의 주요 방향

구 분	비중	빈도(%)
부여전통시장과 중앙시장의 연결	33	20.6
지역자산을 활용한 특성있는 공간 조성	20	12.5
상인과 지역민이 참여하고 주도하는 상권만들기	41	25.6
다양한 프로그램 도입	66	41.3
합계	160	100.0

- 한편, 상권활성화를 위해서는 부여군이 가장 주도적인 역할을 담당해야 한다고 생각하고 있으며, 이어 상인과 상인회의 자발적인 노력도 중요하다고 생각하고 있음

■ 상권활성화를 위해 주도적인 역할 주체

구 분	빈도	비중(%)
국가	18	11.0
부여군	78	47.6
지역주민	19	11.6
상인 및 상인회	46	28.0
시민단체 등	3	1.8
합계	164	100.0

- 상권활성화를 위해서는 상인과 상인회의 참여 및 활성화가 중요함. 이에 현재 상인회 조직의 활성화 정도를 분석한 결과 활성화 되어 있다고 생각하는 사람이 13.3%인 반면, 활성화 되지 않고 있다 라고 응답한 사람이 42%로 나타남

■ 상인회의 활성화 정도

구 분	비중	빈도(%)
매우 활성화 됨	3	2.1
활성화 됨	16	11.2
보통	64	44.8
활성화되지 않음	47	32.9
전혀 활성화되지 않음	13	9.1
합계	143	100.0

- 상권활성화를 위해서 추진되는 다양한 사업에 대한 참여 의향을 조사한 결과 44%의 상인이 적극 참여하겠다고 답하고 있으며, 참여하겠다는 상인까지 포함하면 95.6%로 자발적 참여의사가 매우 높은 것으로 나타남

■ 상권활성화사업 추진 시 참여 의향

구 분	빈도	비중(%)
적극 참여	70	44.0
참여	82	51.6
참여 하지 않음	4	2.5
전혀 관심없음	3	1.9
합계	159	100.0

- 상권활성화를 위해 부여군의 인구증가가 가장 필요하다고 생각하고 있으며, 이어 매력 있는 공간 창출을 통한 방문객 유인, 교통의 접근성 향상 등이 필요하다고 생각하고 있음

■ 상권활성화를 위해 중요하다고 생각하는 점

구 분	매우 중요	중요	보통	중요하지 않음	매우 중요하지 않음	평균 (5점만점)	표준편차
① 부여군의 거주 인구 증가	83.4	9.6	7.0	0.0	0.0	4.76	.568
② 매력 있는 공간 창출로 방문객 유인	62.9	31.8	4.6	0.7	0.0	4.57	.617
③ 지역의 정체성 확보	55.7	34.9	8.1	1.3	0.0	4.45	.702
④ 상인 및 주민들의 공동체 활성화	64.9	28.4	6.8	0.0	0.0	4.58	.617
⑤ 교통접근성 향상	71.9	22.9	4.6	0.7	0.0	4.66	.598

5) 시사점

- 상인들의 의식조사를 통해 부여 도심상권의 실태를 분석한 결과 부여군의 인구감소와 침체와 더불어 도심상권의 침체·쇠퇴현상도 강하게 나타나고 있음
 - － 상인을 대상으로 한 설문조사 결과 2년 전에 비해 고객수와 매출액이 감소하고 있으며, 향후에도 지속적인 감소를 우려하고 있음
- 많은 상인들은 상권 침체의 원인을 부여군 인구감소와 관광도시임에도 도심에 사람을 끌어들이는 자원이 없다고 생각하고 있음
 - － 이에 향후 상권활성화의 초점은 상인과 부여군민을 위한 편리한 상권 창출 못지않게, 관광객을 끌어 들일 수 있는 매력적인 공간·상권 창출이 요구됨

5. 종합분석

1) 상권활성화 구역 현황

(1) 상권활성화 구역 종합 여건 분석

- 상권활성화 구역에는 2개의 등록된 전통시장이 있으며, 활성화되지 않거나 최근에 조직된 상인회를 포함하여 총 5개의 상인회가 활동하고 있음
- 부여 도심상권활성화 구역의 주요 고객층은 부여군민이며, 외지인(관광객)은 거의 없음
- 부여읍에는 다양한 역사관광자원이 있음에도 불구하고 상권활성화 구역에는 방문객 유인요소가 부족함



■ 상권활성화 구역 현황

- 부여시장(문화관광형시장)에는 부여만의 전통 및 아름다움을 인지할 수 없으며 관광객 집객이 적어 시장이 활성화 되지 못함

- 그 이유로는 대로에서의 인식도가 낮고, 부여시장과 인접된 상가 건물의 노후화, 도로 불법 점유 때문으로 나타났다음
- 부여읍 도심에 관광객이 가장 많이 방문하는 곳뜨래 특화 식당가와 중심상권과의 연계요소 없음
- 상권활성화 구역의 주요 도로는 차폭도 넓고 인도도 비교적 잘 조성되어 있으나 여유 차폭으로 인한 불법 주정차가 심각함

2) SWOT 분석

(1) 강점요소

- 부여군은 지역의 농·특산물(버섯, 방울토마토, 수박 등)이 풍부하고 이를 자원으로 한 곳뜨래 라는 전국적으로 유명한 브랜드가 있음
- 백제고도이며 부소산, 궁남지, 정남사지 등 많은 문화·관광자원 보유
- 부여군수 및 상인, 공무원 등의 관심이 높음
- 문화·관광형 시장 국비사업 추진 등 전통시장의 현대화 사업 및 지속적인 사업 추진

(2) 약점요소

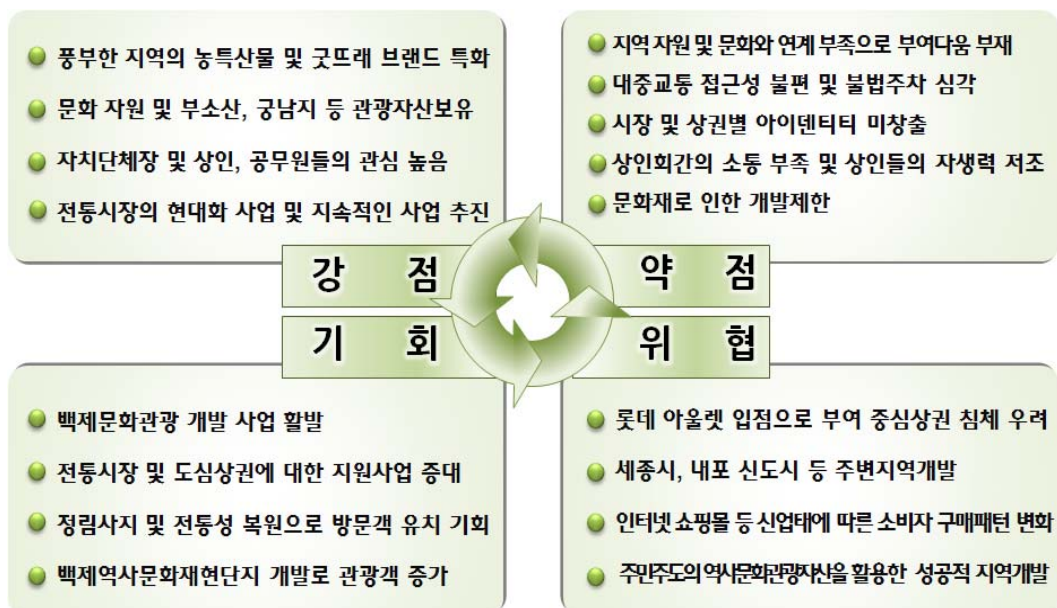
- 부여 도심상권은 쇠퇴하고 있으며, 향후에도 침체를 우려되고 있음
- 부여도심상권에는 다양한 지역자원 및 문화와 연계된 부여다움에 관한 정체성이 부족
- 도심상권의 요소인 대중교통 접근성이 떨어지고 불법 주정차 심각한 상황임
- 5개 상인회의 역량 부족 및 자생력이 저조하고, 상인회간의 소통이 부족하지만 상권활성화에 대한 관심이 많음

(3) 기회요소

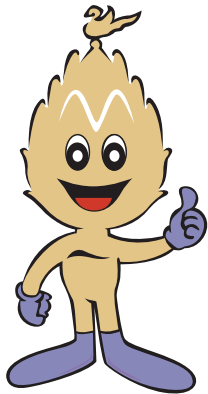
- 도심주변지역에 백제문화관광에 대한 개발 사업이 활발히 진행되고 있음
- 백제역사문화재현단지 개발로 관광객이 증가하고 있음
- 국가차원에서 전통시장 및 도심상권에 대한 지원 사업 증대
- 정림사지 및 역사문화에 관한 전통성 복원으로 방문객 유치 기회 높음

(4) 위협요소

- 롯데 아울렛 입점으로 부여 중심상권 침체 우려
- 세종시 와 내포 신도시 등 주변지역개발로 인구 유출 현상 발생 가능성 높음
- 인터넷 쇼핑몰 등 산업태에 따른 소비자 구매패턴 변화로 도심상권 방문객 감소 현상 발생
- 타 시군에서 역사문화관광자산을 활용한 지역개발 노력으로 방문객 유치 전략 추진



■ SWOT 분석



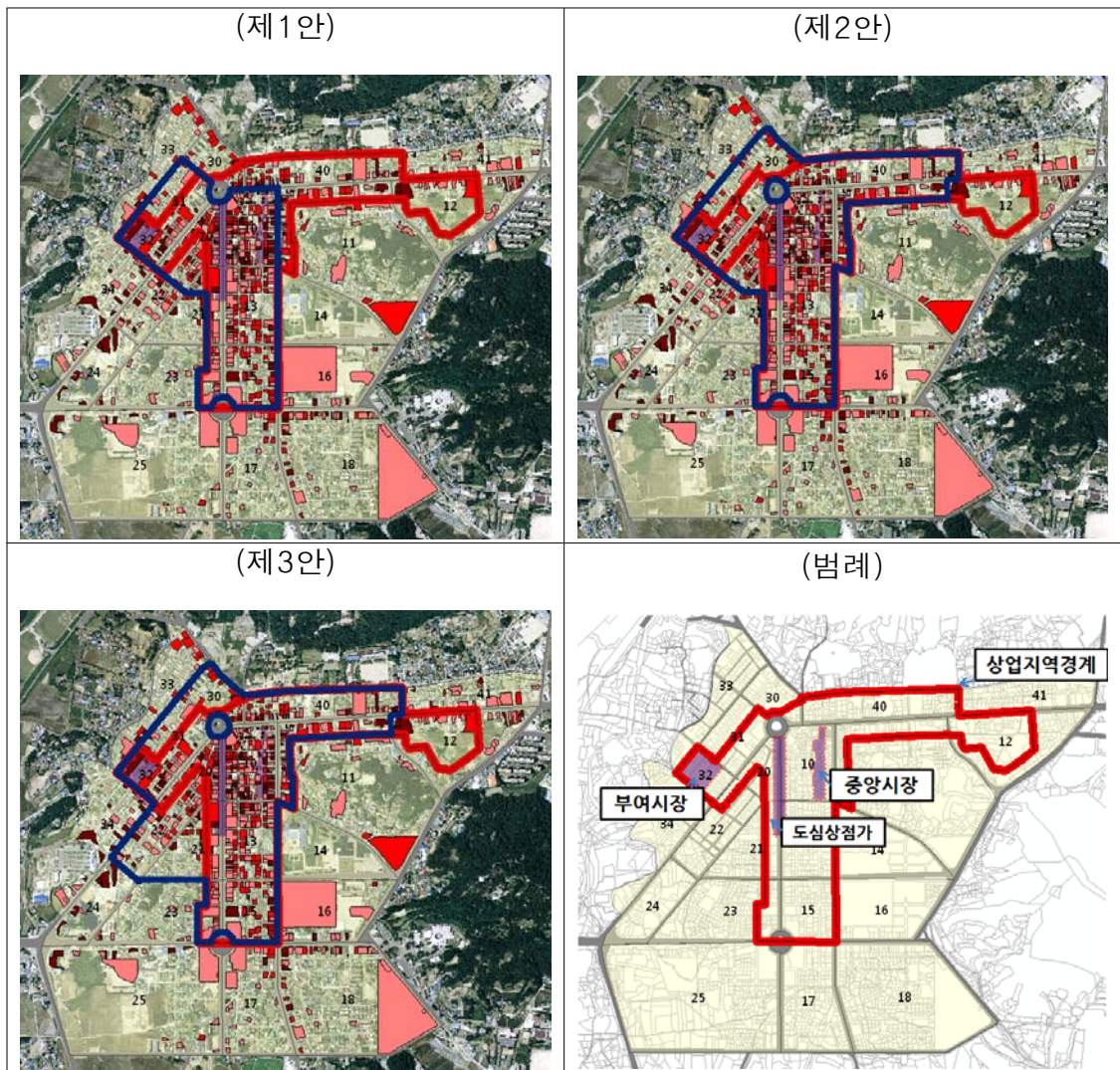
제 4 장

상권활성화구역 설정

- 1. 대안 선정 61
- 2. 대안 검토 및 최종(안) 선정 62
- 3. 최종(안) 특성 66

1. 대안 선정

- 상권활성화구역 지정의 법적 요건을 고려하여 용도지역과 점포 밀집도를 중심으로 구역 설정 대안을 제시하면 다음과 같이 3가지로 제시할 수 있음
 - 상업지역의 경계를 중심으로 점포의 분포 등을 고려하여 구역대안을 선정
- 이들 후보 지역에는 중앙시장과 부여전통시장, 중심상점가가 위치하고 있으며, 판매 및 서비스 등 점포 밀집도가 높아 전형적인 도심상권을 형성하고 있음



■ 상권활성화구역 지정 대안

2. 대안 검토 및 최종(안) 선정

1) 대안 비교

- 3개의 대안 모두 구역경계는 상업지역을 중심으로 실제 점포들의 분포와 도로구획(4M이상 도로)을 기준으로 경계를 설정함
- 3개의 대안에 대해 법적 지정요건(용도지역과 점포수)을 분석하면 모두 타당한 것으로 나타남.
 - 제1안은 상업지역 면적이 85.7%로 대부분을 차지하고, 도심업종이라 할 수 있는 도소매업과 서비스업으로 영업하고 있는 점포가 400개 이상임
 - 제2안은 동쪽의 상업지역까지 확대한 지역으로 상업지역의 비중은 제1안에 비해 조금 작지만 구역 확대에 따라 점포수가 680개로 증가하여 법률에서 제시한 요건에 부합함
 - 제3안은 제2안을 기준으로 남쪽의 상업지역과 일부 주거지역까지 확대한 것으로 이로 인해 상업지역 면적이 전체 73.5%로 주거지역이 상당부분 포함되었지만, 상권 적합업종의 점포수는 714개로 제2안과 큰 차이가 없음
- 제1안의 경우 점포밀집도가 가장 높으며, 실질적으로 부여 도심상권의 중심지 역할을 수행하고 있는 지역이며, 제2안은 동쪽으로 부여고도보존사업이 추진되고 있는 지역이 일부 포함되어 있으며, 제3안의 경우 남쪽에 주택과 점포가 혼재되어 있는 지역까지 포함되어 있음
- 3개의 대안은 면적과 점포수, 점포밀집도에 다소 차이가 있지만 법적인 요건에 모두 부합하므로, 최종(안) 선정에 있어서는 이들 대안 중 부여 도심상권의 특성과 사업의 효과성, 관련 계획과의 관계성 등을 종합적으로 고려한 정책적인 판단이 뒤따라 할 것으로 생각됨

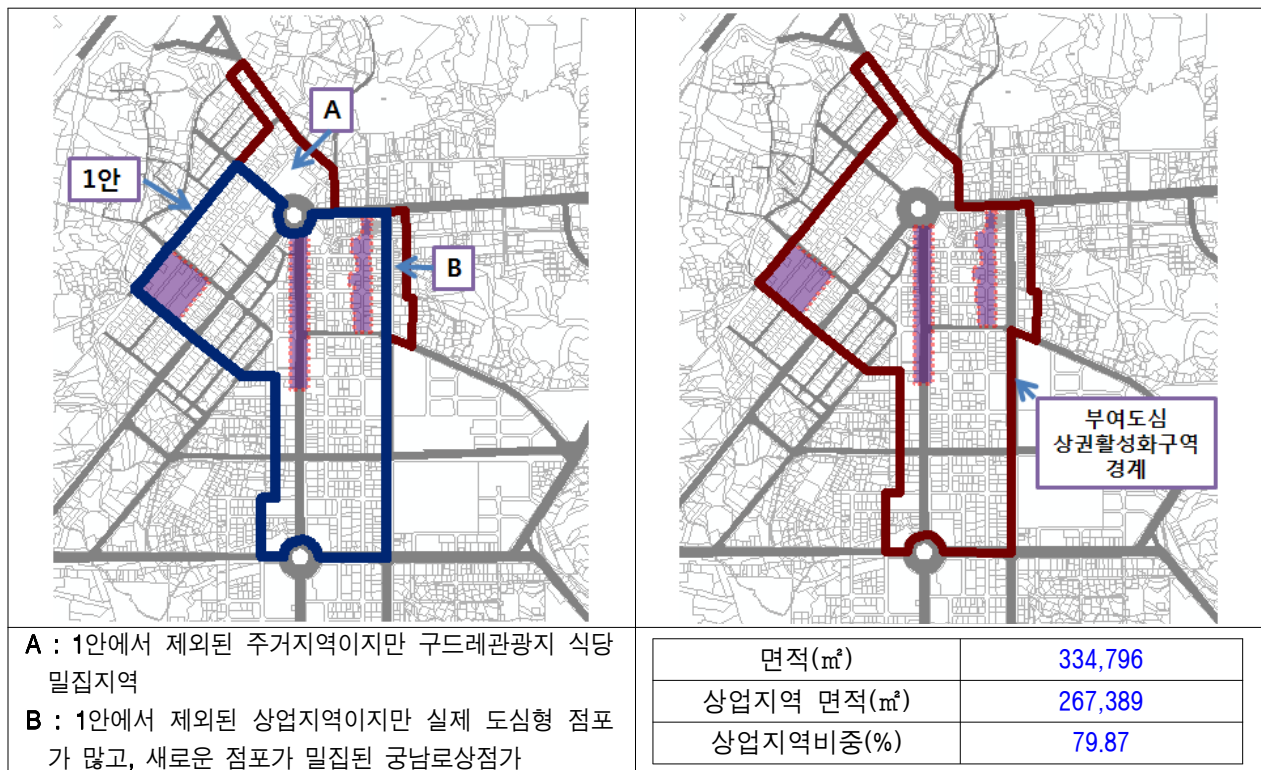
■ 상권활성화구역 지정 대안별 비교

구 분		제1안	제2안	제3안
입지요건	면적(㎡)	283,940	403,459	464,304
	상업지역 면적(㎡)	243,249	341,281	341,281
	상업지역 비중(%)	85.7	84.6	73.5
점포요건	도소매업	354	394	404
	음식숙박업	212	286	310
	기타서비스	244	298	313
	기타	71	82	98
	적합업종 점포	566	680	714
	전체	881	1060	1125
	점포밀도 (점포수/ha)	31.0	26.3	24.2
	상권 적합점포밀도(점포수/ha)	19.9	16.9	15.4
특 징		점포밀집도가 높고, 상업지역 중심으로 구성으로 되어 있음	주거지역이 일부 포함되어 있음	2안에 비해 점포밀도가 낮고, 주거지역이 상당부분 포함
지정요건 검토		적합	적합	적합

* 면적은 GIS프로그램에 의한 산출이므로 실제면적과는 다소 차이가 있을 수 있음(이하 동일)

2) 최종(안) 선정

- 최종적으로 상권활성화구역의 경계를 설정하기 위해 실과 협의 및 전문가 검토 등을 통해 부여상권의 규모, 사업의 집중성(효과성) 등을 고려하여 제1안이 가장 타당한 것으로 의견이 모아짐
 - 하지만 기존 관련 사업과 현황을 재검토하여야 한다는 추가 의견에 따라 구드레관광지 식당밀집지역(A)과 궁남로상점가(B)를 추가하여 최종(안)을 선정함
- 구역 내에는 부여 도심의 대표적 전통시장인 부여전통시장과 중앙시장이 포함되어 있고, 대표적 중심상점가인 터미널상점가와 궁남로상점가가 위치하고 있어, 명실상부한 부여의 도심상권임
 - 구역 내에는 총 966개 점포가 있으며, 인근에 정림사지, 구드레관광지 등 많은 문화관광 자산들이 분포되어 있음



■ 최종(안) 선정과정과 최종안 경계

■ 상권활성화구역 지정 최종(안)의 점포특성

구 분	최종대안
도소매업	368
음식숙박업	253
기타서비스	269
기타	76
적합업종 점포	621
전체	966
점포밀도(점포수/ha)	28.85
상권적합점포밀도(점포수/ha)	18.55

* 면적은 GIS프로그램에 의한 산출이므로 실제면적과는 다소 차이가 있을 수 있음(이하 동일)

3) 최종(안)의 법적 요건 검토

- 최종(안)은 법에서 규정한 4가지 요건을 모두 만족하고 있어, 구역지정에는 어려움이 없을 것으로 판단됨
- － 단, 구역 내 주거지역이 14.3%로 포함되어 있지만 상권 활성화사업 운영지침에는 상업지역이 50%이상 포함된 경우를 인정하고, 현재 법 개정이 이루어지고 있어 큰 어려움은 없을 것으로 생각됨

■ 상권활성화구역 지정요건 검토

지정요건	최종(안)
1. 시장 또는 상점가가 하나 이상 포함된 곳	<ul style="list-style-type: none"> - 2개 전통시장 포함(부여전통시장, 부여중앙시장) - 2개의 상점가 포함(미인정 상점가)
2. 국토의 계획 및 이용에 관한 법률에 따른 상업지역에 해당하는 곳 - 상업지역 50%이상(법개정 중)	<ul style="list-style-type: none"> - 상업지역(334,796평방미터, 구역면적의 79.87%가 상업지역)
3. 해당 구역 안에 대통령령으로 정하는 수 이상의 도매점포/소매점포 또는 용역점포가 밀집(400 점포 이상)하여 하나의 상권을 형성하고 있는 곳	<ul style="list-style-type: none"> - 총966개 점포 중 도소매업과 음식숙박업이 621개 점포
4. 매출액 감소(법 제9조), 인구/사업체수가 최근 2년간 계속하여 감소(시행령 제3조의 2 제2)	<ul style="list-style-type: none"> - 인구감소(부여읍) : 2년 연속 감소(쇠퇴) - 사업체 감소 : 감소후 증가(침체) - 설문분석결과 2년 전에 비해 고객수와 매출액이 감소

3. 최종(안)의 특성

1) 인구 및 사업체의 변화

- 상권활성화구역 내에 상주인구(거주인구)가 어느 정도이며, 2년 전과 비교하여 어떻게 변했는가를 분석하기 위한 자료를 구하는 것은 쉽지 않음
- 따라서 행정구역을 단위로 인구의 변화를 보면 최근 2년간 계속 감소하고 있음

■ 인구 변화

구 분	부여군 전체	부여읍
2009년	75,564	24,668
2010년	75,029	24,630
2011년	74,004	24,267

* 자료 : 부여군 통계연보 각 연도

- 사업체수와 종사자인구는 최근 큰 변화가 없으며, 상인들을 대상으로 한 의식분석에서는 상권을 이용하는 고객과 매출액이 2년 전에 비해 계속 감소하고 있어 도심상권이 침체·쇠퇴하고 있음을 알 수 있음

■ 사업체수 및 종사자수 변화

구 분	사업체수		종사자인구	
	부여군 전체	부여읍	부여군 전체	부여읍
2007년	4,685	2,263	17,303	7,965
2008년	4,694	2,305	18,423	8,271
2009년	4,699	2,323	18,581	8,372

* 자료 : 부여군 통계연보 각 연도

- 도심상권의 주요업종이라 할 수 있는 음식점과 주점 역시 큰 변화가 없어 상권이 침체하고 있음을 알 수 있음

■ 사업체수 및 종사자수 변화(음식점 및 주점)

구 분	음식점 및 주점 사업체수		음식점 및 주점 종사자인구	
	부여군 전체	부여읍	부여군 전체	부여읍
2007년	886	457	1743	941
2008년	884	452	1902	1044
2009년	893	462	1846	1017

* 자료 : 부여군 통계연보 각 연도

2) 업종 및 상권 특성4)

(1) 업종 특성

- 도심상권답게 군민의 생활과 밀접한 도소매업과 음식숙박업이 집중된 반면 타업종의 점유비중은 상대적으로 낮은 것을 알 수 있음
- 도소매업의 비중이 가장 높으며, 이는 도심 전체 도소매업의 73.6%를 차지하고 있음
 - 음식숙박업 역시, 253개 점포로 도심 전체 음식숙박업의 66.4%로 많은 비중을 차지하고 있음

■ 업종 특성

구 분	기타	도소매업	음식숙박업	기타서비스	전체
도심점포수	250	500	381	461	1592
상권내점포수	76	368	253	269	966
비중(%)	30.4	73.6	66.4	58.4	60.7

* 비중은 상권구역내에 도심에서 차지하는 비중을 말함

4) 업종 및 상권 특성분석에 사용한 자료는 사업체 기초통계조사자료, 현장조사, 의식조사를 종합한 것임

(2) 점포 밀도

- 상권활성화구역에는 총 966개의 점포가 밀집되어 있으며, 이중 상권과 밀접한 관계가 있는 도소매업과 서비스업은 621개 점포임
 - 단위면적(ha) 당 점포수는 28.9개소, 상권 형성에 적합한 업종의 점포밀도는 18.6개소로 밀도도 높음
- 이는 가로, 세로 100m 공간에 점포가 29개 정도 분포하고 있다는 측면에서 점포밀도가 매우 높음을 알 수 있으며, 또 다른 의미로는 점포의 규모가 작음을 의미하기도 함

■ 점포밀도

구 분	면적(ha)	전체 점포밀도	상권 적합업종의 점포밀도
집중성향	334,796	28.85	18.55

(3) 업종발생 특성

- 연도별 점포특성을 보면 전체 점포의 절반 정도가 2000년에 개설된 점포이며 반면 20년 이상 경과한 1990년 이전에 개설된 점포도 15.7%로 나타남
- 특히, 타업종에 비해 도심업종이라 할 수 있는 도소매업과 서비스업이 2000년 이후에 개설된 것을 알 수 있음

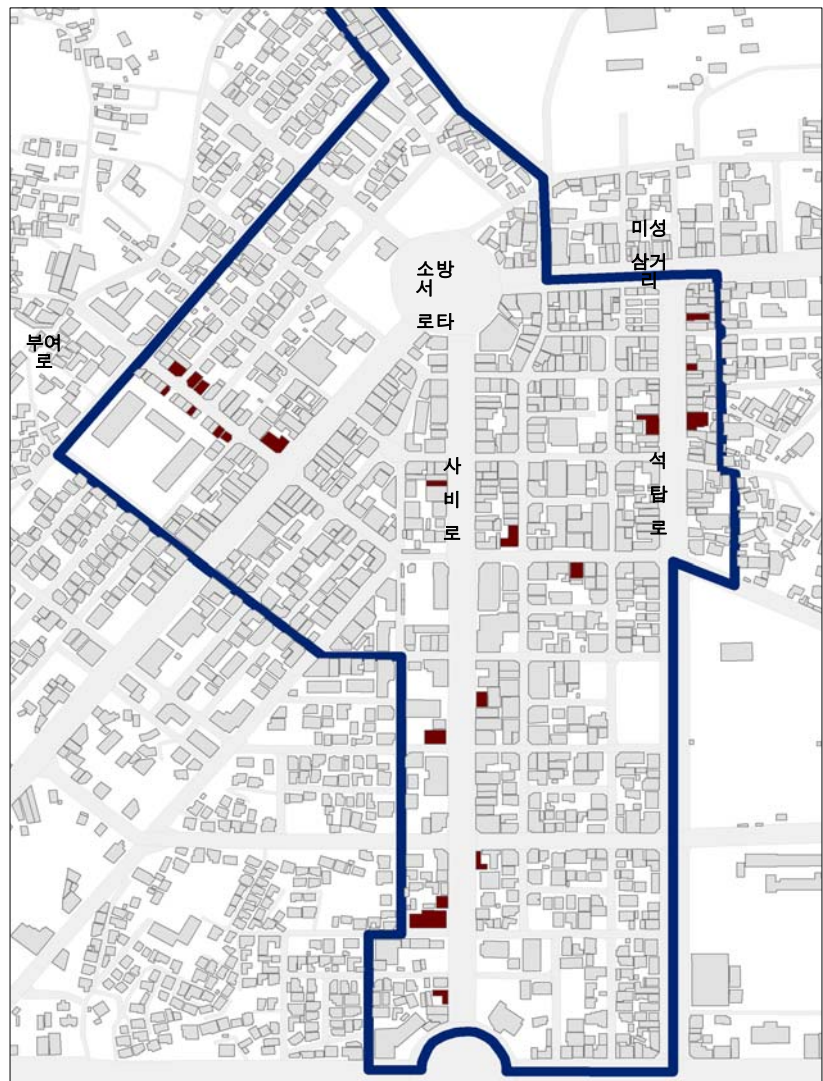
■ 연도별 업종발생 특성

구 분	1990년 이전		1990년대		2000년대 이후		전체	
	점포수(개)	비중(%)	점포수(개)	비중(%)	점포수(개)	비중(%)	점포수(개)	비중(%)
기타	18	11.8	34	12.8	24	4.4	76	7.9
도소매업	78	51.3	92	34.7	198	36.1	368	38.1
서비스업	9	5.9	67	25.3	177	32.2	253	26.2
기타서비스업	47	30.9	72	27.2	150	27.3	269	27.8
전체	152	100.0	265	100.0	549	100.0	966	100.0

3) 빈점포 · 노후도 및 유동인구

(1) 빈점포 현황

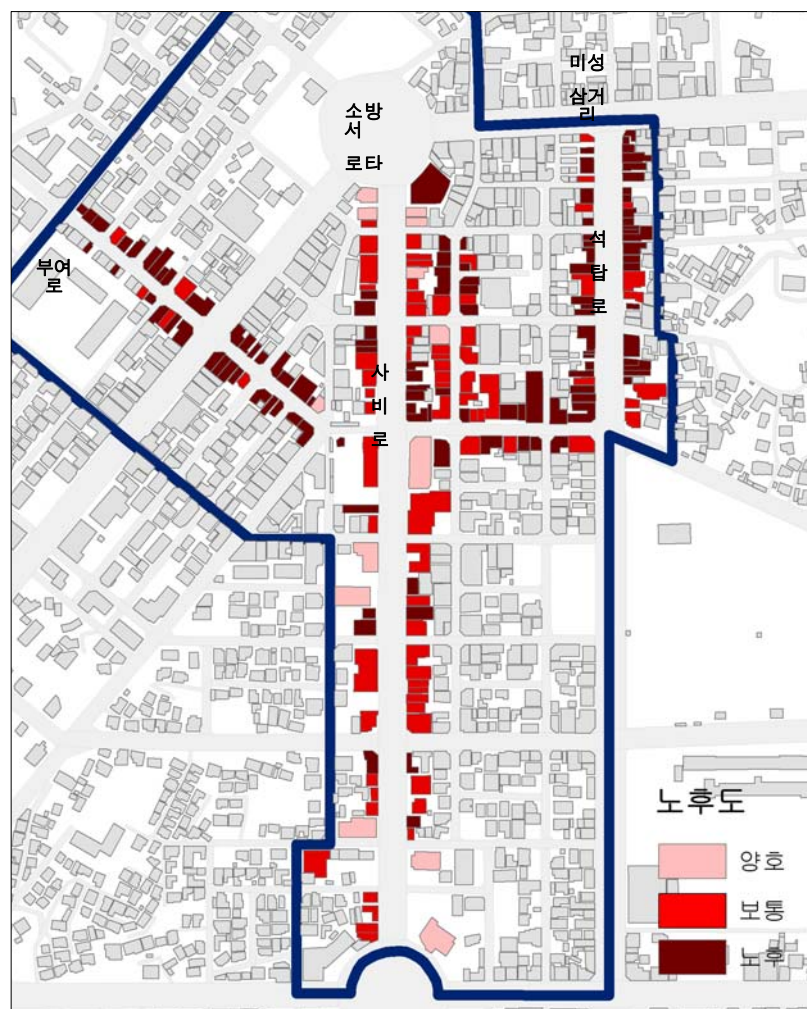
- 빈점포는 주로 부여시장 인근 상가를 중심으로 나타나고 있으며, 일부 사비로 및 석탑로를 중심으로 나타나고 있으나, 중앙시장에는 공점포가 거의 없는 것으로 나타남
- 현재 빈점포는 많이 있지 않은 것으로 조사되었으나, 상점의 영업부진으로 인해 영업을 불규칙적으로 하거나, 영업유무에 대해 확인이 어려운 상점들도 많이 있었음



■ 빈점포 분포 현황

(2) 노후도 현황

- 상권활성화 구역의 도로변에 입지된 상점의 노후도를 살펴보면 사비로~부여전통시장 진입을 위한 ‘부여로’에 입지된 상점들이 매우 노후도가 심각한 것으로 나타났음
- 또한 미성삼거리~정림사지 부근의 석탑로 일대의 상가들도 노후도가 심각
- 사비로에 입점된 상점들은 양호하거나 보통인 것으로 조사되었음
- 낡았지만 전통이 있는 상점들이 전무하기에 전통성을 찾을 수 있는 형태의 업종변경 및 리모델링이 시급한 실정



■ 건축물 노후도 현황

(3) 유동인구 현황

- 소상공인진흥원에서 조사한 유동인구를 살펴보면, 부소산성과 중앙시장 부근의 미성3거리가 약 1,000명(12시~13시)으로 조사되었음
- 시외버스터미널 부근도 약 700명(12시~13시)의 많은 유동인구가 있는 것으로 조사되었음
- 정림사지와 인접된 KT 부여지사 조사지점과 사비로와 인접된 동양한의원 조사지점은 약 250명(12시~13시)으로 조사되어 주말임에도 불구하고 많지 않음



■ 유동인구 조사지점

■ 유동인구 현황

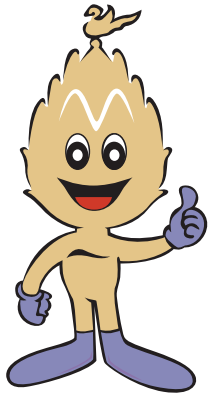
조사지점 ❶	시외버스터미널 앞 (충청남도 부여군 부여읍)										계
조사일자	2010-10-17 일요일										
조사시간	남자					여자					
	10대	20대	30대	40대	50대~	10대	20대	30대	40대	50대~	
12시~13시까지	71	37	35	51	81	118	42	46	49	102	632
19시~20시까지	44	60	41	62	42	52	73	62	70	37	543

조사지점 ●	KT 부여지사 옆 (충청남도 부여군 부여읍)										계
조사일자	2010-10-30 토요일										
조사시간	남자					여자					
	10대	20대	30대	40대	50대~	10대	20대	30대	40대	50대~	
12시~13시까지	35	11	20	30	26	32	7	25	33	19	238
19시~20시까지	32	19	31	28	18	17	11	36	18	22	232

조사지점 ❸	동양한의원 앞 (충청남도 부여군 부여읍)										계
조사일자	2010-10-30, 토요일										
조사시간	남자					여자					
	10대	20대	30대	40대	50대~	10대	20대	30대	40대	50대~	
12시~13시까지	22	7	37	41	27	18	6	29	32	31	250
19시~20시까지	25	15	36	33	25	19	14	41	30	16	254

조사지점 ❶	미성삼거리 (충청남도 부여군 부여읍)										계
조사일자	2010-10-17 일요일										
조사시간	남자					여자					
	10대	20대	30대	40대	50대~	10대	20대	30대	40대	50대~	
12시~13시까지	55	33	57	95	71	81	26	473	49	54	994
19시~20시까지	47	40	101	89	56	30	32	78	71	40	584

* 자료 : 소상공인진흥원 자체조사 2010.12 기준, 단위 : 명



제 5 장

상권활성화사업 기본구상

- 1. 부여도심 관련 사업 검토 75
- 2. 사업 선정원칙과 기본 구상 79
- 3. 사업계획 86

1. 부여도심 관련 사업 검토

1) 계획의 현황

(1) 부여 소도읍 육성사업

- 부여 소도읍 육성사업은 4개 부문 9개 사업을 구상하였으며, 특히 도심상권과 연계된 사업으로는 도심상권활성화 구역내에 부여농특산물축제, 백제 주작대로 조성(부소산성~궁남지), 자전거도로 및 이용시설 정비계획이 수립되어 있음
- 특히, 도시기반시설 정비사업인 백제주작대로 조성사업은 부여 시가지 내에 중요한 역사 유적이 있으나 역사유적지간 연계 미흡으로 관광객과 주민들의 관광기반을 수립하기 위한 계획임
 - 역사유적을 연계한 네트워크 역사문화거리 조성과 함께 중심상업지역과 연계함으로써 침체되어가는 거리에 활력을 부여하고 지역경제활성화 도모

■ 부여 소도읍 육성사업 내용

구 분		내 용
사업명	역사문화환경	백제문화 Expo 개최
		궁남지 연지공원 조성
	지역산업진흥	지역특산물 축제
	도시기반시설 정비	백제주작대로 조성(부소산성-궁남지)
		강변 경관도로 조성
		자전거 도로 및 이용시설 정비
	생활환경복지 증진	구드래 Riverfront 조성
		백제인의 쉼터 수북정 정비
		청소년수련관 체험장 조성

(2) 부여 궁남로(주작대로) 복원정비사업 기본계획(2009.6)

- 궁남로 2차선 및 양측 보도 547m에 전통과 문화가 숨쉬는 부여 대표적인 명소 조성, 걷고 싶은 거리 조성, 궁남로(주작대로)의 역사성 회복을 목적으로 기본계획 수립

- 역사가로 조성, 공간정비 및 시설물, 활동프로그램에 관한 기본계획 수립
 - － 백제대왕행차, 역사가로 걷기, 백제유구전시, 프리마켓(예술장터) 체험, 백제유적관람, 벚꽃 명소 조성 등 계획
 - － 조명등, 센터, 안내시설, 벤치, 상징조형물 등에 관한 계획 수립
 - － 중앙시장 접합 가로 부분에 발굴트렌치 터널, 장터마당, 상업가로 계획 및 정림사지 역사가로 부분에 소공원, 석탑마당, 연지마당 등의 계획 수립

(3) 문화관광형시장 육성을 위한 부여전통시장 계획

- 2008년 부여전통시장을 백제의 역사문화·관광자산과 연계한 문화관광형 전통시장으로 육성하기 위한 계획
- 문화관광형 전통시장 육성을 위한 콘텐츠 및 상품개발, 공간디자인 정비, 휴먼웨어 개발 계획 수립
 - － 문화관광형 부여전통시장 활성화를 위한 인프라 구축과 역사문화관광 콘텐츠 및 상품개발을 통한 관광객 유치방안

■ 문화관광형시장 육성을 위한 부여전통시장 계획 내용

구분	사업구상	내용
소프트웨어 개발	부여 전통시장 문화관광컨텐츠 개발	부여시장 만의 관광기념품 개발
		분위기 연출을 위한 볼거리 개발
		먹거리(주제음식) 개발
	관광객 유치를 위한 콘텐츠	부여시장 만의 체험프로그램 개발
		관광객 만족을 위한 볼거리 개발
		시장특화 관광객 서비스
	주변 관광자원과 연계한 콘텐츠	수학여행과 단체관광객 역사체험 · 교육프로그램 연계
		친구 · 연인이 찾는 테마관광지와 관광코스 개발
		외국인이 찾아오는 세계적역사관광지 코스개발
하드웨어 정비	시장기능 활성화 시설	지역이미지와 스토리텔링 서동 이야기를 관광자원화한 디자인 모티브
	문화관광 시설	
	기반 시설	
휴먼웨어 개발	부여전통시장 상인 및 상인조직 역량강화 상인조직 및 부여 전통시장 활성화 협의회 운영 경영역량강화 방안	

2) 사업추진 현황

- 부여군은 백마강 수상관광 선도 및 굿뜨래 제2창업기반 구축이라는 비전하에 백제문화의 역사성 회복과 문화경쟁력 세계화 사업 및 아름다운 금강을 활용한 지역발전 성장동력의 자원화 사업을 추진하고자 함
- 도심상권활성화 구역에 관련된 사업은 다음과 같음
- 시인신동엽문학관 개관(H/W)
 - 문화시설 확충사업으로 부여읍 동남리에 시인신동엽문학관을 개관하여 신동엽문학제와 병행 연계 행사로 개최 시너지 효과 창출
- 제58회 백제문화제(S/W)
 - 백제 문화제를 통해 백제문화제 역사의 계승 발전과 백제 문화 선양으로 백제 브랜드 제고
 - 구드래 및 시가지 일원에 1400년전 대백제의 부활이라는 주제로 9일간 추진
- 시대적 트렌드에 부합하는 선진 관광 진흥(S/W)
 - 민간주도 관광발전을 위한 협의체를 구성하고 관광상품을 개발
 - 역사문화+생태+강변문화를 연계한 ‘길’ 관광상품 개발
 - 길, 자전거도로, 역사문화를 아우르는 체류형 관광상품 개발
- 변화하는 관광 환경에 맞는 홍보·마케팅(S/W)
 - 변화하는 관광 환경에 부합하는 다양하고 적극적인 홍보·마케팅을 통한 지역브랜드 이미지 제고와 관광객 유치 극대화
 - 명사와 함께하는 역사문화 탐방, 홍보물 제작, 온라인 및 지하철 광고 캠페인, 교육지원청과의 협조체제 강화 등
- 선진 주차질서 확립(S/W)
 - 주차장 공간 확보 및 주정차 질서확립으로 선진 교통질서 확산

○ 지역사랑 상품권 발행(S/W)

- 지역자금의 역회유출 방지와 부여상권을 보호
- 애향운동으로 지역경제 살리기

○ 경관·공공디자인 인프라 구축(S/W)

- 아름다운 경관조성을 위한 공공디자인 관리체계 구축

○ 백제사비왕궁 길거리 박물관 조성(H/W)

- 부여읍 관북리 105-6외 15필지에 발굴조사 현장을 관광자원화 하여 문화재의 중요성 인식 제고
- 발굴장 관람대, 유구설명패널, 보호휀스, 야외영상관 등
- 발굴과정을 일반에게 공개 전시함으로써 발굴기간 동안에도 지속적인 외부의 관심과 관광객 유인효과 유발

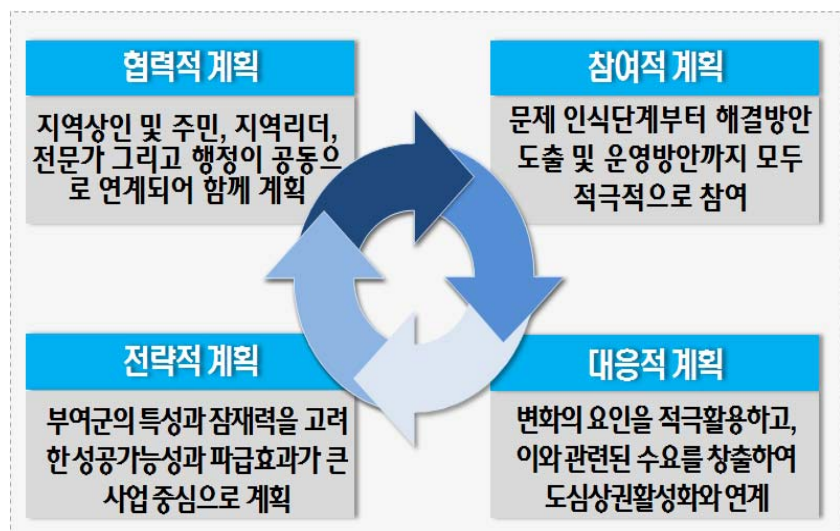
○ 사비고도 공간회복 사업(H/W, 2011~2013)

- 부여읍 성왕로, 궁남로 일원에 전선지중화, 역사문화도로 정비, 가로시설물 정비 등
- 향후 역사·문화적 정체성을 체험하고 상징가로서의 기능 활성화, 백제사비고도 옛길 복원을 통한 고도 공간역사성 회복

2. 사업 선정원칙과 기본구상

1) 접근방법

- 본 연구는 협력적 계획, 참여적 계획, 전략적 계획, 대응적 계획 하에 계획을 추진하였음
 - － 지역상인 및 주민, 지역리더, 전문가 그리고 행정이 공동으로 연계되어 함께 추진할 수 있는 계획 수립
 - － 문제 인식단계부터 해결방안 도출 및 운영방안까지 모든 분야의 사람들이 적극적으로 참여할 수 있는 절차 추진
 - － 부여군의 특성과 잠재력을 고려한 성공가능성과 파급효과가 큰 사업 모색
 - － 역사문화재현단지 조성 및 롯데리조트 등 주변의 변화 요인을 적극 활용하고 이와 관련된 수요를 창출하여 도심상권활성화와 연계 방안 모색



■ 계획의 접근방법

2) 사업도출방법

- 총발연, 전문가, 부여군, 부여상인 및 주민, 지역리더의 공동 참여 학습 및 협력 연구
 - 사례조사 : 국내외 상권활성화를 위한 관련 정책 및 우수 사례 조사 분석
 - 현장 및 여건 조사 : 통계자료 및 현장조사를 통한 현황 및 여건 분석
 - 기존사업 및 계획 분석 : 실과협의를 통한 부여군 기존 사업 및 계획사업간의 연계방안 모색
 - 설문조사 : 설문조사를 통한 주민, 공무원, 상인 등의 의견 수렴
 - 인터뷰 조사 : 포커스 그룹 개별 인터뷰를 통한 내재되어 있는 갈등 및 문제점 인식
 - 토론회 : 상인(5개 상인회 대표), 전문가, 공무원간의 토론을 통한 환경분석, 문제점 및 핵심사업 도출

< 토론회(2012.2.21)>

- 상인(5개 상인회 대표), 전문가, 공무원간의 토론을 통한 환경분석, 문제점 및 핵심 사업도출



< 상인회별 인터뷰(2012. 3)>

- 중앙시장 상인회, 공남로 상인회, 부여소상공인회, 부여전통시장상인회



3) 계획의 비전 및 목표

(1) 비전

- 새로운 상생공간의 창출을 통한 활력 넘치는 상권 만들기
 - － 농촌과 도시, 전통과 현대, 지역주민과 방문객, 역사·문화 기능과 관광기능, 지역상권간의 상생을 기본 전제로 하여 활력 넘치는 상권 조성

(2) 계획 목표 : 5대 상생공간의 창출

- 목표1 : 농촌과 도시가 상생하는 공간 창출
 - － 농촌의 생산자와 도시의 소비자가 상생할 수 있는 공간으로 조성
 - － 농촌지역에서 생산되는 농특산물 및 구뜨레 농산물을 농민들이 직접 판매하고 도시민들이 손쉽게 구입할 수 있는 거점지역으로 육성
 - － 지역생산, 지역소비의 로컬푸드 활성화로 선순환 농식품체계 실현
- 목표2 : 전통과 현대가 상생하는 공간 창출
 - － 부여 전통의 이미지와 현대의 이미지가 적절히 조화를 이루는 공간으로 조성
 - － 부여 전통의 이미지를 주테마로 설정하되 주요 가로조성과 상가건물은 공공디자인 등을 접목한 현대적인 이미지로 재정비
 - － 부여 전통의 이미지 부각으로 방문객을 유인하고, 현대적인 이미지로 방문객의 성향은 맞는 다양한 편의·서비스 시설 제공
- 목표3 : 지역주민과 방문객이 상생하는 공간 창출
 - － 지역주민과 외부 방문객이 이용하고 교류하는 공간으로 조성
 - － 지역주민의 기초생활수요를 충족시키는 역할뿐만 아니라 외부 방문객이 요구하는 새로운 소비수요에 적극적으로 대응하는 상권으로 재도약

- 문화프로그램 개발 및 운영, 이벤트 및 축제개최 등으로 지역주민과 방문객이 즐기고 교류할 수 있는 여건 마련
- 목표4 : 역사·문화기능과 관광기능이 상생하는 공간 창출
 - 부여 및 도심의 역사·문화기능을 정비하고 재발견하여 관광기능을 수행할 수 있는 공간으로 조성
 - 중심시가지 내 또는 인접지역의 역사·문화자원을 재정비하고 개발하여, 중심시가지와 연계하거나 기능을 일부 도입함으로써 관광객과 방문객을 유치
 - 중장기적으로는 중심시가지를 백제문화의 체험 및 학습의 거점지역으로 육성
- 목표5 : 지역상권이 상생하는 공간 창출
 - 특정한 상권의 생존을 위한 경쟁구도가 아닌 모든 상권이 함께 공존하고 상생할 수 있는 공간으로 조성
 - 단일 상권의 형성으로 목표1~목표4를 실현하기 위한 공동의 대응 및 추진체계를 마련하고 지속가능한 상권 형성
 - 공동의 비전과 목표를 설정하여 함께 노력하고 함께 만들어 나가는 활력 있는 중심상권 만들기 추진



■ 비전 및 목표

4) 추진전략

- 전략1 : 지역의 정체성 확보를 통한 매력 넘치는 부여 조성
 - 부여만의 자원을 활용한 전통 히스토리 존 조성
 - 백제고도문화가 방문객들에게 인지되어 지역의 아이덴티티를 형성시키고, 이를 통해 선순환적으로 재방문할 수 있는 매력있는 상권 조성
 - 역사와 문화가 살아있는 전통성 넘치는 도심 창출
- 전략2 : 다양한 기능과 주체가 공생하는 행복한 부여 상권 조성
 - 공간적 기능 특화 및 상권 연계를 통한 상권활성화
 - 중앙시장, 부여전통시장과 상가가 공생하는 부여 상권 조성
 - 방문객의 체류시간을 높이고, 차량중심이 아닌 도보중심 계획
 - 부여의 지역개발 계획과 연계한 상권활성화 계획 수립
 - 상권별 특화로 상생하는 상권 조성 및 전체 상권을 연계하여 시너지 효과 창출하는 도시 공간 전체적 차원의 계획
- 전략3 : 상인의 역량강화 및 경영혁신으로 활력 넘치는 부여 상권 조성
 - 소프트웨어형 상권활성화 프로그램 발굴로 주민주도의 아름다운 상권 만들기
 - 상인의 역량 강화를 통해 지속적, 자생적 운영체계 구축하여 사업지원연도 뿐 만 아니라 사업지원연도 이후에도 자생적으로 지속적으로 추진할 수 있는 계획 수립
 - 독창적인 프로그램 발굴을 통한 상권 활성화 관리기구의 수익구조창출

지역의 정체성 확보를 통한 매력 넘치는 부여 조성

다양한 기능과 주체가 공생하는 행복한 부여 상권 조성

상인의 역량강화 및 경영혁신으로 활력 넘치는 부여 상권 조성

■ 3대 추진전략

5) 사업의 선정기준

○ 실현 가능성

- 사업선정은 예산, 기술, 제도 측면에서 실현 가능성이 있어야 함
- 도심상권활성화 구역지정은 최대 국비 60억 지방비 40억의 예산의 범위가 있고, 부여군은 타 시군과 다르게 백제고도로인해 문화재로 인한 개발제한등이 있기에 이를 고려한 사업 선정 필요

○ 주민 숙원성

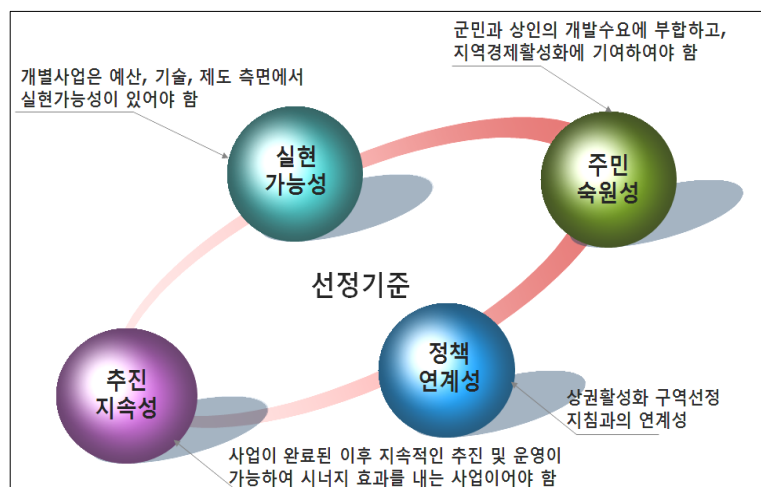
- 군민과 상인의 개발수요에 부합하고, 지역경제활성화에 기여하여야 함
- 상권의 주체가 상인 및 주민이기에 주체의 의견을 충분히 고려한 사업 선정으로 사업 추진의 용이성 및 효과 기대

○ 추진 지속성

- 사업이 완료된 이후 지속적인 추진 및 운영이 가능하여 시너지 효과를 내는 사업 선정
- 지금까지의 계획은 지속성이 결여된 사업이었기에, 사업 추진 후 많은 효과를 보지 못했음

○ 정책 연계성

- 상권활성화 구역 선정 지침과의 연계성을 고려하여 정책적 의지와 연계성을 가지고 있는 사업을 우선적으로 도출
- 또한 기존의 부여군에서 추진하고자 하는 정책방향과 일치되는 사업을 우선적으로 추진 계획 수립



■ 사업의 선정기준

3. 사업계획

1) 사업명 : 지역의 정체성 확보를 통한 매력 넘치는 부여 조성

(1) 목표

- 역사와 문화가 살아있는 전통성 넘치는 도심 창출
 - 부여는 백제고도문화라는 지역의 이미지가 있으나, 상권에는 이와 관련된 것이 전무하기에, 이를 자원화함으로써 지역의 아이덴티티를 형성시켜 외부 방문객들이 재방문할 수 있는 매력 있는 상권 조성

(2) 사업내용

- 히스토리 스페이스 Zone 조성사업
- 전통회복을 위한 상가 리모델링 및 간판 정비사업
- 전통성을 살린 가로 정비 및 보차분리대 조성
- 부여의 대표 상품(기념품, 음식 등의 먹거리) 개발 및 적극적인 홍보
- 전통공연행사 프로그램 개발 및 연중 개최 방안
- 공동디자인 개발(캐릭터 개발 등 디자인요소 개발)
- 업종변경 유도를 통한 전통상점 확충 및 거리 조성

(3) 계획기간 및 추진주체

■ 계획기간 및 추진체계

구 분	계 획 기 간(연차)					주 체
	1	2	3	4	5	
○ 히스토리 스페이스 Zone 조성사업						부여군, 민자, 상인, 전문가
○ 전통회복을 위한 상가 리모델링 및 간판 정비 사업						부여군, 상인, 주민, 전문가
○ 전통성을 살린 가로 정비 및 보차분리대 조성						부여군, 전문가
○ 부여의 대표 상품 개발 및 기념품개발						부여군, 상인, 주민, 전문가
○ 전통공연행사 프로그램 개발 및 연중 개최 방안						
○ 공동디자인 개발						부여군, 전문가
○ 업종변경 유도를 통한 전통상점 확충						부여군, 상인, 전문가

2) 사업명 : 다양한 기능과 주체가 공생하는 행복한 부여 상권 조성

(1) 목표

- 특화된 상권조성 및 연계로 공생하는 도심 창출
 - 각 상권의 특성과 기능을 차별화 할 수 있는 테마를 발굴·특화시키고, 다양한 프로그램을 운영함과 동시에 전체 도심상권을 연계시킴으로써 함께 공생하는 공간 조성

(2) 사업내용

- 다양한 계층을 유인할 수 있는 문화공간 조성
- 쾌적한 상권을 위한 아케이드 보수 및 효율적 주차장 운영
- 테마가 있는 공간 조성 및 야간 먹거리 장터 운영
- 부여 저잣거리 주말장터 운영
- 굿뜨레 농산물을 활용한 특화먹거리 개발
- 부여시장 진입로 확포장 및 대중교통 접근성 개선

(3) 계획기간 및 추진주체

■ 계획기간 및 추진체계

구분	계획기간(연차)					주체
	1	2	3	4	5	
○ 문화공간 조성						부여군, 상인, 주민
○ 아케이드 보수 및 효율적 주차장 운영						부여군, 상인
○ 테마공간 및 야간먹거리장터 운영						부여군, 상인, 주민, 전문가
○ 부여 저잣거리 주말장터 운영						부여군, 상인, 주민, 전문가
○ 특화먹거리 개발						부여군, 상인, 전문가
○ 진입로 확포장, 대중교통 접근성 개선						부여군, 전문가

3) 사업명 : 상인의 역량강화 및 경영혁신으로 활력 넘치는 부여상권조성

(1) 목표

- 상권을 형성하는 상인들의 내부 협력을 통한 역량강화 및 경영혁신
 - 지역 내 상인회를 중심으로 하여 상권 활성화를 위한 협력 강화 프로그램 개발을 도모
 - 지역 여건 및 경영상황에 대처할 수 있는 상인들의 자생적 운영체계 구축
 - 다양한 프로그램 개발 통한 방문객 유인

(2) 사업내용

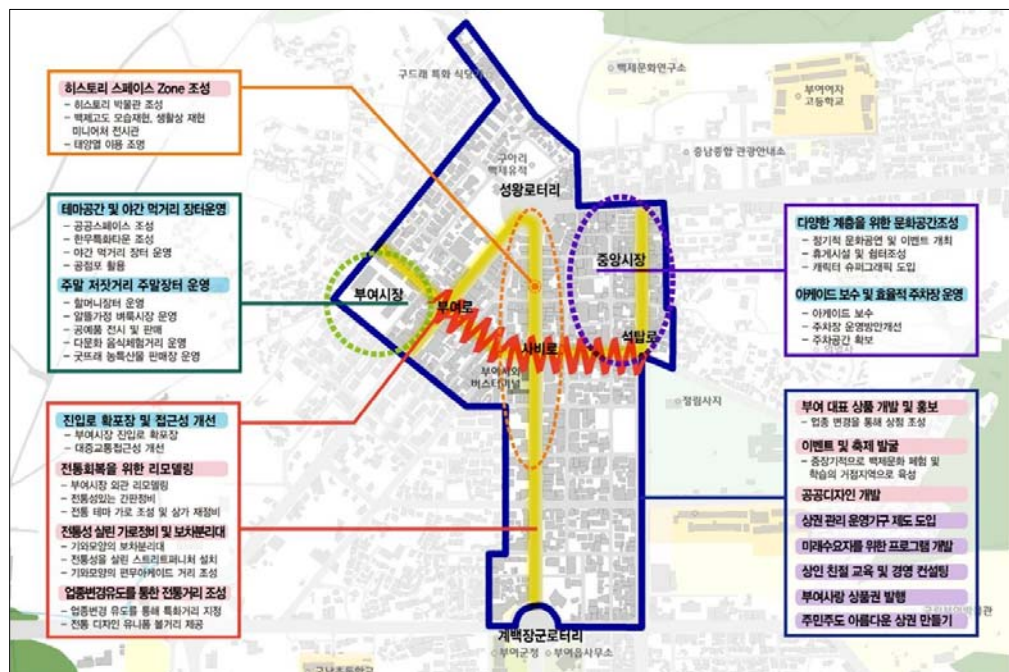
- 상인 협의회 결성 및 상권 관리 운영기구 제도 도입
- 다양한 이벤트 및 마케팅 방안 추진
- 미래수요자를 위한 프로그램 개발
- 빈 점포를 활용한 다양한 사업 추진
- 전문가 멘토링 및 경영 컨설팅 및 교육 지원

- 부여사랑 상품권 발행
- 주민주도의 아름다운 상권 만들기 추진

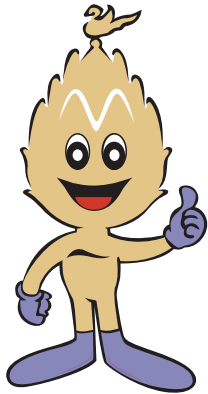
(3) 계획기간 및 추진주체

■ 계획기간 및 추진체계

구 분	계 획 기 간 (연 차)					주 체
	1	2	3	4	5	
○ 상인 협의회 결성 및 상권 관리 운영기구 제도						부여군, 상인, 주민
○ 다양한 이벤트 및 마케팅 방안 추진						
○ 미래수요자를 위한 프로그램 개발						부여군, 주민, 전문가
○ 빈 점포를 활용한 다양한 사업 추진						
○ 전문가 멘토링 및 경영 컨설팅 및 교육 지원						부여군, 주민, 전문가
○ 부여사랑 상품권 발행						
○ 주민주도의 아름다운 상권 만들기 추진						부여군, 상인, 주민, 전문가



■ 종합구상도



제 6 장

상권활성화기구 구성 및 운영

- 1. 상권관리기구의 개요 ----- 93
- 2. 상권활성화기구 관련 선진사례 ----- 94
- 3. 부여도심 상권활성화기구 구성 및 운영방안 109

1. 상권관리기구의 개요 : 상권활성화 관련 제도⁵⁾

- 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」 제19조의 8, 상권관리기구의 설치조항에서 다음 각 호의 내용을 수행하는 업무에 대하여 시장·군수·구청장은 상권관리기구를 설치할 수 있다고 제시함
 - － ① 상권활성화사업의 계획 수립에 필요한 자료의 제공 등 지원 업무 ② 상권활성화사업 ③ 상권활성화와 관련된 사업으로서 시장·군수·구청장이 위탁하는 사업 ④ 그 밖에 지식경제부장관, 중소기업청장 또는 시·도지사가 상권활성화를 위하여 필요하다고 인정하는 사업에 대해 효율적으로 추진하기 위한 상권관리기구 설치가 가능함
- 상권관리기구는 「민법」에 따른 비영리법인으로 하고 상권활성화사업의 효율적인 추진 및 자문을 위하여 상권활성화 협의회를 운영할 수 있음
 - － 상권활성화 협의회는 상권활성화구역 안의 토지 등 소유자, 상인, 거주자 및 유통 관련 전문가 등으로 구성됨
- 정부와 지방자치단체는 상권관리기구에 대하여 예산의 범위에서 상권활성화사업 시행에 드는 비용의 전부 또는 일부를 지원하거나 보조할 있음
 - － 그 밖에 상권관리기구의 설치 및 운영에 필요한 사항은 지식경제부령으로 정하는 바에 따라 시·군·구의 조례로 정함
- 상권활성화에 관한 업무를 효율적으로 추진하기 위해 상권관리기구에 관련 전문가를 두되, 관련 전문가의 자격 등에 관한 사항은 중소기업청장이 정하여 고시함
 - － 상권활성화협의회는 위원장 1명을 포함하여 15명 이상의 위원으로 구성함

5) 상권관리기구 운영방안 및 타운매니저 육성방안 연구, 시장경영진흥원, 2010

2. 상권관리기구 관련 선진사례

- 선진국에서는 지역상권 전체의 경제활성화를 유도하기 위해 BID, TCM, TMO와 같은 종합적인 지역활성화 제도를 도입하여 시행하고 있음
 - 우리나라도 균형있는 지역경제의 발전에 부합하기 위해 지역상권을 육성해야 할 필요성이 있음
- 지역상권 전체를 계획적으로 개발하고 관리하기 위해 선진국 제도와 같은 종합적인 지역 활성화 모델의 도입이 요구됨

1) 미국 Business Improvement District 제도⁶⁾

(1) BID제도 도입 배경 및 목적

- 미국은 1960년대 주거기능의 교외화, 자동차 교통 및 주택정책의 발달, 상업기능의 교외화로 대형점이 발달하였고 1970년대 업무기능의 교외화로 중심시가지 공동화 현상이 나타남
- 낙후된 도심의 중심부에는 높은 공실률, 쓰레기, 범죄, 노숙자, 주차공간 부족, 환경오염 등 여러 가지 사회문제가 발생함으로써 기존 상업지 활성화에 장애요인으로 작용함
 - 재정악화와 교육의 질 저하 및 중심시가지 인프라 취약 등으로 연결되어 도시 기능의 마비라는 악순환의 결과가 초래되어 이를 개선하기 위한 방안을 모색함
- 이러한 중심시가지의 공동화 현상을 해결하는 것을 목적으로 1980년대 BID (Business Improvement District) 제도가 도입됨
- BID제도는 도시 중심시가지의 침체된 상권의 활성화를 도모하기 위해 환경정비와 경제성장의 엔진으로서 지역사회의 구심점 역할을 수행을 목적으로 함

6) 선진국의 지역상권 육성제도 연구, 시장경영지원센터, 2005

(2) 대상지 조건과 지구설정

- BID는 상업, 업무, 공업지역으로 다음과 같은 요건을 가진 지구에서 가장 높은 적용 효과를 기대할 수 있음
 - － 지구 내 상점 및 사업체수 비율이 높아서 필요한 재원을 충분히 확보할 수 있는 세수 기반을 가진 지역
 - － 공실률이 낮고, 가급적 주거, 공공, 종교건물 등이 거의 없는 지역
 - － 환경개선 사업을 통해 쇼핑객이나 사업체 유치에 상당한 기여를 할 수 있는 지역
 - － 지구의 환경개선을 위해 노력 할 수 있는 상인, 사업주, 토지주 등 주도적인 그룹이 형성되어 있는 지역 등
- 지구의 경계는 예정지구 내 토지소유자와 상인들에 의해 결정되며 해당 지자체는 구역 설정을 위한 기술적인 지원을 담당하고 가급적 상업, 업무지역으로 국한하여 주거나 공공건물 등은 제외시키도록 유도함

(3) BID제도 운영형태 및 주요내용

- BID제도는 시설 및 인구의 교외화, 범죄, 위생 등 중심시가지의 공동화 현상을 해결하는 것을 목적으로 특별지구(Special District)제도를 이용함
 - － 대상지구 내의 부동산 소유자가 스스로 부담금을 지불하여 지구의 활성화를 위해 사업을 실시하는 구조
- 대상지구의 개선을 위한 비용을 수익자인 지구 내 부동산소유자가 스스로에게 과세권한을 가지며 지자체가 대상 부동산소유자로부터 징수를 하게 됨
 - － 또한 사업기간(3~5년) 세금의 형태(자산세의 5~6%) 또는 운영주체의 권한으로 확보하며 이벤트 수익금, 지자체 조성기금, 채권발행 등의 형식으로 확보하기도 함
- 운영형태는 자발적 비영리민간협의체 조직으로 1400개 조직이 활동 중이며 공무원, 상인, 건물주, 부동산회사, 지역주민 등이 참여하고 있음

- 운영주체는 BID 예비단계에서 추진위원회 형태로 예비계획 수립 및 주민의사 수렴, 관공서와의 협의 등의 역할을 담당
- 상업서비스과(DBS : Department of Business Services)에서는 BID 계획수립 및 운영을 위한 자문, 행정적·기술적 지원, 시행과정 기록 등의 역할을 담당함
- BID제도의 사업내용은 다음과 같음
 - 홍보, 판촉, 이벤트, 고객안내서비스 등의 소비자 마케팅
 - 거리청소나 낙서제거, 조경 등의 지구 내 환경관리
 - 가로등, 쓰레기통, 이정표 등의 설치기반시설 관리
 - 안전관리, 상업발전, 실태조사 및 모니터링
 - 재개발프로그램 조사 및 계획 등을 중점적으로 실시하고 있음
- BID제도의 실시로 범죄가 감소하고 청결도가 향상하였으며 방문객수가 증가함
 - 또한 지역투자 및 양질의 노동력을 확보하였으며 자산가치가 상승하는 성과를 나타냄

(4) 벌링턴시 BID 사례

- 미국 북동부 버몬트주에 위치하고 있으며 소도시이지만 인접 도시지역을 합하면 28만여 인구로 구성되어 있음
 - 대형쇼핑몰 등장으로 인하여 중심 시가지 상가의 공동화에 따른 지역경제의 침체가 점진적으로 진행되어 짐
- 80여 개의 점포를 재구성하고 먹을거리가 풍부한 거리 만들기, 대학가와 연결 되도록 거리 풍경 및 통로 조성, 역사적인 건물은 재생 및 유지하고자 노력함
- BID제도의 추진경과
 - 2001년 BID도입을 발표
 - 2003년 BID제정, 22개 지역 타당성을 조사
 - 2005년 정식으로 출범

- 지역 특성에 맞는 활성화 방안을 존중, 문화 및 관광 전략과 연계한 지역의 지속가능한 발전 전략을 추구하여 활기찬 도심을 만들기 위한 지역 경제 향상을 도모함
- 벌링턴시 BID사례의 효과
 - 1997년 상업지구 활성화에 성공한 미국 5개 도시에 선정됨
 - 벌링턴 중심시가지에는 연간 300만 명의 관광객이 방문하고 있으며, 이들 중 30%는 타 지역과 연계한 지역 마케팅으로 가까운 몬트리올을 통해서 유입되고 있음
 - 쇼핑의 편리성 제공에 노력하고 주차장 확대, 공영버스 운행, 보행자 전용 도로 등 소프트웨어와 하드웨어 인프라를 개선함

2) 영국 Town Centre Management 제도⁷⁾

(1) TCM제도 도입 배경 및 목적

- 영국의 지역 상권은 1970년대에 자동차의 증가와 공공 시설의 교외이전으로 도시 중심부의 인구가 감소하였음
 - 또한, 전통과 문화 중시 현상으로 건물의 노후화와 상권매력도가 저하되고 탈 도시화가 급전되지 않았음
- 1980년대 대형점포의 교외진출과 상업기능의 교외화로 1980년대 말부터 지역경제 향상 및 도시 난개발 해결을 목적으로 중심시가지 활성화를 추진하기 위해 TCM(Town Centre Management)제도를 시행하였음

(2) 대상지 요건과 지구설정

- TCM 대상지 요건은 상업지역과 업무지역에서 높은 효과를 기대할 수 있는 곳
 - 인구기반이 확보된 지역이나 인구유입 요소가 있는 지역
 - 필요한 재원을 충분히 확보 할 수 있는 세수기반을 가진 지역

7) 선진국의 지역상권 육성제도 연구, 시장경영지원센터, 2005

- 환경개선사업을 위해 노력하는 상인, 사업주, 토지주 등의 리더 그룹이 형성된 지역
- 지방정부의 적극적인 활동과 조력지원 시스템이 있는 지역 등
- 지구설정은 예정 지구 내 TCM준비위에서 결정되며, 지방자치단체 지원과는 구역 설정을 위한 기술적인 지원을 담당함
 - 대상지역은 상업지역과 업무지역으로 랜드마크(landmark)를 이룰 수 있는 지역
 - 도심의 상업, 주거, 교역, 문화, 오락, 레저 활동 등 지역의 중심으로 발전이 가능한 곳

(3) TCM제도 운영형태 및 주요내용

- TCM의 운영형태는 종합상권개발을 목적으로 한 비영리 파트너십 단체 및 제3섹터형태로 지자체, 민간사업자, 상공회의소, 지역시민단체 등으로 구성
- 재원조달은 정부계 보조금인 EU보조금, 중앙정부 및 지자체가 80%, 건물소유자, 상인회비, 후원금, 이벤트 수입, 복권기금 등 민간부담금이 20% 수준임
- TCM의 주요한 사업내용 다음과 같음
 - 거리청소, 쓰레기 수거 등 환경개선
 - 보행자 및 주차장 관리 등 접근성 개선
 - 프로모션, 이벤트 등의 지역마케팅
 - 연구조사 및 정보제공, 타운매니저 육성 등

(4) Covent Garden TCM사례

- 340년 재래상권을 1980년부터 새롭게 단장하였음
 - 런던의 템즈강 인근에 위치한 밀집 번화가(600여개 점포)로서 역사성을 유지하면서 개발에 성공한 사례임
 - 1980년대 들어 낡은 건물을 리모델링하고 상권형성을 위해 체계적으로 개발하였음

- 다양한 볼거리와 고객을 머물게 하는 편리한 쇼핑환경을 조성하였음
 - － 상점가 사무국은 다양한 이벤트와 볼거리를 연중 제공
 - － 점포, 공원, 휴식공간, 맥주홀, 극장, 박물관 등을 조화 있게 배치
 - － 각 점포는 명성을 유지하기 위해 특징 있는 인테리어 구성

3) 일본 Town Management Organization 제도⁸⁾⁹⁾

(1) TMO제도 도입 배경 및 목적

- 일본의 지역상권은 1980년대 이후 교외형 쇼핑센터 개발이 계기가 되어 1990년대 기존 시가지 소매업이 급속하게 피폐하였으며 빈 점포대책도 대부분 효과를 보지 못함
 - － 소비자의 라이프스타일 다양화, 인구의 교외 분산, 상업 시설 및 공공시설의 교외이전 등으로 도시 기능이 쇠퇴함
 - － 중소소매상인의 고령화와 후계자의 부재, 전체적인 인구감소 등의 내적 변수로 작용함
- 1998년 중심시가지의 입체적이고 종합적인 활성화를 위해 중심시가지활성화법 TMO(Town Management Organization)제도 이외에도 대점입지법, 개정도시계획법 등 법이 정비됨
 - － 중심시가지의 시설정비 개선 및 상업 활동 활성화의 일체적 추진과 국민생활의 향상 및 국민경제의 건전한 발전에 기여하였음
 - － 대점입지법, 개정도시계획법 등과의 연계로 전국적 규모의 사업추진에 대한 법적 근거가 됨

8) 선진국의 지역상권 육성제도 연구, 시장경영지원센터, 2005

9) 일본의 지역 상권 활성화 정책, 한국유통학회, 2005

(2) TMO제도 운영형태 및 주요내용

- TMO의 운영형태는 다음과 V같은 기관이 사업을 추진함
 - － 상공회, 상공회의소, 제3섹터, 재단법인, NPO(Non-Profit Organization, 비영리단체)가 TMO를 구성하고 있는 5대 주체임
- 정부 및 지자체가 강력한 행정상의 주도권을 가지고 기본 방침 및 계획을 세워 사업을 추진함
- 중심시가지활성법 TMO제도의 대상이 되는 구역은 각각 시·읍·면에서 한 개의 구역으로 되어 있으며 다음과 같은 요건을 갖추어야 함
 - － 해당 시가지에 상당수의 소매상업자가 직접 및 도시기능이 상당 정도 집적해 있어, 그 존재하고 있는 시·읍·면의 중심으로서의 역할을 완수하고 있는 시가지 일 것
 - － 해당 시가지의 토지이용 및 상업활동의 상황 등으로 볼 때 기능적인 도시 활동의 확보 또는 경제 활력의 유지에 지장이 발생했거나 발생할 것으로 우려되는 시가지 일 것
 - － 해당 시가지의 정비개선 및 상업 등의 활성화를 일체적으로 추진하는 것이 해당 시가지에 존재하는 시·읍·면 및 그 주변의 지역발전에 의해 유효하고 적절하다고 인정될 것 등
- TMO제도의 주요한 사업 내용 다음과 같음
 - － 업종구성이나 점포배치 등 중심시가지 상업 집적을 파악하고 기반시설 정비 및 소프트사업을 종합적으로 추진하여 계획적으로 운영 및 관리하며 시가지 흡인력을 높이는 사업
 - － 쾌적한 생활환경 유지사업
 - － 접근성을 높이는 사업
 - － 거주인구 증가를 위한 사업 등에 지원
 - － 타운매니저 파견, 상담 조언 등

(3) TMO제도의 특징

○ 적극적인 도시 및 상업 정책

- 도시계획법과 대점입지법이 소극적 도시·상업정책이라 한다면 중심시가지활성법은 도시의 적정성 구상과 이를 위한 구체적 사업계획에 따라 보완해 나가는 제도임

○ 타운매니지먼트적 사고를 지님

- 타운매니지먼트란 중심시가지의 상업 집적을 하나로 간주하여 업종구성, 점포배치 등의 테넌트배치, 기반 정비 및 소프트사업을 종합적으로 추진하고 상업 집적을 하나로 묶어서 일괄적이고 계획적으로 운영·관리하는 것을 의미함
- 1990년대 초반의 상점가의 영역을 넘어 지역 전체를 관리한다는 발상의 마찌즈꾸리회사제도에 근간을 둠
- 구역을 명확하게 설정하고 구상 및 계획을 수립하여 사업을 진행함

○ 행정상의 주도권

- 행정은 기본계획을 수립하고 TMO 사업을 인정한 책임 있는 입장에서 강력한 주도권을 발휘함

○ 상인 및 지역주민이 이해와 협조

- 지역주민, 상인, 지주, 건물주의 이해를 도모하는 차원에서 지역 활성화를 추진함

○ 주요 사업의 선별적 선택

- 가능성 있는 지역에서부터 시작하여 그 효과를 중심 시가지 전체로 확산시켜나감

(4) 지유가오카 TMO사례

- 자동차 보급, 소비자 라이프스타일 변화, 대점법 개정으로 인한 규제 완화 등을 배경으로 중심 사업지의 기반 약화가 심각해짐
- 점포수 약 1600여개로 12개의 상점가구가 집합한 형태임

- 패션 감이 넘치는 인테리어 생활 잡화, 패션관련의 업태 점과 레스토랑 카페, 미용원 등이 다수 집적하는 밝고 아름다운 거리로 여성고객의 비율이 높음
 - 주력 고객층이 20대 후반~30대 아이를 동반한 젊은 고객층으로 안전하고 쾌적한 쇼핑을 추구함
- 주요사업
 - 지유가오카 교통사회실험(보행공간 창출실험)
 - 방치 자전거 대책, 점포의 입·출 상품차량과 보행자 공간 확보
 - 양호한 주거환경 보전, 역 앞의 경관형성 및 철도와 조화
- 운영 주체 활동
 - 카드시스템 및 무료 법률상담
 - 홈페이지 운영 및 점포 가이드 북 발행
 - 쓰레기봉투 사업(민간위탁), Information Center 운영(년중 무휴)
- 성공요인
 - 상점가진흥조합을 중심으로 일치단결
 - 12개 구역 중심의 자치회가 있고 매달 전체 월례회의 진행
 - 회원 간 친목 도모, 상점주 자녀들의 모임을 지원하여 후계자 양성

4) 해외사례의 시사점¹⁰⁾

- 소매상권 위축 문제는 선진국에서도 진행 중인 사회문제임
 - 도심지, 부도심지, 지방도시 등 각 지역의 소매상권은 위치에 따라 상권에 영향을 미침

10) 선진국의 지역상권 육성제도 연구, 시장경영지원센터, 2005, 재정리

- 인구의 이동, 생활권의 변화, 대형점과 전문점의 출현, 지방도시에 제조업 공장의 폐업 등에 따라 계속되는 문제임
- 유통산업 구조변화가 급속하게 진행된 80년대부터 지역상권 위축문제가 대두되어 현재까지 지속되고 있음
- 지역 소매상권은 관리주체가 없으며 협업 능력이 취약하여 자율적으로 경쟁력 확보를 위한 노력에 한계가 있으므로 정부의 개입이 필요함
 - 상인과 서민 문제, 도시기능·지역개발·도로문제와 연계된 복합요인이 작용하고 있어 상인들의 자력 해결이 곤란해짐
 - 상인들의 경우 부담금을 내지 않는 무임승차 문제로 갈등함
- 전문성 있는 지원기관의 보다 체계적인 관리가 필요함
 - 상인들에게 보조금만 지원할 경우 효율적인 사업추진에 한계가 있으므로 전문성 있는 운영·관리 주체를 확보하여 사업을 추진함
 - 공익성 법인, 제3섹터 등 지역상권 관리를 전문기관이 수행함
- 저소득층을 위한 소매유통공간의 제공이 필요함
 - Street Market, Farmers Markets, 주말시장 등 서민층이 생업을 영위할 수 있는 양성화된 공간을 다양하게 제공 함
 - 교통량이 적은 일정구간을 정해 지자체에서 관리, 노점영업 횟수에 따라 점수를 관리하여 라이선스를 발급, 일일 및 주간 단위로 점포위치에 따라 사용료 차등 징수 등 노점에 대한 관리기법이 매우 뛰어나고 합리적임
- 대형점과 소매점이 공존하는 모델이 정착함
 - TCM 사업에 필요한 재원을 구역 내 대형점에서 상당부분 부담함
 - 대형점과 소매점의 고객은 다르므로 지역 내 대형점 진출을 받아들임

- 지역활성화를 위해 도시개발과 상업시설의 조화를 추구
 - － 지역특성을 반영한 명확한 테마와 전문화 추구를 통한 지역 마케팅 전략을 구축함
 - － 지역 문화 교류의 거점으로서 재래시장 육성 발굴을 위한 관리주체와 통일된 경영방식을 도입함

5) 우리나라의 주민참여 관련 사례¹¹⁾

(1) 경관사업추진협의체

- 경관사업은 경관법 제13조에서 시·도지사 또는 시장·군수가 지역의 경관을 향상시키고 경관의식을 높이기 위해 경관계획이 수립된 지역 안에서 시행하는 사업으로 경관계획을 시행하기 위한 수단임
 - － 이의 원활한 추진을 위하여 필요한 경우 경관사업추진협의체를 설치하도록 하고 있음
 - － 경관사업추진협의체는 지역사회의 합의도출과 경관사업의 원활한 추진을 위해 기능 및 운영 등에 관한 사항을 조례에 명시하도록 하고 있음
- 경관사업추진협의체의 구성은 일반적으로 다음과 같은 단계를 거쳐 구성하고 있음
 - － 지방자치단체와 협의를 통해 참여할 수 있는 개인, 시민단체, 전문가, 관련공무원으로 구성된 파트너를 정함
 - － 핵심요소를 결정하여 사업의 단계별 사업내용을 정하고 합의를 이끌어냄
 - － 협의체의 명칭, 사무소의 위치, 사업내용, 조직과 의사결정방법, 회원의 구성, 회원의 역할과 의무 등 협의체 설립의 이미지를 확정함
 - － 협의체의 역할, 활동내용, 사업 전개 등을 결정함
 - － 협의체 발족, 필요한 절차 및 규약을 제정하고 공포함

11) 상권관리기구 운영방안 및 타운매니저 육성방안 연구, 시장경영진흥원, 2010 재정리

(2) 명동 관광특구 주민협의체

- 명동관광특구의 환경을 정비하고자 제1종 지구단위계획을 수립하여 공공부문 정비는 시비를 투입하여 정비하며 민간부문 정비는 해당 주민이 시행하도록 주민협의체를 구성하여 운영하고 있음
- 명동 지구단위계획의 민간부문 지구단위계획 시행지침의 주요내용은 다음과 같음
 - 명동가꾸기 운영위원회는 지역주민 10인 이상의 주민 대표로 구성하여 정하는 사항에 대한 홍보 및 실천, 지도 등의 기능을 담당함
 - 운영위원회는 주민의 협의안을 명동심의위원회에 제출하며 의결을 거쳐 지방자치단체의 승인을 취득한 후 운영함
 - 지방자치단체의 장이 필요하다고 인정하여 협의사항을 변경할 경우 운영위원회의 의견을 들어 명동심의위원회에 제안할 수 있음
 - 건축주는 사전에 주민약속서약서를 구청장에게 제출하도록 하며 명동심의위원회의 심의를 통해 주민약속 준수여부를 심의 받도록 함
- 명동심의위원회의 구성 및 운영 조항의 주요 내용은 다음과 같음
 - 명동심의위원회는 명동관광특구 제1종 지구단위계획구역 내에 건축 시 시행지침의 세부사항 및 주민약속으로 정하는 사항의 운영 및 준수여부를 심의 또는 자문함
 - 관계공무원, 계획전문가, 주민을 대표하는 각 1인 이상의 위원으로 구성함
 - 주민약속의 제정 또는 변경에 관한 심의, 건축허가 또는 신고에 대한 사전심의, 주민약속 위반 시의 조치사항, 기타 구청장이 필요하다고 인정하는 사항을 심의하는 역할을 담당함

- 명동 일대 건물주 및 상인 등으로 구성된 비영리단체인 명동 가꾸기 운영위원회는 상가발전과 관광명소로 발전하기 위해 명동 일대의 특화거리 조성사업을 추진하고 있음

(3) 가로환경개선사업 주민참여 사례

① 노유 로데오거리 가로환경 개선사업

- 기성 상업지의 활성화를 유도하고 장래의 지역단위의 고유한 특성을 살릴 수 있는 도시관리 수단으로 활용하기 위해 주민 및 주민협의체 참여도, 사업의 실현성 및 효과, 자치구의 사업시행여건 및 의지 등을 기준으로 ‘건대입구 패션상설 상가(노유거리)’를 선정하였음
 - － 서울시정개발연구원이 가로계획을 위한 전문가 역할을 담당하면서 전체사업 진행을 주도함
 - － 도시연대는 시민단체로서 주민참여와 주민교육, 주민협정안 준비 등의 역할을 담당함
 - － 주민협의체인 ‘노유거리 가꾸기 주민위원회’는 주민 대표로서 사업진행의 주체적인 역할 수행
- 상인들과 주민들의 합의와 단일의사소통구조의 필요에 따라 주민위원회를 구성하였음
 - － 서울시정개발연구원과 도시연대가 주민들과 함께 논의할 주제를 제시하고 상인들과 주민들이 논의하여 결정하는 구조를 형성함
 - － 물리적인 환경정비 사업이 종료된 후에도 노유거리와 관련한 사안에 대하여 행정과 공동으로 결정하고 주민약속의 이행을 위하여 주민을 유도하고 감독하며 새로운 상인과 건축주에게 주민약속 내용을 제시하도록 하는 등의 역할을 부여하고 있음

② 서대문구 신촌 명물거리 시범가로 사업

- 1999년 건축주와 상점주들을 중심으로 추진위원회가 구성되어 기본계획 수립부터 주민의견을 반영하였음
 - － 2001년 시범가로 공사가 완료됨에 따라 “건고 싶은 거리 운영위원회”를 결성하고 자체 행사를 기획하여 운영하였음

- 이외 이벤트 행사, 노상주차장 운영, 노점상 관리, 옥외광고물 정비 등에 대해 상가의 자립적인 개선노력을 함

(4) 도시계획의 사업협의회

① 재정비촉진지구 사업협의회

- ‘도시정비촉진을 위한 특별법’ 제17조에 근거하여 다음과 같은 목적으로 구성되었음
 - 재정비촉진계획 수립권자는 재정비촉진계획의 수립 및 재정비촉진사업의 시행을 위하여 필요한 사항, 재정비촉진사업별 지역주민의 의견조정을 위하여 필요한 사항 등에 관한 협의 또는 자문을 하도록 함
- 사업협의회는 20인 이내의 위원으로 구성하되 총괄계획가와 총괄사업관리자는 사업협의회의 위원이 됨
 - 재정비촉진계획 수립권자는 사업협의회 위원의 1/2 이상이 요청하는 경우나 재정비촉진계획 수립권자가 필요하다고 판단하는 경우에 사업협의회를 개최함

② 유비쿼터스 도시사업협의회

- ‘유비쿼터스 도시의 건설 등에 관한 법률’ 제24조 및 동법 시행령 제28조에 근거하여 다음과 같은 목적으로 구성됨
 - 유비쿼터스 도시건설사업을 추진하려는 지방자치단체의 장은 사업 추진을 위한 사업계획 및 실시계획에 관한 사항
 - 유비쿼터스 도시기반시설의 관리, 운영 및 재정확보 방안에 관한 사항
 - 유비쿼터스 도시기반시설의 인수인계에 관한 사항 등을 협의

(5) 주민참여제도 비교

- 경관사업추진협의회는 공익성을 목적으로 하는 경관사업의 효율적 실현과 유지관리, 지역주민이 참여하는 경관사업 실현을 위해 주민, 전문가, 공무원을 참여대상으로 함
- 지구단위계획은 지방자치단체가 수립하는 법적 강제사항으로 건축의 인·허가시에만 적용되는 등 규제의 성격이 강함
- 환경개선사업 등의 주민협정은 공익성을 목적으로 그 내용적 범위가 포괄적이며 주민·전문가·관공서가 함께 참여한 지속적인 유지관리방안을 통해 경관지속성을 고려함
- 재정비촉진사업의 사업협의회 또한 도시정비사업에 주민의견을 반영하고 주민이 참여하는 사업을 운영하기 위해 주민과 전문가, 공무원이 참여하여 구성됨
- 유비쿼터스 도시사업협의회는 계획의 수립 및 운영, 평가를 위한 목적으로 전문가, 공무원, 사업시행자 등이 참여 대상으로 일반 주민 또는 시민의 참여는 배제되어 있음

■ 경관협정 관련 제도 비교

구 분	경관	지구단위계획	재정비촉진구역
근거법	경관법	국토의 계획 및 이용에 관한 법률	도시재정비 촉진에 관한 특별법
주체	지자체·토지소유자	지자체	지자체
내용	가로환경정비 및 지역녹화사업, 야간경관사업, 역사문화지역 특성사업	건축물 배치/규모, 용도/밀도/높이, 교통 등	건폐율/용적률/높이/용도/행위제한 등
운영	지자체, 경관협의체	-	지자체
적용기간	대상지 조성 시	건축 인허가시	계획수립 시
강제여부	자율	강제	강제
적용대상	기존 시가지	신개발지 중 일부 도시계획수립 대상지	기존 시가지, 신개발지

3. 부여도심 상권활성화기구 구성 및 운영방안

1) 상권활성화기구 운영 방안

- 상권활성화기구는 크게 법인 및 비영리민간단체의 두 형태로 고려해 볼 수 있을 것임
 - 법인의 형태는 재단법인과 사단법인의 형태가 있을 수 있으며 이는 부여군 및 시장의 여건에 맞도록 정하여야 할 것임
 - 비영리민간단체의 경우 아직 우리나라의 여건에서는 추진이 미흡한 실정에 있으나 사회적기업 등이 강조되고 있는 시점에 있어 이러한 형태를 고려해 볼 수 있을 것임

(1) 상권관리기구의 설치제도 검토

- 군수는 다음과 같이 상권활성화 사업을 효율적으로 추진하기 위하여 상권활성화기구를 설치할 수 있도록 하고 있음
 - 상권활성화 사업의 계획수립에 필요한 자료의 제공 등 지원업무
 - 상권활성화 사업
 - 상권활성화와 관련된 사업으로서 군수가 위탁하는 사업
 - 그 밖에 지식경제부장관, 중소기업청장 또는 도지사가 상권활성화를 위하여 필요하다고 인정하는 사업 등의 업무
- 상권관리기구는 민법에 따라 비영리법인으로 하며 상권활성화사업의 효율적인 추진 및 자문을 위하여 상권활성화구역 안의 토지 등 소유자, 상인, 거주자 및 유통관련 전문가 등으로 구성된 상권활성화협의회를 운영할 수 있음
- 정부와 지방자치단체는 상권관리기구에 대하여 예산의 범위내에서 상권활성화사업 시행에 드는 비용의 전부 또는 일부를 지원하거나 보조할 수 있음
 - 그 밖에 상권관리기구의 설치 및 운영에 필요한 사항은 지식경제부령으로 정하는 바에 따라 조례로 정함

- 상권활성화 사업에 관한 업무를 효율적으로 추진하기 위하여 상권관리기구에 관련 전문가를 둬
 - － 관련 전문가의 자격 등에 관한 사항은 중소기업청장이 정하여 고시하며 상권활성화협의회는 위원장 1명을 포함하여 15명 이상의 위원으로 구성함
- 상권관리기구에 대한 정확한 개념정립은 이루어지지 않았으나 상권활성화를 위해 구역 내 주민 및 상인들이 스스로 참여하여 상권을 활성화시키는 것이라 볼 수 있음
 - － 상권관리기구를 운영하기 위한 재원을 스스로 마련함으로써 자생력 있는 상권활성화를 목표로 하고 있음
- 우리나라의 경우 아직까지 이를 위한 조직이 발달하지 못하고 있어 시작단계에서는 지방자치단체의 참여가 필요하다고 할 수 있음
 - － 궁극적으로 상인 스스로 구성요소가 되는 상권관리기구를 설치하여야 하나 초기 안정화를 위해 본보고서에서는 1단계로서 부여군이 참여한 재단법인 형태의 추진 후 2단계로 충남형 사회적기업화의 단계별 조직 운영방안을 제시하고자 함
 - － 이는 관계자와의 협의 등을 거쳐 법인의 형태 및 전환 등에 관한 사항들이 결정될 수 있도록 해야 할 것임
- 상권관리기구는 여러 형태를 갖출 수 있으나 상권활성화구역내 사업추진 시 대부분 정부의 보조금을 이용할 것으로 예상되기 때문에 비영리법인 형태가 가장 적합할 것으로 판단됨

(2) 1단계: 재단법인운영(안)

- 도심상권의 활성화를 위해 전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법 제19조의8에 따른 상권관리기구로서 가칭 “상권활성화재단”을 비영리 법인으로 설립하는 (안)임
 - － 상권활성화 사업은 자치단체가 주도하기 보다는 전문적인 시각의 경영체계를 통해 이해관계를 조정해 나가는 것으로 민간인이 많이 참여하는 것이 바람직하나 아직 민간조직이 안정적으로 운영할 수 있는 체계와 여건이 형성되어 있지 못하기 때문에 정착하기 까지 부여군이 중심이 되어 상권관리기구를 운영할 필요가 있음

- 이는 초기 상권관리기구의 안정적 운영을 위한 것으로 군수를 이사장으로 운영하는 방안임
- 상권활성화재단은 다음과 같은 사업을 수행하거나 지원함
 - 상권활성화사업의 계획 수립에 필요한 자료의 제공 및 지원
 - 공동시설·고객편의시설의 설치 및 개선, 교통체계 개선 등 고객 접근성 향상 및 환경개선 사업
 - 공동 마케팅, 공동 상품·디자인 개발 등 공동사업
 - 빈 점포 활용, 청소 및 노점관리 등 상권관리사업
 - 고객 및 지역주민 대상 문화시설 설치 및 문화프로그램 운영 등 고객유치사업
 - 관광·테마거리 조성, 축제·홍보행사 개최 등 상권 홍보사업
 - 상권활성화구역 내 오래되고 낡거나 심하게 훼손된 상업기반시설의 정비에 관한 사업
 - 상권활성화를 위하여 정부와 군에서 위탁하거나 필요하다고 인정하는 사업
 - 기타 상인 및 상권에 필요한 사업 등 임
- 재단에는 이사장 1인, 대표이사 1인을 포함한 10인 이상 13인 이내의 이사와 감사 1인을 둠
 - 대표이사를 제외한 모든 임원은 비상근으로 하며 대표이사 임명시 이사회의 의결과 의회의 동의를 얻도록 함
 - 대표이사는 이사장이 임면하며 타운매니저가 사업에 전념할 수 있도록 재단 전반의 행정 및 사업 업무를 총괄함
 - 대표이사는 전문 경영인의 자격을 갖춘 자를 공모하는 것이 바람직함
- 재단에 이사회를 두며 이사회는 이사장과 이사로 구성함
 - 이사회는 정관이 정하는 바에 따라 재단의 업무에 관한 중요한 사항을 심의·의결함
 - 비상근 임원진은 적정임기를 부여하여 조직의 운영에 책임감을 고취시킬 수 있도록 함

- 타운매니저는 상권관리기구에서 수행하는 물리적 사업의 진행을 총괄하며 상권활성화 사업의 일환으로 진행되는 개발사업의 계획 및 용역관리를 담당함
 - 행정 또는 경영의 경력을 갖춘 전문가를 공모하는 방안과 군의 공무원을 파견하는 방안이 있을 수 있음
 - 지속적인 사업을 위해서는 별도의 전문인력을 채용하여 사업기간에 부합한 임기를 부여하도록 함
- 재단의 직원은 정관이 정하는 바에 의하여 대표이사가 임명함
 - 부서 직원은 일반직원을 팀당 3-4인으로 상주토록 하며 재단의 여건에 따라 탄력적으로 운영하도록 함
- 재단의 운영 및 사업에 필요한 재원은 정부 및 군, 공공기관·단체, 민간단체, 상인조직의 출연금 및 보조금, 재단사업 수입금 및 기타 수입금으로 충당함
 - 재단은 설립목적의 범위 안에서 군수의 사전승인을 얻어 수익사업을 할 수 있도록 함
- 재단은 상권의 회생지원과 활성화를 위하여 가칭 “상권 활성화협의회”를 설치하도록 함
 - 협의회는 위원장, 부위원장 각 1인을 포함하여 15인 이내로 당연직 위원과 위촉직 위원으로 구성하되 당연직은 과장이 되고 위촉직은 아래와 같은 자 중에서 선정함
 - 군의원 3인
 - 도시·건축·디자인·경영·경제학계 등의 분야에 경험이 풍부한 전문가
 - 상권관련 주민 및 상인 대표
 - 시장경영진흥원의 상권활성화지원 담당
 - 기타 군수 필요하다고 인정되는 자
- 협의회는 다음과 같은 사항을 논의함
 - 사업의 대상범위, 지원대상사업, 지원규모 등
 - 상권 활성화에 대한 전반적인 자문 및 사업 제안
 - 기타 협의회에서 필요하다고 인정되는 사항

부여군 상권활성화재단 설립 및 운영(안)

- 가칭 상권활성화재단 설립 조례 제정
 - 도심상권의 활성화를 위하여 전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법(이하 “특별법”이라 한다) 제19조의8에 따른 상권관리기구로서 부여군 상권활성화재단(이하 “재단”이라 한다)을 비영리법인으로 설립하고, 그 운영에 필요한 사항을 규정하는 조례를 제정하여 지역경제 활성화 및 부흥에 기여토록 함
- 재단의 주요 사업
 - 상권활성화사업의 계획 수립에 필요한 자료제공 및 지원
 - 고객 접근성 향상 및 환경개선 사업
 - 공동사업
 - 상권관리사업
 - 상권홍보 및 고객유치사업
 - 사업기반시설 정비사업 등
- 재산의 조성
 - 군의 출연금 및 기타 수익금 등
- 이사회 임원 10인-13인 이내
 - 이사장(군수)
 - 대표이사
 - 도 공무원
 - 회계사
 - 군 공무원
 - 학계 2인
 - 관련단체 2인
 - 중앙공무원 1인 등
- 재단직원
 - 타운메니저 : 전문인력 채용
 - 재단직원 : 4인(조직여건 고려 탄력적 운영)
- 운영재원
 - 출연금 및 보조금, 수입금 등
- 상권활성화협의회 설치(15인 이내)
 - 위원장(부군수 또는 실과장)
 - 군의원 2인
 - 전문가 2인
 - 주민 및 상인대표 8인(상가별 2인)
 - 시장경영진흥원 1인 등

(3) 2단계: 충남형 사회적기업화

- 초기 재단의 형태에서 안정화단계에 접어들게 되면 충남형 사회적기업화로 전환하여 운영하는 것이 바람직 할 것임
 - 이는 군수가 이사장으로 있어 나타나게 되는 장점도 있으나 위인설관 및 자율성 저해 등의 문제를 해소할 수 있음
 - 또한, 다각적인 참여를 통한 이익창출과 환원의 측면에 있어서도 바람직한 형태임
- 충남형 사회적기업은 충남지역에 소재한 사회적서비스 제공을 목적으로 활동하는 기업(단체)중 노동부의 7가지 인증조건에 못미치더라도 사회적목적의 구체적 실현 및 수익성 창출에 대한 성장 가능성이 높아 충청남도 사회적기업 육성위원회에서 심의를 통해 지정한 기업(단체)으로 사회적기업으로의 전환을 지향하는 기업(단체)을 의미함
- 조직형태는 민법상 법인·조합, 상법상 회사형태와 비영리단체, 법인내 사업단의 형태가 있음
 - 지자체와 상인 등 기타 관계자와의 협의를 거쳐 유형을 정하여야 하나 기존 재단법인의 형태로 운영 후 전환한다면 공익법인의 형태를 유지하되 이사장을 비롯 기타 기관운영방식을 변화시켜야 할 것임

- 비영리 단체

- ▷ 「공익법인의 설립·운영에 관한 법률」에 따른 공익법인
- ▷ 「비영리민간단체지원법」에 따른 비영리민간단체
- ▷ 「사회복지사업법」에 따른 사회복지법인
- ▷ 「소비자생활협동조합법」에 따른 생활협동조합
- ▷ 그 밖에 다른 법률에 따른 비영리단체

- 사회적 목적실현을 위하여 일자리제공형, 사회서비스제공형, 혼합형, 사회공헌형 등의 4가지 형태가 있으나 상권활성화기구는 취약계층의 일자리 제공과 사회서비스 제공의 혼합형으로 운영하는 것이 기구의 근본 목적에 부합할 수 있을 것임

- 이는 전체 근로자 중 취약계층의 고용비율과 사회서비스를 제공받는 취약계층의 비율의 합이 20% 이상으로 운영하여야 함

(4) 상권관리기구 운영 원칙

- 상권관리기구를 전문적으로 운영하기 위해서는 다음과 같은 원칙들이 고려되어야 함
- 효율적인 인적자원과 물적자원관리를 위해 단체이념과 마인드 쇄신, 도덕성 등에 대한 지속적인 관리와 교육이 필요함
 - 관리자 및 업무자들은 전문가들로 양성되어 질 수 있도록 조직의 투자노력이 필요함
 - 전문적인 마케팅과 사업계획을 전담하기 위한 부서가 필요하여 내부 구성원들에 대한 적절한 보상체제도 마련되어야 함
- 인적자원의 극대화를 위한 효율적 관리가 필요함
- 재무관계와 업무의 투명성을 유지해야 함
 - 상권관리기구는 비영리조직이나 이익과 이권이 있는 상권업무를 담당하는 만큼 그 업무는 항상 투명성을 유지하여야 함
 - 각종 사업과 재무에 대한 공개적이고 투명한 방법들이 마련되어야 함
- 사회공헌에 참여해야 함
 - 비영리단체의 주 목적이며 수익적 내용에 국한되어서는 안됨
 - 이를 위해 사회적기업 형태로의 전환이 가능한 조속히 이루어 질 수 있도록 노력해야 함
- 기금활동 및 후원에 대한 정보화 및 마케팅 능력을 배양해야 함
 - 기금 조성은 사회공헌을 통해서 인증되므로 조직의 기금조성을 극대화하기 위해서는 효율적인 정보망 구축, 마케팅 능력을 위한 전문성 확보, 지역사회에 이슈에 대하여 적절히 반응해야 함

참 고 문 헌

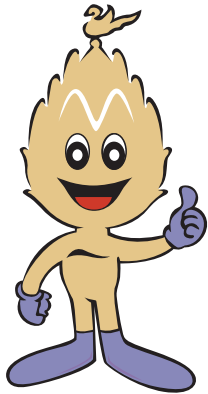
- 중소기업청, 2011, 상권활성화사업 운영지침
- 중소기업청, 2012, 상권활성화구역 시범 지자체 보고서(경기도 성남시, 강원도 동해시, 충북 청
- 중소기업청·시장경영진흥원, 2011, 2011년 하반기 전통시장 상점가 지원 담당공무원 교육
- 시장경영진흥원, 2011, 2011년도 지역중심상권 심층조사
- 시장경영지원센터, 2008.12, 2008 전통시장 활성화수준 평가분석 보고서
- 부여군, 2005, 부여 소도읍 육성사업
- 부여군, 2009, 부여 공남로(주작대로) 복원정비사업 기본계획
- 부여군, 2008, 문화관광형시장 육성을 위한 부여전통시장 계획
- 부여군, 2012, 2012년 주요업무계획
- 주시, 서울 마포, 부산동구, 경남 창원)
- 대구경북연구원, 2012, 지역전통시장과 지역문화활성화
- 이영주·임은선, 2011, 서민경제 안정을 위한 지역상권 활성화 방안 연구, 국토연구원
- 김영기, 2008.3, 지역상권 활성화 한국형 모델에 관한 연구, 시장경영지원센터
- 김영기, 2009, 지역 구도심 상권 활성화를 위한 제도 도입에 관한 연구, 한국주거환경학회
- 이상준, 2006, 유희공간을 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)

Powe N, Hart T and Shaw T (Eds), (2007) 'Market Towns: Roles, Challenges and Prospects' London: Routledge

Ryedale District Council & Yorkshire Forward (2008) A Strategy for Malton Town Centre

Yorkshire Forward (2007) 'Market Towns of the Future: Yorkshire and Humber'

Commission for Rural Communities (2010) The State of the Countryside 2010, Commission for Rural Communities



붙임자료



- 1. 공무원, 상인, 의회 등 의견수렴 자료 ---- 121
- 2. 부여 도심상권 실태조사 ----- 143
- 3. 상권활성화사업 운영지침 ----- 149
- 4. 부여도심 상권활성화구역 경계도 ----- 159

(붙임자료 1) 공무원, 상인, 의회 등 의견수렴 자료

1. 실과 협의회 개최(1차) : 상권활성화구역 대안 검토

1) 목적

- 충남발전연구원에서 수행 중인 ‘부여도심 상권활성화구역 지정 연구용역’ 과 관련 하여 연구 중인 ‘상권활성화구역 대안’ 에 대한 부여군 실과 관계자의 의견수렴과 협의
 - － 상권활성화구역 : 도 · 소매점포 등이 밀집해 하나의 상권을 형성하고 있으나, 매출액 감소 등에 따라 상업활동이 위축되거나 위축될 우려가 있는 곳을 선정해 정부가 국비를 지원해 상권 활성화 사업을 도모하기 위해 설정된 구역
- 상권활성화구역 활성화를 위해 필요한 사업의견 수렴

2) 협의회 개요

- 일 시 : 2011년 12월 9일(금), 14시~15시 30분
- 장 소 : 부여군청 재난상황실
- 참석자 : 여흥기(고보보존담당), 강동규(도로담당), 서용숙(부여읍), 김영일(도시담당 직원), 이보구(전통시장담당)

3) 회의의 주요내용(회의록)

☐ 상권활성화구역 관련 의견

- 상권활성화구역에서 사업을 추진할 경우 사업 효과성을 높이기 위해 상권활성화구역이 넓지 않았으면 좋겠음



- 주거지역 및 주택밀집지역이 많이 포함되지 않았으면 좋겠음
- 북쪽은 부여고도보존구역의 사업구역으로 향후 정비가 예정되어 있으므로, 상권활성화구역에서 제외하는 것이 좋을 것 같음
- 상권활성화구역은 행위제한이 아니라 상권을 활성화하기 위해 지정하는 구역이므로 상인과 주민의 이해가 요구됨
- 부여시장과 중앙시장을 중심으로 지정하고, 중앙시장의 특성을 잘 활용하면 좋을 것 같음(명동거리와 연계 등)

□ 사업 관련 의견

- 부여시장 정부 후에도 활성화가 되지 않고 있다. 부여시장 활성화를 도심상권활성화를 위해 반드시 필요하므로, 사업선정시 고려되어야 함
- 부여군의 상품을 특화전시 판매할 수 있는 특화거리 조성이 필요
- 노점상은 많은 문제점도 있지만 상권활성화에 도움이 되는 만큼 전통시장과의 연계 등을 충분히 고려하여야 함
- 명동거리와 연계된 사업, 금남터미널과 연계된 사업이 필요

2. 실과 협의회 개최(2차) : 상권활성화구역 수정대안 검토

1) 목적

- 제1차 협의회에서 제시된 내용을 바탕으로 ‘부여도심 상권활성화구역’ 수정대안을 제시하고, 인터뷰 방식에 의한 의견 수렴과 협의

2) 협의회 개요

- 일 시 : 2012년 1월 6일(금), 14시~15시 30분
- 장 소 : 부여군청 도시과, 문화재과
- 참석자 : 여흥기(고보보존담당), 김영일(도시담당 직원), 이보구(전통시장담당)

3) 주요 협의내용

☐ 상권활성화구역 관련 의견

- 구드레 관광지개발이 계획되어 있는 지역을 도로를 중심으로 확장하는 것이 좋겠음. 이 지역은 전통상업지구로 개발을 구상 중에 있음(A지역)
- 동쪽의 지역 중 상업지역으로 지정된 지역은 이미, 점포가 많이 위치하고 있으며, 최근 가로 정비와 더불어 새롭게 상권이 형성되는 지역이므로 이 지역을 포함하여 관광객을 유도할 수 있는 상점가로 형성하는 것이 바람직 함(B지역)

3. 군수보고 의견청취

1) 개요

- 일 시 : 2012년 5월 16일(수), 9시~10시
- 장 소 : 부여군청 회의실

2) 주요 협의내용

☐ 상권활성화구역 관련 의견

- 부여에 적합한 상권관리기구 설치에 대해서 구체적인 제시 필요
- 실질적으로 군청근방에는 점포가 없는데 포함되고, 석탑로 오른쪽 구역이 제외된 이유는?

(답변) “석탑로 오른쪽 구역은 실문자 워크숍 결과 사업의 효율적·집중적 투자, 고도보존사업으로 사업계획이 기수립된 점을 고려하여 포함하지 않았다” 고 답변하고, 이해를 구함

☐ 사업 관련 의견

- 테마공간조성 등 현단계에서는 사업계획이 대략적인데 2단계사업에서는 실용적이고 구체적으로 계획되어야지 안 그러면 사장될 우려가 있음
- 상인의 자생력을 키울 수 있어야 함 → 의식을 깨우치는 교육 등이 중요
- 구드레특화단지와 부여시장의 연계 필요
- 중앙시장과 부여시장의 연계 필요
- 터미널 사거리에 입간판설치 등을 통한 상권 연결

4. 군의회 의견청취

1) 개요

- 일 시 : 2012년 5월 22일(화), 11시~12시
- 장 소 : 부여군의회 회의실

2) 주요 협의내용

☐ 상권활성화구역 관련 의견



- 경계설정에 있어 동쪽의 지역으로 확대(2안)에서 제시된 지역도 포함하는 것이 어떤가?

(답변) “2안의 동쪽지역은 실문자 워크숍 결과 사업의 효율적·집중적 투자, 고도보존사업으로 사업계획이 기수립된 점을 고려하여 포함하지 않았다” 고 답변하고, 이해를 구함

☐ 사업 관련 의견

- 사업발굴에 있어 백화점식 사업보다는 하나의 사업이라도 실천가능하고, 핵심적인 사업을 제시해 달라
- 사업추진에 있어 주차장 부족문제를 꼭 고려해달라

5. 상인설명회

1) 개요

- 일 시 : 2012년 5월 2일(수)
- 장 소 : 부여군 여성문화회관 회의실

2) 주요 내용

□ 이치영 소상공인회 회장 의견

- 구역을 확대해서 하는 것이 아니라 한 구역을 특화시켜야 함
- 양대시장연계 필요한데 좁은 길을 연결하기 위한 대안의 고민 필요
- 적당히 모방해서 따라가는 것은 경쟁력 없음
- 구역을 좁혀서 집중투자 되어야 함
- 부여새시장의 경우 광장이 주차장인지 오일장 서는 곳인지 장소의 정확한 규명이 필요
- 부여 상권의 중심이 생겨야 함
- 현대인이 선호하는 상점가 필요



□ 조주희 부여시장 상인회 회장 의견

- 각 지역 특성에 맞는 볼거리 개발로 볼거리 다양화

□ 소상공인회 간사 의견

- 100억으로 다양한 사업을 하는 것은 어려움
- 집중, 집약적인 투자 필요
- 롯데와 비교 시 현재로서는 대응책이 없으므로 대응책 마련이 시급

□ 임종일 석탑로 상인회 회장 의견

- 도로사정은 양호하나 가정 당 평균 2대씩 자가용을 소유하고 있어 주차공간 부족함(2중주차, 주차공간 포화상태)
- 정림사지 담장을 허물고, 점포를 조성해서 부여8미, 기념품, 먹거리 판매 이루어 져야 함
- 롯데의 입점을 막을 수는 없으므로 부여 볼거리를 만들어서 관광객을 끌어들여야 함

□ 박갑식 소상공인회 회원 의견

- 소상공인회에서 5월 사단법인 나올 예정인데 그 법인이 상권활성화구역 지정 기구에 관여할 수 있는지 궁금함
- 주말 관광객이 5만명이라고 하는데 1만명이라도 시장으로 끌어올 수 있는 방법을 찾아야 함
- 롯데에서 시내 안에 문화공간을 만들어 주어야 함

□ 경제진흥과 과장 의견

- 이번 사업설명회는 상권활성화구역 범위를 정하는 것으로 집중, 집약적으로 해야하는 것은 맞으나 밀집상가가 400개이상이어야 한다는 규정 때문에 넓게 설정되었음
- 양대시장의 연계가 중요
- 지금까지는 개별적 사업이 산발적으로 이루어졌으나 이번 계획은 연계가 목적으로 전체적인 사업이 될 것

6. 상인인터뷰 조사

① 부여소상공인

1) 개요

- 일 시 : 2012년 3월 13일(수) 10:30 ~ 12:00
- 장 소 : 부여소상공인회 사무소

2) 주요 내용

□ 발전저해요인



- 고도제한 등 문화재로 인한 규제가 심함 → 민간인 투자 여건 안됨(발굴비 큼)
- 인구가 유입되어 활성화 될 수 있는 상황 아님
- 인구 감소되면서 빈익빈부익부 증가
- 점포가 구색이 안 맞음
- 통신발달(인터넷주문 증가), 대형마트 출현
- 교통발달 → 인근 지역으로 쇼핑 감
- 젊은 층 거주하지 않고, 정주 여건도 열악
→ 교육여건 떨어지고, 문화적인 인프라 부족함
- [문화재로 개발비가 비쌈→임대료 비쌈→물건가격 비쌈
→고객 외부 유출]의 악순환이 되고 있음

□ 활용가능한 지역자원

- 인삼, 수박, 방울토마토, 버섯, 밤 등
- 청주 삼겹살 거리, 서천 회타운, 광천 젓갈과 같은 먹거리 특화가 필요
- 오랜기간 동안 문화재를 통해 이미지 육성하려 했으나 쇠퇴만 되고 있음

- 문화재 조성하는 돈으로 다른 것을 해줬으면 함
- 문화재가 멋있지 않고, 즐길거리가 없음.
- 연잎밥을 부여 먹거리로 지정 및 연을 이용한 빵 연구 중(관의 지원 미비)
- 궁남지가 있으나 1년에 10일정도만 옴 → 주변에 한옥 체험 및 숙박을 만들어 활용하는 방안 필요
- 공원이 많아서 노인들 살기는 좋으나, 먹고사는 것과는 거리가 멀

□ 주민들이 원하는 부여군 도심상권활성화의 발전방안

- 문화재가 국가적인 문제라고는 하나 규제를 완화해 줄 필요 있음
- 신축이 필요함 → 리모델링은 차선책
- 부여 숙박시설 없음 → 방문객들이 머물지 않고 빠져 나감

□ 숙원사업

- 규제완화
- 백제문화재와 직접 통하는 도로 건설
- 롯데계열의 놀이공원 시내 입점
- 철도 유입
- 먹거리 개발 및 교육
- 상가 컨설턴트 고용 및 섭외를 통한 외부인 정착 용이

□ 공간적 특화 필요 여부

- 특화하는 것은 업종별로 얻는 효과가 다름
- 모아 놓으면 다 아는 사람이라서 가기 꺼려짐
- 지역외 사람들로 봤을 때 모아 놓으므로 인해 경쟁력이 있는 사업들이 있음

- 특화를 통해 볼거리 조성하고 선의의 경쟁 일어남
- 인근 관광지를 방문하면서 들러서 갈 수 있을 정도로 매력적인 요소가 아니라면 특화를 시켜도 유명무실할 것 (아울렛과 겹치지 않는 품목으로 구성)

☐ 연계방법

- 여러 상인회를 아우르면서 통합하는 것이 소상공인회가 가고자 하는 목적임
- 모임을 계획 중에 있음

☐ 특화자원을 활용한 상권활성화 방법

- 거리특화도 한 요소임
- 전통을 느낄 수 있는 공간이 없음 → 현재의 새시장은 상설시장화 하고, 전통의 느낌이 나는 오일장 설 수 있는 공간 필요
- 부여새시장 뒤의 건물을 헐어야 함

☐ 노점상의 부활

- 노점상은 도움 안된다 된다 말하기는 어려우나 특성화는 될 것

☐ 기반인프라 정비 및 경영개선

- 주차장 부족 → 유료주차장 좋음, 인구가 적으니 가까운 거리도 차를 끌고 다님

☐ 역사문화재현단지 등의 개발이 미치는 영향

- 백제문화단지로 직접 통하는 고속도로가 뚫려 있어서 시내로 들어오지 않음

- 부여로 들어오는 도로가 있으나 입구가 미약해서 사람들이 인지하지 못 함
- 강을 끼고 있는데 가까우면서도 멈 → 도로를 만들어야 함

□ 롯데 아울렛 입점

- 의류만 죽는 것이 아니라 전체적으로 죽게 되어 있음
- 시장으로 유입시킬 수 있는 요소 만들어야 함

□ 도심상권 활성화 계획수립 시 타켓

- 소비자 대부분이 부여 군민
- 다음세대들은 부여에서 살 수 없음 → 왕궁터를 찾으려 노력 중이고 만약 찾는다면 모두 이주해야 함
- 군과 주민이 서로 물과 기름임
- 경주는 문화재가 현존하고 있고, 숙박시설이 잘 되어 있음

□ 상인의 자발적인 참여

- 아직 특별한 활동은 없음
- 재정적으로 어려움
- 상인개혁 필요
- 지역상품권을 시발점으로 오일장 투어 및 상인의식개혁 교육 할 생각임
- 활성화 계획에서 상인회가 도울 수 있는 영역은 적극적으로 도울 생각 있음

□ 외지인의 부여읍 상권 방문여부와 방문하지 않는 이유

- 매력적인 요소의 부재
- 도로 인지 어려움

□ 기타

- 특화시장을 지금 있는 상권이 아닌 곳에 신설하는 것은 힘들
- 롯데에서 일본 수학여행과 연계하여 고객을 확보하고 있음 → 한국적인 것을 느낄 수 있는 먹거리 타운 조성이 좋은 요소일 듯
- 관에서 특화거리를 지정한다 해도 상인들이 따라 주지 않으면 소용 없음
- 문화재 관계 때문에 다리를 만들 수 없음 → 수륙양육차 검토 중

2) 부여새시장상인회

1) 개요

- 일 시 : 2012년 3월 13일(수) 13:30 ~ 15:00
- 장 소 : 부여새시장 상인회 사무소

2) 주요 내용

□ 발전저해요인



- 진입로 문제 및 부여시장 위치를 인지하지 못함
- 부여시장 부지내 개인 점유 건물 철거 필요
- 에스컬레이터가 설치되어 있으나 주 고객층이 노인으로 에스컬레이터를 사용하지 못해 2층은 장사가 안됨
- 당초 문화관광형시장으로 사업비를 지원받았으나, 원래 있던 사람들로 구성되던터라 목적이 틀려짐
- 문화적 요소 없음, 즐길거리의 부재로 방문객이 한번오고 오지 않음
- 관광객도 하루 코스로 지나가기만 함
- 건물의 형태 상 시장이 협소하다고 느끼게 하고 필요한 것만 사서 나감 → 눈에 보이지 않으니 팔리지 않음
- 중앙시장 일방통행 길로 인해 서로 연계되지 않음
- 주변환경 복잡 → 개인 욕심으로 앞의 도로 점유
- 원점자 원칙으로 품목권유 대학교수 강의도 하였으나, 자본 및 콘텐츠 부족으로 원래 하던 것을 계속 하고 있음 → 문화적 요소 없음

□ 활용가능한 지역자원

- 지역특산품(8미), 홍삼, 역사적 공간

☐ 주민들이 원하는 부여군 도심상권활성화의 발전방안

- 즐길거리, 먹거리, 볼거리 개발 필요
- 주말에 관장에 야간 포장마차 장사 → 구뜨레 야구장, 축구장 방문객 많음

☐ 숙원사업

- 진입로 공사
- 조형물 설치
- 여행 코스로 지정해서 사람들 방문 유도
- 체험관 개설(한지, 목각 등)
- 백제역사문화전시관 혹은 시장역사박물관 설치
- 도로 사용 점유 관리를 읍사무소에서 해야함 → 의용소 방대로 넘어간 후에 이익을 위해 마구잡이 식으로 노점상 설치(1년 100만원)

☐ 공간적 특화 필요 여부

- 문화형 시장으로 발전
- 도심고객들은 오일장의 특색을 원함 → 현재는 재래시장의 특색 없음
- 시골형 시장으로 한 공간에서 어울어지는 형태여야 함

☐ 연계방법

- 중앙시장과 새시장을 잇는 길에 보고, 먹을 수 있는 거리로 조성

☐ 특화자원을 활용한 상권활성화 방법

- 한우, 백마강, 홍삼

- 역사적 장소로는 궁남지, 정림사지, 부소사, 서동공원 등 있음
- 금동향로 기념품 판매
- 문화상품 필요
- 8미 → 싸고, 믿을 수 있음

□ 노점상의 부활

- 안됨
- 현재도 오일장에 오는 사람들이 외부로 많이 유출 됨
- 건물 안의 상가들이 오일장 시에는 외부로 나가려고 함
- 장사 못 할 사람들은 나가게 하고, 빈 점포없이 상가를 유지해야하는데 조례법에 걸려서 할 수 없음
- 노점상이 시장 외부에서 한다면 조례법에 걸려서 관리할 수 없음

□ 기반인프라 정비 및 경영개선

- 앞이 활성화되어야 많이 알려지게 됨
- 뒤쪽은 깨끗하게 정비되어야 함(건물 철거)
- 2층을 다른 용도로 사용하고, 1층을 증축하여 2층 상가들이 옮겨서 한 공간에 모여 있어야 함

□ 역사문화재현단지 등의 개발이 미치는 영향

- 역사문화재현단지에 맞춰서 급박하게 입점하였으나 손님이 전혀 없음
- 주로 부여군민이 고객(노인층)
- 고향 방문했다가 시장에서 물건 사가시는 분들 있음(정육점)

☐ 롯데 아울렛 입점

- 위험요소로 의류는 망했음
- 먹거리가 생기지 않는다고 하지만 생기게 되어 있음
- 막을 수 있다면 무조건 막아야 함

☐ 도심상권 활성화 계획수립 시 타켓

- 관광객을 타켓으로 해서 맞이할 여건을 조성해야 함
- 뒤쪽 건물 철거하고 관광버스가 들어올 수 있도록 해야 함
- 지역 생산 특산물 판매로 이미지 구성 필요

☐ 상인의 자발적인 참여

- 상인회 유명무실 → 조례법 때문에 할 수 있는게 없음
- 5일장 노점상에서 자체적으로 상인회 구축 충돌 중
- 시장배치는 심지뽑기를 했는데, 상인회에서 바꾸려고 해도 반발있어 바꾸지 못하고 있는 실정 → 읍에서 관리해 줬으면 함

☐ 외지인의 부여읍 상권 방문여부와 방문하지 않는 이유

- 매력적인 요소의 부재
- 인지 못하고 있음

3] 중앙시장상인회

1) 개요

- 일 시 : 2012년 3월 08일(목) 13:30 ~ 15:00
- 장 소 : 중앙시장 상인회 사무소

2) 주요 내용



□ 발전저해요인

- 주변 마트 → 하나로마트와 중복되는 품목 많음, 가격차이는 없으나 시장은 작은 단위 판매가 힘들
- 주차공간 부족
- 아케이드 빗물 새는 곳 많음
- 타지역으로 납품하던 것들이 그 지역의 업체로 변경되어 지역외에서 얻던 수익 감소

□ 활용가능한 지역자원

- 낙화암, 궁남지, 부소산, 백제문화제 등

□ 주민들이 원하는 부여군 도심상권활성화의 발전방안

- 방문객 흡입 요소 필요
- 관광객들이 온다고 해도 물건을 사가지 않음
- 5일장이 인근에 서는 것이 좋음 → 5일장날은 소비자 감소

□ 숙원사업

- 주차공간 확보

- 공영주차장에서 시장 주차권 받아 줬으면 좋겠음
- 주차단속을 일정 정해진 시간에 했으면 함
- 친절관련 서비스 교육

☐ 특화자원을 활용한 상권활성화 방법

- 부여 특화 상품 없음

☐ 노점상의 부활

- 부활한다면 더 어려워 질 것으로 예상

☐ 기반인프라 정비 및 경영개선

- 14~15시간 노동으로 시간적 여유 없음
- 한달에 한번 쉬는 날을 정했으나 지켜지지 않고 있음

☐ 역사문화재현단지 등의 개발이 미치는 영향

- 관광객 방문 미비
- 부여 시내로 들어오기 위해서는 돌아오게 되므로 유인요소가 없으면 오지 않음

☐ 도심상권 활성화 계획수립 시 타켓

- 지역의 노인층이 주를 이루고 있음(하루 300~500명)
- 젊은 세대의 방문을 유도해야 하지만, 당장 눈에 보이지 않고 지속적으로 해야 하는 것이 어려움

☐ 상인의 자발적인 참여

- 단합 안됨

- 상인회 임원이 젊은층으로 교체되었음
- 독려와 홍보를 통한 동참 유도 필요
- 각자의 이익 때문에 참여 저조
- 상인 교육은 해준다면 받을 의향 있음
- 상인회 주최 행사 없음

☐ 외지인의 부여읍 상권 방문여부와 방문하지 않는 이유

- 유입할 수 있는 요소 없음
- 차별성 없음

☐ 상권활성화의 중심적 역할을 할 수 있는 민간조직

- 의용소방대, 해병대 전우회, 선후배모임 등이 있으나 상권 내의 일은 상인회가 해야 한다고 생각함

☐ 기타

- 부여지역상품권 발행 준비 중으로 상인들의 홍보과 협조 필요
- 상인회를 연합할 수 있는 민간단체를 구축하고자 함
- 주차단속 강화는 주변 상가에서 반발이 있어 어느 한쪽의 의견을 들어주기 어려움
- 연계 방안으로 주기적인 길거리 공연

4] 궁남로(석탑로)상인회

1) 개요

- 일 시 : 2012년 3월 08일(목) 15:30 ~ 17:00
- 장 소 : 석탑리 노인회관

2) 주요 내용

□ 발전저해요인

- 인구 감소
- 공장, 대학 등 인구 유입 요소 없음
- 주차장이 초입에 위치해서 방문객이 시내로 들어오지 않음
- 시내 볼거리 없음
- 구드레에 모든 요소를 넣어 중심상권 죽어감
- 문화재 개발 보상금을 받으면 부여 떠남



□ 활용가능한 지역자원

- 정림사지, 부소사 등의 문화재
- 연잎밥을 부여 먹거리로 지정
- 연을 이용한 빵을 연구하고 있음

□ 주민들이 원하는 부여군 도심상권활성화의 발전방안

- 정림사지 벽을 허물어 볼거리 제공 및 기념품 판매
- 세계사물놀이, 연꽃축제, 정림사지 초파일 축제 등 다양한 행사를 통한 볼거리 제공
- 어린이들이 올 수 있는 상권 만들어야 엄마들이 방문하게 됨
- 먹거리, 볼거리, 즐길거리 개발

☐ 숙원사업

- 청소년 수련원, 펜션 등의 숙박시설 필요
- 부여다운 판매점 및 거리 필요
- 학교 등 여행코스의 상권 통과

☐ 공간적 특화 필요 여부

- 부여새시장은 특화시장으로 활용하고 오일장을 다른 곳으로 옮겨야 함
- 오일장이 커져야 외지 사람이 많이 방문하고 소비할 수 있음

☐ 특화자원을 활용한 상권활성화 방법

- 부여새시장을 특화시장으로 만들고 오일장은 다른 곳으로 이동
- 특화시장을 만드는 것은 좋으나 어영부영한 것은 안하니만 못하다고 생각
- 특화상품 개발 필요

☐ 노점상의 부활

- 상인회가 뭉쳐서 관리해야 하는데 현재 상인회 유명무실
- 소상공인회의 역할인데 사업적 측면만 강조하고 있음

☐ 기반인프라 정비 및 경영개선

- 2층 주차장 건물 및 죽은 뒷부분 살리기
- 장소마케팅 필요

☐ 역사문화재현단지 등의 개발이 미치는 영향

- 시내에 사람들을 끌어들이기 위한 요소가 없기 때문에 방문객 유입되지 않음

☐ 롯데 아울렛 입점

- 조례를 만들어 들어오는 것을 막아야 함
- 막을 수 없다면 개인의 이익이 아닌 부어를 위한 투자를 받아야 함

☐ 도심상권 활성화 계획수립 시 타켓

- 방문객을 끌어들이기 위해 정림사지 개발 필요
- 어린이를 대상으로 해야 장기적으로 봤을 때 상권이 살 수 있음

☐ 상인의 자발적인 참여

- 백제문화제 차 없는 거리 루미나리 행사에서 상품판매 및 주차 개도 활동
- 교육은 각자 생활에 바빠서 이득이 없다면 받으려 하지 않음

☐ 외지인의 부여읍 상권 방문여부와 방문하지 않는 이유

- 행사기간에는 많으나 평소에는 지역민이 대다수
- 유입요소 없음

☐ 기타

- 지역상품권 개발 중으로 홍보와 도움이 필요
- 롯데 아울렛 우려 → 차별화된 상권이 살길
- 롯데에서 일본 수학여행 코스를 연계할 계획인데 한국적인 먹거리가 있었으면 좋겠다고 함

- 상권 실태와 활성화 방향을 중심으로 -

조사결과는 연구 목적으로만 사용할 것을 약속드리며, 귀하의 소중한 의견을 듣
고자 합니다.

충남발전연구원 ■ 부여군청

[문의] 임준홍·윤정미 연락처 : 041-840-1121 / 041-840-1203

[부여도심 상권활성화구역(안)] : 부여전통시장과 중앙시장을 포함한 지역(붉은색 경계)



I. 부여도심 상권(점포) 운영 현황

1. 귀 점포의 업종(형태)은 무엇입니까?

- ① 도매업 ② 소매업 ③ 식당업 ④ 기타(_____)

2. 귀 점포에서 판매(서비스)하는 물품은 주로 어디에서 구입(조달)하십니까?

- ① 부여군 내 ② 부여군 인접지역(공주, 대전 등) ③ 수도권 및 서울 ④ 기타(_____)

3. 귀하는 이 점포에서 영업한지 얼마나 되었습니까?

- ① 1년~2년 정도 ② 3~4년 정도 ③ 5~10년 정도 ④ 10년 이상

4. 귀 점포에서 물건을 구입하는 고객과 매출액은 어느 정도입니까?

3-1 평일에는 약 _____명 정도 이용 → 하루 총 매출액은 _____만원 정도

3-2 장날에는 약 _____명 정도 이용 → 하루 총 매출액은 _____만원 정도

3-3 주말에는 약 _____명 정도 이용 → 하루 총 매출액은 _____만원 정도

5. 귀 점포를 찾는 손님의 주요 연령층은 어떠합니까?

- ① 10대 ② 20대 ③ 30대 ④ 40대 ⑤ 50대 ⑥ 60대 ⑦ 70대 이상

6. 손님 중 부여군민을 제외한 외지인(관광객 등)은 몇 %정도 됩니까? (_____%) 정도

7. 2년 전에 비해 귀 점포를 찾는 손님의 수는 어떻습니까? (_____)

- ① 과거에 비해 잘된다 ② 과거와 비슷하다 ③ 과거에 비해 잘되지 않는다

8. 2년 전에 비해 귀 점포의 매출액은 어떻습니까? (_____)

- ① 과거에 비해 감소 ② 과거와 비슷 ③ 과거에 비해 증가

9. 향후 2년 후의 귀 점포의 매출액은 어떤 거라고 생각하십니까? (_____)

- ① 과거에 비해 감소 ② 과거와 비슷 ③ 과거에 비해 증가

10. 만약, **매출액이 감소**하였다면 그 주요 **이유**는 무엇이라고 생각하십니까?

- ① 경기침체 ② 시설노후 ③ 대형마트/SSM 때문 ④ 상인들이 자발적 노력 부족
⑤ 이용자 편의시설 부족 ⑥ 정부나 부여군의 관심 부족 ⑦ 주차장 등 교통문제 때문

11. 귀 점포의 작년 **2011년 매출액**은 어느 정도입니까?

- ① 2천5백만원 미만 ② 2천5백만원 ~ 5천만원 정도
③ 5천만원 ~ 1억원 정도 ④ 1억원 ~ 5억원 정도 ⑤ 5억원 이상

12. **사장님을 포함하여 직원**은 모두 몇 명입니까? (_____명)

13. 귀하는 **상인회에 소속**되어 있습니까?

- ① 없다 ② 있다 → 있다면 **상인회 이름**은? (_____)

14. 귀하의 **상인회**는 어느 정도 **활성화** 되어 있다고 생각하십니까?

- ① 매우 활성화됨 ② 활성화됨 ③ 보통 ④ 활성화되지 않음 ⑤ 전혀 활성화되지 않음

15. 귀하는 **상점의 주인**입니까? ① 주인이다 ② 점원이다

16. 귀하의 **나이**는? (만 _____ 세)

17. 귀하의 **점포**는 어디(**위치**)에 있습니까? 부여읍 _____리 _____번지

18. 귀하의 **점포 소유형태**는? ① 자기소유 점포 ② 임대 점포

19. 귀하의 **점포 면적**은? 약 _____평 정도

20. 귀 점포의 **영업시간**은? 오전 _____시부터 오후 _____시까지

21. 귀하는 **향후 점포 경영**에 대한 **계획**은 어떠합니까?

- ① 현상상태로 계속 영업 ② 타 점포로 변경 ③ 점포 폐지 ④ 점포 축소 ⑤ 점포 확장

II. 부여도심 상권의 문제점

1. 부여군을 대표할 수 있는 **연상되는 이미지** 3가지를 기입해 주십시오.

① _____ ② _____ ③ _____

2. 부여군 **상권 활성화를 위해 활용할 수 있는 자원 및 시설**을 3가지 기입해 주십시오.

① _____ ② _____ ③ _____

3. **부여도심 상권을 침체·쇠퇴시키는 요인**은 무엇입니까?

3-1 **내부요인**(3개 선택) (____), (____), (____)

- ① 상인들의 관심 및 참여 부족 ② 지속적인 인구 유출
- ③ 전통시장 및 상권의 쇠퇴 ④ 특색 있는 자원의 부족
- ⑤ 문화재로 인한 개발제한 ⑥ 도심(부여읍)의 물리적 노후
- ⑦ 대중교통 접근성의 불편 ⑧ 기타 : _____

3-2 **외부요인**(3개 선택) (____), (____), (____)

- ① 대형마트 및 대도시 의존적인 소비행태 ② 소비구조의 패턴 변화(인터넷 쇼핑몰 등)
- ③ 민간 부문의 저조한 투자 ④ 외부로부터 방문객 유입 부족
- ⑤ 대도시 및 수도권과의 접근성 불량 ⑥ 인접도시의 활성화된 상권
- ⑦ 부여 리조트 및 역사문화재현단지와의 접근성 어려움
- ⑧ 기타 : _____

4. 위의 내부요인과 외부요인 중 **상권을 어렵게 하는 요인**은 무엇입니까? (____)

- ① 내부 문제 ② 외부문제

III. 부여도심 상권활성화의 방향

- 부여도심 **상권활성화구역 지정**(앞장 그림)이 **필요**하다고 생각하십니까? (_____)
 - 매우 많이 필요하다
 - 필요하다
 - 필요없다
 - 전혀 필요없다
- 부여도심 상권이 활성화되기 위해서 일차적으로 **누구를 위한 사업**이어야 하겠습니까?
 - 부여군민이 쉽고 편하게 이용할 수 있는 상권이 되어야 함
 - 부여를 찾는 **관광객**에게 볼거리 등을 줄 수 있는 상권이 되어야 함
- 부여상권활성화를 위해 무엇이 중요**하다고 생각하십니까?

구 분	매우중 요	중요	보통	중요하 지 않음	매우 중요하 지 않음
① 부여군의 거주 인구 증가					
② 매력 있는 공간 창출로 방문객 유인					
③ 지역의 정체성 확보					
④ 상인 및 주민들의 공동체 활성화					
⑤ 교통접근성 향상					
⑥ 기타의견					

- 사업을 추진할 때 가장 중점을 두어야 하는 부분**은 무엇이라고 생각하십니까?
 - 부여전통시장과 중앙시장 등을 연결하여 하나의 부여 중심상권으로 육성
 - 부여의 자원을 활용하여 **특성 있는 공간**을 만드는 것
 - 상인과 지역민이 참여하고 주도하는 상권**을 만드는 것
 - 다양한 볼거리, 즐길거리가 있는 **프로그램**이 많은 상권

5. 상권활성화를 위해 **가장 주도적인 역할**을 담당해야 하는 주체는? (____)

- ① 국가 ② 부여군 ③ 지역주민 ④ 상인 및 상인단체 ⑤ 시민단체 ⑥ 교수 등 전문가

6. 부여군 상권활성화를 위해 **자발적 참여 의사**가 있습니까?

- ① 적극 참여하겠다 ② 참여하겠다 ③ 참여하지 않겠다 ④ 전혀 관심없다

7. 기타 **상권 활성화**를 위해 필요하다고 생각하시는 내용을 자유롭게 기입해주시시오.

설문에 응답해주셔서 감사드립니다.

(불임자료 3) 상권활성화사업 운영지침

제정 2011. 5. 9 중소기업청 고시 제 2011-17호

제1장 총칙

제1조(목 적) 이 지침은 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」 제1절의2(상권활성화사업의 촉진) 규정에 의한 상권활성화 사업의 촉진을 원활히 수행하기 위해 필요한 세부사항을 정함을 목적으로 한다. 여기서 정하지 않는 사항은 「국가재정법」과 「국가균형발전특별법」 및 「보조금의 예산 및 관리에 관한 법률」을 적용한다.

제2조(용어의 정의) 이 지침에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다.

1. “전통시장”이란 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」(이하 “법”이라 한다) 제2조제1호에 따른 전통시장(이하 “시장”이라 한다)으로서 등록시장 또는 인정시장을 말한다.

2. “상점가”란 「유통산업발전법 제2조제6호 및 「유통산업발전법 시행령」 제5조에 따라 가로 또는 지하도를 따라 형성된 상권지역으로 도매업·소매업 또는 용역업을 영위하는 점포에 제공되는 건축물이 점유하는 토지면적의 합계가 2천제곱미터 이내에 50개 이상(인구 30만 이하인 시·군·자치구의 상점가의 경우에는 30 이상)의 점포가 인접하여 밀접한 지역을 말한다.

3. “상권활성화구역”이란 다음 각 목의 요건에 해당하는 곳으로서 시장·군수·구청장이 지정한 구역을 말한다.

가. 시장 또는 상점가가 하나 이상 포함된 곳

나. 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」에 따른 상업지역에 해당되는 곳. 다만, 구역내에 동 법상 용도지역이 하나 이상으로 혼재하는 경우에는 상업지역이 구역의 다수를 차지하고 있는 곳은 지정할 수 있으며, 시장 또는 상점가가 두 곳 이상 포함된 구역의 경우에도 동일함

다. 해당 구역 안에 대통령령으로 정하는 수 이상의 도매점포·소매점포 또는 용역점포가 밀집하여 하나의 상권을 형성하고 있는 곳

라. 법 제9조에 따른 실태조사를 실시한 결과 매출액 감소 등 대통령령으로 정하는 기준에 따라 해당 구역의 주요 상업활동이 위축되었거나 위축될 우려가 있다고 판단되는 곳

4. “상권활성화사업”이란 상권활성화구역의 활성화를 도모하기 위하여 법 제19조의5에 따라 특별시장·광역시장·도지사 또는 특별자치도지사(이하 “시·도지사”라 한다)가 승인한 상권활성화 사업계획을 수행 할 수 있는 사업을 말한다.

제3조(지원조건 및 지원한도) ① 법 제19조의7제1항 및 동법 시행령 제8조의 2제2항의 규정에 의한 상권활성화 사업비의 지원조건 및 지원한도는 지원예산 규모, 지자체 재정자립도, 상권활성화구역 특성 및 민간의 사업비 조달 능력 등을 고려하여 중소기업청장(이하 “청장”이라 한다)이 따로 정할 수 있다.

② 제1항에 따른 상권활성화 기반인프라를 구축하기 위하여 지원하는 시설사업의 국고보조금은 「전통시장 및 상점가 시설현대화사업 운영지침」 제3조에 따른 지원조건으로 지원할 수 있다.

③ 제1항에 따른 상권활성화 경영개선을 위하여 지원하는 국고보조금은 원칙적으로 국가가 100%를 지원하되, 지원예산 규모 등을 감안하여 청장이 따로 정할 수 있다.

제2장 추진체계

제4조(상권활성화사업 평가위원회) ① 청장은 시장경영진흥원(이하 “진흥원”이라 한다.)에 상권활성화구역 지정 및 상권활성화 사업계획의 적정성 여부 등을 평가하기 위한 상권활성화사업 평가위원회(이하 “평가위원회”라 한다)를 설치한다.

② 평가위원회는 다음 각 호의 사항에 대해 심의한다.

1. 상권활성화 구역 지정의 적정성 여부
2. 상권활성화 사업계획의 적정성 여부
3. 기타 상권활성화사업의 원활한 추진을 위해 청장이 부의하는 사항

③ 평가위원회는 각 분야 전문가 7명 내외로 구성하며 위원장은 위원회의 호선으로 결정한다.

제5조(상권활성화 지원센터) ① 시장경영진흥원장(이하 “진흥원장”이라 한다.)은 상권활성화사업을 효율적으로 추진하기 위하여 시장경영진흥원 내에 상권활성화 지원센터(이하 “지원센터”이라 한다.)를 설치·운영할 수 있다.

② 제1항에 따라 설치한 지원센터의 업무를 자문하기 위하여 지원센터 내에 상권활성화 외부자문단(이하 “외부자문단”이라 한다.)을 구성·운영할 수 있다.

③ 제1항에 따른 지원센터는 다음 각 호 업무를 수행한다.

1. 상권활성화사업 외부자문단의 구성·운영
2. 상권활성화사업에 대한 추진상황 점검 및 평가
3. 상권활성화사업을 실현하는 전문가에 대한 교육
4. 상권활성화사업에 대한 자문·상담 및 지도
5. 상권활성화를 위한 각종 연구·조사 사업
6. 해외 전문 상권관리기관과의 협력체계 구축 사업
7. 상권활성화 사업 홍보
8. 기타 사업의 기획·평가·관리 등에 관하여 청장이 필요하다고 인정하는 사항

④ 제2항에 따른 외부자문단은 사업방향 및 계획을 자문하기 위하여 경영, 경제, 도시계획, 건축, 문화, 디자인, 관광 등 각 분야 전문가 구성되고 다음 각 호의 업무를 수행할 수 있다.

1. 상권활성화 구역의 지정 승인신청 및 사업계획에 대한 평가
2. 상권활성화사업 세부 시행계획에 대한 자문
3. 상권활성화사업 성과 평가

4. 기타 상권활성화사업 추진을 위해 청장이 필요하다고 인정한 사항

⑤ 청장은 지원센터의 업무지원 수행에 필요한 비용을 예산의 범위 내에서 지원하거나 보조할 수 있다.

제3장 지원대상 신청 및 선정

제6조(지원계획 수립) ① 청장은 매년 해당연도 상권활성화사업 지원계획을 수립하여야 한다

② 제1항의 상권활성화사업 지원계획에는 다음 각 호의 사항이 포함되어야 한다.

1. 사업의 목적
2. 사업내용 및 지원대상 분야
3. 사업추진체계
4. 사업비 지원규모 및 지원기준
5. 평가절차 및 평가기준
6. 기타 사업시행에 필요한 사항

제7조(지원대상의 추천) ① 시·도지사는 제6조에 따른 상권활성화 지원계획에 따라 상권활성화사업 지원대상을 시장·군수·구청장의 신청을 받아 같은 법 시행규칙 제7조제3항의 규정에 의한 상권활성화구역 지정승인신청서와 제7조의2의 규정에 의한 사업계획서를 첨부하여 청장에게 추천하여야 한다.

② 제1항의 상권활성화구역 지정 승인신청서와 상권활성화 사업계획서 작성 요령은 별지 제1호에 따른다.

제8조(추천 서류에 대한 검토) ① 청장은 제7조에 따라 시·도지사가 추천한 상권활성화지역 지정신청서 및 사업계획서에 대하여 미리 서류검토를 실시할 수 있다.

② 청장은 제1항의 서류검토 결과 수정·보완이 필요한 경우 일정기간을 정하여 이를 수정·보완하게 할 수 있으며, 이에 응하지 않을 경우 지원대상에서 제외 할 수 있다.

제9조(지원대상의 선정) ① 청장은 제7조에 따라 시·도지사가 추천한 상권활성화사업 지원대상에 대하여 제4조에 따른 평가위원회에서 다음 각호의 사항을 고려하여 서류평가와 현장평가를 통해 적정성 여부를 평가할 수 있다.

1. 전통시장 또는 상점가가 1개 이상 포함되고, 2년 연속 매출액·고객감소 등으로 상권이 침체된 구역
2. 일정 수 이상의 도·소매 점포가 존재하고 상업·유통·업무기능이 집적되어 있어 해당 지방자치단체가 중심지 역할을 하고 있는 구역
3. 해당 구역의 쇠퇴가 주변지역에 큰 영향을 미치며, 잠재적 발전가능성을 지니고 있는 구역

② 청장은 제1항의 규정에 의한 평가결과에 대하여 「전통시장 및 상점가 경영현대화촉진사업 관리지침」 제6조에 의한 심의조정위원회의 심의를 거쳐 상권활성화구역 지원대상을 선정한다.

제10조(상권활성화구역의 지정) 시장·군수·구청장은 제9조 제2항에 의해 선정된 상권활성화사업 지원대상에 대하여 법률이 정하는 절차에 따라 상권활성화구역으로 지정하여야 한다.

제4장 상권관리기구

제11조(상권관리기구의 설립) ① 시장·군수·구청장은 제10조의 규정에 따라 상권활성화구역을 지정하는 경우에는 지정한 날로부터 30일 이내에 법 제19조의 8의 규정에 의한 상권관리기구를 설치하여야 한다.

② 제1항의 규정에 의해 설치하고자 하는 상권관리기구는 「지식경제부장관 및 그 소속청장의 주관에 속하는 비영리법인 설립 및 감독에 관한 규칙」의 규정에 따라 청장의 허가를 받아 민법 제32조의 규정에 따른 비영리법인으로 설

립하여야 하며, 지방자치단체장은 대표 또는 공동대표로 참여할 수 있다.

③ 정부 또는 지방자치단체는 예산의 범위 내에서 상권관리기구에 다음 사항에 대하여 지원하거나 보조할 수 있다.

1. 상권활성화업무를 담당하는 상권관리전문가(이하 “타운매니저”라 한다)의 인건비
2. 세미나 및 연수회 경비(발표자 원고료, 여비, 회의비, 장소 임대료, 자료 작성비, 인쇄비, 소모품 비용 등 경비 일체)
3. 조사·연구비용(자료 작성비, 원고료, 인쇄비, 소모품 비용, 위탁비 등 경비 일체)
4. 기타 상권관리기구의 효율적인 운영을 위하여 필요하다고 청장이 인정한 비용

제12조(타운매니저의 자격요건) ① 상권관리기구는 시행규칙 제7조의4의 규정에 따라 타운매니저를 두어야 한다.

② 제1항의 타운매니저는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자로 시장·군수·구청장이 임명한다.

1. 경영, 경제, 도시계획 및 건축, 디자인, 문화, 관광 등 관련분야의 석사학위 이상을 취득하고 관련분야에서 5년 이상의 실무경험이 있는 자
2. 대학에서 경영, 경제, 도시계획 및 건축, 디자인, 문화, 관광 등 관련 분야에서 5년 이상 연구하고 관련분야 실무경험이 있는 자
3. 경영, 경제, 도시계획 및 건축, 디자인, 문화, 관광 등 관련분야 5년 이상의 실무경험이 있는 자로 전문성이 충분히 갖추어 졌다고 청장이 인정하는 자

③ 제2항의 규정에 의해 임명된 타운매니저와 상인회 대표, 지자체 담당공무원 등은 진흥원에서 실시하는 상권관리전문가의 자질향상과 전문성 제고를 위한 교육을 받아야 한다.

④ 제2항의 규정에 의해 임명된 타운매니저에 대한 보수 등 처우에 대한 사항은 상권관리기구의 정관으로 정한다.

제13조(타운매니저의 임무) 제12조에 의해 임명된 타운매니저는 다음 각 호의 업무를 수행하여야 한다.

1. 상권활성화구역 사업계획에 필요한 자료제공
2. 상권활성화구역 세부추진계획 수립
3. 상권관리기구의 운영 및 관리
4. 상권활성화사업의 추진
5. 상권활성화협의회 구성 및 운영
6. 기타 상권활성화사업과 관련된 사업 추진

제5장 지원내용 및 지원절차

제14조(사업 세부시행계획의 승인) 상권관리기구는 상권활성화협의회, 시장·군수·구청장과 협의하여 상권활성화사업에 대한 세부 시행계획을 수립하여 시·도지사의 승인을 받아야 한다. 이 경우 시·도지사는 중소기업청과의 협의를 거쳐 승인여부를 결정하여야 한다.

제15조(사업 세부시행계획의 변경) ① 상권관리기구는 제14조에 의해 승인된 세부 시행계획에 대하여 필요한 경우 시·도지사의 승인을 받아 변경할 수 있다. 다만, 법 제19조의5제3항에 따라 지식경제부령으로 정하는 경미한 사항을 변경하기 위한 경우에는 그러하지 아니하다.

② 시·도지사는 제1항에 의한 세부 시행계획 변경내용이 사업수행에 지장이 없다고 판단하는 경우에는 별도의 변경승인을 하지 아니할 수 있다.

제16조(국고보조금의 지급) ① 상권관리기구는 당해 상권활성화구역의 사업 세부시행계획에 따른 사업비 집행계획과 사업추진 상황에 따라 청장에게 계획된 국고보조금의 지급을 요구할 수 있다. 다만, 시설관련 국고보조금은

「전통시장 및 상점가 시설현대화사업 운영지침」을 따른다.

② 상권관리기구는 제1항에 따라 청장에게 국고보조금의 지급을 요구하고자 할 경우에는 제17조의 규정에 의해 사업진척 평가서를 첨부하여야 한다.

제17조(진도 업무보고 및 점검 등) ① 상권관리기구는 당해 상권활성화사업에 대하여 월·분기·반기 사업진도 업무보고(이하 “업무보고”라 한다)를 중소기업청·진흥원·시장·군수·구청장에 제출하여야 한다.

② 제1항에 의한 업무보고를 받은 중소기업청·진흥원·시장·군수·구청장은 해당 사업의 추진실적과 사업비 집행내역 등을 검토하고 필요한 경우 현장 확인을 할 수 있다.

③ 시장·군수·구청장은 상권관리기구가 제16조제2항에 따라 보조금 지급을 요구하기 위하여 사업진척 평가를 의뢰하는 경우 진도보고와 현장을 확인하여 사업진척 평가서를 발급할 수 있다.

제6장 사업비의 조성·관리 및 정산

제18조(사업비의 관리 및 사용) ① 상권관리기구는 효율적 예산집행을 위하여 수탁은행을 지정·운영하여야 한다.

② 상권관리기구는 제17조에 따라 지급받은 사업비는 다른 용도의 자금과 분리하여 별도의 계정을 설정하여 관리하여야 한다.

③ 사업비는 원칙적으로 사용전 지방자치단체장의 승인을 받아 당해 예산의 회계연도 내에 지출원인행위가 이루어진 경우에만 집행할 수 있으며, 「지방자치단체를 당사자로 하는 계약에 관한 법률」 등 계약관련 법률을 준용하여야 한다.

④ 상권관리기구는 사업비를 지출할 경우 특히 필요한 경우를 제외하고 제1항의 통장이나 계정과 연결된 신용카드 또는 계좌이체의 형태로 지출하여야 한다.

⑤ 상권관리기구는 사업비의 사용내역을 기재한 장부를 상시 비치하여야

하며, 지급결의서 및 영수증 등 지급을 증명할 수 있는 증빙서류를 구비하여 청장·지방자치단체의 장 및 진흥원장의 요구가 있는 때에는 이를 제출하여야 한다.

⑥ 청장·지방자치단체의 장 또는 진흥원장은 상권관리기구의 사업비 사용실태를 조사하기 위해 현장점검(점검일정을 사전에 고지하지 않는 불시점검 포함)을 실시 할 수 있다.

⑦ 사업비중 시설사업비는 「전통시장 및 상점가 시설현대화사업 운영지침」에 따라 지방자치단체장이 직접 집행하여야 한다.

제19조(사업비 사용실적 보고 및 정산) ① 상권관리기구는 월별·분기별·반기별 사업비 사용실적을 시장·군수·구청장과 진흥원장에게 제출하여야 한다.

② 시장·군수·구청장과 진흥원장은 제1항에 따라 제출받은 사업비 사용실적에 대한 적정성 여부 등을 확인·검토하여야 한다.

③ 상권관리기구는 해당 회계연도의 사업비를 정산하고 그 결과 보조금 잔액은 청장에게 반납하여야 한다. 청장은 사업비의 부실관리, 보조금 지분 잔액 미납부 등이 발생한 경우에는 현장실태조사를 실시할 수 있다.

④ 상권관리기구는 사업 종료 후 사업비 사용실적을 증명할 수 있는 제반 증빙서류와 제18조제5항에 따른 장부를 관할 시장·군수·구청장에게 이관하고 시장·군수·구청장은 이를 사업종료일로부터 5년간 보관하여야 한다.

⑤ 청장은 상권관리기구가 사업 목적 외로 사업비를 집행한 경우 귀책 대상 기관 또는 귀책 대상자에 대해 환수 조치를 취할 수 있다.

⑥ 사업기간 중 사업에서 발생한 사업비 이자는 그 사업의 사업비에 산입하여 사용할 수 있다.

제20조(사업결과 보고) ① 상권관리기구는 사업기간 중 매년도 사업결과보고서(전자파일을 포함한다) 10부를 시장·군수·구청장 및 시·도지사를 경유하여 청장과 진흥원장에게 제출하여야 한다.

② 전체 사업이 완료된 때에는 마지막 사업 종료일로부터 2개월 이내에 최

종보고서(전자파일을 포함한다) 10부를 시장·군수·구청장 및 시·도지사를
경유하여 청장과 진흥원장에게 제출하여야 한다.

제21조(취득 및 관리) ① 국비 보조금으로 취득하는 토지, 건물, 공작물, 기타
물품 등은 민간자부담이 없는 경우에는 원칙적으로 시장·군수·구청장이 소
유권을 가지고 관리한다. 다만, 시장·군수·구청장의 관리가 곤란한 것에 대
하여는 시장·군수·구청장이 진흥원에 위탁하여 관리하게 할 수 있다.

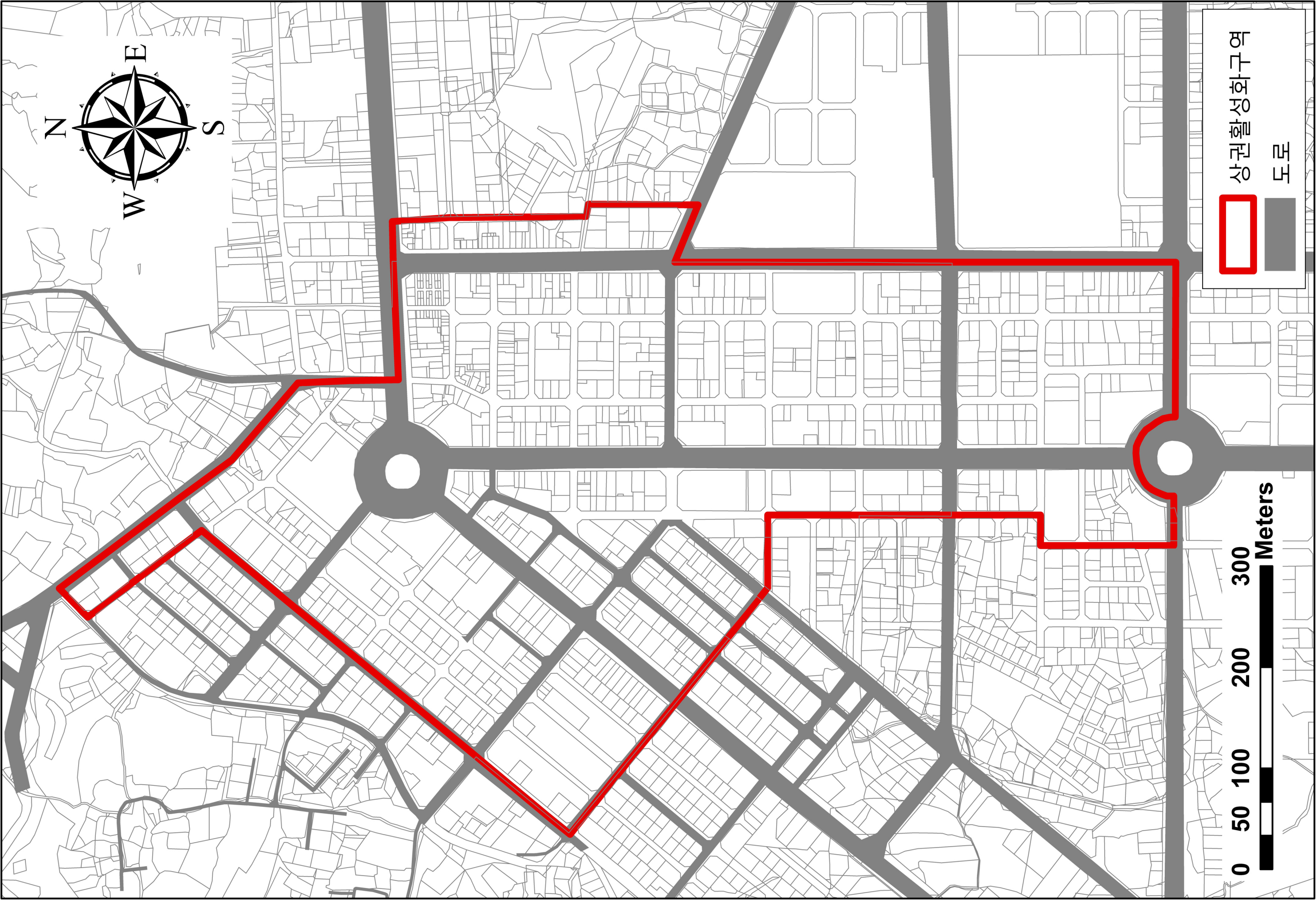
② 민간 자부담이 있는 경우의 소유권 및 관리는 지방자치단체의 조례가
정하는 바에 따른다.

③ 국고보조사업으로 취득한 토지, 건물, 공작물, 기타 물품 등을 매각할 경우
매각대금은 분담비율에 따라 국가 또는 지방자치단체 및 상권관리기구에 귀
속할 수 있다.

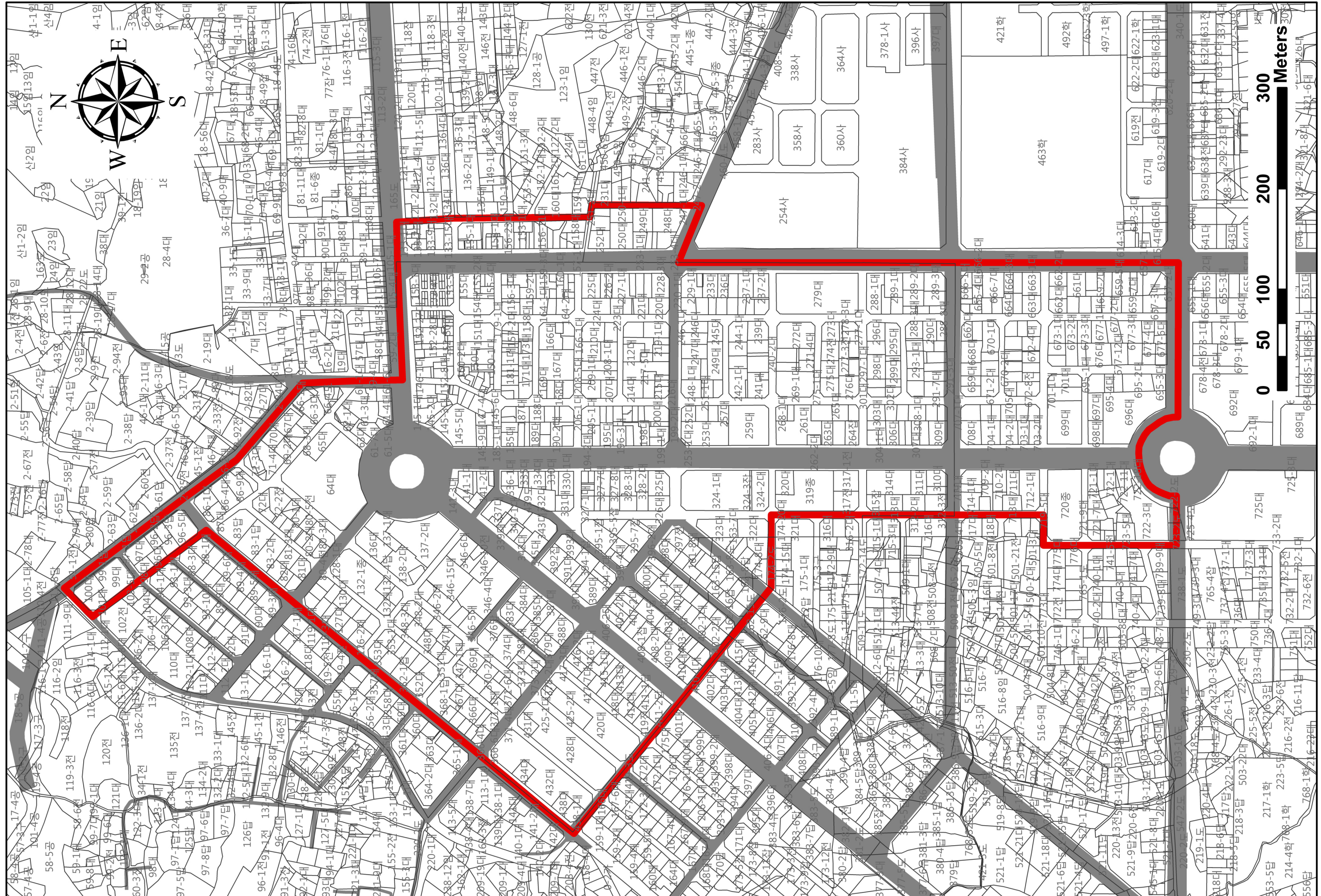
부 칙

이 지침은 고시한 날로부터 시행한다.

(붙임자료4) 부여도심 상권활성화구역 경계도



부여도심 상권활성화구역 경계도(지번)



연구에 참여한 사람들

■ 연구기관	충남발전연구원	
■ 연구책임	임준홍	책임연구원
	윤정미	책임연구원
■ 공동연구	권영현	선임연구위원
	고승희	책임연구원
	임형빈	책임연구원
	조영재	책임연구원
	김정하	연구원
	김윤아	연구원
	이운경	연구원
■ 자문위원	김영기	시장경영진흥원 상권팀장
	김 현	시장경영진흥원
	황재혁	(주)인포마스터 대리
	안일선	충남도청 생활경제 담당
	김건환	충남도청 전통시장 담당자
■ 연구지원	김열수	경제진흥 과장
	한상휘	경제진흥 담당
	소완영	전통시장 담당자