

강원도 전통시장 활성화 방안 - 상권활성화 구역 제도를 중심으로 -

The strategy for traditional market revitalization in Gangwon province
- Focusing on commercial revitalization district program -

| 조 명 호 · 김 승 희 |

강원발전연구원
RESEARCH INSTITUTE FOR GANGWON

RIG

국립중앙도서관 출판시도서목록(CIP)

강원도 전통시장 활성화 방안 : 상권활성화 구역 제도를
중심으로 / 조명호, 김승희 . -- 춘천 : 강원발전연구원, 2012
p. ; cm, -- (연구보고 ; 12-10)

ISBN 978-89-5705-382-9 93320 : 비매품

재래 시장[在來市場]
강원도[江原道]

326.180911-KDC5
381.09519-DDC21

CIP2012002024

목차

I.		1
1.		1
2.		2
II.		5
1.		5
2.		7
3.		12
4.		14
4.1.		14
4.2. 2012		18
5.		20
III.		21
1.		21
1.1.		21
1.2.		24

1.3		25
1.4.		27
2.		28
2.1.		28
2.2.		29
2.3.		34
3.		37
3.1.	(長野市)	37
3.2	(長浜市)	43
3.3.		49
3.4.		56
IV.		57
1.		58
1.1.		58
1.2.		60
1.3.		62
2.		73
2.1.		73
2.2.		74
3.		76
3.1.		76
3.2.		80
4.		83
V.		85
1.		85
2.		87

.....	91
1 : (2010 ;)	93
2 :	96
3 :	102
ABSTRACT	152

표목차

< II-1>		6
< II-2>		8
< II-3>		13
< III-1>		21
< III-2>		23
< III-3>		24
< III-4>		24
< III-5>		25
< III-6>		26
< III-7>		27
< III-8>	()	30
< III-9>	()	31
< III-10>		32
< III-11>		33
< III-12>		36
< III-13>		37
< III-14> TMO		39
< III-15>		43
< III-16>	()	44
< III-17>	()	46
< IV-1>		57
< IV-2>	()	63
< IV-3>		67

< IV-4>		70
< IV-6>		77
< IV-7>		79
< IV-8>		80

그림목차

< I -1>		3
< II -1>	(2008)	9
< II -2>		14
< II -3>		15
< II -4>		16
< II -5>		17
< II -6> 2012		18
< II -7> 2012	/ /	19
< III-1>		22
< III-2>	1	34
< III-3>		38
< III-4>		40
< III-5>		40
< III-6>		41
< III-7>		41
< III-8>	TMO	42
< III-9>	()	45
< III-10>	() :	45
< III-11>		47
< III-12>		48
< III-13>		49
< III-14>		50
< III-15>	, , ,	51

< III-16>	, ,		51
< III-17>	()		52
< III-18>			52
< III-19>			53
< III-20>			53
< III-21>			54
< III-22>	SMILE Club		55
< III-23>	·		55
< IV-1>			59
< IV-2>			59
< IV-3>			59
< IV-4>			60
< IV-5>			60
< IV-6>	-		61
< IV-7>			61
< IV-8>			61
< IV-9>			62
< IV-10>			62
< IV-11>			64
< IV-12>			64
< IV-13>			65
< IV-14>			65
< IV-15>			65
< IV-16>			66
< IV-17>			66
< IV-18>			66
< IV-19>			67
< IV-20>			68

< IV-21>		68
< IV-22>		69
< IV-23>		69
< IV-25>		71
< IV-26>		72
< IV-27>		72

요 약 문

3

54

. 1

/ , / /

,

4

/ , / /

.

,

4

.

2

8

,

8

.

,

,

,

.

,

/

,

.

()

,

.

I. 서 론

1. 연구의 배경 및 목적

SSM

2010

2011

2011 5

7

2. 연구의 내용 및 범위



〈그림 1-1〉 연구흐름도

74

54

2

II. 전통시장 및 상권활성화 정책 동향

1. 전통시장 관련 법제 변천과정¹⁾

< II-1> . 1961
8
「 . (1987 7)」 → 「 (1997 7)」 →
「 (2002 4)」 → 「 (2006
10)」 「 (2010 7)」

1) 전통시장백서, 시장경영진흥원, 2010 참조

〈표 II-1〉 전통시장 관련법 변천과정

법제명	주요내용	시행일
시장법	◦ 시장개설 허가제(특별시장, 도지사) - 지자체와 공익법인이 시장개설 ◦ 상설시장과 정기시장으로 구분 - 상설시장의 표준시장모형 개발 ◦ 연쇄화사업의 육성	'61. 8. 31
도·소매업진흥법	◦ 조합의 시장관리 허용 - 시장관리자제도 도입 ◦ 시장관리자, 시범도매센터, 지정연쇄화사업자 및 상점가 진흥조합 등에 대하여 자금 및 세제 지원 ◦ 도·소매업진흥심의위원회 설치 ◦ 집배송 단지 건립·지원 ◦ 대규모소매점의 시설기준 및 매장면적기준 규정	'87. 7. 1
유통산업발전법	◦ 유통산업발전기본계획 수립 ◦ 대규모점포 개설 허가제에서 등록제로 전환 ◦ 시범도매센터 지정 및 지원 ◦ 유통관련 기술 및 인력의 국제교류 지원 ◦ 해외유통시장의 조사·분석 사업 추진	'97. 7. 1
중소기업의구조 개선과재래시장 활성화를위한특별조치법	◦ 재래시장의 최초 법적 규정 ◦ 재래시장 활성화 종합계획 수립 및 시행 ◦ 시장경영지원센터 설치 ◦ 시장재개발·재건축 시 임시시장 마련 ◦ 시장재개발·재건축 시 용적률 및 과밀부담금 특례 ◦ 시장진입도로 확충, 소방시설, 주차장 및 화장실 등의 설치 지원	'02. 4. 1
재래시장육성을 위한특별법	◦ 재래시장 정의 명확화 ◦ 시장·군수·구청장의 지역시장육성계획 수립 ◦ 시장현대화 촉진 및 지원근거 마련 ◦ 상거래현대화촉진, 공동사업활성화, 홍보 및 교육 등 경영현대화 추진 ◦ 시장 상인조직의 육성근거 마련	'05. 1. 14
재래시장 및 상점가 육성을 위한 특별법	◦ 정책대상을 상점가로 확대 ◦ 활성화를 위한 기본계획 및 지역추진계획 수립 ◦ 시장정비사업의 지원 확대	'06. 10. 29
전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법	◦ “재래시장”을 ‘전통시장’으로 용어 변경 ◦ 시장정비사업 절차 간소화 ◦ 상권활성화제도 도입 - 상권활성화구역 지정, 상권관리기구 설치 등	'10. 7. 1

〈표 II-2〉 전통시장 관련 정책 변천과정

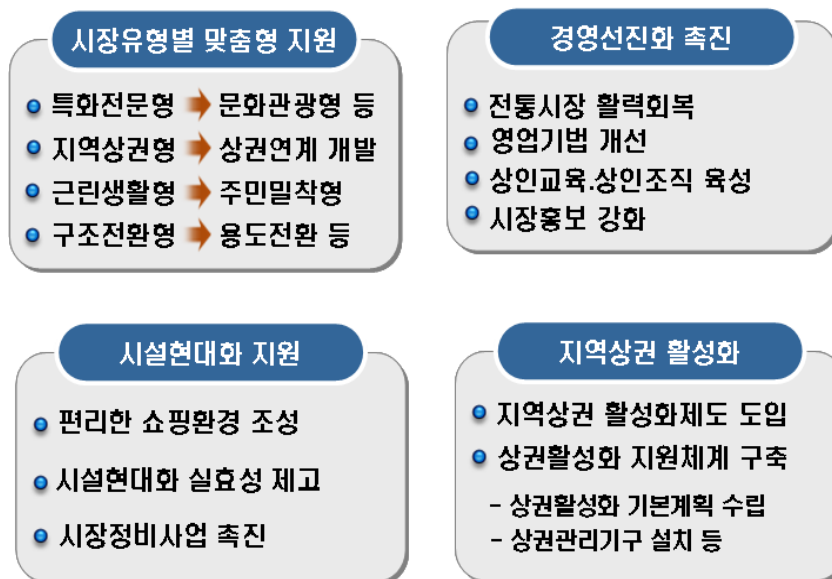
법제명	주요내용	시행일
소상공인·재래시장 혁신대책	◦ 전통시장에 대한 환경개선 ◦ 전문시장, 특산물시장, 테마시장 등 특성화시장 육성 ◦ 고객편의를 위한 편의시설·문화공간을 확충 ◦ 재개발·재건축 사업의 규제 완화 ◦ 전통시장 경영혁신 및 상인 자율혁신역량 제고	'04. 3
재래시장 활성화 대책	◦ 시장의 중장기 정비계획 수립 ◦ 환경개선사업 지원강화 ◦ 재개발 규제완화 ◦ 지역사회와 협력 확대	'04. 12
재래시장 활성화 종합대책	◦ 온라인쇼핑몰, 공동상품권 등 선진 상거래기법 도입 ◦ 고객편의시설 확충 등 고객이 만족하는 편리한 쇼핑환경 조성 ◦ 마케팅, 이벤트, 러브투어 등 다양한 마케팅 활동 전개를 통한 경영기법 혁신 ◦ 청년상인육성 지원 ◦ 공동상품권, 박람회 등 공동사업 등 시행	'05. 2
재래시장 활성화를 위한 정책방향	◦ 재래시장 정비제도 도입을 통한 시장폐지 방안 마련 ◦ 시설현대화 사업 효율적 추진을 위한 제도개선 ◦ 재개발·재건축 규제완화 ◦ 인력양성 및 맞춤형 교육·컨설팅 강화 ◦ 혁신점포(Best Shop) 사업 업종별 확대	'05. 5
재래시장 활성화 종합계획	◦ 시장 특성을 분류, 유형별 성공모델 창출·확산 ◦ 경쟁력 수준별 지원체계 구축 ◦ 지방자치단체 및 지원기관 간 효율적인 역할분담 ◦ 사전 컨설팅, 연구용역 의무화 ◦ 시장활성화사업 자문제도 신설	'06. 5
전통시장 활성화 종합계획	◦ 문화관광형, 상권연계형, 주민밀착형 등 시장유형별 맞춤형 지원 ◦ 영업기법 개선, 시장홍보 강화 등 경영선진화 촉진 ◦ 시설현대화 및 시장정비사업 촉진 ◦ 지역상권활성화 지원체계 구축 - 상권활성화 기본계획 수립 - 상권관리기구 설치 등	'08. 12

“ ”

5 (A~E) A, B)

Soft-Ware

Hard-Ware



〈그림 II-1〉 전통시장 활성화 종합계획(2008) 추진방안

.

,

.

,

.

.

, 1 1

,

.

,

,

,

.

,

,

,

.

,

,

.

, 1 1

,

.

,

,

" "

.

,

.

,

.

(Green Market)

.

, 3/5

,

, ,

,

.

, .

.

,

(

E)

(100)

.

,

,

.

.

, ,

,

10

.

,

,

.

,

, .

, .

.

.

,

,

,

,

.

.

,

,

.

100

$$= \begin{pmatrix} 1 & 0 & 0 \\ 0 & 1 & 0 \\ 0 & 0 & 1 \end{pmatrix}$$
$$- \left(\frac{1}{\sqrt{\pi}} \int_0^x e^{-t^2} dt \right)$$

- CCTV.

2002~2010	2.1	835	(628)	(428
-----------	-----	-----	--------	------

) (102)

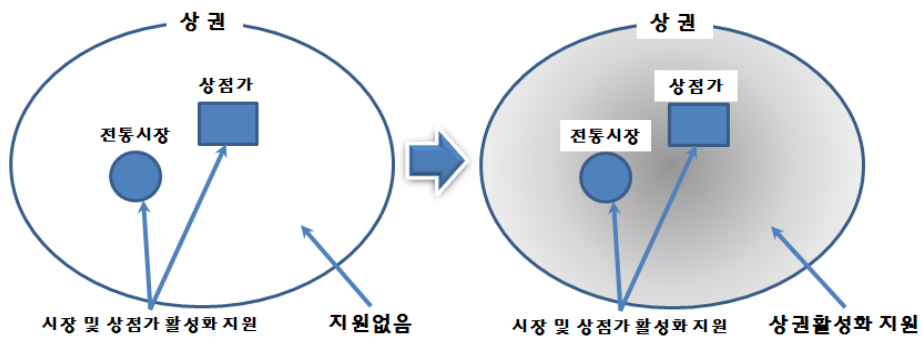
〈표 II-3〉 전통시장경영혁신 지원내용

사 업 명	지 원 내 용	지원한도	지원조건
① 공동마케팅	고객 및 매출 증대를 위한 홍보, 공동쿠폰 발행, 세일·경품행사 등 다양한 마케팅 활동	9~54백만원 국비 90% 상인 10%	상인조직 활동이 활발한 곳
② 이벤트 및 시장투어	【이벤트】 비보이, 가요, 국악 등 문화예술 공연 지원 【시장투어】 차량비 및 여행자 보험료 지원	전액보조	상인조직 활동이 활발한 곳 등 (시장경영지원센터 직접수행)
③ 우수시장 상품 전시회 개최	지역 우수상품 및 특산물 판매·전시회 개최 비용	63백만원이내 국비 70% 상인·지자체 30%	10개 이상 시장 상인 50명 이상
④ 업종별 상단 인프라 구축	전통시장 상품의 브랜드·디자인개발, 지역특산물 시장, 우수상품 등 경쟁력 있는 상품정보 등록, 상단의 공동물류창고 지원	전액보조 (단, 상단 창고 임대료는 50%이내 보조)	가격경쟁력 있는 상품 우선 지원
⑤ 상인 교육·연수	고객관리, 마케팅, 상품개선, 의식혁신, 전문기술 등 교육지원 (상인대학, 맞춤형교육(단기·특강), 전문교육, 해외연수, 정보화교육 등)	전액보조 (단, 해외연수는 50%보조)	시장·상점가·시장활성화구역내 상인 등
⑥ 시장자문점포 지도 · 자문 120개 · 지도 600개 · 사업비산출 32개	【자문】 시설현대화, 경영혁신, 상권개발, 시장정비사업 자문 【지도】 상품디스플레이, 점포인테리어 등 지도 【사업비산출】 사업원가 자료제공	전액보조 국비 50%	【자문】 연 8일이내 【지도】 연 4일이내 【사업비산출】 국비 10억이상
⑦ 퇴직인력활용 상인조직육성	퇴직인력을 상인회에 채용하여 상인조직을 육성하려는 시장에 보조	월 105만원	
⑧ 인터넷 쇼핑몰 사업(6천명)	에브리마켓(www.everymarket.co.kr) 무료입점, 상품판매지도, 상품컨텐츠 제작지원 등	전액보조	정보화 교육 이수자 우대
⑨ 시장·상점가 활성화 연구용역	시장·상점가·시장활성화구역의 상권개발 및 활성화 방안, 지역상권개발 및 육성계획 수립을 위한 연구용역 등	6천만원 이내 국 비 60% 지방비 40%	총 사업비 30억원 이상 투자 확보한 곳, '09년 사업착수 시장

자료 : 중소기업청 홈페이지

4. 상권활성화 제도와 상권활성화구역

4.1. 주요 개념



〈그림 11-2〉 상권활성화제도 개념도

1)
2)
3)
4) 9

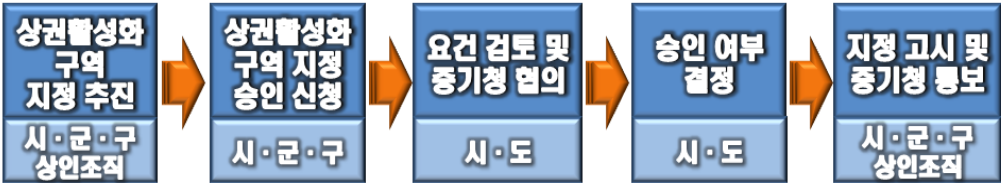
-					
*	50	:	700		
*	50	:	400		
-		:			
			2		

○ 1 , 2 .

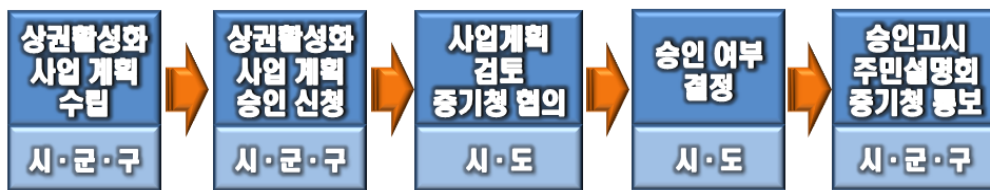
○ . . .

○ ,

(, .) , .

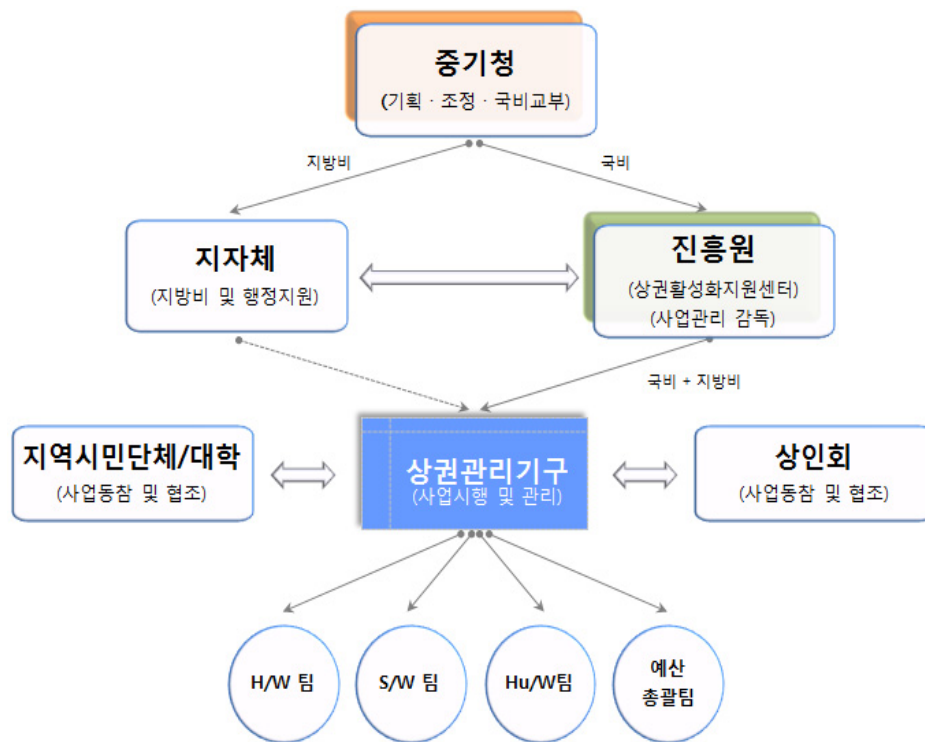


〈그림 II-3〉 상권활성화구역 지정 절차

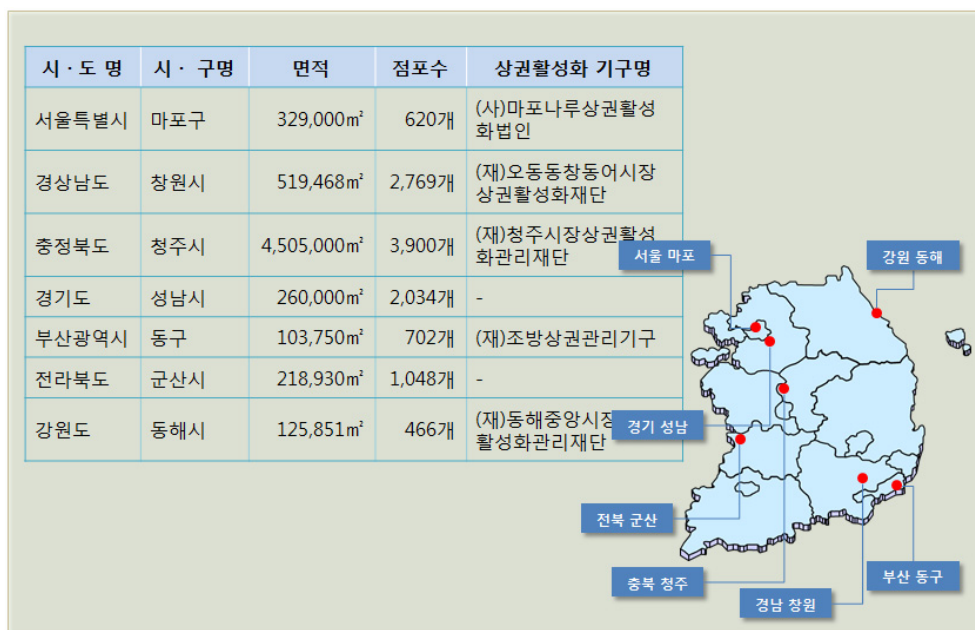


〈그림 II-4〉 상권활성화 사업계획 승인 절차

- 1) ,
 - 2) ,
 - 3) ,
 - 4) ,
 - 5) () ,
 - 6) ,
- (“ ”)
- (, , , , ,)
- (, , , , ,)
-



〈그림 II-5〉 상권관리기구 운영 개념도



II. 전통시장 및 상권활성화 정책 동향

구역 개요

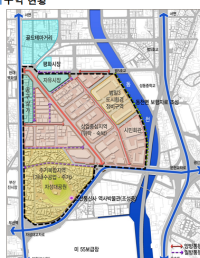
주소 : 부산광역시 동구 범일2동 830-24번지 일원
면적 : 대지 333,230㎡, 건물 81,007㎡, 영업장면적 83,007㎡ (점포수 2,433개)
구역내 시장 : 자유시장, 조방알 상점가 일원

업종별 점포수

업종	점포수(연원)	업종	점포수(연원)
시민회관	1 (1,250명)	한국거래소	1 (400명)
동부산우채국	2 (170명)	복산약국	1 (120명)
범일동 KT	1 (1,300명)	호텔	3 (180명)
공용(문명)	7 (550명)	복복당	6 (50명)
세미올공고	4 (70명)	공구상	80 (5명)
자유시장	1483 (2800명)	휴게음식점	47 (5명)
일반음식점	241 (5명)	제과점	5 (5명)
유흥(단란)주점	138 (5명)	미용실	24 (5명)
숙박업	49 (5명)	기타(보석,슈퍼 등)	250 (5명)

총 2,433개 업소 (7,200 여명)

구역 현황



<부산 조방 앞>

구역 개요

주소 : 경상남도 창원시 마산 합포구 동성동 314번지 외
면적 : 대지 519,468㎡ (점포수 2,769개)
구역내 시장 : 창동종합상가, 수당상가, 부림상가, 오동동 상인연합회, 청우세어시장, 마산어시장

업종별 점포수

시장명	업종	점포수	반점포수	총점포수
창동종합상가	의류/가방/음식점/서비스	722	162	884
수당상가	의류/잡화/가방/서비스	75	46	121

구역 현황



<경남창원 오동동 창동 어시장>

구역 개요

주소 : 청주시 상당구 남문로1가 187-6번지 일원
면적 : 대지 455,000㎡ (점포수 3,900개, 노점 포함)
구역내 시장 : 육거리 시장, 성안길 시장, 남주동 시장

업종별 점포수

시장명	업종	점포수	상인수
육거리시장		1,200	2,900
성안길시장		2,000	2,100
남주동시장		700	700

총 3,900개 업소 (5,700여명)

구역 현황



<충북 청주시 육거리/성안길>

구역 개요

주소 : 서울시 마포구 월드컵로 212
면적 : 대지 329,000㎡, 건물 197,400㎡
영업장면적 59,220㎡ (점포수 620개)
구역내 시장 : 도화동 상점가, 용강동 상점가

업종별 점포수

시장명	업종	점포수	반점포수	총점포수
도화동 상점가	의류/가방/음식점/서비스	722	162	884
용강동 상점가	의류/잡화/가방/서비스	75	46	121

구역 현황



<서울 마포 도화 용강>

구역 개요

주소 : 강원도 동해시 발한동 12-2번지 일대
면적 : 대지 125,851㎡, 건물 99,357㎡, 영업장면적 92,072㎡ (점포수 466개)
구역내 시장 : 동해중앙시장

업종별 점포수

업종명	점포수	반점포수	총점포수
의류/신발	68	7	75
한복	4	1	5
유류/숙박	28	9	37
음식	62	11	73
국물/과일/기타	9	4	13
죽상/수선	36	4	40
젓갈/전어물	13		13
야채	9		9
배미리	2		2
서비스	44	2	46
판매업	41	2	43
스포츠용품	11	1	12
마트	16	3	19
기타	55	5	60

총 447개 (반점포율 10.3%)

구역 현황



<강원 동해 중앙시장>

구역 개요

주소 : 경기도 성남시 대평동 3,681번지 일원
면적 : 대지 305,000㎡ (점포수 1,936개)
구역내 시장 : 중앙시장, 현대시장, 신흥시장

업종별 점포수

구분	전체	수업인	간접1	간접2	직접	간접3	간접4
상업주	(1912)	(203)	(227)	(311)	(42)	(88)	(187)
상업주	18.8	1.4	2.1	1.6	2.4	1.3	1.2
소매/음식	14.2	13.8	16.8	14.5	21.4	23.8	12.8
상업서비스	24.6	24.9	33.8	25.1	19.8	23.8	32.3
상업주	20.8	21.8	30.8	21.8	28.8	28.7	17.4
소매/음식	9.9	18.6	7.8	12.5	4.8	17.5	7.8
상업서비스	6.7	9.5	5.1	1.8	21.4	1.3	12.8

구역 현황



<경기 성남시 수정로>

구역 개요

주소 : 군산시 대명동 138-36외
면적 : 대지 218,930㎡, 건물 94,003.7㎡
(점포수 1,048개)
구역내 시장 : 중앙상가, 양키시장, 영동상가, 불파상가, 대명상가, 신영시장, 공설시장

업종별 점포수

구분	회급 품목	형태
대명거리	의류, 한복재 등	등록
신영상가	야채, 생선	인정
구시장로상가	야채, 생선	인정
중앙상가	생선, 잡화	등록
양키상가	의류	-
영동상가	의류, 잡화	-
공설상가	잡화	-

구역 현황



<전북 군산 중앙상가 외>

〈그림 II-7〉 2012년도 상권활성화 사업 추진 지역별 개요/현황/업종별 점포수

5. 강원도의 전통시장 활성화 관련 정책 및 사업동향

·

() ·

· 2011

3 2 2

·

(celebrity) ·

·

TV '1 2 '

·

3 , ,

·

·

· , , , 2011

, , , ,

·

Ⅲ. 강원도 전통시장 현황 및 상권활성화 구역 지정여건

1. 강원도 전통시장 여건분석

1.1. 일반현황

74 .
2 76
32 , 21
68.9% .
54 .

〈표 Ⅲ-1〉 등록유무별 강원도 전통시장 현황

시장 수(개소)	등록시장	인정시장	기타시장
74	32(42.1%)	19(27.6%)	23(30.3%)



〈그림 III-1〉 강원도 전통시장 분포현황

74

100

3,000m²

〈표 Ⅲ-2〉 시장규모별 특성분포

시장구분 \ 시장크기		대형시장		중대형시장		중형시장		소형시장		전 체	
			구성비		구성비		구성비		구성비		구성비
전 체		-	-	2	2.7	23	31.1	49	66.2	74	100.0
등록 유무	등록시장	-	-	2	6.3	13	40.6	17	53.1	32	100.0
	인정시장	-	-	-	-	6	31.6	13	68.4	19	100.0
	기타시장	-	-	-	-	4	17.4	19	82.6	23	100.0
상권 크기	전국상권시장	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	광역상권시장	-	-	2	100.0	-	-	-	-	2	100.0
	지역상권시장	-	-	-	-	23	100.0	-	-	23	100.0
	근린상권시장	-	-	-	-	-	-	49	100.0	49	100.0
시장 소유자	법인시장	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	개인시장	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	공설시장	-	-	2	6.3	16	50.0	14	43.8	32	100.0
	공동시장	-	-	-	-	7	16.7	35	83.3	42	100.0
시장 형태	건물형시장	-	-	1	3.3	12	40.0	17	56.7	30	100.0
	노점형시장	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	장옥형시장	-	-	-	-	1	50.0	1	50.0	2	100.0
	점포주택복합형시장	-	-	1	2.4	10	23.8	31	73.8	42	100.0
개설 주기	상설시장	-	-	2	5.6	15	41.7	19	52.8	36	100.0
	정기시장	-	-	-	-	-	-	15	100.0	15	100.0
	상설+정기시장	-	-	-	-	1	100.0	-	-	1	100.0
취급 상품	일반시장	-	-	-	-	7	31.8	15	68.2	22	100.0
	전문시장	-	-	2	4.3	20	42.6	25	53.2	47	100.0

자료 : 시장경영진흥원, 전통시장 및 점포경영 실태조사 2010

〈표 Ⅲ-3〉 강원도 전통시장 점포수 현황

시장구분		점포구분 자기소유 점포	임차점포	빈점포		기타점포 ¹⁾	전체	평균 점포수
					구성비			
전체		2,730	3,350	915	12.6	290	7,285	98
시장 크기	대형시장	-	-	-	-	-	-	
	중대형시장	301	410	217	21.0	103	1,031	515
	중형시장	1,391	2,175	503	12.0	134	4,203	183
	소형시장	1,038	765	195	9.5	53	2,051	42

주 : 1) 기타점포는 창고 및 사무실 등 영업 이외의 목적으로 활용되고 있는 점포를 말함
자료 : 시장경영진흥원, 전통시장 및 점포경영 실태조사 2010

98 ,

183 42

1.2. 매출액

‘10

24.0 ‘08 25.9 7.3%

〈표 Ⅲ-4〉 전국 전통시장 매출액 규모 추이

(단위 : 조원, %)

구분	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년 ²⁾
매출액	32.7	29.8	26.7	25.9	24.7	24.0
전년대비 증감률	-	-8.9	-10.4	-3.0	-4.6	-2.8

주 : 1) 전통시장 매출액은 2006년, 2008년, 2010년 점포경영 실태조사 결과를 활용하여 추정하였음

2) 2010. 10. 6 시점에서 수집된 자료로 추정된 것으로 2010년 하반기 경기의 영향으로 전통시장 매출규모는 달라질 수 있음

자료 : 시장경영진흥원, 전통시장 및 점포경영 실태조사 2010

1.3 시장 현대화

〈표 Ⅲ-5〉 시장 편의시설 현황

(단위 : 개, %)

시설종류	응답 시장	있 음				없 음		
		구성비				구성비	필요도 ²⁾	
		강원도	전국	노후도 ¹⁾				
유아놀이방/어린이놀이터	74	2	2.7	2.6	4.00	72	97.3	3.53
고객안내센터	74	7	9.5	9.5	3.71	67	90.5	3.52
고객휴게실	74	10	13.5	8.6	3.60	64	86.5	3.69
수유시설	74	1	1.4	2.5	4.00	73	98.6	3.44
물품보관함	74	2	2.7	2.8	2.50	72	97.3	3.56
자전거보관소	74	9	12.2	9.1	3.33	65	87.8	3.65
간이음수대	74	6	8.1	5.9	3.67	68	91.9	3.65
자율포장대	74	-	-	1.2	-	74	100.0	3.53
카트	74	10	13.5	7.6	3.60	64	86.5	3.35
고객 주차장	74	41	55.4	46.1	3.68	33	44.6	3.84
문화전시실	74	-	-	1.3	-	74	100.0	3.17
영상관	74	1	1.4	1.5	4.00	73	98.6	3.21
운동시설	74	-	-	1.8	-	74	100.0	3.28

주 : 1) 노후도 : 1.매우불량 2.불량 3.보통 4.양호 5.매우양호

2) 필요도 : 1.전혀불필요 2.불필요 3.보통 4.필요 5.매우필요

〈표 III-6〉 공동사업 추진현황

(단위 : 개, %)

사업종류	시장수	실시/보유			미실시/미보유	
			구성비			구성비
			강원도	전국		
경품행사	61	18	29.5	23.5	43	70.5
정기세일	61	7	11.5	10.4	54	88.5
전단지광고	61	10	16.4	14.6	51	83.6
신문광고	61	3	4.9	5.2	58	95.1
방송광고	61	3	4.9	5.7	58	95.1
시장축제/이벤트	61	17	27.9	23.7	44	72.1
상품권 발행 ¹⁾	61	5	8.2	5.8	56	91.8
쿠폰 발행	61	3	4.9	7.7	58	95.1
출장판매	61	3	4.9	1.2	58	95.1
특산품 판매장 운영	61	3	4.9	2.5	58	95.1
공동구매/공동판매	61	1	1.6	3.6	60	98.4
공동포장지	61	7	11.5	6.7	54	88.5
시장소식지	61	3	4.9	4.2	58	95.1
시장내 점포 배치지도	61	6	9.8	6.1	55	90.2
시장홈페이지	61	2	3.3	4.9	59	96.7
인터넷쇼핑몰	61	2	3.3	0.7	59	96.7
택배운영공간	61	3	4.9	3.2	58	95.1
배송수단	61	1	1.6	3.0	60	98.4
전화주문센터	61	2	3.3	2.4	59	96.7

주 : 1) 상품권 발행은 지자체 주관 발행, 지역상인연합회 주관 발행, 시장 주관 발행 등 발행 주체와 무관하게 전통시장 상품권을 발행하여 상용화한 경험이 있는 경우에 한함

1.4. 상권 활성화 수준

6

2)

A, B, C, D, E

〈표 Ⅲ-7〉 강원도 전통시장의 분야별 활성화 수준

활성화 수준	활성화 요소	상인조직		상권매력도		시설		점포경영		공동마케팅		시장운영	
		빈도	평균 점수	빈도	평균 점수	빈도	평균 점수	빈도	평균 점수	빈도	평균 점수	빈도	평균 점수
전국	A	362	81.0	200	69.8	151	65.5	22	58.4	51	64.8	253	71.1
	B	260	73.8	288	60.3	269	55.5	83	49.3	91	51.3	423	62.2
	C	182	55.6	344	54.0	422	50.9	470	45.3	157	28.9	428	57.8
	D	308	38.6	434	43.5	464	45.9	637	40.5	73	20.7	285	50.1
	E	405	18.5	251	36.0	211	38.4	305	34.5	1145	20.0	128	39.6
	평균		46.1		48.4		47.9		42.6		28.7		52.8
강원	A	20	72.6	1	78.8	5	71.8	1	66.6	3	69.2	11	70.8
	B	10	58.2	6	59.1	25	60.1	-	-	3	57.3	21	59.5
	C	7	48.2	21	48.1	20	50.1	42	49.9	7	50.0	22	50.8
	D	9	38.4	34	38.4	21	39.9	25	42.0	5	39.5	10	38.5
	E	28	17.5	12	27.6	3	31.4	6	28.9	56	21.0	10	28.6
	평균		43.3		41.6		51.3		45.8		28.4		51.6

- 2) 점포경영 : 상인들이 경영윤리를 철저히 준수하고, 새로운 경영기법을 개선·도입·활용하기 위해 적극적으로 노력하는가의 여부
공동마케팅 : 시장 전체의 매출증대를 위해 상인회가 주관이 되어 다양한 공동마케팅을 추진하는가의 여부

2. 강원도 전통시장 상권활성화 구역의 지정여건 분석

전통시장 상권활성화 구역의 지정여건 분석을 위하여, 강원도 전통시장 상권활성화 구역의 지정여건을 분석하였다. 분석결과, 강원도 전통시장 상권활성화 구역의 지정여건은 다음과 같다.

1. 전통시장 상권활성화 구역의 지정여건

2. 전통시장 상권활성화 구역의 지정여건

2.1. 상권활성화 구역의 법적요건

「상권활성화법」 제24조

○ 「상권활성화법」 제24조

- 「상권활성화법」 제24조

()

()

- 「상권활성화법」 제24조

○ 「상권활성화법」 제24조

○ 50 400 .

○ . 2

2.2. 강원도 전통시장의 상권활성화 구역 요건 검토

○ 1 .
1
KLIS ,
(<http://sg.smba.go.kr>) .
4

○ 400 .
.
KLIS
54
.
.

1 '400
200 (400 1/2)
2010 54
7
< Ⅲ-8> 12
7

〈표 Ⅲ-8〉 상권활성화구역 지정요건(점포수) 충족 시장

구시군	시장명	시장구분	토지면적	건물연면적	매장면적	점포수
춘천시	제일종합시장	등록시장	16,430	19,040	17,088	351
	춘천중앙시장	등록시장				
원주시	원주남부시장	등록시장	6,921	15,320	7,193	201
	원주자유시장	등록시장	19,687	37,107	27,019	978
	원주중앙시장	등록시장				
	중앙시민전통시장	인정시장				
강릉시	강릉중앙시장	등록시장	11,071	12,046	10,956	517
	강릉성남시장	인정시장				
동해시	동해중앙시장	인정시장	23,875	29,357	20,689	245
속초시	속초종합중앙시장	등록시장	20,244	30,626	24,113	673
	속초중앙재래시장	인정시장				
삼척시	삼척중앙시장	등록시장	11,637	25,158	11,623	525

Ⅲ. 강원도 전통시장 현황 및 상권활성화 구역 지정여건

2011
6 11 .
○ . 2
r , 2 , ,
2009-2010 1 3).

〈표 Ⅲ-9〉 시장별 상권활성화구역 지정요건(매출액 하락) 충족 여부 검토

구시군	시장명	2009년 연간매출액	2010년 연간매출액	증감률
춘천시	제일종합시장	1,467,661	1,482,418	1.0%
	춘천중앙시장			
원주시	원주남부시장	1,101,288	1,024,479	-7.0%
	원주자유시장	6,051,910	5,155,923	-14.8%
	원주중앙시장			
	중앙시민전통시장			
강릉시	강릉중앙시장	4,042,961	3,940,384	-6.4%
	강릉성남시장			
속초시	속초종합중앙시장	6,220,644	6,485,218	4.3%
	속초중앙재래시장			
삼척시	삼척중앙시장	3,214,618	2,683,155	-16.5%

3) 매출액 비교는 물가상승률을 반영하지 않은 경상가격 비교임

	2	,	
/		,	4
		.	
	2	.	
	,	,	,
,	.		
,	,	,	
,	,	,	
.	.		
	.		

〈표 III-10〉 시장별 해당 읍면동 인구추이

시군구	시장명	동읍면	2008	2009	2010	증감률
춘천시	중앙시장, 제일종합시장	약사명동	5,102	5,005	4,933	-3.3%
원주시	중앙시장, 자유시장, 중앙시민전통시장	중앙동	3,723	3,601	3,545	-4.8%
원주시	남부시장	명륜1동	12,138	11,918	11,546	-4.9%
강릉시	중앙시장, 성남시장	중앙동	6,766	6,600	6,593	-2.6%
속초시	중앙종합시장, 중앙재래시장	금호동	7,976	7,630	7,627	-4.4%
삼척시	종합중앙시장,	남양동	10,164	10,034	10,076	-0.9%

〈표 Ⅲ-11〉 시장별 해당 읍면동 사업체수 추이

시군구	시장명	동읍면	2007	2008	2009	2010	최근 2년간 증감률
춘천시	중앙시장, 제일종합시장	약사명동	1,298	1,271	1,297	-	0%
원주시	중앙시장, 자유시장, 중앙시민전통시장	중앙동	2,488	2,559	2,531	2,443	-5%
	남부시장	명륜1동	856	841	796	799	-5%
강릉시	중앙시장, 성남시장	중앙동	2,682	2,625	2,587	2,623	0%
속초시	중앙종합시장, 중앙재래시장	금호동	1,296	1,304	1,272	1,239	-5%
삼척시	종합중앙시장,	남양동	1,627	1,620	1,650	1,684	3%

주1 : 춘천시 증감률은 2007-2009년간 증감률임

54

4

, 12 .

6 12 .



〈그림 III-2〉 상권활성화 구역 지정 가능성 1차 검토결과

2.3. 최종 검토대상 사례 선정

. 2

1. 1, 2.

2. • • •

3. _____ ,

「

,

•

2~3

•

•

.

•

•

•

•

‘2010

6

6

〈표 III-12〉 전통시장 상권활성화 수준 평가지표 중 상인조직 활성화 수준 평가지표

분야	변수명
상인조직	상인회 가입률
	상인회 운영형태
	상인회비 납부율
	상인회주관 공동사업
	상인회주관 상인교육
	상인회자체 수익사업

자료 : 시장경영진흥원 (2010)

6

2 , 2 5

, 1) 400 2) 3)

2

〈표 Ⅲ-13〉 상권활성화 구역 지정 적합 시장검토결과

구시군	시장명	시장구분	점포수	매출액 증감률	상인조직 활성화수준
원주시	원주자유시장	등록시장	978	-14.8%	B
	원주중앙시장	등록시장			D
	중앙시민전통시장	인정시장			B
삼척시	삼척중앙시장	등록시장	525	-16.5%	A
강릉시	강릉중앙시장	등록시장	517	-6.4%	B
	강릉성남시장	인정시장			A
속초시	속초종합중앙시장	등록시장	673	4.3%	A
	속초중앙재래시장	인정시장			A
춘천시	제일종합시장	등록시장	351	1.0%	A
	춘천중앙시장	등록시장			C
원주시	원주남부시장	등록시장	201	-7.0%	B

3. 상권 활성화 국내외 사례⁴⁾

3.1. 일본 나가노시(長野市)의 상권활성화 사례

2000년, 나가노시에서는 TMO를 설립하여, TMO를 통해 상권활성화 사업을 추진하였다. 2001년에는 TMO를 통해 상권활성화 사업을 추진하였다. 2002년에는 TMO를 통해 상권활성화 사업을 추진하였다. 2002년 5월, TMO를 통해 상권활성화 사업을 추진하였다.

4) 성남시 기존시가지 상권활성화 종합계획 수립 연구(2011,10) 및 시장경영진흥원 상권활성화 연구팀의 자료제공으로 작성함



〈그림 III-3〉 파산 전 구 다이에 나가노 슈퍼 및 나가노 소고 백화점 모습

， ，
 . ， ， ，
 NPO, ， ，
 (， ()
) ()
 (大門町 (藏)), ，
 (大門町 2)
 ， ， ，
 (，
 ，).

〈표 Ⅲ-14〉 TMO 나가노 활동 경과

년 도	내 용
1999년	10월 나가노시 중심시가지활성화 기본계획 책정
2000년	7월 나가노 소고(そうご) 백화점 철수
	12월 다이에 나가노 철수
2002년	3월 TMO 인정(나가노 상공회의소)
	6월 나가노시가 철수한 다이에 나가노의 토지와 건물 매입
2003년	1월 (주)마찌즈쿠리 나가노 설립(상공회의소·민간회사·상점가 등 출자)
	4월 TOMATO 식품관 오픈(もんぜんぶら座 1층), 楽茶れんが館 오픈(구 나가노시 식물관)
	6월 공공·상업의 복합시설 もんぜんぶら座 오픈(구 다이에 나가노 건물)
2004년	4월 (주)마찌즈쿠리 나가노에 나가노시가 500만엔 출자(6%), 제3섹터 특정회사가 됨
	5월 나가노 상공회의소를 대신하여 (주)마찌즈쿠리 나가노가 TMO 인정
2005년	11월 ばていおお大門 蔵楽庭 오픈
2006년	9월 나가노 긴자 A-1지구 재개발사업 준공, トイ-ゴ오픈(소고 백화점 빈공터) 나가노시 중심시가지활성화협의회 설립
	11월 表参道もんぜん 주차장 오픈

■ 주요 사업 1 : 대형 빈 점포 대책사업

- ()
- 1 : (TOMATO)
- 1 ·2 ·3 : , ,
- 4 : , ,
- 5 ~8 : NTT



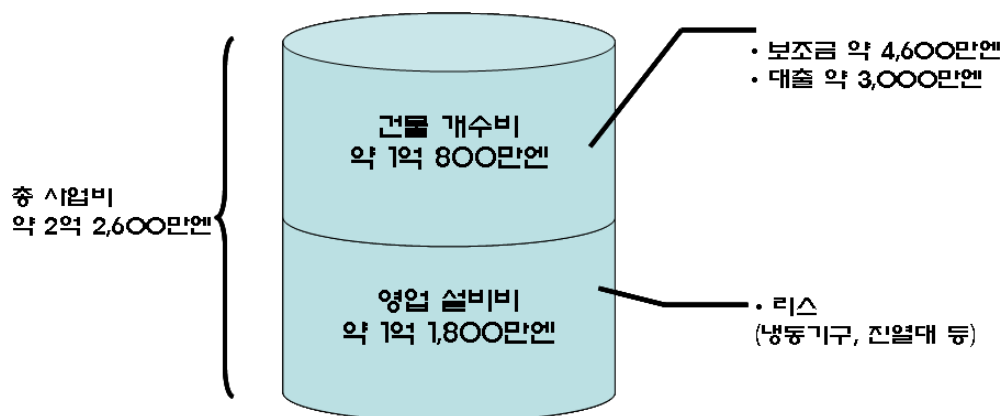
TOMATO 식품관

육아지원시설

시민공익활동센터

〈그림 III-4〉 다이에 나가노 슈퍼 재생사업

- TOMATO (2003 4)
 - : TMO (1,000m²)
 - : 53 873 (2006), 44,239 , 1,458
 - : 5
 - : 2003 3 (2,100)
- : 1 800 4,600



〈그림 III-5〉 다이에 나가노 슈퍼 재생 비용 조달

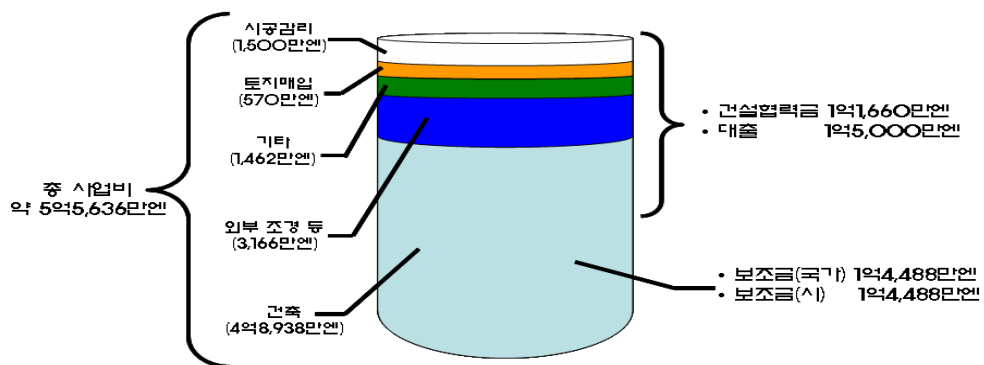
■ 주요 사업 2 : 테넌트 믹스 사업

-
- (藏樂庭) : 2005 11
- :
- 3,112.68㎡, 2,508.95㎡, 15 , 19



〈그림 Ⅲ-6〉 파티오 다이몬 재생사업

- : 4 8,938 2 8,976
- : → 定期借地 (20)
- (15)
- : 70



〈그림 Ⅲ-7〉 파티오 다이몬 재생 비용 조달

■ 주요 사업 3 : 주차장 사업

- (表参道もんぜん) (2006 11 ~)
 - : 954.72m²
 - : 49
 - : 100 /20 (20)
- : 1 1,600 8,300
 - (,) 8,300 , 5,500



〈그림 III-8〉 나가노 TMO 전체 주요 사업

3.2 일본 나가하마시(長浜市)의 상권활성화 사례

3.2.1 나가하마시 마을 만들기 추진 배경

(滋賀縣) , (湖北) (1 12
- 16.5) 62,223 , 22,485 ,
210 .

〈표 Ⅲ-15〉 나가하마시 연도별 인구 추이

연도	인구(명)	세대수
1985	55,531	15,432
1995	57,082	17,866
2000	60,104	20,091
2005	62,223	22,485

, 1970
1979 2 (西
友, 平和堂)

1982 4 . 4 1) :
→ , 2) : → , 3)
: , 4) :
1983 40
4.3 ,

1984

4

3.2.2 활성화 사업

- - , , , 11
- (風格)
 - ,
 -
 - : , , , ,
- - , , 4
 - 200
 - , ,

〈표 III-16〉 나가하마시 활성화 사업(시설부분)

사업명	내 용
시영 중앙주차장 건설	1987년 56면 건설 2억7천8백만엔(현 8천만엔, 시 1억7300만엔, 상인 자부담 2천5백만엔)
「나가하마 고보효산도 (ながはま御坊表参道)」 경관정비 사업	1988년~1989년에 걸쳐 160m 32개 점포 낡은 아케이드 철거 (1억2천만엔 현, 시, 상점가가 각각1/3부담) 다리 및 거리정비 사업(사업비 2억3천만엔)
오테몬 도오리(大手門通り) 경관정비 사업	1975년 234m 아케이드 설치(1억엔), 1988년 바닥정비 1997년 아케이드 개수 (1억2500만엔)
유이치방가(ゆういちばんが) 경관정비 사업	70m 아케이드 철거 및 건물 외관 정비 7820만엔 (국가·현·시 4229만엔, 상인 자부담 3591만엔) 110m 아케이드 개수 5천9백만엔 (국가·현·시 5천백만엔, 상인 자부담 8백만엔)
히키야마(曳山) 박물관 건립	시가 과거 세이유(西友) 쇼핑센터 터를 17억엔에 매입하여 10억엔 설비투자
하쿠부츠칸 도오리(博物館通り)	도로정비
카나야(金屋)공원 정비	1억5천만엔(국가 1억엔, 로터리클럽 5천만엔 기부)

Ⅲ. 강원도 전통시장 현황 및 상권활성화 구역 지정여건



전통가옥개량 특산물판매점
'오하나관'



낮은 아케이드 철거 및
거리정비



오테몬 도오리(1)



오테몬 도오리(2)



유이치방가



히키야마 박물관

〈그림 Ⅲ-9〉 나가하마시 활성화 사업(시설부분)



기모노 대유원회



Art-in 나가하마



하다카 축제(알몸축제) (1)



하다카 축제(알몸축제) (2)



히키야마 축제



〈그림 Ⅲ-10〉 나가하마시 활성화 사업(경영부분) :
이벤트 및 전통축제 계승으로 인한 중심시가지활성화

〈표 III-17〉 나가하마시 활성화 사업(경영부분)

행사명	내 용
나가하마 출세축제(長浜出世まつり)	1983년 나가하마성 역사박물관 개관 축하 축제 10일간 40개 이벤트 개최, 50만명 관광객 유치, 3천명의 자원 봉사자 활동
기모노 대유원회(きもの大園遊会) 1984년 ~	미혼여성 약 600여명(현재는 1,500명)이 일본 전통의상인 기모노를 입고 비파호수에서 중심시가지까지 약 2km를 걷는 이벤트 마을 이벤트 만들기 모임 회원 아이디어 : 지역주민의 아이디어가 전통문화의 부흥으로 연결
Art-in 나가하마	매년 1일간 전국의 도예가, 화가들이 모여 작품을 제작·전시·판매 경비 : 참가 작가의 기부 작품을 경매 간판 콘테스트 : 개성 있는 간판 제작으로 인한 특색 있는 마을 경관 조성에 일조
(주)SUCCESS CARD 나가하마 구락부	1995년 상인들 중심으로 각 점포의 매력창출을 위한 노력 일환으로 설립 포인트카드 운영
히키야마 축제(曳山まつり)	4월9일~4월12일 하다가 축제(알몸축제) : 히키야마 축제의 무사 기원과 카부키 공연 순번 추첨 기원을 위한 축제 4월13일~4월15일 히키야마 축제(420년 역사, 관광객 5만명/년) 어린이 카부키 공연

○

CI

- 1987

•

, , ,

•

- 1988 3 (西友) (長浜樂市)

→ 40km 1 500

•

- - (プラチナプラザ) : 55 5
 - 2004 9 10 「まち家SUCCESS横町」
 - 2005 11 2



まち家SUCCESS横町



플라티나 플라자

〈그림 Ⅲ-11〉 빈 점포 활용사업

3.2.3. 구로카베(黒壁)에 의한 마을 재생

- 3 (주)
 - 1900 百三十 , 1954
 - 1987
 - 8 9,000 , 4,000
(1.3)
 - ① , ② , ③

○ (주)

- 29 31 (11, 4, 2, 14)
- : 1~1.5 (), 0.7~1 ()
- : 50 , 2 ()

○ (주)

- 3
- (1 6)
- , ,



〈그림 III-12〉 구로카베 중심의 마을 만들기 체제



〈그림 Ⅲ-13〉 구로카베 운영 점포

3.3. 전통시장 및 상권활성화 프로그램 사례

3.3.1. 공동 마케팅 프로그램 사례

- (Collaborative Design)
 -
 - , , (/)
 - ,
 -
- BI
 - BI
 - , , ,
 - .



〈그림 III-14〉 캐릭터 개발 및 활용 예

- , SNS .
- , , ,
 - :
 - , .
 - :
 - , , ,
 - :

Ⅲ. 강원도 전통시장 현황 및 상권활성화 구역 지정여건



〈그림 Ⅲ-15〉 스토리텔링, 신문, 달력, 전단지 등

- , ,
- , ,
- , ,
- , ,
- , ,



〈그림 Ⅲ-16〉 세일, 경품, 특판 행사



〈그림 III-17〉 세일행사 사례(안)

3.3.2 상권 경영관련 프로그램 사례

-
-
- ,
-



〈그림 III-18〉 아이디어 공모전 사례

Ⅲ. 강원도 전통시장 현황 및 상권활성화 구역 지정여건

○

-
-
-

,



〈그림 Ⅲ-19〉 브랜드 개발 및 레시피 제공 사례

○

-
-
-
-
-
-
-
-

,

,

,

,

,

,

,



〈그림 Ⅲ-20〉 범용 일반교육



〈그림 III-21〉 업종별 전문교육

- 365
-
-

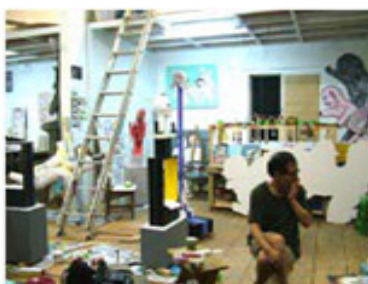
3.3.3. 인적 테크워크 구축 프로그램 운영 사례

Ⅲ. 강원도 전통시장 현황 및 상권활성화 구역 지정여건



〈그림 III-22〉 SMILE Club 운영

- . (Residency)
-
-
- , , , POP



〈그림 III-23〉 문화·예술 레지던시 사업

3.4. 소결 및 시사점

본 연구는 강원도 전통시장의 활성화를 위한 방안을 모색하기 위하여, 전통시장의 현황과 문제점을 분석하고, 국내외 전통시장의 사례를 비교 분석하여, 강원도 전통시장의 활성화 방안을 제시하였다. 연구의 주요 내용은 다음과 같다.

첫째, 전통시장의 현황과 문제점을 분석하였다. 전통시장은 지역경제 활성화와 문화유산 계승에 중요한 역할을 하고 있으나, 최근에는 대형마트의 진출과 온라인 시장의 성장으로 어려움을 겪고 있다. 또한, 전통시장의 시설 노후화와 관리 미흡, 경쟁력 약화 등의 문제가 지적되고 있다.

둘째, 국내외 전통시장의 사례를 비교 분석하였다. 일본의 전통시장(도리이치)은 철저한 관리와 브랜드화, 미국의 전통시장(피츠버그의 리틀 이탈리아)은 지역 특색을 살린 테마화, 한국의 전통시장(전통시장진흥법)은 법적 지원과 마케팅 강화 등을 통해 성공적으로 운영되고 있다.

셋째, 강원도 전통시장의 활성화 방안을 제시하였다. 전통시장의 경쟁력 강화, 시설 개선, 마케팅 강화, 지역 특색 살리기, 법적 지원 강화 등을 통해 전통시장의 활성화를 도모할 수 있다. 특히, 전통시장의 브랜드화, 테마화, 마케팅 강화 등을 통해 전통시장의 경쟁력을 높이고, 지역 특색을 살린 전통시장의 운영을 통해 전통시장의 가치를 높일 수 있다.

본 연구의 시사점은 다음과 같다. 전통시장의 활성화를 위해서는 철저한 관리와 브랜드화, 지역 특색 살리기, 마케팅 강화 등을 통해 전통시장의 경쟁력을 높이고, 지역 특색을 살린 전통시장의 운영을 통해 전통시장의 가치를 높일 수 있다. 또한, 전통시장의 법적 지원 강화 등을 통해 전통시장의 활성화를 도모할 수 있다.

IV. 사례분석 : 상권활성화 사업의 기본방향 설정

(100), (100),
(300) 3 2013 500

〈표 IV-1〉 중소기업청의 시장특성화 유형

	문화관광형 시장 ⁵⁾	특화전문형 시장	근린생활형 시장
대상 시장	주변 문화관광 자원과 연계가 가능한 시장	지역특산품(인삼, 약령 등) 또는 시장 대표상품과 연계된 시장 대상	대도시 주택 단지 인접 또는 지방공설시장 대상
정책 목표	'10년 47개 → '13년 100개	'10년 43개 → '13년 100개	'10년 174개 → '13년 300개
활성화 방향	문화관광기획 전문가 그룹을 활용하여 먹거리·볼거리·즐길 거리가 있는 시장으로 조성	특산품 판매장 설치, 온라인 주문·배송시스템 구축, 상품개 발 및 마케팅 등을 지원하여 전문시장으로 육성	문화편의시설 설치를 통해 주 민들이 접근하기 용이한 주민 밀착형으로 전환하고, 주차장· 택배시스템을 갖춘 현대식 공 설시장으로 개발
사례	(온양전통시장) 주변 관광지 (온천관광단지, 외암리민속마 음), 상인 예술단 구성 운영, 이색축제(임금행렬·수라상)	(동대문시장) 패션의류 제품의 연매출 10조원, 수출 1.8조원. 해외바이어 초청쇼 개최, 패션· 디자인 전문교육 실시	-

자료 : 중소기업청 보도자료 2010. 1.31

1. 사례시장의 문제점과 과제

1.1. 강릉 중앙성남시장 상권 개요 및 문제점

1980년대 중반, 강릉 중앙성남시장 상권은 1 2 단계로 발전하였다. 2008년, .6)

2008년, .

5) 중소기업청은 특성화시장 육성사업의 일환으로 문화관광형 시장 지원을 별도로 시행하고 있음. 여기서는 중소기업청의 지원사업 명칭이 아닌 일반적인 시장특성화의 범주로서 이용하고 있음

6) 강릉 중앙시장, 성남시장의 일반현황에 대한 사항은 부록을 참조

IV. 사례분석 : 상권활성화 사업의 기본방향 설정



〈그림 IV-1〉 강릉 중앙시장 전경



〈그림 IV-2〉 중앙시장길 상점가



〈그림 IV-3〉 강릉 중앙성남시장 상권 위치도

-
- ()
-
- 1
-



〈그림 IV-4〉 노상점포 환경 열악



〈그림 IV-5〉 어시장 매장환경 열악

1.2. 원주 중앙자유시민전통시장 상권 개요 및 문제점

원주 중앙자유시민전통시장은 원주시의 중심에 위치하고 있으며, 3

1970 2

2

3

2009

IV. 사례분석 : 상권활성화 사업의 기본방향 설정



〈그림 IV-6〉 원주 중앙-자유시장 전경



〈그림 IV-7〉 문화의 거리

자료 : <http://blog.naver.com/yangmoo55>



〈그림 IV-8〉 원주 중앙자유시민전통시장 상권

·
-
-
- , , /
-



〈그림 IV-9〉 부족한 주차시설



〈그림 IV-10〉 중앙시장의 노후화

자료 : <http://blog.naver.com/yangmoo55>

1.3. 원주 중앙자유시민전통시장 상권 이용자 의견조사

2009 2010

· 2009

1.3.1. 원주 중앙, 자유, 시민전통시장 및 문화의 거리 방문객 설문조사

○

: , ,
 : , ,
 : 2009. 11. 14 ~ 11. 15
 : 350 (307 , 288)

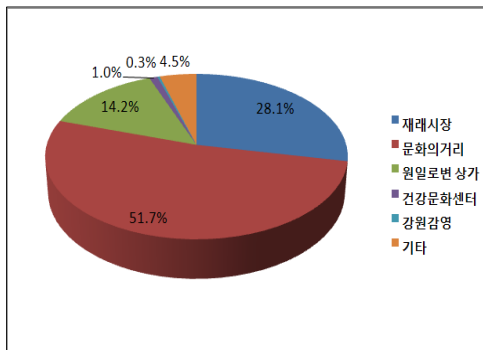
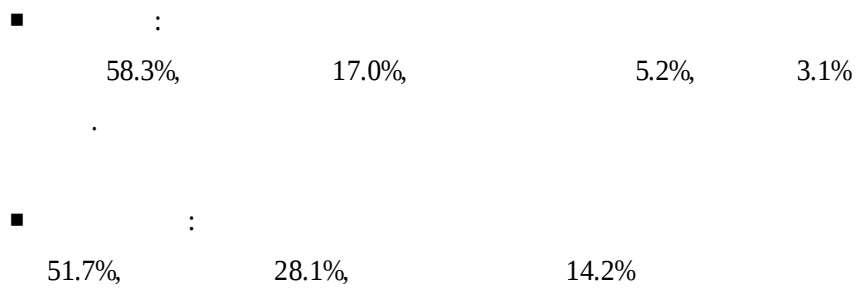
-
 -
 -

〈표 IV-2〉 응답자 특성(방문객)

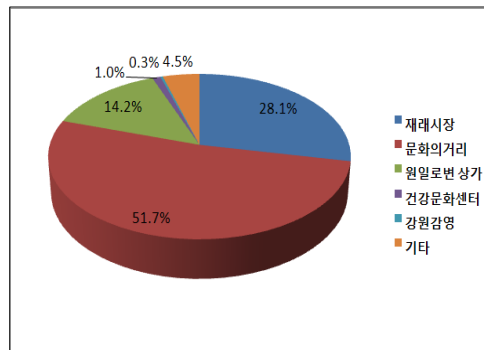
구 분		빈 도	구성비(%)
성별	남자	99	34.4
	여자	189	65.6
연령	10대	97	33.7
	20대	61	21.2
	30대	38	13.2
	40대	44	15.3
	50대	21	7.3
	60대 이상	27	9.4
거주지	도심 내	53	18.4
	도심 외	235	81.6
직업	전문직	39	13.6
	사무직	21	7.3
	자영업	22	7.7
	전업주부	46	16.0
	학생	133	46.3
	기타	26	9.1
	무응답	1	-

2009

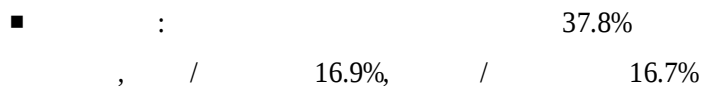
○



〈그림 IV-11〉 방문목적



〈그림 IV-12〉 방문장소



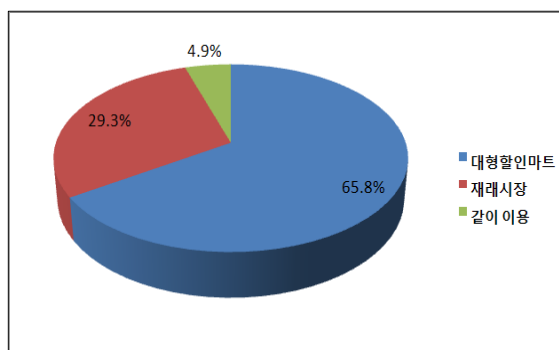
○

■

:

65.8%

29.3%



〈그림 IV-16〉 주로 이용하는 유통시설

■

:

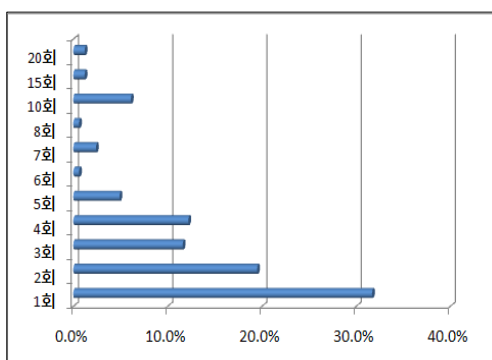
1

31.7%

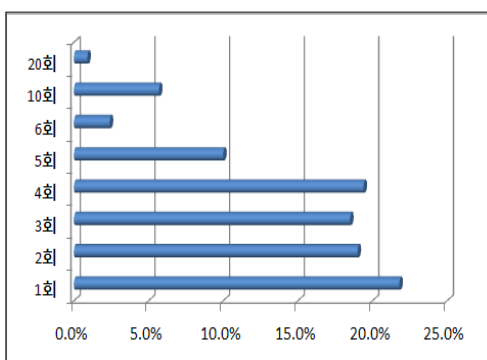
,

1~4

20%



〈그림 IV-17〉 전통시장 이용횟수



〈그림 IV-18〉 대형할인마트 이용횟수

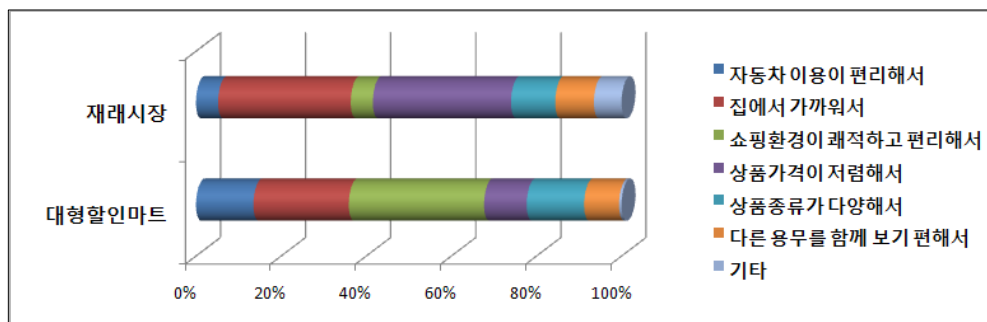
IV. 사례분석 : 상권활성화 사업의 기본방향 설정

■ : ,
(32.5%) (31.2%) ,
(31.8%) .

〈표 IV-3〉 유통시설별 선호이유

(단위 : %)

구 분	전통시장	대형할인마트
자동차 이용이 편리해서	5.2	13.5
집에서 가까워서	31.2	22.4
쇼핑환경이 쾌적하고 편리해서	5.2	31.8
상품가격이 저렴해서	32.5	10.0
상품종류가 다양해서	10.4	13.5
다른 용무를 함께 보기 편해서	9.0	8.2
기타	6.5	0.6
합 계	100.0	100.0



〈그림 IV-19〉 구매장소별 이용목적

■ : , , .

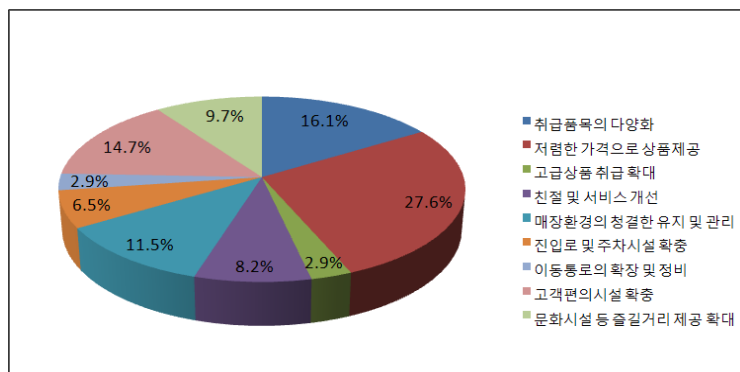


〈그림 IV-20〉 전통시장 만족도

■

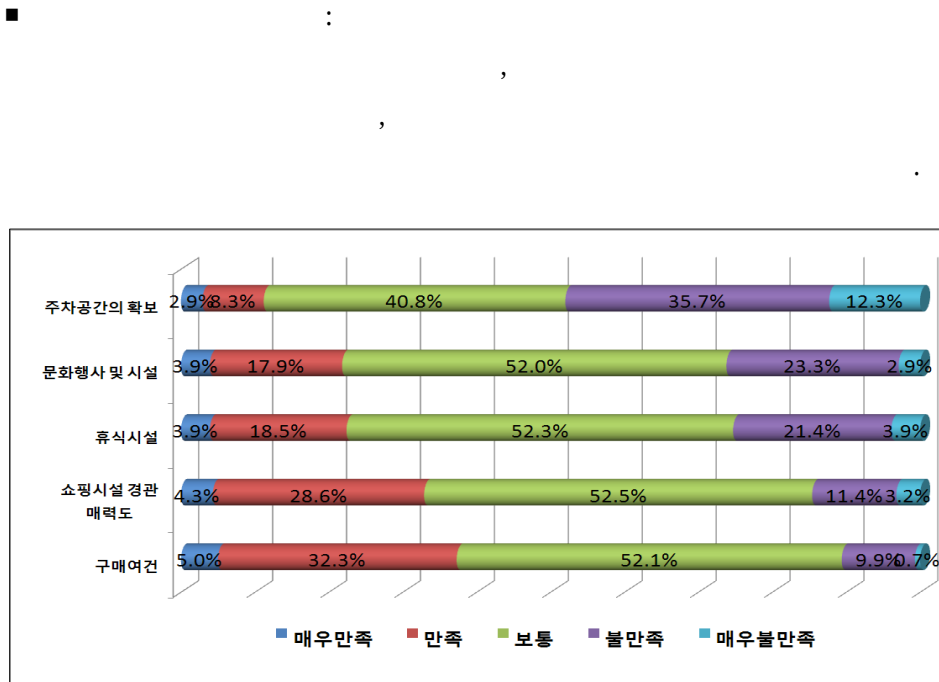
:

27.6%
(16.1%), (14.7%),
(11.5%), (9.7%),

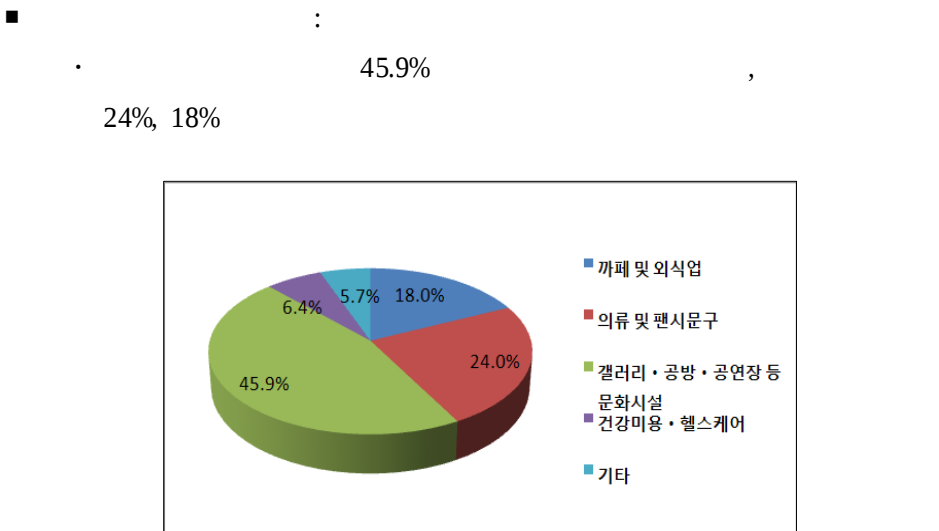


〈그림 IV-21〉 재래시장 이용증진방안

IV. 사례분석 : 상권활성화 사업의 기본방향 설정



〈그림 IV-22〉 문화의 거리 만족도



〈그림 IV-23〉 문화의 거리 특화업종

1.3.2. 전통시장-SSM 이용실태 비교조사

본 조사는 (2010) SSM () .

○

구분 : SSM

구분 : SSM 1.5km (, , 1,2 , 1,2 , , ,)

기간 : 2009. 11. 14 ~ 11. 15 2010. 4. 5 ~ 4. 16

표본 : 306 (303)

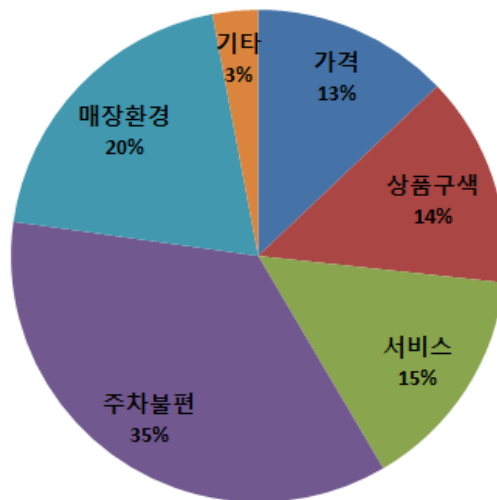
〈표 IV-4〉 소비자 대상 설문 구성 내역

구분	조사항목
구매지 선택	- 주요 생필품의 구매지(대형할인점, 재래시장, SSM, 근린상가) - 월간 방문횟수 및 구매액
구매지 선택특성	- 구매지 선택 이유 - 구매지별(대형할인점, 재래시장, SSM, 근린상가) 선택요인 만족도
지역상권-SSM 협력 방안	- 소비자 입장의 SSM 이점 - 바람직한 지역상권-SSM 상생협력 방안
소비자특성	연령, 차량소유여부, 소득수준, 주소 등

■ : (35%) (20%) .

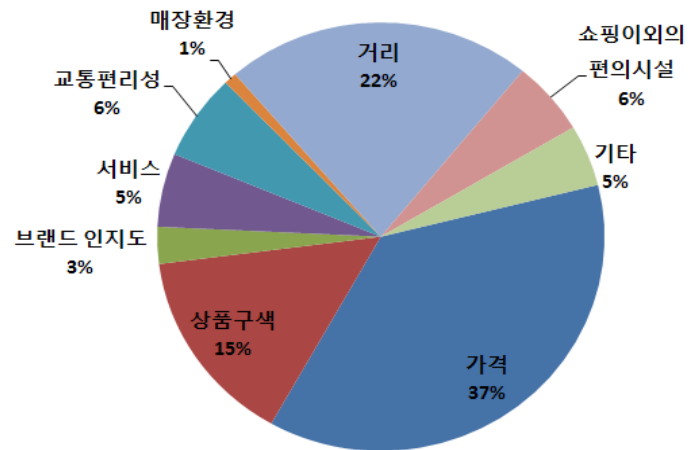
2009

.



〈그림 IV-25〉 재래시장 이용자의 불편사항

- : , , .
- : , SSM , , , .



〈그림 IV-26〉 전통시장 선택이유



〈그림 IV-27〉 전체 소비자의 유통시설 선택 이유

2. 상권활성화 기본방향 설정

2.1. 상권활성화 기본방향과 추진과제

1) :

2) / :

/

3) / / :

, 1

4) :

,

(H/W) (S/W) .

. 2()×4()

) .

〈표 IV-5〉 전통시장 상권활성화 사업 구성체계

활성화 부문 과제	경영의 지능화	시장공간의 지능화
현대적 매장서비스 구축		
시장의 전통적/문화적 감성 강화		
핵심기능/상품/점포 육성		
시장정보화		

2.2. 시장상권별 특성 및 활성화 전략

○

IV. 사례분석 : 상권활성화 사업의 기본방향 설정

, ,
 .
 , , , ,
 . 2018
 .
 /
 .
 ○
 3 1,200
 . , ,
 . ,
 , 3
 .
 , ,
 ,
 .
 ,
 .

〈표 IV-6〉 전통시장 상권활성화 사업 구성체계

활성화 부문 과제	경영의 지능화	시장공간의 지능화
현대적 매장서비스 구축	▪ 공동택배 서비스 ▪ 공동 홍보판촉물(달력, 쿠폰, 안내서, 사은품 등) 제작 ▪ 공동할인행사 기획 ▪ 상권 공동포인트 카드 ▪ 카드 결제 확대 ▪ 시식/시음서비스 제공 ▪ 상인교육	▪ 상품분류에 따른 점진적 점포 재배치(MD) ▪ 고객센터(시장안내, 인터넷 이용, ATM 설치 등) 설치 ▪ 장바구니 보관소 설치 ▪ 시장정보 전광판
시장의 전통적/문화적 감성 강화	▪ Celeb Marketing 활용 ▪ 지역축제(단오제, 따뚜, 예술제 등) 연계 문화이벤트 개최	
핵심기능/상품/점포 육성	▪ 핵심점포 육성 컨설팅 ▪ 찾아가는 전통시장(감자원정대) 참여	
시장정보화	▪ 상인 정보화 교육 ▪ 온라인 시장 운영 ▪ 생산자 이력 조회 서비스 ▪ 지능형 매장관리	▪ 전통시장 App을 통한 LBS 세일정보 제공 ▪ 시장 블로그 지원 app개발 ▪ 이용객 주차정보 제공

IT

〈표 IV-7〉 강릉 중앙성남시장 상권활성화 사업 구성

과제 \ 활성화 부문	경영의 지능화	시장공간의 지능화
전략	▪ 전통문화를 활용한 문화컨텐츠 및 브랜드 구축 ▪ 시장고유의 먹거리/즐길거리 강화	
현대적 매장서비스 구축	▪ 관광객 대상 할인 행사 ▪ 외국인 대상 가격표, 정보판 개발 ▪ 상인대상 기초외국어 교육	▪ 규격화 된 노점판매대 설치
시장의 전통적/문화적 감성 강화	▪ 어시장 연계 레시피 개발	▪ 전통 문화공연장 조성 ▪ 전통 먹자골목 조성 ▪ 사랑방 쌈지공원
핵심기능/상품/점포 육성	▪ 가공식품 전용매장 육성 ▪ 강릉 커피 매장 설치	▪ 어시장 위생환경 개선
시장정보화	▪ 시장 SNS 마케팅 ▪ 외국어 전통시장 app 개발	

3

. 3

〈표 IV-8〉 원주 중앙자유시민전통시장 상권활성화 사업 구성

과제 \ 활성화 부문	경영의 지능화	시장공간의 지능화
전략	▪ 시장서비스의 현대화 ▪ 시장별 특성화와 기능공유 ▪ 다양한 문화기반을 활용한 문화서비스의 강화	
현대적 매장서비스 구축	▪ 3개 시장 공동브랜드 구축	▪ 중앙시장 재건축을 통한 문화/편의시설 확충 ▪ 시장 주차장 공동운영
시장의 전통적/문화적 감성 강화	▪ 공공미술 프로젝트 추진 ▪ 시장이용객 문화상품권 제공 이벤트	▪ 지역문화센터 설치 운영 ▪ 어린이 놀이방 설치 ▪ 시장 속 카페
핵심기능/상품/점포 육성	▪ 시장별 핵심점포 육성 ▪ 동해안 활어 매장 ▪ 한지 공예 체험관 설치 ▪ 3도 지역특산물/먹자거리	
시장정보화		

3.2. 상권관리조직의 성장기반 마련

4. 소결

4 3

4

8

2

V. 결론 및 정책제언

1. 연구의 요약

2

3

54

. 1

4

8

4

2

2. 정책제언

○

1 2014

77

2011 7 2012 2013

8).

○ /

8) 중소기업청 고시 제 2011-17호의 '상권활성화 사업 운영지침'에 따른 상권활성화 구역 지정 신청서류의 내용은 부록 참조

. 3

App

○

4

○ ()

.

.

, ,

.

, ,

.

○

.

.

.

.

,

,

.

.

.

.

■ 참고문헌

- , , 2012
- , 「 ! 」 , 2011
- , : , 41 , 2009
- 5 , u-Market
- , 14(2) 2008 pp.103-119
- , 「 」 , 2011
- , , 340
- 2010 pp.15-16
- , , , , 31(6) 2011 pp.819-828,
- , 2010 , 2010
- , 2010 , 2010
- , 2011 , 2011
- , , 2011
- , , 2010
- 3 , , 52
- 2011
- 3 , , 2010
- , '13 500 , 2011. 1. 31
- , , 2010. 7. 1
- , , 2011. 3. 9
- , , 2011
- , , 2011
- , , 2009

- , , SSM ,
2010
- , , 2010
- , , 2011

부록1 : 시장별 일반현황(2010년 기준; 시장경영진흥원)

○ :

토지면적	7,622.5㎡		등록년도	1965년
점포수/종사자	점포수 (개)		종사자 (명)	
	자기점포소유	168	점포소유상인	168
	임차점포	32	점포임차상인	32
	빈점포	80	종업원	27
	전체점포수	280	종사자	227
	노점	110	노점상인	110
	기타	52	총상인	337
	총합계	442	편의시설	주차장 : 없음 화장실 : 수세식(1동 12칸)

○ :

토지면적	7,616.7㎡		등록년도	1965년
점포수/종사자	점포수 (개)		종사자 (명)	
	자기점포소유	150	점포소유상인	150
	임차점포	313	점포임차상인	313
	빈점포	26	종업원	130
	전체점포수	489	종사자	593
	노점	0	노점상인	0
	기타	7	총상인	593
	총합계	496	편의시설	주차장 : 주차대수(100대) 화장실 : 수세식(2동 25칸)

○ :

토지면적	4,448㎡		인정년도	2006년
점포수/종사자	점포수 (개)		종사자 (명)	
	자기점포소유	11	점포소유상인	11
	임차점포	139	점포임차상인	139
	빈점포	0	종업원	225
	전체점포수	150	종사자	375
	노점	0	노점상인	0
	기타	0	총상인	375
	총합계	150	편의시설	주차장 : 없음 화장실 : 수세식(1동 8칸)

○ :

토지면적	3,848㎡		등록년도	1980년
점포수/종사자	점포수 (개)		종사자 (명)	
	자기점포소유	131	점포소유상인	131
	임차점포	241	점포임차상인	241
	빈점포	6	종업원	15
	전체점포수	378	종사자	387
	노점	57	노점상인	57
	기타	9	총상인	444
	총합계	444	편의시설	주차장 : 주차대수(40대) 화장실 : 수세식(2동 0칸)

○ :

토지면적	7,223㎡		인정년도	2008년
점포수/종사자	점포수 (개)		종사자 (명)	
	자기점포소유	38	점포소유상인	38
	임차점포	84	점포임차상인	82
	빈점포	8	종업원	31
	전체점포수	130	종사자	151
	노점	20	노점상인	20
	기타	0	총상인	171
	총합계	150	편의시설	주차장 : 없음 화장실 : 수세식(1동 12칸)

○ :

토지면적	11,637㎡		등록년도	1975년
점포수/종사자	점포수 (개)		종사자 (명)	
	자기점포소유	100	점포소유상인	100
	임차점포	154	점포임차상인	154
	빈점포	176	종업원	50
	전체점포수	430	종사자	304
	노점	50	노점상인	50
	기타	95	총상인	354
	총합계	575	편의시설	주차장 : 주차대수(50대) 화장실 : 수세식(0동 0칸)

■ 부록2 : 강원도 전통시장의 정부지원사업 추진현황

1. 시설현대화 사업

17 , 12 , 11 . 3 , , , , 1 3 . , , , , 6 . , , , , .

〈표 1〉 시설현대화 현황

구분	시장수 (비율)	시설현대화 사업 횟수					
		계	주차장	이용편의시설	건축물개보수	아케이드	기타
춘천시	6(2)	12	3	2	5	2	0
원주시	8(1.4)	11	3	1	3	3	1
강릉시	7(2.4)	17	2	2	3	4	6
동해시	2(2)	4	1	1	1	1	0
태백시	3(1.7)	5	1	1	1	2	0
속초시	2(2.5)	5	2	0	1	2	0
삼척시	4(1.5)	6	1	0	2	3	0
홍천군	2(1)	2	0	0	2	0	0
횡성군	1(3)	3	1	1	1	0	0
영월군	3(1.7)	5	1	1	2	1	0
평창군	4(2)	8	4	3	0	1	0
정선군	3(2)	6	2	1	0	3	0
철원군	3(2.7)	8	1	1	3	3	0
화천군	1(3)	3	1	0	1	1	0
양구군	1(3)	3	1	0	1	1	0
인제군	1(2)	2	0	1	0	1	0
고성군	2(2)	4	1	0	2	1	0
양양군	1(3)	3	1	0	1	1	0
총	54개소	107	26	15	29	30	7

○

251

97

12

8 5

〈표 2〉 시설현대화 사업비내역

(단위 : 천원)

구분	시장수	개소 당 사업비	총사업비	국비	지방비
춘천시	6	2,824,184	16,945,102	9,942,800	7,002,302
원주시	8	1,578,175	12,625,400	8,003,000	4,622,400
강릉시	7	3,591,157	25,138,102	15,504,000	9,634,102
동해시	2	2,205,000	4,410,000	2,479,000	1,931,000
태백시	3	3,030,095	9,090,286	5,756,400	3,333,886
속초시	2	9,791,251	19,582,501	10,838,000	8,744,501
삼척시	4	2,563,024	10,252,097	6,106,000	4,146,097
홍천군	2	850,000	1,700,000	1,010,000	690,000
횡성군	1	3,789,564	3,789,564	2,128,000	1,661,564
영월군	3	2,398,976	7,196,929	4,297,000	2,899,929
평창군	4	1,906,707	7,626,828	5,170,000	2,456,828
정선군	3	4,439,556	13,318,667	8,665,000	4,653,667
철원군	3	2,656,167	7,968,500	5,701,000	2,267,500
화천군	1	3,142,857	3,142,857	1,626,000	1,516,857
양구군	1	6,580,690	6,580,690	4,409,000	2,171,690
인제군	1	1,259,500	1,259,500	787,800	471,700
고성군	2	4,835,055	9,670,110	5,686,000	3,984,110
양양군	1	4,576,128	4,576,128	2,823,000	1,753,128
총	54	3,053,209	164,873,261	100,932,000	63,941,261

2. 경영현대화 사업

, 40
 , 36 , 34 33 .
 , 42 , 39 ,
 37 , 21 ,
 21 , / 20 .

〈표 3〉 경영현대화 사업현황

구분	시장수	총 사업개	현대화사업 (로고, 포장)	공동마케팅 지원사업	녹색클린 시장지원	문화관광 시장육성	빈점포 활용사업	상권활성 화 지원	시범시장 지원사업	시장투어 사업
춘천시	6	34	0	1	0	1	3	0	0	1
원주시	8	33	1	2	0	0	0	0	0	0
강릉시	7	40	1	5	0	0	0	0	1	2
동해시	2	9	0	1	0	0	0	1	0	1
태백시	3	5	0	0	0	0	0	0	0	0
속초시	2	36	0	2	1	1	0	0	1	3
삼척시	4	12	2	0	0	0	0	0	0	0
홍천군	2	6	0	0	0	0	1	0	0	1
횡성군	1	16	0	2	0	0	0	0	0	2
영월군	3	16	1	0	0	0	0	0	0	1
평창군	4	19	0	1	0	0	0	0	0	2
정선군	3	27	0	3	0	0	0	0	0	1
철원군	3	5	0	0	0	0	0	0	0	0
화천군	1	17	0	3	0	0	2	0	0	0
양구군	1	5	0	1	0	0	0	0	0	1
인제군	1	5	0	0	0	0	0	0	0	0
고성군	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0
양양군	1	7	0	0	0	0	0	0	0	0
총합계	54	293	5	21	1	2	6	1	2	15

〈표 3〉 경영현대화 사업현황(표계속)

구분	시장수	단기위탁	맞춤형	상인대학	자문	점포지도	정보화 교육	동아리 공연지원	구조개선 공동사업	공동상품권 발행지원 사업
춘천시	6	4	5	1	5	1	5	1	3	0
원주시	8	4	9	1	5	1	2	0	0	0
강릉시	7	4	4	4	5	1	2	0	1	1
동해시	2	1	1	1	1	0	0	0	0	0
태백시	3	0	0	0	3	0	1	0	0	0
속초시	2	5	5	3	3	1	1	0	1	1
삼척시	4	0	2	1	2	0	0	0	1	0
홍천군	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0
횡성군	1	2	1	1	2	0	0	0	1	0
영월군	3	2	4	2	2	1	2	0	1	0
평창군	4	5	1	0	4	0	0	0	1	0
정선군	3	3	7	0	3	2	3	0	0	0
철원군	3	0	1	0	1	0	1	2	0	0
화천군	1	2	0	2	0	0	0	0	2	0
양구군	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0
인제군	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0
고성군	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
양양군	1	2	0	1	1	0	1	0	1	0
총합계	54	37	42	17	39	7	18	3	12	2

〈표 3〉 경영현대화 사업현황(표계속)

구분	시장수	시장매니저 사업(퇴직 인력지원)	위생복 지원	위생청결 시범점포	이벤트/홍보 지원사업	주차 도우미지원	특가판매 지원사업	홍보전단지 개발 지원	활성화 연구용역
춘천시	6	0	0	0	2	0	0	0	1
원주시	8	2	0	0	2	0	0	0	4
강릉시	7	4	1	0	3	0	0	1	0
동해시	2	1	0	0	0	0	0	0	1
태백시	3	0	0	0	0	0	0	0	1
속초시	2	3	0	0	2	0	2	0	1
삼척시	4	0	0	0	2	0	0	0	2
홍천군	2	0	0	0	1	0	0	0	0
횡성군	1	0	1	1	1	0	0	1	1
영월군	3	0	0	0	0	0	0	0	0
평창군	4	0	0	0	1	0	0	0	4
정선군	3	0	0	0	3	1	0	0	1
철원군	3	0	0	0	0	0	0	0	0
화천군	1	0	0	0	2	0	2	0	2
양구군	1	0	0	0	1	0	0	0	0
인제군	1	1	0	1	0	0	0	0	1
고성군	2	0	0	0	0	0	0	0	1
양양군	1	0	0	0	0	0	0	0	1
총합계	54	11	2	2	20	1	4	2	21

○

33 , 16 , 1200 ,
430 .

〈표 4〉 경영현대화 사업비내역

(단위 : 천원)

구분	시장수	개소당사업비	계	국비	지방비	민자
춘천시	6	372,087	2,232,522	1,190,745	638,933	402,844
원주시	8	43,121	344,971	242,881	71,400	30,690
강릉시	7	180,856	1,265,989	943,021	171,042	151,926
동해시	2	382,139	764,278	727,009	33,513	3,756
태백시	3	18,154	54,462	34,462	20,000	-
속초시	2	1,692,802	3,385,604	1,755,484	1,403,000	227,120
삼척시	4	105,597	422,387	236,087	149,500	36,800
홍천군	2	23,419	46,838	31,538	10,200	5,100
횡성군	1	747,909	747,909	438,698	119,150	190,061
영월군	3	60,901	182,704	136,218	35,000	
평창군	4	160,627	642,508	390,383	193,800	58,325
정선군	3	80,130	240,389			
철원군	3	4,300	12,901	12,901	-	-
화천군	1	669,105	669,105	421,444	159,721	87,940
양구군	1	91,810	91,810		2,143	14,698
인제군	1	54,798	54,798	34,398	11,600	8,800
고성군	2	15,000	30,000	15,000		-
양양군	1	134,793	134,793	94,793		
총합계	54	209,703	11,323,968	6,988,220	3,094,002	1,241,747

■ 부록3 : 상권활성화 구역 지정 신청서의 주요내용

- : () , ,
- () :
-
- :
-
- :
- , , , , , , ,
- : (), , ,
-
- ()
-

Abstract

The strategy for traditional market revitalization in
Gangwon province
– Focusing on commercial revitalization district program–

Cho Myoung-ho, Kim Seung Hee

Until now, various programs for Traditional Market revitalization have been implemented. But because of sporadic implementation of programs, their policy effect were not satisfying. Thus, it is needed to search for the alternative approach on traditional market revitalization with systematic perspective.

For this reason, national government newly legislated commercial revitalization district program and is implementing pilot projects. That is good opportunity for Gangwon-do to develop the province customized revitalization model. So Gangwon provincial and municipal governments should prepare the application of commercial revitalization district pilot projects.

This research purposes to set the framework of commercial district revitalization program of Gangwon-do's traditional markets by analyzing the status and condition for designation of commercial revitalization district of Gangwon-do's traditional markets.

In chapter 2, the history and recent status of traditional market revitalization policy were reviewed. Especially, requirements on markets for the application of commercial revitalization district, procedure of program and role of town management organization(TMO) were specified.

In chapter 3, after the analysis of statistics on 54 markets in Gangwondo and level of vitalization of them, suitable markets for commercial revitalization district application were qualified based on requirements and qualification criteria. as a result three market districts(Kangneung Central-Sungnam market, Wonju Central-Jayu-Citizen traditional market, Samcheok Central market) were qualified.

In following chapter, among qualified market district, two markets were selected for case study to set the framework of commercial revitalization plan. In the case study, a set of the objectives, strategies and detailed program for each markets was identified according to their problems and characteristics. And as last step, tasks for TMO operation improvement were deduced from guideline and operation case study.

Policy implication of this research were as followed. Firstly, it is needed to prepare the application of commercial revitalization district pilot projects by cooperation between provincial, municipal governments and merchant organization of markets. Secondly, operational structure for partnership between TMO and small enterprises in the market should be researched and tried. Besides these, some supporting programs by provincial and municipal governments for market revitalization should be formulated. Lastly guideline amendment on TMO operation for operation efficiency should be appealed to national government which has legislation right.



연구보고 12-10

강원도 전통시장 활성화 방안 - 상권활성화 구역 제도를 중심으로 -

The strategy for traditional market revitalization in Gangwon province - Focusing on commercial revitalization district program -

2012년 4월 일 인쇄

2012년 4월 일 발행

발 행 인 : 김 중 민

발 행 처 : 강원발전연구원

(200-041) 강원도 춘천시 중앙로 5

전화 : (033)250-1310/20/30/40/70/90

FAX : (033)250-1319/1329

URL : <http://www.rig.re.kr>

※ 이 책에 실린 내용은 출처를 명시하는 한 자유로이 인용할 수 있으나 무단전재나 복사는 금합니다.

※ 이 연구는 본 연구원의 공식견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.