



2025년 상권활성화사업

부산 남구 상권활성화 종합계획 수립 용역

2024. 04.

목 차

Chapter 1. 사업개요

Chapter 2. 상권현황

Chapter 3. 벤치마킹 조사 분석

Chapter 4. 주요 이해관계자 수요조사

Chapter 5. 상권활성화 계획(안)

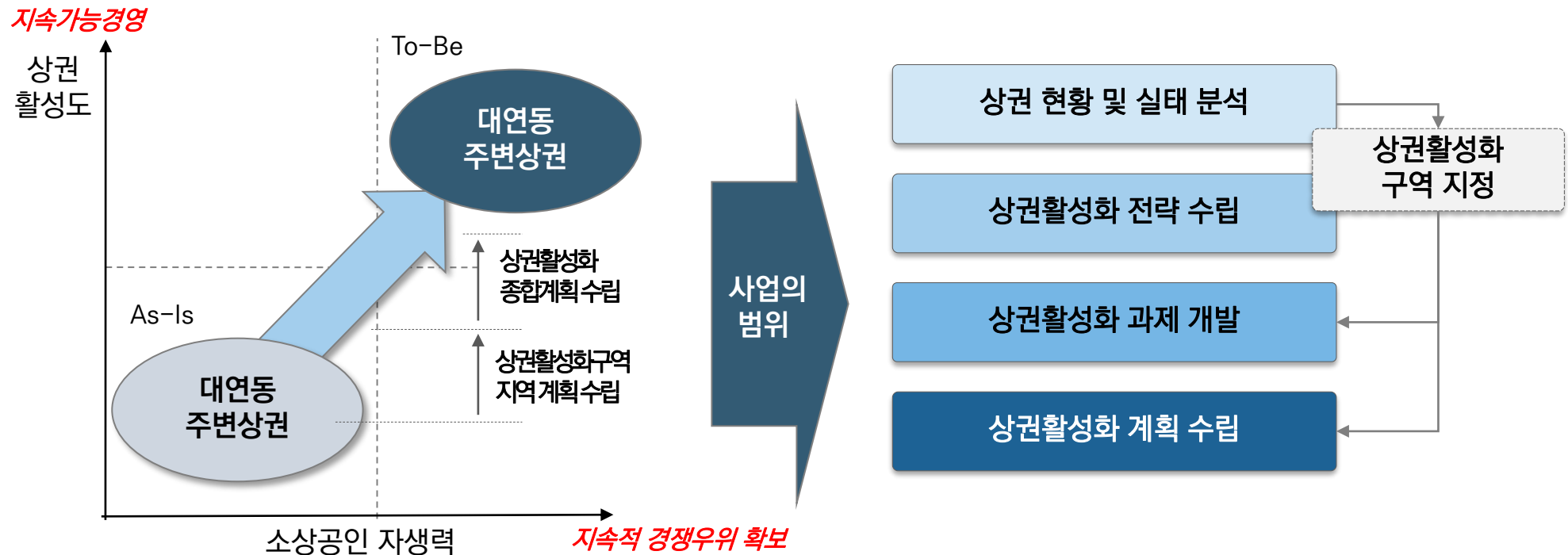
Chapter 6. 기대효과

Chapter 7. 대형마트와 기존 전통 상권과의 상생모델 발굴

01. 연구의 배경 및 목적

부산 남구 대연동 상점가의 자생력 확보 및 지속적인 성장을 위한 상권 기초현황 및 상권 실태 여건을 분석하여 상권활성화 구역을 지정, 부산 도시계획 및 상위·관련계획과 연계한 상권활성화 계획을 수립하고자 함

사업 추진목적 및 사업 범위



대연동 주변상권 현황 분석
및 상권활성화 중장기 계획 수립으로
현재의 소상공인 자생력과
상권 활성화를 증대시키고자 함

본 용역사업 성공을 위해 대연동 상권의 문제점을 정립하고,
**상권활성화 구역 지정과
관련 계획을 연계한 상권활성화 계획 수립**

02. 연구의 필요성

과거 대학교를 중심으로 발달한 상권으로 젊은 층의 주 고객층으로 활기 넘치던 상권으로 유동인구가 많고 장사가 잘되기로 소문난 곳이지만, 코로나19 확산 때 비워진 중/대형 점포들이 아직 채워지지 않아 재활성화 필요

상권 쇠퇴 과속화 방지

- ✓도심공동화 및 장기화된 경기침체 → 상권 쇠퇴
- ✓대학가 상권으로 다양한 먹거리, 즐길거리의 공간 → 최근 2년간 인구감소, 사업체 감소 등 상권활력이 저하
- ✓중대형 상가의 공실률 발생 → 지역문제로 직결

소비트렌드 변화

- ✓Covid19 이후 소비패턴 변화 : 온라인 소비 증대 : 오프라인 매장 폐업 다수 발생
→ 사업대상지 : 배달상권으로 변화
- ✓상권통합 온라인 플랫폼 구축 및 운영을 통한 소비자 유입 필요

상권 정체성 개발

- ✓대학가 상권 키워드만 존재 → 구체적 브랜드 이미지 미흡 및 상권 이미지에 맞는 경관개선 필요
- ✓상권 내 소비수요행태, 입점 가능한 업태의 세분화 등 보다 체계적이고 지역 접근적인 머천다이징 필요
- ✓지역자원을 활용한 상권내 랜드마크(앵커스토어, 상품개발, 홍보 및 마케팅 등) 기능 개발 필요
→ 즐기고, 먹고, 체험을 통해 머무르는 상권육성

상인역량강화 필요

- ✓상권의 지속적 성장을 위한 공동체 의식 강화 필요
- ✓상권의 정체성 확립 및 브랜드 개발 등이 남이 아닌 바로 우리 상권이 될 수 있게 적극적 사업 참여 요구
- ✓우리 상권에 숨어있는 다양한 특징들을 서로 발굴 → 대학생이 자주 머물길 때문에 마냥 소비해야 하는 진부한 장소에서 벗어나 젊은 세대로부터 호응을 이끌어 낼 특성 있는 상권으로 변화하려는 노력 필요

03. 사업의 이해 : 주요용어 정의1

**지역상권은 상업지역을 50%이상을 공통요건으로
임대료 상승구역은 지역상생구역, 사업체수·매출액·인구수 감소지역은 자율상권구역으로 지정가능**

주요 용어의 정의

용어	설명
지역상권	<ul style="list-style-type: none"> 상가건물(「상가건물 임대차보호법」에 따른 상가건물을 말한다. 이하 같다)의 소유자·임대인·임차인, 토지소유자, 주민 등이 어우러져 지역에 특화된 생활·문화·경제적 공동체를 형성하고 있는 상가건물 밀집지역
지역상생구역	<ul style="list-style-type: none"> 지역상권 중 다음 각 목의 요건을 모두 충족하는 곳으로서 제12조에 따라 지정한 구역을 말한다. 가. 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」에 따른 상업지역이 100분의 50 이상 포함된 곳 나. 해당 구역 안에 대통령령으로 정하는 수 이상의 도매점포·소매점포 또는 용역점포가 밀집하여 하나의 상권을 형성하고 있는 곳 다. 제12조에 따른 구역의 지정 신청 당시 임대료가 급격히 상승한 곳이나 그러할 우려가 있는 지역으로서 대통령령으로 정하는 기준을 충족하는 곳
지역상생협의체	지역상생구역의 지정과 지역상권 상생 및 활성화를 위하여 제14조에 따라 구성한 자율조직
자율상권구역	<ul style="list-style-type: none"> 지역상권 중 다음 각 목의 요건을 모두 충족하는 곳으로서 제15조에 따라 지정한 구역을 말한다. 가. 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」에 따른 상업지역이 100분의 50 이상 포함된 곳 나. 해당 구역 안에 대통령령으로 정하는 수 이상의 도매점포·소매점포 또는 용역점포가 밀집하여 하나의 상권을 형성하고 있는 곳 다. 제15조에 따른 구역의 지정 신청 당시 사업체수, 매출액 또는 인구수 중 2개 이상이 대통령령으로 정하는 기준 이상으로 감소한 곳
자율상권조합	자율상권구역의 지정과 지역상권 상생 및 활성화를 위한 공동 사업의 추진 을 위하여 제19조에 따라 설립한 조합

02. 사업의 이해 : 주요용어 정의2

「전통시장법」에 따른 상권활성화구역, 「지역상권법」에 따른 지역상생구역과 자율상권구역의 차이

→ 지역상권법 활성화구역은 기존 전통시장 중심의 지원에 따른 정책 사각지대 지원을 위해 22년 신설

전통시장법 상권활성화 구역 vs 지역상권법 활성화 구역 비교

지역상권법 활성화구역 지정 요건

구분	전통시장법 상권활성화구역 (전통시장)	지역상권법 활성화구역	
		지역상생구역	자율상권구역
상업지역 비율	「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」에 따른 상업지역이 100분의 50 이상 포함된 곳		
점포수	<ul style="list-style-type: none"> 시·군·구의 인구 50만명 기준 400개 또는 700개 이상의 도매점포·소매점포 또는 용역점포가 밀집하여 하나의 상권을 형성하고 있는 곳 	<ul style="list-style-type: none"> 100개 이상의 도매점포·소매점포 또는 용역점포가 밀집하여 하나의 상권을 형성하고 있는 곳 	
요건	<ul style="list-style-type: none"> 해당 구역의 주요 상업활동이 위축되었거나 위축될 우려가 있다고 판단되는 지역 (시장·상점가·골목형상점가의 매출액 및 예정구역이 속한 행정동의 인구·사업체수가 최근 2년간 계속하여 감소한 곳) 	<ul style="list-style-type: none"> 임대료가 급격히 상승한 곳이나 그러할 우려가 있는 지역(평균 상가임대료가 「상가건물 임대차보호법」 제11조제1항 단서에 따른 비율 이상으로서 특별자치시·특별자치도·시·군·구의 조례로 정하는 임대료 비율을 초과하여 최근 2년간 계속하여 상승한 곳) 	<ul style="list-style-type: none"> 사업체수, 매출액 또는 인구수 중 2개 이상이 연평균 기준으로 최근 2년간 계속하여 감소한 곳

03. 중앙정부 정책의 변화

지역상생 상권 및 활성화종합계획('23~'25) 패러다임의 전환(정책대상 확대, 권한이양, 지원전략 전환, 지역사회 확산)
 ➔ 민간주도의 지속가능한 혁신상권 조성을 통해 지역 경제를 재건

패러다임 전환

- ① 정책대상 확대
(전통시장·상점가 → 지역상권)
- ② 과감한 권한이양
(중앙정부주도 → 지자체 주도)
- ③ 지원전략 전환
(정부 → 민간주도)
- ④ 지역사회 확산

비전 및 전략

민간주도의 지속가능한 혁신상권 조성을 통해 지역 경제를 재건,
 이를 위한 목표*와 4대 추진전략을 제시
 * 우수지역상권 30곳 조성, 예비지역상권 100곳 육성(~27)

추진 전략	1. 지역가치를 경험하는 매력적인 상권 창출	
	① 민간주도 상권 거버넌스 구축	② 혁신재원의 자발적 유입 촉진
	③ 지역브랜딩을 통한 차별화된 상권 조성	
	2. 지속가능하고 스마트한 상권	
	① 생애주기별 맞춤형 지원전략	② 지역 소상공인 창업과 혁신성장의 거점
기반 구축	3. 지역과 공존·발전하는 상권	
	① 지역가치 공유 네트워크 구축	① 상권주체간 상생
	② 지역민 참여와 상권성과의 지역 환원	② 민관협력 상생기반 조성
	4. 지역과 상생하는 상권	
	사업 추진체계 개편	
기반 구축	◇ 단계별 특화상권 조성 * 동네상권발전소→지역특화상권→자립화	◇ 지역상권법 개정(상권기획자, 발전기금 등)
	◇ 지역 주도, 중앙 지원 추진체계 구축	◇ 상권정보시스템 고도화(활성화지표, 상권DB)

03. 중앙정부 정책의 변화

2025년 부터 지역발전특별회계, 지자체 보조(자본 및 경상) 예산을 활용하여
자율상권 조성(100개 이상) 최대 100억원, 3+2년

1) 주요 개편 내용

구 분	시행 계획 변경 사항							
	기존				2025년도			
예산	소진기금 민간경상보조				지특회계 지자체 보조(자본 및 경상)			
지원분야	구분	점포수	지원액	지원기간	구분	점포수	지원액	지원기간
	일반상권 (舊 상권르네상스)	400개 이상	최대 120억	3+2년	일반상권 (舊 상권르네상스)	400개 이상	최대 100억	3+2년
	도심형소형상권	100~399개	최대 60억	3+2년	자율상권	100개 이상		
선정 및 관리	■ 중기부 공모 및 선정 ■ 사업관리 : 중기부, 지자체, 소진공				■ 시도 지특회계 예산 한도 내 자율신청 - 중기부 공모 절차 없으며, 시도가 선정 ■ 사업관리 : 지자체 - 중앙은 제도기반 조성, 저변확대			

2) 지원 분야 및 내용

구분	지원 요건		
	점포수	지원액	지원기간
일반상권(전통시장법)	400개 이상	최대 100억	3+2년
자율상권(지역상권법)	100~399개		

03. 중앙정부 정책의 변화

일반상권은 상권활성화구역(전통시장법 제2조의4호) → 일반상권도 지역상권법 적용 가능

일반상권

①(지원대상) 상권활성화구역(전통시장법 제2조의4호)

- 시장·상점가 또는 골목형상점가가 하나 이상 포함된 곳
- 국토계획법에 따른 상업지역이 100분의 50 이상 포함된 곳
- 도매점포·소매점포 또는 용역점포가 400개 이상(50만이상 700개)*

* 점포수는 빈점포 제외

- 예정구역 내 시장 등의 매출액 및 행정동의 인구·사업체 수 등이
최근 2년간 계속 감소하여 상업활동이 위축되었거나 우려되는 곳

→ 상권활성화구역 지정(미지정시 구역경계는 확정하여 신청하되, 선정일로부터 3개월 이내 지정완료 필수)

②(상생협약) 해당 상권의 상인, 임대인 각 1/2 이상 사업동의 및 상생협약 체결

③(상권협의체 구성) 구역 내 토지 소유자, 상인, 임차인, 임대인, 거주자, 전문가 등으로 구성된 협의회

03. 중앙정부 정책의 변화

자율상권구역(지역상권법 제2조제4호)
점포수 100개 이상, 상생협약 2/3 이상, 자율상권조합 설립(필수)

자율상권

①(지원대상) 자율상권구역(지역상권법 제2조제4호)

- 국토계획법에 따른 상업지역이 100분의 50 이상 포함된 곳
- 도매점포·소매점포 또는 용역점포가 100개 이상
- * 점포수는 빈점포 제외
- 구역 내 행정동의 사업체 수, 매출액 또는 인구 수 중 2개 이상이 연평균 기준으로 최근 2년간 계속 감소한 곳

②(상생협약) 해당 상권의 상인, 임대인 각 2/3 이상 사업동의 및 상생협약 체결

- * 다음 사항을 포함해야 함
- 임대료의 안정화를 위한 사항
- 임대차기간의 조정에 관한 사항
- 계약갱신요구권 및 권리금 회수기회 보장에 관한 사항
- 그 밖에 활성화구역의 발전을 위하여 임차임대인 등이 필요하다고 인정하는 사항

③(자율상권조합) 지역상권법 19조에 따라 조합 설립

- * 조합은 임대인 및 토지소유자 등으로 구성, 준비위원회는 상인 등의 과반 수 동의를 받아 구성

목 차

Chapter 1. 연구개요

Chapter 2. 상권현황 분석

Chapter 3. 벤치마킹 조사 분석

Chapter 4. 주요 이해관계자 수요조사

Chapter 5. 상권활성화 계획(안)

Chapter 6. 기대효과

Chapter 7. 대형마트와 기존 전통 상권과의 상생모델 발굴

01. 상권 분석 주요 결과 요약

중심상권 약화, 사회변화로 상권 쇠퇴가 가속화되고 있으며 지역 문화자원을 활용한 지역 교류 거점이 부족한 상황
이에, 상권활성화 지원사업을 통하여 부산 남구 상권을 재활성화 하고자 함

정책환경 분석 주요 결과 요약

Issue. I

중심상권 약화

- 상권 편중 및 노후화로 인한 경쟁력 약화
- 소비성향 변화 및 코로나로 인한 폐업 · 빈점포 증가

Issue. II

소비 트렌드 변화

- 음식 배달문화로 인한 배달라이더 문제
- 오프라인 위주의 지역요식 업계로 상권 쇠퇴
- 4차 산업시대에 부응하는 상권 환경 마련 미비

Issue. III

지역교류 거점 부족

- 소극장이 집중되어 있는 지역이나 문화적 연대가 부족
- 주민 ↔ 상인 ↔ 청년 간 연대경제 지역과 소통의 장이 부재함



Issue. IV

열악한 청년 1인 세대 주거환경

- 1인 세대 위주의 원룸 밀집지역으로 범죄에 취약함
- 원룸 밀집지역의 생활환경 정비가 미흡한 상황
- 주거약자인 청년세대의 주거 불안정 우려

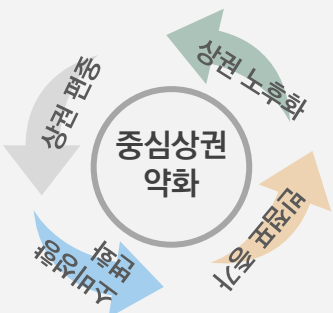


Issue. V

학령인구 감소와 연계된 대학상권

- 부산시 100개 학과, 경남지역 150개 학과 폐과로 학령인구가 지속적으로 감소
- 민-관-학 간의 종합적 연대가 미비함

MBC PICK 2021.10.31. 네이버뉴스
대학들의 '벚꽃엔딩'...10년 뒤 '3분의 1' 폐교 위기
MBC가 부경대 지방분권발전연구소에 의뢰해, 신입생 증원을 23개 변수를 적용해 분석해... 특히, 26개 대학은 폐과 기준인 '...'
연합뉴스 2017.03.29. 네이버뉴스
경성대 무용학과 폐과 사실상 확정...
경성대 무용학과 폐과 '진통' 28일 오후 부산 학과 등 4개 학과의 폐과를 논의하는 제2차 ...



02. 사업대상지 개요

사업동의율 : 상인 170명(80.2%) / 임대인 73명(81.1%) / 토지주 73명(81.1%)



02. 상권 기초 현황

대상지는 다양한 자연·문화·역사 자산을 보유하고 있으며, 접근성이 우수한 지역

물리·공간적 측면

- (자연지리) 북측으로 남구, 수영구, 부산진구의 경계를 이루는 산인 황령산과 남구, 수영구, 연제구에 걸쳐있는 금련산이 위치
- (관광) 대상지 주변으로 광안리, 이기대 공원 등 관광명소가 자리잡고 있음
- (접근성) 광안대교와 부산도시철도 2호선과 인접하여 접근성이 우수함



인근 대학과 연계한 상권활성화 방안 마련

자연 환경을 활용한 콘텐츠 발굴 필요

지역 접근성을 활용한 외부 방문객 유입 도모

인문·사회적 측면

- 대상지 인근에 3개의 대학교(경성대, 부경대, 동명대)가 위치하여 대학가의 상업-주거지역의 배후지 역할
- (연령별 인구 수) '23년 12월 기준 대연3동 인구수는 16,531명이며, 20~29세 인구가 7,066명(21.5%)으로 가장 높음 비율을 차지함
- (유동인구) '23년 11월 기준 사업 대상지 월별 일평균 유동인구는 36,024명으로 나타남



주민소통 및 활력 프로그램 마련

젊은 세대의 수요를 충족할 수 있는 콘텐츠 마련

인구유입 도모를 위한 상권활성화 방안 마련 필요

토지이용 현황

- 대상지역은 일반상업지역, 일반주거지역으로 구성
- 대상지 면적 23,118.2㎡ 중 일반상업지역 13,781.8㎡로 약 59.6% 비중



향후 상권활성화 사업 연계 가능

상인 - 주민간 협력 네트워크 구성 중요성 증대

상인/주민 주도가능 계획 마련 필요

지역자산 측면

- 대연동 소나무, 당산제, 문화골목, 부산연극제, UN기념공원, 평화공원 등 다양한 역사·문화·관광자원 보유



생태·역사·문화 자원을 연계할 거점조성

각 자원을 연계한 콘텐츠 및 축제 도입을 통한 지속적 홍보

청년들과 연계한 지역자산 활용 방안 마련

02. 상권 기초 현황

대상지 주변으로 대연동 문화골목, 부경대학교 워커하우스, 향파문학거리 등 다양한 거점시설이 존재함



대연동 문화골목

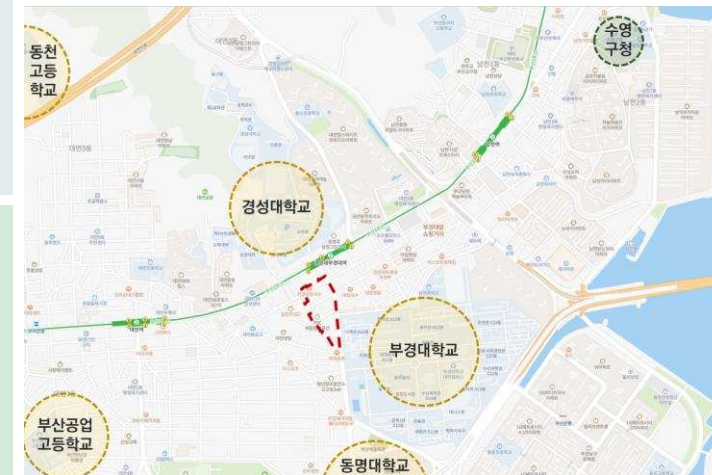
건축가 최윤식이 2004년 대연동 주택가의 집 1채를 매입하여 음악 레스토랑을 만든 후, 2007년 인접 주택 4채를 추가로 사들이며 조성한 복합문화공간. 2008년 문을 열어 지금까지 운영되고 있으며, '부산다운 건축상' 대상을 수상한 특별한 공간이기도 하다. 소극장, 꽃집, 와인바, 갤러리, 라이브카페, 식당 등 개성 만점 가게들이 따로 또 같이 조화를 이루며 사람들의 발길과 마음을 끌고 있다. 2017년 부터는 '골목건축제'가 열려 각계각층 유명인사들로 구성된 초청 강사들의 강연을 들을 수 있는 기회가 마련된다.

부경대학교 워커하우스

6·25 한국전쟁 당시 미군 임시 사령부 건물로 쓰였던 돌집 형태의 구조물이다. 1950년 7월 13일 한반도로 파견된 미8군사령부 초대 사령관 워커 중장은 북한군에게 낙동강 방어선이 뚫릴 위기에 처하자 통신장비를 보호하기 위해 대구에 있던 사령부를 1950년 9월 6일 부산수산대학교(현 부경대학교)로 옮겼다. 낙동강 방어선을 끝까지 지켜낸 연합군 참모들의 기지로서 높은 역사적 가치를 지닌 워커하우스는 70여 년의 세월이 지난 지금, 쾌활한 대학교 캠퍼스의 일상을 지켜보며 평화의 메시지를 묵묵히 전하고 있다.



부산 최대의 대학가상권(경성대, 부경대, 동명대)



향파문학거리

부산수산대학(현 부경대학교) 교수이자 부산지역문학의 토대를 세우는 데 큰 역할을 한 향파 이주홍 선생(1906 ~1987)을 기리기위해 대연캠퍼스 북쪽 경계 담장을 허물어 조성한 문학거리. 부경대학교 국어국문학과 교수가 작품을 선정하고, 시각디자인학과 교수가 디자인한 거리라 더욱 뜻깊다. 600m에 달하는 하얀 울타리에는 이주홍 선생의 시, 소설, 희곡 등 작품의 한 대목과 해당 작품이 실린 책 표지가 함께 걸려 있다.

청년창조발전소 고고씽 JOB

오래된 건축물을 예술가와 디자이너의 창작공방으로 리모델링하여 조성한 곳으로, 청년창업가들에게 작업공간을 제공하여 자력으로 독립할 수 있도록 지원하는 인큐베이팅 시설이다. 부산진구 가야동, 금정구 장전동에 있는 청년창조발전소에 이어 세 번째로 생겨났으며 동명대학교에서 위탁운영 중이다. 누구나 사용할 수 있는 카페 겸 공유오피스를 비롯해 다양한 콘텐츠를 생산하는 젊은 기업들이 입주해 있다. 청년창업가들이 직접 개발하고 창작한 결과물을 홍보하고 판매하는 행사도 개최되며, 공연장, 교육장, 갤러리 등 대관 서비스도 제공한다.



외부 관광자원으로 상권의 고객이 유출



02. 상권 기초 현황

사업대상지 주위의 대학교 내 다양한 문화·예술·공연 관련 동아리들이 활동하고 있음

부경대학교

[공연분과]

- PKNUO, UCDC, 네오쇼크, 백경극회, 보블리스, 전통예술연구회 터, 송웨이브, 백경클래식기타연구회, 씨사운드, 울림, 매니아, 한누리 등

[취미교양분과]

- PAS, 나불아프리에, 수석회, 포시즌, 짚신, 입자 등

[종교분과]

- JDM, CCC, ivf, EMD

[봉사분과]

- 미담장학회, RCY, 민심사랑, 피어드림 등



경성대학교

[공연분과]

- Prod.by, UCDC, 말뚝이, 선사시대, 소리모듬, 슬로우플로우, 여운, 열림, 이심이, 튜닝 등

[문화탐방분과]

- 다향회, 라이크잇, 미르진, 셔터, 새날그리기, 식도락, 유스호스텔, 트레킹 등

[종교분과]

- CCC, DSM, ESF, IVF, SFC, 익투스 등

[교양봉사분과]

- IYF, RCY, 영플레임, 유니피스 등



동명대학교

[공연분과]

- 통소리, 뜨레모아, 블루파사오네, 애오라지, 작은전쟁이, 하얀자유, 라페 등

[전시창작분과]

- 푸르미르, C-CAST, NOW, TAC, 크로마, S.O.G

[사회분과]

- 유니피스, IYF, 누리나눔, RCY, TU통신원, 굿티저, Lotus 등



02. 상권 기초 현황

여행지 / 축제 · 공연 · 전시와 연계할 수 있는 다양한 자원 보유

대연동 여행지

연번	구분	위치	내용	이미지
1	대연수목 전시원	부산광역시 남구 신선로447번길 24(대연동) 일원	녹지대를 겸한 면적 53,492㎡의 전지원으로 부산박물관 등 부산 최고의 문화관광벨트와 연계하여 학생 또는 가족 단위의 자연체험을 겸한 휴식공간	
2	UN 기념공원	부산광역시 남구 유엔평화로 93(대연동)	세계 유일한 유엔기념묘지로서 세계평화와 자유의 대의를 위해 생명을 바친 유엔군 전몰장병들이 잠들어 있는 곳	
3	UN 조각공원	부산광역시 남구 대연동 820-2	한국전쟁 50주년 특별기획 UN기념공원 국제조각 심포지엄에 참여한 6.25참전 21개국의 조각가들이 제작한 34점의 조각품을 기증받아 UN조각공원 조성	
4	평화공원	부산광역시 남구 대연동 677-3번지 일원	2005 APEC 정상회의 개최를 기념하기 위해 UN기념공원 주변에 바닷분수, 파고라, 조깅코스 등 주민의 휴식공간 조성	
5	대학로 문화거리	부경대 경성대 앞 대학로 일원	각종 먹거리가 풍부하고 클럽문화가 발달해 있어 서울의 홍대거리로 비유될 만큼 각종 문화시설, 즐길거리, 볼거리가 밀집해 있는 문화 거리	
6	경성대 조류관	부산광역시 남구 대연동 110-1	1987년 경성대학교 조류연구소로 출발하여 1997년 조류관으로 설립, 한국산 야생조류, 알표본과 동자표본 등 다수의 생태 자료 수집 및 전시	
7	경성대 박물관	부산광역시 남구 수영로 309(대연동) 박물관 학예연구실 박물관	1972년 3월에 개관하여 가야문화의 중심 연구 기관으로 가야 유적의 발굴조사에 두력하며, 가야문화 역사의 복원에 필요한 자료를 수집·보관·전시	
8	부산 박물관	부산광역시 남구 유엔평화로 63 부산광역시립박물관	1978년 7월 7일에 개관하여 선사 시대부터 현대에 이르기까지의 부산의 문화재를 전시 및 유물 보존·보관 및 교육 등 프로그램 진행	
9	유엔평화 기념관	부산광역시 남구 홍곡로320번길 106	대한민국의 자유와 평화를 지키기 위해 이 땅에서 산화한 UN군의 숭고한 희생정신을 기리고 세계평화와 관련된 각종 사업을 추진하기 위한 건립	
10	국립일제강제 동원역사관	부산광역시 남구 홍곡로320번길 100	일제에 의해 자행된 강제동원의 참상을 국민에게 널리 알려 올바른 역사인식을 고취하고, 인권과 세계평화에 대한 교육을 장을 제공하는 것을 목적으로 건립	

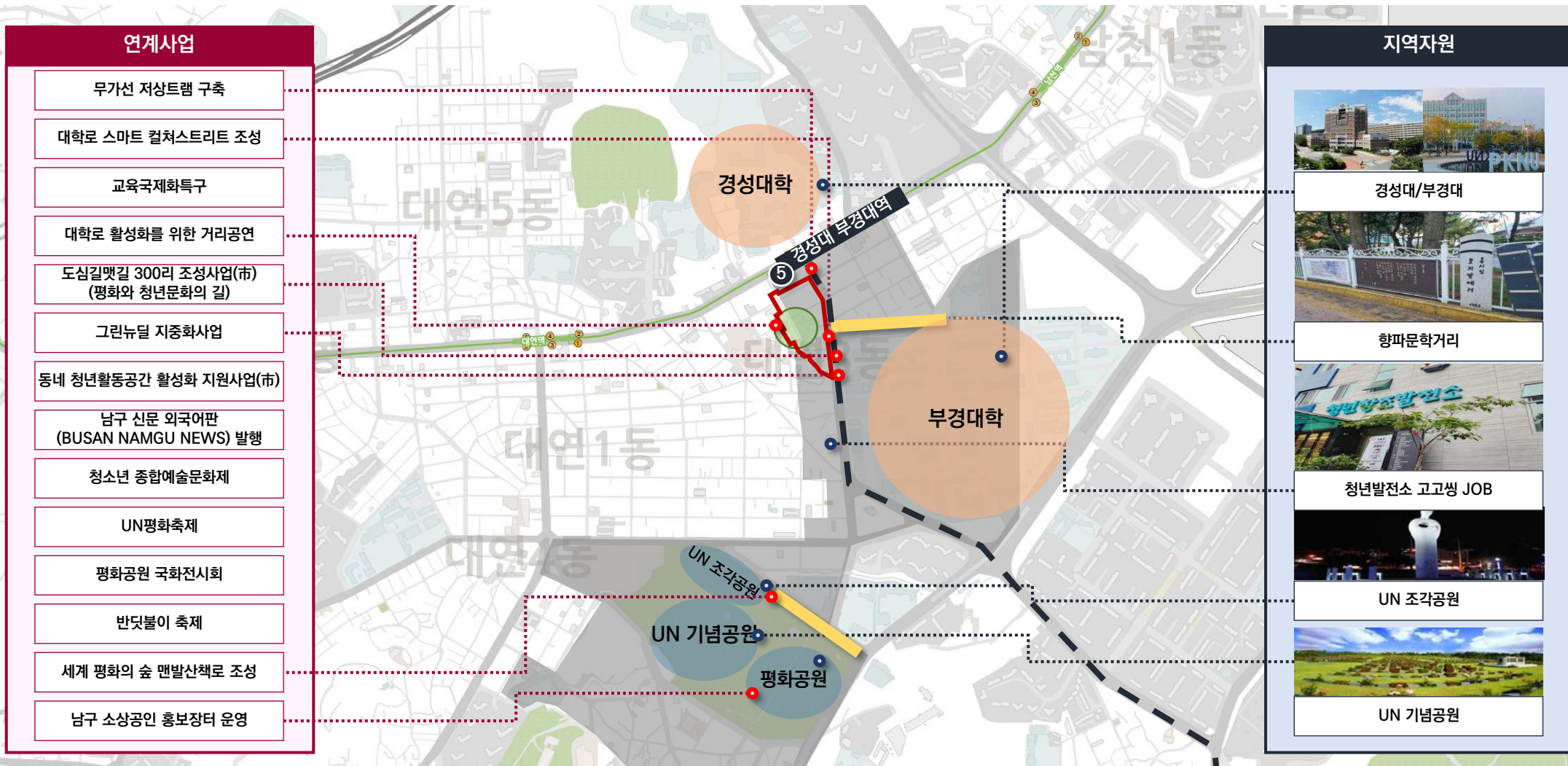
대연동 축제/공연/전시

연번	행사명	행사일정	내용	이미지
1	UN 평화축제	매년 10월 중 실시	UN 평화문화특구의 자유·평화·화합의 정체성과 우수한 문화자원, 오륙도 등 관광자원을 널리 알리고, 가족 단위의 프로그램을 중심으로 남녀노소 모두 함께 즐기며 화합하는 축제	
2	평화공원 국화 전시회	매년 10~11월	남구의 대표적인 관광명소인 평화공원에 국화전시회를 개최하여 지역 주민 및 관광객들에게 볼거리를 제공하고 가을의 정취를 느낄 수 있도록 조성	
3	평생학습 박람회	매년 10월 중(예정)	기관 및 학습자의 평생학습 성과를 전시, 우수사례 발표, 체험, 공연 등의 나눔의 장	
4	정월대보름달맞이 축제	매년 정월대보름(음 1.15.)	저우얼대보름의 전통 민속문화를 계승하고 구민의 안녕과 화합을 염원하며 남구 발전을 기원하는 축제	
5	반딧불의 축제	-	시민들이제로웨이스트를 실천하며 쓰레기가 없는 친환경 축제	
6	연극제	-	'작지만 강한' 연극제로 부산에서 활동하는 예술가들이 2018년 부터 매년 밀도 높은 무대 연출	

02. 상권 기초 현황

상권활성화 구역 내 연계할 수 있는 다양한 중앙부처 및 지자체 자체 연계사업 보유

지역자원 및 연계사업 구역도



02. 상권 기초 현황

상권활성화 구역 내 연계할 수 있는 다양한 중앙부처 및 지자체 자체 연계사업 보유

무가선 저상트램 오륙도선(실증노선)

[사업개요]

- 노선 : 용서삼거리~이기대어귀삼거리
- 규모 : 정거장 5개소, 차량기지 1개소
- 사업기간 : 2019년 ~ 2025년
- 사업비 : 470억원

[추진목적]

- 트램 도입으로 도시철도망 확충, 도심교통난 해소 및 관광자원 활용으로 지역경제 활성화 도모
- 사람 중심의 친환경 미래 지향적 대중교통수단 제공



대학로 스마트 컬처스트리트 조성사업

[사업개요]

- 위치 : 남구 용소로 45(대연동) 일원
- 사업기간 : 2021년 ~ 2023년
- 사업비 : 10억원
- 사업내용 : 대학로 스마트 문화거리 조성 (노후데크, 난간 교체, 미디어월 구축)

[추진목적]

- 청년인구 최고 밀집 지역인 부경대 일원에 보행환경과 야간경관 개선으로 젊음의 열정과 체험을 공유하는 대학로 스마트 문화거리 조성



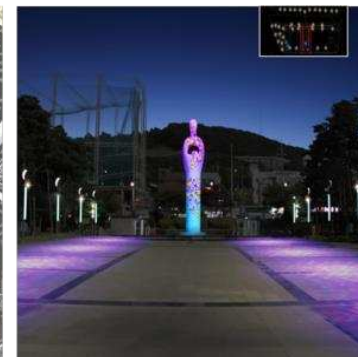
평화와 청년문화의 길 스마트보행로 조성사업

[사업개요]

- 위치 : 경성대·부경대 대학가, UN평화문화특구 일원
- 사업기간 : 2022년 ~ 2023년
- 사업비 : 약 18억원

[사업내용]

- 평화공원·조각공원 스마트 파크로드 조성
- 대학로 디자인 거리 조성
- 대학로 문화골목 일원 스마트 프리존 구축
- 도심갈맷길 스마트 안내체계 구축
- 도보관광 스토리텔링(디자인) 개발

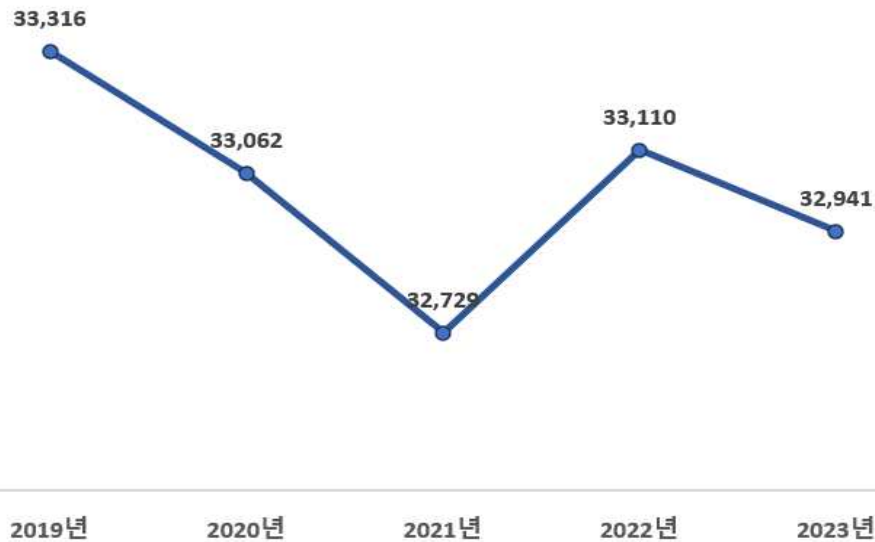


03. 상권 기초 현황_1) 인구수 추이

대연3동 인구 수는 2023년 12월 32,941명으로 나타나며, 2019년 부터 2021년까지 지속적인 감소를 보임
연령별 인구 수는 20~29세가 7,066명으로 나타나며, 연령별 가장 높은 비율을 차지함

인구 수

(단위 : 명)



구분	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년	연평균 증감률
부산광역시	3,413,841	3,391,946	3,350,380	3,317,812	3,293,362	-0.89%
남구	274,480	267,731	256,333	256,333	254,185	-1.90%
대연3동	33,316	33,062	32,729	33,110	32,941	-0.28%

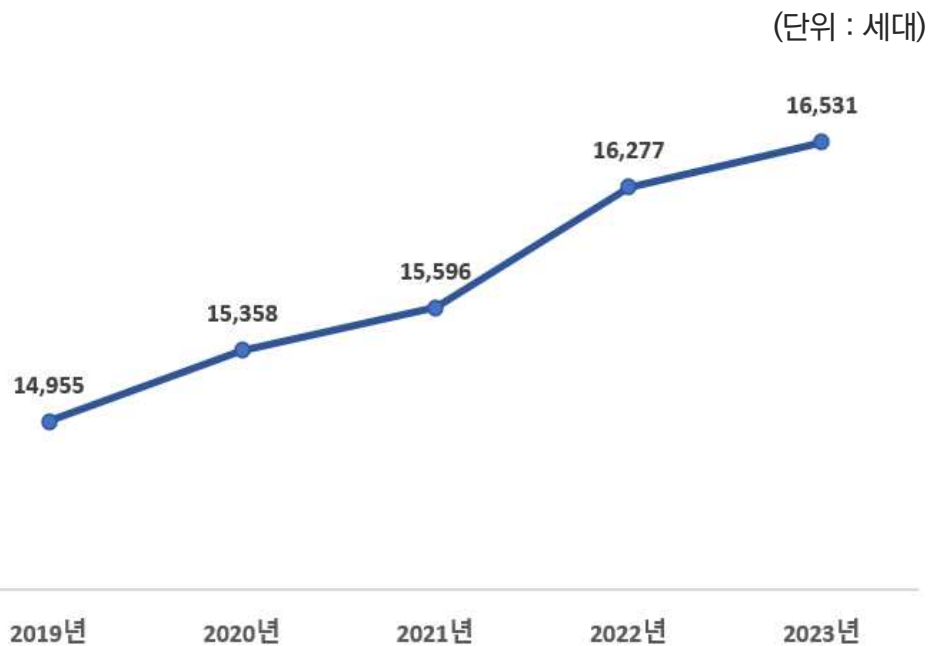
대연동 연령별 인구 수

구분	부산광역시		남구		대연동	
	인구수	구성비	인구수	구성비	인구수	구성비
0~9세	194,403	5.9%	14,098	5.5%	2,225	6.5%
10~19세	263,339	8.0%	22,039	8.7%	3,331	10.1%
20~29세	377,587	11.5%	32,220	12.7%	7,066	21.5%
30~39세	390,659	11.9%	26,563	10.5%	3,736	11.3%
40~49세	484,716	14.7%	37,745	14.8%	5,288	16.1%
50~59세	541,925	16.5%	41,513	16.3%	4,756	14.4%
60~69세	560,720	17.0%	41,036	16.1%	3,600	10.9%
70~79세	320,407	9.7%	25,948	10.2%	1,952	5.9%
80~89세	141,906	4.3%	11,721	4.6%	862	2.6%
90~99세	17,268	0.5%	1,283	0.5%	124	0.4%
100세이상	432	0.0%	28	0.0%	3	0.0%
경제가능활동인구 (만15세 이상 인구)	2,695,030	90.0%	229,095	90.1%	28,997	88.0%
65세 이상 (노년층 비중)	745,119	22.6%	58,953	23.2%	4,620	14.0%

03. 상권 기초 현황_2) 세대수 및 1인가구수 추이

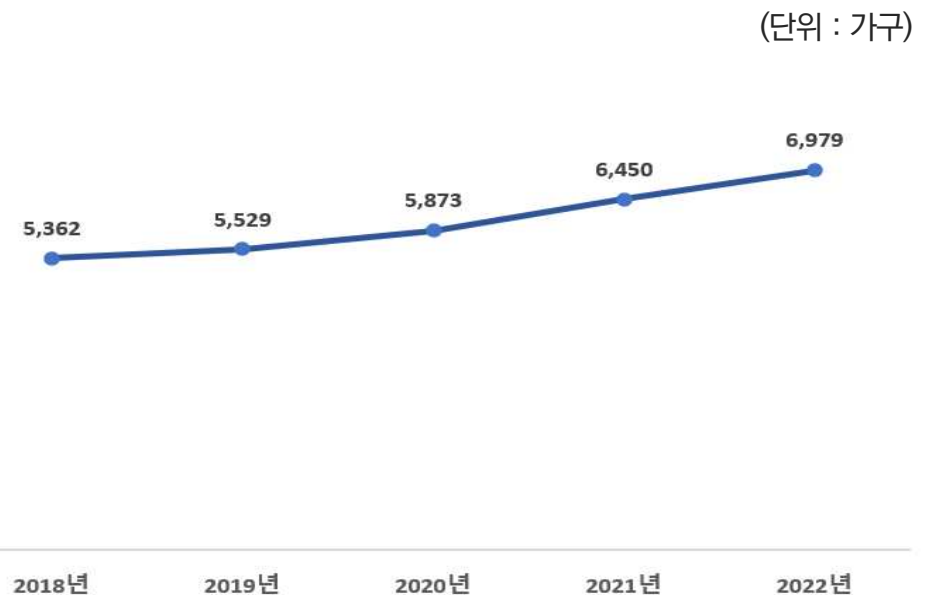
2023년 12월 기준 대연3동 세대수는 16,531세대, 2022년 12월 기준 1인 가구수는 6,979가구이며, 주변 대학교의 영향으로 1인가구가 증가함에 따라 세대수도 함께 증가하는 것으로 나타남

세대 수



구분	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년	연평균 증감률
부산광역시	1,497,908	1,530,431	1,544,663	1,555,867	1,564,588	1.10%
남구	117,397	117,876	117,821	117,601	118,427	0.21%
대연3동	14,955	15,358	15,596	16,277	16,531	2.54%

1인 가구수



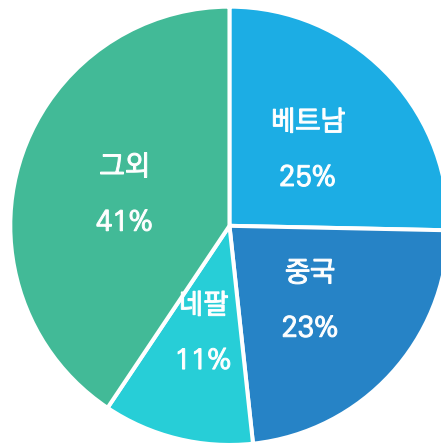
구분	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	연평균 증감률
부산광역시	404,408	423,227	455,207	487,362	511,745	6.06%
남구	32,267	33,703	34,934	37,326	38,602	4.58%
대연3동	5,362	5,529	5,873	6,450	6,979	6.81%

03. 상권 기초 현황_3) 외국인 수 추이

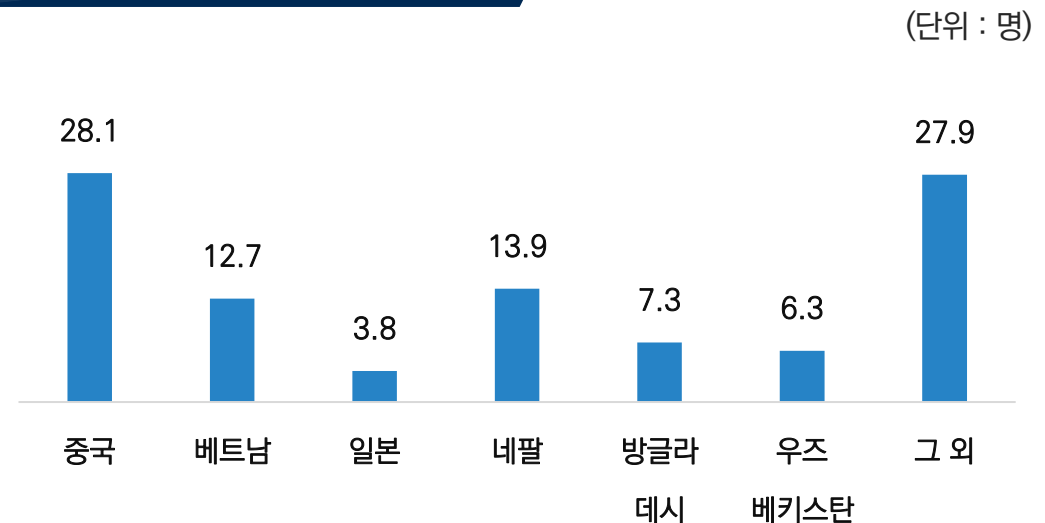
외국인 유학생 3,957명을 포함해 등록 외국인 6,302명으로 부산 전체 외국인의 약 12% 정도를 차지함

부산 남구 국적별 외국인 현황

구분	합계(명)	비율(%)
합계	6,302	100.0
베트남	1,596	25.3
중국	1,447	23.0
네팔	700	11.1
그외	2,559	40.6

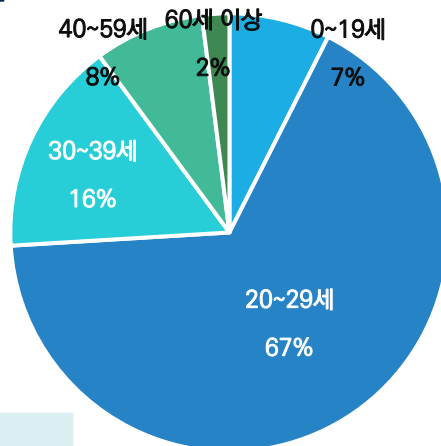


부산 남구 대학별 외국인 현황



부산 남구 연령별 외국인 현황

구분	합계(명)	비율(%)
합계	6,302	100.0
0~19세	469	7.4
20~29세	4,197	66.6
30~39세	999	15.9
40~59세	510	8.1
60세 이상	127	2

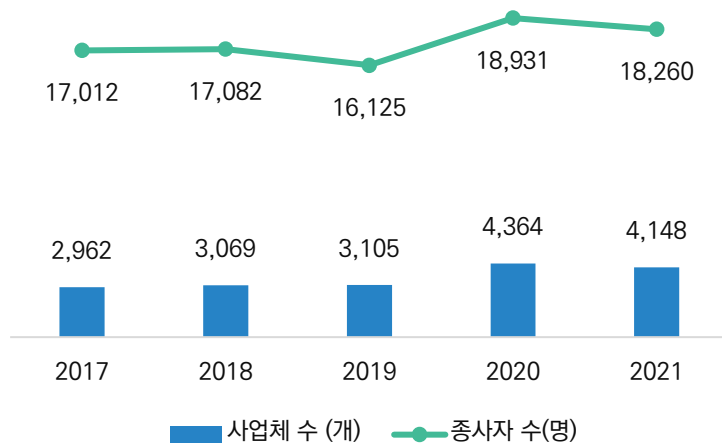


구분	합계	중국	베트남	일본	네팔	방글라 데시	우즈베 키스탄	그 외
합계(명)	3,957	1,110	504	150	549	289	250	1,105
비율(%)	100.0	28.1	12.7	3.8	13.9	7.3	6.3	27.9
부경대학교(명)	1,747	800	208	150	-	-	-	589
경성대학교(명)	1,288	-	-	-	549	289	150	300
동명대학교(명)	922	310	296	-	-	-	100	216

03. 상권 기초 현황_4) 사업체 및 종사자 수 추이

2021년 기준 대연3동 사업체수는 4,148개, 종사자 수는 18,260명이며,
대연동 사업체수 및 종사자 수는 2017년 부터 지속적인 증가추세를 보임

대연3동 사업체수 및 종사자수



구분	사업체 수 (개)	종사자 수(명)
2017	2,962	17,012
2018	3,069	17,082
2019	3,105	16,125
2020	4,364	18,931
2021	4,148	18,260

대연3동 업종별 사업체수 및 종사자수(2021년)

구분	사업체 수		종사자 수	
	업체 수(개)	비율(%)	종사자 수(명)	비율(%)
합계	4,148	100.0	18,260	100.0
농업·임업·어업	1	0.0	1	0.0
광업	0	0.0	0	0.0
제조업	91	2.2	390	2.1
전기, 가스·증기 및 공기조절 공급업	1	0.0	0	0.0
수도, 하수 및 폐기물 처리, 원료재생업	6	0.1	45	0.2
건설업	143	3.4	1,824	10.0
도매 및 소매업	859	20.7	2,132	11.7
운수 및 창고업	393	9.5	849	4.6
숙박 및 음식점업	933	22.5	2,748	15.0
정보통신업	108	2.6	423	2.3
금융 및 보험업	21	0.5	76	0.4
부동산업	317	7.6	581	3.2
전문, 과학 및 기술 서비스업	245	5.9	803	4.4
사업시설관리, 사업지원 및 임대 서비스업	101	2.4	864	4.7
공공행정 국방 및 사회보장 행정	5	0.1	545	3.0
교육 서비스업	265	6.4	4,912	26.9
보건업 및 사회복지사업	103	2.5	899	4.9
예술 스포츠 및 여가관련 서비스업	172	4.1	404	2.2
협회·단체·수리 및 기타 개인 서비스업	384	9.3	756	4.1

03. 상권 기초 현황_5) 유동인구 추이(1/2)

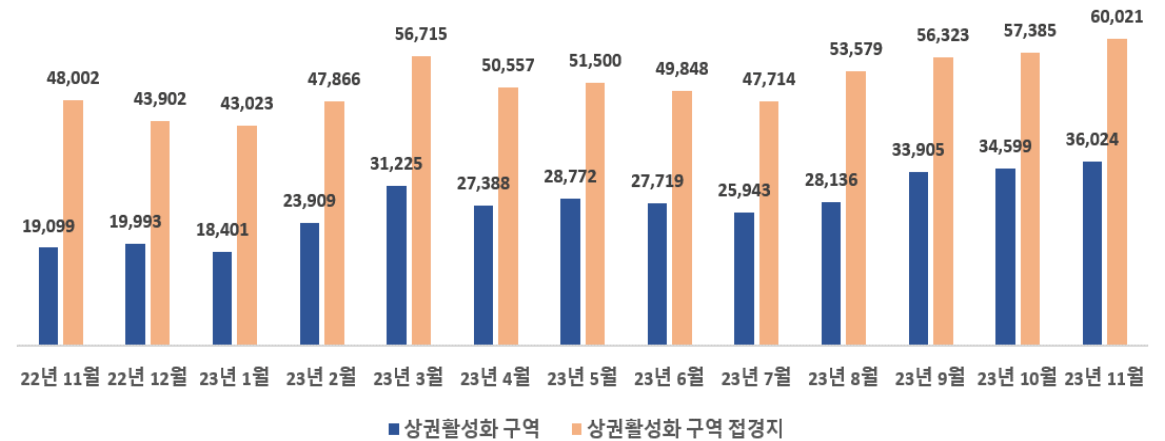
사업대상지 구역 및 접경지 상권 비교/분석 결과 2023년 11월 기준 접경지 상권 일평균 유동인구 수는 60,021명, 상권활성화 구역은 36,024명으로 23,997명 차이가 나타남

상권정보 시스템_분석 구역



상권활성화 구역 및 접경지 월별 일평균 유동인구

(명)

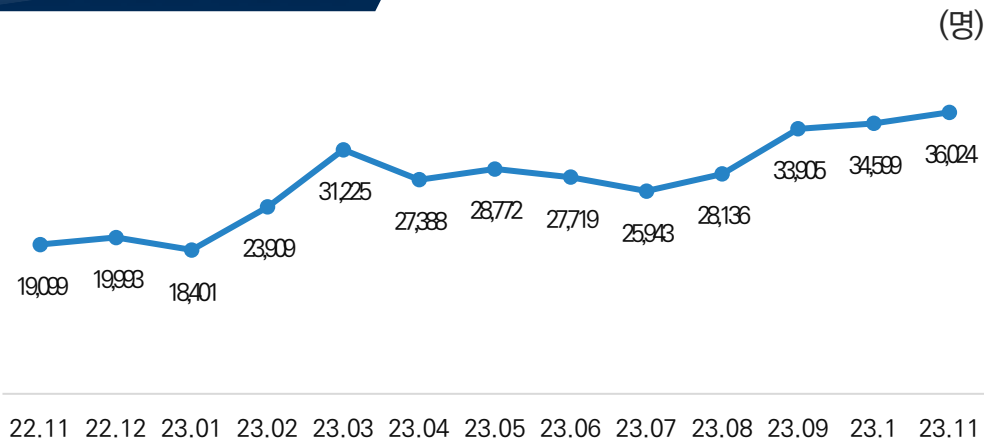


구분	'22.10	'22.11	'22.12	'23.01	'23.02	'23.03	'23.04	'23.05	'23.06	'23.07	'23.08	'23.09	'23.10
상권 활성화구역	19,099	19,993	18,401	23,909	31,225	27,388	28,772	27,719	25,943	28,136	33,905	34,599	36,024
접경지 구역	48,002	43,902	49,023	47,866	56,715	50,557	51,500	49,848	47,714	53,579	56,323	57,385	60,021

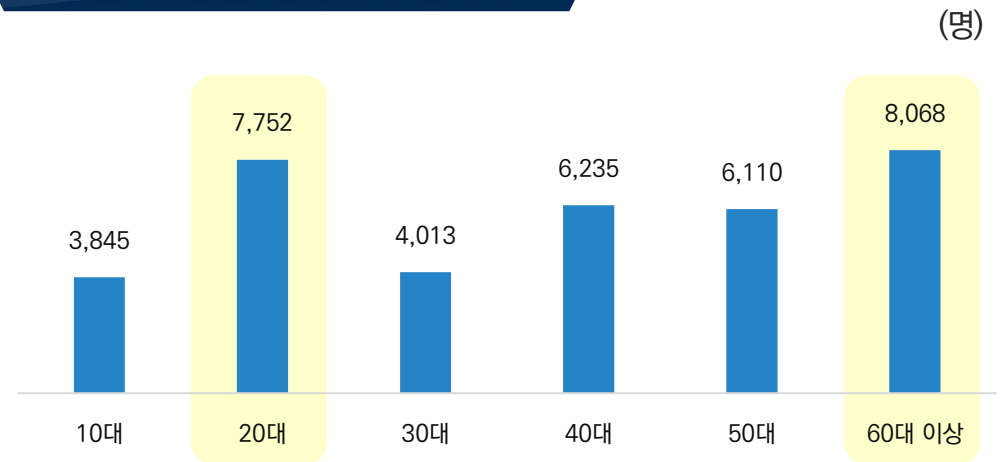
03. 상권 기초 현황_5) 유동인구 추이(2/2)

사업대상지 구역 월별 일평균 유동인구 수는 '23년 11월 기준 36,024명이며, 연령별 일평균 유동인구 수는 '60대 이상' '20대' 순, 요일별 일평균 유동인구 수는 '수요일', '토요일' 순, 시간대별 일평균 유동인구 수는 '06~11시', '17~21시' 순으로 나타남

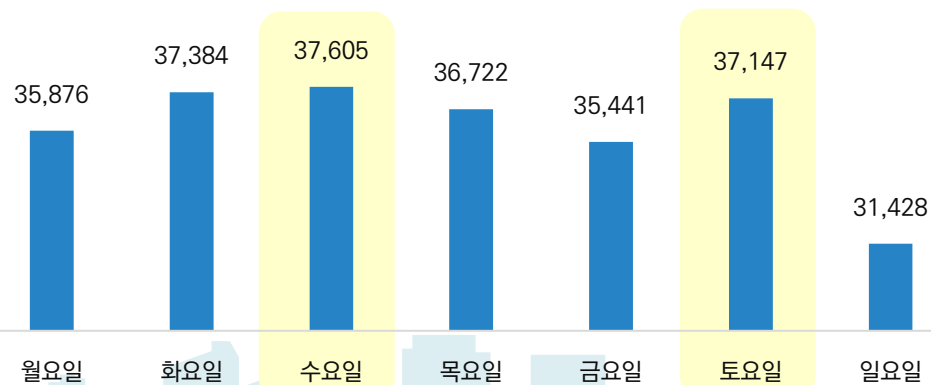
월별 일평균 유동인구



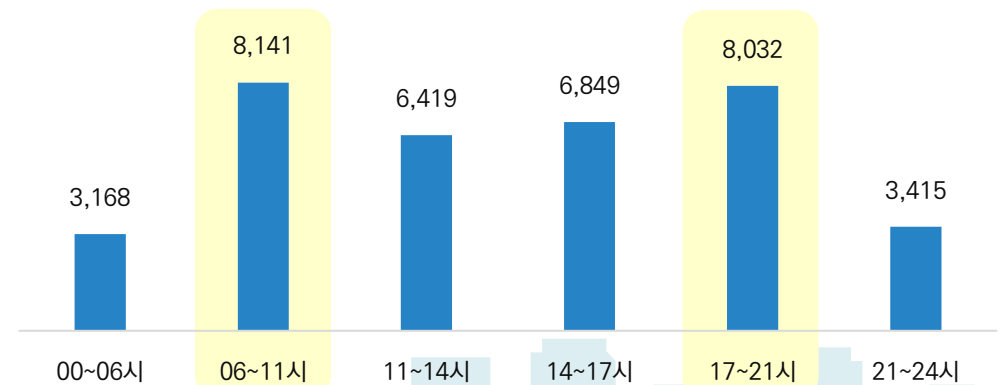
성별/연령별 일평균유동인구



요일별 일평균 유동인구



시간대별 일평균 유동인구

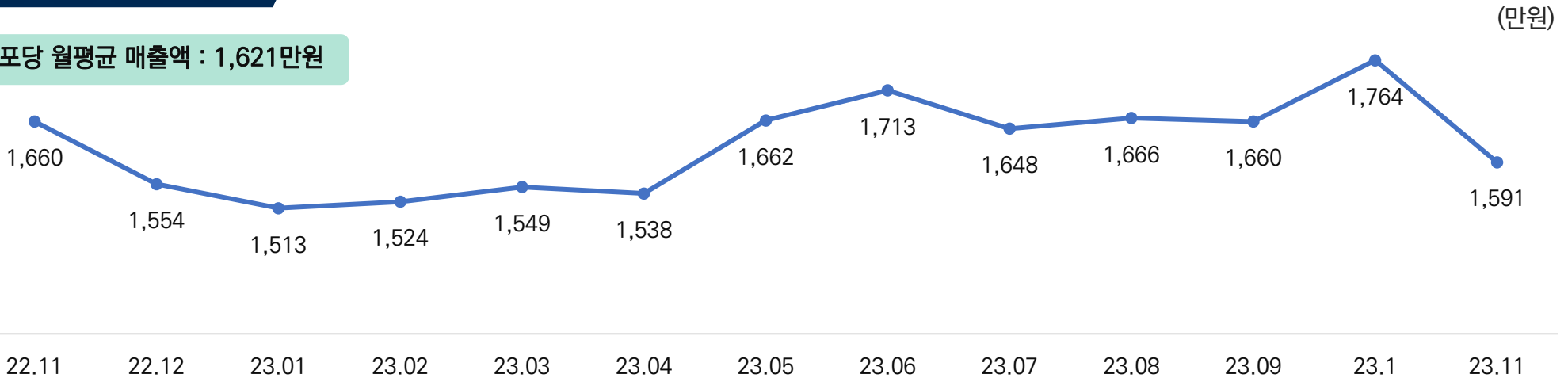


03. 상권 기초 현황_6) 매출액 추이

2023년 월평균 매출액이 1,621만원으로 나타났으며, 업종 6개 중 편의점, 요리주점, 카페 순으로 매출액이 높은 것으로 나타남

월평균 매출액(점포당)

점포당 월평균 매출액 : 1,621만원



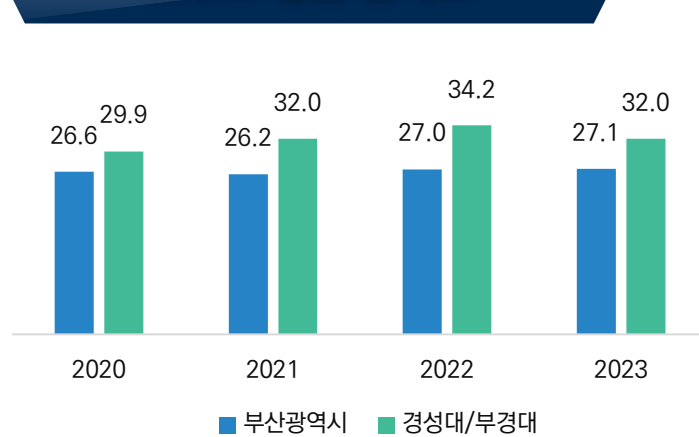
구분	22.11	22.12	23.01	23.02	23.03	23.04	23.05	23.06	23.07	23.08	23.09	23.10	23.11
A	6,133	5,503	5,190	5,215	5,282	5,223	5,896	6,105	5,857	5,971	5,939	6,016	5,312
B	821	798	755	770	778	860	886	868	849	790	855	807	875
C	839	846	884	888	918	885	914	938	899	906	861	905	898
D	1,497	1,474	1,519	1,578	1,591	1,564	1,603	1,687	1,624	1,662	1,626	1,684	1,742
E	409	441	460	469	497	473	446	454	428	435	447	938	489
F	260	263	270	221	225	220	227	224	228	230	230	232	229
평균	1,660	1,554	1,513	1,524	1,549	1,538	1,662	1,713	1,648	1,666	1,660	1,764	1,591
2023년 평균 (2023년 1월 ~ 2023년 11월)										1,621			

- 소상공인상권정보시스템을 통해 사업대상지 소분류 6개(편의점, 백반/한정식, 카페, 요리주점, 노래방, 당구장) 매출액을 도출 후 평균값으로 선정함
- A : 편의점 / B : 백반/한정식 / C : 카페 / D : 요리주점 / E : 노래방 / F : 당구장

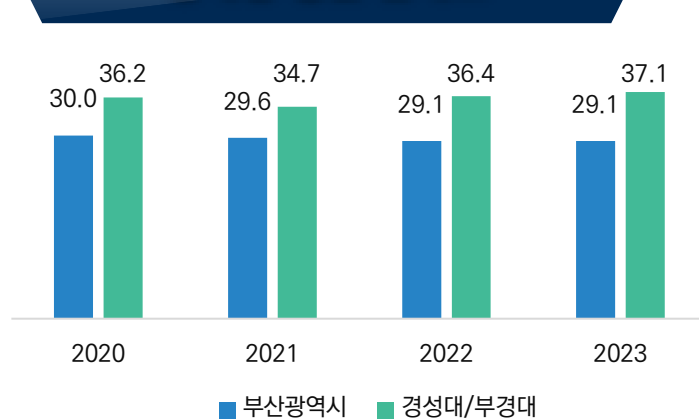
03. 상권 기초 현황_7) 임대료 추이

2023년 12월 기준 경성대/부경대 상권별 소규모 평균 임대료는 부산광역시 대비 4.9천원 높으며,
중대형 평균 임대료는 부산광역시 대비 8.0천원 높은 것으로 나타남

소규모 평균 임대료



중대형 평균 임대료



(천원/㎡)

구분	2020				2021				2022				2023			
	3월	6월	9월	12월	3월	6월	9월	12월	3월	6월	9월	12월	3월	6월	9월	12월
부산광역시	26.9	26.7	26.6	26.2	26.2	26.1	26.2	26.1	27.0	27.0	27.0	27.0	27.0	27.1	27.1	27.1
연평균	26.6				26.2				27.0				27.1			
경성대/부경대	30.5	30.4	29.3	29.2	32.1	32.0	32.0	32.0	34.2	34.3	34.3	34.1	32.0	32.0	32.0	32.0
연평균	29.9				32.0				34.2				32.0			

구분	2020				2021				2022				2023			
	3월	6월	9월	12월	3월	6월	9월	12월	3월	6월	9월	12월	3월	6월	9월	12월
부산광역시	30.5	30.4	30.2	30.0	29.7	29.6	29.5	29.5	29.1	29.1	29.1	29.1	29.1	29.1	29.1	29.2
연평균	30.0				29.6				29.1				29.1			
경성대/부경대	36.6	36.4	36.0	35.7	34.9	34.9	34.5	34.5	36.2	36.3	36.3	36.8	36.9	37.1	37.1	37.1
연평균	36.2				34.7				36.4				37.1			

03. 상권 기초 현황_8) 상권 구역 활성화 외부 전문가 의견

현장점검 주요의견

독특한 아이디어, 앵커업종 필요

- 상권을 구분하는 독특한 아이디어와 앵커 업종이 기획 단계에서 필요

주차환경 개선, 임대료 문제 개선

- 진입로, 동선과 관련된 이슈 해결 필요
- 임대인과의 원활한 협의 도출이 필요

공실 문제 해결방안 모색

- 지역 특징을 살려 대학가가 갖고 있는 랜드마크 및 콘텐츠 개발로 공실문제 해결 필요
- 공유공간 계획을 활용한 스토리텔링 마련 필요

문화예술 부분 보강 필요

- 외부 크리에이터 활용보다는 내부의 문화예술 자원을 파악하여 활용 방안을 모색할 필요가 있음

목 차

Chapter 1. 사업개요

Chapter 2. 상권현황 분석

Chapter 3. 벤치마킹 조사 분석

Chapter 4. 주요 이해관계자 수요조사

Chapter 5. 상권활성화 계획(안)

Chapter 6. 기대효과

Chapter 7. 대형마트와 기존 전통 상권과의 상생모델 발굴

01. 국내/외 사례 요약

지역주민과 상인의 자발적인 참여가 전제되어야 하며,
지속가능 상권을 위한 조직화를 기반으로 지역내 자원을 활용하여 지역경제 활성화에 기여하는 것이 필요함

[국내/외 특화거리 활성화 사례 요약]

- 지자체뿐 아니라 주민, 상인 등 지역공동체의 자발적인 참여, 끊임없는 노력과 실천력이 기본전제 되어야함
- 상권의 자생력을 확보하고 지속가능 상권을 위한 협의체 등의 조직화는 필수 요건임
- 지역내 자원을 최대한 활용하여 콘텐츠화, 브랜드화하고 이를 판매와 연결하고 지역 경제 활성화에 기여



- 도시 환경을 재건하여 깨끗한 환경 조성
- 지역의 전통적인 요소를 유지하면서, 현대적 요소와 결합
- 지역 주민 중심의 추진 및 정부와의 협력관계 구축
- 지역 주민을 중심으로 지역의 문화/경제 자원을 활용하여 스토리텔링 개발



02. 국외 활성화 사업_스페인 보른지구

슬럼가지역임에도 불구하고, 일부 건물 리모델링 이후 젊은 예술가 등 로컬크리에이터가 입점하면서
자발적인 협업을 통해 자생할 수 있는 추진체계를 만들어 활성화

해외사례 - 스페인 보른지구

상권형성 이전

- 슬럼가 구역으로 임대료를 받지 않아도 자영업자가 창업을 꺼렸던 지역
- 피카소미술관이 미로같은 골목안에 있어 관광객을 대상으로 소매치기가 극성인 **우범지역** → 부동산 가격 지속 하락
- 보른지구는 마약 등 **범죄가 기승을 부렸던 어두운 뒷골목**

상권형성 계기

- 다른 지역에 비해 저렴한 임대료로 오히려 **아티스트들이 선호하는** 지역으로 변모(기존 예술질서와 형식을 거부하는 예술인) → **창작예술거리**로 변모하면서 **상권활성화 계기** 마련
- 특히, 1992년 올림픽 개최 이후, **관광객이 증가**하자, 일부 민간투자자들이 싼 건물을 매입 → **리모델링** 후 임대사업시작

상인자치모임 결성

- 2012년 **보른지구상인회(Born Comerc)** 결성
 - * 2010년 30여개 상권에서 2014년 102개 업소로 확장, 현재 200여개 다양한 점포가 상권을 형성
- 상인자발적으로 매월 15일 모든 가게들이 밤 12시까지 영업실천 → **밤이 아름다운 거리, 보른지구로 탈바꿈**

핵심콘텐츠

- 야간관광핵심 콘텐츠 : 음식과 거리예술, 골목을 아름답게 밝히는 공방
→ 관광객 뿐만 아니라 시민들도 즐겨 찾는 야간코스로 정착



02. 국외 활성화 사업_영국 닐스야드(Neal's Yard)

주민과 상인들이 자발적으로 거래 환경을 개선하고,
협동조합활동을 통해 골목상권 이미지에 적합한 테마상품을 판매, 다시 경관을 개선하는 선순환 구조를 창출

해외사례 - 영국 닐스야드

상권형성 이전

- 1960년대까지 영국 런던의 닐스야드는 지도에 나오지 않은 오래된 골목
- 과거 런던의 화장실이라는 별명이 있을 정도로 낙후한 슬러가

상권형성 계기

- 1976년 70m 남짓한 '닐스야드' 골목을 살리기 위해 '식품협동조합'을 결성 → 도매와 소매의 중간단계로 저렴한 가격에 음식을 제공 → 지역활기 시발점
- 식품협동조합은 과거의 모습을 유지하면서 유기농과 자연주의 등에 걸맞게 테마거리를 조성 → 골목상권 이미지 변화 시도
- 좁은 골목길을 고려 건물벽면에 정원을 조성 : 도시에서 우연히 만나는 화화라 불리는 수직정원을 통해 동화 속 숲에 온 것과 같은 편안한 느낌을 제공



닐스야드의 새로운 출발

- 식품협동조합을 통한 지역일자리 창출을 목표로 삼고 새로운 비즈니스 커뮤니티를 조성
- 전통치즈를 생산하는 Neal's Dairy와 천연화장품을 생산하는 'Neal's Remedies'와 같은 지역브랜드를 설립 경제적 기반 마련



03. 국내 활성화 사업_군산 월명동 우체통 거리

군산 월명동 우체통 거리는 지역상인 및 주민들이 협의체를 주도적으로 만들어
역사 유적지인 군산 우체국을 콘텐츠로 장기적인 관점에서 상권의 경쟁력을 유지하기 위해 노력

국내사례 - 군산 월명동 우체통 거리

상권형성 이전

- 군산 월명동은 한때 식당이 한데 모인 변화한 곳
- 1996년 시청과 법원 등 관공서가 신도시(조촌동)로 옮겨지면서 구도심 일대는 쇠락의 길을 걷게 됨

상권형성 계기

- 2015년 '도란도란'이라는 상가번영회를 결성 → 주민들과 함께 거리 살리기 운동 시작
- 주변에 위치한 우체국을 골목의 콘셉트로 활용. 110년 넘는 긴 역사를 지닌 **군산우체국 본점의 역사성을 중심으로 변화를 모색**
- 군산 일대 폐우체통을 수거, 지역예술가들의 재능기부로 우체통을 꾸며 거리 곳곳에 배치 → **도란도란 우체통거리경관협정운영회 결성**
- 거리활성화운동 시작 : 거리청소하기(매주 수요일 3시), 주변 공터 및 거리 정비, 운영주로 부르기(세입자 대신), 운영주 스스로 불법주정차 하지 않기 등

우체통 거리의 진통과 성장

- 우체통 거리가 활기를 찾기 시작할 무렵. 한가지 문제 발생
- 우체통거리 조성시 잘 알려진 만화캐릭터 위주로 우체통을 꾸민 것이 문제(저작권 문제 발생, 일본캐릭터 사용)
- 우체통 위에 흰 페인트 칠을 하고 망연자실 했던 상인들은 고객들의 우체통을 보러 지속적으로 오자 각각 상점에 맞는 캐릭터로 우체통에 생명을 불어넣었음
- 우체통 역사를 한눈에 경험할 수 있는 볼거리 제공을 위해 우체통 거리를 코리아존, 아메리카존, 아시아존, 유럽존으로 나누어 거리에 특색을 부여
- 매년 우체통 관련 다양한 행사를 개최
* 손편지 축제, 버스킹(노래자랑), 우체통 모형 만들기, 느린편지쓰기 등



03. 국내 활성화 사업_순천 청수정

순천 원도심은 청년창업가와 순천지역 예술가가 가장 잘할 수 있는 사업아이템으로 창업하고
거리를 정비한 결과, 민간투자가 활성화되고 도시재생이 강화되는 선순환 구조를 달성

국내사례 - 순천 청수정 및 옥리단길

상권형성 이전

- 순천 향동과 중앙동 등 순천의 원도심 일대는 1990년 신도시개발로 쇠락한 지역(인구 49% 감소, 노후주택 55%)
- 2013년 순천만국제정원박람회를 얻은 도시브랜드 가치향상과 관광객증가라는 성과를 완성하기 위해 쇠락한 원도심 지역회복이 절실히 필요한 상황

상권형성 계기

- 2018년 말 청년 창업가와 순천지역 예술가가 원도심 지역 빈상가와 주택을 자발적으로 리모델링하고 창업시작
- 40여개의 카페와 음식점이 모여면서 순천의 대표적 맛집 골목이 형성 → 옥리단길이라는 별명으로 불림(귀뚜라미 식당 등)
- 퓨전 음식점을 시작으로 청년들이 하나 둘 모여 다양한 점포 입점
- 점포 수 : ('18) 6개 점포 → ('23) 25개 점포 운영 중

청수정협동조합의 탄생

- 2015년 청수골 새들마을사업의 일환으로 70년된 한옥집을 매입 리모델링을 통해 2018년 마을카페 '청수정' 설립
- 이를 기반으로 마을기업인 청수정협동조합이 시설을 임차 → 식당과 카페, 주민센터를 운영
- 처음 주민 5명으로 공동출자 → 현재 18명의 조합원 참여
- 노령층 주민이 많은 마을특성을 고려 → '엄니밥상' 식당 운영
- 청수정 카페 운영(수제전통과자인 '오란다' 판매)
- '22년 연매출 2억 2천만원
- (이들의 성공비결) 마을 주민이 잘 할 수 있는 아이템으로 사업을 추진했다는 점



목 차

Chapter 1. 사업개요

Chapter 2. 상권현황 분석

Chapter 3. 벤치마킹 조사 분석

Chapter 4. 주요 이해관계자 수요조사

Chapter 5. 상권활성화 계획(안)

Chapter 6. 기대효과

Chapter 7. 대형마트와 기존 전통 상권과의 상생모델 발굴

01. 실태조사 개요

부산 남구 유엔남구상권의 상권활성화 정책수요 파악을 위해 상인과 소비자를 대상으로 설문조사 실시

조사개요

부산 남구 유엔남구 상권 활성화 방안 수립을 위한 상권 실태파악 및 소비자 이용현황 파악

조사기간

2024년 3월 6일(수) ~ 2024년 3월 26일(금) 총 21일간

조사방법

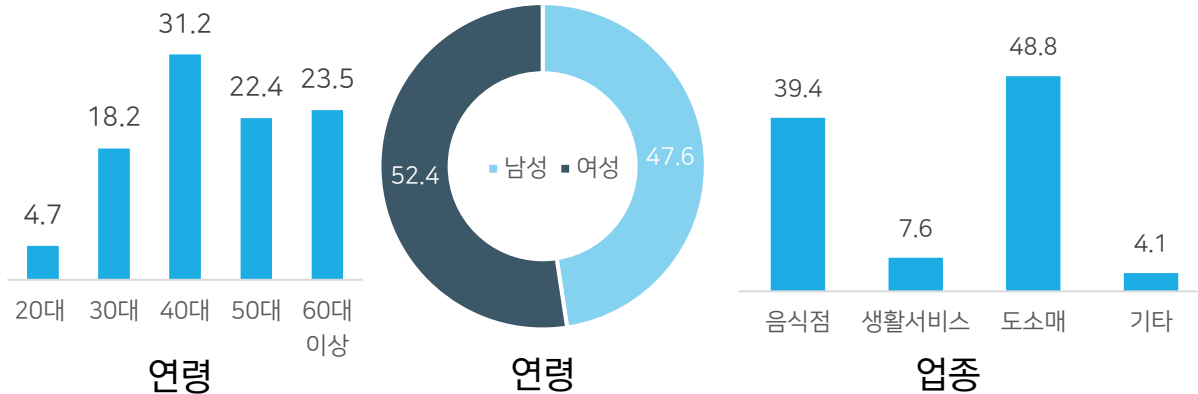
방문조사(개별 상권 방문조사)

응답자 특성

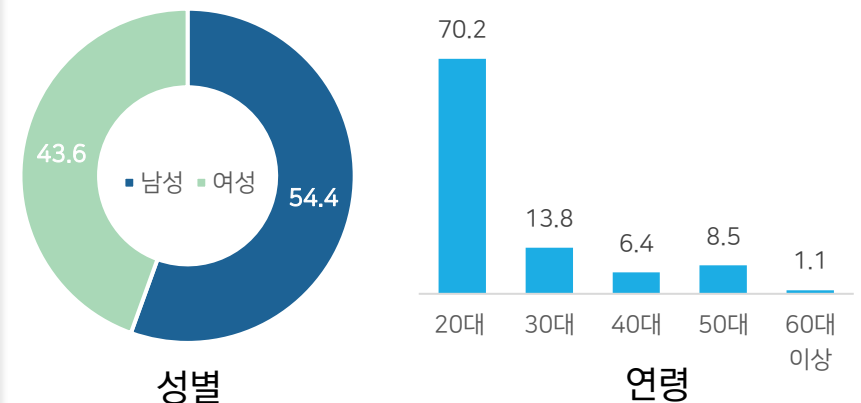
조사 표본 : 총 350명 (상인(170명), 소비자(180명))



상인응답자 현황



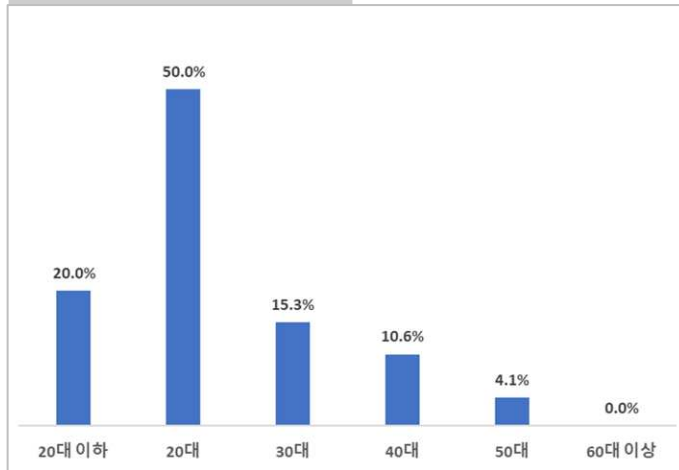
소비자 응답자 현황



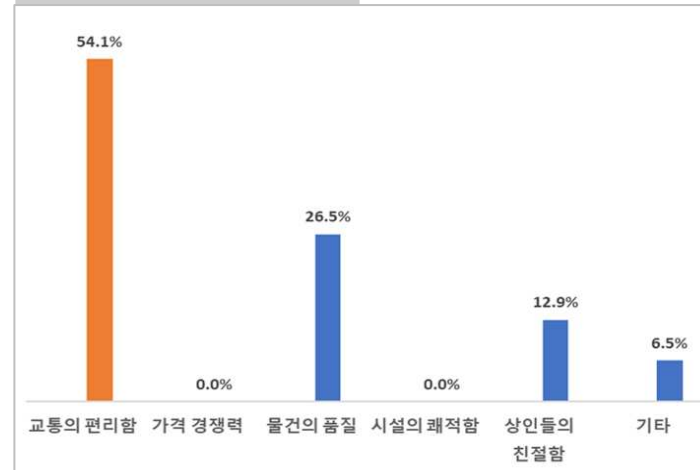
02. 설문조사 분석

주 고객층은 20대이며, 상인들은 최근 3년 동안 매출액 및 고객수 감소를 느끼고 있음
이에, 특화 운영 콘텐츠 개발 및 시설환경 개선을 통한 상권의 재활성화 필요하다고 응답함

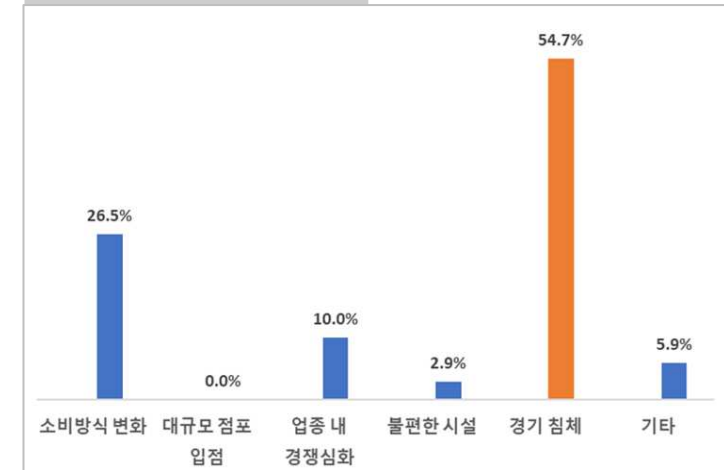
상인_주고객층



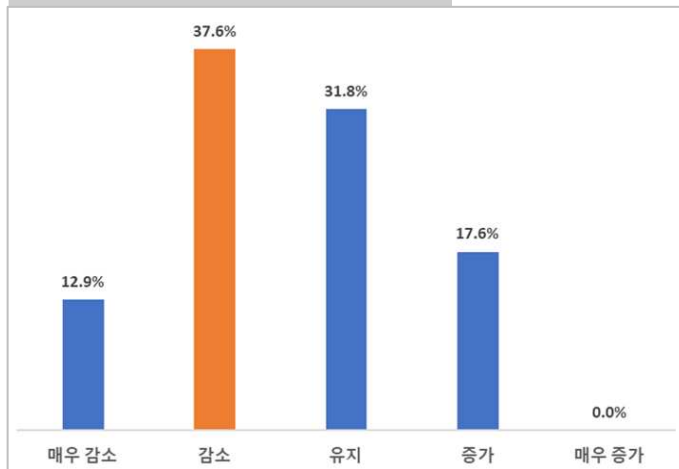
상인_상권의 장점



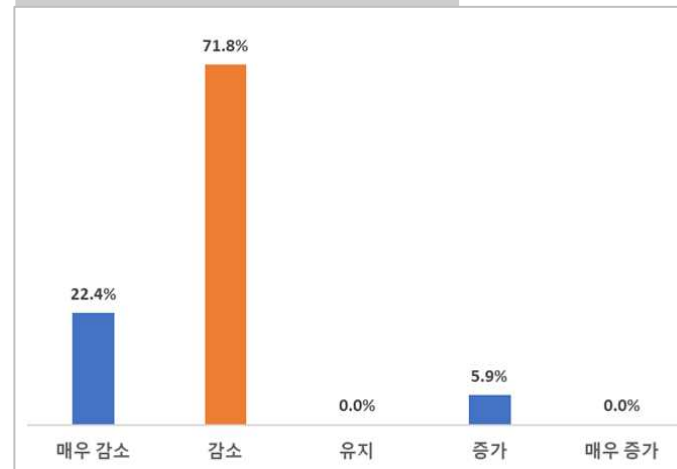
상인_매출 영향요소



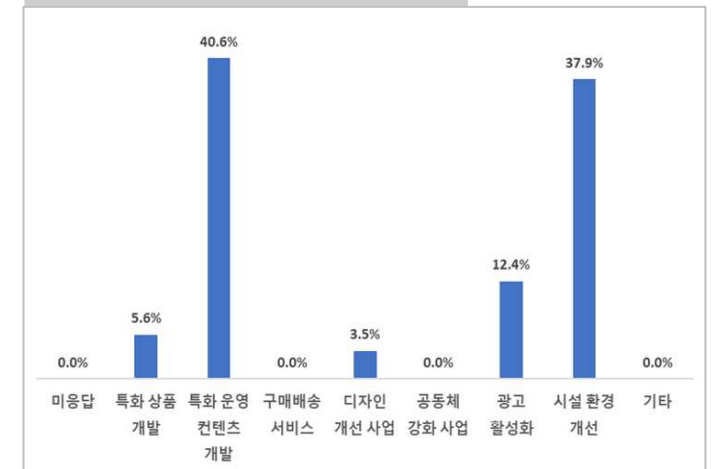
상인_3개년 월평균 매출액 증감



상인_3개년 고객 수 증감



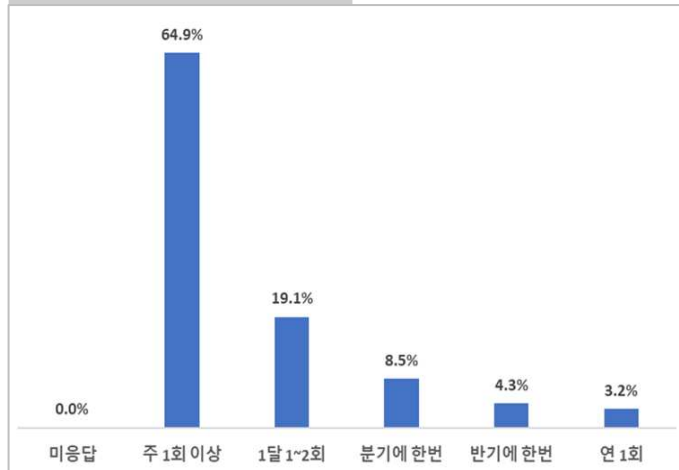
상인_상권 필요사업 1,2 순위



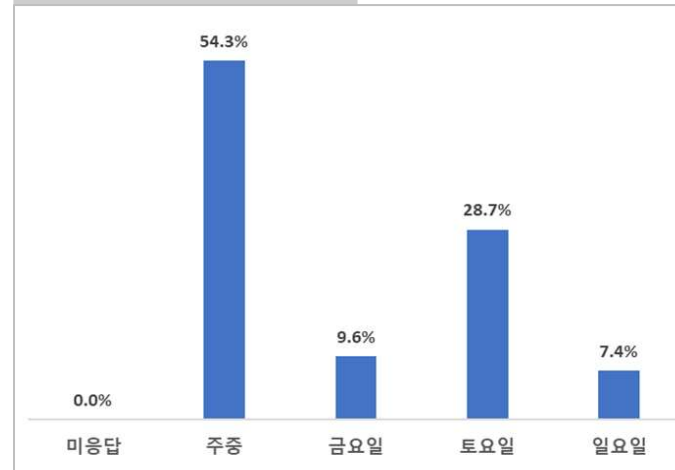
02. 설문조사 분석

부산 남구 상권을 방문 목적은 먹거리 및 식사이며, 상권의 문제점은 인지도 없는 먹거리 부족, 상인의 노력 부족 등이며 이러한 문제점을 특화 운영 콘텐츠 개발, 디자인 개선 사업이 필요하다고 응답함

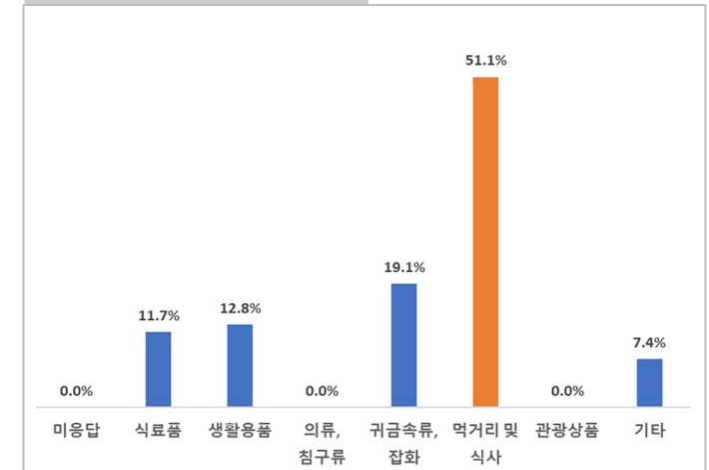
소비자_방문주기



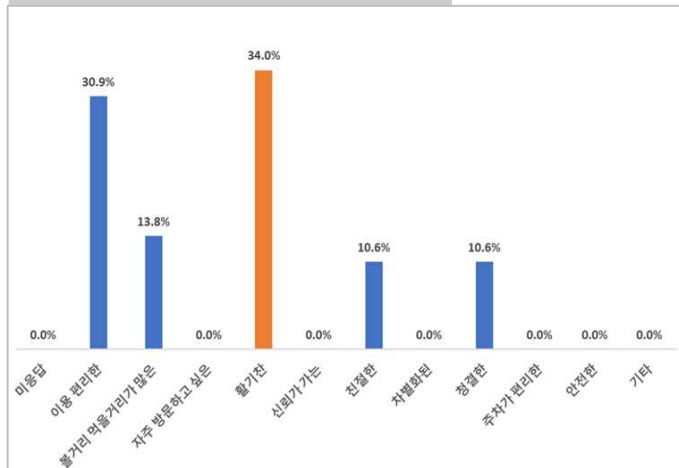
소비자_방문 요일



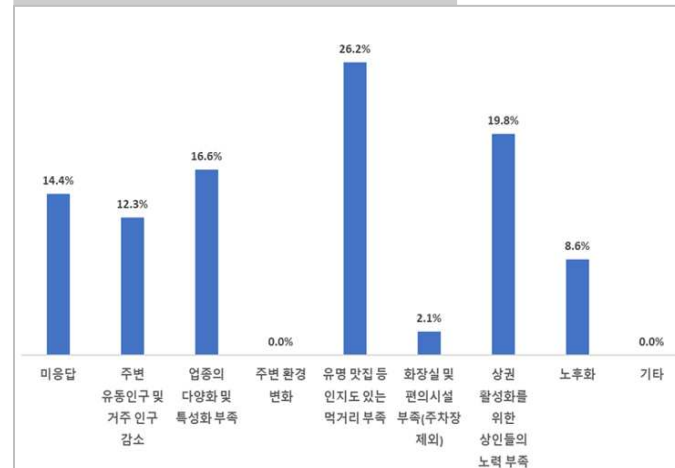
소비자_주요 구입 물품



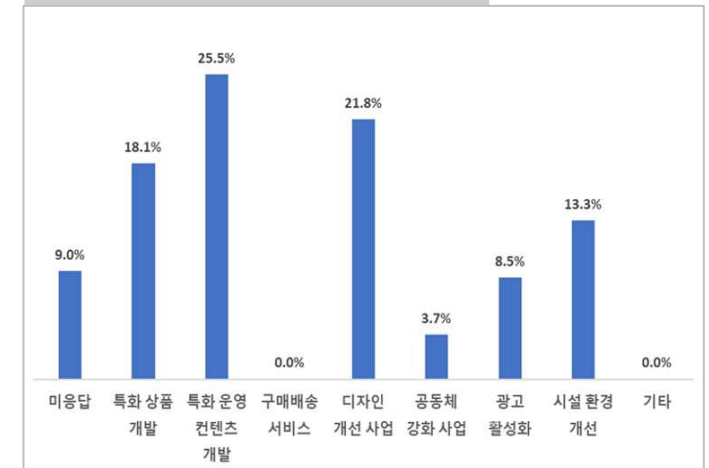
소비자_상권 이미지



소비자_상권 문제점



상인_상권활성화를 위한 수립 사업


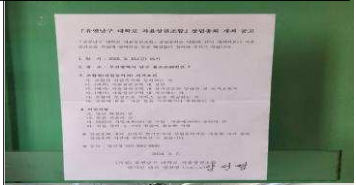





03. 자율상권조합 조성 경과

부산 남구 자율상권활성화 지원사업 추진을 위하여 '유엔남구대학자율상권조합' 추진위원회 신청 및 설립

일정	내용
23년6월1일	·내용:부산남구자율상권 활성화계획준비협의, 협의위원회구성 ·장소:남구청
23년7월5일	·내용:부산남구자율상권 활성화준비 회의, 준비위원회구성협의 ·장소:남구청
23년11월16일	·내용:부산남구자율상권종합계획설명회참석 ·장소:대전한국철도공사본사2층
24년1월19일	·내용:부산남구자율상권 활성화및구성협의 ·장소:남구청대회의실
24년1월25일	·내용:부산남구자율상권 활성화준비 회의, 구성협의 ·장소:청년발전소고고쌍JOB
24년3월6일	·내용:부산남구자율상권 활성화계획협의, 자율상권 협동조합구성 ·장소:청년발전소고고쌍JOB



일정	내용	
24년 3월 6일	·내용 : 부산 남구 자율상권 계획 협의 및 상권활성화 구역 현장답사 ·장소 : 상권활성화 예정 구역	
24년 3월 7일	·내용 : 유엔남구대학로자율상권조합 준비위원회 신청(준비위원회 구성 신고서, 구성원 명단, 자율상권구역 지정 준비계획)	
24년 3월 7일	·내용 : 유엔남구대학로자율상권조합 창립 개최 공고	
24년 3월 15일	·내용 : 유엔남구대학로자율상권조합 창립 총회 ·장소 : 청년발전소고고쌍JOB	
24년 3월 6일 ~ 24년 26일	·내용 : 부산 남구 자율상권 공모를 위한 임대인/임차인/토지 소유자 상생협약 서명 ·장소 : 상권활성화 구역	
24년 3월 6일 ~ 24년 26일	·내용 : 부산 남구 자율상권 공모를 위한 상인/소비자 수요조사 ·장소 : 상권활성화 구역	

목 차

Chapter 1. 사업개요

Chapter 2. 상권현황

Chapter 3. 벤치마킹 조사 분석

Chapter 4. 주요 이해관계자 수요조사

Chapter 5. 상권활성화 계획(안)

Chapter 6. 기대효과

Chapter 7. 대형마트와 기존 전통 상권과의 상생모델 발굴

01. 상권활성화 기본방향

부산 남구 일대 상권 현황, 국/내외 사례조사, 상인/소비자 설문조사, 전문가 의견을 통한 상권 이슈 및 방안 도출

현황조사

인구사회현황

- 부산 내 외국인 거주 수 :1위(대학가 인근 밀집)
- 65세 이상 노인인구 20.1%(초고령사회로 진입)
- 부산 노후화 전국 최고 수준
- 고객 니즈에 부합하는 상권육성 전략 필요

산업경제현황

- 관광객 수 증가 추세에 있으나 특정지역에 쏠림
- * '23년 182만명(전년대비 270% 증가)
- * 동부산지역(해운대, 광안리, 센텀시티 등)에 집중
- 관광객 유입을 위한 대책 필요
- 상권 내 관광산업과 연계한 거점상권 특화 부족

지역자원 현황

- 상권 주변 풍부한 지역자원 보유
- 엔데믹 체제 전환으로 국내외 관광객 급증
- 문화자산을 연계한 시너지 효과 창출 필요
- 지역자산을 기반으로 상권의 특성 재발견 필요(정체성 확립 : 브랜드 이미지 확보)

의견도출

상인의견

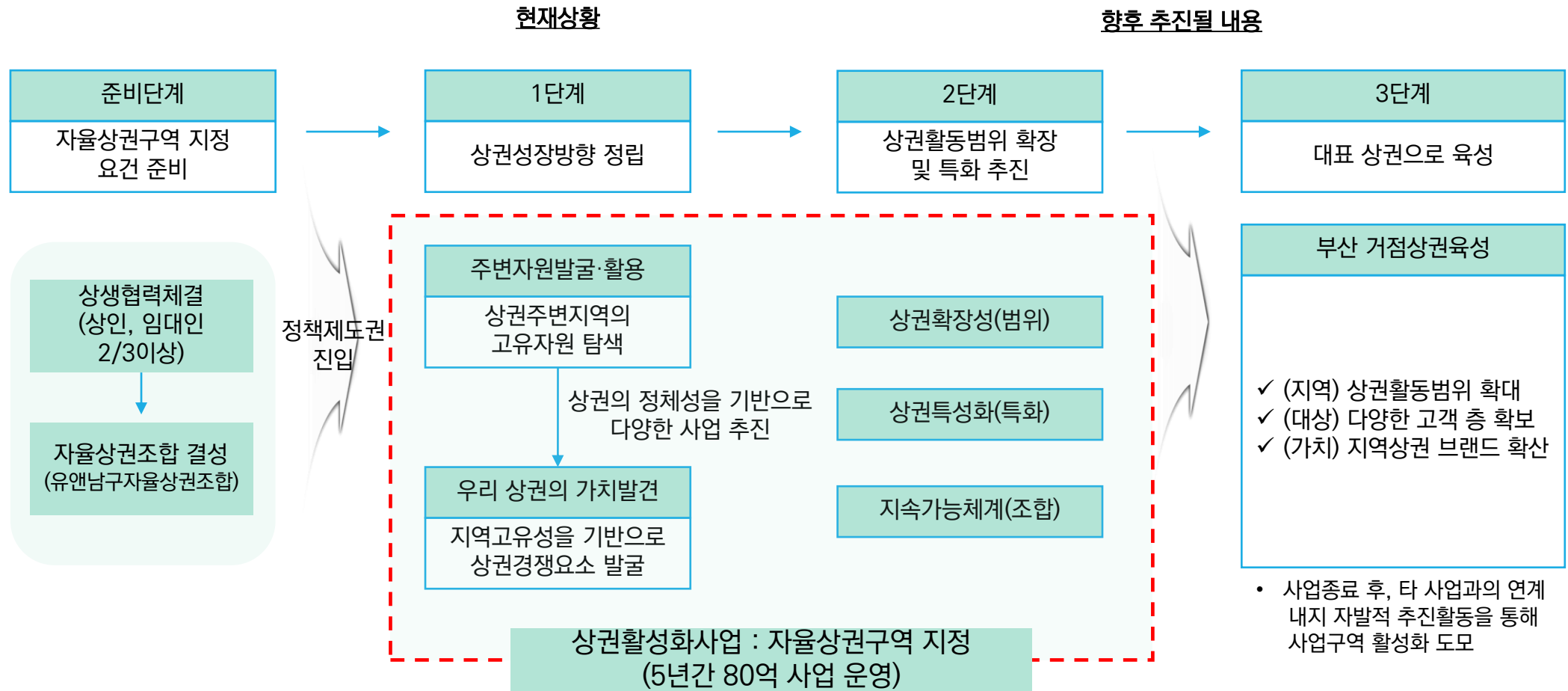
- 주변 지역자원과 연계할 콘텐츠 개발 필요
- 우리 상권의 정체성 확립 필요(브랜드 개발)
- 방문객 유입을 위한 상품·서비스 발굴 필요
- 높은 임대료 부담(상생협력 지원 요구)
- 지역 노후화에 따른 상권매력 저하 → 깨끗한 거리조성

전문가 의견

- (앵커업종 필요) 특색 있는 상권구축을 위해 상권 정체성과 부합하는 앵커업종 유치 및 육성 필요
- (주자환경 개선 및 임대료 문제) 진입로, 동선과 관련된 이슈, 임대인과의 상생협력 방안 마련
- (공실문제) 지역특징을 살려 대학가에 맞는 랜드마크 및 콘텐츠 개발, 공유공간 계획을 활용한 스토리텔링 마련 필요
- (문화예술 부분 보강) 외부 크리에이터 활용보다는 내부 문화예술 자원을 파악하여 활용 모색 필요

01. 상권활성화 기본방향

유엔남구상권의 차별적 특성을 기반으로 상권의 매력도(수준) 및 성장 가능성(확장성)을 증대시키기 위해
연차별·단계별 절차를 통해 사업 성과 극대화 도모 → 부산 거점상권으로 육성



02. 비전 및 목표

비전

대연동 상권만의 특색 있는 '남구' 싶은, 청년 문화 예술 상권
 안녕 남구, 안녕 대학로 V-Culture Plant (포인트 있는 문화 공작소), **유엔남구 대학로 상권**

활성화 목표	청년이 즐기고, 체험하며 가능성을 발견할 수 있는 문화중심지 - 대한민국 최대의 민·관·학 연계 자율상권 구역 다시 찾는 매력 상권 조성 / 청년 문화예술의 장 / 지속가능한 상권 생태계 구축							
추진전략	자생적 상권 활성화 기반마련		인프라 조성 및 다양한 프로그램 운영		지속가능한 상권을 위한 기반 마련			
사업예시	V(visual) 유엔남구 상권 브랜딩		V(vacancy) 유엔남구 테마거리 조성		V(variety) 유엔남구 페스타			
	1. 상권 통합 브랜드 개발 2. 상권 특화 상품 개발		7. 유엔남구 대학로 상권 빈점포 리뉴얼 8. 아트테리어 유엔남구 대학로 점포		12. 낮엔 플리마켓 밤엔 비어축제 13. 청년 문화/예술 콘서트 14. 유엔컬처 릴레이 팝업스토어			
	V(vigorous) 유엔남구 상권 홍보 지원		V(valuable) 유엔남구 유스컬처		지속가능한 유엔남구 대학로 상권			
	3. 온라인 홍보채널 구축 4. 오/오프라인 상권 홍보		9. 청년 캠프 * 연극/뮤지컬/뮤직/영화/아트 등 10. 청년 창업 지원 11. 지역사회와의 연계 강화 * 지역 문제 해결, 사회 공헌 활동		15. 유엔남구 대학로 상권 리빙랩 16. 협업 비즈니스 모델 발굴 및 사업화 17. 상권 관리체계/모니터링			
	V(victory) 유엔남구 상인 역량강화		상권 관리기구 운영					
	5. 상인 문화교실 6. 상인 역량강화 및 맞춤형 컨설팅		18. 상권 관리 전담 조직 운영 * 자율상권조합 (특별조합원) 지정/운영 * 상권/사업 관리 및 협업 비즈니스 모델					
사업별 연계	S/W 지역자원 연계		H/W 문화 예술 공간 조성		Org 축제 / 행사 연계		특성화 브랜드 / 상품 개발	
키워드	청년, 문화, 예술, 지속가능한, 활기							

02. 비전 및 목표 : 5개년 계획

비전

대연동 상권만의 특색 있는 '남구' 싶은, 청년 문화 예술 상권
 안녕 남구, 안녕 대학로 V-Culture Plant (포인트 있는 문화 공작소), **유엔남구 대학로 상권**

활성화
목표

청년이 즐기고, 체험하며 가능성을 발견할 수 있는
 문화중심지-대한민국 최대의 민·관·학 연계 자율상권 구역
 다시 찾는 매력 상권 조성/청년 문화예술의 장/지속가능한 상권 생태계 구축

준비		실행 활성화					확산 지속가능성		상생
23~ 24			25(1년차)	26(2년차)	27(3년차)	28(4년차)	29(5년차)	향후	
유엔남구대학로상권 거버넌스	자생적 상권 활성화 기반마련	V(visual) 유엔남구 상권 브랜딩	상권 통합 브랜드개발			브랜드 고도화		유엔남구 대학로 상권 로컬 상권 플랫폼 운영	
		V(vigorous) 유엔남구 상권 홍보 지원	상권 특화상품 개발						
		V(victory) 유엔남구 상인 역량강화	온라인 홍보채널 구축						
		V(vacant) 유엔남구 테마거리 조성	온·오프라인 상권 홍보						
		V(valuable) 유엔남구 유스컬처	상인 문화교실						
	인프라 조성 및 다양한 프로그램 운영		상인 역량강화 및 맞춤형 컨설팅						
			유엔남구 대학로 상권 빈점포 리뉴얼						
			아트리터리어 유엔남구 대학로 점포						
			청년캠프						
			청년 창업 지원						
지속가능한 상권을 위한 기반 마련		유엔남구 대학로 상권 청년마을							
		낮엔 프리마켓 밤엔 비어축제							
		청년 문화·예술 콘서트							
		유엔컬처 릴레이 팝업스토어							
		유엔남구 대학로 상권 리빙랩							
전담조직 운영		협업 비즈니스 모델 발굴 및 사업화							
		상권관리체계/모니터링							
		기구운영	자율상권 활성화 전담조직 운영						

03. 세부추진 사업(1/10)

자생적상권활성화기반마련

1. V(visual) 유엔남구 상권 브랜딩

위치 (대상)	상권 전체	사업비	계	1년차	2년차	3년차	4년차	5년차
			420	150	50	100	120	-
필요성	<ul style="list-style-type: none"> • 상권의 정체성 부여를 위한 브랜드 개발 필요 • 상권 브랜드를 활용한 상품 개발을 통하여 판매 및 홍보 필요 							

1) 상권 브랜드 개발 (SW)

- 사업 목적
 - 유엔남구 대학로 상권의 정체성 및 이미지 구축을 위한 브랜드 개발
 - 부산 남구 대표 골목상권으로 발돋움하기 위한
- 사업 내용
 - ✓ ‘유엔남구 대학로’를 주제로 시민/대학생/외국인을 대상으로 공모전 개최
 - ✓ 당선된 결과물을 전문 업체와 협업하여 고도화 및 ‘브랜드 매뉴얼북’ 개발
 - ✓ ‘브랜드 매뉴얼북’을 바탕으로 특화 상품 개발 사업에 활용

브랜드 네임 및 심볼마크(예시)



브랜드 매뉴얼 북 개발



2) 특화 상품 개발 (SW)

- 사업 목적
 - 유엔남구 대학로 상권을 위한 지역자원을 바탕으로 기념성, 소비욕구를 자극할 수 있는 상품개발
 - 특화 상품을 홍보 및 판매하여 소비활동 촉진에 기여하고자 함
- 사업 내용
 - ✓ 상권 브랜드 개발 세부사업의 결과물을 활용하여 전문업체와 협업을 통해 관광소비형(기념품형), 생활소비형(생활용품형), 상징형(기념품+실용성) 개발

여수 굿즈(낭만화투)



대구 굿즈(마우스패드)



03. 세부추진 사업(2/10)

자생적상권활성화기반마련

2. V(vigorousu) 유엔남구 상권 홍보 지원

위치 (대상)	상권 전체	사업비	계	1년차	2년차	3년차	4년차	5년차
			380	100	70	70	70	70
필요성	<ul style="list-style-type: none"> • 사업 홍보를 위한 온라인 홍보 체계 구축 필요 • 구축된 홍보 체계 활용을 위한 콘텐츠 제작 필요 							

1) 온라인 홍보채널 구축(SW)

- 사업 목적
 - 지역상권 통합 홍보 채널 운영을 통한 온라인 홍보 강화
 - 상권 소식, 행사, 활동 등에 대한 아카이빙 및 홍보 극대화
- 사업 내용
 - ✓ 상권의 확산을 위한 체계적인 홍보 기획 및 세부 전략 수립
 - ✓ 홈페이지형 블로그 기반 통합 홍보 채널 구축 및 SNS(인스타그램, 페이스북, 유튜브 등) 개설/연동

온라인 홍보채널 구축(예시)



2) 온/오프라인 상권 홍보(SW)

- 사업 목적
 - 구축된 온라인 홍보 채널 활성화를 위한 콘텐츠 제작
- 사업 내용
 - ✓ 유엔남구 대학로 상권 서포터즈
 - 상인, 시민, 대학생, 외국인 등 다양한 참가자를 모집하여 SNS기반 스토리텔링 마케팅 교육 및 홍보 콘텐츠 제작
 - 상인-서포터즈 매칭을 통한 콘텐츠제작, 성과공유회 및 시상을 통해 서포터즈 활동 참여 증진
 - ✓ 영상제작 전문업체와 협업하여 상권활성화 사업, 거리, 핵심포, 관광명소 등 제작하여 홍보

서포터즈 공모(예시)



상권 홍보 영상(예시)



03. 세부추진 사업(3/10)

자생적상권활성화기반마련

3. V(victory) 유엔남구 상인 역량 강화

위치 (대상)	상권 전체	사업비	계	1년차	2년차	3년차	4년차	5년차
			620	100	150	150	150	70
필요성	<ul style="list-style-type: none"> • 상인의 삶의 질 향상을 위한 문화교실 운영 필요 • 상권 내 개별점포의 상황 및 경영 맞춤형 컨설팅 지원 필요 							

1) 상인 문화교실(SW)

- 사업 목적
 - 상인 문화 교실을 활성화하여 상인 간 결속력을 강화하고 상인의 삶의 질 증진
- 사업 내용
 - ✓ 주제별 문화교실 프로그램 운영
 - ✓ 문화교실 프로그램(예시)

연번	프로그램명	이미지
1	향수 만들기 체험	
2	네온사인 만들기	
3	통기타 교실	
4	연필 인물화와 풍경	
5	유화반(꽃 그림, 풍경)	
6	수채화	
7	반지 만들기	
8	캘리그래피	

2) 상인 맞춤형 컨설팅 및 역량강화(SW)

- 사업 목적
 - 창업을 준비하는 예비/초기 창업자/점포를 운영중인 자영업자에게 전문가 컨설팅을 진행하여 맞춤형 애로사항 해결을 통한 상권활성화 증진
- 사업 내용
 - ✓ 생애주거별 예비/초기 창업자, 점포를 운영중인 자영업자, 온라인 진출(네이버 스토어팜)을 희망하는 자에게 맞춤형 교육 및 컨설팅 진행
 - ✓ 회차별 교육 프로그램(예시)

회차	프로그램명	교육 내용
1회차	· 판매활동 현황점검	- 현 상점의 진단을 위한 매출, 이용 고객, 점포 현장 점검
2회차	· 나의 판매 행동 이해	- 유형별 행동 특징에 따른 판매 방법
3회차	· 소비자 행동유형 파악	- 인간행동 유형의 핵심요소 - 행동 유형별 영업 방법
4회차	· 점포 운영방안	- 3회차까지의 내용을 바탕으로 진단 및 운영방안 도출
5회차	· 판매전략 이론	- 전략방안 이론
6회차	· 판매전략 실습	- 전략방안 실습 및 점포별 소규모 시설 정비 지원

03. 세부추진 사업(4/10)

인프라 조성 및 다양한 프로그램 운영

1. V(vacancy) 유엔남구 테마거리 조성

위치 (대상)	상권 전체	사업비	계	1년차	2년차	3년차	4년차	5년차
			1,140	50	190	600	250	50
필요성	<ul style="list-style-type: none"> 빈점포를 활용하여 사람들이 머물 수 있도록 프로그램 운영 및 공간 조성 필요 낙후된 점포 간판 정비 및 리뉴얼을 통한 점포별 환경개선 필요 							

1) 빈점포 리뉴얼(HW)

- 사업 목적
 - 빈점포 활용을 통한 거점공간 조성
 - 상인 및 시민 대상 프로그램 운영 공간 조성
 - 상권 활성화 구역
- 사업 내용
 - ✓ 전문업체/상인/행정청과 협업을 통한 빈점포 발굴
 - ✓ 발굴한 점포별 콘셉트 기획 및 시공

컬러를 사용한 빈점포 리뉴얼(예시)



레트로 콘셉트 리뉴얼(예시)



2) 리뉴얼 유엔남구 대학로 상권 점포(HW)

- 사업 목적
 - '아트테리어' 아트(Art)와 인테리어(Interior)의 합성어로 상권활성화 구역내에 메뉴판, 실내외 인테리어 등 정비
- 사업 내용
 - ✓ 지역예술가들과 상인(점포) 1:1 매칭을 통해 기획
 - ✓ 기획 내용을 바탕으로 점포 리뉴얼 진행

아트테리어 진행 전(예시)



아트테리어 진행 후(예시)



03. 세부추진 사업(5/10)

인프라 조성 및 다양한 프로그램 운영

2. V(valuable) 유엔남구 유스컬처

위치 (대상)	상권 전체	사업비	계	1년차	2년차	3년차	4년차	5년차
			1,470	100	300	470	300	300
필요성	<ul style="list-style-type: none"> • 청년을 위한 다양한 문화프로그램 운영을 통한 네트워킹 필요 • 외국인 유학생을 위한 참여 프로그램 운영 필요 							

1) 청년 캠프(SW)

- 사업 목적
 - 청년 및 외국 대학생의 문화 프로그램 운영 및 네트워킹 기반 조성
 - 다양한 체험을 통한 삶의 질 향상
- 사업 내용
 - ✓ 청년을 위한 다양한 문화프로그램 운영
 - 개인 혹은 그룹별 결과물로 청년/예술 콘서트 참여
 - ✓ 대학생 대상 5~6명 한국인/외국인 대상 프로그램 운영



✓ 운영 프로그램(예시)

구분	프로그램	내용
청년 컬처 캠프	연극	개인 및 그룹을 형성하여 예술 활동 및 추후 청년/예술 콘서트 참여
	뮤직컬	
	뮤직	
	영화	
	아트	
멀티플 컬처 캠프	유엔미 쉐어	각 나라의 언어, 문화, 전공 등 지식 공유
	유엔미 투게더	참가자들의 친목도모 및 의견을 교환하며, 그 동안 해보지 못한 색다른 콘텐츠로 문화간 이해능력 증진
	유엔미 포럼	활동 정리 및 프로그램 결과 발표

03. 세부추진 사업(6/10)

인프라 조성 및 다양한 프로그램 운영

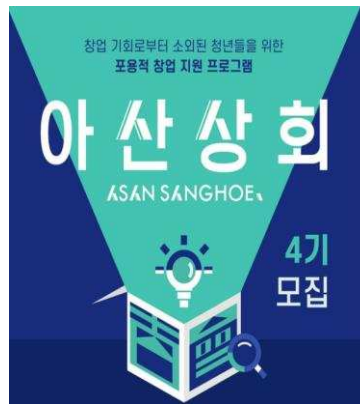
3. V(valuable) 유엔남구 청년활동

위치 (대상)	상권 전체
필요성	<ul style="list-style-type: none"> • 창업을 희망하는 청년들을 지원하여 유엔남구 대학로 상권만의 새로운 점포 발굴 필요 • 청년들의 시각으로 지역 문제를 바라보며 해결하는 네트워킹 프로그램 운영 필요

2) 청년 창업 지원(SW)

- 사업 목적
 - 개인/그룹 청년 창업 지원을 통하여 유엔남구 대학로 상권만의 점포 발굴 및 상권 재활성화
- 사업 내용
 - ✓ 전문가 섭외를 통한 창업 교육 프로그램 운영
 - ✓ 참여자(개인/그룹) 정기적 네트워킹 모임 운영
 - ✓ 최종 심사를 통한 상업 초기 자금 지원

창업 프로그램 모집(예시)



아산상회 (ASAN SANGHOE)는 통일경제특구 입주기업에 종사하는 청년, 창업 기회로부터 소외되었던 국내외 청년들이 다함께 함께 만들어 세상을 준비하는 글로벌 팀창업 프로그램입니다.

2022. 03. 04. (금)
17시 까지
asan.sanghoe@asan-nanum.org / 02-741-8218
www.asan-nanum.org
아산나눔재단

3) 유엔남구 대학로 상권 청년마을(SW)

- 사업 목적
 - 지역 사회와 협력을 강화하여 상권 문제 해결과 사회 공헌 활동
- 사업 내용
 - ✓ 상권 문제 해결 도출 및 해결 방안 기획
 - ✓ 선정된 기획(안) 시범사업 운영
 - ✓ 참여자 프로그램 기획을 통한 낯안 플리마켓 참여

청년활동 지원사업(예시)



03. 세부추진 사업(7/10)

지속가능한상권을 위한 기반마련

1. V(variety) 유엔남구 페스타

위치 (대상)	상권 전체	사업비	계	1년차	2년차	3년차	4년차	5년차
			2,210	170	390	700	550	400
필요성	• 낮부터 밤까지 오랫동안 머무를 수 있도록 즐길거리/볼거리/먹을거리 등 제공 필요 • 빈점포 리뉴얼 공간에 사람들이 모일 수 있도록 다양한 프로그램 운영 필요							

1) 낮엔 프리마켓 밤엔 비어축제(SW)

- 사업 목적
 - 낮부터 밤까지 즐길 수 있는 사업을 운영하여 관광객 유입
 - 주민, 시민 참여로 지역 소속감 증진
- 사업 내용
 - ✓ 플리마켓 운영
 - 정기적으로 열리는 플리마켓 운영
 - 시민, 상인 등이 참여하는 플리마켓 운영
 - 주변 상권에 긍정적인 영향을 줄 수 있도록 공간 및 프로그램 연계 운영
 - 사람들이 오래 머물며 즐길 수 있도록 먹거리, 볼거리, 즐길거리 제공
 - ✓ 비어 축제 운영
 - 민간기업 및 상권 활성화 구역 점포와 협업하여 진행
 - 빈공간, 주차장 공간을 노천 술집으로 조성
 - 맥주와 함께 먹을거리, 즐길거리 등 제공



03. 세부추진 사업(8/10)

지속가능한상권을 위한 기반마련

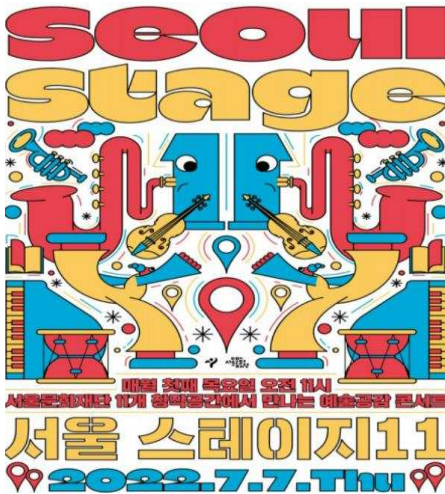
1. V(variety) 유엔남구 페스타

위치 (대상)	상권 전체
필요성	<ul style="list-style-type: none"> • 낮부터 밤까지 오랫동안 머무를 수 있도록 즐길거리/볼거리/먹을거리 등 제공 필요 • 빈점포 리뉴얼 공간에 사람들이 모일 수 있도록 다양한 프로그램 운영 필요

2) 청년 문화/예술 콘서트(SW)

- 사업 목적
 - 청년의 창작활동 기회 제공 및 주민들이 즐길 수 있는 축제 운영
- 사업 내용
 - ✓ 대학 동아리/청년캠프 프로그램 참여자 등이 참여하는 공연 구성
 - ✓ 공연 뿐만 아니라 전시 및 방문객들도 체험할 수 있는 프로그램 운영

문화/예술 콘서트 (예시)



3) 유엔컬처 릴레이 팝업스토어(SW)

- 사업 목적
 - 빈점포를 활용하여 유입객에게 볼거리/즐길거리/먹을거리 제공
 - 빈점포를 활용한 공실률 감소 및 상권 재활성화
- 사업 내용
 - ✓ 상인/주민/민간 등이 참여하여 일정 기간 동안 다양한 프로그램 운영
 - ✓ 유엔컬처 릴레이 팝업스토어 구성안 예시

기획 항목	세부 내용
굿즈 팝업스토어	· 일러스트, 공예 등 지역 예술가 및 동아리와 협업하여 본인의 작품 전시 및 굿즈 판매
오감 팝업스토어	· 먹고, 보고, 체험할 수 있는 팝업스토어
브랜드 팝업스토어	· 민간 브랜드 제품 출시 홍보
이벤트 팝업스토어	· 다양한 점포와 협업하여 스탬프 이벤트 진행 시 시작점 역할(광관/이벤트 안내소)

03. 세부추진 사업(9/10)

지속가능한상권을 위한 기반마련

2. 지속가능한 유엔남구 대학로 상권

위치 (대상)	상권 전체	사업비	계	1년차	2년차	3년차	4년차	5년차
			560	50	50	70	140	100
필요성	<ul style="list-style-type: none"> 지속가능한 상권을 위한 상생 프로그램 운영 필요 지속적인 상권 활성화를 위한 유엔남구 대학로 상권 콘텐츠 개발 필요 							

1) 유엔남구 대학로 상권 리빙랩(SW)

- 사업 목적
 - 3~5인 내외 상인과 주민들이 함께 그룹 활동을 통한 상권 문제를 해결하여 상권활성화 구역 내 운영 및 환경을 개선
- 사업 내용
 - ✓ 상권의 문제를 발굴하고 상인과 주민들의 적극적인 참여와 이해관계자의 아이디어 도출을 통해 해결책의 실증/확산을 효과적으로 지원하기 위한 리빙랩 프로그램 운영
 - ✓ 리빙랩 프로그램 구성은 상권의 문제해결을 위한 교육 및 컨설팅 지원
 - ✓ 상권 리빙랩 운영 프로그램(예시)

회차	프로그램 내용
1회차	·상권 리빙랩 목적 및 운영방안 안내
2회차	·지역 상권 활성화를 위한 홍보 프로젝트 교육 및 컨설팅
3회차	·상권 구역 재활용 쓰레기 분리수거 및 쓰레기 문제해결 교육 및 컨설팅
4회차	·상권 도로 주변 환경 개선 교육 및 컨설팅
5회차	·그룹별 과제 발굴
6회차	·발표 및 시범사업 선정

2) 협업 비즈니스 모델 발굴 및 사업화(SW)

- 사업 목적
 - 상권발전을 위한 협업 비즈니스 모델을 발굴하여 상권활성화 고도화기반마련
 - 임대인들이 적극적으로 참여하는 강점을 살려 상권 활성화 구역 외국인 대상 소속감 및 네트워크 형성을 위한 프로그램 마련
- 사업 내용
 - ✓ (1안) 외국인 부동산 암심계약 상권 조성
 - ✓ (2안) 유엔남구 대학로 자율상권조합 협업 비즈니스 아이템 개발 및 사업모델 고도화

콘텐츠 개발을 위한 추진단계



03. 세부추진 사업(10/10)

지속가능한상권을 위한 기반마련

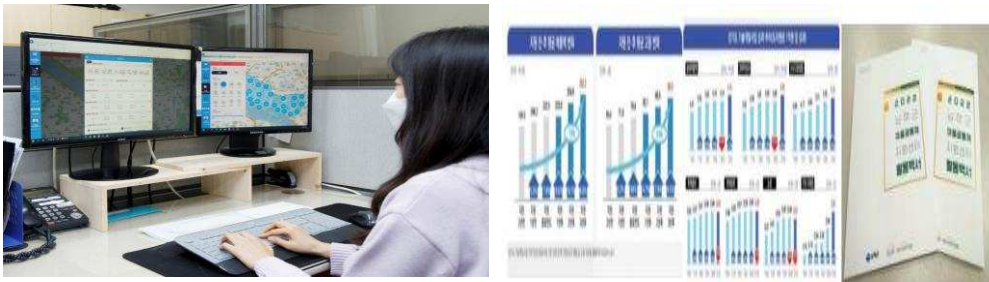
2. 지속가능한 유엔남구 대학로 상권

위치 (대상)	상권 전체
필요성	<ul style="list-style-type: none"> · 지속가능한 상권을 위한 상생 프로그램 운영 필요 · 지속적인 상권 활성화를 위한 유엔남구 대학로 상권 콘텐츠 개발 필요

3) 상권관리체계/모니터링(SW)

- 사업 목적
 - 상권활성화 정도를 판단할 수 있는 객관적이고 정량적인 기초자료 확보
 - 성공적 사업추진을 위해 연차별 모니터링을 통한 사업내용 보완/수정 및 추가 사업발굴 근거 확보
- 사업 내용
 - 상권활성화 사업의 성과 제고 및 분석을 위한 성과지표 개발
 - 개별 단위 사업별 목표 및 사업운영 성과를 분석하여 개선요인 도출
 - 사업별 추진한 성과 및 운영 결과를 기록하고 아카이빙

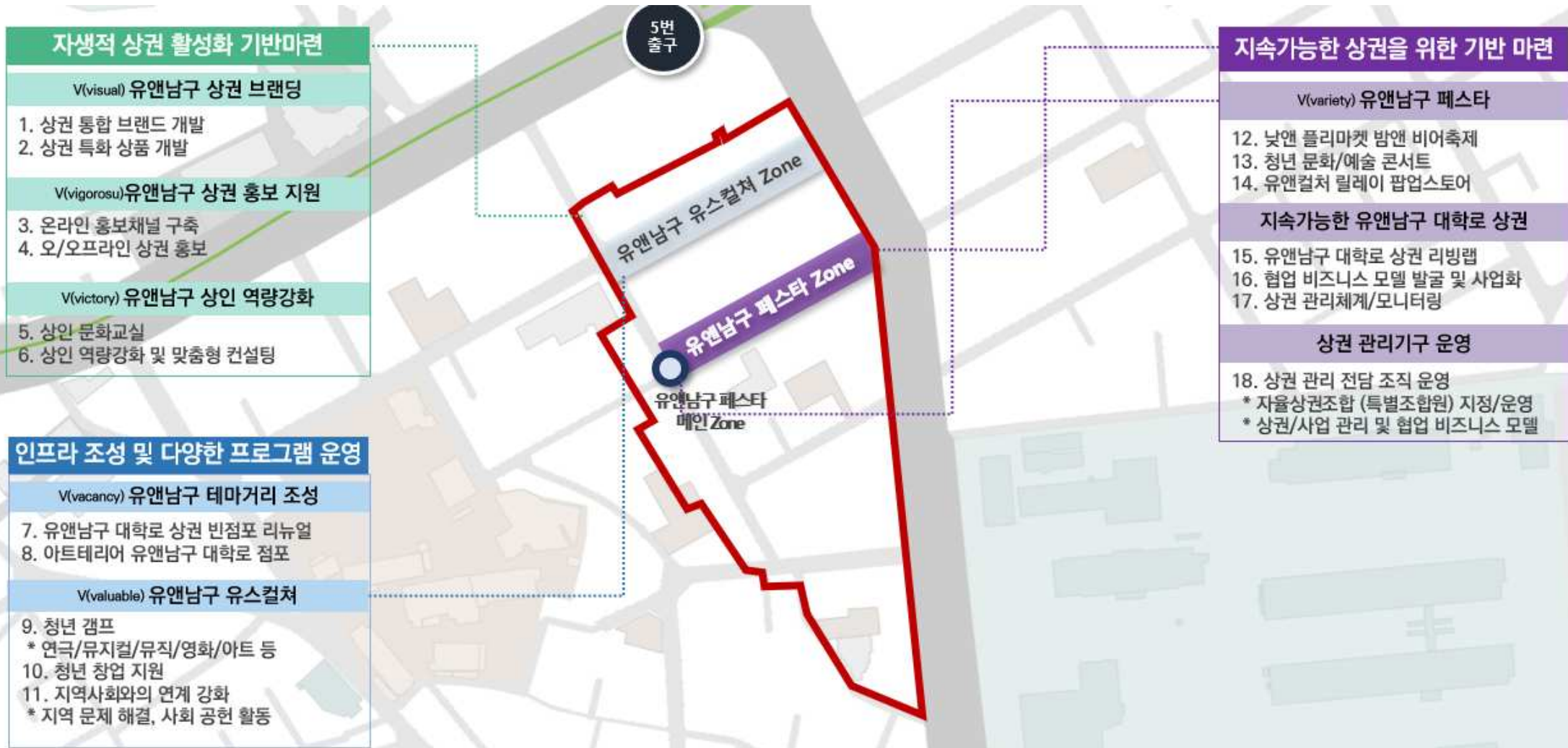
상권 모니터링 및 기록화(예시)



〈성과지표(예시안)〉

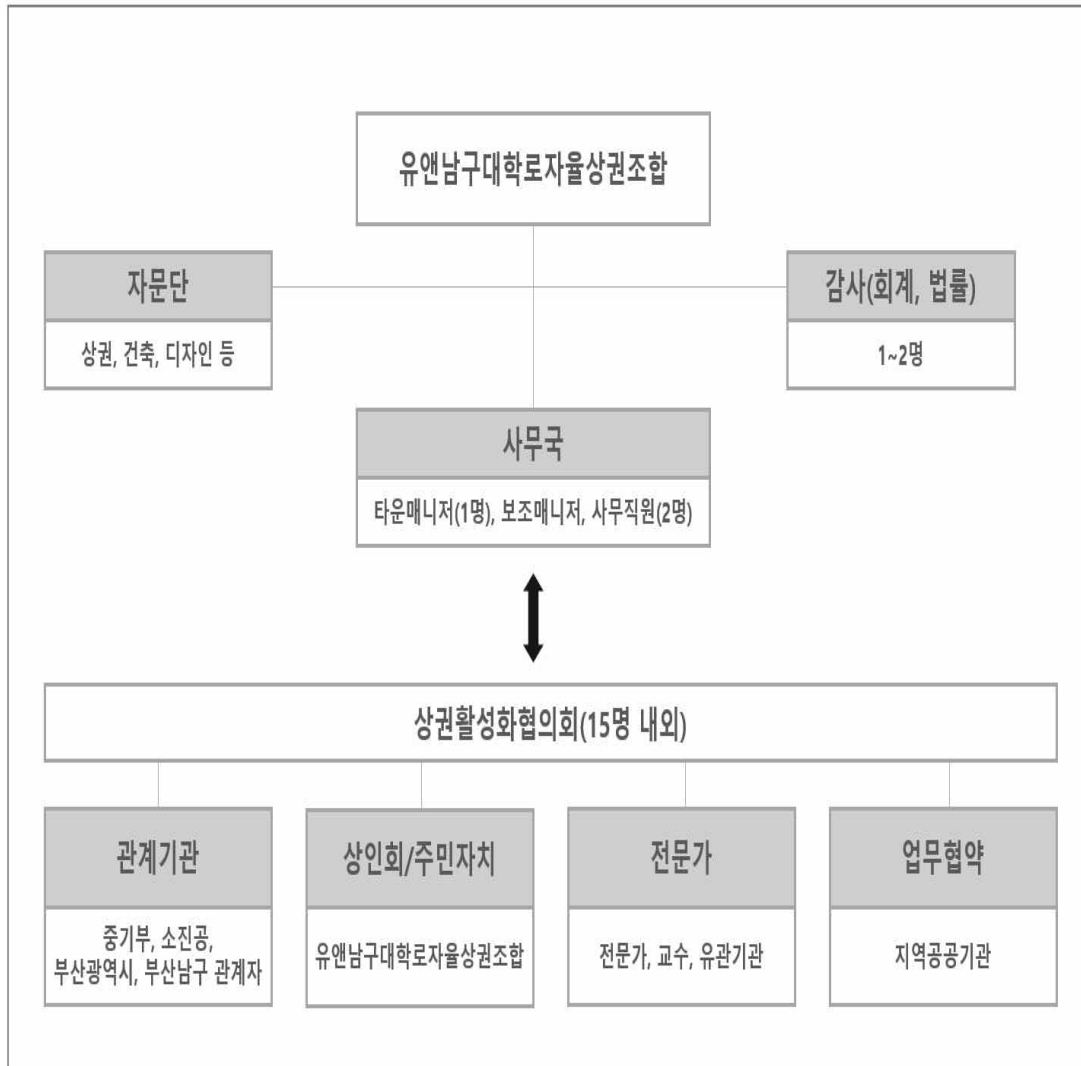
번호	정책목표	종합성과지표	산정방법
1	상권 경쟁력 확보	· 빈점포율	· 상권 현황 대비 빈점포율(%)
2		· 점포변화율	· 업종변경율(%)
3		· 방문객 만족도	· 상권 이용 고객 만족도(5점 척도)
4		· 연계사업 발굴	· 신규 연계사업 선정(건수)
5	상권 활력 회복	· 일평균 유동인구	· 주요 결절점 유동인구 변화율(%)
6		· 매출액	· 주요 상권 매출액 변화율(%)
7		· 매출건수	· 주요 상권 매출액 변화건수(수)
8	공동체 활성화	· 상인 공동체 인식	· 상권활성화 활동 참여 정도 변화율(%) · 상인회 회원 변화율(%) · 상인소속감 정도 변화율(%)

03. 세부추진 사업 : 마스터플랜



03. 상권 운영 및 사후 관리 방안 : 유엔남구대학로자율상권조합 설립

유엔남구대학로자율상권조합을 중심으로 상권관리기구(타운매니저 채용 포함) 운영 계획
(자율상권조합의 특별조합원 구성을 통해 상권을 집중 관리하고자 함)



사업 추진체계

- 상권활성화 계획 실행 과정에서 각 주체별 의견수렴 및 의사 전달이 잘 이루어질 수 있도록 '유엔남구대학로자율상권조합' 구축
- '유엔남구대학로자율상권조합' 및 부산 남구를 중심으로 계획수립 및 사업시행 추진
- '유엔남구대학로자율상권조합'을 통해 의견수렴이 이루어지는 구조로 구축
- 상권 기반 활성화계획 수립을 위하여 '유엔남구대학로자율상권조합' 뿐만이 아닌 주민 협의체 및 행정협의회 등을 통해 효과적인 상호의견 수렴 및 신속한 사업 실행 가능

자율상권 조합 설립 연혁

- 23년 7월 5일 부산남구자율상권활성화준비위원회구성협의
- 24년 1월 19일 부산 남구 자율상권 활성화 및 구성 협의
- 24년 1월 25일 부산 남구 상권활성화 지원사업 추진 회의
- 24년 3월 ~ 자율상권구역 지정을 위한 동의서 징구
- 24년 3월 6일 부산 남구 자율상권 계획 협의 및 상권활성화 구역 협장답사
- 24년 3월 7일 유엔남구대학로자율상권조합 준비위원회 구성
- 24년 3월 7일 유엔남구대학로자율상권 창립 개최 공고
- 24년 3월 15일 유엔남구대학로자율상권조합 창립 총회
- 24년 3월 22일 유엔남구대학로자율상권조합 설립인가
- 24년 3월 27일 자율상권 구역 지정을 위한 주민공청회

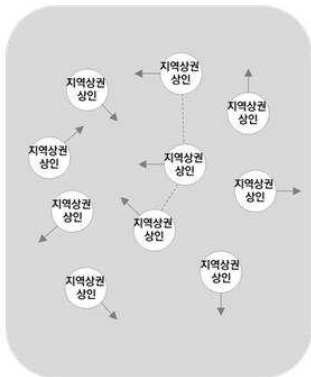
03. 상권 운영 및 사후 관리 방안 : 3가지 상권 운영 방안(1/2)

유엔남구 대학로 상권의 상권활성화를 위한 상권 운영 방안 3가지 구축

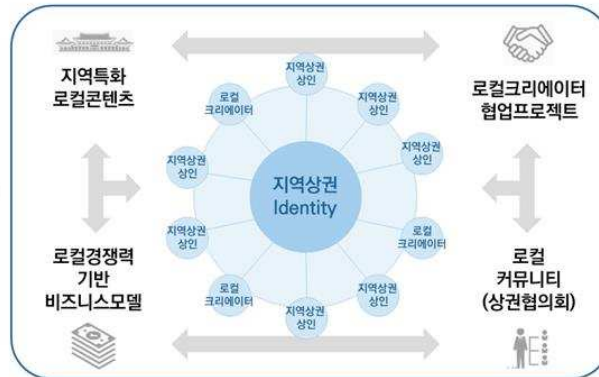
1. 유엔남구 대학로 상권의 로컬브랜드 강화

- 지역상권에 산재되어 있는 경쟁력을 갖춘 창의적인 소상공인(로컬 크리에이터)의 가치를 상권 특성에 맞게 정렬하여 외부 고객을 유인할 수 있는 강력한 로컬콘텐츠기반 비즈니스 모델을 구축하고자 함
- 이를 통해 유엔남구대학로자율상권조합의 상권관리 기능을 강화하고 지역상인, 크리에이터들과의 협업을 통해 신규 수익모델 창출

기존의 상권



신규 상권 모델(안)

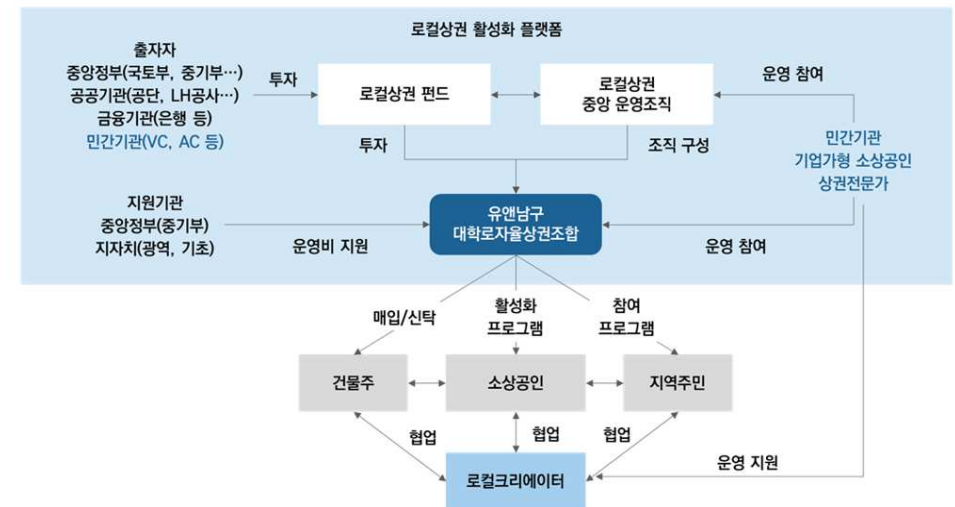


- 경쟁력이 있는 지역상권 내부 상인은 존재
- 그러나, 전체 상권으로서의 시너지는 부족

- 지역(로컬) 기반 창의적 소상공인(로컬 크리에이터) 중심 협업체계
- 지역특화자원과 결합된 로컬 특화 콘텐츠와 비즈니스 모델

2. 활성화사업 추진을 통한 로컬상권 플랫폼 도입

- 체계적인 로컬상권 활성화를 위해 유엔남구대학로자율상권조합과 민간투자 등을 결합하여 유엔남구 대학로 로컬상권 플랫폼을 구축하고, 상권활성화에 기여하고자함



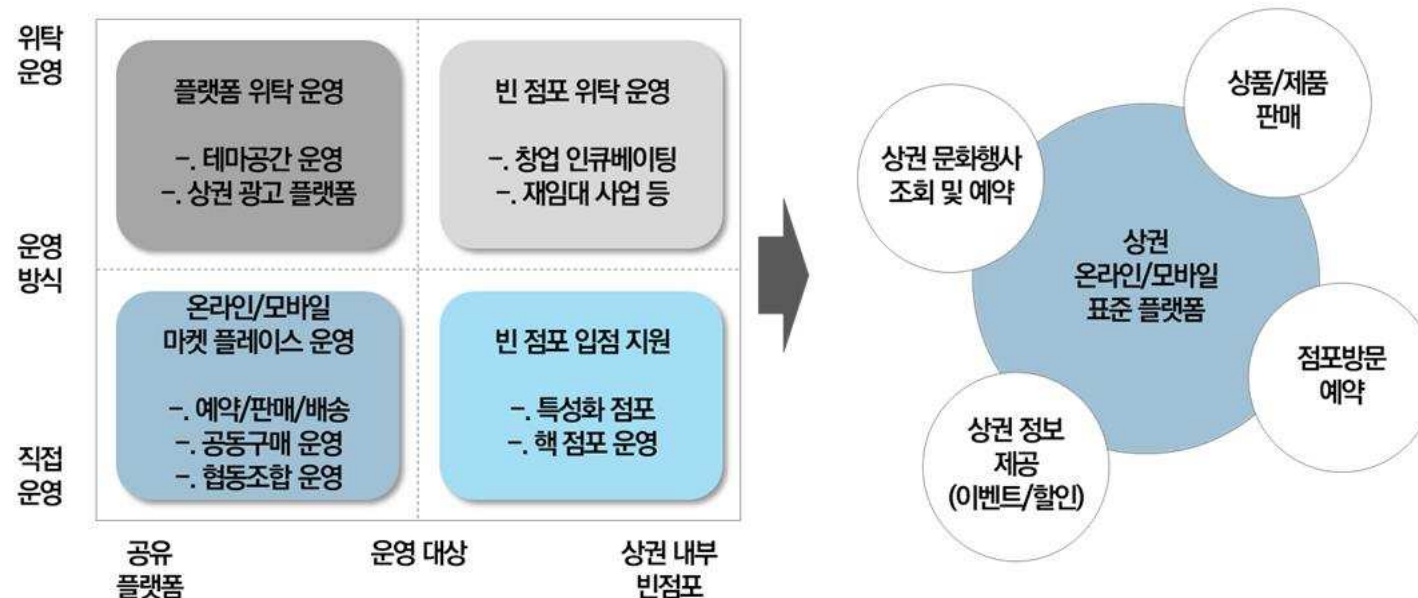
03. 상권 운영 및 사후 관리 방안 : 3가지 상권 운영 방안(2/2)

유엔남구 대학로 상권의 상권활성화를 위한 상권 운영 방안 3가지 구축

3. 빈 점포를 활용한 수익모델 개발 및 활성화

- 부산 남구 자율상권구역의 지속가능한 사업운동을 위해 빈 점포를 활용한 수익모델을 도입하고, 개별 추진 사업과 연계하여 세부 내용을 고도화
- 유엔남구 대학로 상권은 임대인들의 중심으로 조직이 구성되어 있으며, 높은 공실 문제 해결을 위해 다양한 사업 운영 방안이 검토 될 수 있음
- 플랫폼 위탁 운영, 빈점포 위탁 운영, 온라인/모바일 마켓 플레이스 운영, 빈점포 입점 지원 등 운영의 대상과 운영 방식에 따라 도입이 가능
- 다양한 방안을 검토하여 유엔남구 대학로 상권의 지속가능하 표준 플랫폼 구축 가능

지역상권의 지속가능한 수익모델 발굴 및 운영방안 개발



03. 상권 운영 및 사후 관리 방안 : 2가지 사후 관리 방안

유엔남구 대학로 상권이 지속가능한 상권으로 구축할 수 있도록 2가지 사후관리 방안 도출

1. 상권활성화지표를 연계한 체계적인 상권 관리 추진

- 연차별 상권 성과분석 및 모니터링을 통한 연차별 추진사업의 체계적인 관리시행
- 연차별 세부사업 추진에 따른 상권의 변화(유동인구, 매출, 고용, 임대료 등)를 집중 모니터링 하고 세부사업 추진을 고도화



2. 체계적인 사업 실행으로 3+2년 이후 지속가능성 제고

Key Point

- ① 다양한 청년 문화 창출 ② 무리한 시설(HW)사업은 지양 ③ 상인 소통 체계 강화
- ④ 상인-주민 협업을 통한 상권의 발전을 지향 ⑤ 유엔남구 대학로 상권의 브랜드화
- ⑥ 민-관-산-학-연 연계를 통한 지역 문제의 지속 해결 ⑦ 유엔남구자율상권조합의 역량제고 및 수익-상권투자 체계구축 ⑧ 연차별 사업 성과평가를 반영한 연차 사업 실행계획 고도화(환류)



04. 연차별 사업예산 조달계획

사업 추진을 위하여 3가지 전략으로 세부추진사업을 25년~29년까지 총 80억원 예산 분배

추진전략	핵심과제	NO	세부추진과제	1년차	2년차	3년차	계 (1~3년)	4년차	5년차	계 (4~5년)	합계 (1~5년)
자생적 상권 활성화 기반 마련	V(visual) 유엔남구 상권 브랜딩	1	상권 통합 브랜드 개발	100			100	20		20	120
		2	상권 특화 상품 개발	50	50	100	200	100		100	300
	V(vigorousu) 유엔남구 상권 홍보 지원	3	온라인 홍보채널 구축	50	20	20	90	20	20	40	130
		4	온·오프라인 상권 홍보	50	50	50	150	50	50	100	250
	V(victory) 유엔남구 상인 역량강화	5	상인 문화교실	50	50	50	150	50	50	100	250
		6	상인 역량강화 및 맞춤형 컨설팅	50	100	100	250	100	20	120	370
	소계			350	270	320	940	340	140	480	1,420
인프라 조성 및 다양한 프로그램 운영	V(vacancy) 유엔남구 테마거리 조성	7	유엔남구 대학로 상권 빈점포 리뉴얼	50	140	300	490	150	50	200	690
		8	아트테리어 유엔남구 대학로 점포		50	300	350	100		100	450
	V(valuable) 유엔남구 유스컬처	9	청년 캠프	50	100	200	350	100	100	200	550
		10	청년 창업 지원	50	150	220	420	200	200	400	820
		11	유엔남구 대학로 상권 청년마을		50	50	100				100
	소계			150	490	1,070	1,710	550	350	900	2,610
협력과 소통 체계 지원을 통한 지속가능 경영 체계 구축	V(variety) 유엔남구 페스타	12	낮앤 프리마켓 밤앤 비어축제	100	200	300	600	300	300	600	1,200
		13	청년 문화·예술 콘서트	20	50	100	170	100	50	150	320
		14	유엔컬처 릴레이 팝업스토어	50	140	300	490	150	50	200	690
	지속가능한 유엔남구 대학로 상권	15	유엔남구 대학로 상권 리빙랩					100	50	150	150
		16	협업 비즈니스 모델 발굴 및 사업화			20	20	90	50	140	160
		17	상권관리체계/모니터링	50	50	50	150	50	50	100	250
	소계			220	440	770	1,430	790	550	1,340	2,770
상권 관리기구 운영	기구운영	18	자율상권 활성화 전담조직 운영	240	240	240	720	240	240	480	1,200
	소계			240	240	240	720	240	240	480	1,200
합계				960	1,440	2,400	4,800	1,920	1,280	3,200	8,000

목 차

Chapter 1. 사업개요

Chapter 2. 상권현황

Chapter 3. 벤치마킹 조사 분석

Chapter 4. 주요 이해관계자 수요조사

Chapter 5. 상권활성화 계획(안)

Chapter 6. 기대효과

Chapter 7. 대형마트와 기존 전통 상권과의 상생모델 발굴

01. 정량적 기대효과

상권활성화 목표 달성을 위하여 ‘상권 모니터링 및 기록화’ 사업을 실시,
사업추진 기간 매년 사업성과를 평가함

정량적 기대효과

구 분	현수준	1년차목표	2년차목표	3년차목표	4년차목표	5년차목표
일평균 유동인구(명)	36,024	37,825 (+5%)	39,716 (+5%)	42,496 (+7%)	45,471 (+7%)	49,109 (+8%)
점포당 월평균 매출액(만원)	1,390	1,404 (+1%)	1,432 (+2%)	1,475 (+3%)	1,549 (+5%)	1,657 (+7%)
빈점포 수	195	191 (-2%)	181 (-5%)	172 (-5%)	158 (-8%)	145 (-8%)
고객만족도	-	60점	70점	80점	85점	90점

02. 정성적 기대효과

상권활성화 목표 달성을 위하여 ‘상권 모니터링 및 기록화’ 사업을 실시,
사업추진 기간 매년 사업성과를 평가함

정성적 기대효과	
정성지표	주요내용
상권 환경인프라 개선	<ul style="list-style-type: none"> 상권을 대표할 수 있는 상징물 설치 및 낙후된 설비의 개선을 통하여 상권의 기존 이미지 개선 및 상권의 방문동기(포토존, 인생샷, 인증샷, 핫플 방문 등) 부여 빈점포 발굴 및 리뉴얼을 통한 유입객 증진 도모
상인의식 고취 및 경영마인드 개선	<ul style="list-style-type: none"> 상권관리 전문가를 육성하고, 이를 활용하여 상인대상 맞춤형 점포 컨설팅을 실시함에 따라 상인 대상 최신 경영·마케팅 기법 도입 우수상권 활성화 사례 벤치마킹 등을 통해 상인의식 고취를 통한 주도적인 상인으로 변화
상권의 통합적 이미지 개선	<ul style="list-style-type: none"> 기존 상권 일대가 보유하고 있는 상권의 이미지를 탈피하고, 상권의 브랜드 이미지 강화를 통해 고객, 방문객의 인지도 제고, 상권을 넘어 부산 남구의 대표 상권으로서의 역할 수행
지역자원을 연계한 상권 콘텐츠 조성	<ul style="list-style-type: none"> 지역자원을 연계한 상권 축제 및 이벤트를 통하여 상권을 알리고 지역 발전에 직접적으로 기여 상권이 개별적으로 보유하고 있는 자원을 활용하여 특색있는 상권으로의 변모
상권 자생력 강화	<ul style="list-style-type: none"> 유엔남구대학로자율상권조합을 통하여 상권활성화사업이 원활히 추진될 수 있도록 운영하며, 상인 및 지역민들을 묶고 소통하는 창구로서 활용 상권활성화 단체 포럼 개최, 상권활성화 협의체의 운영 등을 통하여 사업기간 종료 이후에도 지속적인 상권활성 추진이 가능하도록 함
타사업과의 연계를 통한 시너지 창출	<ul style="list-style-type: none"> 정부사업의 유기적 연계를 통하여 성과 극대화 및 시너지 효과 창출

목 차

Chapter 1. 사업개요

Chapter 2. 상권현황

Chapter 3. 벤치마킹 조사 분석

Chapter 4. 주요 이해관계자 수요조사

Chapter 5. 상권활성화 계획(안)

Chapter 6. 기대효과

Chapter 7. 대형마트와 기존 전통 상권과의 상생모델 발굴

01. 유통산업의 기본이해(1/7)

유통산업은 광의의 개념에서 도매 및 소매업 뿐만 아니라 보관·배송·포장과 물류 서비스를 포함함. 협의의 개념에서는 도매 및 소매업에 해당하는 산업으로 한정하며 자동차 및 부품 판매업, 도매 및 상품 중개업, 소매업으로 구분함

유통산업의 분류

광의의 개념의 유통산업의 정의

- 유통산업은 “농산물·임산물·축산물·수산물(가공 및 조리물 포함) 및 공산품의 도매·소매 및 이를 영위하기 위한 보관·배송·포장과 이와 관련된 정보·용역의 제공 등을 목적으로 하는 산업
- 유통산업발전법(제2조)
- 이와 같이 유통산업은 **도매 및 소매업** 뿐만 아니라, **보관·배송·포장과 물류 서비스**를 포함한 광의의 개념

유통산업

도매 및
소매보관·
배송·포장물류
서비스

협의의 개념의 유통산업의 정의

- 협의의 유통산업은 한국표준산업분류(KISC 9)의 대분류 ‘G 도매 및 소매업’에 해당하는 산업으로 한정할 수 있음
- ✓ **(대분류)** 대분류에는 구입한 각종 신상품 또는 중고품을 변형하지 않고 구매자에게 재판매하는 도매 및 소매활동
- ✓ 판매상품에 대한 소유권을 갖지 않고 구매자와 판매자를 위하여 판매 또는 구매를 대리하는 상품중개
- ✓ 대리 및 경매 활동이 포함됨
- ✓ **(중분류)** 중분류에는 자동차 및 부품판매업(45), 도매 및 상품 중개업(46), 소매업 : 자동차제외(47)로 구분됨

유통산업

중분류

대분류

G. 도매 및 소매활동

자동차 및 부품 판매업(45)

도매 및 상품중개업(46)

소매업: 자동차제외(47)

01. 유통산업의 기본이해(2/7)

한국표준산업분류 10차 개정(KISC)에 따라 소매업(자동차 제외) 분류를 기준으로
대형마트, SSM, 소상공인들에 대한 충분한 이해가 필요함

소매업(자동차 제외) 분류

자료: 한국표준산업분류 10차 개정(KISC)

중분류	소분류	세분류	세세분류
47	소매업 : 자동차 제외	471 종합소매업	4711 대형 종합 소매업
			47111 백화점
			47112 대형마트
			47119 기타 대형 종합 소매점
			4712 음·식료품 위주 종합 소매업
			47121 슈퍼마켓
			47122 체인화 편의점
			47129 기타 음·식료품 위주 종합 소매업
			47130 면세점
			47190 그 외 기타 종합 소매업
		472 음·식료품 및 담배 소매업	4721 식료품 소매업
			4722 음료 및 담배 소매업
		473 정보통신장비 소매업	4731 컴퓨터 및 주변장치, 소프트웨어 및 통신기 기 소매업
			4732 가전제품 소매업

01. 유통산업의 기본이해(2/7)

소매업(자동차 제외) 분류

중분류	소분류	세분류	세세분류
47	소매업 : 자동차 제외	4741	섬유, 직물, 의복 및 의복액세서리 소매업
		4742	신발 소매업
		4743	가방 및 기타 가죽제품 소매업
		4751	철물, 페인트, 유리 및 건설자재 소매업
		4752	가구 소매업
		4759	그 외 기타 가정용품 소매업
		4761	서적 및 문구용품 소매업
		4762	음반 및 비디오물 소매업
		4763	스포츠용품 소매업
		4764	게임용구, 인형 및 장난감 소매업
		4771	차량용 연료 소매업
		4772	가정용 연료 소매업
		4781	의약품, 의료용 기구, 화장품 및 방향제 소매업
		4782	사무용 기기, 사진장비 및 정밀기기 소매업
		4783	시계 및 귀금속 소매업
		4784	예술품 및 선물용품 소매업
		4785	그외 기타 상품 전문 소매업
		4786	중고상품 소매업
		4791	통신 판매
		4792	노점 및 유사이동 소매업
		4799	기타 무점포 소매업

01. 유통산업의 기본이해(4/7)

한국표준산업분류상 소매업의 형태는 종합소매업, 전문소매업, 중고품 소매업, 무점포 소매업으로 구분됨.
그 중 종합소매업(471)에는 다양한 유통업태가 포함되어 있음

소매업 업태별 분류

1 종합소매업	일반대중을 대상으로 직접 판매할 수 있는 매장을 개설하고 식품 또는 비식품 위주의 각종 상품을 종합적으로 소매하는 산업활동을 의미함
2 전문소매업	일반 대중을 대상으로 직접 판매할 수 있는 매장을 개설하고 특정 상품을 전문적으로 소매하는 산업활동을 의미함(특정 신상품 전문 소매업과 특정 중고품 전문 소매업 포함)
3 중고품 소매업	중고 가구, 가전제품, 서적 등 각종 중고 상품을 소매하는 산업활동을 의미함
4 무점포 소매업	일반 대중을 대상으로 직접 판매할 수 있는 매장(점포)을 개설하지 않고 전자상거래 및 기타 통신 판매, 행사 형식에 의한 고객 유치 판매, 배달 및 방문 판매, 노점, 이동 판매, 자동판매기 및 기타 무점포 판매방법에 의하여 각종 특정 상품 또는 종합 상품을 소매하는 산업활동을 의미함

01. 유통산업의 기본이해(5/7)

대형 종합 소매업은 단일 경영 체제 아래 대형 매장(3,000㎡ 이상)을 갖추고 주된 취급품목 없이 식료품, 가구, 가전제품, 의류, 서적, 귀금속, 의약품 등 각종 유형의 상품을 종합적으로 소매하는 산업활동으로 백화점, 대형마트, 기타 대형종합 소매점으로 분류함

[종합소매업의 분류]

소분류	세분류	세세분류
종합 소매업	대형 종합 소매업	백화점
		대형마트
		기타 대형 종합 소매점
	음·식료품 위주 종합 소매업	슈퍼마켓
		체인화 편의점
		기타 음·식료품 위주 종합 소매 업
		면세점
	그외기타종합소매업	그 외 기타 종합 소매업

1. 백화점

- 단일 경영 주체가 일정한 장소에서 총괄적으로 관리되는 다수의 매장으로
구획된 판매 시설을 갖추고 각종 상품을 종합적으로 소매하는 산업활동
- 일반적으로 이러한 백화점은 각 매장마다 전용 판매원이 고정 배치되어 있어
각 매장 단위로 직접 매매 및 계산활동이 이루어짐

2. 대형마트

- 단일 경영 주체가 일정한 장소에서 총괄적으로 관리하는 대형 매장을 갖추고 식품, 가
전, 농·수산물, 공산품 및 각종 생활용품에 이르기까지 다양한 상품을 구비하여 셀프 서
비스 방식으로 소매하는 산업활동
- 대형 마트는 회원제로 운영하는 경우와 비회원제로 운영하는 경우를 모두
포함하며 대량 구매 및 대량 판매 방식을 통한 가격 경쟁력을 확보하는 것을
특징으로 함

3. 기타 대형 종합 소매점

- 단일 경영 체제 아래에서 대형 매장(백화점, 대형 마트 제외)을 갖추고
식료품, 의류, 가구, 가전제품, 화장품, 귀금속, 약품 등의 각종 유형의 상품을
종합적으로 소매하는 산업활동

(예시) 대형 종합 소매업(백화점, 대형 마트 제외)

: 대형 아울렛, 대형 쇼핑센터, 복합 쇼핑몰

01. 유통산업의 기본이해(6/7)

음·식료품 위주 종합 소매점은 단일 경영 주체가 일정한 매장(3,000㎡미만)을 갖추고 음·식료품 위주로 각종 생활 잡화 등을 종합적으로 판매하는 산업활동을 말하는 것으로 슈퍼마켓, 체인화 편의점, 기타 음·식료품 위주 종합 소매업, 면세점으로 구분됨

[종합소매업의 분류]

소분류	세분류	세세분류
종합 소매업	대형 종합 소매업	백화점
		대형마트
		기타 대형 종합 소매점
	음·식료품 위주 종합 소매업	슈퍼마켓
		체인화 편의점
		기타 음·식료품 위주 종합 소매 업
		면세점
	그외기타종합 소매업	그 외 기타 종합 소매업

1. 슈퍼마켓

- 단일 경영 주체가 일정 규모의 시설(165㎡ ~ 3,000㎡)을 갖추고 음·식료품을 위주로 하여 각종 생활 잡화 등을 함께 소매하는 산업활동
- 체인화 편의점의 형태로 운영하는 산업활동은 제외함
(예시) 슈퍼마켓, 기업형 슈퍼마켓(SSM), 중형 종합 할인점

2. 체인화 편의점

- 단일 경영 주체가 일정한 시설을 갖춘 매장에서 종합 상품 체인 공급업자와 체인계약을 체결하고 편의점 운영에 필요한 식료품 및 담배 위주의 각종 상품을 계속적으로 공급받아 판매(소매)하는 산업활동
(예시) 편의점

3. 기타 음·식료품 위주 종합 소매점

- 단일 경영 주체가 일정한 시설(165㎡ 미만)을 갖추고 슈퍼마켓, 체인화 편의점 이외의 방식으로 음·식료품을 위주로 하여 각종 생활 잡화 등을 함께 소매하는 산업활동

4. 면세점

- 각종 상품을 종합적으로 취급하고 여행자에게 부과되는 세금(소비세, 주세, 수입품 관세 등)을 면제하여 판매하는 산업활동
- 매장면적과 관계없이 공항·항만 면세점, 시내 면세점, 내국인 면세점 등을 모두 포함함

01. 유통산업의 기본이해(7/7)

그 외 기타 종합 소매점은 단일 경영주체가 일정한 장소에서 매장(3,000㎡ 미만)을 갖추고 특정 상품에 특화되지 않은 상품을 종합적으로 소매하는 산업활동으로 결혼용품 전문점, 노인용품 전문점을 그 예로 들 수 있음

[종합소매업의 분류]

소분류	세분류	세세분류
종합 소매업	대형 종합 소매업	백화점
		대형마트
		기타 대형 종합 소매점
	음·식료품 위주 종합 소매업	슈퍼마켓
		체인화 편의점
		기타 음·식료품 위주 종합 소매업
		면세점
	그외기타종합소매업	그 외 기타 종합 소매업

1. 그 외 기타 종합 소매업

- 단일 경영 주체가 일정한 장소에서 매장(3,000㎡ 미만)을 갖추고 특정 상품에 특화되지 않은 시계, 주방용품, 가구, 가전제품, 액세서리 및 기타 가정용품 등의 상품을 종합적으로 소매하는 산업활동
(예시) 결혼용품 전문점(종합 상품으로 구성)
노인용품 전문점(종합 상품으로 구성)

02. 관련계획 및 법규검토(1/3)

한국표준산업분류에 따르면 대규모 점포는 대형종합소매업 중 ‘백화점’을 제외한 3,000 ㎡이상인 점포를 의미하며, 복합쇼핑몰이든 쇼핑, 오락 및 업무 기능 등이 한 곳에 집적되고, 문화 관광 시설로서의 역할을 하며, 1개의 업체가 개발·관리 및 운영하는 점포의 집단을 의미함

대규모점포의 정의

대규모점포의 정의	
<ul style="list-style-type: none"> (한국표준산업분류상) 대형종합소매업 중 ‘백화점’을 제외한 3,000 ㎡이상 대규모 점포 	
세분류	• 4711 대형 종합 소매업
통계청 표준산업분류	• 대형매장(백화점 제외)을 갖추고 식료품, 의류, 가구, 가전제품, 화장품, 귀금속, 약품 등의 각종 유형의 상품을 종합적으로 소매하는 산업활동
유통법 (법 제2조 제3호)	• 매장면적의 합계가 3천제곱미터 이상인 점포의 집단으로서 제2조3호에 따른 대형마트, 전문점, 쇼핑센터, 복합쇼핑몰 등 대규모 점포
<ul style="list-style-type: none"> 쇼핑센터, 복합쇼핑몰, 아울렛은 유통법 제2조제3호에 따른 정의는 있으나, 유통업계는 혼용하여 사용 실제로 전국지자체가 발표한 대규모점포 현황에 따르면 대형유통사가 어떤 업태로 등록했는지에 따라 임의대로 분류되어 있음. 예를 들어 롯데몰 은평점은 복합쇼핑몰로, 롯데몰 수원점은 쇼핑센터로, 이마트 파주점은 복합쇼핑몰로 등록되어 있는 등 일관성 결여 또한 최근에 홍익표 의원등은 유통산업발전법 개정안 발의에서 10,000㎡ 이상의 초대규모 점포를 새롭게 규정하기도 함 	

복합쇼핑몰 정의

- 복합쇼핑몰이란 용역의 제공 장소를 제외한 매장면적의 합계가 제외한 3,000 ㎡이상인 점포의 집단으로서 쇼핑, 오락, 및 업무 기능 등이 한 곳에 집적되고 문화 관광시설로서의 역할을 하며, 1개의 업체가 개발·관리 및 운영하는 점포의 집단

대규모 점포 종류

대규모 점포 종류		매장면적 3,000㎡ 이상
대형마트	• 식품,가전 및 생활용품을 중심으로 점원의 도움없이 소비자에게 소매하는 점포의 집단	
백화점	• 다양한 상품을 구매할 수 있도록 현대적 판매시설과 소비자 편의시설이 설치된 점포로 직영의 비율이 30% 이상인 점포의 집단	
전문점	• 의류,가전 또는 가정용품 등 특정 품목에 특화한 점포의 집단	
쇼핑센터	• 다수의 대규모 점포 또는 소매점포와 각종 편의시설이 일체적으로 설치된 점포로 직영 또는 임대형태로 운영되는 점포의 집단	
복합쇼핑몰	• 쇼핑, 오락 및 업무 기능 등이 한 곳에 집적되고, 문화 관광 시설로서의 역할을 하며, 1개의 업체가 개발·관리 및 운영하는 점포의 집단	
그 밖의 대규모 점포	• 상가점포에 해당하지 않는 점포(예.아울렛)	

02. 관련계획 및 법규검토(2/3)

대규모점포는 하나 또는 둘 이상의 연접되어 있는 건물 안에 하나 또는 여러 개로 나눠 설치된 매장에 상시운영과 면적의 합계가 3,000㎡ 이상인 점포이며, 준대규모점포는 대규모점포 경영사가 직영하거나 계열사가 직영하는 점포로 통상 SSM이라고 불림

대규모점포와 준대규모점포의 법령 구분

대규모점포	준대규모점포
<p>유통산업발전법 제2조(정의)</p> <p>3. "대규모점포"란 다음 각 목의 요건을 모두 갖춘 매장을 보유한 점포의 집단으로서 별표에 규정된 것을 말한다.</p> <p>가. 하나 또는 대통령령으로 정하는 둘 이상의 연접되어 있는 건물 안에 하나 또는 여러 개로 나누어 설치되는 매장일 것</p> <p>나. 상시 운영되는 매장일 것</p> <p>다. 매장면적의 합계가 3천제곱미터 이상일 것</p> <p>대규모점포의 업태 구분 : 대형마트, 전문점, 백화점, 쇼핑센터, 복합쇼핑몰, 그 밖의 대규모점포</p>	<p>유통산업발전법 제2조(정의)</p> <p>4. "준대규모점포"란 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 점포로서 대통령령(슈퍼마켓(47121)과 기타 음·식료품 위주 종합소매업(47129)을 영위하는 점포)으로 정하는 것을 말한다.</p> <p>가. 대규모점포를 경영하는 회사 또는 그 계열회사(「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」에 따른 계열회사를 말한다)가 직영하는 점포</p> <p>나. 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」에 따른 상호출자제한기업집단의 계열회사가 직영하는 점포</p> <p>다. 가목 및 나목의 회사 또는 계열회사가 제6호가목에 따른 직영점형 체인사업 및 같은 호 나목에 따른 프랜차이즈형 체인사업의 형태로 운영하는 점포</p> <p>제48조의2(규제의 존속기한) 제2조제4호, 제8조제1항·제2항 중 준대규모점포와 관련된 부분, 제8조제3항·제4항 및 제13조의3은 2020년 11월 23일까지 그 효력을 가진다.</p>

02. 관련계획 및 법규검토(3/3)

2010년 전통상업보존구역(전통시장주변 500m)에 대한 출점 제한이 시작되었으며, 2012년에는 대규모점포 등에 대한 영업시간 제한 및 의무휴업일 제도가 신설되는 등 대규모점포의 입점에 따른 상권의 피해를 최소화 하기 위한 규제 도입의 경과는 다음과 같음

2020년 이후, (준)대규모점포의 **주말영업이 주변상권에 긍정적인 영향**이 있다는 결과가 다수임

규제도입의 경과 및 정책 동향

일자	개정내용
2010 11. 24	▪ 전통상업보존구역(전통시장 주변 500m)에 대한 출점 제한 (일몰 5년)
2011. 6. 30	▪ 전통상업보존구역 확대 : 전통시장 주변 1km (일몰 5년)
2012. 1. 17	▪ 대규모점포 등에 대한 영업시간 제한 및 의무휴업일 제도 신설
2013. 1. 23	▪ 대규모점포 출점 시 상권영향평가서와 지역협력계획서 첨부 필요 ▪ 대규모점포 등에 대한 현행 영업시간 제한 및 의무휴업일 범위 확대 ▪ 영업시간 제한 등의 의무 위반 시 제재 강화
2014. 3. 18	▪ 변경등록 대상이 되는 점포확장 기준 명확화
2015. 11. 20	▪ 전통상업보존구역 지정 및 준대규모점포 규정 일몰기간 연장 (5년)
2016. 1. 6	▪ 대규모점포 등록 시 인근 지자체장 의견 청취 ▪ 상권영향평가서 및 지역협력계획서 검토 내실화 ▪ 지역협력계획서 내용 법률규정, 이행실적 점검 등 사후조치 규정 ▪ 대규모점포 등 개설기간의 예고기간 확대
2017. 10. 31	▪ 관리비 등의 공개에 관한 적용례 개정 ▪ 대규모점포관리자의 계약체결방식, 계약서 공개, 회계서류 작성, 회계감사 등 계약적용 시기 확정 ▪ 대규모점포관리자 신고에 관한 경과조치의 정의
2019. 9. 27	▪ < 대규모점포 출점시 상권영향평가 강화(개정안 9.27 공포) >
2022.12.	▪ '대·중소유통 상생발전을 위한 협약' 체결 (국조실, 산업부, 중기부 / 전국상인연합회, 수퍼마켓협동조합연합회, 체인스토어협회)
2024.01.22	▪ 5차 민생토론회 대형마트 의무휴업 공휴일 원칙 폐지 발표

규제 강화

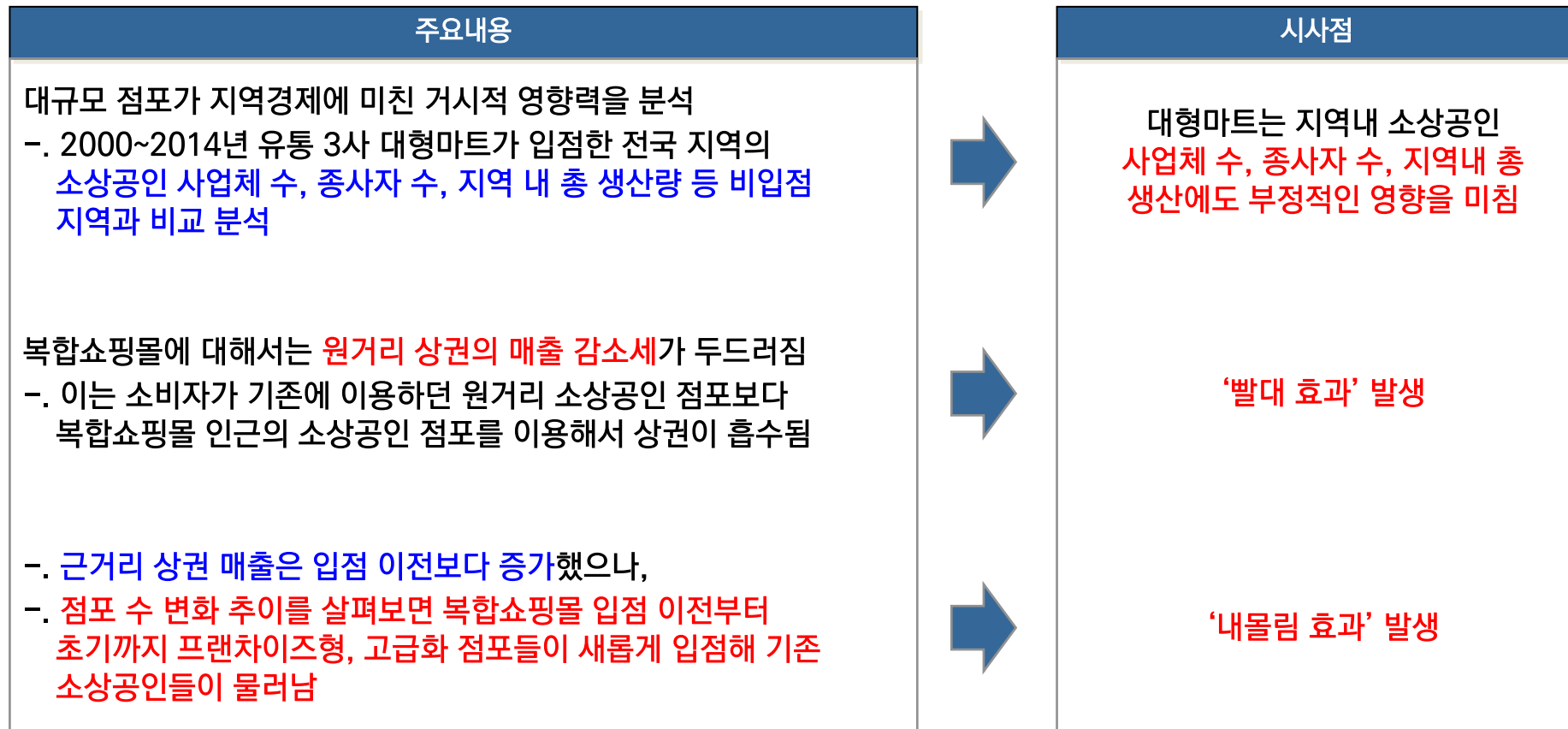
규제 완화

03. 선행연구 검토 - 20년대 이전 - 대규모점포 입점 및 영업에 따른 긍정/부정 효과_2017년

대형유통업체 입점이 지역상권에 ‘**빨대효과**’와 ‘**내몰림효과**’를 일으켜
지역내 총 생산에 부정적인 영향을 미친다는 연구 결과 발표.(연합뉴스 2017.9.27)

부정

대규모점포 출점규제 효과 분석 (설문조사, 상권영향분석)



* 출처 : ‘파급력 큰 복합쇼핑몰 : 내몰림효과와 빨대효과’, 중소기업연구원, 2017.09.27

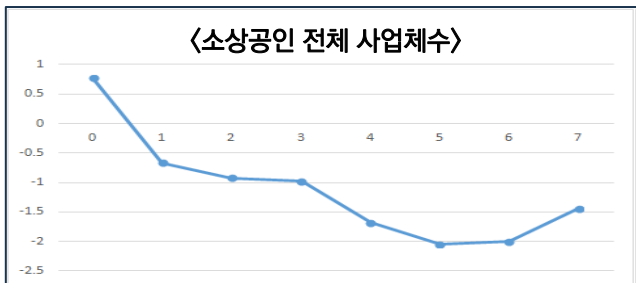
03. 선행연구 검토 - 20년대 이전 - 대규모점포 입점 및 영업에 따른 긍정/부정 효과_2017년

대형마트 입점에 따른 중장기 영향력에 대해 조사한 결과,
대형마트는 지역내 소상공인 사업체수, 종사자수 뿐 아니라 지역내 총생산에도 부정적 영향을 미침

부정

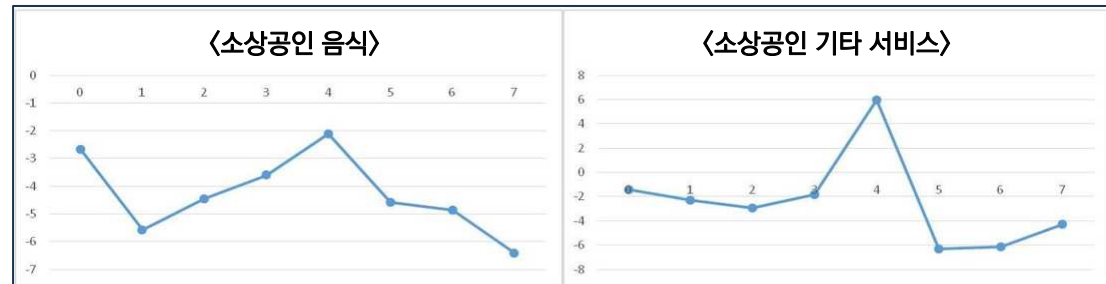
대형마트 입점에 따른 중장기 영향력

소상공인 전체 사업체 수 및 종사자수 변화



- 대형마트 입점 후 3년까지 소상공인 사업체 수(-0.98%→ -2.0%→ -1.44%)와 종사자수 (-0.95%→ -2.51%→ -1.68%)는 비교집단에 비해 완만하게 감소하다가 이후 감소폭이 벌어지나 7년차부터 회복

소상공인 지역내 총생산(GRDP) 변화



- 소상공인: 대형마트 입점 1-2년 시점에 비교집단에 비해 감소한 이후(-1.9%), 7년 시점에 큰 폭으로(-6.2%)까지 감소
- 소매점: 비교집단에 비해 증가와 감소를 반복하는 불안정 패턴을 보이나, 감소추세
- 음식점업과 기타서비스업(입점 후 4년 제외): 입점 이후 지속적으로 감소하는 등 피해가 발생

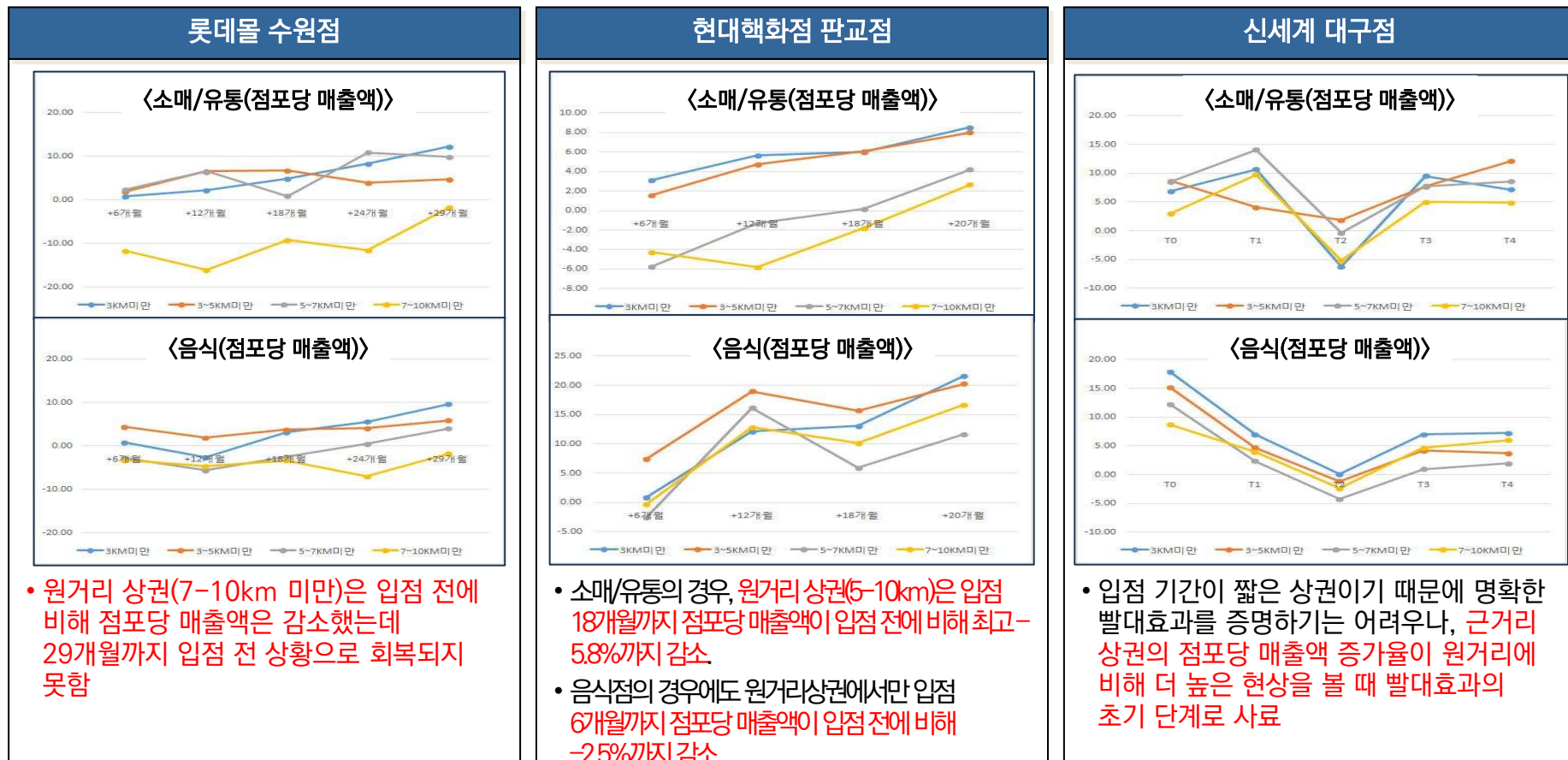
* 출처 : '파급력 큰 복합쇼핑몰 : 내몰림효과와 빨대효과', 중소기업연구원, 2017.09.27

03. 선행연구 검토 - 20년대 이전 - 대규모점포 입점 및 영업에 따른 긍정/부정 효과_2017년

원거리 상권은 매출 감소세가 두드러진데, 소비자가 기존에 이용하던 원거리 소상공인 점포(소매/유통, 음식점 등)보다는 복합쇼핑몰 인근의 소상공인 점포를 이용하는 행태 때문에, 상권이 흡수되는 “빨대효과”가 발생했기 때문

부정

복합쇼핑몰 입점에 따른 단기 영향력 분석_소상공인 점포당 매출액 변화(원거리 상권)



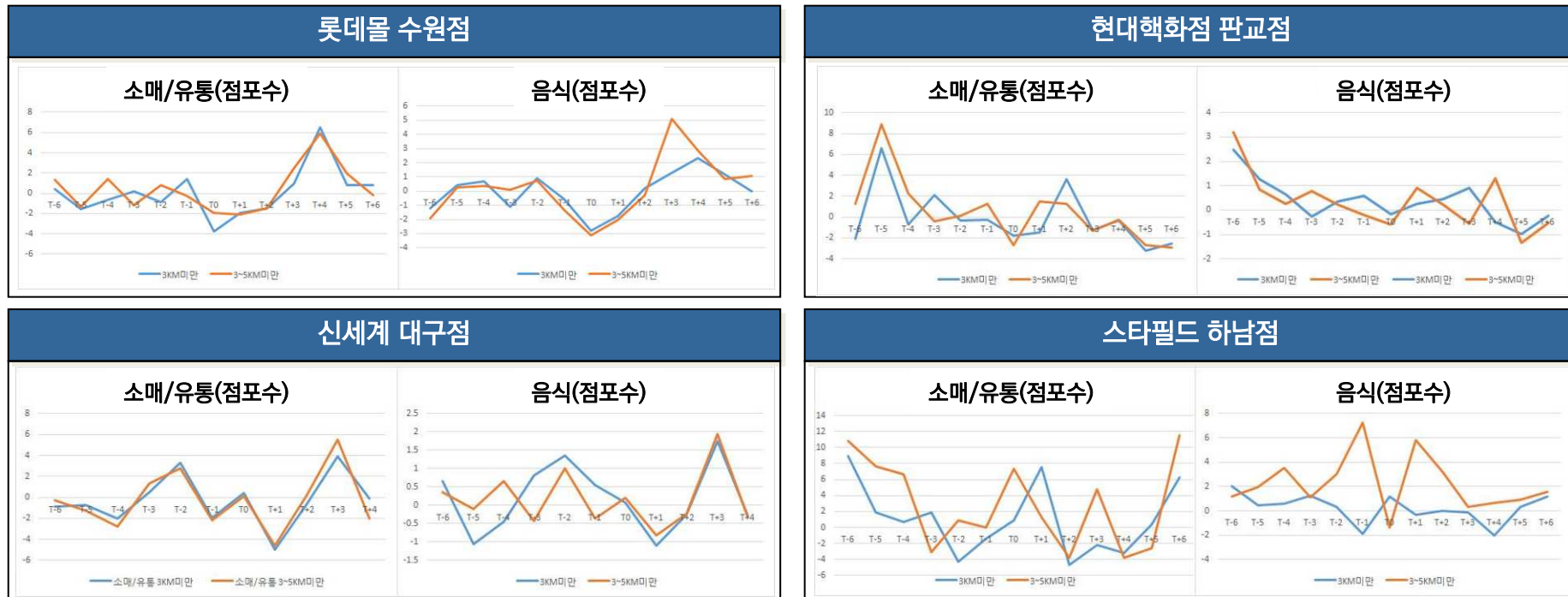
* 출처 : ‘파급력 큰 복합쇼핑몰 : 내몰림효과와 빨대효과’, 중소기업연구원, 2017.09.27

03. 선행연구 검토 - 20년대 이전 - 대규모점포 입점 및 영업에 따른 긍정/부정 효과_2017년

근거리 상권 매출은 입점 이전보다 증가했으나, 점포 수 변화 추이를 살펴보면 복합쇼핑몰 입점 이전부터 초기까지 프랜차이즈형, 고급화 점포들이 새롭게 입점해 기존 소상공인들이 물러나는 “내몰림효과” 발생

부정

복합쇼핑몰 입점에 따른 단기 영향력 분석_소상공인 점포수 변화(근거리 상권)



- 복합쇼핑몰 입점 6개월전부터 입점 후 6개월까지의 점포수 변화 추이를 살펴본 결과, 구도심 상권인 롯데몰 수원점과 신세계 대구점 상권의 경우 입점 시점(T0)에서 2개월 시점(T2)까지 뚜렷한 점포수 감소가 관찰. 신도시 상권인 판교와 하남의 경우에도 입점 전부터 입점 후의 기간 동안 점포수가 증감을 거듭하는 변동성이 관찰 곧, **입점 전후로 상권 내 기존 소상공인은 점포 쫓겨나고 그 자리를 새로운 점포가 개업 중**

* 출처 : ‘파급력 큰 복합쇼핑몰 : 내몰림효과와 빨대효과’, 중소기업연구원, 2017.09.27

03. 선행연구 검토 - 20년대 이전 - 대규모점포 입점 및 영업에 따른 긍정/부정 효과_2019년

대규모점포는 쇼핑과 문화기능을 결합하여 소비활동을 강화하는 반면, 이근 상권의 매출에 영향을 주어 국지적 상권을 붕괴시키거나 교통혼잡 및 보행단절 등으로 소상공인 경영환경과 생활환경 형성에 어려움을 야기

'19년 대규모 점포에 대한 도시계획적 입지관리 개선방안 연구(서울연구원)

부정

2016. 11

경제민주화 신규과제 발굴을 위한 자문회의
“일정 규모 이상 대규모점포의 입지규제 방안 검토 제안” (경제민주화위원회)

2019.03. 06.

대규모점포 입지규제 제도개선 검토회의(3회)
“유통산업발전법은 촉진법의 성격, 입점 규제에 한계가 있음”
“도시계획적 입지 규제 필요”

2019. 07.

대규모점포 입지규제 관련 국회 논의(우원식 의원실 주관)
“대규모점포 입지규제를 위한 논거와 기준의 구체화를 위해 전문적 연구 선행 필요”

2019. 10.

'19년 대규모 점포에 대한 도시계획적 입지관리 개선방안 연구 실시

비스타컨설팅연구소
연구 결과
'17~20년 vs
서울연구원 연구

〈 상권영향분석 실시 : $y=F(X;z)$ 〉
y = 주변 판매식음식시설의 매출(또는 연면적, 관련 종사자수)
Z = 일정 반경 내 대규모 점포의 입점 여부(또는 최단거리 대규모점포까지의 거리)
X = 판매식음식시설의 매출 및 연면적에 영향을 줄 수 있는 통제 변수
(ex. 접근성, 배후인구, 유동인구, 지가 등)

대규모 점포에 입점에 따른 주변상권(소상공인)에 대한 영향이 있다는 측면의 관점이 다수임
“대규모점포 규제 찬성”의 주장


* 출처 : 서울연구원, 2019년 10월 12일 회의자료 인용. 비스타컨설팅연구소 17~20년 서울시 대규모점포 입점 상권영향 평가 결과 재정리

03. 선행연구 검토 - 20년대 이전 - 대규모점포 입점 및 영업에 따른 긍정/부정 효과_2019년

대규모점포 출점시 사업자측에서 제공하는 상권영향평가 기준이 강화됨에 따라, 개정되는 상권영향평가 기준을 적용
→ 대규모점포는 출점시에 상권영향평가를 진행하여, 기존 전통상권(시장, 상점가) 및 주변상인들과의 상생협약 추진

〈 대규모점포 출점시 상권영향평가 강화(개정안 19.09.27 공포) 〉

부정

 산업통상자원부 http://www.motie.go.kr	보 도 참 고 자 료 2019년 9월 27일(금) 조간부터 보도하여 주시기 바랍니다. (인터넷, 방송, 통신은 9.26(목) 11:00시 이후 보도 가능)
배포일시 2019. 9. 26(목)	담당부서 유통유통과
담당과장 김호성 과장(044-203-4380)	담당 자 조은형 사무관(044-203-4381)

대규모점포 출점 시 상권영향평가 강화된다 - 상권영향평가 범위 1개 업종 → 대규모점포 입점 예정 업종으로 확대 - - 산업부, 「유통산업발전법 시행규칙」 개정안 9.27일 공포 -	역 상권에 대한 긍정적·부정적 영향을 상법이 명확하지 않았으며, 이로 인해 작성하는 경우가 있었다.
<input type="checkbox"/> 산업통상자원부(상권 상권)는 「유통산업발전법 시행규칙」 개정안이 9.27(금) 공포·시행됨에 따라 대규모점포 개설시 상권영향평가가 강 화되어 상권에 대한 영향을 보다 정확히 파악할 수 있게 되는 등, 대규모점포 제도 개선이 기대된다고 밝혔다.	(방) 및 항목(점포수·매출액·고용 등)을 점포 출점에 따른 영향을 보다 객관적인 가할 수 있게 될 전망이다.
<input type="checkbox"/> 바뀐 규정 중 상권영향평가·유통업상생발전협의회 관련 규정은 3개 월의 유예기간 후 12.28일부터 시행될 예정이며, 개정 시행규칙의 나머지 규정은 9.27일 공포 즉시 시행될 예정이다.	(2월 시행) 가 총 9인으로 구성되고, 대형·중소 포함하도록 하였으나, 지역내 유통 계는 부족한 수라는 지적이 있어 왔다.
<input type="checkbox"/> 개정된 시행규칙의 주요 내용은 다음과 같다.	- 석대상 업종을 확대하면서 영향평가 자와 논의할 필요성이 커졌다.
① 상권영향평가 강화 (12월 시행) - 분석범위 확대 : 기존에는 대규모점포 개설자로 하여금 주변 상권 내 "1개 업종(음·식료품 위주 종합소매업)" 사업자에 대한 영향만을 평가 하도록 하였으나, 개정 규칙에서는 이를 "음·식료품 위주 종합소매업 + 해당 대규모점포에 입점이 예정된 주요 업종"으로 확대하였다. - 이에 따라, 음·식료품 위주 종합소매업을 영위하는 슈퍼마켓·전통 시장 외에도, 전문소매업(의류·가구·완구 등) 등을 포함한 기존 사업자에 대한 영향을 보다 종합적으로 평가할 수 있을 것으로 기대된다.	대표를 3인씩으로 확대(전체 회의는 1명 및 유통·균형발전 관련 의견형성 - 사항은 협의회 의결을 거쳐 회장이 자체별로 일부 탄력적인 운영이 가능 개설 (즉시 시행) - 상의 대규모점포를 개설하거나, 전통 포를 개설하려는 경우 기초지자체에 개설 등록하도록 규정하고 있다. - 그러나, 전통상업보존구역 내에 이미 개설된 대규모점포 내에 준 대규모점포가 추가로 개설되는 경우에도 개설 등록이 필요한지 여부가 불명확하여 그동안 반복적 해석 질의가 있어 왔다.

* 출처 : 산업통상자원부, 보도자료, 2019.09.26

상권영향평가 작성범위 확대 및 작성방법 보완

구분	이전	개정후
작성 범위 (대상업종)	1개 업종 (음, 식료품 위주 종합소매업)	기존 1개 업종 + 입점 예정 주요 업종 (외식업, 전문소매업(의류·가전 등) 포함)
작성 방법	긍정적·부정적 영향을 평가	정량적·정성적 방법 병행 점포수·매출액·고용 등의 변화 분석 영업개시 전후 3년간을 비교 분석

유통업상생발전협의회의 구성 및 운영방법 개선

구분	이전	개정후
협의회 구성	총 9명 (공무원2, 대형2, 중소2, 협력/납품업체전문가·소비자/주민 중3)	총 11명 (공무원2, 대형3, 중소3, 협력/납품업체전문가·소비자/주민 중3)

상권영향평가 기준 적용
상권영향평가서 및 지역협력계획서 제출의무

03. 선행연구 검토 - 20년대 이전 - 대규모점포 입점 및 영업에 따른 긍정/부정 효과_2019년

대규모점포 입점에 따른 상권 영향 관련 찬반의 의견이 존재함

지자체에서 추진한 대규모점포 입점에 따른 상권영향 조사 연구에서, 주변 소상공인(동업종)에 대한 영업 피해가 나타남

		〈 대규모점포입점에 대한 상권영향에 대한 이견 〉		긍정
				부정
		긍정적인 측면	부정적인 측면	
소비자 편익		“생활양식 변화에 따른 새로운 소비패턴에 대응“ “소비자의 선택권 존중“ 유통구조 변화에 따른 소비자 편익 증대	대기업 독제 견제 균형있는 국민경제 성장 경제주체간 상생	
상권 영향		“인근 상권에 미치는 영향력 미미“ “거리, 연령층에 따른 선호 상이“	인근 소매업 사업체 수 감소 대형마트 휴점일 인근 상점의 매출, 고객 증가	
규제 필요성		“소비자 선호, 상품구성, 접근성 등 수요의 변화“ “대규모점포 폐점이 주변 상권의 부정적 영향“ 대규모점포에 대한 역차별에 대한 견해	대규모점포 휴점일 강화 대규모점포 입점 규제 강화	

대규모 점포에 입점에 따른 주변상권(소상공인)에 대한 영향과 관련하여
“긍정“, “부정“ 의견이 충돌 되고 있음

* 출처 : 산업통상자원부, 보도자료, 2019.09.26

03. 선행연구 검토 - 20년대 이전 - 대규모점포 입점 및 영업에 따른 긍정/부정 효과_2020년

최근 한국유통학회 연구에서, 2018년 폐점한 이마트 부평점 중심의 상권영향 연구 결과, 대형유통시설(이마트 부평점) 폐점으로 인해 주변 상권이 동반으로 몰락했다는 연구 결과를 발표함

〈 대형유통시설이 주변 상권에 미치는 영향 연구, 한국유통학회, 2020.08.22 〉

긍정

2018년 폐점한 이마트 부평점 중심의 연구 결과

중앙일보
대형마트 죽어야 시장 산다? 이마트 문닫자 주변상권 죽었다
오원석 일석 2020.08.22. 2015 수정 2020.08.23. 06:32



이마트 자료사진. (중앙일보)

대형마트가 생기면 전통시장 등 주변 상권이 침체할 수 있다는 기존 '상식'을 뒤엎는 연구결과가 한국유통학회에서 나왔다. 도심의 한 대형 마트가 폐점한 이후 주변 상권이 동반 몰락했다는 연구 결과로, 대형마트와 인근 상권의 '상생' 관계에 새로운 패러다임이 적용돼야 한다는 지적이 나온다.

22일 업계에 따르면 한국유통학회는 지난 21일 '대형유통시설이 주변 상권에 미치는 영향' 연구 보고서를 발표했다. 조준한 경기과학기술대학교 교수는 2018년 폐점한 이마트 부평점을 중심으로, 신용카드 가맹점 밀도 데이터와 설문조사를 종합해 2년간의 상권 변화를 추적했다. 연구 결과에 따르면 이마트 부평점이 폐점한 이후 반경 3km에 있는 중 소형 슈퍼마켓과 소매점, 음식점 등의 매출액이 떨어졌다.

인근 슈퍼마켓의 경우 연 매출 ▶5억원 미만 ▶5억원 이상~10억원 미만 ▶20억원 이상 ~50억원 미만인 중소 규모의 슈퍼마켓 매출이 하락했다. 대형 슈퍼마켓(20억원 이상 50억원 미만)은 이마트 부평점 폐점 2년 전 매출지수가 30.8이었지만 2018년에는 22.8로 나타났다. 26% 급락한 셈이다.

영세 슈퍼마켓(5억원 미만)도 매출지수가 16.6에서 15.3으로 8% 가까이 줄고, 소형 슈퍼마켓(5억원 이상 10억원 미만)의 경우 8.6에서 7.5로 매출이 12.8% 떨어졌다.

이마트 폐점 이후 매출이 늘어난 곳은 오히려 다른 대형마트였다. 부평점 폐점 2년 전을 기준으로 (100)으로 봤을 때, 3~4km 이내 다른 대형마트의 폐점 1년 전 매출지수는 96.5였지만 폐점 직후 98.8로 상승했다. 연구팀은 이마트 부평점이 사라진 뒤, 소비자들은 인근 상권을 이용하는 대신 다른 지역의 대형마트로 빠져나간 것으로 분석했다.



슈퍼마켓뿐만 아니라 다른 점포들도 매출 하락 등 피해를 본 것 형마트에 갔다가 주변 점포를 함께 이용하는 고객 비율은 마트를 방문한 이들 10명 중 6명은 주변 음식점이나 상가에서 추다는 의미다.

장 뚜렷한 업종은 '음식점'으로 나타났다. 이용 비율은 62.19%로, 형마트(30.74%), 백화점(22.61%), 의류 전문점(10.6%) 등으로 낮아졌다. 전통시장을 함께 이용하는 비율은 10.25%에 그쳤다.

조 교수는 "이마트 부평점이 폐점한 이후 주변 슈퍼마켓을 규모별로 분석한 결과, 인근 대형마트와 원거리에 있는 슈퍼마켓은 매출액이 증가했다"며 "소매점 매출도 인근 점포보다 원거리 점포가 더 늘었다"고 진단했다. 또 "반면 (부평점) 인근에 있던 슈퍼마켓은 매출이 감소하는 피해를 봤다"며 "결국 이마트의 폐점으로 주변 상권은 침체했다"고 분석했다.

오원석 기자 ohwonseok@joongang.co.kr

도심의 한 대형 마트가 폐점한 이후 주변 상권이 동반 몰락했다는 연구 결과로, 대형마트와 인근 상권의 '상생' 관계에 새로운 패러다임이 적용돼야 한다

부평점 폐점 이후 반경 3Km에 있는 중 소형 슈퍼마켓과 소매점, 음식점 등 매출액 하락

인근 슈퍼마켓의 경우 연 매출 ▶5억원 미만 ▶5억원 이상~10억원 미만 ▶20억원 이상 ~50억원 미만인 중소 규모의 슈퍼마켓 매출이 하락

중형 슈퍼마켓(20억원 이상 50억원 미만)은 이마트 부평점 폐점 2년 전 매출지수가 30.8이었지만 폐업연도인 2018년에는 22.8 (-26% 하락)

영세 슈퍼마켓(5억원 미만)도 매출지수 16.6에서 15.3 (-8% 하락) 소형슈퍼마켓(5억원 이상 10억원 미만)의 경우 8.6에서 7.5(-12.8% 하락)

* 출처 : 대형마트 죽어야 시장 산다? 이마트 문닫자 주변상권 죽었다, 중앙일보, 2020.08.22.

03. 선행연구 검토 - 20년대 이후 - 대규모점포 입점 및 영업에 따른 긍정/부정 효과_2023년

2023년 대구 사례 - 대형마트 휴무일 반전... 월요일 쉬었더니 전통시장 매출 30% 증가

대형마트 휴무일 반전... 월요일 쉬었더니 전통시장 매출 30% ↑

백경서 입력 2023. 9. 19. 11:45 수정 2023. 9. 19. 13:58



대구 지역의 대형마트 의무휴업일이 일요일에서 평일인 월요일로 변경된 지난 2월 13일 오후 휴점에 들어간 대구 수성구 한 대형마트 출입문이 닫혀 있다. 뉴스1

대구가 전국 처음으로 대형마트 휴무일을 일요일이 아닌 월요일로 바꾸면서 지역 상권이 활성화한 것으로 나타났다. 당초 전통시장 등 지역 상권이 침체할 것이란 우려와 상반된 결과다.

대구는 19일 오전 한국유통학회(조준한 경기과학기술대 교수팀)가 조사한 '대구시 의무휴업일 분석 결과'를 발표했다. 신용카드 사용 관련 빅데이터 결과를 활용해 6개월 동안 휴업일 변경이 지역 경제 전반에 미친 효과를 분석한 결과다. 대구시는 지난 2월부터 대형마트와 기업형 슈퍼마켓 등 60곳의 의무휴업일을 매월 두 번째, 네 번째 일요일에서 월요일로 바꿔 시행해왔다.

대구에 따르면 이 기간 지역 전통시장 매출액은 전년 같은 기간보다 32.3% 증가했다. 특히 대형마트 휴무일이 바뀐 2.4주 일~월요일만 비교해보니 매출액 증가율은 34.7%로 2.4%p 정도 높게 나타났다.

대구 지역 슈퍼마켓·음식점 등 주요 소매업 매출은 전년 동기 대비 19.8%, 대형마트·기업형슈퍼마켓(SSM) 매출은 6.6% 증가했다. 소매업 중에서도 특히 음식점과 편의점은 각각 25.1%, 23.1% 증가, 타 업종보다 매출이 큰 폭으로 는 것으로 나타났다.

긍정

조사에선 다른 기저효과를 최대한 배제하기 위해 다른 지역과 매출도 비교했다. 소매업 매출 증가율은 의무휴업일을 일요일로 유지하고 있는 부산 16.5%, 경북 10.3%, 경남 8.3% 등 인근 지자체보다 높았다.

업종별로 보면 대형마트와 직접적인 경쟁 관계에 있는 슈퍼마켓 2.4주 일요일 매출이 1.6% 감소했다. 대신 대형마트가 쉬는 2.4주 월요일의 슈퍼마켓 매출이 16.3% 증가하면서 합친 매출은 9.2% 증가한 것으로 나타났다. 인근 지자체인 부산 4.2%, 경북 3.6%, 경남 3.0%과 비교해서도 슈퍼마켓은 2배 이상 매출 신장률을 보였다.



대구 지역 대형마트 휴무일을 일요일에서 월요일로 변경한 뒤 소비자 만족도 조사. [사진 대구시]

소비자 만족도도 증가했다. 소비자 600명을 대상으로 한 대형마트 의무휴업일 규제에 대한 인식 조사에서는 87.5%인 525명이 의무휴업일 변경을 긍정적으로 평가했다. 긍정 평가 이유로는 '일요일에 영업해 쇼핑하기 편리해졌다' 의무휴업일이었던 일요일을 신경 쓰지 않아도 된다'라는 답변이 가장 큰 비중을 차지했다.

전국 7개 특별·광역시 가운데 소속 기초단체 모두 대형마트 의무휴업일을 평일로 바꾼 건 대구가 처음이었다. 당시 마트 노조가 '의무휴업일 변경으로 주말에 쉬지 못하게 되며, 이는 결국 노동자 건강권과 휴식권을 빼앗는 것이다'고 주장하면서 갈등을 빚었다. 대구지법이 지난 3월 마트 노조의 대형마트 의무휴업일 평일 변경 집행정지 신청을 기각하면서 일단락됐다.

대구는 대형마트 휴무일 변경 뒤 유통업계 상생발전을 위해 다양한 노력을 기울여왔다. 대형마트·중소 유통업계 상생실무위원회를 구성해 2차례 회의를 열고 '이마트 만촌점-동구시장 공동마케팅' '롯데마트 율하점-북천시장 식품안전 지원 협약' '홈플러스 내당점-신평리시장 소화기 전달식' 등을 추진했다.

03. 선행연구 검토 - 20년대 이후 - 대규모점포 입점 및 영업에 따른 긍정/부정 효과_2024년

2024년 부산시 대형마트 평일 의무휴업.. 5월 5개구 우선 시행 예정

부산 대형마트도 평일 의무휴업...5월 5개구 우선시행

이병욱 입력 2024. 3. 8. 03:01

사하·강서·연제·수영·동구...7월 16개 구·군 모두 시행
매달 2.4주 월요일이 유력

부산지역 모든 대형마트의 의무 휴업일을 주말(매달 2.4주 일요일)에서 평일로 변경하는 방안이 본격적으로 추진된다.



이르면 5월부터 부산지역 대형마트의 의무휴업을 주말에서 평일로 전환하는 방안이 추진되는 가운데 7월 이마트 문현점에서 시민이 장을 보고 있다. 이마트 제공

부산시는 7일 시청에서 산업통상자원부와 대·중소 유통 상생협력 간담회를 열고 대형마트 의무 휴업일의 평일 전환 계획을 확정했다. 간담회에는 박형준 시장, 안덕근 산업부 장관과 의무 휴업일 평일 전환을 계획 중인 부산 16개 구·군 단체인, 부산시상인연합회, 부산동부수퍼마켓협동조합 이사장, 한국체인스토어협회장 등이 참석했다.

준비

○ '23.9. 부산시 대·중소 유통단체 협약 체결 → 16개 구·군 및 시 협조 요청(서면)

* (협약주체) 부산시상인연합회, 부산동·서·북부수퍼마켓협동조합, 한국체인스토어협

(주요내용) 의무휴업일 평일전환 및 중소유통 지원방안 등 상생협력 사항

○ '23.12.13. 부산상공회의소 '대형마트 의무휴업 규제 개선 요청'(서면)

○ '24.1.11. 구청장·군수 협의회 개최 : 구·군 개별적으로 진행

대·중소유통 상생협력 및 근로자 지원 (체인협)

구 분	주 요 내 용
지역 상권 활성화 등 (공동마케팅)	<ul style="list-style-type: none"> 대형마트 매장 내 중소유통 대표상품(특산물 등) 특설매장 운영 중소유통 지역 행사/축제 등에 고객경품 등 지원 키스토어(상생스토어)의 전통시장 내부 입점을 통한 고객유입 확대
중소유통 경쟁력 강화 지원 (경영 지원)	<ul style="list-style-type: none"> 판매기법, 친절/서비스, 위생관리, 안전 등 중소상인 교육 SSM 취급 상품 공급(중소유통 상품경쟁력 강화) 중소유통 온라인 판로 확대 지원(온라인 플랫폼내 입점, 배너 연결 등) 판매분석 데이터 제공을 통한 상품구성 지원
홍보	<ul style="list-style-type: none"> 의무휴업일에 전통시장, 슈퍼마켓 이용 홍보 대형마트 전단지 광고 등에 중소유통 홍보(맛집, 상품, 행사 등) 대형마트 내 스크린 광고 송출(홍보물 제작 제외)
시설공유	<ul style="list-style-type: none"> 전통시장 및 슈퍼마켓 이용고객 대상 대형마트 주차장 무료 이용
기타	<ul style="list-style-type: none"> 대형마트 직원채용 시 중소유통 추천인 채용 가점 부여 대중소유통 상생협의회 운영 - 중소유통의 기타 요청 사항

04. 대형점포와 상생협약 사례(1/2)

대규모점포와 지역상권간의 상생협력방안을 조사 하고 분석한 결과, 정책적 측면, HW측면, SW측면으로 구분될 수 있음

[사례 요약 (1/2)]

지역	상생협력방안 주제	정책적 방안	HW	SW
서울시 용산구	서울드래곤시티, 용산지역 문화관광 활성화	-	-	연계방문 마케팅 및 캠페인 전개
서울 중구	신세계백화점, 남대문시장 상인과 상생협력	상생협의회 구축	만남의 장소 조성 쇼핑올레길 조성 상품디스플레이 개선	고객응대서비스 강화 공동광고
대구 동구	대구 코스트코, 지역상생 약속	장학사업 사회복지공헌활동	홍보 전시공간 무료제공 전통시장 시설개선 공사	특산물 납품
서울 강북구 경기 고양시	롯데마트, 재래시장과 상생협력	상호협력 실무위원회 구성	전통시장 상품 판매공간 제공	전통시장 이용의 날 지정 및 공동 마케팅
전북 군산시	롯데마트, 군산 전통시장과 상생을 위한 협력	상인회-마트 간 상호협력 협약	소화기 지원	-
전국	홈플러스, 농특산물 판로 확대를 위한 상생협력	소외지역 사회지원활동	-	지역농산물 매장판매 신선플러스 농장 선정
경기 과천시	과천 이마트, '3가지 상생발전 약속' 후 오픈	상생발전기금 조성 푸드코트 입점 금지 및 일부 품목 취급금지	-	신규인력 채용 시 지역주민 추천 지역특산물 홍보

04. 대형점포와 상생협약 사례(2/2)

대규모점포와 지역상권간의 상생협력방안을 조사 하고 분석한 결과, 정책적 측면, HW측면, SW측면으로 구분될 수 있음

[사례 요약 (2/2)]

지역	상생협력방안 주제	정책적 방안	HW적 방안	SW적 방안
부산시 남구	하나로마트(대표자 안성목), 용호시장 상인들과 합의	영업시간 제한	농수산물 코너 면적 제한	신규인력 채용 시 재래시장 상인 추천인 채용 기념품 및 전단지 제한
서울시 송파구	롯데월드몰, 지역협력을 위한 위생 점검과 교육	-	위생모 및 코팅처리 원산지 표시판 배포	위생상태 점검 식품 보관방법 교육
경상북도 구미	이마트 상생스토어	판매상품을 시장 상인들과 겹치지 않게 미리 조정	상생스토어 2층 설치로 기존 전통시장 방문 유도	-
서울시 송파구	현대시티몰, 매출 4%를 상인에게	-	건물 일부 임대-수수료 제공	-
부산 동래구	메가마트, 상생협의회 구성	-	마트 주차장 시장이용객 개방	푸드코트 자진폐쇄 정기적 위생교육 및 친절서비스 교육제공

05. 부산 남구 대형마트와 기존 전통 상권과의 상생방안 – 부산 남구 (준)대규모점포 현황(20개소)

부산남구 (준)대규모점포 현황(20개소)

연번	구분	업소명	소재지	주요업종
1	대형마트	이마트 문현점	남구 전포대로91번길 47 (문현동)	농·수·축산물, 생필품, 잡화
2	대형마트	홈플러스 감만점	남구 우암로 124 (감만동)	농·수·축산물, 생필품, 잡화
3	전문점	다보네가구	남구 이기대공원로 450 (용호동)	가구
4	쇼핑센터	W스퀘어	남구 분포로 145 (용호동)	쇼핑센터
5	쇼핑센터	IFC부산 오솔로파크	남구 전포대로 133 (문현동)	쇼핑센터
6	그 밖의 대규모점포	비아이에프씨몰 (BIFC Mall)	남구 문현금융로 40 (문현동)	식당가, 편의점
7	SSM	롯데슈퍼 대연점	남구 못골로 78 (대연동)	농·수·축산물, 생필품, 잡화
8	SSM	롯데슈퍼 문현점	남구 지게골로 45 (문현동)	농·수·축산물, 생필품, 잡화
9	SSM	롯데슈퍼프레시 프리미엄 용호점	남구 분포로 145 (용호동)	농·수·축산물, 생필품, 잡화
10	SSM	메가마트 문현점	남구 수영로39번길 2-5 (문현동)	농·수·축산물, 생필품, 잡화
11	SSM	홈플러스 익스프레스 메트로시티점	남구 분포로 113 (용호동)	농·수·축산물, 생필품, 잡화
12	SSM	홈플러스 익스프레스 문현점	남구 고동골로 66 (문현동)	농·수·축산물, 생필품, 잡화
13	SSM	홈플러스 익스프레스 용호점	남구 오륙도로 85 (용호동)	농·수·축산물, 생필품, 잡화
14	SSM	홈플러스 익스프레스 부산대연점	남구 황령대로319번가길 194 (대연동)	농·수·축산물, 생필품, 잡화
15	SSM	농협 하나로클럽 용호점	남구 용호로 228 (용호동)	농·수·축산물, 생필품, 잡화
16	SSM	지에스더프레시 부산용호점	남구 신선로 566 401동 113,114호 (용호동)	농·수·축산물, 생필품, 잡화
17	SSM	지에스더프레시 부산대연점	남구 수영로322번길 33 (대연동)	농·수·축산물, 생필품, 잡화
18	SSM	지에스더프레시 대연혁신점	남구 신선로 566 401동 113,114호 (대연동)	농·수·축산물, 생필품, 잡화
19	SSM	지에스더프레시 용호빌리브점	남구 신선로 566 401동 113,114호 (용호동)	농·수·축산물, 생필품, 잡화
20	SSM	지에스더프레시 대연더비치점	남구 황령대로492번길 8 (대연동)	농·수·축산물, 생필품, 잡화

05. 부산 남구 대형마트와 기존 전통상권과의 상생모델 - 방안1) 지속적인 상권영향평가(Data 기반)

대규모점포의 입점 이후 영업행위에 따른 지속적인 상권 변화 모니터링
거리별-업종별 상권분석을 통해 상권영향 평가 1년 단위 계속 추진(매출액, 사업체수, 종사자, 고객수, 판매품목 등)

선행연구의 지역경제 영향 추정 범위

1 매출액

2 사업체 수

3 종사자 수

4 고객수

5 판매품목의 변화

6 경영상황

분석 고려 요인

대규모점포와의
거리별소상공인 주요
업종별유사상권과의
비교동일 상권 內
비교

⋮

지역경제 영향 추정 내용

Illustrative

각 유형별 업체의 입점이 산업별 소공인 매출액에 미치는 영향
대규모 점포 입점 전·후 일평균 매출액 수준의 변화에 대한 예측

각 유형별 업체의 입점이 산업별 소상공인 사업체 수에 미치는 영향
대규모 점포 입점 전·후 사업체 수 변화에 대한 예측

각 유형별 업체의 입점이 산업별 소상공인 종사자 수에 미치는 영향
대규모 점포 입점 전·후 종사자 수 변화에 대한 예측

대점포 입점이 일평균 고객수의 변화에 미치는 영향 추정

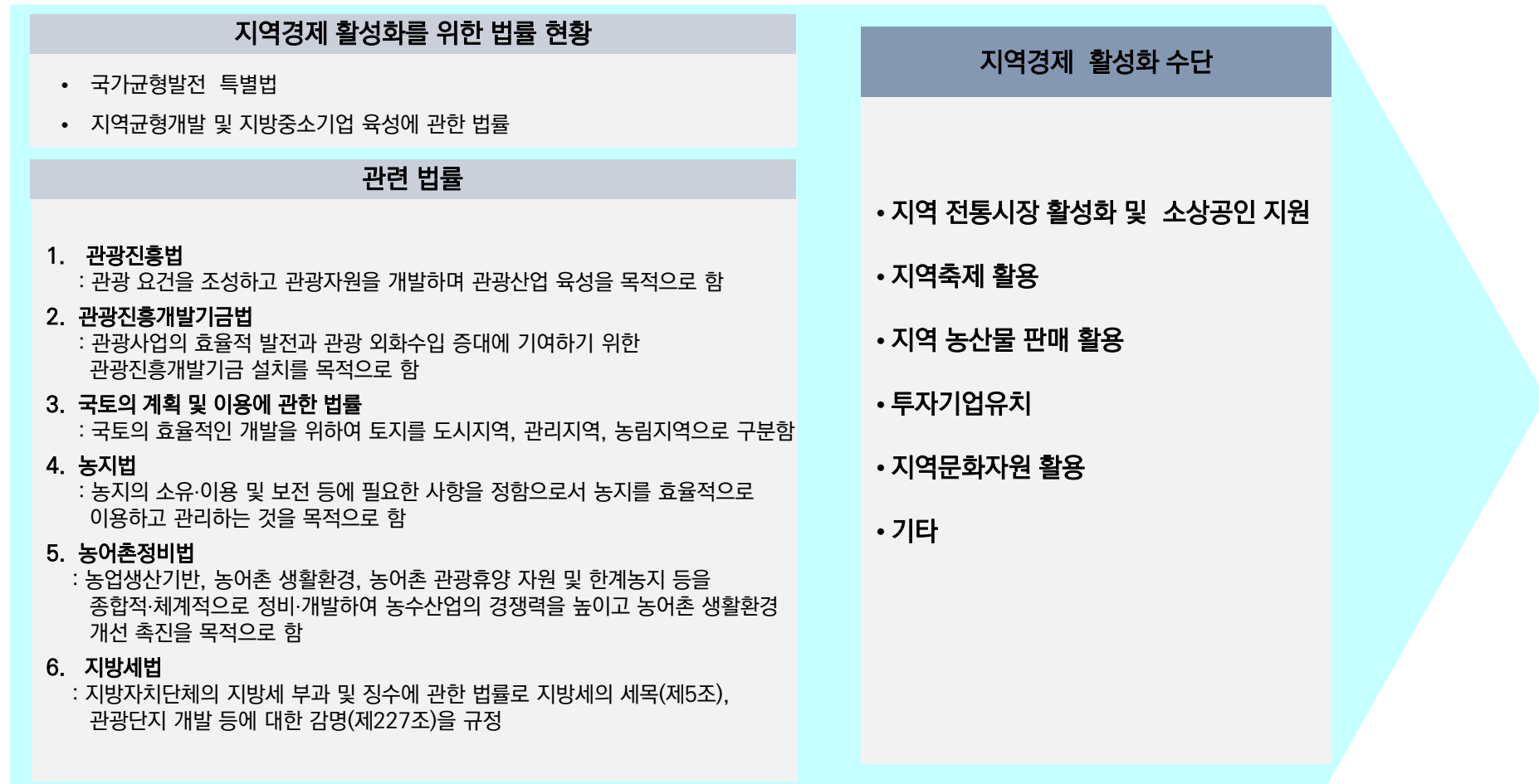
대점포 입점이 주요생필품 품목 변화에 미치는 영향 추정

대점포 입점이 소상공인의 전반적인 경영상황에 미치는 영향도에 대한 종합적 추정

05. 부산 남구 대형마트와 기존 전통상권과의 상생모델 - 방안2) 지역경제 활성화를 위한 법률 현황

지역경제 활성화를 위한 관계 법을 이용하여 지역경제 활성화 수단으로 활용
관광진흥법, 관광진흥개발기금법, 국토법, 농지법, 농어촌정비법, 지방세법 등

지역경제 활성화 방안 마련



05. 부산 남구 대형마트와 기존 전통상권과의 상생모델 - 방안3) (준)대규모점포와 협의를 통한 상생프로그램 운영(1/2)

구분	주요 분야	상세 내용
Software	상생 마케팅	지역 주민들의 문화 복지 향상과 경제발전을 위하여 다양한 프로그램을 개발 및 보급, 편의시설 개선, 관광상품 개발, 관광객 유치 마케팅 등 다양한 상생 마케팅 활동을 추진
	스탬프 투어	(준)대규모점포 연계 지역 상점가를 연계한 랜드마크 N곳 이상을 방문해 스탬프를 찍는 방문객을 대상으로 할인 혜택 제공
	언어 교육	시장 상인을 위한 언어와 고객응대서비스 강좌도 무료로 개설해 운영
	공동 홍보	(준)대규모점포가 발행하는 전단이나 온라인 홈페이지 등에 주변 전통시장 및 상점가의 맛집이나 명소, 행사 등의 광고를 게재 (SNS 홍보, 리플릿 제작 및 배포)
	판매 부스	(준)대규모점포 연계 행사를 통해서 시장의 맛집 등 주요 상품을 소개 (행사장에 주변 전통시장 및 상점가 판매 부스 제공 등)
	협의회 운영	기초지자체-(준)대규모점포-상인회가 함께 상생 협의회를 구성해 매월 정기적인 협의를 진행함으로써 서로에게 필요한 사항을 공유하고 지역상권 활성화를 위한 활동 추진
	지역주민 우대 채용	신규인력 채용 시 지역주민 및 상인회 추천인을 우대해 일자리 창출에 기여
	상생발전기금 조성	주변 전통시장 및 상점가의 경쟁력 강화를 위한 상생발전기금 조성
	홍보 제한	개점기념품을 500원 수준으로 하고, 전단지 배포는 월15일 이내로 제한 함
	품목 제한	시장, 상점가 침해 논란을 피하기 위해 판매 상품을 시장 상인들과 겹치지 않도록 미리 조정함
	삽인 삽	(준)대규모점포 연계 공간에 지역상인들이 활용할 수 있는 판매 부스 운영
Hardware	교육	지역 소상공인들에게 정기적으로 위생교육 및 친절서비스 교육 제공
	상권 안내체계 개선	복잡한 시장 안에 이정표나 안내 표시 등을 만들어 대규모점포와 시장 등 지역 상권을 하나로 묶은 '걷고싶은길'을 조성하고, 이를 전체적인 하나의 스토리로 묶어 고객들에게 편리성과 재미 제고
	상품 홍보 지원	상품과 각종 정보를 더 잘 보이게 상품 배치나 디스플레이, 가격 및 광고 표시물 등을 정비협조
	지역 상인 전시공간	지역 중소상공인을 위한 홍보 전시공간 무료 제공
	소화기 지원	소화시설이 열악한 전통시장에서 화재가 발생했을 시 효과적으로 대응할 수 있는 소화기 00대 지원함
	주차공간 지원	(준)대규모점포 연계 주차장을 지역 상점가 상인 및 이용객들에게도 개방
	문화공간 지원	상인, 주민, 소비자들이 편리하게 이용할 수 있는 다목적 공간(문화체험공간) 조성 및 지원

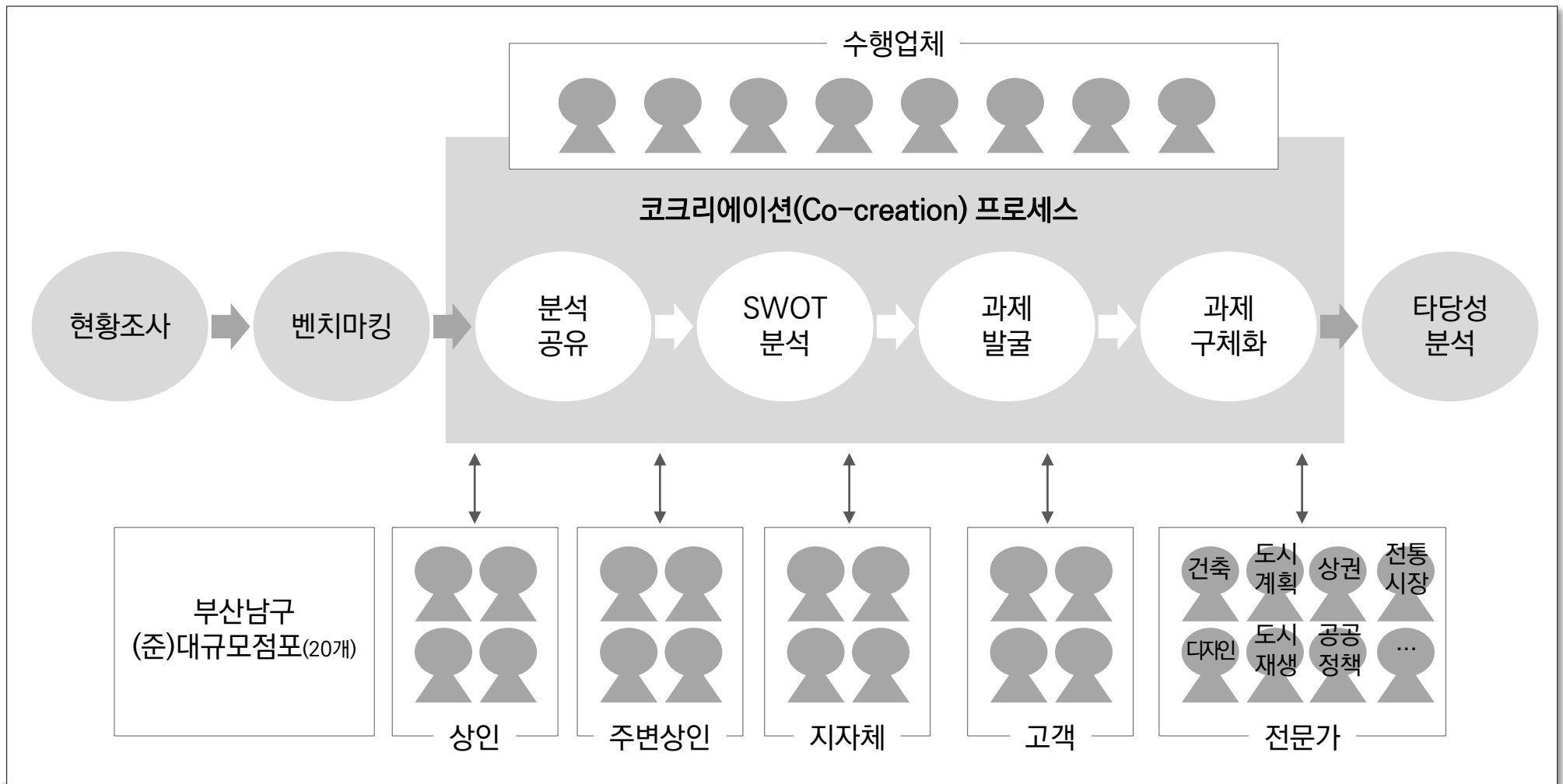
05. 부산 남구 대형마트와 기존 전통상권과의 상생모델 - 방안3) (준)대규모점포와 협의를 통한 상생프로그램 운영(2/2)

구분	주요 분야	상세 내용
디지털 상생협력	공동 브랜드 채널	<ul style="list-style-type: none"> 부산 남구 상권의 소상공인들이 하나되어 상권 홍보 유튜브 채널을 만들어 상권을 적극적으로 홍보하고 방문을 유도 (사례) 신한금융에서 스타트업, 청년, 소상공인, 지역사회 구성원의 성장 가능성을 응원하기 위해 유튜브, 인스타그램 등 소셜 미디어 중심으로 운영되는 광고 디지털 커뮤니케이션 ‘기발한 프로덕션’ 론칭.(‘21.1.)
	라이브 커머스 / V커머스 운영	<ul style="list-style-type: none"> 유튜브 등 소셜미디어를 활용한 라이브 커머스 혹은 V 커머스를 운영하여 부산 남구 소상공인들의 음식, 상품 등 각종 물품을 판매
	온라인몰 수수료 개편 및 공동개발	<ul style="list-style-type: none"> 부산 남구 소상공인들의 온라인 몰 입점을 지원 (소상공인시장진흥공단 ‘온라인 전통시장관’ 지원사업 연계) (사례) 종합 홈 인테리어 전문기업 한샘은 상생경영 체계를 강화하고 골목 상권 상생 제도를 추진함 전국 상생형 매장의 수수료 정책을 정액제로 개편했고, 온라인 상점 한샘몰에 입점하는 소상공인에게 공동개발 제휴를 맺고, 입점 수수료를 최장 1년까지 면제함. 2023년까지 소상공인 입점 상품을 2배 이상으로 확대할 계획임.
	디지털 역량강화 온라인 몰 입점 교육	<ul style="list-style-type: none"> 부산 남구 소상공인들의 디지털 역량강화 교육 지원 (사례) 네이버는 지난 2013년부터 창업 지원 교육 오프라인 공간인 파트너스퀘어를 설립해 스몰 비즈니스 사업자와 상생을 이어옴. 창작자를 위한 스튜디오 지원, 펀드 등을 통해 맞춤 교육 및 자금지원을 해왔음. ‘19.6 기준 월 거래액이 4천만원 이상 판매자가 42.8% 증가하는 등 실제 효과가 나타남

05. 부산 남구 대형마트와 기존 전통상권과의 상생모델 - 방안4) 지역 소상공인과의 정기적인 소통 체계 구축

상권은 외부환경의 민감하게 반응하고, 변화하기 때문에 (준)대규모점포와 소상공인들과의 소통과 협력이 중요함
(정기적인 상권의 변화와 문제해결을 위한 정기적인 간담회 운영이 필요)

코크리에이션(Co-creation) 프로세스



감사합니다.