



춘천시

---

춘천 중앙 원도심 상권르네상스 종합계획수립 연구용역

---

2020. 06

**한성대학교 산학협력단**

# 목 차

## I. 연구개요

## II. 상권현황진단 및 여건 분석

## III. 상위계획 검토

## IV. 이해관계자 수요조사 결과

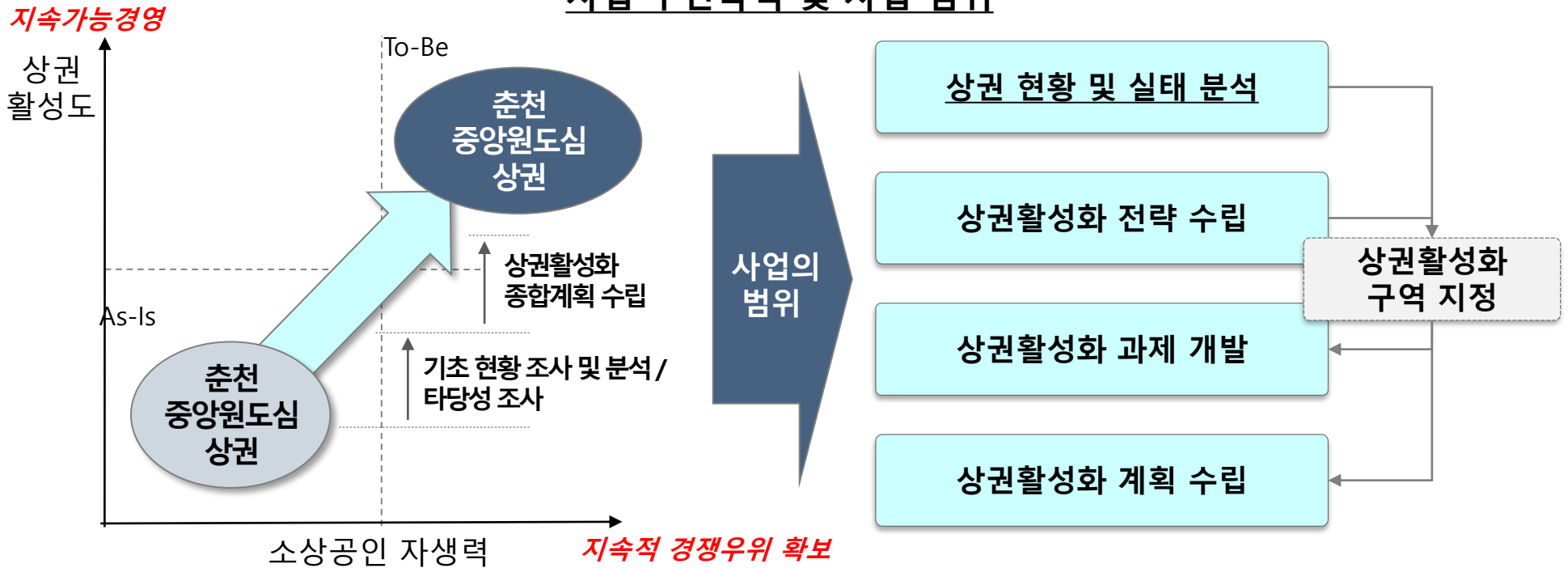
## V. 국내외 사례조사

## VI. 상권현황진단 및 여건 분석

## VII. 종합활성화 계획

춘천 중앙 원도심 상권의 자생력 확보 및 지속적인 성장을 지원하기 위해 상권 특성에 부합하는 중장기 활성화 계획 수립이 필요함. 춘천 중앙로 일대(전통시장, 상점가 및 지하도상가)를 포함하는 상권 기초현황 및 상권 실태 여건 분석을 통해 상권활성화 구역을 지정하고, 도시재생사업과 연계하여 춘천 원도심 상권르네상스 종합계획 수립 및 비전을 제시하고자 함

## 사업 추진목적 및 사업 범위



춘천 중앙 원도심 상권현황 분석 및 상권활성화 중.장기계획 수립으로 현재의 소상공인 자생력과 상권 활성도를 증대시키고자 함

본 용역사업 성공을 위해 춘천 중앙 원도심 상권의 문제점을 정립하고, 상권활성화 구역 지정과 도시재생사업을 연계한 상권활성화 계획 수립

춘천 중앙 원도심 상권은 중앙시장, 제일시장, 지하상가, 요선상점가, 육림고개 상점가, 명동 일원으로 구성되어 있으며, 본 용역은 중소기업벤처기업부 상권르네상스 공모를 위한 상권활성화 지정계획 수립을 기본으로함

또한, 2020년부터 2024년까지 5개년의 춘천 중앙 원도심 상권 활성화 정책 방향 및 전략을 수립하기 위함

### 과업의 범위

#### 공간적 범위

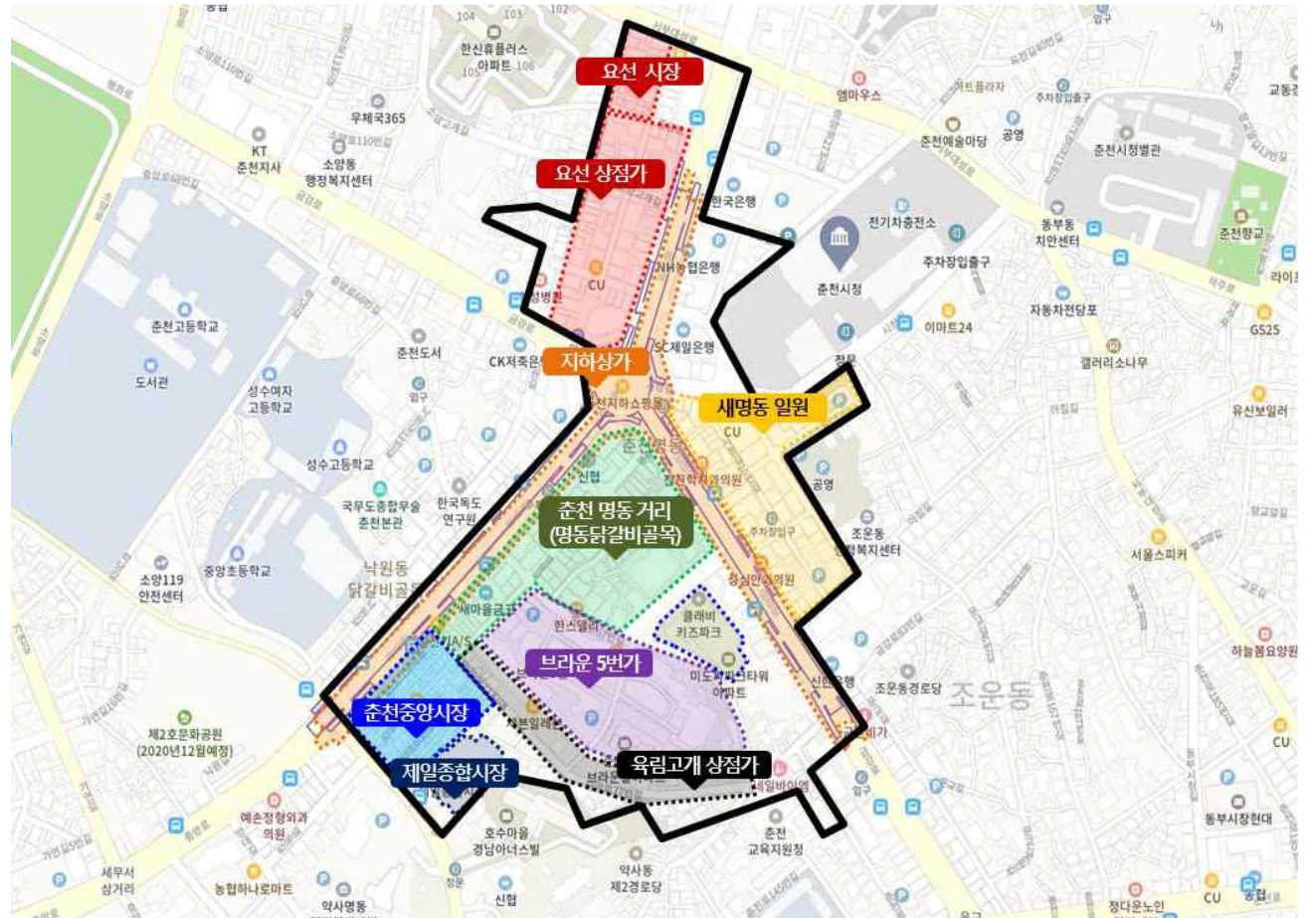
- 춘천 중앙 원도심 상권 (춘천 중앙로 일원)
- 중앙시장, 제일시장, 지하상가, 요선상점가, 육림고개 상점가, 명동 일원

#### 시간적 범위

- 2021년 ~ 2025년(5개년)

#### 내용적 범위

- 춘천 중앙 원도심 상권르네상스 종합계획수립
  - 기초조사 및 상권활성화구역 지정
  - 상권활성화 계획 수립
  - 상권 활성화 운영기구 모델 및 운영계획 제시
  - 상권 르네상스 공모사업 추진 준비



# 목 차

I. 연구개요

II. 상권현황진단 및 여건 분석

III. 상위계획 검토

IV. 이해관계자 수요조사 결과

V. 국내외 사례조사

VI. 상권현황진단 및 여건 분석

VII. 종합활성화 계획

대상지는 춘천시 중심부에 위치하고 있으며 행정기관과 상업지역이 밀집한 중심시가지로 서측에는 중앙로터리가 있으며 북쪽으로는 강원도청, 북동측으로는 춘천시청, 남측으로는 춘천의 최대 변화가인 명동 및 중앙시장 상권 위치

## 상권대상지 일반 현황-면적 및 인구



<b>총 면적</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>272,458m<sup>2</sup></li> </ul>
<b>중점대상 행정동 및 법정동</b>	
<b>행정동</b>	<b>법정동</b>
소양동	<ul style="list-style-type: none"> <li>요선동</li> <li>중앙로 1가,2가,3가동</li> </ul>
조운동	<ul style="list-style-type: none"> <li>조양동</li> <li>운교동</li> </ul>
약사명동	<ul style="list-style-type: none"> <li>약사동</li> <li>죽림동</li> </ul>
<b>총 인구 및 가구수</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>총 인구 : 837명 (2019 기준 상권분석보고서)</li> <li>총 가구수 : 421가구</li> <li>인구밀도 : 30.8명 / ha</li> </ul>

춘천시청, 한국은행 강원본부가 있는 중앙로를 비롯하여 과거 춘천상권의 중심지였던 요선동 거리, 춘천의 대표 극장이 있던 새명동거리, 닭갈비 거리와 쇼핑상점이 즐비한 명동거리 등으로 구성됨

### 상권대상지 인근 영역별 특성

#### 중앙로 업무지구

- ❖ 중앙로를 중심으로 우측으로 주로 위치하고 있으며 춘천시청을 비롯하여 한국은행 강원본부 등 주요 공공기관 및 업무기능이 위치
- ❖ 대로변의 토지이용 및 **상권의 활력은 높지 않음**






#### 요선동 거리 (소양동)

- ❖ 과거 춘천의 중심상권으로 중앙로 서측에 위치한 상업지역
- ❖ 식료업 및 노후한 유흥업수가 다소 위치
- ❖ 명동상권과 분리되어 **상권의 활력 및 방문계층은 제한적임**
- ❖ 과거 활성화 되었던 **상점가는 쇠퇴**하였고, 북쪽의 **요선상점가는 현저히 쇠락한 지역으로 대부분이 공실로 형성**



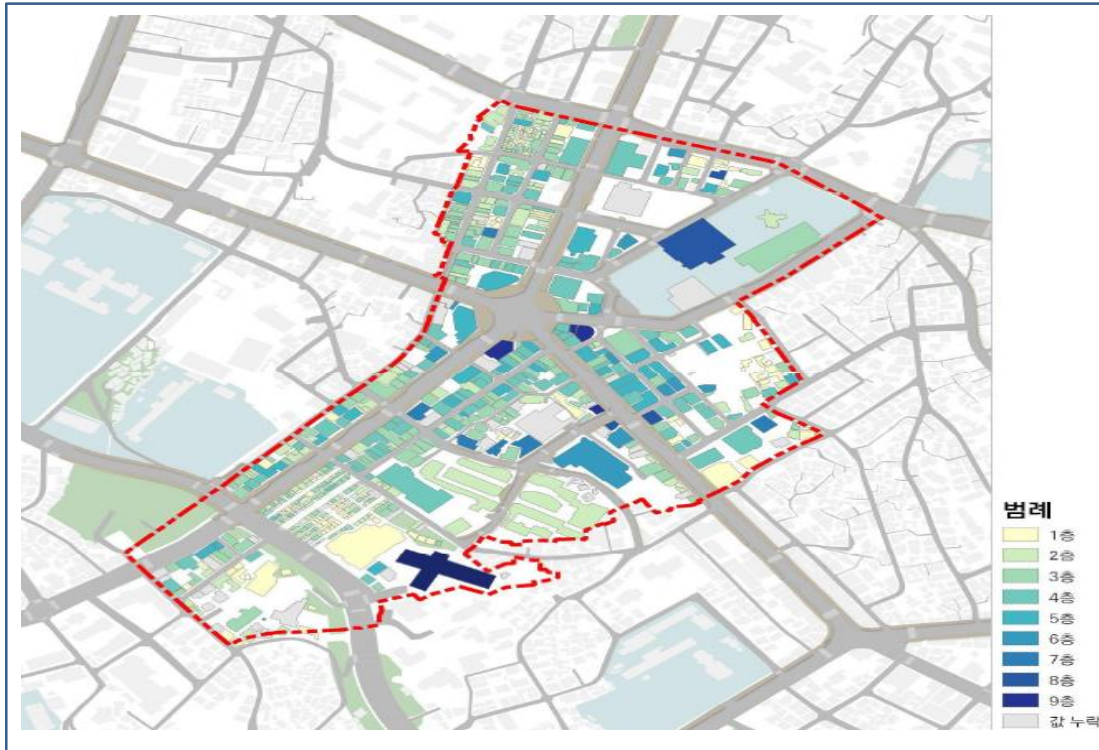
(계속)

<p><b>새명동거리 (조운동)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ 중앙로를 중심으로 남동측에 위치하고 있으며 피카디리극장과 아카데미극장이 있던 상권</li> <li>❖ 현재는 두개 극장 모두 폐업하였으며 <b>상권은 대체로 침체되어 있음</b></li> <li>❖ 주로 음식점과 상점이 위치하고 있으며 공실이 상당수 위치하고 있으며 반대편 <b>명동에 비해 상대적으로 상권은 침체되어 있음</b></li> </ul>	
<p><b>명동거리 (약사명동)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ 춘천의 중심상권으로 중앙로 남측에 위치한 상업지역</li> <li>❖ 닭갈비 거리, 화려한 점포들로 서울의 명동거리와 유사하며, 명동거리 대부분이 활성화 되어 있음</li> <li>❖ 그러나 남쪽으로 내려가면 중앙시장과 제일종합상가가 위치하고 있으나, 명동거리의 활성이 미치지 못하고 있으며, 상대적으로 두 시장은 침체되어 있음</li> </ul>	
<p><b>중앙 지하상가</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ 중앙로를 중심으로 남쪽으로 형성된 지하상가</li> <li>❖ 명동상권과 분리되어 잡화 중심의 점포가 형성되어 있으며, 북동쪽에 있는 <b>일부 지하상가를 제외하고는 침체되어 있음</b></li> <li>❖ 최근 춘천시 지하상가를 관리하게 되면서, 점포 재계약 등을 진행중에 있으나, <b>남쪽 지하로는 대부분 빈 공실로 남아 있음</b></li> </ul>	



대상지역의 건축물은 총 736동이 위치하고 있으며 5층 이하의 저층 건축물로 구성

#### 건축물 현황 층수



구분	개수(동)	비율(%)	연면적 합계(m <sup>2</sup> )
1층	116	15.8	6,690
2층	182	24.7	38,085
3층	181	24.6	61,227
4층	104	14.1	79,698
5층	42	5.7	59,174
6층	10	1.4	10,553
7층	6	0.8	10,774
8층	4	0.5	40,254
9층	4	0.5	9,342
16층	1	0.1	39,734
미확인	86	11.7	-
<b>합계</b>	<b>736</b>	<b>100</b>	<b>355,532</b>

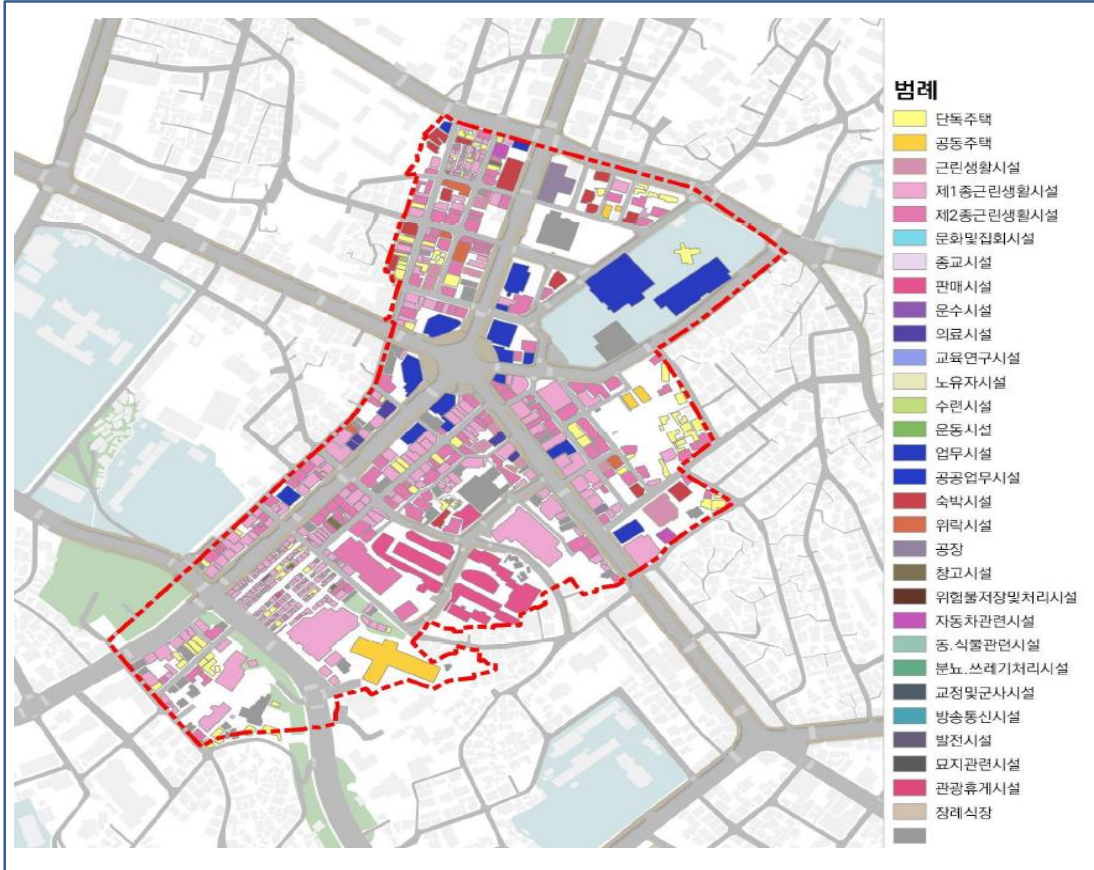
간선도로변으로 고층 건축물이 위치하고 있으며 이면부로는 대체로 5층 이하의 저층 건축물이 위치하고 있음

### 3. 건축물 현황 : 용도

### II. 상권현황진단 및 여건 분석

건축물의 용도는 근린생활시설(1종,2종 포함) 483동(65%)로 대부분을 차지하고 있으며, 이외에 판매시설(9동), 숙박시설(15동), 위락시설(6동)이 입지되어 있으며, 주용도의 건축물은 총 103동이고 이중 단독주택의 비중이 98동으로 높게 차지하고 있는 것으로 파악됨(세움터, 건축물 유형 및 규모, 부동산공부시스템 정보 활용)

#### 건축물 현황 용도

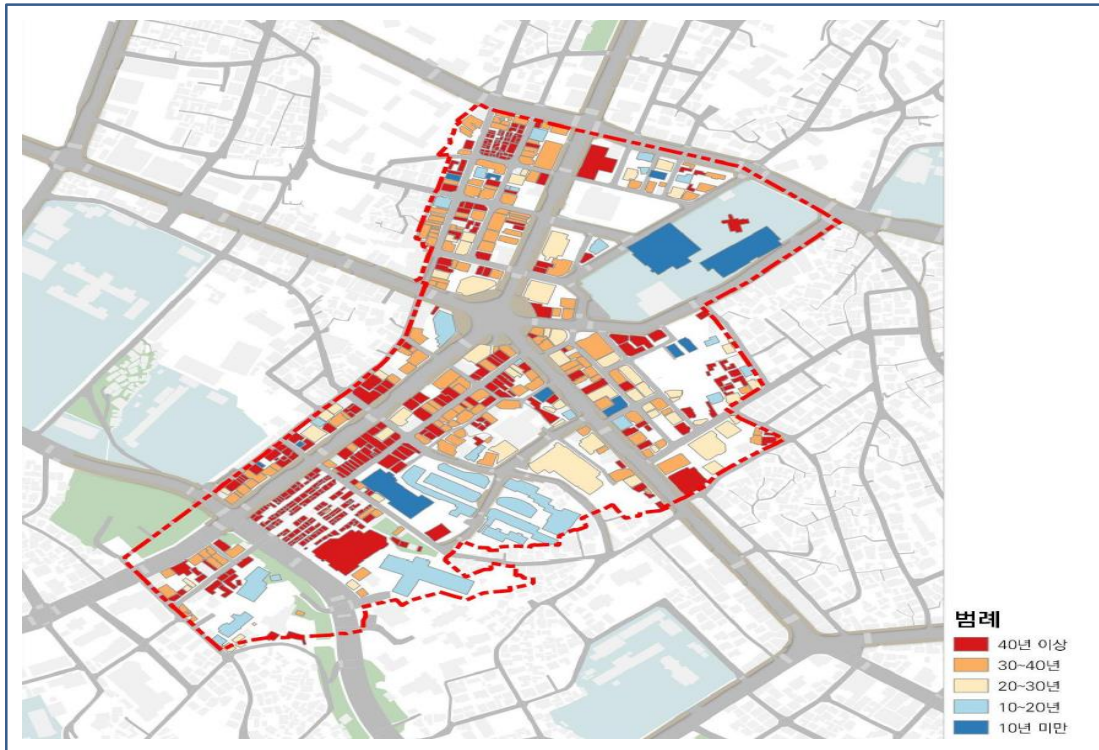


구분	개수(동)	비율(%)	연면적 합계(m <sup>2</sup> )
단독주택	98	13.3	17,125
공동주택	5	0.7	42,334
제1종근린생활시설	333	45.2	79,500
제2종근린생활시설	140	19.0	74,171
근린생활시설	10	1.4	9,598
판매시설	9	1.2	23,144
숙박시설	15	2.0	12,330
위락시설	6	0.8	3,851
업무시설	18	2.5	78,431
의료시설	5	0.7	2,253
종교시설	1	0.1	6,578
자동차관련시설	2	0.3	1,032
창고시설	6	0.8	525
공장	2	0.3	4,658
미확인	86	11.7	-
<b>합계</b>	<b>736</b>	<b>100.0</b>	<b>355,532</b>

업무시설은 동수는 18개로 비교적 적으며, 판매시설, 숙박시설, 위락시설 등은 상권 중심을 구축하고 있음을 확인 할 수 있음

건축물의 노후도는 20년 이상된 노후건축물이 전체의 71%를 차지하고 있어 노후정도가 심한 것으로 나타남

#### 건축물 현황 노후도

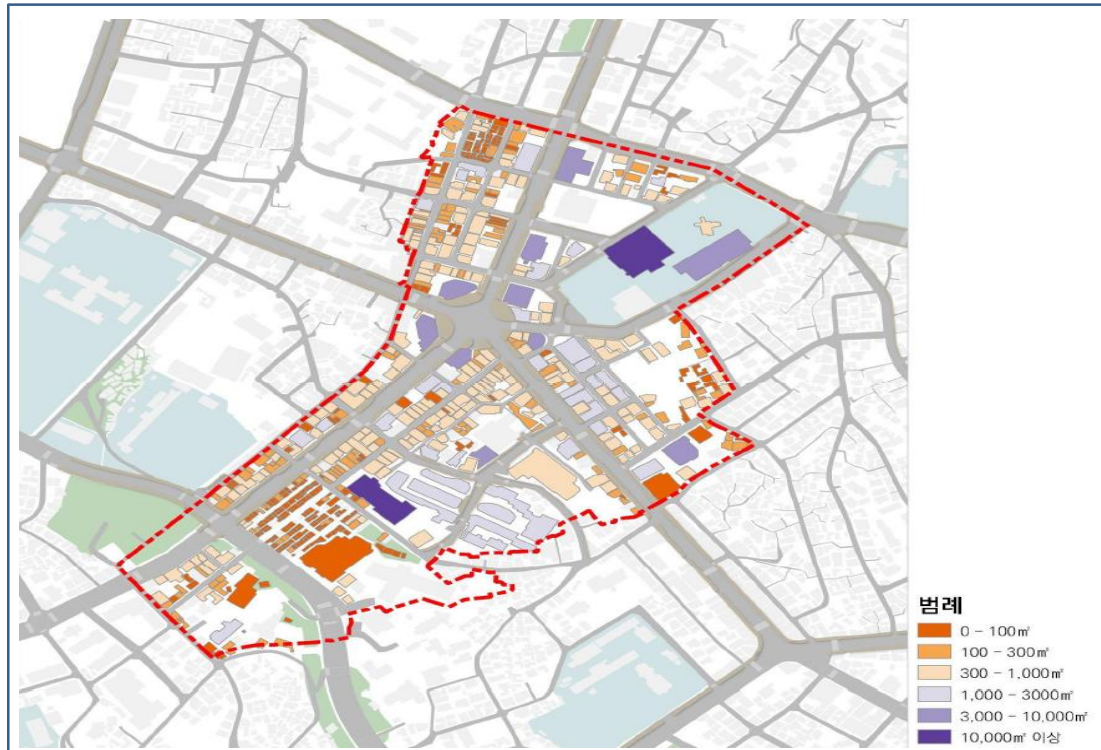


구분	개수(동)	비율(%)	연면적 합계(m <sup>2</sup> )
40년 이상	310	42.1	57,039
30 ~ 40년	155	21.0	76,422
20 ~ 30년	59	8.0	70,318
10 ~ 20년	30	4.1	81,410
10년 미만	12	1.6	55,592
미확인	170	23.1	14,750
<b>합계</b>	<b>736</b>	<b>100.0</b>	<b>355,532</b>

20년 이상된 노후건축물은 71%, 40년 이상 된 건축물은 42%로 노후도가 심한 반면, 10년 미만의 건축물은 1.6%에 불과해 신축 사업은 활발하지 않은 것으로 판단됨

건축물의 규모는 연면적 100m<sup>2</sup> 미만이 전체의 35%를 차지하고 있음

#### 건축물 현황 규모



구분	개수(동)	비율(%)	연면적 합계(m <sup>2</sup> )
100m <sup>2</sup> 미만	258	35.1	11,688
~300m <sup>2</sup>	136	18.5	23,850
~1,000m <sup>2</sup>	206	28.0	116,707
~3,000m <sup>2</sup>	36	4.9	66,467
~10,000m <sup>2</sup>	11	1.5	49,760
10,000m <sup>2</sup> 이상	3	0.4	87,060
미확인	86	11.7	-
<b>합계</b>	<b>736</b>	<b>100.0</b>	<b>355,532</b>

전체 81%는 연면적인 1,000m<sup>2</sup>미만의 소규모 건축물로 구성됨

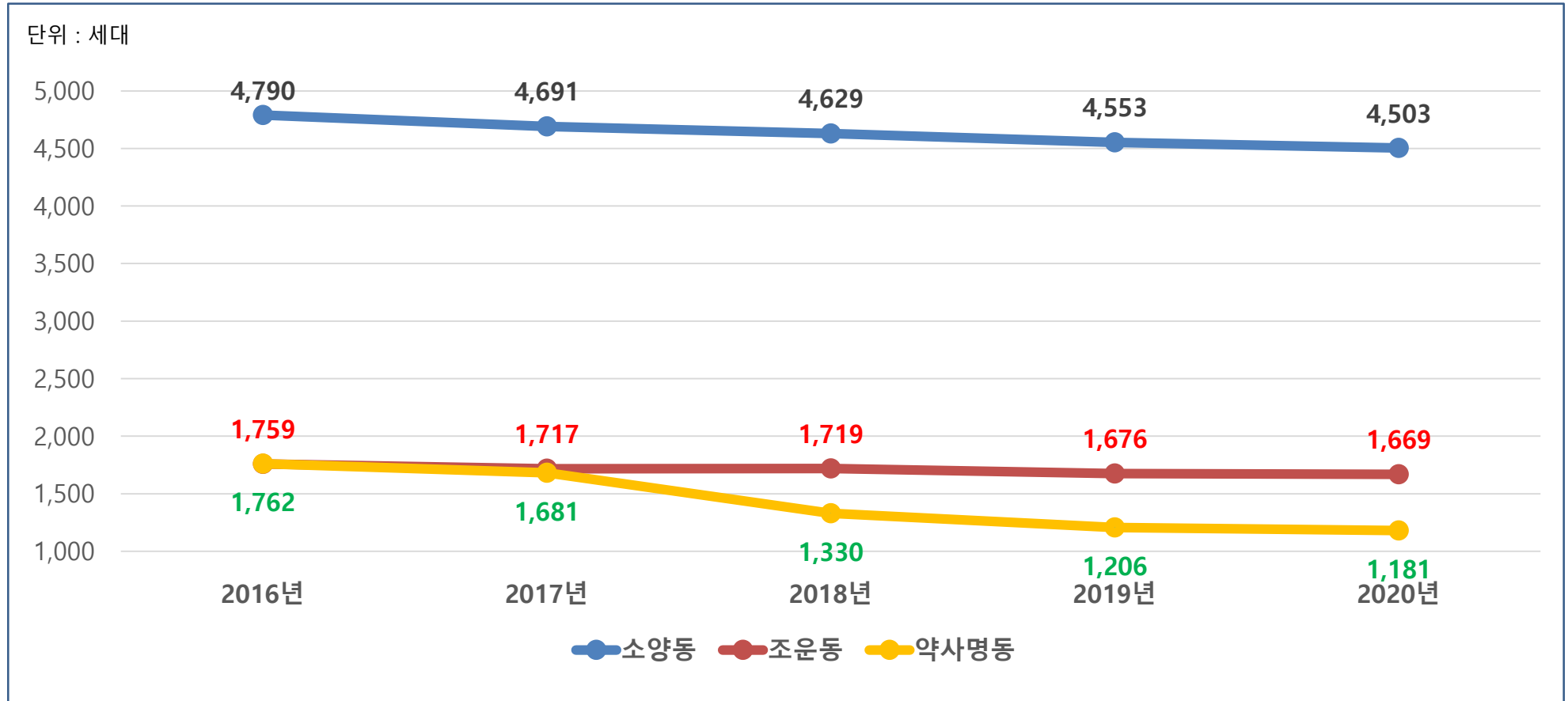
약사명동과 소양동 ('16년 11,122명 -> '20년 9,997명)의 인구감소가 가장 큰것으로 나타났으며으로 나타났으며, 이는 상권 쇠락이 인구감소에 영향을 미친것으로 판단됨

### 인문사회현황\_인구현황 시계열 분석

년도	행정기관	세대수	인 구 수			전월		증감	
			계	남	여	세대수	인구수	세대수	인구수
2020년 (5월)	춘천시	124,390	285,280	140,942	144,338	124,032	285,374	358	(-)94
	소양동	4,503	9,997	4,842	5,155	4,514	10,025	-11	-28
	조운동	1,669	2,977	1,443	1,534	1,666	2,978	3	-1
	약사명동	1,181	2,347	1,143	1,204	1,179	2,354	2	-7
2019년	춘천시	123,006	285,585	140,953	144,632	122,630	285,370	376	215
	소양동	4,553	10,202	4,935	5,267	4,551	10,244	2	-42
	조운동	1,676	3,001	1,451	1,550	1,706	3,066	-30	-65
	약사명동	1,206	2,419	1,171	1,248	1,210	2,418	-4	1
2018년	춘천시	120,190	285,002	140,527	144,475	120,085	285,103	105	-101
	소양동	4,629	10,534	5,139	5,395	4,629	10,545	0	-11
	조운동	1,719	3,201	1,575	1,626	1,717	3,211	2	-10
	약사명동	1,330	2,742	1,326	1,416	1,341	2,759	-11	-17
2017년	춘천시	118,450	284,192	139,917	144,275	118,139	283,970	311	222
	소양동	4,691	10,772	5,269	5,503	4,719	10,855	-28	-83
	조운동	1,717	3,234	1,595	1,639	1,729	3,262	-12	-28
	약사명동	1,681	3,538	1,715	1,823	1,707	3,577	-26	-39
2016년	춘천시	117,014	283,951	139,683	144,268	116,729	283,575	285	376
	소양동	4,790	11,122	5,449	5,673	4,779	11,127	11	-5
	조운동	1,759	3,370	1,644	1,726	1,759	3,363	0	7
	약사명동	1,762	3,674	1,760	1,914	1,766	3,687	-4	-13

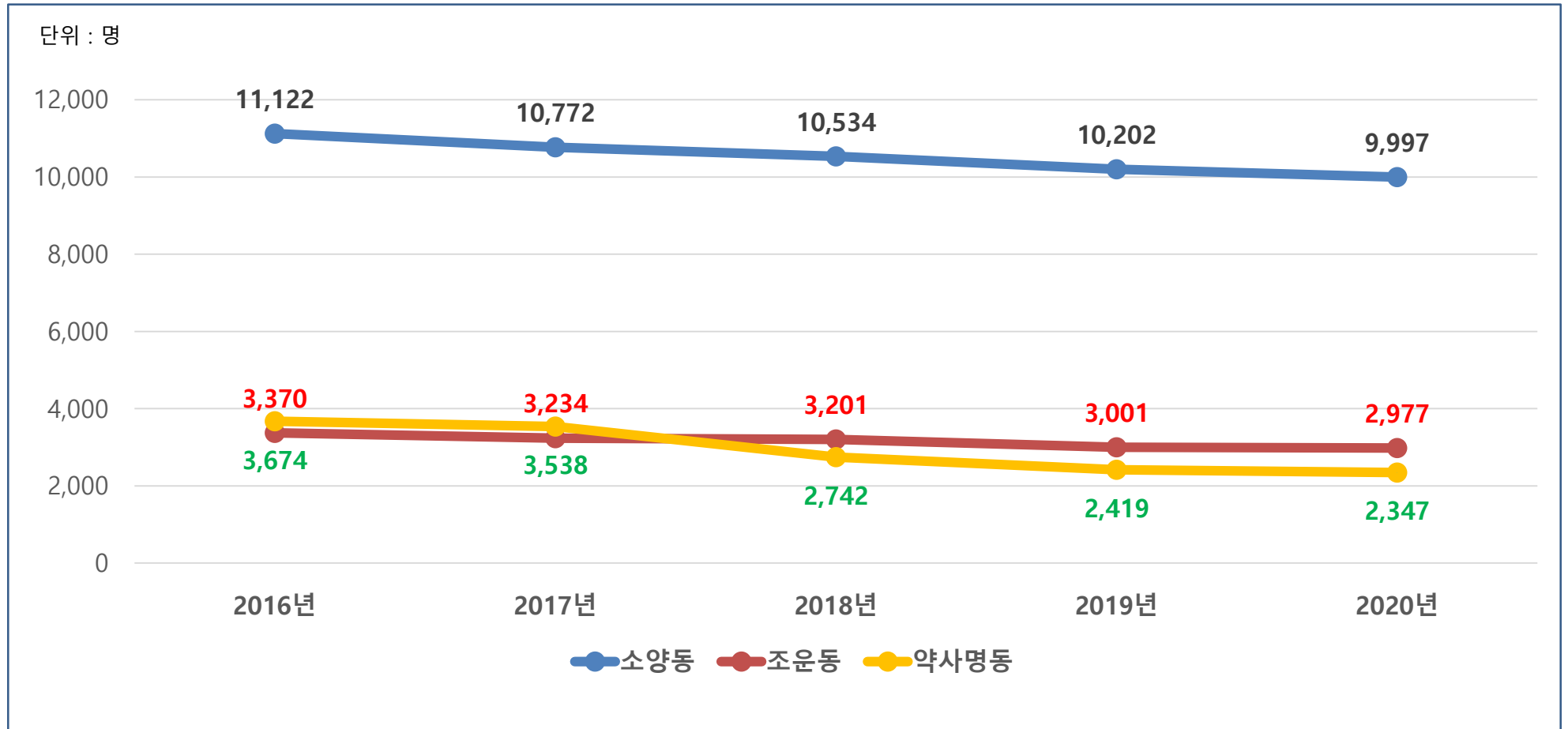
소양동의 인구감소가 가장 큰것으로 나타났으며('16년 11,122명 -> '20년 9,997명)으로 나타났으며, 이는 상권 쇠락이 인구감소에 영향을 미친것으로 판단됨

### 인문사회현황 세대현황 추이



소양동의 인구감소가 가장 큰것으로 나타났으며('16년 11,122명 -> '20년 9,997명)으로 나타났으며, 이는 상권 쇠락이 인구감소에 영향을 미친것으로 판단됨

### 인문사회현황 인구현황 추이



소양동의 인구감소가 가장 큰것으로 나타났으며('16년 11,122명 -> '20년 9,997명)으로 나타났으며, 이는 상권 쇠락이 인구감소에 영향을 미친것으로 판단됨

### 경제산업현황 대상지구 사업체수 및 종사자수

년도	구분	조운동		약사명동		소양동	
		사업체수 Estab.	종사자수 Workers	사업체수 Estab.	종사자수 Workers	사업체수 Estab.	종사자수 Workers
2018년	전체산업	1,051	3,203	1,020	3,771	1,028	7,811
2017년	전체산업	1,020	3,075	1,097	3,830	1,023	6,113
2016년	전체산업	1 022	3 033	1 086	3 780	1 007	6 154
2015년	전체산업	1 016	3 041	1 079	3 891	1 025	6 132



춘천시는 역사문화자원을 원도심내 보유하고 있어 시민 및 외부 관광객 유입을 위한 관광자원을 보유하고 있음

**대상지 역사문화자원**

**봉의산**

- ❖ 춘천시의 상징이자 진산(鎭山)으로, 시가지 북쪽에 위치(높이 301.5m)
- ❖ 상서로운 봉황(鳳凰)이 나래를 펴고 위의를(威儀)을 갖춘 모습이라 하여 봉의산이라 명명
- ❖ 봉의산성(강원기념물 26)
  - 정상부에는 봉수대가 있는 고려시대에 축성
  - 길이 1,241.5m, 높이 5~6m
- ❖ 소양정(昭陽亭:강원문화재자료 1)
  - 북쪽 산마루에 소양강 일대가 내려다 볼 수 있는 정자
  - 삼국시대부터 약 1,500년간 존재해온 한국 최고(最古)의 정자
- ❖ 혈거유지(穴居遺址:강원기념물 1)
  - 산중턱 해발고도 150m 동쪽 기슭에 위치
  - 경사면을 이용하여 인공적으로 파서 만든 석기 시대의 동굴유적



(춘천 봉의산)



(춘천 봉의산성)



(춘천 소양정)



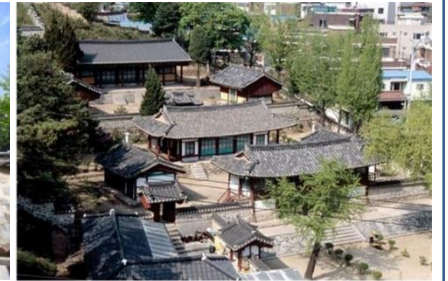
(혈거유지)

(계속)

**대상지 역사문화자원**

**춘천향교**

- ❖ 조선 초기에 창설된 교육기관으로 1985년 1월 17일 강원도유형문화재 제98호로 지정
- ❖ 조선시대에 현유의 위패를 봉안, 배향하고 지방민의 교육과 교화를 위하여 창건
- ❖ 인재양성과 함께 제사기능을 담당하였는데 이를 위해 제사공간인 대성전과 강학공간인 명륜당을 두었음



(춘천향교)

**춘천미술관  
(문화시설)**

- ❖ 옛 교회건물을 리모델링해서 사용하고 있는 미술관
- ❖ 매주 색다른 작가들의 전시를 볼 수 있음
- ❖ 시민의 문화 휴식 공간으로 활용
- ❖ 1995년 삼천동 어린이회관 전시실에서 시작된 삼천동 춘천미술관(춘천미술협회)이 옥천동 옛 중앙감리교회 건물을 전시장으로 단장하여 활용하고 있음

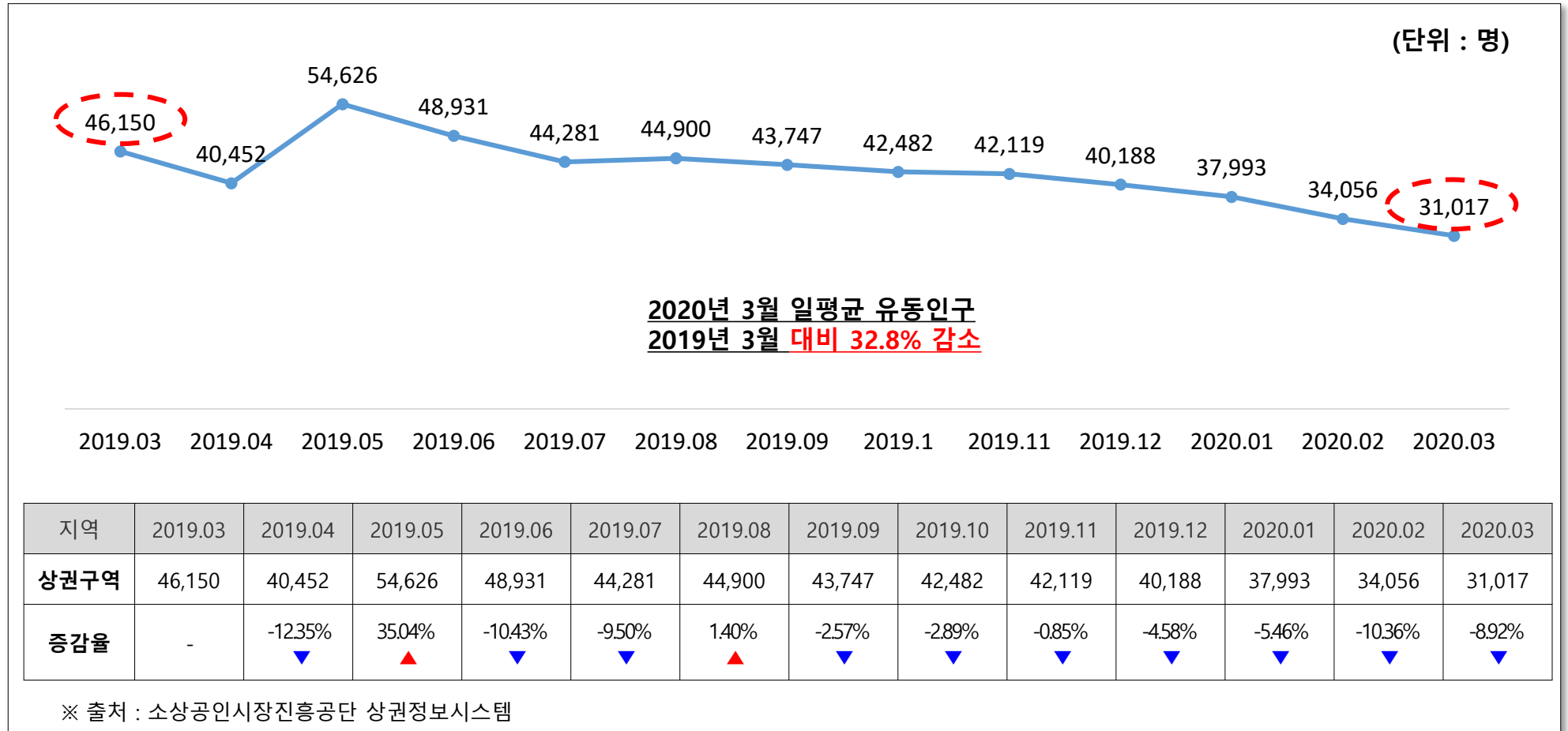


(춘천미술관)

(춘천미술관)

춘천 원도심 상권의 최근 1년의 월별 유동인구에 대해 분석한 결과, 2020년 3월의 일평균 유동인구는 31,017명으로 1년전인 2019년 3월 유동인구 46,150명에 비해 약 32.8% 감소 한 것으로 나타나 신규 고객 등 유동인구 유입이 필요

## 대상지 상권분석



인구구조의 변화, 원도심의 경쟁력 저하 등 춘천 중앙 원도심 상권 활성화 수준은 매우 낮아지고 있는 실정이나, 향후 도시재생 사업과의 연계를 통한 춘천 중앙 원도심 상권의 전반적인 특성화를 통한 상권 육성이 가능할 것으로 전망

### 춘천 중앙 원도심 상권의 변화

#### 거주 여건 및 인구 구조의 변화



##### 춘천시청, 강원도청 입지

- 춘천 중앙 원도심 상권에 춘천시청과 강원도청이 입지함
- 교육/의료/소비 등 춘천의 전통적인 대표상권



##### 노령인구의 증가

- 춘천시 전체 인구는 증가하고 있지만
- 전체적으로 65세 이상 노령인구 증가추세

#### 춘천시 인프라 변화



##### 수도권 1시간, 교통편리

- 2009 서울~춘천 고속도로 개통
- 2010 경춘선 전철 개통
- 서울~양양 동서고속도로
- 춘천~속초 동서고속철도



##### 풍부한 교육, 문화 인프라

- 6개대학 38,000명
- 마임(5년 연속 최우수 선정)축제
- 닭갈비, 막국수 축제
- 레저경기대회 등

#### 정부지원 정책의 변화



##### 도시재생 사업의 전개

- 교동일대 도시재생뉴딜 사업 구역 선정('19년)
- 약사명동 도시재생뉴딜 사업 선정('17년)
- 조운동 도시재생('19년)

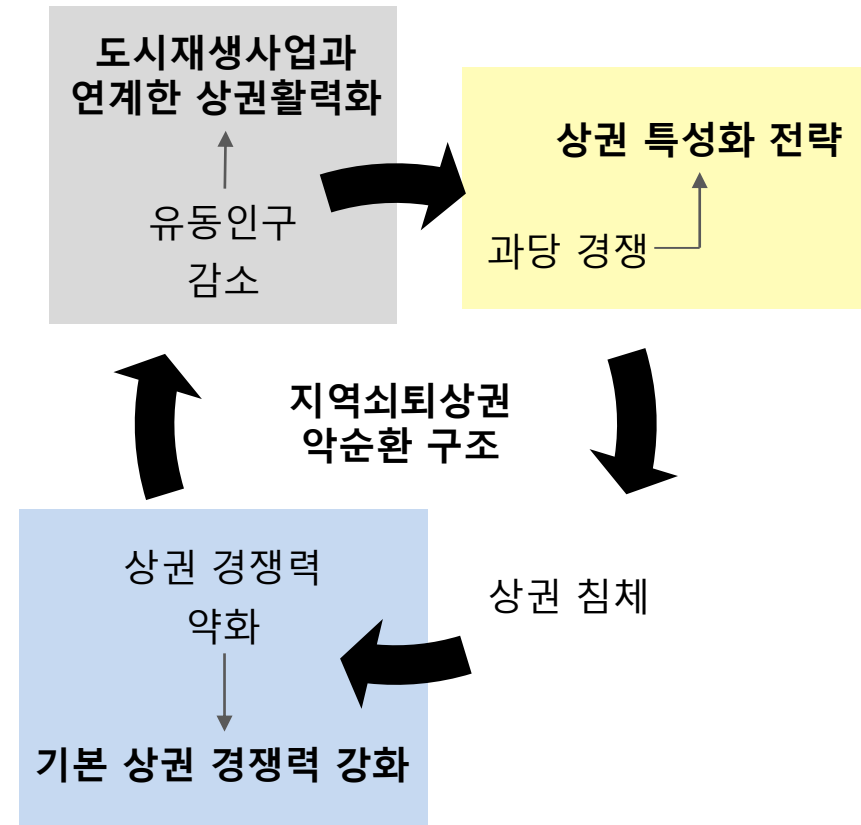
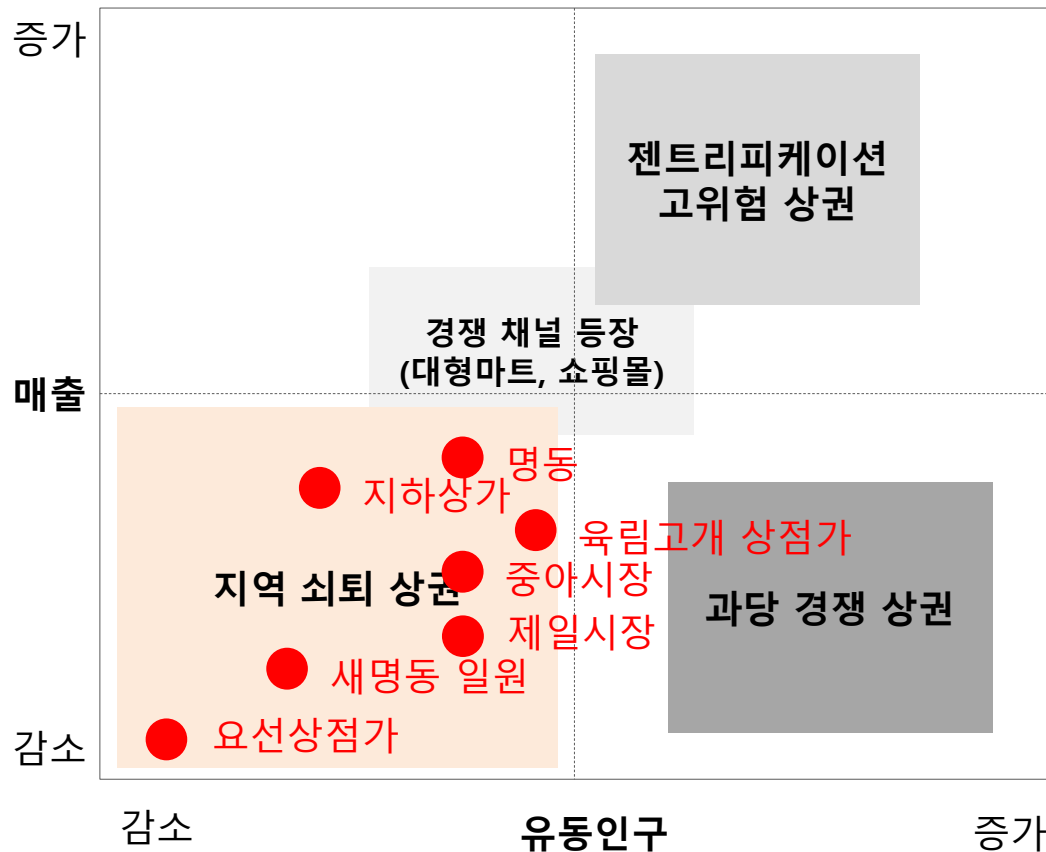


##### 상권 중심 지원사업 개편

- 기존 전통시장 중심 지원 사업에서 탈피, 상권 구역 단위의 활성화 사업 전개
- 지하상가 관리주체 시로 변경  
→ 상권단위 활성화 계획 추진 가능

춘천 중앙 원도심 상권은 지역 쇠퇴 - 과당 경쟁 - 경쟁 채널 등장 등 복합적인 문제가 있는 것으로 분석됨  
 기본적인 상권 경쟁력 강화와 특성화를 통한 과당 경쟁 지양, 그리고 도시재생사업과 연계한 상권활성화 방안 등이 필요

**상권 침체 원인 분석**



# 목 차

I. 연구개요

II. 상권현황진단 및 여건 분석

III. 상위계획 검토

IV. 이해관계자 수요조사 결과

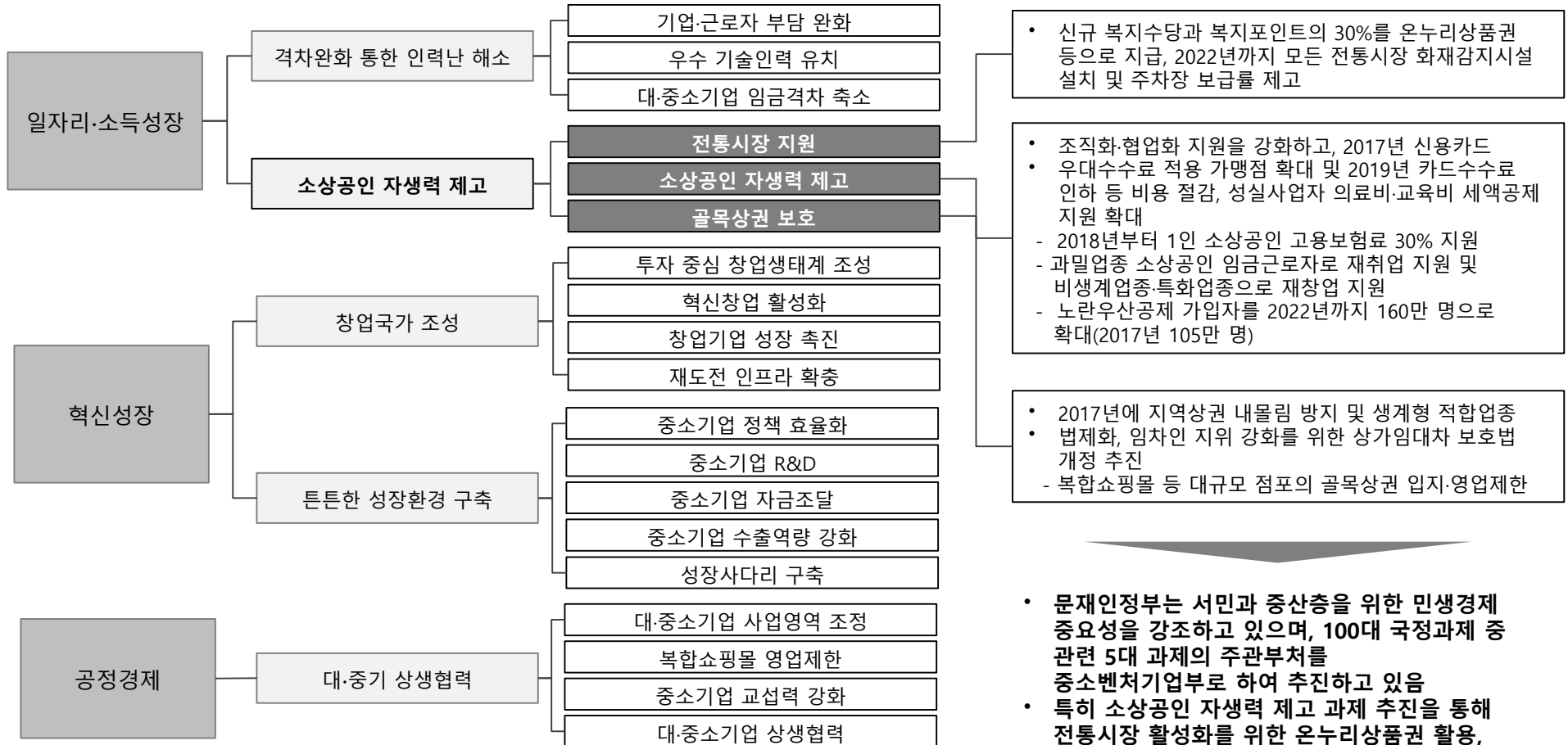
V. 국내외 사례조사

VI. 상권현황진단 및 여건 분석

VII. 종합활성화 계획

중소벤처기업부는 민생경제 활성화 주관 부처로서 관련 5대 국정과제를 추진하고 있으며, 특히 소상공인 자생력 제고 과제의 일환으로 전통시장 활성화를 위한 활동을 지원하고 있음

### 중소벤처기업부 추진 5대 국정과제



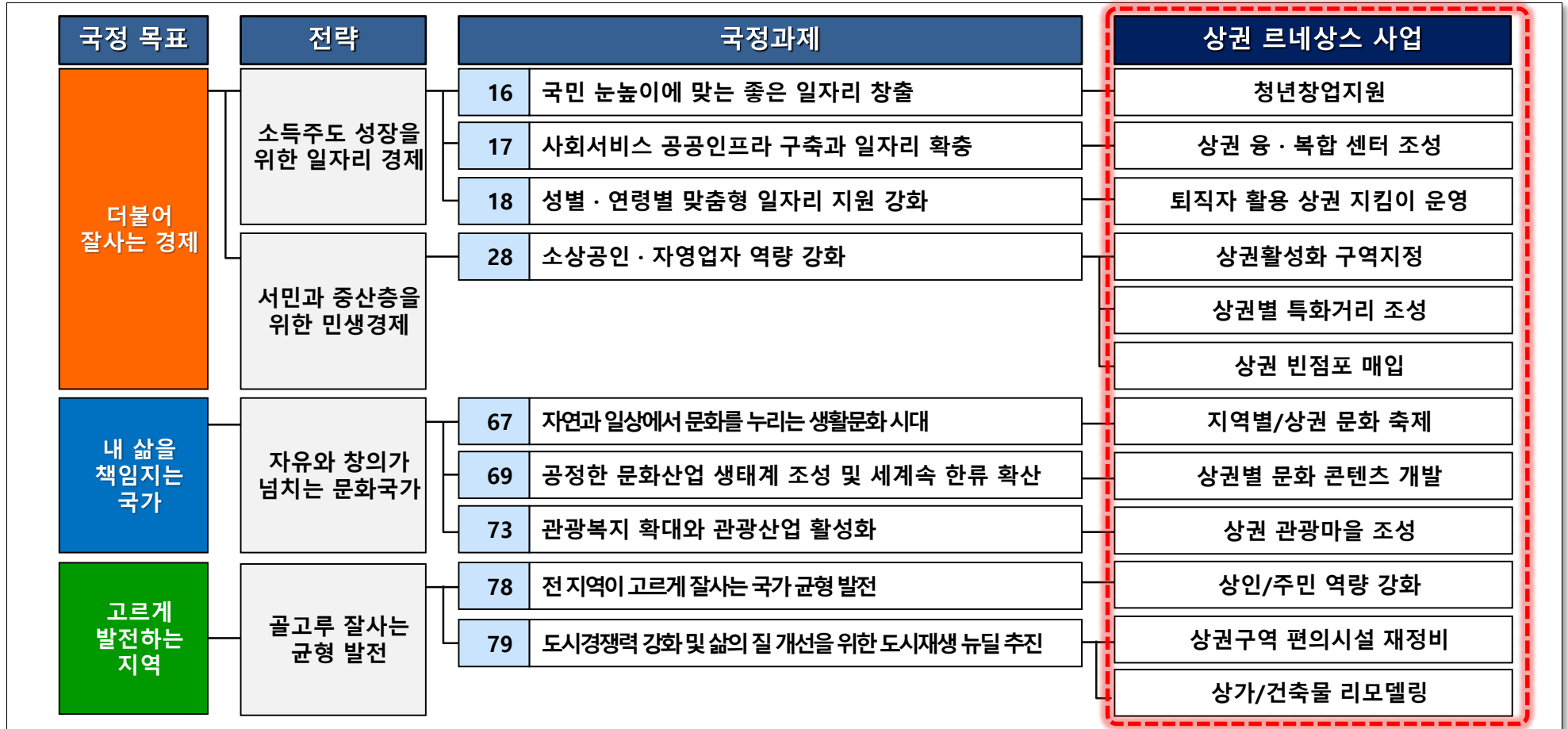
출처 : 문재인정부 국정운영 5개년 계획(2017)

- 신규 복지수당과 복지포인트의 30%를 온누리상품권 등으로 지급, 2022년까지 모든 전통시장 화재감지시설 설치 및 주차장 보급률 제고
- 조직화·협업화 지원을 강화하고, 2017년 신용카드 우대수수료 적용 가맹점 확대 및 2019년 카드수수료 인하 등 비용 절감, 성실사업자 의료비·교육비 세액공제 지원 확대
  - 2018년부터 1인 소상공인 고용보험료 30% 지원
  - 과밀업종 소상공인 임금근로자로 재취업 지원 및 비생계업종·특화업종으로 재창업 지원
  - 노란우산공제 가입자를 2022년까지 160만 명으로 확대(2017년 105만 명)
- 2017년에 지역상권 내몰림 방지 및 생계형 적합업종 법제화, 임차인 지위 강화를 위한 상가임대차 보호법 개정 추진
  - 복합소핑몰 등 대규모 점포의 골목상권 입지·영업제한

- 문재인정부는 서민과 중산층을 위한 민생경제 중요성을 강조하고 있으며, 100대 국정과제 중 관련 5대 과제의 주관부처를 중소기업부로 하여 추진하고 있음
- 특히 소상공인 자생력 제고 과제 추진을 통해 전통시장 활성화를 위한 온누리상품권 활용, 시장 시설 경쟁력 제고 등을 추진하고 있음

중앙정부 사업과 연계를 통해 예산확보 방안을 마련, 이를 위해 국정과제 중 상권 르네상스 사업으로 실현 가능한 항목을 도출 및 매칭하여 사업의 실현가능성 및 파급효과 극대화

상권 활성화 관련 국정 과제





정부는 '함께 잘 사는 혁신적인 포용국가'의 핵심 주체로서 자영업자가 성장·혁신을 통해 잘 살 수 있도록 하기 위한 종합적인 정책 로드맵을 세우고 정책을 펴 나가고 있음

## Vision

성장·혁신하는 자영업, 잘 사는 자영업자



## 8대 핵심 정책과제 (~2022년 목표)

① 자영업·소상공인 전용 상품권 18조원 발행

\* 지역사랑상품권 8조원 + 온누리상품권 10조원

② 전국 구도심 상권 30곳 혁신 거점 집중 육성 (상권 르네상스 프로젝트), 소공인 집적지구 내 소공인복합지원센터 10곳 신설

③ 전통시장 주차장 보급률 100% 및 주요 상권 내 공영주차장 설치 확대

④ 0%대 수수료율 실현을 위한 제로페이 시행 및 국민포인트제 도입 추진

⑤ 상가임대차 보호범위 확대를 위한 환산보증금 단계적 폐지

⑥ 부실채권 0.9조원 조기 정리(지역신보) 및 소상공인지원센터(60곳) 폐업 지원기능 강화

⑦ 1인 자영업자 사회보험 획기적 개선 추진

\* 4대보험 지원 타당성 검토 등을 위한 연구용역 추진, 노란우산공제 180만명 가입자 확보

⑧ 소상공인·자영업기본법 제정, 자영업전문부설 정책연구소 신설

\* 출처 : 정부 관계부처 합동, 자영업 성장·혁신 종합대책, 2018. 12

소상공인 관련 지원정책은 4개 영역(금융, 경영혁신 역량강화, 조직화&협업화, 지원 인프라 구축)으로 구분됨  
추진 예산은 2조원으로 정책자금 1.5조원, 보조금 0.5조원으로 구성됨

## 소상공인 지원정책



### 금융지원 정책

- 소상공인의 창업과 경영안정을 위한 지원 : 신규 고용 창출, 고용 유지, 산업의 균형 발전 등
- 융자 및 보증의 형태



### 경영혁신 역량 강화 정책

- 소상공인의 준비된 창업 및 경영혁신 역량 강화
- 교육 프로그램 제공, 전용 교육장 무상제공, 자영업 컨설팅 및 무료 법률 구조 지원, 소공인 특화 지원 등



### 조직화, 협업화 정책

- 중소 소매업이 대형유통업과 경쟁할 수 있는 역량 강화
- '나들가게' 육성 지원, 프랜차이즈 활성화 지원 사업 등



### 지원 인프라 구축 정책

- 상권 별 과다 경쟁으로 인한 폐해 최소화, 창업 성공률 증진
- 상권정보시스템 운영 : 과밀 정보 및 상권조사보고서 등 제공

2018년 대구, 강진, 그리고 수원을 중심으로 상권르네상스 사업을 시작하였으며, 실질적인 활성화 가능성을 제고하는 방향으로 진행될 계획

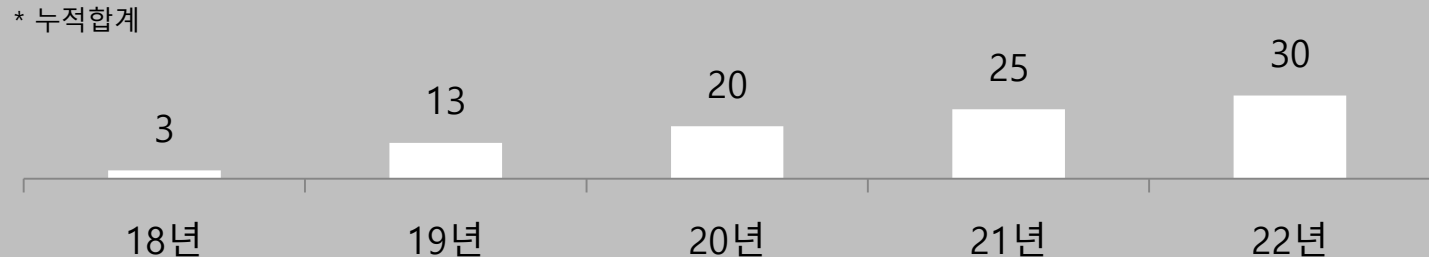
### 특장점

- 도시재생뉴딜사업 등 기존 사업과 연계하여 자영업이 밀집한 구도심상권을 혁신의 거점으로 집중 육성
- 복합청년몰, 특성화시장, 시설현대화, 주차장환경개선 등 기존 전통시장 지원사업을 우선적으로 연계
- 상권자체의 경쟁력과 지역의 전략적 자산의 연계 확대

### 지원 형태의 변화

18억 ▶ 60~120억      3년 ▶ 5년

### 지원 계획



2018년 상권활성화 사업 - 3개 선정  
(대구 북구, 전남 강진, 경기 수원)

2019년 상반기 - 4개 선정  
(광주 양동, 경기 구리, 충남 천안, 경남 진주)

2019년 하반기 - 6개 선정  
(군산 공설, 부산 연일, 정선 아리랑, 관악 신원, 공주 산성)

2020년  
7개 선정 예정

향후 중앙정부 지원사업 참여를 위해서는 중장기 상권활성화 전략이 정부 정책방향과 적합성을 이뤄야 하므로 정부 정책을 충분히 검토하여 추천 중앙 원도심 상권활성화 계획을 수립하고자 함

중소벤처기업부 - '상권활성화 사업'의 이해

상권활성화 사업 - 개요										
<b>사업 목적</b>	구도심 상권 쇠퇴로 골목상권의 소상공인 생업기반이 약화되는 등 지역경제에 부정적인 영향을 미치게 됨에 따라, 쇠퇴한 상권을 '상권활성화구역' 지정을 통해 상권관리사업(환경개선, 활성화 등)을 추진, 소상공인 및 상권의 자생력 확보, 지속적 성장을 도모 * 상권활성화구역 : 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」제2조 제4호의 규정에 해당하는 쇠퇴상권 [참고-관련법령]									
<b>지원 내용</b>	쇠퇴한 상권 개선 및 특색있는 상권 조성 등을 지원 < 예시 : 상권활성화 구역 재생(안) > <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>상업zone (쇼핑, 먹거리)</td> <td>테마zone (도전·성장) -플라마켓 청년상인 -인큐베이팅 예술공방 등</td> <td>상업zone (쇼핑, 먹거리)</td> </tr> <tr> <td colspan="3">→ (진입) 미니공원      가족숙터(놀이터)</td> </tr> <tr> <td>상업zone (쇼핑, 먹거리)</td> <td>상업zone (쇼핑, 먹거리)</td> <td>상업zone (쇼핑, 먹거리)</td> </tr> </table> *환경개선사업(예시): 상점가 거리정비 및 기반공사, 거리디자인, 환경안전관리 등 *활성화 사업(예시): 빈점포 활성화, 학점포 유치, 테마존운영(문화예술공간 등) 등	상업zone (쇼핑, 먹거리)	테마zone (도전·성장) -플라마켓 청년상인 -인큐베이팅 예술공방 등	상업zone (쇼핑, 먹거리)	→ (진입) 미니공원      가족숙터(놀이터)			상업zone (쇼핑, 먹거리)	상업zone (쇼핑, 먹거리)	상업zone (쇼핑, 먹거리)
상업zone (쇼핑, 먹거리)	테마zone (도전·성장) -플라마켓 청년상인 -인큐베이팅 예술공방 등	상업zone (쇼핑, 먹거리)								
→ (진입) 미니공원      가족숙터(놀이터)										
상업zone (쇼핑, 먹거리)	상업zone (쇼핑, 먹거리)	상업zone (쇼핑, 먹거리)								
<b>매칭 조건</b>	지원예산은 1개 활성화구역 당 5년간 80억원(국비 40억원) 까지 지원 * 선정된 구역의 연차별 사업계획 검토승인을 통해 투입 예산 조정 가능(국비(40억) 지원 예시: (1~2년차) 10억원 이내 → (3~4년차) 25억원 이내 → (5년차) 5억원 이내) 재원분담비율은 국비 50% 지자체+자부담 50%으로 분담 *자부담은 현금현물 모두 가능하며 민간자부담은 지자체가 분담 가능									

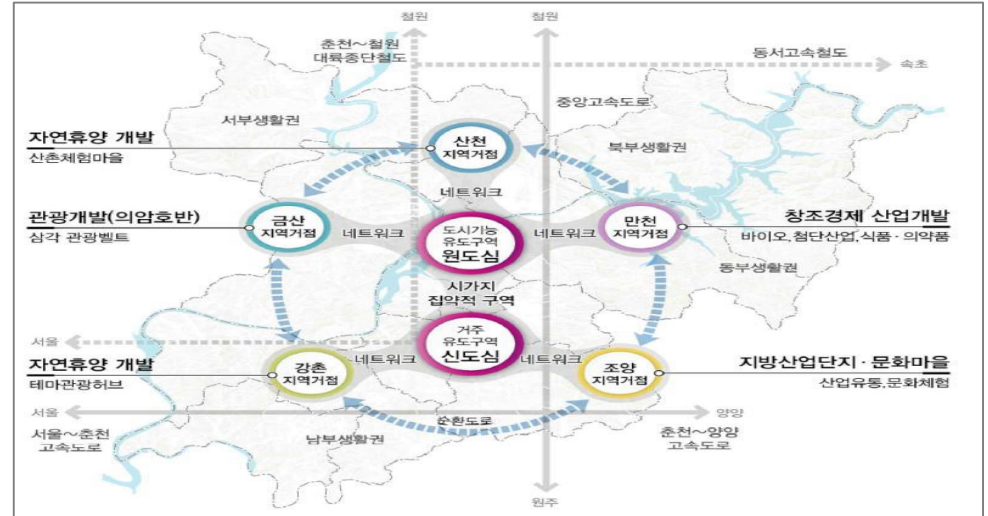
지원대상 및 지원조건	
[상권활성화구역의 요건, 법 제2조 제4호]	
1. <b>시장 또는 상점가가 하나 이상 포함된 곳</b> 2. 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」에 따른 <b>상업지역이 100분의 50 이상 포함된 곳</b> 3. 해당 구역 안에 대통령령으로 정하는 수(시·군·구의 인구 50만 이상은 700개, 50만미만은 400개) 이상의 <b>도매점포, 소매점포 또는 용역점포가 밀집하여 하나의 상권을 형성</b> 하고 있는 곳 4. <b>구역 내 시장·상점가의 매출액, 인구 및 사업체 수 등 3개 항목 모두 최근 2년간 연속 감소</b> (인구는 구역이 속한 행정동의 인구)하여 해당 구역의 상업 활동이 위축되었거나 위축될 우려가 있다고 판단되는 곳	
<b>지원 조건 (필수)</b>	① <b>상권대표 조직(상인회, 협의회 등) 구성</b> * 해당 상권을 대표할 수 있도록 임대인 임차상인으로 구성된 상인회 협의회 조합 등을 의미함 ② <b>해당상권의 상인, 임대인 각 1/2이상 사업동의 및 상생협약* 체결</b> *(예시) 임대료 계약갱신 기간(5~10년 연장) 임대료 인상폭 5년간 10%이하 유지 등 ③ <b>상권활성화 구역 지정</b> *구역경계는 신청시 확정하여야 하며 상권활성화 구역 지정은 사업시행 전까지(18년말 이전) 지정이 필요하며 미지정시 사업 선정 및 지원 취소
<b>준비 사항</b>	기초조사서, 상권관리기구 운영계획, 구역경계도 등 · 구역 지정(변경) 승인을 위한 기초조사서 : 신청사유, 지정 효과 등 포함 · 구역 경계도, · 소요예산 및 조달계획, · 상권활성화 사업내용 · 상권관리기구(상권대표조직 포함) 운영계획, · 주민의견서 등

- |   |   |   |                   |
|---|---|---|-------------------|
| 2018년 상권활성화 사업 - 3개 선정<br>(대구 북구, 전남 강진, 경기 수원) | 2019년 상반기 - 4개 선정<br>(광주 양동, 경기 구리, 충남 천안, 경남 진주) | 2019년 하반기 - 6개 선정<br>(군산 공설, 부산 연일, 정선 아리랑, 관악 신원, 공주 산성) | 2020년<br>6개 선정 예정 |
|---|---|---|-------------------|

춘천시는 '살기 좋고 살고 싶은 행복도시 스마일춘천' 을 실현하기 위해 관광, 스포츠, 지식산업, 교육 분야를 중심으로 4대 정책목표 수립 및 추진

### 도심발전목표 및 추진구상

<p><b>청정호반 관광도시</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 관광·휴양 테마화 추진</li> <li>● 광역 관광산업 개발</li> <li>● 체류형 관광인구 증대</li> </ul>
<p><b>문화·예술· 레저 스포츠 도시</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 문화·예술공간 확충</li> <li>● 참여기회 확대 프로그램</li> <li>● 레저·스포츠 행사 개최</li> </ul>
<p><b>첨단 지식 산업 도시</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 첨단지식 기반산업 육성</li> <li>● IT·BT·CT산업 융합</li> <li>● 4차산업 융복합 추진</li> </ul>
<p><b>행정·교육 중심도시</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 행정기능 강화</li> <li>● 산학협력 성장기반 마련</li> <li>● 대학연구기능 전문화</li> </ul>



도심 생활권과 신도심 생활권 2도심을 주축으로 각각 산천, 금산, 강촌, 조양, 만천 5개의 거점지역 계획

5개의 거점지역은 중심도심과 각각 성장축을 형성하여 지역간 균형발전 도모

각 생활권별 체험 및 테마관광·레포츠 및 친환경 정주공간·도심 인프라 연계, 야간경관·레포츠 및 관광허브·산업유통·관광산업 등의 특화산업 증점 육성

춘천 도시재생전략계획은 생활문화, 문화경제, 역사문화 부문에 기 결정된 도시재생활성화 사업에 재 재생방향 설정

## 도심3대 분야 도시재생 기본 구상

### 생활문화 재생권역

- ✓ 소양/약사재정비촉진지구 내 존치지구와 근화-소양동, 조운-교동, 효자동, 후평동 일대 노후주거밀집지를 포함하는 권역으로 낙후된 주거환경을 개선하고 마을경제 및 커뮤니티 기반 마련
- ✓ 근린주거 재생권역은 춘천시 도시재생의 선도적 모델 제시 및 춘천만의 특색있는 도시재생이 될 수 있도록 주민과 공공/전문가, 사회조직을 적극 활용하여 점진적이고 순차적인 도시 재생 사업 추진

### 문화경제 재생권역

- ✓ 약사명동 일대의 문화경제재생권역은 명동상권으로 대표되는 중앙로터리를 중심으로 금강로와 중앙로를 따라 구성
- ✓ 원도심 상업지재생권역을 명동상권/시청주변상권/요선동상권으로 범위를 설정하여 지역 특성 및 지역자원을 활용한 문화경제 재생계획 수립

### 역사문화재생을 통한 권역별 연계

- ✓ 춘천시내 우수한 역사적·문화적 자산을 통하여 각 재생권역별 연계를 추진
- ✓ 옛 역사/문화적 가치가 높은 건축물 및 문화행사 등을 보전하고, 관광/문화 콘텐츠로 활용하여 각 재생권역과 연계를 통하여 역사·문화도시 춘천의 모습을 되찾을 수 있도록 지원

### 근화·소양동지역(번개시장일대)

- 용도지역 : 제2종일반주거지역, 일반상업지역(소양로변)
- 전개시장, 탐거리상권재생
- 배터/배나무골 주거환경개선
- 소양강/소양로를 활용한 관광거점 육성

### 효자동지역(남부시장일대)

- 용도지역 : 제2종일반주거지역
- 낭만골목사업 지속적추진(낭만골목투어사업)
- 생활문화공동체 육성(문화마을기업육성, 지역문화활동가 육성)

### 후평동지역일대

- 용도지역 : 대부분 제2종일반주거지역
- 후평초교 주변지역 주거환경 개선
- 후평산업단지 이면부지역 산업단지 지원 기능 확충

### 조운동·교동지역(동부시장일대)

- 용도지역 : 제2종일반주거지역, 일반상업지역(팔호광장주변)
- **역사/문화자원활용->역사/문화마을만들기(향교, 한림대 등 연계재생)**
- 명동상권의 지원시설 유도)

### 약사명동지역(중앙시장일대)

- 용도지역 : 대부분이 일반상업지역
- **중앙시장(낭만시장), 명동거리상점가 활성화 사업**
- **명동길/약사리고개 등 도심낭만거리조성**
- **옛 극장등을 활용한 문화시설확충**

'매일이!축제가 되는 평생문화도시 춘천'을 비전으로 생활문화, 문화경제, 문화예술도시 구축을 목적으로 사람영역, 활용영역, 공간영역, 지원영역 등 4가지를 사업 중심으로 사업추진

## 문화도시 목표 및 사업추진계획

### < 비전 및 목표 >



#### 문화가 일상이 되는 생활문화 도시

- ❖ 일과 삶의 경계를 허물고 누구나 누릴 수 있는 일상의 문화를 보장하는 도시
- ❖ 시민 스스로 삶의 방식을 전환하여 창조적 시민으로 성장하는 과정을 통해 도시의 패러다임이 전환되는 도시

#### 문화를 기반으로 한 공동체가 살아있는 도시

- ❖ 이웃, 마을, 구성원 간의 관계 회복을 통해 연결고리가 강화되는 도시

#### 문화가 사회·경제로 확장되는 문화경제 도시

- ❖ 공공영역의 문화경제 영역이 시장경제, 사회적경제, 생활경제 등 도시전반의 경제활동으로 확장 되는 도시

#### 예술창작환경이 보장되는 문화예술도시

- ❖ 예술가의 권리와 복지의 보장, 예술창작을 위한 인프라가 확충되는 도시

❖ 도시를 구성하는 단위인 사람, 활동, 공간을 중심으로 구성한 사업계획 수립

사업구분	사업명	예산 (백만원)	사업주요내용
사람 영역	도시문화 전환학교	428	◦ 지역에 대한 이해와 관심사를 접목시킨 전환학교
	문화예술 창업지원 '전환가게'	900	◦ 사회적 가치 추구하고 공유경제 중심의 창업 지원
	도시디자이너	470	◦ 개인 및 도시의 삶의 방식을 이끌어갈 인력 양성
	도시편집자	470	◦ 도시의 다양한 가능성 발굴 및 사업화, 시민과 전문인력 및 예술가 간 협력모델 구축
	생활예술 아카데미 '나도 예술가'	430	◦ 일상에서 시민들의 공유할 수 있는 예술활동 기반 마련
	경험공유학교	400	◦ 삶의 기술을 함께 나누는 아카데미 프로그램
활동 영역	Touching & Matching for Life	950	◦ 예술가 그룹과 시민그룹의 결합을 통해 전환적 문화도시로 나아가기 위한 새로운 실험
	리아트(re-art) 프로젝트	700	◦ 버려지는 가구·독재·재활용에 예술적 개입을 통한 작품화 및 인식 변화와 예술의 실용적 가치 발견
	커밍아웃페스티벌	950	◦ 지역 내 다양한 문화예술활동의 교류 및 네트워크 구축
	춘천놀이	810	◦ 지역의 다양한 자원과 기획프로그램의 결합한 시민 참여 문화예술 프로그램
	라운드테이블 '전환상상'	440	◦ 평생문화도시춘천·전환적 문화도시를 상상하며 시민들의 의견 수렴 및 공유
	전환 네트워크 구축	440	◦ 시민들의 교류의 기회 제공 및 문화도시 조성에 대한 이슈와 대안 생산
	문화실험	1,262	◦ 춘천의 문화예술을 위한 사회적 자본 구축
	문화화폐	850	◦ 가상화폐 기반의 문화화폐 시스템 구축
	문화 SIB	500	◦ 사회적혁신 성과채권 Social Impact Bond
	춘천 축제 아카이빙	490	◦ 지역 축제의 역사와 활동 내용에 대한 기록 DB화
공간 영역	축제 마켓 운영	950	◦ 지역 축제 관련 콘텐츠의 대외적 확산 및 공유
	페스티벌 허브 구축	500	◦ 춘천 지역 축제 네트워크 구축
	살의 전환을 응원하는 '인생공방'	4,500	◦ 문화접근성 향상을 위한 생활내 문화공간 확충
	지역리서치	660	◦ 춘천의 도시적 특성 및 변화상에 대한 DB구축
	문화도시정책위원회	400	◦ 외부전문가, 내부관계자 등 다층적 협의체 구성·운영
	문화도시지원센터	2,000	◦ 춘천문화도시지원센터 정식조직으로 확대 개편
지원 영역	행정협의체	100	◦ 문화도시 사업 추진을 위한 국단위 업무조정 및 협의
	실무협의체	150	◦ 문화도시 사업에 대한 연계 협력 및 공동사업 논의
	시민정책단 운영	250	◦ 시민들이 문화도시 조성사업 과정에 참여할 수 있는 대안 마련

춘천시는 원도심 관련사업외 레고랜드 개발, 캠프페이지 개발 계획을 수립, 추진단계에 있음

기타 원도심 개발사업외 주요 사업계획 수립 현황

<p><b>레고랜드 개발 사업</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 위치 : 춘천시 중도동 일원 1,291,434m<sup>2</sup></li> <li>● 사업내용 : 테마파크 및 관광시설(레고호텔, 워터파크, 상가 등) 5,011억원 투자</li> </ul>		<p><b>기타 원도심 관련사업 계획 수립 현황</b></p>
<p><b>캠프 페이지 개발 사업</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 위치 : 강원도 춘천시 근화동 및 소양로 2-3-4가 일원 약 596,483m<sup>2</sup></li> <li>● 내용 : 미군기지 이전지에 대해 시민휴식과 관광기능을 갖춘 공원으로 개발계획 수립</li> </ul>		<ol style="list-style-type: none"> <li>① <b>춘천대교(가칭) 조성사업</b> - 춘천역 입구에서 레고랜드와 연결하기 위한 진입교량, 2018 완공</li> <li>② <b>스카이워크 조성사업</b> - 소양강 처녀상에서 반환점이 물고기조형물(일명 쏘가리상)에 이르는 길이 174m 폭 4m를 2016년 완공</li> <li>③ <b>춘천시청 신축</b> - 춘천시청 신 청사는 시민들의 문화여가 활동을 돕는 열린 공간으로 2018년 완공</li> <li>④ <b>후평산업단지 재생사업</b> - 국비와 시비, 민자 등 약1,200억원을 투입해 후평산업단지 재생사업이 추진중</li> </ol>



'원도심 문화중심성 강화', '중앙로 상권의 활력회복', '원도심 네트워크' 강화를 위해 3대 목표 및 비전 도출

### '조운동' 도시재생활성화계획 목적 및 비전체계

#### 도시재생 목적

##### 원도심 문화중심성 강화

- 원도심이 시민과 방문자들에게 사랑받는 사회적 공간으로 역할과 기능을 확대
- 일상적인 삶의 거점으로서의 원도심 문화기능 강화
- 지역사회의 허브, 커뮤니티의 핵심공간으로서의 역할 강화

##### 원도심 문화중심성 강화

- 과거 단순한 소비 중심의 상권이 아닌 문화를 함께 소비하는 상권으로 변화
- 다양한 체험과 라이프 스타일을 제공할 수 있는 문화공간과 상권이 공존하는 중심가 형성
- 보행자 중심의 환경과 높은 이벤트 밀도를 통해 머무르고 싶은 원도심 창출

##### 원도심 네트워크 강화

- 다양한 주체가 손쉽게 모일 수 있는 원도심을 위한 공공교통과 공동체 네트워크 강화
- 콤팩트 시티 실현을 위한 녹색교통 중심의 공공교통 활성화
- 지역주민이 주체적으로 참여하는 공동체 활동을 위한 거점과 프로그램 강화

#### 도시재생 비전체계

비전

시민의 상상이 현실이 되는  
문화가 숨쉬는 조운동네

#### 재생목표 및 전략

목표

도심가능 및  
문화중심성 강화

활력이 넘치는  
문화상권 형성

도심연결성 강화

전략

매력적인  
복합문화거점 조성

문화이벤트 밀도가 높은  
생활문화공간 조성

스마트하고 지속가능한  
도심인프라 개선



춘천시는 원도심 관련사업외 레고랜드 개발, 캠프페이지 개발 계획을 수립, 추진단계에 있음

맞춤형 콘텐츠 및 추진 전략 (1/2)

Zone 1 : 매력적인 복합문화거점조성

개선방안 및 세부전략

시민모두를 위한 중심  
기능 유치 문화허브 조성  
을 통한 유동인구 확대



지역사회의 허브, 커뮤니티의  
핵심공간으로서의  
역할 강화



시청광장을 이벤트 활력  
공간화 다양한 문화휴식  
공간을 조성

단위사업 도출

1 상상어울림센터 조성  
사업

- 아이디어 도서관 조성
- 평생교육프로그램 운영
- 코워킹스페이스 조성
- 상상스토어 조성

2 시청광장 문화활성화  
사업

- "광장을 늘 축제" 문화프로그램  
활성화
- 플라마켓, 마임축제, 춘천연극제  
등 운영

Zone 2,3 : 문화이벤트 밀도가 높은 생활문화공간 조성

개선방안 및 세부전략

미래세대 문화활동공간  
조성을 통한 창의적인  
도심활동 증대



저이용 공공 공간을 활용  
한 원도심 집객기능의  
강화



춘천의 대표 상업 특화가  
로 조성을 통해 상권 및 보  
행문화 활성화

단위사업 도출

1 상상 언더그라운드  
조성사업

- 지하상가 창착소 조성
- 청소년 동아리 연습실 조성
- 음악, 연극, 춤 등 연습공간  
조성

2 지하광장 상상공원  
조성사업

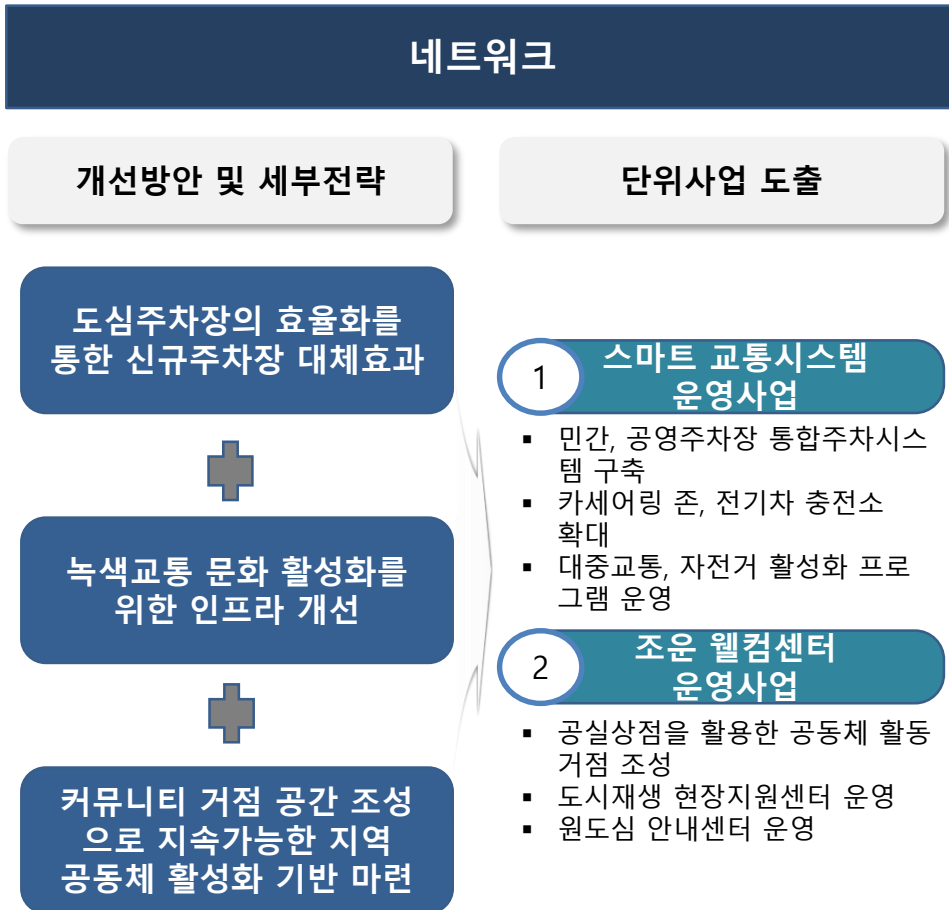
- 지하상가 중상광장 환경개선
- 태양광 정원 조성, 이벤트 개최

3 중앙로 상상문화거리  
조성사업

- 영화와 축제의 테마거리 조성
- 가로 광장화 및 보행환경 개선
- 거리이벤트, 전시공간 조성
- 이동식 파크렛 조성

(계속)

### 맞춤형 콘텐츠 및 추진 전략 (2/2)



3대 전략에 대한 공간상의 연계 : 3대 전략 6개 세부추진사업

전략 및 사업간 연계방안



약사명동일대 다양한 세대가 융합되는 공동체 활성화, 지역상권 회복 및 일자리 창출을 위한 골목경제 활성화, 안전하고 쾌적한 마을 조성을 위한 살기좋은 주거환경개선 등 3대 목표 목표로 계획

### ‘약사명동’ 도시재생활성화계획 목적 및 비전체계

#### 추진전략

- 약사명동일대 도시재생뉴딜사업은 단계적 추진전략 마련
- 1단계는 마중물사업을 통한 전략적 재생거점을 조성
- 이를 통해 공동체 문화활성화 기반을 조성하고 육림고개 청년몰 및 마을 탐방로를 조성하여 청년, 골목경제를 활성화 시키고 노후한 주거환경을 개선하기 위하여 경사지 마을경관, 약사천 등 녹색자원 등을 적극 활용한 녹색디자인 주거환경을 조성
- 1단계 : 마중물사업을 통해 공동체, 골목경제, 주거환경 개선의 기반 마련
- 2단계 : 중앙부처/지자체 연계사업을 적극 발굴하고 문화재단, 청년단체 등과 연계하여 마을 활성화 프로그램 및 사업 지속 추진

#### 도시재생 비전체계



'공동체 문화 활성화 기반 조성', '청년몰 및 마을탐방로 활성화', '녹색디자인 주거환경 조성' 등 3대 추진 사업과 9개 세부사업 추진

**'약사명동' 도시재생활성화 사업 총괄**

**A 공동체 문화 활성화 기반 조성**

- A1 약사리 마을 공유공간 만들기**
  - 소규모 마을공유공간 조성 : 어린이 작업실, 공유부엌 등
  - 공유공간 활성화 프로그램 운영
- A2 도시재생 어울림 플랫폼 조성**
  - 청년활동공간 및 사회적경제 인큐베이팅센터 조성
  - 청년주택 조성, 주민공동이용시설 조성

- A2 도시재생 어울림 플랫폼 조성**
  - 미래세대 문화예술교육센터 조성
  - 공유주거, 마을주차장, 주민편의시설 조성

**B 청년몰 및 마을탐방로 활성화**

- B1 육림고개 상권활성화**
  - 보행자 중심의 가로환경 개선
  - 상점 환경개선 지원 및 특성화
  - 상권 컨설팅 및 마케팅 지원
- B2 마을 탐방로 조성**
  - 보행루트 조성, 마을탐방로 활성화, 마을전망대 조성
  - 마을탐방로 체험 프로그램 활성화
- B3 청년창업 활성화**
  - 소규모 청년창업공간 조성
  - 창업경진대회, 창업네트워크 활성화

**C 녹색디자인 주거환경 조성**

- C1 안전한 마을 조성**
  - 안전단심 골목 만들기 (CPTED)
  - 공해가 활용 및 정비
  - 마을주차장 환경개선
- C2 녹색마을 조성**
  - 그린리모델링 활성화 지원
  - 소규모 주택정비 활성화 지원
  - 건축상담소 운영, 마을녹색공간 확충
- C3 집수리 도서관 조성**
  - DIY공구 대여소 운영
  - 지역개발자 육성사업 지원



# 목 차

I. 연구개요

II. 상권현황진단 및 여건 분석

III. 상위계획 검토

IV. 이해관계자 수요조사 결과

V. 국내외 사례조사

VI. 상권현황진단 및 여건 분석

VII. 종합활성화 계획

춘천 중앙 원도심 상권의 경쟁력 강화를 위해 상인과 소비자를 대상으로 상점 운영 및 상권 이용 경험에 대한 설문조사를 상인 218명, 소비자 210명을 대상으로 실시함 (총 428명 대상 설문 조사 실시)

### 상인 및 소비자 설문조사 개요

#### 조사개요

- 춘천 중앙 원도심 상권의 경쟁력 강화를 위해 상점 운영 및 상권 이용 경험에 대한 설문조사 실시

#### 조사기간

- 2020년 4월~5월 총 2개월간 진행

#### 조사방법

- 대면 조사 진행

#### 응답결과

- (상인) 상권 주요점포 210개(각 상권별 30개)를 목표로 설문조사를 실시하였으며, 총 218명의 상인이 응답하여 목표 표본 대비 응답률 103.8% 달성
- (소비자) 상권을 방문하는 소비자 210명(각 상권별 30명)을 목표로 설문조사 실시

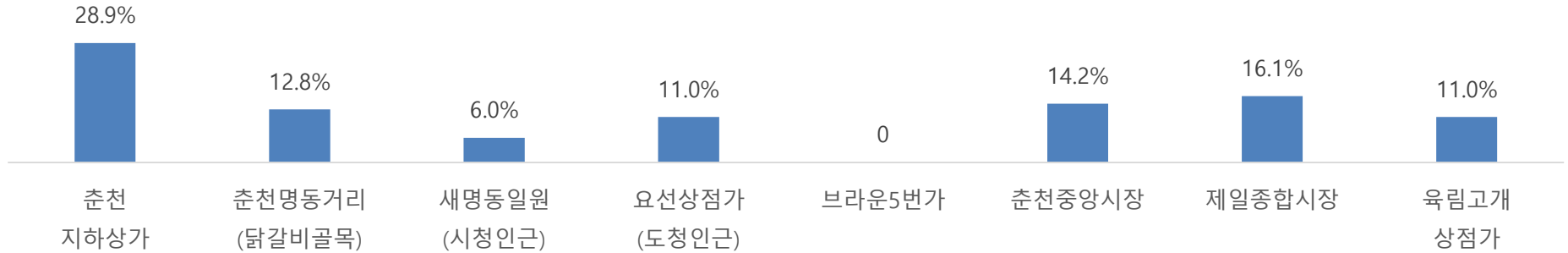
구분	상인			소비자		
	목표 표본	응답 표본	응답률	목표 표본	응답 표본	응답률
전체	210	218	103.8%	210	210	100%
춘천지하상가	30	63	210.0%	30	30	100%
춘천명동거리(닭갈비골목)	30	28	93.3%	30	30	100%
새명동일원(시청인근)	30	13	43.3%	30	30	100%
요선상점가(도청인근)	30	24	80.0%	30	30	100%
춘천중앙시장	30	31	103.3%	30	30	100%
제일종합시장	30	35	116.7%	30	30	100%
육림고개상점가	30	24	80.0%	30	30	100%



춘천 중앙 원도심 상권 8곳을 대상으로 설문조사를 진행했으며, 춘천지하상가 28.9%, 제일종합시장 16.1%, 춘천중앙시장 14.2% 순으로 비중이 높음

**상인 설문조사 응답자 기본정보**

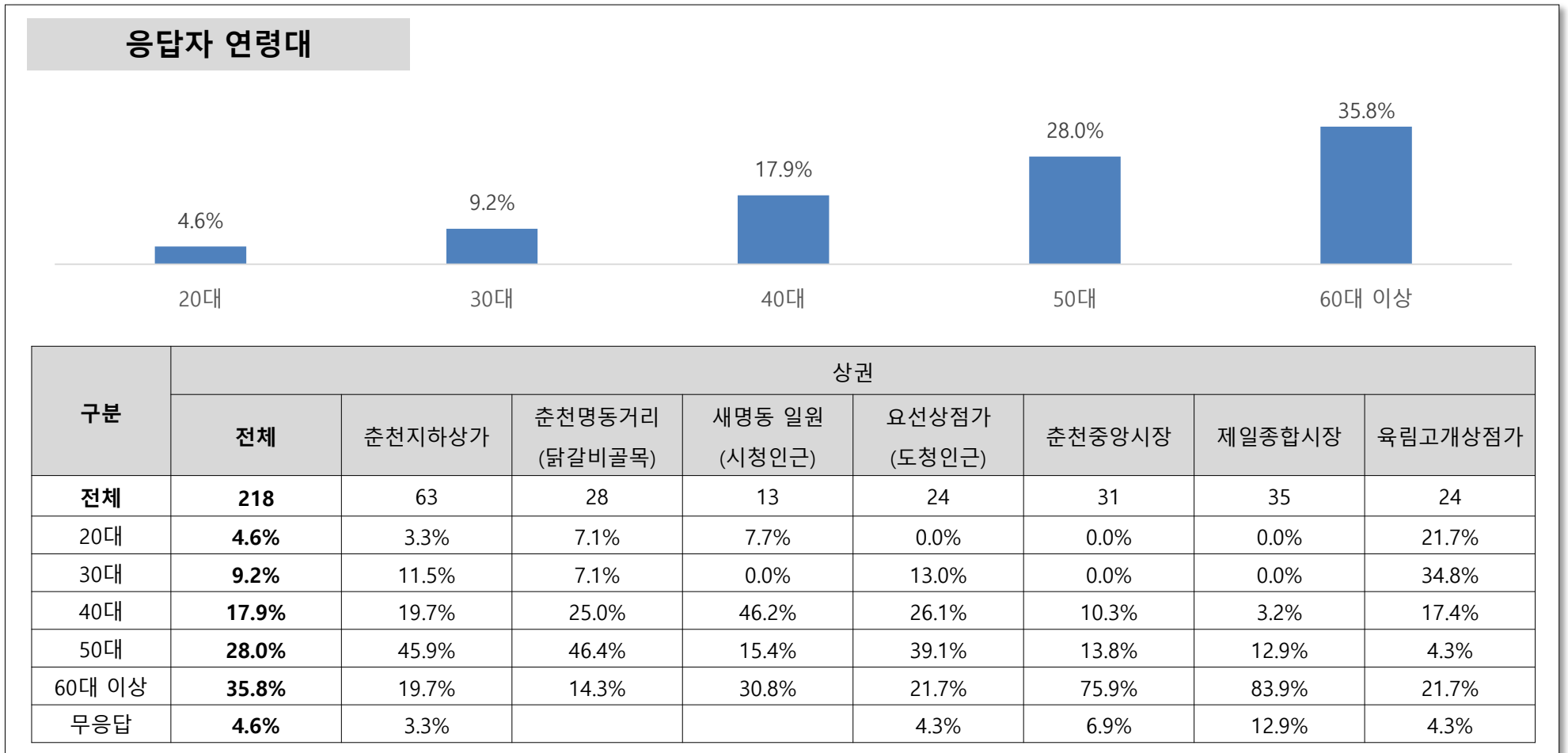
**점포 위치**



구분	상인	
	응답수	비중
<b>전체</b>	<b>218</b>	<b>100%</b>
춘천지하상가	63	28.9%
춘천명동거리(닭갈비골목)	28	12.8%
새명동일원(시청인근)	13	6.0%
요선상점가(도청인근)	24	11.0%
브라운5번가	-	-
춘천중앙시장	31	14.2%
제일종합시장	35	16.1%
육림고개상점가	24	11.0%

연령대 조사결과, 20대 4.6%, 30대 9.2%, 40대 17.9%, 50대 28.0%, 60대 이상 35.8%의 비중을 차지함

### 상인 설문조사 응답자 기본정보



성별 조사결과, 남성 35.3%, 여성 62.3%의 비중으로 나타났으며, 명동거리 닭갈비골목의 경우 남성이 60.7%로 상권 중 유일하게 남성 응답자가 많음

**상인 설문조사 응답자 기본정보**

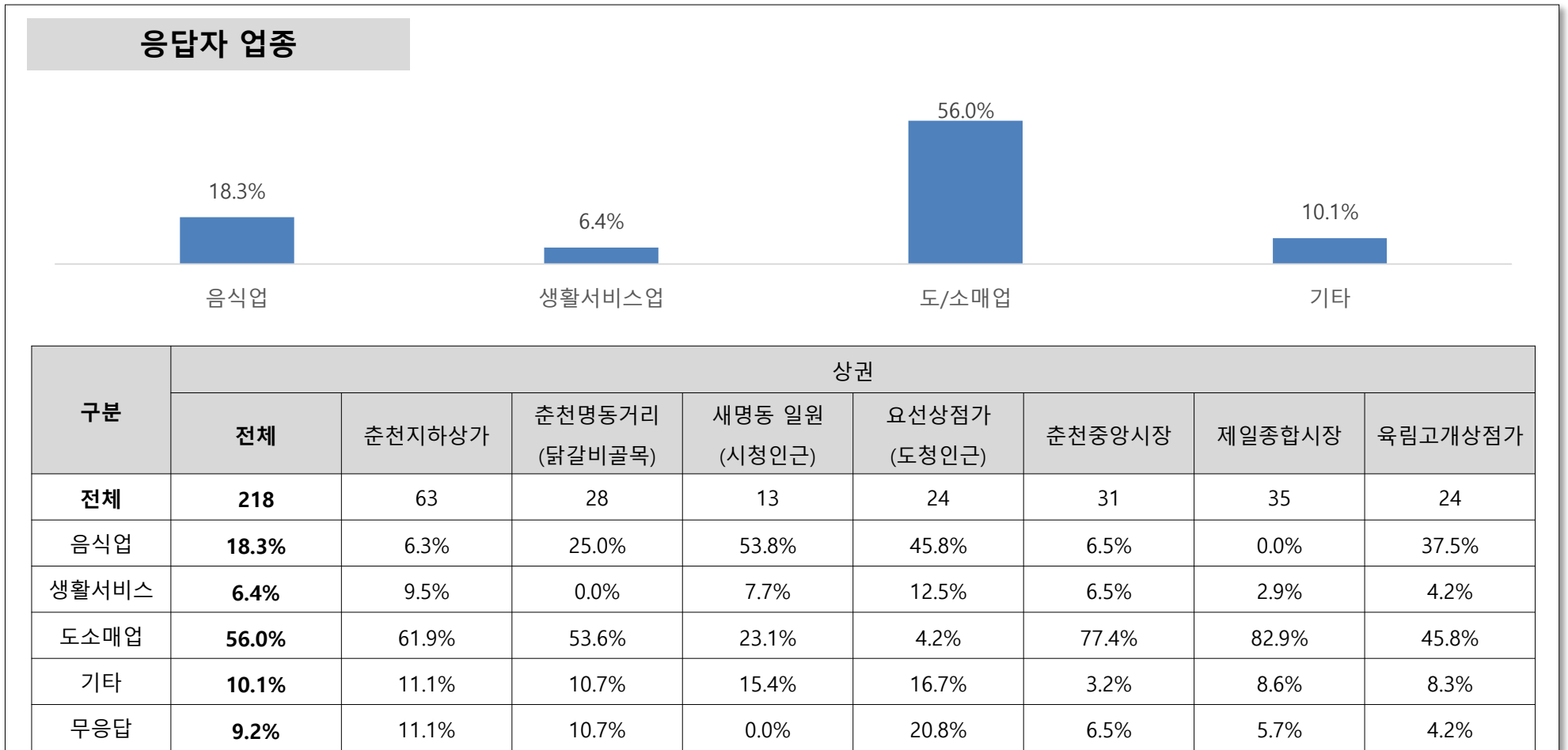
**응답자 성별**



구분	상권							
	전체	춘천지하상가	춘천명동거리 (닭갈비골목)	새명동 일원 (시청인근)	요선상점가 (도청인근)	춘천중앙시장	제일종합시장	육림고개상점가
전체	218	63	28	13	24	31	35	24
남	35.3%	41.3%	60.7%	46.2%	33.3%	29.0%	14.3%	25.0%
여	62.4%	54.0%	39.3%	53.8%	66.7%	67.7%	85.7%	70.8%
무응답	2.3%	4.8%	0.0%	0.0%	0.0%	3.2%	0.0%	4.2%

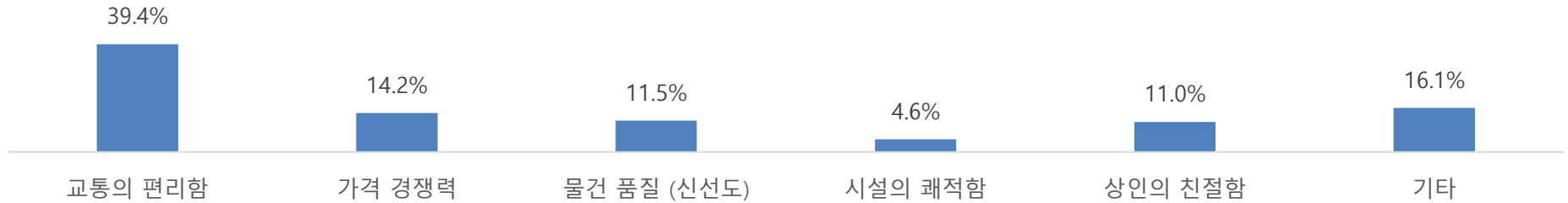
응답자 조사결과, 도소매업 56.0%, 음식업 18.3%, 생활서비스업 6.4%, 기타 10.1% 순으로 나타남

### 상인 설문조사 응답자 기본정보



타 지역대비 우리 상권이 갖는 장점 조사 결과, 교통의 편리함 39.4%, 가격 경쟁력 14.2%, 물건 품질(신선도) 11.5% 순으로 나타났으며, 기타 의견으로는 젊은층, 레트로, 청년사업, 골목, 광고효과 등의 의견을 보임

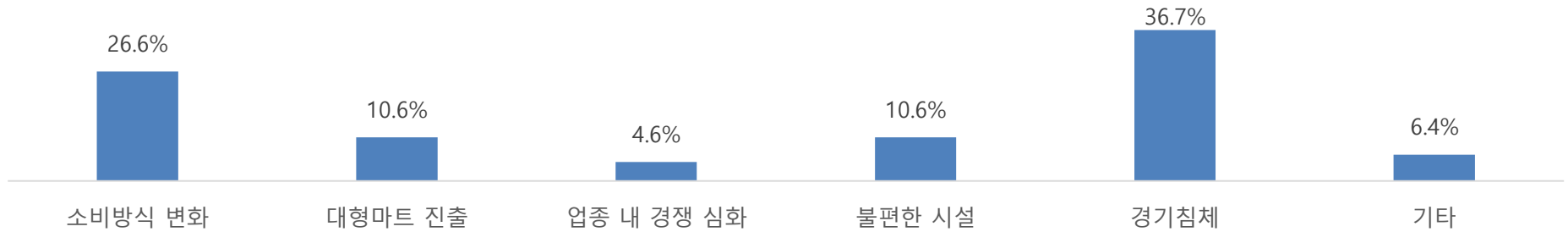
### 타 지역 대비 우리 상권이 갖는 장점



구분	상권							
	전체	춘천지하상가	춘천명동거리	새명동 일원	요선상점가	춘천중앙시장	제일종합시장	육림고개상점가
전체	218	63	28	13	24	31	35	24
교통의 편리함	39.4%	55.6%	39.3%	15.4%	29.2%	25.8%	45.7%	29.2%
가격 경쟁력	14.2%	17.5%	0.0%	15.4%	16.7%	19.4%	20.0%	4.2%
물건 품질 (신선도)	11.5%	4.8%	10.7%	23.1%	12.5%	19.4%	11.4%	12.5%
시설의 쾌적함	4.6%	7.9%	0.0%	15.4%	0.0%	0.0%	5.7%	4.2%
상인의 친절함	11.0%	6.3%	0.0%	15.4%	20.8%	9.7%	17.1%	16.7%
기타	16.1%	4.8%	39.3%	15.4%	12.5%	25.8%	0.0%	33.3%
무응답	3.2%	3.2%	10.7%	0.0%	8.3%	0.0%	0.0%	0.0%

상권 매출에 영향을 주는 요소로는, 경기침체 36.7%, 소비방식 변화 26.6%, 대형마트 진출 및 불편한 시설 각 10.6% 순으로 나타났으며, 기타 의견으로는 유동인구 감소, 주차공간, 코로나 등이 있음

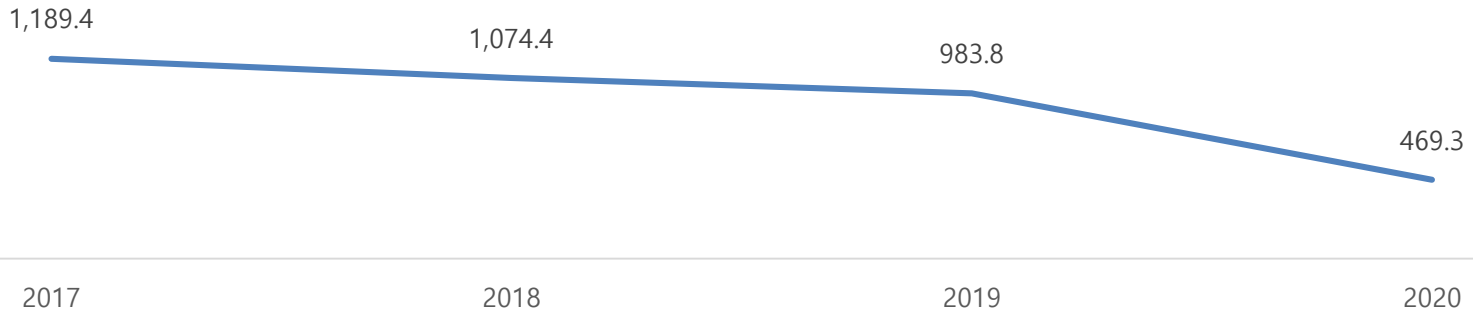
**상권 매출에 영향을 주는 요소**



구분	상권							
	전체	춘천지하상가	춘천명동거리	새명동 일원	요선상점가	춘천중앙시장	제일종합시장	육림고개상점가
전체	218	63	28	13	24	31	35	24
소비방식 변화	26.6%	33.3%	25.0%	23.1%	16.7%	12.9%	40.0%	20.8%
대형마트 진출	10.6%	6.3%	10.7%	0.0%	4.2%	29.0%	8.6%	12.5%
업종 내 경쟁 심화	4.6%	3.2%	7.1%	23.1%	8.3%	0.0%	2.9%	0.0%
불편한 시설	10.6%	7.9%	21.4%	7.7%	8.3%	9.7%	8.6%	12.5%
경기침체	36.7%	41.3%	28.6%	38.5%	54.2%	35.5%	28.6%	29.2%
기타	6.4%	3.2%	7.1%	0.0%	8.3%	3.2%	5.7%	20.8%
무응답	4.6%	4.8%	0.0%	7.7%	0.0%	9.7%	5.7%	4.2%

원도심 상권을 대상으로 한 2017년부터 2020년의 매출추이에 대한 조사결과, 점포 평균 월 1,189만원에서 올해 469.3만원의 월 평균 매출액을 거둘 것으로 예측함

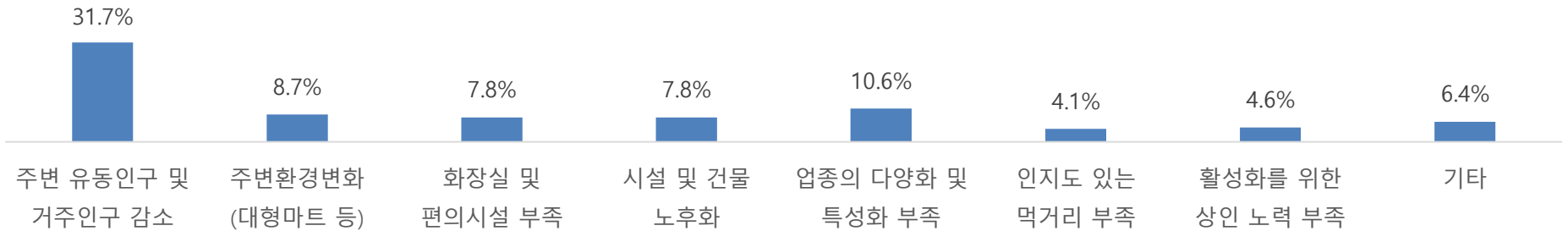
**최근 3개년간 월평균 매출액**



구분	상인			
	2017	2018	2019	2020
전체	1189.4	1074.4	983.8	469.3
춘천지하상가	1525.5	1293.0	916.0	373.1
춘천명동거리(닭갈비골목)	1500.0	1500.0	2412.5	950.0
새명동일원(시청인근)	1550.0	1516.7	1508.6	1230.0
요선상점가(도청인근)	580.9	699.1	680.8	364.6
춘천중앙시장	1375.0	1450.0	1287.5	312.5
제일종합시장	840.0	705.3	717.9	338.8
육림고개상점가		450.0	550.0	300.0

상권이 가진 문제점으로 꼽은 1순위는 주변 유동인구 및 거주인구 감소 31.7%, 업종의 다양화 및 특성화 부족 10.6%, 화장실 및 편의시설 부족과 시설 및 건물 노후화 각 7.8% 순으로 나타남

상권이 가진 문제점 (1순위)

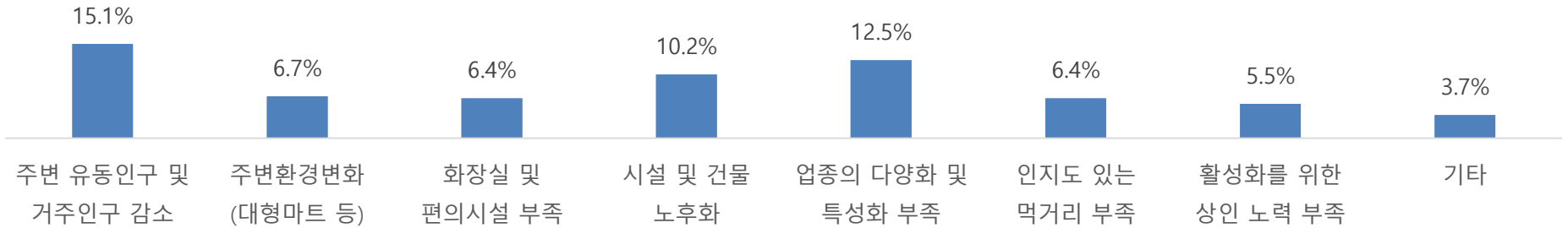


구분	상권							
	전체	춘천지하상가	춘천명동거리	새명동 일원	요선상점가	춘천중앙시장	제일종합시장	육림고개상점가
전체	218	63	28	13	24	31	35	24
주변 유동인구 및 거주인구 감소	31.7%	20.6%	28.6%	61.5%	33.3%	32.3%	42.9%	29.2%
주변환경변화 (대형마트 등)	8.7%	15.9%	10.7%	0.0%	0.0%	6.5%	5.7%	8.3%
화장실 및 편의시설 부족	7.8%	3.2%	10.7%	7.7%	20.8%	6.5%	5.7%	8.3%
시설 및 건물 노후화	7.8%	14.3%	7.1%	7.7%	12.5%	3.2%	0.0%	4.2%
업종의 다양화 및 특성화 부족	10.6%	14.3%	7.1%	7.7%	4.2%	16.1%	11.4%	4.2%
인지도 있는 먹거리 부족	4.1%	0.0%	0.0%	0.0%	8.3%	16.1%	5.7%	0.0%
활성화를 위한 상인 노력 부족	4.6%	3.2%	3.6%	0.0%	4.2%	6.5%	2.9%	12.5%
기타	6.4%	9.5%	10.7%	0.0%	0.0%	3.2%	2.9%	12.5%
무응답	18.3%	19.0%	21.4%	15.4%	16.7%	9.7%	22.9%	20.8%



상권이 가진 문제점의 1~3순위를 종합한 결과, 주변 유동인구 및 거주인구 감소 15.1%, 업종의 다양화 및 특성화 부족 12.5%, 시설 및 건물 노후화 10.2% 순으로 나타남

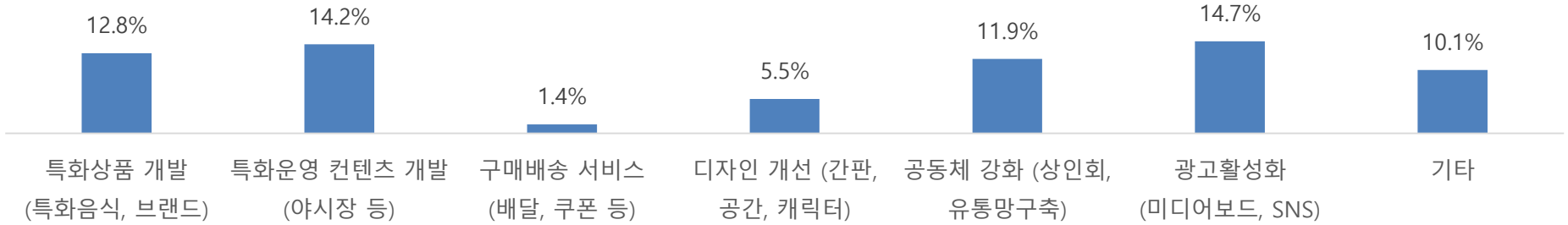
상권이 가진 문제점 (1~3순위)



구분	상권							
	전체	춘천지하상가	춘천명동거리	새명동 일원	요선상점가	춘천중앙시장	제일종합시장	육림고개상점가
전체	654	189	84	39	72	93	105	72
주변 유동인구 및 거주인구 감소	15.1%	13.8%	10.7%	25.6%	15.3%	19.4%	15.2%	12.5%
주변환경변화 (대형마트 등)	6.7%	10.1%	3.6%	2.6%	2.8%	6.5%	8.6%	5.6%
화장실 및 편의시설 부족	6.4%	2.1%	13.1%	5.1%	12.5%	4.3%	3.8%	11.1%
시설 및 건물 노후화	10.2%	13.8%	6.0%	10.3%	13.9%	8.6%	9.5%	5.6%
업종의 다양화 및 특성화 부족	12.5%	15.9%	10.7%	17.9%	11.1%	15.1%	9.5%	5.6%
인지도 있는 먹거리 부족	6.4%	4.8%	3.6%	15.4%	6.9%	9.7%	6.7%	4.2%
활성화를 위한 상인 노력 부족	5.5%	6.3%	3.6%	0.0%	9.7%	2.2%	7.6%	5.6%
기타	3.7%	7.4%	3.6%	2.6%	0.0%	2.2%	1.0%	4.2%
무응답	33.3%	25.9%	45.2%	20.5%	27.8%	32.3%	38.1%	45.8%

상권 활성화를 위해 수립해야 하는 사업 1순위로는 광고활성화 (미디어보드, SNS) 14.7%, 특화운영 콘텐츠 개발 (야시장 등) 14.2%, 특화상품 개발 (특화음식, 브랜드) 12.8% 순으로 나타남

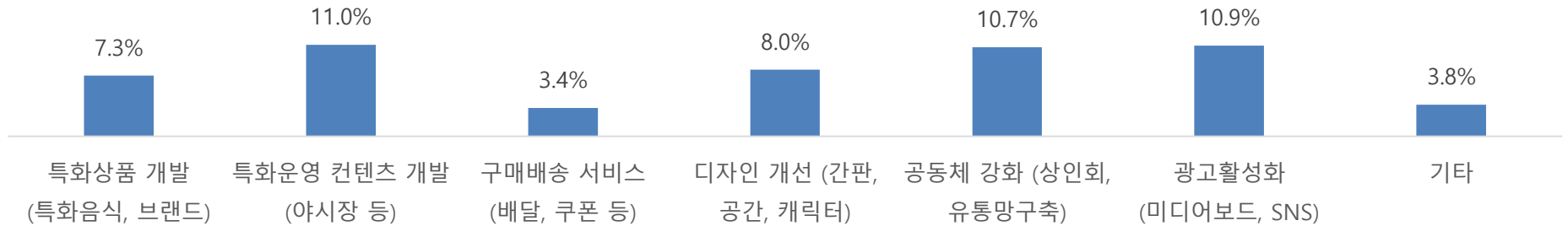
**활성화를 위해 수립해야 하는 사업 (1순위)**



구분	상권							
	전체	춘천지하상가	춘천명동거리	새명동 일원	요선상점가	춘천중앙시장	제일종합시장	육림고개상점가
전체	218	63	28	13	24	31	35	24
특화상품 개발 (특화음식, 브랜드)	12.8%	6.3%	17.9%	0.0%	25.0%	32.3%	5.7%	4.2%
특화운영 콘텐츠 개발 (야시장 등)	14.2%	7.9%	25.0%	23.1%	12.5%	6.5%	5.7%	37.5%
구매배송 서비스 (배달, 쿠폰 등)	1.4%	0.0%	0.0%	7.7%	4.2%	0.0%	2.9%	0.0%
디자인 개선 (간판, 공간, 캐릭터)	5.5%	6.3%	3.6%	0.0%	8.3%	3.2%	5.7%	8.3%
공동체 강화 (상인회, 유통망구축)	11.9%	19.0%	7.1%	15.4%	12.5%	6.5%	11.4%	4.2%
광고활성화 (미디어보드, SNS)	14.7%	20.6%	14.3%	30.8%	8.3%	3.2%	14.3%	12.5%
기타	10.1%	7.9%	3.6%	7.7%	0.0%	25.8%	8.6%	16.7%
무응답	29.4%	31.7%	28.6%	15.4%	29.2%	22.6%	45.7%	16.7%

활성화를 위해 수립해야 하는 사업 1~3순위를 종합한 결과, 특화운영 콘텐츠 개발 (야시장 등) 11.0%, 광고활성화 (미디어보드, SNS) 10.9%, 공동체 강화 (상인회, 유통망구축) 10.7% 순으로 나타남

**활성화를 위해 수립해야 하는 사업 (1~3순위)**



구분	상권							
	전체	춘천지하상가	춘천명동거리	새명동 일원	요선상점가	춘천중앙시장	제일종합시장	육림고개상점가
전체	218	63	28	13	24	31	35	24
특화상품 개발 (특화음식, 브랜드)	7.3%	5.8%	6.0%	2.6%	12.5%	11.8%	5.7%	6.9%
특화운영 콘텐츠 개발 (야시장 등)	11.0%	11.6%	14.3%	15.4%	9.7%	8.6%	3.8%	18.1%
구매배송 서비스 (배달, 쿠폰 등)	3.4%	2.6%	4.8%	7.7%	2.8%	4.3%	3.8%	0.0%
디자인 개선 (간판, 공간, 캐릭터)	8.0%	9.5%	6.0%	10.3%	11.1%	1.1%	7.6%	11.1%
공동체 강화 (상인회, 유통망구축)	10.7%	13.2%	8.3%	15.4%	13.9%	7.5%	7.6%	9.7%
광고활성화 (미디어보드, SNS)	10.9%	12.7%	11.9%	20.5%	9.7%	4.3%	7.6%	13.9%
기타	3.8%	3.2%	1.2%	5.1%	0.0%	9.7%	2.9%	5.6%
무응답	45.0%	41.3%	47.6%	23.1%	40.3%	52.7%	61.0%	34.7%

중앙시장, 제일종합시장, 요선동상점가, 명동상점가, 새명동 일원(조운동), 육림고개 상점가, 지하상점가 상인회 대표와 해당 상권의 특성 및 침체원인을 파악하고 이에 대한 활성화 방안에 대한 의견을 공유함

**상권별 특성 파악과 활성화방안 도출을 위한 인터뷰 항목**

**상권의 특징과 애로사항**

- 상권의 주요 특징
- 상권의 문제점 혹은 애로사항

**기존 정부의 활성화 사업 참여(지원)효과**

- 지원사업의 결과를 토대로 긍정적인 측면
- 지원사업 문제점 및 개선방향

**상권의 침체원인**

- 상권이 겪고 있는 침체원인
- 젠트리피케이션, 경쟁채널 등장, 상권간 과당경쟁, 주변지역 쇠퇴

**상권활성화 방향**

- 우리상권 활성화를 위한 프로그램, 사업 등 방안

**상권 SWOT**

- 상권이 보유하고 있는 강점, 약점, 기회 및 위협요인

**기타 의견**

- 상권활성화 종합계획수립에 대한 의견, 춘천시 지원 분야외

상권별 인터뷰 활동을 통해 각 상권이 겪고 있는 현황과 문제점을 파악하고, 이를 극복하기 위한 활성화 방향을 위한 의견 수렴활동 추진

[ 춘천 중앙시장 ] 원도심을 대표하는 전통시장으로 핵심포를 보유하고 있으나 타 상권(전통시장)과 비교시 전반적으로 먹거리 부족. 청년 및 시니어 창업 지원을 위한 의지를 가지고 있으며, 이에 대한 구체적인 방안 마련 필요

### 상권의 특징

- 시장 접근성 우수(편리한 교통)
- 강원도의 대표적인 전통시장
- 기초수준 확보(상인대학 참여)

### 상권 침체원인

- 주거지 지동(중심시가지의 인구가 춘천 외부로 이동)
- 시장의 전체적인 노화

### 상권 어려운 점

- 문화관광형시장육성사업을 추진하였음에도 부각되는 사업성과 부재
- 시장에 1차 먹거리 부재

### 기존 참여 사업의 효과 (긍정, 부정)

- 상인들의 의식의 의식 개선
- 일회성 사업추진으로 주된 성과물이 남지 않음

### SWOT

강점	기회
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 핵심포 보유 (낭만국시)</li> <li>✓ 특화음식점 보유 (베트남쌀국수)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 시장 중앙광장 주변 빈점포 이용한 공간 확보</li> <li>✓ 주변에 육림고개 청년몰 조성</li> <li>✓ 광장에 인큐베이팅 공간을 조성하여 주민, 청년, 시니어 등 다양한 사람들의 창업 지원 의지</li> </ul>
약점	위협
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 타 지역의 재래시장에 비교시 전반적으로 먹거리 부족</li> <li>✓ 상인들 집단간 이기주의 팽배</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 지속적인 원도심 인구의 이탈</li> <li>✓ 급격히 감소하고 있는 유동인구 및 방문 고객수</li> </ul>

### 활성화 및 개선 방향

- 맞춤형 점포 컨설팅
- 청년/시니어 창업 지원
- 청년들의 창업을 지원해 주는 경우, 지원받은 청년들이 시기가 지나면 폐업을 하거나 다른 곳으로 이전하는 경우가 빈번하며, 정착을 위한 지원방안 마련 필요
- 삼척의 노브랜드 상점처럼 특화된 공간이 필요
- 요일장을 중앙시장에 도입에 의한 활성화 방안 마련 및 검토 필요

[ 제일종합시장 ] 건물형 점포로 중장년층 대상의 의류 및 잡화 품목을 취급하고 있음. 문화관광형시장육성사업 추진에도 불구하고 소비층의 이탈 현상이 지속되고 있으며, 이에 따른 빈 점포가 다수 발생하고 있고, 이를 이용한 시장만의 특화점포(상품) 개발 필요

### 상권의 특징

- 백화점형태의 현대화 시설 보유
- 냉난방 완비, 놀이공간과 쉼터 완비
- 편리한 교통

### 상권 침체원인

- 상가의 상품구색이 중장년층 여성 의류 품목으로 한정
- 빈 공간 다수 발행(지하 1층 등)

### 상권 어려운 점

- 문화관광형시장육성사업을 추진하였음에도 부각되는 효과 및 사업성과 미비
- 시장에 1차 먹거리 부재

### 기존 참여 사업의 효과 (긍정, 부정)

- 지원사업 참여를 통해 외벽 정리/시장내 타일세척 등이 작은 금액으로 효과성 높음

### SWOT

강점	기회
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 상인회 및 회원들의 활성화 의지 강함</li> <li>✓ 상인회장님의 사업이해도가 높음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 3층 빈공간에 볼링장과 스크린 골프 (약 380평)</li> <li>✓ 지하1층 빈 공간 약 380평 상권 거점 공간으로 활용 가능(평당 임대료 2만원대)</li> </ul>
약점	위험
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 상인들의 연령이 높음</li> <li>✓ 40~50대 중심의 품목구성</li> <li>✓ 상권내 경쟁심회 / 단골고객 중심</li> <li>✓ 먹거리 등이 취약</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 대형마트의 등장으로 기존 소비자들의 이탈</li> <li>✓ 교통의 발달로 도심 소비자들의 서울/수도권으로 이탈</li> </ul>

### 활성화 및 개선 방향

- 상인들 인식을 바꿔 주는 교육이 필요
- 업종/품목 변경을 위한 교육이 필요
- 사람들을 끌 수 있는 사업 추진이 필요

[ 요선상점가 ] 일제시대 및 625당시 건축물들이 보존되어 있으며, 인근 강원도청 및 시청 직원들이 식사시간에 찾고 있는 상점가. 상권환경이 노후와 되어 있으며 인근 아파트 주민을 유입하기 위한 핵심 콘텐츠 부재함. 거리개선과 새로운 창업 아이템 개발을 통한 신규 창업 유치 필요

### 상권의 특징

- 요선시장과 주변상점가로 구성됨
- 주로 시청/도청 직원들이 이용함
- 과거 유흥, 숙박 중심의 상권
- 일제시대건물로 역사적 보존 가치가 있음

### 상권 침체원인

- 주변 주거지 거주 인구들이 춘천 외곽으로 이동
- 주변 아파트 고객들의 소비력 약화

### 상권 어려운 점

- 요선시장 노후, 2층 빈점포 다수
- 요선동 상점가의 주차장 부족
- 인도 보행 문제(보행안전 문제 발생)

### 기존 참여 사업의 효과 (긍정, 부정)

- -

### SWOT

강점	기회
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 일제시대 및 625당시 건물등 역사적 가치가 있는 자원 보유</li> <li>✓ 인근 강원도청 및 시청 위치, 일정한 소비활동 유지</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 보존 가치가 있는 옛 건축물 보유</li> <li>✓ 인근 아파트 주민 대상의 새로운 고객 확보 기회</li> <li>✓ 도시재생사업 추진</li> </ul>
약점	위험
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 상인들의 연령이 높음</li> <li>✓ 제한적인 취급 업종</li> <li>✓ 노후된 상가 및 주변 시설</li> <li>✓ 열악한 보행 환경</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 대형마트의 등장으로 기존 소비자들의 이탈</li> <li>✓ 강원도청 이전설</li> </ul>

### 활성화 및 개선 방향

- 전선정비 / 가로등정비 보완
- 배달 기능 강화
- 빛 조명 거리 조성(고보조명)
- 상권 전체 안내 시스템(상권맵) 필요
- 빈점포를 청년들이 사용할 수 있는 공간 활용 방안 마련 필요

[ 명동상점가 일원 ] 춘천시 원도심 대표상권으로 닭갈비 골목을 보유하고 있으며, 서울 명동을 축소한 것처럼 패션, 생활 관련 유명 프랜차이즈들이 입점되어 있음. 유동인구가 감소하고 있으며, 더 이상 닭갈비 골목으로 브랜드로 홍보하기에는 한계성 대두. 이를 극복하기 위한 대표 콘텐츠 개발 시급(유입력 강화 방안 마련 필요)

<b>상권의 특징</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 닭갈비골목 특화</li> <li>▪ 겨울연가 촬영지</li> </ul>	<b>상권 침체원인</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 외부로 주거지가 이동</li> <li>▪ 외부 고객이 유출</li> </ul>							
<b>상권 어려운 점</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 임차인들 중심의 영세한 상인들이 다수 있음</li> <li>▪ 주차 여건 부족</li> <li>▪ 관광객들을 대상으로 대형버스 주차공간 부족</li> </ul>	<b>기존 참여 사업의 효과 (긍정, 부정)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ -</li> </ul>							
<b>SWOT</b>		<b>활성화 및 개선 방향</b>								
<table border="1"> <thead> <tr> <th>강점</th> <th>기회</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 서울의 명동처럼 춘천시 원도심 내 활성화된 몇 개 안되는 활성화 거리</li> <li>✓ 핵심 먹거리 콘텐츠 보유 및 소비 활동이 가능한 일정한 유동인구 보유</li> </ul> </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 영화 촬영지 / 관광연계 가능</li> <li>✓ 봉이산과의 연계 가능</li> <li>✓ 주변도시재생 연계 (조운동 / 소양동)</li> <li>✓ 주변 레고랜드 개발 연계 /</li> </ul> </td> </tr> </tbody> </table>	강점			기회	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 서울의 명동처럼 춘천시 원도심 내 활성화된 몇 개 안되는 활성화 거리</li> <li>✓ 핵심 먹거리 콘텐츠 보유 및 소비 활동이 가능한 일정한 유동인구 보유</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 영화 촬영지 / 관광연계 가능</li> <li>✓ 봉이산과의 연계 가능</li> <li>✓ 주변도시재생 연계 (조운동 / 소양동)</li> <li>✓ 주변 레고랜드 개발 연계 /</li> </ul>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>약점</th> <th>위험</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 먹거리 품목의 단순화 (닭갈비)</li> <li>✓ 상가 153개 중 자기건물 사업자 20% 수준</li> </ul> </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 대형마트의 등장으로 기존 소비자들의 이탈</li> <li>✓ 먹거리외 특화된 콘텐츠 부족(상권이 보유하고 있는 브랜드 이미지 약화)</li> </ul> </td> </tr> </tbody> </table>	약점	위험	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 먹거리 품목의 단순화 (닭갈비)</li> <li>✓ 상가 153개 중 자기건물 사업자 20% 수준</li> </ul>
강점	기회									
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 서울의 명동처럼 춘천시 원도심 내 활성화된 몇 개 안되는 활성화 거리</li> <li>✓ 핵심 먹거리 콘텐츠 보유 및 소비 활동이 가능한 일정한 유동인구 보유</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 영화 촬영지 / 관광연계 가능</li> <li>✓ 봉이산과의 연계 가능</li> <li>✓ 주변도시재생 연계 (조운동 / 소양동)</li> <li>✓ 주변 레고랜드 개발 연계 /</li> </ul>									
약점	위험									
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 먹거리 품목의 단순화 (닭갈비)</li> <li>✓ 상가 153개 중 자기건물 사업자 20% 수준</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 대형마트의 등장으로 기존 소비자들의 이탈</li> <li>✓ 먹거리외 특화된 콘텐츠 부족(상권이 보유하고 있는 브랜드 이미지 약화)</li> </ul>									



[ 조운동 일원 ] 과거 춘천시 대표 영화관을 운영하였고, 인근 춘천시청이 위치하고 있으나, 상권경관이 노후화되고 지속적인 방문객 이탈로 인하여 전반적으로 쇠락 되고 있음. 2019년 도시재생사업에 선정되었으며 이를 기반으로 다양한 도시 인프라 개선사업이 추진될 예정이며 이와 연계한 활성화 방안 마련 필요

<p><b>상권의 특징</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 주차장자리에 만남의 장소(상상어울만남) 도시재생 사업으로 진행중</li> <li>▪ 과거 춘천시 대표 영화관 운영</li> </ul>	<p><b>상권 침체원인</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 높은 임대료</li> <li>▪ 노후화된 상권 경관</li> </ul>
<p><b>상권 어려운 점</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 열악한 상권 경관(상권내 전선문제)</li> <li>▪ 전반적으로 어두운 거리를 조성하고 있으며, 빈점포 발생</li> </ul>	<p><b>기존 참여 사업의 효과 (긍정, 부정)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ -</li> </ul>
<p><b>SWOT</b></p>		<p><b>활성화 및 개선 방향</b></p>	
<p><b>강점</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 과거 춘천시 대표 영화관 운영</li> <li>✓ 인근 춘천시 및 강원도청 위치</li> </ul>	<p><b>기회</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 도시재생사업 추진</li> </ul>		
<p><b>약점</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 전반적으로 낙후된 상권(소수 점포 유지)</li> </ul>	<p><b>위험</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 상권의 노후화</li> <li>✓ 대표 콘텐츠 부재 및 지속적인 유동인구 감소에도 불구하고 높은 임대료</li> </ul>		

[ 육림고개 상점가 ] 청년몰 사업을 다년간 추진하고 있으며, 청년상인들의 지속적인 활동 지원 필요. 인근 주요 관광지와 연계 및 핵심 먹거리 개발 필요

<b>상권의 특징</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>강원도 대표적 전통시장(1980년대)</li> <li>명동에서 약사리로의 이동루트 보유</li> </ul>	<b>상권 침체원인</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>차량들의 이동으로 인한 문제 발생 (과거 차 없는 거리)</li> <li>지속적인 고객 이탈</li> </ul>							
<b>상권 어려운 점</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>주거지의 이동(인구변동)</li> <li>빈점포 지속적으로 발생 및 상권 슬럼화</li> <li>현재 청년상인들의 활동 미흡(인식 부족)</li> </ul>	<b>기존 참여 사업의 효과 (긍정, 부정)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>(청년몰 사업) 컨트롤 타워 부재 및 지속적인 추진력 부재</li> </ul>							
<b>SWOT</b>		<b>활성화 및 개선 방향</b>								
<table border="1"> <thead> <tr> <th>강점</th> <th>기회</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>청년몰 사업 추진</li> <li>과거 문화공간 보유</li> </ul> </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>공간 활용 기회 다수(중앙시장 제 2, 3광장)</li> <li>농수산물/먹거리 활용 가능</li> <li>육림고개 테마 보유 (영화마을, 육림극장)</li> <li>청년몰 사업 추진</li> </ul> </td> </tr> </tbody> </table>	강점			기회	<ul style="list-style-type: none"> <li>청년몰 사업 추진</li> <li>과거 문화공간 보유</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>공간 활용 기회 다수(중앙시장 제 2, 3광장)</li> <li>농수산물/먹거리 활용 가능</li> <li>육림고개 테마 보유 (영화마을, 육림극장)</li> <li>청년몰 사업 추진</li> </ul>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>약점</th> <th>위험</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>청년몰 사업 성과 부재</li> <li>청년인식 부족</li> <li>주차문제 발생 / 화장실 부재 / 휴식공간 부재</li> </ul> </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>명동상권 전체의 약화(품목 단일화)</li> </ul> </td> </tr> </tbody> </table>	약점	위험	<ul style="list-style-type: none"> <li>청년몰 사업 성과 부재</li> <li>청년인식 부족</li> <li>주차문제 발생 / 화장실 부재 / 휴식공간 부재</li> </ul>
강점	기회									
<ul style="list-style-type: none"> <li>청년몰 사업 추진</li> <li>과거 문화공간 보유</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>공간 활용 기회 다수(중앙시장 제 2, 3광장)</li> <li>농수산물/먹거리 활용 가능</li> <li>육림고개 테마 보유 (영화마을, 육림극장)</li> <li>청년몰 사업 추진</li> </ul>									
약점	위험									
<ul style="list-style-type: none"> <li>청년몰 사업 성과 부재</li> <li>청년인식 부족</li> <li>주차문제 발생 / 화장실 부재 / 휴식공간 부재</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>명동상권 전체의 약화(품목 단일화)</li> </ul>									

[ 지하상점가 ] 최근 춘천시가 위탁관리하고 있으며, 획일화된 업종과 열악한 지하환경 보유. 환경개선과 볼거리 체험중심의 콘텐츠 개발 및 인근 상권과의 연계 방안 마련 필요

<b>상권의 특징</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 지하상가 - 공유재산, 20년 기부채납으로 운영</li> <li>▪ 주차장 보유하고 있음</li> <li>▪ 젊은 층 유입 가능</li> </ul>	<b>상권 침체원인</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 인근상권 침체에 따른 연쇄효과</li> <li>▪ 노후된 상권 시설</li> </ul>								
<b>상권 어려운 점</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 20년 전 지하상가 시설을 현재까지 그대로 사용</li> <li>▪ 2006년 1월 유입인구 1만 8천, 현재는 매우 낮음</li> <li>▪ 임산부/장애인 등 지하상가 접근 방법 없음</li> </ul>	<b>기존 참여 사업의 효과 (긍정, 부정)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ -</li> </ul>								
<b>SWOT</b>		<b>활성화 및 개선 방향</b>									
<table border="1"> <thead> <tr> <th>강점</th> <th>기회</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 원도심내 유일한 지하주차시설 보유</li> <li>✓ 명동, 조운동, 제일시장, 중앙시장을 연결하는 중앙에 위치</li> </ul> </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 도시재생 사업연계, 중앙지하상가 리모델링</li> <li>✓ 청소년센터 / 공연장 / 연습실 등 공간 조성 계획 마련</li> </ul> </td> </tr> </tbody> </table>	강점			기회	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 원도심내 유일한 지하주차시설 보유</li> <li>✓ 명동, 조운동, 제일시장, 중앙시장을 연결하는 중앙에 위치</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 도시재생 사업연계, 중앙지하상가 리모델링</li> <li>✓ 청소년센터 / 공연장 / 연습실 등 공간 조성 계획 마련</li> </ul>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>약점</th> <th>위험</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 단일한 업종 중심의 점포</li> <li>✓ 노후된 상권 시설</li> <li>✓ 다수 빈점포</li> <li>✓ 즐길거리, 볼거리 콘텐츠 부재</li> </ul> </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 육림극장의 이탈</li> <li>✓ 청년몰 역량 약화</li> </ul> </td> </tr> </tbody> </table>	약점	위험	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 단일한 업종 중심의 점포</li> <li>✓ 노후된 상권 시설</li> <li>✓ 다수 빈점포</li> <li>✓ 즐길거리, 볼거리 콘텐츠 부재</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 육림극장의 이탈</li> <li>✓ 청년몰 역량 약화</li> </ul>
강점	기회										
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 원도심내 유일한 지하주차시설 보유</li> <li>✓ 명동, 조운동, 제일시장, 중앙시장을 연결하는 중앙에 위치</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 도시재생 사업연계, 중앙지하상가 리모델링</li> <li>✓ 청소년센터 / 공연장 / 연습실 등 공간 조성 계획 마련</li> </ul>										
약점	위험										
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 단일한 업종 중심의 점포</li> <li>✓ 노후된 상권 시설</li> <li>✓ 다수 빈점포</li> <li>✓ 즐길거리, 볼거리 콘텐츠 부재</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 육림극장의 이탈</li> <li>✓ 청년몰 역량 약화</li> </ul>										

상권별 현안과 특색을 고려한 활성화 콘텐츠 개발과 인근 관광자원 및 최근 추진하고 있는 도시재생사업과의 연계를 통해 성장가능한 콘텐츠를 개발/강화하고, 인근 관광지와와의 연계를 통해 유입 방문객 확대를 위한 방안 마련 필요

### 상권별 인터뷰를 통한 활성화 방향 도출

#### 활성화 방향 #1

#### 상권별 대표 콘텐츠 개발 필요

- ❖ 상권이 보유하고 있는 대표 콘텐츠를 기반으로 개선 혹은 신규 개발 필요
- ❖ 춘천중앙시장 - 먹거리 부족 등 먹거리와 창업을 연계한 프로그램 개발 필요
- ❖ 제일종합시장 - 중장년층 상대의 잡화품목 확대 및 시니어 대상 창업 교육 및 창업공간 마련 필요
- ❖ 요선상점가 - 전통건축물과 숙박시설을 활용한 먹거리, 새로운 숙박시설 콘텐츠 개발 필요
- ❖ 명동상점가 일원 - 닭갈비 거리 외 명동거리를 대표 할 수 있는 볼거리 및 즐길거리 콘텐츠 개발 필요
- ❖ 조운동 - 도시재생사업과 연계하여 경관개선을 위한 방안 마련 필요
- ❖ 육림고개 상점가 - 청년몰 사업을 인근 관광지와와의 연계를 통한 다양한 볼거리, 체험 프로그램 개발 필요
- ❖ 지하상가 - 빈점포를 활용하여 문화예술 공간 마련 및 노후화된 지하상점가 환경 개선 필요

#### 활성화 방향 #2

#### 문화예술/관광자원/도시재생사업 등 연계 사업 개발 필요

- ❖ 소양동, 조운동에서 추진하고 있는 도시재생사업과의 연계 필요
- ❖ 봉이산, 이궁 등 문화관광자원과 마임/인형극 등 문화예술 관광 콘텐츠를 연계한 볼거리 콘텐츠 개발 및 공간 마련 필요

#### 활성화 방향 #3

#### 인근 관광자원과의 연계 방안 마련 필요

- ❖ 춘천역, 가평 등 관광객이 지속적으로 찾는 관광지나 역사를 연계한 관광 프로그램 개발 필요

# 목 차

- I. 연구개요
- II. 상권현황진단 및 여건 분석
- III. 상위계획 검토
- IV. 이해관계자 수요조사 결과
- V. 국내외 사례조사
- VI. 상권현황진단 및 여건 분석
- VII. 종합활성화 계획

국내·외 상권활성화 사례를 분석결과, 전통시장과 주변상권을 융합하여 상권 활성화를 추진하고 있으며, 스토리텔링, 가로환경 개선, 노후건물활용, 랜드마크건설, 역사문화자산 활용 등의 특성을 지니고 있음

## 상권활성화 사례 조사(국내)

유형	특성	내용
강원도 동해시	임대부스 지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 동해 중앙시장 내 유휴부지를 활용한 판매부스 설치</li> <li>• 판매부스 임대를 통한 노점상 및 무점포업자 지원 기능</li> <li>• 도보 환경 개선 및 디자인 일치 효과</li> </ul>
경기도 성남시	스토리텔링	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 스토리빌리지 발굴사업</li> <li>• 시장 내 상인들을 모티브로 유명 영화를 패러디한 스토리텔링기법</li> <li>• 각 점포에 개성과 캐릭터 부여를 통한 이미지 확립</li> </ul>
경기도 성남시	점포 역량 강화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 교육을 통한 점포 개개인 역량 강화 사업</li> <li>• 외식업소 메뉴진단 컨설팅 제공으로 메뉴 다양화</li> <li>• 각 업소와 시장 전체적인 경쟁력 강화</li> </ul>
부산 동구	온라인 기반 구축	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지 구축 및 꾸준한 유지보수를 통한 온라인 홍보</li> <li>• 시장정보지 제작 및 웹 퍼블리싱</li> <li>• UCC, SNS 등을 활용한 홍보 채널 다각화</li> </ul>
서울시 연남동	가로환경 개선	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 교통환경 변화로 유휴지가 된 절도부지를 활용</li> <li>• 여가문화공간을 중심으로 집객이 이루어지고 특화점포 입점</li> <li>• 특유의 장소성을 형성하여 '연트럴파크'로 불리며 핫플레이스화</li> </ul>
광주시 송정역	특화점포 활용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전통시장 활성화 사업으로 기존 시장의 경쟁력 강화</li> <li>• 젊은 청년창업자들이 유입되며 문화예술을 적극적으로 활용</li> <li>• 기존의 점포들과 젊은 감각이 융합되며 특유의 장소성 형성</li> </ul>

국내

벤치마킹 대상으로 기장시장 상권활성화 사전연구용역 검토 결과, 상권활성화 구역선정 및 점포수 측정 방법에 대한 재검토가 필요한 것으로 분석됨

벤치마킹 사례 - 기장시장 상권활성화를 위한 기초조사 연구

기장  
시장



- 63개 점포, 150여 개 노점
- 수산물과 음식점 비중 ↑
- 노점을 중심으로 농산물 판매
- 음식점(20개) 중 80%가 횡집, 초장집
- 건물형 시장으로 점포를 창고형태로 사용하는 현상이 두드러짐

대계  
상점가



- 330개 점포
- 음식점, 기타소매점 비중 ↑
- 주로 의류, 화장품, 휴대폰판매 점포 多
- 음식점의 30% 이상이 대규모의 대계, 킹크랩 전문점
- 기장시장을 중심으로 대계상점가 형성

기타  
상점가



- 196개 점포
- 기타소매점의 비중 ↑
- 커피, 헤어, 네일 등 각종 휴게업 비중 高
- 국수, 보리밥,국밥 등의 식사와 막창, 갈비, 삼겹살 등을 판매하는 점포로 이루어져 있음
- 기장역과 기장을 주거시설과 인접해 있음

✓ 점포수 : 149개  
✓ 노점수 : 150개

✓ 점포수 : 309개  
✓ 대계상점가 범위가 과대하게 설정됨 (주변상점가는 서비스업 위주로 분포됨)

✓ 점포수 : 149개  
✓ 휴게업 비중과 외식업 소분류에 대한 정확한 기준 제시 필요

상권 세부특성을 고려하지 않은 권역설정 / 상권정보시스템의 권역 분류에 의존함 / 상권특성의 주관적 서술

상권르네상스 공모 준비를 위해서는 이번 등기부 등본 확인 / 영업점포 전수 실사 필요

부산광역시 해운대구청이 지역공동체와 함께 해운대 역사 뒷골목의 낡고 허름한 주택가를 카페, 맛집, 책방 등으로 새롭게 단장하여 '문화와 감성이 어우러진 해리단길' 상권을 조성함

### 부산 해운대구 '해리단길'

#### 추진배경

해운대 역사를 중심으로 두개의 지역이 공존

화려한 도시적 이미지인 해운대  
해수욕장을 비롯한 고층건물인  
마린시티 지역

6년째 진행되고 있는 재개발 구역인  
낡고 허름한 일반 주택가인  
舊해운대역사 뒤편

철로폐쇄로 관광객 접근성 개선

- 동해선 철로 때문에 80여년 동안 소음, 분진 등 주거 소외지역이었던 해운대역사 뒤편이, 동해선 철로폐쇄로 단절되었던 철길이 자유로운 길로 형성
- 2017년 5월 舊해운대역 앞쪽이 구남로 광장으로 조성되어, 국내최대 관광지인 해운대 해수욕장과 연계되며 관광객 접근성이 개선됨

젊은 소상공인들이 구남로의 비싼 임대료를 피해서,  
해운대역사 뒤편 상권으로 모이기 시작,  
소위 "해리단길"골목상권이 조성

#### 추진방향 및 성과

##### 영세상인보호

- 부산 최초 젠트리피케이션방지 17개소 협약

##### 상권지킴이

- 해리단길발전협의회를 구성하여 바닥그림, 축제 운영

##### 배움의 공간

- 상업공간을 학습공간으로 활용하여 별밤학교 운영

##### 지역 공동체

- 민·관·학 네트워크(해운대구, 우1동, 영산대)

해리단길은 舊 해운대역사 뒤편 약 1.3km<sup>2</sup>에 이르는 지역으로, 낡은 주택을 리모델링하여 카페, 맛집, 책방 등 부산의 **감성골목 여행지로 각광** 받고 있으며, 지속적으로 상권이 확대되고 있는 추세

**2018년 상반기 20개소에서 현재 61개 점포**  
**일평균 관광객 3,000여명이 찾아오는 핫 플레이스로 각광**



광주광역시 남구청의 '사직동 통기타' 거리는 2000년 이후 쇠퇴한 거리를 상인들을 중심으로 공감대를 형성하고 지자체의 지원으로 '통기타 선율로 리뉴얼(Re-New-all)'이라는 테마 아래 옛 명성을 되찾아 가고 있음

### 광주 남구 사직 통기타 거리

#### 추진배경

##### 상인의 의지는 강하나, 방문객의 유입 여건 부족

- 주거시설 밀도가 낮은 저밀도지역으로, 인근에 노후 단독주택이 밀집되어 있으며, 유동인구가 많지 않음
- 주변 상인들의 발전에 대한 강한 의지는 있으나, 체계적인 조직이 없고, 점포 내 시설 노후화, 주차시설 부족, 골목 테마 부족, 홍보 부족으로 방문객의 지속적 유입 여건이 부족

##### 다수의 유무형 문화자원 존재

- 주변시설로는 광주사직공원, 광주문화예술교육지원센터, 광주음악창작소
- 유형 문화자원으로는 광주향교와 양파정, 그리고 김인후, 이수복 등 이 지역 문인들 13명의 시비
- 무형 문화자원으로는 광주출신의 포크음악가가 있고, 매년 사직포크음악제가 개최

시대 변화에 부합하는 골목경제 활성화 구상으로  
 테마성 강화, 상권재구조화, 상인과 주민 역량 강화를 통해 지역을 대표하는  
**'광주음악의 거리'로 거듭**

#### 추진방향 및 성과

##### 거리 브랜드화

- 업주참여 앨범제작 사업, 입구 랜드마크 조성, 야외 전시공간 구성, 역사자원을 활용한 스토리 콘텐츠화

##### 거리 활성화

- 지도형 리플렛 제작 배포, 음악 관련 청년 점포 확대 (2개소), 마을기업설립 및 사업확대, 주/월별 정기 프로그램 개최

##### 거리 역량강화

- 주민주도형 협의체 주민워크숍, 지역문제 해결을 위한 정기 타운 미팅, 디자인 구조물 설치, 매장별 먹거리 강화 방안

##### 거리 연계화

- 오디션 스테이지 설치 운영, 스토리 자원 발굴 및 스토리 콘텐츠화, 풍류가객 광주 음악의 거리 스토리 개발, 거리경관 및 실내외 인테리어 개선, 국립아시아문화전당 중국인관광객 탐방 코스화

**(방문객수) 연간 30명→50명 / 연간 9,000명→45,000명**

**(점포수) 24개소→32개소**

**(매장별 매출변화) 연매출 30% 이상 증대**

영국 '브로드 스트리트'는 영국 제2 도시의 난개발로 혼잡해진 도시환경을 재건하면서 형성된 상권으로, 주변지역 일대를 포괄하여 지속 확장되고 있음. 미국 '파이오니어 스퀘어 거리'는 대 화재로 붕괴된 도시 경관을 그대로 보존, 이를 상품화하여 유명세를 얻음

### 영국 '브로드 스트리트'

#### 상권 현황 및 특성

##### 상권 개요

위치	영국 버밍엄시 서남부 지역 Broad St 주변
주요 시설	인터내셔널 컨벤션 센터(ICC), 국립 실내경기장, 심포니홀, 버밍엄 도서관, REP극장, Tesco 등
교통	버스정류장
1일 유동인구	지역주민, 지역 종사자, 관광객
주요 품목	카페, 레스토랑, 스포츠 시설, 컨벤션, 문화, 금융, 바 등

##### 상권 형성 배경

- 영국 제2의 도시이자 자동차 생산지(재규어, 랜드로버 등) 밀집 지역
- 1960년대 이후 제조업 중심, 편의성 위주의 도시계획을 추진하게 되면서 도로가 많은 혼잡한 지역으로 변모
- 도로가 보행자를 방해하고 도시환경가치를 훼손하면서 1988년 시정부가 국제도시로의 도약을 목적으로 '브로드 스트리트'의 '도심디자인 전략'을 구상하면서 상권 형성

#### 상권 현황 및 특성

- |                          |                |
|--------------------------|----------------|
| ① (지형적 특성) 훼손된 도시환경 및 경관 | 경관 개선을 위한 상권조성 |
| ② (상권의 개발) 환경개선 사업 추진    | 깨끗한 환경 조성 목적   |
| ③ (상권의 확산) 환경개선 사업 구역 확장 | 주변지역 일대 포괄     |

### 미국 '파이오니어 스퀘어 거리'

#### 상권 현황 및 특성

##### 상권 개요

위치	미국 워싱턴주 시애틀 Chery St., 1st. Ave. 주변
주요 시설	파이오니어 광장, 스타디움, 차이나타운, 인터내셔널 구역
교통	버스정류장
1일 유동인구	지역주민, 지역 종사자, 관광객 등
주요 품목	카페, 레스토랑, 의류, 악세서리, 패션잡화 등
명칭 유래	인디언 시애틀 추장(Chief Sealth)의 이름을 따서 명명

##### 상권 형성 배경

- 시애틀 시는 1980년부터 지역 활성화 방안의 일환으로 지역내 사업체, 건물주 등 이해관계자가 공동 펀딩하고 운영하는BIA(Business Improvement Area) 실시(시애틀시에서 8개 BIA 구역 운영)
- 상권은 1889년 시애틀 화재로 붕괴된 구역에 미술관, 갤러리, 레스토랑, 골동품 가게들이 새롭게 입점하면서 형성
- 1976년 스포츠 경기장 건축과 함께 주변 지역의 공공 환경 개선이 이루어 지면서 하이테크, 디자인, 건축회사, 아트갤러리, 중소형 상가 입점

#### 상권 현황 및 특성

(도시 보존) 언더그라운드 투어 상품 대화재 당시 모습 보존 관람

- 화재 당시의 거리, 상점 등의 모습을 보존해 방문객들이 관람할 수 있도록 하는 언더그라운드 상품을 운영하여 상권의 유명세를 얻음
- 1983년 시애틀 시정부가 추진하는 첫 BIA로 선정되어 지금까지 역사성, 문화성, 경제성을 보존 및 발전시키는 사업 진행

중국 상하이 '텐엔즈팡 예술골목'은 낙후지역을 전통적/현대적 요소가 혼합된 새로운 예술 거리로 개조함으로써 예술인들의 소호 단지 조성 및 관광객을 위한 상권을 발전시켰음. 영국 '헤이온 와이'는 지역주민을 중심으로 전통적인 헌 책방 거리를 조성하여 지역 특화 상권의 성공사례로 알려짐

### 중국 상하이 '테엔즈팡 예술골목'

#### 상권 현황 및 특성

##### 상권 개요

위치	중국 상하이 총칭난루와 루이진얼루 사이 타이강루에 위치
유형	자연발생적 도심기본형
현황	기업 243개소, 공예 및 예술 60개소, 패션 및 잡화 36개소, 요식업 18개소, 디자인 및 인테리어 10개소, 스튜디오 3개소, 서점 1개소
품목	예술품

##### 상권 형성 배경

1930년	• 1930년 세워진 룡탕 공장지대였던 타이강루 테엔즈팡은 방치된 폐공장과, 창고, 쓰쿠먼리롱 주거 형식의 낙후된 주택 밀집 지역이었음
1988년	• 방치된 폐공장을 리모델링을 통해 상하이에서 활동하는 국내외 예술가들에게 작업실로 임대(예술단지형성) • 1998년 9월 본격적으로 상하이를 대표하는 테마거리인 '예술의 거리'로 지칭됨
2001년	• 5월 다층건물을 개조시켜 넓은 공장 2만여 평방미터를 개발하여 '실리콘밸리'가 이루어지면서 대단위의 디자인 사업 규모가 형성됨
현재	• 26개국 예술가들이 입주/220여개 상가 형성/880여개 일자리 창출

##### 상권 현황 및 특성

- ✓ '상하이 소호'로 불리며 갤러리, 아트샵, 공방 등이 밀집되어 있는 세계적인 예술거리로 유명함
- ✓ 관광객들이 즐길 수 있는 다양한 먹거리, 노천카페, 레스토랑이 입점함
- ✓ 전통적 요소와 현대적 요소가 공존해 있다는 호평을 받음

### 영국 '헤이온 와이'

#### 상권 현황 및 특성

##### 상권 개요

위치	영국 웨일즈지방, 브리스톤의 중간정도의 아일랜드 길목에 위치
유형	농촌마을 형태의 관광촌
현황	책방 40개, 골동품가게 및 갤러리 34개, 호텔과 민박 35개
품목	책

##### 상권 형성 배경

- 헤이온 와이(Hay-on-Wye)는 강가에 있는 헤이 마을이라는 뜻으로, 와이강 건너편의 작은 숲에 둘러싸여 있어 와이켈리(작은 숲)이라는 이름으로도 불림
- 1950년대 폐광과 함께 상권이 쇠락하던 중 1962년 리처드 부스가 넓은 성인 헤이성을 사들여 헌책방으로 바꾸는 것을 시작으로 책 부스가 형성
- 향후 책 부스가 서점으로 커지고 마을 주민들 또한 헌책방 운영에 나서면서 지금은 매년 수십만 명의 관광객이 찾는 세계적 명소가 됨

##### 상권 현황 및 특성

- ✓ 전통적으로 마을 주민이 중심이 되어 만들어진 상권이기 때문에 주민들의 헌책에 대한 가치, 열정, 주인 의식이 강함
- ✓ 헤이온 와이 책마을 주민들은 자신들의 곧 주민이자 상인이기 때문에 지역경제 활성화와 브랜드 가치를 높이기 위해 정부와 협력 체계를 구축 - 책 관련 문화콘텐츠 모색, 장소 마케팅 등 다양한 사업 추진
- ✓ 매년 5월 마지막 주에서 6월 첫째 주 사이 '헤이 축제'가 열리며 지금은 국가문화행사로 자리함(매년 10만 명 방문)

# 목 차

- I. 연구개요
- II. 상권현황진단 및 여건 분석
- III. 상위계획 검토
- IV. 이해관계자 수요조사 결과
- V. 국내외 사례조사
- VI. 상권현황진단 및 여건 분석
- VII. 종합활성화 계획

춘천시는 경제기반의 활성화 미흡에 따른 지역중심기능이 상실되었으며, 도시의 지속적 확장에 따라 원도심 거주 매력의 저하 등에 의해 쇠퇴하고 있는 것으로 판단됨

## 춘천시 지역쇠퇴 원인

### 1 춘천시 지역중심기능 상실

소양강댐의 건설(1973 준공)로 인해 양구 및 인제방면으로 향하는 주요 간선 도로가 수몰되면서 교통 불편 현상 대두

이로 인해 강원 동북권역으로 연결되는 간선교통로 지역중심의 기능 상실

### 2 도시의 지속적 확장

90년대부터 본격적으로 석사동 및 퇴계동 일대에 계획적 신시가지 공급 시작

현재까지도 지속적인 택지개발 및 도시개발사업으로 주택 공급사업 추진중

이로 인해 춘천은 2003년 이미 주택 보급율 100%를 초과하였으며, 아파트의 비율도 단독주택의 비율 초과 (원도심 성장 저해)

### 3 원도심 거주매력의 저하

지속적으로 공급되는 주택 및 택지에 비해 산업의 부재로 인구 및 가구의 증가 미약

이로 인해 자력정비기반이 미약하고 생활인프라가 부족한 원도심은 수요저하로 쇠퇴

지속적 택지개발, 제한적 인구 유입 및 거주 환경 불량은 원도심의 주거경쟁력 향화 현상 초래

외곽 중심의 관광산업과 시민활동 중심의 문화생활요소의 이탈은 원도심 유입요소를 약화시키고 있음

## 춘천시 매력적 유입요소 약화

1

### 외곽 중심의 관광산업

남이섬, 소양강댐, 청평사, 의암호, 구봉산과 과거 강변가요제 및 현재 마임축제, 인형극제 등 관광과 문화의 도시로 인식(원도심 외곽지역)

명동 상권의 닭갈비골목 외에는 관광지로서의 기능을 수행하는 요소가 부족하며 이에 따라 연계 관광산업의 성장에 한계 발생

관광객이 도심으로 유입되어 관광산업으로 연계될 수 있는 연계점 부족

2

### 원도심시민 문화경제활동의 이탈

원도심 인구가 감소하고 기 개발된 도심지 내 토지 확보가 어려워짐에 따라 새로이 공급되는 공공시설의 대부분은 원도심을 벗어난 지역에 위치

시립도서관 1990년 남측의 삼천동으로 이전, 2019년 개관한 시립도서관도 석사동 신시가 지내 위치, 사회혁신거점으로 역할하기 위한 사회혁신 파크 외곽지에 위치

관광객 유입을 위한 관광요소 부재와 신시가 지 중심의 시설공급은 원도심 내 시민·관광객 유입요소의 부족현상 초래

30년(1990~) 내 가장 인구가 많았던 1990년 기준으로 2020년 현재 인구는 52.4% 감소하여 기준을 충족하고 있으며, 특히 2014년 아파트 입주로 감소폭이 적은 소양동에 비해 조운동, 약사명동의 감소폭은 매우 큰것으로 나타남

### 원도심내 인구의 생활기반 이전

분석기준 1

30년간 인구변화

✓ 최근 30년간 인구가 가장 많았던 시기와 비교하여 20%이상 인구가 감소한 지역

#### ▪ 최근 30년간 인구변화

구분	1990년	1995년	2000년	2005년	2010년	2015년	2020년
소양동	15,102	9,705	9,436	8,351	7,792	11,308	9,997
조운동	6,623	4,663	4,397	3,645	3,175	3,458	2,997
약사명동	7,298	7,298	6,618	5,019	4,334	3,930	2,347
합계	32,221	21,666	20,001	17,025	15,301	18,696	15,341

#### ▪ 최근 30년간 인구가 가장 많았던 연도대비 최근 연도 대비 인구 증감률

구분	1990년	2020년	인구증감율(%)
소양동	15,102	9,997	(-) 33.8
조운동	6,623	2,997	(-) 54.8
약사명동	7,298	2,347	(-) 67.8
합계	32,221	15,341	(-) 52.4

2016년부터 5개년도 연속으로 전년 대비 인구가 감소하고 있는 것으로 나타나며 기준을 충족하고 있음

**원도심내 인구의 생활기반 이전**

분석기준 2

최근 5년간 3년 이상 연속 인구 감소 지역

✓ 최근 5년간 3년 이상 연속으로 인구가 감소한 지역

▪ 최근 5년간 인구 변화 및 증감율

	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년
소양동	11,122	10,772	10,534	10,202	9,997
		-3.14%	-2.21%	-3.15%	-2.01%
조운동	3,370	3,234	3,201	3,001	2,997
		-4.04%	-1.02%	-6.25%	-0.13%
약사명동	3,674	3,538	2,742	2,419	2,347
		-3.70%	-22.50%	-11.78%	-2.98%
전체	18,166	17,544	16,477	15,622	15,341
		-3.42%	-6.08%	-5.19%	-1.80%



2007년 이후 세 행정동에서 10년 간 사업체가 가장 많았던 연도는 2007년으로 3,279개에서 2017년 기준 3,037개로 사업체 총 수는 7.4% 감소하여 기준에 충족함

**원도심내 산업쇠퇴 현황**

분석기준 1

최근 10년간 총 사업체수 변화

✓ 최근 10년간 총 사업체수가 가장 많았던 시기와 비교하여 5% 이상 감소 지역

▪ 최근 10년간 총 사업체수 변화

구분	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년
소양동	980	953	938	907	950	986	1011	1038	978	955	961
조운동	1036	1007	1020	997	998	1028	1002	1007	990	1010	1006
약사명동	1263	1235	1238	1120	1120	1113	1100	11-1	1061	1060	1070
합계	3279	3195	3196	3068	3068	3127	3113	3146	3029	3025	3037

▪ 최근 10년간 총 사업체수가 가장 많았던 연도 대비 사업체수 증감율

소양동	1038개(2014년)	961개(2017년)	(-) 7.4%
조운동	1036개(2007년)	1006개(2017년)	(-) 2.9%
약사명동	1263개(2007년)	1070개(2017년)	(-) 15.3%

통계확인 연도 중 사업체 감소는 증가와 감소가 동시에 나타나고 있으며 대체로 약간의 감소추세를 보이고 있음

**원도심내 산업쇠퇴 현황**

분석기준 2

최근 5년간 사업체 변화

✓ 최근 5년간 3년 이상 연속으로 총 사업체수가 감소한 지역

▪ 최근 5년간 사업체 변화 및 증감율

	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년
소양동	1,011	1,038	978	955	961
		2.67%	-5.78%	-2.35%	0.63%
조운동	1,002	1,007	990	1,010	1,006
		0.50%	-1.69%	2.02%	-0.40%
약사명동	1,100	1,101	1,061	1,060	1,070
		0.09%	-3.63%	-0.09%	0.94%
전체	3,133	3,146	3,029	3,025	3,037
		1.06%	-3.27%	-0.13%	0.40%

쇠퇴지표분석결과 기준에 모두 만족하는 것으로 분석됨

**쇠퇴지표 분석 요약**

구분	분석내용	대상지분석 결과	비고
인구가 감소하는 지역	최근 30년 최대치 대비 인구감소	52.4% 감소	기준부합
	최근 5년간 인구감소	5년간 4년 이상 감소	기준부합
사업체가 쇠퇴하는 지역	최근 10년 최대치 대비 사업체수 감소	7.4% 감소	기준부합
	최근 5년간 사업체수 감소	2년 감소	기준부합

대상지는 춘천의 중심에 있으며, 행정업무와 상업의 중심공간에 위치하고 있으나, 도시 변화에 따라 쇠퇴현상이 발생되고 있으며, 매력적 집객시설 부재 외 인구/사업체 등은 점진적으로 감소하고 있어 이에 대한 대책마련 필요

#### [ 원도심(춘천시) 현황 ]

**1 강원도의 중심, 춘천의 중심**

대상지는 강원도의 중심도시인 춘천의 중심시가지로서 다양한 행정기관 및 기업이 밀집해 있는 강원도의 중심 시가지

**2 행정과 업무, 상업의 중심공간**

행정기능과 업무기능이 밀집한 중심시가지 입과 동시에, 중심적 상업공간이 공존하고 있어 원도심의 중심기능을 갖추고 있음

**3 역사문화자원**

춘천시민과 외부 관광객 유입을 위한 다양한 역사문화 자원을 가지고 있어, 원도심이 관광자원 중심기능 수행

#### [ 대상지 현황 ]

**1 도시여건 변화에 따른 쇠퇴 발생**

지속적인 신시가지 조성으로 인해 인구 유출 및 원도심의 거주매력 저하. 근린상업 및 생활 문화 중심이 신시가지로 이동

**2 도심 내 유입을 위한 집객시설 미흡**

신시가지 발달로 주요 문화, 시민시설이 신시가지 위주로 공급되면서 원도심 내부를 찾아올 만한 요소가 부족한 상황

**3 상권의 쇠락**

유동인구의 급속한 감소

**3 인구/사업체/사업체 종사자수 감소**

인구는 지속적으로 감소하고 있으며 산업체 및 산업체 종사자는 장기적 감소추세 현상을 나타내고 있음

#### [ 시사점 ]

**원도심 문화 결핍현상**

- 원도심 외각지역 중심의 문화시설 위치
- 춘천 문화도시 이미지 대비 대표 콘텐츠 및 관련시설 부족

**상권 침체**

- 노후상권으로 인한 상권매력요소 부족
- 도심내 즐길거리/볼거리 등 집객요소 부족

**청년 및 중장년층 활동공간 부족**

- 청년 창업, 상업 활동공간 부족
- 최근 급증하고 있는 중장년층 일자리/창업 등 경제활동 지원 및 활동을 위한 공간 부족

**문화 체험 공간 부족**

- 특색없는 소비상권의 경쟁력 부족
- 구 영화관, 축제공간의 비효율적 활용
- 방문객 중심의 교통, 주차 등 편의시설 개선 필요

대상지는 행정 기능과 지역중심의 상권을 보유하고 있으며, 행정기관과 산업체가 밀집하고 있으며, 중심상권인 명동상권과 대규모 전통시장과 병원 및 행정업무에 따른 일정수준의 유동인구를 유지하고 있음

### 대상지역 잠재력 분석

#### 행정기능 중심

- ✓ 대상지는 춘천의 중심으로서 강원도의 중심 기능을 담당하고 있는 강원도청과 춘천시청이 위치하고 있음
- ✓ 배후에는 다양한 행정기관과 산업체가 밀집하고 있는 업무기능의 중심지로의 기능 수행
- ✓ 강원도청은 약 1,500명이 근무하고 있으며 춘천시청도 약 950명이 근무하고 있음
- ✓ 기타 강원발전연구원, 한국은행 강원본부, 농협 중앙회 춘천지부, 강원일보사, 대한적십자사 강원지부 등 다양한 기관이 중앙로에 밀집되어 있음

#### 지역중심의 상권 보유

- ✓ 중앙로터리 일대에는 춘천시의 중심적인 상권인 명동상권과 대규모 전통시장인 중앙,제일시장이 위치하고 있음
- ✓ 근린생활을 위한 소매기능이 신시가지로 유출되었으나 병의원 및 행정, 업무 중심기능이 밀집해 있는 특성으로 인해 일정규모의 유동 인구 유지
- ✓ 최근 육림고개 시장 청년몰 사업 등 새로운 상권활력을 위한 사업이 성공적으로 시행되면서 원도심에 대한 방문인구가 증가하고 있음

도심상권으로의 중심성은 유지하고 있으며, 대상지는 여전히 지역의 중심으로 연계효과가 창출될 것으로 전망

대상지는 다양한 문화예술단체 및 인력, 인프라 연계가 가능하며, 세계적인 축제를 보유하고 있어 이에 대한 인프라를 활용 가능함

### 문화예술분야

문화예술 분야	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 춘천시에는 총 47개의 전문예술법인단체가 사업을 영위하고 있음</li> <li>✓ 춘천예총, 춘천문화재단 등 다양한 문화예술단체 및 인력, 인프라 연계 가능</li> </ul>										
	전문예술 법인	공연예술					시각예술	기타	합계		
		무용	연극	음악	전통 예술	기타	미술/시각/예술	기타			
공연예술 단체	연극	뮤지컬	클래식	오페라	무용	발레	국악	복합	콘서트	합계	
	4	9	9	11	1	5	8	22			
	16	-	5	-	3	1	5	6	-	36	
문화축제 분야	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 춘천은 세계3대 마임축제를 비롯하여 고음악제, 인형극제 등 문화예술 행사와 막국수닭갈비축제 등 다양한 축제가 열리고 있어 지방 최고수준의 축제인프라 보유</li> <li>✓ 중앙로 주변에서는 춘천마임축제의 주요이벤트 중 하나인 [아수라장]개최하고 있으며, 이외 주변에는 몸짓극장, 브라운5번가 등 마임축제 개최 시 주요공연장소로 활용되는 곳과 인접하여 있음</li> </ul>										

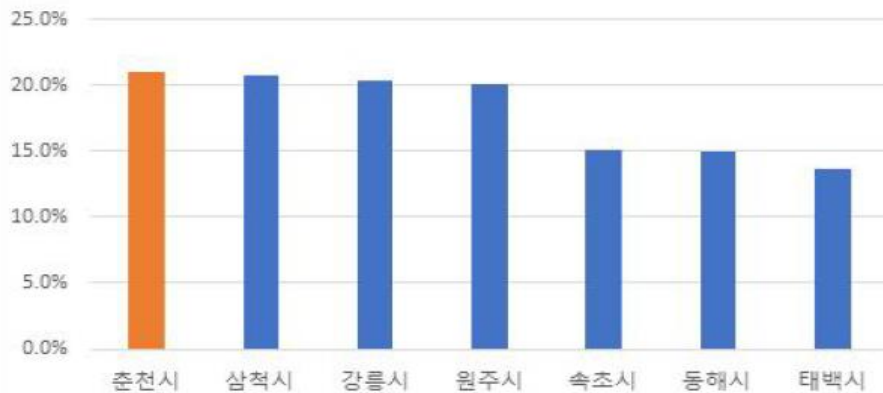
대상지역은 춘천시민의 문화활동 중심이 될 수 있는 여건을 가지고 있으며, 다양한 문화활동을 기반으로 한 원도심 활성화를 위한 역량을 보유하고 있음

춘천시 청년거주인구비율은 21.0%로 강원도권 7개 시중 가장 좋은 것으로 나타났으며, 인근에 위치한 대학과 연계를 통해 우수한 청년자원 활용 및 상권 활성화사업에 활력을 가질 수 있는 여건 보유

### 청년자원 현황

- 춘천시 청년 거주인구비율은 21.0%로 강원도권 7개 시중 가장 높은 것으로 나타남
- 춘천에 위치한 대학과 연계하여 재학생 및 졸업생 등 우수한 청년자원을 바탕으로 한 상권활성화 사업에서의 활력을 가질 수 있는 여건을 보유

<청년인구비율(15 ~ 29세)>



구분	청년인구(명)	비율
춘천시	58,617	21.0%
삼척시	14,230	20.8%
강릉시	43,625	20.4%
원주시	67,215	20.1%
속초시	11,801	15.1%
동해시	13,329	15.0%
태백시	6,227	13.7%

출처 : 2016년인구 총주택조사(통계청), 내국인 기준

춘천역과 자전거길을 이용하는 이용객을 대상으로 원도심으로의 유입을 위한 방안 마련 필요

### 경춘선 및 자전거길 이용 현황

#### 경춘선 이용현황

년도	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
경춘선 (천명)	582	17,632	17,008	17,506	18,289	18,165	18,485	19,053	18,794

#### 국토종주 자전거 이용현황(북한강)

년도	2016	2017	2018
경춘선 (명)	6,276	7,460	4,340

#### 춘천 주요 자전거길(국토종주 연계)

의암호 순환코스	소양강코스	남춘천 ~ 공지천 코스
----------	-------	-----------------

경춘선은 2010년 582천명에서 2018년에는 18,794천명 규모로 이용현황이 증가하였으며, 국토종주 자전거길은 2016년보다는 감소는 하였지만 4,000명 이상 유지하고 있음.

따라서 원도심과 1km 정도 위치하고 있는 춘천역을 이용하는 이용객과 3개 자전거코스를 이용하는 자전거 이용자를 유입을 위한 방안 마련 필요



원도심 대상지역은 지역의 문화적, 인적 자원이 풍부하며, 행정, 상업, 교육 기능을 보유하고 있고, 지하상가, 전통시장 등 활용자원이 풍부하며 최근 경춘선 및 자전거실 이용자 증가에 따라 유입대상이 풍부한 것으로 판단됨

### 원도심의 풍부한 잠재력 보유

#### 1 문화적/예술적 자원 풍부, 청년자원 풍부

- 활발한 문화예술활동 및 단체로 다양한 문화연계활동을 구성 가능
- 지역 내 위치한 대형 대학으로 인해 다양한 청년자원과 인적자원을 확보할 수 있는 기반조성

#### 2 대상지의 도시 중심성

- 아직 보유하고 있는 다양한 업무, 상업, 교육 기능으로 연계를 통한 시너지 확보 가능
- 명동상권 외 지하상가, 중앙/제일 전통시장 등 상권집객시설 보유

#### 3 춘천역 및 자전거길 이용객 보유 (유입대상 이용객 보유)

- 원도심과 1Km 떨어진 춘천역을 이용하는 충분한 이용객 확보
- 국토종주 자전거길 이용자 확보 및 다양한 저전거길 개발

#### 4 2개의 도시재생 사업 및 청년몰 사업 추진

- 소양동과 조운동을 대상으로 도시재생사업 선정 및 추진
- 2016년부터 청년몰사업 추진 및 성과 창출

원도심의 위상

- 1 행정기능 중심지
- 2 업무기능의 중심지
- 3 상업기능의 중심지

쇠퇴현황

- 1 신시가지의 확장 및 원주민 이탈
- 2 매력요소 상실
- 3 상권의 쇠퇴

잠재자원

- 1 풍부한 문화 예술 자원
- 2 다양한 외부 방문 인프라
- 3 도시재생, 청년몰 사업 추진



사람을 모으는  
핵심 문화예술 강화

도시역량 기반의  
상권 활성화

외부 사람 유입을 위한  
디지털 네트워크 구축

# 목 차

I. 연구개요

II. 상권현황진단 및 여건 분석

III. 상위계획 검토

IV. 이해관계자 수요조사 결과

V. 국내외 사례조사

VI. 상권현황진단 및 여건 분석

VII. 종합활성화 계획

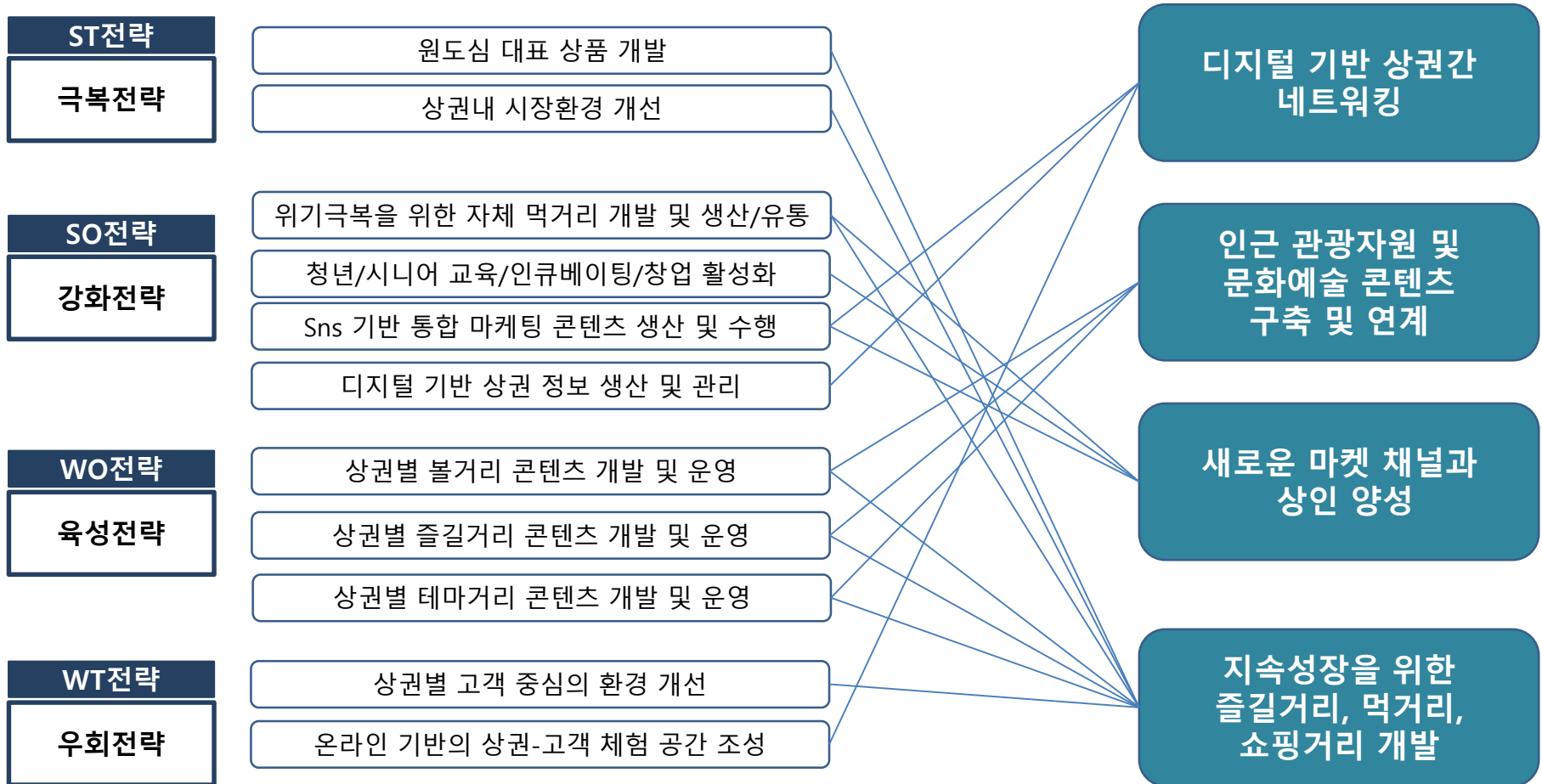
상권의 환경분석을 통하여 기회, 위협, 강점, 약점의 이슈들을 구체적으로 도출한 후, 활성화 전략방향을 다음과 같이 수립함

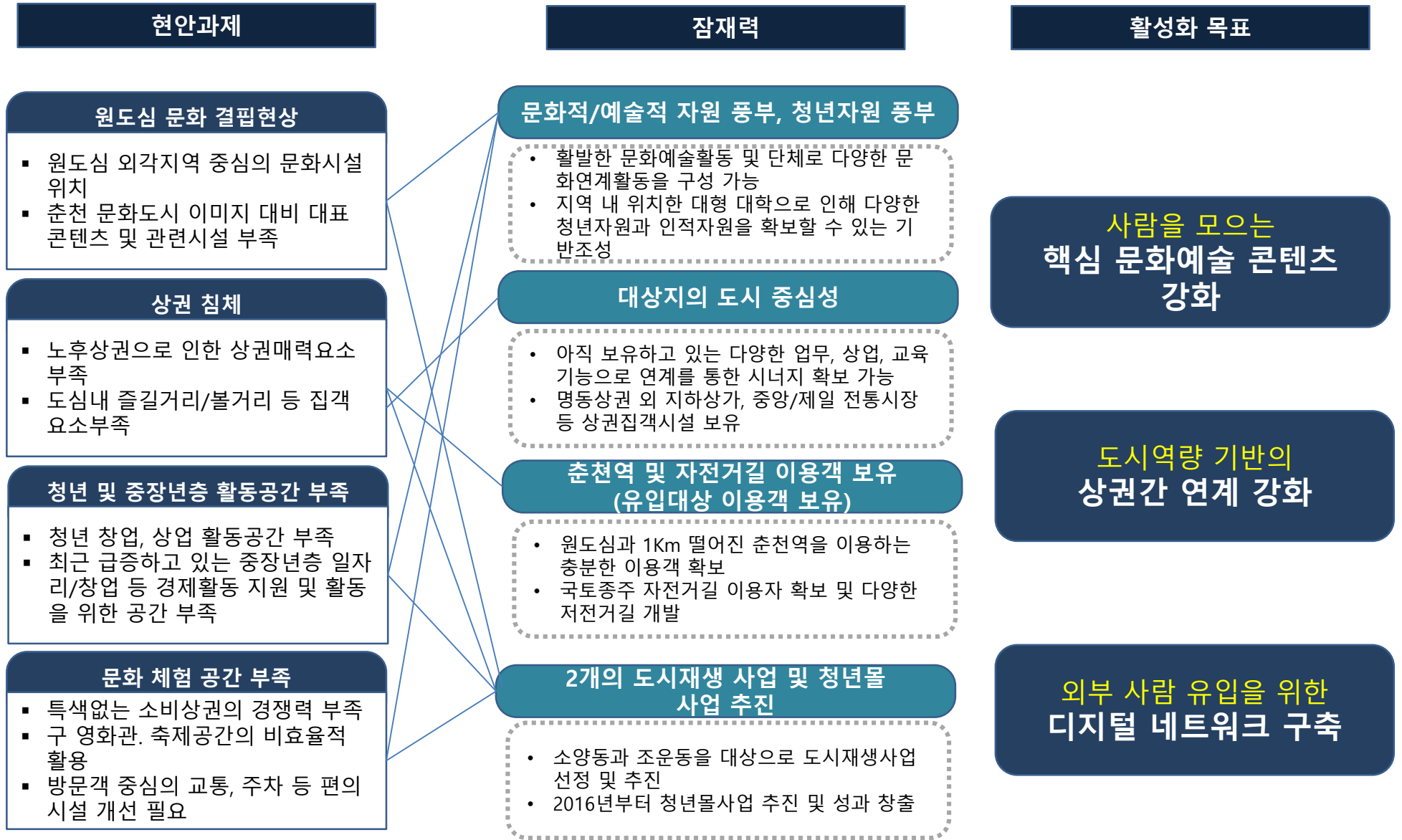
현황조사 기반의 SWOT 분석

<p><b>춘천 중앙 원도심 상권르네상스</b> <b>SWOT 분석</b> <b>전략방향 설정</b></p>		O	T
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 춘천 관광 상품 확대 및 브랜드 가치 증대</li> <li>• 워라벨(work&amp;life balance) 트렌드</li> <li>• 52시간 근무제 등으로 여가수요 증대</li> <li>• 중앙정부 및 지자체 사업 수혜(전통시장 활성화 지원사업, 청년몰 구축사업)</li> <li>• 도시재생사업 및 상권활성화구역 지정</li> <li>• 도시재생사업과 연계한 상권르네상스 사업 추진</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 코로나19로 인한 유통환경 및 소비트렌드의 변화(유동인구의 급격한 감소)</li> <li>• 지역침체 쇠퇴 / 노령화/조기 은퇴자 증가</li> <li>• 정부 지원사업 수혜에도 불구하고 미흡한 활성화 효과</li> <li>• 젊은 층을 유인할 수 있는 다양한 상품개발 및 브랜드 구축 역량 부재(대표 콘텐츠 부재)</li> </ul>
<p><b>S</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• (춘천의 중심지) 도청 및 시청과 인접한 중앙로터리 인근 위치</li> <li>• 상권별 특색 보유(대표 먹거리콘텐츠, 과거 영화 관련 콘텐츠, 지하주차장등 고객 편의시설 보유, 현대화된 쇼핑거리 등)</li> <li>• 상권영역내 도시재생사업 추진</li> <li>• 원도심 인근 관광자원 보유</li> <li>• 지자체 및 상인들의 높은 변화의지</li> </ul>	<p><b>[전략방향 2] 강화 전략</b></p> <p><b>대표 상품 개발</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 특화상품 개발 (시장 특색을 반영한 킬러콘텐츠 개발)</li> <li>• 문화예술과 연계된 볼거리 중심의 콘텐츠 개발</li> <li>• Untact 기반의 Sns 통합 마케팅 및 유통채널 개척</li> </ul> <p><b>시장 환경 개선</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 대표 볼거리 랜드마크 구축(대표 조형물)</li> <li>• 주차 환경 개선 / 고객 편의 시설 개선</li> <li>• 문화예술 연계 볼거리 공간 조성 / 빈 점포 활용 방안</li> <li>• 지역별 테마거리 활성화 (거리조명, 바닥, 벽화 등)</li> </ul>	<p><b>[전략방향 1] 돌파전략</b></p> <p><b>지속성장을 위한 상권역량 강화</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 위기극복과 지속적인 성장을 위한 자체 먹거리 개발 및 생산</li> <li>• 청년 및 시니어 대상 교육/인큐베이팅/창업 조성</li> <li>• 상권간/점포간/대규모 점포간의 상생협약 강화</li> <li>• SNS 기반 마케팅 활성화 (통합 마케팅 플랫폼, 유튜브)</li> <li>• 디지털 기반 차제 상권 정보 생성 및 관리</li> </ul>	
	<p><b>W</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 인근 도시개발로 인한 원주민 이탈 및 상권 쇠락 현상</li> <li>• 노후화된 상권 환경 및 부족한 고객 편의시설</li> <li>• 일부 먹거리(닭갈비)외 즐길거리/볼거리 콘텐츠 부족</li> <li>• 유동인구 유출 多</li> <li>• 시장 및 상점가 환경 유지상태 미흡</li> <li>• 경기침체로 인한 공실점포 발생</li> </ul>	<p><b>[전략방향 3] 육성전략</b></p> <p><b>특화 볼거리 개발</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 시장 및 상점가 별 볼거리 특화(대표 볼거리, 문화예술, 축제 등)</li> <li>• 시장 및 상점가 별 연계한 릴레이 이벤트</li> </ul> <p><b>즐길거리 가득한 상권</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화예술과 연계한 상권별 대표 테마거리 조성</li> <li>• 지역주민과 연계한 마켓 활성화 콘텐츠 개발</li> <li>• 야시장, 특화거리, 여성안심 숙박시설 조성</li> </ul> <p><b>특화 콘텐츠 확충</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화예술 연계 체험 프로그램</li> </ul>	<p><b>[전략방향 4] 우회전략</b></p> <p><b>고객중심의 상권환경 개선</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 주차 및 거리환경 개선(지하주차장, 대형버스 주차장)</li> <li>• 디지털 기반 고객상점간 정보공유관리체계 구축</li> <li>• 상권별/거리별 테마거리 조성</li> </ul>

SWOT 분석을 기반으로 4개의 상권 활성화 전략 도출

**SWOT분석 기반의 4대 활성화 전략 도출**





3가지 목표 달성을 위해 유입방문객 확대, 원도심 상권 융합, 상권별 특색강화라는 방향성을 가지고 4가지 추진 전략을 수립함

### 목표

사람을 모으는  
핵심 문화예술 콘텐츠  
강화

도시역량 기반의  
상권간 연계 강화

외부 사람 유입을 위한  
디지털 네트워크 구축

### 전략방향

유입방문객 확대

원도심 상권 융합

상권별 특색강화

Direction #1

Direction #2

Direction #3

Direction #4

디지털 기반 상권간  
네트워킹

인근 관광자원 및  
문화예술 콘텐츠  
구축 및 연계

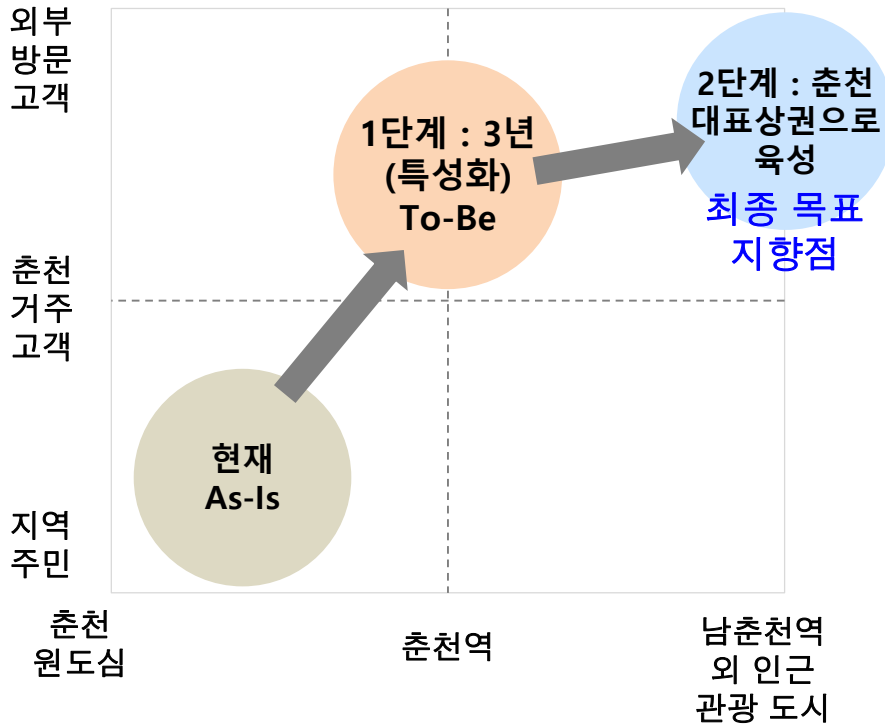
새로운 마켓 채널과  
상인 양성

지속성장을 위한  
즐길거리, 먹거리,  
쇼핑거리 개발

## 2. 상권 활성화 방향 도출 : 춘천 중앙 원도심 활성화를 위해 추진해야 할 방향 VII. 종합활성화 계획

원도심 상권에 유입 방문객을 확대하고, 산재 되어 있는 상권을 융합하고, 이를 통한 상권 별 특색을 재 설계 및 구축에 의한 상권 활성화 방향 도출

### 방향1 : 유입 방문객의 확대



### 방향2 : 원도심 상권의 융합



요선상가	새명동 일원	명동거리
상원간 융합		육림고개
지하상가	중앙시장	제일시장

- ✓ 불분명한 상권 특색
- ✓ 대표 콘텐츠 및 브랜드 부족
- ✓ 상인의 현실 안주성
- ✓ 상권별 개별 성장 지향

- ✓ 상권별 특색 강화
- ✓ 상권별 콘텐츠 차별화 및 대표 브랜드 구축
- ✓ 기존 상인과 새로운 상인 육성(시니어+청년)
- ✓ 상생 관점에서의 지속성장 전략 구축

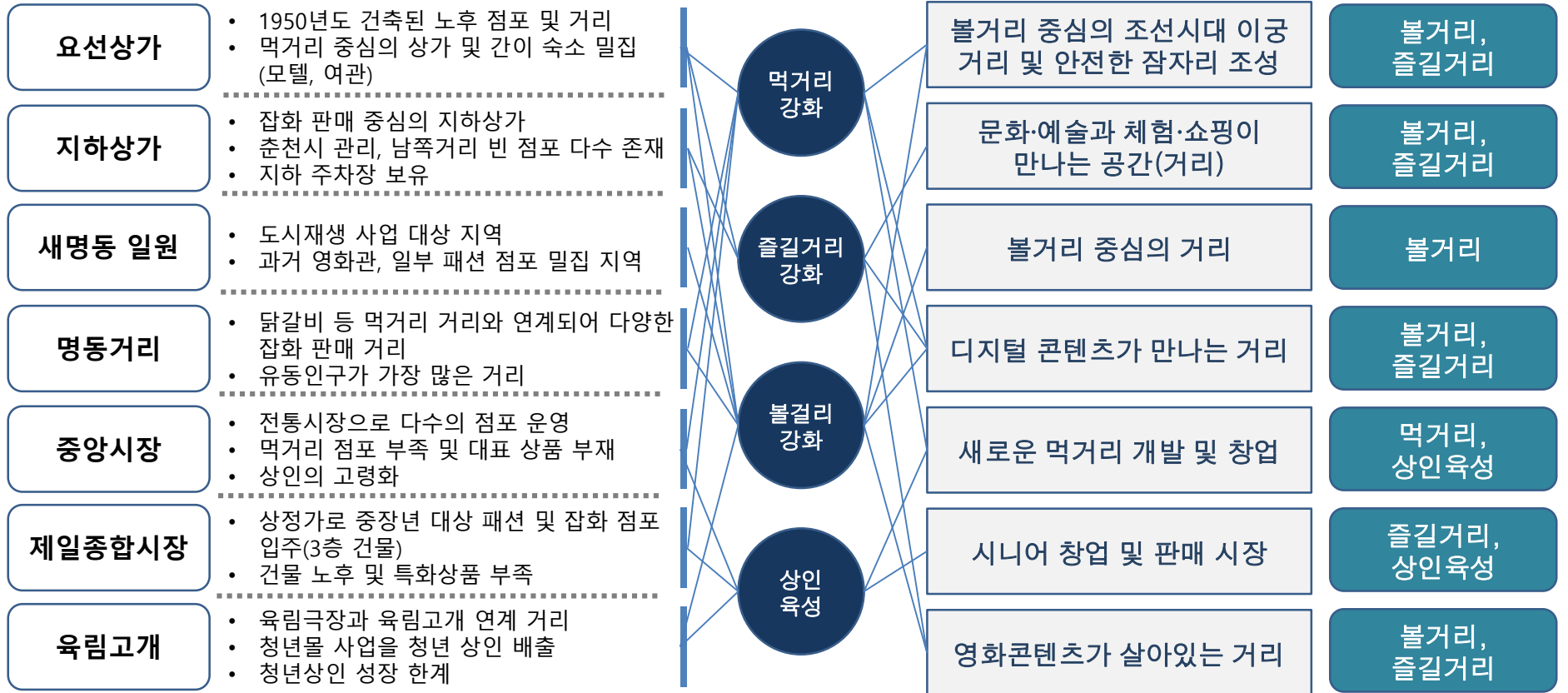


(계속)

방향3 : 상권별 특색 강화(콘텐츠 강화)

[ As-Is ]

[ To-Be. 개선 방향 ]



상권 활성화 방향은 다음과 같음

### 전략적 방향

### 내용

#### Direction #1

#### 디지털 기반 상권간 네트워킹

- ❖ 디지털 기반의 상권간 연계 방안 마련
- ❖ 상권별 방문 고객-상점간 정보를 공유하고, 이벤트 콘텐츠 개발 및 운영
- ❖ 즐거운 상권 투어(방문, 여행), 디지털 투어 및 안내
- ❖ Sns 기반 상권-고객 체험 공간 조성

#### Direction #2

#### 인근 관광자원 및 문화예술 콘텐츠 구축 및 연계

- ❖ 원도심 상권 내 대표 랜드마크 구축(디지털 기반 볼거리)
- ❖ 춘천역 연계를 위한 디지털 홍보 및 연계 체계 마련
- ❖ 쇼핑, 먹거리, 볼거리
  - 이궁거리거리, 문화예술 거리, 마임공연, 인형극 공연 등 기반 조성
- ❖ 온/오프라인 고객 체험 공간 마련
- ❖ 안전한 숙박시설 운영 - 여성전용 게스트 하우스 운영

#### Direction #3

#### 새로운 마켓 채널과 상인 양성

- ❖ Sns 기반 통합 마케팅 콘텐츠 제작 및 프로모션 기반 조성
- ❖ 시니어 재기를 위한 창업 프로그램 및 인큐베이팅 공간 운영
- ❖ 춘천시민, 외부 방문객 대상의 마켓채널 형성

#### Direction #4

#### 지속성장을 위한 즐길거리, 먹거리, 쇼핑거리 개발

- ❖ 조선시대 이궁 거리 구현(이궁 포장마차 거리조성, 별빛거리 조성 등)
- ❖ 닭갈비 외 언택트 시대에 부응한 자체 먹거리 개발 및 유통
- ❖ 문화예술과 연계한 공연-체험 콘텐츠 개발 및 운영

상권활성화 구역에 대한 통합 브랜드를 개발하고, 이를 상권의 대표 네이밍으로 활용하고자 함

네이밍(안)	설명
춘천 대표 <b>O(오)·락(樂)거리(Street)</b>	춘천 원도심에 5가지 재미와 4가지 테마가 있는 오락거리 원도심을 의미하는 'O', 즐거움을 의미하는 '樂', 거리'St'를 합성
춘천 <b>호감</b> 거리	춘천을 상징하는 ' <b>호수</b> ' ,' <b>좋아한다</b> '와 상인과 고객과의 ' <b>감동</b> '을 의미
춘천 <b>48스트리트</b> 상권	춘천의 교통 중심으로 4방8방 움직일 수 있는 중심상권
춘천 <b>드라이브</b>	춘천의 문화, 예술, 관광 자원으로 연결되는 서울, 경기, 강원 지역의 사람들 유입을 위한 춘천 드라이브 상권
춘천 <b>스퀘어</b>	7개 전통시장 및 상점가가 하나되어 움직이는 춘천 스퀘어
춘천 <b>5락랜드</b>	강원랜드, 레고랜드 등 테마파크 트렌드를 반영한 춘천의 5가지 즐거움이 있는 테마상권
춘천 <b>행</b> 상권	춘천에 오면 꼭 들러야 하는 춘천행 상권 교통 개선에 따른 '춘천행'을 모티브로 이름 도출
춘천 <b>리본(Re-born)</b> 상권	춘천에 쇠퇴하는 원도심 상권의 재 탄생을 위한 춘천 리본(Re-born)상권, 7~8가지 리본 으로 각 상권을 특화

# 상권과 Digital이 만나는 춘천 스마트 호감(湖感) 'O'거리 (五(오)개의거리)



## Digital

과학적 기반  
상권정보 구축 및  
운영

## People

호수 같은 맑은  
상인정신으로  
고객중심 서비스  
활동

## Overcome

Untact 시대  
위기 극복 및  
지속성장 기반  
조성



# 상권과 Digital이 만나는 춘천 스마트 호감(湖感) 'O'거리 (五(‘오’)개의 거리)

비전

사람을 모으는  
핵심 문화예술 콘텐츠강화

과학적 기반의  
상권-고객간 유기적 연계

On Tact 중심의  
디지털 마케팅 체계 구축 및  
활성화

목표

상권과 고객간의  
네트워킹

문화예술의 상품화  
및 공유

비대면, Sns 중심의  
마케팅 역량 강화

재난 극복을 위한 자체  
상품 개발 및 유통

전략

'OnTact'

오감(五感)만족

오락(娛樂)거리

Overcome

고객과의 비대면  
소통(마케팅)

Digital 기반의  
상권, 고객과의 교감

볼거리와 즐길거리가  
풍부한 거리

상인간 협업, 역량강화,  
미래먹거리 창출

추진  
사업

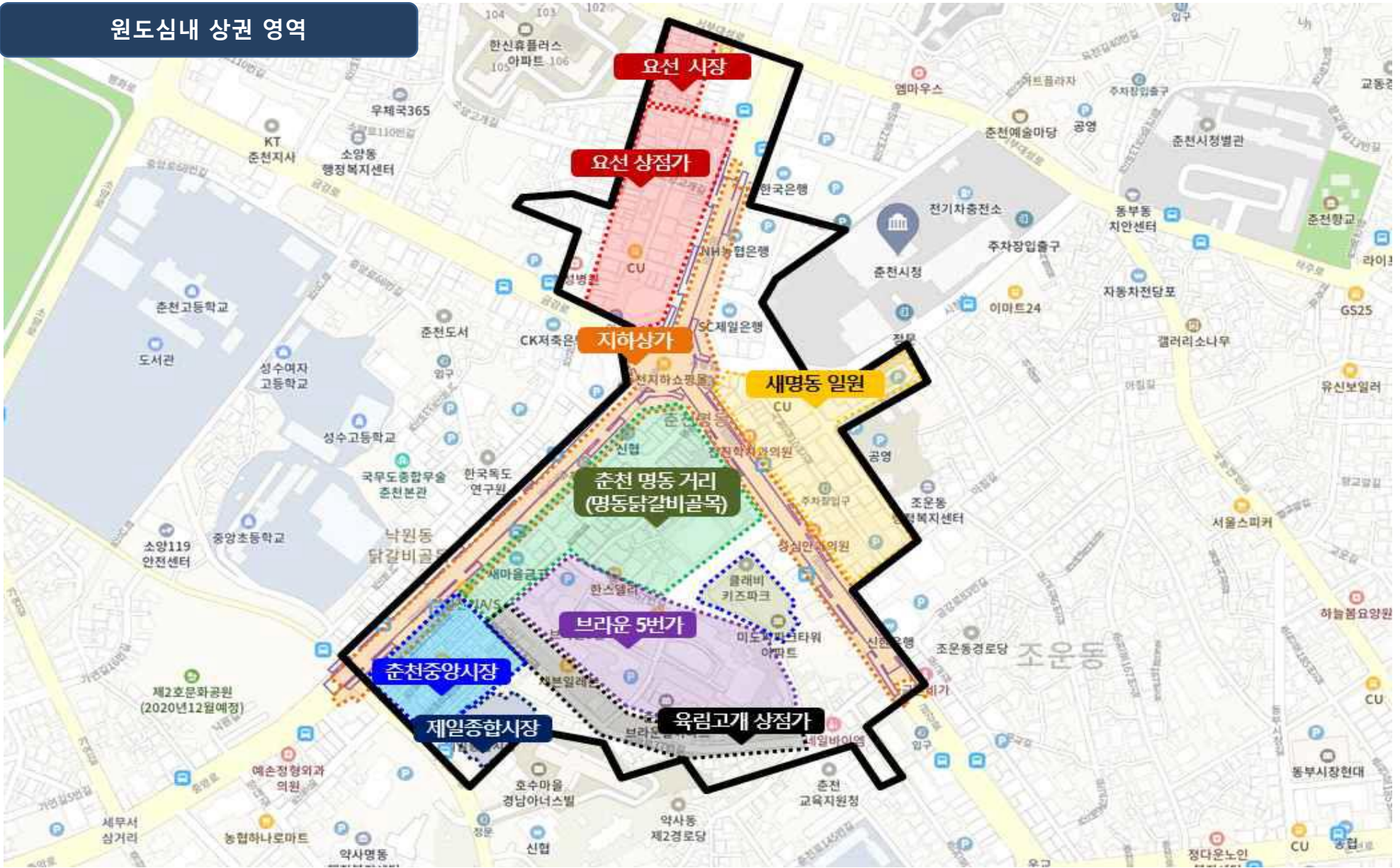
- A1 온·오프라인 통합 안내센터 구축
- A3 교감형 디지털 DID 키오스크 구축
- A3 서비스/정보수집을 위한 공공 WiFi 구축
- A4 체험중심의 통합 홈페이지/App. 구축
- A5 마케팅 전용 Sns 스튜디오

- B1 디지털 하늘공원 조성
- B2 여성안심 게스트하우스
- B3 도깨비 포장마차거리 조성
- B4 디지털 호감거리 조성
- B5 조립식 야외 공연장 조성
- B6 상권 Gate 구축
- B7 태양광 LED 화단(화단거리)
- B8 흡연부스 조성

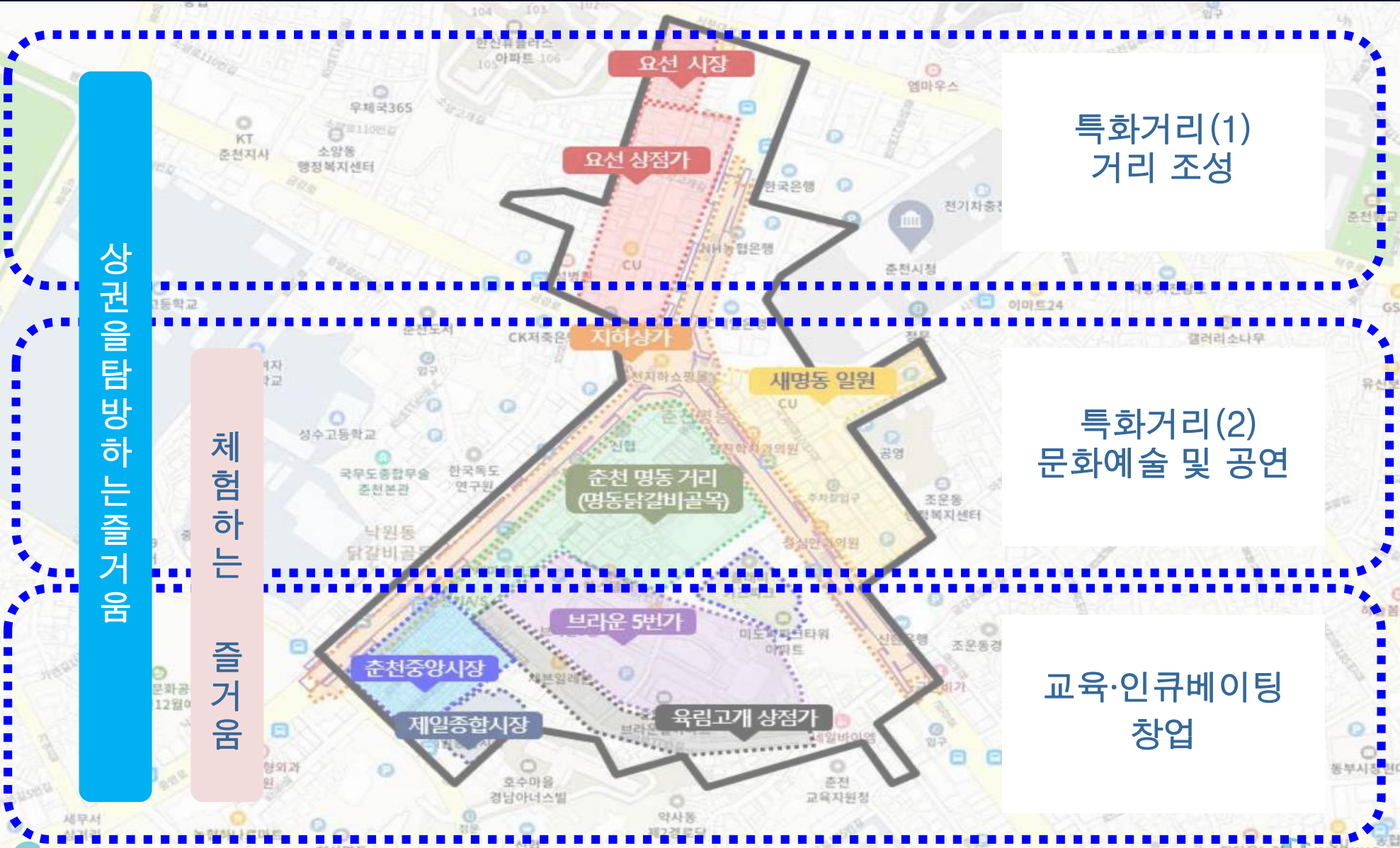
- C1 호감축제 (마임, 인형극, 버스킹상시공연 외)
- C2 온오프라인 '호감' 플리마켓
- C3 육림고개·새명동 '호감' 영화제

- D1 Untact용 공동 기획상품 개발 및 생산/유통
- D2 통합브랜드 개발
- D3 상인 인식변화 및 역량강화
- D4 청년과시니어를 위한 교육·인큐베이팅·창업 공간 조성
- D5 사랑방 및 배송창고 조성

원도심내 상권 영역



춘천 스마트 호감(湖感) 'O'거리 (五('오')개의 거리)



특화거리(1)  
거리 조성

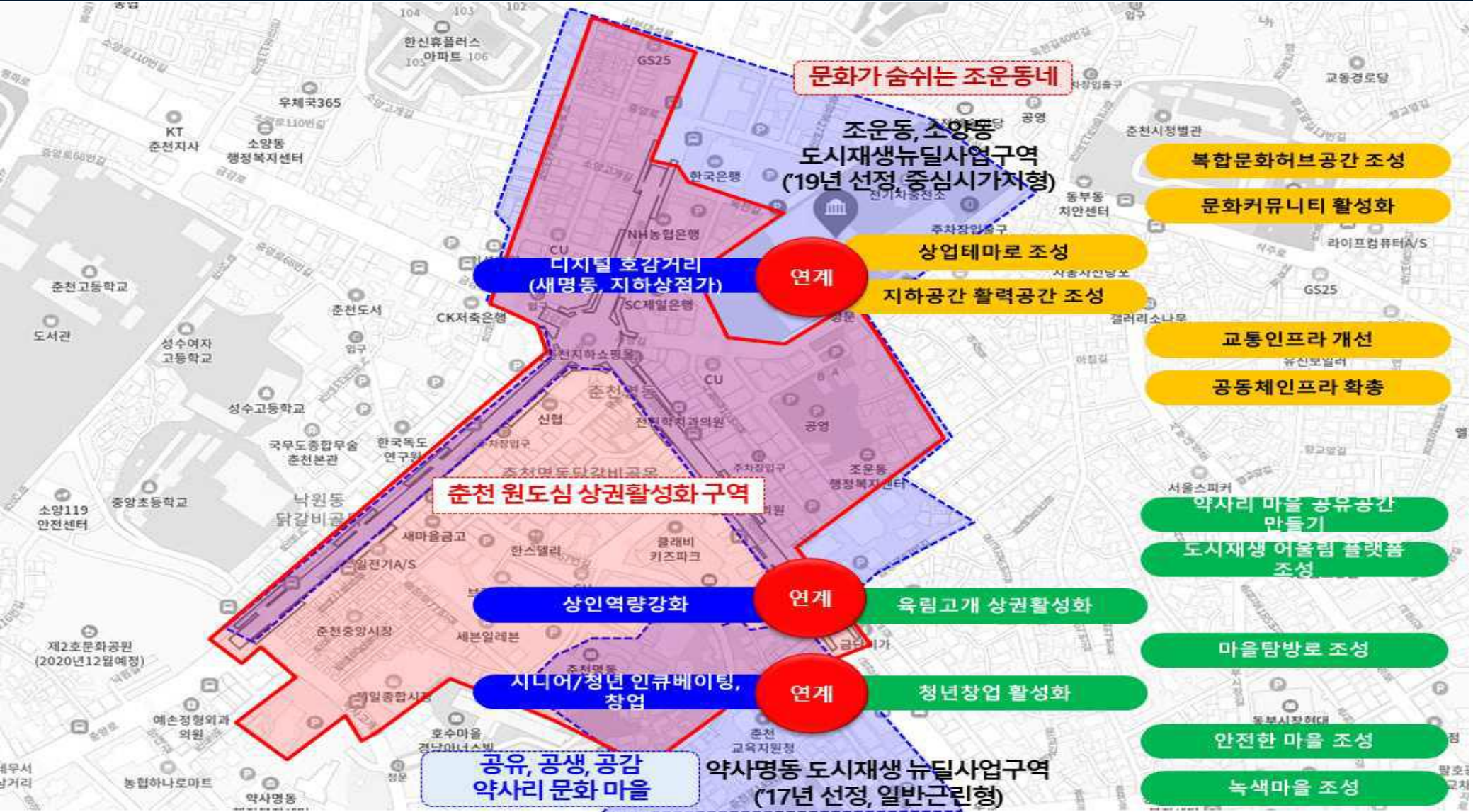
특화거리(2)  
문화예술 및 공연

교육·인큐베이팅  
창업

상권예뻐보고 싶은 거리

체험하는  
즐거움

춘천 스마트 호감(湖感) 'O'거리 (五('오')개의 거리)와 도시재생 사업 연계 방안



문화가 숨쉬는 조운동네

조운동, 소양동  
도시재생뉴딜사업구역  
(19년 선정, 중심시가치형)

디지털 호감거리  
(새명동, 지하상점가)

춘천 원도심 상권활성화구역

상인역량강화

시니어/청년 인큐베이팅,  
창업

공유, 공생, 공감  
약사리 문화 마을

연계

연계

연계

- 복합문화허브공간 조성
- 문화커뮤니티 활성화
- 상업테마로 조성
- 지하공간 활력공간 조성
- 교통인프라 개선
- 공동체인프라 확충
- 육림고개 상권활성화
- 마을탐방로 조성
- 청년창업 활성화
- 안전한 마을 조성
- 녹색마을 조성



## 상권과 Digital이 만나는 춘천 스마트 호감(湖感) Ost(5거리)

**전략1 'OnTact'**  
고객와의 비대면 소통(마케팅)

- A1 온오프라인 통합 안내센터 구축
- A2 교감형 디지털 DID 키오스크 구축
- A3 서비스/정보수집을 위한 공공 WiFi 구축
- A4 체험중심의 통합 홈페이지/App 구축
- A5 마케팅 전용 Sns 스튜디오

**전략2 '오감(五感)만족'**  
상권, 고객, Digital과의 교감

- B1 디지털 하늘공원 조성
- B2 여성안심 게스트하우스
- B3 이국 포장마차거리 조성
- B4 디지털 호감거리 조성
- B5 조립식 야외 공연장 조성
- B6 상권 Gate 구축
- B7 흡연부스 공간 조성
- B8 꽃길 조성

**전략3 '오락(樂樂)거리'**  
볼거리와 즐길거리가 풍부한 거리

- C1 호감축제(마임, 인형극, 음악, 퍼레이드)
- C2 온오프라인 '호감' 플래마켓
- C3 육림고개, '호감' 영화제

**전략4 'Ost(5거리)'**  
상인간 협업 역량강화 미래먹거리

- D1 Untact용 공동 기획상품 개발 및 생산/유통
- D2 통합브랜드 개발
- D3 상인 인식변화 및 역량강화
- D4 청년과 시니어를 위한 교육·인큐베이팅·창업 공간 조성
- D5 사랑방 및 배송창고 조성



**A3 정보 교감형 디지털 DID 키오스크 구축**  
정보, 홍보 서비스 제공 및 고객정보 수집(공공 WiFi 연계)

**D1 Untact 시대 공동 기획상품 개발 및 생산/유통**  
Untact 시대를 맞이하여 지속적 성장을 위한 비대면 상품 개발

**A5 마케팅 전용 Sns 스튜디오**  
비대면 마케팅 전용 콘텐츠 생산 스튜디오



**B1 디지털 하늘공원**  
춘천시 대표 디지털 랜드마크, 다양한 영상정보 표출

**C1 호감축제**  
춘천의 대표 문화예술 중 하나인 마임 인형극 페스티벌 상시화

**D4 청년과 시니어를 위한 교육·인큐베이팅·창업 공간 조성**  
청년과 시니어 중심의 창업지원 공간 및 교육 프로그램 개발

사업구분	No	세부사업 이름	사업개요
환경개선	A01	통합안내센터 구축	이용객 대상 통합상권 안내센터
	A02	디지털 하늘 공원 조성	구조물에 의한 LED 영상 스크린
	A03	디지털 DID 키오스크 구축	상권 안내 및 상권정보 수집
	A04	여성안심게스트 하우스	요선동 내 여성전용 게스트하우스 조성
	A05	이궁 포장마차거리 조성	저녁시간대 포장마차거리 조성 및 운영
	A06	디지털 호감 거리 조성	LED 조명과 점포 익스테리어 개선에 의한 호감거리 조성
	A07	조립식 야외 공연장 조성	결합과 해체가 용이한 조립식 야외 공연장
	A08	공공 WiFi 구축	방문객 서비스 및 정보 수집
	A09	상권 Gate 구축	상권별 경계 및 볼거리 제공
	A10	금연부스 /무대 보관공간 조성	금연공간과 무내설치물 보관을 위한 공간 조성
	A11	명동상권 내 화단 조성	명동상권 내 150m 태양관 LED 조명 화단 (50 개 )
상권활성화	B01	공동 기획상품 개발 및 유통	먹거리 중심의 비 대면 상품 개발 및 유통
	B02	통합 홈페이지 및 App. 구축	춘천 스마트 호감 Ost' 통합 홈페이지 /App. 구축
	B03	호감 '축제 운영 및 제작	대면 및 비대면 '호감 '축제 운영
	B04	온 /오프라인 '호감 '플리마켓 운영	지역 주민과 함께 하는 온 /오프라인 플리마켓 운영
	B05	온 /오프라인 통합 마케팅	호감 ' 상권의 특화 콘텐츠 및 체험공간 마련
	B06	통합 브랜드 및 이모티 개발	춘천 스마트 호감 O 브랜드 및 모마일 이모티 개발
	B07	상인 역량 강화	상인역량 강화를 위한 교육 및 워크샵
	B08	육림고개 /새명동 영화제	원도심 대표 영화콘텐츠 활용
빈점포 빈 공간 활용	C01	교육 /인큐베이팅 /창업 공간 조성	빈 점포 카트리지 사업 (교육 /인큐베이팅 /창업 )
	C02	고객 사랑방 및 배송 물류창고 조성	빈 점포 카트리지 사업 (고객 사랑방 / 물류창고 )
	C03	마케팅 전용 Sns 스튜디오 97	빈 점포 카트리지 사업 (비대면 홍보 프로모션 제작 공간)



환경개선
상권활성화
빈 점포 활용

사업명	<b>통합 안내센터 구축</b>	
사업의 목적	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 다양한 서비스를 제공하는 상권 안내 매체로, 상권안내, 디지털 관광안내판, 디지털 키오스크 운영 관리 등 다양한 서비스 전달자로서의 역할 담당</li> <li>· 춘천 중앙 원도심 내 랜드마크로서의 장소 및 브랜드 확보</li> </ul>	
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 상권 통합 안내소 공간 구축(물리적 공간) : 안내공간, 임시 방문 고객 쉼터, 시스템 구축 및 운영</li> <li>· 상권 통합 안내소 내 디지털 키오스크 관제 시스템 구축</li> <li>· 상권 안내를 위한 브로셔, 안내책자 등 제작</li> </ul>	
세부추진내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>· <b>상권 통합 안내소 공간 구축</b> : 간이식 건물 형태의 구조물 구축                             <ul style="list-style-type: none"> <li>. 공간 구성 : 각종 안내 홍보물 비치 및 안내원 근무 공간, 간단한 카페테리어 제공 시설 및 방문객 쉼터 공간(미아 아동 보호 공간, 육아 수유 공간 등으로 활용), 디지털 키오스크 관제 및 운영 시스템 공간</li> <li>. 안내소 외각 상권 대표 캐릭터 상징물 조성</li> </ul> </li> <li>· <b>디지털 키오스크 관제 및 운영 시스템 구축</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>. App., 디지털 키오스크 정보, 관광객 및 상권 방문 정보 관리를 위한 시스템 구축(Server, 관리용 PC, 등)</li> <li>. 상권 방문객 정보 기반의 관광객 정보, 이용수준 등 분석 Report 모듈 구축</li> </ul> </li> <li>· <b>카메라 존 구성</b> : 상권 통합 안내소 진입로 및 건물 트릭아트 조성</li> </ul>	 

예산계획 (단위:백만원)	구분	총예산	2021년	2022년	2023년	2024년	2025년
	<b>전체 (백만원)</b>	<b>554</b>	<b>170</b>	<b>96</b>	<b>96</b>	<b>96</b>	<b>96</b>

대상상권	구분	공통	요선상가	지하상점가	새명동 일원	명동거리	중앙시장	제일종합시장	육림고개
	통합 안내소 구축	◎							

환경개선      상권활성화      빈 점포 활용

사업명	디지털 하늘 공원 조성							
사업의 목적	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 상권회복과 명동을 중심으로 비중 내 대표 랜드마크 조성</li> <li>• 디지털과 연계한 볼거리 및 홍보 채널 역할 담당</li> </ul>							
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 발광 다이오드 조명기구인 LED를 사용하여 명동거리 내 디지털 하늘 공원 설치</li> <li>• LED 영상 스크린 설치</li> </ul>							
세부추진내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 발광 다이오드 조명기구인 LED를 사용하여 명동거리 내 디지털 하늘 공원 설치(LED 영상 스크린 조성)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>. LED 영상 스크린 설치 - 원형 메인 스크린, 미디어보드, 구조물</li> <li>. 기본 디지털 콘텐츠 제작 - 상권홍보 및 영상 콘텐츠</li> </ul> </li> <li>• LED 영상 스크린 운영</li> </ul>						 	

예산계획	구분	총예산	2021년	2022년	2023년	2024년	2025년
(단위:백만원)	전체 (백만원)	910	20	694	72	72	72

대상상권	구분	공통	요선상가	지하상점가	새명동 일원	명동거리	중앙시장	제일종합시장	육림고개
	통합 안내소 구축						◎		

환경개선      상권활성화      빈 점포 활용

**사업명**      상권내 디지털 DID 키오스크 구축

**사업의 목적**

- 방문 고객의 정보, 상권별 이용에 대한 정보 획득(고객의 특성과 이동 동선, 상권 이용에 대한 정보 수집)
- 방문 고객에 대한 상권별 다양한 Event 정보, 마케팅 제공

**사업내용**

- 디지털 키오스크 제작 및 설치

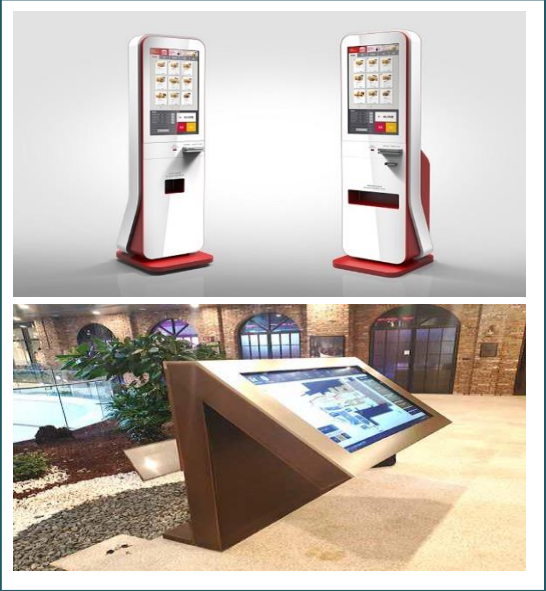
**세부추진내용**

< 디지털 키오스크 구축 내용 >

- 터치패널형 DID 미디어 보드(키오스크)를 이용한 제품으로 단순 INFO성의 페이지를 출력하거나 이를 직접 터치하여 페이지를 컨트롤 할 수 있는 콘텐츠 구성
- 직립식 고정형 다기능 DID 미디어 보드를 이용하여 각종 출력물(쿠폰, 주차권 등) 및 다양한 콘텐츠를 이용할 수 있는 시스템 구축
- 중앙 컨트롤(통합 안내소) 관리형 쌍방향 DID 미디어 보드를 통해 관리실에서 외부의 제품들의 콘텐츠를 관리할 수 있는 일련의 컨트롤 시스템 구축
- 고객 스마트폰 App. 연동 모듈 구축(App 인식 모듈 및 인식정보 구축)

< 디지털 키오스크 구축 수량 및 설치 위치 - 총 12개소 설치 >

- 구축 위치 : 춘천역 역사 내 출구 벽면, 통합 안내소 1개, 6개 상권별 입구
- . 실외 설치 : 요선상가, 새명동 일원, 명동거리, 육림고개 초입 거리
- . 실내 설치 : 지하상점가, 중상시장, 제일종합 시장



예산계획 (단위:백만원)	구분	총예산	2021년	2022년	2023년	2024년	2025년
		전체 (백만원)	370	190	45	45	45

대상상권	구분	공통	요선상가	지하상점가	새명동 일원	명동거리	중앙시장	제일종합시장	육림고개
		디지털키오스크 구축	◎						

- 환경개선
- 상권활성화
- 빈 점포 활용


<b>사업명</b>	<b>디지털 호감거리(별빛 거리) 조성</b>	
<b>사업의 목적</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>점포 간판 개선 및 교체를 통한 특색 있는 거리를 조성하여 방문객에게 즐거운 볼거리 제공 및 낙후된 점포의 이미지 개선</li> </ul>	
<b>사업내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>새명동 일원 방문객 주요 이동로 미디어파사드, 20m, 실외 공간)</li> <li>지하상가 남측 통행로 별빛거리(150m, 실내 공간)</li> <li>그래피티 영화 거리</li> </ul>	
<b>세부추진내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>미지터 파사드 활용 거리 조성(새명동)</b>                      . LED 조명방식 도입(외벽활용)</li> <li><b>LED 실내 별빛거리 조성(지하상점가)</b>                      . LED 조명방식의 실내 바닥 조성</li> <li><b>그래피티 거리(벽화) 조성(요선상가)</b>                      . 이궁 포장마차 거리 외 별도 지역 선정</li> </ul>	



예산계획 (단위:백만원)	구분	총예산	2021년	2022년	2023년	2024년	2025년
	전체						

대상상권	구분	공통	요선상가	지하상점가	새명동 일원	명동거리	중앙시장	제일종합시장	육림고개
	호감거리 조성		◎	◎	◎				


환경개선      상권활성화      빈 점포 활용

<b>사업명</b>	<b>이궁 포장마차 거리 조성</b>	
<b>사업의 목적</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 요선상가 주변 골목에 밀집하여 있는 골목을 대상으로 야간 포장마차 중심의 먹자거리 조성(이궁거리 조성)</li> <li>• 원도심 대표 먹거리(닭갈비)를 활용한 비중 야간 대표 먹자거리 조성</li> </ul>	
<b>사업내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 요선동 골목길을 활용한 이궁거리 조성</li> <li>• 이동식 포장마차 구축</li> <li>• 연 2회 이벤트 행사</li> </ul>	
<b>세부추진내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>춘천 이궁거리 조성</b>                      . 14개 상점 및 숙박시설 건물 대상 간판 및 익스테리어 개선</li> <li>• <b>이궁거리 조성(벽화거리 조성)</b>                      . 포장마차가 들어서는 거리 대상</li> <li>• <b>이궁 포장마차 제작(이동식 포장마차 제작)</b>                      . 20대 이동식 포장마차 제작</li> <li>• <b>이궁 포장마차 거리 행사(연 2회 이벤트 행사 개최 및 운영)</b>                      . 야간 시간대 이벤트와 함께 고객과 지역주민이 참가하는 포장마차 거리 행사 운영</li> </ul>	

예산계획 (단위:백만원)	구분	총예산	2021년	2022년	2023년	2024년	2025년
	<b>전체 (백만원)</b>	<b>461</b>	<b>226</b>	<b>100</b>	<b>45</b>	<b>45</b>	<b>45</b>

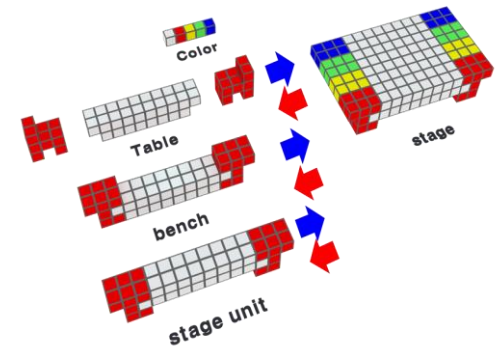
대상상권	구분	공통	요선상가	지하상점가	새명동 일원	명동거리	중앙시장	제일종합시장	육림고개
	포장마차 거리		◎						

환경개선      상권활성화      빈 점포 활용

<b>사업명</b>	<b>여성안심 게스트 하우스 구축</b>								
<b>사업의 목적</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 요선상가 주변 골목에 밀집하여 있는 숙박시설을 대상으로 여성 숙박객을 대상으로 안전한 숙박시설 제공</li> <li>• 숙박시설과 디지털키오스크, App. 연동과 상인회 중심의 안전강화 활동에 의한 안전숙박시설/안전거리 조성</li> </ul>								
<b>사업내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 여성 방문객의 안전과 편의시설 중심의 숙박시설 개조</li> <li>• 여성 방문객 안전을 위한 철저한 운영관리 방침 수립 및 적용</li> </ul>								
<b>세부추진내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>여성전용 시설물 설치 : 여성전용 화장실, 욕실, 여성 개인공간 중심의 독립된 숙박공간 구축</b>                      . 여성개인공간 중심 침실 구성 : 개인침실, 전용 화장실, 욕실, 개인사물함, 전자식 도어록</li> <li>• <b>새명동, 지하상가 등 인근 상권과의 접근 위치가 용이한 숙박시설 선정, 여성전용 숙박시설 구축 : 요선상점가 거리 내 4곳 선정</b></li> <li>• <b>철저한 운영 관리 : 여성 숙박객 안전을 위해 철저한 안전관리 적용(소등시간 등), 상인들을 중심으로 여성도우미 및 안전 순찰 활동 추진</b></li> </ul>								
<b>예산계획</b> (단위:백만원)	<b>구분</b>	<b>총예산</b>	<b>2021년</b>	<b>2022년</b>	<b>2023년</b>	<b>2024년</b>	<b>2025년</b>		
	<b>전체 (백만원)</b>	<b>470</b>		<b>200</b>	<b>200</b>	<b>35</b>	<b>35</b>		
<b>대상상권</b>	<b>구분</b>	<b>공통</b>	<b>요선상가</b>	<b>지하상점가</b>	<b>새명동 일원</b>	<b>명동거리</b>	<b>중앙시장</b>	<b>제일종합시장</b>	<b>육림고개</b>
	게스트 하우스 구축		◎						





환경개선
상권활성화
빈 점포 활용

<b>사업명</b>	<b>조립식(이동식) 무대 및 공연장 조성</b>								
<b>사업의 목적</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>상권 방문객에 볼거리를 제공하고, 정기적인 다양한 공연 활동 지원을 위한 공연장 조성</li> </ul>								
<b>사업내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>명동거리 내 조립식 야외 공연 공간 조성</li> <li>지하상점가 내 빈점포를 활용한 마임 및 인형극 공연을 위한 실내 공연장 구성</li> </ul>								
<b>세부추진내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>평시 명동거리 내 많은 방문객 집객 및 혼잡도를 고려한 조립식 야외 공연장 조성</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>공연활동이 없을 때는 분리하여 적재적소에서 파트별 보관</li> <li>공연활동이 신속히 조립, 활용 가능하도록 함</li> <li>조립식 무대/조명/음향시설, 건물과 건물을 연계한 상단 공영장 비가림막 설치</li> </ul> </li> <li><b>지하상점가 내 빈 점포를 활용한 마임 및 인형극 공연장 조성(2곳)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>빈점포를 활용하여 관객과 배우(인형극)이 대면하는 소형 공연장 조성</li> <li>소형 무대, 15~20인 방문객석</li> <li>음향, 조명 시설, 배우(인형극) 준비 공간 마련</li> </ul> </li> </ul>								
<b>예산계획</b> (단위:백만원)	<b>구분</b>	<b>총예산</b>		<b>2021년</b>	<b>2022년</b>	<b>2023년</b>	<b>2024년</b>	<b>2025년</b>	
	<b>전체 (백만원)</b>	<b>200</b>				<b>200</b>			
<b>대상상권</b>	<b>구분</b>	<b>공통</b>	<b>요선상가</b>	<b>지하상점가</b>	<b>새명동 일원</b>	<b>명동거리</b>	<b>중앙시장</b>	<b>제일종합시장</b>	<b>육림고개</b>
	무대 및 공연장			◎		◎			


- 환경개선
- 상권활성화
- 빈 점포 활용

<b>사업명</b>	<b>공공 WiFi 구축</b>								
<b>사업의 목적</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>상권 방문객의 통신서비스 환경 제공과 공공 WiFi AP로부터 이용고객의 특성 정보 및 이동경로 수집</li> </ul>								
<b>사업내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>상권내 주요 이동공간내 공공 WiFi 구축</li> <li>분기별 공공 WiFi AP로부터 고객 특성 정보 수집 및 분석, Reporting</li> <li>디지털 키오스크, App. 연계에 의해 상권별 방문객 밀집도 정보 제공</li> </ul>								
<b>세부추진내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>7개 상권 내 방문객 이동도로를 중심으로 15mx15m 간격의 공공 WiFi 설치(40개 AP 설치)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>WiFi 구축</li> <li>관제 Server 및 Net Work 구축 및 운영</li> </ul> </li> <li><b>AP와 통합안내소 내 디지털키오스크 시스템 및 App. 연동</b></li> <li><b>App.과 디지털키오스크 연계에 의한 공공 WiFi 위치 서비스 제공</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>상권별 방문객 밀집정보</li> <li>전체 상권 방문객 방문 정보 등</li> </ul> </li> <li><b>분기별 AP 로부터 방문객 특성 정보 수집 및 분석</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>방문객 성별/나이/거주지 정보 수집 및 분석</li> <li>주요 방문 시간대/이동 동선/체류 시간 정보 수집 및 분석</li> <li>분기별 분석결과 공유</li> </ul> </li> <li><b>매년 정기 방문객 특성에 대한 Reporting 활동</b></li> </ul>								
<b>예산계획</b> (단위:백만원)	<b>구분</b>	<b>총예산</b>		<b>2021년</b>	<b>2022년</b>	<b>2023년</b>	<b>2024년</b>	<b>2025년</b>	
	<b>전체 (백만원)</b>	<b>340</b>			<b>120</b>	<b>120</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	
<b>대상상권</b>	<b>구분</b>	<b>공통</b>	<b>요선상가</b>	<b>지하상점가</b>	<b>새명동 일원</b>	<b>명동거리</b>	<b>중앙시장</b>	<b>제일종합시장</b>	<b>육림고개</b>
	WiFi 구축	◎							



- 환경개선
- 상권활성화
- 빈 점포 활용

사업명	상권 Gate 구축								
사업의 목적	<ul style="list-style-type: none"> <li>상권 식별 및 상권별 브랜드 홍보를 위한 Gate 구축</li> </ul>								
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>상권별 Led 활용, Gate 구축</li> </ul>								
세부추진내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>상권 출입구 Gate 구축(대형, 3곳) . 갈바프레임, Led 네이밍 방식</li> <li>상권 출입구 Gate 구축(소형, 2곳) . 갈바프레임, Led 네이밍 방식</li> <li>지하상가 주차장 출입구 Led 간판 및 주차장 공간 정비(1식)</li> </ul>						 		
예산계획 (단위:백만원)	구분	총예산	2021년	2022년	2023년	2024년	2025년		
	전체 (백만원)	390	100	250	40				
대상상권	구분	공통	요선상가	지하상점가	새명동 일원	명동거리	중앙시장	제일종합시장	육림고개
	Gate 구축	◎							



환경개선      상권활성화      빈 점포 활용

<b>사업명</b>	<b>흡연 부스 및 조립식 무대 보관 통합 공간 조성</b>								
<b>사업의 목적</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 명동상가 중앙로 기를 중심으로 대로로 연결되는 연결로 2곳에 흡연공간과 조립식무대 보관을 위한 통합 공간 조성</li> </ul>								
<b>사업내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 흡연공간과 조립식무대 공간으로 분리 통합된 공간 조성 흡연공간 + 조립식무대 보관 공간</li> </ul>								
<b>세부추진내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>흡연공간 및 조립식무대 보관 통합 공간 구성(명동거리 내 2곳)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>. 흡연공간 조성(먼지필터, 공기청정기 등 공기순환장치 조성, 1식)</li> <li>. 조립식무대 보관 공간 구성(2곳 설치장소내 분할 보관)</li> </ul> </li> </ul>								
<b>예산계획</b> (단위:백만원)	<b>구분</b>	<b>총예산</b>		<b>2021년</b>	<b>2022년</b>	<b>2023년</b>	<b>2024년</b>	<b>2025년</b>	
	<b>전체 (백만원)</b>	<b>140</b>			<b>70</b>	<b>70</b>			
<b>대상상권</b>	<b>구분</b>	<b>공통</b>	<b>요선상가</b>	<b>지하상점가</b>	<b>새명동 일원</b>	<b>명동거리</b>	<b>중앙시장</b>	<b>제일종합시장</b>	<b>육림고개</b>
	흡연부스					◎			



환경개선      **상권활성화**      빈 점포 활용

<b>사업명</b>	<b>육림고개/새명동(지하상점가) '호감' 영화제</b>											
<b>사업의 목적</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>과거 육림고개와 새명동에서 운영하였던 영화관의 흔적을 느끼고, 이용객 및 주민들에게 정기적인 볼거리 제공을 위한 야외 영화제 개최</li> </ul>											
<b>사업내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>육림고개 거리(영화거리), 새명동 영화관 옥상 등을 활용한 한밤의 고전 영화 상영</li> </ul>											
<b>세부추진내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>육림고개 / 새명동 영화제 조성 및 운영</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>육림고개 1식, 새명동 1식(혹은 지하상점가내 남측 통로 이용)</li> </ul> </li> <li><b>영화제 운영</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>육림고개 6회/년</li> <li>새명동 6회/년(혹은 지하상점가 6회/년)</li> </ul> </li> </ul>											
<b>예산계획</b> (단위:백만원)	<b>구분</b>	<b>총예산</b>		<b>2021년</b>	<b>2022년</b>	<b>2023년</b>	<b>2024년</b>	<b>2025년</b>				
	<b>전체 (백만원)</b>	<b>260</b>		<b>20</b>	<b>20</b>	<b>60</b>	<b>60</b>	<b>60</b>				
<b>대상상권</b>	<b>구분</b>	<b>공통</b>	<b>요선상가</b>	<b>지하상점가</b>	<b>새명동 일원</b>	<b>명동거리</b>	<b>중앙시장</b>	<b>제일종합시장</b>	<b>육림고개</b>			
	영화제			◎	◎				◎			



환경개선      상권활성화      빈 점포 활용

<b>사업명</b>	<b>태양광 LED 조명 화단 조성</b>								
<b>사업의 목적</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 조운동(새명동)내 화단을 대상으로 밤에는 자체 조명이 가능한 태양광 LED 화단 조성</li> </ul>								
<b>사업내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 자체 전력 사용이 가능한 태양광 LED 조명 화단 조성</li> </ul>								
<b>세부추진내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 태양광 LED 조명 화단 조성 (새명동 일원, 별빛거리 조성사업 연계)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>. LED 조화</li> <li>. LED 화단 조성</li> </ul> </li> </ul>						 		
<b>예산계획</b> (단위:백만원)	<b>구분</b>	<b>총예산</b>		<b>2021년</b>	<b>2022년</b>	<b>2023년</b>	<b>2024년</b>	<b>2025년</b>	
	<b>전체 (백만원)</b>	<b>450</b>			<b>250</b>	<b>200</b>			
<b>대상상권</b>	<b>구분</b>	<b>공통</b>	<b>요선상가</b>	<b>지하상점가</b>	<b>새명동 일원</b>	<b>명동거리</b>	<b>중앙시장</b>	<b>제일종합시장</b>	<b>육림고개</b>
	화단 조성				◎				◎

환경개선      **상권활성화**      빈 점포 활용



<b>사업명</b>	<b>UnTact용 공동 기획상품 개발(비대면 상품 개발) 및 유통</b>											
<b>사업의 목적</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 닭갈비 등 핵심 먹거리를 대상으로 인근 식품</li> <li>· 제조사와 연계에 의한 가공식품 개발포장식품 개발</li> </ul>											
<b>사업내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 닭갈비 등 핵심 먹거리를 대상으로 인근 식품 제조사와 연계에 의한 가공식품 개발</li> </ul>											
<b>세부추진내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· <b>가공식품 연구개발 및 상용화</b> · 먹거리를 대상으로 닭갈비 외 핵심 먹거리 5종 개발</li> <li>· <b>브랜드 개발 및 디자인</b> · 핵심 먹거리 5종에 대한 브랜드 및 디자인 개발</li> <li>· <b>먹거리 포장(유통용) 용기 제작</b> · 포장 및 유통을 위한 밀폐용 용기 제작(년간 10만개 제작)</li> <li>· <b>가공식품 생산(위탁생산)</b> · 핵심 먹거리 생산을 위한 원도심 인근 제조업체 선정 및 위탁생산 계약 체결</li> <li>· <b>유통(온라인 채널 활용 유통)</b> · 원도심 유통(춘천시 배달 App. 연계) · 원거리 유통(전문 상품 유통채널 연계)</li> </ul>											
<b>예산계획</b> (단위:백만원)	<b>구분</b>	<b>총예산</b>	<b>2021년</b>	<b>2022년</b>	<b>2023년</b>	<b>2024년</b>	<b>2025년</b>					
	<b>전체 (백만원)</b>	<b>600</b>		<b>100</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>2-</b>					
<b>대상상권</b>	<b>구분</b>	<b>공통</b>	<b>요선상가</b>	<b>지하상점가</b>	<b>새명동 일원</b>	<b>명동거리</b>	<b>중앙시장</b>	<b>제일종합시장</b>	<b>육림고개</b>			
	기획상품	◎										

환경개선	<b>상권활성화</b>	빈 점포 활용
------	--------------	---------



<b>사업명</b>	‘춘천 스마트 호감 0거리’ 온/오프라인 통합 마케팅									
<b>사업의 목적</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 코로나19 등 비대면 채널을 이용한 판매 활동 강화, 다양한 온라인 채널 확대 등 첨단 시대에 부응하고 효과적인 상권에 대한 홍보활동을 위한 역량강화 지원</li> </ul>									
<b>사업내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 대면 판매방식에 한계성과 이를 극복하기 위한 비대면 채널 활용을 통한 상권 홍보 활동 다양화</li> <li>· 유튜브, VLOG 등 1인 크리에이터 활용에 대한 적극적인 방안 마련 및 적용</li> </ul>									
<b>세부추진내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· <b>1인 크리에이터를 활용한 정기적인 유튜브 등 온라인 홍보활동 추진</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>. 상권내 상인들을 중심으로 온라인 홍보에 관심이 높고 지속적인 활동이 가능한 소수의 1인 크리에이터 모집 및 교육</li> <li>. 특정 소셜 채널 활용을 통한 시범 활동 추진(일정기간 동안 활동 및 반응도 확인)</li> <li>. 선발된 1인 크리에이터의 온라인 홍보활동 추진 및 지원</li> </ul> </li> <li>· <b>Sns홍보 콘텐츠 제작 및 방송</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>. 상권소개, 상권 주요 정보/이벤트 정보</li> <li>. 창업자가 되기까지 스토리 체험 공유</li> <li>. 주요 고객 방문 후기</li> <li>. 방문을 위한 주요 접점별에서의 홍보 활동(춘천역 등)</li> </ul> </li> <li>· <b>Sns체험대회 운영, 책자 및 전단지 제작</b></li> </ul>									
<b>예산계획</b> (단위:백만원)	<b>구분</b>	<b>총예산</b>		<b>2021년</b>	<b>2022년</b>	<b>2023년</b>	<b>2024년</b>	<b>2025년</b>		
	<b>전체 (백만원)</b>	<b>632</b>			<b>158</b>	<b>158</b>	<b>158</b>	<b>158</b>		
<b>대상상권</b>	<b>구분</b>	<b>공통</b>	<b>요선상가</b>	<b>지하상점가</b>	<b>새명동 일원</b>	<b>명동거리</b>	<b>중앙시장</b>	<b>제일종합시장</b>	<b>육림고개</b>	
	<b>통합마케팅</b>	◎								




환경개선      **상권활성화**      빈 점포 활용

<b>사업명</b>	대면 및 비대면 '호감' 축제(Festival) 운영											
<b>사업의 목적</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>방문객에게 다양한 볼거리 및 즐길거리 제공 외 상권의 브랜드 가치와 핵심 콘텐츠로의 정립</li> </ul>											
<b>사업내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>대면 및 비대면 공연 추진</li> <li>버스팅공연, 야간 고전 영화 영사 축제, 마임 및 인형극 축제</li> </ul>											
<b>세부추진내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>버스킹 공연</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>명동거리 내 버스킹 공연 실시(다양한 예술 공연, BAND 등 버스킹 공연)</li> <li>방문객과 함께하는 경연대회(프로그램 개발 및 대회 추진)</li> </ul> </li> <li><b>마임/인형극</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>지하상가 내 조성된 공연장을 중심으로 정기적인 마임 및 인형극 공연</li> <li>가족들이 함께 참여 할 수 있는 공연 콘텐츠 기획</li> <li>지하상점가는 물론 명동거리를 연계한 마임/인형극 퍼레이드 공연</li> </ul> </li> <li><b>야간 고전영화 영사 거리</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>육림고개부터 육림영화관에 이르는 거리를 대상으로 특정 거리를 선정, 야간에 고전영화를 중심으로 영사 상영</li> </ul> </li> <li>온라인/모바일 Sns기반 축제 영상 콘텐츠 제작 및 공유</li> </ul>											
<b>예산계획</b> (단위:백만원)	<b>구분</b>	<b>총예산</b>		<b>2021년</b>	<b>2022년</b>	<b>2023년</b>	<b>2024년</b>	<b>2025년</b>				
	<b>전체 (백만원)</b>											
<b>대상상권</b>	<b>구분</b>	<b>공통</b>	<b>요선상가</b>	<b>지하상점가</b>	<b>새명동 일원</b>	<b>명동거리</b>	<b>중앙시장</b>	<b>제일종합시장</b>	<b>육림고개</b>			
	축제 운영			◎		◎						

환경개선      **상권활성화**      빈 점포 활용

<b>사업명</b>	온/오프라인 '호감' 플리마켓 운영									
<b>사업의 목적</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 상품의 온/오프라인 판매 지원과 플리마켓 운영을 통해 볼거리와 즐길거리 제공 외 인근 지역주민 참여를 통해 상권을 친숙한 일상생활공간으로의 전환</li> </ul>									
<b>사업내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 패션 및 잡화 상품을 대상으로 온라인 판매 지원(시니어 대상 패션 및 잡화 상품 전용 상품 판매몰)</li> <li>· 상권내 플리마켓 행사 기획 및 운영</li> </ul>									
<b>세부추진내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· <b>시니어 고객을 대상으로 상권내 판매하는 패션 및 잡화상품을 대상으로 온라인 판매 전용 채널 구축 및 운영</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>. 상권내 판매하는 시니어 패션 및 잡화상품을 대상으로 시니어 대상 전용 온라인 쇼핑몰 구축 및 운영</li> <li>. 빈 점포 카트리지사업 연계 물품 생산-보관-판매 방식의 온라인 상품 판매를 위한 선순환구조 정착 지원</li> </ul> </li> <li>· <b>상권내 플리마켓</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>. 플리마켓 컨셉을 정립하고 상인을 포함한 지역민에게 판매 우선권을 부여하는 등 셀러, 참가자 접수, 지역 커뮤니티와의 연계를 통해 효율적 플리마켓 운영</li> <li>. 단발성 운영이 아닌 지속 개최 및 지속적인 참여/방문을 위해 다양한 홍보물 제작 및 운영/지원(온오프라인 전문 홍보사이트 제공, 소셜웹 연개, 1인 소셜 크리에이터 연계 등)</li> </ul> </li> </ul>									
<b>예산계획</b> (단위:백만원)	<b>구분</b>	<b>총예산</b>		<b>2021년</b>	<b>2022년</b>	<b>2023년</b>	<b>2024년</b>	<b>2025년</b>		
	<b>전체 (백만원)</b>	<b>600</b>			<b>150</b>	<b>150</b>	<b>150</b>	<b>150</b>		
<b>대상상권</b>	<b>구분</b>	<b>공통</b>	<b>요선상가</b>	<b>지하상점가</b>	<b>새명동 일원</b>	<b>명동거리</b>	<b>중앙시장</b>	<b>제일종합시장</b>	<b>육림고개</b>	
	플리마켓운영			◎		◎				


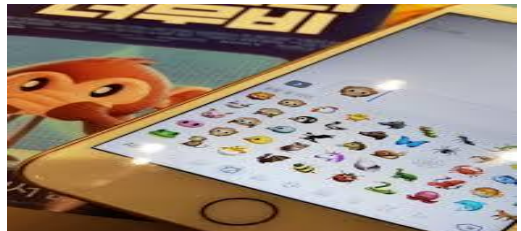
환경개선
상권활성화
빈 점포 활용

<b>사업명</b>	<b>'춘천 스마트 호감 O거리' 통합홈페이지, App 구축</b>	
<b>사업의 목적</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'춘천 스마트 호감 Ost'를 홍보하고 이용자에게 다양한 정보 및 Event 제공을 위한 온라인/모바일 통합 홈페이지 및 App. 개발</li> </ul>	
<b>사업내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>통합 안내소에 구축되어 있는 통합 시스템을 기반으로 방문객이 활용한 App., 디지털 키오스크 등의 정보를 취합 종합 정보를 생성하고 이를 기반으로 상권이용에 대한 현황 분석</li> </ul>	
<b>세부추진내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>통합홈페이지 구축</b></li> <li><b>모바일 App. 구축</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>방문객들의 참여유도 및 상권 정보/이용현황 정보 등 공유를 위한 App. 구축</li> <li>상권정보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>상권 안내 네비게이션(GIS 기반 상권 위치 및 길안내)</li> <li>상권별 점포 특성 및 판매 상품 정보</li> <li>상권내 점포 및 주요 시설 이용 현황 정보</li> </ul> </li> <li>방문객 특성 정보(주 시스템 내 연계)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>방문객 특성에 대한 정보 수집(로드인 정보)</li> <li>방문객 이용 특성 정보 수집</li> </ul> </li> </ul> </li> <li><b>디지털 키오스크 연계</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>상권내 설치된 디지털 키오스크 연계</li> <li>디지털 키오스트 콘텐츠를 통해 주요 이벤트 및 참여 기회 정보 제공</li> </ul> </li> </ul>	



예산계획 (단위:백만원)	구분	총예산	2021년	2022년	2023년	2024년	2025년
	전체 (백만원)	480	80	100	100	100	100

대상상권	구분	공통	요선상가	지하상점가	새명동 일원	명동거리	중앙시장	제일종합시장	육림고개
	통합홈페이지 구축 외		◎						



환경개선      **상권활성화**      빈 점포 활용

<b>사업명</b>	<b>‘춘천 스마트 호감 0거리’ 브랜드 및 모바일 이모티콘 개발</b>											
<b>사업의 목적</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>상권의 통합 이미지 제고 및 홍보 및 마케팅을 위한 브랜드 구축</li> </ul>											
<b>사업내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>대표 브랜드 기획 및 개발</li> <li>모바일용 이모티 개발</li> </ul>											
<b>세부추진내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>상권통합 대표 브랜드 기획 및 개발</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>통합 상권 대표 브랜드 개발(CI 레터링, 캐릭터)</li> <li>상권별 브랜드 개발(통합브랜드 연계 상권별 브랜드 개발)</li> </ul> </li> <li><b>모바일 이모티 개발</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>통합 상권 대표 브랜드와 연계하여 모바일 이모티 개발(1식)</li> </ul> </li> </ul>											
<b>예산계획</b> (단위:백만원)	<b>구분</b>	<b>총예산</b>		<b>2021년</b>	<b>2022년</b>	<b>2023년</b>	<b>2024년</b>	<b>2025년</b>				
	<b>전체 (백만원)</b>	<b>41</b>		<b>41</b>								
<b>대상상권</b>	<b>구분</b>	<b>공통</b>	<b>요선상가</b>	<b>지하상점가</b>	<b>새명동 일원</b>	<b>명동거리</b>	<b>중앙시장</b>	<b>제일종합시장</b>	<b>육림고개</b>			
	모바일 이모티	◎										

환경개선      **상권활성화**      빈 점포 활용

<b>사업명</b>	상인 역량 강화를 위한 교육 및 워크샵											
<b>사업의 목적</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>상인 경영, 마케팅 역량 강화</li> <li>상인간 유대 강화</li> </ul>											
<b>사업내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>상권활성화 및 점포 운영 역량강화를 위한 상인 전문 교육</li> <li>상인-주민 동아리 활동 지원</li> <li>상인간 유대 강화 및 의사소통 증진을 위한 워크샵 운영</li> </ul>											
<b>세부추진내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>상인 역량 강화 아카데미 운영(5회)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>전문 강사 초빙방식으로 상권운영, 상인의식 고취, 최근 정부 상권지원 활성화 정책 방향 등</li> </ul> </li> <li>상인워크샵 운영(5회)</li> <li>상인-주민 동아리 활동 지원                             <ul style="list-style-type: none"> <li>상인을 중심으로 지역 주민과 연계하여 동아리 구성 및 활동 지원</li> <li>10개 동아리 선정 및 지원(매년 성과분석 기반 지원대상 선정)</li> </ul> </li> </ul>											
<b>예산계획</b> (단위:백만원)	<b>구분</b>	<b>총예산</b>	<b>2021년</b>	<b>2022년</b>	<b>2023년</b>	<b>2024년</b>	<b>2025년</b>					
	전체 (백만원)	400	80	80	80	80	80	80				
<b>대상상권</b>	<b>구분</b>	<b>공통</b>	<b>요선상가</b>	<b>지하상점가</b>	<b>새명동 일원</b>	<b>명동거리</b>	<b>중앙시장</b>	<b>제일종합시장</b>	<b>육림고개</b>			
	모바일 이모티	◎										


환경개선      상권활성화      **빈 점포 활용**

<b>사업명</b>	교육·인큐베이팅·점포 조성(빈 점포 카트리지 사업)	
<b>사업의 목적</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>빈 점포를 활용하여 상인을 대상으로 교육, 인큐베이팅, 점포 조성</li> <li>청년 상인 뿐만 아니라 시니어 상인 양성을 목적으로 빈 점포 활용 조성(청년 및 시니어 창업 활성화)</li> </ul>	
<b>사업내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>청년 및 시니어 대상 창업 아이템 개발 및 교육을 위한 교육공간 조성(먹거리 창업, 온라인 패션 및 잡화 상품 판매)</li> <li>예비 창업자를 대상으로 일정 기간 상점 운영 및 지원을 위한 공간 마련(먹거리, 패션 아이템 판매를 위한 인큐베이팅 공간)</li> <li>청년 및 시니어 점포 공간 조성</li> </ul>	
<b>세부추진내용</b>	<p>&lt; 빈 점포 카트리지 사업 &gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>빈 점포 활용 먹거리 및 패션잡화 상품 개발을 위한 교육 공간(3곳 조성)                     <ul style="list-style-type: none"> <li>먹거리 교육 공간 조성 : 식자재 보관시설, 조리시설(조리대/가스 등)(1점포)</li> <li>패션잡화 상품 기획 및 판매를 위한 교육 공간 조성(2점포)</li> </ul> </li> <li>인큐베이팅 점포 구성(4곳 조성)                     <ul style="list-style-type: none"> <li>먹거리 교육을 이수하고, 창업을 희망하는 교육생을 대상으로 먹거리 점포 운영을 체험할 수 있는 인큐베이팅 공간 조성(식자재 보관시설, 조리 시설)(2점포 구성), 6개월간 운영 할 수 있는 식자재 공급</li> <li>패션잡화 상품 판매 인큐베이팅 공간 조성(상품진열대, 온라인 쇼핑 연계 등)(2개 점포)</li> </ul> </li> <li>먹거리 및 패션잡화 판매 창업 점포 조성(먹거리 4곳, 일반 점포 4곳)</li> </ul>	 

<b>예산계획</b> (단위:백만원)	<b>구분</b>	<b>총예산</b>	<b>2021년</b>	<b>2022년</b>	<b>2023년</b>	<b>2024년</b>	<b>2025년</b>
	<b>전체 (백만원)</b>	<b>1,270</b>	<b>250</b>	<b>320</b>	<b>580</b>	<b>60</b>	<b>60</b>


<b>대상상권</b>	<b>구분</b>	<b>공통</b>	<b>요선상가</b>	<b>지하상점가</b>	<b>새명동 일원</b>	<b>명동거리</b>	<b>중앙시장</b>	<b>제일종합시장</b>	<b>육림고개</b>
	교육/인큐베이팅/창업			◎			◎	◎	

- 환경개선
- 상권활성화
- 빈 점포 활용

<b>사업명</b>	<b>고객 사랑방 및 배송 물류창고 조성</b>		
<b>사업의 목적</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>빈 점포를 활용하여 고객 쉼터 공간 및 물류 창고 확보</li> <li>고객 대상 편의 시설 제공 및 창업 및 특화상품 개발시 상품 보관/저장 창고로 활용</li> </ul>		
<b>사업내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>빈 점포 활용 고객쉼터 2곳</li> <li>물류창고 3곳</li> </ul>		
<b>세부추진내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>고객쉼터 : 2곳                      . 지하상점가, 중앙시장 내 빈점포 활용 고객쉼터 조성</li> <li>물류창고 조성 : 3곳                      . 제일시장 및 중앙시장 내 조성                      . 냉난방 시설 구축, 상품 보관 공간 확보</li> </ul>		

예산계획 (단위:백만원)	구분	총예산	2021년	2022년	2023년	2024년	2025년		
	전체 (백만원)			240	80				
대상상권	구분	공통	요선상가	지하상점가	새명동 일원	명동거리	중앙시장	제일종합시장	육림고개
	사랑방, 물류창고			◎			◎	◎	

- 환경개선
- 상권활성화
- 빈 점포 활용

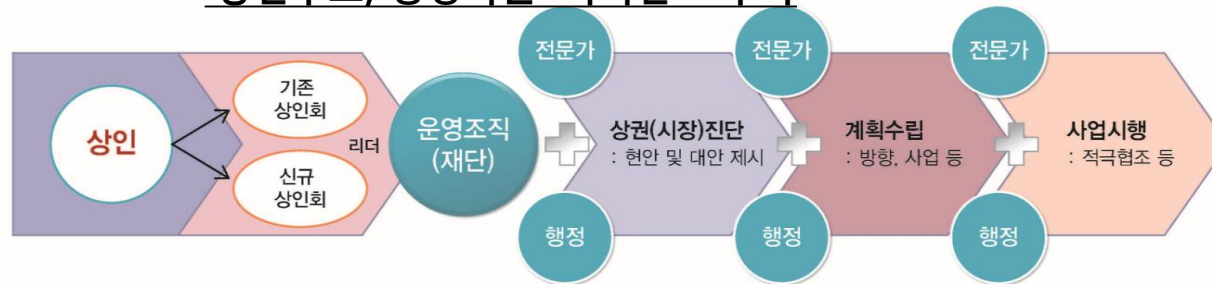
<b>사업명</b>	<b>마케팅 전용 SnS 스튜디오 조성</b>								
<b>사업의 목적</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>체험중심의 비대면 마케팅 지원</li> <li>지속적인 온라인/모바일 마케팅 콘텐츠 제작</li> </ul>								
<b>사업내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>지하상점가 빈점포 활용 마케팅 콘텐츠 제작을 위한 스튜디오 구축</li> <li>Sns 콘테츠 제작 및 업로딩(방송)을 위한 방송 스튜디오 장비 구축</li> </ul>								
<b>세부추진내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>스튜디오 인테리어 구축(1곳)</li> <li>촬영 및 영상편집 장비 도입 및 설치(1식)</li> <li>스튜디오 전문 엔지니어 운영</li> </ul>								
<b>예산계획</b> (단위:백만원)	구분	총예산	2021년	2022년	2023년	2024년	2025년		
	전체 (백만원)	258		150	36	36	36		
<b>대상상권</b>	구분	공통	요선상가	지하상점가	새명동 일원	명동거리	중앙시장	제일종합시장	육림고개
	마케팅 스튜디오			◎					



상인주도의 행정지원 거버넌스 구축을 통하여, 춘천원도심 상권의 현안과 이슈를 도출하고, 이에 따른 진단과 개선 계획 수립, 활성화 과제 실행의 절차로 남대문 일대 상권활성화 거버넌스 구축

### 거버넌스 구축 방향

#### '상인주도, 행정지원' 거버넌스 구축



- ('상인으로부터', '개인점포로부터') 시장 및 상권활성화의 시장은 상인으로부터 시작함
- ('상인주도, 행정지원') 공동체(추진조직, 운영조직)를 지속시키기 위해서는 상인과 행정이 함께 만드는 계획을 수립해야 함 (상인 주도)
  - (상인) 상인 스스로 시장 및 상권을 활성화하고 유지·관리할 수 있도록 역량 강화 필요
  - (행정) 상인지역민을 대상으로 교육사업 지원
- 뿌리(공동체 : 상인회, 청년회 등)가 튼튼한 자생·지속가능한 구조를 만들고자 함



### 1) 상권활성화 추진조직 구성

춘천시는 과학적 운영관리기반의 자립형 지역상권을 육성하기 위하여 독립적 상권활성화 추진 기구 설립을 통해 전문적이고 특색 있는 상권활성화업 추진

### 전담 조직 체계 구축 방향

- ✓ 춘천시는 도시재생사업과의 유기적인 연계 및 시너지 창출 극대화를 위해 가칭) '도시재생 상권활성화재단'을 설립
- ✓ 산하 독립적인 기구인 상권활성화센터를 두어 도시재생사업과의 연계/시너지 창출 및 차별화된 경영 및 활성화사업 추진

- ✓ 상권활성화센터는 정관을 마련하고, 마련된 정관에 의해 감사, 상권활성화협의회, 자문위원회 조직

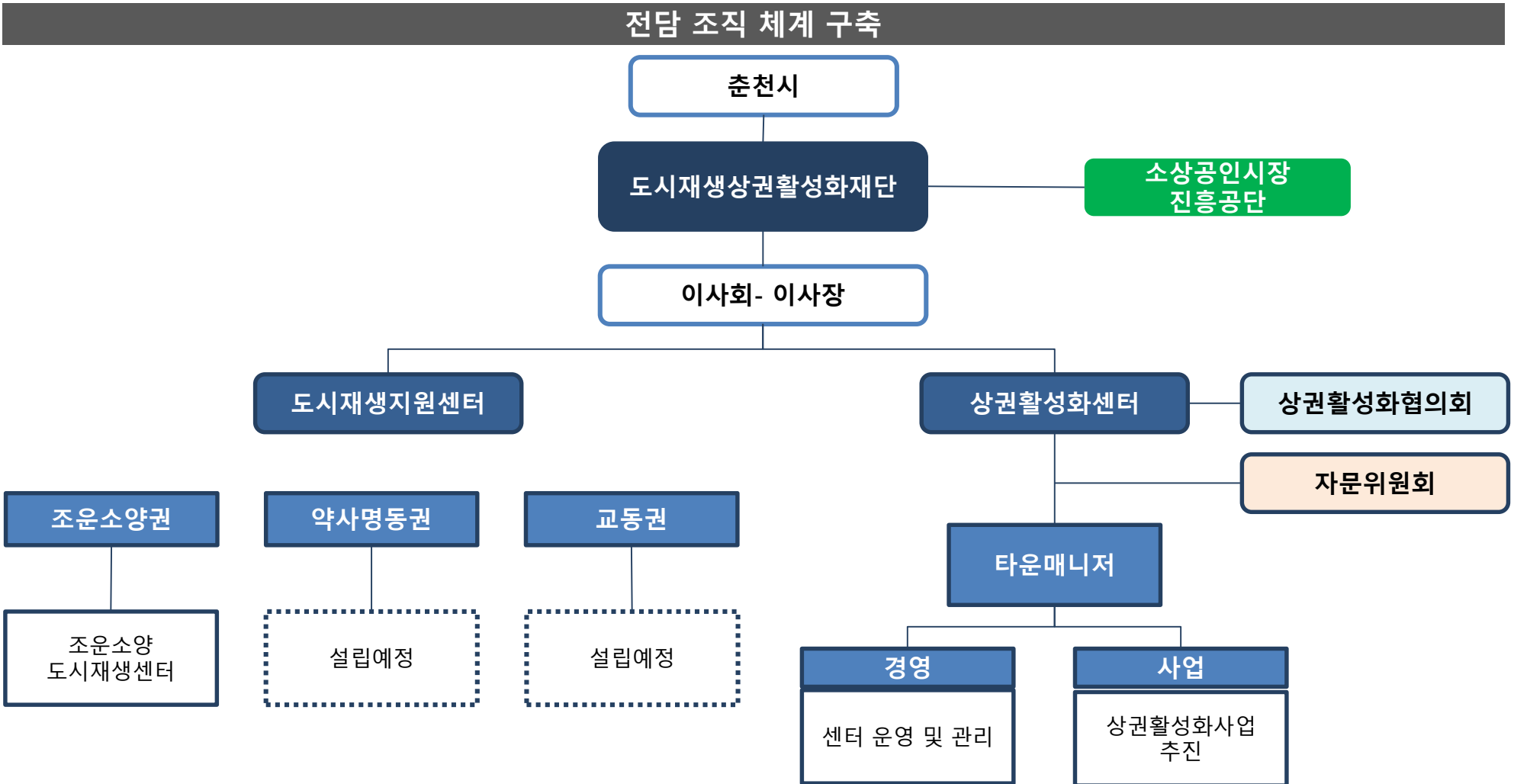
- ✓ 감사조직은 상권활성화지원사업비의 투명한 집행과 정산, 사업추진 시 발생 되는 이슈에 대한 모니터링 및 해결을 위해 상권활성화사업본부 산하에 조직
- ✓ 자문위원회는 10인 내외의 정보 분야, 상권, 마케팅, 환경 조경 및 건축 전문가들로 구성하여 상권활성화사업본부 산하에 조직

도시재생사업과의 유기적인 연계  
및 시너지 창출 극대화

춘천시, 지역 주민, 상인회 대표 조직  
및 유관 단체 간의  
협력협의회를 구축하고 상생을 현  
안 문제 공유 및 해결

## 1) 상권활성화 추진조직 구성

도시재생사업과의 유기적인 연계 및 시너지 창출 극대화를 목적으로 도시재생상권활성화재단 내 2개의 이원화된 센터 조직 구성



1) 상권활성화 추진조직 구성

(상권활성화센터 비전 및 목표) 성공적인 상권 활성화사업추진을 통해 지속가능성장 기반 구축과 원도심 경제활성화를 목표로함

상권활성화사업본부 비전 및 추진 전략

‘비전’

강원도 대표 스마트 상권, 랜드마크 도시

‘목표’

성공적인 상권 활성화사업추진을 통해  
지속가능성장 기반 구축과 원도심 경제활성화

‘전략’

❖ 전략 1

단계적이고 체계  
적인 사업추진

❖ 전략 2

On-Tact기반의 지  
속적인 성장발판  
확충

❖ 전략 3

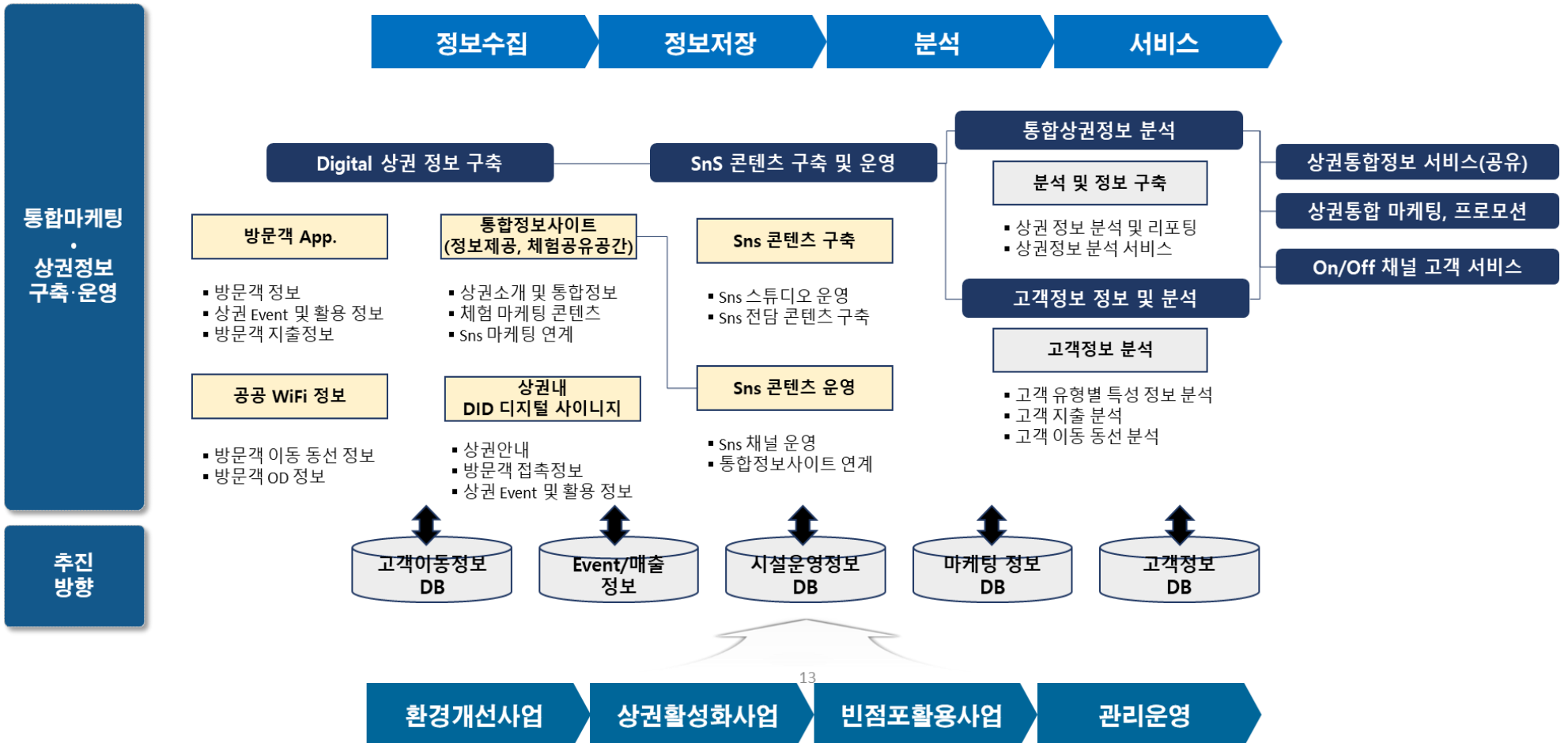
독립적이고 경쟁  
력 있는  
상권육성

❖ 전략 4

청년-시니어 중심  
의 활기찬 상권 조  
성

(상권활성화센터 운영 기능) 상권활성화센터는 디지털 기반의 통합 상권 정보를 수집하고 이를 기반으로 다양한 사업 추진을 위한 정책정보 생산 및 사업지원 수행

스마트 통합상권 업무 기능도



춘천 원도심 상권의 융합발전을 위한 민-관 조직을 발굴하고 상권르네상스 사업을 추진하여, 사업 종료 시점에는 관주도형에서 민간주도형으로 운영주체를 변화시키고자 함

단계별 상권 활성화를 위한 민간주도형 거버넌스 체계로의 변환

1단계	2단계	3단계
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 상인 : 파일럿사업 운영, 모니터링, 활동가 발굴</li> <li>▪ 관리기구 : 상인 교육, 홍보 계획 수립 등</li> <li>▪ 행정 : 행정 지원(사업지), 사업실행 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 상인 : 상권 활성화를 위한 전담 활동가 운영 (컨설팅, 조사, 모니터링), 사업 참여</li> <li>▪ 관리기구 : 상인 교육, 홍보 계획 수립, 운영위원회 운영 등</li> <li>▪ 행정 : 행정 지원(사업비), 사업실행 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 상인 : 상권 활성화 사업 발굴 및 공모, 상권내 상인조직 역할 분담</li> <li>▪ 관리기구 : 민간자립형 조직 설립 준비, 교육, 정보 허브 역할</li> <li>▪ 행정 : 사업비 운영 모니터링</li> </ul>
<p>행정 = 관리기구 &gt; 상인</p>	<p>관리기구 &gt; 상인 &gt; 행정</p>	<p>상인 &gt; 관리기구 &gt; 행정</p>

감사합니다