

인구·소비 구조 변화에 대응한 지역 골목상권 소비 회복 전략

박민진 수원시정연구원 연구위원 박영미 수원시정연구원 전문연구위원

채우리 수원시정연구원 연구원

요 약

■ 미래 소비층의 감소와 필수 생활비 중심의 소비구조 재편

- 인구구조 변화와 소비 위축으로 인해 상권 매출 하락 및 공실을 심화

■ 단순한 소비 진작책만으로는 상권 문제 해결 불가능

- 수요는 줄어드는데 공급은 성장기 방식을 유지하는 방식으로는 문제 해결 어려움

정책제언

■ 1. [수요 유입] 방문객 경제와 체류형 소비 도시 재구조화

- 광역교통 결절점, 앵커 시설, 수원화성 동선을 연계해 외부 수요를 끌어들이고 퇴근 후·주말 소비 거점 조성

■ 2. [유출 차단] 지역화폐 기반 골목상권 순환 소비 회로 복원

- 지역 내 소비 유출을 줄이고 골목단위에서 소비가 순환되도록 가맹 확대와 혜택 차등화 검토

■ 3. [재방문] 골목상권 타겟형 차별화

- 개별 점포가 아닌 상권 단위로 업종과 콘텐츠를 기획해 재방문을 제고

■ 4. [공급 재조정] 고령·1인가구 수요 맞춤형 업종 전환과 장기공실상가 용도 전환

- 성장 업종으로의 전환 교육·컨설팅과 폐업 소상공인 재기 지원을 연계하고, 과잉 공급된 상가의 주거생활서비스 전환 절차 정비

■ 5. [공급 재조정] 대학 유희 공간의 창업 공간 활용 협력 모델 발굴

- 대학과의 협약 기반 시범사업으로 유희 강의실 등을 창업 공간으로 활용, 대학 상권에 소비 수요 유입

1. 지역 상권 위축 신호

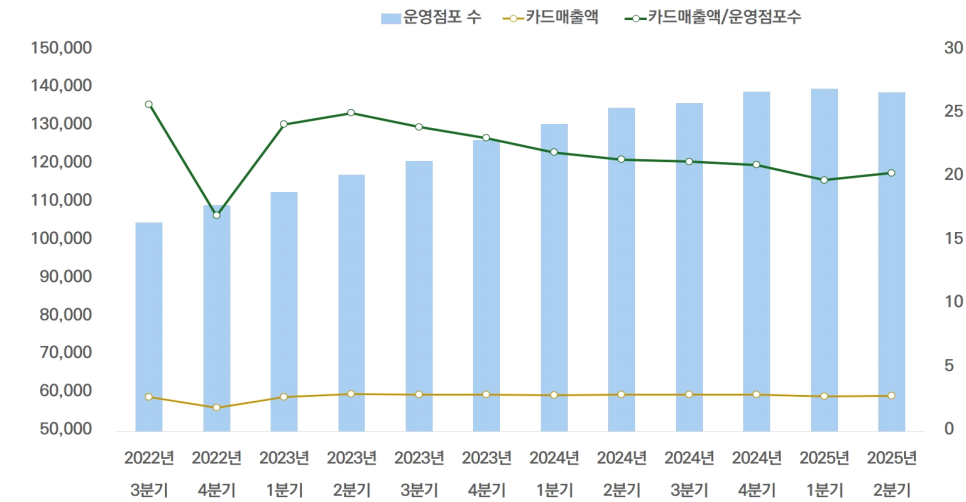
□ 점포 수는 늘어보이지만, 오프라인 매출 기반은 줄어드는 구조

● 수원시, 점포 증가에도 불구하고 매출 개선으로 이어지지 않는 구조 고착화

- 수원시 내 운영 점포 수는 2022년 3분기 이후 꾸준한 증가세를 보임
 - 반면, 전체 카드 매출액은 정체 수준에 머물러 있어 공급(점포 수)과 수요(매출) 간의 심각한 불균형 발생
- 소비 총량이 늘어나지 않는 상황에서 수요를 나누어 갖는 과열 경쟁이 심화되면서, 점포 1개당 돌아가는 분기별 카드 매출액 감소

<수원시의 점포 수와 카드 매출액 변화>

(단위: 개, 조 원, 백만 원/점포(분기))



출처: 수원도시재단(2025), 수원 상권분석 및 모니터링 용역

● 점포 수 증가의 실체는 오프라인이 아닌 '무점포 온라인'

- 수원시 100대 생활업종 사업자는 2026년 6월 기준 67,490명으로 전년 동월 대비 0.5% 증가에 그쳤으나, 통신판매업을 제외한 오프라인 업종은 0.3% 감소하고 통신판매업만 2.9% 증가함
 - 즉 점포 수 증가는 오프라인 점포의 순감소가 무점포 온라인 업종의 증가에 가려진 것임. 점포당 매출 감소와 폐업 증가가 이를 뒷받침
 - 다만, 수원시 통신판매업 증가율(2.9%)은 전국(5.5%)의 절반 수준으로, 오프라인은 줄고 온라인 전환은 느려 이중의 불리함에 놓여 있음

<수원시 100대 생활업종 사업자 수 변화>

(단위: 명, %)

구분	수원시			전국		
	2025.6.	2026.6.	증감률	2025.6.	2026.6.	증감률
100대 생활업종 전체	67,179	67,490	▲ 0.5	3,091,972	3,130,698	▲ 1.3
통신판매업 제외(오프라인)	51,350	51,200	▽ 0.3	2,431,921	2,434,386	▲ 0.1
통신판매업(온라인)	15,829	16,290	▲ 2.9	660,051	696,312	▲ 5.5

출처: 국세청, 100대 생활업종 사업자 현황, 2026년 6월 기준

□ 폐업률과 공실률 증가

- 수원시의 일반음식점 폐업률이 2024년 2월 0.91%에서 2025년 12월 1.99%로 약 2.2배 증가하였고, 개업 대비 폐업 비율은 2.51로 폐업이 개업보다 많은 구조¹⁾
 - 같은 기간 전국(0.65%→1.33%)보다 폐업률이 급격히 증가해 수원시 음식점 상권이 빠르게 위축되고 있음
 - 휴게 음식점 폐업률은 2025년 12월 3.04%로 전국(2.27%)보다 높아, 소규모·저마진 업태의 충격이 더 큼
- 상권 위축이 비대면 유통업종으로 확산하는 한편, 업종별 충격은 차별적으로 나타남²⁾
 - 즉석판매제조가공업의 개업 대비 폐업 비율은 2024년 4월 0.97에서 2025년 11월 1.10, 통신판매업은 0.25에서 0.51로 상승, 반면 미용업은 0.93에서 0.80으로 하락하여, 생활 밀착형 대면 서비스업은 상대적으로 방어력이 있는 것으로 나타남
- 수원역 상권의 집합 상가 공실률은 2022년 4분기 3.3%에서 2025년 4분기 11.7%로 상승하여 전국(9.4%→10.4%)을 상회
 - 소규모 상가는 4.8%에서 2.2%로 하락하여, 상권 내에서도 업태 및 규모에 따라 집객력 차이를 보임

<전국 및 수원역 상권 공실률 변화>

(단위: %)

구분		2022년 4분기	2023년 4분기	2024년 4분기	2025년 4분기
전국	일반 상가	-	-	12.0	12.9
	중대형 상가	13.2	13.5	13.0	13.8
	소규모 상가	6.9	7.3	6.7	8.1
	집합 상가	9.4	9.9	10.1	10.4
수원역	일반 상가	-	-	6.3	9.1
	중대형 상가	9.6	7.5	6.4	9.8
	소규모 상가	4.8	5.8	5.0	2.2
	집합 상가	3.3	7.7	13.0	11.7

주 1) 수원시 상권에 대한 공실률 데이터 범위가 수원역에 한정되어 있음

2) 중대형 상가는 3층 이상, 연 면적 330㎡ 초과인 일반건축물, 소규모 상가는 2층 이하이고 연 면적 330㎡ 이하인 일반건축물, 집합 상가는 규모와 무관하며 아파트형 상가, 근린상가 등이 있음

출처: 부동산통계정보(R-one)

2. 인구 감소와 소비 변화가 만든 구조적 상권 위축

□ (원인 1) 인구구조 변화에 따른 소비 기반 축소

- 저출산·고령화로 소비 주체가 감소하여 지역 소비 기반이 축소되고 있음
 - 한국은행에 따르면, 인구구조 변화로 인해 소비 증가율이 2013~2024년에는 연 0.8%p 하락, 2025~2030년에는 연 1.0%p 낮아질 것으로 추정됨³⁾
 - 업종별 소비지출 변화를 살펴보면, 보건, 식료품·비주류 음료, 주거·수도·광열 등 필수 생활비 지출은 증가하나,

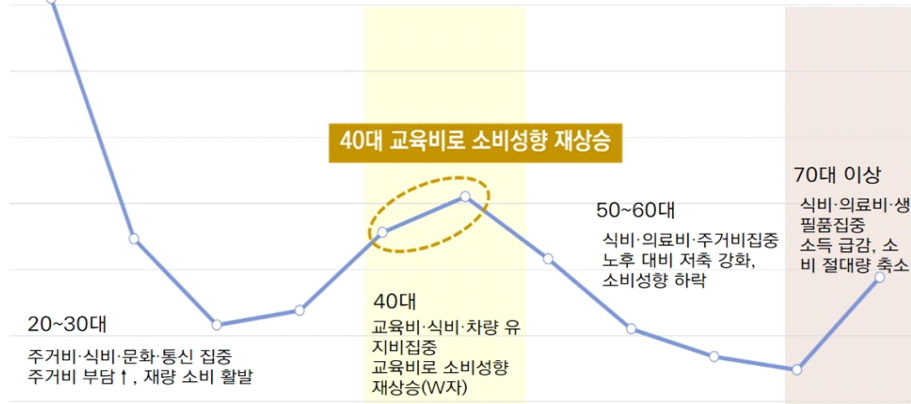
1) 경기도시장상권진흥원(2024, 2025), 경기도 월간 음식점업 소상공인 개·폐업 동향 보고

2) 경기도시장상권진흥원(2024, 2025), 경기도 주요 업종 소상공인 개·폐업 동향 보고서

3) 박동현·주욱·유성현·이은경·천동민(2025), 인구구조 변화가 소비 문화에 미치는 영향, 경제전망보고서 2025년 5월호, 45~60쪽, 한국은행

이를 제외한 업종은 장기적으로 감소 전망. 특히, 저출산으로 교육 업종 소비지출 감소 폭이 클 것으로 예상⁴⁾
 - 은퇴 이후 소득이 줄면서 꼭 필요한 지출 외의 소비를 줄이는 경향이 나타나, 고령가구가 늘어날수록 지역 소비 총량이 함께 감소함

<연령대별 소비성향 및 핵심 지출 항목 특징>



24세 이하 25~29세 30~34세 35~39세 40~44세 45~49세 50~54세 55~59세 60~64세 65~69세 70세 이상

출처: 국가데이터처(2025) 가계금융·복지조사, 박동현·주옥·유성현·이은경·천동민(2025), 김미루·이승희(2025)

□ (원인 2) 소비 변화: ‘덜 쓰는’ 것이 아니라 ‘가려 쓰는’ 것

- 20~30대는 가격에 민감하고 ‘선별 소비’ 성향이 강함. 같은 외식·여가 소비라도 일상적인 반복 지출은 줄이고, 목적이 분명하거나 만족도가 높은 소비에 집중하는 경향이 뚜렷함
 - 그 결과 ‘자주 가는 동네 상권’보다는 ‘갈 이유가 있는 특정 장소’나 ‘가성비가 높은 채널’로 소비 이동
 - 2024년 2월 기준 전년 동월 대비 술·유흥 소비는 20대 30.0%, 30대 32.3% 감소함

<20~30대 지출 변화>

(단위: 억 원, %)

구분	20대			30대		
	2023년 2월	2024년 2월	증감률	2023년 2월	2024년 2월	증감률
식비	1,690	1,321	▽ 21.8%	1,475	1,118	▽ 24.2%
술·유흥	226	158	▽ 30.0%	198	134	▽ 32.3%
패션·쇼핑	583	498	▽ 14.5%	509	422	▽ 17.0%

출처: 포씨유신문(2024.04.23.), 고물가에 따른 소비 패턴 변화, 재작성

- 집단적인 음주·유흥보다 장난감·수집품, 특색 있는 공간 등 개인의 관심사와 경험적 가치에 집중하여 지출하는 ‘취향 소비⁵⁾’가 확산하면서, 술집이 줄어든 자리를 취향 소비 업종이 채우고 있음⁶⁾
 - 2025년 장난감 가게(가차숍·피규어 매장 포함) 신규창업은 916건으로 2024년 대비 75.5% 증가했지만, 호프 주점(-24.4%)·간이주점(-29.2%)은 큰 폭으로 감소하는 등 신규창업 통계로도 같은 흐름이 확인됨⁷⁾

4) 김완규(2017), 저출산·고령화에 따른 민간 소비구조의 변화와 시사점, i-KIET 산업경제이슈 제 22 호(2017-22), 산업연구원

5) 취향 소비란 집단적인 음주나 유흥에 비용을 쓰기보다 장난감 수집품 특색 있는 공간 등 자신의 개성적인 관심사와 경험적 가치에 집중하여 재화와 서비스를 선택하는 목적형 소비 형태

6) 네이트 뉴스(2026.08.13.), 호프집 2000 곳 사라졌다...2030 이 술집 떠나자 생긴 일, 가차숍·피규어 매장 ‘우후죽순’

● 코로나19 이후 회식·모임 문화가 줄어들며, 단체 외식과 유흥 소비의 구조적 축소

- 정기적 회식과 대면 모임에서 자율적·소규모·비정기적 모임으로 전환되며 소비 빈도와 규모가 동시에 감소함
- 서울시 야간 활동 활성화 여론조사 결과, 코로나19 이후 회식 문화가 '감소했다'는 응답이 64.4%⁸⁾이며, 2023 직장인 회식문화 관련 인식 조사 결과, 회식 자제 분위기 동의 비율이 79.2%⁹⁾로 일시적 위축이 아닌 선호 변화로 나타남

□ (원인 3) 소비 이동: 지역 밖으로 빠져나가는 수요

● 2025 수원서베이 조사 결과, 통근·통학과 오프라인 여가 활동을 위해 수원을 벗어나고 있음

- 통근·통학자의 14.7%가 수원시 밖으로 통근·통학하며, 20대 이하는 18.2%로 30대보다 많음
- 수원 시민의 19.6%가 오프라인 여가 활동을 위해 수원을 벗어나며, 특히 20대 이하는 32.2%에 달함

<수원시 통근·통학 및 오프라인 여가 활동 지역>

(단위: %)

구분	통근·통학 여부 및 지역			오프라인 여가 활동 지역			
	통근·통학 한다	수원시 외 경기도 다른 시	서울, 인천 등 경기도 외 지역	수원시 관내	서울시	수원시 이외 경기도	기타
수원시	84.9	10.2	4.5	80.4	10.1	9.4	0.1
20대 이하	95.2	10.2	8.0	67.8	19.7	12.5	0.0
30대	91.0	10.9	4.7	75.5	13.9	10.4	0.2

출처: 수원시정연구원(2025), 수원서베이

● 구매력 있는 청년층의 주간 이탈로 인한 '지역 소비 공백' 발생

- 2020년 수원시 주간인구지수는 91.3으로 통근·통학 기준 평일 약 10만 명(상주인구의 8.7%)이 순유출되고 있음. 특히, 25~39세의 상주인구 대비 순유출률이 수원시 전체보다 높아 구매력 높은 연령층의 유출이 큼
- 이는 소비 여력이 지역 내 형성되어도 주간엔 지역에서 소비하는 '소비 유출 구조'가 굳어졌음을 보여줌

<수원시 주간인구 추이>

(단위: 명, 지수, %)

연도	구분	상주인구	주간인구지수	상주인구 대비 순유출률
2010년	수원시	1,043,767	91.2	8.8
	20~24세	65,326	83.2	16.8
	25~29세	90,015	87.3	12.7
	30~34세	92,075	90.1	9.9
	35~39세	98,932	88.7	11.3
2020년	수원시	1,154,430	91.3	8.7
	20~24세	76,484	95.0	5.0
	25~29세	97,839	85.3	14.7
	30~34세	83,615	83.0	17.0
	35~39세	92,886	87.8	12.2

주: 주간인구지수=(상주인구+유입-유출)/상주인구×100, 상주인구 대비 순유출률=(유출-유입)/상주인구×100

출처: 국가데이터처, 인구총조사(2010년 10% 표본, 2020년 20% 표본)

7) 국세청(2024~2025) 100 대 생활업종 신규사업자 현황

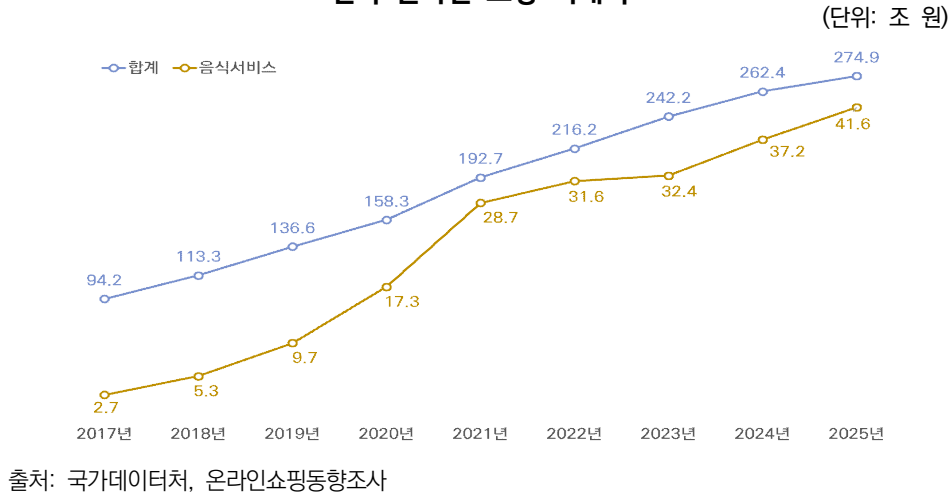
8) 서울시 보도자료(2023.5.10.) 서울시민 10 명 중 7 명 "야간활동 활성화 정책 필요"...선호하는 야간활동 '문화예술-사회교류-관광-실내외 스포츠' 순

9) 다음뉴스(2023.06.15.), 2023 직장인 회식문화 관련 인식 조사

● 소비 채널 변화도 지역 소비 감소로 작용

- 온라인 쇼핑 거래액은 2025년 274.9조 원으로 2017년부터 증가세를 이어가며 주요 유통 채널로 자리 잡았고, 배달 플랫폼 보편화로 음식 서비스 부문이 빠르게 성장함
- 온라인으로의 전환은 소비액이 같아도 플랫폼·물류망을 통해 지역 외부로 유출되거나, 지역 점포를 거쳐도 수수료 부담으로 소상공인의 수익을 압박하는 방식으로 작동함

<전국 온라인 쇼핑 거래액>

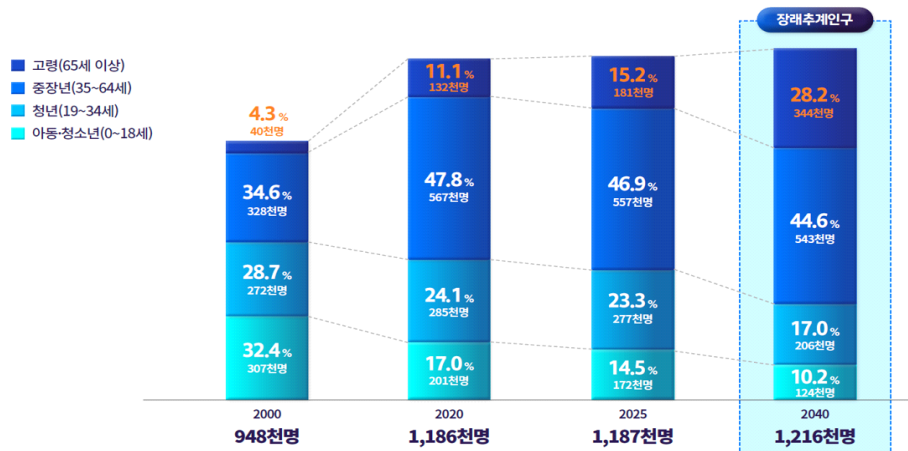


3. 소비 고령화 현상과 청년층 소비 제약

□ 핵심 소비층·미래 소비층 동시 감소

- 수원시의 핵심 소비층과 미래 소비층이 2000년 이후 계속 감소하여, 소비 기반 축소가 장기적으로 이어질 전망
 - 아동·청소년(미래 소비층, 0~18세)은 2000년 307천 명에서 2040년 124천 명으로 59.6% 감소하고, 청년층(핵심 소비층, 19~34세)도 272천 명에서 206천 명으로 24.3% 감소 전망
 - 청년층은 2020년(285천 명) 정점 이후 감소, 아동·청소년은 10~15년의 시차를 두고 청년층 감소로 이어짐
 - 고령층(65세 이상) 비중은 2000년 4.3%에서 2040년 28.2%로 증가하여 인구구조가 소비 축소형으로 전환

<수원시 인구구조 변화 추이>



□ 고령인구 급증과 ‘필수 생활비’ 중심의 소비 고령화

- 65세 이상 인구는 2020년 132천 명(11.1%)에서 2025년 181천 명(15.2%)으로 증가, 2040년에는 344천 명(28.2%)으로 전망되어 소비가 생존형 지출에 묶이는 소비 고령화 가속 전망

- 연령대가 높을수록 1순위 지출로 식비를 손꼽지만, 문화오락비는 40대 이후 1%를 밀돌아 ‘고령화→생존형 지출 고착’ 경로가 수치로 확인됨
- 은퇴 후 소득 저하로 외식·문화패션·내구재 등 선택적 소비가 줄면서 지역 내 유통·서비스업이 업종 다양성을 잃고 축소되는 ‘소비 고령화’ 가속 예상
 - 70대 이상의 75%가 식비를 1순위로 꼽아, 내수 상권의 다양한 업종에 기여하는 소비의 ‘폭’이 좁음

<수원시 소비지출 항목(1순위)>

(단위: %)

연령대	식비	주거비	문화오락비	사교육비	의료비	특징
20대 이하	59.5	31.9	1.8	0.5	0.0	주거비 압박, 재량 소비 극소
30대	60.9	31.0	1.4	2.5	0.0	전월세 부채 ▲60%
40대	61.2	22.4	0.8	10.0	0.0	교육비 정점(W자 구조)
50대	65.6	18.7	0.2	4.3	1.1	노후 대비 소비 억제
60대	69.8	18.5	0.9	0.0	1.8	의료비 등장, 재량 소비 최소
70대 이상	75.0	16.9	0.0	0.0	2.8	식비 75%, 소비 다양성 소멸

출처: 수원시정연구원(2025), 수원서베이, 연령별 소비지출 순위 통계 재구성

□ 선별 소비로의 전환: 청년층 재량 소비 위축

- 청년 소득은 늘었지만, 부채가 더 빠르게 늘어 소비 여력 제약
 - 청년 1인당 처분가능소득(번 돈에서 세금·보험료를 뺀 실제 쓸 수 있는 돈)은 2017년 이후 최대 85.4% 증가했으나, 부채액은 최대 149.7%, 원리금 상환액은 최대 371.7%로 더 가파르게 증가함
 - 2025년 기준 25~39세는 처분가능소득의 25~29%를 원리금 상환에 쓰고 있어 지역 상권에서 사용할 수 있는 여유 자금과 자산 형성 여력이 제약받고 있음

<청년층 1인당 처분가능소득과 부채 변화>

(단위: 만 원, %)

구분	연령대	2017년	2020년	2025년	증감률
처분가능소득	24세 이하	1,354	1,429	2,381	▲ 75.8%
	25~29세	1,742	1,983	2,998	▲ 72.1%
	30~34세	1,643	1,819	2,985	▲ 81.7%
	35~39세	1,455	1,789	2,697	▲ 85.4%
부채액	24세 이하	540	1,078	666	▲ 23.3%
	25~29세	1,581	2,359	3,948	▲ 149.7%
	30~34세	2,231	3,370	5,231	▲ 134.5%
	35~39세	2,352	3,541	5,044	▲ 114.5%
원리금 상환액	24세 이하	53	153	250	▲ 371.7%
	25~29세	267	352	742	▲ 177.9%
	30~34세	372	588	854	▲ 129.6%
	35~39세	407	519	724	▲ 77.9%

주: 처분가능소득=총소득-(세금+사회보장부담금+이자 비용 등 비소비지출)

출처: 국가데이터처(2017, 2020, 2025), 가계금융·복지조사

● 재량 소비 여력 부족으로 식비·주거비에 소비 집중

- 20~30대 생활비는 식비·주거비 지출에 묶여 있어, 여가·취미·자기 계발 등 재량 소비 여력이 제한적임

<수원시 20~30대의 소비지출 항목(1순위)>

(단위: %)

구분	식비	주거비	문화·오락비
전체	64.5	23.7	0.9
20~24세	54.5	31.8	0.9
25~29세	60.3	31.7	2.2
30~34세	63.1	33.8	1.5
35~39세	59.8	29.6	1.4
40대 이상	66.9	19.4	0.5

주: 응답 항목 14개 중 3개 항목만 제시한 것으로, 합계가 100%이 되지 않음

출처: 수원시정연구원(2025), 수원서베이

□ 주거비 부담과 ‘수원형 소비 딜레마’

● 20~30대, 평균보다 낮은 소득과 높은 주거비 부담으로 여가나 취미 등 소비 여력 크게 위축

- 20대(457.5만 원)와 30대(466.8만 원)의 월평균 가구소득이 전체(482.5만 원)보다 낮음

<수원시 20~30대 월평균 소득 비교>

연령대	월평균 가구소득	전체 대비 차이
전체	482.5만 원	-
20대	457.5만 원	▽ 25.0만 원
20~24세	470.3만 원	▽ 12.2만 원
25~29세	454.2만 원	▽ 28.3만 원
30대	466.8만 원	▽ 15.7만 원
30~34세	445.3만 원	▽ 37.2만 원
35~39세	478.5만 원	▽ 4.0만 원
40대 이상	493.7만 원	▲ 11.2만 원

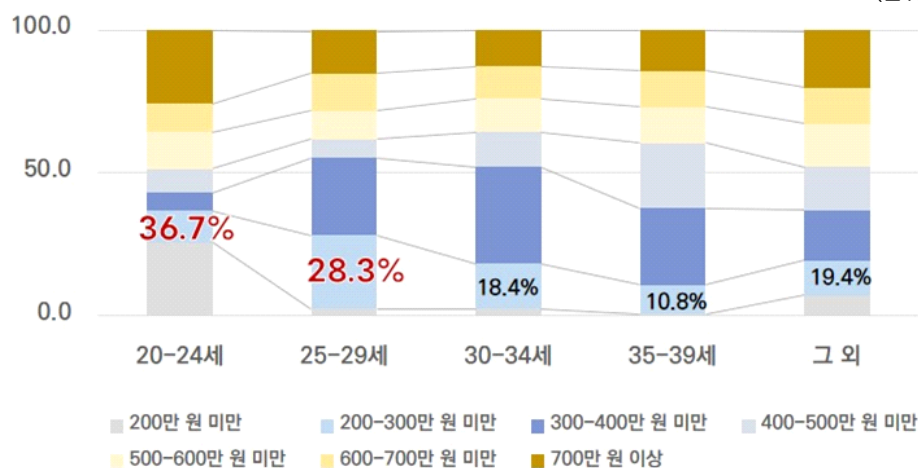
주: 20대는 만 19세 이상~29세 이하를 의미함

출처: 수원시정연구원(2025), 수원서베이

- 소득 구간 분포를 살펴보면, 25~34세 구간은 300만~400만 원 미만 비중이 가장 높고, 700만 원 이상 고소득층 비중은 40대 이상보다 작아, 평균소득 수준에 비해 생활비를 빼고 쓸 수 있는 돈이 제한될 수 있음

<수원시 20~30대 소득 구간>

(단위: %)



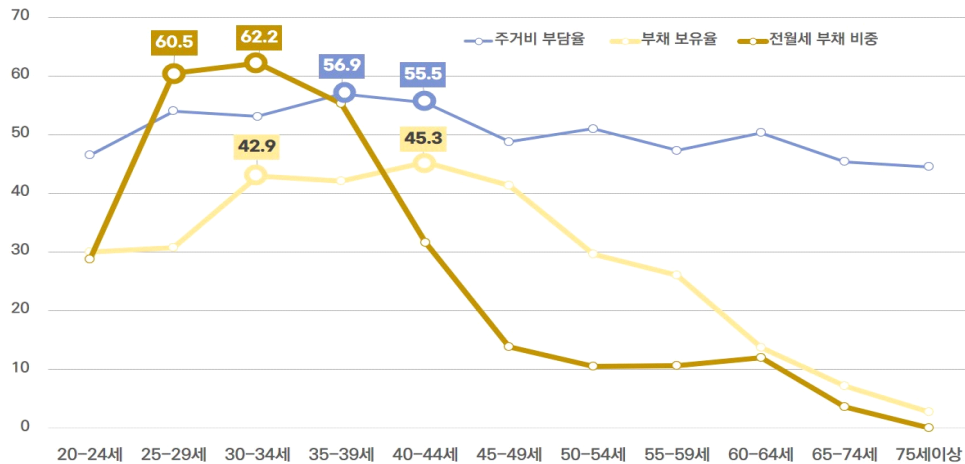
출처: 수원시정연구원(2025), 수원서베이, 연령별 월평균 소득 통계 재구성

● 주거비 부담은 30대 최고, 청년층 전월세 보증금이 핵심 부채

- 주거비 부담 인식 분석 결과, 전체 응답자의 50.6%가 '주거비가 부담스럽다'고 응답했으며, 35~39세가 56.9%로 가장 높게 나타남
- 25~34세의 전월세보증금 관련 부채 비중이 60~62%로 소비 잠재력이 높은 핵심 연령층의 소득 증가분이 주거비에 의해 구조적으로 잠식되고 있음

<수원시 연령대별 주거비, 부채 부담>

(단위: %)



출처: 수원시정연구원(2025), 수원서베이, 연령별 주거비 부담, 부채 부담 통계 재구성

- 그 결과, 고정적인 주거비 지출이 가계 재량소비 여력(여유통)을 잠식하면서, 지역 상권으로의 소비 유입이 위축되는 이른바 '수원형 소비 딜레마'가 나타남
- 소비 여력이 가장 높은 30~50대는 주거비 부담에 자녀 교육비 지출까지 더해지면서, 소비를 적극적으로 확대하기보다 지출을 억제하는 경향이 강해지고 있음

4. 요약 및 시사점

□ 경기순환이 아닌 '이중 구조적 위기' - 공급 조정 없는 소비 진작만으로는 근본적 해소 불가

- 상권 위축의 핵심은 수요·공급의 불일치로 공급 조정 없는 소비 진작책만으로는 근본적 해소가 불가능하며, '수요구조 재편'과 '공급 재조정'이 동시에 필요
 - 향후 15년간(2025년 대비 2040년) 수원시 아동·청소년은 약 28%, 청년은 약 25% 감소할 전망이며, 25~39세 처분가능소득의 25~29%가 원리금 상환에 사용되고, 소비마저 온라인으로 옮겨 가면서 지역 밖으로 빠져나가 수요가 감소했지만, 공급은 점포 수가 계속 증가하는 성장기 방식이 유지되고 있음
 - 상권 위축은 원인이 아니라 결과이며, 근본 원인은 인구구조 변화와 청년 소비 패턴의 이동 때문임
- 실제로 수원시 100대 생활업종은 2026년 6월 기준 전년 동월 대비 0.5% 증가했으나 통신판매업을 제외한 오프라인 업종은 0.3% 감소하여, 점포 수 통계가 오프라인 상권의 순감소를 가려온 것으로 확인됨
 - 여기에 전국 100대 생활업종 3년 생존율이 53.8%에 그치는 '회전문 창업' 구조가 겹쳐, 점포 수 증가가 상권 체력 강화로 이어지지 못하고 있음

□ 공급 중심에서 ‘수요구조 재편-공급 재조정’으로 전환 필요

○ (전략 1) 방문객 경제(Visitor Economy)와 일상·야간 소비가 순환하는 ‘체류형 소비 도시’ 재구조화

- 인구 감소와 주거비 상승으로 인해 지역 안에서 나오는 소비의 한계를 극복하기 위해, 외부 인구를 유입하는 ‘방문객 경제’와 지역 거주민의 소비를 유지하는 ‘로컬 상권(축소 사회 방어선)’을 통합적으로 구축
- ‘누가, 어느 시간에, 어디에서 소비’하는지를 전략적으로 타겟팅하여, 소비가 지역에 머무는 구조로 개선
 - GTX, 신분당선 등 광역 교통망과 결절점(수원역, 광고중앙역 등)을 외부 유입 채널이자 퇴근 후 ‘야간 소비 거점’으로 재설계
 - 스타필드 수원 등 대형 집객시설을 사람을 끌어오는 핵심 시설인 앵커테넌트(anchor tenant)로 활용하여, 반경 5km 외부 인구 유입 및 주변 상권과 상생 구조 마련
 - 수원화성, 행궁동, 통닭거리 등 흩어진 핵심 거점의 동선을 연계하여 “머물며 소비하는 관광”으로 통합
 - 미디어아트, 화성행궁 야간 개장 등 주간과 야간을 연계하는 한편 차별화된 로컬 야간경제 생태계 창출

○ (전략 2) 지역화폐 기반 골목상권 순환 소비 회로 복원

- 핵심은 ‘추가 소비 창출’이 아니라 ‘이미 존재하는 소비를 지역 내에 묶어두는 것’임. 지역 내 소비가 외부로 유출되는 구조를 차단하고 골목 단위에서 소비가 순환되도록 설계 필요
- 지역사랑상품권 영향 분석 결과, 동네 슈퍼마켓 구매 등 소비 형태가 변해도 지출액 규모는 비슷한 수준을 유지하므로 업종별 할인을 차등화로 정책 수혜자 집중화와 효율성 극대화 필요¹⁰⁾
- 지침 범위 내 생활 밀착 업종 가맹 확대: 행정안전부 「지역사랑상품권 발행지원사업 종합지침」의 가맹 기준(연매출 30억 원 이하 소상공인 등) 범위 안에서, 동네 음식점·의류·미용·학원·의원·약국·전통시장 등 세대별 소비 접점의 가맹을 확대
- 사용 편의성 개선: 가맹점 입구에 QR코드·스티커를 표준화해 오프라인에서도 사용할 수 있는 환경 구축
- ‘가맹은 넓게, 혜택은 좁게’ 차등 설계: 가맹 범위는 지침 범위 내에서 넓혀 사용처 접근성을 확보하되, 할인·캐시백 등 추가 인센티브는 골목·비프랜차이즈 점포에 집중함. 또한 상권 유형별(거점 상권은 주말·방문객, 주거 상권은 평일·생활소비)로 혜택을 달리하고, 1인 가구·고령층 맞춤 업종(소포장 식료품, 동네 의원·약국 등)에 우선 적용

○ (전략 3) 골목상권 타겟형 차별화

- 20~30대는 가격에 민감하고 목적이 분명한 장소로 이동해 소비하는 특성을 보이므로, 상권 개발 시 개별 점포가 아닌 상권 단위로 업종 구성과 콘텐츠를 기획해 재방문율을 높이는 차별화 필요
- 행리단길 일원의 지역상생구역 지정¹¹⁾과 같은 혜택을 신규 상권 지역에 사전 도입하여 성장력 확보
- 수원 3대 가을 축제 기념 디자인이나 애니메이션 등과 협업하여 상권별 한정판 디자인 선불카드 발행으로 지역화폐 카드를 굿즈화하고, 소액권으로 현장 및 온라인 판매하여 방문 예정자에게 방문 및 소비 유도

10) 윤상호(2022), 지역사랑상품권이 소비자 구매 형태 및 지출 규모에 미치는 영향, 한국재정학회 추계학술대회

11) 수원시 보도자료(2026.01.07.), 수원 행리단길 일원, 전국 최초 ‘지역상생구역’ 지정

관련 사례

- 일본 마루가메마치 상점가: 1587년 조성된 시장으로 2000년대 초 빈 점포율이 18% 수준이었으나 소유권·운영 분리, 마을만들기 회사 설립, 입구에 대형 주상복합 건설 등으로 유동 인구 증가('23년 주말 일평균 유동 인구 '06년 대비 약 14% 증가)¹²⁾
- 일본 시모키타 선로 거리: 오다큐 전철 지하화로 생긴 약 1.7km 공간을 주민 아이디어 기반 저층·소규모 점포로 개발. 입주 희망자 임대료 조사 결과 기반 투자 금액 설정(저렴한 임대료 유지)으로 시모키타자와역 승하차 인원 16만 명 증가¹³⁾
- 인천 월곶 (주)빌드 개발: 관광지 개발 실패로 공실률이 30%가 넘던 지역이었으나 공실을 지역 제철 재료 활용 식당으로 바꿔 주민이 소유 및 운영하는 시민 기업 조성, 주민 특성(12세 양육 가구 50%)에 맞춘 실내 놀이터를 조성함¹⁴⁾

○ (전략 4) 고령·1인 가구 수요에 맞는 업종 전환 및 재기 지원

- 고령화 및 1인 가구 증가 트렌드에 맞춰 보건·의료·요양, 건강기능식품, 소형 포장·배달 서비스 등 성장 가능 업종으로의 선제적인 업종 전환 지원 필요
- 상가 폐업 시에도 교육을 통한 업종 전환 및 구조조정의 정책적 지원 필요
 - 폐업률이 높은 업종(일반음식점, 휴게음식점 등)을 중심으로 수원시장 허브 등 기존 지원 채널을 활용한 경영 진단·지원 정보 제공 검토
- 인구 성장기에 과다 공급된 상업시설 → 인구 감소·고령화 국면에서 구조적 공급 과잉으로 전환
 - 「수원시 도시계획 조례」는 상업지역 내 주거복합 비율 상한을 중심상업지역 80%, 일반·근린상업지역 90%로 완화 적용하고 있음. 그런데 이는 주상복합 개발 때마다 연면적의 10~20%를 주거 외 용도로 확보해야 한다는 뜻이기도 하며, 이 공간이 대부분 저층부 근린상가로 채워지면서 수요와 무관하게 상가 신규 공급이 누적되는 구조임
 - 신규 공급 관리: 주상복합 저층부의 주거 외 용도에 근린생활시설 외에 공공·돌봄·생활서비스·업무시설 등 대체 용도를 폭넓게 인정하는 방안과, 대규모 상업시설을 신규 공급할 때 주변 상권 영향을 사전 검토하는 절차 도입 검토
 - 기존 공실 전환: 일정 기간(예: 12개월) 이상 장기 공실인 상가는 주거·생활서비스 용도로 전환할 수 있도록 용도 변경 절차를 간소화하는 방안을 검토하여, 공급 총량을 줄이는 출구 마련

관련 사례: 미국(도시별 조례 정비)를 통한 상가 공간 → 주거 공간 전환

- 글렌데일: 287세대 아파트의 1층 상가 공간을 2015년 '리브워크(Live-Work)' 유닛 16세대로 전환했으며, 10년간 순차적으로 진행해 성공적으로 완판
- 새너제이: 도심 내 상가가 12개월 이상 공실일 경우 개발업자가 자동으로 주거 공간으로 전환할 수 있도록 허용하는 제도 운영 중, 1만 4천 제곱피트 상가를 11세대로 전환하는 사업 진행 중
- 로스앤젤레스(LA): 2024년부터 조례를 정비해 15년 이상 노후한 상업건물의 주택 전환 절차를 대폭 간소화

○ (전략 5) 학교·대학 유휴공간의 창업 공간 재활용

- 대학가 주변 상권 침체의 원인이 되는 대학 내 유휴 강의실·건물을 리모델링해 창업 인큐베이팅 공간·공유 오피스 등으로 활용하는 방안을 대학과의 협약 기반 시범사업으로 검토
- 상업시설 신규 공급을 억제하면서도 대학 배후 상권에 창업가초기 소비 수요 유입

12) 강원일보(2024.09.19.), [지역 소멸 위기...어떻게 극복하나] 백화점도 이겼다...주말 9만명 물리는 430년 역사 전통시장

13) 연포드(2023.11.03.), [공간] '도쿄의 연남동' 시모키타자와에 다녀왔습니다 주민들에게 바라는 동네를 묻고, 그 바람을 실현하다

14) 라이프인(2021.08.18.), [M 너는 지요?] 비즈니스, 동네가 더 행복해지기 위한 수단되다 도시재생 스타트업(주)빌드 임호록 이사 인터뷰

- 사립대학 유휴 교사시설의 입주 가능 업종이 네거티브 방식으로 전환되었고(교육부, 2022)¹⁵⁾, 「학교복합시설법」 개정으로 학교복합시설 설치 대상이 대학까지 확대되어(2025.7.) 대학 유휴공간을 지역 수요와 연계할 수 있는 근거가 마련됨

관련 사례: 대학 공실을 활용한 창업 공간 전환

- 핀란드 헬싱키 '폐교 활용': 학령인구 감소로 문을 닫은 폐교를 IT 기술 창업 인큐베이터로 전환, 3D 프린팅실, 개발자 회의실, 네트워킹 라운지 등을 갖춰 창업 초기 단계 기업에게 실질적인 인프라를 제공
- 미국 샌프란시스코 'Innovation School Hub': 폐교 건물을 스타트업 창업자와 프리랜서들이 함께 사용하는 오피스 및 회의실로 리모델링
- 부산 동서대학교: 대학의 빈 강의실과 빈 기숙사를 청년 창업가용 '창업 주거 복합 공간'으로 전환함. 부산시·사상구가 시설 개선비를, 대학이 공간을 지원하는 지자체·대학 협력 방식¹⁶⁾

15) 교육부 보도자료(2022.06.14.), 사립대학 재산 관련 규제 대폭 완화

16) KNN(2023.06.08.), 대학교 빈 강의실·기숙사... '창업주거공간'으로 변신

■ 참고문헌

- 경기도시장상권진흥원(2024, 2025), 경기도 월간 음식점업 소상공인 개·폐업 동향 보고
경기도시장상권진흥원(2024, 2025), 경기도 주요 업종 소상공인 개·폐업 동향 보고서
국가데이터처 국가통계연구원(2025), 청년 삶의 질2025
김미루·이승희(2025), 인구요인이 소비성향에 미치는 영향과 시사점, KDI 현안분석, 한국개발연구원
김완규(2017), 저출산·고령화에 따른 민간 소비구조의 변화와 시사점, i-KIET 산업경제이슈 제22호(2017-22), 산업연구원
박동현·주옥·유성현·이은경·천동민(2025), 인구구조 변화가 소비 문화에 미치는 영향, 경제전망보고서 2025년 5월호, 45~60쪽, 한국은행
서울시 보도자료(2023.5.10.) 서울시민 10명 중 7명 "야간활동 활성화 정책 필요"...선호하는 야간활동 '문화예술-사회교류-관광-실내외 스포츠' 순
수원도시재단(2025), 수원 상권분석 및 모니터링 용역
수원시 보도자료(2026.01.07.), 수원 행리단길 일원, 전국 최초 '지역상생구역' 지정
수원시정연구원(2025), 수원서베이
윤상호(2022), 지역사랑상품권이 소비자 구매 형태 및 지출 규모에 미치는 영향, 한국재정학회 추계학술대회
- 경기데이터드림, 성 및 연령별 추계인구(2024년 기준)
국가데이터처(2010, 2020), 인구총조사
국가데이터처(2017, 2020, 2025), 가계금융·복지조사
국가데이터처(2017~2025), 온라인쇼핑동향조사
국세청(2024, 2025), 100대 생활업종 신규사업자 현황
국세청, 100대 생활업종 사업자 현황, 2026년 6월 기준
행정안전부, 주민등록인구현황
- 강원일보(2024.09.19.), [지역 소멸 위기...어떻게 극복하나] 백화점도 이겼다...주말 9만명 몰리는 430년 역사 전통시장
KNN(2023.06.08.), 대학교 빈 강의실·기숙사...'창업주거공간'으로 변신
교육부 보도자료(2022.06.14.), 사립대학 재산 관련 규제 대폭 완화
네이트 뉴스(2026.08.13.), 호프집 2000곳 사라졌다...2030이 술집 떠나자 생긴 일, 가차숨·피규어 매장 '우후죽순'
다음뉴스(2023.06.15.), 2023 직장인 회식문화 관련 인식 조사
라이프인(2021.08.18.), [M+하는 지요?] 비즈니스, 동네가 더 행복해지기 위한 수단되다 도시재생 스타트업(주)빌드 임호묵 이사 인터뷰
언폴드(2023.11.03.), [공간] '도쿄의 연남동' 시모키타자와에 다녀왔습니다 주민들에게 바라는 동네를 묻고, 그 바람을 실현하다
포씨유신문(2024.04.23.), 고물가에 따른 소비 패턴 변화
부동산통계정보(R-one)

SRI Brief | 발간목록

호수	집필자	제목	발간일자
제119호	변미리, 박민진 등	(도시정책지표연구) 수원시민의 웰빙과 공동체 역량	2026.01.06.
제120호	민보경, 박민진	(도시정책지표연구) 인구이동을 통해 본 수원의 인구 특성	2026.01.15.
제121호	박민진, 박영미 등	수원 3대 가을 축제 외국인 참여 특성과 시사점	2026.01.20.
제122호	박민진 등	(도시정책지표연구) 수원과 서울의 도시정책지표 비교와 함의	2026.01.27.
제123호	양은순, 박민진 등	쑤저우에서 시작된 도시혁신: 장신성(章新勝) 리더십과 중-싱 협력의 확산	2026.02.03.
제124호	박민진, 장정식	수원 3대 가을 축제 온라인 반응 및 글로벌 홍보 전략 제안	2026.02.10.
제125호	박민진, 박영미 등	SRI 시민패널 기반 축제 참여행태 분석	2026.02.19.
제126호	박민진, 박영미 등	수원시민의 생활체감과 2026년 경기 전망	2026.02.24.
제127호	정재진	수원 중고차 산업 효과 분석과 특화 발전 방안	2026.03.03.
제128호	박민진, 박영미 등	행복 수준에 따른 수원시 청소년의 삶의 격차	2026.03.10.
제129호	김도훈, 이지원 등	다목적 모빌리티를 통한 '수원형 N분 도시' 실현 전략	2026.04.14.
제130호	박민진, 박영미 등	수원 X세대 심층분석	2026.04.21.
제131호	박민진, 채우리 등	수원시 1인가구의 현주소 : 다인가구와 다르고, 세대마다 또 다르다	2026.05.04.
제132호	최도인, 박민진 등	로컬이 글로벌이 되는 방정식:K-컬처 시대 수원 3대 가을 축제의 세계화 전략	2026.05.12.
제133호	김유빈, 최석환 등	글로벌 반도체 산업 동향과 수원형 중립형 R&D허브 구축 방향	2026.05.19.
제134호	정다래	마곡 R&D클러스터의 선도기업 유치 전략과 수원시 적용 방향	2026.05.26.
제135호	박민진, 박영미	두 개의 봉우리, 두 개의 과제: 수원시 인구 구조로 본 일자리 정책 고도화 방향	2026.06.09.
제136호	김진언	수원시민의 부동산 정책 평가와 가격 전망	2026.06.16.
제137호	강은하, 오미현 등	폭염 대응의 전환점: “재난 관리”에서 “열 회복력 도시”로	2026.06.23.
제138호	양은순, 임채실	2026년 하반기 경제 전망	2026.07.6.
제139호	정란수, 신한나	외국인관광도시민박업의 쟁점과 정책제언	2026.07.14.
제140호	박진우, 최석환 등	균형발전에 대한 비판적 접근과 수도권 정책제언	2026.07.20.
제141호	허경재	주거실태조사 20년, 수원시 현황과 과제	2026.07.28.
제142호	김도훈	수원시 생활권 교통격차 해소를 위한 정책 방향	2026.08.04.
제143호	박진우	제3차 지방일괄이양법 제정의 쟁점과 정책 시사점	2026.08.11.
제144호	안희자, 신한나	수원 로컬관광 가이드투어 활성화 방안	2026.08.18.
제145호	정재진	재정분권 30년, 지방재정은 얼마나 나아졌나?	2026.08.25.
제146호	정재진	OECD 국가와 비교해 본 재정분권 수준과 시사점	2026.09.01.
제147호	정재진	“재정분권”, 앞으로의 원칙과 방향은?	2026.09.08.
제148호	황소하	수원새빛돌봄, 누가 어떠한 서비스를 이용하였을까?	2026.09.15.
제149호	김은영	수원수목원 운영 개선방안	2026.09.22.
제150호	박민진, 박영미	시민이 찾은 수원의 매력과 「2026-2027 수원 방문의 해」 추진 과제	2026.10.02.



SRI 수원시정연구원
SUWON RESEARCH INSTITUTE

Brief

※ 본 간행물은 집필자의 개인의견으로 수원시정연구원의 공식적인 견해와 다를 수 있습니다.

발행처 수원시정연구원 | 발행인 김성진 | 편집위원장 정재진 | 편집위원 강은하 김도훈 김타균 유현희 최석환 한연주