

2025년 제7회 의정현안 정책토론회

수원특례시 골목형 상점가 효율적 운영방안 모색 의정토론회

일시 2025. 12. 17.(수) 10:00

장소 수원시의회 신청사 1층 다목적라운지

[좌장] 장정희 수원특례시의회 기획경제위원장

[발제] 강헌수 공생도시상권재생연구소 소장

[토론] 김승일 수원도시재단 경제본부장

장수현 경기도시장상권진흥원 남부총괄센터장

정경수 수원시골목형상점가연합회 회장

원순호 수원특례시 지역경제과장

주최 수원특례시의회

주관 수원시정연구원



수원특례시 골목형 상점가 효율적 운영방안 모색 의정토론회

진행순서

사회 : 임제린 수원시정연구원 성과확산팀장

시 간	주 요 내 용		비 고
10:00~10:10 (10')	개회	○ 개회 및 인사말 ○ 단체 기념사진 촬영	
10:10~10:40 (30')	발제	○ 주제발표 - 수원시 골목형상점가 효율적 운영방안 (양에서 질로, 단일 상권에서 포트폴리오로, '사업지원'에서 '상권육성'으로)	
10:40~11:35 (55')	토론	○ 지정토론	좌장
11:35~11:55 (20')		○ 종합토론 및 질의응답	
11:55~12:00 (05')	폐회	○ 총평 및 마무리	

패널구성

구 분	성 명	소 속 및 직 위
좌장	장정희	수원특례시의회 기획경제위원장
발제	강현수	공생도시상권재생연구소 소장
토론	김승일	수원도시재단 경제본부장
	장수현	경기도시장상권진흥원 남부총괄센터장
	정경수	수원시골목형상점가연합회 회장
	원순호	수원특례시 지역경제과장

CONTENTS

I 발제

수원시 골목형상점가 효율적 운영방안

- 양에서 질로, 단일 상권에서 포트폴리오로, '사업지원'에서 '상권육성'으로 1

강헌수 | 공생도시상권재생연구소 소장

II 지정토론

- 수원특례시 골목형 상점가 효율적 운영방안 의정토론회
- 수원도시재단 상권활성화센터 조직개편(안) 21
김승일 | 수원도시재단 경제본부장
- 경기도형 활성화 전략과 정책개선의 필요성
- 골목형 상점가의 특수성 기반 수원특례시 상권을 중심으로 23
장수현 | 경기도시장상권진흥원 남부총괄센터장
- 골목형상점가 활성화 방안 26
정경수 | 수원시골목형상점가연합회 회장
- 수원형 골목상권 대전환, 골목형상점가 활성화 로드맵
- 지정의 문턱은 낮추고, 지원의 성과는 높이고 28
원순호 | 수원특례시 지역경제과장

2025년 제 7회 의정현안 정책토론회

수원특례시 골목형 상점가 효율적 운영방안 모색 의정토론회

발제

수원시 골목형상점가 효율적 운영방안

- 양에서 질로, 단일 상권에서 포트폴리오로,
'사업지원'에서 '상권육성'으로

강헌수

공생도시상권재생연구소 소장

수원시 골목형상점가 효율적 운영방안

- 양에서 질로, 단일 상권에서 포트폴리오로,
‘사업지원’에서 ‘상권육성’으로 -

2025. 12. 17

강 헌 수

건축학박사/건축사/ 타운매니저/ 총괄코디네이터

(주) **空生** 도시&상권재생연구소
(hskang3088@naver.com)

▶ 목 차

소상공인 지원정책 및 방향전환

수원시 소상공인 및 골목형상점가 현황

골목형상점가 지원정책과 문제의식

골목형상점가 단계별 성장발전 제안

▶ 강사 소개

• **강헌수 소장** 주) 공생 도시&상권재생연구소
- 건축학박사, 건축사, 타운매니저, 총괄코디네이터



- **주요경력**
- 前 전통시장특별법 제정 자문위원
- 前 성남시상권활성화재단 본부장(타운매니저)
- 前 국토교통부 도시재생 관문심사위원
- 前 중기부 소상공인 전문위원회의 위원
- 前 서울시 마장도시재생지원센터 센터장
- 前 성균관대 문화융합대학원 겸임교수

- 現 인천광역시 도시재생위원회의 위원
- 現 중기부 소상공인시장진흥공단 자문위원
- 現 경기도 시장상권진흥원 자문위원
- 現 경기도 도시재생사업 자문위원
- 現 서울시 로컬브랜드상권 육성사업 자문위원

▶ 소상공인 주요 지원정책과 현황

2026년 예산안 16.8조원

전년대비 1조 6천억여 원(10.5%) 증가

➤
소상공인 주요 지원정책과 현황

2026년 소상공인 지원사업

◎ 소상공인 경영안정 지원
: 사장님들이 일상 경영비용(전기·가스·보험료 등)부터 사업 운영까지 버틸 수 있게 지원

대표 사업	예산	
소상공인 경영안정바우처	5,790억원	경영안정 바우처(5,790억원) 규모 : 230만 명 지원, 1인당 최대 25만 원 대상 : 연매출 1.04억 원 미만 소상공인
기업가형 소상공인 육성	1,281억원	
시장상권경영혁신지원	5,641억원	

◎ 사회 및 재난 안전망 구축
: 재난·위기 상황에서도 사업을 이어갈 수 있는 안전망 마련

대표 사업	예산	
소상공인 사회보험료 지원	153억원	혁신 소상공인 AI 활용 지원(114억원) 지원 분야는 POS와 회계, 마케팅 자동화부터 AI-디지털 시스템 도입 비용까지 폭넓게 포함
소공인 클린제조환경조성	84억원	
특별경영안정자금	1조 3,500억원	

◎ 재도전 뒷받침
: 폐업 이후에도 새로운 출발을 돕는 제도 강화

대표 사업	예산	
희망리턴패키지	3,056억원	AI 도우미 지원(50억원) 전문가 상담 내용을 DB로 구축하고 AI 학습을 적용해, 소상공인이 시간과 장소에 제한 없이 상담 서비스를 이용할 수 있도록 돕는 것이 목적
폐업·코로나 피해 분할상환 보증지원	96억원	
전환보증중도상환 수수료 지원	15억원	

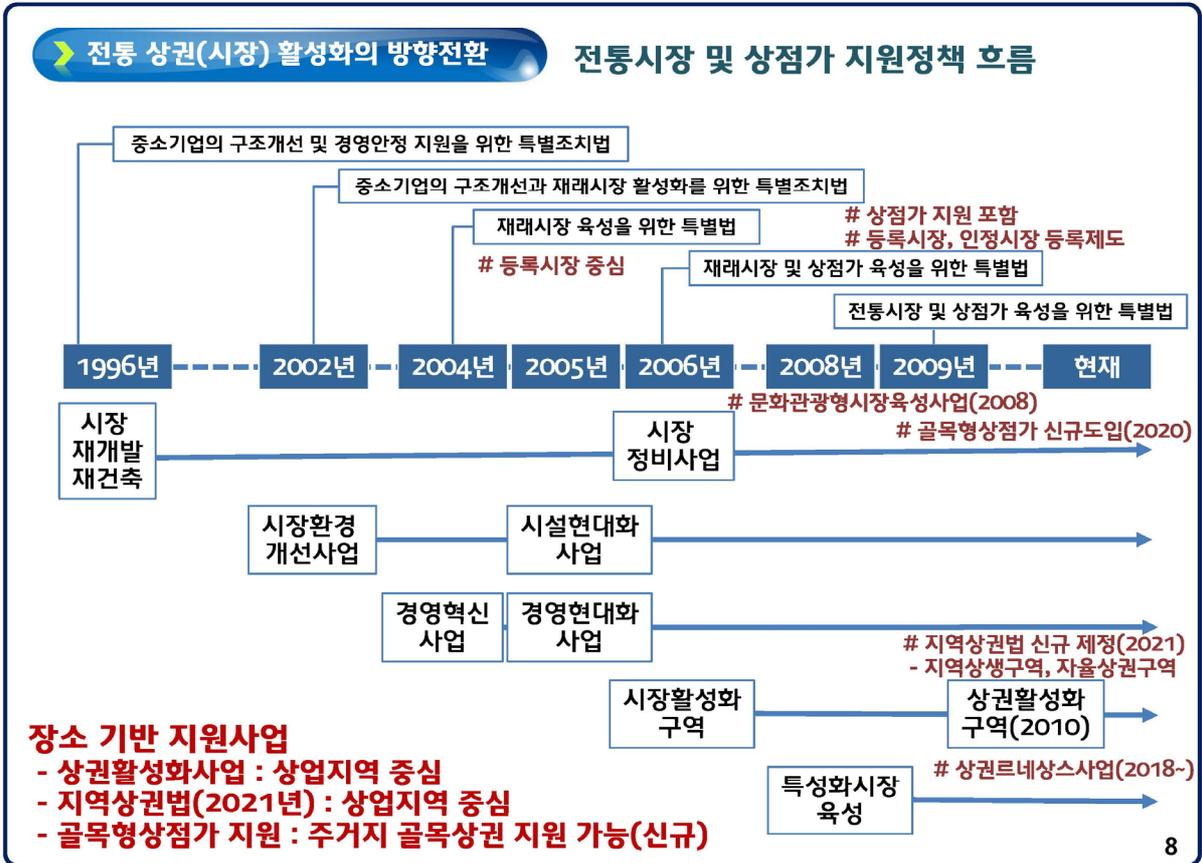
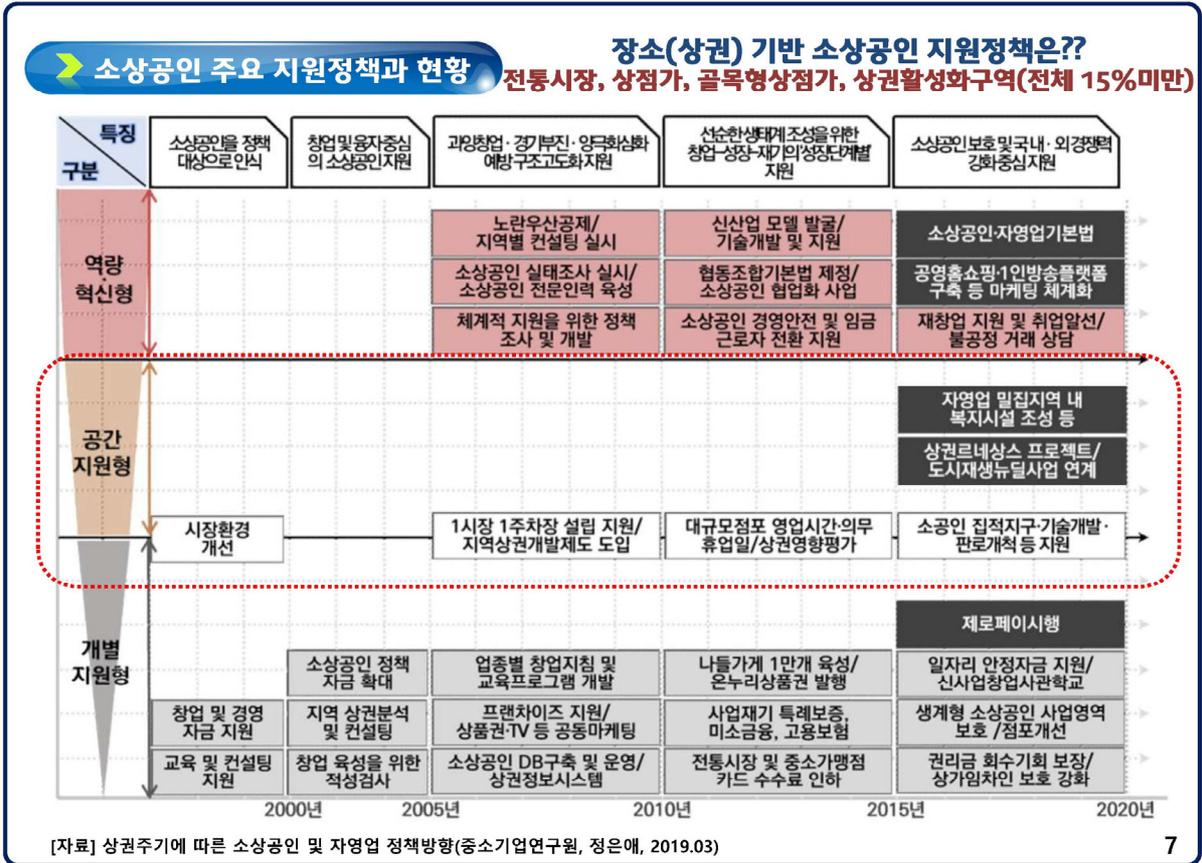
5

➤
소상공인 주요 지원정책과 현황

지역 기반 '상권'은 소상공인들의 영업 터전이다!! '상권'의 작동 진폭에 따라 점포 영업에 영향을 준다

- 국가 - 개인(소상공인) 지원 시스템이 과연 합당한가? 효율적인가?
- 과연 지원정책의 온기가 지역상권에 온전히 전달되고 있는가?
- 지역기반 소상공인연합회의 기능과 역할은 제대로 작동되고 있는가??

6



▶ 소상공인 주요 지원정책과 현황

중소벤처기업부

① 전통시장 및 상점가 활성화 지원사업

▷ 지원사업

- 가. 시장경영패키지 지원사업
- 나. 특성화시장 육성사업 (첫걸음 기반조성)
- 다. 특성화시장 육성사업 (문화관광형)
- 라. 특성화시장 육성사업 (디지털 전통시장)
- 마. 복합청년몰 조성사업
- 바. 전통시장 노후전선정비사업
- 사. 전통시장 주차환경개선사업



▷ 2026년 전통시장 및 상점가 활성화 지원사업 공고

사업명	지원내용	지원한도	지원조건
전통시장육성 (문화관광형)	○ 지역 문화·관광자원을 연계하여 시장 고유의 특장점을 집중 육성하는 상인중심의 프로젝트 지원 * 지역특색과 연계한 시장 투어코스 개발, 관광 콘텐츠 육성, 지역특산물 PB상품 개발 등	시장당 최대 10억원 (2년간)	• 국비: 50% • 지방비: 50% (단, 기초지자체의 재정자주도 등에 따라 국비 자동지원)
시장경영지원	○ 지원 예산 한도 내에서 상인회가 자율적으로 역량강화(상인교육, 경영자문), 인력지원(시장매니저, 배송매니저) 등을 추진 ※ 사용 범위 : ①상인교육, ②경영자문, ③시장매니저, ④배송매니저 등 총 4개 부문	1곳당 국비 36백만원 이하	• 국비: 80% 이하 • 지방비·자부담: 20% 이상 • 자부담은 지자체 부담 가능
지역상품 전시회	○ 지역 내 전통시장·상점가의 우수 상품 및 특산품의 전시·관측 지원 * 전시기획, 홍보비, 전시비용, 무대장비 설치비, 부스설치비, 임대료 등	국비 최대 40백만원 (선정 제외당)	전체 사업비 중 • 국비: 50% 이하 • 지방비·자부담: 50% 이상
전국우수 시장박람회 개최지	○ 오프라인 박람회를 통한 우수 전통시장 및 상점가 홍보, 대국민 대상 전통시장 및 상점가 이용 촉진	국비 최대 5억원	• 지방비 최소 3억원 이상 부담

▶ 소상공인 주요 지원정책과 현황

경기도 : 지역 상권단위 지원사업 존재 (골목상권 조직화, 매니저지원, 마케팅 등 차별화)



2025년 경기도 골목상권 지원 사업 분야

2025년 전통시장 지원사업 분야

지원 분야	지원 내용
골목상권 신규조직화(1년차)	- 골목상권 '조직화 및 사업화' (공동마케팅, 공동시설환경개선, 선진지연학, 회의비 등) 지원
골목상권 성장지원(2~7년차)	- 공동마케팅 및 공동시설환경개선 - 선진지 견학 및 회의비 등 지원
골목상권 특성화 지원	- 하드웨어 (랜드마크 조성, 디자인 개선 등) - 소프트웨어 (스토리텔링, 프로모션 등) - 휴먼웨어 (조직화, 네트워크 등)
골목상권 상인회 연합회 매니저	- 권역 매니저 20명 선발 - 상인회, 소상공인연합회 매니저 65명 선발 인건비 1명 당 월 급여 265만원 지원 (도비 50%, 시비 50%) - 교육지원(직무훈련, 기본교육, 전문교육, 워크숍 등)

지원 분야	지원 내용
경기 살리기 통큰 세일	- 소비 촉진을 위한 상권 별 소비인증페이백 행사 및 이벤트 지원 등
전통시장 청년상인 육성	- 전통시장 내 신규창업, 재도약, 가업승계 분야별 지원
경기 전통시장 매니저 육성	- 전통시장 시장매니저 급여 및 교육지원
경기도 연대상권 육성지원	- 2개소 이상의 상권을 결합한 연대상권 활성화 지원 - 연대상권 단위 경영지원 및 환경개선, 안전관리 지원
시설분야 컨설팅 및 현장실태조사	- 경기도 시설현대화사업 신청 시장 대상 전문가 현장 사전 컨설팅 및 실태조사 지원

수원시 소상공인 현황 및 특성

소상공인 및 골목상권 현황

(단위 : 개소, 명)

소상공인 현황 (‘22. 12. 31. 기준 / 통계청)		골목상권 현황 (‘24. 7. 15. 기준)				
사업체	종사자	합계	장안구	권선구	팔달구	영통구
98,119	150,760	34	4	13	11	6

전통시장 및 상점가 현황

- 수원시 : 22개 시장 (점포수 : 3,260개, 종사자 : 약 6,489명, 주차장 9개소, 교육장 22개소)

골목형상점가 현황 (2025년12월 기준)

- 수원시 : 19개 골목형상점가 (점포수 2,130개)
2026년까지 25개 등록 예정 (‘24년 - 12개, ‘25년 - 7개)



11

수원시 소상공인 현황 및 특성

자료 : 경기도시장상권진흥원(2023), 2022년도 경기도 생활밀접업종 연간보고서

총매출은 상위권, 하지만 점포당 추정 매출액은 최하위 수준

- 수원시의 총매출액(추정)은 5조5천억원, 점포수 43,955개
 - 경기도 내 31개 시군 중 총매출액 3위, 점포수 1위
 - 점포당 추정 매출액은 1억3천만원, 경기도 내 25위 수준, 경기도 평균 1억5,450만원
- 개업률 13.9%, 폐업률 10.5% (경기도 내 9위)
- 평균 영업기간(10년 기준) 38.5개월 (경기도 내 20위 수준)



12

수원시 골목형상점가 현황 및 특성

● 골목형상점가 현황 (현재 19개소)

순번	명칭	등록일자	점포수	매니저	필지수	도시계획	특징
1	화성행궁 골목형상점가	2024.04	198	유	92	상업	수원화성 내 입지, 핫플레이스, 상권활성화도 높음
2	연무 골목형상점가	2024.04	112	유	36	상업+주거	광고산 입구 입지, 경기대, 광고저수지
3	호매실역중심상가	2024.04	112	유	6	상업	신분당선 호매실역 인접. 택지지구, 골목형상점가 인접 형성
4	영통역아이파크 골목형상점가	2024.04	92	유	1	상업	영통역세권 상권 입지. 주상복합 단일 집합건물
5	매탄중심상가 골목형상점가	2024.08	92	유	40	준주거	영통구청 인접. 삼성공장, 택지지구, 효원로 분절
6	수원아이파크시티8단지상가	2024.08	73	-	1	주거	덕영대로로 분절(아일랜드 상권), 단지내 상가
7	아주대대학로 골목형상점가	2024.12	290	-	91	주거	아주대 대학가 상권, 밀집도/활성도 높음, 지하철 인접,
8	세류2동 골목형상점가	2024.12	106	-	43	주거	세류역, 소형 근생상권, 다세대밀집
9	화서1동 소상공인 골목형상점가	2024.12	149	-	46	주거+상업	화서시장 인접, 밀집도-양분됨, 중형 근린상권
10	서둔동 골목형상점가	2024.12	78	-	35	주거	경기상상캠퍼스 인근, 소형 근린상권
11	송죽만석 골목형상점가	2024.12	177	-	47	주거	만석공원, 인근 골목형상점가 존재, 다세대밀집
12	송죽솔대 골목형상점가	2024.12	131	-	27	준주거	만석공원, 수원운동장, 장안구청, 소형중심상권
13	뉴월드프라자 골목형상점가	2025.04	103	-	1	상업	영통역세권 상권, 영통중앙공원, 단일집합건물
14	대추나무골 골목형상점가	2025.04	54	-	13	주거	장안구청, 조원공원, 다세대밀집, 소형근린상권
15	광고매탄 골목형상점가	2025.04	44	-	17	주거	법원지하차로 분절, 다세대밀집, 소형근린상권
16	천천동중심상가 골목형상점가	2025.07	103	-	4	주거	택지지구 상권, 샘내공원, 집합건물상가
17	금곡 골목형상점가	2025.07	93	-	5	상업	택지지구 상권, 어울림공원, 인접 골목형상점가 존재
18	영통센타프라자 골목형상점가	2025.07	76	-	1	상업	영통역세권 상권, 단일집합건물, 인근 골목형상점가 존재
19	영통입구 골목형상점가	2025.07	47	-	4	상업	청명공원, 아파트단지, 근린상권, 행정복지센터

골목형상점가 지원정책과 문제인식

● 골목형상점가 제도 취지

- 전통시장법 개정으로, 소상공인 점포가 일정 수준 이상 밀집한 골목도 전통시장·상점가와 동일하게 지원 대상이 될 수 있게 된 것이 ‘골목형상점가’의 출발점
- 즉, “대형 유통·전통시장 중심 지원” → “골목 구석구석 생활상권까지” 지원 범위 확대 제도.

● 수원시의 현황과 속도

- 현재 골목형상점가 19개, 전통시장 22개, 골목상권 30개 등으로 상권 포트폴리오가 빠르게 확대.
- 조례 개정으로 지정 기준(2,000㎡ 이내, 상업지역 25개/비상업지역 20개 점포 밀집)을 완화하고, 2026년까지 25개 내외로 확대하겠다는 계획.

단순 온누리상품권 확대 적용을 위한 조치는 아닌지?

● 문제의식

- 지정 갯수는 빠르게 늘어나지만, 상인조직 역량 격차, 상권별 콘셉트·차별화 부족
- 사업이 ‘하나 하고 끝’인 단발 지원 구조는 아닌지??
- 만약 이런 상황이 누적되면 “간판만 골목형상점가, 실제론 평범한 동네상권”화 우려 높음.
→ “양적 확대 이후 단계”에서는 “질적 육성 및 운영체계”에 대한 준비가 매우 중요함

▶ 골목형상점가 지원정책과 문제인식

● 수원시 골목형상점가의 특징과 이슈

포트폴리오 관점

- 행궁동·관광형, 주거 배후 생활형, 역세권·직장인형, 복합형 등 다양한 유형의 골목형상점가가 혼재.
- “동일한 지원메뉴를 뿌리는 방식”으로는 효과가 제한적이지 않을까?.

운영 주체의 편차

- 상인회 활동, 공동마케팅 경험, 회계·사업운영 경험의 격차가 매우 큼.

4개 미만의 집합건물로 상점가 구성??

- 단일 집합건물 형태의 골목형상점가의 지정이 합당한가?? (시설현대화사업 지원제외 대상)

지원 구조의 단절성

- 지정 전 / 지정 직후 / 지정 후(3년 이후)를 관통하는 “생애주기형 지원 모델”이 아직 약함.
- 개별 공모·단년도 사업 중심이라 장기적인 상권 체질 개선으로 이어지지 않는 경우 다수.

데이터·AI 시대의 상권 정책 전환기

- 상권활성화센터는 이미 상권분석·모니터링, AI-데이터 기반 상생마케팅, 공동마케팅 지원사업 등을 운영 중.
- 하지만 이 역량이 “골목형상점가 개별 운영전략”과 충분히 연결되어 있느냐가 과제.

17

▶ 골목형상점가 성장발전 제안

■ 활성화의 필수 3요소 및 지원 원칙

◎ 전통시장 및 상점가 활성화를 위한 기본적 3요소



활성화 3요소 사업을 단계별 균형감 있는 지원 중요

- 지원체계를 재정립하고 상인과 로드맵 공유로 상호 갈등 사전 해소
- 효율적 예산 및 지원 인력 사용
- 무분별한 지원을 방지하고 상점가의 체계적이고 효율적인 성장을 유도

상인역량 및 자생력 강화

맞춤형 수요자 중심 교육 및 컨설팅 지원

상인조직 공동사업 지원 및 역량 수준별 차등지원 정책 확립

상권특성 고려와 지역연대

지역경제 기반 + 지역공동체 생활 광장 기능 조성

지역주민, 사회적경제조직과 연대 및 상생협력을 위한 네트워크 기반 조성

단계별 상점가 성장관리

단계별 상점가 성장 관리 및 지원계획 수립

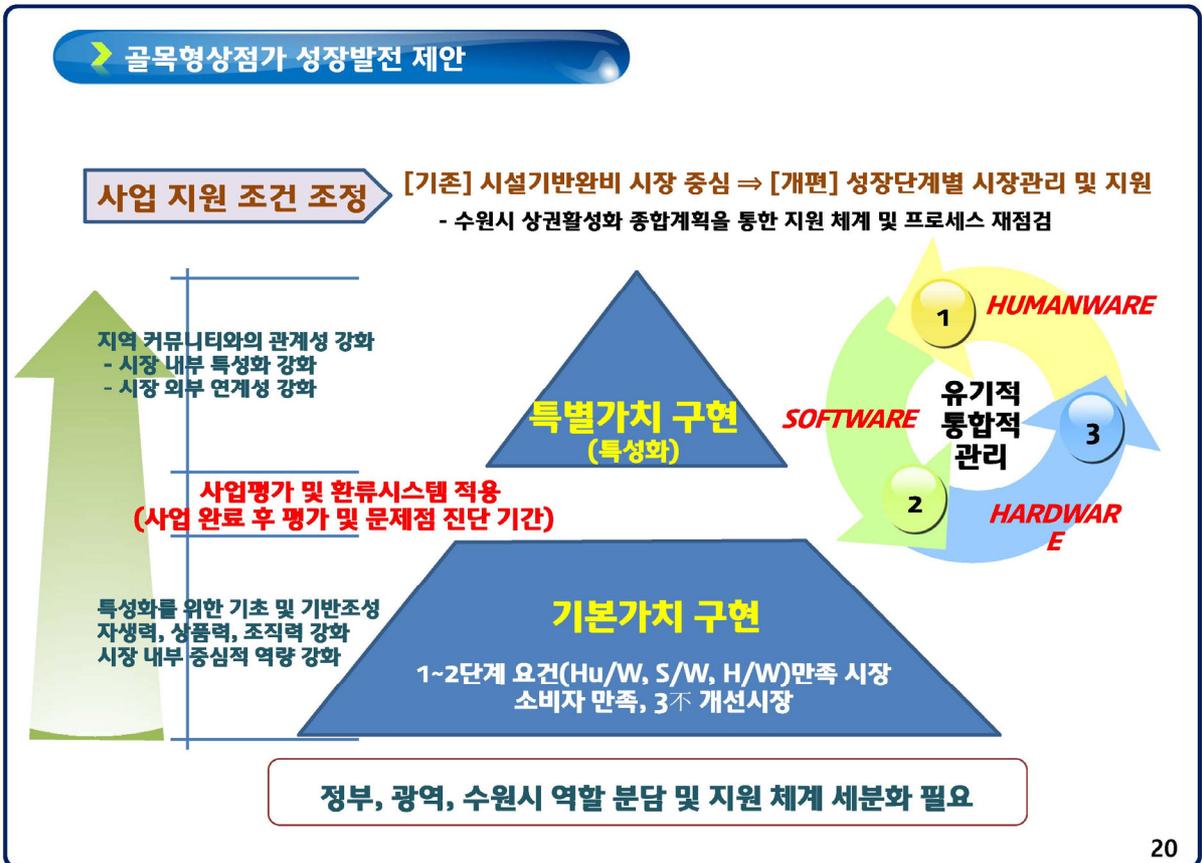
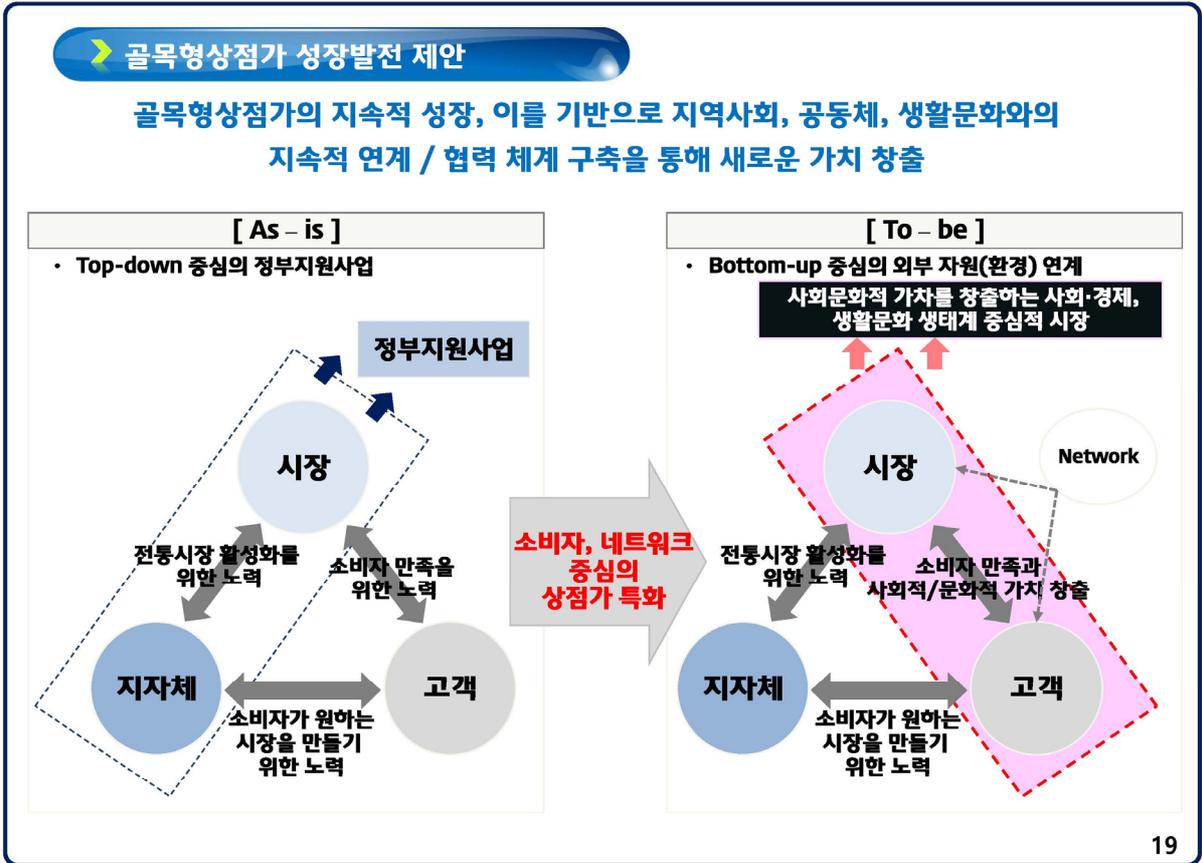
중앙부처 및 관련 부서 사업과의 연계를 통한 지원의 효율성 증대

효율적 지원체계 구축

수원시만의 차별화된 지원 정책 수립

상권관리 및 지원을 위한 전문성을 확보한 전담기구 운영

18



▶ 골목형상점가 성장발전 제안

■ 균형감 있는 발전 전개

1. HUMANWARE

상인 및 상인조직 역량, 리더십, 거버넌스 강화가 최우선 과제
재단(센터) + 시장매니저 + 상인조직 3각 연대체계 구축

상인회 조직 운영 및 등록	상인회 가입률, 회비 납부율, 회비 적립률, 상인동아리 활동, 민주적 운영, 지역 기여 활동, 시장 및 상점가 이미지 제고, 발전방안 및 목표 공유, 상인스터디그룹 등
맞춤형 교육	친절교육, 매장진열 및 판매기법, 고객관리기법, 단골고객 만들기, 점포마케팅 교육, 상권특성화 교육, 상품개발 등
정보화 교육	컴퓨터 기본 기능 교육, 스마트폰 활용 교육, 고객관리, 세금관련 프로그램 활용, 온라인마켓, 배송최적화 등
전문가 양성교육	공동마케팅기획자 및 그룹 양성, 상인회 집행부 리더십 강화, 조직운영 능력 배양, 상인조직 강화 기법, 핵심포 교육 등
선진 시장 견학	국내 선진시장 견학, 해외 선진시장 견학(해외연수), 시장박람회 또는 워크샵 참여 등
상인 대학	상인 리더십 교육, 상인마인드 교육, 고객만족 친절서비스, 성공사례 등
상인 대학원/CEO과정	전통시장 선진화를 위한 상인지도자 양성, 업종별 영업기법 전문화
협업화/사회적 경제	협동조합, 사회적기업, 마을기업, 시민자산화, 거버넌스 구축, 네트워크 협력체계 구축 등

21

▶ 골목형상점가 성장발전 제안

■ 균형감 있는 발전 전개

2. SOFTWARE

상인의 참여 정도가 핵심 과제이자 성패 요인
상권특성과 상인역량에 맞는 지속적 마케팅 활동 전개
일회적 마케팅 활동은 고객을 모을 수 있지만 고객의 지갑을 열게할 수 없다.

시장 축제 관련	지역축제 연계, 아이디어 공모전, 그림대회, 대학연계 공연, 패션쇼, 주민참여 플리마켓 등
상권활성화 관련	창업 인큐베이팅, 점포 재배치, 핵심포(집객시설) 유치, 빈점포 신탁 등
쿠폰 및 고객관리 관련	공동쿠폰북, 주차쿠폰, 불만고객 보상제, 보너스공용쿠폰, 점포마일리지 적립, 고객만족조사, 배송 및 배달서비스, 고객관리 및 서비스 앱(지역화폐) 등
판촉 이벤트 관련	릴레이할인 이벤트, 칼라마케팅, 타인세일, 공동세일, 오늘의 메뉴특가, 할인 이벤트 무지개할인이벤트, 만원의 행복, 무한시식코너 운영, 출석부이벤트 등
상거래질서 확립 관련	암행어사제 실시, 신용/체크카드 확대, 원산지/가격표시제, 동행프로젝트, 교환정착 등
시장 이미지 개선관련	통합 MI/CI개발, 그린푸드거리 지정, 그린마켓캠페인, 친절점포 선정, 청결점포선정, 금연구역, 황색선(고객선) 캠페인, 사랑의 바자회, 불우이웃돕기, 장학회 사업, 상권거리청소 등

22

▶ 골목형상점가 성장발전 제안

■ 균형감 있는 발전 전개

3. HARDWARE

**활성화사업의 목적이 될 수 없다. 단지 수단에 불과하다
시설물의 존재 여부가 중요한 것이 아니라 활용 여부가 중요하다**

가로환경개선	아케이드/가로 정비(골목형 시장의 경우)에 적용, 간판개선, 전선지중화 등
주차장 설치 사업	상권(시장) 고객 전용 주차장 (마케팅 연계 운영), 인근 주차장 이용, 노상주차 확보 등
이벤트광장	상권(시장)이 주로 사용하는 광장, 상시적 운영
고객편의시설	고객안내센터, 고객지원센터, 고객휴게실, 물품보관소, 자유포장대, 공용화장실, 유아놀이방, 수유시설, 간이 음수대, 쇼핑카트 등
기본 안전 시설	소방시설, 전기시설, 가스시설, 배연설비, CCTV, 조명시설(가로등) 등
교통/보행 안전 시설	차량통행체계 개선(일방/양방), 보행로 확보, 보행전용/보행자우선도로, 소방 및 응급차량도로 확보, 소방훈련 실시, 내부고객동선 확보, 자전거거처대 등
점포환경개선	점포내부 정비, 외부 가판대 정비, 노점 정비, 점포 광고물 정비 등
홍보시설	시장 안내도, 입구상징간판, 전광판(LED), 방송시설, 디지털사이니지 등
공동이용시설	상인회관(사무실), 상인교육장, 물류창고, 공동창고, 배송센터 등
특화시설	상징조형물, 야간경관조명, 미디어 화사드, 기타 가로특화 장치물 등

▶ 골목형상점가 성장발전 제안

■ 성장 단계별 사업목표 및 지원로드맵



▶ 골목형상점이 성장발전 제안

■ 단계별 성장지원

◎ 휴먼웨어 추진 및 성과 정도에 따라 소프트웨어 및 하드웨어 사업 연계 지원

단계	휴먼웨어(Hu/W)	소프트웨어(S/W)	하드웨어(H/W)
1단계 (돌음) 1~2년	상인회 조직 및 등록 상인회비 납부율(60%이상) 기초적 상인교육 이수 (맞춤형교육/정보화교육)	상거래 질서 확립 시행 홈페이지구축 SNS 마케팅 전개(1단계)	기본 안전시설 고객편의시설 - 1~2개 홍보시설 - 1개 상권가로정비(간단) 공동이용시설 중 상인회사무실
2단계 (성장) 2~3년	상인회비 납부율(70%이상) 정보화교육(수료율20% 이상) 상인대학 (수료율30% 이상)	1단계 + 판촉 이벤트 시행 핵심포 발굴 홈페이지구축 SNS 마케팅 전개(지속) 상권특화컨셉 정립	1단계 외 추가시설 가로환경정비, 주차장(1차) 아케이드 설치 (필요 시) 고객 편의시설 1~2개 교통시설 1개, 판매시설 1개 홍보시설 1개
3단계 (성숙) 2~4년	상인회비 납부율(80%이상) 상인대학(수료율50% 이상) 상인대학원(리더자 교육) 공동사업추진(특가판매) 협업화(협동조합 등) 교육 기초적 수익사업 시행	상권 자체/자력 마케팅 쿠폰 및 고객관리 시행 상권(시장) 이미지 개선 (자율적 판매대 개선) 상권특화컨셉 적용확대 특화(PB)상품 개발	2단계 외 추가시설 주차장(2차) 고객편의시설 2개 (고객지원센터) 교통시설 1개 판매시설 1개, 홍보시설 1개 공동이용시설 중 상인교육장
4단계 (안정) 2~4년	상인회비 납부율(90%이상) 상인대학(수료율70% 이상) 조직 법인화(협동조합) 조직 수익사업 공동사업추진(공동구매/판매)	시장상권 자체분석/대책 상권특화컨셉 정립 특화(PB)상품 사업화 상권특성화사업 유치 상권활성화구역 지정	3단계 외 추가시설 고객편의시설 1개 교통시설 1개, 홍보시설 1개 공동이용시설 (물류창고, 배송센터)

▶ 골목형상점이 성장발전 제안

■ 상인 및 상인조직 단계별 성장 점검 및 지원

◎ 재단 상권활성화센터 중심 정기적 관리체계 구축 및 데이터 공유

성장단계	실천 요건(안)	성장기간
1단계	- 상인회 조직 및 등록 - 회원가입률 60%이상, 상인회비 납부율 60% 이상 - 온누리상품권, 지역화폐, 신용카드 가맹율 50% 이상 - 공동마케팅 2회 이상 추진, 맞춤형 단기 교육 이수(10시간 내외) - 상인교육(10시간 이상) 이수율 50%, 자율적 상권 환경정비 (년 5회 이상)	1~2년
2단계	- 회원가입률 70%이상, 상인회비 납부율 70% 이상 - 온누리상품권, 지역화폐, 신용카드 가맹율 60% 이상 - 공동마케팅 2회 이상 추진, 상인교육(10시간 이상) 이수율 60% 이상 - 지식실천상인 비율 전체 회원 중 20% 이상 - 자율적 상권 환경정비 (년 10회 이상), 주민참여 상점가 프로그램 추진(1회 이상)	2~3년
3단계	- 회원가입률 80%이상, 상인회비 납부율 80% 이상 - 온누리상품권, 지역화폐, 신용카드 가맹율 70% 이상 - 공동마케팅 2회 이상 추진, 상인교육(10시간 이상) 이수율 70% 이상 - 소상공인 협업화 교육 참여 4명 이상, 상인 리더자 교육 참여 3명 이상 - 지식실천상인 비율 전체 회원 중 30% 이상 - 우수상인 비율 전체 회원 중 10% 이상, 자율적 상권 환경정비 (년 10회 이상) - 주민참여 상점가 프로그램 추진(2회 이상) - 지역 공헌 활동 (년 1회 이상)	2~4년
4단계	- 회원가입률 90%이상, 상인회비 납부율 90% 이상 - 온누리상품권, 지역화폐, 신용카드 가맹율 80% 이상 - 공동마케팅 2회 이상 추진, 상인교육(10시간 이상) 이수율 80% 이상 - 소상공인 협업화 교육 참여 8명 이상, 상인 리더자 교육 참여 6명 이상 - 지식실천상인 비율 전체 회원 중 40% 이상 - 우수상인 비율 전체 회원 중 20% 이상, 명품상인 비율 전체 회원 중 10% 이상 - 자율적 상권 환경정비 (년 10회 이상), 주민참여 상점가 프로그램 지속 추진 - 지역 공헌 활동 (년 2회 이상)	2~3년

▶ 골목형상점가 성장발전 제안

■ 성장 단계별 국/도/시 지원 방안 (안)

단계	사업구분	주요 추진 사업 (선택 사항)
등록 전	자체	- 사업설명회, 맞춤형 교육(단기 4~5회), 정보화 교육(니시털 전환)
	연계	- [경기도] 골목상권 신규조직화, 성장지원
1단계 (돌봄기) 1~2년	자체	- 상인교육(의식개혁 등), 시장매니저 지원, 소규모 공동마케팅 등 - 지주형 안내간판, 상점가 홍보안내판, 상인회원 표식 부착, 상인회사무실 임대보증 지원(선별적) 등
	연계	- [중기부] 시장경영패키지, 동네상권발전소, 첫걸음기반조성 - [경기도] 골목상권 성장지원, 특성화지원, 시설현대화사업
2단계 (성장기) 2~3년	자체	- 상인교육(역량강화), 공동마케팅 정기개최, 주민자치센터 연계 등 - 가로환경정비, 노상주차 협의/확보, 상인회사무실 임대보증 지원
	연계	- [중기부] 문화관광형시장, 디지털전통시장, 로컬크리에이터, 로컬브랜드, 주차환경개선사업(주차장 이용보조) - [경기도] 골목상권 특성화지원, 연대상권 육성, 시설현대화사업
3단계 (성숙기) 2~4년	자체	- 상인교육(점포 경쟁력), 매니저 지원, 컨설팅 지원, 공동마케팅 등 - 지역자원과의 연계 (단체, 기관 등), 주민참여 프로그램 추진 - 골목상권 특화사업, 타부서 사업 연계, 도시재생사업 연계
	연계	- [중기부] 문화관광형시장, 디지털전통시장, 로컬크리에이터, 로컬브랜드, 백년시장, 주차환경개선사업(주차장 이용보조) - [경기도] 청년상인육성, 연대상권 육성, 시설현대화사업
4단계 (안정기) 2~4년	자체	- 상인교육 (협업화, 수익화 중심) - 소상공인 협업화사업, 협동조합(수익사업) 교육/컨설팅 * 공동구매/판매 협업사업, 배송 - 이벤트 문화마당 조성(필요 시 신규, 가로를 활용한 지속 행사)
	연계	- [중기부] 상권활성화사업, 자율상권구역, 글로벌시장, 디지털전통시장, 로컬크리에이터, 로컬브랜드, 백년시장, 소상공인 협업활성화 지원 등 주차환경개선사업(가능한 상점가 공동 이용 신규 설치) - [경기도] 청년상인육성, 연대상권 육성, 시설현대화사업

27

▶ 지속가능한 상권(시장)의 활성화 요건

자생(自生)

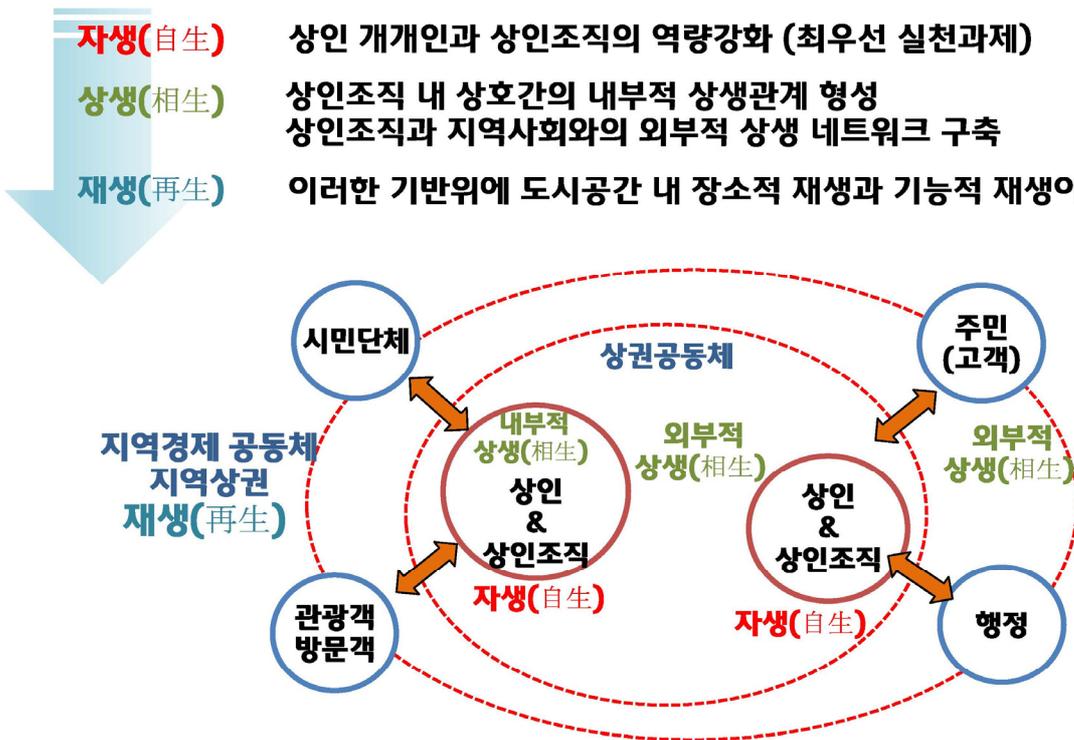
상인 개개인과 상인조직의 역량강화 (최우선 실천과제)

상생(相生)

상인조직 내 상호간의 내부적 상생관계 형성
상인조직과 지역사회와의 외부적 상생 네트워크 구축

재생(再生)

이러한 기반위에 도시공간 내 장소적 재생과 기능적 재생이 가능



28

경청해 주셔서 감사합니다

지정토론

- 수원특례시 골목형 상점가 효율적 운영방안 의정토론회
- 수원도시재단 상권활성화센터 조직개편(안) 21
김승일 | 수원도시재단 경제본부장

- 경기도형 활성화 전략과 정책개선의 필요성
- 골목형 상점가의 특수성 기반 수원특례시 상권을 중심으로 23
장수현 | 경기도시장상권진흥원 남부총괄센터장

- 골목형상점가 활성화 방안 26
정경수 | 수원시골목형상점가연합회 회장

- 수원형 골목상권 대전환, 골목형상점가 활성화 로드맵
- 지정의 문턱은 낮추고, 지원의 성과는 높이고 28
원순호 | 수원특례시 지역경제과장

수원특례시 골목형 상점가 효율적 운영방안 의정토론회

수원도시재단 상권활성화센터 조직개편(안)

수원도시재단 경제본부장 | 김승일

안녕하십니까? 수원도시재단 경제본부장 김승일입니다.

오늘 토론의 주제는 '골목형상점가의 효율적 운영방안'입니다.

현장에서 매일 상인들과 만나고, 상권을 직접 관리하는 기관의 실무 책임자로서 현실적인 구조와 대안을 중심으로 말씀드리겠습니다.

1. 수원시 상권 환경 변화와 새로운 과제

최근 수원은 전통시장 22개, 골목형 상점가 19개, 그리고 골목상권공동체 30개가 동시에 존재하는 전국에서도 보기 드문 복합 상권 도시로 성장했습니다. 특히 행궁동, 인계동, 정자동을 중심으로 작지만 독창적인 브랜드를 가진 골목형 상점가가 빠르게 확산되고 있습니다. 문제는 이러한 변화 속도를 행정과 기존 조직 체계가 따라가지 못하고 있다는 점입니다. 지금의 지원 시스템은 '전통시장법'을 중심으로 만들어진 구조입니다. 그래서 생태계가 완전히 다른 골목형 상점가에는 맞춤형 지원이 거의 제공되지 못하고 있습니다. 이제는 전통시장을 넘어 골목상권 전체를 관리하고 육성하는 체계로 전환할 시기가 되었습니다.

2. 현 상권활성화센터의 현실적 한계

상권활성화센터는 현재 센터장을 포함해 단 5명, 예산은 3.66억 원입니다. 이 인력으로 담당해야 하는 대상은 10만 명의 소상공인, 19개의 골목형 상점가, 22개의 전통시장, 30개의 골목공동체입니다. 70개가 넘는 상권 조직과 10만 소상공인의 민원과 요구를 사실상 5명이 모두 담당하고 있는 상황입니다.

결과적으로 행사 지원과 기본 민원 처리만으로도 하루를 끝내야 하는 구조입니다. 상권 전략 수립, 데이터 분석, 콘텐츠 개발, 마케팅 지원, 관광 연계 같은 본래 해야 할 '육성 업무'는 손도 대기 어려운 것이 현실입니다.

이제는 이 구조를 바꾸지 않으면 골목형 상점가는 제대로 성장할 수 없고, 상인들도 체감하지 못합니다. 재단 조직을 골목형 상점가 중심 체제로 바꾸는 것이 이번 토론회가 제기하고 있는 핵심 과제라고 생각합니다.

3. 제안: 상권활성화센터를 “소상공인상권센터”로 확대 개편

저는 오늘, 조직 개편이라는 매우 현실적이고 중요한 제안을 드리고자 합니다.

첫째, 명칭 개편입니다. 현재 ‘상권활성화센터’라는 명칭은 전통시장 중심 지원을 연상시킵니다. 이제는 시대가 바뀌었습니다. 골목형 상점가, 소규모 창업가, 청년상권, 문화상권, 관광상권까지 총괄해야 합니다. 따라서 ‘소상공인상권센터’로 명칭을 변경해 지원 대상을 명확히 하고 기능 범위를 도시 전체로 확장해야 합니다.

둘째, 인력 구조 개편입니다. 현재 5명 → 11명으로 확대를 제안드립니다. 센터장 1명, 소상공인팀 5명, 상권육성팀 5명, 총 11명입니다. 이 정도 인력은 ‘확대’가 아니라 수원시의 상권 규모를 고려할 때 최소한의 기본 단위라고 생각합니다.

4. 팀별 기능과 실제 기대효과

1) 소상공인팀 - 경영지원과 조직화 전담

소상공인팀은 상인 교육, 경영컨설팅, 온라인 전환 지원, 그리고 골목형 상점가 조직화를 맡습니다. 지금은 상점가 하나 만들어도 운영 매뉴얼도 없고 상인회 구성부터 행정 절차까지 많은 어려움이 있습니다. 이 기능을 체계화하면 골목상권이 스스로 설 수 있는 기반이 마련됩니다.

2) 상권육성팀 - 콘텐츠·마케팅·관광 연계

상권육성팀은 상권별 특화전략 수립, 야간경제 프로젝트, 상점가별 콘텐츠 개발, 지역 축제·야시장 운영, 관광 연계 등을 담당합니다. 예를들어 행궁동-남문-수원천-정조콘텐츠 등 수원은 관광자원이 풍부합니다. 이 자원을 골목상권과 연결해야 체류형 소비가 발생하고 수원 경제 전체가 살아납니다.

5. 왜 지금 개편이 필요한가

첫째, 골목형 상점가는 ‘초기 정착’ 여부가 향후 지속 가능성을 좌우합니다. 초기 몇 년 동안 제대로 관리와 지원이 이루어지지 않으면 조직이 해체되고 상권 경쟁력이 떨어집니다.

둘째, 수원은 이미 골목상권 중심 도시경제 구조로 이동하고 있습니다. 이는 수원시가 기초 지자체 중 가장 먼저 선도할 수 있는 도시 전략이기도 합니다.

셋째, 조직 개편은 단순 인력 증원이 아니라 수원의 10만 소상공인을 위한 도시경제 투자입니다. 도시는 상권이 살아야 시민이 살고, 상권이 살아야 지역 경제가 살아납니다.

6. 마무리 제안

오늘 의정토론회는 매우 중요한 시점을 담고 있습니다. 수원은 이미 변화하고 있고, 골목형 상점가는 계속 늘어나고 있습니다. 그 변화를 따라갈 수 있는 지속 가능한 지원체계 구축이 필요합니다.

저는 수원도시재단이 전통시장, 골목형상점가를 비롯하여 소상공인-관광·문화 상권을 통합 관리하는 전문기관으로 역할을 확장해야 한다고 믿습니다.

그 출발점이 바로 소상공인상권센터로의 조직 확대 개편입니다. 시와 재단, 의회, 현장의 상인들이 함께 힘을 모은다면 수원시는 전국에서 가장 모범적인 지역상권 회복과 성장 모델을 만들 수 있을 것입니다.

경청해 주셔서 감사합니다.

경기도형 활성화 전략과 정책개선의 필요성

- 골목형 상점가의 특수성 기반 수원특례시 상권을 중심으로 -

경기도시장상권진흥원 남부총괄센터장 | 장수현

1. 골목형 상점가의 법적 근거 및 정책적 의미

1.1 법적 근거

- 1) 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」 제2조에 근거하여 소규모 점포가 밀집해 지역 생활경제의 기반을 이루는 상업지역으로 정의(점포수 30개이상 50개 미만)
- 2) 다만, 상점가의 면적·경계 범위는 기초지자체의 조례 및 현장 실태조사를 통해 개별적으로 결정

1.2 정책적 의미

- 1) 경기도는 인구·상권 구조가 복합적으로 분포되어 있어, 대규모 상업지보다 생활밀착형 소규모 상권의 정책적 중요성이 상대적으로 큰 지역
- 2) 골목형 상점가의 효율적 운영과 지속 가능한 성장은 지역경제 정책의 핵심 과제

1.3 골목형 상점가와 소상공인을 지원해야 하는 이유

- 1) 대한민국 전체 사업체 중 약 84%가 소상공인이며, 고용의 33% 이상을 담당
- 2) 소상공인이 무너지면 지역 일자리 감소 → 가계소득 축소 → 소비 위축 → 경제 악순환
- 3) 대형마트·온라인 몰은 소비가 외부로 이동하면 '지역 경제의 선순환' 유지 불가
- 4) 골목상권과 소상공인에 대한 지원은 단순한 경제 지원이 아니라 지역경제 안정-일자리 보호-도시의 지속가능성 확보-지역 공동체 회복 등 광범위한 공익을 실현하는 정책

2. 중앙정부 및 경기도 정책 현황

2.1 중소벤처기업부 정책 현황

- 1) 「특성화 첫걸음·문화관광형 시장 지원사업」 중심의 전통시장 및 기존 상점가 위주 지원 구조가 지속
- 2) 상점가 및 골목형 상점가에 대한 직접적·지속적 운영관리 지원 체계는 제한적
- 3) 디지털 전환(온라인 진출, 스마트상점) 사업은 있으나 물리적·운영적 기반이 취약한 골목형 상점가는 참여나 성과 창출에 어려움 존재

2.2 경기도 및 기초지자체 정책 현황

- 1) 경기도는 「경기도 골목상권 공동체 육성 및 활성화 지원 조례」 등을 통해 상점가에 미치지 못하는 상권에 대하여 상권 기반시설 개선 및 지역 상권 활성화를 지원하고 있으나,
- 2) 골목형 상점가로 지정된 상권 자체를 대상으로 하는 지속형 운영지원 프로그램은 미비
- 3) 수원시는 골목상권 활성화를 위한 소규모 정비·환경개선·상인조직 지원 등을 적극 추진하고 있으나 상점가 지정 이후의 운영 역량 강화나 전문 자체 매니저 배치 등 구조적·예산적 지원에 한계가 존재

3. 골목형 상점가 공통적 구조적 문제점

3.1 영세성·자생력 부족

- 1) 대다수 골목형 상점가는 5인 미만 영세 사업자로 구성되어 있음
- 2) 상인조직이 형성되어 있지만, 운영에 대한 전문성 부족·사업 기획 역량 미비 등 문제에 직면

3.2 지원사업 접근성의 한계

- 1) 스마트상점·디지털 전환 사업은 상점 내 물리적 환경과 경영 여건이 갖춰져야 지원이 가능한 구조
- 2) 골목형 상점가의 상당 수는 시설 노후·협소한 공간을 가지고 있으며,
- 3) 신규 상인 조직으로 자생력이 부족하여 공모사업 참여 기회에 한계

4. 수원특례시 골목형 상점가 현황 및 특수성

4.1 팔달구(행궁·팔달문 중심 상권)

- 1) 생활형+관광형 복합 상권의 성격으로, 관광객·지역주민·청년층이 많이 이용되는 상권
- 2) 건물이 노후화 되었고, 주차가 부족하며 임대료 상승 등으로 안정적인 상권 유지에 어려움을 겪고 있음

4.2 장안구(영화·정자·연무동 중심 상권)

- 1) 순수 생활형 상권으로 지역 주민 중심의 고정 수요가 안정적이고 임대료 부담이 낮음
- 2) 상권 노후화가 심하고 상인조직화 수준이 낮아 공동사업 추진력이 약함

4.3 권선구(세류·권선·호매실 중심 상권)

- 1) 역세권 기반 꾸준한 유동인구 확보가 가능하고 성장 여력이 있음
- 2) 상권 구조가 넓게 분산되어 있어 골목형 결속력이 약하고 상권 브랜드화가 어려움

4.4 영통구(매탄·영통·광고 중심 상권)

- 1) 젊은층 중심의 소비력이 높은 고객층이 확보되어 신(新)업종 수용성이 높음
- 2) 임대료가 높고 상권 교체 주기가 빨라 지속 가능한 상권 생태계 유지가 어려움

5. 골목형 상점가의 활성화를 위한 현실적 정책 제언

5.1 “기본기 강화형” 골목형 상점가 재생 지원 체계 구축

- 1) 현재 대부분의 골목형 상점가는 상권 분석자료 부족, 상인조직력 약화, 점포 환경 미비 등 공통 문제가 존재
- 2) ‘화려한 이벤트’보다는 기초 체력 강화((상권 기본 진단 → 문제점 도출 → 맞춤형 개선 로드맵)에 집중
 - 경기도시장상권진흥원 상권분석 시스템 + 현장조사 결합
 - 주차·접근성·점포업종 노후화·상인회 역량 등 기초지표 정비
 - 상권별 최소 3년 개선 로드맵 수립(환경·조직·콘텐츠·마케팅 단계별)
- 3) 소규모 필수 인프라 지원(저비용·고효율)
 - 안내사인 개선, 파손 위험시설 보수, 방법·조도 조명 개선

- 간판 노후도 높은 지역 중심의 공용형 디자인 적용
- 노후 점포의 기초 설비 교체(배선, 노후 전등, 안전시설) 매칭 지원

5.2 “소비 회복형” 골목형 상점가 매출 활성화 전략 수립

- 1) 대규모 연예인 참여 행사 중심의 단기 매출 상승에서 벗어나 지속 가능한 방문 수요 대응 필요
- 2) 일상형 작은 이벤트(지속형)
 - 주말 플리마켓, 야시장, 골목 콘서트, 어린이 체험프로그램 운영
 - 상권 내 특색 점포(핵심 점포) 스탬프 투어, 시즌별(추석, 설날, 크리스마스 등) 경품행사
 - 지역 주민 참여 중심 문화 프로그램(동네 사진전, 마을 공연 등)

골목형상점가 활성화 방안

수원시골목형상점가연합회 회장 | 정경수

목표 : 골목형상점가는 자체 자생력을 키우고 체계적인 지원 시스템을 통해 골목형상점가만의 개별적인 정체성과 특색을 구현하여 자체브랜드(PB상품)를 개발 육성하여 수익을 창출하고, AI를 활용하여 변화하는 시대에 발 맞추어 다양한 기획을 통해 상권활성화에 앞장선다.

**** 자체적으로 각 상점가의 기본자세(조직력)를 만들어야 합니다. ****

- * 자생력 강화 (골목형상점가가 자발적으로 해야 할 일)
 - 골목형상점가의 최소 회원수를 100개 점포 이상으로 구성한다.
 - 회원을 이끌고 사업을 추진할 적극적인 임원을 다수 구성한다.
 - 회원 참여율을 볼 수 있는 회비 납부율을 높인다.(추후 자부담 기준)
 - 회원 점포의 가맹료(온누리, 수원페이, 화재보험, 풍수재해보험 등)을 높인다.
 - 상권활성화를 위한 회원과 소통할 공간을 만든다.

**** 준비된 상점가에게 체계적인 6단계 지원이 따라야 합니다. ****

1. 역량 강화 교육 과정을 필수로 수행한다. (1차 지원)

- 상인대학(수원도시재단)
- 마케팅교육(소상공인진흥공단)
- 리더쉽교육(수원도시재단)
- 상점가 및 개별점포 컨설팅(경상원, 소진공, 도시재단)

2. 활성화 인력 및 공간 지원 필요 (2차 지원)

- 매니저 지원 (회계, 행정, 상인지원)
- 신중년 경력이음 인력 지원 (회계/행정, SNS/마케팅 분야)
- 교육장 지원(업무 및 사업처리 공간 / AI기반 데이터 대시보드 설치 공간)

3. 공동마케팅 사업 (3차 지원)

- 상점가별로 정체성을 표현할 BI 개발을 추진한다.
- 자체브랜드 PB상품 개발할 수 있도록 자긍심을 넣어준다.

4. 전략마케팅을 통한 지속 가능한 수익사업을 개발한다. (4차 지원)

- 상점가를 홍보하고 상인들이 참여할 수 있는 지속가능한 이벤트를 구현한다.
- 골목야장, 플라마켓, 땀땀트레킹, 농특산물직거래장터, 버스킹, 노래자랑 등
- PB상품을 만들 수 있게 지원하며 판매수익을 통해 재투자 할 수 있도록 한다.
- 다양한 굿즈상품을 수집하여 판매장을 증설한다 (수원/구별/상점가별 추진)

5. 시설 환경 개선 지원 (5차 지원)

- 전략마케팅을 지속적으로 이어나갈 수 있도록 주변의 시설물이나 조명, 무대 등을 지원할 필요가 있다.
- 예 : BI조형물, 아케이드, 도로정비, 조명, 무대시설, 안전시설물 등

6. 전국 골목형상점가 간에 상호 교류할 수 있는 연결 지원 (6차 지원)

- 상호 골목형상점가의 특징과 특성을 홍보하고 상호 판매를 촉진시키며 교류할 수 있는 장이 필요하다.
- 상호 MOU체결을 할 수 있게 연결 시켜준다.

** 향후 방향과 기대효과 및 건의사항 **

1. 주변 단체와 협력하여 사업을 진행한다.

- 주민자치회, 방범기동순찰대, 동아리단체, 학교, 기업, 골목상권, 옆 상점가 등
- 타 지역 골목형상점가와 상호 교류한다.

이러면 자연스럽게 지역상권이 홍보되며, 골목형상점가는 큰 지원 없이도 자생적 선순환 구조를 만들 수 있고, 지속적인 골목상권에 특색을 가미한 상권활성화 사업이 풍요로워 질 겁니다.

기대효과

- 굿즈매장운영 : 전체 상점가 자체브랜드(PB상품) 제품을 모집해서 판매할 수 있다.
- MOU체결 : 전국 골목형상점가간에 상호 PB상품을 홍보 및 판매할 수 있다.
- 지속가능행사구축 : 수익을 통해 전략마케팅을 지속적으로 만들어 갈 수 있다.
- 다양한 스토리텔링 : 지역특성, 연령별기획이벤트, 레트로, 감성모드 등 다양한 스토리를 만들어 갈 수 있다.

건의사항

- 골목형상점가 임원들에게 선진지 견학을 통해 견문을 넓힐 수 있게 해 주십시오.
(년2회 워크숍 지원 요청)
- 골목형상점가별로 교육장(고객지원센터)을 개설해 주십시오.
- 연합회 사무실에 AI(데이터)자료 대시보드를 만들어 주십시오.
- 1상점가 1매니저를 지원해 주십시오.

수원형 골목상권 대전환, 골목형상점가 활성화 로드맵

- 지정의 문턱은 낮추고, 지원의 성과는 높이고 -

수원특례시 지역경제과장 | 원순호

1. 수원시 골목형상점가 지정 배경 및 현황

1.1. 추진배경

2024. 5. 1. 「지역상권 보호도시, 수원」 선포 이후, 수원시는 지역상권의 성장·상생·지원을 위한 3대 전략 및 5대 중점과제를 중심으로 ‘탄탄한 경제특례시, 수원’ 실현에 주력해 왔습니다. 그중 핵심 전략과 중점과제로 “골목형상점가 25개소 지정·육성”을 설정하고, 2024년부터 본격적으로 골목형상점가 지정을 추진하고 있습니다.

1.2. 현황 및 주요 성과

수원시는 2023.11.16. 「수원시 골목형상점가 지정 및 지원에 관한 조례」를 개정하여 골목형상점가 지정 신청 시 요구되던 토지·건축물 소유자의 동의 요건을 삭제하고, 지정 요건 중 소상공인 밀집 기준을 법적 기준보다 완화하였습니다. 이에 따라 상업지역은 25개 이상, 비상업지역은 20개 이상의 소상공인 점포가 있을 경우 지정 신청이 가능하도록 제도를 개선했습니다.

이후 2024년부터 현재까지 19개 골목형상점가(2,398개 점포)를 지정했습니다. 지정 이후 977개 점포가 온누리상품권 가맹점 등록을 하여 전체 점포의 41%가 혜택을 받았으며, 15개의 경기도 및 타 기관 공모사업에 선정되는 성과를 거두었습니다.

〈수원시 골목형상점가 지정 현황〉

(25.11.30. 기준, 단위 : 개소)

구분	계	구별 분류				형태별 분류	
		장안구	권선구	팔달구	영통구	골목형	상가형
지정 수	19	5	5	2	7	10	9
점포 수	2,398	564	526	333	975	1,295	1,103

2. 골목형상점가 지원내역

2.1. 상권 전담 기구 「수원시 상권활성화센터」 설치

수원시는 소상공인 경쟁력 강화와 체계적인 골목상권 활성화 추진을 위해 상권 전담 기구인 수원시 상권활성화센터를 설치하였습니다. 2019년부터 수원도시재단 내 임시 상권관리기구로 운영되었으나 2024. 9월 정식 조직으로 편제되면서 상권분석, 상인 교육, 상권 마케팅 등 전문성을 갖춘 상권 지원의

핵심 거점으로 자리매김하였습니다. 이를 통해 종합적·전략적 상권 지원체계를 마련하고 골목상권 활성화 사업을 집중 추진하고 있습니다.

2.2. 상인조직 역량 강화 지원

수원시는 골목형상점가 지정 과정에서 정책·혜택·관련기관·공모사업 등을 종합 안내하고 있으며, 상권활성화센터를 통해 회장단 리더십 교육, 신규 골목형상점가 컨설팅, 상인대학, 컨퍼런스 등 상인조직 역량 강화 프로그램을 지원하고 있습니다. 또한 상인 디지털 역량 강화에 중점을 두고 SNS 온라인 홍보 교육을 점포별 1:1방식과 집합교육을 병행하여 추진하고 있습니다.

2.3. 상권 홍보 및 지역경제 소비 촉진

상권 공동마케팅, 새빛세일페스타, 프리마켓, 골목야장 등 자체 행사 개최와 더불어, ‘거리로 나온 예술 사업’ 및 ‘경기도 작은축제 육성 지원사업’ 참여를 지원함으로써 골목 특성에 맞는 문화예술 행사를 지원하고 있습니다. 또한 지역화폐 인센티브 지급, 소비 촉진 이벤트 추진, ‘통 큰 세일’ 공모 등을 통해 골목상권으로 소비가 유입되도록 지원하고 있습니다.

2.4. 인력 및 행정 업무 지원

5개 골목형상점가에 상인회 매니저를 배치하여 상권 활성화 사업 기획·실행과 상인회 행정업무를 지원하도록 하고, 경기도시장상권진흥원, 경기관광공사, 경기도상인연합회 등 타 기관 공모사업 지원·신청, 제안서 작성, 행사 개최 등 복잡하고 전문적인 업무를 지원하여 상인들이 본연의 사업에 집중할 수 있도록 지원하고 있습니다.

3. 향후 관리 및 활성화 방안

3.1. 기존 골목형상점가 상권 규모 확장

골목형상점가는 단순히 양적 확대에 머무르기보다는, 기존 골목형상점가의 실질적 경쟁력 강화에 중점을 둘 필요가 있습니다. 2025. 7. 10. 개정된 「수원시 골목형상점가 지정 및 지원에 관한 조례」를 통해 기존 골목형상점가 구역을 주변 상권까지 확장할 수 있는 제도적 기반이 마련되었습니다. 이를 통해 더 많은 점포가 온누리상품권 가맹점으로 편입되어 혜택을 누릴 수 있을 것이며, 상권 활성화 사업의 효과도 더 넓은 상권으로 확산될 것으로 기대됩니다.

3.2. 상권 특성 기반 맞춤형 지원체계 강화

상권별 산업구조와 소비 패턴 분석으로 상권 특성에 맞는 맞춤형 지원을 확대할 필요가 있습니다. 상인회 매니저를 늘려 상권 기획·컨설팅·행정지원 기능을 강화하고, 역량이 높은 상인회를 중심으로 상인 교육장 지원 등 자율역량 강화가 이루어질 수 있도록 집중 지원이 필요합니다.

수원시는 「경기도 상권친화형 도시 조성」 사업과 연계하여 골목 야장, 우수상권 벤치마킹, 지역상권 이용 캠페인 등 상권 경쟁력을 높일 수 있는 다양한 사업을 추진할 예정이며, 기존의 상인대학, 공동마케팅, 온라인 홍보 컨설팅 교육 등 검증된 프로그램은 상권별 피드백을 반영해 지원체계를 강화하겠습니다.

3.3. 성과 중심의 골목형상점가 관리 체계 확립

골목형상점가의 정부·경기도 공모사업 참여 수요가 증가하는 만큼, 공정성과 투명성을 갖춘 성과관리 체계 도입이 요구됩니다. 사업계획의 타당성, 상인조직 역량, 사업 파급효과, 지속가능성 등을 종합 평가할 수 있는 평가지표를 마련하여 한정된 재원을 전략적으로 배분하는 것이 바람직합니다. 이를 통해 성과 기반의 지원 구조가 자연스럽게 정착될 것으로 기대됩니다.

3.4. 지역 사회 기반 상생 네트워크 강화

지속 가능한 상권활성화를 위해서는 상인회 내부의 조직력 강화뿐 아니라 지역 사회와의 협력 기반 확대가 중요합니다. 골목형상점가 간 교류 활성화, 전통시장·골목상권·소상공인연합회와의 협력체계 구축, 대학·주민자치센터·소비자단체 등 지역 기관과의 연계 활동은 상생 기반 조성에 도움이 됩니다. 이러한 협력 구조를 통해 개별 상권을 넘어 지역 전체의 상권 네트워크가 강화되는 방향으로 나아가야 합니다.

3.5. 자생력을 갖춘 특성화 상권으로의 도약

무엇보다 중요한 것은 골목형상점가 자체의 자구노력입니다. 외부 지원의 효과를 극대화하고 지속 가능성을 확보하기 위해서는 상인회와 지역 상권의 자율적 참여와 협력이 필수적으로 뒷받침되어야 합니다. 이를 토대로 자생력을 갖춘 특성화 상권으로 발전해 나가야 할 것입니다.

4. 결론

골목형상점가는 개별 상권을 넘어 지역 공동체의 회복과 도시 경쟁력 강화의 핵심 기반입니다. 오늘 토론회에서 제기되는 의견을 충실히 검토하여 수요자 중심, 성과 중심의 골목형상점가 운영체계를 마련하고 지속적으로 보완해 나가겠습니다. 수원시 골목형상점가가 지역경제의 든든한 버팀목이 될 수 있도록 시의회의 지속적인 관심을 부탁드립니다. 감사합니다.

2025년 제7회 의정현안 정책토론회

수원특례시 골목형 상점가 효율적 운영방안 모색 의정토론회

발행일 2025년 12월 17일

발행처 수원시정연구원

인쇄처 디자인세창



2025년 제7회 의정현안 정책토론회

**수원특례시 골목형 상점가
효율적 운영방안 모색
의정토론회**



수원특례시의회
SUWON SPECIAL CITY COUNCIL

SRI 수원시정연구원
SUWON RESEARCH INSTITUTE