

중구 도심상권 활성화 방안

- 은행동 및 대흥동 상점가 -



2010. 12. 31.

김 기 희

대전발전연구원 도시경영연구부
책임연구위원

중구 도심상권 개요

연구배경 및 목적

중구 도심상권 분석 개요

중구 도심상권 현황 및 특징

중구청의 도심상권 활성화 구상

중구 도심상권 활성화 추진방안

연구배경 및 목적

외부적 여건변화

- 유통경쟁 심화
 - 대형마트 증가와 신업태 등장
 - 업태간 경쟁 심화
- 소비행태 변화
 - 소득 및 여가시간 증대
 - 온라인 구매, 소비욕구 다양화
 - 여가·문화욕구 증대

내부적 여건변화

- 쇼핑여건 악화
 - 공공기관 이전, 상권유동인구 감소
 - 점포 및 기반시설 노후화
 - 편의시설 부족
- 전근대적 경영환경
 - 고객서비스 부족, 규모의 영세성
 - 지역 커뮤니티 및 파트너십 부족

원도심 상권 위축



중구 지역경제 침체

중구 상점가
활성화 지원사업
적극 추진

- 시설현대화
- 경영현대화
- 판매촉진과 홍보

중구 상점가 혁신 및 새로운 자리매김



중구경제 활력 제고

중구 도심상권 분석개요

상권의 개요

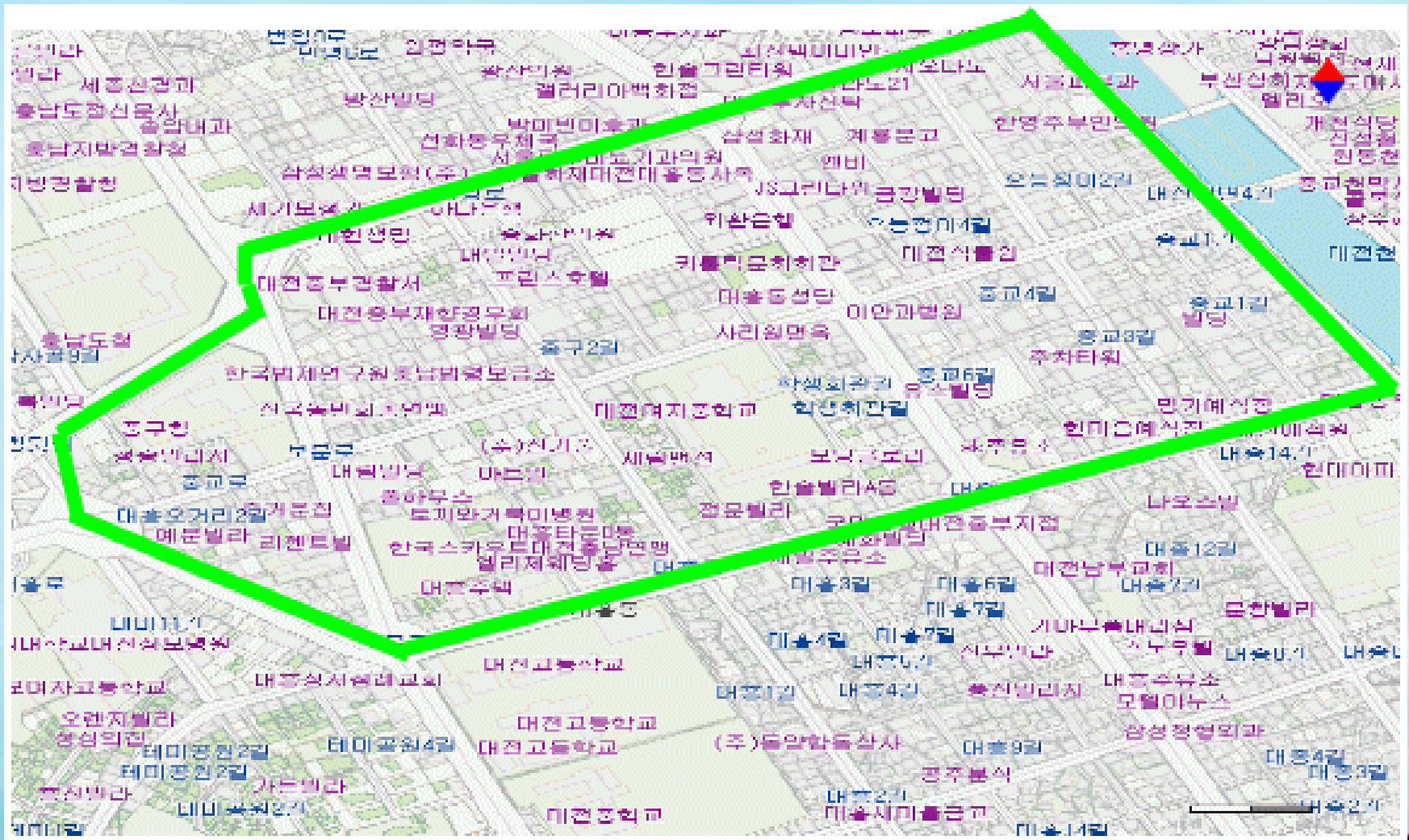
위치

- 대전광역시 중구 은행동, 대흥동, 중앙로지하상가 일대
 - 총면적 : 510,322.7㎡, 1,293필지
- 구도심 핵심상권

상점가	위치(상인회, 상인조합)	점포수
중앙로지하상가	대전광역시 중구 선화동 383	601
은행동 상점가	대전광역시 중구 은행동 45-1번지	625
대흥동 상점가	대전광역시 중구 대흥동 234-1	691

중구 도심상권 분석개요

분석대상 상권



중구 도심상권 분석개요

상권의 의의 및 범위

상권의 의의

상권(Trading)은 어떤 사업을 할 때 대상으로 하는 고객이 존재해 있는 공간적, 시간적 범위 즉, 상품이 판매되는 범위를 말함

상권의 범위

구 분	상권의 범위
1차 상권	<ul style="list-style-type: none">◦ 사업장 이용고객의 60%~70%를 포함하는 범위◦ 약 500m 반경이내의 지점
2차 상권	<ul style="list-style-type: none">◦ 사업장 이용고객의 14%~25%를 포함하는 범위◦ 약 1km 반경 이내의 지점
3차 상권	<ul style="list-style-type: none">◦ 1차 상권과 2차 상권 이외의 고객을 포함하는 범위◦ 약 2km 반경 이외의 지구

중구 도심상권 분석개요

중구 도심상권 범위



중구 도심상권 분석개요

중구 도심상권 SWOT분석

	강점(Strengths)	약점(Weaknesses)
내부환경	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 접근형 상가 시설 ◦ 대전시 상권 중심지에 위치 ◦ 대중교통의 편리성 (지하철 1호선 역세권에 위치) ◦ 상가에 대한 비교적 높은 인식 ◦ 단일화된 상인조직 ◦ 상거래, 쉼터 공간이 있는 문화시장 	<ul style="list-style-type: none"> • 중·저소득층 소비자로 구성되어 있는 상권 • 상가의 노후와 편의시설 부족 • 친절 서비스 의식 부족 • 빈점포 증가로 인한 상가의 슬림화 • 상점가 홍보 부족 • 특화거리 대표 아이콘 부재
외부환경	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 정부의 유통산업발전법 개정 ◦ 중구청의 상점가 활성화의 강한 의지 ◦ 아쿠아월드, 오월드 개장 ◦ 도청이전부지 활용 (교양대학, 박물관 등) ◦ LED거리조성, 목적교 수변공간 	<ul style="list-style-type: none"> • 인근지역의 백화점 및 대형마트 입점 • 소비자의 구매행태 다변화 및 개성화 • 유통업체 다양화에 따른 구매력 분산 • 낮은 지역 인구 • 충남도청, 동구청 등 공공기관의 이전으로 공동화 현상

중구 도심상권 분석개요

중구 도심상권 SWOT분석



중구 도심상권 현황 및 특성

중앙로 지하상가

점포현황

구분	계	의류	악세사리 준보석	신발	휴대폰	식음료	화장품	가방 잡화	기타	공점포
점포수	601	319	37	45	48	24	20	32	65	11
비중(%)	100.0	53.1	6.2	7.5	8.0	4.0	3.3	5.3	10.8	1.8

점포수(개)				종사자수(명)			
계	점포주 직영	임대 운영	공점포	계	자영업 종사자	상용 종사자	기타 (노점상)
601	107	484	10	2,500	500	2,000	

매장면적 : 12,370m²

부대시설 : 만남의 광장, 이벤트무대, 분수대 등

중구 도심상권 현황 및 특성

중앙로 지하상가

상권 특성

주요품목

의류, 액세서리, 신발, 휴대폰, 화장품이 주종 : 도·소매 전문 상점가

주고객층

청년층에서 30~40대까지 다양

유동인구 및 매출액

하루평균 7만명, 1만원대 안팎의 저가 옷 공급

하루평균 200~300만원 매출

인근 경쟁상권

갤러리아 동백점, 세이백화점(1.5km), 코스트코(2km)

역전지하상가(10m), 중앙시장(50m)

접근성

도시철도 중앙로역, 시내버스 정차역, 택시 등 연계성 양호

인구 유입

목적교 명품 수변공간 조성 → 가족단위 유동인구 유입 증가
분수대, 만남의 광장, 이벤트무대, 유모차대여, 인근주차장 등
쇼핑편의 증대 → 구매고객 증가

중구 도심상권 현황 및 특성

은행동 상점가

점포현황

구분	계	음식·숙박업	도·소매업	기타서비스업	제조건설업
점포수	625	156	263	203	3
비중(%)	100.0	25.0	42.1	32.5	0.5

상권 특성

주요품목

의류, 화장품(색조 브랜드), 액세서리, 분식 등 젊은 층 소비 트렌드에 맞춘 소매점과 서비스 업종

주고객층

중·고등학생층, 10대 후반~20대 중반 청년층의 주요 핵심상권

유동인구 및 매출액

평일 : 하루평균 2만명, 주말 : 하루평균 14만명

구매고객 1회평균 3~8만원

중구 도심상권 현황 및 특성

은행동 상점가

상권 특성

으능정이 거리

최신 유행을 선도하는 '쇼핑거리'이며, 전국적인 명소로 청소년들이 서울, 청주 등 전국에서 KTX를 타고 와 쇼핑 및 식사

음식점

실내인테리어 고급화, 고객의 눈높이 맞추려는 상점가 자구노력

삼겹살전문점, 닭갈비, 호프점, 소주방, 커피숍 등 젊은 층 위주 업태

도·소매

중·저가브랜드 중심 캐주얼전문점, 핸드폰, 액세서리, 스포츠의류 등 10~20대의 트렌드에 맞춘 토털패션 의류점 중심

기타서비스업

아·미용실(네일아트, 피부관리 포함), 노래방 등 젊은 층 위주

접근성

도시철도 중앙로역, 시내버스 정차역, 택시 등 연계성 양호

인구 유입

목적교 명품 수변공간 조성 → 가족단위 유동인구 유입 증가

홍명상가 철거 및 목적교 복원으로 50~60%의 잠재고객 흡인

중구 도심상권 현황 및 특성

대흥동 상점가

점포현황

구분	계	음식·숙박업	도·소매업	기타서비스업	제조건설업
점포수	691	276	147	245	23
비중(%)	100.0	39.9	21.3	35.5	3.3

구분	계	갤러리	공연장	소극장	화방(실)	표구사	공방	학원	도예점	골동품	기타
점포수	76	19	1	3	13	14	2	15	1	2	6

상권 특성

주요품목 주류, 음식점, 구이집 등

주고객층 20대 중반 젊은 층, 30~40대 중반 주부 및 직장인

유동인구 및 매출액 평일 : 하루평균 1만5천만명, 주말 : 하루평균 14만명
구매표객 1회평균 1~5만원

중구 도심상권 현황 및 특성

대흥동 상점가

상권 특성

음식점

- 20대 젊은 층 겨냥한 삼겹살, 참치회, 백반전골 등
- 호프전문점, 인근지역 고급 커피숍 등

도·소매

- 화방, 필방, 서적, 문구, 편의점, 꽃집 등

기타서비스·제조

- 금융업, 병·의원, 서예학원, 기술·직업학원, 댄스학원
- 문화예술 특화거리 확대로 향후 상권 변화 예상

접근성

- 도시철도 중앙로역 도보거리, 시내버스 정차역, 택시 등 연계성 양호

인구 유입

- 대중로변 횡단보도 설치 → 다양한 연령대 유동인구 유입 증가
- 우리들공원 인근지역 중심 유동인구 흐름 두드러짐
- 쇼핑몰 메가시티존 유동인구 증가

중구 도심상권 현황 및 특성

은행동 · 대흥동 도심상권 인문지리적 요소 특성

인구 추세

- 중구 : 2008년말 대비 2010년 6월 0.26% 감소
- 은행동 : 2008년말 대비 1.61% 감소, 대흥동 : 0.94% 증가

공시지가 추세

- 은행동 및 대흥동 : 2009년부터 상업지역 하락

점포 매출액

- 은행동 및 대흥동 : 매출액 감소 추세
- 지하상가, 은행동 및 대흥동 상점가 : 공실을 매년 증가

버스노선

- 2009년 노선개편 기준
- 중앙로 : 36개 노선 456대 → 25개 노선 361대 : 감소
- 대흥동 카톨릭회관 앞 : 3개노선 18대 → 5개노선 56대 : 증가

유료 주차장

- 대흥동 상점가 지역 : 7개소, 은행동 상점가 지역 : 없음

무료 주차장

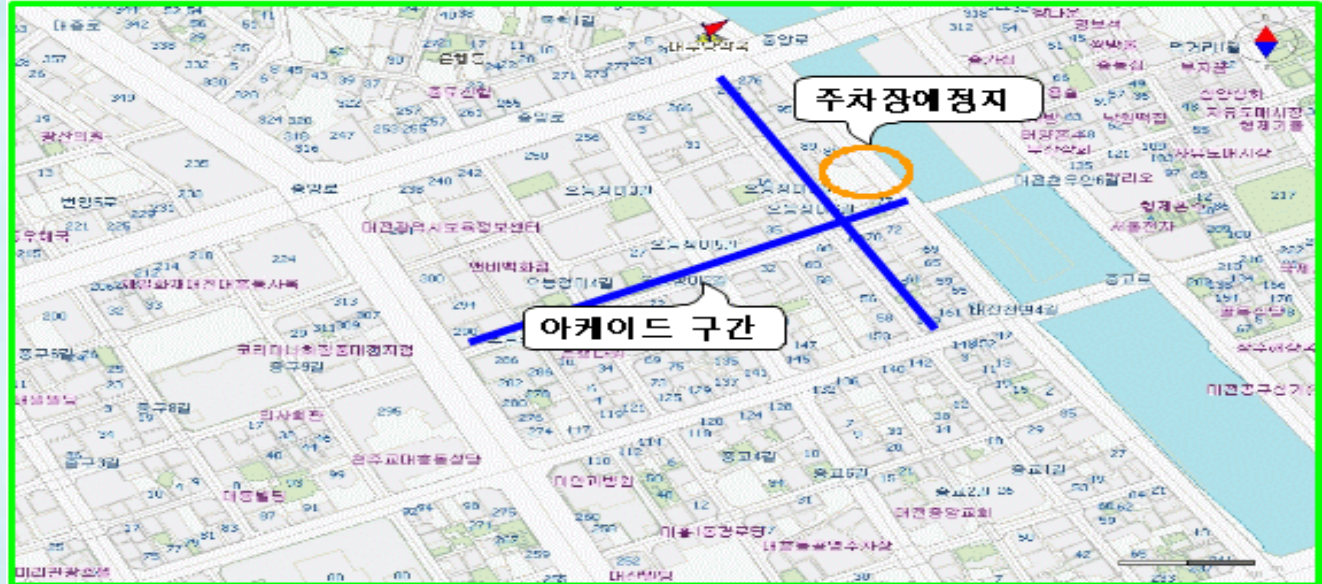
- 대흥동 상점가 지역 : 9개소, 은행동 상점가 지역 : 없음

중구청의 도심상권 활성화 구상

1단계 사업 : 2011.1~2011.12.

시설현대화사업

- 주차장 조성 : 은행동 65-3, 50억원(국·시비 포함)
- 제일극장, 성심당 구간 아케이드 설치 : 520m, 60억원



경영현대화사업

- 상인대학 운영 및 공동마케팅 및 이벤트 행사
 - 상인대학 운영, 상권홍보, 고객참여행사, 의류패션쇼, 공동쿠폰 등

중구청의 도심상권 활성화 구상

2단계 사업 : 2011.1~2012.12

으능정이 멀티미디어 LED 영상거리 조성

- 으능정이거리를 명품공간으로 탈바꿈하여 대전의 새로운 관광명소로 육성
- 라스베가스와 같이 빛의 문화를 접목하여 지역경제 활성화
- 설치구간 : 은행동 170-23번지 일원, L=250m, B=15m, 166억원



중구청의 도심상권 활성화 구상

루체페스타 축제 개최

- 환상의 빛 축제와 다양한 문화행사로 전국 제일의 젊음과 낭만의 거리 조성
- 시설물 설치 - 은행동, 대흥동 일원, L=1,200m, B=8~14m
- 전시물 등 설치 - 배너기 제작·설치, 구간별 테마거리 조성(은행앞 거리 등)
- 문화행사 - 길거리 공연 등 다양한 문화행사 개최



중구청의 도심상권 활성화 구상

루체페스타 축제 개최

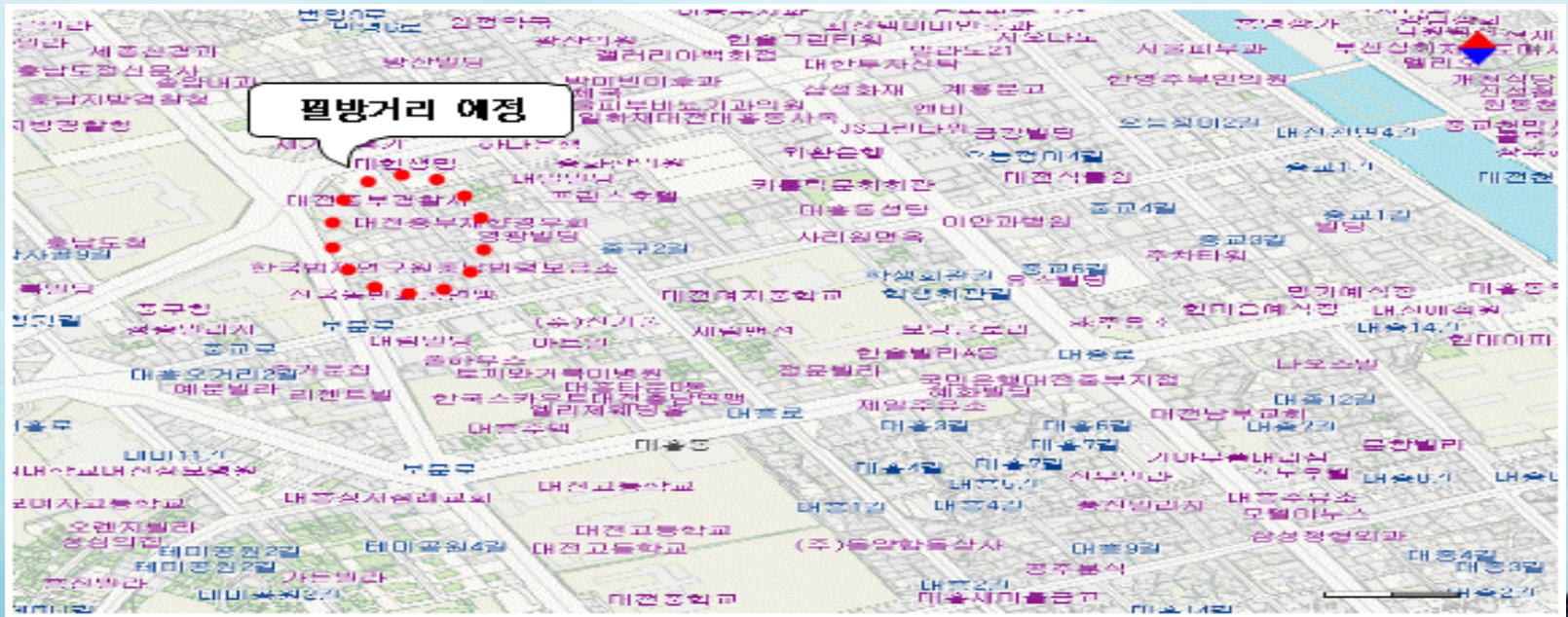


중구청의 도심상권 활성화 구상

3단계 사업 : 2011.1~2012.12

화방·필방거리 조성

- 대흥동 문화예술의 거리 중 일부 구간에 화방 필방거리 조성
→ 인사동 거리와 같이 전통이 살아 있는 특색 있는 거리 조성
- 설치구간 : 대흥동 문화예술의 거리, L=50m, B=9m, 3억원
- 청사초롱 등 연등 설치, 전통미를 살린 보도블럭 포장, 조형물 설치 등



중구 도심상권 활성화 추진방안

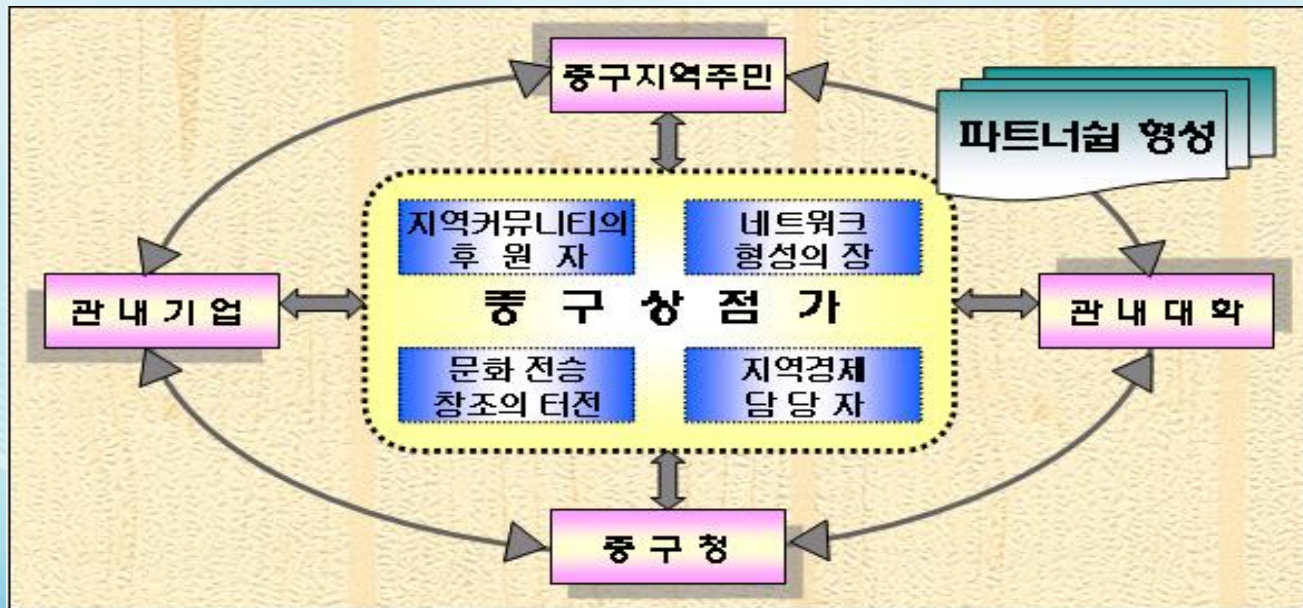
상점가 활성화를 위한 기본방향

① 노후시설 부분적 개·보수, 필요시설 확충, 운영측면 개선

- 기회비용과 위험부담이 큰 전면철거 위주 재개발, 재건축보다는 적은 자본, 단기적, 가시적인 성과 지향
- 노후시설 부분적 개·보수, 필요시설 보완·확충, 운영측면 개선·강화

② 상점가 중심, 지역커뮤니티와 파트너십 형성

파트너십
개념도



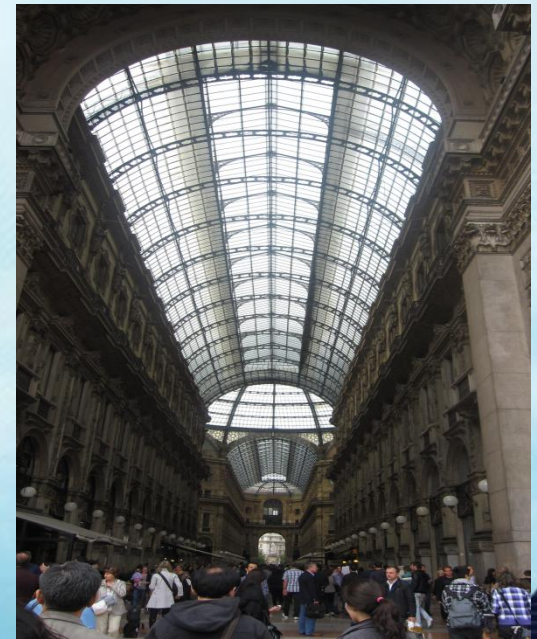
중구 도심상권 활성화 추진방안

시설 현대화 사업

① 주차장 확충

- 대흥동 상점가는 유료(7개) 및 무료(9개) 주차장이 있지만, 은행동 상점가는 없음 → 은행동 65-3에 주차빌딩 건립
- 장기적으로는 더 많은 주차공간 필요

② 아케이드 설치 : 전천후 쇼핑거리 조성



중구 도심상권 활성화 추진방안

시설 현대화 사업

③ 상가구조 개선

- 리모델링을 통한 시설 개·보수
- 은행동 상점가 - 복합상점가, 대흥동 상점가 : 교육·문화복합공간

④ 공동 창고 및 물류시설 확보

- 대부분 점포가 평균 33~66m²로 협소, 상품 점두진열, 점포 앞 상품 방치
→ 공동창고, 공동물류시설 확보 필요

⑤ 노점상과 상생

- 고객 보행공간, 휴식공간, 입점상인들의 매출 감소 등 문제점 있으나 재고품 깜짝세일 이벤트 행사, 즉 입점상인들의 재고품 판매 등 함께 공존

⑥ 환경사업

- 상점가내 적정 장소에 재활용품(빈병, 펫트병) 회수기 설치
→ 빈병 및 펫트병 1개당 일정금액(50원) 쿠폰 지급
- 환경을 배려한 상점가로 좋은 인상 홍보

중구 도심상권 활성화 추진방안

경영 현대화 사업

① 자체상품 개발 및 소비자상담실 운영

- 제조업체와 협력 하여 상점가 공동의 자체 상품 개발 및 브랜드 제작 사용
- 선진화된 거래관행 : 가격표시제, 정가판매
- 반품 및 교환 등 소비자 고충처리 및 정보센터 기능 수행하는 소비자상담실 운영 - 전문상담원 배치, 상인 불만 상담 및 해결

② 상품권 또는 쿠폰 개발 확대

- 고객편의 증진 및 매출 확대를 위해 상인회 중심으로 상점가내 점포에서 공동으로 사용할 수 있는 상품권 또는 쿠폰 개발
- 중구지역 주민들의 적극 참여 유도를 위해 중구지역을 중심으로 발행
- 소액권(삼천원, 오천원, 만원, 삼만원, 오만원권) 중심으로 상품권 발행
- 관내 공무원 및 공공기관에 적극 동참 권유
- 우수기업과의 제휴를 통해 사용량 확대

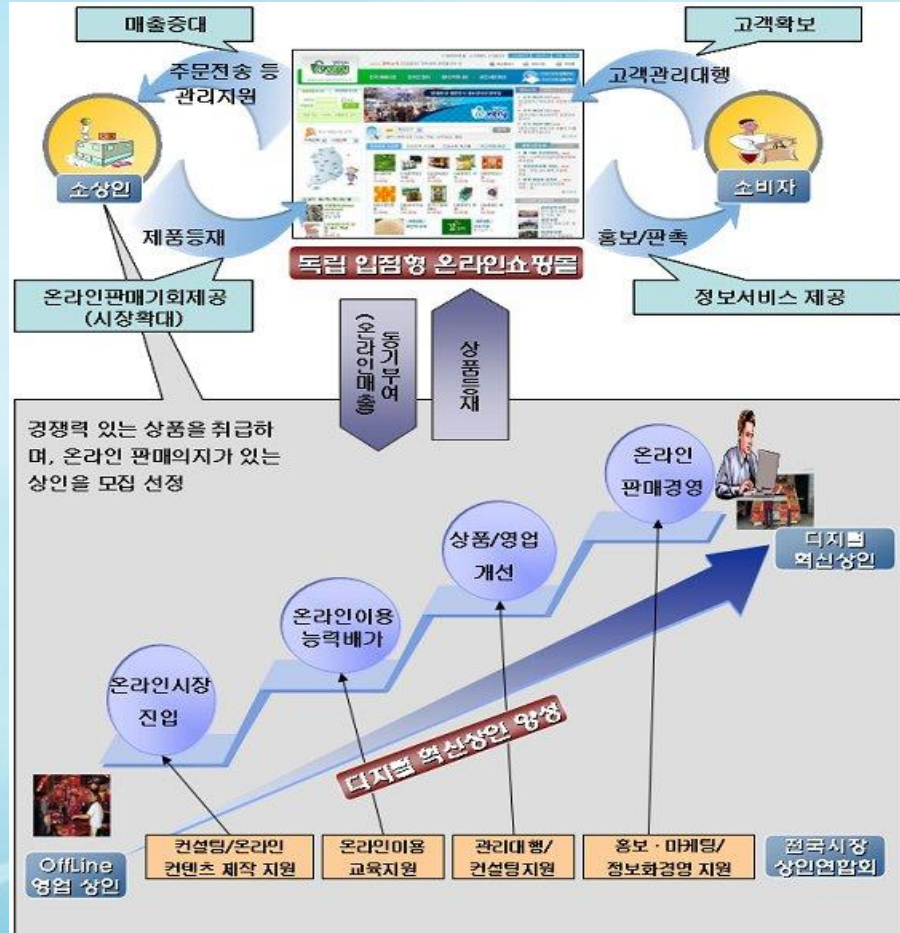
중구 도심상권 활성화 추진방안

경영 현대화 사업

③ 에브리마켓(Every Market)사업 진입, 배송서비스 사업 활성화

- 온라인을 활용한 고객 확보, 매출 확대를 위한 온라인 쇼핑몰시장 진출
- 온라인·오프라인을 통한 고객주문 및 배송서비스사업 활성화
 - 상점가 단위(은행동, 대흥동, 지하상가) 공동사업으로 배송서비스 추진
 - 상인회가 중심이 되어 모든 점포가 함께 해야 효과적임

에브리마켓 시스템



중구 도심상권 활성화 추진방안

경영 현대화 사업

④ 상인의 의식구조 및 체질 개선, 상인교육 활성화

- 상인의 의식전환
 - 개인중심의 사고에서 시장공동체 우선의 사고로 전환
 - 시장의 직장화, 공존공영의식 확립
- 상인교육 활성화
 - 대형유통점, 신유통업체와의 경쟁 심화에 따라 유통 전문지식 필요
 - 상품 진열방법, 조명 연출기법, 친절 서비스교육, 판매기업, 경영관리, 고객관리, 물류관리, 상품관리 등 다양한 교육
 - 1점포 1CEO 육성으로 상권 경쟁력 강화

⑤ 빈점포 활용

- 빈점포를 상인회가 중심이 되어 고객휴게실 또는 가든카페로 전환 운영
 - 고객이나 지역주민 휴게실, 소비자상담실 등으로 운영
 - 상인들과 지역주민들이 함께 하는 바자회 장소로 활용
 - 점포내 선반이나 좌판 만들어 한 칸씩 판매장소로 빌려주는 프리마켓 스타일의 가게 운영 : 지역주민이나 학생이 손수 만든 물건이나 헌옷, 중고PC 등을 판매

중구 도심상권 활성화 추진방안

판매촉진과 홍보

① 공동구매 및 마케팅

- 상인회를 중심으로 공동구매를 통해 원가 절감
- 공동 경품행사 및 이벤트, 공동마케팅 실시
- 전단광고나 매체광고 등도 공동으로 지속적으로 실시

② 지역 관광객 및 지역 축제를 쇼핑투어와 연계

- 아쿠아월드, 오월드, 대전동물원 방문 관광객을 중구 상점가로 유입토록 필수 쇼핑 및 관광코스로 연계
 - 방문객이 많은 토·일요일에 중구 상점가 이벤트 및 부정기 축제 개최
- 연중 대전에서 개최되는 각종 축제 및 행사 방문객을 중구 상점가로 유입
 - 국내 각국 유명 관광지와의 네트워크화 하여 교류 및 벤치 마킹
 - 중구 차원에서 상점가와 협력, 지원

중구 도심상권 활성화 추진방안

판매촉진과 홍보

③ 이벤트 차별화

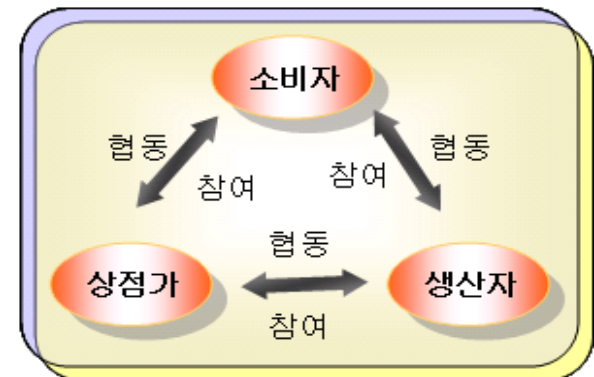
- 과거형 이벤트보다는 21세기형 이벤트 활용
- 최소 1~2개월에 1회 이상 이벤트 개최 : 지속성 유지
- 지역 특성을 살린 이벤트
 - 주민자치센터 각종 프로그램 참여 주민, 유치원 재롱잔치, 대학생 동아리 지역 성인합창단 등과 같은 아마추어 공연팀과 월 1회 공연 개최
 - 각급 학교와 동호회, 기업체, 공공기관 등 다양한 지역사회 네트워크와 연계하여 이들을 연출자이자 관객으로 참여시킴

21세기형
이벤트
개념도

과거의 이벤트



21세기형 이벤트



중구 도심상권 활성화 추진방안

판매촉진과 홍보

④ 신세대 고객 유치

- 은행동 상점가
 - 패션디자이너와 함께 하는 젊음의 향연, 현장 귀금속 가공 축제
 - 화장품 회사와 고객이 참여하는 뷰티퍼포먼스 개최
- 대흥동 상점가
 - 젊은 층을 위한 비트박스(Beatbox) 공연, 비보이 페스티벌(B-Boy festival) 난타, 마술공연 등 개최

⑤ 홍보활동

- 인쇄매체를 통한 홍보
 - 상점가 안내 리플렛, 점포소개 디렉토리 발간 배포
 - 시장 상품판매 및 깜짝세일, 각종 이벤트 정보 담은 전단지 배포
- 홍보는 시장 상인들의 역량만으로 부족하기 때문에 지역 신문사, 아파트 부녀회 등을 통하여 배포토록 중구청이 지원

중구 도심상권 활성화 추진방안

판매촉진과 홍보

⑥ 상점가 랜드마크 제작·설치

- 은행동, 대흥동 상점가를 대표하고 항상 기억될 수 있는 상징물 제작·설치
- 기념탑, 시계탑, 분수대 가장 선호 : 만남, 약속 상징하는 조형물



중구 도심상권 활성화 추진방안

대흥동 문화예술의 거리 활성화

① 문화예술의 거리 관광특구 지정

- 명칭에 부합토록 대전의 전통이 살아 있는 문화예술거리로 특구 지정
 - 충남도청 이전부지 교양대학 등 교육·문화기능 담당 대비
 - 화방, 필방거리 추가 조성(서울 인사동거리 기능과 역할)
 - 연중 문화·예술공연 상시 개최(종로·청계관광 특구지역 참고)

② 문화예술의 거리 장소 상품화

- 거리 전체 경관의 조화를 해치고 있는 건축, 조형물, 간판 등을 최소한 범위 내에서 제거 또는 개·보수
 - 문화거리의 분위기를 최대한 살릴 수 있는 거리로 재단장
- 문화예술의 거리 분위기를 풍길 수 있는 예술품 설치, 거리 정비

③ 문화예술 거리의 장터 조성

- 문화와 예술의 공연과 공예품, 예술품을 상시적으로 전시할 수 있는 공간
- 공예품, 예술품의 매매 공간 조성

중구 도심상권 활성화 추진방안

대흥동 문화예술의 거리 활성화



감사합니다

