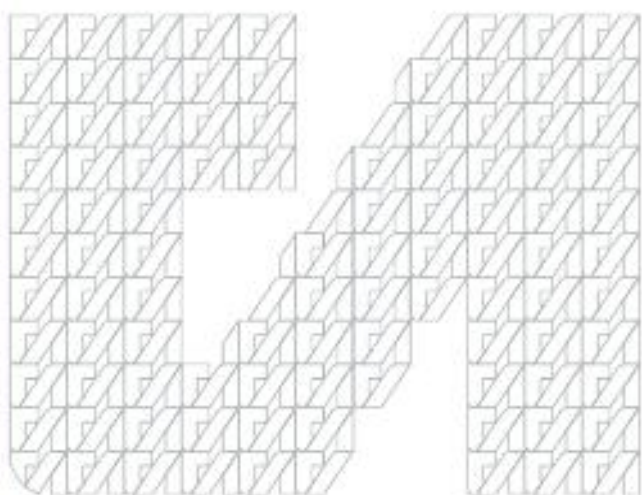


중앙로 신·구 지하상가 연계를 통한 지하상가 활성화 방안 연구

강영주



정책연구 2017-19

중앙로 신·구 지하상가 연계를 통한 지하상가 활성화 방안 연구

강 영 주

연구책임

• 강영주 / 도시경영연구실 책임연구위원

정책연구 2017-19

**중앙로 신·구지하상가 연계를 통한
지하상가 활성화 방안 연구**

발행일 2017년 8월

발행처 대전세종연구원

34863 대전광역시 중구 중앙로 85(선화동 287-2)

전화: 042-530-0000 팩스: 042-530-3528

홈페이지 : <http://www.dsi.re.kr>

인쇄처: 영창당인쇄사 TEL 042-626-7888 FAX 042-636-3528

이 보고서의 내용은 연구책임자의 견해로서 대전광역시와 세종자치특별시의
정책적 입장과는 다를 수 있습니다.

출처를 밝히는 한 자유로이 인용할 수 있으나 무단 전재나 복제는 금합니다.

요약 및 정책건의

■ 연구 배경과 연구 목적

- 원도심 형성의 중추적 기반인 중앙로(1.1km)는 대전의 대표적인 장소성을 가진 브랜드거리로, 최근 도시재생 차원에서 원도심 상권 활성화 및 기능강화를 위한 신·구 지하상가 연결을 추진하고 있음
- 본 연구는 중앙로 신·구 지하상가 연계에 따른 대전역지하상가 활성화 방안을 제시하고자 함

■ 연구 방법

- 선행연구 및 문헌검토, 사례조사, 설문조사, 전문가 자문 및 현장조사 등으로 추진
- 설문 및 현장조사는 지하상가 실태 및 활성화 와 관련하여 상인, 전문가를 대상으로 실시
- 전문가(학계 전문가, 민간전문가) 및 관계기관(대전광역시, 도시재생지원 센터)의 의견수렴을 위해 전문가 콜로 키움 개최

■ 연구결과

□ 신·구 지하상가 연결 관련 의식조사

- (이용하지 않는 이유) 휴식 및 편의시설이 없다, 품질이 떨어진다, 특별히 매력요소가 없다
- (우선 필요시설) 주차장 확보, 냉난방 시설, 쾌적한 쇼핑환경, 편의 및 휴게공간 확충
- (지하상가 이용 제고) 다양한 활동을 위한 기능 다양화, 공공 공간의 확충
- (활성화 도입 공간) 문화예술, 창업활동, 유동인구 유입, 문화창업, 휴게 및 먹거리 융합 공간 도입 필요

□ 역전 지하상가에 대한 인터뷰 주요내용

- 역전 지하상가를 이용하지 않는 이유는 휴식 및 편의시설 부족이 가장 큰 것으로 나타났으며, 다음은 쇼핑환경 및 품질이 상대적으로 높음
- 지하상가 이용 제고를 위한 필요한 사항으로 다양한 문화 활동을 위한 기능 다양화가 지적되었음

□ 신구 지하상가 연결사업의 당위성

- 지상공간의 거점시설과의 보행네트워크 구축을 통하여 원도심 이용자들이 자연스럽게 대전역지하상가로 유입될 수 있도록 원도심 상권 간 수직 및 수평 연계 강화 필요
- 대전역 지하상가로 이용자 및 유동인구를 유인하기 위해서는 거점 공간 확보가 필요하며, 거점 공간의 도입기능은 문화, 창업, 휴게 등임. 다양한 활동을 위한 기능 공간 조성으로 중앙로의 상권 확산 거점 확보

□ 대전역지하상가 활성화 방안

- (기본방향) 신구 지하상가 연결사업과 연계한 지하 공간 조성은 쾌적한 쇼핑, 문화예술 활동, 매력적인 상권, 청년 창업, 공동체(교류·소통) 공간을 테마로, 누구나 편하게 즐길 수 있는 공간을 조성하여 중앙로 상가들의 통합적 연대 및 협력 강화, 원도심 공동체에 대한 신뢰기반 제공
- (유동인구 유입) 문화이벤트 공간 도입, VR기반 복합문화공간 도입, 원도심 및 중앙로 콘텐츠 연계, 역전 지하상가 New 이미지 제고
- (청년창업) 원도심권 대학 창업 동아리 연계 창업활성화 거점 도입, 청년창업 상가 존(Zone)을 통한 주력 및 틈새업종 특화, 중앙로 청년 활동 지원을 위한 인문학 카페 운영(시미대학 프로그램 연계) 등
- (쇼핑환경) 휴게 공간과 편의 공간 확보, 매장 고급화와 고객 다양화 전략 추진, 시설 개선: 진출입로 편의시설(벤치)

■ 정책건의

- 원도심 지역은 기존의 대중교통 수요 외에도 앞으로 지속적인 수요 확대가 예상되어, 보행자들의 이용성 향상을 위한 지하공간의 교통 연계성 강화가 요구되고 있음
- 원도심경제기반형 도시재생 마중물사업의 일환으로 추진되고 있는 도시재생활성화링크사업 중 신구 지하상가 연결 사업은 단절된 지하상가를 연결하는 차원 뿐만 아니라, 원도심권 지상공간 거점시설과의 보행 네트워크 구축 차원 및 원도심 상권 활성화 측면에서도 매우 중요한 사업으로 볼 수 있음
- 신구 지하상가 연결 사업이 실질적으로 대전역지하상가 활성화로 이어지기 위해서는 ‘통합된 중앙로 상권 및 지하상가 이미지 구축’이 요구됨
- 이를 위해서는 중앙로 지하상가를 상품구매 뿐 아니라, 다양한 엔터테인먼트를 경험할 수 있는 복합문화활동공간으로 조성하고, 누구나 편하게 만남과 교류활동을 즐기는 공간이 될 수 있도록 다양한 이벤트(대전부르스축제, 목적교 오색빛축제 등)를 개최할 필요가 있음
- 향후 중앙로 지하상가는 신구지하도 연결 사업을 기반으로 과거 단절된 일반쇼핑거리에서 테마가 있는 도심형 엔터테인먼트 쇼핑거점으로 발전해야 할 것임



차 례

1장 서론	3
1절. 연구의 배경 및 목적	3
2절. 연구의 방법 및 내용	4
2장 중앙로 지하상가 현황 및 마중물 사업	9
1절. 원도심 상권 특성	9
2절. 중앙로 지하상가 현황	11
3절. 원도심 마중물사업	14
3장 상가 활성화 의식조사 및 사례 검토	21
1절. 중앙로 신·구 지하상가 연결 관련 의식조사	21
2절. 지하상가 연결 사례 조사	35
3절. 종합 및 시사점	39
4장 신·구 지하상가 연결사업 당위성과 대전역 지하상가 활성화 방안	43
1절. 신·구 지하상가 연결사업 당위성	43
2절. 대전역 지하상가 활성화 방안	47
5장 결론 및 정책건의	63
1절. 결론	63
2절. 정책건의	65
참고문헌	69

표 차례

[표 2-1] 골목형시장 육성사업 개요	18
[표 3-1] 응답자 성별	21
[표 3-2] 응답자 연령대	22
[표 3-3] 응답자 학력	22
[표 3-4] 응답자 직업	23
[표 3-5] 방문횟수	24
[표 3-6] 방문목적	25
[표 3-7] 대전 역전 지하상가 방문	25
[표 3-8] 중앙로 지하상가 방문	26
[표 3-9] 방문시간대	26
[표 3-10] 역전 지하상가 구매품목	27
[표 3-11] 대전역전 지하상가를 이용하지 않는 이유	28
[표 3-12] 지하상가 활성화 우선적으로 필요한 사항	29
[표 3-13] 지하상가 이용 제고 필요 사항	30
[표 3-14] 지하상가 상권 활성화를 위해 필요한 도입 공간	31
[표 3-15] 지하상가 연결 연계 공간 기본 컨셉	32
[표 3-16] 설문조사 요약	33
[표 3-17] 중앙로 신·구 지하상가 연결 관련 인터뷰 주요 내용	34
[표 4-1] 대전대학교 창업동아리 현황(2016)	55
[표 4-2] 우송대학교 창업동아리 현황(2016)	57

그림 차례

[그림 1-1] 연구의 방법	5
[그림 2-1] 대전광역시 원도심 쇠퇴 과정	9
[그림 2-2] 원도심 주요상가 및 테마 거리 현황도	10
[그림 4-1] 신·구 지하상가 연결 사업과 수직 및 수평 연계 강화 구상도	46
[그림 4-2] 대전역 지하상가 활성화 기본 방향	47
[그림 4-3] 대전역 지하상가 활성화 도입기능 변화	48

1장

서론

1. 연구의 배경 및 목적
2. 연구의 방법 및 내용

1장 서론

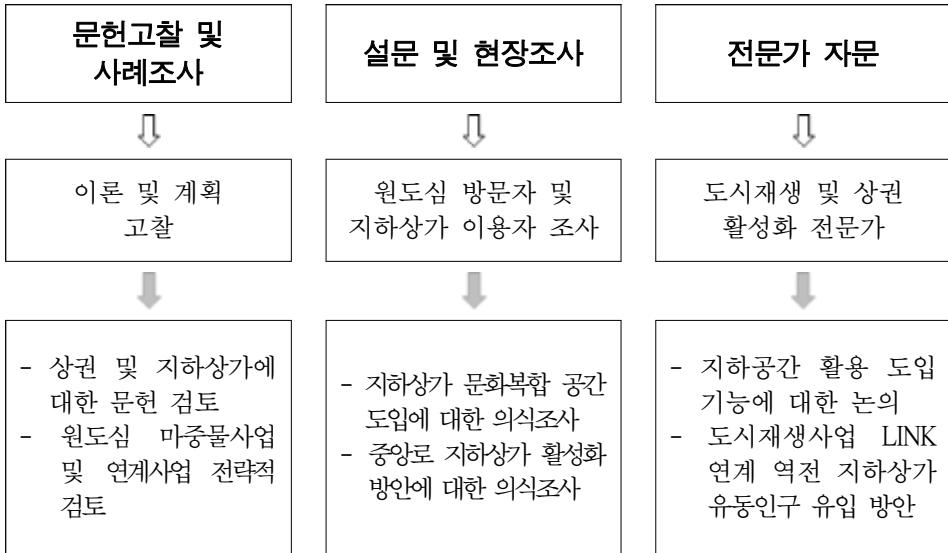
1절. 연구의 배경 및 목적

- 원도심 지역과 같은 기존 도심은 지하철, 역사, 버스 정류장 등 대중교통이 이미 발달되어 있을 뿐 아니라 앞으로 지속적인 수요 확대가 예상되며, 이를 이용하는 보행자들의 이용성 향상을 위한 지하 공간과의 연계성 강화가 요구되고 있음
- 현재 중앙로 상의 지하상가 및 공간은 개별 개발, 즉 대전천으로 인해 단절된 개발로 통합적인 도시 맥락과 네트워크를 형성하지 못하고 있음
- 중앙로 상의 대전역전 지하상가는 인접한 중앙로 지하상가 및 지상 주요 거점 시설들과의 연계성 부족, 고객 불편 등으로 상권 활성화에 한계를 지니고 있음
- 원도심 형성의 중추적 기반인 중앙로(1.1km)는 대전의 대표적인 장소성을 가진 브랜드거리로, 최근 도시재생 차원에서 원도심 상권활성화 및 기능강화를 위한 신·구 지하상가 연결사업이 추진되고 있음
- 이에 따라 중앙로 신·구 지하상가 연결에 따른 침체된 구 지하상가 활성화를 위한 신규 기능도입 등 활성화 방안 모색이 필요함
- 본 연구의 목적은 대전역과 연계된 지하상가의 공간적 잠재 가치를 제고시키고, 대전 및 원도심의 중심 아이덴티티를 가진 매개공간으로 육성하기 위해, 새로운 역할 및 기능을 모색하고, 이용객의 경험적 특성 분석을 활용하여 활성화 방안을 제시하는데 있음

2절. 연구의 방법 및 내용

1. 연구의 방법

- 본 연구는 [그림 1-1]과 같이 선행연구 및 문헌검토, 사례조사, 설문조사, 전문가 자문 및 현장조사 방법 등으로 추진함
 - 연구의 틀을 형성하기 위한 선행연구 및 문헌고찰, 제시된 대안의 설명력을 높이기 위한 사례분석, 설문조사, 현장조사 등을 실시 선행연구 및 문헌고찰을 통해 환경계획 세부 요소들을 도출하고 이를 설문조사 및 현장조사 항목으로 반영하였음.
 - 선행연구 및 문헌검토를 통해 원도심 상권 및 중앙로 지하상가 특성, 경제 기반형 도시재생사업으로 추진하고 있는 마중물사업 등을 파악하고, 이를 설문조사 또는 현장조사의 기초자료로 활용하였음
 - 설문 및 현장조사 대상자는 원도심 및 중앙로 방문자 그리고 대전역 지하상가 이용자를 대상으로 하였음
 - 중앙로 지하상가 실태 및 활성화 관련하여 상인, 전문가 등을 대상으로 인터뷰를 실시
- 사례분석은 국내·외 지하상가 연계 복합 공간 활용사례를 대상으로 도입기능 및 시설 중심으로 파악하였음
- 전문가 콜로키움 및 실무자 협의
 - 학계전문가, 민간전문가, 도시재생지원센터 및 대전광역시 담당 공무원 등의 의견수렴을 위해 전문가 콜로키움 및 실무자 협의를 추진하였음



[그림 1-1] 연구의 방법

- 본 연구에서 사용한 용어 ‘지하상가’ 와 연계·유사한 용어는 아래와 같음
- (지하 공간) 가장 일반적인 의미는 땅속 공간으로서 지적법에서 정하는 필지의 토지에 지표면을 경계로 하여 그 아래 부분을 나타냄
 - (지하생활공간) 다수인이 이용하는 지하역사·지하상가 등 지하시설의 생활공간
 - (지하도 상가) 지하도, 지하광장, 지하주차장, 상가 및 기타 부대시설 등이 일체로 설치되어 정비되는 시가지내 지하 공공 공간
 - (지하도) 사람의 통행을 목적으로 주로 도시의 도로부 지하에 설치한 터널
 - (지하상가) 도로 등 공공용지 지하에 설치되는 상점거리
 - (지하점포) 민간용지 지하 즉, 건물 지하층에 설치되는 상점

2. 연구의 내용

- 본 연구는 총 5장으로 구성되어 있음.
- 제1장은 서론으로 연구의 필요성과 목적, 연구방법과 주요 내용 등을 기술하였음
- 제2장은 원도심 상권, 중앙로 지하상가 현황과 도시재생사업(경제기반형)으로 추진하고 있는 마중물사업 등을 검토하였음
- 제3장은 대전역지하상가 활성화에 대한 중앙로 방문자 및 대전역 지하상가 이용자를 대상으로 한 의식조사와 전문가 인터뷰 결과를 분석하여 기술하였고, 아울러 지하상가를 복합공간으로 활용하고 있는 국내·외의 주요 사례를 검토하였음.
- 제4장은 중앙로 신구지하상가 연결과 연계한 복합 공간 활용의 당위성과 대전역 지하상가 활성화 방안을 제시하였음.
- 제5장은 결론 및 정책제언으로 주요 내용을 요약하고, 연구결과를 토대로 신·구 지하상가 연결에 따른 대전역 지하상가 활성화 방안 및 정책을 제시하였음

2장

중앙로 지하상가 현황 및 마중물사업

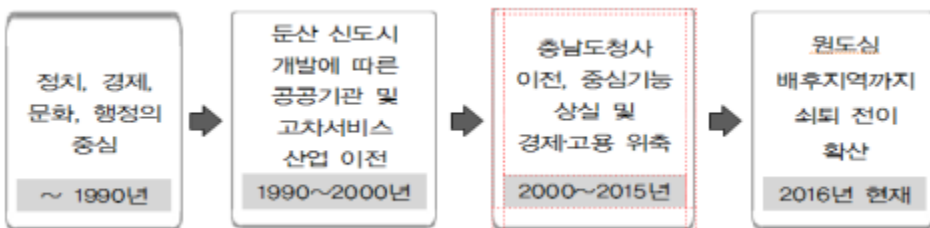
1. 원도심 상권 특성
2. 중앙로 지하상가 현황
3. 원도심 마중물 사업

2장 중앙로 지하상가 현황 및 마중물 사업

1절. 원도심 상권 특성

1. 원도심 쇠퇴

- 1990년대 이후 둔산 신시가지 개발 등에 의해 대전의 외연적 규모는 확장되었으나, 원도심은 중심기능의 외부 이전과 사회경제적 변화에 적절히 대응하지 못하여 쇠퇴 과정에 진입
 - 신시가지 개발 등으로 행정, 유통, 상업, 업무의 중심지로서의 성장 동력을 상실하게 되었고, 일부 기능의 공동화와 기능적 해체, 소규모 영세 소매형태의 전통적 경제활동구조의 쇠퇴와 붕괴를 초래
- 2000년대 들어 충남도청과 충남지방경찰청 이전으로 중심기능을 상실하였고, 고용 및 경제가 더욱 위축 되었으며, 새로운 성장 동인 및 산업 트렌드에 적절히 대응하지 못하면서 쇠퇴가 가속
- 2017년 현재, 대전의 원도심은 기존 상권규모를 수용하지 못한 상태에서 외연적인 확장이 이루어져 배후지역까지 쇠퇴가 전이되어 고착화되는 구조

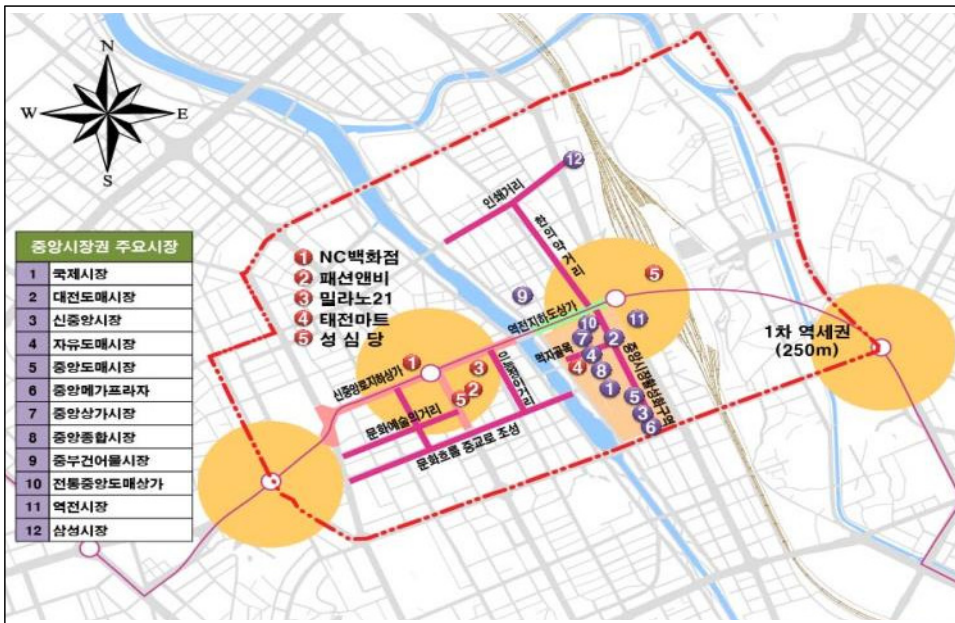


[그림 2-1] 대전광역시 원도심 쇠퇴 과정

자료 : 대전광역시 동구·중구(2017), 대전광역시 원도심(동구·중구)도시재생활성화계획-경제기반형-

2. 원도심 상권 특성

- 원도심은 대전역과 옛 충남도청으로 이어지는 중앙로 축을 형성하고 있으며, 대전역세권을 중심으로 전통시장 상권 거점, 인쇄출판 거점, 한의약 거점을 이루고 있음
- 대전역과 옛 충남도청 두 축과 중앙로를 중심으로 한약거리, 가구거리 등 특화거리 및 으능정이 스카이로드 등이 위치하고 있으며 중앙시장 등이 입지하고 있어 중심상권이 형성
- 원도심 내에는 중앙시장 먹자골목, 문화예술의 거리, 으능정이 거리와 중앙로 지하상가, 한의약거리, 인쇄거리 등 다양한 특화거리를 보유하고 있으며, NC 백화점, 밀라노 21, 패션 앤비, 태전마트, 성심당, 전통 맛집 등 문화 시설이 밀집



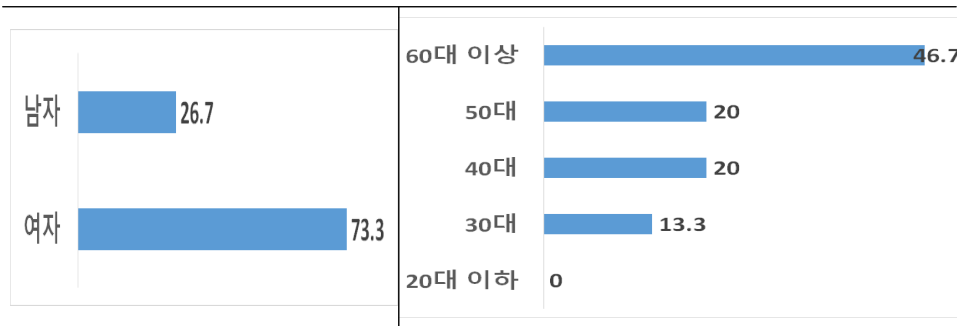
[그림 2-2] 원도심 주요상가 및 테마 거리 현황도

2절. 중앙로 지하상가 현황

1. 대전역전 지하상가 현황

□ 상인 현황

- 대전역전 지하상가에 종사하는 상인은 총 150명이며, 성별로는 남자(40명) 26.7%, 여자(110명) 73.3%임
- 연령대별로는 60대 이상이 46.7%로 가장 많고, 다음으로 40대와 50대가 각각 20%, 30대 13.3%로 나타남



□ 영업 현황

- 대전역전 지하상가의 최근 연 총매출액은 2012년 43억원, 2013년 42억원, 2014년 41억원, 2015년 40억원으로 다소 감소하는 경향을 보이고 있음
- 대전역전 지하상가의 일별 이용객수는 2012년 1,000명, 2013년 950명, 2014년 900명, 2015년 900명으로 다소 감소하는 경향을 보이고 있음

구분	2012년	2013년	2014년	2015년
년 매출액(억원)	43	42	41	40
일별 이용객수(명)	1,000	950	900	900

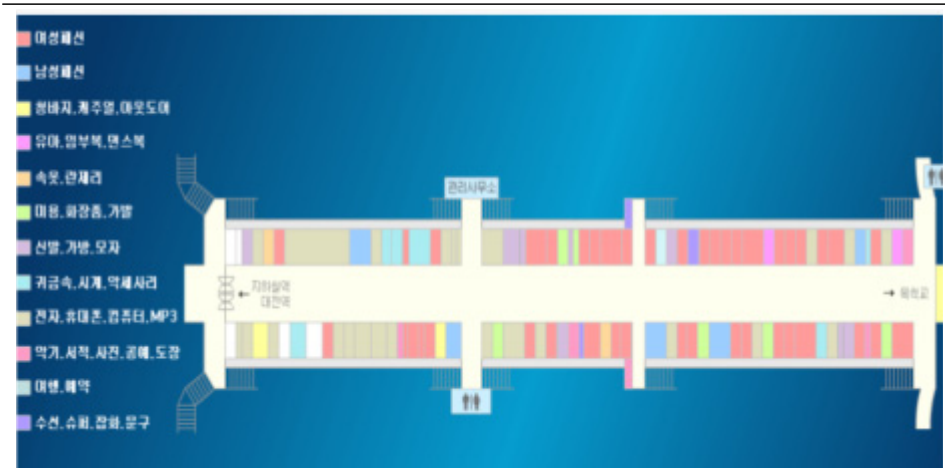
자료 : 대전역전 지하상가 상인회 내부자료, 2016.

□ 시장 상권 특성

- (업태) 소매시장
- (주요 품목) 의류, 통신, 잡화
- (상권 특성) 초광역권 중심(광역시 단위 이상)
- (경쟁 점포) NC 백화점(450m), 중앙로 지하상가(100m)

□ 판매 품목

- 총 110개 점포 중 의류신발 54개(60%), 가정용품 23개(20%), 기타소매업 23개(20%)로 나타남



2. 중앙로 지하상가 현황

□ 시장 상권 특성

- (업태) 소매시장
- (주요 품목) 의류, 통신, 잡화
- (상권 특성) 초광역권 중심(광역시 단위 이상)
- (경쟁 점포) NC 백화점(450m), 중앙로 지하상가(100m), 중앙시장(10m)

□ 판매 품목

- 중앙로 지하상가의 판매 품목은 의류가 가장 많으며, 다음으로 휴대폰, 악세사리, 신발, 식음료 등으로 나타남

계	의류	휴대폰	악세사리	신발	식음료	기타
602	252	62	45	32	18	193



3절. 원도심 마중물사업

1. 도시재생 활성화 링크(LINK)

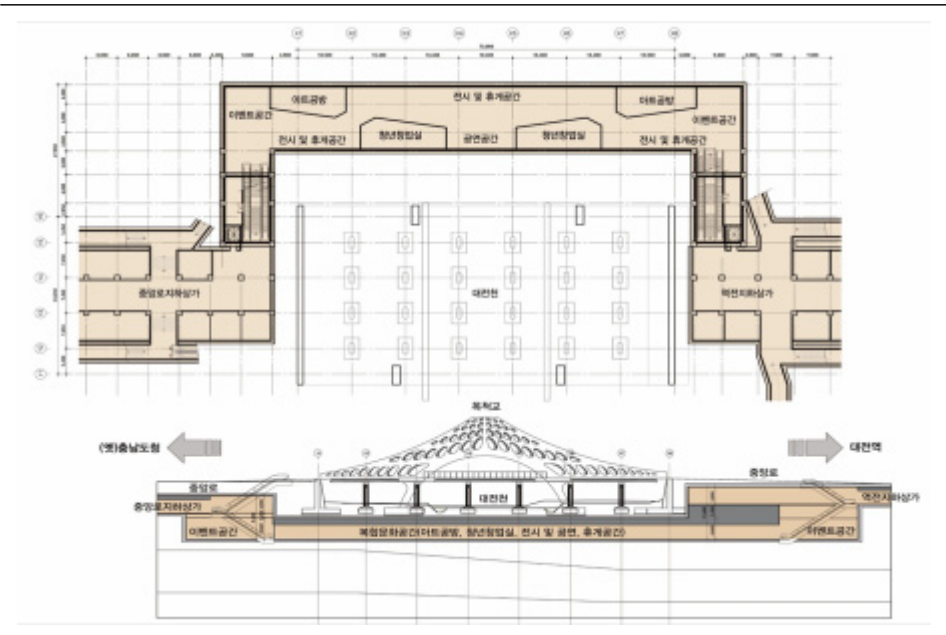
□ 사업개요

- (위치) 대전광역시 중양로 결절점(3곳)_대전역, 목척교, 옛 충남도청 접속부
- (사업비) 130억원(국비 65억원, 지방비 65억원)
- (사업기간) 2016년~2020년
- (효과) 원도심 앵커기능 강화로 매력도 상승 및 관광산업 활성화 촉진, 접근성 강화로 주요 거점시설 기능 제고

□ 사업내용

- 중양로 신규 지하상가연결(110억원) : 전시, 공연, 아트공방, 청년창업, 휴게공간
- 중양로 보행환경 개선(20억원) : 대전역 보행접근성 강화, 옛 충남도청 보행 접근성 강화, 목척교 보행 접근성 강화





2. 도심형 산업지원플랫폼 건립(PLATFORM)

□ 사업개요

- (위치) 대전광역시 동구 중동 9-5, 10-16(공영주차장 부지)
- (사업비) 230억원(국비 115억원, 지방비 115억원)
- (사업기간) 2016년~2020년
- (효과) 관련 사업의 집중·복합화를 통해 사업의 실효성 확보, MICE 산업과 연계한 시너지 효과

□ 사업내용

- 도심형산업지원플랫폼(인쇄출판 협업 공장, 회의실 및 디자인실, 만화 웹툰 창작센터, 창업·비즈니스센터, 뷰티 케어 지원센터)
- 현재 100면인 공영주차장을 251면으로 확대(자주식 118면, 기계식 133면)



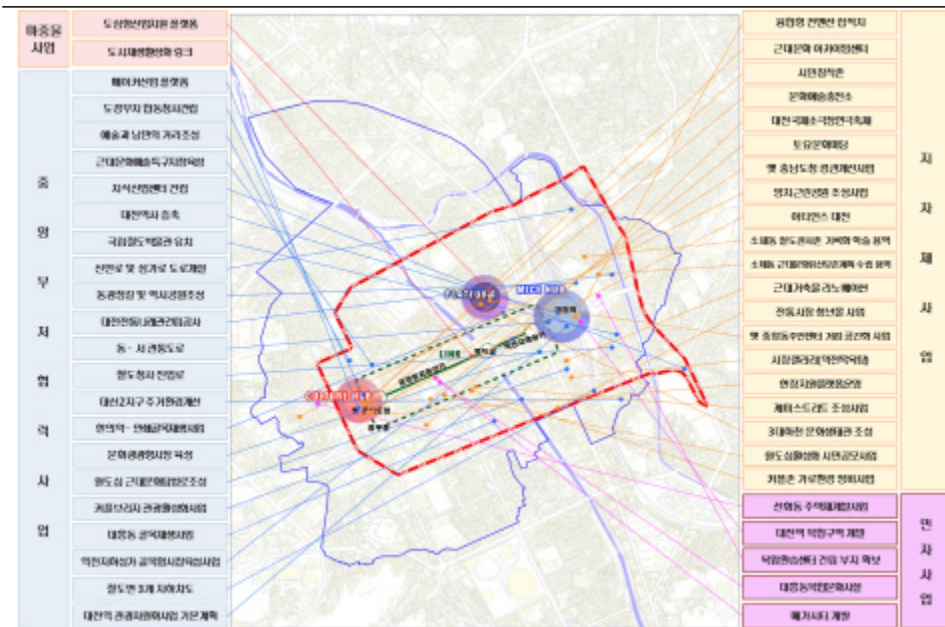
3. 원도심 경제 기반형 도시재생사업

□ 추진전략

- (1 PLATFORM) 4차·도심산업 플랫폼 조성을 위한 1 PLATFORM (도심형산업지원 플랫폼) 계획
- (1 LINK) 거점 시설 간 연계를 통한 시너지효과 창출을 위해 1 LINK (도시재생활성화 링크) 계획
- (2 HUB) 관광·MICE산업의 거점 조성을 위한 2 HUB(융합형 컨벤션 집적지, 메이커산업 플랫폼) 계획

□ 사업총괄

- 총 48개 사업 중 마중물사업(2개), 중앙부처협력사업(21개), 지자체사업(20개), 민자 사업(5개)
- 총 사업비 2조 6,679.0억원(국비 4,398.07억원, 지방비 2,920.93억원, 민자 19,360.0억원)



4. 대전역전 지하상가 골목형 시장 육성사업

1) 추진배경

- 중앙로를 중심으로 인근의 인쇄거리와 한약특화거리, 중앙시장 등을 이용하는 주 연령층이 중장년층임을 고려하면 그 유인력이 미약하므로, 소비 촉진을 위해서는 20~30대의 젊은 세대를 유인할 필요가 있음

2) 비전 및 목표

- 특색있는 체험을 즐길 수 있는 패션 특화상가 구현
- 특화 브랜드 이미지, 디자인 개선 등을 통해 소비자에게 즐거움과 행복을 전달하는 상가 조성
- 문화와 ICT가 접목된 문화공간과 상품·서비스 개발로 차별화된 상가 조성
- 지역 주민, 외국인과 상생·협력하는 특화 상가 조성
- 상인 교육을 통한 자생력 강화로 지속 성장, 발전 도모
- 볼거리, 즐길 거리, 먹거리가 있는 지하상가의 업그레이드

[표 2-1] 골목형시장 육성사업 개요

사업명	세부사업	사업비 (백만원)
특화환경 조성	상가 특화 상징물 제작, 상가 고객 쉼터 조성	131
상품특화 지원	패키지 상품 개발	50
디자인특화 지원	브랜드 이미지 및 캐릭터 개발 상가 안내지도 제작 및 점포별 특화디자인	167
문화 ICT 특화 지원	홈페이지, 블로그 개발 및 운영 미디어 콘텐츠 개발, 키오스크 도입	69
교육 및 이벤트, 행사, 홍보	상인 교육 및 선진시장 견학 복합문화 특화 공연거리 특별 이벤트 운영	73

3장

상가 활성화 의식조사 및 사례 검토

1. 중앙로 신·구 지하상가 연결 관련 의식조사
2. 지하상가 연결 사례 조사
3. 종합 및 시사점

3장 상가 활성화 의식조사 및 사례 검토

1절. 중앙로 신구 지하상가 연결 관련 의식조사

1. 조사개요 및 응답자 일반사항

□ 조사개요

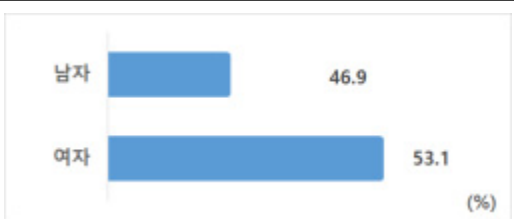
- (조사목적) 원도심 경제 기반형 도시재생사업(마중물사업)중 중앙로 도시재생사업 Link(신구 지하상가 연결사업)와 연계한 대전역 지하상가 문화 공간 도입 및 상권 활성화 방안 모색
- (조사기간) 중앙로 신구 지하상가 연결 관련 의식조사를 위한 설문조사는 2017.5.22.~6.9.(15일), 인터뷰는 2017.6.12.~6.19.(6일) 실시함
- (조사대상) 설문조사는 원도심(중앙로) 방문자 350명을 대상으로 인터뷰는 지하상가 상인 및 전문가 16명을 대상으로 실시함

□ 응답자 일반사항

- 중앙로 신구 지하상가 연결 관련 의식조사 응답자의 성별은 남자 46.9%, 여자 53.1%임

[표 3-1] 응답자 성별

구분	빈도(명)	비중(%)
남자	164	46.9
여자	186	53.1
계	350	100.0



The chart displays two horizontal bars representing the percentage of respondents by gender. The '남자' (Male) bar is blue and extends to 46.9%. The '여자' (Female) bar is also blue and extends to 53.1%. The percentage values are explicitly labeled at the end of each bar, and a '(%)' symbol is present at the bottom right of the chart area.

- 응답자의 연령대는 50대 19.4%, 30대 17.7%, 20대 17.1%, 40대와 60대 이상이 각각 15.4%, 10대 이하가 14.9%

[표 3-2] 응답자 연령대

구분	빈도(명)	비중(%)
10대 이하	52	14.9
20대	60	17.1
30대	62	17.7
40대	54	15.4
50대	68	19.4
60대 이상	54	15.4
계	350	100.0

- 응답자의 학력은 대졸이 43.4%로 가장 높으며, 다음으로 고졸 41.7%, 중졸 7.4%, 대학원졸 4%, 초등졸 2.9% 순으로 나타남

[표 3-3] 응답자 학력

구분	빈도(명)	비중(%)
무학	-	-
초등졸	10	2.9
중졸	26	7.4
고졸	146	41.7
대졸	152	43.4
대학원	16	4.6
계	350	100.0

- 응답자의 직업은 전업주부가 22.3%로 가장 높으며, 다음으로 학생 14.6%, 판매/서비스업 13.7%, 사무직 13.4%, 전문/자유직 10.3%, 경영/관리직 9.7%, 자영업 7.4%, 기술/숙련공 5.1% 순으로 나타남

[표 3-4] 응답자 직업

구분	빈도(명)	비중(%)
자영업	26	7.4
판매/서비스업	48	13.7
기술/숙련공	18	5.1
사무직	47	13.4
경영/관리직	34	9.7
전문/자유직	36	10.3
전업주부	78	22.3
학생	51	14.6
기타	12	3.4
계	350	100.0

2. 의식조사 결과

□ 방문자 특성

- 방문횟수는 주 1~2회가 22.9%로 가장 높으며, 다음으로 주말, 공휴일에만 20.0%, 월 1회 15.7%, 주 3~4회 12.9%, 거의 가지 않음 11.4%, 거의 매일 8.6% 및 축제 등 특별행사시에만 8.6%로 나타남

[표 3-5] 방문횟수

구분	빈도(명)	비중(%)
거의 매일	30	8.6
주 1~2회	80	22.9
주 3~4회	45	12.9
주말, 공휴일에만	70	20.0
월 1회	55	15.7
축제 등 특별 행사시에만	30	8.6
거의 가지 않음	40	11.4
계	350	100.0

- 방문목적은 지하상가 쇼핑이 45.7%로 가장 높으며, 다음으로 여가, 친구 14.3%, 지하상가, 시장가 쇼핑 12.9%, 업무 10.3%, 귀가 7.4%, 환승 5.1% 순으로 나타남

[표 3-6] 방문목적

구분	빈도(명)	비중(%)
지하상가 쇼핑	160	45.7
지하상가, 지상가 쇼핑	45	12.9
여가, 친교	50	14.3
환승	18	5.1
귀가	26	7.4
업무	36	10.3
기타	15	4.3
계	350	100.0

○ 역전 지하상가 방문은 가끔 37.7%, 매번 24.6%, 거의 방문하지 않음 20.6%, 전혀 방문하지 않음 17.1% 순으로 나타남

[표 3-7] 대전 역전 지하상가 방문

구분	빈도(명)	비중(%)
매번	86	24.6
가끔	132	37.7
거의 방문하지 않음	72	20.6
전혀 방문하지 않음	60	17.1
계	350	100.0

- 중앙로 지하상가 방문은 매번이 48.0%로 가장 높으며, 가끔 33.4%, 거의 방문하지 않음 11.4%, 전혀 방문하지 않음 7.1% 순으로 나타남

[표 3-8] 중앙로 지하상가 방문

구분	빈도(명)	비중(%)
매번	168	48.0
가끔	117	33.4
거의 방문하지 않음	40	11.4
전혀 방문하지 않음	25	7.1
계	350	100.0

- 방문시간대는 토·일요일 낮 시간이 28.0%로 가장 높으며, 토·일요일 저녁 시간 24.6%, 평일 낮 시간 21.1%, 평일 저녁 시간 16.0%, 금요일 낮 시간 10.3% 순으로 나타남

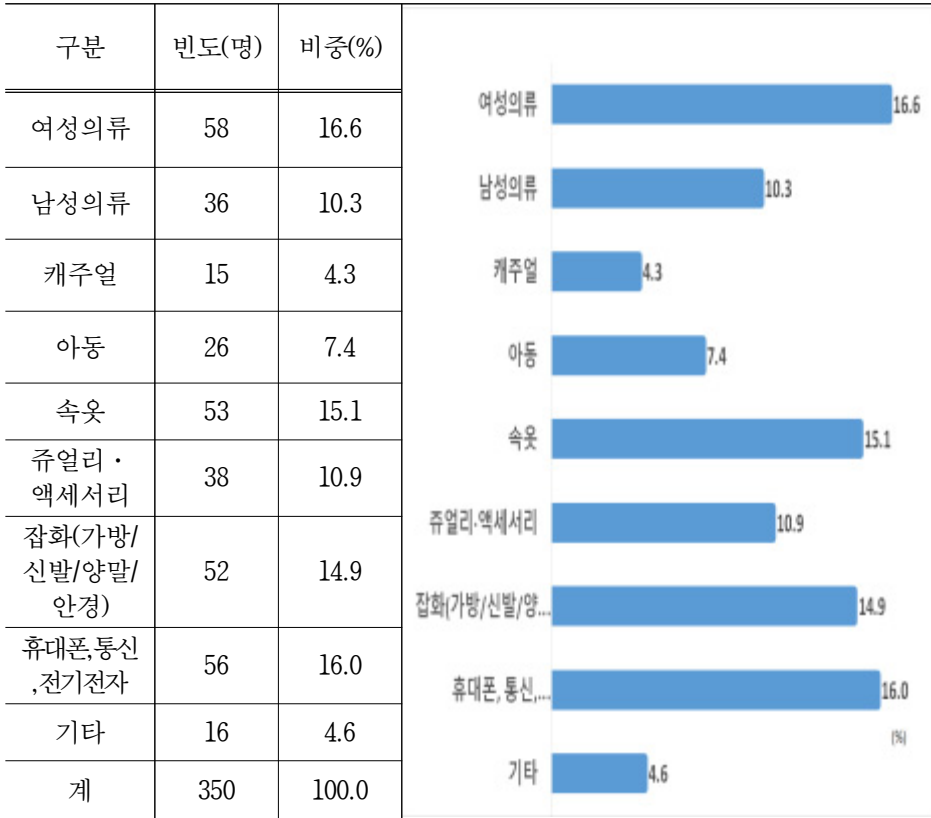
[표 3-9] 방문시간대

구분	빈도(명)	비중(%)
평일 낮 시간	74	21.1
평일 저녁시간	56	16.0
금요일 낮 시간	36	10.3
토·일요일 낮 시간	98	28.0
토·일요일 저녁시간	86	24.6
계	350	100.0

□ 대전역전 지하상가에 대한 인식

- 대전역전 지하상가 이용시 구매 품목은 여성의류가 16.6%로 가장 높으며, 휴대폰, 통신, 전기전자 16.0%, 속옷 15.1%, 잡화(가방/신발/양말/안경) 14.9%, 남성의류 10.3%, 아동 7.4%, 캐주얼 4.3% 순으로 나타남

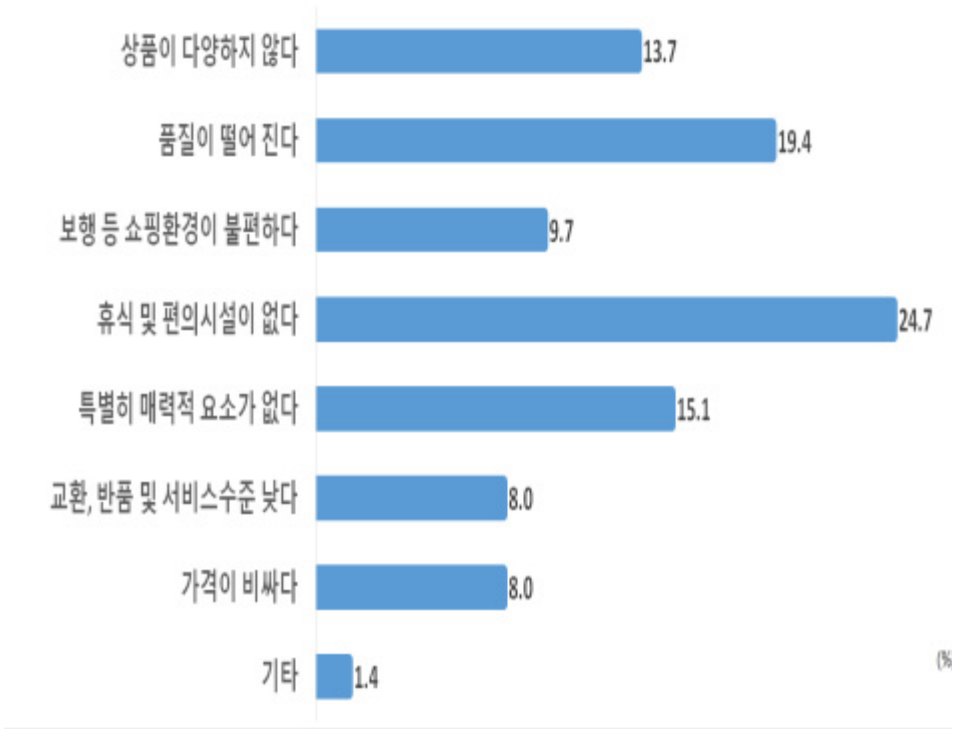
[표 3-10] 역전 지하상가 구매품목



- 역전 지하상가를 이용하지 않는 이유로는 휴식 및 편의시설이 없다는 24.7%로 가장 높으며, 품질이 떨어진다 19.4%, 특별히 매력적 요소가 없다 15.1%, 상품이 다양하지 않다 13.7%, 보행 등 쇼핑환경이 불편하다 9.7%, 교환, 반품 및 서비스수준 낮다와 가격이 비싸다가 각각 8.0%로 나타나 쇼핑환경과 품질에 관한 사항이 상대적으로 높음

[표 3-11] 대전역전 지하상가를 이용하지 않는 이유

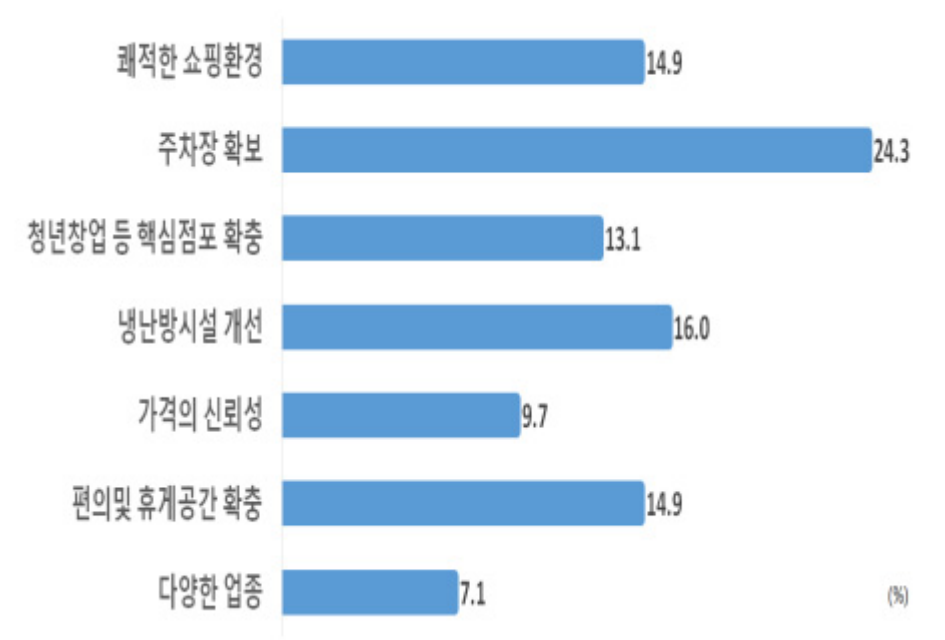
구분	빈도(명)	비중(%)
상품이 다양하지 않다	48	13.7
품질이 떨어 진다	68	19.4
보행 등 쇼핑환경이 불편하다	34	9.7
휴식 및 편의시설이 없다	86	24.6
특별히 매력적 요소가 없다	53	15.1
교환, 반품 및 서비스수준 낮다	28	8.0
가격이 비싸다	28	8.0
기타	5	1.4
계	350	100.0



- 지하상가 활성화를 위해 우선적으로 필요한 사항으로는 주차장 확보가 24.3%로 가장 높으며, 냉난방시설 개선 16.0%, 쾌적한 쇼핑환경과 편의 및 휴게공간 확충이 각각 14.9%, 청년창업 등 핵심점포 확충 13.1%, 가격의 신뢰성 9.7%, 다양한 업종 7.1% 순으로 나타남

[표 3-12] 지하상가 활성화 우선적으로 필요한 사항

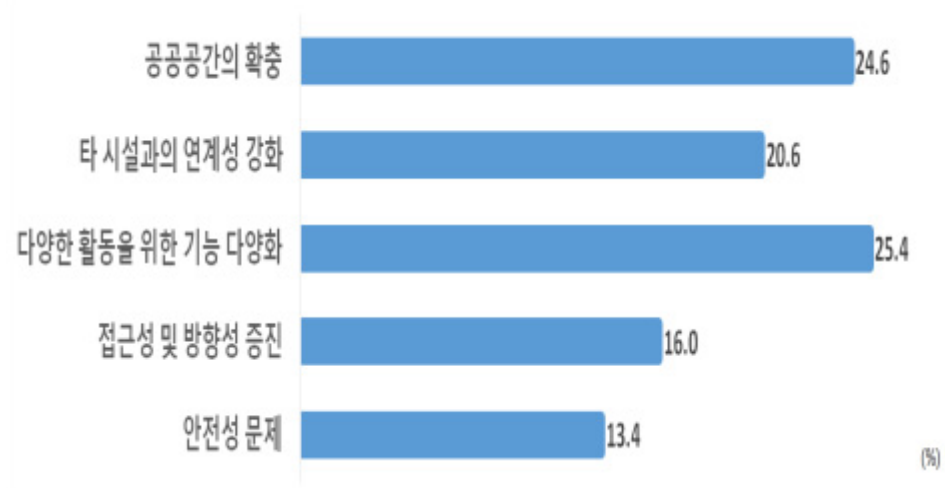
구 분	빈도(명)	비중(%)
쾌적한 쇼핑환경	52	14.9
주차장 확보	85	24.3
청년창업 등 핵심점포 확충	46	13.1
냉난방시설 개선	56	16.0
가격의 신뢰성	34	9.7
편의 및 휴게공간 확충	52	14.9
다양한 업종	25	7.1
계	350	100.0



- 지하상가 이용 제고를 위해 필요한 사항으로는 다양한 활동을 위한 기능 다양화가 25.4%로 가장 높으며, 다음으로 공공공간의 확충 24.6%, 타 시설과의 연계성 강화 20.6%, 접근성 및 방향성 증진 16.0%, 안전성 문제 13.4%로 나타남

[표 3-13] 지하상가 이용 제고 필요 사항

구분	빈도(명)	비중(%)
공공공간의 확충	86	24.6
타 시설과의 연계성 강화	72	20.6
다양한 활동을 위한 기능 다양화	89	25.4
접근성 및 방향성 증진	56	16.0
안전성 문제	47	13.4
계	350	100.0



- 원도심 지하상가 활성화와 이용 제고를 위해서는 중장기적으로 주차장 확보가 필요하며, 단기적으로는 쾌적한 쇼핑환경을 조성하고 냉난방 시설 개선을 통한 고객의 편의 및 휴게공간 확충, 그리고 청년창업 등 핵심점포 확충을 통해 유동입구 유입을 촉진시킬 필요가 있음

□ 대전역전 지하상가에 대한 인식

- 지하상가 상권 활성화를 위해 필요한 도입 공간으로는 문화공간이 19.4%로 가장 높으며, 다음으로 창업공간 16.6%, 휴게공간 16.0%, 푸드 코트 15.7%, 이벤트 공간 12.9%, 커뮤니티 공간 12.3%, 녹지공간 7.1%순으로 나타남

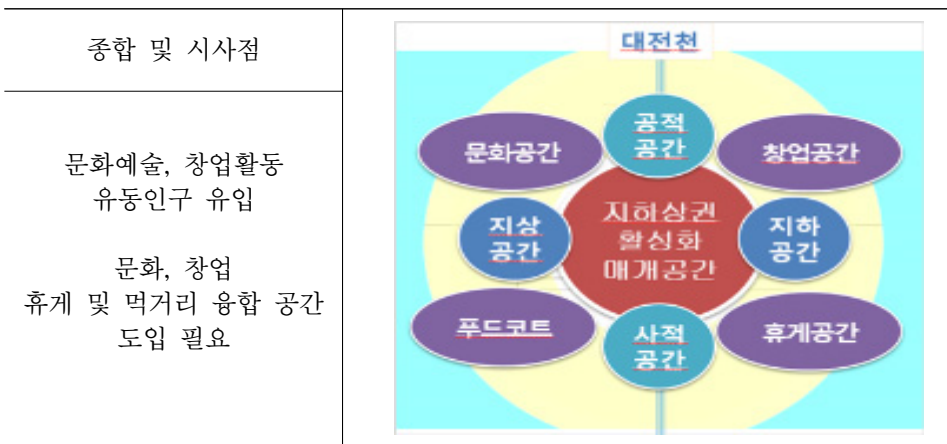
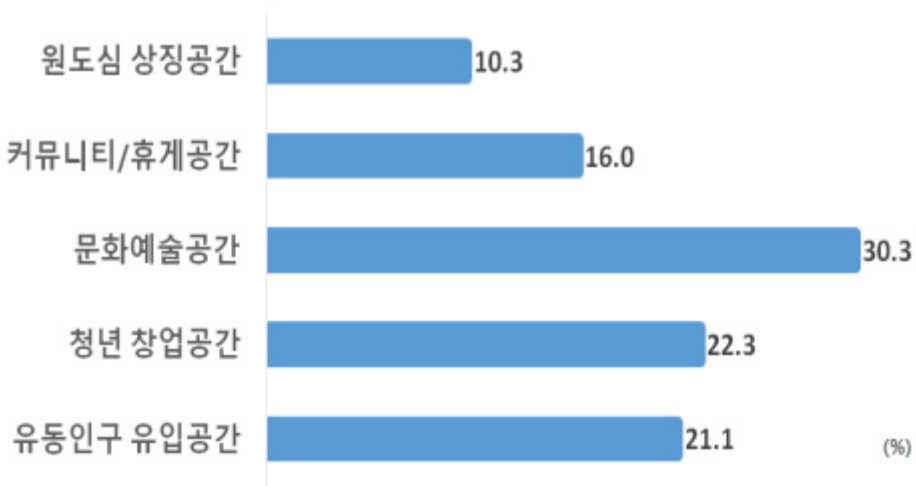
[표 3-14] 지하상가 상권 활성화를 위해 필요한 도입 공간

구분	빈도(명)	비중(%)
커뮤니티 공간	43	12.3
휴게공간	56	16.0
이벤트공간	45	12.9
문화공간	68	19.4
창업공간	58	16.6
녹지공간	25	7.1
푸드 코트	55	15.7
계	350	100.0

- 지하상가 연결 연계공간 기본 컨셉으로는 문화 예술 공간이 30.3%로 가장 높으며, 다음으로 청년 창업공간 22.3%, 유동인구 유입 공간 21.1%, 커뮤니티/휴게공간 16.0%, 원도심 상징공간 10.3%로 순으로 나타남
- 중앙로 대전역전 지하상가 상권 활성화를 위해 필요한 도입기능 및 공간은 문화예술과 창업활동을 중심으로 유동인구 유입을 촉진할 수 있는 공간으로 볼 수 있음

[표 3-15] 지하상가 연결 연계 공간 기본 컨셉

구분	빈도(명)	비중(%)
원도심 상징공간	36	10.3
커뮤니티/휴게공간	56	16.0
문화예술공간	106	30.3
청년 창업공간	78	22.3
유동인구 유입공간	74	21.1
계	350	100.0



[표 3-16] 설문조사 요약

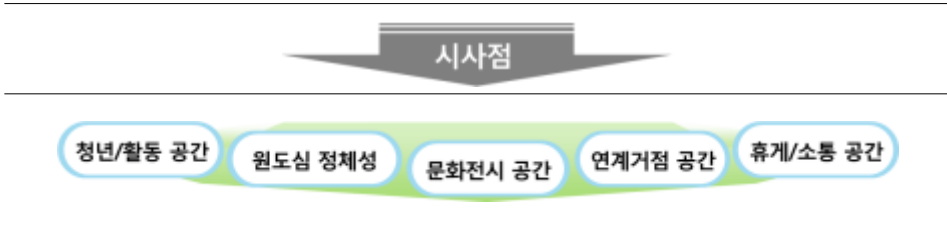
주요 항목		설문 분석 결과
일반특성	방문 횟수	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 주 1~2회 ◦ 주말, 공휴일에만
	방문 목적	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 지하상가 쇼핑
	방문 빈도	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 가끔
	구매 품목	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 여성의류(중장년층) ◦ 휴대폰, 통신기기 등 ◦ 주얼리, 액세서리
	이용하지 않는 이유	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 휴식 및 편의시설이 없다 ◦ 품질이 떨어 진다 ◦ 특별히 매력요소가 없다
지하상가 활성화	우선적 필요시설	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 주차장 확보 ◦ 냉난방시설 ◦ 쾌적한 쇼핑환경 ◦ 편의 및 휴게공간 확충
	지하상가 이용 제고	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 다양한 활동을 위한 기능 다양화 ◦ 공공공간의 확충
	활성화 필요 도입공간	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 문화공간, 휴게공간 ◦ 창업공간, 푸드 코트
	지하상가 연계공간 기본컨셉	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 문화예술공간 ◦ 청년 창업공간 ◦ 유동인구 유입공간

3. 대전역전 지하상가에 대한 인터뷰 주요내용

- 지하상가는 전통시장이나 대형 쇼핑센터가 가지지 못한 강점을 가지고 성장해 왔으며, 지하상가의 이용자는 크게 단순통과자(통행로)와 쇼핑객(판매공간)으로 나눌 수 있음

[표 3-17] 중양로 신구 지하상가 연결 관련 인터뷰 주요 내용

- 상대적으로 취약한 이벤트 공간
- 다양한 시민들이 찾아와 소통이 일어나는 상징적인 문화 공간
- 원도심의 청년문화를 주도해나가는 거점 공간
- 원도심의 과거와 현재가 그리고 미래를 볼 수 있는 전시 공간
- 상인들뿐만 아니라 청년(대학생)들이 자유롭게 이용할 수 있는 휴식 공간
- 청년문화실험실, 누구든 와서 즐길 수 있는 공간
- 청년의 일자리 제공을 위한 창업 공간
- 남녀노소가 이용할 수 있는 공간
- 상권 활성화에 기여할 수 있는 지하 문화예술거리
- 친구와 놀러가고 싶은 곳, 맛있게 먹고 전시도 보고 여유로운 공간
- 힐링을 느낄 수 있는 공간
- 소통과 화합의 공간 및 거리
- 추억의 공간 및 거리
- 오면 또 오고 싶은 곳
- 청년의 도전과 열정이 넘치는 청년문화의 중심지
- 원도심(중양로) 상권을 잇는 테마 거점 공간

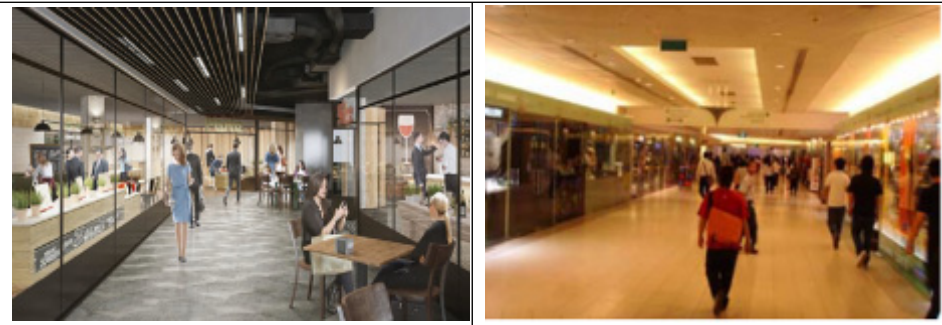


2절. 지하상가 연결 사례 조사

1. 싱가포르: 지하보행링크

□ 사업개요

- (목적) 2001년 RTS(Rapid Transit System)의 지하링크 가이드 라인에 따라 RTS역을 연결하는 지하 쇼핑몰을 활성화시키기 위한 목적으로 개발. 싱가포르의 덥고 습한 날씨에 대응해 보행자 편의 제공과 주요 건물을 연결해 도심을 활성화하기 위해 조성
- (규모) 지하보행통로 연장 350m 연결
- (특징) 두 개의 지하철역을 중심으로 집중되어 주변건물의 상가를 직접연결
 - 각 주요 건물의 지하부를 연결하여 보행자가 원하는 지역으로 이동할 수 있도록 설계



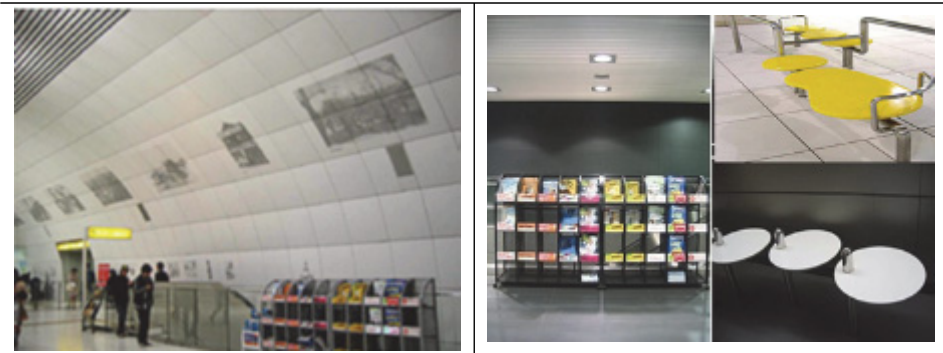
□ 도입기능

- 지하를 포함한 주요 건물 및 지하철역을 연결하는 지하보행통로 연결 (Underground Pedestrian Links)
- 지하보행 연결로에 상점 및 판매시설
- 유동인구 유입을 위한 음식점
- 방문객 및 이용객의 편의 도모를 위한 휴게시설 등

2. 일본 동경 야에스 지하구역/요코하마 신다카시마역

□ 사업개요

- (규모)동경역 출구와 직접 연결된 대지 3만4781㎡, 연면적 6만4334㎡, 점포면적 1만5556㎡/ 요코하마 면적 미상
- (용도)개찰구가 2개에서 4개로 확장되면서 연결통로 조성
- (목적) 동경역 광장의 교통혼잡 해소. 터미널, 역 및 기타 건물들과의 연결/ 개찰구간 연결 및 문화 공간 제공을 통한 이용률 증가
- (특징) 일본은 디자인적 요소를 중요하게 생각하여 역마다 특색과 테마 부여로 이용자의 쾌적성, 편의성 증진
 - 야에스는 로즈로드, 레몬로드, 프리지아 로드, 오렌지 로드, 올리브 로드 등 색채와 연계해 테마를 붙여 구분함으로써 이용자의 편의를 도모. 신다카시마는 광고스탠드를 사용, 시간적으로 감각적이며 차별한 느낌을 주며, 주변에 벤치를 설치하여 통행자의 편의 증진



□ 도입기능

- 야에스지하구역은 지하1층 상점 및 공공지하도·통로, 지하2층은 공공주차장 및 수도고속도로 4호선, 지하3층은 기계실 등으로 활용. 점포 190개/ 신다카시마는 지하공간을 활용하여 문화예술 기능 도입(광고를 자제하고 천정과 벽면 공간을 이용하여 프로젝트 영상물 시설 설치)
- 방문객 및 이용객을 위한 정보공간, 의자 등 휴게공간 제공

3. 신당 지하상가: 신당 창작 아케이드(예술창업공간)

□ 사업개요

- (위치) 서울시 중구 마장로 87 신당지하쇼핑센터
- (개관일) 2009년 10월 16일
- (규모): 지하1층 폭 11.5m, 총 길이 380m, 면적 1,389.47㎡(421평)
- (목적) 공예 전문 창작공간으로서 “예술가 창작 지원” 과 “지역재생” 사업
 - 창작을 위한 작업 공간 제공, 국내 공예산업으로의 진출을 위한 다양한 지원
- (특징) 창작을 위한 작업 공간 제공, 국내 공예산업으로의 진출을 위한 다양한 지원



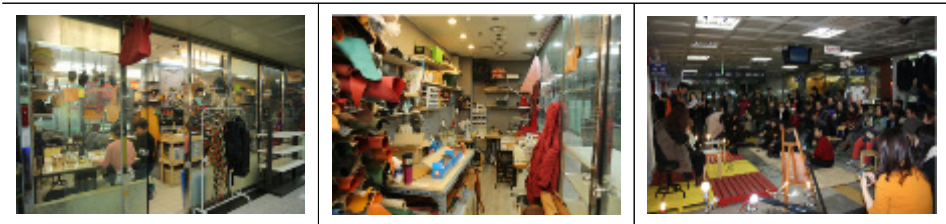
□ 도입기능

- 창작공방(입주작가 공방) 39실, 공동작업장 등 공용공간 9개실, 아트마켓 1실, 운영사무실 1실, 창고 2실
 - 공예, 디자인 및 기타 예술분야 / 40인(팀) 내외
 - 창작지원 프로그램, 시민대상 프로젝트 참여 기회 제공

4. 종로4가 지하상가: '청년 가게'

□ 사업개요

- (위치) 서울시 종로구 창경궁로 지하 81
- (규모) 종로 4가 사거리와 청계천 비오개다리 사이 140m 지하통로
- (목적) 장인정신과 청년들의 만남으로 '생산, 제작, 지역'의 메카로 종로 4가 혼수지하쇼핑센터 상권 활성화 도모
- (특징) 공예 전문 창작공간으로서 "예술가 창작 지원" 과 "지역재생" 사업
 - 창작을 위한 작업 공간 제공, 국내 공예산업으로의 진출을 위한 다양한 지원



□ 도입기능

- 창작공방(39실), 공용공간(9실), 아트마켓, 사진실, 미싱공방 등
 - 전체 109개 점포 가운데 비어 있던 17곳이 청년 창업가들 14개팀 청년 25명 입주로 창작 상품 판매로, 상권 기능의 다양화 도모
 - 청년 상가는 청년실업문제 해법이면서도 공유경제 실험 의의

3절. 종합 및 시사점

1. 지하공간 계획 및 문화 공간 도입시 고려사항

□ 국내 및 일본 지하공간의 공간계획 특성

- 이용 편의 및 활성화 증진을 위해 각 용도공간을 유기적으로 연계
- 수평적·수직적 네트워크 계획의 효율을 도모하고 이용자를 유도하기 위한 접근성 확보
- 이용자의 심리적·행태적 요구를 만족시키기 위한 공간 이미지 구축

□ 지하공간의 문화적 활성화를 위한 실내 환경계획 요소

- 지하공간은 문화화된 공공 공간으로 활용하여 특정 문화공간으로의 변용 및 도시민과 관광객의 문화적 활용을 활성화
- 지상공간의 문화 환경을 고려한 지하공간과의 수평, 수직 보행 네트워크 계획
- 시민 및 상인들의 문화 활동 공간 제공 및 상호 문화 정보 교류의 장 조성

□ 지하문화시설의 배치유형 및 실내계획요소 중요

- 문화공간 도입 및 계획시 ‘공간 구성 측면’ 보다는 ‘공간 이용 측면’의 계획 요소 적용
- 지하상가와 연계 활성화를 위해서는 원도심 특성을 기반으로 하는 복합적 문화시설 계획 필요
- 시설 간의 복합 및 연계적 특성의 확보와 이용자의 용이한 접근이 가능한 환경 조성

2. 시사점

- 신·구 지하상가 Link에 따른 ‘지하공간’은 지상 공간 도시기능과의 연계 및 활성화를 위해 복합기능 도입이 필요함
- ‘지하공간’의 이용 편의 및 활성화 증진을 위해 각 용도공간을 유기적으로 연계하는 연계 공간 계획이 필요함
- ‘지하공간’은 수평적·수직적 네트워크 계획의 효율을 도모하고 이용자를 유도하기 위한 접근성 확보 계획이 필요
- 이용자의 심리적·행태적 요구를 만족시키기 위한 공간 이미지 계획이 필요
- ‘지하공간’의 문화적 활성화를 위해 지하공간을 문화화된 공공공간으로서 특정 문화공간으로의 변용 및 도시민과 관광객의 문화적 활용이 가능토록 해야 함
- 지상공간의 문화 환경을 고려한 ‘수평, 수직 보행 네트워크 계획’과 ‘문화 관련 공간 간의 복합 및 블록 단위 네트워크 계획’이 필요.
- ‘접근성’ 및 지하 오픈스페이스의 공적 활용 증대를 위해서는 다양한 신체적 조건을 가진 다수의 이용자가 용이하게 접근할 수 있는 ‘안전성을 고려한 램프의 확보’, ‘수평 및 수직 에스컬레이터의 확보’, ‘충분한 수의 엘리베이터’ 등 안전과 편의를 위한 공간 계획 및 시설 배치가 필요
- ‘편리성’ 확보 측면에서 ‘문화 용도공간 및 교류를 위한 시설의 확보’가 필요

4장

신·구 지하상가 연결사업 당위성과 대전역 지하상가 활성화 방안

1. 신·구 지하상가 연결사업 당위성
2. 대전역 지하상가 활성화 방안

4장 신·구 지하상가 연결사업 당위성과 대전역 지하상가 활성화 방안

1절. 신·구 지하상가 연결사업 당위성

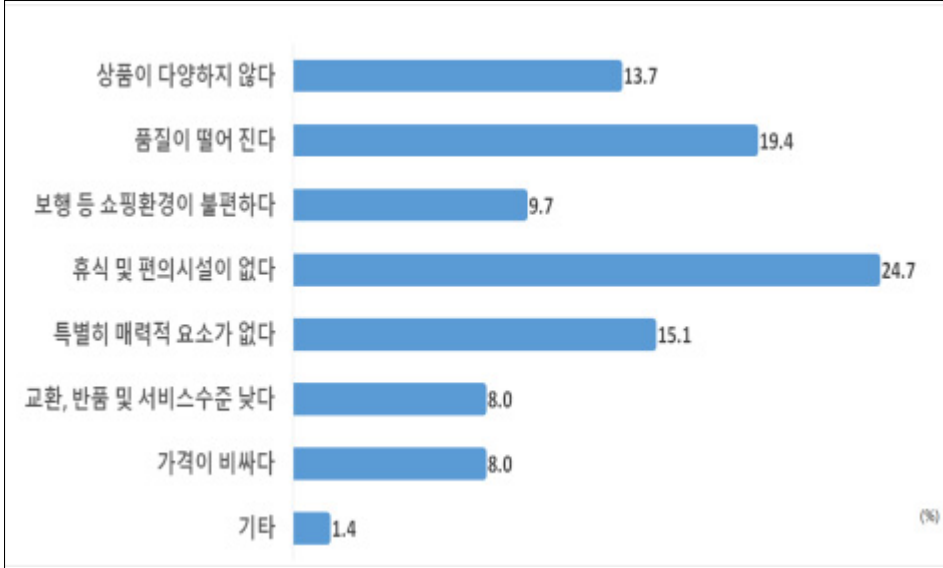
1. 보행네트워크 구축을 통한 상권 간 수직 및 수평 연계 강화

- 원도심 상권은 크게 지상상권과 지하상권으로 구분되며, 지하상권은 대전역 지하상가와 중앙로 지하상가로 이원적으로 구성됨, 상대적으로 쇼핑환경 및 문화·여가서비스 기능이 열악한 대전역지하상가의 상권은 침체된 실정임
- 쇠퇴지역의 상권 활성화 및 재생을 위해서는 지상공간과 지하공간의 기능 간 연계·통합이 필요
- 특히 지상 공간 거점시설과의 보행네트워크 구축을 통하여 원도심 이용자들이 자연스럽게 대전역 지하상가로 유입될 수 있도록 보행 접근성을 개선할 필요가 있음
- 신·구 지하상가 연결 사업은 중앙로의 대전역 지하상가와 중앙로 지하상가 간의 단절된 구간(대전천)을 보행통로로 연결함으로써 중앙로 지상상권의 유동인구와 중앙로 지하상가 이용객을 대전역 지하상가로 유도하여 침체한 대전역 지하상가의 상권을 활성화 시키는 데 기여할 것임
- 신·구 지하상가 연결 사업은 대전역부터 연결되는 지하네트워크를 옛 충남도청까지 연결하여 단절된 지하상가 이미지에서 ‘중앙로’ 라는 하나의 보행 축을 형성하는 데 기여할 뿐 아니라 원도심 재생 중심공간으로서의 역할도 기대할 수 있음

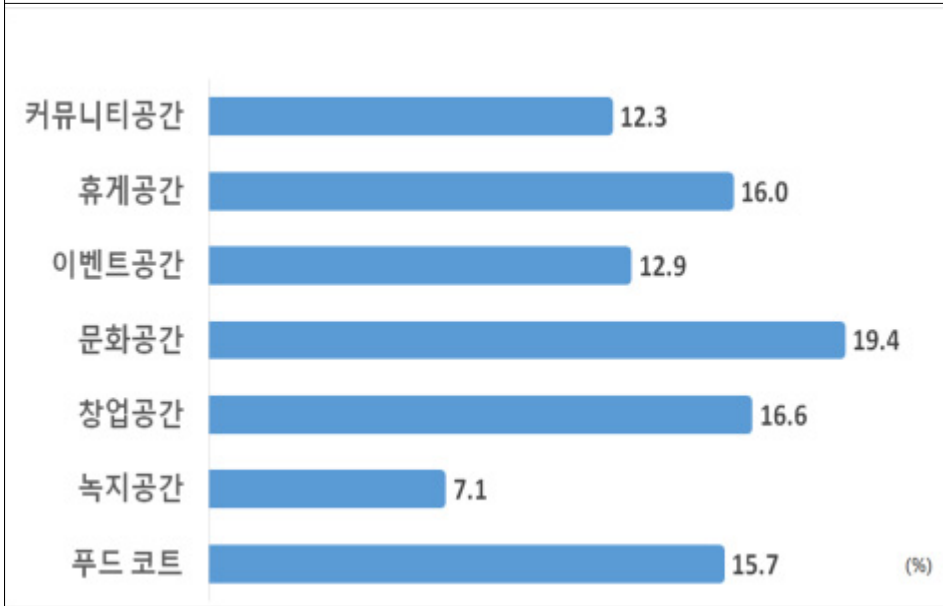
2. 문화예술 및 창업 공간 도입을 통한 상권 확산 거점 확보

- 대전역 지하상가 활성화를 위해서는 이용고객이 요구하는 수요자 지향적인 관점에서 휴식 및 편의시설 확충을 신·구 지하상가 연결 사업시 우선적으로 추진할 필요가 있음
 - 대전역 지하상가 의식조사 결과에서도 보인바와 같이 ‘휴식 및 편의 시설이 없다’ 는 단점을 극복하기 위해 ‘문화공간’, ‘창업공간’, ‘휴게공간’, ‘푸드코트’ 등이 제기되고 있음
- 대전역 지하상가로 이용자 및 유동인구를 유인하기 위해서는 거점 공간 확보가 필요
 - 거점공간의 도입기능은 문화공간, 창업공간, 휴게공간 등
 - 다양한 활동을 위한 거점 조성으로 중앙로의 상권 확산 및 대전역 지하상가의 활성화 촉진
- 신·구 지하상가 연결 사업은 중앙로 지하상가의 보행 연결 기능 뿐 아니라, 문화·교류 활성화 기능을 보유
 - 어둡고 무거운 대전역 지하상가에 대한 이미지 개선과 원도심의 정체성 구축에 기여

대전역 지하상가 이용하지 않는 이유



대전역 지하상가 활성화 필요 공간



(지하상가 단절) 대전역지하상가와 주변상권 연계 이미지



(신·구지하상가 연결) 대전역지하상가와 주변상권 연계 이미지

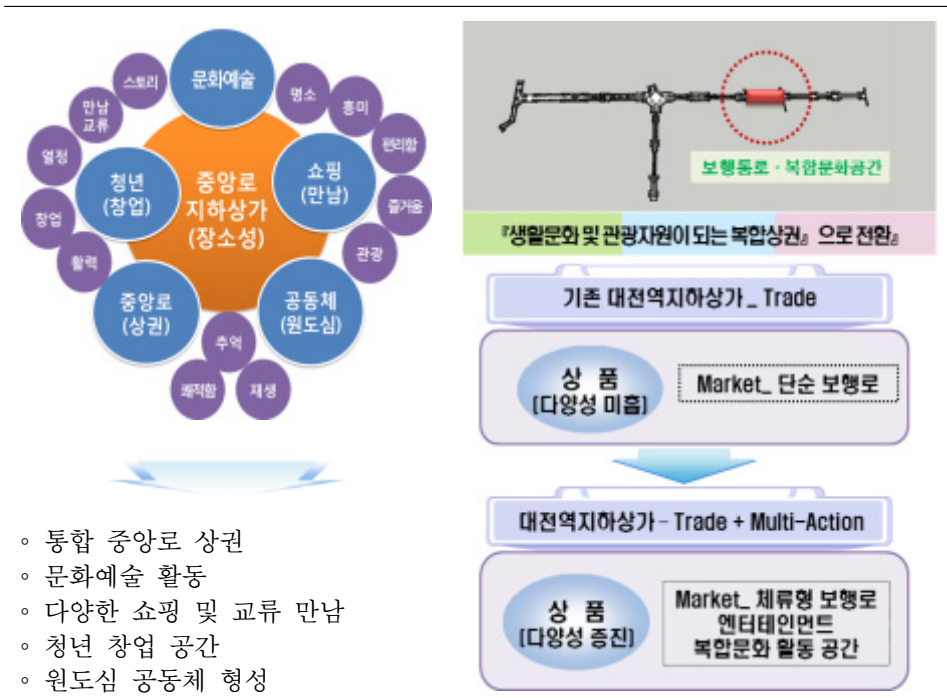


[그림 4-1] 신·구 지하상가 연결 사업과 수직 및 수평 연계 강화 구상도

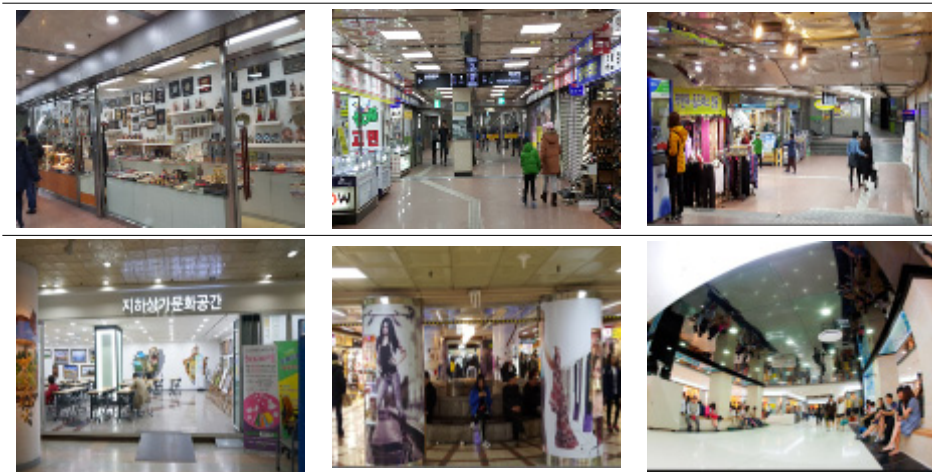
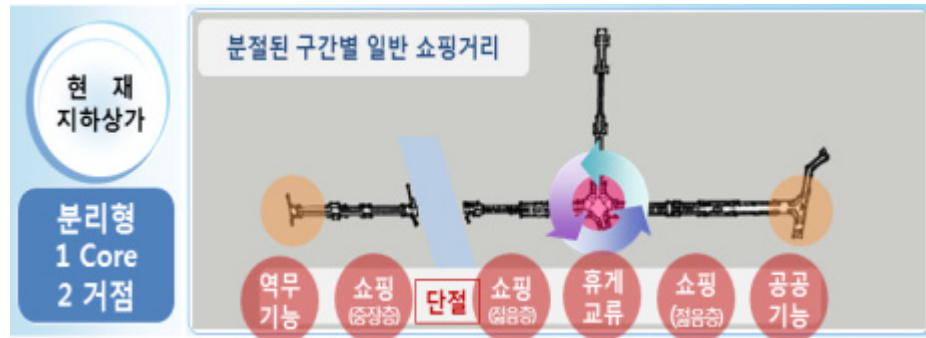
2절. 대전역 지하상가 활성화 방안

1. 기본방향

- 지하공간 활용을 위한 핵심키워드는 쾌적한 쇼핑, 문화예술, 매력적인 상권, 청년창업, 공동체 교류 및 소통 등임
- 누구나 편하게 즐길 수 있는 공간, 이용객들의 만남과 머무름에 쾌적한 공간, 청년들의 생산적이고 창의적인 창업 공간, 문화교류 및 향유가 통합적으로 일어나는 공간, 중앙로 상가들의 통합적 연대 및 협력 강화 공간으로, 원도심 공동체에 대한 신뢰기반을 제공하는 공간으로 조성



[그림 4-2] 대전역 지하상가 활성화 기본 방향



[그림 4-3] 대전역 지하상가 활성화 도입가능 변화

2. 대전역 지하상가 유동인구 유입 촉진 방안

1) 문화이벤트 공간 도입

- 신·구 지하상가 연계에 따른 지하공간의 활용은 원도심 재생 및 상권 활성화와 관련하여 사회, 경제적인 변화에 영향이 미칠 수 있도록 거시적인 차원과 함께 미시적인 차원으로 접근할 필요가 있음
- ‘문화기반 공간’의 도입은 기존의 단순 보행로 기능에 문화교류 기능을 보강함으로써 어둡고 무거운 대전역 지하상가에 대한 이미지 개선과 원도심의 핵심 아이덴티티 공간으로서의 정체성 구축에 기여할 것임
- 광역 및 도시교통의 환승거점인 대전역과 대전역 지하상가, 지상의 중앙로 상권을 연계
 - 원도심 거점시설과의 접근성 개선을 통해 대전역 지하상가로의 유동인구를 유입하고 지하상가 활성화 촉진 도모
- 쇼핑문화, 교류 활동 등 다양한 상업 및 여가활동이 일어나는 지하공간을 구성, 각각의 장소에 대한 디자인을 차별화하여 이미지 및 문화 활동의 다양성을 제고
- 신·구 지하도 연결 공간을 문화·공연과 이벤트 공간으로 활용하여 공간 자체가 매력을 갖는 복합 공간이 될 수 있도록 개발되어야 함
- 지하공간의 입지적, 장소적 특성을 기반으로 한 중앙로 통합적 이미지 메이킹으로 상권 및 재생 기반 구축
- 문화화된 공공 공간으로서 특정 문화공간으로 변용 및 도시민과 관광객의 문화적 활용이 가능한 복합기능 공간으로 조성되어야 함

2) VR기반 복합 문화 공간 도입

- VR 체험카페는 VR기기의 발전과 수요의 증가로 시장규모가 점점 커지고 있으며, 다양한 VR게임을 이용하고 싶은 젊은 소비층의 욕구를 반영하여 기존의 오락보다 시각, 청각면에서 실감나는 경험이 가능함
- HMD(Head Mounted Display) 기기를 활용한 VR 체험카페는 도심상권과 대학가 위주로 확산되고 있음, 여가 생활을 같이 즐기는 친구들과 가족단위로도 활발하게 활용 되고 있음
- 과학기술 지원 및 원도심 문화자원의 VR 체험 서비스 확대를 통해 단순한 체험형 콘텐츠 뿐만 아니라, 교육문화로 까지 기능 확대



3) 원도심 및 중앙로 콘텐츠 연계 대전역전 지하상가 New 이미지 제고

□ 대전역 및 대전 부르스 연계 축제 개발 · 개최

- 유동인구 유입을 위해서는 다양한 이벤트 및 축제 개최로 대전역 지하상가에 대한 새로운 이미지 제고와 달라진 모습을 전략적으로 보여줄 필요가 있음
- 대전 부르스 연계 축제 기획 및 개최
 - 과거 목포행 호남선이 서울에서 대전역을 거쳐 호남선으로 진입했기 때문에 ‘대전부르스’ 라는 대중가요가 탄생하게 되었음
 - 자정이 넘은 새벽에 대전에서 목포로 향하는 완행열차가 중심 소재로 등장하며, 가사 중 “떠나가는 새벽 열차 대전발 영시 오십분(0시 50분)” 부분이 유명하여 흔히 “대전발 영시 오십분(0시 50분)”이라고 지칭하기도 함
 - 이 노래의 가사로 이야기를 엮어 1963년에 영화가 만들어졌을 때도 《대전발 영시 오십분》이라는 제목이 붙었음
 - 1999년 대전역 광장에 노래 가사를 적어 넣은 노래비가 건립되었음



- 2009년 8월 14일부터 16일까지 3일간 개최되었던 ‘대전역 영시축제’는 대전블루스 원조가수 안정애씨를 비롯한 여러 무대와, 기성세대에게는 추억을 회고할 수 있고 젊은 층에게는 색다른 경험을 할 수 있도록 옛 시절 모습들을 복원하는 프로그램으로 구성됨
- 2010년 재정악화로 ‘대전역 0시 축제’는 개최되지 못함. 다만, ‘대전역 0시 축제’는 기성세대에게 대전역과 대전블루스의 ‘0시 50분’의 추억을, 젊은 층에게는 잠이 들지 않는 젊음의 0시라는 이미지를 결합하여 새로운 문화상품으로써의 가능성을 확인하였다고 볼 수 있음
- 따라서 최근의 원도심 재생사업 및 대전역 관광특화 사업과 대전역중축사업, 대전~세종~오송 BRT 운행으로 광역적 접근성 개선 등 교통의 이점을 살려서 ‘대전역 0시 축제’를 다시 부활·개최 하고 전국적인 축제로 발전시켜 원도심 및 대전역지하상가 활성화를 도모할 필요가 있음

○ 대전역지하상가 활성화를 위한 새로운 놀거리, 볼거리 등을 방문자들에게 제공하기 위하여 시기별 다양한 이벤트로 상인 및 방문객들의 참여를 유도하고, 콘텐츠 확대를 통해 대표상가로 명소화 추진



□ 추억의 목척교 축제

- 추억의 목척교 축제를 개최하여 목척교 및 대전천을 중심으로 옛 추억을 회상하는 7080 축제로 승화
 - 통기타 가요제, 색소폰 연주, 사랑의 음악 등 다양한 공연
 - 지역 방송사(KBS, MBC, TJB 등)와 연계하여 공동 개최
 - '오색빛 축제' 열리는 대전 목척교로 테마를 선정



3. 청년 창업 기능 강화 방안

1) 원도심권 대학 창업 동아리 연계 창업기능 도입

- 현재 대전 창조 경제 혁신센터 중앙로 캠퍼스를 중심으로 청년들의 다양한 창업 동아리 활동들이 활성화 되고 있음. 창의적이고 생산적이며, 지속가능한 사회적 에너지로 확장될 수 있도록 청년문화거점 공간 확충 필요
- 원도심권에 청년들의 문화적 교류 및 사회적 생산 활동의 기회를 제공
 - 대학생 및 청년 창업자들에게 작업 및 발표공간을 제공하여 공간의 활력을 높이고, 지역 주민과 상인들에게 활력을 전파
 - 상상도 못했던 관계들이 생겨나고 새로운 사람들과 도움을 주고받는 네트워크 공유 공간으로, 단순히 청년들을 길러내는 인큐베이팅 공간이 아니라 청년들과 함께 공동 작업을 하는 창업 공간으로 조성
- 커뮤니티공간의 구성과 활용에 따른 창조경제 가능성 타진
 - 상인회 중심의 지하상가 협동조합, 중앙상권 내 동종업종의 협동조합 등 다양한 시도와 협의체 구성을 통한 시너지 극대화
 - 창조경제의 일환으로 안정적인 수익을 내는 커뮤니티 비즈니스 사업 형태로 기반 조성 및 지원.
- 대학 축제의 본교와 지하상가의 이원화 개최 협의.
 - 공연장 부족에 따른 대안 공간으로 지하상가의 커뮤니티공간의 활용도 상승을 도모

[표 4-1] 대전대학교 창업동아리 현황(2016)

팀 명	주제	특성화분야
DENIM KO.	한국을 알릴 코리아 라인	문화융합
S.N.C	딸기를 이용한 기능성 화장품 제조	문화융합
아듀라즈	하우스 온도 습도 감지 스마트 시스템	ICT
OFF THE WALL	패브릭을 사용한 월 데코 제품들	문화융합
L(ost)&F(ound)	분실 방지 스티커	ICT
마이내리터리포트	QR코드 및 NFC를 통한 영상서비스	ICT
HOOTASS	자동청소 모듈	ICT
허블릭 (Herblic)	두피질환에 효과적인 천연 한방 샴푸바	한방바이오
Fenrir	트렌드를 앞서가는 새로운 브랜드 창조	문화융합
골드몽	기능성 캐릭터컵 Cap Cup	문화융합
m4	윈도심에 관한 책	문화융합
프리덤	예술문화활동(대전예술문화, 프리마켓, 디자인활동)	문화융합
on and on	예술문화활동(대전 윈도심 활성화를 위한 지도, 책자 제작)	문화융합
CE.PI	Wit: 거리를 바꾸는 Wifi Trash Can	ICT
퍼즐	디자인 소셜큐레이션 서비스	문화융합
포키미	버려지는 휴지심을 청소도구로 활용	문화융합
Pet Mate	반려동물 중심의 소셜네트워크 플랫폼 서비스개발	문화융합
러브허브	한의학 임상 DB를 바탕으로 제작한 천연한방여성청결제	한방바이오
나눔이	지식 콘텐츠	문화융합
뷰티인사이드	삼색펜과 같은 방식으로 아이라인과 아이브로우, 메이크업을 수정할 수 있는면봉	문화융합
더 페이퍼	문화잡지 제작	문화융합
특집	디자인을 통한 지역사회 활성화 및 소통	문화융합
숨.사.모	대전을 위해 안 보이는 곳에서 노력하고 계신분들 찾기	문화융합
God Design	시장 간판 리뉴얼	문화융합
Calligraphy	서체관련 디자인 제작	문화융합

(앞의 표 내용 계속)

팀명	주제	특성화분야
P-loco	도시농업, 가정용 식용곤충 재배기	문화융합
T-AU	BatEye : 초음파 메시지를 활용한 지속적 인증방식의 출결시스템	ICT
창카에 앉아	아로마오일을 이용한 DIY	문화융합
Portaldesign	AR을 이용한 공간 커뮤니케이션 디자인과 헬스IoT결합	ICT
전시영상	<대전 원도심 활성화 전시 프로젝트>의 영상제작	문화융합
웹툰일러스트	웹툰 영상과 일러스트 제작	문화융합
3D(Dirty, Danger, Diary)	스마트 위치를 이용한 스마트배변관리 시스템	ICT
peach tree (복숭아 나무)	건강에 좋고 저렴한 음료를 제공하기 위한 카페	문화융합
N.M.E	광촉매 소재를 활용해 유용한 아이템개발 및 판매	문화융합
D.XO.H	의류 브랜드 창업	문화융합
드래곤플라이	드론 조립 제작, 유통, 판매, 교육 플랫폼 구축을 통한 사업화	문화융합
Y.J.O	탄산밀폐뚜껑	문화융합
Alpha Team(알파팀)	보드게임을 통한 안전교육 예방 및 심리치료	문화융합
아름다운 나날	화훼장식 및 원예	문화융합
CF	의자를 이용한 캐릭터 상품 의자	문화융합
GER	한국과 몽골의 융합적 문화 상품 개발	문화융합
ABCD	Learning by Teaching	문화융합
스마트워너비	스마트폰 일체형 골프 스윙 연습장치 개발	ICT
FLAME	한국인의 국제 진출 기회 확대를 위한 온라인 기반 매칭 플랫폼	문화융합
PANDORE	청소년을 위한 향수 및 디퓨저 개발	문화융합
NLL	아두이노x피야노	문화융합
페이스 체인지 치즈	일반인들도 분장을 통해 주인공을 경험하고, 추억 남기기	문화융합
D.T	마을여행	문화융합
그린나래	청춘 남녀들의 퍼스널 컬러 매칭과 메이크업 컨설팅	문화융합
Geo_tech	초음파를 이용한 투수성 보도 블록의 안전성연구	기타융복합

[표 4-2] 우송대학교 창업동아리 현황(2016)

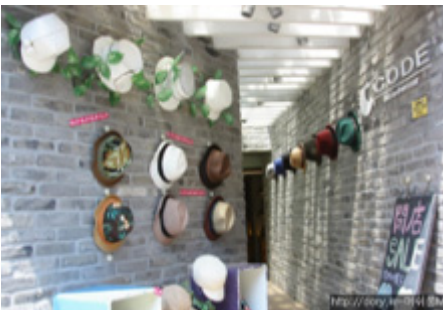
동아리명	동아리인원(명)	활동분야
Donna-Bella	4	공예/디자인
APPLAUSE	35	IT
All Hearts	5	기타
BDM	23	뷰티
Live Cell	10	외식
Treasure Hunt	7	제조
알리바마	3	외식
에드글루	3	IT
EH Soft	3	IT
Studio Sedna	2	방송
사랑애(愛)	2	복지
다밥	12	외식
리니어코멧	2	패션
SH recruiting	10	서비스
오늘네일	2	서비스
운김	7	외식
S.U.P	4	IT
C.L.U	23	IT
자전거소녀	1	외식
미쁨	1	외식
미미시스터즈	2	외식
영감	4	외식

2) 청년 스타트업 존(Zone) 조성을 통한 주력 및 틈새업종 특화

- 창의적인 아이디어를 창출·공유·활용하여 시민 누구나 아이디어만으로 손쉽게 새로운 가치를 창출할 수 있도록 지원하는 오프라인 공간
- 창의성 발현을 위한 수단 및 기회제공을 위해 오프라인 아이디어 혁신 공간 제공

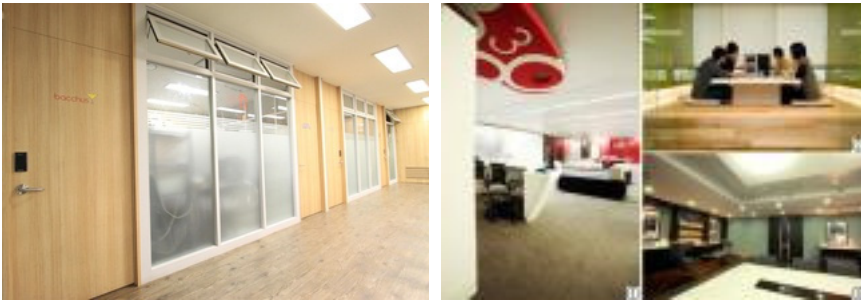


- 다양한 문화충족과 시민의식의 향상에 맞춘 고급화 전략과 틈새업종 (문화예술관련 핸드메이드 등)강화로 상권 활성화 촉진 유도



3) 중앙로 청년활동 지원을 위한 인문학카페 운영(시민대학 프로그램 연계)

- 청년 중심의 특색 있는 카페는 그 자체가 문화적 공간임. 다양한 지상의 카페와 자연스럽게 연계시켜 중앙로와 원도심 테마 공간을 활기 있게 만드는 중요한 자원 역할을 담당하도록 구성
- 특색 있고 개성 있는 문화 소통 카페 공간 도입
 - 원도심권 대학의 문화예술 동아리들과 연계한 문화 프로그램을 강화하고, 원도심 내 청년 및 시민의 유입을 촉진
- 인문학 카페에 상인들의 동아리 활동을 유치하여 시장상인의 단결된 모습과 다양한 교감이 가능토록 지원. 지역상인 및 이용객 동아리 활동 공간 제공



4. 쾌적한 쇼핑 환경(편의/휴게) 개선 방안

1) 휴게 공간과 편의 공간 확보

- 지하상가를 단순히 쇼핑을 하는 곳에서 탈피하여 쇼핑과 환승, 만남, 관람 등을 할 수 있는 문화공간으로 변모 필요
- 지하도 연결구간에 복합 공간 및 보행로와 휴게공간을 제공함으로써 이용자들에게 쾌적한 쇼핑공간과 충분한 휴게공간을 제공

2) 매장을 고급화와 고객 다양화 전략 추진

- 대전역지하상가는 주로 50대, 60대의 중장년층에서 물건을 구매하고 있으며, 업종 구성도 이들 중장년층이 구매 수요가 높은 상품을 파는 업종들이 주종임
- 구매횟수에 비해 낮은 구매력을 가진 10대, 20대, 30대 젊은 층도 대전역 지하상가를 찾을 수 있도록 매장 전문화, 다양화 전략이 필요

3) 시설 개선: 진출입로 편의시설(벤치)

- 진출입로 계단 및 입구에 벤치 및 의자(조형물)를 활용한 테마 적용
- 지하상가의 입구자체가 하나의 예술작품으로 구성될 수 있도록 지역 아티스트 또는 광역권 아티스트들의 공모를 통해 예술과 시민의 만남을 주선하는 상징적 소형 랜드 마크 조성

5장

결 론

1. 결 론
2. 정책건의

5장 결론 및 정책건의

1절. 결론

1. 연구개요

- (연구목적) 본 연구의 목적은 원도심 재생 마중물사업으로 추진되고 있는 도시재생활성화 링크 사업 중 신구지하상가 연결사업의 당위성 및 중앙로 신구지하상가 연계에 따른 침체된 대전역지하상가 활성화 방안을 제안하는 것임
- (연구방법) 선행연구 및 문헌검토, 사례조사, 설문조사, 전문가 자문 및 현장조사 방법 등으로 추진하였으며, 설문 조사 대상자는 상인 및 이용객을 타깃으로 하였으며, 지하상가 실태 및 활성화 관련 내용을 보장하기 위해 상인, 전문가 등을 대상으로 인터뷰를 실시하였음

2. 연구결과

□ 신구 지하상가 연결 관련 의식조사 결과

- 설문조사 대상자의 원도심 방문목적은 주로 지하상가 쇼핑으로 나타났으며, 이용하지 않는 이유는 휴식 및 편의시설 부족, 품질 불만, 매력요소의 부족을 들고 있음
- 향후 필요시설로는 주차장, 냉난방시설, 쾌적한 쇼핑환경, 편의 및 휴게공간 확충을 요구 하였고 지하상가 이용 제고를 위해 다양한 활동을 위한 기능 다양화, 공공 공간의 확충 등이 필요함을 지적
- 연결 공간에는 문화예술, 창업활동, 휴게 및 먹거리 융합 공간 도입을 지지

□ 대전역전 지하상가에 대한 인터뷰 주요내용

- 다양한 시민들이 찾아와 소통이 일어나는 상징적인 공간으로 문화전시, 청년창업, 휴게소통, 연계거점 및 원도심 정체성 제고를 위한 공간으로 자래 매김 하기 위한 기능 보강이 필요

□ 신구 지하상가 연결사업의 당위성

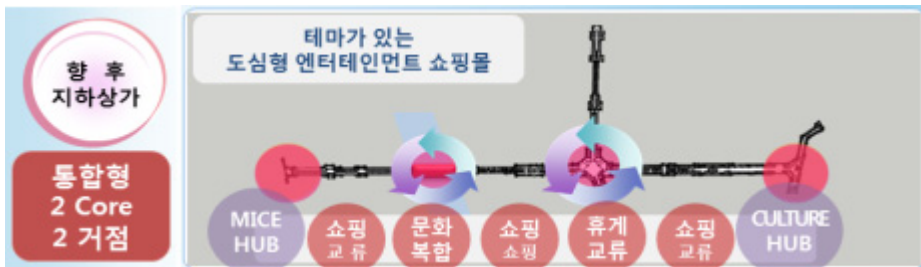
- 중앙로 지하상권 및 지상공간의 거점시설과의 보행네트워크 구축을 통해 원도심 이용자들이 자연스럽게 대전역 지하상가로 유입 되는 원도심 상권 간 수직 및 수평 연계 강화
- 대전역지하상가로 이용자 및 유동인구를 유인하기 위한 거점공간 확보, 거점공간의 도입기능은 문화공간, 창업공간, 휴게공간 등임 다양한 거점 활동을 위한 공간 조성으로 중앙로의 상권 확산에 기여할 것으로 판단 됨

□ 대전역 지하상가 활성화 방안

- (기본방향) 신구지하상가 연결사업과 연계한 지하공간 조성은 쾌적한 쇼핑, 문화예술 활동, 매력적인 상권, 청년창업, 공동체 교류·소통 공간으로 누구나 편하게 즐길 수 있는 공간으로 추진
- (유동인구 유입) 문화이벤트 기능 도입, VR기반 복합문화공간 도입, 원도심 및 중앙로 콘텐츠 연계, 역전지하상가 New 이미지 제고
- (청년창업) 원도심권 대학 창업 동아리 연계 창업기능 도입, 청년스타트업 존(Zone)을 통한 주력 및 틈새업종 특화, 중앙로 청년활동 지원을 위한 인문학카페 운영(시미대학 프로그램 연계)
- (쇼핑환경) 휴게공간과 편의 공간 확보, 매장을 고급화하고 고객 다양화 전략 추진, 시설 개선: 진출입로 편의시설 확충

2절. 정책건의

- 본 연구의 목적은 원도심 재생 마중물사업으로 추진되고 있는 중앙로 신구 지하상가 연결사업의 당위성 및 대전역지하상가 활성화 방안을 도출하는 데 있으며, 연구결과에 기반한 정책적 시사점은 다음과 같음
- 원도심 지역은 대중교통이 이미 발달되어 있을 뿐 아니라 앞으로 지속적인 수요 확대가 예상되어, 보행자들의 이용성 향상을 위한 지하공간의 교통 연계성 강화가 요구되고 있음
- 원도심 경제기반형 재생 마중물사업 일환으로 추진되고 있는 도시재생활성화 링크 사업 중 신구 지하상가 연결 사업은 단절된 지하상가를 연결하는 기능 뿐만 아니라, 원도심권 지상 공간 거점시설과의 보행네트워크 구축 차원 및 원도심 상권 활성화 측면에서도 매우 중요한 사업으로 볼 수 있음
- 신구 지하상가 연결사업이 실질적으로 대전역 지하상가 활성화로 이어지기 위해서는 ‘통합된 중앙로 상권 및 지하상가 이미지 구축’ 이 요구됨
- 이를 위해서는 중앙로 지하상가를 상품구매 뿐 아니라, 다양한 엔터테인먼트를 경험할 수 있는 복합 문화 활동 공간으로 조성·운영하여 누구나 편하게 즐기고, 만남과 교류활동을 즐기는 공간으로 자리매김될 수 있도록 다양한 이벤트 등을 개최할 필요가 있음
- 향후 중앙로 지하상가는 신구지하도 연결 사업을 시작으로 테마가 있는 도심형 엔터테인먼트 쇼핑몰로 발전·변화할 수 있도록 지속적인 변화를 도모 할 필요가 있음



참 고 문 헌

참고문헌

- 김수경(2010), “축제계획단계에서의 콘텐츠 개발 연구-대전역 0시 축제를 대상으로 -”, <조형미디어학> 13권 1호.
- 서경욱(2010), “지하상가 쇼핑환경 개선방향에 관한 연구”, <한국실내디자인학회 논문집> 제19권 2호 통권79호.
- 석중수(2012), <인천광역시 지하도상가와 주변 활성화 방안 연구>, 인천발전연구원.
- 어성우(2012), <도시 지하공간의 영역구성과 공간특성에 관한 연구>, 한양대학교 대학원.
- 유학수(2011), “지하도상가 활성화를 위한 이용자 인식에 관한 연구:수원시 지하철역 연계 지하도상가를 중심으로 ”, <한국융합학회논문지> 제2권 제3호. 33~38.
- 이강주정성환(2011), “도시공공 지하공간의 시설현황 조사분석,” <대한건축학회논문집> 제27권 제1호, 1월, 51면.
- 이종현(2016), <지역상권 활성화를 위한 부평자유시장 활성화 방안>, 인천발전연구원.
- 최종환 외(2013), “울산광역시 지하보도, 문화창작공간으로서의 활용방안 연구”, <울산학 연구>, 울산발전연구원 부설 울산학연구센터.
- 하미경(2012), <문화기반 지하복합도시 조성을 위한 지하공간의 환경평가 및 계획에 관한 연구 - 환경평가 및 계획 지표 설정을 중심으로>, 교육과학기술부.