

2023. 1. 25.(수) 석간용

이 보도자료는 1월 25일 오전 06:00부터 보도할 수 있습니다



보도 자료

담당부서 : 노동·공정·상생정책관
상권활성화담당관

상권활성화담당관	강인철	2133-5480
상권활성화정책팀장	정환삼	2133-5482
주무관	이정원	2133-5496
	엄태양	2133-5544

사진없음 ■ 사진있음 □ 쪽수 : 8쪽

서울시, 경춘선숲길·용마루길 서울 대표상권으로 키운다..3년간 30억 투입

- 로컬브랜드 상권 육성사업 2기 대상지 2곳 추가, 서울 내 총 7개 골목상권 육성 중
- 잠재력 있는 골목상권 선정 전방위 지원, 골목브랜드 선보이고 서울 대표상권으로 자리매김
- 상권당 30억원 투입 시설개선, 인지도 강화, 상인역량 향상 등 전방위 지원
- 경기침체로 어려움 겪는 골목상권 살리는 '지역경제 활성화 대표 모델' 로 발전

□ 서울시가 잠재력을 갖춘 골목상권을 서울의 대표상권으로 키우는 「로컬 브랜드 상권 육성사업」 대상지로 ① 경춘선숲길 ② 용마루길 2곳을 최종 선정했다고 25일(수) 밝혔다.

○ 지난해 4월 선정한 (1기) ▲장충단길 ▲합마르뜨 ▲선유로운 ▲오류버들 ▲양재천길 5곳에 이은 2기 상권이다.

□ 잠재력있는 골목상권을 선정, 상권당 3년간 최대 30억 원의 예산을 투입해 각종 시설과 인프라, 콘텐츠 개발 등 상권발전에 필요한 다양한 지원을 통해 특색있는 '골목브랜드'를 선보이고 이를 통해 상권에 활력을 불어넣는 것이 목적이다.

- 시는 선정된 골목상권에 ①시설·인프라개선 등 ‘하드웨어’ ②콘텐츠·커뮤니티 등 ‘소프트웨어’ ③상권을 변화시킬 창조적 소상공인 양성 등 ‘휴먼웨어’를 전방위적 지원을 펼쳐 시민은 물론 관광객의 발길이 이어지는 서울의 대표 상권으로 발전시킬 계획이라고 덧붙였다.

< 경춘선숲길, 용마루길 로컬브랜드 상권 육성사업 2기 대상지 2곳 선정, 현재 총 7개 육성중 >

- 이번에 선정된 골목상권은 경춘선숲길(노원구), 용마루길(용산구) 총 2곳이다.

자치구	상권명	위 치	비 고
노원구	경춘선숲길 상권 (사잇<it>길)	경춘선숲길, 공릉역 2번 일대	7호선 공릉역
용산구	용마루길 상권	경의선숲길, 효창공원앞역 6번 일대	6호선 효창공원앞역

- <경춘선숲길(노원구)>인근에는 7개 대학교가 위치해 유동인구가 많고 자연을 머금은 경춘선숲길과 볼거리 많은 공릉동 도깨비시장, 오랜 역사의 공릉동 국수거리까지 상권의 기본기를 갖추고 있는 곳이다.
- 앞으로 3년간, 자체 발굴한 브랜드 ‘사잇(it)길 프로젝트’를 활용해 한층 젊어진 상권을 조성하는 것이 ‘경춘선숲길’의 목표다. 해당 상권으로 꾸준히 유입 중인 청년상인들이 개발하고 생산한 다양한 제품을 브랜딩해 경쟁력을 높이고, 이 지역 생산제품을 판매하는 ‘독립마트’를 오픈해 운영한다. 또 애플리케이션 ‘공릉동 101’을 통해 상권 내 이벤트와 할인행사 등을 알려 젊은 층의 발길을 끈다는 계획이다.

- 또 다른 선정지는 <용마루길(용산구)>이다. ‘용마루길’은 효창공원 (6호선)역과 경의선숲길과 맞닿아있어 지역주민은 물론 외부인들이 방문하기 좋은 위치로 보행자를 위한 휴식 공간과 풍부한 녹지 조성이 가능한 곳이다. 또한 타 지역에 비해 임대료가 저렴해 청년들의 첫 창업지로 인기를 끌고 있다.
- 현재 영업 중인 감성카페와 음식점을 활용해 시민들의 발길을 끌 새로운 콘텐츠를 개발하고, 청년사장과 청년소비자가 함께 만들어 나가는 문화를 품은 상권으로 조성할 계획이다. 여기에 복고(레트로) 열풍으로 전통시장과 노포를 찾는 젊은층이 많아짐에 따라 인근 ‘용산용문시장’과 연계한 다양한 즐길거리도 마련해 용마루길상권은 물론 전통시장까지 함께 살리는 상생에도 집중한다.

< 상권당 30억원 투입 시설개선, 인지도 강화, 상인역량 향상 등 전방위 지원 >

- 상권 조성 1년 차인 올해는 소비자 인식과 수요 파악을 통해 브랜딩 방향을 설정한다. 서울시-자치구-서울신용보증재단이 함께 상권스토리를 발굴하고 이를 기반으로 BI(Brand Identity) 개발해 상징성을 확산한다.
- 이와 함께 골목상권을 대표하는 점포(앵커스토어)를 선정하고 시민참여 행사와 특색있는 팝업스토어 운영을 통해 상권의 인지도도 높일 예정이다.
- 상권의 지속가능성을 판가름 짓는 상인들의 경쟁력 강화에도 힘쓴다. 상권 특성을 반영한 상인교육과 프로그램을 운영하고, 상승효과를 창출할 수 있는 상인조직화도 지원한다.

- 상권에 새로운 바람을 불어 넣을 청년 중심의 로컬크리에이터 양성과정도 운영하는데 과정이수 청년창업가에게는 최대 3천만원의 사업화자금 지원과 최대 1억원의 창업자금도 용자 지원한다.
- 예산은 1차년도 상권당 최대 5억원 내외, 2~3차년도에는 연차별 최대 10억 원을 투입한다. 3년간 상권당 최대 30억원 규모다.
- 서울시는 이번에 선정된 2곳의 상권에 대한 자원조사와 전문가 자문 등을 실시해 상권 특성을 살린 콘텐츠와 강점을 극대화할 수 있도록 사업을 내실 있게 추진한다는 계획이다.
- 한편 지난해 4월 1기 로컬브랜드 상권 5곳(①장충단길 ②합마르뜨 ③선유로운 ④오류버들 ⑤양재천길)은 현재 상권별 브랜드 방향을 도출하고 상권의 가치와 문화를 공유할 문화거점 공간을 운영하는 등 1년차 기반사업을 추진을 완료했다.
- 올해 2년차에는 상권자생력 확보에 집중하고 3년차인 내년에는 지속가능한 운영을 위한 생태계 조성을 체계적으로 달성한다는 방침이다.
- 한편 서울시는 앞으로도 지역성과 문화자원 등 로컬콘텐츠를 보유한 잠재력 있는 골목상권을 ‘로컬브랜드 상권’으로 육성해 지역경제에 지속적인 활력을 불어넣겠다고 강조했다.

- 박재용 서울시 노동·공정·상생정책관은 “이번에 선정된 2개 상권은 보행친화 녹색도시, 감성문화도시 등 시정 운영방향에 부합하여, 서울의 매력과 품격을 키울 수 있는 잠재력이 풍부하다”라며, “로컬브랜드 상권 육성사업이 어려움을 겪고 있는 지역경제를 활성화할 수 있는 대표모델이 되도록 내실 있게 추진해 나가겠다”고 말했다.

- 붙임 1. 로컬브랜드 상권 육성사업 개요
 - 2. 2기 상권 사업 대상지 (2개소)
 - 3. 로컬브랜드 상권 육성사업(1단계)

붙임1

로컬브랜드 상권 육성사업

□ 사업기간 : 2022년 ~ 2024년(3년간)

□ 사업내용

- 지역기반 로컬콘텐츠 연계하고 골목상권 특색을 반영하여 추진하는 상권단위 종합지원 사업으로, Hardware와 Software, Humanware로 전략화하고. 특화사업을 기획하여 상권 브랜드화

매력 있는 멋스러운 상권

Hardware

즐거움이 있는 트렌디한 상권

Software

도전하는 새로운 상권

Humanware

체류환경 개선 상권 디자인 개발 디지털 인프라 구축 안전한 상권 조성	브랜드스토리 발굴 커뮤니티 공간 마련 앵커스토어 육성 이벤트 개최	로컬크리에이터 양성 창업 패키지 지원 상생협약 체결 상인역량 강화
---	---	---

- 사업의 수용성 확보를 위하여 연차별로 단계적으로 추진하고, 서울시와 자치구, 서울신용보증재단 간 역할 분담을 통한 협업체계 구축


구 분	1단계 (인프라 구축)	2단계 (브랜드화)	3단계 (자생력 강화)
주요 사업	▶ 기반사업(市, 신보) ▶ 상생협약 체결(區) ▶ 상권협의체 구성(區) ▶ 협력 사업(구) ▶ 로컬크리에이터 양성(市)	▶ 성장사업(區) ▶ 상권육성기구 운영(區) ▶ 창업 지원(區, 신보) ▶ 협력 사업(신보) ▶ 크리에이터 인큐베이팅(市)	▶ 도약사업(區) ▶ 상권육성기구 운영(區) ▶ 성과평가·보완(市, 區) ▶ 협력 사업(신보) ▶ 크리에이터 엑셀러레이팅(區)
사업 집행	서울신용보증재단	자치구	자치구

※ 1단계 사업은 서울신용보증재단의 표준사업계획에 따라 추진하고, 2~3단계 사업은 1단계 사업 종료 후 자치구에서 별도 계획을 수립하여 추진

□ 지원 규모: 상권당 3년간 최대 30억원

- 1단계 사업 : 5억원 내외
- 2~3단계 사업 : 단계별 최대 10억원
- 창업자금 융자지원 : 5억원(1인당* 보증한도 1억원 내외)

* 서울시 로컬크리에이터 양성과정 이수자에 한함

구 분	노원구 경춘선숲길 상권(사잇(it)길)	용산구 용마루길 상권
위치도		
현 황	<ul style="list-style-type: none"> * 면적 : 92,669 m² * 소상공인 점포수 : 118개 * 입지 특성: 경춘선숲길, 공릉동국수거리, 공릉동도깨비시장 * 교통 : 공릉역(7호선) 	<ul style="list-style-type: none"> * 면적 : 50,000 m² * 소상공인 점포수 : 124개 * 입지 특성 : 경의선숲길, 용산용문시장 * 교통 : 호창공원역(6호선)

1. 지원방향

- 상권 주체의 인식전환부터 상권의 가시적인 변화 추진
- 총 3년간 로컬브랜드 상권 육성사업을 성공적으로 수행할 토대 마련

2. 주요 사업내용 : **인식전환·브랜딩·마케팅·역량강화** 총 10개 사업

1 **소비자 중심으로 상권 이해관계자 “인식전환”**

- ① 로컬네트워크 구축
상인과 주민 포함한 인적네트워크 조성, 상권 현안 정례적 논의 및 피드백
- ② 소비자중심 사업계획 수립·관리
상권별 소비자니즈 분석을 통한 사업계획 수립, 상권평가단 운영 및 모니터링

2 **상권의 고유한 매력 도출을 위한 “브랜딩”**

- ③ 상권 스토리 발굴 및 BI 개발
로컬 대표 컬러·상징물·스토리 발굴 및 브랜딩, BI 디자인요소 개발·활용
- ④ 브랜딩 시설물 설치
상권만의 특색 있는 포토스팟 및 로컬소비자 정보제공을 위한 조형물 개발
- ⑤ 커뮤니티 공간 조성
로컬 상품 판매 및 주민공유 공간 조성, 로컬문화 플랫폼으로 운영

3 **본격적인 온·오프라인 판매를 위한 “마케팅”**

- ⑥ 앵커스토어 발굴 및 마케팅 콘텐츠 개발
소비자 상권유입을 유도할 앵커스토어 선정, 매력적인 홍보 콘텐츠 제작
- ⑦ 로컬 이벤트 개최
소비자를 유인할 상권내 점포·아이템 마케팅 행사 개최
- ⑧ 쇼핑플랫폼 및 SNS 프로모션
실시간·택배 등 배송유형별 플랫폼사 입점지원 및 프로모션 실시, 상권별 SNS 계정 운영을 통한 홍보 및 광고 추진

4 **사업후 스스로 성장하는 자생력 강화를 위한 “역량강화”**

- ⑨ 상인 조직화 및 활성화 지원
상인조직 단체등록 및 규약정비 지원, 소비자의견 반영한 상권 환경개선
- ⑩ 로컬크리에이터 발굴 및 액션러닝 지원
로컬크리에이터 대상 교육·실습·벤치마킹을 포괄하는 ‘마케팅 액션러닝 프로그램’ 운영