

지역상권 활성화를 위한 우수 해외사례 연구

—도쿄도 시모키타자와(下北沢), 키치조지(吉祥寺)
상점가 사례를 중심으로—

2012



Ⅱ 연구진 Ⅱ

연구책임 임 화 진 • 도쿄대학교 도시공학전공 박사과정

연구원 김 종 수 • 충남발전연구원 사회적경제지원센터 책임연구원

이 보고서의 내용은 연구진의 견해로서
서울특별시의 정책과는 다를 수도 있습니다.

목 차

I. 서론	3
1. 연구의 배경 및 목적	3
2. 연구의 방법	5
3. 선행연구의 주요내용	7
II. 이론적 검토	11
1. 관련개념의 정의	11
2. 상점가 활성화 관련이론	12
3. 분석의 틀 도출	19
4. 사례지 선정기준	20
III. 상점가 활성화정책 분석	23
1. 상점가 활성화정책의 배경	23
2. 중앙정부 및 도쿄도의 상점가 활성화정책	24
3. 기초자치단체의 상점가 활성화정책	30
4. 도쿄도 및 지자체 상점가 활성화정책의 시사점	46
IV. 상점가 현황분석	49
1. 지역의 일반현황	49
2. 지역의 역사적 배경과 주변현황 변화	53
3. 상점가의 상업활동 현황	59
V. 상점가 관련주체들의 활동 분석	67
1. 키치조지 상점가 관련주체들의 활동현황	67

2. 시모키타자와 상점가 관련주체들의 활동현황	78
3. 소결	86
 VI. 결론	 91
1. 연구의 요약	91
2. 연구의 시사점	92
3. 연구성과의 활용과 향후과제	94
 참고문헌	 99

표 목 차

〈표 1-1〉	심층면접조사의 일정 및 방문기관	7
〈표 1-2〉	키치조지 및 시모키타자와 관련 선행연구	7
〈표 3-1〉	경제산업성의 상점가 활성화사업 사례	28
〈표 3-2〉	도쿄도의 지역상점가 지원사업 사례	29
〈표 3-3〉	무사시노시의 상점가 지원사업 사례	30
〈표 3-4〉	무사시노시 노선상업 활성화를 위한 간담회에서 도출된 이슈	34
〈표 3-5〉	무사시노시 노선상업 활성화를 위한 간담회의 활동을 통한 제언	34
〈표 3-6〉	상점가 활성화관련 산업진흥계획의 시책 및 사업	41
〈표 3-7〉	세타가야구의 상점가 지원사업 사례	42
〈표 4-1〉	살고 싶은 동네 선호도 2011년	51
〈표 4-2〉	시모키타자와 형성사	57
〈표 4-3〉	키치조지와 시모키타자와의 연간 매출액 및 1 평방미터당 연간 매출액	60
〈표 4-4〉	키치조지의 주요 상점가	62
〈표 4-5〉	시모키타자와의 주요 상점가	63
〈표 5-1〉	키치조지 상점가 관련 주체	67
〈표 5-2〉	시모키타자와 상점가 관련 주체	78
〈표 6-1〉	상점가 활성화의 성공요인에 대한 분석 요약	94

그림 목차

〈그림 1-1〉 연구의 흐름도	8
〈그림 2-1〉 연구의 분석틀	19
〈그림 2-2〉 사례지 선정기준	20
〈그림 3-1〉 경제산업성의 상점가활성화법에 따른 사업계획의 인증절차	26
〈그림 3-2〉 산업진흥·무사시노(武蔵野)상공회의소 중기비전 및 시책의 체계도 ...	31
〈그림 3-3〉 무사시노시의 시민과 시장의 타운미팅의 전경 및 전단지의 내용	33
〈그림 3-4〉 세타가야구 산업비전에서 제시하는 상점가의 3단 기능	38
〈그림 3-5〉 세타가야구 산업진흥계획 조정계획의 체계	40
〈그림 3-6〉 세타가야 모노즈쿠리 학교의 전경 및 상품	43
〈그림 3-7〉 세타가 이치 홈페이지의 모습	44
〈그림 4-1〉 키치조지와 시모키타자와 지역의 위치	50
〈그림 4-2〉 키치조지 상점가와 주변지역의 입지	52
〈그림 4-3〉 시모키타자와 상점가와 주변지역의 입지	52
〈그림 4-4〉 키치조지의 도시기반정비지역 (1964년 도시계획 도로 결정 당시 지도) ..	54
〈그림 4-5〉 키치조지 역사적 사건 및 이미지 변화	55
〈그림 4-6〉 1973년부터 2002년까지 키치조지 상점가의 용도지구 변화상	55
〈그림 4-7〉 고지도를 통한 시모키타자와 형성사	58
〈그림 4-8〉 시모키타자와의 건축 변화	58
〈그림 4-9〉 토지이용 용도 변화	59
〈그림 4-10〉 키치조지와 시모키타자와의 연간 매출액 및 1 평방미터당 연간 매출액	60
〈그림 4-11〉 키치조지와 시모키타자와 지역의 대규모 점포와 소규모 점포의 사업소 비율	61
〈그림 4-12〉 키치조지 상점가의 위치	62

〈그림 4-13〉 시모키타자와 상점가의 로고들	63
〈그림 4-14〉 시모키타자와 상점가의 위치	64
〈그림 5-1〉 키치조지 활성화 협의회 환경 정화활동 팸플렛	74
〈그림 5-2〉 키치조지 상점가 풍경(선로드 상점가)	75
〈그림 5-3〉 키치조지 활성화협의회 조직도	76
〈그림 5-4〉 세타가야구 산업비전에서 제시하는 시모키타 오픈 이노베이션 타운의 역할	85

I . 서론

- 
- 
1. 연구의 배경 및 목적
 2. 연구의 방법
 3. 선행연구의 주요내용

I

서론

1. 연구의 배경 및 목적

1) 연구의 배경

- 소비패턴의 변화, 대형 슈퍼마켓의 진출 등으로 인해 중소상점을 중심으로 한 상업지역의 쇠퇴와 지역경제의 낙후 및 지역공동체 파괴현상이 나타나고 있음.
 - 정부의 정책적 노력에도 불구하고 중소상점 중심의 상업지역에서 양적 쇠퇴가 발생하고 있으며, 특성화 상업지역으로 이름 높던 홍대, 대학로 지역도 대규모 자본의 유입으로 개성 없고 획일화된 상업지역으로 변모됨.
- 이에 중앙정부와 서울시, 기초지자체에서는 중소상인을 중심으로 한 상업지역과 전통시장을 활성화시키기 위하여 다양한 방안을 시도하여 왔음.
 - 그러나 그간 추진되어 온 정부의 상업지역 활성화정책은 주로 낙후된 시장시설의 정비와 같은 물리적 사업에 치우쳐 있어 상업지역의 지속가능한 유지와 발전이라는 목적을 달성하기에는 부족함이 있다고 사료됨.
 - 또한, 오랜 기간 지역공동체의 중심역할을 담당하고 지역정체성 유지에 힘써왔던 중소상인들과 지역민들의 공동체가 경제적 논리로 파괴되는

시점에서 상업지역을 중심으로 한 지역활성화를 통해 이를 유지하고 복원해야 할 필요성이 제기됨.

○ 이러한 와중에 서울시에서 추진 중인 전통시장 활성화 사업인 문화활성화 사업, 문전성시 사업은 지역경제 활성화뿐만 아니라 지역공동체 복원의 관점에서 주목할 만함.

— 그러나, 현재 서울시에서 추진 중인 전통시장 활성화사업들도 현재까지는 시행기간이 짧기 때문에 지역역량을 활용한 자체적 상업지역 활성화보다는 정부의 제도적, 재정적 지원이 주가 되는 정책이라고 생각되므로 향후 더욱 다양한 제도적 보완과 논의가 이루어져야 할 것임.

○ 따라서 상점가 활성화의 성공적 사례로 평가받고 있는 도쿄도 시모키타자와, 키치조지 상점가 사례연구가 향후 서울시 상업지역 및 전통시장 활성화에 유의미한 시사점을 제공할 수 있을 것으로 판단됨.

2) 연구의 목적

○ 이 연구는 대규모 자본(대형 상업시설)과 영세성(영세상점들)이 공존하면서도 지역특성을 유지하고 있는 도쿄도의 대표적 상점가들에 대한 사례연구임.

— 도쿄의 대표적인 상업지역 활성화사례로 잘 알려진 도쿄도 시모키타자와, 키치조지 상점가와 주변 상업지역에 대한 조사를 통하여 일차적으로는 한국에 아직 소개가 미진한 도쿄의 상점가 활성화 사례의 소개

— 해당 지역에 대하여 시공간적 공간분포, 이해관계자의 활동현황 변화 및 관련조직을 위한 정책 현화(現化)과정에 대한 조사를 통해 상점가 활성화 과정에 대한 이해 도모

○ 상점가 활성화 및 지역공동체의 조화를 위한 바람직한 방안 도출

— 도쿄도 상점가 쇠퇴의 원인과 극복과정 및 결과에 대한 정성적인 조사를 통해 상점가 활성화의 요인을 다각적 관점에서 밝힘.

— 도쿄도보다는 상점가 활성화사업의 역사가 짧은 서울시의 정책수립과

전개에 있어 나타날 수 있는 문제점과 위기를 해결할 수 있는 구체적인 정책적 시사점 도출

2. 연구의 방법

이 연구에서는 도쿄도 상점가의 발전 변화상과 활성화요인을 파악하고 어떠한 정책이 필요한지를 알아보기 위하여 아래와 같은 다양한 연구방법을 활용할 것임.

1) 문헌연구

- 이 연구를 위하여 우선 도심쇠퇴, 도심재생, 상업지역 활성화, 지역공동체 복원 등과 관련하여 국내외 다양한 문헌연구 실시
 - －상업지역 활성화의 정의, 현황, 관련제도 검토
 - －상업지역 활성화와 지역경제 발전, 지역공동체 복원에 관한 이론적 검토
 - －도쿄도 상업지역 활성화의 대표적 사례들에 대한 검토

2) 지역조사

- 2개 지역에 대한 사례연구를 위하여 질적 연구방법과 양적 연구방법을 병행
 - * 사례연구는 이 연구에서 제시한 선정근거에 부합하는 2개 지역(시모키타자와, 키치조지)에 대한 직접 방문조사가 중심이 될 예정

3) 자료수집 및 분석방법

- 핵심 이해관계자(key stakeholder)와 심층면접(in-depth interview) 실시
 - －대상 : 도쿄도·구청 담당자, 상점가 운영위원회, 시민단체 담당자 등 사례지역 상점가의 운영과 관련하여 정책적 의사결정 및 사업집행에 직접적으로 관여하는 주요 이해관계자와의 심층면접을 통해 보다 핵심적인

정보의 획득

- 방법 : 심층면접에서는 중요 이해관계자들의 활동 및 의견의 특성을 보다 일목요연하게 파악하기 위하여 구조화된 설문지를 사용할 예정

○ 사례지역 상점가의 시계열적 공간변화에 대한 정량적 분석

- 1970년대 이전부터 2012년 현재까지 연대별(예 : 고도성장기, 버블붕괴 등 주요사건을 전후)로 공간적 변화 추이 및 특성 파악

- * 상업지역의 현황변화와 상업통계, 공간적 패턴변화(예 : 상점가 입지현황, 재건축 현황, 상업지역의 확대·축소양상 등)를 파악하기 위하여 토지이용현황도, 도시계획도 등의 자료 활용

○ 사례지역 상점가의 역사적 동태성에 대한 정성적 분석

- 상업지역의 역사적 발전상, 시기에 따른 이해관계자들의 상호작용에 대한 정성적인 조사

- * 지역고유의 문화·인적 자원, 지역잠재력과 관련된 고유사업 및 이해관계자들의 실제 활동을 파악하기 위하여 기존 연구자료, 역사문헌을 검토하고 관련단체 및 핵심 이해관계자와 심층면접을 실시

○ 심층면접조사(in-depth interview)의 개요

- 2012년 9월 22일~10월 6일간 총 7회에 걸쳐, 두 사례지역의 상점활성화 관련 공공기관, 지원단체 및 상점가위원회 대표 등과의 면대면조사 및 전화/이메일 인터뷰조사를 실시함.

- 면대면조사에 앞서서, 전화, 메일 등을 통해 조사의 취지 및 질문할 내용을 사전에 인터뷰 대상자에게 전달하였으며, 인터뷰에서는 사전에 전달한 질문내용과 함께 반구조화된 설문지를 이용함.

- 1개의 단체당 조사시간은 평균 1시간~1시간 30분이었으며, 사전에 인터뷰 대상자에게 양해를 구하고 인터뷰의 내용을 녹음하였고, 인터뷰 이후 추가조사가 필요한 부분은 사후 메일 및 전화를 통해 관련내용을 다시 확인하였음.

—2012년 10월 28일, 시모키타자와의 마치즈쿠리와 지역활성화 관련 워크숍에 참석하여 의견을 교환하고 추가 자료를 수집하여 연구와 관련된 시사점 도출에 활용함.

〈표 1-1〉 심층면접조사의 일정 및 방문기관

사례지	일시	방문기관
키치조지	9월 22일	무사시노시 키치조지 마치즈쿠리 사무소
	10월 20일	키치조지 활성화 협의회 (전화 및 이메일 인터뷰)
시모키타자와	10월 4일	시모키타자와 남구 상점가(미나미구치 상점가)
	10월 6일	시모키타자와 일번가 상점가 (이치방가 상점가)
	10월 8일	시모키타자와 북구 상점가 이노베이션 센터
	10월 10일	세타가야구 산업정책부 상업과
	10월 28일	세타가야구 워크숍

3. 선행연구의 주요내용

1) 선행연구 현황

- 일본에서 키치조지와 시모키타자와 지역에 관한 선행연구들은 주로 “상업지의 공간형성”이라는 지리적·공간적 관점에서 다루어져 왔으며, 한국의 경우 두 사례지역에 대한 소개조차 잘 되어 있지 않기 때문에 관련연구가 전무하다고 할 수 있음.

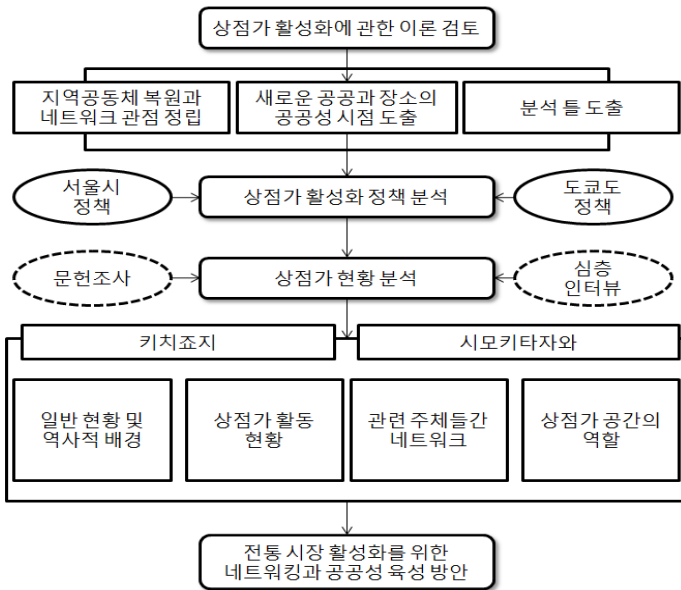
〈표 1-2〉 키치조지 및 시모키타자와 관련 선행연구

키치조지	시모키타자와
미우라 아쓰시(2007) 키치조지 스타일	이동훈(2008) 지역형 상점지의 점포 입지 상황에 관한 연구, 일본건축학회계획개론문집, 73-625
이즈카 히로시 외(2009) 도쿄의 집객형 시가지의 변용과정에 관한 고찰 : 키치조지에 관한 고찰, 학술강연개요집, 2009년 일본건축학회 학술대회	고바야시 마사미 외(2006) 유비쿼터스 기술을 응용한 거리 회유성 실험과 평가에 관한 연구 : 오다큐선 시모키타자와역 주변 상점가를 대상으로, 일본 건축학회기술보고집, Vol. 24

2) 선행 연구와의 차별성

- 대다수의 기존 선행연구들이 “상업지의 공간형성 관점”에서 해당지역을 연구한 반면, 이 연구는 다음과 같은 측면에서 선행연구와 차별성이 있음.
 - 선행연구들이 상점가 활성화의 요인을 공간적 관점에서 찾은 반면, 이 연구는 이를 주체간의 관계 및 상호작용의 관점에서 고찰함.
 - 그리고, 상점가 내 대자본과 소자본의 관계를 적대적이거나 경쟁적 관계가 아닌 상생의 관점에서 양자가 공존할 수 있다는 가능성을 제시하고 있음.
 - 마지막으로, 상점가와 이를 둘러싼 주체들에 대한 심층적인 사례조사를 통하여 바람직한 상업지역이 발전하기 위하여 주체들이 어떤 역할과 관계를 맺어야하는 지에 대한 시사점을 도출하고 있음.

3) 연구의 흐름도



〈그림 1-1〉 연구의 흐름도

II . 이론적 검토

- 
1. 관련 개념의 정의
 2. 상점가 활성화 관련 이론
 3. 분석의 틀 도출
 4. 사례지 선정기준
- 

III

이론적 검토

1. 관련개념의 정의

1) 상점가와 상업지역

- 일본에서의 상점가(商店街, しょうてんがい, 쇼우텐가이)란 상점이 밀집되어 있는 지구를 의미하기도 하지만, 점포업주들의 모임을 지칭하기도 하는 복합적인 용어로 사용됨.
 - 통계분류상 “상점”이란 상업통계조사표(商業統計調査表)에서 규정된 업종 및 일본통계준산업분류표(日本標準産業分類表)에 규정된 업종에 포함되는 점포를 의미함.
 - 통계분류상 “상점가”는 상업통계조사표에 따른 20개 이상의 점포가 인접하여 집적되어 있는 지역을 의미함.
 - 따라서 상점업주의 모임은 “상점회(商店會)”, “전문점회(專門店會)” 등을 의미하며, 이러한 모임들이 조직화된 경우를 “상업연대(商連)”, “상점연합회(商店連合會)”와 같이 협동조합법이나 진흥조합법에 따른 법정조직이 됨.
- 상점가의 복합화된 형태인 “상점군”의 형성사례가 다수
 - 상점가 중에는 기능과 업종이 복합화되어 실질적으로 상점군을 형성하

는 유형들이 많은 편인데, 갯길에 주점이나 쇼핑관련 소점포 등이 입주하는 경우, 노면점포와는 다른 업종·업태의 점포가 길게 들어서서 매력적인 시가지를 형성하는 사례들이 다수임.

○ 지역이미지 차원에서 상점가의 경관을 정비하는 사례가 많음.

— 상점가의 아케이드, 가로등, 도로채색 등 상점가라는 시각적 이미지를 내방객들이 인식할 수 있도록 하는 정비사례가 많으며, 아케이드와 가로 등의 디자인 및 색채로 상점가조합의 경계를 구분하는 예도 있음.

2) 상점가 활성화

○ 상점가 활성화란 상점가에 보조금을 지급하여 지역재생, 마치즈쿠리사업 등을 통해, 상점가의 물리적 인프라 및 소프트웨어를 개발하여 활력있는 상점가거리를 만들어나가는 활동을 의미함.

— 상점가활성화에는 물리적인 기반시설 개발 및 개선뿐만 아니라, 지역의 인적·물적자원을 동원하여 자원들을 연계하고 이를 지원하는 프로그램을 만드는 등의 다양한 활동들이 포함됨.

3) 지역공동체

○ 지역공동체란 한 지역의 범위 안에서 자연스럽게 이루어진 생활공동체를 의미하며, 이 연구에서는 지역주민뿐만 아니라 상점가를 이루고 있는 중요한 주체인 상점가연합회 등을 포함한 의미로 사용됨.

2. 상점가 활성화 관련이론

1) 자산기반 접근방식

○ 현재까지의 정책 접근 방식은 전문가 기반의 Top-down 형태의 정부의 대응

방식이었음

—수십 년동안 대부분의 나라들은(개발도상국이든 선진국이든) 지역의 소요량을 정량화하기 위해서 필수공급지표(주택공급량, 상가, 학교, 공원, 공공용지 등)를 사용해왔음.

—부족한 부분을 채우기 위한 이러한 접근방식은 불확실한 사실을 근거로 ‘소요량’을 산출하고, 이 소요량을 채우는 것이 우선적인 정책목표가 되어, 문제에 대한 불공평한 해결책(빈민가 강제철거 등)을 가져오는 것으로 나타남(Peattie, 1983).

○비단 주택공급의 문제뿐만이 아니라 지역의 서비스 제공 및 일자리 창출 분야에서도, Top-down 방식의 정책집행과 보여주기 행정에 의하여 단지 부족한 수치(실업률, 저소득률 등)를 채우는 것으로도 정책목표를 달성했다고 자위함.

—문제를 정량화함으로써 거기에 수반되는 원인들을 지역적 특성과 관계 없이 일반화시킴으로써 지역마다 가지고 있는 고유한 특징을 살리지 못하고, 문제의 다양한 원인에 대한 고려가 미흡하여 지속적인 문제를 발생시키게 된다는 것임.

○전문가 기반의 Top-down형태의 전통적인 정부의 방식은, 결과적으로 전문가가 평가하는 지역의 필요들과 지역 주민들이 인식하고 정의하는 지역의 요구들 간의 차이를 보여주었고, 정부는 여기에서 발생하는 갈등의 문제를 해결하기 위해서 규제를 사용하게 됨. 효과적인 답다운 방식과 필요기반 방식의 절차들은 다양한 불평을 야기하였고, 주민과 정부 간의 불신은 보 조급 등 지원금의 삭감으로 이어짐.

○이러한 배경에서 지역공동체들은 자기들 나름대로 자신들의 역량을 구축하기 위한 혁신적인 방법들을 발견하기 위해 힘을 쓰고 있으며(UN-HABITAT, 2008), 이러한 접근을 자산기반의(Asset-based) 접근방식이라고 함.

—자산기반의 접근방식은 부족한 것이 무엇인가에 대한 것보다 공동체에

- 이용 가능한 유무형의 자산을 정의하고 자본화하는 방안을 찾는 것임.
- 자산기반의 정책을 통해 사회적 자본의 형성을 도우며, 지식과 기술을 공유하고, 자산에 대한 사회·정치적 가치의 공유를 이끌어내도록 만들어 나갈 수 있으며, 공동체 차원에서는 역사적 자산에 대한 가치인식과 자산으로서의 영토공유, 지역과 대학, 공과 사의 파트너십을 강화하고, 지역의 공생과 가치의 선순환을 목표로 삼는 자발적인 지역개발조직들을 세워가는 것을 기획할 수 있음(김종수 외, 2012).

2) 자산기반의 지역발전전략

- 자산기반의 지역발전전략은 주민과 시민단체 그리고 지방정부 및 지역조직들이 각자의 자산과 기술 그리고 역량을 발굴하여 커뮤니티를 구축해가는 과정임(Kretzman&Mcknight, 1993)
- 지역사회의 다양한 그룹과 자원조직과 비공식 협회들 이들 간의 지식과 사회적 힘의 공유, 협력적 네트워크를 구축하는 것이 주요 목적임.
 - 여기에서 핵심은 자기검열과 지속적인 변화임.
 - 구성원으로서 성취에 대한 자존감을 키워주고 그들이 무엇을 기여할 수 있는지를 알려주는 것은 그들 스스로가 지역의 발전의 수혜자가 아니라 생산자로서 자신감을 키워주며 주민, 조직 간의 협력적인 관계와 신뢰를 갖게 해줌.
- 일반적인 지역발전전략의 단계는 ① 지역자산과 역량을 맵핑하고, ② 주민과 주민, 조직과 조직간의 변화를 위한 새로운 관계를 구축하며, ③ 공통의 관심사를 식별하여 개개인의 지식과 자원을 공유하고 조직을 활성화시키며, ④ 자산과 역량을 기반으로 하여 활동의 테마를 설정하고 핵심그룹을 조직하여 비전과 계획을 작성하고, ⑤ 외부자원에 대해서 지역 내에서 컨트롤 할 수 있는 환경을 만들고 효과적으로 활용하는 것임.
 - 이러한 기본적인 단계를 진행함에 있어서 지역 내의 비전과 목표는 사람

들이 알기 쉽고 실현가능하도록 구체화해야 하며 지역의 자원을 통하여 성취 가능해야 하며 자존감과 지역의 강점을 강화시킬 수 있는 방향으로 해야 함.

- 지역자산을 기반으로 하는 발전전략은 주민과 지역조직 그리고 지방정부가 개별적으로 소유하고 있는 자산과 역량을 상호간의 협력과 신뢰를 구축함으로써 지역의 발전과 지속가능한 성장을 가능케 하는데 유용한 정책적 프로그램을 제시해줌.

3) 공공성을 지닌 공간으로서의 상점가

○ 사회-공간복합체로서의 상점가

- 공간 또는 장소가 지니는 고유성은 광범위한 사회적 힘을 반영하며, 동시에 공간의 고유성은 사회적 상호작용에 영향을 미침.
- 따라서, 지역의 고유성을 연구하려면 주어진 사회의 주요 차원들, 즉 계급관계, 인종관계 등을 해명하고 이들이 특정 장소에서 특정 방법으로 어떻게 조합하여 고유한 지역을 형성하는가를 해명해야 하는 한편 그 역관계 역시 살펴보아야 함(손명철, 1994; 박세훈, 2011: pp.48~49 재인용).

○ 정체성의 장소로서 상점가

- 공간의 정체성은 일반적으로 ‘장소성’이라는 개념으로 주로 지리학자와 인류학자들에 의해 논의되어 왔으며(Relpf, 1985; Tuan, 1977; 박세훈, 2011, p.52 재인용), 일반적으로 장소성은 인간이 체험을 통해 특정장소에 느끼게 되는 애착으로, 고유하면서 동시에 다른 장소와의 차별성을 일컫음. 이를 장소애착(place attachment) 혹은 장소의존성(place dependence)으로 부를 수 있음.

○ 상품화되는 공간으로서의 상점가

- 현대도시에서 공간은 삶의 터전이자 동시에 하나의 상품임. 공간이 토지 자산으로서 경제적 가치를 가지고 있기 때문에 상품으로 여겨지는 측면

도 있지만, 최근에는 공간이 지니는 고유한 성격, 즉 이미지 자체가 하나의 상품으로 여겨지고 판매됨. 이러한 논의는 1980년대 이후 도시연구자들 사이에서 ‘장소마케팅(place marketing)’이라는 개념으로 연구됨.

○ 공공성을 지닌 공간으로서의 상점가

- H. Arendt의 『인간의 조건』 : 인간의 활동은 노동 및 일과 함께 인간의 활동적 생활을 구성하며, 인간 고유의 영역인 공적공간을 형성
- 여기서 말하는 공적공간이란, 활동이 계속적으로 유지되는 공간이어야 하며, 이러한 활동이 사람들의 가치와 규범을 대면하게 만드는 공(公)과 사(私)의 단순 조정이 아닌 공(共)공간으로서 역할
- 현상의 공간(the space of appearance)으로서의 공공공간은 사람들이 행위와 논의에 의해 서로 관계하는 장소에서 생겨나는 공간
- 상점가도 각자의 생업의 장소로서 생겨나는 공간적 연대 조직이자, 공간 자체를 의미하며, 사적인 조직을 토대로 공과 사의 간극을 메우는 역할을 담당함.

○ 지역사회에서의 시장의 의미

- 시장은 일반적으로 사람들이 상품과 화폐를 매개로 상호 필요와 이윤을 추구하기 위해 일정하게 약속된 시간 속에서 교류하는 공간을 의미함.
- 이는 시장이 사회적 시간 및 공간 관념과 매우 긴밀하게 연결되어 있다는 것임. 시장은 그 일대를 연결하는 연결망 내에 존재하기에 상인과 주민과의 상품 교류뿐만 아니라, 정보 및 문화 등의 상호 교류가 이루어지는 생활권임. 시장은 따라서 인간들의 일상생활이 이루어지는 가장 중요한 구심점이 됨.

4) 새로운 공공

- “새로운 공공”을 만들어내는 사회는 “서로 의지하고 활기찬 사회”이며, 모든 사람에게 살 곳(주거 및 일할 곳)과 차례가 있고, 모두가 타인에게 도움

이 되는 기쁨을 소중히 여기는 사회임. 그 곳에서 다양한 새로운 서비스 시장이 생겨나고, 활발한 경제 활동이 전개되어 그 열매가 사회에 돌아와 사람들의 생활을 윤택하게 하고 더 좋은 순환 속에서 발전하는 사회를 의미함.¹⁾

○ 새로운 공공의 의미

- 새로운 공공이란 종래 관(행정)이 독점해 왔던 영역을 개방하거나, 행정(관)만으로는 불충분한 영역을 관민협동으로 수행하는 등, 시민, NPO, 기업 등이 공적인 재화나 서비스를 제공하는 생각의 방식을 말함.
- 새로운 공공이 지향하는 사회는 국민의 다양한 필요에 대응하는 서비스를 시민, 기업, NPO 등에 의해 낭비 없이 제공되고, 하나하나가 활동할 수 있는 공간을 마련하는 행복한 사회를 추구

○ 새로운 공공지원사업의 경과

- 새로운 공공원탁회의를 설치되면서 시작됨. 2010년 1월, 이 원탁회의를 통해 NPO 등에 소액금융제도 확충, 위탁업무에 있어서 개산지급²⁾의 적극적인 도입, 사회 이노베이션을 촉진할 수 있는 제도를 만들어 사회자본이 높은 커뮤니티 만들기 등을 제안하고 있음.

5) 지역사회의 사회적 자본 형성과 네트워크

○ 왜 사회적 자본인가?

- 사회적 자본은 지속적인 네트워크나 제도화된 관계 즉, 특정집단의 구성원이 됨으로써 획득되는 잠재적 자원의 총합으로 정의할 수 있음(Bourdieu, 1986)
- 특히 제도화된 사회적 네트워크의 수평적 관계, 그리고 사회적 네트워크를

1) 2009년 6월 4일 제 8회 새로운 공공 원탁회의 [새로운 공공] 선언

2) 概算拂: 확정되지 않은 금액을 후에 정산할 것으로 조건으로 대략적인 금액을 미리 지급하는 것

형성하는데 신뢰와 상호호혜성은 필수적인 요소로 작용함(Putnam, 1993)

—사회적 자본은 인적 자본과 같이 지역사회의 네트워크를 통해 생산성을 높이지만 물적 자본처럼 금융자산으로 바로 교환되는 자산형태는 아님

○지역사회에서 왜 사회적 자본이 필요한가?

—퍼트남에 따르면 개인적 신뢰가 사회 전체적으로 긍정적 효과를 가지기 위해서는 개인적 신뢰는 사회적 신뢰로 변화하여야 한다고 하면서, 그러기 위해서는 사회적 규범과 시민 연대적 연계망이 필요하다고 함(김태영, 2001: 47)

—또한 Putnam(1993)은 이탈리아의 각 지방정부의 성공과 실패를 장기간에 걸친 비교연구를 통해 사회적 자본이 각 사회의 정치·경제발전에 미친 영향을 분석하였음. 그리고 이탈리아 북부와 남부의 지역공동체를 장기간 비교 연구한 결과 지역공동체의 성공적 운영이 후원이나 보호에 의해 이루어지기보다는 수평적으로 조직된 시민공동체 조직을 통해 나타나게 된다고 주장함(김준환, 2004: 98).

○사회자본이 풍부한 지역일수록 지역발전도와 지역 환경에 대한 전망이 높게 나타나며, 마을만들기 작업 등을 통해서 주민의 참여 의식과 지역공동체성을 높일 수 있음.

—이를 통하여 지역사회에 대한 소속감과 일체감을 키울 수 있고 상호신뢰 기반이 구축되며, 사회자본은 지역사회의 균열을 방지하고 범죄를 줄이고 어려울 때 도와주는 네트워크를 형성함으로써 여러 가지 공동체적 성격을 강화하는데도 기여할 수 있음.

—흔히 사회자본이 높은 지역은 낮은 범죄율, 높은 수준의 건강지표, 이웃 간의 신뢰가 형성되어 있으며, 시장경쟁에서 나타나는 기회주의, 조직과 사회의 지나친 권위주의, 집합행동에 있어서 무임승차라는 단점을 풀어갈 대안으로 ‘신뢰와 호혜의 네트워크’의 중요성이 부각됨.

—이러한 점 때문에 사회자본은 공동체 건설의 필수적인 전제조건으로 인

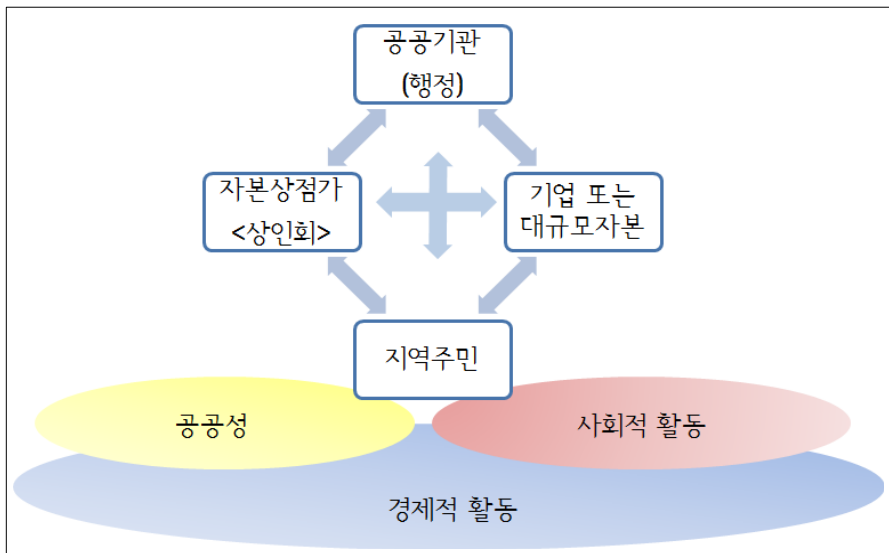
식되고 있음.

○ 사회적 자본이 보다 발전된 형태로서 산업지구 이론을 들 수 있음.

— 이 이론은 경제적 요인보다는 생산을 둘러싼 사회·문화적 맥락을 강조하고 있음.

— 특히 그라노베터의 사회관계론은 독립된 개체들이 분업과 신뢰를 기반으로 느슨한 연계를 유지함으로써 서로 다른 개체들의 핵심 역량을 공유함과 동시에 고도의 유연성을 유지할 수 있는 새로운 사회관계를 상정함 (임기철·박동배, 2004).

3. 분석의 틀 도출

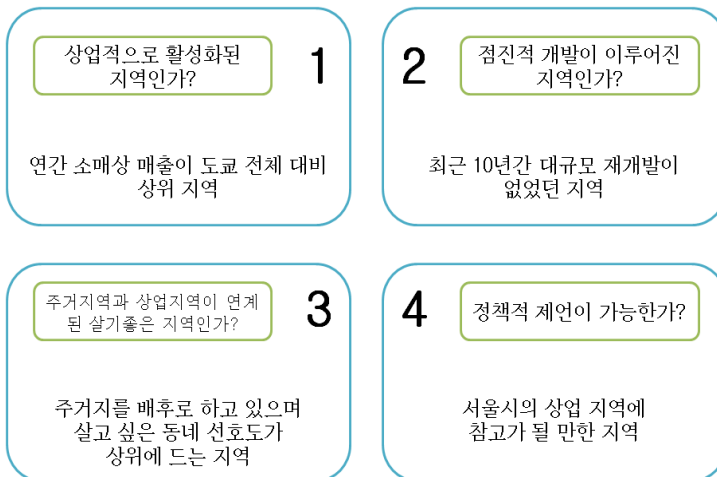


〈그림 2-1〉 연구의 분석틀

4. 사례지 선정기준

○ 이 연구에서 선정한 사례지역은 다음과 같은 기준에 따라 선정됨.

- ① 연간 소매상 매출(대형마트를 제외한 매출)이 도교 전체 대비 상위지역
 - ② 약 10년 이내에 대규모 재개발이 이루어지지 않았던 지역
 - ③ 주택지를 배후로 하고 있으며, 살고싶은 동네³⁾ 선호도가 상위에 드는 지역
 - ④ 서울시의 상업지역과 유사점을 가지고 있으며 참고가 될만한 지역 등
- 요컨대 도교도 시모키타자와, 키치조지 지역은 이상의 기준과 같이, 대규모 개발이 없이 거리와 동네의 브랜드 전략을 가지고 소규모 사업과 이벤트를 지속적으로 개최해 나가는 상업지역임과 동시에, 대규모 자본과 영세자본이 공존하는 지역으로써의 특징을 가지고 있음.



〈그림 2-2〉 사례지 선정기준

3) ‘살고싶은 동네’란 ‘도교위커’라는 언론사에서 도교시민을 대상으로 실시하는 앙케이트로 선정되는 지역을 의미한다 [<http://www.atpress.ne.jp/view/25746>]

III . 상점가 활성화정책 분석

- 
1. 상점가 활성화정책의 배경
 2. 중앙정부 및 도쿄도의 상점가 활성화정책
 3. 기초자치단체의 상점가 활성화정책
 4. 도쿄도 및 지자체 상점가 활성화정책의 시사점
- 

III

상점가 활성화정책 분석

1. 상점가 활성화정책의 배경

○ 경제성장과 발전 및 위기의 도래

—쇼와시대라고도 불리는 일본의 고도성장기 당시, 상점가는 일본전역의 지방도시에서 큰 폭으로 성장하였고, 도쿄도 내의 상점가의 경우는 관동 대지진 이후 도심에 거주하던 주민들이 교외로 퍼져나가면서 철도노선의 주변을 따라 생성된 유형이 많음.

—고도 성장기를 거치면서 대규모로 성장했던 지역상권 및 상점가들이 버블 및 장기간의 경기침체로 인하여 위기를 맞게 되면서, “셔터가”로 불리는, 대부분의 점포들이 문을 닫아버린 상점가들이 형성됨.

○ 지역산업·상업을 둘러싼 환경 변화

—상점가 후계자 문제 : 고도성장기에 가게를 꾸려나갔던 연령층이 고령화 되면서 후계자 부족으로 기존 상점을 폐점하거나 임대하는 형태가 다수 나타나며, 지역상권에서 경쟁력을 상실한 지역은 셔터가로 남게 됨.

—글로벌 프랜차이즈의 진출 : 상점가 및 상권의 구성이 지역의 소규모점포였던 과거와 달리, 글로벌 프랜차이즈가 진출하여 지역상권을 파고듦에 따라, 후계자 부족 및 고령화의 영향으로 이미 타격을 받은 상권들은

회복하기 어려운 상태로 낙후되기 시작함. 도쿄도의 상점가 중 비교적 경쟁력이 있다고 판단되는 지역들도 이러한 여파에서 빚겨나가지 못하고, 프랜차이즈 상점이 주를 이루는 상점가로 전환되는 경우가 많음.

—대형 쇼핑센터의 대두 : 급속한 승용차의 보급 양상으로 교외주택지 및 간선도로 주변 등을 중심으로 대형 상업시설들이 진출함에 따라, 지역상권의 쇠퇴는 더욱 가속화됨.

○지역공동체의 해체와 재구축

—고령화의 영향 : 과거부터 상점가에서 점포를 운영해온 대부분의 점포주들이 고령층이 되면서, 운영하던 상점을 새로운 프랜차이즈 상점에 임대를 주고 건물관리만 함에 따라, 실제 상점가 업주들을 중심으로 한 상점가 활동이 점차 축소되거나 와해됨.

—도시 공동체 연대의 약화 : 상점가를 둘러싼 주변 지역민들과 마치즈쿠리, 방법, 이벤트 활동 등을 함께 해왔던 상점가의 점포주들이 점포운영을 하지 않게 되면서, 지역에 문제가 발생하였을 때, 나서서 해결할 수 있는 지역의 리더와 참여자들도 함께 줄어들게 되고, 이러한 과정을 통해 지역 커뮤니티를 형성하는 장의 역할을 했던 상점가의 기능도 점차 상실되어 감.

—최근 이러한 문제에 기인하여, 상점가가 가지는 공적 장소로서의 기능에 주목하고 이를 다시 재구축해야 한다는 정책적 논의, 시민사회의 의견 및 상점가의 각성 등이 주목을 받고 있음.

2. 중앙정부 및 도쿄도의 상점가 활성화정책

1) 중앙정부

○상점가 활성화와 관련한 정책을 주로 전담하고 있는 부처는 ‘경제산업성’

및 경제산업성 산하 ‘중소기업청’으로 경제산업성은 「지역상업활성화법」이라는 법제 하에 상점가 활성화를 위한 다양한 지원방안을 제시하고 있음

(1) 지역상점가활성화법(地域商店街活性化法)⁵⁾

○ 「지역상점가활성화법」의 개요

- 「지역상점가활성화법」의 정식명칭은 “상점가 활성화를 위한 지역주민 수요를 반영한 사업활동 촉진에 관한 법률(2009년 제정, 법률 제80호)”로, 본 법은 소프트웨어사업을 포함한 상점가 활동에 대한 지원을 강화하고, 지역 니즈에 맞춰 빈 점포의 이용 지원, 인재 육성 및 관련 중앙정부기관 및 공공단체와 연계 지원을 목표로 하고 있음.
- 구체적인 지원내용을 살펴보면, 상점가에서 상업활성화를 위한 사업을 추진하는 경우, 중소기업청은 심사를 거쳐 사업에 필요한 자금융자, 제세과금에 대한 보조 등의 지원을 실시함.
- 현재 중소기업청에서 운용중인 총 보조금은 42억 엔으로, 기존에는 사업당 30%였던 융자의 지급상한 기준을 60%까지 상향하는 등 지원을 확대하고 있음.

○ 사업 특징 : 연계 네트워크를 통한 효과적인 사업 운영

- 관련 중앙 정부기관 : 상점가 진흥 시책에 관련한 연계, 우수사례 보급, 광역 연계 및 타 업종 연계 촉진
- 지자체 : 지역운영과 일체화된 지원

○ 상점가 활성화 사업계획 작성 및 지원 제도 창설

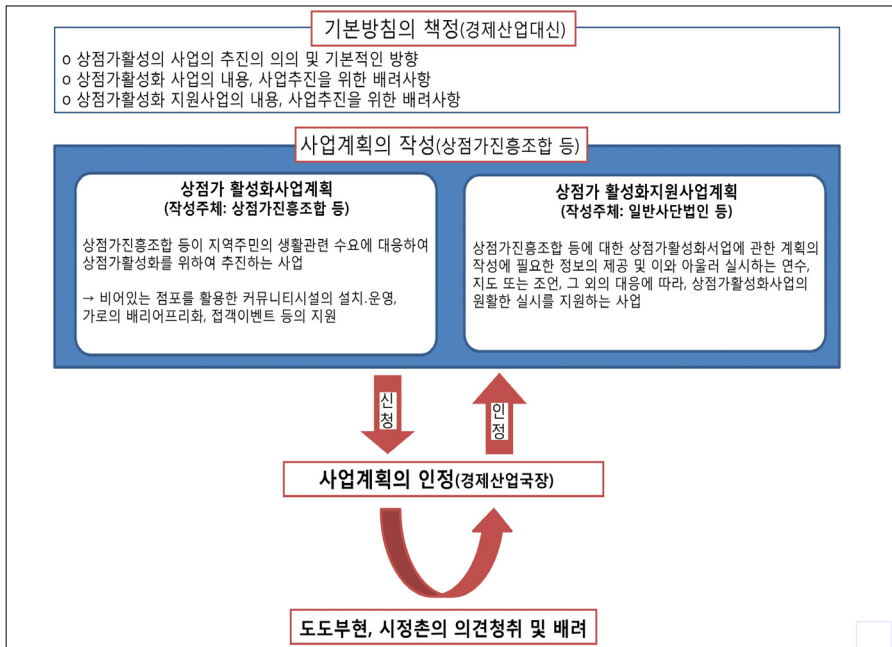
- 경제산업성 장관(대신)이 도도부현 및 시정촌으로부터 의견청취 후, 상점가 활성화 사업에 관한 계획을 인정(동법 제4조). 인정을 받은 상점가 진흥조합 등은 구성원인 상점주 등이 이행하는 상점가활성화사업에 대

5) 경제산업성 지역상점가활성화법 관련 홈페이지

[<http://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/shogyo/2012/0413SRPN.htm>]

한 지원조치를 마련함.

- 보조율 상향 조정(1/2에서 2/3으로)
- 인정사업을 실시하는 상점가 등에 토지를 양도하는 자에게는 1500만 엔 상한으로 양도소득 특별공제
- 소규모 기업 등에 대한 설비도입자금 등 조성법 특례로서, 인정사업을 수행하는 소규모 기업자(상업, 서비스업 : 종업원 5명 이하)에 대해 설비자금대부(무이자) 용자를 1/2에서 2/3 이내로 제공
- 중소기업신용보험법 특례에 따라 보험 한도액 확대 및 보험료 할인



자료 : 중소기업청 상업과, 2009, “지역상점가활성화법에 관하여(地域商店街活性化法について)”, 보고자료.

〈그림 3-1〉 경제산업성의 상점가활성화법에 따른 사업계획의 인증절차

- 상점가 활성화 지원 사업 계획 작성 및 지원제도 등의 창설
 - 일반 사단법인 및 일반 재단법인 또는 특정 비영리 활동 법인 중, 의결

권, 재산가액 등 1/2 이상을 중소기업자가 가지고 있는 자가 작성한 상점
가 활성화 지원에 관한 계획을 경제 산업 대신이 인정. 이 인정을 받으면
일반 사단법인 등을 중소기업자로 간주하여 특혜 부여함.

(2) 중소기업청의 “중소상업활력향상사업(中小商業活力向上事業)”⁶⁾

○사업의 목적

- 저하된 지역경기의 활력을 고양하기 위하여 지역주민의 요구에 부합하는
상점가 활성화를 위한 종합적인 지원대책 및 조치를 강구하기 위한 사업
- 본 사업은 상점가가 지역사회의 주체적 역할을 담당할 수 있도록 빈 점
포 활용사업, 지역자원을 활용한接客력 향상 및 매출효과가 기대되는
대책의 지원을 통해 상점가 활성화를 도모하는 것을 목적으로 함.

○사업보조 체계

- 보조율의 경우, 국가가 사업비 전체의 2/3, 1/2, 1/3이내에서 보조하며,
보조금액은 최대 2,000만 엔부터 최소 100만 엔까지임.
- 보조대상 사업자로는 상점가진흥조합, 상점가진흥조합연합회, 사업협력
조합, 사업협동소조합, 협동조합연합회, 상공회의소, 상공회, 상공회연합
회, 상점가조합, 상공조합연합회 공동출자회사, 특정회사, 제3섹터, 일반
사단법인, 일반재단법인, 특정비영리 활동법인, 상점가조직⁷⁾, 민간사업
자⁸⁾

(3) 중소기업청 “지역상업재생사업(地域商業再生事業)”

○사업의 목적

- 지역상점가의 커뮤니티 기능 재생을 통하여 지역상점가를 활성화시킬 목적

6) 중소기업청 상점가활성화 관련 홈페이지

[<http://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/shogyo/index.html>]

7) 정관 등에 의해 대표규정이 있고, 재산관리 등을 적절하게 할 수 있는 자에 한한다.

8) 본 사업에만 설립된 협의회 등을 보조대상자로 한다.

으로, 지역주민의 규모·행동범위 및 상업규모 등 지역주민이 상점가에 요구하는 기능을 검토하고, 마치즈쿠리회사 등 민간기업이나 비영리법인 등과 상점가조직이 일체가 되어 실시하는 마을만들기 계획과 공조하는 사업임.

○사업보조 체계

—정부는 2/3 이내에서 사업비를 보조하며, 보조액은 사업내용에 따라 차이가 있음.

- 지역상한조사분석사업 : 상한 500만 엔, 하한 100만 엔
- 커뮤니티기능재생사업 : 상점가당 상한 2억 엔, 다수의 상점가의 경우 최대 5억엔, 하한 100만 엔

—보조대상사업자로는 상점가조직(① 상점가진흥조합, 사업협동조합 등에서 조직하는 법인격을 가진 상점가조직, ② 법인화되지 않은 모든 상점가조직 및 정관 등으로 대표규정이 재산관리 등을 적정하게 할 수 있는 조직, ③ 민간사업자 및 해당지역의 마을만들기나 상업활성화, 커뮤니티 활동의 담당자로서 사업에 종사 할 수 있는 자) 등이 규정되어 있음.

〈표 3-1〉 경제산업성의 상점가 활성화사업 사례

구분	지역상업재생사업	중소상업활력향상사업
목적	· 지역상점가의 커뮤니티 기능재생	· 상점가 활성화를 위한 종합적 지원대책
보조율	· 사업비의 2/3 이내	· 사업비 2/3, 1/2, 1/30이내에서 보조
보조금	· 지역상한조사분석사업 : 상한 500만, 하한 100만 엔 · 커뮤니티기능재생사업 : 개소당 상한 2억, 하한 100만 엔	· 최대 2,000만 엔부터 최소 100만 엔
보조대상	· 상점가조직(법인화/비법인화), 민간사업자 및 마치즈쿠리 관련 활동가	· 상점가진흥조합, 상점가진흥조합연합회, 사업협력조합, 일반재단법인, 특정비영리 활동법인, 민간사업자 등
보조사업	· 상점가의 커뮤니티 활동과 관련된 다수의 사업	· 지역상향 조사분석사업 · 커뮤니티기능재생지원사업

자료 : 경제산업성 홈페이지.

9) 정관 등에 대표자 규정이 있고, 재산 관리 등을 할 수 있어야 한다.

2) 도쿄도

- 도쿄도는 지난 20여년간 “지역산업 활성화정책”의 일환으로 “상점가지원 사업(商店街支援事業)”을 추진해 왔음.
- 상점가지원사업은 물리적인 시설 및 환경개선부터 이벤트사업 지원, 사업컨설팅 및 조합운영 지도 및 펀드 지원까지 다양한 내용을 포함하고 있음.
- 이외에도 “대규모소매점포입지법(2000년~)에 따라 지역의 생활환경과 조화를 이루기 위한 상점간의 조율을 실시하며, “매력적인 상점가 만들기”를 위한 이벤트사업, 젊은 상인 육성사업 등을 실시 중에 있음.

〈표 3-2〉 도쿄도의 지역상점가 지원사업 사례

지원방식	내용
상점가경영지원에 관한 컨설팅 및 교육	도쿄도에서 상점가 경영개선을 위한 전문가팀을 파견 “상인대학교「商人大学校」”, “젊은상인연구회「若手商人研究会」”, “중소소매 상업활성화포럼「中小小売商業活性化フォーラム」” 등을 운영
매력있는 상점가만들기 사업 지원	고객서비스 향상 및 지역활력 제고를 위한 이벤트사업 지원 가맹점 및 소상공인 후계자의 의욕고취 및 경영능력 향상을 위한 인재육성사업 지원
상점가 환경개선사업 지원	아케이드 포장, 가로등 설치 등의 시설사업 지원 빈 점포 활용과 홈페이지 작성사업 일부 지원
도쿄도 중소기업 지원펀드 조성	도쿄도 및 독립행정법인 중소기업기반정비기구가 조성하는 기금운용으로 사업비의 일부 조달
중소기업단체 및 상점가 진흥조합의 설립 및 운영지도	중소기업의 조직화를 추진하고, 협동조합 등의 설립지도, 설립인가 및 운영지도 실시
중소기업 지원	상공회, 상공회의소 등에 소속된 중소기업자직원 20명 이하, 상업 및 서비스업은 5인의 경영안정을 도모하기 위한 사업지원

자료 : 도쿄도 노동산업국 홈페이지[<http://www.sangyo-rodo.metro.tokyo.jp/shoko/chiiki/index.html>]

○ 대규모소매점입지법(도쿄도 및 경제산업성)

- 1,000평방미터 이상의 점포면적을 가진 소매업을 운영하는 경우, 대규모 소매점 입지법의 대상이 됨.

—세타가야구에서는 이러한 조건의 점포를 설치(변경)하는 경우에는 도쿄도 산업노동국 상공부 지역산업진흥과 대형매장 환경조정계에 신고해야 함.

3. 기초자치단체의 상점가 활성화정책

1) 무사시노시

○도쿄도 지역상점가 활성화 정책과 연계하여 6개의 범주에서 상점가 활성화를 위한 사업을 추진하고 있으며, 이중 무사시노 상공회의소가 경영상담, 자금조달 등 각종 지원의 실무적인 부분을 담당하고 있음.

〈표 3-3〉 무사시노시의 상점가 지원사업 사례

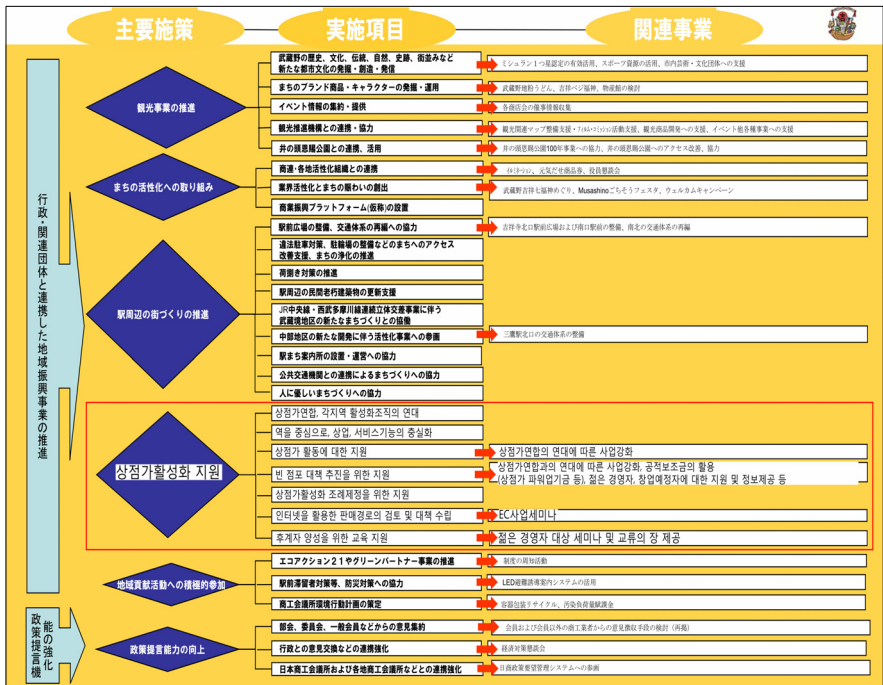
항목	내용
신 힘내라! 상점가 사업	상점회 등이 실시하는 이벤트사업 · 활성화사업의 비용 일부를 보조
상점회 조직력 강화를 위한 기획제안형 사업	상점회에서 제안하는 기획안에 따라, 상점회의 조직력강화를 위한 사업을 시행하는 단체에 대하여 사업비의 일부를 보조
상점가 이벤트 조성	상점회와 소비자의 만남을 돕기 위해 실시하는 지역 사업예를 위하여 지역에서 생산/가공되는 물품을 조달
상점가 장식 가로등 전기요금 보조 사업	밝은 상점가만들기 촉진을 위하여, 상점회가 납부하는 가로등 요금의 일부를 보조
무사시노역 주변 상업활성화 사업 (조명설비사업)	상공인단체, 사업자가 일체가 되어 무사시노시 3개 역에서 실시하는 사업에 대한 사업비 일부를 보조
대중목욕탕 활성화대책사업, 시설 개보수 비용 보조사업	창포탕, 유자탕, 레몬탕 등 탕의 날 실시와 시설보수를 위한 비용을 일부 보조

자료 : http://www.city.musashino.lg.jp/shoko_nosei_rosei/shoko/003811.html,
<http://www.musashino-cci.or.jp/>
 (무사시노시 상점가 지원정책관련 홈페이지, 무사시노 상공회의소 홈페이지)

○무사시노시 상공회의소는 2012년에 발표한 “산업진흥 · 무사시노상공회의소 중기비전”의 6대 시책 중 하나로 “상점가활성화 지원”을 제안하고, 이를 위한 실시항목과 관련사업으로 다음과 같은 내용을 제시하고 있음.

—본 비전이 제시하는 상점가활성화 지원을 위한 실시항목은 ① 상점가연

합, 각지역 활성화조직의 연대, ② 역을 중심으로 상업, 서비스기능의 충실화, ③ 상점가 활동에 대한 지원, ④ 빈 점포 대책 추진을 위한 지원, ⑤ 상점가활성화 조례 제정을 위한 지원, ⑦ 인터넷을 활용한 판매경로의 검토 및 대책 수립, ⑧ 후계자 양성을 위한 교육 지원 등이며, 특히, 실시항목 ③에 대해서는 상점가연합의 연대에 다른 사업 강화, 실시항목 ④에 대해서는 상점가연합과의 연대에 따른 사업 강화, 공적보조금의 활용, 젊은 경영자·창업예정자에 대한 지원 및 정보제공, 실시항목 ⑦에 대해서는 젊은 경영자들을 대상으로 하는 세미나 및 교류의 장 제공 등의 관련 사업을 제안함.



자 료 : 무사시노시 상공회의소, 2012, 「상업진흥·무사시노상공회의소 중기비전(産業振興・武蔵野商工会議所 中期ビジョン)」

〈그림 3-2〉 상업진흥·무사시노(武蔵野)상공회의소 중기비전 및 시책의 체계도

- 이밖에도 무사시노시는 2003년부터 실시된 상점가 조직력 강화를 위한 “기획제안형 사업보조제도”를 시행하여 상점가활성화를 위한 기획의 제안을 받고 있으며, 기타 다음과 같은 소규모 비즈니스 및 특징있는 비즈니스에 대한 지원을 하고 있음.
 - 신규 비즈니스 지원 : 창업융자 알선 제도, 소규모 기업자 사업자금융자 알선제도
 - 환경대응형 상점과 활성화 사업비 보조제도 : 2010년도 모델사업으로 가로등 LED사업, 2011년부터 태양전지 및 풍력발전을 이용한 환경대책 사업에 대한 보조금제도 시행 및 기타 소규모 사업자금 융자 등의 지원 시행
- 무사시노시 시민부(市民部) 시민활동추진과(市民活動推進課)에서는 “시민과 시장의 타운미팅(市民と市長のタウンミーティング)”이라는 정례모임을 통해, 지역문제의 해결방안을 주민과 함께 고민하고 있음.
 - 지난 2006년 1월부터 2012년 7월까지 7년간 총 45회의 타운미팅이 이루어졌음.
 - 타운미팅에서 다루어진 주제들은 “키치조지 미나미마치의 마치즈쿠리, 어린이놀이터 및 키치조지역 주변지역 개발(제1회)”부터 “키치조지시의 마치즈쿠리 : 밤에도 가족과 함께 걸을 수 있는 마을로(제45회)”까지 도시계획, 방법, 상점가 활성화, 지역이벤트 등에 이르기까지 지역민의 생활의 상세한 부분까지 다양한 분야에서 다루어졌음.
 - 특히 대부분의 타운미팅에서 키치조지시 상업·산업에서 중요한 부분을 차지하는 상점가 및 점포활성화와 관련된 내용들이 구체적으로 다루어지고 있음.



자료 : http://www.city.musashino.lg.jp/sesaku_keikaku/kankyoseikatsubu/townmeeting/townmeeting_11_20/index.html
(무사시노시 홈페이지)

〈그림 3-3〉 무사시노시의 시민과 시장의 타운미팅의 전경 및 전단지의 내용

○ 이와 함께 무사시노시에서는 노선상업(路線商業)의 활성화를 도모하기 위하여, 지난 2005년 5월 30일부터 2006년 3월 31일까지, 무사시노시 노선상업 활성화를 위한 간담회(藏野市路線商業活性化懇談會)¹⁰⁾라는 시장직속 자문기구를 시정부 내에 설치하여 운영하였음.

— 본 간담회에서는 노선상업의 활성화 및 촉진을 도모하기 위하여 ① 노선상업의 현황, ② 노선상업의 활성화를 저해하는 사항에 대한 파악, ③ 활력있는 상점이 만들기에 관한 의견 제안, ④ 기타 상업진흥을 도모하기 위하여 시장이 필요하다고 인정하는 사항에 대한 의견을 시장에게 제안하였음.

— 간담회의 위원은 상점운영자 6인, 시민(주부 포함) 3인 및 시공무원 1인 등 총 10인으로 구성되었으며, 단장은 무사시노시 상점가연합회 회장이 담당하였음.

— 본 간담회에서 제기된 이슈들은 ① 개별점포 문제, ② 상점회에 관한 문제, ③ 소비자의 입장과 의견, ④ 행정기관에 바라는 희망사항 등

10) 무사시노시 노선상업 활성화 간담회 홈페이지

[http://www.city.musashino.lg.jp/sesaku_keikaku/kankyoseikatsubu/shogyo_kondankai/004663.html]

〈표 3-4〉 무사시노시 노선상업 활성화를 위한 간담회에서 도출된 이슈

구분	주요내용
개별점포	① 개별점포의 고령화가 진행되고 있으나, 젊은 후계자들은 적음 ② 개별점포의 영업의욕 고취가 필요함
상점회	③ 점포수/점포의 종류가 줄어들고 있음 ④ 상점회 회원수가 줄어들고 있음 ⑤ 상점회는 새로운 활동에 적극적으로 참여할 필요가 있으나, 지역 구성원과의 관계에 문제가 있음 ⑥ 상점회가 지역사회에 공헌하는 활동에 대한 홍보가 부족 ⑦ 상점회, 소비자, 청소년협회, PTA, 소방서 등 지역단체와 더욱 긴밀한 협력이 필요
소비자의 의견	⑧ 매력있는 상점에서 쇼핑을 하고 싶음 ⑨ 슈퍼처럼 하나의 상가에 모든 상품들이 갖추어지면 이용하기 더욱 편리할 것 ⑩ 상점가가 구매기능을 더욱 충실하게 갖추어주었으면 함 ⑪ 안전, 안심, 즐거운 쇼핑을 즐기고 싶음 ⑫ 지역과의 관계에 관한 의견 등
행정기관에 대한 요구사항	⑬ 상점회 가입의 촉진을 위한 지역방안의 모색 ⑭ 개별점포에 대한 지원의 실시 등

자료 : 무사시노시 노선상업 활성화 홈페이지

—무사시노시는 이상에서 도출된 이슈들을 토대로 2005년 5월부터 2006년 3월까지 총 9회에 걸친 회의를 개최하고, 노선상업의 활성화에 필요하다고 생각되는 사업, 의견 등을 4개의 제언으로 요약하여 무사시노 시장에 제안하였음.

〈표 3-5〉 무사시노시 노선상업 활성화를 위한 간담회의 활동을 통한 제언

구분	주요내용 및 제언사업
제1제언 상점회 조직력 강화	주요내용 · 상점가를 이용하는 소비자와 상점가 회원 모두가 매력있는 활동을 지속적으로 이어나가기 위하여, 확고한 조직의 구축이 필요함 · 따라서, 상점회는 미래의 법인화 전환을 목표로 당분간은 조직의 현대화를 추진하는 것이 조직역량 강화를 위하여 시급하다고 판단 제언사업 · 가입촉진 활동 · 회칙, 사업계획·보고, 회계 등의 정비 및 공개 · 상점회의 커뮤니케이션 활성화 · 지역활동 실시 등의 상점회 활동의 PR · 쇼핑기능의 충실, 회원표창사업(동기부여) · 본 사업의 추진과 연계 강화

〈표 계속〉 무사시노시 노선상업 활성화를 위한 간담회의 활동을 통한 제언

구분	주요내용 및 제언사업
제2제언 점포의 매력 향상	주요내용 · 사람·상품·점포가 합쳐 점포의 종합적인 이미지 제고가 상점가 전체의 수준향상으로 이어지므로, 단골손님 뿐만 아니라 새로운 고객과 상점회활동에 협력적인 신규 점포주들을 유입하는 선순환구조를 만들어가야 함 제언사업 · 상품에 대한 풍부한 지식 ·接客력의 향상 · 오리지널 상품의 개발 및 발굴 · 진열방법에 대한 고민 · 상품의 신선도 향상 · 유니버설디자인화 · 쇼핑정보·거래정보의 제공, 스탬프서비스 실시 등 · IT기술의 활동 등
제3제언 상점회와 지역의 연계	주요내용 · 무사시노시는 시 전체적으로 반상회(町内会) 조직이 별도로 없고, 지역의 사회적 역할에 대한 일부를 “상점회”와 “커뮤니티센터” 등이 담당하고 있음 · 과거에 비하여 지역사회의 커뮤니티가 상당히 와해되어, 현재는 상점회의 개방형 거리가 “안전·안심할 수 있는 마치즈쿠리”에서 빠질 수 없는 중요한 아이템이 되었으므로, 상점가의 특징을 지역에 많이 알리는 것이 중요함 제언사업 · 지역커뮤니티의 중심으로 상점회의 활동에 주목 · 사람들에게 좋은 역할을 하는 상점가 · 이벤트의 활용(지역과의 연계·지역활성화) · 지역네트워크의 구축
제4제언 행정의 적극적 참여	주요내용 · 시정부는 상점가의 활성화를 위하여 종합적인 지원을 지속적으로 추진하고, 상점회 조직이 쇠퇴하지 않도록 특히 조직력 강화를 위하여 직접적 지원을 실시해야 함 제언사업 ① 상점회 조직력 강화를 위한 지원 · 상점회 가입 촉진책의 지원(조례 연구, 가입촉진을 위한 캠페인 등) · 조직력 강화에 대한 지원 · 상점회 사업활동 보조 · 광역연계사업 보조 ② 개별점포의 매력 향상을 위한 지원 · 마이스터숍 인정제도(マイスターショップ認定制度) 조사연구 사업의 보조 · 어드바이저 파견제도(경영에 대한 조언과 제안 등) · 소규모 기업에 대한 융자알선 사업 ③ 상점회와 지역과의 연계에 대한 지원 · 국가, 도 및 관계기관과의 연락조정 · 시정부 내부 및 관공서 사이의 연락조정 · 시민단체와 대학 등과의 연락 조정 · 정보제공 등

2) 세타가야구

(1) 상점가활성화 관련계획

① 세타가야구 산업비전(2008년~2017년)¹¹⁾

○ 산업비전 수립의 취지

— 세타가야구 산업비전은 구민의 삶의 질을 지원하고 강화함과 동시에 역사회의 발전에 기여하는 것으로, 지역산업의 새로운 역할과 전개방향에 대해 장기적 관점에서 전략을 제시하는 것을 목적으로 함.

○ 산업비전의 위상

— 본 산업비전은 향후 구민, 사업자, NPO, 무역협회, 재단법인 세타가와 산업진흥공사, 행정기관 등이 연계하여 세타가와 산업의 활성화, 매력적인 지역사회 만들기를 위한 노력 추진을 위한 지침이 됨과 동시에,
— “세타가야 산업진흥기본조례 제3조 산업의 진흥”의 산업의 진흥에 관한 시책을 종합적으로 실시할 수 있는 지침의 책정에 관한 조항에 대한 지침을 제안하는 역할을 함.

○ 세타가야구 산업비전에서 제시하는 10년 후 세타가야구의 10대 미래상

— 본 비전에서 제시하는 세타가야구의 10년 후 모습은 다음과 같음.

- ㉠ 걸으며 살 수 있는 생활공간에서 안전·안심하는 생활을 지속할 수 있는 지역
- ㉡ 매력과 개성이 넘쳐흘러, 아이부터 고령자까지 다양한 세대의 구민이 쾌적하고 충실한 생활을 즐길 수 있는 지역
- ㉢ 다양한 사람·상품·정보의 교류가 창출하는 활기와, 이로 인하여 새로운 교류가 이루어지는 지역
- ㉣ 세타가야를 매력적으로 만들기 위한 다양한 능력을 가진 인재가 모이는 지역

11) 세타가야구, 2008, 세타가야구 산업비전(世田谷區, 2008. 3, 世田谷區産業ビジョン)

- ㉓ 일과 조화를 이룬 윤택한 생활을 영위할 수 있는 지역
- ㉔ 사업자가 새로운 비즈니스를 시작하고, 안정된 경영이 가능한 활기 있는 지역
- ㉕ 세타가야의 자원·특성에 적합한 산업이나 비즈니스가 있는 지역
- ㉖ 상품생산(모노즈쿠리)가 지역사회에 공헌하여, 활약하는 매력적인 지역
- ㉗ 세타가야의 자연 환경이나 생활 환경과 산업이 공생한 거리
- ㉘ 산업의 건전한 발전이 증명된 자립적인 도시 : 세타가야

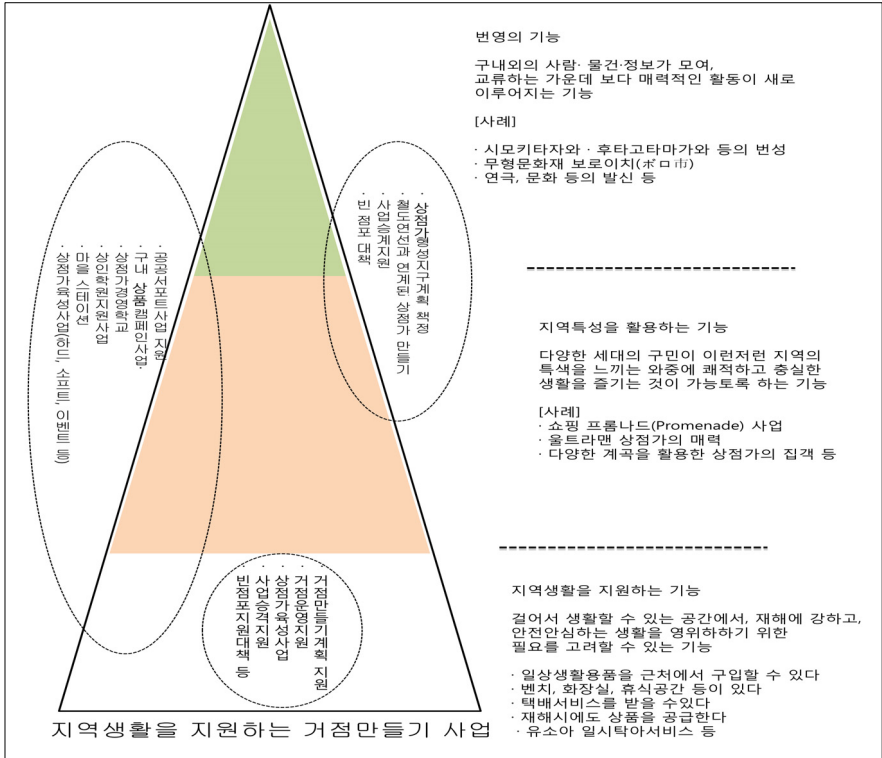
○ 산업비전에서 제시하는 상점가 활성화 전략

—세타가야 산업비전에서는 상점가를 “구민의 일상생활을 지지하는 공공적인 역할을 담당하는 곳”으로 보고, “생활지원 거점 만들기, 매력있는 점포 만들기, 복지형 서비스산업의 추진” 등의 키워드를 중심으로 사업을 구상하고 있음.

○ 세타가야구 산업비전의 추진체계

—세타가야구 산업비전이 제시하는 미래상의 실현 및 시책의 추진을 위하여, 세타가야구, 산업계 및 연관단체 등을 아우르는 다양한 활동주체들 간의 협조가 필수적임.

—이를 위하여, 행정계획으로서의 “산업진흥계획의 추진”은 세타가야구 산업정책부, 시책·사업의 추진과 실무업무는 재단법인 세타가야구 산업진흥공사와 및 관련 산업단체가 담당함.



자료 : 세타가야구, 2008, 『세타가야구 산업비전』

〈그림 3-4〉 세타가야구 산업비전에서 제시하는 상점가의 3단 기능

○ 추진체계의 5대 추진사업

- －사업 1 : 주민 개개인의 생활을 지원하는 생활지원 거점 만들기
- －사업 2 : 세타가야에 적합한 산업의 고도화와 집적의 촉진
- －사업 3 : 세타가야의 인재 육성과 활용
- －사업 4 : 도시농업의 새로운 전개
- －사업 5 : 지역자원을 지역 내에서 활용·순환시키는 구조 만들기

○ 특히, 산업비전에서는 세타가야구 상점가의 진흥을 위하여, 상점가가 스스로의 변영 및 지역사회와의 조화를 위하여, <그림 3-4>와 같이 “지역생활

을 지원하는 기능, 지역특성을 활용하는 기능, 번영의 기능” 등을 담당해야 한다고 제안함.

② 세타가야구 산업진흥계획 : 조정계획(世田谷区産業振興計画 : 調整計画)¹²⁾

○ 계획수립의 취지

— 세타가야구는 2008년, 세타가야구 지역산업의 새로운 역할과 전개의 방향성에 대한 장기적 관점에서의 전략 제시를 위하여 “세타가야구 산업비전(2008)”을 수립한 이후, 비전을 구체화하는 실행전략과 사업을 제안하는 “세타가야구 산업진흥계획(계획기간 약 10년)을 수립함.

— 계획 수립 후 4년이 경과한 2012년, 구산업과 구민생활을 둘러싼 사회·경제적 환경이 크게 변화하고, 2011년 3월에 발생한 동일본대지진의 여파로 기존의 가치와 국가의 위상을 흔들 정도로 대규모의 사회·경제적 환경이 급변하고, 이에 따라 각종 계획 및 사업도 수정됨에 따라, 기존의 “세타가야구 산업진흥계획”의 재검토를 통해, 2012년부터 “세타가야구 산업진흥계획(조정계획)”(계획기간 2년)을 재수립함.

○ 계획의 위상

— 본 계획은 “세타가야구 기본계획”을 상위계획으로 하며, “산업비전”의 방향성에 따라, “세타가야구 구정운영방침(世田谷区 區政運営方針)” (2011년 8월) 및 2012년부터 새롭게 시행되는 “세타가야구 실시계획”과의 조합을 도모하여, 관련된 여타 계획의 방향과 맥을 같이 하는 계획임.

○ 계획의 목표, 미래상 및 방향

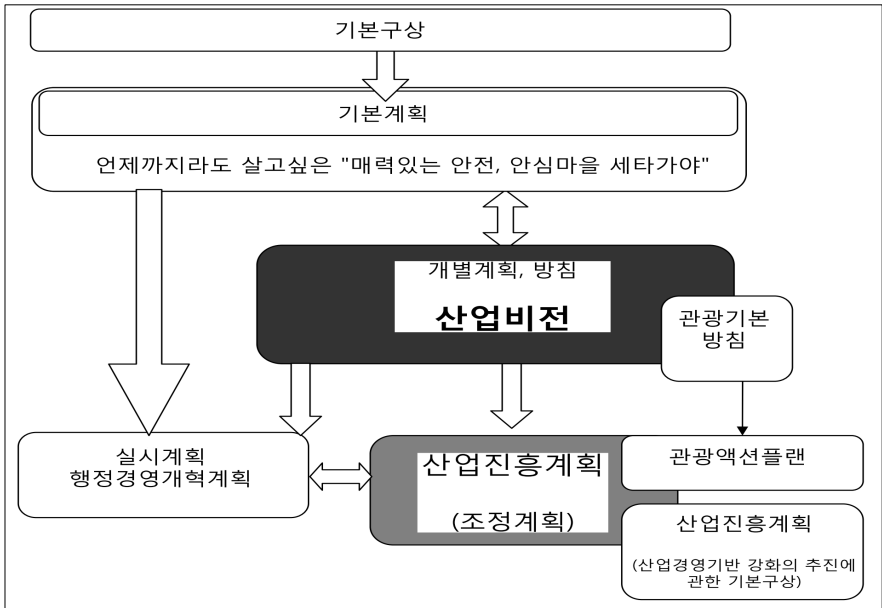
— 본 계획은 “구민·지역·세타가야를 산업이 지지해 나가고, 구민·지역·세타가야가 산업을 육성해 나가는 것”을 목표로 하고 있음.

12) 주 : 세타가야구 홈페이지

[<http://www.city.setagaya.lg.jp/kurashi/101/116/310/d00017203.html>]에서

세타가야구, 2012. 3, 세타가야구산업진흥계획 : 조정계획(世田谷区, 2012. 3, “世田谷区産業振興計画(調整計画)”))

—이를 위하여 세타가야 산업의 10대 미래상과 4대 방향을 제안하고 있음



주 : 본 그림상의 “세타가야구 산업진흥계획”은 관광액선편안, 농업진흥계획의 주요시책 · 사업(2012~2013년도 의 주요사업 등)을 반영하였음.

〈그림 3-5〉 세타가야구 산업진흥계획 조정계획의 체계

○계획의 방향

—세타가야구 산업비전에서 나온 주요 테마와 세타가야구 산업의 미래상 실현을 목표로, 세타가야구의 관계기관들과 연계하여 시책의 체계를 횡단적으로 관철하고자 중장기적인 4개의 접근방안(仕掛け)을 마련함.

- 접근방안 1 세타가야구에 기존에 존재하던 산업의 창출과 활성화
- 접근방안 2 세타가야구에서 세타가야구를 즐길 수 있는 체험활동의 추진
- 접근방안 3 세타가야구의 산업을 지지하는 인재의 육성과 활용
- 접근방안 4 세타가야 구민의 의식이나 시대의 변화에 대응한 산업진흥

- 이중 대표적으로 “상업·서비스” 관련 정책으로는 “구민생활 및 지역사회와 공생하는 상업의 진흥”을 테마로 6개 시책, 17개 사업을 제안하고 있음.
- 이중 금번의 조정계획에서 신규로 추가된 사업은 “판매 지원사업”과 “상점가 인재활용 지원사업” 등임.

〈표 3-6〉 상점가 활성화관련 산업진흥계획의 시책 및 사업

시책	사업
(1) 전국으로부터 다수의 사람·정보를 끌어당길 수 있는 상점가 만들기	중심적 상업지의 정비를 통해 산업진흥의 강화(지소·도정·거점·교정 : 支所·都整·拠点·交政)
	상점가 스탬프·포인트사업의 지원
	세타가야이치(인터넷소핑몰)사업
	특정시책추진상점가사업
(2) 지역특성에 부합하는 개성적이면서도 매력적인 지역형 상점가 만들기	지역의 니즈(수요)에 부합하는 상점가 진흥
	지역자원활용형 비즈니스추진사업(제)
	상점가와 문화예술의 협동사업(生文)
(3) 구민의 일상생활을 지원하고, 안전·안심하는 생활지원거점으로서의 상점가 만들기	구민생활을 지원을 고양시키는 생활지원거점 만들기
	마을스테이션사업
	★판매 지원사업
	상점가의 경영력 강화·조직화 추진
(4) 상점가 매니지먼트 추진	★상점가 인재 활용지원 사업
	임차인혼재(tenant mix) 추진
	상점가가입추진사업
(5) 매력이 있는 개별상점 만들기	매력이 있는 개별상점의 육성·강화사업
	개별상점 표창
(6) 지역과 공생하는 대형점포	대형점포 등의 상점가 가입 추진

주 : ★신규사업

자료 : 세타가야구, 2012, 세타가야구산업진흥계획(조정계획), p.11,

(2) 세타가야구 및 관련기관의 상점가활성화 지원사업

① “세타가야구 산업진흥공사”의 지원사업

- 재단법인 세타가야구 상업진흥공사에서는 세타가야구의 상업비전, 상업진흥계획 등에 따라, 세타가야구 상업지원을 위한 실질적인 지원업무와 사업을 담당하고 있음.

－이에 상점가 진흥과 관련하여 진흥공사에서 실시하고 있는 대표적인 사업은 상가조성사업, 상가경영학교 운영 등으로 해당사업에 대한 지원방식은 경영지원, 융자제도, 강좌, 복지사업 등 다양함.

○이중 가장 직접적 차원의 사업은 “상가조성사업”으로 하드웨어와 소프트웨어 지원사업이 다양하게 혼재함.

－상점가마을의 스테이션사업, 상가 가로등, 전등에 대한 비용 지원사업과 같은 하드웨어 지원사업과 함께, 진흥조합 및 상가연합회 지원, 이벤트지원과 인재·조직의 육성과 같은 소프트웨어적 지원사업도 다수를 이룸.

〈표 3-7〉 세타가야구의 상점가 지원사업 사례

항목	내용
상점가마을의 스테이션 사업	상점가나 NPO, 사회복지법인 등이 지역의 거점이 되는 “도시의 스테이션”을 설치하고 지역사회 공헌사업을 실시하는 경우 운영비를 지원함 ① 상점가의 사업경비 ② NPO는 사회복지법인의 사업경비 ③ 상점가 활성화를 위하여 유치한 사업의 경비
상점가이벤트지원사업	상점가가 실시하는 지역공헌형 이벤트를 지원 ① 상점가 청년 및 여성부의 이벤트사업 ② 사회공헌형 사업
상점가 가로등 전등 비용에 대한 지원	상점가가 보유하고 부담하는 가로등에 대한 전기요금 지원
상점가 진흥조합에 대한 지원	상점가진흥조합을 대상으로 한 조성사업을 통해 진흥조합의 조직강화 및 상점화 활성화를 도모 ① 조합운영사무사업 ② 안전, 안심하는 마을만들기 지원사업 ③ 조합설립시 조직강화사업 ④ 소비자 간담회 사업
상점가연합회 등의 지원	상점가에서 자체적으로 실시하는 연수, 강연회에서 의식 계발, 기술의 근대화, 경영기반의 강화를 도모하기 위한 연수사업의 실시에 대해 외부 강사에 대한 사례 지원
인재 및 조직 육성	상점가의 인력, 조직을 육성하기 위한 각종 지원제도
활력있는 상점가 육성사업	상점가가 야심차게 추진하는 연구와 아이디어를 활용한 상점가활성화 사업을 지원 ① 상점가시설정비 보조금(하드사업) ② 상점가활성화 보조금(소프트사업)

자료 : <http://www.setagaya-icl.or.jp/64.html>(세타가야구산업진흥공사 홈페이지)

○ 세타가야 모노즈쿠리학교(世田谷もどづくり学校)¹³⁾

- 세타가야구 모노즈쿠리학교는 학교라는 장소의 분위기도 소중히 여기면서 “학습, 고용, 산업”의 재생이라는 관점에서, 민간의 활력을 살린 새로운 기술을 새로운 산업의 육성과 창원지원 등에 활용하고 있음.
- 모노즈쿠리학교에서는 다양한 이벤트와 워크숍을 실시하고 새로운 커뮤니티 구성과 지역활성화를 목표로 하고 있음. 학교에는 갤러리와 카페가 항상 일반인들에게 개방되어 있어 누구나 방문할 수 있음.



자료 : 세타가야구 모노즈쿠리학교 홈페이지.

〈그림 3-6〉 세타가야 모노즈쿠리 학교의 전경 및 상품

— 주요 활동을 살펴보면 다음과 같음.

- ① 창업, 새로운 산업의 거점으로서의 활동 : 디자인, 건축, 영상, 음식, 아트, 패션 등 다양한 분야의 크리에이터가 교실에 입주하여, 워킹스페이스로서 기능하고 있음. 이러한 활동을 통해 창업을 하는 사업자의 창업지원의 장소로써도 이용됨.
- ② 이벤트의 실시 : 학교의 입주자를 비롯한 전문제작자를 강사로 초빙

13) 세타가야구 모노즈쿠리학교 홈페이지 [<http://setagaya-school.net/FromIID/3977/>]

하여 토, 일요일, 공휴일을 중심으로 여름방학이나 `크리스마스 시즌 등 연중 어린이부터 노인까지 다양한 세대를 대상으로 “모노즈쿠리”를 테마로 한 이벤트교실 세미나 등의 행사를 진행함.

○인터넷쇼핑몰 : 세타가야 이치(せたがや市)¹⁴⁾

－“세타가야이치”는 세타가야구에 있는 점포를 두고 있는 상점들이 선물, 주류 등 다양한 잡화를 갖추어 판매하는 인터넷쇼핑몰로, 공익재단법인 세타가야산업진흥공사가 운영을 담당하고 있음.

－세타가야산 특산물 뿐만 아니라, 세타가야에 연고를 둔 다양한 상품을 구매할 수 있음.



자료 : 세타가야 이치 홈페이지

〈그림 3-7〉 세타가 이치 홈페이지의 모습

14) 세타가야 이치 홈페이지 [http : //www.setagaya-1.com/_pc/index.php]

○ 세타가야 불거리 맵¹⁵⁾

- 걸어서 만나는 세타가야구 24개 이야기 : 공익재단법인 세타가야 산업진흥공사는 구내에 지역별로 이야기를 엮어서 소개하는 “세타가야 불거리 맵”을 발행하고 있음.
- 각 지역의 자연과 문화시설, 역사적 건축물 등의 관광명소도 소개하고 있음.

② 세타가야 상점가 진흥조합연합회, 세타가야 상점가연합회¹⁶⁾

○ 최근이슈 : 방화, 방재에 안전한 체제 강화에 관한 협정의 체결

- 소방서와 상점가가 연계하여 지역전체의 안심, 안전을 추진하기 위하여 협정체결식을 각 지역 소방서에서 개최함.
- 정보의 공유, 방화/방재에 대한 안전대책의 추진으로 안전, 안심할 수 있는 상점가 만들기를 목표로 하고 있음.

○ 『세타가야구산업진흥기본조례』에 따라 백화점, 체인점 등이 상점가활동에 협력

- 이밖에도, 전국상점가진흥조합연합회의 “백화점·체인점 등의 상점가 활동에의 협력현황에 관한 조사결과”¹⁷⁾ 발표에 따르면, 세타가야구는 2004년 4월부터 개정된 『세타가야구산업진흥기본조례』에 따라 백화점, 체인점 등이 상점가활동에 협력하도록 규정되어 있는 등, 지역 대형상점과 상점가의 협동 활동에 대한 제도적 기반이 갖추어져 있음.¹⁸⁾

15) 세타가야이치 홈페이지 [http://www.setagaya-icl.or.jp/midikoro/midokoro-map.html]

16) 세타가야 상점가연합회(ウキウキ世田谷どっと混む) 홈페이지
[http://www.ukiuki-setagaya.com/]

17) 전국상점가진흥조합연합회, 2010. 5. 10, “백화점·체인점등의 상점가활동에의 협력현황에 관한 조사결과(百貨店・チェーン店等の商店街活動への協力状況に關する調査結果の公表について, 全國商店街振興組合連合會, 2010, 5. 10)

18) 세타가야 상점가연합회 자료
[http://www.syoutengai.or.jp/news/2010/chain_reserch2010_resault.pdf]

4. 도쿄도 및 지자체 상점가 활성화정책의 시사점

1) 보조방식

- 상점가연합회 및 산하조직들의 운영비는 반 이상 중앙정부의 보조금으로 충당하고 나머지는 자체 충당하며, 사업비는 중앙, 도쿄도, 기초자치단체에서 아이템에 맞게 보조를 받는 것으로 나타남.

2) 지원사업

- 도쿄도의 상업활성화사업과 항목이 거의 매치하며, 하드, 소프트사업 중 소프트사업의 항목이 다수임. 세타가야구와 무사시노시의 사업항목도 거의 유사하나, 세타가야구가 보다 마치즈쿠리(안심, 안전할 수 있는 마을만들기), 공공공간으로써 지역에 대한 기능 등을 부각하는 등 다양한 시각의 제안을 제시하고 있음.

3) 지원조직

- 기초자치단체가 상공회의소 및 산업진흥공사 등 유관기관과 연대(위임, 위탁, 아웃소싱)하여 지원사업을 추진하고 있는 것으로 나타남.

4) 산업비전

- 세타가야구 산업진흥비전, 무사시노시 상공회의소 산업진흥비전 등 중장기 목표를 세워 방향성 제시

5) 제도적 지원

- 세타가야구 산업진흥기본조례를 통해 상점가 가입을 촉진

Ⅳ . 상점가 현황 분석

- 
- 
1. 지역의 일반현황
 2. 지역의 역사적 배경과 주변현황 변화
 3. 상점가의 상업활동 현황

IV

상점가 현황 분석

1. 지역의 일반현황

1) 입지적 현황

(1) 키치조지

- 길양사, 즉 키치조지(吉祥寺、현재 도쿄도 분쿄구 혼코마고메 일대) 인근 주민이 이쓰카이치(五日市、현재 무사시노시 주변) 주변 지역을 개척한 것이 현 지명의 유래
- 상업지구는 대규모 상점가인 선로드 및 파르크, 마루이, 도큐백화점 등 대형 유통업체와 상점가가 어우러져 활력이 넘치며 애니메이션과 소설가 다자이 오사무로도 유명
- 키치조지 일대는 이노카시라(井の頭) 공원을 포함한 녹지 및 오픈 스페이스가 풍부하며 도서관 등의 사회복지시설이 잘 갖추어져 있어 도쿄시민에게 매우 인기있는 주거지임. 새로운 것과 오래된 것의 밸런스로 “앞에는 대형 쇼핑센터와 전자상점가 등이 있어 다양한 상업 시설이 갖춰져 있지만, 조용한 골목 등도 공존”하여 키치조지는 도쿄 근교 지역 중 살고 싶은 동네 랭킹에서 항상 1위를 차지하며 휴일 나들이 가고 싶은 동네, 아이 키우기 좋은 동네 등의 이미지를 가지고 있음.

(2) 시모키타자와

○ 기본현황

- 주소 : 도쿄도 세타가야구 키타자와 2초메 (東京都世田谷區北澤2丁目)
- 교통 : 시부야와는 이노카시라센(井の頭線), 신주쿠와는 오타큐센(小田急線)으로 10분 안에 연결되며, 이노카시라센과 오타큐센이 X자형으로 교차하는 교통의 요충지

- 주변 환경 : 도심과의 근접성, 인근에 대학가(도쿄대학, 메이지대학, 니혼대학 등)가 형성되어 있으며, 주요 주변시설 및 상가로는 혼다극장(本多劇場)을 시작으로 극장, 라이브하우스가 산재해 있고, 광역적으로 상업집적지를 형성하고 있음.

- 시모키타자와는 도쿄도 세타가야구의 북동부에 위치한 지역명으로, 키타자와(北澤) 지역과 다이자와(代澤)라는 지역의 일부를 일컫는 지명으로 줄여서 “시모키타(下北)” 라고 불림.



자료 : 구글맵 기반에 저자가 내용 추가

〈그림 4-1〉 키치조지와 시모키타자와 지역의 위치

- 3개의 대학(도쿄대, 메이지대, 니혼대)이 인접해 있고, 혼다극장을 중심으로 한 소극장, 20여 개가 넘는 라이브 하우스 등이 소재하여 젊은이들의 문화적 수요를 충족시키는 거리임.

〈표 4-1〉 살고 싶은 동네 선호도 2011년

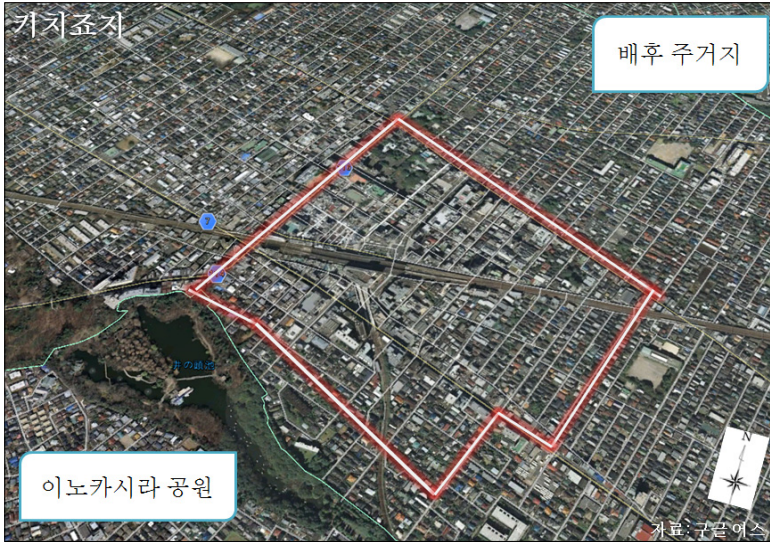
순위	지역명(한글)	지역명(일본어)
1위	키치조지	吉祥寺
2위	자유가오카	自由が丘
3위	시모키타자와	下北沢
4위	에비스	恵比寿
5위	나카메구로	中目黒
6위	메구로	目黒
7위	시부야	渋谷
：	：	：

자료 : 도쿄 워커 [<http://news.walkerplus.com/2010/0207/2/>]

- 히가시키타자와(東北澤)역, 이케노우에(池ノ上)역 주변 근린상업 및 철로를 따라 형성된 상업지역이 있으나 그 외에는 중소규모의 공동주택 및 목조 단독주택 위주의 주거지역임. 양호한 주거지를 배후로 하고 있기 때문에 인기가 높음. 매년 살고싶은 동네 3위로 선정됨. 소극장 및 구제의류가게, 잡화점이 많고 오랜 기간 젊은이들의 거리로 인식되어 있는 “트렌드와 개성의 거리”

2) 지역범위

- 연구의 대상지는 배후 주거지에 둘러싸인 광범위한 상업 집적지를 대상으로 선정
- 키치조지 상점가는 이노카시라 공원과 배후 주거지에 둘러싸인 형태로 역을 중심으로 사각형의 상점 지대를 형성하고 있음.
- 시모키타자와 상점가는 오다큐선과 게이오이노가시라선이 교차하는 엑스자 형태의 선로를 중심으로 남북으로 나뉘어진 상점가를 형성하고 있음.



자료 : 구글어스 기반에 저자가 내용 추가

〈그림 4-2〉 키치조지 상점가와 주변지역의 입지



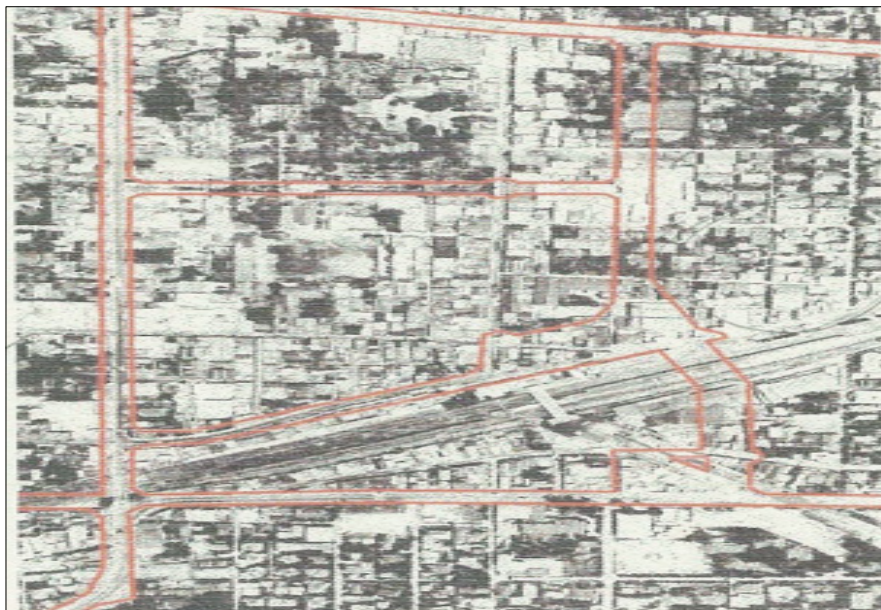
자료 : 구글어스 기반에 저자가 내용 추가

〈그림 4-3〉시모키타자와 상점가와 주변지역의 입지

2. 지역의 역사적 배경과 주변현황 변화

1) 키치조지

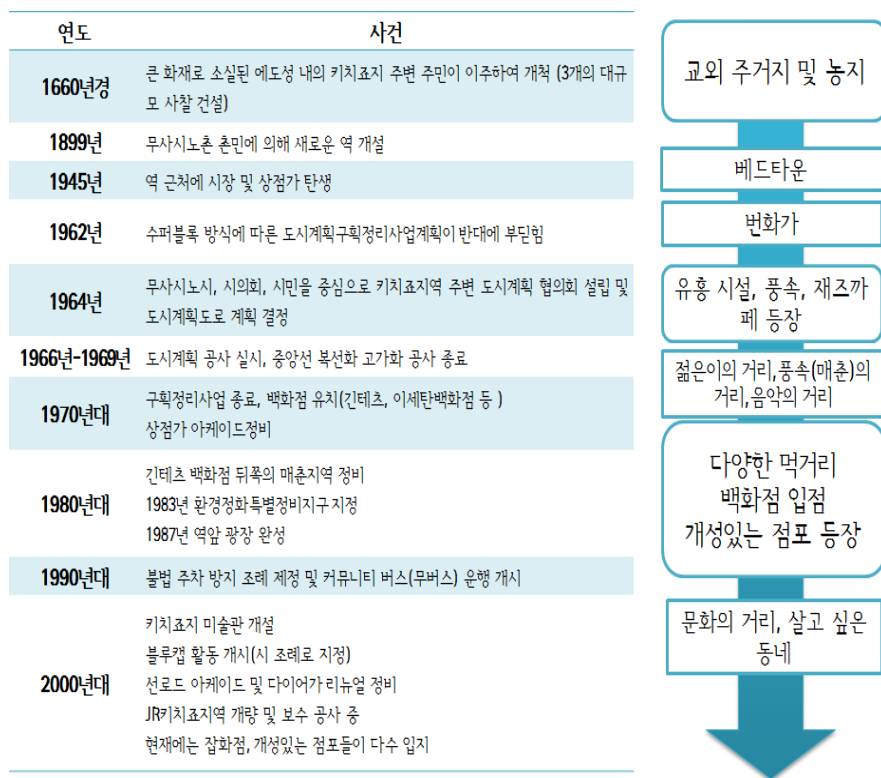
- 키치조지는 1900년대 초반까지 평범한 교외 농지 및 소규모 마을이었으나 이후 무사시노촌(村) 촌민에 의해 새로운 역이 개설되면서 역 근처에 시장 및 상점가가 탄생하였음.
- 역세권을 중심으로 지역이 발전하면서 수퍼블록 방식에 따른 도시계획구획정리사업계획을 추진하나 반대에 부딪치게 됨.
- 무사시노시, 시의회, 시민을 중심으로 협의를 통해 키치조지 역 주변 도시계획 협의회 설립 및 도시계획도로 계획 결정
- 1960년부터 70년대 초까지 구획정리사업이 실시되었고 정비된 지역에 백화점이 입점하게 됨(킨테츠, 이세탄백화점). 이와 함께 상점가 아케이드정비도 실시하여 70년대 초반에는 이미 지역 골격이 대부분 갖추게 됨.
- 이후 소규모 환경정화 사업을 중심으로 한 지속적인 지역 정비가 이루어짐. 킨테츠 백화점 뒤쪽의 매춘지역 정비와 함께 1983년에는 북쪽 지역을 중심으로 환경정화특별정비지구가 지정되고 1987년에는 역 앞 광장이 완성됨. 또한 지역 교통 정비의 일환으로 불법 주차 방지 조례 제정 및 커뮤니티 버스(무ー버스 : ムーバス) 운행을 개시



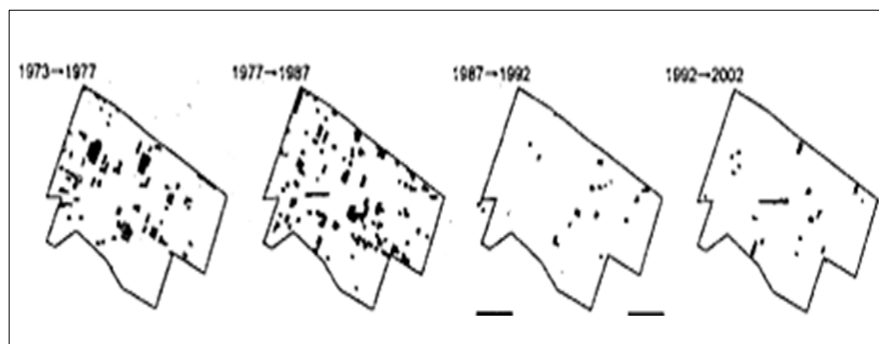
자료 : 무사시노시 도시정비부 키치조지 마치즈쿠리 사무소, 2012.

〈그림 4-4〉 키치조지의 도시기반정비지역(1964년 도시계획 도로 결정당시 지도)

- 2000년 이후에는 하드웨어적 정비가 아닌 소프트 웨어 중심의 방법 활동 및 소규모 정비가 실시되었음. 시 조례로 지정된 블루캡 활동이 시작되었으며 선로드 상점가의 아케이드 및 다이아거리 상점가의 재정비 실시
- 현재 JR키치조지역 개량 및 보수 공사 중이며 잡화점, 개성있는 점포들이 다수 입지
- 이와 같은 역사는 1973년부터 2002년 용도지구 변화 양상을 보면 알 수 있는데 구획정리와 같은 대규모 도시개발 사업과 대다수의 용도변경은 70년대 이전에 종료되었고 최근 20년간은 소규모 용도변경만이 행해짐.



〈그림 4-5〉 키치조지 역사적 사건 및 이미지 변화



자료 : 도쿄도 용도현황도, 도쿄도 홈페이지

〈그림 4-6〉 1973년부터 2002년까지 키치조지 상점가의 용도지구 변화상

2) 시모키타자와

○시모키타자와 형성사

- 1881년(明治14年)에는 농지였으나, 1929년(昭和4年)까지는 인구가 급증
- 오타큐선 시모키타자와역과 게이오 이노가시라선이 개통되고 관동대지진 이후 비교적 안전한 지역인 도쿄 서부로 인구 이동이 생기면서 시모키타자와도 인구가 급증, 주로 회사원, 노동자 등이 이주
- 전쟁 직후 1950년 이후에는 시모키타자와역 북구 주변지역에 암시장인 에키키타 측에 암시장인 시모키타자와 역전 식품시장이 건설되고 오타큐선·게이오선 연선으로 대학들이 이전·신설함에 따라, 편리하고 저렴한 교통요충지로 시모키타자와에 학생들의 하숙이 증가하고 『학생의 거리』가 형성됨. 또한 주택지로서 세타가야구의 평가가 높아짐에 따라, 시모키타자와도 인구가 증가하고 역전상점가가 성장하였음.
- 1980년대는 시모키타자와 이미지 형성에 큰 역할을 한 더·스즈나리(ザ・スズナリ)와 혼다극장(本多劇場)이 개설되었고 시모키타자와 마치즈쿠리 간담회가 발족됨.
- 1990년대에는 키타자와 마을회관(北澤タウンホール) 준공되면서 이를 기념하기 위해 키타자와 음악제(~현재)가 개최되었고 시모키타자와 연극제도 현재까지 지속적으로 개최되고 있음.
- 2000년대 초반에는 도시계획도로 보조 54호선 계획 변경이 결정되었으나 이를 둘러싼 지역 내외부의 갈등이 발생
- 2012년 현재에는 세타가야구 방침대로 『시모키타자와 역 주변지구 지구계획』이 도시계획사업으로 결정되면서 진정됨.

○1881년~1955년에 걸친 공간 변화

- 1881년(明治14年)에는 농지였으나, 1929년(昭和4年)까지는 인구가 급증하여, 시모키타자와 북구에서는 이미 주택지가 형성됨.
- 이노가시라선이 개통한 후 새롭게 택지화가 이루어지고 1955년(昭和 30

年) 즈음에는 현재의 시모키타자와와 같은 공간이 갖추어지게 됨.

○ 1970년대 이후 토지이용 · 건축물로 본 공간변화

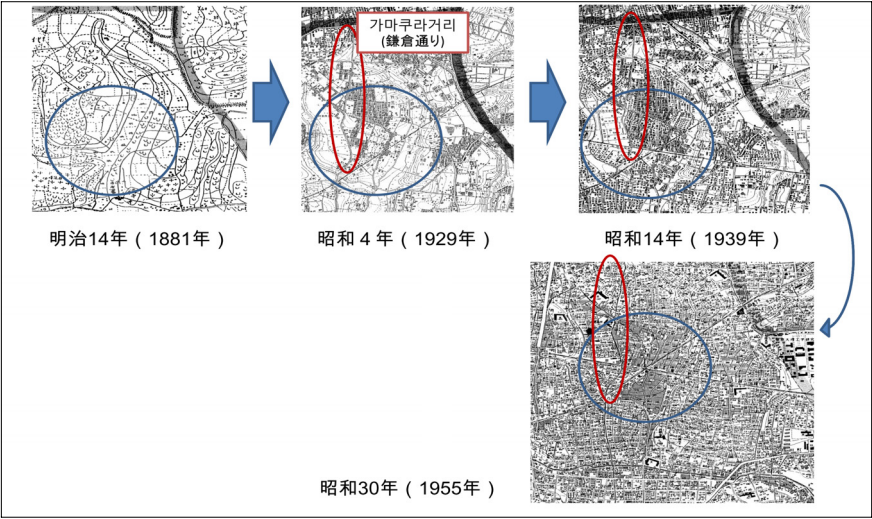
－ 건축물의 변화를 살펴보면, 1990년대 후반까지도 큰 변화가 나타나지 않았으며, 2000년대에 들어서 소규모 개발들이 추진되어 옴.

〈표 4-2〉 시모키타자와 형성사

시기	변화상	흐름도
16 세기	· 대규모 토목공사가 이루어진 시기로 숙박시설(宿場), 도로변(街道筋) 등에 양조장이나 상점이 증대함 · 시부야, 나이토신주쿠, 세타가야 여관(宿)에 출하를 위한 근교농업도 번성	
전쟁 전 (1891년 ~1933년)	· 오타큐선 시모키타자와역 설치 · 게이오 이노카시라선개통 · 관동대지진 이후, 시모키타자와의 인구가 증가(회사원, 노동자).	
전쟁 직후 1950년대	· 시모키타자와역 북구 주변지역에 암시장인 에키키타 측에 암시장인 시모키타자와 역전 식품시장 건설 · 구내, 오타큐선 · 게이오선 연선으로 대학들이 이전 · 신설함에 따라, 편리하고 저렴한 교통요충지로 시모키타자와에 학생들의 하숙이 증가하고 「학생의 거리」가 형성됨 · 주택지로서 세타가야구의 평가가 높아짐에 따라, 시모키타자와도 인구가 증가하고 역전상점가가 성장	
1960년대 ~1970년대	· 주택, 상점의 임대료 상승 · 주택의 소규모화 및 집합주택의 증가 · 「히피」의 메카인 신주쿠의 후우케츠도(風月堂) 폐점, 히피들은 시모키타자와로	
1980년대	· 더 · 스즈나리(ザ · スズナリ), 혼다극장(本多劇場) 개설 · 시모키타자와 마치즈쿠리 간담회 발족	
1990년대	· 키타자와 마을회관(北沢タウンホール) ¹⁹⁾ 준공 · 키타자와 음악제(~현재), 시모키타자와 연극제(~현재) 개최 · 간담회 「시모키타자와 그랜드 디자인」을 구청장에게 제출 (2000년에는 「시모키타자와 그랜드 디자인 구상도」를 정리)	
2000년대 ~현재	· 도시계획도로로 보조 54호선 계획 변경 결정 · 「상부이용방침」책정(「이용계획」으로 구체화) · 「시모키타자와역주변지구 지구계획」도시계획 결정	

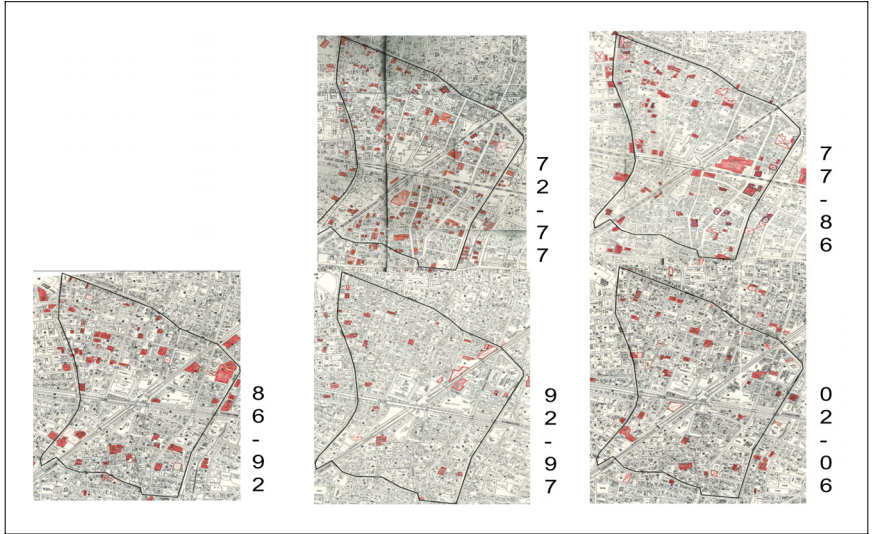
자료 : 세타가야 마을 변천사

- 19) 키타자와 타운홀 : 세타가야구가 1980년대 세운 시모키타자와 주변 지역을 대상으로 한 지역 주민을 위한 공간으로 건설된 건물. 현재 세타가야구 시모키타자와 출장소가 행정업무를 제공하며 이 외에도 이벤트 공간을 제공



자료 : 세타가야구

〈그림 4-7〉 고지도를 통한 시모키타자와 형성사



자료 : 젠린 주택지도

〈그림 4-8〉 시모키타자와의 건축 변화



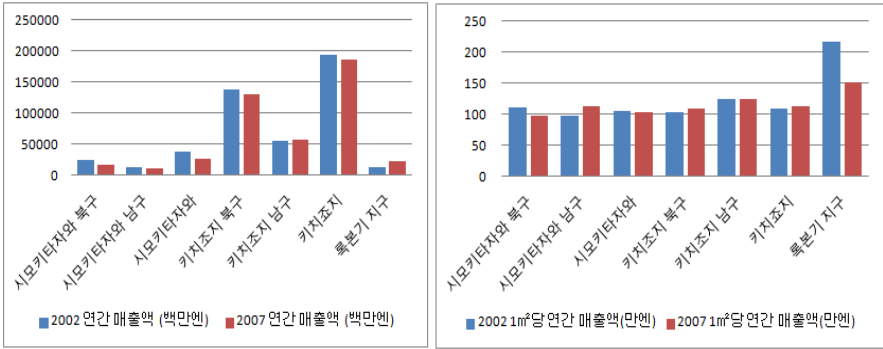
자료 : 도쿄도 용도현황도, 도쿄도 홈페이지

〈그림 4-9〉 토지이용 용도 변화

3. 상점가의 상업활동 현황

1) 지역내 상업활동 개요

- 두 지역 모두 지역 내 상업 활동은 주로 소매업이 대부분임. 연간 매출액을 보면 키치조지가 시모키타자와에 비해 월등히 높은 매출액을 기록하고 있지만 시모키타자와에 비해서 키치조지 매장 면적이 넓기 때문임.
- 1평방미터당 매출액을 살펴보면 시모키타자와와 키치조지 지역 내에도 큰 차이가 없으며, 시모키타자와와 키치조지 간에도 큰 차이가 없음. 또한 2002년에 비해 매출액은 소폭 감소하였으나 1평방 미터당 매출액은 오히려 소폭 상승하였음.
- 매출액은 2002년과 비교해서 2007년에 약간 주춤하였으나 큰 변동은 없음.
- 도쿄의 대규모 상업지인 룩본기 지구와 비교해도 뒤지지 않는 매출액을 기록



자료 : 도쿄도 상업통계를 이용하여 저자 작성

〈그림 4-10〉 키치조지와 시모키타자와의 연간 매출액 및 1 평방미터당 연간 매출액

〈표 4-3〉 키치조지와 시모키타자와의 연간 매출액 및 1 평방미터당 연간 매출액

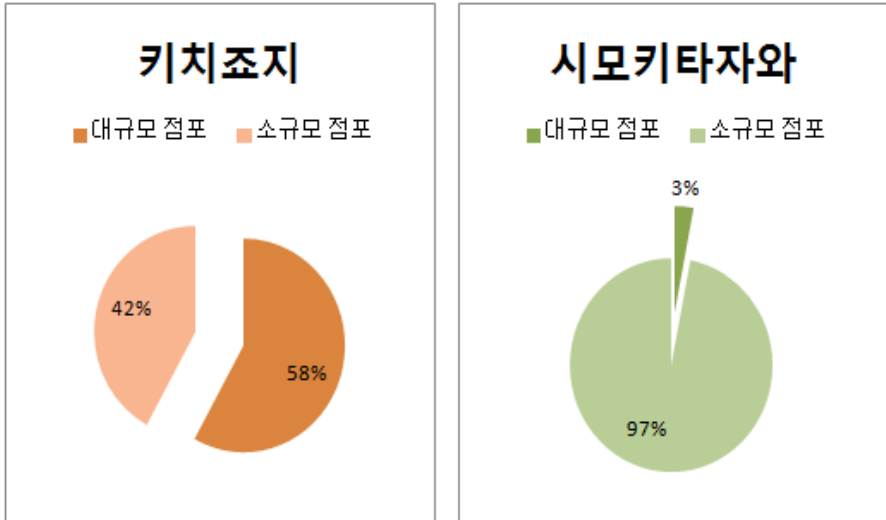
지역명	2002				2007			
	사업소 개수	연간 매출액 (백만원)	매장 면적(㎡)	1㎡당 연간 매출액 (만원)	사업소 개수	연간 매출액 (백만원)	매장 면적(㎡)	1㎡당 연간 매출액 (만원)
시모키타자와 북구	337	24,419	22,001	111	272	16,686	17,105	98
시모키타자와 남구	158	13,341	13,520	99	121	10,390	9,255	112
시모키타자와	495	37,760	35,521	106	393	27,076	26,360	103
키치조지북구	560	138,778	134,985	103	564	129,931	119,437	109
키치조지남구	317	55,767	44,450	125	301	56,684	45,796	124
키치조지	877	194,545	179,435	108	865	186,615	165,233	113
록본기지구	85	13,316	6,151	216	117	23,534	15,446	152

자료 : 도쿄도 상업통계를 이용하여 저자 작성

2) 대·소규모 점포의 특징

- 키치조지는 대규모 점포가 주로 한 블록에 하나 이상 입지해 있고 그 외는 상점가가 자리잡고 있으며, 약 58%의 사업소가 대규모 점포 내에 입지하고 있음.

- 시모키타자에서 대규모 점포로 분류되는 것은 혼다극장 건물에 입점한 몇 개의 사업소뿐이며 나머지는 소규모 점포로 분류되고 고층 및 대규모 상업 시설이 거의 존재하지 않음.



자료 : 도쿄도 상업통계를 이용하여 저자 작성

〈그림 4-11〉 키치조지와 시모키타자와 지역의 대규모 점포와 소규모 점포의 사업소 비율

3) 지역내 상점가의 현황

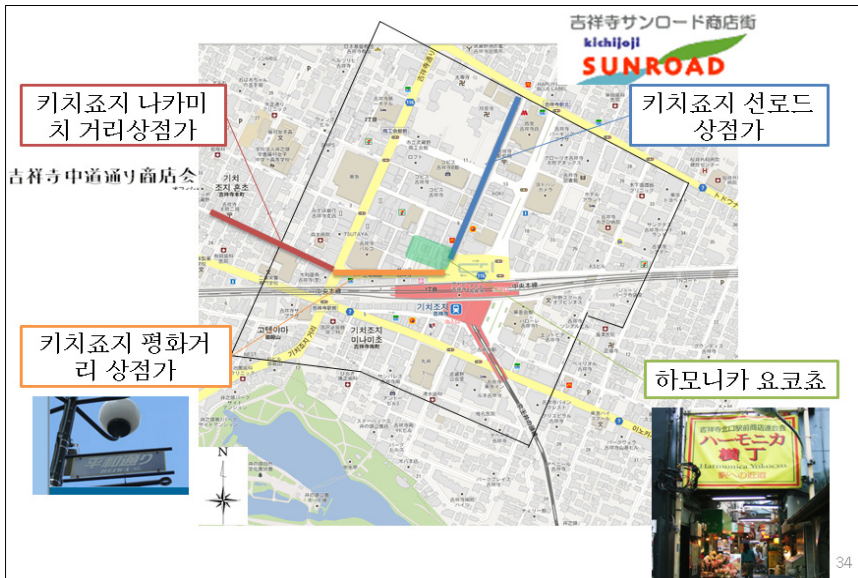
(1) 키치조지 상점가 개요

- 키치조지는 도쿄도내 손꼽히는 변화가로서 이노가시라 공원과 고즈넉한 배우 주택지가 어우러진 인기 있는 상업지로, 음악, 재즈, 라이브 하우스, 극장, 스트리트 라이브 등 문화적인 요소가 풍부하며 키치조지역 주변 상업 지구에는 약 10여 개의 상점가가 자리잡고 있음.

〈표 4-4〉 키치조지의 주요 상점가

상점가 명칭	설립시기	역사 및 개요
하모니카요코초 (ハーモニカ横丁)	1974년	· 1940년 이후 역앞 암시장이 발전하여 지금과 같은 상점가를 형성 · 상점회는 74년 발족 · 100개 점포 이상이 밀집
키치조지다이아거리 (吉祥寺ダイヤ街)	1961년 개업	· 50년대 초기 소규모점포 위주의 상업집적지 형성 · 61년 다이아거리 상점가로 개업하여 74년 “다이아”가 “도큐 체리나드”라는 명칭으로 개업 · 2009년 리뉴얼공사 완료
키치조지나카미치거리상점가 (中道通り商店会)	1970년대 이후	· 본래 일반적인 농도(農道)였으나 70년대 도큐백화점 및 선로드 주변 재개발 이후 저렴한 임대료 때문에 상점이 모여들게 됨 · 2008년 아케이드 정비
키치조지선로드상점가 (吉祥寺サンロード商店街)	1970년대	· 구획정리사업의 일환으로 아케이드 정비 · 2004년 리뉴얼
키치조지평화거리상점가 (平和通り商店街)	1970년대	· 키치조지 북쪽 출구에 잡화 및 약기점 등 전문 상점가 형성 · 아케이드는 없음.

자료 : 각 상점가 홈페이지를 참조하여 저자 작성



자료 : 구글맵에 저자가 내용 추가

〈그림 4-12〉 키치조지 상점가의 위치

(2) 시모키타자와 상점가 개요

- 시모키타자와 학생 및 젊은 세대가 주로 찾는 변화가이며 음악과 연극의 거리로 유명하여 문화적인 요소가 풍부
- 시모키타자와 지역에 있는 상점가는 총 4개이며 그 중 시모키타자와 일변가 상점가가 가장 역사가 깊음.
- 시모키타상점가, 시모키타자와1변상점가는 배후지에 고급 주택지가 입지하고 역사가 깊으며 개성적인 점포가 다수, 1변가 상점가는 지역주민이 운영하는 상점이 다수였지만 현재는 임대점포로 바뀌고 있음.

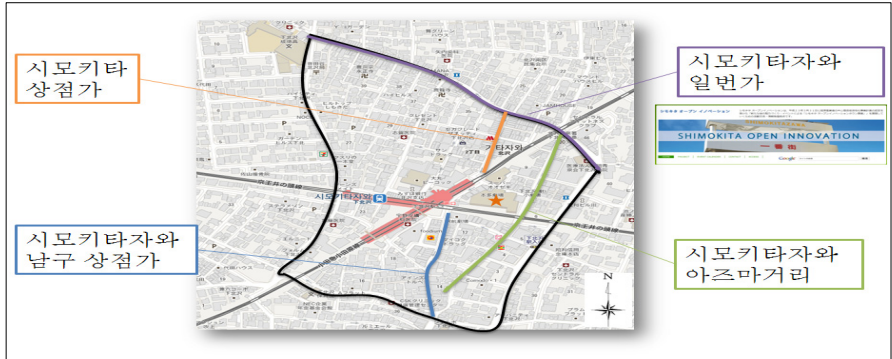
〈표 4-5〉 시모키타자와의 주요 상점가

상점가 명칭	설립시기	역사 및 개요
시모키타자와일변가 (下北沢一番街)	1920년대	· 시모키타자와에서 가장 오래된 상점가 · 100년 이상의 역사 · 1956년에 시모키타자와 전문점회(専門店会)가 발족하여 65년에 현재의 명칭으로 변경
시모키타상점가진흥조합 (しもきた商店街振興組合)	1992년	· 1990년대까지 시모키타자와 역전 상점회가 전신 · 시모키타자와대학 등을 운영하는 등 적극적인 활동 · 도쿄 상점가 그랑프리 수상
시모키타자와아즈마거리 (下北沢東会)	1940년대	· 영화관 설립을 계기로 설립된 상점가 · 소규모 상점 및 식료품점 등이 입지 · 35개 점포가 가입
시모키타자와남구상점가 (下北沢南口商店街)	1964년 설립	· 혼다극장이 자리잡은 남쪽 출구 부근의 상점가 · 음식점 및 주점 등이 다수 입지

자료 : 각 상점가 홈페이지를 참조하여 저자 작성



〈그림 4-13〉 시모키타자와 상점가의 로고들



자료 : 구글맵에 저자가 내용 추가

〈그림 4-14〉시모키타자와 상점가의 위치

V . 상점가 관련주체들의 활동 분석

- 
1. 카지조지 상점가 관련주체들의 활동현황
 2. 시모키타자와 상점가 관련주체들의 활동현황
 3. 소결
- 

V

상점가 관련주체들의 활동 분석

1. 키치조지 상점가 관련주체들의 활동현황

1) 관련 주체들의 개요

- 키치조지 상점가와 관련된 주체들은 상점가 이외에는 크게 행정, 대규모 상업시설, 지역주민으로 나눌 수 있음.
- 키치조지는 도쿄도 무사시노시에 속해 있으므로 광역 행정 기관인 도쿄도와 지방자치단체인 무사시노시와 관련이 있으나 상점가 정책을 직접적으로 관리하는 것은 지방자치단체인 무사시노시가 담당함.
- 대규모 상업시설은 <표 5-1>에 나타난 바와 같이 총 7개가 있으며, 세이유(SEIYU)나 유자와야(ユザワヤ)와 같은 식료품 및 생필품 위주의 시설은 이 연구의 “대규모 상업시설” 분류에서는 포함시키지 않았음.

〈표 5-1〉 키치조지 상점가 관련 주체

지방자치단체	· 무사시노시
지역 상인회(상점가)	· 하모니카 요코초(ハーモニカ横丁) · 키치조지 다이아거리 (吉祥寺ダイヤ街) · 키치조지 나카미치 거리 상점가 · 키치조지 선로드 상점가(吉祥寺サンロード商店街) · 키치조지 평화거리 상점가(平和通り商店街)

〈표 계속〉 키치조지 상점가 관련 주체

대규모 상업시설	· 아트레키지조지(アトレ吉祥寺)- 구 키치조지 론론(旧吉祥寺ロンロン) · 오도바시 카메라 - 구 키타츠백화점(폐점) · 마루이 · 코비스 키치조지(コビス吉祥寺) - 구 이세탄백화점(旧伊勢丹) · 도큐백화점 키치조지점(東急百貨店吉祥寺店) · 키치조지 파르코 (吉祥寺パルコ) · 키치조지 로프트 (吉祥寺ロフト)
지역 주민	-

주 : 지역주민은 대부분 초나이카이(町内会)라는 지역 커뮤니티에 속한 주민들이 상점가와 연대
 자료 : 상점가 각 홈페이지를 참조하여 저자 작성

2) 관련 주체들의 활동 현황

○시정부 : 무사시노시

- 지역관련부서로는 도시계획과와 생활경제과가 있음.
- 도시계획과에서는 기반정비 및 아케이드 정비와 같은 사업을 주로 하며, 생활경제과에서는 관광과 이벤트 등을 중심으로 한 상업 진흥 사업을 주로 운영
- 자주적이고 자발적인 참여가 풍부한 지역이기 때문에 행정 주도적인 자 세는 아님.
- 특히 도시 기반정비의 큰 골자가 1970년대 이전에 마련되었기 때문에 소규모 정비위주여서 행정에서 적극적으로 나서는 입장은 아님.

○사찰

- 상점가 토지의 소유주로 관련주체에 포함됨.
- 4개의 사찰이 현재까지도 존속하며, 현재 키치조지 역전 인근의 토지 소유자는 사찰이지만, 복잡한 토지 소유관계가 얹혀 있음.

○지역주민 : 안전한 동네 만들기

- 주민층이 대부분 중년부모와 어린이 청소년 자녀가 있는 가족층이기 때문에 범죄에는 민감한 분위기
- 또한 지가 유지 및 상승에도 좋은 영향을 미치지 않기 때문에 유흥업소

에 대해 방어적 입장

○ 대형 점포(기업)

—세이유를 제외한 초대형 마트 등은 지역 주변에 존재하지 않음.

—주로 종합 쇼핑몰이나 백화점 형태

○ 키치조지 활성화 협의회 : 지역 기반 통합 네트워크 구축

—키치조지 지구 상업 활동의 발전을 통하여 지역 활성화를 도모하고 매력적인 지역을 만드는 것을 목표로 하고 있음.

3) 관련 주체들의 활동현황 변화상

(1) “단순한 상업” 관련 활동에서 “지역만들기”로 활동 전환

○ 키치조지 상업 커뮤니티 환담회 설립(1984년)

—설립 당시 키치조지의 공통 과제는 “정보화”라고 문제의식을 가짐.

—당시 설립 전에는 상인 커뮤니티라는 발상에 대해 매력 넘치는 지역 형성을 위해 상품을 판다는 단순한 목표에서 시작하였으나 그후 한층 넘어선 논의를 거듭하여 지역 활성화라는 새로운 목표를 설정

○ 1985년 무사시노시 제2기 장기계획 수립

—일일 승객 40만 명의 키치조지역 북구 역전 광장의 정비 및 재개발 추진

—단순한 지역 관리에서 지역 활성화를 창조해 나가는 자세로 전환

○ 문화 및 지역 홍보

—1986년 “키치조지 음악제”와 “키치조지 다키키노20)” 개최

—타운지 “커뮤니티 환담회” 발간 : “커뮤니티 환담회”에서 수립한 키치조지 상점가 비전의 내용 중 “키치조지의 고도 정보화”란은 키워드에 부합하는 활동을 추진

○ 1988년 무사시노시는 “생활핵도시”라는 슬로건으로 단순한 주택도시에서 상업, 금융, 정보의 중심지로 변화한다는 비전을 제시

20) 일본 전통 무대 예술인 노의 한 종류

(2) 정체기 및 상점가조직의 문제 인식

- 키치조지 활성화 협의회는 1989년에 개최된 심포지엄 “키치조지 마치즈쿠리를 생각한다”에서 대형점포의 매출 정체 및 교통체증 문제 등에 대한 한계점을 제시
- 이러한 민간 상업 커뮤니티의 지역 사회에 대한 의식에도 불구하고, “키치조지 비전”, “마스터 플랜” 등의 지역계획은 주로 지역 커뮤니티 거주민의 생활에 초점이 맞춰져 있었고, 상업지역에 대한 시정부의 지원은 시내 소규모 기업자에 대한 자금 융자, 상공단체 또는 상업진흥대책 사업에 대한 보조금 교부 등에 머무름.
- 할당받은 보조금은 주로 상점가 공공시설 설치, 이벤트 개최, 역 앞 광장 일루미네이션 설치 이외에, 자매도시와의 식품직송사업 및 안테나숍²¹⁾ 설치 등에 활용됨.

(3) 새로운 통합

- 1995년 상공회의소는 “키치조지 상업 근대화계획”을 발표
 - 꾸준히 개최된 “키치조지 음악제” 및 “키치조지 다키키노(だききのう)”를 중심으로, 제1회 키치조지 웰컴 캠페인 이벤트가 실시됨.
 - 본 이벤트는 단순한 상업활성화를 넘어서 지역의 매력적인 이미지를 어필하기 위한 새로운 시도였으며, 이후 이와 같은 이벤트를 지속적으로 개최하기로 결정
- 대외적 이미지는 대형점포 중심의 상업지구였으나 소상공인들이 문제의식을 가지기 시작
- 대형점포에 의존하는 형태의 소상공인들이 자주적으로 지역 활성화에 참여하려고 노력
- 소상공인들의 자주적인 지역활성화 활동을 지원하기 위하여, 무사시노시는

21) 다른 지역의 특산물을 판매하는 상점

“키치조지 상업 2005년 액션플랜 책정위원회”를 개설하고, “상업 르네상스 글레이터 키치조지 21 계획”을 수립함.

- 본 계획에서는 “발견도시”라는 컨셉으로 즐거움과 편안함이 공존하는 지역이며 새로운 라이프 스타일을 발견할 수 있는 지역 만들기를 계획의 목표로 설정
- 구체적으로는 미디어를 이용한 적극적 홍보, 극장, 공방, 전시장 설치, 상점가 내 거리 정비 등을 통한 걷기 좋은 거리 형성 등의 액션플랜 제시

4) 관련 주체들간의 실제 연계현황

○ 행정 : “행정주도적”보다는 “조력자적” 관계 유지

- 지역 관련 부서는 도시계획과와 생활경제과가 있음.
- 도시계획과에서는 기반정비 및 아케이드 정비와 같은 사업을 주로 하며, 생활경제과에서는 관광과 이벤트 등을 중심으로 한 상업 진흥 사업을 주로 운영
- 자주적이고 자발적인 참여가 풍부한 지역이기 때문에 행정 주도적인 자세는 아님.
- 특히 도시 기반정비의 큰 골자가 1970년대 이전에 마련되었기 때문에 소규모 정비위주여서 행정에서 적극적으로 나서는 입장은 아님
- 그러나 지역 문제를 공유하고 논의하는 네트워크는 협의회를 중심으로 이루어져 있음.

○ 상점가와 사찰과의 관계

- 상점가가 위치한 토지가 대부분 사찰소유이며, 현재 4개 사찰이 있음.
- 키치조지역 토지 역시 사찰의 소유로 권리관계가 복잡하게 얽혀있음.
- 이해관계 : 사찰은 이벤트나 활동에 그다지 적극적으로 참여하지 않는 반면, 반대로 하지 않는 등 상업활동 및 지역사회 활동에서는 제3자적 입장을 견지하고 있음.

○ 지역주민들과 관계 : 안전한 동네 만들기

- 주민 대다수가 어린이, 청소년 자녀를 둔 가족가구로 범죄에 민감하며, 지가에도 악영향을 미치므로 유흥업소의 입주에 방어적 입장
- 조례에 따라 “요도바시 카메라” 뒤편에 도서관 건설 (조례에 따라 문화 시설 주변 반경 200미터 이내에는 신규 음란업소 개설이 불가능)
- 그러나 주변환경 변화로 토지/건물 소유자와 상점가 측에서는 유흥업소에 임대를 허가하고 있기 때문에 지역주민과 의견차이가 있음.
- 타협안 : 지역주민과 상점가가 함께 고객활동을 제지하는 블루캡 활동 및 월1회 주민들이 참여하는 방법활동 실시

○ 상점가와 대형 점포(기업)의 관계 : 서로 협력하는 윈-윈(win-win)구조

- 상점가는 대형점포 입점에 호의적, 대형점포는 상점가에 적극 가입
- 상점가는 1970년대 키치조지 개발 초창기에는 대형점포 입점을 위해 적극 유치활동과 지역 홍보활동 전개
- “세이유”를 제외한 초대형 마트가 지역 내에 존재하지 않으며, 지역내 백화점과 대규모 쇼핑센터 등 대형점포는 상점가 회원으로 가입
- 상점가와 대형점포 모두 규모의 경제를 위하여 상호협력
- 상점가 입장에서는 대형점포의 입점으로 내방객 증가라는 긍정적 영향이 있는 반면, 서로 취급하는 상품과 업종이 달라 적은 경쟁-높은 상생효과가 있다고 인식
- 대형점포는 입지상 역전에서 상점가를 통과해야만 갈 수 있는 위치에 있어, 상점가가 활성화되어야만 내점객도 증가하는 상관관계에 있음.

5) 상점가 통합 네트워크 구축 : 키치조지활성화협의회

○ 설립 배경 및 목적

- 키치조지활성화협의회(吉祥寺活性化協議會)는 1991년, 무사시노시 상공회의소·마치즈쿠리와 관련된 광범위한 기업 및 단체가 협력하여 설립한

임의단체로, 키치조지 지역의 발전에 관심을 갖고 있는 기업, 단체, 상점회 등이 회원으로 소속되어 있음.

—협의회에는 3개의 부회 (대형점회 · 금융부회 · 상점부회) 및 5개 위원회 (교통대책위원회 · 환경정비위원회 · 문화관광이벤트위원회 · 판매기획위원회 · 홍보정보기획위원회)가 설치되어 있으며, 사무국은 무사시노시 상공회의소 내에 설치되어 있음.

—봄, 가을의 키치조지 웰컴캠페인 등의 이벤트를 비롯하여 키치조지 활성화를 위한 다양한 노력을 기울이고 있음.

○ 협의회 운영상황

—설립 당시는 90개 단체가 가입하였으며, 현재는 지점장 교대 등을 계기로 탈퇴한 기업도 있어 회원단체는 50개임.

—연1회 단체총회, 월1회 간사회를 개최하는데, 각종 활동의 기획 및 보고 업무를 담당하고 정보교류의 창고역할을 하기 때문에 주주간 협력을 위한 구심점의 역할을 함. 이러한 역할이 대형 이벤트를 성공적으로 이끈 비결임.

—협의회는 주수입원은 상점가 상인들의 연회비로 회비금액은 상점가의 규모에 따라 차이가 있으며, 대형점포, 금융기관, 기타회원은 별도로 회비금액을 산정하고 있으나 연간예산이 충분치 않기 때문에 대형 이벤트 개최시에는 간사회가 임시회비를 추가로 징수

○ 행정과의 연계 활동

—보조금 등 제도 이용을 위한 상담 등을 위해 담당 부국과 밀접한 관계

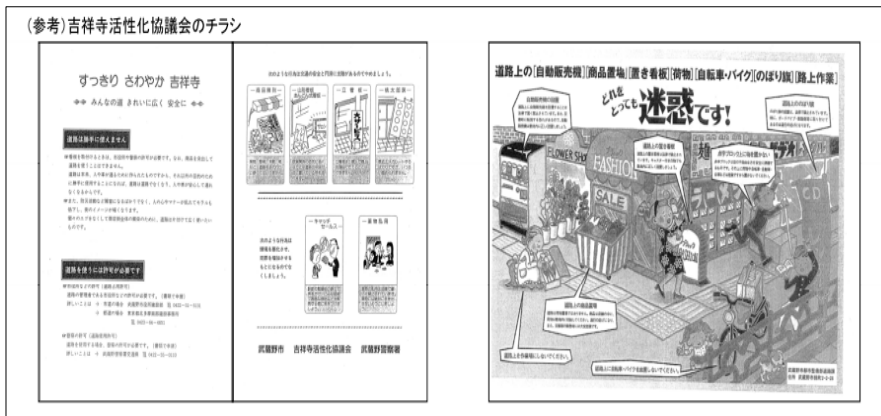
—특히 무사시노시는 시 전역에 제도를 도입하기 이전에 키치조지 상점가에서 제도를 시험적으로 실시한 뒤 평가하여 보급하는 경우가 많음.

○ 협의회 특징

—키치조지에 적합하지 않은 점포의 입주 및 출점에 대해서 협의회에서 제지하거나 통일된 규제를 실시하는 것이 아닌 각 상점회의 규칙과 사업에

따라 자율 운영

- 지연을 기반으로 한 인간관계에 따른 자율적인 규제에 따라 지역 환경이 유지되고 있음.
- 이러한 시스템이 유효하게 기능할 수 있는 것은 모든 상점가가 같은 운명 공동체라는 의식을 가지고 있기 때문임. 10개의 상점회는 일체화된 의식이 있으며 어떤 상점가에 문제가 생겨도 키치조지 지역 전체의 문제라는 강한 의식을 공유하고 있기 때문



자료 : 국토교통성, 2010, 「키치조지활성화협의회 활동에 관하여」

〈그림 5-1〉 키치조지활성화협의회 환경 정화활동 팸플렛

○키치조지활성화협의회의 협력활동 사례: 환경 정화활동 등

- 도로변 불법 주차 및 호객 행위를 통한 불법 점거 방지를 위하여 환경정비 위원회에서 환경 정화 활동 등을 실시
- 키치조지 활성화 협의회, 무사시노 시청 도로과, 무사시노 경찰서가 협력체계를 구축하여 매월 1회씩 노점상, 호객행위, 불법 간판 설치 등을 단속함. 1994년부터 실시되어 누적 140회 실시
- 강제적인 권한이 주어진 것이 아니라 상담을 통한 자주적인 지도임. 강

제성이 없기 때문에 조정하기 힘든 점포도 가끔 있으나 대부분 지역 기반 네트워크를 형성하고 있는 상인들이기 때문에 해결 가능
 - 방법 대책 및 무단 주차 대책 등 행정에서 고민하고 있던 문제에 대해 상점가 및 주민 측에서 자주적인 해결을 모색. 시와 경찰도 협력적인 자세

재난시 귀가곤란자대책을 위한 관련 주체들의 협동사례

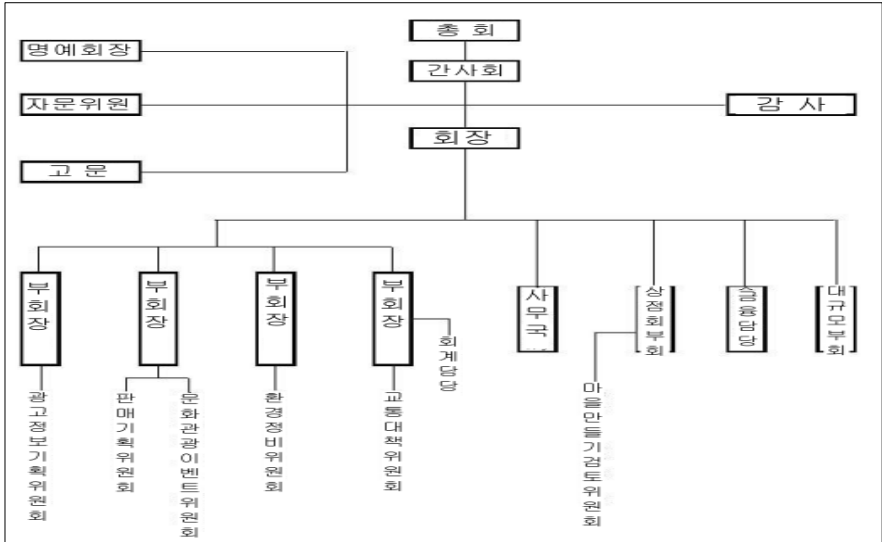
- “키치조지 규칙(吉祥寺ルール)에 따른 귀가곤란자대책으로 키치조지 활성화협의회, 민관에서 비축 및 피난장소 확보(官民で備蓄や受入先確保)
- 키치조지 활성화협의회에서는 이번엔 무사시노시 등과 함께 설립한 “키치조지역 혼란방지대책협의회”(회장 = 츠카모토 마사시(塚本真史))를 통해 “키치조지역 혼란방지 규칙(일명, 키치조지)”을 제정하였음. 본 규칙의 목표는 “마을 전체가 키치조지에 있는 사람들을 지키는 것(街ぐるみで吉祥寺に人を守る)임.
- (1) 일제귀가의 억제 (합부로 이동을 시작하지 않는다), (2) 대기에 필요한 3일분의 자재비축 (종업원 등은 사업소에서 대기), (3) 내방객 등의 보호(무단이동 자제, 응급조치, 정보·음식 제공, 임시체제시설로 유도), (4) 민관협력을 통한 정확한 정보의 제공, (5) 마을 전체적으로 귀가곤란자용 임시 숙박시설의 확보 등 5개의 규칙이 여기에 포함됨.
- 민관연계를 통한 키치조지역 혼란방지대책위원회가 발족된 것은 동일본대지진 발생 3년 전이었으나, 그간 훈련 등의 기회가 없었던 채로 대지진을 맞는 바람에 지진당일에는 역 주변에서 2,000여명의 귀가곤란자가 발생하는 등 대혼란이 야기되었음.
- 금번에는 준비미흡으로 발생한 상황에 대한 반성과 경험을 바탕으로 규칙을 수립하였으며, 향후 예상되는 수도권 직하지진도 고려하여, 지역상점가를 비롯하여 경찰서, 소방서와 새로운 협력체계를 구축하여 귀가곤란자의 임시수용이 가능한 역내 사업소 및 공공시설과 협정을 체결하는 등 안전하고 안심할 수 있는 거리 만들기 및 키치조지방재대책을 더욱 확대해 나간다는 방침임.

자료 : 키치조지상점가뉴스, 2012년 5월호 게재(商店街ニュース平成24年5月号掲載)



자료 : 키치조지활성화협의회 설명자료

〈그림 5-2〉 키치조지 상점가 풍경(선로드 상점가)



자료 : 키치조지활성화협의회 설명자료

〈그림 5-3〉 키치조지활성화협의회 조직도

- 키치조지활성화협의회 of 공동물품처리소(共同荷捌き所)를 설치사례²²⁾
 - －트럭집하로 안심할 수 있는 거리를 형성하기 위하여 상점가의 900여개 상점들이 “공동물품처리소”를 설치하여, 도쿄도의 우수 상점가 사례로 소개가 됨.
 - －무사시노시(武蔵野市) JR 키치조지역 주변지구의 상점가 및 대형매장 상인들로 구성된 ‘키치조지활성화협의회’는 지난 2011년 3월 5일, 키치조치방식공동집배송센터(이하 센터)의 가동을 시작하였음.
 - －이는 설정 대상지역 내 900여 개 점포에서 트럭, 자전거를 이용하던 물류를 센터에서 일괄 배달, 집하하는 시스템을 구축하는 것으로 중심부에 밀집하는 트럭스톡을 지역 외부로 돌릴 수 있다는 의의가 있음.
 - －센터의 개소식에 참석한 혼다(本田拓夫) 키치조지활성화협회장은 “센터의

22) 도쿄도 상점가 홈페이지 [<http://www.toshinren.or.jp/index.html>]

- 개소를 계기로 도시전체의 교통시스템을 새롭게 점검해 나가자”며, “걸으면서 즐길 수 있는 키치조지”를 목표로 한다는 포부를 밝혔고, 무라카미 모리마사(村上 守正) 무사시노시 시장 역시 하드웨어 측면뿐만 아니라 소프트웨어 측면에서도 지역을 연결하는 거점이 되어달라는 의견을 피력함.
- 이어 테이프 커팅과 시설 견학, 시민을 위한 어린이 안전교실 및 “후루사토 오이시이 마츠리 in 키치조지(ふるさと美味しいもん祭り in 吉祥寺)” 개최 등을 통해 지역에 키치조지 상점가의 시책을 어필할 수 있는 기회가 됨.
 - 이번 공동집배송사업은 五日市街道, 吉祥寺大通り、公園通り、井の頭通り로 둘러싸인 키치조지역을 대상지역으로 선정하였으며, 역에서 약 200미터 떨어진 같은 지역 인접지에 시가 이번에 신설한 3층 건물의 1층을 공동집배송센터로 활용하고 있음.
 - 이번 공동집배송사업의 특징은 지역상점가나 백화점, 트럭협회, 주차장 사업자, 행정기관 등으로 구성된 “키치조지방식 물류대책위원회”에서 협력을 통해 다양한 관점에서 종합적인 교통대책이 추진되고 있다는 점임.
 - 우선 센터설립시 시가 토지·건물을 제공하고, 동건물의 2, 3층에는 600대 분의 자전거 주차공간도 병설하였으며, 센터의 운영은 운송사업자 약 65개사가 출자한 코라보데리바리(주)(コラボデリバリー(株))에 위탁하였음. 본 회사를 통해 운송용 첨단장비 및 노하우를 제공받고 있으며, 집배송 비용은 참가점포의 부담 없이 반출업체 측이 크기 등에 따라 개당 130엔 정도를 부담함. 하루 1,500여 개 정도의 반출량을 예상하고 있으며, 향후에는 미참가업체·반출업체 분량까지 추가한다면 2,600여 개 정도의 물류량이 예상됨.
 - 또한, 자동차료판매기 보충작업의 위탁이나 지방물산시(地方物産市)²³⁾, 쇼핑대행 등 물류기능을 갖춘 운송사업자만의 강점을 살린 사업다각화로 채산성을 확보할 방침임(商店街ニュース平成23年4月号掲載).

23) 전국 각지의 유명한 농수산식품 등을 판매하는 비정기적인 오픈마켓

2. 시모키타자와 상점가 관련주체들의 활동현황

1) 관련 주체들의 개요

- 시모키타자와 상점가와 관련된 주체들은 상점가 이외에는 크게 행정, 대규모 상업시설, 지역주민으로 나눌 수 있음.
- － 시모키타자와는 도쿄도 세타가야구에 속해 있으며 상점가 정책을 직접적으로 관리하는 것은 지방자치단체인 세타가야구
- － 대규모 상업시설로서 혼다 극장이 있으며 그 외 대규모는 아니지만 약 20여개의 라이브 하우스가 입지

〈표 5-2〉 시모키타자와 상점가 관련 주체

행정	· 세타가야구
지역 상인회	· 시모키타자와 일번가 (下北沢一番街) · 시모키타 상점가(しもきた商店街) · 시모키타자와 아즈마거리(下北沢東会) · 시모키타자와 남구 상점가 (下北沢南口商店街)
대규모 점포 및 그 외 기업	· 혼다 극장 · 약 20여개의 라이브 하우스
지역 주민	—

자료 : 각 상점가 홈페이지를 참조하여 저자 작성

2) 관련 주체들의 활동 현황

- 행정 : 세타가야구
 - － 시모키타자와는 세타가야구의 광역 3개 거점 중의 하나
 - － 세타가야구 산업기본조례 및 상인학원 등을 통한 행정적 지원 실시
- 지역사회 : 상점회
 - － 전체 6개의 상점회가 있고 이중 4개가 활발한 활동을 하고 있음. 상점가마다 특색있는 활동이 펼쳐지고 있음.
 - 남구 쪽 시모키타자와남구상점회, 시모키타자와아즈마거리상점회는

- 극장과 라이브 하우스, 술집 등이 중심이므로 이벤트는 많지 않음.
- 북구 쪽 시모키타상점가, 시모키타자와1번상점가는 전통이 깊고 여러 행사들을 많이 진행
 - 북구 상점가쪽은 아와오도리·텐구마츠리(阿波踊り・天狗祭り) 등에 적극적으로 참여
 - 새로운 활동 : 시모키타 상점가 진흥 조합의 시모키타자와 대학(예술), 1번가의 엔터테인먼트(코메디) 등이 시도됨.
 - 연극제와 음악제는 시모키타자와 상점 연합회에서 추진 중
 - 시모키타자와 상점 연합회 : 4개 상점회의 연합으로 현재 회장은 1번상점가의 쿠보타(久保田) 씨
 - 기업 : 혼다 극장
 - 혼다극장이 들어서기 전 남구 지역은 하숙의 거리, 북구 지역은 지역주민을 대상으로 한 식품판매장과 지역밀착형 상점가가 다수
 - 홋카이도 출신의 혼다 카즈오(本多 一夫)씨가 1975년(쇼와 50년대초)부터 활동을 시작하여, 젊은 배우들에게 무대를 제공하기 위하여, “더·스즈나리”를 시작으로 서서히 극장을 증설하여 크고 작은 7개의 극장을 남구에 집적시킴.

3) 관련 주체들의 활동현황 변화상

- 전쟁 후 활성화, 아시장의 변성
 - 관동 대지진 이후 시모키타자와의 인구가 급증하면서 상업지구도 발달하게 됨.
 - 당시에는 지금과 같은 변화가가 아니었고 상점가 연대도 활발하지 않았음
 - 시모키타자와 일번가와 아즈마회가 상점회 발족
- 1970년대 마치즈쿠리리 시도 및 1980년대 혼다 극장 입점
 - 혼다 극장이 입점하면서 남구 상점가도 발달하였으며, 라이브하우스도 증가

－마치즈쿠리 간담회 : 1975년(쇼와50년대)부터 도시정비방침, 마치즈쿠리조례에 참여하여 25년 이상의 역사를 지니고 있고, 상점회·반상회(町會)에 관심있는 사람들이 주로 참여함.

－지구계획의 경우 규제보다는 유도차원에서 확정하여 유해시설의 진입을 규제하는 수준이고, 정비사업은 현재 진행 중으로 연속입체교차로사업, 도시계획사업(도시계획도로)으로서 보조54호선 및 역전광장 사업 등을 마치즈쿠리 논의와 함께 활발하게 진행하고 있음.

○1990년대 “키타자와 타운홀” 건설

－키타자와 마을 회관(타운홀)의 정비를 계기로 혼다극장측이 제안하여 세타가야구가 사무국을 담당하여 추진

－마치즈쿠리 3대 주체의 협력으로 시모키타자와 연극제와 음악제가 개최 됨. 매년 2월 개최로, 현재 22년 동안 지속되고 있음.

4) 관련 주체들간의 실제 연계현황

(1) 상점가와 행정의 관계

○“세타가야구 산업기본조례”를 통한 연대 및 제도적 지원

－목적 : 체인, 프랜차이즈 상점을 포함한 모든 점포들에 대하여 상점가회 가입을 독려하기 위하여 2004년에 제정됨.

－효과 : 전국적으로 상점가의 회원수가 줄어드는 가운데 시모키타자와는 양호한 수준의 회원을 유지하고 있으며, 본 “조례”가 전국의 70여 개 지자체에 소개된 바 있음.

○관민 네트워크를 통한 공공 서비스 연계

－세타가야구의 인식 : 상점가는 지역에서 물품의 공급, 지역커뮤니티의 형성, 안심·안전한 마치즈쿠리의 주체 및 무대가 된다는 인식을 지역민들이 공유하고 있으며, 어린이교육, 이벤트의 장 등 다양한 서비스를 제공하는 공간으로도 이용됨. 따라서 상점가는 단순히 물건을 사는 장소만

이 아닌 지역민을 위한 공공공간으로 여겨짐.

- 이용사례 1 : 재해시 피난 장소
- 이용사례 2 : LED카메라 설치, 패트rolled 활동, 통학로 지켜보기 활동 등을 상점가에서 지원

“상점가는 지역에서 물품의 공급, 지역커뮤니티의 형성, 안심 안전할 수 있는 마치즈쿠리의 주체 및 무대, 어린이교육, 이벤트의 장 등 다양한 역할을 하고 있다. 따라서 상점가가 물건을 사는 장소만이 아닌 지역민을 위한 역할을 많이 하는 것이다.”

“예를 들어, 작년 지진 때에는 귀가자들을 도왔고, 지역에서 범죄나 문제를 막고 지역민을 지키는 역할도 하고 있다. 따라서 지방정부에서는 상점가를 보다 밝고 넓은 거리로 만들기(LED카메라 설치, 패트rolled 활동, 통학로 지켜보기 활동) 등을 지원하면서 지역사람들의 교차점이 될 수 있는 지역으로 육성하려고 한다. 이와 더불어 지역의 자연, 풍경, 문화와 역사 등을 같이 엮어서 관광의 공간으로도 활용하려는 계획이다. 하지만 어디까지나 기본적인 대상은 현재 살고 있는 지역민이다.”

(“요시다 시모키타자와 남구 상점가회장”과의 인터뷰 내용 중)

(2) 상점가와 지역 주민들과의 관계

○ 연대의식과 배려

- 시모키타자와와는 다른 지역에 비하여 경제, 사회, 환경적으로 큰 부침이 없던 지역이므로, 연대의식을 바탕으로 주변 주민들이 상점가를 지속적으로 이용해 왔음.
- 오래된 주민은 대부분 고령자이지만 왕래하는 사람들은 젊은이들이 많기 때문에 각자 연령대에 맞게 어울리는 편이며 서로 불편하지 않도록 배려

—문제들이 생기면 상점가에서 갈등을 풀어주도록 노력하여 공존, 공생.
음악제나 연극제 등 이벤트에 대한 배려

○주변 학교와의 교류

—세타가야구에 있는 2개 초등학교, 1개 중학교와 교류 중
—학교측에서 요청을 받아 책읽기, 말하기 등 지역사람들과 교류 프로그램
운영

—상점가 회장들도 1년에 1회 정도 guest teacher의 자격으로 강의

○“안심할 수 있는 안전한 지역 만들기” 활동

—상점가와 마을주민회에서 공동 방법활동
—역 앞 광장 건설 및 접근도로 개선 등에 대한 의식 공유

“지난 20년간 상점가회 활동에 종사해왔고 노력으로 잘된 부분도 있고 잘 안 된 부분도 있다고 생각된다. 그런데 시모키타자와와는 다른 지역에 비하여 큰 부침이 없던 지역이라고 생각된다. 그 이유가 주변 지역민들이 이 상점가를 유지해왔기 때문이라고 생각된다. 다만 손님이나 상점주인은 세대가 변함에 따라 그 특성이 많이 변했다. 이 지역은 술집을 늦게까지 하기 때문에 방법활동을 상점가와 마을주민회에서 공동으로 한다. “안심, 안전한 마치즈쿠리”라는 지역만들기 테마 중 소프트한 부분(이벤트 및 방법활동 등)과 하드한 부분(역앞 광장 만들기, 접근도로 개선 등)도 안전안심대책 차원에서 계획중이다. 다만 살고 있는 사람들이 대부분 고령자이며, 여기 왕래하는 사람들은 젊은이들이기 때문에 각자 연령대에 맞게 어울리는 편이며 서로 불편하지 않도록 배려하고 있다.”

“젊은이들과 직접 어울릴 방법은… 고령자들이 더 많아서 협의가 필요하지만 일단 상점가에서는 소음을 줄이는 것… 문제들이 생기면 상점가에서 갈등을 풀어주도록 노력하여 공존, 공생하려고 한다. 그래서 고리를 만들어보자는 활동이 음악제나 연극제와 같은 것들이다. 음악제에서 라이브하우스를 운영해도 불만이 없도록 하는 방법을 찾아보는 등… 계속 협의해야 한다.”

“학교측에서 요청을 받아 책읽기, 말하기 등 지역사람들과 교류 프로그램도 만들고 있다. 세타가야구에 있는 2개 초등학교 1개 중학교와 교류 중이다. 본인도 1년에 1회 정도 *guest teacher*의 자격으로 학교에 가서 강의도 한다.”

(“요시다 시모키타자와 남구 상점가회장”과의 인터뷰 내용 중)

(3) 대형 점포와의 관계 : 느슨한 연대를 통한 자율적 관계

- 행정 및 상점가 입장에서는 상점가 가입 권유를 통해 지역사회에 참여를 독려
- 혼다극장과는 연극제를 중심으로 지속적인 연대를 펼치고 있으나 상점가 활동에 적극적으로 관여하지는 않음.
- 신규체인점은 상점가 가입률이 낮고 비협조적임. 이런 경우는 금방 폐점하는 경우도 많음. 오래된 체인점(맥도널드 등)은 가입

(4) 상점가간 관계 및 상점가 연합회 : 자율적인 가운데 지속적으로 연대

- 각 상점가의 회장들이 각자 개성을 가지고 있어서 공동으로 이벤트를 하는 등 아이টে를 통일하기는 어려움.
- 음악제, 연극제에는 모두 위원으로 참석하고 이벤트 등도 공동으로 개최 하되 각각의 아이টে들이 부조화를 이루지 않고, 서로의 개성에 맞게 추진될 수 있도록 서로의 상황을 배려함.
- 서로 유기적으로 협조하지는 않으나 서로 견제 하지 않으며 방해하지 않는 자세

5) 상점가 통합 네트워크 : 시모키타자와 상점가연합회

○설립 배경 및 목적

- 상점가를 통합하여 시모키타자와 전체에 해당하는 과제 및 현안에 대처하기 위해 설립함. 현재 38기째로 역사적으로 매우 오래된 조직
- 각 상점가 대표들이 참여하여 지역 활동 전개. 안심할 수 있는 마을만들

기 등 몇십 년이 된 지역 활동도 지속적으로 실시

○시모키타자와 음악제, 연극제 운영

- 연극제 : 매년 2월 개최. 현재 23회째. 혼다극장에서 키타자와 타운홀 정비를 계기로 제안. 세타가야구에서 사무국을 맡음. 상점가연합회는 홍보를 주로 담당하며 기획단계에서부터 함께 논의
- 음악제 : 1991년 월드뮤직페스티벌 시모키타자와를 개최한 것이 시초. 지역 주민(초등학교) 참여 등으로 유명. 매년 7월 개최. 현재 22회째
- 두 이벤트 모두 키타자와 타운홀 정비를 계기로 생긴 축제. 20여년 넘게 지속된 시모키타자와를 대표하는 축제로 자리를 잡고 있음.

6) 새로운 시도 : 일반가 이노베이션센터

○설립 배경 및 목적

- 2011년 1월부터 운영
- 2011년 3월 31일 경제산업성 중심 상점가 활성화 사업 계획으로 선정
- 시모키타자와의 지역 활성화를 위한 거점 형성
- 상점가와의 보완관계 : 상점가에서 불가능한 일에 대해 상호보완적인 관계를 가지고 실행할 수 있는 조직
- 지역 상점가에 관심있는 사람들이 모일 수 있는 장소. 교육, 회의, 카페 등 다목적용도의 모임방으로 사용

○외부 고문들과의 네트워킹

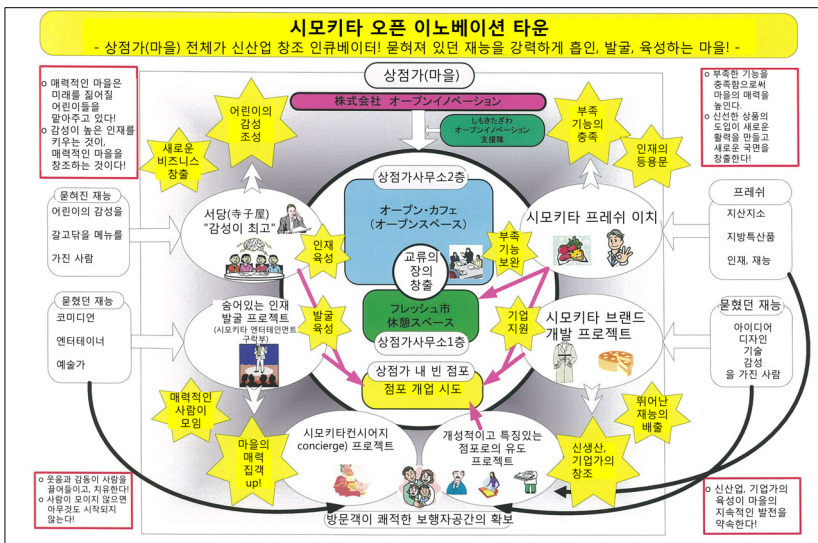
- 변호사, 건축가 등 외부 전문가들을 고문으로 추대하여 이들의 전문성을 활용하여 지역상인들과 매칭
- 고문으로 추대된 전문가들은 인적 네트워크를 바탕으로 구성. 고문의 역할은 본인의 전문성, 신용을 살려 상점가에 기여
- 예 : 건축가는 상점리모델링 컨설팅 및 사업 등에 참여하고 변호사도 제도와 관련된 컨설팅을 해주는 등 여러 활동을 전개

○사업비 및 보조금 지원

—사업비 총 300만 엔 : 경제산업성의 보조금은 프로젝트 베이스로 프로젝트 및 이벤트 당 2/3 정도를 지원받는 형식

○과제 및 전망

- 인력부족 및 젊은 층의 참여 부족, 자금난(운영비 중 회비/보조금 이외에 여기서 나오는 수입은 2층 카페 정도. 아직 매출은 많지 않음)
- 매출을 생각하고 운영하는 것이 아니라, 사람들이 모일 수 있는 장소를 제공하는 것이 큰 목적. 상점가의 판매고만이 아닌 분위기 조성에 기여하고자 함. 소상공인의 관점에서 장기적인 관점에서 사업을 추진
- 활용사례 : 주변 회사원들의 간단한 식사장소, 환담 장소. 주말에는 자매결연을 맺은 지역의 농장들(세타가야구, 군마 등)의 질 좋은 농산품을 판매하거나 (안테나숍과 같은 기능) 농산품의 홍보도 되고 우리 센터를 지역, 전국적으로 알리는 홍보효과도 있음.



자료 : 세타가야구, 2008, 「세타가야구 산업비전」

〈그림 5-4〉 세타가야구 산업비전에서 제시하는 시모키타 오픈 이노베이션 타운의 역할

3. 소결

1) 키치조지

(1) 순차적인 공간 정비를 통한 양질의 공간 제공

—상점가의 니즈에 부합하는 적재적시의 공간정비

(2) 쇼핑공간의 쾌적화를 위한 화물차량 우회시스템 정비

—목적 : 어린이와 유모차 보유 여성 등 “보행자 중심”의 안전한 환경구축을 위해 물품운송용 차량 기지국 설치 및 도로 정비

—참여주체 : 무사시노시, 도쿄도, 무사시노시 경찰청, 국토교통성, 6개 상점가, 트럭회사 및 운송회사

—2005년 관련 위원회를 설립하고 2012년 차량기지를 설립하여 올해부터 시행하였으며, 국토교통성 우수사례로 선정

(3) 다양한 주체의 유연한 네트워킹

—키치조지활성화협의회가 지속적 활동으로 다양한 주체의 참여와 네트워킹을 독려

—유기적이고 빈번한 네트워킹은 아니지만 지역현안이 있을 때는 뭉칠 수 있는 신뢰와 결속력

—각 상점가의 규칙을 존중하는 가운데 필요시 효율적으로 이루어지는 연계

(4) 젊은 세대의 유입 : 핫타운 키치조지

—‘주식회사 후부키’라는 개인기업이 키치조지 타운정보를 소개

—10년 정도 사업을 이어가고 있음.

2) 시모키타자와

(1) 개성있는 분위기 및 문화적 요소

- 영화제, 음악제와 같은 통합적 지역문화 축제와 각 상점가 고유의 전통적 이벤트가 어우러진 다양한 개성 및 문화적 요소

(2) 전통 및 새로운 시도—오픈 이노베이션

- 지역 기반형 네트워크 교류 공간이며 지역을 대표하는 공간을 목표로 설립

(3) 주민들을 위한 공공 장소로서의 상점가 인식

- 재해 재난시 활용가능한 공간
- 방범역할과 지역 사회 교류

(4) 약간은 느슨하면서도 적당한 네트워킹

- 연극제나 음악제 등 공통 이벤트는 20년에 걸쳐 지속적으로 개최
- 각자의 상점가의 개성을 존중하고 더욱 키워가는 노력

3) 공적 공간으로써 상점가의 역할

(1) 상업의 공간

- 상점가 구성원들이 생업을 이어나가는 공간

(2) 커뮤니티 공간, 교류의 공간—휴먼 네트워크

- 상점가 구성원과 지역 주민과 관련 주체들, 그리고 상점가를 찾아오는 사람들까지 함께 어울려 커뮤니케이션을 형성할 수 있는 휴먼 네트워크의 공간

(3) 전통과 문화-지역성 유지 및 전파

- 상점가 유지 그 자체가 지역 역사를 이어나가는 장소
- 지역 주민과 함께 문화적 이벤트 등을 통하여 지역 역사 및 문화를 전파하고 계승해 나가는 공간

(4) 공공성을 지닌 공간

- 재난, 재해시 피난 장소로서 기능하는 공공성
- 가로등을 통해 범죄 사각지대를 줄이고 인적 교류와 자주적인 방법 활동을 통해 범죄예방
- 근린 상업지구로서 원거리까지 움직이기 힘든 지역 인근의 고령자 및 약자들을 위한 상업공간

VI . 결론

1. 연구의 요약
2. 연구의 시사점
3. 연구성과의 활용과 향후 과제

VI

결론

1. 연구의 요약

- 이 연구는 상점가 활성화의 성공적 사례로 평가받고 있는 도쿄도 시모키타자와, 키치조지 상점가를 대상으로, 상점가 공간을 바탕으로 상호 작용을 통하여 활성화 노력을 기울이고 있는 주체들의 역할과 관계를 조명하였고, 이를 바탕으로 향후 상업지역 활성화를 위한 시사점을 도출하였음.
- 우선 상점가 정책이 공간 정비나 건물 등의 물리적 사업 중심에서 이미 오래전부터 이벤트나 지역 기반 네트워크를 지원하는 소프트 사업으로 전환했다는 점을 들 수 있음.
 - 상점가 공간 정비는 이미 오래전에 완료 되었으며 향후 신규 사업들은 유지 및 보수정도의 수준에서 필요한 부분만 행함.
 - 서울시에서도 시장시설 정비와 같은 물리적 사업에서 탈피하여 문화 활성화 사업과 같은 새로운 사업들을 시도하였으나 현재 추진되는 제도들을 중심으로 서울시가 주도하는 사업의 형태로 진행되어 지역정체성을 충분히 고려하지 못했다는 문제점이 있음.
 - 키치조지와 시모키타자와는 지역 주민들과 상점회 회원들이 자발적으로 의견을 제안하며 지방정부인 무사시노시와 세타가야구는 다양한 창구를

통해 이를 수렴하고 반영하는 체계를 갖추고 있음.

—또한 여기서 제언되는 주요 내용은 물리적 사업보다는 소프트웨어 사업 및 지역 현안 과제(교통 정비, 방법, 재해 등)와 니즈에 부합한 사업으로서 반영됨.

○ 두 번째로 지역 상점가와 지방정부가 적절한 중간 조직을 통해 항시 소통하고 유연하게 대응하고 있는 점을 들 수 있음.

—키치조지가 속해 있는 무사시노시는 무사시노시 상공회의소를 통해 상점가 관련 제반 활동 및 제도적 지원 등을 실시하고 있으며 지방정부의 의견과 주민 및 상인들의 의견을 고루 반영하고 보조금 등의 매칭을 실시

—시모키타자와가 속해 있는 세타가야구는 세타가야 산업 진흥 공사라는 중간 지원 조직을 설립하여 상인 학교와 투자 지원 등에 대한 적극적인 상담을 실시하고 있으며 자금 조달 및 지방정부 자체에서는 하기 어려운 지원 사업들을 추진

○ 세번째로 상점가 간의 네트워킹은 한 지역 안에서 때로는 경쟁관계로서 작용될 수 있으나, 서로 각자의 고유의 영역을 존중하고 침범하지 않는 범위 내에서 지역단위로 해결해 나가야 할 현안에는 신속하고 유연하게 대처하는 것이 성공요인의 하나로 판단

—시모키타자와 상점가 연합회의 연극제 및 음악제, 여러 캠페인 등

—키치조지 활성화 협의회와 화물 대책 활동 및 방법 활동 등

2. 연구의 시사점

○ 키치조지 사례를 통하여 본 대자본과 소자본 간의 조화로운 관계 유지를 위해서는 대자본이 소자본 연대에 관심을 가지고 함께 참여하는 구도가 필요하며 서로의 영역을 조정하여 역할 분담을 통한 윈-윈(win-win) 관계가 필요함.

- 키치조지 상점가는 백화점 등과 상점 성격이 다르며 또한 공간적 배치 조건상 상점가 활력이 백화점의 상업환경에도 큰 영향을 미치기 때문에 공존 할 수 있었음.
- 시모키타자와 상점가는 혼다극장에 대해 적대적이지 않으며 공존의식을 보유함. 혼다 극장에서도 연극제를 통해 지역 전체의 활성화에 기여하고자 함.
- 이와 같은 관계적 측면을 바탕으로 상점가 공간의 역할을 확장시켜 다각도의 접근을 통한 상업 지역에 새로운 의미를 부여하는 것이 중요하다고 사료됨.
- 상점가는 일차적인 의미로 경제활동 공간이지만 그것만을 추구하게 되면 거대자본에 휩쓸리는 것은 당연한 결과
- 상점가가 고유의 장소성을 가지고 역사와 문화를 발전시키고 지역 커뮤니티를 유지해 나가는 장소로서 기능하며 이를 모든 주체가 인식하고 있을 때 지역 활성화의 원동력이 생겨남.
- 시모키타자와 이노베이션 센터와 같이 리스크를 감수할 가능성이 큼에도 불구하고 의욕적으로 시도되는 사업은 장소성에 기반한 애착심과 상점가 공간의 중요성을 인식하지 않고서는 실현될 수 없음.
- 상점가 공간을 통한 새로운 공공 실현의 가능성
- 상점가 공간이 재해 시 피난 보조 역할을 수행하거나 지방정부나 경찰에서 맡아야 할 방법 활동 등을 적극적으로 실시하는 것이 두 지구 모두 특징으로 나타남.
- 이러한 공공의 역할을 민간과 주민들이 자주적으로 부담하는 것은 새로운 정책 네트워크를 실현할 수 있는 바탕이 된다고 볼 수 있음.
- 나아가 이러한 파트너십이 발전되어 상점가 공간이 공공의 기능을 제공할 수 있게 된다면 각 주체에게도 자부심과 의미를 부여해 주며 단순한 상업지로서의 의미가 아닌 유지 및 발전시켜야 하는 당위성을 가지는 공간으로 발전됨으로서 새로운 공공의 한 지평을 열 수 있을 것으로 사료됨.

〈표 6-1〉 상점가 활성화의 성공요인에 대한 분석 요약

구분	자산기반 접근방식	공공성을 지닌 공간	새로운 공공	사회적 자본
키치조지 소자본과 대자본 복합 연대	지자체 : 지역자원 및 역량을 지원	커뮤니티 유지 지역 비전 제시 및 전통 계승	재해·방법 등 관민네트워크를 통한 행정 서비스 제공	지역 발전을 위해 자율적인 네트워크를 형성 상점가의 사회적 자본 증가
시모키타자와 소자본 연대	〈위와 동일〉 이노베이션 센터를 통한 지역의 물적 인적 자원 발굴 및 활용		이노베이션센터를 통한 지역 이노베이션 촉진	각자 활동을 존중하는 가운데 이벤트를 통한 한시적 협력관계와 느슨한 연대

3. 연구성과의 활용과 향후과제

1) 연구 성과의 활용

- 이 연구의 성과는 전국의 전통시장 및 전통 상업지구, 그리고 홍대 및 신촌과 같은 대형 상업지구 전반에 걸쳐 활성화 방향의 자료로서 참고할 수 있을 것으로 기대됨.
- 우선 전통시장 및 전통 상업지구 활성화에 대해서는 지금까지 실시되어 온 물리적 사업의 다음단계를 생각해야 할 시점이라고 판단됨. 문화적 요소를 도입하는 것을 넘어 공간을 이끌어 나가는 주체들의 상호작용의 디자인을 강구하는 하나의 자료로서 활용될 수 있을 것임.
- 또한 홍대 및 신촌과 같은 대형 상업 지구에 대해서는 상업확일화에 기인한 문제점들을 지역 네트워크와 공공의 적절한 지원, 그리고 지역에 기반한 활동 등을 통해 장소의 매력을 증진시키는 아이디어를 도출해 내는데 도움을 줄 수 있을 것임.

2) 향후 연구 과제

- 일본 이외의 여러 지역의 상점가 사례에 대한 고찰
- 한국 사례에 대한 적용
- 향후 사업 경과에 따른 평가

참고문헌



참 고 문 헌

〈한국자료〉

- 김종수 외, 2012, “공동체자산기반의 정책을 활용한 사회적기업 육성정책 방향 모색”, 『도시행정학보』 25(2) : 71-91
- 김준환, 2004, “사회적 자본과 사회적 기업에 관한 고찰”, 『한국사회』 5 : 89-120
- 김태영, 2001, “자발적 조직과 사회적자본”, 『도시의 사회적 자본과 문화산업』, 서울시립대학교 도시과학대학 도시과학연구원 엮음, 41-70
- 임기철 외, 2004, 『지역혁신체계의 거점형성 및 활성화 방안』, 과학기술정책연구원

〈영미권자료〉

- Bourdieu, P., 1986, “The Forms of Capital”, in Richardson, J.(ed), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, New York
- Mathie, A. & Cunningham, G., 2002, “From Clients to Citizens : Asset-Based Community Development as a Strategy For Community-Driven Development”, Occasional Paper of The Coady International Institute.
- McKnight, J. L. & Kretzmann, J. P., 1996, *Mapping Community Capacity*, *Institute for Policy Research*, Northwestern University
- McKnight, J. L., 2003, “Regenerating Community : The Recovery of a Space for Citizens”, The IPR Distinguished Public Policy Lecture Series
- Putnam, R., 1993, *Making Democracy Work : Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton : Princeton University
- Ridley-Duff, R., 2007, “Communitarian Perspectives on Social Enterprise”, *CORPORATE GOVERNANCE* 15(2) : 382-392

〈일본자료〉

경제산업성, 2012, 「지역상점가 활성화법」
국토교통성, 2010, 「키치조지 활성화 협의회 활동에 관하여」
무사시노시, 2007, 「키치조지 그랜드 디자인」
무사시노시 도시정비부 키치조지 마치즈쿠리 사무소, 2012, 「키치조지의 마치즈쿠리」
무사시노시 상공회의소, 2012, 「산업진흥, 무사시노 상공회의소 중기비전」 (개요판)
세타가야구, 2008, 「세타가야구 산업 비전」
세타가야구 상점가 연합회, 2010, 홍보자료
세타가야구, 2012.3, 「세타가야구산업진흥계획 : 조정계획」
전국상점가진흥조합연합회, 2010.5.10, 「백화점·체인점등의 상점가활동에의 협력
현황에 관한 조사결과」

〈홈페이지〉

도쿄도 상점가 홈페이지 (<http://www.toshinren.or.jp/index.html>)
무사시노 상공회의소 홈페이지 (<http://www.musashino-cci.or.jp>)
무사시노시 노선상업 활성화 간담회 홈페이지 (http://www.city.musashino.lg.jp/sesaku_keikaku/kankyoseikatsubu/shogyo_kondankai/004663.html)
세타가야 상점가연합회 자료
(http://www.syoutengai.or.jp/news/2010/chain_research2010_result.pdf)
세타가야 상점가연합회(ウキウキ世田谷どっと混む) 홈페이지
(<http://www.ukiuki-setagaya.com/>)
세타가야 이치 홈페이지 (http://www.setagaya-1.com/_pc/index.php)

세타가야구 모노즈쿠리학교 홈페이지 (<http://setagaya-school.net/FromIID/3977/>)

세타가야구 상점가 진흥 조합 연합회 홈페이지

(<http://ukiuki-setagaya.com/index.html>)

시모키타자와 남구 상점가 홈페이지 (<http://www.shimokitazawa.org/>)

시모키타자와 일번가 상점가 홈페이지 (<http://www.shimokita1ban.com>)

중소기업청 상점가활성화 관련 홈페이지

(<http://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/shogyo/index.html>)

키치조지 나까미치도오리 상점회 홈페이지 (<http://kichijoji-nakamichi.com/>)

키치조지 다이아거리 상점가 홈페이지 (<http://www.daiyagai.com/>)

키치조지 선로드 상점가 홈페이지 (<http://www.sun-road.or.jp/>)

서울연 2012-PR-50

지역상권 활성화를 위한 우수 해외사례 연구

—도쿄도 시모키타자와(下北沢), 키치조지(吉祥寺) 상점가 사례를 중심으로—

발 행 인 이 창 현

발 행 일 2012년 11월 12일

발 행 처 서울연구원

137-071 서울특별시 서초구 남부순환로 340길 57

전화 (02)2149-1234 팩스 (02)2149-1025

비매품 ISBN 978-89-8052-946-9 93320

본 출판물의 판권은 서울연구원에 속합니다.