

[Field Research]

Study on Improving the System for the Revitalization and Efficient Management of the Local Commercial Area

지역상권 활성화 및 효율적 관리를 위한 제도 개선방안 연구

Seung-Hee Kim(김승희)*, Young-Ki Kim(김영기)**

Abstract

Purpose - This study aims to determine the problems and limitations of the Commercial Area Activation System, which was created by a special law for promoting traditional markets and shopping districts to revitalize and efficiently manage the central commercial area in different regions. We also suggest different options for its improvement.

Research design, data, and methodology - We also look into the problems of which is being promoted as a demonstration project, from the aspects of legal text and guidelines.

Results - The current commercial area activation system has several problems. First, the establishment of a comprehensive basic plan on the commercial area activation is not a requirement. Second, the benefit principle should be established to prevent the moral laxity of merchants who serve important roles in the main components of the commercial area activation business when they conduct their business. Third, the current special law constrains the commercial management organization, as under the civil law yields a limitation on finding a profitable business model. Fourth, to efficiently, constructing a system that links the other central government businesses and is needed. into a regional development budget or a budget for funding small businesses that the central government can control, which is effective. Further, we offer some suggestions for medium- and long-term policies. First, an integrated coordination mechanism at the central office level should be installed while setting the basic policy to revitalize the Based on this policy, local governments need a system that exclusively based on the after establishing a comprehensive plan for urban regeneration and getting approval from the integration organization. Second, a system that enables an understanding of the problems with business promotion by monitoring the procedure of supporting projects and regularly assessing business achievements is needed. Third, a plan is needed for resolving conflicts between various interested parties that adopts the commercial area activation system for carrying out a total redevelopment of the commercial area where small shops are densely located. A market maintenance project

has been conducted as a means to recover our traditional market, which was economically depressed, and to revive the local economy, but it is mostly conducted in the form of reconstruction or redevelopment and represents the interests of landowners and merchants. Thus, it is most likely to lead to a gradual disappearance of traditional markets.

Conclusions - This study looks primarily into the problems that appeared in the legal text or the guidelines regarding the direction of improvement of the commercial area activation business that has been going on as a demonstration project since 2011 and suggests some solutions.

Keywords : Commercial Area Activation System, Commercial Area Management Organization, Decline of Old Downtown, Selection and Concentration, Promotion of Traditional Markets.

JEL Classifications : R58, R59, Z18.

1. 서론

1.1. 연구의 배경 및 목적

전국적으로 지방도시의 구도심 상권은 공동화가 진전되면서 지역경제의 침체현상이 가속화되고 있다. 1980년대 이후 급격하게 확산된 신시가지 개발로 대변되는 도시 외연부 확산으로 인하여 지방도시의 중심기능을 담보해왔던 상업 및 행정·산업 등의 교외 이전이 촉진되었다. 도청·시청과 같은 공공청사나 공공기관, 경찰서, 우체국, 보건소, 기업, 도서관 등 기존 원도심에서 경제적·사회적·문화적 중심기능을 담보하였던 기관들이 교외로 진출함에 따라 도심부의 쇠퇴가 확산된 것이다(Seo & Ko, 2008).

또한 1996년 유통시장 개방 이후 대형마트, SSM, 편의점 등과 같은 신업체와 무점포 판매의 급속한 성장이 이루어졌는데, 유통 시장은 경쟁시장 간 제로섬(Zero-Sum) 방식이므로 결국 대형마트 등의 증가는 영세한 도·소매업체의 매출감소로 직결되었다. 이러한 인터넷 쇼핑의 증가와 도심 주변부에 접근성이 좋은 곳에 대형할인마트의 입점을 기존 주요 소비활동의 근거지였던 구심부 쇠퇴의 원인으로 작용하였다. 이러한 현상은 기존 도심의 물리적 노후화와 함께 기존 도시환경의 경제적, 사회적, 문화적 기능을 쇠퇴 또는 약화시키는 계기로 작용하였으며, 이로 인해 기존 구도심의 중심기능 쇠퇴와 지방도시 자체의 쇠퇴로 연결되었다.

* First Author. Research Fellow, Research Institute for Gangwon, Korea. Tel: +82-33-250-1367. E-mail: shkim@rig.re.kr

** Corresponding Author. Senior Researcher, Agency for Traditional Market Administration, Korea. Tel: +82-2-2174-4371. E-mail: youngki-00@hanamil.net

이에 정부(중소기업청)는 2005년 「재래시장 육성을 위한 특별법」을 제정하여 전통시장의 시설 및 경영현대화를 촉진하였으며, 2007년에는 법의 전면 개정을 통하여 지원의 범위를 상점가까지 확대하였다. 그러나 전통시장이나 상점가 중심의 점·선적인 지원으로는 전통시장 및 상점가가 속해 있는 지역 상권 전체의 활성화에는 한계가 존재하였다. 이에 2009년 12월 특별법 일부 개정을 통해 지역상권의 면적인 지원 및 관리를 주요 골자로 하는 '상권활성화제도'를 도입하고, 2011년 4월부터 서울 마포구 도화동·용강동 상권, 경기 성남시 수정로 상권 등 6개 구역에서 시범사업을 추진하고 있다.

상권활성화제도는 전통시장 및 상점가가 포함되어 있는 지역 상권 자체가 위축된 경우 정부지원의 효과성이 저해되는 현상이 발생하기 때문에, 전통시장·상점가·상업지역 등을 하나로 묶어 침체된 지역 상권을 활성화시켜 지역경제 활성화에 기여하고자 하는 취지의 제도라고 할 수 있다. 즉, 수도권 및 주요 중소도시들의 도시화 현상에 따라 도심 공간 재편(신시가지 조성 및 관공서 이전, 대형마트 진출 등)의 진행으로 구도심 상권이 침체되는 상황에서 기존 전통시장만의 지원으로는 한계를 가진다고 판단하여, 정부와 지자체 주도의 정책에서 상인·지역주민·지역기관·지자체 등이 함께 참여하는 공동체중심의 정책으로 전환하고, 다양한 주체들의 이해관계를 조정하고 실질적으로 사업을 추진·관리하는 상권관리기구를 두어 정부 지원의 효과를 배가시키는 것이 목적이다.

본 연구에서는 각 지역의 중심상권을 활성화시키고 효율적으로 관리하기 위해 현재 시행하고 있는 상권활성화제도의 문제점을 고찰한 후, 체계적인 시스템 도입을 위한 제도 개선안을 제안하고자 하는데, 본 연구결과를 토대로 중소기업청 및 각 지자체, 상권활성화구역 등 현장에서 바로 접목할 수 있는 규범적 연구방법론(Youn & Kim, 2007)을 견지하고자 한다.

2. 상권활성화제도 도입 배경

2.1. 현행 전통시장 지원제도의 효과

1961년 「시장법」에 의해 전통시장이 관리되어 왔지만, 본격적으로 전통시장에 대한 지원이 이루어지기 시작한 것은 「재래시장 육성을 위한 특별법」이 제정된 2005년부터라고 할 수 있다. 동 법을 근거로 하여 정책지원역량 강화, 시설개선을 위한 지원과 제도 개선, 경영혁신, 재개발·재건축을 위한 특례 확대와 규제완화, 상인조직 육성 등 처음으로 전통시장 지원을 위한 제도적 기반이 마련되었다.

2002년부터 2010년까지 8년 동안 주차장 설치, 노후시설 개량과 경영현대화 등을 위해 1조 2천억 원을 지원하였으며, 그 규모는 지방비를 포함하여 2조 원에 이른다.

<표 1> 연도별 전통시장 지원예산(국비)

구분	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년
지원예산 (억원)	1,268	1,478	1,906	2,287	2,036

지원은 주로 시설개선과 경영혁신의 형태로 이루어 졌는데, 시설의 경우 지난 8년간 아케이드 574건, 주차장 369건, 건물개량

624건, 진입로 92건 등을 지원하였으며, 경영혁신 사업으로 마케팅 지원 1,044건, 229개 상인대학을 포함한 교육시킨 상인 수가 142,000명에 이른다.

이러한 정부의 노력을 기반으로 전통시장은 매출 및 고객이 증가한 것으로 나타났는데, 중소기업연구원에서 2008년도에 분석한 결과에 따르면, 누적적으로 투입된 시설현대화 투입비 6,576억 원이 매년 30.8%씩 3개년에 걸쳐 90% 이상(약 6천억 원) 전통시장의 매출로써 회수되어 시설현대화 지원정책의 수행이 없었다고 가정할 경우 나타날 수 있는 전통시장의 급격한 매출하락 폭을 일정 정도 낮추는 역할을 수행한 것으로 나타났다. 투입된 시설현대화 비용 6,576억 원으로 인해 일평균 고객수가 약 5,000명 증가한 것으로 분석하고 있으며, 시설현대화로 인해 연간 729개의 빈 점포를 감소시켜 약 1,166명(점포당 평균 종사자=약 1.6명)의 고용이 감소할 것을 역으로 점포가 생존하여 일자리가 유지되고 있는 것으로 나타났다. 또한 전통시장에 대한 지원으로 총 매출액이 2005년부터 2008년까지 4년간 약 2조 8천억 원이 증가한 것으로 분석되어, 동 기간 1조 2천억 원의 투자대비 성과가 2배를 넘는 것으로 나타났다(Korea Small Business Institute, 2008).

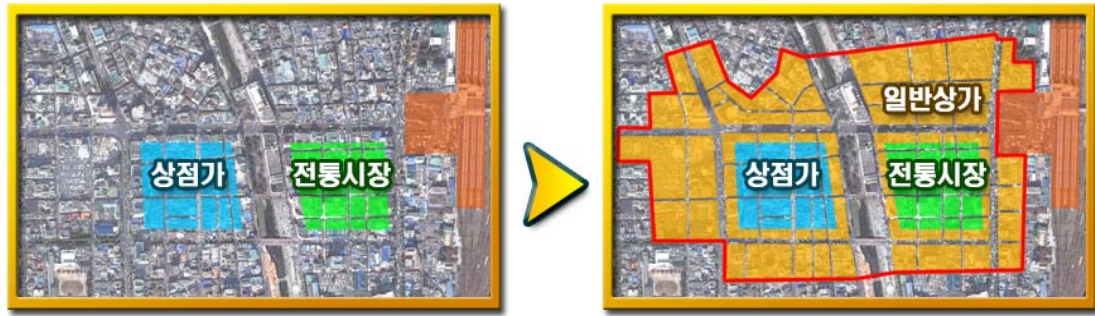
시장경영진흥원 매년 실시하고 있는 전통시장 지원 성과평가 2012년도 조사결과에 의하면, 시설 또는 경영현대화 사업을 실시한 시장의 전년대비 일평균 매출액은 11.9% 증가하였으나, 미실시한 시장의 경우 16.7% 하락한 것으로 나타났다. 일평균 고객 수 또한 실시시장은 점포당 2011년 대비 10.0% 증가하여 상승세를 보였지만 미 실시시장은 13.5% 하락하였으며, 빈 점포를 또한 실시시장의 빈 점포율은 23.7% 감소한 반면 미 실시시장은 4.7% 감소하는데 그쳤다. 이처럼 전통시장 활성화를 가능할 수 있는 중요한 척도 중 하나인 매출액과 고객 수, 빈 점포율 증감에서 지원사업 수혜시장과 미실시 시장의 현격한 차이는 지원사업의 효율성을 여실히 입증한다고 할 수 있다(Agency for Traditional Market Administration, 2012).

2.2. 상권활성화제도의 도입 배경

앞서 언급하였듯이 전통시장을 중심으로 한 상권은 도심과 지방에서 매력도에 따라 지역의 중심지에 형성되었기 때문에, 중심상권의 쇠퇴는 지역의 공동화현상으로 이어져 도시의 활력을 상실케 하였다. 이에 정부는 2005년 특별법을 제정하여 시설현대화·경영현대화 등 전통시장에 대한 종합적인 지원체계를 구축하고, 2008년부터는 단순한 시설현대화·경영현대화를 넘어 시장 자체의 경쟁력을 확보하기 위하여 문화관광형 육성사업을 시작하였다.

현재 특별법 체계 하에서 전통시장 단위 지원의 가장 심각한 문제점은 등록제를 시행하고 있다는 점이다. 각각의 형태도 다르고 상황도 다른 상권의 구성요소, 즉 등록시장, 인정시장, 무등록시장의 구분을 그 기능에 의해 분류하는 것이 아니라 '등록 여부'라는 개념을 포함한 법적체계에 의해 분류되어 있다는 점이다. 남대문시장이나 안양중앙시장 등과 같이 등록시장을 중심으로 시장구역이 주변으로 확장된 경우 시장의 활성화라는 정책의 취지에 비추어 보면 등록시장 구역만을 지원할 수 없으며, 등록되어 있지 않은 구역까지 지원의 범위를 공간적으로 확대해야만 하는데, 이때 등록(인정)시장만 지원이 가능한 특별법과의 충돌에 의해 지원의 효과가 떨어질 수 있다(Kim & Kim & Nam, 2009).

또한 등록제도는 소비자의 입장을 고려하고 있지 않다는 문제점이 존재한다. 상권관리를 위해 법률에서는 시장과 상점가를 구분하고 있으나 실제 상행위가 일어나는 유통 공간적 측면에서는 동일하며, 소비자들은 이를 이용함에 있어 따로 구분하지 않는다는 문제점이 있다. 이는 상



<그림 1> 상권활성화제도 개념도

업지역 내 서비스 공급이 자유로운 현재 상황에서 시장 또는 상점가로 구분하여 관리해야 할 필요성이 낮아진다는 것을 의미한다.

신도심 건설, 공공기관 이전 등으로 인한 구도심 상권의 쇠퇴는 대형 마트·SSM의 확산 등과 함께 전통시장의 침체를 가중시키는 요인으로 작용한 것은 부인할 수 없는 사실이다. 이러한 전통시장이 포함된 상권의 침체현상으로 인해 정부의 전통시장 육성 노력에도 불구하고 지원 효과가 반감되는 현상이 발생하였다. 시장이나 상점이 단위의 부분적 대응으로는 상권 전체의 활성화에 한계가 존재한다. 기존 전통시장 지원사업이 시장단위로 투자됨에 따라 인접 상점가나 시장에서 공동이용이 가능한 기반시설(주차장, 화장실 등)을 각각 설치하는 비효율이 발생하고 있다.

그리고 구도심 상업지역의 위축에 따른 지자체의 광역적 대응이 미흡한 현실이다. 구도심지역의 공동화가 진행됨에 따라 상권위축이 가시화되고 있으나 일부 지자체를 제외하고는 초보적인 수준의 대응에 그치고 있다. 구도심 상권개발에 대한 지원 근거 법률과 중앙부처 지원시책이 미흡하고 정책경험도 일천하여 도시계획 차원에서만 접근하고 있는 현실이다. 그러나 지자체의 도시계획 측면의 관리 또한 미흡한 것이 현실이다. 상업시설이 밀집한 상업지역의 경우 지자체에서 건축교통도로 체계 등의 하드웨어는 도시계획 측면에서 개발 및 관리하지만, 상권을 형성하고 고객을 유치하는 소프트웨어적 기능은 시장에 일임하였기 때문에 그 관리가 체계적으로 이루어지지 않고 있다. 이는 소비자들에게 이용의 불편, 노점의 증가, 소평환경의 불경 등의 결과를 초래하였으며, 결국 고객의 발길을 다른 유통 업체로 돌리는 결과로 이어지게 되었다.

이에 따라 전통시장과 인근 상점가를 묶는 상권 개념의 도입이 필요하다는 인식하에 시장활성화구역 지정 제도를 2006년 4월 도입하여 실시하였으나 효과가 다소 미흡하였다. 시장활성화구역이란 2개 이상의 전통시장 또는 전통시장과 상점가가 인접하여 하나의 상권을 형성하고 있는 곳으로서 시장·군수·구청장이 지정한 구역을 말한다. 효과가 미흡한 이유로는 시장·상점가 이외의 지역은 구역으로 포함되지 않으며 시장과 시장 또는 시장과 상점가가 인접해야 하므로 상권의 범위가 너무 좁아서 실제 현장의 여건을 충분히 반영하지 못하였으며, 단순히 대상을 합쳐 놓았을 뿐 시너지 효과를 발생시키기 위한 조치가 수반되지 못하였기 때문이다. 그리고 시장활성화구역이 지정되더라도 대상 시장이나 상점가 상인들의 이해관계를 조정하여 실질적으로 사업을 추진하는데 문제점이 많았다. 2009년 11월 당시 18개 시장활성화구역이 지정되었으나, 시설현대화사업은 5개시장 38억 원, 경영현대화사업은 18개 시장 1.9억 원이 지원되는데 그쳤다(Kim & Kim, 2011).

그리고 전통시장 활성화사업의 또 다른 근본적인 문제는 사업을 추진하고 관리·운영하는 전담조직이 부재하다는 점이다. 시·군·구 전통시장 담당 공무원의 잦은 인사이동으로 사업이 지연되거나 혼란이 초래되었으며, 상인회 조직의 경우 전통시장 활성화사업을 전문적으로 추진하고 관리·운영할 능력이 미흡한 것이 사실이다. 중앙정부의 예산을 용이하게 확보하고 집행할 수 있는 시설개선사업에 편중하려는 경향이 발생하고

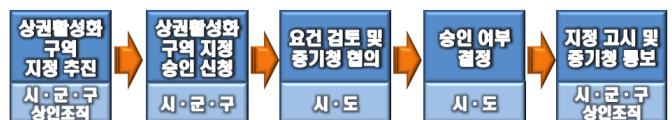
있으며, 임차상인·건물주 등 다양한 이해관계자들의 의견을 조율하여 합의 형성·도출하는 조직이 부재하다.

2.3. 상권활성화제도 내용

상기와 같은 문제점을 해결하기 위하여 2009년 12월 중소기업청은 특별법을 개정하여 상권활성화구역 지정 및 상권관리기구 설치 등을 주된 내용으로 하는 상권활성화제도를 도입하였다. 상권활성화제도는 전통시장이나 상점가가 포함된 상권 자체를 지원 대상으로 설정하고 지원하여 활성화시키자는 취지의 제도이다.

상권활성화구역 요건은 첫째 시장이나 상점가가 하나 이상 포함된 곳 둘째 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」에 따른 상업지역에 해당되는 곳 셋째 해당구역 안에 대통령령으로 정하는 수 이상의 도매점포·소매점포 또는 용역점포가 밀집하여 하나의 상권을 형성하고 있는 곳 넷째 실태조사를 실시한 결과 매출액 감소 등 대통령령으로 정하는 기준에 따라 해당 구역의 주요 상업 활동이 위축되었거나 위축될 우려가 있다고 판단되는 곳이다. 최소 점포수를 인구 규모에 따라 차등 적용하여 대규모 상권 및 지역의 중소상권에도 상권활성화사업에 참여할 수 있는 기회를 부여하기 위하여 인구 50만 이상인 시·군·구의 경우에는 점포수 700개 이상, 인구 50만 미만인 시·군·구의 경우에는 점포수 400개 이상으로 규정하였다. 또한 상권위축의 판단 기준으로는 예정 구역에 있는 시장·상점가의 매출액 및 예정구역이 속한 행정동의 인구·사업체수가 최근 2년간 계속하여 감소하는 것으로 규정하였다.

상권활성화구역 지정 절차를 살펴보면, 시장·군수·구청장이 상권활성화구역 선정을 시·도지사에게 승인을 요청하며, 시·도지사도 중소기업청은 상권활성화구역 지정 계획을 검토하여 지정하게 된다. 이때 해당구역 내 상인조직은 상인 동의를 통하여 지정대상구역을 해당 지자체에 선정 신청을 할 수 있다. 상권활성화구역 지정 신청 시 필요한 서류로는 기초조사서, 구역지정 신청 사유서, 소요예산 및 조달계획, 구역지정의 효과, 구역 경계도, 개략적인 상권활성화사업 내용, 상권관리기구 운영계획서, 관련 행정기관과의 협의결과 및 조치계획서, 상인조직의 지정 동의를 한 회의록, 주민 의견서 등이다.



<그림 2> 상권활성화구역 지정 절차

시·군·구는 상권활성화구역 지정 후 해당지역에 필요한 사업을 선별

하여 상권활성화사업계획을 수립하여 사도에 승인을 요청하며, 사도지사 와 중소기업청은 상권활성화사업계획을 검토하여 승인한다. 상권활성화사업계획에는 상권활성화구역의 명칭·위치 및 범위, 상권활성화사업의 목적, 상권활성화사업의 연차별 추진계획 및 사업기간, 상권활성화사업의 내용 및 추진방안, 상권활성화사업에 사용되는 자금의 조달 및 운용 계획 등의 내용이 포함되어야 한다. 상권활성화사업계획 승인 요청 시 필요한 서류로는 사업계획서, 관련 행정기관과의 협의결과 및 조차계획서, 상권관리기구 세부 운영계획서, 주민의견서 등이다.

상권활성화구역에서는 ① 공동시설·고객편의시설의 설치 및 개선, 교통체계 개선 등 고객접근성 향상 및 환경개선사업, ② 공동 마케팅, 공동상품·디자인 개발 등 공동사업, ③ 빈 점포 활용, 청소 및 노점 관리 등 상권관리사업, ④ 고객 및 지역주민 대상 문화시설 설치 및 문화프로그램 운영 등 고객유치사업, ⑤ 관광(테마)거리 조성, 축제·홍보 행사 개최 등 상권홍보사업, ⑥ 상권활성화구역 내 오래되고 낡거나 심하게 훼손된 상업기반시설의 정비에 관한 사업 등을 실시할 수 있다.

시·군·구는 상권활성화사업의 효율적인 수행을 위하여 상권관리기구를 설립할 수 있다. 상권관리기구는 중앙정부의 방침에 따라 상권활성화구역 사업계획(안)을 수립하고 지자체의 승인을 받아 사업을 시행하는 지역맞춤형조직이라고 할 수 있다. 상권관리기구는 민법상 비영리 재단·사단법인으로 하고 이사회를 민관협의체로 구성하며, 정부와 지자체는 상권활성화사업의 시행비용과 기구 운영에 필요한 경비를 지원할 수 있도록 규정하고 있다. 특히, 사업계획의 수립 및 집행을 총괄하는 관련분야 전문가인 타운매니저를 두며, 이의 지정 및 운영에 관한 사항은 중소기업청장이 정하여 고시하도록 규정하고 있다.

이처럼 상권활성화제도는 기존 전통시장 및 상점가의 점·선적인 지원의 한계점과 전문 사업조직 부재의 문제점을 극복하기 위하여 면적 지원이 가능하도록 한 상권활성화구역 지정과 상권관리기구 및 타운매니저 운영을 도입하였다.

3. 상권활성화제도의 문제점 및 개선방안

3.1. 상권활성화사업 추진 현황

앞에서 언급한 바와 같이 상권활성화사업은 선 단위로 개별시장만을 지원하는 기존 전통시장 지원방식을 확장하여 시장상권을 연계 활용하여 새로운 지역 커뮤니티 공간을 창출하기 위한 전략적인 사업이다. 2011년 서울 마포 도화·용강동 상권활성화구역, 경기 성남 수정로 상권활성화구역, 강원 동해 중앙시장 상권활성화구역, 충북 청주 육거리·성안길 상점가 상권활성화구역, 경남 창원 오동동·창동 어시장 상권활성화구역, 부산 동구 조방앞 상권활성화구역 등 6개 구역이 시범구역으로 지정되어 다양한 상권활성화사업을 추진하고 있다.

그러나 법령에서 정한 사업추진 절차에 따른 요건을 갖추는데 상당한 기간이 소요됨에 따라 사업 진행이 더딘 상황이다. 상권활성화구역 지정에 평균 4개월, 상권관리기구 설치에 평균 2.5개월, 상권활성화계획 수립 및 승인에 평균 4.5개월이 소요되는 등 사업 준비 기간에만 총 11개월 정도가 소요되었다.

각 구역별 주요사업을 살펴보면, 서울 마포 상권은 스토리 발굴 및 동아리 육성 프로그램 등, 경기 성남 상권은 상품개발 및 점포 개발 지원 사업 등, 강원 동해 상권은 대표먹거리 발굴을 위한 요

리 경연대회 등, 충북 청주 상권은 지역 커뮤니티 네트워크 구축 사업 등, 부산 동구 상권은 브랜드 및 캐릭터 개발 사업 등, 경남 창원 상권은 상권활성화 네트워크 구축사업 등을 추진하고 있다. 이 외에도 각 지자체 공무원과 타운매니저를 대상으로 원활한 상권활성화사업 추진을 위한 간담회와 워크샵 등을 지속적으로 추진하고 있다.

<표 2> 상권활성화구역별 주요사업

구역	주요사업	
서울 마포	시설	지역 상징물 및 LED 야간조명을 활용한 가로 정비, 스토리텔링 유형화 사업, 축제 및 행사장소 마련 등
	경영	스토리 발굴 및 적용사업, 지역연계 및 동아리 육성 프로그램, 임대용 부스 설치 사업, 축제 및 상인콘서트 등 이벤트 개최 등
경기 성남	시설	수정북로 공영주차장 건립, 세계 길거리 음식타운 조성 등
	경영	상품개발 및 점포개발 지원, 스토리 빌리지 발굴, 우수구역 및 점포 육성 등
강원 동해	시설	주차장 및 커뮤니티 센터 조성(탁아소 등), 먹거리장터 운영시설 등
	경영	대표먹거리 발굴을 위한 요리 경연대회, 동해지역 관광지 연계사업, 먹거리장터 운영, LETS(친환경 농산물 직거래)사업 등
충북 청주	시설	고객지원센터, 랜드마크 조성(전광판, 미디어폴), 미니공원(고객쉼터), 열린 공연무대 설치 등
	경영	유입인구확대 프로그램(문화예술공연, 스탬프 트레일), 지역 커뮤니티 네트워크 구축사업, 빈 점포 활용 커뮤니티 공간창출 등
부산 동구	시설	문화거리·추억거리·조방거리 조성사업 등
	경영	브랜드 및 캐릭터 개발, 축제 및 이벤트, CB 사업 등
경남 창원	시설	오동동 소리길·부림시장 디자인 길, CB 센터 조성 및 고객휴게문화공간, 삼지공원, 부림시장 디자인 아트센터 조성 등
	경영	상권활성화 네트워크 구축사업, 디자인 레지던스 사업, 문신문화체험 및 탁아시설 운영 프로그램, 주말상설문화축제 등

3.2. 현행 상권활성화제도의 문제점 및 개선방안

3.2.1. 상권활성화 기본계획의 부재

현행 특별법 제7조 제1항에는 시장·군수·구청장은 시장 및 상점가의 활성화 추진계획을 사·도·지사 와 협의하여 수립·시행하도록 규정하고 있다. 또한 특별법 제 19조의4에는 상권활성화구역 지정 후 상권활성화사업을 원활히 수행하기 위하여 상권활성화구역의 명칭·위치 및 범위, 상권활성화사업의 목적, 상권활성화사업의 연차별 추진계획 및 사업시행기간, 상권활성화사업의 내용 및 추진방안, 상권활성화사업에 사용되는 자원의 조달 및 운용계획 등의 내용을 포함하는 상권활성화사업계획을 수립하도록 규정하고 있다.

상기 2개 조항에서도 알 수 있듯이 현재 특별법에서는 전통시장 및 상점이 지원과 상권활성화구역 지원은 별도의 지원 체계를 구축하고 있다. 그러나 전술한 바와 같이 전통시장 및 상점가의 개별지원으로는 각 지역 상권 전체의 활성화에는 한계가 존재하기 때문에, 각 지자체는 전통시장 및 상점가, 일반 상업지역 등을 모두 포함한 중심상권 전체의 활성화 기본계획 수립이 절대적으로 필요하다.

각 지역의 중심상권지역은 상업·업무·거주 등 도시기능이 집적하고 있으며, 긴 역사 속에서 그 지역사회의 문화와 전통을 육성

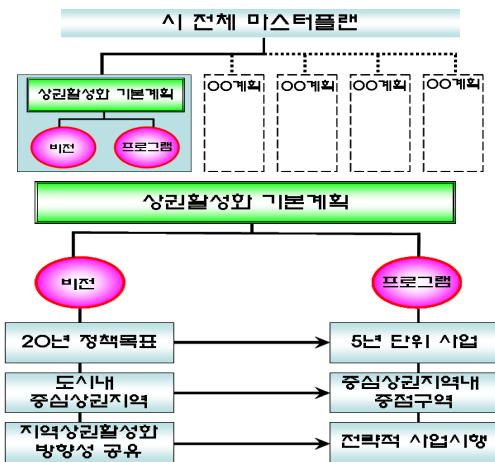
해은 지역사회의 핵심이라고도 할 수 있는 지역이기 때문에, 정부, 지자체, 지역주민 및 관계자가 상호 밀접한 관계를 유지하면서 생활기반의 핵이 되는 중심상권의 활성화에 노력을 기울여야 한다.

활성화 기본계획은 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」 제2조 제3호의 규정에 따른 도시기본계획과 부합되어야 하며, 도시기본계획이 없을 경우에는 관련 상위계획과 부합되어야 한다. 그리고 기본계획은 시군구청장이 수립하여 시·도지사의 승인을 받도록 하며, 주로 토지이용계획, 상업기반시설 계획 등의 하드웨어 사업과 교통시스템, 치안유지, 거리청소 등 관련 행정기관과의 협조가 필요한 소프트웨어 인프라를 포함하는 내용이 수록되는 것이 바람직하다.

<표 3> 상권활성화 기본계획 내용(안)

- 상권활성화 기본방침에 관한 사항
 - 중심상권의 위치부여 및 현황분석, 도시기본계획 및 상위관련계획 검토, 상권활성화의 과제분석 및 필요성
- 상권활성화구역의 위치 및 구역에 관한 사항
 - 위치 및 구역
- 상권활성화의 방향 및 목표에 관한 사항
 - 상권활성화의 방향 및 목표, 계획기간, 평가지표의 설정, 수치목표의 설정
- 상권활성화사업 및 지원조치에 관한 사항
 - 상권활성화사업 및 지원조치의 필요성, 구체적인 사업 및 지원조치의 내용
- 상권활성화사업 및 지원조치의 추진방안에 관한 사항
 - 지자체 추진체제의 정비, 상권관리기구 설립방안, 기본계획의 사업 및 지원조치의 일체적 추진방안
- 자원조달 및 운용방안에 관한 사항
- 기타 관련 중앙부처 사업과의 연계방안

상권활성화 기본계획은 중심상권지역의 비전과 그 비전을 달성하기 위한 전략적인 프로그램이 기재된 내용으로 구성되는 것이 바람직하고, 도시 전체 마스터플랜에 따른 중심상권지역의 종합적 계획이어야 하며, 비전과 프로그램에 의한 중심상권지역의 향후 방향성이 명확하게 나타나야 한다. 비전은 대략 20년 후의 미래상을 정책목표로 하며, 프로그램은 비전을 달성하기 위하여 일반적으로 5년 단위로 반드시 실현 가능한 사업을 기재하도록 한다.



<그림 3> 상권활성화 기본계획 개념도

3.2.2. 수익자부담원칙의 정립

특별법 시행령 제8조의2에 의하면 중소기업청장은 상권활성화 사업을 지원할 때에는 지원 예산의 규모, 지방자치단체의 재정 자립도, 지정된 상권활성화구역의 특성, 상인의 사업비 조달 능력 등을 고려하여 지원사업별로 지원한도 및 지원조건을 달리할 수 있다고 규정하고 있다.

미국 Business Improvement District(이하 BID)과 같이 상권활성화사업이 소요자원을 충당함에 있어 수익자(시행자) 부담 원칙을 도입하는 것은 구성원의 도덕적 해이를 방지하는 동시에 사업을 비용효과적인 방법으로 추진되도록 하는 역할을 할 수 있을 것으로 판단된다. 그러나 현재 한국의 여건을 고려할 때 미국 BID와 같은 전면적인 수익자부담을 도입하기에는 조세저항에 부딪힐 가능성이 높다. 따라서 중앙정부와 지자체가 상권활성화사업에 필요한 자원 전부를 지원하기 보다는(현재는 국비 60%, 지방비 40%의 비율이지만 경영개선지원은 국비가 100%임) 중앙정부의 최대지원 한도만 규정하고, 나머지 사업비용은 지자체와 상권관리기구 또는 상인들이 자체적으로 해결할 수 있도록 개선하는 것이 바람직하다. 그리고 상권활성화구역 지정 신청 시 필요한 서류에 활성화사업 내용 기재는 물론 사업에 필요한 자원 중 지자체와 상인들의 자부담 비율 등을 기재하도록 하여 추진의지를 판단하는 근거자료로 활용하는 것이 바람직하다. 또는 정부는 지자체나 상인의 자조적인 노력에 비례하여 매칭 펀드 형식으로 지원하는 방법도 고려할 수 있다.

3.2.3. 조직구성(상권관리기구)의 탄력적 규정

특별법 제19조의8에 의하면 상권관리기구는 민법에 따른 비영리법인으로 한다고 규정하고 있다. 그러나 지역별·도시별로 특수한 여건에 있는 지역상권이 활성화되도록 하기 위해서는 각 지역실정에 부합하는 다양한 조직체계를 구성할 수 있도록 탄력성 있는 제도로 개선하는 것이 필요하다. 특히 의사결정기구 및 사업집행기구의 설치 및 운영에 대해서는 최대한 자율성을 부여하는 것이 바람직할 것으로 판단된다.

단, 상권활성화사업을 직접 추진하기 위한 계약체결, 공공시설 관리를 위한 협정 체결 등을 고려할 때 조직형태는 임의조직이 아닌 법인격을 가지는 것으로 최소 요건으로 하는 것이 바람직하며, 가급적 민관파트너십 형태로 이사회를 구성하도록 한다.

미국 BID 사례에 의하면 공공기관이 BID의 운영주체인 경우 시설개선에 주력하고 비영리조직이 운영주체인 경우 유지·관리나 치안서비스에 중점을 두고 있는 것으로 나타났다. 또한 일본의 경우에도 상공회, 상공회의소, 제3섹터 특정회사, 제3섹터 재단법인, NPO 등이 Town Management Organization의 운영주체가 되고 있다.

이러한 사실을 고려할 때 각 지역에서 필요한 활성화사업에 따라 지역의 여건이나 상황을 고려한 적절한 조직설계가 필요하다는 것을 시사한다. 따라서 각 지역의 상권 특성에 적합한 다양한 상권활성화사업을 계획하고 이러한 사업이 가장 효율적으로 시행될 수 있도록 사업시행 조직의 요건이나 구성에 탄력성을 부여하는 것이 필요하다.

그러나 지자체 내부기관으로 상권관리기구를 설치하는 경우에는 다음과 같은 문제점이 존재할 수 있다. 지자체 내부기관으로 상권관리기구를 설치하게 되면 상권활성화 제도 시행 초기 상권관리기구의 안전성은 높아질 수 있으나, 민간이나 시민의 참여 등을 고려하면 행정조직은 활동이 제약적일 수 있다. 또한 지자체에 의해 만들어진 상권관리기구의 활동은 정책론적일 수밖에 없는 경향

이 존재하기 때문에, 그 결과 상권활성화구역 및 지역상권 전체의 경제적인 발전을 위한 활동이 아니라 행정론적인 발상이 선행될 우려가 있기 때문에 지자체 내부기관으로서의 상권관리기구 설치의 지양하는 것이 바람직하다(Kim & Kim, 2010).

상권관리기구는 상권활성화사업을 통해 사익을 추구하는 것이 허용될 수 없으며 지역경제 활성화라는 공익을 추구할 수 있는 책임감 있는 조직이어야 하며, 이러한 점을 고려하면 상권관리기구는 지역사회에서 영향력을 가지 조직이어야 하는 것이 바람직하다. 또한 상권활성화사업은 일회적인 사업이 아니며 지속적으로 유지되어야 하는 사업이기 때문에, 상권관리기구 역시 상권활성화사업이 지속되는 한 유지될 수 있는 조직이어야 한다. 그러나 현실적으로는 상권관리기구 사업범위의 한정 및 비영리법인이라는 특성으로 인해 상권관리기구 자생 기반 마련을 위한 비즈니스 모델 발굴에 한계가 존재하기 때문에도 조직구성의 탄력적 규정이 필요하다.

3.2.4. 타 부처 사업 연계지원 체계 구축

각 지역의 중심상권을 활성화시키기 위한 지원제도에는 중소기업청이 추진하고 있는 전통시장 및 상점이 지원 제도 및 상권활성화 지원 제도 외에도, 안전행정부의 간판개선사업과 소도읍 육성사업, 살기 좋은 지역 만들기 사업, 농림수산식품부의 수산시장 시설개선 및 경영 지원 사업, 문화체육관광부의 문전성시사업, 정기시장 지원 사업, 공동디자인 시범사업, 국토교통부의 U-City 시범도시사업, 유비쿼터스사업, 살고 싶은 도시 만들기 사업 등과 같은 사업이 대부분 개별단위의 사업 중심으로 공모를 하고 있으며, 형평성의 원리에 입각하여 각 지자체별로 균등하게 배분하는 형태로 지원하고 있어 효율성이 떨어질 여지가 있다.

따라서 특별법에서 상권활성화구역으로 지정된 곳에 대해서는 여타 중앙부처의 지방 도시 지원책을 우선 집중 지원할 수 있도록 하는 규정을 특별법에 명시하는 것을 고려할 필요가 있다. 단, 이 경우 해당 구역이 존재하는 지자체 단독으로는 불가능하며 관계 중앙부처의 협조가 절대적으로 필요하지만, 지자체가 해당 상권활성화구역을 중점적으로 활성화시키기 위하여 선택과 집중의 차원에서 여타 중앙부처 사업을 유기적으로 연계하여 시너지 효과를 올릴 수 있도록 지원 계획을 수립하여 각 해당 사업 예산을 확보하여 중점 지원하는 것이 필요하다.

3.2.5. 상권활성화사업 예산의 소상공인계정으로 전환

현재 상권활성화사업은 각 상권의 크기 및 특성을 고려하여 집객력을 제고하기 위한 상권기반시설 개선 및 경영개선사업에 대하여 지원을 하고 있다. 경영개선사업은 국가균형발전특별법에 따른 광역개발계정의 시장경영혁신 보조금으로 중앙정부가 100%지원하고 있으며, 상권활성화 기반인프라 구축을 위한 보조금은 전통시장 시설현대화 지원과 동일한 지역개발계정에서 지원하고 있다.

그러나 현재 시설현대화 지원의 예산인 균특회계의 지역개발계정의 경우 다음과 같은 문제점이 존재하고 있다. 우선 지역개발계정은 시·도자율편성사업이기 때문에 주무부처인 중소기업청은 지원 대상의 결정, 투자사업의 타당성에 관여할 소지가 없으므로 국비지원 재정사업에 대한 주무부처의 실질적인 통제 또는 관리가 미흡한 실정이다. 그리고 중소기업청은 사업조정 권한이 없이 검토의견만 제시할 수 있으므로 인센티브나 패널티 반응이 불가능하며, 지자체 실링에 의한 예산 편성으로 지원 필요가 없는 시장에도 지자체의 요구(지역안배 등)에 의해 추가적인 지원이 이루어지는 경우

도 발생하여 지원의 효율성이 저하되는 문제점이 발생한다.

따라서 상권활성화사업의 취지인 구도심 자체의 경쟁력 확보를 통한 지역경제 활성화라는 것을 고려할 때, 상업기반인프라 구축을 위한 사업지원은 실질적으로 효과를 볼 수 있는 중앙정부가 통제 가능한 광역개발계정 또는 기금인 소상공인계정으로 변경하는 것이 바람직하다.

3.3. 상권활성화제도 중장기 정책과제

3.3.1. 도시재생 차원에서의 통합 조정기구(기관) 설립

인구 감소 및 교외화로 인한 쇠퇴, 물리적 노후화에 의한 도심 기능 약화, 사회·경제적 구조변화에 의한 도심기능 공동화 진전 등의 원인으로 쇠퇴한 구도심을 활성화하기 위해서는 물리적, 사회적, 경제적 측면이 종합된 전략적인 접근이 절대적으로 필요하다. 따라서 유통산업을 관장하는 산업통상자원부와 중소기업청, 도시계획을 담당하는 국토교통부, 문화체육관광부, 안전행정부, 농림수산식품부 및 지자체 등을 포괄하는 범정부적인 협조체계가 중요하다.

쇠퇴한 지방 도시를 재생하기 위해서는 어느 한 부처의 역할만으로는 한계가 존재할 수밖에 없다. 일본의 경우 중심시가지활성화를 위하여 내각총리대신이 본부장으로 하고, 각 각료들이 구성원이 되는 중심시가지활성화본부를 설치하여 운영하고 있으며, 영국의 경우에도 지자체 이외에 중앙정부 차원에서 담당하고 있는 총체적인 사업의 추진방향 설정과 조정은 부총리실(office of the Deputy Prime Minister : ODPM)에서 담당하고 있다.

이처럼 중장기적으로는 우리나라도 쇠퇴한 도시를 재생하기 위해서는 중앙정부 차원의 통합조정기구를 설치하고 기본방침을 설정하며, 각 지자체는 이 기본방침에 따라 도시재생 종합계획을 수립하여 통합기구의 승인을 받아 선택과 집중의 원칙에 따라 집중적으로 투자·지원하는 체계가 필요하다. 통합기구는 각 지자체가 수립한 재생종합계획을 검토하여 활성화에 타당한 계획이라고 승인을 하면, 모든 부처의 지원 사업을 연계하여 지원하도록 한다. 즉, 지금까지와 같은 '나누어 주기'식의 일방적인 사업을 추진하는 것이 아니라 종합적인 계획에 입각하여 전략적인 판단을 통해 사업간 시너지 효과가 나타날 수 있는 지자체를 지원하는 방안으로 전환하는 것이 필요하다.

3.3.2. 모니터링에 의한 지속적인 유지관리 시스템 구축

현재 중소기업청의 전통시장 및 상점이 지원을 비롯한 각 중앙부처의 지원 사업은 지자체 중심의 행정기관이 추진함에 따라 행정적으로 지원예산 확보 및 예산 소진 여부를 두고 사업의 결과를 평가하는 경향이 일반적이다. 따라서 각 사업별로 사업추진과정에 대한 기록이나 내용이 존재하지 않기 때문에 사업 종료 후 그 성과를 나타낼 수 있는 결과물을 명확하게 파악하는 것이 힘들며, 또한 사업전후의 상황을 비교할 수 없는 문제점이 존재하기 때문에 지원이 이루어진 후에도 동일한 문제점이나 쇠퇴현상이 지속적으로 나타나고 있는 실정이다.

그러므로 각 지원사업의 추진과정에 대한 모니터링과 사업 후 성과에 대한 지속적인 평가를 통해 사업 추진상의 문제점을 파악하고 향후 개선점을 도출해 낼 수 있도록 하는 체계가 필요하다. 이를 위해서는 중앙정부차원에서 활성화 사업을 추진하기 위한 보조금을 지원할 때, 제3의 기관에 의한 연간 모니터링을 의무화하고 그 모니터링 결과를 반영하여 지원대상 사업지구에 대한 지속

적인 지원과 컨설팅을 추진하는 방안을 도입하는 것이 필요하다.

3.3.3. 재정비촉진지구 내 상권활성화제도 도입

도시재정비 촉진을 위한 특별법은 주거환경개선과 기반시설 확충 및 도시기능의 회복을 위한 사업을 광역적으로 계획하고 체계적이고 효율적으로 추진하여 도시의 균형발전을 도모하기 위한 법률이다. 그리고 상권활성화제도는 지역경제의 발전을 촉진하기 위하여 상권활성화구역을 지정하고, 상권활성화사업을 효율적으로 추진하기 위하여 상권관리기구를 설립하는 등 지역상권이라는 포괄적인 접근을 통하여 상업지역을 체계적으로 관리할 수 있는 제도적 장치를 마련한 것이다.

도시재정비 촉진을 위한 특별법에 의한 사업 중 상업지역(중심지형)의 전면 재개발형 사업의 추진은 다음과 같은 이유 등으로 인하여 원활하게 추진되지 못하고 있는 것이 현실이다. 우선, 상업지역의 전면 재개발형 사업 추진 시 건물주는 임대료 보전 문제, 임차상인은 영업권 상실로 반발하는 등 건물주-토지주-임차상인 등의 복잡한 이해관계로 사업추진이 어렵다. 특히, 임차상인의 경우 전면 재개발형 사업 추진 시 법적으로 공식적 보호를 받지 못하는 권리금 문제로 결사반대하는 등의 이유로 인해 사업추진이 어렵다. 또한 설령 상업지역 개발이 완료 되더라도 높은 임대료로 인하여 영세상인의 재입점이 곤란하기 때문에 기존 상인들의 반발 및 반대가 높은 것이 사실이다.

이 경우 도시재정비 촉진을 위한 특별법에 의한 사업(또는 도시재개발사업)의 상업지역(중심지형)의 경우 재정비촉진계획 수립단계에서 전통시장 및 상점가 등과 같은 상업지역의 정비방안으로 상권활성화구역 개념을 포용하여 수복형 개발 방식을 도입하는 것이 바람직하다. 상기와 같이 건물주-토지주-임차상인 등 다양한 이해관계자들로 인하여 사업 추진이 곤란할 경우 상권활성화제도를 차용하여 상업지역의 기존 인프라를 개선하는 점진적 개발방식인 수복형개발 방식을 도입함으로써 경쟁력을 확보하는 것이 필요하다.

단, 일부 토지주의 경우 도축지구에서 상권활성화사업을 추진하는 경우보다 도시환경정비사업으로 추진하는 것이 개발이익이 더 크다고 판단할 경우 반대가 예상되나, 상권관리기구가 건물주와 세입자 및 토지주와의 이해관계를 조정하고 의견을 수렴하여 합의를 도출하는 기능을 수행할 수 있다. 재정비촉진지구 내의 상업지역에서 상권활성화제도를 도입하여 점진적 수복형 개발방식을 도입함으로써 영세상인(특히 임차상인)들의 영업권 보장이 가능해져 사회적 갈등을 해결할 수 있을 것으로 판단된다.

4. 결론

본 연구에서는 각 지역의 중심상권을 활성화시키고 효율적으로 관리하기 위해 현재 전통시장 특별법에서 시행하고 있는 상권활성화제도의 문제점 및 한계점을 도출해보고, 이를 바탕으로 체계적인 시스템 도입을 위한 제도 개선 방안을 단기 및 중장기로 나누어 제시하였다. 신도심 건설, 공공기관 이전 등으로 인한 구도심 쇠퇴는 대형마트-SSM의 확산 등과 함께 전통시장의 침체를 가속시키는 요인으로 작용하였으며, 이러한 문제점을 해결하기 위하여 정부는 2011년부터 상권활성화제도를 도입하여 상권관리기구를 통한 지역 상권의 특성에 따른 체계적인 개발을 지원하고 있다.

그러나 현행 상권활성화제도는 여러 가지 문제점이 존재한다. 우선 상권활성화에 대한 종합적인 기본계획 수립이 의무화되어 있지 않다. 구도심 전체의 활성화를 위해서는 구도심이 처해진 상황이나 여건에 대한 정확한 분석이 전제되어야 하며, 이러한 분석을 토대로 한 종합적인 활성화 기본계획 수립이 절대적으로 필요하다. 둘째, 상권활성화사업의 주체 중에서 중요한 역할을 수행하는 상인들의 도덕적 해이를 방지하는 동시에 사업이 효과적으로 추진될 수 있도록 수익자부담 원칙을 정립하여야 한다. 셋째, 현재 특별법에서는 상권관리기구를 민법상의 비영리법인으로 한정하고 있어 수익사업 창출을 위한 비즈니스 모델 발굴에 한계가 존재하기 때문에 상권관리기구의 탄력적 규정이 필요하며, 또한 각 지역의 실정에 부합하는 다양한 조직체계를 구성할 수 있도록 하되 상권활성화사업을 추진함에 있어 필요한 계약이나 협정 체결 등을 고려할 때 법인격을 가지는 것을 최소요건으로 하여야 한다. 넷째, 상권활성화구역을 효율적으로 활성화시키기 위해서는 선택과 집중의 차원에서 여타 중앙부처 사업을 유기적으로 연계하여 지원하는 체계를 구축할 필요가 있다. 다섯째, 상권활성화사업 중 상업기반인프라 구축을 위한 사업지원 예산은 실질적으로 효과를 볼 수 있는 중앙정부가 통제 가능한 광역개발계정 또는 기금인 소상공인계정으로 변경하는 것이 바람직하다는 등과 같은 방안을 제시하였다.

그리고 중장기 정책과제로는 쇠퇴한 도시를 재생하기 위해서 중앙정부 차원의 통합조정기구를 설치하고 기본방침을 설정하며, 각 지자체는 이 기본방침에 따라 도시재생 종합계획을 수립하여 통합기구의 승인을 받아 선택과 집중의 원칙에 따라 집중적으로 투자·지원하는 체계가 필요하다는 점, 각 지원사업의 추진과정에 대한 모니터링과 사업 후 성과에 대한 지속적인 평가를 통해 사업 추진상의 문제점을 파악하고 향후 개선점을 도출해 낼 수 있는 체계가 필요하다는 점, 영세 상점들이 밀집해 있는 상업지역의 전면 재개발형 사업 추진에 상권활성화제도를 차용하여 다양한 이해관계자들의 갈등을 해소하는 방안이 필요하다는 점을 지적하였다.

본 연구는 2011년부터 시범적으로 시행되고 있는 상권활성화사업의 개선방향에 대하여 법 조문이나 지침 등에 나타난 문제점을 중심으로 살펴보고 그 해결 방안을 제시하였다. 따라서 현재 시범사업이 진행되고 있는 6개 구역 현장의 목소리는 충분히 반영하지 못하였다는 것이 본 연구의 한계점이라고 할 수 있으며, 이에 대해서는 시범사업 종료 후 중앙정부, 지자체, 상인회, 상권관리기구 등 각 이해관계자들이 모여 시범사업을 통해 나타난 문제점에 대한 구체적인 연구를 통하여 합리적인 운영방안을 도출하는 것이 필요할 것으로 판단된다.

Received: April 24, 2013.

Revised: May 04, 2013.

Accepted: May 15, 2013.

References

- Kim, Sang-cheol (2004), "A Study on the Competition Strategies for Traditional Market", *Journal of Distribution Science*, 2(2), 17-32.
- Kim, Yoo-oh & Lee, Min-kweon & Youn, Myoung-kil (2005), "A Study on the Policy of Small and Medium Retail business in Advanced Country(I)", *Journal of Distribution Science*, 3(2),

- 77-100.
- Kim, Young-Ki & Kim, Seung-Hee & Nam, Yoon-Hyung (2009), "A Study on the Introduction of a System Designed to Invigorate Business Districts in the Old Downtown Areas of Cities", *Residential Environment*, 7(1), 49-64.
- Kim, Young-Ki & Kim, Seung-Hee (2011), "A Study on Measures to Nurture Town Managers", *Residential Environment*, 9(2), pp.27-41.
- Kim, Young-Ki & Kim, Seung-Hee (2010), "A Study on the Introducing Ways of Management Organization for Invigorating Local Commercial Districts", *Residential Environment*, 8(2), 37-53.
- Korea Small Business Institute (2008), '08 Traditional Market Support Policy Evaluation.
- Seo, Soo-Jeong & Ko, Eun-Jeong (2008), Evaluation of Public Space as Catalyst for Urban Regeneration, AURI.
- Youn, Myoung-kil & Kim, Yoo-oh (2007), "A Study on the Methodology of Distribution Study in Korea", *Journal of Distribution Science*, 5(1), 75-88.