

대형쇼핑몰 출점이 지역상권에 미치는 영향 및 시사점

2014. 11. 5

소상공인시장진흥공단
조사연구실장 노 화 봉

<http://semas.or.kr>

대형쇼핑몰 출점이 지역상권에 미치는
영향 및 정책적 시사점 2014-11-03

1

제1장. 조사 개요 3

제2장. 조사 결과 5

1. 표본특성	6
2. 대형쇼핑몰 출점 전·후 변화	7
1) 매출액	7
2) 영업이익	16
3) 종업원 수	19
4) 방문 고객수	20
3. 대형쇼핑몰 출점 후 해당 상권 내 동일업종의 창업과 폐업 수	21
4. 향후 계획	22
5. 상권활성화를 위한 대형쇼핑몰과의 협력의사	23
6. 분담금 지불의사	24
7. 필요정책 내용	25
8. 건의사항 및 애로사항	26

제3장 : 정책적 시사점 27

대형쇼핑몰 출점이 지역상권에 미치는
영향 및 정책적 시사점 2014-11-03

2

제1장 조사개요

대형쇼핑몰 출점이 지역상권에 미치는 영향 및 정책적 시사점 2014-11-03

3

조사 개요

조사목적

본 조사의 목적은 대기업들의 대형쇼핑몰 출점으로 인해 인근 영세소상공인들의 생존이 위협을 받으면서 대기업과 소상공인들 간 갈등조짐이 확산됨에 따라 **대형쇼핑몰 출점이 지역상권에 미치는 영향을 조사하고, 정책적 시사점 도출**

조사내용

- 사업체 기초정보(점포입지 유형, 점포종류, 매장면적, 운영형태, 대형쇼핑몰 출점으로 인해 영향이 큰 품목 등)
- 대형쇼핑몰 출점 전/후의 변화(매출액, 종업원수, 영업이익, 방문 고객수, 임대료 현황, 해당상권 동일업종 수 및 창/폐업 수 등)
- 향후 계획(영업지속 의향, 필요정책 및 기타 건의사항 등)

자료수집

- 대형쇼핑몰 출점에 따른 갈등이 예상되는 지역
- 도심지역(서울)과 도심외곽지역(경기)으로 구분

조사대상

- 대형쇼핑몰 출점 이전 사업영위 소상공인 사업체(소기업 및 소상공인 지원을 위한 특별조치법에 근거한 소상공인)
- (업종) 소매업, 음식점업, 개인서비스업 등 3개 업종
- (지역) 서울, 경기 파주시 및 고양시 등 3개 지역

구분	도심지역	도심외곽지역	외곽 인근지역
조사대상	서울타임스퀘어 (2009.9.16 개장)	-신세계프리미엄 아울렛 -롯데프리미엄 아울렛	좌동
조사지역	영등포구 (주변 소상공인)	경기파주 금호동 (문화의 거리)	경기고양 덕이동 (로데오타운)

조사방법

- 조사목적의 취지 등 설명하고 설문 협조요청
- 특히, 대형쇼핑몰 출점의 전/후 변화 내용에 신중한 응답 유도 ; 조사의 신뢰성 등 높이도록 노력
- 방문조사(전문조사원)

대형쇼핑몰 출점이 지역상권에 미치는 영향 및 정책적 시사점 2014-11-03

4

제2장 조사결과

대형쇼핑몰 출점이 지역상권에 미치는
영향 및 정책적 시사점 2014-11-03

5

1. 표본특성

구분	빈도(개)	비중(%)
전체	314	100.0
조사대상 지역선정	도심	145
	도심외곽	169
입지유형	전통시장	49
	상점가	108
	도로변 상가	74
	집합상가	83
업종	소매업	197
	음식점업	83
	개인서비스업	34
매장면적	33㎡ 미만	104
	33~66㎡ 미만	62
	66~99㎡ 미만	55
	99㎡ 이상	93
대형쇼핑몰과의 거리	1km 미만	97
	5km 미만	53
	10km 미만	147
	10km 이상	17
운영형태	개인점포	71.7
	대/중프랜차이즈	14.3
	대리점	14.0

□ 조사기간 : '14.10.13~22(10일)

□ 도심 46.2%, 도심외곽 53.8%

□ 입지유형 : 전통시장 15.6%, 상점가 34.4%, 도로변상가 23.6%, 집합상가 26.4%

□ 업종 : 소매업 62.7%, 음식점업 26.4%, 개인서비스업 10.8%

□ 평균 매장면적 : 73.4㎡

□ 대형쇼핑몰과의 거리 : 평균 4,284m

□ 운영형태 : 개인형 71.7%, 기업형 28.3%

* 기업형 : 프랜차이즈, 체인형, 지역 대리점 등

대형쇼핑몰 출점이 지역상권에 미치는
영향 및 정책적 시사점 2014-11-03

6

2. 대형쇼핑몰 출점 전·후 변화

1) 매출액

- 점포당 평균 매출 피해 : 대형쇼핑몰 출점 전에 비해 월평균 13,480천원의 매출 하락, 46.5% 감소

-대형쇼핑몰 출점전 3년치 월평균(28,980천원)-진출당해부터 출점 후 3년치 월평균(15,500천원)= 13,480천원

구분	월평균 매출액(천원)
출점 3년 전	29,515
출점 2년 전	29,176
출점 1년 전	28,249
출점전 평균(A)	28,980
출점 당해년도	17,890
출점 1년 후	15,920
출점 2년 후	14,411
출점 3년 후	13,781
출점 후 평균(B)	15,500
출점 전후 차(A-B)	13,480

대형쇼핑몰 출점이 지역상권에 미치는 영향 및 정책적 시사점 2014-11-03

7

-대형쇼핑몰 출점 후 지속적인 매출감소 피해

* 대형쇼핑몰 출점 전 3년 평균 월매출액 당해년도(△61.7%) → 1년 후(△54.9%) → 2년 후(△49.7%) → 3년 후(△47.6%)

** 소상공인 1개 업체당 연평균 약 1억 6천만의 매출감소 피해 예상
: (₩13,480천원×12= 161,760천원)

- 점포종류별 피해 : 의복·신발·가족제품이 가장 많은 금액(23,516천원)의 피해를 본 것으로 나타났으며, 문화오락용품점이 가장 적은 금액(450천원)의 피해를 본 것으로 나타남

-가장 많은 감소율을 보인 점포는 기타음식점(-79.1%)이며, 다음으로 의복·신발·가족제품(-53.0%), 개인서비스업(-42.1%), 이/미용업(-38.4%) 등의 순

대형쇼핑몰 출점이 지역상권에 미치는 영향 및 정책적 시사점 2014-11-03

8

(단위 : 천원, %)

점포종류	출점전 평균(A)	출점후 평균(B)	출점전후차(A-B)	감소율
종합소매업	13,350	9,262	4,088	-30.6
음식료품 및 담배	25,000	18,813	6,188	-24.8
정보통신장비	40,000	33,125	6,875	-17.2
의복신발가죽제품	44,371	20,855	23,516	-53.0
가정용품	10,833	7,583	3,250	-30.0
문화오락용품	2,500	2,050	450	-18.0
기타제품	11,145	7,870	3,276	-29.4
음식점(한/중/일/양식)	21,825	15,366	6,459	-29.6
제과점	25,000	20,000	5,000	-20.0
치킨·피자·햄버거전문점	5,450	5,075	375	-6.9
기타음식점	14,056	2,933	11,122	-79.1
기계수리	17,500	16,563	938	-5.4
이미용	5,500	3,388	2,113	-38.4
개인서비스업	11,318	6,557	4,761	-42.1

대형소평몰 출점이 지역상권에 미치는 영향 및 정책적 시사점 2014-11-03 9

- 지역별 피해 : 도심지역보다는 도심외곽지역의 감소 폭이 큼
 -도심(서울/5,307천원/△36.5%)지역보다는 도심외곽(경기파주·고양 /9,486천원/△49.2%)지역의 감소 폭이 큼

(단위 : 천원, %)

지역	출점전 평균(A)	출점 후 평균(B)	출점전후차(A-B)	감소율
도심(서울)	14,544	9,236	5,307	-36.5
도심 외곽	파주시	13,132	5,566	-29.8
	고양시	25,188	29,635	-54.1

-49.2

대형소평몰 출점이 지역상권에 미치는 영향 및 정책적 시사점 2014-11-03 10

- 점포입지별 피해 : 금액적 피해와 감소율은 집합상가(28,048천원/-56.4%)가 가장 크게 나타남

-금액적 피해 감소율은 집합상가(-56.4%)>상점가(-41.1%)>도로변상가(-35.7%) 등의 순

(단위 : 천원, %)

점포입지	출점전 평균(A)	출점후 평균(B)	출점전후차(A-B)	감소율
전통시장	10,237	6,727	3,510	-34.3
상점가	24,763	14,579	10,185	-41.1
도로변상가	28,320	18,196	10,124	-35.7
집합상가	49,705	21,657	28,048	-56.4

- 운영형태별 피해 : 개인점포의 경우 피해금액과 감소율은 각각 6,651천원과 -39.2%로 나타난 반면,

- 프랜차이즈·대리점·체인 등과 같은 기업형 중소유통점포가 개인점포형보다 피해가 큰 것으로 나타남

(단위 : 천원, %)

점포입지	출점전 평균(A)	출점후 평균(B)	출점전후차(A-B)	감소율
개인점포	16,958	10,307	6,651	-39.2
프랜차이즈	50,500	25,159	25,341	-50.2
대리점	66,617	31,360	35,257	-52.9

• 거리와 매출감소의 상관관계

- 대형쇼핑몰과의 거리가 매출에 영향을 미치는지 검토
- 대형쇼핑몰과 얼마나 떨어져 있는가?, 즉 매출 감소에 이격 거리가 미치는 영향은 큰 것으로 나타난 반면, 매출 감소율은 영향이 적은 것으로 나타남

		이격거리	매출액_감소	매출액_감소율
이격거리	Pearson 상관계수	1	-.255**	0.063
	유의확률 (양쪽)		0.002	0.456
	N	144	144	144
매출액_감소	Pearson 상관계수	-.255**	1	.496**
	유의확률 (양쪽)	0.002		0
	N	144	144	144
매출액_감소율	Pearson 상관계수	0.063	.496**	1
	유의확률 (양쪽)	0.456	0	
	N	144	144	144

** 상관계수는 0.01 수준(양쪽)에서 유의합니다.

• 매장면적과 매출감소의 상관관계

- 소상공인 사업체의 매장크기에 따른 피해의 차이가 있는지 검토
- 매장면적이 매출 감소에 영향을 미치는 것으로 나타난 반면, 증감율은 영향이 적은 것으로 나타남

		매장면적	매출액_감소	매출액_증감율
매장면적	Pearson 상관계수	1	-.443**	-0.094
	유의확률 (양쪽)		0.000	0.264
	N	144	144	144
매출액_감소	Pearson 상관계수	-.443**	1	.496**
	유의확률 (양쪽)	0.000		0
	N	144	144	144
매출액_증감율	Pearson 상관계수	-0.094	.496**	1
	유의확률 (양쪽)	0.264	0	
	N	144	144	144

** 상관계수는 0.01 수준(양쪽)에서 유의합니다.

<표1> 종합 : 대형쇼핑몰 출점 전·후 매출액 변화(단위 : 천원, %)

구분	출점3년전	출점2년전	출점1년전	출점당해년	출점1년후	출점2년후	출점3년후	출점전평균	출점후평균	증감	증감률	
전체	29,515	29,176	28,249	17,890	15,920	14,411	13,781	28,980	15,500	-13,480	-46.5	
조사 대상 지역	도심	15,189	14,685	13,757	10,933	9,318	8,674	14,544	9,236	-5,307	-36.5	
	도심외곽	40,043	39,827	38,899	23,002	20,772	18,628	18,013	39,590	20,104	-19,486	-49.2
점포 종류	전통시장	10,712	10,539	9,461	7,527	6,952	6,503	5,927	10,237	6,727	-3,510	-34.3
	상점가	25,605	24,955	23,730	16,545	14,505	13,830	13,435	24,763	14,579	-10,185	-41.1
	드론변상가	28,372	28,309	28,278	19,513	18,059	17,716	17,497	28,320	18,196	-10,124	-35.7
업종	집합상가	50,372	49,987	48,756	26,705	23,205	18,987	17,731	49,705	21,657	-28,048	-56.4
	소매업	34,290	34,029	32,927	19,893	17,792	15,919	15,208	33,749	17,203	16,546	49.0
	음식업	20,256	19,716	19,156	14,968	13,336	12,536	12,104	19,709	13,236	-6,473	-32.8
거리	개인서비스업	11,833	11,300	10,967	8,867	7,247	7,080	6,680	11,367	7,468	-3,898	-34.3
	1km미만	19,259	18,690	17,862	13,552	11,586	10,707	10,110	18,603	11,489	-7,115	-38.2
	1~5km미만	12,176	11,759	10,800	8,850	7,629	7,224	6,562	11,578	7,566	-4,012	-34.7
	5~10km미만	45,346	45,081	43,949	25,096	22,535	19,947	19,168	44,792	21,686	-23,105	-51.6
면적	10km이상	14,931	14,931	14,931	13,515	12,669	12,515	12,669	14,931	12,842	-2,088	-14.0
	33㎡미만	12,945	12,754	12,100	9,250	8,120	7,816	7,498	12,599	8,171	-4,428	-35.1
	66㎡미만	26,914	26,483	25,034	16,314	14,597	13,069	12,241	26,144	14,055	12,089	46.2
	99㎡미만	33,231	33,000	31,846	21,654	17,404	16,558	15,827	32,692	17,861	-14,832	-45.4
유형	99㎡이상	56,991	56,400	55,642	30,970	29,152	25,091	24,182	56,344	27,348	-28,996	-51.5
	개인점포	17,432	16,994	16,449	11,842	10,375	9,775	9,237	16,958	10,307	-6,651	-39.2
	프랜차이즈	51,500	51,318	48,682	29,727	27,318	21,818	21,773	50,500	25,159	-25,341	-50.2
대리점	66,950	66,950	65,950	35,710	31,660	29,910	28,160	66,617	31,360	-35,257	-52.9	

대형쇼핑몰 출점이 지역상권에 미치는 영향 및 정책적 시사점 2014-11-03

2) 영업이익

- 평균 영업이익율 : 대형쇼핑몰 출점 전 영업이익 4,952천원, 영업이익율 17.1%이었으나, 출점 후 영업이익 2,513천원, 영업이익율 16.2%로 감소

* 소상공인 1개 사업체당 평균 영업이익 감소액(예측) : 2,439천원x12개월 = 29,268천원

구분	출점3년전	출점2년전	출점1년전	출점당해년	출점후1년	출점후2년	출점후3년	출점전평균	출점후평균	증감	증감률
종합소매	2,969	2,929	2,803	2,453	1,934	1,906	1,855	2,900	2,037	-863	-29.8
음식료품 및 담배	5,875	6,025	4,625	4,088	2,850	2,800	2,800	5,508	3,134	-2,374	-43.1
정보통신정보	10,000	10,000	10,000	7,500	7,500	7,000	7,000	10,000	7,250	-2,750	-27.5
의복신발가죽제품	6,072	5,974	6,399	3,291	2,593	2,255	1,994	6,149	2,533	-3,615	-58.8
가정용품	3,544	3,224	3,024	1,944	1,544	1,484	1,424	3,264	1,599	-1,665	-51.0
문화오락용품	250	250	250	220	200	200	200	250	205	-45	-18.0
기타제품	2,252	1,900	2,059	1,612	1,335	1,302	1,200	2,070	1,362	-708	-34.2
음식점	5,888	5,700	5,471	4,285	3,903	3,718	3,535	5,686	3,860	-1,826	-32.1
제과점	6,000	6,000	6,000	5,000	5,000	5,000	5,000	6,000	5,000	-1,000	-16.7
치킨분식점	1,120	1,120	1,120	1,120	1,120	1,120	1,120	1,120	1,120	0	0.0
기타음식점	6,050	5,967	5,967	1,550	1,200	1,100	1,033	5,994	1,221	-4,774	-79.6
기계수리	3,500	3,500	3,500	3,100	3,000	3,000	3,000	3,500	3,025	-475	-13.6
이/미용	2,250	2,250	2,250	1,250	1,150	1,150	1,150	2,250	1,175	-1,075	-47.8
개인서비스업	3,720	3,770	3,480	2,300	2,190	1,970	1,790	3,657	2,063	-1,594	-43.6

대형쇼핑몰 출점이 지역상권에 미치는 영향 및 정책적 시사점 2014-11-03

<표2> 종합 : 대형소핑몰 출점 전·후 영업이익 변화(단위 : 천원, %)

구분	출점3년전	출점2년전	출점1년전	진출당해년	출점1년후	출점2년후	출점3년후	출점전평균	출점후평균	증감	증감률	
전체	4,998	4,884	4,975	3,036	2,537	2,326	2,153	4,952	2,513	-2,439	-49.3	
조사 대상 지역	도심	4,247	4,077	3,714	2,626	2,119	1,985	1,841	4,013	2,143	-1,870	-46.6
	도심외곽	5,598	5,530	5,984	3,365	2,872	2,598	2,402	5,704	2,809	-2,895	-50.7
	서울	4,247	4,077	3,714	2,626	2,119	1,985	1,841	4,013	2,143	-1,870	-46.6
	고양	7,007	6,974	7,604	3,913	3,207	2,820	2,554	7,195	3,123	-4,072	-56.6
	파주	2,899	2,762	2,878	2,315	2,231	2,173	2,110	2,846	2,207	-639	-22.5
점포 입지	전통시장	2,956	2,797	2,382	1,783	1,392	1,308	1,209	2,712	1,423	-1,289	-47.5
	상점가	6,318	6,129	5,909	3,660	2,980	2,899	2,699	6,119	3,059	-3,059	-50.0
	도로변상가	4,303	4,272	4,261	3,473	3,022	2,903	2,859	4,279	3,064	-1,214	-28.4
	집합상가	5,906	5,840	6,740	3,114	2,670	2,150	1,844	6,162	2,445	-3,717	-60.3
업종	소매업	5,107	4,979	5,184	2,990	2,386	2,149	1,962	5,090	2,372	-2,718	-53.4
	음식업	5,500	5,350	5,180	3,684	3,356	3,206	3,063	5,343	3,327	-2,016	-37.7
거리	개인서비스업	3,479	3,514	3,307	2,264	2,157	2,000	1,871	3,433	2,073	-1,360	-39.6
	1km미만	5,757	5,504	5,139	3,338	2,855	2,639	2,411	5,467	2,811	-2,656	-48.6
	1~5km미만	2,647	2,563	2,213	1,852	1,339	1,289	1,231	2,475	1,428	-1,047	-42.3
	5~10km미만	6,311	6,226	6,784	3,681	3,079	2,760	2,523	6,440	3,011	-3,430	-53.3
	10km이상	2,672	2,672	2,672	2,136	2,119	2,036	2,019	2,672	2,078	-594	-22.2
면적	33㎡ 미만	2,824	2,674	2,410	1,847	1,454	1,370	1,296	2,636	1,492	-1,144	-43.4
	66㎡ 미만	5,138	5,155	4,870	3,038	2,626	2,340	2,186	5,051	2,517	-2,507	-49.6
	99㎡ 미만	5,996	5,817	5,796	3,454	3,113	2,821	2,496	5,869	2,971	-2,899	-49.4
	99㎡ 이상	7,488	7,375	8,425	4,565	3,702	3,413	3,193	7,762	3,718	-4,044	-52.1
운영 형태	개인 점포	4,070	3,931	4,161	2,625	2,143	2,017	1,870	4,054	2,164	-1,890	-46.6
	프랜차이즈	6,238	6,190	5,810	3,714	3,262	2,905	2,729	6,079	3,152	-2,927	-48.1
	대리점	8,531	8,469	8,406	4,438	3,781	3,281	2,969	8,469	3,617	-4,852	-57.3

대형소핑몰 출점이 지역상권에 미치는 영향 및 정책적 시사점 2014-11-03

<표3> 종합 : 대형소핑몰 출점 전·후 영업이익률 변화(단위 : 천원, %)

구분	출점전_매출액	출점전_영업이익	영업이익률(%)	출점후_매출액	출점후_영업이익	영업이익률(%)	증감(%)	
전체	28,980	4,952	17.1	15,500	2,513	16.2	-0.9	
조사 대상 지역	도심	14,544	4,013	27.6	9,236	2,143	23.2	-4.4
	도심외곽	39,590	5,704	14.4	20,104	2,809	14.0	-0.4
	서울	14,544	4,013	27.6	9,236	2,143	23.2	-4.4
	고양	54,823	7,195	13.1	25,188	3,123	12.4	-0.7
	파주	18,698	2,846	15.2	13,132	2,207	16.8	1.6
점포 입지	전통시장	10,237	2,712	26.5	6,727	1,423	21.2	-5.3
	상점가	24,763	6,119	24.7	14,579	3,059	21.0	-3.7
	도로변상가	28,320	4,279	15.1	18,196	3,064	16.8	1.7
	집합상가	49,705	6,162	12.4	21,657	2,445	11.3	-1.1
업종	소매업	33,749	5,090	15.1	17,203	2,372	13.8	-1.3
	음식점업	19,709	5,343	27.1	13,236	3,327	25.1	-2.0
거리	개인서비스업	11,367	3,433	30.2	7,468	2,073	27.8	-2.4
	1km미만	18,603	5,467	29.4	11,489	2,811	24.5	-4.9
	1~5km미만	11,578	2,475	21.4	7,566	1,428	18.9	-2.5
	5~10km미만	44,792	6,440	14.4	21,686	3,011	13.9	-0.5
	10km이상	14,931	2,672	17.9	12,842	2,078	16.2	-1.7
면적	33㎡ 미만	12,599	2,636	20.9	8,171	1,492	18.3	-2.7
	66㎡ 미만	26,144	5,054	19.3	14,055	2,547	18.1	-1.2
	99㎡ 미만	32,692	5,869	18.0	17,861	2,971	16.6	-1.3
	99㎡ 이상	56,344	7,762	13.8	27,348	3,718	13.6	-0.2
운영 형태	개인 점포	16,958	4,054	23.9	10,307	2,164	21.0	-2.9
	프랜차이즈	50,500	6,079	12.0	25,159	3,152	12.5	0.5
	대리점	66,617	8,469	12.7	31,360	3,617	11.5	-1.2

대형소핑몰 출점이 지역상권에 미치는 영향 및 정책적 시사점 2014-11-03

3) 종업원수

□ 대형쇼핑몰 출점 전 1개 점포당 종업원수 평균 3.1명 → 출점 후 2.5명으로 평균 0.6명(감소율 : -20.3%) 감소

구분		출점 전_종업원(명)	출점 후_종업원(명)	증감(명)	증감률(%)
전체		3.1	2.5	-0.6	-20.3
조사 대상 지역	도심	3.4	2.8	-0.6	-16.9
	도심외곽	3.0	2.3	-0.6	-21.7
	서울	3.4	2.8	-0.6	-17.0
	고양	3.4	2.5	-0.9	-27.3
	파주	2.3	2.1	-0.3	-11.6
점포 입지	전통시장	1.5	1.5	0.0	0.0
	상점가	3.5	2.9	-0.6	-17.2
	도로변상가	2.8	2.5	-0.3	-10.5
	집합상가	3.0	2.0	-1.0	-34.3
업종	소매업	3.0	2.3	-0.7	-22.7
	숙박및 음식점업	3.6	2.9	-0.7	-19.9
	개인서비스업	2.5	2.3	-0.2	-7.6
면적	33미만	1.4	1.4	0.0	0.0
	66미만	2.1	1.6	-0.5	-25.5
	99미만	2.7	2.1	-0.6	-21.0
	99이상	4.6	3.6	-1.0	-21.2
운영 형태	개인형 점포	3.0	2.6	-0.5	-15.6
	프랜차이즈	3.7	2.8	-0.9	-24.7
	대리점	2.8	1.9	-0.8	-30.2

대형쇼핑몰 출점이 지역상권에 미치는 영향 및 정책적 시사점 2014-11-03

4) 일 평균 방문고객수(단위:명)

구분	출점 3년전	출점 2년전	출점 1년전	출점 당해년도	출점 1년후	출점 2년후	출점 3년후	출점전 평균	출점후 평균	증감	증감률
전체	57	55	53	39	33	31	28	55	33	-22	-40.2
조사 대상 지역	도심	61	58	55	44	36	34	58	37	-21	-36.6
	도심외곽	53	52	52	34	30	28	52	29	-23	-44.2
	서울	61	58	55	44	36	34	58	37	-21	-36.6
	고양	50	49	47	28	25	22	49	23	-26	-52.7
	파주	59	58	58	43	39	37	37	39	-19	-32.6
점포 입지	전통시장	36	32	30	25	17	15	33	18	-15	-46.5
	상점가	71	69	67	51	45	43	69	45	-24	-35.1
	도로변상가	62	60	58	47	40	39	60	40	-19	-32.5
업종	집합상가	51	50	49	28	25	22	50	23	-26	-53.0
	소매업	49	48	46	31	26	24	48	26	-22	-46.5
거리	음식점업	93	90	87	71	64	61	90	63	-27	-29.9
	개인서비스업	36	34	32	27	21	19	34	21	-13	-38.8
	1km 미만	74	71	68	53	47	44	71	46	-25	-35.0
	1~5km 미만	37	33	32	28	18	17	34	19	-15	-42.9
면적	5~10km 미만	53	51	51	31	28	25	52	27	-25	-48.4
	10km 이상	63	63	63	55	50	50	63	51	-11	-18.0
	33㎡미만	44	42	40	31	25	23	42	25	-17	-41.0
운영 형태	66㎡미만	50	48	47	35	30	27	48	29	-19	-40.1
	99㎡미만	50	49	48	35	30	28	49	29	-20	-40.3
	99㎡이상	80	78	75	53	48	45	78	47	-31	-39.7
개인형 점포	개인형 점포	58	55	53	41	34	32	56	35	-21	-37.9
	프랜차이즈	64	64	62	42	39	35	63	37	-26	-41.6
	대리점	46	45	44	26	24	20	45	22	-23	-51.7

대형쇼핑몰 출점이 지역상권에 미치는 영향 및 정책적 시사점 2014-11-03

3. 대형쇼핑몰 출점 후 해당 상권 내 동일업종의 창업과 폐업 수

(단위 : 개)

구분		점포현황	창업 수	폐업 수
전체		20.3	2.9	6.4
조사대상 지역	도심	20.9	3.1	4.8
	도심외곽	19.8	2.7	7.8
	서울	20.9	3.1	4.8
	고양	21.4	3.4	11.1
	파주	16.9	1.2	1.4
점포입지	전통시장	15.3	0.9	3.7
	상점가	18.7	3.7	4.3
	도로변상가	23.3	2.2	7.9
	집합상가	22.6	3.6	9.2
업종	소매업	20.5	2.6	8.2
	음식업	16.6	4.2	3.5
	개인서비스업	27.7	1.6	2.3
거리	1km미만	23.4	4.3	5.7
	1~5km미만	15.1	0.7	2.9
	5~10km미만	20.0	2.7	8.4
	10km이상	21.8	3.0	5.1
면적	33㎡미만	15.6	1.2	3.1
	66㎡미만	19.0	4.4	5.3
	99㎡미만	16.9	2.4	5.5
	99㎡이상	28.1	4.0	11.1
운영형태	개인형 점포	18.0	2.2	4.1
	프랜차이즈	22.8	4.3	7.6
	대리점	29.4	4.5	16.2

대형쇼핑몰 출점이 지역상권에 미치는 영향 및 정책적 시사점 2014-11-03

21

4. 향후 계획

□ 영업지속 계획 및 대처방안

구분	예	아니오	구분	업종전환	점포이전	폐업
전체	92.7	7.3	전체	13.6	18.2	68.2
지역	도심	92.4	7.6			
	도심외곽	92.9	7.1			
	전통시장	87.8	12.2			
점포입지	상점가	99.1	0.9			
	도로변상가	93.2	6.8			
	집합상가	86.7	13.3			
	소매업	89.8	10.2			
업종	음식업	98.8	1.2			
	개인서비스업	94.1	5.9			
면적	33㎡미만	94.2	5.8			
	66㎡미만	88.7	11.3			
	99㎡미만	92.7	7.3			
	99㎡이상	93.5	6.5			
운영형태	개인형 점포	93.3	6.7			
	프랜차이즈	93.3	6.7			
	대리점	88.6	11.4			

대형쇼핑몰 출점이 지역상권에 미치는 영향 및 정책적 시사점 2014-11-03

22

5. 상권활성화를 위한 소상공인의 대형쇼핑몰과의 협력 의사

구분	예	아니오	구분	자금지원	공동마케팅	교육 및 컨설팅	기타
전체(%)	21.3	78.7	전체	27.5	66.7	2.9	2.9
지역							
도심	22.8	77.2					
도심외곽	20.1	79.9					
전통시장	22.4	77.6					
점포입지							
상점가	16.7	83.3					
도로변상가	25.7	74.3					
집합상가	22.9	77.1					
소매업	26.4	73.6					
업종							
음식업	12.0	88.0					
개인서비스업	14.7	85.3					
면적							
33㎡미만	23.1	76.9					
66㎡미만	19.4	80.6					
99㎡미만	21.8	78.2					
99㎡이상	20.4	79.6					
운영형태							
프랜차이즈	20.0	80.0					
대리점	31.8	68.2					

대형쇼핑몰 출점이 지역상권에 미치는 영향 및 정책적 시사점 2014-11-03

6. 분담금 지불 의사

구분	N	예	아니오	구분	N	금액(원)
전체(%)	314	19.4	80.6	전체	61	57,213
지역						
도심	145	11.7	88.3			
도심외곽	169	26.0	74.0			
전통시장	49	14.3	85.7			
점포입지						
상점가	108	18.5	81.5			
도로변상가	74	10.8	89.2			
집합상가	83	31.3	68.7			
소매업	197	23.9	76.1			
업종						
음식업	83	9.6	90.4			
개인서비스업	34	17.6	82.4			
면적						
33㎡미만	104	16.3	83.7			
66㎡미만	62	24.2	75.8			
99㎡미만	55	23.6	76.4			
99㎡이상	93	17.2	82.8			
운영형태						
프랜차이즈	45	22.2	77.8			
대리점	44	29.5	70.5			

대형쇼핑몰 출점이 지역상권에 미치는 영향 및 정책적 시사점 2014-11-03

7. 필요정책 내용

구분	N	교육훈련	상거래 현대화	금융지원	점포시설개선	컨설팅 및 상담	조직화·협업화	기타	
전체	314	0.6	27.1	32.5	22.3	1.9	9.9	5.7	
지역	도심	145	0.0	15.9	37.9	31.7	2.1	4.1	8.3
	도심외곽	169	1.2	36.7	27.8	14.2	1.8	14.8	3.6
	진통시장	49	0.0	18.4	20.4	44.9	0.0	6.1	10.2
점포입지	상점가	108	0.0	26.9	34.3	21.3	2.8	6.5	8.3
	도로변상가	74	1.4	28.4	36.5	13.5	2.7	14.9	2.7
	집합상가	83	1.2	31.3	33.7	18.1	1.2	12.0	2.4
업종	소매업	197	0.0	32.5	26.4	25.4	2.0	9.1	4.6
	음식업	83	1.2	15.7	48.2	14.5	1.2	10.8	8.4
	개인서비스업	34	2.9	23.5	29.4	23.5	2.9	11.8	5.9
면적	33㎡미만	104	0.0	25.0	28.8	30.8	1.0	8.7	5.8
	66㎡미만	62	0.0	25.8	29.0	27.4	3.2	8.1	6.5
	99㎡미만	55	3.6	25.5	36.4	16.4	0.0	16.4	1.8
	99㎡이상	93	0.0	31.2	36.6	12.9	3.2	8.6	7.5
운영형태	개인 점포	225	0.9	23.1	33.3	26.2	1.3	8.9	6.2
	프랜차이즈	45	0.0	35.6	26.7	20.0	4.4	8.9	4.4
	대리점	44	0.0	38.6	34.1	4.5	2.3	15.9	4.5

대형소평물 출점이 지역상권에 미치는
영향 및 정책적 시사점 2014-11-03

25

8. 건의사항 및 애로사항

구분	N	비중(%)
대기업 진출 규제강화	68	42.5
소상공인·전통시장 지원 강화	17	10.6
정부의 정책 홍보 강화 및 대/중소 협력기구 강화	15	9.4
소상공인에 대한 세금감면 지원 확대	14	8.7
주차장 등 현대화 시설 설치 확대	12	7.5
지역상권 복원 프로그램 운영 및 지원 강화	10	6.3
정부의 대/중소 상생협력 노력 지속	9	5.6
상거래의 선진화 정책 강화	8	5.0
소상공인 금융지원 및 저리용자 확대	7	4.4
계	160	100

대형소평물 출점이 지역상권에 미치는
영향 및 정책적 시사점 2014-11-03

26

제3장 정책적 시사점

대형쇼핑몰 출점이 지역상권에 미치는
영향 및 정책적 시사점 2014-11-03

27

- 『유통산업발전법』 개정을 통한 규제범위 확대 및 이행명령 위반에 대한 제재수단 등 강화 검토 필요
 - 현행 동법에 대규모점포 관련 규제대상에 백화점, 쇼핑센터, 복합쇼핑몰 등 대형쇼핑몰을 규제범위에 포함시키고, 의무휴업 및 영업시간 제한 명령 위반 행위에 대해 과징금이나 이행 강제금 등 실효성 있는 제재수단 강화에 대한 전반적인 검토 필요
 - 대형소매점 규제의 필요성을 주민의 안전과 건강, 환경, 교통, 주변상권에 대한 영향 등을 고려한 ‘도시관리’와 ‘주민의 삶의 질 향상’이라는 보편적 가치 확보 및 실효성 제고를 위한 계획적 규제로의 전환 검토 필요

대형쇼핑몰 출점이 지역상권에 미치는
영향 및 정책적 시사점 2014-11-03

28

□ 『상권관리제도』를 도입하여, 상권구성원들이 관리기구를 구성하고, 협약을 체결하여 상권을 체계적으로 관리하고, 활성화 사업을 촉진토록 유인

* 상권관리란 상권을 중심으로 임대인·입점 상인 등이 관리조직을 구성하여 협약을 체결하고, 자체부담금을 바탕으로 지속적이고 통합된 방법으로 상권을 관리·운영하는 자치시스템(Self-governance)

** 사례 : (미국) 침체된 중심 상업지역의 활성화를 위해 49개 주에서 1,200여개 BID(business improvement district)가 조직되어 활동 중이며, (영국) TCM(Town Centre Management) 제도를 도입하여 시가지 상권활성화 지원, 이후 TCM의 보완을 위해 BID를 도입하여 운영하고 있으며, (일본)'98년 '중심시가지활성화법'을 제정하여 전통시장 활성화 등을 정부에서 TMO(Town Management Organnization) 주도로 전환

- 상권을 중심으로 임대인·입점 상인이 자율적으로 상권활성화를 위한 통합적 관리방안 마련 및 시행을 유도하고,
- 예산지원도 민간의 상생 및 자생노력과 연계함으로써 건물주와 상인들이 스스로 문제를 해결하는 역할을 제고

대형쇼핑몰 출점이 지역상권에 미치는
영향 및 정책적 시사점 2014-11-03

29

□ 소상공인 개인의 역량강화 및 인프라구축 마련 시급

- 유통시장의 트렌드, 경영 및 서비스 마인드, 기업가정신 함양 등 교육훈련 강화
- 업종전환, 폐업사업자 재활 프로그램 구축 및 운영, 세제감면 등 정책 필요

대형쇼핑몰 출점이 지역상권에 미치는
영향 및 정책적 시사점 2014-11-03

30

감사합니다.

대형쇼핑몰 출점이 지역상권에 미치는
영향 및 정책적 시사점 2014-11-03

31