

춘천 원도심 상권르네상스사업

2022

2차년도 성과분석



제출문

 | 재 | 강원정보문화산업진흥원 귀하

본 보고서를
[춘천 원도심 상권르네상스사업
2차년도 사업성과 종합분석 및 평가
용역의 최종보고서로 제출합니다.

2022.11.

 (주) 꾸림 대표 임혜순

01 2차년도 성과분석 개요

01-1	성과분석의 목적	03
01-2	분석의 범위와 방법	03
01-3	전년도(2021) 사업추진성과 및 평가보완 필요성	05

02 2022년 춘천 원도심 상권르네상스사업 개괄

02-1	2022년도 사업추진계획 및 경과	11
------	--------------------	----

03 사업성과분석 지표 및 방식

03-1	평가보완 및 전체사업 정량지표 평가	17
03-2	사업별 성과지표	23

04 2022년도 사업성과 분석

04-1	정량적 지표의 성과	29
04-2	사업별 성과_Ontact 고객과 다방향 소통	55
04-3	사업별 성과_오감만족 오락거리 문화예술 콘텐츠	69
04-4	사업별 성과_Overcome 상권역량강화	77
04-5	사업별 성과_추가과업	99

05 2022년도 사업 종합평가

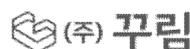
05-1	정량적 성과목표 평가종합	117
05-2	세부사업별 성과 종합	123

부록

※	사업단 자체 총평	129
※	방문객/주민 설문지	133
※	점포 사례조사 설문지	135

[춘천 원도심 상권르네상스사업 성과분석(2022.11.)]

연구진 임혜순(꾸림 대표), 이형석(꾸림 컨설팅사업실 실장), 양한울(꾸림 지역활성화팀 팀장)
강원정보문화산업진흥원 · (주)꾸림



2014년 설립된 지역연구, 컨설팅, 교육 및 네트워킹을 통한 지역 사회 재생을 주요사업으로 하는 '지역'중심의 민간연구기관입니다.

01 2차년도 성과분석 개요

01-1. 성과분석의 목적

01-2. 분석의 범위와 방법

01-3. 전년도(2021) 사업추진성과 및 평가보완 필요성

01-1. 성과분석의 목적

- 춘천 원도심 상권르네상스사업 2차년도 사업 실시
 - 2021년 선정된 춘천 원도심 상권르네상스사업의 2차년도 사업 실시로 2022년 국도·시비 총 3,010,200천원을 투입하여 사업 추진
- 상권르네상스사업 추진 실태점검 및 성과분석 실시
 - 2021년부터 추진되는 르네상스사업에 대해 추진실태를 점검하고, 기추진된 사업에 대한 성과분석 실시를 통한 추진과정에서의 문제점 및 효과적인 지원체계를 구축
- 성과분석을 통한 추진사업에 반영
 - 2022년에 추진하는 3개 분야 10개 세부사업으로 진행된 사업에 대한 정량·정성적인 성과분석을 통해 사업추진의 성과와 개선에 관한 사항을 도출하고 향후 추진되는 사업에 반영

01-2. 분석의 범위와 방법

- 분석대상의 공간적 범위
 - 춘천시 원도심 상권르네상스사업 추진 대상지역
 - ※ 사업대상지 내 주요상권
 - 3개 시장 : 중앙,제일,요선
 - 명동
 - 조운동
 - 브라운5번가
 - 요선상점가
 - 춘천지하도상가



○ 시간적 범위

- 기준년도 : 2021년 / 분석년도 : 2022년

○ 내용적 범위

- 2022년도 사업 추진 완료한 3개 분야 10개 세부사업에 대한 정량정성적인 성과분석
 - ※ 사업성과분석 과업은 분석대상에서 제외
- 기추진 사업의 성과평가를 위한 조사 및 시사점 도출

○ 연구방법(정량+정성 평가)

- [사업전반] 정량적 목표달성(정량) + 지표별 평가보완(정성)
- [개별사업] 예산집행/목표달성(정량) + 성과우수성(정성)
- [사업전반] 정량적 성과평가
 - : 운영계획서 상의 정량적 목표 달성 여부의 평가
 - ↳ 9개 지표에 대한 연차별 달성목표의 정량적 수치 달성 여부 평가
 - : 기초통계 DB 수집 및 관련자료 분석
 - ↳ 국가통계데이터포털(KOSIS), 상권정보시스템, 기타 공신력있는 자료
 - ※ 정량적 분석을 위한 기초 DATA
- [사업전반] 정성적 성과평가
 - : 춘천시민 및 대상지 상인의견수렴(설문조사, FGI 등)
 - : 상권정보는 기존 구득에 어려움이 있어, 상권 대상지 점포를 대상으로 유동인구, 젠트리피케이션, 매출액 보완조사
 - : 상권대상지 내 상인 및 방문객 등을 대상으로, 상권에 대한 인지도, 만족도, 친절도, 기타 상권르네상스사업 추진 결과와 관련한 성과에 대한 조사
- [개별사업] 정량+정성적 성과평가
 - : (정량) 개별사업별 예산집행률, 사업에 대한 수치적 목표달성
 - ↳ 예산대비 사업비 집행, 사업추진 개소수, 교육 등 참여 상인 수 등
 - : (정성) 개별사업별 사업결과 보고서를 기초로 한 사업 추진 우수성 평가

01-3. 전년도(2021) 사업추진성과 및 평가보완 필요성

- 전년도(2021년, 1차년도) 사업추진성과 분석 결과
 - 2021년 달성해야 할 정량적 성과목표 9개 중 6개 달성
 - : 5개년 동안 정량적 성과관리를 위한 지표설정을 기초로 1년차 정량적 종합평가 결과, 유동인구와 매출액을 제외한 6개 분야의 정량적 성과목표 달성

구분	유동 인구	매출액	참여상인 만족도	방문객 주민 만족도	친절도	전반적 매장 청결도	브랜드 인지도	젠트리피케이션	교육 이수율
측정 DATA	상권정보 시스템	상권정보 시스템	설문조사	설문조사	설문조사	설문조사 체크리스트	설문조사 (2차년도)	부동산통계 정보시스템	교육진행 결과

- [유동인구] '20년 대비 -10.4% 감소
- [매출액] '20년 대비 -29.6% 감소
 - '21년 코로나가 진행 중인 해로, 요식업과 판매업을 위주로 하는 사업대상지 내 상권 특성상 상권의 위축 심화
- [참여상인 만족도] 평균 4.62점(5점 척도)
 - 실질적으로 도움이 된다는 측면에서 높은 평가
- [방문객/주민 만족도] 평균 3.88점(5점 척도)
- [친절도] 평균 3.97점(5점 척도)
- [청결도] 평균 3.99점(5점 척도)
 - 높은 점수의 방문객 만족, 친절, 청결도
- [젠트리피케이션] 공실률 ↑ 임대료 ↓, 지하상가 80% 유지
 - '21년 코로나로 인한 경기 침체로 당분간 흐름 유지
 - 사업 진행 후 젠트리피케이션 문제에 당면하지 않게 사업단에서 원도심 상권별로 상생협약을 체결해 사전 예방 노력
- [교육이수율] 총 60명, 전체 이수완료
 - 실질적으로 도움이 된다는 긍정적인 평가 다수 확보
- [사업별 성과지표] 성과지표 총점 90점 이상, 우수성 중상 이상
 - 8개 사업 총점 90점 이상 및 예산집행 100%
 - 협의, 보고회, 성과품 등 빠짐없이 수행하여 목표달성률 100%

○ 전년도 사업추진성과 분석 결과에 따른 보완필요사항

- 단기간에 이루어진 성과지표 설정

: 성과지표 설정이 단기간에 진행되고 디테일한 성과지표가 아닌 과업지시서 및 단순 결과물로만 판단이 이루어져 사업별 평가의 한계를 가짐

↳ 사업별 평가항목 가이드 재정립 필요

- 상권정보시스템의 정보 구득 어려움

: 기존 정량적 성과지표는 9개로, 기존 통계자료 활용 및 설문 등을 통해 대부분 측정 가능하나, 유동인구, 매출액, 젠트리피케이션의 경우 기존 상권정보시스템에서 상세 데이터값의 구득 어려움이 있음

↳ 점포 사례조사를 통해 실질적으로 상인이 체감하는 데이터값 측정 필요(+상권정보시스템 데이터값)

- 기존 설문 표본 수가 방문객을 제대로 대표하고 있는지에 대한 부분

: 기존 방문객 설문조사 표본 수는 총 115명으로, 춘천 원도심 8개 상권을 대표하기에 부족한 숫자

↳ 상권별 최소 30~40개의 표본을 가지고 판단할 수 있도록 표본 수 증가 필요

- 코로나19로 인한 성과공유회 불발

: 기존 계획상 춘천 원도심 8개 상권 상인 및 주민들 대상으로 워크숍 형태의 성과공유회를 진행하려 하였으나, 코로나19의 장기화로 사업 홍보 및 사업성과 공유의 기회 불발

↳ 2차년도 사업관계자 및 전문 패널들을 초청하여 성과공유를 할 수 있는 자리 기획 및 진행 필요



전년도 성과평가 결과에서 도출된 성과평가의 보완 필요성을 기초로, 개별사업별 성과평가를 위한 사전 가이드 제시 및 상권별 사례점포 조사, 상권별 방문객 조사 표본수 확대 등을 보완한 2차년도 사업성과 평가 보완

[1차년도(2021) 정량적 성과 지표 분석 주요 결과]

2021년 정량적 목표		
항목별 목표수치		
구분	현재수치	연차별 목표 1년차 (2021)
유동인구*	일평균 31,017명	3%
매출액*	월평균 983만원	2%
참여상인 만족도	-	3.5점 이상
방문객/주민만족도	-	3.5점 이상
친절도	-	3.9점 이상
전반적 매장청결도	-	3.9점 이상
브랜드 인지도	2차년도 대비증감	-
젠트리피케이션	-	임대료 동결 또는 5% 미만
교육 이수율	-	60%

* 유동인구/매출액 : 2020년 6월 기준, 상권정보시스템을 활용한 정보 수집

목표달성 평가

- 수치데이터 활용한 평가
- 참여상인 만족도, 방문객/주민만족도, 친절도, 전반적 매장청결도, 브랜드인지도는 설문조사로 DATA 생성
- 분석대상(수치데이터)
: 사업 대상권역
- **설문대상(만족도 등)**
: 사업권역 내 상인, 방문객



만족도 측정을 위한 설문조사			
조사개요			
<ul style="list-style-type: none"> • 설문대상 : 사업권역 내 8개 상권 소재 영업 중 점포이용객 ↳ 대상 점포 793개 • 조사일정 : 2021.11.17.~18. • 설문내용 : 방문객/주민만족도, 친절도, 전반적 매장청결도(9개 문항, 5점 척도) • 조사방식 : 구글(google) 설문양식을 활용한 대면조사 • 회수 : 115부(대상 점포의 14.5%) 			
상권명	영업 상점수	비중(%)	조사 점포수
합	793	100.0	115
브라운5번가	71	9.0	10
육림고개상점가	59	7.4	10
중앙시장	146	18.4	19
조운동	37	4.7	7
요선동	104	13.1	14
제일시장	132	16.6	18
지하상가	141	17.8	20
명동	103	13.0	17

내용구성	
구분	항목
특성	연령
	성별
상권	상권 구분
	접근성
	상품
만족도	시설
	정보제공·설명
친절도	고객대응
	주변환경
청결도	매장 내 상품, 서비스
	화장실
	기타의견



정량적 지표 성과 요약				
성과요약 : 1년차 지표에 해당하는 8개 지표 중 6개 달성				
구분	1년차 목표	2021년 성과	달성 여부	비고
유동인구	3%	일평균 1,982명	×	2020년 대비 -10.4%
매출액	2%	월평균 1,494만원	×	2020년 대비-29.6%
참여상인 만족도	3.5점 이상	4.62	○	91점(100점 기준) 교육만족도 조사
방문객/주민 만족도	3.5점 이상	3.88	○	-
친절도	3.9점 이상	3.97	○	-
전반적 매장 청결도	3.9점 이상	3.99	○	설문조사, 체크리스트 청결도 평균값
브랜드 인지도	-	-	-	2년차부터 측정
젠트리피케이션	임대료 동결 5% 미만	임대료 동결	○	2020년 대비 0.9%p 상승 지하상가 80% 유지
교육이수율	60%	100%	○	총 60명 이수

주1) 유동인구 : 소상공인진흥공단&상권정보시스템
 주2) 매출액 : 소상공인진흥공단&상권정보시스템
 주3) 참여상인 만족도 : 교육 만족도 조사 결과
 주4) 방문객/주민 만족도 : 대면조사 진행
 주5) 친절도 : 대면조사 진행
 주6) 전반적 매장 청결도 : 대면조사 및 상인 자가 체크리스트 진행 (관련교육을 이수한 24개 업소운영주)
 주7) 브랜드 인지도 : 사업 2년차에 진행
 주8) 젠트리피케이션 : 통계청 중대형 상가임대료
 주9) 교육이수율 : 교육 이수율

정량적 성과 종합	
<p>“코로나19 팬데믹사태 장기화 ↳ 오프라인 상권 위축”</p> <ul style="list-style-type: none"> -유동인구 감소 : 사회적 거리두기 영향으로 정확한 수치 판단 어려움(사업단 운영 단기) -매출액 감소 : 유동인구와 동일하게 사회적 거리두기 영향에 따른 특수상황에서의 매출액 ★ 코로나19 사태 안정, 위드코로나 등 개선 이후 영업여건 개선에 따른 달성 기대 	
<p>“높은 참여상인 만족도참여도 및 방문객/주민만족도 중상 이상”</p> <ul style="list-style-type: none"> -참여상인 만족도 : 참여상인 만족도 4.62점으로 가장 높은 수치 달성 (실질적 도움 측면에서 높은 평가) -교육이수율 : 총 60명 신청 전원 수료 -방문객/주민만족도 : 명동상권 높은 수준 vs 제일시장, 육림고개, 중앙시장은 평균 이하 ★ 사업지내 방문객/주민만족도 수준을 전반적으로 높이기 위해 상대적으로 낮은 상권의 물리적 환경여건 등 관리 필요 	
<p>“짧은 사업기간 대비 사업홍보 활발”</p> <ul style="list-style-type: none"> -상품홍보 및 인지도 : 설문조사, 이벤트 등을 통해 약 1,500여명에 대한 실질적 홍보 언론노출 등에서도 점진적 빈도 상승 ★ 사업단에서 실시한 5개의 세부사업을 통해 사업홍보 등에서 소정의 성과 	
<p>“공실률 상승과 임대료 동결 ↳ 상권활성화 위해 유지 필요”</p> <ul style="list-style-type: none"> -젠트리피케이션 : 코로나19영향으로 공실률의 지속적인 상승 지하상가의 80% 임대료 유지는 코로나19 안정시기까지 유지 필요 ★ 팬데믹사태 회복에 대비한 상생협약 등 자구책 강구 필요 	

02 2022년 춘천 원도심 상권르네상스사업 개괄

02-1. 2022년도 사업추진계획 및 경과

02-1. 2022년도 사업추진 계획 및 경과

- 2022년도 사업추진 계획
 - 3개 사업분야 10개 사업의 세부사업 추진 계획

추진전략	세부사업	2022년 추진
A Ontact 스마트상권	A1 스마트상권 통합시스템 구축 (온라인 마케팅 플랫폼)	•스마트상권 통합시스템 구축 및 운영관리
	A2 스마트상점 육성	•온라인몰 구축 및 운영 컨설팅
	A3 SNS스튜디오	•스튜디오 구축
	A4 브랜드 개발, 온·오프라인 마케팅	•마케팅 지원
B 오감만족 오락거리	B1 상권 통합축제 (문화예술공연)	•문화예술 축제 •축제 홍보
	B2 특화거리-영화의 거리	•작은영화제 운영
C Overcome 역량강화	C1 공동기획상품 개발	•특화먹거리 상품화 •시식품평회 운영
	C2 핵심포 선정, 홍보	•디자인, 마케팅 컨설팅 •환경개선 지원
	C3 상권 역량강화 (컨설팅, 상권자치 보조사업)	•상인역량강화아카데미 •상인역량강화아카데미 •디지털역량강화교육 •인문예술교실 •상인자치보조사업 •사업성과종합분석
	C4 창업교육, 인큐베이팅, 창업지원	•창업 아카데미 •예비창업자 컨설팅 지원
상권관리기구		•사업단 운영

○ ~2022년도 사업추진 경과

- 상권관리기구 구성 및 운영 경과(2020년~)

: 2021년 6월 (재)강원정보문화산업진흥원에 상권관리기구, 업무위탁을 시작으로 7월부터 상권관리기구 본격 운영

년	월	내용	
2020	05	재단 설립과 기 설립된 재단에 업무위탁 방안 비교검토	
	10	(재)마을자치지원센터 업무위탁 기본계획 수립	
2021	01	상권관리기구 변경 (재)강원정보문화산업진흥원 업무위탁 협의	
	04	상권르네상스사업단장(타운매니저) 채용	
	06	강원정보문화산업진흥원 업무협약 강원정보문화산업진흥원 업무위탁	
	07	전통시장 고객센터 사무실 임대 및 이용	
	08	통합시스템 인프라 및 환경분석, 시스템구축방안 도출 홍보용 브로셔 제작 8개 상권 상인 및 시민대상 설문조사	
	09	상권통합 CI, BI개발 대표 굿즈 및 캐릭터 상품 개발 사업 홍보 및 사업관리 강화를 위한 사업단 자문단 위촉	
	10	춘천 원도심 대표 네이밍 결정 상인역량강화아카데미, 워크숍, 자치보조사업지원 브라운5번가 특화거리 조성 지하도상가, 명동닭갈비 골목 ICT융복합 체험콘텐츠 진행 창업교육 공간 조성 강원정보문화산업진흥원 정관 개정	
	2022	03	제 1차 춘천 원도심 상권활성화추진협의회
		04	8개 상권 상인 대표회의(레고랜드 개장 관련)
		07	8개 상권 상인 대표회의(상권통합축제 개최방안) 12개 과제 수행사 통합 워크숍
08		성과분석을 위한 수행사 설문(안) 협의	
11		사업성과 종합분석 및 평가 통합시스템 구축 중간평가위원회 제 2차 춘천 원도심 상권활성화추진협의회	

- 2022년도 세부사업별 주요 추진실적

단위사업	주요 내용
춘천 원도심 스마트상권 통합시스템 구축 및 운영관리 용역	<ul style="list-style-type: none"> - 원도심 8개 상권 통합 홈페이지 및 쇼핑몰 구축 (봄나들거리.kr 1월 중순 오픈) - 매출매입 통계 제공 간편장부시스템 개발 - 상권 매출 및 고객 데이터 분석
스마트 상점 육성 및 온·오프라인 통합 마케팅 용역	<ul style="list-style-type: none"> - 온라인몰 입점 및 운영, 홍보 교육 - 점포 홍보 콘텐츠 제작 - 온라인몰 입점 지원 및 컨설팅 - 온라인 홍보 콘텐츠 1,200여 건 제작 - 언론 보도 150여건 - 상권 홍보 서포터즈 26명 운영
춘천 지하도상가 마케팅 전용 SNS 스튜디오 구축	<ul style="list-style-type: none"> - 지하도상가 중앙로 구역 사진 촬영 및 영상 스튜디오 구축 - 멀티비전 설치, 라이브커머스 연계 및 홍보 영상 송출
상권 통합축제 및 영화제 운영 용역	<ul style="list-style-type: none"> - 육림영화마실 운영 (시네마테라피 5회, 번사 공연 1회) - 상권별 특화 이벤트 추진 : 봄나들시장놀이 10회, 요선 금요마켓 2회, 조운별빛시장 2회, 닭갈비파티 3회, 북적북적어린이날 2회, 봄나들투어 3회, 가요페스타 2회, 걷기 페스타 1회, 이상한 나라의 앨리스 퍼레이드 2회, 댄스퍼레이드 20회 - 2만여 명 방문 및 참여
춘천시 브라운5번가 꽃의 거리 조성 화단 및 화훼 구입	<ul style="list-style-type: none"> - 화단 조성, 계절 꽃 식재 및 관리
대표 공동기획상품(특화 먹거리) 컨설팅 및 개발 용역	<ul style="list-style-type: none"> - 외식업소 메뉴컨설팅 9개 점포 - 패키지 및 포장재 개발 5개 점포 - 원도심 대표 특화 요리 개발 6종
핵점포 선정 및 환경개선 지원사업 용역	<ul style="list-style-type: none"> - 11개 핵점포 선정 및 환경개선 지원

단위사업	주요 내용
상인역량강화 교육 및 지원사업 용역	<ul style="list-style-type: none"> - 교육 및 컨설팅, 상인치유 프로그램, 선진지 견학 및 간담회 등 600여 명 참여 - 상인자치 공모사업, 5개 상인회 진행
춘천 원도심 상권르네상스사업 2차년도 사업성과 종합분석 및 평가 용역	<ul style="list-style-type: none"> - 22년 추진된 사업에 대한 정량·정성적 성과분석을 통한 장·단점, 개선사항 도출 및 향후 추진 사업에 반영
창업 인큐베이팅 및 창업공간 조성 용역	<ul style="list-style-type: none"> - 5개 점포 창업 인큐베이팅 및 공간 지원 - 6개 신규 창업자 마케팅 지원
춘천 원도심 우수점포 경영환경 디자인 개선 지원사업 용역	<ul style="list-style-type: none"> - 우수점포 환경개선 30개 점포
춘천 원도심 스마트상권 통합시스템 홍보 마케팅 운영 용역	<ul style="list-style-type: none"> - 22년 구축된 스마트상권 통합시스템 홍보를 통한 점포주 입점 및 소비자 이용 확대
2022년 춘천 원도심 스토리보드 제작 용역	<ul style="list-style-type: none"> - 우수점포 이야기 현판 지원 40개 점포
전통시장 노포와 함께하는 소상공 견학 프로그램 운영 용역	<ul style="list-style-type: none"> - 중앙시장, 제일시장 상인 참여 - 타 상권 모범사례 답사를 통한 점포주 자신감 회복 및 업종 전환 인식 부여
춘천 원도심 상권르네상스사업 권역 내 외식업소 지도 및 콘텐츠 제작 용역	<ul style="list-style-type: none"> - 춘천 원도심 내 영업 중 외식업소 조사 데이터 구축(외식업소 사진 촬영 포함) - 외식업소 먹거리 지도 제작 및 주요 관광지 배포

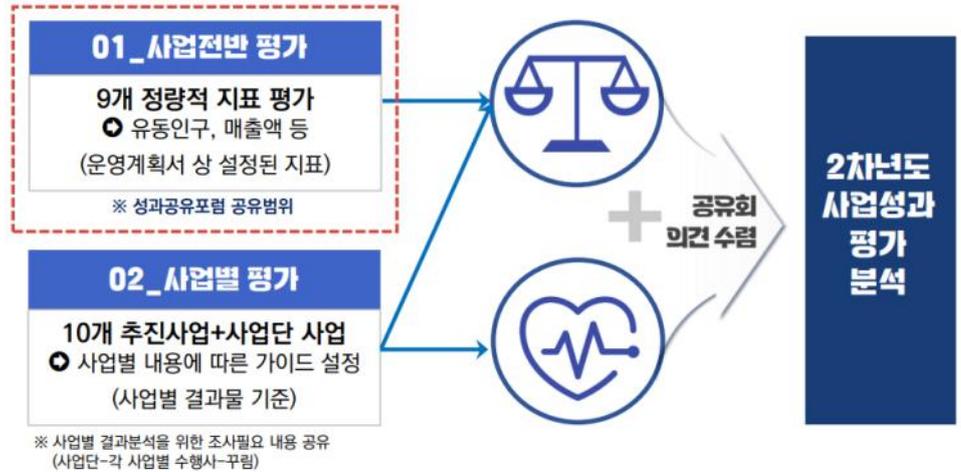
03 사업성과분석 지표 및 방식

03-1. 평가보완 및 전체사업 정량지표 평가

03-2. 사업별 성과지표

03-1. 평가보완 및 전체사업 정량지표 평가

○ 2차년도 성과평가 보완



- 전년도 성과평가 결과에 따른 보완을 위해, 정량적 성과평가를 위한 방문객조사 표본확대 및 사례점포조사(상권르네상스사업 참여 점포 대상) 등 실시하고, 성과평가 공유포럼을 거쳐 최종적인 성과평가 결과를 정리

○ 춘천 원도심 상권르네상스사업의 정량적 지표(목표)

- 사업의 성과 창출을 위해 유동인구, 매출액 DATA 수집을 통한 정량지표를 관리하고 세부사업 운영 간 만족도, 친절도, 인지도 등 설문조사를 통해 사업효과를 지속적으로 모니터링

구 분	현재수치	연차별 목표					최종 목표
		1년차 (2021)	2년차 (2022)	3년차 (2023)	4년차 (2024)	5년차 (2025)	
유동인구*	일평균 31,017명	3%	4%	5%	5%	6%	연평균 6%
매출액**	월평균 983만원	2%	2%	3%	3%	4%	연평균 4%
참여상인 만족도	-	3.5점 이상	3.5점 이상	3.7점 이상	3.7점 이상	4.0점 이상	4.0점 이상
방문객/주민 만족도	-	3.5점 이상	3.7점 이상	3.7점 이상	3.9점 이상	4.0점 이상	4.0점 이상
친절도	-	3.9점 이상	4.0점 이상				
전반적 매장청결도	-	3.9점 이상	4.0점 이상				
브랜드 인지도	2차년도 대비증감	-	10%	15%	20%	20%	연평균 20%
젠트리피케이션	-	임대료 동결 또는 5% 미만					
교육 이수율	-	60%	65%	70%	70%	80%	80%

* 유동인구 : 2020년 6월, 상권정보시스템을 활용한 정보수집

** 매출액 : 2020년 6월, 상권정보시스템을 활용한 정보수집

○ 정량적 목표 달성 평가

- 각 항목별 당해연도 달성여부를 기 구축된 통계로 측정가능한 수치적 데이터를 이용하여 분석하여 평가
- 참여상인 만족도, 방문객/주민 만족도, 친절도, 전반적 매장 청결도, 브랜드인지도는 설문조사를 통해 DATA 생성
 - 분석대상(수치데이터) : 상권르네상스사업 대상권역
 - 설문대상(만족도 등) : 상권르네상스사업 내 상인, 방문객 등

○ 정량적 목표 측정을 위한 자료활용

- 정량적 분석을 위해 활용이 가능한 기초 DATA

2차년도 추가

유동인구	매출액	젠트리피케이션	참여상인 만족도	방문객 만족도	매장 청결도	친절도	브랜드 인지도	교육 이수율
상권정보시스템		부동산 통계정보 시스템	사업별 참여상인 설문조사	방문객 설문조사				상인교육 이수율

+ 점포 사례조사(N=46)

점포사례조사를 통한 지표 값 보완

- 유동인구, 매출액, 젠트리피케이션 사업대상지 상세 데이터 값 구득 어려움
- 사업대상지 내 영업 중인 상인들이 체감하는 상권 내 유동인구 등에 대한 의견

○ 사업에 참여한 50개 점포 대상 (조사원면접조사/2022.11.01-11.04)



방문객설문(N=330)

- 사업대상지 8개 상권 내 점포 이용객
- 2022.11.09.-13.(5일간)
- 브랜드인지도, 방문객/주민만족도, 친절도, 매장청결도 관련 18문항
- 구글 설문양식을 활용한 조사원 면접조사

- 춘천 원도심 상권활성화사업의 정량적 목표별 DATA측정

구분	유동인구	매출액	참여상인 만족도	방문객 주민 만족도	친절도	전반적 매장 청결도	브랜드 인지도	젠트리피케이션	교육 이수율
측정 DATA	상권정보 시스템	상권정보 시스템	설문조사	설문조사	설문조사	설문조사	설문조사	부동산통계 정보시스템	교육진행 결과

※'브랜드인지도'는 2년차부터 성과분석 실시

- 2차년도의 경우 새롭게 브랜드인지도 항목이 추가되고, 기존 측정 데이터값을 보완하고자 점포 사례조사(N=46) 및 방문객 설문(N=330)을 추가하여 보완

○ 원도심 상권 점포 사례조사(전년도 보완)

- 기존 정량적 성과지표는 9개로, 기존 통계자료 활용 및 설문조사 등을 통해 대부분 측정 가능하나 상권정보시스템으로 상세 데이터값 구득 어려움이 있어 보완하기 위해 결정

구분	내용	비고
조사목적	유동인구, 매출액, 젠트리피케이션의 경우 상권정보에 대한 상세 데이터값의 구득 어려움	
설문대상	사업권역 내 8개 상권 소재 영업 중 점포 50개	
조사일정	2022.11.01.~04.(4일간)	
설문내용	유동인구 증감, 시간대, 요일/ 매출액 증감, 만족도/ 임대료 증감, 만족도	7개 문항
조사방식	설문지를 활용한 대면조사	
설문회수	총 46부	4개 제외

상권명	참여 점포 수	비중(%)	조사 점포수
합	50	100.0	46
중앙시장	11	22.0	10
조운동	8	16.0	8
브라운5번가	3	6.0	3
요선동	8	16.0	7
지하상가	10	20.0	9
명동	6	12.0	5
육림고개상점가	4	8.0	4

주 1. 제일시장 제외

• 설문구성 내용

구분	키워드	설문내용
유동 인구	증감	1-1. 방문객이 작년과 비교하였을 때 어느정도 늘었다고 생각하십니까? 대략적으로 답변 부탁드립니다. - +()% 증가 / -()% 감소
	시간대	1-2. 방문객이 가장 많이 방문하는 시간대는 언제입니까? - (~)시
	요일	1-3. 방문객이 가장 많이 방문하는 요일은 언제입니까? - ()요일
매출액	증감	2-1. 작년과 비교하였을 때 매출액 상승이 있었습니까? 있었다면 대략적으로 답변 부탁드립니다. - +()% 상승 / -()% 하락
	만족도	2-2. 작년과 비교하였을 때 현재 매출에 만족하십니까? - 매우 불만족(1점) ~ 매우 만족(5점)
임대료	증감	3-1. 작년(이전)과 비교하였을 때 임대료 상승이 있었습니까? 있었다면 대략적으로 답변 부탁드립니다. - +()% 상승 / -()% 하락
	만족도	3-2. 작년(이전)과 비교하였을 때 현재 임대료에 만족하십니까? - 매우 불만족(1점) ~ 매우 만족(5점)
	기타의견	4-1. 기타의견 - 주관식



[점포 사례조사 실시(2022.11.01.-04.)]

○ 만족도 등 측정을 위한 설문조사(전년도 보완)

구분	내용	비고
설문대상	사업권역 내 8개 상권 소재 영업 중 점포이용객	
조사일정	2022.11.09.~13.(5일간)	
설문내용	브랜드인지도, 방문객/주민 만족도, 친절도, 매장청결도	17개 문항
조사방식	구글 설문 양식을 활용한 대면조사	
설문회수	총 330부	상권별 최소30부

상권명	주요업종	영업 상점 수	비중(%)	조사 수
합	-	1,073	100.0	330
브라운5번가	도소매업	94	9.6	40
육림고개상점가	요식업	59	6.0	30
중앙시장	도소매업	161	18.2	50
조운동	요식업	61	3.7	30
요선동	요식업	122	10.5	40
제일시장	도소매업	160	12.7	40
지하상가	도소매업	295	28.8	60
명동	도소매업	121	10.4	40



[만족도 등 측정을 위한 설문조사 실시(2022.11.09.-13.)]

• 설문구성 내용

구분	키워드	설문내용
특성	연령	0-1. 귀하의 연령은 어떻게 되십니까? - 10대 ~ 60대 이상
	성별	0-2. 귀하의 성별은 어떻게 되십니까? - 남자, 여자, 기타
상권	상권 구분	1-1. 현재 어느 상권을 이용하고 계십니까? - 8개 상권 중 현재 위치
	이용 빈도	1-2. 주로 이용하는 상권을 선택해주세요. - 8개 상권 중 최대 3개 선택
브랜드 캐릭터 인지도	브랜드 인지도	<p>추억이 문화가 되는, 춘천 봄나들거리.</p> <p><small>춘천 원도심을 찾는 모든 이들이 나고 들어 순환하는 구조로서 활기찬 상권의 형상을 표현하였고 춘천을 대표하는 중심 상권과 상인과 시민, 그리고 관광객들의 소통을 담아낸 디자인입니다.</small></p> 
	인지 경로	2-1. 춘천 상권 브랜드인 봄나들거리를 들어보신 적 있으십니까? - 있다, 없다
	인지 경로	2-2. 들어보셨다면, 봄나들거리는 어떻게 알게 되셨습니까? - SNS, 언론, 여행사, 관광안내소, 기타
	캐릭터 인지도	<p>춘천의 문화를 전달하고 소통하는 다봄이.</p> <p><small>춘천 원도심을 순환하는 물방울로서 자유분방함과 깊은 감정으로 상인과 지역주민, 관광객들에게 즐거움 추억을 전달하고 활발하게 소통하여 춘천이 활력과 매력의 넘치는 문화의 도시로 인식시키는 캐릭터 디자인입니다.</small></p> 
만족도	인지 경로	2-3. 춘천 상권 캐릭터인 다봄이를 들어보신 적 있으십니까? - 있다, 없다
	인지 경로	2-4. 들어보셨다면, 다봄이는 어떻게 알게 되셨습니까? - SNS, 언론, 여행사, 관광안내소, 기타
	접근성	3-1. 접근성은 얼마나 만족하십니까? - 매우 불만족 ◀→ 매우 만족(5점 척도)
	상품	3-2. 판매되고 있는 상품은 얼마나 만족하십니까? - 매우 불만족 ◀→ 매우 만족(5점 척도)
정보제공·설명	시설	3-3. 고객 편의시설은 얼마나 만족하십니까? - 매우 불만족 ◀→ 매우 만족(5점 척도)
	정보제공·설명	3-4. 상권정보 제공 및 설명은 얼마나 만족하십니까? - 매우 불만족 ◀→ 매우 만족(5점 척도)
친절도	고객대응	4. 상인들의 고객 대응은 얼마나 만족하십니까? - 매우 불만족 ◀→ 매우 만족(5점 척도)
청결도	주변환경	5-1. 주변 환경의 청결상태는 얼마나 만족하십니까? - 매우 청결하지 않다 ◀→ 매우 청결하다(5점 척도)
	매장 내 상품, 서비스	5-2. 상품과 식기류(음식점) 등의 위생상태는 얼마나 만족하십니까? - 매우 청결하지 않다 ◀→ 매우 청결하다(5점 척도)
	화장실	5-3. 점포 내 화장실 등 청결상태는 얼마나 만족하십니까? - 매우 청결하지 않다 ◀→ 매우 청결하다(5점 척도)
기타의견	기타의견	6. 춘천 원도심 상권에 문제점이나 불편한 점, 개선이 필요한 점 등에 대해 자유롭게 말씀해 주세요. - 주관식

03-2. 사업별 성과지표

- 성과지표 재정립을 위한 사업별 조사 가이드 제시(전년도 보완)
 - 사업별 보다 구체적인 평가를 위한 성과분석 지표의 보완 필요로, 사업별 수행사에서 정량적·정성적 성과조사 실시
 - 사업별로 성과에 대한 부분을 확인할 수 있도록 사업별 수행내용에 적합한 조사항목을 설정하여 조사하고, 사업별 결과보고에 포함하도록 하여 사업별 성과분석에 내실을 기함

[사업별 성과분석을 위한 조사항목 설정 및 조사과정]

단계	내용	담당
① 조사항목 작성	사업별 내용에 적합한 조사항목 작성	사업별 수행기관 → 꾸림
② 항목검토 및 수정	①의 초안의 항목 검토 및 수정	사업단 ↔ 꾸림
③ 조사내용 확정	②의 수정안을 기초로 조사내용 최종 점검·확정	꾸림 ↔ 사업별 수행기관
④ 조사실시	확정된 조사내용으로 각 사업별 조사실시	사업별 수행기관
⑤ 결과분석	조사결과의 처리·분석 및 결과물 전달 (사업별 결과보고서에 반영)	사업별 수행기관 → 사업단/꾸림

- 사업별 성과분석을 위한 조사가이드 제시
 - : 용역형태로 발주된 사업의 과업지시서 및 과업추진계획서를 기초하여, 성과분석을 위해 활용이 가능한 기초자료를 검토
 - : 이를 기초로, 각 사업별 성과분석에 활용가능한 정성, 정량의 사업 평가 가이드를 제시하고, 각 수행기관과의 협의를 통해 최종적인 조사내용을 확정
 - : 교육, 컨설팅 축제 등을 주 내용으로 하는 사업에 맞춰 추진 계획을 확인 후 성과분석에 반영될 수 있도록 정량적·정성적 조사 가이드 제시

[2022 추진 사업별 성과분석을 위한 조사가이드 및 필요조사]

NO	용역명	성과분석을 위한 활용가능한 기초자료	필요조사	
1	스마트상권 통합시스템 구축 및 운영관리 용역	정량	시스템 만족도 조사 결과 수치 (접근성, 적절성, 효과 및 보완점 등)	교육 만족도
		정성	중간평가위원회 결과 정성적 의견	
2	스마트상점 육성 및 온·오프라인 통합 마케팅	정량	①역량진단, 교육, 1:1멘토링 각 운영실적 및 참여자 수 ②서포터즈 활동실적(정량적 실적)	교육/ 컨설팅 만족도
		정성	교육 및 멘토링 참여자 만족도 (과정, 구성 효과 및 보완점)	
3	마케팅 전용 SNS 스튜디오 구축 공사 실시설계 용역	정량	조사 필요치 않음	-
		정성	조사 필요치 않음	
4	상권 통합축제 및 육림고개 영화제 운영	정량	①축제 및 영화제 화차별 방문객(참여자) 수 ②방문객 만족도 조사결과 수치	S/W 운영 만족도
		정성	참여자 만족도(인지도, 구성, 진행, 효과 및 보완점) ※ 프로그램/ 화차별 약 20부 정도 조사	
5	창업 인큐베이팅 및 창업공간 조성 용역	정량	①참여자 수(교육, 경진대회) ②만족도 조사결과 수치	교육 만족도
		정성	①창업공간 조성 관련 자문 의견(정성적) ②교육 참여자 만족도(과정, 구성, 효과 및 보완점)	
6	대표 공동기획상품 (특화 먹거리) 컨설팅 및 개발 용역	정량	①컨설팅 참여 점포(상인) 수 ②만족도 조사결과 수치	교육 만족도
		정성	①음식점 메뉴 개선, 가공식품 개발 : 참여 점포 만족도(과정, 구성, 효과 및 보완점 등) ②원도심 대표 먹거리 상품 : 고객 만족도(먹거리 평가)공통교육/ 컨설팅 및 품 평회/ 자문 의견(정성적)	
7	핵점포 선정 및 환경 개선 지원사업 용역	정량	①소통창구 상담실적(건수) ②상담 만족도 조사 결과 수치	교육/ 컨설팅 만족도
		정성	①참여자 만족도(과정, 구성, 효과 및 보완점) ②소통창구/ 컨설팅/ 자문 의견(정성적)	
8	상인역량강화 교육 및 지원사업 용역	정량	①교육 참여인원(회차별) ②만족도 조사결과 수치	교육/ 컨설팅 만족도
		정성	교육 참여자 만족도 중 정성적 의견 등	

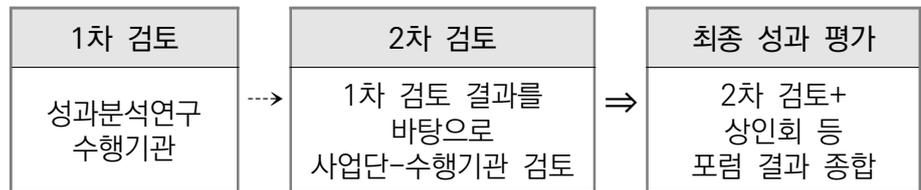
○ 사업별 성과지표 설정

- 2단계 3개 지표를 설정하여 개별 사업별 성과 측정
- **집행** : 사업관리 적절성(예산집행, 사업운영 관련) ↳ 30점
- **결과** : 목표달성(시설조성, 교육진행, 용역진행 등) ↳ 50점
사업성과 우수성(성과우수성, 전략에 기여 등) ↳ 20점

단계	성과항목	성과지표
집행	사업관리의 적절성(1)	•[일반]예산이 계획대로 집행되었는가? [R&D]사업이 효율적으로 운영되고 있는가? (30점)
결과	목표달성 및 성과 우수성(2)	•계획된 목표는 달성하였는가?(50점) •[일반]사업의 성과는 우수한가? [R&D]사업이 상위전략 및 프로그램 목표 달성에 기여하고 있는가? (20점)

○ 성과 평가 방법

- 성과항목별 지표에 대해 각 세부사업별 자체평가를 통한 평가



[사업별 성과지표 측정 가이드]

집행	성과지표	1-1. 예산이 계획대로 집행되었는가?(30점)									
	측정방법	<p><input type="checkbox"/> 집행실적 제고를 위한 노력 및 실적을 확인하여 4단계로 점수부여</p> <p style="text-align: center;">〈 4단계 배점 방법 〉</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center;">답변</td> <td style="text-align: center;">“아니요”</td> <td style="text-align: center;">“어느 정도”</td> <td style="text-align: center;">“상당한 정도”</td> <td style="text-align: center;">“예”</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">배점</td> <td style="text-align: center;">13~17</td> <td style="text-align: center;">18~22</td> <td style="text-align: center;">23~27</td> <td style="text-align: center;">30</td> </tr> </table> <p>① 예(30점) : 집행계획에 따라 예산이 100% 정상 집행된 경우 ② 상당한 정도(25점 기본) : 낙찰차액, 경상경비절감 등 정상집행으로 간주되는 사항을 제외하고 집행률이 95% (실집행 85%) 이상인 경우 ③ 어느 정도(20점 기본) : 낙찰차액, 경상경비절감 등 정상집행으로 간주되는 사항을 제외하고 집행률이 70~95% (실집행 60~85%) 수준인 경우 ④ 아니요(15점 기본) : 낙찰차액, 경상경비절감 등 정상집행으로 간주되는 사항을 제외하고 집행률이 70%(실집행 60%) 미만인 경우</p> <p><input type="checkbox"/> 근거자료 : 예산집행 현황자료</p> $\text{집행률(\%)} = \frac{\text{사업비 현액 집행실적}}{\text{사업비 현액}} \times 100$	답변	“아니요”	“어느 정도”	“상당한 정도”	“예”	배점	13~17	18~22	23~27
답변	“아니요”	“어느 정도”	“상당한 정도”	“예”							
배점	13~17	18~22	23~27	30							
결과	성과지표	2-1. 계획된 목표는 달성하였는가?(50점)									
	측정방법	<p><input type="checkbox"/> 성과목표의 달성 정도를 고려하여 점수 부여</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 만점기준에 목표달성률(목표대비 실적)을 곱하여 최종점수 산정 $\text{성과지표별 목표달성률(\%)} = \frac{\text{달성 실적}}{\text{목표량(건수/개소)}} \times 100$ <p><input type="checkbox"/> 목표달성률에 따라 만점 기준을 50/45/40/39점으로 구분</p> <p>① 50점 : 목표달성률 100% ② 45점 : 목표달성률 90%~99% ③ 40점 : 목표달성률 80%~89% ④ 39점 : 목표달성률 80% 미만</p>									
	성과지표	2-2. 사업의 성과는 우수한가?(20점)									
측정방법	<p><input type="checkbox"/> 사업성과에 대한 정성적 판단에 기초한 우수성</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 사업결과에 대한 사업참여자/상인/주민 등 만족도 등을 기초 <p><input type="checkbox"/> 우수성 정도에 따라 20/16/12/8점으로 구분</p> <p>① 20점 : 참여자 만족도 등 우수성을 인정할 수 있는 점수 80점 이상 ② 16점 : 참여자 만족도 등 우수성을 인정할 수 있는 점수 70~79점 ③ 12점 : 참여자 만족도 등 우수성을 인정할 수 있는 점수 60~69점 ④ 8점 : 참여자 만족도 등 우수성을 인정할 수 있는 점수 60점 미만</p>										

04 2022년도 사업성과 분석

04-1. 정량적 지표의 성과

04-2. 사업별 성과_Ontact 고객과 다방향 소통

04-3. 사업별 성과_오감만족 오락거리

04-4. 사업별 성과_Overcome 상권역량강화

04-5. 사업별 성과_추가과업

04-1. 정량적 지표의 성과

- 2022년도 춘천 원도심 상권르네상스사업의 정량적 성과
 - 5개년 동안 정량적 성과관리를 위한 지표설정을 기초로 2년차 정량적 성과달성 분석(상권르네상스사업 운영계획서)

구분	2년차 목표	2022년 성과	달성 여부	비고
유동인구	4%	일평균 3,519명	○	2021년 대비 77.5%↑
매출액	2%	월평균 1,917만원	○	2021년 대비 28.3%↑
참여상인 만족도	3.5점 이상	4.58	○	90점(100점 기준) 교육만족도 조사
방문객/주민 만족도	3.7점 이상	3.76	○	2021년 대비 0.12점↓
친절도	4.0점 이상	4.04	○	2021년 대비 0.07점↑
전반적 매장 청결도	4.0점 이상	4.09	○	2021년 대비 0.10점↑
브랜드 인지도	10%	21.1%	○	브랜드 19.7% 캐릭터 22.4%
젠트리피케이션	임대료 동결 5% 미만	임대료 동결	○	2021년 대비 -0.5점 하락 자하상가 80% 감면 유지
교육이수율	65%	66.3%	○	총 711명 이수

주1) 유동인구 : 소상공인진흥공단_상권정보시스템&점포 사례조사 진행

주2) 매출액 : 소상공인진흥공단_상권정보시스템&점포 사례조사 진행

주3) 참여상인 만족도 : 교육 만족도 조사 결과

주4) 방문객/주민 만족도 : 대면조사 진행

주5) 친절도 : 대면조사 진행

주6) 전반적 매장 청결도 : 대면조사 진행

주7) 브랜드 인지도 : 대면조사 진행

주8) 젠트리피케이션 : 통계청_소형 상가임대료&점포 사례조사 진행

주9) 교육이수율 : 교육 이수율

- **유동인구(달성)**

- : 일평균 1,982명(21.08. 기준)이었던 유동인구가 3,519명(22.08. 기준)으로 1,537명 상승(77.5%)하였는데, 코로나19에 따른 사회적 규제가 점차 풀리며 상권 내 유동인구가 서서히 회복되는 것으로 파악됨

- **매출액(달성)**

- : 월평균 1,494만원(21.08. 기준)이었던 매출액이 1,917만원(22.08. 기준)으로 423만원 증가(28.3%)하였는데, 역시 코로나19에 따른 사회적 규제가 서서히 풀린 영향으로 파악됨

- **참여상인 만족도(달성)**

- : 교육내용, 강사, 수업지원, 만족도 크게 4가지 11개 문항으로 금년에 진행된 상인역량강화교육 및 지원사업 교육만족도 조사 데이터 분석

- : 만족도 전체 평균 4.58점(5점 척도기준), 90점(100점 기준)

- : 상권 내 점주들에게 높은 점수로 좋은 평가를 받았으며, 이는 반응이 호의적으로 지속적인 사업 기대감 상승으로 이어짐

- **방문객/주민 만족도/친절도/매장 청결도/브랜드인지도(달성)**

- : 만족도, 친절도, 청결도, 브랜드인지도 크게 4가지 18개 문항으로 금년에 진행된 정량적 목표 측정을 위한 설문조사 데이터 분석

- : 만족도 전체 평균 3.76점(5점 척도기준), 69점(100점 기준)

- : 친절도 전체 평균 4.04점(5점 척도기준), 76점(100점 기준)

- : 청결도 전체 평균 4.09점(5점 척도기준), 77점(100점 기준)

- : 브랜드 및 캐릭터 인지도 전체 평균 21.1%로 2차년도에 첫 조사 진행

- : 상인역량강화교육 이후 측정된 결과로 보통 이상의 높은 점수를 보여주며, 지속적인 사업을 통해 꾸준함 유지 필요

- **젠트리피케이션(달성)**

- : 상가 임대료가 14.9천원/㎡(21.Q3 기준)에서 14.8천원/㎡(22.Q3 기준)으로 지속적인 보합세(-0.1천원/㎡)

- : 지하상가의 경우 ~23년까지 임대료 전체 80% 유지

- **교육이수율(달성) - 총 711명 이수(이수율 66.3%)**

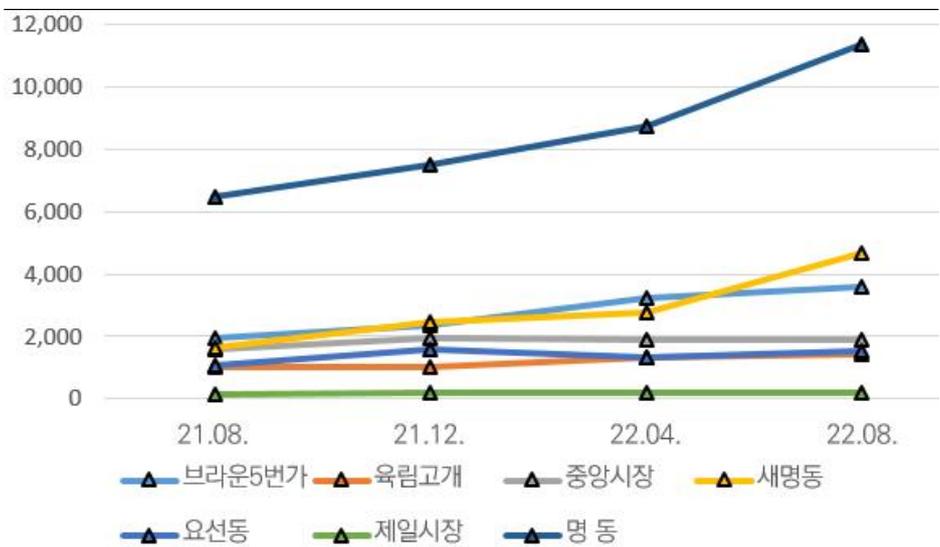
- : 총 5개 사업 8개의 교육 프로그램 총 711명 수료

① 유동인구, 매출액, 젠트리피케이션

• 월별 일 평균 유동인구

: 전체 상권 중 명동상권의 유동인구가 6,484명(21.08.)에서 11,360명(22.08.)으로 75.2%가 증가하여 전체 상권 중 가장 많았으며, 조운동의 경우 1,631(21.08)명에서 4,654명(22.08.)으로 185.3%가 증가하여 가장 큰 폭으로 상승

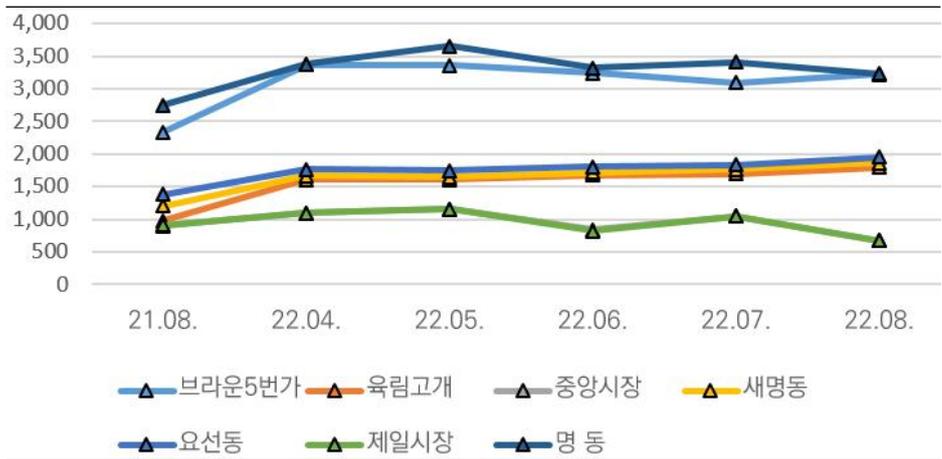
: 위드코로나 이후 모든 상권 전반적 상승세



유동인구(명)	전년도		2차년도		증감율(%)
	21.08.	21.12.	22.04.	22.08.	
전체(평균)	1,982	2,438	2,786	3,519	77.5
브라운5번가	1,944	2,350	3,220	3,581	84.2
육림고개	1,042	1,042	1,342	1,449	39.1
중양시장	1,579	1,932	1,910	1,900	20.3
조운동	1,631	2,475	2,775	4,654	185.3
요선동	1,066	1,584	1,308	1,517	42.3
제일시장	131	195	179	174	32.8
명 동	6,484	7,489	8,771	11,360	75.2

• 점포당 월평균 매출액

- : 전체 상권 중 명동상권의 매출액이 3,235만원(22.08.)으로 가장 매출이 많은 상권이며, 브라운5번가 3,224만원(22.08.) 순으로 평균보다 높음
- : 육림고개의 경우 작년 981만원에서 1,794만원(22.08.)으로 82.9% 상승세이나, 청년몰의 계약종료로 대책 수립 필요
- : 제일시장의 경우 913만원(21.08)에서 669만원(22.08.)으로 -26.7% 가장 큰 하락세
- : 요식업 상권 평균 59.6% 증가 그 외 상권 1.2% 증가로 위드코로나 이후 상권 회복추세로 보여짐



구분	전년도	2차년도					증감율(%)
	(단위:만원) 21.08.	22.04.	22.05.	22.06.	22.07.	22.08.	
전체(평균)	1,494	1,998	2,047	1,917	1,985	1,917	26.2
브라운 5번가	2,336	3,370	3,362	3,238	3,096	3,224	38.0
육림고개	981	1,610	1,608	1,676	1,698	1,794	82.9
중앙시장	895	1,096	1,155	836	1,047	678	-24.2
조운동	1,202	1,665	1,645	1,715	1,766	1,864	55.1
요선동	1,386	1,764	1,745	1,804	1,830	1,954	41.0
제일시장	913	1,099	1,154	825	1,050	669	-26.7
명 동	2,748	3,382	3,658	3,324	3,406	3,235	17.7

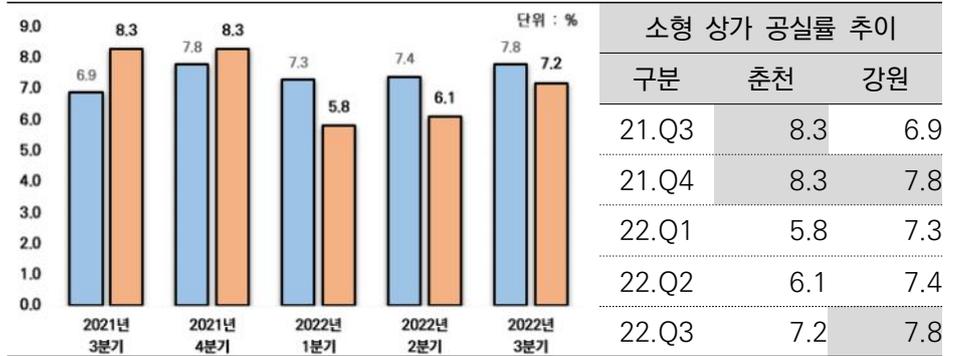
• 점포당 젠트리피케이션

[춘천 소형 상가 공실률 추이]

: 공실률은 8.3%(21.Q3)에서 현재 7.2%(22.Q3)로 -1.1%p 하락

: 현재 춘천은 7.2%로 강원 전체 7.8%와 -0.6%차이

*원주 공실률 9.7%로 최대

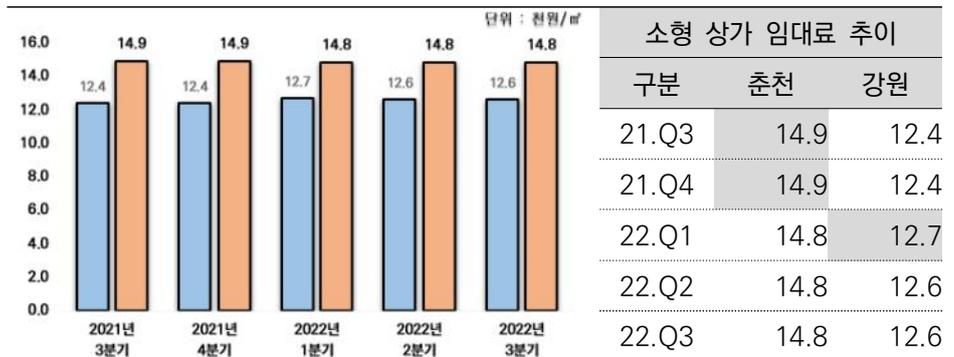


[춘천 소형 상가 임대료 추이]

: 21년 3분기 춘천의 임대료는 14.9천원/m²에서

현재 14.8천원/m²로 보합세(-0.1천원/m²)

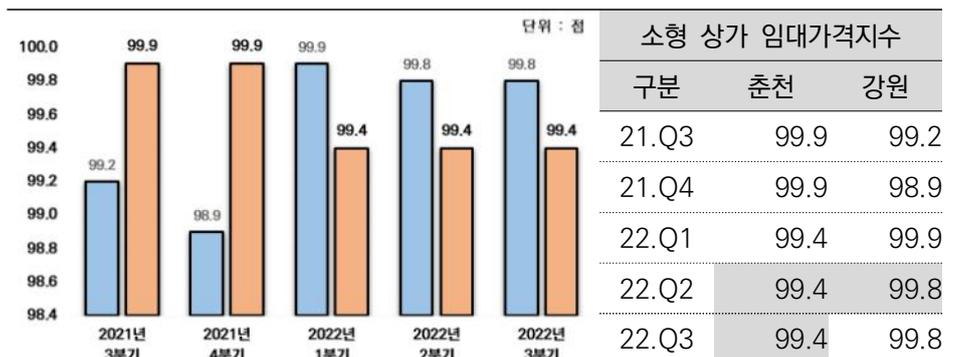
*원주(16.8) > 춘천(14.8) > 강릉(13.3)



[춘천 소형 상가 임대가격지수]

: 21년 3분기의 임대가격지수는 99.9점에서 현재 99.4점으로

지속적인 감소세(-0.5점)



• 점포 사례조사

[설문조사 추진개요 및 일정]

- : 유동인구, 매출액, 젠트리피케이션의 경우 상권정보에 대한 상세 데이터값의 구득 어려움
- : 사업권역 내 8개 상권 소재 영업 중 사례조사를 신청한 점포 50개 조사
- : 일정(2022. 11. 01. ~ 04.)

[배포 및 회수]

- : 대면조사 및 회수
- : 전년도 사업에 참여한 50개 점포를 산정하였으나, 점포영업 일정 등으로 총 46개 점포로 확정

상권명	참여 점포 수	비중(%)	조사 점포수
합	50	100.0	46
중앙시장	11	22.0	10
조운동	8	16.0	8
브라운5번가	3	6.0	3
요선동	8	16.0	7
지하상가	10	20.0	9
명동	6	12.0	5
육림고개상점가	4	8.0	4

주1 : 제일시장 제외

[조사내용]

키워드	설문 내용
유동인구	증감, 시간대, 요일
매출액	증감, 만족도
임대료	증감, 만족도

[설문회수 결과]

- : 대면조사를 이용한 설문조사 합계 46부 회수

[응답 점포 일반현황]

- : 응답 점포는 총 46개소로, 외식업이 26개소로 약 56.5%를 차지
- : 업력별로는 0~4년 37.0%, 20년 이상 32.6%, 순
- : 상권으로는 중앙시장 응답 점포가 21.7%로 가장 많았으며 지하상가 19.6% 순

(단위: 명,%)

구분		N	%
업종	외식업	26	56.5
	판매 및 서비스업	20	43.5
	합계	46	100.0
업력	0~4년	17	37.0
	5~9년	5	10.9
	10~14년	5	10.9
	15~19년	4	8.7
	20년 이상	15	32.6
	합계	46	100.0
상권	요선동	7	15.2
	명동	5	10.9
	지하상가	9	19.6
	조운동	8	17.4
	브라운5번가	3	6.5
	중앙시장	10	21.7
	육림고개	4	8.7
	합계	46	100.0

- : 점포 사례조사 신청을 통해 설문 조사를 진행한 만큼 점포가 많은 중앙시장과 지하상가가 사업에 대한 의지가 높다고 볼 수 있음

[점포 사례조사 유동인구 부문]

: 상인이 체감하는 유동인구 증감 분석 결과, 전년도와 비교하였을 때 평균 1.3% 증가로 거의 차이가 없는 것으로 나타남

(단위: 명,%)

구분	-25% 이하	-6%~ -24%	0 (+-5%)	6%~ 24%	25% 이상	합계	평균
유동인구	13	4	4	19	6	46	1.3%
인구	28.3	8.7	8.7	41.3	13.0	100.0	
증감	┌ 37.0 ┐			┌ 54.3 ┐			

: 방문객들이 주로 방문하는 시간대에 대한 조사결과, 오전 및 점심 시간대는 58.8%로 가장 많은 것으로 나타나고, 이에 비해 저녁 시간대는 19.5%로 39.3%p의 큰 차이를 보임

※ 2차년도에 실시한 점포 사례조사의 경우, 오전에 활동하시는 어르신이 주요고객인 중앙시장 표본이 21.7%로 가장 많아 오전 및 점심시간에 편중되어 있음

(단위: 명,%)

구분	08시~ 10시	11시~ 13시	14시~ 16시	17시~ 19시	20시~ 22시	합계	최다
방문	0	27	10	7	2	46	11시~ 13시
시간대	0	58.8	21.7	15.2	4.3	100.0	
	┌ 58.8 ┐			┌ 19.5 ┐			

: 방문객들이 주로 방문하는 요일에 대한 조사결과 토요일은 40.9%로 상권 방문이 가장 많은 요일로 나타나고, 이에 비해 같은 주말인 일요일의 경우 4.5%로 36.4%p 큰 차이를 보임

※ 지하도상가 화요일 휴무/중앙시장, 조운동, 요선동의 경우 일요일 휴무로 화요일/일요일의 경우 다른 요일에 비해 상대적으로 낮은 수치를 보임

(단위: 명,%)

구분	월	화	수	목	금	토	일	합계	최다
방문	7	2	4	3	8	18	2	44	토요일
요일	16.0	4.5	9.1	6.8	18.2	40.9	4.5	100.0	
	┌ 54.6 ┐					┌ 45.4 ┐			

[점포 사례조사 매출액 부문]

: 상인 체감 매출액 증감 분석 결과, 전년도와 비교하였을 때 평균 -0.5% 하락으로 거의 차이가 없는 것으로 나타남

(단위: 명,%)

구분	-25% 이하	-6%~-24%	0 (+-5%)	6%~24%	25% 이상	합계	평균
매출액 증감	7	6	8	22	3	46	-0.5%
	15.2	13.0	17.4	47.9	6.5	100.0	
	┌ 28.2 ┐			┌ 54.4 ┐			

: 점포 매출액 만족도 부분에서 평균 2.15점(5점척도 기준) 29점 (100점 기준)으로 매우 낮은 수준으로 나타남

(단위: 명,%,점)

구분	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	합계	평균
고객 대응	18	10	13	3	2	46	2.15
	39.1	21.8	28.3	6.5	4.3	100.0	
	┌ 60.9 ┐			┌ 10.8 ┐			

구분	N	매출액			만족도 평균	
		평균	최소	최대		
업종	외식	26	4.2%	-60.0%	30.0%	2.23
	판매/서비스	20	-6.8%	-50.0%	40.0%	2.05
업력	0~4년	17	-7.6%	-60.0%	30.0%	1.82
	5~9년	5	9.0%	0.0%	15.0%	2.60
	10~14년	5	12.0%	-30.0%	40.0%	3.20
	15~19년	4	-7.5%	-50.0%	20.0%	2.25
	20년 이상	15	2.0%	-40.0%	20.0%	2.00
상권	요선동	7	4.3%	-20.0%	20.0%	2.00
	명동	5	18.0%	10.0%	40.0%	2.80
	지하상가	9	-7.2%	-50.0%	30.0%	1.67
	조운동	8	9.4%	0.0%	20.0%	2.63
	브라운5번가	3	8.3%	5.0%	10.0%	3.00
	중앙시장	10	-4.5%	-50.0%	20.0%	2.20
	육림고개	4	-33.8%	-60.0%	15.0%	1.00

: 업종별 특징을 보았을 때 외식업보다 판매/서비스업의 만족도가 낮고 상권별로 보았을 때 육림고개의 만족도는 1.00점 최저로 대책 마련이 필요할 것으로 보임

[점포 사례조사 젠트리피케이션 부문(N=39)]

: 상인 체감 임대료 증감 분석 결과 전년도와 비교하였을 때 평균 1.3% 상승으로 거의 차이가 없는 것으로 나타남

(단위: 명,%)

구분	-25% 이하	-6%~ -24%	0 (+-5%)	6%~ 24%	25% 이상	합계	평균
체감 임대료 증감	0	1	33	5	0	39	1.3%
	0	2.6	84.6	12.8	0	100.0	
	┌ 2.6 ┐			┌ 12.8 ┐			

: 점포 임대료 만족도 부분에서 평균 3.13점(5점척도 기준) 53점 (100점 기준)으로 보통 수준으로 나타남

(단위: 명,%,점)

구분	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	합계	평균
고객 대응	8	5	11	4	11	39	3.13
	20.5	12.8	28.2	10.3	28.2	100.0	
	┌ 33.3 ┐			┌ 38.5 ┐			

구분	N	임대료 체감			만족도 평균	
		평균	최소	최대		
업종	외식	22	1.4%	-10.0%	20.0%	3.32
	판매/서비스	17	1.2%	0.0%	10.0%	2.88
업력	0~4년	17	0.6%	-10.0%	10.0%	3.29
	5~9년	4	2.5%	0.0%	10.0%	2.50
	10~14년	5	4.0%	0.0%	20.0%	3.40
	15~19년	3	0.0%	0.0%	0.0%	3.67
	20년 이상	10	1.0%	0.0%	10.0%	2.80
상권	요선동	6	1.7%	0.0%	10.0%	3.83
	명동	5	2.0%	0.0%	10.0%	3.00
	지하상가	9	0.0%	0.0%	0.0%	3.11
	조운동	5	-2.0%	-10.0%	0.0%	4.20
	브라운5번가	3	3.3%	0.0%	10.0%	3.33
	중앙시장	8	2.5%	0.0%	20.0%	2.63
	육림고개	3	3.7%	0.0%	10.0%	1.33

: 업종별 특징을 보았을 때 외식업보다 판매/서비스업의 임대료 만족도가 낮고 상권별로 보았을 때 육림고개의 만족도는 1.33점 최저로 임대료 대책 마련이 필요할 것으로 보임

• 원도심 상권 활성화를 위한 상권별 상생협약

: 사업 진행 후 젠트리피케이션 문제에 당면하지 않게 원도심 상권 사전 예방 노력 중

: 5년 계약 및 임대료 5%미만 인상

5년 경과 후 5년 동안 임대료 5% 이하로 인상

*지하도상가의 경우 ~23년까지 임대료 80% 유지

• 원도심 상권별 임대료 추세

: 사업대상지 인근에 소재하는 부동산중개사무소(스마트부동산, 명동부동산, 동서부동산, 중앙부동산)를 대상으로 히어링 조사를 실시한 결과 원도시 8개 상권 임대료 추세는 전년도와 다르지 않게 대동소이

: 팬데믹사태로 인한 상권 위축이 지속되는 경향으로, 각 상권별 임대료는 포함세이고, 전체적으로 임대가 잘 이루어지지 않아 하향 추세

: 팬데믹사태가 안정되고 있어 상경기가 회복될 것으로 예상되므로, 각 상권별 상생협약을 통해 임대료 수준 유지 필요

〈춘천 원도심 상권 르네상스 사업 추진 동의 상생협약서〉

상권 르네상스 사업 추진 동의 및 상생협약서

본인은 중앙시장, 제일시장, 요선상점가의 임대인·상인대표로서 아래 2020년 '상권 르네상스 사업'을 추진함에 있어 ①임대 조건(5년 계약 및 임대료 5%미만 인상, 5년 경과 후 5년 동안 임대료 5% 이하로 인상)에 동의하며, ②상권 르네상스 사업에 따른 법·지침·결차를 준수할 것과, ③ 상권환경개선, 활성화를 위해 적극 협조할 것을 약속합니다.

< 상권 르네상스 사업 내역 >

- 사업명 : 2020년 춘천중앙원도심상권 상권 르네상스 사업
- 사업내용 : 쇠퇴 상권 환경개선 및 활성화 사업 등
- 총 예산 : 12,000 백만원
(국비 6,000 백만원, 지방비 6,000 백만원, 자부담 _____ 백만원)

2020년 7월 일

구분	임대인 대표	상인 대표
중앙시장	전교양선 (인)	조동하권 (인)
제일시장	신진태 (인)	이정자 (인)
요선상점가	고봉이영 (인)	김한태 (인)

중소벤처기업부장관 귀하

상권 르네상스 사업 추진 동의 및 상생협약서

본인은 명동, 육림고개상점가의 임대인·상인대표로서 아래 2020년 '상권 르네상스 사업'을 추진함에 있어 ①임대 조건(5년 계약 및 임대료 5% 미만으로 인상, 5년 경과 후 5년 동안 임대료 5% 이하로 인상)에 동의하며, ②상권 르네상스 사업에 따른 법·지침·결차를 준수할 것과, ③ 상권환경개선, 활성화를 위해 적극 협조할 것을 약속합니다.

< 상권 르네상스 사업 내역 >

- 사업명 : 2020년 춘천중앙원도심상권 상권 르네상스 사업
- 사업내용 : 쇠퇴 상권 환경개선 및 활성화 사업 등
- 총 예산 : 12,000 백만원
(국비 6,000 백만원, 지방비 6,000 백만원, 자부담 _____ 백만원)

2020년 7월 일

구분	임대인 대표	상인 대표
명동상점가	강대형 (인)	백찬호 (인)
육림고개상점가	박경우 (인)	권성기 (인)

중소벤처기업부장관 귀하

상권 르네상스 사업 추진 동의 및 상생협약서

본인은 지하상가상점가의 임대인·상인대표로서 아래 2020년 '상권 르네상스 사업'을 추진함에 있어 ①임대 조건(5년 계약 및 임대료 동결, 5년 경과 후 5년 동안 임대료 5% 이하로 인상)에 동의하며, ②상권 르네상스 사업에 따른 법·지침·절차를 준수할 것과, ③ 상권환경개선, 활성화를 위해 적극 협조할 것을 약속합니다.

< 상권 르네상스 사업 내역 >

- 사업 명 : 2020년 춘천중앙원도심상권 상권 르네상스 사업
- 사업내용 : 쇠퇴 상권 환경개선 및 활성화 사업 등
- 총 예산 : 12,000 백만원
(국비 6,000 백만원, 지방비 6,000 백만원, 자부담 ___백만원)

2020년 7월 일

구분	임대인 대표	상인 대표
지하상가 상점가	 이승연 이승연	 김은연 김은연

중소벤처기업부장관 귀하

상권 르네상스 사업 추진 동의 및 상생협약서

주식회사 중앙시장에서는 중앙시장을 관리하는 관리자로써 2020년 '상권 르네상스 사업'을 추진하는 과정에 ①임대인 임대료 인상 방지 ② 상권 르네상스 사업에 따른 법·지침·절차를 준수할 것과, ③ 상권환경개선, 활성화를 위해 적극 협조할 것을 약속합니다.

< 상권 르네상스 사업 내역 >

- 사업 명 : 2020년 춘천중앙원도심상권 상권 르네상스 사업
- 사업내용 : 쇠퇴 상권 환경개선 및 활성화 사업 등
- 총 예산 : 12,000 백만원
(국비 6,000 백만원, 지방비 6,000 백만원, 자부담 ___백만원)

2020년 7월 일

주식회사 대표 : 전광선

중소벤처기업부장관 귀하

상권 르네상스 사업 추진 동의 및 상생협약서

춘천명동상점가 상인회에서는 춘천명동상점가를 관리하는 조직으로서 2020년 '상권 르네상스 사업'을 추진하는 과정에 ① 임대인 임대료 인상 방지 ② 상권 르네상스 사업에 따른 법·지침·절차를 준수할 것과, ③ 상권환경개선, 활성화를 위해 적극 협조할 것을 약속합니다.

< 상권 르네상스 사업 내역 >

- 사업 명 : 2020년 춘천중앙원도심상권 상권 르네상스 사업
- 사업내용 : 쇠퇴 상권 환경개선 및 활성화 사업 등
- 총 예산 : 12,000 백만원
(국비 6,000 백만원, 지방비 6,000 백만원, 자부담 ___백만원)

2020년 7월 일

주식회사 대표 : 김대봉

중소벤처기업부장관 귀하

상권 르네상스 사업 추진 동의 및 상생협약서

육림고개상점가 상인회는 육림고개상점가를 관리하는 조직으로서 2020년 '상권 르네상스 사업'을 추진하는 과정에 ① 임대인 임대료 인상방지 ② 상권 르네상스 사업에 따른 법·지침·절차를 준수할 것과, ③ 상권환경개선, 활성화를 위해 적극 협조할 것을 약속합니다.

< 상권 르네상스 사업 내역 >

- 사업 명 : 2020년 춘천중앙원도심상권 상권 르네상스 사업
- 사업내용 : 쇠퇴 상권 환경개선 및 활성화 사업 등
- 총 예산 : 12,000 백만원
(국비 6,000 백만원, 지방비 6,000 백만원, 자부담 ___백만원)

2020년 7월 일

상인회 회장 : 박준석

중소벤처기업부장관 귀하

상권 르네상스 사업 추진 동의 및 상생협약서

요선상점가 상인회는 요선상점가를 관리하는 조직으로서 2020년 '상권 르네상스 사업'을 추진하는 과정에 ① 임대인 임대료 인상방지 ② 상권 르네상스 사업에 따른 법·지침·절차를 준수할 것과, ③ 상권환경개선, 활성화를 위해 적극 협조할 것을 약속합니다.

< 상권 르네상스 사업 내역 >

- 사업 명 : 2020년 춘천중앙원도심상권 상권 르네상스 사업
- 사업내용 : 쇠퇴 상권 환경개선 및 활성화 사업 등
- 총 예산 : 12,000 백만원
(국비 6,000 백만원, 지방비 6,000 백만원, 자부담 ___백만원)

2020년 7월 일

상인회 회장 : 김만배

중소벤처기업부장관 귀하

'공동체 행복으로 이웃이 있어 함께 하는 나눔의 도시'



춘천시공사



수신자 지하도심가  (수의)계약자

(필수)

제 목 춘천시 지하도심가 사용자 본계약 체결안내

「춘천시 지하도심가 사용자 추진방안」에 따라 춘천시 지하도심가 사용자(이하) 본계약을 체결할 예정이오니 기존 수의계약자(이하)를 포함한 사용자(이하)를 체결할 수 있도록 협조해 주시기 바랍니다.

1. 주요내용 : 한시적 사용자 계약 종료에 따른 「춘천시 지하도심가 사용자(이하) 계약」 체결
2. 대 상 자 : 215개 점포 (지하도심가 수의계약자)
3. 계약기간 : 2019. 9. 30. ~ 2023. 12. 31. (가계약 기간 포함)
4. 계약체결기간 : 2021. 10. 1. ~ 2021. 10. 27.
 - 중앙리(가동) : 10. 1. ~ 10. 5. / 나동 : 10. 6. ~ 10. 9. / 70개 점포
 - 중앙, 도동(가동) : 10. 11. ~ 10. 14. / 47개 점포
 - 남부리(가동, 마동) : 10. 15. ~ 10. 22. / 96개 점포
 - 기타 (중앙점포 등) : 10. 25. ~ 10. 27.
5. 사 용 료 : 별첨
6. 관리권자 : 춘천시 지하도심가 관리운영 조차 제5호 제8항 위
7. 특이사항 : 공무재산 사용료 일시감면
 - 감면기간 : 2020. 1. 20. ~ 2023. 12. 31.
 - 감 면 륜 : 정상 운영점포 80% 감면, 휴업점포 100% 감면
 - 감면근거 : 공무재산 및 물품관리법 제24조, 제34조 및 영 제14호, 제31호
8. 유의사항 : 연 사용자 선납 원칙, 기존 체납금 환납필수

붙임 1. 춘천시 지하도심가 사용자(이하) 본계약 체결 안내 1부.

② 참여상인 만족도

○ 평균 만족도(5점척도 기준)

- 전체 평균 : 4.58점
- 상호 작용(4.70점) > 강의 전달(4.68점)
- 최고점 상호 작용(4.70점) > 최하점 시간기간(4.34점)

• 교육만족도 조사 개요

: 2022년 상인역량강화교육 및 지원사업으로 진행된 교육 참여자를 대상으로 참여자 만족도 조사

: (주)아이비스퀘어 주관

• 교육만족도 조사 내용

항목	설문 내용
교육내용	내용유익, 참여목적, 시간 및 기간
강사	수업자료, 수업진행, 상호작용, 강의전달
수업지원	맞춤형 교육, 피드백, 학습지원
만족도	전반적 만족도
기타의견	좋았던 점, 개선이 필요한 점

• 설문회수 결과

: 교육 종료 후 이수자 155명 중 138명의 응답을 받음(회수 89%)

: 평균 4.58점(5점척도 기준) 90점의 높은 수준으로, 상인들의 반응이 호의적으로 지속적인 역량강화사업 기대

교육내용 만족도

(단위: 명,%,점)

구분	교육내용 만족도					합계	평균
	전혀 아니다	아니다	보통	그렇다	매우 그렇다		
내용 유익	0	0	17	25	97	138	4.58
	0	0	12.0	18.0	70.0	100.0	
참여 목적	0	0	14	35	90	138	4.55
	0	0	10.0	25.0	65.0	100.0	
시간 기간	0	0	25	41	72	138	4.34
	0	0	18.0	30.0	52.0	100.0	

- : 교육내용 부분은 총 3가지 항목으로 전체 평균 4.49점
내용 유익(4.58점)이 가장 높았고 시간 및 기간(4.34점)으로 상대적으로 낮았음
- : 시간 및 기간의 경우 만족도 조사 중 가장 낮은 수치인 4.34점으로 다른 항목에 비해 낮은 결과를 보이는데, 이는 점포 영업시간과 교육 시간이 겹쳐 부담이 생기는 부분이 있었음

강사 만족도

(단위: 명,%,점)

구분	전혀 아니다	아니다	보통	그렇다	매우 그렇다	합계	평균
수업 자료	0	0	17	35	87	138	4.51
	0	0	12.0	25.0	63.0	100.0	
		└ 0 ─┘		└ 88.0 ─┘			
수업 진행	0	0	8	32	98	138	4.65
	0	0	6.0	23.0	71.0	100.0	
		└ 0 ─┘		└ 94.0 ─┘			
상호 작용	0	0	8	25	105	138	4.70
	0	0	6.0	18.0	76.0	100.0	
		└ 0 ─┘		└ 94.0 ─┘			
강의 전달	0	0	6	33	99	138	4.68
	0	0	4.0	24.0	72.0	100.0	
		└ 0 ─┘		└ 96.0 ─┘			

- : 강사 부분은 총 4가지 항목으로 전체 평균 4.64점
상호작용이 4.70점으로 가장 높았고, 수업 자료(4.51점)으로 상대적으로 낮았음

수업지원 만족도

(단위: 명,%,점)

구분	전혀 아니다	아니다	보통	그렇다	매우 그렇다	합계	평균
맞춤형 교육	0	0	12	32	94	138	4.59
	0	0	9.0	23.0	68.0	100.0	
		└ 0 ─┘		└ 91.0 ─┘			
피드백	0	0	14	28	97	138	4.60
	0	0	10.0	20.0	70.0	100.0	
		└ 0 ─┘		└ 90.0 ─┘			
학습 지원	0	0	19	29	90	138	4.51
	0	0	14.0	21.0	65.0	100.0	
		└ 0 ─┘		└ 86.0 ─┘			

- : 수업 지원 부분은 총 3가지 항목으로 전체 평균 4.57점
상인과의 피드백(4.60점)이 가장 높았고, 학습 지원(4.51점)으로 상대적으로 낮았음

전반적 만족도							(단위: 명,%,점)
구분	전혀 아니다	아니다	보통	그렇다	매우 그렇다	합계	평균
전반적 만족도	0	0	12	22	104	138	4.66
	0	0	9.0	16.0	75.0	100.0	

: 전반적 만족도 부분은 평균 4.66점

전체 교육에 대해 만족한다는 의견이 91%로 전체 평균(4.57점)
점수보다 높은 수치를 보임

○ 기타의견(좋았던 점)

- 건강마사지 교육 일회성이 아닌 정규편입 필요
- 동료 상인들과 함께 활동하여 매우 유익한 시간(요리, 시식회)
- 전문 강사의 교육을 무료로 수강하여 좋은 기회
- 자세히 몰랐던 사항들에 대한 정보를 얻음
- 교육을 통해 얻은 것을 현업에 활용 가능

○ 기타의견(개선이 필요한 점)

- 내용이 포괄적이거나 특정 업종에 맞춰져있어 동종업계끼리 교육 진행 필요
- 1인 점포 특성상 교육참석 부담
- 교육장 보수 필요(에어컨 가동 등)
- 화초 종류의 화분 만들기 희망(정원 가꾸기 수업)
- 사업에 대해 잘 모르는 상인이 많음, 홍보 필요
- 다양한 교육시간 및 권역별 운영 필요
- PC, 모바일, 온라인 관련 커리큘럼 필요

: 설문 전체 항목 중 강사 만족도의 상인과의 상호작용 항목(4.70점)
이 가장 높은 수치로 교육 진행 시 전문성 있고 친절하다는 점에서
높은 교육평가를 받음

: 설문 전체 항목 중 시간 및 기간(4.34점)이 가장 낮은 수치로 제한
된 교육 시간, 맞지 않은 교육, 접근성이 떨어지는 교육장 등 상인
의 기타의견에서 볼 수 있듯이, 추후 기타의견 개선 필요

③ 방문객/주민 만족도, 친절도, 매장청결도

- 설문조사 추진개요 및 일정
 - : 춘천시 원도심 상권을 이용하는 방문객 대상 설문조사
 - : 일정(2022. 11. 09. ~ 13.)
- 배포 및 회수
 - : 구글 폼 활용을 통한 대면조사 및 회수
 - : 영업 중 점포 수에 비례하여 조사표본 산정

상권명	주요업종	영업 중 점포	비중	조사 수
합	-	1,073	100%	330
브라운5번가	도소매업	94	8.8	40
육림고개	요식업	59	5.5	30
중앙시장	도소매업	161	15.0	50
조운동	요식업	61	5.7	30
요선동	요식업	122	11.4	40
제일시장	도소매업	160	14.9	40
지하상가	도소매업	295	27.5	60
명동	도소매업	121	11.3	40

주1 : 제외 업종, 폐업, 장기휴업 제외(영업 중 상점 수*1,073)
 주2 : 0~6% 30부, 7~15% 40부, 18~24% 50부, 25%~ 60부 표본산정

• 조사내용

키워드	설문 내용
만족도	접근성, 상품, 편의시설, 정보제공·설명
친절도	고객 대응
청결도	주변환경, 식기류, 화장실
브랜드인지도	브랜드 및 캐릭터 인지도, 인지경로

- 설문회수 결과
 - : 대면조사를 이용한 설문조사 합계 330부 회수

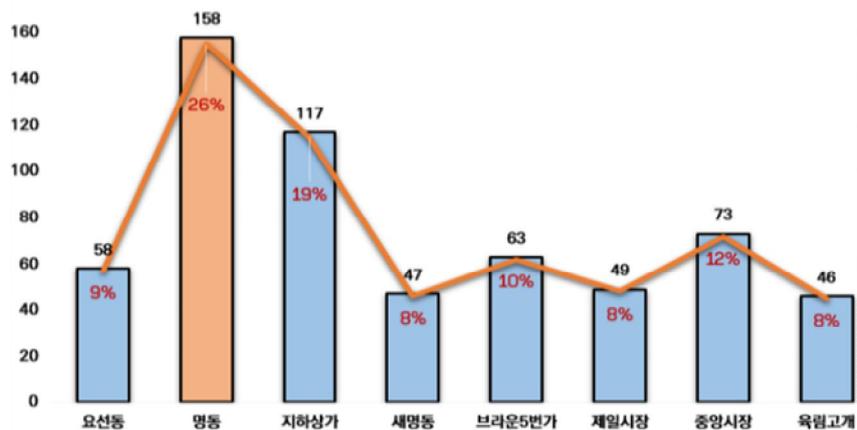
• **응답자 일반현황**

- : 응답자는 총 330명으로, 여성이 181명으로 약 54.8%를 차지
- : 연령대로는 20대 30.0%, 30대 24.5%, 10대 13.6% 순
- : 상권으로는 지하상가 응답자가 18.2%로 가장 많았으며 중앙시장 15.2% 순

(단위: 명,%)

구분		N	%
성별	남자	149	45.2
	여자	181	54.8
	합계	330	100.0
연령대	10대	45	13.6
	20대	99	30.0
	30대	81	24.5
	40대	42	12.7
	50대	33	10.0
	60대 이상	30	9.1
	합계	330	100.0
상권	요선동	40	12.1
	명동	40	12.1
	지하상가	60	18.2
	조운동	30	9.1
	브라운5번가	40	12.1
	제일시장	40	12.1
	중앙시장	50	15.2
	육림고개	30	9.1
합계	330	100.0	

- : 방문객 및 주민이 자주 이용하는 상권은 명동이 158명(26%)으로 최고, 육림고개가 46명(8%)으로 최저를 기록



자주 이용하는 상권(다중 선택 N=611)

• 방문객/주민 만족도

○ 평균 만족도(5점척도 기준)

- 전체 평균 : 3.76점
- 여자(3.86점) > 남자(3.66점)
- 최고점 지하상가(3.96점) > 최하점 요선동, 제일시장(3.57점)
- 상품만족 > 접근성 > 편의시설 > 정보제공

: 방문객/주민 상권 이용 만족도 부분에서 평균 3.76점(5점척도 기준) 69점(100점 기준)으로 보통 이상 수준으로 나타남

(단위: 명,%,점)

구분	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	합계	평균
접근성	5	21	85	152	67	330	3.77
	1.4	6.4	25.8	46.1	20.3	100.0	
	┌ 7.8 ┐			┌ 66.4 ┐			
상품 만족	1	19	73	152	85	330	3.91
	0.3	5.8	22.1	46.1	25.7	100.0	
	┌ 6.1 ┐			┌ 71.8 ┐			
편의 시설	5	24	101	125	75	330	3.73
	1.5	7.3	30.6	37.9	22.7	100.0	
	┌ 8.8 ┐			┌ 60.6 ┐			
정보 제공	5	28	126	92	79	330	3.64
	1.5	8.5	38.2	27.9	23.9	100.0	
	┌ 10.0 ┐			┌ 51.8 ┐			

: 항목별로 보면 최고 상품만족(3.91점)에 만족하는 비율이 71.8%로 최저 정보제공(3.64점)에 만족하는 비율 51.8%와 20.0%p 차이를 보임

: 정보 제공(3.64점)의 경우 보통 이상 수준으로 나타나지만, 다른 분야 만족도에 비해 차이를 보여 개선이 필요할 것으로 보임

	구분	접근성	상품만족	편의시설	정보제공	평균
성별	남자	3.66	3.85	3.70	3.61	3.70
	여자	3.86	3.97	3.76	3.67	3.81
연령	10대	3.71	3.82	3.89	3.64	3.77
	20대	3.84	3.88	3.71	3.69	3.78
	30대	3.65	3.68	3.42	3.37	3.53
	40대	3.55	3.98	3.79	3.69	3.75
	50대	3.91	4.12	3.88	3.73	3.91
	60대 이상	4.13	4.47	4.17	4.07	4.21
상권	요선동	3.38	3.88	3.65	3.38	3.57
	명동	3.98	3.98	3.83	3.68	3.86
	지하상가	3.85	4.12	3.92	3.95	3.96
	조운동	3.83	4.13	3.87	3.77	3.90
	브라운5번가	3.73	3.83	3.90	3.83	3.82
	제일시장	3.63	3.60	3.63	3.43	3.57
	중앙시장	3.86	3.78	3.26	3.46	3.59
	육림고개	3.93	4.00	3.90	3.57	3.85

: 성별에 따라 살펴보면 보통 이상의 수준으로 뚜렷한 큰 차이는 보이지 않지만, 접근성에 있어 여자는 평균 3.86점에 비해 상대적으로 남자는 3.66점으로 차이를 보임

: 연령대에 따라 살펴보면 60대는 평균 4.21점 최고로 상품만족(4.47점)과 편의시설(4.17점)에 가장 만족하는 것으로 나타나고, 그에 비해 30대는 평균 3.53점 최저로 보통 이상의 만족이지만 정보제공(3.37점)에 낮은 점수를 보이고 있음

: 상권별로 살펴보면 지하상가가 평균 3.96점 최고로 상품만족(4.12점)에 높은 점수를 받았고, 요선동 및 제일시장의 경우 평균 3.57점 최저로 특히 제일시장의 정보제공(3.43점)에 낮은 점수를 보이고 있음

: 상권 정보제공(3.64점) 개선이 다른 분야에 비해 시급한 것으로 보이며 지하상가(3.96점)와 큰 차이를 보이는 요선동(3.57점) 제일시장(3.57점)의 경우 낮은 상대적으로 낮은 평균점수로 종합적인 개선이 우선시되어야 할 것으로 보임

• 친절도

○ 평균 친절도(5점척도 기준)

- 전체 평균 : 4.04점
- 여자(4.08점) > 남자(3.99점)
- 최고점 브라운5번가(4.28점) > 최하점 요선동(3.88점)

: 방문객/주민 상권 이용 친절도 부분에서 평균 4.04점(5점척도 기준) 76점(100점 기준)으로 높은 수준으로 나타남

(단위: 명,%,점)

구분	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	합계	평균
고객	0	9	82	125	114	330	4.04
대응	0	2.8	24.8	37.9	34.5	100.0	
	↳ 2.8			↳ 72.4			

: 친절도 4.04점에 만족하는 비율이 72.4%로 평균적으로 방문객이 상권 내 점포를 이용했을 때 매우 친절하게 느낀다고 볼 수 있음

구분	N	친절도
성별	남자	3.99
	여자	4.08
연령	10대	3.91
	20대	4.05
	30대	3.89
	40대	4.10
	50대	4.15
	60대 이상	4.43
상권	요선동	3.88
	명동	4.03
	지하상가	4.10
	조운동	3.93
	브라운5번가	4.28
	제일시장	4.05
	중앙시장	4.00
	육림고개	4.03

: 연령별 특징을 보았을 때 최고 60대 이상(4.43점)과 최저 30대 (3.89점)의 차이는 0.54점 차이로 세대 간 격차를 줄일 수 있는 상인 대상 맞춤형 친절 교육이 필요할 것으로 보임

• 청결도(설문조사)

○ 평균 청결도(5점척도 기준)

- 전체 평균 : 4.09점
- 여자(4.10점) > 남자(4.05점)
- 최고점 명동(4.30점) > 최하점 요선동(3.85점)
- 식기류 > 주변환경 > 화장실

: 방문객/주민 상권 이용 청결도 부분에서 평균 4.09점(5점척도 기준) 77점(100점 기준)으로 높은 수준으로 나타남

(단위: 명,%,점)

구분	매우 청결하지 않음	청결하지 않음	보통	청결함	매우 청결함	합계	평균
주변 환경	2	16	57	133	122	330	4.08
	0.6	4.8	17.3	40.3	37.0	100.0	
	┌ 5.4 ┐			┌ 77.3 ┐			
식기류	2	10	43	156	119	330	4.15
	0.6	3.0	13.0	47.3	36.1	100.0	
	┌ 3.6 ┐			┌ 83.4 ┐			
화장실	2	6	81	131	110	330	4.03
	0.6	1.9	24.5	39.7	33.3	100.0	
	┌ 2.5 ┐			┌ 73.0 ┐			

: 항목별로 보면 뚜렷한 특징은 없고 식기류(4.15점), 주변 환경 (4.08점), 화장실(4.03점) 순으로 원도심 상권 내·외 평균적으로 매우 청결하다고 볼 수 있음

: 화장실(4.03점)의 경우 높은 수준으로 나타나지만 만족하다고 느끼는 비율이 73.0%로 식기류 만족에 비해 10.4%p 차이가 있어 점포 내 주기적인 화장실 관리가 필요

	구분	환경	식기류	화장실	평균
성별	남자	4.05	4.09	4.02	4.05
	여자	4.10	4.20	4.04	4.12
연령	10대	4.16	4.27	4.02	4.15
	20대	4.08	4.13	3.97	4.06
	30대	3.88	3.79	4.00	3.89
	40대	3.95	4.26	4.26	4.16
	50대	4.27	4.42	3.97	4.22
	60대 이상	4.50	4.57	4.10	4.39
	상권	요선동	3.98	3.93	3.65
명동		4.55	4.35	4.00	4.30
지하상가		4.33	4.37	4.12	4.27
조운동		4.00	4.20	4.37	4.19
브라운5번가		4.30	4.00	4.35	4.22
제일시장		3.98	4.03	3.90	3.97
중앙시장		3.68	3.94	3.98	3.87
육림고개		3.70	4.43	3.93	4.02

- : 성별에 따라 살펴보면 보통 이상의 수준으로 뚜렷한 큰 차이는 보이지 않지만, 식기류에 있어 여자는 평균 4.20점에 비해 상대적으로 남자는 4.09점으로 약간의 차이를 보임
- : 연령대에 따라 살펴보면 60대 이상은 평균 4.39점 최고로 식기류(4.57점) 및 환경(4.50점)에 만족하는 것으로 나타나고 있고, 그에 비해 30대는 평균 3.89점 최저로 식기류(3.79점)에 상대적으로 낮은 정도의 점수를 보임
- : 상권별로 살펴보면 명동이 평균 4.30점 최고로 환경(4.55점)에 높은 점수를 받았고, 요선동의 경우 평균 3.85점 최저로 화장실(3.65점)에 상대적으로 낮은 점수를 보임
- : 명동(4.30점)과 큰 차이를 보이고 있는 요선동(3.85점), 중앙시장(3.87점), 제일시장(3.97점)의 경우 보통 이상이지만 상대적으로 낮은 만족도와 마찬가지로 종합적인 개선이 우선시 되어야 할 것으로 보임

• 브랜드 인지도

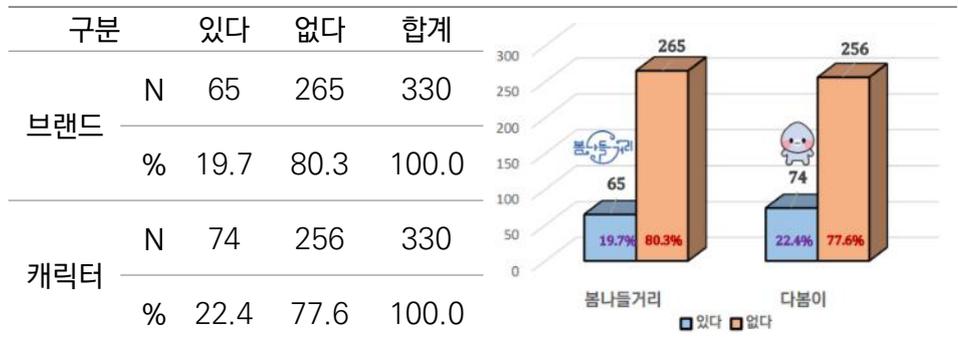
○ 브랜드 인지도

- 인지 여부 : 들어본 적 있다(19.7%)
- 인지 경로 : SNS(50.8%) > 언론(15.4%)

○ 캐릭터 인지도

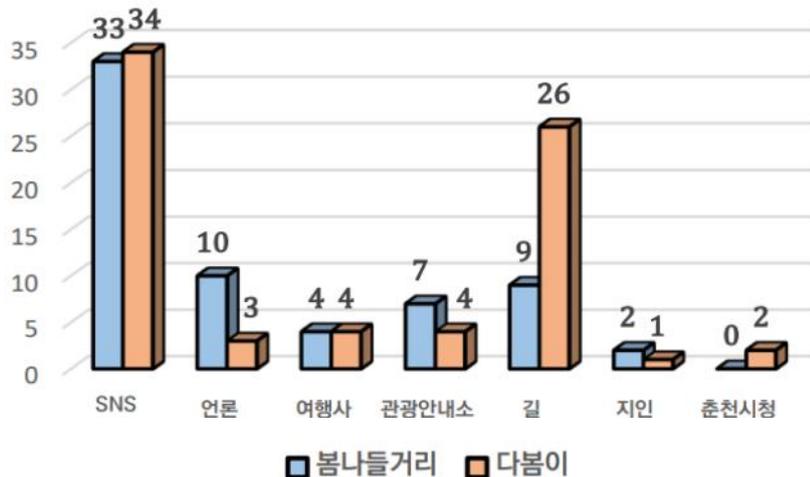
- 인지 여부 : 들어본 적 있다(22.4%)
- 인지 경로 : SNS(45.9%) > 길 위에서(35.1%)

: 2년차부터 측정되는 춘천 원도심 상권브랜드 ‘봄나들거리’ 및 캐릭터 ‘다봄이’의 경우 평균 21.1%의 인지도를 보임



: 인지 경로에 대해서는 SNS가 평균 48.4%로 가장 높고 길 위 24.5% 순으로 23.9%p의 큰 차이를 보임

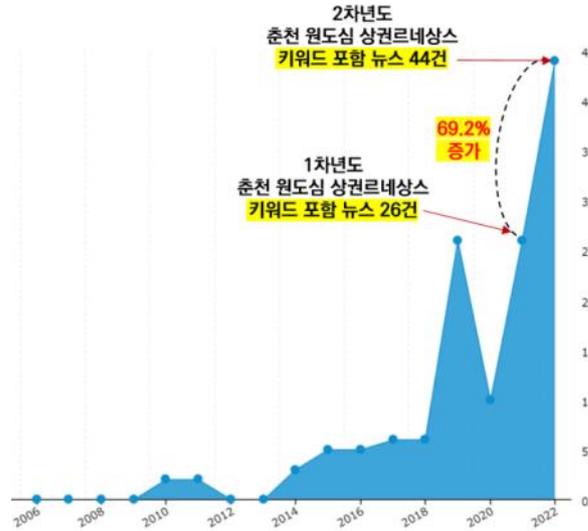
구분	SNS	언론	여행사	안내소	길	기타	합계
브랜드	N 33	10	4	7	9	2	330
	% 50.8	15.4	6.2	10.8	13.8	3.1	100.0
캐릭터	N 34	3	4	4	26	3	330
	% 45.9	4.1	5.4	5.4	35.1	4.1	100.0



	구분	브랜드인지	인지 경로	캐릭터인지	인지 경로
업종	남자	21.5%	SNS(46.9%)	21.5%	SNS(43.8%)
	여자	18.2%	SNS(54.5%)	23.2%	SNS(47.6%)
업력	10대	20.0%	SNS(44.4%)	26.7%	길(66.7%)
	20대	17.2%	SNS(58.8%)	24.2%	SNS(58.3%)
	30대	21.0%	SNS(76.5%)	22.2%	SNS(66.7%)
	40대	16.7%	SNS(57.1%)	19.0%	길(62.5%)
	50대	21.2%	안내소(71.4%)	18.2%	길(33.3%)
	60대 이상	26.7%	길(50.0%)	20.0%	길(50.0%)
	요선동	5.0%	길(50.0%)	7.5%	길(33.3%)
상권	명동	12.5%	SNS(60.0%)	20.0%	SNS(50.0%)
	지하상가	26.7%	SNS(37.5%)	23.3%	SNS(64.3%)
	조운동	26.7%	SNS(62.5%)	13.3%	SNS(75.0%)
	브라운5번가	17.5%	SNS(42.9%)	30.0%	길(66.7%)
	제일시장	27.5%	SNS(63.6%)	22.5%	SNS(66.7%)
	중앙시장	16.0%	SNS(62.5%)	18.0%	SNS(55.6%)
	육림고개	26.7%	SNS(37.5%)	50.0%	길(73.3%)

- : 성별에 따라 살펴보면 낮은 수준의 인지도로 뚜렷한 큰 차이는 보이지 않지만, 인지 경로에 있어 남자, 여자 평균 50.7%로 SNS를 통해 알게 되었다는 의견이 주를 이룸
- : 연령대에 따라 살펴보면 60대 이상은 26.7% 최고로 브랜드를 인지하는 것으로 나타나고 50.0% 이상이 길 위에서 알게 됨, 10대는 26.7% 최고로 캐릭터를 인지하는 것으로 나타나고 66.7% 이상이 역시나 길 위에서 알게 되었다는 의견이 주를 이룸
- : 상권별로 살펴보면 제일시장이 27.5% 최고로 사업 홍보가 잘 이루어지는 것으로 보이며 대부분이 SNS를 통해 인지하고 있고, 캐릭터 홍보의 경우 육림고개가 최고 50.0%로 가장 홍보가 잘 이루어지는 것으로 보이며 길 위에서 알게 되었다는 의견이 73.3%를 차지
- : 브랜드&캐릭터 평균적인 인지도는 21.1%로 아직은 알려지지 않은 편이며, SNS 홍보를 주로 하고 실효성 있는 온-오프라인 행사와 브랜드 및 캐릭터 조형물을 상권 곳곳에 비치해 인식시키는 것을 중요할 것으로 보임

- 빅카인즈 키워드 검색결과 : 춘천 원도심 상권
 - : 전년도 분석 결과 26건이었던 뉴스 및 기사건수가 2차년도 현재 44건으로 69.2% 증가
 - ※ 실제 보도 건수는 약 150건으로 꾸준히 온·오프라인 홍보 진행 중



빅카인즈 키워드 검색 결과(2008~2022)
: 춘천 원도심 상권

- 키워드 연관어 분석 검색결과 : 춘천 원도심 상권
 - : 활성화, 전통시장, 르네상스 등 상권활성화와 관련된 키워드가 많이 보여지며, 르네상스 브랜드인 봄나들과 2차년도 사업인 핵점포 등 사업과 관련된 키워드들도 함께 보여짐



춘천원도심상권르네상스 키워드 검색결과(2008~2022)
: 핵심 키워드 분석

⑥ 교육 이수율

- 상인역량강화교육 및 지원사업으로 진행된 5개 사업 8개 교육 프로그램 총 711명 이수(이수율 66.3%)

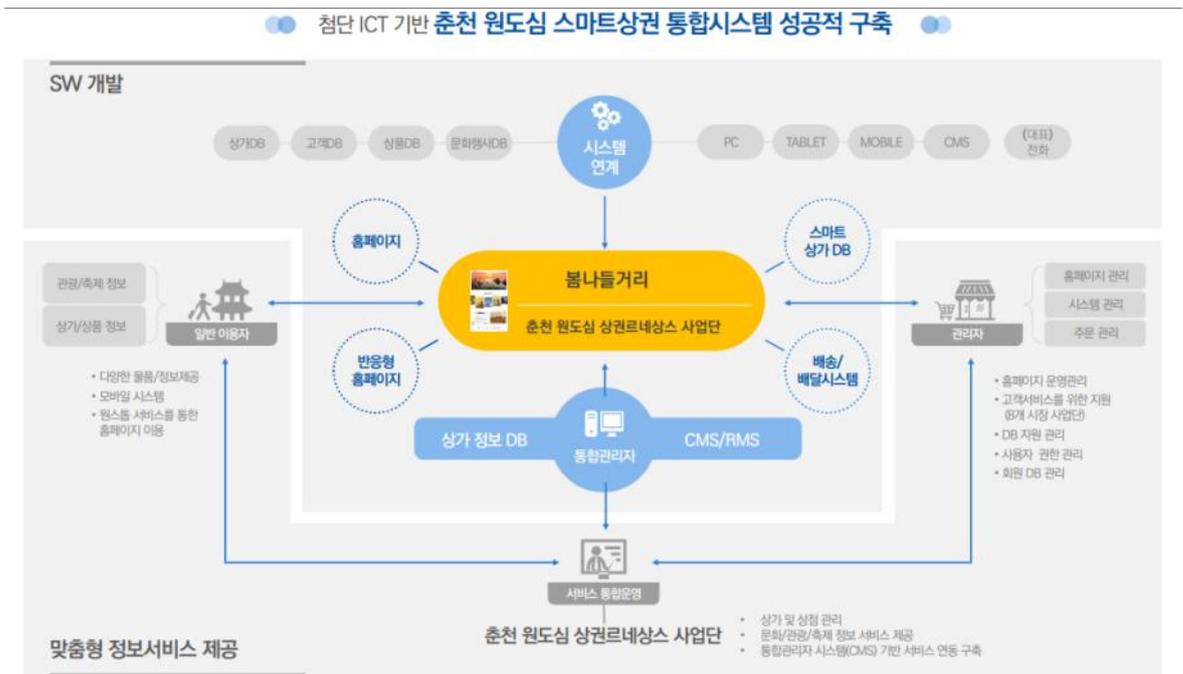
사업 명	프로그램 내용	누적인원	이수율
총 5개 사업, 8개 교육 프로그램		711	66.3%
상인역량강화 교육 및 지원사업	-	447	41.7%
7. 20.~ 10. 30.	일식 교육 및 컨설팅	81	7.5%
6. 21.~ 11. 9.	일식 상인 치유 프로그램	325	30.3%
10. 25.	총 1회 선진지 견학 (지하도상가)	17	1.6%
11. 2.~3. 11. 7. 9.	총 4회 워크숍 및 간담회 (육림고개, 명동, 조운동, 요선동)	24	2.2%
전통시장 노포와 함께하는 신상권 견학 프로그램 운영	-	129	12.0%
10. 16. 11. 6.	총 2회 선진지 견학 (중앙시장, 제일시장)	129	12.0%
핵점포 선정 및 환경개선 지원사업	-	35	3.3%
7. 25.	총 1회 명사 특강 (오세득 셰프)	35	3.3%
스마트 상점 육성 및 온·오프라인 통합 마케팅	-	89	8.3%
8. 17.~ 9. 15.	총 6회 소상공인 온라인 판로 및 홍보역량 강화 교육 프로그램	89	8.0%
대표 공동기획상품(특화 먹거리) 컨설팅 및 개발	-	11	1.0%
10. 31.	총 1회 선진지 견학 (밀키트 제조사 '프레시지' 견학)	11	1.0%

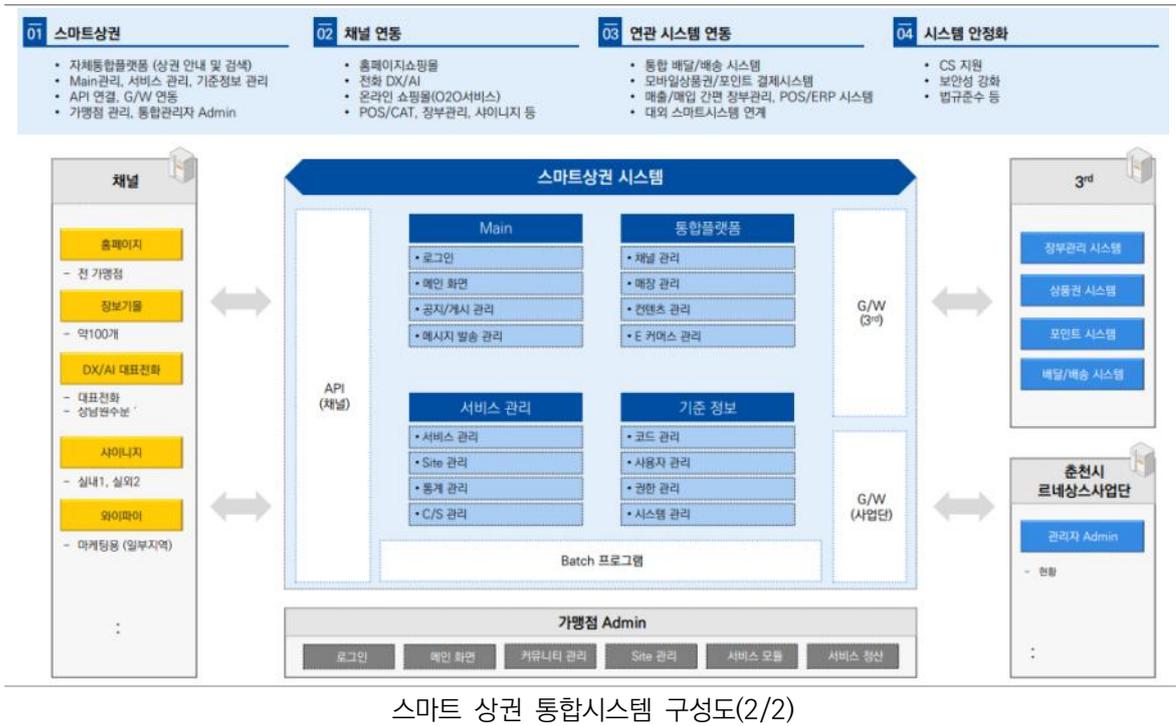
04-2.
사업별 성과
Ontact
고객과 다방향 소통

A1	[스마트상권 통합시스템 구축] 관련	
	스마트상권 통합시스템 구축 및 운영관리	
	분 야	<input checked="" type="checkbox"/> 연구 <input type="checkbox"/> 교육컨설팅 <input type="checkbox"/> 거리공간 조성 <input type="checkbox"/> 디자인·조형물 설치 <input type="checkbox"/> 상품개발 <input type="checkbox"/> 홍보·마케팅
	사업개요	스마트상권 통합시스템 구축 및 운영관리 용역
	과업기간	2022년 07월 12일 ~ 2022년 11월 30일(약 4개월)
	예 산	723,000,000원(부가세 포함)
	집행액	683,820,000원(부가세 포함)

○ 사업목적

- 앱 및 사이니지를 통해 원도심 상권정보를 통합적으로 제공해 내방 고객(소비자)의 이용 편의 증대 및 원도심 상권정보 통합 관리
- 상권 통합시스템을 활용한 다채널 마케팅 프로모션을 통해 소비자의 합리적인 구매 지원 및 상권 내 매출 상승
- 통합 배송시스템 구축을 통한 소비자의 구매 편의 제공





○ 사업내용

- 온라인 쇼핑몰 연동 원도심스마트상권시스템 구축
: 상권 홈페이지 구축
- 디지털 사이니지 및 시스템 구축

○ 추진일정

일정		22년도				
		7월	8월	9월	10월	11월
주요 일정	착수보고					
	상권 기초조사					
	중간보고					
	디지털 사이니지 설치 및 실사					
	홈페이지 및 쇼핑몰 구축					
	결과보고					

○ 추진경과 및 성과

○ 정량성과

- 8개 상권 기초조사(총 1,073개 점포) 1식
- 상권 홈페이지 구축 및 오픈 1식
- 디지털 사이니지 개발 1식
: 관리자 페이지, 내함/외함 디자인, 화면 구축
- 정보기 시스템 구축 및 오픈(PC, 모바일) 1식
: 점포 주문앱, 포스트맨 앱, 포인트 적립/사용시스템 구축
- 간편장부시스템 구축 및 오픈 1식
- 마케팅 와이파이 설치 1식
: 무선AP 3개 설치
- 통합시스템 유지보수 1식

○ 정성성과

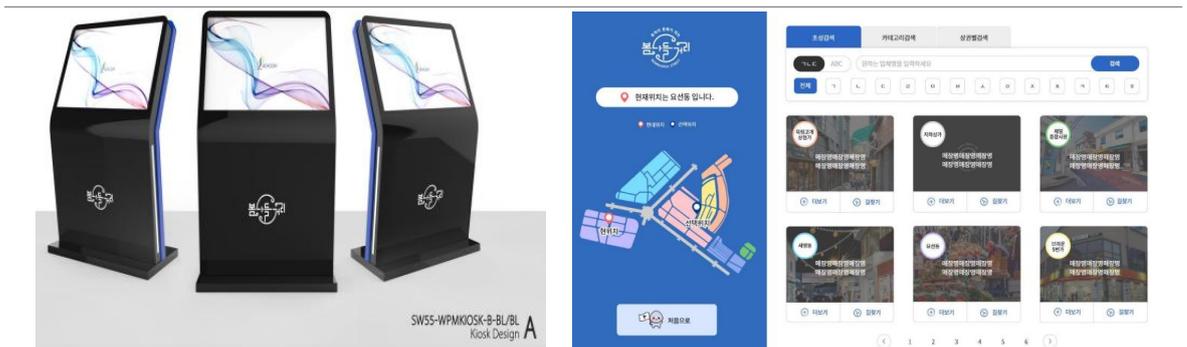
- 앱 및 사이니지를 통해 상권 정보를 통합적으로 제공해 소비자의 이용 편의 증대 및 상권 정보 통합 관리 용이
- 상품 정보 제공 및 판매 채널 통합을 통해 소비자 구매 편의 제공
- 통합 배송시스템 구축을 통해 소비자 구매 편의 제공

- 홈페이지 구축을 위한 상권조사(22.09.)

No.	상권	점포수	진행부수	조사율	홈페이지	장보기
1	브라운5번가	98	24	24%	24	4
2	육림고개	76	18	24%	18	6
3	중앙시장	184	47	26%	47	2
4	새명동	57	23	40%	23	2
5	요선동	165	49	30%	49	6
6	제일시장	146	43	29%	43	0
7	지하상가	173	77	45%	77	5
8	명동	173	51	29%	51	7
계		1,072	332	31%	332	32

- 디지털 사이니지 설치 장소 등 논의(22.10.)

: 원도심 상권 내 총 5곳 내·외부 설치



키오스크 최종디자인 및 시스템 메인화면



지하상가_설치예정 지역



제일시장_설치예정 지역



브라운5번가_설치예정 지역



명동_설치예정 지역

- 스마트 상권 마케팅용 와이파이 설치(22.10.)

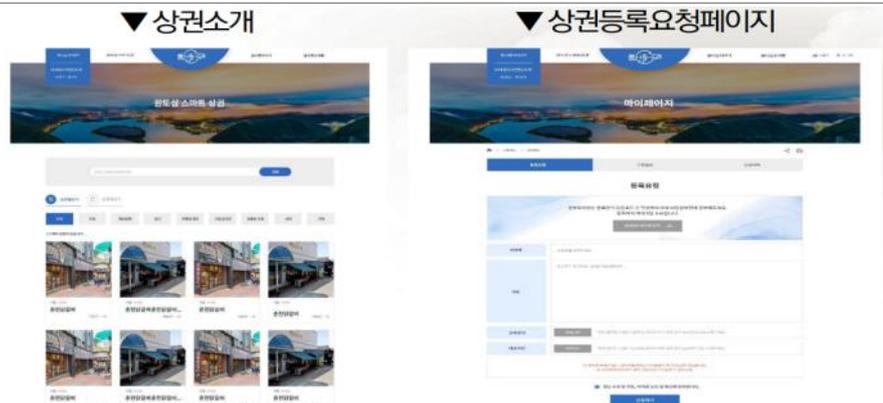
: 무선기기 3개 설치를 통해 명동/육림고개 중 한 곳 시범운영



와이파이 설치 예정지역 및 마케팅 와이파이 구성도

- 원도심 8개 상권 통합 홈페이지 및 쇼핑몰 구축

: 점포 중 332개 매장정보 제공, 장보기 업체 입점 32개



홈페이지 내 매장정보 제공

: 장보기 사이트시스템 구축

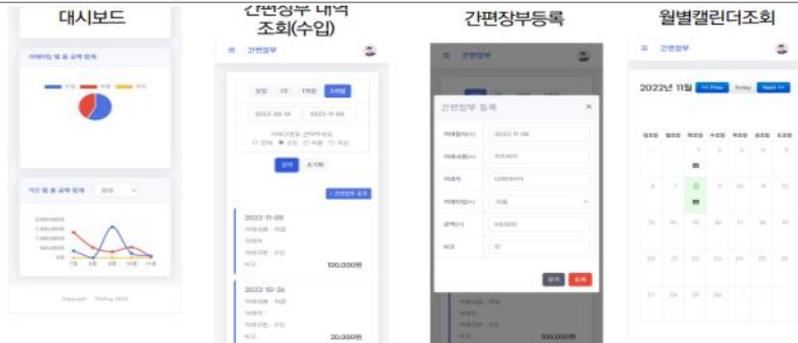
- PC, 모바일 지원을 통한 접근성 강화
- 연간 150개 매장 입점 유도



접근성 향상을 위한 PC 및 모바일 서비스 제공

: 간편장부기록 시스템 개발

- 매출/매입 관리 및 점포관리 연계



상권 내 상인을 위한 간편장부기록 시스템 도입

- 향후 보완계획

- : 홈페이지 및 키오스크 작동에 관하여 유지보수 지원

01 사업단 홈페이지 오픈 2022-11-30 사업단 홈페이지 오픈	보완계획			
	상권	홍보 마케팅	기술	유지보수
02 디지털사이니지 개발 2022-11-30			■ UI / UX 개선 : 정규패치를 통한 UI / UX 개선 : 고객센터 운영 및 사용자들의 고객소리들을 통해 내용 보완 : 배달 및 배송 서비스 디자인 개선	
03 장보기 오픈 2022-11-30	■ 원료 기준 : 90 ~ 100개 입점을 목표	■ 홍보 마케팅 : 오픈 및 베타서비스를 통한 입점 유도 : 광고 및 부스운영을 통한 사용자 확인가입 유도 (포인트 및 사은품 등)		
04 간편장부 오픈 2022-11-30	■ 1차년도 : 110개 추가 입점을 목표 ■ 2차년도 : 130개 추가 입점을 목표	: 참가 반영회 추진 모집 : 참가 입점 이벤트 - 버스홍보, 홍보자료 - 문자홍보, 온라인 SNS 홍보	■ 홈페이지 : 고객센터 운영 및 사용자들의 고객소리들을 통해 내용 보완	■ 서버 유지 ■ 프로그램 정규 패치 ■ 하자보수 지원 ■ 신규매장 입점 지원
05 유지보수 2022-11-30 - 2025-11-30	■ 3차년도 : 150개 추가 입점을 목표	: 오픈 전 점주 사용자 교육 및 매뉴얼 배포 : 오픈 후 년 분기별 사용자 교육 예정	■ 사이니지 : 콘텐츠 기능 보완	

향후 보완계획

스마트상권 통합시스템 구축 및 운영관리 용역 성과점수	총점 91점		
	예산집행률 94.6%	목표달성률 100%	성과물 제출 현장조사 다수

집행	성과점수	1-1. 예산이 계획대로 집행되었는가?(25점)					
	25점 (상당한 정도)	<input type="checkbox"/> 집행실적 제고를 위한 노력 및 실적을 확인하여 4단계로 점수부여 상당한 정도(25점 기본) : 낙찰차액, 경상경비절감 등 정상집행으로 간주되는 사항을 제외하고 집행률이 95% (실집행 85%) 이상인 경우 <input type="checkbox"/> 근거자료 : 예산집행 현황자료(단위:천원) <table border="1" style="margin: 10px auto;"> <tr> <td>스마트상권 통합시스템 구축 및 운영관리 용역</td> <td>723,000 (국비)</td> <td>39,180 (낙찰차액)</td> <td>683,820</td> <td>39,180 (낙찰차액)</td> <td>94.6%</td> </tr> </table> $94.6(\%) = \frac{683,820,000(\text{실적})}{723,000,000(\text{총})} \times 100$	스마트상권 통합시스템 구축 및 운영관리 용역	723,000 (국비)	39,180 (낙찰차액)	683,820	39,180 (낙찰차액)
스마트상권 통합시스템 구축 및 운영관리 용역	723,000 (국비)	39,180 (낙찰차액)	683,820	39,180 (낙찰차액)	94.6%		

결과	성과점수	2-1. 계획된 목표는 달성하였는가?(50점)
	50점 (100%)	<input type="checkbox"/> 과업지시서 상의 내용을 실적지표로 산정 <ul style="list-style-type: none"> ○ 실적지표 <ul style="list-style-type: none"> - 온라인 쇼핑몰 연동 원도심스마트상권시스템 구축 - 디지털 사이니지 및 시스템 구축 - 장보기 시스템 구축 - 간편장부시스템 구축 - 마케팅 와이파이 설치 - 통합 시스템 유지보수 계획 수립 <input type="checkbox"/> 목표달성률 100% $100(\%) = \frac{6(\text{달성수})}{6(\text{건수})} \times 100$

결과	성과점수	2-2. 사업의 성과는 우수한가?(16점)
	16점 (성과 우수)	<input type="checkbox"/> 사업성과에 대한 성과 우수성 <ul style="list-style-type: none"> ○ 결과보고서 및 성과물 일체 제출 ○ 상권 홈페이지 구축 및 오픈 1식 ○ 디지털 사이니지 개발 및 설치논의 1식 ○ 장보기 시스템 구축 및 간편장부시스템 구축 1식 ○ 마케팅 와이파이 설치 1식 ○ 상권 및 현장조사 2회, 통합시스템 구축 중간평가 1회 <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;">    </div>

A2 [스마트상점 육성] 관련
A4 온라인몰 구축 및 운영 컨설팅/ 마케팅 지원

사업개요	분 야	<input type="checkbox"/> 연구 <input checked="" type="checkbox"/> 교육컨설팅 <input type="checkbox"/> 거리공간 조성 <input type="checkbox"/> 디자인·조형물 설치 <input checked="" type="checkbox"/> 상품개발 <input checked="" type="checkbox"/> 홍보·마케팅
	과업명	스마트 상점 육성 및 온·오프라인 통합 마케팅 용역
	과업기간	2022년 07월 08일 ~ 2022년 11월 10일(약 4개월)
	예 산	231,000,000원(부가세 포함)
	집행액	208,700,000원(부가세 포함)

○ 사업목적

- 원도심 상권의 온라인 판로 개척 등 판매 채널 다변화
- 원도심 상권의 매출 증대 및 원도심 상권에 대한 적극적 홍보
- 봄나들거리와 다봄이 홍보로 도심 이미지 통합 및 개선
- 상권의 매출 증대 및 원도심 상권에 대한 전국적 홍보

○ 사업내용

- 스마트스토어 입점 지원 교육 및 운영 컨설팅
- 온라인 홍보·마케팅 컨설팅
- 온·오프라인 서포터즈 모집 및 운영·관리
- 상권 분석 및 온오프라인 마케팅 기획 및 프로모션 진행

○ 추진일정

일정	22년도					
	수행내용	7월	8월	9월	10월	11월
주요 일정	착수보고	[7월]				
	온라인 판로 및 홍보 역량강화교육	[8월]				
	판로개척 및 멘토링 프로그램	[8월 ~ 11월]				
	1:1 상인서포터즈 지원	[9월 ~ 11월]				
	상권&점포 홍보 콘텐츠 제작	[10월 ~ 11월]				
	결과보고	[11월]				

○ 추진경과 및 성과

○ 정량성과

[스마트상점 육성 사업]

- 방문 홍보 및 현수막 9개 부착 1식
- 육성지원 프로그램 참가점포 접수(총 40개 점포) 1식
- 육성지원 6회차 프로그램 진행 1식
: 만족도 전체 평균 4.19점(총 93명, 회수율 100%)
- 온라인 판로개척 및 홍보 1:1 멘토링 50회 운영(총 22개 점포)
- 서포터즈 16명 운영(총 30개 점포), 콘텐츠 133개 발행
- 제품홍보 콘텐츠 제작(총 11개 점포)
- 교육 전체 이수율 총 8.3%

[온·오프라인 통합 마케팅]

- 기획기사 홍보 7회(동아일보 계열사/춘천주간지)
- 원도심 상권 이벤트 5회 운영(총 852명 참여)
- 서포터즈 10명 운영, 콘텐츠 105개 발행
- 상권별 홍보 동영상 제작 1건
- SNS 120건, 블로그 135건, 유명인 홍보 영상 제작 1건

○ 정성성과

- 춘천 원도심의 상권의 온라인 판로 개척 및 상권의 전국적 홍보

○ 평균 만족도(5점척도 기준)

- 전체 평균 : 4.19점
- 전반 만족도(4.27점) > 강사 만족도(4.11점)
- 기타문항(빈도)
: 교육시간(2시간~3시간(41.9%) > 1시간~2시간(39.1%) 순

○ 기타의견(개선이 필요한 점)

- 너무 이른 교육 시간, 교육 운영에 대한 아쉬움
- 음식 촬영 위주의 교육내용이 아쉬움
- 전문적인 강사 섭외 필요
- 교육 필요 계정 사전에 준비 요청

- 참여상인 모집위한 포스터, 현수막 9개 제작 및 방문홍보

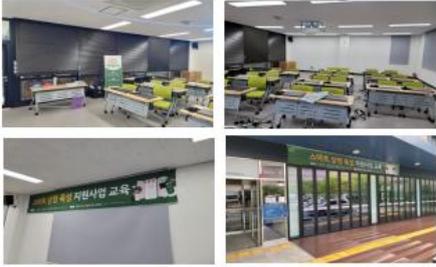


No.	일정	방법
1	2022.08.02.(화)	현장 방문
2	2022.08.03.(수)	현장 방문
3	2022.08.04.(목)	현장 방문
4	2022.08.09.(화)	현장 방문
5	2022.08.12.(금)	현장 방문
6	2022.08.19.(금)	현장 방문
7	2022.09.01(목)	현장 방문
8	2022.09.05(월)	현장방문

참여상인 모집_08.17~09.13.

[스마트상점 육성 지원 프로그램]

- 온라인 입점 및 운영, 홍보마케팅 교육 6회 / 89명 참여(22.08)

교육 운영 개요		교육 세부 내용			
<ul style="list-style-type: none"> 총 6회차 교육 진행 40개사 참석 예정 중 최종 40개사 참석, 만족도 86.15% 달성 온라인 판매 교육으로 노트북 대여 진행하여 전일 교육장 셋팅 진행 사전 교육 문자 및 전화 안내 진행 		구분	주요대상	강의주제	시간(h)
		1회차	기본	네이버 스마트스토어를 통한 온라인 입점 및 상품등록 방법	2
		2회차	심화	sns등 온라인 홍보채널 개설 실무	2
		3회차	심화	고객응대 및 온라인 광고실무	2
		4회차	기본	sns채널 운영을 위한 사진 및 영상촬영기법 실무	2
		5회차	기본	네이버 스마트스토어를 통한 온라인 입점 및 상품등록 방법	2
		6회차	심화	고객응대 및 온라인 광고실무	2
		총 교육시간			12

교육운영 개요 및 세부 내용

- 소상공인 1:1 방문 전담 멘토링 운영 22개사 / 50회 운영(22.08.~11.)

멘토링 운영 개요		연번	상권	운영건	비고
<ul style="list-style-type: none"> 일시: 2022.08.17(수)~2022.11.10(목) 대상: 교육참석 상인 40개사 대상 장소: 전통시장 컴퓨터 및 상인 사업장 세부내용: 총50회 멘토링(125% 달성) 		1	명동	6	4개사
		2	브라운5번가	7	2개사
		3	육림고개	13	6개사
		4	중앙시장	7	3개사
		5	제일시장	5	2개사
		6	요선동	2	1개사
		7	지하상가	8	3개사
		8	조운동	2	1개사
		계		50	22개사

1:1 멘토링 운영 개요

- 제품 홍보 콘텐츠 제작 9개사(22.08.~11.)

					
상세페이지 해정달갈비	상세페이지 오가는정과	인스타영상 장미아	카드뉴스 저스트피자	카드뉴스 남만국시	카드뉴스 소중헌날
					
			Sns사진 꽃가람	카드뉴스 치방전	카드뉴스 경안정과

제품 홍보 콘텐츠 제작

- 상인 1:1 서포터즈 운영 / 30개사 콘텐츠 발행 133개(22.09.~11.)

MC3 **원도심 상권 활성화 방안 모색을 위한**
1:1 소외계층 상인 서포터즈 운영지침

1. 활동 개요

1. 활동 목적 : 원도심 상인 역량강화 및 상권 홍보 확산을 위한 콘텐츠 제작 및 배포

2. 활동 대상 : 원도심 내 상인 30개사

3. 활동 기간 : 2022년 09월~11월(13주간)

4. 활동 내용

① 1:1 서포터즈 상인 홍보에 필요한 콘텐츠 제작(영상, 사진, 블로그 등) 및 배포

② 1:1 서포터즈 상인 30개사 중 소외된 상인 10개사 선정(노년층, 장애인, 저소득층 등)

③ 1:1 서포터즈 상인 10개사 중 소외된 상인 10개사 선정(노년층, 장애인, 저소득층 등)

④ 1:1 서포터즈 상인 10개사 중 소외된 상인 10개사 선정(노년층, 장애인, 저소득층 등)

⑤ 1:1 서포터즈 상인 10개사 중 소외된 상인 10개사 선정(노년층, 장애인, 저소득층 등)

⑥ 1:1 서포터즈 상인 10개사 중 소외된 상인 10개사 선정(노년층, 장애인, 저소득층 등)

⑦ 1:1 서포터즈 상인 10개사 중 소외된 상인 10개사 선정(노년층, 장애인, 저소득층 등)

⑧ 1:1 서포터즈 상인 10개사 중 소외된 상인 10개사 선정(노년층, 장애인, 저소득층 등)

⑨ 1:1 서포터즈 상인 10개사 중 소외된 상인 10개사 선정(노년층, 장애인, 저소득층 등)

⑩ 1:1 서포터즈 상인 10개사 중 소외된 상인 10개사 선정(노년층, 장애인, 저소득층 등)

2. 활동 지침

1. 활동지침

① 1:1 서포터즈 상인 10개사 중 소외된 상인 10개사 선정(노년층, 장애인, 저소득층 등)

② 1:1 서포터즈 상인 10개사 중 소외된 상인 10개사 선정(노년층, 장애인, 저소득층 등)

③ 1:1 서포터즈 상인 10개사 중 소외된 상인 10개사 선정(노년층, 장애인, 저소득층 등)

④ 1:1 서포터즈 상인 10개사 중 소외된 상인 10개사 선정(노년층, 장애인, 저소득층 등)

⑤ 1:1 서포터즈 상인 10개사 중 소외된 상인 10개사 선정(노년층, 장애인, 저소득층 등)

⑥ 1:1 서포터즈 상인 10개사 중 소외된 상인 10개사 선정(노년층, 장애인, 저소득층 등)

⑦ 1:1 서포터즈 상인 10개사 중 소외된 상인 10개사 선정(노년층, 장애인, 저소득층 등)

⑧ 1:1 서포터즈 상인 10개사 중 소외된 상인 10개사 선정(노년층, 장애인, 저소득층 등)

⑨ 1:1 서포터즈 상인 10개사 중 소외된 상인 10개사 선정(노년층, 장애인, 저소득층 등)

⑩ 1:1 서포터즈 상인 10개사 중 소외된 상인 10개사 선정(노년층, 장애인, 저소득층 등)

이름	성별	직업	매칭 상인 횟수	위치	강점
고	남	자영업자	2	춘천	블로그
김	남	프리랜서	2	춘천	유튜브
이	남	학생	1	춘천	인스타그램
정	남	학생	1	춘천	인스타그램
김	여	학생	1	춘천	인스타그램
김	여	주부	2	경기도	블로그
김	여	프리랜서	2	춘천	ALL
박	여	학생	2	경기도	인스타그램
송	여	자영업자	1	춘천	인스타그램
신	여	학생	1	춘천	인스타그램
원	여	주부	2	춘천	인스타그램
이	여	학생	2	춘천	인스타그램
이	여	직장인	2	춘천	블로그
이	여	오전알바	2	춘천	인스타그램
이	여	학생	1	춘천	ALL
최	여	주부	2	서울	ALL
김	여	주부	2	춘천	인스타그램
황	여	주부	2	춘천	블로그

1:1 서포터즈 운영 보고

[원도심 상권 지원프로그램]

- 기획기사 홍보 7회(22.07.~11. / IT동아, 춘천주간지)

미디어 보도(IT동아 기획기사)

			
2022.08.25.	2022.08.31.	2022.09.23.	2022.10.28.
https://it.donga.com/102681/	https://it.donga.com/102706/	https://it.donga.com/102807/	https://it.donga.com/102967/

미디어 보도(춘천주간지)

		
2022.09.19	2022.09.26	2022.10.04

- 상권 중심 홍보 콘텐츠 제작 및 배포 5회 운영 / 852명 참여(22.08.~11.)

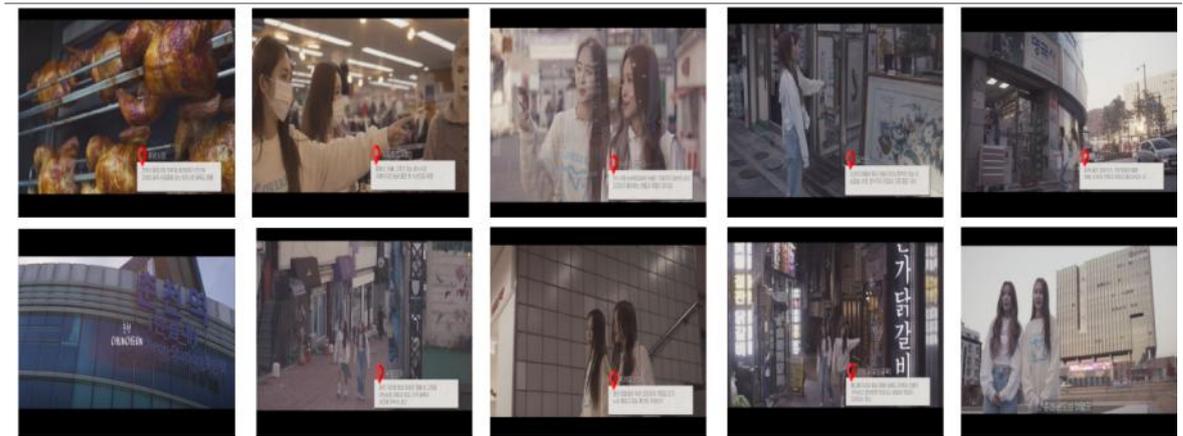
수행내용	일정	채널형태	성과
1. 초성 퀴즈	8월 8~18일	SNS, 블로그	이벤트 4,557회
2. 네이버영수증 리뷰	9월~10월 21일	SNS, 블로그	이벤트 1,641회
3. 다봄이 8개권역 찾기	10월 12~28일	SNS, 블로그	채널에 게시
4. 여행하기 좋은 춘천	10월~11월 9일	SNS, 블로그	이벤트 7,070회
5. 광 없는 뽑기쇼	11월 4~6일	SNS, 블로그	이벤트 6,343회

- 원도심 상권 전체 서포터즈 모집 / 10명 콘텐츠 발행 105개(22.09.~11.)

NO	이름	성별	직업	위치	강점
1	김	남	직장인	경기도	블로그
2	이	여	워킹맘	강원도	블로그
3	원	여	직장인	강원도	인스타
4	윤	여	프리랜서	경기도	블로그
5	송	여	주부	강원도	블로그
6	위	여	직장인	강원도	블로그
7	주	남	직장인	강원도	인스타
8	곽	여	학생	경기도	블로그
9	김	여	취업준비생	경기도	블로그
10	허	남	학생	강원도	블로그

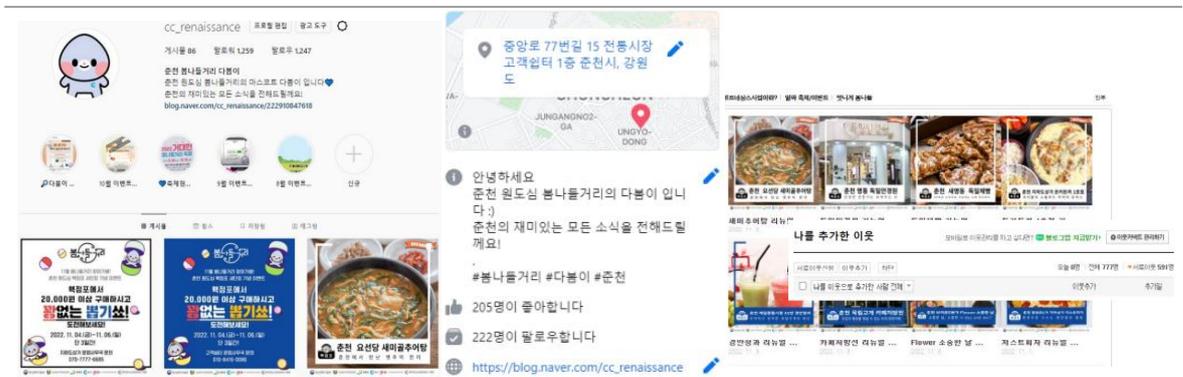
다봄이 서포터즈 1기

- '원도심'을 핵심으로 상권별 홍보 동영상 제작 지원(22.10.~11.)



홍보용 30초 미만 영상 제작

- 인스타그램 70건, 페이스북 50건, 블로그 135건 게시물 업로드 및 댓글 관리(22.10.~11.)



춘천 원도심 상권르네상스 공식 SNS 홍보 사이트 운영

스마트 상점 육성 및 온·오프라인 통합 마케팅 영역 성과점수	총점 95점		
	예산집행률 90.3%	목표달성률 100%	성과물 제출 만족도 80점

집행	성과점수	1-1. 예산이 계획대로 집행되었는가?(25점)					
	25점 (상당한 정도)	<input type="checkbox"/> 집행실적 제고를 위한 노력 및 실적을 확인하여 4단계로 점수부여 상당한 정도(25점 기본) : 낙찰차액, 경상경비절감 등 정상집행으로 간주되는 사항을 제외하고 집행률이 95% (실집행 85%) 이상인 경우 <input type="checkbox"/> 근거자료 : 예산집행 현황자료(단위:천원) <table border="1" style="margin: 10px auto;"> <tr> <td>스마트 상점 육성 및 온오프라인 통합 마케팅 영역</td> <td>231,000 (국비)</td> <td>22,300 (낙찰차액)</td> <td>208,700</td> <td>22,300 (낙찰차액)</td> <td>90.3%</td> </tr> </table> $90.3(\%) = \frac{208,700,000(\text{실적})}{231,000,000(\text{총})} \times 100$	스마트 상점 육성 및 온오프라인 통합 마케팅 영역	231,000 (국비)	22,300 (낙찰차액)	208,700	22,300 (낙찰차액)
스마트 상점 육성 및 온오프라인 통합 마케팅 영역	231,000 (국비)	22,300 (낙찰차액)	208,700	22,300 (낙찰차액)	90.3%		

결과	성과점수	2-1. 계획된 목표는 달성하였는가?(50점)
	50점 (100%)	<input type="checkbox"/> 과업지시서 상의 내용을 실적지표로 산정 <ul style="list-style-type: none"> ○ 실적지표 <ul style="list-style-type: none"> - 온·오프라인 기획기사 사업홍보 및 제품홍보 콘텐츠 제작 - 육성지원 프로그램 기획 및 운영 - 온라인 판로개척 및 홍보 1:1 멘토링 - 서포터즈 운영 및 콘텐츠 발행 - 원도심 상권 이벤트 기획 및 운영 - 상권별 홍보 동영상 제작 및 사업단 공식 계정 운영·관리 <input type="checkbox"/> 목표달성률 100% $100(\%) = \frac{6(\text{달성수})}{6(\text{건수})} \times 100$

결과	성과점수	2-2. 사업의 성과는 우수한가?(20점)
	20점 (성과 우수)	<input type="checkbox"/> 사업성과에 대한 성과 우수성 <ul style="list-style-type: none"> ○ 결과보고서 및 성과물 일체 제출 ○ 육성지원 6회차 프로그램 진행 1식 ○ 온라인 판로개척 및 홍보 1:1 멘토링 50회 운영(총 22개 점포) ○ 서포터즈 26명 콘텐츠 238개 발행 ○ 교육 전체 이수율 총 8.3% ○ 육성지원 프로그램 만족도 전체 80점(4.19점)으로 성과 매우 우수 <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;">    </div>

A3 [SNS스튜디오] 관련
마케팅 전용 공간 구축

사업개요	분 야	<input type="checkbox"/> 연구 <input type="checkbox"/> 교육컨설팅 <input checked="" type="checkbox"/> 거라공간 조성 <input type="checkbox"/> 디자인·조형물 설치 <input type="checkbox"/> 상품개발 <input type="checkbox"/> 홍보·마케팅
	과업명	마케팅 전용 SNS스튜디오 구축 공사 및 실시설계 용역
	과업기간	2022년 4월 21일 ~ 2022년 11월 16일(약 7개월)
	예 산	232,800,000원(부가세 포함)
	집행액	212,677,220원(부가세 포함)

○ 사업목적

- 원도심 점포들이 라이브커머스, 온라인 점포 등 온라인 마케팅을 진행하기 위한 별도의 전문 촬영 공간 필요
- 지하상가 방문객들에게 영상 감상의 기회를 제공하거나 다양한 정보를 제공할 수단 필요

○ 사업내용

- 춘천 지하도상가 내 빈 점포(중앙로 가열 35, 36)를 활용한 사진 및 영상 촬영 스튜디오 구축
- 멀티비전 설치, 지하도상가 방문객 대상 홍보 영상 송출

○ 추진일정

일정 수행내용	22년도				
	4월	8월	9월	10월	11월
착수보고	[4월]				
설계 진행 및 설계도서 납품	[8월]				
공종별 착공	[9월]				
준공, 현장 점검 및 보완	[11월]				
결과보고	[11월]				

○ 추진경과 및 성과

○ 정량성과

- SNS 스튜디오 조성 1식
- 멀티비전 설치 및 방문객 대상 홍보 영상 송출 1식

○ 정성성과

- 점포에 온라인 마케팅을 공간을 지원함으로써, 인터넷 판매 기회 제공
- 상권 내 홍보 영상 송출로 방문객에 정보 제공

마케팅 전용 SNS스튜디오 구축 공사 및 실시설계 용역 성과점수	총점 91점		
	예산집행률 91.4%	목표달성률 100%	성과물 제출 조성 완료

집행	성과점수	1-1. 예산이 계획대로 집행되었는가?(25점)					
	25점 (상당한 정도)	<input type="checkbox"/> 집행실적 제고를 위한 노력 및 실적을 확인하여 4단계로 점수부여 상당한 정도(25점 기본) : 낙찰차액, 경상경비절감 등 정상집행으로 간주되는 사항을 제외하고 집행률이 95% (실집행 85%) 이상인 경우 <input type="checkbox"/> 근거자료 : 예산집행 현황자료(단위:천원) <table border="1" style="margin: 10px auto;"> <tr> <td>마케팅 전용 SNS스튜디오 구축 공사 및 실시설계 용역</td> <td>232,800 (국비)</td> <td>3,487 (낙찰차액)</td> <td>212,677</td> <td>16,636 3,487 (낙찰차액)</td> <td>91.4%</td> </tr> </table> $91.4(\%) = \frac{212,677,000(\text{실적})}{232,800,000(\text{총})} \times 100$	마케팅 전용 SNS스튜디오 구축 공사 및 실시설계 용역	232,800 (국비)	3,487 (낙찰차액)	212,677	16,636 3,487 (낙찰차액)
마케팅 전용 SNS스튜디오 구축 공사 및 실시설계 용역	232,800 (국비)	3,487 (낙찰차액)	212,677	16,636 3,487 (낙찰차액)	91.4%		

결과	성과점수	2-1. 계획된 목표는 달성하였는가?(50점)
	50점 (100%)	<input type="checkbox"/> 과업지시서 상의 내용을 실적지표로 산정 <ul style="list-style-type: none"> ○ 실적지표 <ul style="list-style-type: none"> - 빈점포를 활용한 사진 및 영상 촬영 스튜디오 구축 - 멀티비전 설치, 지하도상가 방문객 대상 홍보 영상 송출 <input type="checkbox"/> 목표달성률 100% $100(\%) = \frac{2(\text{달성수})}{2(\text{건수})} \times 100$

결과	성과점수	2-2. 사업의 성과는 우수한가?(16점)
	16점 (성과 우수)	<input type="checkbox"/> 사업성과에 대한 성과 우수성 <ul style="list-style-type: none"> ○ 결과보고서 및 성과물 일체 제출 ○ 빈점포를 활용한 SNS 스튜디오 구축 ○ 지하도상가 방문객 대상 홍보 영상 송출위한 멀티비전 설치 <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;">    </div>

04-3. 사업별 성과
오감만족
오락거리
문화예술 콘텐츠

B1 B2	[상권 통합축제] 관련	
	상권 내 문화예술 축제 기획 및 홍보 운영 작은 영화제 기획 및 운영_특화거리	
분야		<input type="checkbox"/> 연구 <input type="checkbox"/> 교육컨설팅 <input type="checkbox"/> 거리공간 조성 <input type="checkbox"/> 디자인·조형물 설치 <input type="checkbox"/> 상품개발 <input checked="" type="checkbox"/> 홍보·마케팅
사업개요		과업명 상권 통합축제 및 영화제 운영 용역
		과업기간 2022년 07월 08일 ~ 2022년 10월 24일(약 3개월)
		예산 523,000,000원(부가세 포함)
		집행액 520,767,000원(부가세 포함)

○ 사업목적

- 춘천 원도심 내 유입인구 증가 및 매출 증진 목적의 차별화된 콘텐츠 확보 및 홍보
- 춘천 원도심 통합 브랜드인 `봄나들거리`의 통합적 홍보

○ 사업내용

- 춘천 원도심의 역사적 특성과 공간적 특색, 컨셉을 반영하여 공연 및 전시 등 예술성 있는 축제 운영
- 춘천 원도심 통합 브랜드 `봄나들거리`와 캐릭터 `다봄이` 활용 및 홍보
- 춘천 원도심 8개 상권 내 동시다발적 행사 진행
- 육림고개 영화의 거리를 중심으로 상권 통합축제 안의 축제로 소규모 영화 상영 등의 영화제 기획

○ 추진일정

일정 수행내용	22년도				
	7월	8월	9월	10월	11월
착수보고	[7월]				
주요 일정	[7월 ~ 10월]				
복적복적 페스타	[7월 ~ 10월]				
자이언트 페스타	[7월 ~ 10월]				
퍼레이트 페스타	[7월 ~ 10월]				
무비 페스타	[7월 ~ 10월]				
봄나들거리 낭만여행	[7월 ~ 10월]				
결과보고	[10월 ~ 11월]				

○ 추진경과 및 성과

○ 정량성과

- 만족도 전체 '만족' 62% 응답(총 190명)

[상권 내 문화예술 축제 기획 및 홍보 운영]

- 북적북적 페스타 진행(총 32회 행사)
 - : 요선동, 조운동 행사(15개소 점포 93.8% 참여, 매출 66만원)
 - : 그 외 행사(누적 총 13,306명 참여)
- 자이언트 페스타 진행(총 9개소 상징물 설치 및 행사, 331명 참여)
- 퍼레이드 페스타 진행(총 25회 행사, 2,700명 참여)
- 봄나들거리 낭만여행 진행(총 3회 행사, 1,752명 참여)

[작은영화제 기획 및 운영_특화거리]

- 무비 페스타 진행(총 7회 행사, 391명 참여)
-

○ 정성성과

- 북적북적 페스타
 - : 지속적 운영으로 팬덤층 확보 및 바이럴을 통한 꾸준한 방문객 유치
 - 자이언트 페스타
 - : 홍보 부족 및 상징물 퀄리티 부족, 첫 행사로 인한 참여율 저조
 - 퍼레이드 페스타
 - : 퍼레이드 행사유치에 따른 방문객 증가
 - 봄나들거리 낭만여행
 - : 행사 진행으로 인한 방문객 유치 및 체류형 프로모션 진행에 효과
 - 무비 페스타
 - : 공간적의 한계, 매니아층의 영화구성으로 참여 저조
-

○ 평균 만족도(5점척도 기준)

- 전체 만족도 : '만족' 62%
 - 기타 문항(빈도)
 - : 만족 내용(문화공연(24.0%) > 현장운영(22.0%) > 다양한 체험(21.0%) 순
-

○ 기타의견(개선이 필요한 점)

- 동시다발적 운영으로 행사 중복 및 내실화 부족
 - 요선동, 조운동 행사의 경우 준비성 미흡
 - 개별 프로그램이 많아 사전 홍보 미흡
-

[상권 내 문화예술 축제 기획 및 홍보 운영]

- 북적북적 페스타(22.07.~10.)

: 봄나들시장 놀이 10회, 요선금요마켓 2회, 조운별빛시장 2회,
전통시장 고고70 4회, 닭갈비 파티 3회, 시장홍보행사 6회,
북적북적 어린이날 2회, 봄나들투어 3회 운영



봄나들시장 놀이_07.23.



요선금요마켓_09.30.



어린이날_10.01.



시장 홍보 행사_10.02.



봄나들투어_10.04.



전통시장 고고70_10.05.



조운별빛시장_10.07.



닭갈비 파티_10.08.

- 자이언트 페스타(22.09.~10.)

: 상징물 포토존 및 연계 프로그램 운영 9회



자이언트 연통다봄이_10.01.



자이언트 닭갈비골목 입구_10.02.



자이언트 닭갈비 조형물_10.02.



자이언트 현수막_10.07.

- 퍼레이드 페스타(22.10.)

: `이상한 나라의 엘리스`거리 퍼레이드 2회, 닭퍼레이드 3회, 댄스 퍼레이드 20회



댄스 퍼레이드_10.02.



댄스 퍼레이드_10.08.



엘리스 퍼레이드_10.08.



엘리스 퍼레이드_10.08.

- 봄나들거리 낭만여행(22.10. / 추가과업)

: 가요페스타 2회(통기타, 주부 가요제), 걷기 페스타 1회



봄나들 낭만여행_09.30.



가요페스타_09.30.

[작은 영화제 기획 및 운영_특화거리]

- 무비 페스타(22.09.~10.)

: 육림영화마실 5회, 변사영화 1회, OST경연대회 1회



육림영화마실_09.03.



육림영화마실_09.17.



육림영화마실_09.17.



육림영화마실_10.01.



영화O S T 경연대회_10.09.



영화O S T 경연대회_10.09.

상권 통합축제 및 영화제 운영 용역 성과점수	총점 91점		
	예산집행률 99.6%	목표달성률 100%	성과물 제출 축제 다수진행

집행	성과점수	1-1. 예산이 계획대로 집행되었는가?(25점)					
	25점 (상당한 정도)	<input type="checkbox"/> 집행실적 제고를 위한 노력 및 실적을 확인하여 4단계로 점수부여 상당한 정도(25점 기본) : 낙찰차액, 경상경비절감 등 정상집행으로 간주되는 사항을 제외하고 집행률이 95% (실집행 85%) 이상인 경우 <input type="checkbox"/> 근거자료 : 예산집행 현황자료(단위:천원) <table border="1" style="margin: 10px auto;"> <tr> <td>상권 통합축제 및 영화제 운영 용역</td> <td>523,000 (국비)</td> <td>70,767 (과업추가) 2,233 (낙찰차액)</td> <td>520,767</td> <td>2,233 (낙찰차액)</td> <td>99.6%</td> </tr> </table> $99.6(\%) = \frac{520,767,000(\text{실적})}{523,000,000(\text{총})} \times 100$	상권 통합축제 및 영화제 운영 용역	523,000 (국비)	70,767 (과업추가) 2,233 (낙찰차액)	520,767	2,233 (낙찰차액)
상권 통합축제 및 영화제 운영 용역	523,000 (국비)	70,767 (과업추가) 2,233 (낙찰차액)	520,767	2,233 (낙찰차액)	99.6%		

결과	성과점수	2-1. 계획된 목표는 달성하였는가?(50점)
	50점 (100%)	<input type="checkbox"/> 과업지시서 상의 내용을 실적지표로 산정 <ul style="list-style-type: none"> ○ 실적지표 <ul style="list-style-type: none"> - 춘천 원도심의 역사적 특성과 공간적 특색, 컨셉을 반영한 공연 및 전시 등 예술성 있는 축제 운영 - '봄나들거리'와 '다봄이' 활용 및 홍보 - 8개 상권 내 동시다발적 행사 진행 - 육림고개 영화의 거리를 중심으로 상권 통합축제 안의 축제로 소규모 영화 상영 등의 영화제 기획 <input type="checkbox"/> 목표달성률 100% $100(\%) = \frac{4(\text{달성수})}{4(\text{건수})} \times 100$

결과	성과점수	2-2. 사업의 성과는 우수한가?(16점)
	16점 (성과 우수)	<input type="checkbox"/> 사업성과에 대한 성과 우수성 <ul style="list-style-type: none"> ○ 결과보고서 및 성과물 일체 제출 ○ 통합 축제 및 작은영화제 진행 <ul style="list-style-type: none"> : 북적북적페스타(32회, 13,306명), 자이언트 페스타(9개소 상징물 설치, 331명), 퍼레이드 페스타(25회, 2,700명), 봄나들거리 낭만여행(3회, 1,752명) 무비 페스타(7회, 391명) 동시 다발적 행사 진행 ○ 축제 프로그램 만족도 '만족' 62% 응답으로 성과 우수



B5 [특화거리 조성] 관련
꽃의 거리 조성 화단 및 화훼 구입_특화거리

분 야	<input type="checkbox"/> 연구 <input type="checkbox"/> 교육컨설팅 <input checked="" type="checkbox"/> 거리공간 조성 <input type="checkbox"/> 디자인·조형물 설치 <input type="checkbox"/> 상품개발 <input type="checkbox"/> 홍보·마케팅
사업개요	과업명 브라운5번가 꽃의 거리 조성 화단 및 화훼 구입
	과업기간 2022년 04월 22일 ~ 2022년 05월 19일(약 1개월)
	예 산 30,000,000원(부가세 포함)
	집행액 27,000,000원(부가세 포함)

○ 사업목적

- 브라운5번가 내 꽃의 거리(화단) 조성을 통한 상권 활성화
- 상권 방문 소비자 대상 쉼터 및 만남의 장 기능의 공간 조성

○ 사업내용

- 브라운5번가 내 화단 조성
- 계절별 꽃 식재 및 관리

○ 추진일정

일정 수행내용	22년도					
	4월	5월	6월	7월	8월	
주	착수보고					
요	화훼 구입 발주					
일	화단 조성					
정	결과보고					

○ 추진경과 및 성과

○ 정량성과

- 화단 조성 및 화훼 구입 발주 1식
- 대형 팻 7 e a , 중형 팻 13 e a , 소형 팻 14 e a 조성

○ 정성성과

- 상권 내 꽃의 거리 환경개선을 통해 만남의 장 마련

춘천시 브라운5번가 꽃의 거리 조성 화단 및 화훼 구입 용역 성과점수	총점 91점		
	예산집행률 90.0%	목표달성률 100%	성과물 제출 거리 조성

집행	성과점수	1-1. 예산이 계획대로 집행되었는가?(25점)					
	25점 (상당한 정도)	<p><input type="checkbox"/> 집행실적 제고를 위한 노력 및 실적을 확인하여 4단계로 점수부여</p> <p style="text-align: center;">상당한 정도(25점 기본) : 낙찰차액, 경상경비절감 등 정상집행으로 간주되는 사항을 제외하고 집행률이 95% (실집행 85%) 이상인 경우</p> <p><input type="checkbox"/> 근거자료 : 예산집행 현황자료(단위:천원)</p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>춘천시 브라운5번가 꽃의 거리 조성 화단 및 화훼 구입 용역</td> <td>30,000 (국비)</td> <td>3,000 (낙찰차액)</td> <td>27,000</td> <td>3,000 (낙찰차액)</td> <td>90.0%</td> </tr> </table> <p style="text-align: center;"> $90.0(\%) = \frac{27,000,000(\text{실적})}{30,000,000(\text{총})} \times 100$ </p>	춘천시 브라운5번가 꽃의 거리 조성 화단 및 화훼 구입 용역	30,000 (국비)	3,000 (낙찰차액)	27,000	3,000 (낙찰차액)
춘천시 브라운5번가 꽃의 거리 조성 화단 및 화훼 구입 용역	30,000 (국비)	3,000 (낙찰차액)	27,000	3,000 (낙찰차액)	90.0%		

결과	성과점수	2-1. 계획된 목표는 달성하였는가?(50점)
	50점 (100%)	<p><input type="checkbox"/> 과업지시서 상의 내용을 실적지표로 산정</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 실적지표 <ul style="list-style-type: none"> - 브라운5번가 내 화단 조성 - 계절별 꽃 식재 및 관리 <p><input type="checkbox"/> 목표달성률 100%</p> <p style="text-align: center;"> $100(\%) = \frac{2(\text{달성수})}{2(\text{건수})} \times 100$ </p>

결과	성과점수	2-2. 사업의 성과는 우수한가?(16점)
	16점 (성과 우수)	<p><input type="checkbox"/> 사업성과에 대한 성과 우수성</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 결과보고서 및 성과물 일체 제출 <ul style="list-style-type: none"> : 관리 매뉴얼 및 정원식물 이야기 ○ 화단 조성 및 화훼 구입 및 조성 <ul style="list-style-type: none"> : 대형 팻 7ea, 중형 팻 13ea, 소형 팻 14ea 조성 <div style="display: flex; justify-content: space-around;">    </div>

04-4. 사업별 성과 Overcome
상권역량강화

C1 [상권역량강화] 관련
공동기획상품 개발

사업개요	분 야	<input type="checkbox"/> 연구 <input checked="" type="checkbox"/> 교육컨설팅 <input type="checkbox"/> 거리공간 조성 <input type="checkbox"/> 디자인·조형물 설치 <input checked="" type="checkbox"/> 상품개발 <input checked="" type="checkbox"/> 홍보·마케팅
	과업명	대표 공동기획상품 컨설팅 및 개발 용역
	과업기간	2022년 06월 15일 ~ 2022년 11월 24일(약 5개월)
	예 산	160,000,000원(부가세 포함)
	집행액	144,000,000원(부가세 포함)

○ 사업목적

- 온·오프라인 대표 상품 개발을 통해 원도심 브랜드 이미지 상승
- 대표 먹거리를 핵심판매 아이템으로 부각시켜 춘천 원도심에 대한 전국적 홍보
- 핵심 먹거리 매출 증대 및 주변 점포로 홍보 효과 확대를 통한 시너지 창출

○ 사업내용

- 춘천 원도심 내 외식업 현황 및 고객 분석
- 특화 먹거리 개발 및 상품화 참여 상인 선정
- 먹거리 컨설팅·연구개발 및 상품화
- 특화 먹거리 홍보 및 사후관리

○ 추진일정

일정 수행내용	22년도				
	6월~7월	8월	9월	10월	11월
착수보고	[Progress]				
주 외식업 현황 및 고객 분석	[Progress]				
요 사업설명회 및 참여 상인 선정	[Progress]				
일 먹거리 컨설팅·상품화	[Progress]				
정 먹거리 홍보 및 사후관리	[Progress]				
결과보고	[Progress]				

○ 추진경과 및 성과

○ 정량성과

- 원도심 내 외식업 267개소 현황 및 고객 분석 1식
- 특화먹거리 개발 및 상품화 사업 설명회 1식
- 평가를 통한 특화 먹거리 컨설팅(9개 점포), 상품화(5개 점포) 진행
[먹거리 컨설팅·연구개발 및 상품화]
- 특화 메뉴 컨설팅 51회, 상품화컨설팅 11회, 선진지 교육 1회 진행
: 만족도 전체 평균 4.75점(총 11점포, 회수율 100%)
- 대표먹거리 개발 6건, 밀키트패키지 개발 5건, 홍보물 개선 20건, 홍보용 사진 촬영 2건 진행
- 교육 전체 이수율 총 1.0%
[특화 먹거리 홍보 및 사후관리]
- 특화먹거리 시식회 2회 진행, 매체 홍보 3건, SNS 5건
- 라이브커머스 진행(36개 1,045,000원 수익, 시청자 5,761명)

○ 정성성과

- 춘천 원도심의 대표 상품개발을 통해 상권을 알리고 브랜드이미지 상승
- 전국적 홍보를 통한 상권 대표먹거리 핵심판매 아이템 부각

○ 평균 만족도(5점척도 기준)

- 전체 평균 : 4.58점
- 업장 도움(4.75점) > 전반적 평가(4.65점)
- 최고점 업장 도움(4.75점) > 최하점 일정 및 시간(4.30점)

○ 기타의견(개선이 필요한 점)

- 컨설팅 방문 횟수를 늘려 적용할 때까지 지도 필요
- 지원금이나 일정에 대한 구체적 정보 및 풍족했으면 함
- 가게 운영 전반에 대한 컨설팅 필요
- SNS 및 유튜브 유명인들을 통한 공동구매 판매 필요

- 춘천 원도심 내 외식업 현황 및 고객 분석(22.06.~07.)
: 8개 상권 내 외식 업소 267개소 분석
- 사업설명회 및 특화 먹거리 개발 및 상품화 참여 상인 선정(22.07.)
: 특화먹거리 개발 및 사업 설명회(4개 점포, 7명 참가)



사업설명자료 및 신청서 현장 배포_07.04.~20.



사업설명회_07.13.

- 먹거리 컨설팅·연구개발 및 상품화(22.07.)

: 4가지 단계(방문협의-메뉴점검-메뉴교육-홍보물디자인)를 거쳐
특화메뉴 컨설팅 총 51회 진행



방문협의



메뉴점검



메뉴교육



홍보물디자인

: 4가지 단계(방문협의-개발상품점검-상품패키지개발-홍보물디자인)를
거쳐 상품화 컨설팅 총 11회 진행



방문협의



개발상품점검



상품 패키지 개발



온라인 스토어 개설

: 4가지 단계(제안(11개) -> 선정(6개) -> 레시피 공유 -> 시식회 2회)를 거쳐 상권대표 먹거리 개발 진행

닭갈비컵밥			
재료	중량	브랜드	조리방법
주재료			
닭다리살	50g		1. 닭 정육을 4cm 길이로 썬다.
양배추	60g		2. 양배추는 채 썬다.
흰밥	180g		3. 찹어 놓은 닭을 소스에 재운다.
닭갈비소스	60g	자체제작	4. 팬에 밥과 소스, 채운 닭을 따로 볶는다.
식용유	20g	오뚜기	5. 채 썬 양배추는 소금과 후추로 간한 뒤 썬 후에 빠르게 볶는다.
소금	약간	정정원	6. 용기에 볶음밥, 양배추, 닭갈비 순으로 올려 완성한다.
후추	약간	오뚜기	
닭갈비 소스			
진간장	250g	샘표	
고추장	100g	청정원	
결빙	150g	백설	
물엿	200g	오뚜기	
굵은 고춧가루	100g		
고운 고춧가루	50g		
다진생강	30g		
다진마늘	50g		
다진양파	100g		
정종	20g		
카레가루	40g	오뚜기	
소금	10g	정정원	
후추			5g

감자 황태 고로케(바칼라볼)			
재료	중량	브랜드	조리방법
주재료 ①			
대구살(냉동)	2kg		1. 냄비에 대구살이 충분히 잠길 정도 물을 넣은 후 우유를 넣고 삶는다.
감자	2kg		2. 감자는 껍질을 벗긴 후 삶기 좋게 조각내고 물에 담가 전분기를 제거한 뒤 삶는다.
우유	1L		3. 삶은 대구모와 감자는 물기를 제거한 후 곱게 으갠다.
주재료 ②			
으깬 대구살	60g		4. 옥수수는 물기를 제거한 후 임자가 크게 다진다.
으깬 감자	60g		5. 삶은 대구모와 감자, 옥수수, 생크림, 그라나파다노, 소금, 후추를 넣고 무척해질 때까지 익힌다.
옥수수잼	10g	그린자이언트	6. ⑤가 완성되면 풀렌타 분말을 넣어 섞어 식힌다.
생크림	75ml	서울우유	7. ⑥이 완전히 식으면 약 30~40으로 동글게 볼을 만든다. (한입 사이즈)
그라나파다노	30g	암브로시	8. 볼에 빵가루를 제외한 반죽 재료를 넣어 섞어 튀김 반죽을 만든다.
소금	2g	정정원	9. 한입 사이즈로 만든 ⑦번에 튀김 반죽을 입히고, 빵가루를 묻혀 150~160°C로 약 2~3분 튀긴다.
후추	약간	오뚜기	
풀렌타 분말	1T	디벨라	
튀김 반죽			
풀렌타 분말	50g	디벨라	
튀김가루	50g	오뚜기	
물	150g		
빵가루	100g	오뚜기	
식용유(튀김)			

제안사의 레시피 공유



1차 시식회_11.07.



2차 시식회_11.11.

- 선진지 견학 1회(22.10.)



선진지 견학_10.31.

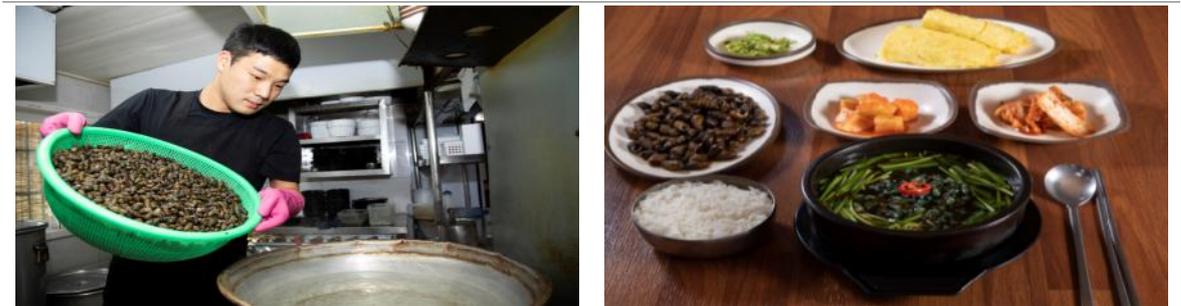
- 점포 홍보물 개선 20건, 홍보용 사진 촬영 2건, 라이브커머스 진행 (22.11.)



점포 홍보물 개선



라이브커머스_11.22.



홍보물 제작을 위한 사진 촬영

대표 공동기획상품(특화 먹거리) 컨설팅 및 개발 용역 성과점수	총점 95점		
	예산집행률 90.0%	목표달성률 100%	성과물 제출 만족도 90점

집행	성과점수	1-1. 예산이 계획대로 집행되었는가?(25점)					
	25점 (상당한 정도)	<input type="checkbox"/> 집행실적 제고를 위한 노력 및 실적을 확인하여 4단계로 점수부여 상당한 정도(25점 기본) : 낙찰차액, 경상경비절감 등 정상집행으로 간주되는 사항을 제외하고 집행률이 95% (실집행 85%) 이상인 경우 <input type="checkbox"/> 근거자료 : 예산집행 현황자료(단위:천원) <table border="1" style="margin: 10px auto;"> <tr> <td>대표 공동기획상품(특화 먹거리) 컨설팅 및 개발 용역</td> <td>160,000 (국비)</td> <td>16,000 (낙찰차액)</td> <td>144,000</td> <td>16,000 (낙찰차액)</td> <td>90.0%</td> </tr> </table> $90.0(\%) = \frac{144,000,000(\text{실적})}{160,000,000(\text{총})} \times 100$	대표 공동기획상품(특화 먹거리) 컨설팅 및 개발 용역	160,000 (국비)	16,000 (낙찰차액)	144,000	16,000 (낙찰차액)
대표 공동기획상품(특화 먹거리) 컨설팅 및 개발 용역	160,000 (국비)	16,000 (낙찰차액)	144,000	16,000 (낙찰차액)	90.0%		

결과	성과점수	2-1. 계획된 목표는 달성하였는가?(50점)
	50점 (100%)	<input type="checkbox"/> 과업지시서 상의 내용을 실적지표로 산정 <ul style="list-style-type: none"> ○ 실적지표 <ul style="list-style-type: none"> - 춘천 원도심 내 외식업 현황 및 고객 분석 - 특화 먹거리 개발 및 상품화 참여 상인 선정 - 먹거리 컨설팅·연구개발 및 상품화 - 특화 먹거리 홍보 및 사후관리 <input type="checkbox"/> 목표달성률 100% $100(\%) = \frac{4(\text{달성수})}{4(\text{건수})} \times 100$

결과	성과점수	2-2. 사업의 성과는 우수한가?(20점)
	20점 (성과 우수)	<input type="checkbox"/> 사업성과에 대한 성과 우수성 <ul style="list-style-type: none"> ○ 결과보고서 및 성과물 일체 제출 ○ 먹거리 컨설팅·연구개발 및 상품화 <ul style="list-style-type: none"> : 특화 먹거리 컨설팅(9개 점포), 상품화(5개 점포), 특화 메뉴 컨설팅 51회, 상품화컨설팅 11회, 선진지 교육 1회 : 대표먹거리 개발 6건, 밀키트패키지 개발 5건, 홍보물 개선 20건, 홍보용 사진 촬영 2건 ○ 시식회 2회, 매체 홍보 및 라이브커머스 진행 (5,761명 참여) ○ 교육 전체 이수율 총 1.0% ○ 컨설팅 프로그램 만족도 전체 90점(4.58점)으로 성과 매우 우수 <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;">    </div>

C2 [상권역량강화] 관련
핵점포 디자인/마케팅/컨설팅 환경개선 지원

사업개요	분 야	<input type="checkbox"/> 연구 <input checked="" type="checkbox"/> 교육컨설팅 <input type="checkbox"/> 거리공간 조성 <input type="checkbox"/> 디자인·조형물 설치 <input checked="" type="checkbox"/> 상품개발 <input checked="" type="checkbox"/> 홍보·마케팅
	과업명	핵점포 선정 및 환경개선 지원사업 용역
	과업기간	2022년 07월 08일 ~ 2022년 11월 11일(약 4개월)
	예 산	300,000,000원(부가세 포함)
	집행액	280,500,000원(부가세 포함)

○ 사업목적

- 상권을 대표할 수 있는 핵점포 선정, 스토리텔링과 인테리어 지원을 통한 상권 정체성 강화
- 핵점포 선정을 통한 상권 전체 홍보 및 고개 방문 유도

○ 사업내용

- 스토리텔링에 기반한 명소 점포 인테리어 지원
- 운영 방향성, 홍보 마케팅 전략, 시설개선 지도 등 컨설팅 추진

○ 추진일정

일정 수행내용	22년도				
	6월~7월	8월	9월	10월	11월~12월
착수보고	[Progress]				
사업홍보	[Progress]				
핵점포 선정 및 컨설팅	[Progress]				
환경개선사업 및 핵점포 선포	[Progress]				
사후관리 교육 운영	[Progress]				
결과보고	[Progress]				

○ 추진경과 및 성과

○ 정량성과

- 명사 특강 사업 설명회 및 접수창구 운영 1식
- 4단계 평가를 통한 선정평가(총 11개 점포) 1식
- 전문가 2인 1조 경영/디자인 컨설팅 진행 1식
 : 만족도 전체 평균 4.75점(총 11점포, 회수율 100%)
- 고객 환경 중심 핵점포 선포식 및 환경개선 진행 1식
- 핵점포 사례별 동영상 제작 1식
- 사후관리 교육 진행 1식
- 교육 전체 이수율 총 3.3%

○ 정성성과

- 춘천 원도심을 연상시키고 떠오르게 하는 핵심점포의 부재를 핵심점포 선정을 통해 상권 정체성을 강화시키고 상권을 알리게 함

○ 평균 만족도(5점척도 기준)

- 전체 평균 : 4.75점
- 추천 의사(5.00점) > 시설개선 = 절차 편리 = 사업 만족(4.91점)
- 최고점 추천 의사(5.00점) > 최하점 점포 홍보(4.34점)
- 기타 문항(빈도)
 - : 매출 기대(오를 것이다 100%)
 - : 향후 기대사업(핵점포 점포 육성(63.6%) > 특화상품 개발(18.2%) 순

○ 기타의견(개선이 필요한 점)

- 인테리어 전문가 도움 필요
- 사업 신청 시 미리 계획하지 못해 지원금 책정에 아쉬움이 있음
- 시공업체 한 곳을 선정하여 일괄진행 필요

- 핵점포 선정 및 환경개선 지원사업 홍보(22.07.)

: 핵점포 지원사업 홍보 및 명사 특강 설명회

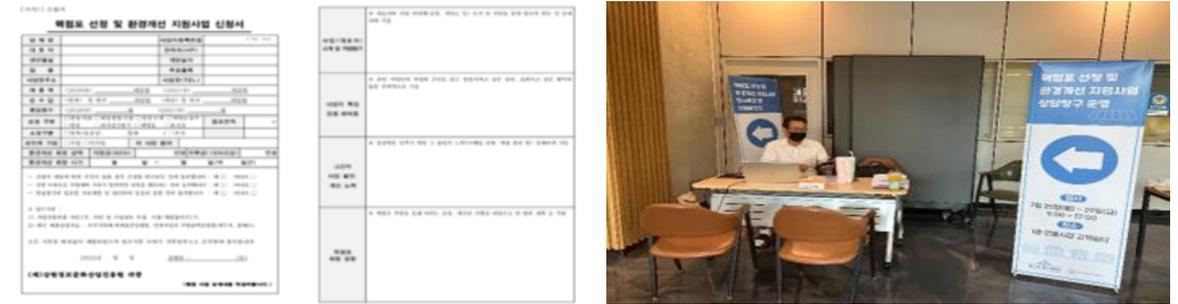


홍보용 전단지 제작 및 방문 홍보_07.20.~21.



명사 특강 및 사업 설명회_07.25.

：핵점포 지원사업 접수창구 운영



핵점포 신청 위한 접수창구 운영_07.25.~29.

：서류 평가(1차)-면접 평가(2차)-미스터리쇼퍼 방문 평가(3차)-전문가 방문평가(4차)를 통해 최종 11개 점포 선정

- 핵점포 선정 발표 및 경영/디자인 컨설팅 추진(22.09.)

：경영 및 디자인 전문가 2인 1조로 사업장을 방문하여 컨설팅
 (경영 컨설팅) - 핵점포 방향, 시설개선 필수 분야 등 지도
 (디자인 컨설팅) - 시설개선, 이미지 사례 등 지도

- 환경개선사업 추진 및 핵점포 선포식(22.09.)

：점포별 시설개선 분야, 규모 등을 고려한 고객 중심 환경 조성
 실시(11개 점포)



핵점포 선포식



환경개선 전

환경개선 후

핵점포 선정 및 환경개선 지원사업 용역 성과점수	총점 95점		
	예산집행률 90.0%	목표달성률 100%	성과물 제출 만족도 94점

집행	성과점수	1-1. 예산이 계획대로 집행되었는가?(25점)					
	25점 (상당한 정도)	□ 집행실적 제고를 위한 노력 및 실적을 확인하여 4단계로 점수부여 상당한 정도(25점 기본) : 낙찰차액, 경상경비절감 등 정상집행으로 간주되는 사항을 제외하고 집행률이 95% (실집행 85%) 이상인 경우 □ 근거자료 : 예산집행 현황자료(단위:천원) <table border="1" style="margin: 10px auto; width: 80%;"> <tr> <td style="text-align: center;">핵점포 선정 및 환경개선 지원사업 용역</td> <td style="text-align: center;">300,000 (국비)</td> <td style="text-align: center;">19,500 (낙찰차액)</td> <td style="text-align: center;">280,500</td> <td style="text-align: center;">19,500 (낙찰차액)</td> <td style="text-align: center;">90.0%</td> </tr> </table> $90.0(\%) = \frac{280,500,000(\text{실적})}{300,000,000(\text{총})} \times 100$	핵점포 선정 및 환경개선 지원사업 용역	300,000 (국비)	19,500 (낙찰차액)	280,500	19,500 (낙찰차액)
핵점포 선정 및 환경개선 지원사업 용역	300,000 (국비)	19,500 (낙찰차액)	280,500	19,500 (낙찰차액)	90.0%		

결과	성과점수	2-1. 계획된 목표는 달성하였는가?(50점)
	50점 (100%)	□ 과업지시서 상의 내용을 실적지표로 산정 <ul style="list-style-type: none"> ○ 실적지표 <ul style="list-style-type: none"> - 스토리텔링에 기반한 명소 점포 인테리어 지원 - 운영 방향성, 홍보 마케팅 전략, 시설개선 지도 등 컨설팅 추진 □ 목표달성률 100% $100(\%) = \frac{2(\text{달성수})}{2(\text{건수})} \times 100$

결과	성과점수	2-2. 사업의 성과는 우수한가?(20점)
	20점 (성과 우수)	□ 사업성과에 대한 성과 우수성 <ul style="list-style-type: none"> ○ 결과보고서 및 성과물 일체 제출 ○ 명사 특강 사업 설명회 1회 및 접수창구 운영 ○ 핵점포 선포식 1회, 상권별 동영상 제작 1식 ○ 환경개선 진행 1식, 사후관리 교육 진행 1식 <li style="background-color: yellow;">○ 교육 전체 이수율 총 3.3% <li style="background-color: yellow;">○ 컨설팅 프로그램 만족도 전체 94점(4.75점)으로 성과 매우 우수 <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;">    </div>

[상권역량강화] 관련

C3

상인역량강화아카데미/디지털역량강화교육/인문예술교실
상인자치보조사업

사업개요	분 야	<input type="checkbox"/> 연구 <input checked="" type="checkbox"/> 교육컨설팅 <input type="checkbox"/> 거리공간 조성 <input type="checkbox"/> 디자인·조형물 설치 <input type="checkbox"/> 상품개발 <input type="checkbox"/> 홍보·마케팅
	과업명	상인역량강화 교육 및 지원사업 용역
	과업기간	2022년 04월 27일 ~ 2022년 11월 11일(약 7개월)
	예 산	204,400,000원(부가세 포함)
	집행액	198,000,000원(부가세 포함)

○ 사업목적

- 전문 교육 실시, 점포의 특색을 살리는 1:1 맞춤형 컨설팅으로 경쟁력 강화
- 치유 프로그램 운영을 통한 상인들의 피로 및 스트레스 경감
- 상인자치보조사업 추진으로 상인의 자생력 및 공동체 의식을 강화

○ 사업내용

- 상인 교육 및 1:1 컨설팅, 상인 치유 프로그램
- 선진지 견학 및 워크숍
- 상인자치보조사업

○ 추진일정

일정 수행내용	22년도				
	4월~5월	6월~7월	7월~8월	9월~10월	11월
착수보고					
주 상인 교육 및 1:1 컨설팅					
요 상인 치유프로그램					
일 상인자치보조사업					
정 선진지 견학 및 상인 워크숍					
결과보고					

○ 추진경과 및 성과

○ 정량성과

- 총 5개 분야 교육, 15개의 세부교육 진행(총 155명) 1식
- 교육 전체 이수율 총 41.7%
- 만족도 전체 평균 4.57점(총 138명, 회수율 89%)

○ 정성성과

- 장기간 점포 운영으로 인한 점주들의 피로와 스트레스를 해소하고 상권 내 상인회 및 상인 상호간 네트워킹의 장 마련
- 춘천시 원도심 상권르네상스사업에 대한 전반적인 이해도를 높이고 향후 지원 사업 등에 대한 정보 제공

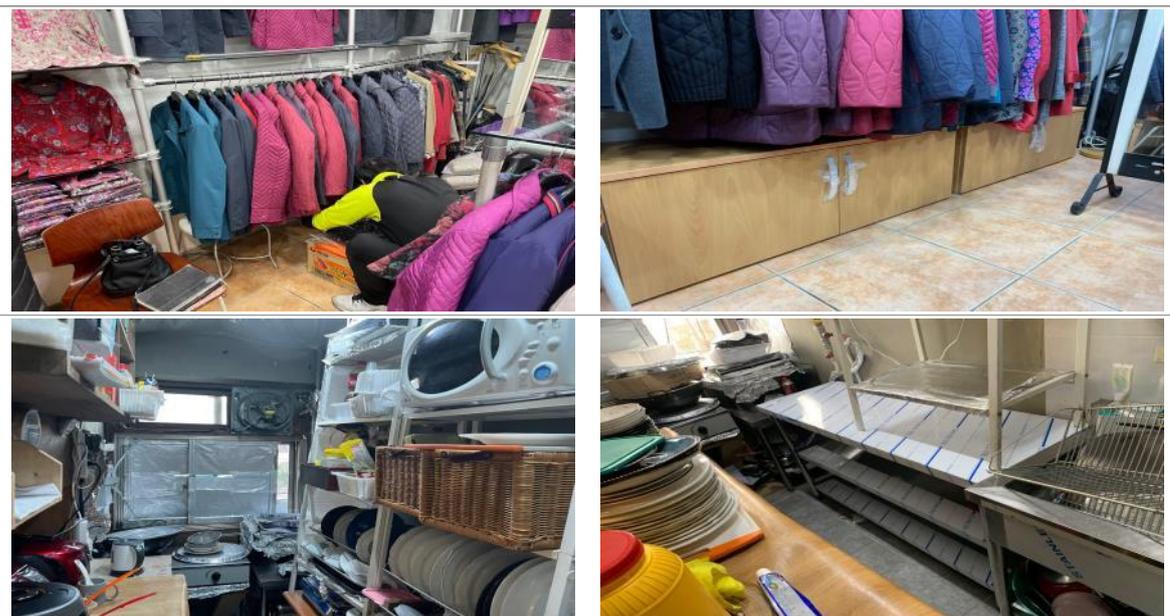
○ 평균 만족도(5점척도 기준)

- 전체 평균 : 4.57점
- 상호 작용(4.70점) > 강의 전달(4.68점)
- 최고점 상호 작용(4.70점) > 최하점 시간/기간(4.34점)

○ 기타의견(개선이 필요한 점)

- 내용이 포괄적이거나 특정 업종에 맞춰져있어 동종업계끼리 교육 진행 필요
- 1인 점포 특성상 교육참석 부담
- 교육장 보수 필요(에어컨 가동 등)
- 화초 종류의 화분 만들기 희망(정원 가꾸기 수업)
- 사업에 대해 잘 모르는 상인이 많음, 홍보 필요
- 다양한 교육시간 및 권역별 운영 필요
- PC, 모바일, 온라인 관련 커리큘럼 필요

- 총 5개 교육, 15개 세부교육 총 누적 477명 이수
: 교육 및 컨설팅 총 91명 이수(이수율 7.5%)



우리가게 레벨업 점포 컨설팅_전

우리가게 레벨업 점포 컨설팅_후

: 상인 치유 프로그램 총 325명 이수(이수율 30.3%)



상인 치유 프로그램

: 지하상가 선진지 견학 총 17명 이수(이수율 1.6%)



지하도상가 선진지 견학

: 4개 상권 간담회 및 워크숍 24명 이수(이수율 2.2%)



4개 상권 상인 간담회 및 워크숍

: 상인자치 보조사업

• 주민자치 공모 프로세스

공모 및 접수 7/18~8/5	선정 및 협약 8/5~8/29	사업 수행 9/1~10/31	사업 평가 11/1~11/7
<ul style="list-style-type: none"> 공모 및 신청서 접수 신청서 서면 검토 및 보완 	<ul style="list-style-type: none"> 심사위원회 구성 사업 선정심사 사업 선정 및 통지 협약 체결 	<ul style="list-style-type: none"> 사업계획 수립 관련 교육 및 컨설팅 사업 추진 상시 모니터링 	<ul style="list-style-type: none"> 결과평가 결과보고서 제출 정산서 제출

• 주민자치 공모 5팀 지원

연 번	상권	사업명	주요 사업 내용
1	제일 종합시장	다시 찾는 제일종합시장	고객 참여형 행사 : 시장 이용권 제공 홍보영상 및 식당 리뷰 촬영 : 춘천 출신 유튜버 소유비 출연 (소유비 아프리카 채널 라이브 송출, 소유비 유튜브 채널 영상 업로드)
2	브라운5번가	로맨틱 데이	상권 연계 프로그램 : 커플패키지, 썸MORE , 커플타로 체험 프로그램 : 한지등 만들기, 무드등 만들기, 히바리움 볼펜 만들기 시민 참여 프로그램 : 타임어택 커플 서바이벌 포토존 : 브라운 OH~!번가 무대 프로그램 : 공연 1, 2부
3	요선상점가	춘천 요선동 활성화를 위한 문화거리 조성사업 (요선금요예술마켓)	길거리 미술관 : 춘천 연고 예술가 작품 전시, 요선동 스팟 활용 플리마켓 부스 운영 : 도시시집화상점 등 요선동 내 상점 활용 버스킹 공연 : 소무대 설치 후 진행
4	지하도상가	2022 춘천 다운타운 페스티벌	체험 프로그램 : 풍선아트 체험, 어린이자동차 체험, 머그컵 만들기, 다육화분 만들기, 다봄이를 찾아라, 지하보물찾기 등 진행 공연 프로그램 : 매직버블쇼, 주부가요제
5	조운동	조운동 안내 키오스크 홍보영상 등 업데이트	조운동 상권 및 각 점포를 홍보하는 영상 제작, 다양한 홍보 채널에 영상 업로드, 조운동 키오스크 영상 전면 리뉴얼

상인역량강화 교육 및 지원사업 영역 성과점수	총점 95점		
	예산집행률 96.9%	목표달성률 100%	성과물 제출 만족도 89점

집행	성과점수	1-1. 예산이 계획대로 집행되었는가?(25점)					
	25점 (상당한 정도)	<p><input type="checkbox"/> 집행실적 제고를 위한 노력 및 실적을 확인하여 4단계로 점수부여</p> <p style="text-align: center;">상당한 정도(25점 기본) : 낙찰차액, 경상경비절감 등 정상집행으로 간주되는 사항을 제외하고 집행률이 95% (실집행 85%) 이상인 경우</p> <p><input type="checkbox"/> 근거자료 : 예산집행 현황자료(단위:천원)</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td style="text-align: center;">상인역량강화 교육 및 지원사업 영역</td> <td style="text-align: center;">204,400 (국비)</td> <td style="text-align: center;">6,400 (낙찰차액)</td> <td style="text-align: center;">198,000</td> <td style="text-align: center;">6,400 (낙찰차액)</td> <td style="text-align: center;">96.9%</td> </tr> </table> <p style="text-align: center;">$96.9(\%) = \frac{198,000,000(\text{실적})}{204,400,000(\text{총})} \times 100$</p>	상인역량강화 교육 및 지원사업 영역	204,400 (국비)	6,400 (낙찰차액)	198,000	6,400 (낙찰차액)
상인역량강화 교육 및 지원사업 영역	204,400 (국비)	6,400 (낙찰차액)	198,000	6,400 (낙찰차액)	96.9%		

결과	성과점수	2-1. 계획된 목표는 달성하였는가?(50점)
	50점 (100%)	<p><input type="checkbox"/> 과업지시서 상의 내용을 실적지표로 산정</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 실적지표 <ul style="list-style-type: none"> - 상인 교육 및 1:1 컨설팅 - 상인 치유 프로그램 - 선진지 견학 및 워크숍 - 상인자치보조사업 <p><input type="checkbox"/> 목표달성률 100%</p> <p style="text-align: center;">$100(\%) = \frac{4(\text{달성수})}{4(\text{건수})} \times 100$</p>

결과	성과점수	2-2. 사업의 성과는 우수한가?(20점)
	20점 (성과 우수)	<p><input type="checkbox"/> 사업성과에 대한 성과 우수성</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 결과보고서 및 성과물 일체 제출 ○ 총 5개 분야 교육, 15개의 세부 교육 진행(총 155명) 1식 ○ 교육 전체 이수율 총 41.7% ○ 상인역량강화 교육 만족도 전체 89점(4.57점)으로 성과 매우 우수 <div style="display: flex; justify-content: space-around;">    </div>

C4 [상권역량강화] 관련
창업교육/인큐베이팅/창업지원

사업개요	분 야	<input type="checkbox"/> 연구 <input checked="" type="checkbox"/> 교육컨설팅 <input checked="" type="checkbox"/> 거리공간 조성 <input type="checkbox"/> 디자인·조형물 설치 <input type="checkbox"/> 상품개발 <input type="checkbox"/> 홍보·마케팅
	과업명	창업 인큐베이팅 및 창업공간 조성 용역
	과업기간	2022년 07월 14일 ~ 2022년 11월 30일(약 4개월)
	예 산	171,000,000원(부가세 포함)
	집행액	155,500,000원(부가세 포함)

- 사업목적
 - 창업지원을 통한 원도심 내 빈 점포 공실률 감축과 상권 활성화
 - 원도심 내 유동 인구 유입 및 상권 활성화를 통한 매출 상승

- 사업내용
 - 대상자 홍보 및 창업아카데미 운영
 - 선정평가 후 입주공간 조성 및 사후관리 실시

○ 추진일정

일정 수행내용	22년도				
	7월	8월	9월	10월	11월
주	착수보고				
요	창업 아카데미 운영				
일	창업 인큐베이팅 및 평가				
정	입주공간 조성 및 사후관리				
	초기 창업자 마케팅 지원				
	결과보고				

○ 추진경과 및 성과

○ 정량성과

[창업 인큐베이팅 및 창업공간 조성]

- 창업공간이 가능한 DB구축 1식
- 홍보용 전단지 제작 및 현수막 제작 1식
- 예비창업자 모집(총 30명) 후 창업아카데미 운영 1식
- 창업 정착사업 서류 및 발표평가 진행(총 8명) 1식
- 1:1 창업 정착 컨설팅 및 강연 진행(총 5명) 1식
- 빈 점포를 활용한 입주 지원(총 5명) 1식

[초기 창업자 마케팅 지원사업]

- 마케팅 지원사업 서류 및 발표평가 진행(총 16명) 1식
- 초기 창업자(6명) 대상 마케팅 지원 1식

○ 정성성과

- 5명의 창업 지원을 통한 빈 점포 공실률 감축
- 기반이 없는 초기 창업자 점포를 지원하여 자생력 강화 지원

- 창업공간이 가능한 공간 데이터 구축 / 총 10개소(22.07.)



상권 내 빈 점포 현황_07.~08.

- 대상자 홍보 및 사업설명회개최 / 12명 참여(22.08.)

: 총 30명의 예비창업자 모집



홍보용 전단지 제작 및 현수막 홍보_08.01.~31.



사업 설명회_08.24.

사업계획서 작성 적자	
항목	내용
1. 일반 현황	<ul style="list-style-type: none"> □ 창업자 정보 □ 창업자 정보 □ 창업자 정보
2. 창업아이템 개요	<ul style="list-style-type: none"> □ 창업 동기 및 상황 □ 창업 목적 □ 창업 목적
3. 창업아이템 소개 및 사업성 분석	<ul style="list-style-type: none"> □ 창업 목적 □ 창업 목적 □ 창업 목적
4. 창업아이템 사업성 분석	<ul style="list-style-type: none"> □ 창업 목적 □ 창업 목적 □ 창업 목적
5. 소요예산	<ul style="list-style-type: none"> □ 창업 목적 □ 창업 목적 □ 창업 목적



사업계획서 신청 _08.24.

- 창업 아카데미 운영
- : 예비창업자의 작성된 사업 계획서를 바탕으로 기획 및 방향성 확립, 구체화 등에 대한 창업 아카데미 형식의 1:1 컨설팅 진행
- / 총 7명 참가



창업 아카데미 진행 _08.24.

- : 총 30명의 예비창업자 중 중도포기, 지원 업종과 무관한 업종을 제외한 총 8명을 대상으로 사업 선정평가를 진행
- 총 5명의 예비창업자 선정

- 창업정착 컨설팅 및 강연 진행

: 예비창업자 대상 1:1 창업정착 컨설팅 및 강연 진행



예비창업자 창업정착 컨설팅_11.05.



예비창업자 창업정착 강연_11.06.

- 창업자 입주 지원

: 상권 내 빈점포를 활용해 입주 공간 지원 / 5명



입주 창업공간 조성

- 상권 내 초기 창업자 대상 마케팅 지원

: 원도심 상권 초기 창업자의 자생력 강화 및 마케팅 지원을 목적으로 참여자 모집

구분	지 원 내 용
홍보 지원	〈포장박스, 쇼핑백, 홍보전단, 홍보스티커 등 맞춤 지원〉

: 총 16명의 초기 창업자가 중 지원 제외 대상을 제외한 총 10명을 대상으로 사업 선정평가를 진행
총 6명의 초기 창업자가 선정



마케팅 지원

협약 준비 및 협약

창업 인큐베이팅 및 창업공간 조성 용역 성과점수	총점 91점		
	예산집행률 90.0%	목표달성률 100%	성과물 제출 창업지원 다수

집행	성과점수	1-1. 예산이 계획대로 집행되었는가?(25점)					
	25점 (상당한 정도)	<p><input type="checkbox"/> 집행실적 제고를 위한 노력 및 실적을 확인하여 4단계로 점수부여</p> <p style="text-align: center;">상당한 정도(25점 기본) : 낙찰차액, 경상경비절감 등 정상집행으로 간주되는 사항을 제외하고 집행률이 95% (실집행 85%) 이상인 경우</p> <p><input type="checkbox"/> 근거자료 : 예산집행 현황자료(단위:천원)</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td style="text-align: center;"> 창업 인큐베이팅 및 창업공간 조성 용역 </td> <td style="text-align: center;"> 171,000 (국비) </td> <td style="text-align: center;"> 16,000 (낙찰차액) </td> <td style="text-align: center;"> 155,500 </td> <td style="text-align: center;"> 16,000 (낙찰차액) </td> <td style="text-align: center;"> 90.0% </td> </tr> </table> <p style="text-align: center;"> $90.0(\%) = \frac{155,500,000(\text{실적})}{171,000,000(\text{총})} \times 100$ </p>	창업 인큐베이팅 및 창업공간 조성 용역	171,000 (국비)	16,000 (낙찰차액)	155,500	16,000 (낙찰차액)
창업 인큐베이팅 및 창업공간 조성 용역	171,000 (국비)	16,000 (낙찰차액)	155,500	16,000 (낙찰차액)	90.0%		

결과	성과점수	2-1. 계획된 목표는 달성하였는가?(50점)
	50점 (100%)	<p><input type="checkbox"/> 과업지시서 상의 내용을 실적지표로 산정</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 실적지표 <ul style="list-style-type: none"> - 창업공간으로 활용할 빈 점포 데이터 구축 및 기획 - 창업공간 입주를 위한 창업자 선정 및 창업공간 입주 지원 - 창업자의 정착을 위한 런칭 지원 및 마케팅 인큐베이팅 컨설팅 추진 <p><input type="checkbox"/> 목표달성률 100%</p> <p style="text-align: center;"> $100(\%) = \frac{3(\text{달성수})}{3(\text{건수})} \times 100$ </p>

결과	성과점수	2-2. 사업의 성과는 우수한가?(16점)
	16점 (성과 우수)	<p><input type="checkbox"/> 사업성과에 대한 성과 우수성</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 결과보고서 및 성과물 일체 제출 ○ 창업공간으로 활용할 빈 점포 데이터베이스 구축 ○ 창업아카데미 운영 및 예비창업자 선정 1식 ○ 1:1 컨설팅 및 강연 진행 1식 ○ 입주 지원, 상권 내 초기창업자 선정 및 마케팅 지원 <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;">    </div>

04-5. 사업별 성과 추가과업

추가과업	경영환경 디자인 개선	
사업개요	분 야	<input type="checkbox"/> 연구 <input type="checkbox"/> 교육컨설팅 <input type="checkbox"/> 거리공간 조성 <input checked="" type="checkbox"/> 디자인·조형물 설치 <input type="checkbox"/> 상품개발 <input type="checkbox"/> 홍보·마케팅
	과업명	춘천 원도심 우수점포 경영환경 디자인 개선 지원사업
	과업기간	2022년 10월 14일 ~ 2022년 11월 30일(약 2개월)
	예 산	50,000,000원(부가세 포함)
	집행액	45,000,000원(부가세 포함)

○ 사업목적

- 춘천 원도심의 침체된 상권 활성화를 목적으로 원도심 상권 우수점포 대상 경영환경 개선 지원 추진

○ 사업내용

- 경영환경 개선사업 심사 및 사업타당성 지도
- 점포 경영환경 개선을 위한 디자인 개선지원 및 관리
- 점포별 경영환경 개선 결과보고

○ 추진일정

일정 수행내용	22년도				
	10월 2주	10월 3주	10월 4주	10월 5주	11월
착수보고	[Progress Bar]				
홍보 및 접수		[Progress Bar]			
평가 및 발표		[Progress Bar]			
1:1 방문 및 컨설팅			[Progress Bar]		
디자인 개선지원 및 관리			[Progress Bar]		
결과보고	[Progress Bar]				

○ 추진경과 및 성과

○ 정량성과

- 홍보용 전단지 및 블로그 공고, 방문 홍보 1식
- 서류평가-방문평가 심사(총 30개 점포) 1식
- 환경개선 컨설팅(30개 점포) 1식
- 점포별 환경개선 방향 비용 지원(30개 점포) 1식

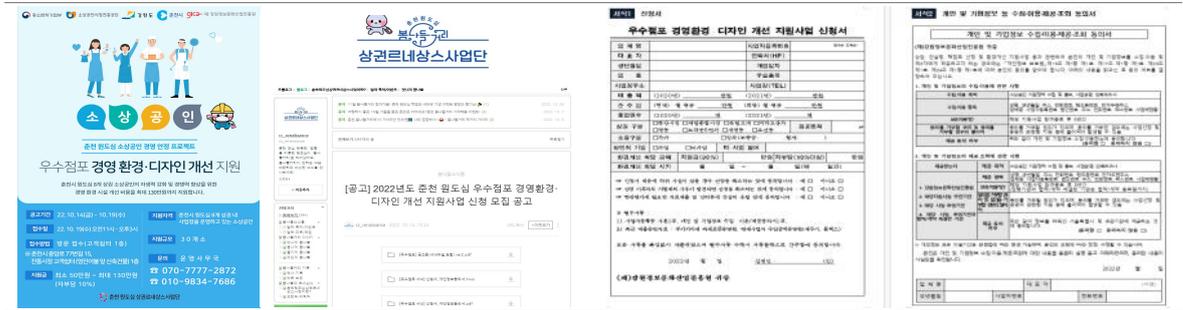
○ 정성성과

- 환경개선 컨설팅을 통해 환경개선 분야 및 점포별 필요내용을 점검하고 추후 계획을 지도하여 상인이 꾸준히 관리할 수 있도록 지원
- 고객 친화적 맞춤 환경개선을 통해 쾌적한 환경 제공

- 사업공고 및 홍보(22.10.)

: 공식 블로그 공고 및 사업자 방문 홍보 및 접수창구 운영

: 서류 평가(1차)-방문 평가(2차)를 통해 최종 30개 점포 선정



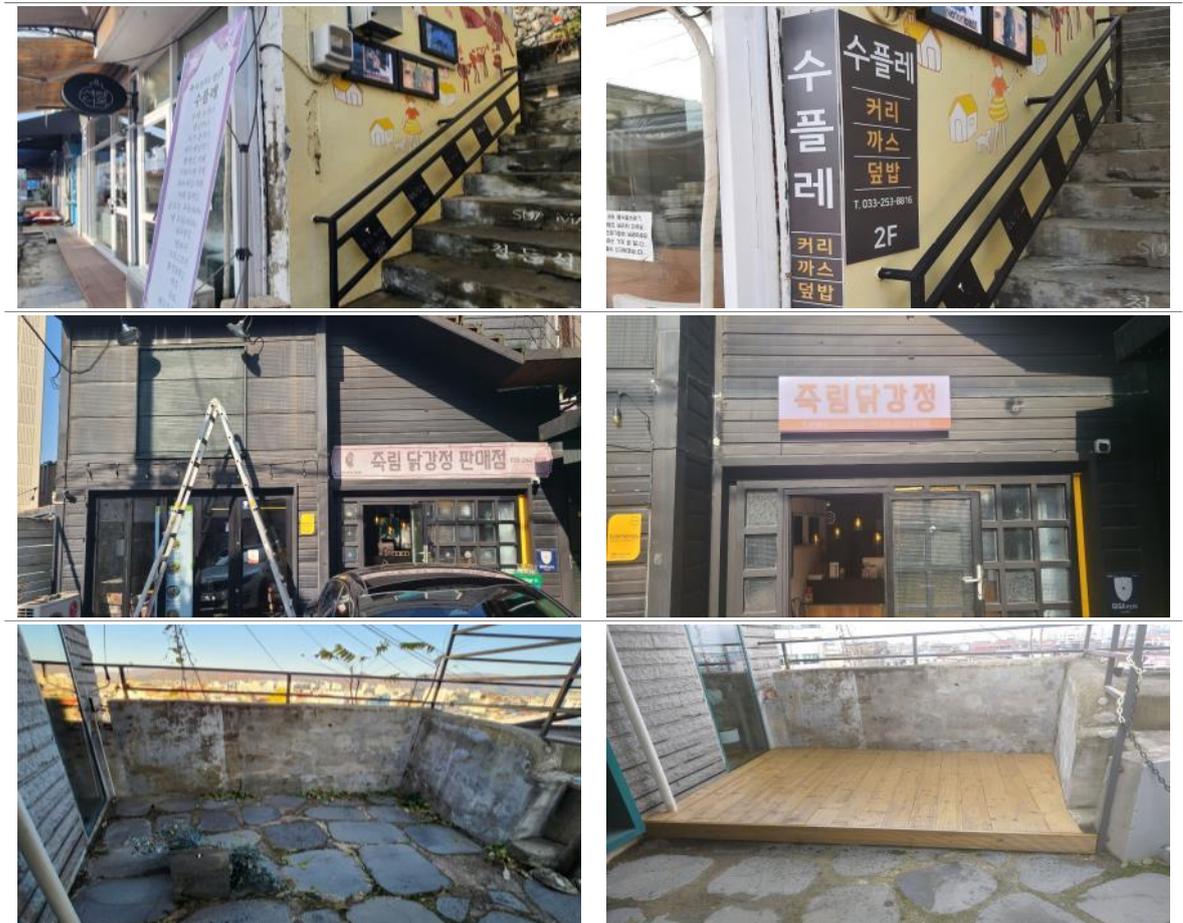
홍보용 전단지 제작 및 블로그 공고_10.14.~19.

신청자 접수 창구 운영_10.19.

- 환경개선 컨설팅(22.11.)

: 환경개선 분야, 점포 별 필요내용 점검

- 점포별 환경개선 방향 선정
- 환경개선 방향 비용 지원



환경개선 전

환경개선 후

춘천 원도심 우수점포 경영환경 디자인 개선 지원사업 용역 성과점수	총점 91점		
	예산집행률 90.0%	목표달성률 100%	성과물 제출 환경개선 30회

집행	성과점수 25점 (상당한 정도)	1-1. 예산이 계획대로 집행되었는가?(25점)					
		<p><input type="checkbox"/> 집행실적 제고를 위한 노력 및 실적을 확인하여 4단계로 점수부여</p> <p style="text-align: center;"> 상당한 정도(25점 기본) : 낙찰차액, 경상경비절감 등 정상집행으로 간주되는 사항을 제외하고 집행률이 95% (실집행 85%) 이상인 경우 </p> <p><input type="checkbox"/> 근거자료 : 예산집행 현황자료(단위:천원)</p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>춘천 원도심 우수점포 경영환경 디자인 개선 지원사업 용역</td> <td>50,000 (국비)</td> <td>132,100 (낙찰차액)</td> <td>45,000</td> <td>5,000</td> <td>90.0%</td> </tr> </table> <p style="text-align: center;"> $90.0(\%) = \frac{45,000,000(\text{실적})}{50,000,000(\text{총})} \times 100$ </p>	춘천 원도심 우수점포 경영환경 디자인 개선 지원사업 용역	50,000 (국비)	132,100 (낙찰차액)	45,000	5,000
춘천 원도심 우수점포 경영환경 디자인 개선 지원사업 용역	50,000 (국비)	132,100 (낙찰차액)	45,000	5,000	90.0%		

결과	성과점수 50점 (100%)	2-1. 계획된 목표는 달성하였는가?(50점)
		<p><input type="checkbox"/> 과업지시서 상의 내용을 실적지표로 산정</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 실적지표 <ul style="list-style-type: none"> - 경영환경 개선사업 심사 및 사업타당성 지도 - 점포 경영환경 개선을 위한 디자인 개선지원 및 관리 <p><input type="checkbox"/> 목표달성률 100%</p> <p style="text-align: center;"> $100(\%) = \frac{2(\text{달성수})}{2(\text{건수})} \times 100$ </p>

결과	성과점수 16점 (성과 우수)	2-2. 사업의 성과는 우수한가?(16점)
		<p><input type="checkbox"/> 사업성과에 대한 성과 우수성</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 결과보고서 및 성과물 일체 제출 ○ 환경개선 컨설팅(총 30개 점포) 추진 1식 ○ 점포 환경개선 사업(총 30개 점포)추진 1식 <div style="display: flex; justify-content: space-around;">    </div>

추가과업

사업홍보(스마트상권 통합시스템 홍보)

사업개요	분 야	<input type="checkbox"/> 연구 <input type="checkbox"/> 교육컨설팅 <input type="checkbox"/> 거리공간 조성 <input type="checkbox"/> 디자인·조형물 설치 <input type="checkbox"/> 상품개발 <input checked="" type="checkbox"/> 홍보·마케팅
	과업명	춘천 원도심 스마트상권 통합시스템 홍보 마케팅 운영 용역
	과업기간	2022년 10월 14일 ~ 2022년 11월 28일(약 2개월)
	예 산	44,400,000원(부가세 포함)
	집행액	40,000,000원(부가세 포함)

○ 사업목적

- 콘텐츠 제작 및 온·오프라인 광고 활용, '춘천 원도심 스마트상권 통합 시스템' 홍보로 실질적 고객 확보 및 이용률 향상 목적

○ 사업내용

- 채널 광고 및 이벤트를 SNS , 버스광고 등 온·오프라인 홍보

○ 추진일정

주요일정	일정 수행내용	22년도				
		10월 2주	10월 3주	10월 4주	10월 5주	11월
	착수보고					
	홍보 및 소개 영상 제작					
	채널 광고 및 이벤트					
	버스 광고 등 오프라인 홍보					
	결과보고					

○ 추진경과 및 성과

○ 정량성과

- 광고 영상 제작 3편
- SNS채널광고 총 8건, 이벤트 4회, 기념품 지급 1식
- 블로그 리뷰어 10건, 커뮤니티 내 후기 게시 1식
- 홍보 부스 운영 2회, 버스 광고 2회, 정류장 영상광고 1회

○ 정성성과

- '춘천 원도심 스마트상권 통합 시스템'에 온·오프라인 홍보를 통해 주민 및 방문객에 정보제공

- 홍보 및 광고 영상 제작(22.10.~11.)

<ul style="list-style-type: none"> 타이틀 : 봄나들거리가 온(ON)다 구성 : 시리즈 1-2개 <p><시리즈 1. 한번에 가자> : 여러 가계의 상품을 중복으로 구매 가능</p> <p><시리즈 2. 주문만 하면 된다> : 다양한 상품을 간편하게 주문할 수 있음</p>	<ul style="list-style-type: none"> 타이틀 : 춘천시장을 집에서 만나다 구성 : 서비스 이용 안내 <p>- '봄나들거리.co.kr' 홈페이지 활용 방법 안내를 위한 서비스 안내 영상</p> <p>- 서비스 안내 화면 및 자막 활용</p>	<ul style="list-style-type: none"> 타이틀 : 춘천시장에 온(ON)기를 더하다 구성 : 상인 및 고객 인터뷰 <p>- 상인 및 고객의 인터뷰 영상</p> <p>- 인터뷰 및 자료화면을 접목한 감성영상</p>

유튜브 광고 영상 제작

- 온·오프라인 홍보(22.11.)

- (온라인) SNS채널 광고, 지자체 홈페이지, SNS연계, 이벤트 및 기념품 지급 등
- (오프라인) 홍보 부스운영, 버스광고, 정류장 영상광고 등 오프라인 광고 진행

<p>△중목 케주얼 양말</p> <p>△햇데이택 대용량형 140g</p> <ul style="list-style-type: none"> 건수: 4건 구성: 오픈 이벤트 2회(취즈, 회원가인), 이용 후기 이벤트 2회 	
<p>온라인 홍보</p>	<p>오프라인 홍보</p>

- 리뷰 광고(22.11.)

- 블로그 리뷰어 10건 및 커뮤니티 내 후기 게시

<p>블로그 리뷰 홍보</p>	<p>커뮤니티 리뷰 홍보</p>	

춘천 원도심 스마트상권 통합시스템 홍보 마케팅 운영 영역 성과점수	총점 91점		
	예산집행률 90.0%	목표달성률 100%	성과물 제출 홍보물 다수

집행	성과점수	1-1. 예산이 계획대로 집행되었는가?(25점)					
	25점 (상당한 정도)	<input type="checkbox"/> 집행실적 제고를 위한 노력 및 실적을 확인하여 4단계로 점수부여 상당한 정도(25점 기본) : 낙찰차액, 경상경비절감 등 정상집행으로 간주되는 사항을 제외하고 집행률이 95% (실집행 85%) 이상인 경우 <input type="checkbox"/> 근거자료 : 예산집행 현황자료(단위:천원) <table border="1" style="margin: 10px auto; width: 80%;"> <tr> <td style="font-size: small;">춘천 원도심 스마트상권 통합시스템 홍보 마케팅 운영영역</td> <td style="text-align: center;">44,400 (국비)</td> <td style="text-align: center;">132,100 (낙찰차액)</td> <td style="text-align: center;">40,000</td> <td style="text-align: center;">4,400</td> <td style="text-align: center;">90.0%</td> </tr> </table> $90.0(\%) = \frac{40,000,000(\text{실적})}{44,400,000(\text{총})} \times 100$	춘천 원도심 스마트상권 통합시스템 홍보 마케팅 운영영역	44,400 (국비)	132,100 (낙찰차액)	40,000	4,400
춘천 원도심 스마트상권 통합시스템 홍보 마케팅 운영영역	44,400 (국비)	132,100 (낙찰차액)	40,000	4,400	90.0%		

결과	성과점수	2-1. 계획된 목표는 달성하였는가?(50점)
	50점 (100%)	<input type="checkbox"/> 과업지시서 상의 내용을 실적지표로 산정 <ul style="list-style-type: none"> ○ 실적지표 <ul style="list-style-type: none"> - 채널 광고 및 이벤트를 온·오프라인으로 홍보 <input type="checkbox"/> 목표달성률 100% $100(\%) = \frac{1(\text{달성수})}{1(\text{건수})} \times 100$

결과	성과점수	2-2. 사업의 성과는 우수한가?(16점)
	16점 (성과 우수)	<input type="checkbox"/> 사업성과에 대한 성과 우수성 <ul style="list-style-type: none"> ○ 결과보고서 및 성과물 일체 제출 ○ 광고 영상 제작 3편 ○ (온라인) SNS 채널 광고 총 8건, 이벤트 4회, 기념품 지급 1식 ○ (오프라인)홍보 부스 운영 2회, 버스광고 2회, 정류장 영상광고 1회 ○ 블로그 리뷰어 10건, 커뮤니티 내 후기 게시 1식 <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;">    </div>

추가과업		사업홍보(상권 점포별 홍보)	
사업개요	분 야	<input type="checkbox"/> 연구 <input type="checkbox"/> 교육컨설팅 <input type="checkbox"/> 거리공간 조성 <input type="checkbox"/> 디자인·조형물 설치 <input type="checkbox"/> 상품개발 <input checked="" type="checkbox"/> 홍보·마케팅	
	과업명	춘천 원도심 스토리보드 제작 용역	
	과업기간	2022년 10월 13일 ~ 2022년 11월 28일(약 2개월)	
	예 산	26,600,000원(부가세 포함)	
	집행액	24,000,000원(부가세 포함)	

○ 사업목적

- 춘천 원도심 내 점포 특징과 역사를 담을 수 있는 스토리보드 제작을 통해 점포의 특징 및 역사 홍보

○ 사업내용

- 점포의 역사와 특징이 담긴 스토리보드를 나무 현판으로 제작하여 내외부에 게시 또는 설치

구분	지 원 내 용
스토리보드 제작지원	점포의 역사와 특징이 담긴 스토리보드를 나무 현판으로 제작하여 점포 내외부에 게시 또는 설치

○ 추진일정

주요일정	일정 수행내용	22년도				
		10월 2주	10월 3주	10월 4주	10월 5주	11월
	착수보고					
	기획 논의					
	1:1 인터뷰 및 원고 작성					
	스토리보드 제작 및 배포					
	결과보고					

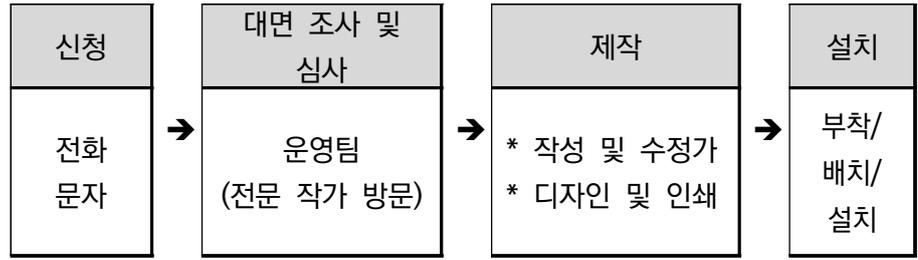
○ 추진경과 및 성과

○ 정량성과

- 홍보용 전단지 및 현수막 4개 제작 1식
- 대면조사 및 심사(총 57점포) 1식
- 점포 스토리 원고 작성 1식 및 현판 제작(총 40점포)

○ 정성성과

- 춘천시 원도심 내 점포 특징과 역사를 담을 수 있는 스토리보드 제작을 통해 점포의 특징 및 역사를 홍보하고 주민 및 방문객에 상권에 대한 정보제공



- 사업신청접수 사전 홍보 (22.10.)
: 공식 블로그 공고 및 현수막 홍보



홍보용 전단지 제작_10.13~18.



홍보용 현수막 제작_10.13~18.

- 점포별 스토리보드 제작 및 배포(22.11.)



스토리보드 현판 제작

2022년 춘천 원도심 스토리보드 제작 용역 성과점수	총점 91점		
	예산집행률 90.0%	목표달성률 100%	성과물 제출 현판 40개 제작

집행	성과점수	1-1. 예산이 계획대로 집행되었는가?(25점)									
	25점 (상당한 정도)	<p><input type="checkbox"/> 집행실적 제고를 위한 노력 및 실적을 확인하여 4단계로 점수부여</p> <p style="text-align: center;">상당한 정도(25점 기본) : 낙찰차액, 경상경비절감 등 정상집행으로 간주되는 사항을 제외하고 집행률이 95% (실집행 85%) 이상인 경우</p> <p><input type="checkbox"/> 근거자료 : 예산집행 현황자료(단위:천원)</p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>2022년 춘천 원도심 스토리보드 제작 용역</td> <td>26,600 (국비)</td> <td>132,100 (낙찰차액)</td> <td>24,000</td> <td>2,600</td> <td>90.0%</td> </tr> </table> <p style="text-align: center;">90.0(%) = $\frac{24,000,000(\text{실적})}{26,600,000(\text{총})} \times 100$</p>					2022년 춘천 원도심 스토리보드 제작 용역	26,600 (국비)	132,100 (낙찰차액)	24,000	2,600
2022년 춘천 원도심 스토리보드 제작 용역	26,600 (국비)	132,100 (낙찰차액)	24,000	2,600	90.0%						

결과	성과점수	2-1. 계획된 목표는 달성하였는가?(50점)				
	50점 (100%)	<p><input type="checkbox"/> 과업지시서 상의 내용을 실적지표로 산정</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 실적지표 <ul style="list-style-type: none"> - 점포의 역사와 특징이 담긴 스토리보드를 나무 현판으로 제작하여 점포 내외부에 게시 또는 설치 ○ 목표달성률 100% <p style="text-align: center;">100(%) = $\frac{1(\text{달성수})}{1(\text{건수})} \times 100$</p>				

결과	성과점수	2-2. 사업의 성과는 우수한가?(16점)				
	16점 (성과 우수)	<p><input type="checkbox"/> 사업성과에 대한 성과 우수성</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 결과보고서 및 성과물 일체 제출 ○ 점포 스토리 원고 작성(총 40개 점포) 1식 ○ 디자인 현판 제작(총 40개 점포) 1식 				





추가과업

신상권 견학 프로그램

사업개요	분 야	<input type="checkbox"/> 연구 <input checked="" type="checkbox"/> 교육컨설팅 <input type="checkbox"/> 거리공간 조성 <input type="checkbox"/> 디자인·조형물 설치 <input type="checkbox"/> 상품개발 <input type="checkbox"/> 홍보·마케팅
	과업명	전통시장 노포와 함께하는 신상권 견학 프로그램 운영 용역
	과업기간	2022년 10월 16일 ~ 2022년 11월 06일(약 1개월)
	예 산	11,100,000원(부가세 포함)
	집행액	10,000,000원(부가세 포함)

○ 사업목적

- 춘천시 원도심 전통시장 상인들이 전통시장 신상권에 방문하여 선진사례를 탐방하고 이를 통해 상권의 변화를 모색할 수 있는 아이디어 도출
- 상권 내 상인회 및 상인 상호간 네트워킹의 장 마련

○ 사업내용

- 타 지역 전통시장 선진지 견학 프로그램 기획 및 운영

○ 추진일정

주요 일정	일정 수행내용	22년도				
		10월 3주	10월 4주	10월 5주	11월 1주	11월 2주
	착수보고					
	견학 프로그램 기획					
	1차 선진지 견학 진행 및 정리					
	2차 선진지 견학 진행 및 정리					
	결과보고					

○ 추진경과 및 성과

○ 정량성과

- 상권별 견학 프로그램 기획 및 진행 2건(총 133명)
- 홍보 현수막 제작 2건
- 만족도 조사 진행 1건(총 122명, 회수율 92%)

○ 정성성과

- 춘천시 원도심 전통시장 상인들이 신상권에 방문하여 선진사례를 탐방하고 이를 통해 상권의 변화를 모색할 수 있는 아이디어 도출 기회 제공
- 장기간 점포 운영으로 인한 점주들의 피로와 스트레스를 해소하고 상권 내 상인회 및 상인 상호간 네트워킹의 장 마련
- 춘천시 원도심 상권르네상스사업에 대한 전반적인 이해도를 높이고 향후 지원 사업 등에 대한 정보 제공

- 평균 만족도(5점척도 기준)
 - 전체 평균 : 4.25점
 - 전반적 만족도(4.39점) > 피드백(4.38점)
 - 최고점 전반적 만족도(4.39점) > 최하점 재참여의향(3.96점)
- 기타의견(개선이 필요한 점)
 - 내용이 포괄적이거나 특정 업종에 맞춰져있어 동종업계끼리 교육 진행 필요
 - 1인 점포 특성상 교육참석 부담
 - 교육장 보수 필요(에어컨 가동 등)
 - 화초 종류의 화분 만들기 희망(정원 가꾸기 수업)
 - 사업에 대해 잘 모르는 상인이 많음, 홍보 필요
 - 다양한 교육시간 및 권역별 운영 필요
 - PC, 모바일, 온라인 관련 커리큘럼 필요

- 1차 관광지 선진사례 체험 및 벤치마킹 견학(22.10.16.)
 - : 제일종합시장 53명 2팀으로 나누어 체험 및 벤치마킹 견학 진행
 - 철원동송시장(32명), 광천전통시장(21명)



철원동송시장 견학



광천전통시장 견학

- 2차 관광지 선진사례 체험 및 벤치마킹 견학(22.11.06.)
 - : 춘천종합시장 80명 체험 및 벤치마킹 견학 진행
 - 속초중앙시장(80명)



속초중앙시장 견학



전통시장 노포와 함께하는 신상권 견학 프로그램 운영 용역 성과점수	총점 95점		
	예산집행률 90.0%	목표달성률 100%	성과물 제출 만족도 81점

집행	성과점수	1-1. 예산이 계획대로 집행되었는가?(25점)					
	25점 (상당한 정도)	<input type="checkbox"/> 집행실적 제고를 위한 노력 및 실적을 확인하여 4단계로 점수부여 상당한 정도(25점 기본) : 낙찰차액, 경상경비절감 등 정상집행으로 간주되는 사항을 제외하고 집행률이 95% (실집행 85%) 이상인 경우 <input type="checkbox"/> 근거자료 : 예산집행 현황자료(단위:천원) <table border="1" style="margin: 10px auto;"> <tr> <td>전통시장 노포와 함께하는 신상권 견학 프로그램 운영 용역</td> <td>11,100 (국비)</td> <td>132,100 (낙찰차액)</td> <td>10,000</td> <td>1,100</td> <td>90.0%</td> </tr> </table> $90.0(\%) = \frac{10,000,000(\text{실적})}{11,100,000(\text{총})} \times 100$	전통시장 노포와 함께하는 신상권 견학 프로그램 운영 용역	11,100 (국비)	132,100 (낙찰차액)	10,000	1,100
전통시장 노포와 함께하는 신상권 견학 프로그램 운영 용역	11,100 (국비)	132,100 (낙찰차액)	10,000	1,100	90.0%		

결과	성과점수	2-1. 계획된 목표는 달성하였는가?(50점)
	50점 (100%)	<input type="checkbox"/> 과업지시서 상의 내용을 실적지표로 산정 <ul style="list-style-type: none"> ○ 실적지표 <ul style="list-style-type: none"> - 타 지역 전통시장 선진지 견학 프로그램 기획 및 운영 <input type="checkbox"/> 목표달성률 100% $100(\%) = \frac{1(\text{달성수})}{1(\text{건수})} \times 100$

결과	성과점수	2-2. 사업의 성과는 우수한가?(20점)
	20점 (성과 우수)	<input type="checkbox"/> 사업성과에 대한 성과 우수성 <ul style="list-style-type: none"> ○ 결과보고서 및 성과물 일체 제출 ○ 철원동송시장, 광천전통시장 선진사례 벤치마킹(총 53명) ○ 속초중앙시장 선진사례 벤치마킹(총 80명) ○ 교육 전체 이수율 총 12.0% ○ 선진지 견학 프로그램 만족도 전체 81점(4.25점)으로 성과 매우 우수 <div style="display: flex; justify-content: space-around;">    </div>

관리기구운영

사업홍보(상권 전체 홍보)

사업개요	분 야	<input type="checkbox"/> 연구 <input type="checkbox"/> 교육컨설팅 <input type="checkbox"/> 거리공간 조성 <input type="checkbox"/> 디자인-조형물 설치 <input type="checkbox"/> 상품개발 <input checked="" type="checkbox"/> 홍보-마케팅
	과업명	상권르네상스사업 권역 내 외식업소 지도 및 콘텐츠 제작 용역
	과업기간	2022년 04월 29일 ~ 2022년 07월 27일(약 3개월)
	예 산	18,000,000원(부가세 포함)
	집행액	18,000,000원(부가세 포함)

○ 사업목적

- 춘천 관내 주요 관광지에 지도를 배치하여 원도심 홍보 및 관광객 유입 유도
- 블로그 등 SNS에 원도심 외식업소를 홍보하는 기반 콘텐츠로 활용

○ 사업내용

- 춘천 원도심 내 외식업소 중심 먹거리 지도 일러스트 및 지도 디자인
- 춘천시 관내 주요 관광지 지도 인쇄 및 배포(5,000부)

○ 추진일정

일정 수행내용	22년도				
	4월	5월	6월	7월 1~3주	7월 4~5주
착수보고	[Progress Bar]				
외식업소 조사 및 콘텐츠 기획	[Progress Bar]				
외식업소 지도 제작	[Progress Bar]				
주요 관광지 배포	[Progress Bar]				
결과보고	[Progress Bar]				

○ 추진경과 및 성과

○ 정량성과

- 상권별 외식업소 조사 1식
- 춘천 원도심 외식업소 지도 제작 1식
- 인쇄 및 배포(5,000부)

○ 정성성과

- 관내 주요 관광지에 지도를 배치하여 관광객에 외식업소 정보 제공
- 외식업소를 홍보하는 기반 콘텐츠로 활용

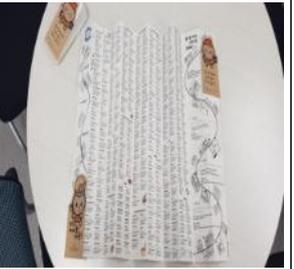
- 춘천 원도심 외식업소 지도 제작(22.07.)

춘천 원도심 외식업소 앞면, 뒷면 지도 제작

춘천 원도심 상권르네상스사업 권역 내 외식업소 지도 및 콘텐츠 제작 용역 성과점수	총점 96점		
	예산집행률 100.0%	목표달성률 100%	성과물 제출 지도 제작

집행 30점 (상당한 정도)	성과점수	1-1. 예산이 계획대로 집행되었는가?(30점)					
		□ 집행실적 제고를 위한 노력 및 실적을 확인하여 4단계로 점수부여 예(30점) : 집행계획에 따라 예산이 100% 정상 집행된 경우 □ 근거자료 : 예산집행 현황자료(단위:천원) <table border="1" style="margin: 10px auto; width: 80%;"> <tr> <td>춘천 원도심 권역 내 외식업소 지도 및 콘텐츠 제작 용역</td> <td style="text-align: center;">18,000 (국비)</td> <td style="text-align: center;">0</td> <td style="text-align: center;">18,000</td> <td style="text-align: center;">0</td> <td style="text-align: center;">100.0%</td> </tr> </table> $100.0(\%) = \frac{18,000,000(\text{실적})}{18,000,000(\text{총})} \times 100$	춘천 원도심 권역 내 외식업소 지도 및 콘텐츠 제작 용역	18,000 (국비)	0	18,000	0
춘천 원도심 권역 내 외식업소 지도 및 콘텐츠 제작 용역	18,000 (국비)	0	18,000	0	100.0%		

결과 50점 (100%)	성과점수	2-1. 계획된 목표는 달성하였는가?(50점)
		□ 과업지시서 상의 내용을 실적지표로 산정 <ul style="list-style-type: none"> ○ 실적지표 <ul style="list-style-type: none"> - 춘천 원도심 내 외식업소 중심 먹거리 지도 일러스트 및 지도 디자인 - 춘천시 관내 주요 관광지 지도 인쇄 및 배포 □ 목표달성률 100% $100(\%) = \frac{2(\text{달성수})}{2(\text{건수})} \times 100$

결과 16점 (성과 우수)	성과점수	2-2. 사업의 성과는 우수한가?(16점)
		□ 사업성과에 대한 성과 우수성 <ul style="list-style-type: none"> ○ 결과보고서 및 성과물 일체 제출 ○ 상권 별 외식업소 조사 1식 ○ 인쇄 및 배포(5,000부) <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;">    </div>

여 백

05 2022년도 사업 종합평가

05-1. 정량적 성과목표 평가종합

05-2. 세부사업별 성과 종합

05-1. 정량적 성과목표 평가종합

- 2022년 달성해야 할 정량적 성과목표 9개 모두 달성
 - 5개년 동안 정량적 성과관리를 위한 지표설정을 기초로 2년 차 정량적 종합평가 결과, 9개 분야의 정량적 성과목표 모두 달성
 - 2차년도에 '브랜드 인지도'가 새롭게 추가되어 전년도에 비해 성과지표가 1개 추가된 총 9개 지표로 구성되었으며, 브랜드 홍보 및 활용이 1년 미만이나 성과목표를 달성
 - 사업 추진 특성상 2차년도 상권르네상스 사업이 주로 하반기부터 수행되는 것은 감안할 때, 정량적 성과목표를 모두 달성한 것은 큰 성과라고 할 수 있음

- 코로나19 팬데믹사태 완화로 유동인구, 매출액 등 회복세
 - 전년도인 2021년에는 팬데믹사태가 장기화됨에 따른 대응단계 강화로 요식업과 판매업을 위주로 하는 사업대상지 내 상권 특성상 상권 위축이 심화되었으나, 2022년 현재 사회적 거리두기가 완화되어 조금씩 팬데믹 이전으로 회복되고 있는 상황
 - 팬데믹 사태의 규제가 완화되자, 전년도와는 달리 사업대상지 내 상권을 이용하는 유동인구가 증가하고 매출액이 소폭 상승하는 결과
 - 하지만 상인 대상 점포 사례조사 결과, DB값(상권정보시스템)과는 큰 차이를 나타내고 있어, 상인들은 실질적으로 경기회복을 체감하지 못하는 상황

[유동인구]

- 일평균 유동인구는 전년도 2021년 대비해 77.5% 증가로 코로나19 사회적 거리두기 규제 완화로 인해 대폭 증가한 것을 알 수 있음
- 규제 완화로 상태가 나아지긴 했지만 2차년도 역시 팬데믹 사태에서 자유롭지 않으며 3~4개월 정도만 사업이 진행되어 사업효과를 충분히 기대하기 어려운 상황
- 점포 사례조사 결과 체감 유동인구는 전체 평균 1.3% 증가로 상권 정보시스템 상의 유동인구와 76.2%p 차이, 상인들이 느끼기에 상당히 미비하다고 볼 수 있음

[매출액]

- 월평균 매출액은 전년도 2021년 대비해 28.3% 증가로 유동인구와 같이 코로나19 사회적 규제 완화 영향으로 인해 특수한 상황에서의 매출액 수치
- 팬데믹 사태 이후 나아지고 있는 2차년도는 상황이 좀 더 개선된다면 9개 목표를 3차년도에도 달성 가능하다고 보여짐
- 점포 사례조사 결과 체감 매출액은 전체 평균 -0.5% 감소로 상권 정보시스템 상의 매출액과 26.7%p 차이, 상인들이 느끼기에 상당히 미비하다고 볼 수 있음

[젠트리피케이션]

- 코로나19의 영향으로 인한 경기 침체로 상가 임대료는 지속적인 보합세(2021년 3분기 대비 -0.1 천원/㎡)로 흐름이 장기간 유지될 것으로 보임
 - 지하상가의 경우 2023년까지 임대료 80% 유지가 특징, 3차년도는 지하상가 협약이 만료되는 해로 임대료 경감 연장 등 젠트리피케이션에 대응한 추가적인 조치 필요
 - ※ 원도심 상권별 임대료 수준 관련 pp.39-40 참조
 - 점포 사례조사 결과 체감 임대료는 전체 평균 1.3% 상승으로 부동산 데이터값과의 차이가 $\pm 2\%$ 이내, 특히 육림고개의 경우 평균 3.7% 상승으로 실질 임대료 체감 상승이 가장 높은 것으로 나타남
- 높은 참여상인 만족도·참여도 및 방문객/주민만족도 중상 이상
- 역량강화 분야에서 진행된 교육 및 컨설팅과 관련한 사업에 대한 참여상인의 만족도(4.58점)가 매우 높았으며, 사업대상지 내 상권을 이용하는 방문객 조사결과 친절도(4.04점), 만족도(3.76점), 청결도(4.09점)에서도 중상 이상의 만족도를 느끼는 것으로 나타남

[참여상인 만족도]

- 상인역량강화교육 및 지원사업 교육만족도 조사 데이터 분석 기반
 - : 상권 내 점주들에게 평균 4.58점이라는 높은 점수로 좋은 평가를 받았으나 전년도 대비해 0.12점 하락, 사실상의 보합으로 이는 앞으로 추진될 상권 르네상스 사업의 긍정적인 요소
 - : 다른 사업과는 달리 실질적으로 현업에 활용이 가능하고, 자세히 몰랐던 사항들에 대한 정보를 얻어 높은 평가를 받았음
(기타의견-좋았던 점)
 - : 다양한 교육 시간 및 권역별 교육 운영이 필요할 것으로 보임
(기타의견-개선이 필요한 점)

[교육이수율]

- 교육은 5가지 사업 8가지 교육 프로그램으로 진행되었으며 총 누적 711명이 수료(총 이수율 66.3%)
 - : 특히 동료 상인들과 함께 활동하여 매우 유익한 시간이었다고 만족 하였으며, 교육이 현업에 활용 가능하다는 긍정적인 의견
 - 상인역량강화 교육 및 지원사업(이수율 41.7%)
 - : 교육 및 컨설팅 81명 이수(이수율 7.5%)
 - : 상인 치유 프로그램 325명 이수(이수율 30.3%)
 - : 선진지 견학 1회 및 워크숍 4회 41명 이수(이수율 3.8%)
 - 전통시장 노포와 함께하는 신상권 견학 프로그램 운영
 - : 선진지 견학 2회 129명 이수(이수율 12.0%)
 - 핵점포 선정 및 환경개선 지원사업
 - : 명사 특강 1회 35명 이수(이수율 3.3%)
 - 스마트 상점 육성 및 온·오프라인 통합 마케팅
 - : 소상공인 온라인 판로 및 홍보역량 강화 교육 프로그램 6회 89명 이수(이수율 8.3%)
 - 대표 공동기획상품(특화 먹거리) 컨설팅 및 개발
 - : 선진지 견학(밀키트 제조사 `프레시지` 견학) 1회 11명 이수(이수율 1.0%)

[방문객/주민 만족도, 친절도, 청결도, 브랜드인지도]

- 정량적 평가를 위한 상권이용객 설문조사 데이터 분석 기반
(총 330명 응답)

: 만족도 전체 평균 3.76점(5점 척도기준), 69점(100점 기준)

: 친절도 전체 평균 4.04점(5점 척도기준), 76점(100점 기준)

: 청결도 전체 평균 4.09점(5점 척도기준), 77점(100점 기준)

: 브랜드인지도 인지 평균 21.1%(빈도 기준)

※ 2차년도에 첫 측정되는 브랜드인지도는, 전년도 1차년도의 활발한
홍보 효과로 목표달성

: 꾸준히 높게 평가받는 명동상권 및 지하상가와 달리 요선동 및
제일시장의 경우 보통 이상이지만 상대적으로 낮은 평균점수로
개선이 우선시 되어야 할 것으로 보임

[2022 정량적 성과 지표 분석 및 주요 결과]

2022년 정량적 목표		
항목별 목표수치		
구분	전년도 수치	연차별 목표 2년차 (2022)
유동인구*	일평균 1,982명	4%
매출액*	월평균 1,494만원	2%
참여상인 만족도	4.62	3.5점 이상
방문객/주민만족도	3.88	3.7점 이상
친절도	3.97	4.0점 이상
전반적 매장청결도	3.99	4.0점 이상
브랜드 인지도	-	10%
젠트리피케이션	임대료 동결	임대료 동결 또는 5% 미만
교육 이수율	100%	65%

* 유동인구/매출액 : 2021년 9월 기준, 상권정보시스템을 활용한 정보수집

목표달성 평가

- 수치데이터 활용한 평가
- 참여상인 만족도, 방문객/주민만족도, 친절도, 전반적 매장청결도, 브랜드인지도는 설문조사로 DATA 생성
- 분석대상(수치데이터)
: 사업 대상권역
- **설문대상(만족도 등)**
: 사업권역 내 상인, 방문객



만족도 측정을 위한 설문조사			
조사개요			
• 설문대상 : 사업권역 내 8개 상권 소재 영업 중 점포이용객 ↳ 대상 점포 1,073개			
• 조사일정 : 2022.11.09.~13.			
• 설문내용 : 방문객/주민만족도, 친절도, 전반적 매장청결도(9개 문항, 5점 척도)			
• 조사방식 : 구글(google) 설문양식을 활용한 대면조사			
• 회수 : 330부			
상권명	영업 상점수	비중(%)	조사수
합	1,073	100.0	330
브라운5번가	94	8.8	40
육림고개	59	5.5	30
중앙시장	161	15.0	50
조운동	61	5.7	30
요선동	122	11.4	40
제일시장	160	14.9	40
지하상가	295	27.5	60
명동	121	11.3	40

점포 사례조사			
조사개요			
• 설문대상 : 사업권역 내 8개 상권 소재 참여 점포 50개 ↳ 조사 점포 46개			
• 조사일정 : 2022.11.01.~04.			
• 설문내용 : 유동인구 증감, 시간대, 요일/매출액 증감, 만족도/임대료 증감, 만족도 (7개 문항, 빈도, 5점 척도)			
• 조사방식 : 설문지를 활용한 대면조사			
• 회수 : 46부			
상권명	참여 상점수	비중(%)	조사 점포수
합	50	100.0	46
중앙시장	11	22.0	10
조운동	8	16.0	8
브라운5번가	3	6.0	3
요선동	8	16.0	7
지하상가	10	20.0	9
명동	6	12.0	5
육림고개	4	8.0	4



정량적 지표 성과 요약				
성과요약 : 2년차 지표에 해당하는 9개 지표 중 9개 달성				
구분	2년차 목표	2022년 성과	달성 여부	비고
유동인구	4%	일평균 3,519명	○	2021년 대비 77.5%↑
매출액	2%	월평균 1,917만원	○	2021년 대비 28.3%↑
참여상인 만족도	3.5점 이상	4.58	○	90점(100점 기준) 교육만족도 조사
방문객/주민 만족도	3.7점 이상	3.76	○	2021년 대비 0.12점↓
친절도	4.0점 이상	4.04	○	2021년 대비 0.07점↑
전반적 매장 청결도	4.0점 이상	4.09	○	2021년 대비 0.10점↑
브랜드 인지도	10%	21.1%	○	브랜드 19.7% 캐릭터 22.4%
젠트리피케이션	임대료 동결 5% 미만	임대료 동결	○	2021년 대비 -0.5점 하락 지하상가 80% 감면 유지
교육이수율	65%	66.3%	○	총 711명 이수

주1) 유동인구 : 소상공인지원공단_상권정보시스템&점포 사례조사
 주2) 매출액 : 소상공인지원공단_상권정보시스템&점포 사례조사
 주3) 참여상인 만족도 : 교육 만족도 조사 결과
 주4) 방문객/주민 만족도 : 대면조사 진행
 주5) 친절도 : 대면조사 진행
 주6) 전반적 매장 청결도 : 대면조사 진행
 주7) 브랜드 인지도 : 대면조사 진행
 주8) 젠트리피케이션 : 통계청_소형 상가임대료&점포 사례조사
 주9) 교육이수율 : 교육 이수율

정량적 성과 종합	
<p>“코로나19 팬데믹사태 완화 ↳ 유동인구 등 DB값 증가”</p> <p>-유동인구 증가 : 사회적 거리두기 영향으로 정확한 수치 판단 어려움(사업단 운영 단기) -매출액 증가 : 유동인구와 동일하게 사회적 거리두기 영향에 따른 특수상황에서의 매출액 ★ 사회적 거리두기 완화 등 여건 개선으로, 팬데믹 사태 이전 수준으로 회복세</p>	
<p>“상인 체감값은 낮은 편 ↳ 이전 수준으로 회복, 또는 작년과 비슷”</p> <p>-유동인구 포함 : 데이터값과 76.2p% 차이 -매출액 포함 : 데이터값과 26.7%p 차이 -임대료 포함 : 데이터값과 ±2% 이내 ※ 육림고개의 경우 임대료 상승 평균 3.7%로 실질 임대료 체감상승이 가장 높음</p>	
<p>“높은 참여상인 만족도참여도 및 방문객/주민만족도 증상 이상”</p> <p>-참여상인 만족도 : 참여상인 만족도 4.58점으로 가장 높은 수치 달성 (현업에서 실질적 활용가능에서 높은 평가) -교육이수율 : 총 711명 신청 전원 수료 -방문객/주민만족도 : 명동/지하상가↑수준 vs 요선동, 제일시장↓수준 상대적으로 낮음 ★ 사업지내 방문객/주민만족도 수준을 전반적으로 높이기 위해 상대적으로 낮은 상권의 물리적 환경여건 등 관리 필요</p>	
<p>“임대료 안정을 위한 상생협약 ↳ 상권활성화 위해 유지 필요”</p> <p>-젠트리피케이션 : 공실률은 작년보다 하락 상경기 회복에 대응한 상생협약 등 노력 필요 지하상가의 80% 임대료 유지는 3차년도 '23년까지로 새로운 협약체결 필요 ★ 추후 상권별 상생협약을 통해 임대료 안정 노력 지속화 필요, 상권 내 청년몰 계약만료 등에 대응한 자구책 강구 필요</p>	

05-2. 세부사업별 성과 종합

- 성과지표 평균 92.8점, 모든 사업 90점 이상으로 사업내용 모두 이행
 - 원도심 상권 르네상스 세부 14개 사업 총점 90점 이상으로 성과 우수, 모든 14개 사업 예산집행 완료
 - 2차년도에 첫 실시하는 브랜드인지도의 경우 꾸준한 전년도(2021)에 꾸준한 홍보를 진행해왔기에 좋은 성과를 낼 수 있었음
- 모든 사업의 예산집행 수준 '상당 정도'로 실질 집행 100%
 - 예산의 경우 계약률을 적용해서 잡기 때문에 사실상 모든 사업 진행도가 100%라 봐도 무방
: 최종기준 세부 8개 사업 최저 85%에서 최고 100% 사이
 - 낙찰차액을 이용해 2차년도 사업에 부족하거나 필요한 부분을 추가적으로 사업을 진행해 보완
- 과업의 내용을 실적지표로 목표달성률 100%
 - 과업지시서 및 결과보고서에 들어가는 과업의 주요 내용을 정량적 목표로 선정
: 축제 76회, 메뉴 컨설팅 51회, 상품화컨설팅 11회, 홍보물 개선 20건, 선진지 견학 3회, 디자인 현판 제작 40개 등을 실적지표로 들 수 있음
- 사업성과에 대한 정성적 판단에 기초한 우수성 중상 이상
 - 사업 시작 전 성과지표 가이드를 제공함으로써 사업참여자, 상인, 주민 등의 만족도 조사 등을 기반으로 과정상 거쳐야 할 주민협의, 보고회, 성과품을 다 수행하였기에 이에 준하는 높은 평가 점수 부여
: 주관적으로 판단할 시에 오류를 범할 가능성이 있어 중간 이상 정도의 점수가 타당하나, 만족도 조사를 진행한 사업의 경우 평균 80점 이상은 만점을 부여

[2022 사업별 성과점수 측정]

스마트상권 통합시스템 구축 및 운영관리 용역 [성과점수]	총점 91점			
	성과우수	예산집행률 94.6%	목표달성률 100%	성과물 제출 현장조사 다수
스마트 상점 육성 및 온·오프라인 통합 마케팅 용역 [성과점수]	총점 95점			
	성과우수	예산집행률 90.3%	목표달성률 100%	성과물 제출 만족도 80점
마케팅 전용 SNS스튜디오 구축 공사 및 실시설계 용역 [성과점수]	총점 91점			
	성과우수	예산집행률 91.4%	목표달성률 100%	성과물 제출 조성 완료
상권 통합축제 및 영화제 운영 용역 [성과점수]	총점 91점			
	성과우수	예산집행률 99.6%	목표달성률 100%	성과물 제출 축제 다수진행
춘천시 브라운5번가 꽃의 거리 조성 화단 및 화훼 구입 용역 [성과점수]	총점 91점			
	성과우수	예산집행률 90.0%	목표달성률 100%	성과물 제출 거리 조성
대표 공동기획상품(특화 떡거리) 컨설팅 및 개발 용역 [성과점수]	총점 95점			
	성과우수	예산집행률 90.0%	목표달성률 100%	성과물 제출 만족도 90점
핵점포 선정 및 환경개선 지원사업 용역 [성과점수]	총점 95점			
	성과우수	예산집행률 90.0%	목표달성률 100%	성과물 제출 만족도 94점

[2022 사업별 성과점수 측정(계속)]

상인역량강화 교육 및 지원사업 용역 [성과점수]	총점 95점			
	성과우수	예산집행률 96.9%	목표달성률 100%	성과물 제출 만족도 89점
창업 인큐베이팅 및 창업공간 조성 용역 [성과점수]	총점 91점			
	성과우수	예산집행률 90.0%	목표달성률 100%	성과물 제출 창업지원 다수
춘천 원도심 우수점포 경영환경 디자인 개선 지원사업 용역 [성과점수]	총점 91점			
	성과우수	예산집행률 90.0%	목표달성률 100%	성과물 제출 환경개선 다수
춘천 원도심 스마트상권 통합시스템 홍보 마케팅 운영 용역 [성과점수]	총점 91점			
	성과우수	예산집행률 90.0%	목표달성률 100%	성과물 제출 홍보물 다수
2022년 춘천 원도심 스토리보드 제작 용역 [성과점수]	총점 91점			
	성과우수	예산집행률 90.0%	목표달성률 100%	성과물 제출 현판제작 40개
전통시장 노포와 함께하는 신상권 전학 프로그램 운영 용역 [성과점수]	총점 95점			
	성과우수	예산집행률 90.0%	목표달성률 100%	성과물 제출 만족도 81점
춘천 원도심 상권르네상스사업 권역 내 외식업소 지도 및 콘텐츠 제작 용역 [성과점수]	총점 96점			
	성과우수	예산집행률 100.0%	목표달성률 100%	성과물 제출 지도 제작

여 백

부록

- ※ 사업단 자체 총평
- ※ 방문객/주민 설문지
- ※ 점포 사례조사 설문지

※
사업단
자체 총평

[사업단 자체 총평]

사업성과, 기타성과, 문제점 및 개선방안

1. 사업성과

○ 주요성과

- ① 스마트상권 통합시스템 구축을 통한 다채널 마케팅 및 판매 기반 구축
- ② 통합 브랜드/캐릭터 기반 상권 집중 홍보 및 이벤트 프로모션을 통한 상권 홍보, 이미지 개선
- ③ 핵점포 지원 등 점포별 지원사업을 통해 실질적 영업 환경 개선을 진행, 점포별 자생력 강화 및 매출 증대
- ④ 홍보 콘텐츠 제작 및 각종 사업 결과물의 콘텐츠화를 통해 상권 홍보용 콘텐츠 제작 및 다양한 플랫폼을 활용한 홍보 기반 확보
- ⑤ 포스트 코로나 시대, 상권 특성 반영한 지역축제를 통해 고객 유입 증가

○ 정성적 성과

- 원도심 8개 상권 홈페이지 기반 통합 홍보·마케팅시스템 구축 및 배달·배송·택배가 가능한 통합배송 쇼핑몰시스템 구축
- 통합브랜드 및 캐릭터 홍보 강화 및 상권 이미지 통합 홍보
- 8개 상권별 이벤트 프로모션을 통해 유입인구 증가 및 매출 증대
- 8개 상권별 차별화된 컨셉 개발 기반 마련 및 활성화 의욕 고취
- PR 및 광고, 온라인 홍보 콘텐츠 1,000개 이상 제작 및 퍼블리싱을 통해 봄나들거리 및 르네상스 사업 홍보 강화
- 핵점포 지원, 특화먹거리 컨설팅, 마케팅 지원, 상인 교육 및 컨설팅을 통해 사업단 신뢰 강화 및 상인 자생 능력 강화
- 요리, 운동, 원예치료 등 치유적 교육 프로그램 진행을 통해 장기적 불경기와 1인 영업에 지친 상인들의 심신 치유

2. 기타성과

○ [원도심 활성화 위한 협력]

- 춘천시문화재단, 근화동396창업지원센터, 춘천지혜의 숲 등 관내 유관기관과 실질적 협력사업 추진(문화재단 찾아가는 공연 원도심 진행, 창업 인큐베이팅 사업 홍보 협력)
 - 상권 간 지속적 협의 통해 원도심 상인협약체 구성 기반 마련
 - 상권별 선진지 견학을 통해 상권의 변화 발전 및 업종 전환 인식 부여
 - 상권별 상인 간담회를 통해 상권 활성화를 위한 논의 및 상인회 활동 강화 인식 부여(상인회 해체 상권의 상인모임 조직 추진)
-

○ [원도심 상권 이미지 개선]

- 봄나들거리 브랜드 및 다봄이 캐릭터를 활용한 홍보 및 프로모션을 통해 원도심 이미지 개선
 - 원도심 상권르네상스사업 관련 보도 홍보 강화를 통해 원도심 이미지 개선
-

○ [노후 점포에 대한 환경 개선 지원 통해 상인 만족도 증진]

- 핵점포 지원사업, 우수점포 환경개선 지원사업 등을 통해 노후 점포 환경을 개선하고 자신감 증진, 상권르네상스 사업에 대한 신뢰도 제고
-

○ [상권 스토리와 콘텐츠 강화]

- 우수점포 이야기현판 제작 지원사업을 통해 점포의 역사와 특징을 스토리텔링함으로써 상권 내 콘텐츠 강화
 - 원도심 먹거리 지도 제작을 통해 외식업소 목록 정리 및 먹거리 콘텐츠 홍보 강화
-

3. 문제점 및 개선방안

○ 당해년도 문제점

- 사업기간 부족

- : 4월 중순에 국비가 교부 후 계약 절차를 거치는 데 2~3개월이 소요되어 실제 사업을 8~9월부터 수행
- : 11월 30일까지 정산을 마쳐야 하므로 사업기간 3~4개월에 불과
- : 준비기간은 길고 실제 사업기간은 짧아 사업단에 대한 상인 및 관계기관의 불신 발생

- 전국 입찰 시 지역기업 소외 우려

- : 지역에 다양한 경력과 경험을 가진, 전문성 있는 기업 부재로 전국 응찰을 추진하였으나 지역기업을 적극 활용 등 의회 지적 발생

- 8개로 나뉜 상권을 통합하는 축제의 한계

- : 인위적으로 하나의 상권으로서 통합적 축제를 기획, 진행함의 한계 노정
- : 오랜 기간의 기획과 준비를 통해 축제 브랜드와 스토리를 기획해야 하나 단기간의 사업 수행으로 불가
- : 문화예술 활성화라는 막연한 이미지보다 매출 증대로 이어지는 프로모션 우선 필요

○ 향후 개선방안

- 긴밀한 일정 조정

- : 상인회와의 긴밀한 사업 협의 및 국비 확보 후 신속한 사업 추진으로 사업 기간 내 계획적이고 안정적인 사업 추진

- 지역기업 협력구조 확보

- : 수행사 간 협력시스템 구축
- : 타 지역 업체가 수행사로 선정되었을 시 지역기업과 협력관계 구축 의무화

- 통일된 이미지 하 상권별 컨셉화된 기획행사 추진

- : 브랜드 및 캐릭터를 기반으로 8개 상권 내 이미지는 통합, 홍보하되 상권별 고객 유입과 매출 증대를 위한 프로모션 집중

- 8개 상권협의체 구성

- : 8개 상권협의체 구성 및 법인화를 통해 르네상스 사업 결과의 지속적 관리방안 모색

여 백

※ 방문객/주민 만족도 설문지

[설문지 양식] 설문조사-방문객/주민 총 330명
방문객/주민 만족도, 친절도, 청결도

안녕하십니까.

본 설문은 춘천시 원도심 상권 (중앙시장, 제일시장, 육림고개, 명동, 새명동, 브라운5번가, 요선시장, 지하상가)을 찾는 고객의 만족도와 요구사항을 파악하여 상권활성화 사업 추진을 위한 기초자료로 활용하기 위한 것입니다.

설문내용은 조사 목적 이외 다른 용도로는 사용하지 않습니다. 참여해 주셔서 감사합니다.

2022년 11월



0. 응답자 특성

0-1. 귀하의 연령은 어떻게 되십니까?

- ① 10대 ② 20대 ③ 30대 ④ 40대 ⑤ 50대 ⑥ 60대

0-2. 귀하의 성별은 어떻게 되십니까?

- ① 남자 ② 여자 ③ 기타

1. 상권정보

1-1. 현재 어느 원도심 상권을 이용하고 계십니까?

- ① 요선동 ② 명동 ③ 지하상가 ④ 조운동
- ⑤ 브라운5번가 ⑥ 제일시장 ⑦ 중앙시장 ⑧ 육림고개

1-2. 주로 이용하는 상권을 선택해주세요.(다중선택)

- ① 요선동 ② 명동 ③ 지하상가 ④ 조운동
- ⑤ 브라운5번가 ⑥ 제일시장 ⑦ 중앙시장 ⑧ 육림고개

2. 브랜드 인지도

2-1. 춘천 상권 브랜드인 봄나들거리를 들어보신 적 있으십니까?

- ① 있다 ② 없다

↳ 2-2. 들어보셨다면 봄나들거리는 어떻게 알게 되셨습니까?

- ① 매우 불만족 ② 불만족 ③ 보통 ④ 만족 ⑤ 매우 만족

2-3. 춘천 상권 캐릭터인 다봄이를 들어보신 적 있으십니까?

- ① 있다 ② 없다

↳ 2-4. 들어보셨다면 다봄이는 어떻게 알게 되셨습니까?

- ① 매우 불만족 ② 불만족 ③ 보통 ④ 만족 ⑤ 매우 만족

3. 만족도

3-1. 상권 접근성은 얼마나 만족하십니까?

- ① 매우 불만족 ② 불만족 ③ 보통 ④ 만족 ⑤ 매우 만족

3-2. 판매되고 있는 상품은 얼마나 만족하십니까?

- ① 매우 불만족 ② 불만족 ③ 보통 ④ 만족 ⑤ 매우 만족

3-3. 고객 편의시설은 얼마나 만족하십니까?

- ① 매우 불만족 ② 불만족 ③ 보통 ④ 만족 ⑤ 매우 만족

3-4. 상권정보 제공 및 설명은 얼마나 만족하십니까?

- ① 매우 불만족 ② 불만족 ③ 보통 ④ 만족 ⑤ 매우 만족

4. 친절도

4-1. 상인들의 고객 대응은 얼마나 만족하십니까?

- ① 매우 불만족 ② 불만족 ③ 보통 ④ 만족 ⑤ 매우 만족

5. 청결도

5-1. 주변 환경의 청결상태는 얼마나 만족하십니까?

- ① 매우 청결하지 않다 ② 청결하지 않다 ③ 보통
④ 청결하다 ⑤ 매우 청결하다

5-2. 상품과 식기류(음식점)등의 위생상태는 얼마나 만족하십니까?

- ① 매우 청결하지 않다 ② 청결하지 않다 ③ 보통
④ 청결하다 ⑤ 매우 청결하다

5-3. 점포 내 화장실 등 청결상태는 얼마나 만족하십니까?

- ① 매우 청결하지 않다 ② 청결하지 않다 ③ 보통
④ 청결하다 ⑤ 매우 청결하다

6. 기타의견(주관식)

6. 춘천 원도심 상권에 문제점이나 불편한 점, 개선이 필요한 점 등에 대해 자유롭게 말씀해 주세요.

.....

.....

※
점포
사례조사
설문지

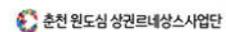
[설문지 양식] 설문조사-점포 총 46개소

유동인구, 매출액, 임대료

춘천시 원도심 상권르네상스사업 2차년도 성과분석
- 정량적 성과분석을 위한 사례점포 조사 -

참여하여 주신 모든 분들께 진심으로 감사드리며, 통계 목적 이외의 용도로는 사용되지 않습니다.
비쁘시더라도 잠시만 시간을 내어 조사에 응해주시면 소중한 자료로 사용될 것입니다.

2022. 11.



1. 유동인구

- 1-1. 방문객이 작년과 비교하였을 때 어느정도 늘었다고 생각하십니까?
대략적으로 답변 부탁드립니다.
+ ()% 증가 - ()% 감소
- 1-2. 방문객이 가장 많이 방문하는 시간대는 언제입니까?
(~)시
- 1-3. 방문객이 가장 많이 방문하는 요일은 언제입니까?
()요일

2. 매출액

- 2-1. 작년과 비교하였을 때 매출액 상승이 있었습니까?
있었다면 대략적으로 답변 부탁드립니다.
+ ()% 상승 - ()% 하락
- 2-2. 작년과 비교하였을 때 현재 매출에 만족하십니까? (5점척도)
1 2 3 4 5

3. 젠트리피케이션

- 3-1. 작년(이전)과 비교하였을 때 임대료 상승이 있었습니까?
있었다면 대략적으로 답변 부탁드립니다.
+ ()% 상승 - ()% 하락
- 3-2. 작년(이전)과 비교하였을 때 현재 임대료는 만족하십니까? (5점척도)
1 2 3 4 5