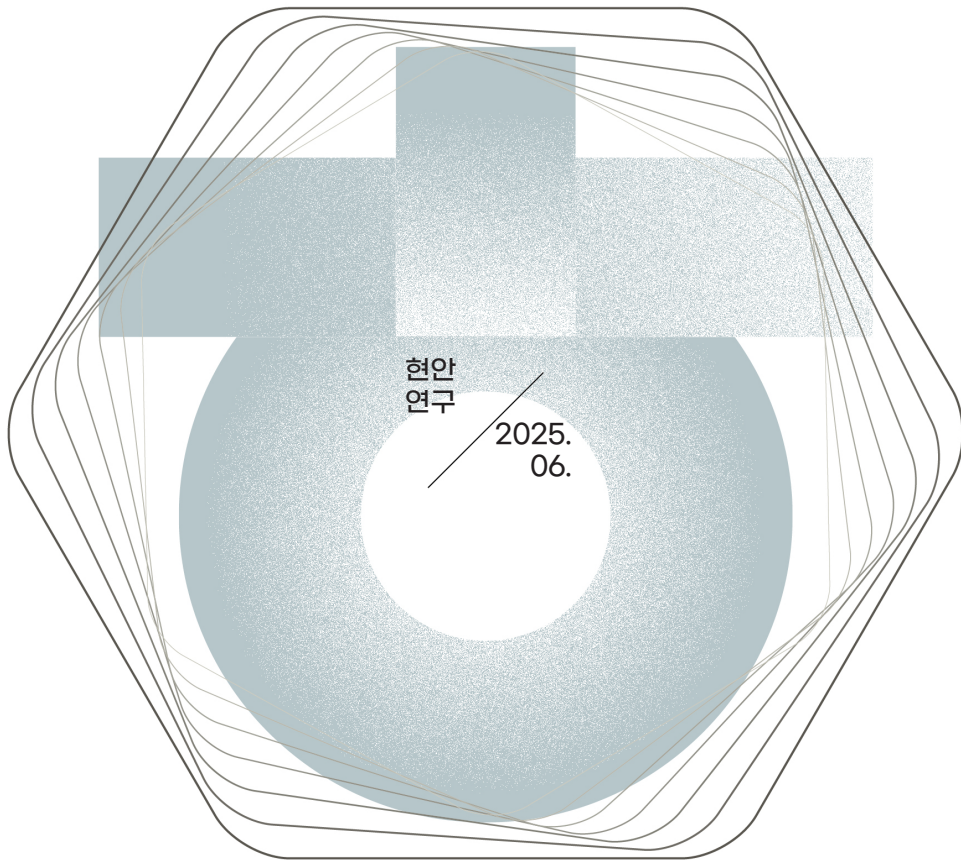


●●● 현안연구 2025-04

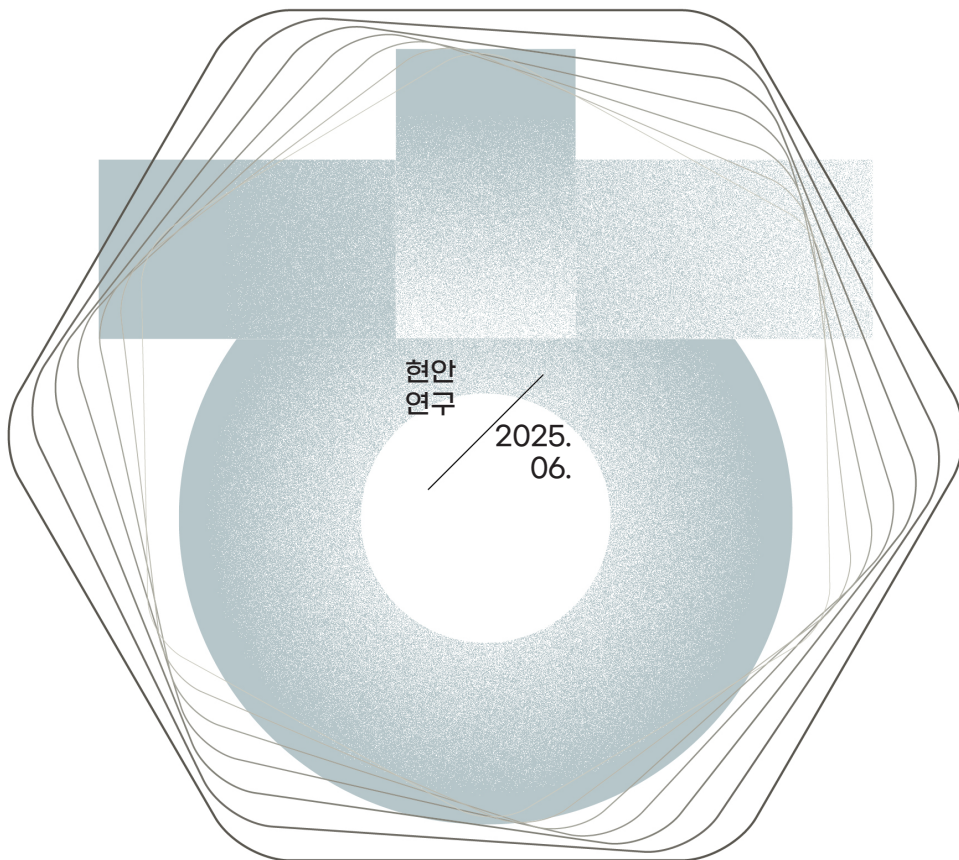
동상시장 청년몰 발전 방안 연구

이연정



동상시장 청년몰 발전 방안 연구

이연정



연구진 profile

- | | |
|-----|---|
| 이연정 | <ul style="list-style-type: none">• 연구책임• 경제산업연구부 연구위원 |
|-----|---|
-

■ 전국적으로 추진된 청년몰 조성 정책은 당초의 목표와 달리 다수의 사례에서 운영상의 어려움과 구조적 한계가 드러남

- 2019년 말 조성된 김해 동상시장 청년몰은 개장 직후 코로나19의 영향으로 청년몰 조성 초기에 기대했던 활성화가 이루어지지 못함
- 또한 일부 청년상인의 운영 역량 부족과 청년상인 자율 운영 체계로 인큐베이팅 기능이 제대로 작동하지 못하였음

■ 동상시장 청년몰의 향후 운영 방식(안)- 인큐베이팅 기능 포함 공공 임대 방식

- 청년몰의 운영 목표는 청년상인의 역량 강화와 성장, 청년몰 공간 활성화를 체계적으로 지원하고, 장기적으로 동상시장 전체의 활성화와 도시 경쟁력 제고로 이어지는 선순환 구조를 형성하는 것임

■ 동상시장 청년몰의 향후 비전, 목표 및 추진 전략

- 비전- ‘도전이 일어나는 곳, 청년이 만들어가는 혁신의 무대’
- 목표- ‘도전’, ‘상생’, ‘성장’
- 추진 전략

- 전략 1. 청년상인 역량 강화- 맞춤형 인큐베이팅 프로그램, 청년상인 임시 매장 운영
- 전략 2. 청년몰 홍보·마케팅 및 콘텐츠 확장- 멀티채널 홍보 활성화, 정기 이벤트 기획·운영
- 전략 3. 지역 자원 및 기관과의 연계·협력- 동상시장 주변 역사·문화 테마 결합, 청년창업지원시설 지정 및 협업 체계 구축
- 전략 4. 청년몰 시설 개선- 공간 리뉴얼, 방문객 편의 증진 및 시인성 개선
- 전략 5. 청년몰 운영 체계 정비- 청년몰 운영·관리 전담 체계 구축, 청년상인 규약 개정 및 청년상인회 조직

■ 선행 과제

- 청년상인에 대한 현실적 기대와 사회적 공감대 형성 필요
- 청년몰의 목적과 기능, 특성에 대한 사전 홍보와 인식 개선 필수적

I	서론	1
1.	연구 배경 및 목적	1
2.	연구 범위 및 방법	2
II	전국 및 동상시장 청년몰 조성·운영 현황	3
1.	전국 청년몰 조성 및 운영 현황	3
2.	동상시장 청년몰 조성 및 운영 현황	15
III	동상시장 청년몰 이용 행태 및 청년상인 인식조사	20
1.	청년몰 이용 행태 조사	20
2.	청년상인 인식조사	26
IV	동상시장 청년몰의 발전 방안	32
1.	청년몰 운영 방식(안) 검토	32
2.	청년몰 비전 및 목표, 추진 전략	38
3.	청년몰 세부 발전 방안	41
4.	청년몰 로드맵	56
V	결론 및 시사점	58
	참고문헌	62

I 서론

1 | 연구 배경 및 목적

1) 연구의 배경

- 청년몰은 2016년부터 전통시장의 경쟁력 강화와 청년 일자리 창출을 목표로 전국적으로 조성되었음
 - 초기에는 국가(중소벤처기업부)와 지자체가 공동으로 사업비를 부담하여 청년몰을 조성한 후, 지자체가 자체 재원으로 자율적인 운영을 하도록 이관하는 방식을 따르고 있음
- 김해시도 이러한 정책 흐름에 따라 2019년 동상시장 청년몰(동춘씨)을 조성하였으며, 전통시장 활성화와 청년 창업 지원이라는 두 가지 목표를 동시에 달성하기 위해 노력했음
- 그러나 정부의 청년몰 조성과 활성화 관련 지원사업이 종료된 이후, 대다수의 청년상인은 운영상 어려움을 겪었으며, 청년몰 사업의 구조적 한계 또한 점차 드러남
 - 청년몰 내 공실 증가, 매장별 운영 시간과 휴무일의 불규칙성, 청년상인 간 원활하지 않은 소통 등의 문제가 지속적으로 제기됨
 - 또한 조성 초기에는 시설 개선, 신제품 개발, 온·오프라인 홍보, 교육 등 다양한 형태의 지원이 제공되었으나, 시간이 지나면서 관련 지원이 만료되거나 축소됨
- 따라서 향후 동상시장 청년몰의 지속성을 위한 명확한 목표 설정과 로드맵 재정비가 필요한 시점임. 세부적으로 동상시장 청년몰의 운영 현황과 한계를 명확히 분석하고, 향후 청년몰이 지역 경제 활성화와 창업 생태계 조성에 기여할 수 있도록 정책 방향을 재정립할 필요가 있음

2) 연구의 목적

- 본 연구는 김해 동상시장 청년몰의 운영·관리 실태를 면밀히 분석하고, 그 결과를 토대로 발전 전략과 로드맵을 재설계하는 것을 목표로 함

- 궁극적으로는 청년몰 정책이 지향하는 ‘청년상인 육성과 전통시장 활성화’의 두 가지 가치가 조화를 이루어, 청년몰이 김해 지역경제와 청년 창업 생태계에 실질적인 보탬이 될 수 있도록 하는 실행 대안을 제시하고자 함

2 | 연구 범위 및 방법

1) 연구 범위

- 시간적 범위: 2025년 기준
(분석 내용에 따라 2025년 이전 기간 자료 일부 활용)
- 공간적 범위: 김해 동상시장 청년몰 일대
- 주요 연구 내용
 - 동상시장 청년몰 조성의 목적·사업 추진체계 재검토
 - 타지역 청년몰 현황 조사 및 분석
 - 동상시장 청년몰의 성과와 이슈 분석
 - 동상시장 청년몰 활성화를 위한 발전 전략과 정책 방안 제시

2) 연구 방법

- 문헌 조사 및 선행 사례 분석
 - 동상시장 청년몰 현황 및 추진 사업 세부 검토
 - 타지역 청년몰 현황과 사례 분석
- 현장 조사(인터뷰) 및 설문 분석
 - 동상시장 청년상인 대상 간담회, 심층 인터뷰 및 설문조사
 - 지역주민 및 방문객 대상 설문조사
- 전문가 자문
 - 건축설계, 공간디자인, 도시재생, 청년 창업 등 관련 분야 전문가 자문

II 전국 및 동상시장 청년몰 조성·운영 현황

1 | 전국 청년몰 조성 및 운영 현황

1) 청년몰 조성 사업 추진 배경 및 과정

- 중소벤처기업부는 2016년부터 청년 창업 활성화를 통해 전통시장과 지역 경제에 활력을 높이고자 청년몰 조성 사업을 추진해 왔음
 - 청년몰 사업은 전통시장 내 유희공간을 활용하여 청년 창업자들에게 안정적인 창업 공간을 제공하고, 맞춤형 지원 프로그램으로 성공적인 창업과 성장을 돕는 것을 목표로 함
 - 이를 통해 청년들의 창의적인 아이디어가 접목된 새로운 상권을 형성하고, 전통시장 및 지역 경제의 활성화를 도모하고자 함
- 구체적으로 청년몰 조성 사업은 2011년에 문화체육관광부 주관 ‘문화를 통한 전통시장 활성화 프로젝트(약칭: 문전성시 프로젝트)’를 통해 조성된 전주 남부시장의 청년몰 성공 사례를 벤치마킹하여 전국적으로 추진됨(전주시 보도자료, 2015)
 - 당시 정부와 전주시, 사회적 기업 ‘이음’은 ‘청년 장사꾼 프로젝트’를 기획하고, 시장의 2층 유희공간을 활용하여 2012년 5월 전국 최초로 청년몰을 조성함
 - 청년몰 조성 이후 전통시장 방문객 증가, 인근 식당 매출 상승 등 가시적 성과가 나타났음. 이에 정부는 전주 남부시장 청년몰을 성공 모델로 삼고, 중소벤처기업부(당시 중소기업청) 주도로 청년몰 조성 사업을 본격 추진함
- 청년몰 사업의 추진 근거는 ‘전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법(약칭: 전통시장법)’ 제16조(청년상인의 육성)와 제17조(빈 점포의 활용 촉진)임

<표 2-1> 청년물 사업 추진 근거 규정- 전통시장법 제16조 및 제17조

구분	내용	비고
전통시장법 제16조 (청년상인의 육성)	정부와 지방자치단체는 대통령령으로 정하는 기준에 해당하는 청년상인의 육성을 위하여 청년상인에 대한 다음 각 호의 사업을 추진할 수 있다. 1. 창업에 따른 임대료 및 점포개선 지원 2. 창업을 위한 교육·컨설팅 지원 및 창업체험 프로그램 운영 3. 창업 성공사례 발굴·포상 및 홍보 4. 그 밖에 청년상인의 육성을 위하여 필요하다고 중소벤처기업부장관이 인정하여 공고하는 사업	개정 2017.07.26
전통시장법 제17조 (빈 점포의 활용 촉진)	① 정부와 지방자치단체는 시장 등에 있는 빈 점포를 비영리법인, 단체 또는 개인 등이 다음 각 호의 장소로 활용할 수 있도록 지원할 수 있다. 1. 상인과 지역주민의 교육, 행사 또는 민원상담 등을 위한 장소 2. 고객안내시설, 편의시설 또는 공동작업을 위한 장소 2의2. 고객 및 상인을 위한 수유·탁아 시설의 설치 장소 2의3. 장애인·노인·임산부 및 저소득층 등 고객을 위한 문화·교육 프로그램 운영 장소 3. 지역특산품의 홍보 또는 전시판매를 위한 장소 4. 청년상인을 육성하기 위한 창업보육장소 5. 제25조에 따른 상거래 현대화의 시범점포 육성을 위한 장소 6. 농어민직영매장의 설치 장소 7. 그 밖에 시장 등의 활성화를 위하여 중소벤처기업부령 또는 지방자치단체의 조례로 정하는 용도를 위한 장소 ② 정부와 지방자치단체는 비영리법인, 단체 또는 개인 등이 제1항 각 호의 용도로 빈 점포를 활용할 때에는 시설의 수리 및 임차 등에 필요한 비용을 예산의 범위에서 지원하거나 보조할 수 있다. ③ 정부와 지방자치단체는 제1항 제2호의 3에 따른 문화·교육 프로그램을 이용하는 장애인·노인·임산부 및 저소득층 등 고객에 대하여 그 비용의 전부 또는 일부를 예산의 범위에서 지원할 수 있다.	개정 2011.03.30., 2013.05.28., 2020.10.20.

자료) 법제처 국가법령정보센터

○ 중소벤처기업부의 청년물 지원사업 변화 과정은 다음과 같이 크게 네 시기로 구분할 수 있음

○ 청년물 조성 확산- 2016~2017년

- 청년물의 정의가 공식화되고, 전국적으로 청년물 조성이 본격화되기 시작함. ‘청년물 조성사업’은 ‘전통시장 및 상점가 경영혁신지원사업’ 중 시장 경영혁신지원사업의 한 유형으로 시작되었으며, 지원 한도는 최대 15억

원인

- ‘청년몰’은 ‘전통시장 및 상점가 내에 500㎡ 내외의 일정 구역에 39세 이하의 청년상인 점포 20개 이상이 입점해 있고, 고객들을 위한 휴게 공간 및 입점상인 협업 공간 등을 갖춘 몰(mall) 형태로 조성된 곳’으로 정의함(중소기업청 보도자료, 2016)
- 청년몰 조성을 위한 지원은 크게 기반 조성(도로 경관 정비, 공용 및 편의 시설 조성, 시장 및 청년 점포 특성에 따른 특성화 기반 지원 등)과 개별 점포 운영 지원(임차료 및 실내장식 비용 보조, 점포 정비 등)으로 나뉨

○ 복합청년몰 조성과 청년몰 활성화 및 확장 추진- 2018~2022년

- 이 시기에는 ‘복합청년몰 조성’과 ‘청년몰 활성화 및 확장’ 지원사업이 함께 추진됨. 신규 청년몰 조성뿐만 아니라 기존 청년몰의 운영 내실화 및 확장을 도모하고자 함

<표 2-2> 청년몰 지원사업의 주요 변천 과정

연도	사업명	주요 지원 내용	지원한도
2016~2017	청년몰 조성사업	구역기반조성, 점포개선, 공동마케팅, 사업단 운영비용 등 청년몰 조성과 청년창업지원에 필요한 비용 지원	최대 15억 원
2018~2022	복합청년몰 조성사업	청년점포 공간 및 공용시설, 기반시설, 환경 개선, 예비 청년상인 모집·교육, 창업비용 보조, 공동마케팅 등을 패키지로 지원	최대 15~40억 원 (연도별 상이)
	청년몰 활성화 및 확장 지원	(활성화) 공동마케팅, 홍보, 청년상인 교육, 컨설팅, 메뉴개발 등 자생력 강화, 협동조합 조직·운영, 공동상품 개발 등	최대 3~5억 원 (연도별 상이)
		(확장) 청년상인 영업 관련 기반시설, 고객유입 촉진시설, 청년점포 추가 조성, 기반시설 확장 등 지원	최대 10억 원
2023	청년몰 활성화 및 확장 지원	(활성화) 청년몰 알림 및 안내체계 개선, 공동마케팅, 공동수익사업, 자생력 강화 컨설팅, 기술지도 등	최대 4억 원
		(확장) 청년창업공간 추가조성, 청년몰 진입환경 개선, 기반시설 개선, 편의시설 설치 등	최대 5억 원
2024~현재	청년몰 활성화	청년몰 공용공간 시설개선, 청년몰 알림 및 안내체계 개선, 공동마케팅, 공동수익사업, 자생력 강화 컨설팅, 기술지도 등	최대 4억 원

자료) 중소벤처기업부 홈페이지 참고하여 연구자 재작성

- 2018년부터 ‘청년몰 조성’에서 ‘복합청년몰 조성’으로 변경됨. ‘복합청년몰 조성 지원사업’의 지원 한도는 연도별로 최소 15억 원에서 최대 40억 원 까지 지원함. 공동마케팅 사업 등 이전 시기보다 지원 범위가 넓어진 만큼 지원 한도도 증가함
- ‘청년몰 조성’ 및 ‘청년상인 창업지원’ 사업 대상 지역에 ‘청년몰 활성화 및 확장 지원사업’도 함께 추진됨. 연도별로 차이를 보이긴 하나, 활성화 부문에는 최대 3~5억 원, 확장 부문에는 최대 10억 원을 지원함

○ 청년몰 신규 조성 중단- 2023년

- 2023년부터 ‘청년몰 조성’ 사업은 제외되고, ‘청년몰 활성화와 확장’ 지원 사업만 추진됨. 활성화 부문에는 최대 4억 원, 확장 부문에는 최대 5억 원을 지원함

○ 청년몰 확장 지원사업 중단- 2024년 이후

- 2024년부터는 기 조성된 청년몰을 대상으로 ‘청년몰 활성화’ 지원사업만 추진됨. 이는 기존 청년몰 대부분이 운영 5년 차 이상에 접어들면서, 물리적 확장보다는 운영의 안정성과 자생력 확보가 시급한 과제로 대두되었기 때문임
- 한편, 2025년부터는 청년상인의 경제적 부담을 완화하기 위해 기존의 지원 한도인 국비 50%, 지방비 40%, 자부담 10%에서, 자부담을 없애고 국비 50%, 지방비 50%로 변경함. 이러한 조치는 그간 지속적으로 제기되었던 청년상인의 자금력 부족 문제를 반영한 결과로, 정책 수혜의 문턱을 낮추고 창업 접근성 제고를 위한 제도적 조정으로 볼 수 있음

2) 전국 청년몰 운영 현황

- 2022년까지 전국적으로 43개의 청년몰(총 점포 수 741개)이 조성되었음. 이 과정에서 2016년부터 2024년까지 국비 약 808.6억 원이 투입됨(박충렬, 2024)

- 그동안 청년물 관련 사업의 지원 한도가 국비 50%, 지자체 40%, 자부담 10%로 이루어졌다는 점을 고려할 때, 지자체와 자부담을 모두 포함한다면, 청년물 사업에 활용된 재원은 약 1,617억 원으로 추정됨

<표 2-3> 연도별 청년물 지원사업 관련 투입 예산- 국비

(단위: 백만 원)

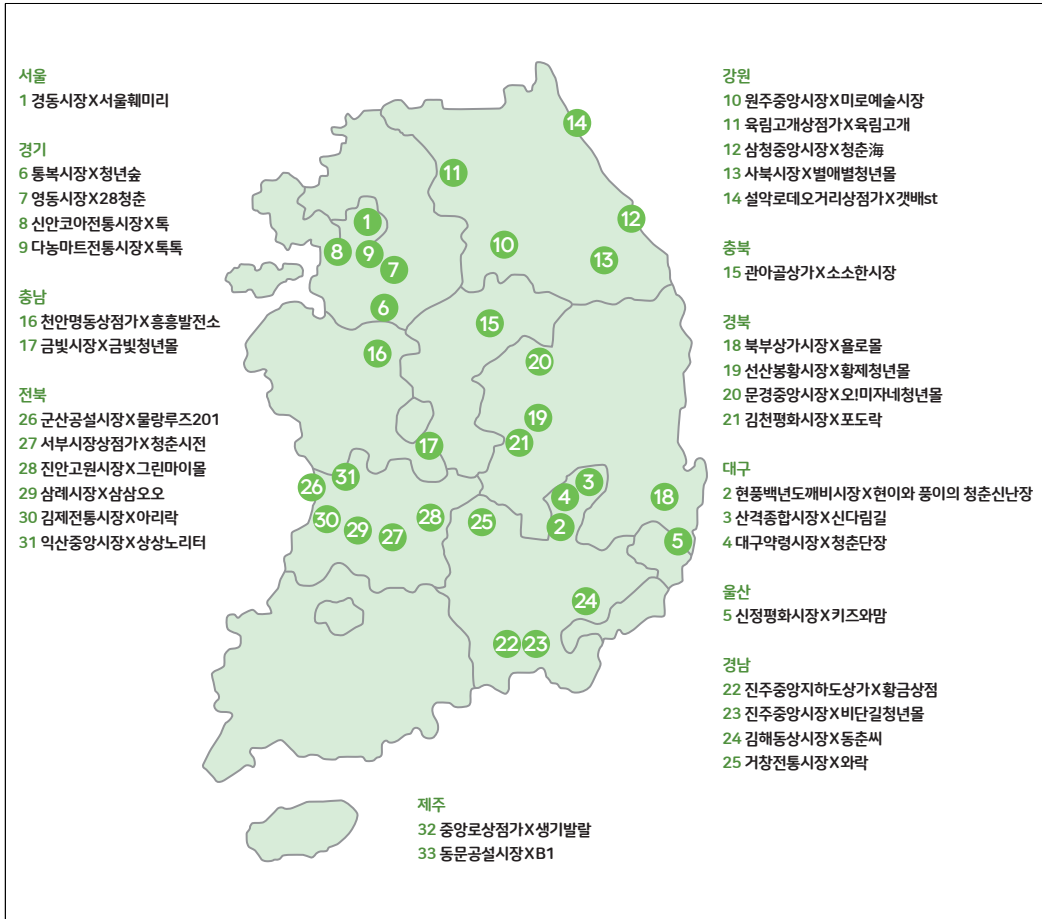
연도	청년물 조성	청년물 활성화 및 확장	계
2016	10,785	-	10,785
2017	13,920	-	13,920
2018	22,550	-	22,550
2019	3,700	3,700	7,400
2020	5,600	5,350	10,950
2021	3,300	4,380	7,680
2022	347	2,533	2,880
2023	-	2,670	2,670
2024	-	2,030	2,030
계	60,202	20,663	80,865

주) 2018년은 복합청년물 조성과 청년물 활성화 및 확장 사업을 모두 포함한 예산임
 자료) 박충렬(2024) 재인용

- 한편, 지원사업을 통해 조성된 43개 청년물 중 2024년 말 기준으로 33개가 운영되고 있음¹⁾
 - 지역별 청년물 운영 현황을 살펴보면, 전북 지역이 6개소로 가장 많은 청년물이 운영되고 있으며, 강원 5개소, 경기·경북·경남이 각각 4개소씩 운영 중임. 또한, 대구 3개소, 충남·제주는 각각 2개소씩, 서울·울산·충북은 각각 1개소씩 운영됨
- 각종 언론에서 보도된 바와 같이, 현재 전국의 청년물 대부분은 운영상 어려움을 겪고 있는 것으로 파악됨. 2024년 8월 기준으로 조사된 바에 따르면, 청년물 입점 청년상인의 폐업률은 40%를 초과하는 것으로 나타남(박충렬, 2024)
- 또한 청년물마다 월평균 매출액 격차도 큰 것으로 나타남. 서울 경동시장 청년물의 월평균 매출액은 3,550만 원으로 전국 청년물 중 가장 높았으나,

1) 해당 지자체 담당자를 통해 운영 여부를 확인한 뒤 집계한 결과임

반대로 충남 금산 금빛시장 청년몰의 월평균 매출액은 157만 원(서울 경동시장 월평균 매출액의 약 4.4% 수준)으로 가장 낮았음(뉴스경남, 2024.10.06.)



자료) 연구자 작성

(그림 2-1) 전국 청년몰 운영 현황도

3) 타 지역 청년몰 운영 사례

- 청년몰 조성 이후 운영 방식, 계약 기간, 지원 규모는 지역별 여건에 따라 다양하게 나타나고 있음. 본 연구에서는 이러한 차이를 살펴보기 위해 대표적인 3개 지역 청년몰의 운영 사례를 검토함
- 서울 경동시장 청년몰은 내·외국인 관광 수요가 높은 지역에 위치함. 경동시장상인회를 중심으로 청년몰과의 협업 체계가 잘 구축된 대표적인 사례임

- 울산 신정평화시장 청년몰은 초등학교와 인접한 입지를 활용해 어린이와 가족 친화적인 공간으로 조성된 사례임. 신정평화시장 상인회를 중심으로 정부·지자체의 다양한 지원사업을 적극적으로 연계하고 있음
- 진주 진주중앙시장 청년몰은 140여 년의 역사성을 바탕으로 스토리텔링이 가능한 입지적 강점을 지니고 있음. 청년몰 지원 조직인 진주상권활성화재단과 청년몰 간의 협업 체계 중심으로 운영되고 있음

○ 이러한 사례는 청년몰의 운영 성과와 전략이 입지 특성, 운영 주체, 지원 방식 등에 따라 달라질 수 있음을 보여주며, 향후 정책 수립에 있어 지역 맞춤형 접근이 필요함을 시사함

(1) 서울 경동시장 청년몰 ‘서울훼미리’

○ 개요

- 조성 시기: 2019년
- 위치: 서울 동대문구 고산자로36길 경동시장 신관 3층 청년몰
- 조성 점포 수: 20개소
- 입점 점포: 외식, 디저트, 공방, 한복 등
- 관리 주체: 서울 동대문구
- 점포 계약 기간: 1년

○ 특징

① 입지적 이점과 한계

- 경동시장은 1960년에 개설된 대규모 전통시장으로, 농·수산물부터 한약재까지 다양한 품목을 취급함. 도매시장을 겸하고 있어 평일과 주말 모두 유동 인구가 많음
- 최근 외국인 관광객 유입도 증가 추세에 있으며, 지하철, 버스 등 대중교통 접근성도 뛰어나 잠재 고객 확보에도 유리한 입지 조건을 갖춘
- 그러나 타지역 청년몰과 마찬가지로 경동시장 청년몰 역시 전통시장 내 유희공간을 활용해 조성된 탓에 시장 내 주요 상권과의 동선 연계가 미흡하다는 한계가 있음

② 대기업 브랜드 입점에 따른 젊은 층 유입

- 2022년 스타벅스는 (구)경동극장을 리모델링하여 ‘경동1960점’을 개장함. 스타벅스의 브랜드 파워와 극장이라는 이색적인 공간이 결합되어 경동시장과 청년몰을 방문하는 젊은 고객이 증가함
- 이 외에도 노브랜드, LG 등과의 협업으로 청년몰 내 체험 요소를 갖춘 특색있는 공간을 조성함
- 대기업과의 상생 협력이 청년몰에 대한 직접적인 매출 증가로 이어지는 효과는 제한적이지만, 젊은 고객층의 관심과 방문을 촉진하고 청년몰의 인지도를 제고하는 측면에서는 긍정적인 영향을 미침

③ 상인회와의 연대 및 협업 체계

- 경동시장 청년몰은 개장 초기부터 경동시장 상인회와의 공동 판촉 행사, SNS 프로모션 등 홍보 및 마케팅 활동을 함께 추진함
- 청년몰의 실질적인 운영 또한 경동시장 상인회를 중심으로 이루어져 왔으며, 라이브커머스(경동 라이브 마켓) 진행, 배달 플랫폼 도입 등 디지털 유통 채널 확대도 적극적으로 추진하였음
- 하지만 전통시장 상인회가 청년몰 운영까지 담당하면서, 청년몰 특화나 청년 창업을 위한 체계적인 지원 기능은 상대적으로 미흡한 실정임



자료) 경동시장 청년몰 인스타그램

(그림 2-2) 서울 경동시장 청년몰 추진 이벤트

(2) 울산 신정평화시장 청년몰 ‘키즈와맘’

○ 개요

- 조성 시기: 2019년
- 위치: 울산 남구 봉월로67번길 17
- 조성 점포 수: 19개소(2층- 12개소, 지하 1층- 7개소)
- 입점 점포: 외식, 디저트, 아동복, 공방 등
- 관리 주체: 신정평화시장 상인회
- 점포 계약 기간: 2년

○ 특징

① 입지적 이점

- 신정평화시장 청년몰은 왕복 2차선 도로를 사이에 두고 인근 초등학교 정문과 마주하고 있어 입지적 가시성과 접근성이 매우 뛰어나
- 초등학교 정문에서도 청년몰 입구가 눈에 띄기 때문에 초등학교 대상 프로그램 운영 시 참여율이 높음
- 다만, 방학 기간에는 방문객 수가 급감하고, 다른 상권과의 연계나 상시 유동 인구 유입이 낮음

② 어린이·가족 친화적 공간 구성

- 수유실, 어린이 실내 놀이시설 등 가족 단위 방문객을 고려해 공간을 구성함
- 청년몰 내 체험, 놀이 요소를 결합해 단순한 소비 활동을 넘어 방문객에게 교육과 문화적 경험을 제공함. 이는 방문객의 체류 시간을 늘리고 재방문을 유도하는 데 긍정적인 요소로 작용하고 있음
- 그러나 지하 1층에 조성된 ‘푸드존’은 전형적인 일반 푸드코트 형태로, 가족 친화적 콘셉트와의 정합성이 떨어지며 현재 공실 상태임

③ 지원사업을 통한 지속적 재원 확보

- 신정평화시장은 정부·지자체 지원사업을 적극 활용해 전통시장과 청년상인을 위한 실질적 지원을 지속적으로 마련함
- ‘전통시장 공동브랜드 개발 지원사업’으로 ‘StartBerry’라는 브랜드를 개발하였으며, 청년상인 중심으로 협동조합 설립을 추진하는 등 자생력 확보를 위한 기반 마련에 힘쓰고 있음
- 다만, 지원사업에 대한 의존도가 지나치게 높아질 경우, 사업 종료나 예산이 축소 시 청년물의 자생적 운영 기반이 흔들릴 우려가 있음



자료) 울산남구청 공식 블로그

(그림 2-3) 울산 신정평화시장 청년물 추진 이벤트

(3) 진주 진주중앙시장 청년물 ‘비단길 청년물’

○ 개요

- 조성 시기: 2018년
- 위치: 경남 진주시 진양호로 553
- 조성 점포 수: 11개
- 입점 점포: 외식, 디저트, 잡화, 의류 등
- 관리 주체: 진주시
- 점포 계약 기간: 2년

○ 특징

① 중앙 메인홀 등 우수한 시설 인프라

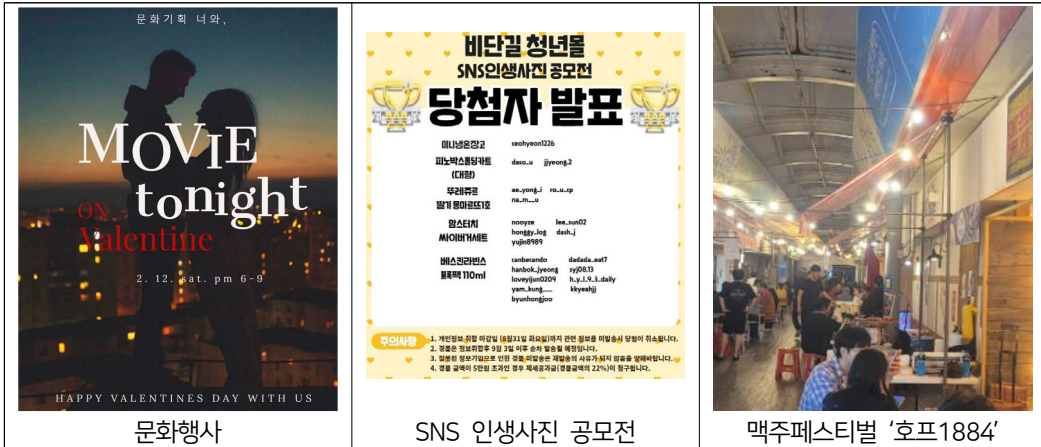
- 진주중앙시장 청년몰은 중앙 메인홀이 있어, 자체 행사 또는 전시를 진행하기 좋은 구조를 갖추고 있음
- 전반적인 공간은 레트로풍 인테리어로 구성되어 있으며, 포토존, 게임존 등 이색 체험 공간을 조성함
- 고급스러운 테이블 셋팅과 차별화된 공간 구성을 통해 단순한 일반 푸드코트형 휴게음식점과는 차별성을 가짐

② 진주상권활성화재단의 체계적 운영·관리

- 진주중앙시장 청년몰은 진주상권활성화재단이 위탁 운영하여, 청년상인회 차원에서 대응하기 어려운 제도적·행정적 지원뿐만 아니라 재단의 각종 사업과 연계한 재정적 지원을 제공하고 있음
- 이를 통해 재단이 주관하는 지역 축제, 상권활성화 사업과 청년몰의 유기적 연계가 가능해짐
- 다만, 재단과 청년몰 상인회 간의 소통 체계와 권한 분배에 있어 지속적인 조율과 협의가 필요함

③ 스토리텔링과 문화·관광 자원 가치

- 진주중앙시장은 1884년 개장한 전통시장으로, 140년 이상의 역사와 고유성의 지역성을 갖추고 있음
- 진주남강유등축제 등 지역 대표 축제와의 연계를 통해 스토리텔링 기반의 상품 개발이나 체험형 콘텐츠 운영에 유리한 여건을 가지고 있음. 그러나 현재까지 지역의 문화·관광 자원과 청년몰 간의 실질적인 연계는 제한적인 수준임



자료) 진주중앙시장 청년물 인스타그램, 진주시 보도자료

(그림 2-4) 진주 진주중앙시장 청년물 추진 이벤트

2 | 동상시장 청년몰 조성 및 운영 현황

1) 동상시장 청년몰 조성 사업(2018~2019)

○ 조성 사업 개요

- 조성 목적: 김해 동상시장 청년몰은 타지역 청년몰 조성 취지와 동일하게 전통시장 내 유희공간을 활용하여 시장의 활력을 높이고, 청년 일자리 창출을 도모하기 위해 조성됨
- 사업비: 3,471백만 원
- 위치: 김해 동상동 881-4번지 동상전통시장 북문 인근
(김해수로왕릉 정문에서 도보로 8분)
- 면적: 1,080.84㎡ (2층 540.42㎡, 3층 540.42㎡) 및 펌프실
- 구성: 점포 14개소(2, 3층 각각 7개소), 전시 공간 등



(그림 2-5) 동상시장 청년몰 위치도

○ 주요 추진 경과

- 사업단 구성(2018.06.): 「동상시장 청년몰 조성사업단」 구성
- 기반 조성(2019.05.~2019.12.): 건물 매입, 건물 외부 증축 공사, 인테리어 및 공용 특화 공간 구성, 각종 설비 공사 등
- 청년상인 발굴 및 육성(2018.11~2019.11.): 청년상인 모집은 2018년 11

월부터 2019년 10월까지 총 5차에 걸쳐 진행되었으며, 전체 지원자 51명 중 14명이 최종 선정됨. 청년상인 교육은 소상공인진흥공단 합숙교육과 지역 내 창업 교육, 선진지 견학 등으로 진행됨

- 개별 점포 지원(2019.11.~2019.12.): 개별 점포 운영 기반 조성을 위한 인테리어비, 간판, 메뉴판 등 제작비, 초기 임차료 및 관리비 등 지원
- 홍보·마케팅을 통한 활성화 지원(2019.06.~2019.12.): 온·오프라인 매체를 활용한 홍보와 가야테마파크 등 지역 명소와 연계한 방문 이벤트 추진
- 개장(2019.12.): 동상시장 청년몰 정식 개장

2) 동상시장 청년몰 활성화 사업(2020)

○ 활성화 사업 개요

- 추진 목적: 동상시장 청년몰은 개장 직후 코로나19 발생으로 운영상 어려움에 직면함. 청년몰 조성 단계에서 부족했던 소비자 친화적 공간의 확충, 청년몰 홍보·마케팅 강화, 청년상인 대상 교육·컨설팅 지원 등의 필요성이 제기되었으며, 이를 해결하기 위해 청년몰 활성화 사업을 추진함
- 사업비: 3억 원
- 사업 기간: 2020.05.~11.

○ 주요 사업 내용

- 고객 알림체계 개선: 스토리보드 제작, 층별 안내 사인물, 종합안내판, 방송시스템, 소비자 친화공간 설치
- 공동개발 사업: 공동 포장지 및 봉투 개발, 공동 BI(Brand Identity) 및 캐릭터 개발
- 소비자 체험 프로그램 개발: 청년몰 공동 비즈니스 모델 개발 사업의 일환으로, 청년상인들이 베이킹, 악세사리 제작, 셀프네일 등 원데이 클래스 프로그램을 개발하여 진행
- 홍보·마케팅 플랫폼 구축: 네이버 스마트 플레이스 구축, 홈페이지형 블로그 제작, 구글 마이비즈니스 구축, 카카오톡 채널 구축
- 대외홍보 및 매체 광고: 영상광고 제작, 유튜브 및 아파트 E/V 영상광고 송출, 다음포털 배너광고

- 상인 교육 및 컨설팅: 개별 점포의 신상품 개발을 위한 맞춤형 교육 및 컨설팅 진행
- 그 외 SNS 서포터즈 운영, 홍보용품 제작, 고객 이벤트 개최 등



자료) 김해시 민생경제과 내부자료(2020) 참고하여 연구자 재작성

(그림 2-6) 동상시장 활성화 관련 주요 사업

3) 동상시장 청년몰 운영 현황

○ 청년몰 1기(2019.12.~2024.12.) 입점 요건 및 기간

- 입점 대상: 신청일 기준 39세 이하 신규 창업 청년(사업자등록 미소지자)
- 임대기간: 2019.12.29.~2024.12.29.(5년)

- 사용료: 매월 9~14만 원

(VAT 미포함, 최초 2년인 2021년까지는 임대료 미부과)

○ 청년몰 2기(2025.01.~) 입점 조건 및 기간

- 입점 대상: 공고일 기준 19세 이상 39세 이하 청년으로서,
신규 창업자 및 기존 사장님(프랜차이즈 입점 가능)
(모집미달 시 중·장년층으로 확대)
- 임대기간: 입점일로부터 2026.12.31.까지(연장 가능)
- 사용료: 매월 10~15만 원

○ 운영 현황

- 동상시장 청년몰은 개장 당시 총 14개 점포가 모두 운영되며 공실이 없었음. 2층은 모두 외식업종으로 구성되어 푸드코트 형태의 공간을 구성함. 3층은 베이커리, 카페, 공방, 아·미용 등 다양한 업종이 입점하여 운영됨
- 코로나19 상황에도 불구하고 2023년 초까지는 2층과 3층 모두 공실 없이 운영됨. 2025년 1월 2기 모집 계획에 따라, 2024년 하반기부터는 별도의 청년상인 모집 공고를 진행하지 않음
- 동상시장 청년몰 2기는 1기 때보다 신청 자격을 상당히 완화하였으나, 2025년 5월 현재 기준으로 일부 점포는 여전히 공실 상태임
- 2025년 5월 기준으로 동상시장 청년몰에서는 총 14개 점포 중 11개 점포가 입점 상태임. 층별로는 2층 7개 점포 중 5개소, 3층 7개 점포 중 7개소가 운영 중임
- 동상시장 청년몰 입점했던 업체 중 7개소는 퇴점 이후 인근 지역으로 이전하여 운영 중이며, 일부는 폐업하거나 청년상인의 연령 제한 도달로 인해 퇴점한 사례도 있음
- 이전의 긍정적인 사례로는, 청년몰 입점 기간 동안 고정 고객층 확보와 사업성 검증 후, 봉황동 등 인근 상권으로 확장 이전한 경우임. 이 외에 업종 특성상 통일된 영업시간을 준수하기 어려워 외부로 이전하였으나, 이전한 뒤에도 청년몰 상인들과의 협업을 지속하며 운영 중인 사례가 있음

- 반면, 매장 내 환기시설 부족으로 인한 영업 애로, 공용공간 유지·관리 문제로 인한 상인 간 갈등 등으로 퇴점하게 된 부정적 이전 사례도 있음

<표 2-4> 동상시장 청년몰 입점 업체 현황

호실	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년	2025년 5월 기준
201호	맛난당 (쭈꾸마닭강정, '19.12.-'23.12.)				공실	길벗추어탕 (추어탕, '25.04-현재)
202호	다오리덕 (오리, '19.12.-현재)					
203호	디아나타코 (타코, '19.12.-'21.12.)		앤드라이스 (떡, '22.01.-'23.05.)		공실	PumpQueen (호박인절미, '25.04-현재)
206호	웍1994 (중식, '19.12.-'21.12.)		바른국밥 (국밥, '22.01.-'24.05.)			공실
207호	A-타이완 (대만감자, '19.12.-'21.12.)		청년반점 (중식, '22.01.-'23.06.)		공실	
208호	세렌리아 (파스타피자, '19.12.-'21.12.)		폴잎 (샐러드, '22.01.-현재)			
210호	탱크분식 (분식, '19.12.-'24.12.)					초밥작업실 (초밥, '25.04-현재)
301호	피카타임 (베이커리카페, '19.12.-'22.12.)		다라소담 (화과자, '22.01.-'23.12.)		공실	젤리브 (과일젤리, 커피 '25.04-현재)
302호	과자공방마로스 (디저트카페, '19.12.-'25.03)					공실
303호	마이소스 (소스, '19.12.-'21.12.)		갯수수 (옥수수 간식, '22.01.-'23.12.)		떡방곳 (베이커리, '24.01.-12.)	구다 (패브릭제품, '25.04-현재)
306호	미유 (캔들공방, '19.12.-'24.12.)					이룸공방 (토탈공예, '25.04-현재)
307호	숨소미네일 (네일아트, '19.12.-현재)					
308호	마봄 (심리상담타로, '19.12.-'24.12.)					부기부티 (블랜딩티, '25.04-현재)
309호	지송이네 (약세서리, '19.12.-'21.12.)		두두그림공방 (그림공방 '22.01.-'23.12.)		공실	모디미 (매듭공방, '24.05.- 현재)

자료) 김해시 민생경제과 내부자료(2025, 2026)



동상시장 청년몰 이용 행태 및 청년상인 인식조사

1 | 청년몰 이용 행태 조사

1) 조사 개요

○ 조사 목적

- 동상시장 청년몰 방문 이용자의 행태를 파악하고, 향후 청년몰 개선 방안 도출의 기초자료로 활용하고자 함

○ 조사 방법

- 응답 수집 방식: 온라인 설문조사(QR 링크 배포)
- 설문 기간: (1차) 2025.02.11.~02.24. (2차) 2025.03.04.~03.17.
- 유효 표본: 전체 응답자 중 동상시장 청년몰 방문 이용자 61명

○ 주요 설문 내용

- 동상시장 청년몰 정보 수집 경로
- 동상시장 청년몰 이용 행태 및 만족·불만족 이유
- 향후 개선 방안 관련 의견

2) 조사 결과 및 시사점

○ 동상시장 청년몰 정보수집 경로

- 동상시장 청년몰에 관한 정보를 수집한 경로는 ‘인접 지역·시장 방문’(34.9%), ‘인터넷·SNS’(27.7%), ‘언론보도’(13.3%) 등의 순으로 나타남. ‘기타’로는 지역 행사장, 게시판 등을 통해 청년몰 관련 정보를 수집한 것으로 나타남
- 오프라인 채널(인근 지역 방문, 행사장)을 통한 청년몰 관련 정보 수집 비율이 높았다는 점은 상대적으로 온라인 채널 홍보가 부족했음을 시사함

<표 3-1> 동상시장 청년몰 정보 수집 경로

구분	비중 (%)
인터넷·SNS	27.7
인접 지역·시장 방문	34.9
광고판·현수막·전단지	3.6
배달앱	3.6
언론보도	13.3
지인소개	10.8
기타	6.0
합계	100.0

주) 중복응답 포함

자료) 설문조사를 바탕으로 연구자 작성

○ 최근 방문 시점

- 가장 최근에 방문한 시점을 조사한 결과, ‘6개월 이상 경과’가 49.2%로 가장 많았으며, ‘3개월 이내’가 34.4%, ‘3~6개월 이내’가 16.4%로 나타남
- 이러한 결과는 방문객 유지 및 재방문율을 높이기 위한 정기적인 홍보·마케팅과 고객 유입 프로그램이 필요함을 시사함

<표 3-2> 동상시장 청년몰 최근 방문 시점

구분	비중 (%)
3개월 이내	34.4
3~6개월 이내	16.4
6개월 이상 경과	49.2
합계	100.0

자료) 설문조사를 바탕으로 연구자 작성

○ 누적 방문 횟수

- 동상시장 청년몰 방문객 중 1~2회 방문한 비율이 47.5%로 가장 높아 재방문율이 낮은 경향을 보임
- 일반적으로 최초 방문 경험이 재방문율에 중요한 요소로 작용하므로, 방문자에게 긍정적인 첫인상을 심어줄 수 있는 요소를 강화할 필요가 있음

<표 3-3> 동상시장 청년몰 누적 이용 횟수

구분	비중 (%)
1~2회	47.5
3~5회	26.2
6~10회	13.1
10회 이상	13.1
합계	100.0

자료) 설문조사를 바탕으로 연구자 작성

○ 방문 시 평균 지출액

- 방문 시의 평균 지출액 분포를 살펴보면, ‘1만 원 이상 2만 원 미만’을 지출한 비율이 50.8%로 가장 높음
- 방문객의 평균 지출액 증가를 위해서는 1개 점포 이용에 그치지 않고 청년몰 2, 3층의 다양한 점포를 연계 방문하도록 유도하는 업종 구성과 마케팅 전략이 필요함

<표 3-4> 동상시장 청년몰 방문 시 평균 지출액

구분	비중 (%)
5,000원 미만	1.6
5,000원 이상 1만 원 미만	27.9
1만 원 이상 2만 원 미만	50.8
2만 원 이상	19.7
합계	100.0

자료) 설문조사를 바탕으로 연구자 작성

○ 방문 시 만족도

- 방문 시 만족도 결과에서는 ‘보통’이 49.2%로 가장 높았으며, ‘약간 만족’(16.4%)과 ‘매우 만족’(9.8%)을 합친 ‘만족’ 응답 비율은 26.2%로 나타남
- ‘약간 불만족’(16.4%)과 ‘매우 불만족’(8.2%)을 합친 ‘불만족’ 응답 비율은 24.6%로, ‘만족도’와 ‘불만족도’가 비슷한 수준임

<표 3-5> 동상시장 청년몰 방문 시 만족도

구분	비중 (%)
매우 불만족	8.2
약간 불만족	16.4
보통	49.2
약간 만족	16.4
매우 만족	9.8
합계	100.0

자료) 설문조사를 바탕으로 연구자 작성

○ 동상시장 청년몰 방문 시 만족 이유

- 동상시장 청년몰 방문 시 만족 요인을 조사한 결과, ‘직원(상인)이 친절했다’(28.4%)와 ‘가격이 합리적이었다’(24.5%)가 높은 비율을 차지함
- 반면, 그 외 항목에 대해서는 전반적으로 만족감을 크게 느끼지 못하고 있어, 방문객 만족도를 높이기 위한 다방면의 전략적 접근이 필요한 상황임

<표 3-6> 동상시장 청년몰 방문 시 만족 이유

구분	비중 (%)
가격이 합리적이었다	24.5
제품(음식, 상품 등)의 품질이 우수했다	11.8
직원(상인)이 친절했다	28.4
매장이 청결했다	13.7
매장의 인테리어 및 분위기가 만족스러웠다	5.9
위치나 교통, 주차시설 등 접근성이 편리했다	6.9
영업시간이 이용하기에 적절했다	2.9
할인, 판촉, 이벤트 등이 다양했다	2.9
업종·품목이 다양하고 차별성이 있었다	2.9
기타	0.0
합계	100.0

주) 중복응답 포함

자료) 설문조사를 바탕으로 연구자 작성

○ 동상시장 청년몰 방문 시 불만족 이유

- 동상시장 청년몰 방문 시 불만족 요인을 조사한 결과, ‘위치나 교통, 주차 시설 등 접근성이 불편했다’(23.3%)와 ‘매장의 인테리어 및 분위기가 만족스럽지 않았다’(20.3%)가 가장 큰 불만 요소로 나타남. ‘업종·품목이 다양하지 않거나 차별성이 부족했다’(20.3%) 역시 주요 불만족 요인으로 지적됨
- 반면, ‘가격이 부담스러웠다’(2.3%)와 ‘직원(상인)의 친절도가 부족했다’(1.5%)는 낮은 비중을 차지하여, 가격 및 친절도에 대한 불만은 크지 않은 것으로 나타남

<표 3-7> 동상시장 청년몰 방문 시 불만족 이유

구분	비중 (%)
가격이 부담스러웠다	2.3
제품(음식, 상품 등)의 품질이 기대에 미치지 못했다	12.8
직원(상인)의 친절도가 부족했다	1.5
매장의 청결 상태가 미흡했다	6.0
매장의 인테리어 및 분위기가 만족스럽지 않았다	20.3
위치나 교통, 주차시설 등 접근성이 불편했다	23.3
영업시간이 이용하기에 적절하지 않았다	4.5
할인, 판촉, 이벤트 등이 부족했다	9.0
업종·품목이 다양하지 않거나 차별성이 부족했다	20.3
기타	0.0
합계	100.0

주) 중복응답 포함

자료) 설문조사를 바탕으로 연구자 작성

○ 향후 개선 방안

- 향후 개선 방안에 관한 자유 응답에서는 방문, 접근성, 홍보, 활성화, 이벤트, 배달 등이 주요 키워드로 확인됨
- 세부적으로는 ‘홍보 및 이벤트 활성화’, ‘방문 및 접근성 개선 노력’, ‘자생적 운영 노력과 주변 시장 상인과의 협력’, ‘입지적 한계를 극복하기 위한 배달업 활성화’, ‘특색있는 메뉴 도입이나 신규 업종 유치’, ‘동상시장의 주 고객층인 외국인과 장년층을 대상으로 하는 이벤트 개최’ 등이 제안됨



자료) 연구자 작성

(그림 3-1) 동상시장 청년몰 개선 방안 관련 자유 의견 분석

2 | 청년상인 인식조사

1) 조사 개요

○ 조사 목적

- 동상시장 청년상인의 시각에서 개별 점포 및 청년몰 전반의 운영·관리 성과와 한계점을 파악하여 향후 개선 방향을 도출하기 위함

○ 조사 방법

- 응답 수집 방식: 개별 인터뷰 및 온라인 설문조사(QR 링크 배포)
- 설문 기간: 2025.02.14.~02.24.
- 표본: 동상시장 입점 경험이 있는 청년상인 8명(현재 운영 중-5명, 퇴점-3명)

○ 주요 설문 내용

- 청년몰 입점 동기 및 창업 성과
- 개별 점포 및 청년몰 전반의 운영·관리 성과와 문제점
- 청년상인회 조직 필요성 및 동상시장 상인회와의 우호·협력 수준
- 향후 청년몰 운영 및 지원 정책 개선 방안

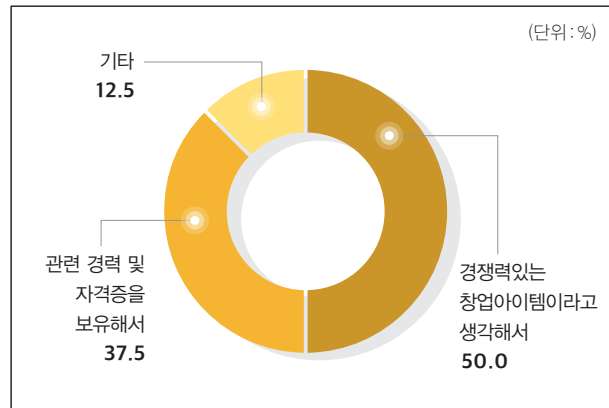
2) 조사 결과 및 시사점

○ 동상시장 청년몰 입점 동기

- 청년몰 입점 동기로 대부분의 청년상인이 ‘저비용 창업 기회’를 가장 중요한 요소로 언급함. 그 외 국가 지원사업의 혜택 및 창업지원을 받을 수 있다는 기대감도 주요 입점 동기로 작용함

○ 해당 업종(품목) 선택 동기

- 청년몰 입점 시 해당 업종(품목)을 선택한 동기로는 ‘경쟁력 있는 창업 아이템이라고 생각해서(50.0%)’가 가장 높은 비중을 차지함. 다음으로 ‘관련 경력 및 자격증을 보유하고 있어서’가 중요한 업종(품목) 선택 요인으로 작용했음

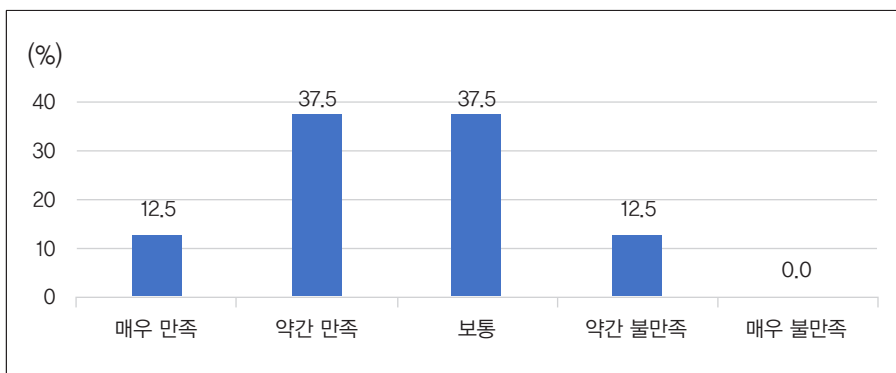


자료) 연구자 작성

(그림 3-2) 해당 업종(품목) 선택 동기

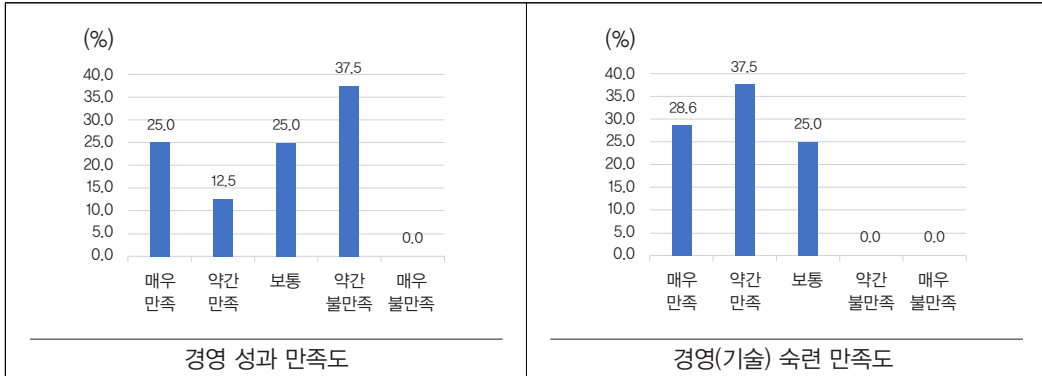
○ 청년몰 입점 후 운영에 대한 만족도

- 개별 점포 운영의 전반적 성과에 대한 만족도는 ‘약간 만족’과 ‘보통’이 각각 37.5%로 나타남
- 하지만 세부적으로 경영성과(매출액, 영업이익 수준 등)에 대해서는 ‘약간 불만족’이, 경영(기술) 숙련(노하우 축적) 측면에서는 ‘약간 만족’(37.5%)이 가장 높은 비중을 차지함
- 즉, 동상시장 청년상인들은 운영 경험을 통해 기술적 역량은 향상되고 있지만, 수익성 개선에는 어려움을 겪고 있음을 확인함



자료) 연구자 작성

(그림 3-3) 개별 점포 운영의 전반적 성과에 대한 만족도



자료) 연구자 작성

(그림 3-4) 매장 운영의 경영 성과 및 경영(기술) 숙련에 대한 만족도

○ 청년몰 입점 과정에서의 애로 사항과 문제점

① 업종 및 메뉴 중복 문제

- 청년몰 입점 심사 과정에서 기존 동상전통시장 내 점포와 업종-메뉴가 겹쳐 마찰이 발생한 사례가 있음

② 입점 일정 지연에 따른 불안감과 경제적 어려움

- 동상시장 청년몰 조성 당시 공사 일정이 지연되면서, 일부 예비 청년상인은 사업 무산에 대한 불안감을 느꼈음
- 특히 청년몰 입점 자격 요건이 ‘미취업 청년’이었기 때문에, 지연 기간 동안 다른 직장을 구할 수 없어 경제적 어려움을 겪기도 함

③ 입지 문제

- 당초 계획과 달리 청년몰이 건물 2층과 3층(증축 공간)으로 조성되면서, 매장의 외부 노출도와 접근성이 더욱 낮아짐

○ 청년몰 운영 과정에서의 애로 사항과 문제점

① 운영·관리 체계 미흡

- 청년상인들은 청년몰의 원활한 운영·관리를 위해 지자체의 적극적인 개입과 행정적 지원을 요구하고 있음
- 그러나 동상시장 청년몰 조성 이후, 지자체의 사후 관리와 운영 규율 적

용이 미흡하여, 기본적인 운영 기준이 제대로 정립되지 못했음. 근태 관리, 영업시간 준수, 공용공간 청소 등 기본적인 운영 원칙이 자율적으로 운용되면서 일관성이 부족했음

- 일부 매장은 방만한 방식으로 운영을 지속하였으며, 청년상인들 간 협동적이고 자발적인 운영 문화를 형성하는 데에도 한계가 발생함

② 자율 운영에 따른 내부 갈등

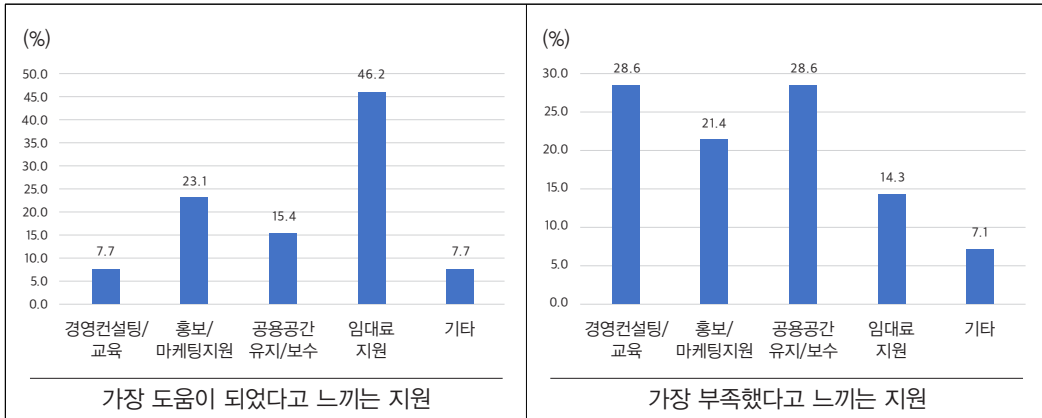
- 일부 청년상인들은 자율 운영 체계에 비협조적인 태도를 보이며, 행사나 프로젝트 불참, 공용공간 청소 미시행 등 공동 책임을 회피하는 사례가 다수 발생함
- 또한 배달 중심 매장과 방문 중심 매장 간 운영 방식 차이로 갈등이 발생하고 있으며, 이를 중재하거나 조정할 권한 있는 운영 주체가 부재한 점이 문제로 지적됨

③ 시설 노후화 및 접근성 문제

- 청년몰 내 누수, 곰팡이 냄새 등 시설 노후화로 인한 청년상인과 방문객의 불편이 지속되고 있음
- 청년몰이 동상시장 후면부(북문 인근)에 위치해 주요 유동 인구 동선과 거리가 있고, 엘리베이터 미설치와 가파른 계단 등으로 인해 고객 접근성이 현저히 떨어짐
- 최근 온라인 소비 활성화로 오프라인 시장의 전반적 침체는 모든 상권의 공통 과제이나, 젊은 층의 낮은 선호도와 불리한 입지 조건은 동상시장 청년몰의 이중적 제약 요인으로 작용하고 있음

○ 청년몰 지원에 대한 평가

- 그동안 가장 도움이 되었다고 평가된 지원은 ‘임대료 지원’으로, 청년몰 건물을 시에서 매입·운영하여 저렴한 월세를 유지할 수 있었던 점이 가장 긍정적으로 작용함
- 반면, 가장 부족했다고 평가된 지원은 ‘공용공간 유지·보수’와 ‘경영컨설팅·교육’으로, 청년상인들이 기대했던 지자체의 창업 인큐베이팅 기능이 충분히 제공되지 않았던 것으로 파악됨

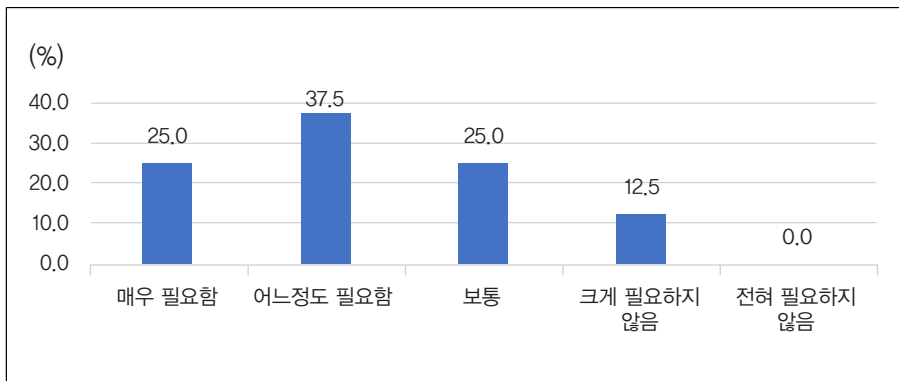


자료) 연구자 작성

(그림 3-5) 청년물 지원에 대한 평가

○ 청년상인회 조직의 필요성 및 역할

- 청년상인회가 ‘필요하다’고 응답한 비율은 전체의 62.5%(매우 필요함 25.0%, 어느 정도 필요함 37.5%)로, 대부분이 청년상인회의 필요성을 인식하고 있는 것으로 확인됨
- 청년상인회의 역할로는 청년물 운영의 효율성을 높이기 위한 행사 기획, 청년상인 간 협력, 동상시장상인회 및 지자체와의 소통 창구 역할을 해야 한다고 답함
- 청년상인회를 구성할 경우, 모든 청년물 청년상인의 참여를 의무화하고, 업무를 공평하게 분담할 수 있는 체계적인 구조와 권한이 필요함

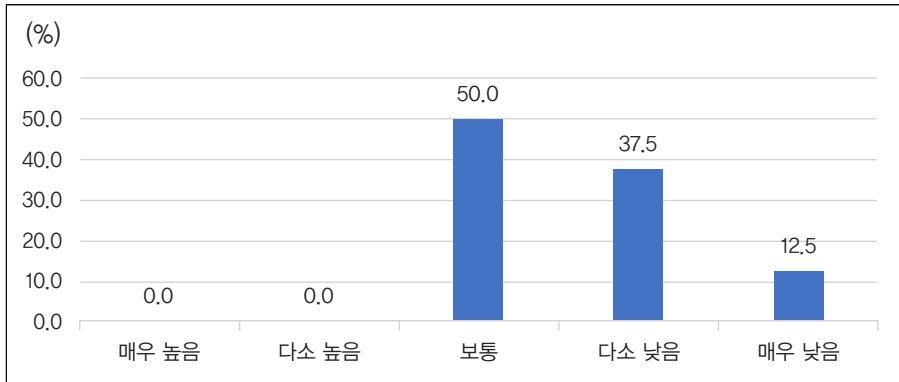


자료) 연구자 작성

(그림 3-6) 청년상인회의 조직의 필요성

○ 기존 동상전통시장 상인과 청년몰 상인 간 우호·협력 수준 및 개선 방안

- 기존 동상전통시장 상인과의 우호·협력 수준에 관한 응답에서는 ‘보통’ (50.0%), ‘다소 낮음’(35.7%), ‘매우 낮음’(12.5%) 순으로 높은 비중을 차지하였으며, 긍정적인 응답은 나타나지 않음
- 그 이유로는 청년몰이 동상시장 외곽(북문 인근)에 위치하여 기존 시장 상인들의 상당수가 청년몰의 존재를 인지하지 못하거나, 인지하더라도 교류의 필요성을 느끼지 못하는 문제가 있다고 응답함
- 기존 동상시장 상인과의 협력을 활성화하기 위해서는 지자체 차원에서 적극적이고 공식적인 협력 프로그램을 운영하는 것이 필요하다고 응답함



자료) 연구자 작성

(그림 3-7) 기존 동상시장 상인과의 우호·협력 수준

IV 동상시장 청년몰의 발전 방안

1 | 청년몰 운영 방식(안) 검토

- 청년몰 정책은 전통시장 활성화와 청년 창업자의 안정적 성장을 동시에 달성하기 어려운 구조적 한계를 내포함
 - 전통시장 내에서도 입지가 불리한 지역에 청년몰을 조성하여 청년 일자리 창출과 시장 활성화를 도모하는 것을 목표로 하고 있음. 하지만 자본력과 경험이 부족한 창업 초기의 청년상인에게는 입지적 불리함을 극복할 여건이 충분치 않음
 - 언론을 통해 여러 차례 지적된 바와 같이, 동상시장 청년몰 역시 타 지자체 청년몰과 마찬가지로 조성 시기부터 이와 같은 구조적 한계를 안고 있음
- 청년몰 정책의 구조적 한계를 극복하고, 향후 동상시장 청년몰의 지속가능한 운영 방안을 모색하기 위해서는 청년몰의 정체성을 반영한 명확한 운영 기준의 정립이 필요함
 - 본 보고서에서는 동상시장 청년몰 운영 방식과 관련하여 다음과 같이 세 가지 대안을 검토함

1) 대안 ①- 인큐베이팅 기능 제외 공공 임대 방식

- 운영 방식 및 특징
 - 동상시장 청년몰을 공공 임대 상업 시설로 정의하고, 공실을 최소화하여 지자체가 안정적인 임대수익 확보하는 방식
 - 청년 창업 지원, 교육, 컨설팅 등 인큐베이팅 기능은 제외하고, 공공 임대 형태의 일반 상가처럼 운영함
 - 공공 임대 형태이므로, 공익적 성격을 유지하기 위해 인근 상가보다 임대료는 낮은 수준으로 책정함

○ 장점

- 운영비 및 인력 부담 감소: 창업 지원 프로그램을 별도로 운영하지 않으므로, 공공(지자체)의 행정 인력 및 재정적 지원 비용을 절감할 수 있음
- 공실률 해소 기대: 청년 창업자 외에 실무 경험과 자본을 가진 기존 상인·사업자를 유치해 점포 운영 리스크를 낮출 수 있으며, 이를 통해 상가 공실 발생 가능성이 줄어들 수 있음
- 지자체 수익 창출 가능: 지자체는 임대수익 확보가 가능하여, 청년몰 조성 비용 회수 및 시설 유지·보수 등 장기적인 재투자에도 활용할 수 있음

○ 단점

- 청년 창업 지원 기능 상실: 일반 임대 상가로 운영함에 따라, 청년 창업 지원을 통한 일자리 창출 등 청년몰 본래의 정책 목표를 달성하기 어려움
- 지역 브랜드 약화: 청년몰 특유의 콘텐츠가 사라져, 주변 일반 상가와 차별화된 요소가 사라짐
- 시장 상인들과의 협업·상생 구조 약화: 공공 임대 방식에 따라 주변 시세 보다 낮은 임대료 책정 시 기존 시장 상인들과의 갈등이나 형평성 문제가 발생할 수 있음

2) 대안 ②- 인큐베이팅 기능 포함 공공 임대 방식

○ 운영 방식 및 특징

- 청년 일자리 창출과 지역 경제 활성화를 목표로, 청년몰을 초기 청년 창업자들의 자생적 성장을 지원하는 복합 공간으로 조성함
- 점포 임대료나 관리비 등을 공공(지자체)에서 보조해 주며, 교육, 컨설팅, 멘토링, 홍보마케팅 등 체계적인 지원 프로그램을 운영함
- 입주 기간을 정해두고, 일정 성과를 내면 졸업(퇴점)하여 시장 내 혹은 지역 내에서 자립하도록 유도함

○ 장점

- 청년 창업 활성화 및 일자리 창출: 지역 내 청년 유입 증가와 함께 신규 일자리 창출 기대
- 전통시장 활력 증진: 청년층이 선호하는 업종(카페, 디저트, 공방 등)과 새로운 아이디어를 전통시장이라는 공간에 결합하여 시장 전체의 활력을 증진하고 지역 경제 활성화에 기여할 수 있음
- 전통시장 상인들과의 협업: 전통시장 상인들과의 협업 프로그램을 통한 상생 구조 구축이 용이함
- 지역 내 창업 생태계 구축: 공공(지자체) 혹은 지원조직(재단, 센터 등)의 체계적 운영·관리를 통해 졸업(성공) 사례가 축적되면 지역 내 안정적인 창업 생태계 구축에 기여할 것임

○ 단점

- 높은 운영비 및 인력 부담: 교육·컨설팅, 시설 유지보수, 마케팅 지원 등에 장기간 상당한 예산 투입이 필요함. 청년몰 지원을 위한 전담 인력 확보 및 관리에 따른 행정적 부담이 큼
- 낮은 수익성: 재정 수익보다는 사회적 가치(청년 일자리, 지역경제 활성화 등)가 우선되므로, 청년 창업자 대상 임대료 수입이 낮을 수 있으며, 공실 발생 가능성도 존재함
- 공실 관리 문제: 창업 초기 단계 상인들은 경험 부족으로 중도에 포기하거나 매출 부진으로 이탈하기 쉬움. 또한 인큐베이팅 목적상 일정 기간 후 졸업·퇴점이 반복되므로, 주기적으로 공실이 발생할 수 있음

3) 대안 ③- 전체 매각(임대)을 통한 민간 주도 방식

○ 운영 방식 및 특징

- 청년몰을 지자체가 보유한 단순 상업 시설로 정의하고, 공공(지자체)에서 청년몰 운영을 지속하기 어려운 재정적·행정적 부담이 있는 경우, 민간 자본 유치를 통해 운영하는 방식
- 청년몰 전체를 민간에게 매각(임대)해, 민간 기업이나 개인 운영자가 임대·운영·마케팅 등을 전담하는 방식임

- 이 경우 민간 주도의 적극적인 투자와 운영전략을 펼칠 수 있으나, 청년 창업 지원 등 공공성은 기대하기 어려움

○ 장점

- 공공(지자체) 재정 부담 완화: 건물 매각(임대) 대금으로 동상시장 청년몰 건립 시 투입된 예산을 회수할 수 있고, 회수한 자금은 다른 지역 사업에 재투자할 수 있음. 매각(임대) 이후 운영에 필요한 비용(인건비, 시설 유지비, 프로그램 비용 등)은 민간이 부담하므로, 공공(지자체)의 재정적 부담은 최소화됨
- 민간의 전문성·창의성 활용: 민간 운영자는 청년몰 전체 수익 극대화를 위해 업종 구성, 특화 마케팅 전략 등을 활발히 추진할 가능성이 높음. 이를 통해 경쟁력 있는 상권을 조성할 수 있으며, 청년몰 운영과 관련한 빠른 의사결정이 가능함
- 민간 자본을 활용한 대규모 협업 모델 추진 가능성: 공공(지자체) 재원만으로는 대형 프랜차이즈나 콘텐츠 기업 등과 협업하기 위한 자본을 충당하기 어려운 경우가 많음. 민간 자본을 적극적으로 활용한다면, 이러한 대규모 협업 모델 추진 가능성을 높일 수 있음

○ 단점

- 공공성 약화: 수익 극대화를 추구하는 민간 운영자는 청년 창업 지원이나 일자리 창출 등 공익적 목적에 투자할 유인이 낮음
- 기존 상권과의 미스매칭 우려: 민간 운영자가 수익성을 우선시해 청년몰 상권 콘셉트를 과도하게 변경할 경우, 동상시장 및 주변 상권과 어우러지지 않는 업종 구성이나 분위기가 형성될 우려가 있음
- 사업성 여부에 따른 운영 불확실성: 민간 운영자가 수익 극대화를 추구하는 과정에서 사업성이 낮다고 판단되면 운영을 중단할 위험이 존재함. 이 경우 청년몰 전체에 공실이 발생할 수 있고, 상권 전체가 침체되는 등 부정적 결과를 초래할 수 있음

4) 소결

- 동상시장 청년몰 운영 방식에 대한 3가지 대안의 장단점을 정리하면 다음 표와 같음
- ①안 ‘인큐베이팅 기능 제외 공공 임대 방식’은 공공성을 확보하면서 지자체 재정 부담 해소 및 공실 감소를 기대할 수 있으나, 창업 지원이라는 정책 목표는 상실됨
 - ②안 ‘인큐베이팅 기능 포함 공공 임대 방식’은 청년 창업 및 지역경제 활성화라는 본연의 정책 효과를 살릴 수 있으나, 지속적인 재정 투입과 전담 인력 투입에 따른 부담이 따름
 - ③안 ‘전체 매각(임대)을 통한 민간 주도 방식’은 지자체의 부담은 줄이고 민간의 전문성을 활용할 수 있으나, 수익성 위주의 운영으로 공공성이 상실됨

<표 4-1> 동상시장 청년몰 운영 방식(안)별 특성

구분	①안 인큐베이팅 기능 제외 공공 임대 방식	②안 인큐베이팅 기능 포함 공공 임대 방식	③안 전체 매각(임대)을 통한 민간 주도 방식
장점	• 운영비 및 인력 부담 감소 → 창업 지원 프로그램 운영 불필요 • 공실을 해소 가능 → 기존 상인·사업자 유치로 안정적 운영 가능 • 지자체 수익 창출 → 임대 수익 확보 가능	• 청년 창업 활성화 및 일자리 창출 → 청년층 유입 증가 • 전통시장 활력 증진 → 청년몰과 기존 시장 간 시너지 효과 기대 • 지역 내 창업 생태계 구축 → 체계적 지원을 통한 안정적 창업 모델 형성 가능 • 시장 상인들과의 협업 가능 → 협력 프로그램을 통한 상생 구조 조성	• 공공(지자체) 재정 부담 완화 → 운영비용을 민간이 부담 • 민간의 전문성·창의성 활용 → 적극적인 투자 및 운영전략 수립 가능 • 대규모 협업 모델 추진 가능 → 자본력을 이용해 프랜차이즈, 콘텐츠 기업과 협업 가능
단점	• 청년 창업 지원 기능 상실 → 청년몰의 본래 취지 약화 • 지역 브랜드 약화 → 청년몰 특유의 콘텐츠 부족 • 시장 상인들과의 형평성 문제 → 낮은 임대료로 기존 상인과 갈등 발생 가능성	• 높은 운영비 및 인력 부담 → 교육·컨설팅, 시설 유지 보수 등 예산 부담 증가 • 낮은 수익성 → 청년 창업자 대상 낮은 임대료 책정으로 재정 수익 감소 • 공실 관리 문제 → 창업 초기 단계 상인의 중도 포기 가능성 높음	• 공공성 약화 → 창업 지원 기능 축소 가능성 높음 • 전통시장과의 미스매칭 가능성 → 수익성 위주의 운영으로 전통시장과 조화 어려움 • 사업성 여부에 따른 운영 불확실성 → 수익성이 낮으면 사업 중단 가능

주: 연구자 작성

- 본 보고서에서는 ②안으로 제시된 ‘인큐베이팅 기능 포함 공공 임대 방식’을 향후 동상시장 청년몰 운영의 기본 방향으로 설정하고자 함
 - 청년몰이 설립된 본래 취지는 ‘청년 일자리 창출’과 ‘전통시장 활성화’이며, ②안은 이러한 취지를 최대한 유지하는 대안임
 - 현재 김해시는 재정·인력 확보 등 지원 체계가 부족하긴 하나, 청년몰의 공공성(청년 창업·일자리 창출, 전통시장 활성화)을 계속 유지하겠다는 의지를 보이고 있음
 - 청년몰 상인들도 전담 지원기관을 통해 체계적인 지속적인 운영·관리를 받을 희망함
 - 동상시장 상인회 등 인근 상권 이해관계자들은 동상시장 청년몰 고유의 경쟁력 확보를 통해 기존 전통시장과의 시너지 창출을 기대함
 - 따라서 관련 예산 및 행정력 확보를 통해 청년몰의 창업 지원 기능을 유지·강화할 수 있다면, 이해관계자들의 요구를 만족함과 동시에 장기적으로 전통시장의 경쟁력과 청년 창업 생태계 구축에 이바지할 수 있을 것임

2 | 청년몰 비전 및 목표, 추진 전략

1) 동상시장 청년몰의 비전 및 목표

- 동상시장 청년몰의 향후 정책 방향은 ‘청년상인의 자생력 향상을 위한 체계적 지원’과 ‘지역 내 인프라의 적극적 활용 및 협력’을 두 가지 중심축으로 설정함
 - 이를 통해 청년상인의 안정적인 성장 기반을 마련하고 창업 생태계를 활성화함으로써, 동상시장 청년몰이 김해시 청년 창업과 로컬 브랜드의 거점으로 자리매김할 수 있도록 함
- 비전(Vision)- ‘도전이 일어나는 곳, 청년이 만들어가는 혁신의 무대’
 - 이 비전은 전통시장이라는 공간적·물리적 한계를 넘어, 청년상인의 창의적 실험과 시도, 지역의 문화·관광 자원과의 연계가 활발히 이루어지는 역동적 복합 문화공간으로 청년몰을 전환하고자 하는 목표를 담고 있음
 - 또한 창업 전 단계(인큐베이팅)부터 초기 창업(스타트업), 독립(자립 운영) 단계까지 이어지는 전주기 지원 체계를 구축하여, 청년상인의 자생력을 강화하고, 청년몰이 김해시 청년 창업 생태계의 거점 기능을 하도록 함
 - 청년몰 독립 이후 청년상인이 지역 골목상권에서 로컬 크리에이터로 성장하는 것을 목표로, 청년몰과 지역 상권 간 훈련과 독립이라는 선순환 구조를 확립하고자 함
- 목표(Goals)
 - ① 도전
 - 공공 임대와 창업 인큐베이팅 기능을 결합한 운영 모델을 통해 김해시 청년 창업의 진입장벽을 낮추고 도전의 기회를 확대함
 - 창업 교육, 컨설팅, 멘토링 등 전방위적 지원체계를 통해 청년상인의 역량을 지속적으로 향상시키며, 중장기적으로 동상시장 청년몰을 청년창업지원시설로 지정하여 제도적 기반을 확보함
 - 청년몰 입점 자격의 유연성을 부여하여 관내 청년을 우선적으로 모집하되, 모집 미달될 경우 중·장년층과 외국인 창업자까지 확대함으로써 다양한

창업자의 아이디어와 경험이 공존하는 환경을 조성함

② 상생

- 김해시 내 청년단체 및 유관 기관과의 협력 체계를 구축하여 공동 시너지를 창출하고, 청년 창업 생태계를 확장함
- 또한 동상시장 인근의 문화·관광 자원과 연계하고, 유관 기관과의 긴밀한 협력을 통해 청년몰이 청년창업과 지역 문화를 아우르는 복합 공간으로써 전통시장 전체의 활성화를 이끄는 중심 거점으로 기능하도록 함

③ 성장

- 청년몰 시설 리모델링 및 방문객 편의시설 개선을 통해 이용 만족도를 제고하고, 재방문을 유도함
- 적극적인 홍보·마케팅 활동을 통해 청년몰의 정체성을 명확히 하고, 로컬 브랜드로서의 인지도를 확대함
- 청년상인 규약 개정과 운영 체계 정비를 통해 자율성과 지속 가능성을 갖춘 운영 기반을 마련함
- 또한 인큐베이팅(창업 전) 단계→ 스타트업(초기 창업) 단계→ 청년몰 밖으로의 독립(자립 운영) 단계로 이어지는 단계별 성장 사이클 구축하여 청년상인의 성장을 체계적으로 지원함

2) 동상시장 청년몰의 추진 전략

- 동상시장 청년몰의 비전과 목표를 달성하기 위해 5가지 추진 전략을 설정함
 - 전략 1. 청년상인 역량 강화
 - 전략 2. 청년몰 홍보·마케팅 및 콘텐츠 확장
 - 전략 3. 지역 자원 및 기관과의 연계·협력
 - 전략 4. 청년몰 시설 개선
 - 전략 5. 청년몰 운영 체계 정비

○ 동상시장 청년몰의 비전 및 목표, 세부 전략을 도식화하면 다음과 같음



(그림 4-1) 동상시장 청년몰의 비전 및 목표, 추진 전략

3 | 청년몰 세부 발전 방안

1) 추진 전략 1- 청년상인 역량 강화

■ 방안 1-1. 맞춤형 인큐베이팅 프로그램

○ 추진 내용

- 청년상인 대상 설문조사 결과, 가장 부족했다고 평가된 지원 항목 중 하나는 ‘경영컨설팅·교육’임. 청년상인을 대상으로 한 역량 강화 교육의 부재는 방문객이 청년몰에서 가장 불만족한 이유로 꼽은 ‘업종·품목이 다양성과 차별성 부족’ 문제와 밀접하게 관련되어 있음
- 따라서 향후 청년몰 운영에서는 청년상인의 역량 강화를 위한 체계적인 교육 프로그램 마련이 필요함. 구체적으로 청년상인의 개별 역량 수준을 진단한 후, 기초경영, 원가관리, 상품기획, 마케팅, 브랜딩, 온라인 유통 등 실무 중심의 단계별 교육 프로그램을 제공함
- 청년상인의 역량 단계를 ① 인큐베이팅(창업 전) 단계→ ② 스타트업(초기 창업) 단계→ ③ 독립(자립 운영)의 3단계로 구분하고, 청년상인이 변화에 능동적으로 대응할 수 있도록 맞춤형 교육과 지원을 실시함
- 인큐베이팅(창업 전) 단계 프로그램 예시: 선배 청년상인 멘토링, 창업 트렌드 및 시장분석 교육, 사업 계획서 클리닉, 임시 매장 운영 등
- 스타트업(초기 창업) 단계 프로그램 예시: 우수사례 벤치마킹 워크숍, 마케팅 교육, 제품·서비스 고도화(가격전략, 패키징, 원부자재 조달 등) 컨설팅, 자금 조달 및 세무 교육 등
- 독립(자립 운영) 단계 프로그램 예시: 데이터 기반(재방문율, 객단가 관리 등) 경영 및 재무구조 진단 컨설팅, 운영 매뉴얼(표준 레시피, 매장 관리 체크리스트, 인력 운영 등) 제작 교육, 온·오프라인 멀티 채널 유통 컨설팅, 멘토-멘티 정기 모임 등
- 이와 같은 ‘창업→ 성장→ 독립’의 단계별 사이클을 구축함으로써, 동상시장 청년상인의 안정적인 성장과 함께 청년몰 내 창업 생태계가 조성될 수 있도록 유도함

○ 참고 사례

- 경북 ‘경북청년창업지원 키친랩 인큐베이팅’: 청년 외식 창업자를 위한 인큐베이팅 사업으로, 성장 단계를 ‘성장교육 프로그램→ 공유주방 프로그램→ 개별주방 프로그램’의 3단계로 구분하여, 단계별 맞춤형 창업 지원을 제공함



경북 경북청년창업지원 키친랩 인큐베이팅
자료) 경북테크노파크 홈페이지

(그림 4-2) 맞춤형 인큐베이팅 프로그램 유사 사례

○ 기대 효과

- 역량 수준에 따른 맞춤형 교육과 멘토링을 통해 청년상인의 자생력을 강화하고, 청년상인의 안정적 성장을 통한 독립을 유도하여 청년몰 내 창업 선순환 구조를 형성할 수 있음
- 청년몰 독립 이후 로컬 크리에이터로 성장할 수 있는 기반을 마련함

▣ 방안 1-2. 청년상인 임시 매장(Pop-Up) 운영

○ 추진 내용

- 동상시장 청년몰은 조성 시점부터 최대 5년간의 장기 계약 형태로 입점이 가능하도록 설계되었으나, 자본과 실전 경험이 부족한 청년 창업자에게는 이러한 장기 계약이 오히려 부담으로 작용한 측면이 있음
- 따라서 향후에는 초기 창업자의 창업 부담을 완화하고, 실전 경험을 축적할 수 있도록 임시 매장(팝업 스토어) 운영을 지원할 필요가 있음²⁾

2) 2025년 5월 현재는 일반 임대차 계약 기간을 준용하여 청년몰 임대 기간을 최대 4년(기본 2년+연장 2년)으로 변경함

- 인큐베이팅(창업 전) 단계에 있는 청년상인에게는 최대 6개월 이내의 임시 매장 운영 기회를 제공하며, 해당 기간의 운영 성과와 고객 반응을 토대로 스타트업(초기 창업) 단계로의 진입 여부를 결정할 수 있도록 단계별 전환 체계를 마련함

○ 참고 사례

- 부산 동래구 청년어울림센터 ‘POP-UP 청년상인’: 지역 자원을 활용한 아이템 발굴부터 매장 운영까지 초기 창업 전 과정을 교육하고 경험할 수 있도록 지원함
- 대구 ‘청년 팝업 레스토랑’: 외식업에 특화된 팝업 스토어 형태의 창업 지원 프로그램임. 단순한 매장 운영 지원을 넘어 멘토단 평가, 푸드 버스킹 프로그램 등을 통해 제품 및 서비스의 개선과 경쟁력 강화를 지원함



자료) 부산청년플랫폼 홈페이지, 대구광역시 홈페이지

(그림 4-3) 청년상인 임시 매장 운영 유사 사례

○ 기대 효과

- 정식 매장 운영 전, 고객 반응을 사전 검토하고 제품과 서비스 개선의 기회를 제공함으로써, 청년상인의 경쟁력 제고를 유도함
- 임시 매장 운영 경험을 통해 초기 실패 비용을 최소화하고, 청년상인의 폐점 확률을 낮출 수 있음

2) 추진 전략 2- 청년몰 홍보·마케팅 및 콘텐츠 확장

▣ 방안 2-1. 온·오프라인 멀티채널 홍보 활성화

○ 추진 내용

- 방문객 대상 설문조사 결과, 향후 청년몰 활성화와 운영 개선을 위한 주요 과제로 ‘홍보 및 이벤트 활성화’가 제안됨
- 이에 따라, 영향력 있는 유튜버 및 블로거와의 협업을 통해 동상시장 및 동상시장 청년몰의 스토리와 제품 등을 담은 스토리텔링 콘텐츠를 기획·제작하고, 이를 온라인 채널(유튜브, 블로그, SNS 등)을 통해 확산하는 전략이 필요함
- 또한 동상시장 청년몰 자체 SNS를 상시적으로 운영하고 지속적인 콘텐츠 노출과 고객과의 소통을 강화해야 함
- 아울러, 김해시 주관 지역 축제 및 문화 행사 등 오프라인 행사와 연계하여 청년몰의 인지도를 제고하고 방문객 유입을 촉진하는 기반을 마련할 필요가 있음

○ 참고 사례

- 경동시장 청년몰(서울 동대문구)은 유명 유튜버들의 콘텐츠 촬영 장소로 활용되며 지속적인 온라인 홍보 효과를 거둠. 또한 구청 소식지 등 오프라인 매체를 활용한 홍보도 꾸준히 이루어지고 있음

○ 기대 효과

- 다양한 채널을 통한 체계적인 홍보 전략과 지역 행사와의 연계를 통해 청년몰의 브랜드 인지도를 제고하고, 대중의 관심과 실질적인 방문으로 이어지는 유입 효과를 기대할 수 있음

 Youtube-히밥heebab(2024.10.) 유명 유튜버 게시 청년몰 콘텐츠	 Youtube-홍석천이원일(2023.11.) 유명 유튜버 게시 청년몰 콘텐츠
 KTX 매거진(2023.11.)	 경동시장 소식지(2025.03.)

자료) YouTube(@heebab, @gaypig1111), KTX 매거진 홈페이지, 경동시장 서포터즈 블로그

(그림 4-4) 멀티 채널 홍보 사례- 서울 경동시장 청년몰

방안 2-2. 정기 이벤트 기획·운영

○ 추진 내용

- 동상시장 청년몰 내부 공간에서는 원데이 클래스 등 자체 기획 프로그램을 정기적으로 운영해 왔으나, 청년몰 외부 공간을 활용한 정기 이벤트는 거의 추진되지 않았음
- 청년몰의 입지적 한계를 극복하고, 고객 유입 및 홍보 효과를 높이려면 청년몰 외부 공간에서 정기적이고 대중적인 이벤트 기획할 필요가 있음
- 특히 동상시장 청년몰과 분성광장을 연계하여, 야시장, 플리마켓, 푸드 페스타, 원데이 클래스, 소규모 공연 등 다양한 정기 이벤트를 운영할 필요가 있음. 또한 청년몰 홍보와 청년상인의 신제품을 선보이는 기회로 활용함

○ 참고 사례

- 신정평화시장 청년몰(울산 남구), 관아골상가 청년몰(충북 충주시), 영동시장 청년몰(경기 수원시) 등은 연간 운영 계획을 수립하고, 그에 따라 정

기적으로 플리마켓을 개최하여 방문객 유입을 유도하고 있음

- 경동시장 청년몰(서울 동대문구)은 매년 4~11월 중 금요일부터 일요일 저녁에 정기 야시장을 운영함

○ 기대 효과

- 정기적인 이벤트 운영을 통해 방문객에게 일정 수준의 예측 가능성을 제공하고, 청년몰이 지속적으로 운영되는 역동적인 공간이라는 이미지를 형성할 수 있음
- 현장의 피드백을 신속히 반영함으로써, 청년상인의 제품 및 서비스 품질 개선과 차별화된 전략 수립에 실질적으로 기여할 수 있음



자료) 울산 남구 홈페이지, 서울 동대문구 공식 블로그

(그림 4-5) 정기 이벤트 개최

3) 추진 전략 3- 지역 자원 및 기관과의 연계·협력

▣ 방안 3-1. 동상시장 주변 역사·문화 테마 결합

○ 추진 내용

- 대부분의 청년몰과 마찬가지로 동상시장 청년몰 역시 고유의 특화 프로그램이 부재한 상황임
- 청년몰 인근의 지역 역사·문화 자원을 활용하여 이와 연계한 요리, 공예 클래스 등 체험형 콘텐츠와 테마형 투어 코스를 개발·운영할 필요가 있음

- 동상시장 인근의 역사·문화 명소로는 류공정, 서상동 지석묘(경상남도 기념물 제4호), 김해읍성 북문, 김해객사 후원지(현. 연화사, 경상남도 기념물 제267호), 동상시장 칼국수타운, 글로벌푸드타운, 분성광장 등이 있음. 특히 연화사에는 대웅전 내 봉안된 목조석가여래삼존좌상(경상남도 문화재 제582호)과 칠층 진신사리탑(진신사리 3과 봉안) 등 중요한 불교 문화재가 다수 보존되어 있음



자료) 김해시 공식 블로그

(그림 4-6) 동상시장 주변 역사·문화 자원

○ 참고 사례

- ‘2024년 우리지역 국가유산 바로알기 지원사업’의 일환으로 진행된 ‘김해 시간 지킴이- 임지왜란 한지초롱 결사대’ 프로그램은 동상시장 인근 유적지를 활용한 체험 프로그램임



자료) 김해시 공식 블로그

(그림 4-7) 동상시장 주변 역사·문화 테마 결합 사례

○ 기대 효과

- 방문객에게 풍부한 경험을 제공하고 동상시장 청년몰과 지역 명소 간 시너지를 높여, 동상시장 청년몰만의 차별화된 콘텐츠로 발전시킬 수 있음
- 방문객은 단순한 소비를 넘어 동상시장의 역사와 문화를 함께 즐기는 경험을 얻게 되고, 이로 인한 청년몰 재방문 및 입소문 효과를 기대할 수 있음

▣ 방안 3-2. 청년창업지원시설 지정 및 협업 체계 구축

○ 추진 내용

- 동상시장 청년몰은 조성 초기와 이후 운영 과정에서 주무부서 변경, 활성화 사업 종료 후 청년상인 자율 운영 체제로의 전환 등으로 인해 일관된 지원 체계와 행정적 기반이 미흡한 상황임
- 방문객 대상 설문조사에서도 청년상인의 미성숙한 운영이 불만족 요인으로 지적되었고, 청년상인들 또한 운영 및 관리 체계 미흡을 주요 애로 사항으로 응답함
- 따라서 동상시장 청년몰을 기능적으로 청년창업지원시설로 지정하여 운영의 제도적 기반을 강화할 필요가 있음. 이를 통해 지역 내 다른 창업지원 시설 및 유사 사업과의 중복을 최소화하고, 유관 기관 간 협업을 기반으로

로 한 효율적 운영·관리 체계를 구축함

- 청년몰 청년상인지원을 위한 지역 내 하드웨어 및 소프트웨어 인프라를 효과적으로 연계하기 위해서는 민생경제과, 인구청년정책관, 도시디자인과, 김해청년센터, 김해의생명산업진흥원 등과의 협력이 필수적임

○ 참고 사례

- 경기도 안산시는 「안산시 청년창업 지원 조례」(경기도안산시조례 제 2671호, 2022. 12. 30.)를 근거로, 신안코아전통시장 청년몰과 다농마트 전통시장 청년몰을 청년창업지원시설로 지정하고 있음
- 조례에 따라 해당 청년몰은 창업 인큐베이팅 기능을 포함한 포괄적 창업 지원이 가능한 제도적 틀을 갖추었으며, 청년창업과 관련된 행정적·재정적 지원을 안정적으로 제공받고 있음

<표 4-2> 청년몰 청년창업지원시설 지정 사례- 안산시 청년창업 지원 조례

안산시 청년창업 지원 조례 (경기도안산시조례 제2671호)	내용		
제2조(정의)	◆ “청년창업지원시설”이란 안산시가 청년창업자에게 청년창업 지원사업을 수행하기 위하여 설치하는 제반시설을 말한다.		
별표 1 안산시 청년창업지원시설 위치 및 입주기간(제2조 관련)	시설명	위치	입주기간
	청년큐브 초지 캠프	안산시 단원구 원포공원1로 59, 신명트윈타워 5층	2년
	청년큐브 예대 캠프	안산시 상록구 광덕산안길 20, 광덕종합시장 3층	2년
	청년큐브 한양 캠프	안산시 상록구 한양대학로 60, 한양타운 4층	2년
	신안코아 청년몰	안산시 상록구 석호로 315, 신안코아 지하	4년
	다농마트 청년몰	안산시 상록구 예술광장로 1, 다농마트 3층	4년

자료) 안산시 청년창업 지원 조례

○ 기대 효과

- 청년몰을 청년창업지원시설로 지정하게 되면, 행정적 지원과 협력 체계가 강화되어 청년몰 운영의 지속성과 안정성이 높아짐

- 청년몰이 창업지원 플랫폼으로 기능하게 되면, 타 기관과의 협업을 통한 공동 프로그램 운영 기회와 지원 범위도 확대될 수 있음

4) 추진 전략 4- 청년몰 시설 개선

▣ 방안 4-1. 공간 리뉴얼

○ 추진 내용

- 청년몰 방문객과 청년상인 대상 설문조사에서 시설의 노후화와 매장 인테리어 개선 요구가 공통적으로 제기됨
- 청년몰 내부 공간은 이용 동선을 고려하여 식사 공간, 휴식 공간, 포토존, 체험존, 도서관 등으로 테마화하고, 공간별 기능과 콘셉트를 명확히 구분하는 리뉴얼이 필요함
- 또한, 청년상인들이 각자의 매장 인테리어를 자율적으로 조성할 수 있도록 유연성을 부여해 창의적인 공간 연출이 가능하도록 유도함

○ 참고 사례

- 서울 동대문구 경동시장 청년몰 내 ‘웨이리움’은 공용주방으로 운영되며 요리 수업, 세미나, 라이브 방송 등 다목적으로 활용되고 있음
- 또한 서울시 ‘우리마을 작은도서관’ 사업의 일환으로 ‘&라운지 작은도서관’을 조성함. 완전 개방형 도서관으로 운영되며, 재능 기부를 통해 어린이를 위한 교육 프로그램도 별도 운영함

○ 기대 효과

- 방문객에게 차별화된 공간 경험을 제공하여 청년몰의 매력도를 높이고, 체류 시간 증가로 이어지는 긍정적 효과를 기대할 수 있음
- 청년상인이 자율성과 창의성을 발휘할 수 있는 환경을 마련해 매장 운영 방식을 효과적으로 개선할 수 있도록 함



자료) 한산신문(2021.04.30), 서울신문(2018.04.12)

(그림 4-8) 공간 리뉴얼 사례- 서울 경동시장 청년몰

■ 방안 4-2. 방문객 편의 증진 및 시인성 개선

○ 추진 내용

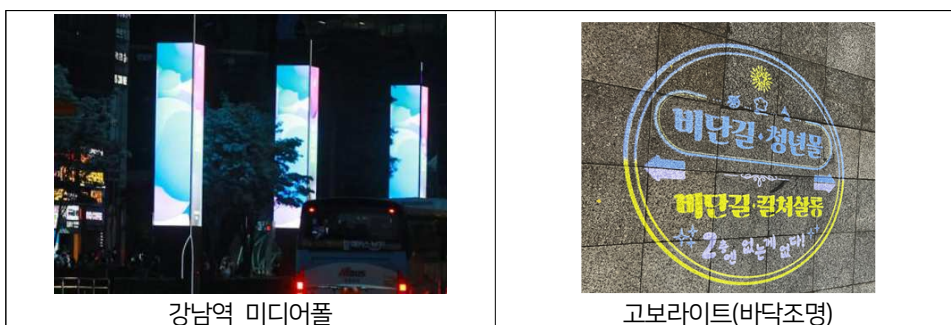
- 청년몰 방문객과 청년상인 대상 설문조사 결과, 시설 노후화와 인테리어 개선뿐만 아니라 청년몰 시인성 및 접근성 개선이 시급하다고 지적됨
- 미디어폴(media pole), 고보라이트(GOBO light, 바닥조명), 외벽·계단 도색 등 시각적 유도 장치를 적극 활용하여 청년몰의 시인성과 접근 동선을 개선할 필요가 있음
- 또한 무인 안내 키오스크 등 방문객 편의시설을 확충해 청년몰 이용의 편의와 체류 만족도를 높일 수 있도록 함

○ 참고 사례

- ‘디자인서울’ 프로젝트로 강남대로에 설치된 22개 터치 스크린 미디어폴은 광고뿐만 아니라 미디어아트, 공공정보 등을 제공하며 시민 소통 창구로 기능하고 있음
- 고보라이트(바닥조명)는 빛을 이미지 글래스에 투사하여 다양한 시각적 메시지를 전달하는 장치로, 광고나 안내 기능 외에도 야간 조도 확보를 통한 범죄 예방에도 기여함. 진주중앙시장 1층에 설치된 고보라이트는 복잡한 시장 내에서 시각적 유도 기능을 통해 2층에 위치한 청년몰로 방문객을 자연스럽게 안내하는 역할을 함

○ 기대 효과

- 미디어폴, 고보라이트 등 시각적 안내 요소는 청년몰의 시인성을 높이는 동시에 외부 공간 정비(예, 분성광장과 청년몰 입구 사이 불법주차 억제)에도 긍정적 영향을 미칠 것임
- 무인 안내 키오스크 등 고객 편의시설 확충은 청년몰 방문객의 만족도와 재방문을 제고에 기여할 수 있음



자료) 서울자치신문(2022.05.03.), 연구자 작성

(그림 4-9) 방문객 편의 증진 및 시인성 개선 사례

5) 추진 전략 5- 청년몰 운영 체계 정비

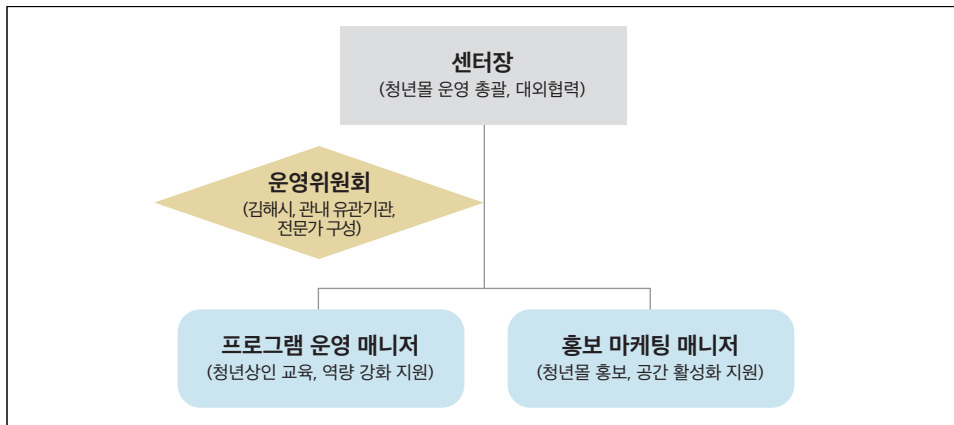
■ 방안 5-1. 청년몰 운영·관리 전담 체계 구축

○ 추진 내용

- 동상시장 청년몰은 지금까지 뚜렷한 내부 규정 없이, 청년상인의 자율 운영에 의존해 왔음. 그 결과 일부 청년상인이 청년몰 운영과 관리 업무를 과도하게 부담해 본연의 영업 활동에 집중하지 못하는 상황이 발생했으며, 청년상인 간 갈등도 유발됨
- 청년상인 대상 조사 결과에서도 운영·관리 부문이 가장 큰 애로 사항 중 하나로 지적됨
- 따라서 청년상인이 역량을 강화하고 자신의 점포 운영에 전념할 수 있도록 청년몰 운영을 전담할 지원조직 체계 마련이 필요함. 청년몰 위탁 운영 기관을 지정해 전담 인력을 배치하고, 청년상인의 인큐베이팅 프로그램, 청년몰 행사 및 공간 활성화, 시설 관리 등 운영 업무 전반을 체계적

으로 수행함

- 청년몰 지원조직도 예시: 센터장 1명, 전담 매니저 2명, 운영위원회로 구성함. 센터장은 청년몰 운영을 총괄하며 대외협력 업무를 담당함
- 운영위원회는 지자체 및 유관 기관 담당자, 청년상인 대표, 시장 상인회, 외부 전문가 등 10인 이내로 구성하며, 사업계획, 성과평가, 갈등 조정 등의 의결과 자문 기능을 담당함
- 전담 매니저의 역할은 청년몰의 목표(청년창업 지원, 전통시장 활성화)를 반영해 각각 청년상인의 창업지원과 청년몰 복합 공간 활성화를 담당하도록 함. 청년상인 대상 창업교육과 역량 강화 프로그램은 동상시장 청년몰의 인적 요소(소프트웨어)에 대한 운영·관리에 해당하며, 청년몰 홍보와 공간 활성화 업무는 물적 요소(하드웨어)에 대한 운영·관리에 해당함



자료) 연구자 작성

(그림 4-10) 청년몰 지원조직도(안)

○ 참고 사례

- 다수 사례에서 청년몰 조성 및 활성화 사업 예산이 마련된 시기에는 위탁 운영을 활용하고, 사업 종료 이후에는 청년상인회 중심의 자체 운영으로 전화하고 있음. 그러나 이는 인큐베이팅 단계에 있는 청년상인에게 과도한 부담으로 작용하고 있는 실정임
- 이러한 문제를 해소하기 위해 지자체 재원을 기반으로 위탁 운영 체계를 구축한 사례들이 있음. 예, 신안코아전통시장 청년몰(경기 안산시), 다농마트전통시장 청년몰(경기 안산시), 진주중앙시장 청년몰(경남 진주시) 등

○ 기대 효과

- 청년몰 전담 지원조직이 운영·관리를 체계적으로 담당함으로써 청년상인은 자신의 점포 운영에 집중하며 자생력을 키울 수 있는 안정적 환경을 확보할 수 있음
- 전담 조직이 일원화해 운영 규정, 공동 업무 등을 관리하므로, 그동안 청년상인 자율 운영 체계에서 발생하던 영업시간 불일치, 공동 청소 미이행, 규약 미준수 등에 따른 상인 간 갈등도 대폭 완화될 수 있음
- 또한 대외홍보나 각종 행사에도 청년상인 개인이 아닌 청년몰 단체로 참여할 수 있어 청년몰 브랜드 인지도가 높아질 것임

<표 4-3> 청년몰 운영·관리 전담 체계 사례- 안산시 청년몰 관리 운영 영역

과업 목표	주요 과업	내용	과업실적(KPI)
안산시 청년몰 2개소 운영 및 청년상인 지원	청년몰 운영 총괄	◆ 청년몰 경영실적 평가표 작성	◆ 경영실적평가표
	입주지원	◆ 입점 정착비 및 재계약 점포 지원	◆ 신규 입점·재계약시
	시설유지	◆ 시설 유지 및 개보수, 수선 등	◆ 수시
		◆ 점포 위생 관리 및 개선	◆ 2개소
		◆ 창고임대	◆ 11개월
		◆ 공실 관리비 지급	◆ 11개월
		◆ 장기수선충당금	◆ 청년상인 퇴점 시
	청년몰 홍보 지원	◆ 각 청년몰 축제 개최	◆ 2회 이상
		◆ 청년몰 홍보 및 이벤트 마케팅 운영	◆ 온라인(주 2회 이상) ◆ 오프라인(월 1회 이상)
	영업지원	◆ 세무 관리지원	◆ 다농마트 청년몰
		◆ 청년상인 교육 및 매니저 역량 강화 교육	◆ 2시간/ 4회 이상
		◆ 자기계발 지원	◆ 6회 이상
		◆ 개별 점포 영업 지원	◆ 14회 이상
	인력운영	◆ 청년몰 상주 매니저 지원	◆ 2명(각 청년몰 1명)
	기타	◆ 청년몰 입점자 모집 및 심사 등	◆ 3회 이상

자료) 안산시 청년정책관 내부자료

□ 방안 5-2. 청년상인 규약 개정 및 청년상인회 조직

○ 추진 내용

- 청년몰은 폐쇄형 상권 형태이므로, 통일된 운영 원칙과 영업 규칙 마련이 필수적임
- 또한 청년상인의 성장 단계(인큐베이팅(창업 전) → 스타트업(초기 창업) → 독립(자립 운영))에 따라 입점 자격, 임대 기간, 운영 규정 등을 세분화하고 체계적으로 정비할 필요가 있음
- 예를 들어, 임대 기간을 인큐베이팅 단계 6개월, 스타트업 단계 2년, 독립 단계 2년으로 설정하고, 단계별 성과 기준을 충족하지 못하면 다음 단계 진입 없이 임대 계약을 종료하도록 규정할 필요가 있음
- 아울러, 청년상인 대부분이 필요성을 공감하고 있는 바와 같이, 동상청년상인회(가칭)를 구성하여, 청년몰 운영 관련 이슈에 대해 청년상인의 의견을 수렴하고 조율하는 협의체로 기능하도록 해야함

○ 기대 효과

- 명확한 운영 규정의 수립을 통해 청년상인의 권익을 보호하고, 자발적 참여 문화 형성할 수 있음. 또한 청년상인의 성장 단계에 맞춘 규정 적용은 청년몰 전반의 운영 효율성을 높일 수 있음
- 상인회 조직을 통해 청년상인들이 운영 과정에 주도적으로 참여함으로써, 협력 기반의 운영 구조가 정착되고, 운영에 대한 책임감 및 주인의식이 강화될 것임

4 | 청년몰 로드맵

- 동상시장 청년몰의 비전 달성을 위해서는 세부 정책 방안들을 체계적으로 추진할 수 있는 로드맵 설정이 필수적임
 - 본 보고서에서는 단기(1년 이내), 중기(2~3년), 장기(3년 이상)의 세 시기로 구분하여 로드맵을 설정함

		세부 방안	단기	중기	장기
전략 1	청년상인 역량 강화	1-1. 맞춤형 인큐베이팅 프로그램			
		1-2. 청년상인 임시 매장(Pop-Up)운영			
전략 2	청년몰 홍보·마케팅 및 콘텐츠 확장	2-1. 온·오프라인 멀티채널 홍보 활성화			
		2-2. 정기 이벤트 기획·운영			
전략 3	지역 자원 및 기관과의 연계·협력	3-1. 동상시장 주변 역사·문화 테마 결합			
		3-2. 청년창업지원시설 지정 및 협업 체계 구축			
전략 4	청년몰 시설 개선	4-1. 공간 리뉴얼			
		4-2. 방문객 편의 증진 및 시인성 개선			
전략 5	청년몰 운영 체계 정비	5-1. 청년몰 운영·관리 전담 체계 구축			
		5-2. 청년상인 규약 개정 및 청년상인회 조직			

(그림 4-11) 동상시장 청년몰의 추진 로드맵

- 단기(1년 이내)에는 청년몰 운영에 직접적 영향을 줄 수 있는 시설의 개선 및 방문객 편의 증진을 우선 추진함. 그리고 청년몰 운영 체계 정비를 위한 규약 개정과 맞춤형 인큐베이팅 프로그램, 정기 이벤트 등의 기획에 집중함
- 중기(2~3년)에는 청년몰의 실질적 성장 기반 조성을 목표로, 역량 강화 프로그램을 본격적으로 추진함. 김해의 역사·문화·관광 자원을 활용한 스토리

텔링 콘텐츠를 개발하여 온·오프라인 채널로 홍보함으로써, 동상시장 청년몰이 갖는 브랜드 이미지를 강화함. 이와 함께 청년몰 전담 지원조직과 청년상인들의 역할을 명확히 분담하여 체계적인 운영에 돌입함

- 장기(3년 이상)에는 청년 창업 생태계의 선순환 구조가 확립될 수 있도록 체계를 고도화하고, 운영 재원을 안정적으로 확보할 방안을 모색함. 동상시장 청년몰을 청년창업지원 기능을 겸한 복합 공간으로 지정하고, 청년상인의 창업은 김해시 관련 조례에 근거하여 지원함

V 결론 및 시사점

- 본 연구의 목적은 김해 동상시장 청년몰의 운영 성과와 한계를 체계적으로 분석하고, 향후 청년몰이 지역경제 활성화와 청년 창업 생태계 조성에 실질적으로 기여할 수 있도록 발전 전략 및 실행 방안을 제시하는 데 있음
- 청년몰 조성 정책은 2016년부터 전국적으로 추진되었으며, 전통시장 활성화와 청년 일자리 창출이라는 두 가지 목표를 지향해왔음. 그러나 다수의 사례에서 운영상의 어려움과 구조적 한계가 드러남
 - 세부적으로 청년몰 사업은 전통시장 활성화와 청년 창업 지원이라는 두 목표를 동시에 달성해야 하는 구조적 특징을 지니고 있으나, 입지상 제약, 기반 시설 미비, 예산 확보 어려움 등으로 인해 실질적 한계를 드러냄
 - 특히, 청년몰 초기 조성 이후 사후 관리 수준은 각 지자체의 재정 여건에 따라 큰 편차를 보였음. 그럼에도 청년몰이 지닌 정책적 가치와 필요성에 대한 공감대는 형성되어 있음
- 2019년 말 조성된 김해 동상시장 청년몰은 2023년 초까지 총 14개 점포가 공실 없이 운영됨. 지난 5년간 총 23명의 청년상인이 입점하여 창업 초기 단계에서 할 수 있는 다양한 시도와 노력을 이어왔음
 - 이 가운데 7개 점포는 관내로 이전 개업하고, 중소벤처기업부 우수청년몰 사례로 선정되는 등 일정한 성과를 도출함
 - 그러나 개장 직후 코로나19의 영향으로 청년몰 조성 초기에 기대했던 활성화는 본격적으로 이루어지지 못했음
 - 이후에도 일부 청년상인의 운영 역량 부족과 자율 운영 체계로 인해, 청년몰이 목표로 한 창업 인큐베이팅과 전통시장 활성화 기능이 제대로 작

동하지 못한 한계가 나타남

- 동상시장 청년몰 이용 행태 및 청년상인 인식 조사 결과를 종합하면, 청년몰이 직면한 문제점들은 내부 요인과 외부 요인으로 구분하여 파악할 수 있음
 - 내부 요인으로는 전문적인 운영·관리 주체 부재와 청년상인 역량 부족이 가장 주요한 요인으로 지적됨. 청년몰 자체의 경쟁력이 낮고, 특히 차별화된 상품 기획이나 마케팅 전략이 미흡하여 주변 상권이나 경쟁 시장 대비 뚜렷한 강점을 확보하지 못하고 있음
 - 또한, 시설 노후화와 공간적 제약으로 인해 사업 확장이나 새로운 아이템 도입에 어려움이 크다는 점도 청년몰의 한계로 작용하고 있음. 청년몰 이용 행태 조사 결과에서도 메뉴 및 업종의 다양성 부족과 불편한 접근성 문제가 대표적인 고객 불만족 요인으로 지적됨
 - 외부 요인으로는 코로나19와 전반적인 경기 침체의 영향으로 인해 전통시장과 소상공인의 매출 자체가 전반적으로 줄어들고 있다는 것임. 또한 정책 간 연계나 예산 지원이 충분하지 않았다는 점, 상인회나 지역 내 유관 기관·단체와의 연계가 미흡한 점도 청년몰 활성화의 걸림돌로 작용함
- 한편, 청년상인 인식조사 결과에 따르면, 청년상인의 주요 입점 동기는 ‘저비용으로 창업할 수 있는 기회’였으며, 그동안 ‘시설 임차료 지원’이 가장 큰 도움이 되었다고 응답함. 이러한 결과는 청년상인의 초기 자본 여력이 부족했음을 시사함
 - 청년몰 개장 이후에는 ‘경영 컨설팅’이나 ‘시설 유지·보수’와 같은 사후 지원이 부족했다는 점이 주요한 문제로 지적됨
 - 또한 상인 간 협력 체계와 자체 규약이 제대로 마련되어 있지 않아, 영업 시간이나 공용공간 관리 관련한 내부 갈등이 누적되어 있음
- 이러한 문제점들은 청년몰 운영·관리를 전담하는 주체의 부재와 공동체 문화 형성의 미흡이라는 구조적 한계로 볼 수 있으며, 청년몰의 안정적이고 지속적인 운영을 위한 제도적 보완과 구체적인 실행 방안 마련이 절실함을 시사함

- 본 연구에서는 청년몰 정책의 구조적 한계를 극복하고 청년몰의 정체성을 반영할 수 있는 운영 방안(안)을 검토함
 - 동상시장 청년몰이 채택할 수 있는 3가지 대안 중 청년 창업 생태계 조성이라는 정책적 취지를 실현할 수 있는 ②안 ‘인큐베이팅 기능 포함 공공 임대 방식’을 중심으로 추진 전략과 정책 방안을 모색함
 - 이는 동상시장 청년상인을 인큐베이팅(창업 전)과 스타트업(초기 창업) 단계에 있는 청년 창업자로 정의하고, 이들의 자생력 강화와 독립적 성장을 체계적으로 지원하는 것을 주요 목표로 함
 - 장기적으로는 청년몰을 중심으로 동상시장 전체의 활성화와 도시 경쟁력 제고로 이어지는 선순환 구조를 형성하는 것임

- 최종적으로 본 연구에서는 동상시장 청년몰의 향후 비전을 ‘도전이 일어나는 곳, 청년이 만들어가는 혁신의 무대’로 정함
 - 즉, 동상시장 청년몰이 향후 지역경제 활성화와 청년 일자리 창출을 견인하는 플랫폼으로 자리매김함을 목표로 하며, 이를 위해 ‘도전’, ‘상생’, ‘성장’의 3대 키워드를 설정함
 - 5대 추진 전략은 ‘청년상인 역량 강화’, ‘청년몰 홍보·마케팅 및 콘텐츠 확장’, ‘지역 자원 및 기관과의 연계·협력’, ‘청년몰 시설 개선’, ‘청년몰 운영 체계 정비’임
 - 또한 본 연구에서는 세부 추진 방안의 실행을 위한 단계별 로드맵을 제시하였음
 - 단기(1년 이내)에는 청년몰 운영에 직접적 영향을 줄 수 있는 노후 시설 개선, 청년몰 운영 체계 정비를 위한 규약 개정, 맞춤형 인큐베이팅 프로그램 및 정기 이벤트 등의 기획에 집중함
 - 중기(2~3년)에는 청년몰의 실질적 성장 기반 조성을 목표로, 역량 강화 프로그램을 본격적으로 추진함. 김해의 역사·문화·관광 자원을 활용한 스토리텔링 콘텐츠 개발과 홍보, 청년몰 전담 지원조직과 청년상인회의 역할을 명확히 분담하여 체계적인 운영을 수행함
 - 장기(3년 이상)에는 청년 창업 생태계의 선순환 구조가 확립될 수 있도록

체계를 고도화하고, 운영 재원을 안정적으로 확보할 방안을 모색함. 동상시장 청년몰을 청년창업지원 기능을 겸한 복합 공간으로 지정하고, 청년상인의 창업은 김해시 관련 조례에 근거하여 지원함

- 한편, 동상시장 청년몰의 향후 추진 방안이 성공적으로 수행되고 안정적으로 정착되기 위해서는, 무엇보다 청년몰 정책의 근본 취지에 대한 충분한 이해가 선행되어야 하며, 정책의 성과 평가 역시 이러한 취지를 반영한 방향에서 이루어져야 함
 - 일반적으로 창업 지원 관련 사업은 꾸준한 재정적 지원과 운영 전문 인력 투입이 필수적이며, 단기간에 수익성을 확보하기 어려운 구조를 가짐
 - 따라서 청년몰의 성과를 방문객 수나 매출액과 같은 수익 중심의 지표만으로 평가하기보다는, 청년상인의 창업 유지율, 방문객 만족도, 프로그램 참여율 등 정책의 질적 효과를 반영하는 지표를 병행해야 함
 - 또한 세부 정책의 설계와 실행 과정에서는 ‘계획→실행→환류(feedback)’라는 순환적 정책 체계를 통해 지속적으로 문제점을 점검하고 개선해 나가는 유연한 실행 전략이 요구됨
- 아울러, 청년상인에 대한 현실적 기대와 사회적 공감대를 형성하는 것은 동상시장 청년몰 활성화를 위해 선행되어야 할 사안임
 - 고객들은 청년몰을 로컬 크리에이터 중심의 핫플레이스형 골목상권으로 오인하지 않아야 하며, 청년몰이란 지역 문화를 공유하는 공간이자 초기 창업자들이 역량을 키워가는 창업 공간이기도 하다는 점을 명확히 인식할 필요가 있음
 - 더불어 청년몰의 본래 목적과 기능, 특성에 대한 사전 홍보와 인식 개선 노력은 필수적임. 특히 새로운 서비스의 시범 운영이나 신제품 고객 반응 테스트 등의 다양한 창의적 시도를 통해 청년몰이 ‘역동적인 실험 공간’이라는 강점을 부각시켜야 함
 - 이러한 인식의 전환과 노력을 바탕으로, 동상시장 청년몰은 지역 사회와 방문객의 신뢰를 쌓고 장기적으로 김해시 청년 창업 생태계의 핵심 거점으로 자리매김할 수 있을 것임

〕 참고문헌 〕

- 국가법령정보센터, 「안산시 청년창업 지원 조례」 경기도안산시조례 제2671호
- 국가법령정보센터, 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」 법률 제20455호
- 김해시 민생경제과(2020, 2025, 2026), 내부자료.
- 박충렬(2024), “전통시장 내 청년 창업 활성화 방안”, 이슈와 논점 제2290호, 국회입법조사처.
- 안산시 청년정책관(2025), 내부자료.
- 전주시 보도자료(2015.09.08.), “전통시장 활성화 모델이 된 남부시장 청년몰”.
- 중소기업청 보도자료(2016.04.12.), “지역상권의 랜드마크, 전통시장 청년몰 조성!”.
- 경동시장 서포터즈 블로그 <https://blog.naver.com/happykyungdong/>
- 경북테크노파크 홈페이지 <https://www.gbtp.or.kr/>
- 김해시 공식 블로그 <https://blog.naver.com/gimhae4you/>
- 부산청년플랫폼 홈페이지 <https://young.busan.go.kr/>
- 서울 동대문구 공식 블로그 <https://m.blog.naver.com/ddm4you>
- 서울신문(2018.04.12.), “동대문구 경동시장 ‘작은도서관’ 개관”,
<https://go.seoul.co.kr/news/newsView.php?id=20180413016006>.
- 서울자치신문(2022.05.03.), “강남역 랜드마크의 컴백 G-LIGHT로 강남대로 밝힌다”,
<https://www.onseoul.net/news/articleView.html?idxno=16811>
- 울산 남구 홈페이지 <https://www.ulsannamgu.go.kr/>
- 중소벤처기업부 홈페이지 <https://www.mss.go.kr/>
- 한산신문(2021.04.30.), “모두의 노력이 모여 상생하다! 경동시장 청년몰 ‘서울웨미리’”,
<https://www.hansannews.com/news/articleView.html?idxno=71223>.
- KTX 매거진 <https://ktxmagazine.kr/>
- YouTube-홍석천이원일 <https://www.youtube.com/@gaypig1111>
- YouTube-히밥heebab <https://www.youtube.com/@heebab>

동상시장 청년몰 발전 방안 연구

인	쇄	2025년 6월 30일
발	행	2025년 6월 30일
발	행	인 김 재 원
발	행	처 김 해 연 구 원

경남 김해시 주촌면 골든루트로 80-16 김해중소기업비즈니스센터 2층
Tel (055)344-7700
Homepage : www.ghri.re.kr
ISBN : 979-11-991749-1-7

-
- 이 책에 실린 내용은 출처를 명시하면 자유로이 인용할 수 있습니다. 그러나 무단전재하거나 복사하면 법에 저촉됩니다.
 - 이 연구는 본 연구원의 공식견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.

GHR 김해연구원
Gimhae Research Institute

50969 경남 김해시 주촌면 골든루트로 80-16 김해중소기업비즈니스센터 2층
TEL : 055-344-7700

비매품/무료

93060



9 791199 174917

ISBN 979-11-991749-1-7