creative commons
COMMONS DEED

저작자표시-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.
- 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:

저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.

변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 이용허락규약(Legal Code)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

Disclaimer

dCollection

조경학석사 학위논문

이태원 상권 업종 구성 변화의 영향 분석

- 유동인구와 매출액 관계를 중심으로 -

Analysis on the Influence of Changes in the Composition of Commercial District in Itaewon

- Focusing on the relationship between floating population and sales -

2021년 2월

서울대학교 환경대학원

환경조경학과

우 정 균

이태원 상권 업종 구성 변화의 영향 분석

- 유동인구와 매출액 관계를 중심으로 -

지도교수 이 제 승

이 논문을 조경학석사 학위논문으로 제출함

2020년 10월

서울대학교 환경대학원

환경조경학과

우 정 균

우정균의 석사 학위논문을 인준함

2020년 12월

위 원 장 이 유 미 (인)

부위원장 박 인 권 (인)

위 원 이 제 승 (인)

이태원 상권 업종 구성 변화의 영향 분석

- 유동인구와 매출액 관계를 중심으로 -

서울대학교 환경대학원 환경조경학과
우 정 균

위 논문은 서울대학교 및 환경대학원 환경조경학과 학위논문 관련 규정에 의거하여 심사위원의 지도과정을 충실히 이수하였음을 확인합니다.

2021년 2월

위 원 장 이 유 미 (서울대학교 환경대학원 교수)

부위원장 박 인 권 (서울대학교 환경대학원 교수)

위 원 이 제 승 (서울대학교 환경대학원 교수)

국문초록

이태원 상권은 이태원역 주변에서 한남동, 경리단길, 해방촌 등으로 확장되며 성장하였지만, 최근 이태원 상권의 변화에 대해서는 젠트리피케이션으로 현상으로 인한 상권의 쇠퇴로 보는 시각이 대부분이다. 임대료와 공실률이 증가하고, 그에 따라 유동인구도 감소하여 상권이 더는 활성화되지 못하고 침체상태에 접어들었다는 것이다. 그러나 이태원 상권의 변화는 이러한 관점에서만 접근하기에는 다소 무리가 있다. 상권마다 가지고 있는 특징이 상이하며 그에 따른 변화도 상권별로 다르게 나타날 것이기 때문이다. 따라서 본 연구는 단순히 이태원 상권이 지속해서 쇠퇴하고 있다는 통념에서 벗어나, 이태원 상권을 상권영역 단위로 나누어 보다 세밀하게 변화 현상을 살펴보고자 하였다. 또한, 상권의 변화 현상을 바라보는 관점을 단순히 양적인 측면에서 살펴보는 것이 아닌 질적인 측면도 고려하여 접근하고자 하였다. 이에 상권의 업종 구성에 초점을 맞춰, 그 변화가 상권의 질적인 측면을 설명하는 기준으로 설정하고 양적인 측면으로는 유동인구와 매출액의 변화를 활용하여 업종 구성 변화에 따른 이태원 상권의 변화 특성을 고찰하고자 한다.

본 연구의 분석 과정은 다음과 같다. 첫째, 상권의 업종 구성 지표를 통해 업종별 비율을 산출하여 연도별 비교(2014, 2019)를 통해 상권 내 중심 업종의 변화를 파악한다. 둘째, 업종 구성 변화가 뚜렷하게 나타난 상권영역을 대상으로 유동인구 및 매출액의 양적 변화 패턴을 2014~16년과 2017~19년으로 구분하여 도출하고, 그 변화 양상을 비교·분석한다. 마지막으로 유동인구 및 매출액의 변화 패턴을 상권의 업종 변화의 관점에서 분석하여 유동인구와 매출액의 관계를 고찰하고, 이태원 상권의 변화 특성에 대해 논의한다. 이를 통해 도출된 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 이태원 상권 내 업종 구성은 크게 소매업 또는 외식업 중심으로 변화하였으며 이는 주로 인접 상권과 함께 나타난다. 즉, 이태원 상권은 동종 점포, 특히 양식음식점, 카페 등의 외식업과 패션·의류 등의 소매업종 간 밀집하는 양상을 띠며 상권 변화 현상이 나타났다.

둘째, 이태원 상권은 시기별로 유동인구와 매출액의 변화 패턴이 다르게 나타난다. 2014~16년도에서는 유동인구 감소, 매출액 증가의 변화 양상을 보였으나, 2017~19년도는 반대로 유동인구 증가, 매출액 감소의 변화 양상이 나타났다. 이는 2014~16년과 그 이후 시기인 2017~19년 모두 대부분의 상권이 유동인구와 매출액이 음(-) 상관관계가 나타났으며, 유동인구가 매출액에 미치는 영향이 작다는 것을 의미한다.

셋째, 2014~16년에 중심 업종이 패션 및 의류 또는 외식업으로 뚜렷하게 나타나게 나타나는 상권은 유동인구가 감소하지만 매출액이 증가하는 변화 양상을 나타냈다. 해당 상권

을 방문하는 소비자들은 명확한 목적이 있어 유동인구가 아닌 실제 소비자들이 상권의 매출액에 영향을 끼치며, 이에 유동인구가 매출액에 미치는 영향은 적은 것으로 해석된다. 또한, 상대적으로 업종 다양성 정도가 큰 상권은 유동인구가 매출액 간 양(+)의 상관관계가 나타났다. 2017~19년도는 중심 업종이 변화함에 따라 유사한 업종을 가진 인접 상권과의 경쟁이 발생하여 유동인구가 증가하지만 타 상권으로 흡수되어 매출액 감소 현상이 나타난 것으로 해석된다.

마지막으로, 이태원 상권은 업종 변화에 따라 유동인구와 매출액의 변화 패턴이 달라지며, 이는 주로 인접 상권 간 또는 상권 내 점포 간 경쟁으로 인해 유동인구가 매출액에 미치는 영향이 적은 방향으로 상권의 특성이 지속해서 변화하고 있다.

본 연구는 이태원 상권을 어느 하나의 특정 상권만을 다룬 것이 아닌, 한남동, 경리단길, 해방촌 상권을 모두 포함한 상권영역 단위로 상권 내 업종 변화에 따른 질적 변화 특성을 파악하고, 그에 따라 나타나는 상권의 양적 변화 지표인 유동인구 및 매출액의 변화 패턴을 도출하여 이태원 관련 선행연구에서 주로 언급된 시기인 2014~16년과 기존 선행연구에서 다루지 않았던 2017~19년의 변화 양상 비교·분석을 통해 이태원 상권의 변화 특성에 논의했다는 점에 그 시사점이 있다.

상권은 시간이 지남에 따라 지속해서 변화하며, 그 원인과 방식은 매우 다양하게 나타날 것이다. 이에 본 연구의 내용이 그러한 상권 변화를 새로운 시각으로 바라보는 데 도움이 되길 바란다.

주요어 : 이태원, 업종 변화, 유동인구, 매출액, 상권, 상관관계
학 번 : 2019-27433

목 차

제1장 서론

1절. 연구의 배경 및 목적 ····· 01
1. 연구의 배경 ····· 01
2. 연구의 목적 ····· 04

2절. 연구의 범위 및 방법 ····· 05
1. 연구의 범위 ····· 05
2. 연구의 질문 및 방법 ····· 07

3절. 연구의 진행 과정 ····· 09

제2장 이론적 고찰 및 선행연구 검토

1절. 젠트리피케이션 ····· 10
1. 젠트리피케이션의 개념 ····· 10
2. 서울시 상업공간의 젠트리피케이션 ····· 12
3. 이태원 상권의 젠트리피케이션 ····· 14

2절. 상권의 변화 특성 ····· 18
1. 상권의 변화 특성 관련 지표 ····· 18
2. 상권의 업종 구성 관련 ····· 22
3. 선행연구와의 차별성 ····· 25

제3장 대상지 선정 및 분석의 틀

1절. 대상지 개요 ····· **26**
1. 이태원 지역 상권의 변천 ····· 26
2. 분석 대상지 설정 ····· 29

2절. 분석의 틀 설정 ····· **33**
1. 분석 자료 구축 ····· 33
2. 분석의 흐름 ····· 36

제4장 이태원 상권의 변화 특성

1절. 상권 내 업종 구성 변화 특성 ····· **37**
1. 상권별 업종 구성 변화 분석 ····· 37

2절. 유동인구 및 매출액 변화 특성 ····· **56**
1. 유동인구와 매출액 변화 패턴 분석 ····· 56

3절. 유동인구와 매출액 관계 고찰 ····· **68**
1. 업종 변화에 따른 유동인구와 매출액 관계 도출 ····· 68
2. 향후 활성화 기대 상권의 공간적 특징 ····· 78

제5장 결론

1절. 연구 요약 ····· **81**
2절. 연구의 의의 및 한계 ····· **84**

[참고문헌] ····· **85**
[Abstract] ····· **89**

표 목 차

[표 2-1] 서울시 젠트리피케이션 발생 및 정책대상지역 ····· 14
[표 2-2] 이태원 상권 젠트리피케이션 관련 선행연구 ····· 17
[표 2-3] 상권 변화 특성 지표 관련 선행연구 ····· 20
[표 2-4] 상권 업종 구성 관련 선행연구 ····· 24
[표 3-1] 분석 대상지 설정 ····· 32
[표 3-2] 상권 업종 재분류 ····· 34
[표 3-3] 상권의 양적·질적 변화 특성 지표 ····· 35
[표 4-1] 녹사평대로26길 업종 변화 예시 ····· 38
[표 4-2] 녹사평대로32길 업종 변화 예시 ····· 39
[표 4-3] 녹사평대로40나길 업종 변화 예시 ····· 40
[표 4-4] 이태원로27길 업종 변화 예시 ····· 41
[표 4-5] 이태원역 상권 업종 분포 현황 ····· 42
[표 4-6] 용산구청 업종 변화 예시 ····· 43
[표 4-7] 이태원시장 업종 분포 현황 ····· 44
[표 4-8] 우사단로14길 업종 변화 예시 ····· 45
[표 4-9] 우사단로10길 업종 변화 예시 ····· 46
[표 4-10] 이태원로54길 업종 변화 예시 ····· 47
[표 4-11] 녹사평대로46길 업종 변화 예시 ····· 48
[표 4-12] 회나무로13길 업종 변화 예시 ····· 49
[표 4-13] 이태원제일시장 호프·주점 현황 ····· 50
[표 4-14] 소월로20길 업종 변화 예시 ····· 51
[표 4-15] 신흥로20길 업종 변화 예시 ····· 52
[표 4-16] 신흥시장 업종 변화 예시 ····· 53
[표 4-17] 상권별 중심 업종 및 유동인구·매출액 변화 ····· 68
[표 4-18] 녹사평대로26길 업종 분포 ····· 69
[표 4-19] 녹사평대로32길 업종 분포 ····· 70
[표 4-20] 녹사평대로40나길 및 인접 상권 외식업 세부 업종별 분포 ····· 71
[표 4-21] 우사단로14길 업종 분포 ····· 72
[표 4-22] 이태원로54길 업종 분포 변화 ····· 73
[표 4-23] 회나무로13길 업종 분포 ····· 74
[표 4-24] 신흥로20길 및 인접 상권 외식업 세부 업종별 분포 ····· 75
[표 4-25] 상권영역별 업종 구성에 따른 유동인구 및 매출액 관계 ····· 76
[표 4-26] 상권영역별 업종 변화에 따른 유동인구 및 매출액 관계 ····· 77

그 림 목 차

[그림 1-1] 이태원동 연도별, 규모별 임대료 변화 ····· 2
[그림 1-2] 연구의 공간적 범위(좌), 대상지 내 주요 상업 공간 분포 현황(우) ····· 5
[그림 3-1] 분석 대상지 위치 ····· 32
[그림 3-2] 연구의 흐름 ····· 36
[그림 4-1] 녹사평대로26길 업종 구성 변화 ····· 37
[그림 4-2] 녹사평대로32길 업종 구성 변화 ····· 38
[그림 4-3] 녹사평대로40나길 업종 구성 변화 ····· 39
[그림 4-4] 이태원로27길 업종 구성 변화 ····· 40
[그림 4-5] 이태원역 업종 구성 변화 ····· 41
[그림 4-6] 용산구청 업종 구성 변화 ····· 42
[그림 4-7] 이태원시장 업종 구성 변화 ····· 43
[그림 4-8] 우사단로14길 업종 구성 변화 ····· 44
[그림 4-9] 우사단로10길 업종 구성 변화 ····· 45
[그림 4-10] 이태원로54길 업종 구성 변화 ····· 46
[그림 4-11] 녹사평대로46길 업종 구성 변화 ····· 47
[그림 4-12] 회나무로13길 업종 구성 변화 ····· 48
[그림 4-13] 이태원제일시장 업종 구성 변화 ····· 49
[그림 4-14] 소월로20길 업종 구성 변화 ····· 50
[그림 4-15] 신흥로20길 업종 구성 변화 ····· 51
[그림 4-16] 신흥시장 업종 구성 변화 ····· 52
[그림 4-17] 상권영역별 주요 업종 및 구성 비율 변화, 2014년 1분기 기준(상), 2019년 1분기 기준(하) ····· 55
[그림 4-18] 상권영역별 유동인구 변화 ····· 56
[그림 4-19] 상권영역별 매출액 변화 ····· 57
[그림 4-20] 유동인구와 매출액 관계 분석 공간 ····· 58
[그림 4-21] 녹사평대로26길 유동인구·매출액 변화 패턴 ····· 59
[그림 4-22] 녹사평대로32길 유동인구·매출액 변화 패턴 ····· 60
[그림 4-23] 녹사평대로40나길 유동인구·매출액 변화 패턴 ····· 61
[그림 4-24] 우사단로14길 유동인구·매출액 변화 패턴 ····· 62
[그림 4-25] 이태원로54길 유동인구·매출액 변화 패턴 ····· 63
[그림 4-26] 회나무로13길 유동인구·매출액 변화 패턴 ····· 64
[그림 4-27] 신흥로20길 유동인구·매출액 변화 패턴 ····· 65
[그림 4-28] 상권 영역별 유동인구 및 매출액 변화 패턴 변화, 2014-16년 (상), 2017-19년 (하) ····· 67
[그림 4-29] 활성화 기대상권 공간적 현황 ····· 80
[그림 4-30] 우리마을가게 상권분석서비스 상권변화 지표 ····· 80

제1장 서론

1절 연구의 배경 및 목적

1. 연구의 배경

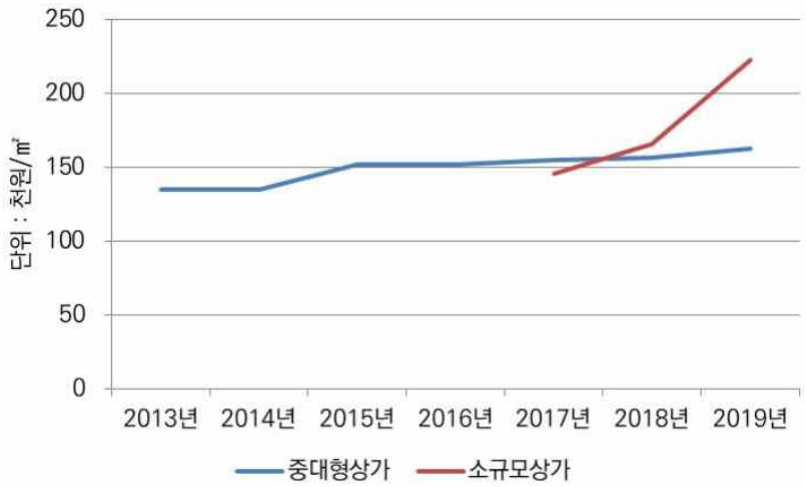
상권은 공간적 범위의 개념으로서 일정한 지역을 중심으로 도·소매 점포 등이 밀집하여 재화와 서비스에 대한 구매력을 가진 소비자들이 분포된 지역을 의미한다(정승영 외, 2011; 이정란 외, 2018). 소비자들은 새로운 트렌드와 소비문화 및 공간을 지속적으로 갈망하고, 그에 따라 서울시의 상업공간은 이러한 수요에 맞춰 시대적 흐름에 따라 끊임없이 변화하고 있다(허자연 외, 2015). 이러한 과정 아래 기존 발달상권에서 인접 주거지역 내 골목상권까지 확장되는 현상이 두드러지게 나타나며(정동규 외, 2017), 상권마다 각기 다른 특색을 지닌 채 형성되어 소비자들에게 다양한 선택의 폭을 제공하는 모습을 보인다. 하지만 이와 달리 상권이 활성화됨에 따라 기존 거주민 및 지역 소상공인들의 생계를 위협하고, 상권의 쇠퇴에 영향을 끼칠 수 있는 젠트리피케이션 현상이 발생하기도 한다(허자연 외, 2015). 특히 이태원의 경우 상권의 확장, 활성화 및 쇠퇴 등의 변화 현상을 경험하고 있는 서울시의 대표적인 상업 지역이라 할 수 있다.

이태원 상권은 2010년 이후 이태원로를 중심으로 하는 역세권 주변 상권뿐만 아니라 지역 내 골목길을 따라 확대되는 경향을 보였는데, 특히 인접한 경리단길, 회나무로, 우사단로 등에서부터 해방촌까지 북측, 남측으로 새로운 상권이 지속해서 확장되었다(경신원 외, 2019; 정동규, 2017). 또한 이태원동과 인접한 한남동 지역의 고급 상권화가 이루어짐에 따라 이태원 지역의 상권은 주로 ‘이태원 1동, 이태원 2동, 한남동, 보광동, 해방촌 등 수개의 동을 포함하는 더 넓은 지역’(Kim, 2014), 등에서 언급한 것처럼 이태원역 주변뿐만 아니라 경리단길, 한남동, 해방촌 등의 상권을 모두 포함한 보다 넓은 범위의 상

권을 지칭하는 단위로 설정되고 있다(신현준, 2016).

이처럼 꾸준히 확장되고 있던 이태원 상권은 2015년 무렵 젠트리피케이션 관련 부정적 보도가 증가함에 따라 주목받기 시작하였다(경신원, 2019). 상권 변화에 가장 큰 요인으로 지목된 것은 임대료의 변화인데, 한국감정원의 임대료 관련 자료에 따르면 이태원지역 중대형 상가의 임대료는 2013년 평당 13만 5천원에서 2091년 16만 4천원으로, 소규모 상가[1]의 경우 2017년 평당 14만 5천원에서 2019년 22만 3천원으로 큰 폭으로 증가하는 모습을 보였다. [그림 1-1]

[그림 1-1] 이태원동 연도별, 규모별 임대료 변화 (출처:한국감정원)



이에 더해 서울특별시 상권분석 서비스(2019)의 자료에 따르면 이태원역 주변의 유동인구[2](명/ha)는 2017년 4분기 71,855에서 2019년 4분기 57,896으로 약 20%가 감소한 모습을 보였으며, 경리단길을 포함한 이태원 일대 상가의 중대형 상가 공실률은 26.4%로 서울 지역 주요 40개의 상권 중 가장 높은 비율을 기록하는 등 상권의 쇠퇴 현상이 지속되고 있음을 나타낸다(한국감정원, 2019). 또한, BC 카드에서 이태원동과 한남동 등을 대상으로 점포당 평균 매출

1) 소규모 상가의 경우 2017년부터 자료 제공 (한국감정원)
2) 서울특별시 우리마을 가게 상권분석서비스에서 제공하는 인구수 중 길 단위 상존인구 데이터 활용

액과 점포 증가율 수치 자료를 통해 분석한 음식업종 생애주기에 따르면, 2019년 7월 기준 이태원 2동의 점포 감소율은 40%에 달하고 평균 매출액도 20% 이상 감소하였다. 그러나 이태원동과 달리 한남동의 경우 한남오거리에서의 점포 증가율은 5%, 평균 매출액은 7% 상승하는 등 상권이 점차 활성화 되는 모습을 나타냈다.

상기한 변화들은 상권이 형성된 이후 정적인 모습을 유지하고 있는 것이 아닌, 상권의 성장 및 쇠퇴 등의 동태적(動態的) 변화로서 설명된다. 이태원 상권에서는 이러한 변화 현상을 앞서 언급했듯 동 단위에서의 공실률과 임대료의 변화로 인한 젠트리피케이션 현상으로 해석하는 시각이 주를 이루고 있다. 그러나 기존에 저층 주거지역에서의 주민 서비스업 위주의 상권이었던 경리단길과 해방촌의 상업화(식당, 카페 등의 외식업종 증가)로 인해 상권의 성격이 변화되어 이태원 내 새로운 핫플레이스로 떠오른 현상에서 알 수 있듯 상권의 업종 변화 또한 유동인구, 임대료, 매출액 등과 같이 지속해서 변화가 일어나는 상권의 변화 특성으로 볼 수 있다.

또한, 이태원은 가로의 위계, 업종 분포 등에 따라 다수의 골목상권, 발달상권, 전통시장 등의 상권영역들로 다양하게 구성되어 있으며(우리마을가게 상권분석 서비스, 서울특별시), 상권영역마다 상권의 분위기, 기능 등의 특징이 다른 모습을 보인다. 이는 대표적으로 이태원로를 기준으로 양측의 이면도로 상권의 성격이 확연하게 구분(북측:음식테마가로, 남측:패션테마가로)되는 형태로 나타난다.

이러한 관점에서 본 연구는 이태원 상권의 변화 현상을 살펴보는데 있어 보다 미시적인 분석 단위에서 상권의 업종 구성 변화 및 유동인구와 매출액의 변화패턴에 주목하여 그에 따른 상권의 변화 특성을 세밀하게 파악하고자 한다.

2. 연구의 목적

본 연구의 목적은 상권 내 업종 구성[3] 변화에 따른 유동인구와 매출액의 관계를 도출하여 이태원 상권의 변화 특성을 파악하는 것이다.

상권의 변화는 상권별로 양적·질적 변화 특성에 따라 차이가 나타나는데(이정란, 2017; 김현철 외, 2019), 본 연구에서는 상권의 질적 특성 지표로서 상권의 업종 구성 변화를, 양적 특성 지표로서 유동인구 및 매출액의 변화를 활용하여 상권영역 단위에서의 동태적인 변화 양상에 대해 분석하고, 나아가 이태원 상권의 전체적인 변화 특성에 대해 논의하고자 한다. 특히 유동인구와 매출액의 경우 상권의 활성도와 성장성을 살펴볼 수 있는 지표로서(우리마을 가게 상권분석 서비스, 서울시), 젠트리피케이션과 관련하여 이태원 상권의 업종 구성 변화에 따른 유동인구와 매출액 두 지표 간의 변화 패턴 및 관계에 대한 분석을 중심으로 상권의 변화 특성을 살펴볼 필요가 있다.

본 연구는 상권영역 단위에서 상권 내 업종 구성에 따라 유동인구 및 매출액의 변화 패턴이 다르게 나타나는 것을 통해 업종 변화의 관점에서 유동인구와 매출액의 관계를 고찰하고, 그에 따른 이태원 상권의 변화 특성을 파악하는데 연구의 의의가 있다.

3) 본 연구의 상권 내 업종이란 서울시 우리마을가게 상권분석 서비스의 생활밀접업종 분류에 따라 외식업, 서비스업, 소매업에 해당하는 업종들을 의미한다. (3장 분석의 틀에서 추가 설명)

2절 연구의 범위 및 방법

1. 연구의 범위

▌ 연구의 공간적 범위

이태원 지역의 상권은 앞서 언급한 바와 같이 이태원역 주변 상권뿐만이 아닌 경리단길, 한강진길, 우사단길 등의 가로상권 및 해방촌 등 다양한 상업 공간을 모두 포함하는 보다 넓은 범위의 상권으로 볼 수 있다. 따라서 본 연구에서의 공간적 범위, 즉 이태원 지역 상권의 영역은 이러한 개별 상권들이 자리잡고 있는 서울특별시 용산구 이태원동, 한남동, 보광동, 용산동2가, 후암동의 5개 동(법정동 기준)을 포함하는 범위로서 설정하였다. [그림 1-2] 해당 지역으로 공간적 범위를 설정한 이유로는 첫째, 과거부터 현재까지 서울의 대표적인 상업공간으로서 외국인과 관광객을 위한 공간에서 시작하여 내국인도 다국적 문화를 즐길 수 있는 공간으로 변모한 독특한 배경을 갖고 있으며(신윤동욱 외, 2007) 외국인의 거주 비율이 높은 특징을 지니고 있고, 둘째, 이태원로 주변 상권(한강진·이태원·녹사평역 주변), 보광동의 우사단길 및 가구거리, 이태원동의 경리단길, 한남동의 독서당로 및 한강진길 등 다양한 위계를 가진 상업가로들이 서로 다른 특색을 지닌 채 공존하고 있으며, 셋째, 최근 새롭게 조성된 복합상업(문화)공간인 나인원한남의 고메494, 사운즈한남 등의 활성화로 인해 상업 공간의 변화가 지속해서 일어나고 있다는 점에 주목하였다.

[그림 1-2] 연구의 공간적 범위(좌), 대상지 내 주요 상업 공간 분포 현황(우)

▌ 연구의 시간적 범위

이태원 지역 상권의 변화 현상에 대한 논의는 젠트리피케이션과 관련된 내용이 대부분이며, 2015년 및 2017년까지 경리단길을 대상으로 젠트리피케이션의 과정에서 발생하는 물리적 변화 및 장소성 인식 등에 대한 연구(박아름, 2016; 김민정, 2016; 허자연, 2015; 강준호, 2020)가 주를 이루고 있다. 또한, 국토연구원의 젠트리피케이션 관련 보고서[4]에서는 용산구를 대상으로 2017년까지의 젠트리피케이션 지표 분석을 수행한 결과 2014~15년 녹사평역과 한강진역 사이 구간인 이태원로를 중심으로 젠트리피케이션이 발생하였고, 2015~16년 경리단길, 2016~17년에는 한강진역 인근에 집중되는 등 젠트리피케이션 현상이 2017년까지 대부분의 이태원 상권에서 발생하고 있음을 밝혔다. [그림 1-3] 이처럼 2010년대 초반부터 2017년까지의 이태원 상권 변화 현상에 관한 몇몇 연구가 진행되었으나, 그 이후 시기부터 최근까지의 상권 변화에 대한 논의 및 연구는 다소 부족한 실정이다.

이에 본 연구에서는 이태원 상권의 변화 특성을 파악하는 데 있어 시간적 범위를 2014년부터 2019년[5]까지로 설정하여 이태원 관련 선행연구에서 주로 언급한 시기인 14~16년의 3개년과 2019년 기준 최근 3년(17~19년)의 변화를 비교하고자 하였다. 14~16년도는 앞서 연구와 배경에서 살펴본 바와 같이 이태원 젠트리피케이션에 관한 관심이 두드러진 시기로 볼 수 있으며, 젠트리피케이션이 활발하게 발생하는 비교적 이태원 상권 내 젠트리피케이션 초기 단계를 의미한다. 반면 17~19년도는 어느 정도 젠트리피케이션이 진행된 이후 시기로서 상권 내 젠트리피케이션 성숙기 이후 및 이른바 ‘포스트 젠트리피케이션[6]’의 시기로 바라보았다.

---

4) 도시경제기반형 젠트리피케이션 지표개발 및 활용방안 연구(이진희 외, 2018; 국토연구원)

5) 2020년의 데이터는 COVID-19(코로나바이러스)에 의해 본 연구에 활용되는 유동인구, 매출액 등의 지표가 이전년도와 달리 급격한 증감 추세를 보이고 있어 제외하였다.

6) 모종린, 2019, ‘젠트리피케이션 프레임에서 지역발전 프레임으로 ‘

2. 연구의 질문 및 방법

본 연구는 크게 두 가지의 관점을 가지고 있다. 하나는 이태원 상권 내 상권영역 단위에서의 업종 구성 변화를 통해 특정 업종 점포 수의 증감으로 인한 상권의 성격이 변화하고 있음을 이해하는 것이다. 다른 하나는 이러한 상권 업종 구성 변화로 인한 유동인구와 매출액의 관계에 대해 파악하고자 하는 것이다. 따라서 이러한 관점 아래 다음과 같은 세 가지의 연구 질문과 그에 따른 연구 방법을 설정하였다.

첫 번째는 '시기별로 상권 내 업종 구성에 어떠한 차이가 있을 것인가'에 대한 것이다. 이태원 지역은 상권이 확장, 성장함에 따라 특정 업종들의 밀집으로 인해 상권의 정체성이 생겨났다. 이는 이태원로 뒤편 이면가로의 의류·패션 관련 매장 밀집과 경리단길의 양식 음식점·수제맥주 PUB 등의 밀집으로 인한 특화가로의 형성이 대표적인 예로 볼 수 있을 것이다. 그러나 각종 미디어 및 선행연구에서 언급한 젠트리피케이션 현상, 특히 공실률, 임대료의 증가 등으로 인한 상권의 변화 현상 속에서 상권 내 업종 구성 변화가 일어났을 것으로 예상된다.

두 번째는 '상권 내 업종 변화에 따라 유동인구와 매출액의 변화가 다르게 나타날 것인가'이다. 업종 변화가 뚜렷하게 일어난 상권은 상권의 정체성이 변화한 것으로 볼 수 있으며, 이는 해당 상권을 방문하는 소비자들에게도 영향을 끼쳐 유동인구와 매출액의 변화가 일어날 것으로 판단된다.

마지막 연구 질문으로는 '유동인구의 변화가 매출액에 어떠한 영향을 끼칠 것인가'이다. 일반적인 통념으로 유동인구가 증가하는 상권은 매출액도 증가하여 상권의 성장 및 활성화를 기대할 수 있다. 그러나 상권의 업종 변화 및 젠트리피케이션 등의 상황 속에서 유동인구와 매출액의 관계에 대해 새로운 관점에서 고찰해볼 필요가 있을 것이다.

이에 따른 연구 방법으로는 가장 먼저 이태원 지역의 현황 및 상권 형성·확장 과정 등에 관한 내용 검토를 바탕으로 이태원 내 위치하는 상권들을 파악

하여 분석 대상지를 설정한다. 이는 크게 이태원역세권, 한남동, 경리단길 , 해방촌 4곳의 상권과 세부적으로 16개의 상권 영역[7]에 해당한다.

다음으로 문헌검토 및 선행연구 분석을 통해 상권의 변화 현상을 정량적으로 파악할 수 있는 양적, 질적 변화 지표를 도출한다. 상권의 양적·질적 변화 지표로서는 상업시설 업종, 유동인구, 매출액을 선정하여 상권 영역별로 변화 현상을 파악할 수 있는 분석의 틀을 설정하고자 한다. 또한 이태원 상권과 관련된 선행연구 고찰을 통해 나타난 이태원 상권 변화 특성에 대해 파악한다.

마지막으로는 앞서 설정된 분석의 틀에 따라 이태원 상권을 상권영역별·시기별 업종 구성 비율 산정을 통해 그 변화에 대해 고찰하고, 업종 변화가 뚜렷하게 나타난 상권영역을 도출한다. 이후 도출된 상권영역을 대상으로 2014년 이후 3년(14~16)과 2019년 기준 최근 3년(17~19)의 유동인구 및 매출액의 변화 패턴을 비교·분석하여 유동인구와 매출액의 관계에 대해 고찰하고, 나아가 이태원 상권의 전체적인 변화 특성에 대해 논의한다.

이를 통해 이태원 상권은 상권영역별·시기별로 업종 구성 변화에 따라 유동인구와 매출액의 변화 양상이 다양하게 나타나고 있음을 파악하고, 유동인구와 매출액의 관계 파악을 통해 이태원 상권의 변화 특성에 대한 시사점을 이끌어내고자 한다.

---

7) 상권 영역은 우리마을가게 상권분석 서비스에서 제공하는 서울 상권 영역으로, 본 연구의 3장 1절의 대상지 개요에서 자세히 다루도록 하겠다.

3절 연구의 진행 과정

연구 과정	연구 내용	연구 자료
제1장 서론	■ 연구의 배경 및 목적 ■ 연구의 범위 및 방법	
▼		
제2장 이론적 고찰 및 선행연구 검토	■ 젠트리피케이션 – 젠트리피케이션 개념 – 상업 공간의 젠트리피케이션 – 이태원 젠트리피케이션 ■ 상권의 변화 특성 – 변화 특성 관련 지표 – 상권의 업종 구성 관련 ■ 선행연구와의 차별성	문헌조사 및 선행연구 검토
▼		
제3장 대상지 선정 및 분석의 틀	■ 대상지 개요 – 이태원 상권의 변천 – 분석 대상지 설정 ■ 분석의 틀 설정 – 분석 자료 구축 및 분석 단위 선정 – 분석의 흐름	우리마을가게 상권분석 서비스 서울 상권 영역 서울 열린데이터 광장 상권관련 자료
▼		
제4장 이태원 상권의 변화 특성	■ 상권 내 업종 구성 변화 특성 ■ 유동인구 및 매출액 변화 특성 ■ 유동인구와 매출액 관계 고찰	
▼		
제5장 결론	■ 연구의 종합 ■ 연구의 시사점 및 한계	

제2장 이론적 고찰 및 선행연구 검토

1절 젠트리피케이션

1. 젠트리피케이션의 개념

젠트리피케이션이란 1964년 영국 지리학자 Ruth Glass에 의해 처음 사용되었으며, 저소득층이 거주하는 지역에 고소득층이 진입하여 기존 저소득층 원주민이 비자발적으로 이주함으로써 어떠한 지역이 젠트리(gentry)화 되는 과정을 말한다(안덕초 외, 2017). 이러한 현상은 원점유자의 주거지 대체나 이주의 의미를 내포하고 있으므로 젠트리피케이션이라는 단어 자체에 계급적이고 비판적인 함의가 담겨있다(김수아, 2015).

1980년대에의 학자들은 여러 상황 속에서 다양한 방식으로 작동되는 젠트리피케이션의 과정들을 발견하고, 이에 젠트리피케이션은 대표성을 지닌 특수한 형태로 묘사될 수 없는 혼란스러운 개념이라는 주장이 제기되었다(박아름, 2016). Rose(1984)는 젠트리피케이션이 발생하는 지역이나 그 주체인 '젠트리파이어(gentrifier)' 에 있어서 전형적인 유형이 존재하는 것이 아닌 다양한 주체, 주거 점유형태, 발생원인 등이 공존하는 개념이라고 주장하였으며, Beauregard(1986) 또한 젠트리피케이션은 한두 가지의 요소로 결정되지 않는 복잡하고 혼란스러운 개념이라고 주장하였다(Lees L, 2008; 김희진, 2015; 박아름, 2016).

1980년대 중반 이후 학계에서는 젠트리피케이션이 사회·경제·공간적 재구조화의 과정과 연관된 매우 동적인 과정이므로 협소하고 제한된 개념으로는 젠트리피케이션 현상을 이해하기 어렵고 정의할 수 없다는 주장이 제기되었다(Clark, 2005; Smith and Williams, 1986). Smith and Williams(1986)는 젠트리피케이션을 이해하는데 사회·경제·재구조화와 관련된 요소들을 함께 고려하고, 의미를 보다 확장 및 발전해야 한다고 말했다. 이러한 논의 속에서 젠트리피케

이션의 개념은 새로운 유형 및 형태를 포함할 수 있는 광의의 개념으로 의미가 확장·발전되었다(김희진, 2015).

최근 젠트리피케이션의 개념은 부동산학이나 경제학에서 도시를 구성하는데 필수적인 과정으로 보기도 하고, 인구구조의 변화, 도시화의 진전, 경제 생산성의 증가 등으로 인한 불가피한 현상으로 보는 등 학자마다 그 개념을 다르게 사용하고 있는 경향을 보인다(박아름, 2016; 김수아, 2015).

또한, 젠트리피케이션을 가치중립적 또는 긍정적·부정적 관점으로 바라보는 시선도 존재하는데(Brown, 2014), 가치중립적 관점에서는 쇠퇴한 지역이 재활성화(revitalization)되는 과정에서 고소득·고학력 인구가 유입되고 고위 기능이 입주하면서 상대적으로 저소득·저학력 인구가 비자발적으로 이동하는 현상, 즉 지역의 구조적 변화로 설명된다(이진희 외, 2018). 긍정적 관점에서는 대부분의 연구자가 쇠퇴한 지역이 상위계층의 유입으로 가치 상향되는 과정으로 젠트리피케이션의 혜택에 초점을 맞춘다(American Heritage Dictionary, 1994; Naegler. 2012; Smith, 1979). 반면 부정적 관점에서는 지역 활성화에 따라 부동산 시세가 상승함에 따라 저소득층이 퇴거하게 되는 과정을 강조한다(김수아, 2015; Hamnett, 1984; Harrison, 1983; Lees, 2008; Shin, 2009).

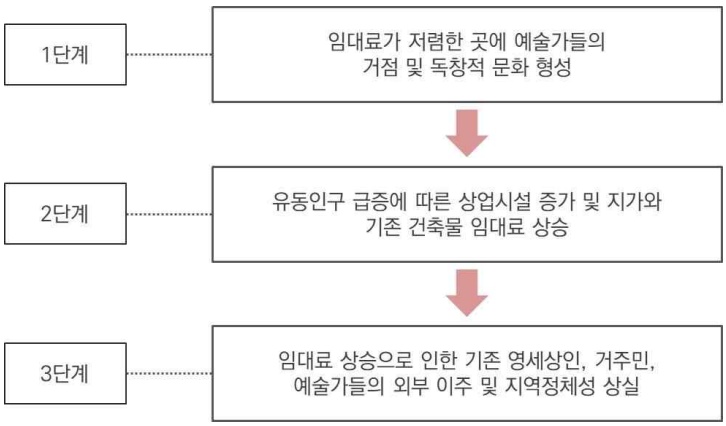
또한, 젠트리피케이션은 용도에 따라 주거 젠트리피케이션, 상업 젠트리피케이션으로 논의되고 있으며, 주도하는 주체에 따라 정부 주도(State-led) 젠트리피케이션, 문화·예술 주도(Art-led) 젠트리피케이션, 투어리스티피케이션(Touristification), 스튜던티피케이션(Studentification) 등의 개념으로도 설명된다. 지역부동산의 소유주가 은행과 다국적기업 등으로 변화하는 슈퍼젠트리피케이션(Super-gentrification) 등도 새로운 유형으로 논의되고 있다. 이와 같은 다양한 젠트리피케이션의 양상들은 젠트리피케이션의 발생 주체를 무엇으로 보는지, 어떤 용도 지역에서 발생하는지, 최종결과물을 무엇으로 보는지에 따라 상이하게 해석이 되고 있지만(김상일 외, 2015), 앞서 논의되었던 개념들과 종합하여 본다면 젵트리피케이션이란 일반적으로 ‘쇠퇴한(또는 쇠퇴하고 있

는) 도시 지역이 재활성화됨에 따라 중상류층의 전입으로 인해 변화가 발생하여 기존 주민들 또는 구성원들에게 영향을 끼치는 현상’ 으로 이해할 수 있다.

2. 서울시 상업공간의 젠트리피케이션

서울시(2015)는 상업공간의 젠트리피케이션의 특징을 다음과 같이 정리하였다. 1단계에서는 임대료가 저렴한 곳에 공방, 갤러리 등의 거점이 생겨나고, 이러한 공간들을 따라 카페, 식당 등의 시설이 자리를 잡아 해당 지역만의 독창적인 문화가 형성된다. 2단계에서는 이러한 장소들이 알려지고 유명해짐에 따라 유동인구가 증가하고, 대형프랜차이즈의 식당, 카페 등의 상업시설이 들어서게 된다. 이로 인해 지가와 임대료가 상승하는 현상이 발생하게 된다. 마지막으로 3단계에서는 임대료의 상승으로 인한 기존 영세상인, 원주민, 예술가 등이 외부지역으로 이주하게 됨으로써 지역 정체성을 상실하는 결과를 가져오게 된다. [그림 2-1]

[그림 2-1] 상업공간 젠트리피케이션 과정



위와 같은 젠트리피케이션 현상이 나타나는 서울시의 상업공간[표 2-1]으로

경리단길과 연남동 상권을 대표적인 예로 들 수 있다. 두 지역은 본질적으로 유사한 양상을 보이며 젠트리피케이션 현상을 경험하였는데, 젠트리피케이션이 발생한 최근 2~3년 임대료가 급격히 증가하였으며, 미디어에 노출되는 빈도도 현저하게 늘어났다. 또한 식음료 업종에 집중된 상업시설이 증가하였다. 그에 따라 기존에 수행하고 있던 주거지역의 기반시설인 근린생활시설의 기능을 잃어버리고, 외지인을 대상으로 하는 공간으로 변모함에 따라 지역의 정체성을 상실하게 되었다(김상일 외, 2015).

김상일 외(2015)는 서울시 상업 젠트리피케이션 현상을 상업가로로 범위를 한정하여 설명하였는데, 상업가로는 단순히 공간의 수요와 논리에서 설명 가능했던 주거공간의 젠트리피케이션과는 다른, 건물주와 업주, 소비자의 세 주체의 관계 변화로 젠트리피케이션 과정을 바라보았다. 초기 상업화가 시작되면 먼저 업주들이 인접 상권의 지가상승으로 인해 해당 지역에 진입하지만, 건물주는 변화를 크게 인식하지 못해 모험적인 소비자들이 차별화된 상업공간을 소비하는 상업 젠트리피케이션의 첫 번째 단계가 진행된다고 하였다. 이어서 소비자들의 자기 과시를 통해 상업공간들이 알려지며 상권이 활성화되고, 이러한 수요를 반영한 공통소비군의 업종이 등장하면서 상가 수요가 증가하게 된다. 이는 임대료 상승으로 이어져 주로 투기 목적의 자본이 유입되는 시기이며, 마지막으로는 상승한 임대료로 인해 프랜차이즈 등의 대자본이 유입된다. 젠트리피케이션 과정에서 상업화가 진행되며 업주와 소비자의 상호작용에서 건물주와 업주의 상호작용으로 전이되는 것이다. 이는 주거공간의 젠트리피케이션과는 다르게 젠트리피케이션의 이해당사자가 공간의 수요·공급 주체에서 제품을 소비하는 소비자까지 확대됨과 동시에 주도권이 변하는 동태적인 변화로 설명된다고 언급한다(허자연, 2015). 또한 이러한 구조적 변화 과정과 함께 가치중립적 입장에서 서울시 상업가로의 젠트리피케이션 과정을 1. 지대격차에 의한 신규 상권 형성단계(형성기), 2. SNS 등의 미디어를 통해 활성화되는 단계(성장기), 3. 업종구색이 갖추어지고 부티킹이 발생하며 대자본이 진

입하는 단계(성숙기)의 3단계 과정으로 설명하였다(김상일 외, 2015).

서울시에서는 이러한 젠트리피케이션 현상으로 나타나는 지역 공동체 붕괴 및 소상공인의 비자발적인 이전 등 사회적 문제가 발생함에 따라 이에 대한 종합 대책으로 2015년 11월 '서울시 젠트리피케이션 종합대책'을 수립·발표하였다. 젠트리피케이션으로 인해 쇠퇴지역이 개발되고 활성화되는 것은 긍정적이지만, 특정 지역의 개발 이익이 지역발전에 직·간접적으로 기여한 지역사회의 구성원 또는 젠트리파이어들이 아닌 건물 소유자 및 상업자본에 돌아가는 것은 불합리하며, 이로 인해 발생하는 상권쇠퇴는 장기적으로 임대인과 임차인 모두에게 불이익을 가져올 수 있으므로 상생을 위한 대안을 찾아야 한다고 말한다(김수영 외, 2018).

[표 2-1] 서울시 젠트리피케이션 발생 및 정책대상지역 (출처: 서울시 젠트리피케이션 종합대책)

발생지역	홍대·연남동(마포), 가로수길(강남), 경리단길(용산), 삼청동·북촌·서촌·인사동·대학로(종로), 성수동(성동구), 성미산마을(마포) 등 마을 공동체
정책대상지역	대학로, 인사동, 신촌·홍대·합정, 북촌·서촌, 성미산마을 등 마을 공동체, 도시재생 지역(해방촌, 성수 등)

3. 이태원 상권의 젠트리피케이션

앞서 살펴본 젠트리피케이션 관련 개념 및 국내 젠트리피케이션, 특히 서울시 상업공간에서 발생하는 젠트리피케이션은 주로 임대료의 상승으로 인한 기존 지역 구성원들의 비자발적 이주 등 주로 부정적인 효과를 중심으로 그 현상이 발생하고 있음을 알 수 있었다. 이에 본 연구의 공간적 범위인 이태원 상권의 젠트리피케이션에 대한 기존 연구들의 검토를 바탕으로 젠트리피케이션의 발생 및 진행 과정에서 나타난 상권 변화 현상에 대해 정리해본다.

이태원 상권의 젠트리피케이션에 관한 선행 연구는 주로 경리단길, 우사단길, 한강진길 등을 중심으로 하는 일부 가로 상권에 대한 변화 현상 및 젠트리피케이션의 직·간접적 행위자 등에 관한 내용이 주를 이루고 있다. 먼저 박아름(2016)은 경리단길의 젠트리피케이션 현상을 2010년부터 2015년까지의 건축물 용도 변화 분석, 지가 변화 및 2016년의 건물 임대료 조사 등을 통해 '주거지의 상업화', '부동산 가치의 변화', '거주민 변화 및 외지인의 투자 증가'의 3가지 특성으로 구분하고 젠트리피케이션의 과정을 3단계로 정리하였다. 1단계는 젠트리피케이션의 초기 단계로서 개성 있는 식음시설이 유입되어 물리적 환경의 변화가 일어나 지역 경제의 활성화가 일어나는 시기로 보았다. 2단계에서는 건축물의 용도 변화를 분석하였는데, 주거 용도에서 식음시설로의 변화가 지속됨에 따라 상업화가 진행되고 지역의 부동산 가치가 상승하였다. 이에 지역 거주민과 소상공인들의 이주현상이 일어나기 시작하였다. 마지막으로 3단계에서는 임대료와 권리금의 급격한 상승으로 인해 대자본이 유입됨에 따라 외부 지역 사람들의 투자가 증가하고, 소상공인 및 예술인, 거주민들 등 기존 구성원들의 이주가 가속화되었다고 보았다. 이러한 현상은 앞서 살펴보았듯이 서울시 상업공간의 젠트리피케이션 과정과 유사하며, 상업화로 인한 지대 및 임대료 가치가 상승함에 따른 젠트리피케이션의 부정적 효과에 보다 주목하였음을 알 수 있다.

허자연 외(2015)는 문헌조사 및 현장조사를 바탕으로 경리단길의 젠트리피케이션의 발생 및 진행과정을 살펴보았다. 2012년 이전에 입점한 상점은 인근 지역에 비해 저렴한 임대료가 강력한 입점 요인으로 작용했음을 지대 격차를 통해 유추하였으며, 2012년 이후 매스컴에 의해 경리단길이 소개되기 시작하면서 급격한 상업화와 유동인구의 증가를 불러왔다. 이러한 상업화는 주민구성에 큰 변화를 가져왔는데, 급격한 외부인의 유입으로 열약해진 주거환경이 인구 유출의 원인이 된 것으로 파악하였다. 또한, 경리단길의 업주 인터뷰와 설문조사를 통해 사업주의 입장에서 젠트리피케이션의 원인을 고찰하였는데,

폭등하는 임대료 부담에도 불구하고 경리단길의 상업화를 지속적해서 이끌어가는 원동력은 권리금에 대한 기대 등의 투기심리 및 상권 활성화에 대한 기대심리임을 밝혀내었다. 이러한 경제적 유인은 투기자본의 유입을 부추겨 추가적인 젠트리피케이션의 결과를 초래할 수 있다는 점을 시사한다.

강준호(2020)는 2013년에서 2017년까지의 공급자 측면의 지표인 식음 점포수와 이용자 측면의 블로그 게시물을 분석하여 이태원 경리단길의 활성화 과정을 분석하였는데, 2013년부터 2015년 3분까지 경리단길 관련 게시물이 지속적해서 증가하였으나, 2014년 말 경리단길 젠트리피케이션에 대한 기사가 등장한 이후 월평균 13개의 젠트리피케이션 관련 기사가 게재되며 급격히 상승하는 임대료로 인해 원주민의 이탈 현상이 발생하였음을 확인하였다.

경리단길의 젠트리피케이션 과정에서 물리적 환경변화에 관해 연구한 김민정(2016)은 2000년대 후반부터 2015년까지의 물리적 변화과정을 살펴보았다. 2013년~2015년 사이의 공시지가가 가장 많이 상승하였으며, 임대료 및 월세, 권리금의 경우도 마찬가지로 지속해서 상승하고 있는 것을 확인하였다. 또한 식음시설의 개업 수는 2013년~2015년에 급격히 증가하였고 상점의 개수 또한 2009년 187개에서 2015년 219개로 증가하고 있음을 밝혔다. 이 과정에서 카페, 에스닉 레스토랑 등의 비중이 점차 늘어나 소비업종 중심으로 지역이 활성화되고 있음을 도출하였다.

이진희 외(2018)는 젠트리피케이션 지표개발을 통해 용산구를 대상으로 젠트리피케이션 실증 분석을 시도하였다. 젠트리피케이션 지표 활용변수로서 유동인구는 상업 활성화 및 젠트리피케이션 발생의 징후를 나타내는 가능성이 크다고 보았으며, 용산구의 경우 2014년~2017년의 시기 동안 유동인구가 증가한 한남동, 경리단길, 이태원로 등에서 젠트리피케이션 경계단계가 나타나고 있는 것을 확인하였다.

상기한 연구들을 종합하여봤을 때 2010년 이후 특히 2013년에서 2017년 이전까지의 이태원 지역 상권에 일어나는 젠트리피케이션 현상은 서울시의 다른

상업공간에서 발생하는 현상과 같이 주거지의 상업화, 즉 식음시설, 소매업 등의 비중이 증가하는 등 건축물의 용도 변경이 지속해서 발생하여 점포 수 및 임대료, 지가 등이 증가하는 특징을 보인다. 또한, 젠트리피케이션 초기에 상권이 활성화됨에 따라 해당 기간 동안 유동인구가 증가하는 현상이 나타났으며, 이는 이태원 지역에서의 젠트리피케이션과 관련된 요인들이 주로 업종 변화 빈도, 점포 수, 임대료, 유동인구, 지가 등의 동태적인 변화로 나타나는 것을 알 수 있다. [표 2-2]

[표 2-2] 이태원 상권 젠트피케이션 관련 선행연구

구분	저자	연구내용
경리단길	박아름 (2016)	젠트리피케이션 현상을 물리적 환경변화->급속한 상업화->기존 구성원들의 비자발적 이주의 단계로 보고, 지대 및 임대료의 가치 상승이 젠트리피케이션의 부정적 요인임을 확인
	허자연 외 (2015)	젠트리피케이션 초기에는 임대료가 저렴하였으나, 경리단길이 알려지면서 급격한 상업화가 진행되고, 유동인구가 지속적으로 증가
	김민정 (2016)	2013년~2015년 사이 공시지가 및 임대료, 상점 점포 수, 식음식시설 개업 수 등이 급격히 증가하였으며 소비업종 중심으로 경리단길의 상권이 활성화
	강준호 (2020)	2014년 말 경리단길 젠트리피케이션 기사가 등장하며 급격히 상승하는 임대료로 인해 원주민의 이탈현상 발생
용산구	이진희 외 (2018)	유동인구를 젠트리피케이션 발생 징후를 나타내는 가능성이 높다고 보고, 용산구를 대상으로 실증분석하여 경리단길, 한남동, 이태원로 등이 젠트리피케이션 경계단계임을 확인

2절 상권의 변화 특성

1. 상권의 변화 특성 관련 지표

▌ 상권 활성화 정도

상권의 변화 현상은 상권이 형성되고 시간의 변화에 따라 도입기, 성장기, 성숙기, 쇠퇴기의 4단계 형태로 구분하여 볼 수 있다(손용만 외, 2017). 또한, 상권의 변화는 상권별로 그 현상이 다르게 나타나는데, 성장하는 상권은 점포 수가 증가하거나 임대료가 상승하는 현상이 나타나지만 쇠퇴하는 상권은 점포 수가 감소하거나 임대료가 하락하는 현상이 나타나기도 한다(이정란, 2016).

먼저 이정란 외(2016)는 업종 다양성에 따른 상권의 형성과정 및 변화 특성에 관한 연구를 수행하였는데, 서울시 주요 상권 201개 지역을 대상으로 지역별 상권의 업종 다양성에 따라 상권 및 주변지역의 특성에 차이를 나타내는지에 대해 탐색하였다. 특히 상권의 특성 자료로서 유동인구 규모, 임대료 등을 사용하였다. 유동인구 규모의 변화는 해당 상권으로의 소비자 유입과 소비자 접근성에 변화 여부를 유추할 수 있는 지표로 사용될 수 있다고 판단하였으며, 임대료의 경우 상권의 경제력 또는 활성화 정도를 가늠할 수 있는 지표로서 두 가지 종류의 데이터를 상권 및 주변 지역의 특성을 파악하는 자료로써 활용하였다.

다음으로 손용만 외(2017)는 쇠퇴상권인 서울시 신촌 지역을 대상으로 재활성화를 위한 계획요소를 도출하였는데, 기존 연구인 최창호 외(2007) 및 김철호 외(2011)가 제시한 유동인구의 감소는 상권쇠퇴의 원인으로 작동한다는 연구 내용을 적용하여 지하철역 승하차 인원 빅데이터를 활용해 2010년부터 2015년까지의 신촌 상권 방문객 수 감소율이 종로, 명동 등의 상권에 비해 특히 높은 것을 밝혀내고, 신촌 상권의 주요 쇠퇴 원인을 방문객 수(유동인구)의 감소에 따른 집객력 저하로 판단하였다. 또한, 정승영 외(2006)는 상권의 성쇠를 나타내는 지표를 상권의 임대료 수준 및 상권의 매출액으로 언급하였는데, 손용만 외(2017)의 연구에서 밝혀낸 방문객 수의 감소가 신촌 상권의 쇠퇴에

영향을 미친다는 내용과 유사하게 신촌역과 이대역 상권의 임대료 하락률이 크게 나타나는 것을 확인함으로써 신촌 상권의 쇠퇴 현상을 확인하였다.

김지원(2018)은 우리마을가게 상권서비스에서 제공하는 골목 상권영역을 대상으로 업종 다양성과 점포 밀도 변화가 매출액의 변화에 미치는 영향을 분석하였는데, 다항 회귀모형을 사용하여 종속변수는 골목상권의 2년간 매출 변화를, 설명변수로는 매출액, 업종 다양성, 점포 수, 상주인구, 유동인구 등의 값을 사용하였다. 분석 결과로는 골목 상권의 매출 변화에 앞선 변수가 모두 양(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 상주인구 및 유동인구가 많을수록 상권의 매출액 변화가 증가하는 것을 확인하였다. 결과적으로 상권의 특성 중 업종의 다양성과 점포 밀도의 변화(증가)는 소비자에 대해 집객 효과를 크게 가질 수 있어 유동인구의 증가를 야기하고, 결과적으로 상권의 활성화에 영향을 끼친다는 것을 알 수 있다.

이동현 외(2020)는 서울특별시 전역을 대상으로 상권의 성장, 쇠퇴 유형을 구분하였다. 활용 지표로는 매출액, 임대료, 직장인구, 유동인구, 가구소득, 사업체 수 등의 6가지 지표를 통해 상권활성화지수를 산정하였다. 이를 바탕으로 2014년에서 2017년까지의 상권의 변화를 현상 유지 상권, 활성화-성장상권, 비활성화-성장상권, 활성화-쇠퇴상권, 비활성화-쇠퇴상권의 5가지 유형으로 구분하여 유형별 외식산업의 생존율을 비교하였다. [표 2-3]

▌상권의 양적 및 질적 변화 특성

상권의 변화 특성에 관한 연구에서는 상권의 양적 변화를 점포 수의 변화로 인해 상권이 확장 또는 축소되는 현상으로, 질적 변화를 상권의 매출액 변화로 인해 임대료 또는 지가의 변화가 일어나는 현상으로 주로 바라보았다(이정란, 2017). 상권의 확장은 상권이 활성화되어 개업하는 점포가 많아지고, 폐업하는 점포가 적어 상권 내 점포 수가 증가함으로써 발생하게 된다(제승욱 외, 2018). 이정란(2017)은 상권의 양적 변화 지표와 질적 변화 지표로서 2011년

대비 2014년 점포 수 변화율과 지가 변화율을 활용하여 상권 변화 특성 변수를 설정하였다. 김현철 외(2019)는 상권의 점포 수 밀도를 양적 특성 지표로 사용하여 상권의 집적경제 특성과 상권 규모 특성을 파악하고, 앞선 이정란(2017)의 연구와 달리 상권의 질적 특성 지표로 상권의 업종 다양성을 활용하여 서울시 골목상권을 4가지로 유형화하였다. 이를 통해 상권의 동태적 변화를 모니터링하여 변화패턴을 파악하려는 시도를 보였다. [표 2-3]

[표 2-3] 상권 변화 특성 지표 관련 선행연구

구분	저자	연구내용
상권 활성화 정도	이정란 외 (2016)	서울시 주요 201개 상권에 대해 상권 특성을 분석함에 있어 유동인구 변화와 임대료 두 가지 data를 상권 및 주변지역의 특성을 파악하는 자료로서 활용
	이동현 외 (2020)	상권 활성화지수를 상권 유형별로 구분하여 외식산업 사업체의 생존율을 비교 분석함. 활용 지표로는 매출액, 유동인구, 직장인구, 임대료, 사업체 수, 가구소득 등의 6가지 지표 사용
	손용만 외 (2017)	지하철역 승하차인원 빅데이터를 유동인구의 개념으로 활용하여 신촌 상권의 주요 쇠퇴 원인을 방문객 수의 감소에 따른 집객력 저하로 판단
상권의 양적·질적 변화 특성	이정란 (2017)	상권의 양적 변화지표 및 질적 변화지표로서 점포 수 증가율과 지가 변화율을 활용하여 업종다양성과의 상관관계 분석
	김현철 외(2019)	점포 수 밀도와 업종 다양성을 양적 변화지표 및 질적 변화지표로 활용하여 상권의 동태적 변화현상을 모니터링

상기한 선행연구들을 종합해보면 상권의 변화 현상을 나타내는 지표로는 주로 유동인구 변화, 임대료 변화, 점포 수(밀도), 매출액 등이 활용되는 것을 알 수 있다. 또한, 상권의 변화 특성을 양적 변화 및 질적 변화 요인으로 구분하여 살펴본 선행연구는 많지 않았는데, 앞서 제시한 다양한 지표들로 인한 상권의 다차원적인 특성 및 동태적 변화를 파악하기 위해서는 각 지표를 개별적

으로 분석하는 것이 아닌 양적, 질적 변화 특성으로 구분해 두 가지 측면의 지표를 동시에 고려하여 살펴보는 것이 필요하다고 판단된다.

▌유동인구와 매출액에 영향을 끼치는 요인

노은빈 외(2017)는 집계구 데이터를 활용하여 공간자기상관분석을 통해 음식업종의 매출액에 미치는 영향을 분석하였는데, 공간회귀모형으로 SEM(Spatial Error Model)을 사용해 매출액에 대한 공간자기상관의 영향을 확인하였다. 연구 대상지로 서울시 6개 구인 종로구, 중구, 영등포구, 강남구, 서초구, 송파구로 설정하였으며, 연구 결과로는 음식업종의 매출액은 유동인구가 많으며 주변 지역의 종사자 수가 많고, 음식업종 관련 점포가 밀집해 있는 장소일수록 증가하는 것으로 분석되었다. 또한, 유동인구의 탄력성이 종사자 수, 집계구 면적 등의 다른 요인들보다 높게 나타나 유동인구가 매출액에 민감하다는 것을 밝혀냈다.

유경훈 외(2016)는 상업가로요인이 유동인구 및 매출액에 미치는 영향을 구조방정식 모델을 통해 분석하였다. 연구 대상지는 앞서 노은빈 외(2017)의 연구와 동일하게 서울시 6개 구로 설정하였으며, 상업가로요인의 변수로서 ‘군집규모’, ‘보행접근’, ‘도로접근’, ‘상권규모’, ‘건물규모’를 설정하였으며, 연구 결과로는 상업시설이 군집해있을수록 매출액에 음의 영향을 미쳤으며, 상권규모는 매출액 증가에 양의 영향을 끼쳤으나 유동인구에는 지역마다 영향을 끼치는 정도가 다를 수 있음을 밝혀냈다. 또한, 유동인구가 매출액에 직접적으로 영향을 끼치는 요인이 권역마다 다르게 나타났는데, 이는 유동인구가 많아도 매출에 영향을 미치지 않을 수 있으며, 유동인구 중 단순히 흘러가는 유동인구가 아닌 구매력이 높은 유동인구가 권역별로 다르게 존재한다는 것을 의미한다.

앞선 선행연구들을 종합해보면, 유동인구와 매출액에 미치는 영향 및 관계를 분석하는 데 여러 변수들이 권역별 또는 장소별로 영향을 끼치는 정도가

다르므로 이러한 공간적인 측면을 함께 고려하는 것이 필요하다는 점을 시사한다.

2. 상권의 업종 구성 관련

▌상권의 업종 변화

앞서 상권의 질적 특성 지표로서 업종 다양성은 상권 업종의 다양한 정도를 파악하기 위함으로 주로 사용되었는데, 상권의 업종별 점포 개수를 활용한다는 점에서 상권 내 업종 구성 변화 또한 상권의 변화 특성과 관련된 요소로 간주할 수 있을 것이다. 이는 상권의 업종이 변화함에 따라 장소성, 지역 정체성의 형성 및 변화에 영향을 끼치는 모습으로 나타나며, 경리단길 등의 상업가로의 활성화 과정에서 나타나는 현상인 '부티킹(boutiqing)'이 대표적인 장소적 특성이라 할 수 있다. '부티킹'이란 일반 소매 상점과는 다른 개성있는 점포들을 돌아다니며 소비·구매하는 행위를 의미한다(허자연, 2015).

이러한 특성은 특히 상업가로의 단위에서 주로 나타난다. 주거지역이 상업화되면서 점포들이 다수 생겨나고, 쉽게 접할 수 없는 이국적인 음식점, 개성있는 상점 등이 입점하여 이와 비슷한 성격을 갖는 상업시설들이 증가한다. 이는 상업가로의 장소성을 형성하는 요인이 되며, 이러한 문화를 즐기려는 소비자들이 증가하여 상권의 활성화가 진행된다. 정지희(2015)는 이태원 지역을 에스닉레스토랑의 분포 현황 및 에스닉레스토랑의 운영자들의 인터뷰를 통해 multi-ethnicity 소비 공간으로서의 특성이 형성된다고 파악하였으며, 이러한 차별화된 장소성은 이태원 일대에 새로운 계층의 인구를 유입하고, 공간의 확산 및 고급화를 유발해 지역을 활성화 시키고 있는 것으로 보았다. 이와 같은 연구들은 상권의 질적 특성 요인으로서 상권의 특색을 나타낼 수 있는 특정 업종(음식점 등)이 다수 존재하여 하나의 장소성을 형성한다고 볼 수 있다. 이와 관련하여 김동준 외(2019)는 상권의 특성으로서 상권의 LQ(Location

Quotient)지수를 활용하여 상권 내 특정 업종의 상대적 특화 정도를 파악하려 하였다.

윤윤채 외(2016)는 서울시 젠트리피케이션이 발생한 상업지역을 대상으로 상업 업종 변화를 통해 젠트리피케이션의 속도를 연구하였는데, 서울의 상업 젠트리피케이션을 근린상점의 감소, 카페 및 음식점의 증가에 의한 지역의 용도 변화 현상으로 정의하였다. 대상 지역 중 경리단길의 경우 양식 음식점 및 카페가 증가하고 근린상점이 감소하는 시점인 2010년을, 해방촌의 경우 2013년을 젠트리피케션의 시작 시점으로 설정하고 이후 2년간의 업종 변화를 검토하여 경리단길과 해방촌의 상업 업종 변화 속도가 빠르게 나타난다는 것을 밝혔다. 그러나 연구 기간이 발생 초기 2년으로, 장기적인 관점에서 최근 시기까지의 변화를 살펴보지 못했다는 점에서 한계점이 있다.

▌동종·이종 업종 구성에 따른 변화

상권의 업종이 변화함에 따라 점차 동종(同種), 이종(異種)으로 상권의 업종이 달라지는 현상이 나타나고, 이러한 상권의 업종 구성이 상권의 활성화, 쇠퇴 등과 관련된 변화 현상을 살펴볼 필요가 있다(이정란 외, 2018).

이정란 외(2018)는 업종 다양성 지수에 따라 점포의 개점률, 폐점률 등의 상권 변화 특성에 대한 실증분석을 통해 동종 상권은 상대적으로 기존 점포의 폐점률이 낮으며 신규 점포의 개점률이 낮은 특징을, 이종 상권은 신규 점포의 개점률이 높고 기존 점포의 폐점률도 높아 점포의 교체율이 높은 동태적 특징을 갖고 있음을 도출했다. 또한, 신규 점포의 등장이 기존 점포의 폐점으로 이어지는 현상을 통해 상대적으로 소비 부문에서 경쟁이 심한 특징을 나타냄을 밝혀냈다. 다만 유동인구의 경우 점포의 개점률 및 폐점률에 통계적으로 유의하지 않았다.

신우진 외(2010)는 을지로3가역과 역삼역 주변 지역을 대상으로 동종 및 이종 소매업종의 공간적 관련성을 규명하는 시도를 보였다. 연구 결과 반경 30m

내에서 한식 음식점, 찻집, 레스토랑 등은 동종끼리 군집하면서도 이종과도 군집하는 양상을 나타냈으며, 중식 음식점, 편의점은 동종끼리 랜덤하게 분포하지만 이종과는 군집을 이루는 모습을 보임을 밝혀냈다. 그러나 해당 연구는 업종 간의 공간적 분포에 대해 초점을 맞추어 유동인구나 점포의 개·폐업률 등의 변화와의 관계를 함께 다루지 못했다는 한계점을 갖는다.

[표 2-4] 상권 업종 구성 관련 선행연구

구분	저자	연구내용
상권 업종 변화	정지희 (2015)	이태원 지역에 에스닉레스토랑이 형성됨에 따라 차별화된 장소성이 생겨나고, 상권의 고급화 및 유동인구의 증가 등 상권의 활성화에 영향을 끼치고 있는 것으로 파악
	윤윤채 외 (2016)	근린상점, 카페, 음식점 업종의 2년간 변화 양상을 통해 서울시 젠트리피케이션의 속도를 연구, 경리단길과 해방촌의 경우 상업 업종의 변화 속도가 빠르게 나타나는 것으로 파악함
동종 이종 업종 구성	이정란 외 (2018)	동종 상권은 기존 점포의 폐점률과 신규 점포의 개점률이 모두 낮으며, 이종 상권은 기존 점포의 폐점률과 신규 점포의 개점률이 모두 높은 특징을 지님
	신우진 외 (2010)	동종, 이종업종의 입지 패턴 분석을 통해 세부 업종별 군집 양상을 300m, 30m의 반경 이내에서 세부적으로 파악

이태원 상권의 상업 업종은 젠트리피케이션 현상으로 인해 주로 카페, 음식점으로 비교적 빠르게 변화하고 있는 양상을 선행연구를 통해 파악할 수 있었다. 이는 상권 내 동종업종의 분포가 증가하고 있음으로 해석되며, 선행연구에서는 그에 따른 상권 변화 현상을 점포의 개·폐업률과 군집 양상을 통해 파악하였다. 본 연구는 이태원이라는 특정 지역 내 다수의 상권영역에서의 변화 특성을 파악하는 데 목적이 있으므로, 인접한 상권영역의 업종 변화도 함께 고려하여 유동인구 및 매출액의 변화 양상을 파악해야 할 것이다.

3. 선행연구와의 차별성

앞선 선행 연구 고찰을 통해 이태원 상권의 변화는 주로 임대료 및 지가 등의 상승으로 인한 상권 쇠퇴과정이라는 서울 지역 내 다른 상업공간의 젠트리피케이션 과정과 유사한 부분이 있으며, 근린생활시설에서 음식점 및 카페 등의 업종변화가 급격하게 일어나는 등 초기에는 상권이 활성화됨에 따라 유동인구가 증가하는 현상이 나타났음을 확인하였다. 이는 이태원 지역에서의 상권 변화 특성 요인들은 주로 임대료, 유동인구 및 점포 수 변화 등의 동태적인 변화로 나타난다는 것을 알 수 있었다.

또한, 업종 분포에 따른 변화 특성을 다룬 선행연구에서는 동종 업종이 밀집해있을수록 상권의 변화가 정적으로, 이종 업종이 밀집해있을수록 동적으로 변화하며 신규 점포가 기존 점포의 폐점에 영향을 끼치는 등 상권 내 경쟁이 나타나고 있음을 파악하였다.

그러나 이러한 선행 연구들은 대부분 2017년 이전까지의 변화 현상을 다루고 있어 2017년 이후 최근년도까지의 변화를 파악할 수 없었으며, 경리단길 등 일부 상권만을 대상으로 연구를 진행하여 이태원 내 다른 상권들인 한남동, 해방촌, 이태원역세권 등에서 나타난 변화 양상과 어떠한 차이점이 있는지에 대해 파악하기는 어려웠다. 또한, 상권 내 업종 변화 양상을 유동인구, 매출액 등의 양적인 지표와 함께 다루는 연구가 부족하여 상권의 업종 변화에 따른 양적 변화 특성을 파악하는데 한계점이 있었다.

이에 본 연구에서는 이태원 상권을 상권영역 단위로 구분하여 보다 세부적으로 상권 내 업종 변화에 따른 질적 변화 특성을 파악하고, 그에 따라 나타나는 상권의 양적 변화 지표인 유동인구 및 매출액의 변화 패턴을 도출하여 이태원 상권의 변화 특성에 대해 고찰한다. 또한, 2014년부터 2019년까지의 분기별 데이터를 활용함으로써 이태원 관련 선행연구에서 주로 언급된 시기인 14~16년과 이후 시기인 17~19년의 변화 양상 비교를 시도한다는 점에서 기존연구와 차별성을 갖는다.

제3장 대상지 선정 및 분석의 틀

1절 대상지 개요

1. 이태원 지역 상권의 변천

▌ 이태원 상권의 형성

이태원은 1996년 도시계획에 따른 이태원로가 개설되며 해밀턴 호텔을 중심으로 한 현 위치로 이태원의 중심이 이동하였다. 이태원동 및 한남동에 외국공관이 조성되고 외국인 거주지가 형성되면서 본격적으로 도시화가 시작되었다. 이태원의 상가들은 주로 생활용품과 잡화류 등을 취급하였는데, 1970년대 들어 섬유산업의 호황과 함께 값싸고 특색있는 보세용품을 살 수 있는 쇼핑가로 발달하기 시작하였는데, 특히 양복점을 중심으로 규모가 크게 성장하였다.

1980년대에는 86아시안 게임, 88올림픽 등이 서울에서 개최하며 이태원은 세계 각국에서 온 관광객들의 쇼핑, 유흥을 즐기는 관광명소로 알려지기 시작하였다(서울시정개별연구원, 2001). 특히 이태원에서는 유명 브랜드 제품의 모조품이 유명세를 치렀는데, 정부의 모조품 단속으로 인해 위축된 모습을 보였지만 그 명맥은 여전히 이어지고 있다(박종구, 2005).

1990년대 후반 일본, 홍콩, 중동지역 등의 관광객이 증가하며 이태원은 세계인의 거리로 거듭났고(서울시정개발연구원, 2001), 미군들이 파는 중고가구를 시작으로 가구거리가 형성되었다. 또한, 게이 바의 유입으로 인해 이태원 유흥문화의 한 축을 담당하게 되었다. 그러나 1980년대 호황을 누렸던 이태원의 상가들은 중저가 의류 브랜드의 등장, 동대문·남대문 시장의 활성화로 점차 활력을 잃어갔다(박종구, 2005). 이에 이태원 상권을 되살리려는 노력으로 1994년 이태원 상인연합회의 요구에 따라 1997년 이태원 관광특구로 지정되었다.

2000년대 이후로는 내국인이 빠져나간 빈자리를 다양한 국적의 외국인이 채우기 시작하였으며, 국내에서 쉽게 찾아볼 수 없는 외국 식재료점, 레스토랑

등이 등장하여 이러한 다국적 문화를 즐기려는 내국인의 수가 증가하고, 외국인 중심의 거리가 아닌 내국인과 외국인이 한데 어울리는 장소로서의 변화가 일어났다(신윤동욱 외, 2007).

2000년도 후반부터는 쇼핑, 관광 등의 과거 이태원의 주된 특성이 점점 사라지는 모습을 보이며 젊은 예술가, 청년 사업가 등에 의해 형성된 소호 및 음식점 등이 증가해 기존과는 다른 독특한 문화를 형성하였다(한연오 외, 2014).

▌골목 상권으로의 확장

2010년 이후부터 이태원 상권은 기존 주요 상권인 이태원로뿐만 아니라 회나무로 등의 골목상권으로 빠르게 확대되었다. 경리단길(회나무로)은 2000년대 후반 지하철 6호선의 개통으로 인해 녹사평역에서의 접근이 용이해 짐에 따라 인근 거주 외국인을 배후수요로 하는 동네 상권이 점차 외부인을 대상으로 하는 상점가로 변모하였다(허자연, 2015). 또한, 다양한 화랑 시설이 많이 들어서고, 현재 중심도로에 인접하여 카페, 수제맥주, 양식 레스토랑 등이 위치하며 유동인구가 증가함에 따라 점차 활성화되었다. 경리단길의 뒤쪽 이면도로인 회나무로13길에도 상업 공간으로의 변모가 시작되었는데, '보석길'로 알려진 이 거리에는 요리사이자 사진가인 장진우 사장이 2011년 '장진우 식당'의 오픈을 시작으로 10개의 음식점을 오픈하였다. 이러한 현상은 녹사평대로46길, 54길, 52길 등으로 점차 확장되는 모습을 보인다(김민정, 2015).

이태원 상권과 인접한 우사단로10길의 경우, 2003년 한남 뉴타운 지구로 지정된 이후 저렴한 임대료와 자유로운 분위기에 이끌려 다수의 청년 및 예술가들이 유입되기 시작하였다. 가죽 공방, 메탈 공방, 빈티지샵 등의 개성 있는 상점들과 특색있는 음식점들이 생겨나고, 주민들과 예술가들은 '우사단단'이라는 공동체를 형성하여 플리마켓인 계단장 및 동네 신문인 월간우사단을 발간하는 등 골목 상권으로 발전하였다. 또한, 과거 우리나라 60-70년대 전통

적인 모습과 터키, 파키스탄 등 이슬람 문화를 바탕으로 한 다국적 문화가 혼재되어 나타난다(한연오 외, 2014).

▌한남동의 상권화

이태원동에 인접한 한남동은 광고회사인 제일기획이 1998년 한남동으로 이전하고, 2004년 삼성미술관 리움이 개장한 데 이어, 2010년 꼼데가르송과 르베이지의 플래그십스토어가 들어서는 등 이태원로를 중심으로 상류층 문화지구로 변화되기 시작했다(신현준, 2016). 또한, 2011년 복합문화공간인 블루스퀘어가 준공되고, 현대카드 라이브러리 등이 들어서며 이른바 '꼼데가르송'이라 불리는 가로가 형성되었다. 한남동의 이태원로 뒤편 이면가로인 이태원로54길에도 상권이 확장되는 모습을 보였는데, 디자이너들의 특색있는 편집샵이 들어오면서 알려지기 시작하였다. 또한, 음식점 및 카페도 증가하며 악세사리 및 그릇 등을 함께 판매하는 컨셉을 설정해 개성있는 상권으로 발전하였다. 최근에는 과거 미군들이 거주하던 외인아파트 부지에 '나인원한남'이 준공되고, 복합상업공간인 '고메494'가 입점하여 블루보틀, 앤더슨씨 등의 카페와 각종 음식점들이 위치하고 있어 새로운 핫플레이스로 떠오르고 있다. 또한, 용산구에서는 2020년 4월부터 9월까지 나인원한남 아파트 인접 골목에 공예관과 연계한 특화상권 및 카페거리 조성사업을 진행한다는 계획을 밝혔다.

한남대로 우측 편에는 2011년 고급 아파트 단지인 '한남더힐'이 준공된 이후 한남대로 20길을 중심으로 아파트 거주자들을 상대로 하는 고급 레스토랑 및 카페 등이 자리를 잡으며 골목상권이 형성되었다. 2015년에는 '디뮤지엄'이 개관하며 한남동에서 옥수동으로 이어지는 독서당로와 연계해 고급 상권으로서 자리를 잡은 모습을 보이고 있다

▌ 해방촌 상권의 형성

용산동 2가에 속해 있는 해방촌은 1970~80년대 신흥시장을 중심으로 니트 산업이 부흥했지만, 관련 산업이 쇠퇴하며 노후한 주택가의 모습을 유지하였다. 그러나 2015년 근린재생 도시재생 활성화 지역으로 지정이 되면서 신흥시장 활성화, 공방 및 니트 산업의 특성화 지원, 해방촌 테마가로 조성 등의 사업이 진행되고, 각종 수제버거, 수제맥주, 카페 등이 입점함에 따라 점차 골목상권으로 변모하기 시작하였다. 또한, 외국인이 많이 거주하는 지역으로 인해 이국적 문화와 다양한 경관을 형성하고 있다(이나영 외, 2018). 최근에는 경리단길의 젠트리피케이션 현상으로 인해 임대료가 급증하자 상대적으로 임대료가 저렴한 해방촌이 대체 상권으로 주목받아 이색적이고 트렌디한 상점과 음식을 찾는 방문객들이 증가하고 있다. 또한, 인접한 후암동과 함께 구릉지의 특성을 살린 루프탑 카페, Pub, 양식점, Bar 등이 증가하는 양상을 보이고 있다.

2. 분석 대상지 설정

▌ 분석 대상지 및 분석 단위 설정

앞서 이태원 상권의 변천을 살펴본 결과, 이태원 지역의 상권은 먼저 현재 이태원역에 인접한 지역을 중심으로 상권이 형성되고, 이태원로를 따라 한남동을 포함한 일대가 관광특구로 지정되어 다국적 문화와 쇼핑, 유흥 등을 즐길 수 있는 상권으로 발전하였다. 2000년대 후반 이후로는 주변 거주지로 점차 확장되는 모습을 보였는데, 이는 주로 경리단길, 우사단길 등의 골목상권으로 발전을 하였다. 특히 경리단길이 활성화됨에 따라 다양한 소비를 즐길 수 있는 공간으로 변모하였으며, 인접한 해방촌에서 일부 후암동 지역까지 상권이 확장되어 현재에 이르고 있다.

한남동의 경우 초기에는 미술관, 의류의류샵 등이 입점함에 따라 타 상권과 달리 고급 상업공간으로 발돋움하였으며, 이태원로 뒤쪽 이면도로와 독서당로

주변 골목상권이 형성되고, 최근 고메494, 사운즈한남 등의 복합상업시설이 생겨나는 등 지속해서 상권이 형성되는 모습을 보였다.

이처럼 이태원 지역의 상권은 크게 이태원역 주변 상권, 이태원로 인접 상권(한남동 방면), 경리단길(회나무로) 상권, 해방촌 및 후암동 상권 등으로 구분할 수 있다. 각각의 상권은 형성 및 활성화 시기가 다르며, 그에 따라 입지 환경, 입점 업종 등의 상권 특징이 다르게 나타난다.

본 연구에서는 이러한 상권들을 보다 세부적인 단위에서의 변화 현상에 대해 고찰하는 것에 주목적이 있으므로, 분석 단위 설정에 있어 크게 다음과 같은 점을 고려하였다.

첫째, 이태원 상권은 경리단길, 한강진길 등 주로 가로 단위로 구성되어 있으므로 이러한 가로 또는 골목상권이 포함되는 영역을 설정하고자 하였다. 또한, 이태원 지역은 이태원역 주변의 일반상업지역을 제외한 나머지 부분이 모두 주거지역(1종일반주거지역, 1종전용주거지역, 2종일반주거지역)으로 구성되어 있어, 주거지역 내 상업시설이 분포되어 있는 영역도 함께 고려해야 할 필요가 있다.

둘째, 데이터 구축의 용이성이다. 본 연구는 상권 내 세부 영역별로 업종 구성 변화에 따른 유동인구와 매출액 데이터를 통해 상권의 양적·질적 변화를 고찰해 보는 것에 목적이 있으므로 앞서 선행연구에서 살펴본 바와 같이 분석에 활용할 수 있는 데이터들은 업종별 점포 수, 유동인구, 매출액 등 주로 정량적인 형태를 가진다. 또한, 상권의 동태적 변화를 살펴보기 위해 시계열적으로 구축이 가능할 수 있는지에 대한 점을 고려하였다.

따라서 본 연구에서는 대상지의 분석 단위를 서울특별시 우리마을가게 상권분석서비스에서 제공하는 서울상권영역[8]으로 설정하였다. 해당 영역은 크게

8) 서울상권영역의 자세한 구축과정은 서울특별시 우리마을가게 상권분석서비스 홈페이지에서 (http://golmok.seoul.go.kr) 참고하길 바란다.

골목상권, 발달상권, 전통시장, 관광특구의 4가지 영역으로 나뉘며, 각 영역의 개념은 다음과 같다.

골목상권이란 대로변이 아닌 거주지 안의 좁은 도로를 따라 형성되는 상업 공간으로서, 음식점업·소매업·서비스업을 영위하고 30개 이상의 점포 수를 포함한 골목상권 지역을 의미한다. 발달상권이란 유통산업발전법 제5조의 법 조항에 따라 2천 제곱미터 이내 50개 이상의 상점이 분포하는 경우 '상점가' 라고 하고, 배후지를 고려하지 않은 도보 이동이 가능한 범위내의 상가 업소 밀집 지역을 말한다. 즉, 도매·소매·음식·생활서비스 등 8개 업종대분류 점포가 밀집한 지구로 정의된다. 다음으로 전통시장은 오랜 기간에 걸쳐 일정한 지역에서 자연발생적으로 형성된 상설시정이나 정기시장을, 관광특구는 관광 활동이 주로 이루어지는 지역적 공간 내 입지한 상권을 뜻한다(서울특별시, 2015).

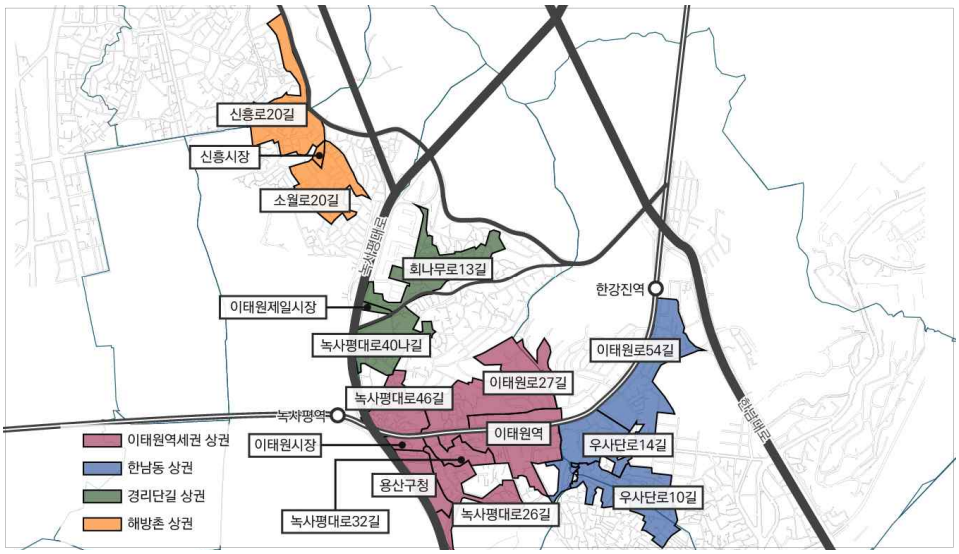
또한, 우리마을가게 상권분석서비스에서는 상권 유형별로 점포 수, 신생기업 생존율, 연차별 생존율, 평균영업기간, 개폐업수(률), 인구수, 소득/가구수, 임대시세 등의 상권 DB자료를 2014년부터 분기별로 제공한다. 이외에도 서울 열린데이터 광장에서는 우리마을가게 상권서비스와 연계하여 상권별 추정매출액, 유동인구 등의 자료도 함께 제공하고 있다.

이처럼 우리마을가게 상권서비스에서 제공하는 상권영역은 골목상권, 발달상권 등의 유형별로 분류되어 상업지역뿐만이 아닌 주거지역 내 가로 또는 골목상권, 근린상권 등을 모두 포함한 상업시설의 정보를 제공하고 있다. 또한, 해당 데이터는 서울 열린데이터 광장에서 2014년부터 2020년 2분기까지 분기별 및 상권영역별로 제공되어 해당 자료의 시계열적 분석에 활용하는데 이점이 있다고 판단하였다. 이에 연구의 분석 대상지로는 크게 이태원 역세권 상권, 한남동 상권, 경리단길 상권, 해방촌 상권의 4개로 구분하고, 세부 분석 단위로서 16개의 상권영역을 설정하였다. [표 3-1] 및 [그림 3-1]

[표 3-1] 분석 대상지 설정

구분	상권 영역	비고
이태원 역세권	녹사평대로26길	골목상권
	녹사평대로32길	골목상권
	녹사평대로40나길	골목상권
	이태원로27길	골목상권
	이태원역	발달상권
	용산구청	발달상권
	이태원시장	전통시장
한남동	우사단로14길	골목상권
	우사단로10길	골목상권
	이태원로54길	골목상권
경리단길	녹사평대로46길	골목상권
	회나무로13길	골목상권
	이태원제일시장	전통시장
해방촌	소월로20길	골목상권
	신흥로20길	골목상권
	신흥시장	전통시장

[그림 3-1] 분석 대상지 위치



2절 분석의 틀 설정

1. 분석 자료 구축

▌상권의 업종 구성 변화 지표

본 연구에서는 상권의 업종 변화를 파악하기 위해 서울 열린데이터 광장에서 제공하는 생활밀착형 업종별 구축 데이터를 활용하였다. 이는 사업체 수가 많고, 종사자 수가 5인 미만인 소규모 사업체 비중이 높으며 창업 등 진·출입이 용이한 업종으로 정의된다(우리마을가게 상권분석 서비스). 세부적으로는 크게 외식업, 서비스업, 소매업의 3가지로 나뉘며, 각각의 업종에 대해 외식업 10개, 서비스업 47개, 소매업 43개의 총 100개의 생활밀접업종으로 구분된다. 또한, 상권 영역단위에 따라 분기별로 제공되어 상권의 업종 변화를 파악하기에 용이한 이점을 갖는다.

본 연구에서는 상권영역 단위에서 업종의 구성 비율 및 구성 비율의 변화에 초점을 맞추어 상권의 질적 특성을 도출하는 데 그 목적이 있으므로, 세부 업종을 보다 직관적으로 파악할 수 있도록 외식업에서는 일반음식점, 양식음식점, 카페 및 제과, 호프·간이주점으로, 소매업에서는 생활용품 및 식품, 패션 및 의류, 문구 및 잡화, 기타 판매로, 서비스업은 각각의 세분류 업종을 하나로 묶어 총 9개로 구분하여 재분류하였다. [표 3-2] 이후 2014년 1분기와 2019년 1분기의 업종 구성 비율을 기준으로 상권영역 단위별로 업종 구성 비율을 도출하고, 그에 따른 업종 구성의 변화를 분석하여 어떠한 업종이 가장 큰 비율을 차지하며, 가장 크게 변화한 업종은 무엇인지를 파악해 상권의 질적 특성 변화를 파악하고자 하였다. 상권 업종 구성 변화의 기준을 2014년 1분기와 2019년 1분기로 설정한 것은 연구의 시간적 범위에 따라 14~16년 및 최근 3년[9](17~19)간의 변화를 비교·분석하기 위함이다.

9) 2019년 1분기 이후의 데이터는 타 시기와 비교했을 때 업종 데이터뿐만 아니라 유동인구, 매출액 등 모든 지표에서 상당한 차이를 보여 2019년 1분기까지의 데이터를 사용하였다.

[표 3-2] 상권 업종 재분류

구분	생활밀착형 업종	재분류
외식업	일식음식점	일반음식점
	중식음식점	
	한식음식점	
	치킨전문점	
	패스트푸드점	
	분식전문점	
	양식음식점	양식음식점
	제과점	카페 및 제과
	커피·음료	
	호프·간이주점	호프·간이주점
도소매업	슈퍼마켓	생활용품 및 식품
	편의점	
	식료품	
	의류점	패션 및 의류
	패션용품	
	서적·문구	문구 및 잡화
	섬유제품	
	가구·가전	기타 판매
	건강보조식품	
	의약·의료용품	
	주방·가전용품	
	핸드폰	
	화장품	
	화초·애완	
	컴퓨터·주변기기	
	통신판매업	
서비스업	PC방	서비스업
	가전제품수리	
	네일숍	
	노래방	
	당구장	
	두발미용업	
	부동산중개업	
	세탁소(가정)	
	숙박업	
	스포츠클럽	
	예체능학원	
	오락·운동	
	외국어학원	
	일반교습학원	
	일반의원	
	자동차수리·세차	
	치과의원	
	피부관리실	
	한의원	

▌ 상권의 변화 특성 지표

상권의 변화 현상과 관련된 지표로는 주로 유동인구, 임대료, 점포 수, 매출액 등이 활용되는 것을 선행연구를 통해 파악하였다. 특히 유동인구와 매출액은 상권의 활성도와 성장성을 살펴볼 수 있는 지표로서 2015년 우리마을 가게 상권분석 서비스에서 제공[10]한 바 있으며, 상권의 매출액 증가는 상권의 성장과 상권에서의 소비를 위한 유동인구가 증가하였다는 것을 의미할 수 있으므로(김지원, 2018) 상권의 변화 특성을 파악하기에 적합한 지표로 판단하여 설정하였다. [표 3-3]

유동인구는 서울신용보증재단과 서울 열린데이터 광장에서 서비스하는 상권별 추정 유동인구 데이터를 활용하였는데, 서울시에서 제공하는 생활인구의 값을 성별, 연령별, 시간대별 등으로 구분되어 제공된다. 본 연구에서는 유동인구가 제일 많은 시간대인 17시~21시에 해당하는 생활인구의 값을 분석에 활용하였다. 매출액 데이터 또한 서울 열린데이터 광장에서 제공하는 상권영역별 추정매출액의 값을 활용하였다. 다만 상권영역마다 상권의 규모가 다르기 때문에 유동인구를 상권영역 면적으로 나눈 유동인구밀도의 값을, 추정매출액의 경우 해당 영역의 점포의 수로 나누어 점포당 매출액의 값을 사용하였다.

[표 3-3] 상권의 양적·질적 변화 특성 지표

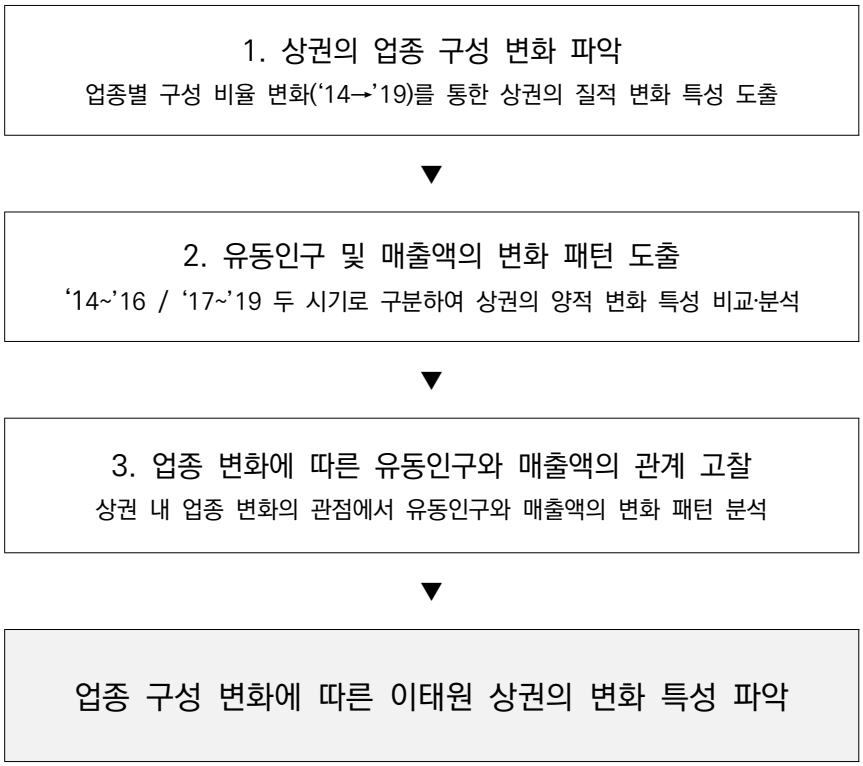
구분	활용지표	자료 출처
상권 변화 특성 지표	유동 인구 밀도 (유동인구(인) / 상권영역면적(㎡))	서울 열린데이터 광장 (서울신용보증재단)
	점포당 매출액(백만원) (총 매출액 / 점포 수)	

10) 2020년 현재 상권의 활성도 및 성장도 제공 서비스는 종료되었으며, 생존 사업체의 평균영업기간과 폐업 사업체의 평균영업기간을 활용한 상권 변화 지표 서비스를 대신 제공하고 있다.

2. 분석의 흐름

본 연구의 분석 과정은 다음과 같다. 첫째, 앞서 설정한 상권의 업종 구성 지표를 통해 업종별 비율을 산출하여 연도별 비교(2014, 2019)를 통해 상권 내 중심 업종의 변화를 파악한다. 둘째, 업종 구성 변화가 뚜렷하게 나타난 상권 영역을 대상으로 유동인구 및 매출액의 양적 변화 패턴을 2014~16년과 2017~19년으로 구분하여 도출하고, 그 변화 양상을 비교·분석한다. 마지막으로 유동인구 및 매출액의 변화 패턴을 상권의 업종 변화의 관점에서 분석하여 유동인구와 매출액의 관계를 고찰하고, 이태원 상권의 변화 특성에 대한 시사점을 이끌어낸다. [그림 3-2]

[그림 3-2] 연구의 흐름



제4장 이태원 상권의 변화 특성

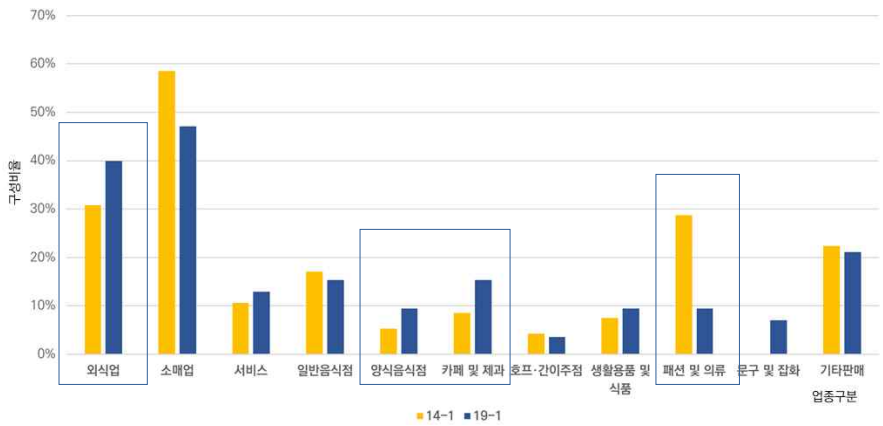
1절 상권 내 업종 구성 변화 특성

1. 상권별 업종 구성 변화 분석

▌이태원 역세권

1) 녹사평대로26길(점포 수 94→85)

2014년 1분기 기준 외식업이 30.9%, 소매업이 58.5%, 서비스업이 10.6%로 소매업이 가장 많은 비중을 차지하였으며, 2019년 1분기 기준 외식업 40%로 약 10%가 증가한 반면 소매업은 47.1%로 약 11%가 감소하였다. 세부 업종별로 보면 패션 및 의류 업종이 28.7%에서 9.4%로 감소하여 기존 의류 특화 상권의 성격이 퇴색되었으며, 해당 상권에는 엔틱가구거리가 형성되어 있어 기타 판매 중 가구 관련 업종이 2014년과 2019년 각각 12.8%, 16.5%의 비율을 나타내며 가구거리의 명맥을 유지하고 있으나, 양식음식점과 카페 및 제과 업종의 증가로(5.3%→9.4%, 8.5%→15.3%) 인해 상권의 중심 업종이 외식업으로 변화하고 있음을 알 수 있다. [그림 4-1]



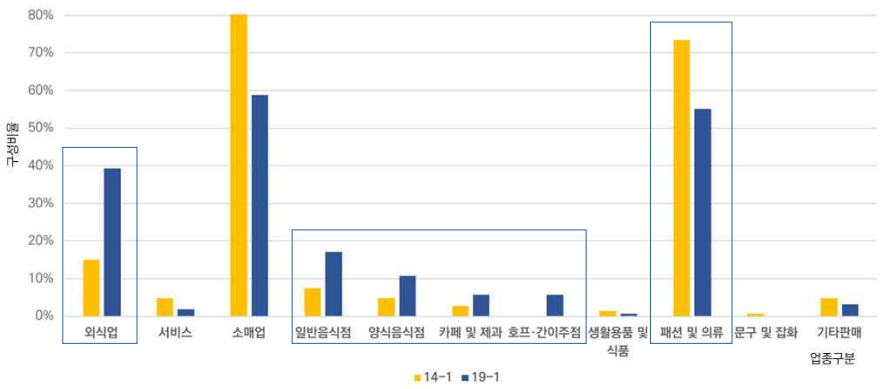
[그림 4-1] 녹사평대로26길 업종 구성 변화(14년 1분기→19년1분기)

[표 4-1] 녹사평대로26길 업종 변화 예시

구분	2014년	2019년
일반 의류점 ↓ 양식 음식점		

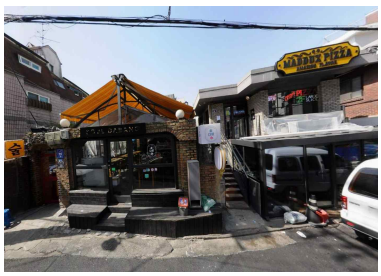
2) 녹사평대로32길(점포 수 147→158)

2014년 1분기 기준 외식업이 15%, 소매업이 80.3%, 서비스업이 4.8%로 소매업이 가장 많은 비중을 차지하였으나, 2019년 1분기 기준 외식업 39.2%로 약 25%가 증가(점포 수 22→62)하고 소매업은 58.9%로 약 21%가 감소(118→93)하였다. 세부 업종별로 보면 패션 및 의류 업종이 73.5%에서 55.1%로 감소하고 일반음식점, 양식음식점, 카페, 주점 등이 모두 증가하여 녹사평대로26길과 마찬가지로 상권의 주된 성격이 의류 특화 상권에서 외식업으로 변하고 있음을 알 수 있다. [그림 4-2]



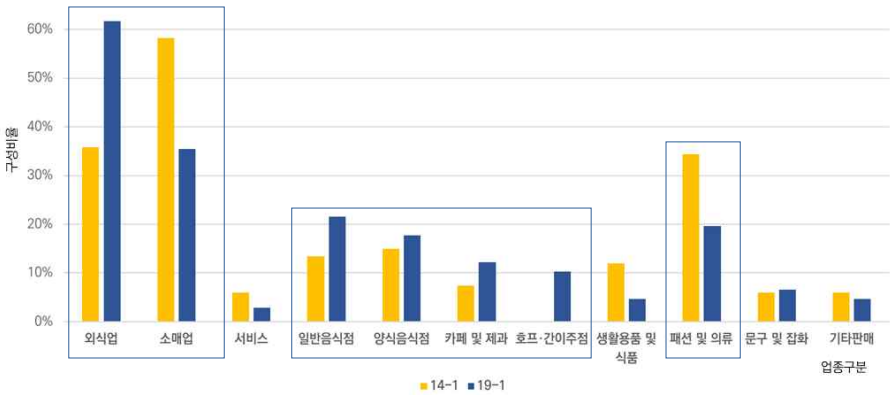
[그림 4-2] 녹사평대로32길 업종 구성 변화(14년 1분기→19년1분기)

[표 4-2] 녹사평대로32길 업종 변화 예시

구분	2014년	2019년
단독주택 (주거) ↓ 양식음식점 및 주점		

3) 녹사평대로40나길(점포 수 67→107)

2014년 1분기 기준 점포 수 67개에서 2019년 1분기 107개로 40개가 증가하였으며, 특히 외식업이 24개(35.8%)에서 66개(61.7%)로 급증하였다. 또한, 의류 및 패션 업종은 2014년 23개로 소매업(58.2%)에서 가장 많은 비중을 차지하고 있었으나, 외식업종의 급증으로 인해 2019년 19.6%로 감소하였다. 해당 상권은 주거지역으로의 상권 침투 현상으로 인해 외식업 중 특히 호프(0→11), 양식점(10→19) 등의 증가로 인접 상권영역인 녹사평대로46길, 이태원로27길의 영향을 받아 외식업 특화 상권으로 변화한 양상을 나타낸다. [그림 4-3]



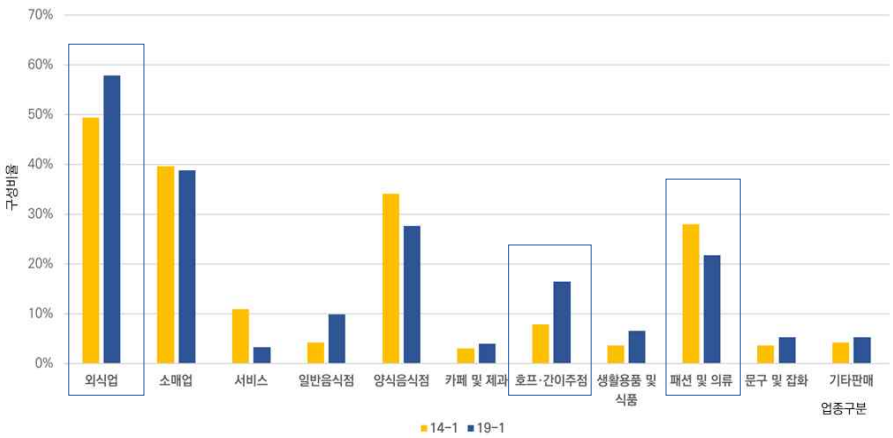
[그림 4-3] 녹사평대로40나길 업종 구성 변화(14년 1분기→19년1분기)

[표 4-3] 녹사평대로40나길 업종 변화 예시

구분	2014년	2019년
단독주택 (주거) ↓ 양식음식점 및 주점		

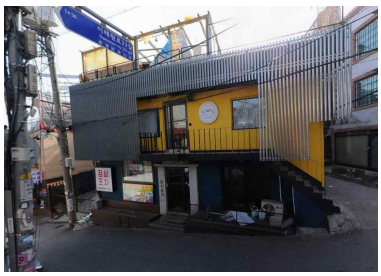
4) 이태원로27길(점포 수 164→152)

해당 상권은 2012년 세계음식특화거리가 조성된 이후 2014년 1분기 기준 외식업 49.4%로 상권 내 가장 많은 비중을 차지하였으며, 2019년 57.9%로 더욱 증가하였다. 세부 업종에서는 특히 호프 및 주점(7.9%→16.4%)이 급증하였지만, 양식음식점과 패션 및 의류업종은 감소 현상을 나타냈다. 그러나 여전히 외식업에 특화된 성격을 갖추고 있으며, 이태원 역세권 인접 상권 중 가장 대표적인 외식업 중심의 상권영역으로 볼 수 있다. [그림 4-4]



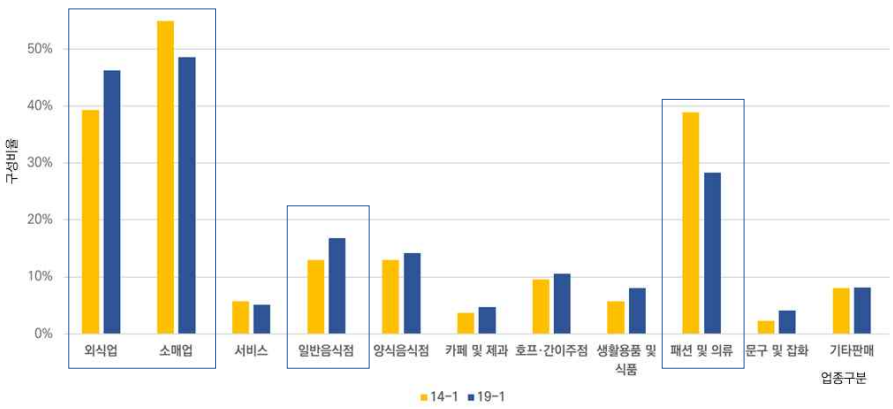
[그림 4-4] 이태원로27길 업종 구성 변화(14년 1분기→19년1분기)

[표 4-4] 이태원로27길 업종 변화 예시

구분	2014년	2019년
의류 서비스 ↓ 호프·주점		

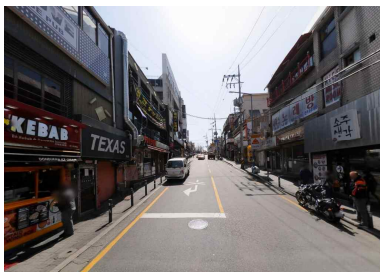
5) 이태원역(점포 수 699→661)

해당 상권은 발달상권으로 상대적으로 다양하고 많은 수의 업종과 점포가 분포되어 있음을 나타냈다. 특히 2014년 1분기 소매업이 54.9%로 상권 내 가장 많은 비중을 차지하였으나, 2019년 1분기에는 48.6%로 8%가 감소하였으며 외식업은 46.3%로 약 7%가 증가하였다. 세부 업종에서는 패션 및 의류 업종이 39%에서 28%로 가장 큰 감소 폭을 나타냈으며, 일반음식점의 비중이 다소 증가하였다. 그러나 2019년 1분기 기준으로 외식업과 소매업의 비율이 약 1:1로 특정 업종에 특화된 모습은 나타나지 않았다. [그림 4-5]



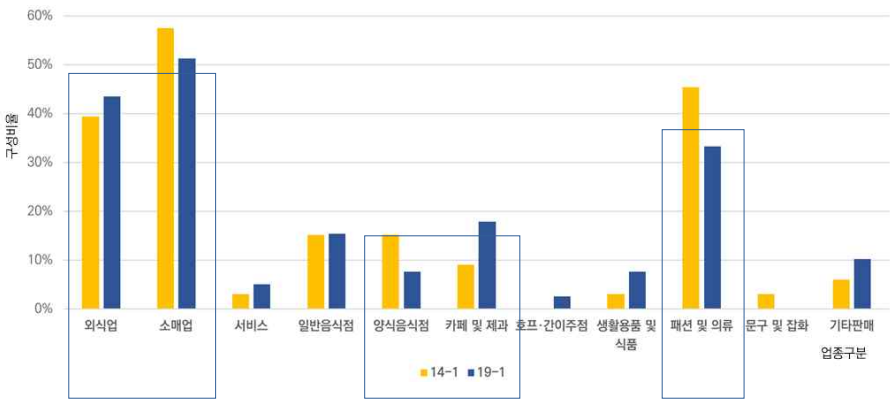
[그림 4-5] 이태원역 업종 구성 변화(14년 1분기→19년1분기)

[표 4-5] 이태원역 상권 업종 분포 현황

구분	이태원로_소매업	보광로_외식업
외식업 및 소매업 밀집지역		

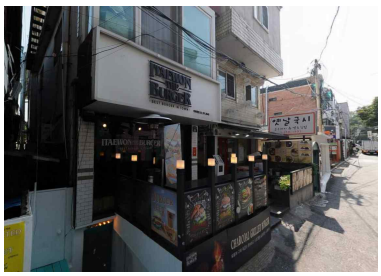
6) 용산구청(점포 수 33→39)

해당 상권은 발달상권에 해당하지만, 상업 업종의 점포의 수가 매우 적게 분포된 특징을 나타낸다. 2014년 1분기 소매업이 57.6%로 상권 내 가장 많은 비중을 차지하였으며, 외식업이 39.4%를 나타냈다. 소매업 중 패션 및 의류 업종의 비중이 매우 높은(45.5%) 특징을 보였는데, 인접 상권인 이태원 시장, 녹사평대로26길 등과 같이 로데오패션거리에 해당하는 영역에 속해있기 때문으로 해석된다. 2019년 1분기에는 외식업의 비중이 43.6%로 증가하였으나 여전히 패션 및 의류 중심의 소매업이 특화된 상권의 특징을 지닌다. [그림 4-6]



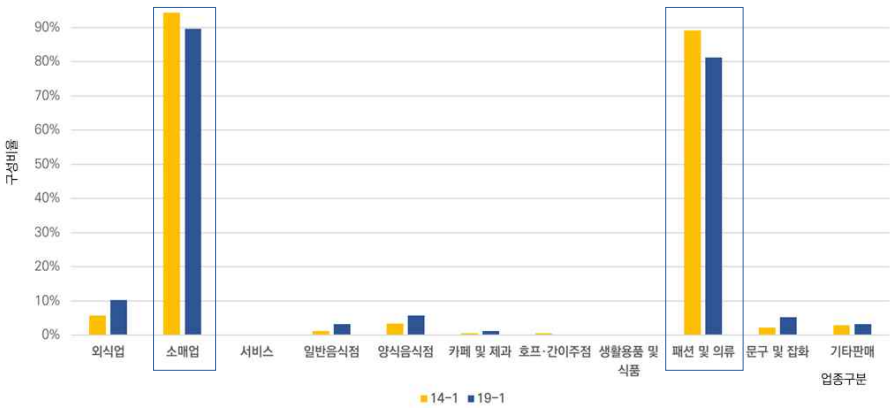
[그림 4-6] 용산구청 업종 구성 변화(14년 1분기→19년1분기)

[표 4-6] 용산구청 업종 변화 예시

구분	2014년	2019년
의류 ↓ 양식음식점		

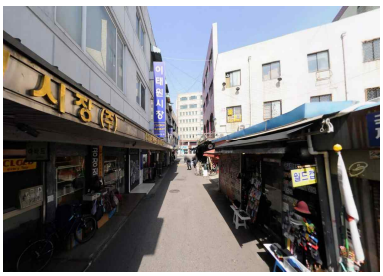
7) 이태원시장(점포 수 175→155)

해당 상권은 전통시장에 해당하며, 2014년에 비해 2019년 소폭 감소하였지만, 여전히 소매업, 특히 패션 및 의류 업종이 압도적으로 높은 비중을 차지한다(2014년 89.1%, 2019년 81.3%). 서비스업종은 상권 내 존재하지 않으며, 외식업의 경우 2014년 1분기 5.7%에서 2019년 1분기 10.3%로 소폭 상승한 모습을 보였다. 해당 상권은 2014년과 2019년 모두 패션 및 의류 업종 중심의 특화 상권으로 볼 수 있다. [그림 4-7]



[그림 4-7] 이태원시장 업종 구성 변화(14년 1분기→19년1분기)

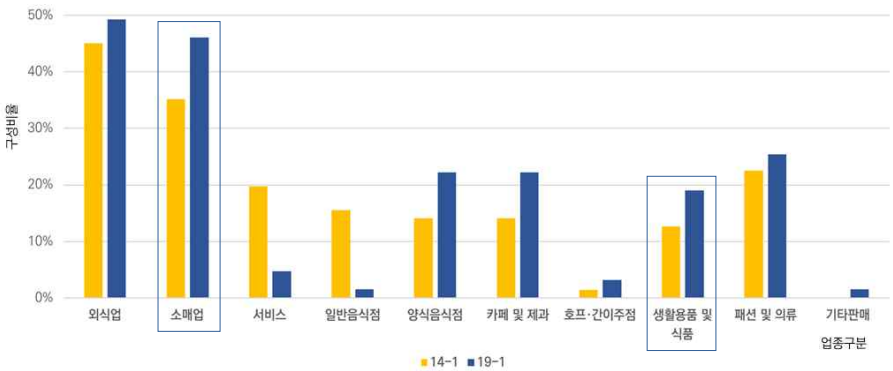
[표 4-7] 이태원시장 업종 분포 현황

구분	이태원시장	소규모 의류 전문점
상권 내 의류 및 패션관련 밀집 지역		

▌한남동

1) 우사단로14길(점포 수 71→63)

2014년 1분기 외식업 45.1%, 소매업 35.2%, 서비스업 19.7%를 나타냈는데, 타 상권에 비해 상대적으로 서비스업의 업종이 높은 모습을 보였다. 그러나 2019년 1분기 서비스업은 4.8%로 이는 주거지역의 근린서비스업의 업종 변화가 일어난 것으로 해석된다. 특히 소매업의 비중이 2019년 1분기 46%로 약 10%가 증가하였는데, 이국적인 식재료점 등의 업종에서 증가가 두드러진 모습을 보였다. 반면 일반음식점은 급감한(15.5%→1.6%) 모습을 보였다. 이는 전체적으로는 소매업 중심 상권의 모습으로 성격의 변화가 일어나고 있는 것으로 파악된다. [그림 4-8]



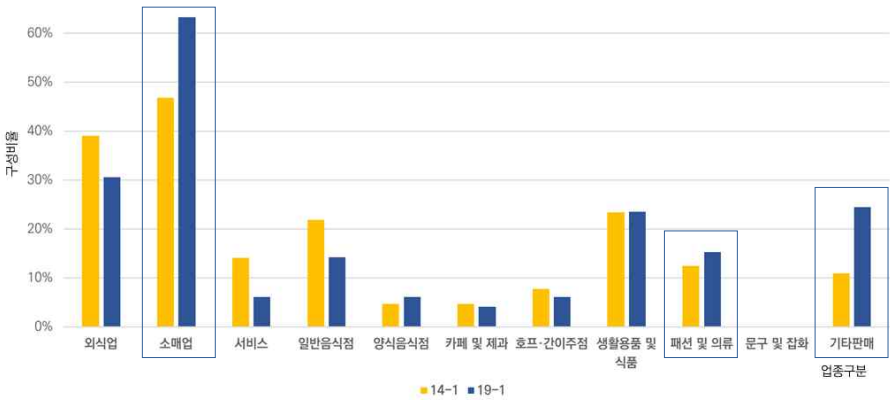
[그림 4-8] 우사단로14길 업종 구성 변화(14년 1분기→19년1분기)

[표 4-8] 우사단로14길 업종 변화 예시

구분	2014년	2019년
근린 서비스 ↓ 소매업		

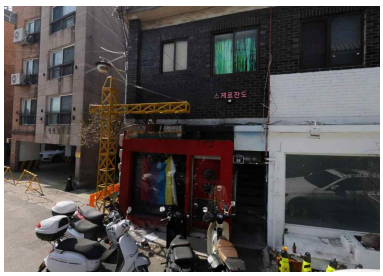
2) 우사단로10길(점포 수 64→98)

해당 상권은 우사단길이 해당하는 상권영역으로, 청년 창업가들이 음식점 및 의류, 악세서리점 등을 중심으로 성장시켜나간 소규모 상권이다. 2014년 1분기 소매업이 46.9%에서 2019년 1분기 63.3%로 증가하였으며, 점포의 개수도 30개에서 62개로 급증하였다. 특히 외식업보다는 청년 창업가에 의한 패션 및 의류 관련 판매업, 기타 판매업이 급증하는 모습을 보이며 이는 2014년 이후 지속해서 소매업 중심의 상권이 형성되었음을 나타낸다. [그림 4-9]



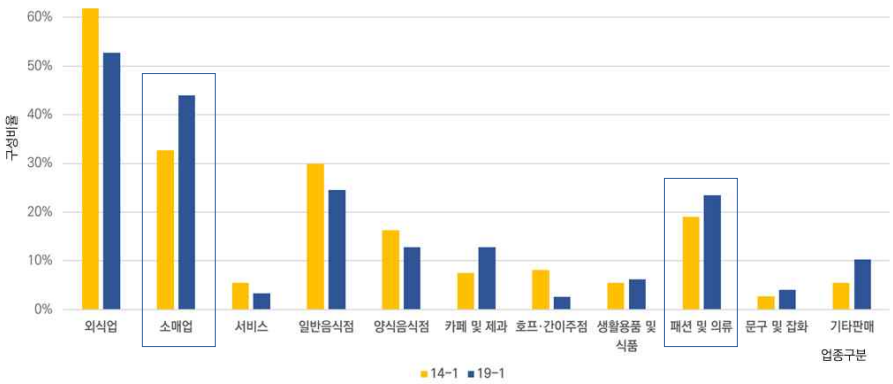
[그림 4-9] 우사단로10길 업종 구성 변화(14년 1분기→19년1분기)

[표 4-9] 우사단로10길 업종 변화 예시

구분	2014년	2019년
외식업 ↓ 소매업		

3) 이태원로54길(총 점포 수 147→273)

해당 상권은 2014년 1분기 대비 2019년 1분기 점포 수가 약 2배 증가한 모습으로 대상지 내 가장 변화가 큰 모습을 보였다. 외식업의 비중은 61.9%에서 52.7%로 감소한 반면, 소매업은 32.7%에서 44%로 약 12%가 증가하였다. 특히 패션 및 의류 업종의 경우 점포 수가 28개에서 64개로 증가하는 등 가장 두드러진 변화를 나타냈으며, 양식음식점 및 카페 또한 점포 수가 증가하였다. 전체적으로는 2014년에는 외식업의 비중이 크고, 2019년은 두 업종 모두 점포 수는 증가하였으나, 소매업종에서의 변화가 더 크게 일어난 모습을 보인다. [그림 4-10]



[그림 4-10] 이태원로54길 업종 구성 변화(14년 1분기→19년1분기)

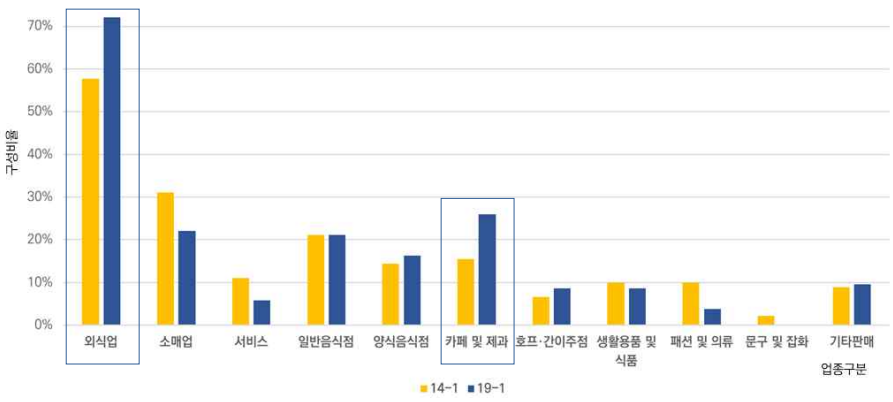
[표 4-10] 이태원로54길 업종 변화 예시

구분	2014년	2019년
주거 ↓ 외식업 및 소매업		

▌경리단길

1) 녹사평대로46길(점포 수 90→104)

2014년 1분기 기준 외식업 57.8%, 소매업 31.1%, 서비스업 11.1%로 외식업이 가장 많은 비중을 차지하였으며, 2019년 1분기 기준 외식업 72.1%로 약 15%가 증가하였다. 반면 소매업과 서비스업은 22.4%, 5.8%로 감소한 모습을 보였다. 세부 업종별로 보면 외식업 중 카페 및 제과 업종이 15.6%에서 26%로 가장 많이 증가하였다. 또한, 양식음식점 및 일반음식점도 소폭 증가한 모습을 보였는데, 이는 해당 상권이 외식업 특화 상권의 성격을 유지하고 있음을 알 수 있다. [그림 4-11]



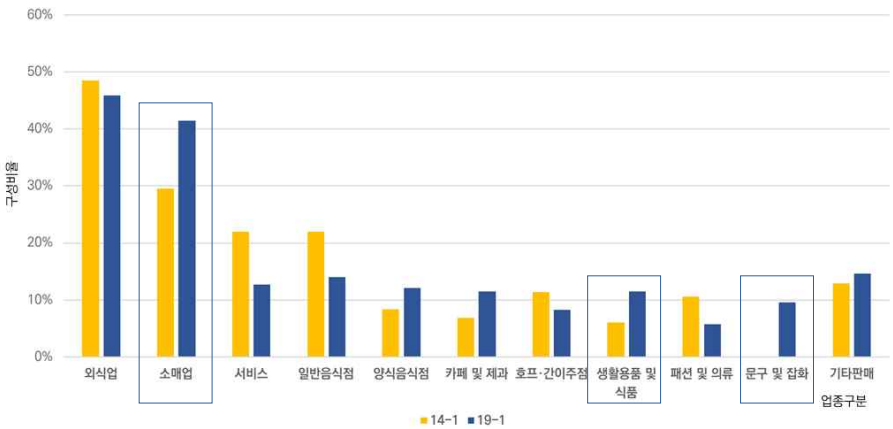
[그림 4-11] 녹사평대로46길 업종 구성 변화(14년 1분기→19년1분기)

[표 4-11] 녹사평대로46길 업종 변화 예시

구분	2014년	2019년
소매업 ↓ 외식업		

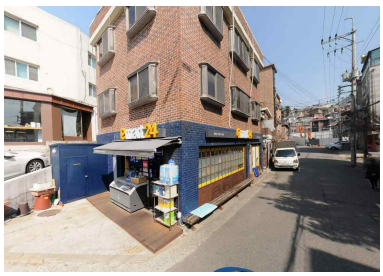
2) 회나무로13길(점포 수 132→157)

2014년 1분기 기준 외식업 48.5, 소매업이 29.5%, 서비스업이 22%로 외식업이 가장 많은 비중을 차지하였으며, 이는 소위 '장진우 거리'의 형성이 영향을 끼친 것으로 보인다. 또한 주거지 내 골목에 위치한 상권 특성상 서비스 업종이 다수 분포하고 있지만, 2019년에는 그 비중이 12.7%로 감소하였으며, 반면에 소매업은 41.4%로 약 12%가 증가하였다. 특히 생활용품 및 식품 업종과 문구 및 잡화업종이 뚜렷한 증가추세를 보였는데, 이는 상권의 성격이 점차 외식업에서 소매업 중심으로 변화하고 있는 것을 나타낸다. [그림 4-12]



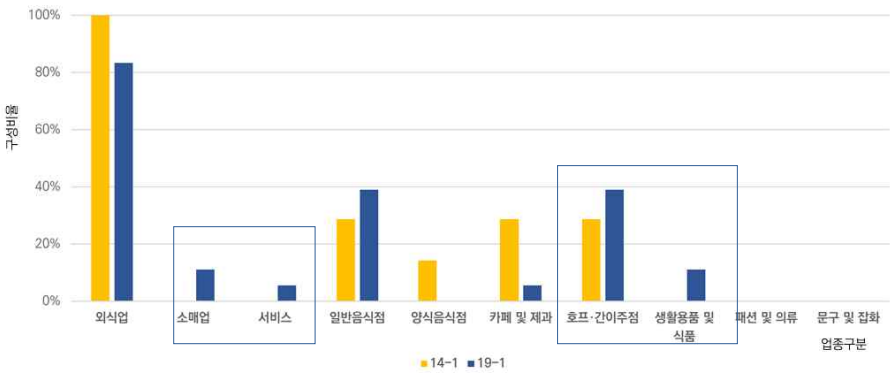
[그림 4-12] 회나무로13길 업종 구성 변화(14년 1분기→19년1분기)

[표 4-12] 회나무로13길 업종 변화 예시

구분	2014년	2019년
서비스업 ↓ 소매업		

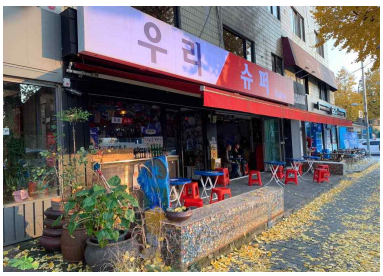
3) 이태원제일시장(점포 수 7→18)

2014년 1분기 기준 외식업 100%로 영역 내 모든 업종이 외식업으로 구성되어있으며, 전형적인 먹거리 시장의 성격을 갖고 있다. 2019년 1분기 기준으로 외식업의 비중이 83.3%로 여전히 가장 높으며, 특히 호프·주점이 증가하는 모습을 나타냈는데 이는 상권 내 대표적인 맥주 가게인 '우리슈퍼'와 각종 수제 맥주를 취급하는 점포가 형성되어 상권에 정체성을 가져온 현상으로 보인다. 그러나 해당 상권은 전체적으로 점포의 수가 적고, 시장이라는 특수성에 의해 큰 변화의 모습은 나타나지 않는다. [그림 4-13]



[그림 4-13] 이태원제일시장 업종 구성 변화(14년 1분기→19년1분기

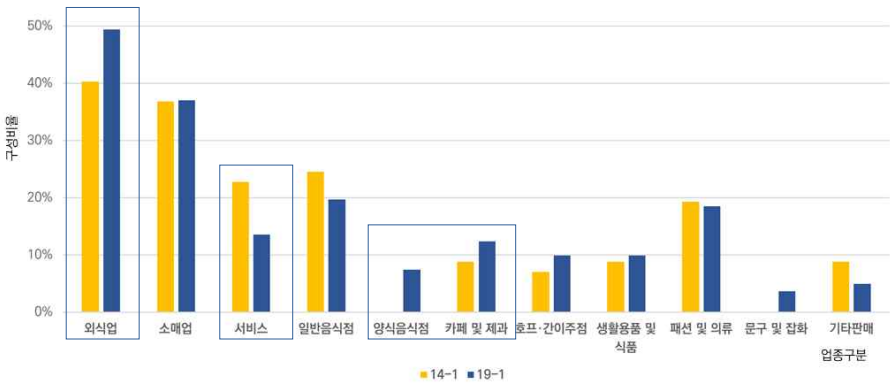
[표 4-13] 이태원제일시장 호프·주점 현황

구분	우리슈퍼	화이트래빗
이태원제일 시장상권 호프·주점		

▌ 해방촌

1) 소월로 20길(점포 수 57→81)

2014년 1분기 기준 외식업 40.4%, 소매업 36.8%, 서비스업 22.8%로 외식업이 가장 많은 비중을 차지하였으며, 외식업 중 대부분은 일반음식점으로 주로 대중음식점 위주로 구성된 모습을 보인다. 2019년 1분기에는 외식업이 49.4%로 9% 증가하였는데, 특히 양식음식점(0→7.4%)과 카페(8.8%→12.3%)가 뚜렷한 증가 양상을 나타냈다. 이는 점포 수에서 알 수 있듯이 해방촌 상권이 성장하면서 점차 주민들뿐 아니라 외부 방문객을 위한 외식업종으로 상권의 성격이 변하고 있음을 알 수 있다. [그림 4-14]



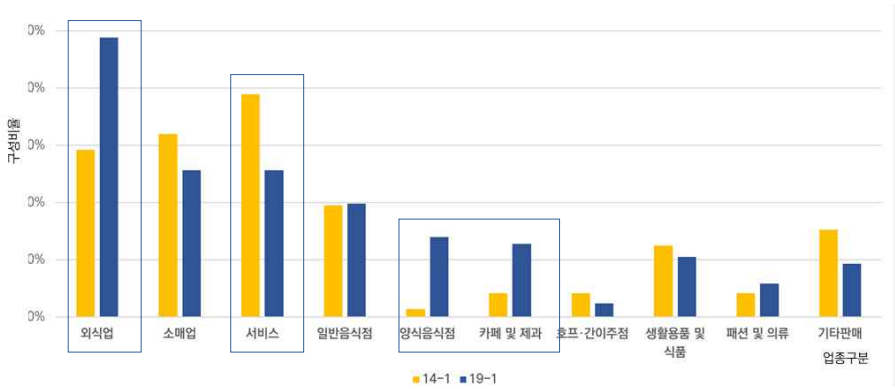
[그림 4-14] 소월로20길 업종 구성 변화(14년 1분기→19년1분기)

[표 4-14] 소월로20길 업종 변화 예시

구분	2014년	2019년
서비스업 ↓ 외식업		

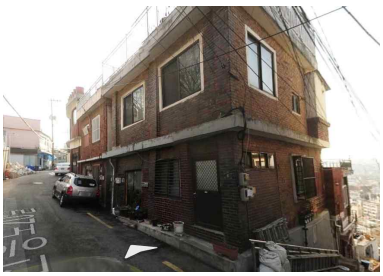
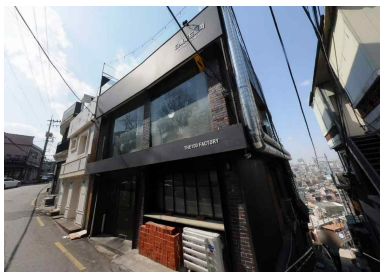
2) 신흥로 20길(점포 수 72→86)

2014년 1분기 기준 서비스업 38.9, 소매업 31.9%, 외식업 29.2%로 서비스업이 가장 많은 비중을 차지하고 있으며, 소매업 중 생활용품 및 식품, 외식업 중 일반음식점의 비중이 높음을 나타내는데 이는 주로 거주민을 위한 업종 위주로 상권이 형성되었음을 알 수 있다. 그러나 2019년에는 외식업이 48.8%로 증가하였는데, 소월로20길과 유사하게 양식음식점(1.4%→14%), 카페(4.2%→12.8%)업종이 큰 폭으로 증가하였다. 이는 소월로20길과 마찬가지로 외식업특화 상권으로 성격이 변화하고 있음을 나타낸다. [그림 4-15]



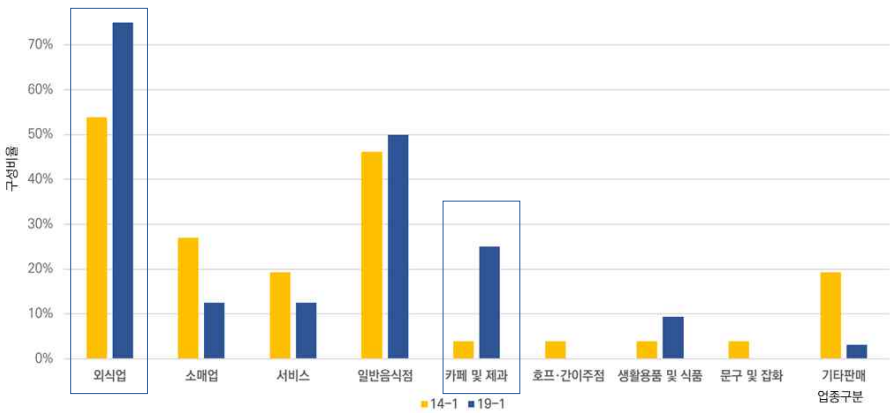
[그림 4-15] 신흥로20길 업종 구성 변화(14년 1분기→19년1분기

[표 4-15] 신흥로20길 업종 변화 예시

구분	2014년	2019년
주거 ↓ 외식업		

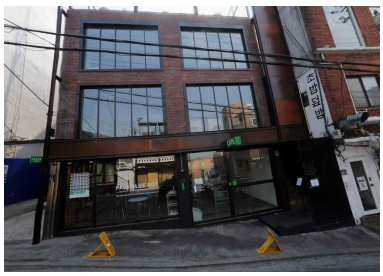
3) 신흥시장(점포 수 26→32)

2014년 1분기 기준 외식업 53.8%, 소매업 26.9%, 서비스업 19.2%로 외식업의 비중이 제일 높으며, 특히 일반음식점의 비중이 높게 나타났다(46.2%). 2019년에는 외식업이 75%로 급격히 상승하였는데, 일반식음식점과 카페(3.8%→25%)업종이 두각을 나타냈다. 해당 상권은 해방촌 도시재생활성화계획의 신흥시장 정비로 인해 외식업종의 점포가 많이 증가하였으나, 소매업은 오히려 감소하는 양상을 보였다. 이는 시장 내 업종이 외식업에 특화된 성격을 유지하고 있는 것으로 확인된다. [그림 4-16]



[그림 4-16] 신흥시장 업종 구성 변화(14년 1분기→19년1분기

[표 4-16] 신흥시장 업종 변화 예시

구분	2014년	2019년
일반음식 서비스업 ↓ 카페 및 제과		

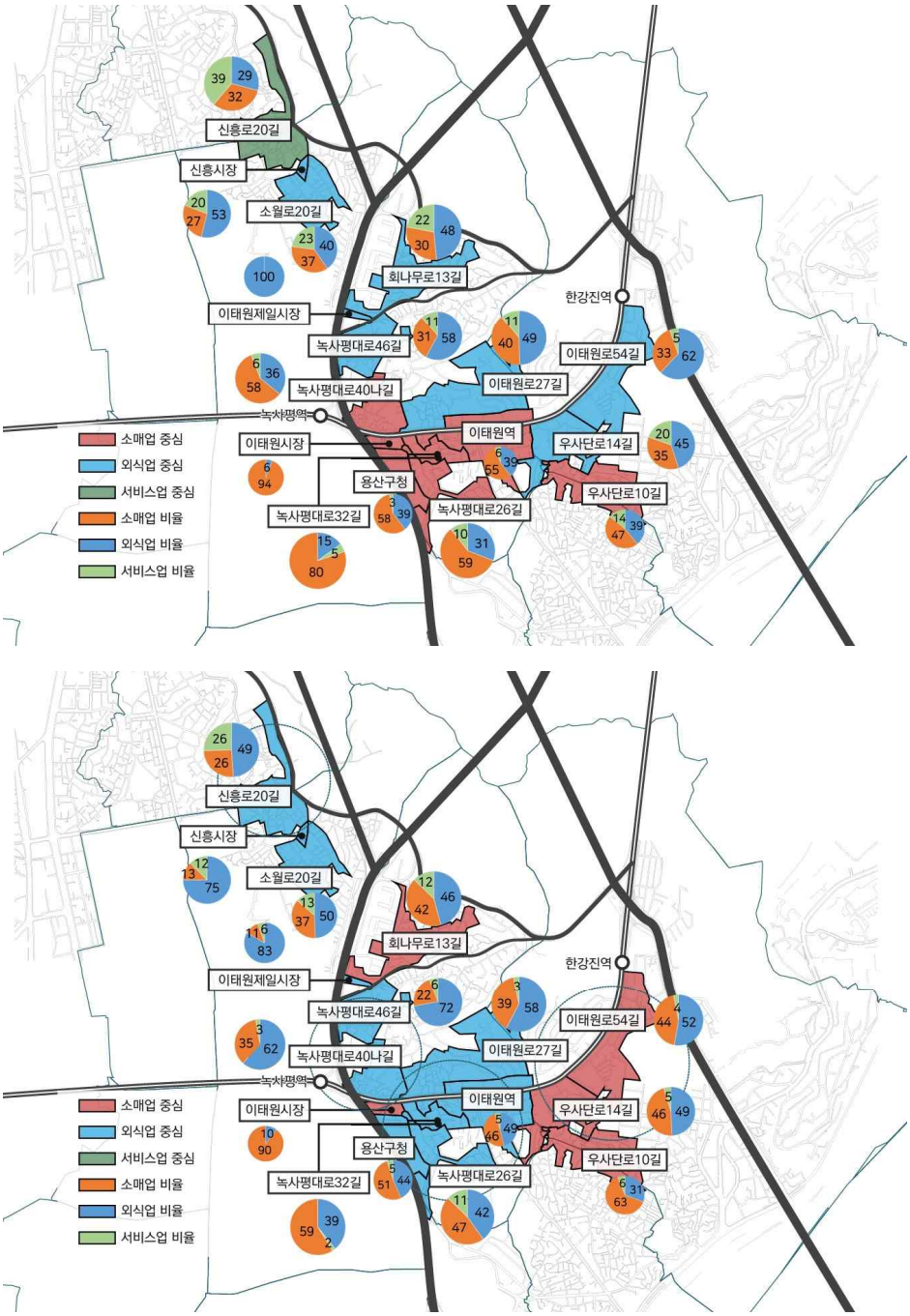
이상으로 이태원 상권을 크게 4곳으로 구분하여 각각의 상권영역에 대해 2014년 1분기와 2019년 1분기를 기준으로 상권의 업종 구성 변화를 살펴본 결과, 먼저 2014년 1분기에는 신흥로20길(서비스업)을 제외한 대부분 상권이 외식업과 소매업의 비중이 가장 크게 형성되어있는 것을 확인할 수 있었다. 특히 이태원역세권에 해당하는 상권영역은 주로 의류 및 패션 관련 업종 위주로 특화되어 있었으며, 한남동 상권과 해방촌 상권의 경우 일반음식점 위주의 외식업, 경리단길 상권은 양식음식점 및 카페 업종의 비중이 크게 나타났다.

한편 2019년 1분기와의 업종 구성을 비교하였을 때, [그림 4-17] 업종의 변화가 뚜렷하게 나타난 상권은 신흥로20길(서비스→외식), 회나무로13길(소매→외식), 녹사평대로32·26·40나길(소매→외식), 용산구청(소매→외식), 이태원역(소매→외식), 우사단로14길(외식→소매), 이태원로54길(외식→소매)의 9개 상권영역으로 확인하였다. 특히 이러한 업종 변화는 군집된 형태로 나타났는데, 이는 이태원역세권 상권은 이태원로27길을 제외한 모든 상권영역이 소매업에서 외식업으로 중심 업종이 변화하였으며 한남동 상권은 우사단로10길을 제외하고 외식업에서 소매업으로 변화하는 등 이태원역세권과 정반대의 변화 양상이 나타난 것을 통해 확인하였다. 또한, 녹사평대로40나길의 경우 인접 상권영역인 이태원로27길·

녹사평대로46길(외식업 유지)의 영향을 받아 외식업 중심으로 상권의 성격이 점점 변화하였음을 파악하였다.

결과적으로 상권 내 업종 구성 변화로는 크게 소매업과 외식업종 중심의 성격으로 변화하며, 이는 주로 인접 상권과 함께 군집된 형태로 나타나고 중심 업종이 상이한 인접상권의 영향을 받으며 해당 업종으로 변화하는 특성을 보인다. 즉, 이태원 상권은 동종 점포, 특히 양식음식점, 카페 등의 외식업과 패션·의류 등의 소매업종 간 밀집하는 양상을 띠며 상권 변화 현상이 나타나는 것으로 해석할 수 있다. 이러한 모습은 식음시설의 개업 수 및 점포 수의 증가로 인해 이태원 상권이 소비업종 중심으로 변화한다는 선행연구(김민정, 2016)의 내용과 유사하며, 또한 2018년 해방촌, 경리단길, 이태원 상권의 방문자를 대상으로 실시한 만족도 설문조사를 통한(김태경 외, 2018) '개성 있고 맛있는 음식점'에 대한 항목의 만족도가 가장 높게 나온 결과가 앞서 상권 내 업종 변화의 분석 내용을 뒷받침한다고 볼 수 있다.

따라서 이러한 업종 구성 변화가 뚜렷하게 나타난 녹사평대로26·32·40나길, 우사단로14길, 이태원로54길, 회나무로13길, 신흥로20길을 대상으로 시기별(14~16, 17~19)로 구분하여 유동인구 및 매출액의 변화를 도출하고, 업종 구성 변화에 따른 상권의 양적 변화 특성을 고찰해보고자 한다. 다만 이태원역 및 용산구청의 경우 소매업에서 외식업으로의 변화가 발생하였으나, 발달상권에 해당하여 상대적으로 세부업종이 다양하고 소매업과 외식업의 비율이 1:1에 근접하게 나타나 분석에서 제외하였다.



[그림 4-17] 상권 영역별 주요 업종 및 구성 비율 변화
2014년 1분기 기준(상). 2019년 1분기 기준(하)

2절 유동인구 및 매출액 변화 특성

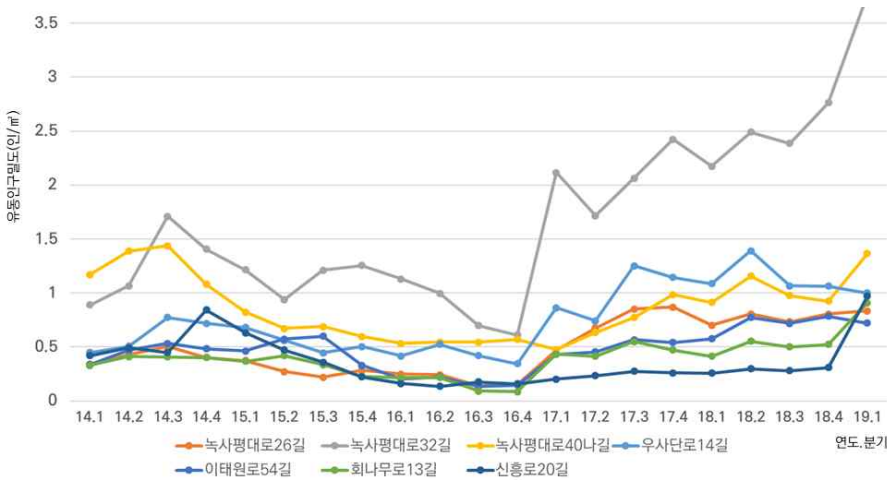
1. 유동인구와 매출액 변화 패턴 분석

본 절에서는 앞서 업종 구성 변화 분석을 통해 도출된 상권영역에 대해 유동인구와 매출액의 변화 양상을 분석하고, 이를 통해 시기별로 나타나는 유동인구 및 매출액의 변화 패턴을 파악하여 상권의 양적 변화 특성에 대해 논의하고자 한다. 본 연구에서는 상권영역별로 규모가 상이하기 때문에, 유동인구의 경우 상권영역의 면적으로 나눈 유동인구밀도(인/㎡)를, 매출액은 점포의 개수로 나누어 점포당 매출액(백만 원)의 지표를 사용하였다.

▌ 시계열적 분석

1) 유동인구 변화

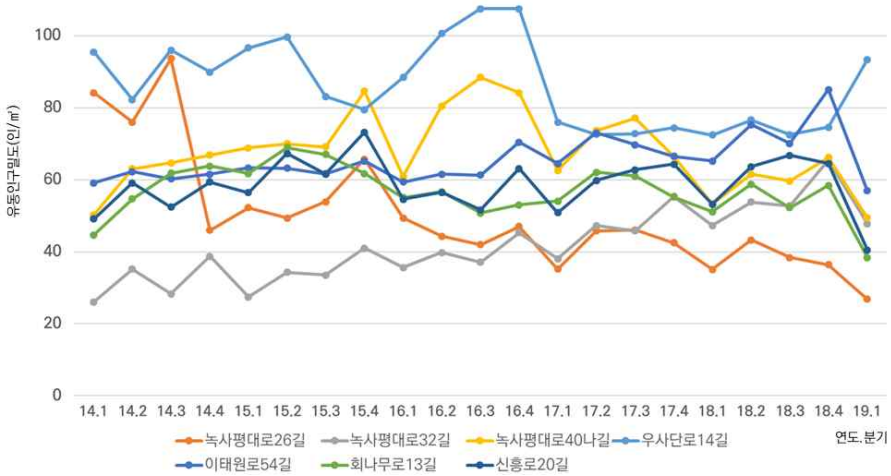
분기별 유동인구의 변화를 살펴보면, 전체적으로 14년도 유동인구 증가, 15~16년도 유동인구 감소, 17~19년도 유동인구 증가의 3단계로 구분되어 변화하는 양상을 보인다. 특히 녹사평대로32길의 경우 유동인구의 값이 가장 크며, 신흥로20길은 유동인구가 가장 적지만, 19년도에 급증하는 모습을 나타냈다. [그림 4-18]



[그림 4-18] 상권영역별 유동인구 변화

2) 매출액 변화

분기별 매출액의 변화에서는 전체적으로 뚜렷한 변화 패턴이 발견되지는 않지만, 우사단로14길과 녹사평대로40나길의 경우 16년도에 매출액이 급증하였으며, 녹사평대로26길은 14년도 4분기부터 매출액이 지속해서 감소하는 현상이 나타났다. 또한 신흥로20길과 이태원로54길은 16년도 이후로 매출액이 증가하다가 19년도에 급감하는 양상을 공통으로 나타냈다. 반면 유동인구가 가장 많았던 녹사평대로32길은 매출액이 현저히 낮은 모습을 보였다. [그림 4-19]



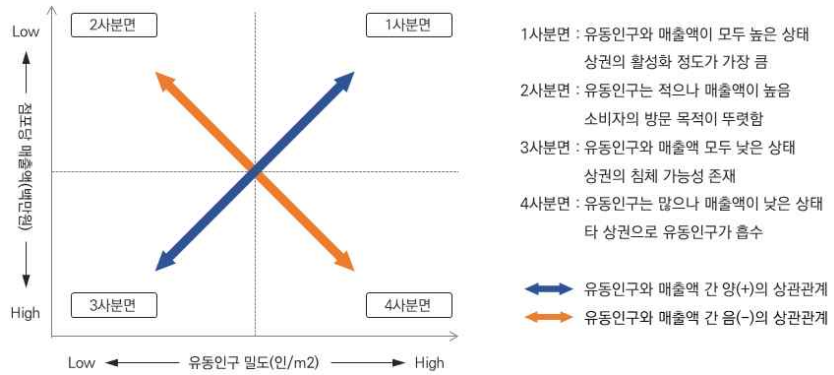
[그림 4-19] 상권영역별 매출액 변화

위와 같이 유동인구와 매출액의 간략한 시계열적 분석을 한 결과, 공통으로 다음과 같은 특징을 지니고 있음을 확인하였다.

1. 유동인구의 경우 대부분의 상권에서 시기별로 구분되어 변화한다.
2. 매출액의 경우 유동인구와 달리 뚜렷한 패턴이 발견되지 않는다.
3. 유동인구가 증가한다고 해서 반드시 매출액이 증가하지 않는다.
4. 상권에 따라 유동인구가 매출액에 영향을 끼칠 수 있으며, 아닐 수도 있다.

그러나 본 연구는 유동인구와 매출액의 변화 패턴을 도출하고, 상권 내 업종 변화에 따른 유동인구와 매출액의 관계를 고찰하여 변화 특성을 파악하는 데

그 목적이 있기 때문에, 이와 같은 단순한 시계열적 분석으로는 상권의 변화 특성을 세부적으로 파악하기 어렵다고 판단하였다. 따라서 본 연구에서는 유동인구 또는 매출액의 단일 지표로 분석하는 것이 아닌, 유동인구와 매출액 두 지표를 동시에 고려하여 변화 양상 및 두 지표의 연관성을 파악하기 용이한 분석 공간을 설정하고, 그에 따른 분기별로의 변화패턴을 도출하고자 한다. 이는 [그림 4-20][11]과 같은 그래프를 통해 나타난다.



[그림 4-20] 유동인구와 매출액 관계 분석 공간

분석 공간은 x축을 유동인구밀도를, y축을 점포당 매출액으로 설정하여 분기별로 해당하는 값의 변화 패턴을 분석하고자 하였다. 분석 공간 내 파란색 화살표는 1사분면과 3사분면 방향으로 변화하는 값에 대해 유동인구와 매출액 간 양(+)의 상관관계가 나타남을 의미하며, 주황색 화살표는 2사분면과 4사분면 방향으로 변화하는 값에 대해 유동인구와 매출액 간 음(-)의 상관관계가 나타나는 방향으로 상권의 특성이 변화하는 양상을 의미한다. 이를 통해 상권의 양적 변화 특성인 유동인구와 매출액의 변화 패턴을 도출하고, 또한 1절에서 파악한 상권 내 업종 변화 특성, 즉 질적 변화 특성과 함께 양적 변화 특성을 종합적으로 분석할 수 있을 것으로 판단하였다.

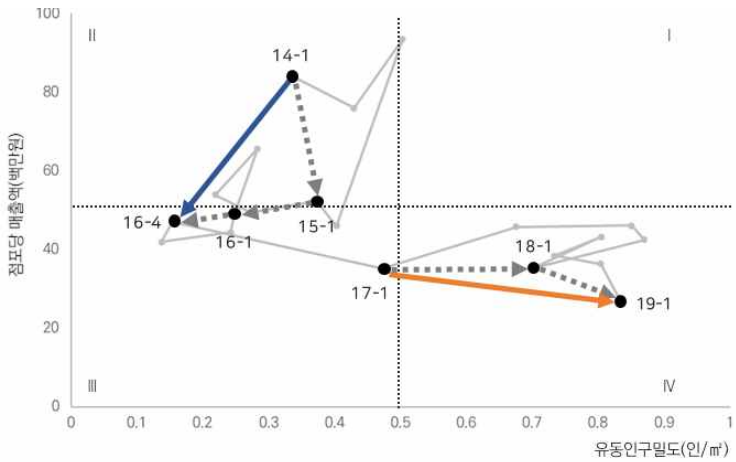
11) 그래프의 사분면 구분선은 상권영역별로 분기별 유동인구, 매출액 값의 평균을 나타낸다.

▌ 분석 공간 내 시계열적 분석

앞서 설정한 분석 공간을 활용하여 유동인구와 매출액의 변화 패턴을 시기별(2014~16, 2017~19)로 구분하여 분석하고자 한다. 이는 이태원 상권 관련 선행연구에서 주로 언급된 시기인 14~16년과 최근 시기(17~19년)까지의 변화 패턴 비교를 통해 그 차이점과 시사점을 이끌어내기 위함을 목적으로 한다.

1) 녹사평대로26길

먼저 2014년에서 2016년까지의 변화 패턴을 살펴보면, 14~15년에는 매출액 감소의 폭이 크며 2015~16년도는 유동인구의 감소가 지속해서 나타났다. 결과적으로 유동인구와 매출액 모두 감소하여 16년 4분기 기준 3사분면에 위치하였는데, 이는 매출액 감소에 의해 상권의 침체 현상이 먼저 진행되고, 이후 유동인구가 감소하여 상권의 침체 현상이 발생할 가능성이 큰 상태로 변화하였음을 나타낸다. 따라서 2014~16년의 유동인구 및 매출액의 변화는 양(+)의 상관관계가 있음을 알 수 있다. [그림 4-21]

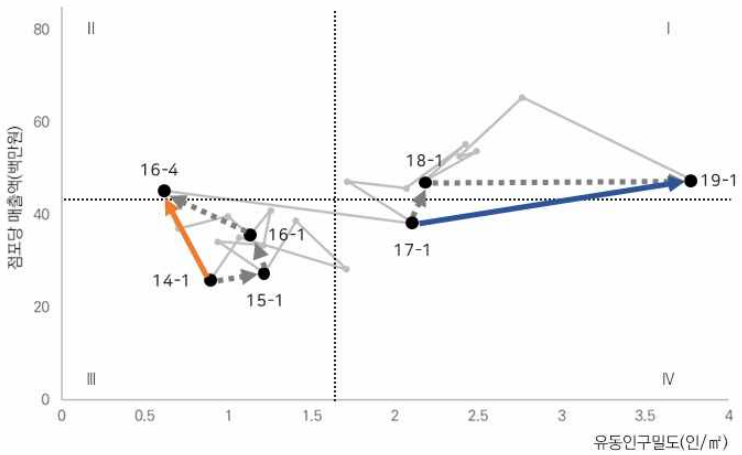


[그림 4-21] 녹사평대로26길 유동인구·매출액 변화 패턴

반면 2017년에서 2019년까지의 변화 패턴은 먼저 2017~18년에 유동인구가 증가하고, 2018~19년은 유동인구가 증가하지만, 매출액이 감소하는 것으로 나타났다. 즉 기간 내 유동인구는 지속해서 증가하였지만, 매출액이 감소하는 양상을 보임으로써 유동인구와 매출액 간 음(-)의 상관관계가 나타났다. 이는 유동인구가 매출액에 끼치는 영향이 적으며, 증가하는 유동인구가 타 상권으로 흡수되거나, 특정 점포에 집중되는 현상이 나타났을 가능성을 의미한다. [그림 4-21]

2) 녹사평대로32길

2014년에서 2016년까지의 변화 패턴을 살펴보면, 2014~15년에는 유동인구가 증가하였으며, 2015~16년은 매출액이 증가하는 형태를 보이다 16년 유동인구 감소, 매출액 증가의 변화를 나타냈다. 결과적으로 16년도 4분기에 2사분면으로 이동함에 따라 유동인구는 상대적으로 적게 감소(0.89→0.61)하였지만, 매출액은 큰 폭으로 증가(2천6백만 원→3천8백만 원)하였다. 따라서 2014~2016년의 유동인구 및 매출액의 변화는 음(-)의 상관관계가 나타나며, 유동인구가 매출액에 미치는 영향이 작은 변화 패턴을 나타낸다. [그림 4-22]

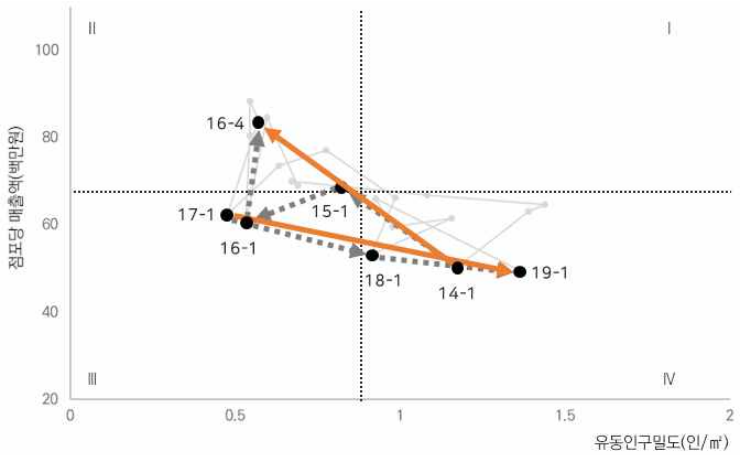


[그림 4-22] 녹사평대로32길 유동인구·매출액 변화 패턴

2017년에서 2019년까지의 변화 패턴으로는 2017~18년에 유동인구와 매출액이 소폭 증가하고, 18~19년은 유동인구가 큰 폭으로 증가하였으나 매출액의 변화는 거의 나타나지 않았다. 결과적으로 해당 기간 내 유동인구와 매출액이 모두 증가하는 양상을 보였지만, 매출액의 증가가 유동인구의 지속적인 증가에 영향을 끼쳤다고 보기에는 다소 무리가 따른다. 그러나 19년도 1분기 기준 유동인구와 매출액 모두 평균 이상 값을 가지며(1사분면), 변화 양상이 1사분면으로 향하는 우상향의 모습으로서 해당 기간 내 상권이 활성화되었음을 파악할 수 있다. [그림 4-22]

3) 녹사평대로40나길

2014년에서 2016년까지의 변화 패턴을 살펴보면, 유동인구는 2014~16년 지속해서 감소하였으며. 매출액은 증감을 반복하면서 결과적으로 16년도 4분기 기준 2사분면에 위치하여 유동인구는 적으나 매출액은 높은 상태를 보였다. 특히 16년도에 유동인구의 변화는 거의 없이 매출액이 상승하였는데, 이는 유동인구의 감소가 매출액에 끼치는 영향이 적으며, 유동인구와 매출액 간 음(-)의 상관관계가 나타남을 보여준다. [그림 4-23]

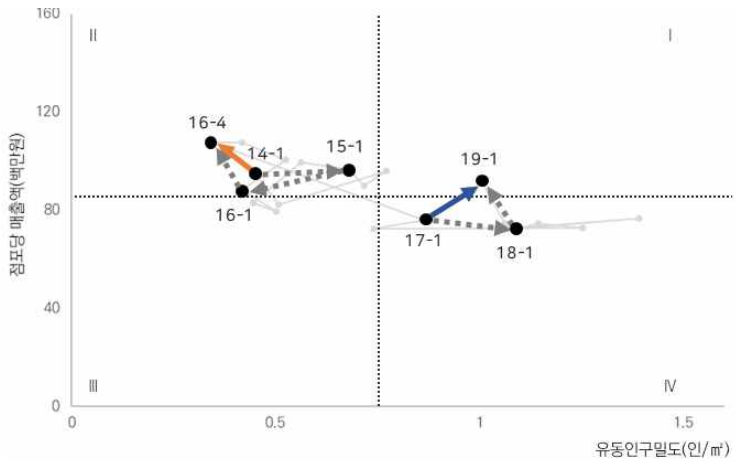


[그림 4-23] 녹사평대로40나길 유동인구·매출액 변화 패턴

2017~19년의 변화 양상으로는 유동인구가 지속해서 증가하지만, 반면 매출액은 지속해서 감소하는 모습을 보였다. 이는 2014~16년의 변화 패턴과 반대의 양상을 보이지만 2014~16년과 마찬가지로 유동인구의 증가가 매출액으로 이어지지 않아 유동인구가 매출액에 미치는 영향을 작은 것으로 나타나며, 녹사평대로26길과 유사하게 유동인구가 타 상권에 흡수 또는 특정 점포에 집중되는 현상이 나타났을 가능성이 큼을 보인다. [그림 4-23]

4) 우사단로14길

2014년에서 2016년까지의 변화 패턴을 살펴보면, 매출액의 증감보다 유동인구의 변화가 두드러지게 나타났다. 2015~16년도에는 유동인구가 감소하며 매출액도 감소하였으나, 다만 16년도에 매출액이 상대적으로 증가하여 결과적으로는 유동인구는 감소하고, 매출액이 증가한 변화를 보였다. 전체적으로 2사분면 내에서만 변화가 일어났는데, 이는 2014~16년도의 변화 패턴으로서 유동인구가 매출액에 미치는 영향이 적다는 것을 보여준다. [그림 4-24]

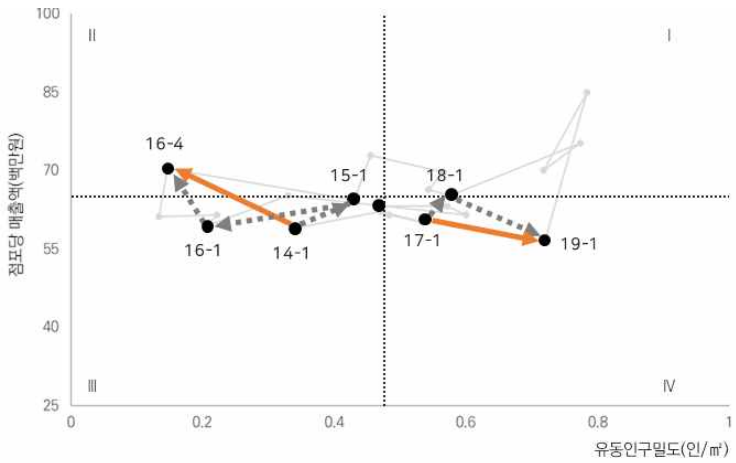


[그림 4-24] 우사단로14길 유동인구·매출액 변화 패턴

반면 2017년에서 2019년까지의 변화 패턴으로는 2017~18년에 유동인구가 증가하고, 18~19년에 유동인구가 소폭 감소(1.09→1.0)하였으나 매출액의 증가(7천5백만 원→9천3백만 원)가 두드러지게 나타났다. 결과적으로 2019년 1분기 기준 1사분면에 위치하여 17년 대비 유동인구와 매출액이 모두 증가하였으며, 유동인구의 증가가 매출액에 영향을 끼쳐 두 지표 간 양(+)의 상관관계가 있음을 나타낸다. [그림 4-24]

5) 이태원로54길

이태원로 54길의 2014년에서 2016년까지의 변화 패턴은 우사단로14길 유사하게 나타났다. 다만 유동인구와 매출액 모두 증감을 반복했는데, 유동인구 밀도의 값이 해당 시기에 0.5 이하로 값이 작아, 유동인구의 영향력은 크지 않다고 파악된다. 14년 1분기 대비 16년 4분기 유동인구는 감소하였으며, 매출액은 증가하여 두 지표 간 음(-)의 상관관계가 나타나며, 유동인구가 매출액에 미치는 영향이 적다는 것을 보여준다. [그림 4-25]

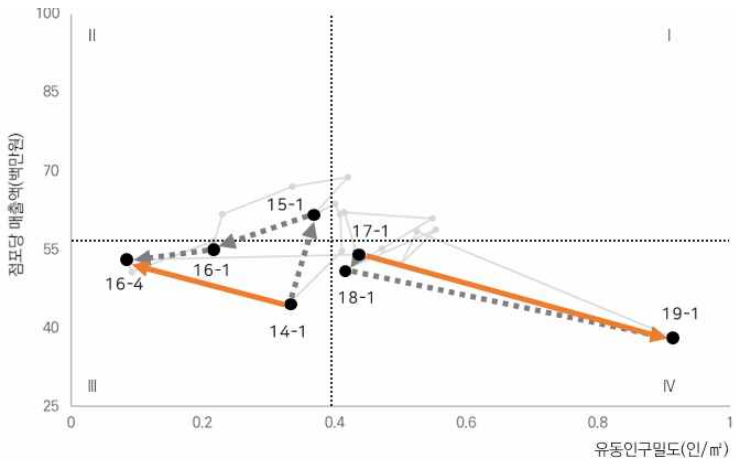


[그림 4-25] 이태원로54길 유동인구·매출액 변화 패턴

한편 2017~18년도에 유동인구와 매출액이 모두 소폭 증가하였으나, 2018~19년도에는 유동인구는 증가하고 매출액은 감소한 변화를 나타냈다. 이러한 변화는 2014~16년과 마찬가지로 유동인구와 매출액 간 음(-)의 상관관계가 나타나며, 유동인구의 증가가 매출액의 증가로 이어지지 않음을 보인다. [그림 4-25]

6) 회나무로13길

회나무로13길의 2014~2016년의 변화 패턴은 주로 3사분면에서 나타났는데, 2014~15년 매출액이 크게 증가하였으나, 이후 2015~16년에는 유동인구와 매출액 모두 지속해서 감소하였다. 이는 2014~15년 사이에 상권의 성장세를 보였으나 유동인구의 감소로 인해 성장세를 이어나가지 못했음을 나타낸다. 비록 결과적으로 14년 대비 16년도는 유동인구의 감소, 매출액 증가의 변화를 보였지만, 타 상권과 달리 14~16년도 모두 유동인구와 매출액이 양(+)의 상관관계(14~15년 유동인구·매출액 모두 증가; 15~16년도 유동인구·매출액 모두 감소)를 나타내 해당 기간 유동인구의 변화가 매출액에 영향을 끼쳤음으로 파악된다. [그림 4-26]

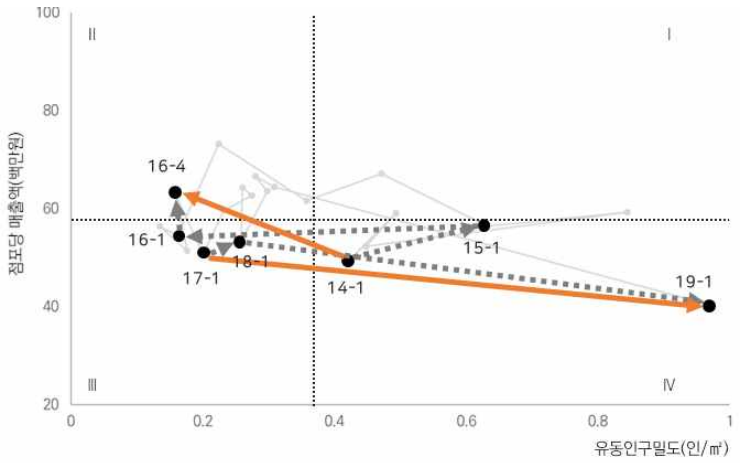


[그림 4-26] 회나무로13길 유동인구·매출액 변화 패턴

반면 17~19년도의 변화에서는 모두 4분면 내의 변화로 14~16년에 비해 유동인구가 높은 상태를 보였으며, 17~18년 사이 유동인구와 매출액이 모두 소폭 감소하고 이후 유동인구가 급격하게 증가하였다. 그러나 매출액은 감소함으로써 유동인구의 증가가 매출액의 증가로 이어지지 않았으며, 두 지표 간 음(-)의 상관관계가 나타난 모습을 보인다. [그림 4-26]

7) 신흥로20길

신흥로20길의 14~16년 변화 패턴을 살펴보면, 14~15년 유동인구와 매출액이 모두 증가하는 모습을 보였으나, 15~16년 유동인구가 급격히 감소하였고 16년에는 매출액이 소폭 상승하였다. 결과적으로 14년 1분기 기준 16년도 4분기에 유동인구는 감소, 매출액은 증가 양상을 나타냈다. 이는 초기(14~15)에는 유동인구의 증가가 매출액에 영향을 끼쳤으나, 유동인구의 급격한 감소에도 불구하고 매출액은 유지(15~16년) 및 소폭 증가(16년)가 나타난 것으로 보아 유동인구가 매출액에 끼치는 영향이 작아짐으로 변화하는 모습으로 확인된다. [그림 4-27]



[그림 4-27] 신흥로20길 유동인구·매출액 변화 패턴

한편 2017~19년 변화 패턴에서는 2014~15년의 변화와 마찬가지로 유동인구와 매출액이 모두 소폭 증가하였으나, 이후 유동인구는 급격한 증가가, 매출액은 오히려 감소하는 모습을 보였다. 이는 앞서 회나무로13길과 유사한 변화 패턴으로, 유동인구와 매출액 간 음(-)의 상관관계로서 유동인구가 매출액에 끼치는 영향은 작은 것으로 나타나는 것으로 확인된다. [그림 4-27]

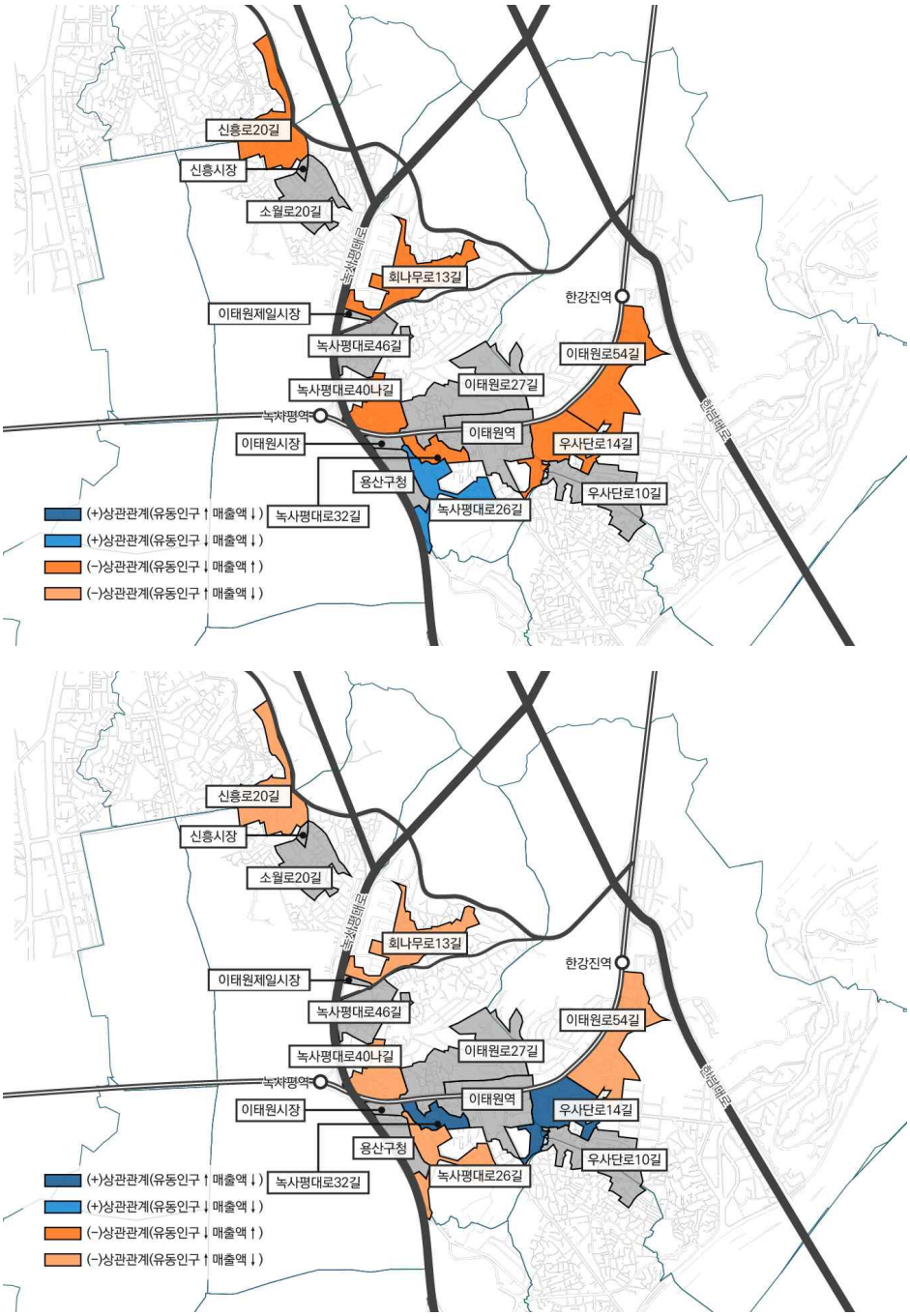
4장 1절에서 이태원 상권의 업종 구성 변화 분석을 통해 도출된 7곳[12]의 상권영역에 대해 유동인구 및 매출액 변화 패턴을 시기별로 나누어 분석한 결과, 모든 상권영역에서 시기별로 변화 패턴이 다르게 나타난 것을 확인하였다. [그림 4-28]

먼저 2014~16년도의 변화 패턴은 녹사평대로26길을 제외한 나머지 상권영역에서 14년 대비 16년 유동인구 감소, 매출액 증가의 변화 양상을 보였다. 그러나 대부분의 상권에서 해당 시기 연도별 1분기 기준으로 1사분면↔3사분면, 2사분면↔4사분면의 변화 패턴이 반복되는 모습이 확인되었는데, 회나무로13길의 경우 1사분면↔3사분면으로의 패턴이 연속적으로 나타나, 녹사평대로26길과 함께 유동인구와 매출액 간 양(+)의 상관관계가 있음을 보였다. 이 두 상권영역을 제외한 나머지 상권영역에서는 유동인구와 매출액 간 음(-)의 상관관계로서, 유동인구가 매출액에 미치는 영향이 작은 패턴으로 변화하는 모습이 나타났다.

다음으로 2017~19년도의 변화 패턴에서는 2014~16년과 반대로 유동인구 증가, 매출액 감소의 변화 양상이 대부분의 상권에서 나타났다. 다만 녹사평대로32길과 우사단로14길에서는 유동인구 증가, 매출액 증가 현상을 보였다.

이는 2014~16년과 그 이후 시기인 2017~19년 모두 대부분의 상권이 유동인구와 매출액 간 음(-)의 상관관계가 나타났으며, 유동인구가 매출액에 미치는 영향이 적다는 것을 의미하는 것으로 해석된다.

12) 녹사평대로26길, 녹사평대로32길, 녹사평대로40나길, 우사단로14길, 이태원로54길, 회나무로13길, 신흥로20길



[그림 4-28] 상권 영역별 유동인구 및 매출액 변화 패턴 변화
2014~16년 (상). 2017~19년 (하)

3절 유동인구와 매출액 관계 고찰

1. 업종 변화에 따른 유동인구와 매출액 관계 도출

본 절에서는 앞서 분석한 상권 내 업종 변화와 유동인구 및 매출액의 변화 패턴을 종합적으로 고려해 업종 변화에 따른 유동인구와 매출액의 관계에 대해 고찰하고자 한다. 분석에 앞서 아래 [표 4-17]과 같이 상권별로 중심 업종 및 유동인구·매출액의 변화를 정리하였다.

[표 4-17] 상권별 중심 업종 및 유동인구·매출액 변화

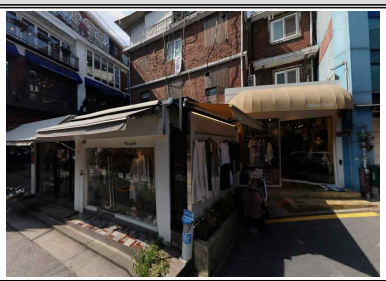
상권영역	중심 업종 변화		유동인구·매출액 변화 패턴	
	'14.1분기	'19.1분기	'14~16	'17~19
녹사평대로26길	소매업 (패션·의류)	외식업 (양식·카페)	유동인구↓ 매출액↓	유동인구↑ 매출액↓
녹사평대로32길	소매업 (패션·의류)	외식업 (일반·양식)	유동인구↓ 매출액↑	유동인구↑ 매출액↑
녹사평대로40나길	소매업 (패션·의류)	외식업 (일반·양식·카페)	유동인구↓ 매출액↑	유동인구↑ 매출액↓
우사단로14길	외식업 (일반)	소매업 (패션·의류)	유동인구↓ 매출액↑	유동인구↑ 매출액↑
이태원로54길	외식업 (일반·양식)	소매업 (패션·의류)	유동인구↓ 매출액↑	유동인구↑ 매출액↓
회나무로13길	외식업 (일반·호프)	소매업 (생활용품)	유동인구↓ 매출액↑	유동인구↑ 매출액↓
신흥로20길	서비스업	외식업 (양식·카페)	유동인구↓ 매출액↑	유동인구↑ 매출액↓

1) 녹사평대로26길

녹사평대로26길 상권은 2014~16년 해당 상권에서의 유동인구와 매출액 모두 감소하는 양상을 보였는데, 이는 유동인구가 매출액에 큰 영향을 끼친다는 것을 의미한다. 상권의 업종 구성과 관련하여 해석하면, 해당 상권은 2014년 1분기 기준 소매업 중심의 상권의 성격을 띠고 있으며, 특히 패션 및 의류 업종의 비중이 크고 특화가로로서 '엔틱가구거리'가 위치하고 있다. [표 4-18] 또한 소매업에서 의류 및 패션업종 뿐만 아니라 가구 관련 업종이 다수 존재하며, 인접 녹사평대로32길에 비해 외식업의 비중이 상대적으로 높아(30.9%) 유사한 성격을 가진 인접 상권에 비해 상권의 특색이 다소 떨어지는 모습을 보이지만 업종의 다양성은 더 크다고 할 수 있다. 업종 다양성이 높은 상권은 소비 목적의 방문자에게 타 상권에 비해 비교 우위에 있어 점포의 매출액에 양(+)의 영향을 미친다(김지원, 2017). 따라서 이러한 특성으로 인해 해당 상권은 유동인구가 상권의 매출액에 영향을 크게 미치게 되는 것으로 해석될 수 있다.

2017~19년에는 유동인구가 증가하고 매출액이 감소하였는데, 이는 해당 상권의 주요 업종이 외식업으로 변화하였지만, 인접 상권들(녹사평대로32길 및 용산구청) 또한 외식업으로 업종 변화가 일어나 유동인구가 인접 상권으로 흡수되는 현상으로 이해할 수 있다. 또한 녹사평대로32길의 경우 점포의 수가 158개로 녹사평대로26길(85개)에 비해 월등하기 때문에 상대적으로 선택의 다양성이 적어 동종 업종 간의 경쟁에서 밀리는 양상을 나타내는 것으로 판단된다.

[표 4-18] 녹사평대로26길 업종 분포

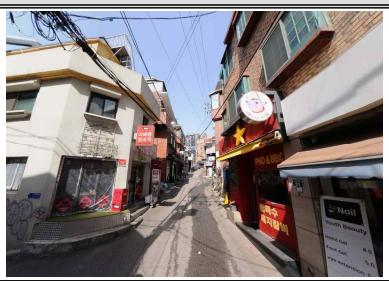
구분	의류·패션 업종 밀집 가로	엔틱가구거리
녹사평대로 26길		

2) 녹사평대로32길

녹사평대로32길 상권은 2014~16년 해당 상권에서의 유동인구는 감소하고 매출액은 증가하는 양상을 보였다. 이는 유동인구가 매출액에 끼치는 영향이 작은 것을 나타내는데, 2014년 1분기 해당 상권은 소매업 중 91%가 의류·패션 관련 업종이 밀집되어 있고, 해당 업종의 점포 수도 108개에 달한다. 이는 인접한 녹사평대로26길에 비해 높은 수치이며, 상권의 특색이 확실하게 나타나는 것을 의미한다. 따라서 해당 상권에 방문하는 소비자들은 뚜렷한 소비목적을 지닌 것으로 볼 수 있다. 유동인구가 감소하여도 실제 상권에 방문하여 소비하는 소비자들은 오히려 증가하는 양상으로 해석된다.

반면 2017~19년에는 유동인구와 매출액이 모두 증가하는 변화를 나타냈는데, 이는 유동인구가 매출액에 큰 영향을 끼치는 것을 의미한다. 2014년에 비해 해당 상권의 의류 및 패션 관련 업종은 다소 감소하였으며, 반면 외식업의 비중이 증가하였다. 특히 2016년 10월 베트남 테마거리인 '퀴논길'의 조성으로 상권에 또 다른 정체성이 생겨났으며, 인접 상권인 녹사평대로26길에 비해 상대적으로 점포 밀도가 높아 선택의 다양성이 큼에 따라 인접 상권의 유동인구를 흡수하여 이른바 '빨대 효과(Straw Effect)[13]'를 통해 유동인구의 증가가 매출액의 증가로 나타난 것으로 해석된다.

[표 4-19] 녹사평대로32길 업종 분포

구분	외식업 밀집 골목	베트남 퀴논길
녹사평대로 32길		

13) '빨대 효과(Straw Effect)'란 주로 고속도로나 고속철도의 개통으로 대도시가 주변 중소도시의 인구 및 경제력을 흡수하는 현상을 가리키는 말로서, 본 연구에서는 점포 밀도가 큰 상권이 유사한 업종을 지닌 인접 상권의 유동인구를 흡수하는 현상으로서 기술하였다.

3) 녹사평대로40나길

녹사평대로40나길 상권은 2014~16년 해당 상권에서의 유동인구는 감소하고 매출액은 증가하는 양상을 보였다. 이는 유동인구가 매출액에 끼치는 영향이 적다는 것을 의미한다. 업종 구성의 경우 2014년 1분기 해당 상권은 소매업이 58.2%를 차지하는데, 그중 의류 및 패션 업종이 58.9%(23/39)의 비중을 보여 의류 및 패션 업종에 특화되어있는 성격을 나타냈다. 이는 인접 상권인 녹사평대로46길과 이태원로27길 상권이 외식업 중심으로 구성된 것과는 다른 성격을 지닌다. 따라서 상대적으로 이태원로 북측에 있는 상권 중 소매업(특히 의류)의 특징이 두드러지게 나타나는 유일한 상권이기 때문에 녹사평대로32길과 마찬가지로 소비자들이 의류 구매라는 뚜렷한 목적을 지니고 방문하여, 유동인구의 감소가 매출액에 큰 영향을 주지 않는 것으로 판단된다.

2017~19년에는 유동인구는 증가하지만 매출액은 감소하는 변화를 보였으며, 2014~16년과 마찬가지로 유동인구가 매출액에 미치는 영향은 적게 나타난다. 상권의 성격은 소매업(의류) 중심에서 외식업으로 변화하였는데, 일반음식점, 양식음식점, 카페가 모두 증가하였다. 그러나 인접 상권인 이태원로27길의 경우 특화가로인 세계음식문화거리가 조성되어 있고, 녹사평대로46길 상권은 카페 및 제과 업종이 2014년에 비해 약 2배가 증가(14→27)하여 녹사평대로40나길 상권과의 동종 업종이 다수 분포하고 있다. [표 4-20] 따라서 해당 상권은 인접 상권과 경쟁이 일어나, 유동인구가 인접 상권으로 흡수되는 경향을 보이며 매출액 감소 현상이 나타나고 있는 것으로 해석된다.

[표 4-20] 녹사평대로40나길 및 인접 상권 외식업 세부 업종별 분포 (2019년 1분기)

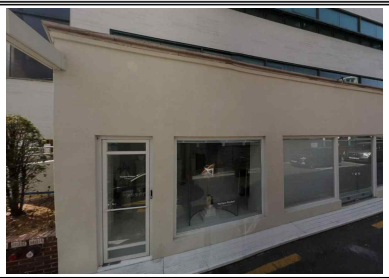
구분	녹사평대로40나길	녹사평대로46길	이태원로27길
외식업	66	75	88
일반음식점	23	22	15
양식음식점	19	17	42
카페 및 제과	13	27	6
호프·간이주점	11	9	25

4) 우사단로14길

우사단로14길 상권은 2014~16년 해당 상권에서의 유동인구는 감소하고 매출액은 증가하는 양상을 보였는데, 이는 유동인구가 매출액에 끼치는 영향이 적다는 것을 의미한다. 업종 구성으로는 2014년 1분기 기준 외식업이 45.1%로 가장 많은 비중을 차지하였고, 서비스업이 19.7%로 구성되어 있다. 외식업 중심의 성격을 띠고 있지만, 서비스 업종 및 소매업 중 슈퍼마켓 등의 생활용품 점도 다수 위치한다. 그러나 인접한 이태원역 발달상권의 경우 외식업 점포의 수가 우사단로14길에 비해 월등히 많으며, 또 다른 인접 상권인 이태원로54길의 경우도 마찬가지로 외식업 점포의 수가 약 3배에 달한다. 이러한 점에서 해당 상권은 인접 상권에 비해 식당 선택의 다양성이 떨어지고, 소비자들이 해당 상권을 방문해야 하는 이점이 상대적으로 적어 유동인구의 감소가 나타나는 것으로 보이지만, 매출액의 경우 주거지역에서의 상주인구로 인해 외식업 중 일반 음식점 또는 서비스업종에서의 매출액 증가가 일어나는 것으로 판단된다.

2017~19년에는 유동인구와 매출액이 모두 증가하는 양상을 나타냈는데, 상권의 중심 업종이 소매업 중 패션·의류 업종으로 변화함에 따라 인접 상권인 우사단로10길(패션·의류)과 발달상권인 이태원역 상권, 이태원로54길(패션·의류)의 유동인구를 흡수하여 매출액에 긍정적인 영향을 끼치는 것으로 보인다. 다만 유동인구와 매출액 변화의 값이 상대적으로 작아, 향후 추이를 추가로 살펴보아야 할 것으로 판단된다.

[표 4-21] 우사단로14길 업종 분포

구분	패션 및 의류	생활용품 및 식품
우사단로 14길		

5) 이태원로54길

이태원로54길 상권은 인접 상권인 우사단로14길 상권과 유사하게 2014~16년 해당 상권에서의 유동인구는 감소하고 매출액은 증가하는 양상을 나타내며, 이는 유동인구가 매출액에 끼치는 영향이 적다는 것을 의미한다. 2014년 1분기 기준 업종 구성으로는 외식업이 61.9%로 가장 많은 비중을 차지하였으며, 우사단로14길과 달리 일반음식점, 양식음식점이 다수 분포하였다. 또한, 이면 도로변에는 소위 '한강진길'이라는 상업가로가 2015년 성장을 거듭하며 다수의 특색있는 외식업종과 의류업종이 자리를 잡았다. 이는 특색있고 분위기 있는 장소를 원하는 소비자들이 방문하는 계기가 되었으며, 따라서 유동인구가 감소하였음에도 불구하고 방문 목적이 뚜렷한 소비자들에 의해 매출액이 증가하는 변화가 나타난 것으로 해석된다.

2017~19년에는 유동인구는 증가하지만 매출액은 감소하는 변화를 보였는데, 해당 상권은 외식업과 소매업, 특히 패션 및 의류 관련 업종을 중심으로 성장하였다(소매업 점포 수 48→120). 또한 2014년에 비해 전체 점포 수가 약 2배 증가하였다(147→273). [표 4-22] 이는 유동 인구가 증가하여 상권이 성장하고, 그에 따라 동종 업종의 수 증가, 즉 점포 밀도의 증가로 인한 상권 내 점포 간 경쟁이 발생하여, 점포당 매출액은 감소한 것으로 해석된다.

[표 4-22] 이태원로54길 업종 분포 변화 (2017~2019, 1분기 기준)

구분		2014	2015	2016	2017	2018	2019
총합		**147**	**165**	**190**	**221**	**252**	**273**
외식업		**91**	**94**	**115**	**125**	**141**	**144**
	일반음식점	44	45	60	61	63	67
	양식음식점	24	23	26	30	36	35
	카페 및 제과	11	15	22	25	34	35
	호프·간이주점	12	11	7	9	8	7
소매업		**48**	**63**	**66**	**86**	**101**	**120**
	생활용품 및 식품	8	10	14	14	13	17
	패션 및 의류	28	35	36	36	50	64
	문구 및 잡화	4	5	5	10	12	11
	기타 판매	8	13	11	26	26	28
서비스업		8	8	9	10	10	9

6) 회나무로13길

회나무로13길은 2014~16년 해당 상권에서의 유동인구는 감소하고 매출액은 증가하는 양상으로 변화하였으나, 앞서 분석한 바와 같이 유동인구와 매출액 간의 양(+)의 상관관계가 나타났음을 파악하였다. 해당 상권은 2014년 1분기 기준 업종 구성이 외식업 48.5%로 음식점 업종 중심의 모습으로 상권이 발달하였다. 또한 경리단길 뒤편 이면가로를 중심으로 형성되었는데, 이는 경리단길의 전면 가로변에 위치한 업종들을 방문하는 소비자들에 의해 유동인구와 매출액이 영향을 받음으로 보인다. 경리단길을 방문한 소비자들이 이면가로 상권인 회나무로13길의 특색있는 음식점(장진우 식당 등) 또는 카페의 방문 여부에 따라 유동인구와 매출액의 증감이 나타나는 것으로 해석된다.

2017~19년에는 유동인구는 증가하지만 매출액은 감소하는 변화를 보였는데, 이는 2014~16년과 정반대의 양상으로 유동인구가 매출액에 미치는 영향은 작게 나타나는 것을 뜻한다. 특히 해당 상권은 문구 및 잡화, 생활용품 및 식품 등 근린생활시설의 소매업의 비중이 크게 증가하였는데, 이는 유동인구보다는 상주인구가 미치는 영향이 더 크기 때문으로 판단된다.

[표 4-23] 회나무로13길 업종 분포

구분	카페 및 제과	생활용품 및 식품
회나무로 13길		

7) 신흥로20길

신흥로20길은 해방촌 상권에 해당하며, 2014~16년 유동인구는 감소하고 매출액은 증가하는 양상을 나타냈는데 이는 유동인구가 매출액에 끼치는 영향이 적다는 것을 의미한다. 해당 상권은 주거지역에 형성되어 2014년 1분기 기준 서비스업이 38.9%로 비중이 가장 크며, 소매업 중 기타판매(15.3%), 생활용품 및 식품(12.5%) 등 거주민을 대상으로 한 업종들이 다수 분포하는 모습을 나타냈다. 즉 신흥로20길은 유동인구보다는 상주인구에 의해 매출액이 영향을 받을 것으로 판단된다.

2017~19년에는 유동인구는 증가하지만 매출액은 감소하는 변화를 보였는데, 해방촌 상권이 성장함에 따라 해당 상권에도 상업화가 진행되어 외식업종, 특히 카페 및 양식음식점의 비중이 증가하며 외식업으로의 중심 업종이 변화하였다. 또한, 인접 상권인 신흥시장 및 소월로20길 또한 외식업의 업종 증가가 뚜렷하게 나타났는데, 거주민뿐만이 아닌 외부 방문객들을 대상으로 한 양식음식점, 카페 등의 상업시설들이 증가하였다. 이에 따라 인접 상권 및 동종 업종 간 경쟁이 발생하여 유동인구가 인접 상권으로 흡수되고, 그에 따라 매출액이 감소한 것으로 해석된다.

[표 4-24] 신흥로20길 및 인접 상권 외식업 세부 업종별 분포 (2019년 1분기)

구분	신흥로20길	소월로20길	신흥시장
외식업	42	40	24
일반음식점	17	16	16
양식음식점	12	6	-
카페 및 제과	11	10	8
호프·간이주점	2	8	-

이상으로 유동인구와 매출액의 변화 패턴을 상권의 업종 구성 변화의 관점에서 분석한 결과는 다음과 같다.

먼저 2014~16년에 중심 업종이 패션 및 의류(소매업) 또는 외식업으로 뚜렷하게 나타나게 나타나는 상권은 유동인구가 감소함에도 불구하고 매출액이 증가하는 변화 양상을 나타냈다. 특히 녹사평대로32길 및 녹사평대로40나길(패션·의류 업종 중심)과 이태원로54길(외식업 중심)이 대표적인데, 해당 상권을 방문하는 소비자들은 명확한 목적(쇼핑·식사) 및 특색 있는 음식점 및 카페를 방문하고자 하는 심리(이태원로54길 내 한강진길) 등을 갖고 있어 유동인구가 아닌 실제 소비자들이 상권의 매출액에 영향을 끼치며, 이에 유동인구가 매출액에 미치는 영향은 적은 것으로 해석된다. 반면 신흥로20길은 해방촌 상권 내 유일하게 서비스업 중심의 상권으로 구성되어 있어 매출액이 유동인구가 아닌 상주인구에 영향을 많이 받는 상태로 유동인구와 매출액 간 음(-)의 상관관계가 나타난 것으로 보인다. 한편 녹사평대로26길 및 회나무로13길 경우 유동인구가 매출액 간 양(+)의 상관관계가 나타났는데, 녹사평대로26길은 가구거리로 인한 기타 판매 업종의 점포(22%)가, 회나무로13길은 서비스업종의 점포가 다수 존재하여(20%) 해당 상권의 업종 다양성 정도가 상대적으로 크기 때문으로 해석된다. [표 4-25]

[표 4-25] 상권영역별 업종 구성에 따른 유동인구 및 매출액 관계 (2014~16)

유동인구와 매출액 관계		음(-)의 상관관계	양(+)의 상관관계
상권 특징		상권의 특색이 비교적 뚜렷함	상대적으로 업종 구성이 다양함
중심 업종	소매업 중심	녹사평대로32길 녹사평대로40나길	녹사평대로26길
	외식업 중심	이태원로54길 우사단로14길	회나무로13길
	서비스업 중심	신흥로20길	-

다음으로 2017~19년도에는 대부분의 상권이 유동인구가 증가하지만 매출액은 감소하는 현상을 보였다. 이는 2014년에 비해 상권 내 중심 업종이 변화함에 따라 유사한 업종을 가진 인접 상권과의 경쟁이 발생하여 유동인구가 감소하지만 타 상권으로 흡수되어 매출액 감소의 결과로 나타나는 것으로 해석하였다. 반면 이태원로54길의 경우 상권의 급격한 성장으로(점포 수 147→273) 상권 내 동종 업종 간 경쟁으로 인해 유동인구의 증가가 매출액의 증가로 이어지지 못한 것으로 해석된다. 한편 녹사평대로32길과 우사단로14길은 유동인구와 매출액이 모두 증가하였다. 이러한 변화 현상은 인접 상권 간의 경쟁을 통한 유동인구의 흡수로 인한 것으로 보이는데, 다만 녹사평대로32길은 유동인구의 증가에 비해 매출액 증가의 값이 매우 작고, 우사단로14길은 유동인구와 매출액 증가의 값이 모두 타 상권보다상대적으로 작아, 해당 기간 이후로의 변화를 살펴볼 필요가 있다고 판단된다. [표 4-26]

[표 4-26] 상권영역별 업종 변화에 따른 유동인구 및 매출액 관계 (2017~19)

유동인구와 매출액 관계	**음(-)의 상관관계**			**양(+)의 상관관계**
인접 상권과의 관계	상권 내 경쟁	상권 간 경쟁	기타	상권 간 경쟁
중심 업종 변화				
외식업→소매업	이태원로 54길	-	회나무로 13길	우사단로 14길
소매업→외식업	-	녹사평대로26길 녹사평대로 40나길	-	녹사평대로 32길
서비스업→외식업		신흥로20길		

즉 업종 변화에 따라 유동인구와 매출액의 변화 패턴이 달라지며, 이태원 상권은 주로 인접 상권 간 및 상권 내 동종 업종 간의 경쟁으로 인해 유동인구가 증가하고 있지만, 그것이 곧 매출액의 증가로 이어지지 않는 방향으로 상권의 특성이 변화하고 있음을 알 수 있다.

그러나 이태원로54길의 경우 점포 밀도 및 유동인구의 증가로 인한 상권의 성장이 나타났으며, 우사단로14길과 녹사평대로32길의 경우 유동인구와 매출액이 모두 증가하는 모습을 보여 해당 상권들은 이태원 상권 내에서 향후 활성화를 기대할 수 있는 지역이라 할 수 있다. 따라서 해당 상권에 대해 도시·공간적인 관점에서의 특징을 파악하고, 추가로 우리마을가게 상권분석서비스에서 제공하는 상권변화지표를 통해 이태원 상권에 창업하고자 하는 소상공인에게 시사점을 제공하고자 한다.

2. 향후 활성화 기대 상권의 공간적 특징

앞서 이태원로54길, 우사단로14길, 녹사평대로32길 등은 이태원 상권 내 향후 활성화가 기대되는 상권 영역으로 파악하였다. 다음으로 해당 상권 영역을 보다 도시·공간적인 측면에서 바라보기 위해 접근성, 특화가로 조성 여부, 주변 지역 현황 등을 종합적으로 고려하여 각각의 특징을 살펴보았다. [그림 4-29]

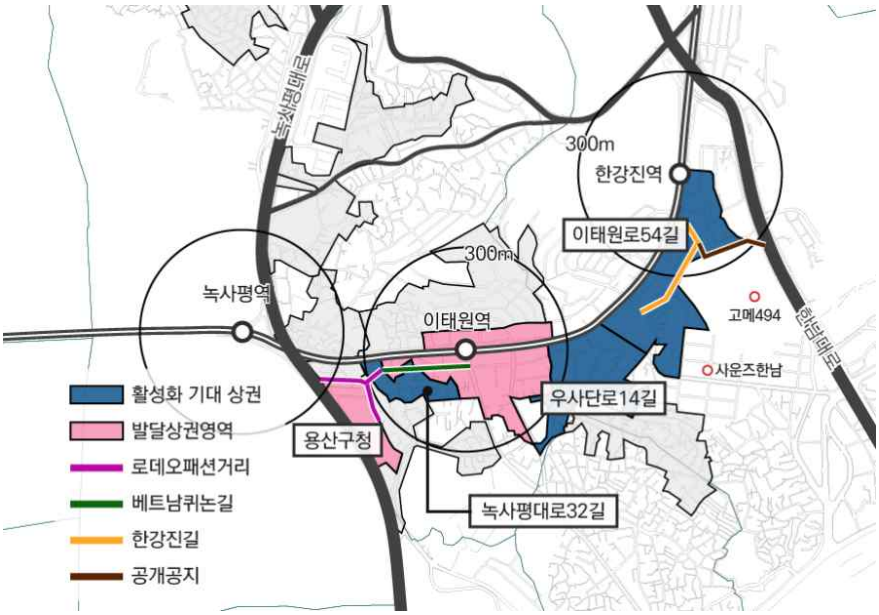
먼저 접근성 측면에서 이태원역, 한강진역, 녹사평역을 중심으로 반경 300m 이내[14]에 해당하는 상권은 녹사평대로32길과 우사단로14길로서, 이는 지하철역으로부터의 접근성이 양호하며, 유동인구의 증가가 기대되는 상권 영역으로 볼 수 있다. 특히 녹사평대로32길의 경우 발달상권 영역인 용산구청과 이태원역 사이에 위치하여 상대적으로 다양한 업종과 많은 유동인구 및 그로부터 파생되는 보다 긍정적인 효과를 많이 누릴 수 있을 것으로 판단된다. 다음으로 특화가로 조성 현황 및 주변 지역 현황을 살펴보면, 녹사평대로32길 내 로데오패션거리와 퀴논길이, 이태원로54길은 한강진길이 조성되어있다. 특히 이태원로54길은 인접한 나인원한남의 공개공지가 해당 상권영역까지 이어지는데,

14) 김수연 외(2014)는 서울시 역세권의 유형을 나누어 1차 역세권, 2차 역세권의 반경을 설정하였는데, 본 연구에서는 이태원 상권을 상업·업무중심형, 저층주거·소상업 우세형으로 간주하여 이에 해당하는 1차 역세권의 반경인 300m를 기준으로 지하철 역에서의 접근성 측면을 살펴보고자 하였다.

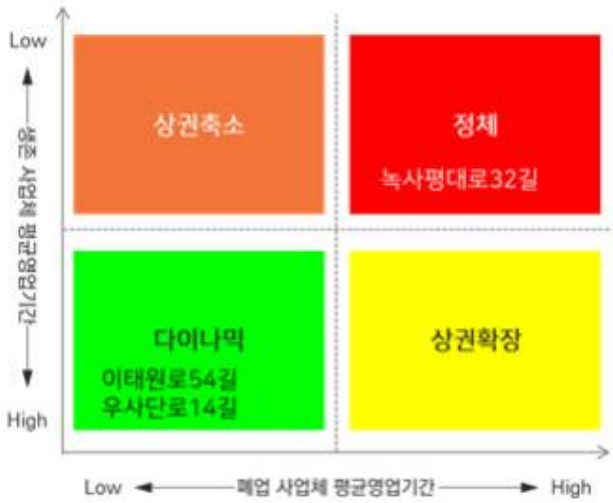
이는 나인원한남 내 위치한 ‘고메494’ 및 한남대로에 인접한 유명 카페인 ‘블루 보틀’ 등과의 시너지 효과가 발생할 수 있음을 나타낸다.

마지막으로 우리마을가게 상권분석서비스에서 제공하는 ‘상권변화지표’를 활용하여 앞서 분석한 공간적 측면과 연계하여 어떠한 상권영역이 이태원 상권에 창업하려는 소상공인에게 유리한지를 파악해보려 한다. ‘상권변화지표’란 우리마을가게 상권분석서비스에서 제공하는 지표로서, 생존한 사업체의 평균영업기간을 x축으로, 폐업한 사업체의 평균영업기간을 y축으로 설정하여 다이나믹, 상권확장, 상권축소, 정체의 4가지 유형[15]으로 구분하여 해당 지역 창업시 고려해야 할 정보를 제공하고 있다. 2017년 4분기부터 2019년 4분기까지의 기간 동안의 해당 지표의 변화를 살펴보면, 녹사평대로32길은 상권정체현상이, 이태원로54길과 우사단로14길은 다이나믹한 점포의 교체현상이 각 상권 영역별로 지속해서 나타나는 것으로 파악되고 있다. [그림4-30] 상권정체현상은 사업체의 평균영업기간이 크다는 것으로, 다시 말해 상권이 안정화된 상태를 나타낸다. 반면 다이나믹 현상은 사업체의 평균영업기간이 짧아 점포의 교체현상이 빈번하게 일어나 주의가 요구됨을 알 수 있다. 이는 녹사평대로32길이 이태원로54길과 우사단로14길에 비해 보다 안정적으로 점포를 유지할 수 있음으로 파악된다. 종합해보면, 녹사평대로32길의 경우 상권 내 특화가로가 다수 존재하며(퀴논길, 로데오 패션거리), 이태원역 등 발달상권 영역에 인접한 역세권에 해당하고 상권이 안정화된 상태로 볼 수 있으며, 이는 상권 내 점포 교체 현상이 빈번하게 일어나는 이태원로54길 및 우사단로14길 보다 상대적으로 안정적인 소상공인의 창업에 유리하다는 것을 시사한다.

15) 상권변화 지표의 유형에 대한 자세한 설명은 서울특별시 우리마을가게 상권분석서비스 홈페이지에서 (http://golmok.seoul.go.kr) 참고하길 바란다.



[그림 4-29] 활성화 기대상권 공간적 현황



[그림 4-30] 우리마을가게 상권분석서비스 상권변화 지표

제5장 결론

1절 연구의 종합

본 연구는 이태원 상권을 대상으로 상권 내 업종 구성 변화에 따른 상권의 특성을 유동인구와 매출액의 관계 변화를 통해 규명하고자 하였다. 이태원 상권은 이태원역 주변에서 한남동, 경리단길, 해방촌 등으로 확장되며 성장하였지만, 최근 이태원 상권의 변화에 대해서는 젠트리피케이션으로 현상으로 인한 상권의 쇠퇴로 보는 시각이 대부분이다. 임대료와 공실률이 증가하고, 그에 따라 유동인구도 감소하여 상권이 더는 활성화되지 못하고 침체상태에 접어들었다는 것이다. 그러나 이태원 상권의 변화는 이러한 관점에서만 접근하기에는 다소 무리가 있다. 상권마다 가지고 있는 특징이 상이하며 그에 따른 변화도 상권별로 다르게 나타날 것이기 때문이다. 따라서 본 연구는 단순히 이태원 상권이 상업 젠트리피케이션의 관점에서 지속해서 침체하고 있다는 통념에서 벗어나, 이태원 상권을 상권 영역 단위로 나누어 보다 세밀하게 변화 현상을 살펴보고자 하였다. 또한, 상권의 변화 현상을 바라보는 관점을 단순히 양적인 측면에서 살펴보는 것이 아닌 질적인 측면도 고려하여 접근하고자 하였다. 이에 상권의 업종 구성에 초점을 맞춰, 그 변화가 상권의 질적인 측면을 설명하는 기준으로 설정하였으며 양적인 측면으로는 유동인구와 매출액의 변화를 활용하여 업종 구성 변화에 따른 이태원 상권의 변화 특성을 고찰하였다.

본 연구는 다음과 같은 방법을 통해 진행되었다. 먼저 상권의 업종 구성 변화를 통해 상권 내 중심 업종의 변화를 파악하였다. 다음으로, 중심 업종의 변화가 나타난 상권에 대해 유동인구 및 매출액의 변화 패턴을 2014~16년과 2017~19년으로 구분하여 변화 양상을 비교·분석하였다. 마지막으로 업종 변화 관점에서 유동인구와 매출액의 관계를 고찰하고, 이태원 상권의 변화 특성에

대한 시사점을 이끌어 내었다. 이를 통해 도출된 결과는 다음과 같다.

첫째, 이태원 상권 내 업종 구성은 크게 소매업 또는 외식업 중심으로 변화하였으며 이는 주로 인접 상권과 함께 나타난다. 즉, 이태원 상권은 동종 점포, 특히 양식음식점, 카페 등의 외식업과 패션·의류 등의 소매업종 간 밀집하는 양상을 띠며 상권 변화 현상이 나타나는 것으로 판단된다.

둘째, 이태원 상권은 시기별로 유동인구와 매출액의 변화 패턴이 다르게 나타난다. 2014~16년도에서는 유동인구 감소, 매출액 증가의 변화 양상을 보였으나, 2017~19년도는 반대로 유동인구 증가, 매출액 감소의 변화 양상이 나타났다. 이는 2014~16년과 그 이후 시기인 2017~19년 모두 대부분의 상권이 유동인구와 매출액이 음(-) 상관관계가 나타났으며, 유동인구가 매출액에 미치는 영향이 적다는 것을 의미하는 것으로 해석된다.

셋째, 2014~16년에 중심 업종이 패션 및 의류(소매업) 또는 외식업으로 뚜렷하게 나타나게 나타나는 상권은 유동인구가 감소함에도 불구하고 매출액이 증가하는 변화 양상을 나타냈다. 해당 상권을 방문하는 소비자들은 명확한 목적(쇼핑, 식사) 및 특색있는 음식점 및 카페를 방문하고자 하는 심리 등을 갖고 있어 유동인구가 아닌 실제 소비자들이 상권의 매출액에 영향을 끼치며, 이에 유동인구가 매출액에 미치는 영향은 적은 것으로 해석된다. 또한, 상대적으로 업종 다양성 정도가 큰 상권은 유동인구가 매출액 간 양(+)의 상관관계가 나타났다. 2017~19년도는 중심 업종이 변화함에 따라 유사한 업종을 가진 인접 상권과의 경쟁이 발생하여 유동인구가 증가함에도 불구하고 타 상권으로 흡수되어 매출액 감소 현상이 주로 나타난 것으로 해석된다.

마지막으로, 이태원 상권은 업종 변화에 따라 유동인구와 매출액의 변화 패턴이 달라지며, 이는 주로 인접 상권 간 또는 상권 내 점포 간 경쟁으로 인해 유동인구가 매출액에 미치는 영향이 적은 방향으로 상권의 특성이 지속해서 변화하고 있다.

앞서 기술한 연구 내용 및 결과를 종합한 본 연구의 시사점은 다음과 같다.

먼저 기존과는 다른 관점으로 이태원 상권 내 업종 변화에 주목하여 유동인구 및 매출액의 관계를 도출하고 변화 특성을 파악하였는데, 이를 통해 이태원 상권은 2014년 이후 유동인구가 감소하여 선행연구에서 파악한 상업 젠트리피케이션 현상이 나타남을 보였지만 2016년 이후 2019년까지 유동인구는 지속적해서 증가하는 양상으로 미루어 보아 최근 미디어에서 주로 언급하는 이태원 상권의 쇠퇴현상과는 상이한 모습이 나타나고 있다는 점이다.

다음으로 이러한 현상을 통한 이태원 상권의 변화 특성으로 유동인구의 증가가 매출액의 증가로 이어지고 있지는 않지만, 상권 내 업종 다양성의 추구를 통해 상권 간, 상권 내 동종 업종 간 경쟁을 완화하고 서로 공생 또는 시너지가 날 수 있는 방향을 모색한다면 향후 상권의 성장·활성화에 기여할 수 있을 것으로 보인다.

2절 연구의 의의 및 한계

본 연구는 이태원 상권을 어느 하나의 특정 상권만을 다룬 것이 아닌, 한남동, 경리단길, 해방촌 상권을 모두 포함한 상권영역 단위로 상권 내 업종 변화에 따른 질적 변화 특성을 파악하고, 그에 따라 나타나는 상권의 양적 변화 지표인 유동인구 및 매출액의 변화 패턴을 도출하여 이태원 관련 선행연구에서 주로 언급된 시기인 2014~16년과 기존 선행연구에서 다루지 않았던 2017~19년의 변화 양상 비교·분석을 통해 이태원 상권의 변화 특성에 논의했다는 점에 그 의의가 있다. 또한, 그러한 변화 특성을 통해 향후 활성화가 기대되는 상권에 대한 특징을 공간적 관점을 통해 파악함으로써 이태원 상권에 창업을 고려하는 소상공인에게 시사점을 제공할 수 있을 것이다.

그러나 본 연구에서 경리단길과 해방촌 상권의 경우 회나무로와 신흥로에 인접한 상업시설들 또한 해당 상권의 주요 상업공간에 해당하는데, 우리마을가게 상권분석 서비스에서 제공하는 상권영역에는 그러한 상업공간이 누락되어 있어 보다 정확한 분석이 이루어지지 못했다는 한계점이 있다. 또한, 매출액의 경우 세부 업종별로의 매출액 값이 아닌 매출액 총합을 사용하여 실제로 어떠한 업종이 매출액 변화에 영향을 크게 끼쳤는지에 관한 확인이 이루어지지 못한 점도 한계점으로 남는다.

상권은 시간이 지남에 따라 지속해서 변화하며, 그 원인과 방식은 매우 다양하게 나타날 것이다. 이에 본 연구의 내용이 그러한 상권 변화를 새로운 시각으로 바라보는 데 도움이 되길 바란다.

참고 문헌

단행본

- 경신원 (2019). 흔들리는 서울의 골목길. 파람북
- 어반플레이 (2018). 아는동네 아는이태원. 어반플레이
- 신윤동욱 (2007). 플라이 인 더 시티. 생각의 나무

간행물

- 월간식당 3월호 (2020). 편집부. 한국외식정보
- 이동현, 이재경, 천상현 (2020). 서울시 성장상권과 쇠퇴상권 내 외식산업의 생존율 비교. 국토연구 제105권(65-84)
- 정은애 (2019). 상권주기에 따른 소상공인 및 자영업 정책방향. KOSBI 중소기업포커스 제19-407호

보고서

- 김태경, 정천용, 정지이 (2018). 핫플레이스의 생성조건 및 쇠퇴·이동에 관한 연구. 경기연구원
- 김상일, 허자연 (2015). 서울시 상업 젠트리피케이션 실태와 정책적 쟁점. 서울연구원
- 이진희, 임상연, 송지은 (2017). 젠트리피케이션 대응정책의 실효성 제고 방향 연구. 국토연구원
- 이진희, 임상연, 박종순, 이왕건 (2018). 도시경제기반형 젠트리피케이션 지표 개발 및 활용방안 연구. 국토연구원

학위논문

- 김지원 (2018). 골목상권 매출변화에 영향을 미치는 상권 특성 연구. 서울대학교. [국내석사]

- 김희진 (2015). 문화지역의 상업화 과정과 장소성 인식 변화 - 삼청동과 신사동의 가로를 사례로. 서울대학교 [국내박사]
- 박아름 (2016). 상업가로의 젠트리피케이션 과정 및 임대료 영향 분석 - 경리단길을 사례로. 한양대학교 [국내석사]
- 이정란 (2016). 업종다양성에 따른 상권의 형성 과정 및 변화 특성. 서울대학교 [국내박사]
- 정동규 (2017). 발달상권과 골목상권에 위치한 음식점 생존과 폐업 비교 - 이태원 지역을 중심으로. 서울대학교 [국내석사]
- 정지희 (2015). Multi-ethnicity 소비 공간의 형성과 지역 활성화 : 이태원 에스닉레스토랑을 중심으로. 서울대학교 [국내박사]
- 차호철 (2011). 구도심쇠퇴상권의 활성화방안에 관한 연구. 제주대학교. [국내석사]

학술지

- 경신원, 정규리 (2019). 이태원 지역의 젠트리피케이션은 누구에 의해 어떻게 일어나는가?. 서울도시연구
- 김수영, 신재섭, 최재필 (2018). 서울시 젠트리피케이션 종합대책 분석 및 개선점 제안 - 지역상생발전 특별법 내용을 중심으로. 대한건축학회
- 노은빈, 이상경, 이병길 (2017). 공간 데이터 재구축을 통한 음식업종 매출액 영향 요인 분석 : 이종 공간 데이터의 집계단위 변환을 중심으로. 한국측량학회
- 손용만, 박태원 (2017). 쇠퇴상권 재활성화를 위한 도시재생 계획요소 우선순위 비교분석 : 서울시 신촌 사례를 중심으로. 도시행정학보
- 신우진, 신우화 (2010). 동종 및 이종 소매업종 간 공간상관관계에 관한 고찰 : 서울시 을지로3가역과 역삼역 주변을 대상으로. 서울도시연구
- 신현준 (2016). 한남동의 창의계급들과 경합하는 장소들의 생산 : 세 가지 길의 상이한 행위자들과 젠트리피케이션의 상이한 유형들. 한국경제지리학회지

- 안덕초, 김용근 (2017). 젠트리피케이션 관련 연구동향과 이해당사자 내용 분석. 글로컬문화전략연구소
- 유경훈, 장성만, 안영수 (2016). 구조방정식을 이용한 권역별 상업가로요인과 유동인구수가 상가매출액에 미치는 영향 분석. 주택도시연구
- 이선영 (2016). 닐 스미스와 젠트리피케이션, 그리고 한국. 공간과 사회
- 이인성, 배재흠 (2013). 문화상업가로 활성화 과정에서의 건축물 용도변화: 서울시 가로수길을 대상으로. 한국도시설계학회지
- 이정란, 최막중 (2018). 동종과 이종의 도·소매 업종 구성에 따른 상권 변화의 특성. 한국지역개발학회지
- 정승영 (2006). 횡단면자료를 이용한 상가임대료 결정모형. 부동산학연구
- 최창호, 윤현덕 (2007). 중심시가지 상권활성화를 위한 정책과정모형수립에 관한 연구. 유통연구
- 허자연, 정연주, 정창무 (2016). 상업공간의 젠트리피케이션 과정 및 사업자 변화에 관한 연구: 경리단길 사례. 서울도시연구

국외문헌

- American Heritage Dictionary (1994). American Heritage Dictionary. MA, Boston : Houghton Miffin Harcourt
- Brown, S. (2014). Beyond Gentrification : Strategies for Guiding the Conversation and Redirecting the Outcomes of Community Transition. Joint Centre for Housing Stuides of Harvard University, Cambridge
- Bridge, G (2007) A global gentrifier class?. Environment and Planning
- Clark, E (1995). The rent gap re-examined. Urban Studies
- Davidson. M (2007) Gentrification as global habitat: a process of class formation or corporate creation?. Transaction of the Institue of British Geographers
- Hamnett, C (1984). Gentrification and urban location theory: a review

and assesment. progress in research and applications
- Harrison, G (1983) Gentrification in Knoxvile, Tennessee: A study of the Fourth and Gill neighborhood. Urban Geography
- Lees, L. (2008). Gentrification and social mixing : towards an inclusive urban renaissance?. Urban Studies
- Naegler, L. (2012). Gentrification and Resistance: cultural criminology, control, and the commodification of urban protest in Hamburg (Vol. 50).
- Shin, H. B (2009) Property-based redevelopment and gentrification: The case of Seoul, South Korea. Geoforum
- Shin, H, B and Kim S. H (2016) The development state, speculative urbanisation and the politics of displacement in gentrifying Seoul. Urban Stuides
- Shin, H. B (2009) Property-based redevelopment and gentrification: The case of Seoul, South Korea. Geoforum
- Smith, N and Williams P. (1986). Gentrification of the City. Boston: Allen & Unwin
- Smith, N (1979). Toward a theory of gentrification a back to the city movement by capital, not people. Journal of the American Planning Association

기타

- 김수아 (2015). 신개발주의와 젠트리피케이션. 황해문화. 새얼문화재단
- 서울시 (2015). 서울시 젠트리피케이션 종합대책. 기획조정실

Abstract

Analysis on the Influence of Changes in the Composition of Commercial District in Itaewon

: Focusing on the Relationship between Floationg Population and Sales

Woo, Jeong Gun
Department of Landscape Architecture
The Graduate School of Environmental Studies
Seoul National University

The Itaewon commercial district grew around Itaewon Station, expanding to Hannam-dong, Gyeongridan-gil, and Haebangchon, but most of the recent changes in Itaewon commercial districts are seen as the decline of commercial districts due to gentrification. The rent and vacancy rate have increased, and the floating population has also decreased, making the commercial district no longer active and entering a recession. However, the change in Itaewon commercial districts is a little too much to approach from this perspective alone. This is because the characteristics of each commercial district are different, and the resulting changes will also be different for each commercial district. Therefore, this study wanted to look at the change in more

detail by dividing the Itaewon commercial district into commercial district units, rather than simply deviating from the conventional notion that the Itaewon commercial district is constantly declining. It was also intended to take into account the qualitative aspects, rather than simply looking at the changing perspective of the commercial district. Therefore, focusing on the composition of the business sector, the change is set as a basis for explaining the quality aspects of the commercial district, and in quantitative terms, the characteristics of the change in Itaewon commercial district due to the change in the composition of the industry.

The analysis process of this study is as follows. First, the industry-specific ratio is calculated through the merchant's industry composition indicators to identify changes in the core industry within the commercial district through annual comparisons (2014, 2019).

Second, quantitative change patterns in floating populations and sales are derived by dividing them into 2014~16 and 2017-19 years for commercial areas where changes in the composition of industries are evident, and the changes are compared and analyzed. Finally, the pattern of changes in the floating population and sales volume is analyzed from the perspective of changes in the business sector to examine the relationship between the floating population and the sales amount and to discuss the nature of the change in Itaewon commercial district. The results of this study are as follows.

First, the composition of industries within Itaewon commercial districts has changed significantly to the retail or restaurant businesses, which are mainly seen with neighboring commercial districts. In other words, Itaewon commercial districts were concentrated among the same stores, especially restaurants, cafes, etc., and retail industries such as fashion and clothing, resulting in changes in commercial districts.

Second, Itaewon commercial districts have different patterns of changes in the floating population and sales volume depending on the time period. In the 2014-16 period, there was a decrease in the floating population and a change in sales, but in the 2017-19 period, there was a change in the floating population and a decrease in sales. This means that most commercial districts showed negative correlation between the floating population and sales in 2017-19 and the period after 2014-16 and that the floating population had a small impact on sales.

Third, the commercial districts, where the central industry is clearly seen as fashion and clothing or restaurant businesses in 2014-16 showed a change in sales despite a decrease in the floating population. Consumers visiting the commercial district have a clear purpose, so it is interpreted that the actual consumers, not the floating population, affect the sales of the commercial district, and the floating population has a small impact on sales. In addition, commercial districts with relatively large levels of industry diversity showed a correlation of the amount (+) between sales of floating populations. It is interpreted that as the central industry changed, competition with neighboring commercial districts with similar industries occurred in 2017, it was absorbed into other commercial districts despite the increase in the floating population, resulting in a decrease in sales.

Finally, Itaewon commercial district has a different pattern of changes in its current population and sales volume, which is constantly changing in a way that the floating population has less impact on sales, mainly due to competition between adjacent businesses and stores within the commercial district.

This study does not cover just one particular commercial district, but rather identifies the characteristics of qualitative changes as a result of

industry changes in the commercial district, including Hannam-dong, Gyeongridan-gil, and Haebangchon.

The commercial sphere will continue to change over time, and its causes and methods will vary widely. Therefore, we hope that the contents of this study will help us look at such commercial change from a new perspective.

keywords : Itaewon, Changes in the Composition, Floating Population, Sales, Commercial District, Correlation

Student Number : 2019-27433