

# 특화가로를 위한 건축물 실태조사

Ground Floor Uses of the Buildings on the Specified Street

허현태 Heo, Hyuntae

## 허헌태

수원시정연구원 도시환경연구부 연구위원 (현)

heo@suwon.re.kr

SRI (Suwon Research Institute)

### | 연혁 |

기초지방자치단체 최초 수원시 출연 재단법인으로

2013년 3월 28일 설립

### | 설립목적 |

연구원은 수원시의 중장기 발전과 시정 전반의 과제에 대하여 종합적이고 체계적으로 조사·연구하여 정책대안을 제시함으로써 지역발전과 시민의 삶의 질 향상에 기여함을 목적으로 한다.

# 특화가로를 위한 건축물 실태조사

Ground Floor Uses of the Buildings on the Specified Street

2014

---

## 연구진

연구책임

● 허현태 / 도시환경연구부 연구위원

연구원

● 박예진 / 도시환경연구부 연구원

---

이 보고서의 내용은 연구진 개인의 견해로서  
수원시의 정책과는 다를 수도 있습니다.

# 국문요약

가로는 인간의 삶이 일어나는 일상적인 공간으로서 삶의 모습만큼 다양한 행위들이 일어나고 있다. 가로환경은 도시를 구성하는 물적 요소 중에서 중요한 위치를 차지하며 지역이미지를 구성하는 매개체가 되고 있다. 현대사회에서 도시간의 경쟁이 치열해짐에 따라서 각 도시들이 지역의 정체성을 드러내고 사람들을 유인하기 위한 노력의 일환으로 가로를 특화하기 위한 사업들을 수행하고 있다. 그러나 이러한 특화가로 사업들은 일부에서 도로시설 중심으로 조성하는 일들이 일어나고 있으며, 가로의 전체 이미지를 결정하기 위한 사업의 방향과 정책들이 부족한 상황이다. 이에 본 연구에서는 가로를 구성하고 지역의 특성을 나타내는데 있어 결정적인 역할을 하는 것이 건물이며, 특히 저층(1층)의 용도가 지역 정체성 형성에 일차적 요인으로 작용할 것으로 생각하였다. 따라서 국내 유명 특화가로들을 대상으로 가로에 면한 건물 1층의 업종 집적도를 살펴보고, 방문자들이 가지고 있는 가로이미지에 대한 조사를 통하여 그 관계에 대하여 살펴보는 것을 본 연구의 목적으로 하였다.

연구대상지 선정을 위해서 학술지 등에 발표된 연구논문에서 대상으로 했던 곳과 언론에 의해서 소개된 곳을 중심으로 9곳을 선정하였다. 검색을 위해 ‘특화가로’, ‘특화거리’, ‘상업가로’, ‘문화역사거리’, ‘문화거리’, ‘걷고 싶은 거리’, ‘보행 활성화’, ‘가로환경’ 등의 검색어로 학술정보사이트와 포털사이트를 통한 조사를 수행했고, 가로수길, 광복로, 대학로, 동성로, 명동거리, 북촌길, 삼청동길, 인사동길, 홍대거리 9곳이 대상지로 선정되었다. 각각의 대상지들은 직접 방문하여 가로에 면한 건물1층을 사진촬영하고 기록하였으며, 방문객을 대상으로 방문목적 및 가로이미지 등에 대한 설문을 진행하였다.

방문객들이 인지하고 있는 가로의 이미지와 가로변 건축물 1층의 업종 집적도는 밀접한 관련이 있는 것으로 판단되며, 인지되는 가로의 이미지 구분에 따라 업종의 집적정도는 차이가 있는 것으로 보인다.

우선 쇼핑위주의 상업가로라 인지되고 있는 가로수길, 동성로, 명동거리, 홍대거리의 경우 50% 이상의 업종이 집적되어 있는 것으로 나타났다(명동거리의 미용과 패션을 합하여 단순 평균을 내면 65.2%).

음식점위주의 상업가로라 인지되는 가로는 식음료 관련한 업종의 집적이 비교적 높게 형성되어 있으나 가로 이미지를 지배하고 있다하기에는 다른 특성에 비하여 그 비율이 낮게 나타났다(광복로의 경우 식음료와 주점을 합하였을 경우 30% 수준).

예술·디자인위주의 가로라 인지되는 삼청동길의 경우는 패션관련 업종이 41.0%가 집적되어 있으며, 식음료가 32.8%로 비교적 높게 나타났다. 인사동의 경우는 패션관련 업종이 43.0%이며, 전시공연 관련 업종이 25.2%가 집적되어 있다. 또한 대학로의 경우는 식음료가 49.1%로 조사대상지 중에서 가장 높은 비율을 차지하고 있으나, 가로 이미지에 대해서는 예술디자인의 성격이 강하게 나타나고 있다. 인사동과 대학로의 경우는 비교적 유명한 가로로 인지된 시점이 오래 되었으며, 당시 형성된 이미지가 유지되고 있는 것으로 판단된다. 즉 이미 형성된 가로 이미지로 인지하고 있을 경우는 가로변 건축물 저층부 업종의 집적도가 높지 않아도 유지가 되는 것이라 판단된다. 예술·디자인위주의 가로에 대한 이미지가 강한 곳은 방문목적이 산책 및 휴식을 위한 경우가 높게 나타났다.

역사적의미의 가로인 북촌길의 경우는 주거가 44.9%로 가장 높게 나타났으며, 전통주택의 외관을 활용한 타 업종까지 고려하면 50%가 넘게 전통과 관련한 이미지를 가지고 있는 것으로 말할 수 있다.

특화가로 저층부(1층)의 용도와 가로의 이미지는 관계가 있는 것으로 판단된다. 다만 특성에 따라서 용도의 집적되는 수준의 차이가 나타나는 것으로 보이며, 사람들에게 오랫동안 인지되지 않은 가로의 경우는 같은 용도나 또는 유사용도의 집적이 전체용도의 절반이상이 되면 특화된 가로의 특징이 나타나는 것으로 판단된다. 따라서 특화가로를 만들기 위해서는 기존의 용도 집적을 조사하고 이를 강화하는 방향으로 조성하는 것이 이로운 것이며, 새롭게 조성하거나 관리하는 경우에도 가로변 저층부 용도를 관리하는 것이 도로를 새롭게 조성하는 것보다 효과적일 것이다.



# 목 차

<b>제1장 서론</b> .....	<b>3</b>
제1절 연구의 배경 및 목적 .....	3
1. 연구의 배경 .....	3
2. 연구의 목적 .....	5
제2절 연구의 범위 및 방법 .....	6
1. 연구의 범위 .....	6
2. 연구의 방법 .....	6
<b>제2장 관련연구 동향과 이론 연구</b> .....	<b>11</b>
제1절 용어 정의 .....	11
1. 특화가로 배경 및 개념 정의 .....	11
2. 특화가로의 형성과정 및 역할 .....	13
3. 특화가로 현황 및 내용 .....	13
제2절 선행연구 .....	15
1. 특화가로 발생에 관한 연구 .....	15
2. 특화가로의 건축물 특성 .....	17
3. 특화가로 사례지역 선정기준에 관한 연구 .....	18
4. 특화가로에 관한 분석 방법 .....	19
제3절 사례연구 .....	20
1. Pennsylvania St. Constitution St .....	20
2. 독일 에쓰링엔시 중앙역 상점거리 .....	25
3. 일본의 요코하마 모토마치, 오사카 고베거리 .....	27

<b>제3장 특화가로 대상지 선정</b> .....	<b>35</b>
제1절 대상지 선정 기준 및 대상지 .....	35
1. 특화가로 사례지역 선정 기준 .....	35
2. 조사대상 범위 .....	37
<b>제4장 특화가로 저층부 업종 집적도 및 가로이미지</b> .....	<b>54</b>
제1절 특화가로 건축물 저층부 업종 집적도 .....	54
1. 가로수길 .....	54
2. 광복로 .....	57
3. 대학로 .....	60
4. 동성로 .....	63
5. 명동거리 .....	65
6. 북촌길 .....	68
7. 삼청동길 .....	71
8. 인사동길 .....	74
9. 홍대거리 .....	77
제2절 특화가로 이미지 .....	80
1. 가로수길 .....	80
2. 광복로 .....	85
3. 대학로길 .....	90
4. 대구 동성로 .....	96
5. 명동거리 .....	102
6. 북촌길 .....	107
7. 삼청동길 .....	112
8. 인사동길 .....	117
9. 홍대거리 .....	122
제3절 소결 .....	127

제5장 결론 및 제언 .....	133
제1절 결론 .....	133
제2절 제언 .....	135
참고문헌 .....	139
부록 .....	145

# 표 목 차

<표 2-1> 지역별 특화거리 현황 .....	14
<표 3-1> 특화가로 조사대상지 .....	36
<표 4-1> 가로수길 1층 업종 현황 .....	55
<표 4-2> 광복로 1층 업종 현황 .....	58
<표 4-3> 대학로 1층 업종 현황 .....	61
<표 4-4> 동성로 1층 업종 현황 .....	64
<표 4-5> 명동거리 1층 업종 현황 .....	66
<표 4-6> 북촌길 1층 업종 현황 .....	69
<표 4-7> 삼청동길 1층 업종 현황 .....	72
<표 4-8> 인사동길 1층 업종 현황 .....	75
<표 4-9> 홍대거리 1층 업종 현황 .....	78
<표 4-10> 가로별 이미지 .....	129

# 그림 목 차

<그림 2-1> 워싱턴 가로체계 .....	20
<그림 2-1> 워싱턴 가로체계 .....	20
<그림 2-2> J.Edgar Hoover building pennsylvania St .....	21
<그림 2-3> 펜실베니아의 안전한 거리 .....	22
<그림 2-4> Constitution 거리 .....	23
<그림 2-5> Constitution 거리 건물 및 조경 .....	24
<그림 2-6> 예쓰링엔시 중앙역 상점거리 모습 .....	25
<그림 2-7> 요코하마 모토마치 상점 거리 .....	27
<그림 2-8> 긴자 주오도리 모습 긴자 하루미 도리 모습 .....	29
<그림 3-1> 특화가로 자료 검색 정리 .....	35
<그림 3-2> 특화가로 자료 검색 정리 2 .....	36
<그림 3-3> 가로수길 전경 .....	37
<그림 3-4> 신사동 가로수길 위치 .....	38
<그림 3-5> 광복로 전경 .....	39
<그림 3-6> 부산 광복로 위치 .....	40
<그림 3-7> 대학로 전경 .....	41
<그림 3-8> 서울 대학로 위치 .....	41
<그림 3-9> 대구 동선로 전경 .....	42
<그림 3-10> 대구 동성로 위치 .....	43
<그림 3-11> 명동거리 전경 .....	44
<그림 3-12> 서울 명동거리 위치 .....	45
<그림 3-13> 북촌길 전경 .....	46
<그림 3-14> 서울 북촌길 위치 .....	46
<그림 3-15> 삼청동길 전경 .....	47

<그림 3-16> 서울 삼청동길 위치 .....	48
<그림 3-17> 인사동길 전경 .....	49
<그림 3-18> 서울 인사동길 위치 .....	50
<그림 3-19> 홍대(신촌)거리 전경 .....	51
<그림 3-20> 서울 홍대거리 위치 .....	51
<그림 4-1> 가로수길 .....	55
<그림 4-2> 가로수길 대상지 지도 및 저층부 현황사진 .....	56
<그림 4-3> 광복로 .....	57
<그림 4-4> 광복로 대상지 지도 및 저층부 현황사진 .....	59
<그림 4-5> 대학로 .....	60
<그림 4-6> 대학로 대상지 지도 및 저층부 현황사진 .....	62
<그림 4-7> 동성로 .....	63
<그림 4-8> 동성로 대상지 지도 및 저층부 현황사진 .....	65
<그림 4-9> 명동거리 .....	66
<그림 4-11> 북촌길 .....	68
<그림 4-13> 삼청동길 .....	71
<그림 4-14> 삼청동길 대상지 지도 및 저층부 현황사진 .....	73
<그림 4-15> 인사동길 .....	74
<그림 4-17> 홍대거리 .....	77
<그림 4-19> 가로수길 방문 횟수 .....	80
<그림 4-20> 가로수길 방문 목적 .....	80
<그림 4-21> 가로수길의 이미지 .....	81
<그림 4-22> 가로수길의 흥미 및 볼거리 .....	82
<그림 4-23> 가로수길의 재방문 의사 .....	82
<그림 4-24> 가로수길에 머무는 시간 .....	83
<그림 4-25> 가로수길을 방문한 연령대 .....	83
<그림 4-26> 가로수길을 방문한 남녀 성비 .....	84

<그림 4-27> 직업군에 따른 가로수길 방문자 .....	84
<그림 4-28> 광복로 방문 횟수 .....	86
<그림 4-29> 광복로 방문 목적 .....	86
<그림 4-30> 광복로의 이미지 .....	87
<그림 4-31> 광복로의 흥미 및 볼거리 .....	87
<그림 4-32> 광복로의 재방문 의사 .....	88
<그림 4-33> 광복로에 머무는 시간 .....	89
<그림 4-34> 광복로에 방문한 연령대 및 남녀 성비 .....	89
<그림 4-35> 직업군에 따른 광복로 방문자 .....	89
<그림 4-36> 대학로 방문 횟수 .....	91
<그림 4-37> 대학로 방문 목적 .....	91
<그림 4-38> 대학로의 이미지 .....	92
<그림 4-39> 대학로의 흥미 및 볼거리 .....	93
<그림 4-40> 대학로의 재방문 의사 .....	93
<그림 4-41> 대학로에 머무는 시간 .....	94
<그림 4-42> 대학로를 방문한 연령대 .....	94
<그림 4-43> 대학로를 방문한 남녀 성비 .....	95
<그림 4-44> 직업군에 따른 대학로 방문자 .....	95
<그림 4-45> 동성로 방문 횟수 .....	97
<그림 4-46> 동성로 방문 목적 .....	97
<그림 4-47> 동성로의 이미지 .....	98
<그림 4-48> 동성로의 흥미 및 볼거리 .....	99
<그림 4-49> 동성로의 재방문 의사 .....	99
<그림 4-50> 동성로에 머무는 시간 .....	100
<그림 4-51> 동성로를 방문한 연령대 .....	100
<그림 4-52> 동성로 방문 남녀성비 및 직업군 방문자 .....	101
<그림 4-53> 명동거리 방문 횟수 .....	102
<그림 4-54> 명동거리 방문 목적 .....	103

<그림 4-55> 명동거리 이미지 .....	103
<그림 4-56> 명동거리의 흥미 및 볼거리 .....	104
<그림 4-57> 명동거리 재방문 의사 .....	104
<그림 4-58> 명동거리에 머무는 시간 .....	105
<그림 4-59> 명동거리를 방문한 남녀 성비 .....	105
<그림 4-60> 직업군에 따른 명동거리 방문자 .....	106
<그림 4-61> 북촌로 방문 횟수 .....	107
<그림 4-62> 북촌로의 방문 목적 .....	107
<그림 4-63> 북촌로의 이미지 .....	108
<그림 4-64> 북촌로의 흥미 및 볼거리 .....	109
<그림 4-65> 북촌로 재방문 의사 .....	109
<그림 4-66> 북촌로에 머무는 시간 .....	110
<그림 4-67> 북촌로를 방문한 연령대 .....	110
<그림 4-68> 북촌로 방문 남녀성비 및 직업군 방문자수 .....	111
<그림 4-69> 삼청동길 방문 횟수 .....	112
<그림 4-70> 삼청동길의 방문 목적 .....	113
<그림 4-71> 삼청동길의 이미지 .....	113
<그림 4-72> 삼청동길의 흥미 및 볼거리 .....	114
<그림 4-73> 삼청동길 재방문 의사 .....	114
<그림 4-74> 삼청동길에 머무는 시간 .....	115
<그림 4-75> 삼청동길을 방문한 연령대 .....	115
<그림 4-76> 삼청동길을 방문한 남녀 성비 .....	116
<그림 4-77> 직업군따른 삼청동 길 방문자 수 .....	116
<그림 4-78> 인사동길 방문 횟수 .....	117
<그림 4-79> 인사동길의 방문 목적 .....	117
<그림 4-80> 인사동길의 이미지 .....	118
<그림 4-81> 인사동길의 흥미 및 볼거리 .....	119
<그림 4-82> 인사동길의 재방문 의사 .....	119

<그림 4-83> 인사동길에 머무는 시간 .....	120
<그림 4-84> 인사동길을 방문한 연령대 .....	120
<그림 4-85> 인사동길 방문 남녀성비 및 직업군 방문자수 .....	121
<그림 4-86> 홍대거리 방문 횟수 .....	122
<그림 4-87> 홍대거리 방문한 연령대 .....	122
<그림 4-88> 홍대거리 방문 목적 .....	123
<그림 4-89> 홍대거리 이미지 .....	124
<그림 4-90> 홍대거리 흥미 및 볼거리 .....	124
<그림 4-91> 홍대거리 재방문 의사 .....	125
<그림 4-92> 홍대거리 머무는 시간 .....	125
<그림 4-93> 홍대거리 방문 남녀성비 및 직업군 방문자수 .....	126
<그림 4-94> 방문횟수 순위 .....	127
<그림 4-95> 방문목적 순위 .....	128
<그림 4-96> 머무는 시간 순위 .....	130



## 제1장

## 서론

제1절 연구의 배경 및 목적

제2절 연구의 범위 및 방법



# 제1장 서론

## 제1절 연구의 배경 및 목적

### 1. 연구의 배경

#### 1) 지역정체성을 위한 특화가로

가로는 인간의 삶이 일어나는 일상적인 공간으로서 삶의 모습만큼 다양한 행위들이 일어나며 그만큼 다양한 역할을 수행하고 있다. 가로환경은 도시를 구성하는 물적 요소 중에서 중요한 위치를 차지하며 지역이미지를 구성하는 강력한 매개체가 되고, 지역을 방문하는 사람들에게 지역의 이미지를 제공하는 가장 중요한 요소가 되고 있다(이낙현, 2005).

국내에서 특화거리조성사업은 역사거리, 문화거리, 그리고 걷고 싶은 거리 등 다양한 목적의 각종 거리만들기 사업을 비롯하여 공공 디자인 차원에서 행해진 가로시설물 정비나 간판문화개선사업, 그리고 노점대책에 이르기까지 내용이나 목적에 관계없이 거리를 대상으로 하는 사업이 ‘특화거리’라는 명칭으로 추진되었다(홍인옥, 2012).

특화거리에 대한 사업은 시기별로 사업성격의 차이를 보이고 있는데, 초기 특화거리사업은 보행권 및 보행환경개선에 중점을 둔 사업인 반면에 2000년 중반 이후 사업은 지역활성화 방안의 일환으로 해당 거리의 상권살리기에 중점을 두고 있다. 최근의 특화거리는 상업적 성격이 강한 동종 업종의 집단화된 거리를 중심으로 여기에 거리의 특성을 고려하여 특정한 테마를 정하고 이를 중심으로 거리를 조성하는 사업을 특화거리조성사업으로 추진하고 있다(홍인옥, 2012).

도시간의 경쟁이 치열해짐에 따라서 각 도시들이 지역의 정체성을

드러내고 사람들을 유인하기 위한 노력의 일환으로 가로를 특화하기 위한 사업들은 여전히 진행될 것으로 예상된다. 따라서 특화가로 조성을 위한 지역정체성을 어떻게 형성할 것인가에 대한 고민들이 필요하다.

## 2) 도로시설 중심의 특화가로 조성

앞서 살펴본 바와 같이 특화거리는 보행환경개선 중심의 사업에서 차츰 상권 살리기, 그리고 최근에는 동종업종의 집단화된 거리를 중심으로 하는 특화거리 만들기 사업들이 진행되고 있다. 각종 거리만들기 사업들이 보행환경 개선 중심의 사업들로 도로와 도로시설물 조성에 집중되어 진행되었다. 더욱이 가로조성에 대한 사업의 경우 담당하는 행정부서가 주로 도로를 조성하는 사업부서로 이루어져 시설물 공사에 머무르는 경우가 있다.

가로는 각종 시설로 구비된 가로와 주변의 건물을 모두 포함하는 말로써 인간의 정주환경에서 나타나는 특별한 종류의 길을 의미한다. 가로와 대비되는 말로서는 도로를 들 수 있는데, 도로가 목적지를 향한 이동이 중심이 되는 단순한 개념인데 비해 가로는 공간적 형태 뿐 아니라 다양한 활동까지도 내포하는 포괄적 의미를 가진다(김종인&장관집, 2003; William, 1976). 이처럼 우리가 말하는 가로는 각종 시설과 주변의 건물을 포함하는 개념으로 실제 사업에서도 도로와 시설 중심으로 진행되는 경향에서 탈피하여 가로의 이미지를 결정하는 요소를 중심으로 계획이 수립되고 사업이 수행되어야 할 것이다.

## 3) 가로의 이미지를 결정하는 가로변 건축물

도시 안에 있는 건물, 광장, 도시시설 뿐 만 아니라 도시주변 또는 도시 안에 있는 자연환경까지도 모두 상징성을 지닐 수 있으며, 어느

도시나 본래부터 가지고 있던 독특한 문화를 발전시키는 것이 중요하게 여겨지며, 여러 도시들은 문화단지를 조성하거나 문화의 거리를 조성하여 도시에 자신만의 문화적 특성을 나타내고 하나의 문화 공간으로 발전시켜 나가려 한다(김종인&장광집,2003). 상업가로의 일반적인 물리적 특성을 살펴보면, 가로와 건축물의 관계가 인지적으로, 행태적으로 긴밀하게 연결되어 있어야 한다는 점을 들 수 있는데, 업무지역이나 주거지역에서는 접근성을 제공하는 길과, 개별 건축물간에 적절한 분절이 이루어지는 것이 기능적으로 바람직한 반면, 상업가로에서는 공공공간, 그리고 가로에서의 움직임이 자연스럽게 개별 건축물로 이어지며, 연속적인 체험을 제공하는 것이 활성화에 있어 매우 중요하다(오성훈,2012).

가로를 구성하는 건물은 지역의 특성을 나타내는데 있어 결정적인 역할을 한다. 특히 가로에 접한 유사업종 상점들의 집적은 우선적으로 지역의 정체성을 형성하는 일차적 요인으로 작용할 것이다. 따라서 가로가 이러한 동종업종의 집적이 어느 정도 수준에서 이러한 특성을 드러내고 있으며, 무엇들이 방문객들을 유인하는지에 대한 연구가 필요하다.

## 2. 연구의 목적

본 연구는 지역의 활성화와 지역특성을 살리기 위한 특화가로 조성 사업들을 성공적으로 수행하기 위하여 가로변 건축물의 용도와 동종업종의 집적 정도에 따른 지역특성화와 관계를 밝히는데 목적이 있으며, 다음과 같은 세부목적을 가지고 있다.

첫째, 국내 유명한 특화가로들에 면해있는 건물 저층부(1, 2층) 상점들의 업종들을 살펴보고, 가로의 이미지와 관련하여 동종업종의 비율을 파악하고자 하였다.

둘째, 특화가로에 방문하는 사람들의 방문목적과 이유를 살펴봄으로

써 특화가로에 대한 인식과 상업시설의 집단화와 관계를 살펴보자 하였다.

이 연구는 지역활성화와 지역정체성 확립을 위해서 진행되는 가로 조성 사업이 가로변 상업시설의 집단화가 커다란 영향을 미치며, 이를 실증조사하고 향후 가로시설물 조성과 함께 상업시설의 용도를 관리하는데 있어 활용하기 위한 조사연구로 진행되었다.

## 제2절 연구의 범위 및 방법

### 1. 연구의 범위

#### 1) 시·공간적 범위

본 연구의 시간적 범위는 2014년 현재까지 존재하고 있는 가로를 대상으로 하며, 공간적 범위로는 국내 특화가로를 대상으로 한다.

#### 2) 내용적 범위

본 연구에서 다루는 특화가로는 과거부터 자연스럽게 형성되거나 자치단체에서 필요에 의해서 형성한 가로들로써 ‘걷고 싶은 거리’, ‘테마거리’, ‘문화거리’ 등을 대상으로 하였다.

전체 대상들 중에서 선행연구와 언론의 소개가 있었던 가로들 9개를 선정하여 가로변 건축물 1층과 2층의 업종에 대한 조사와 가로 방문자의 가로에 대한 이미지 및 방문목적에 조사하여, 가로변 건축물의 업종의 집적도와 가로이미지 및 방문목적의 관계를 밝히고자 하였다.

### 2. 연구의 방법

연구 수행하는데 있어 다음의 방법을 사용하였다.

첫째, 문헌조사를 통하여 특화가로의 개념에 대한 조사와 연구대상지 선정에 위하여 선행연구 대상지 및 언론에서 다루었던 곳을 조사·분석 하였다.

둘째, 사례조사를 통하여 해외 특화가로 현황에 대하여 살펴보았다.

셋째, 특화가로의 건축물 저층부 이용(점유) 상태를 파악하기 위하여, 1층과 2층의 업종 확인을 위하여 사진촬영과 직접 관찰을 통하여 상호를 확인하고 업종에 대한 분류를 분석하였다. 이를 통하여 각 가로변 건축물 저층부 업종의 집적도 현황의 비율을 파악하였다.

마지막으로 특화가로변 건축물 저층부의 업종의 집적도와 방문자들의 가로에 대한 이미지 및 방문 목적과의 관계를 살펴보기 위하여 방문자들을 대상으로 설문조사를 수행하였다.



## 제2장

# 관련연구 동향과 이론연구

제1절 용어의 정의

제2절 선행연구

제3절 사례연구



## 제2장 관련연구 동향과 이론 연구

### 제1절 용어 정의

#### 1. 특화가로 배경 및 개념 정의

나라별로 구분 짓던 과거와는 달리 오늘날은 각 도시별 경쟁 및 도시 네트워크 확산으로 인해 도시의 이미지가 그 나라를 연상시키는 얼굴이 되고 있다. 산업시대 이후 획일화된 도시개발로 인한 많은 도시의 공간들은 Ralph(1976)가 주장했던 ‘장소상실’ 혹은 ‘무장소성’의 경험을 토대로 보다 나은 환경에서 살고자 하는 욕구가 도시내의 기능으로 옮겨졌으며 나아가 단순히 기능을 갖는 공간이 아닌 장소성을 가진 공간에 대한 수요가 늘어나고 있다. Ralph는 장소성에 대해 물리적 환경, 활동, 의미라는 세 가지 요인을 통하여 장소성이 형성된다고 하였다.<sup>1)</sup> 대표적인 예로 프랑스의 샹젤리제 거리는 화려한 상업 자본들과 연인들의 모습, 자연스럽게 거리를 즐기는 여유로운 삶적 분위기를 자아낸다. 또한 뉴욕의 맨해튼 월스트리트는 전 세계 수많은 자본이 흐르고 있는 은행들과 그 안에서 바빠 움직이는 사람들의 모습으로 우리에게 알려져 있으며, 세계 도시로 발전하고 있다. 이러한 도시의 장소성은 자연발생이나 인위적 형성이 가능하여 공공 주도의 도시 디자인이나 민간 상업시설 개발 등 장소 마케팅 차원에서 독특한 정체성을 형성하는데 관심을 가지고 있다.

우리나라의 경우 대표적으로 ‘디자인 서울거리 조성 사업’등 여러 가지 가로환경개선 사업들로 걷고싶은 거리, 걷고싶은 녹화거리, 간판이 아름다운 거리, 교육문화의 거리, 도시 갤러리 프로젝트, 공공디자인

---

1) 김동찬·최우영, 2013, “장소마케팅을 위한 특화가로의 장소성 형성에 대한 연구,” 한국디자인문화학회지, 19(2):48-58.

인 거리 등을 시행하고 있으며,<sup>2)</sup> 최근에는 지역경제 활성화와 시민들의 건전한 휴식공간 제공을 위한 목적으로 기초자치단체가 특화거리라는 상업공간을 조성하는 사례가 많아지고 있다.

이러한 배경 하에 ‘특화’의 개념을 사전적 의미로 살펴보면, ‘Specialization’으로 한 나라의 산업구조나 수출 구성에 있어서 특정 산업이나 상품이 상대적으로 큰 비중을 차지하고 있는 상태를 말하며, ‘가로’의 개념을 어원적으로 살펴보면 영어의 Street로서 라틴어의 Sterner에서 유래한다. 이는 ‘포장한다’라는 뜻으로 독일어의 Strasse, 이탈리아어의 Strada도 같은 의미를 가진다. 따라서 가로(街路)는 원래 포장된 길을 의미하며, 역사적으로 “포장된 길”은 도시지역 내의 길을 의미한다. 또한 “str~”라는 어근은 건물과 연계되어 있고 도시적 의미를 가지고 있어 “street”는 일반적인 “길”, 즉 사람이 통행하는 “거리”의 포괄적 개념이라기보다 도시공간의 일부로 걷는다는 동적인 행태와 거리양편의 정적인 건축 구조물과의 관계에서 상호간의 양상이 복합화 된 실체로서의 의미를 가진다.<sup>3)</sup>

특화가로에 관해 손재룡 외(2003)는 도시지역 내에서 상업지역의 지역분화가 이루어지고 소비 형태가 다양화되면서 나타난 새로운 상업형태로 보고 있으며, 동일 혹은 유사한 기능의 상업업종들이 집적의 이익을 창출하기 위해 일정한 장소에 군집해 입지한 거리로 정의하였다. 또한 구지연 외(2013)는 복합적이고 특수한 공간으로, 오성훈 외(2012)는 지역의 랜드마크 역할을 하며 사회 속 커뮤니케이션의 장소로서 상품 및 서비스의 판매·소비를 위한 경제적 공간이며 동시에 사회문화적 공간으로 정의하고 있다. 이러한 특화거리는 단순한 기능적 물품구매의 장소가 아니라 ‘커뮤니티의 장’, ‘생활에 있어서 즐기는 장소’로서의 환경과 기능을 제공하고 있기 때문에 일정기간 계

---

2) 상계서

3) 이인선, 2013, “특화가로 공간환경디자인의 지역성 표현 특성 및 개선방안에 관한 연구,” 중앙대학교 석사학위논문 재인용.

속적으로 증가하고 있으며,<sup>4)</sup> 홍인옥(2012)은 최근의 특화거리는 상업적 성격이 강한 동종업종의 집단화된 거리를 중심으로 여기에 거리의 특성을 고려하여 특정한 테마를 정하고 이를 중심으로 거리를 조성하는 사업을 대부분의 지자체에서 시행하고 있다고 하였다.

즉 특화가로란 도시지역 내에서 상업지역의 지역분화가 이루어지고 소비행태가 다양화되면서 나타난 새로운 상업형태로 동일 혹은 유사한 기능의 상업업종들이 집적의 이익을 창출하기 위하여 일정한 장소에 군집을 이루어 입지하는 거리를 말한다.

## 2. 특화가로의 형성과정 및 역할

특화가로는 입지의 경합으로 인해 상점들이 일정한 지역에 군집하여 집적이익을 추구하거나 소비자의 평판으로 인해 그 특성이 지속적으로 유지되고 강화되는 과정을 통해 형성된다. 특화가로는 소비자들이 좀 더 효율적이고 최소한의 노력으로 얻으려는 구매행태에 맞춰 동일 기능들끼리 군집을 이뤄 경쟁하지만 시간이 흘러 지역이 확대되면 조금 더 세분화 되어 각 기능별로 공간적 분화를 일으켜 독립된 기능특화지역을 형성하게 된다. 이를 통해 거리극복비용 및 상품의 교환을 최소화하여 생산과 분배의 효율성 및 상호작용을 극대화시키며, 같은 기능끼리 집단을 이룸으로써 접촉의 기회를 높여 상점상호간의 정보교환과 편의성을 증진시키게 된다.<sup>5)</sup>

## 3. 특화가로 현황 및 내용

최근의 특화거리는 상업적 성격이 강한 동종업종의 집단화된 거리

---

4) 김남현, “특화거리 형성이 주변주거지역에 미치는 영향에 관한 연구,” 성균관대학교 석사학위논문.

5) Berry B.J.L., 1967, *Geography of Market Centers and Retail Distribution*, Englewood Cliffs, p42-48.

를 중심으로 여기에 거리의 특성을 고려하여 특정한 테마를 정하고 이를 중심으로 거리를 조성하는 사업을 특화거리조성사업으로 추진하고 있다. 대부분 지자체가 사업을 주도하고 있는데 지자체에 따라 사업추진 방식은 다양하다.<sup>6)</sup>

〈표 2-1〉 지역별 특화거리 현황

지역	개소	명칭
서울	17	가족의 거리, 화랑의 거리, 패션거리, 가구거리, 무역금융거리, 첨단사업거리, 선사문화거리, 문화거리, 국악거리, 전통문화거리, 문화예술거리, 조각거리, 시인의 거리, 영화의 거리, 가을축제거리, 한의약거리, 문구·완구거리
대전	16	한복거리, 인쇄거리, 한의약거리, 공구거리, 건축자재거리, 중부건어물거리, 은행동 패션거리, 충무 자동차거리, 서대전 가구거리, 부사동 인삼·약초거리, 맞춤패션거리, 중교동 가구거리, 문창·대흥 오토바이거리, 선화동 전문음식특화거리, 오류동 전통음식거리
울산	4	로테오거리, 가구거리, 시계탑거리, 패션거리
대구	3	고미술품거리, 봉산문화거리, 야시거리

출처: 손재룡 외(2003), 특화거리 조성의 변천과정에서 나타난 Network의 중요성에 관한 연구

표2-1 이외에도 각 지역마다의 특화거리는 다수 지정되어 있다. 하지만 전국적으로 각 지역마다 특화거리가 지정되어 있어도 각 지자체의 지원 및 관리 소홀로 인한 문제점들이 발생되고 있고 대부분이 특화거리의 홍보를 구청 홈페이지 한 부분에 소개되고 있어 홍보역시 부족한 실정이다.<sup>7)</sup> 이러한 문제점들은 곧 지역의 활성화에 영향을 미치게 되고 지속적인 특화가로를 유지하지 못하게 될 수 있기에 특화가로 조성이후의 문제점들도 고려해 보아야 할 것이다.

6)홍인욱, 2013

7)손재룡 외, 2003, “특화거리 조성의 변천과정에서 나타난 Network의 중요성에 관한 연구,” 대한건축학회, 학술발표대회 논문집, 23(1): 487-490.

## 제2절 선행연구

특화가로에 관한 연구는 여러 분야에서 연구되어지고 있으며 특히 도시 경관 및 장소성 연구에 있어서 활발히 진행되었다. 2000년 이후의 연구들이 주를 이루고 있으며, 특히 2007년 경관법 시행이후 가로 정비 및 가로의 다양화로 인한 특화가로에 대한 연구들이 대부분으로 특화가로 발생에 관한 연구, 특화가로의 건축물의 특성, 특화가로 사례지역 선정기준 및 분석방법으로 구분해 볼 수 있겠다.

### 1. 특화가로 발생에 관한 연구

#### 1) 인위적 발생

이재원(2004)은 가로 폭, 보도 폭과 차도 폭의 비율, 건물의 높이와 가로 폭의 비율, 식재물 등의 차이가 가로의 이미지를 상반되게 나타날 수 있으며, 차호철·박철민(2010)은 3~10m내의 적정 보도 폭 및 짧은 횡단보도간의 간격, 편리한 대중교통 및 우수한 도로시설, 건물의 높은 전면 폭비와 보행 연속성, 건물 저층부의 가로 친화적 용도를 지닌 외관개방형 상점 및 가로돌출형 점포, 옥외카페와 간판 등이 보행의 안정성 및 연속적인 환경을 제공하여 보행자의 어메니티를 높여주고 걷고 싶은 거리를 만든다고 주장하였다.

서주환·황지희(2012) 현대 도시 가로경관에 있어 시각적, 경관적 질을 높이기 위하여 도시 미관에 큰 영향을 미치는 것이 ‘가설시설물’로 가설시설물에 관한 구체적인 가로경관 정비계획이 필요하다고 하였다.

한지형(2008)은 파리 리브 고슈 협의개발지구에 포함된 프랑스대로(Avenue de France)와 슈발르레 거리(Rue de Chevaleret)에 대해 가로디자인에 의해 파리 다른 지역까지의 연결성은 물론 보행자공간의 연속성과 1층 상가의 활성화를 위한 넉넉한 보행로 설치 등으로 또 다른 활성화를 꾀하였다고 하였다.

홍인옥(2012)은 시간제·규격화 노점특화거리로 2007년 노점상 특별관리 대책으로 도입된 종로노점특화거리에 대해 거리활성화를 전제로 노점을 정비하고 걷기 편한 가로환경을 조성하는 것으로 노점을 특화한다는 점에서 대상이 분명한데다 노점 판매대를 규격화하는 동시에 가로여건을 정비하여 재배치하기 때문에 가시적으로 노점특화거리의 특성을 확인할 수 있다고 하였다.

강혜원·우신구(2009)는 원도심의 쇠퇴를 활성화시키기 위해 문화관광부, 부산시청, 부산 중구청이 공동으로 광복로를 대상으로 가로구조와 시설물, 간판, 건물의 파사드 등을 개선한 “광복로 일원 시범가로사업(이하 광복로사업)의 성공적 사례를 제시하였다.

## 2) 자연적 발생

이상훈 외(2011)는 신사동 가로수길을 사례로 주변 지대에 비해 저렴한 지가와 배후지의 고급아파트단지의 조성, 명문 학군등의 여건으로 인한 과거 화랑가들의 유입에서 비롯되어 패션, 가구 및 디자인, 카페·음식점들로 인구유입과 시대의 변화에 따라 자연스럽게 가로수길만의 특화가로가 형성되었다고 하였다.

최강림(2014)은 부산의 활성화된 해변카페거리인 마린시티 카페거리, 광안리 카페거리, 달맞이길 카페거리를 사례로 이 카페거리들의 공통점은 자연발생적으로 카페거리가 먼저 형성되었다는 점을 밝히고 이후 해안보행로를 대상으로 가로조성사업이 시행되어 가로환경은 증진되었으나, 마린시티를 제외하고는 카페거리 양측이 통합된 가로공간으로 조성되지 못한 한계점을 지적하였다.

신선화·최강림(2012)는 영국의 ‘헤이 온 와이 책 마을’ 및 일본의 ‘간다 고서점 거리’와 부산의 ‘보수동 책방 골목’을 비교분석한 서점을 주제로 한 특화거리조성 사례연구에서 사례 모두 자연발생적으로 형성되었으며, 농촌마을형태(헤이 온 마을)와 도심지 가로형(간다 고서점 거리, 보수동 책방골목)으로 구분할 수 있다고 하였다.

김봉원 외(2010)는 삼청동길이 과거 70~80년대 가지고 있던 근린주구적 상업가로에서 90년대, 2000년대에 새로운 문화를 선도하는 대표적 상업가로로 성격이 변화한 현상을 지가차이로 인한 인사동 등지에서 이동해온 문화예술 종사자들이라 하였으며, 이들이 삼청동길의 새로운 변화를 초래 하였다고 보았다. 이와 더불어 삼청동길이 전통적 외양에 문화적 풍부함까지 더해져 서울에서도 특색 있는 가로로 변모할 수 있었다고 주장하였다.

## 2. 특화가로의 건축물 특성

박천보(2009)는 대전광역시외의 음식특화거리의 건축물에 대해 다양한 높이로 인해 시야가 복잡하며 저층과 고층건축물의 스케일의 부조화 및 4m 도로의 주차로 인한 차량통행 불가했으며, 대부분이 노후된 1층의 블록구조로 건축물의 특성으로 물리적 재생이 필요함을 주장하였다.

정유경(2009)은 미국 포틀랜드시의 콩그레스 스트리트 특화거리의 사례를 통해 걸어서 돌아다닐 수 있는 규모로 고층건물이 없으며 역사를 느끼게 하는 건물들이 즐비하고 보도는 건물과 조화된 벽돌색으로 안정된 분위기를 연출하고 주변의 대형점포와 다양한 소형점포가 집적해 상권의 활성화를 도모하고 있으며 소매상의 대부분이 갤러리, 보석가게, 레스토랑 등의 local Business형태로 형성되었다고 사례분석 하였다.

차호철·박철민(2011)은 뉴욕 맨해튼의 소호 지역의 Broadway를 중

심으로 한 Spring St와 Prince St를 대상으로 건축물의 특성을 살펴 보았다. 먼저 대상지내 건물들은 대다수가 옆벽을 공유하고 높은 지가로 인해 집약적으로 밀집되어 있어 상업가로의 연속적 행위 공간을 제공하며 보행자에게 지속적인 활동을 유도하고 있는 것으로 분석하였다. 또한 건물의 저층부가 보행자에게 강한 목적성을 부여하는 의류 등의 외관개방형 상점과 식음 및 휴식을 위한 가로돌출형 점포가 많이 입지하여 가로 활성화에 기여하며 강한 목적성을 부여하고 다양한 가로 활동을 유도하는 것으로 확인하였다. 다만, 건물 대부분이 오래전 상업 외 용도로 건축되어 상부층으로의 접근이 용의하지 않고 유효보다 폭원비가 좁아 조망가능 높이가 낮음을 밝혔다.

### 3. 특화가로 사례지역 선정기준에 관한 연구

김도년(2011)은 서울시 주요 업무 가로 및 특화 가로 중 업무 가로로서 강남구 테헤란로, 종로구 청계천로, 특화가로로서 강남구 가로수길, 종로구 삼청동길을 선정하여 가로별 보도 공간 활용 및 노천카페 활용실태를 파악하였다.

손재룡 외(2003)는 향후 특화거리 조성을 위한 벤치마킹 및 특화거리의 진화과정을 보기위해 서로 다른 특징을 가진 특화거리와 조성시기가 다른 거리를 선정하여(1세대라 부를 수 있는 부평 문화의 거리, 2세대인 문정동 로데오 거리, 3세대인 논현동 가구의 거리) 특화거리 조성의 변천과 네트워크의 중요성에 대해 분석하였다.

강은진(2014)은 특화가로의 이용 후 평가(P,O,E)에 관한 연구에서 역사문화탐방로 특화가로를 사례지역으로 선정하였다. 역사문화탐방로 특화가로는 가로 조성목적이 해당 가로의 역사문화를 고려하여 계획, 설계, 시행한 가로로 여기에 해당되는 가로는 총 8개 가로인데 그중 현장조사 후 사업목적과 사업내용이 비교적 유지되고 있는 '인사동길'과 '정동길'을 대상지로 선정하여 분석하였다.

정진섭(2010)은 강남대로 특화거리 조성사업에 따른 인식평가에 관한 연구에서 대상지 건물전면공간 분석과 인식평가 분석을 사용하였는데, 대상지 건물전면공간은 대상지 내의 21개의 건물에 대해 물리적인 측면만을 고려한 전면공간으로 사람의 가로에서 보는 시각의 높이로 한정하였고, 평가 분류는 전면공간, 파사드, 용도로 대별을 이용하였다. 또한 인식평가 분석은 설문지를 통하여 설문 결과의 통계를 분석하였다.

#### 4. 특화가로에 관한 분석 방법

이재원(2008)은 서울의 32개의 가로를 추출하여 SD법을 이용하여 가로에 대한 인상 평가분석을 통해 「활기」, 「정연」이라는 2개의 이미지로 구성, 이 인자들을 토대로 가로구조로 판별분석 및 자체 조직화 특징 맵(SOM)을 이용하여 분석하였다.

이지은·김현중(2008)은 유럽·아시아·미국을 대표하여 독일 베를린의 ‘운터덴 린덴’거리와 일본 도쿄의 ‘긴자’거리, 미국 워싱턴 D.C의 ‘펜실베니아’거리, ‘컨스티튜션’거리를 관련 문헌 및 건축 법규, 지도와 관광안내서, 실제로 촬영된 사진, 구글어스(Google Earth)등을 통해 각 나라의 대표 상징거리를 인문환경과 물리적 환경으로 나눠 분석하였다.

이진숙 외(2009)는 환경심리조사수법 중 KJ법을 응용하여 설문 조사를 실시, 추출된 형용사를 이용해 리커트 척도법을 평가실험 하였으며, 신우화(2012)역시 설문(일반인, 한방관련 기업, 전문가를 대상으로 총600명)을 이용하여 회수된 자료를 토대로 SPSS 프로그램을 사용하여 분석하였다.

홍경구·김도년(2005)는 대학로의 문화 관련 시설분석에 있어 1985년부터 2003년까지의 건축물대장 및 설문조사 자료를 통하여 상관분석과 설문조사의 신뢰성 분석인 크론바흐 알파를 시행하였다.

김민우(2013)은 기어츠의 증층기술(thick description)을 사용하여 문화경관 패턴의 발견, 문화경관 패턴이 형성·발전되어 온 사회문화적 맥락 분석, 이를 통한 전체적인 문화경관 패턴들이 맺고 있는 관계, 문화경관 패턴의 의미와 맥락, 관계를 통해 나타난 대상지의 문화경관의 특성을 파악하고, 설문조사 및 인터넷 블로그를 통해 신사동 가로수길이 다른 특화가로와 차별화되어지는 형태를 유형화 하였다.

## 제3절 사례연구

### 1. Pennsylvania St. Constitution St

워싱턴의 거리는 건물들이나 그 배치만으로 미국의 최 중심임을 알 수 있다. 거리에 그들이 표방하는 정치적 이데올로기가 여실히 드러나기 때문이다. 특히 펜실베니아 거리와 컨스튜션 거리는 극장과 박물관, 미술관이 밀집되어 있어 풍부한 문화적 체험을 제공한다.<sup>8)</sup>

#### 1) 배경

독립전쟁동안 수없이 바뀐 수도를 고정시켜야겠다고 생각한 조지 워싱턴 대통령은 수도는 미국 영토의 중심에 위치하며 동시에 향해 가능한 수변공간에 세워져야 하고 외부의 공격으로부터 안전해야 한다는 원칙으로 프랑스 출신의 건축가 샤를 랑팡을 도시 설계관으로 임명하여 지금의 워싱턴을 건설한다. 포토맥 강과 직각으로 만나며 바로크식 건물의 백악관과 국회의사당이 있어 중심점이 되어 방사형으로 뻗은 도로가 동서남북으로 직교하는 작은 길들의 격자체계(Grid system)을 중첩시켰다.

---

8) 이지은, 2008, “도심 상징거리의 특성과 역할에 관한 연구 - 베를린, 도쿄, 워싱턴 D.C. 거리 분석을 중심으로,” 디자인학연구, 23(3): 69-80.



〈그림 2-1〉 워싱턴 가로체계

출처: google

## 2) Pennsylvania St



〈그림 2-2〉 J.Edgar Hoover building

출처: [www.sun-sentinel.com](http://www.sun-sentinel.com)



pennsylvania St 자전거도로

출처: [www.john-s-allen.com](http://www.john-s-allen.com)

### (1) 특성

백악관을 중심으로 중요 관공서들이 밀집해 있으며, 특히 세계 언론에 등장하는 중요한 부처들이 위치해 있어 정해진 관람시간이나 허가증이 있어야 들어갈 수 있다. 국회의사당의 경우 가장 높은 언덕에 위치해 있으며 백악관은 그 다음으로 높은 곳에 위치해 있는데 이것은 미국 민주주의를 상징하는 배치이기도 하며, 시민들이나 관광객에

게 국가에 대한 친숙함을 전달하는 동시에 위대함을 전달하고자 하는 특성이 거리에 있다.

또한 펜실베니아 거리 중앙에 위치한 내셔널 몰 주변에는 다양한 국립문화시설들이 밀집하여 있다. 이로 인해 여러나라의 관광객이 붐비며 미국 역사와 예술의 장이기도 하다.

지난 2001년 이후 테러에서 안전할 수 없는 미국은 거리를 아름답고 편안하며 안정성을 추구하는 시민의 공간으로 ‘펜실베니아 거리 재개발 계획’을 2005년 완공하였다. ‘펜실베니아 거리 재개발 계획’의 특징은 보행자의 쾌적함과 즐거움을 가장 중요한 요소로 삼았고, 거리를 붉은 벽돌과 자연적인 재료를 사용하여 전원적인 분위기를 자아냈다. 또한 볼라드를 설치하여 시가행진이나 각종 행사가 많은 펜실베니아 거리의 특성에 맞게 보행자의 안전과 차량집입을 원활히 이끌었으며, 1923년 헨리 베이컨이 디자인한 장식등을 설치하여 거리의 고풍스런 분위기를 유지하였다.<sup>9)</sup>



〈그림 2-3〉 펜실베니아의 안전한 거리

---

9) 전계논문

출처: <http://movie-tourist.blogspot.kr>

## (2) 시사점

거리가 단순히 걷고 즐기는 차원을 넘어 언제든지 다양한 정보, 특히 역사에 관한 이야기 획득 및 배움의 터가 될 수 있음을 시사하며, 지역, 나아가 국가의 정체성을 반영하기도 한다.

## 3) Constitution St

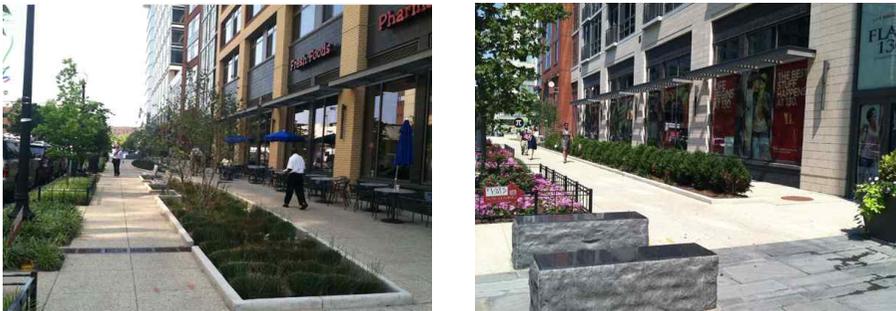


〈그림 2-4〉 Constitution 거리

출처: <http://www.panoramio.com/photo/19567098>

### (1) 특성

미국인들이 가장 사랑하는 대통령 링컨을 기리는 기념관이 이 곳에 있으며, 수많은 관광객은 물론이고 미국 시민들도 편하게 쉬어 가는 곳으로 낮과 밤을 가리지 않고 많은 사람들로 붐비는 열린 공간(open-space)이다. 미국은 원형광장(Circle)이나 정방형가로광장(Square)이 곳곳에 널려 있어 미국역사의 산 경험 및 휴식공간을 제공해 준다. 또한 애국심과 나라에 대한 자긍심을 불러일으킬 수 있는 공원, 내셔널 몰(National Mall)이 존재하여 거리를 통해 시민들에게 만남과 각종 행사를 즐길 수 있는 장소를 제공해 주며, 특별한 제어 시설 없이 잔디와 자연 흙이 구분되어 있어 사람들의 움직임이 자유롭게 만든다.



〈그림 2-5〉 Constitution 거리 건물 및 조경

출처: American Society Of Landscape Architects

국회의사당을 지나가는 동-서간의 축과 백악관을 지나는 남-북간의 축이 교차하는 지점에 있는 169m의 워싱턴 기념비는 초대 대통령 조지 워싱턴의 업적을 기리기 위한 세계 최고 높이의 오벨리스크로 이집트와 같은 고대 도시의 변영을 계승하려는 미국의 염원을 담고

있으며 실로 현재 최고의 부와 힘을 자랑하는 미국의 발전된 모습을 드러내 가로에 어떤 위치에 있더라도 발견할 수 있다. 또한 전 세계 모든 나라의 이목이 집중되는 거리이기에 해마다 중요한 국가 기념일이나 정치 행사, 세계적인 시위운동이 수시로 일어난다. 또한 미국에 있어서는 민주주의를 상징하는 ‘전시적 거리’의 성격도 가지며 동시에 국가·문화시설을 바탕으로 한 엄청난 ‘관광거리’의 역할을 하고 있다.<sup>10)</sup>

## (2) 시사점

시민들의 다양한 참여를 위한 각종 행사와 축제를 고안하여 섬세한 거리 가구 및 보행자의 편의를 위해 노력하고 있으며, 미국의 특성을 잘 반영하여 새로운 경제창출을 얻어내고 있다.

## 2. 독일 에쓰링엔시 중앙역 상점거리



〈그림 2-6〉 에쓰링엔시 중앙역 상점거리 모습

출처: <https://www.facebook.com/pages/Bahnhof-Esslingen>

출처: <http://travelswithsandy.wordpress.com/2008/09/10/germany-esslingen/>

---

10) 전계논문

## 1) 배경

중세시대부터 현재까지 발달된 도시의 구조가 현재까지 남아있는데 성벽이 있던 자리를 경계로 중세시대의 영향이 남아있는 도심과 주변의 19세기에 확장된 지역으로 나뉜다.

에쓰링엔시의 중앙역 앞 거리는 1845년 성곽 밖에 건설된 역건물과 성곽 안의 고도시를 잇는 거리로서 1847년에 계획, 1857년에 건설된 계획도로이다. 그 후 약 60년에 걸쳐 주기 및 상점, 수공업과 요식업 용도의 건물들이 들어서면서 변화한 역전 거리를 이루었으며 현재에도 에쓰링엔시가 중요한 상점거리 중의 하나이다. 중앙역과 역사적 건물들로 고색창연한 고도시의 중심구역을 잇는 거리로서 보행자 동선 뿐만 아니라 자동차 동선상으로도 에쓰링엔시의 첫 인상을 결정하는 중요한 거리이다.

## 2) 특성

에쓰링엔시 시는 시와 상점주인들 간에 private-public partnership 을 진행하고 있다. 이 프로젝트는 보행인을 위한 쾌적한 공간 및 구매력과 생활공간의 질을 높이는데 목표를 두었다. 차도의 폭을 줄이고 통과차량의수와 속도를 제한함으로써 보행공간을 최대화하여 쾌적성을 높였으며, 복합용도 구조물 설치를 통해 공간감을 강조하고 통합시설물을 활용하여 매력적이고 걷고 싶은 거리를 조성하기 위하여 시설물의 견본을 2주일간 설치하여 실제 공간감 및 기능성을 테스트하여 시민반응 조사를 실시하였다. 장기적인 차원에서 거리에 공간적 아이덴티티를 부여하고 건물 디자인을 통제와 관리 그리고 건축 설계 지침과 가로상의 설계지침을 구별하여 관리하였다. 또한 개인이 소유하고 있는 개별건물들의 파사드 개선은 장기간에 걸친 관리와 통제로 열린 느낌을 주는 서브스페이스의 형성과 그에 의한 기존 공간감을

강조하였다.

### 3) 시사점

낙후된 환경의 개선과 에스링엔시만의 강한 이미지부여를 위해 상점주인들 스스로가 노력하여 모금을 시작하고 이것이 직접적인 원동력이 되어 시와 상점주인들간의 협력으로 형성된 민관협력의 대표적 사례로 볼 수 있다.

### 3. 일본의 요코하마 모토마치, 오사카 고베거리

#### 1) 요코하마 모토마치



〈그림 2-7〉 요코하마 모토마치 상점 거리

출처: Google Maps

출처:<http://www.tokyoweekender.com/2010/04/motomachi/>

#### (1) 배경

1859년 개항 당시 외국인을 대상으로 한 상점가 지역으로 요코하마 긴자라고 불리는 전통적인 번화가이자 원도심 지역으로 과거 외국과의 문화교류가 활발했다. 35년간 도시디자인을 위해 변함없이 사업을 진행한 쿠니요시라는 공무원에 의해 조성된 거리로 체계적이고 계획적인 사례라 할 수 있다. 도심 지역에 위치하여 고급상품을 판매하던 지역이었으나, 교통의 불편으로 인해 쇠퇴 기미가 보이자 보도 확보와 노면디자인향상, 도로선형개조, 휴식시설, 안전시설설치 등 상징물을 조성하여 다시 활기를 찾은 거리로 변화하였다.<sup>11)</sup>

11)이인선, 2013, “특화가로 공간환경디자인의 지역성 표현특성 및 개성방안에 관한 연구,” 중앙대학교 건설대학원 석사학위논문.

## (2) 특성

일본의 여러 도시 중에서 도시디자인에 상당한 역점을 둔 곳으로 상업가의 건물매스와 외관, 보도 등을 기존 특성을 살려 휴먼스케일로 조성하였다. 심플하게 디자인한 스트리트 퍼니처 등의 인상적이며 깨끗하고 편안한 느낌을 주는 거리이다. 또한 편리한 보행로와 인접성은 일본 특화가로가 가지는 특성 중 하나인데 모토마치의 경우, 2차 양방향도로를 1차 일방통행으로 변경하여 보행자중심도로로 조성하였으며, 다양한 명품샵이나 요코하마 고유의 가게들이 위치하여 있고, 차이나타운 등과 인접하여 있다. 마지막으로 모토마치 특화가로는 자치운영회를 통한 마을 만들기를 계획하고 있으며, 건물의 형태와 색채규제를 통하여 가로를 하나의 브랜드 개념으로 통일시켰다. 광고물은 작게 만들고 처마 밑 간판 수량을 1개로 제한하며 옥상 간판의 설치를 금지 시켰으며, 우천 시에도 불편함이 없도록 벽면선을 후퇴하여 아케이드를 조성하였으며, 상업의 폐점 후에도 윈도우 쇼핑이 가능하도록 셔터 소재를 규제하였다.

## (3) 시사점

자치운영회를 통한 통일성 및 규제사항들을 제시함으로써 거리의 쾌적성은 물론 상점주인들간의 협동심 및 협력 체계를 이뤄 모토마치 고유의 특성을 자아내고 있다.

## 2) 도쿄 긴자(Ginza)거리



〈그림 2-8〉 긴자 주오도리 모습



긴자 하루미 도리 모습

출처:<https://josephmallozzi.wordpress.com/tag/japanese-toilet/>

출처:<http://mapptokyo.com/2012/10/03/ginza-guide-photos-2/>

### (1) 배경

‘긴자’라는 이름은 1612년에 세워진 은화 주조소(긴자)가 있었던 것에서부터 유래하였다. 1590년 이에야스가 막부의 수도를 에도로 옮겼을 때 긴자지역은 온통 늪지대였으며 매립을 한 후 도소매 상인들이 몰려들면서 활기를 찾기 시작했다. 에도시대에는 서민들이 지나쳤던 길이었지만 메이지 시대(1852-1912)에 들어서면서 천황이 지나치는 길목으로 변화하였고 간척지에서 잘 자랄 수 있는 버드나무를 식재하였다. 메이지 시대 말기 비즈니스 거리로 만들고자 한 시도는 기업의 참여가 저조해 실패하였으나 현재 긴자거리는 최고의 벤처 비즈니스 거리역할을 확실히 하고 있다. 긴자 거리는 풍부한 가로수와 극장 및 문화시설이 밀집한 신흥 변화 거리인 남북방향의 긴자 ‘하루미 거리’와 유명 백화점들과 고급 전문점들이 밀집한 일본 유행의 중심지인 동서방향의 긴자 ‘주오거리’로 이루어져 있다. 특히 주오거리 주변의 백화점이나 명품상점들은 쉬지 않는 개선을 통해 새로워지고

있는데 2003-2004년에는 세계적인 유명 상표의 회사들이 잇따라 긴자거리에 매장을 새롭게 열었다.

## (2) 특징

긴자거리는 천황이 기거하는 고쿄 궁성(황거)을 기점으로 시작된다. 2차 대전의 패전 이후로 신격을 부정하고 헌법에 의해 국가와 국민의 상징으로 규정되어 정치적인 힘은 없지만 아직도 일본인들에게는 일본의 상징적 존재로 마음속에 있어 신년과 천황의 생일에 많은 사람들이 천황 가족이 묵는 고쿄 궁성에 몰려 천황을 맞이하기에 고쿄 궁성은 일본인들이 소중히 여기는 장소이고 긴자거리에 역사적인 상징성을 부여한다. 또한 긴자거리에는 하루미와 주오 거리를 합쳐 극장 및 갤러리, 박물관의 개수가 약 13개에 이르러 문화공간의 역할을 충실히 하고 있다. 특히 가부키자 극장은 일본의 전통 가극인 가부키 전용 극장으로 건물외관 모습 또한 일본 전통 건축 양식을 띄고 있어 많은 이에게 문화생활을 선사하는 동시에 일본 고유문화에 대한 상징적인 역할을 수행하고 있다. 이러한 건축 양식은 특히 긴자거리의 자랑거리이기도 하다. 화려하고 유명한 건축가들이 지은 건축물 덕분에 관련 분야에 종사하는 사람들과 학생들이 배움을 위한 견학을 목적으로 방문하기도 하고 전 세계의 유명 건축물을 볼 수 있는 전시장이 되기도 한다. 긴자 거리의 분위기는 바람이 불 때마다 흔들리는 버드나무 가로수가 있는 하루미 거리의 '여유로움'과 최첨단 명품 건물들이 들어선 주오 거리의 '활발함'으로 양분할 수 있다. 긴자 거리의 경우, 건물의 높이가 일정하지는 않지만 25~35m 안팎의 좁은 폭원에 비해 건물의 높이가 도시계획에 의해 대부분 최저 31m로 정해져 있어 친밀하고 편안한 변화가의 기준치를 만족시킨다. 특히 근처 하루미 거리에는 히비야 공원을 비롯한 고쿄 궁성 주위의 아름다운 정원이 있어 복잡한 긴자거리의 분위기를 정화 시켜주며 도심에 쾌적한 공기와 여유로운 삶을 보장한다. 이 공원은 울창한 수목과 분수를 비

롯한 넓은 휴식 공간을 제공하며 평일에는 직장인들이 점심시간에 많이 이용하는 곳이며 주말에는 여러 가지 행사로 많은 시민들과 관광객이 즐겨 찾는다.

마지막으로 긴자 거리의 대표적 특징으로 그 수를 정확히 헤아릴 수 없을 정도의 많은 상업시설이 밀집되어 있다. 세계적인 유명 상표들의 최첨단 매장이 들어선 거리의 분위기는 활기차고 고급스러우며, 일본의 긴자거리를 세계의 도시로 발돋움 하게 하는 원동력을 가지고 있다. 이로 인해 시민들뿐만 아니라 해외 관광객들 역시 꼭 긴자거리에서 쇼핑을 하고 싶어하며, 걷고 싶어 한다.

### (3) 시사점

전통을 지켜나가고 현대적인 요소를 가미하면서 신구의 조화를 이루어 긴자거리만의 특화적인 거리 경관을 자아낸다.



## 제3장

# 특화가로 대상지 선정

제1절 대상지 선정 기준 및 대상지



# 제3장 특화가로 대상지 선정

## 제1절 대상지 선정 기준 및 대상지

### 1. 특화가로 사례지역 선정 기준

본 연구에서는 사례지역 선정을 위해 최근 자료를 토대로 문헌 및 언론에 보도된 특화가로를 ‘특화가로’, ‘특화거리’, ‘상업가로’, ‘문화역사거리’, ‘문화거리’, ‘걸고 싶은 거리’, ‘보행 활성화’, ‘가로환경’등으로 키워드로 3만건을 검색해 보고, 표1과 같이 논문(학술지)와 언론보도에 연구된 사례지를 정리 분석하여 상위 9곳의 특화가로를 다음과 같이 선정하였다.

언론사	날짜	제목	지역
이투데이	2014-03-27	[문화예술도시 서울] 국악길 조성 탐방... 전통문화에서 '길을 찾다	
파이낸셜뉴스	2013-11-19	인천시 재경면 플랜 특화거리 조성	인천 차이나타운
매일경제	2013-11-11	영덕대게-훈선닭살비-닭장육순, 새로 선정된 음식테마거리	경북 영덕, 강원 춘천, 전북 담양
매일경제	2013-06-19	광진구, 긴고양로 명품 밥집길로 새단장	서울 광진구
문화일보	2013-03-19	중구, 가로환경 개선 주민 협의체 운영	서울 중구
매일경제	2012-11-19	부산 산복도로 밝히기 본격 시행, 야간경관 설치 105개소 선정	부산 산복로
경향신문	2012-04-16	종로구, 노점특화거리 홍보	서울 종로 노점거리
매일경제	2012-04-10	가로수길, 카페거리...대세는 '스튜디오형' 상가	
매일경제	2012-01-07	상권 맞수 신사동 가로수길 & 밀배동 서래마을	서울 가로수길, 서래마을
문화일보	2011-12-13	수원역 ~ 화성행궁 '특화거리' 조성	수원 영종동
서울경제	2011-10-03	서울 대표적 달동네 남작사거리 주변 상업 문화지구로 탈바꿈 한다	서울 관악구
서울경제	2011-09-25	신사동 가로수길, 패션거리로 본다	서울 가로수길
아시아투데이	2011-09-21	대전시, 골목길 재생사업 본격 추진	
아시아투데이	2011-08-12	대전시 "원도심 골목길을 미술관으로"	대전
아시아투데이	2011-06-07	천안시, 걷고싶은 거리 조성	
아시아투데이	2011-03-27	광덕시, 38호 국도변 골목길관광, 디자인특화거리 조성	
한겨레	2011-01-11	부천에도 '밀집거리' 조성	
머니투데이	2010-12-10	로데오거리의 반격... 패션 특화 거리로 변신 중	서울 입구동
한국경제	2010-12-09	서울 도심에 휴먼타운...상징등 명물길 보존한다	서울 상징동, 명동
매일경제	2010-07-27	서울 서울 역사문화 중심지로 정비한다	서울 서촌
서울신문	2010-07-05	[도시와 길] <22> 대구 동성로	대구 동성로
국민일보	2010-04-30	서울 종로 '걷기편한 거리'로 탈바꿈	서울 종로
머니투데이	2010-04-29	서울 대표거리인 종로, 걷기편한거리 됐다	서울 종로
매일경제	2010-04-07	서초 교육벨트어우에 보행자중심 특화거리 만든다	
서울신문	2010-04-07	교대역 주변 걷기 편한 거리로	서울 걷기편한 거리
매일경제	2010-03-07	김홍중 서울 종로구청장 "걷기 편한 종로 만들것"	서울 걷기편한 거리
서울경제	2010-01-07	동화문로, 역사문화 거리로 재탄생	서울 종로
매일경제	2010-01-07	동화문로, "역사문화길"로 정비	서울 종로
동아일보	2009-12-29	[부산/경남] 부산 거리 '디자인'이 살아난다	부산 광복로
매일경제	2009-12-17	한양대 인근 걷기길 패시브특화거리 변모	서울 성동구
서울신문	2009-09-02	서래마을, 보행자 중심의 프랑스 문화거리로	서울 서초구
세계일보	2008-11-26	인천 '경관특화거리' 4곳 추가 조성	인천 중구, 동구
파이낸셜뉴스	2008-10-09	강남 '패시브특구', 예술 카페들 테마거리 조성	서울 강남
한겨레	2008-05-29	부산 광복로 차 없는 거리 지정	부산 광복로
서울신문	2007-12-28	인천 남구동 5곳 '아름다운 특화거리'	인천 부곡, 개암, 서구 등
국민일보	2007-09-21	대חק로 등에 테마가 있는 '디자인 거리' 조성	디자인서울거리
서울신문	2007-09-21	이태원 등 10곳에 디자인거리 조성	디자인서울거리
파이낸셜뉴스	2007-09-20	대חק로 등 서울지역 10곳, 디자인거리로 재탄생	디자인서울거리
동아일보	2007-08-23	서울 '디자인 거리' 25곳 조성	디자인서울거리
동아일보	2004-05-08	종로, 걷고싶은 거리로...차량 줄이고 인도 넓혀	서울 종로

〈그림 3-1〉 특화가로 자료 검색 정리

저자	년도	제목	학회지	권호	연구대상지역
신현희, 최강원	2012	서울을 주제로 한 특화거리조사 사례분석 : 부산시 '보수동 책방골목'을 중심으로	한국관광학회논문지	12(12)	부산 보수동
최호수, 김혜영	2009	문화거리조성을 위한 보행환경개선사업이 상업환경에 미치는 영향 분석 : 충정로 특화거리조사사례를 중심으로	한국관광학회논문지	9(8)	
신우하	2012	도시 내 문화거리 활성화 방향 설정을 위한 관련집단지원 인식조사 분석 : 대구광역시 서현동 특화거리조사사례를 중심으로	한국도시설계학회지	13(2)	
홍민숙	2012	문화거리조성사업의 성과와 과제 : 종로노점거리를 중심으로	서울연구원 정책과제연구보고서		서울 종로
박찬보	2009	문화거리조성사업의 성과와 과제 : 종로노점거리를 중심으로	대한건축학회 논문집	25(8)	대전 용성특화거리(선화동)
이진숙, 김지혜	2009	문화거리조성사업의 성과와 과제 : 종로노점거리를 중심으로	대한건축학회 논문집	25(2)	가구, 현역역, 태산거리(9개 지역)
이민정, 김승민	2014	문화거리조성사업의 성과를 분석하기 위한 연구 : '신사동 가로수길'을 중심으로	한국디자인학회와 conference		서울 가로수길
홍경수, 김도년	2005	대חק로 지역문화정책이 건축을 통해 변화에 미친 영향 : 문화관련시설을 중심으로	국토계획	40(7)	서울 대학로
박현규, 이현수	2010	서울 문화거리 조성사업 디자인 계획에 관한 연구 : 성산대로 대상으로	디자인속행연구	23	
박현규, 박현보	2003	도시재생을 위한 문화거리의 조성과 개선방안	대한건축학회 학술발표대회 논문집	23(1)	
손재용, 최준호	2003	문화거리 조성의 변천과정에서 나타난 Network의 중요성에 관한 연구	대한건축학회 학술발표대회 논문집	23(1)	인천 부평, 서울 문정동, 논현동
고영원, 유인혜	2009	길고 넓은 거리 조성사업의 경제적 가치 추정 - 과천 문화거리 사업 중 '화영의 거리'를 중심으로	한국조경학회지	36(6)	
박현진, 김기호	2012	인사동 정제수 오수로의 변화와 관리방향에 관한 연구	서울도시연구	13(2)	서울 인사동
전강호, 홍석호	2012	역사문화유산을 활용한 역사문화거리 조성계획	한국도시설계학회지	13(1)	인천 강화
이현숙, 안건혁	2011	상업지역 장소특성성에 영향을 주는 가로공간 구성요소 : 영등포 상업거리를 중심으로	한국도시설계학회지	12(1)	서울 영등
여태진, 한광아	2010	건물전면공간 디자인을 통한 보행환경 질적 향상	서울연구원 정책리포트	77	
이상훈, 신근창	2011	상업가로로서 신사동 가로수길의 형성과정 및 활성화 요인 연구	한국도시설계학회지	12(6)	서울 가로수길
유나영, 최창규	2013	서울시 상업가로 보행환경 보행환경 요인의 관련성 실험 분석	국토계획	48(4)	서울시 6개 구(영구, 용대문구, 마포구, 서초구, 강남구, 강동구)
최강원	2013	공공디자인 사업을 통한 도시상업가로 조성사업 : 부산시 '광복로 문화거리'를 사례 디자인 연구	디자인학연구	26(1)	부산 광복로
강민숙, 이성근	2013	이동성 측면의 상업거리 보행환경 만족도에 대한 영향인자분석 : 강남과 동로상업거리 디자인을 중심으로	디자인학연구	38	서울 종로, 강남
박찬이, 정우주	2013	상업거리 조성사업의 성공적 성과를 위한 방안 연구 : 서울특별시 강남구 삼성동 일대	대한건축학회 논문집	29(5)	서울 삼성동
여태진, 구지연	2012	도시 상업거리조성의 시각적 선호도에 관한 연구 : 신사동 가로수길을 중심으로	디자인디자인학연구	12(4)	서울 가로수길
정유진	2009	도시상업화를 위한 가로공간디자인 사례분석 연구 : 인천광역시 부평부 3개 상업거리	디자인디자인학연구	9(3)	인천 부평로, 문화거리, 해운대거리
황지현, 안건혁	2012	복합상업시설이 상업지역 보행성 향상에 미치는 영향에 관한 연구 : 영등포를 중심으로	한국도시설계학회지	13(1)	서울 영등
구기연, 김신원	2013	상업거리의 공간 이미지 평가에 관한 연구 : 신사동 가로수길을 사례로	디자인디자인학연구	13(94)	서울 가로수길
이민정, 박재홍	2013	문화거리조성 활성화 과정에서의 건축물 용도변화 : 서울 가로수길을 대상으로	한국도시설계학회지	14(5)	서울 가로수길
김성희, 김주환	2013	상업거리 공간의 지역성 역할 방안 및 통찰에 관한 연구 : 문화체육관광부 공공디자인 주거환경(한국주거환경학회논문지)		11(1)	서울 영등포, 부산 광복로, 대구 동성로
이재원	2009	가로공간(거리와 가로공간)의 구성요소와 상관관계 : 상업지역 가로와 답두지역 가로	디자인디자인학연구	9(2)	대구 중앙, 내창로, 인동, 인사동, 영등, 대우로, 태어한로, 역삼로, 영등, 삼성동
김도경	2011	홍익대학교 신사동 상업지구 상업거리 가로환경 이미지 평가 연구	디자인학연구	24(4)	홍익대 신사동
김정훈, 이가영	2012	일산신도시와 홍익신도시 상업거리 거리의 공간적 특색 비교 분석	한국민간건축학회지	15(3)	경기 일산, 홍익
유신주, 조연경	2010	상업거리 활성화 요인으로서 가로시설물과 일차산업 체험인식에 관한 연구 : 부산의 (대한건축학회 논문집)	26(12)	부산 광복로	
홍성근, 이광원	2010	상업거리의 가로환경의 보행성의 구별 활용에 미치는 영향 : 인사동과 문정동 상업 거리	대한건축학회 논문집	26(8)	서울 인사동, 문정동
최강원	2009	도시상업거리 보행환경의 현황분석과 개선방향 연구 : 영등포, 인사동, 동로상업거리	대한건축학회 논문집	24(12)	인천 주안역, 부평로, 남영거리
최우주, 조연경	2010	상업거리 평가요인으로서 일차산업의 국민 인식에 따른 가로환경 개선 가능성에 관한 연구 : 부산의 일차산업	대한건축학회 논문집	26(5)	부산 광복로
임성, 강영석	2009	서울시내 상업거리의 세제 지원에 관한 연구	국토계획	44(5)	서울 광복로, 동대문로, 용두로, 남영로, 용두
정승훈, 민형조	2008	상업거리의 유희공간을 중심으로 한 연구 : 신사동 가로수길의 건물외 벽면 배경으로	대한건축학회 학술발표대회 논문집	28(1)	서울 가로수길
이성희, 서우석	2007	도시 상업지역 가로변 건축물 외관변화에 관한 연구	대한건축학회 학술발표대회 논문집	30(1)	경인 상봉동
박미희, 유승근	2007	도시 가로공간 가로변의 이용실태 개선방안에 관한 연구 : 전주시 상업거리를 중심으로	한국조경학회지	34(5)	전주 5개 지역
이선경, 문종희	2001	기성거리가 도시상업거리의 환경개선을 위한 연구 : 건물과 옥외광고물의 관계를 중심으로	한국지역개발학회지	13(2)	서울 영등, 이대 의류거리
김현숙, 임윤복	1996	도시 상업시설 분포 및 이용실태에 관한 연구 - 대구시 동성로를 중심으로	대한건축학회 논문집	12(12)	대구 동성로
윤기철, 정호준	2010	구조특성치를 이용한 상업지구 보행거리의 공간이미지 분석	국토계획	45(4)	서울 영등
김지희, 이영호	2008	직각·기차·복합도로를 고려한 가로공간평가에 관한 연구 : 건국대 주변 상업거리를 중심으로	국토계획	43(93)	서울 건대

〈그림 3-2〉 특화가로 자료 검색 정리 2

〈표 3-1〉 특화가로 조사대상지

구분	특화가로 관련 자료 검색 건수	
	관련연구(학술지)	언론 보도
가로수길(서울)	9	13
광복로(부산)	13	6
대학로(서울)	4	1
동성로(대구)	4	6
명동거리(서울)	7	2
북촌길(서울)	4	6
삼청동길(서울)	6	14
인사동길(서울)	9	3
홍대(신촌)거리(서울)	4	4

## 2. 조사대상 범위

### 1) 가로수길(서울)

조사대상 거리는 강남구 압구정로 120을 시작으로 논현로 175길 88로 총거리 약663m 구간이다. 가로수길이 시작되는 압구정로 120 길에는 동은프라자빌딩이 있으며 이 건축물 내부 구성은 디자인사무실로 사용되고 있다. 또한 가로수길을 찾는 사람들이 가장 처음으로 접하게 되는 초입으로 논현로 175길 88로 가로수길 끝까지 가로수가 이어져 있고 2차선 도로 양 옆으로 상점들이 즐비하게 이어지고 있다.



〈그림 3-3〉 가로수길 전경



〈그림 3-4〉 신사동 가로수길 위치

출처: 다음 지도

## 2) 광복로(부산)

조사대상 거리는 부평동2가 52-1번지에서 동광동1가 15번지로 총 거리 약 1.007Km 구간이다. 부평교차로 부근에서 시작되는 광복로는 일방통행길 양쪽으로 2~3층의 비교적 낮은 건축물들로 경관을 형성하고 건물 1층 대부분이 족발집이나 대중음식점들이 집적되어 있는 특징이 있다.



〈그림 3-5〉 광복로 전경



〈그림 3-6〉 부산 광복로 위치

출처: 다음 지도

### 3) 대학로(서울)

과거 서울대학교 부지였던 대학로는 사실 현재 도로명 정비로 인해 마로니에 공원 뒤편 골목길을 대학로라고 명하고 있다. 그러나 평범한 시민들이 인식하는 대학로는 혜화동 일대 주변지역을 포괄적으로 포함하고 있는 실정이다. 본 연구에서는 기존 학술지 연구나 관련 기사에서 나온 대학로 거리를 기준으로 조사를 하고자 한다. 조사대상은 창경궁로 270에서대학로 65로 총거리 약 921m를 대상지역으로 삼았다. 또한 대상지역은 혜화동 로터리에서 이화동사거리로 가는 왕복6차선 도로를 따라 일직선으로 진행된다. 대학로에 있는 방승통신대학이나 마로니에 공원 부근의 붉은 벽돌 건축물들은 과거 서울대학교 건물들을 활용하고 있어 이 일대 대부분의 건축물들이 비슷한 느낌으로 경관을 형성하고 있다.



〈그림 3-7〉 대학로 전경



〈그림 3-8〉 서울 대학로 위치

#### 4) 동성로(대구)

조사대상 거리는 중구 태평로 160에서 동성로 3가 56까지로 총거리 약

919m이다. 대구지하철 역과 롯데백화점이 입점해 있는 이곳은 부산의 원도심의 중심지이다. 도로 중간의 골목으로 형성된 동선로는 부산 시내의 중심지답게 다양한 상점들이 입점되어 있으며, 차량통행이 불가능한 도보 위주의 거리이다. 도보 위주의 거리답게 중간중간 가로 시설물의 특징도 살펴볼 수 있는 특징적 요소를 지니고 있으며, 거리 끝의 동선로 축제거리는 동선로 거리의 또 다른 매력을 느낄 수 있는 장소이다.



〈그림 3-9〉 대구 동선로 전경



〈그림 3-10〉 대구 동성로 위치

출처: 다음 지도

## 5) 명동거리(서울)

명동거리 역시 대학로와 마찬가지로 넓게는 신세계 백화점 본점에서부터 롯데호텔까지, 롯데호텔부터 명동성당까지, 우리은행에서 밀리오레 건물 안까지를 우리가 흔히 말하는 명동거리로 말할 수 있다. 본 연구에서는 기존 문헌들과 함께 전통적인 명동 중앙거리이자 지하

철 4호선 명동역에서 내리자마자 보이는 밀리오레와 유니클로 대형건물로 인해 약속의 장소로 유명해진 명동 초입부터 우리은행까지의 직선 거리 중구 퇴계로 123에서 중구 명동거리 42까지 총거리 약 290m를 조사대상으로 삼았다. 특히 이 거리는 대한민국 공시지가에서 가장 높은 금액을 받은 건물이 위치한 거리이기도 하다. 도보를 위주로 하는 거리이나 가끔 오토바이나 차량통행이 이뤄지는데 많은 인파들로 인해 한번 들어왔다 하면 꿈쩍 못하게 되는 경향으로 차량들이 잘 들어오려고 하지 않는다. 또한 도보 위주이나 상점들과 노점상들이 즐비하게 형성되어 있어 주변경관을 놓치며 걷기 쉽고 걷는다가 보다는 사람들에게 휩쓸려 가는 것이 이 거리의 특징이기도 하다. 또한 건축물의 외관과 층수가 모두 제각각이어서 지루하지 않는 경관을 보여준다.



〈그림 3-11〉 명동거리 전경



〈그림 3-12〉 서울 명동거리 위치

출처: 다음 지도

## 6) 북촌길(서울)

조사대상 거리는 문헌과 관광객들이 가장 많이 찾는 대표적인 종로구 가회동 30-9번지에서 북촌한옥마을까지 총거리 약 233m를 조사 대상으로 선정하였다. 조사대상의 북촌길은 전형적인 주거지로서 전통적인 건축양식이 특징으로 특화가로의 형성 원인을 파악해 보는데

의의가 있으며, 초입부터 북촌한옥마을까지의 거리에서 북촌거리에서만 느낄 수 있는 상점들의 특징도 확인 할 수 있다.



<그림 3-13> 북촌길 전경



<그림 3-14> 서울 북촌길 위치

출처: 다음 지도

## 7) 삼청동길(서울)

조사대상 거리는 삼청로 58-4에서 삼청로 37-2로 총거리 약 488m이고 이 거리를 통해 삼청동에 진입하거나 다른 루트를 통해 들어와 나가는 왕복 2차선 도로를 끼로 좁게 이어져 있다. 특히 삼청동 거리는 삼청동 터널로 가거나 광화문 방향으로 나가는 차량들의 통행으로 항상 차가 많다. 삼청동 거리가 유명해지지 않을 때에는 차량의 통행이 많지 않았으나 유명세와 함께 통과차량도 많아져 2007년 이후 도보 보수공사 및 확장공사를 실시하기도 하였다. 삼청동이야말로 가난한 예술가들에게 인큐베이션 지대(incubation zone)과 같은 곳이었으나, 젠트리피케이션을 통해 예술가들의 아티스틱인 공간들이 사라지고 그 임대료를 충당할 수 있는 고급 상점들이 입지한 전형적인 ‘갤러리 입지 변동 주기’<sup>12)</sup>를 따르고 있다.

---

12) 김학희, 2006, “문화소비공간으로서 삼청동의 재조명,” 대한지리학회, 2006(6): 110-112.



〈그림 3-15〉 삼청동길 전경



〈그림 3-16〉 서울 삼청동길 위치

출처: 다음 지도

## 8) 인사동길(서울)

조사대상 거리는 종로구 인사동길 1에서 관훈동 145-1번지까지의 총거리 약 605m 구간이다. 인사동 거리는 신·구의 조화가 이뤄지는 장소라 할 수 있다. 건축물뿐만 아니라 입점해 있는 상점들도 그렇다,

특히 외래어로 난립되어 있는 옥외간판들은 인사동에서만큼은 예외적으로 모두 한글로 표시되게 되어 있으며, 대한민국에서 콧대높다는 글로벌 기업인 스타벅스 역시 인사동 거리에 입점하기 위해 고유의 STARBUCKS가 아닌 ‘스타벅스’로 옥외간판을 장식하고 있다. 인사동 거리의 특징은 또한 전통찻집이 구석구석 즐비해 있으며, 외국인과 남녀노소가 격이 없이 어우러 질 수 있는 장소성을 가지고 있다. 다만, 전통적인 옛길을 재현한다는 의미에서 도보를 고려하지 않는 몇몇 구역의 보도블럭들은 인사동 거리의 단점으로 보여지고 있다.



〈그림 3-17〉 인사동길 전경



〈그림 3-18〉 서울 인사동길 위치

출처: 다음 지도

## 9) 홍대(신촌)거리(서울)

조사대상 거리는 마포구 어울마당로 65에서 홍익로 3길까지 총거리 약 370m인 구간이다. 홍대(신촌)길은 지역의 특성상 젊은이들의 열정이 녹아내리는 뜨거운 거리로 자정이 넘어야 더욱 활기가 넘치는 곳이 바로 이 거리의 특징이기도 하다. 홍대(신촌)길은 특히 2002년

이후 유명해지기 시작하였는데 클럽문화가 대표적이라 할 수 있다. 밤 문화의 거리답게 음식점과 술집이 대다수이며 홍대(신촌)길의 묘미는 젊은 아티스트들이 가지고 나오는 악세사리 노점상들과 길거리 자판을 깔고 판매하는 보기 드문 옷가지들의 행상들이다. 또한 곳곳에 분위기 좋은 카페들이 자리잡고 있어 동적임과 정적임이 어울리는 거리이다.



〈그림 3-19〉 홍대(신촌)거리 전경



〈그림 3-20〉 서울 홍대거리 위치



## 제4장

# 특화가로 저층부 업종 집적도 및 가로이미지

제1절 특화가로 건축물 저층부 업  
종집적도

제2절 특화가로 이미지

# 제4장 특화가로 저층부 업종 집적도 및 가로이미지

## 제1절 특화가로 건축물 저층부 업종 집적도

### 1. 가로수길

가로수길은 옷가게를 중심으로 의류분야가 1층에 입주한 업종에서 전체의 47.2%를 차지하고 있으며, 다음으로 가벼운 음식이나 음료를 즐길 수 있는 카페가 15.4%로 두 번째로 많이 분포하고 있다. 좀더 크게 분류를 하여 의류나 잡화, 액세서리 등 패션과 관련한 업종이 전체의 65.0%가 집적되어 있다. 일반적으로 패션에 민감한 여성들을 대상으로 하는 상업이 함께 분포하고 있다. 이는 미용에 관련하여 13.0%가 분포하고 있으며, 남성들에 비하여 케이크, 과자 및 커피 등을 선호하는 카페가 높은 집적도를 보이고 있다.



〈그림 4-1〉 가로수길

〈표 4-1〉 가로수길 1층 업종 현황

상업시설	개수	분류Ⅱ		분류Ⅲ	
향수	1	화장품	16(13.0%)	미용	16(13.0%)
화장품가게	15				
옷가게	57	의류	58(47.2%)	패션	80(65.0%)
속옷	1				
신발	4	잡화	11(8.9%)		
가방	5				
잡화	2				
휴대폰액세서리	1	액세서리	11(8.9%)		
안경	2				
액세서리	6				
시계	2				
카페	4	카페	19(15.4%)		
디저트가게	15				
식당	3	음식점	3(2.4%)	금융	1(0.8%)
은행	1	은행	1(0.8%)		
편의점	2	편의점	4(3.3%)	유통	4(3.3%)
마트	2				
계	123	계	123(100%)	계	123(100%)



〈그림 4-2〉 가로수길 대상지 지도 및 저층부 현황사진

## 2. 광복로

광복로는 의류가 전체의 23.1%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 음식점이 18.1%로 나타나고 있다. 좀더 크게 의류와 잡화, 액세서리를 패션의 분류로 포함하여 구분하면 35.3%이고, 카페와 음식점을 포함하는 식음료 분야가 25.8%로 나타났다. 전기전자 제품을 취급하는 업종이 13.1%이며, 미용과 관련한 업종이 11.8%로 나타났다.

조사대상지 중에서 광복로는 업종의 분류에서 가장 다양한 분포를 보이고 있는 것으로 나타나고 있으며, 특히 식음료, 전기전자 관련한 분야가 다른 곳에 비하여 높게 집적되어 있는 것으로 나타났다.



〈그림 4-3〉 광복로

〈표 4-2〉 광복로 1층 업종 현황

상업시설	개수	분류Ⅱ		분류Ⅲ	
화장품가게	22	화장품	23(10.4%)	미용	26(11.8%)
향수매장	1				
네일샵	1	미용	3(1.4%)		
미용실	2				
옷가게	48	의류	51(23.1%)	패션	78(35.3%)
속옷매장	3				
신발가게	7				
잡화점	1	잡화	9(4.1%)		
모자매장	1				
안경점	7	액세서리	18(8.1%)		
귀금속	3				
악세서리	6				
시계매장	1				
핸드폰액세서리	1				
디저트가게	15	카페	17(7.7%)	식음료	57(25.8%)
제과점	2				
식당	40	음식점	40(18.1%)		
주점	11	주점	11(5.0%)	유흥	12(5.4%)
노래방	1	노래방	1(0.5%)		
휴대폰판매점	19	전자제품	25(11.3%)	전기전자	29(13.1%)
가전제품판매점	1				
카메라 매장	5				
전자,조명가게	4	전기	4(1.8%)		
갤러리	1	공연전시	1(0.5%)	전시공연	1(0.5%)
증권회사	1	금융	5(2.3%)	금융	6(2.3%)
은행	4				
우체국	1	관공서	1(0.5%)	관공서	1(0.5%)
편의점	3	편의점	3(1.4%)	유통	4(1.8%)
비닐판매점	1	유통	1(0.5%)		
의료기기판매점	2	의약	6(2.7%)	의료	6(2.7%)
약국	4				
학원	1	교육	1(0.5%)	교육	1(0.5%)
주차장	1	기타	1(0.5%)	기타	1(0.5%)
계	221		221(100%)		221(100.0%)



〈그림 4-4〉 광복로 대상지 지도 및 저층부 현황사진

### 3. 대학로

대학로는 음식점이 27.2%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 카페가 21.9%로 집적되어 있는 것을 알 수 있다. 대학로의 경우는 식음료를 제외한 업종의 분포가 다양하며, 방문객들의 다양한 요구에 대응하고 이를 지원하는 유형의 업종이 분포한 것으로 유추가 된다. 식음료와 관련된 업종은 그 자체로도 강한 집객력을 가지기도 하지만, 주변의 시설에 방문객들을 식사나 휴식 등 모임장소를 제공하는 등의 지원기능으로서 분포하기도 한다. 대학로는 대상지에서는 전시공연 업종이 3.5%가 분포하고 있지만 이면 도로에 위치하는 소극장과 인근 대학과 병원, 그리고 과거부터 가지고 있는 만남의 장소에 인식으로 인한 영향을 받은 것으로 판단된다.



〈그림 4-5〉 대학로

〈표 4-3〉 대학로 1층 업종 현황

상업시설	개수	분류Ⅱ			분류Ⅲ					
화장품가게	5	화장품	5	(4.4%)	미용	5	(4.4%)			
옷가게	11	의류	11	(9.6%)	패션	13	(11.4%)			
신발가게	1	잡화	1	(0.9%)						
핸드폰액세서리	1	액세서리	1	(0.9%)						
디저트가게	20	카페	25	(21.9%)	식음료	56	(49.1%)			
빵집	5									
식당	28	음식점	31	(27.2%)						
패스트푸드	3									
주점	1	주점	1	(0.9%)	유흥	2	(1.8%)			
노래방	1	노래방	1	(0.9%)						
통신회사	1	전자제품	3	(2.6%)	전기전자	3	(2.6%)			
휴대폰판매점	2									
미술품판매점	1	전시 공연	4	(3.5%)	전시 공연	4	(3.5%)			
티켓박스	2									
아트센터	1									
회관	2	회관	2	(1.8%)	집회장	2	(1.8%)			
은행	1	금융	1	(0.9%)	금융	1	(0.9%)			
슈퍼	1	편의점	4	(3.5%)	유통	10	(8.8%)			
편의점	3									
문구점	2							문구	2	(1.8%)
꽃집	3							화원	3	(2.6%)
서점	1							서점	1	(0.9%)
한의원	1	의약	6	(5.3%)	의료	6	(5.3%)			
약국	5									
소방서	1	관공서	2	(1.8%)	관공서	2	(1.8%)			
우체국	1									
학교	3	교육	5	(4.4%)	교육	5	(4.4%)			
교육원	1									
학원	1									
경비실	1	사무실	1	(0.9%)	업무시설	3	(2.6%)			
부동산	2	부동산	2	(1.8%)						
자동차판매점	1	기타	2	(1.8%)	기타	2	(1.8%)			
인쇄소	1									
계	114		114	(100%)		114	(100%)			



〈그림 4-6〉 대학로 대상지 지도 및 저층부 현황사진

## 4. 동성로

대구 동성로는 액세서리 업종이 26.0%로 가장 높으며, 다음으로 의류가 18.1%, 화장품 13.0% 순으로 나타나고 있다. 좀더 크게 구분하여 보면, 패션 관련하여 55.4%가 집적되어 있고, 식음료 14.1%, 미용 관련하여 13.6%가 분포되어 있다. 주점이 6.2%로 조사 대상지 중에서는 비교적 높게 나타났다.

액세서리 업종으로 구분은 하였으나, 이 중에서는 결혼 예물 등을 중심으로 다루는 귀금속점이 상당수 포함되어 있다. 동성로는 비교적 거리가 긴 곳으로 6차선 도로에 의해서 분절된 곳을 중심으로 분위기와 업종의 분포가 비교적 차이가 나는 곳이다. 분절되는 4거리의 극장을 중심으로 파출소까지는 유동인구가 비교적 많으며, 연령층 또한 낮게 관찰이 되었다. 반면 대구역에서 CGV가 있는 4거리까지는 상당수의 귀금속점이 분포하고 있으며, 유동인구가 상대적으로 많지 않았다. 화장품가게와 카페의 대부분은 CGV가 있는 분절점의 남쪽 가로를 중심으로 분포하고 있는 특징이 나타나고 있다.



〈그림 4-7〉 동성로

〈표 4-4〉 동성로 1층 업종 현황

상업시설	개수	분류Ⅱ		분류Ⅲ	
화장품	23	화장품	23(13.0%)	미용	24(13.6%)
미용	1	미용	1(0.6%)		
옷가게	32	의류	32(18.1%)	패션	98(55.4%)
잡화	18	잡화	20(11.3%)		
신발가게	2				
액세서리	6	액세서리	46(26.0%)		
귀금속전문점	35				
시계전문점	3				
멀티샵	1				
수리점	1				
디저트카페	9	카페	10(5.6%)	식음료	25(14.1%)
사주.타로	1				
식당	15	음식점	15(8.5%)		
주점	11	주점	11(6.2%)	유흥	11(6.2%)
통신사	7	휴대폰	7(4.0%)	전기전자	7(4.0%)
사진관	1	사진	2(1.1%)	사진	2(1.1%)
스튜디오	1				
편의점	3	편의점	3(1.7%)	유통	4(2.3%)
백화점	1	백화점	1(0.6%)		
은행	3	은행	3(1.7%)	금융	3(1.7%)
약국	1	의약	1(0.6%)	의료	1(0.6%)
극장	1	공연전시	1(0.6%)	전시공연	1(0.6%)
학원	1	교육	1(0.6%)	교육	1(0.6%)
계	177		177(100%)		177(100%)



〈그림 4-8〉 동성로 대상지 지도 및 저층부 현황사진

## 5. 명동거리

명동거리의 업종은 화장품가게가 49.0%로 가장 높게 분포되어 있으며, 다음으로 의류 19.6%, 잡화 11.8% 순서로 나타나고 있다. 좀 더 크게 구분하여 보면, 미용이 49.0%이며 패션이 37.3%로 미용과 패션이 86.3%로 주로 여성을 대상으로 하는 소비상품이 주를 이루는

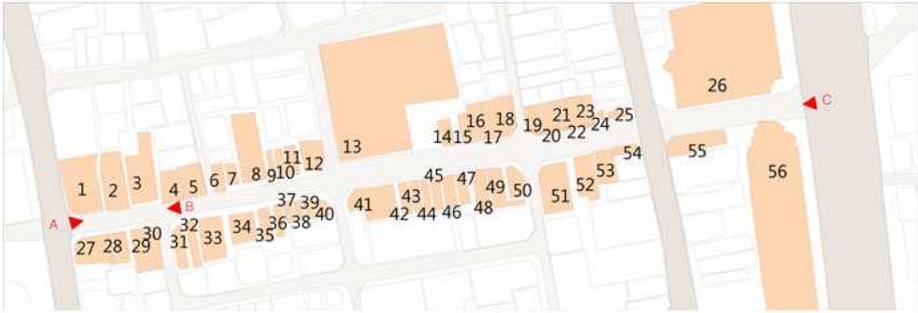
것으로 유추가 가능하며, 쇼핑을 위한 거리로 이미지가 형성된 것으로 판단된다.



〈그림 4-9〉 명동거리

〈표 4-5〉 명동거리 1층 업종 현황

상업시설	개수	분류Ⅱ		분류Ⅲ	
화장품가게	25	화장품	25(49.0%)	미용	25(49.0%)
의류	9	의류	10(19.6%)	패션	19(37.3%)
속옷가게	1				
잡화점	2	잡화	6(11.8%)		
신발가게	4				
액세서리 및 귀금속	3	액세서리	3(5.9%)		
음식점	2	식당	2(3.9%)	식음료	2(3.9%)
통신사	1	휴대폰	1(2.0%)	전기전자	1(2.0%)
복합쇼핑몰	1	편의점	1(2.0%)	유통	2(3.9%)
서점	1	서점	1(2.0%)		
은행	1	은행	1(2.0%)	금융	1(2.0%)
약국	1	의약	1(2.0%)	의료	1(2.0%)
계	51		51(100%)		51(100%)



〈그림 4-10〉 명동거리 대상지 지도 및 저층부 현황사진

## 6. 북촌길

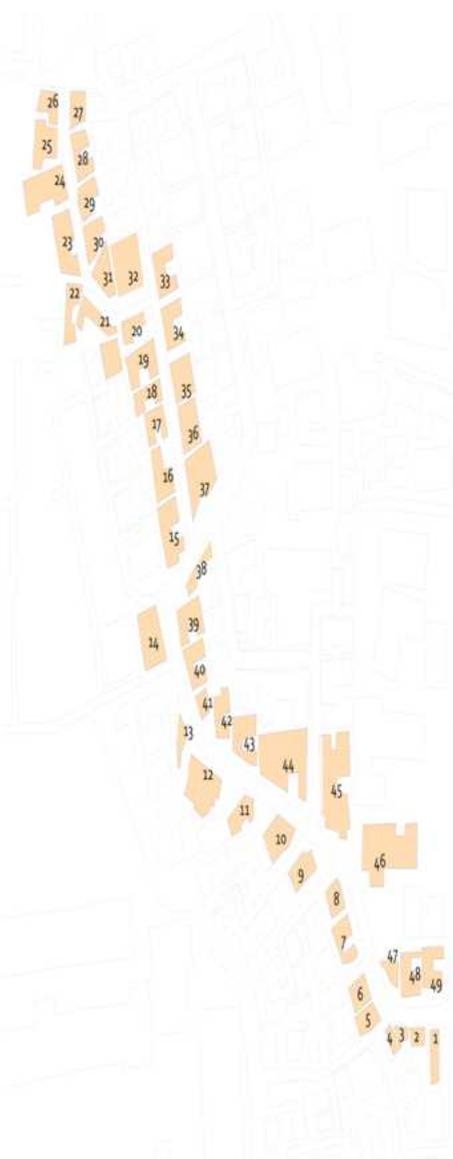
북촌길은 주택이 44.9%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 의류, 카페, 음식점이 각각 9.2%로 나타났다. 좀더 크게 분야별 구분을 하면, 주거가 44.9%이며 식음료가 18.4%, 패션 관련하여 15.3%로 용도가 집적되어 있다. 북촌은 한옥마을로 알려져 있어, 전통주택이 유지관리 되면서 다수가 분포하고 이로 인하여 가로 및 지역의 이미지가 형성된 것으로 판단된다. 그리고 이러한 전통주택과 연계하여 공방 및 체험관의 들어선 것으로 보이며, 방문객들이 증가하면서 패션과 식음료 분야의 업종들이 늘어난 것이라 판단된다.



〈그림 4-11〉 북촌길

〈표 4-6〉 북촌길 1층 업종 현황

상업시설	개수	분류Ⅱ		분류Ⅲ	
화장품가게	1	화장품	1(1.0%)	미용	1(1.0%)
옷가게	9	의류	9(9.2%)	패션	15(15.3%)
신발가게	2	잡화	2(2.0%)		
액세서리	4	액세서리	4(4.1%)		
카페	9	카페	9(9.2%)	식음료	18(18.4%)
식당	9	음식점	9(9.2%)		
약국	1	의약	1(1.0%)	의료	1(1.0%)
갤러리	3	전시공연	8(8.2%)	전시공연	8(8.2%)
수공예	2				
문화체험관	1				
화랑	1				
박물관	1				
주택	44	주택	44(44.9%)	주거	44(44.9%)
한옥스테이	1	숙박	1(1.0%)	숙박	1(1.0%)
식료품점	1	편의점	2(2.0%)	유통	2(2.0%)
편의점	1				
은행	2	은행	2(2.0%)	금융	2(2.0%)
주민센터	1	관공서	1(1.0%)	관공서	1(1.0%)
한국미술사 연구소	1	오피스	2(2.0%)	업무시설	3(3.1%)
오피스	1				
부동산	1	부동산	1(1.0%)		
교회	1	종교	1(1.0%)	종교	1(1.0%)
주차장	1	자동차관 련	1(1.0%)	기타	1(1.0%)
계	98		98(100%)		98(100%)



〈그림 4-12〉 북촌로 대상지 지도 및 저층부 현황사진

## 7. 삼청동길

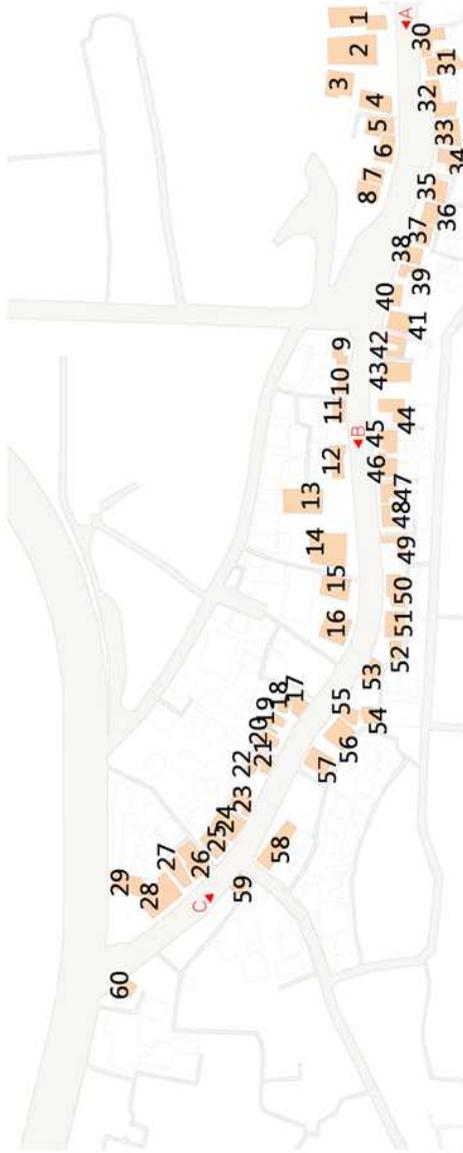
삼청동길은 의류가 23.0%로 가장 높으며, 카페가 19.7%, 음식점이 13.1% 순으로 나타났다. 좀더 크게 구분하여 의류와 잡화, 액세서리를 포함하는 패션은 41.0%, 식음료가 32.8%로 업종이 집적되어 있다. 젊은 연인들의 데이트코스로 알려져서 그런지 식음료 및 패션에 대한 업종의 집적도가 높으며, 이는 인사동과 북촌 등과 물리적 위치가 방문객들을 유인하는데 있어 좋은 시너지를 내고 있는 것으로 판단된다.



〈그림 4-13〉 삼청동길

〈표 4-7〉 삼청동길 1층 업종 현황

상업시설	개수	분류Ⅱ			분류Ⅲ		
		종류	개수	비율	종류	개수	비율
화장품가게	5	화장품	5	(8.2%)	미용	5	(8.2%)
옷가게	13	의류	14	(23.0%)	패션	25	(41.0%)
한복집	1						
잡화	6						
액세서리	5						
디저트카페	12	카페	12	(19.7%)	식음료	20	(32.8%)
식당	8	음식점	8	(13.1%)			
은행	1	은행	1	(1.6%)	금융	1	(1.6%)
편의점	1	편의점	1	(1.6%)	유통	1	(1.6%)
주택	3	주택	3	(4.9%)	주거	3	(4.9%)
갤러리	1	전시공연	1	(1.6%)	전시공연	1	(1.6%)
전자기기소품	1	전자제품	1	(1.6%)	전기전자	1	(1.6%)
주민센터	1	관공서	2	(3.3%)	관공서	2	(3.3%)
파출소	1						
교회	1	종교	1	(1.6%)	종교	1	(1.6%)
부동산	1	기타	1	(1.6%)	업무시설	1	(1.6%)
계	61		61	(100%)		61	(100%)



〈그림 4-14〉 삼청동길 대상지 지도 및 저층부 현황사진

## 8. 인사동길

인사동길은 잡화(관광용품 등 다양한 상품 판매)가 27.8%로 가장 높게 나타났으며, 이는 많은 관광객의 수요에 맞는 관광상품 판매에 따른 영향으로 판단된다. 다음으로는 전시공연이 25.2%이며, 음식점이 18.5%, 의류가 14.6%의 순서로 나타나고 있다. 화방과 갤러리 등 전시공연 업종은 과거부터 인사동의 가로 이미지를 형성하는데 커다란 영향을 끼친 분야이다. 관광객이 증가하면서 간판은 화방이나 실제 판매하는 품목들이 관광상품들로 바뀌고 있는 실정이며, 가로이미지와는 비교적 이질적인 화장품 업종이 6.6%가 집적되어 있다.



〈그림 4-15〉 인사동길

〈표 4-8〉 인사동길 1층 업종 현황

상업시설	개수	분류Ⅱ		분류Ⅲ	
화장품가게	10	화장품	10(6.6%)	미용	10(6.6%)
옷가게	22	의류	22(14.6%)	패션	65(43.0%)
카페식잡화점	1	잡화	42(27.8%)		
잡화점	40				
신발가게	1				
귀금속점	1	액세서리	1(0.7%)		
식당	28	음식점	28(18.5%)	식음료	28(18.5%)
약국	2	의약	2(1.3%)	의료	2(1.3%)
갤러리	13	전시공연	38(25.2%)	전시공연	38(25.2%)
화방	21				
공방	4				
경비실	1	오피스	1(0.7%)	업무시설	1(0.7%)
식료품점	1	편의점	2(1.3%)	유통	4(2.6%)
편의점	1				
서점	1	출판	2(1.3%)		
출판사	1				
철물점	1	기타	3(2.0%)	기타	3(2.0%)
오락	1				
주차장	1				
계	151		151(100%)		151(100%)



〈그림 4-16〉 인사동길 대상지 지도 및 저층부 현황사진

## 9. 홍대거리

홍대거리는 의류가 42.2%로 가장 높게 나타나고 있으며, 다음으로 카페가 15.3%, 화장품이 11.8% 순으로 집적되어 있다. 보다 크게 구분하면 패션이 54.1%, 식음료가 21.2%, 미용이 11.8%로 업종이 집적되어 있다. 신촌은 우리나라의 대표적으로 대학생들과 젊은 층이 방문하는 것으로 알려져 있다. 현재는 클럽문화가 젊은 층에서 많이 알려져 있지만, 과거에는 의류 등 패션이 주를 이루는 거리로 알려져 있었다. 여전히 특색 있는 제품을 찾는 방문객의 요구를 충족하는 업종들이 분포하고 있는 것으로 보이며, 타로카페가 다른 대상지에 비하여 높게 분포하고 있는 것으로 나타나고 있다.



〈그림 4-17〉 홍대거리

〈표 4-9〉 흥대거리 1층 업종 현황

상업시설	개수	분류Ⅱ		분류Ⅲ	
화장품가게	10	화장품	10(11.8%)	미용	10(11.8%)
옷가게	35	의류	36(42.4%)	패션	46(54.1%)
속옷매장	1				
잡화점	5	잡화	5(5.9%)		
액세서리	4	액세서리	5(5.9%)		
콘택트렌즈전문점	1				
디저트카페	5	카페	13(15.3%)	식음료	18(21.2%)
타로가게	8				
식당	5	음식점	5(5.9%)		
핸드폰가게	2	휴대폰	2(2.4%)	전기전자	2(2.4%)
술집	1	주점	1(1.2%)	유흥	2(2.4%)
노래방	1	노래방	1(1.2%)		
약국	1	의약	2(2.4%)	의료	2(2.4%)
병원	1				
가정집	1	주택	1(1.2%)	주거	1(1.2%)
편의점	1	편의점	1(1.2%)	유통	1(1.2%)
디자인센터	1	오피스	3(3.6%)	업무시설	3(3.5%)
부동산	2				
계	85		85(100%)		85(100%)



〈그림 4-18〉 홍대거리 대상지 지도 및 저층부 현황사진

## 제2절 특화가로 이미지

### 1. 가로수길

가로수길은 우리나라의 대표적인 특화가로라 할 수 있다. 강남구 신사동에 위치한 가로수길은 젊음과 트렌디한 유행을 선도하는 고급스러운 이미지를 가지고 있다. 이렇기에 가로수길을 찾는 대다수의 사람들은 소비층이 두터운 20~30대의 젊은 남녀가 대다수를 차지하고 있다. 또한 설문자 중 강남지역이외에 서울과 수도권, 각 지역에서도 가로수길을 찾아온 사람들이 많았다.

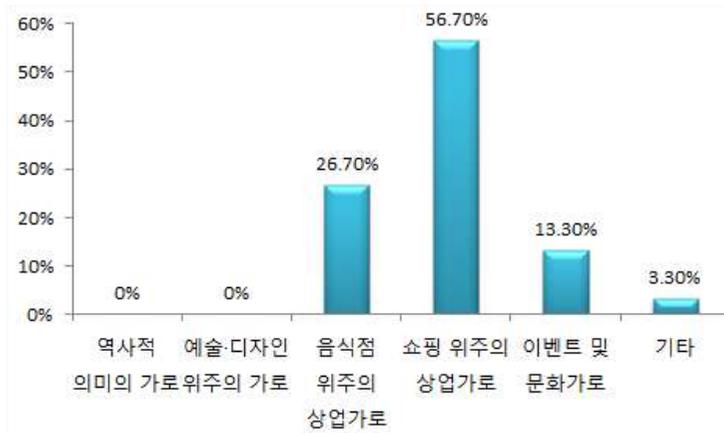


〈그림 4-19〉 가로수길 방문 횟수



〈그림 4-20〉 가로수길 방문 목적

가로수길의 방문은 60%가 1년에 1~2회 정도로 가장 많았으며, 대부분이 쇼핑을 하기 위해 방문한다고 하였다. 또한 쇼핑을 하기 위해 가로수길에 오는 이유로는 디자이너샵이나 트렌디한 옷가게들이 많아 서라는 응답이 가장 많았다. 또한 쇼핑과 함께 즐길 수 있는 소문난 맛집들과 세련되고 이쁜 카페들이 많아 이곳에 데이트 및 약속장소로 많은 사람들이 찾고 있으며 이를 통해 가로수길에 대한 많은 사람들의 이미지는 ‘쇼핑 위주의 상업가로’라고 생각한다는 응답이 가장 많았다.



〈그림 4-21〉 가로수길의 이미지

또한 가로수길 방문자들에게 가로수길은 흥미로우며 볼거리 놀거리를 충분히 제공하고 있음을 알 수 있다. 「흥미로운 볼거리 및 놀거리」에 대해 53.3%가 ‘그렇다’라고 응답하였으며, 가로수길의 흥미 요소에 대해 63%이상이 긍정적으로 응답하였다.



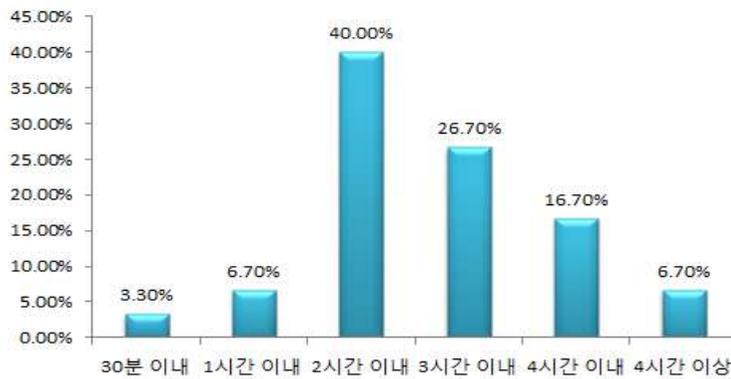
〈그림 4-22〉 가로수길의 흥미 및 볼거리

특히 흥미요소의 긍정적인 요소는 다시 가로수길의 재방문으로 이어지며 응답자의 53.3%가 가로수길을 다시 찾고 싶다고 응답하였다.



〈그림 4-23〉 가로수길의 재방문 의사

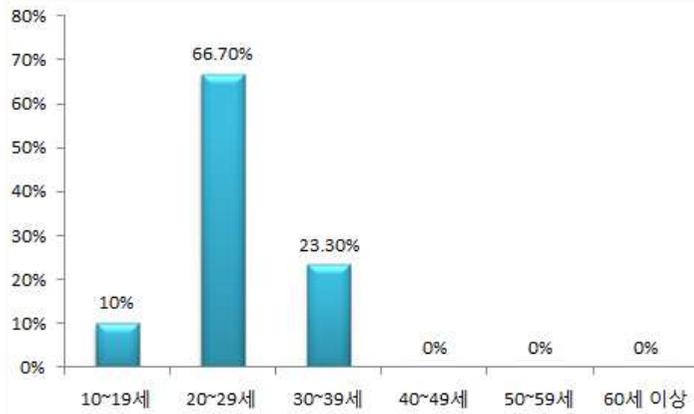
가로수길에 머무는 시간은 대략 2시간 이내(40%)가 가장 많았으며, 다음으로는 3시간 이내(26.7%), 4시간 이내(16.7%)로 2시간에서 4시간 이내 정도로 가로수길에서 머무는 것으로 확인되었다. 이를 통해 가로수길은 출퇴근이나 통학 또는 그냥 지나가는 가로가 아닌 뚜렷한 목적을 가지고 가로를 찾는 것임을 알 수 있다.



〈그림 4-24〉 가로수길에 머무는 시간

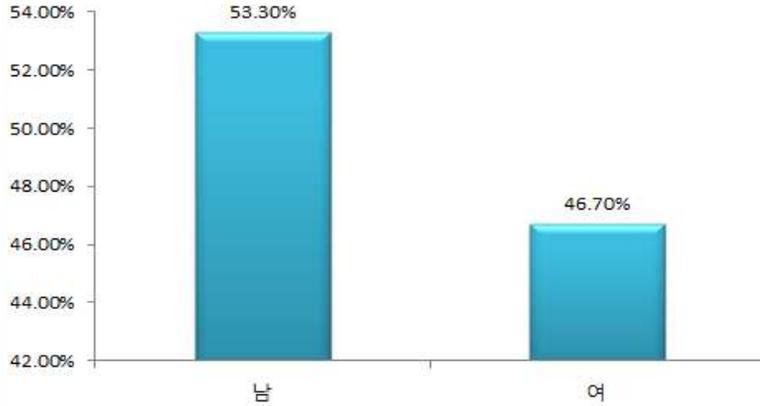
가로수길에 찾아오는 시민들은 대다수가 트렌드에 민감한 20~29세 층이 가장 많았으며, 다음으로는 경제적 여유가 있는 30~39세의 젊

은층들이 대다수를 차지하고 있다. 설문조사시 고른 연령대를 조사하고자 하였으나, 가로수길의 특성상 40대 이상의 설문자들을 찾기가 어려웠던 젊은 가로의 특징 또한 가지고 있다.

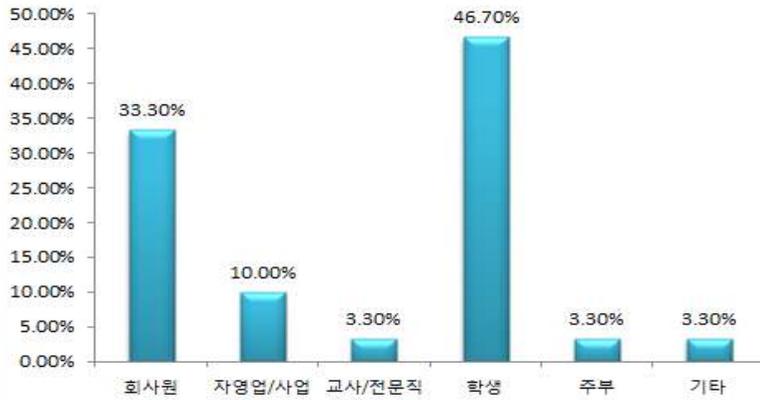


〈그림 4-25〉 가로수길을 방문한 연령대

가로수길 하면 아기자기한 카페 및 맛집, 트렌디한 옷가게들로 인해 여자들이 많이 찾고 있을거라는 가설을 뒤집고 가로수길을 찾은 53.3%가 남성의 비율로 여성을 앞섰다. 이는 이제 남성들의 성향도 많이 변했다는 것도 입증이 된다. 패션에 관심이 많고 디테일하며, 유행에 민감한 남성들이 늘고 있으며, 가로수길에 나가보면 트렌디하고 각자의 개성을 지닌 남성들이 지나다니는 것을 쉽게 볼 수 있다.



〈그림 4-26〉 가로수길을 방문한 남녀 성비



〈그림 4-27〉 직업군에 따른 가로수길 방문자

조사 시점이 8월 방학시기였던 까닭에 대학생과 학생의 비율이 높았으며, 그 다음으로 회사원의 방문이 높았다. 상대적으로 시간적 여유와 패션과 유행에 관심이 많은 젊은층인 대학생들과 젊음과 경제적 여유가 있는 회사원들이 주로 이루어져 트렌디한 유행을 이끌며, 젊은층의 리즈에 맞는 상업시설들이 이루어져가면서 대한민국의 최신의 멋과 낭만을 이끌고 있는 특화가로의 특징을 보이고 있다.

가로수길에 대해 시민들은 과반수 이상이 쇼핑 위주의 상업가로라고

정의하였으며, 유행을 선도하는 수많은 옷가게는 물론 블로거들이 소개하는 맛집과 분위기가 그 이유라고 하였다. 또한 가로수길의 이미지는 쇼핑 및 세련되고 이쁜 여자들, 트렌디, 데이트를 꼽았으며, 흥미로운 요소 역시 고급스럽고 이쁜 디자이너샵과 아기자기하고 가로수길에서만 맛볼 수 있는 디저트 카페, 좁은 길, 그리고 음식점의 테라스에서 지나가는 세련된 사람들을 구경하는 것도 가로수길만의 흥미요소로 보았다.

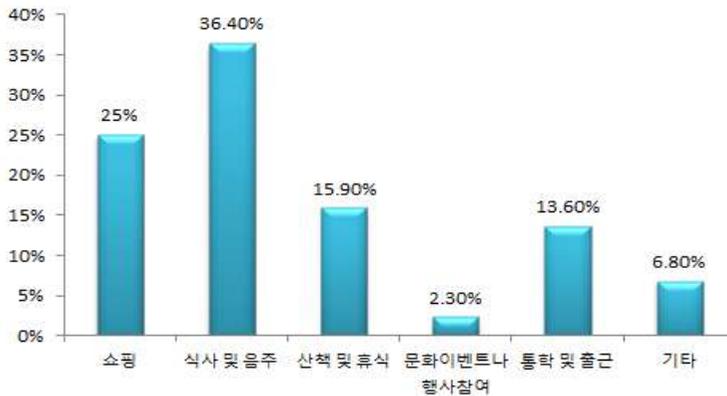
## 2. 광복로

광복로는 부산에 있어서도 많은 관광객들이 찾아오는 장소이며, 부산시민들에게도 젊음과 유흥의 장소이기도 하다. 부산에서 워낙 유명한 장소이다 보니 처음 이곳을 방문한 사람들이 27.3%로 가장 많다. 그러나 1주일에서 한 달 사이의 방문이 47.7%로 평균적으로 가장 많은 횟수로 보여지고 있어 광복로는 부산시민들에게 친숙한 장소로 보여지고 있다.



〈그림 4-28〉 광복로 방문 횟수

특히 광복로를 찾는 이유는 36.4%가 식사 및 음주를 즐기기 위해서라 응답하였고, 다음으로 25%가 쇼핑, 15.9%가 산책 및 휴식으로 응답하였다. 그 이유는 광복로 일대의 다수가 음식점과 쇼핑을 즐길 수 있는 상점들이 즐비하며, 오래된 변화가로 예전부터 소비를 즐기며 그 소비로 인해 휴식을 취할 수 있는 장소로 인식되고 있다. 이로 인해 광복로는 ‘음식점 위주의 상업가로(43.2%)’ ‘쇼핑 위주의 상업가로(34.1%)’로 광복로는 인식되고 있다.

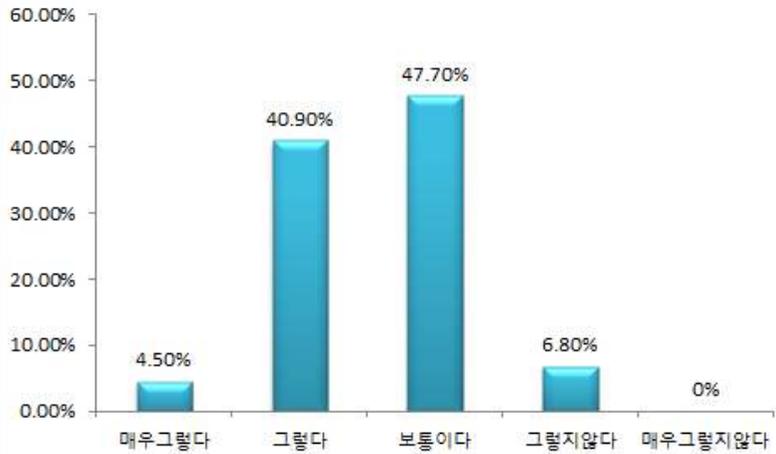


〈그림 4-29〉 광복로 방문 목적



〈그림 4-30〉 광복로의 이미지

광복로의 「흥미로운 볼거리 및 놀거리」에 대한 조사에서 응답자들은 긍정에 45.4%, 보통이다 47.7%로 응답하여 광복로에 대한 볼거리 즐길거리에 대해 시민들이 전반적인 만족도를 보이고 있는 것으로 확인되었으며, 부산 광복로에 대한 흥미로운 요소에 대한 주관식 설문에 관해 대다수가 ‘다양한 볼거리’, ‘다양한 먹거리’라고 답하였다.



〈그림 4-31〉 광복로의 흥미 및 볼거리

광복로의 재방문에 대한 설문에서도 앞의 그림(4.16)과 같이 긍정이 45.4%, 보통이 47.7%로 전반적으로 긍정에 가까웠다. 하지만 보통이다(47.7%)가 우세하기에 앞으로 좀 더 긍정적으로 발전하기 위해서는 광복로만의 새롭고 좀 더 흥미를 끌만한 요소를 도입함이 필요하며, 광복로에 대한 떠오르는 이미지에 대한 설문조사 결과 ‘지저분’, ‘오래됨’, ‘외국인’, ‘술집’이 떠오른다고 하여 광복로에 대한 이미지와 연관되었을 때 재방문과 지속적인 활성화를 위한 재정비가 있을 필요성을 확인할 수 있다.

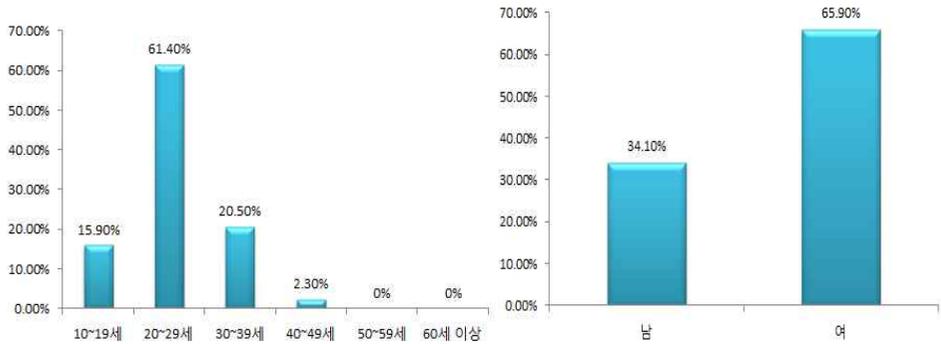


〈그림 4-32〉 광복로의 재방문 의사

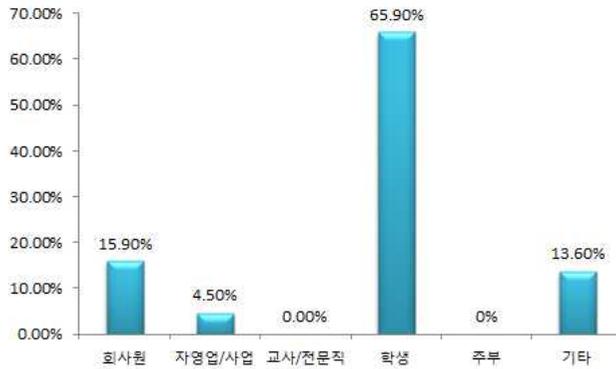
광복로에 머무는 시간은 대체로 2시간 이내(31.8%)가 가장 많았으나, 광복로가 앞서 쇼핑과 음식점 위주의 특화가로의 특성이 강해 3시간부터 4시간 이상 머무는 비율이 꽤 높음을 확인할 수 있다.



〈그림 4-33〉 광복로에 머무는 시간



〈그림 4-34〉 광복로에 방문한 연령대 및 남녀 성비



〈그림 4-35〉 직업군에 따른 광복로 방문자

광복로를 찾는 대다수의 시민은 20~29세 젊은 층이 61.4%로 가장 많았으며 30~39세(20.5%), 10~19세(15.9%)로 97.8%가 30대 이하의 젊은 계층이었으며, 쇼핑을 할 수 있는 상점과 음식점들이 많아 여성 고객들이 남성고객들보다 2배가량 많이 찾고 있음을 확인 할 수 있다. 또한 방문자의 대다수가 중·고등학생과 대학생들이 광복로를 많이 찾고 있었으며, 친구와의 쇼핑, 만남의 장소, 친구와의 수다, 연인과의 데이트 장소로 광복로를 찾는 것으로 조사되었다.

부산 광복로는 대다수의 시민들이 음식점과 쇼핑을 하기 위해 많이 찾기에 음식점 위주의 상업가로로 정의하였다. 그러나 광복로에 대한

떠오르는 이미지는 오래되고 낡후되어 지저분하고 많은 외국인들과 술집들의 이미지를 형상화하여 다른 특화가로와는 차이점이 있으며 이와 함께 다양한 볼거리와 먹거리는 부산 광복로의 흥미로운 요소라고 응답하였다.

### 3. 대학로길

대학로는 말 그대로 젊음과 지성의 거리에서 이제 대학로는 젊음의 거리와 함께 문화공연과 거리공연의 이미지가 공존하는 문화예술의 거리이다. 대학로는 사실 근처에 성균관대학교와 서울대학교 보건대학 캠퍼스등 매일 대학로를 찾는 대학생들과 종로로 출근하는 회사원들이 빈번하게 왔다갔다 하는 장소이기도 하다. 이에 대학로 방문 횟수의 가설에 있어 1주일에 1~2회나 3~4회의 횟수가 우월할 것으로 예상하였으나, 43.3%가 1년에 1~2회 정도로 방문한다고 하였으며, 26.7% 1달에 1~3회 찾는다고 하였고, 처음으로 방문한 시민도 20%나 달해 가설과는 달리 대학로를 찾는 시민들은 대다수 다른 지역에서, 약속 및 다른 목적을 가지고 이곳을 방문함을 예상해 볼 수 있다.



〈그림 4-36〉 대학로 방문 횟수

대학로를 이용하는 주된 이유로 36.7%가 산책 및 휴식을 즐기러 왔다고 응답하였으며 그 뒤로 23.3%가 문화 이벤트나 행사 참여를 위해 방문했다고 하였다. 이를 통해 대다수 대학로를 찾는 시민들은 대학로에 문화공연을 즐기기 위한 목적으로 이 곳을 방문하고 있음을 확인할 수 있다. 또한 대학로의 떠오르는 이미지 역시 연극이나 예술, 젊음으로 응답하여 문화예술로서의 이미지를 가진 특화거리임을 알 수 있다.



〈그림 4-37〉 대학로 방문 목적

대학로의 「흥미로운 요소」에 대해 ‘관객과 함께 호흡할 수 있는 소극장’, 문화공연과 시민들의 편안한 휴식공간을 제공해주는 ‘마로니에 공원’을 흥미로운 요소를 꼽았다. 이와 함께 53.3%가 예술·디자인 위주의 가로라고이며, 20%가 이벤트 및 문화가로라고 응답하여 전체의 약 73%가 문화 예술관 관련하여 대학로의 이미지를 정의하였다.

또한 대학로에 대한 역사적 인식이 있는 시민들은 이곳이 역사적 의미의 가로라고 응답하였는데, 서울대학교의 전신인 한국방송통신대학의 건물 및 아직도 남아있는 서울대학교 옛 건축물 및 터와 대학로 메인거리에서 조금 떨어져 있는 창덕궁과 비원 등을 고려하여 역사적

의미의 가로라고도 생각하는 응답자가 전체의 15%를 차지하였다. 대표적으로 대학로 메인거리에 위치한 ‘학림’다방은 60~70년대 지식인들이 모여 학문을 논하고 책을 읽던 그 장소 그 시절의 모습을 보존하고 있어 지금의 젊은이들은 물론 과거 이곳을 즐겨 찾던 장년층 및 노년층들도 옛 기억과 안락한 느낌으로 대학로를 추억하고 있는 특징적인 장소가 대학로 곳곳에 자리하고 있다.



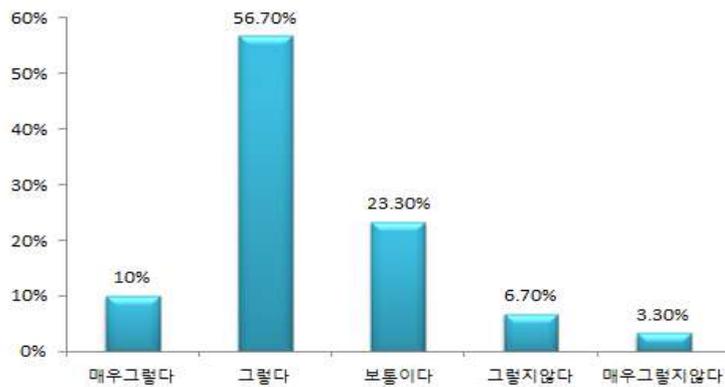
〈그림 4-38〉 대학로의 이미지

대학로의 흥미로운 볼거리 및 놀거리가 많은지에 대한 물음에 대해서는 50%가 긍정적으로 응답하였으며, 43%도 보통이라고 응답하여 대체적으로 대학로는 흥미로운 볼거리 및 놀거리가 많은 것으로 확인할 수 있다.



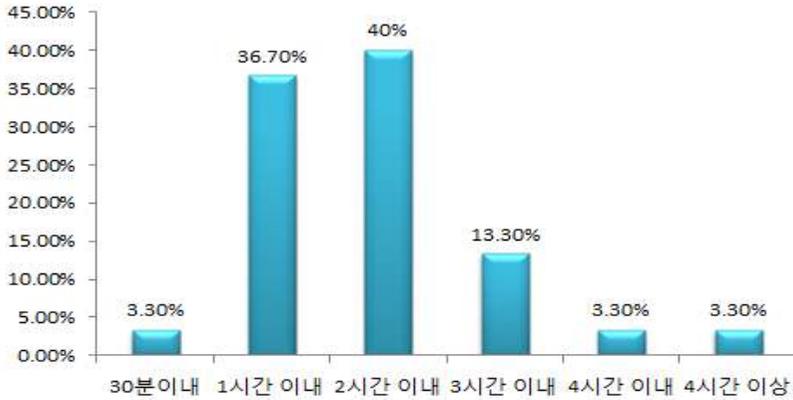
〈그림 4-39〉 대학로의 흥미 및 볼거리

대학로 재방문에 대해서는 56.7%라 ‘그렇다’라고 응답하였으며, 66%가 긍정적으로 재방문을 고려하고 있어 연극과 관련된 소극장 및 예술공연장, 야외공연장소, 특화된 상점 및 거리, 젊음과 추억을 상기 시킬 수 있는 장소성이 겸비된 거리로 볼 수 있다.



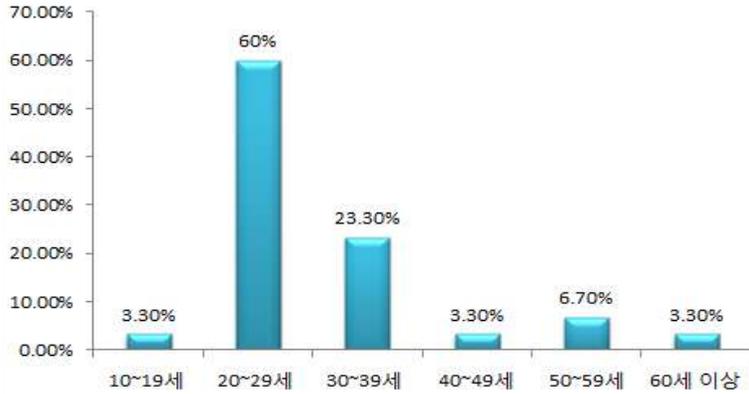
〈그림 4-40〉 대학로의 재방문 의사

대학로에 머무는 시간은 대체적으로 1~2시간(76%)이 가장 많았다. 이는 대학로가 연극 및 문화예술 위주의 가로라는 점을 볼 때 공연시간과 연관지어 생각해 볼 수 있다.



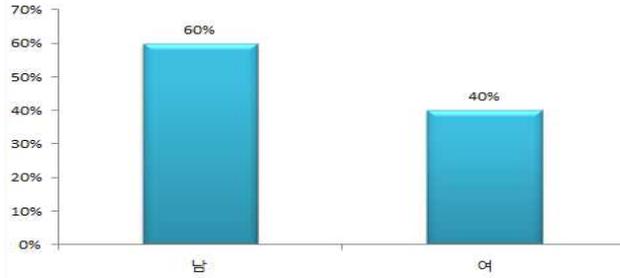
〈그림 4-41〉 대학로에 머무는 시간

대학로를 방문한 대다수의 연령층은 20대(60%)로 젊음을 상징하는 거리임을 다시 한 번 확인하였다. 또한 연극과 예술 문화를 즐기는 30~50대의 연령대로 고르게 분포되어 있음을 볼 수 있다. 대학로는 젊음의 거리 뿐 만 아니라 전 연령대가 함께 즐길 수 있는 장소라 볼 수 있다.



〈그림 4-42〉 대학로를 방문한 연령대

젊음의 거리답게 설문자의 과반수인 53.3%가 학생들로 주변의 대학 및 고등학교의 영향임을 추측해 볼 수 있으며, 설문조사 시기가 8월 중으로 방학시점임을 감안하여 학생들이 대학로를 많이 찾았음을 확인할 수 있다. 전체 중 남학생이 60%로 여학생(40%)보다 대학로를 찾고 있음을 설문조사 확인할 수 있다. 이는 대학로의 특성상 여성들이 선호하는 아기자기한 카페나 분위기 있는 음식점, 쇼핑보다는 대중적인 저렴한 아이템들이 많아 남성들 또한 대학로를 부담 없이 친구와의 약속, 데이트 장소 등으로 찾고 있다.



〈그림 4-43〉 대학로를 방문한 남녀 성비

학생들 못지 않게 대학로를 즐기고자 하는 다양한 분야의 종사자들이 많이 찾는 것으로 확인할 수 있다. 이는 앞의 설문조사 내용을 감안하여 검토해 볼 때 문화공연을 즐기기 위함과 문화적 휴식을 취하기 위한 현상으로 볼 수 있다.



〈그림 4-44〉 직업군에 따른 대학로 방문자

대학로 가로에 대한 시민들의 이미지는 이벤트 및 문화가로라고 정의하였다. 이런 이미지는 대학로에 많이 집적되어 있는 공연장 때문임을 설문조사 응답하였다. 또한 대학로 하면 ‘젊음’이 가장 많이 떠오른다고 응답하였으며, 이와 함께 ‘연극’, ‘공연’도 대학로를 연상시키는 단어로 꼽혔다. 대학로 가로는 젊은이들의 거리답게 유흥 및 카페, 음식점 등 다양한 상점들이 위치해 있다. 그러나 대다수의 시민들은 대학로길에 대한 이미지를 문화가로로 응답하면서 연극과 젊음이 함께 살아 숨쉬는 가로로 이미지화 하고 있다.

대학로의 흥미로운 점 역시 수많은 소극장을 응답하였다. 대학로의 소극장은 1년 365일 매일 진행되고 있으며, 문화공연을 보기위해 각 지역에서 다양한 연령대들이 찾고 있다.

#### 4. 대구 동성로

동성로는 대구의 중심 시가지의 변화한 거리 중 대표적이라 볼 수 있다. 대구의 젊은이들의 중심지이며 백화점과 전통시장, 지하철이 갖춰진 편리한 상업가로이다. 동성로는 특히 대구의 현지인들이 많이 찾고 있음이 특이사항이다. 1주일에 1~2회가 34.8%, 1주일에 3~4회가 17.4%, 1달에 1~3회 39.1%로 이 결과는 대다수가 동성로에 가까이 사는 대구 시민일 가능성을 보여주는 수치로 볼 수 있다.



〈그림 4-45〉 동성로 방문 횟수

대구 동성로에 대한 이미지에 시민들은 ‘쇼핑’또는 ‘놀거리’라는 응답이 다수를 이뤘으며, 이에 대한 결과로 동성로를 찾은 대표적인 이유는 식사 및 음주(39.1%), 쇼핑(30,4%)로 조사 결과 나타났다. 이를 통해 동성로는 대표적 상업특화가로로 볼 수 있다.

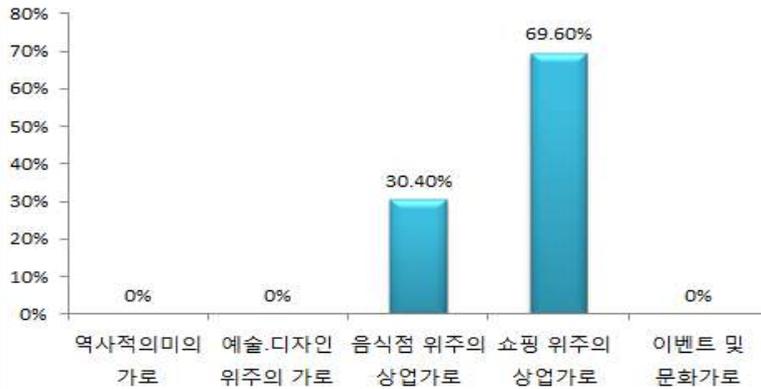
특히 동성로는 쇼핑과 놀거리로 이미지가 부각되어 젊은 사람들에게

겐 유흥과 축제 이벤트를 즐길 수 있는 편안한 장소로 연세드신 어르신분들에게는 젊음이 느껴지는 활기찬 곳으로 동성로의 이미지를 떠올렸다.



〈그림 4-46〉 동성로 방문 목적

대구 동성로에 대해 시민들은 69.6%가 쇼핑위주의 상업가로라고 응답하였으며, 30.4%가 음식점 위주의 상업가로라고 응답하여 ‘쇼핑과 음식점 위주의 상업가로’로 특화되어 있음을 확연히 확인되어진다.



〈그림 4-47〉 동성로의 이미지

동성로의 「흥미로운 볼거리 및 놀거리」에 대해 43.5%가 긍정적으로 동성로에 흥미요소가 충분하다고 응답하였으며, 39.1%가 ‘보통이다’라고 응답함으로써 대체로 긍정적인 평가를 할 수 있겠다. 특히 대구 동성로의 흥미로운 요소로서 동성로 떡볶이집 또는 김광석 거리, 교동 시장, 쇼핑거리를 응답하였으며, 이를 통해 여러 세대가 함께 동성로를 즐기고 있음을 추측해 볼 수 있다. 또한 이러한 긍정의 평가는 재방문을 유도하게 되는데 재방문에 대해서도 52.1% 재방문의 의사를 밝혔다.

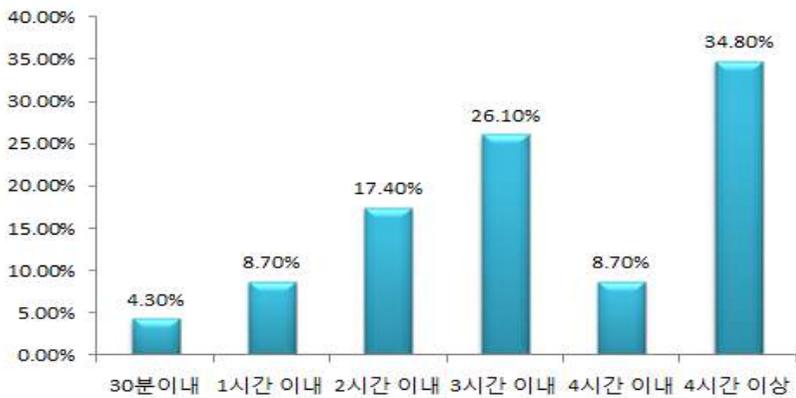


〈그림 4-48〉 동성로의 흥미 및 볼거리



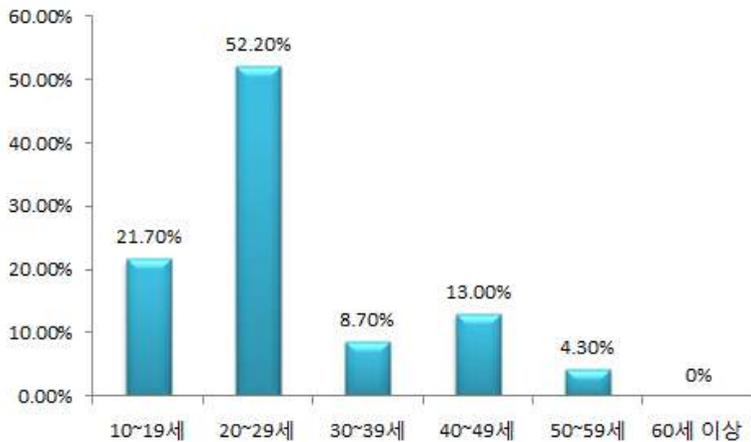
〈그림 4-49〉 동성로의 재방문 의사

동성로는 특화가로 9개 사례조사지 중 ‘먹거리와 쇼핑’이 뚜렷한 전형적인 상업가로이다. 이것은 조사자들의 머무른 시간대에서 극명히 나타났는데, 34.8%가 4시간 이상 머물며, 2시간에서 4시간 이상이 전체의 87%가 차지하였다. 이는 우리나라 한식당 평균 좌석 회전율이 2.1, 월요일에서 금요일 저녁시간 평균 좌석회전율이 1.3(조문수 외, 1998)임을 감안한다면, 동성로에서 장시간 머무는 시간대가 조사자별로 나타나는 특색은 동성로의 거리 특화를 단적으로 보여주는 예로 볼 수 있다.



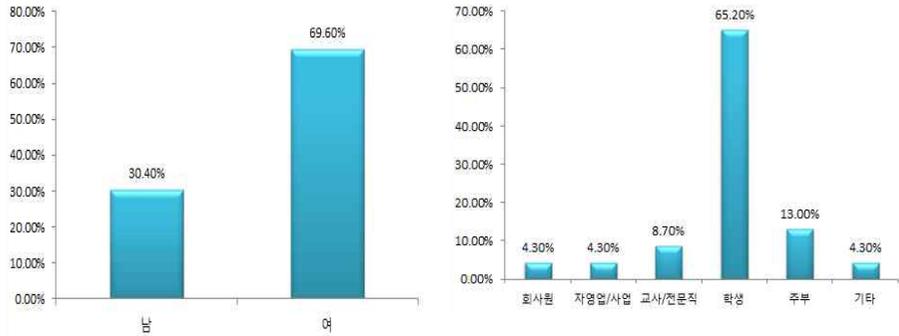
〈그림 4-50〉 동성로에 머무는 시간

연령대별로는 20대가 52.2%로 과반수 넘게 차지하였으며, 다음으로 10대가 21.7%, 30~50대가 26%로 조사되었다. 특히 다른 가로보다 30~50대의 비율이 높은 특이점을 볼 수 있는데 이는 교동 시장과 가깝고 어린시절부터 동성로와 함께 성장한 옛 추억으로 편안한 장소성이 30~50대의 연령층을 흡수하고 있다고 볼 수 있다.



〈그림 4-51〉 동성로를 방문한 연령대

동성로를 찾는 남녀의 비율은 69.6%로 여성 비율이 우세했으며, 이는 대구의 대표적 쇼핑거리 및 소비거리로 동성로를 확인할 수 있겠다. 또한 동성로 역시 젊음의 거리답게 학생들의 비율이 65.2%로 다수를 차지하지만 다음으로 13%가 주부인 점, 여성의 방문 비율이 높은 점으로 동성로 근처의 재래시장 및 백화점, 대형마트, 카페 등이 여성 고객을 흡입하는 가장 큰 영향력이라 볼 수 있다.



〈그림 4-52〉 동성로를 방문한 남녀 성비 및 직업군에 따른 방문자수

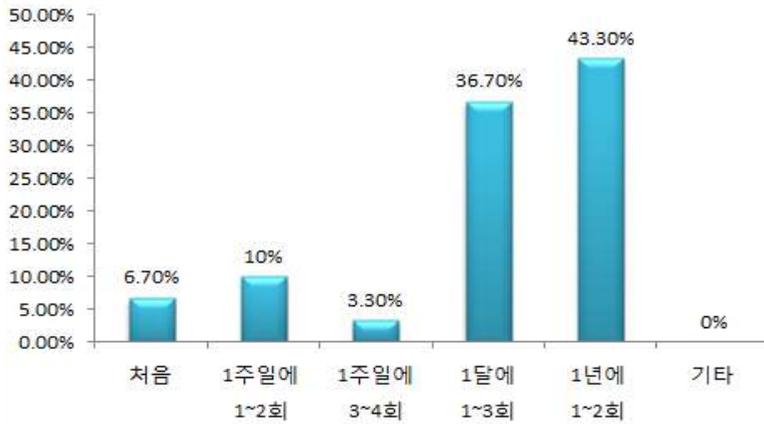
대구 동성로 거리는 대구의 변화가로 주로 젊은층들이 주를 이루고 있으나 교동시장, 지하철역, 백화점 등 다수의 시설로 인해 남녀노소 모두가 즐겨찾는 장소이다. 특히 대구 동성로는 쇼핑과 놀거리로 이미지가 부각되었으며, 젊은 사람들에게겐 유흥과 축제 이벤트를 즐길 수 있는 편안한 장소로, 연세드신 어르신분들에게겐 젊음이 느껴지는 활기찬 곳으로 동성로의 이미지가 떠오른다고 응답하였다.

대구 동성로의 흥미로운 요소는 다른 특화가로보다 다양하였는데, 동성로의 떡볶이집 또는 김광석 거리, 쇼핑거리, 교동시장 등 구체적이며 다양하게 흥미로운 요소를 집어 응답하였다. 이는 동성로가 가진 매력이며, 다양한 연령대가 이 가로를 즐기고 있다는 뜻이기도 하다.

## 5. 명동거리

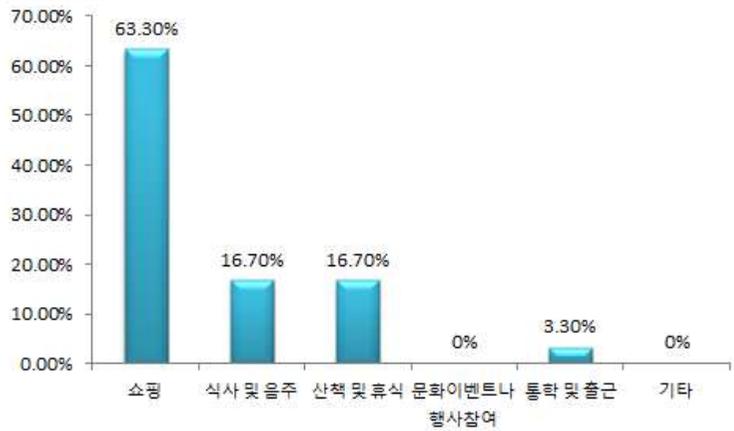
명동거리는 과거부터 현재까지 서울의 중심으로써 우뚝자리잡고 있으며 현재에도 많은 외국관광객들과 쇼핑을 나온 소비자들로 늘 인산인해인 장소이다. 명동거리의 응답자중 43.3%가 1년에 1~2회 명동

거리를 방문하였고 36.7%가 1달에 1~3회 정도 방문횟수를 나타내어 인근 주변 시민들보다는 전국 곳곳에서 명동을 찾아 방문한다는 것을 확인할 수 있다.



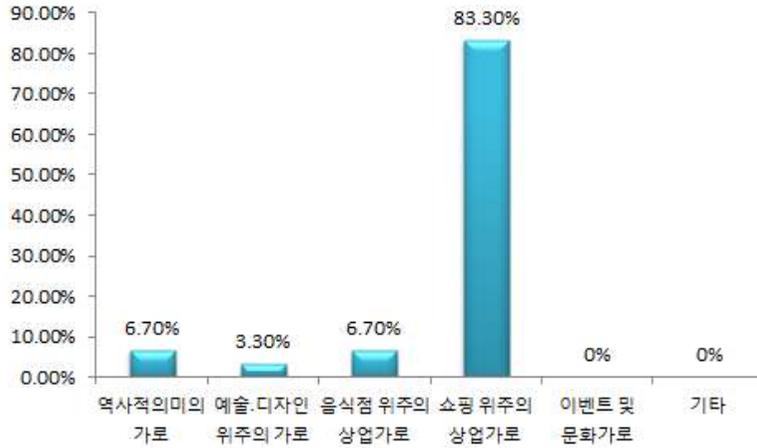
〈그림 4-53〉 명동거리 방문 횟수

명동거리에 대한 이미지 조사 결과 63.3%가 ‘쇼핑’이라고 응답하였다. 명동은 많은 시민들에게 다양한 상점들로 인해 쉽게 필요한 물건을 살 수 있는 장소로 인식되어지고 있다. 특히 백화점과 일반 로드샵들이 함께 어우러져 10~30대 여성 고객층이 대다수였으며, 한국을 찾는 관광객들 역시 쇼핑을 하러 명동을 많이 찾고 있다. 또한 명동에 대해 ‘식사 및 음주’, ‘산책 및 휴식’이 각각 16.7%로 소비를 하며 여가를 즐길 수 있는 장소로 명동을 이미지화 하고 있음을 확인할 수 있다.



〈그림 4-54〉 명동거리 방문 목적

명동거리에 대한 떠오르는 이미지에 대한 물음에 대해 ‘쇼핑’, ‘복적 거림’, ‘중국인’, ‘맛집’ 등의 응답이 나왔는데 이러한 명동에 대한 이미지를 가지고 83.3%가 명동거리를 ‘쇼핑위주의 상업가로’라고 정의하였다. 특히 명동에 쇼핑을 하러 오는 중국인들은 2010년 이후의 대한민국의 새로운 관광트렌드라 할 정도로 명동거리를 방문하는 수요는 어마어마한 실정이다.



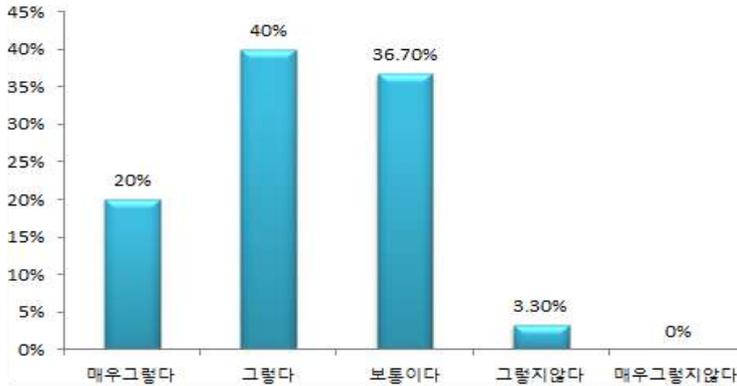
〈그림 4-55〉 명동거리 이미지

명동거리에 대한 「흥미로운 볼거리 및 놀거리」에 대해 60%가 긍정적인 답변을 보여 흥미와 놀거리의 요소를 갖추고 있는 장소임이 확인되었다.



〈그림 4-56〉 명동거리의 흥미 및 볼거리

또한 명동거리에 대한 재방문에 대한 설문에서 60%가 재방문의 의사를 보였으나, 재방문의 분명한 의사가 없거나 없는 응답자 역시 40%로 나타나 명동거리의 재활성화를 위한 자구책도 필요하겠다.



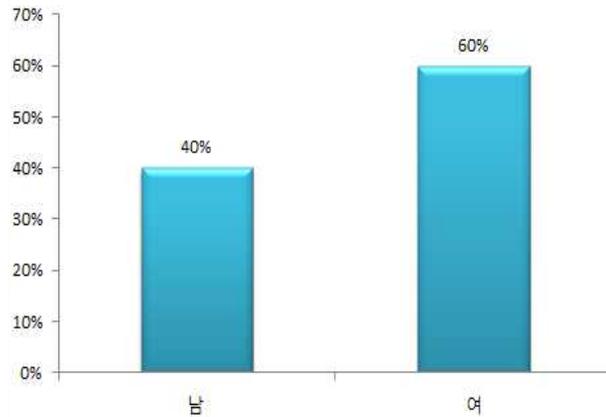
〈그림 4-57〉 명동거리 재방문 의사

명동거리에 머무는 평균 시간은 2시간 이내에서 3시간 이내가 가장 많았는데 이는 백화점 평균 쇼핑시간 1시간 30분(2002년 롯데백화점 구매주기 분석 중)과 비교하여 컴팩트한 쇼핑공간이 아닌 분산된 쇼핑공간임을 감안했을 때 비슷한 시간대의 분포를 나타내고 있음을 확인할 수 있다.



〈그림 4-58〉 명동거리에 머무는 시간

명동거리 역시 여성 방문자가 60%로 절반을 넘었으며, 방학 중 낮 시간의 설문조사로 인한 직업적 분포가 시간이 상대적으로 많은 학생 및 근처 오피스의 직장인들로 조사되었다.



〈그림 4-59〉 명동거리를 방문한 남녀 성비



〈그림 4-60〉 직업군에 따른 명동거리 방문자

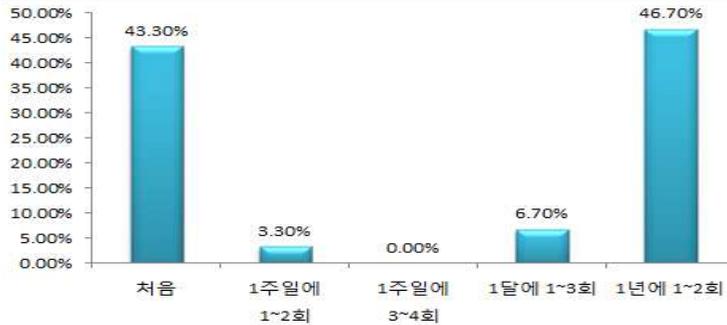
명동거리에 대한 이미지는 응답자 95%이상이 쇼핑이라고 응답하였다. 명동은 많은 시민들에게 다양한 상점들로 인해 쉽게 필요한 물건을 살 수 있는 장소로 인식되어지고 있다. 특히 백화점과 일반 로드샵들이 함께 어우러져 10~30대 여성 고객층이 대다수였으며, 한국을 찾은 관광객들 역시 쇼핑을 하러 명동을 많이 찾고 있다.

명동거리에 대한 이미지는 많은 인파들로 인한 북적거림과 다양한 상점들, 여기저기서 들리는 중국관광객들을 꼽았다. 또한 명동 여기저기에 자리잡은 맛집 및 다양한 프랜차이즈 음식점들이 명동을 떠올리는 이미지였다.

명동거리의 흥미로운 요소는 명동거리 중간에 자리잡은 수많은 노점상들과 다채로운 상점들, 여기가 외국인지 한국인지 의문하게 하는 수많은 외국 관광객들이었다.

## 6. 북촌길

북촌로의 방문 횟수를 조사한 결과 ‘처음(43.3%)’와 ‘1년에 1~2회(46.7%)’로 북촌로는 전형적인 관광을 위한 가로로 대구 동성로나, 인천 부평로와는 다른 양상을 보여주고 있다.



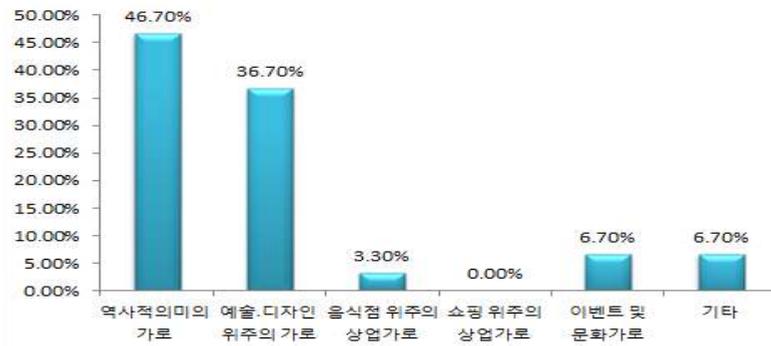
〈그림 4-61〉 북촌로 방문 횟수

56.7%가 북촌로를 찾은 이유로 ‘산책 및 휴식’으로 응답하였고 16.7%가 ‘문화이벤트나 행사참여’라고 응답하였다. 이는 북촌로를 찾은 많은 시민들이 북촌로에 대한 떠오르는 이미지를 ‘한옥’, ‘서정적’, ‘데이트’라고 응답하여 이러한 이미지를 가지고 산책이나 휴식을 즐기거나 이곳을 방문하고 있음을 확인하였다. 또한 북촌로 근처는 경복궁과 광화문 등 문화이벤트를 하는 장소가 많이 마련되어 있어 연계된 프로그램과 함께 북촌로를 즐기고 있음을 추측해 볼 수 있다.



〈그림 4-62〉 북촌로의 방문 목적

북촌로에 대해 시민들은 대부분 역사적의미의 가로(46.7%)라고 정의하고 있으며, 이제는 쉽게 볼 수 없는 한옥에 우리나라 국민은 물론 외국인들에게도 가장 한국적인 면을 보여줄 수 있는 대표성을 지닌 장소로 볼 수 있다.



〈그림 4-63〉 북촌로의 이미지

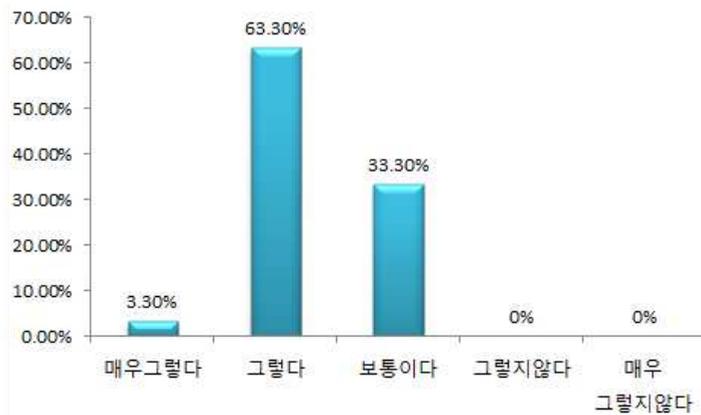
북촌은 조선시대 한양의 중심부, 경복궁과 창덕궁 사이에 자리잡고 있고 북악과 응봉을 잇는 산줄기의 남사면에 위치하고 있어 지리적으로 좋은 환경을 갖추고 있어 예로부터 권문세가들의 주거지로 자리매김 해왔던 지역이다<sup>13)</sup> 이에 화려하지는 않지만 고풍스럽고 무게감

13) 북촌한옥마을 홈페이지

있는 장소성에 시민들 역시 북촌길에 대해 한옥 또는 서정적 이미지를 떠올렸고 이러한 분위기로 데이트 장소로서의 이미지도 북촌길을 형상하였다.

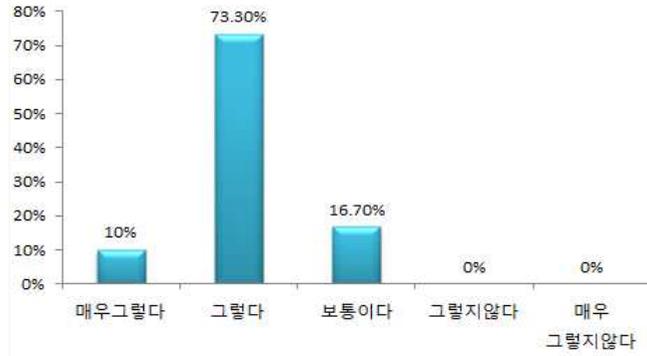
북촌로의 「볼거리 및 놀거리」에 대해서도 33.3% ‘보통이다’를 제외하고는 긍정적으로 북촌로를 평가하였으며, 긍정적인 역할을 한 대표적 흥미요소는 바로 ‘한옥마을’로 화려하지도 수수하지도 않은 한옥의 모습에 많은 사람들이 흥미로워하며 한옥의 매력을 찾아 방문하고 있다.

또한 한옥마을과 어울리는 주변의 작은 상점들은 경관의 조화와 장소성에 맞게 형성되어 한옥마을을 더 빛나게 해주고 있다.



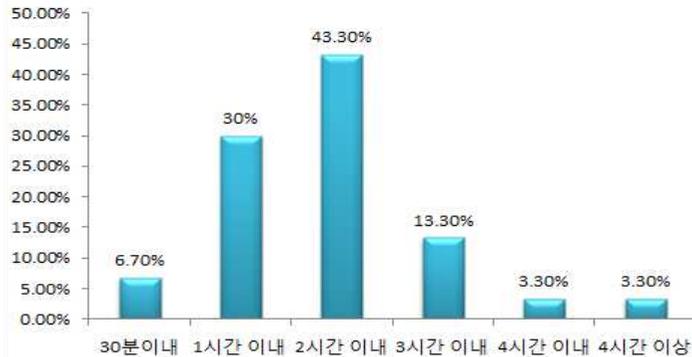
〈그림 4-64〉 북촌로의 흥미 및 볼거리

북촌로의 재방문에 관해서는 73.3%가 ‘그렇다’라고 응답하였고, 83%가 긍정적인 반응을 보여주고 있으며, ‘오지 않겠다’는 부정적인 응답이 없는 특징으로 특화가로의 전형적인 좋은 예로 볼 수 있겠다.



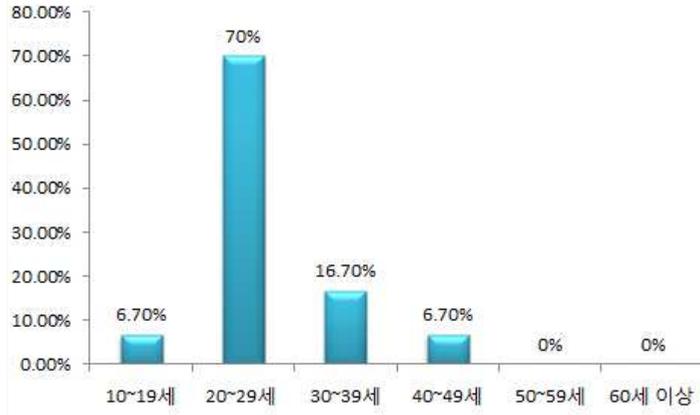
〈그림 4-65〉 북촌로 재방문 의사

북촌로에 머무른 시간은 대체적으로 1~2시간 이내로 확인되었으며, 이는 다른 특화거리와는 달리 주거공간이라는 특수한 상황과도 밀접한 관련이 있음을 추측해 볼 수 있다.



〈그림 4-66〉 북촌로에 머무는 시간

북촌로 역시 방문 연령과 직업군에서 다른 특화가로와 비슷한 경향을 보이고 있으며, 북촌로 방문 남성의 비율이 여성의 비율보다는 높으나 큰 차이가 없어 특이점은 없다고 볼 수 있다. 그러나 다른 특화가로와 비교하여 주부들의 방문이 높은 점을 보아 주부들이 선호하는 여유로움과 맛집, 카페들이 주변 상권의 영향을 추측해 볼 수 있다.



〈그림 4-67〉 북촌로를 방문한 연령대



〈그림 4-68〉 북촌로를 방문한 남녀 성비 및 직업군에 따른 방문자수

북촌길에 대해 시민들은 대부분 역사적의미의 가로로 정의하고 있다. 이제는 쉽게 볼 수 없는 한옥에 우리나라 국민은 물론 외국인들에게도 가장 한국적인 면을 보여줄 수 있는 대표적 장소이다.

북촌은 조선시대 한양의 중심부, 경복궁과 창덕궁 사이에 자리잡고 있고 북악과 응봉을 잇는 산줄기의 남사면에 위치하고 있어 지리적으로 좋은 환경을 갖추고 있어 예로부터 권문세가들의 주거지로 자리매김 해왔던

지역이다<sup>14)</sup> 이에 화려하지는 않지만 고풍스럽고 무게감 있는 장소성에 시민들 역시 북촌길에 대해 한옥 또는 서정적 이미지를 떠올렸고 이러한 분위기로 데이트 장소로서의 이미지도 북촌길을 형상하였다.

북촌길의 가장 흥미로운 요소는 역시 한옥마을이며, 화려하지도 수수하지도 않은 한옥의 모습에 많은 사람들이 흥미로워하며 한옥의 매력을 찾아 방문하고 있다. 또한 한옥마을과 어울리는 주변의 작은 상점들은 경관의 조화와 장소성에 맞게 형성되어 한옥마을을 더 빛나게 해 주고 있다.

## 7. 삼청동길

삼청동 길은 북촌로와 광화문 사이에 위치하고 있어 이 일대를 관광하기 위해 온 방문객들이 자주 찾는 장소이기도 하며, 서울의 대표적 데이트 코스이자 걷고 싶은 거리로도 이름나 있는 곳이다. 이렇듯 삼청동 길에 방문한 60.7%는 1년에 1~2회 방문한다고 하여 삼청동 역시 외부의 방문객과 관광의 목적을 가지고 방문하고 있음을 추측해 볼 수 있다.



〈그림 4-69〉 삼청동 길 방문 횟수

14) 북촌한옥마을 홈페이지

삼청동 길은 고즈넉하고 아기자기한 거리의 특징을 가지고 있고, 작은 골목골목 이루어진 동네가 발전한 지역이기에 전체의 46.4%가 산책 및 휴식을 즐기러 삼청동 길을 찾았으며, 삼청동이 유명하게 된 원인인 맛집을 찾아 온 28.6%, 아기자기하고 특색 있는 쇼핑(14.3%)을 즐기러 온 시민들이 대다수임을 확인할 수 있다.



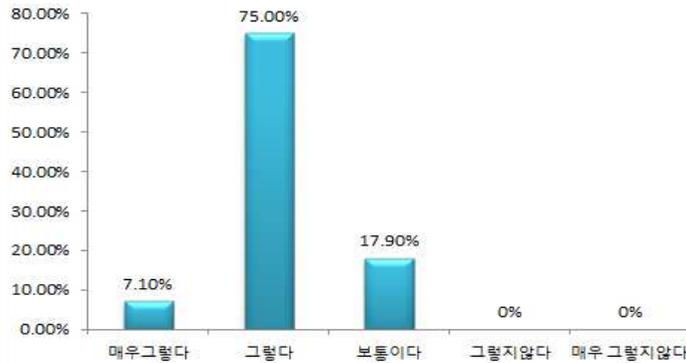
〈그림 4-70〉 삼청동 길의 방문 목적

삼청동 길의 이미지는 예술·디자인 위주의 가로로 정의할 수 있는데, 삼청동 길의 갤러리와 미술관으로 인해 설문응답자의 대다수가 예술·디자인위주의 가로로 볼 수 있다고 하였으며, 다양한 음식점도 삼청동 길의 또 다른 매력으로 보았다.



〈그림 4-71〉 삼청동 길의 이미지

삼청동 길의 「볼거리 및 놀거리」에 대한 조사 결과 82.1%가 긍정적인 응답을 하였으며, 동적으로 즐기는 다른 특화가로와는 달리 사색하기 좋으며, 아기자기한 카페와 맛집이 있어 흥미 요소를 유발하고 볼거리를 제공한다고 조사되었다.



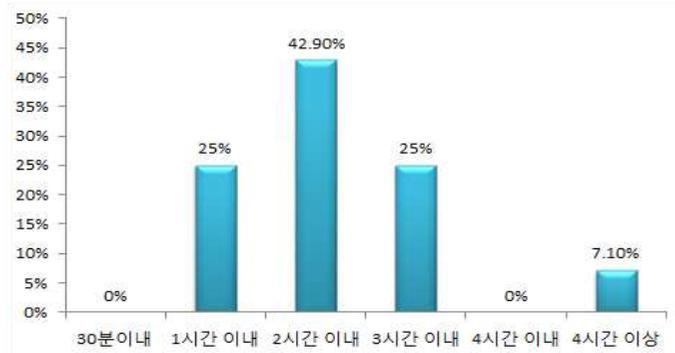
〈그림 4-72〉 삼청동 길의 흥미 및 볼거리

삼청동 길의 재방문에 대해 전체의 25% ‘보통이다’라는 의견을 제외한 75%가 재방문에 대한 긍정적 의사표시를 하였다. 특히 17.9%가 재방문에 대해 ‘매우 그렇다’라고 응답하여 10개 사례지역 중 가장 인식도가 높음을 확인할 수 있다.



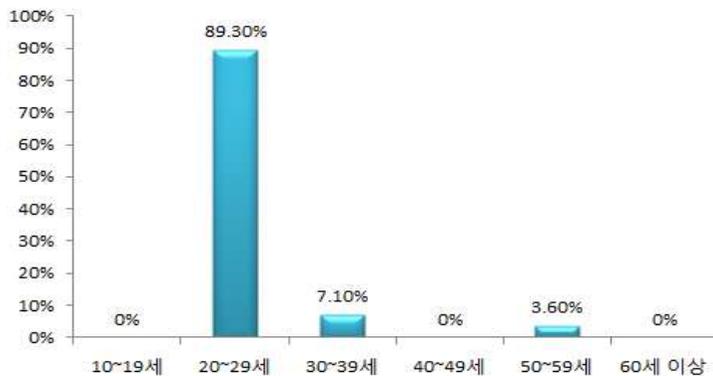
〈그림 4-73〉 삼청동 길 재방문 의사

삼청동 길에 머무는 시간은 평균적으로 1시간에서 3시간 이내로 확인되었다. 2시간 이내(42.9%)가 가장 많았으며, 1시간이내와 3시간 이내도 각각 25%씩 나타나고 있어 방문자가 삼청동 길을 어떻게 즐기느냐에 따라 머무는 시간대가 다양하게 나타날 수 있다.



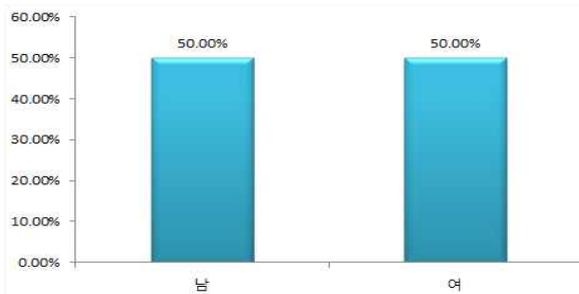
〈그림 4-74〉 삼청동 길에 머무는 시간

삼청동 길 방문자의 연령대는 89.3%로 20대가 압도적인 것이 특징으로 변화하거나 복잡한 유흥이나 먹거리, 쇼핑 위주의 거리보다도 20대의 방문자수가 더 많은 것이 흥미로운 결과이다.



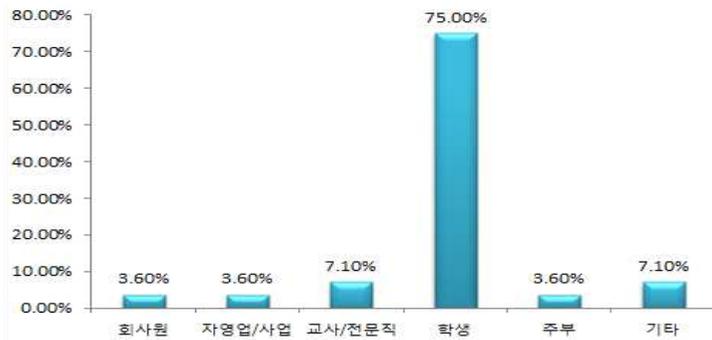
〈그림 4-75〉 삼청동 길을 방문한 연령대

삼청동 길의 설문조사자의 남녀 성비가 50대 50으로 확인되었다. 삼청동 길의 모든 방문자를 조사한 결과가 아니기에 정확히 반반의 비율로 방문했다고 할 수는 없지만 조사 결과를 통해서만은 방문자들의 특징이 대부분 연인이나 부부의 데이트 장소로 삼청동 길을 방문하는 목적으로 추측해 볼 수 있다.



〈그림 4-76〉 삼청동 길을 방문한 남녀 성비

삼청동 길을 찾는 대다수의 시민들은 다양한 직업군을 가지고 있으며, 다른 특화가로와 마찬가지로 학생(75%)의 비율은 삼청동 길 역시 가장 높은 수치를 보였다. 이를 통해 다양한 분야의 시민들이 편안하게 즐길 수 있는 장소임을 확인할 수 있다.



〈그림 4-77〉 직업군에 따른 삼청동 길 방문자 수

삼청동길의 이미지는 예술·디자인 위주의 가로로 정의할 수 있다. 삼청동길의 갤러리와 미술관으로 인해 설문응답자의 대다수가 예술·디자인 가로로 볼 수 있다고 하였으며, 다양한 음식점도 삼청동길의

또 다른 매력으로 보았다.

삼청동은 아기자기한 카페들이 많이 있고 낮은 건물들 사이사이로 보여지는 골목길은 옛 정취를 느끼게 하며 서울의 또 다른 느긋함과 고즈넉한 느낌을 받는다고 하였다.

사색하기 좋으며 아기자기한 카페와 맛집이 삼청동길의 흥미로운 요소로 꼽았다.

## 8. 인사동길

인사동 길 방문자수의 43.3%는 1년에 1~2회 방문 또는 1달에 1~3회(26.7%) 방문한다고 응답하였으며, ‘처음’방문객도 20%정도 확인되었다. 인사동은 한국적인 모습과 상품들을 팔고 있어 외국관광객이나 국내관광객들도 서울에 오면 꼭 찾아오는 장소로 본다면 이러한 결과와 맞아 떨어진다고 볼 수 있다.



〈그림 4-78〉 인사동 길 방문 횟수

인사동 길 방문의 이유에 대해 36.7%가 ‘산책 및 휴식’으로 응답하였으며, 23.3%가 ‘문화이벤트나 행사 참여’로 답하였다. 또한 ‘쇼핑’, ‘식사 및 음주’도 각각 16.7%씩 응답하여 인사동 길의 다양성 및 상업가로의 특징을 보여주고 있다.



〈그림 4-79〉 인사동 길의 방문 목적

인사동 길에 대한 시민들의 이미지는 예술·디자인 위주의 가로라고 정의하였다. 이에 대해 인사동 길에서는 다른 곳에서 보지 못하는 한글 간판들의 상점들과 한국적 취향을 가진 다양한 볼거리, 전통적이고 오래된 물건을 파는 상업시설들이 현대적 건물과 조화된 모습이 예술·디자인 위주의 가로라 선택한 이유로 볼 수 있겠다.



〈그림 4-80〉 인사동 길의 이미지

또한 인사동 길을 생각하면 가장 먼저 ‘외국인’이 떠오른다는 응답이 많았으며, 다음으로는 한국적 분위기가 느껴지며 수많은 관광객이

로 인한 인산인해도 떠오른다고 하였다. 특히 인사동 길의 매력으로 꼽을 수 있는 작은 골목들도 설문조사 확인되었다.

인사동 길의 「흥미로운 볼거리 및 놀거리」에 관해 전체의 50%가 긍정적으로 응답하였으며, 부정적인 응답이 6.6%, 부정도 긍정도 아닌 응답이 43.3%로 응답되어 긍정적인 측면의 부각을 위한 노력과 개발이 필요하며, 특히 긍정적으로 응답한 응답자들 역시 흥미요소로 ‘쌈지길<sup>15)</sup>’을 대다수 응답하여 다양한 흥미 요소가 필요함을 알 수 있다.



〈그림 4-81〉 인사동 길의 흥미 및 볼거리

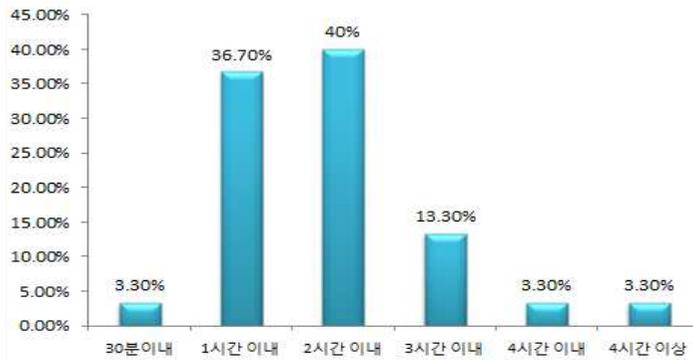
인사동 길의 재방문에 대한 물음에 66.7%가 ‘재방문을 하겠다’라고 응답하였으며, 10%가 ‘방문하지 않겠다’, 23.3% ‘보통이다’라고 응답하여 대체로 인사동 길에 대해 만족을 하고 있음을 확인할 수 있다.

15) 2004년 우리나라의 손맛을 느낄 수 있는 공예와 디자인상품을 만날 수 있는 공예 전문 쇼펍물 로 골목골목 이어주는 이색적 복합문화공간 건축물이다.

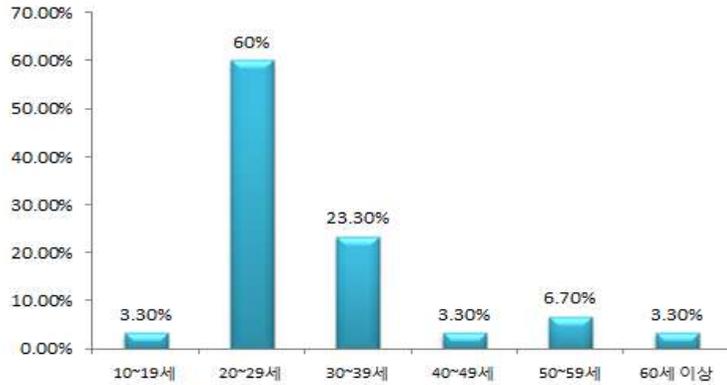


〈그림 4-82〉 인사동 길의 재방문 의사

인사동 길에서 머무는 시간은 평균 1시간 이내(36.7%)에서 2시간 이내(40%)가 가장 많았으며, 역시 연령별로는 20대가 60%로 많았고 30대 23.3%, 50대가 6.7%로 30대 이상의 연령층들에게도 인사동 길은 한번쯤 구경하고 싶은 장소로 보여진다.

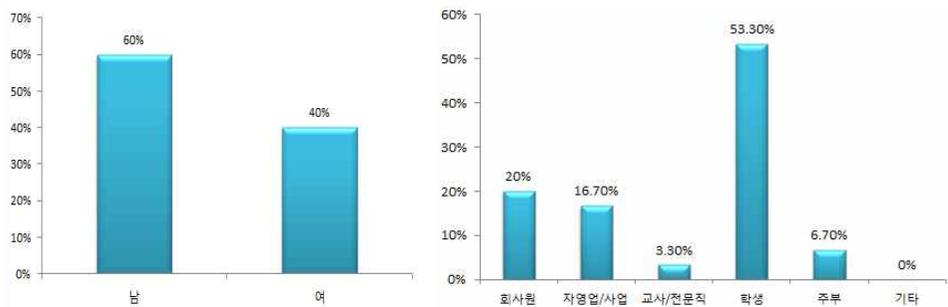


〈그림 4-83〉 인사동 길에 머무는 시간



〈그림 4-84〉 인사동 길을 방문한 연령대

인사동 길 방문의 남녀 성비는 6:4 정도로 남성의 비율이 높았으며, 이는 주변의 오피스가의 영향으로 볼 수 있으며, 직업군의 응답율에서 그 해답을 찾을 수 있다. 특화가로는 대다수 시간적 여유가 많은 대학생들의 비율이 높은 점을 여러 사례에서 보았듯이 인사동 길도 동일하였으며(53.3%) 회사원과 자영업/사업 종사자 분들도 다른 사례 가로보다 많은 특징을 보여주고 있다. 이는 주변 여건으로 볼 수 있으며, 대표적인 관광코스인 이유로도 볼 수 있다.



〈그림 4-85〉 인사동 길을 방문한 남녀 성비 및 직업군에 따른 방문자수

인사동 가로에 대한 시민들의 이미지는 예술·디자인 위주의 가로라

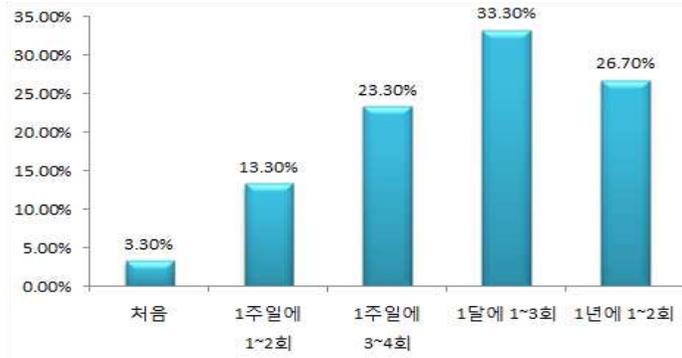
고 정의하였다. 이에 대해 인사동 가로에서는 다른 곳에서 보지 못하는 한글간판들의 상점들과 한국적 취향을 가진 다양한 볼거리, 전통적이고 오래된 물건을 파는 상업시설들이 현대적 건물과 조화된 모습이 예술·디자인 위주의 가로라 꼽은 이유로 볼 수 있다.

또한 인사동 가로를 생각하면 가장 먼저 ‘외국인’이 떠오른다는 응답이 많았으며, 다음으로는 한국적 분위기가 느껴지며 수많은 관광객으로 인한 인산인해도 떠오른다고 하였다. 특히 인사동길의 매력으로 꼽을 수 있는 작은 골목골목도 꼽혔다.

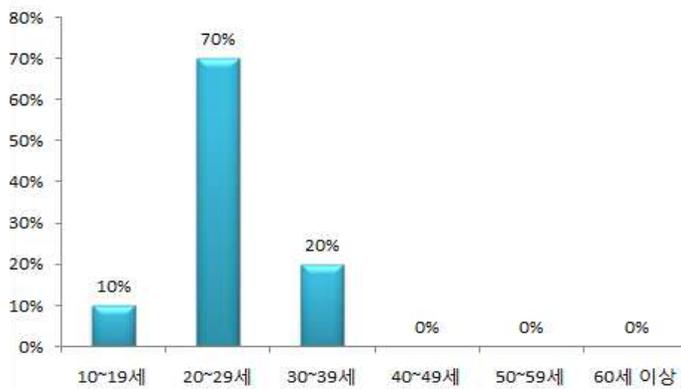
인사동의 흥미로운 점은 설문 응답자의 대다수가 ‘쌈지길’이라고 응답하였다. 쌈지길은 2004년 우리나라의 손맛을 느낄 수 있는 공예와 디자인상품을 만날 수 있는 공예전문 쇼핑몰로 골목골목을 이어주는 이색적인 건축물이 특징이다. 건축물의 가운데마당과 갤러리에서 즐기는 전시, 공연 다양한 문화는 인사동의 새로운 문화아이콘으로 떠오르며, 특히 어른과 아이, 가족단위, 친구 연인들 누구나 즐길 수 있는 ‘복합문화공간’이다. 또한 차 없는 거리와 모든 간판이 한글로 이루어진 가로풍경이 흥미롭다는 분석이 나왔다.

## 9. 홍대거리

홍대거리는 ‘젊음의 거리’, ‘밤의 거리’답게 20~30대의 비율이 90%이며, 흥미로운 점은 40세부터 60세 이상의 연령대가 모두 0%라는 점이다. 또한 대표적인 ‘신촌 리그’라 불리는 홍대 일대는 대학생들과 클럽문화의 대표성 때문에 1주일에서 1달 사이(69.9%)가 가장 많았다.



〈그림 4-86〉 홍대거리 방문 횟수



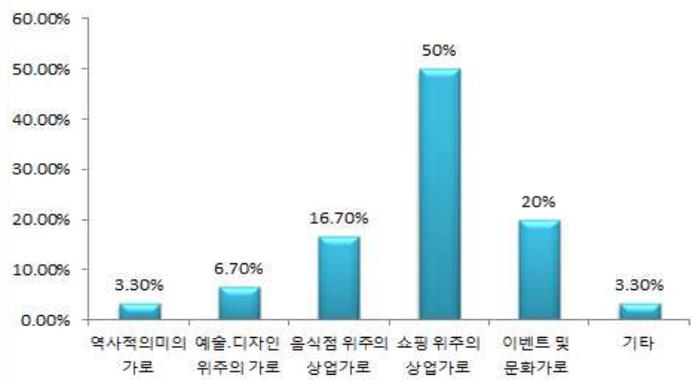
〈그림 4-87〉 홍대거리 방문한 연령대

홍대거리를 방문하는 이유로는 43.3%가 ‘쇼핑’을 위해 방문한다고 하였으며, ‘식사 및 음주’, ‘산책 및 휴식’에 각각 20%가 응답하여 다양한 이유로 홍대를 찾아오는 것으로 확인되었으며, 대학거리여서 ‘통학 및 출근’ 방문자도 전체의 10%를 차지하였다.



〈그림 4-88〉 홍대거리 방문 목적

홍대거리의 이미지에 대해 쇼핑 위주의 상업가로라고 정의하였다. 이는 특이한 상점 및 일명 홍대 스타일이라고 하면 다 알 정도로 홍대만이 가지고 있는 스타일로 인해 유행을 선도하고 특이하고 개성이 강한 가로의 이미지가 강하다. 또한 홍대하면 대다수가 ‘클럽’을 떠올린다. 클럽으로 인해 젊음과 자유로움을 연상하고 이어 최신 유행의 일번지, 핫플레이스 등 가장 최신의 단어들 이 떠오르며 밤거리가 활기찬 밤문화가 정착된 장소이기도 하다.



〈그림 4-89〉 홍대거리의 이미지

홍대거리의 「흥미로운 볼거리 및 놀거리」에 관한 응답에 대해 76%가 긍정적으로 응답하였으며, 특히 클럽 이외에도 미대로 유명한 홍익대학교의 영향으로 예술적 감각이 있는 요소들이 흥미요소를 꼽히고 있다. 우리나라에서 노래방의 트렌드를 바꾼 秀노래방이 탄생된 곳이기도 하며, ‘조폭떡볶이’를 비롯 특이하고 정감있는 맛집들도 홍대거리만의 흥미로운 요소이다.



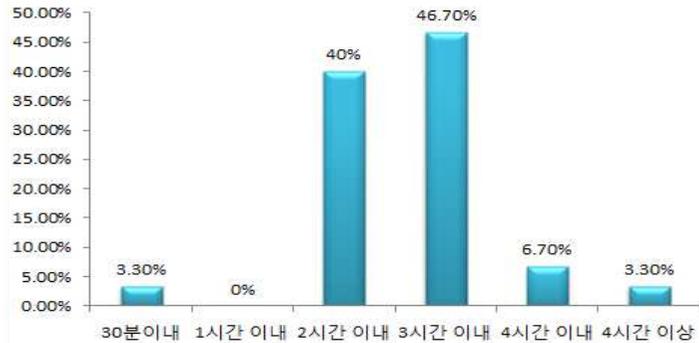
〈그림 4-90〉 홍대거리의 흥미 및 볼거리

홍대거리의 재방문에 관해서도 86.7%가 긍정적으로 응답하였고, ‘재방문을 하지 않겠다’라는 부정적 의견이 0%에 해당되어 홍대가로 역시 특화가로로서 좋은 사례로 볼 수 있겠다.



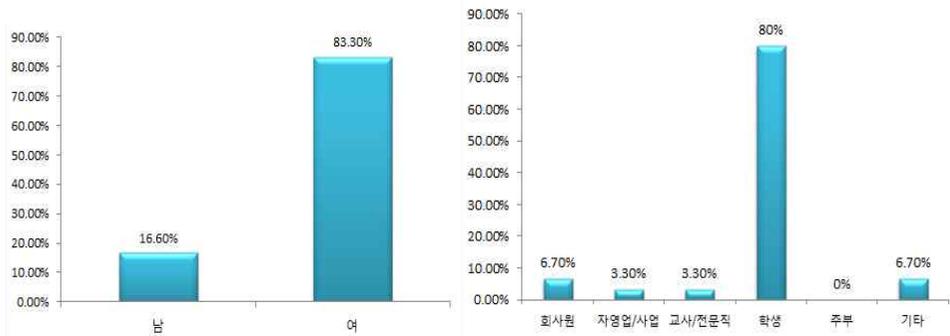
〈그림 4-91〉 홍대거리의 재방문 의사

홍대거리의 특징 중 하나가 바로 ‘머무는 시간’에 있는데 46.7%가 3시간 이내였으며, 40%가 2시간 이내로 기본 2시간에서 4시간 이상 머무는 계층이 다른 특화가로 보다 현저히 많이 나타났다.



〈그림 4-92〉 홍대거리에 머무는 시간

또한 홍대거리가 다른 특화가로와 구별되는 다른점은 여성의 방문 비율이 83.3% 현저하게 높다는 것이다. 이는 여러 가지 이유가 있겠지만 특이한 옷가게와 쇼핑장소, 이색적인 음식점, 분위기 있는 카페 등이 여성의 방문 비율을 높인 요인이라 볼 수 있겠으며, 대학교 주변으로 학생의 비율 역시 다른 지역보다 많이 나타났다.



〈그림 4-93〉 홍대거리를 방문한 남녀 성비 및 직업군에 따른 방문자수

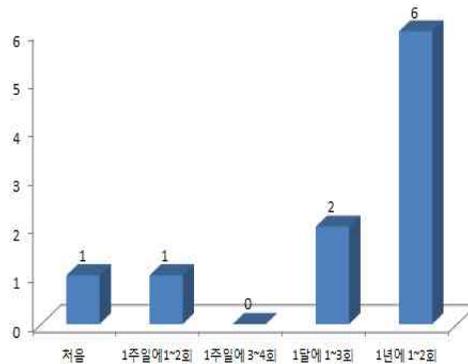
홍대거리의 가로 이미지에 대해 쇼핑 위주의 상업가로라고 정의하였다. 이는 특이한 상점 및 일명 홍대 스타일이라고 하면 다 알 정도로 홍대만이 가지고 있는 스타일로 인해 유행을 선도하고 특이하고 개성이 강한 가로의 이미지가 강하다.

홍대의 흥미로운 요소는 클럽도 있지만 홍익대학교가 미술로 유명한 학교여서 그런지 예술적 감각이 있는 요소들이 흥미요소로 꼽히고 있다. 우리나라에서 노래방의 트렌드를 바꾼 쉑노래방이 탄생된 곳이기도 하다. 조폭떡볶이를 비롯 특이하고 정감있는 맛집들도 홍대거리만의 흥미로운 요소이다.

### 제3절 소결

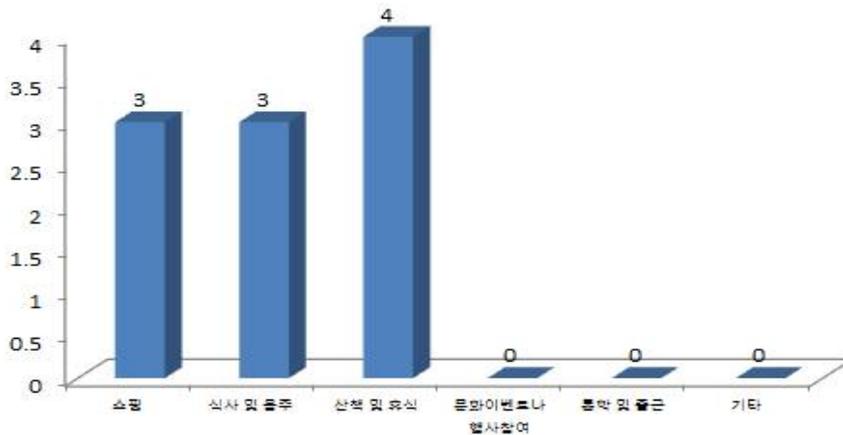
먼저 특화가로의 특징으로 연령대를 분석하여 보면 9군데 모두 20대 학생의 비율이 가장 높았으며, 다음으로 30대 순으로 특화가로 방문자의 연령대를 확인할 수 있다. 또한 20대의 여성방문자 수가 9곳 중 4곳(대학로, 광복로, 홍대, 동성로), 남성의 방문자 수가 많은 곳은 북촌과 인사동의 여성에 비해 조금 높았다. 가로수길과 명동, 삼청동은 남녀의 비율이 서로 비슷한 특징을 보였다.

특화가로의 방문에 있어 9곳 중 6곳이 1년에 1~2회의 방문횟수를 보여 특화가로는 특화가로의 주변지역뿐만 아니라 여러 지역에서 목적을 가지고 방문하고 있음을 확인할 수 있었다.



〈그림 4-94〉 방문횟수 순위

특화가로 사례지역은 3가지 방문 목적이 나타났는데 첫 번째가 ‘산책 및 휴식’공간으로 특화가로를 찾았으며, 다음으로 ‘식사 및 음주’, ‘쇼핑’으로 분석되었다. 특화가로는 이렇듯 대부분이 여가를 즐기기 위한 장소임을 확인할 수 있으며, 뚜렷한 목적성을 가지고 방문하고 있음을 보여주고 있다.



〈그림 4-95〉 방문목적 순위

또한 대다수의 시민들은 각각의 특화가로 사례지들에 대해 쇼핑위주의 상업가로는 가로수길, 동성로, 명동거리, 홍대거리로 나타났으며, 음식점위주의 상업가로는 광복로, 예술·디자인위주의 가로는 대학로, 삼청동길, 인사동길이며, 다음으로 역사적 의미의 가로에는 북촌로라 응답하였다.

쇼핑위주의 상업가로라 인식되는 가로에서 가로수길은 패션관련 업종이 65.0%이며, 동성로의 경우는 패션이 55.4%이며, 명동거리는 미용관련(화장품)이 49.0%이고 패션이 37.3%, 홍대거리의 경우는 패션이 54.1%로 집적되어 방문자들의 인식과 1층의 업종의 집적도가 관련이 있는 것으로 유추가 된다.

음식점위주의 상업가로라 인식되는 광복로의 경우는 패션관련이 35.3%이며, 식음료가 25.8%로 패션관련 업종에 비하여 낮지만 다른 특화거리 대상지에 비하여 식음료 관련 비율이 높게 나타났다. 더구나 음식점과 유사한 주점을 고려하면 그 비율이 30%를 넘어선다.

예술·디자인위주의 가로에서 대학로의 업종을 살펴보면 식음료가

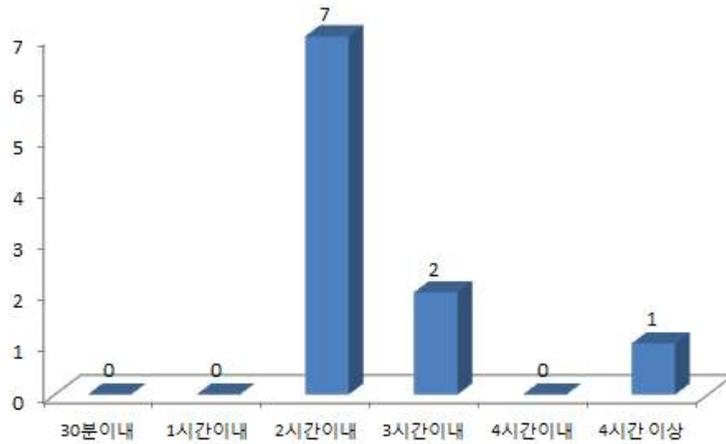
49.1%로 가장 높게 나타났으나, 소극장 등 전시공연 시설에 대한 이미지가 대부분의 시민들에게 알려져 있고 이러한 영향으로 방문자들의 응답에 영향을 미친 것으로 판단된다. 삼청동길의 경우는 패션과 관련한 업종이 41.0%이며, 식음료가 32.8%(카페가 19.7%)로 나타나고 있다. 패션과 특색 있는 카페들의 가로 분위기가 방문객들에게 이곳을 예술·디자인위주의 가로라 인식하게 영향을 주는 것으로 유추된다. 인사동길의 경우 잡화점을 중심으로 하는 패션관련 업종이 43.0%이고, 전시공연 관련 업종이 25.2%로 나타나고 있다. 전시공연 관련 업종이 비교적 높고, 잡화점 등의 패션관련 업종이 가로를 방문하는 사람들의 이미지에 영향을 미친 것으로 판단된다.

마지막으로 역사적의미의 가로라 인지되는 북촌길의 경우는 전통주택을 중심으로 하는 주거가 44.9%로 높은 비율을 차지하고 있으며, 전통주택을 활용한 전시공연 업종으로 인하여 방문객들에게 역사적의미가 강한 가로 인지되는 것으로 판단된다.

〈표 4-10〉 가로별 이미지

구분	가로
쇼핑위주의 상업가로	가로수길, 동성로, 명동거리, 홍대거리
음식점위주의 상업가로	광복로
예술·디자인위주의 가로	대학로, 삼청동길, 인사동길
역사적의미의 가로	북촌길

특화가로의 9곳의 사례지역 분석 결과 또 다른 특징은 사례 특화가로에 대다수 시민들이 머무는 시간이 대략 2시간 이내가 70%를 차지하였다. 특히 쇼핑을 위주로하는 명동과 홍대길의 경우 3시간 이내 머무른다고 확인되었으며, 동성로는 9곳의 특화가로 중 시민들이 가장 오래 머무는 특화가로로 확인되었다.



〈그림 4-96〉 머무는 시간 순위

이와 같이 9곳의 특화가로를 살펴 본 결과, 특화가로는 크게 쇼핑과 음식, 예술과 관련되어 나뉘져 있었다. 특화가로를 찾는 대다수의 시민들은 소비층이 두터운 20~30대의 대학생과 직장인들이 많은 젊은 가로였으며, 주변지역보다는 여러 지역에서 뚜렷한 목적성을 가지고 방문하는 경향이 나타났다. 특화가로에 대해 전반적인 만족도가 긍정적이며, 특화가로에 2시간 이내로 머무는 것이 일반적으로 특화가로 활성화를 위해선 좀 더 많은 시민들이 특화가로에 더 머무를 수 있는 거리 꾸밈과 정책이 뒷받침 되어야 할 것이다.

## 제5장

## 결론 및 제언

제1절 결론

제2절 제언



# 제5장 결론 및 제언

## 제1절 결론

특화가로는 지역의 정체성을 형성하고 최근에는 지역 활성화를 위한 방법으로 활용되고 있는 실정이다. 따라서 본 연구에서는 국내 유명 특화가로에 대한 건축물의 저층부 용도와 가로이미지에 대한 관계를 살펴보았다. 국내 유명 특화가로는 연구자들의 연구대상지로 사용되고, 언론에 의해서 자주 다루어진 곳을 중심으로 9곳이 선정되었다.

방문객들이 인지하고 있는 가로의 이미지와 가로변 건축물 1층의 업종 집적도는 밀접한 관련이 있는 것으로 판단되며, 인지되는 가로의 이미지 구분에 따라 업종의 집적정도는 차이가 있는 것으로 보인다.

우선 쇼핑위주의 상업가로라 인지되고 있는 가로수길, 동성로, 명동거리, 홍대거리의 경우 50% 이상의 업종이 집적되어 있는 것으로 나타났다(명동거리의 미용과 패션을 합하여 단순 평균을 내면 65.2%).

음식점위주의 상업가로라 인지되는 가로는 식음료 관련한 업종의 집적이 비교적 높게 형성되어 있으나 가로 이미지를 지배하고 있다하기에는 다른 특성에 비하여 그 비율이 낮게 나타났다(광복로의 경우 식음료와 주점을 합하였을 경우 30% 수준).

예술·디자인위주의 가로라 인지되는 삼청동길의 경우는 패션관련 업종이 41.0%가 집적되어 있으며, 식음료가 32.8%로 비교적 높게 나타났다. 인사동의 경우는 패션관련 업종이 43.0%이며, 전시공연 관련 업종이 25.2%가 집적되어 있다. 또한 대학로의 경우는 식음료가 49.1%로 조사대상지 중에서 가장 높은 비율을 차지하고 있으나, 가로 이미지에 대해서는 예술디자인의 성격이 강하게 나타나고 있다.

인사동과 대학로의 경우는 비교적 유명한 가로로 인지된 시점이 오래 되었으며, 당시 형성된 이미지가 유지되고 있는 것으로 판단된다. 즉 이미 형성된 가로 이미지로 인지하고 있을 경우는 가로변 건축물 저층부 업종의 집적도가 높지 않아도 유지가 되는 것이라 판단된다. 예술·디자인위주의 가로에 대한 이미지가 강한 곳은 방문목적이 산책 및 휴식을 위한 경우가 높게 나타났다.

역사적의미의 가로인 북촌길의 경우는 주거가 44.9%로 가장 높게 나타났으며, 전통주택의 외관을 활용한 타 업종까지 고려하면 50%가 넘게 전통과 관련한 이미지를 가지고 있는 것으로 말할 수 있다.

특화가로 저층부(1층)의 용도와 가로의 이미지는 관계가 있는 것으로 판단된다. 다만 특성에 따라서 용도의 집적되는 수준의 차이가 나타나는 것으로 보이며, 사람들에게 오랫동안 인지되지 않은 가로의 경우는 같은 용도나 또는 유사용도의 집적이 전체용도의 절반이상이 되면 특화된 가로의 특징이 나타나는 것으로 판단된다. 따라서 특화가로를 만들기 위해서는 기존의 용도 집적을 조사하고 이를 강화하는 방향으로 조성하는 것이 이로울 것이며, 새롭게 조성하거나 관리하는 경우에도 가로변 저층부 용도를 관리하는 것이 도로를 새롭게 조성하는 것보다 효과적일 것이다.

본 연구에서는 특화가로의 저층부 용도의 집적도와 가로의 이미지가 관계가 있을 것으로 판단하고 적절한 수준의 업종 집적도를 도출하고자 하였으나, 구체적인 업종의 집적도를 산출하기에는 한계가 있었다(연구비 및 기간 등의 한계로 인한 연구방법 등의 제한). 또한 가로특성에 따른 용도의 집적 정도가 다르게 나타나고 있어, 이를 보다 면밀히 연구하기 위해서는 앞으로 가로특성별 대상지를 선정하고 용도의 집적도를 산출하는 것이 필요하며, 방문자 및 지역주민의 가

로에 대한 이미지를 파악할 수 있는 충분한 수의 설문조사 대상이 확보되어야 하겠다.

## 제2절 제언

수원시는 특화가로를 만들기 위한 자원들이 비교적 풍부한 지역이라 판단된다. 우선 세계문화유산 화성 지역을 중심으로 현재까지 존재하는 옛길과 국제적 행사, 예술가들이 결합한 벽화마을 등 현재도 특화가로를 만드(형성되)는 작업이 진행중이며 성공한 곳(벽화거리, 공방길 등)이 있다. 반면에 이전에 조성된 테마거리, 걷고 싶은 거리 등의 사업으로 진행된 가로들의 경우는 도로와 가로변 시설물 중심의 조성으로 인하여 그 지역적 특성 및 이미지가 형성되지 않은 경우가 많다. 따라서 특화가로 조성을 위해서 수원시에서 우선적으로 수행해야 할 것과 고려되어야 할 사항에 대하여 다음과 같이 제안한다.

### 건축물 저층도 용도 집적 현황 파악

앞서 살펴본 바와 같이 가로변의 건축물 저층부의 용도는 집적 정도와 그 가로의 이미지는 상당한 관계를 가지고 있다. 따라서 특화가로 조성을 위해서는 기존의 건축물 저층부 용도를 파악하는 것이 중요하며, 신도시와 같이 택지개발지구의 경우 특화가로 조성을 계획하고 있다면 기획 단계부터 지역의 특성을 구상하고 용도에 맞는 업종이 분포할 수 있도록 유도할 수 있는 기법을 충분히 검토하여야 한다.

### 특화가로 조성을 위한 동일업종 및 유사업종 유도

기존의 동일업종이 분포하고 있는 가로를 중심으로 같은 용도의 업종이 입점 할 수 있는 유인책의 마련이 필요하다. 세제혜택이나 임대료 보조 또는 외부환경 조성 등 다양한 방법을 고민해야 한다. 최근에 형성된 행궁동 공방거리를 예로 들면 초기 몇몇 공방들이 들어서

고 업주들의 노력과 행정의 지원으로 형성된 거리라 할 수 있다. 행궁동 공방거리는 현재 공방이 21개소로 전체 30%를 차지하고 있으며, 카페가 14.3%로 공방거리의 분위기를 더해주고 있다. 공방과 갤러리등을 포함하는 전시공연 시설이 34.3%이며, 저층을 중심으로 행정에서 수행한 파사드 정리 사업이 가로 분위기를 잡아주고 있다.

### **주변과 연계 가능한 대상지 선정**

주변의 관광자원과 연계하여 시너지 효과를 낼 수 있도록 하여야 한다. 예를 들면 서울의 인사동길, 북촌길, 삼청동길은 방문객들에게 다른 이미지로 인지되고 있으나, 지리적 위치가 연계가 쉽고 주변의 다른 관광자원과 연계 또한 용이하다. 따라서 기존의 관광자원들을 연계하는 것이 필요하며, 이러한 과정에서 스토리텔링을 활용하는 것은 아주 효과적인 방법이라 할 수 있겠다.

참고문헌



# 참고문헌

## ■ 단행본

Hillier, B. & Hanson, J(1996), The Social Logic of Space, Cambridge University Press.

Lynch K(1960), The Image of the City, MIT Press.

## ■ 학술지/학위논문

권윤구, 정윤희, 임승빈(2011), 인사동 가로 의 장소성 구조모형, 대한국토·도시계획학회지, 46(2) : 139-151.

권윤구(2013), 도시 가로의 장소성 형성 구조와 의미 -혼합연구방법을 통한 인사동과 대학로 연구-, 서울대학교 대학원 조경학박사학위논문.

구자훈, 신예철, 이소민(2011), 가로특성 유형에 따른 디자인서울거리 조성사업 평가, 한국도시계획학회지 12(3) : 41-56.

구지연, 김신원(2013), 상업가로의 경관 이미지 평가에 관한 연구 -신사동 가로수길을 사례로-, 디지털디자인학연구 13(4) : 258-267.

김민우(2013), 특화가로 문화경관 해석: 서울 신사동 가로수길을 중심으로, 서울대학교 대학원 조경학석사학위논문.

김봉원, 권니아, 길지혜(2010), 삼청동길 젠트리피케이션 현상에 대한 상업화 특성분석, 한국지역경제연구 8(1) : 83-103.

김수연, 박수옥, 이명훈(2010), 인사동길에 대한 가로경관 중요도 및 만족도 평가, 대한국토·도시계획학회지 45(7) : 179-190.

김영욱, 신형우(2004), 서울 북촌의 공간구조 분석을 위한 방법론 연구 -가로형태의 도시맥락적 분석을 중심으로-, 대한건축학회지 20(9) : 201-209.

- 김자경(2008), 동경 도심 가로 입지 환경에 따른 가로시설물 유형 분석, 디자인학연구 24(3) : 137-151.
- 김종구(2001), 가로경관의 선호도 분석, 대한국토·도시계획학회지 36(6) : 251-257.
- 김지혜, 이명훈, 전병혜(2009), 가로경관의 이미지 평가구조 분석에 관한 연구 -서울시 삼청동길을 대상으로-, 대한국토·도시계획학회지 44(1) : 273-286.
- 김흥순(2010), 신사동 가로수 길과 삼청동 길의 활성화 요인 연구, 대한건축학회지 26(5) : 325-334.
- 남궁지희, 박소현(2009), 가로환경 개선사업의 평가구조에 대한 연구 -디자인서울거리 사업을 중심으로-, 대한건축학회지 29(1) : 563-566.
- 박천보(2009), 물리환경적 도심재생 관점의 특화거리 활성화 방안 연구, 대한건축학회지 25(8) : 285-292.
- 손재룡(2003), 특화거리조성의 변천과정에서 나타난 Network의 중요성에 관한 연구, 연세대학교 박사학위논문.
- 신선화, 최강림(2012), 서점을 주제로 한 특화거리조성 사례분석 -부산시 '보수동 책방골목'을 중심으로-, 한국콘텐츠학회논문집 12(2) : 447-458.
- 신우화(2012), 도심 내 특화거리 활성화 방향 설정을 위한 관련집단간 인식차이 분석 -대구약령시 사례를 중심으로-, 한국도시설계학회지 13(2) : 73-83.
- 양재혁, 이강희(2009), 시지각적 분석을 통한 가로경관개선사업 평가에 관한 연구 -부산시 광복로를 대상으로-, 한국생태환경건축학회 논문집 9(3) : 37-46.
- 여화선, 구지연, 김신원(2012), 도심 상업가로경관의 시각적 선호도에 관한 연구 -신사동 가로수길을 중심으로-, 디지털디자인학연구 12(4) : 88-96.

- 오규식, 정승현(2005), GIS 분석에 의한 도시공원 분포의 적정성 평가, 국토계획 40(3) : 189-203.
- 우신구, 조연경, 강혜원(2010), 상업가로 활성화 요인으로서 가로시설물과 알렉산더 패턴연구에 관한 연구 -부산의 상업가로 광복로를 중심으로-, 대한건축학회지 26(12) : 35-44.
- 이낙현(2007), 지역특화와 연계한 가로환경 개선 방향에 관한 연구, 기초조형학연구 8(1) : 409-420.
- 이미하, 정지용(2006), 역사미관지구의 가로경관 분석에 관한 연구 -북촌 가로변 건축물의 물리적 구성 요소를 중심으로-, 대한건축학회지 26(1) : 241-244.
- 이상훈, 신근창, 양승우(2011), 상업가로로서 신사동 가로수길의 형성과정 및 활성화 요인 연구, 한국도시설계학회지 12(6) : 77-88.
- 이인성, 배재흠(2013), 문화상업가로 활성화 과정에서의 건축물 용도변화 -서울시 가로수길을 대상으로-, 한국도시설계학회지 14(5) : 127-140.
- 오지운, 김신원(2013), '장소'로서의 도시 결절점 활용 사례에 관한 연구 -뉴욕 맨하탄의 사례 연구를 중심으로-, 한국디자인지식학회 25(2013년 3월) : 163-173.
- 이재원(2004), 가로경관의 이미지 평가에 관한 연구 -변화한 가로를 만드는 심리적, 물리적인자의 분석을 중심으로-, 디자인학연구 56(17) : 135-146.
- 이재원(2006), 가로공간의 활성화 인자에 관한 연구 -한국과 일본의 가로구성인자 분석을 중심으로-, 한국디자인학회 19(2) : 99-108.
- 이지은, 김현중(2008), 도심 상징거리의 특성과 역할에 관한 연구 -베를린, 도쿄, 워싱턴 D.C 거리 분석을 중심으로-, 디자인학연구 21(3) : 69-80.
- 이진숙, 김지혜, 김효정(2009), 특화가로 조성을 위한 환경디자인 요소의 영향분석, 대한건축학회지 25(2) : 257-264.
- 이태환, 배시화(2013), 북촌 가로경관의 시각적 매력요소에 관한 연구 -

- 북촌 11길을 중심으로-, 대한건축학회지 33(2) : 115-116.
- 이한울, 안건혁(2011), 상업지역 장소정체성에 영향을 주는 가로공간 구성요소 -명동의 상업가로를 중심으로-, 한국도시설계학회지 12(1) : 41-54.
- 임 섬(2011), 대도시 상업가로와 소도시 경관색채에 관한 연구, 대한민국 토·도시계획학회지 46(5) : 341-343.
- 전강은, 홍석호, 김세용(2012), 역사문화자원을 활용한 역사문화거리 조성 계획, 한국도시설계학회지 13(1) : 33-50.
- 정승우, 김주현, 이정호, 하재명(2009), 도시 가로 공간 이용자 행태 분석에 관한 연구 -대구시 동성로를 중심으로-, 대한건축학회지 25(11) : 299-306.
- 정유경(2009), 도시특성화를 위한 가로경관디자인 사례분석연구 -인천광역시 부평구 3개 상업가로를 대상으로-, 디지털디자인학연구 9(3) : 138-147.
- 정춘국, 김기환(2008), 가로경관의 정량적 분석틀 제공을 위한 입면지도 적용에 관한 연구 -GIS활용을 중심으로-, 한국생태환경건축학회 논문집 8(5) : 43-48.
- 조연경, 양재혁, 우신구(2002), 가로환경개선사업 후 이용객과 상인간의 만족요인 분석에 관한 연구 -부산 광복로를 중심으로-, 한국도시설계학회지 10(3) : 89-106.
- 조연경, 우신구, 양재혁(2009), 가로환경개선사업의 사후설계평가에 관한 연구 -부산시 광복로를 중심으로-, 대한건축학회지 25(7) : 249-258.
- 차호철, 박철민(2011), 뉴욕 활성화 상업가로의 물리적 특성 분석에 관한 연구 -맨해튼 소호의 Broadway, Spring St, Price St를 중심으로-, 대한건축학회지 27(6) : 39-46.
- 최강림(2008), 도시상업가로 보행환경의 현황분석과 개선방향 연구 -인천시 주요 상업가로를 중심으로-, 대한건축학회지 24(12) : 237-248.

- 최강림(2014), 활성화된 해변카페거리의 물리적 특성에 관한 연구 -부산 시 '마린시티', '광안리', '달맞이길'의 해변카페거리를 사례로-, 한국도시설계학회지 15(1) : 151-166.
- 최임주, 이현준(2009), 도심지역 상업가로 환경개선에 관한 연구 -부산광역시 도심 및 부도심의 상업가로를 중심으로-, 대한건축학회지 11(1) : 73-82.
- 한지형(2008), 도시경관 조성을 위한 가로의 디자인 지침 분석 연구 -파리의 프랑스 대로와 슈발르레 거리를 중심으로-, 한국도시설계학회지 9(1) : 101-116.
- 현우정(2010), 도시 공간 특성에 따른 장소성 형성에 관한 연구 -특화가로의 대상지 선정과 장소 프로그램을 중심으로-, 서울시립대학교 디자인학석사학위논문.
- 현우정, 정진우(2010), 특화가로의 장소성 형성을 위한 환경디자인요소에 관한 연구 : 인사동 전통문화의 거리 사례를 중심으로, 한국공간디자인학회 논문집 5(3) : 139-148.
- 홍경구, 김도년(2005), 대학로 지역특화정책이 건축물 용도변화에 미친 영향 -문화관련시설을 중심으로-, 대한국토·도시계획학회지 40(7) : 87-99.

## ■ 보고서

- 권영상, 조민선(2011), 한옥마을 지원정책을 통한 역사문화가로경관 조성 방안, 건축도시공간연구소.
- 김도년(2011), 가로활성화를 위한 보도공간의 민간 활용방안, 서울시정개발연구원.
- 박현찬(2001), 걷고싶은 거리만들기 시범가로 시행평가 및 향후 추진방향 연구, 서울시정연구원.
- 여혜진, 임희지, 맹다미 외6명(2009) 도시 준공공공간의 보행활성화 방안 -건물전면공간을 중심으로-, 서울시정개발연구원.

- 여혜진, 한광야(2010), 건물전면공간 디자인을 통한 보행활성화 전략, SDI 정책리포트.
- 오성훈, 진현영(2012), 상업가로 활성화를 위한 도시설계 방안 연구 -건축물과 가로의 연결공간을 중심으로-, 건축도시공간연구소.
- 이상민, 차주영, 임유경(2008) 도시 공공공간 개선방향 설정을 위한 개념 정립 및 현황 조사 연구, 건축도시공간연구소.
- 이창현(2012), 특화거리조성사업의 성과와 과제 : 종로노점거리를 중심으로, 서울연구원.
- 정석(2000), 마을단위 도시계획 실현 기본방향(2) -북촌가꾸기 사례연구 -, 서울시정연구원.

## ■ 홈페이지

다음 맵스([www.daum.net/maps](http://www.daum.net/maps))

구글 맵스([www.google.co.kr/maps](http://www.google.co.kr/maps))

## ■ 보도자료

이투데이

파이낸셜뉴스

헤럴드경제

문화일보

경향신문

매일경제

서울경제

아시아투데이

한겨레

머니투데이

한국경제

국민일보

서울신문  
동아일보  
내일신문  
세계일보  
프라임경제  
SBS

부록



## 설문지

안녕하십니까?

바쁘신 중에 귀한 시간을 내어 설문에 응해주셔서 감사드립니다. 본 설문지는 「특화 가로를 위한 건축물 실태조사」 연구를 효율적으로 수행하기 위해 시민여러분들의 의견을 받아 연구에 반영하고자 합니다. 본 설문지는 연구를 위한 통계자료로만 사용될 것이며 다른 용도로는 절대로 사용되지 않습니다. 본 설문에 소중한 시간을 내주신점 다시 한번 감사드립니다.

2014. 8. 수원시정연구원

### ※ 다음의 조사 연구와 관련된 사항입니다.

1. 귀하는 이 가로에 얼마나 자주 오십니까? ( )  
 ① 처음 ② 1주일에 1~2회 ③ 1주일에 3~4회 ④ 1달에 1~3회 ⑤ 1년에 1~2회

2. 귀하께서 이 가로를 이용하는 이유는 무엇입니까? ( )  
 ① 쇼핑 ② 식사 및 음주 ③ 산책 및 휴식 ④ 문화이벤트나 행사참여  
 ⑤ 통학 및 출근 ⑥ 기타 ( )

3. 귀하께서 이 가로에 대해 가지고 계신 이미지는 무엇입니까? ( )  
 ① 역사적의미의 가로 ② 예술·디자인 위주의 가로 ③ 음식점 위주의 상업가로  
 ④ 쇼핑 위주의 상업가로 ⑤ 이벤트 및 문화가로 ⑥ 기타 ( )

3-1. 위의 문항에서 1순위로 선택한 이유는 무엇입니까?(서술)

5. 이 가로의 환경에 대해 적절하다고 생각되는 항목에 체크(√)해 주십시오.

5-1. 가로에 흥미로운 볼거리 및 놀거리가 많다

매우그렇다	그렇다	보통이다	그렇지않다	매우 그렇지않다
-------	-----	------	-------	----------

5-2. 이 가로를 다시 찾고 싶다

매우그렇다	그렇다	보통이다	그렇지않다	매우 그렇지않다
-------	-----	------	-------	----------

5-3. 이 가로를 생각하면 떠오르는 단어가 무엇입니까? ( )

6. 귀하가 이 가로에 머무는 시간이 얼마나 됩니까?

①30분 이내 ② 1시간 이내 ③ 2시간 이내 ④ 3시간 이내 ⑤ 4시간 이내 ⑥ 4시간 이상

7. 이 가로를 대표하는 흥미로운 요소가 있다면 무엇 또는 어디입니까?(서술)

※ 다음은 응답자의 기본사항을 알아보기 위한 질문입니다(해당 번호에 √해 주세요^^)

나이	①10~19세	②20~29세	③30~39세	④40~49세	⑤50~59세	⑥60세이상
성별	①남	②여				
직업	①회사원	②자영업/사업	③교사/전문직	④학생	⑤주부	⑥기타
거주지	( )시	( )구	( )동			

■ 끝까지 설문에 응해주셔서 감사합니다 ■

## 가로수길

No.	층	상호명	용도
1	1	투명치과	병원
2	1	neal's yard remedies	향수
	1	cathkidton	의류 잡화 브랜드
3	2	커피빈	카페
	1	camper	신발 판매 브랜드
4	2	camper	신발 판매 브랜드
5	1	타미 힐피거	의류 잡화 브랜드
	2	타미 힐피거	의류 잡화 브랜드
6	1	지오다노	의류 잡화 브랜드
	2	지오다노	의류 잡화 브랜드
7	1	desisgn skin	핸드폰 케이스
	1	the face shop	화장품
	1	clean beni	약세서리
8	1	zara	의류 잡화 브랜드
	2	zara	의류 잡화 브랜드
9	1	KMPLAY	의류 잡화 편집숍
	2	KMPLAY	의류 잡화 편집숍
10	1	around the corner	의류 잡화 편집숍
	2	around the corner	의류 잡화 편집숍
11	1	vb vital beauty	뷰티푸드
	2	vb vital beauty	뷰티푸드
12	1	vonin	의류 잡화 브랜드
13	1	스와로브스키	약세서리
	2	할리스	카페
14	1	melvita	스킨케어
	1	babara	신발 판매 브랜드
	1	monchat	약세서리
	2	vitapoto	음식점
15	1	fossil	의류 잡화 브랜드
	2	fossil	의류 잡화 브랜드
16	1	diesel	의류 잡화 브랜드
	2	diesel	의류 잡화 브랜드
17	1	tissot	시계
	1	dal factory	의류 개인
	2	살롱루즈	헤어 & 메이크업
18	1	sugamo	가방
	1	the birds	의류 개인
	1	cotton	의류 개인
19	2	하나투어	여행사
	1	공사중	

No.	층	상호명	용도
19	1	주차	
20	1	flott by tora	의류 개인
		brush +	의류 개인
		trollbeads	약세서리
		too cool for school	화장품
	2	beans beans	카페
21	1	mirrar	의류 개인
		about some	의류 개인
	2	café ginkgo	카페
22	1	club clio	화장품
		espoir	화장품
	2	압구정예치과	병원
23	1	belief	화장품
		sum 37	화장품
	2	스패누	음식점
24	1	marimeko	의류 잡화 브랜드
	2	marimeko	의류 잡화 브랜드
25	1	질스튜어트	의류 잡화 브랜드
		tngt	의류 잡화 브랜드
	2	tngt	의류 잡화 브랜드
26	1	limo outlet	의류 잡화 아울렛
		hollister	의류 잡화 브랜드
	2	hollister	의류 잡화 브랜드
28	1	8-seconds	
29	1	a- some	의류 잡화 편집숍
	2	café the med	카페
30	1	o nine one four 0914	가방
	2	backstage multi shop	가방
31	1	jaju	의류 잡화 편집숍
32	1	커피스미스	카페
	2	sake tokoro	술집
33	1	alo	안경
		매그앤매그	의류 잡화 브랜드
	2	스타벅스	카페
34	1	롭스	드럭스토어
	2	설빙	카페
35	1	올리브영	드럭스토어
	2	투썸 플레이스	카페
36	1	미샤	화장품
	2	면방장	음식점
37	1	MANGO	옷가게
	2	MANGO	옷가게
38	1	ALAND	옷가게
	2	ALAND	옷가게

No.	층	상호명	용도
39	1	FOREVER21	옷가게
	2	FOREVER21	옷가게
40	1	ISNANA	옷가게
	2	MINOS	옷가게
41	1	POPBOUTIQUE	옷가게
		KIM'S BOUTIQUE	옷가게
		BLAU	옷가게
	2	HAGEN-DAZS	카페
42	1	Theory	옷가게
	2	Theory	옷가게
43	1	(건물 사라짐)	
44	1	SAMS NITE( RED)	가방
		룩시땅(LOCCITANE)	향수
	2	PROBOST	헤어
45	1	H&M	옷가게
	2	H&M	옷가게
46	1	MARI&MARI	옷가게
		GOON STYLE	옷가게
	2	GOON STYLE	옷가게
47	1	MISS HAPPY	옷가게
		ISNANA	옷가게
	2	3 STORY	OFFICE
48	1	SPR	옷가게
	2	SPR	카페
49	1	CHARMMIS	신발
		STEVE MADDEN	신발, 가방
	2	동방부동산	부동산
50	1	Koon with a view	옷가게
	2	Koon with a view	옷가게
	3	Koon with a view	옷가게
51	1	Thimbloom	생활잡화
	2		office
52	1	소냐레	레스토랑
		BeYond	화장품
	2	몽레브	카페
53	1	HELIANTHUS	액세서리
		PEOPLE TO PEOPLE	옷가게
		CAFÉ des ARTS	카페
54	1	라코스테	옷, 잡화
	2	라코스테	옷, 잡화
55	1	스무디킹	CAFÉ
		PEESSE	화장품
	2	PEESSE	화장품
56	1	GODIVA	디저트

No.	층	상호명	용도
	2	THE BODY SHOP	화장품
		GODIVA	디저트
		THE BODY SHOP	화장품
57	1	MCM	가방
	2	MCM	가방
58	1	KSTARING BY KIMGYUSIK	옷가게
	2	KSTARING BY KIMGYUSIK	옷가게
59	1	어반아트	옷가게
	2	어반아트	옷가게
60	1	Kiehl's	화장품
		103	옷가게
		FARMER	옷가게
		HALO	옷가게
	2		office
61	1	SWATCH	시계
62	1	VDL	화장품
		Vanila co	화장품
	2	VDL	화장품
		Vanila co	화장품
63	1	7eleven	편의점
	2	FAB STYLE	옷가게
	3	시에프텍	보안회사
64	1	Smile Market	옷
	2	Smile Market	옷
	3	Smile Market	옷
65	1	Afternoon in the house	옷
		Victoria BAY	옷
		dami	약세서리
		Wonderbra	속옷
	2	Manngo six	카페
3	Manngo six	카페	
66	1	modpop	안경
		95N	옷
		from N.Y	옷
		Vivien Bis	옷
		HATS ON	옷
		bien bien	옷
	2	스노우볼	카페
		caffè citta	카페
67	1	massimo dutti	옷가게
	2	massimo dutti	옷가게
68	1	FREDDY	옷가게
	2	SAINT AUGUSTIN	옷가게
69	1	공사중	

No.	층	상호명	용도
70	1	WONDER PLACE	옷가게
71	1	WHITE	옷가게
		LUSH	생활잡화
	2	TO THE DIFFERENT	카페
72	1	기업은행	은행
		CU	편의점
		구옥천생태	음식점
		ESPRESSAMENTE	카페
	SCHOOL FOOD	분식	
	2	기업은행	

## 광복로

No.	층	상호명	용도
1	1	하이마트	마트
	2		
2	1	부평 아트 스페이스	갤러리
	2		
3	1	원조 한성 족발	음식점
	2		
4	1	New 백두대간	술집
	2	아시아 노래방	노래방
5	1	500gram	음식점( 고깃집)
	2		
6	1	안개 도시	술집
		동경 네일	네일샵
	2	최민수 경락 스포츠 마사지	마사지샵
7	1	우리 커피숍	커피숍
	2	파라다이스 노래방	노래방
8	1	미소 공장	음식점(고기)
	2		
9	1	육회달인	음식점(육회)
	2		
10	1	성포 충무 할매김밥	음식점(분식)
		The Good Dark(더굿닭)	음식점(치킨)
	2	신비노래주점	노래주점
11	1	세븐일레븐	편의점
	2		창고
12	1	한양 족발	음식점(족발)
	2		
13	1	ADAM'S	카페
		쭈꾸미 본색	음식점
	2	밀러타임	술집
14	1	박대포 소금구이	음식점
	2	뱅크	단란주점
15	1	냉채 오륙도 족발	음식점
	2	거북선 노래방	노래방
16	1	고기집	음식점
	2	중앙치과	병원
17	1	빨간 병아리	음식점(닭발)
	2	양과의 하루	음식점
18	1	원조 부산 족발	음식점
	2	700Beer	술집
19	1	숙이네 조개전골	음식점
	2	BOOM 호프	술집
20	1	부산은행	은행

No.	층	상호명	용도
21	2	장터 보신탕	음식점
	1/2	부평 족발	음식점
22	1	헨섬비어	술집
	2		
23	1	한자라 잘 모르겠습니다	중국집
	2		
24	1	희야네 석쇠 주꾸미 & 빈대떡	음식점
	2		
25	1	홍소 족발	음식점
	2		
26	1	현대 의료기 보청기	의료기 판매점
	2		
27	1	MOBILE PLAZA	휴대폰 판매점
		영남 비니루	비닐류 판매점
	2	한일 전당포	전당포
28	1	롯데 안경 콘택트	안경점
		한성 상회	전자기계 수리 전문
		한창	전기 공사 자재 도매점
		조명가게	조명
	2	복음 문구	
		온교회 문구,액자	
		시온의 집	
		엔텐 인쇄	
		e 중개사	
29	1	백상 조명	조명가게
		일진사 약국	약국
		동남조명전기	조명
		LED 조명	조명
		아이들	안경점
	2	세원 조명	
		금영사 세공	
		초우 꽃 예술원	
		맛자랑 식당	
		보석 세공사	
30	1	한일사 약국	약국
	2	사랑 만들기 커피숍	커피전문점
31	1	부산 약국	약국
	2	X	비어있음
32	1	세명약국	약국
	2	X	비어있음
33	1	Accessorize London	옷가게

No.	층	상호명	용도
34	2	The Coffee Bean	커피 전문점
	1	olleh	휴대폰 판매점
	2	어느 하루	카페
35	1	천연 단팥빵	빵집
	2		
36	1	Gold Mind	금방
	2		
37	1	U+ SQUARE	휴대폰 대리점
	2		
38	1	O-lens	콘택트 렌즈 전문 안경점
	2	NABY Pawn	중고 명품 판매/매입점
	1	BEE CHENG HIANG	음식점
2			
39	1	M	신발 전문 가게
	2	눈꽃여왕	빙수 전문점
40	1	B&C	빵집
		Mocoloco	의류 매장
		Janny & Crepe House	아이스크림 매장
		BABEANS COFFEE	커피 전문점
		Gong Cha	커피 전문점
	2	The AKA	의류매장
		금찌	의류매장
		PALAZZO	젤라또 아이스크림 전문점
		AVECMOI	의류
		크레페아인스	크레페 전문점
41	1	갤러리 안경	안경 전문점
	2		
42	1	KB 국민 은행	은행
	2		
43	1	PROSPECS	의류 매장
	2		
44	1	ARITAUM	화장품 매장
	2		
45	1	FOLDER	신발 매장
	2		
46	1	KFC	음식점(패스트푸드)
	2		
47	1	SKIN FOOD	화장품
	2	TO THE DIFFERENT	디저트 음식점
48	1	THE SREM	화장품
	2	화미주 헤어살롱	헤어샵
49	1	olleh	휴대폰 판매점
	2		
50	1	wondrbra	여성 속옷 가게

No.	층	상호명	용도
	2		
51	1	MILKCOW	디저트
		Triumpk	여성 속옷 가게
	2	사해성	중국집
52	1	ABC 마트	신발 가게
	2		
53	1	LesMore	신발 가게
	2		
54	1	EYE GENTRY	안경 가게
	2	이재모 Pizza	음식점
55	1	Kumkang	신발 가게
	2		
56	1	Foot Locker	신발 가게
	2	꼬모도	음식점
57	1	EXR	옷가게
	2		
58	1	LEVI'S	옷가게
	2	The MURPHY	커피 전문점
59, 60	1	too cool for school	화장품
	2		
61	1	olleh	휴대폰 매장
	2		
62	1	PARKLAND	의류 매장
		더 키친 올리비아	음식점
		IN THE F Gallery	의류 매장
	2	Bin Hair	헤어샵
63	1	Onitsuka Tiger	의류 매장
	2		
64	1	Samsung Moblie	휴대폰 매장
	2	Coffine Gurnaru	커피 전문점
65	1	BEAN POLE outdoor	의류 매장
	2		
66	1	adidas	의류
	2		
67	1	X	공사중
	2	솔 베이지 헤어	헤어샵
68	1	VIVIEN	속옷 전문점
	2	고양이 별 다방	카페
69	1	모아헤어	헤어샵
	2	Moim	주점
70	1	U+ SQUARE	휴대폰 매장
	2	CELTIC TIGER	주점
71	1	Mr. Choi Sushi	음식점

No.	층	상호명	용도
	2	codes combine basic	의류
		Orange	주점
		LAPETIT GATEAU	디저트 카페
72	1	HOLLYS COFFEE	카페
	2		
73	1	T WORLD	휴대폰 매장
	2	NESCAFE	카페
74	1	CENTERPOLE	의류
	2		
75	1	돌실나이	의류
	2		
76	1	STAFF	의류
	2		
77	1	GUESS	의류
	2		
78	1	TNGT	의류
	2		
79	1	휴대폰 M 마트	휴대폰 매장
	2		
80	1	Canon	카메라 전문 매장
	2	IZAKAYA JAKU	술집
81	1	K2	의류
	2	Smoothie house	디저트
82	1	Mont-bell	의류
	2		
83	1	Nikon	카메라 매장
	2		
84	1	일광 카메라	카메라 매장
	2		
85	1	명보사	보석상
	2		
86	1	휴대폰 아울렛	휴대폰 매장
	2	정영호 헤어 홀릭	헤어샵
87	1	DC market	의류 매장
	2		
88	1	우체국	우체국
	2		
89	1	CHARLES & KEITH	의류 매장
	2		
90	1	휴대폰 M마트, G마켓	휴대폰 매장
	2	벨루스 헤어	헤어샵
91	1	동양 주차장	주차장
	2		
92	1	JESSI NEW YORK	의류 매장

No.	층	상호명	용도
	2	긴타로	주점
93	1	A Twosome place	카페
	2		
94	1	YBM 어학원	학원
	2		
95 (96)	1	ZOOM-IN	카메라 매장
	2	파나소닉 프라자	전자제품 매장
(95) 96	1	Patagonia	의류 매장
	2		
97	1	거성 카메라	카메라 매장
	2	CrePe Eins	디저트 매장
98	1	한국 투자 증권	증권회사
	2		
99	1	LOSTOM	시계 매장
	2		
100, 101	1	돌실나이	의류
	2	라마 & 바바나	음식점
100, 101	1	100번과 동일	
	2		
102	1	NH Bank 농협	농협
	2		
103	1	T WORLD cafe	핸드폰 매장
	2	HARBOR CITY	디저트 카페
104	1	GS25	편의점
		CAFFE PASCUCCI 1층	카페
		olleh	휴대폰 매장
		퓨마	의류
	2	에스더 헤어	헤어샵
		CAFFE PASCUCCI	카페
105	1	VEAM`S store	의류 매장
	2		
106	1	HEAD	의류 매장
	2		
107	1	F/X ECONO SHOP	의류 매장
	2		
108	1	NIKE	개점 전
	2		
109	1	SAMSUNG FASHION	의류 매장
	2		
110	1	Le coqsportif	의류 매장
	2		
111	1	WILDROSES	의류 매장

No.	층	상호명	용도
	2		
112	1	Gallery	콘택트렌즈 전문점
	2		
113	1	NIKE	의류 매장
	2		
114,	1,2	caffe bene	카페
115	1,2	MOUNTAIN HARD WEAR	의류 매장
116	1	MERRELL	의류 매장
	2		
117	1	DESCENTE	의류 매장
	2		
118	1	EYE DEAR	안경 전문점
	2		
119	1	cafe DROPTOP	카페
	2		
120	1	WILLIAMSBURG	의류 매장
	2		
121	1	MLB	의류 매장
	2		
122	1	NB	의류 매장
	2		
123,	1,	ARITAUM	화장품
124	2	오설록	디저트 카페
125	1	INNISFREE	화장품
	2	화로가	음식점
126	1	DISCOVERY	의류 매장
	2		
127	1	ZIOZIA	의류 매장
	2		
128	1	SPRIS	의류 매장
	2		
129	1	OLIVE YOUNG	화장품 매장
	2	설빙	한국식 디저트 전문점
130	1	BLU PEPE	의류 매장
	2	PASTA VANITA	음식점
131	1	LANDROVER	신발 매장
	2		
132	1	TOP TEN	의류 매장
	2		
133	1	U+SQUARE	휴대폰 매장
	2		
134	1	스트	모자 매장
	2	눈꽃 마녀	빙수 전문점

No.	층	상호명	용도
135	1	H:CONNECT	의류 매장
	2		
136	1	NIKE	의류 매장
	2		
137	1	IT`S SKIN	화장품 매장
	2		
138	1	innisfree	화장품 매장
	2		
139	1	U+SQUARE	휴대폰 매장
	2	설빙	한국식 디저트 전문점
140	1	NATURE REPUBLIC	화장품 매장
	2	돈카츠 무한리필	음식점
141	1	BEYOND	화장품 매장
	2		
142	1	TONYMOLY	화장품 매장
	2	은하수 식당	음식점
142-1	1	Holika Holika	화장품 매장
	2		
143	1	MISSHA	화장품 매장
	2	달달	음식점
144	1	공사중	
	2		
145	1	THE BODY SHOP	화장품 매장
	2		
146	1	Redeye	잡화 매장
	2		
147	1	U+SQUARE	휴대폰 매장
	2		
148	1	Lioele	의류 매장
	2		
149	1	W 마켓	약세사리 매장
	2		
150	1	A`PIEU	화장품 매장
	2		
151	1	OST	보석 약세사리
	2		
152	1,	DESIGN SKIN	휴대폰 케이스 매장
	2	eSpor	화장품 매장
153	1	THE FACE SHOP	화장품 매장
	2	AZURA Hair	헤어샵
154	1	ETUDE HOUSE	화장품 매장
	2	홍대 앞 커피가게	카페
155	1	banilaco	화장품 매장

No.	층	상호명	용도
	2	Mango Monster	디저트 매장
156	1	innisfree	화장품 매장
	2		
157	1	VDL	화장품 매장
	2	미사람 헤어	헤어샵
158	1	baskin robbins	아이스크림 매장
		LLOYD	보석상
	2	MISS NAPOLI	디저트 매장
159	1	블랑	약세사리 매장
		퍼폼 솔	향수 매장
		피비아노	의류 매장
		T월드	핸드폰 매장
	2	국제사	약세사리 매장
	2	샤브향	음식점
160	1	Samsung mobile	휴대폰 매장
		커버랜드	약세사리 매장
	2	Pzza Ht	음식점
161	1	X	가게 없음
	2	보이스 노래연습장	노래방
162	1	쥬스 떡볶이	분식점
	2	H.STYLE 헤어살롱	헤어샵
163	1	오사카	음식점
	2	cafe CICI	카페
164	1	BODA	카페 약세사리
	2	FRIEND Cappuccino	디저트 매장
165	1	DISNEY	의류 매장
	2	골프	
166	1	LOUIS CASTEL	의류 매장
	2		
167	1	MAMMUT	의류매장
	2		
168	1	Cafe DROPTOP 1	카페
		Standard Chartered	은행
	2	Cafe DROPTOP 2	카페
169	1	THE FACE SHOP	화장품 매장
		olleh	휴대폰 매장
	2	영신 치과	병원
170	1	정선생	주점
	2		
171	1	히노쿠시	주점
	2	산딸기	노래 주점
172	1	Half Time	편의점
	2	멘토 호프 & 소주	주점

No.	층	상호명	용도
173	1	하남 돼지집	고기집
	2		
174	1	신창 의료기	의료기구
	2	앵콜 노래방	단란 주점
175	1	부평 서래	음식점
	2	해라 노래방	노래방
176	1	주전자	음식점
	2		
177	1	청춘불패	음식점
	2	X	매장 없음
178	1	Thursday Party	주점
	2	join	주점
179	1	벽돌집	음식점
	2	뉴욕 뉴욕	주점
180	1	히노무라	주점
	2		
181	1	연놀부 족발	음식점
	2	미미 단라주점	주점
182	1	대구 통닭	음식점
	2	고추 노래방	노래방
183	1	돈킹 삼겹살	음식점
	2		
184	1	큰 해물전지	음식점
	2	EDIYA COFFEE	카페
185	1	마약 통닭	음식점
	2	울랄라 노래방	노래방
186	1	길곱창	음식점
	2		
187	1	오타루	주점
	2	해금강 노래방	노래방
188	1	전설의 황급	음식점
	2	오페라 노래방	노래방
189	1	토리고야	주점
	2		
190	1	밀양 순대	음식점
	2	B.O.B PC방	PC방
191	1	노랑 통닭	음식점
	2		
192	1	돈주까	음식점
	2		
193	1	이대명과	전통 과자점
		내가사께	주점
194	1	가장 맛있는 족발	음식점
	2	몸부림 노래방	노래방



## 대학로

No.	층	상호명	용도
1	1	우리은행	은행
	2	NY English Studio	어학원
2	1	모닝글로리	문구점
3	1	가온길	음식점
4	1	육쌘냉면	음식점
		e편한부동산	부동산
	2	햇살뚝단배	카페
5	1	비어오크	음식점
	2	비어오크	음식점
6		공사중	
7	1	둘리분식	분식점
8	1	치킨더플	음식점
		돈천동식당	음식점
9	1	에손플라워	꽃집
10	1	GS 25	편의점
11	1	아트북	미술품 판매점
		T World LG KTF	휴대폰 판매점
		I Love Flat	신발가게
12	1	참숯불 소갈비살 생삼겹	음식점
		옷가게	상점
		cafe Tospia	카페
12	2	cafe Tospia	카페
	13	1	간식 Bar 촌떡
림스 치킨			음식점
2		신선설농탕	음식점
14	1	베스킨라빈스31	아이스크림판매점
		대학로 족발, 보쌈	음식점
	2	crazy 떡볶이	음식점
15	1	엔젤로	카페
		레드아이	옷가게
		더페이스샵	화장품가게
15	2	스타벅스	카페
16		건물없음	
17		건물없음	
18	1	서울연극센터	연극센터
	2	서울연극센터	연극센터
19	1	U+ 스케어	휴대폰판매점
		네이처리퍼블릭	화장품가게
		뉴발란스	옷가게
	2	뉴발란스	옷가게
빙수 FONG		빙수가게	

No.	층	상호명	용도
20	1	아리따움	화장품가게
	2	아리따움 아카데미	아카데미
21	1	멀치국수잘하는집	음식점
	2	THE SNOW	빙수가게
22	1	빨간손톱	화장품가게, 네일아트
	2	공사중	
23	1	하늘체한의원	한의원
		실용음악학원	학원
		서울부동산 공인중개사	부동산
	2	JILL STUART	옷가게
24	1	JILL STUART	옷가게
25	1	엔젤리너스	카페
	2	엔젤리너스	카페
26	1	커피 그루나루	카페
	2	커피 그루나루	카페
27	1	Fantastick	핸드폰액세서리판매점
	1	STERA	옷가게
28	1	대상트	옷가게
	2	대상트	옷가게
29	1	놀부부대찌개 철판구이	음식점
	2	놀부부대찌개 철판구이	음식점
30	1	위드팜약국	약국
	2	학림 커피	카페
31	1	서울종로약국	약국
	2	서울종로약국	약국
32	1	서울의대학생회관	학교
	2	서울의대학생회관	학교
33	1	함춘약국	약국
	2	한의원	한의원
34	1	종로소방서119	소방서
	2	종로소방서119	소방서
35	1	cafe 앙코르	카페
	2	채즈아카데미	아카데미
36	1	비어오크	주점
	2	비어오크	주점
37	1	밥앤도시락	음식점
	2	밥앤도시락	음식점
38	1	CU	편의점
		귀빈꽃화원	꽃집
		파리바케트	빵집
39	1	파리바케트	빵집
		죽이야기	음식점
40	1	이디야 커피	카페

No.	층	상호명	용도
39	2	마로블루	스튜디오
	1	국수나무	음식점
	2	국수나무	음식점
40	1	들들치킨	음식점
	2	들들치킨	음식점
41	1	복촌손만두	음식점
		캠퍼스서림	인쇄소
		분식매니아	분식집
	2	모리구또	음식점
42	1	연화빌딩	원룸
		134*2 cafe	카페
43	1	HANSOT 도시락	음식점
		방식꽃 예술원	꽃집
44	1	방식꽃 예술원	꽃집
		요거프레스	카페
45	2	빛은	떡집
		옛날토속 흑돼지갈비 왕소갈비	음식점
46	1		
47	1	올레	통신회사
		올레	통신회사
48	1	스타벅스	카페
		CU	편의점
		퍼널카페	카페
49	2	아트센터매표소	아트센터
		올리브영	화장품가게
		알파문구	문구점
		화수분 베이커리	빵집
50	1	popeyes	패스트푸드점
		컨텐츠코리아랩	회사
51	1	혜화아트센터	아트센터
		혜화아트센터	아트센터
52	1	카톨릭청소년회관	회관
		카톨릭청소년회관	회관
53	1	saint AUGUSTIN	레스토랑
		lotte MY Super	슈퍼
54	2	베니건스	패밀리 레스토랑
		탐엔탐스 커피	카페
		포메인	음식점
55	2	MIZO 네일미용학원	네일미용학원
		이강운커피	미용실
56	1	카페 파스쿠치	카페
		카페 파스쿠치	카페
57	1	대구막창	음식점

No.	층	상호명	용도
	2	카페 분장실	카페
55	1	슈즈노래연습장	노래방
		CU	편의점
55	1	대학로약국	약국
		바지올러	옷가게
	2	삼대 불고기냉면	음식점
56	1	코코호도	제과점
		채플린화원	꽃집
57	1	서브웨이	패스트푸드점
58	1	T World	휴대폰판매점
		sbc	옷가게
	2	헌혈카페	헌혈카페
59	1	ABC Market	신발가게
		맥도날드	음식점
	2	ABC Market	신발가게
		맥도날드	음식점
60	1	아우름	옷가게
		chinese Birtro	음식점
		MILK COW	아이스크림판매점
		하트약국	약국
	2	크라제코리아(주)	회사
61	1	파리 크뢰상	빵집
	2	파리 크뢰상	빵집
62	1	평화부동산	부동산컨설팅
		10	옷가게
		홍사단 소통전문가	교육원
	2	10	옷가게
		홍사단 소통전문가	교육원
63	1	올리브영	화장품가게
	2	cafe Gabbiano	카페
64	1	KFC	패스트푸드점
	2	KFC	패스트푸드점
65	1	베스킨라빈스31	아이스크림가게
		스타벅스	카페
	2	스타벅스	카페
		KB 국민은행	은행
66	1	예총회관	회관
	2	예총회관	회관
67	1	티켓박스	티켓박스
68	1	더드림홀딩스	카페
69	1	KNOU 서점	서점
		던킨도너츠	빵집
		GS 25	편의점
		락앤	카페

No.	층	상호명	용도
70	2	한국방송통신대학교	학교
		건물없음	
71	1	한국방송통신대학교내 우체국	우체국
	2	한국방송통신대학본부	학교
72	1	한국방송통신대학 연구2동	학교
	2	한국방송통신대학 연구2동	학교
73	1	서울사대 부설초등학교	학교
	2	서울사대 부설초등학교	학교
74	1	서울사대 부설초등학교 경비실	경비실
75	1	현대자동차	자동차판매점
		토프랜드	음식점
	2	신호원	음식점
76		없음	(비고-지하에 김동수 플레이 소극장있음)

## 동성로

No	층	상호명	용도
1	1	Smart Mobile Shop	액세서리 상점
	2	크리스트리오 네일샵	미용
2	1	봉추찜닭	
		제네바 시계	
		Kodak Express	
		교통시계	
	2	만남 인력직업 소개소	
		(주)대구인력	
3	1	복반점	음식
		DAVINCI COFFEE	
		CU	
		운지(아트 테라피)	
		색동보석	
		브랜드 세일(임시)	
	2	canon	
		참빛헤어	
		브로이하우스(Coffee res Hof)	
4	1	보석마을 정금	
		동성로 귀금속 백화점	
	2	삼화식당	
5	1	Baby King Studio	
	2		
6	1	삼성귀금속 백화점	
	2	보브썸 컴퍼니	
		사단법인 한국귀금속 감정원	
		(주)신홍 환경금속 - 금, 은, 전자폐기물	
7	1	국제 귀금속 백화점	
	2	레메이드 의원 (성형외과, 피부과)	
8	1	대구은행	
	2		
9	1	대구 귀금속 백화점	

No	층	상호명	용도
	2	세리 미용실	
10	1	옛날통닭	
		슈린보석	
		타임플러스 (시계수리점)	
		일성당 (면도기, 망날 수리)	
11	1	대림가방	
	2		
12	1	국제보석	귀금속
		정일품 보석	귀금속
		유명브랜드 상설아울렛 (신발)	
		아르메스	귀금속
	파스텔	귀금속	
2	란지 Coffee Shop		
13	1	사주&타로	
		DIASE(디아즈)	귀금속
		Gem Shine	귀금속
	2	벤엘집 (홀복, 무대복)	의류
		노래연습장	
14	1	GOLDENJ	귀금속
		대우 안경백화점	
2	북경문화원	유학원	
15	1	Standard Chartered	은행
	2		
16	1	ILOYD	귀금속
		해피타임 (시계)	귀금속
		EIDER	아웃도어 의류
	2	이화미용실	미용
17	1	눈꽃빙수	
	2	김스미용실	미용
18	1	CM jewellery	귀금속

No	층	상호명	용도
		Sweet time (세계과자할인점)	
	2		
19	1	홍콩	의류
	2	SALON DE MUSE	미용실
20	1	잭니클라우스	의류
		CENTER POLE	의류
21	1	파크랜드	의류
	2		
22	1	와일드로즈	의류
	2	IRIVER	회사
23	1	FILA	스포츠 의류
		루이앤코(덤핑처분, 임시)	
24	1	BANG BANG	의류
		에스콰이어 팩토리 아울렛	잡화
25	2		
	1	U+ SQUARE	통신사
26	1	ESQUIRE	잡화
	2		
27	1	innisfree	화장품
		CU	편의점
	2	7번가 피자	음식
28	1	It's SKIN	화장품
		olleh	통신사
		망고 케이스	액세서리
29	1	i-CARE	액세서리
		LANDROVER	잡화
	2	jh 황실 김정현 피부관리실	

No	층	상호명	용도
30	1	10 TOPTEN	의류
	2		
31	1	SHOOPEN	신발
		WHO A.U.	의류
		GS25	편의점
	2	ASHLEY	음식
32	1	BEANPOLE	의류
	2		
33	1	H: CONNECT	의류
	2	종로유학원	유학원
34	1	금강제화	
	2		
35	1	DEBEC	백화점
	2		
36	1	THE BODY SHOP	화장품
		한미약국	약국
	2	수 성형외과	
37	1	banila co.	화장품
		the SAEM	화장품
		EBLIN	의류
	2	옥류몽	음식
38	1	Dr. Martens	잡화
		Hunt INNERWEAR	의류
		aSICS	스포츠 의류
	2	화이트 미용실	미용
39	1	PLAY	의류
		HANG TEN	의류
		CLUB CLIO	화장품
		ACC: SCENT	잡화
	2		
40	1	공사중	
	2		

No	층	상호명	용도
41	1	ARITAUM	화장품
	2		
43	1	OLIVE YOUNG	화장품
		못된 고양이	액세서리
	2	고블	음식
44	1	GIORDANO	의류
	2		
45	1	SKECHERS	잡화
	2		
46	1	CHRIS & CHRISTY	의류
	2		
47	1	SKONO	잡화
		codes combine	의류
	2		
48	1	VANS	의류, 잡화
		GLOVIS	의류
		GUESS	의류
	2		
49	1	미진분식	음식
		THE DAY	의류
50	1	VEAM'S Store	의류
	2		
51	1	STARBUCKS COFFEE	
	2		
52	1	Tokoyami	음식
		봄봄 CAFE	
		T world	통신

No	층	상호명	용도
		olleh	통신
	2	edm 유학센터	유학원
53	1	김밥짱	음식
		핫도그 & 떡볶이	음식
		THE ONFIRI	음식
	2	COFFEA COFFEE	
54	1	파출소	
	2		
55	1	아말	음식
		U+SQUARE	통신
		CASE WEAR	액세서리
		향수천국	
		CoCoSnack	과자
	2	스타S 피부과	의료
		에체안경타운	
		LoL Cook	음식
		Han's Deli	음식
56	1	CHARLES & KEITH	잡화
	2		
57	1	다이소	
	2	파슈 미용실	미용
58	1	HONEY QUEEN'S	아이스크림
		Let's	귀금속
	2		
59	1	UNIQLO	의류
	2		
60	1	블랙마틴잇봉	잡화
		BEAUTE	화장품
	2	인도가는길	음식
61	1	멀티샵	
		CoCo Angel	잡화
	2	최영태 헤어	미용
		Ceci hair	미용

No	층	상호명	용도
61	1	PROSPECS	
	2		
62	1	MIXXO	의류
	2		
63	1	ZARA	의류
	2		
64	1	Roem	의류
	2		
65	1	아버지가 주신 5 dollar	귀금속
		NEW BALANCE	스포츠 잡화
	2		
66	1	Mizuno	스포츠 잡화
	2	이신일 그레이스 성형외과	
67	1	NEW ERA	
	2		
68	1	맥도날드	
	2		
69	1	버거킹	
	2	BENNIGAN'S	음식
70	1	BEYOND	화장품
		Holika Holika	화장품
		DHC	화장품
	2	제이스 성형외과의원	
71	1	MISSHA	화장품
		SKIN FOOD	화장품
		innisfree	화장품
	2		
72	1	ETUDE HOUSE	화장품
		espoir	화장품
		baskin robbins	아이스크림
	2	A'PIEU	화장품
		잭니클라우스	의류
73	1	THE FACE SHOP	화장품

No	층	상호명	용도
		NATURE REPUBLIC	화장품
	2		
74	1	TONYMOLY	화장품
		VDL	화장품
		ARITAUM	화장품
	2		
75	1	CGV	
		롯데리아	
		H&M	의류
	2		
76	1	KSWISS	스포츠 의류
		Lecaf	스포츠 의류
		MERRELL	아웃도어
	2		
77	1	THE REDFACE	아웃도어
		FNC	학원
		나이키	스포츠 의류
	2		
78	1	WESTWOOD	아웃도어
		olleh	통신
		OFFROAD	아웃도어
	2		
79	1	MILLET	아웃도어
		만남스타일 (만물)	
	2		
80	1	K2	아웃도어
		KOLON SPORT	아웃도어
		아이클릭 안경콘택트	
		FERRINO	아웃도어
	2	본죽	음식
		벨르 도탈뷰티샵	미용
		박진희 미용실	미용
81	1	U+SQUARE	통신

No	층	상호명	용도
	2		
82	1	명품시계 서비스	귀중품
		로마젤라	잡화
	2	동일부동산	
84	1	닥스	
	2		
85	1	TOKYO & PEARL	귀금속
		ROCHA	귀금속
		POMP	잡화
	2	미인	미용실
86	1	수입구제 명품관	의류
		티나	귀금속
	2	미인	미용실
87	1	보석비빔밥	귀금속
		SUBMARINE	커피
		화이트골드	귀금속
		Retro	의류
	2	명동 돈까스	음식
88	1	하나 귀금속백화점	귀금속
		U+SQUARE	통신
	2		
89	1	폰케이스 몰	액세서리
		T world	통신
	2	빠담빠담	커피
90	1	서울귀금속 백화점	귀금속
		삼성사	귀금속
		제니스	귀금속
		디아망	귀금속
	2	바라지 레스토랑	음식
		토탈멕기	귀금속
91	1	이주현 jewelry	귀금속
	2	을목 주얼리	귀금속
92	1	제이라인	귀금속

No	층	상호명	용도
		쥬엘	귀금속
	2		
93	1	진 쥬얼리	귀금속
		MASS COFFEE	커피
		국민은행	은행
	2	Design 순수	간판가게
94	1	에브리타임	귀금속
		미주상사	커피판매점
		1000 shop	
	2		
95	1	드림시계	귀금속
		갈치전문점	음식
96	1	한솔	음식
		T:morning	커피
97	1	명가 행운 한정식	음식
98	1		오피스 빌딩
	2		

## 명동거리

No.	층	상호명	용도
1	1	우리은행	금융
	2	우리연세이비인후과	의료
2	1	H&M	의류
3	2	금강제화	잡화
4	2	랜드로바	잡화
5	2	프리스비	전자제품
6	2	에스쁘아	화장품
7	1	네이처리퍼블릭	화장품
8	2	믹소	의류
	3	카카오그린	카페
9	1	마몽드	화장품
10	2	이니스프리	화장품
11	1	명동충무김밥	음식점
12	1	더바디샵	화장품
	2	할리스커피	카페
13	1~2	자라	의류
	1	사에라스튜디오	잡화
	3	포에버21	의류
14	1	미샤	화장품
15	1	로얄스킨	화장품
16	1	보떼	화장품
17	1	잇즈스킨	화장품
18	2	애틀드하우스	화장품
19	3	지오다노	의류
20	2	뉴발란스	의류
21	1	더샘	화장품
22	1~2	이니스프리	화장품
	3	본연에헤어	미용
	1	햇츠온	잡화
23	1	토니모리	화장품
24	2	홀리카홀리카	화장품
25	1	푸른약국	약국
	1	로이드	액세서리
	2	망고하하	카페
26	1	유니클로	의류
27	B1, 1, 2F	밀리오레	여성복 복합 매장

No.	층	상호명	용도		
	3~17F	르와지르 호텔	숙박(3층엔 레스토랑 입주)		
28	1	NATURE REPUBLIC	화장품가게		
	2				
	3				
	4				
	5				
29	1	clue	귀금속 가게		
	2	merriangie	네일 살롱		
	1	T world	통신사		
	2	John & Jin's coffee	카페		
	3	미고운 성형외과, 피부과	성형외과, 피부과		
	4	스타몰 노래방	오락		
	5	스타몰 DVD방	오락		
30	1	THE FACESHOP	화장품 가게		
	2				
	3			노정식 성형외과	성형외과
	4			FLOATI MINI	유아 수영장 가게
31	1	Teenie Weenie	의류 가게 (현 공사중, 9월 open 예정)		
32	1	adidas	스포츠의류 가게		
	2				
	3				
	4				
33	1	banila co.	화장품 가게		
	2				
	3				
34	1	GUESS	의류 가게		
	2				
	3				
35	1	ARITAUM	화장품 가게		
	2				
36	1	NATURE REPUBLIC	화장품 가게		
37	1	OST	귀금속 가게		
	2				
38	1	SKIN FOOD	화장품 가게		
39	1	바오로딸	가톨릭 서점		

No.	층	상호명	용도
	2		
40	1	VDL	화장품 가게
41	1	CLUB CLIO	화장품 가게
42	1	NIKE	스포츠의류 가게
	2		
	3		
	5	HAN'S DELI	음식점
42'	1	DUNKIN DONUTS	음식점
	2		
	3		
	4		
43	1	LACOSTE	의류 가게
	2		
	3		
44	1	ALL MASK STORY	화장품 가게
	2		
	3		
45	1	ETUDE HOUSE	화장품 가게
	2		
	3		
46	1	BABARA	신발 가게
	2		
	3		
47	1	shara shara	화장품 가게
	2		
	3		
48	1	converse	신발 가게
	2		
	3		
49	1	LesMore	신발 가게
	2		
	3		
	4		
50	1	ABC-MART	신발 가게
	2		
	3		
	4		
51	1	THE FACESHOP	화장품 가게
	2		
	3		
	4		
52	1	JILL by JILLSTUART	의류 가게

No.	층	상호명	용도
	2	Pizza Hut	음식점
	3		
53	1	LANEIGE	화장품 가게
	2		
	3		
	4		
	5		
54	1	MIXXO SECRET	속옷 가게
	2		
	3		
55	1	A'PIEU	화장품 가게
	2	팔미옥	카페
	3	서민호 미용실	미용실
56	1	Teenie Weenie	의류 가게
	2(반층)		
	3		
	4		
	5	cafe Razem	카페
	6	헌혈카페 예그리나	카페/헌혈
	7	보드게임카페 MONACO	오락
9	전망좋은 cafe M	카페	

## 북촌길

No.	층	상호명	용도
1	1	돈미 약국	약국
	2~3		주택
2	1	한옥	갤러리, 한국미술사 연구소
3	1		주택
4	1		주택
5	1		주차장
	2-4		주택
6	1		주택
7	2		주택
8	1		주택
9	1		주택
10	2		주택
11	1		주택
12	1		주택
13	1	청춘재	한옥스테이
14	1		주택
15	1		주택
16	1		주택
17	1	꼭두랑 한옥	박물관
18	1		주택
19	1		주택
20	1		주택
21	1		주택
22	1		주택
23	1	갤러리 조	화랑
24	1		주택
25	1	갤러리가회	옷가게
26	2	두루	카페
27	1	대장장이화덕피자	음식점
28	1	가회동60	갤러리
29	1	룽	수공예
30	1		주택
31	2		주택
32	1		주택
33	1		주택
34	1		주택
35	4		주택
36	1	초콜렛코스모스	식료품
37	1	회화당	잡화, 편의점
	2~4		주택

No.	층	상호명	용도
38	1		주택
39	1		주택
40	1		주택
41	1	심심헌	한국문화체험
42	1		주택
43	1		주택
44	1		주택
45	1		주택
46	1		주택
47	1		주택
48	1		주택
49	1		주택
50	1		주택

## 삼청동길

No.	층	상호명	용도
1	1	레페토	옷가게
	2~3	커피 빈	카페
2	3	삼청동 주민센터	주민 센터
3	2		주택
4	1	ARITAUM	화장품 가게
5	1	삼청동 수제비	음식점
6	1	sushi go	음식점
	2	삼청동 궁물 떡볶이	음식점
	3~4		주택
7	2	새마을 금고	은행
8	1	삼청동 부동산	부동산
	1~2	상감 떡갈비	음식점
9	2		주택
10	1	청수정	음식점
11	1	카페유	카페
12	B1		주차장
	1	예지방	악세사리 가게
	2	갤러리 도올	갤러리
	3	30's vase	옷 가게
	4	one planning	옷 가게
	5	(주)제일제약	오피스
13	1	우리은행	은행
14	B1	한식 백제	음식점
	1~2	메쵸 디 파스타&커피	음식점
	3~4	루이엘	카페
15	1	엔	카페
16	3	삼청감리교회	교회
17	1	songo	악세사리 가게
	2	데저트 피자	음식점
	3~4	선 아트 스페이스	공방
18	2		주택
19	1	아벨리, 쉐리	옷가게
20	1	sogno	악세사리 가게
21	1	victory bay	옷 가게
22	1	barbour	옷 가게
23	1	suestar 1	악세사리 가게
24	1	메뉴얼 소스	옷 가게
	1	바바라	신발 가게
	2~3		주택

No.	층	상호명	용도
25	1	GIOZANOTTI, YOJNA	신발 및 가방 가게
26	3	KOAN QUEENS	카페
27	3	LUSSO	카페
28	1~2	CACAO BOOM	초콜릿 카페
	1~2	NAPAPIJRI	옷 가게
29	2	JINJIN BOOK CAFE	카페
30	1	누들박스	음식점
31	1	GS25	편의점
32	1	라라미	의류잡화
	2,3	하궁	중식
33	4	고디바	디저트
34	3	이니스프리	화장품
35	2	삼청쭈꾸미	식당
36	1	오가다	카페
37	2	카페테라스	카페
38	2	솔피마을	식당
39	1,2	9OWLS	의류
	3	향나무세그루	식당
40	1.2	제이하우스	잡화
	3		
41	1	오설록	카페
42	3	질스투어트	의류
43	1	카페 달	카페
44	3	이영애비누샵	비누
45	3		
46	1	쿡앤하임	갤러리
	2	쿡앤하임	식당
47	1	액세서리키친	잡화
	2,3	카페브리징	카페
48	2	질경이	한복집
49	1	아이페이스	전자기기소모품
50	1	연	찾집
51	2	몽마르뜨	비스트로
52	1	패션수와래	옷가게
	2	수와래	음식점
	3	두더미마켓	옷가게
53	3	스닉솔	신발
54	2	고센	카페
55	3	스와로브스키	보석
56	1	빌리프	화장품
57	1		
58	1	더샘	화장품

No.	층	상호명	용도
	1	세라제화	신발
	1		
59	1,2	카페베네	카페
	1	비키	패션
	1	10O'CLOCK	패션
60	3	과출소	
61	1	캐스키트슨	패션잡화

## 인사동길

No.	층	상호명	용도
1	1	브레덴코	제과점
		토독공방	공방
2	2	오가다	카페
		1	열립필방
		장생호	화방
		원주한지	화방
		나락실	기금속점
		종로전기	철물점
3	2	야우	음식점
		가나아트스페이스	갤러리
4	1	보물창고	잡화점
		노화랑	갤러리
		갤러리 이즈	갤러리
		2	영아트갤러리
5	1	운정전각갤러리	갤러리
		고려표구	화방
		한국서각사	화방
		소담	잡화점
		갤러리 미호	갤러리
		2	갤러리 통큰
6	1	고촌화랑	갤러리
7	1	토방	음식점
		일록	카페
8	1	세아	잡화점
		문화지업사	잡화점
9	1	탈방	공방
		범구사	공방
		토인	갤러리
		10	쌈지길
11	1	수도온누리약국	약국
		2	ap갤러리
12	1	동양다예	잡화점
			일신화랑표구
		빔	옷가게
			초록비
		용수염	분식점
		2	하나아트갤러리

No.	층	상호명	용도
13	1	김삿갓민예품	잡화점
		명금탕	식료품점
		가람	잡화점
		아우름	잡화점
	2	수요일	카페
	3	피엠투갤러리	갤러리
		한국전업미술가협회	사무실
4	갤러리 올	갤러리	
	갤러리 각	갤러리	
14	1	보싸크	잡화점
		명신당필방	잡화점
		용정콜렉션	잡화점
	2	소슬다원	카페
		다경향실대의보이차	카페
15	통인가게	잡화점, 갤러리	
16	1	메라하트	옷가게
		산촌	음식점
		본갤러리	갤러리
	2	육일면옥	음식점
	17	아틀리에서울	갤러리
18	1	동경사	잡화점
		흙빛는사람들	갤러리
	2	반짝반짝 빛나는	카페
		뽀모도로	음식점
	3	명갤러리	갤러리
	19	1	폼
베틀가			옷가게
갤러리 서호			갤러리
20	1	질경이우리옷	옷가게
		성문당	화방
		삼보당	분식점
		유아당	화방
		미로화방	화방
21	1	한국관광명품점	잡화점
		습리	옷가게
		ccomaque	옷가게
		하늘누에	옷가게
		안방	옷가게
		2	한지이야기

No.	층	상호명	용도
	3,4,5	덕원갤러리	갤러리
22		새마을금고	은행
23	1	봉원필방	화방
24	1	아리따움	화장품
		슈프림스	옷가게
	2	바람부는섬	음식점
		도도네일	네일샵
25	1	강남면옥	음식점
	2	어머니가 구워주신 생선구이	음식점
26	1	빛은	음식점
	2	신포우리만두	음식점
27	1	스타벅스커피	카페
		성심필방	화방
		베틀가	옷가게
		폼	옷가게
		파리크라상	제과점
	2	사보텐	음식점
		아트앤스마트	갤러리
		설빙	카페
28	1	인사코리아	잡화점
		국악디지털신문	출판사
		뽀	옷가게
	2	한국미술관	갤러리
		더크로스주얼리	귀금속점
		초보기타	악기점
A	1	청기와	화방
		백운당	화방
		얼씨구마당	
		동서표구화탕	화방
	2	마르지 않는 썸	카페
		차라리	카페
	3	반야로	다도체험
B	1	통문관	서점
	2	고향각	잡화점
	3	여기쯤	카페
C	1	우리마당	잡화점
		예하도예	잡화점
		십지	옷가게
		고집쟁이	옷가게

No.	층	상호명	용도
		소들내	잡화점
		고양이	잡화점
		우리세계	잡화점
		누브리스	잡화점
		광록화랑	갤러리
	2	레아	카페
		본죽	음식점
		10k gold	상점
		영화 미용실	미용실
D		공사중	
E	1	슈프림스	옷가게
	2	토토의 오래된 물건	갤러리
	3	색이 동달았다	카페
	4	김영섭사진화랑	갤러리
F		오설록	카페
G	1	갤러리 예향	갤러리
	2	도채비도 반한 찻집	카페
	3	갤러리 인텍스	갤러리
H		isae	옷가게
I		인사아트센터	갤러리
F	1	사문당표구사	잡화점
		진문표구화랑	잡화점
	2	아원	공방
J	1	국제저수원	잡화점
	2	운경표구사	화방
	3	정일품표구	화방
K		한양화랑	갤러리
L	1	납청돛전	잡화점
		성지액자	화방
		핑키플래닛	잡화점
	2	예향갤러리	갤러리
	3	갤러리 나우	갤러리
	4	세종화랑	갤러리
	5	노학봉 갤러리	갤러리
M	1	파랑돌	잡화점
		봉오	잡화점
	2,3	성보갤러리	갤러리
N	1	남영약국	약국
		상고재	잡화점

No.	층	상호명	용도
	2,3,4	도도&	카페
O	1	전통찻집 인사동	카페
		아신	옷가게
		돌실나이	옷가게
	2	옛찻집	카페
P	1	어벗부부	옷가게
		(주)한국공예관	갤러리
		새김소리	공방
	2	지대방	카페
	3	홍콩	음식점
	4	작명.철학	철학관
	5	서예	학원
Q	1	이주화랑	화방
		문화상품관	잡화점
		금성화방	화방
		관성필방	화방
	2	동림당 표구	화방
		내산표구사	화방
R	1	이건만	잡화점
		모듬삼방	옷가게
		메종	잡화점
		습리	잡화점
	2	인사동 풍경이있는 전통찻집	카페
	3	인사동 전통주점	주점
	4	한글서예	학원
		족도	마사지샵
S	1	전북지업사 필방	잡화점
		인산인해	카페
		인산인해	카페
T	1	낙원떡집	음식점
		차향가	카페,잡화점
		승원	옷가게
		중앙공예관	잡화점
	2	홍치과의원	병원
		작은인디아	음식점
	3	가가갤러리	갤러리
U	1	동일전통공예관	갤러리
		더페이스샵	화장품
		경일문화가게	잡화점

No.	층	상호명	용도
	2	나무	카페
		문 옥션	골동품 경매장
V	1	인사 자수정	잡화점
		인사공방	잡화점
		잇츠스킨	화장품
	2	갤러리 바이올렛	갤러리
W	1	예촌	화방
X	1	미샤	화장품
		에뛰드하우스	화장품
		한국전통공예관	갤러리
	2	깔아놓은 명석 농고간들 어띠하리	음식점
		가톨릭 성물	카페
	3	깔아놓은 명석 농고간들 어띠하리	음식점
Y	1	인사동 명품관	잡화점
		국제자수원	상가
	2	디초콜릿 커피	카페
	3	남이섬 서울센터	관광 안내소
Z	1	더 고은	옷가게
		아신	옷가게
	2	일신당 화방	화방
A'	1	신선설농탕	음식점
	2	시화담	갤러리
B'	1	지팡이아이스크림	분식점
		네이처리퍼블릭	화장품
	2	얼짱	사진관
C'	1	이니스프리	화장품
		미림미술재료백화점	화방
	2	카페 트루어스	카페
		갤러리 light	갤러리
D'	1	투쿨포스쿨	화장품
		비바블링	신발가게
	2	고궁	스튜디오
E'	1	한국관광명품점	잡화점
	2	인사동이야기	카페
F'	1	올리브영	잡화점
	2	노암갤러리	갤러리
G'	1	세븐일레븐	편의점
		미라보	잡화점

No.	층	상호명	용도
		동양한지.필방사	화방
	2	운양 시서화	학원
			학원
		백경철학원	철학원
		환전소	환전소
	3	그림패	학원
	4	그림방	학원
	5	예원초상화	학원
H'	1	야구장	오락
I'	1	주차장	주차장
J'	1	토니모리	화장품
		스킨푸드	화장품
		호밀호밀	음식점
	2	삼성,삼통치킨	음식점

## 홍대거리 조사

No.	층	상호명	용도
1	1	상상마당	
2	1,2	수노래방	노래방
3	1,2	around the corner	음식점
4	1	작가	음식점
5	1,2	미미네	음식점
	3		가정집
6	1,2	wookeniju	음식점
7	1	10circles, azato	옷가게
	2	커피인 그루나루	카페
8	1	us	옷가게
9	1	타로 사주	타로카페
10	1	달수다	디저트카페
11	1	mr.WOW	음식점
12	1	tonymoly	화장품가게
	1	n21	디저트가게
13	1	accescent	약세사리전문점
14	1		약세사리전문점
	1,2	사주 타로#	타로카페
15	1	빨간얼굴	사주 타로
	1	fs.moi	옷가게
16	1	dress24	옷가게
	2	술통	주류음식점
17	1		옷가게
	1,2	세계과자 할인점	과자가게
	1	maze	옷가게
	1	loft	옷가게
	1	comeprima	옷가게
	2	향수전문	향수가게
	1,2	paula's choice	잡화점
18	1	URban	옷가게
		데님공주	옷가게
		tint	옷가게
19	1	dall	신발가게
		곰블리	옷가게
		daily look	옷가게
20	1		옷가게
		사주타로	타로가게
21	1	kong.C	옷가게
		프린세스	옷가게
	2	형제포차	주류음식점
22	1	avenue hongdae	옷가게

No.	층	상호명	용도
		Rv born	옷가게
		deli mango	디지털카페
		사주 타로	타로가게
		홍대 수약국	약국
	2	교수 보쌈 감자탕	음식점
23	1	tworld	핸드폰가게
		해바라기	옷가게
		사주 타로	타로가게
			옷가게
24	1	힐링사주	사주카페
		띠우띠우	옷가게
		blue barcode	옷가게
	2		칵테일빠
25	1		옷가게
		빨간고추	약세사리
		토니모리	화장품가게
		go	옷가게
	2	해나 전문점	해나전문점
		이니셜반지	반지제작
26	1	body guard	속옷가게
		피오르	옷가게
27	1	block	옷가게
		block	신발가게
		ciel	잡화점
		정신부동산	부동산
28	1	사주타로#	타로가게
	2,3	bob 헤어샵	미용실
	4,5	리얼 메이크업	메이크업샵
29	1	the saem	미용용품
	2	도쿄스테이크	음식점
	3	wit beauty	뷰티샵
30	1	A	옷가게
	2	super man	술집
	3	surfeaman	마사지샵
31	1	watsons	잡화
	2	cafe the med	카페
	3	cafe de comics	만화카페
	4,5,6	제우스	모텔
32	1	its skin	화장품가게
		the face shop	화장품 가게
		미샤	화장품 가게

No.	층	상호명	용도
	2,3,4	더 커피빈	카페
33	1	redeye	약세사리잡화
	2	오타쿠	술집
	3,4		사무실
34	1	understar	옷가게
35	1	aroud101	옷가게
		clio	화장품가게
	2	오설록	차집
36	1	nature republic	화장품가게
	2,3,4	오렌지룸	술집
37	1	www.dress24.co.kr	옷가게
		aritaum	화장품가게
	2,3,4	mare	식당
38	1	에뛰드하우스	화장품가게
	2,3	수노래방	노래방
39	1		옷가게
40	1	에이스공인중개사	부동산
		olens	콘택트렌즈전문점
	2,3	열봉점담	식당
41	1	cafe A	카페
		파이	옷가게
42	1	%	옷가게
	2,3	마포 나루냉면	식당
43	1	007	옷가게
	2	육쌘냉면	식당
	3,4		가정집
44	1	메디에스 피부과	피부과
		세븐일레븐	편의점
	2	짚동가리 생주	술집
	4	노래연습장	노래방
	5	클린타투	타투샵
45	1	탑텐	옷가게
	2	arten beer	술집
	3	수노래방	노래방
	4	moplay	멀티방
	5	muju cafe	룸카페
46	1	올레	핸드폰가게
	2,3,4,5	tom n toms coffee	카페

## 특화가로를 위한 건축물 실태조사

---

**발행인** 손혁재

**발행일** 2014년 12월 15일

**발행처** 수원시정연구원

(443-810)경기도 수원시 영통구 매영로 345번길 111

전화 031-220-8001 팩스 031-220-8000

---

비매품 ISBN 979-11-85686-25-7

본 출판물의 판권은 수원시정연구원에 속합니다.

**SRI** 수원시정연구원  
SUWON RESEARCH INSTITUTE

443-810 수원시 영통구 매영로 345번길 111  
Tel : 031-220-8001 / Fax : 031-220-8000  
[www.suwon\\_re.kr](http://www.suwon_re.kr)

비매품

