pISSN: 1226-7147, eISSN: 2383-9171
https://doi.org/10.17208/jkpa.2019.02.54.1.40

Journal of Korea Planning Association Vol.54, No.1 (2019)
대한국토·도시계획학회지 「국토계획」 제54권 제1호 pp.40-51

서울시 주거지역 내 상업 젠트리피케이션의 단계별 변이과정 분석 연구* – 상업 업종의 변화를 중심으로 –

A Study on the Variation Process of Commercial Gentrification Phase in Residential Area in Seoul – Focused on Business Type of Commercial Characteristics –

류화연** · 박진아***
Ryu, Hwa-Yeon · Park, Jin-a

Abstract

The ultimate aim of this study is to diagnose the process stage and look at the step change of transition process to see how the step changes. Therefore, in this study, cluster analysis was conducted by examining four types of commercial characteristics such as Retail Homogeneity, Share of Neighbourhood store, Share of chain store, and Share of cafe & Western food store. Through the cluster analysis, three types have been identified. Type1 is the first step which can explain the time before gentrification occurs and when the ratio of neighborhood facilities is the highest. Type2 is the second step that can explain boutique stage where the gentrification occurs. At this time, the ratio of Cafes & Western food restaurant increased and the proportion of neighborhood shops decreased. And Type3, third step is when the mature gentrification occurs. In the analysis of the transition period, it is necessary to monitor the change of the industry in the period from the first stage to the second stage. In the transition period from the second stage to the third stage, It is necessary to constantly monitor such factors as the increase of shops.

키워드 상업 젠트리피케이션, 젠트리피케이션 단계, 동질화
Keywords Commercial gentrification, Gentrification phase, Homogenization

Ⅰ. 서 론

1. 연구의 배경 및 목적

서울시에서는 지난 30여 년간 젠트리피케이션 현상이 관찰되었으며, 비교적 최근부터는 주거지역 내에서 발생하고 있는 상업 젠트리피케이션 현상에 의해 야기되는 부정적인 영향에 대한 목소리가 커지고 있다. 이에 상업 젠트리피케이션 현상에 대한 대응은 서울시의 새로운 과제로써 부상했다.

도시민의 일상생활에서 필수 불가결한 요소로 자리 잡은 것은 바로 소비활동과 그 활동이 이루어지는 상업 활동공간이라는데에는 많은 이들이 동의를 한다(Miller, 1995; Baudrillard, 1999). 특히, 주거지역 내에 입지해 있는 근린상점은 거주민의 수요에 대응하면서, 주민의 사회적 공간으로서 삶의 질에 영향을 주는

* 본 연구는 2017년도 정부(교육부)의 재원으로 한국연구재단의(NRF–2017R1D1A1A09000940) 지원과 국토교통부 국토교통기술촉진연구사업의 연구비 지원(18CTAP–C129758–02)으로 수행되었으며, 2018년 10월 대한국토·도시계획학회 추계학술대회에서 발표 논문을 수정·보완한 것임
** Master's Candidate, Dept. of Urban Planning, Hanyang University (staring12@naver.com)
*** Associate Professor, Dept. of Urban Planning & Engineering, Hanyang University (Corresponding author: Paran42@hanyang.ac.kr)

중요한 시설이다(김동현·박진아, 2017). 최근 이러한 근린상점시설이 압출 당하고 대규모 자본이 들어오게 되는 상업 젠트리피케이션 현상이 주거지역 내에서 다수 발견되고 있다. 기존 상권이 대규모 면적을 가진 상점 또는 프랜차이즈 업종으로 대체되고 있으며, 이에 따라 해당 주거지역의 생활기반시설이었던 근린생활시설들은 외부인을 대상으로 하는 일반상권으로 변화되고 있다.

실제로, 서울시에서는 이러한 문제를 해결하고자 2015년 서울시 젠트리피케이션 종합대책을 발표하였다. 본 대응정책에서는 젠트리피케이션의 긍정적, 부정적 효과 중 최근 다수 지역에서 발생하고 있는 부정적 효과에 집중하여 임대인·임차인 그리고 거주민들의 상생을 위한 대안을 찾고자 하였다. 먼저 원활한 정책추진과 더불어 충분한 사회적 공감대 형성을 위해 공론화 프로세스를 형성하였다. 지역별 민관협의체를 구성하여 공청회·토론회 등을 개최하고 지역 상생협약을 체결하여 주민 등의 제안의견을 검토하고자 하였다. 그 결과를 토대로 지역별 대책에 반영하고자 하였다. 이를 통해 젠트리피케이션이 발생 또는 예상되는 지역 중 6곳을 추출하여 개별적 정책을 제시하였다. 하지만 당시 자료의 한계로 젠트리피케이션 발생 및 예상대상지 추출에 있어서 어떠한 객관적인 지표의 사용조차 이루어지지 못했다. 따라서 대상지 각각에 대한 젠트리피케이션 진행현황을 객관화 하여 이에 따른 차별화된 대응 방안을 마련한다는 것은 매우 어려운 일이었다.

2015년 서울시 젠트리피케이션 종합대책 이후 학계에서는 젠트리피케이션과 관련한 많은 연구들을 쏟아냈고, 현재까지 불과 3년이지만 빨라지고 있는 젠트리피케이션의 진행속도 만큼이나(윤윤채·박진아, 2016) 젠트리피케이션 진단을 위한 접근 가능한 데이터의 양과 종류도 늘어나고 있다.

이러한 측면에서 본 연구는 과거에는 구득이 어려웠던 데이터를 활용하여 젠트리피케이션 대상지 전체의 진행단계를 진단해 보고자 하며 이를 통하여 단계 전환 변이 과정을 살펴보아 단계가 전환할 때의 과정을 관찰하고 눈 여겨 봐야할 특성을 밝히고자 한다. 이는 단계뿐만 아니라 전환할 때의 특징을 관찰하여 더욱 세부적인 현황파악과 다음 단계로 전환되는 것에 대한 적절한 대응정책이 가능해 질 것이다. 또한, 젠트리피케이션 진단 지표로서의 가능성과 해당 데이터의 가능성을 타진해보고자 한다. 젠트리피케이션은 대상지에 따라 혹은 시간의 흐름에 따라 동일한 진행상태를 가지는 것이 아니라 시작 초기와 이후 언론노출에 따른 유동인구 증가, 이와 함께 임대료 상승, 지역성 변화, 이후에는 프랜차이즈 입점 및 획일화 과정 등을 겪게 된다는 것은 이미 수많은 언론보도와 기존의 연구들에 의하여 보고된바 있다. 즉, 젠트리피케이션 대상지마다의 젠트리피케이션 진행 현황과 변이과정을 파악하고자하는 본 연구는 궁극적으로는 상업 젠트리피케이션 지표의 구득 가능성을 확인하고자 함이며 이는 향후 대상지별 젠트리피케이션 진행현황에 맞는 정책대안을 위한 기초연구자료로서 의미를 가질 수 있을 것으로 본다.

2. 연구의 범위 및 방법

본 연구의 공간적 범위는 서울특별시 젠트리피케이션 종합대책에서 젠트리피케이션이 발생하였다고 언급한 지역 중 용도지역이 제1종, 제2종일반주거지역인 곳으로 한정하였으며 그 중 가로형 상권으로 발달한 대상지 5곳을 선정하였다. 선정된 대상지의 주 가로와 인접해있는 한개 블록에 한정하여 전 층 상점을 분석하였다. 시간적 범위로는 2006년부터 2016년까지로 설정하였는데, 이는 본 연구에서 사용한 통계청의 통계지리정보서비스(SGIS+)에서 제공하는 정보의 최대범위이다.

본 연구는 서울시 주거지역 내 상업 젠트리피케이션 단계 및 변이과정 연구 분석을 위해 다음과 같이 진행되었다. 첫째, 선행연구 검토를 통해 상업 젠트리피케이션의 의미를 재정의 하였으며 상업 젠트리피케이션 단계 별 특성을 고찰하였다. 둘째, 도출된 단계별 특성에 근거하여 이론적 틀을 구성하였으며 이를 검증하기 위하여 업종특성 중심의 상업 특성 변수를 도출하였다. 셋째, 표준화된 변수를 바탕으로 단계적 군집분석을 실시하고 그 결과를 토대로 단계가 존재함을 검증하고 단계별 변이과정을 분석하고자한다. 마지막으로 연구 결과를 바탕으로 서울시에서 일어나고 있는 상업 젠트리피케이션의 객관적 현황을 분석하는 데 기초연구 자료로서 시사점을 제시하고자 한다.

II. 이론 및 선행 연구고찰

1. 젠트리피케이션의 개념

젠트리피케이션이란 1960년대에 노동자 계층이 주로 거주하던 지역에 중상류층 계층이 유입됨에 따라 원주민들의 비자발적인 이주가 일어나는 현상을 지칭하는 개념으로 Glass(1964)에 의해 처음 사용되었다. 산업화 시기 과정에서 영국의 토지 귀족이라는 뜻을 가진 '젠트리(gentry)' 계층들이 토지를 소유화 하게 되면서 토지를 소유하지 못한 빈곤층 원주민들이 압출된 현상과 유사한 개념으로써 젠트리피케이션이라는 용어를 사용하였다(Atkinson and Bridge, 2005; Lees, 2008:4-5). 일반적으로 젠트리피케이션이란 기존의 낙후된 지역에 중상류층이 유입 되면서 그에 따라 노동계급인 빈곤층들이 압출당하는 현상을 의미하지만(Ruth Glass, 1964; Hamnett, 1984; Criekingen and Decroly, 2003) 시간이 흐름에 따라 국가별, 연구자별 연구방향에 따라 조금씩 다른 개념으로 정립되어져왔다.

그 중 본 연구에서는 상업 젠트리피케이션에 집중을 하여 연구하였다. 상업 젠트리피케이션이란 상업가로, 상업 지역 등에서 상업시설이 고급화되는 현상으로 부티크화(Boutiquing)라고도 불리어진다(Lees, 2008; Zukin et al., 2009; Sullivian and Shaw, 2011). 여기서의 부티크는 갤러리, 카페, 고급 레스토랑,

의류상점 같은 업종들을 의미하며 이 같은 업종이 소규모 근린상점을 대체하게 된다. 이에 독특한 장소성을 형성하게 된 가로는 상업 활동이 활성화된다. 하지만 그로인해 점차 임대료가 상승하게 되고 결국에는 대규모 자본이 유입되어 상점이 대형화되는 현상을 보인다(Zukin et al., 2009). 그로 인한 지역변화로 지역의 장소성이 변하고 점차 프랜차이즈화, 동질화 되는 현상을 상업 젠트리피케이션이라 한다(Benediktsson et al., 2016).

국내의 상업 젠트리피케이션은 서구와 유사한 특징을 가지면서도 다른 특징을 가지고 있다. 용도지역 측면에서 주로 상업지역에서 상업 젠트리피케이션이 일어나는 서구와 달리 서울에서는 주로 주거지역이나 준공업지역에 일어나고 있다. 이는 해당 지역의 물리적 환경이 개선되고 새로운 장소성이 창출된다는 긍정적인 효과를 발생시키지만 최근 상업 젠트리피케이션이 심화되면서 부정적인 효과가 커지고 있으며 이 영향은 거주민들에게 직접적인 영향을 주는 결과를 초래한다.

서울시에서의 상업 젠트리피케이션 발생과정의 흐름을 살펴보면 주로 임대료가 저렴한 지역인 주거지역 내 상업가로에 예술가·자영업자 등이 유입되고 이를 따라서 식음업종이 자리를 잡게 된다. 이로 인해 해당 지역의 독창적인 문화가 형성됨에 따라 유동인구가 급증하고 대형 프랜차이즈를 기반으로 하는 음식점·커피숍 등이 증가하게 된다. 이로 인해 지역 정체성이 와해되고 업종이 단일화되는 결과를 초래한다(김희진·최막중, 2016).

2. 상업 젠트리피케이션 관련 연구

(1) 상업젠트리피케이션 선행연구

상업 젠트리피케이션 연구는 비교적 최근에 이루어졌으며 국내에서 이루어진 선행연구를 살펴보면 젠트리피케이션의 요인과 진행 과정 그리고 젠트리피케이션으로 인한 결과 순으로 연구가 진행되었다. 상업 젠트리피케이션의 주요 요인으로는 물리적 요인, 경제적 요인, 인적요인이 언급되었다(김흥순, 2010; 이상훈·신근창·양승우, 2011). 김흥순(2010)은 삼청동길과 신사동의 가로수길을 대상으로 과거와 현재를 관찰함으로써 입지적 요인과 초기의 저렴한 지가가 해당 대상지의 활성화의 단초임을 밝혔으며 해당지역만의 장소성과 다양성을 갖춘 가로경관 또한 활성화의 중요한 요소임을 밝혔다. 이상훈·신근창·양승우(2011)는 신사동 가로수길을 대상으로 해당 지역의 장소성과 분위기 그리고 많은 유동인구를 통해 활력을 느낀다고 판단하였다.

상업 젠트리피케이션이 진행되는 과정에서 나타나는 특징으로는 용도의 변화과정, 프랜차이즈 상점의 증가, 업종의 동질화 현상 등이 있다(이인성·배재흠, 2013; 박진아·정윤주, 2013; 허자연 외, 2015; Benediktsson et al., 2016; Yoon and Park, 2018). 이인성·배재흠(2013)은 신사동 가로수길을 대상으로 용도별 건축물 연면적의 변화와 분포변화를 통해 가로수길의 발전단계를 주택가형성기, 근린상권 개발기, 근린상권 안정기, 문화가로 이미지 형성기, 문화가로 개발기, 상권 확장기 6단계로 구분하였다. 박진아·정윤주(2013)는 삼청동길을 대상으로 소규모 필지의 합필로 인한 대형화가 프랜차이즈 입점에 영향을 주며, 이와 같은 개발 행위로 인하여 소규모 건축물과 이에 입점한 상점들로 구성되어진 기존의 가로가 대규모의 프랜차이즈 상점들로 바뀌게 되면서 기존 상업가로의 정체성에 변화를 준다 하였다. Benediktsson et al.(2016)은 브루클린, 뉴욕을 대상으로 10년간의 사업체 변화 자료를 구축하였다. 이를 바탕으로 프랜차이즈 업종의 밀집과 특정 업종으로의 동질화 현상을 발견할 수 있었으며 이를 상업 젠트리피케이션이 진행되는 과정의 주된 특징이라 정의하였다.

이러한 과정을 통해서 상업 젠트리피케이션은 해당가로의 경제적 활성화측면에서 긍정적인 영향을 가지고 있으면서도 임대료 또는 주민들에게 부정적인 영향 또한 혼재되어있음을 알 수 있었다. 허자연 외(2015)는 경리단길을 대상으로 젠트리피케이션의 원인을 공급자 측면에서 분석하였는데, 권리금 상승에 대한 기대감이 공급자로 하여금 높은 임대료에도 업장을 지속적으로 운영하고자하는 의지에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이로써 경제적 매력에 의한 상권의 형성과 급격하며 활발한 변화는 투기자본의 유입을 부추기는 결과를 초래할 수 있다고 주장하였다. 최막중·양욱재(2018)는 서촌주민 설문조사를 대상으로 경제적 측면, 물리적 측면, 사회적 측면 마다 부정적, 긍정적 영향이 혼재되어 있음으로 이에 대한 처방을 다각적으로 수행해야함을 시사 하였다.

(2) 상업젠트리피케이션 단계 선행연구

이와 같은 상업 젠트리피케이션 연구를 통해 일련의 과정이 존재한다는 것을 다음과 같은 연구들에서 밝혔다. Zukin et al., (2009)은 뉴욕을 대상으로 젠트리피케이션 단계를 분석하였다. 연구결과 상업 젠트리피케이션 과정을 지역상점(Local Stores), 신기업가적 상점(New Retail Entrepreneurs), 기업형 상점(Chain Stores)으로 구분하였다. 지역상점으로는 식료품점, 세탁소 등과 같은 원주민들이 오랫동안 이용해오던 업종을 뜻한다. 이러한 지역상점은 독특한 분위기와 개성 있는 신기업가적 상점이 들어옴에 따라 대체되게 된다. 이러한 과정에서 인구특성을 변화하게 만들고 경제적 활성화를 불러일으켜 해당가로는 경제적 기회를 붙잡게 된다. 소비 공간으로써 유명해진 해당가로에 임대료가 상승하면 이러한 임대료를 감당할 수 있는 대규모의 자본을 가진 기업들이 진출하게 된다. 이로써 초기 젠트리피케이션의 주축이었던 소규모의 독특한 상점들 또한 대체되게 된다.

허자연(2015)은 기존 연구들에서 공통적으로 지표로 삼은 진입자 특성 틀로 단계를 구분하였다. 그 결과 1단계에선 건물주들은 변화를 아직 인지 못한 상태이며 젠트리파이어들의 다른 사람과는 차별화된 소비성향 욕구를 통해 차별화된 상업공간이 만들

어지는 과정이다. 2단계에선 이러한 젠트리파이어들의 자기 과시적 소비를 통해 입소문이 나면서 더 많은 상점수요가 증가하고 투기목적 자본이 유입되는 시기이다. 3단계에서는 상승된 임대료로 인해 대규모 자본이 유입되고 소규모자본들은 압출되는 과정이다.

김희진·최막중(2016)은 삼청동과 신사동 지역을 대상으로 Zukin이 언급한 3단계를 검증하고자 하였다. 최대 5년의 자료를 바탕으로 로드뷰를 통한 건축물용도 파악, 공시지가, 유동 인구 변화량에 의해 젠트리피케이션 진행 과정과 장소성 변화연구를 진행하였다. 그 결과 삼청동과 신사동에서도 Zukin의 단계가 매우 유사하게 발생되고 있다는 점을 실증적으로 검증하였다. Yoon & Park(2018)은 서울시를 대상으로 물리적 측면과 상업 업종변화를 2014년도 1년간의 수치로 관찰하였다. 이단계 군집분석 결과 상업가로를 3개의 군집으로 나눌 수 있었으며 이를 언론에 의해 언급된 시기를 기준으로 시계열 순으로 배열을 하였다. 그 결과 1단계에서는 주거, 한식, 음심적업, 두발 미용업 철물점 등과 같은 근린상업이 대부분을 차지하였으며 2단계의 경우 서양음식점과 카페의 비율이 증가하였다. 3단계의 경우 의류와 화장품 그리고 시계 및 귀금속 종류의 소매업이 큰 폭 증가하였으며 서양음식점과 카페는 큰 폭 감소함을 보였다. 또한 1,2,3 단계로 진행될수록 프랜차이즈 비율이 증가하는 과정을 밝혔다. 위의 선행연구를 종합해보면 용도의 변화과정(근린상업시설의 감소, 부티크 업종의 증가)과 특정업종으로 동질화, 프랜차이즈화를 통하여 해당가로의 특성이 변화하는 일련의 단계적 과정이 존재한다는 것을 알 수 있다.

3. 이론적 분석 틀

이상의 논의를 종합해볼 때, 본 연구에서 검증할 단계에 관한 분석 틀은 다음 〈그림 1〉과 같은 흐름으로 도식화할 수 있다. 상업 특성 측면에서 Zukin et al.(2009)이 제시한 Local Stores→New Retail Entrepreneurs→Chain Stores의 순으로 상업 젠트리피케이션이 진행한다고 가정한다. 우선 본 연구에서는 이를 근린상업시설→부티크 상점→프랜차이즈상점으로 용어를 변환하고자 한다.

1단계인 근린상업시설 단계의 경우, 젠트리피케이션이 아직 일어나지 않은 기존 상태를 뜻한다. 1단계에서는 주거지역의 기반이 되는 근린상업시설의 업종 비율이 높으며 상대적으로 카페와 서양음식점의 비율이 낮다. 또한 프랜차이즈 상점보다는 개인상점의 비율이 더 높다.

2단계인 부티크 상점 단계의 경우, 근린상업시설 업종이 서서히 감소하면서 상대적으로 카페, 서양음식점과 같은 분위기 좋은 개인상점이 증가한 상태를 뜻한다. 이 시기에는 업종의 다양성이 보이며 점진적으로 해당 도시의 활성화가 일어날 수 있는 공간으로 변화하게 된다. 또한 프랜차이즈 상점 비율 역시 증가한다.

3단계인 프랜차이즈 상점 단계의 경우, 소위 '핫'한 가로라고 불리게 된 가로에 대규모 자본을 가진 기업들이 투자하게 되면서 프랜차이즈 업종이 증가하게 된다. 업종은 단일한 업종으로 쏠리게 되며 따라서 업종의 동질성 지수는 증가한다. 이 시기에는 근린상점의 비율이 매우 낮은 반면 카페와 서양음식점의 비율은 높다.

본 논문에서는 3단계를 상업 젠트리피케이션 단계의 틀로 활용하여 대상지들이 어느 정도 젠트리피케이션이 진행되었는지, 그리고 상업 특성 지표가 상업 젠트리피케이션을 측정하는데 있어 타당한 지표인지를 살펴볼 것이다.

4. 연구의 차별성

본 연구가 가지고 있는 차별성은 다음과 같다. 첫째, 본 연구는 기존연구에서 1층부 한정 로드뷰 관찰 또는 현장조사를 통한 업종조사 방법의 한계를 벗어나, 통계지리정보서비스(SGIS plus)를 이용하여 2006년에서 2016년까지의 11년 범위의 전 층의 상점 위치자료와 업종 자료를 구득할 수 있었다. 이에 상업 젠트리피케이션 현상을 가장 잘 설명할 수 있는 업종자료 중심의 상업 특성을 기반으로 한 연구가 가능하였다. 또한 이를 기반으로 시계열의 흐름대로 군집이 분석되었고 이는 상업 젠트리피케이션 단계 지표로써 상업특성 변수가 타당함을 검증 할 수 있다.

둘째, 특정 대상지 중심의 분석을 통해 일반적인 결과를 도출하기 힘들었던 선행연구와는 달리 본 연구에서는 서울시 젠트리피케이션 종합대책에서 상업 젠트리피케이션이 발생되었다고 한 지역들을 분석함으로써 서울시 내에서 발생하고 있는 상업 젠트리피케이션 현상에 대해 일반적인 결과인 단계를 증명할 수 있다.

Figure 1. Research Framework of Commercial Gentrification

Ⅲ. 분석의 틀

1. 대상지 설정 및 분석자료

본 연구의 대상지는 서울시 젠트리피케이션 종합대책에서 젠트리피케이션이 발생하였다는 가로를 대상 지역으로 도출하였다. 언급된 발생대상지로는 홍대, 연남동, 가로수길, 삼청동, 경리단길, 북촌, 서촌, 인사동, 대학로, 성수동, 성미산마을이 해당한다. 본 연구에서의 대상지로는 용도지역이 제1종일반주거지역, 제2종일반주거지역인 가로로 한정하여 선정하였으며 그 중 가로를 중심으로 상권 활성화가 된 지역 5곳을 최종적으로 선정하였다. 이는 〈표 1, 2〉와 같다. 본 연구에서는 2006년에서 2016년 기간 동안 각 대상지의 주 가로에 인접해있는 양쪽 한개 블록 전 층의 모든 상점으로 한정하여 총 4,718개의 점포를 대상으로 결정하였다.

본 연구에서는 통계청에서 제공하는 통계지리정보서비스(SGIS Plus) 자료를 활용하여 위치자료를 제공하는 36개의 업종 중 근린상업시설이 아니며 동시에 젠트리피케이션과 관련 없는 업종인 교습학원, 어학원, 예체능학원, 그리고 인테리어 4개를 제외한 32개의 업종[1]을 활용하여 분석하였다.

Table 1. Research Area and Street

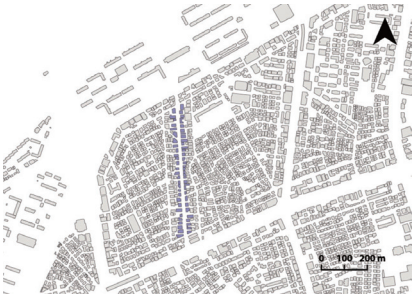
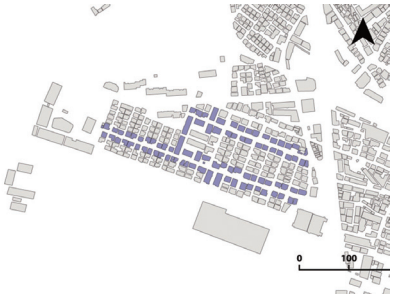
Area	Street	Land Use
Garosu-gil	Garosu-gil	Class Ⅱ general residential Area
Samcheong-dong	Samcheong-ro	Class Ⅰ general residential Area
Seongsu-dong	Seoulsup 2-gil	Class Ⅰ & Ⅱ general residential Area
	Seoulsup 4-gil	Class Ⅱ general residential Area
Seochon	Jahamun-ro 7-gil	Class Ⅱ general residential Area
Gyeonglidan-gil	Hoenamu-ro gil	Class Ⅱ general residential Area

2. 변수설정

본 연구는 선행연구에서 추출한 상업 젠트리피케이션 단계의 상업특성인 '프랜차이즈 비율', '동질화', '근린상업시설 비율', '카페와 서양음식점 비율'을 변수로 적용하였다(Zukin et al., 2009; Zukin and Braslow, 2011; 박진아·정윤주, 2013; 김희진·최막중, 2016; Benediktsson et al., 2016; Yoon and Park, 2018; 김동현·박진아, 2017).

첫째, 프랜차이즈화를 측정하기 위해 본 연구에서는 해당 대상지 가로 내 존재하는 프랜차이즈 상점의 비율을 측정하였다. 본 연구에서의 프랜차이즈의 정의란 표준화된 매뉴얼을 가지고 있으며 2개 이상의 같은 이름을 지닌 상점이라 정의하였다(박진아·

Table 2. Research Area

① Garosu-gil	② Seoulsup 2-gil, 4-gil	③ Samcheong-ro
		
④ Jahamun-ro 7-gil	⑤ Hoenamu-ro	

정윤주, 2013). 프랜차이즈 비율의 수식은 다음과 같다.

$$FS_t = \frac{F_t}{E_t}$$

FS_t: 프랜차이즈 상점 비율
F_t: t년의 프랜차이즈 상점 수
E_t: t년의 총 업종(Establishment) 수

둘째, 동질화는 상업가로 내에 존재하는 업종 종류의 동질성 정도(Retail Homogeneity)를 통해 확인할 수 있다. 업종은 9차 한국표준산업분류에 따라 분류되었으며 실생활에서 쉽게 이해할 수 있는 명칭으로 변경하였다. 업종 종류의 동질성을 측정하기 위해 본 연구에서는 허쉬만-허핀달 지수(HHI)를 사용하였다. 허쉬만-허핀달 지수(HHI)는 경제학에서 주로 시장 내 집중도를 파악하는데 사용되고 있으며 도시 연구에서 또한 지역 또는 특정 구역 내에 입지한 업종의 동질성을 측정하는데 사용된다(Meltzer and Schuetz, 2012; Benediktsson et al., 2016). 지수 값이 1,000 이하면 '비집중(unconcentrated)' 즉 업종이 다양한 것을 뜻하며, 1,000 이상 1,800 이하면 '집중(moderately concentrated)' 업종이 점차 동질화되고 있는 현상이며 1,800 이상이면 '고집중(highly concentrated)'이며 이는 업종이 매우 단일화 되었다고 해석할 수 있다. 허쉬만-허핀달 지수를 사용한 업종 다양성 수식은 다음과 같다.

$$H_t = \sum_{i=1}^{n} S_i^2$$

S_i: t년의 가로 내 세세분류 i의 비율
H_t: t년의 업종의 획일화 정도

셋째, 근린상점 비율을 측정하기 위해 본 연구에서는 해당 대상지 가로 내에 존재하는 근린상업시설 상점의 비율을 측정하였다. 본 연구에서는 선행연구에서 발견되는 근린상점의 특징을 통해 조작적 정의를 하였다(Meltzer and Capperis, 2017; 김동현·박진아, 2017). 이에 본 연구에서는 통계지리정보서비스에서 제공하는 업종 36개 중 건축법상 제1종에 해당하는 근린생활시설로 한정하였으며 제1종과 제2종 모두에 포함되어있는 휴게음식점, 제과점, 서점 같은 경우 면적에 따라 제1종, 제2종으로 나뉘는데 본 연구에서는 자료의 한계로 면적을 통해 구분할 수 없었기에 세 가지 업종을 제외하였다. 또한 젠트리피케이션에 영향을 주는 의류와 화장품상점을 제외하였다. 따라서 공중목욕탕, 이발소, 세탁소, 문구점, 식료품점, 철물점, 슈퍼마켓, 편의점, 미용실을 대상으로 하였다.

$$NS_t = \frac{N_t}{E_t}$$

NS_t: 근린상업 시설 비율
N_t: t년의 근린상업 시설 수
E_t: t년의 총 업종(Establishment) 수

넷째, 카페와 서양음식점 비율을 측정하기 위해 본 연구에서는 해당 대상지 가로 내 존재하는 카페와 서양음식점의 합을 비율로 측정하였다. 앞서 언급했다시피 카페와 서양음식점 업종은 젠트리피케이션이 초기에 일어날 당시 제일 먼저 들어오는 업종으로 젠트리피케이션이 일어나는 시기를 잘 알려줄 수 있는 변수이다(Zukin et al., 2009; 염지혜·양승우, 2014; 허자연, 2015).

$$CWS_t = \frac{CW_t}{E_t}$$

CWS_t: Cafe&Western 상점 비율
CW_t: t년의 Cafe&Western 상점 수
E_t: t년의 총 업종(Establishment) 수

3. 군집분석

본 연구에서는 상업특성 변수를 이용한 상업젠트리피케이션의 지표가 타당하며 신뢰성이 높은 지표인가에 대해 검증하기 위해 5곳의 대상지의 11년간(2006~2016년) 자료를 통해 총 55개를 군집분석을 실시하였다. 일반적으로 군집분석은 계층적 군집분석(hierarchical clustering)과 비계층적 군집분석(Non-hierarchical clustering)으로 나뉘는데, 군집분석을 단계적으로 수행하게 되면 군집을 도출하는데 있어 정확도가 높아진다. 이는 선행연구들에서도 주로 사용된 방법이며 본 연구에서도 순차적으로 군집분석을 실시하였다. 군집분석을 위해 앞서 언급한 변수 4가지를 표준화한 후 개체의 유사도를 유클리드 제곱거리를 사용하여 측정하였다. 또한 군집방법으로는 워드방법(Ward's method)을 활용하여 군집평균과 군집 내 개체들의 차이 제곱 합이 최소가 되도록 군집을 병합해가는 방법을 사용하였다. 계층적 군집분석에서 도출된 최적의 군집수를 비계층적 군집분석에 적용하였으며, K-평균법(K-means)을 사용하였다.[2)]

Ⅳ. 분석결과 및 해석

1. 기초통계

〈표 3〉은 본 연구의 대상지 가로수, 경리단길, 삼청로, 서울숲, 서촌의 연도별 변수들을 나타내고 있는 기초통계이다. 첫째, 동

Table 3. Basic Statistics

		2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Garosu	Retail Homogeneity	1812.2	1587.8	1968.3	1856.0	1959.7	2296.0	2356.9	2607.8	2700.8	2592.1	2769.3
	Share of Chain Store	0.173	0.217	0.202	0.252	0.348	0.437	0.468	0.481	0.574	0.623	0.681
	Share of Neighbourhood Store	0.086	0.113	0.096	0.107	0.101	0.093	0.075	0.076	0.056	0.050	0.067
	Share of Café, Western food Store	0.185	0.160	0.228	0.237	0.196	0.199	0.215	0.196	0.179	0.189	0.141
Samcheongro	Retail Homogeneity	1850.5	1727.5	1876.9	1816.4	1779.4	1758.6	1753.5	1856.7	1753.7	1878.1	1928.2
	Share of Chain Store	0.014	0.054	0.096	0.151	0.151	0.258	0.333	0.351	0.364	0.402	0.366
	Share of Neighbourhood Store	0.043	0.054	0.036	0.043	0.054	0.045	0.042	0.031	0.045	0.049	0.059
	Share of Café, Western food Store	0.319	0.419	0.458	0.473	0.462	0.438	0.385	0.361	0.327	0.275	0.238
Gyeongridan-gil	Retail Homogeneity	939.8	1190.8	1071.5	937.5	818.9	884.8	813.0	820.3	863.1	887.2	826.6
	Share of Chain Store	0.129	0.125	0.168	0.163	0.153	0.144	0.162	0.185	0.197	0.211	0.183
	Share of Neighbourhood Store	0.235	0.192	0.198	0.202	0.216	0.212	0.208	0.207	0.191	0.183	0.157
	Share of Café, Western food Store	0.082	0.106	0.079	0.096	0.126	0.136	0.123	0.156	0.191	0.240	0.235
Seochon	Retail Homogeneity	1022.2	1111.1	1203.7	1072.9	1072.7	946.7	918.9	858.5	778.5	979.9	1027.1
	Share of Chain Store	0.070	0.083	0.082	0.085	0.118	0.115	0.118	0.113	0.103	0.139	0.177
	Share of Neighbourhood Store	0.302	0.333	0.286	0.298	0.255	0.269	0.255	0.210	0.162	0.125	0.127
	Share of Café, Western food Store	0.000	0.000	0.000	0.000	0.020	0.019	0.020	0.097	0.176	0.194	0.190
Seoulsup	Retail Homogeneity	1851.9	2189.3	1644.4	1834.3	2177.8	1530.6	1734.7	1377.8	1171.9	1039.7	1758.0
	Share of Chain Store	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.071	0.143	0.200	0.188	0.130	0.130
	Share of Neighbourhood Store	0.611	0.615	0.333	0.385	0.600	0.571	0.714	0.600	0.500	0.348	0.304
	Share of Café, Western food Store	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.133	0.188	0.217	0.348

질화 지수를 살펴보면 삼청로와 가로수길의 경우 큰 폭의 하락 없이 동질성 지수가 높아지는 것을 볼 수 있다. 경리단길의 경우 큰 폭의 변화는 보이지 않았으나 10년 대비 업종이 더 다양해진 것을 알 수 있다. 서촌의 경우 10년간 큰 폭을 보이지 않았으며 약 1,000 정도의 수치로 비교적 업종이 다양하다는 것을 알 수 있다. 서울숲의 경우 초기 동질성 지수가 1,851.9로 높았으며 시간이 지날수록 다양해졌다. 하지만 2016년 카페의 급격한 유입으로 1,758 수치를 보이며 업종이 상당히 동질화된 것을 관찰할 수 있다.

둘째, 프랜차이즈 상점의 분포변화를 살펴보면 모든 가로에서 대개 증가하는 추세를 보이며 그 중 가로수길은 2016년 0.681의 수치로 대략 가로의 68% 정도의 상점이 프랜차이즈 상점인 것을 알 수 있다. 서울숲의 경우 2006년에서 2010년까지는 해당 가로 내에 프랜차이즈 상점을 관찰 할 수 없었으나 그 이후로 조금씩 프랜차이즈 상점이 들어오는 것을 관찰할 수 있다.

셋째, 근린상업시설의 분포변화를 살펴보면 모든 가로에서 대개 감소하는 추세를 보인다. 가로수와 삼청로는 2016년의 각각 수치가 0.067, 0.059로 다른 가로들에 비교해 현저히 적은 것을 알 수 있다. 경리단길과 서촌 또한 최근 들어 많은 양의 근린상점이 감소한 것을 관찰할 수 있다. 다만 서울숲의 경우는 다른 가로와 다른 양상을 보인다. 2010년과 2012년 지점의 근린상점의 상승이 보이는데 업종 분석결과, 이는 근린상업시설에 해당하는 업종인 편의점과 미용실의 유입이 커졌기 때문이다.

넷째, 카페와 서양음식점의 분포변화를 살펴보면 두 종류로 나눠서 볼 수 있다. 삼청로와 가로수길의 경우 감소하는 추세를 보이는 반면 서울숲, 경리단길, 서촌의 경우 지속적인 증가 추세를 관찰할 수 있다.

2. 군집분석에 의한 가로 유형화

앞서 Ⅲ장에서 언급했다시피 프랜차이즈화 비율, 동질화, 근린상점 비율, 카페와 서양음식점 비율의 연도별 수치를 표준화하여 이를 순차적으로 계층적 군집분석과 비계층적 군집분석을 실시하였다. 계층적 군집분석에 의해 도출된 결과로 3개의 유형으로 분류하는 것이 적합하다고 판단되었다. 비계층적 군집분석 중 하나인 K-means법을 사용하여 대상지별 연도별 재 유형화하였다. 그 결과 다음 〈표 4〉와 같이 도출되었다. 군집 1의 경우 서울숲 06년부터 14년, 서촌 06년에서 12년까지 해당하며 군집 2엔 경리단길 06년에서 16년, 서울숲 15년에서 16년, 삼청로 06년에서 11년, 가로수 06년에서 09년, 서촌 13년에서 16년이 해당한다. 군집 3에서는 삼청로 12년에서 16년 그리고 가로수길 10년에서 16년이 해당한다.

3. 가로 유형별 특성 분석

군집 분석 결과를 바탕으로 유형별 특성을 분석하고 단계화를 관찰하고자 한다. 〈표 4〉를 참조하면 유형1의 HHI 지수는 1428.8로 적당히 업종이 동질적인 것을 알 수 있다. 프랜차이즈 수치와 카페와 서양음식점 수치는 각각 0.07952, 0.02370로 매우 적은편이며 다른 가로 유형과 비교하여도 가장 적은 편이다. 그에 반해 근린상업시설의 수치는 0.43303으로 다소 높은 편이며 다른 유형과 비교하여도 가장 높은 편이다. 이러한 분석을 토대로 유형1은 근린상업시설의 분포가 높고 카페, 서양음식점, 프랜차이즈 업종이 적은 것을 보아 젠트리피케이션이 발생하기 전 상황인 젠트리피케이션 1단계로 볼 수 있다.

유형2의 HHI지수는 1278.84385로 업종이 다소 동질적이다. 프랜차이즈 수치는 0.15386으로 유형1보다 더 늘어난 것을 볼 수 있다. 근린상업시설의 수치는 0.15388로 다소 낮은 수치를 보이며 유형 1보다 급격하게 감소한 것을 관찰할 수 있다. 카페와 서양음식점의 수치로는 0.22860으로 유형1의 약 10배 되는 수치로 급격히 카페와 서양음식점 업종이 증가한 것을 알 수 있다. 이를

Table 4. Cluster Analysis

Category	Cluster			F	P
	1(n=16)	2(n=27)	3(n=12)		
Retail Homogeneity	1428.80143	1278.84385	2204.39463	19.504	0.000
Share of Chain Store	0.07952	0.15386	0.45230	93.826	0.000
Share of Neighbourhood store	0.43303	0.15388	0.06203	51.880	0.000
Share of Cafe, Western food store	0.02370	0.22860	0.24164	24.611	0.000
Street	Seoulsup 06-14 Seochon(Jahamun-ro 7-gil) 06-12	Gyeonglidan-gil 06-16 Seoulsup 15-16 Samcheong-ro 06-11 Garosu-gil 06-09 Seochon(Jahamun-ro 7-gil) 13-16	Samcheong-ro 12-16 Garosu-gil 10-16		

종합해봤을 때 유형2는 유형1보다 업종의 다양화, 근린상업시설의 감소, 카페와 서양음식점 증가, 프랜차이즈 업종이 증가함을 관찰할 수 있다. 이는 앞서 분석의 틀에서 언급한 젠트리피케이션 정의 중 2단계로써 부티킹(Boutiquing)이 돼가는 과정을 잘 설명해준다.

유형3의 HHI 지수는 2204.39463으로 업종이 매우 단일화되었음을 알 수 있다. 프랜차이즈 수치는 0.45230으로 가로의 약 절반이 프랜차이즈 소유의 상점임을 알 수 있다. 이는 젠트리피케이션이 진행될수록 대규모 자본이 들어와 기업화되는 현상을 잘 설명하고 있다. 근린상업시설의 수치는 0.06203으로 매우 낮은 비율을 보인다. 또한, 카페와 서양음식점의 수치를 보면 0.24164로 유형2와 많은 차이를 보이지는 않지만 다른 유형에 비교해 가장 높은 수치를 보인다. 이는 앞서 분석의 틀에서 언급한 젠트리피케이션 3단계의 특징과 유사하므로 이를 젠트리피케이션 3단계라 볼 수 있다.

4. 단계 전환 시기 특성 분석

본 연구에서는 상업특성지표의 타당성과 해당 데이터의 가능성을 검증하며 단계 진행에 있어 어떠한 요소가 단계전환에 영향이 큰 요소인지를 알아보고자 하므로 단계전환 시기를 분석하는 것은 중요한일이다. 군집분석결과, 1단계에서 2단계로 진행되는 시기엔 서울숲과 서촌이 진행되고 있으며 2단계에서 3단계로 진행되는 시기에는 삼청로와 가로수길이 있다. 〈그림 2, 3, 4, 5〉와 자세한 수치를 알려주는 〈표 3〉을 참고하고자한다.

먼저 서울숲부터 살펴보고자 한다. 근린상업시설의 경우 2006년부터 2012년까지 증가와 감소를 반복하다 2012년을 기점으로 급격히 감소하는 것을 볼 수 있다. 2009년과 2012년 사이에는 근린상업시설이 증가하는 현상을 보이는데 이는 GS 성동서울숲점(2011년 개점), 세븐일레븐 성수서울숲점(2012년 개점)과 같은 프랜차이즈 편의점의 유입으로 인한 결과임을 알 수 있다. 카페와 서양음식점의 변화를 살펴보면 2006년에서 2010년까지는 서울숲에 카페와 서양음식점이 존재하지 않았으나 근린상업시설이 급격히 감소하기 시작한 2012년부터 해당 업종이 유입되기 시작한 것을 관찰할 수 있다. 이는 근린상업시설의 빈자리를 카페와 서양음식점 같은 업종이 채우고 있는 것이라 해석할 수 있다. 또한, 2015년부터 카페와 서양음식점이 급격한 증가율을 보이는데, 이는 젠트리피케이션이 일어나는 시기로 소규모의 독특한 개성을 지닌 상점들이 유입되는 것이라 해석할 수 있다. 프랜차이즈 상점의 경우 2011년부터 발생하기 시작하였는데 이는 앞서 언급한 프랜차이즈 편의점의 개점으로 볼 수 있으며 2016년까지 별다른 증가치를 보여주지 않음을 볼 수 있다. 동질성 지수의 경우 증가와 감소를 반복하였고 이에 다양성을 지닌 가로로 변화하였다. 하지만 2016년 1,758수치로 다시 업종이 단일화 되어가는 것을 관

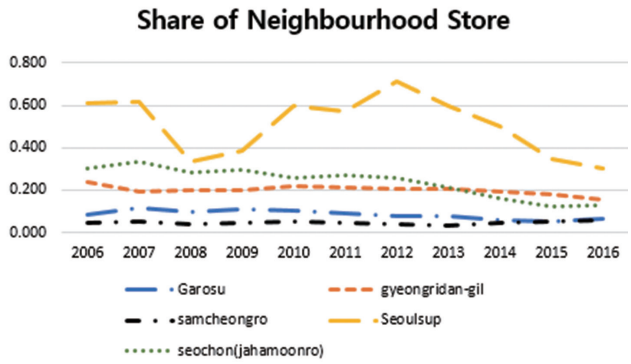


Figure 2. Graph of Neighbourhood store

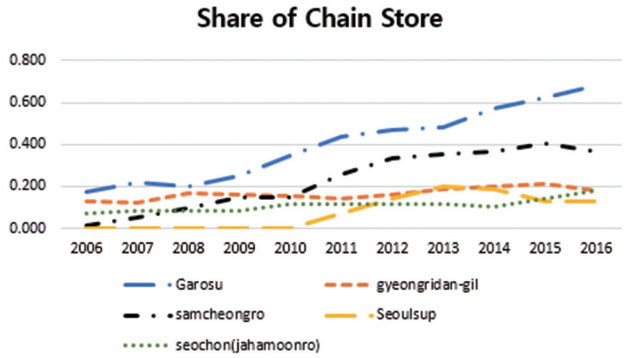


Figure 3. Graph of Chain store

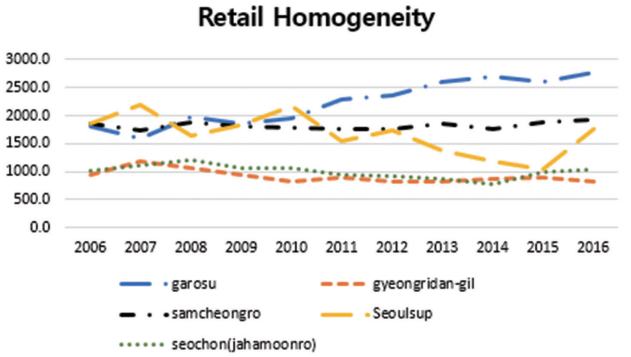


Figure 4. Graph of Retail Homogeneity

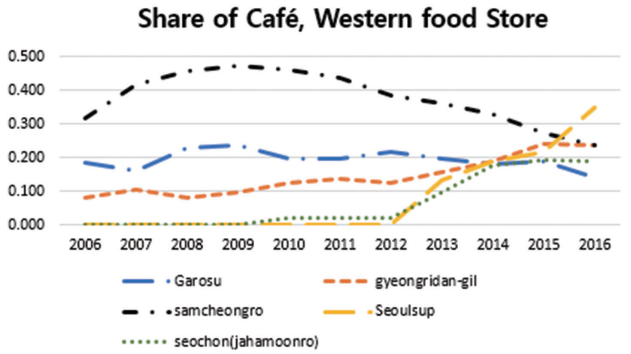


Figure 5. Graph of Cafe, Western food store

찰할 수 있었으나 2016년도 이후의 변화는 알 수 없기에 단정할 수는 없다.

서촌의 경우를 살펴보면 근린상업시설의 경우 2006년에서 2012년까지 증가와 감소를 반복하다 2012년에 급격히 감소하는 것을 관찰할 수 있다. 카페와 서양음식점의 경우 2009년부터 생겨나기 시작하다가 이 또한 근린상업시설이 급격히 감소하던 2012년부터 급격히 증가하는 것을 관찰할 수 있다. 서울숲과 마찬가지로 근린상업시설의 압출로 인한 빈자리를 카페와 서양음식점과 같은 신규 업종이 채우는 것이라 해석할 수 있다. 프랜차이즈 상점 같은 경우 2006년부터 서서히 증가하다 2014년에 급격히 증가함을 알 수 있다. 동질성 지수의 경우 전년도에 걸쳐서 대략 1,000수치를 유지하고 있으며 이는 다른 가로에 비해 다양한 업종으로 구성되어있음을 유추할 수 있다.

2단계에서 3단계로 진행되는 시기인 가로수길을 먼저 살펴보면 근린상업시설의 경우 전년도를 통틀어, 대략 10%미만으로 매우 낮은 비율을 보이고 있다. 프랜차이즈의 비율 변화의 경우 2006년도에서 2008년까지는 미세한 증가를 보이다가 3단계로 넘어가기 직전인 2008년도부터 급격한 증가 추세를 보인다. 카페와 서양음식점의 비율변화를 살펴보면 2012년부터 하향곡선을 보이고 있다. 동질성 지수를 나타내는 HHI지수를 살펴보면 감소와 증가를 반복하며 우상향하는 모습을 관찰할 수 있다. 2016년도에는 HHI지수가 2,769로 매우 업종이 단일화되었음을 알 수 있다.

삼청로의 경우 근린상업시설의 전년도를 살펴보면 가로수와 유사하게 대략 5%미만으로 매우 낮은 비율을 보이고 있다. 프랜차이즈 비율 변화의 경우 가로수길과 유사한 패턴을 보였다. 프랜차이즈 비율의 경우 2006년에서 2010년까지인 4년 동안 완만히 약 15%가 증가하였으며, 3단계로 넘어가기 직전인 2010년부터 1년 사이에는 약 10%의 증가를 보이는 급격한 증가 추세를 보인다. 카페와 서양음식점의 비율 변화를 살펴보면 2006년에서 2009년까지 증가추세를 보이다가 서서히 감소하는 모습을 관찰할 수 있으며 단계가 전환되는 시점인 11년부터 급격히 감소하는 추세를 볼 수 있다. 동질성 지수를 나타내는 HHI지수를 살펴보면 10년간 큰 폭의 변화는 보이지 않았으며 2014년에서 2016년으로 갈수록 점점 증가하는 추세로 이는 업종이 단일화되는 것을 유추할 수 있다.

V. 결 론

본 연구에서는 2006년에서 2016년까지의 위치자료 서비스를 제공하는 통계지리정보서비스(SGIS plus)를 이용하여 상업 젠트리피케이션 지표의 타당성을 검증하였다. 또한, 군집분석을 이용하여 유형을 구분하였고, 이를 통해 나온 유형이 상업 젠트리피케이션의 단계를 보여줄 수 있는지에 대해 확인하였다. 선행연구에서 상업 젠트리피케이션을 국지적으로 살펴봤다는 점, 단계를 검증하고자 할 때 상업특성보다 물리적 변수를 집중해서 고찰했다는 점과 달리, 본 연구에서는 각 대상지의 변화를 시계열로 보았을 때 가장 변동성이 큰 상업특성을 정량적으로 보았다는 점에서 연구의 차별성이 있다. 본 연구의 주요결과는 다음과 같다.

첫째, 상업특성인 동질성 지수, 프랜차이즈 비율, 근린상업시설 비율, 카페와 서양음식점 비율 변수 4가지를 바탕으로 군집분석을 사용하여 3개의 유형을 도출하였다.

둘째, 군집결과로 도출된 유형별 특성을 분석하였다. 유형1은 상업 젠트리피케이션이 일어나기 전인 1단계로써 근린상업시설의 수치가 가장 높고 프랜차이즈 수치와 카페 서양음식점 수치가 가장 적은 편이었다. 유형2는 부티크화가 일어나고 있는 2단계 젠트리피케이션으로써 근린상업시설 비율이 줄어듦과 동시에 카페와 서양음식점의 비율이 늘어남을 관찰할 수 있었다. 또한 프랜차이즈 수치 또한 증가하며 다양한 상점의 증가로 HHI 지수는 감소하여 업종의 다양성을 확인할 수 있다. 유형3은 젠트리피케이션이 많이 진행된 3단계로써 근린상업시설은 가장 낮은 수치를 보이는 반면 카페와 서양음식점의 비율과 프랜차이즈 비율은 가장 높은 비율을 보였다. HHI지수 또한 다른 유형에 비해 높은 수치를 보임에 따라 업종이 단일화되고 대부분의 상점이 프랜차이즈 상점으로 변화한 것을 관찰할 수 있다.

셋째, 단계 전환 시기 분석을 통하여 1단계에서 2단계로 진행되는 시점과 2단계에서 3단계로 진행되는 시점에 어떠한 요소를 관찰해야하는지에 대해 예측할 수 있었다. 1단계에서 2단계로 변화하는 시기인 서울숲과 서촌의 공통점을 살펴보면 먼저 업종의 변화가 보인다는 것이다. 근린상업시설의 감소와 카페와 서양음식점의 증가가 단계를 변화하는 시점을 예측할 수 있는 것으로 관찰된다. 그에 반해 프랜차이즈 변화에서는 공통점을 찾기 힘들었으나 대략 2단계의 변화가 일어난 시점 이후인 시기 즈음에 프랜차이즈 상점이 증가하는 것을 서촌에서 관찰할 수 있었다. 따라서 1단계에서 2단계로 진행하는 시점을 관찰하려면 업종의 변화를 지속적으로 모니터링 하는 것이 중요하다고 판단된다.

2단계에서 3단계로 진행하는 시기인 가로수길과 삼청로의 공통점을 살펴보면 근린상업시설의 비율이 이미 많이 감소하여 두 가로 모두 약 10% 미만의 근린상업시설만이 존재하였다. 또한 프랜차이즈 상점 변화비율도 비슷한 양상을 띠고 있었는데 단계의 전환 시점 직전까지 완만하게 증가하다가 단계가 일어나기 전년도부터 급격히 증가하는 것을 관찰할 수 있었다. 그에 반해 카페와 서양음식점 비율과 동질성지수는 일반적인 변화 양상을 찾기 힘들었으나 카페와 서양음식점 비율이 결국에는 감소한다는 사실을 찾아낼 수 있었다. 이는 업종별 객단가의 차이나 회전율의 요인에서 기인하는 것으로 판단되었다(허자연, 2015). 젠트리피케이션 초기 소매점이나 생활서비스 업종과는 달리 객단가가 상대적으로 적은 식음료 업종이 많이 증가하게 되는데(염지혜·양승우, 2014) 이러한 식음료관련 업종들은 회전률의 한계로 매출에

상한선이 존재한다(SK텔레콤 기업사업본부 지오비전, 2013). 따라서 젠트리피케이션의 진행이 오랫동안 이어진 상권에서는 카페와 서양음식점이 결국엔 감소하는 추세를 보이는 것으로 예측할 수 있다. 따라서 2단계에서 3단계로 진행하는 시점을 관찰하려면 근린상업시설의 감소추세와 프랜차이즈상점의 증가와 같은 요소를 지속적으로 모니터링 하여 예측하는 것이 중요하다 판단된다.

마지막으로, 앞선 분석결과를 종합해보면 다음과 같은 시사점이 도출된다. 첫째, 정책에 앞서 본 연구를 통해 상업 특성을 사용하여 상업 젠트리피케이션 지표의 구득 가능성을 확인하였다. 둘째, 단계별 전환 시기에 눈여겨 봐야할 상업특성을 도출하였고 이에 공공에서는 단계별로 상이한 모니터링이 필요함을 도출하였다. 셋째, 1단계의 경우 주로 근린상업시설이 기반인 주거위주의 기능을 가지고 있으므로 상업 젠트리피케이션 진행에 대한 지역별 니즈에 맞게 대응정책을 마련할 필요가 있다. 2단계의 경우 근린상업 시설과 상업이 혼재된 단계로써 업종이 다양해진 것을 볼 수 있다. 이에 해당 가로의 활성화를 보존하면서 더 이상 주거기능을 해치지 않는 선에 있어 지구단위계획 차원에서 동일 업종에 대한 일정 비율 제한, 프랜차이즈 제한 등 주거지로서의 기능을 보호해야 한다. 3단계의 경우 주거의 기능보다는 상업화가 이루어진 단계로써 해당가로의 특성을 살려서 대표적인 관광지로의 역할을 할 수 있도록 해당 가로의 상업 활성화 정책을 마련해야한다.

본 연구에서 사용한 데이터는 과거에 비해 다양해졌지만 모든 대상지의 1단계부터 측정을 하기에는 데이터의 한계를 가진다. 그럼에도 불구하고 본 연구는 서울시 주거지역 내에서 발생하고 있는 상업 젠트리피케이션 현상을 일반화할 수 있었다는 점에서 의의를 가진다. 향후에는 더욱 개선된 데이터를 바탕으로 장기간의 국내에서 발생하는 상업 젠트리피케이션을 대상으로 분석하고자한다. 이는 보다 일반적인 결과인 국내 상업 젠트리피케이션 단계 구분을 할 수 있을 것이라 판단된다.

주1. 한식 음식점, 중식 음식점, 일식 음식점, 분식 음식점, 서양 음식점, 제과점, 패스트푸드점, 치킨, 호프 및 간이주점, 카페, 기타 외국식 음식, 문구점, 서점, 편의점, 식료품점, 휴대폰점, 의류, 화장품/방향제, 철물점, 주유소, 꽃집, 슈퍼마켓, 목욕탕, 부동산중개업, 이발소, 미용실, 세탁소, pc방, 노래방, 호텔, 여관 및 여인숙, 펜션 32개 업종

주2. 단계 별 계수의 변화 폭이 크게 나타나는 구간에서 군집수가 결정되므로 변화의 폭이 큰 단계가 덴드로그램상에 군집화 되는 부분에 수평선을 그려 최적의 군집수를 도출함.

인용문헌
References

1. 김동현·박진아, 2017. “근린상점 접근성의 공간적 형평성 분석: 서울시 사업체조사 (2006~2014) 자료를 중심으로.”, 「국토계획」, 52(6): 43-56.
   Kim, D.H. and Park, J.A., 2017. “Spatial Equity of Neighborhood Store Accessibility: Focused on the Census on Establishments (2006-2014) in Seoul, Korea”, *Journal of Korea Planning Association*, 52(6): 43-56.
2. 김희진·최막중, 2016. “문화특화지역의 상업적 젠트리피케이션 과정과 장소성인식 변화의 특성: 삼청동과 신사동 가로변을 사례로”, 「국토계획」, 53(3): 97.
   Kim, H.J. and Choi, M.J., 2016. “Characteristic of Commercial Gentrification and Change in Perception of Placeness in Cultural Districts : The Case of Samcheong-dong and Sinsa-dong Streets in Seoul”, *Journal of Korea Planning Association*, 53(3): 97.
3. 김흥순, 2010. “신사동 가로수 길과 삼청동 길의 활성화 요인 연구”, 「대한건축학회논문집」, 26(5): 325-334.
   Kim, H.S., 2010. “A Study on Revitalization Factors of Garosu-gil and Samcheongdong-gil, Seoul”, *Journal of Architectural Institute of Korea*, 26(5): 325-334.
4. 박진아·정윤주, 2013. “삼청동길 상업가로 장소성 변화요인으로서 프랜차이즈 상점 입점현상 고찰 및 개선방안 연구”, 「대한건축학회논문집」, 29(5): 215-223.
   Park, J.A. and Jeong, Y.J., 2013. “A Studt on the Occupancy of Franchisor as the Change Factor of the Identity in Commercial Street, Focused on Samcheongdong-Gil”, *Journal of Architectural Institute of Korea*, 29(5): 215-223.
5. 이상훈·신근창·양승우, 2011. “상업가로로서 신사동 가로수길의 형성과정 및 활성화 요인 연구”. 「도시설계」, 12(6), 77-88.
   Lee, S.H., Shin, G.C. and Yang, S.W., 2011. “The Development Process and the Livability Factors of Garosoo-gil as a Commercial Street in Sinsa-dong, Seoul”, *Journal of the Urban Design Institute of Korea Urban Design*, 12(6): 77-88.
6. 이인성·배재흠, 2013. “문화상업가로 활성화 과정에서의 건축물 용도변화”, 「한국도시설계학회지 도시설계」, 14(5): 127-140.
   Lee, I.S. and Bae, J.H., 2013. “Transition of Building Uses in the Culture-based Vitalization of Commercial Streets – A Case Study of Garosu-Gil, Seoul”, *Journal of the Urban Design Institute of Korea Urban Design*, 14(5): 127-140.
7. 염지혜·양승우, 2014. “음식점 변화를 통한 서울 삼청동길의 상업가로 활성화 단계 실증해석”, 「한국도시설계학회지 도시설계」, 15(6): 111-122.
   Yeom, J.H. and Yang, S.W., 2014. “Empirical Analysis of the Vitalization Step of Commercial Street in Samcheongdong-gil, Seoul through the Restaurant Change”, *Journal of the Urban Design Institute of Korea Urban Design*, 15(6): 111-122.
8. 윤윤채·박진아, 2016. “상업용도 변화 측면에서 본 서울시의 상업 젠트리피케이션 속도 연구”. 「서울도시연구」, 17(4): 17-32.
   Yoon, Y.C. and Park, J.A., 2016. “The Rate of Commercial Gentrification in Seoul focusing on Changing Type of Business”, *Seoul Studies*, 17(4): 17-32.
9. 최막중·양욱재, 2018. “주거지역의 상업적 젠트리피케이션에 따른 물리적, 경제적, 사회적 효과”, 「국토계획」, 53(1): 123.

Choi, M.J. and Yang, W.J., 2018. "Physical, Economic and Social Effects of Commercial Gentrification in Residential Area", *Journal of Korea Planning Association*, 53(1): 123.

10. 허자연, 정연주, 정창무, 2015. "상업공간의 젠트리피케이션 과정 및 사업자 변화에 관한 연구: 경리단길 사례", 「서울도시연구」, 16(2): 19-33.
Heo, J.Y., Jeong, Y.J. and Jung, C.M., 2015. "Gentrification Process and Changing Shop Owners in Commercial Area on Gyeongridan Street", *Seoul Studies*, 16(2): 19-33.

11. 허자연, 2015. "서울시 상업가로의 변천과정에 관한 연구", 서울대학교 대학원 박사학위 논문.
Heo, J.Y., 2015. "The Dynamics of Commercial Streets in Seoul", PH. D. Thesis, Seoul National University.

12. SK텔레콤 기업사업본부 지오비전, 2013. 「빅데이터 활용 관광사업 성과 시범 분석」, 서울: 한국관광공사.
SK Telecom Corporate Business Division GeoVision, 2013. *Demonstration of Tourism Business Performance by Big Data Utilization*, Seoul: Korea Tourism Organization

13. Atkinson, R. and Bridge, G., 2005. "The New Urban Colonialism: Gentrification in a Global Context", London: Routledge.

14. Baudrillard, J., 1999. *Revenge Of The Crystal-Classic Edition: Selected Writings on the Modern Object and Its Destiny*, 1968-1983, Pluto Press.

15. Benediktsson, M.O., Lamberta, B. and Larsen, E., 2016. "Taming a "Chaotic Concept": Gentrification and Segmented Consumption in Brooklyn, 2002–2012". *Urban Geography*, 37(4): 590-610.

16. Criekingen, M.V. and Decroly, J.M., 2003. "Revisiting the Diversity of Gentrification: Neighbourhood Renewal Processes in Brussels and Montreal", *Urban Studies*, 40(12): 2451-2468.

17. Glass, R., 1964. *Introduction to London: Aspects of Change*, London: Center for Urban Studies.

18. Hamnett, C., 1984. "Gentrification and Urban Location Theory: a Review and Assessment. Progress in Research and Applications", *Geography and the Urban Environment*, 6: 283-319.

19. Lees, L., 2008. "Gentrification and Social Mixing: Towards an Inclusive Urban Renaissance?". *Urban Studies*, 45(12): 2449-2470.

20. Meltzer, R. and Schuetz, J., 2012. "Bodegas or Bagel Shops? Neighborhood Differences in Retail and Household Services", *Economic Development Quarterly*, 26(1): 73-94.

21. Meltzer, R. and Capperis, S., 2017. "Neighbourhood Differences in Retail Turnover: Evidence from New York City", *Urban Studies*, 54(13): 3022-3057.

22. Miller, D., 1995. *On Nationality*, Oxford: Clarendon Press.

23. Sullivan, D.M. and Shaw, S.C., 2011. "Retail Gentrification and Race: The Case of Alberta Street in Portland, Oregon", *Urban Affairs Review*, 47(3): 413-432.

24. Yoon, Y.C. and Park, J.N., 2018. "Stage Classification and Characteristics Analysis of Commercial Gentrification in Seoul", *Sustainability*, 10(2440): 1-16.

25. Zukin, S., Trujillo, V., Frase, P., Jackson, D., Recuber, T. and Walker, A., 2009. "New Retail Capital and Neighborhood Change: Boutiques and Gentrification in New York City", *City Community*, 8(1): 47-64.

26. Zukin, S. and Braslow, L., 2011. "The Life Cycle of New York's Creative Districts: Reflections on the Unanticipated Consequences of Unplanned Cultural Zones", *City, Culture and Society*, 2(3): 131-140.

Date Received 2018-11-19
Date Reviewed 2018-12-12
Date Accepted 2018-12-12
Date Revised 2019-01-08
Final Received 2019-01-08