DOI: https://doi.org/10.16879/jkca.2022.22.1.069 한국지도학회지 22권 1호 2022(69~83)

골목상권의 영역 설정과 유형 분류에 관한 연구: 청주시를 사례로*

박경태** · 김영훈***

Area Setting and Classification of Alley Business Districts in Cheongju, South Korea*

Kyeong Tae Park**·Young-Hoon Kim***

요약 : 골목상권은 상권 경쟁력 확보와 상권 내 점포의 안정적 운영 측면에서 중요한 공간적 영역으로 인식되어 왔고, 코로나 이후 상권 측면에서도 골목상권은 중요한 연구 대상으로 제기되고 있다. 지금까지 골목상권 연구는 서울시와 같은 대도시 골목상권을 중심으로 진행되어 왔다. 이에 본 연구는 청주시를 사례로 소상공인 개별 데이터와 GIS 기법을 활용하여 중소도시에 적합한 골목상권 영역 설정 방법을 제안하고, 이를 토대로 골목상권 유형을 분류하고 주요 특성을 살펴보고자 하였다. 골목상권 영역 설정은 데이터 전처리 과정을 거쳐, 생활밀착형 업종 점포를 추출하고 도로명주소 내 '길' 단위 점포를 추출하여 골목상권 영역을 설정하였다. 골목상권 유형은 개폐업률에 의해 성장형-순환형-정체형-쇠퇴형으로 분류하고, 네 유형의 골목상권 분포를 지도화하고 상권별 주요 특성을 살펴보았다. 본 연구에서 제안한 골목상권 영역 설정 방법과 유형 분류는 앞으로 세밀한 골목상권의 이해와 공간 단위에서의 골목상권 변화에 활용되기를 기대한다. 또한 본 연구의 성과는 상권의 이해와 변화 예측을 넘어 골목상권 활성화를 위한 정책 수립의 출발점이 될 수 있다.
주요어 : 골목상권, 영역 설정, 영역 특성, 청주시, 인허가업종

Abstract : Alley business districts are important market areas to secure retail and commercial marketing competitiveness and stability, most of which has been vulnerable to external shocks, including the COVID-19 pandemic. While, most research studies in South Korea have focused on cases within large cities and high-street business districts such as Seoul and several large-sized cities in Kyuunggi province, few studies have attempted to delineate alley business district on a set of street boundaries in small and medium-sized cities where one-person business owners and self-employed subcontractors, in particular, have been suffered. This study has two main objectives: delineating spatial extents and classifying district types of the alley business districts suitable for small and medium-sized cities in Korea. This study delineates spatial extents using GIS-based data handling and processing techniques with the data sets of individual store coordinates and 'Gil' type of the road names available through small enterprise, commercial, and road name address databases. Using the delineating spatial extent and classification results, this study produced alley business districts map of Cheongju city and examined the spatial characteristics of the four types of districts in the city. Finally, we expect that the findings of this study — alley('Gil')-based catchment areas and classification of the alley businesses — may be used as core data and contribute adequately to predicting street-scaled markets and businesses. Besides, the results of this study can serve as a realistic starting point for policymaking to revitalize alley business districts with the understanding and prediction of its district changes.
Key Words : Alley business district, Catchment delineation, Catchment characteristics, Cheongju city, Licensed retail business

---

*본 논문은 박경태의 한국교원대학교 석사학위 논문(2020년 2월)의 일부와 2021년 춘계 한국지도학회 학술대회에서 발표된 내용을 수정·보완한 내용임.

**경기도 안산시 상록고등학교 교사(Teacher, Sangrok High School, Ansan, Gyunggi-Do)

***한국교원대학교 지리교육과 교수(Professor, Department of Geography Education, Korea National University of Education, gis@knue.ac.kr)

Ⅰ. 서론

1. 연구 배경 및 필요성

핵심적인 상권과 생동력 있는 상권은 그 상권이 속한 지역과 장소의 특성에 따라 결정되고, 골목을 비롯한 상권의 영역은 그 지역과 장소와 밀접한 관련성을 가지고 있다. 따라서 상권의 범위와 특성은 상권의 특징을 결정짓는 중요한 요소이기도 하다(Batty, 2008; Hughes and Jackson, 2015). 전통적으로도 상업 공간 분석에서 상업 영역의 의미와 중요성은 강조되어 왔다(Singleton *et al.*, 2016; Birkin *et al.*, 2017). 최근 들어 로컬 단위의 상권이 주목을 받으면서 상권 영역과 범위에 관한 다양한 접근이 시도되고 있다. 또한 상권과 관련하여 다양한 지리정보가 구축되고 있고 점차 상권 영역 설정과 영역 내의 상업 공간 분석까지 그 범위가 확장되고 있다(김종근·주승민, 2016; 구형모, 2020; Thurstain-Goodwin and Unwin, 2000; Dolega, 2021). 상권 영역 설정 관련하여 전통적으로 사회물리적인 시각에서부터 도심과 주요 상권의 영역 경계 탐색, 소비 공간으로서 복합적인 경제 시스템적 관점까지 다양한 기준과 방법들이 논의되고 있다(Berry, 1967; Wrigley and Dolega, 2011).

지리정보 분석 기법이 고도화되고 업종별 개별 업소 위치 정보와 상세한 속성 데이터 제공이 확대되면서 세밀한 공간 범위 탐색도 가능해 지고 있다(김명진, 2012; 김감영, 2016; 김종근·주승민, 2016; Mackaness and Chaudhry, 2011). 예를 들어, 커널 밀도 기법을 이용한 개별 도소매 업종별 특성의 밀도 분석에서부터 기계학습의 클러스터링 알고리즘에 의한 국가 스케일과 대도시권 내 상권 영역, 특정 발달상권의 진단 등이 대표적이다(구형모, 2020; Wrigley and Lambiri, 2015; Pavlis and Singleton, 2018).

골목의 사전적 의미는 '큰 길에서 들어가 동네 안을 이리저리 통하는 좁은 길'이라고 정의하고 있다(국립국어원 표준국어대사전). 허준영·이병민(2017)은 골목은 건축물과 건축물사이로, 도심의 숨통을 트이게 해주는 곳이며 사람이 사는 흔적이 고스란히 담겨지는 곳으로 정의하였다. 도시화 이전에 골목은 동네에 집과 집을 이어주는 좁은 길로 사람이나 차가 많이 다니지 않는 길의 의미로서, 통행의 기능뿐 만 아니라 다양한 인간관계와 일상이 이루어지던 공간이었다. 이처럼 골목은 이웃과 삶을 나눴던 네트워크의 장소였지만 도시화가 진행됨에 따라 점차 사라져 가는 공간이 되었다(허준영·이병민, 2017). 이처럼 사라져 가는 공간인 골목이 다시 주목받기 시작한 것은 최근에 뜨고 있는 지역인 홍대, 이태원, 상수동 등의 상권 공간이 골목으로 불리면서이다. 그러나 골목에 대한 최근 논의들은 주로 장소로서의 도시 내 골목의 의미보다는 '길'로서의 기능에 초점이 맞춰 있다는 비판도 제기된다(김종규, 2016).

최근 들어 골목상권 지원 및 활성화를 위해 로컬 환경을 반영한 공간적 범위와 영역 설정의 필요성이 제기되고 있다. 서울시와 경기도는 지자체 차원에서 골목상권 범위와 영역 설정 기준을 30개와 50개로 각각 제안하여 운영 중에 있다.[1] 이 기준을 청주시에 적용한 결과, 상권 범위가 크고, 대부분 골목을 벗어난 범위로 나타났으며, 기존의 발달상권과 전통시장상권까지 포함하고 있어, 골목상권으로서 적합한 기준으로 나타나지 않았다. 또한 구도심과 신도심, 원도심과 도시 쇠퇴의 공간 변화가 뚜렷하고 가속화되고 있는 중소도시 상황을 감안할 때 서울시와 같은 대도시 기반의 골목상권 기준과 범위 설정 방법은 제고되어야 한다. 이는 대로와 달리 좁은 통로와 통로의 연결에 기반한 골목상권의 범위 설정은 개별 업종의 위치 정보를 기반으로 한 장소적 기반의 상권 영역 설정이 필요한 이유이기도하다.

기존의 상권 영역이나 범위 설정은 주로 공간 모형에 의한 집합적 성격으로 특정 도시 내 도심의 범위를 탐색하거나 상권의 소비자의 접근성 측면에서의 상권 영역, 상권 내 특정 업종의 집적과 분포 패턴 등에 한정되어 연구가 진행되었다. 최근 골목상권의 의미와 중요성이 제기되면서 골목상권에 대한 개념적 이해와 탐색이 진행되고 있지만, 골목상권의 공간적 범위와 영역 탐색을 위한 지도학적 기법이나 방법에 대한 연구는 미진한 상황이다. 최근 들어 인허가 대상 업종의 주소 정보와 속성 데이터 구축이 세분화되고 개별 업소의 위치 좌표값 데이터가 공개되고 있기 때문에 시공간적인 골목상권의 영역과 범위 변화에 대한 지도학적 분석이 가능해 지고 있다.

이러한 상황에서 골목상권은 주요 상권과 대비되는 또 다른 일상의 핵심 상권으로 공간적 의미와 함께 공간 데이터의 활용과 골목상권 분석에도 여러 시사점을 주고 있다. 본 연구는 일차적으로 서울시의 골목상권 영역 설정 기준을 검토하였고(김범식·최봉, 2012; 황동현 등, 2018; 김현철·이승일, 2019), 분석 결과, 청주시와 같은 중소도시에는 지나치게 넓은 골목상권 범위가 제시되어 중소도시에 적합한 골목상권의 영역 설정 기준과 설정 방법이 제시될

필요가 있다고 판단하였다. 또한 골목상권 영역 설정에 대한 타당성과 장소적 성격의 적합성을 확인하기 위해 골목상권의 유형을 분류하고 각 유형의 공간적 특성을 지도화를 통해 확인하고자 하였다.

상권 분석의 정확도와 신뢰도는 상권 영역에 의해 영향을 받기 때문에 영역 설정은 상권 분석 뿐만 아니라 상권 내 영세 자영업자의 생활과도 밀접한 관련이 있다. 특히 최근 코로나로 인해 더욱 더 자영업자의 삶의 질은 열악해지고 있다. 영세한 자영업자들의 주요 상권이 골목상권 내에서 이루어지고 있는 상황에서 골목상권의 공간 범위와 영역 설정은 학술적 의미뿐만 아니라 상권과 관련한 현실 상황 대처와 대안 마련 측면에서 중요한 가치를 지닌다.

2. 연구 목적 및 방법

현재 골목상권 용어는 사전적 의미와 함께 명확한 개념과 정의 없이 보편적으로 사용되고 있고 그 의미와 개념도 변화하고 있다. 그 결과 골목상권을 서로 다른 의미로 사용하고 이해되는 경우가 많다. 이러한 문제점을 해결하기 위해서는 우선적으로 골목상권의 정의와 대상에 대한 연구가 선행되어야 하지만, 아직까지 이와 관련한 주제의 연구와 논의는 여전히 미진할 실정이다.

그동안 골목상권 관련 선행연구는 대부분 서울시를 대상으로 연구가 진행되었다(김범식·최봉, 2012; 황동현 등, 2018; 김현철·이승일, 2019; 임수명 등, 2020; 박찬익 등, 2021; 유현지, 2021). 연구 자료 측면에서도 서울시는 자체적으로 골목상권과 관련된 데이터를 체계적으로 수집하여 공개하고 있어 활용 가능한 연구 데이터가 풍부하다. 반면 서울시 이외의 지역을 대상으로 골목상권 연구를 진행할 경우에는 관련 데이터 수집과 활용에 많은 어려움과 한계가 따른다. 도시 인구규모, 도시 공간구조 등에 따라 골목상권의 형성 과정과 특성이 달라지기 때문에 도시의 맥락적 특성에 맞는 골목상권의 영역 설정 방법론이 연구될 필요가 있다.

따라서 본 연구는 충청북도 청주시를 사례로 중소도시의 골목상권의 범위를 설정하고 골목상권의 유형을 분류하는 방법과 과정을 제안하고자 한다. 이를 위해 본 연구는 먼저, 골목상권의 개념적 정의를 바탕으로 선행 연구를 검토하고, 관련 연구에서 제시된 골목상권의 주요 분석 방법을 고찰하여 골목상권의 영역과 범위 설정에 적합한 방법을 탐색하였다. 골목의 사전적·공간적 의미를 바탕으로 공간 데이터를 통한 영역 설정을 위해 일차적으로 도로명 주소 체계의 도로와 건물 데이터베이스를 기본 공간 데이터로 활용하였다. 골목상권 내의 업종과 상가는 생활밀착형 업종의 점포 데이터베이스를 활용하여 개별 상가의 위치 좌표와 결합하여 지리정보화하여 지도화하였다. 개별 위치정보와 도로망 공간 데이터 및 인허가 속성 데이터를 통합하여 청주시 골목상권을 추출하고, 이 상권에서 골목상권의 영역과 유형을 분류하여 영역의 유형별 특성을 파악하였다.

3. 연구 데이터

본 연구에서 활용한 주요 자료는 청주시 업종별 인허가 데이터이다. 우리나라 현행법에서는 공공질서의 유지나 공공복리의 증진을 위하여 인허가 제도를 활용하고 있다. 특정 업종의 경우에는 관계법령에 따라 사업개시 전에 행정관청으로부터 허가를 받거나 행정관청에 등록 또는 신고 등을 마쳐야 사업을 수행할 수 있다.

행정안전부는 전국 지자체의 인허가 데이터를 수집하여 'LOCALDATA-지방행정 인허가 데이터 개방' 사이트(https://www.localdata.kr)를 통해 191종의 인허가 데이터를 개방하고 있다. 국세청은 매월 기준 100대 생활업종 동향을 공개하고 있다. 생활업종은 주로 소매와 음식, 숙박, 서비스에 속하는 업종으로서 최종 소비자를 대상으로 일상생활과 밀접하게 관련된 품목(용역)을 판매 또는 취급하는 업종을 말한다. 서울시의 경우, 사업체 수가 많고, 종사자 수가 5인 미만인 소규모 사업체 비중이 높은 특성을 감안하여, 창업 등 진출입이 용이한 업종을 생활밀접업종으로 정의내리고 총 45개의 업종을 선정하였다. 본 연구에서는 국세청의 생활업종과 서울시의 생활밀접업종을 참고하여 24개의 인허가 업종을 청주시 생활밀착형 업종으로 선정하였다.[2] 다만, 업종별로 인허가제도가 도입된 시기가 다르기 때문에 업종별 첫 인허가 일자부터 2018년 12월 31일까지의 데이터를 활용하였다.[3] 인허가 특성상 업종별 제공 형태가 상이하여 업종명, 인허가 일자, 영업상태, 상호명, 폐업 일자, 소재지 주소(도로명 주소, 지번 주소)와 같은 공통된 속성정보만 활용하여 연구를 진행하였다.

인허가 데이터의 속성정보 중 인허가 일자와 폐업 일자를 이용하여 각 점포의 영업 일수를 계산하였다. 폐업점포 중 영업일수가 100일 이내의 점포들은 푸드 트럭, 팝업

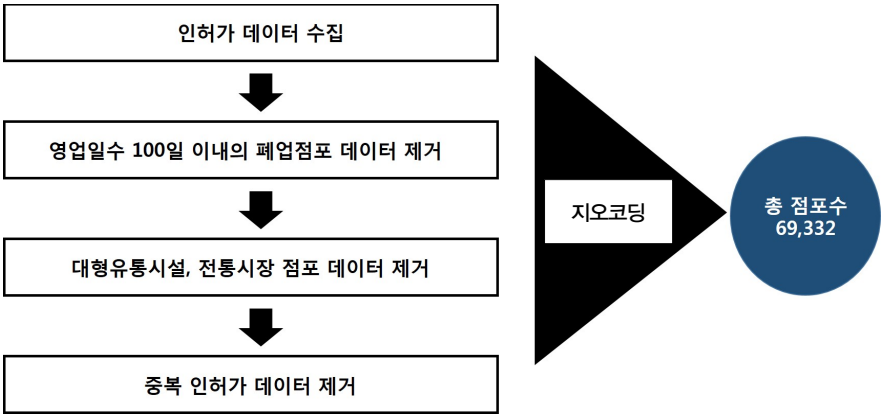

그림 1. 연구 데이터 전처리 과정

(Pop-up) 스토어와 같은 임시점포인 경우이거나 또는 여러 가지 사유로 정상적으로 영업을 했다고 보기 어려운 점포이다. 이러한 점포들에 의해 폐업률 통계치가 과대평가될 수 있기 때문에 폐업 점포 중 영업일수가 100일 이내의 점포는 연구 대상에서 제외하였다. 이들 점포 외에도 특수상권으로 분류되는 백화점·대형마트·아울렛·대형쇼핑몰의 점포와 전통시장의 점포는 연구 대상에서 제외하였다.[4] 본 연구에서는 중복 인허가 문제를 해결하기 위해 점포당 1개의 대표 업종에 관한 인허가 데이터만 인정하고, 나머지 업종에 관한 데이터는 제거하였다. 그 결과 휴게음식점은 순수한 음식점 점포만 추출하였고, 담배소매업의 경우에는 편의점과 슈퍼, 마트에 해당하는 점포만 추출하였다.

이상과 같은 데이터 확보와 업종 성격에 따른 데이터 속성 정보 처리를 거쳐 그림 1과 같이 공간 데이터 전처리 과정을 진행하였다. 데이터 전처리 과정을 거쳐 본 연구에 활용된 총 점포수는 69,332개이며, 각 점포의 소재지 주소는 지오코딩(geocoding)[5]을 거쳐 점(point) 데이터로 구축하였다.

II. 골목상권 관련 선행 연구 고찰

골목상권에 대한 사회적 관심이 커지고 인식이 확대됨에 따라 골목상권 관련 주제의 연구가 다양한 분야에서 활발하게 이루어지고 있다. 골목상권의 범위와 영역 관련하여 주요 연구 내용은 골목상권의 범위 설정 기준과 방법, 골목시장과 생활 경제 공간으로서의 상권, 발달상권과의 비교, 대기업 자본에 의한 골목상권 생태계, 도시재생과 젠트리피케이션과의 관련성, 골목상권 측정 지표와 요인 분석 등으로 분류될 수 있다.

골목상권 범위 설정 기준과 방법의 경우, 김현철·이승일(2019)의 연구에서는 골목상권을 '주로 이면도로의 주택 밀집지역에서 영세 소상공인이 생활밀착형 업종을 중심으로 사업을 영위하며, 개인 카페나 음식점 등 소규모 점포가 분포하는 골목길의 상업지역'으로 정의하였다. 이 연구에서는 골목상권을 주거지역 중심의 자본 규모가 작은 소상공인의 상업공간임을 강조하였다. 황동현 등(2018)의 연구에서는 서울시 생활밀착형 업종 중 도로명주소의 동일 '길'주소에 해당하는 점포를 추출하여 발달상권과 전통시장 영역에 있는 점포를 제외한 점포를 골목상권 점포로 규정하였다. 이를 바탕으로 필지 기반으로 서울시 골목상권 영역을 설정하였다. 이 연구는 '길' 주소를 기반으로 하지만 골목상권의 점포 숫자를 한정하지 않았고, 기본 골목상권을 필지 단위로 영역을 설정하여 골목상권의 범위가 지나치고 넓어지거나 골목의 의미가 반영되지 않는 한계가 있다. 반면 정동규·윤희연(2017)의 연구에서는 발달상권의 영역은 주·간선도로에서부터 100m 이내의 범위, 골목상권의 영역은 이면 도로에서 약 50m 이내에 위치한 상점들을 포함하는 곳으로 규정하였다. 그러나 이면 도로의 기준이 모호하고 50미터라는 자의적 거리 선정에 따른 골목상권 범위가 불명확한 단점이 있다.

골목시장으로서의 골목상권의 경우, 이석현(2014)은 골목상권 대신 골목시장이라는 용어를 사용하였다. 골목시장은 주택이 밀집한 곳에 1개 이상의 집합 건물로 이루어져 다수의 판매자와 구매자의 일상적인 시장 거래가 형

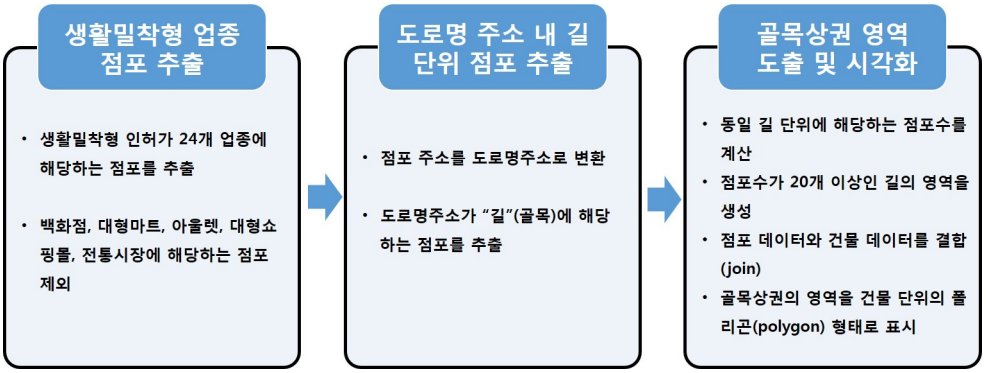

그림 2. 청주시 골목상권 영역 구축과정

성된 권역이라고 정의하였다. 골목시장의 특징으로 주택가에 인접한 골목에서 연속적으로 입지해 있으며 일반적으로 블록 단위로 구성되어 있는 영역으로 바라보았다. 보다 광의의 의미로서, 모종린(2017)은 골목경제는 '골목으로 상징되는 지역 단위의 공간에서 이루어지는 재화와 서비스의 생산, 교환, 분배 및 소비와 관련된 모든 인간 활동'이라고 정의하였다. 즉 골목상권은 골목경제의 상업 영역을 지칭하고, 주로 골목길에서 영업하는 업종과 산업을 골목산업으로 규정하였다. 반면 강기춘(2012)은 골목상권을 '주거지역을 중심으로 생필품을 공급하는 영세소매업 또는 주민밀착형 사업'으로 정의하였다. 이렇게 골목상권은 다양한 의미로 사용되고 있는데, 광의의 개념으로는 소상공인을 지칭하고, 협의의 개념으로는 일정 지역을 기반으로 소상공인이 대다수를 차지하는 상권을 지칭하는 개념으로 사용되고 있다(박주영, 2018).

반면, 골목상권이 특정 지역의 상권을 의미하는 경우에 '골목'은 '일정 지역의 공간'을 의미한다고 볼 수 있다. 골목상권을 특정 지역의 상권으로 정의한다면, 그 골목길의 경쟁력을 좌우하는 물리적·경제적 환경 등이 골목길 정책방향의 핵심이 된다(모종린, 2017). 골목이라는 공간적 영역이 주변 상권과 도시 재생에 미치는 영향은 실증적 분석 연구를 통해서도 확인된다. 이기훈 등(2018) 연구에 따르면, 상업 젠트리피케이션은 골목길과 같은 유기적 도로망과 단독주택 위주의 낮은 주거밀도, 인구 유발시설과의 접근성이 좋은 곳에서 주로 발생하는 것으로 나타났다. 도시 재생과 관련하여 골목상권 혹은 골목상권의 공간적 영역은 중요한 대상으로 고려된다(정진호 등, 2015; 허준영·이병민, 2017; 구형모, 2020). 이러한 골목상권의 의미는 측정 지표와 산출된 지표의 요인 분석, 상권 특성과 활성화 정도 등의 실증적 연구를 통해서도 확인되고 있다. 주로 매출액이나 상가매매가격(김현철·이승일, 2019; 박찬익 등, 2021; 유현지, 2021), 골목상권의 성장 요인과 상권 내 요인 분석(강현모·이상경, 2019; 임수명 등, 2020) 등을 들 수 있다.

이처럼 골목상권의 정의와 선행연구를 종합하면, '규모가 영세한 점포들이 골목을 기반으로 밀집하여 일상 생활과 밀접한 재화와 서비스를 제공하며 발전하는 특징을 가진 상권'으로 정의할 수 있다. 공간적 영역에서 골목상권은 주로 소상공인을 중심으로 구성되어 있으며 지역주민을 둘러싼 가장 기초적 생활권의 중심으로 사회경제적 활동을 하는 영역으로 해석된다(김현철·이승일, 2019).

대도시 상권과 달리 중소 도시는 보다 정교하게 세분화된 지역 환경을 반영하는 또 다른 기준 설정이 필요하다. 골목상권의 자생력과 활성화 측면에서도 대도시에 비해 중소 도시의 골목상권은 코로나 상황에서도 보듯이 외부의 경제적 충격이나 요인에 취약하다. 또한 지역적 특성에 적합한 나름의 기준 설정이 필요하다. 도로명 주소 관련 공간데이터 구축과 다양한 데이터 활용 수준이 높아지고 있고, 골목상권 관련 속성데이터 개방과 제공되는 정보 수준이 높아지는 상황에서 중소 도시형 골목상권 영역 기준과 영역의 특성 연구는 필요하다. 따라서 본 연구는 골목상권 영역 설정에 관한 기준을 제시하고 중소 도시의 골목상권 설정을 위해 청주시를 사례로 골목상권 영역 설정과 지리적 특성에 관한 연구를 진행하였다.

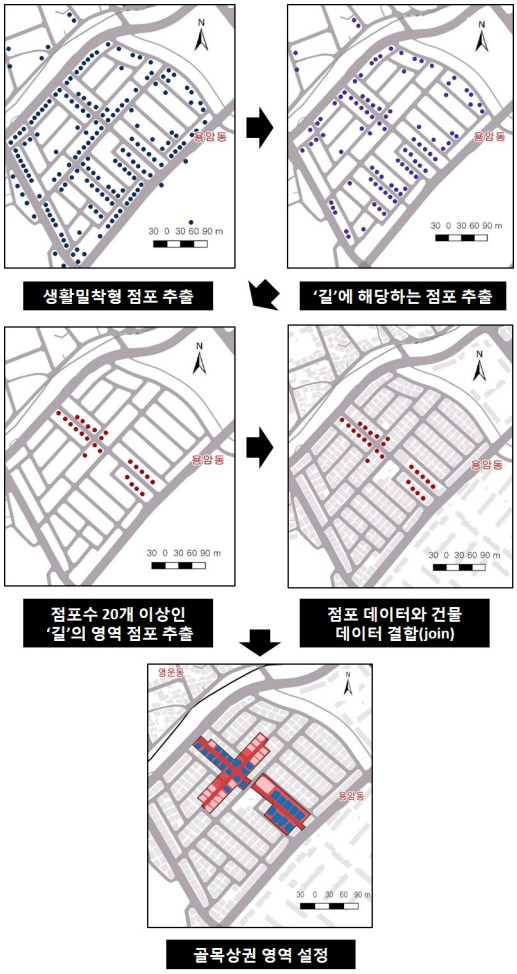

그림 3. 청주시 골목상권 영역 구축과정

III. 골목상권 영역 구축과 설정

1. 영역 구축

골목상권의 영역을 설정하기 위해서는 먼저 골목상권에 대한 개념적 정의를 내려야한다. 본 연구에서는 앞에서도 논의했듯이 골목상권을 '규모가 영세한 점포들이 골목을 기반으로 밀집하여 일상생활과 밀접한 재화와 서비스를 제공하며 발전하는 특징을 가진 상권'이라고 규정하였다. '골목'이라는 개념은 어디까지 일상어일 뿐 전문 학술용어는 아니다. '골목'은 보다 넓게는 '길'의 일부이면서 '길'의 의미를 지니는 '道, 街, 路' 등의 형식으로 발전하였다. 「도로법」에 따라 도로의 종류는 사용 및 형태별, 규모별, 기능별 구분되며, 이때 주택지 골목길은 각각 '일반도로', '소로', '국지도로'에 해당된다(신용재·김종인, 1990).

본 연구에서는 '서울형 골목상권'과 같이 많은 사람들이 쉽게 이해할 수 있는 도로명주소 체계의 도로 구분 기준을 활용하여 골목을 정의하였다. 그 이유는 우선, 골목상권의 접근과 이용자들의 흐름이 골목과 도로를 중심으로 이루어지고, 이러한 흐름의 가장 세밀한 공간 데이터는 도로명주소이기 때문이다. 또한 도로명주소의 도로 데이터를 통해 골목 영역의 추출이 쉽고 이를 지도화하고 분석할 수 있기 때문이다. 특히 우리나라는 2014년부터 기존 지번주소에서 토지대장을 제외한 모든 곳에 도로명주소만을 사용하고 있다. 주기적으로 도로명주소의 공간 데이터가 수정 및 갱신되고 있고 건물 주소와 연동되어 데이터베이스화되고 있다. 도로명주소 데이터에는 도로를 유형별로 세분화하여 공간데이터로 제공하고 있다. 도로 폭과 길이에 따라 '대로(40m 또는 8차로 이상)', '로(12~40m, 2~7차로)', '길(로보다 좁은 도로)'로 구분한다. '골목'의 개념적 정의와 공간적 유형 분류 조건을 감안할 때 도로명주소의 '길' 데이터는 공간정보 측면에서 골목상권의 영역 설정에 적합한 데이터로 판단하였다.

본 연구에서 '상권'은 특정 지역에 위치한 점포의 집단을 의미하는 개념으로 정의하였다. 현행 「유통산업발전법 시행령」 제5조 따르면 상점가는 '2천 제곱미터 이내의 가로(街路) 또는 지하도에 30개 이상의 도매점포·소매점포 또는 용역점포가 밀집하여 있는 지구'로 규정하고 있다. 본 연구에서는 법적인 근거와 현실성을 고려하여 골목상권의 영역 기준을 면적에 상관없이 '골목(도로명 '길'에 해당)에 생활밀착형 업종의 점포가 20개 이상 밀집한 지구'로 규정하였다. 그림 2는 이러한 개념적 정의와 골목상권의 영역 기준을 바탕으로 청주시 골목상권의 공간적 영역을 구축하는 과정을 도식화한 내용이다.

그림 2의 구축 과정을 세부적으로 살펴보면, 먼저 생활밀착형 인허가 24개 업종에 해당하는 점포를 추출하고 백화점, 대형마트, 아울렛, 대형쇼핑몰, 전통시장에 해당하는 점포는 제외하였다. 두 번째 과정으로 지오코딩을 거친 점포 주소를 도로명주소로 변환하여 도로명주소에서 '길'(골목)에 해당하는 점포를 추출하였다. 세 번째 과정으로 동일 길 단위에 해당하는 점포수를 계산하여 점포수가 20개 이상인 길의 영역을 생성하였다. 동일 길 단위 점포의 군집을 위해 GIS 디졸브(dissolve) 기능을 적용하였다. 디졸브 기능을 통해 동일 길의 복수의 점포들이 하나의 길 단

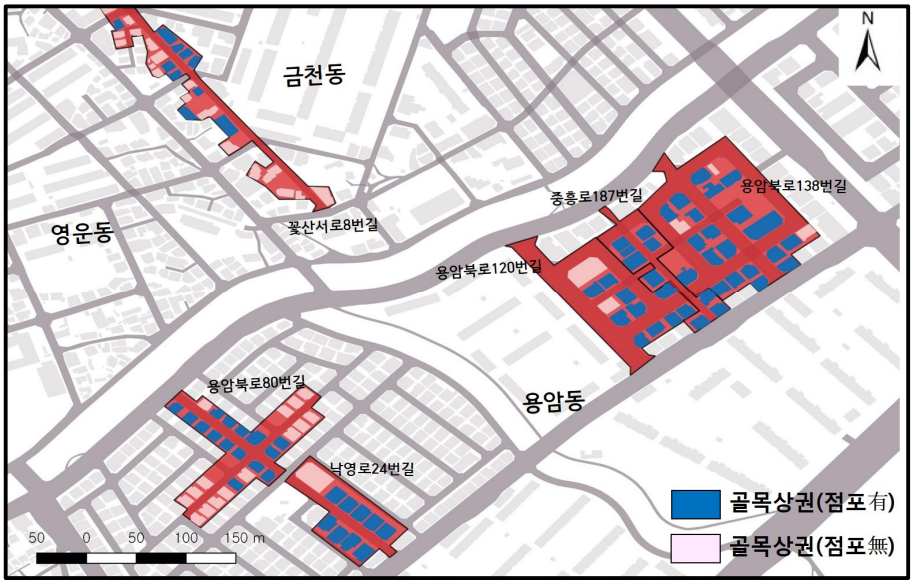

그림 4. 골목상권 영역 사례(청주시 금천동, 영운동, 용암동 지역)

위로 저장된다. 네 번째 과정으로 점포 데이터의 도로명주소 속성정보와 '도로명주소 전자지도'에서 제공받은 건물 데이터의 도로명 속성정보를 결합(join) 하였다. 마지막으로, 보다 정교한 골목상권의 영역을 설정하기 위해 골목상권의 영역을 건물 단위의 폴리곤(polygon) 형태로 표시하였다. 그림 3은 이러한 청주시 골목상권 영역 구축 과정 결과를 지도화한 것이다.

그림 4는 점포들의 실제 위치와 점포들의 밀집 정도를 파악하기 위해 도로명주소 공간데이터에서 실제 영업 중인 점포가 입점한 건물과 그렇지 않은 건물을 구분하여 표시한 지도이다. 그림 3에서 파악된 생활밀착형 점포 좌표값을 도로명주소 공간데이터 건물에 중첩하면 건물 중에서 점포가 입점한 건물을 확인할 수 있다(그림 4의 표시 건물). 예를 들어 '낙영로24번길'의 경우(그림 4 좌측 하단), '낙영로24번길' 도로명주소를 가진 10개 건물들 중에서 생활밀착형 점포가 입점한 건물은 9개 건물이고 나머지 하나는 생활밀착형 점포가 입점하지 않은 건물이다.[6] 본 연구에서 파악한 바로는 지도에서 점포가 입점하지 않은 건물은 크게 네 기준으로 나누어지는데, 주택이거나 건물에 상가 점포가 없는 경우, 상가 점포가 있지만 공실인 경우, 24개의 생활밀착형 업종에 속하지 않은 업종이 입점한 경우 등으로 구분될 수 있다.

이상과 같이 골목상권에 대한 개념적 정의와 상권 영역을 바탕으로 도로명주소 공간데이터와 생활밀착형 업종 데이터를 활용하여 구축한 청주시 골목상권은 2018년 12월 31일 기준으로 총 126곳으로 나타났다(그림 5). 추가적으로 골목상권의 경관을 파악하기 위해 청주시 지역을 답사한 결과, 좁은 도로(주로 도로명주소의 '길')를 따라 점포들이 밀집해 있는 형태가 일반적이었다. 그림 6은 이면도로, 일방통행 1차로, 2차로의 좁은 길에 분포하는 골목상권 사례이다.

2. 영역 설정

청주시 골목상권을 업종과 업소의 공간적 분포로 살펴본 결과 일정한 지리적 영역에 따라 구분될 수 있다. 즉 골목상권이 대로를 중심으로 단독으로 분포하는 경우와 인접한 주변 골목상권과 결합하여 분포하는 경우로 나눌 수 있다. 골목상권 영역은 단독으로 분포하는 경우, '단독형', 두 개 이상의 골목상권이 결합되어 분포하는 형태는 '결합형'으로 나눌 수 있다. 단독형은 하나의 골목상권으로 형성된 골목상권을 말하며, 결합형은 두 개 이상의 골목상권이 대로를 따라 서로 연결되어 있거나 골목상권끼리 결합된 상권을 말한다. 현장 답사와 토지용도지역 데이터와 비교한 결과, 단독형 골목상권은 주로 주거지역에 소규모로 형성되며, 결합형 골목상권은 단독형에 비해 규모가 크고 주로 상업지역이나 공업지역과 같은 비주거지역에 형성되고 있는 것으로 나타났다.

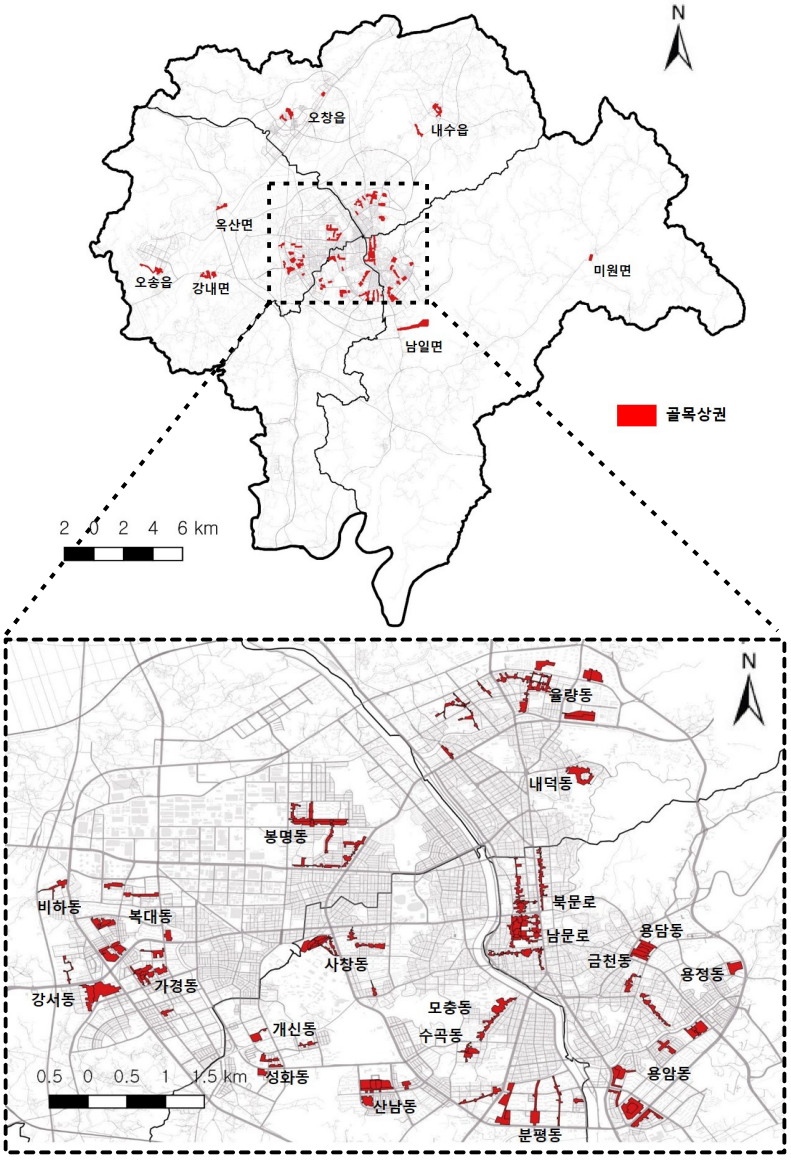

그림 5. 청주시 골목상권 영역

그림 7은 이러한 단독형과 결합형의 골목상권을 유형별 모식도와 함께 사례 지역을 나타낸 지도이다. 예를 들어 단독형 유형인 '풍년로108번길' 골목상권은 주거 지역에 형성된 골목상권으로 상업시설과 주거시설이 혼재되어 있는 상가주택 건물이 밀집되었다. 주로 건물 1층에만 점포가 입점해 있어 점포수가 많지 않으며, 다른 골목상권과도 연계가 되지 않아 상권의 규모가 작다. 반면 결합형 유형의 '1순환로1253번길' 골목상권과 '월평로184번길' 골목상권은 상업지역에 형성된 골목상권으로 비주거시설이 밀집된 지역이다. 주로 건물 전 층에 점포가 입점해 있기 때문에 점포수가 많으며, 두 골목상권이 밀접하게 연계되어 있어 상권의 규모가 큰 것이 특징이다. 하지만 청주시 골목(길)은 큰길(대로, 로)에서 분기된 도로도 많기 때문에 단독형·결합형 골목상권 모두 큰길 상권과 어떻게 상권의 흐름이 연결 되냐에 따라 훨씬 더 복잡하고 다양한 형태를 보일 수 있다.

그림 6. 골목상권 경관(2019년 10월 촬영)

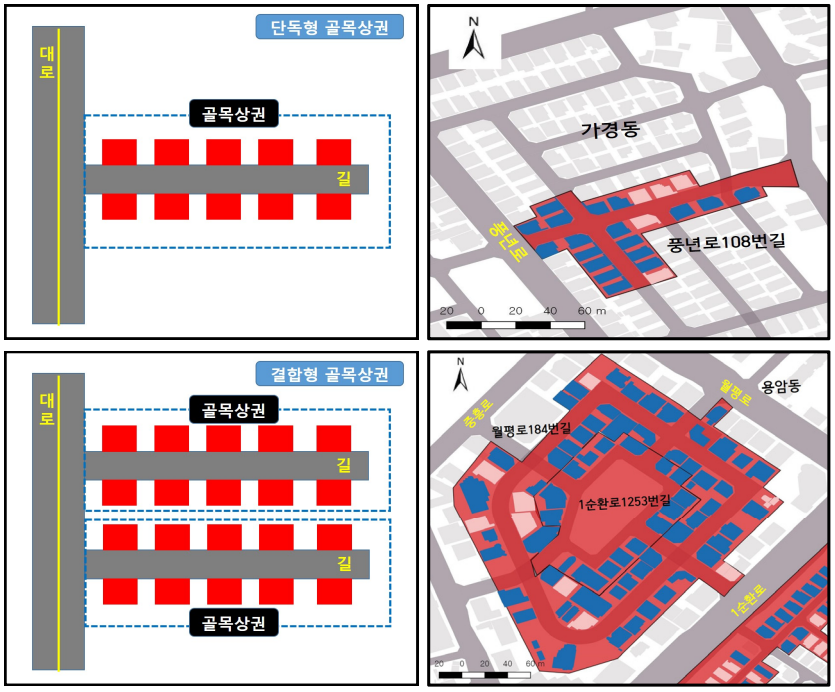

그림 7. 외형적 형태에 따른 골목상권의 유형별 모식도와 장소 사례

표 1은 이러한 청주시 골목상권의 두 외형적 형태를 요약한 내용이다. 청주시 골목상권 분석 결과, 단독형은 주로 상권 규모가 결합형에 비해 작고, 주거 지역 주변에 분포하고 있고, 결합형은 2개 이상의 골목상권이 주로 상업 지역과 공업 지역을 중심으로 분포하고 있어 규모가 상대적으로 큰 것으로 나타났다. 그러나 이러한 상권 영역의 외형적 형태는 내부적으로 상권의 개업과 폐업 정도와 상태에 따라 다양한 변화를 보이고 있다. 예를 들어 규모가 작은 단독형이라도 주변의 아파트 단지나 수요에 따라 영업이 활발한 골목상권이 있는 반면, 골목상권이 넓은 결합형이라도 구도심 환경에 따라 폐업율이 높아 침체된 골목상권으로 변하는 경우도 있을 수 있다. 따라서 골목상권의 영역의 내용적 특성에 따라 유형을 세분화하여 분류할 필요가 있다.

IV. 골목상권 유형 분류

골목상권은 외형적인 상권의 변화뿐만 아니라 내부적으로도 지속적인 변화가 나타나고 있다. 내부적인 상권의

표 1. 골목상권의 외형적 형태에 따른 분류

골목상권 유형	골목상권 개수	상권규모	용도지역
단독형	1개	규모가 작음	주거지역
결합형	2개 이상	규모가 큼	비주거지역(상업지역, 공업지역)

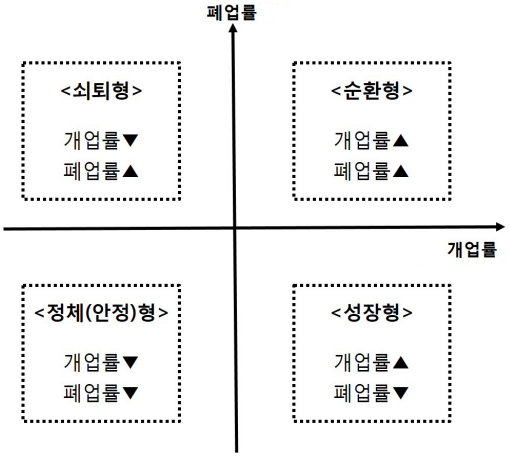

그림 8. 개·폐업률에 의한 골목상권 유형
출처 : 김범식·최봉(2012).

변화는 개·폐업에 의한 점포 교체의 변화가 대표적이다(김범식·최봉, 2012; 정동규·윤희연, 2017). 예를 들어 전체 점포 수에 큰 변화가 없는 상태에서 점포의 개·폐업율이 높은 것은 점포 교체율이 높아 그만큼 상권의 내부 변동이 크다는 것을 의미한다. 이러한 내부 변동을 공간적으로 분석하고 지도화하기 위해 본 연구는 2016년부터 2018년까지 3년간의 개·폐업률을 분석하여[7] 골목상권별 평균 개·폐업률을 청주시 평균 개·폐업률과 비교하여 골목상권의 내부 유형을 순환형, 쇠퇴형, 정체(안정)형, 성장형 등의 네 개의 유형으로 구분하였다. 그림 8은 개업률과 폐업률[8]을 기준으로 구분한 네 유형의 골목상권 유형 분류도이다.

먼저, 순환형은 청주시 대비 개업률과 폐업률이 모두 높은 유형으로 개·폐업이 모두 활발한 골목상권의 경우이다. 점포 간 경쟁이 심하거나 생존 기간이 짧은 상권으로 점포 교체율이 높아 상권의 변화가 크다. 쇠퇴형은 청주시 대비 개업률은 낮지만 폐업률이 높은 유형이다. 상권의 영향력이 낮아지면서 폐업률은 높아지고, 창업여건은 악화되어 점포 개업에 대한 수요는 낮은 것이 특징이다. 정체형(안정형)은 청주시 대비 개·폐업률이 모두 낮은 유형이다. 점포 교체율이 낮으며 상권의 변화가 크지 않은 것이 특징이다. 마지막으로, 성장형은 청주시 대비 개업률은 높지만, 폐업률이 낮은 유형으로 신규 점포의 진입이 활발한 골목상권이다(김범식·최봉, 2012).

이러한 골목상권의 네 유형은 청주시 내 장소와 지역별로 서로 다른 양상을 보인다. 이를 효과적으로 파악하는 방법은 네 유형의 지도화이다. 골목상권 지도화는 특정 지역에서 어떤 유형이 왜 우세한 지, 어떤 골목상권에서 어떤 유형이 나타나는 이유가 무엇인지를 그 장소의 특성과 연관지어 파악하는데 유용하다. 그림 9는 2016년부터 2018년까지 3년간의 골목상권별 평균 개·폐업률을 청주시 평균 개·폐업률과 비교하여 골목상권을 순환형-쇠퇴형-정체형-성장형의 네 개의 유형으로 나타낸 지도이다.

그림 9의 개·폐업률에 의한 청주시 골목상권의 유형을 살펴보면, 대부분의 청주시 골목상권이 구도심과 신도심을 중심으로 원점 형태로 분포하고 있었으며, 정체형(안정형)에 해당되는 골목상권이 가장 많다.

이중에서 지도의 율량도 상권(지도의 북쪽)은 새로운 상권이 형성되고 확장되는 과정에서 기존의 상권은 상대적으로 침체를 겪고 있는 지역이다. 율량동의 기존 골목상권은 2013년부터 주변이 개발되면서 상권이 이동하면서 기존 골목상권은 침체하고 있다. 이후 2016년부터는 새로운 지역 주변이 개발되면서 상권의 중심이 다시 이동하고 있다. 이러한 과정에서 이전의 골목상권은 더욱 침체되었으며, 비교적 최근에 형성되어 성장하던 골목상권도 새롭게 형성된 상권으로 인해 많은 어려움을 겪고 있다. 골목을 중심으로 성장과 쇠퇴, 정체 현상이 압축적으로 나타나고 있는 골목상권이다.

지도 중심의 북문로와 남문로는 청주시의 대표적인 원도심으로 쇠퇴한 상권을 되살리기 위한 도시재생의 효과를 보이고 있는 골목상권이다. 2000년대 초반 상권 활성화 논의 이후 2011년부터 본격적인 도시재생 사업이 진행되어 젊은층 중심의 유동인구와 새로운 점포들이 눈에 띄게 증가하고 있다. 골목상권과 도시재생의 연관성을 확인할 수 있는 상권이다.

지도의 서쪽인 가경동과 복대동, 비하동은 청주시 핵심상권 지역이지만 신도심의 초기 성장기를 지나 상권이 정

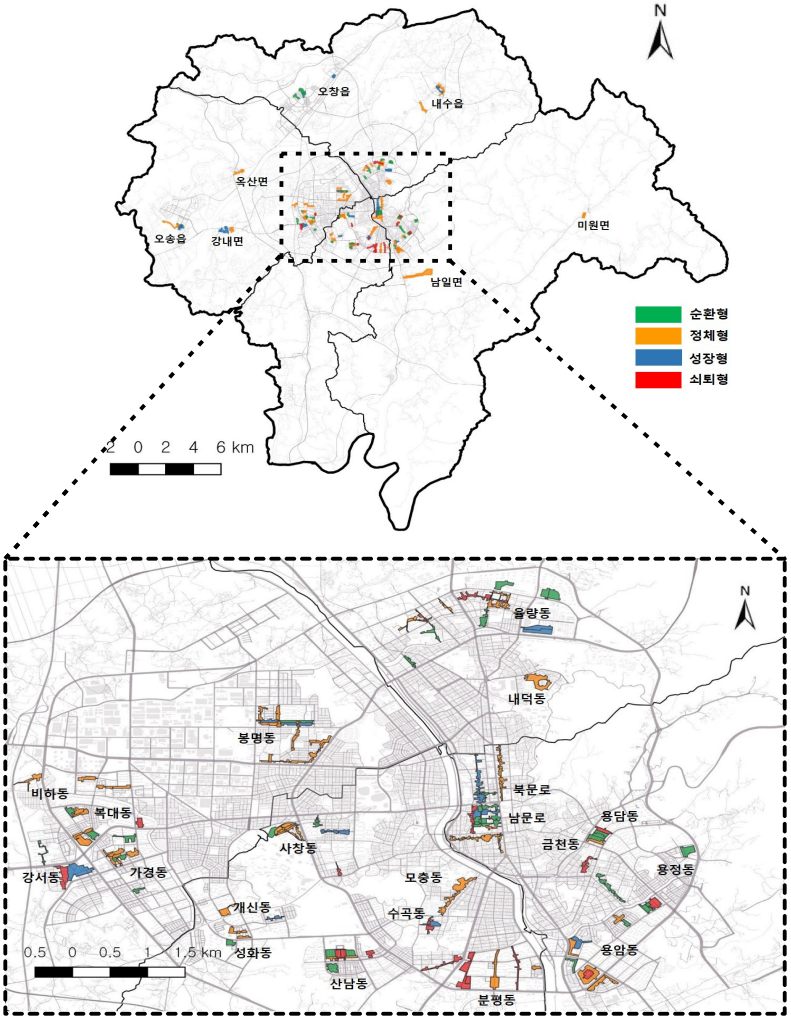

그림 9. 개·폐업률에 의한 청주시 골목상권 유형 지도

체되고 있고 개업율과 폐업률의 차이가 크지 않은 안정된 골목상권으로 파악된다. 그 외 내덕동, 모충동, 분평동, 용암동 등도 청주시에서 비교적 오래된 상권으로 안정된 골목상권의 분포를 보인다. 반면 강서동, 산남동, 일부 율량동은 골목상권에서 폐업률이 상대적으로 높아 상권의 쇠퇴를 경험하고 있는 지역이다. 주변에 성장형과 순환형의 골목상권이 인접해 있지만, 행정기관의 이전(법원)과 인근 핵심 상권과의 경쟁 악화(강서동, 율량동) 등의 요인으로 골목상권 쇠퇴를 겪고 있다. 골목상권이라도 거리상 가까운 새로운 경쟁 상권의 등장과 외부 요인(기관 이전, 유동인구 감소)에 의해 민감하게 상권이 영향을 받을 수 있음을 알 수 있다.

이렇게 골목상권은 성장-순환-정체(안정)/쇠퇴의 순환과정을 거치면서 계속적으로 변화한다. 순환주기는 각 골목상권의 내부적·외부적 환경에 따라 큰 차이가 나타나며, 기존의 쇠퇴한 골목상권이 오랜 기간 동안 재활성화되지 않을 경우 해당 골목상권은 소멸될 수 있다. 반면, 도시재생을 통한 상권 활성화 사업이 효율적으로 추진될 경우 기존의 쇠퇴한 골목상권은 다시 활력을 되찾고 성장할 수 있다. 이와 같이 골목상권은 고정된 것이 아니라 다양한 요인에 의해 끊임없이 변화한다. 보다 세밀한 골목상권 분석을 통해 변화과정을 정확히 파악한다면, 현재의 골목상권을 이해하고 앞으로 골목상권이 어떻게 변화할 지에 대한 예측이 가능해진다.

V. 논의 및 결론

최근 골목이 주목을 받으면서 골목상권, 골목경제, 골목문화 등 골목과 같은 용어가 일반화되어 사용되고 있다. 골목 공간을 중심으로 골목상권이 주목을 받고 있음에도 골목상권 범위와 영역에 관한 연구는 드문 실정이다. 골목상권의 범위와 영역을 어떻게 구분하고 어떤 유형으로 나눌 수 있는 지에 대한 연구는 골목상권 연구의 중요한 출발점이다. 최근 코로나로 인해 영세한 자영업자들의 피해가 심각해 지고 있고, 그중에서 영세 자영업자의 주요 상권이 골목상권과 밀접히 관련 있는 상황에서 골목상권의 영역 혹은 범위는 상권 분석뿐만 아니라 상권 내 영세 자영업자의 생활과도 밀접한 관련이 있다.

본 연구는 도로명주소의 공간데이터와 생활밀착형 인허가 업종과 점포 데이터를 활용하여 청주시 골목상권 영역 설정에 대한 실증적 연구를 진행하였다. 청주시 골목상권 영역을 확인한 결과, 골목상권의 구축 기준과 설정 방법, 영역 구분이 명확하게 나타났다. 본 논문의 연구 결과는 다음과 같다. 첫째, 골목상권의 개념적 정의를 바탕으로 그동안 피상적으로 제안되어 왔던 골목상권의 구축 과정과 설정 기준을 제시하였다. 이를 위해 소상공인 인허가 업종 데이터에서 생활밀착형 업종을 선별하였고, 이를 도로명주소 공간데이터와 연계하였다.

둘째, 골목상권 유형으로 기존의 주요 상권이나 발달상권과 구분되는 청주시 골목상권의 공간 영역을 확인하였다. 이를 바탕으로 골목상권의 분포 형태에 따라 단독형과 결합형으로 구분하였다. 단독형 골목상권은 점포의 입점이 주로 건물 1층에 있고 점포수가 많지 않으며, 다른 골목상권과도 연계가 되지 않아 상권의 규모가 작은 것으로 나타났다. 반면 결합형 골목상권은 상업지역에 형성된 골목상권으로 비주거시설이 밀집된 지역에 주로 나타나는 것으로 확인되었다.

셋째, 생활밀착형 업종의 개업률과 폐업률을 대상으로 골목상권 내부 유형을 순환형, 쇠퇴형, 정체(안정)형, 성장형으로 다시 세분화하였다. 청주시의 경우 이런 네 유형의 골목상권은 구도심과 신도심, 새로운 도시 재생 사업 지역과의 관련성 연구에 실증적인 기초 자료로서 활용될 수 있다.

본 연구는 청주시를 사례를 골목상권의 영역 설정 방법 및 과정을 제시하였으나 다음과 같은 연구의 한계를 지닌다. 우선 생활밀착형 인허가 업종을 제외한 타 업종의 데이터가 공개되지 않아 연구과정에서 반영할 수 없었다. 또한 2018년 12월 31일 현재 데이터를 사용하였기 때문에 COVID-19 상황을 반영하지 않았다. 본 연구는 코로나 이전의 골목상권 상황을 감안한 내용으로 코로나 이전과 이후 골목상권 상황을 비교·분석하는데 활용될 수 있다. 둘째, 폐업 신고에는 여러 가지 사유가 있으나, 모든 폐업의 사유를 인허가 데이터상의 폐업 신고 날짜를 기준으로 하였다. 폐업을 하지 않았지만 실질적으로 영업되지 않는 경우는 주로 폐업 비용 때문으로 판단되지만 이를 반영한 공식 데이터가 없어 반영할 수 없었다. 또한 골목상권의 생존률은 상권 특성 외에도 창업자의 개인특성, 점포특성, 경쟁업체특성 등 다양한 요인들이 복합적으로 작용하여 결정되는데 본 연구에서는 데이터 한계로 고려할 수 없었다. 그 외 인허가가 필요없는 자유업종(예: 의류업) 데이터가 정부의 인허가업종 데이터에 포함되지 않은 점도 데이터 한계이다. 이를 바탕으로 향후 연구 방향 및 내용은 개·폐업률 지표 외에도 다양한 지표 개발에 대한 지속적인 연구가 필요하다. 또한, 골목상권 쇠퇴 지역과 예상 지역을 파악할 수 있는 영역 기반의 예측 기법 개발도 필요하다.

골목상권 영역의 지역 경제 정책과 도시 재생과 같은 지역 활성화 정책과의 연계와 기여 방안을 비롯하여 본 연구 과정을 기반으로 골목상권을 폭넓게 이해할 수 있는 후속 연구들이 다양한 지역을 사례로 진행될 필요가 있다. COVID-19 이후 지역 경제 활성화와 지속가능한 도시 구현 측면에서 취약 상권의 파악과 도시 재생 사업과 상권의 연계 시 우선 지원과 영역 설정에 직접적으로 기여할 것으로 기대한다.

註

1) 서울형 골목상권은 주거지역이 밀집한 곳에 45개 생활밀접업종에 해당하는 30개 이상의 점포를 포함한 '길' 단위의 지역을 말하며 도로 길이 400m 이상인 길(도로명 '길')의 중심점으로부터 반경 200m의 배후지역까지 골목상권 영역으로 규정하고 있어, 하나의 골목상권 영역 안에는 다수의 길(골목)이 포함되어 있다. 수원시는 「수원시 소상공인 지원 및 골목상권 활성화에 관한 조례」 제17조에 따라 지정 예정구역 내 점포가 50개 이상이고, 상인 조직을 갖추며 지정 예정구역 내 점포의 3분의 2이상이 참여하는 조건을 갖춘 지역을 말한다.

2) 본 연구에서 활용한 인허가 업종명은 전체 업종의 약 50%를 차지하는 일반음식점을 비롯하여 골프연습장업, 교습소, 노래연습장업, 담배소매업, 당구장업, 동물병원, 미용업, 부동산중개업, 세탁업, 숙박업, 안경업, 약국, 옥외광고업, 의원, 이용업, 인쇄사, 인터넷컴퓨터게임시설제공업, 제과점업, 청소년게임제공업, 체력단련장업, 체육도장업, 학원, 휴게음식점 등이다(LOCALDATA-지방행정 인허가 데이터 개방(https://www.localdata.kr)에서 재구성). 이중에서 교습소, 학원, 부동산중개업 데이터는 담당 기관에 행정정보공개청구를 통해 제공받았고, 나머지 21개 업종의 데이터는 LOCALDATA에서 제공받았다.
3) 본 연구의 데이터는 2018년 12월 31일까지를 기준으로 하고 있다. 주요 연구가 코로나 이전 상황을 감안하여 일상의 골목상권의 연구를 진행하였다. 코로나가 미친 골목상권은 이전의 골목상권과 어떤 형태로던 영향이 있는 상황을 고려할 때, 코로나와의 비교 연구 측면에서도 코로나 이전의 골목상권의 상황을 파악할 필요가 있다. 향후 코로나가 미친 골목상권의 영향에 관한 연구를 고려할 때 이전 상황을 객관적으로 파악하는 측면에서 본 연구 내용은 의미가 있다.
4) 현행 인허가제도에서는 단일 점포일지라도 복수의 업종으로 인허가를 받을 수 있다. 예를 들어, 편의점은 자유 업종으로 분류되어 세무서에 사업자등록만 하면 영업이 가능한 업종이지만, 판매하는 품목에 따라 담배소매업, 휴게음식점, 쓰레기종량제봉투판매업 등의 업종에 대해 중복으로 인허가를 받을 수 있다. 중복 인허가를 통해 하나의 점포가 다수의 인허가 정보를 생성할 경우 연구의 정확성이 떨어질 우려가 있다.
5) 인허가 업종 주소는 매년 지속적으로 정확한 업종명과 주소가 갱신되고 있지만, 실제 인허가 업종의 개별 업소의 상호명과 주소가 일치하지 않는 경우도 많다. 또한 상호명 주소의 경우, 실제 도로명 주소가 아닌 이전의 행정동 주소, 필지 기반의 법정동 주소가 기입된 경우도 많다. 이외에도 업종 등록 시 등록한 주소와 이후 행정구역이 변경되면서 달라진 주소도 지자체별로 다수 발생한다. 이러한 상황은 브이월드와 도로명주소의 지오코딩 과정에서 다른 지점으로 지오코딩된 좌표값이 부여될 수 있다. 따라서 인허가 업종의 지오코딩에서 이러한 차이를 최대한 정확하게 반영해야 하는 지오코딩 클리닝(geocoding cleaning) 과정이 필요하다.
6) 이 건물은 낙영로24번길 도로명주소에서 대형 마트가 입점한 건물로서 본 연구의 생활밀착형 업종에서 제외된 점포이다.
7) 본 연구에서는 카플린-마이어 분석법과 Cox 비례위험회귀모형을 이용하여 업종별, 골목상권별 생존율을 파악하여 각각의 폐업률과 생존기간의 차이를 비교·분석 하였다. 최근에는 자영업자의 생존기간과 폐업간의 요인 분석을 위해 생존 분석 기법을 활용하고 있다(이영리 등, 2015; 남윤미, 2017; 정동규·윤희연, 2017).
8) 청주시 개업률과 폐업율 산출 공식은 다음과 같다. 개업률(%포인트) = 해당 골목상권 평균 개업률 - 청주시 평균 개업률(11.0%), 폐업률(%포인트) = 해당 골목상권 평균 폐업률 - 청주시 평균 폐업률(8.5%) (골목상권과 청주시의 2016년~2018년 평균 개·폐업률)

참고문헌

강기춘, 2012, “골목상권이 살아야 풀뿌리 경제가 살아난다,” 제주특별자치도지, 116, 219-225.

강현모·이상경, 2019, “시계열 군집분석과 로지스틱 회귀분석을 이용한 골목상권 성장요인 연구,” 한국측량학회지, 37(6), 535-543.

구형모, 2020, “서울 상업 젠트리피케이션 진행 단계의 시·공간 분포 탐색: 커피전문점의 밀도 변화를 중심으로,” 한국지도학회지, 20(1), 117-129.

김감영, 2016, “주택시장지역 구획을 위한 공간 최적화 모형,” 한국지도학회지, 16(1), 53-65.

김명진, 2012, “A heuristic approach with new contiguity checking method to congressional redistricting,” 한국지도학회지, 12(3), 81-94.

김범식·최봉, 2012,「서울시 영세소매업의 특성분석과 정책방향」, 서울연구원.

김종규, 2016, “골목에 대한 장소적 고찰: 도시의 미래를 위한 한 제언,” 인문과학, 63, 35-65.

김종근·주승민, 2016, “층별 효용비율을 통한 상권 특성

분석과 동향 탐색," 한국지도학회지, 16(2), 105-114.
김현철·이승일, 2019, "서울시 골목상권 매출액에 영향을 미치는 요인에 관한 연구," 서울도시연구, 20(1), 117-134.
남윤미, 2017, "국내 자영업의 폐업률 결정요인 분석," BOK 경제연구, 제2017-5호
모종린, 2017,「골목길 자본론」, 파주: 다산북스.
박주영, 2018, "골목상권 활성화 생태계 조성을 위한 지역 소상공인 정책 거버넌스," 중소기업정책연구, 3(2), 1-34.
박찬익·김현정·정창무, 2021, "서울시 '~리단길' 골목상권 상가거래가격에 영향을 미치는 요인 분석," 부동산분석, 7(3), 119-134.
신용재·김종인, 1990, "도시주택지 골목공간의 장소적 의미," 대한건축학회 학술발표대회 논문집, 10(2), 277-278.
유현지, 2021, "코로나19와 서울시 골목상권의 매출액 영향요인에 관한 연구," 한국지역개발학회지, 33(3), 45-75.
이기훈·이수기·천상현, 2018, "서울시 상업 젠트리피케이션 발생 주거 지역의 입지적 요인과 변화특성 분석," 지역연구, 34(1), 31-47.
이영리·신명호·홍세희, 2015, "생존분석을 적용한 장애인 자영업자 이탈 및 영향요인 분석," 조사연구, 16(3), 25-44.
이석현, 2014, "골목시장의 공간 활성화에 대한 상인과 이용자 의식 조사," *Archives of Design Research*, 27(3), 133-151.
임수명·김동춘·이승일, 2020, "서울시 골목상권 특성이 일반음식점의 성장단계별 생존에 미치는 영향 연구: 구조방정식 모형을 통한 집적경제의 매개효과 검증," 부동산학연구, 26(3), 45-62.
정동규·윤희연, 2017, "발달상권과 골목상권에 위치한 음식점의 생존과 폐업 비교," 대한건축학회논문집, 33(3), 57-68.
정진호·윤두원·성순아·황희연, 2015, "도시재생 상권 활성화 프로그램 효과 분석," 국토지리학회지, 49(1), 15-25.
허준영·이병민, 2017, "문화적 도시재생으로서 골목문화 형성에 나타난 주요 특성 연구: 마을 공동체를 중심으로," 문화콘텐츠연구, 9, 133-157.
황동현·고경석·박상준·김완수, 2018, "빅데이터 기반 골목상권 영역설정 방법론 개발," 한국정보전자통신기술학회 논문지, 11(6), 784-792.
Batty, M., 2008, The size, scale and shape of cities, *Science*, 319(5864), 769-771.
Berry, B.J.L., 1967, *Geography of Market Centers and Retail Distribution*, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
Hughes, C. and Jackson, C., 2015, Death of the high street: Identification, prevention, reinvention, *Regional Studies, Regional Science*, 2(1), 237-256. https://doi.org/10.1080/21681376.2015.1016098
Birkin, M., Clarke, G. P., and Clarke, M., 2017, *Retail Location Planning in an Era of Multi-channel Growth*, London: Routledge.
Mackaness, W. A. and Chaudhry, O. Z., 2011, Automatic classification of retail space from a large scale topographic database, *Transactions in GIS*, 15(3), 291-307. https://doi.org/10.1111/j.1467-9671.2011.01259.x
Dolega, L., 2021, Spatial extent and classification of retail agglomeration, in Birkin, M., Clarke, G., Corcoran, J., and Stimson, R., eds., *Big Data Applications in Geography and Planning*, Cheltenham, UK: Edward Elgar, 93-101.
Pavlis, M. and Singleton, A., 2018, Retail areas and their catchments, in Longlye, P.A., Singleton, A., and Cheshire, J., eds., *Consumer Data Research*, London, UK: UCL Press, 41-51.
Singleton, A.D., Dolega, L., Riddlesden, D., and Longley, P., 2016, Measuring the spatial vulnerability of retail centres to online consumption through a framework of e-resilience, *Geoforum*, 69, 5-18. https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2015.11.013
Thurstain-Goodwin, M. and Unwin, D., 2000, Defining and delineating the central areas of towns for statistical monitoring using continuous surface representations, *Transactions in GIS*, 4(4), 305-317.
Wrigley, N. and Dolega, L., 2011, Resilience, fragility, and adaptation: New evidence on the performance of UK high streets during global economic crisis

and its policy implications, *Environment and Planning A: Economy and Space*, 43(10), 2337-2363. https://doi.org/10.1068/a44270

Wrigley, N. and Lambiri, D., 2015. *British High Streets: from Crisis to Recovery? A Comprehensive Review of the Evidence*, University of Southampton, Southampton, https://great-british-high-street.s3.eu-west-2.amazonaws.com/website-assets/pdf/GBHS-British-High-Streets-Crisis-to-Recovery.pdf (2022.3 검색)

국립국어원 표준국어대사전, https://stdict.korean.go.kr/main/main.do(2022.3 검색)

지방행정 인허가 데이터개방, https://www.localdata.go.kr/(2022.3 검색)

교신: 김영훈, 28173, 충북 청주시 흥덕구 강내면 태성탑연로 250, 한국교원대학교 지리교육과
(이메일: gis@knue.ac.kr)

Correspondence: Young-Hoon Kim, Department of Geography Education, Korea National University of Education, 250 Taeseongtabyeon-ro, Gangnae-myeon, Heungdeok-gu, Cheongju-si, Chungbuk, 28173, Republic of Korea (Email: gis@knue.ac.kr)

투 고 일: 2022년 3월 31일
심사완료일: 2022년 4월 19일
투고확정일: 2022년 4월 25일