

이 금 숙 교수지도
석사학위 청구논문

서울 북촌의 문화경제학적
공간구조 연구

2006

성신여자대학교 대학원
지리학과
이 경 옥

서울 북촌의 문화경제학적
공간구조 연구

이 금 숙 교수지도


이 논문을 석사학위논문으로 제출함


2005년 11월

성신여자대학교 대학원
지리학과
이 경 옥

인 준 서

이경옥의 석사학위 논문으로 인준함

심사위원 申 奎 盛 

심사위원 李 元 鎬 

심사위원 李 錦 淑 

성신여자대학교 대학원

논문개요

시대가 변함에 따라 문화의 개념뿐만 아니라 그 기능과 역할도 달라진다. 현대사회에서 ‘문화’가 차지하는 비중은 날로 커지고 있으며, 문화를 통한 가치창출의 효과는 어느 제조업을 능가하고 있다. 이제는 문화가 경제적인 가치를 창출하는 것으로 인식하고 있으며 관련된 문화산업을 일으키고 있는 것이다. 따라서 문화가 경제적인 가치로도 사용할 수 있다는 문화경제학적인 이론을 통하여 문화적인 요소가 많은 지역을 분석할 필요가 있다. 문화가 많은 지역에는 문화요소가 경제적인 공간구조에 많은 영향을 미친다. 왜냐하면 ‘문화’는 지역적인 격차를 보이면서 한 곳에 집중하고 있기 때문이다.

이에 본 연구는 문화경제학적인 의미 고찰을 토대로 문화가 경제적인 공간구조에 어떠한 영향을 미치는지 살펴보고자 하였다. 실증 분석을 위해 현재 문화적인 요소가 많은 지역인 북촌을 사례지역으로 선정하여 설문조사 및 인터뷰를 실시하였다. 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 북촌은 문화가 풍부한 지역적 특성을 보인다. 역사적으로 유서가 깊은 지역이라 곳곳에 문화재가 산재해 있으며, 박물관, 미술관, 공방 등 현대 문화예술시설이 많아 다른 지역에 비하여 문화적인 특성이 두드러진다. 이는 문화경제적인 특성이 나타나게 하는 배경이 된다.

둘째, 북촌에는 행정동으로 삼청동과 가회동이 있는데, 특히 삼청동에는 개성 있는 카페, 음식점, 각종 소매점이 입지하고 있다. 삼청동에 입지한 소매점은 다른 지역에서 볼 수 없는 독특한 외관을 보여준다. 그리고 유동인구가 적은 삼청동길 가로변이나 골목길에 입지하고 있는 것이 특징이다.

셋째, 이러한 소매점은 북촌에 축적된 문화요소를 바탕으로 문화상품을 생산한다. 문화는 상품화되면서 경제적인 가치를 생성하며, 이렇게 생산된

문화상품은 소비자를 유인하여 북촌지역의 경제적인 변화를 일으킨다.

넷째, 소매점에서 문화상품을 생산하는 공급자의 특징은 고학력이면서 대부분 디자인을 공부하였고, 직접 디자인한 작품을 소량 생산하는 것이 특징이다.

다섯째, 공급자들이 북촌에 소매점을 개점한 가장 큰 이유는 북촌에 내재되어 있는 문화요소와 그에 따른 경제적 가치 때문이다. 북촌은 미술관과 역사적인 문화재, 전통한옥마을이 있어 현대의 문화예술과 역사적인 전통문화가 공존하는 곳이다. 이는 북촌이라는 지역에 장소성을 형성하였고, 이것이 공급자를 유인하는 역할을 하였다.

마지막으로 공급자들이 기대하는 북촌의 미래의 모습은 북촌지역의 문화의 고유성이 유지되는 방향으로 발전해 나가는 것이다. 특히 작가주의에 입각한 문화상품을 공급하는 개성 있는 상점들이 입지하여 문화와 패션이 접목된 독특한 문화경관이 기대된다.

주요어: 북촌, 문화, 문화경제, 문화상품, 장소성, 소매점, 공간적인 구조

목 차

논문개요

I. 서론	1
1. 연구목적	1
2. 연구지역 및 방법	3
1) 연구대상 및 지역	3
2) 연구방법 및 구성	6
3. 선행연구	10
II. 이론적 논의	13
1. 문화경제 이론 논의	13
1) 문화의 개념	13
2) 문화자본	16
3) 문화경제와 문화	16
4) 도시공간과 문화경제	18
5) 문화자본으로서 장소성	20
(1) 장소와 장소성	20
(2) 문화지역에서의 장소의 의미	21
III. 북촌의 문화경제학적 특성	24
1. 북촌의 문화자본과 장소성	24
1) 북촌의 전통문화 유산	25
2) 북촌의 문화예술시설	27

3) 북촌의 장소성	34
2. 경제적인 공간구조	34
1) 상권의 변화	34
2) 지가의 변화	41
3) 건물의 신축 현황	45
3. 공급자 분석	48
1) 공급자의 사회적 특성	50
2) 소매점의 일반적 특성	53
3) 북촌에 대한 공급자의 인식	61
(1) 북촌에 소매점을 개점한 이유	61
(2) 북촌지역의 변화모습에 대한 인식	64
IV. 결론	69
1. 연구결과 및 요약	69
2. 한계 및 과제	72

참고문헌

ABSTRACT

설문지

표 목차

표 1. 문화의 개념	13
표 2. 북촌지역 역사문화자원 현황	26
표 3. 북촌의 문화·예술시설	32
표 4. 문화산업과 관련산업의 범위	38
표 5. 도서관, 기록보존소, 박물관 및 문화관련산업 비교	40
표 6. 시기별 건물 신축현황	45
표 7. 신축건물의 용도	46
표 8. 신축건물의 층수	47
표 9. 토지거래현황	47
표 10. 공급자의 전공	51
표 11. 소매점에서 판매하는 상품	54
표 12. 소매점 개점 시기	56

그림 목차

그림 1. 서울시에서 종로구의 위치	4
그림 2. 사례지역(북촌)	5
그림 3. 연구의 흐름	9
그림 4. 북촌의 역사문화자원	27
그림 5. 건물용도별 총 연상면적 대비 문화시설 연상면적 비율 추이	31
그림 6. 북촌의 문화·예술시설	33
그림 7. 1999년 북촌의 사업체수	35
그림 8. 2003년 북촌의 사업체수	35

그림 9. 북촌의 도·소매업	37
그림 10. 북촌의 숙박 및 음식점업	37
그림 11. 도서관, 기록보존소, 박물관 및 문화관련산업 사업체수	39
그림 12. 도서관, 기록보존소, 박물관 및 문화관련산업 종사자수	39
그림 13. 섬유, 의복, 신발 및 가죽제품 소매업 사업체수	40
그림 14. 섬유, 의복, 신발 및 가죽제품 소매업 사업체수	40
그림 15. 북촌의 개별 공시지가(1991~2005)	42
그림 16. 북촌의 공시지가 비교지역	44
그림 17. 북촌의 문화관련 사업체의 전체 현황	49
그림 18. 공급자의 학력	51
그림 19. 공급자의 전공	51
그림 20. 공급자의 성별	52
그림 21. 공급자의 거주지	52
그림 22. 소매점에서 판매하는 상품	54
그림 23. 삼청동길과 화개길의 소매점 현황	55
그림 24. 소매점 입지 현황(1999, 2002년)	57
그림 25. 2005년 소매점 입지 현황	58
그림 26. 소매점 개점연도별 상점 수(누적)	59
그림 27. 소매점 경영 유경험자 비율	60

사진 목차

사진 1. 북촌의 문화·예술 시설	28
사진 2. 북촌지역 상점의 독특한 외관	29

I. 서론

1. 연구목적

‘문화란 무엇인가?’ 이것에 대한 대답은 명확하게 할 수 없다. ‘문화’라는 개념에 대해서 학문의 접근하는 방법과 관점에 따라 달라질 수 있기 때문이다. 그렇다면 ‘현대사회에서 문화란 무엇인가?’라는 또 다른 질문을 할 수 있다. 이 질문에는 여러 가지 의미가 함축되어 있다. 그것은 현대사회라는 고정된 틀 안에서 문화가 내포하는 의미와 역할이라 할 수 있다.

일반적으로 ‘문화’¹⁾라고 하면 ‘cultivation’에서 유래한 어원적 의미가 있지만, 시대에 따라 그 의미해석이 다양해진다. 특히 현대사회에서 문화는 더 이상 ‘삶의 방식’이나 좁은 의미의 ‘예술적 활동’이 아니다. 경제적인 창출 효과를 일으키는 요인으로 인식되고 있다.

전 세계적으로 산업의 재구조화가 일어나면서 기존의 제조업은 쇠퇴하고 첨단산업, 과학기반산업, 금융서비스와 기타 생산자 서비스 산업 등이 이를 대체하고 있다. 새로운 경제활동은 서비스, 아이디어, 디자인, 광고, 이미지, 스타일 등을 중요한 요소로 여기고 있으며, 이러한 것은 문화와 관련된 요소에 바탕을 두고 있다. 즉, 현대사회에서는 문화라는 것이 과거와 달리 경제적인 이익을 발생시키는 경제활동의 수단으로 인식하고 있는 것이다. 영화산업, 애니메이션 산업, 공연산업 등은 지역경제 활성화에 많은 기여를 하고, 때로는 국가이미지 제고²⁾ 등 경제적인 이익을 넘어서는 효과를 발생하

1) 여기서 문화와 ‘문화’는 다른 의미로 사용하고 있다. 문화는 경제와 연관효과를 일으키는 문화활동, 문화산업, 문화생활 등을 말하며, ‘문화’라는 것은 cultivation에서 유래한 문화, 즉 역사 속에서 문명과 함께 언급해온 광의의 문화이다.

2) 최근 중국과 일본 그리고 동남아시아에 부는 한류의 영향은 국가 이미지 제고에 많은 영향을 주었다. 물론, 현재 한류의 부정적인 영향도 서서히 드러나고 있지만, 한국 상품, 연예인, 관광 등 한국이라는 나라에 대한 관심은 과거에 비하여 상당히 높아졌다고 할 수 있다.

고 있다.

문화가 발전하면 경제적인 이익이 발생하고, 경제가 발전하면 문화가 발전한다. 현대 사회에서 문화와 경제는 서로 연관되어 발생하는 효과로 성장하고 있다. 따라서 지금의 문화라는 것은 새로운 문화상품을 만들어 산업으로 발전하는 것과 동시에 경제가 성장하는 원동력을 제공해준다. 모든 문화는 경제와 산업을 일으키는 기초가 되고, 문화와 경제를 통하여 문화상품을 재생산하게 되는 것이다.

문화가 있으면 경제가 발전한다는 것은 문화가 있는 곳에 경제적인 창출 효과가 나타난다는 말과 같다. 문화가 있는 곳은 인적자원이 풍부하고, 정보의 교류가 많으면서 사회경제적인 기반, 즉 전반적인 인프라가 갖추어진 곳이다. 따라서 문화는 도시에서 발생하며, 그것도 대도시에서 일어날 수밖에 없는 것이다.

서울은 과거 600년 동안 수도였고, 사회경제적인 인프라가 모두 갖추어진 곳이다. 그래서 서울에는 문화, 경제, 인구 등 모든 것이 집중되어 있다. 특히 문화예술적인 인프라를 갖춘 곳이 많다. 역사적으로 유서가 깊어 문화가 생긴 지역, 정책으로 문화지구가 된 지역, 경제활성화를 위한 공급자의 인위적인 노력으로 문화예술지역이 형성된 곳 등 많은 사례지역이 있다. 이러한 문화지역의 문화가 그 지역의 경제적 발전에 어떠한 영향을 미치고 있으며, 앞으로의 발전에 어떠한 영향을 미치는지 문화경제적인 접근이 필요한 실정이다.

장소마케팅을 통한 지역의 경제발전 전략을 제시한 경우나 영화, 애니메이션, 공연 등 문화산업에 대한 연구는 많으나, 문화를 통하여 지역의 경제를 이해하는 문화경제적인 연구는 부족하다. 따라서 본 연구는 ‘문화가 경제를 창출한다’라는 문제의식을 가지고 접근하고자 한다.

현대사회에서 문화를 통하여 경제를 이해한다는 점이 너무 포괄적이며, 해석에 따라 오류를 범할 소지가 많다고 생각한다. 따라서 사례지역은 ‘문

화·예술'과 '역사·전통'이 남아있는 곳으로 북촌지역을 선정하였다. 문화의 여러 가지 의미 중에서 가장 기본적인 좁은 의미인 '예술적 활동'과 '역사적 전통'을 통하여 문화를 해석하고자 한다.

최근 북촌에는 많은 변화가 일어나고 있다. 그 변화의 요인은 여러 가지가 있을 수 있으나, 공통적으로 '북촌'이라는 특수성(장소성)에 기인한다. 따라서 본 연구는 북촌의 특수성이 어떻게 형성되었으며, 현재 북촌에서 나타나는 장소성이 무엇인지 밝혀 문화요인이 경제적인 현상에 어떠한 영향을 미치고, 경제적인 공간구조를 형성하는지 밝히고자 한다.

2. 연구지역 및 방법

1) 연구대상 및 지역

연구대상 지역의 선정은 '문화적 요소³⁾가 많은 곳', '전통문화가 남아있는 곳'⁴⁾, '문화와 상업이 혼재한 곳', 이 세 가지를 기준으로 하였다. 이러한 기준으로 선정된 사례지역은 서울의 북촌지역이다. 북촌지역은 서울시에 남아있는 전통한옥밀집지역의 하나로 전통적인 문화와 전통문화의 낙후성을 회복하려는 지역이다. 전통한옥밀집지역으로 지난 수십년간 북촌지역은 규제를 받아왔다. 규제는 주민들의 반발로 이어졌고, 전통한옥을 유지하려는 지자체와 대치하는 상황까지 벌어졌다. 이러한 상황 속에서 낙후를 벗어나려

3) Throsby (2004)는 문화적 요소를 문화자본이라고 정의 내렸다. 문화자본에 대한 정확한 개념은 뒤에서 언급하겠으나 문화자본은 문화적 요소와 같은 의미로 생각할 수 있다. 그러나 굳이 문화자본이 아닌 문화적 요소라고 사용한 것은 북촌 지역이 문화자본이라고 말할 수 있을 만큼 경제적으로 활성화 된 지역이 아니고, 지역 주민 사이에서도 문화와 역사가 경제유발 효과를 일으킨다고 생각하지 않으므로 문화자본이라고 하는 데에는 아직 무리가 있다고 사료된다.

4) 전통문화를 강조한 이유는 문화경제학이 초창기에는 문화유산이 문화자본으로 가장 바탕이 된다고 여겼기 때문이며, 문화유산의 파급효과는 그 지역의 분위기를 형성하므로 무시할 수 없는 이유라고 생각한다.

는 움직임이 강하였고, 길 건너 인사동의 발전은 북촌 지역의 발전에 많은

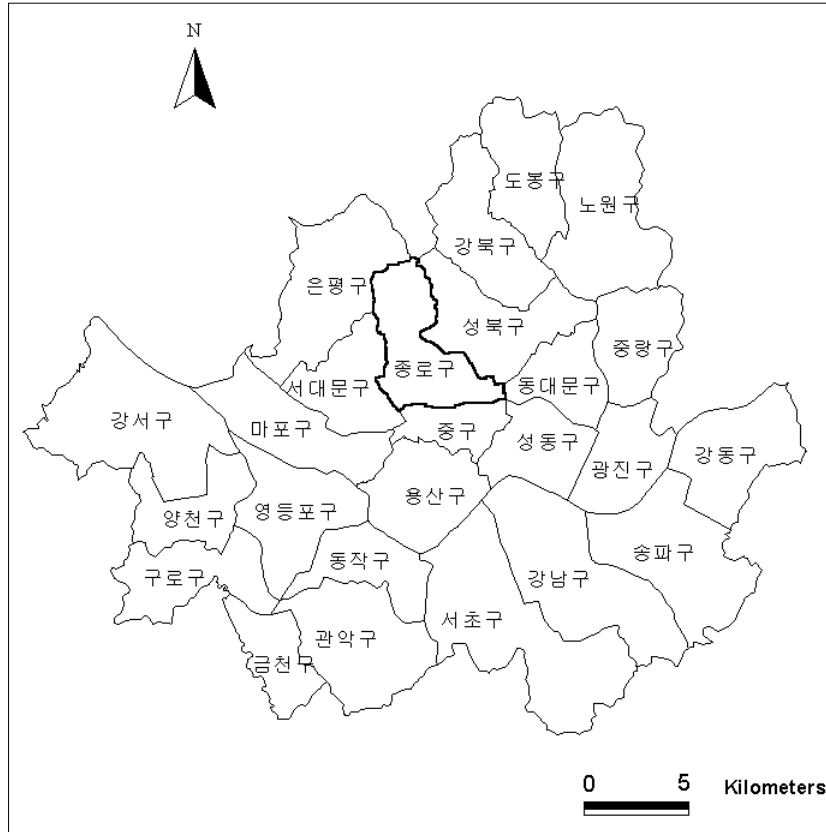


그림 1. 서울시에서 종로구의 위치

영향을 주었다. 그래서 곳곳에 미술관, 박물관, 카페 등의 시설이 들어서면서 북촌 예전의 낙후된 한옥밀집지역이 아닌 서울의 새로운 명소로 자리매김하고 있다. 따라서 역사적인 전통이 깊고, 규제로 인하여 그 전통이 현재까지 이어져 서울 지역에서 문화·역사적인 곳으로 손색이 없는 지역이다. 또한 곳곳에 문화재가 산재해 있고, 그와 더불어 문화인프라 시설이 많아 사례지역으로 선정하였다.

사례지역인 북촌의 일반적인 현황을 살펴보면 다음과 같다(서울시정개발

연구원, 2000).

북촌은 경복궁과 창덕궁, 율곡로와 삼청공원으로 둘러싸인 가회동, 삼청동 일대의 역사문화미관지구 지역을 지칭하며, 645,000m²(약 195,000평)의 면적에 2개의 행정동(가회동, 삼청동)과 11개의 법정동으로 이루어져 있는 지역으로 서울시 내에서 문화적인 전통성이 많이 남아있는 지역이다.

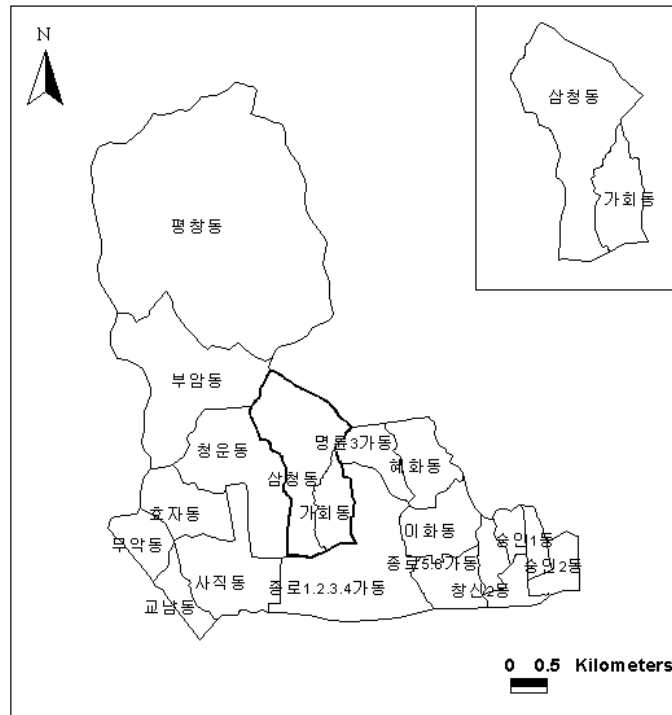


그림 2. 사례지역(북촌)

가회동은 4개 법정동인 가회동, 원서동, 계동, 재동을 포함하고, 삼청동은 7개의 법정동인 삼청동, 팔판동, 화동, 소격동, 안국동, 송현동, 사간동을 포함한다.

북촌 주변은 후면에 해발 463미터의 북악산과 삼청공원이 입지하고 있으

며, 서측에는 조선시대 정궁인 경복궁(사적 제11호)이 있고 동측에는 세계 문화유산으로 지정된 창덕궁(사적 제122호)이 있다.

지형은 정독도서관 이북 지역으로 갈수록 동서간의 굴곡이 심하고, 30% 정도의 급경사지인 가회동 1번지 일대를 제외하면 나머지 지역의 경사도는 30%이내를 보이고 있다.

북촌지역에는 한국금융연수원 및 초등학교 1개소와 중고등학교 3개소의 교육시설과 정독도서관을 비롯한 각종 전시장 및 미술관, 화랑 등의 문화시설이 위치하고 있고, 공공시설로는 미대사관 직원숙소, 기무사사령부, 헌법재판소 등이 들어서 있다.

북촌지역의 인구는 다른 도심부 지역과 마찬가지로 점차 감소하는 추세를 보이고 있다. 행정동인 가회동, 삼청동의 인구변화를 보면 1985년 약 2만명에서 1991년에는 1만 7천명으로 크게 감소하였고, 1995년에는 1만4천명으로, 1999년에는 1만3천명으로 감소하고 있다.

2) 연구방법 및 구성

본 연구는 문헌분석을 통해 문화경제의 이론적인 배경과 방법론을 도출하고 사례지역에 대한 자료분석, 현장답사, 인터뷰, 설문조사 등의 방법을 통해 문화경제론적 관점에서 북촌지역의 장소성을 규명하고자 하였다.

문헌연구 및 고찰을 통하여 문화경제의 이론적인 배경과 동향을 살펴보고, 문화경제의 개념을 명확히 하였다. 또한 문화경제가 우리나라에 도입되어 어떻게 개념적으로 이해되고 있는지 살펴보고 문화산업과의 차이를 구분하였다. 이러한 과정은 추후 문화경제를 통한 북촌의 장소성을 밝히는데 중요하게 작용할 것이다.

북촌은 최근에 많은 변화를 보이고 있는 만큼 사업체수와 공시지가, 건축물 거래 현황 등 통계자료를 통하여 북촌 지역의 경제적인 변화를 분석하며, 서울시와 종로구에서 실시한 북촌 관련 계획을 참고하여 사례지역의 개

괄적인 현황을 조사 분석하고, 대상지가 지니는 지역적인 가치를 최종적으로 검토하였다.

마지막으로 가장 중요한 부분으로 북촌에 거주하거나 북촌에서 경제활동을 하고 있는 사람을 대상으로 인터뷰 조사를 실시하였다. 문화라는 현상을 수치화하여 분석한다는 것은 많은 어려움이 따른다. 경제라는 것이 수치, 통계를 통하여 분석이 가능한 분야이지만 문화와 경제를 혼합한 문화경제에는 수치를 통한 분석에 어려움이 있다.

경제적인 변화를 가시적으로 쉽게 읽을 수 있는 경우가 입지되어 있는 상점들의 공간상의 분포양상과 상점들의 업태 종류를 통해 알 수 있다. 따라서 경제적인 경관은 상점을 통해서 알고자 하며, 특히 북촌에는 다른 지역과 차별되는 독특한 경관을 나타내고 있다. 그것은 craft 상점이나 부티크(boutique) 같은 소매점이 삼청동을 중심으로 발달하고 있는 것이다. 이는 서울의 다른 패션의 거리와는 다른 경관을 보여주는 것으로 북촌에 이러한 소매점이 생긴 것에는 특별한 이유가 있을 것이라고 사료된다. 소매점을 경영하는 업주나 판매를 담당하는 직원과의 심층 인터뷰를 통하여 북촌에서 소매점이 생성된 원인을 찾고자한다. 심층 인터뷰는 통계자료나 기타 설문조사에서 얻을 수 없는 구체적인 자료를 얻을 수 있기 때문이다.

따라서 북촌에서 소매점을 경영하는 업주와의 설문조사 및 인터뷰를 통하여 지역이 가지는 문화적인 요소를 찾아내고, 그러한 요소가 경제적인 공간에 어떻게 표현이 되었는지 살펴보았다.

북촌지역의 소매점을 자체 조사한 결과 총 42개점이 조사되었으며, 그 중 응답을 거부한 소매점을 제외하고 총 35개의 소매점을 대상으로 조사를 실시하였다. 적은 수의 소매점을 대상으로 설문조사 및 인터뷰 조사를 실시하므로 설문조사의 결과는 단순 통계처리되며, 인터뷰를 통해서 얻은 결과로 업주들의 문화적 가치의 인식을 해석하고자 한다. 또한 소매점이 북촌에 유입한 시기를 지도화하여 연도별로 삼청동의 경제적인 공간구조를 나타내었

다.

본 연구는 다음과 같이 구성하였다. 우선 1장에서는 본 연구를 시작하게 된 배경과 그 목적을 정의하고, 2장에서는 문화산업, 문화경제학 이론을 고찰하였으며, 아울러 문화자본으로서 장소성과 도시공간에서의 문화의 역할 등을 살펴보았다. 3장에서는 이상의 이론적 틀을 사례지역에 적용하기 위하여 북촌지역의 문화자본을 살펴보고, 현재 북촌의 문화자본을 통하여 유발된 문화상품으로 문화경제적인 특성을 도출하였다. 마지막으로 5장에서는 본 연구의 결과를 요약정리하고 그 시사점을 제시한 후 한계점과 추후 연구 과제를 논의하였다.

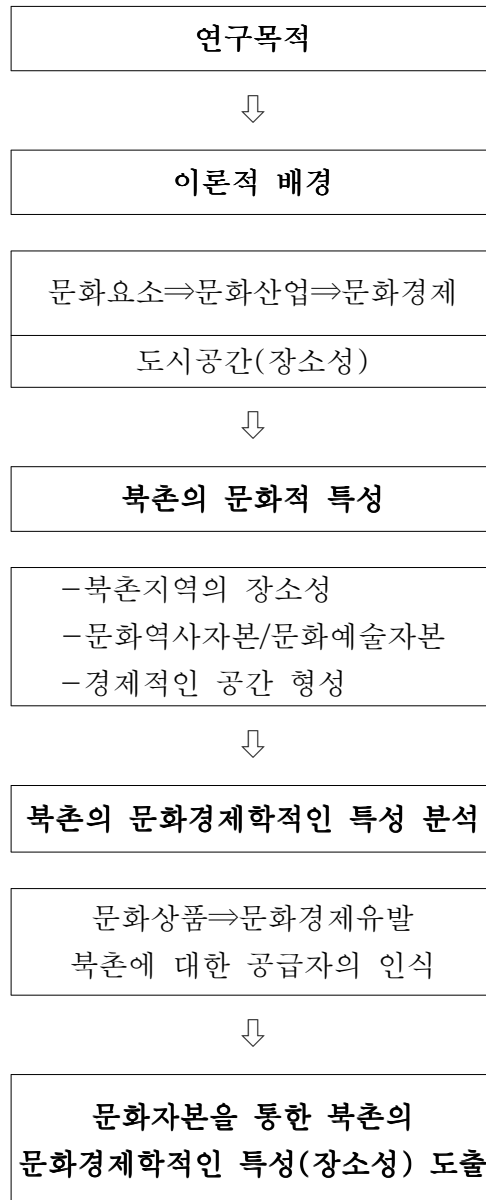


그림 3. 연구의 흐름

3. 선행연구

본 연구의 이론 틀은 문화경제이고 사례지역은 북촌이다. 문화경제라는 개념이 문화산업과 연장선상에 있어 문화산업과 문화경제를 혼동하는 경우가 많다. 문화라는 것이 새로운 문화상품을 만들어내고 그것이 문화산업으로 발전이 되면 동시에 경제가 성장한다. 문화산업은 문화경제를 일으키는 구체적인 실용단계라고 할 수 있다. 따라서 문화산업에 대한 선행연구는 어떻게 진행되었으며, 문화산업의 연구주제는 어떠한 것이 있는지 살펴볼 필요가 있다.

문화산업진흥기본법은 문화산업을 문화상품의 개발, 제작, 생산, 유통, 소비 등과 이에 관련된 서비스를 행하는 산업으로 규정하고 있다(서진수, 2005). 최근에 문화산업의 중요성이 대두되면서 국내에서도 문화산업에 대한 연구가 많아지고 있다. 문화적 가치와 경제적 가치를 생산할 뿐만 아니라 무형의 파급효과까지 발생시키는 문화산업은 기초산업 분야인 출판, 미술, 방송에서 나아가 응용산업인 영화, 광고, 게임콘텐츠, 캐릭터, 음반, 비디오, 공연 등으로 확장되어 문화산업의 영역은 계속 확대되고 있다.

문화산업 중 우리나라에서 연구하고 있는 주제는 영상산업이 주를 이루고 있다.⁵⁾ 특히 영상산업 중에서 영화산업의 연구는 1990년대부터 영화관의 입지에 관한 연구가 조금씩 이루어지다가(이금숙, 1993) 최근 영화산업의 발달로 영화산업시장과 한국영화의 점유율에 관한 주제로 연구가 활발히 이루어지고 있다(고창만, 2005; 임예원, 2005; 김병철, 2004; 윤한군, 2003). 이는 2000년대에 들어 한국영화의 점유율이 급속도로 상승하면서 영화산업 전체가 발전을 이룬 결과이며, 최근 한류의 영향으로 국외에서 한국영화의 입지가 날로 상승하면서 국내 영상산업의 발전을 가속화시켰다.

영화산업 외에 애니메이션, 게임 등의 산업구조와 콘텐츠 개발에 대한 연

5) 영상산업 중에서 영화, 애니메이션, 게임 산업에 대한 연구가 가장 활발하게 이루어지고 있다.

구가 있으며, 그밖에 인터넷과 콘텐츠 산업, 공연예술, 대중음악(김유미·이금숙, 2001)에 대한 연구가 이루어지고 있으나 아직 미미한 상태이다. 문화예술산업의 활성화와 지방자치단체와의 전략적인 마케팅 개발에 대한 연구(김홍수, 2005; 정숙, 2005; 김학실, 2005; 이수진, 2004)는 활발하게 이루어지고 있어, 아직까지 우리나라에서는 지역의 문화예술성을 통하여 문화컨텐츠를 개발하려는 연구가 많이 이루어지고 있음을 알 수 있다.

북촌과 관련된 연구는 인접한 지역인 인사동과 더불어 다양한 분야에서 다양한 주제로 연구가 진행되고 있다. 인사동 지역은 서울에서 문화유산과 전통적인 문화가 많이 남아 있어 북촌과 유사한 점이 많다. 따라서 이러한 의미에서 북촌과 인사동은 여러 분야의 전문가에게 매력적인 연구대상 지역으로 과거에서부터 많은 연구가 진행되고 있다.

인사동의 경우 지역보전을 위한 기초적 연구로 인사동의 도시형태적 특성과 용도변화특성에 관한 연구가 많이 수행되고 있고, 그 외에도 차없는 거리 행사를 중심으로 한 장소마케팅 개념에서 접근하거나 보행환경 등을 주제로 삼고 있는 연구들이 발표되고 있다(김혜란, 1896·1998; 문희정, 1998). 서울 도심부에 위치한 대표적 역사문화적 상업공간으로서 지역관리계획(인사동 지구단위계획)의 수립 및 집행과정을 관련주체들에 초점을 맞춘 분석들이 최근에 연구되고 있다(장옥연, 2004).

북촌 지역의 경우 한옥군의 보전을 위해 1983년 제4종미관지구(현 역사문화미관지구)로 지정된 이후에 집중적으로 연구가 이루어졌다. 연구는 주로 가로체계와 필지구조(조문현, 2002; 조한재, 2002; 최형목, 2002), 그리고 건축물의 특성과의 관계를 밝히는 도시조직의 특성에 관한 연구(양승학, 2002)와 한옥보전 제도 및 경관보전계획수립에 관련된 연구(김주아, 2002)가 이루어졌다.

북촌을 행정적으로 가회동과 삼청동으로 나눌 수 있는데 전통한옥이 밀집한 지역인 가회동은 도시 안의 가로체계와 이미지 구성, 그리고 한옥의 건

축적인 특성을 밝히는 연구가 진행된 반면(안은실, 2005; 도난주, 2004) 삼청동은 주로 장소마케팅의 개념으로 접근하여 장소성의 의미를 고찰하는 연구들이 발표되고 있다(권미리, 2004). 그러나 북촌의 문화적 요소에 관심을 갖고 연구한 논문들이 미미하고, 특히 경제지리적으로 접근한 연구가 전무한 상태이다. 따라서 본고는 북촌지역의 장소성에 대한 경제지리적 접근에서 의의가 있다.

II. 이론적 논의

1. 문화경제 이론 논의

1) 문화의 개념

문화경제에서 문화와 경제는 대등하면서 상호의존적인 관계라고 생각한다. 문화경제를 간략하게 ‘문화를 통하여 경제가 유발된다’고 정의한다면 문화라는 촉진제가 경제적인 활동을 일으켜 자칫 문화와 경제가 종속적인 관계로 비춰질 수 있다. 본 연구에서도 문화를 어떻게 정의하고 경제와의 관계를 어떻게 정립하느냐가 가장 중요한 문제라고 생각한다. 문화를 단순히 학술적으로 정의하느냐 아니면 다른 개념으로 재해석하는 것이냐가 일차적인 문제이며, 그러한 과정을 통해 경제와 문화의 이원적인 개념을 일원적으로 통합시켜 문화경제론을 고찰해야 한다. 이러한 의미에서 먼저 문화가 무엇인지 개념정립이 필요하다.

표 1. 문화의 개념

구 분	등장시기	개 념
어원적 정의	16세기	문화는 토지를 경작하거나 가축을 기르는 행위
문명론적 정의	18세기	문화는 정신적·심미적 발전의 일반과정
예술·교양론적 정의	19세기	문화는 지적·예술적 활동의 산물이나 실천
생활양식론적 정의	20세기	문화는 한 인간이나 시대 혹은 집단이 공유하는 특정 생활방식
의미체계론적 정의	20세기 후반	문화는 사회질서가 전달·재생산·체험·탐구되는 공유된 의미체계화

자료: 이무용, 2003, 「장소마케팅 전략에 관한 문화정치론적 연구」, 서울대 박사학위 논문, p.48의 표를 수정

문화에 대한 개념이나 인식은 사용하는 사람들의 입장이나 시대의 분위기에 따라 다양하다. 문화와 밀접한 사회나 생활양식은 빠르게 변화하며 문화는 그 발전과정과 연관을 가지고 발전하므로 개념이 다양할 수 밖에 없다. 현재 문화의 개념은 <표 1>과 같이 크게 다섯가지 개념이 혼용되어 사용되고 있다.

일반적으로 사용하는 ‘문화’라는 개념은 어원적 의미와 생활양식론적 정의를 많이 사용하고 있다. 그러나 이것은 일반적으로 인식하는 ‘문화’이며, 문화경제의 문화와는 다른 의미이다. 문화경제에서 적용되는 문화의 개념은 ‘예술·교양론적 정의’와 ‘생활양식론적 정의’, ‘의미체계론적 정의’를 모두 포함한다. 그러나 이것으로 문화경제에서 사용하는 문화의 의미를 이해하기에는 역부족이므로 보다 집중적으로 들어가 David Throsby(2004)는 문화의 의미를 다음과 같이 정의하고 있다.⁶⁾

첫 번째 문화의 의미는 특정 집단이 공통적 또는 부분적으로 공유하고 있는 태도, 신앙, 도덕, 습관, 가치관, 풍습 등을 묘사하는, 보다 넓은 의미의 인류학·사회학적체제로 표현하는 것이다. 이에 따라 집단은 정치, 지역, 종교, 인종 및 기타 특성에 따라 정의될 수 있는데, 예를 들면 멕시코 문화, 바스크 문화, 유대 문화, 아시아 문화, 여성 문화, 기업 문화, 젊은이 문화 등으로 구분될 수 있을 것이다. 집단의 문화를 명확하게 구분하는 기능 중 하나는 소속 집단의 구성원과 다른 집단 구성원을 구별하기 위한 수단을 제공함으로써 주체성을 확립하게 하거나 혹은 확립에 기여하는 것이다. 이와 같은 문화에 대한 해석은 경제발전에서 문화의 역할과 경제발전과 문화와의 관계를 규명한다는 현재의 목적에 부합한다.

두 번째 문화의 정의는 상대적으로 기능적 측면이 강하다. 즉 문화란 인간생활의 지적, 도덕적, 예술적 측면과 관련되어 행해지고 있는 사람들의 활동과 그 활동에 의해 생산되는 산출물을 의미한다. 이러한 의미에서 문화는

6) 문화의 의미는 David Throsby, 성제환 옮김, 2004, 문화경제학에서 재인용하였음.

간단한 기술·작업적 숙련의 습득보다도 오히려 지성에 대한 계몽과 교육을 촉진하는 활동과 관계가 있다. 문법적 측면에서 보면 이 단어는 명사라기보다는 문화상품, 문화 시설, 문화산업 및 경제 전체에서의 문화 부문 같은 형용사로서의 역할이 더 적절하다.

그러나 문화경제라는 이론에서 문화의 의미, 경제화의 종속관계를 알아보기 위해서는 일반적으로 이해하는 문화⁷⁾와는 다른, 경제와의 관계 속에서 문화를 살펴야한다. 이러한 견해는 경제와 문화를 이원적으로 나눈다고 비판할 수 있는 여지가 있으나, 이것은 단순히 ‘문화경제론’이라는 이론 틀에서 정의내리고 있는 문화의 개념을 살펴보는 것이고, 이러한 과정에서 문화가 경제 법칙에서는 예외적인 것이기 때문에, 문화와 경제가 서로 어떠한 영향을 주는지 그 관계를 살펴야 하므로 비교대상이 될 수밖에 없다.

특히, 문화산업의 측면에서 문화(Culture)의 개념을 설명할 때, 광의로는 문화의 사회적 역할과 기능을 통하여 인간의 행동을 규정하는 것으로 사회시스템의 형성방식, 인간의 가치관, 학문의 발달 등에 영향을 미치는 것을 의미한다. 협의로는 문화의 경제적, 산업적 측면을 설명하는 것으로서 높은 수준의 지적 또는 예술적 활동의 결과물로 사람들의 미의식에 감동을 주는 것으로 사회의 한정된 자원을 투입하여 사람들의 미의식에 자극을 주는 재화 및 서비스를 생산한다거나 자원 배분을 규정하는 것을 의미한다(박승호, 2003).

본 논문에서 문화경제, 문화산업에서 사용하는 문화는 현대사회문화에서 가치가 더해진 문화이며 다양한 문화집단과 개성화를 보이며, 문화적 소비의 급격한 증가를 보인다. 따라서 문화는 더 이상 그 자체로 있지 않고 산업과 결합하여 경제적 효과를 나타내기 때문에 현대사회에서 가치를 더하고 있다.

7) 일반적으로 이해하는 문화란 어원적 정의를 의미한다.

2) 문화자본

본고에서 문화적인 요소라는 의미로 문화요소라는 용어를 사용하였다. 그러나 문화경제학에서는 문화적 가치와 경제적 가치를 해석하는데 자본이라는 용어를 사용한다. 즉 문화자본이라는 것이 문화가 가지는 경제적 가치에 문화적인 가치를 구체화하고, 축적 또는 공급하는 자산으로 여기는 것이다. 따라서 문화의 본질적인 특징을 파악하고, 경제학적인 사고를 통해 설명하기 위해서는 문화요소보다는 문화자본이라는 개념이 훨씬 바람직하다.

문화자본은 두 가지의 형태로 존재한다. 첫째, 유형자본으로서 건물, 유적지, 사적, 지정지구, 그림 및 조각과 같은 예술작품과 같은 형태로 성립하고 있다. 그 속에는 유형의 문화유산도 포함되겠지만 그러한 문화유산에만 한정되지 않는다. 유형자본은 물질적 자본 혹은 인공적으로 형성된 자본과 거의 비슷한 외견상의 특성을 가지고 있다. 즉 유형자본은 물질적 자본과 마찬가지로 인간의 활동에 의해 창조되고, 일정 기간 존속하며, 유지를 게을리하면 쇠퇴하고, 지속적으로 서비스를 창출하며, 현재의 자원을 문화자본 생산 과정에 대한 투자를 통해 증대될 수 있고, 일반적으로 매매가 가능할 뿐만 아니라, 측정 가능한 금융상의 가치를 가지고 있다.

둘째, 문화자본은 '무형'으로도 존재할 수 있다. 무형 문화자본은 집단이 공유하는 관념과 습관, 신념과 가치라는 형식을 통해 지적 자본으로 성립되었고, 공공재의 특성을 지닌 음악 및 문학과 같은 예술작품의 형태로도 존재한다. 이와 같이 정의되는 지적자본을 방치하게 되면 그 가치가 감소하고 새롭게 이용함으로써 가치가 증대되기도 한다. 그것은 또한 향후 서비스의 흐름을 창출하기도 한다. 현존하는 지적 자본의 보전과 새로운 지적 자본의 창조는 동시에 자원을 필요로 하고 있다(David Throsby, 2004).

3) 문화경제와 문화

문화경제학이 언제 누구에 의하여 시작되었고, 문화경제학의 근본이 문화

예술학에 속하느냐 아니면 경제학에 속하는 지 많은 의문이 제기되고 있다. 문화경제학이란 용어가 언제 생겼으며 누구에 의해 주창되었는지 간단하게 살펴보아야 위의 의문이 해결될 것이다. 문화경제학의 원류와 탄생에 관한 것은 많은 저작물이 있으므로 여기서는 간단하게 살펴보고자 한다.

문화경제학이란 말은 1966년 보몰(Baumaol)과 보웬(Bowen)의 《무대예술: 예술과 경제의 딜레마》라는 책을 통해 최초로 세상에 알려졌다. 그들에 앞서 러스킨(Ruskin)⁸⁾이나 토플러(Toffler)(1964) 등 여러 학자들이 동일한 이론이나 비슷한 표현을 사용했지만, ‘문화경제학’이 공식적으로 인정받기는 이를 통해서다. 이 책은 당시 미국과 영국에서 공연예술의 수요 구조와 공급시스템의 종합적인 연구를 도모했다. 당시 경제학적인 상식에서 벗어난 연구였지만, 생산성이 낮더라도 산업의 진보라는 측면에서 공공성이 전제가 되어야 한다는 측면에서 주목을 받았다(한국문화경제학회, 2004). 이후 문화경제학 이론은 미국의 문화경제학회를 중심으로 활발하게 논의가 이루어진다.

문화경제의 출현은 단지 생산 및 소비활동에 문화적 투입요소가 많아져서 생긴 결과가 아니라, 사회전반에 문화의 논리와 힘들이 전에 없이 두드러짐에 따라 나타난 결과이다. 이는 생산의 사회적 성격 전반을 바꾸는 산업화의 새로운 단계를 의미하는 것이다.

그래서 신산업화 단계에서 고도화되는 서비스 활동은 3차 산업의 단순한 확장이나 발전이 아니라 소비양식의 고도화, 제품의 생산과 유통 전반에 정보·디자인·상징 투입 요소의 강화, 문화상품 소비의 확산 등의 현상을 수반하면서 전개된다는 데 중요한 특징이 있다. 경제의 이러한 변화는 일상생활에서 이미지, 의미, 기호성이 강한 상품의 소비증가, 여가·문화·예술 활동에 대한 노출과 접촉의 증대, 문화적 정체성에 대한 관심의 증대 등의 변화가

8) 문화경제학을 최초로 주창한 사람은 19세기 초 영국에서 태어난 존 러스킨(John Ruskin:1819~1900)으로 보는 게 전문가들의 공통적인 견해이다.(한국문화경제학회, 2004, 문화경제학 만나기, p. 52에서 재인용)

초래하는 결과이기도 하다. 문화적 요구, 소비 지향성의 확산은 상품의 성격과 그 생산 방식에 심대한 영향을 끼쳐왔다. 즉, 소비의 패턴변화와 대응하여 상품의 생산으로부터 유통·소비에 이르는 경제 부문에서는 문화적 요소가 상품구성의 핵심요소가 되는 동시에 부가가치 창출의 새로운 원천이 되고 있다(조명래, 2000).

경제활동에 문화적 투입요소가 고도화되는 동시에 문화적 요소가 부가가치 창출의 새로운 원천이 되는 경제를 흔히 ‘문화경제(cultural economy)’라 부른다. 문화경제론은 다양성과 개성을 추구하는 경제학을 기본이념으로 하고 있으며 소비자가 선택하는 재화나 서비스를 문화예술적인 학습에 의하여 개성에 맞게 시장에서 선택할 수 있게 한다. 과거와는 달리 문화와 예술이라는 측면이 획일적인 것이 아닌 각자의 개성을 중요시하므로, 재화나 서비스가 다양해질 수밖에 없다. 과거 대량생산에서 문화를 생산하는 단계로 인식하면서 문화와 경제가 대립적인 관계로 설정되었다면, 문화경제론에서는 유연적인 전문적 생산으로 변하면서 기획·생산·유통 과정이 밀접히 통합되고 마케팅 주도적인 경제로 변화하고 있다.

문화를 산업 경제의 관점에서 접근하는 것 못지않게 문화예술의 관점에서 문화상품의 생산과 소비행위를 고려해야 한다. 문화예술 또는 미학적인 관점에서 접근해야 할 문화가치와 예술성을 지나치게 경제적 가치에 의존하게 될 때 문화예술이 갖고 있는 본질적인 가치가 왜곡되거나 훼손될 우려가 있다. 그러나 문화산업의 비중과 교역량이 증대되고 있는 현실적 상황에서 문화예술의 시장경제적인 측면을 등한시할 수 없으며, 시장경제적인 접근의 필요성을 간과해서도 안된다(박승호, 2003). 결론적으로 문화예술의 시장경제적 측면과 문화예술의 본질적 가치를 동시에 고려해야 한다.

4) 도시공간과 문화경제

최근에 정보, 통신, 방송의 발달로 경제적으로나 사회적으로 도시의 중요

성이 사라지고 있다고 여겨진다. 인터넷, 멀티미디어, 화상 등으로 인하여 집적과 집중이 사라진다고 하지만 오히려 도시의 중요성은 증대되고 있다. 이러한 현상은 특히 문화자본과 경제의 상호관계 속에서 일어난다.⁹⁾ 도시는 예술, 아이디어, 스타일, 생활양식 등의 형태로 문화를 창출하고 문화는 도시의 혁신을 일으켜 성장을 가능하게 한다. 현대 경제에서 가장 중요한 생산은 문화를 재생산하는 것으로 경제 안에 문화생산품이 흡수되는 것은 당연하며, 이를 통하여 문화의 형태로 이루어진 경제지리가 발생한다.

진보된 자본주의 사회에서 수요와 공급은 분간할 수 없을 정도로 그 대상이 평준화되었고, 그 수준은 향상되었다. 경제수준의 향상은 시간적 여유와 잉여자본을 생산하게 만들었다. 이에 따라 문화에 대한 향수를 불러일으키며, 문화적인 향유를 누리게 된 것이다. 여기서 중요한 점은 경제수준의 향상과 더불어 문화가치의 향상은 도시를 중심으로 이루어진다는 것이다. 즉 도시는 ‘창조의 장(creative field)’으로 작용한다(Allen J Scott, 2001).

도시는 모든 사회적인 현상이 밀집되어 나타나는 곳이다. 즉 개개인이 서로 의존하면서 필요에 의해 활동을 한다. 이러한 인간의 교류가 복잡하게 얽혀서 공간적으로 표현되고 있으며, 앞으로 경험에 의하여 계속적으로 발전한다. 이러한 발전과 경험은 창조력을 가진 도시의 모습으로 구현된다. 그리고 창조력은 문화와 문화공간으로 발전되는 것이다. 예를 들어 1880년대 인상주의가 나타난 파리와 같은 경우는 문화면에서 창조력과 도시의 관계를 확연하게 보여주는 곳이다(Allen J Scott, 2001).

그러나 도시라고 모두 창조력을 가진 것은 아니다. 도시 중에서 각 나라의 수도(Capital)의 경우가 창조력과 문화의 관계를 아주 잘 설명할 수 있다. 수도라는 것은 역사성을 가지고 있고 그 속에서 정치, 경제, 사회활동 등이 이루어지는 곳이므로 도시성¹⁰⁾에 기인한 문화를 창조할 수 있으며, 계

9) 미국 뉴욕의 실리콘 앨리의 경우는 문화자본이 도시에 집중되는 것을 보여주는 대표적인 곳이다.

10) 도시성이라는 것은 도시에서 나타나는 일반적인 성질, 즉 경제, 정치, 사회면에서 도시가 아닌 곳과 차별되는 도시 고유의 특성을 말한다.

속적인 발전의 가능성을 보여주는 곳이다.

한편 도시 안에서 문화가 발현되는 곳은 시장이다. 문화상품은 문화적 형태와 의미가 어떻게 형성되느냐에 따라 시장형성이 달라진다. 즉, 문화의 장르가 상품화되고 문화가 이윤극대화를 추구하는 공간인 시장에서의 소비가 중요하다는 것이다.

이렇게 만들어진 재화와 서비스 즉, 문화상품은 실제, 모습, 부문이 매우 이질적이고 다양하며, 문화적 요인이 상품으로 이입되는 형태에 따라 다양한 산업으로 발생한다. 문화가 전통적인 최종제품으로 들어가는 의류, 가구, 보석 등의 산업도 있고, 개인적인 거래나 정보의 생산 또는 이동이라는 점에서 서비스 부문으로 나타나는 관광서비스, 영화 상영, 광고와 같은 산업도 있으며, 혼합적인 형태로 나타나는 음악 레코딩, 도서출판, 필름생산 등의 산업도 있다.

문화경제에서 도시의 중요성은 크다. 모든 문화적인 기제가 집적되어 있는 도시라는 공간에서 문화활동과 문화상품을 통한 경제활동은 당연하다. 경제를 유발하는 기제가 있는 곳에서 산업이 생산되는 것과 마찬가지로 문화가 있는 곳에서 문화경제가 발생하는 것이다. 과거 산업시대에는 주로 제조업이 도시의 경제활동을 주도했으나 현대사회로 오면서 도시의 주체들은 구 제조업을 대체할 새로운 경제활동과 지방의 경제성장을 달성하기 위하여 노력한다.

5) 문화자본으로서 장소성

(1) 장소와 장소성

장소와 장소성의 개념은 인간, 환경, 환경과 인간의 관계에 대한 이해에 가치를 두는 개념이다(장옥연, 1999). 공간과 구분되는 장소의 개념은 지리학에서 다중적인 의미를 가지고 있으며, 때로는 모호하게 사용되기도 한다. 기본적으로 공간이 실재론적 차원에서 객관적으로 존재하는 물리적 실체를 의미한다

면, 장소는 보다 관념론적인 차원에서 인간의 인식체계를 통해 특정한 이미지와 가치를 지닌 인지된 공간을 의미한다(최막중·김미옥, 2001).

장소에 대한 기존의 논의들을 종합해 볼 때, 장소는 특정한 공간에서 물리적 실체와 인간행위의 결과물이 결합된 것이며, 인간의 활동이 일어남과 동시에 그 경험을 통해 의미가 부여되는 상징적인 대상이다(백선희, 2004). 장소가 인간의 인식체계를 통해 특정한 이미지와 가치를 지니고 인지된 공간을 의미한다면, 공간을 장소로 만들고 특정 장소를 다른 장소와 구별되게 만드는 총체적 특성이 '장소성'이다(최막중·김미옥, 2001). 결국 장소성이란 인간이 체험을 통해 애착을 느낀 장소가 다른 장소와 차별되는 고유성이 존재하는 것을 일컫는다.

즉각적으로 인식할 수 있는 공간과는 달리 장소는 반복적인 경험이 시간을 통해 축적되어야 한다. 공간이나 환경에 대한 활동이 반복되고, 그와 연관된 경험이 누적되면서, '이곳은 ~하다'라는 장소에 대한 인식이 발생하며, 이러한 장소성은 다른 장소와 구별되는 기준이 된다. 즉, 장소의 변화는 오랜 세월에 걸쳐 서서히 형성되는 것이며, 그 변화의 방향은 한 장소에 내재되어 있는 고유한 속성에 따라 결정되는 것이다(백선희, 2004).

(2) 문화지역에서의 장소의 의미

과거부터 문화와 장소는 서로 밀접한 연관성을 가지고 있다. 문화를 나타내는 데 있어 장소가 중요한 것은 경제적인 기능 뿐 아니라 사회적인 관계를 통해 도시의 공동체성을 나타내기 때문이다. 문화는 도시 안에 경제활동의 모습을 형성하고, 경제활동은 다시 도시에서 문화 창출, 혁신 역량 창출의 동적 요인이 된다. 이 논의는 문화산업 부문뿐만 아니라 비문화부문에서도 적용되는 것이다. 그러나 문화상품의 경우에는 장소의 문화적 중요성과 최종제품의 질적인 관계가 더욱 중요하다. 이러한 의미에서 문화, 장소, 경제는 서로 공통적인 요인을 가진다. 현대 자본주의에서는 이 동질성이 각 도시의 문화경제를

설명하는 강력한 수단이 된다. 각 도시의 특정한 문화 정체성과 경제적인 질서가 더욱 강하게 밀착되어 있을수록 장소의 독점력은 더욱 강해진다(산업연구원, 2001).

도시처럼 역사와 문화가 축적된 공간에서 장소와 장소성의 형성과정은 인위적으로 만들어진 경우도 있으나, 대부분 주민이 오랜 기간 동안 반복적으로 참여하고 경험하는 과정을 통해 형성된다.

문화가 있는 장소와 그렇지 않은 곳의 차이는 문화창출의 요인을 제공하느냐 아니냐의 구분이다. 특정한 장소의 문화적 정체성은 주민들과의 상호작용으로 자연스레 형성되지만, 어떤 목적을 가지고 인위적으로 형성하는 경우도 있다. 특정한 장소와 장소성을 전략적으로 재창조하는 것이 장소마케팅(place marketing)이다. 현대사회에서는 기존 도시 및 장소의 쇠락한 이미지를 재구축하여 지역경제 활성화를 이루려는 도시문화전략의 일환으로 등장한다. 장소마케팅은 구산업지역의 이미지 재구축을 위하여 도시개발, 도시재생(Urban regeneration)의 전략들을 내세운다. 또한 문화에 대한 관심과 도시의 삶의 질에 대한 관심의 증대는 독특한 지역의 역사와 문화를 도시재생을 위한 도시전략의 핵심적인 수단으로 인식하고 있다. 즉, 특정지역의 장소성을 상품화, 차별화한다.

문화와 역사가 풍부한 지역은 장소마케팅의 매력적인 공간이다. 기존에 있는 문화, 역사의 이미지가 가시적으로 풍부한 상태에서 전략적으로 ‘지역이미지 재창출’을 통하여 지역경제 활성화를 도모하기 때문이다. 따라서 장소마케팅은 문화전략(Cultural strategy)이라는 말과 혼용되어 사용되기도 한다.

많은 도시들이 전략적으로 이미지를 재창조하려 노력하고 있으나 장소성을 강조하기 위해서는 문화부문의 발현에 얼마나 창의적으로 반응하는가에 따라 달라질 수 있다. 이러한 문화의 창의적 발현은 도시의 정체성, 고유성, 차별성이 강조되어야 하며, 이를 위한 바탕으로 문화와 역사가 풍부한 지역이 매우 유용하다.

풍부한 역사와 문화는 가시화될 속성이 풍부함을 뜻하며, 이러한 풍부한 가시적인 요소들은 후세대 시민들로 하여금 장소의 이미지를 유지하고 재창조할 수 있다(백선희, 2004 재인용).

Ⅲ. 북촌의 문화경제학적 특성

1. 북촌의 문화자본과 장소성

문화에 대한 의미는 다양하다. 앞 장에서 문화의 개념을 살펴보았지만 문화라는 의미 자체가 각각의 학문 영역의 관점에서 내포하고 있는 속성의 인식 정도에 따라 달라질 수 있다. 문화경제 학문에서 인식하는 문화의 속성을 이해한다면 문화자본이라는 개념은 경제적 및 문화적 측면에서 문화상품과 서비스, 행동 그리고 그 밖의 현상에 대한 분석이 가능하다.

도시라는 장소는 경제, 사회, 문화가 집중되어 있는 곳이며, 특히 서울의 경우에는 조선시대부터 수도의 기능을 담당하였기 때문에 다른 지역에 비하여 역사·문화·예술 부분이 함축되어 있다. 따라서 이러한 도시의 특정한 문화 정체성은 경제적인 질서와 결합하여 새로운 장소성을 형성할 수 있으며 장소의 독점력은 더욱 강해진다.

이러한 도시에서 지역의 문화자본을 쉽게 형성할 수 있는 것은 ‘유형의 문화자본’이다. 역사적인 문화재나 문화관련 시설을 통하여 지역의 문화 인프라를 쉽게 파악할 수 있으며 이러한 것들이 지역주민과 외부 사람들에 인식이 되면서 총체적인 이미지로 발전하게 되는 것이다. 따라서 본 장에서는 북촌지역의 ‘유형의 문화자본’¹¹⁾을 살펴보고자 한다. 중요한 것은 북촌의 문화자본이 역사적인 형태로 남아있는 유물, 문화재, 유적지와 현대적인 문화·예술시설로 나누어질 수 있다는 것이다. 분명 이 두 가지의 문화자본은 각각 성격이 다르므로 구분하여 살펴보아야 한다.

11) 북촌지역에는 ‘유형의 문화자본’ 뿐만 아니라 ‘무형의 문화자본’도 있을 것이다. 그러나 북촌의 지역성은 역사적인 배경이 강하므로 ‘유형의 문화자본’이 많을 수밖에 없고, 이것이 북촌지역의 장소성을 형성하는 데 많은 영향을 주었다고 판단되므로 ‘유형의 문화자본’만을 언급한다.

1) 북촌의 전통문화 유산

북촌은 명칭에서 유래하듯이 이 지역이 과거 조선시대부터 형성되었기 때문에 역사적인 자원이 산재해있다. 문화재는 그 지역의 역사성을 대변함과 동시에 앞으로 형성될 지역의 장소성에 많은 영향을 미친다. 따라서 북촌의 문화재와 문화적인 자원을 살펴보는 일은 북촌의 과거와 현재의 모습을 찾아내고 미래의 모습을 예측할 수 있는 근거가 될 수 있다.

문화재 및 역사 유물을 살펴보면 종친부, 소격서, 번사창, 사간원, 화기도감 등의 조선시대 주요 관청과 성삼문, 김옥균, 맹사성 등 조선시대 사대부 집터와 관련된 유물 및 유적지 등이 있다. 이는 북촌이 과거 조선시대 경복궁과 창덕궁 사이에 위치하였기 때문에 서울의 다른 지역에 비해 관청과 주거 유물이 많이 남아있다.

서울시는 과거 600년 동안 수도였으므로 서울시 자체가 거대한 문화재 도시일 수밖에 없다. 서울시 내의 행정구역 중에서 가회동과 삼청동은 경복궁과 창덕궁 사이에 위치하여 많은 역사적인 문화재가 있고, 그와 더불어 문화와 역사와 관련된 문화시설이 여러 곳에 위치해 있다. 서울시의 많은 곳 중에서 특히 이 지역이 이렇게 문화시설이 위치한 이유는 역사성에 기인한다고 할 수 있다.

이에 서울시에서는 북촌지역을 ‘역사미관지구’로 지정하여 관리하고 있다. 본 연구지역과는 약간의 차이가 있으나 전체적으로 일치한다. 이러한 정책적인 지원의 결과 지역 주민의 기대는 크다.

표 2. 북촌지역 역사문화자원 현황

종류	명칭	위치	건축 시기	내용	소유
사적 제281호	중앙고 본관	계동 1	1937	박동진 설계의 고딕풍 건물	중앙고
사적 제282호	중앙고 서관	계동 1	1921	일본인 中村與資平 설계	중앙고
사적 제283호	중앙고 동관	계동 2	1923	일본인 中村與資平 설계	중앙고
사적 제296호	관상감 관천대	계동 140-2		1983년 해체복원	
민속자료 제13호	백홍범가	원서동 9-9	1910		(주)한샘
민속자료 제14호	산업은행관리가	가회동 178	1920	서양식과 일본식 절충 한옥(문화주택 초기양식)	연강재단
민속자료 제22호	백인제가	가회 93-1	1874	한상룡이 압록강의 흑송으로 지은 한옥	백낙환
민속자료 제27호	윤보선가	안국동 8-1	1880	윤보선 전 대통령 살던 집	공덕귀
유형문화재 제9호	중친부	화동 1	1433	諸君府를 고친 것	교육청
유형문화재 제13호	동십자각	사간동 126	조선초	조선초에 세워진 망루	종로구
유형문화재 제51호	번사창	삼청동 28-1	1884	근대식 무기를 제작하던 기기국의 병기고	한국은행
문화재자료 제2호	이준구가	가회 31-1			이준구
천연기념물 제8호	재동백송	재동 35		박규수의 집 일부 언저리	헌법재판소
기타	선학원	안국 40	1923	한국불교의 일본화를 막기 위해 건립	
기타	손병희 선생집	가회동 170-12		1919년 2월 28일 3·1운동 최종 회합 장소	
기타	제생원	계동 140-2		민생구제사업과 약재를 담당하던 관아	
기타	김옥균집터	화동 106		갑신정변의 주역	
기타	박인환 살던 곳	원서동 215		시인 박인환(1926~1956)	
기타	광혜원	헌법재판소	1885	1885년 2월 29일 개원한 왕립병원	
기타	성삼문 살던 곳	화동 23-9		사육신의 한사람	
기타	불교미술박물관	원서동 108-4		불교미술문화 전반의 미술품을 전시	
기타	석정골보름우물	계동 18		1987년 복원	
기타	복주우물	화동 47번지		창덕궁에서 사용하던 우물	

출처: 시정개발연구원, 2000, '마을단위 도시계획 실현 기본방향(2): 북촌 가꾸기 사례연구



국제갤러리



가회박물관



티벳박물관



부엉이박물관

사진 1. 북촌의 문화·예술시설

북촌에는 미술관, 갤러리, 화랑 등을 많이 볼 수 있는데, 동십자각을 시작으로 청와대 앞길까지 많이 밀집해 있는 것을 확인할 수 있다. ‘사간동 미술관 거리’라고 명명하고 있는 이곳에는 이름 그대로 가로 주변에 미술관, 갤러리, 갤러리와 카페를 혼합한 갤러리 등이 즐비하다. 1970년대만 해도 사간동에는 미술관이 많지 않았다. 1970년대 최초의 상업화랑인 ‘현대화랑’

이 인사동에 설립되면서 인사동 지역에 화랑가를 만드는 첫 걸음이 되었고, '현대화랑'이 사간동으로 옮기고, 1995년 '갤러리 현대'로 이전하면서 사간동에 미술관이 점점 형성되기 시작하였다. 현재 사간동뿐만 아니라 북촌 곳곳에 갤러리와 미술관, 박물관 등이 생기고 있으며 이러한 것은 사회적으로 문화에 대한 관심이 증대되었고, 주변 인사동의 고미술, 화랑 등이 북촌 지역까지 영향을 미친 것으로 보인다. 이는 서울의 다른 지역과 비교하여 문화시설이 상대적으로 많은 것으로 최근의 북촌지역의 문화예술에 대한 장소성이 형성되고 있다는 증거로 볼 수 있다.



사진 2. 북촌지역 상점의 독특한 외관

삼청동 길 주변에는 갤러리와 craft 상점, 부티크(boutique), 음식점 등이 집적되어 있다. 삼청동 길의 가로를 따라 작지만 특색 있는 craft 상점들과 부티크(boutique), 갤러리와 카페가 혼합된 미술관, 그리고 음식점 등이 나타나는데 이러한 것은 다른 지역에 비하여 독특한 경관을 형성하고 있다. 외관상 독특한 디자인으로 이루어졌고, 여타 볼 수 있는 상업적인 광고형태의 간판은 그다지 많지 않다. 또한 건물의 외형에 변화를 주지 않고 그대로 유지하거나 외관뿐만 아니라 간판, 샵 인테리어까지 색다르게 디자인을 한 건물이 많다. 이러한 것은 타 지역과 차별되는 점으로 많은 사람들을 끌어들일 수 있는 유인력으로 작용해 최근 삼청동 지역은 경관 상으로 많은 변화를 일으키고 있다.

특히 북촌 지역 중에서도 문화시설과 상업시설이 혼재된 지역이 삼청동 지역이다. 그리고 최근에 삼청동이 매스컴에 자주 등장하면서 이 지역이 서울에서 특색있는 거리로 유명해지고 있다. 유명세를 타기 시작하면서 최근에 삼청동에는 상업시설과 다양한 문화시설이 입지하기 시작하여 독특한 경관을 보여주고 있다. 1990년대 중반까지만 해도 미술관과 관람관은 사간동과 송현동 일대에 입지를 하였으나 최근들어 삼청동에까지 박물관, 미술관이 확장하고 있다. 이로 인해 미술관, 독특한 경관의 음식점과 부티크(boutique)가 어우러진 경관을 보여주고 있다.

문화시설로 인한 경관 형성은 최근에 이루어진 것으로 삼청동의 문화시설과 서울에서 문화지역으로 유명한 다른 지역 간의 건물용도별 총 연상면적 대비 문화시설 연상면적을 살펴보면 삼청동이 1990년대 중반이후 문화시설이 뚜렷하게 증가하는 것을 볼 수 있다. 그에 비해 인사동과 대학로는 면적의 비율이 점점 줄어들고 있고, 새로운 패션과 갤러리의 거리인 청담동 역시 일정하게 유지하다가 감소하는 것으로 보아 삼청동은 문화와 예술이 집적된 지역이라는 것을 알 수 있다.

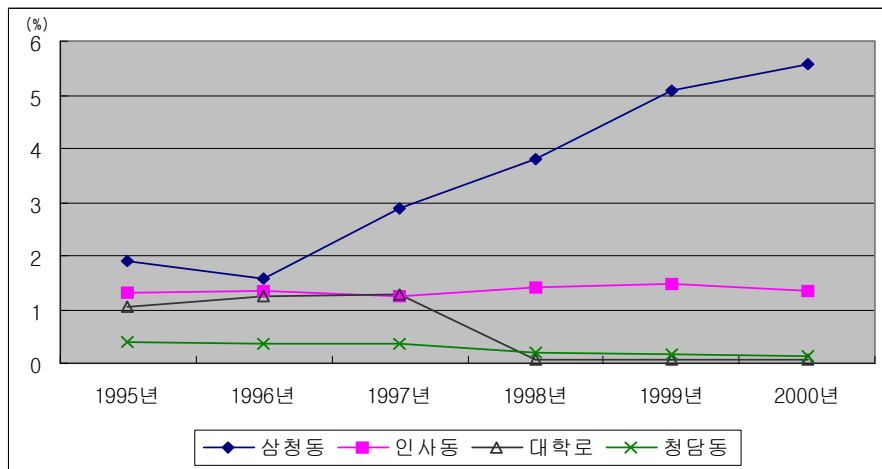


그림 5. 건물용도별 총 연상면적 대비 문화시설 연상면적 비율 추이

자료 : 서울시정개발연구원 도시계획설계연구부 공개자료¹²⁾

이외에도 북촌에는 부영이박물관, 티벳박물관, 세계장신구박물관 등 전시물이 다양하면서도 타 지역에 볼 수 없는 박물관이 있어 외부 사람들에게 유인력으로 작용하고 있다.

지금까지 북촌지역의 문화자본을 살펴본 결과 북촌은 전통·문화·예술의 자본을 고루 갖춘 지역임을 알 수 있다. 구체적으로 종친부, 소격서, 번사창, 사간원, 화기도감 등의 역사적인 문화재와 전통한옥의 유지 및 양식의 보전을 통하여 형성된 ‘전통문화자본’과 삼청동과 사간동을 중심으로 미술관, 갤러리, 화랑, 박물관 등의 ‘예술자본’이 혼재되어 있어 북촌 지역의 독특한 장소성을 나타내는 물리적인 인프라가 구성되어 있다고 사료된다.

12) 권미리, 2004, “장소성의 의미고찰을 통한 장소마케팅 전략 수립에 관한 연구”, 한양대 대학원 석사학위논문 p. 36

표 3. 북촌의 문화·예술시설

명칭	위치	명칭	위치
출판문화회관	사간동 105-2	한국불교미술박물관	원서동 108-4
서울셀렉션	사간동 105-2	부영이 박물관	삼청동 27-21
한국미술연구소	사간동	세계장신구박물관	화동 75-3
주얼리버튼갤러리	사간동	티벳박물관	소격동 115-2
갤러리현대	사간동 80	가회 박물관	가회동 11-106
금호미술관	사간동 78	작은차 박물관	소격동 89-2
이리자한복	사간동 74	동림매듭박물관	가회동 11-7
갤러리대아	사간동 69		
아원공방	소격동	각궁 공방(활)	원서동 38
학교재	소격동 77	연강오죽전시장	원서동 41
금산갤러리	소격동 66	신중현 옷칠공방	재동 33
국제갤러리	소격동 59-1	백록당 공방(표장)	가회동 11-39
사간갤러리	소격동 55	헬렌 갤러리	가회동 1-34
아트선재미술관	소격동 144-2	갤러리 올	화동 4
예맥화랑	소격동 87-1	갤러리 빔	화동 39
갤러리 조	사간동 69	월전미술관	팔판동 35-1
갤러리 도올	팔판동 27-6	원서갤러리	원서동 171
가모갤러리	삼청동	이화익 갤러리	송현동 17
갤러리 인	팔판동 141	갤러리 HO	소격동 127
갤러리 편도나무	사간동 126-1	갤러리 조석	소격동 55
갤러리 빛	화동 138-7	금산갤러리	소격동 66
사바나미술관	안국동 159	선재갤러리	소격동 144-2
김현주 갤러리	삼청동 63	시공화랑	소격동 77
(주) 아트파크	삼청동 125-1	PKM 갤러리	화동 137-1
갤러리 피프틴	삼청동 63-28	D. 백록당	가회동 11-39
갤러리 마노	가회동 1-17	북촌미술관	가회동 170-12

자료: 현지 답사를 통하여 구성, 2005

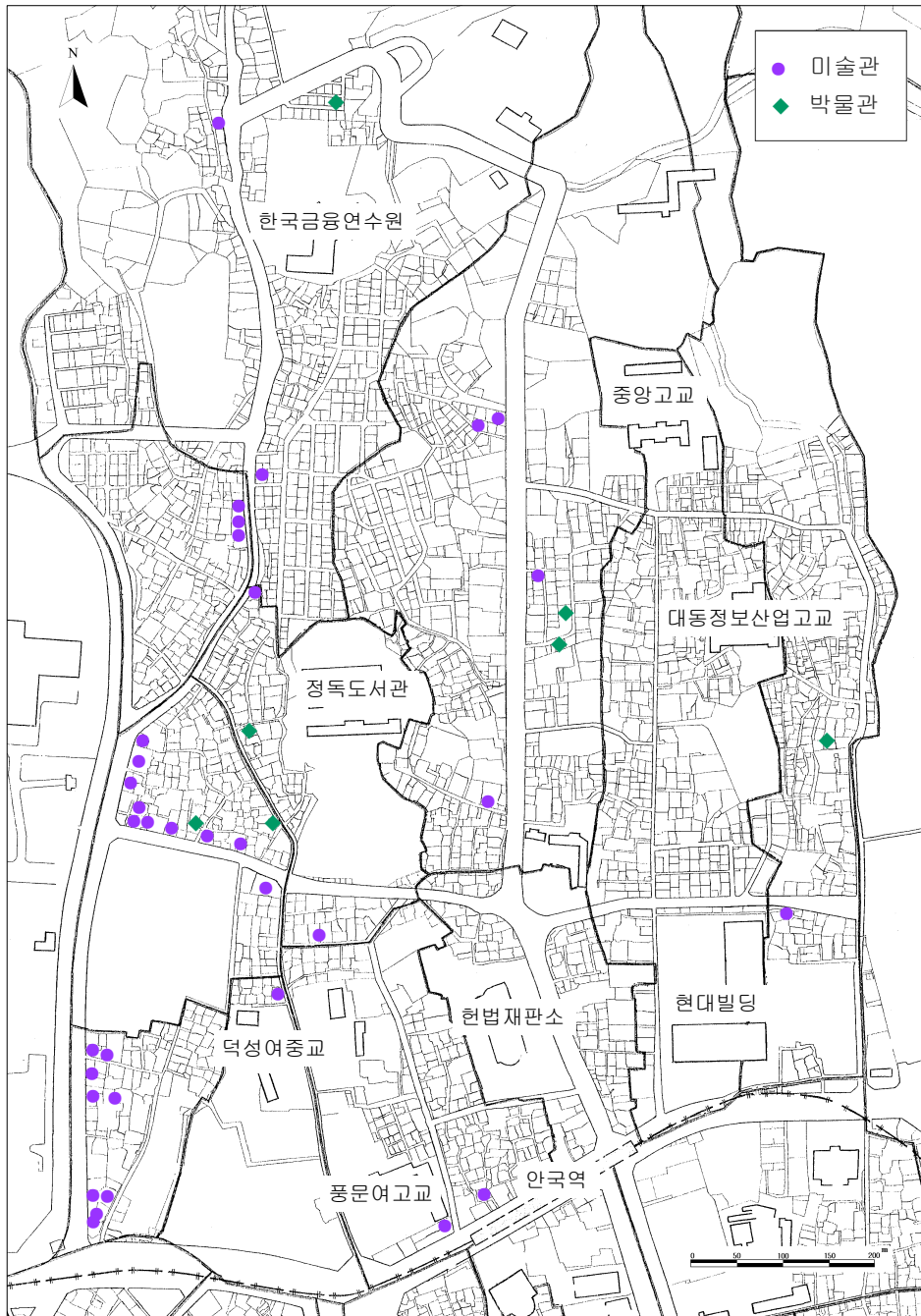


그림 6. 북촌의 문화예술시설

3) 북촌의 장소성

북촌의 역사성으로 인하여 다양한 의미의 장소성이 형성된다.

첫째, 역사문화유산이 풍부하다. 좌우에 경복궁, 창덕궁이 위치하고, 과거부터 명문세가의 거주지로 사적, 민속자료, 천연기념물 등 역사문화유산이 풍부하게 남아있어 서울시에서 역사와 문화를 동시에 발현할 수 있는 곳 중의 하나이다.

둘째, 대도시에서는 좀처럼 발견 할 수 없는 한옥이 밀집되어 있고, 그 경관과 양식이 보전되어 있어 서울의 다른 역사적인 장소와는 차별된다.

셋째, 사간동 일대의 갤러리거리, 북촌 곳곳에 갤러리와 관람관은 북촌이 역사적인 공간뿐만 아니라 예술공간으로서 장소성이 형성된다.

넷째, 삼청동의 카페 및 음식점과 주변의 부티크(boutique)가 밀집하여 볼거리와 먹거리가 풍부한 새로운 상권을 형성하고 있다.

북촌은 서울의 중심부에 위치하고 있으면서도 역사적으로 유서가 깊고, 그 유산들이 원형을 잃지 않고 있으며, 사간동과 삼청동의 갤러리가 더해져서 문화예술이 접목된 지역으로 여타의 역사적인 장소와 차별된다.

‘전통적 경관과 그 생활양식, 그리고 역사성이 어우러진 장소’라는 북촌의 장소성이 사간동의 갤러리 거리, 삼청동 길의 부티크(boutique)를 통해 문화예술과 문화상품이 접목된 장소로 거듭나고 있다. 즉, 역사성과 전통성에 ‘문화적이면서 심미적인 공간’으로서 이미지가 구축되고 있다. 이러한 북촌의 장소성은 고유의 매력으로 새로운 문화공간을 형성하고 있다.

2. 경제적인 공간구조

1) 상권의 변화

북촌지역은 가회동과 삼청동 두 개의 행정동이 있다. 가회동과 삼청동은 과거부터 주거지였고, 한옥마을이라는 특수성 때문에 행정적으로 규제가 많

있던 지역이다. 따라서 이지역의 경제적인 변화 또는 상권의 변화는 최근에 일어난 경우가 대부분이다. 그런 변화가 아주 미미하지만 독특한 특성을 발견할 수 있다. 이 장에서는 이러한 독특한 변화를 통계 자료를 통하여 확인하고자 한다.

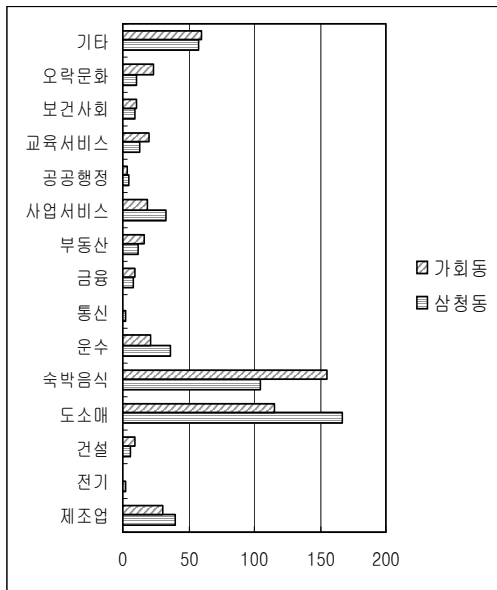


그림 7. 1999년 북촌의 사업체수
자료: 종로구 통계연보

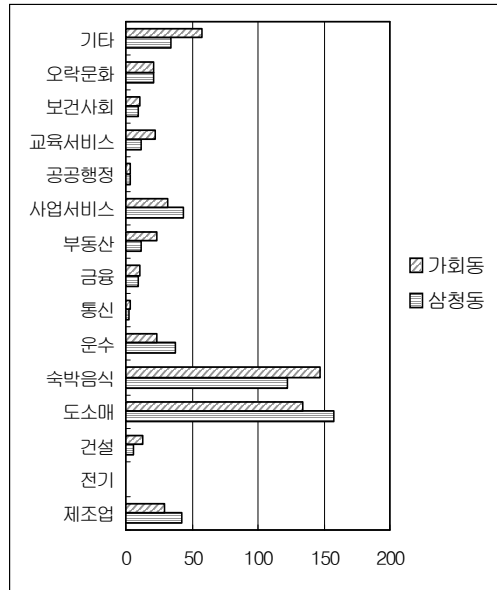


그림 8. 2003년 북촌의 사업체수
자료: 종로구 통계연보

북촌의 사업체 수는 종로구에서 아주 적은 수치이다. 종로구는 제조업과 도·소매업이 강세인 종로1가~6가동이 있어 상대적으로 다른 행정동의 사업체수는 통계 수치가 작다. 사업체수를 1999년과 2003년을 비교해 보면 거의 변화가 없는 것을 볼 수 있다. 숙박 및 음식점업이 약간 증가하였을 뿐 다른 사업체의 증감은 거의 변화가 없다. 이는 삼청동과 가회동이 과거 주거지역이었고, 행정 규제에서 풀린지 얼마 되지 않아 많은 사업체가 발달할

여건이 부족하였다. 주로 주거지역에 흔히 나타나는 소매업¹³⁾이 주를 이루었다. 그러나 최근에 이 지역에 음식점, 카페, craft 상점 등이 나타나고 있어 사업체 수의 변화가 일어나고 있다.

삼청동과 가회동에서 주로 나타나는 사업체는 도소매업과 숙박음식점업이다. 그 외 다른 사업체는 비슷한 비율을 나타내고 있다. 도소매업은 삼청동이 가회동에 비해 조금 우위에 있고, 숙박음식점업은 그와 반대로 가회동이 높게 나타난다. 세세분류로 들어가면 숙박음식점업은 숙박업과 음식점업으로 나뉘는데 가회동과 삼청동 두 행정구역 모두 숙박업은 나타나지 않고 음식점업이 대부분이다. 그동안 북촌이 주거지역이었기 때문에 주거공간이 강세인 지역에 경제적인 이윤을 추구하기 위해서는 가장 손쉬운 사업이 음식점업이므로 이 지역에 대표적으로 나타난다고 사료된다. 그러나 도소매업이 숙박음식업과 비슷한 비율로 나타나는 것은 주의 깊게 살펴야 할 점이다. 왜냐하면 주로 숙박음식업이 강세인 지역은 사람을 끌어들이는 유인력이 발생하며 그로 인하여 주변 상권에 많은 영향을 미치기 때문이다. 따라서 이 지역에 나타나는 도소매업이 숙박음식업과 비슷한 비율을 보이는 것은 여러 가지 복합적인 이유가 나타나는 것으로 보인다.

도소매업과 숙박음식점업의 최근 5년간의 동향을 살펴보면 그림9, 10과 같다. 단, 숙박음식점업은 숙박업의 사업체수는 1개 정도 등록이 되어 있어 제외하고 음식점업의 사업체수만 살펴보았다.

음식점업의 경우 가회동은 근 5년간 비슷한 수치를 보이며 삼청동의 경우에는 2002년부터 많은 음식점이 사업체수가 늘어나는 것을 볼 수 있다. 특이한 것은 도소매업의 경우이다. 가회동은 전체적으로 상승하는 경향을 보이지만 삼청동의 경우에는 2002년 갑자기 수치가 낮아졌다가 최근에 예전의 수치를 되찾고 있다. 이는 도소매업이 경우에만 해당되는 것이 아니라

13) 가회동의 전통한옥지역인 가회동 31번지 일대 북촌길을 따라 올라가면 대부분 주거지역에 흔히 볼 수 있는 생활필수품을 파는 상점이 가로를 따라 입지하고 있다.

2002년에는 다른 사업체수와 전체적인 사업체도 감소하는 것을 확인할 수 있다.

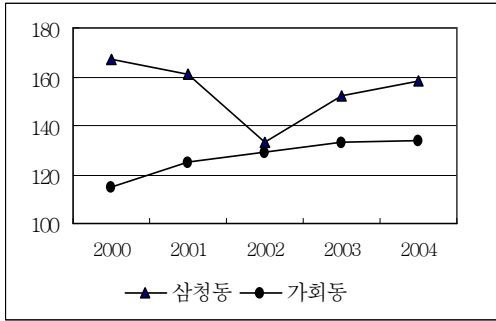


그림 9. 북촌의 도·소매업
자료: 종로구 통계연보

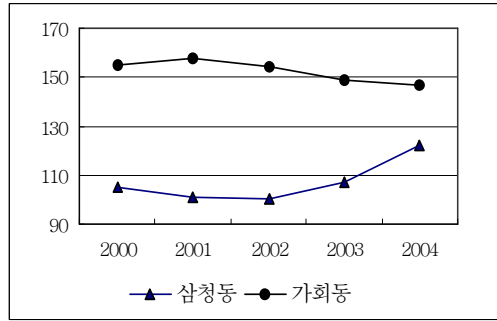


그림 10. 북촌의 숙박 및 음식점업
자료: 종로구 통계연보

삼청동과 가회동의 문화관련 산업이 무엇이 분포하는지 사업체의 세세분류를 통하여 살펴보고자 한다. 이를 위하여 <표 4>와 같이 한국표준산업분류(KSIC) 중·소분류 기준으로 살펴보았다. 물론 표준산업분류 통계가 산업의 형태를 완전히 알려주지 못하고, 특히 문화와 관련된 통계는 부문별로 상세하고 구체적인 정보를 제공하지 못한다는 단점이 있다. 그러나 삼청동과 가회동에서 문화산업과 그와 관련된 사업체가 어떠한 것이 있는지 전체적인 맥락에서 살펴보는 것은 필요하다.

사간동에는 미술관, 박물관 등이 밀집해 있어 ‘사간동 갤러리 거리’라고 일각에서는 부를 정도로 문화예술을 관람할 수 있는 관람관이 많고, 삼청동길과 화개길에는 수공예품과 패션 관련 상품을 파는 부티크(boutique)가 밀집해 있어 서울의 다른 지역에서 볼 수 없는 독특한 경관을 보여주고 있다. 따라서 이에 관련된 사업체의 변화를 알아보기 위하여 문화산업으로 구분되는 산업분류로 ‘도서관, 기록보존소, 박물관 및 문화관련산업’과 문화관련서

비스업인 ‘섬유, 의복, 신발 및 가죽제품 소매업’을 살펴보고자 한다.

표 4. 문화산업과 관련산업의 범위

문화산업	관련서비스업
743 건축기술 및 엔지니어링서비스업	51 도매 및 상품중개업
745 광고업	511 상품중개업
746 전문디자인업	514 가정용품도매업
749 기타전문, 과학기술서비스업	518 기계장비 및 관련용품 도매업
87 영화, 방송 및 공연산업	52 소매업: 자동차 제외
871 영화산업	524 섬유, 의복, 신발 및 가죽제품 소매업
872 방송업	525 가전제품, 가구 및 가정용품소매업
873 공연산업	526 기타상품전문소매업
88 기타오락, 문화 및 운동관련산업	528 무점포소매업
881 뉴스제공업	551 숙박업
882 도서관, 기록보존소, 박물관 및 문화 관련산업	552 음식점업
883 경기 및 오락스포츠업	63 여행알선, 창고 및 운송관련 서비스업
889 기타오락관련산업	64 통신업
221 출판업	642 전기통신업
222 인쇄 및 인쇄관련산업	66 금융업
223 기록매체복제업	67 금융 및 보험관련서비스업
	713 개인 및 가정용품임대업
	80 교육서비스업
	803 고등교육기관
	809 기타교육기관

출처: 산업연구원, 2001, 문화산업과 도시발전, p. 21~22의 표를 수정

북촌에 있는 도서관, 기록보존소, 박물관 및 문화관련 산업 사업체수는 가회동은 특별한 변화를 보이지 않고 있으며, 최근 들어 오히려 줄어들고 있는 추세이다. <그림 6>에서처럼 삼청동에는 미술관 및 박물관 시설이 집중되어 있으나 가회동에는 삼청동에 비하여 문화관련 시설이 많지 않은 것을

볼 수 있다. 삼청동은 1995년부터 증가하기 시작하여 최근에 문화관련시설이 점점 증가하고 있다.

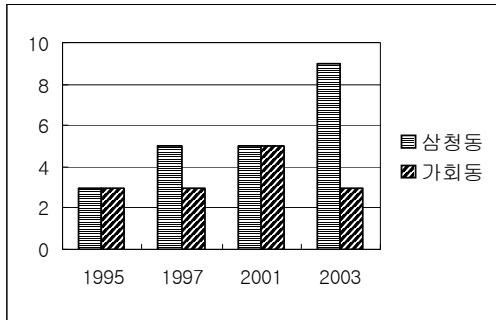


그림 11. 도서관, 기록보존소, 박물관 및 문화관련산업 사업체수
자료: 종로구 통계연보

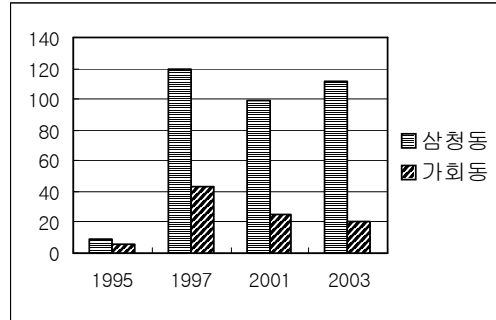


그림 12. 도서관, 기록보존소, 박물관 및 문화관련산업 종사자수
자료: 종로구 통계연보

문화관련시설 사업체 수보다 종사자 수를 확인해 보면 북촌 지역이 다른 지역에 비하여 우위를 점하는 것을 알 수 있다. 종로구에서 문화관련시설이 많은 곳인 대학로와 비교해 본 결과 사업체 수는 비슷하게 나타나지만 종사자 수가 3배 이상 많은 것을 볼 수 있다. 이는 북촌에서 문화관련시설의 경제창출효과를 여실히 보여주는 것이다. 특히 1995년 이후로 종사자수가 급속도로 증가한 것은 1995년 ‘갤러리 현대’가 사간동으로 이전한 것을 계기로 인사동에 있던 갤러리와 관련사업체가 사간동에 새롭게 터전을 마련하였기 때문이다. 결국 이로 인하여 사간동뿐만 아니라 인접한 소격동, 삼청동, 안국동에 갤러리와 관련사업체가 들어서면서 오늘에 이르게 되었다.

표 5. 도서관, 기록보존소, 박물관 및 문화관련산업 비교

구분		1995	1997	2001	2003
사업체수	삼청동	3	5	5	9
	가회동	3	3	5	3
	대학로*	0	2	25	9
종사자수	삼청동	9	120	99	111
	가회동	6	43	25	20
	대학로	0	33	75	34

* 대학로는 혜화동과 이화동을 합제한 것
 자료: 종로구 통계연보

삼청동길과 화개길에 입지하는 수공예품과 패션 관련 상품을 파는 부티크(boutique)의 사업체세분류로 '섬유, 의복, 신발 및 가죽제품 소매업'¹⁴⁾에 속한다. 가회동과 삼청동의 사업체수를 살펴보면 다음과 같다.

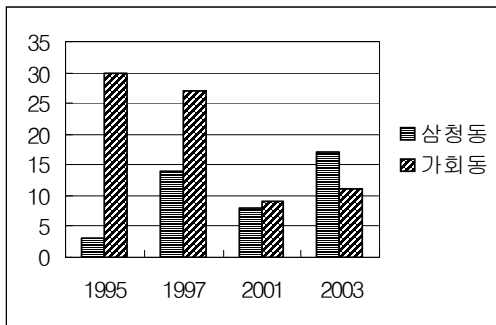


그림. 13 섬유, 의복, 신발 및 가죽제품 소매업 사업체수

자료: 종로구 통계연보

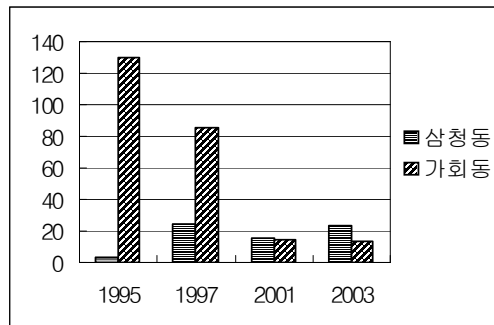


그림. 14 섬유, 의복, 신발 및 가죽제품 소매업 종사자수

자료: 종로구 통계연보

가회동은 사업체수와 종사자수가 최근에 많이 감소하고 있다. 1995년 중

14) 산업분류코드로는 524이며, 섬유 및 직물제품, 의복 및 의복액세서리, 신발 및 가죽제품 등을 전문적으로 소매하는 산업활동을 말한다.(한국표준산업분류)

사자수가 130명에 이른다. 이는 주로 외의(한복, 정장, 셔츠)소매업과 신발 소매업에 대부분 종사한 것으로 보인다. 이것이 2000년대에 들어서면서 급속하게 감소하고 있다. 가회동에는 특징지을 수 있는 상업시설이 집적된 곳이 아니므로, 영세한 소매업이 IMF와 기성복에 밀려 2000년대부터는 업체수와 종사자수가 급감한 것으로 보인다.

삼청동에는 사업체 수가 꾸준히 증가하고 있다. 삼청동에 입지한 소매업은 주로 개인이 직접 디자인을 하면서 판매가 동시에 이루어지는 경향이 강하므로 가회동에 비해 종사자수의 변화는 뚜렷하게 나타나지 않는다. 다만 비슷한 수준을 유지하고 있을 뿐이다.

2) 지가의 변화

삼청동과 가회동의 지가 변화를 살펴보면 최근 이 지역의 변화를 읽을 수 있다. 특히 주거지역이 아닌 가로 주변의 대지는 주거지역과 많은 편차를 보인다. 상가가 많이 밀집되어 있는 대표적인 가로인 삼청동길과 화동길의 주변 지가와 한옥밀집지역인 가회동 31번지와 33번지¹⁵⁾ 일대의 지가를 비교해 보았다. 서울시에서 제공하는 토지정보 열람서비스의 개별공시지가를 1991년부터 2005년까지 비교하였다.

삼청동길 가로변의 지가가 가회동 한옥밀집지구의 지가 보다 높게 나타난다. 보통 m²당 50만원의 차이가 난다. 이러한 차이는 1991년부터 매년 변함없이 비슷한 패턴을 보인다. 1999년 삼청동의 가로 변의 지가가 하락하였을 때 주거지의 지가도 비슷한 차이로 하락하는 것을 보여준다. 이러한 현상은 1991년부터 2002년까지 나타난다.

15) 삼청동길과 가회동 31, 33번지를 비교한 이유는 대표적인 상가밀집지구와 한옥밀집지구이기 때문이다. 특히 가회동 31, 33번지 일대는 서울에서 전통한옥밀집지구로 지정한 곳 중에서 상가밀집지구인 삼청동 길과 멀리 떨어져 있고, 상가 발달 가능성이 높은 도로 주변이 아니라 이 지역일대가 전통한옥과 빌라로 둘러싸여 있으므로 상가가 많은 지역과 비교의 대상이 된다고 사료되어 가회동 31, 33번지 일대를 선정하였다.

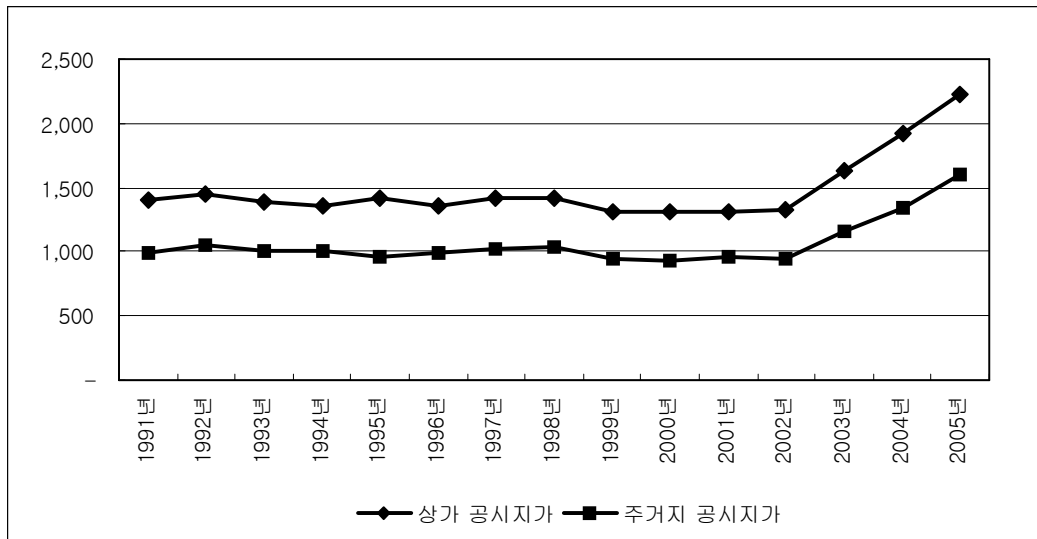


그림 15. 북촌의 개별 공시지가(1991~2005)

자료: 서울특별시 토지종합정보 서비스(lmis.seoul.go.kr)

또한 1991년부터 2002년까지 지가의 변화는 거의 볼 수 없으며 일정한 수준을 유지하다가 2003년부터 지가가 상승하기 시작하였고, 이것은 상가 주변과 주거지에서 동시에 나타나는 것으로 2003년부터 북촌지역이 변화되기 시작함을 읽을 수 있다.

실제 북촌지역에서 거래되고 있는 부동산은 두 가지 종류이다. 첫째는 주택과 상업용지이다. 주택은 주로 전통한옥을 선호하여 외부사람이 구입을 하여 개조하는 것이 많다. 그렇다고 전통한옥의 거래가 활발한 것은 아니다. 대부분 사람들이 예전부터 한옥에 거주하였던 사람이었기 때문에 자가인 경우가 많아 전통한옥을 매매하고 다른 곳으로 이주를 하는 사람은 극히 드물기 때문이다. 즉 북촌지역에서 주택이 거래되고 있다면 한옥을 선호하는 외부 사람들이 들어와 개조하는 경우가 많다는 것이다. 실제로 한옥과 다가구 주택의 매매가격을 보면 다가구 주택이 한옥의 2배~3배이며, 최근 들어 가

격이 더욱 상승하고 있다고 한다. 이를 보면 한옥의 실질적인 거래는 많지 않다고 볼 수 있으며 대부분은 거주자가 개조를 하거나 빌려주는 형태로 주택 거래가 이루어진다.

주택 실거래로 가격이 올라가면서 전국적으로 공시지가가 상승한 것이지만 이 지역은 다른 지역에 비해서 거의 거래가 없어. 전통한옥이 좋아서 약간 거래되지 가격은 다가구나 빌라가 거의 2배~3배로 뛰었을 뿐이야. 이 지역은 동네가 원래 그래서 다른 지역에 비하면 비싸지도 않고, 거래도 별로 없어. ('H'부동산 운영 조○○, 40대)

두 번째로 북촌에서 상업용지와 상가건물의 거래는 예전부터 꾸준히 이루어지고 있다고 한다. 최근에 공시지가가 많이 상승하였지만 부동산 거래는 예나 지금이나 비슷하며, 다른 지역과 비교해서 계절의 영향을 받지 않고 전체적으로 꾸준히 유지되고 있다. 왜냐하면 과거 행정규제에 묶여 있었던 지역이라 소유주가 대부분 변함이 없으며 이들은 투기나 재산증식의 목적보다 거주 목적이 더 크므로 매매나 실거래가 많지 않았을 것으로 사료된다. 다만, 최근 들어 북촌지역에 음식점, 상점 카페가 많이 생기면서 권리금이 많이 상승하였다.

이 지역은 최근에 권리금이 많이 상승했습니다. 상점이나 공방들이 많이 들어오기 시작하면서 2~3년 사이에 권리금 값이 많이 올랐죠. 보통 3~4평 정도 되는 가게가 지금 권리금이 2천만원에서 3천만원 하죠. 저기 길가(삼청동길)에 새로 생긴 가게는 처음 생긴 가게인데도 권리금이 2천만원입니다. 하물며 다른 가게는 말할 것도 없죠.

('H'부동산 이○○, 40대)

최근 2~3년 사이에 권리금이 너무 많이 올랐어요. 주인은 월세를 매달 올리려고 하지, 장사는 안 되지, 죽겠어요.

(팔판동에서 개인 shop 운영, 김○○, 30대)

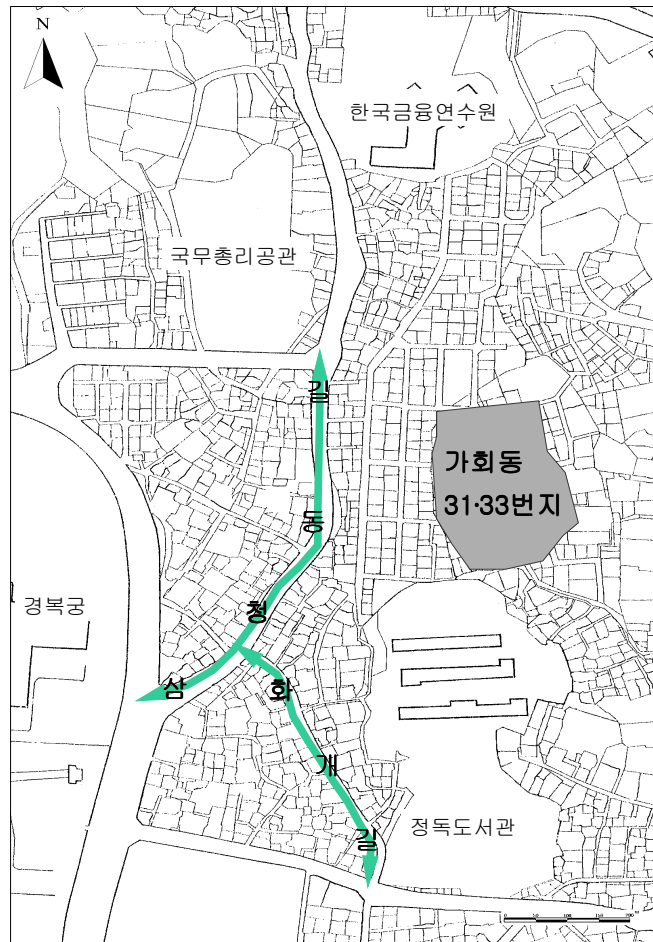


그림 16. 북촌의 공시지가 비교지역

최근 들어 음식점, 옷가게, 공방, 카페 등이 들어오면서 권리금이 많이 상승하였으며 그 시기가 2003년부터로 최근 2~3년간에 많은 변화가 일어난 것으로 보인다. 이런 권리금의 상승은 소유주의 이윤 추구에 따라 상업용

할 수 있는 공간이 계속 만들어지므로 상권 발달에는 긍정적인 영향을 미치지 않지만, 권리금이 계속 상승하게 되면 권리금을 감당할 수 있는 상점이 들어오게 되면서 상권발달에 부정적인 영향을 미칠 가능성이 높다.

3) 건물의 신축 현황

1980년대 이후 북촌지역의 개발상황을 살펴보면, 한옥이 급속하게 멸실되었음을 알 수 있다. 건축물 대장에 나타난 1980년부터 2003년까지 신축된 비한옥 건물은 534동이다.

대부분의 신축된 건물이 한옥을 철거하고 들어선다는 점을 감안할 때, 1980년대 이후에 철거된 한옥수량과도 비례한다고 볼 수 있다. 한옥에 대한 규제가 본격화되었던 1980년대에는 건물신축이 많지 않았으나 1980년대 이후 신축건물의 수량이 급격히 증가하였다. 특히 규제가 완화된 1995년 이후의 신축건물이 전체 신축물량의 67%를 차지하고 있어, 대부분의 건물이 최근 10년 사이에 신축되었음을 보여주고 있다.

표 6. 시기별 건물 신축현황

시기	건물(동)	구성비(%)
1980~1984년	27	5.2
1985~1989년	26	5.0
1990~1994년	77	14.9
1995~1999년	268	51.7
2000~2005년	120	23.2
계	534	100.0

자료: 서울특별시, 2002, 북촌가꾸기 기본계획 p. 33, open.seoul.go.kr

신축건물의 용도는 1980년대에는 상업시설과 주거가 비슷한 비율로 신축되었으나, 1990년대 이후에는 주거 또는 주거복합 건물이 70%이상을 차지

하고 있다.

표 7. 신축건물의 용도

건물(동)

구분	주거	주거복합	공공, 교육, 의료시설	문화시설	업무시설	상업시설	기타	합계
1980~84년	18	1	2	-	2	3	1	27
1985~89년	9	2	1	-	5	9	-	26
1990~94년	39	17	3	2	8	7	1	77
1995~99년	211	26	2	6	9	13	1	268
2000~05년	69	17	3	7	5	18	1	120
총 합 계	346	63	11	15	29	50	4	518
구성비(%)	66.8	12.2	2.1	2.9	5.6	9.7	0.8	100.0

자료: 서울특별시, 2002, 북촌가꾸기 기본계획 p. 34의 표 수정, open.seoul.go.kr

1980년 이후 신축된 건물은 대부분 2~4층 건물이다. 이는 북촌지역이 역사문화미관지구로 지정되어 4층 이하의 층수제한¹⁶⁾을 받고 있는 영향 때문으로 판단된다. 5~9층에 해당하는 고층건물의 신축도 역사문화미관지구 경계 외곽인 율곡로변에서 이루어지고 있다. 2층 이상의 건물 신축은 점점 증가하는 대신 1층 건물은 전체 신축건물에서 차지하는 비중이 1985년 이후 점차 줄어들고 있는 추세를 보이고 있다.

북촌지역의 전체 대지의 수는 2,062개이다. 이 가운데 나대지나 주차장 등의 용도로 이용되는 대지의 수는 50개소로 조사되었다. 전체 2,062개의 대지 가운데 88% 정도가 300㎡ 이하의 소형 대지이고, 1000㎡를 넘는 대지는 약 3% 정도를 차지하고 있다. 대체로 일부 대형 대지¹⁷⁾를 제외하고는

16) 북촌지역에 허가되는 신축건물은 대부분 다가구, 다세대 주택으로 이들은 4층이하의 층수제한을 받는다.

17) 북촌 지역의 대지는 대부분 소필지로 구성되어 있고, 과거 미 대사관 숙소 자리와 기무사 자리 등 정부의 산하 관련 기관의 일부가 대형 필지로 존재한다.

대부분의 대지가 300m² 이하인 것을 알 수 있다.

표 8. 신축건물의 층수 건물(동)

구분	1층	2~4층	5~9층	10층 이상	합계
1980~84년	7	20	-	-	27
1985~89년	7	17	1	1	26
1990~94년	10	60	7	-	77
1995~99년	14	236	18	-	268
2000~05년	5	102	13	-	120
총 합 계	43	435	39	1	518
구성비(%)	8.3	84.0	7.5	0.2	100.0

자료: 서울특별시, 2002, 북촌가꾸기 기본계획 p. 34의 표 수정, open.seoul.go.kr

표 9. 토지거래현황

연도	삼 청 동				가 회 동			
	주거지역		상업지역		주거지역		상업지역	
	거래건수	면적(m ²)	거래건수	면적(m ²)	거래건수	면적(m ²)	거래건수	면적(m ²)
2000	3	199	-	-	9	2,025	-	-
2001	69	6,538	-	-	84	11,788	-	-
2002	98	5,375	-	-	56	7,340	-	-
2003	30	4,411	-	-	39	5,777	-	-
2004	38	4,994	-	-	42	4,277	-	-
2005.10	29	3,027	1	7	53	6,365	1	81

자료: 종로구 내부자료

북촌지역의 평균 대지면적은 324m²(98평)인 것으로 분석되었다. 평균대

지 규모는 미대사관직원숙소 자리, 정독도서관 및 재동 초등학교를 비롯한 대규모 대지들이 포함되어 있어 실제 주거용 건물의 평균 대지규모와는 차이가 있다. (시정개발연구원, 2000)

북촌은 행정적인 규제로 인하여 건물의 신축과 용도변경이 쉬운 지역이 아니다. 최근 일련의 변화과정을 살펴보면 규제가 완화된 1995년부터 신축 건물이 많아지는 것을 볼 수 있으며, 또한 토지거래현황에서 거래가 거의 주거지역만 이루어졌다. 신축건물의 용도는 주거와 주거복합이 대부분인 것을 알 수 있었다. 이는 북촌 지역이 상업이 발달한 지역이 아닌 전통 주거지라는 것을 여실히 보여주는 것이다.

3. 공급자 분석

이 장에서는 북촌지역에서 상점을 경영하면서 이윤을 추구하거나, 소비자를 유인하는 상품과 서비스를 공급하는 사람들을 공급자라고 정의하고 이들의 특성을 통하여 북촌지역의 문화와 경제가 어떠한 구조로 이루어졌는지 살펴보고자 한다.

북촌지역에는 많은 종류의 상점이 발달해 있다. 음식점, 옷가게, 카페, 미술관, 일반 소매점 등이 있으나 특히 주목해야 할 점은 옷이나 작은 소품, 액세서리를 파는 상점이다. 이들 상점은 삼청동길과 화개길을 따라 발달해 있으며 개성 있는 외관에 유동인구가 거의 없는 좁은 골목길에 모여있다는 점에서 특색이 있다고 할 수 있다. 그래서 이 지점에 모여 있는 상점은 다른 지역에 있는 이와 비슷한 상점과는 개점 동기와 취지 그리고 운영 등에서 많은 차이점이 예상되며 이는 북촌 지역에 새로운 문화적인 요인이 형성되는 계기가 될 것이라고 사료되어 조사를 실시하였다.

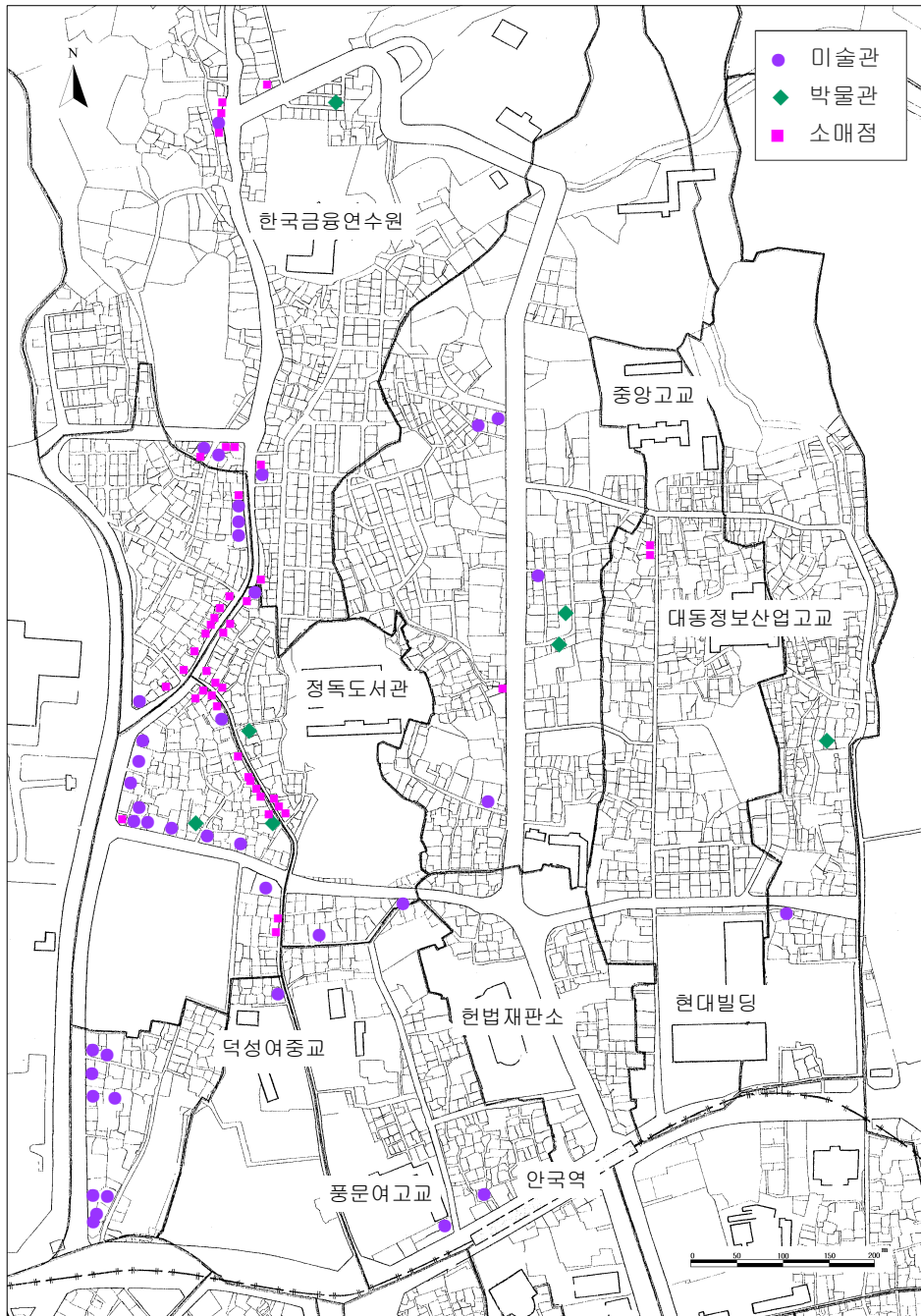


그림 17. 북촌의 문화관련 사업체의 전체 현황

자료: 현지 답사를 통하여 구성, 2005

북촌지역 중에서 삼청동길과 화개길에 나타나는 craft 상점¹⁸⁾과 부티크(boutique)를 대상으로 2005년 10월 11일~17일까지 설문조사 및 인터뷰 조사를 실시하였다. 총 42개의 상점 중 인터뷰 및 응답을 거부하거나 불성실한 대답을 한 7개의 상점을 제외하고 총 35개의 상점을 대상으로 하였다. 질문은 북촌에서 소매점¹⁹⁾, 즉 상점 경영에 대한 질문과 북촌지역의 인식에 대한 질문 두 가지로 나누었다.

소매점 경영에 대한 일반적인 사항은 설문조사를 실시하고, 상점을 경영하고 있는 주인이 인식하는 북촌 지역의 이미지를 인터뷰를 실시하였다.

북촌지역에서 craft 상점과 부티크(boutique)가 주로 밀집해 있는 곳은 삼청동길과 화개길이며 그 외 다른 곳에 한두개의 상점이 분포되어 있는 것을 볼 수 있다.

1) 공급자의 사회적 특성

연구지역에서 소매점을 경영하면서 수요자로 하여금 물건을 사게 하여 자본을 창출-소매점을 소유하거나 소매점에서 판매활동을-하는 사람을 공급자로 정의하였다. 북촌지역의 공급자는 타 지역에 비하여 색다른 특성이 나타날 것으로 사료되어 공급자의 학력과 전공, 그리고 일반사항에 대한 질문

18) 개인이 직접 디자인을 하거나 그곳에서 수공작업과 판매를 병행하는 상점(商店)에 대한 정확한 용어 정의가 필요하다. 이러한 상점의 특징은 옷이나 액세서리 등을 주인이 직접 디자인하고 소수생산에 판매까지 하므로 소매점, craft 상점, 부티크(boutique) 등의 다양한 용어가 해당될 수 있다. 부티크(boutique)는 원래는 '작은 점포, 소매점'등을 의미하지만 복식 분야에서는 규모는 크지 않더라도 멋있고 개성적인 의류를 취급하는 점포를 가리키며, 'craft'라는 용어는 수공업으로 물건을 만들어 소량생산하는 것이 특징이며 주로 가구나 소품을 만든다. 그러나 수공예 작업을 포함하는 용어이므로 여기에서는 순수 디자인 한다는 의미로 해석하고자 한다. 따라서 본고에서는 craft 상점과 부티크(boutique)를 동시에 사용하며, 이를 포함하는 용어로 소매점을 보조적으로 사용한다.

19) 개인 및 소비용 상품(신품, 중고품)을 변형하지 않고 일반 대중에게 재판매하는 산업활동으로서 여기에는 백화점, 점포, 노점, 배달 또는 통신판매, 소비조합, 행사인, 경매 등이 포함된다. 이러한 소매상은 대체적으로 자신들이 판매하는 상품에 대한 소유권을 갖고 판매하거나 계약(위탁) 또는 수수료에 의하여 소유자를 대리하여 상품을 판매하는 경우도 있다. 소매업은 일반대중이 용이하게 상품을 구매할 수 있도록 진열매장을 개설하여 판매하는 경우가 일반적이나 가정방문 및 배달판매, 이동판매, 전자통신, 우편 등의 통신판매하거나 행사형식으로 고객을 유치하여 판매하기도 한다.(표준산업분류 52 소매업: 자동차 제외)

을 구성하였다.

북촌에서 주로 나타나는 상점의 특징은 상품을 공급자가 직접 디자인하여 shop에 직접 진열하여 판매하는 경우가 대부분이므로 이들은 가구, 옷, 액세서리 등을 디자인을 할 수 있는 기술을 가졌다. 따라서 이들은 평균 이상의 학력을 보여준다.

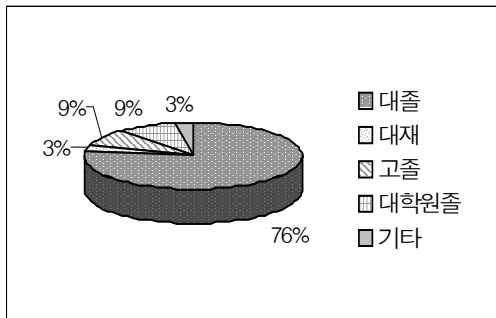


그림 18. 공급자의 학력

자료: 설문조사

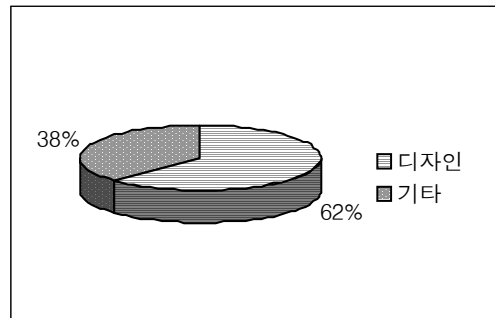


그림 19. 공급자의 전공

자료: 설문조사

학력이 대학이상인 사람이 76%이며, 주목할 점은 대학원을 졸업하거나 유학을 경험한 사람이 많다는 것이다. 디자인이라는 것은 평균 수준의 교육으로 성취할 수 있는 학문이 아니라 특정 수준의 교육을 통하여 습득하거나, 많은 기술과 경험이 필요한 분야이므로 디자인 관련 경험이 많은 것으로 보인다.

표 10. 공급자의 전공

구분	전공 계열	비율
디자인	의류,주얼리디자인,응용미술과,실내디자인,산업디자인 등	62%
기타	국문,독문,중문,유아교육과 등	38%

자료: 설문조사

대졸 이상의 사람을 상대로 전공을 조사한 결과 63% 이상이 디자인을 전공하였다고 응답하였다. 디자인도 여러 계열이 있는데 산업디자인, 의류디자인, 실내디자인,주얼리디자인, 응용미술전공 등 다양하게 전공하고 있음을 알 수 있다. 주목할 점은 전공이 디자인을 하지 않은 사람은 북촌에 상점을 개점하기 이전에 백화점에서 shop을 경영하거나, 패션사업체를 소유하고 있었다거나, 외국에서 디자인 관련 산업에 종사하는 등의 디자인 부분에서 유경험자였다. 디자인 전공자와 이런 유경험자를 합하면 전체 85%를 차지한다. 이렇게 이 지역의 공급자들의 학력이 높으면서 상점의 특징과 부합하는 디자인 계열의 전공이 많은 것은 직접 디자인을 하여 생산하기 때문이다. 이들은 대부분 본인의 이름을 걸고 상품을 소량생산하며 고유 브랜드가 있어 백화점이나 다른 곳에 납품하는 경우도 있었다.

결론적으로 공급자의 학력을 조사한 결과 나타나는 특징은 학력이 높으며, 디자인 계열이 대부분인 이유는 직접 디자인하여 소량생산하기 때문이다. 수공예품 같은 경우는 기술이 부족하면 상품을 만들 수 없으며 이로 인해 상점 역시 운영할 수 없다.

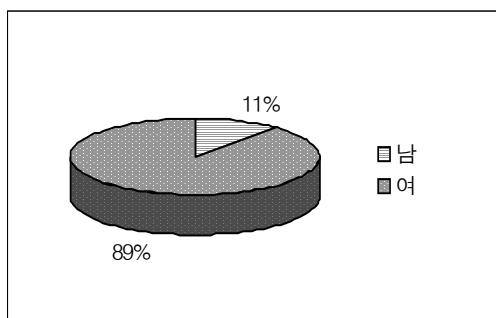


그림 20. 공급자의 성별

자료: 설문조사

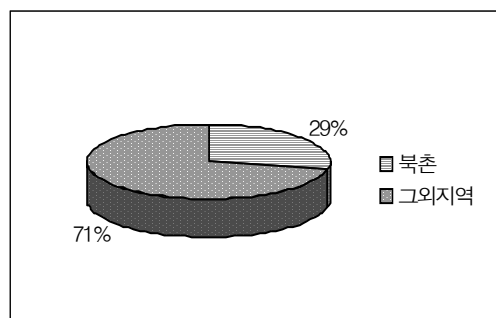


그림 21. 공급자의 거주지

자료: 설문조사

공급자의 성별은 89%가 여자이고, 11%가 남자이다. 이들의 거주지는 서울, 분당, 수원 등 다양하나 3분의 1은 북촌지역에 거주하고 있다. 북촌지역에 거주하게 된 동기를 살펴보면 원주민이 상점을 개점한 경우와 작업실 또는 상점을 얻다보니까 북촌지역이 좋아서 이곳으로 거주지를 옮긴 경우가 있었다.

이곳에 거주한 것은 아니었는데 상점을 내면서 디자인 한 작품을 만드는 작업실이 필요해서 작업실도 옮기면서 거주지도 옮기게 되었어요. 이 지역에서 상점을 내고 지내다 보니 동네가 조용하면서 나름의 멋이 있었고, 작업실도 가까워야했기 때문에 이사를 하게 되었죠.
(팔판동에서 개인 shop 운영 김○○, 30대)

2) 소매점의 일반적 특성

앞에서도 언급했듯이 북촌지역 중에서도 삼청동길과 화개길에 craft 상점과 부티크(boutique)가 밀집되어 있다. 이곳에 밀집되어 있는 상점은 다른 지역의 상점과는 다른 독특한 외관을 형성하고 있다. 예전부터 상점이 발달했던 곳이 아니라 주택가였기 때문에 외관이 화려하지 않으며, 2층 주택가 옥에서 1층을 개조하거나, 단층 주택 일부를 개조하여 상점으로 만든 경우가 대부분이다.

독특한 외관과 더불어 이곳만의 특징은 전문적으로 디자인 공부를 한 사람들이 손수 디자인을 하여 판매를 한다는 점이다. 이들은 고학력으로 보석 공예나 옷, 액세서리에 대한 전문 공부를 하였거나, 과거에 이와 비슷한 산업에 종사하였던 사람들이다. 따라서 이러한 사람들이 경영하는 소매점의 일반적인 현황을 통하여 북촌지역의 craft 상점과 부티크(boutique)의 특징을 살펴보고자 한다.

북촌지역에서도 craft 상점과 부티크(boutique)는 삼청동길과 화개길에 밀

집되어 있다. 따라서 삼청동길과 화개길의 craft 상점과 부티크(boutique)를 중심으로 살펴보고자 한다.

표 11. 소매점에서 판매하는 상품

상품 종류	옷	주얼리	소품*	전통 옷	기타	합계
상점 수	15	9	4	2	5	35

자료: 설문조사

* 소품은 모자, 가방, 구두를 포함

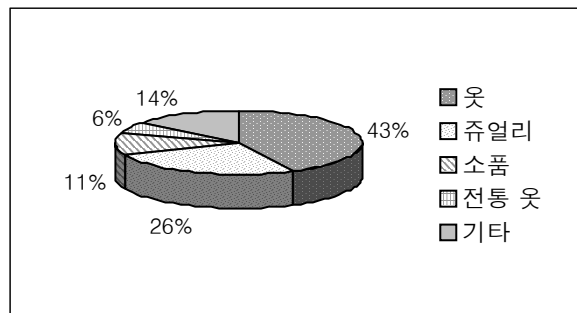


그림 22. 소매점에서 판매하는 상품

설문조사를 실시한 35개의 상점에서 판매하는 상품의 종류를 살펴보면 옷이 대부분이며, 귀걸이, 목걸이 등의 액세서리를 파는 주얼리 상점, 그 외 가방이나 모자, 구두 등의 소품을 파는 상점으로 크게 나눌 수 있다. 옷을 파는 곳에서 일부 액세서리나 스카프, 가방 등의 소품도 같이 파는 경우가 있었다. 그러나 주력 상품은 옷이기 때문에 상품의 종류는 ‘옷’으로 구분하였다. 기타로 장식용 인형이나 비누를 순수 제작하여 판매를 하는 곳도 있었으며, 엔틱가구를 취급하는 상점이 삼청동을 중심으로 한두개가 생기고 있다.

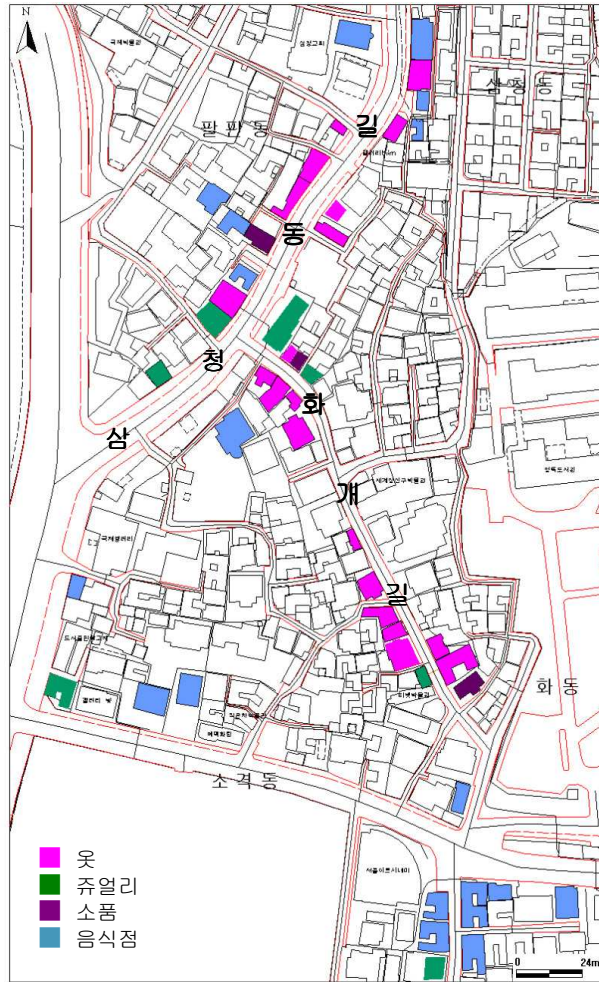


그림23. 삼청동길과 화개길의 소매점 현황

자료: 현지 답사를 통하여 구성, 2005

무엇보다 이 지역에 이러한 상점이 개점한 시기가 중요하다. 개점한 시기를 통하여 언제부터 이 지역에 craft 상점이나 부티크(boutique)가 들어왔으며, 가장 활발하게 들어온 시기를 알면 북촌의 지역적인 특성을 파악할 수 있기 때문이다.

설문조사로 자체 조사한 결과 상점 중에서 개점이 가장 이른 시기가 1997년이다. 조사한 상점 중에서 2곳이 1997년에 개점하였으며 이러한 수

준은 2000년부터 2003년까지는 꾸준히 이어가다가 2004년부터 급속도로 증가하는 것을 볼 수 있다. 이러한 것은 인터뷰를 통해서도 확인할 수 있다.

표 12. 소매점 개점 시기

개점연도	2000년 이전	2000	2001	2002	2003	2004	2005	계
상점 수	2	2	1	0	5	13	12	35
상점 수 (누적)	2	4	5	5	10	23	35	

자료: 설문조사

내가 들어온 시기가 한 4년 됐는데 그 때는 이곳에 아무것도 없었어. 상점은 저 길가(삼청동길)의 화실이랑 우리 밖에 없었지. 근데 작년부터 갑자기 늘어나기 시작하더니 지금도 봐, 저쪽에 상점 몇 개가 오픈하려고 준비하고 있잖아. 이곳에 이런 뷰티크(boutique)가 생기기 시작한 것은 얼마 되지 않아. (화개길에서 개인 shop 운영, 이○○, 50대)

연도별로 소매점이 개점한 시기를 지도화하면 증가하는 양상을 볼 수 있다. <그림 24>를 보면 초창기의 소매점의 개점 시기는 1997년으로 확인할 수 있다. 이때는 craft 상점이나 부티크(boutique)가 거의 나타나지 않고 삼청동길의 가로변에 소수로 나타나고 있다.

1995년은 현대갤러리가 사간동에 입지하면서 삼청동 지역에 미술관이 들어서기 시작한 시기이다. 이후 1997년부터 부티크(boutique)가 생겨난 것은 미술관의 입지가 많은 영향을 미친 것으로 사료된다.



그림 24. 소매점 입지 현황(1997, 2002년)

자료: 설문조사

1997년에서부터 2002년까지는 한 해에 한두개의 상점이 늘어날 뿐 많은 증가가 나타나지 않는다. 그러나 이 시기에 주목할 점은 소매점이 삼청동길의 가로변에만 나타나는 것이 아니라 화개길에 하나 둘 입지하고 있다는 것이다. 화개길은 전형적인 주택가의 골목길이며 차가 주차하면 사람이 다니

기 불편할 정도로 좁은 길이다. 이러한 곳에 상점을 개점한 것은 매우 특이한 점이며, 이곳은 유동인구가 없으며, 부촌도 아니기 때문에 꼭 이윤 추구를 위하여 소매점을 개점한 것은 아니라고 사료된다.

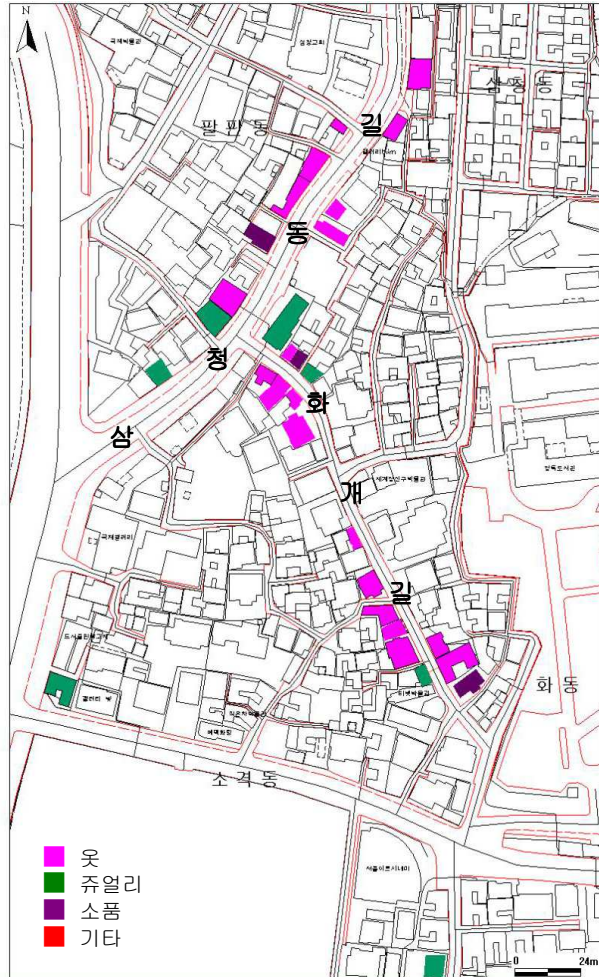


그림 25. 2005년 소매점 입지 현황

자료: 설문조사

2004년부터 삼청동 지역에 소매점이 갑자기 많이 들어서기 시작한다. 이

는 매스컴의 영향으로 삼청동 지역이 전통문화와 예술이 풍부한 지역이라고 홍보가 되면서 유동인구(구매력이 있는)가 많아지자 이윤추구를 위한 상점과 음식점들이 증가하였다.

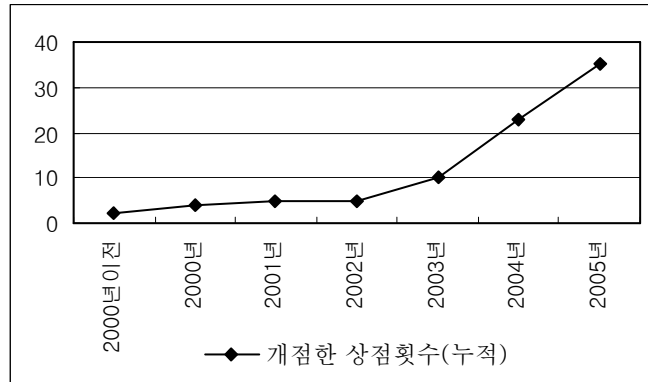


그림 26. 소매점 개점연도별 상점 수(누적)

2004년 가을부터 최근까지 삼청동길과 화개길에 전문 소매점이 나타나고 있으며, 이것은 이 지역에 매력적인 요소가 있으므로 전문적인 기술이 있는 사람들이 모여든다. 이런 사람들 중에서는 본인의 전공을 활용하거나, 다른 지역에서 비슷한 업종을 경험하고 북촌지역에 들어온 두 가지 경우로 구분할 수 있겠다. 따라서 유경험자 여부에 대하여 조사해 본 결과 약 30%가 경험이 있다고 응답하였다. 주로 백화점에서 관련 산업의 매장을 경영한 경우가 많으며, 이러한 경험을 토대로 사례지역에 상점을 개점하였다.

또한 사례지역 외에 이대, 이태원, 강남구 신사동, 인사동에서 똑같은 상점을 경영하고 있는 경우도 있었다. 이는 여러 지역에서 똑같은 상점을 경영하고 있었는데 사례지역에서 처음으로 상점을 시작하여 외부로 나간 것이 아니라 외부에서 비슷한 상점을 경영하다가 삼청동 지역의 매력요소에 이끌려서 상점을 개점한 경우였다. 이러한 상점들의 개점시기를 조사한 결과 최

근 2004년~2005년에 개점한 것을 알 수 있었다.

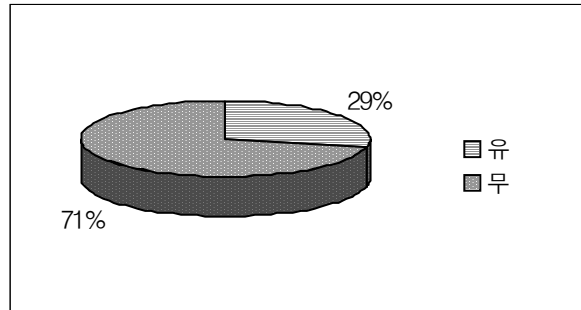


그림 27. 소매점 경영 유경험자 비율

자료: 설문조사

지금까지의 특성을 살펴보면 공급자는 고학력에 주로 디자인을 공부했으며, 판매되는 상품을 직접디자인 하여 소량 생산하는 것이 특징이다. 따라서 이들이 디자인 하는 상품의 재료는 주로 어디에서 구입을 하는 지 알아본다면 공급자의 유통 흐름을 파악할 수 있을 것이다.

재료를 구입하는 곳은 동대문 등의 종합시장과 수입으로 나눌 수 있다. 동대문, 광장시장, 남대문 등에서 주로 구입을 하며, 일부 재료는 공급자가 직접 외국에 나가서 구매하거나 수입 물건들을 개인적인 바이어를 통해서 구입하는 것으로 파악된다. 왜냐하면 이들은 디자인하는 상품에 대하여 작품이라고 여기면서 소량생산을 하므로 다른 제품과는 차별성을 두기 위하여 아무래도 국내에서 많이 있는 재료보다는 질이 좋거나 희소성에 가치를 두는 외국 수입재료를 어느 정도 선호하는 것으로 보인다. 그리고 소량 생산하기 때문에 재료가 많이 소비되지 않아 외국에 나갔을 때 조금씩 사온다고 한다.

우리 shop에서 파는 재료는 주로 외국에서 사와요. 외국 여행하면서 틈틈이 사오는 거죠. 그 재료 가지고 조금씩 만들어요. 워낙 조금 만드니까, 그러다 재료 떨어지면 종합시장 가서 사오고...(팔판동에서 개인 shop 운영 김○○ 40대)

결론적으로 삼청동에서 craft 상점과 부티크(boutique)를 운영하는 특성을 살펴보면 주로 2004년부터 최근에 개점한 경우가 대부분이다. 이는 최근 북촌이 매스컴에 알려지면서 서울에서 독특한 경관을 가지고 있는 곳으로 유명해지면서 관련산업에 대한 기대가 커진 것으로 보인다. 이곳에서 판매를 하는 공급자는 디자인이라는 전공을 살려서 shop을 운영하는 경우와 패션산업으로 유명한 서울의 다른 지역에서 관련 상점을 경영 해보고, 사례지역에 비슷한 상점을 운영하는 두 가지 경우로 나누어 볼 수 있다. 결국 이 지역에서는 작품을 만든다는 직업의식에서 출발하여 상점을 낸 초창기 상업 형태와 삼청동의 발전가능성을 확인하고 관련 산업을 확장하려는 경영 형태로 구분할 수 있다.

3) 북촌에 대한 공급자의 인식

(1) 북촌에 소매점을 개점한 이유

공급자에 대한 인식은 “왜 북촌인가?”라는 문제의식을 가지고 인터뷰 조사를 실시하였다. 본고에서 주목하고 있는 craft 상점과 부티크(boutique)는 북촌의 넓은 지역 중에서도 화개길과 삼청동길에 밀집해 있다. 이 일대는 특별한 상권이 발달해 있는 곳도 아니다. 화개길은 일반적으로 서울 어디서나 볼 수 있는 주택가이며, 삼청동길 역시 상권이 발달하기에는 좁은 대로와 유동인구가 많지 않은 곳이다. 이러한 조건에서 craft 상점과 부티크(boutique)가 발달한 이유가 무엇인지 소매점을 운영하는 사람들의 의식 조사가 필요하다.

유동인구가 많고, 상권이 발달한 지역이 아닌 이 지역에 소매점을 개점한 이유는 저마다 대답은 다르지만 크게 두 가지 경우로 나눌 수 있다. 첫째는 북촌의 독특한 거리 분위기이다. 현대인은 지적 수준이 상승하면서 문화욕구도 점점 상승하며, 전통에 대한 애착이 강해지고 있다. 그러나 문제는 문화적인 욕구를 충족하기 위한 지역이 서울에서는 많지 않다는 것이다. 그나마 북촌일대가 서울에서 문화적인 것이 많이 남아 있는 곳으로 인식하고 있었다. 특히 북촌 중에서 삼청동 일대는 전통적인 한옥도 많지만 갤러리와 박물관 등이 밀집되어 있는 곳으로 한옥과 갤러리의 결합이 이들에게는 고전과 현대의 공유로 느끼고 있었다. 또한 서울에서 드물게 문화가 살아있는 지역으로 갤러리와 문화를 사랑하는 사람들이 주로 찾는 곳이라서 타 지역과는 형성된 원인부터 다르다고 생각하였다. 따라서 문화가 살아 있는 곳이며, 그런 문화를 공유하기 위하여 문화를 즐기는 사람들이 이 지역을 찾기 때문에 사람들의 수준도 다른 지역과는 다를 거라고 생각이 지배적이었다.

이 지역을 선택한 이유는 첫째로 북촌의 한국적인 분위기가 너무 좋고, 주변환경이 다른 지역과는 달리 문화가 살아있는 지역이에요. 둘째로 내가 추구하는 것이 엔틱스타일인데 이 지역에 오는 사람들이 문화를 사랑하는 사람들이기 때문에 소비자 타겟을 맞추어서 가게를 냈죠.(화동에서 shop 운영, 최○○, 40대)

지적수준이 상승하면서 전통에 대한 애착과 소유욕이 강해지고 있어요. 이러한 곳을 충족할 수 있는 곳을 손님들이 원하고 있는데 서울에서 전통적인 곳이 많이 남아있으면서 청와대가 있어 고도제한으로 상업의 발달에 많은 제한이 있을 수 있는 곳을 선택한 거죠.(삼청동에서 shop 운영, 김○○, 30대)

주변에 한옥과 고궁이 있어 고풍스러운 멋이 담긴 지역이라고 생각했고, 서울에서 이렇게 고풍스러운 지역은 드물어서 여기를 선택했죠.(화동에서 shop운영 이○○, 30대)

둘째는 지역 자체가 작업하기 좋은 곳이라고 생각하여 개점한 경우이다. 앞에서 언급하였지만, 이들은 대부분이 직접 상품을 디자인하는 사람들이라 작업하는 공간에 대한 애착이 강하였다. 작업하는 공간에 따라 생산되는 상품의 성격이 달라진다고 여겼다. 그런 점에서 북촌이라는 곳은 상품을 생산하기에 더없이 매력적인 공간이다. 즉 문화와 역사가 공존하는 북촌의 장소성이 상품의 이미지를 형성하는데 중요한 역할을 하는 것이다.

소매점에 대한 특징은 같은 공간에서 판매와 작업이 동시에 이루어지거나 같은 공간이 아니더라도 상점 근처에 작업실이 있는 경우가 대부분이었다. 따라서 개점할 때에 우선적으로 고려한 것이 작업실이며, 삼청동 일대가 유동인구가 적고, 상권이 발달하지 않아 조용하다는 점이 작업하기 좋다고 여겼다.

독특한 점은 개점 시기에 따라 북촌에 개점한 이유가 달라진다는 것이다. 2003년 말부터 이 지역에 craft 상점과 부티크(boutique)가 급속도로 생기기 시작하였다. 개점시기를 2004년 기준으로 이전과 이후로 구분해본 결과 2004년 이전에는 북촌의 문화적이고 전통적인 분위기가 좋아서 상점을 개점하였다는 의견이 지배적이었다. 2004년 이후에는 손님으로 구경을 하다가 이 지역의 craft 상점과 부티크(boutique), 그리고 독특한 외관의 음식점 등이 모여 있는 등 특유의 분위기가 좋아서 개점한 경우가 있었다. 또한 다른 지역에서 디자인 관련 상점을 운영하다가 이 지역에 craft 상점과 부티크(boutique)가 밀집되어 있는 것을 보고, 유동인구는 적지만 관련 상점이 모여 있으면 구매력이 있다고 판단되어 상점을 개점하였다는 대답도 있었

다.

결국 초창기(2003년 이전)에는 이 지역의 문화적인 요소에 이끌려서 상점을 개점하였다는 의견이 지배적이고, 관련 상점이 하나 둘 밀집되면서 하나의 상권이 형성되자 문화적인 요소보다는 관련산업이 집적되어 있는 것이 사례지역에 상점을 개점하게 한 또 다른 유인력으로 작용한 것으로 보인다. 따라서 앞으로 craft 상점과 부티크(boutique)와 관련된 상점이 계속 발달할 것으로 예상된다.

(2) 최근 북촌지역의 변화 모습에 대한 공급자의 인식

두 번째 질문으로 최근 북촌지역이 특색 있는 거리로 유명해져 소매점, 음식점 등이 많이 생겨나고 있는 것에 대한 의견을 질문하였다. 왜냐하면 이 지역의 변화는 굉장히 빠르게 변화되고 있기 때문이다. 인터뷰 조사를 하러 간 시기에도 리모델링과 오픈을 준비하는 상점을 많이 볼 수 있었고, 최근 1~2년 사이에 이러한 경향이 나타난 것으로 보인다.

최근 들어 상점이 많이 들어오고 있어. 그게 1~2년 사이예요. 근데 얼마 안 있다 나가고 다시 들어오고 조그만 상점 하나 가지고 계속 로테이션되고 있다는 증거지, 이 지역의 상권만 보고 온 사람들은 그렇게 해서 망해 나가고 있어.(소격동에서 shop 운영, 김○○, 50대)

이 지역에서 소매점을 운영하는 사람들은 학력과 문화수준이 높은 사람들이기 때문에 소매점을 개점하거나 운영하는 데에 나름의 철학이 있는 사람들이다. 그런데 최근에 북촌지역이 서울에서 독특한 거리로 유명해지면서 외부에서 손님들이 많이 찾아오고 있으며, 손님들이 들어오자 이윤 추구를 목적으로 많은 상점이 생기고 있다. 따라서 이에 대하여 외부 사람들이 아닌 이 지역에서 상점을 운영하고 있는 사람들의 의견이 어떠한지 알아보고,

이를 통하여 앞으로의 북촌지역의 이미지는 어떻게 이뤄져야 할지 예측해보고자 한다.

최근 소매점과 음식점 등이 많이 생겨나고 있는 것에 대하여 사람들이 몰린다는 점에서는 긍정적으로 생각을 하지만 다른 지역과 똑같이 변하는 것에는 반대하는 입장이 많았다. 상권이 변하더라도 독특한 상점이 많아져서 다른 지역과는 차별되는 고유의 이미지를 유지하길 원하고 있었다.

소매점, 음식점 등이 많이 생긴다면 상권이 살아나고 그로 인해 연쇄적인 효과로 소비자도 끌어들이기 때문에 상점 형성은 소비자나 공급자 면에서 바람직한 현상이라고 여겼다. 다만 상점이 많이 생기는 것은 좋으나 상점의 외관이 거리의 분위기를 유지하면서 특색 있는 상점이 생기길 원하였다.

상권이 발달한다는 면에서는 긍정적으로 생각을 해요. 나쁘진 않은데 자기 색깔을 가지고 와서 영업을 했으면 좋겠어요. (삼청동에서 개인 shop 운영, 정○○, 30대)

반면 현재의 변화를 부정적으로 생각하는 사람도 많았다. 많은 상점들이 들어오면서 이 지역의 고유의 이미지가 퇴색하고 있다는 점에서 안타깝다는 의견이 많았다. 이들이 생각하는 북촌의 이미지는 문화가 있는 고급스러운 지역이면서 다른 지역과 차별화된 문화예술의 장소라고 생각하고 있었다. 그런데 소매점, 음식점 등이 최근 들어 무분별하게 생기면서 고유의 이미지와 개성이 사라지고 있다고 여겼다.

싸구려 식으로 변하는 것에 너무 짜증이 나죠. 그런데 막을 방법은 없으니까 그냥 보고 있는 거예요. 싫은 사람이 나가야죠. (소격동에서 개인 shop 운영, 김○○, 50대)

음식점이 들어온다는 것이 싫은 것이 아니라 그로 인해 물려든다는 생각이 싫어요. 자기 색깔을 고집하고 싶었으나 무분별하게 상점이 몰리다 보면 고유한 색이 사라지고 어디서나 볼 수 있다는 것이 싫죠. 이미지가 실추되는 것이 싫어요. (팔판동에서 개인 shop 운영 최○○, 30대)

부정적으로 생각해요. 예전의 모습이 사라지고 망가지는 느낌이 많이 들어요. 그래서 애착이 사라지고 있어요. 이지역의 분위기와는 상반되는 건물이 들어서고 있어서 예전의 이미지가 사라지고 있어요. 그리고 유명해져서 장사가 잘 될 거라고 생각을 하는데 솔직히 유동인구만 늘었지 손님은 그대로예요.(팔판동에서 개인 shop 운영. 박○○, 30대)

자기고유브랜드가 아닌 동남아시아의 물건들을 파는 상점이 늘고 있어요. 자부심을 가지고 우리 브랜드를 직접 디자인 한다는 생각을 해야 이 지역이 발전하는데 그런 생각이 없다면 상점들이 생기는 것은 반대해요. 음식점도 마찬가지고요. (삼청동에서 개인 shop 운영, 김○○, 30대)

따라서 이와 연장선상의 질문으로 본인들이 바라는 이 지역의 모습은 어떠한 것인지 질문하였다. 발전방향에 대해서는 공통적으로 고유의 이미지가 손상되지 않는 범위 내에서 개성이 유지되길 원하였다. 북촌은 역사적으로 오래된 지역이면서 문화가 공존하는 지역이므로 이러한 이미지가 손상되지 않았으면 하는 의견이 많았고 문화의 거리, 패션의 거리로 차별화되고 독특한 상점이 많이 생겨 서울에서 개성이 있는 거리로 바뀌었으면 하는 의견이 많았다. 서울의 패션과 관련된 상점이 밀집한 여타 지역들은 너무 획일적이

고 개성이 없으며, 북촌의 상점들이 그 지역으로 가면 경쟁에서 낙오되기 때문에 조용하면서 분위기가 있는 이곳으로 모일 수밖에 없다고 생각하고 있었다.

이 지역이 발전되는 것은 좋은데, 독특하면서도 이 거리만의 분위기를 유지하면서, 문화가 보이는 지역이라는 인상을 심어주었으면 해요. 이대고 명동이고 이제 이런 상점들이 갈 만한 곳이 없는 게 현실이죠. (팔관동의 shop에서 운영, 신○○, 30대)

문화의 거리, 패션의 거리가 되었으면 해요, 고급스러우면서 독특한 boutique 스타일의 상점이 많은 거리가 되었으면 하죠. (화동에서 개인 shop 운영, 김○○, 30대)

북촌이 전통적인 역사성이 살아있으면서 이를 바탕으로 상권이 발달한 것이 인사동과 비슷한 점이 많다. 북촌이 아직은 발전하는 단계이므로 결과는 어떻게 나타날지 모르지만 인사동과 비교되는 것은 당연하다. 따라서 북촌과 인사동의 변화와 그 비교를 공급자들은 어떻게 인식하고 있는지 살펴보았다.

인사동이 현재는 관광객 위주의 쇼핑몰 분위기로 너무 상업화가 되었다면 북촌은 북촌의 분위기를 사랑하는 사람들이 오며, 문화가 남아있는 지역이라고 인식하고 있었다. 그러나 현재의 변화하는 모습을 보고 북촌이 인사동처럼 변하는 것에 대하여 긍정과 부정의 두 가지 의견이 있었다. 지금의 상태처럼 특색 없는 소매점, 음식점이 들어오게 되면 인사동처럼 변하는 것은 시간문제라고 생각하는 반면 이곳은 인사동처럼 전통, 역사성만 있는 것이 아니라 현대적인 문화가 공존하는 곳이며, 인사동과 형성 원인이 다르므로 비교대상이 될 수 없다는 입장이다. 만약 비교하더라도 이 지역은 인사동처

럼 너무 쇼핑 위주의 상업화가 진행되지는 않을 것이라고 예측하고 있었다. 또한 이곳은 교통이 불편하며, 주차시설이 없고 근처에 청와대가 있어서 상권이 발달하는 데에는 많은 제약이 따르므로 인사동처럼 변하는 데에는 시간이 걸릴 것이라는 의견이 지배적이었다.

IV. 결론

1. 연구결과 및 요약

본 논문은 ‘문화가 경제를 창출한다’라는 문제의식을 가지고, 북촌을 문화경제학적으로 접근하고자 하였다.

현대사회에서 ‘문화’는 더 이상 ‘삶의 방식’이나 ‘예술적 활동’이 아닌 경제적인 창출효과를 일으키는 기제로 인식하고 있다. 지방자치단체는 문화를 통하여 지역경제 활성화를 꾀하고 있으며, 국가 역시 콘텐츠와 문화산업에 주력하고 있다. 그만큼 현대사회에서 문화가 차지하는 비중은 날로 커지고 있는 것이다.

영화, 애니메이션, 게임, 콘텐츠 등의 문화관련산업의 연구는 활발히 이루어지고 있으나, 역사성과 예술활동을 통해 문화가 이루어진 지역에 대한 연구는 부족한 실정이다. 이에 공간상에 나타나는 문화가 지역의 경제활동에 어떠한 영향을 미치는지 역사공간과 예술공간이 혼합된 북촌을 대상으로 살펴해보았다.

이를 위해 우선 문화경제학의 이론이 어디서 출발하였으며, 공간이라는 곳에 어떻게 표현되는지 고찰해보았다. 그리고 실질적인 분석을 위하여 북촌의 문화자본이 무엇인지 통계자료와 현지답사를 통해 살펴보고, 경제적인 구조를 파악하기 위하여 사업체통계자료, 공시지가, 북촌지역에서 신축된 건축물 현황을 통하여 북촌의 상권이 어떠한 요인으로 변화하고 있는지 알아보았다. 특히 북촌 지역 중에서 삼청동이 문화관련시설이 많이 입지해 있고 삼청동길과 화개길에는 패션 상점이 집중하고 있어, 북촌지역이 가지는 문화적인 가치가 문화상품을 통해 일으키는 경제적인 변화를 파악하고자 하였다. 이를 위하여 삼청동길과 화개길에 입주한 소매점을 대상으로 설문조

사와 심층 면접을 실시하였다. 문화라는 것은 경제현상처럼 인과관계로 이루어진 것이 아니므로 문화현상을 분석하는 데에는 많은 어려움이 있다. 특히 문화적인 가치가 공간적으로 표출되는 것을 수치화하여 분석하는 방법론이 부족한 관계로 심층 면접을 선택하였다.

연구결과를 요약하면 다음과 같다.

북촌이 문화자본은 크게 역사·문화 자원과 문화·예술시설로 나눌 수 있다. 북촌은 명칭에서 유래하듯이 과거 조선시대부터 양반가의 거주지역으로 전통한옥이 많이 남아 있어 서울에서 보기 드문 역사적인 공간이며, 따라서 북촌 전역에 문화재와 역사 유물이 남아있다. 북촌지역 중에서 가회동이 한옥밀집지구를 비롯한 역사적인 장소성이 강하다면, 삼청동은 문화·예술시설이 많아 예술적인 공간으로 인식할 수 있다. 특히 사간동에는 ‘갤러리 현대’를 비롯한 많은 미술관과 관련 관람관이 입지하고, 삼청동길의 가로변에는 패션 상점, 음식점, 갤러리와 카페를 혼합한 상점 등이 밀집하여 있다.

북촌의 경제적인 공간은 2003년부터 변화가 일어나기 시작하였다. 사업체수의 변화는 최근 5년간 전체적으로 변화가 미미지만 그 중에서 도소매업과 음식숙박업이 점증적인 증가를 보이고 있다. 특히 문화관련산업인 ‘도서관, 기록보존소, 박물관 및 문화관련산업’은 서울의 여타 문화지역과 비교해 볼 때 종사자수가 3배 이상인 것으로 나타났다. 이는 삼청동의 문화관련산업의 경제적인 창출효과를 보여주는 것이다.

지가의 변화 역시 2003년부터 증가하기 시작하였는데 인터뷰 조사 결과, 상점들의 권리금과 월세가 최근 2~3년 사이에 배로 증가하였다. 이는 최근 북촌이 언론매체를 통하여 많이 알려지자 외부에서 북촌의 발전가능성을 파악하고 들어온 상점들이 점점 많아지고, 이들이 경쟁구도로 변하면서 지가와 권리금 인상에 많은 영향을 주었다.

북촌지역에는 많은 종류의 상점이 발달해 있다. 음식점, 옷가게, 카페, 미술관, 일반소매점 등이 있으나 특히 주목해야 할 점은 옷이나 작은 소품, 액

세서리를 파는 상점이다. 이들 상점은 삼청동길과 화개길을 따라 발달해 있으며, 개성 있는 외관에 유동인구가 거의 없는 좁은 골목길에 집중한다는 점이 특색이다. 다른 지역의 이와 비슷한 상점과는 개점 동기와 운영에 있어 많은 차이점을 보이며, 이는 북촌 지역에 새로운 문화적인 요인이 형성되는 계기가 될 것이라고 사료되어 소매점을 경영하는 사람을 공급자라고 정의하고 심층 인터뷰 조사를 실시하였다. 그 결과는 다음과 같다.

첫째, 소매점을 운영하는 공급자의 특징은 고학력이면서 디자인을 공부한 것이 대부분이며, 직접 디자인한 작품을 소량 생산하는 것이 특징이다.

둘째, 소매점에서 판매하는 상품은 주로 옷과 주얼리이며, 유학을 경험으로 모자전문점, 여성화전문점 등 다른 지역에서 쉽게 볼 수 없는 부티크(boutique)가 나타난다.

셋째, 소매점의 개점 시기는 1997년부터이며, 2004년부터 그 수가 급격히 증가하였다. 특히 2004년 이전의 개점한 사람들은 북촌에 소매점을 처음 시작한 경우가 대부분이며, 2004년 이후에 개점한 공급자들은 다른 지역에서 비슷한 업종을 경험한 유경험자라는 것이 특징이다. 이는 관련 산업에 종사하다가 삼청동의 발전 가능성을 확인하고 유입한 경우라 할 수 있다.

넷째, 공급자들이 이 지역에 소매점을 개점한 이유는 독특한 거리분위기 때문이다. 독특한 분위기관 전통적인 문화, 즉 한옥과 현대 예술이 공존하는 곳으로 서울에서 보기 드물게 문화가 남아있는 지역이라고 인식하고 있었다. 따라서 이러한 거리의 분위기가 작업하기에도 좋으며, 본인들의 브랜드 컨셉에도 맞기 때문에 이곳을 선택하여 소매점을 개점한 것으로 보인다.

다섯째, 최근 북촌지역의 상권이 빠르게 변화하는 것에 대한 인식은 긍정과 부정으로 양분되었다. 소매점, 음식점 등이 많이 생긴다면 상권이 살아나고 그로인해 유동인구가 늘어나 실질적인 소비인구가 발생된다는 점에서 긍정적으로 여긴 반면, 개성 없이 다른 지역과 똑같은 상점이 들어와 예전의

이미지가 사라지기 때문에 부정적으로 생각하는 경우도 있었다.

다섯째, 공급자들은 독특한 거리 분위기가 계속 유지될 수 있도록 개성이 있으면서 작가정신이 뚜렷한 디자이너들이 작업을 할 수 있는 패션의 거리로 발전하고, 이 지역이 가지고 있는 문화적인 요소는 그대로 남아 있어서 문화의 거리로 유지되길 바라고 있었다. 2004년부터 북촌에는 패션상점뿐만 아니라 음식점, 카페, bar등이 많이 생겨나고 있어, 지역의 상권이 급속도로 변화되고 있는 단계이다. 앞으로 발전방향이 제대로 이루어지지 않는다면 이 지역의 문화적인 분위기는 많이 파괴될 것으로 우려하고 있었다.

2. 한계 및 과제

본 연구는 문화자본이 풍부한 서울의 북촌을 대상으로 전통적인 문화가 경제에 어떠한 영향을 미치는지 문화경제학적으로 살펴보았다. 북촌 지역은 서울에서 드물게 문화와 역사가 공존하는 지역으로, 이러한 지역의 장소성이 최근 들어 상권의 형성에 많은 영향을 주었고 이를 문화경제학적으로 살펴보았다는 데에 의의가 있다고 생각한다.

본 논문의 앞으로의 과제는 문화경제학적인 방법론이 구체적으로 체계화되어 있지 않으므로 추후에 경제와 문화라는 틀을 공간과 지역이라는 곳에서 어떻게 적용되어야 하는지 다양한 사례 분석이 요구된다.

둘째로, 북촌에 거주하는 공급자 위주로 설문을 하였으나, 지역 주민이 경제적인 공간구조에 미치는 영향은 크다. 따라서 지역주민과 외부 방문자를 수요자의 입장에서 경제적인 공간구조에 끼치는 영향에 대한 심층적인 분석이 이루어진다면 문화경제학적으로 풍부한 분석과 해석이 가능할 것이다.

마지막으로, 북촌 지역이 다른 지역에 비하여 상권의 발달이 미약한데, 이를 통하여 경제적인 구조를 살펴보았다. 현재는 북촌만의 독특한 경제적인 경관이 서서히 나타나는 시기이므로, 앞으로 북촌의 경관 변화를 살펴 추후 연구가 계속되어야 할 것이다.

참고문헌

<단행본>

- 서진수, 2005, 『문화경제의 이해』, 강남대학교 출판부
- 스코트 래쉬·존 어리 지음, 박향준·권기돈 옮김, 1998, 『기호와 공간의 경제』, 현대미
학사
- 데이비드 트로스비 지음, 성제환 옮김, 2004, 『문화 경제학』, 한울아카데미
- 한국문화경제학회 지음, 2004, 『문화경제학 만나기』, 김영사
- 에드워드 랠프 지음, 김덕현·김현주·심승희 옮김, 2005, 『장소와 장소상실』, 논형
- 이케가미 준·우에키 히로시·후쿠하라 요시하루 공편, 황현탁 역, 1999, 『문화경제
학』, 나남출판

<연구보고서>

- 서울시정개발연구원, 2000, 마을단위 도시계획 실현 기본방향(2): 북촌 가꾸기 사례연
구보고서
- 서울시정개발연구원, 2001, 2002월드컵 계기 북촌 장소마케팅 방안 연구-한옥 민박
체계 확립을 통한 전통 문화지역 활성화, 서울시정개발연구원 월드컵지원단
- 서울특별시, 2002, 북촌가꾸기 기본계획
- 산업연구원, 2001, 문화산업과 클러스터정책
- 산업연구원, 2001, 문화산업과 도시발전
- 한국문화콘텐츠진흥원, 2004, 프로도 경제효과: 반지의 제왕을 통해서 보는 뉴질랜드
의 성공사례 분석

<학위논문>

- 고창만, 2005, 한국영화관객의 영화관람 패턴 변화에 대한 연구: 성수기와 비수기의

- 점유율 변화를 중심으로, 추계예술대 문화산업대학원 석사학위논문
- 권미리, 2004, 장소성의 의미 고찰을 통한 장소마케팅 전략 수립에 관한 연구: 서울시 삼청동을 사례로, 한양대학교 석사학위논문
- 김근영, 2002, 현대 도시에서 한옥의 의미: 서울 북촌의 사례 연구, 서울대학교 석사학위논문
- 김병철, 2004, 한국형 블록버스터에 나타난 한국적 특수성에 대한 연구, 중앙대 첨단영상대학원 박사학위논문
- 김주아, 2002 한옥의 보전을 통한 문화관광자원의 활용에 관한 연구: 숙박시설로의 활용을 위한 실내공간 계획안, 홍익대 건축도시대학원 석사학위논문
- 김학실, 2005, 지방문화산업정책 집행요인과 상관분석: 첨단문화산업단지 조성을 중심으로, 충북대학교 박사학위논문
- 김혜란, 1986, 서울인사동지역의 도시형태적 특성에 관한 연구, 서울대학교 석사학위논문
- 김혜란, 1998, 서울 인사동지역 우세점포용도의 변화 해석, 서울시립대학교 박사학위논문
- 김홍수, 2005, 문화 거버넌스 모형 평가에 관한 연구: 한국 문화축제 정책 사례를 분석을 중심으로, 세종대학교 박사학위논문
- 도난주, 2004, 전통한옥지역의 도시 이미지 구성요소에 관한 연구: 서울시 북촌한옥마을을 대상으로, 중앙대학교 석사학위논문
- 문희정, 1998, 도시내부 장소마케팅의 지역적 파급효과: 인사동 문화의 거리를 사례로, 서울대학교 석사학위논문
- 박계숙, 2004, 역사문화환경에서의 정보커뮤니케이션 시스템 디자인에 관한 연구: 서울특별시 사대문안 도보관광코스를 중심으로, 경희대 아트퓨전디자인대학원 석사학위논문
- 성주인, 2000, 인사동의 장소상품화에 대응한 정체성 운동에 관한 연구, 서울대 환경대학원 석사학위논문

- 안은실, 2005, 서울 북촌지역의 건축적 특성을 통한 지역성에 관한 연구, 홍익대학교 석사학위논문
- 양승학, 2002, 도시화에 따른 북촌 한옥마을의 변형과 주거문화에 관한 연구:가회동, 계동 도시형 한옥을 중심으로, 중앙대학교 석사학위논문
- 윤한균, 2003, 멀티플렉스 극장의 서비스공간 특성에 관한 연구, 연세대 생활환경대학원 석사학위논문
- 이수진, 2004, 중소도시 애니메이션산업 육성을 위한 공공부문의 역할: 춘천시와 부천시를 사례로, 서울대학교 석사학위논문
- 이종성, 2005, 지역환경을 고려한 문화 복지시설 계획안: 서울시 삼청동 63번지 재개발구역을 중심으로, 건국대 건축전문대학원 석사학위논문
- 임예원, 2005, 디지털 미디어의 등장과 영화산업의 시장 확대 연구, 중앙대 예술대학원 석사학위논문
- 장옥연, 2004, 유통과 협력을 통한 역사환경 보전 계획과정 연구: 서울 인사동과 북촌 계획 사례, 서울시립대학교 박사학위논문
- 정숙, 2005, 거북이미지를 이용한 지역 문화산업 활성화 방안, 여수대 산업대학원 석사학위논문
- 조문현, 2002, 역사도심의 분열과 재조직:도시결절점으로서 기무사부지 활용방안, 건국대 건축전문대학원 석사학위논문
- 조한재, 2002, 지역적 프로그램 통합을 위한 도시격자체계의 제안, 건국대 건축전문대학원 석사학위논문
- 최형목, 2002, 녹지축의 재구조화를 위한 연결블록으로서의 가구계획, 건국대 건축전문대학원 석사학위논문

<학술지 논문>

- 강진희·강용관, 2001, 문화거리의 관광상품 활성화 방안에 관한 연구: 인사동을 중심으로, 문화관광연구 3(3), pp. 51~74

- 권오혁·이수장, 2001, 문화산업의 특성과 문화산업지구 전략, 공간과 사회 15, pp. 211~230
- 김남조·최승담, 1999, 문화관광산업이 지역경제 미치는 경제적 파급효과분석: 서울시 인사동을 중심으로, 사회과학논총 18, pp. 109~215
- 김문환, 1996, 문화경제학의 방법론적 이해: 세계 문화경제학의 최신동향, 예술문화연구 6, pp. 7~11
- 김유미, 이금숙, 2001, 문화산업의 입지적 특성 분석: 음반산업을 중심으로, 한국경제지리학회 4(1), pp. 37~60
- 박진수, 2001, 문화산업과 도시개발전략, 문화경제연구 4(1), pp. 1~17
- 백선혜, 2004, 소도시 문화예술축제 도입과 장소성의 인위적 형성, 대한지리학회 39(6), pp. 888~906
- 이금숙, 1993, 수요 변화에 따른 영화 상영관 입지의 공간적 재구조화, 지역연구 9(2), pp. 71~87
- 이득재, 2004, 문화산업'과' 문화경제학 비판, 문화과학 38, pp. 97~115
- 이석환·황기원, 1997, 장소와 장소성의 다의적 개념에 관한 연구, 국토계획 32(5), pp. 169~184
- 이정훈, 2004, 중소도시 지역개발 수단으로서 제3의 문화전략: 관광과 문화산업의 사회·공간적 결합, 관광경영학연구 8(3), pp. 257~292
- 장옥연, 1999, 장소·장소성, 장소마케팅, CI, 도시문제 34(363), pp.116~119
- 조명래, 2000, 문화경제화와 문화도시계획, 도시연구 6, pp. 115~131
- 최막중·김미옥, 2001, 장소성의 형성요인과 경제적 가치에 관한 실증분석-대학로에 로데오거리를 중심으로, 국토계획 36(2), pp. 153~162
- 최병두, 2002, 자본주의 사회에서 장소성의 상실과 복원, 도시연구 8, pp.253~277

<외국논문>

- Allen J Scott, 2000, The cultural economy of cities, SAGE Publications, London
- Allen J Scott, 2001, Capitalism, cities, and the production of symbolic forms, Trans Inst Br Geogr NS 26 pp. 11~23
- Allen J Scott, 2004, Cultural-Products Industries and urban economic development Prospects for Growth and Market Contestation in Global Context, Urban Affairs Review 39(4), pp. 461~489
- Allen J Scott, 2002, A New Map of Hollywood: The Production and Distribution of American Motion Pictures, Regional Studies 36(9), pp. 957~975
- Douglas G Pearce, 1998. Tourist districts in Paris: structure and functions, Tourism Management 9(1), pp. 49~65
- Steven J Tepper, 2002, Creative Assets and the Changing Economy, The Journal of Arts Management, Law, and Society 32(2), pp. 159~168
- Ray Hudson, 2004, Conceptualizing economies and their geographies: space, flows and circuits, Progress in Human Geography 28(4), pp. 447~471

<인터넷사이트>

- 서울시홈페이지 www.seoul.go.kr
- 종로구홈페이지 jongno.seoul.go.kr
- 통계청 www.nso.go.kr

ABSTRACT

A Study of the Spatial Structure on Cultural Economies at the Bukchon in Seoul

Lee, Kyung Ok
Department of Geography
Graduate School
Sungshin Women's University

The meaning of culture has changed over time. The economic value of culture has been increased gradually to produce economic value.

This study attempts to investigate the cultural economies of Bukchon Area where cultural elements are abundant. The study area contains both traditional and contemporary culture.

The findings of this study are summarized as follows:

First, Bukchon has ample cultural elements. It is a place with such a historic background that cultural assets are scattered from place to place. Furthermore, in Sagandong, there are many art galleries, museums, and workshops, so here we can see the coexistence of historical and modern places, which is very rare in Seoul.

Second, there are Samchungdong and Gahwedong as administrative places. Especially in Samcheongdong, there are many unique cafes, restaurants, and various retail stores. The retail stores

located in Samcheongdong have very unique exteriors never seen in other places, and they are characterized by the locations in the Samcheongdong street roadsides and alleyways where are not many passerby.

Third, the owners of the retail stores are highly educated and studied design in general, and carry small quantity of works designed by themselves.

Fourth, the reason why they opened the retail stores in Bukchon is because of its cultural properties. In Bukchon, possessing art galleries, cultural assets, and the traditional Korean-style house village, modern cultural arts and historical cultures are coexisting. Because of this regional characteristic of Bukchon, many providers have been attracted.

Fifth, the Bukchon that the providers expect in the future is a place never losing its unique personality. It is hoped that more unique and artistic stores join so that this can be developed as more culture and fashion combined area.

Key Words: culture, Bukchon, cultural economy, retail stores, spatial structure, cultural commodity,

<북촌의 소매점 대상 설문지>

안녕하십니까? 저는 성신여자대학교 대학원 지리학과 석사과정에 재학 중인 학생입니다. 현재 저는 북촌의 문화경제학적 공간구조 특성에 관한 논문을 준비하고 있으며, 연구의 일환으로 이 지역의 소매점과 상점을 대상으로 북촌지역의 경제구조 변화를 조사하고 있습니다.

설문 조사된 내용은 집단으로 통계 처리되며, 학술 목적 이외에는 사용되지 않습니다. 귀중한 시간을 내주시면 감사하겠습니다.

성신여자대학교 대학원 지리학과 이경옥 (Tel:011-9061-4888)

◆ 소매점 경영에 대한 질문입니다.

1. 귀하는 북촌에서 소매점 경영을 언제 시작하셨습니다? _____
2. 이전에도 이와 비슷한 소매점을 경영하신 적이 있습니까?
①없다 ②있다 _____동(있다면 경영했던 곳의 행정단위를 써주십시오)
3. 귀하의 소매점에서 판매하는 상품의 재료는 주로 어디에서 구입을 하십니까?

4. 귀하의 상점을 찾는 손님은 주로 어느 연령대입니까?
①소년층 ②청년층 ③장년층 ④중년층 ⑤노년층
5. 점포의 소유형태는 무엇입니까?
①자가 ②전세 ③월세 ④기타
6. 가게 면적(평수)? _____

