

도시마케팅: 옛 서울 북촌 가회동의 한옥밀집지구

김인

(서울대학교 지리학과 교수)

1. 서론

1) 문제 제기 및 연구 목적

세계화의 추세가 지구촌 곳곳에서 경제의 세계화, 도시의 세계화, 교통/통신의 세계화로 다양하게 나타나고 그 속도 또한 계속 빨라지고 있다. 이와 같은 현상은 지난 30년 동안 주로 선진국을 중심으로 나타난 현상이었지만, 지금은 선후진국을 막론하고 범세계적인 것이 되었다. 이러한 변화 속에서 우리나라가 경쟁력을 유지할 수 있는 하나의 방안은, 우리의 수도 서울을 뉴욕, 런던, 도쿄, 홍콩과 같은 '세계 도시(World City)'로 육성하는 것이다. '세계 도시'의 요건을 고려할 때, 서울은 다른 세계 시장으로의 접근성이 제약되어 있고 세계적 교류와 활동을 원활히 지원할 수 있는 국제 은행/우편, 컨벤션 센터, 숙박 시설 등의 기반 시설이 많이 부족한 형편이다. 따라서 '세계 도시'로 성장하기 위해 서울이 갖추어야 하는 많은 요소들 중에서 가장 시급한 문제로 숙박 시설의 수 및 다양성의 부족 문제 및 설비의 노후성을 손꼽을 수 있다. 본 연구는 이러한 숙박 시설 부족 문제와 관련하여, 우리 전통 문화 유산이 많이 남아 있는 서울 도심 안의 특정 지구를 재활성화할 수 있는 방법을 탐구한다.

2) 연구 지역

본 연구의 대상 지역인 서울시 종로구 가회동 일대는 경복궁과 창덕궁, 종묘 사이에 위치한 한옥 밀집지역으로, 행정동으로 보았을 때 가회동 전체와 삼청동 일부에 해당한다. 이 지역의 총 면적은 645,000 m²(약 195,000 평), 거주 인구는 약 12,989명(1999년)이며, 6개의 법정동인 가회동, 원서동, 재동, 계동, 삼청동, 화동, 사간동을 포함한다.

2. 이론적 배경

1) 장소마케팅(Place Marketing)

장소마케팅은 장소를 상품으로 하여 이를 마케팅하기 위한 전략이며, 여기에서 마케팅이란 교환, 시장 조사, 시장 세분화, 목표 대상 설정을 통한 소비자 욕구의 충족, 기업의 경쟁적 지위 향상과 이를 통한 기업의 수익성 확대라는 전반적인 목표 속에서 소비자의 효용(제품, 가격, 장소)을 충족시키고자 하는 것이다.

2) 역사지구 재활성화

도시 역사지구 재활성화는 물리적인 건축물의 재건과 건물, 장소의 활발한 경제적 이용의 두 가

지 측면을 말한다. 따라서 물리적 활성화와 경제적 활성화 모두가 필요하다. 이 둘은 서로 떨어져 있는 것이 아니다. 단기적으로는 역사지구의 물리적 또는 표면적 활성화를 추구하면서, 동시에 장기적으로는 경제적 활성화를 목표로 한다.(Tiesdell et al, 1996)

3. 연구 지역 분석

1) 가회동의 지역 특성

가회동 지역은 서울 600년 역사와 함께 해온 우리의 전통 거주 지역으로서, 이 지역 내에는 현재 사적, 민속 자료, 천연 기념물 등을 포함한 많은 역사문화자원이 분포해 있다. 그리고 이 지역의 입구라 볼 수 있는 안국역을 기준으로 도보거리로 볼 수 있는 1km이내에는 인사동과 광화문이 위치하고 있고 쉽게 이동할 수 있는 거리인 2.5km이내에 종로, 을지로, 대학로, 명동, 동대문 등이 있어, 가회동 지역은 서울시 주요 명소와의 접근성이 매우 좋다고 할 수 있다. 이런 점들을 고려할 때 가회동이 가지는 특성은 그 역사성과 장소성으로 요약될 수 있다.

2) 가회동 한옥지구

2000년 2월, 가회동에는 총 947동의 한옥이 남아 있었으며 이는 이 지역에 있는 총 건물의 41.2%에 해당한다. 이 한옥들 중 25.5%가 양호한 상태, 40%가 보통 상태, 34.5%가 본래의 구조가 많이 훼손되어 보존 상태가 매우 불량한 상태에 있다. 또 이 지역의 한옥들 중 상태가 양호하고 50평 이상의 한옥과 보통 수준의 한옥이 밀집된 지역은 가회동 31번지 일대, 가회동 11번지 일대, 인촌기념관 주변 등 약 3개 지역으로 조사되었다.

3) 가회동 한옥지역의 보전과 재활성화의 필요성

한옥보존지구 지정이후, 가회동 지역은 무조건적인 개/보수 통제 및 금지로 인해 인근의 다른 지역에 비해 많이 낙후되어 있는 형편이다. 따라서 이 지역은 일차적으로 기본 거주지 및 주변 환경의 재정비가 필요하며, 이 작업은 재활성화 과정의 사전 준비 단계로서 행해질 수 있다. 또, 최근 난개발로 인해 많은 역효과가 나타나면서, 이 지역의 주민들이 자발적으로 전통이라는 지역의 특성을 살리면서 쾌적하고 살기 좋은 주거 환경을 이루어내고자 노력하고 있다. 이런 주민들의 자체적 활동은 가회동 한옥지역의 재활성화 필요성에 대한 분명한 증거를 제공해준다.

4. 가회동의 도시마케팅 추진 전략

1) 관광특구 지정

관광특구 제도는 내방 관광객의 관광 활동이 국제적 수준으로 보장되는 공간을 집중 육성하며 관광 서비스와 이용 편의를 제공하고, 다양한 관광 활동을 가능하게 하는 제도이다. 가회동 지역이 이러한 관광특구로 지정되게 되면, 가회동 일대의 경제적 활성화, 환경 개선은 물론 다양한 효과를 창출해낼 수 있다. 아직까지 다른 지역에 많이 알려지지 않은 도시 역사지구인 가회동 지역이 널리 알려지면서 지역 이미지가 재창출되어 지역 경제가 활성화되고, 지역 정체성을 확립할 수 있다. 이를 통해 가회동 지역이 활성화되면 이 효과는 가회동 지역 주민과 가회동을 방문한 우리 국민과 외

국민에 의해 가회동을 벗어난 외부 지역까지 공급될 수 있다.

2) 전문지구 조성

연구 지역의 보다 체계적인 환경 정비와 외국인 관광객 유치를 위한 인프라 구축을 위해, 본 연구에서는 가회동 지역 내에 이 지역의 현 토지 이용을 고려한 전문지구, 특히 다양한 한옥형 숙박지구를 개발할 것을 제안한다. 본 연구의 목적 중 하나인 서울시의 숙박 시설 부족 문제를 해결하기 위해, 여기에서는 외국인을 주 대상으로 하는 세 가지 형태의 숙박 시설을 고려한다. 첫째는 가회동이 한옥밀집지구라는 특성을 살린 것으로, 건물의 내외관을 전통 한옥 방식으로 하면서 화장실이나 욕실 등은 현대적으로 개조한 숙박 시설들이 밀집한 지역인 Bed & Breakfast형 숙박 지구이다. 두 번째로는 사업이나 학술 세미나, 국제 회의 참석 등을 목적으로 서울을 방문하여 한국의 전통 문화도 함께 즐기고자 하는 외국인들을 대상으로 하는, 현대의 편리한 설비를 갖춘 호텔들이 모여 있는 호텔형 숙박 지구를 가회동 지역에 조성할 것을 제안한다. 그리고 마지막으로 중저가의 숙박 시설이 부족한 한국의 상황을 고려하여, 필수적인 설비를 모두 갖추고 있으면서도 중저가의 가격으로 서비스를 제공할 수 있는 모텔형 숙박 시설 지구를 함께 조성할 것을 권한다.

3) 한옥밀집지구의 장소상품화

가회동이 전통 주거 지역이라는 점을 부각시키기 위해서는, 이 지역의 한옥밀집지구를 관광상품화할 필요가 있다. 그러기 위해서는 우선, '한옥 지구'라는 독특한 이미지를 창출하고 정착시켜야 한다. 그리고 한옥밀집지구 탐방로를 개발, 조성하여 한옥밀집지구를 외국 관광객들에게 널리 알려야 한다. 이런 탐방로는 가마나 교자와 같은 전통 이동 수단을 체험할 수 있게 하거나, 특별한 중심 테마를 부여하는 등의 방법을 통해 단순히 보는 상품이 아닌 체험할 수 있는 상품이 되도록 해야 한다. 또, 한옥밀집지구에 위치하고 있는 한옥 중 잘 보존된 한옥의 경우 그 내부를 공개하는 '개방 한옥'으로 지정하여 외국인들이 이웃을 방문하는 것처럼 편안한 느낌을 줄 수 있으며, 주민들의 자발적 신청을 통해 사전적 의미의 민박(Home Stay)을 실시할 수도 있을 것이다.

4) 전통문화 체험거리 조성

우리 고유의 재래 장터 개설, 한국 고유의 조경이 가미된 전통 공원의 조성, 가회동 일대에 산재해 있는 역사 유적지들을 이용한 역사 탐방로 개발, 연구 지역에 거주하고 있는 장인들의 생활을 직접 체험할 수 있는 무형 문화재 체험, 전통 박물관 및 화랑/골동품 상가 조성 등을 통해, 가회동 지역을 단순 관광지가 아닌 전통문화 체험의 장으로 성장시킬 수 있다.

5) 관련 지원 시설 구축 및 운영

본 연구의 대상 지역인 가회동 일대는 일정 영역을 바탕으로 하는 역사 관광 지구이므로, 이 지역에 대해 전반적인 정보를 시청각적으로 제공하고 외래 관광객의 경제적, 행정적 업무를 담당하는 Visitor Center를 설치할 필요가 있다. 또, 관광 코스 중 빼놓을 수 없는 중요한 부분, 중 하나가 바로 쇼핑이므로, 본 연구에서는 가회동 지역에 깔끔하고 품위 있어 보이는 면세점을 설치할 것을 추천한다. 그리고 길의 양편에 전통 문화 상품 판매 상점과 노점들이 들어서 있어서, 외국 관광객들이 전통 문화 상품들을 시각적으로 즐기다가 자신이 직접 제작하여 이를 사서 돌아갈 수 있는 차 없는 거리를 조성하고, 각종 문화 공연 및 이벤트를 즐길 수 있는 이벤트 공간을 조성할 것을 제안한다. 이 외에도 외국인 전용 클리닉을 설치하고, 가회동 일대를 순환하는 셔틀버스를 운행하여 외국 관광객들의 관광 활동에 어려움이 없도록 할 필요가 있다.

6) 주변 지역과의 연계

가회동 일대의 주변에는 경복궁, 창덕궁, 종묘 등의 역사 유적과 인사동의 전통 문화 거리, 시청과 각종 대사관 등의 중심업무지구가 위치하고 있다. 이런 주변 지역들과 연구 지역을 연계하여 개발한다면 가회동과 주변 지역 모두 시너지 효과를 얻을 수 있을 것이다.

5. 결론

이 연구는 서울시의 숙박 시설 부족 문제를 해결하고 동시에 서울의 도시 역사지구인 종로구 가회동 지역을 재활성화하는 방안을 마련하고자 하였다. 이런 연구 목적 하에 가회동 일대 재개발의 근거를 제공할 장소마케팅과 역사지구 재활성화 이론을 검토하고, 재활성화를 통해 지역 경제 부흥에 성공한 외국 사례를 살펴보았다. 그리고 나서 연구 지역의 특성과 한옥 현황을 살펴보는 과정을 거쳤으며, 이를 통해 가회동 지역 재활성화의 필요성을 보다 잘 인식하게 되었다. 다음으로, 구체적인 실제 자료와 이론적 근거를 바탕으로 이 지역에 대한 개발 전략을 제시하였다. 본 연구는 이제 정책적 차원에서 다음을 건의한다. 첫째, 가회동 지역을 관광특구로 지정하여, 보다 적극적이고 능동적인 지역 재개발을 실시할 것을 제안한다. 둘째, 가회동의 한옥밀집지구를 대상으로 다양한 한옥형 숙박지를 개발하고 외국인이 즐겨 찾고 머물러 가는 명실상부한 명소로 만들 것을 건의한다.

참 고 문 헌

- 김인, 1993, 범세계화와 세계도시, 서울대학교 국토문제연구소, 서울
- 김인, 1998, "세계화 시대의 서울/수도권 입지의 국제화 추진전략", 서울시정연구, 6(2), 47-60
- 김숙진, 1999, "장소마케팅이 지역이미지와 경제활성화에 미친 영향에 관한 연구: 고양시를 사례로", 서울대학교 지리교육과 석사논문
- 신혜란, 1998, "태백, 부산, 광주 의 장소마케팅 전략 형성과정에 대한 비교 연구", 서울대학교 환경대학원석사 논문
- 이무용, 1997, "도시 개발의 문화 전략과 장소마케팅", 공간과 사회, 8, 197-231,
- 유우익, 1995, "지방화 시대 농어촌 지역개발의 새로운 방향과 과제", 지리학논총, 26
- 정석, 2000, 마을단위 도시계획 실현 기본방향(II):북촌가꾸기 사례연구, 서울시정개발연구원
- Arie, S., 1994, Randstad Hollnad: A World City?, Urban Studie, Vol.31(3), 381-400
- David, A.S. and Michael, T., 1995, Conceptualising and Mapping the Structure of the World Systems City System, Urban Studie, Vol.32(2), 287-302
- Harvey, D., 1993, From Space to Place and Back Again: Reflections of the Condition of Postmodernity, Bird et al.(eds.), Mapping the Future: Local Cultures, Global Change, London & N.Y.:Routledge
- Paddison, R., 1993, City Marketing, Image Reconstruction and Urban Regeneration, Urban Studie, Vol.30(2)
- Philo, C. and Kearns, K., 1993, Selling the Place: the City as Cultural Capital, Past and Present, Pergamon Press
- Steven T., Taner O. and Tin H., 1996, Revitalizing Historic Urban Quarters, Cornwall
- Wilkinson, S., 1992, Towards a New City?: a Case Study of Image-Improvement Initiatives in Newcastle upon Tyne, P.Healy et al.(eds.), Rebuilding the City-Property-Led Urban Regeneration, London: E & FN Spon.