

## 문화경제의 발현과 확산의 공간적 특징: 북촌의 창의적 소매업을 중심으로

이경옥\* · 이금숙\*\*

**요약:** 본 연구에서는 문화적인 요소가 응집되어 있는 북촌지역을 사례지역으로 지역의 문화가 경제적인 공간구조에 미치는 영향을 파악하고자한다. 북촌은 조선왕조의 고궁과 많은 역사적인 문화재, 전통한옥들이 남아 있고, 현대적 미술관과 박물관들이 들어서 있어 전통문화와 현대문화예술이 공존하는 곳이다. 최근 이 지역에는 문화와 직·간접적으로 연관된 경제활동들이 들어서면서 경관이 크게 변화하고 있다. 본 연구에서는 북촌 지역에 입점하고 있는 문화와 관련된 창의적 수제품을 생산하여 판매하는 소매점들이 이곳에 입지하는 이유가 이지역의 장소성과 어떻게 연관되어 있으며, 그 입지적 특징은 무엇인가를 밝혀보고자 한다. 이를 위하여 본 연구에서는 문서화된 통계자료의 활용과 함께 이곳 소매점 업주들을 상대로 한 심층 면담조사를 실시하여 통계자료에 나타나지 않는 구체적인 자료를 확보하여 분석하였다. 분석 결과 이곳에 입점하고 있는 창의적 소매점들이 이곳에 입점한 주 이유는 전통과 현대의 풍부한 문화적 자산을 보유하고 있는 북촌 지역의 장소성임을 확인할 수 있었다. 그들이 북촌에 소매점을 개점한 가장 큰 이유는 북촌에 내재되어 있는 문화요소와 그에 따른 경제적 가치 때문이다. 이곳에 소매점을 내고 있는 업주들은 전반적으로 고학력이며, 많은 경우 외국에서 디자인을 공부하고 돌아와 이곳에 본인의 창의적 문화상품을 제작하는 작업장을 겸하여 점포를 내고 있다. 그들이 북촌에 입점한 이유는 북촌의 장소성을 그들이 제작하는 제품의 가치 창출에 영향을 주는 문화자본으로 인식하기 때문이다. 그들은 작가주의에 입각하여 자신이 직접 디자인하여 손수 제작한 작품을 소량 생산하여 판매하는 유연적인 전문적 생산의 전형을 이룬다. 이곳에 입지하고 있는 점포에서 판매되는 대부분의 제품은 기획·생산·유통 과정이 장소와 밀접히 통합되고 있다. 이들은 초기에는 주요 통행로인 삼청동길을 따라 입점하고 확산되었으나 최근에는 통행량이 적은 이면도로인 화개길을 따라 확산되고 있다. 이러한 현상은 현재도 계속 진행 중이며, 북촌이 지니고 있던 기존의 장소성에 작가주의에 입각한 문화상품을 생산·공급하는 개성 있는 상점들이 입지하여 문화와 경제가 접목된 독특한 문화경제경관을 형성해 가고 있다.

**주요어:** 북촌, 장소성, 문화경제, 문화상품, 창의적 소매점, 입지적 특징, 문화요소

### 1. 서론

후기 산업화 사회에 접어들어 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 전개되는 특징이

있다 (Scott, 2001). 이러한 변화는 일상생활에서 이미지, 의미, 기호성이 강한 상품의 소비증가, 여가·문화·예술 활동에 대한 노출과 접촉의 증대, 문화적 정체성에 대한 관심의 증대 등의 변화가 초래하는 결과이라고 할 수 있다. 근래 늘어나는 이러한 문화적 요구와 소비 패턴의 변화는 상품의 성격과 그 생산 방식에도 심대한 영향을 끼쳐 유연적인 전문적 생산으로 기획·생산·유통 과정이 밀접히 통합되

\* 성신여자대학교 지리학과 대학원

\*\* 성신여자대학교 지리학과 교수

고 있다. 특히 상품의 생산으로부터 유통·소비에 이르는 경제 부문에서 문화적 요소가 상품구성의 핵심요소가 되는 동시에 부가가치 창출의 새로운 원천이 되고 있다(조명래, 2000). 따라서 많은 도시들에서 기존의 제조업은 쇠퇴하고 새로이 아이디어, 디자인, 이미지, 스타일 등 문화와 관련된 경제활동들이 발달하고 있다 (Scott, 2000, 2001, 2004).

최근 이와 같이 경제활동에 문화요소의 투입이 고도화되는 동시에 문화적 요소가 부가가치 창출의 원천이 되는 경제 즉, 문화경제 (cultural economy)의 개념이 대두되면서 다양한 학문 분야에서 문화산업 및 문화경제에 대한 관심이 고조되고 있다. 특히 문화경제를 일으키는 구체적인 실용단계라고 할 수 있는 문화산업은 문화적 가치와 경제적 가치를 생산할 뿐만 아니라 무형의 파급효과까지 발생시키는 것으로 인식되어 국내에서도 이에 대한 연구가 활발해지고 있다 (이금숙, 1993; 김유미·이금숙, 2001; 산업연구원, 2001a, 2001b; 이득재, 2004; 서진수, 2005). 그러나 이제까지 문화경제와 관련하여 국내에서 연구되고 있는 내용을 정리해 보면 장소마케팅을 통한 지역의 경제발전 전략을 제시하는 연구가 주를 이루고 있다 (김남조·최승담, 1999; 장옥연, 1999; 강진희·강용관, 2001; 권오혁·이수장, 2001; 박진수, 2001; 이정훈, 2004; 백선희, 2004).

그러나 모든 문화는 지역에 기반을 두고 형성되고 존재하는 것이므로 문화경제 또한 문화가 있는 지역의 장소성과 밀접히 연관되어 있다. 따라서 문화경제의 연구는 지역의 장소성을 파악하는 지리학적 연구에서 출발하여 할 것이다. 각 지역의 특정한 문화 정체성과 경제적인 질서가 강하게 밀착되어 있을수록 문화경제에서 장소의 독점력은 더욱 강해진다(산업연구원, 2001). 최근 인사동과 대학로를 대상으로 장소성과 지역의 경제를 연결하려는 연구가 일부 진행되었으나(강진희·강용관, 2001; 최막중·김미옥, 2001), 아직까지 지역 문화의 정체성을 문화경제적 측면에서 접근한 연구는 진행되지 않고 있는 실정이다.

본 연구에서는 우리나라에서 전통적·역사적 문화요소와 함께 현대적·예술적 문화 요소가 응집되어 있는 대표적인 지역의 하나인 서울의 북촌을 사례지역으로 지역의 문화가 경제적 요인으로 작용하여 문화경제를 발전시키고 공간적으로 확산시켜가는 과정을 분석해 보고자 한다. 북촌지역은 지난 600여년동안 국가권력의 수뇌부가 위치하여 온 공간으로 이와 관련된 많은 역사적 시설들이 위치하고 있다. 특히 조선왕조의 고궁과 다양한 역사적 문화재, 전통한옥들이 남아 있고, 또한 박물관, 미술관, 공방 등 현대 문화예술시설들도 다수 입지하고 있어 풍부한 문화자본을 지니고 있는 지역이다. 이러한 북촌의 역사·문화적 장소성이 최근 증가하고 있는 문화적 수요와 맞물리면서 북촌에는 많은 변화가 나타나고 있다. 특히 이 지역의 장소성 및 문화와 직·간접적으로 연관된 경제활동들이 크게 늘어나고 있어 문화경제가 발전하고 있는 대표적인 지역이다.

본 연구에서는 최근에 북촌 지역에 늘어나고 있는 창의적 수제품을 생산하여 판매하는 소매점들을 중심으로 그들이 이곳에 입지하는 이유가 이지역의 장소성과 어떻게 연관되어 있으며, 그 입지적 특징은 무엇인가를 밝혀보고자 한다. 특히 북촌의 문화요인이 경제적 가치화하는 문화경제의 발전과 그 확산 과정을 밝힘으로서 문화경제적 관점에서 북촌지역의 장소성을 규명하고자 한다. 이를 위하여 본 연구에서는 우선 이지역의 전반적인 경제적인 변화를 파악하기 위하여 사업체수와 공시지가, 건축물 거래상황 등을 통계자료를 통하여 분석하고, 통계수치상에 나타나지 않는 문화경제적 변화를 파악하기 위하여 현장답사와 면담조사를 통해 얻어진 자료를 토대로 분석하였다. 특히 1990년대 중반 이후에 이 지역에 들어서고 있는 창의적 소매점의 업주들을 상대로 한 심층면담조사를 실시하여 이러한 창의적 소매점에서 판매하는 상품들의 기획·생산·유통 과정의 특징을 파악하고, 이러한 특징이 북촌지역의 장소성과 어떻게 연관되어 있는지를 밝혀보고자 한다.

## 2. 북촌 지역의 경제적 구조 변화

### 1) 사업체수와 종사자수의 변화

북촌지역은 가회동과 삼청동 두 개의 행정동으로 구성되어 있다. 가회동과 삼청동은 조선시대부터 전통적인 주거지였고, 1990년대 말 까지도 한옥보존지구로 묶여 개조할 수 없도록 행정 규제가 가해졌던 지역이므로 일상생활과 관련된 기초적인 서비스업체가 다소 존재할 뿐 다른 경제활동과 관련된 사업체가 활발히 발달할 여건을 지닌 지역이 아니었다. 그런데 1995년 이 지역에 대한 행정규제가 완화되면서 이 지역에 음식점, 카페, 다양한 소매상 상점 등의 외부 수요 지향적인 사업체가 늘어나고 있다. 이 지역에 나타나는 이러한 변화는 역설적으로 최근 형성되고 있는 경제적 특징을 잘 반영한다고 볼 수 있다.

북촌의 사업체 수는 제조업과 도·소매업이 밀집되어 있는 종로1가~6가동에 비하면 상대적으로 매우 적어 종로구 전체에서 차지하는 비중은 미미하다. 삼청동과 가회동에 주로 나타나는 사업체는 주로 주거지역에 흔히 나타나는 소매업<sup>1)</sup>과 숙박·음식점업 이고 그 외 다른 사업체는 매우 미미하며 거의 변화를 보이지 않고 있다. 통계상에 나타나는 사업체수의 변화는 숙박 및 음식점업에서 만 약간 증가하였을 뿐 다른 부문 사업체의 증감은 거의 없다. 하지만 이러한 경제적 변화에 삼청동과 가회동 두 지역 사이에 다소 차이를 보인다. 이 지역 도소매업과

숙박·음식점업의 최근 5년간의 동향을 살펴보면 <그림1-2>와 같다.

전반적으로 도·소매업은 삼청동이 가회동에 비해 조금 우위에 있고, 숙박·음식점업은 그와 반대로 가회동이 높게 나타난다. 세세분류로 들어가면 숙박음식점업은 숙박업과 음식점업으로 나뉘는데 가회동과 삼청동 두 행정구역 모두 숙박업은 나타나지 않고 있어 모두 음식점업으로 간주할 수 있다. 도·소매업의 경우 가회동은 거의 크게 변화없이 전체적으로 상승하는 경향을 보이지만 삼청동의 경우에는 2000년대 들어 갑자기 감소하였다가 최근에 다시 예전의 수치를 되찾고 있다. 가회동 지역에 입지 하였던 도·소매 사업체는 주로 외의(한복, 정장, 셔츠)소매업과 신발소매업 등 전통적인 영세한 소매업체들 이었다. 그런데 이러한 사업체들은 기성복 산업과 IMF의 영향으로 2000년대 들어서는 업체수와 종사자수가 모두 감소하고 있다. 이에 반해 삼청동 지역에서는 이 부문 사업체 수는 꾸준히 증가하고 있으나 종사자수는 그다지 변화하지 않고 있다. 특히 음식점업의 경우 최근 5년 동안 가회동에서는 거의 변화가 없이 비슷한 수치를 나타내고 있는데 반해 삼청동의 경우에는 2002년부터 많은 음식점이 사업체수가 늘어나고 있다.

### 2) 건물의 신·개축 및 용도 변경

이 지역에 한옥에 대한 규제가 본격화되었던 1980년대에는 건물신축이 많지 않았으나 1990년대 중반

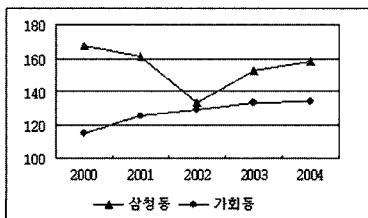


그림 1. 북촌의 도·소매업

자료: 종로구 통계연보

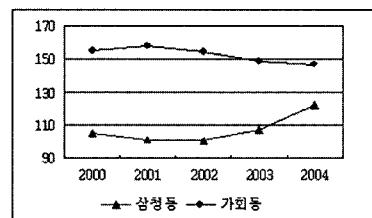


그림 2. 북촌의 숙박 및 음식점업

자료: 종로구 통계연보

표 1. 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

이후부터 신축건물의 수량이 급격히 증가하였다. 특히 규제가 완화된 1995년 이후의 신축건물이 전체 신축물량의 75%를 차지하고 있다(표1 참조).

물론 이 지역 건물의 신축과 용도변경에 대한 행정적인 규제가 완화된 1995년부터 신축건물이 많아지고 있는데, 신축건물의 경우도 그 용도가 주거와 주거복합이 거의 80%를 차지하고 있어 이 지역은 아직까지도 전통 주거지의 성격을 강함을 알 수 있다(표 2 참조). 그러나 90년대 들어서 문화시설, 업무시설, 상업시설들이 늘어나고 있으며, 특히 1995년 이후 상업시설이 현격히 늘어나고 있다.

북촌지역은 역사문화미관지구로 지정되어 있어 층수제한<sup>2)</sup>이 있어 신축된 건물도 대부분 2~4층 건물이고 고층건물의 신축은 역사문화미관지구 경계

외곽인 율곡로 변에서 이루어지고 있다. 전반적으로 2층 이상의 건물 신축이 점점 증가하고 있어 이 지역 건물의 주를 이루던 1층 건물은 점차 줄어들고 있는 추세를 보이고 있다.

### 3) 지가 및 토지거래의 변화

북촌은 행정적인 규제에 의하여 건물의 신축과 용도변경이 오랫동안 묶여 있었으므로 토지거래가 활발치 않았던 지역이다. 그러나 1995년 규제가 풀리면서 다소 변화가 나타나고 있다. 삼청동과 가회동의 지가 변화를 살펴보면 최근 이 지역의 변화를 읽을 수 있으므로 서울시에서 제공하는 토지정보 열람 서비스의 개별공시지가를 1991년부터 2005년까지의 변화를 살펴보았다. 북촌지역에서 거래되고 있는 부동산은 주거지역과 가로 주변의 대지는 지가에 있어 많은 편차를 보이므로 주택과 상업용지의 두 종류로 나누어 파악할 필요가 있다. 다음 그림 3은 상가가 많이 밀집되어 있는 대표적인 가로인 삼청동길과 화동길의 주변 지가와 한옥밀집지역인 가회동 31번지와 33번지<sup>3)</sup> 일대의 지가를 비교한 것이다.

이지역의 지가는 1991년부터 2002년까지는 거의 변화가 없이 일정한 수준을 유지하다가 2003년부터 급격히 상승하기 시작하였다. 이러한 추세는 상가주변과 주거지에서 모두 같이 나타나고 있어 북촌지역

표 2. 신축건물의 용도

구분	건물(동)							합계
	주거	주거복합	공공, 교육, 의료시설	문화시설	업무시설	상업시설	기타	
1980~84년	18	1	2	-	2	3	1	27
1985~89년	9	2	1	-	5	9	-	26
1985~94년	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
총합계	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

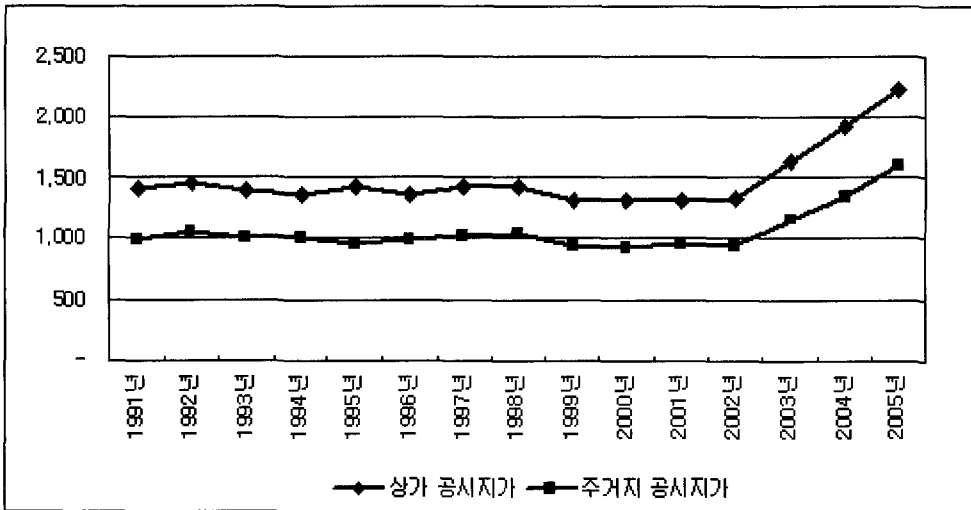


그림 3. 북촌의 개별 공시지가(1991~2005)

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

에 2003년부터 경제적인 변화가 일고 있음을 알 수 있다. 특히 삼청동길을 따라 가로변의 지가가 높게 나타난다. 일반적으로 가회동 한옥밀집지구의 지가보다  $m^2$ 당 50만원의 차이가 나타나고 있는데 이러한 차이는 1991년부터 지금까지도 비슷하게 유지되어 오고 있다.

그러나 북촌지역에서 실질적인 토지거래는 전반적으로 미미하며 주택지역에서 일부 나타날 뿐이다(표 3 참조). 이 지역 주택에 대한 수요는 주로 전통

한옥을 선호하는 외부사람이 구입을 하여 개조하려는 경우이나 실제 거래는 그다지 활발하지 않다. 한옥의 실질적인 거래는 그다지 많지 않고 대부분은 거주자가 개조를 하거나 임대형태의 주택거래가 대부분이다. 이러한 현상이 나타나는 데는 다양한 요인이 작용하겠지만 이곳의 거주자들은 대부분 오래 전부터 한옥에 거주하였던 사람들이기 때문에 현재 전통한옥을 매매하고 다른 곳으로 이주를 하는 사람은 매우 드물기 때문인 것으로 판단된다.

표 3. 토지거래현황

연도	삼청동				가회동			
	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

북촌에서 상업용지와 상가건물의 거래는 거의 없다. 최근에 공지가 많이 상승하였지만 부동산 거래는 예나 지금이나 비슷하며, 다른 지역과 비교해서 토지거래가 계절의 영향을 받지 않고 전체적으로 꾸준히 유지되고 있다는 것이 특징이다. 이러한 현상은 이곳의 소유주들은 투기나 재산증식의 목적보다 이들을 원래 소유하고 있던 사람들이 지속적으로 소유하려는 성향이 있어 매매나 실거래가 그다지 성사되지 않는 것으로 판단된다. 따라서 상업용지나 상가건물의 소유주도 거의 변함이 없다.

그러나 최근 이 지역에 음식점, 옷가게, 공방, 카페 등이 들어오면서 권리금이 많이 상승하고 있다. 이러한 변화가 일어난 시기는 2003년부터로 최근 2~3년간에 많은 변화가 일어나고 있다. 이런 권리금의 상승은 이 지역에 입점하려는 수요가 늘고 있음을 나타내는 것이며, 한편으로는 앞으로 상업할 수 있는 공간의 공급이 확대되는 작용을 할 것으로 예측되므로 이 지역 상권 발달에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 보인다.

### 3. 문화경제의 발현과 확산의 공간적 특징

#### 1) 창의적 소매점의 입지적 특징

최근 몇 년 동안 북촌지역에는 음식점, 옷가게, 카페, 미술관, 일반 소매점 등 다양한 종류의 소매점 점포들이 크게 늘어나고 있다. 북촌 지역의 이러한 변화는 1990년대 중반 미술관과 박물관이 들어서면서부터 라고 볼 수 있다. 초기에는 율곡로에 가까이 있는 사간동과 송현동 일대에 미술관과 박물관 등의 문화예술시설이 입지하였으나 최근 들어 삼청동에 까지 이들이 확장되고 있다.

문화관련시설 사업체의 종사자 수를 확인해 보면 북촌 지역이 다른 지역에 비하여 우위를 점하는 것

을 알 수 있다. 종로구에서 이곳 북촌과의 성격이 다른 문화관련시설이 많이 집적해 있는 대학로와 비교해 볼 때 두 지역의 사업체 수는 비슷하게 나타나지만 종사자 수는 북촌 지역이 3배 이상 많게 나타나고 있다(표 4 참조).

이는 북촌지역의 문화관련시설이 고용기회 등 경제창출효과가 높음을 간접적으로 시사하는 것이라 할 수 있다. 특히 1995년 이후로 종사자수가 급속도로 증가하고 있다. 이러한 현상은 1995년 '갤러리 현대'가 사간동으로 이전한 것을 계기로 인사동에 있던 갤러리와 관련사업체가 사간동에 새롭게 터전을 마련하게 되면서 사간동 뿐 만 아니라 인접한 소격동, 삼청동, 안국동에 이르러 갤러리와 관련산업체가 들어서면서 나타나고 있다.

이러한 현상은 최근에 삼청동이 서울에서 문화가 남아있는 지역으로 매스컴에 자주 등장하면서 이 지역의 문화에 대한 수요가 보다 더 증가하게 되면서 다양한 상업시설과 문화시설들이 더 많이 들어서고 있어 문화경제가 발현되어 빠르게 성장하고 있는 대표적인 지역이 되고 있다. 특히 삼청동길을 따라 작지만 특색 있는 수공예품(craft)상점들과 부티크(boutique), 갤러리와 카페가 혼합된 미술관, 그리고 음식점 등이 나타나는데 이러한 것은 다른 지역에 비하여 독특한 경관을 형성하고 있다.

그러나 이러한 소매업 입지에 있어 가회동과 삼청동은 많은 차이를 보인다. 가회동과 삼청동의 사업체수를 살펴보면(그림 4-5 참조) 2000년 이전까지는 가회동지역에 이러한 사업체와 종사자가 삼청동지역에 비해 월등히 많았으나 최근 가회동지역에서는 이들이 지속적으로 감소하고 있으며 특히 2000년대 들어 현격히 줄어들고 있음을 알 수 있다. 그러나 삼청동 지역은 2000년대 들어서 이런 종류의 사업체수가 크게 늘고 있다.

이 지역에 입지하고 있는 상점들에서 판매하는 상품의 종류를 살펴보면 옷이 가장 많으며, 귀걸이, 목걸이 등의 액세서리를 파는 주얼리 상점, 그 외 가방이나 모자, 구두 등의 소품을 파는 상점으로 크게 나

표 2. 소매점에서 판매하는 상품

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 것임

자료: 종로구 통계연보

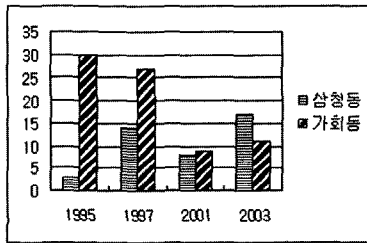


그림 4. 소매업 사업체수

자료: 종로구 통계연보

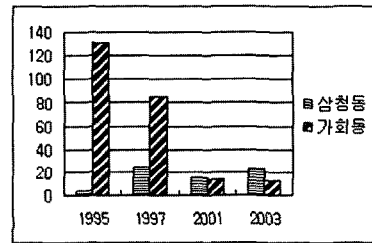


그림 5. 소매업 종사자수

자료: 종로구 통계연보

표 5. 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

눌 수 있다(표 5 참조). 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 손수 제작하여 판매를 하는 곳도 있었으며, 고가구를 취급하는 상점이 삼청동을 중심으로 한두 개가 생기고 있다.

본 연구에서 초점을 두고 있는 업종은 옷이나 작은 소품, 액세서리를 그곳에서 직접 생산하면서 판매도 하는 소매점<sup>4)</sup>들이다. 북촌지역 중에서도 이러한 창

의적 소매점들은 삼청동길과 화개길에 밀집되어 있다(그림 6 참조). 따라서 본 연구에서는 삼청동길과 화개길의 craft와 부티크(boutique)를 판매하는 창의적 소매점들을 중심으로 조사하고 분석하였다.

## 2) 공간적 확산 과정과 입지적 특징

이곳에 점포를 개점한 시기를 통하여 언제부터 이 지역에 이러한 창의적 소매점들이 입지하기 시작하였으며, 그 이후의 확산과정은 어떤 지리적 특징을



그림 6. 문화경제 연구지역

보이는지 파악해 보았다. 설문조사로 조사한 결과 상점 중에서 개점이 가장 이른 시기가 1997년으로 이 지역에 이러한 창의적 소매점이 들어서기 시작한 것은 비교적 최근의 현상임을 알 수 있다(표 6 참조). 이는 1995년은 현대갤러리가 사간동에 입지하면서 삼청동 지역에 미술관이 들어서기 시작한 시기이다. 이후 1997년부터 부티크 (boutique)가 생겨난 것은 미술관의 입지가 많은 영향을 미친 것으로 사료된다. 1997년에서부터 2002년까지는 한 해에 한두 개의 상점이 늘어날 뿐 많은 증가가 나타나지 않는다.

이들의 공간적 특징을 파악하기 위해 입점 시기별로 분포를 지도화하여 보았다(그림 7-8 참조). 북촌에 이러한 창의적 소매점이 처음 입점한 곳은 삼청동길이며, 그 후 들어서는 점포들도 2000년도 초반까지는 주로 삼청동길의 초기 입점한 상점들 사이 공간에 입지하였다. 그러나 그 후 삼청동길 보다 작은 화개길을 따라 확산되는 특징을 보인다. 이 시기에 주목할 점은 소매점이 삼청동길의 가로변에만 나타나는 것이 아니라 화개길에 하나 둘 입지하였다. 화개길은 전형적인 주택가의 골목길이며 차가 주차하면 사람이 다니기 불편할 정도로 좁은 길이다. 이러한 곳에 상점을 개점한 것은 매우 특이한 점이며, 이곳은 유동인구가 그리 많지 않으며, 고소득층의 주거지도 아니기 때문에 일반적인 상점 입지 결정요인과는 다른 요인이 작용하고 있음을 의미한다.

2004년부터 삼청동 지역에 소매점이 갑자기 많이 들어서기 시작한다. 이는 매스컴의 영향으로 삼청동 지역이 전통문화와 예술이 풍부한 지역이라고 홍보가 되면서 구매력이 있는 수요자 수가 증가하면서 이윤추구를 위한 상점과 음식점들이 증가하고 있는 것으로 보인다. 2004년 가을부터 최근까지 삼청동길과 화개길에 전문 소매점이 집중적으로 들어서고 있다. 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.

이곳에 밀집되어 있는 상점은 다른 지역의 상점과는 다른 독특한 외관을 형성하고 있다. 이 지역은 예전부터 상점이 발달했던 곳이 아니라 주택가였기 때문에 외관이 화려하지 않으며, 2층 주택가옥에서 1

표 3. 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





그림 7. 소매점 입지 현황(1997, 2002년)

자료: 설문조사

층을 개조하거나, 단층 주택 일부를 개조하여 상점으로 만든 경우가 대부분이다. 따라서 전통 가옥의 분위기를 살린 개성 있는 외관을 지니고 있으며, 유동인구가 거의 없는 좁은 골목길에 모여 있다는 점에서 일반적 소매점의 입지적 특징과 차이가 있다. 외관상 독특한 디자인으로 이루어졌고, 다른 지역처럼 상업적인 간판은 그다지 많지 않다. 또한 건물의 외형에 변화를 주지 않고 그대로 유지하거나 외관뿐만 아니라 간판, 상점 인테리어까지 색다르게 디자인을 한 건물이 많다. 이러한 것은 다른 상업지역과 차별되는 점으로 많은 사람들을 끌어들이 수 있는 유인력으로 작용해 최근 삼청동 지역은 경관 상으로 많은 변화를 일으키고 있다.

#### 4. 북촌의 장소성과 창의적 소매점의 관계

##### 1) 창의적 소매점의 입점 동기 및 업주의 특징

본 연구에서는 이 지점에 모여 있는 옷이나 작은 패션 소품이나 액세서리를 판매하는 점포들을 중심으로 이곳에 입점하게 된 동기와 취지, 그리고 운영 방식에 대해 업주들을 대상으로 심층면담조사를 실시하여 얻은 자료를 분석하였다. 심층면담조사는 북촌지역 중에서 삼청동길과 화개길에 나타나는 craft 상점<sup>3)</sup>과 부티크(boutique)를 대상으로 2005년 10월 11일~17일까지 실시하였다. 이 지역에 입점하고 있는 총 42개의 상점 중 인터뷰 및 응답을 거부하거나

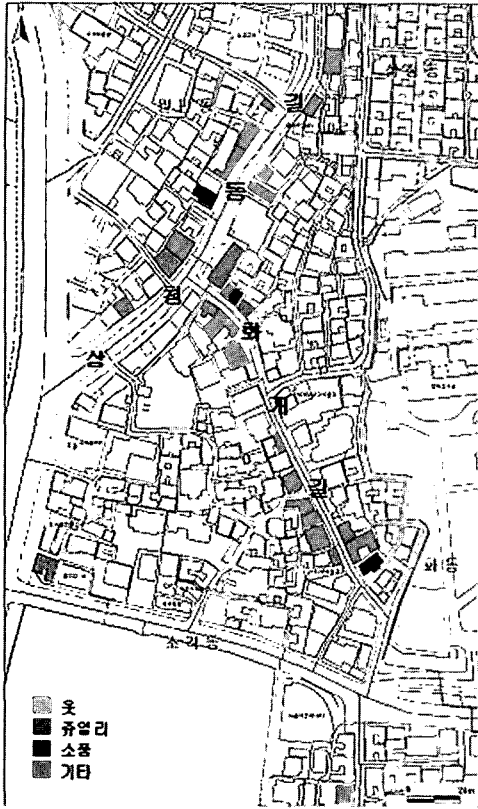


그림 8. 2005년 소매점 입지 현황

자료: 종로구 통계연보

불성실한 대답을 한 7개의 상점을 제외하고 35개의 상점을 대상으로 조사를 실시하였다. 심층면담조사에서 북촌에서 소매점<sup>6)</sup>, 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 이미지에 대한 생각을 물었다.

이 지역에 입점하고 있는 소매점들의 특징은 상점

의 업주가 직접 디자인하여 생산한 제품을 자기 상점에 진열하여 판매하는 경우가 대부분으로 이들은 가구, 옷, 액세서리 등을 디자인을 할 수 있는 기술을 가지고 있는 경우가 대부분이다. 이들은 전문적으로 디자인 공부를 한 사람들이 손수 디자인을 하여 판매를 한다. 대학이상의 학력은 지닌 사람이 82%정도이며, 이들 중에는 대학원을 졸업하거나 유학을 경험한 사람도 상당히 많다. 특히 대학 졸업 이후 특별히 개인적 취향으로 디자인분야를 더 공부한 사람들이 대부분이다. 따라서 작가주의적 의식을 가지고 있으며, 그들의 점포를 작업장의 개념으로 생각하고 있으며, 디자인이나 재료 등이 특이한 개성 있는 제품을 생산하여 판매하고 있다.

대졸 이상의 사람을 상대로 전공을 조사한 결과 63% 이상이 디자인을 전공하였다고 응답하였다. 디자인도 여러 계열이 있는데 산업디자인, 의류디자인, 실내디자인, 주얼리 디자인, 응용미술전공 등 다양하게 전공하고 있음을 알 수 있다(표 7 참조). 주목할 점은 전공이 디자인을 하지 않은 사람은 북촌에 상점을 개점하기 이전에 백화점에서 상점을 경영하거나, 패션사업체를 소유하고 있었다거나, 외국에서 디자인 관련 산업에 종사하는 등의 디자인 분야에서 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.

이전에 유사한 사업에 종사하였던 유경험자가 30%이상으로 나타났으며, 이들은 백화점에서 관련

표 7. 상업 업주의 전공 분야

구분	전공 계열	비율
디자인	의류, 주얼리디자인, 응용미술과, 실내디자인, 산업디자인 등	63%
기타	국문, 독문, 중문, 유아교육과 등	37%

자료: 설문조사

산업의 매장을 경영한 경우가 많으며, 이러한 경험을 토대로 북촌에 상점을 개점하였다고 답하고 있다. 또한 북촌 외에 이대 앞, 이태원, 강남구 신사동, 인사동에서 현재 똑같은 상점을 경영하고 있는 경우도 있었다. 이러한 경우 대부분 외부에서 비슷한 상점을 경영하다가 삼청동 지역의 장소적 매력에 이끌려서 상점을 개점한 경우가 대부분이다. 이러한 상점들의 개점시기를 조사한 결과 최근 2004년~2005년에 개점한 것을 알 수 있었다.

공급자의 성별은 89%가 여자로 나타나는데 이는 이곳에서 제공되는 상품의 성격이 문화 지향적이라는 점과 관련이 있는 것으로 보인다. 또한 업주들의 거주지는 서울, 분당, 수원 등 다양하나 3분의 1 정도는 북촌지역에 거주하고 있다. 북촌지역에 거주하게 된 동기를 살펴보면 원래 이곳에 거주하던 경우와 작업실 또는 상점을 연다보니 북촌지역이 좋아서 이곳으로 거주지를 옮긴 경우가 있었다.

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.

## 2) 북촌의 장소성에 대한 업주의 인식

본 논문에서 주목하고 있는 창의적 소매업들은 북촌의 넓은 지역 중에서도 특히 화개길과 삼청동길에

집중적으로 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)를 생산하여 판매하는 창의적 소매업체들이 발달한 이유가 무엇인지를 파악하기 위해서는 이곳에서 소매점을 운영하는 업주들이 이 지역의 장소성에 대하여 가지고 있는 의식을 조사할 필요가 있다.

심층면담조사결과 이 지역에 소매점을 개점한 이유는 업주마다 조금씩 차이는 있지만 크게 두 가지 경우로 나눌 수 있다. 첫째는 북촌의 독특한 거리 분위기이다. 최근 생활수준과 지적수준이 높아지면서 문화에 대한 욕구가 커지고, 또한 전통문화에 대한 애착이 강해지고 있다. 북촌은 이러한 문화적 욕구를 충족시켜줄 수 있는 대표적인 문화지역이다. 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 역사적 문화가 남아있는 지역으로 다른 문화공간과는 차별화되는 장소성을 지니고 있는 지역이라고 여겨지고 있다. 따라서 역사와 문화가 살아 있는 곳이며, 그런 문화를 공유하기 위하여 문화를 즐기는 사람들이 이 지역을 찾기 때문에 이곳을 찾는 사람들의 수준도 다른 지역과는 다를 거라고 생각이 지배적이었다.

둘째는 지역 자체가 작업하기 좋은 곳이라고 생각하여 개점한 경우이다. 앞에서 언급하였지만, 소매점에 대한 특징은 같은 공간에서 판매와 작업이 동시에 이루어지거나 같은 공간이 아니더라도 상점 근처에 작업실이 있는 경우가 대부분이었다. 즉, 이곳에 개점한 업주들은 대부분이 직접 상품을 디자인하는 사람들이라 작업하는 공간에 대한 애착이 강하였다. 작업하는 공간에 따라 생산되는 상품의 성격이 달라진다고 여겼다. 그런 점에서 북촌이라는 장소가 상품을 생산하기에 더없이 매력적인 공간이다. 즉 문화와 역사가 공존하는 북촌의 장소성이 상품의 이

미지를 형성하는데 중요한 역할을 하는 것이다. 이들이 이곳에 그들의 상점을 개점할 때에 우선적으로 고려한 것이 작업실이며, 삼청동 일대가 유동인구가 적고, 상권이 발달하지 않아 조용하다는 점이 작업하기 좋다고 여겼다.

개점 시기에 따라 북촌에 개점한 이유에 다소 차이가 있다. 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. 그러나 2004년 이후에 입점한 상점주들의 경우에는 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 있었다. 즉 시장연계(market linkage) 효과를 노린 것이라 할 수 있다. 결국 초창기(2003년 이전)에는 이 지역의 문화적인 요소에 이끌려서 상점을 개점하였다는 의견이 지배적이고, 관련 상점이 하나 둘 밀집되면서 하나의 상권이 형성되자 문화적인 요소보다는 관련 산업이 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.

이 지역에서 소매점을 운영하는 사람들은 학력과 문화수준이 높은 사람들이기 때문에 소매점을 개점하거나 운영하는 데에 나름의 철학이 있었다. 따라서 이들은 최근 북촌에 다양한 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 지

역과는 차별되는 고유의 이미지를 유지하길 원하고 있었다. 이들이 생각하는 북촌의 이미지는 문화가 있는 고급스러운 지역이면서 다른 지역과 차별화된 문화예술의 장소라고 생각하고 있으므로 최근 많은 상점들이 들어오면서 이 지역의 고유의 이미지가 퇴색하고 있다는 점에서 현재의 변화를 부정적으로 생각하는 사람도 상당히 있었다.

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 쇼핑물 분위기로 너무 상업화가 되었다면 북촌은 북촌의 전통과 현재가 공존하는 분위기를 사랑하는 사람들이 오며, 문화가 남아있는 지역이라고 인식하고 있었다. 그러나 현재의 변화하는 모습을 보고 북촌이 인사동과 같이 변하는 것에 대하여 긍정과 부정의 두 가지 의견이 있었다. 지금의 상태처럼 특색 없는 소매점, 음식점이 들어오게 되면 인사동처럼 변하는 것은 시간문제라고 생각하는 사람들도 있었지만, 많은 사람들이 북촌은 인사동과 형성 원인이 다르므로 비교대상이 될 수 없다는 입장이다. 만약 비교하더라도 이 지역은 인사동과 같이 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.

결국 이들이 바라는 이 지역의 발전방향은 북촌은 역사적으로 오래된 지역이면서 문화가 공존하는 지역이므로 이러한 이미지가 손상되지 않았으면 하는 의견이 많았고, 이러한 북촌 고유의 이미지가 손상되지 않는 범위 내에서 독특한 상점이 많이 생겨 서울에서 개성이 있는 문화의 거리, 패션의 거리로 차별화되길 원하고 있다.

## 5. 결론

본 연구는 문화자본이 풍부한 서울의 북촌을 대상으로 전통적인 문화가 경제에 어떠한 영향을 미치는지 문화경제학적으로 살펴보고, 북촌지역에 들어서고 있는 창의적 소매점들을 중심으로 지역의 문화적 가치가 문화상품화 하여 지역의 경제와 경관을 변화시켜나가는 과정을 분석해 보았다.

북촌이 문화자본은 크게 전통역사·문화 자원과 현대예술문화·자원로 나눌 수 있다. 북촌은 명칭에서 유래하듯이 과거 조선시대부터 양반가의 거주 지역으로 전통한옥이 많이 남아 있어 서울에서 보기 드문 역사적인 공간이며, 따라서 북촌 전역에 역사적 문화재와 유물이 남아있다. 북촌지역 중에서 가회동이 한옥밀집지구를 비롯한 역사적인 장소성이 강하다면, 삼청동은 현대문화·예술시설이 많아 예술적인 공간으로 인식할 수 있다. 특히 시간동에는 많은 미술관과 관련 관람관이 입지하고 있으며, 이에 연속적으로 연결되어 있는 삼청동길의 가로변에는 패션 상점, 음식점, 갤러리와 카페를 혼합한 상점들이 밀집하여 있다.

북촌의 경제적인 공간은 2003년부터 큰 변화가 일어나기 시작하였다. 사업체수의 변화는 최근 5년간 전체적으로 변화가 미미지만 그 중에서 도소매업과 음식숙박업이 점증적인 증가를 보이고 있다. 특히 문화관련 산업인 도서관, 기록보존소, 박물관 및 문화관련산업은 서울의 여타 문화지역과 비교해볼 때 종사자수가 3배 이상인 것으로 나타나고 있어 삼청동의 문화관련 산업의 경제적인 창출효과가 상대적으로 큰 것을 알 수 있다. 지가의 변화 역시 2003년부터 증가하기 시작하였는데 심층면담조사 결과, 상점들의 권리금과 월세가 최근 2~3년 사이에 배로 증가하고 있는 것으로 나타나고 있다. 이는 최근 북촌이 언론매체를 통하여 많이 알려지자 외부에서 북촌의 발전가능성을 기대하고 입점한 상점들이 점점 많아지고 있고, 이로 인하여 지가와 권리금이 크게 인

상하고 있다.

북촌지역에는 최근 들어 음식점, 옷가게, 카페, 미술관, 일반소매점 등 다양한 종류의 상점들이 들어서고 있으며, 특히 주목해야 할 점은 옷이나 작은 소품, 액세서리를 직접 생산하여 판매하는 창의적 소매점들이 북촌의 특정지역을 중심으로 집적하고 있다는 점이다. 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 보인다. 이는 북촌 지역에 새로운 문화경제가 발현하여 확산되는 과정으로 보이며, 이러한 상점들의 업주를 대상으로 한 심층면담조사에서 얻어진 자료를 바탕으로 분석한 결과 다음과 같은 특징을 찾을 수 있었다.

이 지역에서 소매점을 운영하는 업주들의 특징은 고학력이면서 대부분 유학 경험이 있고, 디자인분야를 공부한 사람들로 직접 디자인한 작품을 소량 생산하는 것이 특징이다. 소매점에서 판매하는 상품은 주로 옷과 주얼리이며, 특히 모자전문점, 여성화전문점 등 다른 지역에서 쉽게 볼 수 없는 독특한 부띠끄(boutique) 상품을 제작 판매하는 상점들이 들어서면서 독특한 문화경제를 발현시키고 있다. 소매점의 개점 시기는 1997년부터이며, 2004년부터 그 수가 급격히 증가하였다. 특히 2004년 이전에 개점한 사람들은 이러한 종류의 소매점 사업을 처음 시작한 경우가 대부분인데 반해, 2004년 이후에 개점한 경우는 다른 지역에서 비슷한 업종을 경험한 유명험자라는 것이 특징이다. 이는 관련 산업에 종사하다가 삼청동의 발전 가능성을 확인하고 유입한 경우라 할 수 있다.

이곳에 업주들이 그들의 점포를 북촌에 개점한 이유는 북촌 지역이 주는 독특한 거리분위기 때문이다. 독특한 분위기란 전통적인 문화, 즉 한옥과 현대 예술이 공존하는 곳으로 서울에서 보기 드물게 전통 문화가 현대문화와 조화를 이루는 특징적인 문화지역이라고 인식하고 있다. 따라서 이러한 거리의 분

위기가 작업하기에도 좋으며, 본인들의 브랜드 컨셉과도 일치하기 때문에 이곳을 선택하여 소매점을 개점한 것으로 보인다.

최근 북촌지역의 상권이 빠르게 변화하는 것에 대한 인식은 긍정과 부정으로 양분되었다. 소매점, 음식점 등이 많이 생긴다면 상권이 살아나고 그로인해 유동인구가 늘어나 실질적인 소비인구가 발생한다는 점에서 긍정적으로 여긴 반면, 개성 없이 다른 지역과 똑같은 상점이 들어와 예전의 이미지가 사라지기 때문에 부정적으로 생각하는 경우도 있었다. 이 지역 창의적 소매점 업주들은 북촌의 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.

북촌은 현재도 계속 경제적인 경관이 형성되고 있는 진행형의 문화경제공간이다. 따라서 추후 연구가 지속적으로 요구된다. 또한 본 연구에서는 공급자 중심에서 이지역의 장소성을 문화경제화 하여 북촌 지역에 창의적 소매점을 개점하는 공급자를 중심으로 분석하였으나 경제는 공급자와 소비자가 같이 형성해 나가는 것이므로 소비자 측면에서의 연구가 요구된다.

## 주

- 1) 가회동의 전통한옥지역인 가회동 31번지 일대 북촌길을 따라 올라가면 대부분 주거지역에 흔히 볼 수 있는 생활 필수품을 파는 상점이 가로를 따라 입지하고 있다.
- 2) 북촌지역에 허가되는 신축건물은 대부분 다가구, 다세대 주택으로 이들은 4층이하의 층수제한을 받는다.
- 3) 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.

- 4) 본 논문에서는 이러한 소매점들을 창의적 소매점으로 정의한다.
- 5) 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.
- 6) 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 52소매업: 자동차 제외)

## 참고문헌

- 강진희 · 강용관, 2001, "문화거리의 관광상품 활성화 방안"에 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," 사

- 회과학논총 18, pp.109~215.
- 김문환, 1996, "문화경제학의 방법론적 이해: 세계 문화경제학의 최신동향," 예술문화연구 6, pp.7~11.
- 김유미, 이금숙, 2001, "문화산업의 입지적 특성 분석: 음반 산업을 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," 대한지리학회지 39(6), pp.888~906.
- 산업연구원, 2001, 문화산업과 클러스터정책.
- 산업연구원, 2001, 문화산업과 도시발전.
- 서울시정개발연구원, 2000, 마을단위 도시계획 실현 기본방향(2): 북촌 가꾸기 사례연구보고서.
- 서울시정개발연구원, 2001, 2002월드컵 계기 북촌 장소마케팅 방안 연구-한옥 민박체계 확립을 통한 전통 문화 지역 활성화, 서울시정개발연구원 월드컵지원단,
- 서울특별시, 2002, 북촌가꾸기 기본계획.
- 서진수, 2005, 『문화경제의 이해』, 강남대학교 출판부
- 이금숙, 1993, "수요 변화에 따른 영화 상영관 입지의 공간적 재구조화," 지역연구9(2), pp.71~87.
- 이득재, 2004, "문화산업과 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 문화 전략: 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.
- 한국문화콘텐츠진흥원, 2004, 프로도 경제효과: 반지의 제왕을 통해서 보는 뉴질랜드의 성공사례 분석.
- Bryan, J., Hill, S., Munday, M., and Roberts, A., 2000, "Assessing the role of the arts and cultural industries in a local economy," *Environment and Planning A* 32, pp. 1391-1408.
- Hudson, R., 2004, "Conceptualizing economies and their geographies: space, flows and circuits," *Progress in Human Geography* 28(4), pp. 447-471.
- Pearce, D. G., 1998, "Tourist districts in Paris: structure and functions," *Tourism Management* 9(1), pp.49-65.
- Scott, A. J., 2000, *The Cultural Economy of Cities*, London: SAGE Publications.
- Scott, A. J., 2001, "Capitalism, cities, and the production of symbolic forms," *Trans Inst Br Geogr NS* 26, pp.11~23.
- Scott, A. J., 2002, "A New Map of Hollywood: The Production and Distribution of American Motion Pictures," *Regional Studies* 36(9), pp. 957-975.
- Scott, A. J., 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.
- Tepper, S. J., 2002, "Creative Assets and the Changing Economy," *The Journal of Arts Management, Law, and Society* 32(2), pp.159~168.

## 〈인터넷사이트〉

서울시홈페이지 [www.seoul.go.kr](http://www.seoul.go.kr)  
 종로구홈페이지 [jongno.seoul.go.kr](http://jongno.seoul.go.kr)  
 통계청 [www.nso.go.kr](http://www.nso.go.kr)

교신: 이금숙, 서울특별시 성북구 동선동 3가 249-1, 성신여자대학교 지리학과 Tel: 02-920-7130,  
 E-mail: [kslee@sungshin.ac.kr](mailto:kslee@sungshin.ac.kr)  
 Correspondence: Keum-sook Lee, Department of Geography, Sungshin Women's University, Seoul, 136-742, Korea Tel: 02-920-7130,  
 E-mail: [kslee@sungshin.ac.kr](mailto:kslee@sungshin.ac.kr)

최초투고일 2006년 1월 30일  
 최종접수일 2006년 3월 30일

## **Spatial Characteristics of Cultural Economy Emergence and Diffusion: Creative Retail Shops in Bukchon**

Kyung Ok Lee\* · Keumsook Lee\*\*

**Abstract** : This study attempts to investigate the spatial characteristics of cultural economies of Bukchon in Seoul, where abundant cultural assets exist. This area has been the administrative-political core locale since 14C, therefore, a lot of traditional- and contemporary-cultural facilities are remains, This area possessed unique place characteristics by coexisting traditional and modern cultures, and thus attracted to culture demanders. Recently many economic activities have increased in this area, and most of them are related with the cultural elements of the region, In particular creative retail shops, which produce goods by flexible-specialized production system, have been agglomerated in this area, The goods are designed, produced, and sold at the shop place. Most of them are uniquely designed hand made products, and produced a few amount. The economic value of these products related with the cultural environment of Bukchon. These creative shops emerged at the front of Samcheongdong street in the beginning, and then have diffused into the inside of Samcheongdong street and Hwagae street. The shops have very unique exteriors related with traditional houses in this area, and located on roadsides where are not many passerby. Most owners of the retail stores are highly educated and studied design, and produce goods by themselves at the shops. The reason that they opened their shops in Bukchon is directly related with the unique cultural environment of this area. They hope that more unique and artistic stores join this area so that developed this area as culture and fashion combined area.

**Keywords** : culture, Bukchon, cultural economy, creative retail shops, spatial characteristics flexible production system

---

\* Graduate School, Department of Geography, Sungshin Women's University

\*\* Professor, Department of Geography, Sungshin Women's University