

항구 가로경관의 기호학적 분석[†]

- 영덕군 강구항을 중심으로 -

이관희 · 윤주철

대구대학교 조경학과

A Semiotic Study on Streetscape in Harbor

- With A Special Reference to Gang-Gu Harbor of Young-Duk Gun -

Lee, Kwan-Hee · Yun, Ju-Cheul

Dept. of Landscape Architecture, Daegu University

ABSTRACT

This study is performed to light up the semiotic system of streetscape in the harbor on the basic concept of all cultural phenomena that could be described as a Semiotic System. The semiotic approach to landscape analysis was used for understanding landscape characteristics owing to implication of psychological process. Streets of the study were located at Ganguri and Opori on Gang-Gu Harbor and the signboard semiotics of streets were divided into 17 meanings according to the business category. The analysis of this category was applicable on semiotic meaning. The research results are as follows: First, the main part of the business category was food. 56.3% of Ganguri and 61.8% of Opori had the name of food businesses. Second, the semiotic characteristics of Gang-Gu harbor streets mainly mean place name or friendly name. The food business could be related to the principal products of this district which are called Young-Duk Great Crab. Also, the place name could be from symbolic meaning of the crab and the friendly name could be connected with increasing the sales. Finally, the semiotic approach to landscape does not fully cover the streetscape but could be useful for understanding a skeleton of harbor streetscape.

Key Words: Semiotic System, Harbor Landscape, Place Name, Friendly Name

국문초록

본 연구는 문화현상을 기호의 체계로 설명할 수 있다는 기호론의 기본개념을 근거로 항구의 가로경관에 대한 특성을 밝히고자 한다. 항구경관의 인공적 요소들 중에서 가로경관을 구성하는 중요한 요소들을 문화현상을 전달하는 기호로 보았다. 기호학적 접근방식은 경관분석 과정에서 심리적 요인에 영향을 받기 때문에 경관의 물리적 특성을 이해하는데 주로 이용되었다. 연구대상지의 가로는 영덕군 강구항의 강구리와 오포리 가로이다. 가로의 간판 문자언어를 업종에

[†]: 이 논문은 2010년도 대구대학교 학술 지원비 지원에 의한 논문임.

Corresponding author: Ju-Cheul Yun, Dept. of Landscape Architecture, Daegu University, Gyeongsan 712-714, Korea, Phone: +82-10-3503- 6597, E-mail: jc651125@naver.com

* 대구대학교 조경학과 겸임교수

따라서는 17개의 업종으로, 의미론적으로는 13개의 의미로 분류하였다. 연구의 결과는 다음과 같다. 첫째, 주된 업종으로는 음식업이 강구리가 56.3%, 오포리는 61.8%를 차지하고 있었다. 둘째로, 강구항 가로의 기호론적 의미는 주로 지역의 장소를 뜻하고, 사람들이 쉽게 부르고 기억하기 좋은 애칭을 뜻한다. 음식업종이 가장 많은 것은 이 지역 특산물인 영덕대게와 밀접한 관계가 있을 것으로 본다. 또한 지역의 이름은 영덕대게의 상징성으로부터 나온 것이며, 사람들의 애칭은 판매고를 높이는 것과 관련된 것으로 사료된다. 끝으로 기호학적 접근은 가로경관의 전부를 포괄할 수는 없지만, 항구도시의 가로경관의 골격을 이해할 수 있는 언어적 도구라는 점에서 매우 유용할 것으로 보인다.

주제어: 기호론, 항구경관, 지역명칭, 애칭

1. 서론

환경은 우리가 도시 속에서 체험하는 대상으로서 물리적 실체이며, 이것이 우리들의 시각에 인지될 때 우리는 그것을 경관이라고 한다(윤진보, 2004). 경관은 단순히 보고 즐기는 경치의 차원을 넘어서 인간의 생존을 지원해 주는 생태적 속성이 있을 뿐만 아니라, 경관을 통하여 인간의 삶의 본질을 느끼도록 하는 상징적이며, 철학적인 속성이 있다. 그리고 경관은 인공성의 여부에 따라 자연경관과 문화경관 등으로 나누어 볼 수 있다. 자연경관은 지형에 따라서 산림경관, 평야경관, 해양경관 등으로 구분할 수 있고, 문화경관은 주거의 양식에 따라 도시경관, 농촌경관 등으로 구분할 수 있다(임승빈, 1996). 이러한 분류는 형식적인 분류로 그 특성 및 성격에 따라 다양하게 분류될 수 있으며, 어느 한 특징이나 분류 항목만의 제한된 성격을 가진 경관은 거의 없다고 볼 수 있다. 최근에는 경관평가의 대상들이 점차 세분화된 항목들로 이루어지는 추세이기에 경관이 지닌 속성이나 목적에 따라 다양하게 분류하여 평가나 분석이 가능하다고 할 수 있다(정창식과 이수호, 1994).

경관의 유형 중의 하나인 해양경관은 바다의 수면을 포함한 해안지역의 경관으로 자연경관인 해양경관과 문화경관인 도시경관이 복합된 경관이라 할 수 있다. 특히 바다에 접해 있는 항구도시는 독특한 자연환경과 항구 고유의 시설물로 인하여 육지지역이나 일반 해안경관과는 다른 경관을 형성하고 있다. 또한 도시지역에서는 볼 수 없는 독특한 경관적 특성을 지니며, 지역적 특성을 표출하고 있다. 지역의 장소성을 구현하는 바람직한 경관을 형성하기 위해서는 개개의 건물이나 경관 요소보다는 지역의 경관 특성에 대하여 파악할 필요가 있다. 이와 같이 항구도시의 경관특성 평가는 항구 고유의 기능적 측면과 더불어 경관적인 측면이 최근에는 중요한 요소로 대두되고 있다. 또한 세계적인 항구들이 미항으로 칭해지며, 많은 관광객을 끌어들이는 도시들을 볼 때, 항구도시의 경관에 대한 연구는 중요하다고 할 수 있다(윤진보, 2004).

항구도시의 경관과 관련된 연구로는 항만도시의 경관특성에 관한 연구(이관희, 1985)와 해안경관의 시각적 선호도 연구(구

본아, 2008; 양안식, 2002; 양위주와 구분아, 2007; 양위주 등, 2008), 항만도시의 경관 변천에 관한 연구(김진기, 2010; 황기원 등, 1993), 항만도시의 경관관리에 관한 연구(윤진보, 2004) 등이 주로 수행되었다. 이상의 연구를 살펴보면 항만도시의 경관평가는 개인의 시각적 선호도나 이미지와 관련된 연구 등으로 구분될 수 있다. 이와 같이 경관을 평가함에 있어 평가자의 주관적 판단을 최소화 하고 보다 체계적이고 합리적인 평가방법을 찾고자 하는 소위 과학적, 계량적 접근방법은 엄격한 평가과정에 너무 얽매임으로 경관이 지닌 문화적, 사회적, 개인적 정서 등과 같은 인간생활과 관련된 경관의 본질을 밝히는 데에는 적절하지 못한 점이 있다. 이러한 관점에서 경관 평가에 있어 기호학적 접근은 경관 평가의 새로운 차원을 제시함과 동시에 실증주의적 방법에서 밝히지 못한 인간과 환경과의 관계를 조명하고, 이를 통하여 경관에 대한 이해의 폭을 넓히는 가능성을 제시할 수 있을 것이다(김세천, 1991).

경관자원의 고유한 특성을 찾고자 하는 연구는 주로 지리학자들에 의해서 수행되어 왔는데, 이러한 독특한 시각은 경관평가는 물론 환경설계 전반에 걸쳐서 새로운 연구 방향을 제시해 왔다. 경관평가는 경관의 계획, 설계, 관리의 기초가 되며, 이는 곧 인간 생활환경의 이상향의 추구작업이라 할 수 있다(임승빈, 1996). 경관의 특성 평가는 그 경관을 보는 개인의 시각과 태도에 기반을 두고 있다(김세천, 1991). 그러나 미에 대한 각 개인의 관점은 너무나 주관적이어서 그 정의를 내리기는 어렵다. 더구나 다양한 형태의 경관에 대한 미적인 정의를 내리는 것은 현대와 같이 대중화된 가치 기준 아래서는 더욱 어려운 일이다(이현호와 최광조, 1986).

본 연구에서는 항구경관의 인공적 요소 중에서 문화 사회적 측면에서 가로경관을 구성하는 중요한 요소들을 문화현상을 전달하는 기호들로 볼 수 있다고 보았다. 가로는 실제 공간이며, 보행자의 시각적 대상으로서 보행 중에 보이는 모든 것은 경관을 형성하며 시각적 대상이 된다. 또한 가로경관은 멀리 보이는 경치와 가까이 보이는 상점들의 간판들까지 보행자 시선의 움직임에 따라 다르게 보인다. 대부분의 가로경관은 문자 즉 기호와 함께 나타난다. 문자는 특히 간판으로 군집을 이루

어 나타날 때 특정한 경관을 이룬다고 할 수 있다. 또한 가로와 각종 간판 등은 경관요소인 건물이나 가로 시설물과 함께 가로 정보매체 이상의 역할을 한다. 가로경관에서의 다양한 간판은 정보의 공간이며, 이로 인하여 가로의 인상이 형성된다(조현주, 2009).

이러한 관점에서 본 연구는 가로경관에서 동등하게 인식되는 간판 문자의 시지각적 특성을 바탕으로 하여 정보로서의 인지적 특성을 기호학으로 이해하는 과정으로, 기호의 의미 작용이 실제 항구의 가로경관에서 어떻게 표출되고 있는가를 기호 현상으로 알아보는 것이다. 아울러 우리가 관심을 가져야 할 경관으로 항구의 가로경관을 올바르게 해석하고, 경관 특성을 찾아서 보존하거나 개발하는데 필요한 기초 자료를 제공하는 것은 항구의 가로경관 계획이나 설계에 있어서 매우 의미 있는 문제일 것이다. 이와 같이 본 연구는 항구의 가로경관 분석에 있어서 기호학적 분석기법의 적용 가능성을 검토하는 데에도 그 목적이 있다.

II. 이론적 고찰

1. 기호학적 경관 분석의 틀

기호란 어떤 내용을 표현하는 감각적이거나 추상적 대상이다. 어떤 대상이 그 자체로서 특정한 의식에 다가오는 것이 아니라 다른 의미 내용을 가지고 다가올 때, 그러한 대상 모두를 우리는 기호라 한다. 인간은 기호가 표상하는 의미와 가치를 통하여 대화를 하며, 문화를 형성해 나간다(박경운, 2008). 기호학은 인문과학과 철학적 일면을 지닌 기호를 연구하는 학문적 영역으로 20세기 초에 Saussure와 Peirce의 두 학자에 의해 공식적으로 탄생하여 학문적 체계가 수립되었다(김세천, 1991). 원래 언어학을 바탕으로 발전된 기호학은 인간의 의사소통에 필요한 메시지를 구성하는 기호들에 관심을 가졌다. 사람들이 사용하는 기호를 지배하는 법칙과 기호 사이의 관계를 규명하고, 기호를 통해 의미를 생산하고 해석하며, 공유하는 행위와 그 정신을 연구하려는 학문이다(김홍렬, 2011). Saussure에 의하면 언어는 생각들을 표현하는 기호의 체계이며, 이들 기호를 연구하는 새로운 분야의 필요성을 언급하면서 이를 기호학이라 불렀고, 거의 같은 시점에 Peirce는 이를 기호론이라 불렀다(이현호와 최광조, 1986). 언어를 기호로 본 것이 기호론인데, 이 기호에는 의미 반응이 자연적으로 따르게 된다. 즉, 언어의 목표는 다른 과학과는 달리 통달에 있는 것이 아니라 감정이나 태도의 환기에 있다. 기호학은 기호와 기호체계를 연구하는 학문이며, 기호체계는 언어, 약호, 신호 등을 포함한다. 언어는 기호의 한 유형으로 볼 수 있으나, 독자적인 고유한 영역이 확립되어 있으므로 기호학이라 할 때는 비언어적 기호체계를 연구하

는 학문으로 정의하는 것이 일반적이다. 또한 기호학은 언어학의 한 분야로서 세 가지 분야로 구분하여 정의를 내릴 수 있다. 첫째, 통설론적 분야로 기호 체계 내에서 하나의 기호가 다른 기호와 맺는 관계를 의미한다. 둘째, 의미론적 분야로 기호가 그 자신이 의미하는 대상들과 맺는 관계를 의미한다. 셋째, 실용론적 분야로 기호가 기호를 사용하는 사용자와 맺는 관계를 의미한다. 이처럼 하나의 기호에 의미가 부과되는 과정은 이러한 세 가지 분야에서만 파악되고 기술되어진다고 할 수 있다(이현호와 최광조, 1986).

경관분석에서 기호학적 분석은 주로 통사론 및 의미론적 입장에서 경관구성요소들이 각각 어떠한 의미를 나타내고, 동시에 이들의 조합이 어떠한 의미를 전달하는가를 분석하는 것을 말한다. 기호학적 접근은 기호의 구조 자체를 이해하는 데는 유용하나, 기호가 지칭하는 사상과의 관계나 사회적, 문화적 상황 등의 환경적 상황 등에 따라 의미가 전달하는 내용의 파악에 어려움이 따른다. 따라서 경관을 의미전달의 기호로 보고, 경관구성과 경관으로부터 느끼고 전달되는 의미 사이의 관계를 밝히는 분석방법을 기호학적 분석방법이라 한다. 이러한 기호학적 분석방법은 경관을 기호체계로 보고, 경관이라는 기호체계를 언어학적 측면, 즉 통사론, 의미론, 실용론적 측면에서 연구하는 것을 말한다. 또한 기호학적 접근으로는 기호 체계적 접근, 상징적 접근, 상황 중심적 접근, 부여된 의미와 전달된 의미 등 네 가지 측면의 분석이 있다(임승빈, 1996).

2. 기호학과 관련된 경관 연구

조경분야에서 기호학의 도입은 주로 조경설계분야(김동찬 등, 2000; 김상리, 2004)와 전통조경분야(박경운, 2008; 김홍렬, 2011)를 대상으로 접근한 연구가 있으며, 경관 평가나 분석에 있어서 기호학을 적용한 연구는 상대적으로 미흡한 실정이다.

이현호와 최광조(1986)는 실제 가로를 대상으로 가로경관의 미적원리를 기호의 체계로 밝히려는 연구에서 가로의 기호공간은 기호의 배열규칙과 관계하여 독특한 의미를 가진다고 하였고, 아울러 가로환경을 기호학적으로 분석하는 체계적 도구로서의 가능성을 입증하였다. 김세천(1991)은 구조주의에 영향을 받은 기호학의 질서 체계와 분석 작용을 경관분석 및 평가에 응용하기 위해서 일반 기호론의 제반 이론과 언어학, 예술, 건축 분야의 선행연구를 참고로 조경분야에 기호학 이론의 적용 가능성을 살펴보았다. 그리고 임승빈(1996)은 경관분석론에서 도시와 건축의 분석에 적용된 기호학의 이론을 소개하고, 경관 분석에 활용 가능한 기호학 이론을 소개하였다.

이상의 경관과 관련된 기호학 분야의 기존 연구들을 검토할 때, 항구의 가로경관특성을 기호학적으로 분석한 연구는 전무한 실정으로, 이 부분에 대한 연구가 경관의 분석에 있어 다양

한 방면으로의 접근에 실마리를 제공할 것으로 판단하였다.

III. 연구방법

1. 연구범위 및 진행과정

본 연구는 항구의 가로경관의 특징을 기호학적으로 분석하여 향후 항구의 가로경관 발전 방안에 기초 자료를 제시하는데 있다. 연구의 시간 및 공간적 범위는 2011년 8월 영덕군 강구면 강구리의 영덕대계로, 강구대계길, 강구대계 1길, 강구대계 2길, 강구대계 3길, 강구대계 4길과 강구면 오포리의 신강구길, 강구해안길, 신강구 4길, 신강구 6길을 대상으로 한다(그림 1 참조). 그리고 연구의 내용적 범위는 항구의 가로경관의 특성을 파악하기 위하여 가로경관에서 인식되는 문자 언어의 의미를 기호의 체계로 설명되어질 수 있다는 기호론의 기본 개념을 바탕으로 하여 경관의 특성을 분석하였다. 특히 가로경관에서 표출되는 건축물, 간판, 가로시설물, 조명 등의 물리적 구성요소들 중에서 특히 상점의 간판에서 표출되는 언어적 의미를 기호학적으로 분석하는데 한정하였다. 그리고 연구의 진행과정은 다음과 같다.

첫째, 기호학과 관련된 자료에 대한 기존 문헌을 고찰한다.

둘째, 연구대상지를 현지조사를 통하여 각 가로의 상점 상호에서 표출되는 문자 즉, 기호를 파악한다.

셋째, 연구대상지 가로에서 파악된 기호 즉, 문자를 업종별로 구분한다.

넷째, 연구대상지에서 파악된 업종을 중심으로 의미론적으로 구분한다.

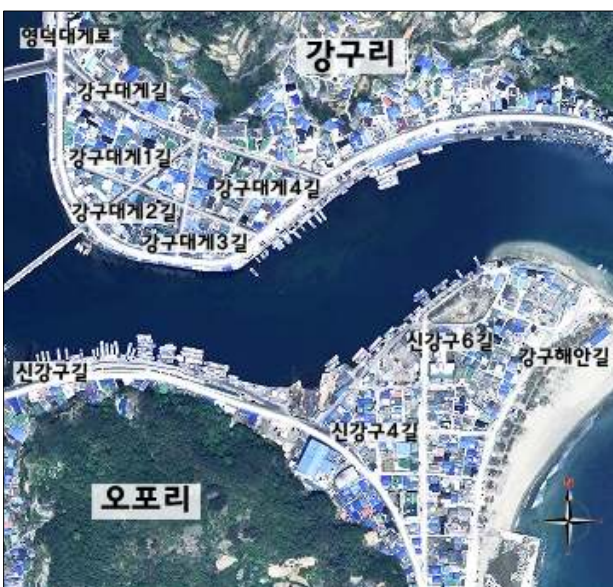


그림 1. 강구리와 오포리 현황도

다섯째, 도출된 결과를 바탕으로 영덕 강구항구의 가로경관의 특성을 기호학적으로 분석한다.

2. 연구 대상지 선정

경상북도 영덕군에서 가장 큰 항구이자 대계로 유명한 강구항구는 일명 '대계거리'라고 불리는 식당가가 약 3km에 이르며, 드라마 촬영지로 유명해지면서부터 사시사철 관광객으로 붐비는 대표적 관광명소이다(www.naver.com). 이러한 강구항구는 육지에서 울릉도까지의 거리가 다른 항로보다 짧고, 많은 관광객들로 인하여 2011년 2월 국무회의에서 연안항구로 지정되었다(국토해양부, 2011). 그리고 주변의 장사해수욕장과 화석박물관, 풍력발전소, 해맞이 공원 등으로 인하여 관광객의 유입이 활발히 이루어지는 지역(신상구, 2005)임을 감안할 때, 항구경관의 특성 파악 연구에 깊이를 더해 줄 것으로 판단하여 행정구역상 영덕군 강구항구와 접해 있는 강구면 강구리와 오포리 일대를 본 연구의 대상지로 선정하였다(그림 2 참조).

3. 연구 방법

환경은 의미를 전달하는 기호의 장이다. 인간은 환경 속에서 기호를 풀어 의미를 파악하면서 행동하고 기호를 만든다. 이에 본 연구는 모든 환경 요소들이 기호의 체계로 형성되고 해석될 수 있다고 보고, 항구의 가로경관 분석에 있어 기호학적 분석 방법을 수용하였다. 특히 기호학적 분석 방법 중에서 경관을 실용론적 입장에서 기호가 기호를 해석하는 사람에게 미치는 영향, 즉 사람들에게 전달되는 의미에 중점을 두고, 연구를 수행하였다. 본 연구의 현지조사는 2011년 8월 13일부터 8월

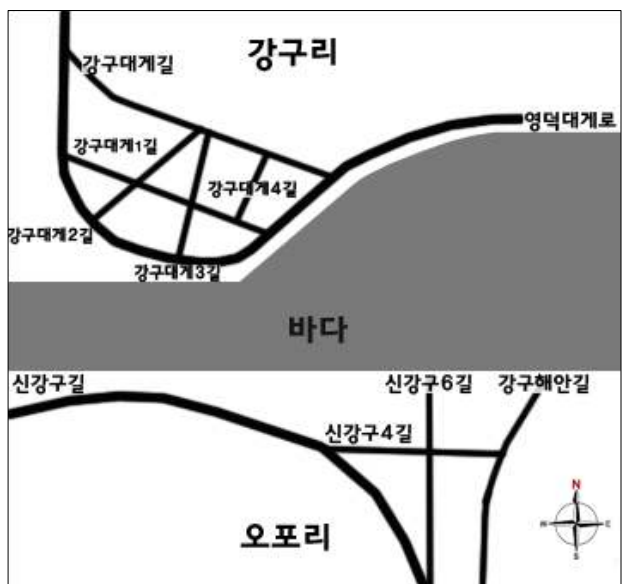


그림 2. 강구리와 오포리 가로

16일 사이에 조사원들이 직접 강구리와 오포리 일대의 각 가로에 있는 간판의 문자언어를 대상으로 전수조사를 실시하였다. 아울러 가로경관에서 표출된 문자언어를 업종별, 의미론적으로 구분하여 단순 통계방법인 빈도분석을 실시하였다.

1) 업종 분류

가로에서 인식되는 업종 분류는 2000년대 이후부터 일정한 지역의 전체 업종을 조사하여 몇 가지 기준에 따른 분류 방법이 주를 이루고 있다. 김혜철(2002)과 윤혜정(2000)은 전화번호부의 23개 업종 분류 등을 참고하여 '교육·문화업, 정보통신·금융업, 의료, 의류, 식품, 식당, 술집, 다방, 운동·오락, 이·미용업, 숙박, 장신구, 종합소매' 등 14개 업종으로 분류하였다. 이소녕(2003)은 '교육·문화 서비스업, 다방업, 식품업, 생활 서비스업, 여행 및 숙박업, 운동 및 오락 관련업, 음식점업, 이·미용업, 의료 서비스업, 정보통신·금융업, 종합소매업, 주거 관련업, 주점업' 등 13개 업종으로 분류하였다. 공선중(2010)은 '교육·문화 서비스업, 식품·서비스업, 식품업, 생활 서비스업, 여행 및 숙박업, 운동 및 오락업, 음식점업, 이·미용업, 의류업, 의료 서비스업, 정보통신 및 전자기기업, 종합소매업, 금융·보험업, 주점업, 가정용품업, 기타자재 관련업, 자동차 관련업' 등 17개 업종으로 분류하였다.

본 연구에서는 가장 최근의 업종 분류 방식인 공선중(2010)의 업종 분류 방식을 참고로 하여 '교육·문화업, 식음료업, 식품업, 생활서비스업, 숙박업, 운동 및 오락업, 음식점업, 이·미용업, 의류업, 의료업, 정보통신업, 종합소매업, 금융업, 주점

표 1. 업종 분류

업종	관련업
교육·문화업	종교 관련업 등
식음료업	다방, 커피숍, 제과점 등
식품업	곡물, 육류, 수산물, 청과물 등
생활서비스업	세탁소, 목욕탕, 사진관, 꽃집, 금은방 등
숙박업	모텔, 여관, 민박 등
운동 및 오락업	PC방, 당구장, 낚시점 등
음식점업	식당, 횡집, 분식집, 치킨집, 중국집 등
이·미용업	화장품, 이용실, 미용실 등
의류업	옷, 신발, 악세사리 등
의료업	병원, 약국 등
정보통신업	휴대폰, 전자제품 매장 등
종합소매업	할인마트, 편의점, 슈퍼마켓 등
금융업	은행, 수협, 우체국 등
주점업	술집, 단란주점, 노래방 등
가정용품업	이불, 주방용품 등
자재업	농업, 어업관련 용품 등
자동차 관련업	카센터, 정비소 등

업, 가정용품업, 자재업, 자동차 관련업' 등으로 업종 명칭을 수정하여 총 17개 업종으로 구분하여 연구를 수행하였다(표 1 참조).

2) 업종의 의미론적 분류

일반대중에게 전달되는 문자 어휘의 의미 구조와 의미 상태는 우리들의 일반적인 의식으로 여겨도 좋을 것이다. 본 연구에서는 각 문자의 언어자료가 지닌 의미를 중심으로 분류하고자 한다. 이주석(2007)은 간판 문자의 의미유형적 분류에서 의미론적으로 종교, 국내외의 지역명칭, 회고적인 것, 자연, 사람 이름, 색깔, 보석, 천문, 인간감정, 고어 등으로 구분하여 분류하였다. 반면, 본 연구에서 수집된 상점 간판 문자를 검토해 보면 의미적으로 다양하게 구분된다. 이에 이주석(2007)의 의미 분류 방식을 참고로 하여 본 연구에서 파악된 특징적 문자 언어인 동·식물, 외래어, 인체, 인공구조물 등의 의미를 대상으로 한 것을 추가하였고, 종교 등의 의미는 삭제하여 총 13개의 미로 분류하여 연구를 수행하였다(표 2 참조).

IV. 결과 및 고찰

1. 강구리 가로경관의 특성

1) 대상지 개요

강구리는 행정구역상 영덕군 강구면에 속해 있으며, 주로 강구항 일대로 영덕대계로와 강구대계길, 강구대계 1길, 강구대계 2길, 강구대계 3길, 강구대계 4길 등이 인접해 있다. 강구리의 6개 가로에는 총 16개 업종과 228개의 상점으로 강구리 가

표 2. 의미론적 분류

의미	특징
국내의 지역 명칭을 대상으로 한 것	소재지에 대한 인지도를 높인다
회고적인 것을 대상으로 한 것	옛것에 대한 정취를 일으킨다
자연을 대상으로 한 것	인간과 밀접히 융화된다
동·식물을 대상으로 한 것	인간과 친밀성이 높다
사람 이름을 대상으로 한 것	전문성을 나타낸다
색깔을 대상으로 한 것	강한 인상을 부여하고 시각적인 분위기와 조화시킨다
보석을 대상으로 한 것	귀하다는 뜻이 반영되었다
천문의 의미를 대상으로 한 것	인간과 친밀성이 있다
인간의 감정이나 추상성을 대상으로 한 것	인간의 감정을 통한 온화한 분위기와 강한 여운을 일으킨다
고어(한자어)를 대상으로 한 것	옛것에 대한 정취를 일으킨다
외래어를 대상으로 한 것	분위기를 새롭게 만든다
인체를 대상으로 한 것	인간과 밀접한 관련이 있다
인공구조물을 대상으로 한 것	인간과 밀접히 융화된다

로가 구성되어 있다(부록 1 참조).

각 가로별 특성을 살펴보면 영덕대계로는 강구대교를 지나 오른쪽의 강구항에서 바다가 보이는 길로서, 약 1.4km로 강구항구의 주 도로의 기능을 하며, 많은 업종의 상점들이 밀집해 있는 가로이다. 강구대계길은 강구대교를 지나 강구마을로 들어오는 약 335m의 길로서, 양쪽으로 다양한 업종의 상점들이 밀집해 있는 가로이다. 강구대계 1길 강구항의 중앙을 가로지르는 총 244m 정도의 가로로 인적이 드물고 상점들의 숫자가 적은 가로이다. 강구대계 2길은 강구항으로 진입하는 두 개의 다리 중에서 강구대교를 지나 나타나는 가로로 길이는 약 160m 정도로, 가로가 짧음에도 다양한 상점들이 위치해 있는 가로이다. 강구대계 3길은 강구항구의 시장이 위치하고 있는 약 140m의 가로로 차가 다닐 수 없는 폭이 좁은 가로이다. 강구대계 4길은 강구리에서 약 125m의 가장 짧은 가로이다. 이상과 같이 강구리의 각 가로들은 강구항과 인접해 있으며, 다양한 업종들이 많이 분포되어 있는 전형적인 상업형 항구 가로임을 알 수 있다(그림 2 참조).

2) 대상지 가로경관의 의미론적 구분

강구리의 가로경관에서 나타나는 유형별 업종을 의미론적으로 구분하였다. 강구리 가로를 전체적으로 살펴보면 음식점업의 경우는 의미론적으로 지역명칭, 동·식물, 사람이름, 자연, 외래어와 고어, 인간감정, 인공 구조물, 추상적 의미, 회고적 의미, 천문 등의 의미 순으로 나타났다. 이·미용업의 경우는 의미론적으로 외래어와 자연, 사람이름과 지역명칭 그리고 고어, 인체 등의 의미 순으로 나타났다. 생활서비스업의 경우는 의미론적으로 지역명칭, 고어와 외래어, 사람이름, 색깔과 동·식물 등의 의미 순으로 나타났다. 식음료업의 경우는 의미론적으로 고어, 자연, 사람이름, 색깔, 인공구조물, 동·식물 등의 의미 순으로 나타났다. 주점업의 경우는 의미론적으로 고어, 지역명칭, 인간감정, 자연, 인공구조물, 추상적 의미, 외래어 등의 의미 순으로 나타났다. 종합소매업의 경우는 의미론적으로 외래어, 지역감정, 추상적 의미, 사람이름, 보석 등의 의미 순으로 나타났다. 의류업의 경우는 의미론적으로 외래어, 지역명칭, 추상적 의미, 색깔 등의 의미 순으로 나타났다. 의료업의 경우는 의미론적으로 지역명칭, 고어, 추상적 의미 등의 순으로 나타났다. 숙박업의 경우는 의미론적으로 자연, 색깔과 추상적 의미 등의 순으로 나타났다. 운동 및 오락업은 외래어와 자연 등의 의미 순으로 나타났다. 정보통신업은 외래어와 지역명칭 등의 의미 순으로 나타났다. 자동차 관련업은 외래어, 교육·문화업은 지역명칭, 가정용품 관련업은 사람이름 등의 의미로 각각 나타났다(부록 1 참조).

3) 대상지 가로경관의 기호학적 특성

강구리의 각 가로별로 기호학의 실용론적 측면을 고려하여 대표적인 업종과 의미 위주로 구분하여 보았다. 즉, 강구리의 가로 경관에서는 음식점업이 대표업종이며, 의미론적으로는 지역명칭이나 사람이름 등이 대표적 의미로 파악되었다(표 3 참조).

그리고 각 가로별로 대표적 업종을 기호학의 실용론적 측면을 고려하여 항구도시의 가로 경관을 분석하면 영덕대계로는 의미론적으로 지역명칭은 28.4%, 동·식물은 12.6%, 자연은 10.5%, 사람이름은 9.5%, 고어는 8.4%, 인간감정과 외래어가 각각 5.3%, 추상적 의미와 인공구조물이 각각 3.2%, 기타가 13.6%로 나타났다. 즉, 영덕대계로를 기호학의 실용론적 측면으로 분석하여 보면 지역명칭으로 인식되는 기호론적 의미가 영덕대계로의 대표적 경관으로 나타났다.

강구대계길은 의미론적으로 지역명칭이 40.0%, 기타가 20.0%, 외래어와 동·식물이 각각 13.3%, 사람이름과 천문을 대상으로 한 의미가 각각 6.7%로 나타났다. 즉, 강구대계길은 기호학의 실용론적 측면으로 분석하여 보면 지역명칭으로 인식되는 기호론적 의미가 대표적 경관으로 나타났다.

강구대계 1길은 의미론적으로 사람이름이 40.0%, 기타가 60.0%로 나타났다. 즉, 강구대계 1길을 기호학의 실용론적 측면으로 분석하여 보면 사람이름으로 인식되는 기호론적 의미가 대표적 경관으로 나타났다. 강구대계 2길은 의미론적으로 사람이름이 48.6%, 지역명칭이 14.2%, 기타가 37.2%로 나타났다. 즉, 강구대계 2길을 기호학의 실용론적 측면으로 분석하여 보면 사람이름으로 인식되는 기호론적 의미가 대표적 경관으로 나타났다.

강구대계 3길은 의미론적으로 지역명칭이 50.0%, 회고적 의미가 25.0%, 기타가 25.0%로 나타났다. 즉, 강구대계 3길을 기호학의 실용론적 측면으로 분석하여 보면 지역명칭으로 인식되는 기호론적 의미가 대표적 경관으로 나타났다. 강구대계 4길은 의미론적으로 지역명칭이 43.4%, 사람이름은 33.3%, 기타가 23.3%로 나타났다. 즉, 강구대계 4길을 기호학의 실용론적 측면으로 분석하여 보면 지역명칭으로 인식되는 기호론적 의미가 대표적 경관으로 나타났다.

강구리의 가로경관들은 전형적인 상업형 가로경관으로 볼

표 3. 강구리 각 가로의 대표적 업종과 의미 구분

	업종		의미	
	대표 업종	%	대표 의미	%
영덕대계로	음식점업	83.3	지역명칭	28.4
강구대계길	음식점업	27.3	지역명칭	40.0
강구대계1길	음식점업	20.8	사람이름	40.0
강구대계2길	음식점업	25.9	사람이름	48.6
강구대계3길	음식점업	33.3	지역명칭	50.0
강구대계4길	음식점업	66.7	지역명칭	43.4

수 있다. 이를 기호학의 실용론적 측면으로 해석하면 가로경관에서 업종이나 상점의 구성이 다양할수록 사람들에게 그 지역의 인지도나 특산물을 대표하는 지역명칭과 부르기 편하고 기억하기 쉬운 사람이름 등의 의미가 기호로 내재되어 있다고 볼 수 있다. 즉, 이는 상업시설의 상업적 가치관이 기호로 내재되면 독특한 공간적 이미지를 경관으로 표출하고 있는 점에 주목할 만하다.

2. 오포리 가로경관의 특성

1) 대상지의 개요

오포리는 행정구역상 영덕군 강구면에 속해 있으며, 강구항 건너편 일대로 강구 해안길, 신강구길, 신강구 4길, 신강구 6길 등이 인접해 있다. 오포리의 4개 가로에는 총 8개 업종과 34개의 상점으로 오포리 가로가 구성되어 있다(부록 1 참조). 각 가로별 특성을 살펴보면 강구 해안길은 오포리에서 가장 긴 가로로 주거지가 대부분이며, 상점은 별로 없는 가로이다. 신강구길은 약 560m의 해안길로서 상점은 별로 없고, 주변에 주거지가 밀집해 있는 가로이다. 신강구 4길은 대부분 주거지가 밀집해 있으며, 주변에는 상점이 많이 없는 가로이다. 신강구 6길은 대부분이 주거지로 주변에는 별다른 상점이 없는 가로이다. 즉, 오포리 가로는 강구항과 인접해 있으며, 주로 주거지역으로 구성되어 있는 전형적인 주거지 항구 가로임을 알 수 있다(그림 2 참조).

2) 대상지 가로경관의 의미론적 구분

오포리의 가로경관에서 나타나는 유형별 업종을 의미론적으로 구분하였다. 오포리 가로를 전체적으로 살펴보면, 음식점업의 경우는 의미론적으로 사람이름, 자연과 지역명칭 그리고 동식물 등의 의미 순으로 나타났다. 종합소매업의 경우는 의미론적으로 고어, 자연 등의 의미 순으로 나타났다. 숙박업의 경우는 의미론적으로 사람이름과 동·식물 등의 의미 순으로 나타났다. 식음료업의 경우는 사람이름과 고어 등의 의미 순으로 나타났다. 그리고 자재업은 사람이름, 주점업은 고어, 운동 및 오락업은 인공구조물, 의류업은 고어 등의 의미로 각각 나타났다(부록 2 참조).

3) 대상지 가로경관의 기호학적 특성

오포리의 각 가로별로 기호학의 실용론적 측면을 고려하여 대표적인 업종과 의미 위주로 구분하여 보았다. 즉, 오포리의 가로경관에서는 음식점업이 대표 업종이며, 의미론적으로는 사람이름이나 지역명칭 그리고 고어 등이 대표적 의미로 파악되었다(표 4 참조).

그리고 각 가로별 대표적 업종을 기호학의 실용적 측면을 고

려하여 항구도시의 가로 경관을 분석하면 강구 해안길은 사람이름이 50.0%, 지역명칭이 25.0%, 기타가 25.0%로 나타났다. 즉, 강구 해안길을 기호학의 실용적 측면으로 분석하여 보면 사람이름으로 인식되는 기호론적 의미가 강구 해안길의 대표적 경관으로 나타났다.

신강구길은 지역명칭이 42.8%, 자연과 동·식물이 각각 14.3%, 기타가 28.6%로 나타났다. 즉, 신강구길을 기호학의 실용적 측면으로 분석하여 보면 지역명칭으로 인식되는 기호론적 의미가 신강구길의 대표적 경관으로 나타났다.

신강구 4길은 고어가 100.0%로 나타났다. 즉, 신강구 4길을 기호학의 실용적 측면으로 분석하여 보면 고어로 인식되는 기호론적 의미가 신강구 4길의 대표적 경관으로 나타났다.

신강구 6길은 사람이름이 60.0%, 기타가 40.0%로 나타났다. 즉, 신강구 6길을 기호학의 실용론적 측면으로 분석하여 보면 사람이름으로 인식되는 기호론적 의미가 대표적 경관으로 나타났다.

오포리의 가로경관들은 전형적인 주거지 가로경관으로 볼 수 있다. 이를 기호학의 실용론적 측면으로 해석하면 항구의 가로경관에서 사람들이 많이 붐비지 않는 주거지와 관련된 가로도 지역명칭과 사람이름 등의 의미가 기호로 내재되어 경관으로 표출되는 점에 주목할 만하다.

강구리와 오포리의 가로경관이 서로 다른 특성이 나타남에도 불구하고 두 지역이 지역명칭이나 사람이름 등의 의미론적 기호가 동일한 의미로 표출되고 있다. 이러한 점은 소재지에 대한 인지도나 전문성을 높이며, 별다른 노력 없이 높은 언어적 가치를 이끌어 낼 수 있기 때문에 판단된다. 또한 강구 항구의 가로경관에서 사용된 지역명칭들은 주로 영덕군의 인근 지역이나 항구와 관련된 도시들로서, 이는 사람들로 하여금 친근감을 유발하는 기호론적 의미 위주로 가로경관이 형성되었다고 볼 수 있다.

전국의 17개 도시들의 간판 언어의 상호를 파악한 연구(민현식, 2001)에서 연구 대상 도시들 중에서 제주도와 부산의 경우 대부분이 외래어나 한자어가 많이 사용된 것으로 파악되었다. 이는 본 연구의 결과와 서로 상충되는 것으로 연구방법론의 차이 때문으로 판단된다.

이를 근거로 항구의 가로경관 계획이나 설계에 있어서 사람

표 4. 오포리 각 가로의 대표적 업종과 의미 구분

	업종		의미	
	대표 업종	%	대표 의미	%
강구해안길	음식점업	57.1	사람이름	50.0
신강구길	음식점업	77.8	지역명칭	42.8
신강구4길	종합소매업	33.3	고어	100.0
신강구6길	음식점업	60.0	사람이름	60.0

이름이나 지역명칭 등과 같이 사람들에게 친근감을 유발하고 부르기가 쉽고 기억하기 좋은 경관적 기호 위주로 항구의 가로경관이 발전되어야 한다고 판단된다.

V. 결론

본 연구는 모든 문화현상이 기호의 체계로 설명될 수 있다는 기호론의 언어체계의 개념을 바탕으로 항구의 가로경관이 갖는 특성을 밝혔다. 인간의 심리적 반응과 관련된 기호학적인 접근방법은 경관의 물리적 특성을 파악하는데 효율적인 도구이다. 영덕 강구항의 가로경관에 대한 특성을 실용론적 분석 방법으로 분석한 결과는 다음과 같다.

첫째, 강구리와 오포리는 전형적인 상업 및 주거형 항구 가로로서 많은 업종들 중에서 특히 음식업이 가로의 대부분을 차지하고 있다. 이런 결과는 강구항의 대표적 특산물인 영덕 대게의 명성과 더불어 독특한 경관적 의미가 가로경관에 표출되어 있다고 판단된다. 둘째, 영덕 강구리와 오포리의 가로경관 및 주거지역의 대표적 가로경관은 지역명칭과 사람이름 등을 대상으로 한 의미론적 기호가 동일하게 표출되는 특징이 있다. 이런 현상은 상업적인 이윤 극대화와 밀접한 관련이 있을 것으로 유추 가능하다.

경관에 대한 기호학적인 접근은 범위가 제한되어 있으나, 항구의 가로경관을 분석하는 체계적 도구로서의 가능성을 보여주었다. 이 연구를 통해서 볼 때, 향후 다양한 경관에 대한 기호학적 연구가 후속되어야 할 것이다.

인용문헌

1. 구본아(2008) 부산 해양경관의 시각적 선호도 분석. 부경대학교 대학원 경영학과 석사학위논문.
2. 국토해양부(2011) 하동항을 무역항으로, 강구항을 연안항으로. 국토해양부 물류 항만실 항만정책과.
3. 공선중(2010) 통영지역의 간판 상호 언어 연구. 경남대학교 대학원 석사학위논문.
4. 김동찬, 유재설, 김성준(2000) 파리공원에 반영된 한국성의 기호학적 해석. 한국조경학회지 20(3): 53-60.
5. 김상리(2004) 조경설계 개념의 의미전달에 관한 연구. 한양대학교 도시생태조경학과 석사학위논문.
6. 김세천(1991) 국립공원 Sequence 경관의 기호학과 계량심리학적 분석에 관한 연구. 한국조경학회지 19(3): 55-71.
7. 김진기(2010) 여수시의 경관변천 특성에 관한 연구. 순천대학교 대학원 조경학과 석사학위논문.
8. 김홍렬(2011) 한국별서정원 설계의 기호학적 해석. 한양대학교 도시대학원 석사학위논문.
9. 김형철(2002) 간판상호 언어 연구(1) - 이종 및 문자 분포를 중심으로 교육이론과 실천12(2). 경남대학교 교육문제연구소.
10. 민철식(2001) 간판 언어의 의미론. 한국어 의미학회 39권 5호.
11. 박정윤(2008) 한국전통 담장의 기호학적 해석. 동아대학교 석당논총 42집. 207-244.
12. 신상구(2005) 문화관광 콘텐츠 개발을 통한 영덕 발전 방안 연구. 신라학 연구. 9: 5-25.
13. 양안식(2002) 항만도시의 해안경관에 대한 시각적 선호예측 Model에 관한 연구. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
14. 양위주, 구본아(2007) 항만경관의 시각적 선호도 분석. 한국해양항만학회 추계학술대회 논문집. 31권 2호.
15. 양위주, 구본아, 윤기향(2008) 부산 북항 항만경관의 시각적 선호도 분석. 한국해양항만학회지 32(3): 265-269.
16. 임승빈(1996) 경관분석론. 서울: 서울대학교 출판부.
17. 윤진보(2004) 항만도시의 경관분석과 관리 방안 연구. 전남대학교 대학원 건축공학과 박사학위논문.
18. 윤혜정(2000) 옥외광고물의 외래어 사용 실태 연구-대구지역을 중심으로. 한국어의미학회지 7: 87-113.
19. 이관희(1985) 한국 항만도시의 경관특성에 관한 연구. 서울대학교 환경대학원 석사학위논문.
20. 이소녕(2003) 간판 언어의 상호적 실태 연구. 경남대학교 교육대학원 석사학위논문.
21. 이주석(2007) 현대 간판 언어에 쓰인 광고언어의 고찰. 수원대학교 교육대학원 석사학위논문.
22. 이현호, 최광조(1986) 가로경관 분석에 기호학적 적용에 관한 연구. 대한건축학회논문집 2(3): 99-107.
23. 정창식, 이수호(1994) 해양경관 분석에 관한 연구. 부산수산대연보 34(1-2): 13-27.
24. 조현주(2009) 간판경관을 중심으로 한 정보의 생태성 연구. 한국기초조형학회지 10(4): 355-365.
25. 황기원, 유병림, 이민우(1993) 한국 항만도시의 도시경관 형성과 변화에 관한 연구. 한국조경학회지 20(4): 76-92.
26. <http://www.naver.com>

원 고 접 수 일: 2012년 2월 13일
 심 사 일: 2012년 4월 23일(1차)
 2012년 5월 31일(2차)
 계 재 확 정 일: 2012년 5월 31일
 4인익명 심사필

부록 1. 강구리 전체 가로의 의미론적 구분

업종	의미	상점 명칭	%	
음식점업	지역명칭	동해일출, 영양대게회타운, 강구수산영덕대게타운, 영덕대게본가어촌, 영남수산초장집, 신대구영덕회타운, 강구대게 회타운, 가야영덕대게회타운, 아산영덕대게타운, 금강대게회타운, 안동대게집, 동해어시장, 동양대게홍게, 영덕대게도매센터, 영덕대게, 동해영덕대게타운, 포항초장집대게, 삼천포대게전문점, 동해바다대게타운, 영양대게, 강구항대게, 대구대게, 부산대게, 전주수산영덕대게총판, 신대구대게유통, 강구활어회대게직판장, 보성수산, 흥해식당, 황포식당, 태백식당, 태능갈비, 자급성, 명동왕만두, 강구분식, 북경반점, 대구식당, 강구식당	28.7	56.3
	동·식물	백조회대게타운, 대게찜초장집, 대게고향새우마을, 대게사랑섬, 대게왕국회, 산호대게회, 대게친국, 대게궁, 대게종가, 대게고을, 대게촌, 대게도매직판장, 대게바다, 대게갈해, 게 직판 도매타운, 대게 좋은 날, 해물식당	13.2	
	사람이름	태영회대게, 미혜회대게타운, 성일수산대게회, 유미대게, 이가대게, 또순이대게, 김가네대게, 진이수산, 정용수산, 준이네, 대호숯불갈비, 헤림식당, 환일식당, 강훈식당	10.9	
	자연	바다마을회대게, 바다소리, 해맞이 대게회타운, 바다만, 바다랑 대게랑, 해양타운, 해변마을대게, 바다만대게직판장, 사계절대게직판장, 해돋이수산	7.0	
	외래어	씨월드, e-대게, 크랩벨리, OK 대게, 다이버수산, 멕시코나치킨, 스포프치킨, 페리카나 치킨, 오븐에 구어 바비큐 치킨	6.2	
	고어(한자어)	해광대게, 명대게, 명가대게, 삼보정대게, 동광어시장, 청궁대게, 유림식당, 한일대게직판장	6.2	
	인간감정	일등대게회, 좋은아침대게, 고향정, 모자대게, 화목식당	3.9	
	인공구조물	등대회대게타운, 황금대게회센터, 별장대게, 청기와 가든(고깃집)	3.1	
	추상적	용궁대게, 죽도산대게, 해룡대게	2.3	
	회고적	이조 왕 즉발 보쌈, 만능 숯불 갈비	1.6	
	천문	보름달 식당	0.8	
	기타	동이회대게, 남은대게회, 거육식당, 봉성대게, 삼화회대게, 육육수산영덕대게총판, 주주수산, 오대수산, 동일수산, 해상수산, 대명대게수산, 공동수산시장, 차유대게, 봉봉대게직판장, 전통순대국죽발, 동홍반점, 송대 수산물 센터, 만능숯불갈비, 경신 수산, 요맘때분식, 우와진 식당	16.3	
	이.미용업	사람이름	이은주미용실, 김지경 헤어라인	
지역명칭		강구미용실, 경북 이발소	14.3	
외래어		신데렐라헤어, 빈종합화장품총판, 토오브헤어	21.4	
자연		무지개화장품, 사계절화장품, 초원 헤어샵	21.4	
고어		현대미용소, 현대화장품	14.3	
인체		머리만들기	7.1	
기타		야성미용소	7.1	
생활서비스업	사람이름	세진컴퓨터세탁, 성화컴퓨터세탁	14.3	14.1
	외래어	로진컴퓨터세탁, 쿨세탁, 허브다이어트	21.4	
	색깔	파랑스튜디오	7.1	
	고어	한일꽃집, 동명당, 신화종합장식	21.4	
	지역명칭	강구사우나, 강구꽃화원, 강구꽃집, 경북 드라이크리닝	28.6	
	동·식물	홍게 도매 매일 떡 방앗간	7.1	
	추상적	연 다방	9.1	
식음료업	자연	사계절다방, 별다방, 자연산건경원	27.3	11.1
	사람이름	세종다방	9.1	
	색깔	청다방	9.1	
	고어	명성다방, 마법의 빵, 황제다방, 제일다방	36.4	
	인공구조물	연 다방	9.1	
	동·식물	개미다방	9.1	
	추상적	모두랑 노래연습장	10.0	
주점업	외래어	핑크걸, 에쿠스 노래방, 아우디 가요주점, 0829레스토랑	4.0	10.1
	고어	어아테야	10.0	
	지역명칭	청성얼음골막걸리	10.0	
	인간감정	매운날개구이	10.0	
	자연	신바람	10.0	
	인공구조물	청기와 노래클럽	10.0	
	추상적	모두랑 노래연습장	10.0	

(부록 1. 계속)

종합소매업	외래어	웨이마트, A마트 할인 매장	22.2	9.1	44.7
	색깔	그린마트	11.1		
	추상적	하나로 마트	11.1		
	지역명칭	강구 매일 시장	11.1		
	사람이름	대성 세일 마트	11.1		
	보석	미금당	11.1		
	기타	영창슈퍼, 동광슈퍼	22.2		
의류업	외래어	토트로, 샤넬, 랭땅(수입 의류)(2)	50.0	8.1	
	지역명칭	강구종합신발	12.5		
	추상적	신선양행(옷)	12.5		
	색깔	분홍신양화점	12.5		
	기타	수입여성의류 명품	12.5		
의료업	지역명칭	강구외과의원, 서울약국, 강구 성모의원	42.9	7.1	
	고어	동창 한의원	14.3		
	추상적	참 작은 약국	14.3		
	기타	명신 온 누리약국, 한빛연합의원	28.6		
금융업	-	우체국, 수협(2), 새마을금고, 농협, 신한	100.0	6.1	
숙박업	자연	바다민박, 바위 섬 모텔, 산호장 모텔	60.0	5.1	
	색깔	블루모텔	20.0		
	추상적	쉽터민박	20.0		
자재업	기타	강구 선구점, 평강 선구점, 대화 선수점, 일진사(배재료), 구지업사(LG 화학)	100.0	5.1	
운동 및 오락업	외래어	PC방 알라딘, 흥백당구장, 코스트 PC방	75.0	4.0	
	자연	한바다낚시	25.0		
정보통신업	외래어	T world, LG전자 (종합정보가전)	33.3	3.0	
	지역명칭	대창전기	66.7		
자동차관련업	외래어	상아 MOTO	100.0	1.0	
교육·문화업	지역명칭	강구교회	100.0	1.0	
가정용품업	사람이름	세진수예이블	100.0	1.0	
계			228	100.0	

부록 2 오포리 전체 가로의 의미론적 구분

업종	의미	상점 명칭	%	
음식점업	사람이름	순양호(회집), 해영호 대게 직판장해변수산, 정식당, 유정호, 성북호 영덕 대게, 테립호 영덕대게 직판	33.3	61.8
	자연	해변수산, 일출봉 식당, 한바다 수산	14.8	
	지역명칭	삼사 영덕대게 어시장, 독도수산, 영덕 회 대게	14.8	
	동·식물	홍계 대게 전문, 한우막창, 갈비신랑 조개각시	14.8	
	기타	효성수산, 삼화호 수산, 풍년수산, 오포대게, 통일수산	23.8	
종합소매업	고어	오삼슈퍼, 만물슈퍼, 만물유통	75.0	11.8
	자연	바다슈퍼	25.0	
숙박업	동식물	대개펜션	50.0	5.9
	사람이름	용건호 대게 펜션	50.0	
식음료업	사람이름	정아다방	50.0	5.9
	고어	만물다방	50.0	
자재업	사람이름	제성냉동, 삼진냉동	-	5.9
주점업	고어	만물 술 천국	-	2.9
운동 및 오락업	인공구조물	등대 편의 낚시	-	2.9
의류업	고어	현대 신발 백화점	-	2.9
계			34	100.0