

제주도 카페 입지의 특성과 변화: 오프라인과 온라인의 영향

함유희* · 박소현** · 이금숙***

Locational Characteristics of Cafes in Jeju Island and the Changes: Offline and Online Influences

Yuhee Ham* · Sohyun Park** · Keumsook Lee***

요약: 본 연구의 목적은 제주도 지역 카페를 중심으로 점포 입지분포의 변화를 살펴보고, 그에 작용하는 요인을 분석하는 것이다. 이를 위하여 먼저 제주도에 카페가 처음 입지한 시점부터 현재까지 시기별 개점과 폐점의 공간적 분포 양상을 파악한다. 특히 신규 입점이 많이 증가한 COVID-19 발발 이후의 개업 및 폐업한 카페의 입지에서 발견되는 공간적 분포 특성을 분석한다. 또한, 현재 영업 중인 카페와 COVID-19 확산 기간에 개업하거나 폐업한 카페의 분포에 영향을 끼친 지역 속성과 온라인의 영향력을 파악한다. 실증분석 결과, 제주도는 정보검색을 통해 주요 목적지가 정해지는 특성을 갖는 관광지이자 도서 지역으로 내륙도시 지역의 카페 입지와 다른 분포 형태를 나타냈다. 특히 제주도 카페에 관한 키워드 검색량을 추출하여 빈도 분석한 결과 COVID-19 이후 제주도의 새로운 지역과 장소에 대한 정보검색 등 온라인 접근성은 더욱 다양해지고 확대되었다. 또한, 도로 규모별 카페 점포와의 거리를 산정한 결과 전통적으로 중요한 속성으로 작용해온 물리적 입지요인과 도로 접근성은 상대적으로 연관성이 낮았다. 본 연구는 제주도 지역 카페 입지의 분포 형태와 특성을 온·오프라인의 영향력을 반영하여 밝혔다는 점에서 의미가 있다.

주요어: 제주도 카페, 입지적 특성, 코로나19, 온라인 영향, 도로 접근성

Abstract: The purpose of this study is to examine the locational characteristics of cafes in Jeju Island and the changes. For the purpose, we identify the spatial distribution patterns of openings and closings by period from the first opening of cafes in Jeju Island to the present. In particular, we analyze the spatial distribution characteristics found in the locations of cafes that have been opened and closed after the outbreak of COVID-19, in which new stores have significantly increased. In addition, we identify the regional attributes and the influence of online that have affected the distribution of currently open cafes and cafes that have opened or closed during the COVID-19 outbreak. As a result of empirical analysis, Jeju Island is a tourist

* 성신여자대학교 지리학과 대학원생 (Graduate Student, Department of Geography, Sungshin Women's University, huh204@naver.com)

** 성신여자대학교 인문과학연구소 학술연구교수 (Research Professor, Humanities Institute, Sungshin Women's University, shpark05@sungshin.ac.kr)

*** 성신여자대학교 지리학과 명예교수 (Emeritus Professor, Department of Geography, Sungshin Women's University, kslee@sungshin.ac.kr)

destination and island region with the characteristics of determining major destinations through information search, showing a different distribution form from the location of cafes in inland cities. In particular, as a result of frequency analysis by extracting keyword search volume for cafes in Jeju Island, online accessibility such as information search for new areas and places in Jeju Island has become more diversified and expanded after COVID-19. In addition, as a result of calculating the distance to cafes by road size, the relationship between physical location and road accessibility, which has traditionally been an important factor, was relatively low. This study is meaningful in that it revealed the distribution patterns and characteristics of cafe locations in Jeju Island by reflecting the influence of online and offline.

Key Words : cafes in Jeju island, locational characteristics, COVID-19, online influence, road accessibility

1. 서론

소비자에게 상품이나 서비스를 제공하는 소매점포는 수요 지향의 입지원리(demand oriented location principle)를 따른다(Lösch, 1954). 따라서 수요자의 취향과 분포 및 소비행태에 변화가 생기면 관련 점포의 입지도 영향을 받게 된다(이금숙·박소현, 2019; Crewe, 2000). 최근의 디지털 전환과 COVID-19의 확산은 소비환경을 오프라인에서 온라인 중심으로 더욱 변환시켰고, 오프라인 공간의 점포입지에 많은 변화를 가져왔다(Stern, 1999; Picot-Coupey *et al.*, 2009; 이금숙·박소현, 2019; Corradini, 2021; Park and Lee, 2021). 특히 온라인 구매 전환이 더욱 가속화 하면서 음식 서비스 및 음식료품¹⁾과 패션-뷰티 관련 점포들의 폐업이 증가하였고(이금숙·박소현, 2019; 이금숙 외, 2020; 박소현 외, 2020; 송예나 외, 2020; 김현 외, 2021; Park and Lee, 2021; 신혜영 외, 2021), 비대면-비접촉의 소비 지향으로 무인형 점포는 점차 증가하는 추세를 나타냈다(Clarke *et al.*, 2015; 박소현·이금숙, 2021). COVID-19 종식 이후에도 온라인-비대면의 소비행태는 계속해서 시장수요와 서비스산업의 활동에 적지 않은 영향을 미칠 것으로 보이며, 이에 따라 지역의 경제 공간도 변화할 것으로 전망된다.

SNS 등을 통한 정보검색으로 소비지와 이동 경로

를 선택하는 새로운 소비행태가 등장하면서 기존의 기준으로는 최적의 위치가 아닌 장소에도 점포가 입지 분포하는 현상이 나타나고 있다(Tranos and Nikamp, 2013; 이금숙 외, 2020). 특히 커피전문점 등 카페가 그러하다. 카페는 외식업종이지만 다른 업종에 비하여 포장(테이크아웃)과 배달 위주의 비대면 운영 전환이 쉽고, 키오스크와 스마트폰 주문의 증가로 임대료가 낮은 상권에서도 비교적 자유로운 점포 입지가 가능한 업종 특성을 보이며 COVID-19 기간에도 전국적으로 신규창업은 증가하였다(매일경제, 2020; 디지털데일리, 2021).

2021년 12월 31일 기준 전국의 커피 판매점의 수는 총 83,363개로 집계된다. COVID-19가 발발한 2020년과 대비하여도 117.03% 증가한 수치이다. 특히 제주도는 COVID-19 확산으로 해외여행이 어려워지자 국내 관광객의 증가 등으로 1년 사이에 무려 증가율 122.25%로 전국에서 가장 높은 증가세를 나타냈다(국세통계, 2021). COVID-19로 포장(테이크아웃)과 배달의 증가, 소자본 신규 창업의 용이 등으로 내륙도시 지역의 카페 수가 증가한 것과 다르게 제주도의 경우 도서 관광지라는 지역의 특수성이 카페 수의 증가에 상당한 영향을 미쳤을 것으로 보인다.

또한, 카페는 단순히 커피를 파는 공간에서 갈수록 현대인의 삶에서 다양한 문화공간으로 변모하고 있다(최은지·김철중, 2020). 제주도의 경우 지역 주민 외에 관광객의 카페 투어 등 다른 도시 지역과 달리 방문

객이 점포에 머무르며 장소 자체를 소비하는 측면이 좀 더 강하고, 방문과 점포 선택하는 데 있어 SNS의 정보 및 내비게이션을 통한 안내 등 온라인의 영향력도 좀 더 크게 작용하며 카페 수의 증가에 영향을 끼쳤을 것으로 보인다. 그렇기에 카페의 입지 분포도 내륙 도시 지역의 카페가 주거지와 상업지에 밀집한 것과는 다소 다른 양상으로 자리 잡아 분포할 것이다.

본 연구의 목적은 제주도 지역 카페를 중심으로 점포의 입지분포에 작용하는 요인을 분석하는 것이다. 이를 위하여 먼저 제주도에 처음으로 카페가 입지한 이후 현재까지 시기별 카페 입지의 공간적 확산 과정을 살펴보고, 특히 COVID-19 발발 이후 카페의 신규 개업과 폐업에서 발견되는 카페 입지의 공간적 분포 특성을 파악한다. 다음으로 영업 중인 카페와 COVID-19 확산 기간에 신규 개업하거나 폐업한 카페의 분포에 영향을 끼친 지역 속성과 온라인의 영향력을 추정한다. 제주도 카페 입지분포의 공간적 특성은 커널 밀도 분석(kernel density analysis)을 통해 시각화하고, 일반선형회귀모델(ordinary least squares)을 구축하여 카페 분포에 영향을 끼친 온·오프라인의 특성을 도출한다. 추가로 카페의 입지분포와 온라인의 관계를 좀 더 심층적으로 파악하기 위해 제주도 카페에 관한 키워드 검색량을 토대로 빈도분석을 진행하고, 카페의 입지와 물리적 접근성과의 관계를 살펴보기 위해 도로 규모별(대로 및 소로) 카페 점포와의 최단 거리를 산출하여 거리에 따른 카페의 분포도를 살펴본다.

제주도 카페 자료는 지방행정인·허가데이터의 휴게음식점 데이터를 활용한다. 분석 대상인 카페의 범위는 휴게음식점 소분류 가운데 ‘다방, 떡 카페, 전통 찻집, 커피숍’과 그 외(공항, 과자점, 관광호텔, 극장, 기타휴게음식점, 백화점, 아이스크림, 유원지, 일반 조리판매, 키즈카페, 패스트푸드, 편의점, 푸드트럭) 점포 상호에 카페로 볼 수 있는 상호 명으로 ‘까페, 카페, 커피, 다방’ 등이 포함된 점포를 포함하여 집계한다.

2. 선행연구 검토

카페는 다른 업종에 비하여 상대적으로 배달, 포장 운영이 용이하기 때문에 점포의 규모와 임대료 등에 있어 비교적 자유로운 입지가 가능하며, 창업 초기 자본도 상대적으로 적게 들어 진입 장벽이 낮은 업종 특성을 나타낸다. 이제까지 카페를 대상으로 입지와 분포를 다룬 연구들도 이러한 업종 특성을 토대로 카페가 밀집한 주요 거리와 상권을 범위로 커피전문점의 공간 분포를 분석하거나 매출액 등 입지에 영향을 끼친 요인을 도출하였다. 도로, 지하철역 등 교통시설과의 접근성, 주거인구 및 유동인구 등 소비력, 지가와 매출액 등 토지의 가치와 경제성 등을 통해 카페 입지의 분포 특성을 밝혀 왔다(Chapple, 2009; 김아름, 2011; 신유진·문소연, 2011; 진찬중 외, 2012; Grinshpun, 2014; 김진우·이장우, 2017; 박기용 외, 2017; 정승영·최인섭, 2018; 김동준 외, 2019; 박소현 외, 2020).

최근에는 SNS의 발달과 영향력이 커지면서 SNS와 장소 입지와의 관계를 다룬 연구들이 소개되고 있다. 조상규·성은영(2012)은 SNS에 포스팅된 사진의 위치를 토대로 장소 선호에서 나타나는 공간 분포를 보여주었고, 추민식 외(2017)는 인터넷 블로그에서 특정가로 명의 출현 빈도를 통해 상업 시설의 입지 추세를 파악하였다. 김주일(2018)은 특히 요식업의 경우 장소 선택에 있어 SNS의 의존도가 높고 선호되는 점포의 입지는 점차 탈중심화되는 경향이 있다고 분석하였다. 물리적 접근성이 낮은 카페라도 방문객이 재방문 의사를 보였고(최은지·김철중, 2020), 도로 접근성이 낮아도 카페의 폐업 위험도가 높아지지 않았다는 분석 결과도 있다(송예나 외, 2020).

그런데 카페가 밀집한 도시 지역(상권)을 분석 대상으로 한 기존 연구들과 다르게 거주민 외에 외부에서 온 방문객이 주 수요층을 이루는 제주도와 같은 관광지역은 전통적으로 중요한 요인으로 작용해 온

카페의 물리적 입지와 교통 접근성의 영향력보다 SNS 등의 온라인의 영향력이 더 크게 작용할 것으로 여겨진다. 실제로 제주도에서 사용된 내비게이션(T-map) 목적지 빈도에서 카페는 계절과 상관없이 상위권에 도출되어 있었다(엄태휘 외, 2021). 제주도민뿐만 아니라 제주도를 방문한 관광객들도 온라인을 활용하여 카페 목적지를 검색한 후에 방문이 이뤄지고 있음을 알 수 있다. 도서 관광지역이라는 특성을 갖고 지역 주민 외에 방문객은 온라인을 활용하여 카페 투어 등 장소 자체를 소비하는 측면도 강하기 때문에, 카페의 입지분포에서도 여타 지역과 차이를 나타낼 것으로 판단된다. 그런데도 아직 제주도 지역을 대상으로 카페 수의 증가와 카페 입지의 공간적 분포 특성을 밝히려는 시도는 없었다. 또한, 온라인과 점포입지의 관계를 정형 및 비정형의 빅데이터를 활용하여 실증적으로 분석한 연구도 이루어지지 않은 상태이다.

3. 제주도 카페 현황 및 분포

1) COVID-19와 제주도

COVID-19의 대유행으로 사회적 거리두기 정책이

시행되는 동안 이동에 대한 통제와 더불어 대부분의 해외여행이 허락되지 않는 상황이 계속되면서 여행과 관련된 부문에서 가장 먼저 많은 변화가 나타났다(Gössling *et al.*, 2020; Gursoy and Chi *et al.*, 2020; 김호성·이금숙, 2021; 이금숙 외, 2021). 장거리보다는 근거리 중심으로, 실내 관광지보다는 실외의 자연, 휴양, 안전을 선호하는 여행 형태를 추구하게 되었다. 또한, COVID-19로 재택이나 원격 근무가 증가하면서 여행지에 머무르며 업무도 수행하는 워케이션(workation, 일(work)과 휴가(vacation)의 합성어)과 같은 새로운 관광 추세도 등장하였다(한국관광공사, 2021). 제주도는 자연 풍광이 뛰어나면서 국내 관광객이 바다를 건너 해외처럼 가는 느낌을 주는 곳으로 COVID-19 발발 이후 방문하고 싶은 국내 여행지에서 가장 높은 득표율(36.7%)을 차지하였고(한국관광공사, 2021; 한국문화관광연구원, 2021), SNS에서 내국인이 가장 선호하는 워케이션 지역으로 꼽히며 COVID-19 기간에도 상대적으로 관광객이 크게 줄지 않았다(한국관광공사, 2021).

그림 1은 COVID-19 전후로 제주도 내국인 입도객수의 월별 추이를 나타낸 것이다. COVID-19 발발 이전인 2018년과 2019년의 월별 추이는 대체로 유사한 패턴을 보인다. 그러나 COVID-19가 발발한 2020년 1월을 시작으로 전국 COVID-19 확진자 증가에

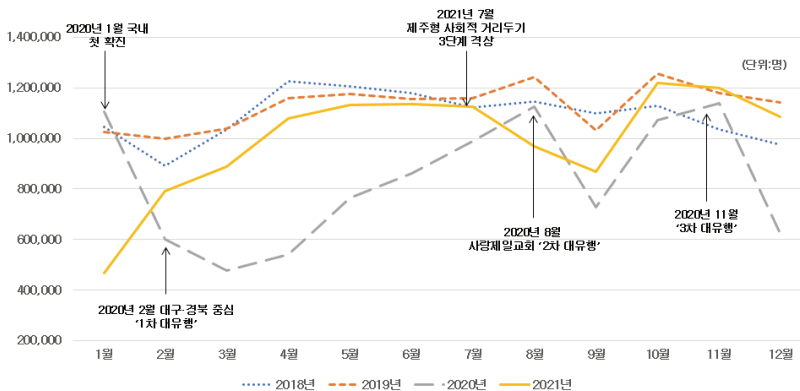


그림 1. 월별 제주도 관광객 증감 추이(2018-2021)

자료: 제주특별자치도

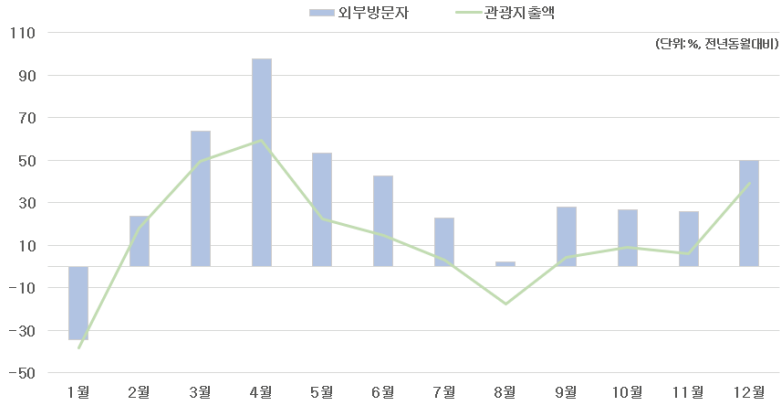


그림 2. 2021년 전년 동월 대비 외부 방문객 수 및 관광지출액 증감률

주) 관광지출액은 비씨카드와 신한카드 데이터로 제주도 전체업종에서 사용한 금액을 의미함
 자료: 한국관광공사 데이터랩

따라 제주도 방문 관광객 수가 급감하였다. 시간이 지나면서 사실상 해외여행이 어려워지고 근거리 중심의 국내 여행 수요가 증가하게 되면서 제주도 입도객 수는 점차 증가세를 나타냈다. 구체적으로 보면 2020년 1월 21일 국내에 COVID-19 첫 확진자가 발생한 이후 제주도의 방문객 수도 급감하여 2020년 3월에는 제주도방문객이 477,176명으로 전년 동월보다 무려 54% 감소하였고, 여름 휴가철임에도 불구하고 2020년 7월 방문객 수는 100만 명을 넘지 않았다. 2020년 연말연시 휴가와 맞물린 시점에도 COVID-19 확산으로 2021년 1월 방문객은 465,672명으로 다시 급감하여 전년 동월 대비 57.8% 감소한 것으로 나타났다. 그럼에도 COVID-19가 지속하면서 월별 방문객 수는 점차 증가세를 나타내며 회복세를 나타내고 있는 것으로 나타났다. 이는 2021년 전년 동월 대비 제주도의 외부 방문객 수 증감과 제주지역 관광지출액 증감 추이를 나타낸 그림 2에서도 확인할 수 있다. 2020년에 비하여 2021년에는 1월을 제외한 나머지 모든 달에서 제주도의 방문객 수가 증가하였고, 제주도에서 사용된 신용카드 금액도 COVID-19가 확산한 1월과 8월을 제외하고 증가추세를 나타냈다.

2) 제주도 카페 입지와 분포

제주도에는 1963년 카페(다방)가 문을 연 이후 2021년 12월 말 기준 총 1,944개의 카페가 영업 중이다. 그림 3은 제주도에 카페가 처음 등장한 시기부터 최근까지 카페의 개업과 폐업, 그리고 영업 중인 카페의 시계열 증감 추이를 나타낸 것이다. 카페의 개·폐업 상황을 고려하여 2000년대 이전 시기와 2000~2010년, 2011~2020년, 2021년 이후의 4단계로 구분할 수 있다. 그림 4는 4단계 시기별 제주도의 카페 개업과 폐업의 입지분포를 나타낸 것이다. 1963년부터 2009년까지 1단계 시기에 제주도에서 개업한 카페의 수는 382개이고, 동 기간 폐업 신고한 카페 수는 13개였다. 그 후 2001~2010년까지 463개의 카페가 개업하였고, 391개의 카페가 폐업하여 영업 중인 카페의 수는 계속해서 증가하였다. 특히 2011~2020년에는 제주도에서 카페의 개업이 급격히 증가한 시기로 이 기간 신규 개업한 카페 수는 2,478개이고, 폐업한 카페 수는 1,310개로 폐업보다 개업한 점포 수가 2배가량 많았던 것으로 나타났다. 이 시기에는 제주도 방문 관광객이 급격히 증가한 시기로 카페 수의 증가뿐만 아니라 카페의 입지분포도 확산한 시기로

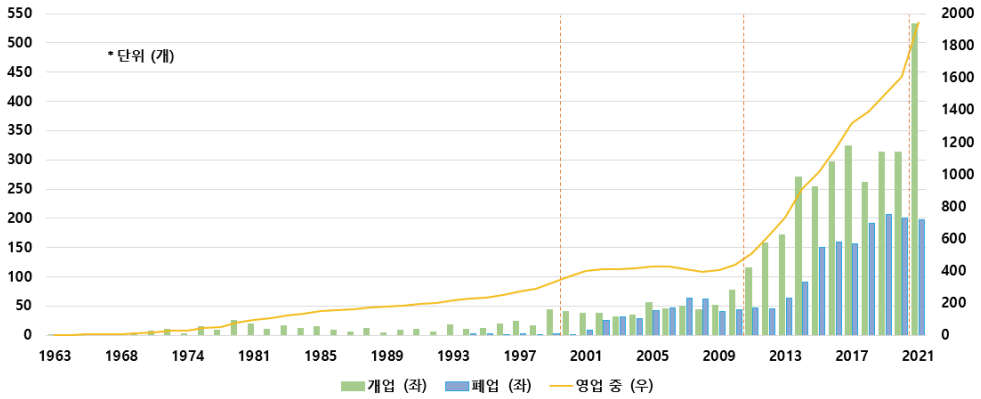


그림 3. 제주도 개·폐업, 영업 중인 카페 증감 추이
 자료: 지방행정인·허가데이터

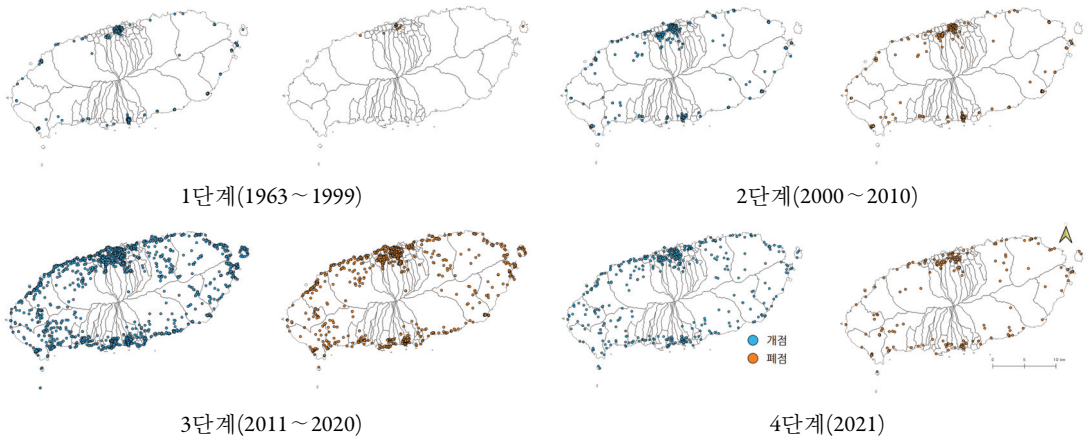


그림 4. 제주도 카페 개업(좌) 및 폐업(우) 입지분포 변화

다. 마지막으로 COVID-19의 영향이 반영된 4단계인 2021년 한 해 제주도에는 532개의 카페가 신규 개업하였다. 2020년과 대비할 때 69.97%의 증가한 것으로 내국인의 방문 증가가 카페의 개업 증가에 적지 않은 영향을 끼친 것으로 보인다.

그림 5는 COVID-19 상황에서도 다른 지역에 비해 상대적으로 카페의 개업과 영업이 활발했던 2021년을 기준으로 제주도에서 영업 중인 카페의 입지와 COVID-19 이후인 2020~2021년에 신규 개업한 카페의 입지, 그리고 폐업한 카페의 입지분포를 통해 카페 입지의 밀집도를 나타낸 것이다. 이를 위해 카페

점포별 커널 함수를 적용하여, 3000m를 검색 반경(대역폭)²⁾으로 밀도를 추정하였고 이를 시각화하였다. 전반적으로 신규 개업과 생존하여 영업 중인 카페 수가 많아 고밀도로 분포하는 양상을 나타내고 있으며 특히 제주시의 제주공항 주변, 해안도로와 서귀포시 중문관광단지를 중심으로 고밀도로 카페 밀집지가 형성되어 있다. 개업도 영업 중인 카페가 입지 분포한 곳의 인근으로 밀집하여 분포한 것으로 나타났다. 제주시의 경우 해안을 따라 한림읍의 협재해수욕장과 한림항 인근과 신창풍차해안도로를 따라 핫스팟을 이루고 있고, 서귀포시 경우에도 모슬포항과 산방산 인

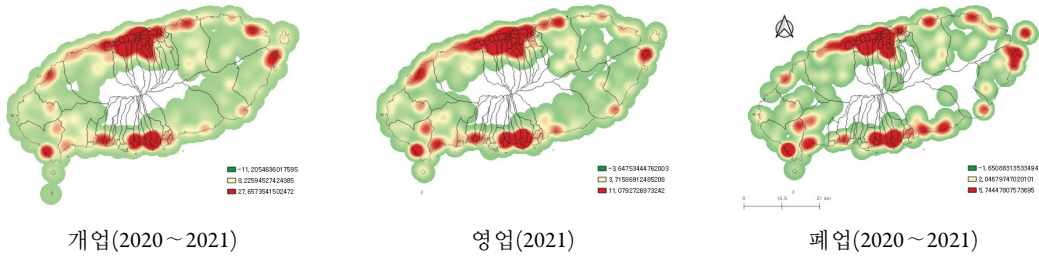


그림 5. 제주도 카페 입지의 공간 밀집성

근으로 신규 개업한 카페가 많음을 알 수 있다. 동부의 조천읍 거문오름, 휴애리 자연공원과 조천읍 거문오름 등 해안도로와 함께 한라산 주변의 숲길 인근에서도 작은 핫스팟을 형성하고 있다. 카페 개업이 많은 곳 중 해안가의 일부 관광지에서는 폐업의 밀집도도 높게 나타났다. 한림읍의 테마파크와 한경면의 미술관 등 실내 관광시설이 위치한 곳 주변에서 카페 폐업이 많은 것으로 나타났다. 이는 COVID-19로 국내 관광 수요에서도 사람이 많이 모이는 곳과 실내 관광지를 기피한 점, 사회적 거리 두기로 인한 문화시설 운영제한 등도 영향을 끼친 것으로 판단된다. 특히 개업과 달리 폐업의 경우 동부 지역에 강한 핫스팟을 형성하였다. 남원읍의 테마파크 및 남원종합경기장과 성산읍의 갤러리, 두모약 등 주요 체육시설 및 복합적 관광시설 등이 소재한 곳들이다.

4. 제주도 카페 입지분포에 작용하는 요인

1) 선형회귀모형을 통한 제주도 카페 입지분포에 작용하는 요인 분석

제주도 카페 입지분포에 영향을 미치는 요인을 추정하기 위해 선형회귀모형을 구축하였다. 2021년 기준 생존하여 영업 중인 카페와 COVID-19가 발발하여 지속되어 온 2020~2021년에 개·폐업한 카페의 분포

에 영향을 미친 지리적 요인을 파악하고자 하였다. 표 1은 회귀모형에 투입한 독립변수로, 카페가 분포한 법정동을 기준으로 인구 및 상업 특성, 토지이용 및 입지적 특성, 온라인의 특성 등을 변수로 구성하였다. 먼저 인구 특성으로 구매력 지표를 나타내는 주거인구 밀도와 카페의 주요 이용 연령대인 20대 주거인구를 변수로 투입하였고, 지역 상업의 규모를 파악할 수 있는 지표로 음식점업, 숙박업, 소매업의 점포 수를 변수로 구성하였다. 카페가 입지 분포한 곳의 토지 특성은 토지 용도가 공동주택인지, 관광지, 근린생활 용도인지 법정동별 용도별 연면적³⁾으로 변수를 투입하였다. 또한, 토지의 수요와 가치가 높은 곳에 카페 분포도 높을 것으로 판단되어 법정동별 평균공시지가도 변수로 구성하였다. 카페가 입지 분포한 곳의 물리적 접근성은 도로(대로, 소로)와의 최단 거리를 산정하여 투입하였고, 카페 점포 간의 최단 거리도 측정하여, 신규 개업 등 카페의 입지 선정과 분포에 있어 인근의 동종 카페가 밀집한 곳을 선호하는지 파악하였다. 다음으로 온라인의 특성을 엿볼 수 있는 지표도 변수로 구성하였다. 제주도 지역 내 차량 이동 시 이용하는 내비게이션(T맵) 목적지 정보에서 관광시설, 문화시설, 쇼핑 시설, 음식로 시설, 숙박 시설 등⁴⁾의 검색 건수를 법정동별로 정리해 투입하여 이들 시설의 분포가 카페의 분포에 영향을 끼쳤는지 보았다. 또한, N사 채널의 제주도 지역 검색량과 SNS상에서의 맛집 검색량도 변수로 구성하였다. 제주도 지역 검색량은 N사의 지식인과 블로그의 2020년 10월 1일~2020년 10월 31일의 기간 동안 “00동+제주” 키워

드 검색량의 자료를 수집한 것이고, SNS 맛집은 이금숙 외(2020)의 방법을 참고하여 2021년 10월 1일 기준 N사의 플레이스 정보에서 제주시, 서귀포시 음식점 중 방문 리뷰 수가 많아 음식점 정보로 제공된 345개

의 음식점을 SNS상의 인기 맛집으로 간주하여 법정동별로 맛집 수를 정리하였다. 표 2는 제주도 카페 입지분포에 영향을 미친 요인을 추정한 결과이다. 카페의 입지분포를 설명하는 회귀모델로 영업, 개업,

표 1. 변수의 기초통계량

변수		최소값	최대값	평균	표준오차	
카페(개)	영업(2021)	1	130	11.3	17.3	
	개업(2020~2021)	1	49	5.09	6.8	
	폐업(2020~2021)	1	22	3.34	3.8	
인구(2021)	20대 인구(명)	94	8,437	2,053.5	1,495.8	
	인구밀도(명/km ²)	7.3	16,810.2	1,132.9	2,763.7	
사업체(2021, 개)	음식점	4	1,591	113.35	200.6	
	숙박업	0	152	17.6	20.4	
	소매점	2	1,068	75	148.0	
토지이용(2021, m ²)	공동주택	0	7,718.6	858.6	946.0	
	관광시설	0	4,759.6	79.6	407.1	
	근린생활시설	93.9	1,149.3	232.1	127.4	
토지 가치	평균공지시가(2021, m ²)	40,371.8	2,017,716.9	92,233.7	9,223.3	
접근성 (2021, m)	대로와의 최단 거리	영업중	77.2	52,990.2	1,740.7	5,699.7
		개업	5.1	52,792.1	1,489.5	4,214.0
		폐업	46.9	52,942.1	1,575.0	4,943.5
	소로와의 최단 거리	영업중	5.5	709.4	94.1	81.1
		개업	0.4	650.03	87.7	88.1
		폐업	4.4	714.0	102.5	105.2
	점포 간 거리	영업중	34.7	3,188.1	475.2	441.5
		개업	40.4	52,249.3	1,048.2	4,058.2
		폐업	0.0	9,223.3	1,542.8	4,876.7
온라인 속성	내비게이션 목 적지 검색 (건수)	관광시설(2020~2021)	0	47	7.8	7.8
		문화시설(2021)	0	9	1.4	1.9
		쇼핑시설(2021)	0	214	14.8	26.8
		음식료시설(2020)	0	9	0.6	1.3
		숙박시설(2020)	0	11	0.6	1.3
	지역 검색(2020,10.1.~10.31. 건수)	260	1,963	1,347.7	510.1	
	SNS 맛집(2021,10.1. 개)	0	23	2.0	3.8	

영업 중(N=172), 개업(N=166), 폐업(N=119)

자료: 카페(지방행정인·허가데이터 휴게음식점), 인구(제주특별자치도청), 법정동별 면적(지목별 지적공부 등록현황), 음식점업, 숙박업, 소매업(소상공인시장진흥공단), 공동주택 및 관광시설, 근린생활시설 건물 연면적(국가공간정보포털), 평균공지시가 정보(국토교통부), 도로망(국토교통부), 내비게이션 목적지 정보(한국관광공사 데이터랩), 지역 검색 및 SNS 맛집 정보(네이버)

폐업의 3개의 선형회귀모델을 구축하였고, 모델별 설명변수 간에 다중공선성이 높은 변수들은 최종 변수에서 제거한 후에 추정하였다. 각 모델 모두 설명력이 높고 F값은 유의확률 .000($p < .05$)로 회귀선이 모델에 적합한 것으로 나타났으며, Durbin-Watson 값도 2에 근접하여 잔차들 간에 상관관계가 없어 회귀모델이 적합한 것으로 나타났다. 분석 결과, 제주도에서 영업 중인 카페의 분포에는 인구밀도(-), 카페 점포간의 거리(-), 음식점, SNS 맛집(-), 문화시설 내비게이션 목적지 검색, 근린시설, 공동주택(-), 음식료

시설에 대한 내비게이션 목적지 검색, 숙박 시설에 대한 내비게이션 목적지 검색(-) 등이 유의한 영향을 끼친 것으로 나타났고, COVID-19의 영향권에도 신규 개업한 카페에는 인구밀도(-), 음식점, SNS 맛집(-), 근린생활시설, 숙박 시설에 대한 내비게이션 목적지 검색(-) 등이 유의한 영향을 끼친 것으로 나타났다. 동 기간 폐업한 카페는 인구밀도(-), 소로와의 거리, 음식점, 근린생활시설(-), 공동주택 등과 유의한 관계로 나타났다. 카페의 분포를 결정하는 공통요인은 주거하는 인구의 밀집도는 낮지만, 동종업종

표 2. 제주도 카페 입지분포에 영향을 끼친 요인

종속변수	독립변수	표준오차	표준화 계수	t값	유의확률	VIF
영업	상수항	0.028				
	인구밀도(명/km ²)	0.046	-0.088	-1.889	0.061	2.826
	점포간 최단거리(m)	0.033	-0.08	-2.387	0.018	1.461
	음식점(개)	0.079	0.899	11.378	0.000	8.204
	SNS 맛집	0.052	-0.111	-2.14	0.034	3.519
	내비게이션 목적지: 문화시설	0.041	0.109	2.645	0.009	2.22
	근린생활시설(m ²)	0.071	0.183	2.583	0.011	6.61
	공동주택(m ²)	0.036	-0.091	-2.538	0.012	1.699
	내비게이션 목적지: 음식료 시설	0.05	0.116	2.315	0.022	3.294
	내비게이션 목적지: 숙박시설	0.052	-0.146	-2.783	0.006	3.6
$R^2 = .940$ Adjusted $R^2 = .870$ Durbin-Watson=1.723 F=68.243(p<.000)						
개업	상수항	0.036				
	인구밀도(명/km ²)	0.059	-0.141	-2.382	0.018	2.741
	음식점(개)	0.102	0.968	9.503	0.000	8.123
	SNS 맛집	0.067	-0.123	-1.834	0.069	3.509
	근린생활시설(m ²)	0.09	0.17	1.891	0.061	6.338
	내비게이션 목적지: 숙박시설	0.069	-0.121	-1.755	0.081	3.691
$R^2 = .900$ Adjusted $R^2 = .789$ Durbin-Watson=1.893 F=39.593(p<.000)						
폐업	상수항	0.042				
	인구밀도(명/km ²)	0.071	-0.191	-2.674	0.009	2.895
	소로 최단 거리(m)	0.044	0.091	2.052	0.043	1.115
	음식점(개)	0.124	1.046	8.449	0.000	8.729
	근린생활시설(m ²)	0.109	-0.317	-2.916	0.004	6.722
	공동주택(m ²)	0.056	0.094	1.696	0.093	1.758
$R^2 = .906$ Adjusted $R^2 = .793$ Durbin-Watson=2.028 F=29.202(p<.000)						

인 음식점은 많은 곳일수록 영업 중인 카페도 많고 신규 개업과 폐업도 많은 것으로 나타났다. 특히 COVID-19 기간에도 생존하여 영업 중인 카페와 신규 개업한 카페가 분포한 지역의 경우 주거인구의 밀집도는 상대적으로 낮고, 인근에 SNS 리뷰 맛집이 많지는 않지만, 음식점 등 음식료 시설이 많고, 근린생활 시설도 많은 특징을 나타냈다. 그러나 숙박 시설은 상대적으로 적었다. 특히 영업 중인 카페가 분포한 지역의 경우 내비게이션에서 지역 내 문화시설, 음식료 시설 등에 대하여 목적으로 검색한 건수가 많은 특징을 나타냈다. 반면에, 인근에 숙박업체는 상대적으로 적은 것으로 나타났다. COVID-19 기간에 폐업 신고한 카페가 분포한 지역의 경우 공동주택은 많지만, 상대적으로 주거하는 인구의 밀집도는 낮았고 동종업종인 음식점은 많으나 근린생활시설은 많지 않으며 카페의 위치는 상대적으로 소로와 먼 특징을 나타냈다. 특히 신규 개업 및 영업 중인 카페와 달리 폐업한 카페가 분포한 지역은 근린생활시설의 분포도는 낮고, 공동주택의 분포도는 높은 차이를 나타냈다.

2) 제주도 카페 입지분포와 온라인의 관계

앞서 선형회귀모델의 추정 결과 모바일 및 PC에서의 지역 검색량과 내비게이션 목적지 검색량 등 온라인 특성은 카페의 생존 분포와 유의미한 관계를 갖는 것으로 나타났다. 이를 기반으로 구체적으로 제주도 카페접근 수요에 작용하는 온라인의 영향력을 파악하였다(표 3). COVID-19 발발 이전인 2019년과 COVID-19의 영향권인 2020년, 2021년을 범위로 텍스트를 활용하여 N사와 D사의 블로그 채널에서 ‘제주(도) 카페’로 검색한 키워드 검색 건수를 수집하여 키워드 빈도분석을 하였다.

인터넷 사용자의 접근이 쉬운 블로그는 검색 공간에서 자유롭게 공시와 공유를 돕는 서비스이다(김은미 외, 2011). 검색한 키워드 분포를 보면, 가장 먼저 2019년 대비 2020년과 2021년에 ‘카페’, ‘제주도’, ‘제

주’에 관한 검색 빈도가 급격히 증가하였음을 확인할 수 있다. 2019년에는 제주도 지역 카페의 검색과 관련하여 주요 관광지인 ‘서귀포시’와 ‘한라산’, ‘목장’, ‘동물’ 등 체험 관련 관광 키워드가 상위로 함께 도출된 것으로 집계되었다. 2020년과 2021년에는 체험 등 면대면 관광보다는 자연환경과 관련하여 ‘해변’, ‘오션뷰’ 등이 새로운 키워드로 상위권에 등장하였고, 2019년과 달리 구체적인 지역명으로 ‘성산읍’, ‘함덕리’, ‘구좌읍’, ‘협재리’, ‘한림읍’ 등 주요 관광지가 아니었던 민가와 연안 지역 등이 새롭게 카페 관련 검색 키워드로 상위에 도출되었다. 이들 지역은 커널 밀도 분석에서도 핫스팟을 형성한 카페 밀집지이다.

여행지에서의 경험과 분위기 좋은 카페에서 커피를 마시거나 특별한 일상으로 여겨지는 무언가를 촬영하여 SNS에 올리는 행위가 증가하고 있으며 SNS 이용자들이 의해 생성되는 게시글에 의해 새로운 소비 중심지가 형성되고 있다(이채완 외, 2020; 이일섭 외, 2018). 본 연구의 키워드 빈도분석 결과에서도 제주도의 주요 관광지인 서귀포시 중문단지를 비롯하여 동부와 서부지역에 이르기까지 제주지역 곳곳에 분포한 카페에 대한 새로운 수요가 커졌음을 알 수 있다. 또한, ‘감성’과 ‘이색’, ‘핫플’ 등의 키워드를 통해 새로운 장소 소비에 대한 수요가 커진 것을 발견할 수 있다. 특히 구체적인 점포명과 지역명에 관한 키워드의 등장과 빈도 증가는 그만큼 제주도 카페에 대한 온라인 접근성이 더 다양해지고 확대된 것으로 해석할 수 있다.

3) 제주도 카페 입지분포와 오프라인 접근성의 관계

마찬가지로 선형회귀모델의 추정 결과를 토대로 구체적으로 제주도 카페 수요에 작용하는 오프라인 접근성도 확인하였다. 이를 위해 도로 규모에 따라 소로(12m 미만), 대로(25~40m)와 카페 점포와의 최단 거리를 산정하여 도로 거리 구간별 카페 수와 분포

를 도식화하였다(그림 6).

최단거리분석 결과, 제주도에 입지한 카페는 대체로 대로에서 1km 이내에 분포한 것으로 나타났다. 그중에서 대로와 100m 거리 안에 가깝게 분포한 카페

수는 327개이고, 100~200m 거리에는 311개, 200~300m 거리 구간에서는 261개, 300~400m 거리에는 254개로 대로와 멀어질수록 카페 수가 감소하다가 다시 500m~1km 거리 구간에 들면서 319개로 증가하

표 3. 키워드 빈도분석 결과

순위	‘제주(도) 카페’					
	2019		2020		2021	
	키워드	빈도(개)	키워드	빈도(개)	키워드	빈도(개)
	카페	3,285	카페	5,877	카페	6,532
	제주도	2,305	제주도	4,857	제주도	5,017
	제주	695	제주	1,280	제주	1,971
1	여행	316	여행	711	여행	902
2	추천	294	추천	596	추천	647
3	애월	210	애월	362	애월	565
4	바다	147	커피	346	맛집	454
5	커피	135	맛집	327	서귀포	411
6	한라산	131	서귀포	324	커피	246
7	서귀포	121	바다	275	바다	245
8	맛집	110	감성	159	감성	211
9	감성	97	위치	112	오션뷰	204
10	아이	82	소개	108	제주시	172
11	드르콴다	77	오션뷰	107	구좌읍	167
12	투어	69	투어	107	성산	160
13	위치	62	성산	100	핑크물리	159
14	소개	57	감귤	100	베이커리	157
15	세화	57	디저트	99	유명	119
16	공간	54	함덕	99	디저트	119
17	마노르블랑	53	새빌	96	위치	119
18	동물	50	날씨	88	협재	117
19	목장	50	제주시	86	한라산	112
20	구좌읍	48	이색	81	한림	111
21	해변	46	베이커리	76	동쪽	104
22	해수욕장	45	해변	76	구좌	101
23	봄날	45	공간	75	투어	97
24	하이엔드	44	해수욕장	75	근처	93
25	디저트	43	텔문도	74	소개	93
26	함덕	41	구좌읍	74	코스	87
27	새빌	40	근처	72	서쪽	87
28	날씨	37	월정리	71	시차	87
29	텔문도	36	서귀포시	70	해수욕장	86
30	월정리	36	한림	70	핫플	85

였다. 대로와 1km 이상 떨어진 곳에 분포한 카페도 472개로 적지 않았다. 국지도로, 골목길에 해당하는 소로와 카페 점포와의 거리를 보면 카페는 주로 200m 거리 안에 소로와 근접해 입지 분포하였다. 대로와 달리 거리 조락이 강하여 거리가 멀어질수록 카페 수는 감소세를 나타냈다. 거리 구간별로 확인해 보면 소로와 거리가 100m 안에 소재한 카페 수는 1,531개로 가장 많고, 이후 소로와 100m가량씩 멀어질수록 카페 점포 수는 감소하였다. 제주도의 경우 카페의 입지 선정에 있어 점포의 지리적 접근성이 상대적으로 유연하게 작용하고 있음을 알 수 있는 결과이다. 모바일 인터넷과 스마트폰 사용이 일상화되면서 언제든 정보탐색이 가능하고 정보를 쉽게 생산할 수 있게 되면서 과거 카페 입지분석을 진행한 연구에서 접근성이라는 요소는 고객만족도에서 중요한 요소 중 하나였지만 최근 연구(송예나 외, 2020)에서는 카페 위치가 도로와 멀어져도 폐업 위험률이 감소했다는 점

에서 새로운 입지형태가 나타나고 있음을 알 수 있다.

구체적으로 대로와 소로의 도로 번호별로 카페의 분포를 살펴보았다(그림 6)⁶⁾. 먼저 대로의 경우 1132번 일주동로(제주시 화북이동~서귀포시 법환동)와 인접한 카페는 403개로 가장 많은 카페가 도로와 줄을 지어 인접 분포하였고, 1132번 일주서로(서귀포시 법환동~제주시 도두이동)에도 172개의 카페가 인접하여 분포하였다. 그 밖에 제주시 노형동과 화북이동을 잇는 연복로(노형동~화북2동)에도 159개의 카페가 밀집하였다. 제주도의 경우 주거 밀집 지역보다 해안 도로를 중심으로 카페가 집중되어 있음을 알 수 있다. 대로가 특정 도로를 중심으로 카페가 집중되어 분포한 것과 달리 소로의 경우 소로 주변 곳곳에 분산되어 분포하였다. 소로 중 남원리와 태흥리 간에 이어진 남태해안도로(남원읍 남원리~태흥리)에는 12개의 카페가 인접하여 분포하였고, 다음으로 연화로1길로(연동) 원노형남2길(노형동) 등 사교육 시설 등이 밀

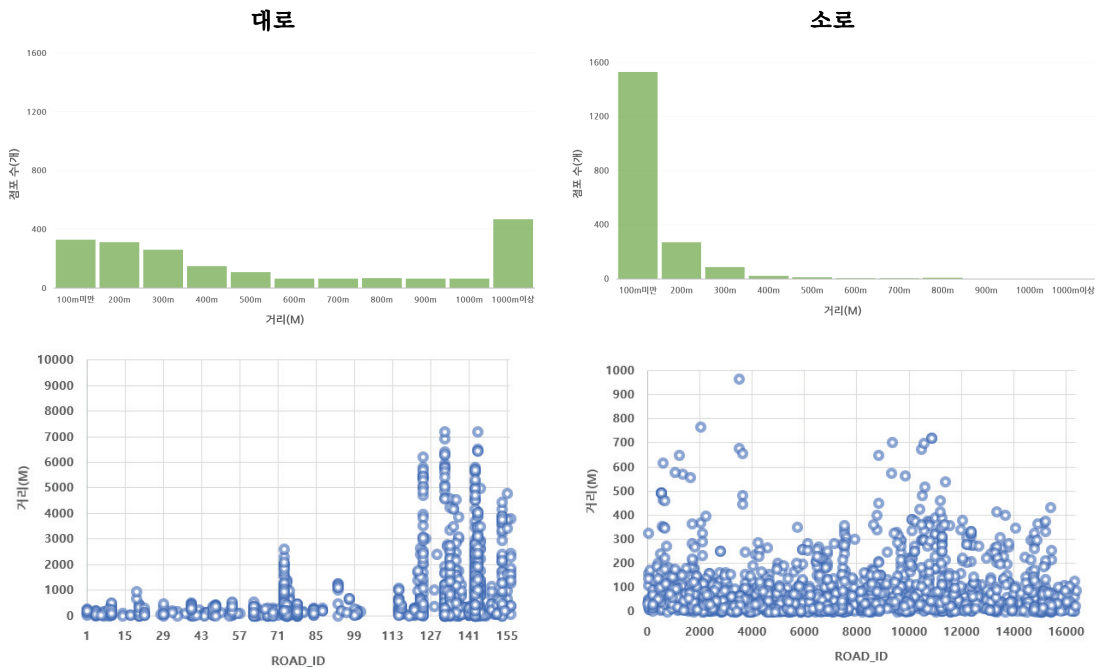


그림 6. 카페와 도로 간 최단거리분석 결과

집한 주거지역에서도 카페의 분포도가 상대적으로 높았다. 서호동과 동흥동을 잇는 태평로와 제주대학교 병원이 있는 아라일동의 아란13길 등 유동인구가 많은 지역에서도 카페의 분포도가 높은 것으로 산출되었다.

5. 결론

본 연구에서는 제주도 지역 카페를 중심으로 점포의 입지분포에 작용하는 다양한 요인을 분석하였다. 분석 결과는 다음과 같다.

첫째, 제주도에 처음 카페가 입지한 이후 현재까지 카페 수는 꾸준히 증가해왔다. 특히 COVID-19 발발 이후 국내 관광수요가 급증하자 자연 풍광을 즐기며 카페 장소를 소비하는 카페 투어 등으로 제주도가 더욱 주목받게 되면서 전국에서 가장 높은 카페 증가세를 나타냈다. 카페의 입지 분포도 제주시 공항 주변과 서귀포시 중문관광단지를 비롯하여 점차 동부와 서부 등의 일부 관광지와 한라산 숲길 주변 등 기존의 유명 관광지가 아닌 민가와 연안 지역의 물리적 접근도가 낮은 곳으로도 공간적으로 확산하는 양상을 보이며 핫스팟을 형성하였다.

둘째, 영업 중인 카페와 COVID-19 확산 기간에 신규 개업하거나 폐업한 카페의 분포에 영향을 끼친 지역 속성과 온라인의 영향력을 추정하였다. 공통으로 관광지의 지역 속성으로 주거인구의 밀집도가 상대적으로 낮은 지역이어도 동종업종인 음식점이 많은 곳에서 유의한 관계로 영업 중인 카페도 많고 신규 개업하고 폐업한 카페의 분포가 높은 것으로 나타났다. 특히 COVID-19 기간 동안 영업 중인 카페와 신규 개업한 카페가 분포한 지역에는 상대적으로 SNS 인기 맛집은 적어도, 내비게이션을 통해 지역 내 문화시설, 음식료 시설 등에 대한 목적지 검색량이 많았다. 반면에, COVID-19 기간에 카페가 폐업한 지역은 상

대적으로 공동주택의 분포는 높지만, 근린생활시설의 분포는 낮았으며 점포의 입지는 소로와 먼 특징을 나타냈다.

셋째, 카페의 분포를 결정하는 온라인의 영향력을 보다 구체적으로 파악하기 위해 제주도 카페에 관한 키워드 검색량에 대하여 빈도분석을 진행하였다. 그 결과, COVID-19 발발 전후로 제주도 카페에 관하여 새로운 지역과 장소에 대한 수요 등 온라인 접근성이 더욱 다양해지고 확대된 것으로 나타났다. 실제로 도로와의 거리를 산출하고 도로별 카페의 분포도를 살펴본 결과 전통적으로 중요한 요인으로 작용해온 도로 접근성이 낮은 지역에서도 카페의 분포가 높은 것으로 나타났다.

제주도는 관광지로 검색을 통해 주요 목적지가 정해진다는 특성을 갖는 도서 지역으로 내륙의 도시 지역과는 다소 다른 양상으로 카페가 입지 분포한 형태를 나타냈다. 제주도에 카페는 단순히 음식섭취만 이루지는 곳이 아닌 소비문화 공간으로서 방문객이 찾고 있으며 소비내용을 지리(위치)정보와 함께 SNS에 공유하면서 물리적 접근성에서 벗어난 지역으로도 접근이 이루어지고 있었다. 제주도에서도 온라인 접근도가 높은 지역은 방문 후 정보공유가 많이 이루어졌고, 정보통신과 교통수단의 발달로 관광객의 제주 지역 접근의 편리성 증가는 결과적으로 지역 방문객 수의 증가로 이어졌다.

본 연구는 제주도 지역 카페를 대상으로 온라인의 영향을 수치화하여 지리적으로 제시하며 경제 공간의 변화를 설명했다는 점에서 의미가 있다. 다만, 본 연구에서 수치화한 온라인 접근성은 연구 기간으로 설정한 2019~2021년에 대한 영향력으로 그 이전부터의 영향력의 정도와 변화는 고려되지 않아 결과 해석에 주의가 필요하다. 한편, 내륙의 도시 지역과 제주도 지역, 또는 내륙의 다른 관광지역까지 연구 범위를 확장하여 비교할 경우 카페의 여러 입지형태를 통해 지역 경제 공간의 변화과정과 지역 간의 차이를 발견하고 설명해 볼 수 있다. 이는 후속 연구로 남겨 둔다.

주

- 1) 최근 발표된 통계청 자료에 따르면 2021년 온라인쇼핑거래액은 192조 8,946억 원으로 전년 대비 21.0% 증가했으며, 특히 많이 증가한 상품군은 음식 서비스(48.2%), 음식료품(26.3%), 가전전자통신기기(25.8%) 등이다(통계청, 2021년 온라인쇼핑동향).
- 2) 제주도의 경우 목적지 이동시 도보 외에 승용차 이용이 빈번하므로 카페 점포 수 집계를 위한 공간 규모를 설정할 때 이를 고려하였다. 군집화 알고리즘의 중심연결법(centroid)에 착안하여, 제주도의 74개 법정동(리 제외)에 대하여 중심점(centroid)을 생성하였고 인접한 법정동 중심점 간의 거리를 산정한 결과 평균 3,277m로 산출되었다. 이를 토대로 밀도 산정할 때 3,000m를 대역폭으로 설정하였다.
- 3) 관광시설의 연면적에는 관광숙박시설과 관광휴게시설의 면적이 포함되며, 근린생활시설의 연면적에는 제1종근린생활시설과 제2종근린생활시설의 면적이 포함된다.
- 4) 관광지 시설로 기타관광지에는 관광단지, 전망대, 공항, 터미널, 데이트코스, 카지노 등이 포함되고, 역사 관광지에는 고궁, 고택/민속마을, 능묘, 문화유적지, 기념비, 탑 등이 포함된다. 자연 관광지는 강, 공원, 명산, 섬, 자연휴양림, 폭포, 호수, 등대, 항구 등을 말하며, 휴양관광지는 동·식물원, 온천, 수족관, 유원지, 놀이시설, 테마파크, 종합위락시설 등을 포함한다. 문화시설에는 과학관, 문화원, 미술관, 박물관, 전시관/장 등이 포함되고, 쇼핑 시설은 농·수·축산물시장, 면세점, 재래시장, 종합시장 등이 포함되며, 식·음료 시설은 한식, 중식, 일식, 카페 등이 포함된다. 숙박 시설에는 호텔, 펜션, 캠핑장, 등을 포함된다.
- 5) 텍스트은 소셜미디어 빅데이터 분석 프로그램으로 이를 활용하여 웹 문서에서 분석 키워드와 관련된 키워드를 수집하고 정제 처리한다(이종섭·문석재, 2021).
- 6) 그래프의 x축 ROAD_ID는 ArcGIS의 최단거리 분석시 연구자가 식별을 위해 편의상 부여한 번호이고, 본문에 기술한 번호는 도로 ID의 실제 도로 번호를 찾아 기재하였다.

참고문헌

- 김동준·김기중·이승일, 2019, “서울시 흥대상권 내 업종 변화 필지의 공간적 특성 분석: 상업 젠트리피케이션의 관점에서,” 국토계획 54(2), pp.5-16.
- 김아름, 2011, “커피전문점의 입지요인에 대한 연구-기존 12개의 커피전문점 사례를 중심으로,” 한국유통과학회 동계학술대회논문집, pp.419-433.
- 김은미·이준웅·장현미, 2011, “블로그 동기와 이용자 규모에 대한 인식이 블로그 운영과 지속의사에 미치는 영향: 상호작용적 매체 이용자로서의 블로거 연구,” 한국방송학보 25(6), pp.162-203.
- 김주일, 2018, “SNS 등 모바일 인터넷 매체의 활성화가 이용자의 장소선택과 요식업체 입지분포에 미치는 영향: 경주·포항 요식업체의 최근 입지 패턴 특성 분석을 중심으로,” 한국도시설계학회지 19(4), pp.125-138.
- 김진우·이장우, 2017, “커피전문점의 선택요인 중 입지, 점포 및 상품 특성에 관한 연구: 부산광역시 거주자를 중심으로,” 경영건설연구 17(1), pp.19-94.
- 김현·이금숙·이영현·송예나, 2021, “COVID-19 시기의 음식점 개폐점 연구: 서울시를 사례로,” 대한지리학회지 56(1), pp.35-51.
- 김호성·이금숙, 2021, “정보미디어의 발전에 따른 가상여행과 COVID-19 이후 여행산업의 변화,” 대한지리학회지 56(1), pp.1-14.
- 디지털데일리, 2021, 코로나19에도 카페 창업은 늘었다? SKT, 전국 상권 분석, 2021.12.23.
- 매일경제, 코로나19에 국내 여행객 늘자 3분기 창업 늘어난 업종이..., 2020.12.01.
- 신유진·문소연, 2011, “프랜차이즈 커피전문점의 입지특성이 매출액에 미치는 영향 분석,” 부동산학연구 17(2), pp.111-123.
- 박기용·김재환·김보은·황재훈, 2017, “입지패턴에 따른 커피전문점의 특성 분석 도시공간 해석을 중심으로,” 주거환경 15(1), pp.135-146.
- 박소현·어정민·이금숙, 2020, “커피전문점 생존 및 폐업 분포의 군집 유형별 생멸 특성,” 한국경제지리학회지 23(4), pp.408-424.
- 박소현·이금숙, 2021, “점포의 무인화와 소매점 입지: 서울시 무인 편의점과 무인 할인판매점을 대상으로,” 한국경제지리학회지 24(4), pp.411-424.
- 송예나·장한울·이금숙, 2020, “광주광역시 음식점 개폐업과 교통접근성의 상관관계 분석,” 한국경제지리학회지 23(4), pp.425-437.

- 신혜영·박소현·강성호·이금숙, 2021, “정형·비정형 빅데이터 분석을 통한 COVID-19와 지역 경제의 관계 -서울시 성동구를 대상으로-,” 대한지리학회지 56(4), pp.421-435.
- 엄태휘·고선영·정남호, 2021, “COVID-19 전후 제주도 내 비게이션 데이터를 이용한 주민 및 관광객의 이동밀도 및 목적지 군집분석 비교,” 인터넷전자상거래연구 21(2), pp.35-51.
- 이금숙·박소현, 2019, “업종별 창업 및 폐업의 지리적 특성 분석,” 한국경제지리학회지 22(2), pp.178-195.
- 이금숙·박소현·신혜영, 2020, “온라인 정보검색과 음식점 입지에 나타나는 변화: 서울시를 사례로,” 한국경제지리학회지 23(1), pp.56-70.
- 이금숙·박소현·함유희, 2021, “COVID-19 확산에 따른 사회적 거리두기 동안 나타나는 서울시 지하철 통행 변화와 역 배후지역의 지리적 특성,” 한국경제지리학회지 24(2), pp.127-142.
- 이일섭·김경규·이애리, 2018, “SNS 사용자에 의해 형성된 트렌드 중심지 도출을 위한 빅 데이터 분석 방법론 연구: 인스타그램 데이터 활용 공간분석을 중심으로,” Information Systems Review 20(2), pp.63-85.
- 이종섭·문석재, 2021, “빅데이터 분석을 이용한 포스트 COVID 시대의 여행 스트레스 연관 키워드 분석에 관한 연구,” 융복합지식학회논문지 9(4), pp.87-94.
- 이채완·오정민·이상호, 2020, “사람들은 왜 관광경험을 SNS 에 전시하는가?,” 관광연구저널 34(3), pp.21-32.
- 정승영·최인섭, 2018, “서울시 프랜차이즈 커피점 입지의 영향요인-스타벅스 커피전문점을 중심으로,” 한국 국토정보공사(지적과 국토정보) 48(1), pp.245-253.
- 조상규·성은영, 2012, “장소중심의 공간계획을 위한 인터넷 사진 정보 활용 방안,” 건축도시공간연구소, AURI-기본-2012-12.
- 진찬중·박현신·강준모, 2012, “홍대앞 커피전문점의 입지 성향에 관한 실증분석,” 한국도시설계학회지 13(5), pp.71-82.
- 최은지·김철중, 2020, “문화공간 카페의 특성이 고객만족도 및 재방문 의도에 미치는 영향 연구,” 문화산업연구 20(4), pp.163-174.
- 추민식·권수아·권영상, 2017, “SNS 데이터를 활용한 저층 주거지 상업화 특성 및 건축물 변화 분석,” 2017 대한건축학회 춘계학술발표대회논문, pp.381-382.
- 통계청, 2022, 2021년 12월 및 연간 온라인 쇼핑 동향.
- 한국관광공사, 2021, 코로나시대 국내여행, ‘세대별’로 어떤 차이가? - 한국관광공사, ‘한국관광 데이터랩’ 통신데이터 활용 분석 -.
- 한국관광공사, 2021, 트렌드로 떠오른 ‘위케이션’성장 전망 속, 경쟁력 갖춘 지역 발굴 및 사업기획 포착 - 관광트렌드 발굴 사업까지, 빅데이터로 트렌드 읽기 -.
- 한국관광공사, 2021, “빅데이터 기반 신규 관광트렌드 및 사업 발굴 위케이션 후보지 발굴과 경쟁력 분석을 중심으로,” 데이터엔투어리즘 6.
- 한국문화관광연구원, 2021, “코로나19의 관광산업 영향과 대응방안,” 정책연구 2020-22.
- 국토교통부, 2021, 용도별 건물정보, (최종열람일: 2022년 02월 23일)
- 국토교통부, 2021, 평균공지시가, (최종열람일: 2022년 03월 08일)
- 국토교통부, 2022, 도로/용도구역, (최종열람일: 2022년 03월 08일)
- 국세통계, 2021, 8월 사업자현황, 100대 생활업종 (최종 열람일: 2021년 11월 26일).
- 네이버 플레이스, 2021, (최종열람일: 2021년 11월 26일)
- 소상공인진흥공단, 2021, 상가(상권)정보. (최종열람일: 2022년 01월 13일)
- 제주특별자치도청, 2021, 주민등록인구통계, 지목별 지적공부 등록현황, 토지거래현황, (최종열람일: 2022년 03월 23일).
- 한국관광공사, 주차별 (2021.11.15.~11.21) 지역방문자 수 및 관광 지출 분석 (최종열람일: 2021년 11월 26일).
- 한국관광공사 데이터랩, 2020-2021, (최종열람일: 2020년 03월 13일)
- 행정안전부, 2021, 지방행정인·허가데이터 휴게음식점, (최종열람일: 2021년 12월 31일)
- Chapple, K., 2009, *Mapping Susceptibility to Gentrification: The Early Warning Toolkit*, The Center for Community Innovation, Berkeley, California: University of California.

- Clarke, G., Thompson, C. & Birkin, M., 2015, The emerging geography of e-commerce in British retailing, *Regional Studies, Regional Science* 2(1), pp.371-391.
- Corradini C., 2021, The geography of innovation as reflected by social media. *Environment and Planning A: Economy and Space* 53(2), pp.227-229. DOI: 10.1177/0308518X20961107.
- Crewe, L., 2000, Geographies of retailing and consumption, *Progress in Human Geography* 24(2), pp.275-290.
- Gössling, S., Scott, D., Hall, C.M., 2020, Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19, *Journal of Sustainable Tourism* 29(1), pp.1-20.
- Grinshpun, H., 2014, Deconstructing a global commodity: coffee, culture, and consumption, *Journal of Consumer Culture* 14, pp.343-364.
- Gursoy, D. and Chi, C.G., 2020, Effects of COVID-19 pandemic on hospitality industry: review of the current situations and a research agenda, *Journal of Hospitality Marketing and Management* 29, pp.527-529.
- Lösch, A., 1954, *The Economics of Location*, Yale University Press: New Haven(first German edition, 1940).
- Park, S. and Lee, K., 2021, Examining the Impact of E-Commerce Growth on the Spatial Distribution of Fashion and Beauty Stores in Seoul, *Sustainability* 13(9), 5185.
- Picot-Coupey, K., Hure, E., Cliquet, G., and Petr, C., 2009, Grocery shopping and the Internet: Exploring French consumers' perceptions of the 'hypermarket' and 'cybermarket' formats, *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research* 19, pp.437-455.
- Stern, N. Z., 1999, The Impact of the internet on retailing, *International Trends in Retailing* 16(2), pp.71-87.
- Tranos, E. and Nijkamp, P., 2013, The death of distance revisited: Cyber-place, physical and relational proximities, *Journal of Regional Science* 53, pp.855-873.
- 교신: 이금숙, 서울특별시 성북구 보문로 34다길 2, 성신여자대학교 지리학과, 전화: 02-920-7512, 이메일: kslee@sungshin.ac.kr
- Correspondence: Keumsook Lee, Department of Geography, Sungshin Women's University, 2 Bomunro 34da-gil, Seongbukgu, Seoul, Korea, Tel: +82-2-920-7512, Email: kslee@sungshin.ac.kr
- 최초투고일 2022년 03월 10일
수정일 2022년 03월 21일
최종접수일 2022년 03월 25일