

석사학위논문

한한령(限韓令)으로 인한 삼청동
상권변화와 임대료 영향 분석

- 화장품점을 중심으로 -

2021년

한성대학교 부동산대학원

부동산개발·관리전공

전 희 정

석사학위논문
지도교수 백성준

한한령(限韓令)으로 인한 삼청동 상권변화와 임대료 영향 분석

- 화장품점을 중심으로 -

Analysis of Commercial District Changes and
Impact Rent in Samcheong-dong Due to the Law
that Bans Korean Culture in China.

- Focusing on Cosmetics Stores-

2021년 6월 일

한성대학교 부동산대학원

부동산개발·관리전공

전 회 정

석사학위논문
지도교수 백성준

한한령(限韓令)으로 인한 삼청동 상권변화와 임대료 영향 분석

- 화장품점을 중심으로 -

Analysis of Commercial District Changes and
Impact Rent in Samcheong-dong Due to the Law
that Bans Korean Culture in China.

- Focusing on Cosmetics Stores-

위 논문을 부동산학 석사학위 논문으로 제출함

2021년 6월 일

한성대학교 부동산대학원

부동산개발·관리전공

전 회 정

전희정의 부동산학 석사학위 논문을 인준함

2021년 6월 일

심사위원장 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

국 문 초 록

한한령(限韓令)으로 인한 삼청동 상권변화와 임대료 영향 분석 - 화장품점을 중심으로 -

한 성 대 학 교 부 동 산 대 학 원
부 동 산 개 발 · 관 리 전 공
전 희 정

삼청동은 중국 관광객들에게 명동, 인사동 대안으로 떠오르는 관광명소가 되었고 지나치게 중국 관광객들에게 의존한 상권으로 치우침에 따라 내국인 방문객은 줄어들게 되었다. 2016년 7월 한한령(限韓令)으로 인하여 중국 관광객들이 한국을 방문하지 않게 됨으로써 중국 관광객 의존 상권이 되어버린 삼청동은 예전 명성을 회복하지 못하게 되었다. 본 연구에서는 삼청동이 중국 관광객들의 관광명소가 된 이유에 대하여 알아보고, 한한령(限韓令) 이전과 이후 삼청동 상권 변화와 그에 따른 임대료 영향 분석을 하여, 주요 관광지의 상업가로 들이 외국 관광객들의 편향적상권이 되지 않길 바라며, 내국인 방문객이 주체가 되는 지속 가능한 상업가로가 될 수 있도록 문제를 제기하고자 한다.

연구의 이론적 배경으로 삼청동 상권의 선행연구 및 중국 관광객 특성, 구

매 행동 등 자료를 수집하여 이론적 근거를 제시하고 시계열 분석, 사례 분석을 한다. 또한 대상지역의 연구가설을 설정하여 2011년부터 2020년까지 다중회귀분석을 실시하였으며 가설검증을 통하여 삼청동 상권변화에 영향을 미치는 요인을 확인하고 임대료에 미치는 영향을 분석하고 결과를 제시한다.

본 연구의 결과로 중국 관광객 수가 삼청동 상권과 임대료에 영향을 미친 것으로 분석되었으며, 삼청동 공실 증가 원인은 높아진 임대료를 지불하던 화장품점들이 폐점하게 되면서 장기공실로 남아있기 때문이며 이로 인해 공실률이 2020년 기준 39.1%로 증가하는 현상이 발생되었다. 한한령(限韓令) 이후 삼청동 상권에 임대료 하락의 영향을 주었으며 화장품점 입지의 업종 변경 이후 임대료도 이전과 비교하여 약 33% 인하된 것을 확인되었다.

【주요어】 한한령(限韓令), 삼청동 상권변화, 임대료 변화, 화장품점

목 차

제 1 장 서 론	1
제 1 절 연구의 배경 및 목적	1
제 2 절 연구의 범위 및 연구 방법	2
제 2 장 상권의 정의 및 선행연구 분석	5
제 1 절 상권의 정의	5
1) 상권의 형성 및 상가 입점 요인	5
2) 상권의 정의 및 점포구분	6
제 2 절 선행연구 분석	7
1) 상업입지 선행연구	7
2) 국내 관광객 행동특성 분석	9
가) 명동지역 선행연구	10
나) 인사동지역 선행연구	12
3) 중국 관광객 특성 선행연구	12
4) 화장품점 특성 선행연구	17
5) 삼청동 상업가로 활성화 단계 선행연구	17
제 3 절 차별성	18
제 3 장 삼청동 상권 특성 및 변화	19
제 1 절 삼청동 상권	19
1) 삼청동 지역 특성	19
2) 삼청동 가구수 및 인구수	21

3) 중국 관광객의 증가 이유	22
제 2 절 삼청동 상권분석(화장품점을 중심으로)	26
1) 조사대상 및 자료수집	26
2) 분석방법	26
가) 시계열 분석	26
나) 사례분석	27
제 4 장 삼청동 화장품점 분석	35
제 1 절 연구모형 및 연구가설	35
1) 연구모형	35
2) 연구가설	35
제 2 절 한한령(限韓令) 이후 삼청동 상권	36
1) 중국 관광객 수 변화	36
2) 화장품 주식 시장	38
3) 화장품점 업종 변화	38
가) 화장품점 개·폐점 누계 및 폐점률	40
나) 화장품점 개점 대비 3년 후 생존율	41
다) 화장품점 개점누계 대비 공실누계 및 공실률	42
라) 화장품점 개점누계 대비 생존점포수와 폐점시점 이후 생존율	44
마) 화장품점 폐점누계 대비 공실누계 및 공실률	45
4) 삼청동 화장품점 특정대상지 임대료 변화	47
제 3 절 가설검증	50
1) 연구가설① 검증	51
가) 세부가설1-1 검증	51
나) 세부가설1-2 검증	52
다) 세부가설1-3 검증	53
2) 연구가설② 검증	54

가) 세부가설2-1 검증	54
나) 세부가설2-2 검증	56
제 4 절 가설검증 요약	57
 제 5 장 결 론	 60
제 1 절 연구 결과	60
제 2 절 연구의 시사점과 한계점	61
 참 고 문 헌	 63
 ABSTRACT	 67

표 목 차

[표 2- 1] 점포의 유형별 분류	7
[표 2- 2] 국내 관광객 삼청동길 방문자 행태의 빈도	0
[표 2- 3] 삼청동을 선택하는 중국 관광객 특성	13
[표 2- 4] 방한 중국관광객의 쇼핑품목 및 구매 비율	15
[표 2- 5] 중국 관광객의 주요 방한 목적	16
[표 3- 1] 삼청동 연도별 인구수 및 가구수	21
[표 3- 2] 2017년 중화권 관광객 관심장소 순위	23
[표 3- 3] 한류 드라마 및 영화 촬영지	24
[표 3- 4] 삼청동 화장품점 연도별 개점현황	28
[표 3- 5] 삼청동 총 사업체 수	34
[표 4- 1] 연도별 중국 관광객 수 변화	37
[표 4- 2] 국내 관광 관련 품목의 누적 초과수익률	38
[표 4- 3] 삼청동 화장품점 생존기간 및 개점 전·후 업종 변화	39
[표 4- 4] 연도별 개·폐점 누계수 및 폐업률	40
[표 4- 5] 연도별 개점 대비 3개년 생존률	41
[표 4- 6] 화장품점 개점누계 대비 공실누계 및 공실률	43
[표 4- 7] 개점누계 대비 생존 점포수와 폐점시점 이후 생존율	44
[표 4- 8] 폐점누계 대비 공실누계와 공실률	45
[표 4- 9] 삼청동 화장품점 공실률	47
[표 4-10] 대상지 [A]의 화장품점 개점 전·후 임대료	48
[표 4-11] 대상지 [B]의 화장품점 개점 전·후 임대료	49
[표 4-12] 설정된 가설	50
[표 4-13] 세부가설 1-1 다중 회귀분석 결과	51
[표 4-14] 세부가설 1-2 다중 회귀분석 결과	52
[표 4-15] 세부가설 1-3 다중 회귀분석 결과	53
[표 4-16] 삼청동 연도별 임대료 지수	54

[표 4-17] 세부가설 2-1 다중 회귀분석 결과	55
[표 4-18] 세부가설 2-2 다중 회귀분석 결과	57

그 립 목 차

[그림 1- 1] 연구의 흐름도	4
[그림 2- 1] 연도별 쇼핑품목 및 구매 비율 추이	15
[그림 2- 2] 중국 관광객의 주요 방한 목적 추이	16
[그림 3- 1] 삼청로	20
[그림 3- 2] 북촌로 5길	20
[그림 3- 3] 북촌로 5가길	20
[그림 3- 4] 북촌로 5나길	20
[그림 3- 5] 삼청동 인구수 및 가구수 추이	22
[그림 3- 6] 외국인 주요 방문지	25
[그림 3- 7] 삼청동 상권의 업종 변화시기	27
[그림 3- 8] the SAME, KIEHL'S 화장품 매장 외관	30
[그림 3- 9] 문샷 화장품점 외관	31
[그림 3-10] 리아네이처 외관 및 내부 전경	32
[그림 3-11] 이니스프리 제주 하우스 외관 및 내부 전경	32
[그림 3-12] 닐스야드 레머디스 외관	33
[그림 4- 1] 연구모형	35
[그림 4- 2] 연도별 중국 관광객 수 변화 추이	37
[그림 4- 3] 연도별 개 · 폐점 누계수 및 폐점률 추이	41
[그림 4- 4] 연도별 개점대비 3년 후 생존율 추이	42
[그림 4- 5] 개 · 폐점 누계 및 공실률 변동 추이	43
[그림 4- 6] 개점누계 대비 생존점포수와 폐점시점 이후 생존율 추이	45
[그림 4- 7] 폐점누계 및 공실누계와 공실률 추이	46
[그림 4- 8] 대상지 [A]의 임대료 지수 변화 추이	48
[그림 4- 9] 대상지 [B]의 임대료 변화 추이	49
[그림 4-10] 중국 관광객 수와 임대료 추세	55
[그림 4-11] 화장품점 영업 점포수와 임대료 추세	56

제 1 장 서론

제 1 절 연구의 배경 및 목적

삼청동은 한류¹⁾의 영향으로 중국 관광객들의 주요 방문지인 명동·인사동의 대안으로 떠오르는 관광 명소가 되었으며 중국 관광객들을 위한 편향적 상업가도로 전환되었다.

하아정(2014)²⁾은 “한류의 영향으로 한국 화장품의 소비가치와 소비자들이 한국 화장품에 대한 선호도가 상승하고 품질에 대한 평가도 우수한 것으로 나타나있어 중국 화장품시장에서 큰 영향을 이루었으며, 한국과 중국이 수교한 이후 양국 사이의 무역이 급속히 확대되고 수많은 한국 기업들이 중국에 진출하였기 때문에 중국 소비자들은 영화, 음반, 드라마 등 한류의 중심인 대중문화와 관계가 있는 상품뿐만 아니라 한국 브랜드의 가전제품, 자동차, 화장품 등에 익숙해졌다...(중간생략)...한류로 인해 대중문화 상품의 판매에서 관련 파생상품의 판매로 연결 되었으며 한국 제품에 대한 선호도를 높이고 한국에 대한 이미지를 제고하는 효과를 보였다”고 했다.

2016년 7월 발표된 한국의 사드(THAAD·고고도 미사일방어체계) 배치 결정에 따른 중국 내 보복으로 한한령(限韓令)³⁾이 시작되었다. 유양(2017)⁴⁾은 “한한령(限韓令)이 실제로 존재하는 법은 아니지만, 한국을 제한하는 명령으로 한국에 대한 무역제재에 편의상 붙여진 이름이고, 2016년

1) 한류(韓流) : 한국의 문화가 해외로 전파되어 인기리에 소비되고 있는 현상을 말하며, 중국에서는 “한국대중문화를 선호하고 따라 배우는 문화현상”을 가리키는 말. 자료출처 : 하아정(2014). pp10

2) 하아정. (2014). “한류현상이 한국상품의 소비가치 및 구매의도에 미치는 영향 ; 명동지역 상권 중국관광객을 중심으로”. 경희대학교 경영대학원 석사학위논문

3) 한한령(限韓令) : 중국 내에서 한국에서 제작한 콘텐츠 또는 한국 연예인이 출연하는 광고 등의 송출을 금지하는 것으로 '금한령(禁韓令)'이라고도 한다. 자료출처 : 시사상식사전
<https://terms.naver.com/entry.naver?docId=3548793&cid=43667&categoryId=43667>

4) 유양. (2017). “ ‘한한령(限韓令)’과 중국인의 한국 및 한국 콘텐츠에 대한 태도 ; 한국 경험 및 한국 콘텐츠 이용 경험의 차이를 중심으로”. 국민대학교 일반대학원 석사학위논문. pp. 13-15
한한령(限韓令)을 직역하면 ‘한국을 제한하는 명령’이라 불려 지며, 중국 내 한류 금지령을 일컫는다.

7월 발표된 한국의 사드 배치에 대한 보복으로 지금의 한한령(限韓令)이 시작되었으며, 중국이 공식적으로 발표하지는 않았지만, 한한령(限韓令)의 기본적인 내용에는 중국인들의 한국 단체 관광 금지, 중국 내 한류 연예인 출연 및 한국 드라마 방영 금지, 중국내 한국 상품 판매 제한 및 매진 표시 등이 있다”고 말했다.

한한령(限韓令) 이후 중국인 소비 의존도가 높은 화장품 관련주들이 주식 시장에서 큰 타격을 입기도 했다. 2020년 7월 1일 한국관광공사와 중국 최대 여행기업인 트립닷컴 그룹이 공동으로 한국 관광 상품 판촉⁵⁾을 계기로 중국의 한한령(限韓令) 해제가 시작됐다는 평가가 나왔지만 코로나 바이러스 감염증-19 (COVID-19)이 확산되면서 이 또한 중단되었다.

본 연구를 통해서 중국 관광객들의 주요 관광 목적지인 삼청동에 대하여 한한령(限韓令) 이전과 이후의 상권 변화와 임대료 영향 분석 결과를 확인하고 주요 관광 목적지의 상업가치가 외국관광객들의 편향적상권이 되지 않고 내국인 방문객이 주체가 되는 지속 가능한 상업가치가 될 수 있도록 문제를 제기하고자 한다.

제 2 절 연구의 범위 및 연구 방법

본 연구의 사례 지역인 삼청동은 원래 한옥과 작은 갤러리가 모인 고즈넉한 옛 마을 분위기를 가지고 있는 서울에서 몇 안 되는 지역이었다. 2005년경 국립현대미술관 서울관이 삼청동에 들어설 것이라는 얘기가 나온 이후 언론의 주목을 받기 시작하며 새로운 핫 플레이스로 떠오르고 내국인들의 발길이 이어지면서 본격적인 상업화가 시작되었다. 삼청동은 ‘강북의 강남’으로 불리며 상업화된 인사동의 대안공간과 창의적 디자인 소품이 가득한 거리 등으로 상징화되었다.⁶⁾ 이후 삼청동은 중국 관광객들에게 명동과 인사동 대안으로 떠오르는 관광명소가 되었고 지나치게 중국

5) 한국경제. 2020년 06월 30일자. “‘한한령’ 해제‘그린라이트’?...중전역서 한국관광상품 판다”
자료출처 : <https://www.hankyung.com/life/article/202006305094g>

6) 매경프리미엄. (2016.09.22) ‘서울 핫플레이스들 찾아가 문화적 상징성 소비해볼까’
자료출처 : <https://mk.co.kr/premium/life/view/2016/09/16188/>

관광객들에게 의존한 상권으로 치우침에 따라 내국인 방문객은 줄어들게 되었다. 2016년 7월 한한령(限韓令)으로 인하여 중국 관광객들이 한국을 방문하지 않게 됨으로써 중국 관광객 의존 상권으로 변한 삼척동은 예전 명성을 회복하지 못하게 되었다.

이에 본 연구에서는 삼척동이 중국 관광객들의 관광명소가 된 이유에 대하여 알아보고, 한한령(限韓令) 이전과 이후 삼척동 상권 변화와 그에 따른 임대료 영향 분석을 하고자 한다. 구체적인 연구의 방법은 다음과 같다.

제1장 연구의 배경과 연구목적, 연구의 범위와 연구방법 등에 대하여 서술 하였다.

제2장 연구의 이론적 배경으로 상권의 정의 및 선행연구를 분석하여 본 연구와의 차별성을 살펴봄으로써 이론적 근거를 제시하였다.

제3장 삼척동 상권 특성 및 분석을 위한 자료의 수집 및 분석방법을 기술함으로써 연구 설계 및 방법을 제시하였다.

제4장은 연구모형 제시 및 연구가설을 설정하고 가설검증을 통하여 삼척동 상권 변화에 미치는 영향 및 임대료 영향 분석을 통해 나타난 결과를 제시하였다.

제5장은 연구결과에 대하여 서술하고, 본 연구에 따른 시사점, 연구의 한계점과 향후 연구방향을 제시하였다.

본 연구의 흐름은 다음 [그림 1-1]과 같다.

구 분	주요 내용	
제 1 장 서 론	연구의 배경 및 목적	
	연구의 범위 및 연구 방법	
제 2 장 상권의 정의 및 선행연구 분석	상권의 정의	· 상권의 형성 및 상가 입점요인 · 상권의 정의 및 점포구분
	선행연구 분석	· 상업입지 선행연구 · 국내 관광객 행동특성 분석 · 중국 관광객 행동특성 분석 · 화장품점 특성 선행연구 · 삼청동 상업가로 활성화 단계 선행연구
	선행연구와의 차별성	
제 3 장 삼청동 상권 특성 및 변화	삼청동 상권	· 삼청동 특성 · 삼청동 가구수 및 인구수 · 중국 관광객의 증가 이유
	삼청동 상권 분석	· 조사대상 및 자료수집 · 분석방법(시계열 분석, 사례 분석)
제 4 장 삼청동 화장품점 분석	연구모형 및 연구가설	· 연구모형 · 연구가설
	한한령(限韓令) 이후 삼청동 상권	· 중국 관광객 수 변화 · 화장품 주식 시장 변화 · 화장품점 업종 변화 · 화장품점 특정대상지 임대료 변화
	가설 검증	· 연구가설① 검증 · 연구가설② 검증
	가설 검증결과 요약	
제 5 장 결 론	연구결과	
	연구의 시사점과 한계점	

[그림 1-1] 연구의 흐름도

제 2 장 상권의 정의 및 선행연구 분석

제 1 절 상권의 정의

1) 상권의 형성 및 상가 입점 요인

상업입지 이론은 크리스탈러(Christaller) 중심지 이론⁷⁾, 뢰슈(A. Losch)의 중심지 이론, 레일리(W. Reilly)의 소매인력법칙⁸⁾, 허프(D. L. Huff)의 중심지 이론; 확률모형⁹⁾의 입지적 상호의존성 원리 등이 있다. 그 중 크리스탈러(Christaller)의 중심지 이론은 다양하게 논의되던 상권의 범위를 고차원 중심지와 저차원 중심지를 구분하여 시장지역 경계를 이론화, 체계화한 대표적인 연구이다.¹⁰⁾

상업용 부동산은 수익형 부동산의 특성상 거래를 통한 이익을 창출하는 것을 목표로 한다. 따라서 특정 상권의 형성 및 성장은 상권에 입지하는 점포들의 이익, 통상적으로 매출액의 규모와 성장성에 달려있으며, 경제적 요인들로 물리적 요인, 외부요인, 내부요인들이 종합적으로 고려되어 이윤을 최대화할 수 있는 지점에 상가가 입지하게 된다.¹¹⁾

7) 중심지 이론 : 크리스탈러(W. Christaller)가 주변 지역에 재화와 용역을 공급하는 중심지의 분포와 계층구조에 관한 공간적 규칙성을 규명한 이론. (중심지의 규모를 고차 중심지에서 저차 중심지로 하야적 분류하고 원형의 중심지의 영향권이 서로의 경쟁을 위해 주변 지역을 흡수 경쟁을 하다가 별집모양(6각형)으로 서로의 균형을 찾아가는 이론). 자료출처 :이우평(2002). Basic 고교생을 위한 지리 용어사전(2002.02.05). 신원문화사

8) 레일리 소매인력법칙 :두 도시의 인구수(도시크기)에 비례, 거리의 제곱에 반비례 한다. A, B 도시의 인구유인비율로 구하게 된다. 중력모형은 중심간의 상호작용(유인력)에 더 중점을 두고 있다.

9) 허프 확률모형 : 다수의 매장단위로 상권 분석, 점포면적(규모)에 비례, 거리에 반비례(마찰계수 값:2 일 경우), 경쟁점포 수에 반비례, 시장의 교통조건과 쇼핑물건의 특성에 따라 달라지며, 교통조건이 나쁠수록 공간 마찰계수가 커지게 된다. 고차원중심지에서는 다목적 구매가 가능하기 때문에 저차원 중심지를 지나칠 가능성이 커진다.

10) 유민태. (2018). “상업 젠트리피케이션 방문소비계층 유형화와 집단별 장소선택 의사결정 비교분석 ; 서울시 상업 젠트리피케이션 사례지를 중심으로”. 광운대학교 도시계획부동산학과 박사학위논문

11) 백성준. (2016). “부동산 입지분석 이론과 활용”. 한성대학교 출판부. pp206-208

2) 상권의 정의 및 점포구분

상권이란 생산자와 소비자 사이에서 상거래가 이루어지는 거래권역을 의미한다. 공급자와 소비자의 거래 범위를 기반으로 경제적 의미가 강하며 상권과 유사하게 통용되어지는 말은 세력권, 시장권 등이 있다. 지리학적 측면에서는 세력권 등이라 하며, 경제학적 측면의 시장권은 수요와 공급의 양면에서 성립하는 것을 말 한다(손용만, 2016¹²⁾ ; 유민태, 2018¹³⁾).

중심지의 세력권 즉, 상권의 범위에 관한 연구는 중심지와 지대의 관계를 중심으로 다양하게 연구되어 왔다. 상권을 입지지역과 점포의 특성에 따라 집심성 상권, 집재성 상권, 산재성 상권으로 구분되며, 집심성 상권에 입점하는 상가는 주로 도시 중심지 한곳에 집단적으로 입지하는 성향을 보인다. 집재성 상권에 입지하는 상가들은 주로 동일 업종끼리 서로 한곳에 집단적으로 입지하는 성향을 보인다. 산재성 상권에 입점하는 상가들은 서로 분산하여 입지하는 성향을 보이는데 주로 근린상가에 해당되고 동네상권 또는 골목상권으로 부를 수 있으며, 이런 상권에는 해당 상가가 적게 존재할수록 유리하다. 일반적인 분류 기준에 포함되진 않지만 특정고객을 끌어오는 핵심 시설에 몰려오는 사람들 때문에 생기는 파생상가(관용상가 포함)가 모여 있는 상권을 국부적 집중 상권도 있다¹⁴⁾. 점포의 유형별 분류는 다음 [표 2-1]과 같다.

12) 손용만. (2016). “쇠퇴상권 재활성화를 위한 도시재생 계획요소 연구 ; 서울시 서대문구 신촌 사례를 중심으로”. 광운대학교 대학원 박사학위논문. pp.13-14

13) 유민태. 전계논문. p5.

14) 백성준. 전계서. p5.

점포 구분	특 징	업 종
집심성 점포	배후지의 중심부 또는 중심상가에 입지하는 것이 유리한 점포	명동상권, 고급 음식점, 백화점, 고급 의류점, 대형서점, 미술품점, 장식점, 화장품점 등
집재성 점포	동종업종이 한곳에 밀집하는 것이 유리한 점포	한약재상가, 금융기관, 보험회사, 관공서, 공구상가, 가구점 등
산재성 점포	서로 분산입지, 동일점포가 모여 있지 않고 산재하는 것이 유리한 점포	이발소, 세탁소, 공중목욕탕 등
국부적 집중 점포	동일업종의 점포가 국부적 중심지에 입지하는 것이 유리한 점포	농기구점, 철공소, 비료상점 등

[표 2-1] 점포의 유형별 분류

제 2 절 선행연구 분석

1) 상업입지 선행연구

상업입지에 관한 연구는 삼청동의 상업화 양상을 중심으로 다양하게 연구되었다. 유민태(2018)¹⁵⁾는 삼청동을 핵심 상업지역으로 구분하였으며, 전통과 현대가 공존하는 문화거리로 소개하였으며, 라도삼(2010)¹⁶⁾은 “삼청동이 현대의 상업가로의 모습으로 변화한 시기는 명확하지 않지만, 2000년대 초반 다수의 갤러리들이 본격적으로 밀집하기 시작하였으며, 초

15) 유민태. 전개논문. p5.

16) 라도삼. (2010). “문화예술정책의 미래, 미래의 문화예술정책”. 「한국문화예술경영학회」 문화예술경영학연구 제3권 2호 통권5호, pp.124-134

기에는 주로 삼청동 길을 중심으로 북쪽으로 확산해 나가는 형태를 보이고 있었으며, 2000년대 중후반 이후 본격적으로 젠트리피케이션(Gentrification)¹⁷⁾ 현상이 나타난다. 삼청동길 주변으로 상업시설이 급격하게 늘어나기 시작하였고, 파스타 전문점, 스테이크 전문점 등이 들어서고 카페, 와인바 등이 급증하는 현상이 나타났다. 이와 함께 미디어에 노출되면서 문화소비 공간으로 부상하였다“고 말 했다.또한 서울 상업 젠트리피케이션(Gentrification) 사례지를 중심으로 한 연구 결과에 따르면 삼청동은 상업 젠트리피케이션(Gentrification)단계를 거치면서 이미 많은 방문자 들이 다녀간 지역으로 사실상 평가가 완료된 지역이며, 방문자들의 만족도와 재방문의사가 높기 때문에 경쟁 상업 지역이 부상하면서 단기적 쇠퇴현상은 나타날 수 있지만 장기적으로 유지될 가능성이 높기 때문에 관광 자원 과의 연계성으로 상업지역의 활력이 유지될 가능성이 높다고 판단했다.

김희진(2015)¹⁸⁾은 상업화는 문화지역의 장소성을 파편화 · 분절화시켜서 장소성 상실의 초래됨을 밝혔다. 국내 문화지역에서의 상업화가 상업적 젠트리피케이션(Gentrification) 현상의 일환으로써 논의될 수 있으며 서구를 중심으로 학문적 논의 및 이론이 구축되어 온 젠트리피케이션(Gentrification) 개념이 우리나라의 도시공간의 변화에도 적용될 수 있다는 단초를 제시하고 문화적 요인과, 소비문화 등이 영향을 주고 있음을 확인하였다. 또한, 국내 도시공간의 변화 특히 문화지역의 상업화 과정에서 서구의 도시 공간변화에서와 같이 문화적 요인과 소비문화 등이 영향을 주고 있다고 했다.

17) 젠트리피케이션(gentrification) : 1964년 영국 사회학자 루스 글래스(Ruth Glass)는 도시 환경이 변하면서 중상류층이 도심의 낙후지역으로 유입되고 이로 인해 땅값, 임대료 등이 상승하면서 비싼 월세 등을 감당할 수 없는 원주민 등이 다른 곳으로 밀려나는 현상이라 정의했다. 이는 본래 교양 있는 자산가 계층을 가리키는 젠트리(gentry, 紳士)란 단어에서 파생한 용어이며, 우리말로 직역하면 신사화(紳士化)이다. 루스 글래스 이후 많은 도시 연구자들이 젠트리피케이션 현상을 연구하며 이에 대한 정의를 심화시켰다. 사례연구의 범위도 런던, 뉴욕, 파리 등 서구 대도시에서 북경, 도쿄, 하노이 등 비서구 대도시로 확장되었다. Ruth Glass. (1964).

18) 김희진. (2015). “문화지역의 상업화 과정과 장소성 인식 변화 : 삼청동과 인사동의 가로를 사례로”. 서울대학교 환경대학원 박사학위논문

송미경(2008)¹⁹⁾은 문화소비에 대한 잠재적 수요와 공급의 성장과 역사 문화에 대한 경제적 가치가 높아지면서 쇠퇴된 주거지에서 가치 있는 문화 환경을 가진 공간으로 인식한다고 하였으며 소매업²⁰⁾이 입지하게 된 이유로 지역문화 환경에 매력을 느끼거나 그 잠재적 가치에 대한 인식과 작은 가게의 규모가 그들의 상품 혹은 서비스와 잘 어울렸으며, 최소자본으로 새로운 시도를 계획하는 초기 창업자들에게 적절한 임대환경을 가지고 있고, 인사동길과 연결성이 좋은 반면 차량의 통행에는 배타적인 환경이 매력적인 요인으로 작용했다고 말했다.

2) 국내 관광객 행동특성 분석

관광객들은 의사결정과정을 통하여 관광지를 선택하게 된다. 이러한 과정 속에서 관광객이 최종 목적지를 선택하는데 있어 관광지가 가지고 있는 특성에 기인하게 된다. 이에 관광지 선택에 가장 큰 영향을 미치는 것은 관광지 속성이라 할 수 있다(이철진, 2008²¹⁾ ; 노재현, 2010²²⁾ ; 김주진 · 신우진, 2020²³⁾).

조은이·김도경(2012)²⁴⁾은 국내 관광객의 방문자 행동을 블로그와 설문조사를 통해 도출하였으며 국내 관광객 방문자 행동특성 분석 결과는 기타 2건(스케치와 그림구상)을 제외하고는 모두 일치했다고 말했다. 방문자 행동특성별 빈도가 일치하지는 않았지만 ‘여행·관광·구경’이 블로그

19) 송미경. (2008). “도심 구시가지 소조직의 문화 소비 장소로의 변화 요인에 관한 연구 ; 삼청동 화개길과 감고당길을 중심으로”. 서울시립대학교 석사학위논문

20) 소매업(retailing) : 상품이나 서비스를 개인적 혹은 비영리적인 목적으로 사용하려는 최종소비자에게 직접 판매하는 것에 관련된 모든 활동을 말한다. 자료출처 : 신우진·정창무, (2001)

21) 이철진. (2008). “리조트 관광자 심리, 선택속성과 관계지향성 연구”. 경기대학교 대학원 박사학위논문

22) 노재현. (2010). “관광목적지 선택속성과 관광 참가만족 및 방문의도간의 관계 ; 해양스포츠 선호유형과 국가 중심으로”. 경희대학교 대학원 박사학위논문

23) 김주진 · 신우진. (2020). “관광지에 대한 속성 및 만족도와 관광객 행동의도 간 영향관계 연구 ; 전라북도 남원관광단지를 사례로”. 한국지역개발학회지 제32권 제1호 2020.3/32(1), pp.143-166

24) 조은이 · 김도경. (2012). “블로그(Blog)를 이용한 삼청동길 방문자 행태 분석”. 경희대학교 일반대학원 석사학위논문.

결과에서는 26.6%, 설문조사 결과에서는 23%로 가장 높은 비율을 보였다. 그리고 ‘맛 집 방문 또는 식사’와 ‘카페 방문’이 공통적으로 높은 비율을 보였다. 맛 집 방문이나 카페가 공간의 특성을 만들어낼 만큼 잘 조성되어 있어 여행이나 관광객을 끌어들일 만큼 매력적이었음을 알 수 있다. 2012년 블로그와 설문조사를 통해 도출된 삼청동길의 방문자행태의 빈도는 다음 [표 2-2]과 같다.

(단위 : %)

행동특성	블로그	설문조사
출근, 거주 등 일상	1.5	0.7
다른 장소로 이동	0.8	1.3
여행 및 관광	26.6	23.0
사진 촬영	11.8	5.8
맛 집 방문	14.1	16.2
카페 방문	9.8	12.3
박물관 및 갤러리 방문	3.3	2.6
쇼핑	1.5	4.9
산책 또는 걷기	13.3	14.8
나들이	6.8	5.0
기타	0.0	0.3
데이트 또는 만남	9.4	11.9
모임	1.0	1.3
합 계	100.0	100.0

[표 2-2] 국내 관광객 삼청동길 방문자 행태의 빈도

가) 명동지역 선행연구

아라이미즈미·한혜련(2012)²⁵⁾의 연구에서는 명동의 화장품 숍을 찾는 외국인들의 경우 한류 문화를 경로로 한 경우가 다수인 이유로 파사드 전면면에 대형 스크린을 설치하여 모델의 이미지를 보여주는 형식, 브랜드 컨셉이 명확하게 표현된 파사드 디자인이 외국인 관광객의 선호도가 높다

25) 아라이미즈미·한혜련(2012). “브랜드 이미지의 효과적 전달을 위한 화장품 숍 파사드 디자인에 관한 연구 ;명동지역 화장품 브랜드숍을 중심으로”. 「한국문화공간건축학회 논문집」. pp.40

고 하였다.

양종운(2014)²⁶⁾명동은 여성 중심의 쇼핑 상권으로 구두 매장과 화장품 관련 업종이 밀집해 있고, 인근 금융기관 본점과 더불어 사채업이 활성화된 상권으로 이루어져있었지만, 한국 IMF²⁷⁾경제위기 이후 전문직 여성의 감소, 동대문 도매상가(밀리오레, 두산타워 등)의 활성화로 의류업종이 쇠퇴하여, 화장품, 미용실, 액세서리 등 여성관련 코스메틱 업종으로 전환되어 2014년 현재 화장품 로드샵 등이 즐비해 있다.

성혜진(2018)²⁸⁾은 명동의 다원적 장소정체성은 매우 축소되거나 편향되어 있고, 이는 거리 경관의 단순화로 보행자의 다양한 경험을 축소시키면서 관광 환경에 악영향을 미치는 것으로 판단했다. 또한 명동 공간 구성은 2000년대 이후 중국인 및 동남아시아인 을 위한 화장품점 위주로 빠르게 재편되었으며 명동 관광의 다양성 측면에서나 공간의 고유성 측면에서 부정적 요소로 작용되고 있다. 특히 관광객 인터뷰 조사 결과를 보면 내국인에게 명동은 이태원이나 삼청동과 같은 매력적인 공간이라는 인식이 약화되면서 내국인 방문이 감소하고 있는 것으로 분석되었다. 명동 관광은 심각한 위기에 직면해 있으며 명동 거리에 넘쳐나던 중국인 관광객과 관광버스는 눈에 띄게 감소한 것으로 분석하였다.

조선일보(2021.05.08)²⁹⁾기사에서 황동하 명동관광특구 협회회장은 “외국 관광객 82%가 명동에 들를 정도다보니, 외국인 관광객에게 올인 했던 게 문제 였다. 한국 사람은 와서 화장품 1-2개 사는데 외국인은 100만원-200만원의 매출이 발생하다보니 종업원도 다 중국말 할 수 있는 사람으로 바꿨다.”고말 했으며, 29년째 ‘카페코인’을 운영한 김석수(62)사장은 “2000년대 초반까지 명동에 개성 있는 가게가 많았는데, 그 뒤로 외국

26) 양종운. (2014). “외국인 관광객을 위한 한방화장품 체험 공간 계획에 대한 연구”. 홍익대학교 건축도시대학원 석사과정

27) IMF 경제 위기: 김영삼 정부 때인 1997년 11월에 우리나라가 가진 외환이 너무 부족해 국제 통화 기금(IMF)으로부터 자금 지원을 받은 사건이다 자료출처 : 네이버 지식백과 <https://terms.naver.com/entry.naver?docId=3560133&cid=47306&categoryId=47306>

28) 성혜진. (2018). “명동과 이태원의 관광 활성화를 위한 다원적 장소정체성 연구”. 고려대학교 박사학위논문.

29) 조선일보 2021년 05월 08일 ‘중국만 쳐다보다...명동 1층 공실률 60%’. <https://www.chosun.com/national/2021/05/08/CJ3FKJHXD5EPPLKTEGVZ2VV25Q/>

인을 겨냥해 화장품·의류로 상권이 굉장히 단조로워졌으며 모든 마케팅 포인트를 외국인에게만 맞추고, 내국인에게 관심을 두지 않으면서 손님들이 흥대·건대·압구정 같은 부도심으로 분산됐다”고 말했다.

나) 인사동지역 선행연구

인사동에서 시행되었던 관 주도의 ‘차 없는 거리’ 장소마케팅은 침체된 경제를 활성화하려는 목적이 가장 크게 작용하였기에 결과적으로는 인사동의 고유한 업종이었던 골동품상이나 화랑, 필방 등의 문화업종보다 찻집, 음식점 등의 소비성 업종들이 활성화되었고 국적 불명의 장신구나 각종 먹거리, 사주 관상 등을 파주는 노점들의 증가가 촉발되었으며, ‘차 없는 거리’를 지정한 인사동의 장소마케팅은 지역 전반에 부정적인 파급효과를 불러 일으켰다는 지적이 광범위하게 제기되고 있으며 새로운 장소를 찾는 업주들은 거리상으로도 가깝고 ‘한옥’이라는 매개로 인해 기존에 인사동에서 추구하던 전통의 이미지에도 부합하는 삼청동을 선택하게 되었으며 이것이 현재의 삼청동길 상업화의 요인 중 하나로 작용했다고 하였다(문희정, 1998³⁰⁾ ; 성주인, 2000³¹⁾ ; 정지희, 2007³²⁾).

3) 중국 관광객 구매 행동특성 선행연구

반정화(2012)³³⁾는 중국관광시장에 대한 서울의 대응 전략은 경쟁국에 비해 뒤쳐져 있으며, 쇼핑 품목 1위인 화장품에 집중되는 경향이 많으므로 장기적인 관점에서 쇼핑 품목의 다양화 노력이 필요 하다고 분석하

30) 문희정. (1998). “도시 내부 장소마케팅의 지역적 파급효과 ; 인사동<문화의 거리>를 사례로”. 서울대학교 대학원 석사학위논문

31) 성주인.(2000). “인사동의 장소 상품화에 대응한 정체성 운동에 관한 연구”. 서울대학교 환경대학원 석사학위논문

32) 정지희.(2007). “ 문화 · 예술시설 입지에 기반한 서울시 삼청동길의 가치상향적 상업화”. 서울대학교 대학원, 석사학위논문

33) 반정화. (2012). “중국관광객의 지속가능한 유치 전략방안”. 「서울연구원」. 서울연 2012-PR-65. pp26-29

였으며 삼청동을 선택하는 중국 관광객 특성을 쇼핑, 한류, 서울 관광 이미지, 서울 문화 체험으로 구분하였으며 삼청동을 선택하는 중국 관광객 특성을 다음 [표 2-3]과 같이 정의하였다.

구 분	주요 내용 정리
쇼 핑	- 서울여행 선택 중요 요인 - 한국 상품에 대한 높은 신뢰
한 류	- 한류에 의한 한국에 대한 높은 기대와 호기심 - 한국 연예인 실제로 볼 수 있을 것이라는 기대감 및 현실 - 한국 드라마에서 본 장소방문에 대한 기대감 - 한국 드라마에서 본 서울에 대한 문화체험
서울 관광 이미지	- 서울 뒷골목 거리의 아기자기한 아름다움(중국과 다른 매력) - 깨끗한 글로벌 도시인 서울의 위상 - 서울이 가지고 있는 편리한 이동성
서울 문화 체험	- 중국에서 경험할 수 없는 서울만의 문화매력 체험 가능 - 서울시민의 생활문화, 도시 인프라와 문화공연에 대한 높은 관심도 - 한국음식 및 한류 드라마속에서 본 다양한 문화체험 선호 - 서울의 구시가지(삼청동 등) 탐방을 통한 서울여행 선호

[표 2-3] 삼청동을 선택하는 중국 관광객 특성

또한 중국인 대상 서울관광 패키지 상품 분석³⁴⁾결과 서울시 주요 방문지는 경복궁, 민속박물관, 청와대, 청와대사랑방/ 서울시청, 서울광장, 광화문광장, 세종대왕박물관, 청계천, 한류체험관/ 남산, N타워, 남산한옥마을, 테디베어 박물관, 남산케이볼카, 삼청동, 북촌한옥마을, 인사동, 덕수궁, 민속촌/ 한강야경(동작대교), 유람선, 한강변 커피숍, 월드컵경기장, 선유도공원, 하늘공원/ 전쟁기념관(외관)으로 분석하였다.

34) 반정화. 상계논문. p.12.

양종운(2012)³⁵⁾은 화장품 산업이 한류 열풍으로 성장하게 된 계기가 되었으며 우리나라를 방문하는 관광객들이 점차 늘어나고 있다. 외국인 관광객들이 많이 방문 하고 있는 장소를 보면 화장품 로드샵이 많고, 화장품 판매뿐만 아니라 직접적인 체험을 통해 뷰티 공간의 계획하여 웰빙과 천연 화장품을 외국인 관광객들에게 알릴 공간을 마련하고 창출 하였다. 외국인들이 열광하는 한국 화장품은 달팽이 크림, 비비크림, 시트 마스크가 대표적이며, 합리적인 가격과 우수한 제품력이 그 이유이다. 지인에게 부탁해서라도 우리나라 화장품을 구입해서 사용하고 있는 실정이다. 화장품은 활발한 해외 진출로 이제 세계 여러 나라에서 구입할 수 있게 되었지만 우리나라에서 화장품을 구입 할 때 가장 싸기 때문에 우리나라를 방문할 시 화장품을 많이 구입해 가고 있다고 말 했다.

하아정(2014)³⁶⁾은 중국소비자가 한류문화에 대해 긍정적으로 인식할수록 한국제품에 대해 더 다양하게 지각하고, 품질에 대한 지각이 더 높으면 한류 문화로부터 더 많은 영향을 받아 한국제품의 구매의도를 높이게 된다고 분석하였다. 또한 명동지역상권중 중국 관광객을 중심으로 한 연구에서 중국 소비자가 한류문화에 대해 긍정적으로 인식 할 수 있도록 한국제품에 대해 더 다양하게 지각하고, 품질에 대한 지각이 더 높으면 한류 문화로부터 더 많은 영향을 받아 한국 제품의 구매의도를 높이게 된다고 분석하였다.

문화체육관광부(문화센터)³⁷⁾의 방한 중국 관광객의 쇼핑품목 및 구매비율을 살펴보면 화장품(향수)품목이 독보적 1위인 것으로 조사되었다. 결과적으로 한국 화장품(향수)에 대한 중국 관광객들의 관심과 선호도는 매우 높은 편이라는 것을 알 수 있다. 쇼핑품목 및 구매비율은 다음[표 2-4] 및 [그림 2-1]과 같다.

35) 전계논문. 양종운. p.11

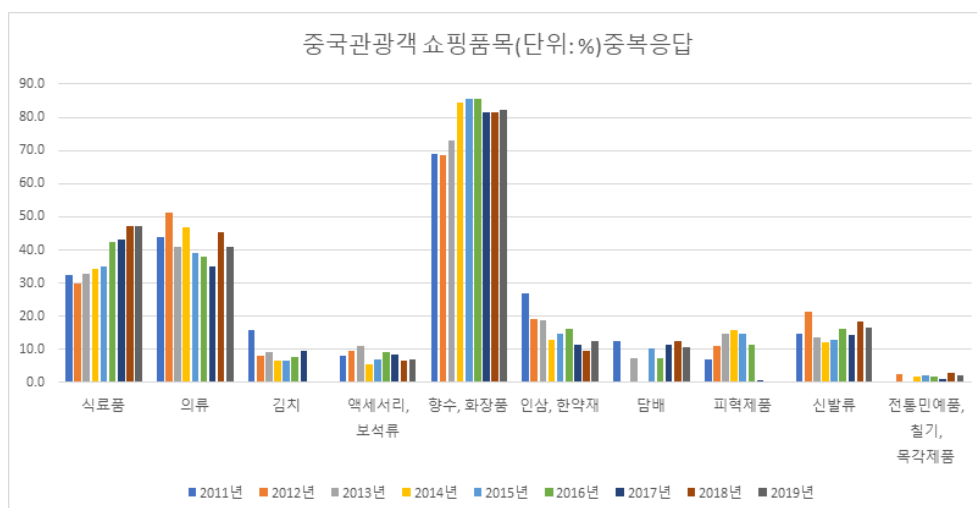
36) 전계논문. 하아정. p.1

37) 자료출처 : 문화센터 <http://stat.mcst.go.kr/mcst/WebPortal/public/subject/subject03.html>

(상위10위 기준, 단위 : %)

연 도	식료 품	의류	김치	액세서리 (보석류)	화장품 (향수)	인삼 (한약재)	담배	피혁 제품	신발류	전통공 예품등
2011년	32.4	43.7	15.8	8.0	68.9	26.8	12.4	7.0	14.6	0.0
2012년	29.8	51.3	8.0	9.6	68.5	19.1	0.0	10.9	21.4	2.5
2013년	32.7	40.8	9.3	11.0	73.1	18.9	7.2	14.8	13.5	0.0
2014년	34.3	47.0	6.5	5.4	84.4	12.9	0.0	16.0	12.2	1.9
2015년	35.1	39.0	6.5	7.1	85.4	14.6	10.2	14.9	12.9	2.2
2016년	42.5	38.0	7.8	9.1	85.5	16.3	7.5	11.5	16.2	2.0
2017년	43.3	35.1	9.7	8.3	81.4	11.3	11.6	0.8	14.5	1.1
2018년	47.1	45.5	0.0	6.5	81.6	9.7	12.5	0.0	18.6	3.0
2019년	47.3	40.8	0.0	6.9	82.3	12.6	10.7	0.0	16.6	2.1

[표 2-4] 방한 중국 관광객 쇼핑품목과 구매 비율



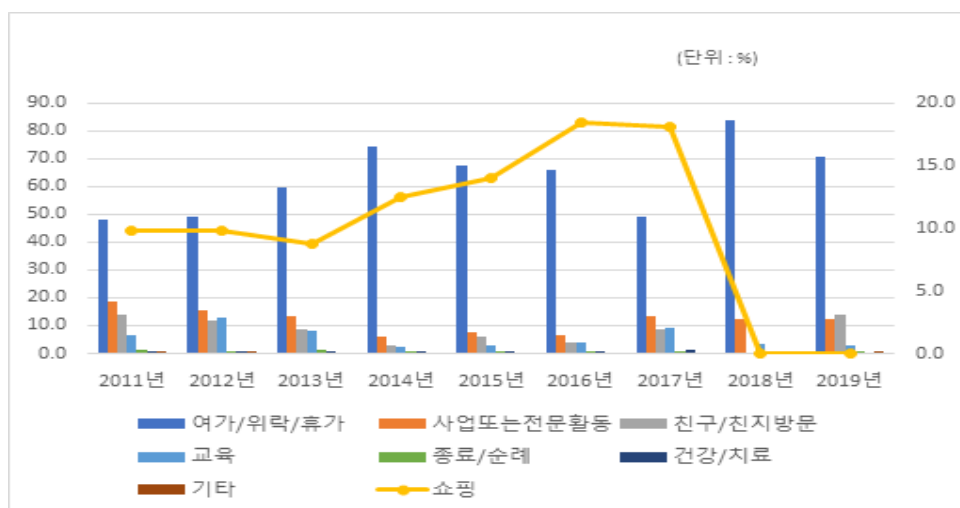
[그림 2-1] 연도별 쇼핑품목 및 구매 비율 추이

문화체육관광부의 외래 관광객 실태조사³⁸⁾에서 중국 관광객의 2011년부터 2019년까지 한국방문 선택 시 고려요인을 조사한 결과 1위 ‘여가/위락/휴가’(연평균 63.1%), 2위 ‘사업 또는 전문 활동’(연평균 11.8%), 3위로 ‘쇼핑’(연평균 10.1%)로 나타났으며 방한 목적별 비율은 다음[표 2-5] 및 [그림 2-2]와 같다.

(단위 : %)

연 도	여가/위락/휴가	사업 또는 전문활동	쇼핑	친구/친지방문	교육	종료/순례	건강/치료	기타
2011	48.0	18.6	9.8	13.8	6.5	1.4	0.5	0.4
2012	49.0	15.4	9.8	11.7	12.8	0.6	0.5	0.1
2013	59.5	13.4	8.7	8.5	8.0	1.1	0.9	0.0
2014	74.4	5.9	12.5	2.9	2.5	0.8	1.0	0.0
2015	67.5	7.8	14.0	6.1	3.0	0.5	1.0	0.0
2016	66.1	6.6	18.4	4.1	4.1	0.1	0.5	0.0
2017	49.1	13.6	18.1	8.7	9.3	0.1	1.1	0.0
2018	83.7	12.5	0.0	0.0	3.4	0.3	0.0	0.0
2019	70.7	12.4	0.0	13.7	3.0	0.1	0.0	0.1
연평균	63.1	11.8	10.1	7.7	5.8	0.6	0.6	0.1

[표 2-5] 중국 관광객의 주요 방한 목적



[그림 2-2] 중국 관광객의 주요 방한 목적 추이

38) 자료출처 : 문화체육관광부 연도별 외래 관광객 실태조사(2011년~2019년)
<http://stat.mcst.go.kr/mcst/WebPortal/public/subject/subject03.html>

2011년부터 2019년까지 중국 관광객 주요 방한 목적 추이를 살펴본 결과 ‘쇼핑’은 2013년을 제외하고 2011년부터 매년 상승 하였으나 한령(限韓令) 이후 2018년부터는 방한 목적에서도 제외된 것을 확인 할 수 있다.

4) 화장품점 특성 선행연구

아라이미즈미 · 한혜련(2012)³⁹⁾ 명동의 화장품숍을 찾는 외국인들의 경우 한류 문화를 경로로 한 경우가 다수인 이유로 파사드 전면에 대형 스크린을 설치 하여 모델의 이미지를 보여주는 형식, 브랜드 컨셉이 명확하게 표현된 파사드 디자인이 외국인 관광객의 선호도가 높은 것을 밝혀냈다.

성혜진(2018)⁴⁰⁾ 명동의 다원적 장소정체성은 매우 축소되거나 편향되어 있기 때문에 보행자의 다양한 경험을 축소시키면서 관광 환경에 악영향을 미치는 것으로 판단했다.

장선(2014)⁴¹⁾ 화장품 관여도와 체험의 요소 그리고 소비자 태도인 호의도, 구매 의도, 구전 의도에 감성적 요인이 가장 영향을 미치는 요인임을 밝혀냈다.

5) 삼청동 상업가로 활성화 단계 선행연구

유광철 · 오동훈(2014)⁴²⁾은 외국인 주민의 지역경제성장에 대한 영향력이 체류자격과 지역특성에 따라 상이하지만 도시 지역에서는 전문 인력 외국인 주민이 지역경제성장에의 영향력이 높다고 했다.

39) 아라이미즈미 · 한혜련. 전계논문. p.10

40) 성혜진. 전계논문. p.11

41) 장선.(2015). “화장품 플래그십 스토어의 체험적 요소가 소비자 태도에 미치는 영향:(주)아모레퍼시픽의 헤라부티크를 중심으로”. 성균관대학교 디자인대학원 석사학위논문

42) 유광철 · 오동훈.(2014). “유형별 외국인 주민의 유입이 지역경제에 미치는 영향에 관한 연구”. 한국지역개발학회지. v.26 n.4.(2014-11)

염지혜·양승우(2014)⁴³⁾는 가로가 활성화 될수록 음식점의 수가 증가하며, 본격적으로 상업화가 진행될수록 카페의 수가 다른 음식점에 비해 상대적으로 많아졌음을 분석하여 상업가로 활성화 분석시 음식점을 기준으로 활용할 수 있다고 말했다.

박진아·정윤주(2013)⁴⁴⁾는 상업가로의 변화에는 프랜차이즈 입지의 조건이 되는 상점규모 즉 건축물 규모의 변화와 관련성이 있었고, 근본적으로 건축물 규모 변화에 영향을 주는 필지의 합병이 있었으며, 삼청동에 입점된 프랜차이즈 상점수와 변화과정을 분석하여 주거용도와 갤러리 등의 문화시설이 상업용 용도로 변환되어 삼청동길 상점수 증가에 기여하는 것을 분석하였다.

제 3 절 차별성

선행연구들은 관광 분야에서 지속적인 관광객 유치를 위한 정책적 시사점 및 서비스 개선, 관광지 선택 특성에 대한 연구와 중국의 한류문화에 따른 문화·구매행동, 관광산업에 대한 연구 및 명동, 인사동 지역의 중국 관광객 치우침 현상 분석과 국내 산업에 미치는 영향, 중국 관광객의 특성 등을 파악하는 연구이며, 중국 관광객을 대상으로 형성된 상권에 대하여 중국 관광객이 미치는 영향에 대한 연구는 부족한 실정이다.

이에 본 연구의 첫 번째 차별성은 중국 관광객을 대상으로 변화된 삼청동 상권에 대하여 한한령(限韓令) 이후 변화를 분석하는 것이고, 두 번째 차별성은 한한령(限韓令) 이전과 이후의 삼청동 상권 변화를 다중 회귀분석으로 검증하고, 중국 관광객의 쇼핑품목 구매순위 1위인 화장품을 취급하는 화장품점을 기준으로 임대료 영향 분석을 하는 것이다.

43) 염지혜·양승우(2014). “음식점 변화를 통한 서울 삼청동길의 상업가로 활성화 단계 실증해석”. 『한국도시설계학회지』 제15권 제6호, pp.111

44) 박진아·정윤주(2013). “삼청동길 상업가로 장소성 변화요인으로서 프랜차이즈 상점 입점현상 고찰 및 개선방안 연구”. 대한건축학회논문집 제29권 제5호(통권295호) pp.220

제 3 장 삼청동 상권 특성 및 변화

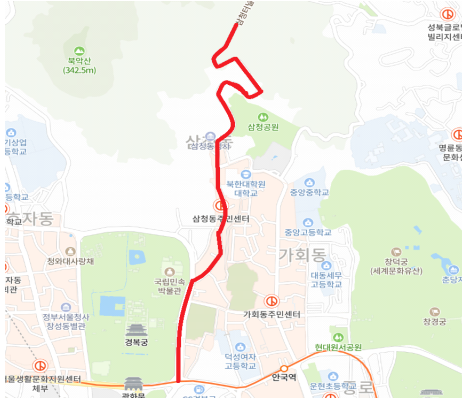
제 1 절 삼청동 상권

1) 삼청동 지역 특성

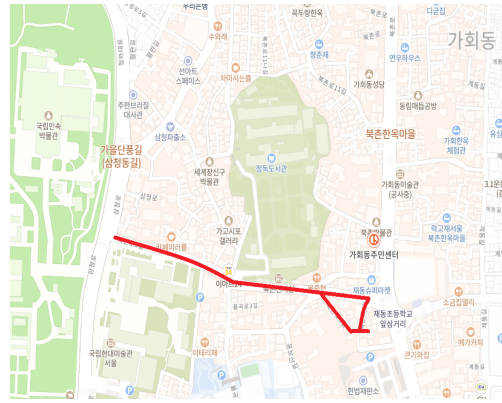
서울시 종로구 삼청동을 법정 동으로 삼청동(三清洞) · 팔판동(八判洞) · 화동(花洞) · 소격동(昭格洞) · 사간동(司諫洞)에 걸쳐있다. 삼청동 지역은 제1종 주거지역으로, 최고고도지구(16m)를 적용받으며 문화재보존영향 검토대상구역, 과밀억제권역에 해당한다.

삼청동은 창덕궁과 경복궁처럼 경관이 뛰어난 역사문화 유적들이 주변에 다수 입지해 있으며, 도심과의 접근성이 우수한 입지적 특성을 가지고 있다. 1970년~1980년대에는 주로 주택과 지역주민만을 위한 근린상업시설로 이루어졌으며 과거 개발제한구역으로 지정되었기 때문에 상대적으로 낮은 지가를 가진 낙후된 지역이었다. 하지만 1990년대 인사동의 문화예술가들이 지가가 낮은 지역을 찾아 삼청동으로 이주해 왔으며 건축규제의 완화와 함께 2000년대 초 본격적인 상업화가 시작되었다. 지역의 문화·예술 이미지 및 북촌이 가지고 있는 도시형 한옥마을과, 청와대, 총리공간, 감사원등과 같은 국가기관이 위치됨에 따라 고급 음식점 및 카페 등이 자리 잡았다. 인사동 상권의 이동 및 SNS, 언론보도로 인하여 삼청동의 관심이 높아졌으며, 중국 관광객들에게도 한류드라마 촬영지 방문 및 전통과 현대의 체험, 명동 쇼핑 대안으로 삼청동 상업가로는 명소화 되었다. 삼청동 상권의 상업화 지역은 삼청로(경복궁 동십자각;서울시 종로구 세종로 1-58에서 삼청터널;성북구 성북동 330번지)에 이르는 길이 2.9km, 너비 12~35m의 너비 가로와 북촌로 5길(재동초등학교앞 사거리부터 백미당;소격동 73), 북촌로 5가길(정독도서관입구에서 삼청파출소;소격동 1-1), 북촌로 5나길(다사리아;화동 73-1에서 삼청동 35-162)에 형성되어 있으며

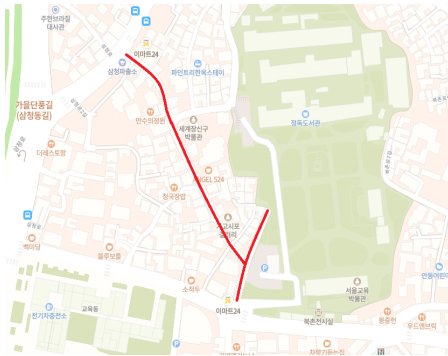
다음[그림 3-1], [그림 3-2], [그림 3-3], [그림 3-4]과 같다.



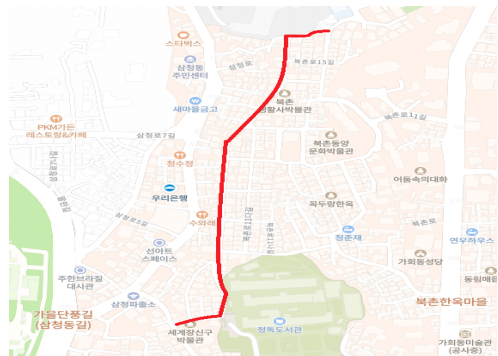
[그림 3-1] 삼청로



[그림 3-2] 북촌로 5길



[그림 3-3] 북촌로 5가길



[그림 3-4] 북촌로 5나길

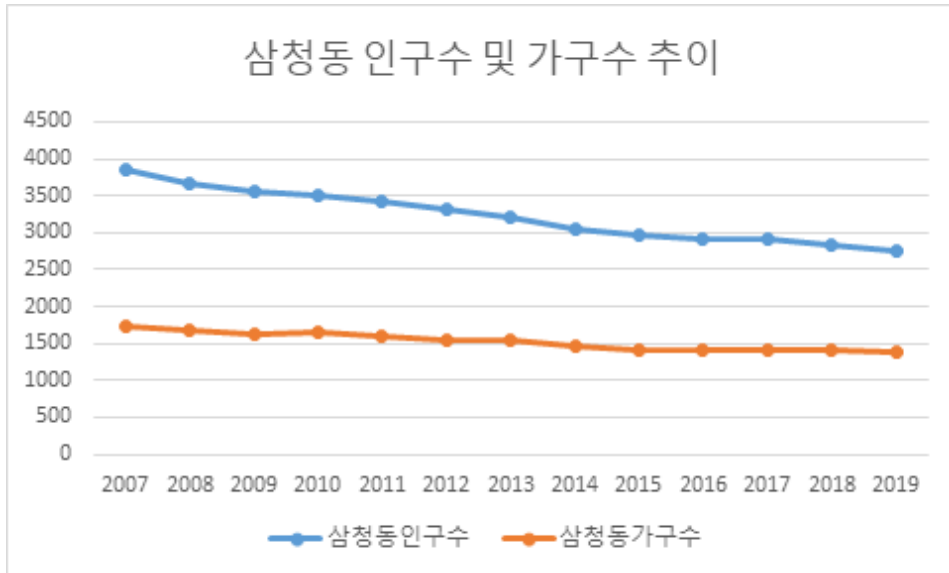
2) 삼청동 가구수 및 인구수

삼청동 가구수 및 인구수는 다음 [표 3-1]과 같으며, 2007년 가구수 1731, 인구수 3985명 에서 [그림 3-5]와 같이 매년 감소한 것으로 확인 되었다. 그 후 2019년도는 가구수 1396, 인구수 2997명으로 최종 집계되었다. 2007년 대비 가구수 -19.4%, 인구수는 -24.8%의 감소율을 보이는 것으로 나타났다.

(단위 : 명, 세대)

연 도	삼청동 총인구	삼청동 내국인	삼청동 외국인	삼청동 가구수
2007	3985	3854	131	1731
2008	3801	3671	130	1684
2009	3717	3548	169	1630
2010	3706	3517	189	1659
2011	3590	3415	175	1606
2012	3485	3322	163	1558
2013	3367	3218	149	1537
2014	3268	3058	210	1461
2015	3174	2960	214	1407
2016	3118	2903	215	1403
2017	3097	2907	190	1414
2018	3073	2836	237	1408
2019	2997	2758	239	1396

[표 3-1] 삼청동 연도별 인구수 및 가구수



[그림 3-5] 삼청동 연도별 인구수 및 가구수 추이

3) 중국 관광객의 증가 이유

매일경제(2014.01.23)⁴⁵⁾기사에 따르면 지난해 서울을 찾은 외국인 관광객중 중국인 관광객이 크게 늘어나면서 외국인 관광객이 처음으로 1000만 명을 돌파했으며, 지난 7년간 남대문, 동대문 등 전통적인 관광지 방문율이 약 10%포인트씩 줄었지만 홍대 일대(6→35%), 북촌·삼청동(6→33%), 압구정·신사동(3→25%) 등은 신흥 관광지로 부각된 것으로 확인되었다. 제일기획의 디지털마케팅 자회사인 핑타이⁴⁶⁾에 따르면 자체 개발한 '한국지하철' 앱 의 5월 검색 데이터 66만여 건을 기반으로 우리나라를 방문한 유커 트렌드를 분석한 결과 여의도 한강공원이 작년보다 무려 33계단이나 오르며 4위를 기록 했고, 서울대공원은 53계단 오른 11위를 기록했다. 또한 2016년 보다 무려 200계단 상승한 부산 감천마을은 16위를 기록 했고, 드라마 '도깨

45) 매일경제. (2014.01.23). 김정환 기자 '서울 찾아온 외국인 관광객 1000만명 넘었다.'

자료출처 : <https://mk.co.kr/news/economy/view/2014/01/122379/>

46) 디지털조선일보.(2017.06.20). '중국 관광객 관심장소, 한강공원북촌 한옥마을 인기, 명동 시들'

자료출처 : <https://m.post.naver.com/viewer/postView.nhn?volumeNo=8229113&memberNo=10005291>

비' 촬영지로 유명세를 치른 서울 삼청동길은 17위를 기록했다. 삼청동길은 24계단이나 상승하면서 중국 관광객들에게 인기 관광지로 급부상한 것으로 나타났다. 반면 전통적인 외국인 관광 1번지로 꼽히는 명동은 작년보다 10계단 하락하며 15위로 떨어졌다. 순위별 관심장소 순위는 다음[표 3-2]과 같다.

순위	2017년 5월 관심장소	2016년 대비
1	남산 N서울타워	▲ 1
2	북촌 한옥마을	▲ 2
3	홍대	▼ 2
4	여의도 한강공원	▲ 33
5	광장시장 전 골목	▼ 2
6	이화벽화마을	▲ 1
7	가평 뽕피프랑스	▼ 1
8	건대 커먼그라운드	▲ 16
9	경복궁	▲ 5
10	잠실 롯데월드	▲ 1
11	서울대공원	▲ 53
12	서울역 롯데마트	신 규
13	동대문 00찜질방	▼ 3
14	남이섬	▲ 8
15	명동	▼ 10
16	부산 감천문화마을	▲200
17	삼청동길	▲ 24

[표 3-2] 2017년 중화권 관광객 관심장소 순위

삼청동길이 중국 관광객의 관심장소로 24계단이나 상승한 이유는 한옥 및 주변경관이 아름다워 한류드라마 및 영화 · 예능프로그램에 자주 촬영되는 지역으로 한옥거리 등이 많고 쇼핑 스트리트로 관광객의 쇼핑활동이 함께 이

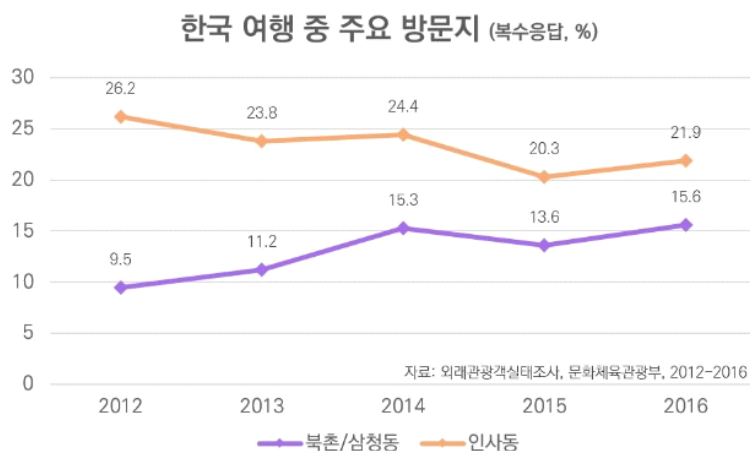
루어질 수 있는 장소이기 때문이다. 중국 관광객들이 방문하고자 하는 대표적인 한류 드라마 및 영화촬영지는 다음[표 3-3]과 같다.

한류드라마 · 영화제목	촬영장소	
도깨비 (2016)	[감고당길] 풍문여자고등학교 부터 정독도서관	
	[자작나무 이야기] 서울시 종로구 소격동 157-4	
	[마당꽃방] 서울시 종로구 소격동 152	
자유의 언덕 (2014)	[지유가오카핫초메 삼청점] 서울시 종로구 안국동 52-6	
또 오해영 (2016)	[커피 방앗간] 서울시 종로구 화동 102-1	
호텔델루나 (2019)	[이음 더 플레이스] 서울시 종로구 삼청동 35-3	

[표 3-3] 한류 드라마 및 영화 촬영지

남용식⁴⁷⁾ 평타이 대표는 “명동의 인기가 시들해진 것은 사드 이슈로 인한 중국인 단체관광객 감소 영향도 적지 않지만 쇼핑, 맛집 투어 중심이던 유커의 관광 트렌드가 벚꽃 구경, 공원 산책 등 한국인들이 평소 자주 즐기는 일상의 여가활동으로까지 확장되고 있음을 보여주는 것”이라고 설명했다.

이보람(2018)⁴⁸⁾은 문화체육관광부 외래 관광객 실태조사보고서에서 외국인의 한국 여행 중 주요 방문지에 인사동은 감소하고 있는 반면, 북촌/삼청동은 [그림 3-6]과 같이 매년 증가하는 것으로 나타났다고 말했다.



[그림 3-6] 외국인 주요 방문지

중국 관광객의 증가 이유는 중국 관광객들의 여행 선호도가 쇼핑, 맛집 중심에서 공원 산책, 일상의 여가 활동 장소, 영화촬영장소 방문 등으로 변하고 있는 것으로 나타났으며, 결국 삼청동을 여행지로 선택하는 중국 관광객이 크게 증가했음을 알 수 있다.

47) 국민일보. (2017.06.08). ‘유커 관광, 명동지고 한강공원 뜬다’.
자료출처 : <http://news.kmib.co.kr/article/view.asp?arcid=0923761231>

48) 이보람(2018.07.30). 「어반크래커」
자료출처 : <https://m.post.naver.com/viewer/postView.nhn?volumeNo=16402624&memberNo=42991612>

제 2 절 삼청동의 상권분석(화장품점을 중심으로)

1) 조사대상 및 자료수집

본 연구는 삼청동의 화장품점을 중심으로 2011년부터 2019년까지 삼청동 가구수, 인구수, 총 사업체 수를 종속변수로 설정하고 각각의 독립 변수에 따라 삼청동 상권의 변화를 분석하고 검증하여 한한령(限韓令) 이전과 이후의 삼청동 임대료 영향에 대하여 알아보았다.

2) 분석방법

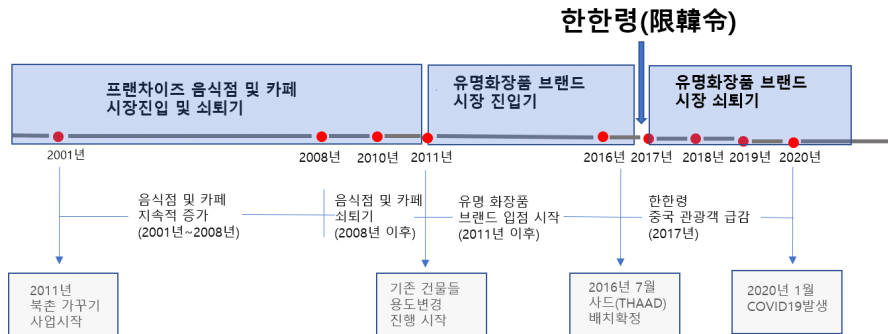
가) 시계열 분석

염지혜, 양승우⁴⁹⁾는 본격적인 상업화를 이룬 2001-2008년 사이에는 음식점수가 지속적으로 상승하였으며, 카페가 한식 음식점의 수를 추월한 것으로 조사하였다. 2008년 이후 카페와 음식점 포화단계에서는 전 단계보다 카페의 비중이 커지는 것으로 보아 삼청동길의 우세 업종 이란 걸 밝혀냈으며, “가도가 활성화될수록 음식점의 수가 증가하고 본격적으로 상업화가 진행될수록 카페의 수가 다른 음식점에 비해 상대적으로 많아졌다.”고 말했다. 삼청동 상권은 2001년부터 2010년까지 프랜차이즈 음식 및 카페시장에서 2011년을 기점으로 화장품점 업종으로 변화가 시작되었다.

삼청동 상권은 2001년부터 2010년까지 프랜차이즈 음식점 및 카페의 시장진입 및 쇠퇴기를 거쳐 2011년 화동 44-1번지에 화장품점 the SAME이 최초 개점한 것을 시작으로 화장품점이 중국 관광객의 선호지역인 삼청동에 매년 신규개점 하게 되었는데 한한령(限韓令) 이후 지속적으로 증가하던 개점수가 줄어들면서 대부분의 화장품점이 폐점 하였다.

49) 염지혜 · 양승우, 전개논문, p.18

본 연구에서는 화장품점의 개점 및 폐점상황을 시계열로 분석하였으며, 한한령(限韓令) 이전과 이후의 삼청동 상권의 업종변화 시기를 다음 [그림 3-7]과 같이 구분하였다.



[그림 3-7] 삼청동 상권의 업종변화 시기

화장품점이 삼청동에 개점 하게 된 주된 요인은 중국 관광객이 급증하였기 때문이다. 관광객의 급증은 북촌 일대의 상권을 추가로 확장시키는 계기가 되었으며, 중국 관광객이 한국문화에 대한 관심이 높아져 서울의 문화를 체험하고, 서울 뒷골목 거리의 아기자기한 아름다움을 느끼고 삼청동을 탐방하는 서울여행을 선호함에 따라 쇼핑품목 순위1위인 화장품(향수) 브랜드들이 삼청동에 2011년부터 개점하게 된 것이다.

나) 사례분석

자료조사는 보도자료 및 인터넷을 통한 웹 조사와 잡지, 신문과 같은 언론매체를 통해 수집하였으며 사례 분석은 대상지의 위치와 공간 구성 및 화장품점 개점 전과 후로 구분하여 분석 하였다. 각 연도별 화장품 브랜드 연도별 개점현황은 다음 [표 3-4]과 같다.

개점년도	브랜드명	주 소
2010	유명 화장품 브랜드 없음	
2011	theSAME	화동 44-1번지
	SINCE KIEHL'S 1851	소격동 142-2번지
	ETUDE HOUSE	화동 65-4번지
2012	더바디샵	삼청동 46
	아리따움	삼청동 103번지
2013	SK2 피테라 하우스 삼청동	팔판동 27-5
2014	널스야드 레머디스 (NEAL'S YARD REMEDIES)	삼청동 37-2번지의 4
	moonshot	삼청동 109-1
	이니스프리제주하우스	삼청동64
	belif	화동 39
2015	리아네이처	삼청동 63-38
	VDL	화동 39
	올리브영 삼청동점	소격동 144-8
	아토팜 리얼베리어	소격동 153
2016	잇츠스킨	삼청동 62-11
	LUSH	팔판동 64-1
	Aesop	소격동 56
2017	La CHINATA(8월)	삼청동 37-2번지의 4
	Moonshot(YG PLACE)	삼청동 109-1
	NATURE REPUBLIC 삼청점	소격동 20-2
	innisfree 공병공간	소격동 152
2018	Lee YoungAe Botanic Cosmetics	팔판동 70
2019	활명 플래그십스토어	사간동 65-1

[표 3-4]삼청동 화장품점 연도별 개점현황

한한령(限韓令) 이전 삼청동 상권에 화장품 브랜드들은 플래그쉽스토어⁵⁰⁾형식으로 삼청동 상권에 신규개점 하였다. 플래그쉽스토어는 1990년대 후반 마케팅 초점이 제품이 아닌 브랜드로 변화하면서 플래그쉽스토어가 활성화 되었고, 일반 매장과 달리 휴식과 고급화장품 브랜드를 체험할 수 있도록 넓은 공간을 확보하고 브랜드 이미지에 부합하는 인테리어 등으로 꾸며졌다.

체험마케팅(Experiential Marketing)⁵¹⁾은 ① 고객체험 중시 ② 총체적 체험으로 소비 ③ 고객은 이성적 · 감성적인 존재 ④ 다각적인 마케팅 수단과 도구인 4가지로 구분 한다.⁵²⁾ 번 슈미트(Bernd H Schmitt)⁵³⁾는 “감각, 감성, 인지, 행동, 관계 모듈을 활용한 총체적 체험의 창출인 체험마케팅은 통합된 총체적 체험을 제공하기 위한 모든 커뮤니케이션 요소와 이벤트의 활용, 그리고 고객 접촉(contact)을 요구한다. 즉, 브랜드는 체험(Brand = Ex)이다”라고 정의했다.

삼청동에 개점한 화장품점은 명동의 화장품점들과 차별성을 가지고 있다. 2011년 01월 화장품점 the SAME 삼청동점이 상권에 처음 개점하고 같은 해 8월 뉴욕 코스메틱 브랜드 SINCE KIEHL'S 1851 [그림 3-8]과 같이 개점하였다. 또한 11월에는 아모레퍼시픽의 뷰티 브랜드인 ETUDE HOUSE도 삼청동에 신규 개점하였다.

50) 플래그쉽스토어 : 성공한 특정 상품 브랜드를 앞세워 전체 브랜드의 성격과 이미지를 극대화하는 매장을 일컫는다. ‘플래그쉽’은 해군 함대의 기함을 지칭하는데, 여기서는 기업의 주력 상품을 의미한다. 자료출처 :네이버지식백과

51) 체험마케팅(Experiential Marketing): 기존 마케팅과는 달리 소비되는 분위기와 이미지나 브랜드를 통해 고객의 감각을 자극하는 체험을 창출하는 데 초점을 맞춘 마케팅이다. 고객은 단순히 제품의 특징이나 제품이 주는 이익을 나열하는 마케팅보다는 잊지 못할 체험이나 감각을 자극하고 마음을 움직이는 서비스를 기대한다. 즉 제품생산 현장으로 고객을 초청하여 직접 보고, 느끼고, 만들어 볼 수 있도록 하는 것이다. 자료출처 : 네이버 지식백과
<http://100.naver.com/100.nhn?docid=750724>

52) 이민정. (2012). “팝업 스토어의 연출특성 연구;체험마케팅의 관점에서”. 숙명여자대학교 라이프스타일디자인대학원. 석사학위논문

53) 번 슈미트(Bernd Schmitt). [번 슈미트의 체험 마케팅] 김앤김북스 2013.12.17



[그림 3-8] the SAME, KIEHL'S 화장품점 매장 외관⁵⁴⁾

the SAME은 원목 인테리어에서 2013년 BI변경과 함께 일괄적으로 더샘을 상징하는 붉은 인테리어로 교체했다. 더샘 삼청점 직원의 인터뷰 내용을 살펴보면 “더샘이 중국 진출을 하지 않았기 때문에 인지도가 요우커들 사이에서 미미하다. 그래서 더샘의 아이덴티티를 살릴 수 있는 붉은 디자인으로 교체한 것”이라고 말했다⁵⁵⁾. 코스메틱 브랜드 문샷(moonshot)은 다음 [그림 3-9]과 같이 2014년 국내 1호점을 삼청동에 개점하였다. 문샷의 관계자에 따르면 “삼청동은 브랜드의 아이덴티티를 온전히 보여주기에 좋은 공간이다”며 “대부분의 삼청동 방문객들은 전시와 체험 등의 독특한 것을 기대하기 때문에 ‘판매’보다는 ‘브랜딩(branding)⁵⁶⁾’을 하기에 최적의 공간”이라고 삼청점의 가치를 평가했다.

54) 자료출처 : 약업닷컴 2014.10.27 기사. ‘강북가로수길’ 삼청동 ‘은 화장품 백화점’
<http://www.yakup.com/news/index.html?mode=view&nid=178902>

55) 자료출처 : 2015.03.26. 뷰티경제 기사 ‘삼청동 명동 잇는 새로운 뷰티메가로 떠오른다’

56) 브랜딩 : 소비자들의 머리에서 시작해서 감정적으로 느끼는 것이다. 소비자들은 특정 브랜드에 신뢰감, 충성도, 편안함 등의 감정을 느끼며, 그런 감정들을 갖게 하는 긍정적인 경험들을 통해 그 브랜드에 가치와 이미지를 부여한다. 따라서 브랜딩이란 진정한 경험을 창조하고 소비자와 진실한 관계를 발전시켜 나가는 과정과 관계의 구축을 통해 형성된다고 할 수 있다. 자료출처 : 네이버 지식백과



문샷 삼청동 매장 전경 /사진제공=YG엔터테인먼트

[그림 8-2] 문샷(moonshot) 화장품점 외관⁵⁷⁾

‘문샷(moonshot)’ 브랜드의 자유로운 콘셉트에 맞게 건물 외관 역시 틀에 얽매이지 않는 자유로움을 보여주고 1,2층 모두 화장품이 진열돼 있는데 특히 2층은 ‘플레이 위드 문샷(Play with Moonshot)’이라는 제품 체험행사장이며, 3층은 사무실로 사용 중이다.⁵⁸⁾

배우 이영애가 제품 개발 및 모델로 참여하는 식물성 화장품 브랜드인 ‘리아네이처’는 삼청동에만 단독 매장을 보유하고 있다. 다음 [그림 3-10]과 같이 매장 입구는 꽃과 나무로 식물성 원료를 사용하는 브랜드 이미지를 잘 나타내고 있으며, 내부는 블랙&화이트로 꾸며져 있어 현대미와 전통미를 함께 느낄 수 있다. 3층은 평상이 비치되어 있어 휴식공간으로 사용되며, 음료를 구입 할 수 있는 공간도 있다⁵⁹⁾.

57) 자료출처 : YG엔터테인먼트

58) 뷰티경제. (2015.03.25) “현장. 도심속에서 화장품과의 일탈.. 삼청동의 ‘이색 화장품’!

59) 자료출처 : 패션비즈(2014). <http://www.fashionbiz.co.kr/TN/?cate=2&recom=2&idx=143795>

이영애 화장품 브랜드 '리아네이처'



▲ 리아네이처 매장 외관



▲ 리아네이처 매장 3층 전경

[그림 3-10] 리아네이처 외관 및 내부 전경(자료출처 : 패션비즈)

다양한 체험 공간이 마련된 ‘이니스프리 제주하우스 삼청점’은 다음 [그림 3-11]과 같이 1층에는 오프라인 및 온라인에서 볼 수 없는 제품과 스스로 토핑을 선택해 만드는 개인맞춤 마스크 팩인 ‘토픽팩’과 문구류, 에코백 등으로 구성하여 구경하는 재미를 느낄 수 있는 판매 공간이며, 2층은 카페 공간, 3층은 전시공간으로 구성하여 다양한 체험공간으로 활용되고 있다⁶⁰⁾.

다양한 체험공간 마련된 '이니스프리 제주하우스 삼청점'



▲ 이니스프리 제주하우스 삼청점 외관



▲ 이니스프리 제주하우스 삼청점 내부



▲ 이니스프리 제주하우스 삼청점 직원

[그림 8-4] 이니스프리 제주하우스 외관 및 내부 전경 (자료출처 : 데일리 코스메틱)

닥터클릭 관계자에 삼청동에 화장품점들이 개점하는 이유에 대하여 “명동보다 지가(地價)가 저렴한 것도 있지만, 조용한 분위기에서 제품을 충분히 고려하고 구매할 수 있는 시간을 줄 수 있고 중국 관광객들이 증가하기 때문이다”고 말했다.⁶¹⁾.

60) 뷰티경제.(2015.03.25). “현장. 도심 속에서 화장품과의 일탈.. 삼청동의 ‘이색 화장품’!

61) 뷰티경제.(2015.03.26). ‘삼청동 명동 잇는 새로운 뷰티메카로 떠오른다’

영국 유기농 화장품 브랜드인 ‘닐스야드 레디머스 삼청점’은 다음 [그림 3-12]과 같이 국내에서 처음으로 선보이는 형태의 매장으로 붉은 벽돌, 화단 등으로 꾸며 놓았으며, 이는 실제 영국 코벤트 가든 거리를 그대로 옮겨놓은 듯한 인상을 주며, 삼청동 메인 거리 투어를 이국적으로 마무리 할 수 있는 이색 화장품 매장으로 선보였다⁶²⁾.

영국 코벤트가든을 옮겨놓은 듯한 '닐스야드 레머디스'



▲ 닐스야드 레머디스 삼청점 매장

[그림 3-12] 닐스야드 레머디스 외관(자료출처 : 데일리 코스메틱)

명동은 제품 홍보를 위한 전시공간을 고려하지 않았으나 삼청동은 체험 마케팅(Experiential Marketing)특징을 고려하여 고객 체험을 중시하고, 총체적 체험으로 소비, 고객은 이성적, 감성적인 존재, 다각적인 마케팅 수단과 도구로 체험중심의 화장품점을 개점하여 화장품 브랜드의 고급화를 알렸다.

장선⁶³⁾은 화장품 플래그십스토어 내 체험적 요소가 호의도 에 미치는 영향을 검증한 결과, 체험의 요인 중 가장 중요한 요인으로 인지적 요소가 나타났으며, 이는 화장품 업체들은 플래그십스토어 에서 신제품을 통해 표적

62) 뷰티경제. (2015.03.25). “현장. 도심 속에서 화장품과의 일탈.. 삼청동의 ‘이색 화장품!’

63) 장선. 전개논문. p.17

고객들의 호기심과 흥미를 자극하는 POP 전시와 이벤트 그리고 서비스를 통해 제품의 이미지를 높이는 인지적 요소에 중점을 두어 마케팅 전략을 수립해야 한다고 시사했다.

삼청동 총 사업체수는 2007년 546개에서 2019년 732개로 2007년 대비 34% 증가했으며 2011년 삼청동 상권에 화장품점이 개점하면서부터 총 사업체수는 2012년에 이례적인 상승률인 11.1%를 기록하였다. 삼청동 총 사업체수는 다음 [표 3-5]과 같다.

(단위 : 수, %)

연도	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
총사업체수	546	532	543	550	543	611	650	747	738	751	753	712	732
전년대비증감률		2.6	2.0	1.3	-1.3	11.1	6.0	13.0	-1.2	1.7	0.3	-5.8	2.7

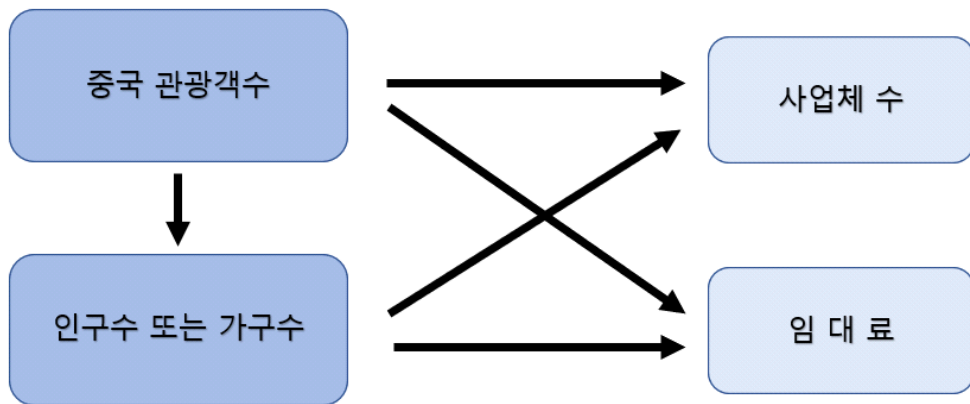
[표 3-5] 삼청동 총 사업체수 (자료출처 : 종로구청 통계자료)

제 4 장 삼청동 화장품점 분석

제 1 절 연구모형 및 연구가설

1) 연구모형

본 연구는 삼청동을 방문하는 중국 관광객을 대상으로 그들이 삼청동 상권에 미치는 영향을 연구 하고 [그림 4-1]과 같이 연구모형을 작성하여 연구가설을 검증하였다.



[그림 4-1] 연구모형

2) 연구가설

산업연구원 i-KIET 산업경제이슈(2017)⁶⁴⁾에 따르면 중국인 관광객 규모가 중국 정부의 한한령(限韓令)이 시작된 2016년 7월 이후 급감하는 추세이고, 2016년 11월 이후 대중 의존도가 높은 화장품과 관광 관련 대표기업의 주가가 하락하여 관련 업황에 부정적인 영향을 유발했다고

64) 산업연구원. (2017.05.22). '중국 정부의 한국 여행 제한 조치가 국내 소비재산업에 미치는 영향 분석'. 4차 산업혁명 시대를 주도하는 KIET 산업정책 리포트 제19호. 2017-19.

한다. 또한 중국 정부부의 한국 여행 상품 판매금지 조치가 국내 경제에 미치는 직·간접 피해 규모는 최소 5조 6,000억 원에서 최대 15조 2,000억 원에 이를 것으로 예상했으며 품목별로는 화장품과 의류의 피해가 가장 크고 식품, 신발·가방 순으로 나타났다. 이에 따라 본 연구는 한한령(限韓令)이 삼청동 화장품점에 영향을 미치는 것을 예상할 수 있으며 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

연구가설①. 한한령(限韓令)이 삼청동 상권에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

세부가설 1-1. 중국 관광객 수는 삼청동 가구수에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

세부가설 1-2. 중국 관광객 수는 삼청동 인구수에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

세부가설 1-3. 중국 관광객 수는 삼청동 총 사업체수에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

연구가설②. 한한령(限韓令)이 삼청동 임대료 변화에 영향을 미칠 것이다.

세부가설 2-1. 중국 관광객 수는 삼청동 임대료에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

세부가설 2-2. 중국 관광객 수는 삼청동 화장품점 영업점포 공실수에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

제 2 절 한한령(限韓令) 이후 삼청동 상권

1) 중국 관광객 수 변화

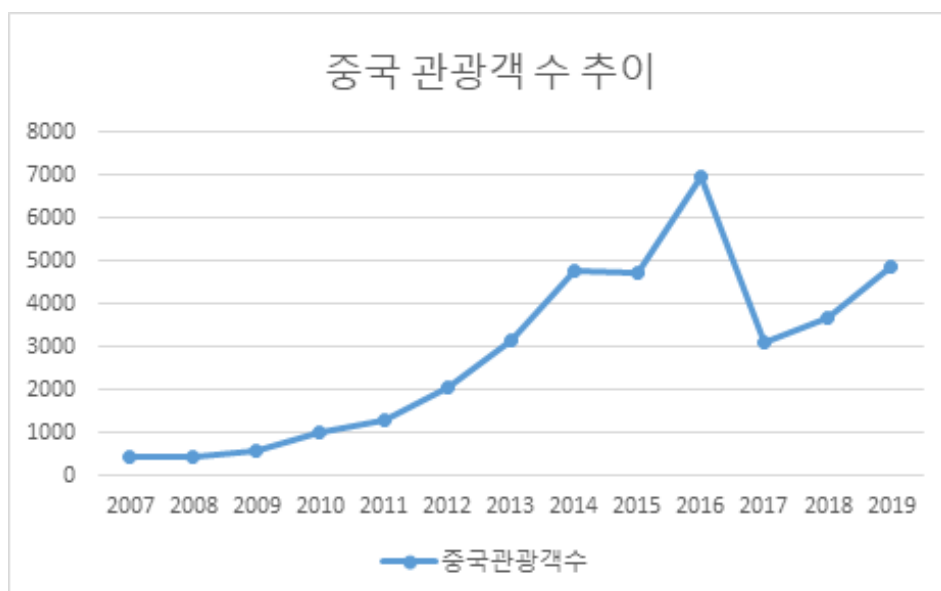
2017년 중국인 관광객은 전년대비 55.1% 감소한 3,117천명이었다. 이 수치는 한한령(限韓令)이 한국 관광산업에 무시할 수 없는 큰 부분을

차지하고 있었음을 알려준다. 연도별 중국 관광객 수는 다음[표 4-1]과 같고 관광객 수 추이는 [그림 4-2]와 같다.

(단위 : 천명, %)

구 분	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년
중 국	1,313	2,034	3,140	4,773	4,712	6,948	3,117	3,702	4,893
전년 대비 증감률	29.7	54.9	54.4	52.0	-1.3	47.5	-55.1	18.8	32.2

[표 4-1] 연도별 중국 관광객 수 변화 (자료출처 : 한국관광공사)



[그림 4-2] 연도별 중국 관광객 수 변화 추이

2) 화장품 주식시장

산업연구원(2017년 05월 22일)보고서⁶⁵⁾에 따르면 아모레퍼시픽의 주가는 2016년 11월부터 하락하여 평균 수익률은 0.38% 감소하였다고 하였으며, 한한령(限韓令)직후 LG생활건강 및 아모레퍼시픽의 주요 시점별 누적초과수익률을 살펴보면 다음 [표 4-2]과 같다.

시 점	LG생활건강	아모레퍼시픽	비 고
2016.11.18	-0.069**	-0.078***	
2017.02.28	-0.057	-0.078	
2017.03.15	-0.054**	0.013	

주 : 사건 당일 이후 5일간 누적초과수익률 ; *, **, ***는 각각 10%, 5%, 1% 수준에서 유의함을 의미

[표 4-2] 국내 관광 관련 품목의 누적초과수익률

LG생활 건강과 아모레퍼시픽의 초과 수익률은 한한령(限韓令) 이후 각각 6.9%, 7.8% 하락하였다. 동 기간 LG생활건강의 초과수익률만 통계적으로 유의하게 감소한 이유는 한한령(限韓令)의 영향이 주가에 이미 반영되었기 때문이다.

3) 화장품점 업종 변화

삼청동의 경우 한한령(限韓令) 이후 급격하게 중국 관광객들이 유입되지 않았다. 중국 관광객이 사라짐에 따라 화장품점은 대부분 폐점하거나 타 지역으로 이전하게 되었고 삼청동 화장품점 개점위치는 많은 변화가 있었으며 2020년 기준의 업종 이용현황은 다음 [표 4-3]과 같다.

65) 산업연구원. 전계서. p.35

상 호 명	이전업종 세부구분	이전업종 대구분	개점 연도	폐 점 여 부	폐점 연도	영업 기간	공 실 여 부	공 실 기 간	3 개 년 생 존 여 부	폐점후 업종
the SAME	의류	의류잡화	2011	O	2015	4			1	디자인 샵
SINCE KIEHL'S 1851	커피숍	커피숍	2011	O	2018	7			1	커피숍
ETUDE HOUSE	가방잡화	가방잡화	2011	O	2018	7			1	커피숍
더바디샵	신축	신축	2012	O	2013	1				커피숍
아리따움	편의점	소매점	2012	O	2019	7			1	액세서 리
SK2 피테라 하우스	미상	미상	2013	O	2013	0				음식점
널스야드 레머 디스 (NEAL'S YARD REMEDIES)	의류	의류잡화	2014	O	2016	2	1	5		공실
moonshot	미상	미상	2014	O	2017	3	1	4		공실
이니스프리 제주하우스	음식점	음식점	2014	O	2018	4			1	가구점
belif	갤러리	갤러리	2014	O	2018	4			1	시계점
리아네이저	커피숍	커피숍	2015	O	2017	2	1	4		공실
VDL	갤러리	갤러리	2015	O	2018	3				시계점
올리브영 삼청동점	빵집	소매점	2015	O	2020	5	1	1	1	공실
아토팜 리얼베리어	쌀가게	소매점	2015	O	2016	1				의류
잇츠스킨	커피숍	커피숍	2016	O	2018	2	1	3		공실
LUSH	액세서리	의류잡화	2016	O	2017	1	1	4		공실
Aesop	가방잡화	의류잡화	2016	X	영업중	5			1	화장품
La CHINATA	공실	공실	2017	O	2019	2	1	2		공실
Moonshot (YG PLACE)	화장품	화장품	2017	O	2019	2	1	2		공실
NATURE REPUBLIC	의류	의류잡화	2017	O	2019	2	1	2		공실
innisfree 공병공간	꽃집	소매점	2017	X	영업중	4			1	화장품
Lee Young Ae Botanic Cosmetics	잡화	의류잡화	2018	X	영업중	3				화장품
활 명 플래그쉽스토어	소매마트	소매점	2019	X	영업중	2				화장품
평 균						3.17		3.0		

[표 4-3] 삼청동 화장품점 생존기간 및 개점 전·후 업종 변화

가) 화장품점 개·폐점 누계 및 폐점률

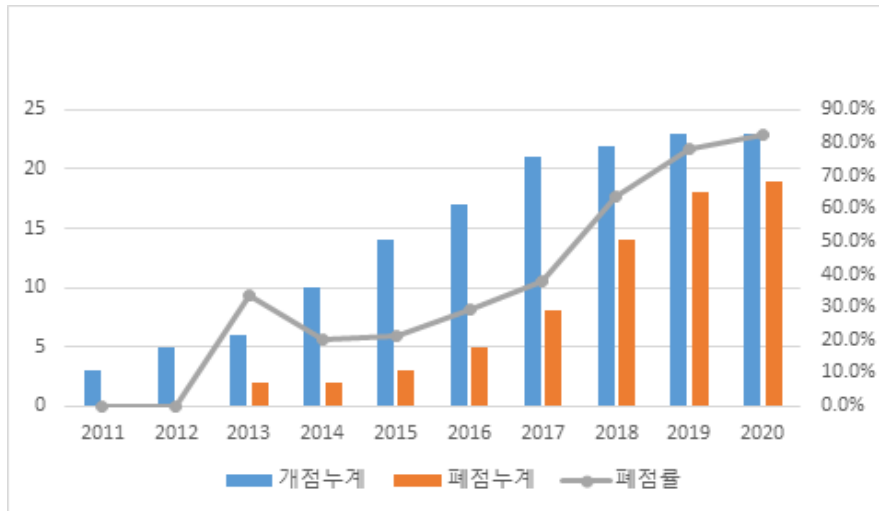
삼청동 화장품점 개·폐점 누계수 및 폐점률은 다음 [표 4-4]과 같다.

(단위: 수, %)

연 도	개점 수	개점누계	폐점 수	폐점누계	폐점률
2011	3	3	0	0	0.0%
2012	2	5	0	0	0.0%
2013	1	6	2	2	33.3%
2014	4	10	0	2	20.0%
2015	4	14	1	3	21.4%
2016	3	17	2	5	29.4%
2017	4	21	3	8	38.1%
2018	1	22	6	14	63.6%
2019	1	23	4	18	78.3%
2020	0	23	1	19	82.6%

[표 13-2] 연도별 개·폐점 누계수 및 폐점률

삼청동의 화장품점은 한한령(限韓令) 이전과 이후에 개점수에서도 큰 차이가 있었다. 한한령(限韓令) 이전인 2011년부터 2016년까지 6년간 화장품점 점포수는 17개로 매년 평균 2.8개가 신규 개점 하였으나 중국 관광객의 발길이 끊긴 한한령(限韓令) 이후인 2017년부터 2020년까지 4년간 신규개점 점포수는 6개로 연평균 1.5개로 한한령(限韓令) 이전과 이후 연평균 개점수는 약 47%하락 하였다. 한한령(限韓令) 이전 화장품점 폐점 누계는 5개로 매년 평균 0.83개가 폐점하였으나 한한령(限韓令) 이후 14개로 연평균 3.5개가 폐점하였다. 다음 [그림 4-3]과 같이 폐점률이 2017년 38.1%에서 2020년 82.6%로 빠르게 늘고 있는 것을 확인 할 수 있었다.



[그림 4-3] 연도별 개·폐점 누계수 및 폐업률 추이

나) 화장품점 개점 대비 3년 후 생존율

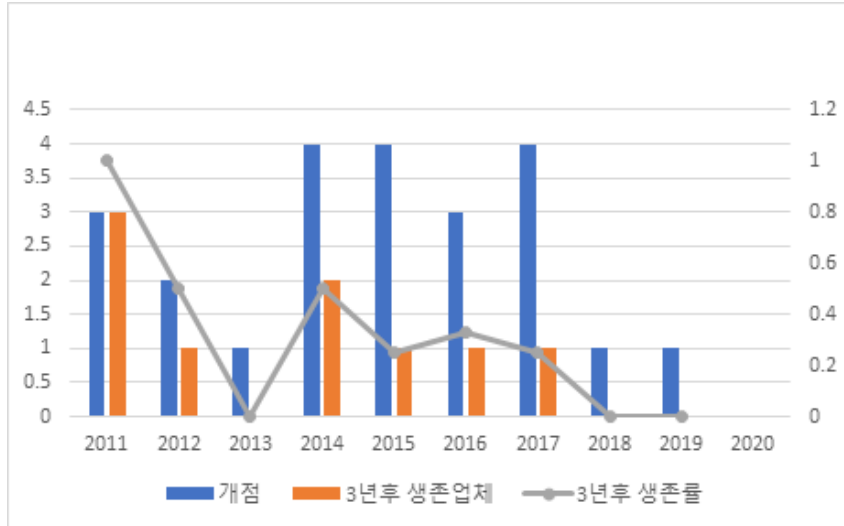
삼청동의 화장품점 개점대비 3년 후 생존율은 한한령(限韓令) 이전인 2016년까지는 33.3%(누계대비 58.3%)이었으며, 한한령(限韓令) 이후 3년 후 생존율은 [표 4-5]과 같이 0.0%(누계대비 60.0%)로 급격히 하락한 것으로 분석되었다.

(단위: 수, %)

연 도	3년 생존업체 누계	개점대비 3년 후 생존율	개점누계대비 3년 후 생존율
2011	3	100.0	100.0
2012	1	50.0	80.0
2013	0	0.0	100.0
2014	2	50.0	75.0
2015	1	25.0	54.5
2016	1	33.3	58.3
2017	1	25.0	61.5
2018	0	0.0	50.0
2019	0	0.0	60.0
2020	0	0.0	50.0

[표 4-5] 연도별 개점 대비 3년 후 생존율

삼청동 화장품점의 개점대비 3년 후 생존율 추이는 다음 [그림 4-4]과 같다.



[그림 4-4] 연도별 개점대비 3년 후 생존율 추이

다) 화장품점 개점누계 대비 공실누계 및 공실률

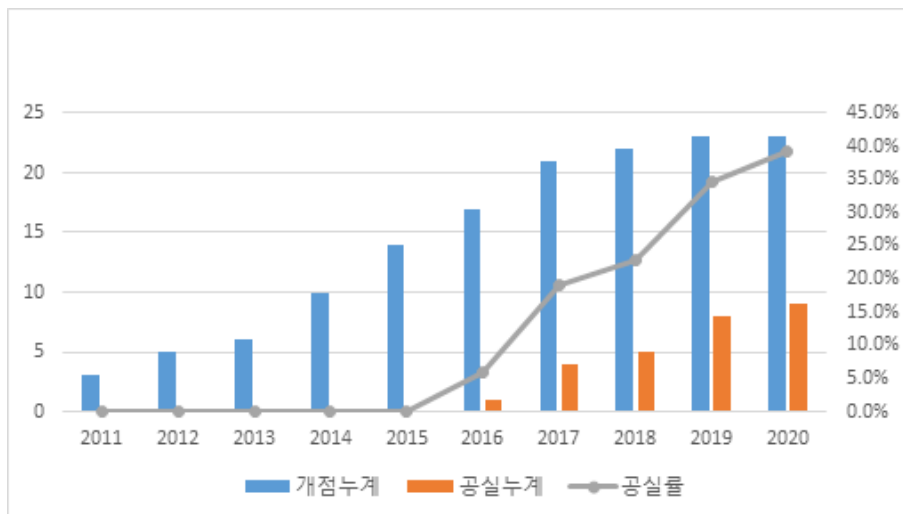
삼청동의 화장품점의 공실률은 한한령(限韓令) 이전과 이후에 큰 변화가 있었다. 한한령(限韓令) 이전인 2011년부터 2016년까지 개점대비 공실률은 5.9%이었으나, 중국 관광객의 발길이 끊긴 한한령(限韓令) 이후인 2017년부터 2020년까지 개점대비 공실률은 39.1%로 한한령(限韓令) 이전과 이후 공실률은 다음 [표 4-6]과 같이 급격히 상승하였다.

(단위: 수, %)

연 도	개점누계	공실누계	개점대비 공실률
2011	3	0	0.0
2012	5	0	0.0
2013	6	0	0.0
2014	10	0	0.0
2015	14	0	0.0
2016	17	1	5.9
2017	21	4	19.0
2018	22	5	22.7
2019	23	8	34.8
2020	23	9	39.1

[표 4-6] 화장품점 개점누계 대비 공실누계 및 공실률

삼청동 화장품점의 개점대비 공실률 추이는 다음 [그림 4-5]과 같다.



[그림 4-5] 화장품점 개·폐점 누계 및 공실률 변동 추이

라) 화장품점 개점누계 대비 생존점포수와 폐점시점 이후 생존율

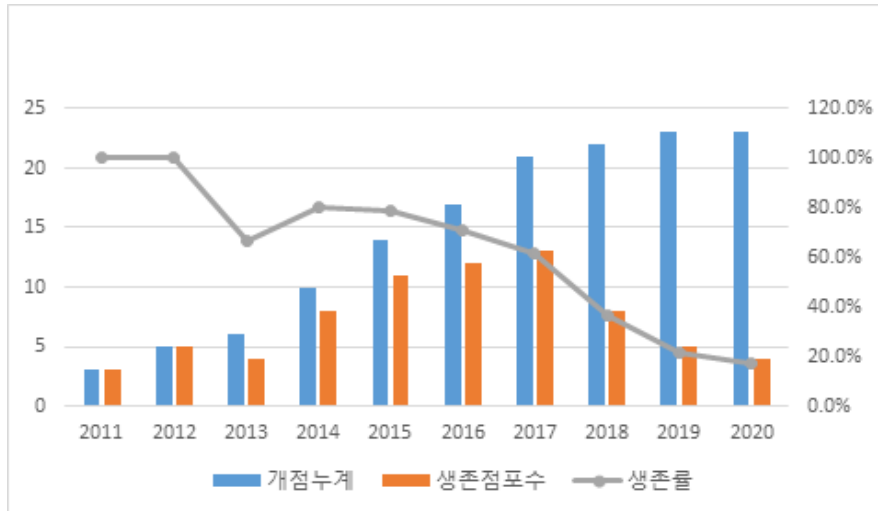
삼청동의 화장품점의 폐점시점 이후 생존율을 살펴보면 한한령(限韓令) 이전과 이후에 큰 변화가 있었다. 한한령(限韓令) 이전인 2016년까지 70.6%를 유지하다가 2017년부터 감소하여 다음 [표 4-7]과 같이 2020년도에는 생존율은 무려 17.4%로 급격히 하락하였다.

(단위 : 수, %)

연 도	개점누계	생존점포수	폐점시점 이후 생존율
2011	3	3	100.0
2012	5	5	100.0
2013	6	4	66.7
2014	10	8	80.0
2015	14	11	78.6
2016	17	12	70.6
2017	21	13	61.9
2018	22	8	36.4
2019	23	5	21.7
2020	23	4	17.4

[표 4-7] 개점누계 대비 생존 점포수와 폐점시점 이후 생존율

삼청동 화장품점 개점누계 대비 생존 점포수의 생존율 추이는 다음 [그림 4-6]과 같다.



[그림 4-6] 개점누계 대비 생존점포수와 폐점시점 이후 생존을 추이

마) 화장품점 폐점누계 대비 공실누계와 공실률

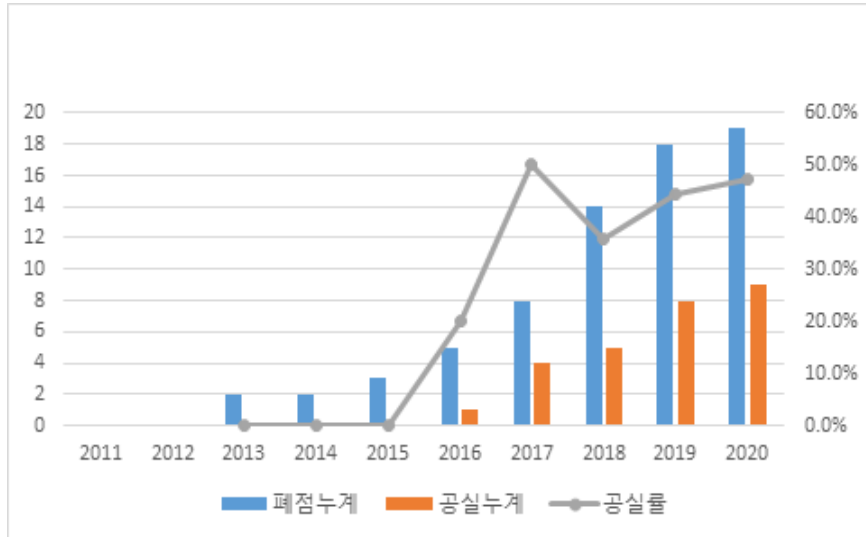
삼청동의 화장품점의 폐점시점 이후 공실률을 살펴보면 한한령(限韓令) 이전인 2016년까지 20.0%를 유지하다가 다음 [표 4-8]과 같이 2017년 50.0%, 2018년 35.7%, 2019년부터 2020년까지 44.4%를 기록하고 있다.

(단위 : 수, %)

연 도	폐점누계	공실누계	공실률
2011	0	0	0.0
2012	0	0	0.0
2013	2	0	0.0
2014	2	0	0.0
2015	3	0	0.0
2016	5	1	20.0
2017	8	4	50.0
2018	14	5	35.7
2019	18	8	44.4
2020	19	9	47.4

[표 4-8] 폐점누계 대비 공실누계와 공실률

삼청동 화장품점 폐점시점 이후 공실률 추이는 다음[그림 4-7]과 같다.



[그림 4-7] 폐점누계 대비 공실누계와 공실률 추이

삼청동의 화장품점 폐점이후 공실로 남아있는 점포수가 무려 2020년 기준 9점포에 달한다. 한한령(限韓令) 이후 중국 관광객의 영향으로 삼청동 상권에 아직도 빈 점포가 남아있는 실정이다. 이는 중국 관광객에 의존한 상권임이 증명되는 것이고 공실률이 심각한 삼청동을 대변해 준다고 할 수 있다. 삼청동 화장품점 점포는 2020년 기준 개점대비 공실률 39.1%이고, 폐점대비 공실률은 47.4%, 생존점포대비 공실률은 225.0%로 분석되었다. 삼청동 화장품점 공실률 현황은 다음 [표 4-9]과 같다.

(단위 : %)

연 도	개점대비 공실률	폐점대비 공실률	생존점포대비 공실률
2011	0.0	0.0	0.0
2012	0.0	0.0	0.0
2013	0.0	0.0	0.0
2014	0.0	0.0	0.0
2015	0.0	0.0	0.0
2016	5.9	20.0	8.3
2017	19.0	50.0	30.8
2018	22.7	35.7	62.5
2019	34.8	44.4	160.0
2020	39.1	47.4	225.0

[표 4-9] 삼청동 화장품점 공실률

서울여행관광(삼청동 등)을 선호하는 중국 관광객으로 인하여 삼청동지역에 화장품점이 2011년부터 증가세를 보였으나 한한령(限韓令) 이후 중국 관광객의 발길이 줄어들자 삼청동 상권에도 다수의 공실이 발생하는 결과를 초래했다. 또한 장기적 공실로 인하여 삼청동 지역 전체 임대료도 2000년대 초 시점의 임대료로 하락한 상태이다. 결국 삼청동은 내국인 관광객보다 해외 관광객에 의존한 상권이었으며, 한한령(限韓令)으로 인하여 상권 자체에 임대료 하락 및 공실률 증가가 심각하게 나타난 상권임이 밝혀졌다.

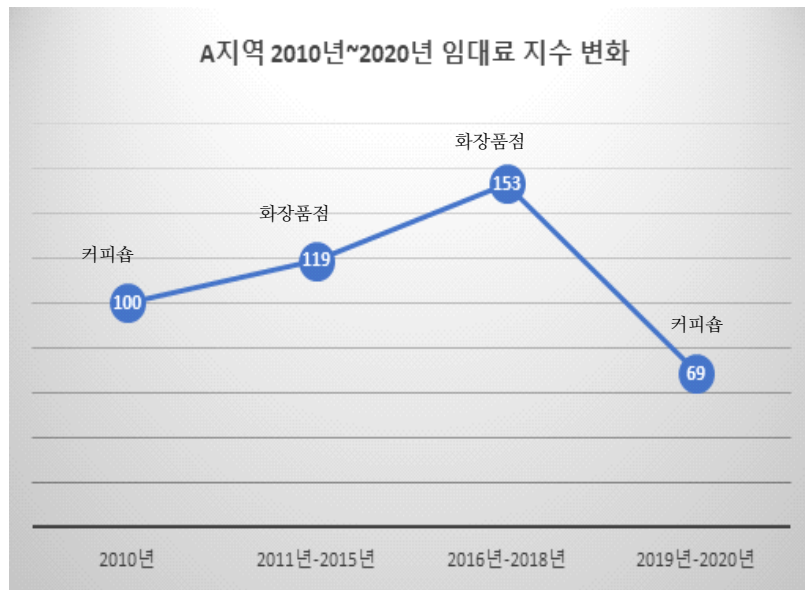
4) 삼청동 화장품점 특정대상지 임대료 변화

화장품 업종으로 개점한 종로구 소격동 142-2번지의 2010년부터 2020년까지 임대료 및 임대지수를 조사한 결과는 다음 [표 4-10]과 같으며 임대료 지수 변화 추이는 다음[그림 4-8]과 같다.

(단위 : 천원, 2010년=100)

대상지 구분	주 소	2010년 (지수)	2011년-2015년 (지수)	2016년-2018년 (지수)	2019년-2020년 (지수)
A	소격동 142-2	9,091 (100)	10,807 (119)	13,932 (153)	6,250 (69)

[표 4-10] 대상지[A]의 화장품점 개점 전 · 후 임대료(1층기준 환산임대료)



[그림 4-8] 대상지[A]의 임대료 지수 변화 추이

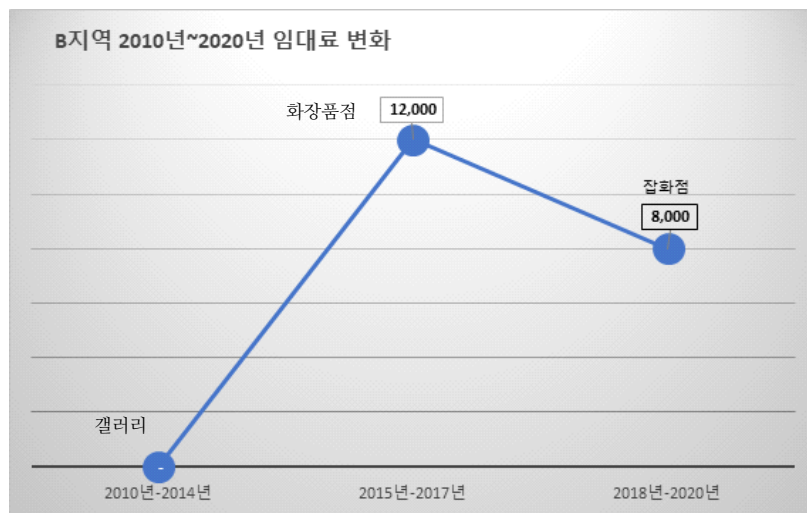
대상지 A는 2011년까지 커피숍 업종으로 운영하다 2011년 화장품점으로 업종 전환되었다. 업종 전환시점의 임대료 지수 변화를 살펴보면 임대료 지수는 100에서 119로 증가하였음을 확인할 수 있었다. 2016년부터 2018년까지 임대료 지수는 153이며 이는 2016년 한한령(限韓令) 이전에 체결된 재계약으로 인하여 임대료 지수는 2년간 변동이 없었다. 2018년 말 화장품점은 폐점 되었으며, 2019년 커피숍으로 다시 업종 전환되었고 임대료 지수는 69로 2010년보다도 하락한 것으로 확인되었다.

2015년 화장품 업종으로 개점한 종로구 화동 39번지의 2010년부터 2020년까지 임대료를 조사한 결과 다음 [표 4-11]과 같으며 임대료 변화 추이는 [그림 4-9]과 같다.

(단위 : 천원)

대상지 구분	연 도	2010년-2014년	2015년-2017년	2018년-2020년	비 고
	용 도	갤러리	화장품점	잡화점	
B	1층 임대료	-	12,000	8,000	2010-2014년 갤러리 (건물주자가사용)

[표 4-11] 대상지[B]의 화장품점 개점 전·후 임대료(1층 기준 환산임대료)



[그림 4-9] 대상지[B]의 임대료 변화 추이

대상지[B]는 2014년까지 갤러리(자가사용)로 사용되었으며 2015년 화장품 점으로 업종 전환되었다. 업종 전환시점의 임대료는 12,000천원으로 조사되었다. 한한령(限韓令) 이후인 2018년 화장품점의 폐점이후 잡화점으로 다시 업종 변경 되었으며, 임대료는 8,000천원으로 화장품점과 비교하면 33.3% 하락되어 계약된 것으로 확인되었다.

제 3 절 가설검증

삼청동 상권 변화에 영향을 주는 요인을 기준으로 종속변수(삼청동 가구수 및 인구수, 총 사업체수)와 독립변수(거주 외국인, 중국 관광객 수)를 설정하여 다중 회귀분석의 방법으로 연구가설 ①을 검증하였고, 화장품점 개점을 기준으로 시계열 분석을 실시한 후 종속변수(임대료, 공실수)와 독립변수(가구수, 중국 관광객 수, 영업 점포수)를 기준으로 연구가설 ②를 검증하였다. 가설검증을 위하여 설정된 가설은 다음[표 4-12]과 같다.

연구가설	세부가설	
① 한한령(限韓令)이 삼청동 상권에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.	1-1	중국 관광객 수는 삼청동 가구수에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.
	1-2	중국 관광객 수는 삼청동 인구수에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.
	1-3	중국 관광객 수는 삼청동 총 사업체수에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
② 한한령(限韓令)이 삼청동 임대료 변화에 영향을 미칠 것이다.	2-1	중국 관광객 수는 삼청동 임대료에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
	2-2	중국 관광객 수는 삼청동 화장품점 영업점포 공실수에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

[표 4-12] 설정된 가설

1) 연구가설 ① 검증

한한령(限韓令)이 삼청동 상권에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

가) 세부가설 1-1 검증

중국 관광객 수는 삼청동 가구수에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

삼청동 가구수 변화에 대한 분석결과는 [표 18-1]과 같다. 회귀식이 유의하였으며($F=32.6023$, $p<.01$, 99%신뢰도) 독립변수인 거주외국인($B=-1.2632$, $p<.1$, 90%신뢰도)과 중국 관광객 수($B=-0.0358$, $p<.01$, 99%신뢰도)로 유의하였다. 즉, 삼청동 가구수에 중국 관광객 수는 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 삼청동 가구수의 변수 거주외국인 $p=0.0588^*$, 중국 관광객 수 $p=0.0063^{***}$ 으로 삼청동 가구수에 영향을 미치는 것으로 검증되었다. 따라서 세부가설 1-1는 채택되었다.

종속변수	독립변수	계 수	표준오차	t 통계량	유의확률	P값
삼청동 가구수	상수	1866.57 ***	90.4953	20.6261	0.0000	0.0000
	거주 외국인	-1.2632 *	0.5924	-2.1322		0.0588
	중국 관광객 수	-0.0358 ***	0.0104	-3.4441		0.0063
	R=.931, R ² =.867, Adjusted R ² =.840 F = 32.6023					

주 : * $p<.1$, ** $p<.05$, *** $p<.01$

[표 18-1] 세부가설 1-1 다중 회귀분석 결과

박진아 · 정윤주(2013)⁶⁶⁾의 연구에서는 삼청동길 프랜차이즈 상점분포는 2009년 3년 4월까지 총 38개의 프랜차이즈 상점이 새롭게 입점하였는데 이중 8개는 기존의 프랜차이즈가 다른 프랜차이즈 상점으로 대체된 반면 22

66) 박진아 · 정윤주, 전제논문, p.18

개는 개인상점에서 프랜차이즈 상점으로, 3개는 개인주택에서 프랜차이즈로, 5개는 갤러리에서 프랜차이즈 상점으로 변화된 것으로 조사되었다고 했다. 결과적으로 삼청동 가구수의 변화에 거주외국인과 중국 관광객이 부(-)의 영향을 미쳤다. 이는 중국 관광객으로 인하여 주거지가 상업지로 바뀌는 것을 의미하며, 삼청동 가구수에 영향을 준 것으로 확인되었다.

나) 가설 1-2 검증

중국 관광객 수는 삼청동 인구수에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

삼청동 거주 인구수 변화에 대한 분석결과는 [표 4-14]과 같다. 회귀식이 유의하였으며($F=25.2033$, $p<.01$, 99%신뢰도) 독립변수인 거주 외국인($B=-3.6256$, $p<.1$, 90%신뢰도)과 중국 관광객 수($B=-0.0865$, $p<.05$, 95%신뢰도)로 유의하였다. 삼청동 거주 인구수에 영향을 주며 중국 관광객 수에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 변수인 거주 외국인 $p=0.0641^*$, 중국 관광객 수 $p=0.0178^{**}$ 으로 삼청동 거주 인구수에 영향을 미치는 것으로 검증되었다. 따라서 세부가설 1-2는 채택되었다.

종속변수	독립변수	계 수	표준오차	t 통계량	유의확률	P값
삼청동 거주 인구수	상수	4332.78 ***	266.1425	16.2800	0.0000	0.0000
	거주 외국인	-3.6256 *	1.7423	-2.0809		0.0641
	중국 관광객 수	-0.0865 **	0.0305	-2.8326		0.0178
	R=.913, R ² =.834, Adjusted R ² =.801 F = 25.2033					

주 : * $p<.1$, ** $p<.05$, *** $p<.01$

[표 4-14] 세부가설 1-2 다중 회귀분석 결과

삼청동은 상업지로 변화됨에 따라 주민들의 기반시설이었던 근린상업 시설들이 외부 고객의 수요에 맞춘 대규모 자본을 가진 상점들로 채워지며 수많은 관광객들에 의한 주거지 내의 소음, 사생활 노출, 무분별한 관광태도, 쓰레기 투기, 혼잡 등으로 주민들은 불편을 느끼게 되기 때문에 중국 관광객 수는 삼청동 가구수와 인구수에 부(-)의 영향을 미치게 되는 것이다.

다) 가설 1-3 검증

중국 관광객 수는 삼청동 총 사업체수에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

삼청동 총 사업체수 변화에 대한 분석결과는 [표 4-15]과 같다. 회귀식이 유의하였으며($F=27.98$, $p<.01$, 99%신뢰도) 독립변수인 거주외국인($B=0.378$, $p>.1$)과 중국 관광객 수($B=0.0365$, $p<.01$, 99%신뢰도)로 유의하였다. 즉, 삼청동 총 사업체수에 거주 외국인 및 중국 관광객 수는 영향을 미치는 것으로 검증되었다. 삼청동 총 사업체수의 변수인 중국 관광객 수 $p=0.0017^{***}$ 으로 삼청동 총 사업체 수에 영향을 주며, 거주 외국인 $p=0.4578$ 으로 기각한다. 삼청동 총 사업체수는 중국 관광객 수와 관련이 있으며 중국 관광객 수는 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 세부가설 1-3은 채택되었다.

종속 변수	독립변수	계 수	표준오차	t 통계량	유의확률	P값
삼 청 동 총 사업 체수	상수	472.671 ***	74.755	6.3229	0.000	0.0001
	거주 외국인	0.378	0.4894	0.7723		0.4578
	중국 관광객 수	0.0365 ***	0.0086	4.2516		0.0017
	R=.921, $R^2=.848$, Adjusted $R^2=.818$ F = 27.98					

주: * $p<.1$, ** $p<.05$, *** $p<.01$

[표 4-15] 세부가설 1-3 다중 회귀분석 결과

2) 연구가설 ② 검증

한한령(限韓令)이 삼청동 임대료에 영향을 미칠 것이다.

가) 가설 2-1 검증

중국 관광객 수는 삼청동 임대료에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

삼청동 지역의 2011년부터 2019년까지 임대료 지수 변화는 다음 [표 4-16] 과 같다.

(2010년 = 100)

연 도	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019 ⁶⁷⁾
임대지수 ⁶⁸⁾	100.0	106.3	109.8	113.7	117.7	119.9	140.0	125.8	114.0	114.0

[표 4-16] 삼청동 연도별 임대료 지수 변화

삼청동 임대료 지수 변화에 대한 분석결과는 다음 [표 4-17]과 같다. 회귀식이 유의하였으며($F=16.077$, $p<.01$, 99%신뢰도) 독립변수인 가구수($B=0.064$, $p<.1$)와 중국 관광객 수($B=0.004$, $p<.01$, 99%신뢰도), 영업 점포수($B=2.218$, $p<.01$, 99%신뢰도)로 유의하였다. 즉, 삼청동 임대료 지수 변화에 가구수, 중국 관광객 수, 영업 점포수는 영향을 미치는 것으로 검증되었다. 삼청동 임대료 지수의 변수인 가구수는 $p=0.108^*$, 중국 관광객 수는 $p=0.020^{***}$, 영업점포 수는 $p=0.012^{***}$ 으로 삼청동 임대료에 영향을 미친다. 삼청동 임대료는 변수와 관련이 있으니 중국 관광객 수는 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 세부가설 2-1은 채택되었다.

67) 2019년 임대료 인상률을 2018년 2019년의 우리마을가게 상권분석서비스 및 삼청동 임대시세 사이트의 1곳의 평균 인상률을 계산하여 지수화 함

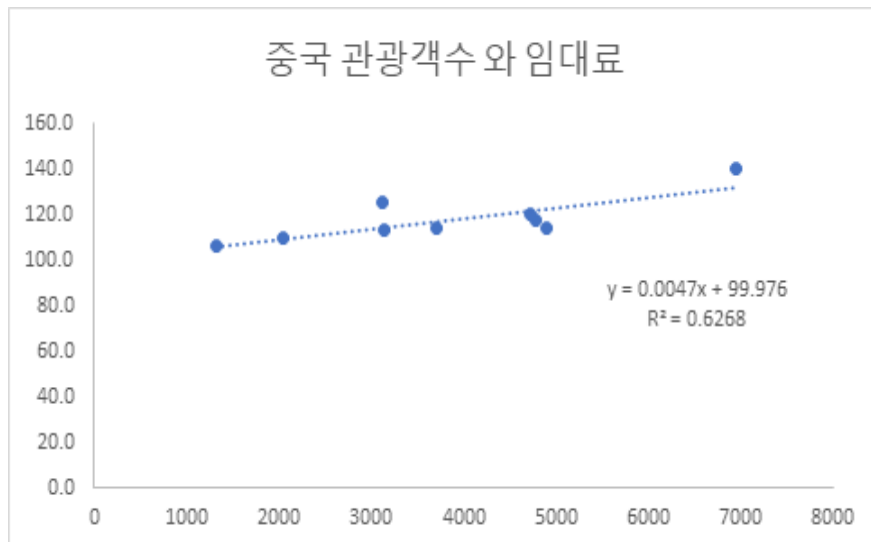
68) 우리마을가게 상권분석서비스의 삼청동 임대료 및 삼청동의 대표지역 2곳의 연도별 임대료의 평균 인상률을 계산하여 지수화 함

종속 변수	독립변수	계 수	표준오차	t 통계량	유의확률	P값
임대료	상수	-9.098	53.636	-0.170	0.0053	0.872
	가구수	0.064 *	0.033	1.958		0.108
	중국 관광객 수	0.004 ***	0.001	3.368		0.020
	영업 점포 수	2.218 ***	0.553	3.850		0.012
	R=.951, R ² =.906, Adjusted R ² =.849 F = 16.077					

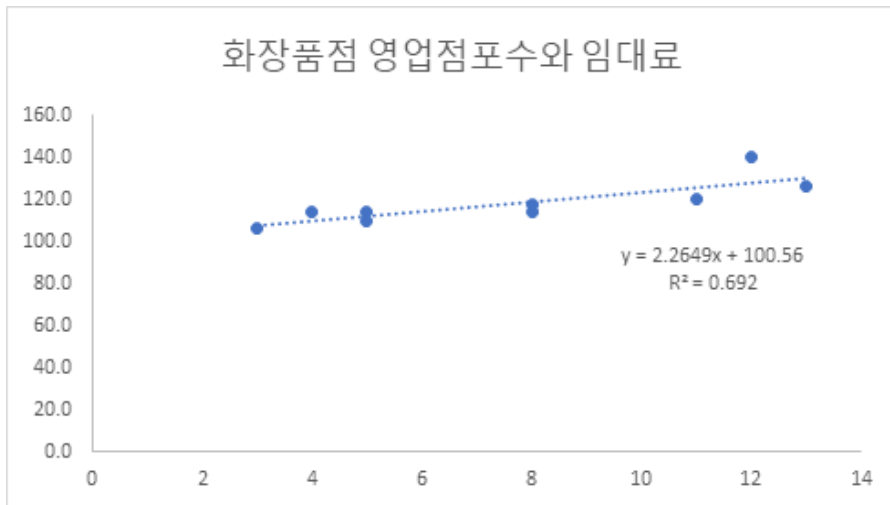
주:*p<.1, **p<.05, ***p<.01

[표 4-17] 세부가설 2-1 다중 회귀분석 결과

추세선으로 확인한 결과 중국 관광객 수가 임대료에 영향을 미치며 다음[그림 4-10]과 같이 상관관계는 $R^2=0.6268$ 을 나타내고 있다. 또한 화장품점 영업점포 수도 임대료에 영향을 미치며 다음[그림 4-11]과 같이 $R^2=0.692$ 의 상관관계를 나타내고 있다.



[그림 4-10] 중국 관광객 수와 임대료 추세



[그림 4-11] 화장품점 영업 점포수와 임대료 추세

나) 가설 2-2 검증

중국 관광객 수는 삼청동 화장품점 영업점포 공실수에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

삼청동 화장품점의 폐점이후 공실수 변화에 대한 분석결과는 [표 4-18]과 같다. 회귀식이 유의하였으며($F=6.576$, $p<.01$, 99%신뢰도) 독립변수인 가구수($B= -0.061$, $p<.01$)와 중국 관광객 수($B= -0.001$, $p<.01$, 99%신뢰도), 영업점포 수($B= -0.631$, $p<.01$, 99%신뢰도)는 유의하였다. 즉, 삼청동 폐점이후 공실수 변화에 가구수, 중국 관광객 수, 영업점포수는 영향을 미치는 것으로 검증되었다. 삼청동 공실수의 변수인 삼청동 가구수는 $p=0.008^{***}$, 중국 관광객 수는 $p=0.099^{***}$, 영업점포수는 $p=0.047^{***}$ 으로 삼청동 화장품점 공실수에 영향을 미친다. 삼청동 화장품점 폐점이후 공실수와 관련이 있으니 중국 관광객 수는 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 세부가설 2-2는 채택되었다.

종속 변수	독립변수	계 수	표준오차	t 통계량	유의확률	P값
공실수	상수	101.305 ***	23.269	4.354	0.034	0.007
	가구수	-0.061 ***	0.014	-4.327		0.008
	중국 관광객 수	-0.001 ***	0.001	-2.021		0.099
	영업점포 수	-0.631 ***	0.240	-2.629		0.047
	R=.893, R ² =.797, Adjusted R ² =.676 F = 6.576					

주:*p<.1, **p<.05, ***p<.01

[표 4-10] 세부가설 2-2 다중 회귀분석 결과

제 4 절 가설검증 요약

한한령(限韓令) 이전과 이후의 삼청동 상권변화에 대하여 변수를 기준으로 분석하였으며, 삼청동 상권변화가 임대료에 미치는 영향을 분석하기 위하여 다중 회귀분석을 실시하였다.

첫째 삼청동 가구수 분석을 위하여 종속변수를 삼청동의 가구수, 삼청동 총 사업체 수로 구분하였으며, 독립변수로 거주외국인, 중국 관광객 수로 설정하고 종속변수의 지표들과 회귀분석을 진행하였다. 회귀계수의 유의성 검증 결과를 살펴보면 거주 외국인과 중국 관광객 수는 삼청동 가구수에는 유의한 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 삼청동 가구수의 비표준화 계수의 크기는 거주외국인(B=-1.2632), 중국 관광객 수(B=-0.0358)로 부(-)의 영향을 미치는 것으로 검증되었다.

둘째 삼청동 거주 인구수를 분석하기 위해 종속변수를 삼청동의 거주 인구수 로 구분 하였으며, 독립변수로 거주 외국인, 중국 관광객 수 를

설정하고 종속변수의 지표들과 회귀분석을 진행하였다. 회귀계수의 유의성 검증결과를 살펴보면 거주외국인, 중국 관광객 수, 일본 관광객 수는 삼청동 거주 인구수에 유의한 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 인구수의 비표준화 계수의 크기는 거주 외국인($B=-3.6256$), 중국 관광객 수($B=-0.0865$)로 부(-)의 영향을 미치는 것으로 검증되었다.

셋째 삼청동 총 사업체수 영향 분석을 위하여 종속변수를 삼청동의 가구수, 삼청동 총 사업체 수로 구분하였으며, 독립변수로 거주외국인, 중국 관광객 수로 설정하고 종속변수의 지표들과 회귀분석을 진행하였다. 회귀계수의 유의성 검증 결과를 살펴보면 거주 외국인과 중국 관광객 수는 삼청동 총 사업체수 에는 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 삼청동 총 사업체수의 비표준화 계수의 크기는 거주 외국인($B=0.378$), 중국 관광객 수($B=0.0365$)로 정(+)의 영향을 미치는 것으로 검증되었다.

넷째 삼청동 임대료 변화를 분석하기 위해 종속변수를 삼청동의 임대료로 구분하였으며, 독립변수로 삼청동 가구수, 중국 관광객 수, 영업점포 수로 설정하고 종속변수의 지표들과 회귀분석을 진행하였다. 회귀계수의 유의성 검증결과를 살펴보면 가구수, 중국 관광객 수, 영업점포 수에는 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 검증되었다. 삼청동 임대료의 비표준화 계수의 크기는 가구수($B=0.064$), 중국 관광객 수($B=0.004$), 영업점포 수($B=2.218$)로 정(+)의 영향을 미치는 것으로 검증되었다.

다섯째 삼청동 화장품점의 공실수 변화 분석을 위해 종속변수를 삼청동 화장품점 영업점포의 폐점이후 공실수로 설정하고 독립변수로 삼청동 가구수, 중국 관광객 수, 화장품점 영업점포수로 설정하고 종속변수의 지표들과 회귀분석을 진행하였다. 회귀계수의 유의성 검증결과를 살펴보면 삼청동 화장품점 폐점이후 공실수에는 유의한 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 삼청동 화장품점 공실수의 비표준화 계수의 크기는 가

구수($B=-0.061$), 중국 관광객 수($B=-0.001$), 영업점포 수($B=-0.631$)로 부(-)의 영향을 미치는 것을 검증되었다.

제 5 장 결 론

제 1 절 연구 결과

한한령(限韓令) 이후 삼청동 상권의 변화를 수치적으로 밝혀냈다. 한한령(限韓令) 이전과 이후의 삼청동 상권변화에 대하여 변수를 기준으로 분석하였으며, 삼청동 상권변화가 임대료에 미치는 영향을 분석하기 위하여 다중 회귀분석을 실시하였다.

첫째, 삼청동 가구수 및 거주 인구수는 삼청동 거주 외국인과 중국 관광객 수가 증가하면 편익을 받는 부분이 감소하므로 삼청동 가구수와 인구수는 감소 한다는 결과를 도출해 냈다.

둘째, 삼청동 총 사업체수는 거주 외국인은 영향이 받지 않았으나 중국 관광객 수에 영향을 받는다는 것을 확인하였다.

셋째, 삼청동 임대료 변화를 살펴본 결과 삼청동 가구수, 중국 관광객 수, 영업 점포수가 증가하면 임대료도 상승하였다. 이는 반대로 임대료의 하락의 원인이라는 결과를 도출해 냈다.

넷째, 삼청동 화장품점이 개점하였던 점포의 공실의 증가원인은 화장품점이 폐점이후 장기적인 공실이 되는 것을 확인하였으며, 공실 증가 원인이 삼청동 가구수, 중국 관광객 수, 화장품 영업점포 수가 영향을 미친다는 것을 검증하였다.

이상의 분석결과에서 살펴볼 수 있듯이, 중국 관광객 수가 삼청동 임대료에 영향을 미치는 것으로 분석되었으며, 삼청동 공실증가의 원인은 높아진 임대료를 지불하던 화장품점이 폐점된 후 장기공실이 되었기 때문이다. 화장품점 폐점이후 공실률은 2020년 기준 39.1%로 증가 하는 현상이 뚜렷하게 발생되었음을 확인하였다. 또한 한한령(限韓令) 이후 삼청동 상권의 임대료수준도 하락 하였으며 화장품점 입지가 다른 업종으로 변경된 이후 임대료수준이 한한령(限韓令) 이전과 비교하여 약 33% 인하된 것을 밝혀냈다.

제 2 절 연구의 시사점과 한계점

본 연구는 통하여 얻을 수 있는 시사점은 다음과 같다.

첫째, 중국 관광객 수는 삼청동 상권의 총 사업체수 및 임대료 인상에 정(+)의 영향을 미쳤다는 것이다. 한한령(限限令) 이전 중국 관광객 수는 삼청동 상권을 유지해 주는 원동력이 되었으나 한한령(限限令) 이후에는 삼청동의 임대료 인하 요인이 되었으며, 공실률을 증가시키는 현상을 발생시켰다는 것이다.

둘째, 내국 관광객보다 중국 관광객에 의존한 상권으로 치우치는 현상은 전체 상권을 위기로 만들 수 있다는 점이다. 만일 삼청동이 2000년부터 내국인 관광객과 해외 관광객을 아우르는 상권이었다고 하면, 외부 충격에 동화되지 않고 삼청동의 지역의 문화·예술 이미지 및 북촌이 가지고 있는 도시형 한옥마을 등으로 공실률이 증가하지도 않았을 것이며, 타 관광지와는 차별화되어 임대료부분에서도 2011년 기준보다 인하되지 않고 꾸준히 사랑받는 관광지로서 관광객들의 명소가 되었을 것이다.

유민태(2017)⁶⁹⁾은 “삼청동과 가로수길은 상업 젠트리피케이션(Gentrification) 단계를 거치면서 이미 많은 방문자들이 다녀간 지역으로 사실상 평가가 완료된 지역이며 방문자들의 만족도와 재방문의사가 높기 때문에 경쟁 상업지역이 부상하면서 단기적 쇠퇴현상은 나타날 수 있지만 장기적으로 유지될 가능성이 높다고 했다. 두 지역의 경우 입지적 요인으로 삼청동은 관광자원과의 연계성이 가로수길의 경우에는 배후 상업지역과 연계되며 상업지역의 활력이 유지될 가능성이 높다.”고 했다.

본 연구지역인 삼청동은 중국 관광객의 1위 쇼핑품목인 화장품을 명동과 차별화된 플래그십스토어 형태로 삼청동 상권 입점 요인에 맞춰 입지하였으며 화장품의 고급 브랜드 이미지를 중국 관광객들에게 효과적으로 전달하

69) 유민태. (2017). 전개논문. p.5

기 위한 최적의 장소였다. 하지만 중국 관광객에 치우치는 상권으로 변화됨에 따라 외부충격 요인인 한한령(限韓令)으로 한순간에 무너져 버린 상권이 되었다.

종합적으로 본 연구에서 밝혀낸 결과를 바탕으로 향후 삼청동 상권 입지 특성에 따라 상업가로 관리계획을 수립할 경우 정부차원에서도 지역적으로 긍정적인 영향을 줄 수 있는 상권이 되도록 정책을 수립해야 할 것이다.

본 연구의 한계점은 삼청동 지역만을 대상으로 진행하였기 때문에 다른 지역과의 비교가 가능하지 않다는 점이다. 향후 연구에서 다른 대상지를 추가하여 한한령(限韓令) 이전과 이후의 상권변화가 임대료와 공실 수에 영향을 미친다는 것을 밝혀내어 중국 관광객에 치우치지 않는 상업가로 및 관광지가 될 수 있도록 관리계획이 수립될 수 있기를 바란다.

참 고 문 헌

1. 국내문헌

- 김주진 · 신우진. (2020). “관광지에 대한 속성 및 만족도와 관광객 행동의도 간 영향관계 연구 ; 전라북도 남원관광단지를 사례로”. 한국지역개발학회지 제32권 제1호 2020.3/32(1). pp.143-166
- 김희진. (2015). “문화지역의 상업화 과정과 장소성 인식 변화 : 삼청동과 신사동의 가로를 사례로”. 서울대학교 환경대학원 박사학위논문
- 노재현. (2010). “관광목적지 선택속성과 관광 참가만족 및 방문의도간의 관계 ; 해양스포츠 선호유형과 국가 중심으로”. 경희대학교 대학원 박사학위논문
- 라도삼. (2010). “문화예술정책의 미래, 미래의 문화예술정책”. 「한국문화예술경영학회」 문화예술경영학연구 제3권 2호 통권5호. pp.124-134
- 문희정. (1998). “도시 내부 장소마케팅의 지역적 파급효과;인사동<문화의 거리>를 사례로”. 서울대학교 대학원 석사학위논문
- 반정화. (2012). “중국관광객의 지속가능한 유치 전략방안”. 서울연구원. 서울연 2012-PR-65. pp.26-29, pp.70
- 박진아 · 정운주. (2013). “삼청동길 상업가로 장소성 변화요인으로서 프랜차이즈 상점 입점현상 고찰 및 개선방안 연구”. 대한건축학회논문집 제29권 제5호(통권295호) pp.220
- 백성준. (2016). “부동산 입지분석 이론과 활용”. 한성대학교 출판부. pp208
- 번 슈미트(Bernd Schmitt). (2013.12.17). [번 슈미트의 체험 마케팅]. 김앤김복스
- 산업연구원. (2017.05.22). ‘중국 정부의 한국 여행 제한 조치가 국내 소비재산업에 미치는 영향 분석’. I-KIET산업정책 리포트 제19호. 2017-19
- 성주인. (2000). “인사동의 장소 상품화에 대응한 정체성 운동에 관한 연구”. 서울대학교 환경대학원 석사학위논문
- 성혜진. (2018). “명동과 이태원의 관광 활성화를 위한 단일적 장소정체성 연구”. 고려대학교 박사학위논문.

- 송미경. (2008). “도심 구시가지 소조직의 문화소비장소로의 변화 요인에 관한 연구;삼청동 화개길과 감고당길을 중심으로”. 서울시립대학교 석사학위논문
- 손용만. (2016). “쇠퇴상권 재활성화를 위한 도시재생 계획요소 연구;서울시 서대문구 신촌 사례를 중심으로”. 광운대학교 대학원 박사학위논문. pp.13-14
- 신우진 · 정창우.(2001). “소매업상권의 업종패턴에 관한 연구”. 대한국토도시계획학회정기학술대회 논문집. 2001-10
- 아라이미즈미 · 한혜련(2012). “브랜드 이미지의 효과적 전달을 위한 화장품 스킵사드 디자인에 관한 연구; 명동지역 화장품 브랜드 스킵을 중심으로”. 한국문화공간건축학회. 문화공간건축학회논문집. pp.40
- 유민태. (2018). “상업 젠트리피케이션 방문소비계층 유형화와 집단별 장소선택 의사결정 비교분석;서울시 상업 젠트리피케이션 사례지를 중심으로”. 광운대학교 도시계획부동산학과 박사학위논문
- 유 양. (2017). “ ‘한한령(限韓令)’과 중국인의 한국 및 한국 콘텐츠에 대한 태도;한국 경험 및 한국 콘텐츠 이용 경험의 차이를 중심으로”. 국민대학교 일반대학원 석사학위논문. pp.13-15
- 이철진. (2008). “리조트 관광객자 심리, 선택속성과 관계지향성 연구”. 경기대학교 대학원 박사학위논문
- 이민정. (2012). “팝업 스토어의 연출특성 연구;체험마케팅의 관점에서”. 숙명여자대학교 라이프스타일디자인대학원. 석사학위논문
- 양종운. (2014). “외국인 관광객을 위한 한방화장품 체험 공간 계획에 대한 연구”. 홍익대학교 건축도시대학원 석사과정
- 염지혜 · 양승우(2014). “음식점 변화를 통한 서울 삼청동길의 상업가로 활성화 단계 실증해석”. 한국도시설계학회지 제15권 제6호. pp111
- 유광철 · 오동훈. (2014). “유형별 외국인 주민의 유입이 지역경제에 미치는 영향에 관한 연구”. 한국지역개발학회지. v.26 n.4.(2014-11)
- 조은이 · 김도경(2012). “블로그(Blog)를 이용한 삼청동길 방문자 행태 분석”. 경희대학교 일반대학원. 석사학위논문.
- 정지희. (2007). “ 문화 · 예술시설 입지에 기반한 서울시 삼청동길의 가치상향적 상업화”.서울대학교 대학원, 석사학위논문

- 장 선. (2015). “화장품 플래그십 스토어의 체험적 요소가 소비자 태도에 미치는 영향;(주)아모레퍼시픽의 헤라부띠크를 중심으로”. 성균관대학교 디자인대학원 석사학위논문
- 하아정. (2014). “한류현상이 한국상품의 소비가치 및 구매의도에 미치는 영향;명동지역 상권 중국관광객을 중심으로”. 경희대학교 경영대학원 석사학위논문

2. 국외 문헌

Ruth Glass. (1964). 『LONDON : Aspects of Change』 MacGibbon & Kee

3. 보도자료

- 매경프리미엄(2016.09.22). ‘서울 핫플레이스들 찾아가 문화적 상징성 소비해볼까’
<https://mk.co.kr/premium/life/view/2016/09/16188/>
- 조선일보(2021.05.08). ‘중국만 쳐다보다...명동 1층 공실률 60%’.
<https://www.chosun.com/national/2021/05/08/CJ3FKJHXD5EPPLKTEGVZ2VV25Q/>
- 매일경제(2014.01.23). ‘서울 찾아온 외국인 관광객 1000만명 넘었다.’
<https://mk.co.kr/news/economy/view/2014/01/122379/>
- 디지털조선일보(2017.06.20). ‘중국 관광객 관심장소, 한강공원-북촌 한옥마을 인기, 명동 시들’
<https://m.post.naver.com/viewer/postView.nhn?volumeNo=8229113&memberNo=10005291>
- 국민일보(2017.06.08). ‘유커 관광, 명동지고 한강공원 뜬다’.
<http://news.kmib.co.kr/article/view.asp?arcid=0923761231>
- 이보람(2018.07.30). 블로그 어반크래커
<https://m.post.naver.com/viewer/postView.nhn?volumeNo=16402624&memberNo=42991612>
- 약업닷컴(2014.10.27). ‘강북가로수길 ’삼청동‘은 화장품 백화점
<http://www.yakup.com/news/index.html?mode=view&nid=178902>
- 뷰티경제(2015.03.25). ‘현장. 도심속에서 화장품과의 일탈.. 삼청동의 ‘이색 화장품’!
https://blog.naver.com/daily_cos/220310885586
- 뷰티경제(2015.03.26). ‘삼청동 명동 잇는 새로운 뷰티메카로 떠오른다’

<http://www.thebk.co.kr/news/articleView.html?idxno=173493>

패션비즈(2014). '삼청동 핫숍, [리아네이처] 화제'

<http://www.fashionbiz.co.kr/TN/?cate=2&recom=2&idx=143795>

ABSTRACT

Analysis of Commercial District Changes and
Impact Rent in Samcheong-dong Due to the Law
that Bans Korean Culture in China.
– Focusing on Cosmetics Stores–

Jun, Hee-Jung

Real Estate Development and
Management

Graduate School of Real Estate

Hansung University

Samcheong-dong has become a tourist attraction for Chinese tourists as an alternative to Myeong-dong and Insa-dong, and the number of Korean visitors has decreased as the commercial area has become too dependent on Chinese tourists. In July 2016, due to the law that bans Korean culture in China, Chinese tourists stopped visiting Korea, and Samcheong-dong is which had become a commercial district dependent on Chinese tourists, could not recover its former reputation. In this research, after examining the reasons why Samcheong-dong has become a tourist attraction for Chinese tourists, and by analyzing the changes in the commercial district of Samcheong-dong before and after the enforcement of the law that bans Korean culture in China Act and the effect on rents, do not want the

commercial streets of major tourist destinations to become a commercial district biased by foreign tourists, and trying to raise the issue so that they can become sustainable commercial streets that attract domestic visitors.

As the theoretical background of the research, collect data such as the previous research of the Samcheong-dong commercial area, characteristics of Chinese tourists, and purchasing behavior, present theoretical grounds, and conduct time series analysis and case analysis. In addition, multiple regression analysis is conducted from 2011 to 2020 by establishing a research hypothesis for the target area, and through hypothesis testing, factors affecting the Samcheong-dong commercial district change are identified, and the effect on rent is analyzed and the results are presented.

As a result of this study, it was analyzed that the number of Chinese tourists had an impact on the Samcheong-dong commercial area and rent, and The cause of the vacancy in Samcheong-dong is that the cosmetics stores that paid the high rent were closed and left vacant for a long time, and for this reason, which caused the vacancy rate increased to 39.1% as of 2020. After the Hanhanryeong(限韓令) period, it affected the rent decline in the Samcheong-dong commercial district, and after the change of business type in the location of the cosmetics store, it was confirmed that the rent was also reduced by about 33% compared to the previous.

[Keyword] Hanhanryeong(限韓令), commercial area changes of Samcheong-dong, change in rent, cosmetics store.