

상업공간으로서의 서울의 길

박희석 연구위원 · hspark@sdi.re.kr

한진아 연구원 · cycle13@sdi.re.kr

서울시정개발연구원 창의시정연구본부

- ‘서울의 길’ 왜 화제가 되고 있는가?
- 길의 유래와 의미
- 대표적인 ‘서울의 길’ 현황
- ‘서울의 길’의 발전을 위한 지역 사회 및 서울시의 역할

런던 엠뱅크먼트(Embankment) 역 근처, 뉴욕 소호(SOHO), 42번가 브로드웨이, 파리 마레 지구, 6구 생 제르맹 거리(Boulevard Saint Germain) 몽마르트르, 몽파르나스 등, 뉴욕과 파리를 찾는 이라면 한 번쯤 보고 싶어 하는 거리 명소들이다. 최근 뉴욕, 파리 못지않게 서울의 핫 이슈로 떠오른 곳으로 “~길” 이라 불리는 지역들이 관심을 받고 있다. 그 곳이 왜 관심을 받기 시작했으며, 이들 길의 유래와 현재 서울시 길의 현황 그리고 뉴욕, 파리와 같은 관광명소로 만들기 위한 지역사회 및 서울시의 역할은 무엇인지 알고 싶어졌다.

‘서울의 길’ 왜 화제가 되고 있는가?

몇 년 전부터 가로형 상업공간이 빠른 속도로 형성되고 관심을 받기 시작했다. 가로형 상업 공간은 자치구 혹은 서울시의 개발계획에 따라 인위적으로 형성된 공간이 아닌 지역의 특색에 따라 자연스럽게 상권이 형성된 후 입소문을 통해 방문객들이 늘어나면서 발전되는 특징을 보이고 있다. 이러한 특징을 보이고 있는 장소로는 신사동 가로수 길, 세로수 길, 제2의 가로수 길이라고 불리는 한남동 거리, 양재동 카페 & 와인거리, 부암동 길 등이 있으며, 그 중 신사동 가로수 길, 삼청동 길 등이 2차 도로를 끼고 양옆으로 형성된 상업공간의 대표적인 곳으로 꼽히게 되었다.

인터넷 그리고 스마트 폰의 발달

블로그의 발달은 손쉽게 상업공간에 대한 정보를 얻을 수 있는 환경을 제공해 주었으며 최근에는 스마트폰의 어플리케이션을 통해 먹거리와 마실거리에 대한 정보를 손쉽게 검색할 수 있다. 예전에는 구전으로 알려지던 것들이 인터넷을 통해 대중에게 다가서기 시작했으며 그 이후 빠르게 발전을 거듭하고 있는 전자기기 등 다양한 정보체계와 묶이면서 전파속도가 이전보다 훨씬 가속도가 붙기 시작한 것이 ‘서울의 길’ 을 발전시킨 하나의 원동력이라 생각된다.

주 5일제 근무제가 가져온 여가생활의 변화: 생활의 변화

그 외에도 문명의 발달로 하루가 다르게 변해가는 요즘, 생활양식이나 추구하는 삶의 방식은 오히려 느림 혹은 여유를 추구하려는 성향이 두드러진다. 특히, 주 5일 근무제로 여가생활의 기회가 늘어남에 따라 여가생활에 대한 개념과 이를 즐기는 형태도 다양하게 나타났는데 여가생활의 증가는 내가 주체인 행복하고 여유로운 삶을 추구하는 양상으로 변화되었다. 이러

한 변화된 여가생활에 대한 인식은 가로형 상업 공간에 담겨져 기존의 넓고 번잡한 곳에 자리를 차지하던 상업공간들이 주거생활 공간으로 스며들었으며, 넓고 번잡한 곳에서 느낄 수 있는 요란함이 아닌 골목에서 걷고, 생각하고 여유롭게 탐색하듯 즐길 수 있는 가로형 상업공간으로 변화되었다. 빠르게 변화는 시대에 요란함이 주는 과시보다 여유롭게 골목을 누비며 새로운 것을 찾아가는 소소한 재미 또한 ‘서울의 길’의 매력으로 설명될 수 있지 않을까

길의 유래, 길의 의미

프랑스 마레지구와 생제르맹 거리는 20세기 프랑스 지성과 문화 중심지 역할을 했던 곳으로 여겨지고 있다. 19세기 말 문을 연 이래로 프랑스의 수많은 유명 정치인들과 지식인 그리고 예술가들의 사랑을 받았다. 카뮈(Camus, 1913~1960), 미테랑(Mitterrand, 1916~1996) 등이 자주 방문했던 곳으로 명성이 높으며, 연인이었던 장 폴 사르트르(Jean Paul Sartre, 1905~1980)와 시몬 드 보부아르(Simone de Beauvoir, 1908~1986)가 자주 만남을 가졌던 장소이기도 하여 훗날 파리를 찾는 관광객들은 이곳을 한번쯤 가보고 싶은 명소가 되었다. 이렇듯 어느 한 장소가 대중에게 각광받기 시작하는데에는 그 유래가 있기 마련이나 ‘서울의 길’의 유래에 대해서는 사람들마다 차이가 있고 도시계획으로 형성된 것들이 아니기에 시대를 구분지어 서울의 어떠한 길이 발전했는지 정리한다는 것이 쉬운 일은 아니다. 다만, 대략 적으로 사람들에게 인기 있었던 서울의 길에 대해 정리해보면 다음과 같다.

90년대 이후 서울의 길은 강남역에서 시작되었다고 해도 과언이 아닌데, 이 당시 강남역은 X세대라고 지칭되는 젊은이들이 모여 주로뉴욕제과, 타워레코드, 지오다노 등을 만남의 광장으로 이용되었다.

90년대 중반에는 강남역에서 압구정 로데오거리로 장소를 이동하였다. 로데오거리는 오랜 지족이라 불리는 젊은이들과 특정 스타일의 보세 옷가게가 생겨났으며 카페에는 당시 새로운 전자기기인 삐삐호출을 확인할 수 있는 전화기가 놓여 있었다.

이 후 청담동과 도산공원이 유행하였는데 상류층을 겨냥한 마케팅이 등장하였으며, 브런치를 즐기 위한 사람들과 발렛파킹이 되는 고급 음식점이 등장하게 되었다.¹⁾

1) 동아일보(2008), 그들은 왜 가로수길에 열광하는가



1980년 초 강남역



1980년 후반 청담



1980년 후반 도산공원



2000년 초 중반 사리마를



1980년 중반 입구경



1980년 후반 인사동



2000년 초반 홍대



2000년 중 후반 가로수길

[그림 1] 서울의 길 시대 별 변천사

대표적인 ‘서울의 길’의 현황

최근 이슈가 되고 있는 ‘서울의 길’ 들은 약간씩 차이가 있으나 대체적으로 다음과 같은 공통적인 특징이 있다. 다양한 브랜드의 상점, 이국적인 분위기의 카페, 퓨전 음식점, 와인 전문점 등 뉴욕의 소호나 파리의 생 제르맹 거리 같은 이국적이고 앤틱한 스타일이 공존하는 독특한 분위기를 만들어 내고 있다는 공통점이다. 이곳에 방문하면 다양한 스타일들이 한데 어우러져 독특한 문화적 분위기를 느낄 수 있는데, 이러한 분위기를 느낄 수 있는 대표적인 ‘서울의 길’로는 신사동 가로수길이 있으며, 가로수 길에 이어 가로수 골목 사이사이의 세로수 길도 입소문을 타기 시작했다. 그 외에 인사동에 인접해있는 삼청동 길, 매스컴을 통해 유명해진 부암동 길, 이태원에 인접해있는 한남동 길, 프랑스 마을로 유명한 방배동 서래마을도 대표적인 ‘서울의 길’로 볼 수 있다.

신사동 가로수 길

지하철 4호선 신사역 8번 출구부터 신사중학교까지 이어지는 가로수길은 과거 ‘오렌지 족’으로 대표되는 압구정문화의 변두리이자 고급문화의 상징이었다. 1980년 초 신사동은 강남에서 드물게 주택가를 형성하여 현재의 생활 주거지로의 골목을 가질 수 있었는데, ‘가로수 길’이라는 명칭은 1980년 새마을 지도자들이 은행나무를 심으면서 붙여졌다는 얘기도 있다. 이후 서울디자인프로젝트로 도로정비 및 가로수사업으로 가로수가 많아지면서 가로수 길이라고 불려졌다는 이야기도 있으며, 2차선 도로 양 옆인 가로 방향으로 상권이 형성되어 가로수 길로 불려진다는 얘기도 있다.

가로수 길은 1990년대 초반부터 자리 잡은 화랑이나 젊은 의상 디자이너들의 멀티숍들이 한국판 ‘소호’의 이미지를 떠올리게 했다. 본격적인 변신은 2006년 후반 시작됐는데, 해외 유희공간 문화로 즐기는 데 그치지 않고 스스로 빈티지 샵과 카페 등을 열면서부터다. 가로수 길에는 갤러리 8곳, 의상 디자이너 샵 128곳, 잡화 샵 25곳, 커피 및 카페 109곳 등 515개의 아기자기한 숍들이 자리잡고 있으며, 최근에는 가로상권 사이사이 골목마다 새롭게 생겨나기 시작한 상점들로 세로수 길이라는 명칭도 등장하고 있다.



[그림 2] 신사동 가로수 길

서울시는 2010년 5월 디자인산업 육성을 위해 추진 중인 ‘4대 디자인 클러스터’ 일환으로 가로수 길과 동대문 디자인파크(DDP)를 제2차 특정개발진흥지구로 선정하였다. 그 중에서 강남 가로수길 클러스터는 ‘디자인트렌드 선도지구’로 개발 될 예정인데, 이곳은 건폐율, 용적률, 높이제한이 20~50% 완화되고 취득등록세 50% 감면, 재산세 5년간 50% 감면과 건설, 개보수, 입주, 운영 등에 드는 자금을 융자받을 수 있다. 이에 따라 강남 클러스터 가로수길 운소빌딩에 서울디자인마케팅지원센터를 설치하고 운영에 들어갔으며, 담당 업무는 창업부터 제품개발, 국내외마케팅, 기업 비즈니스까지 종합적인 서비스를 지원할 예정이다.²⁾

2) 아시아경제(2010), 서울 ‘4대 디자인 클러스터’ 조성 가시화



[그림 3] 서울시 '4대 디자인클러스터'

삼청동, 부암동, 한남동, 방배동 길

삼청동 길은 맑은(淸) 것이 셋(三)이라서 삼청동이라 부르게 되었다고 한다³⁾. 인사동과 맞물려 있어 한옥이 개조된 상업공간이 발달해있으며, 2차선 도로 양옆으로 천천히 구경하며 여유를 즐기 좋은 형태로 상권이 형성되었다.

고궁의 뛰어난 경관과 도심 접근성, 비교적 싼 땅값으로 1990년대에 접어들어 국제화랑과 아트 선재센터, 금호미술관이 신축되면서 발달하기 시작했다. 올해 종로구의 발표에 따르면 팔판동 삼거리에서 시작해 삼청동 카페거리를 지나 칠보사에 이르는 800m 구간에 대한 '삼청동 디자인서울 거리 조성사업' 을 실시하고 있다. 지난 2008년 3월 시작된 삼청동 디자인거리 조성사업은 차로를 조정해 보도를 넓히고, 한전 전신주 지중화사업을 통해 보행자가 걷기 편한 거리로 만드는 방식으로 진행됐다. 8~9m였던 차도 폭을 7m로 축소하는 대신 1~3m에 불과하던 인도 폭을 2~4m로 확장, 증가하는 삼청동 이용객들을 수용할 수 있도록 했다. 또한 걷기 편한 보도블록으로 교체하고 보도와 연속성 있는 가로수보호대를 설치해 '보행자 중심의 걷고 싶은 거리' 를 조성했다.⁴⁾

3) 랜덤하우스(2006), 골목에서 서울 찾기, 전영미
4) 문화일보(2010), '삼청동 길' 명품거리로 새단장



자료: 서울의 문화자원 분포와 문화생태 연구, 서울시정개발연구원(2007)
[그림 4] 삼청동 길

부암동 길은 평창동, 성북동 등 주변에 사는 도시민들이 자주 찾는 곳으로 편안하고 안정된 분위기로 인식되어 있었다. 그러나 커피프린스라는 한 방송사 프로그램에 부암동이 등장하면서 주중에 동네사람들, 주말엔 외부 도시민들이 방문하는 경우가 많아지고 있다. 이는 오래되고 낡은 것에 대해 친밀하게 느끼며 교감할 수 있는 정서적인 무엇인가를 얻을 수 있는 곳이라는 느낌 때문이라 할 수 있는데, 실제로 부암동의 상점들은 낡은 주택과 건물을 개조하여 사용하고 있는 곳이 대부분이다. 또한 부암동 골목은 서울 시내를 내려다보는 우수한 경관 조망 외에도 도롱뇽과 땀방울 등 백사실 생태 탐방과 안평대군과 홍선대원군, 윤용렬 별장, 윤동주 시인의 언덕 등 문학·문화 탐방도 가능해 도심 속 관광지로 여가를 즐기기 위한 도시민들이 찾기에 적합하다.



자료: 서울의 문화자원 분포와 문화생태 연구, 서울시정개발연구원(2007)

[그림 5] 부암동 길

한남동 길은 한강진역에서부터 리움 미술관 근처까지의 1km 정도의 거리를 두고 가로형 상업공간과 미술관, 작가들의 작업실, 가구샵 등이 자리하고 있다. 이곳은 ‘제2의 가로수길’이라고 불리기도 하는데 최근, 패션업체를 비롯한 고급 매장이 생기면서 상권이 점차 발달하고 있다. 이태원과 인접해 있어 독특한 분위기를 연출하고 있으며, 아직 덜 알려진 탓에 다른 가로형 상권보다 한적하고, 서울의 중간지점에 있어 접근성이 높아 ‘제 2의 가로수길’로 불려진다.



[그림 6] 이태원, 한남동 길

방배동 서래마을은 마을 앞 개울물이 서리서리 굽이쳐 흐르고, 마을에 서리풀이 많이 자생한다고 해서 붙여진 이름이다.⁵⁾ 서래마을은 용산구 한남동에 있던 1985년 프랑스 학교가 오면서 프랑스인들이 대거 이주하며 형성되었는데, 현재 국내체류 프랑스인 3천 600여명 중 420명이 거주하고 있는 것으로 나타났다. 인근에는 서리풀 공원과 프랑스 수교 120주년을 기념해 조성된 몽파르뜨 공원이 있다.

서래마을은 방배동 방배초등학교에서부터 일직선 상으로 가로형 상업 공간을 조성하고 있는데 거리 중간쯤 외국인들을 위한 서래글로벌 빌리지센터가 있어 프랑스인을 비롯한 외국인들에게 한국생활에 필요한 정보를 제공해주고 있다. 서래마을의 주목할 사항으로는 한국인과 프랑스인들의 교류행사가 활발하게 이루어지고 있다는 점인데, 대표적으로는 ‘서래 한, 불 음악축제’로 프랑스학교와 반포 주민이 함께 준비하는 축제로 2008년부터 시작되었다. 또한 12월 둘째주 토요일에는 ‘크리스마스 프랑스 전통장터’가 열려 프랑스 요리 등을 판매하고 남은 수익은 불우이웃 돕기 성금으로 전달되는 등 가로형 상업시설 외에도 서래마을만의 고유 문화를 이어가기 위한 프로그램을 다양하게 만들고 있다.⁶⁾

5) 전영미(2006), 골목에서 서울 찾기, 랜덤하우스

6) 연합뉴스(2010), 서울 속의 다문화 거리



[그림 7] 방배동 서래마을

앞서 살펴 본 ‘서울의 길’ 들은 문화적인 독특한 분위기를 풍긴다는 공통점 외에도 주변여건이 아파트 및 연립에 인접해있는 생활공간에서 발전한 곳이라는 특징이 있으며, 도심 속에서 여유를 느낄 수 있는 환경이 조성되어 주 5일 근무로 근교에서 여가를 즐기고 싶어 하는 도시민들에게 적합한 장소라는 특징이 있다. 그 밖에도 보행자 도로가 확보되어있고, 대중교통의 인접성으로 가로형 상업공간을 찾는 도시민들에게 접근의 편리함을 제공하고 있다는 점이 발달 요인이라 생각된다.

홍대 예술의 거리, 인사동 전통거리의 퇴색

그 외 ‘서울의 길’로는 홍대 예술의 거리, 대학로 문화의 거리, 인사동 전통거리 등을 꼽을 수 있다. 이 곳은 대학거리 조성, 걷고 싶은 거리 조성, 관광특화거리 등과 같은 도시계획으로 지역의 활성화를 목적으로 시행 되었으나 도리어 처음의 의미가 퇴색되어 가는 양상을 보이고 있다.

한때 젊음의 상징, 예술의 표현 공간으로 불리던 홍대의 경우 상업시절의 난립으로 젊은 예술가들의 표현 공간은 점차 사라지고 그곳에 상업시설들이 자리를 매워가고 있는 모습으로 변질되어가고 있다. 문화지구 1호인 인사동도 유명세를 타면서 지가가 오르고, 임대료가 올라 비싼 임대료를 견디지 못한 문화예술인들은 인사동을 떠나고 상업 시설들이 자리를 차지하고 있는 실정이다. 이에 인사동 본연의 모습을 찾아가기 위해 1997년에는 ‘차 없는 거리행사’를 시행하였고, 2006년에는 서울시에서 ‘인사동 제 모습 찾기’ 운동을 벌이는 등 다양한 노력이 이어지고 있지만 최근 중국과 일본 관광객들이 늘어나며 인사동의 상업화는 점점 가속화되고 있는 실정이다.

대체적으로 홍대와 인사동 길의 공통적인 쇠락원인은 도시환경의 질적 향상을 목적으로 수립된 계획들이 그 곳에 자연스럽게 형성된 문화를 침해하고, 점진적으로 그 본질마저 퇴색시켜 결국 가로형 상업공간을 변질 시키는 등, 당초 도시 활성화를 위한 도시발전계획에도 불구하고 그 목적과 다른 결과를 보이기 때문이다. 이러한 문제는 어느 한 문제만은 아닌 복합적인 문제이겠지만, 무엇보다도 가로형 상업공간의 특성을 무시한 획일화된 도시계획이 갖고 있는 제도적 한계가 직접적인 원인이 아닐까 생각된다.

<표 1> 서울의 길 상권분석

(단위: 개)

	식당·카페	샵	볼거리	즐길거리	상권분석
신사동 가로수길	109	153	8	20	· 시각 및 미디어, 예술산업 밀집 · 유학파 디자이너 샵 밀집
삼청동 길	1,299	231	4,014	55	· 잡화 샵 밀집 · 과거와 현재를 잇는 가옥형태의 상업시설 다수 · 걷기편한 길 조성
부암동	65	97	187	34	· 북악산, 북한산 인왕산 등 자연경관 · 개인작가 미술관이 타 지역에 비해 많음
이태원, 한남동 길	752	156	25	148	· 각국의 식문화를 느낄 수 있도록 조성 · 최근 크고 작은 미술관들 유입
방배동 서래마을	1,518	10	6	28	· 프랑스 학교로 다수의 프랑스인 거주 · 한,불간 문화축제 개최
홍대	1,934	448	53	571	· 클럽 등 유흥문화 밀집 · 미술학원 및 화구, 화방 시설 밀집
인사동	2,488	246	373	61	· 시각 예술의 밀집 · 최근 화랑의 수가 감소하는 대신 공예품 상점의 증가
압구정 로데오거리	2,655	373	52	231	· 갤러리 밀집 · 공연장과 영화사 입지 · 명품 의상샵 밀집

자료: 중소기업청 홈페이지(<http://sg.smba.go.kr/>)

주: 해당 행정 구역 안에서 주목할 만한 업종 중심으로 개수되어 누락되거나 구분에 따라 중복된 상업공간이 발생할 수 있음

가로형 상업공간을 유지하기 위한 지역사회 및 서울시의 역할과 정책방향

앞서 분석한 가로형 상업공간의 공통점은 인위적으로 형성된 것이 아니라 자연발생적으로 형성되어진 생활, 주거환경적인 성격도 함께 간직하여 각각의 가로형 상업공간에 맞는 특징을 잘 반영하고 있다. 또한, 상업가로서 개성을 중시하는 소비자들의 욕구에 맞는 다품종 소생산을 하여 구매력을 증진 시키고, 주말에 여유로움을 즐기고 싶어하는 방문자들을 배려한 폴리우레탄 소재의 보도를 제공하여 유입 인구를 확보하게된 것으로 판단된다. 그러나 도시계획 등의 대규모 개발로 환경의 질적 향상보다는 시설의 양적 공급에 치중하고, 균형적 발전 보다는 성장을 지향 개발로 인해 가로형 상업공간이 문화의 공간, 생활의 공간에서 단순히 상행위만을 연결해주는 상업지역으로 그 모습이 점차 정형화되어 퇴색되고 변질되어 가고 있다. 따라서, 가로형 공간 개발을 위해서는 현재 각각의 가로형 상업공간이 갖고 있는 본질을 퇴색시키지 않는 범위에서 개발하는 것이 중요하며, 가로형 상업공간의 주체는 결국 사람이라는 것을 인지하고 규제적 지침을 적용하기 보다 자율적인 시장경제원리를 따르게 하는 것이 바람직하다고 여겨진다.

가로형 상업공간이 가지는 고유의 분위기는 과거부터 지금까지 문화적 흐름을 유지해온 이 공간만이 갖는 정체성에 의해 나타나게 된다. 따라서 지금의 분위기를 유지하기 위해서는 그 장소만이 가지는 고유의 문화를 침해하지 않는 선에서 정책이 마련되어야 각각의 가로형 상업공간 고유의 특색을 유지할 수 있을 것이다. 있는 그대로의 모습을 바탕으로 한 제도적 지침이 수립되어야 지역활성화 뿐 아니라 나아가 도시이미지, 브랜드에 효과를 줄 수 있으며 도심 관광자원으로 지역경제에 도움을 줄 수 있는 역할도 할 수 있을 것이다.

참고문헌

- 라도삼(2007), 서울의 문화자원 분호와 문화생태 연구, 서울시정개발연구소
- 이양희(2009), 신사동 '가로수길' 의 장소성에 관한 연구, 서울대학교
- 이상훈(2010), 상업가로로서 신사동 가로수길의 활성화 요인에 관한 연구, 서울시립대학교
- 전영미(2006), 골목에서 서울 찾기, 랜던하우스
- TBWA KOREA (2007), 가로수길이 뭔데 난리야?, 알마
- 동아일보(2008), 그들은 왜 가로수길에 열광하는가
- 연합뉴스(2010), 서울 속의 다문화 거리
- 문화일보(2010), '삼청동 길' 명품거리로 새단장
- 아시아경제(2010), 서울 '4대 디자인 클러스터' 조성 가시화