



서울시 ‘~리단길’ 골목상권 상가거래가격에 영향을 미치는 요인 분석*

A Study on the Factors Affecting Commercial Property Price of ‘~Ridan-gil’ Side Streets in Seoul

박찬익** · 김현정*** · 정창무****

ChanIk Park · Hyunjung Kim · Chang Mu Jung

■ Abstract ■

‘~Ridan-gil’ is a similarly named commercial streets which has developed into a brand through social media. Though it is one of the benchmarking elements of street revitalization projects, such streets are indeed declining due to gentrification. Accordingly, the purpose of this study is to identify the factors that affect the commercial property price of ‘~Ridan-gil’ side streets in Seoul. As a methodology, this study conducted a multiple regression analysis on the physical and social determinants of commercial property price shared between ‘~Ridan-gil’ side streets in Seoul. As the result, factors with positive correlation include ‘internet search frequency’, ‘the number of bus stops in range’, ‘the number of subway stations in range’, ‘floor area’, ‘floating population in range’, ‘building age’ and ‘main street oriented dummy’. Factors with negative correlation were ‘third-class small road dummy’ and ‘merchant-led dummy’. This study empirically analyzed how the characteristics shared between ‘~Ridan-gil’ side streets affected the commercial property price of the area. As the shared features between ‘~Ridan-gil’ do significantly affect the commercial property price, it is empirically proven that the similarly-named street do act as a brand. However, in terms of accessibility, there is few difference with other types of commercial districts or streets.

Keywords: ‘~Ridan-gil’, Side street, Commercial property, Multi-regression, Gentrification

* 본 논문은 2021년 대한국토도시계획학회 춘계학술대회에서 발표한 것을 수정·보완한 것임.

** 서울대학교 건설환경공학부 석사과정(주저자) | Master's Course, Department of Civil & Environmental Engineering, Seoul National University | First Author | urbanism0424@gmail.com |

*** 서울대학교 건설환경종합연구소 연구교수(교신저자) | Research Professor, Institute of Construction and Environmental Engineering, Seoul National University | Corresponding Author | urbanistar@snu.ac.kr |

**** 서울대학교 건설환경공학부 교수 | Professor, Department of Civil & Environmental Engineering, Seoul National University | plan@snu.ac.kr |

1. 서론

1. 연구의 배경 및 목적

특색 있는 공간에 대한 수요가 점차 높아짐에 따라, ‘~리단길’로 통칭되는 지역 내 여러 골목상권들에 대한 관심이 점차 높아지고 있다. ‘~리단길’은 소규모 골목상권 중 ‘경리단길’을 필두로 전국적으로 나타난 유사명칭의 상권이다(김다혜·양승우, 2020; 김주일, 2019a). 소셜미디어 및 인터넷상에서 ‘~리단길’ 상권 관련 키워드들이 유명해지면서(장경현, 2019; 허자연 외, 2014) 해당 명칭의 상권들은 하나의 브랜드로 자리 잡혔다고 할 수 있다(김주일, 2019b). 기존 상권에 비해 상대적으로 접근성이 떨어지는 이들 골목상권에 대한 관심은 소셜미디어의 확산을 통해 지역 내 수요를 넘어 외부에서도 찾아오게 만드는 상권으로서의 기능을 한다. ‘~리단길’ 상권들은 골목 및 거리 활성화의 중요한 벤치마킹 요소로, 지자체 차원의 골목상권 활성화 연구 및 사업에 다양하게 참고되었다(김주일 외, 2020; 임채홍 외, 2020). 따라서 문화와 같은 다양한 요소들이 접목된 ‘~리단길’ 상권은 기존 골목상권과 달리, 하나의 브랜드로서 특수성을 지닌 상권이라고 할 수 있다.

상권 활성화에 있어 접근성은 주요 인자로 작용한다(이정란·최막중, 2017; Hansen, 2007). 하지만 골목상권 활성화에 있어 접근성은 그 영향 정도가 비교적 적다고 볼 수 있는데, 이는 물리적 접근성이 떨어지더라도 분위기가 좋으면 찾아가고자 하는 소비자들의 성향이 커진 것에서 비롯된다(김주일, 2019a).

인터넷을 통해 인간이 하루에 접할 수 있는 정보의 양은 인터넷이 활성화되기 전의 시대에 비해 비교할 수 없이 증가했다. 페이스북이나 인스타그램과 같은 인터넷 소셜미디어 및 커뮤니티를 통해 상권 관련 키워드들이 유명해지면서 정보를 접한 사람들이 유행에 따라 해당 상권을 찾게 된다(김진우·엄기준, 2019; 이선영 외, 2016; 허자연 외, 2014). 기존의 낙후되어 있던 골목들이 인터넷 미디어를 통해 젊은 층 사이에서 흔히 떠오르는 ‘핫플레이스’ 혹은 ‘인스타그램머블’ 한 장소들로 변모되어 해당 상권들이 활성화된 것이다(김주일, 2019a). 이러한 골목상권이 젊은 층이 찾는 ‘핫플레이스’로 변모한 것은 골목상권의 값싼 임대료에 의한 창조계층의 유입과 그들의 취향을 반영한 상점들이 증가한 덕분이라고 할 수 있다(양희은·손용훈, 2013).

하지만 ‘~리단길’ 상권이 유행되면서 유동인구와 자본투입이 증가했으며, 부동산 가치와 임대료의 급격한 상승으로 인해 젠트리피케이션이 일어났다(김봉원 외, 2010; 김상현·이한나, 2016; 이선영 외, 2016; 허자연 외, 2015). 젠트리피케이션으로 인한 상권의 쇠퇴를 막기 위해 다양한 연구 및 정책들이 시행되고 있지만, 과도한 임대료 상승과 같은 근본적인 문제를 해결하고 있지 못하며, 해당 상권의 매력도가 하락함에 따라 발걸음이 끊기고 있는 실정이다. 그럼에도 불구하고 ‘~리단길’ 상권은 골목 활성화의 중요한 사례 및 벤치마킹 요소 중 하나로 자리 잡고 있으며, 하나의 브랜드로서 발달한 유사 명칭 상권들의 지속 가능한 상권 활성화에 대한 방안을 모색하는 것이 중요하다.

따라서 본 연구는 브랜드화된 골목상권인 ‘~리 단길’ 상권의 공통적으로 존재하고 있는 공간·사회적 특징들이 해당 상권들의 상가 매매가격에 영향을 미치는 정도를 찾아 골목 활성화와 도시재생적인 측면에서의 정책적 시사점을 도출해 내고자 한다.

II. 선행연구 검토

1. ‘~리단길’ 특성 관련 선행연구

‘~리단길’의 특성에 관한 연구는 주로 상권의 공간적인 특징이 방문자, 상인 그리고 창조계층의 행동 및 인지 패턴에 어떠한 영향을 미치는지에 관한 연구와 인터넷 및 소셜미디어를 통한 소비자의 의사결정이 상권 활성화와 어떠한 관계를 가졌는지에 대한 연구로 이루어져 있다.

‘~리단길’의 문화경관은 상인들과 창조계층이 해당 상권에 모여들면서 형성됨과 동시에 이들로 인해 계속해서 변화하는 양상을 보인다. 양희은·손용훈(2013)에 따르면, 전반적으로 상인들과 창조계층들이 경리단길에 모이는 이유는 ‘저렴한 임대료와 대비되는 화제성’, ‘도시와 격리된 듯한 호젓한 분위기’, ‘자연과 공존하는 도시’, ‘자신이 좋아하는 개성 있는 소재를 시험하고 공유할 수 있는 장소’, ‘지인과의 네트워크를 통해 시너지 효과를 기대할 수 있는 장소’와 같은 5개의 요인들이다. 또한, 창조계층들이 집적하며 나타나는 문화경관의 변화는 ‘창의성 증진을 위한 소통의 공간’, ‘일시적’, ‘유연한 공간의 활용’, ‘정체성 및

취향의 표현’, ‘구분 짓기’, ‘기존 시설의 적극적 활용’으로 총 5가지가 도출되었다. 이렇듯 ‘~리 단길’의 공간적인 특징은 상인들과 창조계층들이 유입되도록 함과 동시에 그들에 의해 변화되기도 한다.

‘~리단길’의 공간적인 특징은 소비자들의 이용 행태에도 영향을 미친다. 김다혜·양승우(2020)는 상권에서 이루어지는 소비자들의 행위는 상권의 물리적 환경과 상호 작용하며, 장소성과 이미지, 즉 장소에 대한 애착과 재방문 의사 등에 유의한 영향을 미친다고 하였다.

스마트폰이 보급되고, 인터넷 문화가 발달하면서 상권은 공간적인 특성에 영향을 받는 것뿐만이 아닌 인터넷 및 소셜미디어를 통한 화제성에 의해 그 활성화 여부가 결정되기도 한다. 일반적으로 상권 활성화에 관한 다수의 선행연구는 소셜미디어 등 온라인 환경에서 소비자들이 생산 및 재생산하는 리뷰의 증가는 소비자 행동이나 제품 및 서비스에 대한 좋은 인상을 남겨 판매에 긍정적 영향을 미친다고 분석한다(여등승·임규진, 2015; Duan et al., 2008). 특히 서비스 산업은 무형성 및 경험적 특성으로 인해 실제 경험 및 소비가 발생하기 전까지 서비스에 대한 평가가 불가능하여 고객과의 상호작용이 중요하다는 점이 규명되고 있다(김나은·김민화, 2010).

‘~리단길’ 또한 이와 마찬가지로, 소셜미디어에 의해 그 활성화 여부가 결정되는데, 허자연 외(2014)는 SNS(소셜미디어)가 이동에 대한 의사결정에 사용됨에 따라 상권의 유명세를 구축한다는 점에 착안하여 SNS상의 정보, 노출빈도와 상권 활성화의 관계를 살펴보았다. 그 결과, 상권에

대한 정보 및 키워드가 소셜미디어상에 나타나는 빈도는 상권활성화와 양의 상관을 갖고 있다는 결론을 도출해 내었다.

김주일(2019ab) 또한 ‘~리단길’ 현상이 인터넷과 소셜미디어 문화에 착안하여 진행되고 있음에 착안하여, 특정상권에 중점을 둔 다른 연구들과 달리, 전국적으로 위치한 ‘~리단길’ 상권들의 공통적인 특징을 파악하기 위해, 인터넷 데이터 분석을 중심으로 유사 명칭의 상권들이 공통적으로 가진 공간·사회적 특성을 파악했다. 해당 연구는 ‘~리단길’이라는 유사 명칭을 가진 상권 중 특정 상권에 중점을 둔 다른 연구들과 달리, 전국적으로 위치한 ‘~리단길’ 상권들의 공통적인 특징을 파악한 연구이다. ‘~리단길’ 상권들이 가진 공통적인 사회적 특성으로는 SNS 해시태그에 의한 장소 선택이 활발해지는 점, 명칭이 공공, 상인회 그리고 미디어에 의해 명명된다는 점, 그리고 대부분의 업종분포가 음식/숙박업, 서비스, 그리고 도소매로 이루어져 있다는 점이다. 공간적인 특성으로는 측면에서는 본 상권은 보행권 내에서 중심상권과 격리된 위치에 존재하며, 그 사이에는 완충지가 존재한다는 점과 보행성이 열악한 좁은 골목에 있는 점, 그리고 상점들의 분포 형태에 따라 가로형 혹은 구역형으로 분류된다는 점이다.

본 연구는 ‘~리단길’ 유사 명칭 상권이 가진 공통적인 특징들의 상가거래가격에 대한 영향 정도에 대해서 살펴보고자 한다. 위 선행연구들과는 달리, 이 연구는 상권의 공통 특징들이 상권의 상가거래가격에 미치는 영향에 대한 실증적인 분석을 한다는 점과, 이를 통해 “브랜드화” 된 골목상권에 대해 골목 활성화와 도시재생 측면에서의 관

리방안을 도출하고자 한다는 점에서 차별성을 두고자 한다.

2. 상가거래가격 결정요인 관련 선행연구

‘~리단길’ 상권의 상가거래가격에 영향을 미치는 요인들은 ‘~리단길’ 상권 간 공유되는 공간, 문화·사회적인 특징들 외에도 존재할 것이라는 점에 착안하여 상가거래가격에 영향을 미치는 물리적 특성에 따른 거래가 형성변수들에 관한 선행연구 또한 살펴보았다.

상가거래가격의 물리적 영향요인은 상가의 개별 특성, 건물 및 입지 특성, 그리고 공급자 특성으로 분류된다(이원희·김준형, 2018). 오래된 건물 및 공실을 리모델링하여 형성되는 ‘~리단길’ 상권의 특성상, 시행사 및 시공사 등의 공급 주체에 대한 변수통제가 무의미하다고 판단되기에 상가의 개별 특성과 건물 및 입지에 대한 특성을 주로 살펴보겠다.

상가의 개별적인 특징에 해당하는 변수들은 상가의 ‘전용면적’, ‘상가가 위치한 층’, ‘접면도로’, ‘건물의 주 출입구 인접 여부’ 등으로 구성할 수 있다(이원희·김준형, 2018; 이재우·이창무, 2006; 이재우 외, 2010; 천인호, 2007). 선행 연구에 따르면 상가가 대로변에 있는 건물의 1층에 위치하고, 주 출입구에 인접할수록 상가의 가격은 오른다. 하지만 상가면적의 경우, 넓을수록 오히려 단위면적당 가격이 내려간다. 이는 상가의 면적이 넓어지더라도 단위면적당 가격은 오히려 규모의 경제와 함께, 공급이 수요보다 많아지고, 가격 흥정과 같은 현상이 일어나기 때문에 떨어지는 것이

다(천인호, 2007; Benjamin et al., 1992).

건물 및 입지적 특성으로는 ‘건물의 연식’, ‘대중교통시설, 학교 등과 같은 공공시설과의 거리’ 등으로 구성할 수 있다(나병진 외, 2016; 이호진, 2018). 기본적으로 건물이 오래될수록 그 가격은 감가상각으로 인해 떨어진다(Mok et al., 1995). 하지만 상가건물 같은 경우, 연식이 오래될수록 인접 주민들과 친밀도를 형성하거나 단골을 만드는 것과 같이 긍정적인 효과인 권리금이 클 수 있다는 점에서 상가 거래가격이 올라가는 것으로 이해되기도 한다(천인호, 2007).

상가의 개별 특성과 건물 및 입지적인 특성 외에도, ‘업종’, ‘상권인구’, ‘공시지가’ 등의 영향요인들이 존재한다. 이재우 · 이창무(2006)는 상가의 거래 및 임대 가격의 영향요인들을 살펴볼 때, 하위시장의 구조 간 차이점을 파악해야 한다고 했으며, 업종 간 차이에 따른 상가매매가 형성요인들에 유의한 차이가 있다고 결론지었다. 윤갑석 외(2014)는 상가의 물리적인 특성 외에도 ‘개별 공시지가’, ‘업종’, ‘월 임대료’ 등이 상가거래가격에 양(+)의 영향을 미친다고 하였다.

따라서 ‘~리단길’ 상권의 개별적인 공간·사회적 특성과 함께 전체적인 상권 및 상가의 거래가격에 영향을 미치는 요인들을 살펴봄으로써 ‘~리단길’ 상권 간 공유되는 특징들이 얼마나 해당 상권의 거래가격에 영향을 미치는지와 ‘~리단길’의 유사명칭이 일반 골목상권과 달리 하나의 브랜드로

써 작용한다는 것을 실증적으로 분석해보겠다.

또한, 김경선 · 김동섭(2019), 김봉원 외(2010)의 연구를 보았을 때, 업종 분포 및 상점의 개별적 특성과 같은 상가거래가격에 영향을 미치는 요인들은 결론적으로 첼트리피케이션에 영향을 미치는 요인들과 직결되어 있음을 알 수 있다. 따라서 본 연구의 결과를 통해 ‘~리단길’ 골목상권의 지속가능한 활성화 방안에 대한 모색 또한 할 수 있을 것으로 기대된다.

III. 연구 분석의 틀 및 기초자료 분석

1. 연구의 범위

본 연구에서는 서울시에 위치한 7개¹⁾의 ‘~리단길’ 상권 중 실거래 사례 데이터를 확보할 수 있었던 5개²⁾ 상권을 분석하였다.

상가 실거래 사례는 “국토교통부 실거래가 공개시스템”을 통해 찾았으며, 각 5개의 ‘~리단길’ 별 트렌드 발생 시점³⁾부터 검색 시점(2021.03)까지 총 79개⁴⁾의 상가 실거래 사례를 찾아 사용했다. 해당 데이터에는 ‘거래날짜’, ‘도로주소’, ‘접면도로 넓이’, ‘연면적’, ‘대지면적’, ‘실거래가격’, ‘토지이용’, ‘건물용도’, ‘건축연도’ 등의 정보들이 포함되어 있었으며, 상가의 정확한 주소는 개인정보 보호 차원에서 공개되어 있지 않았다.

1) 경리단길, 망리단길, 송리단길, 공리단길, 연리단길, 목리단길, 중리단길.

2) 경리단길, 망리단길, 송리단길, 공리단길, 연리단길.

3) 경리단길(2007.03), 망리단길(2016.06), 송리단길(2017.12), 공리단길(2017.10), 연리단길(2018.03).

4) 상권의 중심거리에서 반경 200m 내에 위치한 상가 중 실제로 거래된 79개의 사례를 활용함.

상가 거래가격 형성요인 중 필지의 정확한 주소가 필요한 개별공시지가 등과 같은 변수는 반영하지 못했으며, 유동인구, 중심상권과의 거리 등과 같은 변수는 근린 내 보행에 있어 적절한 거리 및 블록 크기인 200m(이경환·안건혁, 2008; 이수민 외, 2007; Leão, 2019; Villanueva et al., 2014)를 기준으로 구했다. 이는 ‘~리단길’ 골목상권 내에서 일어나는 소비활동 등과 같은 행동패턴은 보행 중 일어나는 점에 착안하여, 골목상권

은 일반적으로 보행권 내에 속한다고 판단했기 때문이다. 따라서, 각 거래된 상가가 속한 ‘~리단길’ 상권 내 도로 주소의 반경 200m 내에 해당하는 정보를 사용했다.

2. 변수구성

연구를 위해 구성된 변수들은 <표 1>과 같다. 종속변수는 각 ‘~리단길’의 트렌드 발생 시점부

<표 1> 변수 구성

구분		변수명	내용	출처
종속변수		상가 개별점포 실거래 가격	‘~리단길’ 트렌드 발생시점부터 현재까지의 개별점포 실거래 가격	국토교통부(2021, 부동산 실거래가 공개시스템)
독립 변수	상가 거래가격 형성 요인	유동인구	도로 주소 반경 200m 내 2020년 월 평균 유동인구	소상공인시장진흥공단(2021)
		토지이용 더미	1종 일반주거 / 2종 일반주거	국토교통부(2021, 부동산 실거래가 공개시스템)
		연면적	필지 연면적	국토교통부(2021, 부동산 실거래가 공개시스템)
		건축물연식	필지내 건물 연식	국토교통부(2021, 부동산 실거래가 공개시스템)
		범위내 지하철역 개수	도로주소 반경 200m 내	소상공인시장진흥공단(2021)
		범위내 버스정류장 개수	도로주소 반경 200m 내	소상공인시장진흥공단(2021)
	‘~리단길’ 특성	명칭 유래 더미	자연발생형, 상인주도형, 공공주도형, 미디어주도형	김주일(2019b)
		인터넷 노출빈도	월간 검색량	블랙키워(2021, 인터넷 키워드분석)
		완충지 특성 더미	주거시설; 상업시설; 호수, 철도 등의 분리 요소	김주일(2019a)
		접면도로폭	접면도로 13~25m, 접면도로 9~12m, 접면도로 1~8m	국토교통부(2021, 부동산 실거래가 공개시스템)
		상점 분포형태	가로형, 권역형	네이버지도로 상점위치 파악 후 더미 부여
		업종별 상점 개수	음식/숙박업 점포수, 서비스 점포수, 도소매 점포수	소상공인시장진흥공단(2021)

터 검색 시점(2021.03)까지의 개별 점포별 상가 실거래 가격이다. 각 사례별 상이한 거래 시점을 통제하기 위해 2020년 12월 기준으로 지가지수를 반영하여 실거래가격을 계산하였다.

분석에 사용될 독립변수들은 선행 연구를 통해 도출해낸 상가매매가 형성요인들과 ‘~리단길’ 상권들의 공통 특성을 반영하는 변수들이며, 이 중 데이터 확보 가능 여부에 따라 각종 독립변수를 구성하였다.

거래가격형성 요인들 같은 경우, ‘유동인구’, ‘토지이용 더미’, ‘건축물 연면적’, ‘건축물 연식’, ‘범위내 지하철역 개수’ 그리고 ‘범위 내 버스정류장 개수’이다. ‘중심상권과의 거리’와 같이 정확한 주소가 필요한 변수들은 연구에 사용되는 ‘~리단길’ 상권들의 중심상권이 역세권임을(김주일, 2019a) 고려하여 ‘범위(200m) 내 지하철역 개수’로 간접적으로 유추하였다.

‘~리단길’ 상권 간 공유되는 특성들에 대한 변수들 같은 경우, 선행 연구들을 통한 특성 파악 후 해당 유사 명칭 상권관 공유되는 특성들을 채택하였으며, 이는 ‘인터넷 노출빈도’, ‘완충지 특성’,

‘상권 명칭 유래’, ‘업종별 점포 수’, ‘상점분포 형태’, 그리고 ‘접면도로 폭’이다.

‘완충지’는 중심상권과 분리되어 자리잡는 경향을 갖는 ‘~리단길’ 골목상권 사이에 위치한 지역을 일컫는다. 해당 지역의 용도는 크게 3가지로 분류되며, 주거지역, 상업지역, 혹은 호수 및 철도와 같은 분리시설이다.

‘상점분포 형태’는 상권내 상점의 분포형태를 이야기한다. 상권내 중심가로에 상점들이 얼마나 집중되어 있는지에 따라 다르게 분류되며, 상점이 중심가로에 집중되어 있는 경우 ‘가로형 상권’, 여러 골목에 따라 분산되어 있는 경우는 ‘구역형 상권’이다(김주일, 2019a).

이에 대한 예시는 <그림 1>에서 확인할 수 있다.

3. 연구질문

본 연구에서는 서울시에 위치한 5개 ‘~리단길’ 유사 명칭의 상권들의 공통적인 공간 사회적 특징들이 상가매매 가격에 어떠한 영향을 미치는지 분석한다. 구체적으로 건축물 연식, 가로 넓이 등과



자료 : 네이버 지도(네이버, 2021)를 참고하여 저자가 재구성.

<그림 1> 상점분포 형태 예시

같은 상권의 물리적인 특징들의 영향 정도, 그리고 SNS 노출빈도, 업종분포 등과 같은 소비자 행태와 관련된 사회적 특징들의 영향 정도를 살펴보고자 한다.

이를 통해 본 연구에서 살펴볼 연구 질문들은 총 6가지이다. 첫째, 상점분포에 따른 상권분류가 상가매매가격에 어떻게 영향을 미치는지 알아보고자 한다. ‘~리단길’ 상권내 상점들이 주 가로에 밀집된 경우 ‘가로형’ 상권으로 분류되며, 넓게 분포된 경우는 ‘구역형’으로 분류된다. 가로형 상권은 상점의 밀도가 높은 상권이며, 상점의 밀도가 높을수록 상권의 매출액이 오른다(임채홍 외, 2020). 이에 따라 상점의 밀도가 높은 가로형 상권일수록 상가매매가격이 높을 것으로 예상된다.

둘째, 김주일(2019a)에서 소개된 중심상권과 ‘~리단길’ 상권의 완충지의 토지 용도가 상가거래가격에 어떻게 영향을 미치는지 알아보고자 한다. 완충지가 주거지 혹은 상업지일 경우, 상업 젠트리피케이션 현상으로 인해 거래가격이 올라갈 것으로 예상된다(이기훈 외, 2018). 하지만 호수, 철도 등과 같은 차단시설이 완충지에 위치한 경우, 그 가능성이 비교적 적기 때문에 상권의 거래가격이 떨어질 것으로 예상된다.

셋째, 보행성이 중요한 요소로 작용하는 ‘~리단길’ 상권의 공통적인 특성(김주일, 2019a)에 따라 상점의 접면도로의 넓이가 상가거래가격에 어떻게 영향을 미치는지 알아보고자 한다. 보행성이 취약한 좁은 골목일수록 상가거래가격이 내려갈 것으로 예상된다.

넷째, ‘~리단길’ 상권이 SNS미디어 등 인터넷 출현빈도에 의해 상권 활성화가 결정되는 점(김

주일, 2019b; 허자연 외, 2014)에 착안하여 ‘~리단길’ 상권의 인터넷 출현빈도가 상가거래가격에 어떠한 영향을 미치는지 알아보고자 한다. 인터넷 출현빈도가 높을수록 상가의 거래가격이 올라갈 것으로 예상된다.

다섯째, 경리단길과 같이 자연적으로 이미 상권의 명칭이 도로명에 의해 결정된 상권과 달리 타 ‘~리단길’ 상권들은 공공, 미디어, 상인회에 의해 명칭이 결정된다(김주일, 2019b). 상권 명칭 결정 주체에 따라 토지가격에 어떠한 영향을 미치는지 알아보고자 한다. 공공 및 상인회에 의해 ‘~리단길’ 상권의 명칭이 결정된 경우, 뚜렷한 관리 주체의 존재로 인해 상가거래가격에 대한 제제가 존재할 것으로 생각되며, 이에 따라 상가의 거래가격이 내려갈 것으로 예상된다. 미디어 주도하에 상권의 명칭이 정해진 경우, 인터넷 키워드 발생으로 인한 명칭 등장으로 상권이 활성화된다(김주일, 2019b). 따라서 미디어 주도하에 ‘~리단길’ 상권의 명칭이 정해질 경우, 상가거래가격이 올라갈 것으로 예상된다.

여섯째, ‘~리단길’ 상권의 주요 업종은 음식/숙박업, 도소매, 그리고 서비스이다(김주일, 2019b). 이는 본 업종들이 해당 상권의 주요 목적이라고 볼 수 있으며, 이에 따라 업종별 상점 개수가 상가거래가격에 어떠한 영향을 미치는지 알아보고자 한다. 타 업종에 비해 음식/숙박업 업종의 수가 상권의 상가거래가격에 양의 영향을 미칠 것으로 예상된다. 이는 다양한 상업 업종 중 음식 및 생활서비스 관련 업종이 밀집되어 있을 때 매출액에 양(+)의 영향을 미치기 때문이다(정대석·김형보, 2014).

4. 연구방법

‘~리단길’ 상권의 상가거래가격에 영향을 미치는 요인들을 분석하기 위해 본 연구에서는 다중 회귀분석을 사용했다. 다중회귀분석을 사용하기 전 종속변수 및 독립변수 중, 정규성을 만족할 수 있도록 정규성 검정을 시행했으며, 정규성을 만족하지 못하는 변수들은 자연로그를 취해 정규성을 만족하도록 만들어주었다.

이후, 다중회귀분석을 실시했으며, 이와 함께 변수별로 유의성을 검정하고 다중공선성 검정을 진행했다. 이에 대한 결과를 토대로 유의하지 않은 변수들을 제거한 후, 회귀식을 도출해 내었으

며, 이를 통해 본 연구에서 설정된 연구 질문들에 대한 설명을 할 수 있었다. 마지막으로, 도출된 회귀식의 잔차에 대한 정규성 검정을 통해 모형의 타당성을 다시 한번 검정하였다.

IV. 분석 및 결과

1. 기술 통계량

연구에서 사용된 변수들의 기술 통계량은 <표 2>와 같다. 종속변수에 대한 정규성 검정을 실행

<표 2> 기술 통계량

변수	N	최소값	최대값	평균	표준편차
ln_거래가	79	18.07	23.31	20.5674	1.28492
ln_월간 검색량	79	7.70	11.24	10.0379	0.96129
ln_200m 내 유동인구	79	8.46	10.99	9.2700	0.71313
1종 일반주거 더미	79	0	1	0.19	0.395
2종 일반주거 더미	79	0	1	0.81	0.395
필지접면도로 13~25m 더미	79	0	1	0.34	0.477
필지접면도로 9~12m 더미	79	0	1	0.46	0.501
필지접면도로 1~8m 더미	79	0	1	0.20	0.404
연면적	79	16.32	2,773.14	229.0761	404.60365
건축물 연식	79	1	59	24.29	14.791
자연발생형 더미	79	0	1	0.35	0.481
공공주도형 더미	79	0	1	0.09	0.286
상인주도형 더미	79	0	1	0.09	0.286
미디어주도형 더미	79	0	1	0.47	0.502
중심상권과의 거리	79	258	1200	794.95	241.186
200m 내 지하철역	79	0	1	0.06	0.245

<표 2> Continued

변수	N	최소값	최대값	평균	표준편차
200m 내 버스정류장	79	0	13	4.20	3.148
200m 내 수리개인서비스	79	7	53	25.22	12.442
200m 내 도소매	79	16	130	44.81	21.668
200m 내 숙박음식	79	22	189	88.68	37.639
가로형 더미	79	0	1	0.75	0.438
구역형 더미	79	0	1	0.25	0.438
완충지 주거 더미	79	0	1	0.35	0.481
완충지 상업 더미	79	0	1	0.30	0.463
완충지 시설 더미	79	0	1	0.34	0.477

한 결과, 정규성을 나타내지 못하여⁵⁾ 로그값을 취했다. ‘월간검색량’과 ‘범위내 유동인구’와 같은 경우는 단기간의 시간에 따라 변화하는 특성을 보이기 때문에 로그값을 씌어주었다. 종속변수의 경우, 로그값을 씌운 후 다시 한번 정규성검정을 실행했으며, 이후 정규성을 만족하는 것으로 결과와 나와⁶⁾ 회귀분석에 사용할 수 있었다.

2. 회귀분석 결과

추정된 회귀식의 유의한 변수들은 <표 3>과 같다. 다중 회귀분석을 실행한 결과, 유의확률이 유의수준 0.05보다 높고, VIF 수치가 10 이상 나온 변수들은 총 9개로 ‘연면적’, ‘200m 내 지하철역’, ‘200m 내 버스정류장’, ‘ln_월간검색량’, ‘ln_200m 내 유동인구’, ‘건축물 연식’, ‘가로형

더미’, ‘상인주도형 더미’, ‘필지접면도로 넓이 1~8m 더미’이다. 해당 변수들 중 양(+)의 계수를 갖고 있는 변수들은 ‘ln_월간 검색량’ > ‘연면적’ > ‘가로형 더미’ > ‘200m 내 지하철역’ > ‘ln_200m 내 유동인구’ > ‘건축물 연식’ > ‘200m 내 버스정류장’ 순으로 영향이 크게 나왔다. 음(-)의 계수를 가진 변수들은 총 2개로, ‘상인주도형 더미’와 ‘필지접면도로 넓이 1~8m 더미’이며 위 순으로 영향력이 크게 나왔다.

추정된 회귀식의 검정 통계량은 <표 4>를 통해 볼 수 있다. 수정된 R^2 값(결정계수)은 0.644로 모델 전반적으로 유의한 결과값을 띄고 있으며 회귀식에서 발생한 잔차에 대한 정규성 검정을 실행한 결과, Kolmogrov-Smirnov 통계량은 0.069, Shapiro-Wilks 통계량은 0.938로 두 검정 모두 유의수준 0.05에서 유의확률이 각 0.200과 0.353

5) ‘지가’의 Kolmogrov-Smirnov와 Shapiro-Wilk 통계량은 각 0.274와 0.641이었으며, 유의수준 0.05에서 유의확률 0.000을 띄고 있었으므로 정규성을 만족하지 못했다.

6) ‘지가’에 로그값을 취하고 다시 한번 정규성 검정을 실행한 결과, Kolmogrov-Smirnov와 Shapiro-Wilk 통계량은 각 0.087과 0.977로 나왔으며 유의수준 0.05에서 유의확률이 각 0.200 그리고 0.174를 띄었으므로 정규성을 만족한다고 볼 수 있다.

〈표 3〉 다중회귀분석 결과

변수	비표준화 계수		표준화 계수 베타	t-value	유의확률 (p-value)	공선성 통계량	
	B	표준화 오류				공차	VIF
(상수)	4.719	4.885		0.966	0.337		
ln_200m 내 유동인구	0.638	0.296	0.354	2.157	0.034	0.169	5.907
연면적	0.002	0.000	0.472	6.185	0.000	0.782	1.279
건축물 연식	0.021	0.007	0.238	3.180	0.002	0.814	1.228
가로형 더미	1.290	0.486	0.439	2.654	0.010	0.166	6.012
상인주도형 더미	-1.977	0.680	-0.440	-2.906	0.005	0.199	5.027
필지접면도로 1~8m 더미	-0.529	0.254	-0.166	-2.080	0.041	0.713	1.403
200m 내 지하철역	1.938	0.665	0.370	2.916	0.005	0.284	3.523
200m 내 버스정류장	0.066	0.031	0.162	2.131	0.037	0.791	1.265
ln_월간 검색량	0.798	0.215	0.597	3.703	0.000	0.176	5.698

〈표 4〉 회귀분석 검정 통계량

R	R ²	수정된 R ²	추정값 표준오차	D-W
0.828	0.685	0.644	0.766	2.220

이 나왔으므로 귀무가설을 채택한다. 잔차에 대한 정규성 또한 채택됨에 따라, 본 연구에서 도출된 회귀식은 타당하다고 볼 수 있다.

3. 결과 해석

앞서 설정된 6개의 연구 질문 중 결과를 통해 설명된 연구 질문들은 총 4개이다. 설명되지 않은 질문들은 2와 6으로, 관련 변수들이 유의하게 나오지 않았다.

설명된 연구 질문 1, 3, 4, 5에 대해 먼저 살펴 보도록 하겠다. 1번 연구 질문은, 상권의 상점분포 형태에 따른 분류, 즉 가로형 상권 혹은 권역형

상권인지에 따라 상가거래가격에 어떠한 영향을 미치는지에 대한 것이었다. 실증분석 결과, 가로형 상권 더미 변수가 상가거래가격에 양(+)의 영향을 미치는 것을 확인할 수 있었다. 상권의 상점들이 주가로에 집중해서 분포해 있는 만큼, 상권의 상가거래가격이 올라간다고 볼 수 있는 것이다.

3번 질문은 독립성과 보행성이 중요한 요소로 작용하는 ‘~리단길’ 상권의 특성에 따라 상권의 접면도로 넓이가 상가거래가격에 어떠한 영향을 미치는지 살펴보고자 하는 질문이었다. 분석결과, ‘필지접면도로 넓이 1~8m 더미’ 변수가 음(-)의 계수를 띄며 유의한 관계를 보이는 것으로 분석되었다. 해당 더미 변수에서 1은 1~8m의 넓이를 가진도로를 의미하며 0은 그 외 9~12m, 13~25m의 넓이를 가진 도로를 의미한다. 필지의 접면도로의 폭이 좁았을 때 상가거래가격이 내려가는 것은 좁은 도로 폭에 따른 열악한 보행성

에 기인한 것으로 해석된다.

4번 질문은 상권의 인터넷 노출빈도에 따라 상가거래가격에 어떠한 영향을 미치는지에 관한 질문이었다. 허자연 외(2014)의 연구는 인터넷 출현 빈도와 상권의 매출액이 양의 상관을 갖고 있다는 결론을 도출했다. 마찬가지로 본 연구에서의 분석 결과 또한, 인터넷 출현빈도에 따라 상가거래가격 또한 올라가는 것을 확인할 수 있었다.

5번 질문은 명명 주체에 따라 상권의 상가거래가격에 어떠한 영향을 미치는지에 관한 질문이었다. ‘~리단길’ 상권은 그 상권 명이 경리단길과 같이 본래 상권이 위치한 도로명에서 유래된 상권들도 존재하는 반면, 공공, 미디어, 상인회 등에 의해 인위적으로 명명된 상권들도 존재한다. 분석 결과, ‘상인주도형 터미’가 상가거래가격에 유의한 음(-)의 영향을 미친다. 상인주도형 터미가 왜 음의 값을 가지는가에 대한 해석은 명확하지는 않지만 상권관리 주체의 존재에 의한 관리비 지출에 따른 가치손실이 현가화된 것은 아닐까라는 조심스런 해석이 가능할 것으로 보인다.

설명되지 않은 연구질문 2와 같은 경우, 완충지의 용도 터미 변수가 유의하게 나오지 않아 설명되지 않았다. 이는 완충지의 토지이용과 ‘~리단길’ 상가의 거래가격 사이에 유의미한 연관을 찾기 어려운 것을 시사한다. 다시 말해, ‘~리단길’ 주변의 토지이용에 따라 상가거래가격이 높아지거나 낮아지는 데에 유의미한 영향을 주지 못하므로, ‘~리단길’ 골목상권은 그 자체로의 거래가격을 형성할 수 있음을 암시한다.

마찬가지로 연구질문 6 또한 업종종류별 점포개수가 유의하게 나오지 않았으므로 설명되지 않

았다. 이는 상권의 업종 분포 및 개수가 상가거래가격에 영향을 미친다는 선행연구의 결과와 상이하다. 이에 대한 이유로, 인터넷에서 화제가 되어 사람들이 찾아오게 되는 ‘~리단길’ 골목상권의 특성(김주일, 2019a)상, 상점의 개수보다 아무리 그 수가 적더라도 주 소비층의 취향에 맞는 질 높은 상점이 있다면 상권의 수요가 증가하는 점(김주일, 2019b; 이선영 외, 2016; 허자연 외, 2014)이 반영되었다고 해석된다.

V. 결론

본 연구는 ‘~리단길’ 유사명칭 상권 간 공통적으로 존재하는 공간 및 사회적 특성을 선행연구를 통해 찾아내고, 이것이 해당 상권의 상가매매가에 어떠한 영향을 미치는지 회귀분석을 통해 실증적으로 분석했다.

분석을 통해 도출해낸 유의한 변수들은 총 9개이며, 음(-)의 계수를 갖고 있는 변수들은 ‘상인 주도형 터미’와 ‘필지접면도로 넓이 1~8m 터미’였다. 양(+)의 계수를 갖고 있는 변수들은 ‘연면적’, ‘200m 내 지하철역 개수’, ‘200m 내 버스정류장 개수’, ‘ln_월간 검색량’, ‘ln_200m 내 유동인구’, ‘건축물 연식’, 그리고 ‘가로형 터미’였다.

분석 결과, ‘~리단길’ 상권은 공통적으로 상인들에 의해 상권의 명칭이 정해졌을 때, 그리고 상가가 접한 도로가 좁을 때 상가의 매매가격이 감소하는 경향이 있다는 점을 확인할 수 있었다. 또한, 선행연구에서 제시한 ‘~리단길’ 상권의 고립성을 택하는 경향(김주일, 2019a)은 상권의 상가

거래가격이 상권의 범위 내 지하철역과 버스정류장 개수가 높을수록 증가한다는 점을 보아 위치적으로는 중심상권과 분리된 모습을 보여줌에도 불구하고, 지하철과 버스와 같은 대중교통의 연결성이 확보되어야 상권 활성화에 있어 양(+의) 효과를 나타낸다는 것을 확인할 수 있었다.

건축물의 연식이 오래될수록 상가거래가격에 양(+의) 영향을 미친다는 결과가 도출되었는데, 이는 선행연구들의 결과와 유사한 결과를 보인다. ‘~리단길’ 상권은 대부분 오래된 저층 건축물을 리모델링하여 개성 있는 공간으로 재구성하는 경향이 크다. 건물 연식이 양(+의) 상관을 갖고 있는 것은 이러한 경향이 반영되었기 때문이라 판단된다.

마지막으로 인터넷 노출빈도가 높을수록 상가거래가격이 올라간다는 것은 인터넷 노출빈도가 상권 활성화에 유의한 긍정적 영향을 미친다는 선행연구들과 같은 맥락에서 이야기를 하고 있는 것이라고 할 수 있다.

골목상권 브랜드전략 등을 통해 쇠퇴하는 상권을 활성화시키고자 하는 노력들과 도시재생의 일환으로서 이를 활용하는 것 자체는 바람직한 접근 방법이라고 생각된다. 또한, 공공사업에서 관련 사업을 진행할 시, 해당 상권의 입지적 요인과 특정 가로에 상점들이 밀집되도록 유도해야 할 것이다. 비록 ‘~리단길’ 상권이 고립되고 접근성이 열악한 위치에 입지한 것은 맞지만, 버스정류장, 지하철과 같은 대중교통시설과 근접해 있어야만 장기적인 효과를 누릴 수 있을 것이라 판단된다.

종합하면, ‘~리단길’ 골목상권은 기존 상권에 비해 인터넷 노출빈도, 명칭 유래에 따른 상가거래가격에의 영향 정도의 특성에서 기존 상권과 차

이를 보이지만, 상가 거래가격에 있어 대중교통 접근성이 양(+의) 영향을 보이는 것은 기존 상권과 유사한 특성을 보였다.

본 연구는 구체적인 주소의 부재로 인해 수집된 데이터의 개수와 종류가 한정적인 한계를 가지고 있다. 또한 ‘~리단길’ 상권이 하나의 브랜드로 공통적인 특징을 가짐에도 불구하고, 각 지역의 특성이 존재할 수 있으므로 이에 대한 통제가 필요했지만 반영하지 못하였다. 이에 후속 연구에서는 ‘~리단길’ 상권의 각 진행단계에 따른 상가거래가격에 대한 영향요인을 찾아 세부적인 정책적 시사점을 도출하는 것과 지역적 특성에 관한 변수 통제가 필요하다.

그럼에도 불구하고, 본 연구는 전반적으로 서울시 내에 위치한 ‘~리단길’들을 해당 유사 명칭 상권의 공통적인 공간 사회적 특징들을 실증적으로 분석함으로써 그들이 하나의 브랜드로 작용하고 있다는 점을 증명해낼 수 있었다는 점에서 의의가 있다.

ORCID ID

박찬익 <https://orcid.org/0000-0002-3641-696X>

김현정 <https://orcid.org/0000-0003-4894-6906>

정창무 <https://orcid.org/0000-0003-2687-9255>

참고문헌

1. 국토교통부, 2021, “실거래가 공개시스템,” Accessed

- June 10, 2021, <https://rt.molit.go.kr>.
2. 김진우 · 엄기준, 2019, 「모예요소로 본 힙플레이스 지역 연구」, 『한국디자인문화학회지』, 25(4):37-52.
3. 김경선 · 김동섭, 2019, 「서울시 상업젠트리피케이션 영향요인에 관한 연구」, 『한국콘텐츠학회논문지』, 19(2):340-348.
4. 김나은 · 김민화, 2010, 「온라인 관광 구전정보 품질과 신뢰성, 커뮤니티 상호작용성이 구전정보의 유용성과 구전효과에 미치는 영향」, 『서비스경영학회지』, 11(3):17-44.
5. 김다혜 · 양승우, 2020, 「서울 망리단길 장소성의 인과 구조 실증연구」, 『도시설계』, 21(5):127-138.
6. 김봉원 · 권니아 · 길지혜, 2010, 「삼청동길의 젠트리피케이션 현상에 대한 상업화 특성분석」, 『한국지역경제연구』, 8(1):83-102.
7. 김주일, 2019a, 「‘~리단길’ 현상의 사회적 · 공간적 특성 연구: 인터넷 트렌드 데이터와 입지 여건 분석을 중심으로」, 『도시설계』, 20(3):69-82.
8. 김주일, 2019b, 「장소 브랜드 관점에서 본 경리단길 및 유사상권의 특성」, 『한국콘텐츠학회논문지』, 19(6):334-346.
9. 김주일 · 박찬익 · 임성빈 · 은민규, 2020, 「문화예술 창작지구 꿈틀로 생태계구축 성과분석 및 발전방안 마련 연구 보고서」, 포항: 포항문화재단.
10. 김상현 · 이한나, 2016, 「성수동 지역의 젠트리피케이션 과정 및 특성 연구」, 『문화콘텐츠연구』, 7:81-105.
11. 나병진 · 신승우 · 김경선, 2016, 「상가권리금의 가치에 영향을 미치는 요인에 관한 연구」, 『도시행정학보』, 29(1):93-108.
12. 네이버, 2021, “네이버지도,” Accessed June 10, 2021, <https://map.naver.com>.
13. 블랙키위, 2021, “빅데이터 기반 키워드 분석 플랫폼,” Accessed June 10, 2021, <https://blackkiwi.net>.
14. 소상공인시장진흥공단, 2021, “상권정보,” Accessed June 10, 2021, : <https://sg.sbiz.or.kr>.
15. 양희은 · 손용훈, 2013, 「경리단길 창조계급의 유입 과정과 문화경관 형성요인」, 『한국조경학회지』, 41(6):158-170.
16. 여등승 · 임규진, 2015, 「온라인 매체와 댓글에 따른 영화 구전의도 및 관람의도에 관한 연구」, 『한국IT서비스학회지』, 14(2):177-193.
17. 윤갑석 · 박태원 · 고진수, 2014, 「상가권리금 가격 형성 영향요인 분석: 경기도 광명시 철산 중심상업지구를 중심으로」, 『부동산학연구』, 20(2):111-124.
18. 이경환 · 안건혁, 2008, 「지역 주민의 보행 활동에 영향을 미치는 근린 환경 특성에 관한 실증 분석: 서울시 12개 행정동을 대상으로」, 『대한건축학회 논문집: 계획계』, 24(6):293-302.
19. 이기훈 · 이수기 · 천상현, 2018, 「서울시 상업젠트리피케이션 발생 주거지역의 입지적 요인과 변화특성 분석」, 『지역연구』, 34(1):31-47.
20. 이선영 · 정남호 · 구철모, 2016, 「도심 거리관광에서 나타나는 장소성과 젠트리피케이션 인식에 대한 탐색적 연구: 오프라인과 인스타그램 참여관찰을 중심으로」, 『호텔관광연구』, 18(4):1-24.
21. 이수민 · 강준모 · 황기연, 2007, 「보행친화적 블록 규모 산정에 관한 연구」, 『대한토목학회 논문집 D』, 27(2D):179-187.
22. 이원희 · 김준형, 2018, 「상가 분양가의 결정요인: 서울 마곡지구를 중심으로」, 『서울도시연구』, 19(4):21-42.
23. 이재우 · 박수훈 · 이창무, 2010, 「집합건물 상가점포 실거래가격 결정요인분석」, 『부동산학연구』, 16(4):5-20.
24. 이재우 · 이창무, 2006, 「서울 상가시장 임대료결정 요인에 관한 연구」, 『국토계획』, 41(1):75-90.
25. 이정란 · 최막중, 2017, 「업종다양성에 따른 상권의

- 형성 과정 및 변화특성», 서울대학교 박사학위논문.
26. 이호진, 2018, 「임차인의 특정투자 특성이 상가 임대료에 미치는 영향」, 『주거환경』, 16(4):227-242.
 27. 임재홍 · 김동준 · 박규성 · 배한형, 2020, 「수원시 2020 연구결과 보고서: 골목상권 활성화를 위한 개선방안 연구(골목상권 활성화 방안 연구회)」, 수원: 수원시의회.
 28. 장경현, 2019, 「신조어 접사의 형태·의미 특성 연구」, 『열린정신 인문학연구』, 20(1):311-336.
 29. 정대석 · 김형보, 2014, “상권업종별 분포 및 매출 영향요인 분석: 경기도 31개 시군을 대상으로”, 『GRI연구논총』, 16(2):101-122.
 30. 천인호, 2007, 「아파트 단지 내 상가의 가격결정 요인」, 『한국지역개발학회지』, 19(3):161-178.
 31. 허자연 · 정연주 · 정창무, 2014, 「소셜네트워크 서비스(SNS)와 상권활성화에 관한 연구」, 『관광경영연구』, 18(4):517-534.
 32. 허자연 · 정연주 · 정창무, 2015, 「상업공간의 젠트리피케이션 과정 및 사업자 변화에 관한 연구: 경리단길 사례」, 『서울도시연구』, 16(2):19-33.
 33. Benjamin, J. D., G. W. Boyle, and C. F. Simans, 1992, “Price discrimination in shopping center lease,” *Journal of Urban Economics*, 32(3):299-317.
 34. Chanboulapha S. and M. R. Islam, 2012, *Internet Usage for Improvement of Learning*, Borås, Sweden: University of Borås.
 35. Duan, W., B. Gu, and A. B. Whinston, 2008, “The dynamics of online word-of-mouth and product sales—An empirical investigation of the movie industry,” *Journal of Retailing*, 84(2): 233-242.
 36. Hansen, W. G., 2007, “How accessibility shapes land use”, *Journal of the American Institute of Planners*, 25(2):73-76.
 37. Leão, A. L. F., 2019, *Objective Walkability Measures for Brazilian towns: A Methodological Approach*, Londrina, Brazil: Universidade Estadual de Londrina.
 38. Mok, H. M. K., P. P. K. Chan, and Y. S. Cho, 1995, “A hedonic model for private properties in Hong Kong”, *The Journal of Real Estate Finance and Economics*, 10:37-48.
 39. Villanueva, K., M. Knuiman, A. Nathan, B. Giles-Corti, H. Christian, S. Foster, and F. Bull, 2014, “The impact of walkability on walking across the adult lifecourse: Does neighbourhood buffer size matter?,” *Health & Place*, 25:43-46.

논문 접수일: 2021년 10월 7일

심사(수정)일: 2021년 11월 16일

게재 확정일: 2021년 11월 24일

국문초록

본 연구는 서울시 ‘~리단길’ 상권의 상가거래가격에 영향을 미치는 요인들을 실증 분석하는 것을 목표로 한다. 연구의 방법론으로서 다중회귀분석을 이용하여 서울시소재 5개 ‘~리단길’ 상권의 상가매매가격 결정요인에 대한 분석을 수행했다. 분석 결과, ‘인터넷 검색 빈도’, ‘200m 내 버스정류장 수’, ‘200m 내 지하철역 수’, ‘연면적’, ‘200m 내 유동인구’, ‘건물 연식’, ‘가로형 상권 더미’는 ‘~리단길’ 상권의 상가거래가격과 양(+)의 관계를 보였고, ‘필지접면 도로 넓이 1~8m 더미’, ‘상인주도형 더미’는 음(-)의 관계를 보이는 것으로 나타났다. 본 연구의 결과를 통해 ‘~리단길’ 상권은 해당 상권 간 공통적으로 나타나는 공간·사회적 특성에 의해 상가매매가격이 결정되지만, 접근성과 보행성 차원에서는 그 고유 특성이 다른 상권과 비슷한 경향을 갖고 있다는 점을 확인할 수 있다.

주제어 : ‘~리단길’, 골목상권, 상가거래가격, 다중회귀분석, 젠트리피케이션