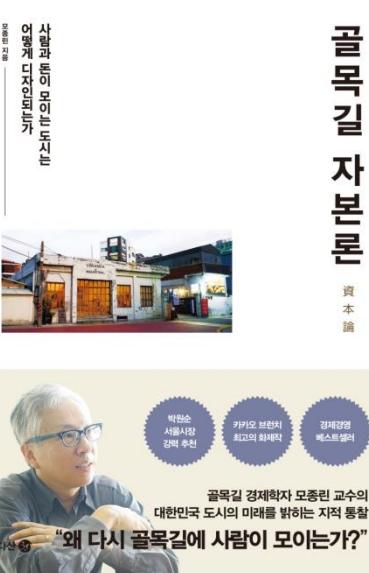




골목길 경제학자

라이프스타일에서 미래를 찾습니다
작은 도시 큰 기업, 라이프스타일 도시 저자



골목상권 기반 소상공인 육성 방안

2/25/2019

모종린
연세대학교 국제학대학원

자영업 위기의 본질

✓ 낙후산업 vs 미래산업

- 일의 미래와 프리랜서 이코노미

✓ 과잉공급 vs 시장결과

- 한국의 특수 상황을 반영한 자영업 업종의 규모
- 개인택시, 의원, 학원, 택배기사, 방문판매원, 프랜차이즈 가맹점 등

✓ 전체위기 vs 양극화

- 골목상권, 온라인쇼핑 중심으로 혁신적인 소상공인 부상

“문제인식과
방향전환의
시급성”

2000년대 이후 소상공인이 주도하는 지역의 변화

강북의 부활(2005년 이후)

- ✓ 1세대 골목상권 – 홍대, 이태원, 삼청동, 가로수길
- ✓ 2세대 골목상권 – 을지로, 망원동, 후암동, 익선동 외 30개
- ✓ 1세대 골목상권, 도시산업 생태계로 진화

지역경제 부상 (2010년 이후)

- ✓ 제주이민
- ✓ 원도심 골목상권 – 대구, 광주, 전주, 부산, 경주, 강릉 등
- ✓ 지역산업 – 제주 화장품 녹차, 강릉 커피, 양양 서핑 등

골목상권 - 2000년대 중반 이후 저밀도 지역 중심으로 형성된 “여행가는 상권”

소상공인 양트십과 창업 유형

핵심 경쟁력 요소/타겟시장		로컬	내셔널-글로벌
기술		메이커스	실리콘밸리
비기술	생활혁신형	성심당 사러가쇼핑센터	스타벅스 나이키 스타일난다 YG
	지역혁신형	도시재생 스타트업	에이스호텔 어반플레이

창업생태계 구축을 위한 단계별 핵심주체

교육·훈련

대학

학교

장인대학

직업학교

인재

Tech

디자인

콘텐츠

공방공예

장인

네트워크

보육

VC

정부

학교

민간 (비영리)

(지역기반)
소상공인 생태계

로컬 기업 · 사회적 기업

(산업기반)
중소기업

중소기업

(산업기반)
대기업

대기업

“붉은색은
취약분야”

혁신적인 소상공인 중심의 도시산업 생태계 구축

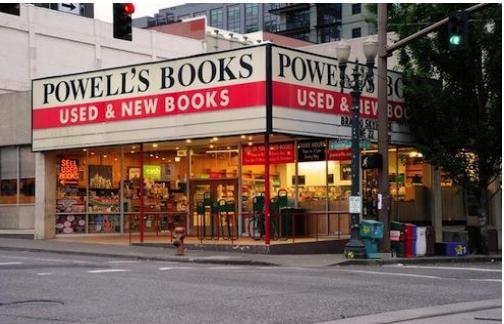


로컬 크리에이터란?

✓ 창의적인 지역기반 소상공인

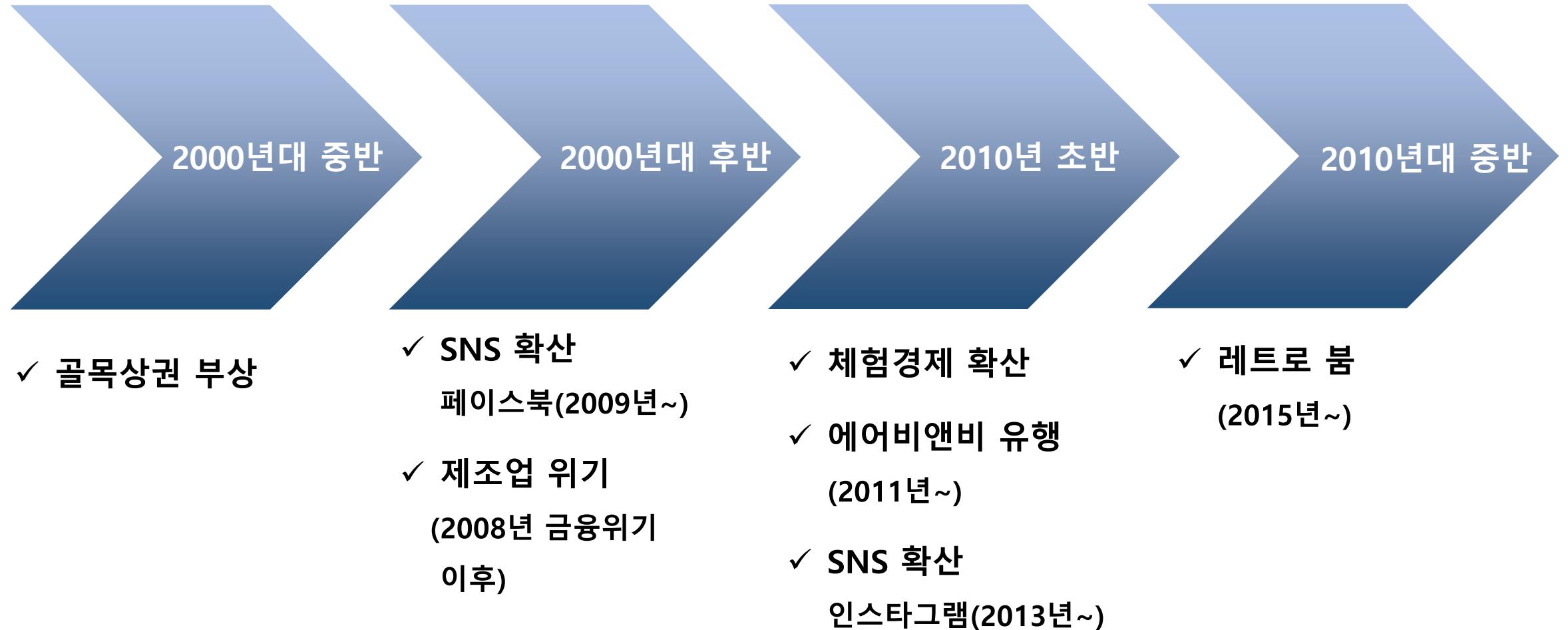
- 지역성과 결합된 자신만의 콘텐츠로 가치 창출
- 전통 콘텐츠 영역(예술, 문학, 영화, 영상, 디자인 등)과 융합된 새로운 콘텐츠 영역(공간기획, 컨셉스토어, 커뮤니티 비즈니스 등)을 지역에서 개척하고 발전시킴

波特蘭의 로컬 크리에이터들



- ✓ Makers
- ✓ 독립가게
- ✓ 수제맥주
- ✓ 스페셜티커피
- ✓ 도심양조장
- ✓ 공유자전거
- ✓ 코워킹스페이스

로컬 크리에이터 산업 부상의 배경



로컬 크리에이터 모태 산업

골목산업

- 상점가의 매장에서 주민과 관광객을 대상으로 상품과 서비스를 판매하는 산업활동
- 소품/잡화점, 공예공방, 서점, 음식주점, 숙박 등을 포함

문화창조산업

- 사회에 축적된 다양한 형태의 지식과 정보를 인적/기술적 자원을 활용해 시장가치가 있는 창의적 제품과 서비스를 생산하는 산업활동

로컬 크리에이터 모태 산업 분류

골목산업

세부분야	코드*	산업명
독립서점	476	문화, 오락 및 여가용품 소매업
게스트하우스/호텔	551	일반 및 생활 숙박시설 운영업
음식점	561	음식점업
주점/카페	562	주점업
갤러리	478	기타 상품 전문 소매업
공예공방	474	섬유, 의복 및 가죽제품 소매업
	478	기타상품 전문소매업
의류/액세서리점	474	섬유, 의복 및 가죽제품 소매업
가구/소품점	475	기타 생활용품 소매업
	478	기타 상품 전문 소매업
사진관	733	사진촬영 및 처리업
	478	기타 상품 전문 소매업

문화창조산업

세부분야	코드*	산업명
콘텐츠	문화 인프라	902 도서관, 사적지 및 유사 여가 관련 서비스업 901 창작 및 예술관련 서비스업
	오디오/영상	592 오디오물 출판 및 원판 녹음업 591 영화, 비디오물, 방송 프로그램 제작 및 배급업
		사진
	출판	733 사진촬영 및 처리업
		581 서적, 잡지 및 기타 인쇄물 출판업 582 소프트웨어 개발 및 공급업
	소프트웨어	631 자료처리, 호스팅, 포털 및 기타 인터넷 정보매개서비스업 639 기타 정보 서비스업
		620 컴퓨터 프로그래밍, 시스템 통합 및 관리업
	디자인	732 전문 디자인업 713 광고업
		701 자연과학 및 공학 연구개발업 702 인문 및 사회과학 연구개발업
	R&D	721 건축기술, 엔지니어링 및 관련기술 서비스업 729 기타 과학기술 서비스업

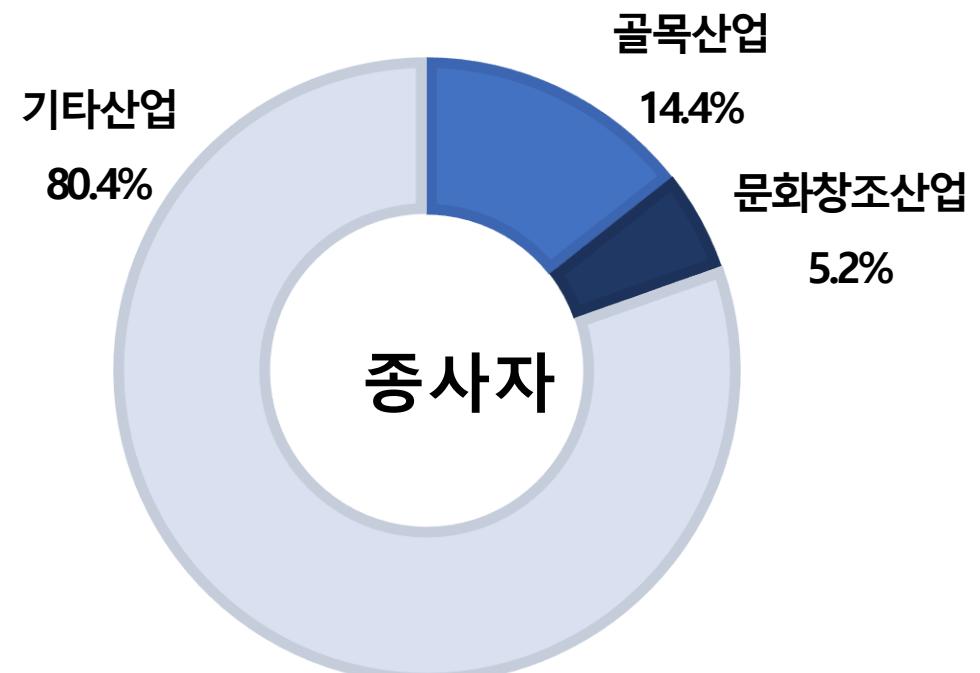
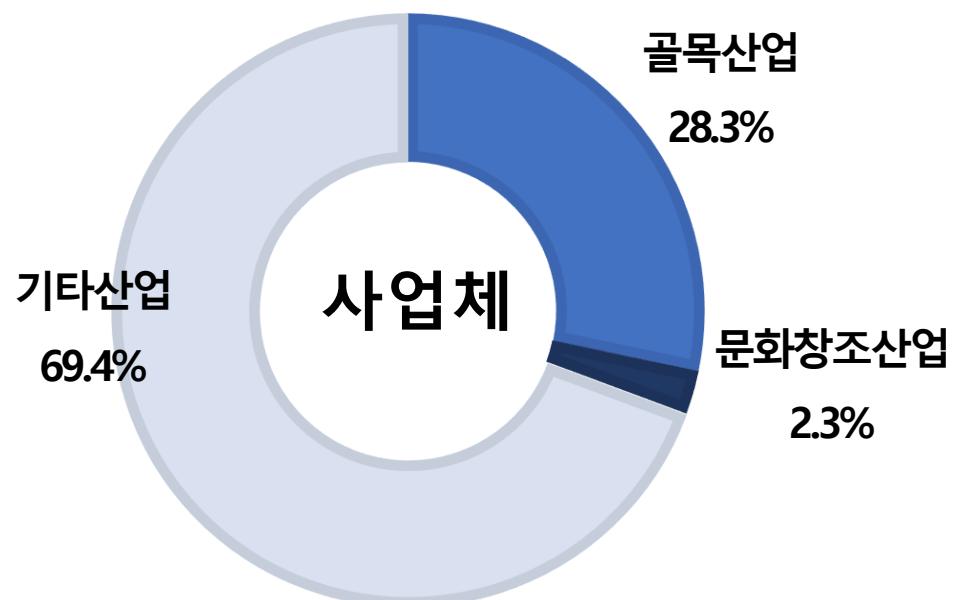
*한국표준산업분류 소분류코드 기준.

로컬 크리에이터 모태 산업의 Impact (국가경제)

골목/문화창조산업의 규모(전국)

사업체수(만 개)			종사자수(만 명)		
골목	문화창조	전체	골목	문화창조	전체
109.6	9.1	387.7	287	103.4	1,993.4

■ 골목산업 ■ 문화창조산업 ■ 기타산업

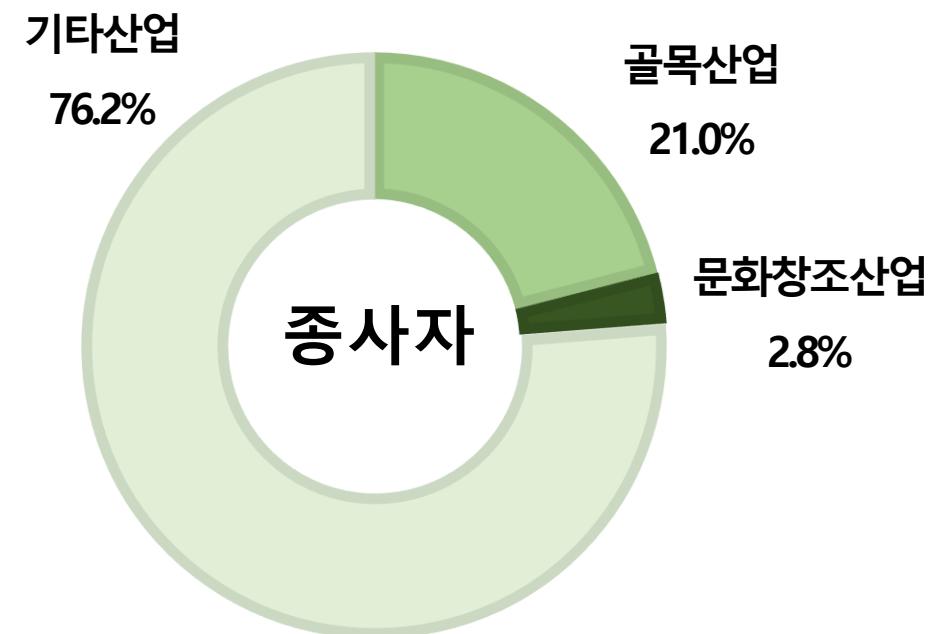
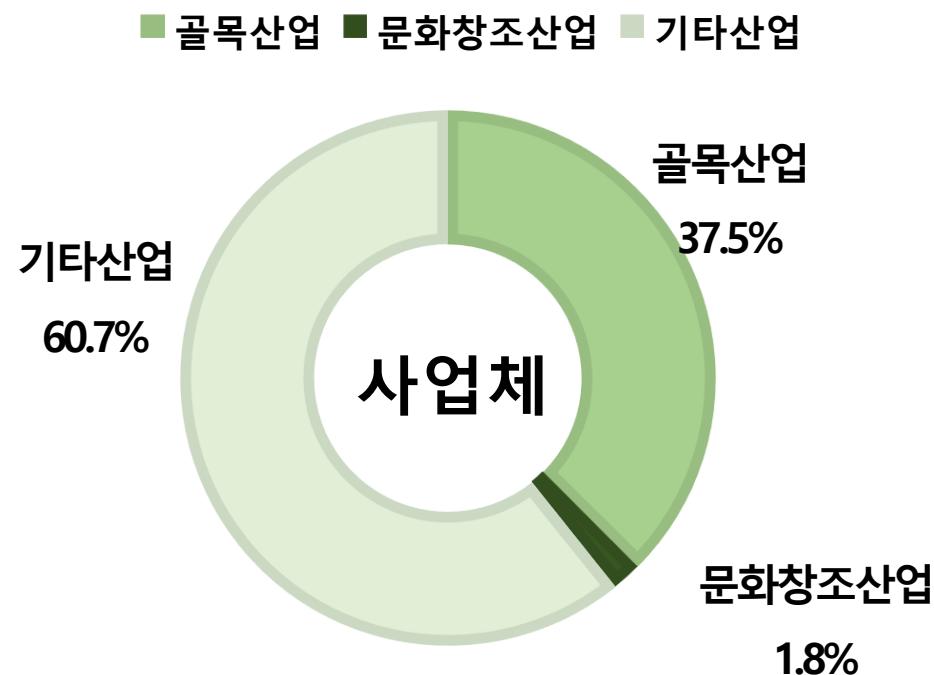


자료: 통계청 2016 전국 사업체조사.

로컬 크리에이터 모태 산업의 Impact (강원도경제)

강원도 골목/문화창조산업의 규모

사업체수(만 개)			종사자수(만 명)		
골목	문화창조	전체	골목	문화창조	전체
4.9	0.2	13.2	11.2	1.5	53.4



강원 로컬 크리에이터 현황

연구진행

- ✓ 조사대상: 강원도에서 활동하고 있는 창의적 소상공인
 - 총 71명: 창업가 48명, 예비창업가 23명
- ✓ 연구방법
 - 직간접 조사: 설문지 및 인터뷰
 - 설문지: 총 67명에게 설문지 배포 후 30명 회신
 - 창업가 25명, 예비창업가 5명 회신
 - 71명 중 4명은 장인대학 연구대상으로 설문지 배포하지 않음
 - 인터뷰: 46명 진행 (대면인터뷰 19명, 전화인터뷰 27명)
 - 총 52명 설문지/인터뷰 조사완료, 19명 자료검색 진행

강원 로컬 크리에이터 현황-산업분포

도시산업 생태계			
골목산업 (25개)	문화창조산업 (20개)		농업 (5개)
	문화산업 (7개)	창조산업 (13개)	
<p>문우당서림(독립서점) 동아서점(독립서점) 완벽한날들(독립서점) 책방마실(독립서점) 핑크세레스(카페) 상상초콜릿(카페) 피고지고다시피고(카페) 샤르망드도사(카페) 더웨이브컴퍼니-웨이브라운지(카페) 칠성조선소살롱(카페) 버드나무브루어리(수제맥주) 650맥주(수제맥주연구소)(수제맥주) 브레드메밀(베이커리) 행복동네(떡집) 김소영캘리그라피(공방) 유리나래(공방) 하람캘리그라피(공방) 서피비치(양양)</p>	<p>프로젝트미터(문화) 하추자연체험학교(문화) 베짱이농부(지역커뮤니티) 문화협동조합피올라(지역커뮤니티) 감자꽃스튜디오(복합문화공간) 칠성조선소(복합문화공간) 철원코스메틱영농조합(화장품)</p>	<p>라차박스(영상) 산너머음악공방(오디오) 카메라타스트링스 아일랜드리버(오디오) 창작예술인협동조합아라(오디오/영상) 들꽃사진관(사진) 더웨이브컴퍼니-공삼삼(출판) 위아고앤(출판) 온다프레스(출판) 태호랑이(콘텐츠) 정원학교 오가든스(R&D) 지용한옥학교(R&D) 수리수리사랑방(R&D)</p>	<p>그래도팜 너래안 마움 화이통협동조합 히포크라테스농장</p>

강원 로컬 크리에이터 입문 과정

- ✓ 디자인, 건축학, 조각 등 미술 전공이 많았고, 창업워크샵이나 프로그램의 도움을 많이 받았음
 - 창업교육: 창조경제혁신센터, 감자꽃스튜디오, 책방창업워크샵, 양조교육기관
- ✓ 관련 취업경험은 디자인, 인테리어, 음악, 콘텐츠 배경이 많았음
- ✓ 디자인, 인테리어, 콘텐츠 중심의 배경인 점이 서울 크리에이터 입문 과정과 유사하게 나타남.
- ✓ 서울 크리에이터보다 입문 과정이 더 다양하게 나타났음.
 - 서울은 대기업, 레스토랑, 제과점 경험이 많았지만 강원도는 대기업 보다는 비영리기구, 공연, 중소 기업 근무 경험이 더 많았음

로컬 창업가의 Scale-up 프로세스

앵커스토어

- 제주 매거진 '인iiiin'
- 도시문화 콘텐츠
'어반플레이'



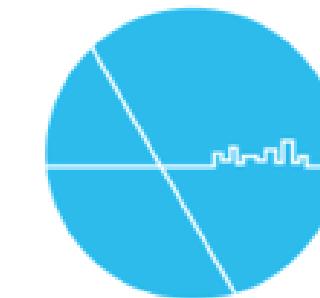
로컬 편집숍

- 'iiiinstore 중문'
- 로컬 브랜드 편집숍
'연남방앗간'



로컬 제조업

- 제주 로컬 재료 식가공업?
- 연남동 기반 브랜드 제조?



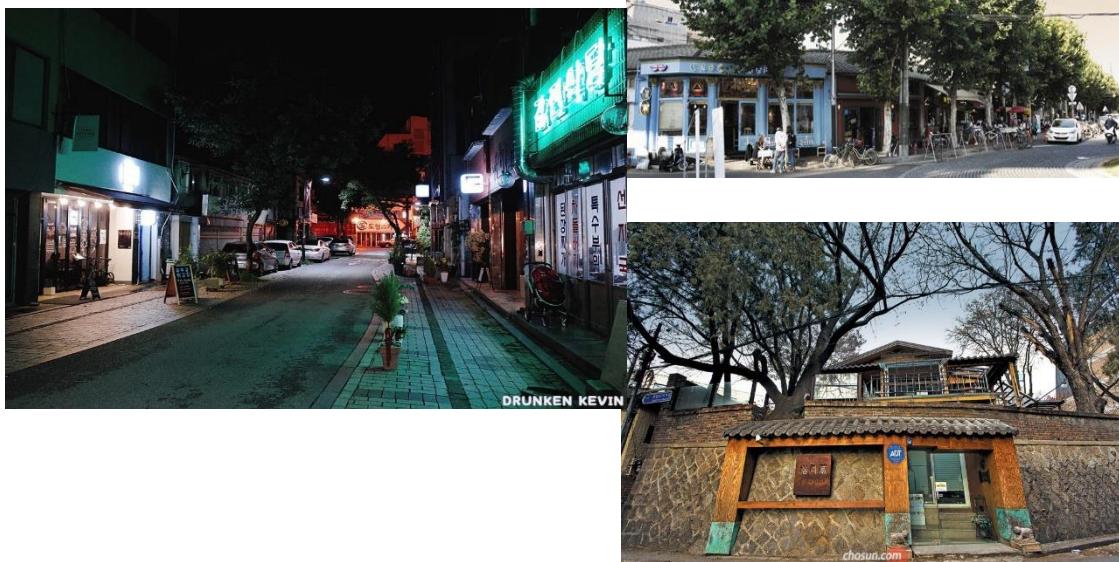
뜨는 상권은 모두 골목상권?

지역의 핫 플레이스

한옥펜션, 한복대여점,
감성잡화점, 흑백사진관
등 아날로그 매력이
넘치는 '황리단길'



전주객사 1,2길을 따라
젊은이들의 아지트가 된
카페, 식당들이 늘어선
'객리단길'



서울의 핫 플레이스

작고 소박한 100여채의
한옥마을에 카페, 식당,
빈티지 상점들이 들어선
아기자기한 골목길, '익선동'

1970년대에 온 듯한 이발소,
지물포, 슈퍼마켓, 간판 없는
식당 등 옛 추억이 가득한
'망원동'

문화주택*들 사이사이 공방,
카페, 음식점이 들어서면서
제 2의 가로수길로 기대되는
'후암동'

*1920년대 지어진 일본인 집단 거주용 고급 서양식 주택

경상 5
충남 2
전라 4
경기 1



전국 골목상권 리스트

URBANPLAY

자료제공: 모종린, 어반플레이

서울

충대 권역	이태원 권역	서울역 권역	용산 권역	삼청동 권역	강남 권역	영등포 권역	성수동 권역	성북구 권역	은평구 권역	동대문 권역
맘원동 망리단길 합정동 서교동 동교동 경의선숲길 연남동 연희동 서강동	이태원동 한남동 서계동 품데가르송길 우사단길 경리단길 희나무길 해방촌 후암동	만리동 삼청동 남명역 열정도 회현동	숙대입구역 대사관길	삼청동 북촌 서촌 부암동 익선동 을지로	가로수길 청담동 압구정동 도산공원 임재천길 광장 송리단길 방배동 서래마을	문래동 철공소거리 봉천동 사로수길	성수동 뚝섬	성북동 성신여대앞 수유리	불광천	창신동 동묘역 신당동

부산

부산	대구	광주	대전	울산	속초	춘천	양양	강릉	제주
전포카페거리 초량동 은천장 카페거리 영도 김천문화마을	근대문화거리 김광석길 삼덕동 앞산카페거리 팔공산카페거리 수성못 침산동	동명동 양림동 삼덕동 앞산카페거리 팔공산카페거리	대흥동 소재동 충장동	성남동 성안동	교동 청초호길	옥천동 교동 옥림고개	죽도해변	명주동	탐동 삼도동 서귀포 이종섭길

경주

경주	안동	김해	공주	부여	전주	군산	순천	목포	수원
황리단길 성건동	옥천동 명륜동	봉리단길	제민천길	규암리 세간길	한옥마을 서학동 객리단길	근대문화거리	항동 문화거리	유달동 / 만호동 행리단길	

골목상권이 떴으면 누군가는 졌을텐데

BC카드 연평균 이용금액 증감률 (2014~2016, %)

자료: 2015년 KB금융지주경영연구소 보고서(「KB지식비타민」, 이하 KB보고서)



“빠르게 성장하는 골목 상권”

상권 대분류별 평균 성장률(%)

상권	평균성장률	정의
골목	15.3	새롭게 활성화된 인근 근린상권*이나 기존 상권의 배후지역 (삼청동, 경리단길, 연남동 등)
중심	8.7	중심지에 위치한 전형적인 도심상권 (명동, 강남역, 부산 서면, 대구 동성로 등)
대로변	8.9	주요 권역의 거점 상권 (청담, 노량진, 마포역 등)
몰링	4.9	대형 쇼핑몰 중심 상권 (삼성동, 영등포역, 동대문시장 등)

*주택가를 중심으로 카페, 레스토랑, 생활잡화점, 패션상가 등이 형성된 주거지 기반 생활상권

“소비가 위축된 대형 중심상권 및 몰링상권”

골목상권의 역동성

골목 지역	2017	2012
도산공원	31	17
서래마을	29	10
가로수길	47	51
압구정동	43	60
청담동	58	56
성수동/옥수동/금호동	13	NC
서촌/자하문	31	20
대학로	14	15
삼청동/안국동	40	52
연남동/연희동	65	12
이태원	102	85
인사동/종로3가	28	25
한남동	14	3
홍대앞+합정동	143	85
부암동	8	NC
소계	666	491

비골목 지역	2017	2012
강남역	21	10
강동구	8	9
강서구	8	8
고속터미널/반포	12	8
관악구	9	11
금천구	1	2
노량진/대방	9	3
대치동	10	NC
논현로	22	36
사당/방배	13	14
삼성역	16	25
서초/교대역/예술의전당	26	10
선릉역/한티역	14	NC
송파/잠실	15	10
수서	3	2
양재/매봉/도곡	23	NC

양천구	7	7
여의도	49	24
역삼동	17	25
영등대교 남단	19	0
영등포	24	12
올림픽공원/방이동	10	NC
잠원동/신사역	13	NC
학동사거리	14	17
강북구	2	NC
건대입구	10	NC
광진구/워커힐	3	NC
광화문	34	43
구기동/평창동	10	NC
남대문시장/남산	25	NC
노원구	3	5
도봉구	4	NC
동대문	27	12
마장동/왕십리	10	7
마포	26	24
명동	19	31
모래내	1	NC
삼각지/속대입구	14	NC
상암동	4	NC
서대문	4	3
성북동	16	20
성산동	4	NC
성신여대/고려대	4	10
신촌/이대앞	18	29
용산/이촌동	13	NC
은평구	10	NC
을지로/충무로	25	35
장충동/신당동	16	10
정동/시청/소공동	48	65
정릉/월곡	2	1
중랑구	3	NC
소계	731	528

서울 시내 상권별 맛집 주이(블루리본 등재기준)

새롭게 뜬 상권 (2012년 대비)

분류	상권	맛집수
골목	연희동/연남동	65(12)
골목	서래마을	29(10)
골목	한남동	14(3)
골목	성수동	13(NC)
골목	부암동	8(NC)

젠트리피케이션 피해 지역 (2012년 대비)

분류	상권	맛집수
골목	가로수길	47(51)
골목	압구정동	43(60)
골목	삼청동/안국동	40(52)

지속 성장 지역 (2012년 대비)

분류	상권	맛집수
골목	홍대앞+합정동	143(85)
골목	이태원	102(85)

외국인 문화 이태원의 확장 패턴



자료: KB보고서

이태원 상권의 지리적 확장

구분	확장 전	확장 후
구간	이태원1동 – 한남 2동	이태원 1,2동, 용산2가동, 한남동, 후암동
구조	구릉지 지형*으로 완만한 경사면을 따라 골목형성	골목 사이사이를 따라 상권이 확장되는 분산형 구조 형성
거리씬	<ul style="list-style-type: none"> -외국인 중심 슈퍼마켓, 레스토랑, 바 -명품 이미테이션 -큰옷, 맞춤양복점 	<ul style="list-style-type: none"> -패션, 음식중심 퀴논거리** -70여 점포가 밀집된 앤틱가구거리 -이슬람중앙서원 중심의 우사단길 -다양한 레스토랑을 보유한 해방촌길 및 경리단길
확장 요인	음식점 창업이 불가능한 무허가 건물들을 중심으로 앤틱가구, 공예품, 생활잡화 등 다양한 업종들이 성장해 골목마다 독특한 정체성이 형성됨	

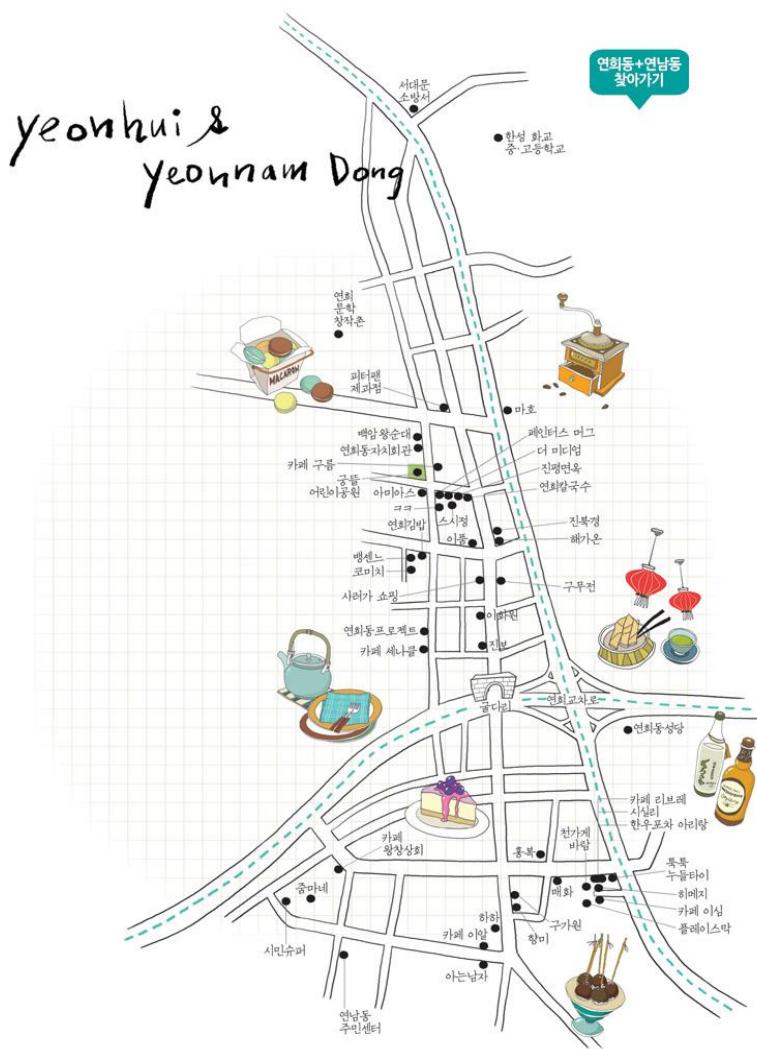
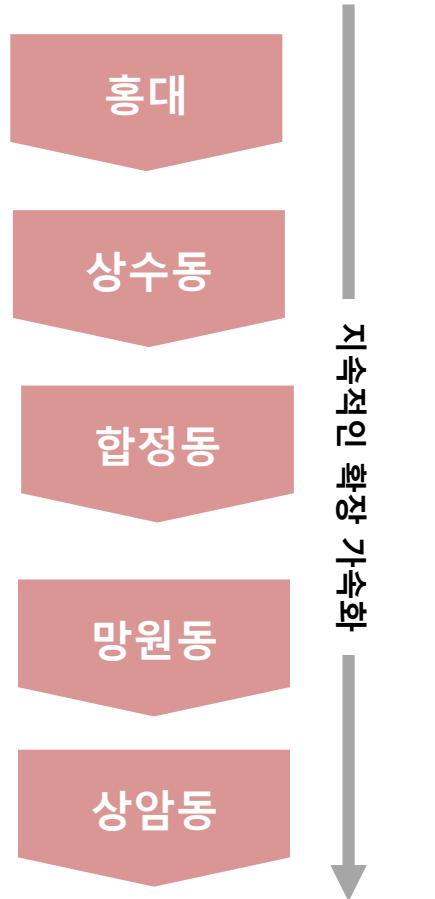
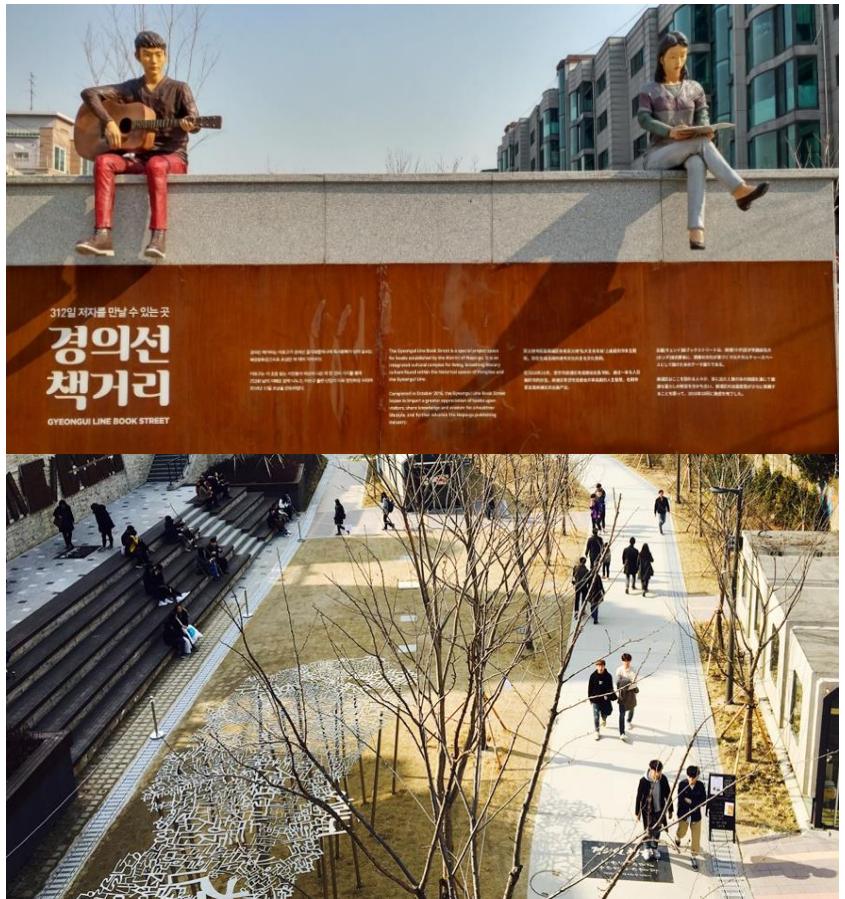
*구릉지 지형: 산지보다 작은 규모지만 평지만큼 침식되지 않은 산지와 평지의 중간 형태로, 완만한 경사면과 골짜기를 갖춘 지형.

**이태원 1동 녹사평대로 32길-보광로 59길에 이르는 골목으로, 베트남 퀴논(Quy Nhon)시의 이름에서 유래된 소형점포(33m² 내외) 중심 상권

독립문화 홍대의 끝이 보이나요?

경의선 책거리*를 통해 서강대·신촌으로

*홍대역 6번출구에서 와우교까지 250m가량 이어지는 전국 최초 책 테마 거리



자료: 서울시

골목길 문화와 상권

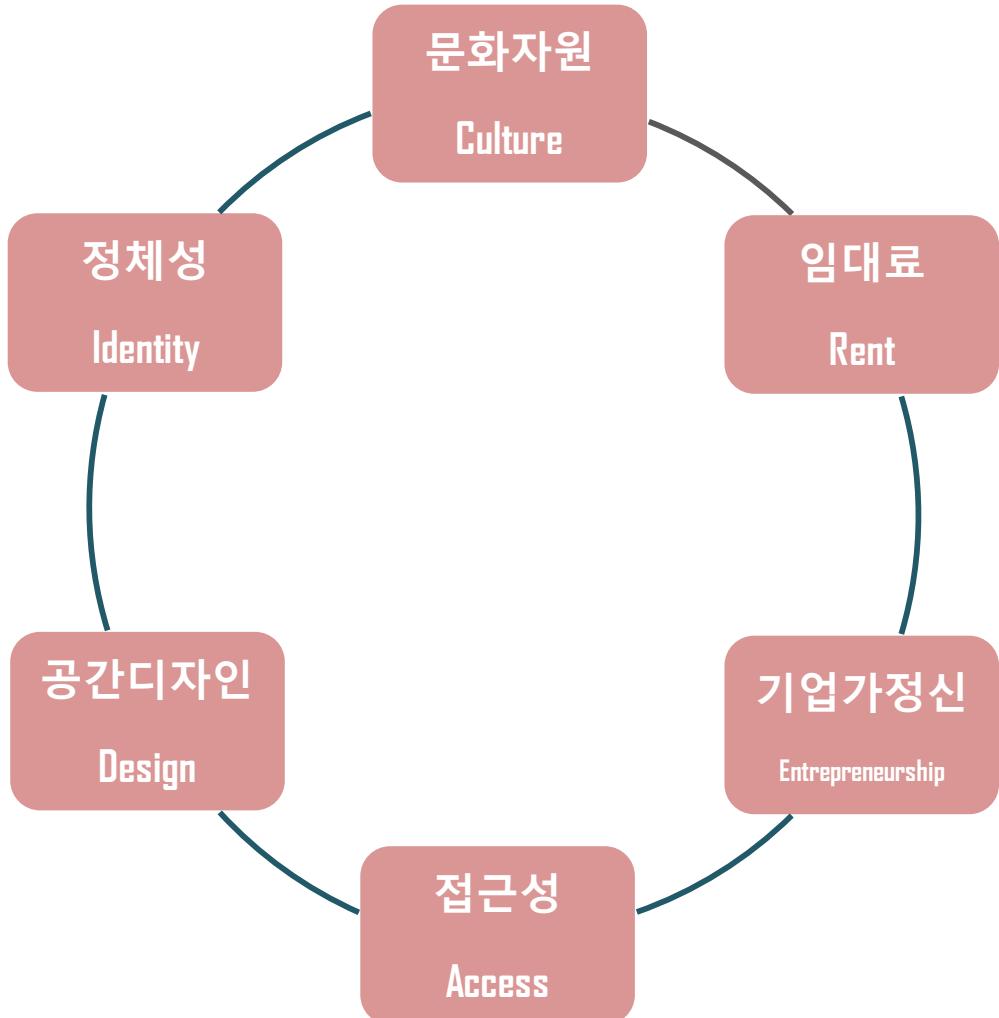
- ✓ 독창성, 전문성, 개성, 특별함 등을 추구하는 젊은 층의 호응
- ✓ 홍대, 가로수길, 이태원, 전주 한옥마을, 대구 김광석 거리
- ✓ 골목길에 위치한 작고 매력적인 가게, 카페, 음식점을 기반으로 지역 경제 활성화
- ✓ 골목길의 성공 조건

- 볼거리의 밀도와 우연성에 의한 '공간의 속도'
- 예술인의 집적과 문화 정체성
- 접근성과 임대료
- 첫 가게



홍대 - 명월관 & 조커레드
가로수길 - 블룸앤팡
삼청동 - 진선북카페 & 더레스토랑
이태원 - 르생텍스 & 소르티노스
연남동 - 툭툭누들타이
연희동 - 사러가쇼핑센터

성공한 골목길에는 이것이 있다-장인 공동체(CREAD)



**“문화 자원과
이를 통해 형성된 정체성이 핵심 경쟁력”**

CREAT로 분류한 국내외 골목길

6대 조건	소분류	국내외 사례
문화	문화예술인과 시설	홍대 디자인, 미술, 인디뮤직 인프라
	공방공예	일본 가나자와, 연희동
	생활문화	양양 죽도해변 서핑, 성수동 소셜벤처, 홍대 독립문화, 이태원 외국인 문화
	소상공인 문화	홍대 독립상인
임대료	공동체 문화	일본 도쿄 기치조지
	젠트리피케이션 방지 정책	서울시 성동구
기업가 정신	첫 가게	홍대, 가로수길, 삼청동, 이태원
	앵커 가게	연희동 사러가 쇼핑센터
	소상공인/벤처창업	홍대 홍합밸리
	골목상권 기획자	제주 원도심 아라리오 뮤지엄, 대전 원도심 성심당, 일본 도쿄 마루노우치 미츠비시 부동산, 광주 쿡풀리, 스위스 브베 네슬레, 일본 스와 앱손, 성수동 카우앤도그, 미국 시라큐스 대학
접근성	외부 접근성	이대 후문, 일본 도야마
	내부 접근성	서울로 7017
공간 디자인	골목자원	전주 한옥마을, 뉴욕 웨스트빌리지
	건축자원	나고야 메이지무라, 영국 에든버러, 중국 상하이, 광주 쿡풀리
정체성	주민/상인 정체성	안동 선비길, 영국 에든버러, 양양 죽도해변, 뉴욕 브루클린, 광주 양림동, 싱가포르 티옹바루, 미국 버클리
	공동체문화	일본 도쿄 기치조지

자료: 골목길 자본론, 2017.

CREAD 분석사례: 서울로

Culture

문화재 복원과 관광 자원 개발 (남촌, 서소문역사공원 등)
숙대입구-국립극장-만리동 문화벨트 구축

Rent

만리동 젠트리피케이션 대책

Entrepreneurship

앵커스토어 육성
문화산업과 청년 창업 활성화
서울역 특색을 살린 도시산업단지 조성 (컨벤션, 여행, 지역발전 등)

Access

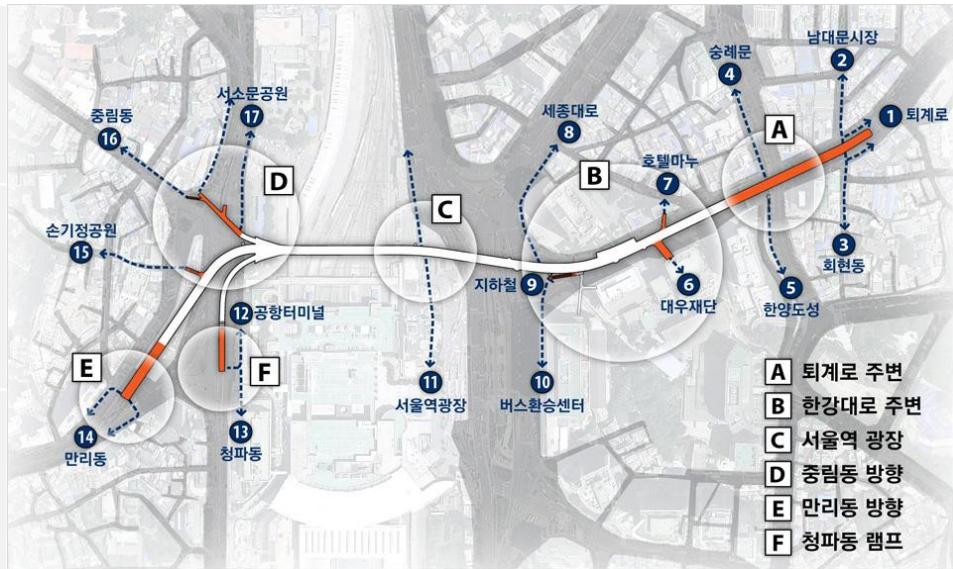
서울역-서울로, 명동-서울로 연결성 제고

Design

서울로 일대 골목자원 보호
서울로 일대를 문화지역으로 지정하고 지구단위계획을 수립

Identity

중앙역=비즈니스 중심지
주민 중심 서울로 일대 지역 운영/도시재생센터
서울로 정체성 확립 - 서울로 로컬 매거진 지원



자료: 서울시

골목상권의 산업화

새롭게 진입하는 사업자

구성원 분류

활동	구성원
생산자	소상공인(임차인, 건물주)
	예술가
	스타트업
	건물주
소비자	주민
	관광객
기획자	골목길 기획자
	골목길 투자자
관리자 (공공재 제공자)	주민회
	상인회
	지역정부



분야	업종	사례
골목건축 투자자	골목길 디벨로퍼	대림산업, JOH (KAKAO)
	골목투자펀드	이지스자산운용, AmPlus
	골목건물 기획	연희동 쿠움파트너스 김종석 (57채)
골목길 상가 기획	골목길 기획	장진우, 열정도, 서촌 친친
	골목창업 컨설팅	익선다다
	앵커상점 기획	아라리오 뮤지엄, 성심당, 사러가 쇼핑센터
골목산업 생태계 구축	골목기반 창업 생태계	성수동 소셜벤처밸리, 홍합밸리
	도시 제조업	세운상가, 동대문시장
도시재생 스타트업	공공 디벨로퍼	어반하이브리드, 어쩌다 가게
	공공디자인	로컬디자인무브먼트, 아키텍톤, 공공미술프리즘
	지역 청년 거점 마련	블랭크, 나는섬
	지역 맞춤 문화 콘텐츠 개발	광주 1930, 여인숙, 안테나
	소규모 상업 거점 마련	청년장사꾼 열정도, 익선다다
	육아 지원형 커뮤니티 공간 조성	빌드
	지역 커뮤니티 및 공동체 교육	이락
	게스트하우스 운영	천안청년들, 동네방네협동조합

골목상권 선도업종

골목상권	조성기 (2000년대 중반- 2010년대 초반)		2018년
홍대	클럽	명월관, 조커레드, 언더그라운드, 클럽 108, nbnib	땡스북스, 유어마인드 (독립서점) 로컬스티치 (코워킹 스페이스) 취향관 (살롱) 스트리트H (로컬 매거진) 라이즈호텔 (커뮤니티 호텔) 앤티러사이트 (커피)
연남동	음식점	툭툭누들타이 (타이) 이노시시 (일식)	연남장, 연남방앗간 (셰어 빌리지) 어쩌다 가게 (공유 상점) 피팅룸, 핏플레이스 (디자인숍) 흑심 (연필가게)
연희동	카페	뱅센느, 제니스 커피	메뉴팩트 커피 (커피) 금옥당 (양갱) 비나리 (라이프스타일숍) 폴앤풀리나 (베이커리) 오데오상점 (앤틱숍)
이태원	음식점	소르티노스 (이태리) 르생텍스 (프렌치)	론드리프로젝트 (코인세탁카페) 스토리지북앤파밀ーム, 포스트 포에틱스 (독립서점) 미네르바대학 (대안대학) 신흥시장 (도시재생시장) 오랑오랑 (카페) D&Department (롱디자인 편집숍)

신규 진입자들의 공통점

혁신성
(Biz 모델)

+

지역성
(지역다움과 기반)

+

문화성
(문화적 임팩트)

“로컬 앵커스토어 추구”

글로벌 대기업의 Multi-Local 전략

온라인 플랫폼의
오프라인 진출

- ✓ Amazon Go, Amazon Bookstore, Amazon – Whole Foods 합병

Localization
(지역화)

- ✓ 로컬 프랫폼 – Ace Hotel, WeWork
- ✓ 로컬 브랜드 편집: D&Department
- ✓ 지역 차별화 : Apple, Starbucks, 무인양품
- ✓ 지역 상생 : AccorHotels, Found Muji
- ✓ 독립타운 구축 : WeWork

로컬 라이프스타일 기획 – D&Department

- ✓ '롱 라이프 디자인'이 담긴 지역의 물건을 현대적 감각을 더해 제작자의 생각을 '전하는 가게'
- ✓ 오래도록 사랑받은 지역의 일, 물건을 속개, 지역 주민들이 롱 라이프 디자인을 즐기는 교류의 장

회사 개요	
설립 년도	2000년 도쿄 세타가야에 첫 'D&D'프로젝트 수행
창업자	나가오카 겐메이
비전	<ul style="list-style-type: none">-지역의 개성을 이해하는 장소로서 '디앤디'를 47개 도도부현에 설립하는 것-"일본 개성에 대한 이해와 발전을 위한 네트워크" (나가오카 겐메이, D&Department)-"디자인이라는 젊은 감성이 존재하는 관광안내소 같은 잡화점" (나가오카 겐메이, 디자이너 함께하며 걷다)



도시산업의 구성 (창업자 활동영역)

- * 도심의 밀도 높은 공간활용을 통해 다양한 사람들의 교류와 협력을 촉진, 새로운 가치를 생산·소비하는 공동체 기반 생태계
- * 과거와 현재가 공존하는 도심 골목마다의 문화, 역사 등 유·무형 자원의 효율적 활용을 위한 공감 공동체 구축

창조산업

- 도심제조업 (메이커 등)
- 디자인
- 뉴미디어(소프트웨어, 게임 등)
- 창조서비스 (R&D, 건축 등)
- ICT 통신서비스 (유통 플랫폼 등)
- ICT 디바이스

문화산업

- 콘텐츠솔루션
- 문화자산
- 시각·행위예술
- 음악
- 영화·영상
- 광고
- 지식정보

1세대 골목산업

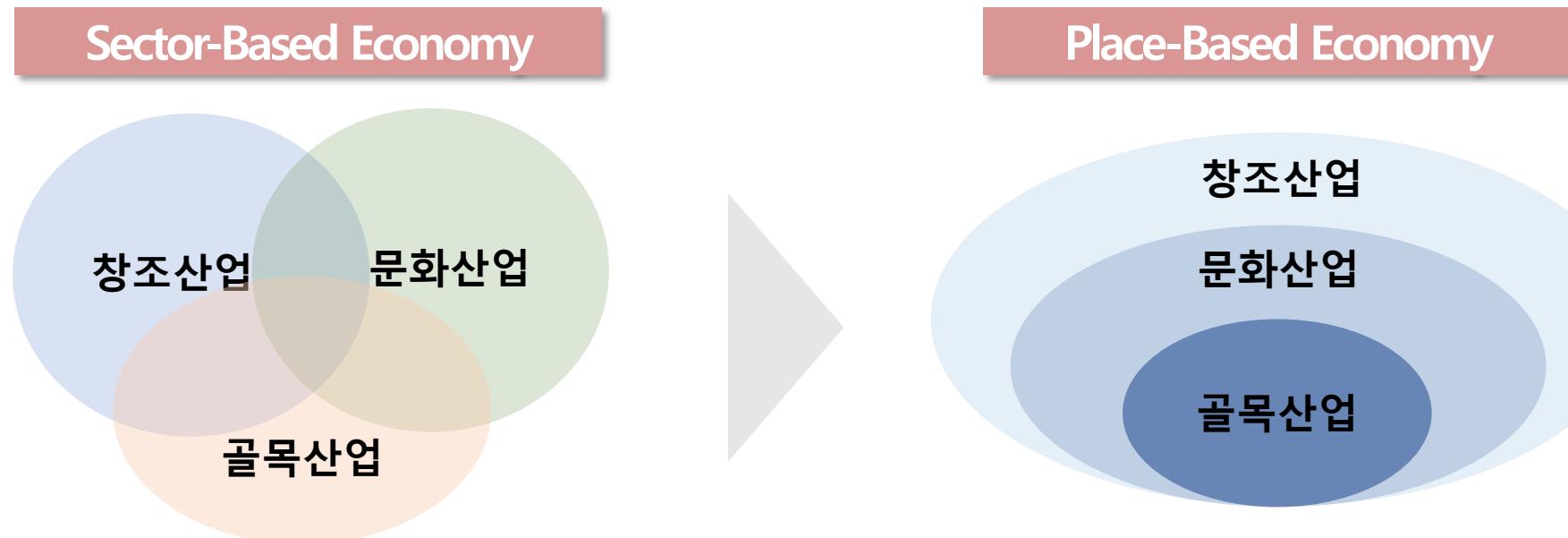
- 독립서점
- 게스트하우스·호텔
- Food & Beverage
- 갤러리
- 사진관
- 공예공방
- 편집숍
- 의류·악세사리점
- 가구·소품점

2세대 골목산업

- 코워킹/코리빙
- 살롱(트레바리)
- 로컬미디어(스트리트H)
- 로컬편집숍
- 커뮤니티호텔
- 소셜벤처
- 도시재생 스타트업
- 골목기획사

Place-Based

도시산업의 진화



Sector-Based Economy	Place-Based Economy
대중교통 접근성과 다운타운 인프라 조성으로 물리적 집적이 가능	장소 정체성 기반 독특한 어반 씬 (Urban scene) 형성
<p>산업 장소 듀플리케이션이 가능</p> <p>➤ 산업단지, 생활시설, 문화시설 등 기본적인 도시 기능의 물리적 활성화를 통한 발전 도모</p>	<p>산업 장소 듀플리케이션이 불가능</p> <p>➤ 도시와 골목 문화와 자원을 활용해 자생적으로 성장하는 독립가게, 스타트업, 문화공간 등의 역할에 따라 다양한 공간 구성</p>

도시산업 생태계로 진화한 홍대상권

태동기 (2000년대 초반)	과도기 (2011)	도시산업 생태계		
		골목산업	문화산업	창조산업
클럽 (명월관, 조커레드, 언더그라운드, 클럽 108, nbnib)	대기업 브랜드 진입* (아디다스, 자라, 코데즈컴바인, 커스텀멜로우, 질바이스튜어트, 유니클로, 나이키, 커피스미스, 크라제햄버거, 청키명가 등)	앤티러사이트(커피) 빈브라더스(커피) 매뉴팩트(커피) 창비(북카페) 문학과동네(북카페) 다산북스(북카페) 위즈덤하우스(북카페) 땡스북스(독립서점) 북티크** (독립서점) 로컬스티치(코워킹스페이스) 어반플레이(공간기획) 어쩌다가게(공유상점) 라이즈호텔(로컬호텔) 홍루몽(디저트) 폴앤폴리나(제과) 리치몬드제과점(제과)	YG(연예기획사) WM엔터테인먼트(연예기획사) 길벗(출판) 문화과지성사(출판) 미스터블루(온라인 만화) 어반플레이(도시콘텐츠) 인포그래픽웍스(인포그래픽 디자인)	스타일난다(패션/화장품) 애경산업(화장품) 젠틀몬스터(선글라스 패션) 29cm(패션 편집숍) 아더에러(스트리트 패션) 디스이즈네버댓(스트리트 패션) 파크하이어** (주차예약 서비스) 텀블벅** (클라우드펀딩 플랫폼) 홍합밸리(스타트업 보육) 애경산업(디자인) 어반플레이(공간기획) 시지온(소셜 댄글 서비스)

*과도기 브랜드는 매일경제(2011) 선정 참조

**홍대 창업 후 이전 또는 합병

스타일난다- 온라인쇼핑몰에서 글로벌 기업으로

- ✓ 2004년 대학 4학년 재학 당시 엄마의 속옷 장사를 돋다가 동대문에서 자신이 구매한 옷을 **온라인으로** 팔기 시작
- ✓ 김소희 사장의 안목에 열광하는 소비자 증가, 5년 연속 매출 상승(2014년 매출 1,1151억 원, 2017년 상반기 780억 원)
- ✓ '센 언니', '섹시 발랄' 컨셉으로 온라인 성공 후 오프라인 진출, 복합 플래그십스토어 확산



*2005년 독특한 한국적 패션의 온라인
쇼핑몰 '스타일난다' 개설
*2006년 네이버 여성의류 인기도 1위



*2009년 독특하고 감각적인 색조
브랜드 '쓰리컨셉아이즈(3CE)'
런칭



*2009년 스타일난다 플래그십스토어
(홍대본점) 오픈
*걸크러쉬 정체성을 실현하는
문화공간 조성

Online 쇼핑몰

Offline 대기업

홍대 도시산업 생태계 집적 현황

	전체사업체*(종사자수)			소상공인** (종사자수)		
	골목	문화창조	골목/문화창조	골목	문화창조	골목/문화창조
1	서교동(15,001)	가산동(51,687)	가산동(60,013)	종로 1/2/3/4가동(8,101)	가산동(3,422)	서교동(9,438)
2	종로 1/2/3/4가동(14,866)	구로3동(35,265)	역삼1동(41,647)	서교동(7,520)	역삼1동(2,694)	역삼1동(9,406)
3	명동(13,700)	역삼1동(26,386)	구로3동(39,506)	광희동(5,757)	구로3동(1,999)	종로1/2/3/4가동(9,004)
4	소공동(9,343)	여의도동(17,405)	여의도동(28,455)	명동(4,112)	서교동(1,918)	가산동(8,659)
5	반포4동(8,377)	잠실6동(13,023)	서교동(24,938)	여의도동(4,025)	여의도동(1,747)	광희동(6,408)
6	광희동(8,198)	상암동(12,548)	명동(23,314)	영등포동(3,928)	논현1동(1,302)	여의도동(5,772)
7	신촌동(7,984)	서초3동(12,103)	삼성1동(18,727)	신촌동(3,624)	논현2동(1,152)	명동(4,698)
8	삼성1동(7,692)	논현2동(11,710)	논현2동(18,062)	소공동(3,601)	서초3동(1,151)	영등포동(4,314)
9	영등포동(7,487)	양재1동(11,112)	잠실6동(18,013)	반포4동(3,334)	서초2동(966)	논현2동(4,137)
10	신사동(7,356)	양재2동(11,080)	상암동(15,684)	신사동(3,255)	신사동(873)	신사동(4,128)
11	청담동(6,974)	삼성1동(11,035)	소공동(14,692)	압구정동(3,028)	을지로동(859)	논현1동(4,115)
12	압구정동(6,944)	서교동(9,937)	양재2동(14,256)	논현2동(2,985)	필동(833)	구로3동(4,082)
13	회현동(6,819)	명동(9,614)	논현1동(14,188)	천호2동(2,971)	양재2동(790)	신촌동(3,816)
14	잠실6동(4,990)	논현1동(8,606)	양재1동(13,926)	삼성1동(2,513)	양재1동(639)	소공동(3,768)
15	화양동(4,663)	대치2동(7,462)	신사동(12,171)	청담동(2,371)	삼성2동(627)	반포4동(3,591)

* 종사자 3,000명 이상이고 LQ(입지계수) 1.0이상인 동들의 산업별 종사자수 정렬

** 서울기준 산업별 소상공인(상시근로자 5인미만 업체) 종사자 1,000명 이상이고 LQ 1.0 이상인 동들의 종사자수 정렬(문화창조산업은 500명 이상 & LQ 1.0이상)

창조산업을 유인하는 골목상권

“옷 고르는 시간도 아까워하는 저커버그가 두 시간씩 출퇴근을 하는 이유는?”



- ✓ 보헤미안 풍의 카페, 바, 상점이 밀집된 미션 디스트릭트, 소마, 도그패치 등 샌프란시스코 도심 지역에서 거주하는 실리콘 밸리 근로자 증가
- ✓ “도시문화야말로 창조산업을 유치하는 가장 중요한 조건 중의 하나”(리처드 플로리다, *Cities and the Creative Class, 2005*)
- ✓ “북캘리포니아 벤처산업의 중심이 실리콘 밸리에서 샌프란시스코로 이동 중”(*The Economist, 2016*)

골목길 자본론이 제안하는 골목상권 기반 소상공인 육성 방안

장인 대학 설립

지역 문화와 역사를 대표하는 장인 육성 시스템

- 경쟁력 있는 자영업자들의 지속적 성장 및 도제교육 지원

장인 기획사 육성

창의성과 독창성을 가진 장인 창업가를 발탁해 양성하는 사업모델

- 특정 지역을 기반으로 기획사 소속 장인의 독립적인 창업 모델 개발 지원

도시형 관광단지 지정

도시 정체성을 드러내는 고차원적 '관광도시'사업

- 힐링, 예술, 레저스포츠 등 특성화된 경관과 편의시설이 완비된 지역상권

지역기반 산업생태계 구축

지역 라이프스타일을 활용해 새로운 가치를 생산하는 산업 생태계

- '홍합밸리' 모델: 홍대문화를 향유하는 이들의 네트워크 기반 창업지원공간

골목길/지역 혁신 모델의 진화

✓ 제1세대 – 골목가게 리모델링

- 신동엽의 신장개업, 백종원의 골목식당, 광주 쿠틀리

✓ 제2세대 – 골목길 기획

- 주식회사 장진우, 용산 열정도, 익선동 익선다다, 드라마 흑 기사
- 어반플레이 – 연남동 Share Village

✓ 제3세대 – 자산운용사 골목 상가

- 이지스자산운용 – 인사동 쌈지길, 가로수길 스와치빌딩
- 대림산업 – D-Tower, D-Museum
- JOH(KAKAO) – Sounds Hannam
- 네오밸류 인천– Alleyway Lifestyle Center

✓ 제4세대 – 민·관 컨소시엄의 로컬밀착형 재생

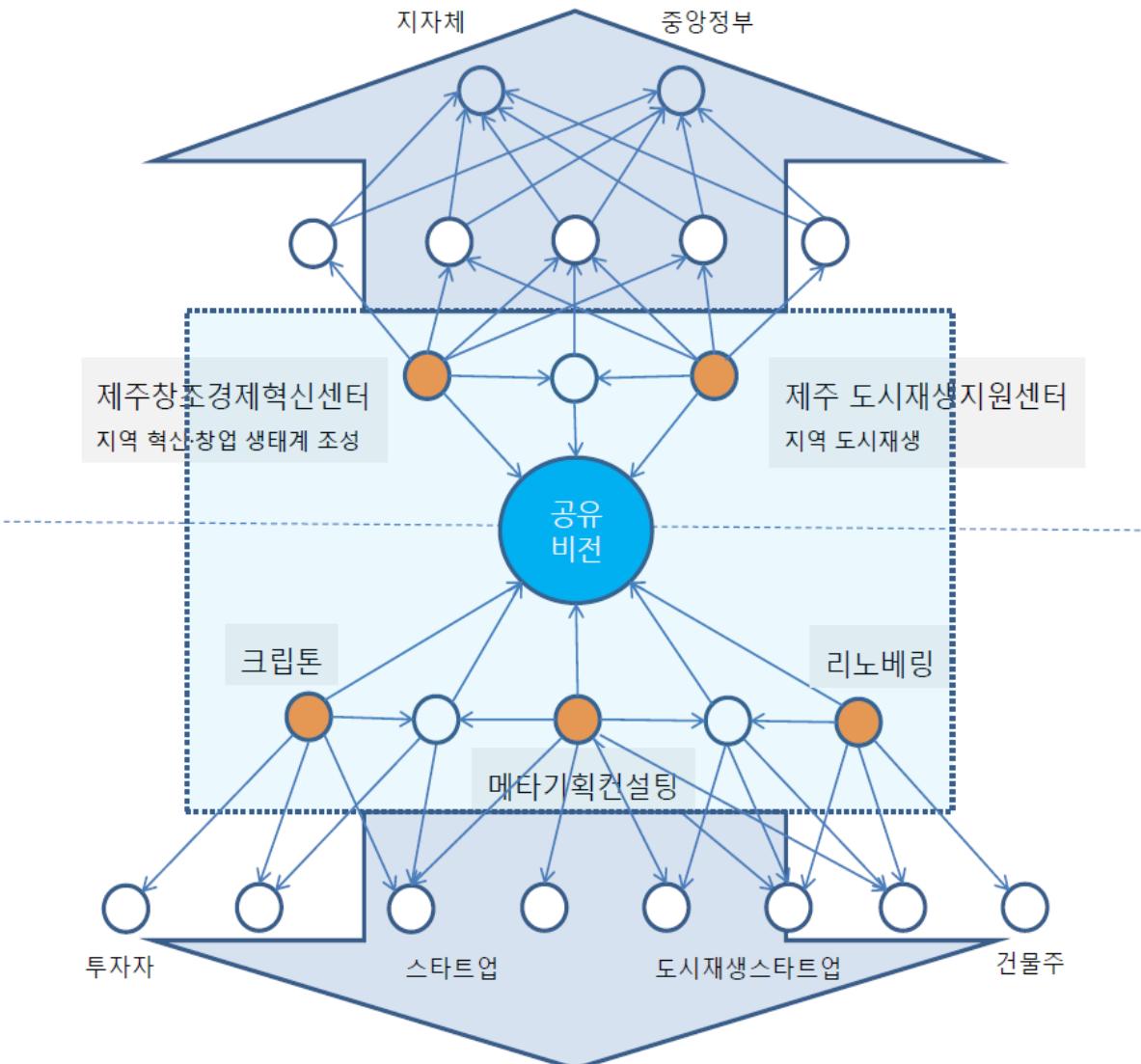
- 리노베이션 스쿨 in Jeju
- 액티브 로컬 캠프 (군산 영화시장)

“지역성 기반의 비전을 공유하는
투자자, 창업가, 혁신가를 위한
플랫폼화”

4세대 골목·지역혁신 – 제주 원도심

도시재생 관점의 혁신·창업 생태계

- ✓ 지속가능한 창업 생태계 조성이라는 비전을 공유하는 네트워크 구축
- ✓ 리노베링 (Area Management Company)
 - 도심 유휴공간을 창의적 비즈니스 기회로 활용할 수 있도록 리노베이션하는 민간 도시재생회사
- ✓ 크립톤(스타트업 인큐베이터 및 엑셀러레이터)
 - 경쟁력 있는 스타트업 발굴 및 단계별 투자와 경영 자문을 제공하는 민간 기업
- ✓ 자생력과 실력을 갖춘 창업자, 투자자, 건물주 간 상생협력을 통해 지역재생 및 지속발전을 촉진

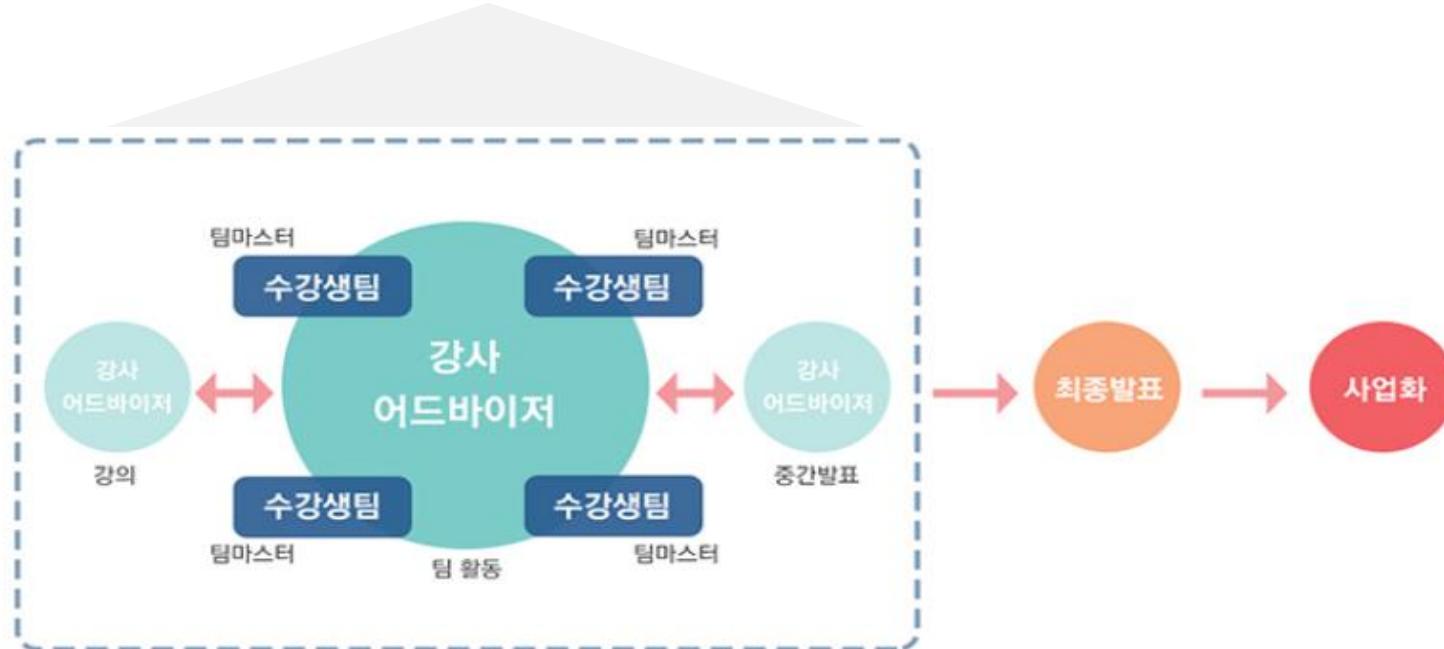


일본 리노베이션 스쿨 프로세스

사전, 리노베이션 스쿨, 사후로 구분된 프로세스 운영

전	리노베이션 스쿨	후
<ul style="list-style-type: none">- 스쿨 대상지 사전 조사(지역적 가치, 현황분석)- 부동산 건물주에게 스쿨 아이디어 제안- 허락한 부동산 소유주 공간 심층 분석	<ul style="list-style-type: none">-건축가, 공간 디자이너, 홍보, 마케팅 등 분야별 참가자-3박4일에 걸친 가이던스, 라이브액트, 유닛워크 실시-최종 건물주 등 사업화 아이디어 공개발표	<ul style="list-style-type: none">-건물주에게 사업화 아이디어 제안-건물주의 사업화 참여 유도-야모리사 설립-건축, 시공(최소한의 비용으로 산정), 운영

“훈련기간
1년”





SK E&S에서 주최하는 로컬라이즈 군산은
미국의 브루클린, 독일의 베를린처럼 '청년과 창업'이라는
새로운 시도로 성공적인 도시와 지역 변화를 이끌기 위해 시작된
Renewable City Project 프로젝트입니다.

**“훈련기간
6개월”**

1 로컬라이즈, 지역을 선정하다.

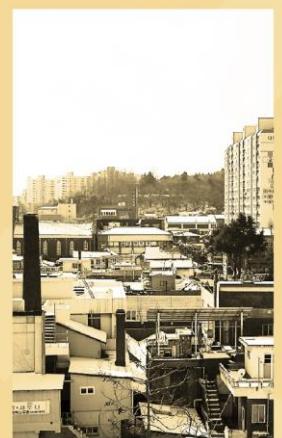
첫 번째 도시 군산 그리고 구도심 월명동

과거 항구도시로 번영을 누렸던 도시로 근대
한국의 문화경제 중심지였으나 최근 들어
산업 침체와 공장 폐쇄 등으로 경기 악화와
인구 감소를 겪고 있는 군산, 그중에서도
도시재생의 중심지로 꼽히는 구도심
월명동에서 첫 번째 도전을 시작합니다.

구도심 월명동은 근대/일본식 건물의 독특한
이국적인 풍경이 남아있어 많은 관광객들이

방문하며 국내 최초의 빨집 '이성당'이
위치한 곳이기도 합니다.
또한, 2008년부터 근대문화유산을 활용한
도시재생 시도들이 이루어지고 있으며, 최근
들어 군산 지역의 청년 창업가들이 다양한
혁신을 시도하고 있는 지역으로 첫 번째
도전을 시작하기에 최적이라고
생각했습니다.

생각했습니다.



처음 창업하는 로컬 창업가를 위한 인큐베이팅 프로그램

개요

군산에서 새로운 비즈니스를 창업하고 싶은 로컬 창업가들을 위한
프로그램입니다.

대상

- 1) 군산지역에 살고 있으며 군산에서 새롭게 창업하고 싶은 로컬 창업가
- 2) 군산지역에 살고 있지 않지만 군산에서 새롭게 창업을 하고 싶은 로컬 창업가

프로그램



사업을 성장시키고 싶은 스타트업을 위한 엑셀러레이팅 프로그램

개요

기존 사업을 군산으로 확장하고 성장시키고 싶은 스타트업들을 위한
프로그램입니다.

대상

- 1) 군산지역에서 사업을 하고 있으며, 이를 확장 및 성장시키고 싶은 스타트업
- 2) 타 지역에서 사업을 하지만, 군산에서 신규 사업 혹은 사업확장을 하고 싶은
스타트업

프로그램



지역에서 살아남기

in 월곶

BUILD Basic Course

3주 All-Day Program

12월 03일 – 12월 21일

10:00 – 19:00

팜닷(유통), 바이아이(실내 놀이터), 월곶동책한송이(북플라워카페), 바오스앤밥스(레스토랑)

빌드가 직접 부딪히면서 배운 기획, 운영 등 날것 그대로의 경험을 함께 공유합니다.

더불어 프로그램이 끝난후에도 추가 연계과정 및 파트너로써

함께 지속적으로 고민해나갑니다.

“훈련기간
162시간”

지원마감: 11/29(목) 22:00

신청방법: 카카오톡플러스친구(지역에서 살아남기) 친구추가 후 전송되는 링크를 통해 신청

상세 내용은 게시글에 첨부된 링크를 참조해주세요.

장인대학 구성요소

원천기술(A)

- A1. 도제교육
- A2. 현장교육

창업훈련(B)

- B1. 장기교육
- B2. 도제교육
- B3. BM완성
- B4. 공간기획

창업지원(C)

- C1. 장소기반
- C2. 공간연결
- C3. 보육
- C4. 투자지원

기관	장인대학 구성 요소 중 해당 부분
리노베이션 스쿨 제주	B1, B2, B3, B4, C1, C2, C3, C4
Around Ground x 강원창조경제혁신센터	B1, B2, B3, B4, C3, C4

"A단계의 부재"

장소 기반(Place-based) 소상공인 생태계

SUCCESSFUL COMPANIES NEED MORE THAN A VISIONARY ENTREPRENEUR

Mapping the Essential Players in Small Business Ecosystems

INNER CITY IN FOCUS

KEY ECOSYSTEM FUNCTIONS

- City Government**
Leadership, one-stop programs; coordination with and support for other players
- Small Business Development Centers (SBDCs)**
Wide-reaching technical assistance, mentorship, and educational programming
- Economic Development Authorities**
Incorporate small business development into broader economic growth strategy
- Community Development Organizations**
Neighborhood-level knowledge; support development of new and existing community businesses
- Financial Institutions, Microlenders and CDFIs**
Traditional and nontraditional capital
- Community Colleges and Other Workforce Development Organizations**
Align workforce training with business needs; direct business support programs

VITAL CONNECTORS DRIVING SMALL BUSINESS GROWTH
Highlights from Chicago

- City of Chicago**
Manages one-stop Small Business Center and network of Neighborhood Business Development Centers; from 2010-2014, distributed \$1.1M to 3 microlenders to help 126 small businesses
- City Colleges of Chicago**
Through College to Careers program, aligns curriculum with demand in growing Chicago industries; local academic partner for Goldman Sachs 10,000 Small Businesses
- Bethel New Life**
In 2013, supported training for 62 companies and helped open 17 new businesses in Chicago's West Side
- World Business Chicago**
Implements Chicago's Plan for Economic Growth and Jobs, including CASE initiative to shift anchor spend to local businesses
- Accion Chicago**
In 2013, disbursed \$3.6M through 430 loans to small businesses
- Women's Business Development Center Chicago**
Conducted 238 capacity-building workshops and 2,203 counseling sessions for 3,300 entrepreneurs in 2013

Inner City in Focus 6. ICIC, January 2015. Sources: City of Chicago, "Small Business Center," <http://bit.ly/1mAHn11>; City of Chicago, "Mayor Emanuel Highlights Success of Chicago Microlending Program," <http://bit.ly/1stlRD>; WBDC Chicago, "WBDC 2013 Annual Report," <http://bit.ly/1wY54vz>; World Business Chicago, "Plan for Economic Growth and Jobs," <http://bit.ly/13R07m>; World Business Chicago, "CASE – Chicago Anchors for a Strong Economy," <http://bit.ly/1kpj0t>; Bethel New Life, "2013 Impact Report," <http://bit.ly/12X1qu6>; Accion Chicago, "Our Impact," <http://bit.ly/1FIY7CT>; City Colleges of Chicago, "College to Careers," <http://bit.ly/153VKWt>; City Colleges of Chicago, "Goldman Sachs 10,000 Small Businesses," <http://bit.ly/1J3Re9M>.

@icicorg #icicinfocus

ICIC

젠트리피케이션 - 적정 임대료 기준에 대한 논의

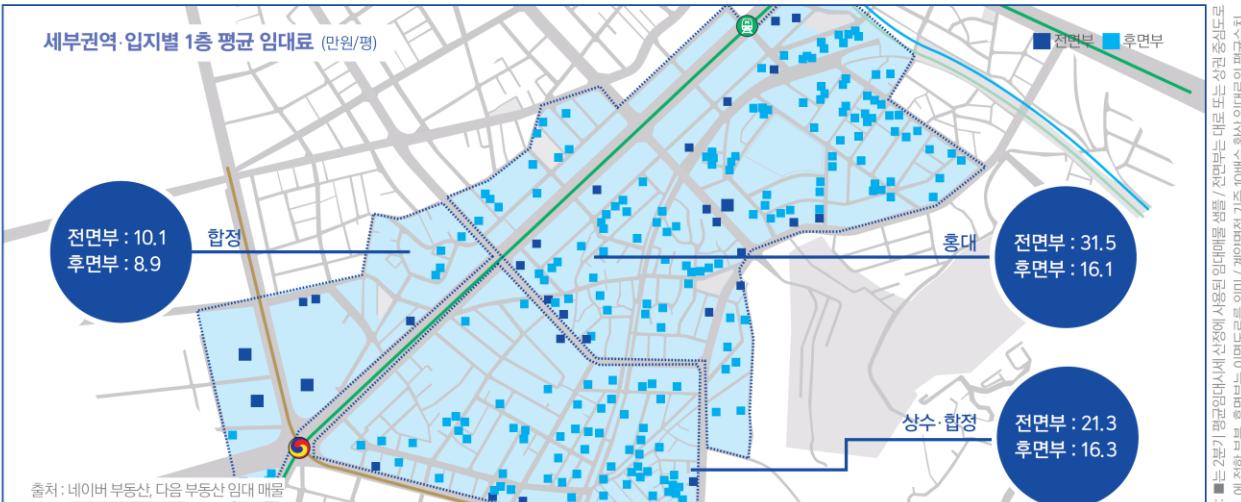
매출 대비

- ✓ 최저 10% - 스타벅스, 루이비통
- ✓ 최고 30% - 백화점, 애플 앱스토어,
삼진어묵 KTX 부산역점
- ✓ 최고 50% - 고속도로휴게소
- ✓ 외식업 적정 임대료 – 15%
- ✓ 전국 외식업 평균 임대료 – 8%

경쟁국 대비

- ✓ 도쿄 상권 (1층 기준 월 평균 50만원)
 - 명동 – 긴자
 - 청담 - 오모테산도
 - 홍대 - 시부야

02-5 주요 상권 동향: 홍대·합정 상권



위치 마포구 서교동, 동교동
홍대입구역~상수역~합정역 일대

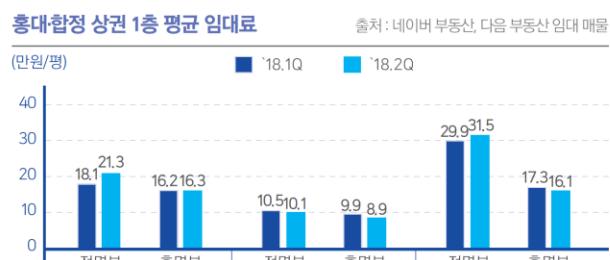
상주인구 거주인구 및 세대: 12,017명, 6,688가구
직장인구: 49,565명

교통 홍대입구역, 합정역(2호선) / 합정역, 상수역(6호선)

주요기업 동부화재, 좋은사람들, 세아그룹,
애경그룹(8월 이후 예정) 등

대형상업시설 와이즈파크, 메세나 폴리스, 딜라이트 스퀘어

임대 시세



홍대·합정 임대료 및 공실률 출처: 한국감정원 상업용부동산 임대동향

임대료	(만원/평)	
	2018.1Q	2018.2Q
중대형상가	22.7	22.6
소규모상가	20.8	20.0
집합상가	11.7	11.5
공실률	8.3	6.5
소규모상가	8.9	17.2

주: 계약면적 기준

유동 인구

월별 주평균 유동인구



유동인구 요일별 비중



유동인구 연령대별 비중

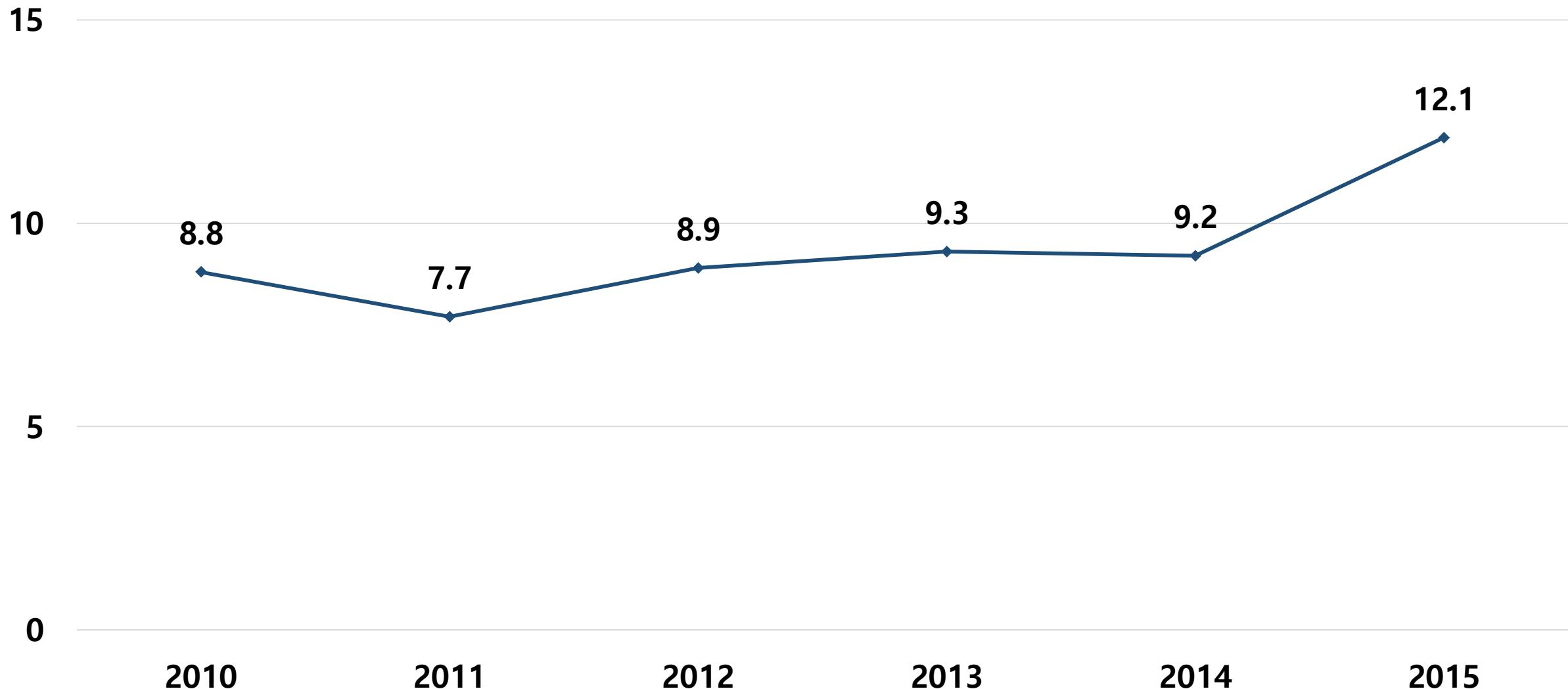


주: 내국인 유동인구 기준

- 홍대·합정 상권은 대학생 및 관광객을 기반으로 주당 100만명을 웃도는 유동인구수를 보유, 주변지역 합정 및 연남동 방향으로 확장세를 보여줌
- 신학기 개강과 관광객 수요 증가로 '18년 2분기 유동인구수는 전년동월과 비교했을 때 증가된 수준을 보임
- 젊은 층과 관광객 방문수요로 인해 유동인구 주중 주말 고른 비중을 보여줌
- 대학가 상권답게 유동인구 중 20대의 비중이 현저하게 높은 수준이며, 10대 비중 또한 타 상권에 비해 높은 젊은 상권임

홍대지역 월임대료의 연도별 추이(2010-2015)

단위: 만원/3.3m²



서교동, 동교동, 상수동, 연남동의 1분기 기준
자료출처: 서울경제(2015), 부동산114 통계 재인용

표 1. 서교동 음식주점 경영지표 – 업체평균 (만원)

	2010년	2015년	증감
영업이익	4,263	1,730	-59.4%
매출	19,485	2,7470	41%
영업비용	15,222	25,740	69.1%
재료비	6,475	11,493	77.5%
인건비	3,131	6,089	94.5%
임차료	2,442	3,630	48.7%
업소수	1,772	2,457	38.7%

표2. 서교동 음식주점 **매출대비** 경영지표 – 상권전체*

	2010년	2015년	증감
영업이익률(%)	21.9	6.3	-15.6%p
매출대비 재료비(%)	33.2	41.8	8.6%p
매출대비 인건비(%)	16.1	22.2	6.1%p
매출대비 임차료(%)	12.5	13.2	0.7%p
업소수	1,772	2,457	38.7%

* 상권전체 영업이익률 = 개별 영업이익의 합/ 개별 매출의 합

표3. 서교동 음식주점 **매출대비** 경영지표 – 업체평균

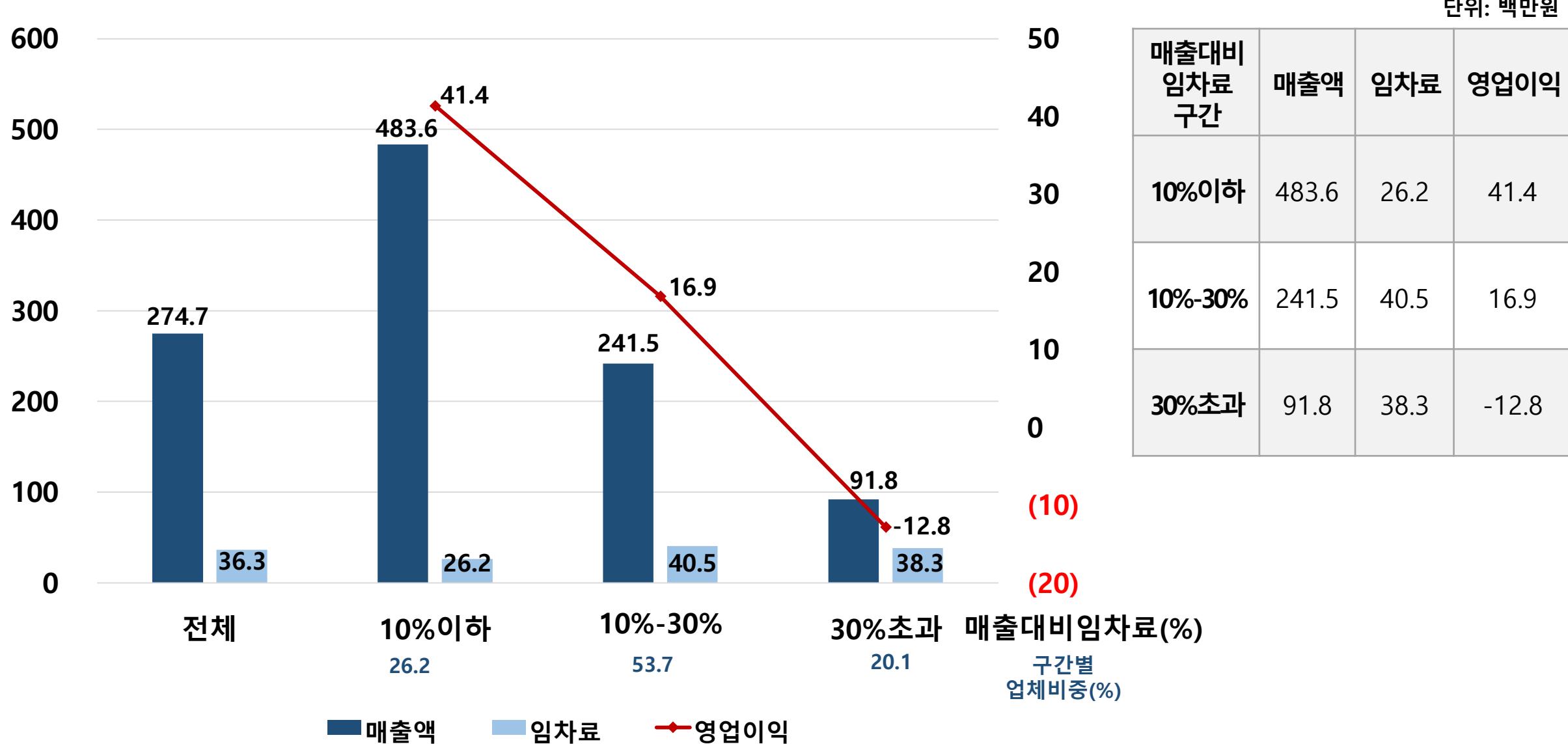
	2010년	2015년	증감
영업이익률(%)	26.2	6.6	-19.5%p
매출대비 재료비(%)	32.4	38.8	6.4%p
매출대비 인건비(%)	12.9	19.5	6.6%p
매출대비 임차료(%)	15.9	22.2	6.3%p
업소수	1,772	2,457	38.7%

표4. 서교동 음식주점 **매출대비** 경영지표-특자업체평균

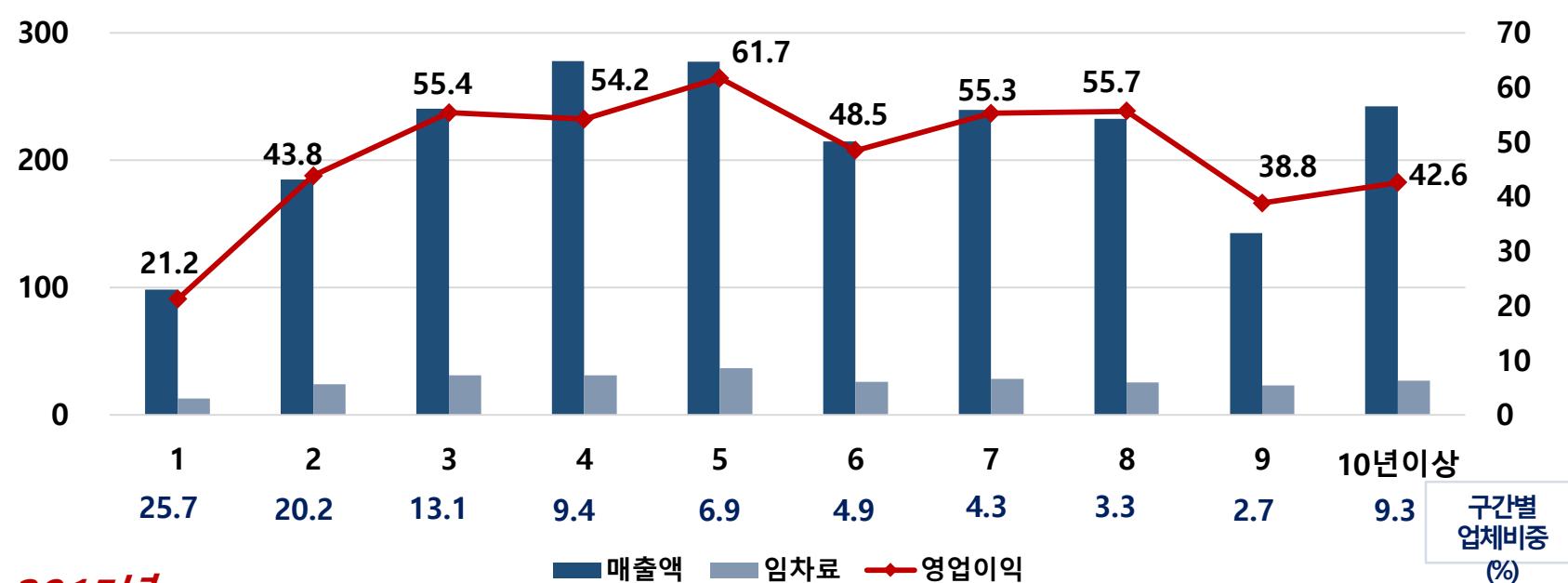
	2010년	2015년	증감
영업이익률(%)	30.7	17.4	-13.3%p
매출대비 재료비(%)	32.2	38.1	5.9%p
매출대비 인건비(%)	11.1	16.6	5.5%p
매출대비 임차료(%)	14.7	18.3	3.5%p
업소수	1,679	1,999	19.1%

자료: 통계청

매출대비 임차료 구간별 경영지표 – 서교동 음식주점, 2015년

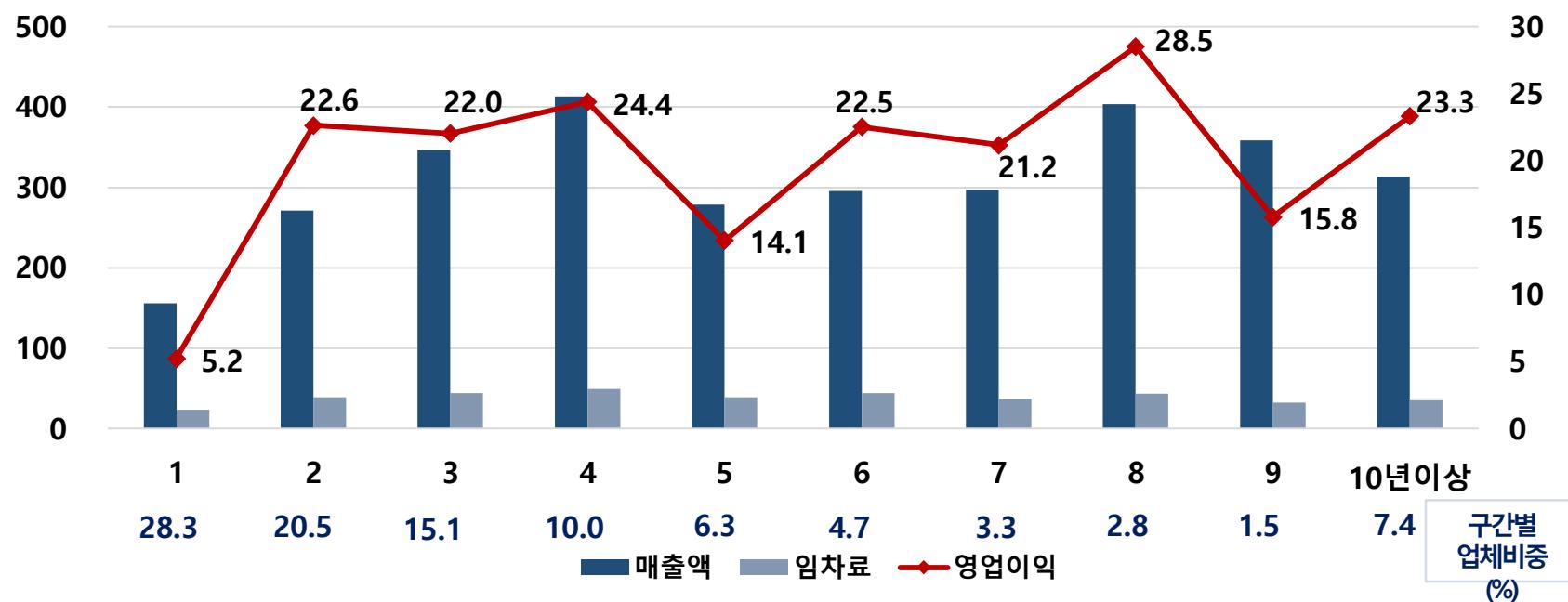


2010년



업력	매출액	영업이익	임차료
1	98.4	21.2	13.2
2	184.8	43.8	24.2
3	240.4	55.4	31.3
4	277.9	54.2	31.1
5	277.3	61.7	36.7
6	215.1	48.5	26.2
7	239.8	55.3	28.3
8	232.8	55.7	25.8
9	142.9	38.8	23.5
10년이상	242.4	42.6	27.2

2015년



업력	매출액	영업이익	임차료
1	155.9	5.2	23.7
2	271.5	22.6	38.8
3	346.3	22.0	43.8
4	413.1	24.4	49.2
5	278.9	14.1	38.8
6	295.3	22.5	44.2
7	296.8	21.2	36.7
8	403.5	28.5	43.3
9	358.7	15.8	32.0
10년이상	313.1	23.3	35.4

젠트리피케이션 방지 방안

규제와 보호

- 임차인 권리 보호 (영업 보장 기간, 환산 보증금 인상 등)
- 임대료 규제

도시계획

- 지구단위계획을 통한 용도규제 (서촌 한옥보호, 프랜차이즈 제한 등)
- 주거지 용도변경 제한

공공투자

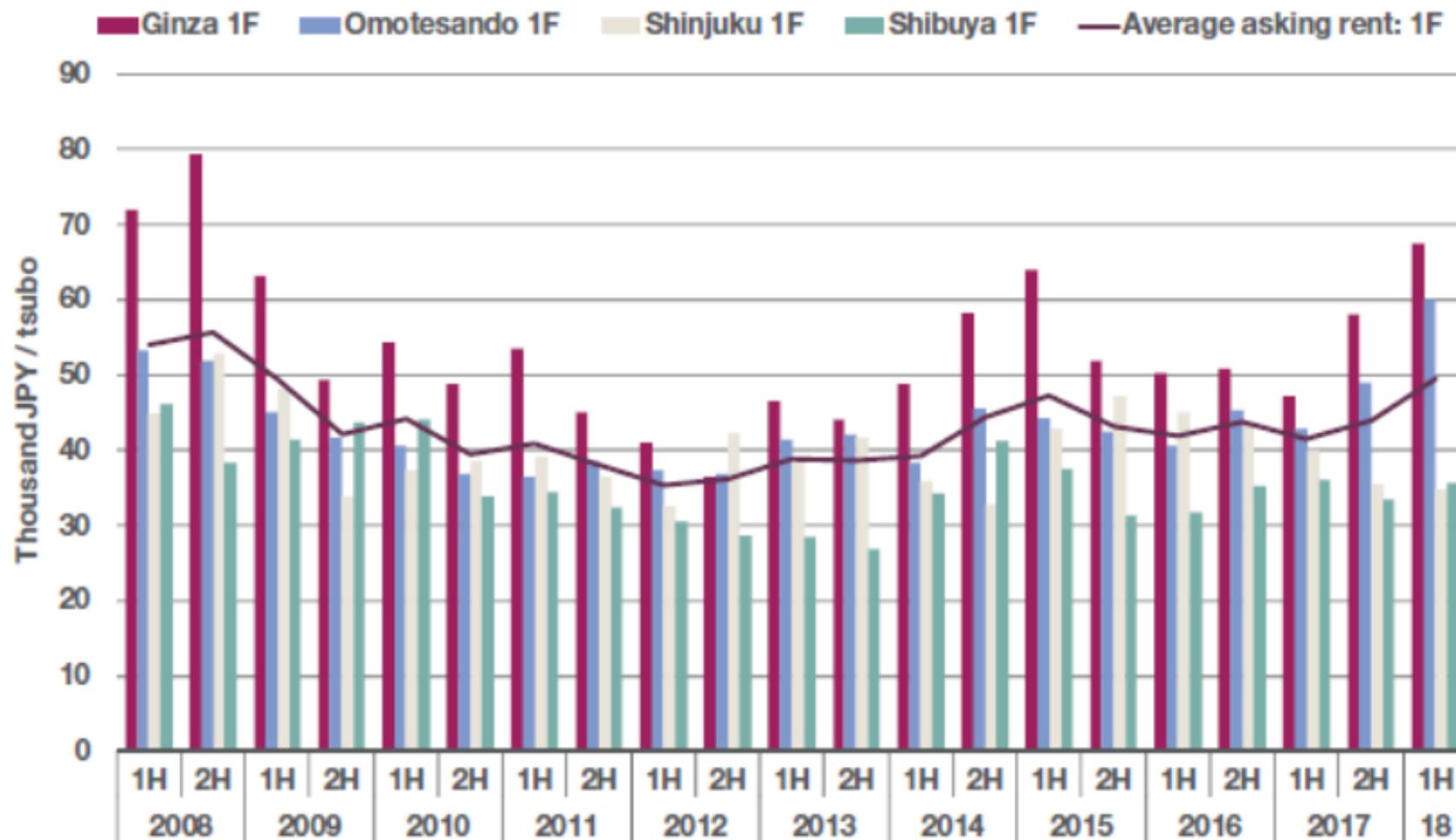
- 장기안심상가, 공공기관 상가 운영
- 임차인 상가 매입 지원
- 앵커시설 대여

자율규제

- 건물주 참여하는 골목상권 상인회 구성 유도
- 상가를 개발하고 관리하는 지역관리회사(Area Management Company)
- 임대사업을 SPC에 위탁하는 Town Management Company 창업 유도

GRAPH 1

Tokyo 1F rents, 2008 – 1H/2018



Source: JREI, BAC Urban Projects, Savills Research & Consultancy

■ 익선동 지구단위계획 주요내용

익선동은 '18년 03월 지구단위계획구역으로 지정되었으며, 아래와 같이 크게 두 가지 제한사항이 발생함.

- 1) 필지간 공동개발(합병)불허
- 2) 젠트리피케이션 유발 제한을 위해 가맹 및 체인점 형태를 통해 개설된 일반음식점, 휴게음식점, 제과영업점 불허



개발구역		일반관리구역	
최대개발 규모		<ul style="list-style-type: none"> 필지 간 공동개발(합병) 불허 예외사항 한옥으로 건축하는 경우(330㎡ 이내 허용) 건축선 등의 건축제한으로 주변건물에 비해 건축면적이 현저히 작은 경우 (구 도시·건축공동위원회 인정, 330㎡이내) 	
불허용도		<p>공동주택, 판매시설, 업무시설, 숙박시설 문화 및 집회시설</p> <p>* 젠트리피케이션 유발용도 가맹사업 및 체인점 형태를 통해 개설된 업종 중 일반음식점, 휴게음식점, 제과영업점 (단, 주민협정에서 허용 시 가능)</p>	
용적률		600%	
건폐율		완화 기준	60%
			20% 한옥형태 지침 준수 시
높이제한		<p>비한옥 : 2층(8m)이하 건축위원회 인정 시, 3층(8m)완화가능</p> <p>한옥 : 2층 이하</p>	
공공보행통로		<p>폭 3M이상(24시간 일반에 개방) 개방형 원칙, 필로티 적용 시, 높이 6m이상</p>	
주차장		서울시 주차장조례 근린생활시설 268㎡ / 대(사대문 内 조례)	
건축선		건축선 후퇴 완화지역	

라이프스타일에서 미래를 찾습니다

감사합니다