
지하도상가 활성화를 위한 이용자 인식에 관한 연구 : 수원시 지하철역 연계 지하도상가를 중심으로

유학수^{1*}

¹글로벌사이버대학교 글로벌경영학부

A Study on the Promotion of Plaza in Underground Passage Shopping Centers

: Focused on underground shopping center connecting with subway station in Suwon

Hak-soo You^{1*}

¹Division of Global Business, GlobalcyberUniversity

요약 지하도상점가는 시민들로 하여금 접근성에 대한 설문결과 긍정적인 응답(보통이상 77.3%)이 우세함에 따라 이용자로 하여금 쉽게 찾아올 수 있는 입지적 특성을 가지고 있다. 하지만 현재 기반시설에 대한 불만족(상인 93.1%, 고객 63.2%)으로 향후 이용성에 대해서는 부정적 결과를 초래하고 있다. 또한 다른 사람에서의 추천의사 또한 낮은 의지를 보이고 있는 것으로 조사되었다. 따라서 이에 대한 대책 마련이 시급한 실정이다.

• **주제어** : 지하도상가센터, 구조, 만족도, 지하철역, 플라자

Abstract This study is find out the how promotion is handled by understanding the notion and the characteristics of the underpass market in the underground space by comparing those of other ours. However, the underpass market of suwon needs to remodeling. Most of all, there are problems on not having enough ensured environment

• **Key Words** : Underground Passage Shopping Centers, Infrastructure, Satisfaction

1. 서론

1.1 연구배경

최근 세계 각국에서는 인구 증가와 산업의 발달로 오늘날 현대 도시는 공통적으로 교통난, 휴식, 여가 공간 부족을 비롯하여 소음과 수질 및 대기오염과 같은 환경문제에 직면한 이후 도심부의 과밀화, 공급처리, 교통, 통신 시설의 입체적 개선, 그리고 에너지 절약에의 기여, 지표면의 환경 대책과 더불어 식료품 및 석유 비축 등의 각종

과제가 각국마다 중요한 시책 대상이 되어 있어 지하공간의 바람직한 상태를 재인식하고 이것을 활용하려고 노력하고 있다. 따라서 새로운 활동영역으로 주목받고 있는 지하공간은 토지 이용 효율을 극대화시키고 자연보호와 에너지 절약을 위한 시설로서 그 필요성이 더욱 증가하고 있다.[1] 하지만, 지하보도 및 상점가라는 입지적 특성상 제기되는 한정된 공간에서 시민의 보행환경과 상인 및 종업원들이 장시간 생활하는 공간으로 실내의 공기환경 등을 효과적으로 관리하기가 쉽지 않은 상황이다.

*교신저자 : 유학수(hakbmp@gw.global.ac.kr)

접수일자 2011년 6월 29일 수정일 2011년 7월 27일 게재확정일 2011년 9월 1일

특히 이러한 이유는 개발주체와 유지관리주체가 서로 상이하여 그 관리가 일원화되지 못하고 있어 상가유지관리에 어려움을 겪고 있기 때문이다.

이러한 관점에서 시민과 상인 그리고 종사자들이 이용하는 지하보도 및 상점가의 활성화 방안이 필요한 시점이다.

1.2 연구목적

이에 본 연구에서는 수원지하도상가 사용자, 이용자를 대상으로 실증연구를 통해 지하공간의 문제점을 도출하여, 지하보도를 이용하는 시민들의 삶의 질을 높일 수 있는 휴게편의 공간을 제공하고, 또한 지하도 상점가를 활성화할 수 있는 방안을 연구하여, 지역경제 활성화 및 시민들에게 조금 더 효율적으로 지하공간이 활용될 수 있도록 개선방안을 제시하고자한다.

2. 이론적 배경

2.1 지하도상가의 개념

지하공간이란 “지표면 하에 수직 또는 수평으로 흩이나 암석을 굴착하여 만든 공간”을 말한다. 지하공간은 지상이 아닌 지하에 있는 공간을 의미함. 이것은 자연적으로 생성된 것도 있지만, 입체적 토지이용의 한 방편으로 필요에 의해 인위적으로 개발된 것도 있음. 지하공간에 관한 개념을 살펴보면 다음과 같다.[2]

국내의 경우, 지하 공간 자체에 관한 법적 정의는 없으나 건축법 제2조 제4호에서 지하층이라 함은 건축물의 바닥이 지표면 아래에 있는 층으로서 건축물의 용도에 따라 그 바닥으로부터 지표면까지의 높이가 대통령령이 정하는 기준(시행령 제3조의2) 즉 건축물의 바닥이 지표면 아래에 있는 층으로써 그 바닥으로부터 지표면까지의 높이가 당해 층높이의 2분의 1이상인 것을 말함. 지하도상가는 그 어원대로 해석하자면 지하에 있는 모든 상가를 포함하고 있다. 지하에 점포·사무실 및 이와 유사한 시설(원칙적으로 주택·병원·공장 등은 제외)을 공동도로에 면하여 설치한 건축복합체로 지하가라고도 한다.

지하도상가는 상가 외에 지하보도와 결합되어 2가지 기능을 동시에 수행하는 지하의 인공적인 공간을 의미하기도 한다.

이와 같은 양 기능적 해석은 각종 사전의 지하도상가

의 정의에서도 잘 나타나고 있다. 즉, 한국어대사전에서는 “지하도에 상점 따위가 늘어 선거리”, 국어대사전에서는 “대도시의 지하도, 지하철역 등에서 볼 수 있는 상점가”, 동아새국어 사전에서는 “대도시의 역전이나 광장, 지하철역 따위에 만들어진 지하의 상점가” 등으로 정의하였다.

2.2 지하도상가의 유형

지하도상가는 도시에서 볼 수 있는 상가이다.

이유는 앞서 기술한 것과 같이 도시화의 문제로 발생하게 된 교통과 가용토지부족 등의 원인으로 계획된 지하공간이기 때문이다. 우리나라의 지하도상가의 유형들을 살펴보면 크게 교통시설과의 연계, 대형건물과의 연계로 나뉠 수 있는데 발전단계별로 구분되어지는 유형은 3가지로 볼 수 있고 그 유형을 예를 들어 살펴보기로 한다.[3]

지하도상가의 유형 중 첫 번째는 지하도에서 발전된 유형이다. 두 번째 유형은 지하철의 건설에서 생겨난 것이다. 지하철은 입지적인 여건상 철도를 이용하기 위해서 지상으로부터의 유입공간, 즉 지하철매표소, 개찰구 등의 공간이 필요하다. 세 번째는 대형건물의 지하층에서 발달한 것인데, 이것은 지하의 교통 시설과의 연계로 인하여 더욱 대형화 되어간다.

2.3 지하상가의 특징

지하상가는 일반적으로 지상의 환경과는 격리된 채, 지하보도나 개발에 의해 형성된다는 점과 같이 일반상가와와는 다른데, 대표적으로 다음과 같은 특징들을 가지고 있다[4].

첫째, 지하상가는 지하보도와 밀접한 관계를 가지고 있는데 이는 지하보도를 개발하면서 드는 비용을 충당하기 위해 개발권을 건설업체에게 주고 건설업체는 상가를 지하보도 주변에 개발, 일정기간 임대, 관리권을 가지는 형태로 지하보도가 개발된다. 둘째, 초기의 지하상가는 지하보도의 부속적인 기능 또는 인근 상가의 연결기능을 중심으로 발전하여 왔으나, 최근에는 지하철 역사와의 연결 등으로 점차 대규모적이고 복잡한 구조를 갖는 경향이 있다. 셋째, 자연발생적인 일반 재래시장과는 달리 계획적이고 인위적인 개발을 통해 건축됨으로서 계획적인 업종 구성이 가능함에 따라 대부분의 지하상가는 유사업종이 집중되어 전문상가화 되고 있다. 넷째, 자연환

경과의 격리로 인하여 쾌적한 상업활동 환경을 확보하기 위하여 기계적인 시설 등의 이요과 이에 대한 효율적인 관리가 필수적이다. 향후 대규모 사무소 및 백화점 등에 설치된 형태로 공공적인 성격은 약하나 구매활동의 활성화를 위한 시설의 특성상 이런형태의 지하공간은 주변의 지하보도, 지하상가, 지하철 역사와 접속되어 발전될 것으로 전망된다[5].

3. 실증분석

본 연구는 지하상가를 이용하는 대상으로 구조화된 설문지를 통하여 대인면접조사를 같이 진행하였다. 조사 기간은 2011년 5월 1일부터 5월 30일까지 이루어졌다. 이용자는 총 650부가 회수되어 사용되었다.

1.1 고객설문조사 결과

유효표본은 총 650부이며 설문문항 중 표시하지 않은 항목은 missing value로 처리하였다.

기반시설에 대한 4개 항목 모두 50%이상이 부정적 응답을 하고 있어 만족도가 매우 낮게 평가되고 있으며 이중 냉난방시설 및 화장실에 대한 부정적 응답이 67.5%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 진입로 56.7%, 보행통로 51.5% 순으로 나타나고 있다. 반면 긍정적 응답의 경우 약 20%대에 그치고 있다.

[Table 1] infrastructures customer satisfaction (1)

응답 항목	냉난방 시설%(n)	화장실 %(n)	진입로 %(n)	보행통로 %(n)
긍정적	25.2(164)	23.2(151)	21.3(137)	21.6(139)
보통	7.2(47)	9.2(60)	22.0(141)	27.0(174)
부정적	67.5(439)	67.5(439)	56.7(364)	51.5(332)
total	100(650)	100(650)	100(642)	100(645)

실내조명상태, 환기상태, 엘리베이터/에스컬레이터, CCTV에 대한 만족도는 <표 2>와 같다. 이중 환기시설에 대한 부정적 응답이 67.3%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 엘리베이터 및 에스컬레이터 61.4% 순으로 조사되었다.

<표 2> 4개 항목에 있어서의 긍정적 응답도 약 17%~22% 구간으로 매우 낮게 나타났다.

[Table 2] infrastructure, customer satisfaction (2)

응답 항목	실내조명 %(n)	환기상태 %(n)	E/V,E/C %(n)	CCTV %(n)
긍정적	20.4(132)	17.3(112)	19.9(128)	21.7(141)
보통	27.1(175)	15.4(100)	18.7(120)	25.7(167)
부정적	52.5(339)	67.3(436)	61.4(394)	52.5(341)
total	100(646)	100(648)	100(642)	100(649)

벽체 및 칸막이, 천장, 사인보드, 진열장에 대한 만족도는 <표 3>과 같다. 이중 천장에 대한 부정적 응답이 59.1%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 사인보드 58.2%, 벽체 및 칸막이 48.1% 순으로 조사되었다. 특히, 긍정적 응답은 20%대에 그치고 있다.

[Table 3] Customer satisfaction infrastructure (3)

응답 항목	벽체및칸막이%(n)	천장 %(n)	사인보드 %(n)	진열장 %(n)
긍정적	26.8(173)	19.9(129)	21.0(135)	27.8(179)
보통	25.1(162)	21.0(136)	20.8(134)	28.1(181)
부정적	48.1(311)	59.1(383)	58.2(374)	44.1(284)
total	100(646)	100(648)	100(643)	100(644)

바닥상태, 주차장, 안전사항, 실내디자인에 대한 만족도는 <표 4>과 같다. 이중 주차장에 대한 부정적 응답이 67.3%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 실내디자인 64.0%, 안전사항 63.6% 순으로 조사되었다. 또한 긍정적 응답은 타 기반시설과 마찬가지로 20%대에 그치고 있다.

[Table 4] infrastructure customer satisfaction (4)

응답 항목	바닥상태 %(n)	주차장 %(n)	안전사항 %(n)	디자인% (n)
긍정적	20.1(130)	18.0(116)	16.7(108)	20.1(130)
보통	18.9(122)	14.7(95)	19.7(127)	15.9(103)
부정적	61.0(394)	67.3(434)	63.6(411)	64.0(414)
total	100(646)	100(645)	100(646)	100(647)

기반시설에 대한 16개 항목에서 전체적으로 부정적 응답이 강하게 나타나고 있음. 이에 부정적 응답만을 가지고 전체적인 시설에 대한 만족도 순위를 비교해 보면 <표 5>과 같다. 기반시설에 대한 부정적 응답이 가장 높은 것 즉, 가장 만족도가 낮은 것은 냉난방시설로 나타났으며, 다음으로 화장실, 주차장, 환기상태 및 실내디자인 순으로 조사되었다.

[Table 5] Ranking based on response rate in customer satisfaction compared to negative

순위	항 목	부정적	순위	항 목	부정적
1	냉난방	67.5	9	천장	59.1
2	화장실	67.5	10	사인보드	58.2
3	주차장	67.3	11	진입로	56.7
4	환기상태	67.3	12	CCTV	52.5
5	디자인	64.0	13	실내조명	52.5
6	안전사항	63.6	14	보행통로	51.5
7	E/V, E/C	61.4	15	벽체밧칸막이	48.1
8	바닥상태	61.0	16	진열장	44.1

기반시설에 대한 전반적인 만족도를 묻는 질문에서는 <표 6>에서 보는바와 같이 매우불만족이 36.9%, 약간불만족이 26.3%로 부정적 응답이 전체 과반수를 넘는 63.2%를 차지하고 있다.

[Table 6] Overall Satisfaction infrastructure

구 분	매우불만족	약간불만족	보통	약간만족	매우만족
응답수(n)	235	167	141	77	16
비율(%)	36.9	26.3	22.2	12.1	2.5

상기에서 보는 바와 같이 전반적인 만족도에 있어 과반수 이상이 불만족을 느끼고 있어 불편사항에 대해 알아본 결과 다음과 같은 결과를 도출하였다. 먼저 가장 불편사항 중 1순위로는 냉난방시설로 나타났으며, 2순위로는 주차시설, 3순위로 낙후된 시설로 나타났음. 따라서 이에 대한 개선 및 대책이 필요한 것으로 사료된다.

[Table 7] complaints underpass walk downtown

1순위	응답 수	2순위	응답 수	3순위	응답 수
냉난방 시설	228	주차장 없음	128	낙후된 시설	130
고객행위	110	냉난방시설	125	불쾌한 환경	128
주차장 없음	87	낙후된 시설	101	주차장 없음	112
불쾌한 환경	81	불쾌한 환경	89	고객행위	63
낙후된 시설	78	고객행위	75	냉난방시설	47
비싼가격	25	비싼가격	24	불친절	35
불친절	19	불친절	20	기타	22
기타	7	기타	14	비싼가격	17
total	635	total	576	total	554

지하도 상점가의 활성화를 위해 우선적으로 필요한 항목들에 대해 조사해 본 결과 <표 8>와 같은 결과를 도출하였다. 가장 우선적으로 필요한 것은 냉난방시설에 대한 정비로 나타났으며, 다음으로 주차장 시설 구비 그리고 쾌적한 쇼핑환경 개선 순으로 조사되었다.

[Table 8] The Underground shopping mall priority for activation

1순위	응답 (n)	2순위	응답 (n)	3순위	응답 (n)
냉난방 시설	221	주차장 구비	126	쾌적한 쇼핑환경	109
주차장 구비	120	쾌적한쇼핑 환경	122	주차장 구비	97
쾌적한 쇼핑환경	118	냉난방 시설	114	냉난방 시설	95
다양한 업종	58	다양한 업종	78	다양한 업종	76
편종된 업종탈피	49	저렴한 가격	51	편종된 업종탈피	72
저렴한 가격	41	편종된 업종탈피	33	저렴한 가격	41
기타	13	기타	11	기타	19

또한 지하도 상점가에 희망하는 업종에 대해 조사해 본 결과 남녀의류가 36.4%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 식품잡화 27.6%, 유아용 용품 16.7% 순으로 조사되었다.

[Table 9] The Underground shopping mall industry new hope

구 분	남녀 의류	식품 잡화	유아용 용품	신발및 구두	기타
응답수 (n)	200	152	92	80	26
비율 (%)	36.4	27.6	16.7	14.5	4.7

자가용을 이용하지 않을시 지하도상점가까지 오는 접근성에 대한 만족도를 살펴본 결과 ‘보통’의 경우가 32.1%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘매우만족’ 25.2%, ‘약간만족’ 20.0% 순으로 접근성에 대한 불만사항은 크게 나타나지 않고 있다.

[Table 10] Satisfaction with proximity to shopping center underpass

구분	매우아니다	약간불만족	보통	약간만족	매우만족
응답	85	58	202	126	159
비율	13.5	9.2	32.1	20.0	25.2

향후 지하도상점가의 이용의향에 대한 질문에서는 ‘보통이다’의 경우가 28.2%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘약간그렇다’ 20.4%, ‘약간아니다’ 18.3% 순으로 조사되었음. 결과적으로 살펴보면 향후 이용에 있어서는 긍정적인 응답이 우세하게 나타나고 있다.

[Table 11] underpass future availability of shopping malls

구분	전혀아니다	약간아니다	보통이다	약간그렇다	매우그렇다
응답	97	115	177	128	111
비율	15.4	18.3	28.2	20.4	17.7

지하도상점가를 다른 사람에게 추천의사에 대한 질문에는 ‘보통이다’의 경우가 30.8%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘전혀아니다’ 22.4%, ‘매우그렇다’ 17.1% 순으로 조사되었음. 결과적으로 살펴보면 다른 사람에게 추천에 대한 의사를 다소 부정적으로 나타나고 있다.

이는 앞서 살펴본 바와 같이 시설에 대한 만족도 및 쇼핑환경에 대한 불만족에서 기인된 것으로, 이에 대한 대책 마련이 필요한 것으로 사료된다.

[Table 12] The Underground shopping mall referring physician

구분	전혀아니다	약간아니다	보통이다	약간그렇다	매우그렇다
응답	140	100	193	86	107
비율	22.4	16.0	30.8	13.7	17.1

상기에서 살펴본 바와 같이 향후 이용성 및 추천의지에 대한 사유를 살펴본 결과 <표 12>와 같이 이용 및 추천에 대한 저해성으로 냉난방시설 부족 및 주차문제 등이 가장 우선시 되고 있음.

지하도상점가 경쟁력 확보를 위해 리모델링 추진에 대한 의사를 묻는 질문에서는 ‘매우그렇다’의 응답이 전체 과반수 이상인 51.8%를 차지하고 있으며, 다음으로 ‘약간그렇다’가 25.2%로 긍정적인 응답이 77.0%를 차지하고 있다.

[Table 13] underpass use and recommend inhibitory shopping mall

이용저해성	빈도 (n)	추천저해성	빈도 (n)
냉난방시설 부족	152	냉난방시설 부족	181
주차장이 불편해서	127	주차장이 불편해서	101
쇼핑환경이 안좋음	74	쇼핑환경이 안좋음	59
청결하지 못해서	46	청결하지 못해서	56
시설이 낡아서	40	시설이 낡아서	38
상품이 다양하지 않아서	36	상품이 다양하지 않아서	32
가격이 비싸서	9	가격이 비싸서	11
불친절해서	3	불친절해서	3
품질이 떨어져서	2		

[Table 14] competitiveness through remodeling

구분	전혀아님	약간아님	보통	약간그렇다	매우그렇다
응답수	8	18	113	153	314
비율	1.3	3.0	18.6	25.2	51.8

4. 결론

지하도상점가는 시민들로 하여금 접근성에 대한 설문 결과 긍정적인 응답(보통이상 77.3%)이 우세함에 따라 이용자로 하여금 쉽게 찾아올 수 있는 입지적 특성을 가지고 있다. 하지만 현재 기반시설에 대한 불만족(상인 93.1%, 고객 63.2%)으로 향후 이용성에 대해서는 부정적 결과를 초래하고 있다. 또한 다른 사람에서의 추천의사 또한 낮은 의지를 보이고 있는 것으로 조사되었다. 따라서 이에 대한 대책 마련이 시급한 실정이다.

시민들 설문을 통해 우선적으로 개선되어야 할 사항들을 알아본 결과, 냉난방시설이 가장 개선되어야 할 항목으로 조사되었다. 또한 다음으로 주차장 문제 해결과 화장실 등 쾌적한 쇼핑환경 조성이 필요한 것으로 나타

나 시설개선에 대한 시급한 조치가 필요한 시점으로 밝혀졌다.

지하상점가의 경우 유동인구가 매우 높은 지역으로 현재 상태의 시설을 유지한다면 시민들의 안전상의 문제, 수원시의 첫 관문으로서의 이미지상의 문제 등 시민의 삶의 질을 저하시키는 가장 큰 장애요인으로 작용될 수 있을 것으로 사료된다.

- (현)중소기업청 시장경영진흥원 자문위원
- (현)행정중심복합도시건설청 정보화심의위원회 위원

REFERENCES

[1] Choi, Woo-Young, "Large-scale study on working conditions in underground : Around the COEX Mall, p. 1, Yonsei University, Master's thesis, 2006.

[2] Jin Soo Kim, "The Journal of underground space in the underground shopping mall opened on Revitalization", p. 20, Myongji University master's thesis, 2009.

[3] Eun Mi Jeong, "Mixed-use building underground shopping area rest area configuration Study of factors", pp. 10-11. Master's thesis, University of Seoul, 2004.

[4] Gon Kim, "Underground light and the light, the role of the rationale", Architectural Association, pp. 41-44, 2000.

[5] Hyeon Hui Lee, "Underpass Status and Improvement of Air Quality in Commercial", Underground pp. 62-77, No. 4, 1994.

저자소개

유 학 수(Hak-soo You)

[정회원]



- 단국대학교 대학원 경영학과 석, 박사
- (현)(사)기업경영학회, (사)경영사학회 이사
- (현)글로벌사이버대학교 글로벌경영학부 마케팅전공 교수

- (현)청양군 정책자문위원
- (현)수원시유통상생발전위원회 위원