

전주 한옥마을의 도시재생사업이 지역변화에 미친 영향*

김주영** · 허선영*** · 문태현****

The Social and Economic Impact of the Urban Regeneration Project in Jeonju Hanok Village Area*

Kim, Ju-Young** · Heo, Sun-Young*** · Moon, Tae-Heon****

요약 : 최근 우리나라에서는 도시재생사업이 활발하게 추진되고 있으며 그 중 전주 한옥마을은 지속적으로 도시재생사업이 추진되는 대표적인 도시재생사업지이다. 이에 전주 한옥마을의 관광객 수는 급증하고 있는 추세이다. 그러나 관광객 수가 급증한 만큼 다양한 문제점이 발생하고 있으며 특히 상업화에 대한 우려가 높아지고 있다. 이에 본 연구에서는 정체성이 상실되고 상업화가 진행되는 전주 한옥마을을 대상으로 도시재생사업이 실질적으로 도시재생에 미친 영향을 물리적, 경제적, 사회적 재생 차원에서 분석하여 전주 한옥마을의 관리 및 새로운 정책 방향을 제시하고자 한다. 연구를 위하여 토지이용변화, 실거래가 변화와 SNS 데이터를 분석하였으며 분석결과는 다음과 같다. 첫째, 물리적 분석에서는 전주 한옥마을이 주요 도로를 중심으로 상업화가 진행되어 가고 있음을 파악했다. 급격한 상업화로 주민들의 생활공간이 관광객을 지원하는 상업공간으로 대체되고, 경제적·환경적 피해로 인한 거주 환경의 저하로 주민 이주를 초래하는 등 불합리한 현상이 속출하고 있다. 둘째, 경제적 분석에서는 2010년에는 도로에 따른 실거래가 차이가 없었으나 2016년에는 실거래가의 유의한 차이가 나타났다. 관광객의 통행량이 많으며 주요 관광지와 인접해 있는 도로의 실거래가가 가장 많이 증가한 것으로 나타났다. 실거래가 상승은 도시재생 측면에서 긍정적 현상이지만 투자의 대상으로 인식될 우려가 있는 것으로 사료된다. 셋째, 사회적 분석에서는 관광객들은 주요 역사·문화 관광지 보다 상업적인 요소를 더 많이 이용하고 있으며, 관심 또한 많은 것을 확인할 수 있었다. 하지만 한옥마을 상업화에 대한 의견도 많은 것으로 나타나 한옥마을의 정체성을 확립 할 수 있는 방안 마련이 필요할 것으로 사료된다. 이상과 같이 본 연구는 토지이용과 실거래가, SNS 자료를 중심으로 실태를 분석하여 전주 한옥마을 도시재생사업의 정책적 시사점을 제시하였다는데 의의가 있다.

주요어 : 전주 한옥마을, 도시재생사업, 물리적 재생, 경제적 재생, 사회적 재생

Abstract : Recently, urban regeneration is being actively promoted in Korea and among those Jeonju Hanok Village is the major project which is the most consistently promoted. For this, visitors of Jeonju Hanok Village are skyrocketing. However, due to this condition, various problems are occurring, especially about commercialization. In this regard, this study is to suggest management of the Jeonju Hanok Village and new orientation in the policy, by analyzing physical, economic, and social status due to urban regeneration for Jeonju Hanok Village which has lost its identity and been commercialized. For this, the study analyzed changes in land usage and real transaction price, SNS data. Firstly, in the physical analysis, the study realized that there is commercialization going around the main streets of Jeonju Hanok Village. Due to the rapid commercialization, living spaces for locals are replaced to commercial spaces for tourists, and the emigration of locals is caused by economic/environmental damages with the degradation of housing environments. Secondly, in the economic analysis, there was no gap in real transactions among streets in 2010 but has shown a valid gap in 2016. The traffic of tourists is heavy and the real transaction prices of streets that are adjacent to major tourist sights rose the most. Rising real transaction prices are a positive phenomenon in the aspect of the city regeneration but it is concerned that they can be perceived as investment subjects. Thirdly, in the social analysis, tourists are using commercial aspects more than historical or cultural sites, and have lots of interest on those. However, because there are also lots of opinions about the commercialization of Hanok Village, we think the plans which can establish the identity of Hanok Village should be prepared. The study has its meaning on analyzing reality based on the land usage, real transaction, SNS data and suggesting political implications.

* 이 논문은 BK21PLUS에서 일부 지원받아 수행하였음.

** 경상대학교 대학원 도시공학과 석사과정(BK21PLUS, Master Department of Urban Engineering, Gyeongsang National University)(jo0066@nate.com)

*** 경상대학교 대학원 도시공학과 학술연구교수(Research Professor, BK21PLUS, Department of Urban Engineering, Gyeongsang National University)(husy6019@naver.com)

**** 경상대학교 도시공학과 교수(Professor, BK21PLUS, ERI, Department of Urban Engineering, Gyeongsang National University)(thmoon@gnu.ac.kr)

Key Words : Jeonju Hanok Village, Urban Regeneration, Physical Regeneration, Social Regeneration, Economic Regeneration

1. 서론

우리나라는 2013년 12월 『도시재생 활성화 및 지원에 관한 특별법』을 제정하여 지속적인 경제성장 및 사회적 통합을 유도하고, 국민의 삶의 질을 향상시키고자 하였다. 이에 2014년 4월에 선정된 13개의 도시재생 선도 지역에 4년간 1,400억 원의 정부예산 및 각 부처 예산을 집중 지원하여 협업체계를 구축하는 등 도시재생사업이 활발하게 추진되고 있다.

특히, 현재 문화적 도시재생이 주목받고 있으며, 문화를 통해 도시경제를 풍요롭게 만들고 도시의 정체성과 다양성을 바탕으로 도시의 구조를 변화시켜 문화가 도시민의 삶의 중심이 되는 문화적 도시재생이 중요하게 인식되고 있다. 기존 도시 쇠퇴에 따른 개선 방법으로 원주민의 지역 거주와 지역 내 오랫동안 형성되어 왔던 커뮤니티 및 문화자원 보존 및 활용을 통해 지역의 정체성 확립과 동시에 지역쇠퇴 문제를 해결하기 위한 방안으로 지역문화자원을 활용한 도시재생이 필요하다(박진문, 2012, 이나영 외, 2014).

문화적 도시재생사업지 중 전주 한옥마을은 2013년 4월 국토교통부 새 정부 대통령 업무보고에서 주민참여형 도시재생의 성공적인 모델로 소개되었다. 또한 같은 해 11월 전국 지자체가 모인 지역희망 박람회에서는 대통령이 직접 전주 한옥마을을 소개하는 등 전국적으로 전주시의 도시재생사업이 주목 받고 있다.

기존에는 한옥마을에 한옥보존지구, 미관지구 등의 보존을 중심으로 한 정책을 추진해오다 2000년대부터는 쇠퇴되어가는 구도심 일대를 활성화시키고, 전주의 관광 랜드마크를 구축하기 위하여 본격적으로 관광개발 정책이 실시되었다(진양명숙 외, 2014). 이러한 목적이 계기가 되어 전주 한옥마을에는 2016년 현재까지 크고 작은 도시재생사업이 끊임없이 추진되고 있다.

현재까지 진행된 도시재생사업에 대한 성과는 전주 한옥마을의 관광객 수로 유추해볼 수 있다. 전주 완산구청 통계에 따르면 2013년 전주 한옥마을의 관광객 수는 508만 2,674명으로 집계되었다. 이는 2008년 130만 6,187명에 불과했던 것과 비교하면 약 4배 이

상 증가한 수치이다. 그러나 그 이면에는 한옥마을의 변화에 대한 비판의 목소리도 제기되고 있다.

특히, 과도하게 늘어나는 관광객으로 인한 불편과 같은 문제점이 발생하고 있으며, 지나친 상업화로 인하여 한옥마을의 정체성이 점점 사라지고 있는 실정이다. 이에 전주시에서는 한옥마을 내 신축 한옥의 층수를 1층으로 제한하고, 담장과 대문을 의무적으로 설치하는 등 지구단위계획을 변경하여 지나친 상업화를 억제하고 있다.

이와 같이 전주 한옥마을은 관광객이 증가 하였으며, 상업시설 확산, 지가 상승 등 도시재생사업에 따른 변화가 나타나고 있다. 즉, 도시재생사업은 구도심 일대 활성화라는 긍정적인 측면도 있으나 반대로 급격한 상업화로 주민들의 생활공간이 관광객을 지원하는 상업공간으로 대체되고, 경제적·환경적 피해로 인한 거주 환경의 저하로 주민 이주를 초래하는 등 불합리한 현상이 속출하고 있다.

이처럼 관광과 결합된 도시재생사업은 상업화(commercialization), 디지털화(digitalization), 관광지화(touristification) 및 계층변화(gentrification)가 동시에 발생하며, 긍정적인 효과와 함께 부정적인 양상을 수반하며, 변화의 속도가 매우 빠르게 나타난다는 특징을 보인다(유애림 외, 2015).

이에 본 연구에서는 문화예술거점지역으로 정비하고 쾌적한 주택지로 정주환경을 구축하고자 했던 재생사업의 초기 의도와는 다르게, 정체성이 상실되고 급속하게 상업화되어 가고 있는 전주 한옥마을을 대상으로 도시재생사업이 도시재생에 실질적으로 미친 영향을 물리적, 경제적, 사회적 재생 차원에서 분석하여 전주 한옥마을의 관리 및 새로운 정책적 시사점을 제시하고자 한다.

2. 관련 연구동향

전주 한옥마을 재생사업에 관한 연구와 분석 자료로 활용한 빅데이터 분석에 관한 선행연구를 고찰하였다.

전주 한옥마을 재생사업에 관한 연구는 재생사업이

미치는 영향, 공시지가, 토지이용변화에 대한 연구 등으로 분류된다. 송재복(2010)은 전주시가 전주 한옥마을에 전통문화거리조성, 문화시설 건립, 전통문화구역정비 등 한옥마을을 조성 사업을 추진함으로써 시간의 변화와 문제해결과정 속에서 거버넌스의 변화를 분석하였다.

고평채 외(2011)의 연구에서는 전주 한옥마을 보전정비사업으로 인한 주거환경의 변화를 파악하고, 변화된 주거환경에 대한 주민들의 주거만족도를 고찰하였다. 이를 통해 전주 한옥마을 보전정비사업의 향후 추진방향에 대한 정책적 시사점을 제시하였다.

윤정란(2012)의 연구에서는 전통가로경관 재생, 전통문화시설 건립 등 전주 한옥마을의 문화적 도시재생사업과 군산시 문화적 도시재생사업의 전략 및 성과 등의 비교 분석을 통해 문화적 재생 사업의 성과 및 문제점을 분석하고 문화적 재생의 추진방향과 과제를 제안하였다.

최지연 외(2013)의 연구에서는 전주 한옥마을의 인근지역 토지시장에 대한 변화와 특성을 파악하고 전주 한옥마을 활성화가 인근지역 토지가격에 미치는 영향에 대하여 규명하고자 하였다. 전주시의 보조금 지원 등 다양한 사업 추진이 전주 한옥마을과 인근지역의 공시지가에 미치는 영향을 알아보기 위하여 분산분석, 시계열 분석을 실시하였다.

최지연 외(2014)는 전주 한옥마을 보전정비사업을 추진함에 따라 전주 한옥마을의 공시지가에 미치는 영향과, 한옥마을의 공시지가의 변동이 인근지역 토지가격에 미치는 영향을 파악하였다. 이를 위해 1999년부터 2013년까지 전주 한옥마을과 인근지역 표준지에 대한 공시지가 변화를 분석하였다.

채용훈(2014)의 연구에서는 한옥마을과 전주시 도시재생정책을 고찰한 후, 전주 한옥마을에 시행된 정책과 인접지역인 동문거리와의 관계성을 현황조사와 설문조사를 중심으로 분석하여 한옥마을이 대상지에 미치는 영향과 변화 요인에 대하여 정리하였다. 이를 토대로 향후 동문거리 활성화 추진방향을 제시하였다. 김주영 외(2016)의 연구에서는 전주 한옥마을의 2010년과 2016년 토지이용현황을 비교·분석하여 전주 한옥마을의 토지이용이 어떻게 변화하였는지를 파악하였다.

문병운(2016)의 연구에서는 전주 한옥마을 조성사업이 진행됨에 따라 변화된 주변지역의 토지이용을

시계열적으로 분석하여 전통 주거지역 활성화가 주변지역에 미치는 영향을 파악함으로써 도시재생사업 및 주변지역에 대한 관리방안을 제시하였다.

도시와 연관된 빅데이터 분석에 관한 연구에는 박재희 외(2014)의 사례가 있다. 이 연구에서는 주거환경에 대한 평가를 나타내는 트윗(twitt)을 추출하여 공간적인 특성을 분석함으로써 SNS 데이터가 도시정책 지표를 보완하는 자료로 활용될 수 있는 가능성을 제시하였다. 한진성 외(2016)의 연구에서는 부산 국제영화제와 관련된 소셜 빅데이터의 텍스트 마이닝을 통해 부산 국제영화제에 대한 전반적인 인식 및 개최 전·후 반응을 종합적으로 분석하였으며, 이를 통해 분석된 부정적 요소의 해결방안을 제시하였다.

이상과 같이 전주 한옥마을을 재생사업과 빅데이터 분석에 관한 연구는 다수 수행되었다. 그러나 전주 한옥마을에 대한 연구들은 대부분 전주 한옥마을이 주변지역에 미친 영향에 대하여 연구하였으며, 한옥마을 자체에 대한 연구 또한 공시지가만을 이용하여 연구하였기 때문에 전주 한옥마을의 재생사업에 따른 상업화에 대한 실질적인 연구사례는 아직 부족한 편이다.

본 연구는 빅데이터를 이용하여 전주 한옥마을의 도시재생사업의 영향을 물리적, 경제적, 사회적 재생 측면에서 분석한다는 점에서 기존 연구들과 차별성이 있다.

3. 연구대상지 현황 및 분석방법

1995년 미관지구 해제 이후 양옥건물의 증가에 따른 우려와 2002년 한·일 월드컵 개최도시로 지정됨에 따라 전주 한옥마을은 도시재생 공간으로 형성되기 시작하였다. 이후 2000~2008년 동안 전주시는 국비와 지방비를 총 동원하여 ‘전통문화거리 조성’, ‘문화시설 건립’, ‘전통문화구역 정비’사업을 시행하였다. 2010년 이후에는 한옥마을을 전주 도심의 문화유산, 거점시설과 연계하여 한옥마을의 활성화를 도심활성화로 발전시키기 위한 사업들이 추진되고 있다.

전주 한옥마을은 2010년 문화체육관광부와 한국관광공사, 한국관광협회중앙회가 공동으로 선정하는 ‘한국관광의 별’에 선정되었고, 한국의 전통문화 원형이 담겨있다는 점을 인정받아 국제 슬로시티연맹으로부터 ‘슬로시티(Slow City)’로 지정되었다. 이에 전주 한

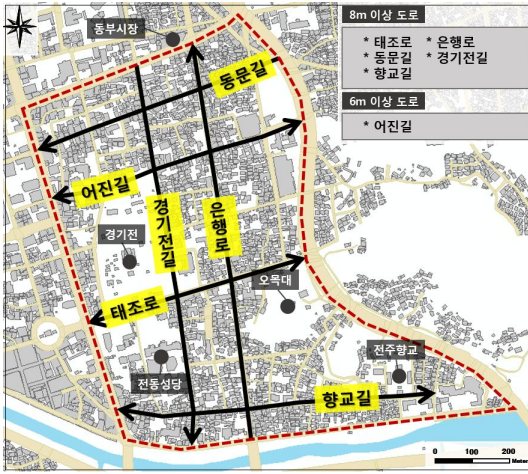


그림 1. 연구대상지 현황

옥마을은 2010년 이후 관광객, 상업용 건물 등이 크게 증가하였으므로 본 연구에서는 2010년과 2016년을 기준년도로 설정하여 전주 한옥마을(약 620,000m²)의 6개 주요 도로를 기준으로 물리적, 경제적 재생 차원에서 분석하였다.

주요 도로 6개는 전주 한옥마을의 동서와 남북을 끝까지 잇는 도로들로 <그림 1>과 같이 선정하였다.

주요 도로는 <표 1>과 같은 특성을 가지고 있으며 이 중 태조로와 은행로는 한옥마을의 중심로로서, '전통문화거리 경관 조성 및 기반시설 정비'의 일환으로 2000~2002년 태조로가 개설 되었고 2004~2008년 테마 관광로 및 은행로 확장 사업을 통해 은행로가 정비되었다. 동문길과 경기전길에는 예술 중심의 거리가 조성되어 있으며, 향교길과 어진길에는 주거용, 상업용, 숙박용 건물이 적절히 혼재되어 있다.

또한, 도시재생사업에 대하여 관광객들이 어떤 의견을 가지고 있는지를 파악할 필요가 있는데 기존에 빅데이터 분석을 활용한 관광 및 기타 분야에 관한 연구는 많지만 도시재생사업과 연계하여 연구가 진행된 것은 발견하기 어려운 실정이다. 이에 본 연구에서는 빅데이터인 SNS 데이터를 활용하여 전주한옥마을의 사회적 실태를 분석하였다.

연구의 방법으로는 현장조사 및 GIS를 이용한 공간분석을 통해 물리적 재생 변화를 분석하였다. 또한 SPSS를 활용한 크루스칼-왈리스 검정을 통해 경제적 재생 변화를 분석하였으며, Plus One¹⁾과 R²⁾을 이용하여 사회적 재생 관광객 인식 분석을 실시하였다. 이

표 1. 연구대상지 주요 도로 특성

도로	특성
태조로	<ul style="list-style-type: none"> - 한옥마을을 동서로 가로지르고 있는 한옥마을의 중심로임 - 경기전, 전동성당, 오목대가 위치하여 있음 - 가로 정비사업이 이루어져 가로수 주변에 한뼘 화단, 벤치 등이 조성됨
은행로	<ul style="list-style-type: none"> - 한옥마을을 남북으로 가로지르고 있는 한옥마을의 중심로이며 가로 정비 사업이 이루어짐 - 아스팔트 대신 돌길로 구성되어 있으며, 길 중앙에 실개천이 조성됨 - 다양한 음식점과 전통체험을 할 수 있는 장소들이 위치함
동문길	<ul style="list-style-type: none"> - 2012년 예술거리 조성사업으로 지정된 동문 예술거리가 위치함 - 예술창작공간, 라이브카페, 소극장 등이 위치함 - 버스킹, 이색공연 등이 열리며 다양한 예술 체험 프로그램 등이 있음
향교길	<ul style="list-style-type: none"> - 전주전통문화관, 전주향교 등이 위치함 - 주변 경관 정비 사업이 이루어짐 - 주거용, 상업용, 숙박용 건물이 적절히 어우러져 있음
어진길	<ul style="list-style-type: none"> - 가로경관개선사업이 추진되어 관광객들의 보행환경이 개선됨 - 수행도량인 원각선원과 다양한 카페, 음식점 등이 위치하며 게스트하우스 등과 같은 숙박용 건물이 많음
경기전길	<ul style="list-style-type: none"> - 2012년 예술거리 조성사업으로 지정된 동문 예술거리가 위치함 - 교동아트 미술관, 한옥마을 아트홀, 경기전 등이 위치함

는 단일한 방법으로 한옥마을의 역동적인 공간변화 상황과 그 안에 숨어 있는 메커니즘을 밝히는데 한계가 있기 때문이다.

도시재생사업의 물리적, 경제적 재생 차원에서의 영향을 파악할 수 있는 도시재생 관련 지표 중 물리적 지표는 토지이용, 건축물상태, 공공성, 접근성 등이 있으며 경제적 지표에는 소득 및 경제활동, 부동산가치, 산업, 사업추진 여건 등 다양한 지표가 있다(김경천 외, 2015).

물리적·경제적 지표들 중 물리적 재생 변화를 분석하기 위하여 일정한 구역 내에서 변화가 두드러지게 나타나는 건축물 용도 변화를 분석하였다. 김홍순

(2010)에 따르면 지역의 활성화는 입주하기를 원하는 업체의 증가로 인해 임대료의 상승으로 귀결된다는 점에서 임대료는 지역의 활성화 정도를 알아볼 수 있는 가장 좋은 지표이다. 김홍순(2010)의 연구에서와 같이 임대료는 지가에 비례한다는 가정에서 본 연구에서는 경제적 재생 차원에서의 변화를 파악하기 위하여 지가 자료를 활용하였으며, 지가 중 실제 경제적 측면을 분석하기에 더 적합한 실거래가를 활용하였다.

최근 스마트폰과 태블릿 PC 등으로 인한 스마트 사회가 대중화되면서 온라인상에서 많은 사람들이 자신의 감정, 경험, 의견 등을 서로 공유하기도 한다. 이러한 현상을 가능하게 한 것이 소셜 미디어(social media)이며, 현재 소셜 미디어의 유형 중 가장 접근성 및 대중성이 높은 것이 SNS이다. SNS는 최근 그 사용자가 급증함에 따라 사회적 네트워크 및 커뮤니케이션 방식에 큰 변화를 가져오면서 사람들과의 관계를 맺는 또 하나의 유용한 도구로 자리매김하고 있으며(정영철 외, 2012), 다양한 분야에서 주목 받고 있다. 이에 사회적 차원에서는 관광객에 초점을 맞추어 관광객이 남기는 재생사업지구에 대한 감정, 의견 등의 소셜 네트워크 서비스(Social Network Service; SNS) 자료를 분석하였다.

4. 도시재생사업이 지역변화에 미친 영향

1) 물리적 재생(건축물 용도분석) 변화분석

전주 한옥마을의 물리적 변화를 비교하기에 앞서 건축물 이용현황을 파악하기 위하여 2016년 건축물대장 상의 건축물 이용현황과 실제 건축물 이용현황을 비교·분석하였다. 전주 한옥마을 내의 용도 별 건축물 현황은 주거·상업·숙박용 건물로 구분하여 분석하였으며, 1·2종 근린생활시설, 판매시설을 상업용 건물로 통합하였고, 공동주택, 단독주택을 주거용 건물로 단순화하였다. 그 결과 주거용 760개, 상업용 284개, 숙박용 5개로 나타나 주거용 건물이 타 용도에 비해 약 2.5배 가량 많은 것으로 분석되었다.

한편 실제 건축물 이용현황을 보면 주거용 486개, 상업용 488개, 숙박용 196개로 나타나 상업과 숙박용 건물이 건축물대장에 비해 두 배 가까이 많으며, 주거용 건물은 절반 수준으로 나타났다. 건축물대장 상의 건물용도 비율은 주거용이 72.4%로서 전주 한옥마을

표 2. 실제 건축물 이용현황

용도	주거		상업		숙박	
	개	%	개	%	개	%
2010년	766	69.8	306	27.9	25	2.3
2016년	486	41.5	488	41.7	196	16.8

자료: '구도심 활성화를 위한 DB구축 조사 보고서'(2010)
2016년은 실제 조사함.

이 주거 위주의 성격이 강한 것으로 보이지만, 실제 한옥마을은 주거 41.5%에 지나지 않고, 나머지 48.5%가 상업과 숙박용 건물로 이용되고 있어 상업적 특성이 강했다. 특히 숙박용 건물이 건축물대장에는 0.5%이나 실제는 16.8%로 많아 이 지역은 상업용 건물이 숙박 위주로 이용되고 있음을 알 수 있다.

전주 한옥마을의 물리적 변화를 비교하기 위하여 실제 건축물 이용 변화과정을 공간적으로 추적해 보기로 하였다. 이를 위해 2010년과 2016년의 자료를 조사하였다. 2010년의 자료는 전주시에서 조사한 '구도심 활성화를 위한 DB구축 조사 보고서'의 건축물 시설 용도 분포 현황 자료를 토대로 용도 별 위치데이터를 수집하였고, 2016년의 자료는 2016년 4월 15일 실제 현장조사 하였다. 주거·상업·숙박용 건물 별 이용현황은 <표 2>와 같으며, 2010년의 자료와 범례를 동일하게 설정하기 위하여 판매, 서비스시설을 상업용 건물로 분류하여 비교·분석하였다.

2010년에는 주거용 766개, 상업용 306개, 숙박용 25개로 나타나 주거용 건물이 타 용도 건물 수에 비해 약 2.3배 가량 많은 것으로 나타났다. 비율로 살펴보면 주거용 건물이 69.8%로 전체의 절반 이상을 차지하여 건축물대장 상 이용현황과 유사하게 주거적 성격이 강한 것으로 나타났다. 반면, 2016년에는 주거용 건물이 41.5%, 상업·숙박용 건물이 58.5%로 나

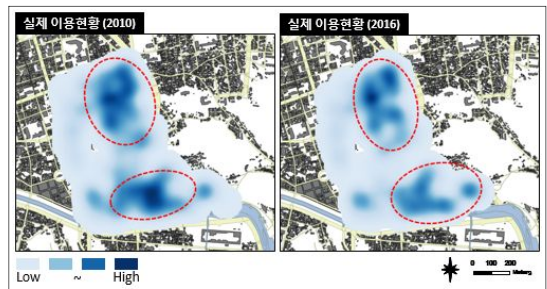


그림 2. 연도 별 실제 주거용 건축물 분포

타나 상업·숙박업 위주로 토지이용이 변화하였음을 알 수 있다.

실제 용도 별 건축물의 공간적 분포는 GIS를 활용하여 분석하였다. 주거용 건물은 <그림 2>와 같으며 2010년과 2016년 모두 은행로와 태조로의 교차 지점 주변에 밀집되어 분포하고 있다.

전체적으로 두 개 년이 서로 유사한 공간적 분포 패턴을 보이고 있으나 2010년의 실제 건축물 이용현황에 비하여 2016년에는 은행로와 태조로의 교차 지점 주변에서 밀도가 다소 낮은 것으로 나타났다. 그 이유는 <표 2>와 같이 주거용 건물이 2010년 766개에서 2016년 486개로 감소하였기 때문이다.

상업용 건물의 경우는 <그림 3>과 같이 2010년에 은행로 주변에 밀집되어 있고 2016년도 유사한 모습을 보이지만, 2016년에는 태조로와 은행로의 교차 지점 부근에도 강하게 밀집된 것으로 나타났다. 이 구역은 방문객의 통행량이 많은 주요 도로변으로서 이 구역에 한복 대여점과 길거리 음식점 등이 많이 증가하였기 때문으로 판단된다.

숙박용 건물의 분포는 <그림 4>와 같으며, 2010년에는 숙박용 건물이 전체의 2.3%에 불과하여 밀집된 지점의 범위가 좁아 분포 상에 구역을 지정하여 표기

하지는 않았지만, 호텔과 한옥 숙박업소 등에 의해 밀집된 지역의 밀도가 높은 것으로 나타났다.

2010년에는 일부 위치에 국한되어 있는 데 반해 2016년에는 숙박용 건물이 한옥마을을 전체로 확산되었으며, 특히 은행로와 태조로의 교차 지점에 집중되어 나타나고 있었다. 그 이유는 <표 2>와 같이 숙박용 건물이 25개와 196개로 크게 증가하였으며, 현장 조사 결과 이 지점의 건축물들이 한옥 생활체험관과 게스트하우스의 형태로 변화하였기 때문인 것으로 나타났다.

이상에서 전주 한옥마을의 2010년과 2016년의 실제 건축물 이용현황을 비교·분석 해본 결과, 전주 한옥마을은 주거적 성격이 약해지고, 상업과 숙박업 위주로 토지이용이 변한 것을 확인할 수 있다. 공간적으로도 주거용 건물이 상업용과 숙박용으로 전환함에 따라 지역전반에 걸쳐 상업용과 숙박용 건물의 밀도가 높아지고 반대로 주거용 건물의 밀도는 낮아졌다. 특히 태조로와 은행로의 교차 지점에서 급속한 용도 변화가 진행된다는 특징이 있다.

상업화는 주로 도로변에서 이루어지므로 이를 파악하기 위하여 전주 한옥마을의 주요 도로 중 관광지와 인접하고 있는 태조로와 은행로, 향교길의 각 도로에서 내부방향으로 두 켄까지의 주거·상업·숙박용 건물을 조사하였다.

그 결과 2010년은 모든 도로에서 주거용 건물이 상업용 건물보다 많았으며, 은행로와 향교길에서는 주거용 건물이 각 88개(61.5%), 80개(72.7%)로 상업용 건물과 숙박용 건물 55개(38.5%), 30개(27.3%)에 비해 상당히 많은 것으로 나타났다.

그러나 2016년에는 모든 도로에서 2010년보다 주거용 건물에 비해 상업용 건물이 압도적으로 많아졌으며, 숙박용 건물 또한 크게 증가한 것을 확인할 수 있다.

태조로와 은행로, 향교길의 건축물 이용 변화율을 비교하였을 때 <그림 5>와 같으며, 6년 동안 태조로는 33.2%, 은행로는 32.7%, 향교길은 39.6%가 주거용 건물이 타 용도의 건축물로 전환 된 것으로 나타나 향교길에서의 상업화가 더 많이 진행된 것을 확인할 수 있다. 내용적으로 보면, 태조로와 은행로는 주로 상업용 건물로 전환되었지만, 향교길은 타 도로에 비하여 숙박업으로 전환 된 특징이 있다.

이상과 같이 전주 한옥마을의 주요 도로 별 건축물

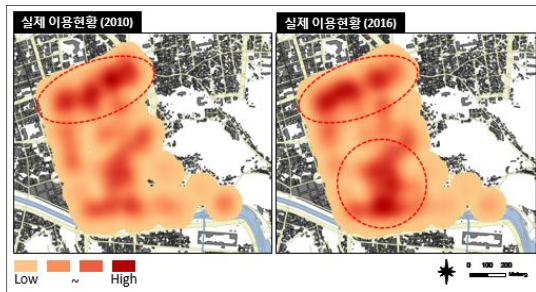


그림 3. 연도 별 실제 상업용 건축물 분포

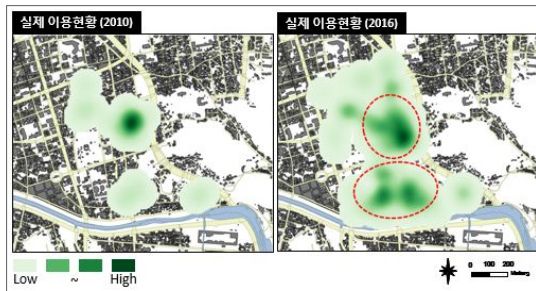


그림 4. 연도 별 실제 숙박용 건축물 분포

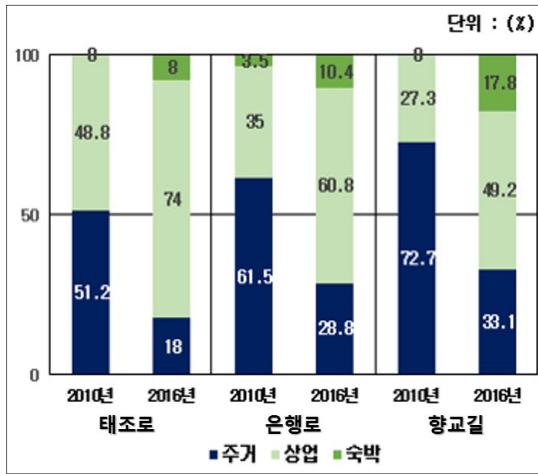


그림 5. 주요 도로 별 건축물 이용 변화를 비교

이용 변화를 보면 2010년에는 주거가 태조로, 은행로, 향교길에서 각 51.2%, 61.5%, 72.7%이며 상업이 48.8%, 35.0%, 27.3%로 주거 중심이었지만, 2016년에는 주거 18.0%, 28.8%, 33.1%와 상업 74.0%, 60.8%, 49.2%로 나타났다. 태조로, 은행로, 향교길 모두에서 용도 변화가 많이 이루어졌으며 주거용 건물이 적어지고 상업·숙박용 건물이 많아진 것을 확인할 수 있다.

2) 경제적 재생(실거래가 분석) 변화분석

경제적 재생 측면에서는 전주 한옥마을 내 주요 도로들의 실거래가 자료를 근거로 변화를 분석하였다. 전주 한옥마을의 경제적 변화를 분석하기 위하여 앞서 언급한 바와 같이 전주 한옥마을 주요 도로 6곳의 실거래가를 분석하였다.

실거래가 자료는 국토교통부 실거래가 공개시스템 (<http://rt.molit.go.kr/>)을 통하여 구축하였으며 매매와 전월세 자료 중 매매 자료를 대상으로 하였다.

실거래가 비교를 위하여 통계적 분석을 활용하여 전주 한옥마을 내의 주요 도로들 사이의 실거래가 차이가 유의한지를 검증해보았으며, 2010년 이후 3년간격으로 실거래가 변화를 분석하였다. 실거래가는 m² 당 가격으로 환산하여 계산하였다.

실거래가 특성상 표본의 크기가 작기 때문에 모수적인 분석 방법은 사용할 수 없다. 따라서 소규모 표본일 경우에 더 안전한 비모수 통계기법을 이용하였

다. 모수적 방법에서는 관측값의 평균을 이용하여 분석하지만 비모수적 방법에서는 관측값의 순위를 사용하여 분석한다(최숙희, 2009).

본 연구에서는 다양한 비모수 통계기법 중 표본 집단의 수가 3개 이상이며 각 표본 집단의 크기도 다양할 경우 표본 집단들이 모두 동일한 모집단으로부터 추출되었는지를 검정하는 크루스칼-왈리스검정(Kruskal-Wallis)을 SPSS 통계 분석 프로그램을 활용하여 분석하였다. 크루스칼-왈리스 검정은 모수 검정 시에 전제되고 있는 모집단의 정규성이나 소규모 표본추출에 따라 야기되는 문제점 등을 피할 수 있다는 장점이 있다(이희연 외, 2013). 크루스칼-왈리스 검정 통계량 식은 다음과 같다.

$$H = \frac{12}{n(n+1)} \sum_{i=1}^k n_i \left(\bar{R}_i - \frac{n+1}{2} \right)^2 \quad (1)$$

또는

$$H = \frac{12}{n_s(n_s+1)} \sum_{i=1}^k \frac{R_i^2}{n_i} - 3(n_s+1) \quad (2)$$

n_s : 전체 사례수,

n_i : 각 집단의 사례수,

R_i : 각 집단의 순위의 합계

이에 따른 크루스칼-왈리스 검정의 연구 가설은 다음과 같다.

H_0 = 전주 한옥마을 주요 도로 별 실거래가의 차이는 없다.

H_1 = 전주 한옥마을 주요 도로 별 실거래가의 차이가 있다.

연구가설을 설정하고 크루스칼-왈리스 검정을 실시하였으며, 결과는 <표 3>과 같이 나타났다. 크루스칼-왈리스 검정에서 점수가 높을수록 순위값이 높다.

2010년에는 태조로의 평균 순위가 20.00으로 가장 높은 것으로 나타났으며, 다음으로 은행로, 어진길, 동문길, 향교길, 경기전길 순으로 나타났다. 크루스칼-왈리스 검정의 H 통계값은 2.031, 유의확률은

표 3. 년도 별 도로에 따른 실거리가 차이

구 분	사례 수(평균 순위)		
	2010년	2013년	2016년
은행로	9(15.33)	14(34.50)	11(30.09)
태조로	1(20.00)	3(27.00)	4(51.25)
향교길	7(12.00)	14(27.57)	7(21.14)
경기전길	2(10.00)	15(24.87)	6(21.00)
어진길	2(13.50)	4(32.75)	6(35.83)
동문길	5(12.40)	4(7.75)	20(23.00)
합계	26	54	54
Kruskal-Wallis'H	2.031	9.945*	14.902**

**p<0.05 *p<0.1

0.845로 나타났다.

2013년에는 은행로가 평균 순위 34.50으로 가장 높았다. 은행로 다음으로 평균 순위가 어진길이 32.75, 향교길 27.57, 태조로 27.00, 경기전길 24.87, 동문길 7.75로 나타났다. 크루스칼-왈리스 검정의 H 통계값은 9.945, 유의확률은 0.077로 나타났다.

가장 최근인 2016년에는 평균 순위 51.25로 태조로가 다른 거리들에 비하여 실거리가가 높은 것으로 나타났다. 태조로 다음으로는 평균 순위가 어진길 35.83, 은행로 30.09, 동문길 23.00, 향교길 21.14, 경기전길 21.00 순으로 나타났다. 크루스칼-왈리스 검정의 H 통계값은 14.902, 유의확률은 0.011로 나타났다.

전주 한옥마을 내 도로에 따라 실거리가 차이를 살펴 본 결과 2010년에는 유의한 차이를 보이지 않았으나, 2013년에는 유의수준 0.1에서, 2016년에는 유의수준 0.05에서 유의한 차이를 보였다. 또한 한옥마을의 중심로인 태조로, 은행로에서 실거리가가 높은 것으로 나타났다.

3) 사회적 재생 관광객 감성(인식)분석

도시재생이 중요한 도시정책 패러다임으로 주목받고 있는 현 시점에서 도시재생사업의 목표 달성과 지속적 운영을 위한 연구가 이루어져야 하며, 이를 위해서는 사업이 이루어지는 지역에 직·간접적으로 영향을 주고받는, 그 곳을 찾는 사람들의 인식에 대한 논의

가 필요하다(오후 외, 2016)

이에 본 연구에서는 SNS 자료를 활용하여 2016년 한옥마을에 대해서 실제 관광지를 방문하는 관광객들의 인식을 분석해보고자 한다.

한국인터넷진흥원에서 조사한 '2015 모바일인터넷 이용실태조사'에 따르면 만 12세 이상 59세 이하 모바일인터넷이용자 중 모바일을 이용한 SNS이용률이 80.9%로 나타났으며, 50대 역시 60.5%가 SNS를 이용하는 것으로 조사되었다. 그러므로 다양한 연령대를 고려하여 관광객의 인식을 조사할 수 있을 것으로 사료된다.

SNS 데이터는 사람들이 가장 많이 사용하는 Twitter와 Instagram 데이터를 수집하였으며, 2016년 2월 14일부터 2016년 3월 31일까지의 '한옥마을' 키워드를 포함한 데이터를 수집하였다. 사회적 재생 역시 2010년과의 비교가 가능하지만 Twitter 데이터 특성상 게시 후 7일 이내 데이터만 수집 가능하여 2016년의 데이터만을 수집하였다. 수집된 데이터 중 전주 한옥마을이 아닌 다른 지역의 한옥마을에 대한 데이터와 리트윗(Retweet), 광고 데이터를 제거한 뒤의 총 수집데이터는 11,017건이었다.

전주 한옥마을에 대한 SNS 데이터를 빈도분석 한 결과는 <그림 6>과 같으며 '한복, 여행, 사람, 사진, 친구, 비빔밥, 카페, 음식, 성당, 떡방, 맛집' 등의 키워드 언급 빈도수가 높은 것으로 나타났다.

빈도수가 높다는 것은 SNS 게재 시 특정 키워드에

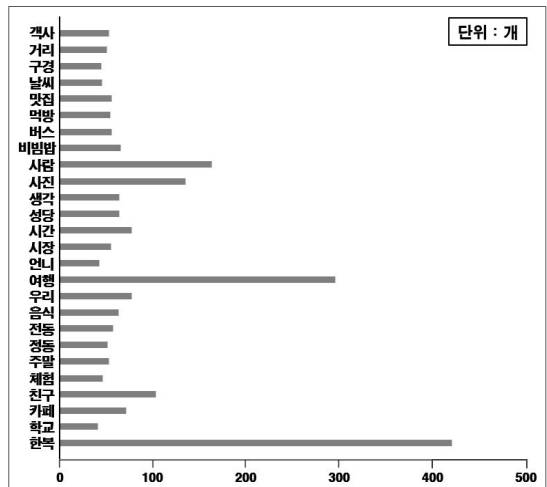


그림 6. 전주 한옥마을 SNS 빈도분석 결과

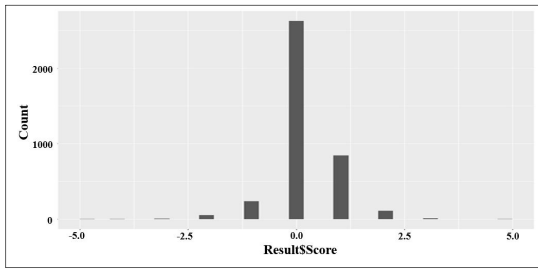


그림 7. 전주 한옥마을 SNS 감성분석 결과

대한 언급이 잦았다는 것이므로, 이러한 결과를 통해 관광객들이 성당이나 오목대, 경기전 등과 같은 한옥마을의 주요 관광지보다 음식, 한복, 카페 등 상업적 요소에 더 많은 관심을 가지고 있으며 더 많이 이용하는 것을 알 수 있다.

감성(인식)분석은 텍스트를 작성한 사람들의 의견, 태도, 성향 등과 같은 주관적인 데이터를 가지고 특정 주제에 대해 긍정인지 또는 부정인지를 분류하는 기술이며, 오피니언 마이닝(opinion mining)이라고도 한다. 감성점수가 0보다 크면 대체로 긍정적 의견을 나타내고, 0이면 중립적 의견, 0보다 작으면 부정적 의견을 나타내는 것으로 간주한다(임동훈, 2015).

전주 한옥마을에 대한 SNS 감성분석 결과는 <그림 7>과 같다.

감성점수가 0인 중립적 의견을 제외하면 긍정적인 의견이 부정적인 의견보다 3배 가량 많고, 아주 긍정적인 의견이 약간 긍정적, 약간 부정적인 의견보다 훨씬 적은 것으로 나타났다. 이러한 결과를 텍스트 빈도 분석 결과와 함께 고려해 보면, 관광객들이 상업적 요소들에 대해 평균 감성점수가 0.189로 대체로 긍정적인 것으로 나타났다.

수집된 SNS 데이터를 토대로 전주 한옥마을에서 가장 많이 언급된 주요 키워드들은 한옥마을, 음식, 한복, 전망, 숙박, 성당으로 분류된다. 각 키워드에 대한 관광객들의 인식이 나타난 SNS만을 추출하여 긍정적, 부정적 인식으로 분류하면 <표 4>와 같다.

전주 한옥마을 전체에 대한 747건의 인식 중 ‘사람이 많다’라는 인식을 제외하고는 부정적인 의견보다 긍정적인 의견이 많았다. 또한 전주 한옥마을의 세부 요소 중 음식, 한복에 대한 의견이 많은 것으로 나타났다. 음식의 경우 전체 의견 중 88% 이상이 긍정적인 인식이 높은 것으로 나타났으며, 한복 역시 전체의

91%가 긍정적인 인식인 것으로 나타났다. 전망과 성당의 경우 모두 긍정적 인식을 가지고 있는 것으로 나타났다. 반면 숙박의 경우 건수는 적지만 전체 중 60%가 부정적인 인식을 비추었으며, 전체적으로 ‘비싸다’는 가격에 대한 부정적인 인식이 강하여 이에 대한 대책 마련이 필요한 것으로 나타났다. 또한 모든 요소들을 통합한 전체적인 전주 한옥마을에 대한 인식은 긍정적인 반응이 많은 것으로 나타났다. 하지만 ‘상업화 되다’, ‘정체성 잃다’, ‘젠트리피케이션’ 등 상업화에 대한 우려를 관광객 역시 인식하고 있으므로 전주 한옥마을의 정체성을 확립하고 전주 한옥마을만의 장점을 부각하여 관광객을 유치할 수 있는 방안 또한 마련하는 것이 필요할 것으로 보인다.

이상 SNS 분석을 통하여 관광객들이 한옥마을에 대해 가지고 있는 인식을 분석할 수 있었으며, 음식의 종류나 한복대여의 장점을 부각하고, 주차문제, 쓰레기

표 4. 관광객 감성(인식) 분류결과

(SNS분석 결과 활용) (단위: 건)

구분	긍정적 인식	부정적 인식
한옥마을 (747)	가고 싶다(148), 좋다(87), 재미있다(70), 예쁘다(54), 기대된다(18), 멋진 곳이 많다(11), 추억여행(5)	사람 많다(127), 구경할게 없다(58), 상업화되다(28), 비싸다(27), 안갈 것 같다(26), 별로다(18), 정체성 잃다(17), 재미없다(13), 특색 없다(12), 젠트리피케이션(5), 복잡하다(5), 주차 힘들다(4), 쓰레기 많다(3)
음식 (562)	맛있다(189), 먹방 여행(179), 음식종류가 많다(67), 먹고 싶다(54), 좋다(2), 예쁘다(2)	비싸다(33), 맛없다(28), 별로다(5), 식사할 곳이 없다(3)
한복 (112)	예쁘다(51), 입고 싶다(41), 좋다(7), 추억여행(3)	비싸다(1), 불편하다(1)
전망 (42)	운치 있다(27), 예쁘다(14), 좋다(1)	-
숙박 (10)	예쁘다(3), 운치 있다(1)	비싸다(2), 좁다(2), 방음이 안 된다(1), 추천 안 한다(1)
성당 (9)	아름답다(7), 좋다(1), 웅장하다(1)	-

기문제, 높은 물가 등의 단점을 보완 할 수 있는 제도나 개발방향의 개선이 필요할 것으로 보인다. 또한 '정체성 없다', '특색 없다', '상업화 되었다' 등 상업화에 관한 의견이 많음에 따라 한옥마을의 정체성을 살릴 수 있는 체험 프로그램 개발이나 이벤트가 필요하다고 사료된다.

5. 결론 및 정책적 시사점

도시는 지역의 특성에 따라 성장·쇠퇴하기 때문에 그 원인에 대한 정확하게 진단하여 올바른 도시재생이 추진되어야 한다(장문현, 2016). 따라서 도시재생사업, 특히 관광을 중심으로 한 도시재생사업은 각 지역의 특색과 관광객의 수요에 맞춰 진행되어야 할 것이다.

이에 본 연구에서는 연간 약 600만 명 정도의 관광객이 찾는 한옥마을을 대상으로 도시재생사업지의 물리적, 경제적 재생 차원에서 변화 과정을 면밀히 분석하고, 관광객 인식분석을 통해서 전주 한옥마을 도시재생사업의 정책방향 재정비를 도모하고자 하였다.

이를 위해 토지이용 변화, 실거래가 변화 실태분석 및 관광객들의 SNS 데이터를 활용하여 인식 현황을 분석하였으며 연구결과를 정리하면 다음과 같다.

첫째, 전주 한옥마을의 물리적 변화를 확인하기 위해 토지이용변화를 분석한 결과 2010년에는 주거 위주의 성격이 강했으나, 2016년에는 상업 위주로 변화한 것으로 나타났다. 공간적으로 보면 2010년에 비하여 2016년에 상업·숙박용 건물들이 태조로와 은행로를 중심으로 확대되었으며, 주요 도로를 따라 주거용 건물이 상업·숙박용 건물로 변화한 것을 확인 할 수 있었다. 이러한 결과를 보아 전주 한옥마을이 주요 도로를 중심으로 상업화가 진행되어 가고 있음을 알 수 있다.

둘째, 전주 한옥마을의 경제적 변화를 확인하기 위하여 실거래가 분석을 한 결과 2010년에는 전주 한옥마을 내 도로에 따라 실거래가 차이가 유의하지 않은 것으로 나타났으나 2013년과 2016년에는 각 유의수준 0.1과 0.05에서 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다. 특히 도로 정비 사업이 진행된 은행로와 태조로의 실거래가가 다른 도로들 보다 높은 것으로 나타났다.

셋째, 관광객의 인식조사를 위하여 전주 한옥마을

관광객들의 SNS 데이터를 빈도분석 하였다. 그 결과 관광객들은 주요 역사·문화 관광지 보다 상업적인 요소를 더 많이 이용하고 있으며, 관심 또한 많은 것을 확인 할 수 있었다. 또한 SNS 자료를 이용하여 감성 분석 및 주요 키워드 분석을 수행한 결과 대부분 긍정적이었지만 한옥마을의 상업화에 대한 의견도 많은 것으로 나타나 물리적, 경제적 재생 분석 결과와 일맥상통하는 것을 확인할 수 있다.

이상의 결과를 토대로 세 가지 시사점을 도출하였다. 첫째, 전주 한옥마을은 문화예술거점지역으로 정비하고 쾌적한 주택지로서 정주환경을 구축하고자 한 전주시의 재생사업의 초기 의도와는 다르게 한옥마을이 상업화 되어 가고 있다는 문제가 있음을 파악하였고, 전주 한옥마을의 정체성을 유지하기 위한 정책이 필요한 실정이다. 비주거시설의 증가와 상업화로 인한 주거지역 프라이버시 침해, 소음증가 등의 주거환경악화로 이어질 뿐만 아니라 거주인구 감소가 공동화 현상의 원인으로 작용할 가능성이 있기에 지나친 상업화를 억제해야 할 것이다. 이를 위해 도로별 일정수 이상의 상업시설 입점을 제한하는 등 지구단위 계획을 재정비 할 필요가 있다.

특히 전주 한옥마을 부동산 가격이 급등하여 개발과 시설개선 정책에 걸림돌로 작용하지 못하도록 임대료 폭등 방지 대책 마련을 위한 관과 건물주 간의 임대료 동결 협정 및 정책 방향 재정비가 시급하다고 할 것이다. 또한 도시재생사업지 재정비 시 토지이용 현황 및 관광객들의 의견을 상시적으로 수렴하여 대책을 마련하여야 하고, 정체성 상실 및 젠트리피케이션 등의 방지 대책도 필요할 것이다.

둘째, 도시재생 측면에서 지가상승은 바람직한 현상이지만 다른 한편으로는 전주 한옥마을의 주거지역으로서의 경쟁력을 점차 잃게 됨과 동시에 투자의 대상으로 인식되는 결과를 초래할 가능성이 높은 것으로 판단된다. 이처럼 지가상승은 주거환경의 악화로 이어지므로 이에 대한 대책 마련도 필요하다.

셋째, 관광객들의 인식조사 결과 긍정적인 의견도 많았지만 물리적 분석에서 확인된 상업화 현상에 대한 의견 또한 많은 것을 파악하였다. 이에 따른 쓰레기문제, 높은 물가 등의 문제점과 더불어 정체성 상실 및 상업화 등을 방지하기 위하여 한옥마을의 정체성을 살릴 수 있는 전통 체험 행사 등을 개발해야하며, 온라인, 이벤트 등을 통한 홍보로 전주 한옥마을의 상

업적 이미지 보다는 전통적 이미지 확립이 필요할 것이다.

마지막으로 관광객 의견을 설문조사가 아닌 SNS를 활용하여 의견을 수집하였으며 추후 다른 도시재생사업 및 각종 사업의 관광객의 의견을 반영하는데 SNS가 활용 가능함을 확인할 수 있었다는데 의의가 있다.

본 연구는 전주 한옥마을의 도시재생사업에 따른 변화 실태 및 관광객 인식을 분석하였으며 그 결과는 추후 도시재생사업을 수행함에 정책 수립 시 기초자료로 활용될 수 있을 것으로 기대된다.

주

- 1) SNS bigdata 수집 프로그램으로서 원하는 키워드를 포함한 데이터를 수집하여 주는 프로그램임.
- 2) 오픈소스 프로그램으로서 데이터마이닝, 통계 분석 등을 위한 프로그래밍 언어임.

문헌

고평채·김호철, 2011, 전주한옥마을 보전정비사업에 따른 주거만족도 평가에 관한 연구, 한국지역개발학회 학술대회, 1-17.

김경천·김갑열·이재수, 2015, 도시재생 지역선정을 위한 평가지표 연구 -도시재생 활성화 및 지원에 관한 특별법을 중심으로-, 부동산학보, 61, 31-45.

김주영·문태현·이진학, 2016, 빅데이터를 활용한 도시재생사업 내 토지이용 변화 및 방문객 인식 분석: 전주 한옥마을을 중심으로, 2016 한국지리정보학회 춘계 학술대회 논문집, 52-53.

김홍순, 2010, 신사동 가로수 길과 삼청동 길의 활성화 요인 연구, 대한건축학회논문집 계획계, 26(5), 325-334.

문병운, 2016, 전통주거지역 활성화에 따른 주변지역의 토지이용 변화 특성에 관한 연구 -전주 한옥마을을 중심으로-, 전북대학교 대학원 석사학위논문.

박재희·강영옥, 2014, 트윗을 이용한 서울시 주거환경 만족의 공간적 특성 분석 -도시정책지표 보안을 위한 활용방안 모색-, 한국도시지리학회지, 17(1), 43-56.

박진문, 2012, 계층분석법에 의한 지역문화자원 활용

도시재생 연구, 경원대학교 대학원 석사학위논문.

송재복, 2010, 시차(time lag)에 따른 지방거버넌스의 변화 -전주한옥마을조성사례를 중심으로-, 한국자치행정정보, 24(2), 68-92

오후·장인수·황희연, 2016, 도시재생사업 인지도가 장소애착에 미치는 영향 -청주시 중앙동 도시재생사업 대상지를 중심으로-, 한국지역지리학회지, 22(3), 643-654.

유애림·박성신, 2015, 도시재생사업 과정에 나타난 군산 원도심의 변화 -근대역사문화벨트화사업 경관로 및 탐방로를 중심으로 한 공간 및 점유자 변화-, 대한건축학회연합논문집, 17(6), 1-11.

윤정란·여옥경·장성화, 2012, 문화적 도시재생전략 비교 연구 -전주시 및 군산시 사례를 중심으로-, 국토지리학회지, 46(3), 321-332.

이나영·안재섭, 2014, 문화적 도시재생전략의 사례 연구 -서울 서촌을 중심으로-, 한국사진지리학회지, 24(4), 109-122.

이희연·노승철, 2013, 고급통계분석론, 문우사, 경기도.

임동훈, 2015, R을 이용한 빅데이터 분석, 자유아카데미, 경기도.

장문현, 2016, GIS와 공간통계기법을 활용한 도시쇠퇴 특성 분석 -광주광역시를 중심으로-, 한국지역지리학회지, 22(2), 424-438.

전주시, 2010, 구도심 활성화를 위한 DB구축 조사 보고서.

정영철·이기호·배하석·신철민, 2012, 보건복지 부문의 소셜미디어 활용 현황 및 정책과제, 한국보건사회연구원, 2012-43.

진양명숙·문보람, 2014, 주거지에서 관광지로: 전주 한옥마을 관광지화의 명암, 지방사와 지방문화, 17(1), 177-208.

채용훈, 2014, 전주 한옥마을 주변지역의 변화특성에 관한 연구 -전주동문거리를 중심으로-, 전북대학교 대학원 석사학위논문.

최숙희, 2009, 심리통계학의 이해, 시그마프레스, 서울.

최지연·김동현, 2014, 유비쿼터스 시대에 전주 한옥마을 활성화가 인근지역 지가영향요인에 미치는 연구, 한국전자통신학회지, 9(4), 515-525.

최지연·김동현, 2013, 구도심 활성화가 인근지역 지가영향요인에 미치는 연구 -전주 한옥마을 중심으

로-, 한국전자통신학회지, 6(1), 127-133.
한진성·윤지환, 2016, 소셜 빅데이터 텍스트 마이닝
을 활용한 부산국제영화제(BIFF) 활성화 방안 연
구-영화제 개최 전, 후 비교 분석을 중심으로-, 한
국관광학회지, 40(1), 133-145.
한국인터넷진흥원, 2016, 2015년 모바일인터넷이용
실태조사 최종보고서.
국토교통부 실거래가 공개시스템
<http://rt.molit.go.kr>
국가공간정보통합 서비스

<http://www.nsdi.go.kr/>

• 교신 : 문태현(52828, 경남 진주시 진주대로 501
경상대학교 도시공학과)(이메일: thmoon@gnu.ac.kr,
전화: 055-772-1776)

Correspondence : Moon, Tae-Heon(52828,
Department of Urban Engineering, Gyeongsang
National University, 501, Jinju-daero, Jinju-si,
Gyeongsangnam-do, Korea)(E-mail: thmoon@gnu.
ac.kr, phone: +82-55-772-1776)

(접수: 2017.01.24, 수정: 2017.02.10, 채택: 2017.02.13)