

# 지하철역과 연계된 시설이 역사 내부 상업공간 임대료에 미치는 영향

## Effects of Facilities Linked to the Subway Stations on the Rent of Commercial Spaces Inside the Stations

조영혜, 이명훈

한양대학교 도시대학원 도시·지역개발경영학과

Young-Hai Cho(wooriga@hanmail.net), Myeong-Hun Lee(mhlee99@hanyang.ac.kr)

### 요약

본 연구는 역사 내·외부 연계시설이 개별 임대 매장들이 집적된 역사 내부 상업공간의 활성화에 영향을 주는 지를 분석하였다. 활성화 판단 요인을 매출을 대체할 수 있는 임대료로 하였다. 판매, 문화, 업무/주거, 공공기관, 교통의 연계시설 변수 외 역사의 입지 요인인 일일 승하차 인원과 역사 내부 상업공간의 가장 많은 업종수를 차지하는 상품 판매업을 독립변수로 선정하였다. 회귀분석 결과, 임대료는 상품 판매업, 연계된 판매, 교통시설 그리고 승하차 인원 에 영향이 있다는 것을 증명하였다. 이러한 결과는 역사 내 상업공간 활성화에 구매력을 높일 수 있는 판매 상품 구성과 역사 내부로 유입인구를 증가시킬 수 있는 시설 연계 방향이 필요함이 도출된 것이다. 정책적인 관리 방안으로 활성화가 위축되어 공실 발생률이 높은 역사는 일상생활과 주민 편익을 위한 생활밀착형 생활 SOC 설치를 제언하였다.

■ 중심어 : | 연계시설 | 지하철 역사 | 역사내부 상업공간 | 역사내부 공간 | 상업공간 임대료 | 상업공간 면적 |

### Abstract

This study aims to analyze whether facilities linked to the inside and outside of the station affect the revitalization of commercial spaces inside the station where individual rental stores are clustered. Rent, which can replace sales, was set as the determining factor for revitalization. In addition to the variables related to sales, culture, office work/residential, public institutions, and transportation facilities, the independent variables were the number of daily passengers, which is a location factor of the station, and the product sales business, which accounts for the largest number of industries in the commercial space inside the station. As a result of regression analysis, it was proved that rent has an effect on product sales business, linked sales facilities, transportation facilities, and the number of passengers on board. These results indicate that the formation of sales products that can increase purchasing power and the direction of facility linkage that can increase the inflow population into the station are needed to revitalize commercial spaces in the station. In this study, the establishment of a living-friendly SOC for residents' convenience daily life was suggested as a policy management plan for stations with a high vacancy rate due to reduced vitalization.

■ keyword : | Linked Facilities | Subway Station | Commercial Space in Subway Station | Store Rent inside Subway Station | Store Space inside Subway Station |

## I. 서론

1980년대 이후 급속한 경제성장과 산업화의 변화로 도시는 급속한 성장이 이루어지며 인구, 사회, 경제 등 인구 활동이 도심에 집중되었고[1]. 인프라는 확장되고 특히, 대중적인 교통수단인 지하철 노선 확장은 나날이 늘어났다. 지하철은 지속해서 확대 및 발전되었으며, 도시의 중요 이동수단 뿐 아니라 이동의 결절점(結節點) 역할[2]을 하였다. 이를 바탕으로 1970년대 들어 지하철 내 지하 공간이 개발되었고, 역사와 통로의 연계화 사업이 촉발되어 시청, 을지로, 종로 구간 등 지하 보행 네트워크가 이루어지기 시작했다[2]. 또한, 1989년 민자 유치를 통해 역사 내부에 상업공간 형성이 본격적으로 시작되었다[3]. 이러한 상업공간 형성은 유동인구 유입으로 집객(集客)을 증가시키는 지하철 역사의 입지적 특성으로 가능했다. 이러한 입지적 특성을 가진 역사 공간과 더불어 상권을 활성화 시키고자 상생(win-win) 전략에 따라 한국 철도공사는 주요 지하철 역사에 백화점, 대형마트 등 대형 상업시설들을 유치하였고 쇼핑, 비즈니스, 문화 등의 다양한 공간으로 발전하였다[4]. 이러한 역사 공간의 상업화는 역사 내 상업공간과 주변 상권의 임대료에 직·간접적으로 영향을 주었다. 유동인구의 증가는 임대료를 상승시킨다[5]. 역사의 상업화는 유동인구를 증가시키며 임대료를 상승시켰으며 그 외 역사 건물 특성 내부구조, 역사가 입지된 지역특성, 역 연계시설물, 역 이용 승객 특성 등 여러 요소들의 영향을 받으며 형성되었다. 이러한 임대료에 영향을 주는 요인들을 파악하는 것은 상업공간의 수익성 측면에서도 중요하며 효율적인 역사공간 운영과 정책적인 관리 방안을 위해 필요하다.

특히 역사로 시설이 연계되는 개발방식은 역사 내 상업공간 임대료에 반영될 새로운 영향요인이다. 연계시설의 특성을 살펴보면, 지하철 역사는 교통 네트워크라는 “이동의 편리성”을 갖는 차별화된 공간구조로 이루어졌다. 이러한 이동의 편리성을 가진 공간은 유동인구를 증가시키는데 이러한 상권 활성화 요소를 활용하여 역사공간으로 대형 상업시설, 교통시설, 문화시설 등이 역사 내부로 직접 연계되거나 시설의 통로가 지하철 역사 내부로 연계되면서 역사 내 상업공간의 대형화가 형

성되기 시작했다. 대표적인 예를 들면, 삼성역, 영등포역, 서울역, 왕십리역 등 역사 내·외부에 복합상업 공간이 형성되었다. 이를 확장하면, 삼성역은 코엑스 쇼핑몰이 역사 내부로 연계되었고, 영등포역, 서울역, 왕십리역은 민자개발을 통해 대형 복합 상업시설이 역과 연계하였으며, 강남역은 지하상가가 역의 통로로 연결되었다. 이렇게 역사 내·외부 시설이 지하철 역사 내부로 연계되며 역사 외부 뿐 아니라 내부도 상권이 대형화되며 활성화 되었다. 이러한 역사 내부 상업시설의 발달은 국토교통부가 2011년 「지하공공보도시설의 결정·구조 및 설치 기준에 관한 규칙」을 개정함으로써 역사 주변 대형시설의 통로가 역사 내부로 연결할 수 있는 근거를 마련하면서 더욱 발전하게 되었다. 이러한 효과는 집객 효과가 상승하여 역사는 부대 수입이 증가[6]하는 긍정적 영향이 발생하였다. 그러나 이러한 역사 내·외부로 연계된 시설이 역사 내부의 기존 상업공간에 상생하는 긍정적 효과를 주고 있는지 소멸 또는 축소하는 부정적 효과를 주고 있는지에 대해 파악 할 필요가 있다. 이러한 필요성에 의해 본 연구에서는 역사 내부의 활성화 여부를 판단할 수 있는 매출을 대체할 수 있는 변수이며 수익성 측면에서도 중요한 임대료를 변수로 하여 역사 내부와 연계된 시설이 역사 내 상업공간의 임대료에 어떤 영향을 주는지 분석하여 역사 내부 공간개발의 방향성과 역사 내부 공간과 주변 상업시설의 이용 방향을 제시하여 지하공간 토지이용 정책 수립에 일조하고자 한다.

## II. 이론적 고찰

### 1. 역사 내·외부 공간특성

「철도산업발전기본법 및 철도건설법」에 따르면, 철도 시설은 물류시설, 환승시설과 함께 역사 건물 내 판매 시설, 업무시설, 근린생활시설, 근린공원 시설, 숙박시설, 관람, 집회시설, 전시시설을 갖춘 곳으로 정의하고 있다[7]. 지하철 역사 공간은 사회 변화에 따라 진화되어 왔다. 근래 들어 역사의 신·증축 등 물리적인 측면 뿐 만 아니라 역 주변의 정비와 지역 발전 측면으로 개발이 확대되었다[8]. 이러한 측면에서 역사 내부 공간은

지상 주변 공간과 밀접한 연관을 갖고 변화되어 왔으며 특히, 도시 내의 교통 네트워크의 결절점으로써 역할이 두드러져있다[8]. 이러한 특성을 활용한 현상 중의 하나가 역사 내부로 시설을 연계하는 방식이다[8]. 이러한 개발방식으로 역사 내의 상업시설 증가세를 현격히 보여주고 있다[8]. 이것을 분류하면, 역사 내 상업공간은 개별 임대매장이 직접 되어있으며, 연계시설로는 복합 상업시설, 지하상가, 대형마트, 쇼핑몰이 있다. 또한, 역 외부에 위치하며 통로만 역사 내부로 연결된 시설물로는 주거, 판매, 문화, 교통시설 등을 들 수 있다.

### 1.1 역사 내부 상업 공간개념

역사 내 상업공간은 코레일, 도시철도공사가 운영 관리하며 개별 임대된 소규모 매장이 집적되어 형성된 공간이다. 역사 내 상업공간은 공중위생업, 의료 관련업, 체육시설업, 복사업, 금융관련업, 상품판매업, 기타의 업태로 구성되어 있으며 그중 식품, 식음료 잡화, 화장품, 스포츠용품, 문고/음반, 의료 패션잡화, 액세서리, 핸드폰, 생활용품 가구를 판매하는 상품판매업이 전체 매장수 1,834중 1,319개로 72%를 차지한다.[9]

### 1.2 역사 내부로 연계된 시설개념

역사 내부로 시설이 연계되는 방식에는 대형 쇼핑몰, 지하상가, 고속버스 터미널, 고속 철도역 등이 역사 내부로 직접 연결되거나, 외부에 있는 오피스빌딩, 아파트, 주상복합, 광장, 공원, 공공시설, 문화시설의 통로만 역사 내부로 연결되는 방식 등이 있다. 102개 역사로 연계된 시설 업종과 업태를 살펴보면 ① 대형마트, 백화점, 재래시장, 대형 쇼핑몰, 근린생활시설, 지하상가 같은 판매시설 ② 대형서점, 예식장, 전시 컨벤션 / 박물관, 영화관 / 공연장, 놀이동산, 체육시설, 공원 / 광장, 종교시설 같은 문화시설, ③ 아파트, 오피스텔의 주거시설 ④ 오피스 건물, 호텔의 업무시설, ⑤ 관공서, 병원, 학교, 공원 등의 공공시설, ⑥ 환승센터, 터미널, 공항, 주차장 등의 교통시설들이 하나의 역에 단일 또는 복합적으로 연계되어 있다.

### 1.3. 역사외부 환경

서울의 대중교통 분담률은 74%(버스 30.9%, 지하철

/철도 43.1%)를 차지하고 있다[10]. 지하철이 중심이 된 공간은 활용 가치가 높아짐에 따라 지하철역을 중심으로 일정한 거리를 갖는 지역을 역세권이라고 한다[8]. 즉 철도역이 위치한 세력권으로 역의 지배력이 미치는 물리적인 거리를 의미한다[4]. 그러나 학문적인 정의를 합의되지 않은 상태이며[4] 상대적으로 높은 지가를 형성하고 있다[8]. 역세권의 교통 네트워크는 유동인구가 집결하는 역할을 하게하며 지역의 다양한 활동의 중심지로서 상업적인 활성화가 형성되는 특성을 가진다. 이러한 역세권의 지상 상권의 지역별 특성은 역사 내부 상업공간에도 영향을 준다. 즉, 역사 지상 상권의 특성과 변화는 지하 상업공간의 형태도 변화시키고, 지하 상권의 축소 확대 및 업종 및 판매상품 구성에도 영향을 준다.

## 2. 역사 내부 상업공간 활성화 영향 요인

지하철 운영적자 해소 방안으로 부대사업 수입 확충이 대안으로 제시되어 지하철 역사 내에 부대사업으로 임대(상업)시설 설치가 시행되었다[11]. 즉 역사 내부 상업공간은 역사 공간을 활성화 시키는데 있어 중심적인 시설이며 역사 내 상업공간 매출의 높고 적음으로 역사 공간의 활성화 정도를 판단한다고 할 수 있다. 그러나 매출액은 개인정보(사업비밀) 등의 이유로 분석 자료로 적시하지 못하는 연구 환경으로 인해 매출을 대체할 수 있는 요인이 필요했으며 그 요인을 임대료로 판단하였다. 즉 임대료에 미치는 영향요인이 매출에도 영향을 주며 동시에 역사 공간의 활성화에도 영향을 주는 요인으로 판단하였다. 이러한 판단의 타당성은 역사 내 상업공간의 임대관리 주체인 한국철도공사의 임대료 산정 규정과 매출 및 임대료에 관한 선행연구를 근거로 하고 있다.

상가임대료는 사회적, 경제적, 지역적, 개별요인에 따라 영향이 결정된다[11]. 이와 관련하여 경제적인 측면에서 임대(상업)시설의 영업이익(매출액)을 확보하기 위한 적정 임대료 산정은 중요하다[11]. 한국철도공사는 가장 효율적인 임대료 산정 방식으로 매출의 15%를 수수료 방식으로 역사 내 상업공간의 임대료로 부과하고 있다[9]. 즉 한국철도공사에서 운영하는 역사 내부 상업공간 임대료는 매출에 비례하여 책정되었다. 이러

한 임대료 부가방식을 근거로 본 연구의 매출을 임대료로 대체하여 역사 공간의 활성화 정도를 판단하는 것은 타당성이 있다고 할 수 있다. 또한 매출과 임대료에 관한 선행연구를 살펴보면 장재민의 연구에서는 주변 아파트 매매가가 높은 역 내부에 위치한 상업공간의 임대료가 다른 역에 비해 높다고 연구되었다. 그 이유로 아파트 매매 가격이 높은 역은 구매력이 높고 승객 1인당 객단가가 높아 면적당 임대료가 높아진다[11]라고 하였다. 이결과는 역의 입지 환경으로 구매력이 높고 구매객단가가 높아져 매출 상승효과를 가져오며 매출이 상승하는 조건을 가진 역은 임대료도 상승한다고 해석할 수 있다.

상당수 창업 예비자들과 부동산 중개업자들의 견해로는 비용요인인 임대료가 높은 지역의 경우, 비싼 임대료에 대응하는 만큼의 매출을 올리기 때문에 입지 선정 시 임대료가 높은 지역을 선호하는 경향이 있고 기존의 임대료는 사실상 지역 상권의 활성화 정도와 비례하여 형성되어 왔다[4]. 김용래 연구에서는 역과 거리가 가까우면 교통이 편리하고 건물의 저층부 일수록 방문 횟수가 많고 이는 결국 매출액 증가로 이루어져 높은 임대료를 형성하게 된다[4]라고 하여 매출 증가는 높은 임대료가 형성된다는 근거를 바탕으로 두고 분석하였다. 이상민의 연구에서는 서울지역 나들가게를 대상으로 경영성과에 영향을 미치는 요인을 분석하였는데 입차료와 경영성과를 회귀분석 결과 부동산 입차료가 높을수록 경영성과가 높은 것으로 분석되었다[12]. 이는 입차료가 비싼 점포가 경영성과 즉 매출 성과를 올리기 좋은 입지라고 판단할 수 있다. 이와 같은 선행연구에 의해 임대료와 매출은 비례하여 형성된다고 판단 임대료를 매출 변수를 대체할 수 있는 역사 공간의 활성화 여부를 판단하는 변수로 하였다.

### 3. 선행연구

본 연구와 관련하여 역사 내 연계시설에 관한 연구와 역사 내부 상업공간의 임대료에 영향을 미치는 요인에 관한 선행연구 하였으며 역사 내부 상업공간만을 대상으로 한 연구가 미흡한 실정이어서 영업환경이 비슷한 지하상가에 관한 연구도 포함하여 선행연구 하였다.

연계시설에 관한 선행연구를 살펴보면 김성일, 정대

석 외, 이상훈 외, 연구는 복합 상업시설이 역과 연계된 민자역사나 쇼핑센터를 대상으로 공간디자인, 이용형태, 개발방향 측면에 관해 연구하였다[13-15]. 또한, 김종주는 복합 상업시설이 연계된 민자역사가 역사 외부 상권에 주는 변화를[16], 김용래 외는 백화점, 대형할인점, 일반 상업시설 면적이 매출에 미치는 영향에 관한 연구를 하였다[17]. 임한빈 외는 지하철 역사와 도심 사무용 건물과의 통로 연계에서 발생하는 전이(轉移) 공간의 공간계획에 관해 연구하였다[6]. 이와 같이 연계시설에 관한 연구는 대부분이 복합 상업시설이 역과 연계된 민자역사나 쇼핑센터를 대상으로 공간디자인, 이용형태, 개발방향 측면의 이론적 연구가 대부분이다. 그외 실증분석을 한 채희만 외 연구에서는 역사 내부로 연계된 코엑스 쇼핑몰을 대상으로 허브화를 모형을 적용하여 분석하였다. 입점 매장들의 앵커 테넌트와의 거리, 주동선과 접속여부, 면적, 업종이 유의한 영향을 주는 것으로 분석되었다[18].

역사 내 상업공간과 지하상가의 임대료 영향요인에 관한 선행연구를 살펴보면 장재민 외는 지하철 5, 6호선을 대상으로 역사의 지역적 요인, 개별요인, 사회적 요인, 경제적 요인들이 역사 내 상업시설 면적, 임대료에 미치는 영향을 실증분석하고 적정한 임대면적과 임대료 산정식을 도출하였으며 승하차 인원과 아파트 매매 가격이 임대료에 영향을 주는 요인으로 분석되었다[11]. 홍성효 외는 지하상가 임대료에 인구수가 20만명을 넘는 상점가, 관공서, 학교, 관광명소나 유적지, 아파트나 오피스텔, 은행, 병원의 수, 대중교통 접근성이 유의한 영향을 준다고 분석하였다[19]. 이달님은 지하철 5, 6, 7, 8선 역사 내 상업공간의 임대료에 입지특성, 역사특성, 상가 특성의 요인들이 미치는 영향을 전체, 지역별, 호선별로 분석하였다. 버스 노선수, 고등학교수, 강남지역, 운임 구역 내 매장이 위치한 경우가 임대료를 높이는 요인으로 분석되었다[20]. 형선미는 235개 역사 내 매장 임대료에 지상, 지하상권 특성, 개별상가 특성에 속한 하위요인들 중 유동인구 수, 주변 상가업소 수, 승하차 인원, 운임구간, 편의점, 화장품, 식음업종이 양(+)의 영향을 주는 요인으로 분석되었다[21]. 최열 외는 지하상가의 임대료 수준을 평가 하는데 있어 영향을 미치는 지하상가의 상점운영 특성, 환경특성, 지

상의 입지특성 요인들에 대해 실증적으로 분석하였다 [22].

그 외 일반적인 상가임대료는 여러 요인의 영향을 받으며 형성된다. 한국감정원에 따르면, 지상 상가임대료는 위치하는 층의 영향을 받는다. 1층 47%, 2층 40%, 3층 25%로 조사되었다[23]. 염주호 연구에서는 강남지역의 경우 지하철역 근접성이 오피스텔의 임대료에 영향을 주며[24], 장동훈 외 연구에서는 상가임대료에 영향을 주는 요인으로 배후 아파트 단지의 세대수, 개별 공시지가, 권리금, 보증금, 상가 업종을 도출하였다 [25]. 문해주 외 선행연구에서 상가 권리금과 임대료는 동종 업종의 밀집도가 높을수록 공급 효과 발생으로 임대료가 감소한다고 하였다[5]. 임대료와 관련하여 평균 면적당 임대료와 유동인구는 마포구가 높았으며, 층 임대면적, 월 임대료, 인구밀도는 동대문구가 높게 나타났다. 또한, 사업 종목으로는 편의점과 액세서리점(화장품)이 임대단가, 연간 임대수입, 임대면적이 높은 것으로 조사되었다[11].

이를 종합해 보면, 사업 수익성에 있어 임대료는 중요한 변수이며 임대료 형성에 영향을 주는 요인들은 다양하게 분석되었다. 이러한 선행연구를 바탕으로 본 연구는 임대료에 영향을 주는 요인으로서 다루어지지 않은 연계시설(판매시설, 문화시설, 업무/주거공간, 공공기관, 교통시설)을 영향요인으로 하여 역사 내 상업공간의 임대료와 연계시설물이 어떠한 인과 관계가 있는지를 시설이 연계된 102개 서울에 위치한 역을 대상으로 하여 파악하였다.

#### 4. 연구의 차별성

기존의 선행연구에 있어 차별성으로는 첫째, 김동준 외, 김용래 외, 채희만 외 연구는 연계시설을 영향을 받는 대상으로 분석한 반면, 본 연구는 연계시설이 역사 내 상업공간에 영향을 주는데 관점을 두고 있다. 둘째, 선행연구에 있어 연구대상으로서 연계시설은 민자 복합 상업공간, 쇼핑센터, 지하상가만을 대상으로 하였으나 본 연구는 역사 내·외부로 연계된 모든 시설의 종류를 대상으로 실시하였다. 셋째, 30개 미만의 역을 연구 대상으로 한 선행연구에 비해 시설이 연계된 모든 역(102개소)을 연구대상으로 하여 연계시설의 영향을 전

체적으로 파악하였다. 넷째, 역사 내부 상업공간의 임대료에 관한 영향요인 중 선행연구에서 다루어지지 않은 역사 내, 외부 연계시설을 영향요인으로 하여 분석하였다. 다섯째, 장재민 외 연구에서는 역사 내부 상업공간의 면적을 종속변수로 하여 면적에 대한 영향요인을 분석[11]하였으나 본 연구에서는 면적을 임대료에 영향을 주는 영향요인으로 독립 변수화하여 임대료와 면적과의 인과관계가 있는지를 파악하였다.

### III. 연구설계

#### 1. 연구모형

연구모형은 다음 그림과 같다.

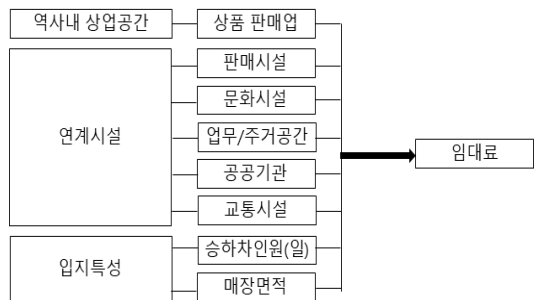


그림 1. 연구모형

#### 2. 연구방법 및 가설설정

연구가설은 예상 결과를 제안함으로써 연구를 통해 구체적인 인과관계를 검증하는 데 있어 중요하다. 본 연구는 광역철도 및 지하철역 616개 역(2020년 시점) 중 서울이면서 연계시설이 있는 역(102개소)을 연구 범위로 하였으며, 독립변수로는 역사 내 상업공간 특성으로 상업공간 중 가장 많은 매장수를 가진 상품 판매업을 역사 내 연계된 시설로 판매시설, 문화시설, 업무/주거공간, 공공기관, 교통시설과 입지 요인으로 역사 내 대표적 입지요인인 승하차 인원과 역사 내 상업공간의 매장면적으로 하였다.

역사 내부 상업공간의 상품판매업은 어떤 특정 제품에 대하여 판매업자가 직접 판매하는 고유 형태의 사업 방식으로 구매 담당자가 상품을 직접 선정하여 소비자

에게 판매하는 MD(merchandising)방식이다. 식품, 식음료 잡화, 화장품, 스포츠용품, 문고/음반, 의료, 패션/잡화, 액세서리, 핸드폰, 생활용품/가구 등이 있으며 이러한 상품 판매업이 역사 내 상업공간 전체 매장의 72%로 가장 많이 차지하고 있다[9].

판매시설은 건축법 시행령에 그린 생활시설로 구분하고 일정 규모(1,000㎡) 이상을 갖추어야 한다. 이를 세분화하면 도매시장, 소매시장(시장, 대형점, 쇼핑센터 등), 상점으로 구분할 수 있으며, 일반적 판매시설을 상점이라고 한다. 역사 내부로 연계된 이러한 판매시설이 상권 또는 지역적 환경조건에 영향을 따라 임대료에 영향이 있을 것이다.

**가설 1. 상품판매업에 따라 임대료는 차이가 있을 것이다.**

**가설 2. 연계된 판매시설에 따라 임대료는 차이가 있을 것이다.**

문화시설은 문화예술진흥법 시행령에 따라 공연시설, 전시시설, 도서시설, 지역 문화 활동시설, 문화 보급, 전수시설, 종합시설 등 상세 분류되어 있다. 역사 내로 연계된 문화시설은 시민들의 문화적 욕구충족과 지역발전의 역할을 하며 점점 확대 되어가고 있으며 집객을 유도하여 근접된 상업시설의 활성화를 꾀할 수 있다.

업무/주거공간 중 주거공간은 개인과 가족의 생활권을 형성하는 공간이다. 주거공간 단지 내 별도의 상업시설이 형성되어 있으며 주변 인구수와 배후 아파트 단지의 세대수는 상가임대료에 긍정적인(+)인 상관관계를 맺고 있다[25]. 업무 또는 오피스빌딩도 건물 내 별도의 상업공간이 형성되어 있으며 주변의 고정 및 유동인구의 특성을 고려하여 건물 내 상업시설의 업종이나 운영관리 방식은 달라지고 있다[26]. 이러한 업무/주거공간 연계는 역사 내 상업공간 임대료에 영향을 줄 것이다.

**가설 3. 문화시설에 따라 임대료는 차이가 있을 것이다.**

**가설 4. 업무/주거공간에 따라 임대료는 차이가 있을 것이다.**

공공기관은 '공공기관의 운영에 관한 법률'에 의해 기획재정부 장관이 매년 지정하는 기관으로서 정부의 투자, 출자, 재정 지원 등으로 설립해 운영되는 기관이다. 역사 내부로 연계된 공공기관은 관공서, 병원, 교육 시설 등이 있다.

역사 내 연계된 교통시설로 공항, 고속철도 터미널, 고속버스 터미널, 환승 주차장이 있으며 이는 많은 유동인구를 역사 내로 집중시키며 대형시설로 역사와 연계되므로 기존 역사가 대형화되는 효과를 갖게 되며 이는 역사 내 상업공간의 임대료에 영향을 미칠 수 있다.

**가설 5. 공공기관에 따라 임대료는 차이가 있을 것이다.**

**가설 6. 교통시설에 따라 임대료는 차이가 있을 것이다.**

김기준 외는 오피스빌딩 내 상업시설은 원거리 보다는 주변 지역의 유동인구 수요를 흡수하여 임대료 상승 효과가 나타나 유동인구가 임대료에 영향을 준다고 하였다. 유동인구수가 상권 존재 여부에 영향을 주는 것과 같이 역사 내부 유동인구는 승차차 인원으로 형성되며 승차차 인원은 역사 내 대표적인 입지 요인으로 역의 지역적 특성에 따라 역사 내 상업공간 임대료에 영향을 미칠 수 있다. 특히, 지하철은 대중교통 중 가장 신속한 이동이 가능하며 교통 분담률 74%중 43.1%를 차지[10] 다른 대중교통에 비해 이용자 수가 많아 지하철 역사 내 유동인구는 역사 내 상업공간 임대료에 영향을 미칠 수 있다.

매장면적은 통계청의 통계 용어상 사업체가 영업 활동을 하기 위하여 실제로 사용하고 있는 면적을 말한다[28]. 유통산업 발전법에 의하면 매장을 상품의 판매와 이를 지원하는 용역의 제공에 직접 사용되는 장소로 정의하고 있다. 현재 한국철도공사에서는 역세권 활성화를 위하여 현재의 대규모 민자역사의 규모를 줄여 수익형 중소규모 복합역사로 개발 방향을 전환하였으며 주변 상권의 효율적 연계를 추진하고 있다[17]. 이는 영업면적에 따라 영업효율이 달라짐을 입증한 것이며 면적에 따라 역사 내 상업공간 임대료도 차이가 있을 것이다.

가설 7. 승하차인원에 따라 임대료는 차이가 있을 것이다.

가설 8. 매장면적에 따라 임대료는 차이가 있을 것이다.

### 3. 연구대상 및 자료수집방법

연구 자료는 한국철도공사(Korea Railroad Corporation)와 서울교통공사(Seoul Metro), 서울시 시설관리공단의 정보공개 요청을 통해 역사 내 상업공간의 임대료, 면적, 업종과 역사 내부로 연계된 시설의 업종과 업체에 관한 정보를 수집하였으며, 승하차 인원 및 노선수 등 입지적 요인들은 한국철도공사, 서울교통공사의 홈페이지를 통해 수집하였다. 지하철 역사 내부 상업공간의 집적된 매장의 업종은 한국표준 산업분류 표(Korean Standard of Industry Classification: KSIC)의 내용을 근거하여 분류하여 사용하였다.

### 4. 변수의 조작적 정의 및 도구

수집한 정보를 바탕으로 다음과 같은 요인들을 독립변수로 하였다. 역사 내 상업공간 특성요인으로 업체 중 가장 많은 매장수를 차지하는 상품 판매업을 독립변수로 하였으며 이에 해당하는 업종은 식품, 식음료/잡화, 화장품, 스포츠용품, 문고/음반, 의료 패션/잡화, 액세서리, 핸드폰, 생활용품/가구가 해당한다. 역사로 연계된 시설로 판매시설은 대형마트, 백화점, 재래시장, 대형 쇼핑몰, 근린생활시설, 대형서점, 지하상가 수물, 문화시설은 예식장, 전시 컨벤션, 영화관, 놀이동산, 체육시설, 공원/광장, 종교 시설수를, 업무/주거공간은 호텔, 아파트, 오피스빌딩, 공공기관은 관공서, 병원, 교육 시설수를, 교통시설은 고속버스 및 고속철도 터미널, 공항, 환승 주차장수로 하였으며 그 외 역사 입지특성으로 승하차 인원(일), 역사 내 상업공간 면적을 독립변수로 사용하였다. 종속변수로는 임대료를 설정하였다.

연구에서 사용한 자료의 특성을 살펴보면 다음과 같다. 일일 승하차 인원은 강남역(244,028인)이 가장 많고, 잠실역(201,074인), 고속터미널역(183,383인), 홍대입구역(181,968인) 순으로 많았고 광명역(5,457인)이 가장 적었으며 반포역(14,701인), 한양대역(16,493인) 순이었다[29][30]. 상업공간 면적은 고속터미널역

(9,530㎡)이 가장 규모가 컸고 광명(3,856㎡), 잠실(2,829㎡), 사당(2,805㎡), 오목교(2506㎡)역 순으로 높은 면적의 수준을 보였다. 오목교역은 상업공간 면적은 높았지만 대부분이 소송으로 인한 공실의 상태였다. 가장 낮은 면적은 방학역(10㎡)이었으며 그 외 독점유원지(30㎡), 삼성역(38㎡), 명동역(48㎡) 등이 낮은 면적 수준을 보였다[9]. 삼성역, 명동역의 경우 상업공간의 규모가 축소되고 연계된 쇼핑몰과 지하상가의 규모가 확대된 경우에 해당한 역이다. 역 전체 평균 면적은 686㎡로 분석되었다. 1㎡당 월별 임대료는 신촌역(732,390원)이 가장 높았고 강남역(716,233원), 압구정역(637,694원), 명동역(589,759원), 신림역(536,164원) 순으로 높은 임대료 수준을 보였고 가장 낮은 임대료는 천왕역(665,1원)이었으며 그 외 방학역(120,241원), 신당역(236,12원), 오목교역(266,89원) 등이 낮은 임대료 수준을 보였다[9]. 평균 임대료는 167,271(1㎡당/월)원으로 분석되었다. 잠실역의 경우 지하상가, 대형마트, 백화점, 대형 쇼핑몰, 예식장, 영화관, 호텔, 아파트, 오피스빌딩, 공연장, 놀이동산 등 판매시설, 문화시설, 업무시설, 주거시설 등 많은 시설이 복합적으로 연계되어 있다. 변수에 대한 설명은 [표 1]와 같다.

표 1. 변수 설정

구분	변수	특성
독립변수	상품 판매업 (역사 내 상업 공간 특성요인)	식품, 식음료 잡화, 화장품, 스포츠용품, 문고/음반, 의료 패션 잡화, 액세서리, 핸드폰, 생활용품 가구매장으로 업종은 한국표준 산업분류표의 내용을 근거하여 분류
	판매시설 (연계시설)	대형마트, 백화점, 재래시장, 대형 쇼핑몰, 근린생활시설(소규모 상가), 대형서점, 지하상가로 116개의 역에 분포되어 있다
	문화시설 (연계시설)	예식장, 전시 컨벤션/, 박물관, 영화관, 공연장, 놀이동산, 체육시설, 공원/광장, 종교시설로 27개의 역에 분포되어 있다
	업무/주거공간 (연계시설)	호텔, 아파트, 오피스텔, 오피스 빌딩이 48개의 역에 분포되어 있다
	공공기관 (연계시설)	관공서, 병원, 교육 시설로 5개의 역에 분포되어 있다
	교통시설 (연계시설)	고속 터미널, 고속철도 터미널, 공항, 환승 주차장이 10개의 역에 분포되어 있다.
	승하차 인원(일) (입지특성요인)	강남역이 최고 244,028명 최저 광명역 5,457명으로 분석되었다.
	매장면적 (입지특성요인)	고속터미널역(9530.25㎡)이 가장 규모가 컸고 가장 낮은 면적은 방학역(10㎡)이었으며 역 전체 평균면적은 686㎡로 분석되었다

종속변수	임대료 (매출 대체 변수)	신촌역이 732,390(1㎡/월)로 가장 컸으며 가장 낮은 임대료는 천왕역으로 665,1원(1㎡/월)이었다. 평균 임대료는 167,271(1㎡/월)로 분석되었다
------	-------------------	---

출처 : 한국철도공사와 서울교통공사, 서울시 시설관리공단에서 수집하여 산업분류표(KSIC) 근거하여 분류

### 5. 분석 방법

한국철도공사와 서울교통공사, 서울시 시설관리공단의 정보공개 요청에 의한 정보공개에 의한 2차 자료를 바탕으로 구성하여 분석하였다. 이에 표본의 이용 실태 및 특징을 분석하는데, 있어 SPSS Statistics 25.0 ver 통계 프로그램을 이용하여 빈도 분석, 상관관계 분석, 회귀분석을 통하여 검증하였다.

## IV. 분석 결과

### 1. 빈도분석에 의한 표본의 특성

빈도분석을 통한 본 연구에서 사용한 자료의 특성을 살펴보면 다음 [표 2]과 같다. 생활권은 도심권 24개 역(23.5%), 동남생활권 26개 역(25.5%), 동북생활권 22개 역(21.6%), 서남생활권 19개 역(18.6%), 서북생활권 11개 역(10.8%)으로 구성되며, 강남과 비강남권은 강남 31개 역(30.4%), 비강남 71개 역(69.6%)이 있다. 승하차 인원(일)은 5만 명 이하 47개 역(46.1%), 5~10만 명 이하 34개 역(33.3%), 10만 명 이상 21개 역(20.6%) 있었으며, 임대료는 1억 미만 80개 역(78.4%), 1~2억 미만 12개 역(11.8%), 2억 이상 10개 역(9.8%)이 해당되었으며, 매장면적은 100㎡ 미만 15개 역(14.7%), 101~200㎡ 미만 22개 역(21.6%), 201~300㎡ 미만 10개 역(9.8%), 301~500㎡ 미만 18개 역(17.6%), 501~1000㎡ 미만 18개 역(17.6%), 1000㎡ 이상 19개 역(18.6%)이 해당되었으며, 상품판매업은 10개 미만 77개 역(18.6%), 11~20개 미만 17개 역(16.7%), 21~42개 미만 8개 역(7.8%)이 있었으며, 판매 시설 0개인 역이 29개 역(28.4%) 1개인 곳은 40개 역(39.2%), 2개인 곳은 18개 역(17.6%), 3개인 곳은 8개 역(7.8%), 4개인 곳은 8개 역(2.9%), 8개인 곳은 4개 역(3.9%) 있으며, 문화시설은 0개인 곳은 81개 역(79.4%), 1개 16개 역(15.7%), 2개 8개 역(2.9%), 3개

1개 역(1.0%), 6개 1개 역(1.0%), 업무/주거공간은 0개 48개 역(47.1%), 1개 25개 역(24.5%), 2개 14개 역(13.7%), 3개 7개 역(6.9%), 4개 5개 역(4.9%), 5개 2개 역(2.0%), 6개 1개 역(1.0%)이 있으며, 공공기관이 있는 역은 5개 역(4.9%), 없는 역이 97개 역(95.1%), 교통시설은 12개 역(11.8%)에 있으며 90개 역(88.2%)은 없으므로 나타났다.

표 2. 표본의 특성

구분	빈도	퍼센트	
생활권	도심권	24	23.5
	동남생활권	26	25.5
	동북생활권	22	21.6
	서남생활권	19	18.6
강남/비강남권	강남	31	30.4
	비강남	71	69.6
승하차인원(일)	5만명이하	47	46.1
	5~10만명이하	34	33.3
	10만명이상	21	20.6
임대료	1억미만	80	78.4
	2억이상	10	9.8
매장면적	100㎡미만	15	14.7
	101~200㎡미만	22	21.6
	201~300㎡미만	10	9.8
	301~500㎡미만	18	17.6
	501~1000㎡미만	18	17.6
상품판매업	1000㎡이상	19	18.6
	10개미만	77	75.5
판매시설	11~20개미만	17	16.7
	21~42개미만	8	7.8
	0개	29	28.4
문화시설	1개	40	39.2
	2개	18	17.6
	3개	8	7.8
	4개	3	2.9
	8개	4	3.9
업무/주거공간	0개	81	79.4
	1개	16	15.7
	2개	3	2.9
	3개	1	1.0
	6개	1	1.0
	0개	48	47.1
공공기관	1개	25	24.5
	2개	14	13.7
	3개	7	6.9
	4개	5	4.9
	5개	2	2.0
	6개	1	1.0
교통시설	있다	5	4.9
	없다	97	95.1
총계	있다	12	11.8
	없다	90	88.2
총계		102	100.0



2. 상관관계 분석결과

가설 검증에 하는 데 있어 먼저 Pearson 상관관계를 실시하였다. 상관분석은 확률론과 통계학에서 두 변수 간 어떤 선형적 관계가 있는지를 분석하는 방법이다. 분석 결과 매장면적과 상품 판매업( $r=-.203^*$ )이 유의한 상관관계로 임대료는 상품 판매업( $r=.739^{***}$ ), 판매시설( $r=.502^{**}$ ), 업무/주거공간( $r=.229^*$ ), 교통시설( $r=.248^*$ ), 승하차 인원( $r=.496^{**}$ )과 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 상품판매업은 판매시설( $r=.486^{**}$ ), 업무/주거공간( $r=.227^*$ ), 승하차 인원( $r=.462^{**}$ )과 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 판매시설은 문화시설( $r=.250^*$ ), 업무/주거공간( $r=.344^{**}$ ), 교통시설( $r=.220^*$ ), 승하차 인원( $r=.409^{**}$ )과 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 업무/주거공간과 승하차 인원이( $r=.360^{**}$ )이 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 이에 관한 결과는 [표 3]와 같다.

3. 회귀분석 결과

종속변수 임대료의 회귀분석 결과는 다음과 같다.

역사 내 상업공간 업태인 상품판매업은 임대료에 유의한(+) 영향이 있다. 판매시설 변수를 추가한 분석에서는 상품판매업과 판매시설이 임대료에 유의한(+) 영향이 있는 것으로 나타났다. 문화시설 변수를 추가한 분석에서는 상품판매업과 판매시설이 임대료에 유의한(+) 영향이 있는 반면, 문화시설은 무의미한(-) 영향이 있는 것으로 나타났다. 업무/주거공간 변수를 추가한

분석에서는 상품판매업과 판매시설은 임대료에 유의한(+) 영향이 있는 반면, 문화시설과 업무/주거공간은 무의미한(-) 영향이 있는 것으로 나타났다. 공공기관 변수를 추가한 분석에서는 상품판매업과 판매시설은 임대료에 유의한(+) 영향이 있는 반면, 문화시설, 업무/주거공간, 공공기관은 무의미한(-) 영향이 있는 것으로 나타났다. 승하차 인원 변수를 추가한 분석에서는 상품 판매업과 교통시설, 승하차 인원은 임대료에 유의한(+) 영향이 있는 반면, 판매시설, 문화시설, 업무/주거공간, 공공기관은 무의미한(-) 영향이 있는 것으로 나타났다. 매장면적 변수를 추가한 분석에서는 상품 판매업 교통시설 매장면적은 임대료에 유의한(+) 영향이 있는 반면, 판매시설, 문화시설, 업무/주거공간, 공공기관, 매장면적은 무의미한(-) 영향이 있는 것으로 나타났다. 변화량 전체적으로 임대료에는 상품 판매업, 판매시설, 교통시설, 승하차 인원이 임대료에 영향이 있음이 도출되었다. 또한, 다중 공선성(VIF)은 회귀분석에서 독립변수 간에 강한 상관관계를 나타내는 것으로 독립변수 간에 선형관계가 존재하는 완전 공선성의 경우와 독립변수 간에 높은 선형관계가 존재하는 다중 공선성으로 구분한다[31]. 분산팽창 요인(Variance Inflation Factor, VIF)이 10을 넘으면 다중 공선성에 문제가 있다, 그러나 본 연구에

표 3. 상관관계 분석결과

구분	평균	표준편차	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. 매장면적	3.58	1.749	1								
2. 임대료	1.31	.645	-.136	1							
3. 상품판매업	1.32	.616	-.203*	.739**	1						
4. 판매시설	1.33	1.388	-.121	.502**	.486**	1					
5. 문화시설	.28	.666	-.109	.182	.160	.250*	1				
6. 업무/주거공간	1.08	1.377	.010	.229*	.227*	.344**	.040	1			
7. 공공기관	.05	.217	-.049	-.040	-.046	-.055	-.097	-.013	1		
8. 교통시설	.12	.324	-.016	.248*	.105	.220*	.119	-.021	-.083	1	
9. 승하차인원(일)	1.75	.780	-.160	.496**	.462**	.409**	.141	.360**	.075	.042	1

\* :  $p < .05$ , \*\* :  $p < .001$ , \*\*\* :  $p < .001$

표 4. 임대료에 대한 관한 회귀분석

모형	상품판매업 MODEL 1					판매시설 MODEL 2					문화시설 MODEL 3					업무/주거공간 MODEL 4						
	종속변수:임대료	B	SE	$\beta$	t	VIF	B	SE	$\beta$	t	VIF	B	SE	$\beta$	t	VIF	B	SE	$\beta$	t	VIF	
(상수)	.230	.103		2.820		.300	.100		2.990		.298	.101		2.953		.293	.102		2.863			
1. 상품판매업	.774	.070	.739	10.979***	1.000	.679	.079	.649	8.633***	1.310	.677	.079	.647	8.569***	1.312	.675	.080	.645	8.482***	1.320		
2. 판매시설						.086	.035	.186	2.476***	1.310	.083	.036	.178	2.316*	1.364	.080	.037	.171	2.127*	1.479		
3. 문화시설											.033	.066	.034	.504	1.069	.034	.066	.036	.518	1.072		
4. 업무/주거공간																.010	.033	.022	.312	1.143		
5. 공공기관																						
6. 교통시설																						
7. 승하차인원																						
8. 매장면적																						
R <sup>2</sup>			.547					.573					.574					.575				
△R <sup>2</sup>			.542					.564					.561					.567				
F			120.546					66.431					44.039					32.749				
△F			120.546***					6.131**					.254					.097				
모형	공공기관 MODEL 5					교통시설 MODEL 6					승하차인원 MODEL 7					매장면적 MODEL 8						
종속변수:임대료	B	SE	$\beta$	t	VIF	B	SE	$\beta$	t	VIF	B	SE	$\beta$	t	VIF	B	SE	$\beta$	t	VIF		
(상수)	.293	.104		2.816		.273	.102		2.668		.145	.116		1.250		.095	.161		.591			
1. 상품판매업	.675	.080	.645	8.437***	1.320	.675	.078	.645	8.604***	1.320	.616	.081	.589	7.577***	1.477	.621	.082	.594	7.536***	1.505		
2. 판매시설	.080	.038	.171	2.116*	1.480	.063	.038	.136	1.677	1.541	.050	.037	.107	1.325	1.583	.050	.038	.107	1.328	1.584		
3. 문화시설	.035	.067	.036	.516	1.080	.026	.066	.027	.401	1.083	.018	.065	.019	.279	1.087	.020	.065	.021	.310	1.093		
4. 업무/주거공간	.010	.033	.022	.310	1.143	.018	.033	.038	.540	1.155	.000	.033	-.001	-.014	1.230	-.002	.033	-.004	-.052	1.239		
5. 공공기관	.007	.199	.002	.036	1.011	.036	.195	.012	.186	1.016	-.017	.193	-.006	-.089	1.082	-.012	.194	-.004	-.063	1.035		
6. 교통시설						.297	.135	.149	2.208*	1.072	.305	.132	.153	2.312**	1.073	.304	.132	.153	2.295**	1.073		
7. 승하차인원											.142	.064	.172	2.221**	1.462	.144	.064	.175	2.240**	1.472		
8. 매장면적																.011	.024	.030	.449	1.066		
R <sup>2</sup>			.575					.595					.616					.616				
△R <sup>2</sup>			.562					.570					.587					.583				
F			25.930					23.293					21.497					18.675				
△F			.001					4.875*					4.933*					.201				

\* : p<.05, \*\* : p<.001, \*\*\* : p<.001

서는 1점대로 다중 공선성에는 문제가 없는 것으로 조사되었다. 이에 관한 결과는 [표 4]와 같다.

### V. 결론

본 연구는 지하철 역사와 연계된 시설이 역사 내부 상업공간의 임대료 영향에 관한 연구로서 한국철도공사와 서울교통공사, 서울시 시설관리공단의 정보공개 요청한 자료를 바탕으로 빈도 분석과 상관관계, 회귀분석을 검증하기 위해 SPSS 25.0 통계 프로그램을 사용하였다. 본 연구는 역사 내부 공간의 이용 방향을 설정하는 것을 목적으로 수행되었다. 역사 내부 상업 공간의 임대료 영향에 관한 분석에 있어 연계시설을 변수로 한 점, 시설이 연계된 역 전체(102개)를 대상으로 실증

분석한 것은 본 연구의 차별성이라고 할 수 있다. 역사 내부 대표적인 입지요인인 승하차 인원 요인과 역사 내부 상업공간의 가장 많은 매장수를 차지하는 상품판매업과 연계시설인 판매시설, 문화시설, 업무/주거공간, 공공기관, 교통시설을 독립변수로 하여, 임대료에 미치는 영향에 관하여 분석하였다. 구체적인 결과는 다음과 같다.

임대료에 있어, 역사 내부 상업공간 내 상품판매업과 역사와 연계된 시설인 판매시설, 교통시설, 역사 내 입지특성인 승하차 인원과 인과관계가 있는 것으로 분석되었으며, 면적, 문화시설, 업무/주거공간, 공공기관에서는 인과관계가 없는 것으로 조사되었다. 이를 추론하면, 상품 판매업(식품, 식음료잡화, 화장품, 스포츠용품, 문고/음반, 의료 패션잡화, 액세서리, 핸드폰, 생활용품가구), 판매시설(대형마트, 백화점, 재래시장, 대형

쇼핑몰, 근린생활시설, 대형서점, 지하상가), 교통시설(고속버스 및 철도 터미널, 공항, 환승주차장)을 승차차 인원, 즉 유동인구가 많은 지하철과 연계되는 것이 적합하다는 것을 알 수 있다. Sirmans & Krisandra는 쇼핑센터의 입지 변수가 유의한 값이 나타나 본 연구와 견해를 같이하고 있다[32]. 역사로 연계된 시설 중 판매시설, 교통시설이 집객을 유도하고 이용자들의 유동량 및 체류 시간을 증가 소비 집적도를 향상한다. 이는 시설연계가 역사 내 상업공간의 상권 활성화를 높이는 역할을 할 수 있는 가능성이 있음이 도출되었으며 이에 반해 문화시설(예식장, 전시 컨벤션, 영화관, 놀이동산, 체육시설, 공원/광장, 종교시설), 공공기관(관공서, 병원, 교육 시설)은 이용적 측면에서 특별한 경우 이용하는 시설물로 유동인구 유입이 제한적이어서 임대료에 영향이 없는 것을 예측할 수 있다. 업무/주거공간(호텔, 아파트, 오피스빌딩)은 자체 건물 내 상업시설이 형성되어 있어 역사 내부 상업시설까지 소비가 확장되지 않는다고 예측할 수 있다. 또한, 통로만 역사 내부로 연계된 문화시설, 업무/주거공간의 연계 방식보다 판매시설, 교통시설의 역사 내부로 직접 입점하는 적극적인 연계 방식이 집객 효과를 유발하므로 임대료에 시설연계 방식도 영향을 준다고 분석할 수 있다.

역사 내 상업공간의 상품판매업이 역사 내 상업공간 임대료에 영향을 미친다는 것은 역사 내 고객의 니즈(needs)를 충족시킬 수 있는 상품 구성으로 고객을 집객시켜 상권 활성화 정도를 높일 수 있음을 의미하며 이재우·이창무의 업종에 따라 임대료 정도가 달라진다는 연구결과[33]라는 연구결과와 의견을 같이하고 있으며, 상업공간 활성화를 위해선 구매력 있는 상품 구성을 고려하여야 한다.

매장면적은 임대료와 인과관계가 없는 것으로 분석되었다. 이는 매장면적을 선택하는 데 객관적인 데이터보다는 주관적인 판단 때문에 결정된다고 할 수 있다. 높은 임대료는 면적 확장에 있어 부담감이 있으며 인지도 있는 브랜드 유치를 위해 사업주의 안정적인 재무상태를 유지하기 위해 입점자(프랜차이즈)의 희망 면적에 대한 혜택이 주어지며 적정 면적을 산정하기도 한다[11]. 또한, 업종 특성에 따라 동일 공간에 반응하는 임대료 수준이 다르다[34]. 이처럼 성격에 따라 규모를 선

택해야 하고 개인적인 경제적 여력, 등 개인적, 사회적 인 특성이 반영되다 보니 일정한 객관적인 데이터가 형성되지 못한다고 유추할 수 있다. 임대료와 다르게 매장면적 선택은 주관적인 선택지의 하나로 볼 수 있다.

분석 결과를 통하여, 본 연구에서의 시사점으로 지하철 유동인구 특성을 임대료 결정에 있어 중요하게 고려하고 상업시설의 경쟁력 중 중요한 요소인 임대료를 상업시설물 선택할 때 전략적으로 활용해야 한다. 특히, 지하철 역사 내에서 임대료에 영향을 주는 상품 판매업 같은 작은 규모의 업종 선택할 때 주변 환경과 사회적 요소, 지하철 역사가 갖는 교통 결절점 역할의 공간적 기능을 반영한 업종 선택이 중요하다고 본다.

정책적으로 연계시설 선택에 있어 집객 효과를 유발하며 임대료에 영향을 주는 판매시설, 교통시설을 역사 내부로 직접 연계하는 적극적인 연계방식을 제언하며 이러한 시설 연계방식이 역사 내 공간 활용 효과를 높인다는 점을 고려하면, 집객이 위축되어 공실 발생률이 높은 역사는 일상생활과 주민 편익을 위한 “생활밀착형 생활 SOC(Social Overhead Capital)”[35] 설치 공간으로 사용할 수 있을 것이다. 생활 SOC 시설은 주민들의 생활에 밀접한 시설을 기반으로 지역 커뮤니티 시설로 유지되어야 한다[35]. 생활 SOC 시설의 상당수가 이용권보다는 설치하기 좋은 국·공유지 위주로 진행되어 이용주체의 편의성이 고려되지 못했다는 비판이 존재한다. 특히, 주거시설이 연계된 역사(신도림역, 합정역, 신당역, 상왕십리역, 건대 입구, 잠실역, 연신내, 역, 양재역, 이수역, 이촌역, 삼각지, 상계, 오목교역, 마포역, 공덕역, 답십리역, 강동역, 월곡역, 태릉입구역)[9]는 생활 SOC 시설과의 접근성이 우수하여 이용률이 증가할 가능성이 크다.

연구의 한계점으로는 2차 자료의 한계를 들 수 있다. 임대료에 결정적인 요인이라고 할 수 있는 매출 자료가 없다는 점이다. 매출은 개인정보에 해당하여 연구의 한계를 보여주었다. 추후 매출 정보의 확보 전제하에 매출과 임대료 간의 관계 또한 면밀한 분석이 필요하다. 또한, 역사 연결 시설물의 범위가 너무 넓게 잡은 점이다. 추후 연구에서는 범위를 축소하여, 한 시설물을 대상으로 규모 등을 반영한 상세한 분석이 필요하며 특히, 본 연구에서 유의한 영향이 있는 상품판매업을 대

상으로 업종별로 분석한 확장된 연구도 필요할 것으로 본다.

### 참 고 문 헌

- [1] 이대중, *우리나라 대도시의 도시 성장관리 평가 연구*, 한양대학교, 박사학위논문, 2015.
- [2] 이남규, “지하철역과 쇼핑센터의 연계 공간 구성적 특성에 관한 연구; 서울시 소재 지하철 역사를 중심으로,” 한국실내디자인학회논문집, 제13권, 제2호, pp.159-167, 2004.
- [3] 신예경, “서울 역사 북부 구내 상업공간의 변형과 수용,” 대한건축학회, 제27권, 제11호, pp.11-20, 2011.
- [4] 김용래, *수도권 전철 역사권 상업시설의 매출액 결정 요인에 관한 연구*, 한성대학교, 박사학위논문, 2017.
- [5] 문해주, 이명훈, “상인의 운영 기간별 영업 지속 기간 영향요인 분석: 종로구 역사 문화거리를 중심으로,” 한국콘텐츠학회논문지, 제17권, 제3호, pp.684-685, 2017.
- [6] 임한빈, 한혜련, “지하철 연결통로와 도심 오피스빌딩 진입부의 전이 공간에 관한 연구,” 한국실내디자인학회, 제12권, 제1호, pp.136-141, 2010.
- [7] 한국철도공사, *철도용어사전*, p.2, 2010.
- [8] 이육미, *지하철 여객공간의 계획방안에 관한 연구*, 서울시립대학교, 석사학위논문, 2009.
- [9] 정보공개포털(<https://www.open.go.kr>).
- [10] 서울연구데이터서비스(<https://data.si.re.kr>).
- [11] 장재민, 이경철, 김태형, “지하철 역사 내 임대시설 적정 면적 및 임대료 산정에 영향을 미치는 변수에 관한 연구; 서울 지하철 5호선, 6호선을 사례로,” 한국철도학회논문집, 제19권, 제3호, pp.380-387, 2016.
- [12] 이상민, *소매업 입지 요인과 경영 성과에 관한 연구*, 한성대학교, 석사학위논문, 2013.
- [13] 김성일, “동인천 민자 역사 활성화 방안에 관한 연구,” 한국철도학회 학술발표대회논문집, pp.2393-2405, 2008(6).
- [14] 정대석, 김형보, “민자 역사 개발사업의 구조 및 사업성 분석연구,” Journal of the Korean Data Analysis Society, Vol.9, No.2, pp.845-860, 2007.
- [15] 이상훈, 이승우, 남수창, 이상호, “지하철역과 쇼핑센터의 연계 공간 특성에 따른 이용자 행태 연구; 서울 지역 사례를 중심으로,” 대한 건축학회논문집, 제26권, 제1호, pp.329-332, 2006.
- [16] 김종주, *복합 민자 역사 개발이 지역 상권에 미치는 영향 분석*, 건국대학교 석사학위논문, 2010.
- [17] 김용래, 백성준, “철도역 쇼핑센터 매출에 영향을 미치는 입지 요인에 관한 연구; 수도권 민자 역사를 중심으로,” 도시정책학회, 춘계학술대회논문집, pp.1-11, 2016.
- [18] 최희만, 이현석, “복합 쇼핑물 상가 임대료의 영향요인 분석; 코엑스를 사례를 중심으로,” 국토연구, 제68호, pp.191-205, 2011.
- [19] 홍성호, 임준홍, “지하상가 임대료, 매출액, 고객수에 영향을 미치는 요인에 대한 실증분석,” 한국지역개발학회, 제29권, 제4호, pp.183-198, 2017.
- [20] 이달남, *지하상가 임대료 결정요인에 관한 연구*, 건국대학교, 석사학위논문, 2015.
- [21] 형선미, *서울시 지하철역 구내 상가 임대료 결정요인에 관한 연구*, 건국대학교, 석사학위논문, 2017.
- [22] 최열, 김중경, “지하상가 환경이 임대료 수준 평가에 미치는 영향 분석,” 대한국토·도시계획학회, 제46권, 제3호, pp.269-279, 2011.
- [23] 감정평가원, 3분기 *상업용 부동산 임대동향 조사*, 2014.
- [24] 염주호, *오피스빌딩의 임대료와 지하철역과의 거리에 관한 연구*, 아주대학교, 석사학위논문, 2013.
- [25] 장동훈, 정승영, “단지내 상가임대료에 영향을 주는 요인에 관한 연구,” 한국부동산학회, 제36권, pp.5-13, 2009.
- [26] D. G. Domres, S. L. Charles, O. Gene, and P. Donald R. T, *Office Building Management*, Institute of Real Estate Management(IREM) of the National Association of Realtors, 2002.
- [27] 김기준, 김우경, 문형준, 신종철, “오피스빌딩 내 상업시설의 임대료 결정요인에 관한 연구; 위계선형모형의 활용,” 부동산학연구, 제24집, 제3호, pp.37-54, 2018.
- [28] 이택림, *대규모 점포의 입점이 다른 점포에 대한 미치는 영향*, 인천대학교, 석사학위논문, 2021.
- [29] 코레일 홈페이지(<http://info.korail.com>).
- [30] 도시철도공사 홈페이지([www.seoulmetro.co.kr](http://www.seoulmetro.co.kr)).
- [31] 김지현, *문화관광지역 재방문 분석에 관한 연구*, 남

서울대학교, 석사학위논문, 2020.

- [32] C. F. Sirmans and Kisandra. A Guidry, "The determinants of Shopping Center Rent," Journal of Real Estate Research, Vol.82, No.1, pp.107-115, 1993.
- [33] 이재우, 이창무, "서울 상가시장 임대료 결정요인에 관한 연구," 대한국토도시계획학회, 제41권, 제1호, pp.75-90, 2006.
- [34] 최진, **매장용 임대빌딩의 임대료 결정요인 분석**, 한양대학교, 석사학위논문, 2014.
- [35] 조진우, "생활 SOC 정책의 문제점과 개선과제," 한국토지공법학회, 토지공법연구, 제90집, pp.174-198, 2020.

#### 저 자 소 개

조 영 해(Young-Hai Cho)

정회원



- 2013년 2월 : 한양대 공학대학원 도시 및 부동산개발학과(공학석사)
- 2015년 2월 : 한양대 도시대학원 도시·지역개발경영학과 박사과정(박사수료)
- 2000년 9월 ~ 현재 : ㈜우리가 대표

〈관심분야〉 : 공간개발, 공간 디자인

이 명 훈(Myeong-Hun Lee)

정회원



- 1984년 2월 : 한양대학교 공과대학 도시공학과(공학사)
- 1998년 11월 : 일본 츠크바대학교 (도시·지역계획학 박사)
- 1999년 3월 ~ 현재 : 한양대학교 도시대학원 교수

〈관심분야〉 : 토지이용계획, 도시관련 법규 및 정책