

일각고래

▶ 윤상엽, 홍세연(거꾸로캠퍼스)

우리 동네를 위협하는 허위 조작 정보를 잡아라!

최우수상

리포트

대학로의 '차 없는 거리'는 상권 활성화에 효과가 있을까?

영상

[꼬리에 꼬리를 무는 팩트체크]
대학로 차 없는 거리, 상권에 효과 있을까?



일각고래

각오한마디!

안녕하세요!

저희는 거꾸로캠퍼스의 2인조 팩트체커 '일각고래'입니다.

'일각고래'는 머리에 엄청난 길이의 빨을 가지고 있습니다. 이 빨은 수백만 개의 신경이 달려있는 고도의 감각 기관으로,

빨을 물 위로 들어 올려 외부 온도나 기압 변화에

민감하게 반응하며 살아갑니다.

셀 수 없이 많은 자료의 바닷속에서,

저희도 일각고래처럼

'비판적 사고'와 '협력'이라는 빨을 사용해 보다 정확한 팩트체크를 위해 나아가겠습니다!

팩트체크 리포트

대학로의 '차 없는 거리'는 상권 활성화에 효과가 있을까?

팩트체크 계획 수립하기

➡ 이 주제를 선택하게 된 이유

우리가 다니고 있는 학교인 '거꾸로캠퍼스'는 지하철 4호선 혜화역 바로 앞에 위치한 학교로, 마로니에 공원과 대학로의 활기찬 문화예술의 분위기를 날마다 느낄 수 있다. 서울대병원과 혜화역을 끼고 있는 '대학로'는 학교 바로 앞에 위치해 있는 도로다. 대학로는 혜화의 중심부를 가로지르는 상징적인 거리이고, 우리 학교 학생들이 가장 많이 건너다니는 거리이기도 하다. 어느 날 현수막을 통해 주말에 대학로의 차량을 통제한다는 사실을 알게 되었다. 우리 팀은 주말에 자율적으로 학교에 나와 공부하는데, 창문 너머로 항상 볼 수 있었던 차 다니는 거리에 차가 없어지고 행사가 열린

다는 것이 매우 놀라웠다. 특히나 대학로는 전국에서 가장 넓은 횡단보도와 6차선의 넓은 폭을 가진 도로이기 때문에 차량을 통제하는 것은 상당히 큰 이벤트일 것 같다는 생각도 들었다. 대학로 '차 없는 거리'에 대한 기사를 더 찾아보니, 서울의 대표적인 '차 없는 거리'이며 대학가인 신촌 연세로에서는 상권 활성화를 위해 '차 없는 거리'를 해제

하였다. 다만 종로구에서는 상권 활성화를 위해 대학로에서 '차 없는 거리'를 시행한다는 것을 알 수 있었다. 종로구의 주민들은 대학로 '차 없는 거리' 시행을 두고 상권에 도움이 되지 않으며 주민 불편이 크다는 점을 들어 우려를 표하기도 하였다. 이렇게 엇갈리는 두 사례를 통해 상권 활성화와 '차 없는 거리'는 어떤 관련이 있는지 궁금해졌고, 더불어 대학로에서 '차 없는 거리' 행사를 하는 것이 상권 활성화에 긍정적인 영향을 주는지 알아보고 싶어 이 주제로 팩트체크를 진행하게 되었다. 또한 허위 정보를 바로잡았을 때 대학로에 방문하는 사람들, 주민들, 상인들 등 많은 사람에게 도움이 되는 가치 있는 주제이기 때문에 팩트체크를 통해 좋은 영향력을 끼칠 수 있을 것이다.

➡ 팩트체크 방법에 대한 계획

1. 무슨 내용을 찾을 계획인가요?

- 차 없는 거리의 개념과 운영 사례에 관한 자료
- 대학로 차 없는 거리의 효과성을 판단할 수 있는 자료

2. 어떤 형태의 자료를 찾을 생각인가요?

- 차 없는 거리에 대한 내용을 담은 신문 기사, 논문
- 상권 분석 전문가, 도시 공학 전문가 교수님 인터뷰
- 행사 운영 주체(종로구 교통과, 문화과 담당자) 인터뷰
- 신촌 연세로, 2019년 대학로 차 없는 거리 시행자(전 서대문구청장, 종로구청장) 인터뷰
- 차 없는 거리 행사 참여자 인터뷰
- 대학로 차 없는 거리의 효과를 검증할 수 있는 데이터
- 대학로 차 없는 거리 현장 자료

3. 어떤 방법으로 팩트체크를 할 계획인가요?

- 차 없는 거리가 가진 효과와 기존 사례를 분석한다.

- 상권 활성화에 필요한 요소를 분석한다.
- 대학로 차 없는 거리의 특성을 분석한다.
- 대학로 차 없는 거리가 상권 활성화에 도움을 주는지 전문가 인터뷰, 논문 자료, 지하철 승하차 수 데이터를 바탕으로 검증한다.

체크해보기

01 찾아보기

들어보기

직접해보기

반론이견

뉴스 기사에 대한 근거 조사

1. 박은영, “Again1989! ‘대학로 차 없는 거리’ 추억낭만 가득”, 내 손안에 서울, 2019.06.10, <https://mediahub.seoul.go.kr/archives/1236289>
2019년 6월 대학로 혜화로터리에서 이화사거리까지의 960m 거리에서 ‘차 없는 거리’를 시범 운영했다. 사물놀이, 페인터즈 공연, 8090 추억의 거리, 예술 공방 부스, 스케이팅 등 다양한 문화예술체험이 진행되었다.
2. 이동훈, “13일 대학로 차없는 거리 운영.. 오전9시부터 교통통제”, 뉴스핌, 2019.10.11, <https://www.newspim.com/news/view/20191011000569>
2019년 10월 대학로 혜화로터리에서 이화사거리까지의 960m 거리에서 ‘차 없는 거리’를 운영했다. 퍼레이드, 8090 추억의 거리, 도심 속 숲길, 보행안전캠페인 등 다양한 문화예술체험이 진행되었다.
3. 김용재, “신촌은 ‘차 있는 거리’ 대학로는 ‘차 없는 거리’”, 헤럴드경제, 2023.01.17, <http://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20230117000094>

차량통행을 두고 대표적 대학가인 신촌과 대학로가 상반된 모습을 보이고 있다. 8년 전 차량 통행을 통제해 ‘차 없는 거리’를 처음 도입했던 신촌은 9년 만에 차량 통행을 허용한 반면, 대학로는 ‘차 없는 거리’를 추진하고 있다.

4. 고현실, 고은지, “정문헌 종로구청장 ‘대학로 주말 차 없는 거리 추진’”, 연합뉴스, 2023.01.16, <https://www.yna.co.kr/view/AKR20230111142500004?input=1195m>
서울 종로구청장은 대학로에 주말마다 차 없는 거리를 운영하는 방안을 추진할 계획이다. 정 구청장은 대학로에 몰려있는 130여개 중소 공연장은 세계적으로 찾기 힘든 중요한 자산이고, 이를 활용해 대학로를 문화 해방구로 만들고자 한다고 밝혔다.

5. 김지현, “서울 대학로 ‘車없는 거리’ 추진.. 6~8월 셋째주 주말마다 운영”, 머니투데이, 2023.05.17, <https://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2023051614304971681>
대학로의 ‘차 없는 거리’ 행사는 거리 공연과 문화 행사를 열어 시민들이 여가생활을 즐길 수 있는 공간을 조성한다. 정문헌 종로구청장은 ‘차 없는 거리’ 행사를 통해 코로나19로 장기간 침체된 대학로 상권을 살리겠다고 밝힌 바 있다. 반면 서울의 대표적인 ‘차 없는 거리’로 꼽히는 연세로의 경우 지정 해제를 추진 중이다.

6. 이주협, “대학로 주말 차 없는 거리 추진... 주민 반응은?”, 딜라이브TV, 2023.05.26, <https://www.youtube.com/watch?v=XtOFKpbk8JM&t=180s>
주민들은 2019년도 ‘차 없는 거리’ 행사 시행 후 오히려 매출이 줄었던 부분을 지적했다. 이 외에도 교통·소음 대책과 함께 실질적으로 지역 상권에 도움이 될 수 있도록 ‘차 없는 거리’를 운영해 달라고 요구했다.

7. 안준현, “대학로 ‘차 없는 거리’ 축제... “놀거리 생겨 좋아” vs “교통 통제 불편””, 조선일보, 2023.06.17/06/17/NKQWQYMJOJETNB6SYOWDO3ZRXL/?utm_source=naver&utm_medium=referral&utm_campaign=naver-news
차 없는 거리에서는 공연 존, 거리예술 존, 온 가족 휴식 존, 물놀이장 등 다채로운 프로그램이 진행됐다. 이날 대학로와 혜화동 일대에는 초등학교 자녀들과 함께 방문한

부모들이 많았다. 인근 주민들은 교통체증과 버스 우회로 불만을 토로했다. 차 없는 거리 운영으로 대학로에 오는 마을버스, 시내버스 모두 창경궁로로 우회하였기 때문이다.

8. 김창영, “종로구, 대학로 ‘차 없는 거리’ 행사”, 서울경제, 2023.07.13S46QBIWM
대학로 열린 무대 캐스팅 경연대회, 어린이 워터 에어바운스, 뮤직폭포 런웨이 포토제닉, EDM댄싱 파파라치, 종로 소셜마켓, 아트공예 플리마켓, 그때 그 시절 존, 퍼포먼스 프리존, 그린파크 쉼터 등이 준비된다. 주요 프로그램을 즐기면 인근 상점에서 사용할 수 있는 10% 할인권을 주는 부대행사도 마련되어 있다.

9. 류용환, “성균관대-종로구, ‘대학로 차 없는 거리 with SKKU’”, 브릿지경제, 2023.08.17., <https://www.viva100.com/main/view.php?key=20230817010004819>
성균관대학교는 ‘대학로 차 없는 거리 위드 에스케이케이유(with SKKU)’ 행사를 19일 개최한다. 성균관대 예술대학 공연 및 작품 상영, 동아리 및 유생문화 공연, 무료 법률 상담, 공부 진로 멘토링 등이 진행될 예정이다. 지역 문화 발전 등을 위한 이화 예술공방, 종로구 소상공인 등이 참여하는 부스가 설치된다.

10. 최나영, “연세로 ‘차 없는 거리’ 종료 ‘졸속’ 추진 중단하라”, 뉴스핌권, 2022.10.11, <https://www.newspenguin.com/news/articleView.html?idxno=12532>
서대문구의 ‘차 없는 거리’ 해제 결정에 시민·환경단체들은 “졸속 행정”이라고 비판하고 있다. 인근 대학 학생들과 시민·환경단체들은 온실가스 감축, 보행자 안전 보장, 문화 활성화 등을 이유로 연세로 ‘차 없는 거리’ 해제를 반대하고 있다.

11. 김미란, “‘차 다시 다니는’ 신촌 연세로의 상인은 웃었을까”, 더스쿠프, 2023.04.02, <https://www.thescoop.co.kr/news/articleView.html?idxno=57308>
신촌 연세로에서 마주한 사람과 차는 모두 ‘직진’한다. 사람들은 지하철 2호선 신촌역 또는 연세대 쪽으로 이동하고, 차들은 멈추지 않고 그대로 연세로를 빠져나간다. 시민 단체와 학생들, 일부 지역 주민들 사이에서 “일반 차량이 다닌다 해도 상권 활성화에는

큰 효과가 없을 것”이라고 말한 이유가 여기에 있다.

12. 박광은, “신촌 ‘차 없는 거리’ 폐지 한달...골목상권 살아났을까?”, 뉴시스, 2023.02.21, https://newsis.com/view/?id=NISX20230220_0002199316&clD=10201&pID=10200

차량 접근성이 높아지면서 손님이 늘었다고 반가워하고 있는 상인도 있으나, 여전히 상당수 상인들은 주차 공간 부족 문제 등을 해결하지 않았기에 실효성이 떨어진다고 주장한다.

13. 심형석, “‘차 없는 거리’ 만든다고 상권이 좋아질까요[심형석의 부동산 정석]”, 한경, 2023.02.20, <https://www.hankyung.com/theopen/moneyist/article/202302197494Q>
보행환경이 소비자에게 긍정적인 경험을 제공해야 쇼핑몰과 점포의 매출이 증가할 수 있다. 하지만 대다수의 연구에서는 장기간 연속적으로 시행한, 차를 배제한 거리는 상권 활성화에 나쁜 영향을 미친다는 결과가 나오고 있다. 자동차를 배제한 보행환경 개선이 아니라 자동차와 공존하는 보행환경 개선이 목표가 되어야 지역경제 활성화를 실현할 수 있다.

14. 최용락, “지역상권은 ‘차 없는 거리’를 ①해야 ②없어야 살아난다... 정답은?”, 프레시안, 2023.08.02?utm_source=naver&utm_medium=search

차 없는 거리가 해제된 올해 1분기 신촌의 월평균 매출액이 501억 원이었는데 지난해 월평균 매출액인 457억 원보다 많고 코로나19 이전인 2019년의 480억 원도 뛰어넘는다. 서울시 교통정책과는 “2018년 이후 지속된 신촌상권 악화 및 2020년 이후 코로나로 인한 매출 감소, 차량 우회로 인한 교통 불편 등을 이유로 지역 주민과 신촌 상인들의 꾸준한 대중교통전용지구 해제 요청이 있었다”고 밝혔다.

15. 이재희, “주민들이 직접 만든 광안리 차없는 문화도시의 거리~ 놀러오세요~”, 부산일보, 2023.08.03?code=2023080314235804133

수영구민 축제 시민기획단이 4개월 동안 회의와 견학, 토론을 거쳐 주민들이 직접

구성하고 운영까지 하는 2023 광안리 차 없는 문화도시의 거리를 8월 5일(토)부터 6일(일)까지 이틀에 걸쳐 진행한다. 강성태 수영구청장은 “20년이 다 되어가는 차 없는 문화의 거리는 그동안 구청 직원들의 노력으로 부산의 대표 해변 브랜드 축제로 정착하고 있다.”고 밝혔다.

☑ 기사 핵심 정리

1. 과거 대학로에서 시행되었던 ‘차 없는 거리’

대학로의 ‘차 없는 거리’의 시작은 1980년대다. 1985년 대학로 일대를 ‘문화 예술의 거리’로 조성하기 위해 정부가 여러 정책적 노력을 시도하였다. 그 결과 1985년부터 1989년까지 5년 간 매주 주말 대학로 일대에 ‘차 없는 거리’가 시행되었다. ‘차 없는 거리’가 시행되는 동안 대학로의 연극, 문화 예술은 번성하였다. 거리에 다양한 예술 공연이 펼쳐졌고, 유동 인구가 늘어나 연극장에 사람이 많아졌다.

그리고 2019년, 30년 만에 대학로에 ‘차 없는 거리’가 부활하였다. 6월 9일, 10월 13일 2번 시행되었으며, 1980년대를 추억할 수 있는 프로그램과 지역 예술가, 연극단이 참여하여 다양한 문화예술 공연을 운영했다.

2. 대학로 ‘차 없는 거리’의 부활

2019년 10월 13일을 끝으로 더 이상 시행되지 않던 대학로의 ‘차 없는 거리’는 2023년 1월에 들어서며 다시 추진되었다. 종로구청은 대학로 ‘차 없는 거리’를 다시 시행하면서 코로나19로 인해 장기간 침체된 대학로 상권을 살리는 것을 목적으로 하였다. 2023년 6월 17일, 7월 16일, 8월 19일 3일간 진행되는 행사이고, 원래 차가 다니는 도로에 차량 통행을 막고, 그 공간에서 공연이나 플라마켓 등의 행사를 진행한다.

6월 17일에 진행된 행사에는 공연 존, 거리예술 존, 온 가족 휴식 존, 물놀이장 등 대학로의 예술 문화를 즐기고 더운 날씨를 피해 시원하게 물놀이를 즐길 수 있는 프로그램이 개최됐다.

7월 16일 행사에는 어린이 워터 에어바운스, 그때 그 시절 존, EDM댄싱 파파라치, 종로 소셜마켓 등이 예정되며 다양한 연령대를 고려한 프로그램도 기획

되었다. 다만 7월 행사는 집중호우 및 대국민 피해 상황 속 행사 자제를 이유로 취소되었다.

8월 19일 행사는 성균관대와 협업하여 조선시대, 7080 등을 컨셉으로 개최되었다. 성균관대 예술대학 공연과 작품 상영, 무료 법률 상담과 공부 진로 멘토링, 이화예술공방과 종로구 소상공인이 참여하는 부스가 운영되었다. 차 없는 거리 운영으로 대학로에 평소엔 많지 않던 초등학생 자녀와 함께한 부모들이 많이 방문했다는 긍정적인 요소가 있지만, 교통체증과 버스 우회로에 대한 불만 등 아쉬운 점도 있었다.

3. 신촌 연세로와 부산 광안리의 ‘차 없는 거리’

그러자 같이 언급된 또 다른 ‘차 없는 거리’가 있는데, 바로 신촌 연세로이다. 신촌 연세로의 ‘차 없는 거리’는 2014년부터 오랜 기간 운영되었지만, 2022년 말에 들어서며 해제에 대한 이야기가 나오기 시작했고, 결국 2022년 10월 해제되었다. 그래서 일부 기사에서는 ‘신촌의 ‘차 없는 거리’는 폐지되는 반면 대학로는 활성화된다’며 비교하기도 하였다.

신촌의 ‘차 없는 거리’는 상권 활성화를 위해 시행되었지만, 같은 이유인 상권 활성화를 목적으로 해제되었다. 해제를 지지하는 층은 주로 상인으로, ‘차 없는 거리’가 오히려 상권 침체를 불러왔다고 주장했다. 반면 해제를 반대하는 층은 주로 대학생과 시민단체로, 차가 다닌다 해도 상권 활성화에 큰 도움이 되지 않으며 문화 활성화를 위해서는 차 없는 거리를 시행해야 한다는 입장을 표했다.

‘나이스지니데이터’에서 제공한 신촌의 월평균 매출액 데이터를 확인한 결과 올해 월평균 매출액은 501억 원으로 확인되었다. 이는 지난해 월평균 매출액인 457억 원보다 많고, 코로나19 이전의 480억 원도 뛰어넘는 수치이다. 신촌의 상인들은 지속적인 신촌상권 악화와 코로나로 인한 매출 감소, 차량 우회로 인한 교통 불편을 이유로 ‘차 없는 거리’가 포함된 대중교통전용지구 해제를 요청했었다.

신촌의 ‘차 없는 거리’ 해제와 대학로의 ‘차 없는 거리’ 활성화 사례를 비교하여 어떠한 차이가 있는지 알아보고, 결론적으로 대학로의 ‘차 없는 거리’가 상권 활성화에 효과가 있는지 검증하는 것이 중요한 쟁점이다.

‘차 없는 거리’가 오랜 시간 지속해 운영된 사례로는 부산 광안리의 ‘차 없는 거리’가 있다. 광안리 ‘차 없는 거리’는 수영구 주민이 직접 참여하고 기획하며, 진정한 주민 축제로 거듭나기 위해 진행되고 있다. 주민의 니즈와 문화가 담긴 콘텐츠를 축제로 제대로 반영하기 위하여 노력했고, 그 결과 거의 20년 가까이 운영되었으며 부산의 대표 해변 브랜드 축제로 자리 잡고 있다.

도움을 얻을 수 있는 책이나 논문 자료

1. 하정원, 『통제집단합성법을 활용한 차 없는 거리 정책의 도시활력증진효과분석』, 한국지역 학회지 『지역연구』 제38권 제2호 p.59-72
도시의 활력과 상업가로의 매출 향상에는 보행량이 주요한 영향을 끼친다. 그렇기에 보행량을 늘릴 수 있는 ‘차 없는 거리’는 일부 개선점을 보완하면 상권 활성화 측면에서 효과를 볼 수 있다.
2. 이신해, 정상미, 『걷는 도시, 서울 정책효과와 향후 정책 방향』, 서울연구원, p38
차 없는 거리가 시행되었던 신촌 연세로에서 시행 기간인 2017년에서 2018년 사이 유동 인구나 매출액이 증가하였다. 차 없는 거리가 상권 활성화에 긍정적인 영향을 준다.
3. 민현석, 여혜진, 『차 없는 거리 사업의 평가 및 개선방안』, 서울연구원, p.8-9
상인들은 차 없는 거리 사업이 상권 변화에는 큰 영향을 주지 못했다고 평가했다. 차 없는 거리 사업의 실시로 인한 상가영업의 불편사항으로는 주차공간의 부족과 영업차량 이용의 불편 문제를 지적했다.
4. 고광화, 『상권활성화편익 분석을 통한 보행시설의 가치 추정』, 서울시립대학교 대학원, p.145-147
보행환경이 좋아야 도로변에 있는 점포의 매출이 상승할 수 있다. 보행환경 개선안 중 도로다이얼트가 매출 상승에 가장 많은 도움이 되었다. 이를 통해 도로를 줄더라도

보행길이 넓어지거나 개선되면 매출 상승에 도움이 될 수 있음을 알 수 있다.

5. 최막중, 신선미, 『보행량이 소매업 매출에 미치는 영향에 관한 실증분석』, 대한국토·도시계획학회지 『국토계획』 제 36권 2호, p.75-83
보행량과 입점객 사이에는 일정한 비례 관계가 존재하며, 입점객수의 변화는 보행량에 의해 거의 대부분(91.6%) 설명된다.
6. 김성은, 『신촌 대중교통전용지구 조성이 보행자 만족도 및 지역 상권에 미치는 영향에 관한 연구』, 연세대학교 일반대학원, 2016,
보행자의 만족도에 가장 큰 영향을 끼치는 가장 큰 요소는 볼거리, 즐길 거리, 벤치, 위생시설, 노점상 등의 ‘매력’이다. 신촌 연세로 ‘차 없는 거리’ 조성 이후 유동 인구, 매출에 긍정적인 영향을 끼쳤다. ‘차 없는 거리’가 시행된 2014년 이전인 2011년 대비 2015년 유동 인구가 증가하였고, 2013년 대비 2014년 매출액이 증가하였다. 또한 2014년 대비 2016년 1분기 카드 매출액이 11.6% 증가하였다.
7. 이수민, 『보행환경개선이 상권에 미치는 영향 분석』, 인천대학교 일반대학원, 2014,
인천광역시 남동구 구월동 로데오거리 일원에 보행우선구역 사업을 진행하였다. 상인들과 방문객 모두 보행환경 개선, 방문 횟수 증가에 긍정적인 의견을 밝혔다. 정량적 평가를 확인한 결과 보행 우선 사업 시행으로 보도 폭이 넓어진 곳은 보행 교통량이 37.4% 증가하였다. 또한 사업 시행 이전에는 근거리 방문객을 대상으로 하는 상권에 머물렀지만, 사업 이후 광역적인 상권으로 성장하였다.
8. 김윤미 외 3인, 『차 없는 거리 선정 기준 수립을 위한 방법론 정립 연구』, 대한토목학회, 2016, p.871-878
차 없는 거리는 유형별로 상업지역형, 주거지역형, 학교 지역형, 문화 지역형 등 4가지 지역형으로 분류할 수 있고, 차 없는 거리의 평가항목은 안전성, 쾌적성, 연속성, 접근성, 환경성, 소통성의 6가지로 구분된다. 특히 상권밀집지역은 소통성의 가중치가 높게 나타났다.

☑ 논문 핵심 정리

1. 상권 활성화에 주요한 영향을 미치는 보행량과 유동인구, 그리고 지역 차별성
상권 활성화를 위해 무엇이 필요한지 조사하였고, 논문을 통해 상권 활성화와 보행량이 밀접한 관련이 있다는 사실을 확인했다. 논문『통제집단합성법을 활용한 차 없는 거리 정책의 도시활력증진효과분석』에 따르면 “도시의 활력을 결정짓는 주요한 요인에는 유동 인구나 보행량이 있으며, 매출과 연관이 깊은 상업 가로에서 보행량이 특히 중요하다”며 도시 활력과 상업가로의 매출 증가에는 보행량이 주요한 영향을 끼친다”라고 주장하였다.

논문『보행량이 소매업 매출에 미치는 영향에 관한 실증분석』에서는 편의점을 예시로 들며 “보행량과 입점객 사이에는 일정한 비례 관계가 존재하며, 입점객 수의 변화는 보행량에 의해 대부분(91.6%) 설명된다”고 이야기했다.

논문『상권활성화편의 분석을 통한 보행 시설의 가치 추정』은 “보행환경이 좋아야 도로변에 있는 매출이 상승할 수 있다”라고 주장하며 “보행 시설 개선 전, 후 도로변 점포의 매출을 비교한 결과 매출 상승을 확인했다”라는 실험 결과를 보여주었다. 그리고 “유효 보도폭 확장, 편의시설과 가로수 설치 등 보행 시설개선이 상권 활성화에 긍정적 영향을 미친다”고 하며 보행환경, 보행량이 상권과 밀접한 연관이 있음을 나타냈다.

논문『신촌 대중교통전용지구 조성이 보행자 만족도 및 지역 상권에 미치는 영향에 관한 연구』에서 보행 환경 만족도에 가장 큰 영향을 끼치는 것은 볼거리, 즐길 거리, 벤치, 위생시설, 노점상 등의 ‘매력’, 즉 지역 차별성이라고 하였다. 신촌 연세로 ‘차 없는 거리’가 시행되기 전에는 문화를 즐길 수 있는 공간과 휴식 공간, 볼거리 등이 부족하였다. 그러나 ‘차 없는 거리’ 조성 이후 콘서트, 축제, 공연 등 문화를 즐길 수 있는 공간이 조성되고 신촌의 특색을 나타낸 예술작품이 설치되어 보행자들의 만족도가 향상되었다. 이를 통해 지역의 특색을 살린 프로그램 조성이 거리를 걷고 싶게 만들어 유동 인구를 모을 수 있음을 나타냈다.

2. ‘차 없는 거리’를 시행하거나 도로 폭을 줄여 효과를 보인 사례

① 종로 52길의 ‘차 없는 거리’

논문『통제집단합성법을 활용한 차 없는 거리 정책의 도시활력증진효과분석』에서는 종로52 길에서 시행된 ‘차 없는 거리’를 분석하였다. 종로52길은 동묘앞역 근처이며 창신동 문구 완구 시장을 포함한 문구, 완구를 주로 판매하는 거리이다. 종로52길은 비록 단기적이거나 8개월 동안 생활인구 밀도 증진 효과를 보였다. 단기적인 효과로 그친 이유에는 지역 차별성 부족과 보행자 편의 시설 부재, 그리고 코로나19의 영향이 있었다.

② 신촌 연세로의 ‘차 없는 거리’

『걷는 도시, 서울 정책효과와 향후 정책 방향』 보고서에는, 신촌 연세로의 ‘차 없는 거리’ 시행 기간인 2017년~2018년 동안 유동 인구나 매출액이 증가하였다는 사실을 알 수 있었다. 또한 “‘차 없는 거리’ 시행으로 매출 증가가 나타났으며, 상권 활성화에 긍정적인 영향을 준다”고 주장하였다.

논문『신촌 대중교통전용지구 조성이 보행자 만족도 및 지역 상권에 미치는 영향에 관한 연구』에 따르면, ‘차 없는 거리’ 시행으로 이전에 비해 유동 인구, 매출에 긍정적인 영향을 끼쳤다는 것을 알 수 있다. 사업 시행 이전인 2011년 대비 2015년 보행환경이 개선되고 행사가 자주 열리는 곳의 보행량이 증가하였다. 사업 시행 이전인 2013년과 시행 후인 2014년의 매출액을 비교해 본 결과 2월을 제외한 2013년 대비 2014년 매출이 증가하였다. 또한 2014년 대비 2016년 1분기 카드 매출액이 11.6% 증가하였다. 이를 통해 사업 시행 직후 유동 인구나 매출 상승에 긍정적인 영향을 끼쳤음을 알 수 있다.

같은 논문에서 ‘차 없는 거리’에 대한 상인들의 심층 인터뷰를 진행했다. 인터뷰 결과 긍정적인 답변으로는 ‘보행 환경이 개선되어 보행이 편리해지고 유동 인구가 늘어났다.’, ‘신촌은 명소가 많지 않기에 다양한 문화 행사를 유치하는 것이 좋다.’, ‘행사 개최로 인해 신촌 유동 인구가 증가했고, 신촌이 활성화 되기를 바란다.’ 등의 의견을 밝혔다.

③ 도로다이어트 정책

논문『상권활성화편의 분석을 통한 보행 시설의 가치 추정』에서는 ‘차 없는 거리’는 아니지만, 도로 폭을 줄이고 보행길을 늘려 매출 증가 효과를 본 사례를 이야기했다. “보행환경 개선 안 중 도로다이어트(도로를 줄이고 보행거리를 늘리는 정책)를 통해 매출이 18% 향상되었다”라는 내용을 통해 도로를 줄이더라도 보행길이 넓어지면 매출 상승에 도움이 된다는 것을 알 수 있다.

④ 인천 로데오 거리의 보행 우선 구역

논문『보행환경개선이 상권에 미치는 영향 분석』에서는 인천광역시 남동구 구월동 로데오거리에서 운영된 보행우선구역 사업을 분석하였다. 보행우선구역은 차보다 보행자의 안전하고 편리한 통행을 우선하도록 보행환경을 구성하는 사업이다.

사업 시행 이후 상인과 방문객의 평가와 데이터 분석을 통해 효과를 검증하였다. 보행 환경 개선과 방문자 수, 방문 횟수 증가에 대한 평가는 상인과 방문객 모두 긍정적인 의견을 밝혔다. 상인들은 매출 증가에 대해서는 부정적인 의견을 밝혔으나 데이터 확인 결과 매출이 일정 기간 증가하였음을 확인할 수 있었다. 보행우선구역 전후 보행교통량을 비교해 보면, 사업 전보다 37.4% 증가하였고, 특히 보도를 확장한 구간이 그렇지 않은 구간에 비해 상승 폭이 크게 나타났다. 마지막으로, 사업 이전 근거리 방문객을 상대로 하는 상권에서 전 지역 거주 방문객 수가 증가하는 광역적인 상권으로 성장했다.

이를 통해 도로 폭을 줄이고 보행 환경을 개선하면 유동 인구 증가 및 새로운 유동 인구 유입 등의 효과가 나타남을 알 수 있었다.

3. ‘차 없는 거리’ 사업이 상권 활성화에 도움을 주지 못한다는 평가

『차 없는 거리 사업의 평가 및 개선방안』에 따르면 “상인들은 ‘차 없는 거리’ 사업이 상권 변화에 큰 영향을 주지 못했다고 평가했다”라고 이야기하며 불편 사항으로 주차 공간 부족, 영업 차량 이용의 불편 문제를 지적했다.

논문『보행환경개선이 상권에 미치는 영향 분석』에서는 주차 환경 개선에 대해 상인과 방문객 모두 부정적인 의견을 밝혔다. 보행길이 넓어짐과 동시에

주차 공간이 줄어들었지만, 마땅한 대안이 마련되지 않은 것이 문제였다.

논문『신촌 대중교통전용지구 조성이 보행자 만족도 및 지역 상권에 미치는 영향에 관한 연구』에 따르면, 상인들은 ‘부유한 중년들은 차량 통행에 불편함을 느껴 신촌에 오기 꺼린다.’, ‘골목은 차량 통행이 많아져 보행환경이 좋지 않다’, ‘주차 공간 부족이 매출에 부정적인 영향을 끼쳤다.’, ‘신촌에서 열리는 행사 참가자들은 신촌에 머무르지 않고 다른 곳으로 이동한다.’ 등의 의견을 내놓았다. 주차 공간 부족으로 인해 신촌 일대의 접근성이 저하되고, 신촌에 머무르게 하는 요소가 부족한 것을 주된 이유로 뽑았다.

이를 통해 도로를 줄이고 보행량을 늘리는 ‘차 없는 거리’가 상권 활성화에 도움이 될 수 있다는 것을 확인했다. 다만 상권 활성화에 오히려 악영향을 끼친 사례도 존재하였기에, ‘차 없는 거리’가 더 의미 있는 행사가 되기 위해서는 주차 공간 확보를 통한 ‘차 없는 거리’ 일대의 차량 접근성 향상, 지역에 머무르게 만들기 위한 지역 차별성 요소가 개선되어야 한다는 것을 알 수 있었다.

그러나 ‘차 없는 거리’를 시행하거나 도로 폭을 좁혀 효과를 본 사례를 정량적 자료가 주를 이루지만, ‘차 없는 거리’ 사업이 상권 활성화에 도움을 주지 못한다는 평가는 정성적인 자료가 주를 이뤄 완전한 동일선상에서 비교하기 어렵다는 한계점이 있다.

관련 사이트 조사

1. 서울시 지하철 호선별 역별 승하차 인원 정보 - 서울 열린 데이터 광장

<https://data.seoul.go.kr/dataList/OA-12914/S/1/datasetView.do>

과거 2019년과 2023년 6월 17일, 8월 19일에 진행된 ‘차 없는 거리’ 행사 당일, 대학로 유입 인구 증가 여부와 월 평균 혜화역 하차 인구수, 신촌 연세로에 ‘차 없는 거리’가 운영되었던 기간의 신촌역(2호선) 하차 인구수를 알아보기 위해 서울 열린 데이터

광장에서 제공한 '서울시 지하철 호선별 역별 승하차 인원 정보' 데이터를 이용하였다.

2. 서울시 상권분석서비스(상권-추정매출) - 서울 열린 데이터 광장

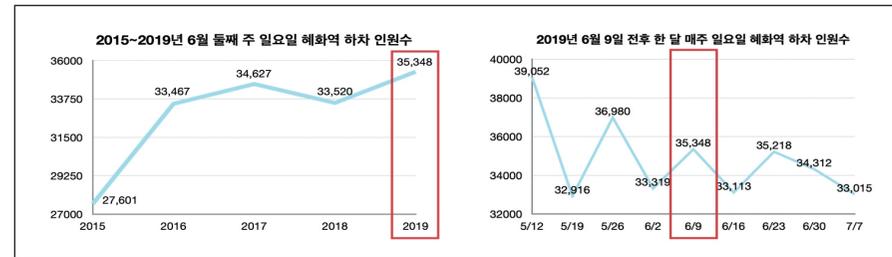
<https://data.seoul.go.kr/dataList/OA-15572/S/1/datasetView.do>

신촌 연세로에 '차 없는 거리'가 운영되었던 기간 신촌의 분기별 매출액 변화를 알아보기 위해 서울 열린 데이터 광장에서 제공한 '서울시 상권분석서비스(상권-추정매출)' 데이터를 이용하였다.

☑ 데이터 핵심 정리

1. 2019년에 진행되었던 대학로 '차 없는 거리'

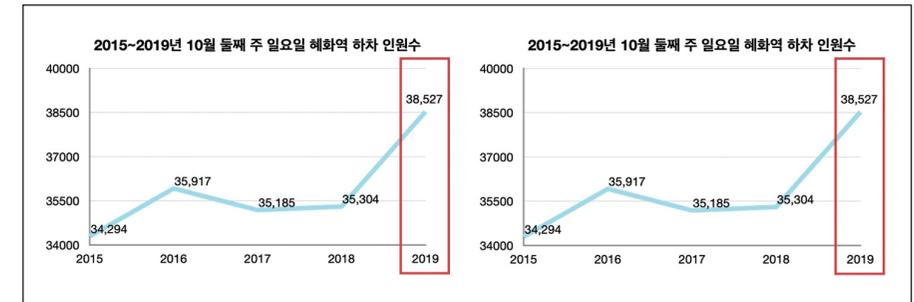
① 2019년 6월 9일 '차 없는 거리' 유입 인구



우선 2019년 6월 9일 '차 없는 거리' 시행 당시 실제 다른 날보다 대학로에 방문한 사람이 많았는지 알아보기 위해 먼저 2015~2019년 6월 둘째 주 일요일 혜화역 하차 인원수를 비교했다(왼쪽). 2020~2022년은 코로나19의 영향이 크게 작용하여 비교군으로 사용하지 않았다. 다른 해의 비슷한 시기와 비교했을 때 차 없는 거리 시행으로 혜화역 하차 인원수가 증가했다. 평균 하차수 32,303 보다 3,045명이 늘었지만, 이는 2015년에 유독 혜화에 방문한 인원이 적은 이유가 작용한다.

다음으로, 6월 9일 '차 없는 거리' 시행 전후 한 달의 매주 일요일 혜화역 하차 인원수를 비교했다(오른쪽). 차 없는 거리 시행 전후 한 달을 비교했을 때 유의미한 상승 폭은 보이지 못했다. 차 없는 거리 시행 전후 한 달 평균 하차수 34,740보다 608명이 늘었지만, 큰 수치가 아니며 '차 없는 거리' 시행일보다 오히려 많이 방문한 날도 있었다.

② 2019년 10월 13일 '차 없는 거리' 유입 인구

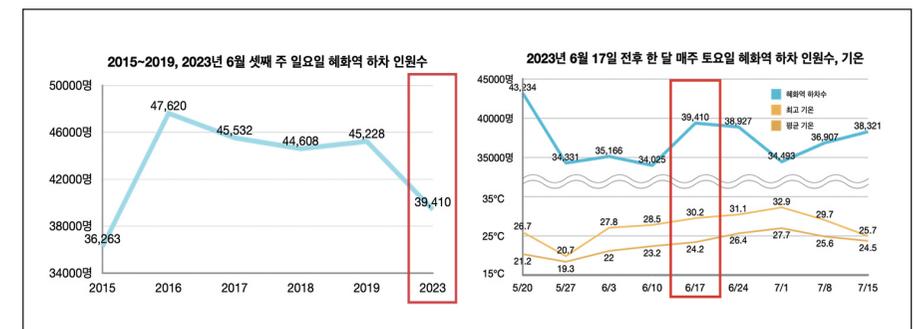


두 번째로, 2019년 10월 13일 '차 없는 거리' 시행 당시 실제 다른 날보다 대학로에 방문한 사람이 많았는지 알아보기 위해 먼저 2015~2019년 10월 둘째 주 일요일 혜화역 하차 인원수를 비교했다. 다른 연도의 비슷한 시기와 비교했을 때 '차 없는 거리 시행'으로 혜화역 하차 인원수가 증가했다. 다른 해의 평균 하차수 35,175보다 3,352명이 늘었다.

다음으로, '차 없는 거리' 시행 전후 한 달의 매주 일요일 혜화역 하차 인원수를 비교했다. 차 없는 거리 시행 전후 한 달을 비교했을 때 차 없는 거리 시행으로 혜화역 하차 인원수가 증가했다. 차 없는 거리 시행 전후 한 달 평균 하차수 34,838보다 3,689명이 늘었다. 이를 통해 2019년 6월 9일에 시행되었던 '차 없는 거리'는 유동인구 측면에서 큰 효과를 거두지 못했지만, 10월 13일에는 약 3,700명의 인구를 모으는 등 효과가 나타났다. 다만 해당 날의 날씨, 연휴의 유무와 승용차, 버스를 통한 유동인구를 파악하지 못했다는 한계가 있다.

2. 2023년에 진행되었던 대학로 '차 없는 거리'

① 2023년 6월 17일 '차 없는 거리' 유입 인구

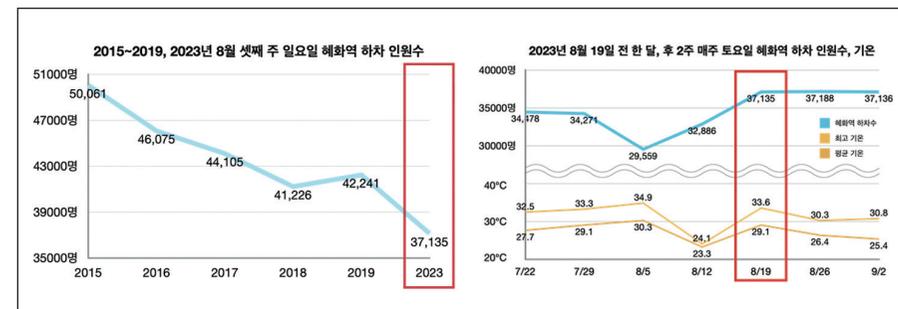


세 번째로, 2023년 6월 17일 ‘차 없는 거리’가 유동 인구 유입에 효과가 있었는지 알아보기 위해 먼저 2015~2019년 6월 셋째 주 토요일 혜화역 하차 인원수를 비교한 결과 혜화역 하차 인원수가 감소했다. 올해 6월 17일 혜화역 하차 인원수는 39,410명으로, 다른 해의 평균 하차수 43,850보다 4,440명이 감소했다. 다만, 코로나19로 인해 지하철 이용자 수가 줄어들었다가 다시 회복세에 있다는 점이 고려될 필요가 있다.

다음으로, ‘차 없는 거리’ 시행 전후 한 달의 매주 토요일 혜화역 하차 인원수를 비교했다. 차 없는 거리 시행 전후 한 달을 비교했을 차 없는 거리 시행으로 혜화역 하차 인원수가 소폭 증가했다. 차 없는 거리 시행 전후 한 달 평균 하차수 36,926보다 2,484명이 늘었다.

하차 인원수 수치상으로 보았을 때 큰 차이가 없는 것으로 보이나, 기온을 확인해 보면 ‘차 없는 거리’가 유동 인구를 모으는데 효과를 보였다는 것을 알 수 있다. 최고 온도가 30.2도였던 6월 17일보다 기온이 낮은 날에 비해 오히려 하차 인원수가 많은 날이 다수 존재하고, 기온이 비슷한 날끼리 비교해도 6월 17일에 혜화를 방문한 사람이 많은 것을 알 수 있다.

② 2023년 8월 19일 ‘차 없는 거리’ 유입 인구



네 번째로, 2023년 8월 19일 ‘차 없는 거리’가 유동 인구 유입에 효과가 있었는지 알아보기 위해 먼저 2015~2019년 8월 셋째 주 토요일 혜화역 하차 인원수와 비교한 결과 혜화역 하차 인원수가 감소했다. 올해 8월 19일 혜화역 하차 인원수는 37,135명으로, 다른 해의 평균 하차수 44,742보다 7,607명이 감소했다. 다만, 코로나19로 인해 지하철 이용자 수가 줄어들었다가 다시 회복

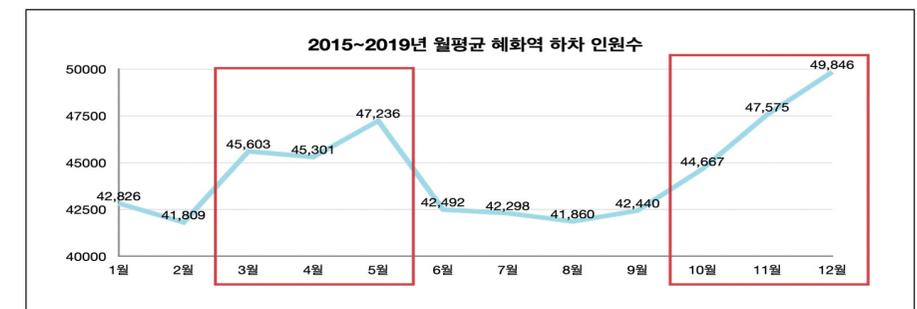
세에 있다는 점이 고려될 필요가 있다.

다음으로, ‘차 없는 거리’ 시행 전 한 달, 후 2주의 매주 토요일 혜화역 하차 인원수를 비교했다. 8월 19일 ‘차 없는 거리’ 시행 3주 뒤인 9월 7일부터의 자료는 공개되지 않거나 보고서 작성 시점에서 구할 수 없기에 시행 후 2주의 데이터만 사용하였다. ‘차 없는 거리’ 시행 전 한 달, 후 2주를 비교했을 차 없는 거리 시행으로 혜화역 하차 인원수가 소폭 증가했다. 차 없는 거리 시행 전 한 달, 후 2주 평균 하차수 34,253보다 2,882명이 늘었다.

하차 인원수 수치상으로 보았을 때 큰 차이가 없는 것으로 보이나, 기온을 확인해 보면 ‘차 없는 거리’가 유동 인구를 모으는데 효과를 보였다는 것을 알 수 있다. 8월 5일을 제외하면, 최고 온도가 33.6도였던 8월 19일보다 기온이 낮은 날에 비해 오히려 하차 인원수가 많거나 비슷한 수준인 것을 확인할 수 있다.

이를 통해 2023년 6월 17일과 8월 19일에 시행되었던 ‘차 없는 거리’는 더운 날씨임에도 기온이 비슷하거나 낮은 날에 비해 사람들이 많이 방문하여 대학로를 찾는 유동 인구를 늘리는 데에 효과를 거두었다고 볼 수 있다. 다만 해당 날의 버스를 통한 유동 인구 유입을 파악하지 못했다는 한계가 있다.

3. 월별 평균 혜화역 하차 인원수

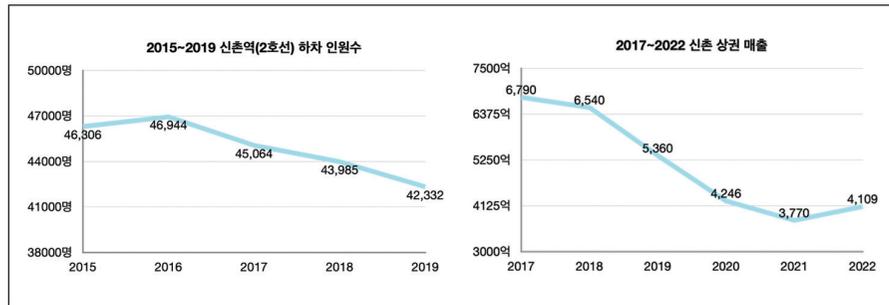


2015~2019년 월평균 혜화역 하차 인원수를 확인해 본 결과 대학로에는 1, 2월에 비해 3월~5월에 하차 인원수가 많아졌다가 6~9월에 줄어든다. 그리고 10월~12월 사이에 다시 늘어나며 12월에 가장 많은 인원이 혜화역에서 하차한다. 올해 ‘차 없는 거리’는 6, 7, 8월에 진행되는 데 이 데이터를 보았을 때 시행

시기가 아쉬운 면이 있다. 유동 인구가 많은 3~5월, 10~12월에도 계절에 맞춰 '차 없는 거리'를 시행한다면 더 많은 사람을 모을 수 있을 것이다.

4. 신촌의 유동 인구와 매출액 데이터

신촌 연세로의 '차 없는 거리'는 2014년부터 시작된 서울의 대표적인 '차 없는 거리'였으며, 대학로 '차 없는 거리'와 가장 많이 비교되었다. 그렇기에 신촌 연세로에 '차 없는 거리'가 운영된 기간 신촌의 상권이 어떻게 변화하였는지 알아보는 것이 중요하다.



먼저, 신촌 연세로는 주중에는 승용차의 통행은 제한하고, 대중교통만 통행할 수 있는 대중교통전용지구로, 주말에는 대중교통의 통행까지 막아 차 없는 거리로 운영되었다. 그렇기에 2015년부터 2019년까지 신촌역(2호선) 연도별 주말 하차 인원수를 분석했다(왼쪽 그래프). 2015년 이전 데이터는 제공되지 않아 확인이 불가하였다.

그 결과 2016년부터 코로나19 직전인 2019년까지 신촌역(2호선) 하차 인원수가 꾸준히 감소하는 모습을 볼 수 있다. '차 없는 거리'가 운영되는 동안 신촌 유동 인구 증가에 긍정적인 영향을 끼치지 못했다.

두 번째로, 신촌 연세로에 '차 없는 거리'가 운영되는 동안 신촌의 매출에 어떤 변화가 있었는지 알아보았다(오른쪽 그래프). 2017년부터 2022년까지의 신촌역과 신촌 로터리 및 신촌 상점가의 분기별 매출액 변화를 분석했다. 2017년 이전 데이터는 제공되지 않아 확인이 불가하였다.

분석 결과 신촌의 매출액은 2017년부터 코로나19 이전인 2019년까지 지속적으로 하락하였으며, 특히 2018년 대비 2019년에 큰 폭으로 하락하였다. 하락세를 보이던 신촌의 매출은 코로나19로 인해 더 큰 폭으로 줄어들었다.

두 데이터를 통해 알 수 있는 점은, 신촌 연세로에 '차 없는 거리'가 운영되었음에도 그 기간 유동 인구와 매출액이 모두 감소하였기에 신촌 연세로의 '차 없는 거리'는 상권 활성화에 도움이 되지 않았다는 것이다. 다만 신촌 연세로에 '차 없는 거리'가 시행되기 이전과 시행된 이후를 비교하지 못하였다는 한계가 있으며, 신촌의 유동 인구와 매출액의 감소가 온전히 '차 없는 거리' 때문인지 알아볼 필요가 있다.

찾아보기

02 물어보기

직접해보기

반론의견

☉ 종로구청 장화정 문화과 주무관, 류민환 교통행정과 주무관 인터뷰

(대학로 '차 없는 거리' 운영 담당 부서 주무관님을 만나 대면 인터뷰 진행)

Q1. 저희가 조사해 본 바로는 이번 '차 없는 거리' 시행 목적이 침체된 대학로의 상권을 살리기 위한 것으로 알고 있습니다. 시행 이유에 대해 더 자세히 설명해 주실 수 있나요? 혹시 다른 이유도 있을까요?

→ 상권 활성화만이라고 보기는 어렵습니다. 대학로가 공연, 문화예술의 중심지이지만, 코로나로 인해 2~3년간 공연계가 침체되어 있었기 때문에 대학로 연극인들이 공연을 펼칠 수 있는 장을 마련하는 '공연예술문화확산'의 목적도 있습니다.

Q2. 이번 차 없는 거리에서는 플리마켓, 무대공연, 스트리트 아트 체험 등 많은 행사를 하는 것으로 알고 있습니다. 구체적인 행사 내용에 대한 이야기를 더 들어보고 싶어요.

→ 공연 문화 확산을 위해 사전 공개 모집으로 경연팀 10팀을 선발하였습니다. 한 팀당 30분 공연을 하고, 시민투표로 최상위 3팀을 선정하여서 엔딩공연을 추가로

진행합니다. 부스는 문화예술과 연계하여 캘리그래피, 팝아트, 캐리커처 등을 운영하고, 이화동과 혜화동의 공예 작가분과 종로구 관내 작가분을 우선으로 모집했습니다. 가족 단위로 많이 오기 때문에 어린이들을 위한 에어바운스를 운영하고, 더위를 날리기 위해 바닥에서 물이 폭포처럼 올라오는 구상도 있습니다.

Q3. ‘차 없는 거리’가 상권 활성화에 도움이 되는 이유는 무엇인가요? 도움이 된다면 ‘차 없는 거리’가 상권 활성화 방면에서 어떤 효과가 나타날 수 있나요?

→ 모객이 많아지면 인근 상점 이용률이 높아집니다. 그리고 혜화 로터리부터 이화사거리 사이의 카페 20개, 식당 14개와 제휴하여 바우처 이벤트를 진행했습니다. 행사에 참여한 시민들에게 스탬프를 발급하고, 바우처 쿠폰을 교환하여 제휴 상점에서 10% 할인을 받을 수 있도록 하였습니다.

Q4. ‘차 없는 거리 행사’의 홍보는 거리에 있는 현수막 외에 어떤 방식으로 진행이 되었나요?

→ 차량 통제와 관련하여 인근 도로에 현수막을 달았고, 서울시의 도로 정보 안내 전광판, tbs 교통방송, 내비게이션 업체를 통해 알렸습니다. 행사와 관련해서는 뉴스 자료, 종로구 SNS, 공공 현수막 게시대, 당근마켓과 맘카페를 통해 홍보하였으며 행사 전날 직접 리플릿을 전달하거나 인근 건물에 포스터를 부착할 예정입니다. 다만 6월은 행사 준비 기간이 여유롭지 못해서 홍보 기간이 아쉬웠습니다. 포스터와 리플릿 디자인, 행사 구성이 나와 있는 상태이니 7, 8월에는 홍보 시간을 더 가질 수 있을 것입니다.

Q5. 대학로의 ‘차 없는 거리’는 6월 17일, 7월 16일, 8월 19일의 3회만 진행되는 것으로 알고 있습니다. 이는 상권 활성화에 지속적인 효과를 가져다줄 수 있을까요? 지속적 효과를 위해 추후에도 ‘차 없는 거리’ 행사를 진행할 가능성이 있을까요?

→ 상인들의 만족도를 조사하는 것이 중요합니다. 단순히 도로를 지나가는 차들도 있지만 상인들에게는 차를 타고 오는 사람들의 루트가 없어지기에 불리합니다. 그리고 주민들을 대상으로 행사의 만족도를 조사하는 설문도 진행하고, 기준을 만들어 추후 진행을 논의할 예정입니다.

🎙️ 김영종 전 종로구청장 인터뷰

(2019년 대학로 ‘차 없는 거리’ 시행 당시 구청장님과 전화 인터뷰 진행)

Q1. 2019년 6월 9일, 10월 13일 ‘차 없는 거리’의 시행 목적이 무엇이었나요? 지금 진행되는 ‘차 없는 거리’의 시행 목적은 상권 활성화인데, 당시에도 같은 목적이었나요?

→ 상권 활성화와 문화 발전, 청년 문화가 대학로에 뿌리내리게 만드는 것이 목적이었습니다. 대학로가 문화, 연극의 거리인 만큼 청년이 직접 참여하여 문화를 활성화하고 시민들은 차를 피해 놀면서 여유를 가질 수 있습니다.

Q2. 차 없는 거리가 상권 활성화에 도움이 되려면 어떤 것을 고려해야 할까요?

→ 대학로의 차 없는 길은 대학로의 역사와 문화를 즐기는 편안하고 즐거운 시간이 되어야 합니다. 차 없는 거리는 그 자체가 신기하고 드문 일입니다. 찾길에 들어가 봤다는 해방감, 차 없는 도로에서만 할 수 있는 것들과 대학로만의 문화가 활성화 되어야 합니다. 장사가 잘되게 하려면 사람이 많아야 하고, 사람이 많이 오려면 재밌어야 하고, 재미있으려면 문화가 있어야 합니다. 문화를 활성화함으로써 상권 활성화가 부수적으로 따라옵니다. 몇 년에 한 번, 어쩌다 한 번 하는 것은 상권에 큰 영향이 있다고 보기 어렵습니다. 지속성이 있어야 하고 재밌는 것과 볼거리가 다양해야 합니다. 그래서 차 없는 거리를 종종 하는 것은 좋다고 생각합니다.

📌 인터뷰 핵심 정리 1

2019년에 진행되었던 ‘차 없는 거리’와 2023년에 진행되는 ‘차 없는 거리’에 대해 자세히 알아보기 위해 김영종 前 종로구청장과 종로구청 교통행정과 류민환 주무관, 문화과 장화정 주무관을 인터뷰했다.

① 대학로 ‘차 없는 거리’ 시행 이유

‘차 없는 거리’의 시행 이유는 과거와 현재 모두 비슷했다. 인터뷰에 따르면 대학로의 ‘차 없는 거리’는 상권 활성화도 있지만 그보다 대학로의 공연, 문화

예술이 활성화되고 뿌리내리는 것이 목적인다고 하였다. 코로나 이전에는 청년이 직접 참여하여 문화를 활성화하고, 코로나 이후에는 침체된 공연예술 문화를 확산하기 위해 사업을 진행하는 것이라고 답변했다.

② 지역차별성을 통한 상권 활성화

대학로의 문화 활성화 측면에 대해서 김영종 前 종로구청장께 자세한 설명을 들을 수 있었다. 김영종 前 종로구청장은 ‘차 없는 거리’가 열리는 지역만이 갖고 있는 문화의 특징, 그리고 다양성을 강조했다. 대학로가 대학로만의 문화를 갖고 이를 활성화해야 대학로를 찾는 시민들이 재미를 느끼고 더 많이 찾아오게 된다. 이렇게 사람들이 많이 찾아와야 결국 상권이 활성화될 수 있는 것이다. 대학로는 연극과 공연예술의 성지이기 때문에 ‘차 없는 거리’에서 대학로의 문화를 강조한다면 의미 있는 성과를 보이는 행사가 될 수 있다.

③ 대학로 ‘차 없는 거리’ 행사 내용

그렇다면 2023년 시행된 ‘차 없는 거리’는 대학로만의 문화를 보여주는 시간이었을까? 이는 종로구청 교통행정과 류민환, 문화과 장화정 주무관을 통해 알 수 있었다. 우선 공연 문화 확산을 위해 전국 단위로 사전 모집을 받아 경연팀 10팀을 선발하고 각 팀에게 30분의 시간을 주어 많은 사람 앞에서 공연할 기회를 만들었다. 또한 문화예술 활성화를 위해 캘리그래피, 팝아트, 캐리커처 등의 부스를 운영하였다. 부스 참여자는 이화동과 혜화동의 공예 작가와 종로구 관내 작가를 우선 모집하여 대학로 상권에서 일하는 작가의 작품을 공개하고 판매하는 자리를 마련하였다. 마지막으로, 대학로 인근 상점 방문을 늘리기 위해 바우처 쿠폰 행사도 진행했다. ‘차 없는 거리’ 행사에 참여하면 스탬프를 모아 10% 할인 쿠폰을 교환할 수 있고, 제휴 상점에 방문하여 사용할 수 있다. 대학로 ‘차 없는 거리’는 대학로의 문화를 보여주기 위한 프로그램을 위주로 구성한 것을 알 수 있었다.

④ 유명산 서대문구청 교통행정과 주무관 인터뷰

(신촌 연세로 ‘차 없는 거리’ 해제 추진 담당 부서 주무관님과 ‘서대문구 구청장에게 바란다’ 사이트를 이용한 민원 답변)

Q1. 현재는 상권 활성화를 위해 ‘차 없는 거리’를 폐지한 것으로 알고 있습니다. 폐지 이유에 대해 더 자세히 설명해 주실 수 있으신가요? 혹시 다른 이유도 있을까요?

→ 연세로 ‘차 없는 거리’는 신촌상권 활성화의 일환으로 시작된 사업이었으나 경기침체, 차량 접근성 불량에 따른 신촌 기피, 비 오는 날이나 동절기에 텅텅 빈 도로 등으로 인하여 상권은 침체되고 주민 및 지역 상인들의 원상복구 지속적인 요청으로 차량 통행을 통해 차량의 접근성을 개선하고 상권을 회복하여 주민, 지역상인, 보행자, 방문객 모두를 위한 연세로를 조성하고자 주말 ‘차 없는 거리’를 해제하였습니다.

Q2. ‘차 없는 거리’ 폐지 이후 상권에 어떤 변화가 나타났나요?

→ 현재 시범운영 중이라 상권분석 결과는 아직 나오지 않았으며 9월까지 분석 결과가 나올 예정입니다. 도로와 상권의 특성을 고려하여 대표적인 축제와 행사를 위해서 필요시 차 없는 거리를 시행하고 있으며, 대학로와의 차이는 상권의 특성, 주민 상인의 만족도, 의견수렴 결과 등 복합적으로 고려되어 결정할 문제이기 때문에 단순 비교가 어려울 것으로 판단됩니다.

④ 문석진 전 서대문구청장 인터뷰

(2014년 신촌 연세로 ‘차 없는 거리’ 시행 당시 구청장님과 전화 인터뷰 진행)

Q1. 신촌 연세로의 ‘차 없는 거리’는 2014년에 처음 시행된 것으로 알고 있습니다. 당시 ‘차 없는 거리’를 시행했던 이유는 무엇인가요?

→ 당시 신촌은 홍대에 비해서 상권이 굉장히 침체되어 있었습니다. 그리고 연세로 쪽은 노점상이 많아 비오는 날은 사람이 통행하기 어려웠고, 차가 많이 막혀서 거리를 빠져나가는데 시간이 많이 걸렸습니다. 상권 활성화를 위해서는 청년 문화가 있어야 합니다. 젊은 사람들이 많이 와야 상권이 활성화 되기에 차 없는 거리를 만들어 광장

을 조성하고, 광장에 문화가 저절로 심어지기를 기대했습니다. 그래서 연세대학교 정문 앞에서 신촌 로터리까지 550m를 차 없는 거리로 기획했습니다.

Q2. 신촌 연세로의 '차 없는 거리' 정책은 상권 활성화 측면에서 어떤 효과가 나타났나요?

→ 카드사 매출, 핸드폰을 통한 유동인구 등에 대하여 객관적으로 검증한 결과 차가 다닐 때 보다 매출액과 유동인구가 늘어났습니다. 실질적으로 차 없는 거리가 상권 활성화에 큰 도움이 되었습니다.

문화광장에서는 많은 축제가 열렸습니다. 봄에는 왈츠 축제와 대학 축전, 여름에는 물총 축제와 워터슬라이드, 가을에는 맥주 축제, 겨울에는 크리스마스 축제가 열렸습니다. 대사관에서조차 같이 행사를 열기 굉장히 좋아했고, 나중에는 1년 내내 스케줄이 꽉 찰 정도로 활성화되었습니다.

Q3. 현재 신촌 연세로의 '차 없는 거리'가 상권 활성화를 목적으로 폐지되었는데, 어떤 문제점 때문에 신촌 연세로의 '차 없는 거리'가 폐지되었다고 생각하시나요?

→ 최근에 신촌 상권이 하락했었는데 그 이유는 차 없는 거리 때문이 아닌 코로나 때문입니다. 코로나의 영향을 신촌 뿐만 아닌 홍대 같은 다른 지역에도 있었습니다. 이제 코로나가 끝나가며 상권이 다시 활성화 되는데, 이것을 차 없는 거리를 폐지해서 활성화 되는 것 처럼 이야기 하는 것을 조심해야 합니다. 차 없는 거리가 열려 여러 문화 주체들이 다양한 활동을 했었는데 그 의욕을 꺾어버렸고, 청년 단체들이 지역을 떠나서 다른 지역으로 이동했습니다.

☑ 인터뷰 핵심 정리 2

신촌 연세로의 경우 2014년에 '차 없는 거리'를 시행했던 문석진 前서대문구청장과 현재 '차 없는 거리'를 폐지하려는 지금의 서대문구, 그중 서대문구청 교통행정과 유영산 주무관을 인터뷰했다. 신촌은 '차 없는 거리'를 시행했던 이유와 폐지한 이유로 모두 상권 활성화를 언급했기 때문에 양측의 입장이 매우 상반되었다.

① 신촌 '차 없는 거리' 시행 및 폐지 이유

우선 문석진 前 서대문구청장에 의하면 2014년 '차 없는 거리'를 시행한 목적은 광장을 조성하고, 젊은 사람들이 모여 문화가 심어져 홍대에 비해 침체된 신촌의 상권을 활성화하는 것이었다. '차 없는 거리' 시행으로 차가 다닐 때 보다 매출, 유동 인구가 늘어나고, 다양한 행사가 자주 열리는 등 상권 활성화에 큰 도움을 주었다고 답변했다. 실제로 '차 없는 거리' 시행 기간인 2017년~2018년 사이 신촌의 매출과 유동 인구가 증가하기도 하였다.

반면 '차 없는 거리'를 해제한 이유로는 경기침체와 차량 접근성 불량에 따른 신촌 기피, 비 오는 날과 동절기에 텅텅 빈 도로로 상권이 침체되었기 때문이다. 그래서 주민과 지역 상인이 원상복구를 지속적으로 요청했고, 차량 접근성을 개선하여 상권을 회복하기 위해 '차 없는 거리'를 폐지하였다.

② 신촌 '차 없는 거리'와 코로나19

다만 상권 침체 및 '차 없는 거리' 폐지로 인한 상권 활성화에서 고려해야 할 부분이 있다. 문석진 前 서대문구청장에 의하면 신촌 상권이 하락한 이유는 '차 없는 거리' 때문이 아닌 코로나19 때문이라고 하였다. 코로나19로 인해 신촌뿐만 아닌 다른 지역도 모두 영향을 받았다. 그리고 신촌의 상권이 활성화 되는 것은 코로나가 끝나가는 것이 중요한데, 이를 '차 없는 거리' 폐지와 엮는 것을 조심해야 한다.

그러나 코로나19 시기에 '차 없는 거리'가 상권 활성화에 긍정적인 영향을 미치지 못했다. '차 없는 거리'는 차량으로 접근하기 어렵기에 버스, 지하철 등의 대중교통을 이용해야 한다. 하지만 코로나19로 인해 대중교통 이용률이 떨어지고 오히려 개인 차량 이용률이 올라가 '차 없는 거리'가 시행되는 신촌에 접근하기 어려워진다. 이러한 현상은 종로52길에 시행되었던 '차 없는 거리'에서도 나타났다.

종합하면, 신촌의 '차 없는 거리'는 코로나19 이전에는 상권에 긍정적인 영향을 보였으나 코로나19를 맞이해 '차 없는 거리'가 오히려 상권 활성화에 어려움을 주었다. 그렇지만 신촌의 상권 침체에 코로나19가 큰 영향을 준 것은 사실이며, 이를 무조건 '차 없는 거리' 때문이라고 단정 짓기 어렵다.

☑ 신촌 연세로 vs 대학로 '차 없는 거리' 비교하기

	신촌 연세로	대학로
목적	상권 활성화	상권 활성화, 대학로의 공연예술문화 활성화
기간 및 운영방식	2014년 1월 ~ 2022년 10월 매주 주말	2023년 6월 ~ 8월 매달 셋째 주 토요일 또는 일요일
해당 지역 사진		
도로폭	2차선	6차선

주제를 찾으며 보았던 기사 중 '신촌은 차 없는 거리가 해제되는 반면 대학로는 활성화된다'라고 하며 비교하는 기사가 있었다. 그래서 두 거리의 '차 없는 거리' 특성을 비교하여 어떤 공통점과 차이점이 있는지 알아보았다.

① 신촌과 대학로의 '차 없는 거리' 시행 목적

신촌과 대학로의 차 없는 거리를 비교해 본 결과 먼저 두 곳의 '차 없는 거리' 모두 상권 활성화를 목적으로 운영되었다. 그러나 대학로는 상권 활성화 외에도 대학로의 연극, 공연예술문화를 활성화하는 데에 의의를 더 두고 있다.

② 신촌과 대학로의 '차 없는 거리' 운영 방식 및 환경

두 지역의 '차 없는 거리'의 가장 큰 차이점은 기간과 운영 방식이다. 신촌 연세로는 2014년 1월부터 2022년 10월까지 매주 주말 정례화된 '차 없는 거리'가 운영되었다. 차를 다니지 못하게 하여 보행량을 늘리고 다양한 공연이나 행사를 열었으며, 실제 상권 활성화에 효과를 보기도 하였다. 그러나 코로나19를 맞이해 대중교통 접근성이 저하되고, 비가 오거나 동절기인 주말에는 거리가 한산해지는 문제점을 보였다.

반면 대학로의 '차 없는 거리'는 공연예술문화 활성화 취지의 이벤트성 행사에 가깝다. 2019년에 2번 시행된 이후 4년 만에 다시 개최되었으며 6월부터 8월까지 매달 셋째 주 토요일 또는 일요일에만 열린다. 진행된 프로그램으로는 연극, 아카펠라, 음악 등의 공연과 팝아트, 캘리그래피 등의 예술 활동같이 대학로의 공연예술문화를 보여줄 수 있는 프로그램으로 구성되었다. 신촌 연세로는 2차선 도로이지만 대학로는 6차선의 넓은 도로이다. 신촌은 비교적 '차 없는 거리'를 매주 운영하기 수월하지만 대학로는 도로가 넓기도 하고 교통량이 많아 매주 운영하기엔 어려움이 있다.

③ 신촌과 대학로의 '차 없는 거리' 비교

신촌과 연세로는 시행 목적, 기간 및 운영 방식, 그리고 도로 환경 등 '차 없는 거리'의 특성이 매우 다르다. 그렇기에 단순히 '신촌은 해제되고 대학로는 활성화된다'라고 비교하기 어렵다. 다만 이를 통해 신촌이 정기적인 운영을 통해 일정 부분 상권 활성화 효과를 보았던 만큼 대학로도 몇 년에 한 번 열리는 것이 아닌 정기적으로 공연문화예술 활성화를 위한 행사를 진행한다면 상권 활성화 효과를 볼 수 있을 것이다.



(신촌 연세로 위치. 빨간색 선이 연세로)

🎙 김갑성 연세대학교 도시공학과 교수 이메일 인터뷰

Q1. 도시의 상권 활성화를 위해 고려되는 요소로는 무엇이 있나요?

→ 물리적인 요인으로는 상권의 크기, 교통시설(주로 대중교통, 버스, 지하철역 등 인접, 노선 수 등), 역사 문화시설 등 관광지 특성, 인구가 있고, 경제적 요인으로는 배후 인구, 가구당 소득, 소비지출액, 역사성 등이 있으며, 기타로 지방자치단체의 지원, 대표적인 상가의 유무, 프랜차이즈(대기업) 상점의 유무, 최근에는 인플루언스의 추천 등 SNS 영향 등도 있겠습니다.

Q2. 차 없는 거리와 같은 단기적인 교통 통제와 행사가 상권에 어떤 영향을 끼친다고 생각하시나요?

→ 차 없는 거리를 조성할 경우(예를 들어, 대중 교통지구(승용차는 다니지 못하는) 또는 Pedestrian only street) 해외의 경험으로는 매출 30% 이상 오르고, 임대료가 15% 이상 오른다고 합니다. 그 이유는 차를 이용할 경우 통과 교통이 많은데, 걸어 다니면서 상가에 들르는 경우가 늘기 때문입니다. 행사할 경우에는 보통 때 오지 않는 손님들이 늘어나니까 매출이 증가합니다. 또한 홍보 효과가 커서 장소를 알리는 데 도움이 됩니다.

Q3. 도시의 상권이 활성화된다는 것은 어떤 의미를 가진다고 생각하시나요?

→ 상권 활성화는 권역 내의 상점들의 매출이 증가하는 것을 의미합니다. 매출이 증가하려면 방문객(손님)이 많아야 합니다. 우리나라에서 상권이 활성화되었다가 쇠퇴하는 경우가 많은데, 대부분 상점이 임대하므로 임대차보호법에 따라 3년까지 장사를 할 수 있고, 그 이후는 임대료를 올려주지 않으면 다른 곳으로 옮겨가야 해서 자가 상점이 아닌 경우에는 어렵죠. 상권이 활성화되면 대기업의 프랜차이즈 상점들이 입점하게 되고, 그동안 상권의 중심이 되었던 영세 자영업자들은 다른 곳으로 밀려나기 때문에 다시 쇠퇴의 기로에 서게 되는 것입니다. 이를 Gentrification이라고 하는데요. 어떤 매체에서는 이를 동지 내몰림 현상이라고 부르는데, 젠트리피케이션의 부작용만을 꼭 집어서 해석한 것으로 상권 회춘 또는 활성화의 의미를 잘못 전달하고 있습니다. 상권 활성화는 장사가 잘되는 것(매출이 많은 것). 활기가 있는 것(사람이 많이 모이니까)의 의미를 가집니다.

🎙 김인하 서경대학교 도시공학과 교수 이메일 인터뷰

Q1. 도시의 상권 활성화를 위해 고려되는 요소로는 무엇이 있나요?

→ 상권 유형, 예상 이용객, 도시 인프라, 보행 공간, 마케팅 등이 있습니다.

Q2. 차 없는 거리와 같은 단기적인 교통 통제와 행사가 상권에 어떤 영향을 끼친다고 생각하시나요?

→ 긍정적 영향으로는 쾌적한 보행 환경, 부정적 영향으로는 이용객의 접근성 문제, 서비스 차량 문제 등이 있습니다.

Q3. 도시의 상권이 활성화된다는 것은 어떤 의미를 가진다고 생각하시나요?

→ 도시경제 활성화, 일자리 증가, 도시 이미지 개선 등이 있습니다.

🎙 김학열 서경대학교 도시공학과 교수 이메일 인터뷰

Q1. 도시의 상권 활성화를 위해 고려되는 요소로는 무엇이 있나요?

→ 혼합적 토지이용, 장소성을 살리는 건축이 있습니다.

Q2. 차 없는 거리와 같은 단기적인 교통 통제와 행사가 상권에 어떤 영향을 끼친다고 생각하시나요?

→ 행사의 종류, 규모, 주기, 시민참여 형태 등 다양한 요소에 따라 긍정적 혹은 부정적 영향이 있습니다. 따라서 단정적으로 얘기하기 곤란합니다.

Q3. 도시의 상권이 활성화된다는 것은 어떤 의미를 가진다고 생각하시나요?

→ 지역 경제 활력, 경쟁력, 문화증진, 일자리 창출 등이 있습니다.

🎯 인터뷰 핵심 정리 3

차 없는 거리가 상권에 끼치는 영향과 상권 활성화의 의미를 알아보기 위해 김갑성 연세대학교 도시공학과 교수, 김인하, 김학열 서경대학교 도시공학과

교수님을 이메일로 인터뷰하였다.

차 없는 거리를 조성하였을 때 해외의 경험으로 매출이 30%가 오르는 성과를 보였다고 하였다. 그 이유로는 차를 이용하면 해당 상가를 그냥 통과하는 통과 교통이 많지만, 걸어 다닐 경우 상가에 들르는 경우가 늘어나기 때문이다. 또한 행사를 운영하면 평소 오지 않던 손님이 늘어나기에 매출이 증가하고, 홍보 효과가 크기에 장소를 알리기 유용하다. 보행 환경을 개선하고 차 없는 거리 행사가 운영되면 매출 증가에 있어 긍정적인 영향을 줄 수 있다. 상권 활성화의 의미는 상점들의 매출이 증가하는 것과 방문객이 많이 모이는 것이다.

㉠ 부산 광안리 수영구청 담당자 인터뷰

Q1. 광안리의 차 없는 거리는 20년 동안 지속된 행사인 것으로 알고 있습니다. 이러한 '지속적인' 차 없는 거리가 단기적인 행사와 비교해서 상권 활성화에 효과가 있었나요?

→ 우리 구에서는 해당 사항 관련하여 별도 조사 또는 용역을 진행하지 않아 효과 여부에 대한 정확한 답변이 어려움을 양해 바랍니다.

Q2. 광안리의 차 없는 거리 행사를 반대하는 개인 또는 집단과는 어떠한 방식으로 갈등을 완화하고 계시는가요?

→ 주로 발생하는 민원은 공연 소음으로, 계획수립 시 운영시간, 공연장 위치, 공연 장르를 조정하고, 현장 계도를 통해 민원 발생을 최소화하기 위해 노력하고 있습니다.

Q3. 지속적인 행사 운영을 위해서 어떤 요소들이 중점적으로 고려되어야 한다고 생각하시나요?

→ 지속적인 행사 운영을 위해서 중점적으로 고려하고 있는 점은 운영 프로그램의 다양화와 내실화입니다. 매년-매주 다양한 문화공연, 체험 프로그램, 포토존 등의 프로그램 운영으로 다시 찾고 싶고, 누구나 즐길 수 있는 차 없는 문화의 거리가 될 수 있도록 노력하고 있습니다.

✔ 인터뷰 핵심 정리 4

부산 광안리 수영구는 20년 넘게 '차 없는 거리'를 꾸준히 지속하여 운영하였다. '차 없는 거리' 운영의 긍정적인 사례이기에 긴 시간 운영할 수 있었던 이유에 대해 알아보려고 수영구청 민원실에 질문을 보내 답변을 받았다. 부산 광안리 수영구가 긴 시간 차 없는 거리를 운영할 수 있었던 이유는 프로그램의 다양화와 내실화를 고려하기 때문이라고 하였다. 매년 색다른 프로그램을 기획하여 다시 찾고 싶고, 즐길 수 있는 거리를 조성하기 위해 노력한다고 하였다. 다만 고려해야 할 점은, 공연 소음에 대한 민원이 많아 공연 시간, 위치, 장르 등의 조정이 필요하다고 답하였다. 이를 통해 그 지역만의 특색있는 문화를 다양하게 보여주는 것이 지속적인 '차 없는 거리'를 운영하는 데에 있어 중요한 요소인 것과 주민에게 발생하는 피해를 줄이기 위해 노력해야 한다는 것을 알 수 있었다.

직접 실험해볼 수 있는 방법

대학로 '차 없는 거리' 현장에 나가 거리 설문조사, 시민 인터뷰, 노점상 및 인근 가게 인터뷰를 진행했다.

첫째, 거리 설문조사에서는 '차 없는 거리' 행사로 인해 새롭게 유입된 유동 인구와 행사에 참여하는 사람들의 교통 접근성, '차 없는 거리' 행사 재방문율을 알아보려고 하였다.

그래서 차 없는 거리를 목적으로 대학로를 찾은 것인지, 다른 목적으로 대학로를 찾았으나 행사에 관심이 생겨 들른 것인지 물어보는 질문과 버스, 지하철, 승용차, 도보 등 어떤 방식으로 대학로에 왔는지 물어보는 질문을 구성하였다. 또한 8월 19일에는 대학로를 방문할 때 이용한 교통수단 대신 '차 없는 거리' 행사에 처음 방문한 것인지, 6월 17일에도 왔었는지 물어보는 질문을 추가하였다.

- 기간 : 2023년 6월 17일 13시 30분~17시 30분 (4시간)
2023년 8월 19일 14시 30분~16시 (1시간 30분)
- 장소 : '차 없는 거리' 행사가 진행되는 대학로
- 방법 : 불특정 일반인을 대상으로 하였으며, 해당하는 답변에 스티커를 붙인다.



다음과 같이 설문조사를 진행한 결과, 6월 17일에는 설문조사 참여자 571명 중 32.9%(188명)가 '차 없는 거리' 행사를 위해 대학로를 찾았다고 답변했다.

대학로에 온 방식은 지하철(52.7%), 승용차(16.8%), 도보(16.8%), 버스(13.7%) 순으로, 지하철을 이용해 행사에 참여한 사람이 가장 많은 것을 알 수 있었다.

8월 17일에는 설문조사 참여자 559명 중 35%(194명)가 '차 없는 거리' 행사를 위해 대학로를 찾았다고 답변했다. 그리고 15%가 6월 17일에 이에 '차 없는 거리'에 재방문하였다고 답변했다.

둘째, 시민 인터뷰는 설문조사에 참여한 시민 중 인터뷰에 동의한 70명(6월 17일 41명, 8월 19일 29명)을 대상으로 진행하였으며, 함께 온 사람, 거주지, 행사 만족도(5점 척도), 좋았던 점과 아쉬웠던 점 등을 물어보았다.

인터뷰 결과 두 번의 행사 모두 가족과 함께 방문한 경우가 많았다. 행사 방문자의 거주지를 알아본 결과 대학로와 비교적 가까운 종로구, 성북구에서 방문한 시민이 주를 이루었지만, 서울 전역과 경기도(일산, 안양 파주 등)에서도 방문하였으며 지방(청주, 대전 등)에서 방문한 사람도 일부 있었다. 다만 장거리 방문객 중 일부는 차 없는 거리를 위해서가 아닌 연극을 보러 왔다가 행사에도 참여한 경우가 있었다. 차 없는 거리 행사 만족도의 평균은 6월 17일 4.71점, 8월 19일 4.42점, 총평균 4.57점으로 대체로 높은 수치를 보여주었다.

좋았던 점으로는 구경할 거리가 많고 다양한 행사가 열린다는 것과 차가 다니지 않는 도로에서 행사한다는 사실 자체가 신기하고 가족과 안전하게 즐길 수 있다는 점을 뽑았다.

아쉬웠던 점으로는 대부분이 '더위'를 꼽았으며 판매하는 물건이나 체험하기 위한 가격이 비싸다는 점을 언급한 사람도 일부 있었다. '더위'는 행사 만족도에서 점수를 낮게 준 데에 가장 큰 영향을 끼쳤다. 특히 8월 19일 행사에서는 콘텐츠 부족, 어린이를 위한 프로그램인 물놀이와 에어바운스가 열리지 않은 점을 아쉬운 점으로 언급한 사람이 많았는데 실제로 6월 17일에 운영된 물 분수와 에어바운스가 8월 19일에는 운영되지 않았다.

셋째, 노점상 및 인근 가게 인터뷰는 '차 없는 거리' 행사가 진행되는 대학로 바로 옆 거리에서 장사하는 상인 11명을 대상으로 진행하였다.

1. 혜화역 1번 출구 앞 와플, 슬러시 가게

- 행사가 아니어도 원래 토요일 매출은 많긴 하지만, 평소보다 조금 올랐습니다. (6/17)
- 평소보다 사람이 많이 와서 좋았어요. 장사하는 사람들은 조금 시끄럽지만 대학로를 살리기 위해 이런 행사가 열리는 것이 좋습니다. 대학로가 너무 죽었고, 살리기 위해 필요합니다. (8/19)

2. 혜화역 1번 출구 앞 떡볶이, 분식 가게

- 행사를 한다고 해서 기대를 걸고 인력을 더 투입하였지만, 매출은 어느 토요일보다 훨씬 저조했습니다. (6/17)

3. 혜화역 2번 출구 앞 붕어빵 가게

- 당장 눈에 띄는 매출 상승이 있던 것은 아니지만 조금 올랐습니다. 이런 행사가 자주 열려야 매출 상승에 도움이 된다고 생각합니다. (6/17)

4. 혜화역 2번 출구 앞 떡볶이, 분식 가게

- 오늘은 다른 날에 비해 손님이 전체적으로 조금 덜 왔습니다. 그래도 평소에 비해 어린이 손님이 많이 늘어났습니다. 저는 이런 행사가 자주 열리는 게 좋다고 생각합니다. 대학로에 연극 이 주를 이루니 다양한 행사가 열려서 외부 사람들이 더 오면 좋겠습니다. (6/17)

5. 혜화역 2번 출구 앞 츄러스 가게와 달고나 가게

- 매출은 다른 날과 비슷했지만, 아이들이 많이 왔습니다. 이런 행사가 자주 열리면 좋을 것 같습니다. (6/17)
- 평소보다 매출이 늘었는지는 잘 모르겠습니다. 이런 행사의 좋은 점으로는 사람들이 많아진다는 것이고, 나쁜 점은 복잡하고 정신없어진다는 것입니다. (8/19)

6. 혜화역 2번 출구 앞 땅콩, 호두과자 가게

- 매출이 평소보다 많이 증가한 것 같진 않습니다. 그러나 꼬마 아이들이 많이 방문

했습니다. 엄마들이 아이들을 데리고 많이 왔습니다. 상권 활성화를 위해서 이런 행사가 자주 열리면 좋을 것 같습니다. (8/19)

7. 혜화역 1번 출구 앞 닭꼬치 가게

- 폭삭 망했습니다. 차가 들어오지 않으니, 사람들이 오지 않습니다. 저번에는 행사처럼 열려서 괜찮았는데 이번엔 그러지 않았어요. (8/19)

8. 혜화역 2번 출구 근처 세븐일레븐

- 사람들이 많이 올 줄 알고 물량을 많이 시켰는데 생각보다 많이 안 왔습니다. (8/19)

9. 혜화역 2번 출구 앞 회오리 감자 가게

- 평소랑 비슷했습니다. 불만은 따로 없습니다. (8/19)

10. 대로변 근처 아이스크림 가게

- 그렇게 큰 변화는 없지만 조금 오른 것 같아요. 알바의 입장에서, 너무 바빠져서 안 열리면 좋겠네요. (8/19)

11. 대로변 앞 카페

- 원래 대학로는 주말이 바쁜데 평소보다 조금 더 바빴어요. 노점상 같은 경우는 구청에서 통제하기도 해서 조금 어려울 수 있겠지만 그래도 행사가 열리면 좋긴 해요. (8/19)

인터뷰 내용을 종합하면, 어느 토요일과 비교하여 행사 날의 매출이 소폭 상승하였다는 답변이 주를 이루었고, 가장 큰 차이점으로는 '어린이들'이 많이 찾아 주었다. 특히 슬러시, 아이스크림, 카페 등 시원한 음식을 파는 가게는 매출이 오르고 평소보다 바빠졌다고 공통적으로 답하였다. 더운 날씨 속 시원한 음식에 대한 수요가 많았던 것으로 보인다.

또한 당장의 큰 매출 변화가 없다고 답한 상인들도 대학로 전체의 상권 활성화를 위해 이러한 행사가 자주 열렸으면 좋겠다는 답변이 주를 이루었다.

다만 일부 업종에서는 오히려 매출이 하락하는 모습을 보이는 등 ‘차 없는 거리’가 모든 상인에게 긍정적인 영향을 끼치지 못한다는 한계가 존재한다.

알 수 있었던 사실

대학로 ‘차 없는 거리’ 설문조사와 노점상, 시민 인터뷰를 통해 대학로에 새로운 유동 인구가 유입된 것을 확인할 수 있었다. 그와 동시에 더 나은 ‘차 없는 거리’를 위해 어떠한 것이 개선되어야 할지 알 수 있었다.

1) 설문조사를 통한 새로운 유동 인구 유입 확인

우선 설문조사 결과 6월 17일에는 ‘차 없는 거리’ 행사 참여를 목적으로 대학로를 찾은 사람은 32.9%지만 다른 목적으로 대학로에 찾았다가 차 없는 거리 행사에 참여한 사람은 77.1%로 나타났다. ‘차 없는 거리’를 목적으로 방문한 사람이 적은 이유로는 이번이 2019년 이후 4년 만에 첫 시행인 점과 행사 준비로 인한 홍보 부족을 꼽을 수 있다. 이는 오히려 ‘차 없는 거리’를 모르고 방문했다가 대학로의 새롭고 다양한 문화를 접하고 체험할 기회가 생겼다는 점에서 의미가 있다. 대학로 ‘차 없는 거리’를 방문한 방법으로 지하철(52.7%)을 이용한 사람이 가장 많은 것을 알 수 있었다.

8월 19일 ‘차 없는 거리’에서 진행한 설문조사 결과 행사 참여를 목적으로 대학로를 찾은 사람은 35%로 소폭 증가하였지만, 유의미한 차이가 나타나진 않았다. 이는 7월 17일에 예정되어 있던 행사가 취소된 점과 홍보의 부족을 이유로 꼽을 수 있다. 6월 17일에 이어 ‘차 없는 거리’에 재방문한 사람은 15%였다. 9월에도 차 없는 거리가 열리는 것이 확정된 상태이기에 이러한 재방문율이 유지되거나 늘어나는지 확인해 볼 필요가 있다.

2) 노점상 인터뷰를 통한 새로운 유동 인구 유입 확인

노점상 인터뷰를 통해 ‘차 없는 거리’ 행사 당일 다른 주 토요일에 비해 어린이들이 가게를 많이 찾았다는 사실을 알게 되었다. 기존의 대학로를 방문하는 유동 인구는 대학생, 성인, 그리고 인근 학교의 중고등학생이 주를 이루었다. 하지만 이번 행사

에서 어린이를 위한 이벤트를 개최했고, 이 영향으로 대학로에 가족 단위의 방문객이 많이 찾아왔다. 실제로 길거리 설문 조사를 진행하는 과정에서 어린이들의 참여율이 높은 모습을 볼 수 있었다. ‘차 없는 거리’ 행사를 통해 새롭게 대학로를 찾은 가족과 어린이들의 유동 인구가 생겨났다.

3) 더 나은 ‘차 없는 거리’를 위한 개선점

행사에 참여한 시민들이 가장 큰 아쉬운 점으로 꼽은 것은 ‘더위’였다. 행사가 개최된 6월과 8월은 가장 더운 시기이며 행사 당일도 각각 30도, 33도가 넘어가는 매우 더운 날이었다. 6월에는 휴식 존, 8월에는 대형 선풍기 여러 대를 설치하고 시원한 음료를 무료로 나눠주었지만, 더위를 피하기에는 역부족이었다. 행사 개최 시기를 비교적 선선한 봄이나 가을로 설정하거나 그늘막, 휴식 존 등을 더 많이 마련하여 더위를 대비하는 모습이 필요하다.

상인 인터뷰와 시민 인터뷰, 그리고 행사 현장을 관찰한 내용에 따르면 ‘차 없는 거리’ 행사를 맞이해 어린이를 데리고 가족 단위로 방문한 방문객이 많았다. 그리고 이에 맞춰 6월에는 물 분수, 에어바운스 등의 프로그램이 열렸으나 8월에는 이러한 프로그램이 운영되지 않았다. 그 결과 저번 행사처럼 아이들이 신나게 뛰어놀 수 있는 프로그램을 기대한 사람들의 아쉬움을 사거나 콘텐츠, 재미 부족에 대한 언급을 한 경우도 있었다. 6월 행사에서 어린이뿐만 아닌 더 다양한 사람들도 즐길 수 있는 프로그램이 운영되었으면 좋겠다는 언급이 있었을 만큼 다양한 연령층을 위한 프로그램 구성은 필요하지만, 어린이가 많이 찾는 만큼 이들을 배제한 운영은 오히려 독이 될 수 있다.

마지막으로, 판매 물품이나 프로그램 체험 가격이 비싸다는 언급이 많았다. 어린이와 함께 오는 가족 단위 방문객이 많고, 더 다양한 프로그램을 즐길 수 있기 위해 가격에 대한 일부 조정이 필요해 보인다.

➔ **Red Team** : 상권 활성화를 위해 중요한 요소로 지역 차별성이 있는데, 행사 내용 중 경연 대회는 전국 단위로 참여 팀을 모집한다. 이는 대학로만의 공연예술 문화를 홍보하는 것이라고 하기에는 부족하다고 생각한다.

재반박 : 실제 경연에 참가한 팀을 살펴보면, 6팀은 대학로를 중심으로 활동하는 극단이나 밴드이고, 4팀은 대학로와의 연관성이 낮은 팀이었다. 전국 단위로 모집했음에도 대학로의 특성을 반영하는 경연팀이 주로 참가하였음을 알 수 있다. 또한 ‘공연 예술 행사’라는 것 자체가 대학로의 정체성에 부합하기 때문에 대학로가 가지는 ‘공연 예술의 성지’라는 이미지를 효과적으로 부각했다고 볼 수 있다.

➔ **Red Team** : 6월 17일에 진행된 ‘차 없는 거리’는 어린 아이들을 위한 프로그램이 위주로 구성되었다. 그렇다는 것은 중고등학생이나 노년층을 유동인구를 유입시키기 어려웠고, 그들이 자주 이용하는 상점의 매출은 증가하지 않았을 것이라고 생각한다.

재반박 : 어린이들에 비해 중고등학생이나 노년층이 즐길 행사가 적었다는 부분은 인정하고, 실제로 한 시민은 ‘어린이들에 비해 중고등학생이 즐길 수 있는건 부족해요’라고 이야기 해주었다. 그러나 이는 앞으로 ‘차 없는 거리’를 개최하면서 보완할 수 있는 부분이다. 지난 2019년에 진행된 ‘차 없는 거리’에서는 7080세대를 위해 복고 의상이나 거리를 재현하기도 했다. 추후 여러번 행사를 진행하며 매번 다른 컨셉으로 다양한 집단을 유입시키거나, 어린이를 위한 프로그램과 노년층을 위한 프로그램을 같이 운영하여 더 다양한 사람들이 올 수 있도록 기획한다면 상권 활성화에 도움이 될 것이다.

➔ **Red Team** : 6월 17일, 8월 19일의 ‘차 없는 거리’ 행사 이후 수집한 자료를 팩트 체크의 근거로 활용하였지만, ‘차 없는 거리’ 시행 두 번만으로 행사의 효과를 판단

하기는 어렵다고 생각한다.

재반박 : 상권 활성화와 관련된 이론적인 부분과 2회 행사 이후 자료로 효과를 검증하는 것뿐만 아니라, 실제 여러 번의 행사 이후 수집할 수 있는 자료를 이용하는 것 역시 중요하다. 따라서 9월에도 예정된 ‘차 없는 거리’ 행사 또한 조사 및 분석이 필요하며 지속적인 추적을 통해 더욱 정확한 결론을 도출할 수 있다.

➔ **Red Team** : 『걷는 도시, 서울 정책효과와 향후 정책 방향』보고서에서는 2017년에서 2018년 사이에 신촌의 유동 인구와 매출이 증가했다고 하였으나 서울열린데이터 광장에서 제시한 데이터상으로는 유동 인구와 매출 모두 하락했다는 결과가 나타났다. 두 분석 결과의 차이가 나타난 이유가 궁금하다.

재반박 : 이러한 차이는 우리는 지하철 승하차 수만 분석하였고, 보고서에서는 신촌 일대의 대중교통을 모두 조사했다는 점, 매출에 대해서는 조사한 지역이 달랐고 그 범위가 명확하게 나타나지 않았기에 차이가 발생한 것으로 보인다. 그러나 신촌역의 승하차 수는 2016년부터 2019년까지 계속 하락했으며, 매출은 18년 대비 19년 하락한 것으로 볼 때 신촌의 상권은 점점 쇠퇴하고 있었음을 유추할 수 있다.

결론 작성하기

1. 대학로 '차 없는 거리'

대학로의 '차 없는 거리'는 원래 차가 다니는 도로에 차량 통행을 막고, 그 공간에서 공연, 플리마켓, 에어바운스, 물 분수 등을 진행하는 행사이다. 2023년 6월 17일, 7월 16일, 8월 19일 3일간 진행되며, 해당 기간에 버스 노선은 창경궁로로 우회한다.

'차 없는 거리'의 목적은 대학로의 공연예술문화 확산과 상권 활성화에 있다.

행사는 6월 17일, 8월 19일 두 차례 진행하였으며, 7월 16일은 집중호우 및 대국민 피해 상황 속 행사 자제를 이유로 취소되었다. 각각의 행사에서는 공연 존, 워터 에어 바운스, 관내 수공예 작가가 참여하는 부스 등이 운영되었다.

2. 상권 활성화에 필요한 요소와 대학로의 특성

1) 상권 활성화의 의미

연세대학교 도시공학과 김갑성 교수님에 의하면 상권 활성화란 '장사가 잘되어 상점들의 매출이 증가하는 것'과 '사람들이 많이 모여 활기가 있는 것'을 의미한다. 이에 따라 매출 상승과 사람들이 많이 모이기 위해 필요한 요소를 알아보았고, 그 결과 보행량과 유동 인구, 지역 차별성, 지속성 3가지 요소를 뽑아낼 수 있었다.

2) 보행량과 유동 인구

논문 『통제집단합성법을 활용한 차 없는 거리 정책의 도시활력증진효과분석』, 『보행량이 소매업 매출에 미치는 영향에 관한 실증분석』, 『상권활성화편익 분석을 통한 보행시설의 가치 추정』에 의하면 보행량과 유동 인구가 상권 활성화에 주요한 영향을 끼친다. 도로를 줄이고 보행거리를 늘리는 도로다이어트 정책 시행에 따라 매출이 18% 증가한 사례와 입점객 수에 보행량이 91.6%의 영향을 끼친다는 연구 결과가 존재한다.

또한 논문 『보행환경개선이 상권에 미치는 영향 분석』에 따르면 인천광역시 남동구

구월동의 로데오거리에서 보행 우선 구역 사업을 시행한 결과 보행 교통량 37.4% 증가, 근거리 방문객 대상 상권에서 광역적 상권으로 성장하는 성과를 보였다. 매출에 대해서는 상인들은 부정적 의견을 보였으나 데이터 확인 결과 일정 기간 증가한 것으로 나타났다.

6월 17일과 8월 19일 '차 없는 거리' 행사 당일 거리 설문조사 결과에 따르면 각각 행사 참여자의 32.9%, 35%는 서울 각지에서 '차 없는 거리' 행사 참여를 위해 새롭게 유입된 유동 인구이다.

3) 지역 차별성

김영종 전 종로구청장 인터뷰와 논문 『통제집단합성법을 활용한 차 없는 거리 정책의 도시 활력증진효과분석』에 의하면 상권 활성화에 지역 차별성도 중요한 요소로 작용한다. 차 없는 거리를 시행한 문구 완구 판매 거리인 종로52길의 상권 활성화 효과가 8개월의 단기적인 효과로 그친 이유에는 지역 차별성 부족이 있다. 유동 인구수를 늘릴 방법으로는 재미, 즉 그 지역만이 갖고 있는 문화를 강조하는 데에 있다. 차가 없는 도로에서만 할 수 있는 것과 대학로만의 문화가 어우러져야 한다.

논문 『신촌 대중교통전용지구 조성이 보행자 만족도 및 지역 상권에 미치는 영향에 관한 연구』에서도 보행 환경 만족에 가장 큰 영향을 끼치는 것으로 '매력', 즉 지역 차별성을 뽑았다. 매력은 볼거리, 즐길 거리, 벤치, 위생시설, 노점상 등을 포함하는 내용으로, 대학로를 걷는 사람들이 대학로가 매력적인 거리, 걷고 싶은 거리라고 느낄 수 있어야 한다.

'차 없는 거리'가 오랜 시간 운영된 사례로는 부산광역시 광안리 수영구의 차 없는 거리가 있다. 주민들이 행사 기획에 직접 참여하기에 주민의 니즈와 문화가 반영될 수 있고, 행사를 지속해서 운영할 수 있었던 이유로 프로그램을 다양하게 구성하여 다시 찾고 싶은 거리를 만들기 위해 노력하는 점을 꼽았다.

대학로는 공연예술이라는 지역 특색이 뚜렷하며, 실제로 2023년 6월 17일 '차 없는 거리' 행사에서 다양한 장르의 공연 10개를 개최했고, 플리마켓을 진행할 때 종로구의 관내 작가를 우선으로 모집하였다. 또한 8월 19일 '차 없는 거리'에서는 종로구의 대표적인 대학교 중 하나인 성균관대학교와 협업을 통해 문화와 성과를 공유하는 자리를

마련했다. 그리고 이화 예술 공방과 종로구 소상공인이 참여하는 부스를 운영하며 대학로 인근의 예술가와 상인이 작품을 선보일 기회를 만들었다. 그렇기에 대학로가 지역의 문화를 잘 살려 '차 없는 거리'를 운영했다고 볼 수 있다.

4) 지속성

김영종 전 종로구청장 인터뷰와 신촌 연세로의 '차 없는 거리' 사례에 의하면 '차 없는 거리' 행사를 정기적으로 개최하였을 때 상권 활성화 효과가 두드러진다.

부산광역시 광안리 수영구의 '차 없는 거리'는 주민의 의견이 들어간 프로그램의 다양화와 내실화를 기반으로 20년 가까이 지속해서 운영하였고, 그 결과 부산의 대표 해변 브랜드 축제로 자리 잡을 수 있었다.

대학로 '차 없는 거리'는 3일간 진행되는 단발성 행사이기 때문에 지속성의 측면에서는 부족한 점이 있으나, 행사 결과 모니터링 이후 최종 운영 방향을 결정한다고 한 것으로 보아 아직 지속성이 없다고 단정 짓기는 어렵다.

또한 대학로 '차 없는 거리' 행사에서는 참여자들에게 스탬프를 찍어 주고 인근 상점 34개소에서 사용할 수 있는 10% 할인 바우처를 제공하는 이벤트를 진행하여 상권 활성화 효과를 높이는 방법을 시도하였다.

3. 대학로 '차 없는 거리' 시행 결과

1) 유동 인구의 증가

2019년과 2023년에 진행된 '차 없는 거리'가 유동 인구 유입에 효과가 있었는지 알아보기 위해 2015년~2023년 혜화역 하차 인원수의 변화를 알아보았다. 코로나19의 영향으로 지하철 이용자 수가 많이 감소한 2020~2022년 데이터는 사용하지 않았다.

(1) 2019년 대학로 '차 없는 거리'

올해 대학로에 '차 없는 거리'가 시행되기에 앞서 2019년에도 6월 9일과 10월 13일에 '차 없는 거리' 행사가 운영되었다.

2019년 6월 9일의 혜화역 하차 인원수는 35,348명으로 2015~2018년 6월 둘째 주

일요일 평균 하차 인원수에 비해 3,045명 늘어났으나 같은 해의 행사 전후 한 달 매주 일요일 평균 하차수와 비교한 결과 608명이 늘어난 수치를 보였다. 2019년 6월 9일 '차 없는 거리' 행사는 유동 인구를 모으는 데 큰 효과를 거두지 못한 것을 알 수 있었다.

2019년 10월 13일의 혜화역 하차 인원수는 38,527명으로, 2015~2018년 10월 둘째 주 일요일 평균 하차 인원수에 비해 3,352명 늘어났고, 같은 해의 행사 전후 한 달 매주 일요일 평균 하차 인원수와 비교했을 때 3,689명이 늘어난 수치를 보였다. 2019년 10월 13일의 '차 없는 거리' 행사는 유동 인구를 모으는데 효과를 거두었다고 볼 수 있다.

(2) 2023년 대학로 '차 없는 거리'

2023년에는 6월 17일, 8월 19일에 '차 없는 거리' 행사가 운영되었다.

2023년 6월 17일의 혜화역 하차 인원수는 39,410명으로, 2015~2019년 6월 셋째 주 토요일 평균 하차수와 4,440명 감소한 수치를 보였으나 이는 코로나19 이후 전체적인 상권이 침체하였던 것을 감안할 필요가 있다. 행사 전후 한 달 매주 토요일 평균 하차수와 비교한 결과 평균 하차수에 비해 2,484명 늘어난 수치를 보였다. 수치상으로 많이 증가했다고 느끼기 어려울 수 있으나, 6월 17일 차 없는 거리 당일과 비교군으로 사용된 날의 기온을 확인해 보면 6월 17일보다 기온이 낮은 날에 비해 오히려 하차 인원수가 많은 경우가 다수 존재하고, 기온이 비슷한 날끼리 비교해도 6월 17일에 혜화를 방문한 사람이 많은 것을 알 수 있다. 이를 통해 2023년 6월 17일의 '차 없는 거리'는 유동 인구를 모으는데 효과를 거두었다고 볼 수 있다.

2023년 8월 19일의 혜화역 하차 인원수는 37,135명으로 2015~2019년 8월 셋째 주 토요일 평균 하차수에 비해 7,607명 감소한 수치를 보였으나 이는 코로나19 이후 전체적인 상권이 침체하였던 것을 감안할 필요가 있다. 8월 19일 하차 인원수는 데이터 미공개와 보고서 작성 시점에서 구할 수 없는 데이터가 존재하여 행사 전 한 달과 후 2주 매주 토요일 평균 하차수와 비교하였다. 비교 결과 평균 하차수 보다 2,882명 늘어난 수치를 보였다. 수치상으로 많이 증가했다고 느끼기 어려울 수 있으나 8월 19일 차 없는 거리 당일과 비교군으로 사용된 날의 기온을 확인해 보면 대부분의 경우

8월 19일보다 기온이 낮은 날에 비해 오히려 하차 인원수가 많거나 비슷한 수준인 것으로 나타났다. 이를 통해 2023년 8월 19일의 ‘차 없는 거리’는 유동 인구를 모으는데 효과를 거두었다고 볼 수 있다.

결론적으로, 2019년 6월 9일을 제외한 모든 ‘차 없는 거리’ 행사에서 유동 인구를 모으는 효과를 보인 것으로 나타났다.

2) 새로운 유동 인구의 유입

2023년에 진행된 ‘차 없는 거리’는 단순히 유동 인구의 수만 늘어난 것뿐만 아닌 대학로를 찾는 사람이 다양해졌다는 것에 의미가 있다.

기존의 대학로는 대학생, 성인, 인근 학교의 중고등학생이 주로 방문하는 곳이었다. 그러나 6월 17일 행사에서 어린이를 위한 이벤트와 워터 에어바운스 등을 준비했고 그 영향으로 두 번의 행사 모두 가족 단위의 방문객이 많이 찾아왔다. 실제로 길거리 설문조사를 진행하는 과정에서 어린이들의 참여도가 높은 모습을 볼 수 있었으며 노점상 및 가게 인터뷰에 응한 상인들도 평소보다 어린이들이 많이 왔다고 답해 주었다.

이를 통해 ‘차 없는 거리’ 행사를 통해 새로운 유동 인구가 유입되었음을 확인하였다.

3) 매출 증가

‘차 없는 거리’ 당일 대학로의 매출을 확인할 수 있는 데이터를 찾을 수 없어 정량적인 확인은 불가하였으나 인근 노점상 및 가게 인터뷰를 통해 약간의 매출 증가 효과가 있었다는 것을 알 수 있었다.

여느 토요일과 비교하여 행사 날의 매출이 소폭 상승했다는 답변이 주를 이뤘고, 특히 슬러시, 아이스크림, 카페 등 시원한 음식을 파는 가게는 공통으로 매출이 오르고 평소보다 바빠졌다고 답하였다. 또한 당장의 매출 상승이 없는 상점도 대학로 전체의 상권 활성화를 위해 이러한 행사가 자주 열릴길 바란다고 하였다.

다만 일부 업종에서는 오히려 매출이 하락하는 모습을 보이는 등 ‘차 없는 거리’가 모든 상인에게 긍정적인 영향을 끼치지 못한다는 한계가 존재한다.

대학로 ‘차 없는 거리’는 유동 인구의 증가, 다양한 유동 인구의 유입, 매출 증가 모든 측면에 있어 대부분 긍정적인 효과를 거두었음이 확인되었다.

따라서, 대학로 ‘차 없는 거리’가 상권 활성화에 도움이 되지 않는다는 주장은 대체로 사실이 아니다.

4. 대학로 ‘차 없는 거리’의 상권 활성화 효과를 증대시키기 위한 제언

1) 신촌과 부산 광안리의 사례로 바라본 지역 차별성을 위한 지속적인 고민 필요

대학로 ‘차 없는 거리’와 가장 많이 비교되었으며, 서울의 대표적인 ‘차 없는 거리’였던 신촌 연세로의 ‘차 없는 거리’는 상권 활성화에 도움이 되지 못한다는 이유로 폐지되었다. 실제로 신촌역 하차 인원수는 2016년부터 꾸준히 감소하였고, 신촌 상권의 매출 역시 2017년부터 꾸준히 감소하였다. ‘차 없는 거리’가 운영되었음에도 상권 활성화에 큰 효과를 거두지 못한 것이다.

그러나 신촌 연세로에 ‘차 없는 거리’가 시행된 직후엔 상권 활성화에 성과를 보였다. 2014년에 ‘차 없는 거리’가 조성되기 전인 2011년 대비 2015년 유동 인구가 증가했고, 2013년 대비 2014년에 매출액이 증가했다. 또한 ‘차 없는 거리’가 운영 중이던 2014년 대비 2016년 1분기에 카드 매출액이 11.6% 증가하였다. 이를 통해 ‘차 없는 거리’가 시행된 직후 시행 전에 비해 상권 활성화 측면에서 효과를 거두었다는 것을 확인하였다. 신촌의 일부 상인과 대학생들은 신촌 상권 쇠퇴의 이유가 단순히 ‘차 없는 거리’ 때문이 아닌 ‘신촌만의 특색있는 콘텐츠 부족’ 또한 큰 영향을 끼쳤다고 이야기한다. 홍대나 성수동이 핫플레이스가 되는 동안 신촌은 특색있는 문화를 만들지 못했고, 결국 신촌에 머무를 이유를 만들지 못했다는 것이다.

이를 통해 ‘차 없는 거리’는 유동 인구와 매출을 늘리는 데에 효과가 있으나 이를 긴 시간 지속해서 유지하기 위해서는 지역만의 특색있는 문화와 콘텐츠를 개발해야 한다는 사실을 알 수 있었다. 지역만의 특색을 만들어 지역에 방문하도록 만들고, ‘차 없는 거리’를 통해 쾌적한 보행 환경을 만드는 등의 시너지가 발동해야 효과를 볼 수 있는 것이다.

이를 잘 실천한 좋은 사례로, 부산 광안리 수영구의 차 없는 거리가 있다. 부산 광안리

수영구는 주민들이 직접 참여하여 주민의 니즈와 지역의 문화를 잘 반영할 수 있도록 노력하였고, 그 결과 20년이 넘는 기간 동안 ‘차 없는 거리’를 운영할 수 있었다. 대학로도 이번에 진행된 ‘차 없는 거리’에서 공연예술, 지역 상인이 운영하는 플리마켓 등 대학로만의 차별성을 잘 만들었으나 이를 지속해서 실천해 나가야 하며 대학로 자체를 방문하고 싶은 곳으로 만들 필요가 있다.

2) 다양한 연령층을 포용할 수 있는 행사 기획

2023년 6월 17일에 운영된 ‘차 없는 거리’에서는 물 분수, 워터 에어바운스 등의 프로그램 운영했고, 그 결과 어린이들의 방문을 이끌어 냈으나 이를 즐기기 어려운 연령층의 아쉬움을 샀다. 그리고 8월 19일에 운영된 ‘차 없는 거리’에서는 물 분수와 워터 에어바운스가 운영되지 않아 어린이를 데려온 가족 단위 방문객이 아쉬움을 표했다.

이러한 행사의 특성상 가족 단위의 방문이 많기에 어린이를 배제한 행사는 오히려 독이 될 수 있기에 어린이들을 고려한 프로그램이 기획되어야 한다.

그러나 어린이만 방문해서는 대학로 상권의 전체적인 활성화를 이끌어내기 어렵다. 이를 위해 중고등학생, 중장년층 등을 위한 프로그램도 필요한데, 7월에 기획되었던 ‘그때 그 시절 존’과 같이 더 많은 사람이 대학로를 방문 할 수 있도록 만드는 것이 필요하다.

3) 더위를 쫓을 수 있는 행사 기획

행사에 참여한 시민 인터뷰에 의하면 행사 불만족의 가장 큰 요인으로 ‘더위’를 꼽았다. 행사가 운영된 6~8월은 1년 중 가장 더운 시기인 여름이다. 휴식 존 마련, 대형 선풍기 가동, 음료 무료 나눔 등의 방법을 사용하였으나 더위를 피하기엔 역부족이었다. 더위를 쫓을 수 있는 더 철저한 방법이 필요해 보인다.

그리고, 상인 인터뷰에 의하면 통해 분식 등 뜨거운 음식을 파는 상점과 슬러시, 아이스크림 등 시원한 음식을 파는 상점의 매출이 상이하게 나타났다. 각 상점도 더운 날 운영되는 ‘차 없는 거리’를 대비해 시원한 음식을 판매한다면 매출 증가로 이어질 수 있다. 2015~2019년 월별 평균 해화역 하차 인원수를 보면 3~5월에 하차 인원수가

많아졌다가 6~9월에 줄어들고, 다시 10~12월에 증가하는데 이는 더위와 연관이 있다고 볼 수 있다. 그렇기에 유동 인구가 많고 더위를 피할 수 있는 3~5월이나 10~12월에 ‘차 없는 거리’를 운영하는 것도 더 많은 사람을 모을 방법이 될 것이다.

4) 주차 환경 개선

논문 『신촌 대중교통전용지구 조성이 보행자 만족도 및 지역 상권에 미치는 영향에 관한 연구』와 『보행환경개선이 상권에 미치는 영향 분석』에서 보행 환경 개선 사업에 대한 피드백 중 유일하게 공통으로 언급한 아쉬운 점은 ‘주차 환경’이었다.

실제로 ‘차 없는 거리’ 당일 시민 인터뷰를 진행하였을 때, 주차에 불편함을 호소한 경우가 있었고, 서대문구청과의 인터뷰에서도 신촌 ‘차 없는 거리’ 폐지 이유 중 하나로 차량 접근성 불량에 따른 신촌 기피를 언급했다.

‘차 없는 거리’는 차의 통행을 막고 진행되는 행사이지만, ‘차 없는 거리’에 올 수 있는 접근성을 향상하는 것이 필요하고, 이를 위해 주차장을 마련하고 주차 환경을 개선하는 등 오히려 차량의 접근성을 향상해야 한다.

기사 “‘차 없는 거리’ 만든다고 상권이 좋아질까요[심형석의 부동산정석]”에서 심형석 교수님이 언급한 대로 상권 활성화를 위해서는 자동차를 완전히 배제한 보행환경 개선이 아닌 자동차와 공존하는 보행환경 개선이 필요하다.

5) 홍보

종로구청 교통행정과 류민환 주무관, 문화과 장화정 주무관 인터뷰에 의하면 2023년 6월 17일 ‘차 없는 거리’의 경우 준비 기간이 넉넉지 못해 홍보 기간이 아쉬웠다고 하였다. 실제로, 대학로 바로 옆에 위치한 거꾸로캠퍼스의 재학생 39명을 대상으로 ‘차 없는 거리’ 행사 개최를 알고 있었는지 여부를 물어본 결과 6월 17일 행사는 13명이 알고 있었지만, 8월 19일 행사는 5명만 알고 있었다. 두 번째 행사가 열렸지만, 더 활발한 홍보가 이루어지지 않았다. 앞으로 충분한 홍보 기간을 가지고 행사를 준비한다면 더 많은 유동 인구가 유입될 수 있을 것이고, 효과적으로 상권이 활성화될 것이다.

다수의 논문 자료를 통해 보도 환경을 개선과, ‘차 없는 거리’는 유동 인구와 매출을

증가시키는 등 상권 활성화에 대부분 긍정적인 효과를 보일 수 있음을 확인하였다. 대학로 ‘차 없는 거리’는 지하철 승하차 수 데이터, 시민과 상인 인터뷰를 통해 유동 인구 증가 및 매출 소폭 증가를 확인하며 대학로 ‘차 없는 거리’가 상권 활성화에 도움이 되었음이 나타났다.

그러나 더 나은 ‘차 없는 거리’를 위해서는 신촌과 부산 광안리의 사례로 본 지역만의 특색있는 문화의 필요성, 그리고 차량 접근성 개선 및 개최 시기의 조정 등의 개선이 필요하다. ‘차 없는 거리’는 상권 활성화에 분명 효과가 있으나 이를 보완하는 다양한 요소를 고려해야 지속적인 행사로 이어갈 수 있으며, 이를 고려하지 않는다면 오히려 악효과가 나타날 수 있다. 대학로 ‘차 없는 거리’가 지속적인 행사로서 상권 활성화에 도움이 되기 위해서는 앞서 언급한 개선점을 계속 고민하고 보완하는 것이 필요하다.

5. 한계점

이 보고서에서는 상권 활성화의 요인으로 유동 인구와 지역 차별성을 집중적으로 살펴보았다. 그러나 김갑성 연세대학교 교수님과 김인하, 김학열 서경대학교 교수님에 따르면 상권 활성화에는 도시 인프라, 교통시설, 역사문화시설 등 더 다양한 요인이 영향을 끼친다. 추후 이러한 요인에 대한 조사가 이루어지면 더 정확한 결론을 내릴 수 있을 것이다. 그리고 대학로 ‘차 없는 거리’의 결과 부분에서 매출에 대한 정량적인 데이터가 부족하여 보다 객관적인 평가가 어려웠고, 업종별 분류와 ‘차 없는 거리’에 혜택을 받은 곳과 받지 못한 곳을 구체적으로 조사하지 못하였다.

또한 대학로를 찾는 유동인구를 분석하는 과정에서 버스를 통한 유동인구 유입을 확인하지 못했다는 한계가 존재한다.

상권 활성화와 관련된 더 다양한 요소를 분석하고 검증한다면 ‘차 없는 거리’의 효과를 더 자세히 알아볼 수 있을 것이다.

미디어 콘텐츠

[꼬리에 꼬리를 무는 팩트체크] 대학로 차 없는 거리, 상권에 효과 있을까?

콘텐츠 소개

➔ 기획의도

대학로 ‘차 없는 거리’ 행사가 상권 활성화에 도움이 된다는 사실과, 대학로 상권 활성화가 가지는 가치를 알린다.

➔ 상세설명

영상 줄거리 : 대학로에서 학교를 다니는 서연이는 하룻길에 어딘가 달라진 거리의 분위기를 느낀다. 그 이유는 대학로의 차량 통제를 알리는 거리의 노란색 현수막이었다. 차량이 통제된 거리에서는 공연, 플리마켓, 물 분수 등을 진행하는 ‘차 없는 거리’ 행사가 열렸다. 이 행사의 목적은 대학로의 공연예술문화 확산, 상권 활성화에 있다. 그러나, 같은 대학가인 신촌 연세로는 오히려 차 없는 거리를 운영하다가 상권에 도움이 되지 않아 폐지하였다. 따라서 많은 사람들과 언론은 대학로의 차 없는 거리가 상권 활성화에 도움이 되는지 의문을 품었다. 상권 활성화에 도움이 되는 요소는 보행량과 유동인구, 지역 차별성이 있다. 대학로의 차 없는 거리는 과거 시행 사례에 따르면 유동인구를 유입하는 데 효과가 있었고, 연극이라는 지역 차별성을 잘 살려서 운영되었다. 또한 신촌과 대학로를 ‘대학가’라는 같은 조건에서 비교할 수 없고, 차량을 통제하고 그 공간에서 진행한 콘텐츠가 무엇인지가 중요했다. 실제 행사 진행 이후에는 주변 상인들의 인터뷰를 통해 ‘어린이’라는 새로운 유동인구가 유입되었으며

매출이 소폭 상승했다는 결과가 있었다.

영상의 특징 : 일각고래 팀원들이 이야기꾼이 되어 다음과 같은 내용을 친구에게 들려 준다. 이야기를 듣는 친구는 영상 시청자의 대변인이 되어 반응에 공감하고, 질문하는 역할을 수행한다. 이야기 과정에서 풍부한 현장 사진과 영상을 활용해 전달력을 높였다. 그리고 팩트체크를 진행하며 팀원들이 느낀 점, 팩트체크의 중요성을 강조하며 영상이 마무리된다.



2. 종로구청 교통행정과 류민환 주무관님께 현장 조사 자료 전달

팩트체크를 진행하며 행사를 운영하시는 종로구청 관계자분과 인터뷰를 진행하였고, 행사 당일 거리설문 현장을 보러 오시는 등의 인연을 이어 오고 있다. 행사 이후에 우리가 수집한 거리 설문 조사 데이터와 시민 인터뷰 자료를 메일로 공유해 드렸으며, 앞으로의 차 없는 거리 행사 기획에 우리의 데이터가 실제로 반영될 예정이다.



3. 차 없는 거리 현장에서 시민 분들께 설명

8월 19일 차 없는 거리 행사에 참여한 시민 인터뷰이 29분을 대상으로 우리가 진행하고 있는 팩트체크의 목적과 내용을 간단히 설명드리며, 보다 많은 사람들에게 직접적으로 정보를 전달할 수 있었다.

4. 교내 영상 상영회

행사가 진행된 대학로 바로 앞에 자리 잡고 있는 거꾸로캠퍼스의 학생들을 대상으로 영상 상영회를 진행하였다. 영상을 상영한 이후, 시청자들이 직접 레드팀이 되어 질문을 주고받거나 상권 활성화를 위해 필요한 요소가 무엇이 있을지 등의 이야기를 주고 받았다.



홍보 및 캠페인 활동

1. 일각고래 팀의 유튜브 계정을 통해 홍보

가장 많은 사람들이 정보를 접하는 유튜브 플랫폼에 영상을 업로드한다면, 댓글을 통해 궁금한 점을 질문하는 등 시청자와의 소통을 통해 보다 깊은 팩트체크 정보를 전달할 수 있을 것이다.



참여소감

홍세연

체커톤에 참여하기 전, 학교에서 주로 했던 활동은 나의 주장이 있고 그 주장을 뒷받침하는 근거를 모아서 주장을 강화하는 것이었다. 그래서 자료를 조사하며 주장과 상반되는 근거는 애써 무시하는 경험을 많이 했던 것 같다. 하지만 이번 체커톤은 그동안 했던 방식과 달랐다. 나의 주장이 정해져 있지 않고, 여러 가지 자료를 찾아보며 최종적으로 주장을 하는 활동이었다. 그래서 어딘가에 갇혀 있지 않고 정말 순수하게 ‘탐구한다’라는 느낌을 받을 수 있었다. 자료가 모이면서 이쪽으로 결론이 나가는 듯하다가도, 다른 자료를 보면 또 저쪽으로도 결론이 날 수도 있겠다는 줄타기를 계속 하면서 점점 더 깊은 탐구, ‘팩트’에 가까워지는 탐구를 할 수 있었다.

팩트체크는 어떠한 주장을 단순히 참과 거짓의 이분법적으로 나누는 개념이라기보다, 점점 더 진실로 가까워지는 심층적인 탐구 과정 자체에도 의미가 큰 것 같다. 또한 우리가 팩트체크한 내용을 미디어 콘텐츠로 홍보하는 것이, 많은 사람들에게 이렇게 정보를 고차원적으로 향유할 수 있는 기회를 만들어 주는 것이 아닐까 하는 생각도 들었다. 더하여 행사 당일 진행된 거리 설문조사에서, 일반 시민들뿐만 아니라 여러 기자님들이 데이터에 관심을 보여 주셨다. 행사 진행 주체인 종로구청의 주무관님께 우리가 수집한 현장 설문조사와 인터뷰 자료를 공유해드리기도 했다. 이렇게 내가 진행한 팩트체크가 많은 사람의 이목을 끌고 실제 행사 운영에 반영이 될 것이라는 점에서, 지금 내가 하고 있는 과정이 이만큼이나 가치 있는 일이라는 뿌듯함도 느낄 수 있었다. 정말 후회 없는 배움이었고, 진실을 검증하겠다는, 어쩌면 정말 본질적이면서도 어려운 다짐을 마음에 새길 수 있었다.

윤상엽

이번 체커톤 공모전은 데이터 관련 직업을 꿈으로 갖고 있는 내게 매우 좋은 기회였다. 데이터를 활용하여 무언가를 검증해서 정확한 정보를 찾고 주장하는 능력이 필요했기 때문이다. 그래서 다양한 종류의 데이터를 찾아보고 분석해서 정리하는 일을

주로 맡았다. 혜화역 하차 인원수를 특정 기간별로 나누어 ‘차 없는 거리’의 특성을 알아보기도 하고, 대학로의 매출 데이터도 찾아볼 수 있었다. 이렇게 큰 데이터를 다뤄 보는 것은 처음이라 어려웠지만, 내가 분석한 데이터로 유의미한 결과를 얻어냈을 때 뿌듯함을 느꼈다.

본선이 시작되고, 가장 먼저 해야 했던 일은 우리에게 부족한 것과 필요한 것이 무엇인지 스스로 파악해 보고 조사 방향성을 설정하는 것이었다. 우리의 주장을 효과적으로 담아내기 위해 데이터를 찾고 이를 통해 새로운 인사이트를 얻을 수 있었다. 새로운 인사이트와 기존에 찾아놓은 자료들을 논리적으로 연결하고 보고서를 완성하는 과정에서 머리로 많이 쓰고 힘들었지만, 점점 완성되는 보고서를 보면서 ‘해냈다’는 성취감이 들었다. 체커톤을 통해 또 하나 배운 것은, 데이터는 분석뿐만 아닌 해석, 그리고 실제 현장 경험과 연결이 중요하다는 것이다. 단순히 수치만 나온 데이터는 의미가 없다. 그 수치가 갖고 있는 숨은 뜻이 무엇인지 더 나아가 파악하는 것이 필요했다. 그리고 실제 현장에 나가 더위에 불편함을 느낀 시민들의 인터뷰를 통해 6~9월에 혜화역 하차 인원수가 적은 이유를 유추할 수 있었다.

데이터를 좋아하는 나에게 체커톤은 놀이터와 같았다. 마음껏 원하는 데이터를 찾고 보고 조합하여 새로운 작품을 만드는 과정을 경험했다. 이번 대회를 계기로 데이터와 관련된 일을 하고 싶다는 꿈을 키워나갈 수 있었다.