

# 입점 브랜드에 입각한 도심형 엔터테인먼트센터 임대료 결정요인의 중요도에 관한 연구\*

A Study on Importance of Rent Determinants in the Tenant Side for  
Urban Entertainment Center

송진욱\*\* · 김재환\*\*\* · 이상엽\*\*\*\*

Song, Jin Uok · Kim, Jae Hwan · Lee, Sang Youb

## 目次

- |                                |                          |
|--------------------------------|--------------------------|
| I. 서론                          | IV. UEC 임대료 평가분야의 중요도 분석 |
| 1. 연구의 배경 및 목적                 | 1. 분석방법                  |
| 2. 연구의 범위와 방법                  | 2. 분석결과                  |
| II. 이론적 고찰                     | V. 결론                    |
| 1. 도심형 엔터테인먼트 센터의 개념<br>과 특징   | 1. 연구의 의의                |
| 2. 선행연구 검토                     | 2. 연구의 한계 및 향후과제         |
| III. UEC 임대료 평가항목의 구성 및 분석 방법론 | <abstract>               |
| 1. 평가항목의 검토 및 구성               | <참고문헌>                   |
| 2. 분석 방법론                      |                          |

## ABSTRACT

### 1. CONTENTS

#### (1) RESEARCH OBJECTIVES

Locally, led by Lotte World, various facilities were opened or under preparation to open. But rent of commercial building, in which the rent of interior complex commercial facility has a closed characteristics in verification or collection of information compare to other properties of lease. Also, the rent of commercial building contains various elements affecting rent payment capability such as brand recognition, type of business, owner of operation, related to operational profit which became a risk factor to the position of business owner or investor. It

\* 본 연구는 송진욱(2013)의 석사학위 논문을 바탕으로 작성한 것임.

\*\* 주 저 자 : 세빌스 코리아(주) 부장, haema2009@gmail.com

\*\*\* 공동저자 : 백석문화대학교 부동산과 조교수, 부동산학박사, jaehwan@bscu.ac.kr

\*\*\*\* 교신저자 : 건국대학교 부동산학과 교수, 공학박사, sangyoub@konkuk.ac.kr

▷ 접수일(2013년 12월 2일), 수정일(1차: 2014년 1월 8일, 2차: 2014년 1월 19일), 게재확정일(2014년 2월 10일)

has been seen many examples in the commercial facilities that got into trouble quite a long period after completion of building even if its location and surrounding environment was satisfactory.

Two major reasons can be counted to such failure of commercial facilities. First, the development system interested only in the initial sale and ignores the operation after completion. Second, physical spatial configuration of commercial facility that didn't reflect tenant's view & requirement of tenant, the final end users and its operation method after completion. Only recently, an increased interest by project stakeholder could be noticed whether or not tenant enter the shop or its configuration and it is quite fortunate and encouraging to specifically check it and listen from the beginning of the project.

## (2) RESEARCH METHOD

The factors affecting the characteristics of Urban Entertainment Centers (UEC) and the evaluation methodology on making have been defined based on prior literature review. Based on which, the weights of factors in categorized level were determined based on the Analytic Hierarchy Process and Fuzzy theory based on Expert Choice 2000 with Excel.

## (3) RESEARCH FINDING

In this study, it was analyzed the Tenant side in determining rent of the tenant being final user getting focused on success or failure of UEC. There would have its primary significance as being the role of empirical material in attracting qualified tenant from project planning & all stage of UEC and has its secondary significance to contribute to the preparation of reasonable standard of rent through empirical analysis upon establishing the standard of rent of UEC yet lack of research and objective standard.

## 2. RESULTS

It is judged that additional study appears to be necessary in the perspective of brands other than fashion goods eventually, it plans to be studied persistently while practicing concerning the method capable to reflect effectively to overall business through in depth review regarding various view points of respective parties of the commercial complex in order to grow as a professional in the field of commercial facilities.

## 3. KEY WORDS

- Urban Entertainment Center, Rent, Brand, Analytic Hierarchy Process, Fuzzy Theory, Importance Value, Factor of Determination
  - 도심형 엔터테인먼트시설, 임대료, 계층분석 의사결정방법, 퍼지이론, 중요도, 결정요인
- 
-

## I. 서론

### 1. 연구의 배경 및 목적

글로벌 금융위기로 인하여 주거용부동산과 상업용부동산의 가격구조가 여러 위험요인들과 맞물려 작동되고 있다.<sup>1)</sup> 그럼에도 불구하고 과거에 비해 양과 질이 풍부해진 사회 환경에 기반을 두고 급속하게 변화하는 다양한 소비형태의 진화는 늘 관심을 가질 필요가 있다. 소비가 이루어지는 장소는 사회전반에 걸쳐 수 없이 다양하지만, 특히, 도심형 엔터테인먼트 센터(UEC: Urban Entertainment Center)는 복합 (mixed-use)상업시설 중의 하나로 과거의 전통적인 상업시설과는 다른 개발개념과 공간디자인, 상품의 구성, 그리고 마케팅 전략에 따른 새로운 형태의 쇼핑센터로 기존과 다양한 차별화를 꾀하고 있다. 이렇게 높아진 소비수준은 새로운 소비성향과 문화 수준의 발전을 야기하여 보다 다양한 상업적 공간이 필요하다<sup>2)</sup>. 따라서 소비형태의 진화는 상업용 부동산을 대형화·복합화·개방화로 이끌었다. 단순한 기능적 복합의 모습을 보여주는 초기 주상복합 형태를 벗어나 엔터테인먼트 요소를 주요 테마로 설정하여, 다양한 업종과 새로운 소비형태를 집적한 대형 복합 상업시설이 다수 등장하게 되었다. 이러한 복합 상업시설들은 기존의 백화점과는 차별화된 다양한 전략으로 많은 소비자를 유입시키고 있으며, 이로 인해 소비자 여가·쇼핑·식음·휴식 등으로 이어 질수 있는 공간 서비스를 체험함으로써 불필요한 시간과 금전적 손실을 줄일 수 있게 되었다. 결국 이러한 진화된 소비 형태를 담을 수 있어 소비자를 보다 강력하게 흡입하는 동시에 다양한 세대의

폭넓은 이용을 이끌어 내는 긍정적 대안으로 도심형 엔터테인먼트센터가 나타나고 있으며, 이러한 추세는 세계적인 흐름으로 보인다<sup>3)</sup>. 국내에서는 1999년 개장한 롯데월드를 시작으로 센트럴 시티, 일산 라페스타, 웨스턴돔, 동탄 메타폴리스, 타임스퀘어 및 디큐브시티를 비롯하여 현재 계획 중이거나 공사 중인 다양한 프로젝트들이 이러한 추세를 입증하고 있다. 한편, 상가의 임대료 그 중에서도 복합 상업시설 내부의 임대료는 다른 임대차 목적물인 사무실, 주택 등에 비해 정보의 파악과 취합에 있어 폐쇄적인 특성을 가지고 있다<sup>4)</sup>. 또한 상가의 임대료는 ‘영업이익’이라는 특수성으로 인해 브랜드 인지도, 업종, 운영주체 등 임대료 지불능력에 영향을 끼치는 다양한 요소들이 있으며, 이는 사업주나 투자자의 입장에서 위험요소로 작용한다. 특히 입지 및 주변 환경이 상당히 우수함에도 불구하고 준공이후 오랜 기간 고전하는 복합 상업시설을 그 동안 여러 매체를 통해서 보아왔다. 이러한 해당 상업시설의 미분양 사태와 주변상권의 동반침체현상은 크게 두 가지 원인으로 정리할 수 있다. 먼저, 초기 분양에만 관심을 가지고 준공이후의 운영을 등한시하는 구조의 개발방식이다. 그리고 최종 사용자인 테넌트의 관점 및 요구사항을 반영하지 않은 상업시설의 물리적 공간구성 및 준공 후 운영방식이다. 그나마 고무적이라 할 수 있는 것은 최근 현재 계획 중이거나 시공 중인 상업시설의 경우 테넌트의 입점여부 및 그 구성에 많은 프로젝트 관계자들의 관심이 높아졌고, 사업초기에서부터 이를 구체적으로 점검하기 시작했다는 것이다.

이에 본 연구는 최근의 도심형 엔터테인먼트센터의 최종사용자인 임차인, 즉 입점브랜

1) 전해정, “서울시 주거용과 상업용 부동산 가격결정모형 비교분석에 관한 연구”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2013, 제52집, pp.187-201.  
 2) 신수현·최형석·심교언, “도심형복합상업시설이 주변 아파트 가격에 미치는 영향”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2013, 제54집, pp.60-73.  
 3) 배호봉·김재환·이상엽, “복합상업시설의 지불의사 임대료 추정에 관한 연구”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2013, 제55집, pp.101-114.  
 4) 허필원·조주현·심교언, “서울시 오피스빌딩 임차인 업종별 특성 연구”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2013, 제54집, pp.151-164.

드 관점에 중점을 두어 진행하였다. 특히, 임대료결정에 영향을 끼치는 여러 요소들 중에서 어느 형태의 브랜드 가치가 보다 큰 영향력을 미치는지를 실증분석하고, 향후 임대료 책정에 대한 객관적인 기준과 정보를 제공하는 것이다.

## 2. 연구의 범위와 방법

상업시설은 형태와 입지특성에 따라 가두매장, 단지 내 상가, 백화점, 할인매장, 복합쇼핑몰 등 다양한 유형으로 구분되어진다. 특히 유형과 운영 형태에 따라 임대료의 격차도 크지만 임대료 결정에 영향을 미치는 요인도 상이하다. 최근에는 각기 다른 상업시설의 유형이 복합적으로 상호 연계되는 특성이 나타나고 있다. 본 연구의 공간적 범위는 최근의 부동산 개발 및 투자부문에서의 흐름을 주도하고 있는 국내 복합 상업시설, 그중에서 최근 새롭게 부각되고 있는 도심형 엔터테인먼트센터를 대상으로 한다. 또한 시간적 범위는 도심형 엔터테인먼트센터의 본격적인 시작이라 할 수 있는 잠실 롯데월드가 개점한 1999년부터 2012년 현재까지이다. 연구방법으로는 먼저 선행 연구와 관련 문헌을 조사하여 도심형 엔터테인먼트에 대하여 이론적 검토를 하고, 임대료 결정에 영향을 미치는 주요 항목을 정리하였다. 이렇게 정리된 평가기준을 전문가 예비 설문과 브레인스토밍을 거쳐 최종적인 평가항목을 설정하고, 개별 평가항목의 중요도를 평가하였다. 평가방법은 첫째, AHP기법에 의한 상위계층과 하위계층의 상대적 중요도와 둘째, 2단계 설문으로 FUZZY에 의한 각 요인들에 대한 절대적 중요도를 도출하였다. 마지막으로 중요도 보정을 위하여 AHP와 퍼지척도를 종합하고, 또한 퍼지적분을 이용한 최종적인 중요도를 산정하였다.

## II. 이론적 고찰

### 1. 도심형 엔터테인먼트 센터의 개념과 특징

도심형 엔터테인먼트센터(Urban Entertainment Center)란 대중들에게 쉽게 설명될 수 있는 가상세계, 현실세계속의 주인공들, 이야기, 태도, 가치 그리고 라이프스타일 등을 이용하여 도심지 내부위치로 인한 지리적 이끌림(Geographic Draw)이나 집객시설, 다양한 이벤트 및 시설 방문 시 새로운 발견으로 반복적 방문객(Repeat Visitation)등 집객시설을 강화하여 사업적인 성공요소를 가미하는 것을 의미한다<sup>5)</sup>. 이러한 도심형 엔터테인먼트 시설에서 구성하는 주요 시설프로그램으로는 판매(Retail), 식사(Dining), 엔터테인먼트(Entertainment)의 3가지로 구성된다<sup>6)</sup>. 3가지 구성요소는 방문객의 장시간 체류를 이끌고 경제성의 시너지 효과를 위해 각 시설별로 규모의 차이는 있으나 도심형 엔터테인먼트시설 내에 같이 수용되게 된다. 엔터테인먼트(Entertainment)는 소비자에게 볼거리를 제공하고 새롭고 재미있는 대상을 경험하는 경험소비(Experiential Consumption)의 예로서 특정 대상의 범위를 한정하지 않고 광범위한 소비자층을 유인하고 상권을 확대하며 따라서 시장 침투를 증대시킨다. 이러한 엔터테인먼트의 세부 요소는 그 기능에 따라 배경(Ambient), 목적(Destination), 충동(Impulse)엔터테인먼트로 분류 될 수 있다. 배경엔터테인먼트는 즐거운 감정을 느낄 수 있는 전체 분위기를 조성하는 것으로 수동적이지만 이용객의 경험을 소비활동으로 이끄는 강력한 역할을 한다. 목적엔터테인먼트는 엔터테인먼트가 상업의 실효적 기능과 결합한 것으로 상업시설의 가장 주요한 테넌트로 작용하며 이용객을 유인하고 동시에 인접한 레

5) 홍유석, "국내 도심형 엔터테인먼트 상업시설의 엔터테인먼트 구성과 효과에 관한 연구", 아주대학교 석사학위논문, 2008, p.22.

6) 이동훈, Shopping Center Development & Management : SC개발 운영관리 기본편1, 다이아몬드컨설팅, 2008, p.93.

스토랑, 쇼핑 등의 시설로 유인하는 시너지 효과를 기대할 수 있다. 충동엔터테인먼트는 방문자의 주의를 끌고 충동심리를 자극하여 즉흥적 구매를 조장하는 요소로써 비참여자에게는 역동적 배경이 될 수 있다. 식음시설(Dining)은 그 장소에서 직접 소비되는 것이 특징이며, 기본적인 생리 욕구를 충족시키는 동시에 즐거움을 제공한다. 이는 엔터테인먼트와 같은 다른 볼거리와 더불어 즐기거나 하는 소비자 수요로 인해 테마 레스토랑, 스포츠 바, 재즈 클럽, 디너 극장 등 다이닝은 중요한 엔터테인먼트 구성 요소가 되었다. 이는 소비자가 머무는 시간을 연장시키고 재방문을 증대 시키며 다양한 고객 시장에 어필하여 활동을 확대, 연장하는 역할을 하는 것으로 기능적 다이닝(Functional Dining), 충동 다이닝(Impulse Dining), 엔터테인먼트 다이닝(Entertainment Dining)으로 구분할 수 있다. 기능적 다이닝은 고객의 체류시간을 최대화하기 위해 시장 수요에 따른 다양한 선택권을 제공한다. 충동 다이닝은 주로 키오스크(Kiosk, 가판대) 매장을 이용하여 소비자로서 하여금 간편하게 즐길 수 있는 서비스를 제공한다. 엔터테인먼트 다이닝은 하드락 카페(Hard Rock Cafe)나 플래닛 할리우드(Planet Hollywood)와 같이 특정 테마를 가진 라이프스타일의 레스토랑이다. 판매(Retail)는 구매 소비(Acquire Consumption)의 형태이다. 도서, 음반, 스포츠용품, 선물, 수집품처럼 상품은 기능적이지만 매장디자인과 디스플레이로 상품을 재미있고 기념할 만한 경험과 연결시키며 상권을 확대하고 쇼핑을 창출하여 활동을 유인하는 역할을 한다. 이러한 리테일은 유명 브랜드 로고가 새겨진 기념품 부띠끄, 상품의 테마가 명확한 라이프스타일 지향의 전문점 디즈니 스토어, NBA 스토어, 워너브라더스 스튜디오 스토어와 같이 브랜드 신뢰도와 인지도를 이용한 브랜드 확장형 점

포(Brand Extension Store)의 리테일이 있다. 또한 상점 자체를 하나의 쇼 케이스처럼 꾸며 방문자로 하여금 상품을 직접 경험할 수 있게 해 수요의 가능성을 확장시키는 형태로써 상품 쇼 케이스 점포(Product Showcase Store)가 있다. 이들은 모두 엔터테인먼트나, 다이닝보다 소비자의 구매를 보다 가깝게 유도할 수 있는 직접적 성격을 지닌다 할 수 있다.

## 2. 선행연구 검토

본 연구는 복합상업시설에 대한 최근 특징과 이 시설의 임대료에 관한 연구에 한정하여 살펴보았다. 특히, 임대료에 영향을 미치는 주요 평가항목을 도출하기 위하여 별도의 변수추출 과정도 거쳤다.

먼저, 복합상업시설의 UEC내부에서 테넌트가 가지는 의미 도출을 위하여 국내 대표적인 사례 5곳의 테넌트 믹스 적용현황에 대한 실태를 세부적으로 파악하였으며, 이를 바탕으로 테넌트 믹스에 관한 전반적인 계획 방향을 종합하여 제안하였다<sup>7)</sup>. 그 주요 결과는 복합화된 소비양식에 대응하는 매장의 적극적인 유치필요성, 테넌트의 내부 배치 및 믹스를 함에 있어 앵커테넌트 배치의 중요성, 그리고 소비의 형태와 이용 특성에 따른 각각의 테넌트 배치 및 믹스 등의 시사점을 제공하였다. 보다 테넌트 측면에 집중한 연구에서는 도심형 복합 상업시설의 성공을 위해 테넌트의 중요함 특히 소비자를 끌어 들여 집객 효과를 높일 만한 앵커테넌트(Anchor Tenant)의 역할이 얼마나 중요한지를 타임스퀘어와 가든 파이브 사례를 중심으로 실증적인 연구를 진행하였다<sup>8)</sup>. 주요 결과는 테넌트 유치에는 사업대상지의 입지, 복합 상업시설 내 앵커테넌트의 유무, 그리고 모집방식이 영향을 미친다고 입증하였고 각 영향요소별

7) 오경아, "도심 엔터테인먼트 쇼핑센터(UEC)의 테넌트 믹스방향에 관한 연구", 연세대학교 박사학위논문, 2012, pp.28-30.

8) 최형석, "UEC의 성공적인 Tenant 유치 전략에 관한 연구", 건국대학교 부동산대학원 석사학위논문, 2010, p.17.

하위요소 중에서 사업대상지의 상권이 가장 중요한 요소임을 제시하였다. 이에 추가하여 국내·외 28개의 테넌트 믹스 특성 사례를 조사하였는데, 그 비중은 소비모드에 따라 판매, 식음, 엔터테인먼트의 3가지 요소로 구분하고 평균적으로 3 : 1 : 1의 면적비율로 사용하고 있는 결과를 도출하였고, 이를 통해 판매를 우위로 엔터테인먼트의 면적이 조정되고 있음을 보여주었다<sup>9)</sup>. 또한 이용객들의 집객요인과 재방문에 대한 실증연구로 복합테마형 상업시설에 대한 집객요인을 탐색하고, 경방타임스퀘어와 신세계 센텀시티점을 중심으로 각 요인 간 영향관계를 분석하였다<sup>10)</sup>. 주요 결과로 장소적 요인, 감성 및 체험적 요인, 테마적 요인이 이용만족에 직·간접적으로 정(+ )영향을 미치고 있으며, 이용만족도 역시 재방문의도에 정(+ )의 영향을 미치는 상호관계를 가지고 있음을 탐색하였다. 그리고 상업공간은 단순히 소비만을 위한 공간이 아니라 소비자의 공간소비를 통하여 의도된 재방문을 유도하고 이를 통해 '장소성'을 갖게 됨으로서 공간소비와 맞물려 이미지화, 시각화 되면서 소비자들에게 명소효과를 갖게 된다고 하였다. 결과적으로 소비자를 집객 시키고 체류시킬 수 있는 요소의 가치를 인식하고 이를 공간에 투영시켜야 한다고 주장하였다. 특히 공간구성 및 배치특성을 중심으로 국내 복합 상업시설의 사례를 중심으로 개발방식에 따라 신도시형과 기존시가지형, 개발형태에 따라 건물형과 복합형으로 유형화하였다. 분석사례로 동탄 메타폴리스, 동백 주네브, 일산 라페스타, 웨스턴 돔, 코엑스 몰, 타임스퀘어를 선정하였고 유형화된 사례별로 엔터테인먼트의 시설 및 입지, 광장, 보행가로, 주차 등의

항목을 비교분석 한 결과, 최근의 개발방식에서는 신시가지에서 일어나거나 신 개발적 성격을 가진 기성 시가지 내 부지에서 발생하고, 개발 형태로는 가로형의 개념이 도입된 형태가 주류를 이루고 있다는 결과를 도출하였다<sup>11)</sup>. 보다 구체적으로 상업시설 임대료에 대하여 중점적으로 검토하였는데, 테넌트 특성이 임대료에 어떠한 영향을 미치는 지를 Open Air Mall 형태인 웨스턴 돔(Western Dome)을 중심으로 테넌트 특성변수와 물리적 특성변수를 구분하여 그 설명력과 유의변수를 분석하였다<sup>12)</sup>. 이러한 과정을 거쳐 테넌트 특성변수만으로 구성된 모형보다 물리적 특성변수만의 설명력이 높게 나오는 결과를 도출하였다. 또한 물리적 특성변수들 중에서는 다층구조로 된 Open Air Mall 형태의 경우 1, 2층 위치 변수가 임대료에 가장 많은 영향을 미친다는 것을 밝혔다. 또한 임대료에 영향을 미치는 요인들을 코엑스몰을 대상으로 2단계에 걸친 분석을 하였는데, 1단계에서는 허프확률 모형을 통하여 내부 상가의 시장점유율과 임대료를 추정해보고 실제와 비교 검토하며, 2단계에서는 특성감안가격함수를 기반으로 내부 상가 174개의 임대료를 종속변수로 하고, 1단계에서 추정한 시장점유율과 그 외의 복합쇼핑몰 내부의 특성을 고려한 변수들을 독립변수로 취하는 내부 상가임대료 결정모형을 수립하고 다중회귀분석을 실시하였다<sup>13)</sup>. 허프확률모형을 통한 내부 상가의 시장점유율과 추정임대료는 실제임대료와 비슷한 추이를 보이며 강한 상관관계를 보였으나 오차의 큰 범위는 다른 요인들의 검토를 필요로 하였다. 따라서 추가 요인과 관련한 변수의 리스트를 작성하고, 주요한 변수를 최

9) 김윤희, "복합상업시설 내의 테넌트 구성 및 배치 특성연구", 연세대학교 박사학위논문, 2008, pp.32-33.

10) 심계관, "복합테마형 상업시설 집객요인이 이용만족도와 재방문의도에 미치는 영향분석", 광운대학교 박사학위논문, 2011, p.39.

11) 김오성·이명식, "엔터테인먼트형 복합쇼핑몰의 공간구성 및 배치특성에 관한 연구", 인포디자인이슈, 한국인포디자인학회, 2010, 제8호, pp.176-194.

12) 이호신, "테넌트 특성이 복합상업시설 임대료 형성에 미치는 영향에 관한 연구", 건국대학교 부동산대학원 석사학위논문, 2012, pp.34-37.

13) 최희만, "복합쇼핑몰 상가임대료의 영향요인 분석", 건국대학교 부동산학과 석사학위논문, 2011, pp.29-32.

중 추출한 다음 다중회귀분석을 실시한 결과, 허프모형을 통해 추정된 시장점유율을 포함한 특정 앵커테넌트, 주동선의 접속유무, 면적, 서비스업종이 유의한 영향력을 미치는 것으로 검정하였다. 키 테넌트인 대형 멀티플렉스도 귀무가설을 기각하진 못했으나 유의확률에 가까운 수치를 보임으로써 이의 영향력도 일정 수준이상이었다는 결과를 도출하였다. 또한 공간구조측면에서 코엑스 몰을 중심으로 공간구조 변화에 따른 임대료 변화를 살펴볼 수 있는 41개 매장을 대상으로 문헌고찰과 전문가인터뷰를 통해 임대료 결정요인을 추출하고 Space Syntax의 BGA를 활용하여 '신동선 개발동선'의 개발 전후의 공간구조특성 인자를 추출하였다. 그 주요 결과로 임대료와 가장 높은 상관성을 보이는 변수로 지하철역과의 거리와 면적이 유의미한 결과를 보여주었고, 공간구조특성변수를 반영한 산정식이 기존임대료 산정식에서 위치 변수를 반영한 산정식보다 설명력이 높았다. 그리고 개발전후 임대료 산정식에 위치의 영향력이 증가하였다<sup>14)</sup>. 보행량 측면에서 코엑스몰을 중심으로 공간분석을 실시하여 공간 활용 형태와 실제 측정된 보행량 자료를 분석하여 공간분석 데이터와 보행량의 차이를 알아보고 다중회귀분석을 통해 각 독립변수가 실제 임대료에 미치는 영향을 조사하였다. 이를 통해 상가임대료에 가장 영향을 많이 주는 것은 영화관, 수족관, 서점 은행과 같은 보행자들이 많이 이용하는 주요거점을 기준으로 임대료가 높게 책정되는 양상이 나타나는 것을 보여주었다<sup>15)</sup>. 그리고 상가시장의 임대료를 결정하는 주요 연구로 서울시를 핵심 상권(명동, 종로, 강남역, 신촌)의 상가임대료를 시장·입지·건물·임대단위 특성과 관련된 요소들을 독립변수로 1, 2차에 걸친 회귀분석을 통해 상권별

각 독립변수의 영향력의 차이를 살펴보았다. 이를 통해 수평적인 지역적 차원의 입지뿐만 아니라 수직적 입지요소가 임대료에 강하게 작용함을 고찰하였고 임차인의 업종에 따라서도 영향이 있음을 확인하였다<sup>16)</sup>. 또한 횡단면자료를 통하여 분석하였는데, 상가임대료=f(상가규모의 벡터, 상가노후도의 벡터, 상권의 경제적 수준의 벡터, 개별상가의 등기상 소유자 수의 벡터)라는 가설 설정 후, 2004년 1월부터 12월까지 서울도심지역 4,990개의 노변상가를 대상으로 조사한 임대료와 개개의 상가에 대한 공적장부의 주요항목으로 자료를 구축한 후 회귀분석을 실시하였다. 이를 통해 상가의 규모, 노후도, 상권의 경제적 변수들이 가장 유의수준이 높다는 결과를 도출하였다<sup>17)</sup>. 따라서, 본 연구는 선행연구를 크게 복합 상업시설 관련 연구와 일반 상권 및 복합 상업시설의 임대료에 대한 연구로 분류하여 살펴보았다. 상가의 임대료, 그중에서도 복합 상업시설 내부의 임대료는 다른 임대차 목적물인 사무실, 주택 등에 비해 '영업이익'이라는 특수성으로 인해 정보의 파악과 취합에 있어 상당히 폐쇄적인 특성을 지니고 있다. 이러한 특성으로 인해 기존연구들은 다른 임대차목적물에 대비하여 그 숫자도 적을 뿐 아니라 대부분 거시적 관점에서의 상권분석이나 일반 상가의 임대료에 대한 연구가 주였다. 최근에서야 소비형태 변화를 반영하듯 도심형 복합 상업시설에 대한 관심이 높아지고 있고, 이의 연구가 소폭증가하고 있다. 그러나 아직까지는 특정 사례를 통한 건축학적 관점의 공간분석관련 연구들이 다수를 차지하고, 복합 상업시설 내부 임대료와 관련한 연구들에서도 각 영향요소간의 중요도에 대한 분석이 다소 자의적인 관점에서 머무르는 아쉬움이 있다.

14) 공은미, 김영옥, "공간구조특성이 복합상업시설 임대료 형성에 미치는 영향", 유통연구, 한국유통학회, 2011, 제5호, p.57-72.  
 15) 황계홍, "공간구조와 보행량 측정을 통한 복합시설물 상가임대료 특성에 관한 연구", 한양대학교 석사학위논문, 2011, pp.26-29.  
 16) 이재우, 이창무, "서울 상가시장 임대료결정요인에 관한 연구", 국토계획, 대한국토도시계획학회, 2006, 제41권 1호, pp.75-90.  
 17) 정승영·김진우, "횡단면자료를 이용한 상가임대료결정모형에 관한연구", 부동산학연구, 한국부동산분석학회, 2006, 제12권 2호, pp.27-49.

200 입점 브랜드에 입각한 도심형 엔터테인먼트센터 임대료 결정요인의 중요도에 관한 연구

이에 본 연구에서는 임대료 결정에 있어 기존의 연구들을 통해 전통적으로 인식되어온 영향요인들<sup>18)</sup> 이외에도 '키 테넌트의 입점여부'와 이를 중심으로 한 MD구성이 중요한 요인으로써 인식되고 있으며, 그 역할이 증대되

고 있다는 가설을 정립하였다. 또한 최근 복합 상업시설에서 가장 큰 관심을 받고 있는 최종사용자인 임차인, 즉 입점후보 브랜드 관점에서 연구를 진행하였다. 따라서 복합 상업 시설 임대료 결정에 영향을 끼치는 여러 요인

〈표 1〉 도심형 엔터테인먼트센터 임대료에 영향을 미치는 평가항목

구 분	임대료에 영향을 미치는 평가항목	복합상업시설 대상					일반 상가 대상				
		이호신	최희만	공은미	황재홍	이재우	Hardin3	김찬호	Hardin2	이경준	Simans & Guidry
연 도		2012	2011	2011	2010	2006	2002	2001	2001	1995	1993
건축요소	빌딩연령					○	○		○	○	○
	상업시설 연면적		○	○		○	○	○	○	○	○
	건물층수							○	○		
	공실률						○		○		
	개·보수						○		○		○
	건물배치						○		○		
	건물디자인								○		○
	전용면적	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	매장의 층고										
MD구성요소	유동량(이용객)		○	○	○	○					○
	지역상권					○	○	○			○
	상가수							○	○		
	업종	○	○	○							
	경쟁브랜드 입점여부						○	○			
	키테넌트 입점여부										
	브랜드인지도	○									○
	인구							○	○		○
소득								○	○	○	
입지요소	경쟁브랜드 인접성	○	○		○						
	키테넌트 인접성	○	○		○						
	주출입구 거리	○		○				○			
	주동선 접촉 유무	○	○	○				○			
	지하철거리	○		○	○	○		○			
	해당 층	○									
	전면폭, 도로접면수	○	○	○	○	○				○	
	전면통로 개수	○	○	○	○	○				○	
	상가위치	○	○	○	○			○			○
	대로접근거리						○		○	○	
	접근성	○	○	○	○	○			○	○	○

18) 김철호·정승영, "서울시 상가 월세에 영향을 주는 요인에 관한 연구", 부동산학보, 한국부동산학회, 2012, 제49집, pp.135-144.



들 중, 어느 평가항목이 브랜드 입점여부에 대한 최종결정에 중요하게 영향을 끼치는지를 실무 담당자들을 통해 시사점을 도출하여 향후 실무에서 활용할 수 있는 대안을 제시하였다.

### Ⅲ. UEC 임대료 평가항목의 구성 및 분석방법론

#### 1. 평가항목의 검토 및 구성

도심형 엔터테인먼트센터의 임대료를 구성하는 평가항목 구성을 위해 복합 상업시설과 일반상가를 대상으로 <표 2>와 같이 관련 변수별 빈도를 체크하였다. 평가분야는 3가지로 구분되어있는데 건축적 요소, MD구성요소(시장적 특성), 입지적 요소이다.

먼저, 건축적 요소에는 상업시설 연면적과 전용면적 그리고 매장의 층고의 빈도가 높았다. 실질적으로 이들 3개의 주요 변수들은 임대료 산정에 크게 영향을 미치는 물리적인 요인들이다. 무형적인 특성에 영향을 미치는 MD 구성요소(시장적 특성)는 해당 복합시설의 유동인구에 대한 비율인 유동량과 키테넌트의 입점여부이다. 키테넌트는 실질적으로 해당 복합시설의 규모와 인지도를 크게 좌우하는 것이며, 그 외의 경쟁브랜드 등도 포함되어 있다. 그리고 입지적 요소로 MD특성요소에서의 키테넌트와 경쟁브랜드의 인접성도 제시되었으며, 주출입구, 주동선, 대중교통과의 접근성 등과 전면도로의 수와 상가 위치 등이 제시되었다. 이를 바탕으로 2단계 전문가 예비설문과 표적집단면접(Focus Group Interview)을 통해 최종적인 평가항목을 구성하였다(표 2). 앞서 <표 1>을 기초로 3개 평가분야로 먼저, 건축적 요소는 해당매장 및 복합쇼핑몰 전체의 물리적 특성에 관한 내용으로 이의 평가항목은 연면적, 전용면적, 층고로 분류하였다. 시장적 요소(MD구성)는 복합 상업시설

<표 2> UEC 임대료 평가분야 및 항목

평가 분야	평가항목	내 용
건축적 요소	연면적	복합개발에서 상업시설의 총 연면적
	전용면적	독립적인 사용이 가능한 브랜드 전용면적
	층 고	매장내부의 층고 및 천정고
시장적 요소 (MD 구성)	유동량	시간당 매장을 지나는 보행자의 수
	경쟁브랜드 입점여부	동일업종 경쟁브랜드의 입점여부
	앵커테넌트 입점여부	복합쇼핑몰과 같이 키 테넌트의 입점여부
입지적 요소	노출도	매장 전면길이 및 보행로에 접하는 도로개수
	접근성	대중교통 및 출입구로부터 매장까지의 거리
	경쟁브랜드와의 인접성	동일업종 경쟁브랜드와의 얼마나 인접한지
	앵커테넌트와의 인접성	키 테넌트와 얼마나 인접한지

내부 상권의 특성을 포괄하는 내용으로 이의 평가항목은 유동량, 경쟁브랜드 입점여부, 앵커테넌트 입점여부로 분류하였다. 마지막 입지적 요소는 해당 매장의 위치가 가지는 개별적인 특성을 나타내는 것으로 노출도, 접근성, 경쟁브랜드와의 인접성, 앵커테넌트와의 인접성으로 분류하였고, 여기서 키테넌트하는 것은 호텔, 수족관, 아쿠아리움, 대형마트, 테마파크 등의 핵심 점포를 뜻한다.

#### 2. 분석 방법론

본 연구는 도심형 엔터테인먼트센터의 임대료에 영향을 미치는 평가항목을 구성하고 이에 대한 중요도 분석을 정량화하기 위하여 AHP와 퍼지이론을 적용하였다. 이는 평가항목의 중요도 평가라는 인간의 주관적 의사결정과정을 보다 객관적으로 판단할 수 있는 분석방법이 필요하기 때문이다. 따라서 본 연구에서는 쌍대비교에 의한 비교뿐만 아니라 해당 평가항목이 갖고 있는 개별적인 속성을 절대적인 측정지표를 통하여 보완할 필요성이

있는데, 이러한 분석에 퍼지이론을 적용하여 양자간의 보완적인 방법으로 사용하여, 분석의 제고를 높이고자 하였다.

먼저, 퍼지이론(fuzzy)은 모호한 언어표현에서 발생하는 불확실성이나 부정확성의 문제를 수리적으로 취급할 수 있는 이론적인 바탕을 제공하는 것으로 1965년 자데(Lofti A. Zadeh)에 의해 소개되었다. 퍼지이론은 숫자로 표현되기 어려운 언어적 변수(linguistic variable)를 명백한 수치보다는 연속적인 수치의 범위로서 표현하는 것이다. 수학적으로 퍼지집합이론은 실수(real number)에 대한 Boolean 논리를 확장한 것으로 질적요소를 양적요소인 숫자로 표현할 수 있게 함으로써 불확실성을 판단하는 데 유리한 측면이 있다. 본 연구의 Sugeno의 퍼지척도는 확률척도에서 가법성 조건을 완화시킨 것으로 어떤 대상을 평가할 때 인간의 주관적 판단의 애매성을 고려한 평가주체의 척도로 AHP에 의한 분석에 대한 보정작업을 위해 사용하였다. 또한 퍼지적분은 어떤 대상을 평가할 때 각 평가항목의 평가치와 퍼지척도로 나타낸 이들의 중요도를 종합하는 방법으로 주관적인 의사결정 분야에서 유용하다. 퍼지척도 및 퍼지적분은 정보결합 및 융합영역에서 많은 응용을 보이고 있으며, 이의 대표적 방법인 Sugeno 퍼지적분과 Choquet 퍼지적분이 있다.<sup>19)</sup>

#### IV. UEC 임대료 평가분야의 중요도 분석

##### 1. 분석방법

본 연구는 도심형 엔터테인먼트센터의 임

대료 결정에 영향을 미치는 다양한 요인에 대한 인식을 조사하기 위해 AHP를 활용한 상대적 중요도와 퍼지를 통한 절대적 중요도를 동시에 조사하여, 최종적인 종합중요도를 제시하였다. 본 연구는 다음과 같이 3단계 과정으로 진행하였다. 먼저, AHP기법에 의한 상위계층과 하위계층의 각각의 상대적 중요도와 함께 퍼지를 통한 절대적 중요도를 설문조사하였다. 이렇게 AHP와 퍼지척도를 이용한 중요도 산정 후, 퍼지적분을 이용하여 최종 각 요인별 종합 중요도를 산정하였다.

1단계는 임대료 결정에 영향을 주는 주요 평가분야에 대한 항목을 추출하기 위해 관련 문헌조사를 진행하였고, 이러한 조사 내용을 2012년 9월 24일부터 2012년 10월 8일까지 2회에 걸쳐 부동산전문가 표적집단과 브레인스토밍을 통해 설문구조 초안을 작성하였다. 2단계는 주요상권의 상업시설 임대차관련 경험 5년 이상의 상업시설 전문가를 통해 각 요인에 대한 검증과정을 2012년 10월 9일부터 16일까지 약 7일간 진행하였고, 다시 표적집단면접을 통해 조사모형을 최종 확정하였다. 3단계는 최종 확정된 UEC 임대료 평가분야 및 항목에 대해 2012년 10월 17일부터 2012년 11월 10일까지 온라인 설문조사 전문사이트인 서베이몽키를 통해 진행하였다<sup>20)</sup>. 설문대상자의 조건은 아래의 두 가지 요건을 충족하는 패션·잡화 세부 업종별로 매출 및 브랜드 인지도에서 상위 50에 속하는 총 20여개브랜드의 점포개발담당자를 대상으로 하였다. 첫째, 도심형 엔터테인먼트센터에 최소 3회 이상 동일브랜드 개점 경험이 있어야 한다는 것이다. 이는 동일한 브랜드를 서로 다른 복합 상업시설에의 개점을 통해 영업매출의 추이까지 지켜봄으로써 성공적인 매장요건으로 무엇이 더 중요한지를 직접 경험을 통

19) 김영민, "철근콘크리트 건축구조물의 퍼지기반 상태평가", 서울대학교 대학원 건축학과 박사학위논문, 2002. pp.33-34.

20) <표 3>의 3단계 본 설문은 2단계로 구성되어 1단계에서는 AHP를 통해 상대적인 중요도를 산출함으로써 임대료 결정에 있어 각 요인별 중요도를 산정하였고, 2단계에서는 퍼지척도를 이용하여 하위인자가 상위인자에 기여하는 정도인 절대적 중요도를 구분 설계하여 각각의 의견을 기입할 수 있도록 진행함. 이상 총 35명의 전문가를 대상으로 하였으나, 일관성 지수 10%이상으로 나온 13부의 응답치는 제외하고 총 22부(일관성 지수 10%미만)의 응답결과를 바탕으로 분석함.

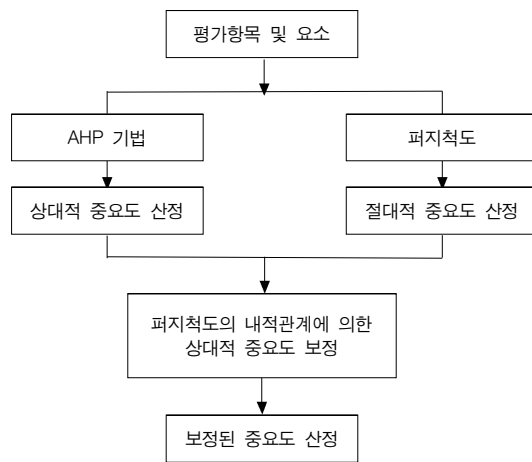
해 인지했을 것으로 가정하였다. 둘째, 상업 시설 임대차 관련 경험이 최소 5년 이상이며, 현업에서 종사하고 있어야 한다. 이는 임대료에 영향을 미치는 여러 환경요소들에 대해 스스로의 정립이 이루어지기 위해서는 최소 5년 이상의 현장경험이 필요하다. 또한 패션·잡화 브랜드 점포개발 담당자들을 그 대상으로 진행하였다. 그 이유는 복합 상업시설을 구성하는 다양한 업종 중에서 앞서의 연구에서 알 수 있듯이 시장지배력과 구매력이 강할 뿐만 아니라 사용면적과 매장의 입지, 임대료에 있어 차지하는 비중이 다른 소비양식에 비해 상대적으로 월등히 높기 때문이다.

## 2. 분석결과

설문내용에 대한 각 구성개념은 앞서 제시된 <표 2>를 기초로 하였으며, 측정항목들은 다음의 척도를 기준으로 하였다(<표 4>). 또한 본 연구에서는 응답자의 편의성을 고려하여 척도표시를 0부터 6까지 표시하였으며, 이에 대응하는 평가지수를 적용하여 중요도를 산정하였다<sup>21)</sup>. 척도의 의미는 각각의 하위 평가요소가 상위 평가항목에 미치는 영향을 고려한 값이다. 본 연구의 UEC 임대료 중요도 평가에 대한 최종적인 중요도 보정이 필요하다. 특히 주관적 의사결정 문제의 해결에

<표 4> 본 연구의 퍼지척도

척도	정의	평가지수
6	매우 중요함	0.90
5	중요함	0.75
4	약간 중요함	0.60
3	보통	0.45
2	덜 중요함	0.30
1	중요하지 않음	0.15
0	전혀 중요하지 않음	0



<그림 1> 평가항목의 중요도 산정과정

적합한 퍼지적분을 수행하기 위해서는 평가지표의 절대적중요도의 산정과 함께 이를 퍼지

<표 3> 조사개요

구분	1단계 표적집단면접	2단계 전문가 예비조사	3단계 본 조사
조사기간	2012년 9월 24일 ~2012년 10월 8일(14일)	2012년 10월 9일 ~2012년 10월 16일(7일)	2012년 10월 17일 ~2012년 11월 10일(24일)
표본	부동산전문가(7명)	상업시설 임대차 관련 경험 5년 이상의 전문가(10명)	UEC에 최소 3회 이상의 동일브랜드 개점 경험과 5년 이상인 패션·잡화 브랜드의 점포개발담당자(35명)
조사범위	문헌조사를 바탕으로 구성된 내용에 대하여 브레인스토밍을 통한 설문구조 초안 도출	1단계 설문구조 초안에 대한 예비설문	UEC 임대료 평가분야 및 항목에 대하여 AHP와 퍼지를 통한 최종 중요도 산정
조사방법	표적집단면접	일대일 설문	온라인 전자설문 일대일 설문

21) <표 5>의 ④단계 퍼지중요도 산출값으로 본 연구의 개별 설문항에 대한 모든 응답자들이 0~6까지의 응답한 평균값임.

척도 개념을 이용하여 평가지표의 절대적 중요도를 산정하였다. 퍼지척도는 개별 평가항목의 상위 평가항목에 대한 기여도로서 그 수치의 신뢰성이 다소 떨어지는 단점에 대한 보완으로 평가항목을 일대일 비교하여 구한 상대적 중요도는 그 수치의 신뢰성이 상대적으로 높다(김영민, 2002). 이에 본 연구는 기존 연구의 상대적 중요도에 따른 일반화 과정의 한계를 보완하기 위하여 퍼지척도를 고려하여 평가요소가 상위 평가항목에 기여하는 정도인 절대적 중요도를 구하고, AHP로부터 산정된 평가지표의 상대적인 중요도에 반영하여 전체 평가지표의 중요도를 보정하였다. 또한 중요도 보정은 퍼지척도로부터 평가항목들 간의 상대적인 관계인 Redundancy를 구하고, 이러한 Redundancy를 AHP로부터 구한 평가항목의 상대적인 중요도에 반영하여 구한다. 즉, 상대적 중요도를 절대적 중요도의 내적관계만큼 일정비율로 증감함으로써 보정된 중요도를 구한다. 이러한 보정과정을 통하여 AHP에 의한 쌍대비교에 위한 비교뿐만 아니라 해당 평가항목이 갖고 있는 개별적인 속성을 전체적인 측정지표를 통하여 보완하여, 분석의 제고를 높이고자 하였다.

따라서 UEC 임대료 평가항목에 대한 최

종결과는 <표 5>와 같다. <표 5>는 AHP와 FUZZY이론에 대한 최종 보정종합 중요도 값을 나타내고 있으며, 상기 최종 중요도 산출과정은 먼저, 1단계는 AHP 중요도는 설문 조사를 통한 평가분야 항목만의 상대적중요도 값을 도출하였다. 2단계는 AHP 중요도는 설문 조사를 통한 평가항목간의 상대적 중요도 값을 분석하여 결과를 도출하였다. 3단계는 AHP 종합중요도의 계산과정은 ① × ②의 값으로 건축적 요소 항목의 0.092 × 연면적의 0.150에 의하여 0.014라는 연면적 항목에 대한 AHP 최종 중요도 값이 도출된다. 4단계 퍼지중요도는 설문조사를 통한 항목들의 절대적 중요도 값을 도출하였다. 5단계는 AHP와 퍼지중요도는 ② × ④의 값으로 연면적 항목의 AHP 중요도 0.150 × 퍼지중요도 0.390에 의한 계산 값이며, 여기에 보정과정을 통한 추가 과정에 의하여 연면적 항목에 대한 AHP와 퍼지보정 중요도 0.152 값이 도출되었다. 마지막 6단계는 AHP와 퍼지 최종 중요도는 ① × ⑤의 값으로 연면적의 AHP 중요도 0.092 × 연면적의 AHP와 퍼지 보정 중요도 0.152에 의하여 연면적 항목에 대한 AHP와 퍼지 최종 종합중요도 값 0.014가 도출되었다.

<표 5> UEC 임대료 평가분야의 항목 중요도 결과

평가분야	①단계	평가항목	②단계	③단계	④단계	⑤단계	⑥단계
	AHP 중요도		AHP 중요도	AHP 종합중요도	퍼지 중요도	AHP & 퍼지 중요도	AHP & 퍼지 최종종합
건축적 요소	0.092	연면적	0.150	0.014	0.390	0.152	0.014
		전용면적	0.541	0.050	0.570	0.283	0.026
		매장의 층고	0.309	0.028	0.498	0.229	0.021
시장적 요소 (MD구성)	0.462	유동량	0.477	0.221	0.684	0.377	0.174
		경쟁브랜드 입점여부	0.194	0.090	0.462	0.171	0.079
		키 테넌트 입점여부	0.328	0.152	0.588	0.221	0.102
입지적 요소	0.446	노출도	0.219	0.098	0.576	0.206	0.092
		접근성	0.438	0.195	0.630	0.303	0.135
		경쟁브랜드와의 인접성	0.123	0.055	0.426	0.123	0.055
		키테넌트와의 인접성	0.220	0.098	0.486	0.222	0.099

이상의 결과는 유통량, 접근성, 키 테넨트 입점여부, 키 테넨트와의 인접성, 노출도, 경쟁브랜드 입점여부, 경쟁브랜드와의 인접성, 전용면적, 매장의 층고, 연면적의 순으로 제시되었다. 상위 5가지의 요인은 다음과 같다. 유통량, 접근성, 키 테넨트 입점여부, 키 테넨트 인접성, 노출도이며, 그 다음으로는 경쟁브랜드 입점여부, 경쟁브랜드와의 인접성, 전용면적, 매장의 층고, 연면적의 순으로 그 중요도에 대한 결과가 도출되었다. 이는 임대료 결정의 중요도에 대한 인식이 패션·잡화 브랜드 측의 인식도 기존의 선행연구들을 통해 예상할 수 있었던 중요도의 흐름과 큰 틀에서는 그 맥락이 비슷하게 나타남을 알 수 있다. 다만, 일반적으로 중요도 비중이 높을 것으로 예상되었던 노출도보다 키 테넨트의 입점여부와 그 인접성이 상대적으로 더 중요하다는 결과에 대해 주목할 만하다. 이는 패션·잡화 브랜드 관점에서는 도심형 엔터테인먼트센터 입점여부 및 임대료 지불정도의 결정에 있어 키 테넨트 입점여부와 그 인접성이 과거보다 더 중요하게 인식되어지고 있음을 보여주는 것이라 하겠다. 더 나아가 도심형 엔터테인먼트센터 프로젝트 전반에 있어서 소비 트렌드의 빠른 변화에 대응할 수 있는 우수한 키 테넨트들의 유치, 그리고 그 키 테넨트들을 중심으로 한 효율적 MD구성이 상업시설 전체의 활성화를 위해 향후 더욱더 중요해질 것으로 판단된다.

## V. 결론

### 1. 연구의 의의

도심형 엔터테인먼트센터는 공간디자인,

상품구성, 마케팅 전략 등 변화된 형태의 쇼핑센터로 기존의 모습과는 다르다. 높아진 소비수준은 새로운 소비성향을 만들고, 이러한 문화수준의 발전은 사람들로 하여금 새로운 소비를 위한 공간을 갈구하게 되어, 결국 상업공간은 구매를 위한 효율적인 도구로 자리 잡고 있다. 이러한 소비형태의 진화는 대형화·복합화·개방화의 경향으로 소매·식음·오락을 결합한 삼위일체의 시너지 개념을 기반으로 소비자를 보다 강력하게 흡입하여 다양한 세대의 폭넓은 이용을 이끌어 내는 긍정적 대안으로 도심형 엔터테인먼트센터가 위상을 확립해가고 있다.

본 연구는 최근 도심형 엔터테인먼트센터의 승패에서 가장 큰 관심을 받고 있는 최종 사용자인 임차인, 즉, 입점브랜드 관점에서 임대료 결정의 중요도를 분석하였다. 이를 통해 도심형 엔터테인먼트센터의 개발기획과 사업전반에서 우수한 임차인을 유치하기 위한 학문적 기여도와 함께 실무자료로써의 활용과 구체적인 임대료 산정을 위한 기준과 대안수립에 기여되기를 기대해본다.

### 2. 연구의 한계 및 향후과제

본 연구는 도심형엔터테인먼트 센터의 패션·잡화 브랜드의 관점에 한정하여 연구를 진행하였다. 이러한 연구범위에 따라 고객의 이용형태와 브랜드의 영업구조가 다른 식음료나 기타업종의 관점에서는 중요도가 다소 차이가 있을 수 있다고 판단된다. 따라서 향후 패션·잡화 이외 업종으로 폭 넓게 접근한 연구가 지속적으로 제시되어야 하며, 궁극적으로는 복합 상업시설의 관계자들의 다양한 관점에 대해 심도 깊이 고찰하고, 이를 사업 전반에 응용할 수 있는 방법론적인 연구도 이루어져야 한다.

參考文獻

- 공은미·김영옥, “공간구조특성이 복합상업시설 임대료 형성에 미치는 영향” 유통연구, 한국유통학회, 2011, 제5호.
- 김철호·정승영, “서울시 상가 월세에 영향을 주는 요인에 관한 연구”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2012, 제49집.
- 김오성·이명식, “엔터테인먼트형 복합쇼핑몰의 공간구성 및 배치특성에 관한 연구” 인포디자인이슈, 한국인포디자인학회, 2010, 제8호.
- 김윤희, “복합상업시설 내의 테넌트 구성 및 배치 특성연구”, 연세대학교 박사학위논문, 2008.
- 배호봉·김재환·이상엽, “복합상업시설의 지불의사 임대료 추정에 관한 연구”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2013, 제55집.
- 신수현·최형식·심교언, “도심형복합상업시설이 주변 아파트 가격에 미치는 영향”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2013, 제54집.
- 심재관, “복합테마형 상업시설 집객요인이 이용만족도와 재방문의도에 미치는 영향분석”, 광운대학교 박사학위논문, 2011.
- 이동훈, Shopping Center Development & Management : SC개발 운영관리 기본편1, 다이아몬드컨설팅, 2008.
- 오정아, “도심 엔터테인먼트 쇼핑센터(UEC)의 테넌트 믹스방향에 관한 연구”, 연세대학교 박사학위논문, 2012.
- 이재우·이창무, “서울 상가시장 임대료결정요인에 관한 연구”, 국토계획, 대한국토도시계획학회, 2006, 제41권 1호.
- 이호신, “테넌트 특성이 복합상업시설 임대료 형성에 미치는 영향에 관한 연구”, 건국대학교 부동산대학원 석사학위논문, 2012.
- 황재홍, “공간구조와 보행량 측정을 통한 복합시설물 상가임대료 특성에 관한 연구”, 한양대학교 석사학위논문, 2011.
- 허필원·조주현·심교언, “서울시 오피스빌딩 임차인 업종별 특성 연구”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2013, 제54집.
- 홍유석, “국내 도심형 엔터테인먼트 상업시설의 엔터테인먼트 구성과 효과에 관한 연구”, 아주대학교 석사학위논문, 2008.
- 정승영·김진우, “횡단면자료를 이용한 상가임대료결정모형에 관한 연구”, 부동산학연구, 한국부동산분석학회, 2006, 제12권 2호.
- 전혜정, “서울시 주거용과 상업용 부동산 가격결정모형 비교분석에 관한 연구”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2013, 제52집.
- 최형식, “UEC의 성공적인 Tenant 유치 전략에 관한 연구”, 건국대학교 부동산대학원 석사학위논문, 2010.
- 최희만, “복합쇼핑몰 상가임대료의 영향요인 분석”, 건국대학교 부동산학과 석사학위논문, 2011.