

재일한인 상업가로의 경관 정비와 공간적 특징

- 이쿠노 코리아타운 사례 -

Landscape Improvement and Spatial Characteristics of a Korean Commercial Street in Japan - The Case of Ikuno Koreatown -

○조 하 은* 이 연 경** 염 상 훈***
Cho, Ha Eun Lee, Yeon Kyung Youm, Sang Hoon

Abstract

This study analyzes the landscape formation process of Koreatown from an architectural planning perspective, focusing on the Miyuki-dori Shopping Street in Ikuno-ku, Osaka. Through field observation and panoramic facade documentation, five landscape elements were identified: Korea traditional devices, street food culture, Hallyu culture retail stores, Korean franchise shops, and Hangeul signage. The analysis reveals that Koreatown established its Korean sense of place through facade improvements and street device arrangements without major structural modifications. This demonstrates that the touristification process in Zainichi Korean commercial streets centers on facade elements and repetitive landscape devices rather than interior functions.

키워드 : 코리아타운, 미유키도리 상점가, 경관 정비, 상업가로

Keywords : Kreetown, Miyuki-dori Shopping Street, Landscape Improvement, Commercial Street

1. 서론

1.1 연구의 배경과 목적

미유키도리 상점가로 시작한 코리아타운은 1945년 전후 암시장을 시작으로 형성된 상업공간이다. 1990년대 후반 지역 커뮤니티를 중심으로 ‘코리아타운 조성 사업’을 통해 재일한인 커뮤니티 기반 위에서 성장한 대표적인 상업가로로 여겨지는 곳이다. (박미아, 2020)

주목할 점은 코리아타운으로 변모하는 과정이 상점회와 지역 주민 주도로 진행되었으며 가로체계 건축구조를 유지하면서 전통 요소가 있는 게이트, 가로등 및 길거리 음식 문화와 한류 문화 등 한국을 연상시키는 요소들을 건물 외피에 도입하여 지금의 관광지적 성격을 지닌 상업가로는 되었다는 점이다. 본 연구는 이쿠노 코리아타운을 사례로 하여 재일 한인 상업가로의 형태가 이루어진 과정과 경관을 형성하는 요소들을 분석하고 그 과정에서 나타난 공간적 특성을 건축계획적 관점에서 해석하도록 한다.

* 연세대 대학원 석사과정

** 연세대 건축공학과 교수

*** 연세대 건축공학과 교수

(Corresponding author : Department of Architecture
and Architectural Engineering, Yonsei University,
syoom@yonsei.ac.kr)

1.2 선행연구 검토

기존 선행연구들은 주로 사회학·민족 정체성 관점에서 다루었으며 이러한 연구들은 재일 한인의 문화 보존과 상징성 측면에서 주목하였다. 본 연구는 기존의 연구들을 바탕으로 ‘이쿠노 코리아타운’에서 나타나는 가로 경관에 집중해서 공간 구성 과정과 경관 요소를 추적하였다. 이를 통해 건축계획적 시각에서 어떠한 물리적 요소들을 통해 경관을 연출 가능한지 보여줌으로써 추후 재일한인 상업가로의 계획 및 관리 측면에서 시사점을 제공하고자 한다.

Table 1. 선행 연구 분석 및 차별점

구분	연구자 (연도)	주요 내용	본 연구의 차별점
사회학적 접근	박철희 (1995)	코리아타운 민족 공간 형성과 변천 연구	거리 구조, 주거지 밀도 변화 분석
사회학적 접근(일본)	田中宏幸 (1997)	오사카 이카이노 코리아타운에 관한 연구	커뮤니티 기반 공간 조직 분석
사회학적 접근(일본)	松田陽子 (2004)	코리아타운의 공간 변화와 민족문화	공간구조 변화 + 및 시각화 분석
도시 계획적 접근(일본)	吉田友彦 (1996)	재일 한인 집주지 정주 환경 조성 과정	코리아타운 공간구성과 외피 정비 중심 분석
도시 건축적 접근(일본)	高谷幸 (2008)	오사카 이쿠노구 조선인 커뮤니티의 변천과 도시공간 재편	공간구조 변천 및 커뮤니티의 물리 사회적 변화 통합 분석

2. 이쿠노 코리아타운의 형성과 공간구조

2.1 이쿠노 코리아타운의 형성과 전개

미유키도리 일대는 1945년 3월부터 8월까지 이어진 오사카 대공습 이후의 소개공지(疎開空地)에 암시장이 상설화되면서 “조선시장”이라 명칭된, 자생적인 시장 형태를 갖추어갔다. 1960년대까지 조선 시장은 목재 구조물에 천막을 친 노점이 대부분이었으나 점차 상가가 늘어나 1980년대까지는 한인 상점을 중심으로 주변 골목길까지 상권을 확장했다. 이후 1988년 서울 올림픽을 기점으로 해외여행 자유화로 도입한 뉴커머가 유입되었고 같은 시기에 ‘한류 붐’이 일어났다. 이 영향으로 기존 생활권 중심에서 관광객 대상의 시장 확대에 대한 요구가 커져갔다.

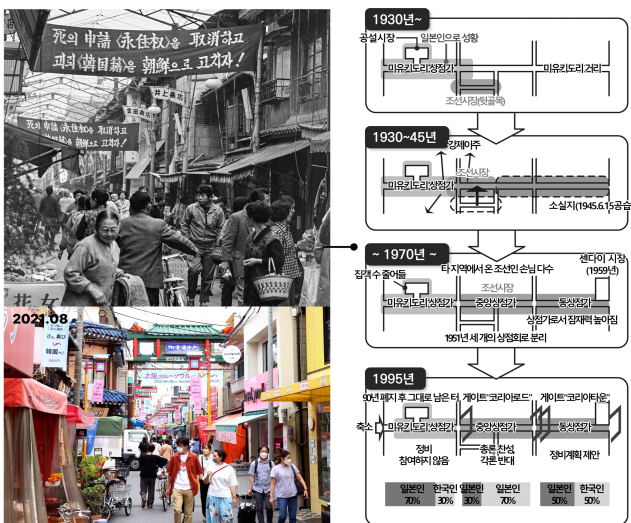


Figure 1. 상점가 형성과정 (출처 : Yoshida, 1996, 필자 재작성)

1993년, 미유키도리 상점회가 주축이 되어 오사카시에 ‘코리아타운 조성 사업’ 제안 후 ‘대규모 점포법’에 근거한 조성금·행정 지원을 받아 한국식 경관을 조성하였다. 게이트 설치, 거리 포장, 간판 정비 등의 활동을 통해 미유키도리 상점가를 단순한 재일 한인 커뮤니티의 상업 및 공간에서 관광지화로 전환하는 계기가 되었다. 이는 자생적 경관 조성을 이룬 대표적 사례라 할 수 있다.

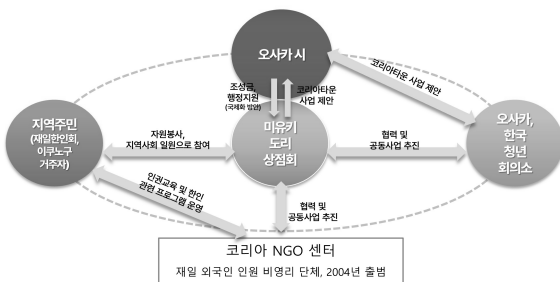


Figure 2. 코리아타운 조성 사업 추진체계 도식 (출처: 서울시 사회정책지원센터, 2018)

2.2 지리적 범위, 건축 유형변화와 공간적 특징

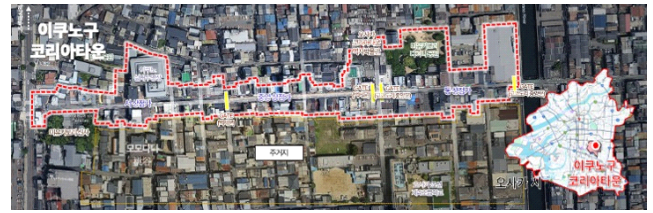


Figure 3. 지리적 범위 (출처 : Google map)

일반적으로 이쿠노구의 미유키도리(御幸通り)일대를 중심으로 정의된다. 크게 미유키도리 서장점가, 중앙상점가, 동상점가 세 축으로 구성되며, 길이 약 500m 내외의 보행자 중심 상업 거리로 범위가 지어진다.

건축물의 유형은 조선 시장 시기 나가야를 개조해 천막을 설치한 것에서 시작된다. 도로와 연결되는 1층 개방형으로 전면은 개인 소규모 상점, 안쪽으로는 생활공간이 혼재된 형태로 존재했다. 폭이 좁고 깊이가 긴 장방형 평면이다. 50년대 중반 이후 일본이 고도 경제성장기를 통해 전체적으로 풍요로워지면서 조선시장의 환경도 많이 개선되었다. 목조건물이 철근콘크리트(RC) 겸용주택으로 재건축 또는 3층 규모로 증축되었다. 전면부 외관이 개선되었으며, 1층은 전체가 점포, 2층이 가정집으로 이전보다 주거 공간이 분리되었다. 1993년 이후 코리아타운 조성사업을 기점으로 주거가 상업공간으로 대체되면서 관광객에게 대응한 거리 경관의 시각적 재구성이 본격적으로 일어났다.

Table 2. 코리아타운 시기별 건축 유형변화

시기	거리 경관	건축 유형	참고 사진
1930~1950	- 자생적 재래시장 - 개성·해주 시장과 유사	- 목조 1~2층 나가야, 겸용주택	
1950~1980년대	- 재래시장, 김치, 떡 등 식음료 위주 상점 다수 - 차량·보행자 혼재	- RC 1~2층 겸용주택	
1990년대 이후	- 코리아타운 조성사업 이후 한국을 연상시키는 관광 상업거리	- RC 2~3층 상가로 리모델링 및 재건축	

종합적으로 다음 세 가지로 정리된다. 첫째, 4~6m의 중심 거리와 이면의 좁은 골목길이 유기적으로 연결된 거리 체계. 둘째, 조선시장부터 형성된 겸용주택과 이후 신축된 RC건축물이 밀집. 셋째, 한류 관련 상점 및 전통요소를 차용한 경관 연출이 두드러진다. 이는 단순한 소매 상업지구의 범위를 넘어, 한일 문화가 혼재된 장소적 특수성을 보여주는 지표이다.



Figure 4. 코리아타운 상점가 북측 입면 및 경관 요소 (출처 : 본인 촬영)



Figure 5. 코리아타운 상점가 남측 입면 및 경관 요소 (출처 : 본인 촬영)



Figure 6. 경관 구성 요소 분포

3. 코리아타운 경관 요소 분석

3.1 분석 방법

코리아타운에는 총 150여 개의 상점이 있으며 이 중 미유키도오리 상점가로에 접한 상점을 중심으로 경관 요소를 분석하기 위해 현장 관찰 및 촬영을 하였다. 그 후 입면 사진을 이어 붙여 파노라마 형태로 재구성 Figure 4~6과 같이 한국적 표현 및 반복적으로 나타나는 전통 요소, 길거리 음식 문화, 한류 문화 요소, 한국 프랜차이즈, 한글 표기의 다섯 가지 범주를 확인할 수 있었다.

3.2 경관 구성 요소 분포 분석

다섯 가지 범주는 다음과 같다. 첫째, 전통 요소는 게이트와 가로등이 대표적이다. 붉게 칠한 나무 기둥, 청색 기와, 현판 등 한국 사찰을 참고하여 만들어졌으며 약 10m 간격으로 거리 전반에 균등 분포한다. 추가로 각 상점별로 표현한 한옥 기와, 돌하르방, 해치 석상과 함께 코리아타운의 경관을 형성하는 기본 골격으로 작용한다. 둘째, 한국형 포장마차 전면부는 넓은 철판이 있는 노출형 식음료 매대로 외부에 플라스틱 의자를 두는 방식으로 운영된다. 주로 분식류와 곱창을 판매하며 길거리에서 음식 섭취가 권장되지 않는 일본에서 줄을 서서 대기하거나 길가에서 한국 음식을 섭취하는 행위가 거리 경관을 형성한다.

셋째, 한류문화 소매점은 K-POP 관련 제품, 한국 화장품 등을 판매하는 상점이다. 입구와 중심부에 위치하여 유행에 민감한 새로운 방문객층을 유도하고 동시에 아이돌 포스터 등과 함께 경관의 일부로 작동한다. 넷째, 한국 프랜차이즈는 한국에 본사를 둔 프랜차이즈가 CI/BI를 그대로 사용해 지점을 낸 곳으로 네네치킨, 홍콩반점, 신전떡볶이 등 3개가 있다. 한국과 동일하게 유지되는 매장 이미지를 통해 즉각적으로 한국을 연상시키는 요소이다. 다섯째, 한글 표기는 가장 직관적인 한국적 요소로 일본어와 병기되거나 독립적으로 쓰이고 간판, 메뉴판 광고문구 등으로 거리 전반에 걸쳐 나타난다.

Table 3. 경관 구성 요소 예시

전통 요소	길거리 음식 문화	한류 문화 요소	한국 프랜차이즈	한글 표기

종합적으로 코리아타운의 경관은 가로에 면한 건물의 외피에 부착되거나 반복적인 가로 시설물이 전체 경관에 영향을 크게 미치고 있다. 전통 요소는 전반적인 거리 경관의 골격을 형성하고 길거리 음식문화와 한류 문화 요소는 시각적인 이미지뿐만 아니라 사람들의 비일상적 행위를 유도한다. 여기에 한국 프랜차이즈 매장은 본토 매장과

같은 CI/BI를 적용한 매장 입면으로 한국의 상업지역들을 연상시키는 역할을 한다. 그리고 거리 전체에 분포한 한글 표기들이 직관적으로 “한국”을 표현함으로써 타 범주의 요소들을 일관된 코리아타운의 모습으로 보이도록 연계·강화하고 있다.

분석을 통해 가로 경관을 구성하는 요소는 크게 다섯 개의 범주로 분포되었다. 먼저 다수의 반복적인 전통 요소가 경관의 기본 골격을 형성하였으며 길거리 음식문화, 한류 문화 요소 및 한국 프랜차이즈가 현대의 한국 경관을 반영하고 거리 전반에 산발적으로 분포되어있다. 이를 한글 표기가 거리 전체 요소를 연계 및 강화해주는 역할을 하였다. 공통적으로 나타나는 특징으로 건물의 내부보다는 반복되는 거리 환경요소 또는 건물의 입면 요소가 경관을 연출함이 확인되었다.

Table 4. 경관 구성 요소 분포 분석

범주	개수	요소 및 특징	해석
전통 요소	69	게이트, 가로등과 상점 외피, 약 10m 간격 균등 분포	거리 전체에 반복되는 요소 통해 경관 기본 골격 형성
길거리 음식문화	22	분식, 곱창, 전 등 길거리 음식판매,	한국 음식을 전면예 방문객에 판매 및 대기 행위 유도
한류 문화 요소	16	K-POP • 한국 화장품 매장, 입구 및 중심부	현재 유행하는 한류 문화 가시화하며 지속적인 방문객 형성
한국 프랜차이즈	3	한국과 동일한 CI/BI 적용 산발적 분포	한국과 동일한 매장 경관을 통해 즉각적으로 한국 연상
한글 표기	28	간판, 메뉴판, 광고문구를 포함하며 전 거리에서 나타남	가장 직관적인 한국의 요소이며 다른 4개의 범주의 경관을 통해 코리아타운의 모습으로 연계하는 역할을 함

4. 결론

1993년 코리아타운 조성사업을 계기로 거리 경관의 시 본 연구는 오사카 이쿠노구 미유키도리 상점가를 대상으로, 코리아타운의 공간 구성과정과 경관 구성 요소를 건축 계획적 시각에서 분석하였다. 연구 결과, 상점가는 가로체계와 건축구조를 유지하면서 입면 요소와 가로 환경 정비로 코리아타운의 경관을 구축하였다.

게이트, 가로등으로 대표되는 전통 요소는 코리아타운 전체에 반복적으로 배치되어 경관의 기본 골격을 제공하였다. 길거리 음식 문화는 시각적으로는 한국 음식과 메뉴판으로 나타나며 방문객들의 대기과 판매 행위를 유도하였으며 한류 문화 요소 또한 현재 유행을 빠르게 반영한 한류 제품을 디스플레이 함으로써 시각적 경관뿐 아니라 지속해서 방문객들이 찾아오게 만드는 역할을 하였다. 산발적으로 분포한 한국 프랜차이즈 매장은 각 브랜드의 BI/CI를 본토와 동일하게 적용하여 즉각적으로 한국의 상업 거리를 연상할 수 있도록 했다. 그리고 전체 거리에서 간판, 메뉴판 등을 통해 발견되는 한글 표기는 가장 직관

적인 한국의 요소로 앞서 살펴본 전통과 현대를 아우르는 다른 요소들을 일관적으로 코리아타운의 경관으로 이미지를 연계시키는 역할을 하였다.

이쿠노 코리아타운은 이와 같이 제일 한인 생활공간에서 관광화를 위한 자생적 경관 조성을 한 예시로서 도시 경관을 구성하는 요소가 거리 환경과 외피, 입면 요소 등을 통해 표현되고 있음을 알 수 있었다. 따라서 본 연구는 해외의 제일 한인 상업가로의 건축 계획적 전략에서 외피 또는 반복되는 가로환경요소가 주요한 역할임을 시사한다.

참고문헌

1. Yoshida, T. (1996). A study on the settlement environment of foreign minorities in Japanese cities: Case study of Korean residential districts in the Keihanshin area (Doctoral dissertation, Kyoto University).
2. Fukumoto, T. (2020). 韓流ブーム下での大阪・生野コアタウンの変容—エスニック・タウンの価値と地域活性化—. 地理空間, 13(3), 231-251.
3. Yano, A., Yuyama, A., & Jeon, H. K. (2020). 生野コアタウン活性化に向けた実態調査報告. 都市と社会.
4. 박미아 (2020). 해방 후 제일조선인의 생활공간 변용: 오사카 츠루하시 일대 ‘시장화’를 중심으로. 한일민족문제연구, 39, 163-197.
5. 김익두 (2020). 오사카 제일조선인의 역사와 일상. 선인.
6. 김병익 · 정진상 · 권순익 (2020). 일과 생활세계: 1세대의 공간 · 노동 · 젠더. 한울엠플러스.
7. 조지현 (2019). (조지현 사진집) 이카이노: 일본 속 작은 제주 (김인회 · 안현림 역). 각.
8. 국립민속박물관 (2002). 일본 관서지역 한인동포의 생활 문화. 국립민속박물관.
9. 정현일 · 전지영 (2024). 에스닉 공간을 통한 도시의 포용적 발전: 오사카 이쿠노코리아타운을 중심으로. 글로벌지역연구, 8(3), 71-91.
10. 임영상 · 허수택 (2015). 일본 속의 제일코리안 사회: 도쿄와 오사카 코리아타운 공동체 공간의 특성 비교 연구. 재외한민연구, 37, 61-88.
11. 서울특별시 (2018). 오사카시 지역관리형 사회적경제 사례탐방 결과보고서. 서울시 사회적경제지원센터.
12. Chi, Y. (2015). Living in Koreatown (코리아타운に生きる). Akashi Shoten.