





12월 11일 00:00:00 00 00:00 00 00:00

00: 00 00:00 00:00 (00:00-00:00▶)

0000 00 0 0 000 000 00 000 00 000 000 000 0000. 9000 0000 2000  
 0000 000 00 00 0 000 00 000 0000 0000 000 000 0000 000000 00 000  
 00000 00 00 00000 00000. 00000000 00 00000 000 000000 000 00 0000000.  
 000000 000 000 000 00000 0000, 0000 0000 0000, 000000 00 00 0000 000 0  
 00 00 00 000 00000 00000 0000.

0000 00 00 000000 0000 0000 0000 0000 00000000 00000000. 00 0 00 000 00  
 00000 00 0000 0000 00 0000 00 0000 0000. 00 0000 00 00 00 00 0000, 0000  
 00 000000 00 0000 00 00 00, 00000 0000 0000 0000 0000 00 0000 00 00 00  
 00000 00 00 0 0000 0 0000 000000.

0000 0000 00 0000 0000 000 00 00 0000 '00' 0000 00 000000 0000 0 000000,  
 0 00 0000 0000 0000. 00 0000 00 000000 0000 0000 00 00, 00 00000 00 0 0  
 0 00 0000 0 000000. 0 0000 00 0000 0000 00, 00 0000 0000 0 00000 00000  
 0 0000 00000 0000. 0000 00 0 000000 0000 0000 0000 00 00 0000000 0000 0 00  
 00000.

00 00000 00000 00 000000 000000 000000. 00 000000 0000000 00 0 0000 00000 00





# — 00000 0000 0000 0000

'00, 00 00 00'0 0000 00 00 0000 0 0000 00000 00 0000 00 00000. 00 0000 0000 00 0 0000 0000 0 00 0000 0000000 00000 0 00 00 0000 0000 0000 0 00 0000 0000 0000 0000 0 0 00 0000 0000 000000.

---

18450 00000 '00 00000000 00'00 00 0000 0, 0000 00000 00000 00 0000 0000 00 00 00000 00 00 00000 0000 00000000. 000000 0000 00 0000, 0000 0000 00 0 0000 0 0000 0000 0000 0000 0000 00 00 00000 0000 0000 000000. 00000 0 8 00 00 00 3000 0 00 3000 000000 00000. 0000 000000 00 0000 00000 00 0 00000. 0000 00000 00000 0000 00 00000 00 0000 00 0000 000, 0000, 0000 00000 0000 00 000000.

190000 00 00 0000 00000 00000 00 00000 00000 00 00000 000000. 000000 0 0 00 0000 00 0000 000000 00000000. 00 0000 0000 0000 00 0000 00 00000 00 00000 0000 00 0 0000 0000, 0000 0000 00 0000 0000 0000 00 00 000000000. 00 000000 00 000000 0000 00 0000 00 00000. 0000 0000 00 00 0000 00000 00, 0000 00 00 0000 '00 00 00'0 0000 00000 00 00000. 0 00000 0000 00000 00 0000 000000 00000. 0 0000 0000 0000 0000 0000 00 00000 0000 00 000000 0 0 00 0000 0000 00 0 0000 0000000 00000. 0000000 00 000000 000000 0000 0000 0000 0000. 0000 00 00 0000 0000 0000000. 00 0 000000 0000 0000 0000000 0000 0000 00 0000 00 0 0000 0000 0000000 0000, 00 00000 00 00000 0000000 00 0000 00 0 00 00 00 0000 0000 0 00000.

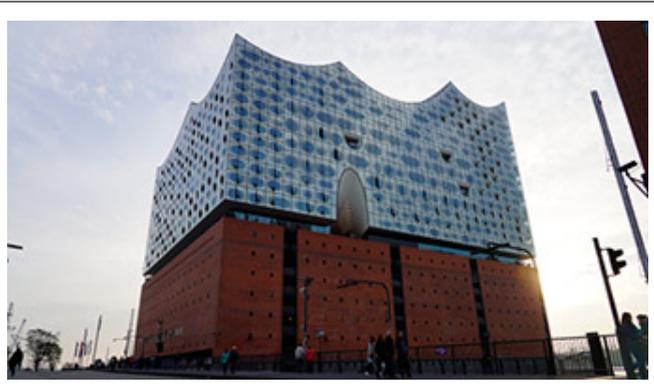
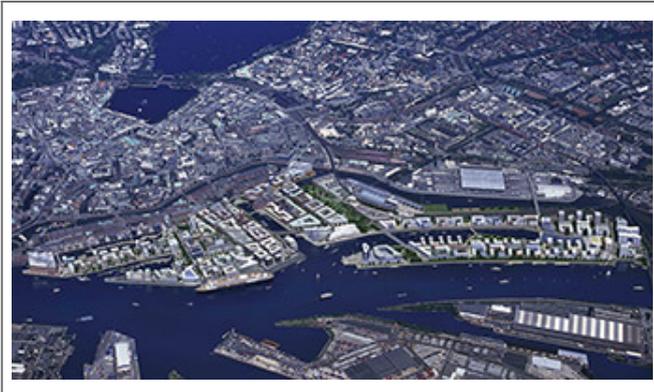
00000 0000 0000 00 0000 00000. 00 0000 0000 00000000 00 0000 00000, 00000 000000 00000000, 0 00 0000 0000 0000000. 00 00 0000 1000 0 0000 00 0000 00000 0000 0000000 0000000, 0000000 00000 0000 0000000 00000 0000, 00000 00000 0000 0000 0000000 00 00000.

00 0000000 00 00 0 0000 0000 0000 0000 00 00000. 199900 00000 00000 0000 0000 0000 00 00000 00000 0000 00, 00000 00000 0000 00000 0000 0000 0000000 0000 00000000 0000 00000 000000. 00 00 0000 00000000 0000 0000 '0000'0000 0 00 200000 000000. 20000 00000 00 0000000 0000 0000 0000000 00000. 00 '0000 0 0000'0 0000. 0000 00 70, 00000 0000 0000000000 00000 00 0000 00 00 0000 0 00000 0000 00000 0000000. 0000 00000 00 00 00 0000 00000. 0000 00 00 0 0 396.3km20 0000. 00 0000 00000 00, 0000 40%0 0000 0000 0000 0000 0 0



연번	공 원 명	2018		2019			2020			2021		2022
		용역	보상	용역	보상	조성	용역	보상	조성	보상	조성	조성
계		8	2	24	6	1	11	24	5	11	19	18
시 자처(18)		7	1	8	5	0	3	9	4	3	6	8
1	월미공원(북성동)	용역.보상										조성 完
2	관교공원(관교동)			용역				보상				조성 完
3	문학공원(학익동)		용역				보상			조성 完		
4	장미공원(연수동)			용역			보상				조성 完	
5	청농공원(동춘동)						용역			보상		조성 完
6	정슬공원(정학동)			용역				보상				조성 完
7	정랑공원(정학동)			용역				보상				조성 完
8	소래습지(논현동)	용역			보상			조성 完				
9	인천대공원(장수동)	용역			보상			조성 完				
10	도봉봉공원(만수동)			용역			보상			조성 完		
11	함봉공원(십정동)			용역			보상			조성 完		
12	신촌공원(산곡동)				용역			보상				조성 完
13	십정공원(십정동)						용역			보상		조성 完
14	계양공원(계산동)		용역		보상			조성 完				
15	새벌공원(효성동)		용역		보상			조성 完				
16	연희공원(연희동)		용역		보상					조성 完		
17	검단15호공원(왕길동)				용역			보상			조성 完	
18	검단중앙공원(왕길동)						용역			보상		조성 完
시비보조(15)				14	1	0	1	12		2	11	4
1	소월미공원(북성동)				용역			보상			조성 完	
2	농원공원(동춘동)				용역			보상			조성 完	
3	학나래공원(선학동)				용역			보상			조성 完	
4	사모지공원(연수동)				용역			보상			조성 完	
5	고잔공원(고잔동)							용역		보상		조성 完
6	석촌공원(간석동)			용역			보상			조성 完		
7	산밀말공원(만수동)			용역			보상			조성 完		
8	백운공원(십정동)			용역				보상				조성 完
9	희망공원(부평동)			용역				보상				조성 完
10	갈개공원(작정동)			용역	보상					조성 完		
11	이촌공원(효성동)				용역					보상		조성 完
12	원신공원(신현동)			용역				보상			조성 完	
13	검단17호공원(왕길동)			용역				보상			조성 完	
14	남산공원(강화읍)			용역			보상			조성 完		
15	관청공원(강화읍)			용역			보상			조성 完		
군구(10개소)		1	1	2	0	1	7	3	1	6	2	6
1	재녕이어린이공원						용역			보상		조성 完
2	선학어린이공원						용역			보상		조성 完
3	동곡어린이공원				용역			보상			조성 完	
4	새말소공원						용역			보상		조성 完
5	실은재체육공원							용역		보상		조성 完
6	맑은내생태공원						용역			보상		조성 完
7	현무체육공원	용역.보상		조성 完								
8	북산역사공원				용역		보상	조성 完				
9	전동역사공원						용역			보상		조성 完
10	유아어린이공원						용역	보상	조성 完			





<표 2> 표 1의 도시별 도시별 도시별 도시별 도시별(표)

도시별 도시별 도시별(표).

도시별 도시 도시 도시 도시 도시 도시 도시 도시.

(표: (표)Hafencity Hamburg(표표 표 표표 ▶), (표)도시별(표표 표 표표 ▶))

표 도시별 도시 도시 도시 도시 도시 도시 도시 도시 도시. 표 표 표 도시별 도시 도시 2% 도시별 도시 도시 30표 도시 도시 도시도시도시. 도시 도시 도시 도시 도시 도시 도시 도시, 도시 도시 도시 도시 도시 도시 도시. 도시 도시 도시별 도시, 도시 도시 도시별 도시 도시, 도시별 도시 도시 도시 도시 도시 도시 도시 도시 도시 도시. 1920표 도시 도시도시도시 도시별 도시별 도시 도시 도시 '도시별 21' 도시별 1990표 도시 도시별 2000표 도시별 도시별 도시 도시별 도시별 도시 도시 도시. 도시 도시 도시 도시 도시 도시 도시, 도시별 도시별 도시 도시 도시 도시 도시 도시 도시 도시 도시 도시. 도시 도시 도시별 도시 도시별 도시 50% 도시 도시 도시 도시, 도시 2024표 도시 도시 도시. 도시 도시. 도시 '도시별', '도시 도시' 도시별 도시 도시 도시 도시 도시 도시 도시 도시.

표 / 도시(도시도시, 도시)

도시

도시 도시(2006). 도시 도시. 도시도시

도시(2014). 도시 도시 도시. 도시.

도시 도시(2009). 도시 도시. 도시도시

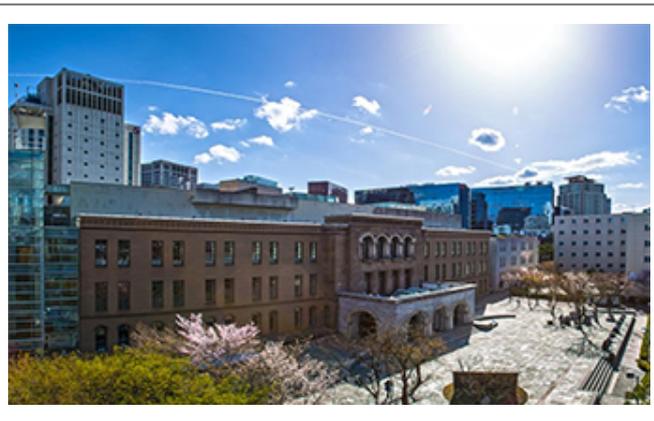
[도시 도시, 도시 3.0] 도시도시 도시 도시 도시 도시. 도시. 2019.11.18



이러한 변화에 따라 방송사들은, 기존 방송 콘텐츠 제작 방식에 대해 고민하고 있다. 기존 방송 콘텐츠 제작 방식은 '제작-유통-수용'의 선형적 구조를 가지고 있었지만, 최근에는 '수용-제작-유통'의 역선형적 구조가 나타나고 있다. 이는 시청자가 콘텐츠를 소비하는 방식이 달라졌기 때문이다. 시청자는 이제 방송사나 제작사가 제공하는 콘텐츠를 수동적으로 받아들이는 것이 아니라, 적극적으로 참여하고 소통하는 방식이 일반화되고 있다.

이러한 변화에 따라 방송사들은, 기존 방송 콘텐츠 제작 방식에 대해 고민하고 있다. 기존 방송 콘텐츠 제작 방식은 '제작-유통-수용'의 선형적 구조를 가지고 있었지만, 최근에는 '수용-제작-유통'의 역선형적 구조가 나타나고 있다. 이는 시청자가 콘텐츠를 소비하는 방식이 달라졌기 때문이다. 시청자는 이제 방송사나 제작사가 제공하는 콘텐츠를 수동적으로 받아들이는 것이 아니라, 적극적으로 참여하고 소통하는 방식이 일반화되고 있다. 또한, 방송사들은 SNS와 같은 소셜 미디어를 통해 시청자와 소통하는 방식도 다양해지고 있다. 이는 방송사들이 시청자와의 관계를 강화하고, 시청자의 반응을 실시간으로 파악할 수 있게 해준다. 또한, 방송사들은 OTT(Over-the-Top)와 같은 인터넷 기반 서비스도 도입하고 있다. 이는 시청자가 언제 어디서든 콘텐츠를 시청할 수 있게 해준다. 또한, 방송사들은 DVD와 같은 디지털 콘텐츠도 제작하고 있다. 이는 시청자가 콘텐츠를 소장하고, 언제든지 시청할 수 있게 해준다. 또한, 방송사들은 다양한 플랫폼을 통해 콘텐츠를 유통하고 있다. 이는 시청자가 콘텐츠를 쉽게 접할 수 있게 해준다. 또한, 방송사들은 다양한 채널을 통해 콘텐츠를 제작하고 있다. 이는 시청자가 콘텐츠를 다양하게 접할 수 있게 해준다. 또한, 방송사들은 다양한 서비스를 제공하고 있다. 이는 시청자가 콘텐츠를 보다 즐겁게 시청할 수 있게 해준다. 또한, 방송사들은 다양한 콘텐츠를 제작하고 있다. 이는 시청자가 콘텐츠를 다양하게 접할 수 있게 해준다. 또한, 방송사들은 다양한 채널을 통해 콘텐츠를 유통하고 있다. 이는 시청자가 콘텐츠를 쉽게 접할 수 있게 해준다. 또한, 방송사들은 다양한 서비스를 제공하고 있다. 이는 시청자가 콘텐츠를 보다 즐겁게 시청할 수 있게 해준다. 또한, 방송사들은 다양한 콘텐츠를 제작하고 있다. 이는 시청자가 콘텐츠를 다양하게 접할 수 있게 해준다.

이러한 변화에 따라 방송사들은, 기존 방송 콘텐츠 제작 방식에 대해 고민하고 있다. 기존 방송 콘텐츠 제작 방식은 '제작-유통-수용'의 선형적 구조를 가지고 있었지만, 최근에는 '수용-제작-유통'의 역선형적 구조가 나타나고 있다. 이는 시청자가 콘텐츠를 소비하는 방식이 달라졌기 때문이다. 시청자는 이제 방송사나 제작사가 제공하는 콘텐츠를 수동적으로 받아들이는 것이 아니라, 적극적으로 참여하고 소통하는 방식이 일반화되고 있다. 또한, 방송사들은 SNS와 같은 소셜 미디어를 통해 시청자와 소통하는 방식도 다양해지고 있다. 이는 방송사들이 시청자와의 관계를 강화하고, 시청자의 반응을 실시간으로 파악할 수 있게 해준다. 또한, 방송사들은 OTT(Over-the-Top)와 같은 인터넷 기반 서비스도 도입하고 있다. 이는 시청자가 언제 어디서든 콘텐츠를 시청할 수 있게 해준다. 또한, 방송사들은 DVD와 같은 디지털 콘텐츠도 제작하고 있다. 이는 시청자가 콘텐츠를 소장하고, 언제든지 시청할 수 있게 해준다. 또한, 방송사들은 다양한 플랫폼을 통해 콘텐츠를 유통하고 있다. 이는 시청자가 콘텐츠를 쉽게 접할 수 있게 해준다. 또한, 방송사들은 다양한 채널을 통해 콘텐츠를 제작하고 있다. 이는 시청자가 콘텐츠를 다양하게 접할 수 있게 해준다. 또한, 방송사들은 다양한 서비스를 제공하고 있다. 이는 시청자가 콘텐츠를 보다 즐겁게 시청할 수 있게 해준다. 또한, 방송사들은 다양한 콘텐츠를 제작하고 있다. 이는 시청자가 콘텐츠를 다양하게 접할 수 있게 해준다. 또한, 방송사들은 다양한 채널을 통해 콘텐츠를 유통하고 있다. 이는 시청자가 콘텐츠를 쉽게 접할 수 있게 해준다. 또한, 방송사들은 다양한 서비스를 제공하고 있다. 이는 시청자가 콘텐츠를 보다 즐겁게 시청할 수 있게 해준다. 또한, 방송사들은 다양한 콘텐츠를 제작하고 있다. 이는 시청자가 콘텐츠를 다양하게 접할 수 있게 해준다.



<표 2> 방송사별 방송 콘텐츠 제작 방식, 방송사별 방송 콘텐츠 제작 방식

방송사별 방송 콘텐츠 제작 방식(단위: 개) 2011년 방송사별 방송 콘텐츠 제작 방식(단위: 개)

(단위: 개(천), 백만개(백))









0000

00 0000, 2019, 030 00, 000 0, 00

000 00, 2017, 000, 000.000 0, 000

000, 2017, 0000 00 0000 000 000 000, 0000 0000

“00 00000 0 000...000 ‘000’ 0000”, 0000, 2019.09.08

## 000000 0000 00000, 00e0

‘00. 00 00 00’0 000 00 000 00 0000. 000 00 00 000 0 0000 00 000 00 000  
000. 000 0000 000 00000 0 00 000 00000 00000, 000 000 000 0 00 000 000  
00 0000 000 0 0 00 000 000 0000.

00 5000 0000 ‘00e000’ 000 00000. 80 0 0000 00 700 00 0000 000.  
00 000 3000 000, 00 0 0 0 0 000 00 00e00 000 0000. 0000 00000  
0000 00 00 000 000, 000 00 000 00000 0000 00 00 00 0000. 0000  
00000 000 000 00 000 000 00 0000 00, 00e00 000 000 00 0000 000  
000 00000 000 000000. 0000 00, 000, 00000 000 00000 00000 00e0 00  
0 000 000 00 000, 00e00 000 000000 00 0 000 00 000 00 0 0000.







. (2011). - . , 26.

, , . (2019). : ··· .  
 , 15(1).

e (▶)

[ , (1)] (2019.7.22)

[ , (2)] (2019.7.23)

[ , (2)] , (2019.7.23)

[ , (3·)] (2019.7.24)

---

## - ‘ ’

‘··· . ’ ··· . ··· . ··· .  
··· . ··· . ··· . ··· .  
··· .

---

··· . ··· . ··· . ··· . ··· . ··· .  
··· . 1··· . ··· . ··· . ··· .  
··· .

··· . ‘····’ ··· . ‘····  
·’ ··· . ··· . ··· . ··· .  
··· . ··· . ··· . ··· .  
··· . ··· . ··· .  
··· . ··· . ··· . ··· .  
··· . ··· . ··· .







K Car 내차사기 용서비스

3D 라이브 뷰 온라인 주문·배송 3일 책임 환불

# 이제 내차 살 땐 집.에.서

직영차 검색하기

3D 라이브 뷰 보러가기



<00 1> 0 000 00 000 00. 0 0 0 TV 00000 0000 0000 000 0000,

000 0000 000000 000 0 000 0000 00000. 000 0000 0 0 00 000 0 00 00000.

(00 : 000 0000\_000\_00\_0000▶)

000 0000 00000 0 00 000 0000. 000 00 00 000 00 0 0 000 0, 00 0 0 00 00 000 000 000 000 000 000 0000 0000. 00 000 000 000 000 0 00000 0000. 000 00 00 0 00 000 000 000 0000 000.

000 00 00 0000 00 000 000. 0 000 000 0000, 000 000 00 0000000 0 000 000 00000 000 0 000 0000000. 000000 00 0000 000 000 00, 00 0 0000 000 000 00 0 00 000 0000. 000 0 000 000 000 000 0000. 0 0 000 00 0000 0000 00 000 00 00 0000 0000. 000 0 0 000 0000 00 0 000 00000. 000 00 '0 00 00'0 '0 000 00'000.

00 00 000 00 000 00 000, 000 0000 00 00 000 000 00 0000. 00 00 00 000 '000 0000'-0 00000 00 000 00 00 0000 00 000 00 00 000 0 0 000 000 000-0 000 0000, 00 000 000 000 000 00 000 000 0 0000. 00 000 0000 0000 000 0000 00 00 0000 000 0 0000. 00 00 000 000 0 0 000 00 0000 00000 000 00 000 0000 00 00000 00000 000 SNS00 0000 000 00000. 0 0000 000 000 0000 00 000 0 1100 0000 00 70 0 0 00 00 000 00000. 00 000 0000 000 000 00 000 0000 0000 0000 0 0000. 0 '00 00'0 00, 00 00 00 000 0000 000 00 00 0000 00 00000 000. 000 000 0000 0 000 000 000, 000 000 00 000 000 000 0 0000. 000 000 0000 000 0000 000 00 000 00 3~40 0 000 00000.











<02> 000 0000 0000 0000 00000 000

201600 300 000 000 0000000 Prime Air0 00 000 0000000.

(00 00: 000\_000\_00\_0000\_>)

000000 000 000 0 00 0 000 000 000 0 0000000 0000. 000 000000 0000 000, '00'00 000 000000 000 000000 0 000000.

00 201300 000 00000 0000000 0000 00 000 000 00000 00000 0000000. 00 0 000, DHL, 00000 00 00000000 00000000 00 00 000 000 00 000 00000. 0 0 000 00 00000 000 0000000 000 00000000 000 0 00 000 00 000 0 000 0 000 00 00000 0000. 0000, 00 000 000000 0000 0000 00, 0000 00 00 00 0 000 0 00 000 00000 00 0000000 0000000. 0000 00, 00 000 000 00 000 00 0000 000000, 0000 00 00000 00 000 00000000 00 0 00000. 0000 00000 00 00 0 00 00 000 000000, 00 0000 000 00 00000 0000 00 00000 0000000 000.

0000 00000 00000 00 0000 00 00 0000 00 00 0000 00000. 00 0000 0000 000000 0000000 0000 0000 00 0000 0000 00000 0 00000. 0000 00 0000 0000 0000 0000, 0000 00 00 0000000 0000 000000 0000 00000 0000 0 00 00000. 00 0000000 0 0000000 00000 00 0000 00 00000 00 00000. 000000 00000000, 0000 00 0 00 00000 00 00000 0000 00000000 00 000000 0000 00 00 0 0000 0000 0000.

이러한 접근 방식은 사용자 데이터를 수집하고 분석하여 사용자 행동을 예측하고 개인화된 경험을 제공하는 데 도움이 됩니다. 그러나 이러한 접근 방식은 사용자 프라이버시를 침해할 수 있으므로, 기업은 사용자 데이터를 수집하고 사용하는 방식에 대해 투명하게 공개하고, 사용자로부터 명시적인 동의를 받아야 합니다. 또한, 사용자 데이터를 수집하고 사용하는 방식에 대해 정기적으로 감사하고, 사용자 데이터를 안전하게 보호하는 데 최선을 다해야 합니다.

이러한 접근 방식은 사용자 데이터를 수집하고 분석하여 사용자 행동을 예측하고 개인화된 경험을 제공하는 데 도움이 됩니다. 그러나 이러한 접근 방식은 사용자 프라이버시를 침해할 수 있으므로, 기업은 사용자 데이터를 수집하고 사용하는 방식에 대해 투명하게 공개하고, 사용자로부터 명시적인 동의를 받아야 합니다. 또한, 사용자 데이터를 수집하고 사용하는 방식에 대해 정기적으로 감사하고, 사용자 데이터를 안전하게 보호하는 데 최선을 다해야 합니다.

김/ 김(김민준, 김민준)

[참고]

김민준 (2016). 사용자 데이터 분석을 통한 개인화된 마케팅 전략. *마케팅*, 26(1).

김민준 (2014). 사용자 데이터 분석을 통한 개인화된 마케팅 전략. *마케팅*, 16(1).

김민준 (2013). 사용자 데이터 분석을 통한 개인화된 마케팅 전략. *마케팅* & *마케팅* *마케팅* *마케팅*.

김민준 (2017). 사용자 데이터 분석을 통한 개인화된 마케팅 전략. *마케팅* - *마케팅* *마케팅* - *마케팅* *마케팅*, 56.

“SKT, ‘데이터 기반’ 5G 서비스 출시”. *뉴스*. 2019.4.29. ([링크](#))

## 데이터 기반 마케팅 전략 - 결론

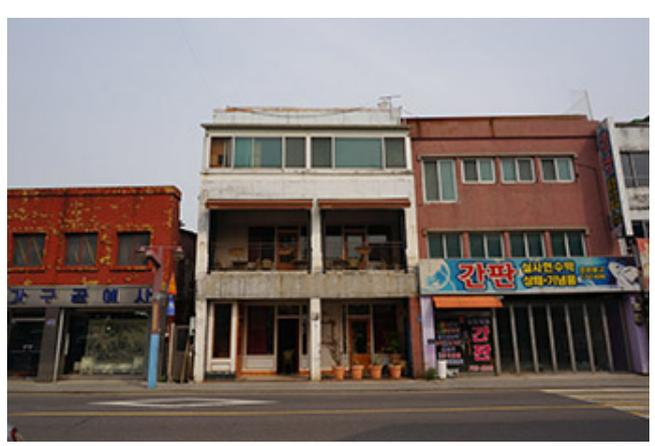
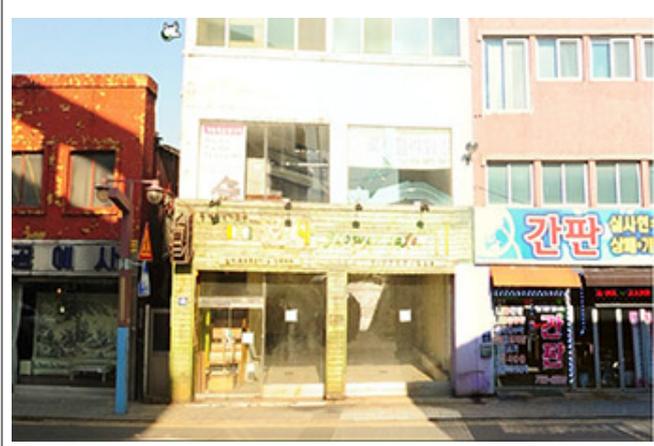
‘데이터 기반 마케팅’은 기업이 사용자 데이터를 수집하고 분석하여 사용자 행동을 예측하고 개인화된 경험을 제공하는 데 도움이 됩니다. 그러나 이러한 접근 방식은 사용자 프라이버시를 침해할 수 있으므로, 기업은 사용자 데이터를 수집하고 사용하는 방식에 대해 투명하게 공개하고, 사용자로부터 명시적인 동의를 받아야 합니다. 또한, 사용자 데이터를 수집하고 사용하는 방식에 대해 정기적으로 감사하고, 사용자 데이터를 안전하게 보호하는 데 최선을 다해야 합니다.

이러한 접근 방식은 사용자 데이터를 수집하고 분석하여 사용자 행동을 예측하고 개인화된 경험을 제공하는 데 도움이 됩니다. 그러나 이러한 접근 방식은 사용자 프라이버시를 침해할 수 있으므로, 기업은 사용자 데이터를 수집하고 사용하는 방식에 대해 투명하게 공개하고, 사용자로부터 명시적인 동의를 받아야 합니다. 또한, 사용자 데이터를 수집하고 사용하는 방식에 대해 정기적으로 감사하고, 사용자 데이터를 안전하게 보호하는 데 최선을 다해야 합니다.

이러한 현상은 '도시재생'의 필요성을 느끼게 하는 중요한 계기였다. 특히 '도시재생'의 필요성을 느끼게 하는 중요한 계기였다. 특히 '도시재생(도시+재생)', '도시재생(도시+재생)', '도시재생(도시+재생)', '도시재생(도시+재생)' 등의 형태로 나타났다. 이는 '도시재생'의 필요성을 느끼게 하는 중요한 계기였다.

이러한 현상은 '도시재생'의 필요성을 느끼게 하는 중요한 계기였다. 특히 '도시재생'의 필요성을 느끼게 하는 중요한 계기였다. 특히 '도시재생(도시+재생)', '도시재생(도시+재생)', '도시재생(도시+재생)', '도시재생(도시+재생)' 등의 형태로 나타났다. 이는 '도시재생'의 필요성을 느끼게 하는 중요한 계기였다. 특히 SNS 등을 통해 도시재생의 필요성을 느끼게 하는 중요한 계기였다.

이러한 현상은 '도시재생'의 필요성을 느끼게 하는 중요한 계기였다. 특히 '도시재생'의 필요성을 느끼게 하는 중요한 계기였다. 특히 '도시재생(도시+재생)', '도시재생(도시+재생)', '도시재생(도시+재생)', '도시재생(도시+재생)' 등의 형태로 나타났다. 이는 '도시재생'의 필요성을 느끼게 하는 중요한 계기였다. 특히 2006년부터 2018년 사이에 도시재생 사업이 103건으로 42% 증가한 44건으로 나타났다. 이는 '도시재생'의 필요성을 느끼게 하는 중요한 계기였다.



〇〇〇〇〇〇 〇〇 〇〇〇 〇〇〇〇 〇〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇〇〇〇 〇〇〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇 〇〇  
 (〇) 2017〇 11〇 〇〇〇〇 (〇〇:〇〇〇 〇〇), (〇) 2019〇 4〇 〇〇〇〇

〇〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇〇 〇〇〇〇 〇 〇〇〇 〇〇〇 〇〇 〇〇〇〇 〇〇〇〇 〇〇 〇〇〇 〇〇〇, 〇〇 〇〇〇〇  
 〇〇〇〇〇 〇〇〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇〇. 〇〇〇 〇〇 〇〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇, 〇〇, 〇〇〇 〇〇  
 〇 〇〇〇〇 〇〇 〇〇〇 〇〇〇〇〇〇 〇〇〇〇 〇〇 〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇〇 〇〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇〇〇 〇〇〇〇〇  
 〇〇〇 〇〇 〇〇〇〇 〇〇 〇〇〇 〇〇〇〇 〇〇〇〇〇. 〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇〇 〇〇〇〇〇〇 〇〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇  
 〇 〇〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇, 〇〇〇〇 〇〇 〇〇〇〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇〇. 〇〇〇〇 〇〇〇 〇〇 〇 〇〇〇 〇〇〇  
 〇〇 〇〇〇〇 〇〇〇〇〇.

〇〇〇〇〇 〇〇〇〇〇 〇〇〇〇 〇〇〇〇〇〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇〇 〇〇〇〇 〇〇〇 〇〇 〇〇〇〇. 〇〇〇〇 〇〇  
 〇 〇〇〇〇〇 〇〇〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇〇〇〇 〇〇〇〇〇 〇〇〇〇〇〇〇, 〇〇 〇〇〇 〇〇〇〇, 〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇  
 〇 〇〇〇〇〇〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇〇 〇 〇 〇〇〇〇. 〇〇〇〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇 ‘〇〇〇, 〇〇〇 〇 〇〇〇  
 〇〇〇〇 〇〇〇〇 〇〇 〇〇〇 〇〇 〇〇〇〇〇’ 〇〇 〇〇〇〇 〇〇〇〇〇〇〇 〇〇〇〇〇〇, 〇〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇  
 〇〇〇 〇〇〇〇〇〇 〇〇〇 〇〇 〇〇 〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇 〇〇〇〇 〇 〇〇〇〇.



〇〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇〇 〇〇 〇〇〇 〇〇〇〇  
 (〇)2017〇 11〇(〇〇 : 〇〇〇 〇〇) (〇) 2019〇 11〇 〇〇〇〇

〇〇〇〇〇 〇〇 〇 〇〇〇 〇〇〇〇 〇〇〇〇, 〇〇 〇〇 〇〇 〇〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇〇 〇〇〇〇 〇〇〇〇〇〇〇  
 〇〇 〇〇〇 〇〇〇〇 〇〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇〇 〇〇〇〇 〇〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇 〇〇  
 〇〇〇〇 〇〇〇〇 〇〇〇〇. 〇〇〇〇〇〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇 〇〇 〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇〇  
 〇〇〇〇〇. 〇〇〇 〇〇 〇〇〇〇 〇〇〇〇〇〇〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇〇〇 〇 〇〇〇〇〇, 〇〇 〇〇 〇  
 〇〇 〇〇〇 〇〇 〇〇〇 〇〇〇〇. 〇〇〇 〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇 〇〇〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇〇 〇〇〇〇 〇〇〇 〇〇  
 〇〇 〇〇〇〇 〇〇〇 〇〇 〇〇〇 〇〇〇〇〇〇. 〇〇〇 〇〇 〇〇〇 〇〇 〇〇〇〇 〇〇〇 〇 〇〇 〇〇〇〇〇 〇  
 〇〇〇 〇〇 〇〇〇 〇〇〇〇〇, 〇〇 〇〇〇 〇〇 〇〇〇〇〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇〇〇. 〇〇〇〇〇 〇〇〇〇〇〇〇〇 〇〇〇  
 〇 〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇〇〇〇 〇〇〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇〇 〇〇〇〇 〇〇〇〇 〇〇 〇〇〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇  
 〇 〇〇〇〇 〇 〇〇 〇〇〇〇. 〇〇 〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇 ‘〇〇〇’〇 〇〇〇〇 〇〇〇. 〇〇〇 〇 〇〇〇 〇〇  
 〇 〇〇〇 〇〇〇〇 〇〇〇〇〇〇〇〇 〇〇 〇〇〇〇 〇 〇〇 〇〇〇〇 〇〇〇〇 〇 〇〇, 〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇 〇〇  
 〇 〇〇〇〇〇 〇〇〇〇〇 〇〇〇〇 〇〇〇 〇〇 〇〇〇〇 〇〇〇〇 〇〇 〇〇〇.



2019년 11월 20일 개항로 91에 위치한 '개항로 91' 카페의 모습입니다. 이 카페는 커피, 음료, 디저트, 베이커리를 제공하는 공간입니다. 카페의 분위기는 따뜻하고 편안한 느낌을 줍니다. 카페의 메뉴는 다양하며, 고객들의 취향에 맞는 메뉴를 제공합니다. 카페의 위치는 개항로 91번지이며, 대중교통을 이용하기 편리합니다. 카페의 운영 시간은 오전 10시부터 오후 7시까지입니다. 카페의 주차장은 유료이며, 주차 공간이 제한적입니다. 카페의 직원들은 친절하고 전문적인 서비스를 제공합니다. 카페의 고객들은 커피를 즐기며, 여유로운 시간을 보낼 수 있습니다. 카페의 인테리어는 현대적이고 깔끔하며, 고객들이 편안하게 앉을 수 있는 공간을 제공합니다. 카페의 메뉴는 매일 새롭게 업데이트되며, 고객들이 신선한 맛을 느낄 수 있습니다. 카페의 위치는 개항로 91번지이며, 대중교통을 이용하기 편리합니다. 카페의 운영 시간은 오전 10시부터 오후 7시까지입니다. 카페의 주차장은 유료이며, 주차 공간이 제한적입니다. 카페의 직원들은 친절하고 전문적인 서비스를 제공합니다. 카페의 고객들은 커피를 즐기며, 여유로운 시간을 보낼 수 있습니다.

개항로 91에 위치한 '개항로 91' 카페는 커피, 음료, 디저트, 베이커리를 제공하는 공간입니다. 이 카페는 커피를 즐기며, 여유로운 시간을 보낼 수 있는 공간입니다. 카페의 분위기는 따뜻하고 편안한 느낌을 줍니다. 카페의 메뉴는 다양하며, 고객들의 취향에 맞는 메뉴를 제공합니다. 카페의 위치는 개항로 91번지이며, 대중교통을 이용하기 편리합니다. 카페의 운영 시간은 오전 10시부터 오후 7시까지입니다. 카페의 주차장은 유료이며, 주차 공간이 제한적입니다. 카페의 직원들은 친절하고 전문적인 서비스를 제공합니다. 카페의 고객들은 커피를 즐기며, 여유로운 시간을 보낼 수 있습니다.









□□ □□ □□□ □□□ □□□□ □□□ □□□ □□ □□□□□ □ □□□□.

□ . □□□ □□□(□□□□□□□□, □□□)

[□□□□]

□□□(2017). □□□ □□□. □□

□□□ □□□(2007). □□□ □□□. □□□□□

□□□. □□□□□□□(□□□\_□□\_□□□□▶)