세운상가의 30년 존재 담론

강 우 원*

도시의 공간은 장소들로 구성된다. 공간이 공존하는 것들 사이의 관계양상이라면 장소는 그들의 집합으로 이루어진 총체이며, 공간이 구조화된 체계로서 서술될 수 있는 것이라면 장소는 풍경으로 스스로를 드러낸다(강홍빈, 1998). 이렇게 공간으로서의 도시는 이미 다양한 장소의 일상성을 함축하고 있으며 장소는 구조화된 기제를 일상성의 담론에 담고 있다. 일상적인 삶을 위한 생활공간은 장소로서 구체화되며 생산되는 것이다. 때로 장소는 특정활동이나 산업의 위기 극복과정에서 중요한 역할을 담당하기도 한다(Leslie, 1997).

세운상가.

30년전 우리의 1인당 국민소득이 114불에 불과하고 보리고개에 지독히 고생하던 시절, 라디오수리점과 사창가들이 모여 있던 서울 도심 청계천변에 대규모 상가와 엘리베이터까지 갖춘 18층 고급아파트가 어우러진 세운상가가 등장한다. 대지 4,933평에 건물 연면적이 62,284평에 이르는 거대한 건물군, 2,007개의 점포 및 사무실(호텔객실 177개 제외)에다 주거용 아파트가 851개에 이르는 주상복합타운, 세운상가는 오늘날에도 인근 주변지역과는 토지와 건물이용형태에서 낯설게 느껴지는 것은 물론 도심의 업무빌딩과도 분명한 차이를 보여주고 있다. 이런 세운상가의 등장은 어떤 발상으로 어떻게 이루어졌으며, 원래의 계획은 오늘날과 어떤 차이가 있었고, 오늘날까지 세운상가가 어떤 모습으로 일상성을 유지하고 있으며, 그 기제는 무엇일까 하는 의문을 갖는 것은 지극히 자연스러운 것이다.

세운상가란 어디인가

세운상가로 통칭되는 종묘 - 대한극장간 상가와 아파트는 모두 4개 건물,

* 서울시 도시계획 상임기획단장

8개의 상가군으로 구성되어 있다. 가장 북쪽 종로에 면한 상가가 "현대상가(또는 종로세운상가)"이며, 현대상가와 연접하여 청계천쪽으로 들어선 상가는 "세운상가가동"이다. 그리고 청계천의 남쪽으로 "세운청계상가", "대림상가", 을지로 남쪽으로 "삼풍상가", "풍전호텔", 그리고 마른내길 남쪽으로 "신성상가", "진양상가" 순으로 자리잡고 있다.

그런데 실제로는 4개의 건물군 전부를 세운상가라고 부르기도 하고 설계 당시의 명칭대로 세운상가 A, B, C, D동으로 부르기도 한다. 일부는 현대상가와 세운상가 가동을 합쳐서 세운상가, 대림청계상가와 대림상가를 합쳐서 대림상가라고 부르기도 해서 세운상가를 한 개 블럭의 건물로 여기는 경우도 있다. 아예 세운상가와 대림상가는 물론이고 인근 장사동 및 예지동의 전자부품상가를 포함하여 세운상가라고도 한다.

그러다 보니 시민들의 눈에는 세운상가가 거대한 하나의 상가로 인식되거나 혼용되어 불리는 경우도 많다. 하물며 입점한 가게 주인조차도 혼동을 하고 있었다. 인터뷰를 위해 만났던 종로세운상가상우회 임원의 명함에 "세운상가가동"이라고 표기되어 있을 정도이다. 지하도에 비치된 안내판에도 현대상가와 세운상가가동을 합쳐서 "세운상가", 세운청계상가와 대림상가를 합쳐서 "대림상가"로 그려져 있다.

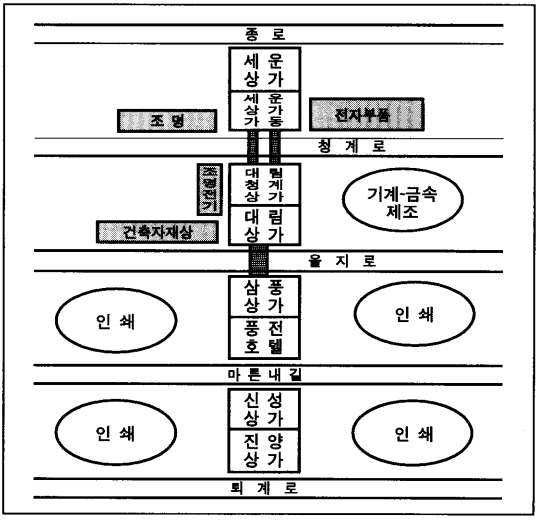
그러나 분명히 상가별로 소유와 관리가 따로 이루어지고 있는 것은 물론, 상가와 상가상층부의 아파트도 구분되어 별도로 소유 및 관리되고 있다. 따라서 본 글에서는 연구의 의도에 맞추어 세운상가를 4개 건물군, 또는 8개의 상가군 전체를 지칭하는 개념으로 사용하고, 단위 상가건물에 대해서는 고유 상가명을 사용하고자 한다.

또 8개의 상가가 동일한 규모인 것으로 생각하기 쉽지만 실제로 상가의 규모에서 큰 차이가 나고 있다. 가장 규모가 작은 상가는 대림청계상가로 대지 1,339.80㎡에다 연면적도 13,043.27㎡에 불과하다. 반면에 가장 규모가 큰 상가는 진양상가로 대지도 3,435.40㎡이고 연면적은 대림청계상가의 4배이상이나 되는 54,608.28㎡나 된다. 이 범위내에서 다양한 규모의 8개 상가가 자리잡고 있는 것이다.

그런데 왜 이곳이 세운상가라고 불리게 되었는가. 지역명의 유래를 가진 것도 아니고 건설업체나 인명에서 빌어온 것도 아닌데, 어떻게 해서 세운상가가 거대한 건물군을 대표하는 명칭으로 자리잡게 되었는가. 그 연혁을 찾아보면, A-2 지구의 지주조합이 「아세아상가 번영회」를 결성하고 이 지역 최초로 1966년 8월에 아세아상가(지금의 세운상가가동)의 기공식을 하였는데, 이 기공식에 참석했던 당시 김현옥 서울시장이 "세계의 기운이 이곳으로 모이라"는 뜻으로 「世運商街」라는 휘호를 썼다는 것이다.

그리하여 이곳에 서게 될 일련의 건물군 이름이 '세운상가'로 통칭되게 되었다는 것이다 (손정목, 1997). 지금 남아있는 현대상가아파트의 준공식 사진에도 '세운상가'라고 표현되고 있어 건립초기부터 일반화되었음을 알 수 있다.

〈그림 1〉 세운상가 위치도



세운상가 부지의 역사적 배경

그런데 왜 하필 현재의 자리에 세운상가가 들어서게 되었을까? 당시의 상

가규모를 고려하면 하나의 블록(街區)정도 규모의 상가도 대단한 규모인데, 4개의 블록을 차지하는 거대규모로 그 자리에 들어서게 되었을까. 그 이유를 밝히려면 일제시대까지 거슬러 올라가야 한다.

세계 제2차대전이 막바지에 이르러 태평양의 제해권·제공권을 미군이 장악하면서 미국의 항공기에 의한 공습이 일본본토뿐 아니라 한반도에도 빈번하게 등장하게 되었다. 당시에 일본본토 뿐 아니라 한반도는 주로 주택이 목조건물이었기 때문에 한번의 공습에도 화재에 의한 피해가 심각하였다.

이에 대응하기 위해 1937년에 '방공법(防空法)'을 처음 제정·공포하였던 일본정부는 1941년에 방공법을 크게 개정하면서 방공공지(防空空地) 및 방공공지대(防空空地帶)의 설정을 가능케하는 법적 근거를 마련하였다. 방공공지(防空空地)는 둥근모양 또는 네모모양의 빈터이고 방공공지대(防空空地帶)는 그 형상이 도로처럼 긴띠모양의 빈터인데, 둘 다 화재가 옆으로 옮겨 붙지 못하도록 마련된 빈터를 말한다.

1943년 10월에는 법률 제104호로 방공법을 다시 개정하여 '방공공지'와 '방공공지대' 대신에 '소개공지(疏開空地)'와 '소개공지대(疏開空地帶)'로 명칭을 바꾸고 방공상 필요가 있을 때는 소개공지·소개공지대내에서는 건물의 강제이전, 강제철거가 가능하도록 하는 규정을 신설하였다. 이런 규정을 적극적으로 실현하게 된 계기가 된 것은 1945년 3월에 있었던 도쿄대공습이다. 약 13만명의 사상자가 발생하였고 도쿄의 40%가 피해를 본 미군기의 도쿄대공습은 현대전에서의 공중포격에 도시가 얼마나 무력한가를 체감하는 중요한 사건이 되었다.

도쿄대공습이후 조선총독부에서는 한반도내 주요도시에 대해 공습에 대항하기 위해 도시소개대강(都市疏開大綱)과 소개실시요강(疏開實施要綱)을 발표하면서 1945년 4월부터 6월까지 경성, 부산, 평양, 대전, 대구, 원산, 청진, 성진 등의 주요도시에 소개공지, 소개공지대를 수십개 지정하였다. 그리고 그해 5월부터는 일제가 패전하기 전까지 실제 건물의 철거작업에 들어갔다. 서울시립대 명예교수인 손정목교수(1997)가 조사·확인한 서울의 철거지역을 보면, 주로 그 당시 도심에 해당되는 지역이며 오늘날에는 주로 도로로

이용되고 있는 지역이다. 현 세운상가지역인 종묘앞-필동간 너비 50m 길이 1,180m를 비롯하여 오늘날 서울역을 중심으로 3개 구간 2,480m이다. 구체적으로 서울역-신세계앞과 퇴계로 일부가 해당되는 서울역 - 회현동간 너비 40m, 길이 1,080m, 서울역 - 갈월동간(현 청파로) 너비 30m, 길이 800m, 서울역 - 충정로(현 의주로) 너비 30m, 길이 600m가 해당된다. 그리고 필동 - 신당동간(현 퇴계로 일부) 너비 40m, 길이 1,680m, 종로 원남동 - 동대문 - 광희문(현 율곡로 및 흥인문로 각 일부)정도로 확인되고 있다.

그러나 조선총독부의 소개공지와 소개공지대의 소개작업이 완전히 끝나기 전에 일제는 패망하기에 이르렀고, 미군정시대, 한국정부 수립, 6.25 한국전쟁을 거치면서 소개공지와 소개공지대는 방치되고 있었다. 이 중 일부구간은 한국전쟁 복구계획때 도로로 포장되기도 하였으나, 1952년 한국전쟁복구계획을 수립하면서 도시계획가로로 '광로 제3호'로 결정고시되었던 종묘앞 - 필동간 소개공지대는, 경운동 - 낙원동 - 종로에 이르는 지역과 더불어 계속 방치되었다.

이런 행정의 공백을 틈타 이들 지역에 한국전쟁의 이재민, 월남민들이 자리잡으면서 판잣집이 대거 들어서기 시작하였으며, 하나 둘 들어서기 시작한 사창(私娼)은 종로 2가에서 5가에 이르기까지 점점 확산하여 60년대 말까지 '종삼(鐘三)'이라고 불리는 사창가의 대명사로 자리잡게 되기도 한다.

부지가 세운상가로 계획된 과정

그러던 중, 50년대 후반과 60년대 초반을 전후하여 국회의사당 건립계획이 구체화되면서 그 입지로 종묘앞이나 남산이 거명되었고, 이에 때맞춰 종묘앞 - 필동지역을 무단점유하고 있던 주민이나 상가에서는 계획도로를 폐지하고 국유지를 불하해달라는 요구와 건의를 지속적으로 전개하였다. 건축물이 콘크리트화되면서 소개공지로서의 의의가 상실되었고, 만약 국회의사당이 남산에 입지하게 되면 국회의사당 전면도로로서의 기능도 상실하게 된다는 것이 그 이유였다. 이후 5.16쿠데타를 통해 국회의사당 남산 입지가 백지화되었지만, 주민들의 불하요구는 계속되었다.

그러면서 당시 국유재산을 관리하던 재무부에서 약 50%이상을 이미 민간인에게 불하하고 있었다(최상철, 1974).

이런 상황에서 이 일대에 대한 정비방안의 필요성을 확인하고 적극적으로 정비방안을 마련한 것은 중구청의 직원이었다(최상철, 1974). 중구청에서 작성한 「대한극장앞 - 청계천4가간 계획도로 정비방안」이라는 계획서에는 첫째, 50m넓이의 계획가로중에서 양측 15m씩은 건물을, 중앙 20m는 도로로 조성한다는 것. 둘째, 현재의 50m 계획도로를 소유하거나 불법 점유하고 있는 지역주민은 지주조합을 결성하고 서울시의 설계에 따라 양측건물을 짓고 중앙 20m계획가로중 사유지는 서울시에 기부채납한다는 것이 중요내용으로 제시되고 있다(계획안 ①참조).

그러나 서울시의 검토 결과, 50m의 계획가로를 중앙 20m도로로만 조성하면 기존 상가의 상인들은 피해를 보게 되고, 또 20m의 도로로는 도심도로로서의 용량이 부족하다는 문제점이 제기되었다.

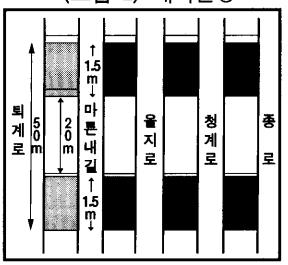
이를 극복할 수 있는 다른 대안을 찾아 보아야 했다. 당시 건설부 직속으로 미국아세아재단의 재정 원조로 HURPI(Housing and Urban Development Planning Institute)라는 기구가 설치되어 있었는데, 이 기구의 미국 도시계획가 네글러(O. Negler)에게 대안을 의뢰하게 되었다.

네글러가 제시한 계획은 중구청안과 반대로 중앙에 20m의 건물지대를 구성하고 양측에 15m씩 도로를 설치하며 중앙의 건물지대에는 8개의 각기 다른 모양의 건물을 배치한다는 것이다(계획안 ② 참조). Cul-de-Sac중심의 단지설계의 개념을 반영한 것이었으나, 환지에 어려움이 있고 지나친 공지화로 건축비용이 많이 든다는 단점이 또 다른 문제로 대두되었다.

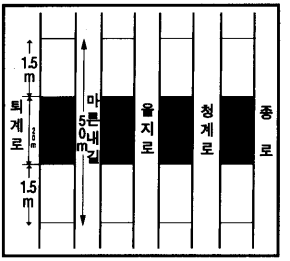
그러던 중 1966년 7월, 새로 부임한 김현옥 서울시장은 장단점을 가진 여러 안을 가지고 한국종합기술개발공사의 건축가 김수근과 상의하여 최초 스케치와 세운상가 설계의뢰를 추진하는 한편, 종로·중구 양구청장에게 무허가 건물 철거를 지시하고, 건설부에는 「재개발지구 설정 및 일단의 불량지구 개량사업 실시 인가」를 상신하게 된다.

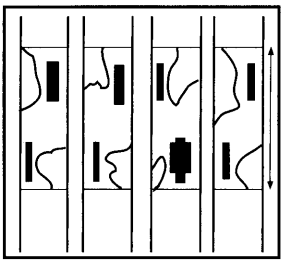
이렇게 비슷한 시기에 각각의 과업이 추진되었지만, 가장 먼저 마무리된

〈그림 2〉 계획안①



〈그림 3〉 계획안②





것은 무허가 건물 철거였다. 자진 철거하면 상가아파트 입주 특혜를, 자진 철거하지 않으면 강제 철거하여 변두리로 이주시킨다는 '당근과 채찍'의 전략으로, 그해 8월말경에는 너비 50m, 길이 893m, 총면적 44,650㎡(13,533평)을 확보하게 된다. 그리고 9월 8일에 아세아상가 기공식이 이루어지고, 한달 뒤인 10월 21일에 서울시가 세운상가 A, B, C, D지구 설계용역을 한국종합기술개발공사와 계약체결하게 된다. 물론 대체적인 건물배치계획, 건축물 기본설계의 스케치가 이미 되어 있었지만.

그해 10월 25일에는 현대상가아파트 기공식이 이루어졌으며, 그리고도 한달뒤에 두가지 의결사항이 중앙도시계획위원회를 통과하여 고시된다(건설부 고시 2912호). 너비 50m, 길이 950m인 「광로 제 3호」를 폐지하고 새로이 너비 15m, 길이 950m의 「중로 2류」를 두 개 신설한다는 것과 종로 3가 - 퇴계로간 너비 50m 연장 847m, 면적 13,533평의 지역을 '불량지구개량사업지구'로 지정한다는 것이다. 가장 선행되어야 할 '불량지구개량사업지구' 지정과 계획도로 폐지 및 도로 신설에 대한 중앙도시계획위원회의 의결이 지체된 것은, 우선 무허가건물을 철거하여 도로기능으로의 회복을 요구하는 중

앙도시계획위원회 위원들의 입장이 단호하였거니와 그 만큼 세운상가의 개발과정이 서울시 주도로 '불도저'식으로 진행되었음을 반증하는 것이다.

세운상가의 설계

1966년. 1인당 국민소득이 114달러에 불과하고, 서울인구는 380만에 자동차대수는 2만대 정도에 그치고 있다. KBS가 첫 흑백TV방송을 막 시작한 것도 이즈음이다. 요즈음 IMF체제시대로 1인당 국민소득이 반절로 떨어져 5,000달러정도이지만, 1,000만인구에 자동차 보유대수가 200만대를 넘어선지 오래된 거대도시로서의 오늘날 서울 모습과 비교해보면 상상하기 쉽지 않다. 이렇게 첫 흑백TV방송을 시작한 32년전에 세운상가를 설계한 건축가들은 어떤 생각을 가지고 설계를 했을까.

최초의 스케치에서부터 '세운상가'프로젝트에 참여한 건축가들이 설계후 자신들의 입장을 소개한 글(윤승중 · 유걸 · 김석철, 1967)이나 회고한 글(윤승중, 1994)을 보면, 비록 최초 스케치의 기본개념이 실시설계단계에서 변경이 되기도 하고 또한 건축가들의 의도대로 건물이 이용되지 못하고 있지만, 대단한 의욕을 갖고 '매력적인' 프로젝트에 참여했던 것같다.

이들이 파악한 지구재개발에 있어서의 문제점과 입장을 4가지로 정리해보면(윤승중 · 유걸 · 김석철, 1967), 우선 모든 건축물은 궁극적으로 서울시라는 도시전체를 구성하는 요소라는 맥락에서 출발하겠다는 것이며, 둘째는 기존의 지역이 가지고 있는 고유한 유기성을 파괴하지 않고 장기적이고 점진적인 개발을 통해 평면적, 수평적 이동을 유도하는 재개발이 되도록 하겠다는 입장 천명이다. 셋째는 도시의 일상생활에서 프라이버시가 유지되는 실질적인 근린주구(近隣住區)가 유지되도록 할 것이며, 마지막으로 환경조건의 악화와 기능적 혼재로 유발되는 교통체계의 불합리와 악순환을 극복하겠다는 의지가 그것이다.

이와 같은 기본개념을 어떻게 구체화할 것인가. 건축이 기본개념에서는 그럴듯하다가 이를 구체화하는 과정에서 전혀 엉뚱한 결과물이 만들어지기도 하고, 때로는 기존의 관습적인 틀을 크게 벗어나지 못하면서도 적당한 의미

를 부여하여 수사(修辭)하는 경우도 있다. 따라서 기본개념을 여하히 실현할 것인가라는 질문은 계속적으로 제기되어야 하는 중요한 화두라고 할 수 있다(그림 1, 그림 2 참조).

구체적인 실현의 첫 작업은 종묘-남산동을 잇는 1㎞를 보행거리가 될 수 있도록 입체화시킨 것이다. 3층레벨에서 보행자용 인공데크를 설치하고 이 데크를 따라 상가가 설치되는, 보행자몰(mall)이 형성되도록 하였다. 자동차 통행과 주차공간은 지상레벨에 설치함으로써 보차분리를 시도했다.

2층레벨에서 보행데크를 설치하고 1층레벨에서는 자동차통행로나 주차공간으로 확보하고 있는 일본 동경 인근의 신도시인 스쿠바시(筑波市) 도심과 치바시(千葉市) 마쿠하리신도심(幕張新都心)의 예에 비교해 볼 때, 이런 보차분리체제를 단위 건물에 적용하기에는 문제가 있지만 30년전에 이런 발상을 한 점은 높이 평가받을만 한 것 같다.

특히나 아직도 보행공간에 대한 기본적 개념과 관심조차 없이 차량소통중심으로 이루어지는 오늘날의 각종 개발계획과 교통계획을 견주어보면 더욱 그러하다. 또한 결국 실현되지는 않았지만 지상 1층을 주차장과 자동차통행로로 확보한다는 발상은 획기적이고 주목받을 만한 것이다.

두 번째 실현은 1~4층은 상가, 5층 이상은 아파트로 하는 주상(住商)복합건물군으로 연결시켰다는 것이다. 1980년대 들어 도심의 활성화와 직주근접 개념이 논의되면서, 용적율에 인센티브를 부여하는 도심재개발 수단으로서 주상복합이 등장하고 있지만, 이미 30여년전에 주상복합을 실현시키려는 시도는 대단하다. 특히 5층은 인공대지(elevated level)의 개념을 도입하여 개방공간(open space)으로 공원, 어린이 놀이터, 시장을 배치하였다. 거주환경을 보장하기 위해서 햇빛과 바람을 받아들이는 아트리움(atrium) 공간개념을 도입하고, 또 아파트 부분을 한 층씩 올라가면서 후퇴하도록 하는 소위 테라스(terrace)형 설계를 통해 건물의 위압감도 줄이도록 하였다.

셋째는 주상복합건물군의 개념을 외연적 확장을 통해 '도시내 도시(city in city)'의 개념으로 확대하려 했다는 점이다. 총용적율을 300%로 하되 도로부분을 제외한 순용적율을 500%까지 확보하였고, 건물군은 8층을 유지하

되 간선도로와 만나는 곳은 타워형으로 고층화하여 시각적 변화도 추구하고 공간도 확보하였다. 1~4층이 상가이지만 레벨 2층과 4층은 보행 접근성이 떨어지므로 커피숍, 식당, 병원과 같은 제2선 서비스 기능이 배치되도록 하고 3층레벨에서는 보행과 판매가 이루어지는 쇼핑몰을 구상하였다. 옥상에는 초등학교도 배치하여 입체적 복합기능을 가진 하나의 도시적 건축물이 되도록 하였다.

마지막으로 세운상가를 전통적인 상업중심인 종로거리, 패션중심인 명동 등과 직접 상권으로 연계시켜 낙후된 주변지역을 활성화하는 거점으로 유지하려고 했던 점이다. 인공데크를 설치하여 보행로를 확보했던 것도, 종로, 청계천로, 을지로, 마른내길, 퇴계로와의 접점에 계단으로 연결시켰던 것도 주변지역 상권과의 연계를 지속하려는 의도의 구체적 결과이다.

세운상가의 건축

세운상가지구의 재개발사업은 연건평 62,284평이며 총공사비가 44억원으로 우리나라에서 집행한 민간투자사업으로서 최대규모이었기에 시민이나 당국의 높은 관심속에서 시작했다(최상철, 1974). 이 때를 즈음하여 파고다공원-낙원시장재개발사업 등과 같은 재개발사업이 우후죽순처럼 붐이 조성되면서, 서울시 도시계획국 주택과 종합계획계에서 담당하기에는 업무가 과중하여 "상가주택계"를 1966년 9월에 정식으로 발족시키고 세운상가 실무추진을 맡기게 된다. 이어 상가주택계에서는 1966년 10월 21일에 건축가 김수근씨의 「한국종합기술개발공사」와 세운상가 A - D지구 설계용역을 체결하는 한편, 이 사업에 참여하는 시공업자를 선정하는 일에 착수했다. 이 사업에 참여하는 시공업자가 할 수 있는 일은 이 지구에 있는 시유지 약 6,770평의 구입자금을 나누어 부담하고 그 위에 건물을 지어 분양·임대하여 이윤을 확보하는 일이었다(손정목, 1997).

그러나 지금과는 달리 당시의 사회경제적 사정아래서는 사업성이 서지 않아 초기에는 시공에 참여하겠다는 업자가 없었다. 다만, A-2지구만이 그 지구내 지주들로 구성된 아세아상가번영회에서 사업에 착수하여 가장 먼저 기

초공사가 이루어지게 된다. 어려운 사정에 직면한 서울시는 김현옥시장이 직접 나서서 서울시의 토목공사를 많이 맡고 있던 현대건설과 대림건설에 이 사업의 일부구간을 맡아 줄 것을 요청하였고, 이 두 회사는 부득불 떠맡지 않을 수 없게 되었다.

이렇게 반강제로 건축이 시작되었지만, 인근 상가의 상인을 중심으로 사업이 구체화되는 것을 지켜보면서 미래 상권에 대한 확실한 기대를 가지게 되었고, 이는 점포 구입붐으로 이어졌다. 따라서 지금까지 시공에 관심이 없던 건설회사와 단체가 잔여구간에 참여하겠다고 의사를 표하면서 치열하게 경쟁을 하게 된다. 5,000만원의 예탁금을 걸고 사업자를 모집한 결과, 현대, 대림, 풍전, 신풍, 삼원, 삼풍건설회사와 2개의 지주조합 아세아상가번영회, 청계상가주식회사 등이 8개 구간으로 나누어 분할시공하게 되었다.(최상철, 1974)

그리하여 1967년 10월 서울 도심재개발의 첫사업으로 세운상가-공식명칭은 현대상가아파트-가 준공을 보게 되고 이어 한달 뒤에 아세아상가가 준공된다. 68년에 들어서는 대림, 청계, 삼풍, 풍전, 신성, 진양 등의 상가아파트와 호텔 등도 준공되었다.

세운상가의 실제

그런데 건축물은 항상 기본개념과 구상대로 지어질 수 없다. 기본개념이라는 밑그림에다 법적 제약, 재정적 문제, 그리고 사회경제적 요인, 그리고 건축주의 취향에 이르기까지 다양한 요인에 의해 영향을 받아 하나의 건축물이 탄생하는 것이다. 도시적 건축물을 표방하고 시작했던 세운상가의 기본구상과 설계도 최종 완성된 건축물과는 큰 괴리를 보여주고 있다. 기본설계와 개념 설정에 참여했던 윤승중씨도 『건축』1994년 7월호에서 당초 구상했던 것과 실제 완성된 건물에는 너무 큰 차이가 있어 계획이 제대로 실현되지 못함을 아쉬워하고 있다.

윤승중씨가 가장 실패의 결과를 낳았다고 자인하는 계획은 '공중보행데크'이다. 애초에는 종묘-퇴계로에 이르는 약 1㎞를 3층레벨에서 보행전용의 쇼

핑몰로 만들려는 것이었지만, 3층레벨로 올라가는 계단이 급경사인데다 3층 레벨에서의 보행데크도 중간중간에 단절되고 있어 원래의 의도가 제대로 실현되기 어려웠다는 것이다. 다시 말해 건물의 양편으로 보행로가 계속되다가 대림상가의 동편데크는 단절되어 버린채 서편데크 하나의 보행로로 줄어 을지로를 건너고 마른내길에 이르러서는 그나마 아예 중단되어 버린다. 게다가 인공데크 위의 포장과 조경 등 환경 연출이 제대로 이루어지지 않아 쾌적한 보행로로서도, 활발한 쇼핑몰로서도 실패하고 삭막한 콘크리트 구조물로 남게 되었다는 것이다.

그러다 보니 지상을 자동차 전용공간으로, 3층을 보행자 전용도로로 하겠다는 애초의 구상은 실현되지 못하고 지상은 보행인과 자동차가 서로 섞임으로써 혼잡은 가중되었다. 이는 지상구간을 상업용도로 활용하지 않겠다는 현실괴리의 발상이 결국 건축주를 설득시키지 못했기 때문이다. 특히 시공사가 8개의 기업군으로 분할되어 있기 때문에 서로의 협조도 이루어지지 않았을 뿐 아니라, 조금이라도 넓은 분양면적을 확보하려는 기업의 근시안적인 '이윤추구'로 인해 단일 건물로서의 상승효과를 거두지 못하고 '개발섬(development island)'으로 전락하고만 것이다.

일정지역 전체를 2,3층레벨에서 보행공간으로 확보, 연결시키지 않으면 오히려 몇 개 단위건물 자체가 고립되는 결과에 이르고 마는 것이다. 결과적이고 역설적인 이야기겠지만, 세운상가 건물군의 이웃 블록이 여전히 재개발되지 못하고 재개발 구역으로 남아 있는 것은 보행공간의 단절에 상당부분 기인하는 것으로 보인다.

그리고 상업시설과 주거, 업무기능을 구분하고 연결시켜 주는 개방공간(open space)을 5층에 배치하는 인공대지(elevated level)의 개념도 미실현된 계획으로 끝나고 말았다. 이런 개념을 기저로 해서 제시되었던 단위도시로서의 기능들, 즉 동사무소, 파출소, 학교, 은행, 옥상정원 등과 같은 공공 및 편익시설도 배제되었고, 주거기능 활성화를 위해 제시된 아트리움과 한층씩 올라가면서 후퇴하도록 하는 계획도 실시설계단계에서 변경되었다. 30년이 지난 오늘날에도 우리의 보편적인 주거공간, 아파트는 여전히 성냥갑 모

양에서 벗어나지 못하고 있고, 주변공원 역시 관목 몇그루로 성글게 조성되는 현실에 견주어 보면, 당시의 설계개념이 실현되기에는 사회적 여건이 너무 미흡하지 않았나 하는 생각이 든다.

세운상가의 오늘

대통령영부인과 대통령이 각각 참석하여 준공테이프를 끊을 정도로 국가적 관심사였던 초창기 세운상가. 당시에는 드물게 엘리베이터가 설치된 아파트는 1970년대 초 한강맨션이 건설되기 전까지는 세인의 선망의 대상이 되는 최고급아파트로 손꼽히고 있었다. 그리고 초기에 현대상가(종로세운상가)는 1층은 외제 가전제품, 귀금속을 취급하였고 2층은 양품부, 3층은 주단부 매장이 입주했던 고급상가였으며, 75년 중반까지는 주요 상권으로 위상을 유지하고 있었다.

이렇게 위풍당당하던 세운상가가 오늘날에는 어떤 모습으로 남아 있는가. 아직도 세운상가 주변의 상가에 비해 임대료수준이 약 20%정도 높게 책정될 정도로 위상을 유지하고 있기는 하나, IMF체제와 경쟁적인 전자상가의 등장으로 상권이 크게 위축되어 지역상권으로 전락하였다는 상인들의 자조적인 푸념은 이곳 세운상가의 현주소를 말해주고 있는 듯 하다.

종로세운상가(현대상가)

종로는 여전히 번잡하다. 종각에서부터 종로6가쪽으로 어깨를 부딪히며 걸어가노라면 볼만한 것이 많다. 종로1가에서부터는 악세사리, 의류중심의 노점상이 즐비하다가, 세운상가가 가까와지면 '기적의 백미러', '모기퇴치기' 등 신규개발품 등이 주류를 이룬다. 첨단제품을 판매하는 세운상가와 이미지 일치를 시켜가는 노점상의 예민한 감각이 놀랍다.

이윽고 맞는 현대상가. "종로세운상가" 또는 "종로전자타운"이라는 간판이 걸려있는 현대상가는 좌측편으로는 예장동 보석상가와 연접하고 있으며 우측편으로는 잡화상가가 이어져 있다. 건물 전면부(여기서 전면부란 대로에서 건

물로 진입하는 주진입로가 있는 진입부를 의미함) 구조는 측면으로 일방통행의 자동차 진출입구가 있으며 전면부 중앙에 건물내로 진입할 수 있는 계단이 있다. 건물의 측면에는 3층데크로 진입할 수 있는 가파른 계단이 있다.

일방통행의 자동차통행로에는 사선형태의 주차공간이 마련되어 있는데, 지하에 주차장이 없어 주차공간이 부족하고 번잡하다. 평일은 오전 9시부터 오후 7시까지, 토요일은 오전 9시부터 오후 3시까지 운영되며 일요일과 공휴일은 개방된다. 주차요금은 일급지로 매우 비싼 편인데 2시간까지는 최초 30분은 3,000원, 초과시 10분마다 1,000원, 그리고 2시간초과시 10분마다 2,000원을 받고 있어 시간누적할증제로 운영되고 있다. 가히 천문학적 주차료에 누가 이용할까 싶지만 주차원들은 눈코뜰새 없이 바쁘기만 하다. 그러나 자동차통행로를 막고 상차 및 하역이 이루어지고 있어 잘못 진입하면 30분 이상은 너끈히 기다려야 할 경우도 있다. 그렇다고 해서 클랙슨을 누르는 것은 금물이다. 암묵적으로 그것이 용인되는 지역이자, 용인될 수밖에 없는 상황이기 때문이다.

일반인들에게는 컴퓨터상가로 널리 알려진 현대상가는 1층부터 3층까지는 가전제품을 취급하고 있으며 4층만이 전자 및 컴퓨터 상가로 되어 있다. 1층은 오디오, 비디오와 같은 음향기기, 방송기기 전문상가이고, 2층은 혼수전문상가를 표방하면서 전화, TV, 냉장고, 카메라, 오디오 등 보다 다양한 가전제품을 살 수 있다. 최근에는 2층에 혼수품목의 하나인 수예점의 입주가 활발한데, 원래 이곳에 있던 자수 및 혼수점이 진양상가로 갔다가 최근에 다시 이곳으로 입점하고 있는 것이다.

최근에 용이한 접근도와 외부효과를 극대화하여 독자적인 거래망을 확보한 용산전자상가와 광장동 테크노마트21이 등장하면서 현대상가의 컴퓨터나 전자제품 상거래는 상당히 위축되고 있다. 아직까지는 상가건물 전체가 냉난방시설이 갖추어져 쇼핑하기에 쾌적성을 유지하고 있지만, 현대상가(종로세운상가)가 지금까지 가지고 있던 명성, 인근의 관련시장과의 연계성에 의존하는 소극적 상권을 유지하고 있을 뿐이다. 1층에는 젊은 종업원이 점포앞에서 호객행위를 하고 있었는데, 이는 단골손님보다는 뜨내기손님의 구매에 의

존하는 비중이 높거나 적어도 무시할 수 없는 매출비중을 차지하고 있음을 반증하는 것이기도 하고 그만큼 경쟁이 치열하다는 의미이다.

도로변으로만 고층화한다는 계획에 의해 종로변으로 5층부터 13층에 자리잡은 아파트는 실평수 18평에서 25.5평의 79세대가 중복도형으로 배치되어 있는데, 5층까지 걸어와서 엘리베이터로 진입이 가능하다. 아파트는 재보수하면서 쾌적하게 정비되어 있으나 80%이상이 창고나 사무실로 용도변경되어 이용되고 있는데, 아파트를 사무실로 전용하는 경우에도 다양한 점유형태, 상가층과의 관계양상을 보이고 있다. 점유형태면에서 아파트 1세대 전부를 1개업체에서 사용하는 경우가 있는가 하면, 임대료 부담을 다소 줄이기 위해 방 각각을 다시 재임대하는 경우도 있다. 아래 층 상가와의 관계에서도 상가에 점포를 둔 상인이 아파트를 창고나 사무실로 이용하기도 하고 아예 상가와는 상관없이 사무실을 확보하여 사용하는 경우도 있다. 물론 후자의 경우에도 아래층 상가의 취급품목과 무관하지 않고 판매기능 없이 유통, 개발기능만을 가지고 있는 업체들이 입주하고 있다.

세운상가가동

세운상가 최초로 착공되었던 세운상가가동은 건설당시에는 "아세아상가"라고 명명되었지만 지금은 세운상가가동으로 불리운다. 청계로에서의 전면부에는 "세운청계상가"라는 간판이 달려 있다. 애초에 아세아상가주식회사와 중앙재단이 7:3의 지분으로 참여했었는데 1971년 중앙재단이 지분을 매각하면서 세운상가가동으로 명칭을 바꾸었다. 원래는 현대상가를 종로세운상가로 하고 아세아상가로부터 세운상가 가동, 나동..식으로 연속성을 가질 수 있도록 하였으나, 그 이후 각 상가가 고유의 상가명을 고수하면서 이런 시도가 유명무실하게 되었다. 그러다 보니 연속성도 없고, 고유의 상가명도 아닌 '세운상가 가동'이 탄생하게 된 것이다. 따라서 세운상가 가동의 동편에 자리잡고 있는, 아세아 극장과 많은 첨단전자부품상이 입주하고 있는 '연흥 아세아 전자상가'는 세운상가와는 별다른 관련이 없다.

현대상가와 유사한 건물이용구조를 가지고 있는 세운상가가동은 현대상가

와 합쳐 하나의 상가처럼 보이지만, 여타 상가와 마찬가지로 전혀 별개의 소유관계에 있으며 별도로 관리되고 있다. 금강개발 소유로서 임대 운영되고 있는 현대상가와는 달리 상가와 아파트가 모두 분양되어 있다. 건물의 동편으로는 세운상가와 유일하게 연결된 건물인 연흥아세아전자상가가 있으며, 3층데크와 연결된 연흥아세아전자상가는 주로 반도체, IC, 저항과 같은 첨단 부품점포가 입주해 있다.

3층데크로 나가면 현대상가쪽에서는 볼 수 없었던 노점상이 있으며 이 노점상의 가건물은 '가', '사'열 등으로 정식 표기되고 있는데, 이는 현대상가측의 반대에도 불구하고 세운상가가동 건물주들이 정식으로 분양을 했기 때문이다. 그리고 3층데크에서 보면 유독 현대상가와 세운상가가동의 4층 외벽에 녹슬은 철망이 설치되어 있다. 종묘에 있는 비둘기의 접근을 막기 위한 것이라는데, 불가피한 선택인지 모르지만 오늘날 세운상가의 위상을 상징하는 흉물로 보일 뿐이다.

그리고 건물이용구조에서도 현대상가와 몇가지 차이점이 있다. 우선 5층부터 8층까지의 100세대 아파트는 중복도형에다 아트리움을 가미한 구조를 보여주고 있다. 그러나 현대상가와 마찬가지로 사무실로의 용도변경이 많아 현재까지 주거로 남아있는 세대는 1세대에 불과한 실정이다. 소유와 영업이 일치하는 직영사업자는 거의 없고 점포를 임차하여 영업을 하는 사업주가 대부분을 차지하고 있다.

최근에는 5층에 보석감정사무실의 입주가 급격하게 늘어나고 있다. 이는 최근 진양상가내 2층의 혼수, 귀금속, 수예상가에서 꽃도매상가로 변신하려는 과정에서 보석감정사들이 이곳으로 옮겨왔기 때문으로 보인다. 다른 상가와는 달리 세운상가가동의 전면부 도로변에 청계고가도로의 지주를 철망으로 연결, 분리하여 2개 차선을 하역 및 상차공간으로 유지하고 있다. 세운상가가동앞에는 오토바이와 개인용달차가 주차하고 있는데, 오토바이는 조합형식으로 만들어진 연락사무실을 설치하고 운영하는 경우도 있고, 간혹 개인적으로 배달하는 경우도 있다. 개인용달차는 주차월정액이 16만원이며, 휴대폰 연락을 통해 요즈음과 같은 IMF시대에는 하루 1-2건에 불과한 배달을 기다

리고 있다.

세운청계상가

세운상가가동과 보행데크, 횡단보도로 연결된 세운청계상가는 을지로편의 대림상가와 연결되어 있으나 대개는 그냥 "대림상가"로 불리기도 한다. 세운청계상가는 세운상가가동과 더불어 지주들이 조합을 구성하여 건축한 2개의 상가중에 하나로, 연접하고 있는 대림상가와 유사한 건물이용형태를 보이고 있으며, 전자제품으로 특화되어 있으나 현대 및 세운상가가동과는 사뭇 다른 특징을 보이고 있다. 2층은 전자오락, 3층은 노래방기기, 전자오락기 전문상가로 전자분야 중에서도 오락분야에 특화되어 있다는 점이다. 4층은 아마존 카바레나이트가 입주하고 있어 8시30분경 폐점하는 여느 세운상가와 달리 유일하게 밤을 밝히는 곳이기도 하다.

전자오락기를 전문적으로 취급하는 2층에는 보행통로를 중고 또는 신제품 전자오락기가 가득 메우고 있어 보행이 제대로 이루어지기 어려운 상황이다. 이는 곧 쇼핑고객을 유치하기 보다는 오락실 주인과 지방업자와 같은 단골고객에 의존하는 바가 크다는 의미이다. 여기서는 고객의 요청이 있으면 요즈음 유행하는 스티커사진기를 비롯하여 오락실 관련 일체장비와 프로그램을 공급해 줄 수 있다. 오락실의 성공여부는 공급되는 프로그램에 달려 있다.

프로그램을 공급하는 방법은 기판에 의한 방법과 팩에 의한 방법이 있다. 기판은 고정된 프로그램을 공급하는 방법이며, 본체에다 팩을 끼워서 사용하는 방법은 팩의 교환을 통해 계속 버전업시킬 수 있는 장점이 있다. 기판에 의해서든, 팩에 의해서든 프로그램이 얼마나 인기상품이 되느냐가 성공의 중요한 관건이다. 기판이나 팩의 가격은 "주식보다 변동이 더 심해" 한 달 사이에 천정부지로 솟기도 하고 퇴물로 전락하기도 한다. 최근 IMF시대에는 신제품의 등장이 뜸해 한가한 실정이다. 오락기기 프로그램 공급업체의 사장은 주로 오락실을 소유하고 있어 주소득은 오락실 운영을 통해서 확보하고, 대금결제가 주로 현금으로 이루어지는 잇점을 활용하여(물론 외상이 있기는 하나, 가계수표는 일체 취급하지 않는다) 한 달에 몇 건 정도의 수주로 점포

를 꾸려 나가는 상황이다.

일제와 국산제품과의 가장 큰 차이는 그래픽과 스토리에 있다. 세미콤과 같은 일부 국내제품을 제외하고는 색상과 이야기 전개에서 일본제품에 도저히 경쟁이 되지 않고 있으며, 게다가 저작권법이 발효되면서 일본제품이 전량 수입되어 유통되고 있는 실정이어서 더욱 더 일본의존적이 되고 있다. 최근에 유행하고 있는 스티커 즉석사진기를 판매하는 점포는 몇 군데에 불과한데, 이도 스티커 즉석사진기가 아직 국내기술에 의해 개발되지 못한 채 외국에서 수입하여 판매되고 있기 때문이다.

5층부터의 아파트는 대개 사무실로 쓰여지고 있었는데, 현대상가, 세운상가가동과 마찬가지로 저층 상가 주인이 소유하거나 개별적으로 임차하고 있었으며 창고 또는 수리 및 개발을 위한 공간으로 활용되고 있었다. 그리고 임대료 부담을 줄이기 위해 아파트내부를 일부 개조하여 방 하나하나를 재임대하여 사용하는 것도 현대상가, 세운상가가동과 비슷하다. 이곳 아파트에 입주하고 있는 업체의 대표는 용산전자상가나 최근에 개점한 광진구 테크노마트 21이 대개 판매의 성격이 강한 반면, 세운상가지역은 부품구입이나 정보획득이 용이해서 여전히 개발업체들이 선호하고 있다는 주장을 편다. 그러나 현대상가나 대림상가에 비해 관리가 부실하고 냉난방이 되질 않아 매장의 활기나 거래가 부족한 점을 부인하기 어렵다.

대림상가

대림건설의 소유로 되어 있던 대림상가는 1996년 현 임차인에게 분양되었다. 그리고 분양받은 소유주들은 별도의 법인형태로 관리회사를 설립했다. 관리사무소는 경비, 전기 및 시설관리는 별도의 용역회사에 용역을 주어 관리하고 있다. 그런데 임대료를 보면 1층이 가장 비싸고 2, 3층 순으로 설정된다는 것이 관리사무소 관리부장의 주장이다. 결국 보행데크가 제대로 그 기능을 하지 못하고 그 효과도 미미하다는 구체적인 증거이다. 특히 대림상가의 동편데크는 을지로와 연결되지 못하고 단절되어 있어 보행동선 단절의 적나라한 모습을 보여주고 있다.

세운상가가동과 연결되는 육교, 그리고 세운청계상가 및 대림상가의 보행데크에는 전자부품, 비디오테이프 판매와 같은 가판점이 밀집되어 있는데, 성인용 CD, 비디오와 잡지를 판매하는 호객꾼이 길가는 행인을 붙잡고 있다. 물론 현대상가와 세운상가가동에도 이런 호객꾼이 없는 것은 아니지만 대림청계와 대림상가에는 특히 심한 편이다. 음란물신고서를 설치하고 경찰관이 상주하고 있으나 여기를 지나면서 젊은 호객꾼한테서 "좋은 것이 있다"는 유혹을 받지 않은 사람은 없을 정도이다. 이는 세운청계상가와 대림상가가 오락분야에 특화되어 있는 것과 무관하지 않은 것 같다.

3층에는 제법 깔끔한 실내장식으로 잘 정비된 노래방기기 업체들이 들어서 있다. 현재 노래방기기는 금영, 아싸, 태진, 아리랑의 4개회사가 주도하고 있으며 대개 이들 회사의 대리점이 입주해 있다. 이들 업체는 노래방, 단란주점, 나이트클럽에 기기를 공급하고 공사를 해주는 일을 한다. 공사를 해 준 유흥업소에게는 개별적으로 애프터서비스를 해주지만, 그렇지 않은 경우 4층에 있는 본사에서 직영하는 A/S업체를 소개해 준다. 그리고 아예 판매점포를 가지지 않고 세운상가내 대리점에서 노래방기기를 싸게 사서 공급해주고 한달에 2번 정도의 신곡정리를 해주는 중간업자도 있다. 마치 인쇄골목에서 별도의 점포없이 주문은 전화나 인근 다방을 이용하고 직접 인쇄과정을 대행해 주고 관리해주는 전문기획업자와 유사하다.

최근 유행을 가장 기대했던 상품은 '오락실용 노래방기계'였다. 노래방을 출입할 수 없는 어린이를 겨냥해서 오락실내에 개인용사우나실 같은 목조시설물을 갖추고 퀴즈를 맞추면 노래를 한 곡할 수 있도록 하는 기계이다. 그런데 별 재미를 보지 못했다고 상인들이 털어놓는다. 바로 이런 부침이 세운상가 30년 역사의 한 단면이라고 할 수 있다.

아파트는 5층에서 8층까지는 중복도형, 9층부터 12층까지는 아트리움식으로 혼합된 형식을 취하고 있다. 현대상가나 세운상가가동과는 달리 상당부분 주거기능이 남아 있다.

삼풍상가

대림상가와 연결된 삼풍상가는 냉난방시설도 잘 가동되고 건물의 외벽도 회색으로 도색을 하고 보수하여 세운상가중에서 가장 잘 관리되고 있는 듯하다. 1층 상가를 제외하고는 12층 전체층이 사무실로 활용되는 사무동이다. 특히 대한생명보험이라는 단일회사가 하나의 본부와 2개의 지점이 입주하면서 4개의 층을 사용하고 있었으며, 청운회계법인 등을 비롯한 전형적인 FIRE산업(금융 · 보험 · 부동산 산업)이 입주하고 있다.

지하와 2층에 주차장을 확보하고 있어 비교적 주차문제가 나타나지 않았으며 1층 보행공간에서만 접근이 가능한 상가는 안경, 인쇄 등 잡화관련 업종이 많으나 주문복 양복점이 양쪽으로 자리잡고 있는 것이 특징이다.

3층 사무실에서 개별적으로 보행데크로 통하는 출입구가 없고 단지 엘리베이터를 통해서 접근할 수 있는 현관이 있을 뿐이어서, 3층 보행데크에는 보행인이 거의 없으며 관리인이 건물 출입을 엄격히 확인하기도 했다.

상가의 전면부는 은행이 자리잡고 있으며 건물 진출입은 측면으로 돌아가서 엘리베이터와 계단을 통해 가능하다. 서측 측면부에는 지하주차장 및 2층 주차장 진출구가 있다. 대림상가와 연결되는 육교는 "을지세운보도 육교"라고 명명되어 있었고, 그 육교에는 구조물 · 전기 · 청소관리자 모두 "중구청장"으로 기록된 팻말이 있어 중구에서 관리하고 있는 것으로 확인된다. 현대상가와 세운상가가동, 세운청계상가와 대림상가와는 달리 삼풍상가와 풍전호텔은 동일 건물이면서도 내부적으로 연결되어 있지 않고 있다.

풍전호텔

삼풍상가와 하나의 건물동을 이루고 있는 풍전상가는 여타 상가와는 달리 호텔로 특화되어 이용되고 있다는 점이 특징이다. 1층만 은행 및 잡화판매가 이루어지고 10층까지 모두 호텔로 이용되고 있다. 다만 4, 5층은 나이트클럽을 임대 형식으로 운영하고 있었고, 옥상에 해당하는 11층에 골프연습장을 설치, 운영하고 있었다. 골프연습장은 피트니스클럽(Fitness Club)이라는 클럽제 운영을 원칙으로 하되, 쿠폰으로도 이용이 가능하다. 그 외에도 남녀사우나 시설, 면세점을 운영하고 있었으며 그만큼 이용객이 상당하다는 이야기

이다. 도심의 오래된 호텔을 이용하는 이용객은 누구일까?

객실이용객의 90%는 일본인관광객이며 그것도 주로 단체손님이다. 호텔소유주가 오일여행사이니 주로 소유주의 여행사를 이용하는 관광객인가? 그렇지 않다. 일본인단체관광객들은 쇼핑과 서울 도심의 고궁이 주요 관광코스이기 때문에 도심에 숙소를 정해야 되는데, 특급호텔을 이용하기에는 채산성이 맞지 않아 도심에 입지하면서도 도보권에 쇼핑을 즐길 수 있는 풍전호텔이 적당하다는 것이다. 풍전호텔앞에는 일본인관광객을 겨냥한 식당도 있다. 출입구에 "돌솥비빔밥(石釜まぜご飯), 불고기(牛肉燒)"이라고 써놓은 허름한 한식당이 심심치 않게 보인다.

호텔의 각종 편익시설의 이용객은 단연코 인근의 사업주들이다. 보다 대외적인 고급 만남은 호텔의 커피숍에서 이루어졌고 골프연습장, 사우나시설의 주고객은 시간과 재력을 보유한 도심내 업체를 가진 사업주들이다.

신성상가

풍전호텔에서는 3층보행데크가 단절되어 맞은편 신성상가에 접근할 수 없다. 횡단보도로 통과하든지, 인현지하상가를 통해 신성상가로 접근할 수 있다. 신성상가는 1층은 6평 규모의 잡화성격의 점포가 있는 반면 2층부터 4층까지는 주로 인쇄관련 기획, 디자인업체가 15평에서 22.4평의 점포에 입주하고 있다. 신성상가 서편으로는 3층데크까지 자동차리프트가 설치되어 있어 3층데크를 주차장 공간으로 활용하고 있었다. 이는 지하에 주차장을 확보하지 못한 데 따른 임시방편적인 처방이다.

5층부터 10층까지는 13평에서 41평에 이르는 183세대가 입주해 있으며 내부구조는 중복도형을 유지하고 있다. 그중 13평이 61세대로 가장 많다. 특히 신성상가아파트는 사무실로 용도전환의 비중이 낮은 편이며 그런대로 주거기능을 유지하고 있었다. 8층 13평아파트에 6천만원에 입주한 어느 기획사의 젊은 사장은 작은 평수가 필요했고, 기획회사이기 때문에 이웃에 소음 등의 피해를 주지 않기 때문에 이곳에 입주하게 되었다고 밝히고 있다.

진양상가와 더불어 3층데크에 주차시킬 수 있는 주차리프트가 설치되어

있다. 주차리프트는 동편으로는 없고 서측편에 진양상가에 2대, 신성상가에 1대가 운행중에 있다. 주차리프트는 평일에는 아침 8시부터 저녁 8시까지 운행되며, 토요일은 오후 5시까지만 운행된다. 더불어 여느 상가와는 달리, 진양상가와 함께 3층데크로 진입할 수 있는 계단도 주차리프트 운행시간대를 제외하고는 폐쇄된다.

진양상가

세운상가의 가장 남단, 퇴계로에 접하고 있는 진양상가도 다른 상가와는 다른 몇가지 특징을 갖고 있다. 1층은 수예, 귀금속, 시계와 같은 혼수상품을 취급하고 있는데, 이는 종로에 밀집해 있는 예지동 귀금속상가와는 다른 점적 형태이며 빈 점포가 눈에 띈다. 3층은 꽃도매상가이며, 2층은 1층과 유사한 귀금속중심의 혼수상가였으나 최근 꽃도매상가로 재분양하였다. 하지만 IMF체제의 영향으로 분양이 지지부진한 상태이다. 4층은 인쇄 및 출판관련 회사가 입주해 있고, 5층부터 16층까지는 진양맨션이라고 이름붙여진 아파트이고 17층은 다시 사무실이 입주해 있다.

특히 분양중인 2층은 분양율이 극히 저조해 꽃상가추진위원회 직원들이 거의 일손을 놓고 있는 상태이다. 최근에는 의류도매이벤트 행사를 여는 등 다양한 자구 노력을 기울여 보지만 성과가 있어보이지 않는다. 진양상가는 원래 대농그룹 소유였으나, 이미 분양이 되어있던 상가3층과 아파트를 제외한 나머지를 1993년에 진양프라자에서 150억원에 매입하였다. 그러나 곧 이은 실명제 도입 등에 따른 자금경색으로 진양프라자는 부도를 맞게 됨에 따라, 대부분이 근저당이 설정되어 있고 현재 공매에 들어가는 등 정상적인 영업활동을 하기에는 큰 장애가 되고 있다.

다만 3층 꽃도매상가만은 정상적인 영업이 이루어지고 있다. 그러나 3층의 꽃도매상가마저도 IMF체제의 한파와 공무원 승진시 꽃배달 금지지침에 따라 영업이 크게 위축되어 30%정도가 비어 있고 겨우 명맥을 유지하고 있는 상태이다. 최근에는 화훼농가와 화원 운영자들이 관공서에서의 꽃배달 금지 조치로 생계가 위협받고 있다고 시위를 벌이기도 했다는 데서 이의 심각성

을 찾아볼 수도 있다. 전자상가와는 달리 권리금은 형성되어 있지 않고 주로 전화주문에 의한 고정고객, 이를테면 예식장, 개업식과 같은 행사 등이 주요 고객이라고 할 수 있다. 취급하지 않는 꽃종류 주문이 들어오면 이웃 점포에서 즉석구매가 가능하며, 방송을 통해 동일한 방향으로 꽃을 공동배달할 수 있도록 지혜를 모으고 있다.

3층에 꽃상가가 들어서게 된 것은 남대문 대도상가·자유상가 3층에 있던 꽃상가가 재건축을 하면서 진양상가 3층과 반도조선아케이드로 이전하게 되었던 것이 계기가 되었으며, 반도조선아케이드에 있던 꽃상가는 그후 서초동으로 재이전하게 되었고, 진양상가 3층 꽃상가는 활발한 영업활동과 더불어 1985년에는 현재의 소유자들에게 분양을 하였다. 3층 꽃상가내 화원은 농장에서 직영하는 도매상이 몇 군데 있기는 하나, 대부분은 강남고속버스터미날 지하꽃상가, 남대문꽃상가에 주문하여 공급하고 있는 중간도매상이라고 할 수 있겠다.

29평에서 63평까지 모두 284세대인 진양맨션은 중복도형을 유지하고 있으며 사무실로 용도변경된 세대수가 8세대에 불과할 정도로 주거기능을 간직하고 있었다. 입주자는 현재는 인근시장에서 장사하시는 분이 많지만, 초창기는 사회저명인사와 중앙정보부 직원이 많았다고 관리사무실 소장은 증언하고 있다.

입주일이 1968년 5월. 30년전에 지금의 기준으로 보아도 넓은 평수임을 감안하면, 사회저명인사들의 입주가 많았을 것이라는 것을 상상하기 가히 어렵지 않다. 관리사무소 직원들은 이구동성으로 배관, 엘리베이터 등은 다소 낡았지만, 최근에 지어진 어느 신도시 아파트보다 튼튼할 것이라는 자부심은 30년후를 사는 사람을 부끄럽게 한다. 옥상에는 헬기장이 있는데, 실제로 이용했는지 여부를 증언해 줄 수 있는 분을 만나지는 못했지만 그 당시의 위세를 전하고 있는 듯하다.

세운상가의 토지이용 특성

외견상 세운상가는 아무런 구분이나 특징없이 거대한 건물군으로 구성되

어 있는 것 같고 전자제품이나 부품 중심의 판매기능이 무질서하게 혼재하고 있는 것 같으나 엄격한 구분이 가능하고 나름대로 특성을 가지고 있다. 먼저 현대상가와 세운상가가동은 가전제품과 컴퓨터, 그리고 최근에 수요가 늘어난 방송용기기, 대림청계상가와 대림상가는 위락용 전자제품, 삼풍상가는 업무기능, 풍전상가는 호텔, 신성상가는 인쇄관련업종 또는 잡화, 진양상가는 꽃 및 혼수전문상가로 각각 특화되어 있다. 이런 특화는 지난 30년동안의 입지적 경쟁을 통해 자리매김한 결과일테다.

또 하나 세운상가와 인근지역의 토지이용을 보면 재미있는 현상이 눈에 띈다. 현대상가, 세운상가가동, 세운청계상가, 대림상가의 동편과 서편에는 상가의 건물용도와 유사하거나 관련있는 업종이 입지하고 있다. 현대상가와 세운상가가동은 동편에 귀금속, 전자상가 및 전자·전기부품, 서편에는 조명, 전기전자부품이 자리잡고 있어 완제품 판매를 지원하는 부품시장이 형성되어 있다. 세운청계상가와 대림상가의 동서편에는 산업연계측면이 강한 업종이 자리잡고 있다. 즉, 동편에는 가로변에 조명, 전기업종이 그리고 블럭내부에는 기계, 금속관련제조업, 난방기구 업종이 자리잡고 서편에는 조명 및 전기를 비롯한 건축자재업종이 자리잡고 특히 상업용 전자·전기제품 중심으로 입지하고 있다. 이로써 전자 및 전기관련업종 밀집지역을 형성하고 거대한 하나의 전자특화시장과 같이 기능하고 있다고 할 수 있다.

그러나 을지로 남측에서 시작되는 삼풍상가, 풍전호텔, 신성상가, 진양상가는 인근에 밀집된 영세 인쇄업체와는 무관한 업종이 입주하고 있고, 여전히 '개발섬'으로 남아 있는 경우도 있다. 이들 상가는 상가 동서편에 있는 업종과 연결되지도 못하고 오히려 동서편을 공간적으로 단절하고 산업연계가 부족한 일부 잔여 또는 틈새의 기능을 맡고 있다. 결국 상대적으로 비싼 임대료를 부담할 수 있는 외곽기능의 일부가 세운상가에 침투(invasion)하여 연계범역을 넓히고 있다고 볼 수 있다. 최근 신성상가에 인쇄기획업의 활발한 입주와 더불어 인쇄관련업종 종사자를 지원하는 업종, 이를테면 당구장, 비디오대여점 등이 저층부에 자리를 넓혀 가는 것이 비근한 예이다.

주거기능이 전혀 없는 삼풍상가와 풍전호텔을 제외하고는 현대상가아파트

79세대에서부터 진양상가아파트 284세대에 이르기까지 다양한 세대수의 주거기능을 확보하고 있다. 그 중에는 1세대를 제외하고 모두 업무기능으로 용도변경된 아파트가 있는가 하면 아직도 쾌적한 주거기능을 유지하고 있는 상가아파트도 있다. 전자, 전기업종으로 특화된 상가들은 대부분 사무실, 창고 등으로 용도변경된 비율이 높은 반면, 삼풍상가와 풍전호텔이 단절벽의 역할을 맡고 있는 신성상가와 진양상가는 주거기능을 유지하고 있다. 도심에서 주상복합용 건물로 지으려고 했던 당초의 계획목표는 달성되지 못하고 자꾸 퇴색되어 가지만, 그 당시 개념조차 없었던 오피스텔의 초기형태를 보여 주는 것으로도 해석할 수 있겠다. 인쇄업종에서도 기획사, 디자인분야 업체들, 그리고 도심을 생활권으로 가지고 있는 직업을 가진 사람들을 위해 세운상가아파트는 직장과 휴식이 결합된 오피스텔로서의 기능을 수행하고 있는 셈이다.

보행용도로 계획되었던 3층데크는 2층보다도 3층에 입주한 업체의 임대료가 낮을 정도로 제대로 효과를 발휘하지 못하고 있다. 2층 매장의 임대료가 비싼 이유는 아마도 지상에서의 접근도가 훨씬 용이하기 때문일 것으로 보인다. 이런 현상은 모든 상가에 공히 적용된다. 3층데크는 큰 어메너티를 확보하지 못하고 있는데, 특히 신성 및 진양상가의 3층데크는 주차공간으로, 삼풍 및 풍전호텔은 보행인조차도 드물 정도로 전혀 이용하지 않고 있는 - 노천카페로 이용하면 어떨까라는 생각도 해본다- 상태이다. 반면에 현대상가, 세운상가가동, 세운청계상가, 대림상가의 3층데크는 노점상 뿐 아니라 3층데크쪽으로 출구를 내고 영업을 하는 점포도 다수 있다. 신성 및 진양상가의 3층데크를 주차시설로 이용함에 따라 중구청으로부터 도로점용료를 부과받고 소송을 제기하였으나, 대법원에서 패소하여 밀린 도로점용료를 일시에 납부하여야 하는 처지가 되어 있다.

또 특이한 것은 3층데크가 동편보다는 서편이 훨씬 활성화되어 있다는 점이다. 왜 그럴까? 대림상가 동편의 3층데크가 을지로북단에서 끊겼다는 점, 도심영향력이 서편에서부터 시작되고 있다는 점, 동편 인근의 건물이 낡고 슬럼화되어 있다는 점 외에는 특별한 이유를 제시하기 어렵다.

세운상가의 구조적 특성

세운상가의 건물이용구조에서 큰 차이를 보이는 것은 건물 자체의 구조적 특성에 기인하는 바가 크다. 우선 건물 진입부 구조에서 큰 차이를 보이고 있다. 현대상가, 세운상가가동, 세운청계상가, 대림상가와 같이 판매기능이 활성화된 블록의 상가는 전면부 중앙에 상가건물로 진입할 수 있는 계단이 있으며 이 계단을 통해 원하는 층으로 이동할 수 있으며, 5층에서 엘리베이터를 이용하여 주거공간으로 진입할 수 있다. 그러나 업무기능이 활성화된 상가, 예를 들어 삼풍상가, 신성상가 등은 전면부는 금융기관이 자리잡고 있으며 전면부의 측면으로 돌아가면 상가로 진입할 수 있는 계단과 엘리베이터가 있다.

상가의 내부구조에서도 현대상가와 세운상가가동, 그리고 세운청계상가와 대림상가와는 건물내부에서 연결되어 있으나, 업무기능과 호텔이 들어선 상품상가와 풍전호텔, 진양상가와 신성상가는 내부연결이 되어 있지 않다.

3층데크 바닥에는 대개 1.5m×2m정도 사각형모양의 구멍이 좌우측 각각 3-7개정도 뚫려 있으나, 풍전호텔 3층데크에서처럼 동편데크에 하나의 구멍이 있는 경우도 있었다. 이 구멍에다 세운상가가동처럼 1m높이의 콘크리트 벽을 쌓고 있는 경우도 있었으며, 쇠철망으로 덮어 놓은 곳도 있었고, 세운청계상가처럼 쇠철망에다 콘크리트벽까지 쌓아 놓은 상가도 있다. 상가사람들은 이를 대부분 환기통 정도로 알고 있었다. 지금 원도시건축사무소를 운영하는 건축가 윤승중씨와의 인터뷰에서 상가사람들의 짐작이 옳았다는 것은 확인할 수 있었다. 자연채광과 환기를 목적으로 설계되었다는 것이다. 그러나 요즈음과 같이 세련된 디자인으로 처리하지 못하고 투박하게 시공되었음을 아쉬워하고 있었으며, 3층데크의 폭이 8-9m이므로 디자인과 시공이 잘 이루어졌으면 보행몰이 제대로 기능을 발휘하는데도 장애물이 되지는 않았을 것이라는 게 그의 설명이다.

세운상가의 기능과 역할

세운상가의 초창기는 흑백TV방송이 시작될 무렵이었지만, 이후 위성방송

이 시작될 정도로 기술력에 진전이 있었고 유통경로도 현대화되어 가는 가운데 아직도 세운상가가 가전제품의 전문상가로서 역할을 담당할 수 있는 것은 어떤 이유일까?

대한민국 서울의 도심 한복판에서 세운상가의 명성(locational prestige)은 당대의 첨단제품판매업이 입지하여 왔다는 데서 찾을 수 있으며, 다소 퇴색된 가운데 아직도 그런 명성이 유지되고 있다는 점이다. 세운상가는 초창기부터 가전제품을 중심으로 다루어 왔으며 세운상가가 취급해온 품목은 한국 전자공업의 발전사와 궤를 같이 한다고 할 수 있다. 1960년대는 라디오, 1970년대는 TV, 1980년대는 워크맨과 오디오, 1990년대는 정보화시대를 주도하는 컴퓨터를 주로 판매하고 있다. 도심의 교통문제, 높은 임대료로 인해 점차 외곽지역으로 분산되고 있지만, 여전히 세운상가는 당대의 첨단제품을 잉태하고 유지하는 역할을 담당하고 있다.

또 하나 세운상가에서 유통되고 있는 물품은 시중가격보다 20 - 30% 저렴하게 판매되고 있다. 이렇게 저렴하게 판매할 수 있는 이유는 무엇인가. 세운상가에서 유통되고 있는 물품은 주로 대리점의 재고품, 도산업체의 제품, 중소제조업체의 재고조달용물품 등이다(대한상공회의소, 1985). 이와 같이 삼성, LG, 대우 등의 가전업체와 그 대리점에서 흘러나온 제품이나 도산하는 대리점의 제품을 대량으로 사들여 낮은 가격으로 팔기 때문에 신제품은 20%정도, 철이 지났거나 구형인 제품은 정가보다 30%정도 할인된 가격으로 구입할 수 있다. 이런 점이 가전업체나 이의 대리점들에게는 큰 안전판으로 작용하고 있으며 또 다른 한편으로는 지속적으로 세운상가를 찾는 큰 연유이다. 세운상가가 없었더라면 수많은 전자제품대리점들이 자금난으로 망했을 것이며 가전업체들도 큰 어려움에 봉착했을 것이라는 세운상가 상인들의 자부심도 이런 점에서 설득력을 갖는다.

세운상가는 도심 신산업지구의 핵으로 자리잡고 있다. 세운상가가 첨단가전제품, 사업용 전자제품의 판매, 개발, 수리가 이루어지는 곳이라면, 세운상가의 동편, 서편에는 상대적으로 임대료부담능력이 부족한 관련부품판매상과 제조기능이 입지하고 있다. 그리고 이들 판매상과 제조업체간에는 광범위한

산업연계가 이루어지고 있다. 도심의 제조업체는 단일생산과정만을 담당하기 때문에 여타업체와 생산과정연계(process links)는 물론이고, 생산과정에 필요한 부품과 장비를 인근 부품시장에서 확보할 수 있다.

판매업체에서도 상시적인 고객을 확보할 수 있는 시장연계가 되고 판매된 제품의 수리와 A/S를 제조업체에 의뢰할 수 있으며, 판매 및 제조업체 공히 상호 서비스연계(service links)와 정보연계(information links)를 가지면서 불완전한 수요와 시장변화에 대응할 수 있는 유연성을 확보하게 되는 것이다. 결국 도심은 다수의 소규모기업들이 네트워크체제를 구축하여 거대한 자기완결적인 산업세계(self-contained industrial world)를 형성하는 것이며(Bale, 1984), 이런 자기완결적인 산업세계의 초기구도는 세운상가에서 비롯되었으며 세운상가가 그 핵으로 작용한다고 할 수 있다.

순수하게 개인적인 차원에서 보면 세운상가는 젊은이에게 꿈을 실현시켜 주는 곳이라고 할 수 있다. 현재 판매가게의 주인들은 대개 과거 종업원으로 근무하던 사람들이었으며, 지금의 종업원들도 기술과 유통경로만 확보하면 '사장'이라는 명함을 가지려는 꿈을 잊지 않고 있는 젊은이들이다. 성공의 관건은 누가 새로운 변화를 빨리 읽어내어 대응하느냐이다. 젊은 종업원들은 일을 하면서 '어떤 아이템이 돈이 될까?'를 화두처럼 지니고 다닌다. 이것이 새로운 기술개발, 끝없는 틈새시장 개발로 이어져서 또 하나의 '사장'이 탄생하는 것이다. 최근에는 경기가 위축되고 상거래가 엄격하게 이루어지면서 이런 가능성에 대한 기대가 많이 낮아졌지만, 만나본 많은 종업원들은 아직도 이런 꿈을 결코 접고 있는 것은 아니었다.

세운상가의 위기와 극복

30년 이후의 세운상가는 예견된 위기를 맞고 있다. '한국의 아키하바라'라 불릴 정도로 소킷에서 최첨단 컴퓨터, 반도체에 이르기까지 전기, 전자라는 단어가 붙은 제품이라면 국산과 외제 가릴 것 없이 거의 모든 품목을 구할 수 있었던(중앙일보, 1994년 10월 7일자) 세운상가는 끊임없는 변신을 통해 명성을 유지해 왔지만, 경쟁전자상가의 등장, 주차문제, 시설의 노후화, 그리

고 물류체계의 미흡 등으로 위기를 맞고 있다.

'80년대의 용산전자상가, '90년대의 광장동 테크노마트 21과 같은 대규모 전자상가가 곳곳에 들어서면서 전기, 전자제품의 대명사로 불렸던 세운상가는 지금까지 명성이 상당히 퇴색되었고 지역상권으로 전락할 정도로 위축되고 있다. 이러한 외부적인 요인외에도 세운상가가 가지고 있는 내부적인 요인에 의해 더욱 위축되고 있다. 3층의 보행자 쇼핑몰이 제대로 역할을 하지 못하면서 지상부에 자동차 및 보행이 혼재하고 혼란이 가중되고 있으며 부족한 주차시설로 인해 고객의 접근과 쇼핑, 그리고 물품배달이 불편해지면서 상권이 위축되고 있다. "세운전자상가를 이용하시는 고객에게는 종묘지하주차권을 무료로 드립니다 - 세운전자상가시장협의회"라고 걸린 플랜카드가 이런 위기를 대변하고 있다. 또 시설이 낡고 노후화되어 쇼핑공간의 쾌적성 확보에 실패하게 되어 고객의 수요에 대응할 수 없게 되면서 각 점포마다 호객행위가 심하게 되어 쇼핑객에 부담으로 작용하고, 새로운 구매행태에 대응할 수 있는 시설과 이벤트가 제공되지 않아 더욱 상권위축의 악순환이 발생하고 있다.

문제는 이런 낡은 건물뿐 아니라 종업원들의 '친절 실종'이라는 판매행태에 더 큰 문제가 있다는 것이다. 각 점포마다 호객행위가 심한 것은 둘째치고 물건을 사지 않거나 품목이 틀리면 방금 전과 달리 아예 거들떠 보지도 않고 대답조차도 없다. 청소하는 아주머니조차도 화장실을 묻는 쇼핑객에게 자기 청소구역이 아닌 먼 지역의 화장실을 귀찮은 듯 가르쳐 주는 모습을 지켜보면서 '시설'보다는 '행태'가 세운상가 위기의 본질이라는 단순화도 가능하지 않을까 하는 생각도 해 본다.

그저 볼거리가 많아 재미로 쇼핑을 즐기는 쇼핑객과는 달리, 세운상가 상인들은 나날이 위축되어 가는 상가의 위세를 실감하면서 그야말로 생존을 위한 다양한 노력을 기하고 있다.

인근 주차장과의 제휴를 통해 무료 주차장을 운영하고 상가차원에서 전문 택배업체와의 제휴를 맺어 배달체계를 현대화하고 있다. 또 토요벼룩시장 등 상가내 상인들이 대거 참여하는 기획 판매행사를 마련하여 적극적으로 고객

을 유치하려는 것이다. 그리고 더 나아가 1970년대에 뉴욕 맨하탄 메디슨거리에 몰려 있던 광고업이 첨단기술, 유연성, 창조성 등으로 인해 1990년대 이르러서는 분산구조를 보여 주듯이(Leslie, 1997), 세운상가의 동서편 재개발구역과 연계된 도심재개발사업을 통해 시대적 요구에 대응하려는 노력이 계속되고 있으며, 아예 잠실 제2롯데월드 부지를 구입하여 대단위상가를 신축할 계획도 세웠었다.

그러나 상가별로 소유와 관리가 분리되어 있어 이를 계속해서 주도적으로 추진할 수 있는 주체도 없고, 그나마 기금이 조성되어 있는 것도 아니어서 친목단체 성격이 강한 상우회로서는 강한 추진력을 확보하기 어렵다는 상인들의 한결같은 하소연이다. '기존 상가사람들'(보통 이렇게들 부른다)은 최근에 입주하고 있는 젊은 사람들이 상가에 대한 애착도 없고 이기적이라고 비난하고, 반대로 신규 입주자들은 기존 상가사람들이 새로운 변화에 대응하지 않고 그저 자기 이익만을 챙긴다고 불평을 터뜨린다. 무언가 문제가 있다는 것에는 공통적인 인식을 갖고 있었다.

결론을 대신하며: 세운상가에 대한 평가와 교훈

유하는 '세운상가키드의 사랑'이라는 시집에서 세운상가를 전자문화, 쓰레기문화로 표현하고 있으며, 이런 현실에서 순결한 유년이 변색되어 가는 불가피한 삶의 선택을 역설적으로 고백하고 있다. 유하가 어쩔 수 없는 불가피성과 거기에 '굳은 살'로 되어가는 자기분열적, 이중성으로 그렸던 세운상가의 이미지는 단순히 시인의 감각적 발상에 불과한가?

먼저 세운상가는 재개발을 통한 도심 개발의 신호탄으로, 근린주구개념을 도입한 주상복합의 이상을 실현하려는 시도로 평가될 수 있다. 그리고 그 이상은 건축 전문직과 정치 권력의 관계속에서 실현되고 있었으며, 세운상가는 한국건축의 왜곡된 성장에 따라 건축이 기술로서의 얼굴만으로 남게 되는 시대상황의 구체적인 결과물이라고 할 수 있다.

또 하나 세운상가는 세칭 종삼이라는 사창가와 무허가 판자촌으로 이루어진 무질서한 도심환경을 개선하고 동시에 종로에서 청계천에 이르는 거대한

남북축을 이루어 도심을 통합하려는 전략하에서 이루어졌다는 점이다. 이는 결국 건축을 통한 도시구조개편적 시도라는 점에서, 건축과 도시와의 관계를 고찰할 수 있는 매개적 기능을 담당하고 있다(안창모, 1996)는 점에서 의의를 찾을 수 있겠다.

세운상가는 비록 기업의 근시안적인 이윤추구와 현실괴리의 발상으로 최초의 설계개념이 구체적인 건축물로 실현되지는 못했지만, 출발은 당대의 주목과 관심속에 이루어진다. 그러면서 세운상가는 계속적인 입지적 경쟁을 통해 각 상가마다 특화되고 입지적 명성(locational prestige)을 획득한다.

그리고 돌이켜 본 세운상가 30년은 도심 한복판에서 당대의 첨단제품의 모태로서, 또 한편으로는 신산업지구(new industrial district)를 형성하고 주도하여 왔다. 그리고 주변적이고, 잔여적인 '개발섬'으로서의 자리매김도 어색하지는 않다. 이런 평가와 인식의 함의는 향후 세운상가가 도심에서 가질 수 있는 위상과 역할에서 중요한 요소일 수 있다. 요컨데 세운상가의 미래는 개발섬으로의 단절성을 극복하고 신산업지구의 핵으로서의 연결성을 고려한 개발에 달려 있는 것이다.

〈참고문헌〉

강우원, 1995, 「서울 도심부 제조업의 입지특성 연구」, 서울대학교 박사학위논문

강홍빈, 1998, 「근대화의 도시풍경: '신주작대로' 기행」, 한국도시연구소편, 「한국도시론」, 박영사

손정목, 1997, 「아! 세운상가여!(상)(하): 재개발사업이라는 이름의 도시파괴」, 「국토」 1997년 5, 6월호

최상철, 1974, 「종로3가-대한극장간 재개발사업」, 서울대학교 행정대학원 한국행정조사연구소편, 「한국행정사례집」, 법문사

안창모, 1996, 「한국현대건축 50년」, 재원

유 하, 1997, 「세운상가키드의 사랑」, 문학과지성

윤승중, 1994, 「세운상가 아파트이야기」, 건축, 「대한건축학회지」 1994년 7월호

윤정섭, 1967, 「메트로폴리탄적인 도시형성과 서울 도시기본계획의 방향」, 「공간」 1967년 9월호

윤승중 · 유걸 · 김석철, 1967, 「서울시 불량지구 재개발의 일례: 종묘-남산 · 삼가-사가지구」, 「공간」 1967년 9월호

금강산업개발, 1992, 「금강산업개발 20년사」

대한상공회의소, 1985, 「한국의 유통산업」

Bale, J., 1984, *The Location of Manufacturing*, Oliver & Boyd.

Leslie, Deborah, 1997, "Abandoning Madison Avenue: the Relocation of Advertising Services in New York City," *Urban Geography*, 18(7).