

# 서울시 백화점의 전개양상에 관한 연구

- 1970년대 이후 백화점의 입지 및 계획특성을 중심으로 -

## A Study on the Development Phase of Department Stores in Seoul

박연정\*      유해연\*\*      김광현\*\*\*  
Park, Yeon-Jeong      Yoo, Hae-Yeon      Kim, Kwang-Hyun

### Abstract

This study is aimed to understand the development phase of the department stores in Seoul. We analyzed the location, zoning, scale, area and characteristics of architectural planning on 50 cases from 1970's to present. Through these analyses we ascertained that the location, zoning and scale are related with the character's of the site as central place and have the period division.

The period division is 1) A formative period in CBD & Cheonglyanglee subcenter(1970-1979), 2) A reinforcement period of the subcenter(1979-1988), 3) A expansion period of regional center(1988-1999), 4) A reinforcement period of center place(2000-). Based on these we analysed the characteristics of architectural planning in the escalator and it's hall, function & program and roof-garden & common space.

We draw that the location & zoning is closely connected with Seoul's urbanization and periodical conditions for central place had influence on the architectural planning of department store in Seoul.

키워드 : 서울, 백화점, 전개양상, 중심지, 건축계획

Keywords : Seoul, Department Store, Development Phase, Central Place, Characteristics of Architectural Planning

### 1. 서론

#### 1.1 연구의 배경 및 목적

본 연구는 서울이라는 도시 안에서의 백화점 건축의 전개양상에 대한 궁극점에서 시작한다.

서울에서 백화점이 처음 등장한 것은 일제강점기(1930년)로 알려져 있으며, 종로와 명동을 중심으로 발달하다 광복 후 전쟁이라는 상황을 맞으면서 발달이 멈추었다. 1960년대부터 전후복구 및 경제개발계획을 실행하면서 도시화를 이루기 시작하였으며, 이를 토대로 1970년대부터 다시 백화점이 발달하기 시작하였다. 즉 국내에서 백화점은 자생적인 시설도 아니었으며 본격적으로 발전하기 시작한 1970년대에는 이미 세계 백화점 역사가 100년도 지난 때였지만, 당시 서울의 백화점 수준은 에스컬레이터를 갖춘 대형 상가와 다름없었다. 또한 서울시 백화점의 양적 성장을 살펴보면 1971년에 14개에 불과하던 백화점은 인구가 증가하고 도시가 확장됨에 따라 1992년에 모두 42개로 증가하였다. 그러나 이를 정점으로 그 수는 오히려 점차 줄어 1990년대 말에는 약 30개, 2008년에는 28개로 줄었다. 1990년대부터는 브랜드 백화점이 주도를 이루면서 까다로운 검증을 거쳐 개점하게 되어 폐점이나 업태변경이 거의 없지만 1980년대 급속한 증가와

이후의 감소는 서울이라는 도시의 발달과정 속에서 나타난 특수성이라고 볼 수 있다.

이처럼 도시가 확장하고 다핵화를 이루게 되면 그 중심지에 백화점이 입지하게 되고 이때 시대적 상황과 요구를 반영한 백화점이 계획된다. 그런데 서울에서는 도시의 성장과 백화점이라는 시설의 성장이 함께 이루어졌다. 백화점 전개양상에서도 도시화와 도시공간형성의 과정에 따른 입지적 특성과 시대적 요구에 대응한 계획적 특성이라는 측면이 함께 이해될 필요가 있다.

따라서 본 연구는 서울시의 백화점의 입지양상을 살펴보고, 시대별 분류를 통하여 규모와 현존 여부 등의 사실을 확인하고 쾌적성과 편리성 증대 측면의 계획적 특성을 중심으로 전개양상을 정리하는데 목적이 있다.

#### 1.2 연구의 대상 및 내용

연구대상의 시간적 범위는 국민의 구매력이 증대하고, 도시계획 등에 발전이 이루어지는 1970년 이후부터 현재까지로 정하였다. 이에 따라 사례의 수집은 1970년 1월 1일~2011년 8월 31일자 매일경제, 동아일보, 경향신문에 등장하는 주요 백화점의 개점 기사를 중심으로 이루어졌으며, 이 과정에서 1982년 <시장법> 제정 이전의 사례 가운데 쇼핑센터로 명명된 일부 사례를 포함하였다<sup>1)</sup>. 추

\* 서울대학교 건축학과 박사수료

\*\* 숭실대학교 조교수, 공학박사

(교신저자, E-mail : zenism@ssu.ac.kr)

\*\*\* 서울대학교 건축학과 교수, 공학박사

1) 1970년대 후반에 백화점 건립이 어려워진 도심에서는 백화점이라는 용어를 쓰지 않기 위해 쇼핑센터로 명명된 쇼핑시설들이 개점되기도 하였다. 그러나 1982년 제정된 <시장법>에서는 모호했던 백화점과 쇼핑센터의 구분을 제도적으로 명시하였다.

가적으로 일제강점기부터 여전히 존재하고 있는 신세계 백화점 본점과 미도과백화점(현. 롯데백화점 본점 영플라자)의 중요성을 인정하여 대상에 포함시켜 모두 50개의 백화점을 사례로 선정하였다. 50개의 사례는 전체적인 흐름을 이해하기 위함이고 계획적 특성은 도면이 있는 자료를 중심으로 연구를 진행하였다.

표 1. 연구의 구성

연구과정	주요내용		
1장	서론	연구배경 및 목적 연구내용 및 범위 선행연구 고찰	
	2장	백화점의 정의 및 위상	백화점의 정의 백화점의 계획요소
		3장	서울시 백화점 전개양상
4장	시기별 계획적 특성	1) 에스컬레이터와 홀	
		2) 용도의 복합	
		3) 옥상정원과 공용공간	
5장	결론	서울시 백화점의 통시적 해석, 의미	

연구의 구성은 다음과 같다. 2장에서 선행연구로 백화점이 도시 내에서 가지는 위상 및 다른 용도의 건축물과 구분되는 계획적 요소를 정리하였다. 3장에서는 연구대상의 사례개요를 정리하고 이들의 위치, 도시공간구조상의 위계, 용도지역, 규모, 업태변경 등의 측면으로 분석 및 분류하여 흐름을 이해하고 중심지 위계에 따라 시대별 구분을 하였다. 4장에서는 3장에서 이루어진 시대적 구분을 바탕으로 백화점 건축이 쾌적성, 편의성을 향상시키기 위해 변화가 주로 나타난 프로그램, 에스컬레이터 및 홀 공간, 옥상정원과 공용공간의 발달 양상을 살펴보았다.

이를 바탕으로 결론에서 서울시 백화점을 통시적으로 해석하고, 연구의 의의와 한계 및 향후과제를 밝혔다.

1.3 선행연구고찰

건축이 아닌 다른 분야에서 국내 백화점발달의 시기구분은 아래 표와 같이 이루어진바 있다.

표 2. 선행연구에서 백화점 시기 구분

연구자	시기구분	비고	
대한상공회의소 (1985) <sup>2)</sup>	암흑기	1876-1945년	경제발달 및 유통부문 발전을 기준
	혼란기	1946-1961년	
	여명기	1962-1973년	
	인식·도입기	1974-1979년	
	발전도약기	1980년 이후	
구자영 (1988) <sup>3)</sup>	제1세대:재래식백화점	1979년 이전	백화점의 기능 및 역할 측면 기준
	제2세대:현대식백화점	1980-1987년	
	제3세대:미래형백화점	1988년 이후	
신길수 (1994) <sup>4)</sup>	제1단계:태동기	1930-1945년	김병도는 매출액변화, 환경적 특징, 백화점 운영, 산업적 계기, 기존 연구자의 연구 5가지 지표활용
	제2단계:혼란기	1946-1961년	
	제3단계:생성기	1962-1973년	
김병도 (2006)	제4단계:도입기	1974-1979년	
	제5단계:성장기	1980-1995년	
	제6단계:성숙기	1996년-현재	

2) 대한상공회의소, 「한국의 유통산업」, 한국백화점협회, 1985  
 3) 구자영, '백화점의 개념이 바뀌고 있다', 백화점협회보, 1998년 2월호  
 4) 신길수, '우리나라 백화점 업계의 발전방향에 관한 연구', 경영논

구자영(1988)은 1970년대 말부터 독자적이고 근대화된 유통기관의 발달하기 시작하였다고 보고 1979년 이전의 1세대 백화점은 단순히 대규모 시설에 다양한 상품을 종합적으로 판매하는 장소의 개념을 크게 벗어나지 못하고 있으며, 2세대 백화점은 기능적인 측면에서 서비스체제가 강화되고 시설과 규모면에서는 현대화되고 확대되는 양상으로 백화점에 대한 인식이 대중화, 보편화되었다고 보았다. 제3세대 백화점은 기능이 확대되고 생활문화서비스를 제공하여 생활백화점이 되었으며, 규모나 시설면에서 대규모화, 최고급화를 추구하고 호텔, 전문점, 대형 위락 시설 등과 복합단지를 구성하는 특징에 주목하였다.

이후 신길수(1994)는 1930년 일본자본에 의한 백화점 설립 이후부터 해방이전까지의 시기를 태동기로, 해방이후에서 한국전쟁을 걸쳐 경제개발계획 이전까지를 혼란기, 1962년에서 1970년대 초반까지는 생성기로 구분하였고, 1970년대 후반 이후에는 유통업에 대한 관심이 높아지고 혁신적인 시설을 갖춘 롯데백화점(구.롯데쇼핑센터)이 등장한 시기를 도입기로, 1980년대에는 서울의 도심과 부도심지역 및 지방 주요 도시에 백화점이 대거 형성되어 대중화된 시기, 1990년대에는 유통시장의 개방, 치열한 경쟁이 나타나는 시기를 성숙기로 구분하였다.

이와 같은 시기구분은 국내 경제와 유통부문의 발달양상을 중심으로 이루어졌으며 본 연구를 진행함에 따라 시기구분에 있어서도 유사함을 확인할 수 있었다. 그러나 본 연구는 서울의 백화점을 통시적 데이터를 바탕으로 도시공간적 발달과 중심지 형성에 따른 입지와 건축계획적 특성들을 규명하여 백화점의 전개양상을 규명하였다.

2. 백화점의 정의 및 위상

2.1 백화점의 의미

‘백화점(百貨店)’은 영어의 ‘Department Store’를 한자식으로 바꾼 것으로 부문별로 다양한 상품을 판매하고 운영하는 점포라는 뜻이다. 프랑스어로는 ‘Grand Magasin’이라고 하여 대형점포를, 독일어로는 ‘Warenhaus’라 하여 상품의 집이라는 의미로 사용된다.<sup>5)</sup> 국내에서도 백화점은 용어 그대로 백화(百貨)의 물건을 판매하는 시설로 1970년대 이후부터는 주로 식품+의류+패션잡화+스포츠용품+가구+전자+생활용품 등을 판매하고, 문화센터 및 음식점, 병원, 여행사 등의 편의시설이 있으며 현대적 설비를 갖춘 시설로 인지되어 있다. 제도적으로 백화점은 2011년 10월 현재 <건축법시행령>에서 판매시설로 분류되어 있고, <유통산업발전법>에서는 “용역의 제공장소를 제외한 매장면적의 합계가 3천제곱미터 이상인 점포의 집단으로서 다양한 상품을 구매할 수 있도록 현대적 판매시설과 소비자 편의시설이 설치된 점포로서 직영의 비율이 30퍼센트 이상인 점포의 집단”으로 정의되고 있다. 백화점과 유사한 용도로 쇼핑센터가 있는데, 이들의 제도적 의미

총 제11권 제1호, 1994  
 5) 박의정, '도심형 백화점 지원시설의 기능별 단위공간계획에 관한 연구', 경북대학교 박론, 2008. 02, p.14

차이는 직영의 유무 및 비율에 있지만 현실적으로 백화점이 대기업이 운영하는 브랜드의 고급쇼핑시설로 이해되는 반면 쇼핑센터는 임대위주로 통일된 MD 구성 등이 이루어지지 않는 판매시설로 인식되고 있으며, 쇼핑물로도 불리기도 한다.

백화점은 도시의 소매 중심지에 입지<sup>6)</sup>하고 중심지를 대표하는 시설이다. 최근에는 mega city라고 불릴 정도로 도시의 규모가 커지면서, 다핵화가 이루어져 도심 이외 다양한 위계의 중심지에서도 계획되는데, 이때 교통과 관련된 요소들이 매우 중요하게 다루어진다. 다점포시대의 경쟁관계에서 주차장 이용가능성과 이동거리 및 시간, 다양한 교통수단에 대한 평가가 점포의 선택에서 중요한 요인이 되기 때문이다.<sup>7)</sup>

백화점을 포함한 현대의 대형 쇼핑시설들은 단순히 대규모 건축이 가능해진 구조적 기술 및 냉난방조화설비의 발달의 결과물로서 이해되어지기도 하지만, 쇼핑시설이 가지고 있는 사회문화적인 의미를 배제할 수는 없다. 현대에서 소비는 문화의 중심에서 있으며, 소비를 위한 공간인 쇼핑시설 가운데서도 백화점은 그 태생에서부터 문화적인 프로그램까지도 포함시켜 교육적 기능에 큰 의미를 부여해 왔다. 이를 통해 단순히 물건을 사고파는 공간 아니라, 백화점이라는 공간의 분위기 및 공간을 이용하는 것만으로도 어느 정도 수준의 사회적 지위를 부여하는 것처럼 보이게 된 것이다. 최초의 백화점으로 기록되는 봉 마르세백화점은 1875년 독서실과 현대작가의 그림과 조각을 전시하는 갤러리를 설치하고, 종업원 오케스트라를 열어 일부 손님들을 초대하기도 하였다.<sup>8)</sup> 당시 도시에는 이미 고급문화 교육의 장으로 미술관과 박물관이라는 시설물이 존재하였기에, 이곳에 설치된 갤러리는 다분히 중산층을 위한 키치적인 것으로 볼 수 있다. 즉, 중산층의 문화적 욕구를 충족시키기 위한 마케팅 전략이었으며, 현재 소비중심 사회에서 백화점은 복합화를 통해 완전한 여가공간으로 진화하고 있다.

일본 초기 도심백화점들은 이보다 더 전략적으로 문화를 포함시켰는데, '옥상 유람소'라고 불리는 정원을 개설하여 서양식 정원을 소개하였고 미술관과 박물관이라는 시설이 없던 시기에 유사한 프로그램을 도입하여 도시민들에게 하나의 취미를 부여하였다.<sup>9)</sup> 일본의 직접적인 영

향을 받은 국내 백화점도 도시민의 일상적인 공공시설이 부족했던 1930년대부터 다양한 계층이 문화를 즐기고 활발한 교류와 소통을 유지하며 문화적 욕구를 충족시킬 수 있는 공간으로 활용되어져 왔다. 1930년대의 월간 대중잡지인 「별건곤(別乾坤)」에서는 단순 취미나 오락기 사보다 생활개선과 문맹퇴치 등 계몽주의 글이 많이 실렸고, 「삼천리(三天里)」는 백화점 관련 기사를 통해 다양한 취미, 시사, 교양 등 시대상을 그리고 있다. 특히 신 풍속 및 대중의 인식, 인테리어 관련 내용도 포함시키는 등 당시의 사회·문화적 상황을 대변하고 있다.<sup>10)</sup>

백화점의 이러한 속성은 현재까지도 이어져 소비공간이 다양한 문화적 결합을 이루게 되고, 계획가들은 이들의 공간의 융합과 물리적 경계를 해체함으로써 새로운 변화를 시도하고 있다.

## 2.2 백화점의 건축계획

백화점의 프로그램의 배치 및 평면계획은 다양한 동선의 분리를 통해 매장공간을 중심으로 다른 기능들이 부가적으로 배치된다. 주차장과 매장 등을 고려한 모듈계획이 수립되고, 합리적이고 효율적인 동선분배 대신 매장면적을 극대화하고자 일반적으로 평면의 모서리부분에 코어가 배치되고<sup>11)</sup>, 기타 편의시설들이 계획된다. 매장 및 다른 공간과의 관계 설정에는 에스컬레이터 계획이 매우 중요하다. 에스컬레이터는 백화점의 가장 중요한 동선으로 쇼핑시설을 수직으로 적층될 수 있도록 한 원동력이었다. 시대가 변하면서 가장 크게 바뀐 부분도 편의성의 개선에 따른 에스컬레이터의 개수, 운행방식, 홀의 계획이다. 매장계획은 MD에 의해 조절 되지만 에스컬레이터에서 시작되는 동선을 중심으로 이루어지게 된다. 백화점의 층별구성은 최초의 고층(6층이상) 백화점이었던 롯데백화점 본점(1979) 이후 주거지역에 건립된 것을 제외하면 큰 변화가 없이 유지되고 있다.<sup>12)</sup> 주로 계획적인 구매목적이 있는 상품들을 상층에 배치한다. 판매이외의 부분은 지하층과 최상층에 배치되었는데 시대에 따른 요구를 반영한 프로그램들로 구성되며, 이들이 판매에도 영향을 미친다는 분석에 따라 분수효과, 샤프효과<sup>13)</sup>라는 마케팅 기법으로 발달하였다.

공용(共用)공간은 전용공간에 대비되는 공간으로 매장이나 사무실, 코어, 화장실, 편의시설과 같이 목적이 분명하고 반드시 계획되어야 하는 공간은 아니다. 보편적으로

6) 입지라 함 점포가 소재한 위치적 조건을 말하는 것으로 계획에 중요한 영향을 미치는 요소들을 말한다. 이미 건립된 상업건축물에 대하여 입지분석을 한다고 하면 부지형태, 접근성, 가시성, 평탄성, 접포형태, 시설구조, 주차시설 등의 내용을 포함하게 되고, 이와 유사한 개념으로 사용되는 상권은 점포가 고객을 흡수할 수 있는 공간 범위로 유동인구, 배후지인구, 경쟁점포, 교통유발시설, 장애요인, 상권발전전망 등의 내용을 포함한다. 입지는 판매시설의 업태의 종류와 규모 등에 큰 영향을 미치는데, 대형 판매시설은 소매중심지에 위치하게 된다. 세부적으로는 교통관계 제반시설의 배치 및 통행량의 분포, 지가, 인근 업종 및 배치, 경쟁점의 입지 및 소매중심지의 모양 등에도 영향을 받는다. - 전병직, 「백화점 건축계획」, 세진사, 1996, pp.32-33

7) 이 밖에도 백화점의 유명도, 가격의 합리성, 매장분위기 등이 선택요인들로 알려져 있다.

8) 가시마 시게루, 「백화점의 탄생」, 장석봉 역, 뿌리와 이파리, 2006, pp.126-131

9) 김인호, 「백화점의 문화사」, 시공사, 2006, pp.82-91

10) 김소연, '1930년대 잡지에 나타난 근대백화점의 사회문화적 의미', 대한건축학회, v.25 n.3, 2009. 3, pp.131-138

11) 일반적으로 편심형, 양단형, 분산형으로 구분된다.

12) 롯데백화점 본점 개점 당시 층별구성은 지하1층(식료품), 1층(잡화), 2층(신사복), 3층(숙녀복), 4층(아동용품), 5층(문화용품), 6층(가정용품), 7층(가구 등), 8층(문화행사장 등), 9-10층(식당가)이었다. 이후 현대백화점 본점이 개점(1985년)하면서 2층과 3층 구성이 바뀌었으며 현재까지 유효하다.

13) 분수효과/샤프효과에 대한 기원은 명확하지 않으나 신문(경향, 동아, 매일경제, 한겨레)에서는 1996년에 처음 사용되고 있었으며, 2000년대에 들어서면서 복합상업시설이 발달하게 되면서 많이 사용되고 있다.

공용공간의 활용성에 따라 체류형과 이동형으로 구분될 수 있으며, 체류형에는 로비·내외부 광장·썬큰광장·내외부 중정·아트리움·콘코스·옥상정원 등이 있으며, 이동형으로는 복도·몰·브릿지 등이 계획요소가 될 수 있다.<sup>14)</sup> 상업 시설에서의 공용공간은 소모적인 공간으로 취급되어 왔

으나, 건축물의 규모가 커지고 이용자에게 서비스되는 공간이라는 측면이 부각되면서 최근에는 상업시설의 상징적인 공간으로 계획되고 있다.

3. 서울시 백화점의 전개 양상

표 3. 1960년 이후 서울시 백화점 개점 사례

구분	시설명	개점	위치	중심지 위계	개점 시 용도지역	현 용도지역	대지면적	연면적	건축면적	규모	현재
01	신세계 본점	1963	중구 충무로1가	도심	상업	일반상업	2,410㎡	13,439㎡	2,138㎡	B1/4F	지속
02	미도파 본점	1973	중구 소공동	도심	상업	일반상업	2,427㎡	14,712㎡	2,190㎡	B1/6F	롯데 영플라자
03	코스모스	1970	중구 명동2가	도심	상업	중심상업	2,808㎡	19,814㎡	2,830㎡	B2/5F	눈스퀘어
04	아리랑	1971	중구 명동2가	도심	상업	중심상업	3,014㎡	9,249㎡	1,666㎡	B2/4F	M플라자
05	새로나	1976	중구 남창동	도심	상업	일반상업	2,529㎡	19,289㎡	1,796㎡	B2/9F	군앤군
06	가고파	1976	동대문구 제기동	부도심	상업	일반상업	3,404㎡	12,764㎡	2,042㎡	B2/5F	한방테마상가
07	맘모스	1979	동대문구 전농3동	부도심	상업	일반상업	6,037㎡	24,992㎡	4,060㎡	B1/7F	롯데 영플라자
08	롯데 본점	1979	중구 소공동	도심	상업	일반상업	10,296㎡	94,757㎡	3,241㎡	B3/25F	지속
09	한양 영동점	1979	강남구 압구정동	부도심	주거	3종일반주거	10,236㎡	20,366㎡	3,115㎡	B2/4F	갤러리아명품관
10	뉴코아	1980	서초구 잠원동	부도심	주거	3종일반주거	85,381㎡	19,852㎡	2,942㎡	B1/5F	뉴코아아울렛
11	영동	1983	강남구 논현동	부도심	준주거	일반상업	3,097㎡	14,594㎡	1,435㎡	B2/8F	부재
12	여의도	1983	영등포구 여의도동	부도심	상업	일반상업	6,260㎡	58,421㎡	2,853㎡	B4/13F	쇼펍센터
13	신세계 영등포	1984	영등포구 영등포동	부도심	준공업	준공업	3,782㎡	16,272㎡	1,604㎡	B3/7F	지속(타임스퀘어)
14	유니버스	1984	강동구 천호2동	지역중심	상업	일반상업	4,593㎡	16,304㎡	2,168㎡	B2/6F	이마트
15	뉴코아백화점	1985	서초구 잠원동	부도심	주거	3종일반주거	7,973㎡	31,141㎡	3,038㎡	B1/5F	뉴코아아울렛
16	파크코	1985	강남구 압구정동	부도심	주거	3종일반주거	8,553㎡	15,705㎡	2,729㎡	B2/4F	갤러리아명품관
17	현대 압구정	1985	강남구 압구정동	부도심	주거	3종일반주거	9,471㎡	48,984㎡	3,952㎡	B4/5F	지속
18	크리스탈	1985	마포구 노고산동	부도심	상업	일반상업	1,607㎡	11,931㎡	803㎡	B4/10F	그랜드마트
19	파레스	1985	성북구 길음동	부도심	준주거	일반상업	4,916㎡	20,549㎡	2,323㎡	B3/6F	이마트
20	그랜드	1986	강남구 대치동	부도심	준주거	준주거	5,956㎡	26,270㎡	2,901㎡	B2/6F	롯데 강남점
21	현대 반포	1988	서초구 반포동	부도심	주거	3종일반주거	2,532㎡	15,512㎡	1,272㎡	B2/5F	웨딩홀
22	한신코어 중계	1988	노원구 하계동	지역중심	주거	3종일반주거	50,993㎡	21,109㎡	2,296㎡	B2/5F	세이브존
23	롯데 본점 신관	1988	중구 소공동	도심	상업	일반상업	30,135㎡	308,728㎡	14,900㎡	B5/35F	지속
24	현대 무역센터	1988	강남구 삼성동	부도심	상업	일반상업	10,198㎡	64,333㎡	3,399㎡	B4/8F	지속
25	롯데 잠실	1988	송파구 잠실동	지역중심	상업	일반상업	128,246㎡	558,304㎡	73,456.5㎡	B4/33F	지속
26	삼풍	1989	서초구 서초동	부도심	주거	일반상업	15,225㎡	73,205㎡	7,489㎡	B3/5F	부재
27	갤러리아 서울역	1989	중구 봉래동 2가	부도심	상업	상업,일반주거	26,893㎡	25,129㎡	-	B2/3F	롯데마트
28	해태	1990	강동구 명일2동	-	상업	일반상업	4,959㎡	26,043㎡	2,460㎡	B4/5F	이마트
29	롯데 영등포역	1991	영등포구 여의도동	부도심	준공업	준공업	48,665㎡	94,338㎡	22,990㎡	B5/8F	지속
30	건영음니	1991	노원구 중계동	-	상업	중심상업	8,366㎡	59,388㎡	4,615㎡	B4/8F	쇼펍센터
31	삼미비바	1991	용산구 한남동	-	준주거	일반상업	2,954㎡	22,637㎡	1,470㎡	B4/10F	오피스
32	미도파 상계	1992	노원구 상계2동	지역중심	상업	일반상업	9,324㎡	72,366㎡	4,625㎡	B4/11F	롯데 노원점
33	그레이스	1992	서대문구 창천동	지역중심	상업/주거	일반상업	6,306㎡	53,947㎡	2,757㎡	B6/10F	현대 신촌점
34	태평	1992	동작구 사당동	지역중심	상업	일반상업	3,475㎡	14,822㎡	1,830㎡	B/26F	지속
35	애경 구로	1993	구로구 구로5동	-	준공업	상업	13,761㎡	94,080㎡	7,044㎡	B5/8F	지속(AK플라자)
36	경방필	1994	영등포구 영등포동	부도심	준공업	준공업	10,610㎡	136,889㎡	4,149㎡	B4/10F	지속(타임스퀘어)
37	현대 천호	1997	강동구 천호동	지역중심	상업	일반상업	5,489㎡	72,676㎡	3,516㎡	B7/12F	지속
38	롯데 관악	1997	관악구 봉천동	-	상업	일반상업	6,782㎡	91,647㎡	-	B7/36F	지속
39	행복한세상	1999	양천구 목동	지구중심	상업	일반상업	9,866㎡	75,410㎡	4,870㎡	B5/17F	지속
40	신세계 강남	2000	서초구 반포동	부도심	상업	일반상업	88,181㎡	320,508㎡	46,945㎡	B5/33F	지속
41	현대 미아	2001	성북구 길음동	지역중심	주거	일반상업	8,119㎡	88,702㎡	4,850㎡	B5/10F	지속
42	현대 목동	2002	양천구 목동	지구중심	상업	일반상업	24,367㎡	385,944㎡	14,368㎡	B6/7F	지속
43	갤러리아 콘코스	2003	중구 봉래동	부도심	-	상업,일반주거	67,559㎡	95,171㎡	37,558㎡	B2/5F	지속
44	아이파크	2004	용산구 한강로동	부도심	-	상업,일반주거	126,708㎡	270,277㎡	81,760㎡	B3/9F	지속
45	신세계 본점신관	2005	중구 충무로 1가	도심	상업	일반상업	8,619㎡	118,274㎡	5,125㎡	B7/19F	지속
46	롯데 미아	2006	강북구 미아4동	지역중심	주거	준주거	7,372㎡	73,166㎡	4,401㎡	B7/10F	지속
47	롯데 스타시티	2008	광진구 자양동	지구중심	일반상업	일반상업	62,505㎡	54,117㎡	8,234㎡	B6/12F	지속
48	타임스퀘어	2009	영등포구 영등포동	부도심	일반상업,준 공업	일반상업, 준공업	44,291㎡	340,895㎡	26,329㎡	B5/20F	지속
49	롯데 청량리	2010	동대문구 전농동	부도심	일반상업	일반상업	59,327㎡	176,921㎡	33,348㎡	B4/9F	지속
50	디큐브시티	2011	구로구 신도림동	지역중심	준공업	일반상업	25,651㎡	350,055㎡	14,596㎡	B5/51F	지속

14) 김수미, '복합상업시설 공용공간의 활용성에 따른 확장방식 연구', 서울대학교 박론, 2011.08, pp.48-59 정리

### 3.1 사례 개괄

사례 전체에 대한 기본적인 개요는 앞의 표3과 같다.

서울시 25개의 구 가운데 현재까지 백화점이 개점 한 곳은 중구(10), 동대문구(3), 강남구(6), 서초구(5), 영등포구(5), 마포구(1), 성북구(2), 노원구(3), 송파구(1), 강동구(3), 용산구(2), 서대문구(1), 동작구(1), 구로구(2), 관악구(1), 양천구(2), 강북구(1), 광진구(1)이다. 백화점이 개점한 적이 없는 구는 서울의 외곽에 해당하는 도봉구, 중랑구, 은평구, 금천구, 강서구와 도심인 중구와 부도심인 동대문구와 인접한 성동구이다. 또한 일제강점기까지 상업의 중심지였던 종로구에도 1970년 이후 개점한 백화점이 없으며, 현재 존재하지 않는다.

개점시기를 편의상 10년 단위로 하여 위치적 입지인구(區)를 중심으로 살펴보았다. 1970년대에는 중구와 동대문구에 집중하고 있고, 1980년대에는 도심이 아닌 지역에서도 백화점이 나타나기 시작하였다. 특히 부도심으로 성장하고 있던 강남구와 서초구에서 많은 개점이 이루어졌으며, 영등포구에서도 2개소 개점이 이루어졌다. 대규모 아파트단지들이 들어선 강동구, 성북구, 노원구에서도 각각 하나씩 개점하였다. 1990년대에도 이러한 경향이 계속되어 강동구에 2개소, 노원구에 추가로 각각 2개소가 더 개점하였고, 양천구에서 1개가 개점하였다. 그 밖에는 그 동안 백화점의 개점이 없었던 지역이었던 용산구, 동작구, 구로구, 관악구 등에서 개점이 이루어졌다. 2000년대 이후에는 교통의 요지라 불리는 미아사거리를 중심으로 2개의 백화점이 개점하였고, 새롭게 지역중심의 역할을 수행하는 지역이나, 기존의 백화점을 중심으로 영역을 강화 및 확장하고 있는 양상을 보이고 있다.

백화점 규모는 전체적으로 점차 증대하는 모습을 보이고 있는데, 특히 2000년대 이후에는 복합용도로 개발되면서 연면적이 크게 증가하였다. 1980년대 영동지역에 개점된 백화점의 경우 일부를 제외하고 연면적은 20,000㎡~30,000㎡ 전후로 지상 4~5층 규모인데, 1979년 도심에 건립된 롯데백화점이 30,000㎡가 넘고 10층 규모였음을 감안한다면, 상권 등에 따른 적정규모 산정이 있었겠지만 규모가 작은 편이며, 수적으로는 많은 상태였다. 이에 대한 정확한 원인 분석을 위해 용도지역을 살펴보았다. 전체 사례의 용도지역은 상업, 준주거, 준공업, 주거지역을 포함하고 있다. 용도지역제가 도입된 이래 백화점이라는 대형 판매시설은 그 속성상 주거지역에 건립될 수 없음에도 불구하고 건립이 이루어졌다는 사실과 이러한 현상이 1980년대에 집중적으로 이루어졌음을 확인할 수 있었다. 이것이 결과적으로 강남지역에 비슷한 규모의 백화점들을 양산한 것과 관계가 있는데 이에 대해서는 다음 절에서 자세히 살펴보도록 하겠다.

개점한 백화점의 현존여부에 대하여서는 지속·부재·변화로 구분하였다. 지속은 상호 및 업태가 동일한 것을, 부재는 건축물이 사라진 경우, 변화는 상호변경·업태변경·용도변경의 경우에 해당하는 것으로 그 구체적인 상황을 분석하였다. 부재는 2개의 백화점에서 나타났는데, 삼풍백화점은 붕괴사고로 영동백화점은 경영부진과 건물의

안전위험으로 사라졌다.<sup>15)</sup>

변화는 주로 1970~80년대 백화점들에서 나타났음을 확인할 수 있다. 1970년대 도심 백화점들은 롯데, 신세계와 경쟁관계에 놓이게 되고 명동 내부에 자동차출입이 되지 않는 등의 지역적 특성으로 쇠퇴하여 패션 중심의 쇼핑 시설로 변모하였다. 1980년대 주거지역에서 개점하였던 영동지역의 백화점 가운데 압구정을 중심으로 상업이 발달하고, 중산층 이상의 주거지로 자리 잡으면서 현대백화점 압구정점이 지속되고 있고, 한양쇼핑센터와 파르코백화점이 각각 갤러리아명품관 서관·동관으로 운영되고 있다. 대치동이라는 특수성을 가진 그랜드백화점도 롯데백화점으로 운영주최 및 상호명이 변경, 운영되고 있다. 그러나 그 밖의 규모가 작은 백화점들은 주로 업태가 대형 할인점, 아울렛으로 변경되어 쇼핑시설의 명목만 이어가고 있다. 1990년대 개점한 백화점들 가운데도 규모 30,000㎡ 이하의 백화점들은 업태가 변경되었다.

정리하면 1970년대 이후 유통의 발달과정상 백화점의 생성·도입시기에는 도심의 상업지역에 분포하고 있었으며 성장기에 해당하는 시기에는 오히려 주거지역을 중심으로 발달하였고, 이들의 업태 변경이 많다. 이는 도시계획 및 유통산업의 발달이 급속히 이루어진 국내의 특수한 상황으로 이해해야 할 수 있다.

### 3.2 시기별 구분

3.1에서 살펴 본 전개양상을 중심으로 사례의 위치적 특징을 용도지역 및 중심지 위계로 분석하여 모두 4개의 시기구분을 하였다. 도심과 청량리부도심형성기(1970~1979), 부도심강화기(1979~1988), 지역중심확대기(1988~1999), 중심강화기(2000~)의 구분에서 1979년과 1988년이 주요한 기점이 된다. 모두 연대 말미라는 의미를 가질 수도 있지만, 1979년에 개점한 도심의 롯데쇼핑센터는 국내 백화점 발전의 시작을, 강남의 한양쇼핑센터는 강남백화점시대를 알리는 것이었다. 강남부도심주거지와 지역중심확대기를 구분하는 시기는 서울올림픽이 열렸던 1988년이 될 수 있겠다. 롯데본점이 증축되고, 잠실에 지점을 열었으며, 현대백화점이 무역센터에 지점을 열어 브랜드백화점의 시작을 알렸으며, 이들은 규모 및 경영적인 측면 및 새로운 계획 요소를 도입한 진일보한 것이었다. 2000년 이후는 도시계획적 측면에서 성장과 확장의 시대에서 관리의 시대로 전환되어, 백화점의 발달양상에서도 성숙기로 구분되고, 복합화가 본격화 되는 시기이다.

#### 1) 도심 강화 및 부도심형성기(1970~1979)

1970년대 초에는 도심인 명동에서 백화점들이 개점하였지만 중반까지 그렇다할 백화점의 개점은 없었다. 1976년 새로운 백화점이 신세계와 남대문사이에 개점하였고, 유일한 부도심이었던 청량리와 접한 회기역에서 가고파

15) 삼풍백화점은 1995년 6월 29일 복합적 원인으로 영업시간 중에 붕괴되어 대규모 참사로 이어졌고, 영동백화점은 1998년 지하철공사로 인해 지하주차장 기둥에 심각한 균열이 발생하면서 영업정지되었고 결국 폐업하였다. 이후 방치되다가 2008년 건물철거 공사 도중 붕괴 되었다.

백화점이 개점하였다. 1979년에는 도심에서 롯데쇼핑이 개점하였고, 청량리역 앞의 대왕상가를 리노베이션 한 맘모스쇼핑센터가 개점하였다. 이 시기는 1960년대 이후 본격화된 전후복구 및 시가지 정비와 제1, 2차의 경제개발5개년계획을 통해 경제가 성장하고, 서울의 인구집중도가 가속되기 시작한 시기이다.<sup>16)</sup> 시가지정비를 위해 1962년 제정된 <도시계획법>을 통해 주거, 상업, 공업지역의 용도지역이 결정되었으나, 상업지역은 도심에 집중되어 있었다. 토지구획정리<sup>17)</sup>를 통한 일단의 주거지 공급이 이루어져 상권이 확대될 여지가 마련되었다. 그러나 이 시기에 개발된 저층의 주거지에는 재래시장이 도시계획시설로 함께 계획되었고, 주거지에서는 슈퍼마켓<sup>18)</sup>이 주요한 유통기관의 역할을 담당하여 서민생활의 기반이 되고 있었다. 따라서 백화점은 도심에 있는 것이라는 인식이 바뀌지 못한 상황이었다.

백화점에 대한 인식 뿐 아니라 유통환경이 발달하지 못하고, 도심의 성장을 막기 위한 건축제한까지 있던 시기로 양적 성장을 더욱 어렵게 하였다. 전후(戰後) 임대 위주로 운영되며 외래품을 주로 판매하고 있었던 백화점들은 1961년 9월부터 행해진 ‘특정외래품판매법’과 10월 경찰제실시에 따라 어려움이 가중되고<sup>19)</sup> 있었으며, 1960년대 말부터 1970년대 중후반까지 주택을 제외한 건축물 건립을 제한하는 제도들이 많았다.<sup>20)</sup> 1973년 12월이 되어서 해제되어 다시 백화점이 건립되기 시작하였는데, 이미 과밀하고 여러 개의 쇼핑시설이 있던 도심을 대신하여 지하철1호선이 개통되어 교통중심지 기능이 강화된 부도심<sup>21)</sup> 청량리 일대를 중심으로 백화점이 개점한 것이다.

즉 도시구조적인 변화가 크게 드러나지 않던 시기로서 기존의 도심과 부도심이었던 청량리를 중심으로 백화점이 발전하였다.

## 2) 부도심강화기(1979~1988)

이 시기에는 모두 14개가 개점하였는데 이 가운데 4개의 사례가 상업지역 및 준공업지역으로 부도심으로서의 역할을 키우고 있는 지역이었으며 나머지 10개는 모두 주거지역에 건립되었다. 또한 강북에는 3개만 개점하였고 7개가 강남, 특히 영동지역에 편중되어 있다. 이는 서울

시가 도심의 인구집중을 막고, 급증한 인구의 주거지 확보를 위해 강남이 본격적으로 개발되어 도시의 외연적 확장<sup>22)</sup>이 이루어진 것에 기인하는데, 특히 한강변의 영동, 잠실, 여의도에는 대규모의 고층 아파트 단지가 들어서고 고층주거지로 발전하였기 때문이다. 소득증대, 교육수준 향상, 대중매체의 발달 등의 영향으로 쇼핑시설에 대한 소비자 의식이 크게 변화하였고 소비패턴도 점차 다양화·개성화 경향이 나타나기 시작하였기에 수요가 급증한 상태였다.

현대적 쇼핑시설에 대한 수요가 높아졌으나, 영동지역에서의 백화점은 상업지역이 아닌 아파트지구에서 나타났다. 영동1, 2지구개발계획<sup>23)</sup>에 의해 상업지역은 슈퍼블록 경계부의 가로를 따른 노선상업지역으로 지정되어 있었고, 특히 테헤란로는 업무시설을 중심으로 개발되었다. 지하철 등의 대중교통이 불편한 저층주거지 외곽 가로를 따른 선형 상업지역은 소매중심지의 기능을 충족시킬 수 없었다. 대신 아파트단지 부대시설로 상가 등이 건립될 수 있는 제도<sup>24)</sup>가 마련되어 한양, 뉴코아, 파르크, 현대반



그림 1. 서울도시계획용도지역(1976)  
범례: ■ 주거 ■ 상업 ■ 녹지



● 주구중심시설  
□ 주구중심상업시설  
그림 2. 영동아파트지구 배치계획  
자료: 서울시, 1976, 영동아파트지구 종합개발계획, 김진희(2011)재인용

포, 한신코어가 개점하였다. 이와 함께 영동아파트지구개발계획에서는 근린주구이론을 토대로 중심시설과 중심상업대용시설들이 계획되었다. 본래 아파트지구도 주거지역으로 백화점을 포함한 판매시설이 건립될 수 없지만 주구중심상업시설이 계획되어 있었고, 이에 따라 현대백화점이 개점할 수 있었다. 다만 이들은 모두 아파트지구 내 건립 건축물의 규모제한에 따라 지하4층~지상5층으로 건립될 수 밖에 없었다.<sup>25)</sup> 이러한 배경으로 이 시기에 건립된 백화점은 주거지역과 인접하게 되어 대중화할 수 있게 되었지만, 점차적으로 규모적인 측면에서 한계를 맞이할 수밖에 없는 태생적 문제를

16) 1960년에 약244만 명이던 서울의 인구가 제2차 경제개발계획(1967~1971)이 끝날 무렵인 1969년에는 약 2배 증가한 477만 명을 기록하였다.

17) 1960년대에 이루어진 토지구획정리사업지구는 서교, 동대문, 면목, 수유, 불광, 성산, 딱도, 연희, 창동, 역촌, 화양, 망우, 경인, 영동1, 김포, 시흥 도봉지구로 모두 17개 58,550,905㎡에 시행되었으며 연희와 동대문을 제외한 15개 지구는 도심으로부터 반경 5km~15km에 있었으며 종합계획 없이 양적인 평면확장을 이루게 되었다.

18) 1964년 한국슈퍼마켓이 최초로 기록되어 있고, 1968년 뉴서울슈퍼마켓과 삼풍슈퍼마켓에서 발전하기 시작하였다. 뉴서울슈퍼마켓은 대왕홍업주식회사에서 건설하였으며, 서소문고가도로에서 서울역 쪽 중간에 위치하였으며, 12층 건물(당시5층까지 준공)의 지하에 위치하였다. 삼풍슈퍼마켓은 상가아파트인 삼풍상가의 지하에 위치하고 있었다.

19) 김병도, 주영혁, 「한국 백화점 역사」, 2006, p.121

20) 1972년 : 특정시설제한구역 지정(홍행장, 호텔, 여관, 백화점, 시장 대중목욕탕, 주유소, 골프장, 오락시설) / 1973년 : 인구10만이상 도시에서 불요불급한 건축 억제

21) 1970년 도시기본계획조정에서 부도심을 미아, 청량리, 천호, 영동, 영등포, 화곡, 은평 7개로 정하였다.

22) 1960년대 말에 계획된 영동지방 개발은 1972년부터 본격화되었으며, 1975년부터는 강북지역의 택지개발이 전면 금지된 상황이었다.

23) 주거지 조성 중심의 시가지개발에서 상업지 형성에 대한 방안이 부족하던 시기였다.

24) 1973년 <주택개발촉진법>의 ‘단지내 부대복지시설의 설치에 관한 규정’[부록]에서는 1,000세대 이상일 때 1개소라는 기준 뿐이었지만 점차 그 내용과 기준이 세분화되었다.

25) 아파트지구에서 아파트, 연립주택 이외 기타 건축물의 경우 건폐율 50%이하, 용적률 200%이하로 건립이 가능하였다. 현대 압구정점은 건폐율과 용적률을 최적화하는 데에 있어 층수가 중요한 결정을 하였다. 대형 백화점의 경우 이미 6층 이상의 층별 분류가 나타났기 때문이다.(건폐율:41.72%/용적률:186.29%/매장은 지하2층~5층)

내포하고 있었다. 따라서 백화점 경쟁시대에 돌입하면서 규모가 작은 사례는 다른 용도나 업태로 전용되는 결과를 낳았다.

3) 지역중심확대기

삼풍백화점<sup>26)</sup>은 주거지역에 건립되었지만, 대부분 상업지역과 준공업지역에서 개점하였다. 서울은 도심과 영동, 영등포(여의도포함) 일대에 부도심이 형성되고 있었으며, 신설도로와 1984년 완전히 개통된 지하철 2호선과 연이은 지하철 3, 4호선의 개통으로 그에 따른 상권이 강화되고 있었다. 이러한 상황들은 다핵도시에 대한 기반이 되어, 중심지 위계가 갖추어지면서<sup>27)</sup> 주거지 주변의 지역중심지가 예상되거나 교통이 편리한 곳에서 개점되기 시작하였다. 더욱이 백화점의 대형화가 심화되고, 교통체증 등의 문제가 나타나면서 아파트단지 내 건립은 어려웠다.<sup>28)</sup> 대신 신도시등 주거지 개발에서 입체적인 개발이 이루어지면서 주거지와 상업지가 분리되고, 지역중심지로서의 상업지역들이 계획됨에 따라 백화점 입지에도 변화가 나타났다. 1980년에 개정된 건축법 제 8조 2와 동시행령 제11조 2에 의해<sup>29)</sup> 도시설계제도가 처음 도입되었는데 잠실에서 주거와 상업의 용도지역을 구분한 입체적 개발을 처음으로 시도하였다. 이후 택지개발지구에도 적용되어 상계지구(그림3), 중계지구, 목동지구 등의 신시가지에 대규모 공원과 단지와 공공시설 및 상업지역을 연계하는 보행자 전용도로를 도입하는 등의 새로운 계획개념이 적용되었다.<sup>30)</sup> 이들 중심상업지역에서 각각 롯데잠실, 미도과 상계점(현.롯데), 건영읍니, 행복한세상과 현대 목동이 개점하였다.



그림 3. 상계지구토지이용

백화점의 위상은 바뀐 제도에서도 나타났다. 기존 <시장법>에서 백화점 시설기준이 냉·난방 등의 설비측면에 있었지만, 1986년 신설된 <도·소매진흥법>에서는 주차시설 및 문화행사시설이 추가되었다. 이는 마이카시대를 반

영한 것이며, 쇼핑시설이 문화적 역할을 할 수 있도록 제도화하였다. 이처럼 백화점발달이 성숙기에 들고 신시가지 등에서 상업지역이 지역중심지 역할을 수행할 수 있게 됨에 따라 백화점이 주요 계획시설이 되었다.

4) 중심강화기

지난 30년간의 경험축적으로 백화점의 입지는 더욱 까다로워져 뉴타운의 중심상업지, 청량리정비촉진지구 등에서 복합상업시설이 계획되고 있지만, 백화점이라는 특수한 업태를 고수하지는 않는다. 이미 교통이 편리하여 지역적 중심지 역할을 수행하였으나, 주요 백화점이 없었던 미아지역에 2개의 백화점이 개점하였으며, 민자역사<sup>31)</sup>와 신도림역, 건대입구역 등의 주요 역세권을 중심으로 역사(驛舍), 주거, 호텔, 오피스, 쇼핑, 문화시설 등을 포함한 복합상업시설과 복합용도개발이 나타났다.

즉 2000년대로 들어서면서 서울은 도시공간구조적으로 큰 변화를 맞지는 않고 있다. 특히 대규모 개발이 예정되어 있던 지역에서도 다양한 사회적 문제 및 국내외의 경제사정 악화 등으로 실행이 늦춰지고 있는 상황이다. 또한 도로와 철도 등의 신설보다는 30년 이상 된 주거지의 재개발에 대한 관심이 증대하여 뉴타운, 주거 및 도시환경개선사업 등이 중점이 되고 있다. 특히 1990년대 이후 전략적으로 추진된 다핵화 정책이 계속되어 1도심, 5부도심, 11지역중심체계가 형성되고 있으며<sup>32)</sup> 따라서 이들 지역의 중심지역할을 강화할 수 있는 복합개발이 주로 이루어지고 있으며 키테넌트 쇼핑시설의 업태로 백화점이 계획된 곳은 확실한 소매중심지이거나 상징적인 장소로 지역적 위상을 높일 필요가 있는 곳에서만 전략적으로 나타났다.

사회문화적으로는 주5일 근무제 확산에 따른 자유시간의 증대, 고령화·저출산 확대, 여성의 사회진출 심화, 정보통신 및 교통의 급속한 발달 등으로 소비행태에서도 변화가 나타났다.<sup>33)</sup> 특히 소비공간이 국내를 넘어 세계화되어, 명품족들이 대거 양산되기도 하였고, 지성소비에 대한 관심이 높아졌으며, 소비주도층도 다양한 연령층으로 확산되었고, 합리적인 소비자들도 증가하였다. 따라서 백화점 중심이던 쇼핑시설의 업태에서도 세분화되어, 다양한 아울렛쇼핑시설들이 등장하였고, 이에 백화점은 더욱 고급화를 추구하는 방향으로 진화하게 되었다. 이러한 상황은 기존 백화점들의 증축 및 리노베이션으로 이어졌는데 신세계 본점, 갤러리아 서울역점, 롯데 청량리점 등은 신축을 통하여 매장을 확대하여 위상을 높였다. 이 밖에 영등포의 주요 백화점이던 경방빌백화점은 대규모 나대지로 있던 공장이적지를 복합상업시설로 개발하면서 인근에 있던 신세계백화점과 통합하면서 영등포부도심의 입지를 강화하는 역할을 수행하도록 하였다.

26) 삼풍백화점은 개점목표년도가 1988년도였지만 다양한 문제로 인해 1989년에 문을 열었다. 당시 서울시 용도지역을 알 수 있는 도시계획연혁도(서울도시계획연혁, 1991)에서는 해당지역이 주거지역으로 구분되어 있으나, 건축사 1992년 5월호 등에서는 상업지역으로 기록되어 있다. 삼풍백화점은 1995년에 구조적 문제로 인해 붕괴되었는데 책임소제과약을 위한 조사에서 불법적인 용도지역 및 건축물의 용도변경이 이루어진 것으로 밝혀졌다. 계획당시 아파트 단지 기반의 주거지역에 건립되었기에 시지구분에서 전시기(부도심강화기)로 볼 수도 있지만, 실제 삼풍백화점에서 행해진 다양한 시도와 건물의 규모는 다음 시기로 보아야할 근거가 되었다.

27) 1984년에 제2차 도시기본계획안을 수립하였는데 2000년대 서울 도시구조개편을 위하여 다핵도시가 목표로 설정되었다.

28) 현대백화점 압구정점의 경우 혼잡한 도로상황과 매연 등으로 아파트 주민들의 불만이 증가하였다.

29) 건축법 제 8조 2 - "도심부내의 건축물에 대한 특별규정"  
건축법 시행령 제11조 2 - "도시설계의 작성기준"

30) 서울시정개발연구원, 『서울20세기 공간변천사』, pp.282-283

31) 1980년대부터 나타났던 민자역사 개발은 2000년 이후에 더욱 활발해져 서울역, 청량리역, 신촌역, 왕십리역 등이 백화점, 패션아울렛, 대형마트, 영화관, 레저시설 등이 포함된 복합시설로 개발되었다.

32) 이는 '2020서울도시기본계획'에서 기본이 되는 중심지체계이다. 2011년 발표된 '2030서울도시기본계획'에서는 3핵, 3부핵, 13거점으로 수정된 내용을 포함하고 있으며, 아직 확정되지는 않았다.

33) 한국체인스토어협회, 「한국유통산업발전사」, 2005, pp.159-165

4. 시기별 계획특성의 변화

사례의 계획적 특성을 아래와 같이 조사하였다.

표 4. 계획적 특성

구분	에스컬레이터			용도/프로그램		공용공간	
	배치형식 <sup>34)</sup>	설치 층	홀	자체	부속	옥상	그외
01	-	-	-	미술관	-	놀이터	-
02	교차	-	없음	미술관	-	골프장	휴게소
03	병렬단층분리	1-5F	없음	화랑	-	몰러장	-
04	교차	-	없음	-	호텔	-	-
05	-	-	-	화랑	교회	-	-
06	교차	1-3F	없음	-	-	-	-
07	-	-	-	-	호텔	-	-
08	교차	B1-9F	없음	화랑	오피스	-	테크플라자
09	교차	1-3F B1-1F	1-3F	-	-	놀이터	-
10	교차	1-3F	없음	화랑 소극장 문화센터	-	놀이터	-
11	교차	1-5F	없음	-	-	놀이터	-
12	교차	B2-7F	없음	-	스포츠	-	-
13	교차	B1-6F	없음	-	-	-	-
14	교차	B1-5F	없음	-	-	-	-
15	교차	1-3F	없음	-	-	-	-
16	교차	1-4F	없음	-	-	-	-
17	교차	B1-5F B2-B1	1-2F	문화센터	-	놀이터	
18	교차	B2-7F	없음	영화관	-	-	-
19	-	-	-	극장 전시장	-	-	-
20	교차	B1-4F	없음	화랑 문화홀	스포츠	놀이터	-
21	-	-	-	-	스포츠	놀이터	-
22	교차	B1-5F	없음	문화교실	-	공원	-
23	교차	B1-12F/ 1-9F	1-4F	-	오피스	-	
24	교차	B1-10F	1-3F	문화센터	-	공원	
25	교차	B1-10F, 2개소	없음	문화센터	호텔 스포츠	-	
26	병렬연층분리	1F-5F/B 1-1F /1F-3F	1-4F 1-3F	-	스포츠	-	 실내광장
27	교차	-	없음	-	역사	-	-
28	교차	B3-5F	없음	-	-	-	-
29	교차	B1-7F 2F-7F	1-3F	-	역사	공원	
30	-	-	-	영화관	스포츠 예식장	공원	-
31	교차	B1-9F	없음	-	-	-	-
32	교차	-	8-10F	문화센터 공연장 갤러리	스포츠	-	-
33	교차	B2-9F	없음	문화센터 갤러리	-	-	-
34	-	-	-	-	스포츠	-	-
35	병렬단층분리	B3-7F	1-7F	문화센터	스포츠	-	 실내광장
36	교차	B3-7F	없음	문화센터	-	-	-

37	교차	B4-12F	없음	문화센터 공연장	-	공원	-
38	-	-	-	-	주거	-	-
39	교차 병렬단층근접	B2-5F	1-5F	-	오피스	공원	-
40	교차분리	B5-10F	1-10F	문화센터	터미널 호텔 영화관	-	실내광장
41	교차	-	-	문화센터	-	공원	-
42	병렬단층	B6-6F	없음	문화센터 갤러리 공연장	주거 영화관	-	-
43	-	-	-	-	역사	-	-
44	교차	1F-9F	1-9F	문화센터	역사 영화관 대형마트	광장	-
45	교차	B3-10F	1-3F	문화센터 갤러리 공연장	-	공원	-
46	교차분리	B5-8F	1-3F	문화센터	-	-	-
47	교차/직렬	-	없음	문화센터	영화관 주거 대형마트	-	선근가든
48	교차/직렬	B1-6F	없음	문화센터	영화관 오피스 호텔 대형마트	공원	 선근가든
49	교차분리 직렬	B2-9F	3-9F	문화센터 공연장 갤러리	역사 영화관 대형마트	공원	
50	교차	B7-1F	B1-7F	문화센터	주거 호텔 아트센터	공원	실내광장

4.1 에스컬레이터 배치형식 및 홀

1) 도심 및 청량리부도심 형성기(1960~1979)

1975년 서울시에 설치된 에스컬레이터는 40대<sup>35)</sup>로 기록되고 있을 정도로 매우 귀한 것이었기에 백화점은 현대적 쇼핑시설이라는 측면을 강조하면서 에스컬레이터가 필수적인 요소가 되었다. 따라서 냉·난방설비완비 및 에스컬레이터설치는 1970년대 초에 건립된 백화점들의 주요 광고내용이 되기도 하였으며 일제강점기에 건립된 오래된 건물로 에스컬레이터가 없었던 신세계, 미도파백화점에서도 새롭게 설치하였다. 에스컬레이터배치는 공간을 절약할 수 있는 교차식을 주로 사용하였다. 1971년에 개점한 코스모스백화점에서는 상행과 하행 에스컬레이터를 분리한 형식으로 지상층에서만 운행되었고 아리랑백화점에서는 상하행 엘리베이터가 함께 운행되었다.<sup>36)</sup> 맘모스

34) 에스컬레이터의 배치는 직렬식/병렬-단층식, 연층식/교차식으로 구분되며, 보편적으로는 공간절약, 연속승강이 가능한 교차식이 많은 편이다. 교차식은 승객의 매장시계가 좋지 못하다는 단점을 가지고 있다. 병렬단층식은 연속승강이 불가능하지만 시계가 좋다는 장점이 있으며, 병렬연층식은 연속승강이 가능하지만 상하행을 분리하기 때문에 에스컬레이터 수가 많아져야 한다.

35) 서울특별시사편찬위원회, 「서울상공업사」, 2003, p.543

36) 코리아나백화점으로 재개점(1972)할 당시 광고에서 코리아나 만

쇼핑센터는 대왕코너를 리모델링하여 백화점으로 개점하면서 에스컬레이터를 설치하였으며, 가고파백화점은 1978년에 미도파백화점을 인수하면서 지하1층에 지상3층까지 에스컬레이터를 설치하였다. 즉 1970년대 초기, 중반까지는 엘리베이터 유무에만 초점이 맞춰져 있던 시기로 일부 층에만 설치되었다. 1979년 롯데에서 처음으로 지하1층~지상9층까지 연속운행 되어 최상층 식당부를 제외하고 매장 전체를 연결하는 형식이 등장하였다.

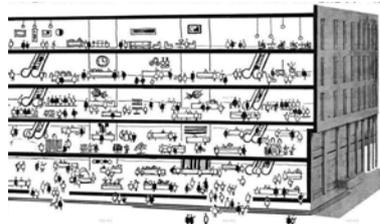


그림 4. 코스모스백화점 단면 개념도 (출처) 동아, 1970.07.13 2면 광고

2) 부도심강화기(1979~1988)

1979~1985년까지 주거지역에 개점된 백화점들은 일종의 백화점의 변칙적인 형태였다고 볼 수 있기에 에스컬레이터도 일부층에서만 운행되는 경우가 많았다. 전 시기의 롯데백화점에서 에스컬레이터가 매장층을 모두 연결하였음에도 불구하고, 이들에서는 에스컬레이터가 1층부터 최상층 또는 최상층 아래층까지의 지상층만 연결되었고, 일부 사례에서는 지하1층은 1층에서 별도의 에스컬레이터가 운행되었다. 최상층 아래층까지만 운행되었던 것은 최상층이 사무실, 문화센터, 소극장, 식당 등의 매장이외의 프로그램으로 구성되어 있어 비용절감의 측면에서 에스컬레이터를 설치하지 않았던 것으로 판단되고, 지하1층에 계획된 사우나 슈퍼마켓과 같은 용도는 별도의 관리가 요구되었기 때문에 에스컬레이터가 운행되지 않았다. 에스컬레이터를 통한 매장들의 연결보다는 편리한 출입을 위해 백화점의 외부에 별도로 출입구가 계획되었다.(그림 5, 사례 08,10,11,20)

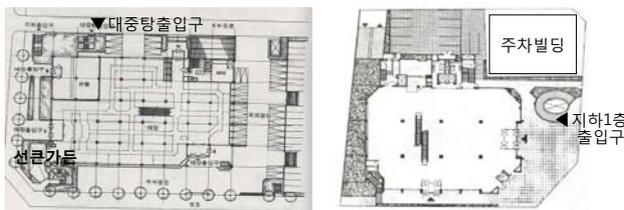


그림 5. (좌) 그랜드백화점/ (우) 영동백화점

그러나 상업지역에 건립된 여의도백화점은 지하3층 주차장에서부터 지상7층까지, 신세계백화점 영등포점은 지하1층~6층까지 운행되었으며, 1985년 이후에는 용도지역에 상관없이 대부분의 백화점에서 매장인 지하층에도 운행을 하였으나 주차장에서 직접 연결되는 사례는 없었다. 에스컬레이터 주변으로 개방성을 높이기 위한 홀 계획은 한양쇼핑센터와 현대 압구정점에서 나타났지만 한양쇼핑센터에서는 매장확대를 위해 곧 사라졌다. 이것은 이 시기의 백화점에서 에스컬레이터 홀에 대한 개념이 크지 않았다는 것을 증명한다.

의 유일한 3가지 가운데 하나로 “함께 오르고 내리는 에스컬레이터”를 소개하고 있다. -동아일보, 1972.04.13, 2면 광고 -

3) 지역중심확대기(1988~1999)

일부 사례를 제외하고 연면적은 50,000m<sup>2</sup> 이상의 규모로 대형화 되었다. 특히 건축면적이 4,000m<sup>2</sup> 이상인 사례에 가운데 에스컬레이터를 2개소에 거리를 두고 설치되는 경우도 있었다. 롯데백화점 본점은 신관 증축시 2개소의 에스컬레이터를 설치함에 따라 전체 3개소에 운행되어 편의를 도모하였다. 삼풍백화점은 계획당시 용도지역이 주거지역이라는 특수성으로 인해 층수 및 규모에 대한 한계로 장방형의 평면을 구성하였으며, 판매와 레저부문을 좌/우 분리하였기에 에스컬레이터가 2개소로 분리운영되었다. 이와 유사한 형태가 애경백화점에서도 나타났다.



그림 6. 롯데본점 / 롯데잠실점 / 현대무역센터점 / 미도파상계점

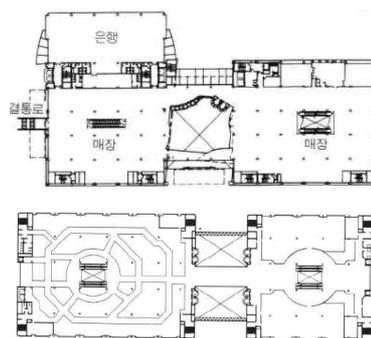


그림 7. (상) 애경백화점/ (하)삼풍백화점

지하1층 매장에서부터 운행되던 에스컬레이터가 주차장까지도 연결되어 증가한 자가운전차의 편의성을 도모하기 시작했으며 에스컬레이터 홀에 대한 개념이 본격적으로 나타났다. 주로 교차식 에스컬레이터를 배치하고 측면의 일부 층을 오픈하여 개방성을 증대시키고, 거대한 샹들리에를 설치하여 고급스러움을 강조하는 사례가 많았으며 에스컬레이터 주변으로 휴식공간을 배치하기도 하였다. 상대적으로 건축면적이 컸던 삼풍과 애경백화점에서는 교차식 대신 병렬식을 도입하였다. 삼풍은 병렬연층식, 애경은 병렬단층식을 도입하였는데, 상·하행 에스컬레이터 사이공간을 1층부터 최상층까지 보이도록 매장에 대한 시계를 확보하였다.

4) 중심강화기(2000~)

에스컬레이터는 주차장에서 최상층까지 운행되는 것이 보편화되었다. 지난 시기에는 교차식 에스컬레이터를 2개소에 분산하여 설치하는 경우가 많았지만, 건축면적이 크게 증대하지 않은 상황 속에서 새로운 에스컬레이터와 홀의 계획이 이루어졌다. 교차식의 에스컬레이터를 2개소를 한 곳에 설치하면서 그 사이를 오픈한 것으로 이는 병렬식의



그림 8. (좌) 롯데 청량리점 (우) 신세계 본점 신관

단점을 보완하여 상·하행 에스컬레이터를 연속적으로 이용가능 하도록 하면서 매장의 시계를 좋게 하기 위한 전략으로 이해할 수 있다. 또한 백화점이 쇼핑몰 및 영화

관, 역사, 대형마트, 오피스 등과 복합되면서 직렬식의 에스컬레이터들도 등장하였



그림 9. (좌) 롯데 청량리 / (우) 타임스퀘어

다. 직렬식 에스컬레이터는 점유면적이 커 공간을 효율적으로 사용해야하는 도시형 백화점에는 적합하지 않기에 백화점의 내부에서는 여전히 사용되지 않았지만, 승객의 시야가 좋다는 점과 새로운 쇼핑형식을 추구하는 분위기로 인해 아트리움 공간이나 몰 공간에 사용되고 있다. 디큐브시티에서는 백화점이라는 특성에 잘 사용하지 않았던 비연속식 교차식 에스컬레이터를 계획하였다. 이는 저드파트너십이 참여한 설계로 인해 다양한 수공간 중심의 공용공간들이 배치되었기 때문이다. 그러나 그동안 백화점이라는 압축된 공간과 연속 에스컬레이터에 익숙해져 있던 소비자들에게는 불편하다는 지적이 있다.

#### 4.2 복합용도 및 프로그램

##### 1) 도심 및 청량리부도심 형성기(1960~1979)

여가를 위한 프로그램으로 화랑이 계속 유지되고 있었으며, 도심과 부도심으로 상업지역이라는 조건은 고밀개발을 요구하였기에 고층으로 건립되어 저층부는 백화점으로 고층부에는 다른 용도로 사용되었다.



그림 10. 고층 건물의 백화점(코스모스/아리랑/새로나)  
출처) 경향1970.5.13 / 동아1976.10.02 / 경향1976.10.12

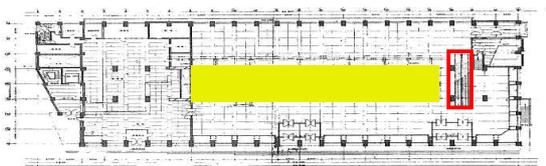


그림 11. 코스모스백화점 1층 평면  
출처) 건축사 1971년 5월호

코스모스백화점은 계획 당시 고층부에 오피스가 있었으며, 백화점을 우선 개장하고 이후 증축할 목표였다. 하지만 여건이 허락하지 않아 백화점으로만 사용되었는데, 초기의 복합용도 계획은 백화점을 위한 평면 대신 오피스 중심의 평면으로 계획이 이루어졌다. 따라서 장방형의 평면에 중심코어가 계획되어 상가와 같은 분위기를 연출하게 되었다. 아리랑백화점은 호텔과 새로나는 특수하게 교회와 복합하였으며, 맘모스는 지하1층에서 지상3층까지는 백화점으로, 지상4층에서 7층까지는 호텔로 사용하였다. 그러나 백화점운영 미숙과 더불어 용도의 복합은 결국 백화점으로서의 규모 및 기능의 한계를 맞이하게 되어 1980년대가 되면서 업태를 전환하게 되는 원인이 되었다. 예외적으로 롯데쇼핑센터는 호텔의 부속건물로 오피스와 복합한 지상25층의 건축물이었으며, 그 가운데 10

층까지를 쇼핑센터로 사용하여 규모적인 면을 충족시켰고, 평면에서도 코어가 측면으로 계획되면서 넓은 매장공간을 확보하였으며, 일본에서 수입한 유통기술 등을 통해 현재까지도 지속되고 있다. 이처럼 이 시기에 복합된 용도는 주로 오피스와 호텔이었는데, 이들은 상주인구가 있어 백화점의 방문객수를 늘릴 수 있는 장치일수는 있지만, 백화점의 상업성을 더 높이기 위한 전략은 아니었다.

##### 2) 부도심강화기(1979~1988)

부도심에서 개점한 여의도백화점은 고층부를 오피스로 계획하여 고밀개발을 이루었지만, 주거지역에 건립된 백화점들은 층수 및 면적 제한에 따라 다른 용도와 복합할 수는 없었다. 대신 주거지역에 인접하고 있어 주변 고객의 생활편의를 높이기 위하여 증권, 금융 및 보험안내, 건강상담, 식당가 강화, 어린이 놀이시설, 관광교통안내, 부동산 안내, 민원서류발급 등의 서비스를 실시하였다.

핵가족화가 보편화되고 여가생활을 중요시하는 풍토가 자리 잡음에 따라 백화점은 다양한 고객층에 대응해야 했으며, 특히 주말 가족단위의 쇼핑객이 증가하였기에 여가에 대한 프로그램들이 더욱 강화되었다. 여가공간에 대한 요구는 기존의 도심 백화점의 문화공간이었던 화랑보다는 문화센터, 소극장 등으로 대체되기 시작하였으며, 주로 최상층에 배치하였다. 뉴코아쇼핑센터는 5층을 문화센터로 구성하여 예술극장(객석 182석), 전시장(44평), 취미교실, 화랑(34평) 등을 포함하였다. 현대백화점 압구정점은 지하2층에 소극장, 문화교실 등을 배치하였다. 입지조건에 따른 지상5층 규모의 현대백화점은 세분화된 층별구성을 하는데 무리가 있었을 것이다. 따라서 지상층은 최대한 매장으로 활용하고 지하철 이용자의 접근성이 높은 지하2층에 마련한 것으로 이해할 수 있다. 국제 스포츠대회 이후 높아진 건강에 대한 관심은 스포츠시설의 증가로 이어져 그랜드백화점과 현대반포레저타운에 볼링장, 스케이트장, 수영장, 체력장 등을 구성하여 매장보다는 오히려 레저 중심의 백화점들이 등장하였다.

##### 3) 지역중심지 확대기(1988~1999)

지난 시기 백화점의 프로그램은 계속 이어졌으며, 생활편의서비스 및 여가시설이 더욱 강화되면서 '전생활(全生活)백화점'이라 칭하였다. 상업지역을 중심으로개점되고 대중교통의 중요성이 높아지면서, 복합용도개발이 민자역사에서 나타났다. 이 밖에도 롯데백화점 잠실점은 국내 최초로 테마파크, 스포츠시설, 할인점, 호텔 등과 복합하였고, 백화점들은 사회적인 변화에 따라 백화점에 여가활용 측면들이 더욱 강조되었다. 1988년은 25년간 지속되어 온 독재정권과 군사정권 역사가 끝나고 새로운 민주역사가 열렸으며, 국제스포츠대회인 올림픽을 개최하면서 해외교류가 많아지고 해외관광 인구도 증가되는 등 대대적인 전환점으로 기록된다. 이에 따라 새로운 사고와 다원화에 대한 사회적 분위기가 형성되었으며 국민1인당 소득이 3천7백 달러에 이르고 자가용승용차가 대량 보급됨에 따라 여가선용에 대한 관심이 높아져 국내외의 여행이 보편화되었고 문화적 욕구가 증대하여 관련 시설들이 증가하였고, 쇼핑 및 외식비가 크게 증가하였다.<sup>37)</sup>

이러한 시대적 상황을 반영하여 미도파 상계점은 문화, 스포츠시설을 전체면적의 36%로 구성하는 등 면적이 증대되었다. 문화센터가 더 체계화되고 다양해져 주부들 비롯한 주민들을 위한 교육적 기능이 강화되었다. 영화에 대한 관심이 높아지면서 1~2개관의 소규모 영화관이 포함되기도 하였다. 이러한 프로그램들은 주로 최상층에 배치되었으며, 특히 수영장은 주로 천창으로 계획되어 쾌적한 공간을 창출하여 프로그램의 중요성을 인식할 수 있다.(사례 23<sup>38)</sup>,30,32,35)



그림 12. 애경백화점 / 상계백화점 / 건영옴니백화점

#### 4) 중심강화기(2000~)

이 시기 개점된 백화점들은 단독 개점한 것과 복합 개점이 혼재되어 있으나 복합개발이 좀 더 많다. 단독 백화점 개점은 강북의 상권 중심지로 발전해왔으나 백화점이 부재하였던 지역과 기존 백화점들의 영역을 확장을 위한 것이다. 복합은 주로 터미널, 역 등의 교통시설 및 주거지 및 다른 용도의 상업시설과 복합 용도개발을 통해 나타났다. 이는 백화점이라는 단독 시설의 한계 및 경제위기와 소비의 다양성과 계층화는 새로운 시설들의 확보로 새로운 쇼핑매체들을 등장시켰고, 무한경쟁시대에 돌입한 것에 배경이 있다. 터미널을 중심으로 한 센트럴시티는 신세계 강남점, 웨딩홀, 호텔, 쇼핑몰, 멀티플렉스 등이 현대 목동점은 주상복합, 멀티플렉스로 아이파크는 역사, 백화점, 멀티플렉스, 대형마트가 함께 계획되었다. 또한 대규모 미개발지로 남겨져 있던 건국대 운동장과 경방공장이적지, 대성공장이적지에서도 복합용도개발<sup>39)</sup>이 이루어져 주거, 호텔, 백화점, 대형마트, 오피스, 노인요양시설 등의 용도가 포함되어 있다. 특히 이들은 여가와 쇼핑이 더욱 긴밀하게 결합된 형태로 계획되어지면서 ‘몰링(malling)’이라는 사회적 경향을 유행시켰다.

#### 4.3 옥상정원 및 공용공간

##### 1) 도심 및 청량리부도심 형성기(1960~1979)

이 시기는 백화점의 도입, 생성단계로 편의성과 쾌적성이라는 측면이 에스컬레이터나 냉난방 설비의 설치 유무에 머물러 있던 시기였다. 따라서 공용공간에 대한 개념도 크게 발전하지 못하였다. 다만 백화점의 상징적 공간이었던 옥상정원이 해방과 전쟁 등으로 제대로 활용되지 못하다가, 이 시기에 다시 부활하였다. 1969년 신세계가 옥상에 어린이놀이터를, 미도파백화점은 골프연습장을 설치하였다. 코스모스백화점은 옥상에 롤러스케이트장을 설

37) 동아일보, “다양화사회(1)~(35)”, 1989.01.01~12.16 연재

38) 롯데백화점 잠실점에 내부에 수영장이 있었던 것은 아니며, 롯데월드, 스포츠시설, 할인점, 백화점 등이 복합개발 되었다.

39) 이들은 서울시 내에서 몇 남지 않은 미개발지였다. 2000년에 지구단위계획이 수립되기 시작하면서 모두 특별계획구역으로 지정되었으며, 복합용도개발이 이루어졌다.

치하여 젊은이들의 공간이 될 수 있도록 했다. 매장을 일부 할애하여 유아휴게실 등이 등장하기 했으나 다목적의 공용공간 계획은 미흡한 편이었다. 1974년 미도파 백화점은 직영으로 전환하면서 대대적인 리노베이션을 행하여 1층에 ‘우하천’이라고 칭한 휴게실에 전자오르간과 분수대를 갖춘 것과 1979년 롯데쇼핑센터가 deck plaza 및 야외음악당을 계획하여 도심 속의 휴식공간을 마련하고, 식당가를 연결하는 에스컬레이터와 계단 주변을 수목으로 조성하여 휴게공간 역할을 할 수 있게 하였는데, 이는 이후 백화점 공용공간의 시발점이 된다.

##### 2) 부도심강화기(1979~1988)

주거지역이라는 입지적 특징과 주부들이 소비의 주체가 되면서 옥상정원에는 어린이 놀이터가 설치



그림 13. 한양쇼핑센터 / 영동백화점  
출처)건축문화,1983년 11월호 / 건축문화 8503

되는 경우가 많았으며, 규모가 작은 백화점들 위주로 발전한 시기로 공용공간의 발달이 크지 못하였다.

한양쇼핑센터는 1,500평 규모로 인공폭포가 3개 있는 바위동산과 미끄럼틀, 그네, 그물놀이, 정글게임, 흔들 목마, 미니카 등의 기구가 마련되어 있었다.<sup>40)</sup> 여의도 라이프쇼핑, 현대백화점, 영동백화점, 그랜드백화점 등에서는 유료놀이기구시설을 설치한 어린이 놀이터로 변질되게 되기도 했으나<sup>41)</sup> 입지적, 시대적 요구를 반영한 것이다. 현대백화점에서 공용공간계획이 나타났는데, 지하2층을 매장 및 문화센터 등으로 구성하면서 인공폭포와 음악분수를 설치한 공간을 마련하고 지상1층까지 오픈하여 천창을 설치하여 선큰가든의 역할을 수행할 수 있도록 하였다.



그림 14. 현대백화점

##### 3) 지역중심지 확대기(1988~1999)



그림 15. 롯데백화점 잠실/ 본점 신관 / 영등포

쾌적성에 대한 관심은 도심 속 자연과 휴식이라는 컨셉으로 발전하여 실내에 자연적 요소로 폭포, 분수, 수목 등이 계획되었다. 이들은 특히 비슷한 시기에 계획된 롯데백화점에서 주로 나타났는데, 대부분 수직으로 오픈된 공간에 주로 설치되었으며, 최상층 아트리움 등과 함께

40) 매일경제, 앞의 글, 1981.05.01 9면

41) 옥상은 대부분 송풍구가 설치되어 있거나, 야적장으로 사용되고 있는 곳도 있어 어린이 놀이공간으로는 부적절한 곳이 많았으며, 또한 건물의 보수 및 관리를 위한 공간인 옥상에서 유료의 시설을 두는 것은 위법이었다. 1989년 서울시는 불법의 놀이시설들에 대해 단속하여 적발하여 3개소(현대백화점 반포레저타운, 진로도매센터, 농심가)는 고발하였으며, 그랜드백화점, 현대백화점 압구정점, 무역센터점은 시설물 철거 및 폐쇄 조치가 이루어졌다.

계획하여 빛이 들도록 하여 쾌적한 공간을 만들고, 휴게 기능을 수반하였다. 매장을 보이드(void)시켜 개방성을 극대화하면서 다양한 용도로 사용될 수 있도록 한 사례들도 등장하였다. 에경과 삼풍백화점은 레저부분과 판매부분을 매개하는 공간으로 아트리움을 계획하여 수목, 장식과 원형 계단 등을 통해 휴식과 쇼핑시설의 활기를 동시에 주는 공간으로 사용하여, 전 시기보다 공용공간을 적극적으로 사용한 모습을 보여주고 있다.



그림 16. (좌)삼풍백화점 로비 / (우)애경백화점

#### 4) 중심강화기(2000~)

옥상공간은 백화점의 상징적인 공간으로 지속되고 있는데, 최근에는 수목 등을 강화하여 그린빌딩으로서의 면모를 보여주면서, 휴식공간으로 사용될 수 있도록 하고 있다. 복합화가 심화되면서 매개공간으로서 공용공간의 역할이 증대되었다. 타임스퀘어와 청량리역에서는 대규모 아트리움이 계획

되었으며, 디큐브 시티에서는 물 형식을 도입하여 수공간과 함께 공용공간을 창출하였



그림 17. (좌)타임스퀘어 / (우)디큐브시티

다. 이들 공간에서는 이동의 중심지가 되기도 하고, 다양한 이벤트 행사를 통하여 활기찬 분위기를 제공해 주고 있다. 외부의 공용공간도 크게 증대한 양상을 보여주고 있다. 롯데 건대스타시티점에서는 지하철역과 연결되는 공간에 선큰을 설치하였으며, 타임스퀘어에서도 교통광장을 두었으며, 디큐브시티에서도 공원을 두고 있다. 이러한 외부공간의 증가는 백화점 자체적인 프로그램의 필요성과 당위성이라고 하기보다는 대규모 개발에 따른 도시설계 등의 결과물로 볼 수 있다.<sup>42)</sup> 그러나 내부공간 계획과 상호연계되며, 백화점 등의 쇼핑공간이 일상생활의 여가문화에 큰 영향을 미치고 있음을 반증하는 것이라고도 볼 수 있겠다.

#### 5. 결론

본 연구는 서울이라는 공간에서 백화점의 전개양상을 정리하는데 목적을 두고 1970년대부터 최근까지 개점한 50개의 사례를 입지, 용도지역, 규모 및 면적, 계획특징을 중심으로 살펴보았다. 입지 및 용도지역, 규모 분석을 통해 기존 연구의 시대적 구분이 입지 즉, 중심지로서의 성격과도 밀접한 관계가 있음을 확인하고 1)도심 및 청량리

부도심형성기(1960~79), 2)부도심강화기(1979~88), 3)지역중심지 확대기(1988~99), 4)중심강화기(2000~)로 구분하였다. 이를 바탕으로 계획적 특성을 에스컬레이터, 복합용도 및 프로그램, 옥상정원 및 공용공간으로 구분하여 분석하였으며 이를 정리하면 다음과 같다.

1) 도심 및 청량리부도심형성기(1960~79)는 경제성장 및 기존 중심지 강화해가는 시기로 백화점이 본격적으로 나타나기 시작하였다. 에스컬레이터는 그 유무가 중요하였고 지상층을 중심으로 운행되었다. 고밀개발을 위하여 오피스 및 호텔과 복합한 형식이 많았으며, 옥상정원이 부활하였으나 공용공간에 대한 개념은 나타나지 않았다.

2) 부도심강화기(1979~88)는 도시 확장과 기능분산을 통하여 다핵화가 나타났으며, 주거지개발에 따른 상업시설에 대한 요구가 높아지면서 배후상업지가 미비하던 중산층의 아파트단지에서 백화점이 단지 내 상가로 건립되었다. 아파트지구개발계획을 통해 대형백화점이 건립되기도 하였다. 그러나 주거지 입지는 태생적인 규모한계가 있었으며 에스컬레이터운행도 변칙적이었으며, 공용공간의 발달도 크게 없었다. 다만 옥상정원을 놀이터로 활용하고, 문화센터가 주요 프로그램이 되는 계기가 되었다.

3) 지역중심지 확대기(1988~99)에는 도시설계가 발달하여 주거지개발에서 상업지역과 주거지역이 분리되고 중심지라는 개념이 나타났다. 백화점의 생활편의 서비스 기능과 여가 및 레저프로그램이 강화되었다. 에스컬레이터는 마이카시대에 대응코자 지하주차장에서부터 운행되기 시작하였고, 에스컬레이터 홀도 발달하기 시작하였다. 쾌적성 및 편의성을 증대하기 위한 공용공간의 계획도 나타나기 시작하였다.

4) 중심강화기(2000~)는 서울의 도시공간골격이 완성 단계에 이르면서 기존의 중심지 및 교통중심지를 중심으로 중심지강화나 기존 백화점의 확장을 위하여 나타나고 있다. 쾌적성 및 편리성을 높이고자 하고자 보이드된 에스컬레이터홀을 중심으로 교차식을 2개소 배치하여 개방성을 높이고 주변부를 휴식공간으로 사용하였으며, 아트리움과 같은 공용공간을 활용하고 있다.

본 연구를 통해 서울의 도시화가 백화점의 입지 전개에 큰 영향을 미쳤으며, 시설의 발달에서도 입지와 1:1 대응 관계로 영향을 미쳤다고 볼 수는 없지만, 중심지의 형성과 중심성 강화를 위한 시대적 배경들이 백화점 계획에도 영향을 미쳤음을 확인할 수 있었다.

#### 참고문헌

1. 김병도, 주영혁, 「한국백화점역사」, 서울대학교출판부, 2007.10
2. 전병직, 「백화점 건축계획」, 세진사, 1996
3. 김인호, 「백화점의 문화사」, 살림, 2006
4. 가시마 시게루, 「백화점의 탄생」, 장석봉 역, 뿌리와 이파리, 2006
5. 서울시도시계획연혁 1977, 1991, 2001
6. 한국체인스토어협회, 「한국유통산업발전사」, 2005
7. 대한상공회의소, 「한국의 유통산업」, 한국백화점협회, 1985

(接受: 2011. 11. 3)

42) 대형화에 따른 공개공지와 특별계획구역의 지구단위계획에 따른 기부채납 등으로 외부공용공간이 더욱 강화되고 있다. 물론 이러한 공용(共用)공간의 효율성 및 공성(公性)에 대한 논의가 지속적으로 이루어지고 있긴 하지만, 증가하는 상황 자체에 대해서는 부정할 수 없다. (타임스퀘어 : 교통광장 3,603㎡ / 디큐브시티 : 공원 3,655㎡)