

세계 창조도시를 가다 <12>

나고야 구도심 어떻게 살렸나



나고야 시는 구도심 재생을 위해 기존 역사·자연자원 주변에 문화 상업시설인 오아시스 21을 설치했다. 이들 시설은 도보로 30분 이내에 집중되어 누구나 다양한 서비스를 즐길 수 있다.

- 1 나고야 성
- 2 히사야 오도리공원
- 3 나고야 시카에 지구
- 4 나고야 시내 전경
- 5 오아시스 21에서 바라본 테레비탑

문화상업시설 ‘오아시스 21’ 구도심 활성화 오아시스로

나고야의 구도심 역시 세계 모든 도시와 마찬가지로 유동인구 감소와 상업·업무시설 공동화를 겪었다. 외곽 주택단지 및 상업시설 개발은 도시의 핵인 구도심에서 거니는 사람의 수를 대폭 줄였고 이는 연쇄적으로 점포 매출 하락, 업무시설의 효율 악화를 초래했다. 핵이 제대로 자리하지 못한 도시는 사람의 집산, 다양하고 복잡한 서비스 제공, 부가가치 창출, 새로운 가능성의 제고 등 그 원천적인 기능이 쇠락할 수밖에 없다.

이러한 쇠락의 기미가 최고조에 달한 지난 1986년 나고야의 선택은 도심 내 공원을 사카에공원과 주변 건물을 종합적으로 정비하는 것이었다.

공공성과 수익성의 균형을 잡은 제3섹터
 애초 이 구도심에는 도시 경관축인 히사야오도리(久屋大通)공원이 있었다. 이 공원은 남북으로 2km에 달하고 폭이 100m인 도로의 중간에 위치해 있으며 그 녹지 위에 나고야의 랜드마크인 테레비탑은 물론 다양한 광장과 분수대 등이 배치돼 있었다. 충분한 녹지와 상징물은 있었으나 공원 옆 편도 3차선의 도로에 언제나 차량만이 넘쳐날 뿐 사람들을 불러모으는 데는 역부족인 상태에 봉착한 것이다. 또 히사야오도리공원 인근에 있는 사카에 공원은 아이치(愛知)현 예술문화센터, NHK나고야방송센터에 가로막혀 연계되지 못하고 방치돼 있었다.

걸어서 30분내 문화시설·공원 집적
 개관 10년 ... 하루 수십만 인파 몰려

나고야는 구도심의 쇠락과 공원·건물 등 기존 기반 시설의 재생의 접점을 지금까지 없었던 ‘새로운 자국’에서 찾았다. 일단 나고야시는 1986년 아이치현, NHK와 함께 사카에공원지구를 종합적으로 정비하는 데 합의하고 각서를 체결했는데 이 각서의 효력은 1994년 자본금 15억엔에 사카에공원진흥(주)라는 제3섹터를 설립하면서 구체화됐다.

나고야시가 전체의 52.5%를 부담하고 도요타자동차, 지역방송사, 지역백화점 등 민간기업이 나머지를 출자한 공공과 민간이 참여한 이 회사는 사카에공원 및 주변 건물 부지에 대한 정비계획을 세우고 이후 들어설 시설물의 관리·운영을 맡았다. 공공성을 감안하면서도 수익성을 고려하는 균형 있는 결정을 위해 그에 합당한 조직을 구성한 것이다.

애초 정비계획이 다소 ‘거품’이 있었다는 우려가 나오자 건설비와 관리유지비를 대폭 삭감한 것이 1997

년이다. 지상 1층 지하 2층 약 6만㎡였던 규모는 지상 1층 지하 1층 약 4만㎡로, 버스터미널도 21개 노선에서 10개 노선으로, 점포도 지하 1·2층 배치에서 지하 1층 배치로 각각 축소시켜 사업비를 100억엔 감축했다.

이는 일본의 ‘거품경기’로 인해 미래수익이 감소할 우려가 있다는 지적과 처음부터 대규모 사업비를 투자하기보다는 수요가 늘어나면 이를 보완해 가는 것이 낫다는 자체 판단에 따른 것이다.

식막한 도시의 새로운 자국 ‘오아시스 21’
 이러한 다소 복잡하고 16년이라는 오랜 시간을 거쳐 문화상업시설인 ‘오아시스 21’이 들어선 것은 지난 2002년 10월의 일이다. 건축설계와 시설 명칭을 각각 제안공모와 시민공모로 결정해 국내외의 관심을 불러일으켰고 1999년 사업에 착수한 뒤 3년 만에 완공했다.

정책이나 사업을 실시하기 이전에 오랜 기간 관계기관 및 단체 등과 논의를 하되 일단 결정되면 지역역량을 모두 결집시켜 신속하게 추진한 것이다.

오아시스 21의 모토는 ‘도시에 반짝이는 물과 녹색의 보석상자’로 ▲구도심 내 귀중한 공공공간을 효율적으로 사용한 입체형 공원 ▲보행자들의 유희성을 강화하기 위한 주변시설과 지상·지하로 접속 ▲지하광장인 ‘은하광장’에서의 다양한 이벤트 실시를 통한 새로운 번영의 거점 마련 ▲태양전지 패널 및 빛물 활용 등 친환경 등 그 당시까지 공원이나 문화시설에서 보기 어려웠던 특색들로 구성됐다.

구체적인 시설로는 지하층에 31개 점포 및 은하광장, 반지하에 버스터미널, 지상 1층에 ‘녹색의 대지’, 지상 14m 위 ‘물의 우주선’ 등이 있다. 지난 2009년 점포 31곳의 매출은 33억900만엔(약 456억원), 방문객 수는 무려 1386만명에 달하고 있다.

(주)사카에공원진흥의 오카모토 유키오(岡本幸雄)씨는 “오아시스 21이 성공할 수 있었던 것은 15년이 넘는 논의과정 속에서 이 시설이 반드시 필요하다는 것을 지역주민 모두가 공감했으며, 국내외에서는 그 사례를 볼 수 없는 특징들을 갖고 있었기 때문”이라고 분석했다.

걸어서 30분 내 문화·상업·역사·자연자원 집적
 오아시스 21이 개관 10년째를 맞이하면서도 하루

수십만명의 인파가 오가는 이유는 이 시설로 인해 나고야의 구도심에 자리한 히사야오도리공원, 테레비탑, 나고야성 등 주변 문화·자연·역사자원들이 하나의 고리로 묶여졌기 때문이다.

100m 도로 끝 지점에 있는 나고야성은 지난 1612년 건립돼 오사카성·구마모토성과 함께 일본의 3대 성으로 꼽히는 지역 중요역사자원이며 100m 도로의 중심에 있는 히사야오도리공원을 거쳐 걸어서 오아시스 21에 올 수 있다. 여기서 다시 인근에 테레비탑과 구도심 중심상가인 프린스오도리에 도보로 30분 이내에 접근할 수 있으며 오아시스 21이 이들 시설들의 중심에 위치하면서 사람들의 ‘집산기능’을 맡고 있는 것이다. 오아시스 21 내에 설치된 터미널도 시설의 유희인구를 대폭 늘리는 데 보탬이 됐다. 하루 버스 850대, 연간 350만대가 오가면서 구도심에 꾸준히 외부사람들을 끌어들이는 기능을 하고 있기 때문이다. 이러한 시설들의 집적은 시민들에게 다양한 서비스를 제공하고, 머물게 하면서 주변 음식점, 쇼핑센터 등의 매출도 상승하는 ‘순순환 체계’를 구축하는 기본틀이 됐다.

단순히 대규모 예산을 투자해 단일 시설을 도시 외곽에 설치하는 것이 아니라 이미 여러 자원들이 산재해 있는 구도심에 수요가 있을 것으로 예상되는 핵심 시설을 설치해 문화·역사·상업·자연의 ‘종합선물세트’로 포장하는 것이야말로 구도심 재생의 핵심이라는 것이다. /윤원석기자 chadok@kwangju.co.kr

원광은 새로운 세상을 창조하는 ‘힘’이다

원광대학교

WONKWANG UNIVERSITY