

## 한국인 해외관광 유감



권오덕  
전 대전일보 주필



때와 장소 가리지 않고  
대부분 등산패션 일관  
한국인 찾으려면  
등산복 입은 사람 찾으면 돼  
교회 성당 사원 등지에서선  
재킷을 입는 게 예의  
1주일 이상 함께 여행해도  
대부분이 인사 없어  
신분과시로 없앴다지만  
간단한 자기소개는 필요

올해 한국인들의 해외여행비가 처음으로 일본을 넘어설 거라는 보도다. 지난 9월말 통계를 보면 한국의 해외관광객 지출액이 217억 달러(22조 7000억 원)인데 비해 일본은 우리보다 겨우 1억 달러 많은 218억 달러(22조 8000억 원)이다. 따라서 지금 이 시점에서 볼 때 한국이 일본을 뛰어 넘었을 게 확실하다. 더욱이 일본 인구가 1억 3천 만 명으로 5000만 명인 한국의 2.6배인 점을 감안하면 우리가 일본보다 해외여행을 더 많이 다니고 있음을 알 수 있다.

일본의 국내총생산(GDP)은 우리의 4배를 웃돈다. 불과 10년 전만 해도 총 여행비가 일본은 382억 달러, 우리는 124억 달러로 격차가 컸었다. 그런데 최근 들어 국민들의 해외여행욕구가 높아진데다 원화 강세에 힘입어 더욱 급증추세

에 있다. 반면 일본의 여행객감소는 지속적인 엔화 약세가 가장 큰 원인이다. 한국의 해외 여행객들은 막 은퇴한 50대 후반과 60대초가 주류를 이루고 있다. 하지만 갈수록 젊은이의 비중이 높아져 연령의 다양화를 보여주고 있다.

그런데 한국인들의 해외여행은 크게 늘고 있으나 매너는 그에 상응하지 못하고 있다. '어글리 코리아'의 오명을 떨치고 있는 것이다. 관광지에서의 무질서와 고성, 식당에서의 시끄러운 행위 등 일일이 열거하지 못할 정도다. 거기에 더해 백화점이나 할인점에서의 지나친 쇼핑은 눈살을 찌푸리게 한다. 비행기 안에서 승무원에게 반말 짓거리를 예사로 하고 지나친 음주로 말썽을 빚는 경우도 많다. 그동안 여러 번 지적됐기 때문에 여기서는 그 실태를 생략한다.

다만 최근 드러난 그릇된 해외여행 매너 두 가지를 지적한다. 첫째, 때와 장소에 관계없이 천편일률적인 등산복 차림이라는 점이다. 여행하는데 정장차림만으로 나설 수는 없고, 간편한 차림으로 가는 게 바람직하다. 공부나 특별한 자리라면 모르되 순수한 관광이라면 편한 차림으로 가는 게 당연하다. 문제는 한국 사람이 해외여행 갈 때 장소나 때에 관계없이 무조건 등산복차림이라는 데 있다. 한국인을 찾으려면 등산복 입은 사람을 찾으면 된다고 할 정도다.

등산패션은 해외여행뿐 아니라 국내에서도 대세다. 산과 바다, 유원지는 물론 백화점, 대형마트, 극장과 고궁, 미술관과 심지어 음악회까지 등산복차림이 대세를 이루고 있다. 식당은 보통이고 심지어 상가와 결혼식장까지 점령할 태세

다. 전천후 일상복이 되어버린 지 오래다. 이렇다 보니 아웃도어업계는 웃음꽃이 피었다. 올해 매출액이 7조원을 넘을 것이 예상돼 미국에 이어 매출 2위를 기록할 전망이다. 2003년 이후 연평균 25%씩 성장하고 있다고 한다.

왜 한국인들은 해외에서까지 등산복을 자주 입는 걸까? 우선 입기 편하고, 주름이 가지 않아 오래 입을 수 있다는 점을 들 수 있다. 요즘은 기능성이 좋아져 더욱 편리해졌고, 또 색상도 더욱 다양해져 당당한 패션의 위용을 뽐낸다. 등산패션의 획일화는 우리나라만의 독특한 현상이다. 아무리 편하고 실용적이라 해도 때와 장소를 가려야한다. 야외에서는 그렇다 치고 성당이나 사원, 박물관, 연주회나 미술관 등에서는 재킷이라도 입는 게 좋을 것이다.

둘째, 여행자끼리 인사 없이 여행하고 있다는 점을 들 수 있다. 몇 해 전만해도 국내공항에서 출발하기 직전 상호 인사시키는 게 관례였다. 그런데 최근엔 여행지에 도착해 현지 가이드가 나와도 상호인사를 시키지 않는다, 이는 크게 잘못된 행태다. 패키지여행은 보통 20~30명에서 많으면 40여명 정도 되는데 여러 여행객이 섞이는 경우가 많으므로 상호 인사가 필수적이다. 모르는 사람이 많기 때문이다. 이로 인해 며칠간 서로가 서먹서먹해 여간 불편하지가 않다.

필자는 지난봄에 미주지역, 늦가을에 터키를 9일 일정으로 동창부부와 함께 다녀왔다. 모두 패키지여행으로 미주지역은 16명, 터키는 24명이 참가했고, 6명 이상 되는 팀은 없었다. 여러 지역에서 여러 팀이 참가해 모르는 사람이 대부

분이었다. 서로 자기소개나 인사를 필요로 했지만 인사를 시키지 않아 가이드에 “자기소개를 시키지 않느냐”고 문자 펄쩍 뛰는 것이었다. “요즘은 그런 것 안 시킨다”고 말했다. 자칫 잘못하다간 분위기를 깨기 쉽다는 것이었다.

“왕년에 내가 어느 요직에 근무했다느니”하며 자기과시를 하는 사람이 적잖아 여행분위기를 망치는 경우가 비일비재하기 때문이라는 것이다. 여행객은 정년퇴임이나 은퇴한 사람이 대부분이다. 해외에 나가서까지 자기과시를 하는 사람이 적지 않음을 생각할 때 우리 사회의 단면을 보는 것 같아 씁쓸하다. 하지만 한편으로는 간단하게 어디에서 온 누구라거나, 구체적인 직업 직위 대신 공무원이라든가 사업을 하고 있다는 정도는 소개할 수 있지 않나 생각됐다.

자기 자신을 지나치게 내세우는 것도 문제지만 아예 인사소개를 안 시키는 것도 바람직하지 않다. 물론 여행을 시작한지 며칠 지나면 서로가 눈인사 정도는 하겠지만 그때까지가 여간 서먹서먹하지 않다. 어디에서 살고 간단한 자기소개는 해야 같이 앉아 식사하거나 담소를 해도 어색하지가 않다. 사실 이는 여행사 가이드의 몫이기도 하다. 자기과시를 하지 않도록 얼마든지 유도할 수 있을 것이다. 여행 시 바람직하지 않은 두 가지 행태를 빨리 고쳤으면 좋겠다.



## 충남 사회적경제 활성화를 응원하는 서울의 훈수



이은애  
서울시 사회적경제지원센터장



이번주 국회에서 사회적경제 기본법 제정 공청회가 있었다. 새누리당·새정치민주연합·정의당에서 발의한 법안들을 놓고 사회적경제의 범주설정·기금 조성여부 등에서 찬반 토론이 활발하였으나 법제정의 필요에 대해서는 대부분 공감하는 분위기였다. 기초 자치단체 지원인프라 조성시 국고 보조나 사회적경제 상호공제조합 구성 근거 마련 등 보완과제도 발견되나 다양한 정치집단에 공감대가 마련된 것은 다행이라 본다. 이러한 분위기는 금번 지방선거에서도 드러났는데, 박원순 서울시장은 물론 조희연 교육감과 서울시 구청장 당선자의 60%가 사회적경제의 지역 생태계 조성을 공약으로 제시하는 고무적인 결과를 보였다. 이는 충남에서 2010년 말 선도적으로 형성해 온 담론인 바 충남이 자

부심을 갖고 지역형 정책모델을 계속 개발해 나가기를 기대한다.

서울시의 경우, 2011년말 기존의 ‘서울형 사회적기업 단기육성 정책’을 폐기하였다. 대신에 ‘사회적경제 당사자들의 협동경제 기반구축 및 민관협력, 커뮤니티 공유자산 형성을 통한 생태계 조성’으로 전략적 변화를 시도하며 다양한 간접지원 정책들을 개발해 오고 있다. 또한 서울시의 최저가 조달원리를 사회적 가치를 반영하는 조달로 조례를 개정하고 사회서비스에 대한 민간위탁 방침도 사회적경제에 보다 우호적으로 변화중이다. 아울러 주목할 점은 이러한 지원사업들이 서울시의 ‘부채 7조원 절감’ 시정하에 추진되면서, 전임 시장 재임기 보다 30%나 감액된 사회적경제 예산으로 227% 성장한 기업

지원과 자치구별 생태계 조성을 동시에 추진중 이어서 재정 효율성 측면도 제고되고 있다는 점 이다.

앞서 제기한 바와 같이 서울시 및 서울사회적 경제지원센터가 추구해온 전략은 '시민사회 자 조와 협동 역량 강화'로 시민사회 안에서 우선 해법을 찾고 부족한 부분을 공공이 지원하는 '보충성의 원리'를 실현하는 것이며, 이는 민선6 기에도 여전히 유효하다. 다만 현재 사회적경제 조직 간에 상호거래 등 경제적 연대의 경험이 부족하고 성공한 사회적경제 기업과의 네트워크 를 통한 자조기반 구축도 초기단계인 바, 사회적 경제 조직들의 협업화 촉진과 성장단계별 지원 체계 구축, 그리고 지역사회 공공자산 활용도를 높이는 지원사업을 추진하는 것이 중요하다.

이에 우선, 사회적경제 당사자협의체와 중간 지원조직 그리고 서울시 행정과 '서울시 사회적 경제 정책협의회'를 결성하여 지난 3년간 공동 의 정책생산과 평가를 지속하고 있다. 그리고 사회적경제지원센터를 통한 협동화 사업비 지원 과 당사자협의체가 주도하는 peer consulting 등을 추진하는 가운데 부문별 조직화율도 크게 높아졌고 수익 공동적립 기금조성 등도 제기되 는 상황이다.

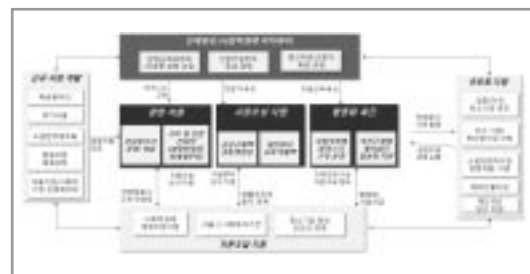
다음으로 충남에서 기획되었던 기초 지자체별 특화사업 지원사업이 서울에서도 제안, 집행되 면서 16개 자치구에 지역생태계조성사업이 추진 되며 사회적경제의 지역화 기반을 조성중이다. 도심형 제조업 기반이 취약해진 서울에서 패 션·관광업의 기초가 되는 영세 봉제업체들을 사회적경제 방식으로 재조직하여 공동 영업과 기술개발을 추진한 금천과 성동 지역사례를 들

수 있다.



〈그림 1〉 서울형 제조업 밀집지역내 사회적경제 연계 사례

또한 자립기반 조성을 위한 통합적 경영지원 체계를 마련해 나가고 있다. 자본조달 측면에서 는 5백억원 규모의 서울시 사회투자기금 운용 외에 서울신용보증재단과 연계한 사회적경제 특 별보증제를 도입하였다. 창업기에 집중되었던 지원정책을 기업생애주기별 맞춤형 경영지원으 로 전환중인데, 서울시 사회적경제 인재양성을 위한 로드맵 개발과 액션러닝형 교과과정 20종 개발 보급, 우수 사업체의 확산을 위한 쇼셜프 랜차이즈 매뉴얼 개발, 서울시 사회적경제의 생 산물을 패키징한 도시형꾸러미 '햇음' 및 광화 문 광장을 개방한 시민장터 운영과 자치구별 공 유장비 지원, , 공공기관의 구매 수요 및 공급역 량 조사와 판로촉진을 위한 공동영업단 등을 운 영중이다.



〈그림 2〉 서울시 사회적경제 지원사업간 연계도

마지막으로 커뮤니티 자산 조성 및 공공자산 활용전략은 충남에서도 꼭 추진해보기를 기대하 는 신전략사업이다. 영국의 로컬리티 등이 주력 하고 있는 유희 공공자산의 지역시민 경영 즉, 자산화전략은 사회적경제가 사회적 가치를 지속 하면서 발생하는 수익성 감소문제를 해결하면서 동시에 커뮤니티가 계속 이용 가능한 공유자산 을 만든다는 점에서 필히 도입될 필요가 있는 지원전략이다. 이에 서울시에서는 지자체가 보 유한 유희 부지나 건물에 대해 사회적경제클러 스터로 조성하는 경우, 리모델링 비용을 지원하 고 사회적경제네트워크가 운영권을 행사하도록 돕는 사업을 추진하기 시작하였다. 현재까지 은 평 · 성북이 개장하였고 영등포 · 노원 · 양천 · 동 작 등이 공사중에 있다.



〈그림 3〉 서울시 사회적경제 공유자산 형성 지원 : 사회적경제클러스터 조성 지원

이러한 변화에도 불구하고 인재부족 문제해결 과 지원사업의 내실화, 그리고 시민들이 체감하 는 사회적경제를 통한 사회문제 해결력 제고의 과제는 지속적으로 해결해야 할 숙제이다. 이러 한 고민과 과제는 충남에서도 동일하게 나타날 수 있다고 본다. 이에 최근들어 추가적으로 시 도하고자 계획중인 몇가지 과제를 공유하며 이 글을 마치고자 한다.

첫째, 경영역량을 갖춘 사회적경제 기업가와 전문 지원인력, 임노동의 문화에서 협동노동의 문화로 자기혁신을 꾀하는 사회적경제 노동자들 을 위한 인재양성의 전문기관을 육성하고 지역 대학과의 협력을 강화해야 하겠다. 아울러 청소 년기부터 협동경제를 체화할 수 있도록 교육청 과 협조하여 중고등학교협동조합을 활성화 시켜 나가야 한다.

둘째, 사회적경제 조직간 연대의 구심이 될 공유형 경제기반(기금, 배송물류망, 협동생산기 지)의 조성에 지원사

업을 우선순위를 부여하고 지역 생협이 지역 경제 유통허브로 기능을 강화하도록 협의를 이 끌어야 하겠다.

마지막으로, 도민들이 체감할 영향력이 크고 규모있는 공동사업을 기획, 추진하는 가운데 시 민적 지지도를 높이고, 위기 상황의 골목경제 주체들(자영업자, 전통시장, 동네의원 등)이 창 업하는 신생협동조합 지원과정에 충남 중소기업 지원 인프라가 적극 결합되도록 견인해 나가야 할 것이다.