



공동체 활성화를 위한 민간지원 전략의 모색

## 완주·전주의 공동체 사례를 중심으로

전지훈 \_ 충남연구원 사회적경제지원센터 연구원



- 장 소 \_ 완주군공동체지원센터·완주군 비비정마을, 전주 남부시장 청년몰
- 일 시 \_ 2015년 8월 12일 수요일 10:00-19:00시
- 인 원 \_ 총 3인 (충남연구원 원장, 사회적경제지원센터 센터장 및 연구원)
- 조사대상 \_ 완주공동체지원센터(유대근 센터장, 정윤조 사무국장, 오상윤 팀장)  
비비정마을(비비정마을 강신우 사무장)  
청년몰(사회적기업 '이음' 소속 양소영 청년몰 매니저)

### 현장 리포트

커뮤니티 비즈니스와 문화를 활용한 지역활성화에 있어서 선진사례라 평가받는 완주와 전주의 사례들을 둘러보았다. 완주공동체지원센터는 관의 입장에서 공동체사업의 인큐베이팅에 집중하고 있으며 그 결과 완주로컬푸드나 비비정마을같은 사례들이 탄생하였다. 그리고 민의 입장에서 비비정마을은 마을 특색과 자원을 활용한 농가레스토랑의 성공사례를 보여주고 있다. 전주의 남부시장 청년몰의 사례에서는 문화를 활용한 시장활성화 사업에 있어서는 청년의 역할과 이들의 창의적인 시도에 있어서 리스크를 감수하고 스스로의 자조적이고 연대와 협력에 기반한 노력의 중요성을 볼 수 있었다. 결국 선진사례들은 지역 공동체 활성화에 있어서 관의 역할은 민간이 직접 사업을 수행할 수 있도록 하는 인큐베이팅의 강조와 함께 지역기반의 창의적인 시도를 하도록 리스크를 줄여주는 지원의 역할에 충실해야 함을 강조한다. <집필자 주>



## 완주군 마을들을 지원하는 완주공동체지원센터

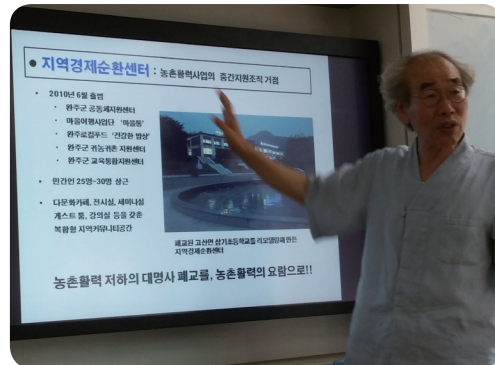
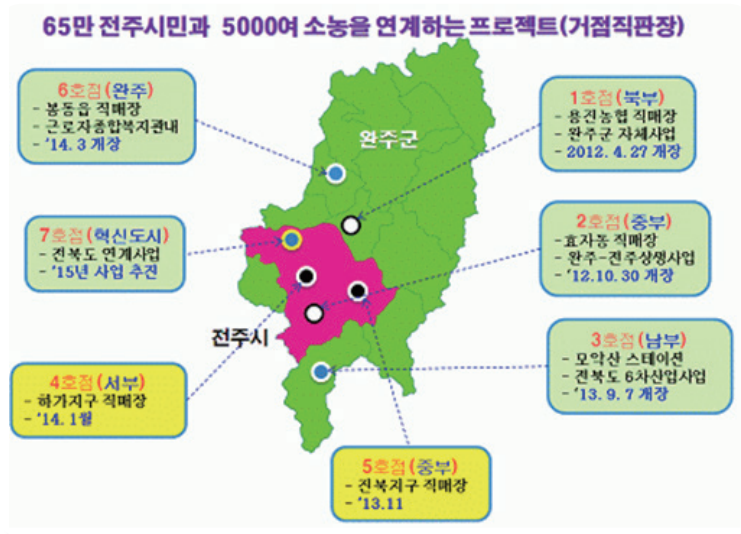
완주 공동체지원센터는 완주지역경제순환센터에 위치하고 있는 공동체를 지원하는 중간지원조직이다. 지역경제순환센터는 공동체지원센터를 비롯하여 마을통, 귀농귀촌지원센터와 교육통합지원센터 등의 조직들이 입주해 있는 완주의 공동체 및 사회적경제의 클러스터 공간으로 볼 수 있다.

완주 공동체지원센터는 민간재단법인으로 군조직과 분리되어 있지만 완주군의 위탁사업을 주로 실시하고 있는 중간지원조직이다. 지난 지방선거에서 완주군수가 교체된 이후 센터의 변화는 크지 않지만 우선 센터의 이름이 지역주민들의 요구에 따라 커뮤니티비즈니스센터에서 공동체 지원센터로 바뀌었다고 한다. 그리고 가장 큰 사업내용의 변화는 예전에는 농업·농촌관련 컨설팅과 지원사업만을 진행하였지만, 올해부터 아파트 및 도시공동체 사업을 병행하여 진행하고 있다는 점이다. 완주 또한 전주에서 유입되는 인구로 인해 아파트 및 도시공간이 증가하고 있으며 이러한 변화에 따른 공동체 사업의 확장이 필요하였다. 이에 따라 서울시의 공동체지원센터의 사례를 벤치마킹하여 완주 르네상스 육성 및 도시재생사업을 실시하고 있다.

완주공동체지원센터가 성공사례로 가장 주목받는 것은 다양한 완주군의 공동체 관련 사업 및 조직들을 인큐베이팅하여 지역으로 독립시켰다는 점을 거론할 수 있겠다. 대표적인 성공사례로는 지역경제순환센터에서 독립해 전주를 포함하여 4개의 지점을 내고 수백억의 연매출을 달성하고 있는 완주로컬푸드가 있다. 구체적으로 로컬푸드 직매장은 3000여 농가가 참여 하여 연매출 70여억원이며 이에 대한 농가환원비율이 90%로 월평균 농가소득이 170만원으로 집계 되고 있다. 이러한 로컬푸드 직매장은 총 7개소에 이른다. 운영적 측면에 있어서 로컬푸드 직매장은 수익성보다는 공공성의 가치를 창출하는 목적으로 운영되고 있으며 생산자가 자유롭게 가격책정 및 매대진열을 하여 판매의 책임성을 확보하도록 하고 있다. 하지만 로컬푸드 직매장의 수수료는 10%만을 부과하여 수익성보다는 공공성에 중점을 두고 있으며 생산자들이 팔지 못한 상품들은 로컬푸드 내 레스토랑에서 판매가에 구매하여 식자재로 활용하는 상생의 모습을 실천하고 있다. 완주공동체지원센터는 이처럼 지역경제순환센터의 클러스터에서 다양한 사업들을 실험적으로 지원 육성하며 이를 규모화하여 지역사회로 독립시키는 역할을 수행한다.

이렇게 완주의 마을공동체 사업에 있어서 지원센터가 강조하는 바는 생산물에 대한 유통망구축이 현실적 문제에 있어서 가장 중요하다는 것이다. 아무리 좋은 생산물과 먹거리가 있어도 이를 효과적으로 팔 수 있는 유통망이 있지 않으면 수익을 낼 수 없고 결국 사업을 포기하게 되는 결과를 가져온다. 이러한 목적의식에 따라서 완주는 지역 농산물과 먹거리에 대한 로컬푸드 직매장 및 농가레스토랑사업에 집중하였고 건강한 밥상의 택배 꾸러미 사업 등의 유통사업에 관심을 쏟았다. 그 결과 완주의 농산물과 먹거리 중심의 로컬푸드 직매장과 농가레스토랑 사업은 앞서 거론한 바처럼 큰 성공을 거두고 이러한 형태의 플랫폼은 완주 농가들에게 있어서 큰 수익창출공간이 되고 있다는 점을 센터장은 강조하였다.

〈그림 1〉 완주·전주 일대에 설립된 로컬푸드 직매장 현황



완주 공동체지원센터 방문



## 주민들의 농가레스토랑과 카페가 인상적인 비비정마을

완주군의 비비정마을은 전주와 인접하여 오래전부터 마을이 형성되어 있던 지역이다. 비비정마을에는 일제 강점기에 활용되던 양수펌프장이 있는데, 이에 대한 근대문화유산이 확정되고 문화유산을 활용한 문화체육관광부의 '신문화공간사업'에 선정되면서 마을사업이 시작되었다. 그리고 이에 대한 마을사업의 구체적인 디자인과 설계에 대해 (재)희망제작소에서 합류하여 함께 진행하게 되었다. 구체적으로 다양한 마을사업에 대한 주민들의 선진지견학과 교육을 실시하였다. 그리고 사업내용으로 희망제작소는 문화사업을 제안하였으나, 마을주민들이 실제로 수행가능한 아이템을 찾은 결과 집밥컨셉의 레스토랑이 가장 적합한 것으로 선정되었다. 비비정마을은 30여가구의 100명정도 거주하는 소규모 마을이며 대부분 소작농 및 임대인들로 고령자의 지역특성을 보이고 있어서 주민들의 음식노하우를 활용한 레스토랑 사업이 적합하다고 결정된 것이다.

그래서 집밥컨셉의 레스토랑 컨텐츠의 마을사업 수행을 위해 비비정마을은 정부로부터 지원받은 지원금으로 건물과 부지를 매입하여 2012년 12월 비비정농가레스토랑을 오픈하였고 마을 뒷산에는 전망대와 함께 '비비낙안'이라는 카페를 개업하여 성황리에 운영중이다. 구체적으로 문화체육관광부의 신문화공간조성사업으로 지원받은 28억여원의 재원은 완주군이 관리하면서 부지 매입 및 건물을 신축하였고 실제 소유권은 완주군에 있어서 주민들간 공간의 소유권 분쟁의 문제는 나타나지 않고 있으며, 비비정마을 주민들의 모임인 (사)비비정마을에서 사업을 제안하면 이에 대한 운영재원을 마련해주는 시스템으로 마을사업이 진행되고 있다.

그리고 레스토랑 및 카페의 운영과 마을공동체와의 관계를 보다 구체적으로 살펴보면, 대략 연간 수익은 4억정도 발생하는데 그중 1/3은 인건비, 1/3식자재비, 1/3은 법인과 시설의 관리비로 사용되고 있으며 이를 제외한 월100만원 남짓이 실제 수익으로 창출되고 있다. 이렇게 적은 수익이지만 마을법인이 적립하고 있으며, 마을의 고령자들을 위한 시설 및 프로그램 구성등의 노인기금으로 활용하고 있다. 그리고 비비정마을 농가레스토랑의 식자재는 대부분 마을에서 생산되는 농식품을 통해 공급되고 있으며 홍어나 육류등의 재료는 인근 지역시장을 통해 공급되고 있기 때문에 식자재 비용이나 인건비는 모두 마을 경제로 순환되는 내발적 발전구조를 보이고 있다.

## 남부시장의 활력소가 된 청년들의 자립공간, 청년몰

전주의 남부시장은 100여년의 역사를 자랑하는 전주시 대표적인 재래시장이다. 하지만 도청이전 등 구도심의 공동화가 진행되면서 시장 활성화의 필요성이 제기되었고 지역활력 제고의 시각에서 사회적기업 '이음'이 주도하는 문화프로젝트를 2010년경에 시작하게 되었다. 본격적으로는 2011년 문화체육관광부의 '문전성시'라는 전통시장활성화 사업을 지원받아 시작하였고, 다양한 청년들과 예술가들의 시장유입을 계획하였으나 시장상인들과 갈등이 발생하여 이





완주군 비비정 마을 – 비비낙안 카페

에 대한 몇 년에 걸친 신뢰관계의 형성작업이 청년몰 성공의 밑바탕에 내재해 있다. 초기에는 청년夜市장이라는 밤문화 화를 내세운 마케팅 전략을 내세웠는데, 이는 주변에 사람이 모이기 시작한 한옥마을 방문객들을 유도하기 위해 길 거리에 좌판을 깔고 독특한 아이템들을 팔면서 청년문화를 통한 관광객들 유입과 이들의 시각을 사로잡는데 성공하였다. 청년夜市장 사업은 청년들에게 재미와 시장에 있어서 역할을 찾았고 상인들은 청년들을 통해 시너지 효과를 체험하였다는 점에서 각자의 가능성을 확인하고 협력의 계기가 되었다고 매니저는 회고했다.

이후 2011년 가을에 2층 새마을 청과물시장의 부지를 물색하여 빈공간을 활용하기로 하였는데 건물 자체는 무허가였으며 버려진 공간들이 많아서 임대료가 매우 낮은 수준이었다. '이음'은 창업과정의 아카데미 수료자를 중심으로 점포개설을 지원하였고 그 결과 카페나비를 비롯한 초창기 점포들이 생겨났다. 그리고 2층에 청년몰이 자리잡음으로서 시장의 공실이 줄어들고 2층으로 가기 위해서 1층의 상인들과 접촉이 잦아지면서 자연스러운 관계형성의 계기가 되기도 하였다.

이후 청년몰은 많은 방문객들이 찾아오면서 남부시장의 명소로 자리잡았지만 여전히 진행중이며 청년몰만의 나아갈 길을 개척하는 중이다. '이음'이 주도한 초기 청년몰 형성시기에는 청년몰의 공간구성이나 점포 개설시간 등 운영



방안을 주도하여 지원사업들을 통해 가꾸어 나갔지만 2013년 문전성시의 지원사업은 종료되고 2014년 청년몰 지원 사업단이 해체된 현재는 각자 사업자들의 네트워크와 소통을 통해서 규율을 규정하고 있으며 따라서 소통, 협력, 수평적 관계로 청년들의 관계가 변화하면서 협동조합 형태의 청년몰 운영자들간의 조직설립을 준비중이다. 이에 따라 많은 청년들간에도 갈등과 분쟁이 있었고 기존 시장상인들과도 지속적으로 문제들이 있었지만, 그 때마다 청년몰의 지속적 운영이라는 공통된 목표를 기반으로 끊임없는 대화와 도전적인 가치들을 통해 갈등들을 극복할 수 있었다.

청년몰은 초창기부터 전통시장활성화와 대안적인 청년일자리의 모색이라는 두가지 목적을 수행하고자 하였다. 특히 청년 일자리 부문에 있어서 기존의 취업이 아닌 다양한 대안의 모습과 가능성을 보여주었다는 점에서 고무적이다. 이러한 청년몰 성공의 모습은 다른 시장이나 지역에서 같은 형태로 반복되어 성공할 수는 없을 것이다. 양소영 매니저는 단순한 청년중심의 점포를 개설하고 공간을 마련하는 것이 아니라 청년들과 점포가 가진 스토리들의 발굴이 중요하며 스토리가 각자 지역과 대상에 맞게 적합하게 녹아들어 갈 수 있도록 세밀한 설계가 필요함을 강조한다. 이에 따라 컨셉 또한 청년 뿐만 아니라 청소년, 이주여성, 고령자 등 다양한 대상도 고려할 수 있을 것이다. 하지만 방법적인 면에 있어서는 공통적으로 꾸준하고 적극적인 관계형성이 필수적이고 관계형성과 소통을 통해서 지역과 주체들의 특색에 부합한 시장 및 공간 모델의 설계가 필요함을 강조한다.

그리고 매니저는 전주시나 전라북도의 공공이 적극적으로 사업에 간섭하지 않아서 청년몰의 성공이 가능하지 않았는가를 언급하면서, 공공은 민간에서 위와 같은 노력을 하고 성과를 거둘 수 있도록 지원의 역할로 족함을 강조하였다. 관이 주도하게 되면 성과중심주의적, 도구적으로 접근하게 되고 이는 창의적 활동을 위축시킨다. 따라서 관의 직접지원보다 지역특성에 맞는 민간의 중간지원조직을 통해 민간활동을 지원하는 방향의 전략이 필요함을 주장하였다. 청년몰의 활성화 또한 민간의 청년의 실패를 두려워 하지 않고 실험적이고 도전적인 정신을 인정하고 지원하였기 때문에 이렇게 작지만 성공의 사례로 소개되고 있지 않은지 생각해봐야 한다.

현재에도 청년몰은 점포들의 영업을 통한 지속가능성에는 아직 녹록치 않은 것이 현실이다. 이제는 입주 점포들 간에 매달 납부하는 회비를 통해 청년몰을 스스로 운영하고 있으며 점포들 중에서 기획, 환경, 디자인, 홍보, 운영 등의 분야의 대표자들을 선출하여 청년몰 운영의 조직화를 시도하고 있다. 청년몰의 청년들은 이렇게 자주적이고 수평적이며 상호협력적 문화속에서 서로간에 부족한 부분들을 채우고 있으며, 다양한 아이템들의 구축과 연계를 통한 새로운 문화를 창출하는 상승작용을 형성하면서 이들의 도전은 계속되고 있다. 이러한 현재 청년몰의 모습은 이들의 구호인 '적당히 벌고 함께 잘살자'의 구호에 녹아 있는 것은 아닌지 생각해본다.

## 공동체 자립을 위한 지원 설계와 자체적 문화형성의 유도가 필요하다.

지역의 커뮤니티 비즈니스와 공동체 활성화의 국내 사례로 많이 인용되는 완주군과 전주시의 현장 방문은 실제 어떠한 활동이 벌어지고 있으며, 활동에 대해 지원 방식에 대한 세밀하고 구체적인 부분을 볼 수 있었다는 점에서 의



전주 청년몰 방문

의가 있었다. 실제로 지역의 공동체 활동과 이로 인한 문화적 현상은 관이 계획하고 주도하여 형성할 수 있는 성질이 아니라 실제로 참여하는 주체들이 만들어가는 활동들의 복합성에 있다. 청년몰의 양소영 매니저가 강조하였듯이 청년몰의 모델을 다른 지역에 이식할 수 없는 것이며 그 지역의 특성에 맞춘 창의적인 시도들이 계속 나타나고 확장될 수 있는 場을 만들어 주는 것이 공공의 역할인 것이다. 관의 정책주도적 사업은 항상 정책의 비전과 목적에 부합하여 성과를 산출할 수 있어야 하기 때문에 문화와 창의성으로 인한 공동체 활동과 같은 결과를 예측하기 힘든 리스크를 감내하는데 한계가 있는 것이 사실이다. 이러한 특성에 있어서 완주공동체지원센터와 같은 각 마을과 지역의 수요를 충족시킬 수 있고 이에 적합한 조직들이 실제 현장에서 활동할 수 있도록 인큐베이팅을 적극적으로 지원하는 정책방향은 마을공동체사업에 있어서 성공의 가능성을 높일 수 있는 좋은 정책사례라고 사료된다. 그리고 로컬푸드매장에서 팔리지 않은 농작물을 레스토랑 식재료로 활용하는 전략과 같은 실제 사업의 손실을 최소화해 줄 수 있는 다양한 전략과 방법들이 지속적인 지역의 마을사업의 운영을 위해서 필수적인 고려사항이 되어야 할 것이다.

문화를 통한 지역활성화에 있어서 지역의 자산에 의한 문화활동의 방향선택은 공동체 전략에 있어서 자산기반공동체발전전략(ABCD: Asset Based Community Development)의 중요한 핵심이다. 비비정마을은 지역의 근대문화유산의 복원과 활용을 통해 신문화공간사업을 지원받았고 고령자 중심의 농가 마을에서 어머니의 집밥을 모티브로 지역의 식재료를 중심으로 농가레스토랑을 경영하여 수익을 창출하고 있는 성공사례로 볼 수 있다. 그리고 전주시는 100년도 넘는 남부시장의 공동화 극복을 위해 임대료가 저렴한 시장공간의 유휴공간들을 활용하였고 여기에 창의적인 사고와 활력을 가진 청년들을 유입하여 다른지역에서는 볼 수 없는 독특한 청년문화공간을 형성하였다. Florida가 강조하는 창조도시는 이러한 작지만 지역의 창의적인 시도에서 시작한다는 점에서 청년몰은 이에 부합하는 사례로 보여진다. 모든 지역과 문화가 다르고 독특성을 갖고 있으므로 이러한 지역 자산의 창의적인 재발견과 이에 대한 활용 및 활력을 불어넣는 모습과 방안들에 대해서 위 사례들은 많은 함의를 주고 있다. ◀