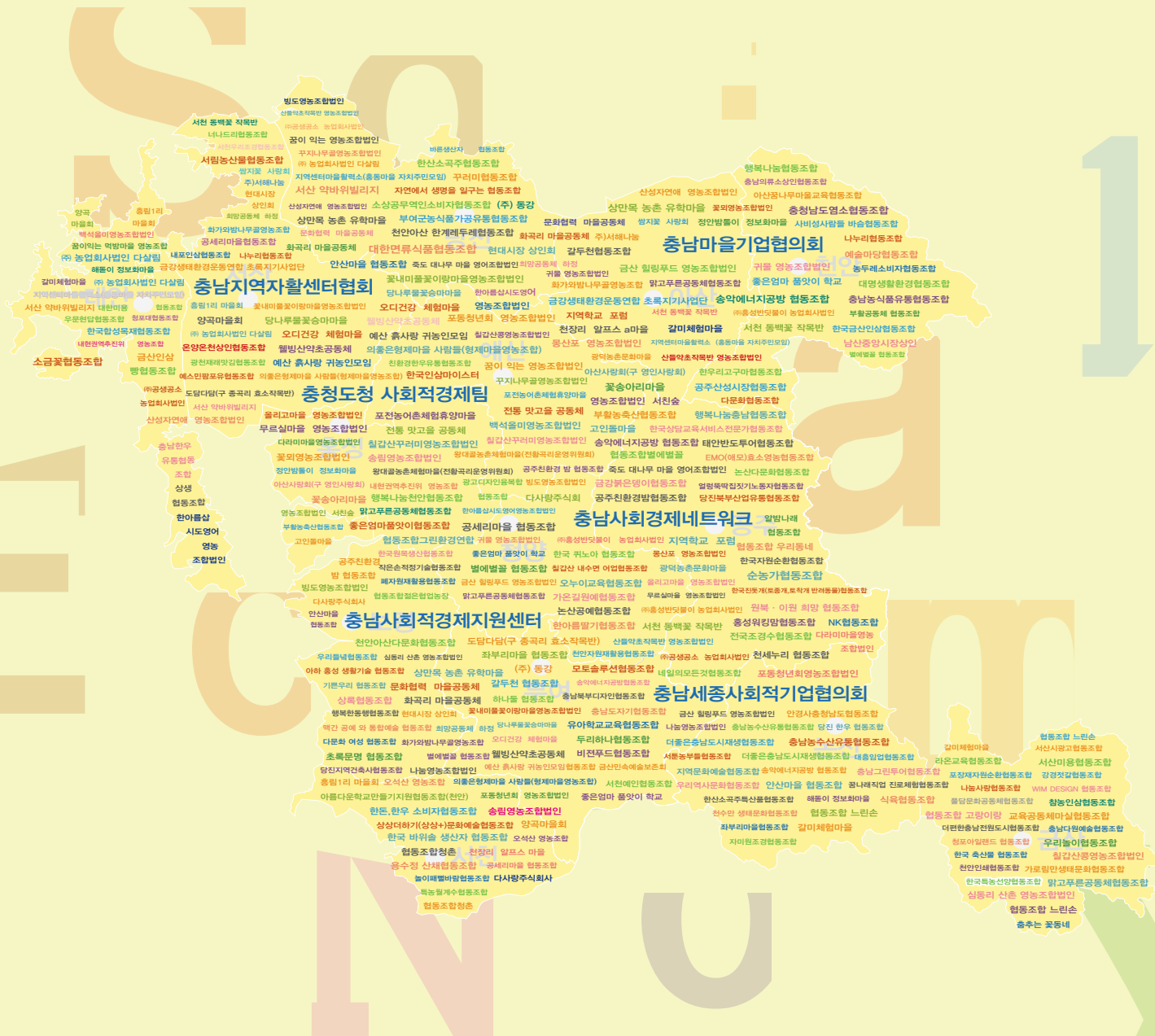


# 공동매점, 그 협동의 원점

박춘섭 (충남사회적경제지원센터 책임연구원)





# 목 차

**마을의 자치와 밀착된 모두의 가게 1p**

**상점의 이익은 마을의 것 2p**

**특징은 작고 다양하다는 것 4p**

**임의조직이 가지는 의미 5p**

**커뮤니티의 역량강화를 하는 공동매점 7p**

## 오кина와의 공동매점(共同売店) - 변방의 마을(集落)들에서 이어지는 '협동(協同)'의 원점<sup>1)</sup>-

공동매점 팬클럽  
마키시 아츠시(眞喜志 敦)  
(번역: 박춘섭)

### 마을(集落)의 자치(自治)와 밀착된 모두의 가게

노인부터 아이까지, 이웃에 사는 사람들 모두가 주주(株主).

서로의 얼굴을 아는 사람들이 십시일반으로 만들어 모두가 운영한다. 모두가 주인(owner)이고, 경영자이고, 동시에 고객이 된다. 모두의 가게는 100년 전부터 있어왔고, 지금도 수십 개의 점포가 운영하고 있다는 것을 알고 있나요?

오кина와(沖縄)와 아마미(奄美)의 작은 마을에서 운영되는 공동매점(공동점이라고도 불림)은 일견 그냥 시골에서 흔히 볼 수 있는 구멍가게이지만, 실상은 그냥 구멍가게가 아니다. 마을사람들이 힘을 합쳐, 서로 돕고, 지역을 운영하기 위한 상호부조 조직이고, 일본 협동조합 원류의 하나라고 말할 수 있다.

생협·농협과 비슷하지만, 법률상으로 협동조합은 아니다. 그렇다고 회사도 아니고, NPO법인도 아니다. 공동매점은 아직 미분화된, 일체화된 조직으로, 마을의 자치와 밀착된 '임의조합'으로 오늘날까지 운영되고 있다. 공동매점은 100년 전에 탄생했을 때의 모습을 그대로 현대에 가지고 온 것과 같은, 그 '애매모호함(曖昧さ)'과 '따뜻함(暖かさ)'이 있기에 원류(原流)라 부르고 싶어진다.

특히 최근 복지, 지역활성화, 마을만들기, 방재부흥, 커뮤니티 비즈니스 등 지역에 관련된 사업을 실천하고 있는 많은 사람들의 주목을 받고 있다. 이러한 주목은 사람들이 자발적으로 만들어 낸 비영리사업의 '원점', '맹아'와 같은 것을 지금도 느끼게 하기 때문이다.

1) 이 글은 도쿄에 소재한 시민섹터정책기구가 매월 발간하는 '사회운동' 415권 74~81페이지에 실린 '세계의 다채로운 협동조합'의 기고 글을, 시민섹터정책기구와 저자의 양해를 얻어 충남사회적경제지원센터에서 번역한 것임을 알려드린다.

## 상점의 이익은 마을의 것

지금으로부터 100년 전쯤 1906년(메이지39년), 오키나와 본도의 북단 ‘오쿠(奥)’라는 마을에 최초의 공동매점인 ‘오쿠공동점(奥共同店)’이 탄생했다. 오쿠는 바다를 접하고는 있으나, 다른 삼면은 산으로 둘러싸여 있으며, 나하(那覇)등 상업중심지와는 멀리 떨어진 곳이다. 본도의 북부에는 오쿠와 같이 ‘육지 속 고도(孤島)’라고 불리는 마을들이 많았다. 생활물품이나 농림산물의 교류에는 안바루선(山原船)이라 불리는 범선을 의지할 수밖에 없었다.

1875년(메이지12년) 유구(琉球)가 일본으로 병합된 후, 오키나와에는 가고시마(鹿兒島), 오사카(大阪)에서 온 ‘기류상인(寄留商人)’이 다수 진출해, 설탕·미곡 등을 매매하기 시작했다. 이후 기류상인들이 경제 및 정치의 실권을 잡게 되었다. 그래서 변방에 있는 마을에도 ‘마치야(町屋)’라 불리는 기류상인들의 상점이 생겼다. 그들은 가지고 있는 배로 교역을 독점하게 되었다. 당시 중요산물인 장작과 숯 등과 같은 임산물을 싸게 매점하고, 일상생활품을 비싸게 팔아 폭리를 취하여, 오키나와 사람들은 경제적으로 종속되는 상황이 되었다.

당시 오쿠(奥)에는 그 지역출신 이토만 세호(糸満盛邦)씨가 오래전부터 경영해왔던 점포가 있었는데, 거기에도 기류상인들이 들어와 상업을 시작했다. 점차 그들은 점포를 확대하고 부를 축적하면서, 상인뿐 아니라 오쿠의 사람들도 위기를 느끼기 시작했다. 그때 이토만씨는 상점의 이익은 마을의 것이 되어야 한다고 생각하고 자신의 점포를 마을에 양도해 마을이 공동으로 경영할 것을 제안했다. 이 제안에 찬동한 오쿠사람들은 자본금을 출자했고, 여기에 은행에서 빌린 돈을 합해 오쿠공동점을 설립한다.

오쿠공동점은 3척의 안바루선을 구입하여, 장작과 숯 등 임산물을 공동으로 출하하여 큰 이익을 냈다. 이러한 이득을 기반으로 일용품을 저렴하게 제공하였다. 또한 납세조합, 육영자금, 제재소 등을 설치·운영하여 마을의 발전에 기여했다. 이러한 성공은 현 내에 널리 알려졌고, 다이쇼시대(大正時代) 오키나와 본도(本島)북부를 시작으로 중부와 주변 도서(離島)에도 차례로 공동매점이 설립하게 되었다. 배급소 역할을 했던 2차 세계대전 후에도 본도남부와 야에야마(八重山)지역에 다수 만들어졌다. 공동매점은 전후복구에도 중요한 역할을 하였다. 전후 200개정도가 만들어졌다고 생각되어진다.





많은 가게가 ‘공동점’, ‘공동매점’이라는 이름으로 사업하였으나, ‘협동점’, ‘구매점’, 또는 ‘스토어’, ‘슈퍼’로 바꾼 경우도 있다. 주목할 것은 명칭에 꼭 마을이름을 넣었다는 점이다. 이를 통해 마을별로 공동매점은 독자 설립되었다는 것을 알 수 있다. 또한 그 운영 역시 독자적으로 하고 있고, 지역의 사정에 맞는 특징을 볼 수 있다. 그러나 많은 경우, 오쿠공동점의 시스템과 규약을 참고로 설립되어 있다. 마을의 개인(또는 세대)이 주주 또는 조합원이 되어 설립하고, 대표에 의해 운영된다는 협동조합적 조직이라는 기본이 공통적이다.

## 특징은 작고 다양하다는 것.

농협 · 생협과의 차이점은 그 ‘작음’에 있을 것이다. 시정촌(市町村-우리나라의 읍면동에 해당함)보다 더 작은 아자(字, 행정단위로 구, 부락으로도 불림), 또는 그 것보다 더 작은 코아자(小字(班))별로 설립되어 있다. 기본적으로 지역전체가 주주가 되지만, 지역유지에 의한 곳도 일부 있다.

마을의 인구는 수십 명에서 많게는 수백 명 정도. 면적 역시 작아, 도보의 범위가 상권이다. 간선도로에 위치한 점포들은 드라이브인 고객 등 외부이용자도 많지만, 기본적으로 마을사람들이 생활에 필요한 물품을 제공하는 가게이고, 그 점에서 최근의 농산물직매소 등과는 다르다. 지역밀착의 전통은 설립당시와 같다.

또 하나의 특징은 커뮤니티 자치와의 밀접한 관계에 있다. 운영은 조합원 중 선출된 임원(이사)을 중심으로 추진되며, 그 멤버는 마을조직의 임원과 겹치는 경우가 많다. 조직상 마을 자치조직과 공동매점 조직과는 별개지만, 마을이 대주주로 출자하거나, 공동매점의 조합장 또는 책임자를 마을의 이사로서 규약에 정하기 때문에 거의 같은 조직으로 봐야 할 것이다.

운영방법에는 주로 ‘주임제’와 ‘위탁제’가 있다. 주임제의 경우, 선거로 선출된 주임(점장)이 운영책임을 진다. 주임은 마을에서 급여를 받는 ‘마을공무원’이지만, 이와 같은 형태는 현재 거의 없고, 또한 예전에 있었던 이익환원을 위해 내놓았던 배당금은 거의 없다. ‘위탁제’는 경쟁입찰에 의해 경영을 개인에 맡기는 방법으로, 돈을 벌면 위탁자(請負者)가 이익을 얻지만, 집세, 마을행사 기부 등의 형태로 마을에 일정한 이익이 환원된다. 또한 정기휴일, 영업시간 등 일상업무 뿐만 아니라, 위탁자 선정, 비품 구입, 리모델링 등 중요한 안전에 대해서는 임원회 또는 총회를 통해 마을의 의향을 반영하는 구조로 되어 있다.

여기에 더해 주목할 특징은 폭넓은 사업영역이다. 현재 공동구매만 하는 가게가



많은데, 예전에는 생활물자의 공동구매, 농림산물의 가공, 공동출하를 기본으로, 실제 많은 사업을 하여 왔다. 오쿠공동점의 사업영역은 제재, 정미, 발전, 제차(製茶), 주조, 주유소 등 마을 산업의 진흥부터 예금, 자금대부, 병문안, 학업장려금 등 신용사업과 복리후생에까지 미친다. 다른 마을에서는 운송, 버스, 제분, 석재제조, 왕골공장, 도축 등 각각 지역산업에 맞는 사업을 하고 있다. 또는 공동안테나, 목욕탕, 이발, 부자(親子)라디오, 전화연결, 우편물수취, 마을방송, 야채 등 수탁판매, 현금대부, 택배 등 생활에 필요한 ‘작은’ 사업을 하고 있다. 이들 사업들 중 현재도 계속하고 있는 사업이 적지 않다.

이러한 사업들은 커뮤니티 비즈니스와 비슷하다. 또한 시민펀드, 마이크로 파인런스(Micro Finance), 지역통화의 맵아 등도 찾을 수 있다. 공동매점은 지역경영 툴(tool)을 기반으로 하는 ‘커뮤니티종합기업체<sup>1)</sup>’로 불러야 할 것이다.

커뮤니티에 밀착되어 커뮤니티에 이익을 환원하는 형태는 영국의 커뮤니티이익협동조합(Community Benefit Society) 또는 커뮤니티이익회사(Community Interest Company)에 가깝다는 지적도 가능하다<sup>2)</sup>. 또한 폭넓은 사업영역, 지역과 제 및 니즈에 유연하게 대응한다는 점에서, 개별법이라 불리는 현재의 일본협동조합 제도보다 ‘신용, 구매, 판매, 이용(생산)’을 겸업할 수 있어서 ‘생산조합’과 ‘소비조합’의 양방으로 볼 수 있었던 2차 세계대전 전(戰前)의 산업조합에 가까운 다목적 협동조합조직이라 말 할 수 있다.

## 임의조직이 가지는 의미

메이지정부가 ‘산업조합법’을 제정한 것은 1900년(메이지33년)이다. 오쿠공동점의 설립은 6년 후로, 현(縣) 등 행정당국의 지도를 통한 영향을 받았을 것으로 판단되나, 오쿠사람들은 산업조직이 아닌 독자적인 규약과 운영방식에 의한 임의조직으로 만들었다.

산업조합은 농촌발전에 큰 역할을 했으나, 동시에 오키나와에서는 중앙집권적인 계통조직, 감독관을 두는 등과 같은 관료주도적 성격을 받아들이기 쉽지 않았다는 점, 조성금에 의지하기 쉬웠다는 점 등으로 인해 거의 대다수는 중도해산 하였다. 사실 오쿠공동점도 설립 8년 후, 1914년(다이쇼3년) 행정당국으로부터의 강한 요청이 있어 ‘무한책임 오쿠판매구매 신용조합’으로 조직변경을 하였으나, 2년 만에 부채를 떠안고 해산하였다. 이것은 ‘산업조합이 행정당국에 의한 설립이었고, 오쿠마을주민 모두의 손으로 만들어 운영하는 가게가 없어졌다는 점에 그 본질적인 원인이 있다<sup>3)</sup>’고 말한다. 1916년(다이쇼5년)에 다시 공동점은 부활했고, 이후 오키나와에서 ‘무세촌(無稅村)’으로 유명할 정도로 크게 성장했고, 자립운업을 계속 견

지하여 오늘날까지 이른다.

오쿠공동점이 있는 구니가미촌(国頭村)에서는 오쿠의 실패 사례도 있어서 독자적인 조직을 건지하는 공동매점이 많다. 그러나 인근마을(大宜味村)의 경우 국가정책에 흔들려, 거의 모든 공동매점이 산업조합으로 바뀌었고, 2차 대전 후 1950년대에는 농협조직으로 옷을 바꿔 입었다. 그러나 1960년대 농협 합리화정책으로 합병지역이 되어 1966년(쇼와41)에 마을(村)농협이 만들어졌다. 이에 각 마을사람들은 다시 공동매점을 부활시켰다. 농협은 이후로도 지금까지 ‘지역으로부터 유리’를 지속하고 있다. 전국의 농협슈퍼(A쿠프)가 합병과 폐점을 계속하고 있는 상황을 보면, 공동매점이 철저히 지역커뮤니티에 밀착되어, 채산성이 떨어지는 상황이라도 영업을 계속해 오는 점은 특히 주목해 볼 필요가 있다고 본다.

2차 대전 후 일본전역에서, 비가 온 뒤 죽순과 같이(雨後の筍) 생겨난 ‘구매생협(쇼나이카이생협(町内会生協))’ 역시 배급소 역할을 거쳐 부활한 공동매점과 비슷한 점이 많다. 그러나 배급제가 끝나고 식료난이 해소되면서 구매생협은 거의 사라졌다. 이 후 탄생한 도시형 생협들 역시 통합·연합조직 구축의 틈바구니에서 지역성과 자립성을 잃고 있다.

아마미오섬(奄美大島)에 있는 ‘지역상점(地域商店)’은 산업조합으로 설립되었으나, 1953년(쇼와28년) 일본복귀 후 주식회사 또는 유한회사 등으로 법인화하였다. 일본 복귀 시 주류판매업 허가 취득을 할 때 행정지도를 받은 것으로 생각된다. 한편 오키나와에서는 미군통치가 오래되어, 복귀 후에도 ‘법인으로 간주된’ 형태로 묵인되어 왔다. 오키나와 공동매점은 변방에 있었던 점, 그리고 국가 간 역사의 혼돈 속에 있었기 때문에 오늘날까지 독자성을 지킬 수 있었다고 생각한다면, 불행 중 다행이라 볼 수 있겠다.

오키나와 마을에서 외래상인 ‘마치야’에 의한 경제적 지배가 있었던 것처럼, ‘상점’은 과거 필리핀·하와이 등 아시아 태평양 지역의 독점상인자본이 경영했던 플랜테이션농장에서 노동자로부터 이익을 쏙 뽑아가기 위해 중요한 역할을 했다. 일본에서는 미나미다йд도섬(南大東島)을 통치한 타마키상회(玉置商会)의 ‘다йд도섬 지폐(大東島紙幣)<sup>2)</sup>’가 같은 기능을 가졌다고 말할 수 있다. 그러므로 역사적으로 보면, 공동매점은 급속히 들어오는 자본주의화의 파도에서 로컬경제권을 지켜주었

2) 원래 다йд도섬은 무인도였으나, 1885년 일본령으로 편입된다. 1900년 타마키 한에몬(玉置半右衛門)을 중심으로 된 개척단이 개척하여 사탕수수 등 재배 및 설탕공장을 운영하는 타마키상회가 소유하게 된다. 일본정부는 특별로 이 섬에는 행정기관을 두지 않고 타마키상회에 모든 것을 위임한다. 이에 상회는 섬의 상점, 학교, 우체국 등 모든 시설을 운영하면서, 주민이자 종업원들에게는 화폐대신 회사가 발행하는 상품교환권(다йд도섬 지폐)을 대신 사용하게 했다. 이 화폐는 섬을 떠날 때 타마키상회의 사무실에서 일본화폐로 교환할 수 있는데, 이를 통해 노동자들을 통제하고 섬을 떠나지 못하게 하는 효과를 가졌다고 한다. 이 제도는 동남아시아의 플랜테이션 농장 노동자에도 적용되었고, 다йд도섬의 사례는 일본내 식민지적 경영의 사례로 불린다(출처: 위키피디아 ‘다йд도섬 지폐’)

던 방과제 역할을 하여 왔다.

외래자본으로부터 지역을 지키는 것은, 결과적으로 산림자원의 적정이용을 통해 귀중한 고유종을 가지고 있는 양바르의 자연을 지켰고, 지역의 농산물과 제품의 소비를 통해 산업을 육성했고, 또한 다양한 축제와 방언 등 전통문화를 계승했으며, 커뮤니티의 자치유지에도 크게 기여했다고 생각할 수 있다.

## 커뮤니티의 역량강화를 하는 공동매점

공동매점이 수행해온 역할은 많으나, 현재 주목을 받고 있는 가장 큰 이유는 고령자복지, 특히 ‘쇼핑난민’의 문제에 관한 것일 것이다. 운전할 수 없는 고령자에게, 걸어서 식품과 일용품 구입할 수 있는 가게의 유무는 절실한 문제이다. 오키나와 본도 북부와 멀리 떨어진 도서지역에서 공동매점이 없어진다면, 아무리 건강해도 살아왔던 고향을 떠날 수밖에 없는 고령자들이 적지 않을 것이다. 가게(상점)라는 기능은 수도와 전기와 같은 사회인프라, 공동매점은 라이프라인이 된다.

또한 지역에 밀착한 가게로서의 기능은 물론, 일상적인 커뮤니케이션, 정보교환의 장으로서의 역할도 중요하다고 말할 수 있다. 커뮤니티의 끈이 튼튼해지는 것뿐만 아니라, 고령자 안부확인, 건강 체크 등이 자연스럽게 되고, 고령자 건강유지, 생활지원, 자립지원으로도 이어진다. 경제산업성(經濟産業省)이 구매빈곤층을 위해 추진하고 있는 인터넷쇼핑몰, 이동판매, 쇼핑대행 등에도 이러한 커뮤니티 유지 또는 역량강화라는 관점이 없고, 반대로 주민이 모이는 장소를 빼앗고, 커뮤니티의 약체화를 더욱 추진하고 있다는 우려가 있다. 단순히 ‘물품을 전달하면 충분’이라면, 그것은 ‘난민에게 구호물품 전달하는 사업’과 같다. 쇼핑이라는 행위는 단순히 돈과 상품의 교환만이 아니다. 쇼핑은 만남 · 교류 · 사회참가의 계기가 되고, 문화적으로는 오락성도 가지는 인간적인 행위이다.

한편 최근 몇 년 동안 농협슈퍼 철수 후 주민이 출자한 상점의 설립사례가 일본 전역에서 나타나고 있다. 미야기현 마루모리마을(宮城県丸森町)의 난데모야(なんでもや-모든 것이 가능한 가게)는 오키나와의 공동매점을 모델로 삼았다. 이후에 이런 사례들은 많아질 것으로 생각된다. 그리고 영국에서는 1990년대부터 주민주체의 ‘커뮤니티숍’의 설립·지원하는 활동이 늘고 있고, 사회사업 성공사례들이 주목을 받고 있다(Plunkett Foundation <http://www.plunkett.co.uk>). 금후 일본에서도 이러한 활동들이 기대된다.

2012년 국제협동조합의 해를 계기로, 오키나와의 공동매점에 ‘협동의 원류’를 보여주려는 움직임들이 나타나고 있다. 지금까지는 농협 또는 어협관계자들이 공동매



점을 언급한 경우가 있으나, 생협쪽에서는 거의 언급된 적이 없다. 특히 오쿠공동점은 대학생협을 제외하면, 일본내에서는 가장 오래된 생협인 아시오도산(足尾銅山)의 ‘판매조합본산삼양회(販賣組本山三養會)’(현 아시오도산생협 후카자와매점(深沢売店), 1908년설립)보다 더 오래되었고, 현존하는 일본최고(最古)의 생협조직이라고 말할 수 있지만, 아직 거의 알려져 있지 않다.

‘커뮤니티에 심어진 협동조합<sup>4)</sup>’이라는 지적처럼, 오키나와의 공동매점은 일본 내에서도 매우 독특한 존재이다. 그리고 일정한 지역에 이 정도로 많은 수가 설립되어, 자주성·자립성을 계속 지켜왔다는 점은 국제적으로 봐도 귀중한 사례일 것이다.

커뮤니티에 뿌리를 내리고, 넓은 영역의 사업을 전개하는 새로운 비영리조직의 모델로, 오키나와의 공동매점이 가지고 있는 가능성은 아주 크다.

## 〈충남에 던지는 시사점〉

오키나와의 공동매점의 사례는 협동조합이 왜 생겨나는 지, 그리고 협동과 연대는 지역사회에 어떤 이득을 안겨주는 지를 잘 보여주는 사례라 말 할 수 있다. 공동매점은 지금으로부터 100여 년 전 메이지 상인자본에 대항한 ‘풀뿌리 구멍가게’라 할 수 있다. 이 공동매점의 정신은 지금도 이어져, 오키나와 전체 200여 공동매점이 운영 중에 있다. 공동매점 중 몇몇은 구멍가게의 역할을 뛰어넘어 농산물가공, 예금 및 대출, 버스운송, 마을방송, 택배 등에 이르기까지, 마을에 필요한 거의 모든 사업을 하고 있다는 점에서 시사하는 바가 크다 할 수 있겠다.

최근 공동매점은 거동이 불편한 고령자들이 걸어서 찾아갈 수 있는 ‘구멍가게’라는 점에서 각광을 받고 있다. 공동매장에서 이루어지는 상거래를 통해, 자연스럽게 고령자의 안부를 확인할 수 있고, 건강체크, 생활지원 등이 이루어진다. 이러한 일상적 기능에 착안하여 최근 일본에서는 비슷한 사례들이 늘고 있다.

충남에서도 한계(限界)마을에 대한 고민이 시작되었다(충남리포트 101호 참고). 한계마을이란 노령자(65세이상)가 인구의 절반을 넘어 더 이상 마을로서 유지하기 힘든 농촌마을을 뜻한다. 이와 같은 고령자와 지역사회의 화두에 대한 해결의 실마리를 공동매점이 제공한다고 생각한다. ‘공동매점과 같은, 마을이 협력하여 만들어내는 협동조합 구멍가게가 만들어진다면...’ 하는 생각에 잠시 잠겨본다.

- 1) 나카무라 세이지(中村誠司), ‘지금 왜 공동점인가(今、なぜ共同店か)’ 오쿠공동점 100주년 포럼, 2005년
- 2) 하야시 카즈타카(林和孝), ‘마을과 삶 연구(まちと暮らし研究)’15호, 2012년
- 3) 미야기 요시히코(宮城能彦), ‘공동매점’, 오키나와대학지역연구소, 2009년
- 4) 하야시 카즈타카(林和孝), ‘마을과 삶 연구(まちと暮らし研究)’15호, 2012년



충남사회적경제 이슈 리포트

## 공동매점, 그 협동의 원점

발행자 : 강 현 수

발행처 : 충남발전연구원 사회적경제지원센터

• 주 소 : 314-140 충남 공주시 연수원길 73-26

• 전 화 : 041-840-1217

• 홈페이지 : [www.csec.or.kr](http://www.csec.or.kr)