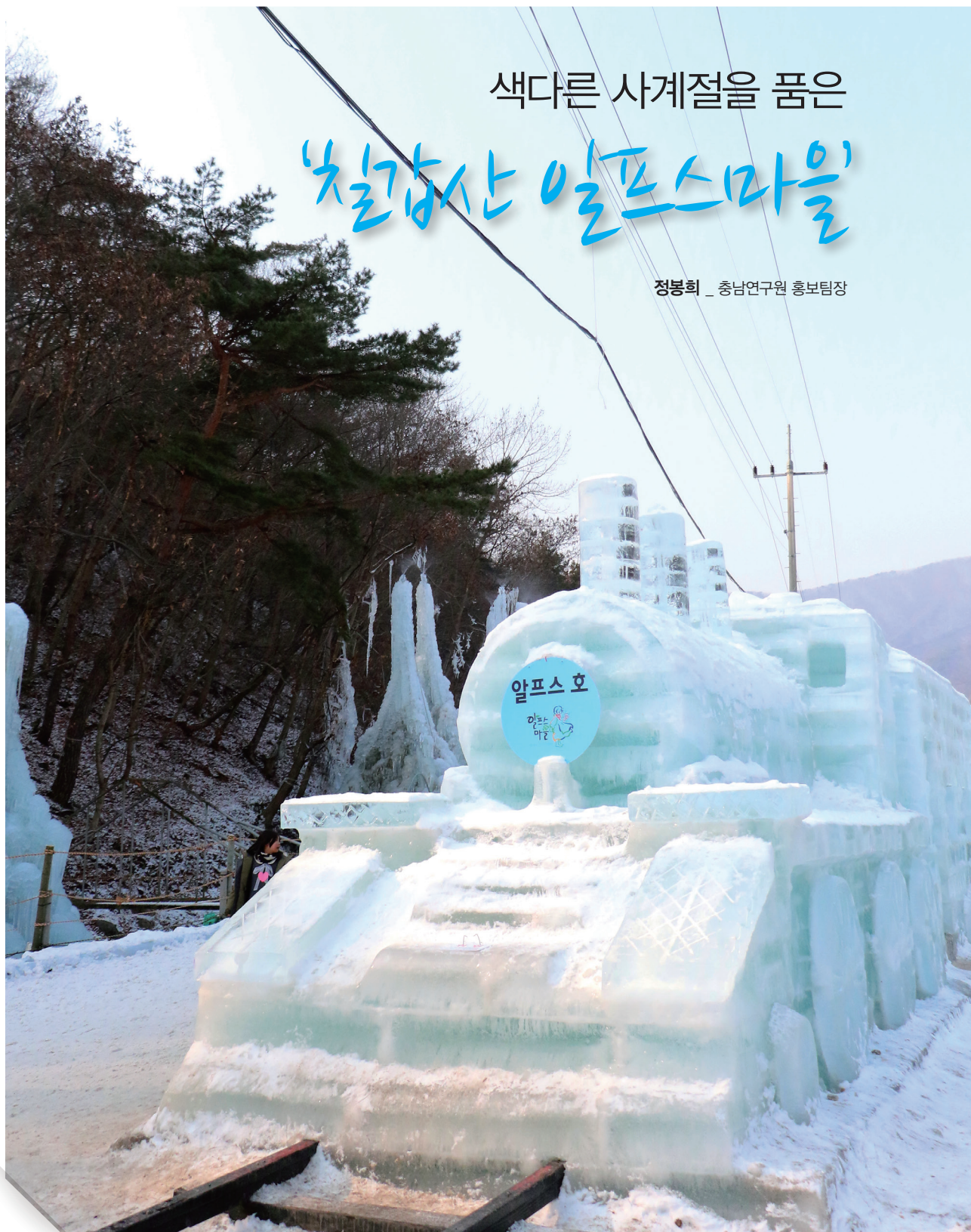




충남마을탐방



색다른 사계절을 품은

'첫눈하산 알프스마을'

정봉희 _ 충남연구원 홍보팀장



충남
마을방

“알프스마을은 [치유]가 있는 마을이다”

충남 청양 두메산골에 자리한 칠갑산 알프스마을 황준환(55세) 위원장의 말이다. 마을 주민과 방문객 모두 행복감을 맛볼 수 있는 마을로 꾸며가겠다는 의지가 보였다. 필자는 올해로 제8회째를 맞은 ‘얼음분수축제’가 한창 열리고 있는 충남의 알프스, 칠갑산 알프스마을을 찾았다.

원래 천장리가 ‘높은 골짜기’란 뜻인데, 마을사업을 진행하기 위해 마을이름을 새롭게 지어보기로 했다고. 그러던 중 충남의 알프스가 칠갑산이라는 표현이 너무 맘에 들어 찜해버렸다는 것이다.

“혹시 몰라 정말 스위스의 알프스도 직접 가봤다. 사업적 아이디어를 많이 얻어왔던 기억이 난다”고 말했다.

현재 40가구 100여명의 주민이 살고 있는 알프스마을. 모든 주민이 마을사업에 100% 참여하고 있다고 한다. 귀농·귀촌 8가구 포함해서 말이다. 2만평 부지의 체험부지와 펜션과 민박 각3동, 그리고 도농교류센터 등이 자리잡고 있다.

황 위원장은 “내가 고향으로 다시 돌아온 지 24년째, 처음엔 아무것도 몰라서 힘들었지만 지금은 일이 너무 재미있다”고 말한다. 12년째 위원장직을 맡고 있는 이 유가 아닐까.

“우리 마을은 농경지도 많지 않고 특색이 별로 없다. 농한기가 길고 해도 짧게 지나가는 웅달지역이다”

그런데 황 위원장은 이런 마을의 장단점을 너무나 잘 파악하고 있었고, 이런 단점을 역이용하는 발상의 전환을 통해 마을사업을 꾸려나가게 된다. 그중 가장 성공적인 사업이 바로 지난 2009년에 시작된 ‘얼음분수축제’이다.

다른 지역에서 알프스마을을 많이 부러워한다고 필자가 운을 떼자, 황 위원장은 ‘부러워할 것 없다’며 결과만 보지 말고 그 과정들을 잘 살펴보아야 한



〈그림 1〉 알프스마을 황준환 위원장

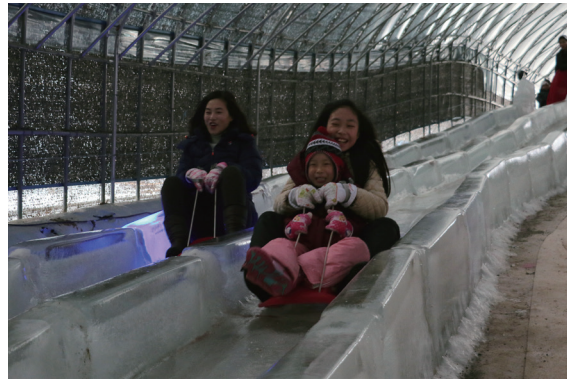


다고 조언했다.

“2004년도에 처음 도농교류사업을 시작하며 축구장을 지었다. 그랬더니 마을주민들은 ‘왜 그걸 만드냐’, ‘차라 리 건물을 하나 올리지’ 이러면서 불신을 가졌다”고 한다. 그러던 중 회사나 단체에서 단합대회 문의가 들어오기 시작했고, 점차 방문객이 늘어나자 마을 주민들도 조금씩 관심을 갖기 시작했다.

지금은 성공했지만 처음 얼음축제를 열었을 때 3천700만원이 적자였다고 한다. “이걸 누가 해결해주겠냐. 우리 가 직접 해결할 수밖에 없었다. 그러다가 점차 수익이 늘어났지만 이를 두고도 말들이 많았다. 결국 금전적인 이해문제로 인해 주민 간 갈등은 더욱 깊어지게 되었다”고 한다.

이에 황 위원장은 ‘이래서는 아무것도 할 수 없다’는 판단하에 마을의 문제는 무조건 회의를 거쳐 다수결의 원



〈그림 2〉 올해로 8회를 맞은 알프스마을의 ‘얼음분수축제’

칙으로 결정한다는 것과 투명한 회계시스템을 통해 마을 주민들로부터 신뢰를 먼저 얻어야겠다고 결심한 것이다.

그러면서 알프스마을의 비전도 만들게 되는데, △더불어 함께 사는 마을, △서로 이해하고 소통하며 사는 마을, △자원을 잘 보존하고 가꾸는 마을, △마음의 치유가 있는 마을로 정했다고 했다.

마을 주민 모두가 비전과 목표를 공유하고 서로 도와가며 일을 진행하다 보니 지난해 총30만 명의 방문객이 다녀갔다고. 아직 정확하진 않지만 지난해 매출은 25~26억 정도가 예상된다고 했다. 그런데 이미 올해 1월에만 7~8만 명이 다녀갔다고 한다. 올해 목표는 30억. 마을 하나에 상근직이 23명이나 된다는 말이 이제야 실감이 났다.

알프스마을은 남녀노소를 불문하고 찾아온다. 특히 봄과 겨울엔 젊은 층과 외국인이 많고 여름과 가을에는 중장년층이 많은 편이다. 그리고 당일 코스가 많긴 하지만 1박 이상 체류하는 관광객도 점차 증가하고 있다고. 지역별로 보면 수도권에서 40%, 충청권 40%, 전라도 15%, 기타 5%로 보인다고 전했다. 또한 그동안 이런 다양한 마을사업들을 통해 지난해에만 약 6400명의 일자리(일용직)를 창출시켰는데. 지역 대학생 아르바이트 경쟁률만 2대1이 될 정도로 인기가 좋다.

마을사업을 하는 대표의 꿈 중의 하나는 바로 사계절 대표 축제를 보유하는 것이 아닐까? 계절에 따라 비수기가 있어서 편차가 심할 경우 마을 전체의 활력을 떨어뜨릴 수도 있기 때문이다. 알프스마을은 그런 의미에서 꽤 진척된 곳이다. 봄-뷰티페스티벌, 여름-세계조롱박축제, 가을-칠갑산콩축제, 겨울-얼음분수축제로 이어지는 사계절 색다른 모습을 기대해도 좋겠다.

이 중 2011년도부터 시작된 세계조롱박축제는 4km로 조성된 세계의 다양한 희귀 조롱박과 300여점의 박 공예품, 그리고 박탕수, 박칼국수 등 특색 있는 조롱박 음식을 맛볼 수 있는 행사 등 지원자원을 제대로 활용한 이색 관광상품으로 자리 잡았다.

또한 이 작은 박들이 '대박'을 치기 시작했단다. 박에 이름을 새겨 수능 시험 잘 보게 해달라고 기원하는 '수능 대박 페스티벌', 박속을 이용한 화



〈그림 3〉 사계절 지역자원을 활용한 알프스마을의 축제

자료: 알프스마을 제공



〈그림 4〉뷰티페스티벌을 설명중인 황위원장

자료: 알프스마을 제공

장품 개발 제안 이후 자리잡게 될 ‘뷰티페스티벌’ 등이 그것이다. 오는 2017년부터 ‘미용’을 테마로 한 뷰티페스티벌은 박속을 이용한 화장품 전시·판매, 중국관광객 유치 등을 추진할 계획이라고 한다. 이미 마을 폐교를 이용한 뷰티센터를 지어놓은 상태이며 지난해 중국인 관광객을 800여명 유치했었다. 황 위원장은 “솔직히 밤 생산해서 판매하는 것보다 화장품 파는 게 더 이득 아닌가. 앞으로는 6차산업화가 대세일 것”이라고 말했다.

가을축제로 자리잡은 칠갑산 콩축제 역시 지역자원 활용의 대표적인 사례다. 어느 날 옆 마을에서 두부를 만들어 파는데 판매가 제대로 안 되는 걸 보고, 함께 축제를 만들어보자고 제안한 것. 2014년부터 시작한 이 축제는 마을 45개 농가가 참여해 만든 자체적인 행사로 올해 세 번째를 맞이한다.

황 위원장은 “앞으로 우리 마을은 사계절 축제뿐만 아니라 마을 발전을 위한 중장기적 계획을 통해 여러 사업들을 추진하게 될 것”이라며 “무엇보다 중요한 것이 바로 현명한 ‘리더’가 필요하다”고 강조했다. “우리 마을을 이끌어 갈 사람을 만들어가고 있는 중이다. 하루아침에 리더가 만들어지는 건 아니다. 잘 준비하겠다.”고 말했다.

그래서 필자는 물어봤다. 혹시 우리 지역에서 마을을 성공적으로 이끈 리더가 있다면? 그랬더니 즉시 당진 백석올미마을의 김금순 대표를 지목했다.

“일반적으로 도농교류를 많이 하는데, 우리는 농농교류도 2곳과 진행 중이다. 백석올미마을(2015. 8 자매결연)이 그 하나다. 김금순 대표는 지역의 자원을 너무나 잘 활용할 뿐만 아니라 할머니들과 함께 그려가는 미래 모습이 너무 아름답다. 현재 자매결연을 맺고 체험용 엿을 만들기 위한 엿 재료를 구매해서 사용하고 있다”

그러면서 “결국 어떤 마을이 좋다는 말은 마을 주민들이 합심해서 일을 잘 꾸려나간다는 의미로 해석할 수 있다. 처음부터 잘 나가는 마을은 없다. 시간이 지날수록 마을이 활력을 찾기도 하지만 다른 한곳에서는 오히려 실패의 쓴맛을 보기도 하는 것이다. 마을사업을 추진하는 대표들의 역량과 열정이 무엇보다 중요하다”고 말했다.

알프스마을의 로고는 ‘하이드’를 형상화한 그림으로 만들어졌는데, 마을사업을 진행하면서 딸에게 ‘하이드’ 옷을 입혔던 것이 계기로 되었다고. 그 어린 딸이 지금은 마을과 함께 성장했고 그 스토리는 모 방송사에서 다큐멘



〈그림 5〉 세계조롱박축제 모습





터리로도 제작되었다. 어느 하나 흘러 넘기는 것이 없는 황 위원장의 이런 마음... 필자는 '사랑'이라 감히 말하고 싶다.

마지막으로 한 가지 당부도 잊지 않았다. “농촌은 활력이 넘쳐야 한다. 곧 경제적 기반이 마련되어야 가능한 일이다. 그렇지만 이를 성공시키기까지 얼마나 많은 시간과 노력이 필요하겠는가. 농촌을 바라보는 마음은 조급함이 아닌 기다림이다. 3800만원 적자에서 30억 매출로 전환시킨 것이 중요한 게 아니고 그 과정에서 농촌다움이라는 마을공동체문화를 회복시켰다는 점이다.”





〈그림 6〉 알프스마을의 '농촌다움'은 자발적 참여로 이루어짐
자료: 알프스마을 제공