

# 풀뿌리 세계시민을 만나다

## [4] 가벼운 만남에서 공동체가 시작된다

임현진 서울대 사회학과 명예교수·공석기 서울대 아시아연구소 연구교수

### 2025 시리즈기획

#### 풀뿌리 세계시민을 만나다

- [1] 풀뿌리 세계시민은 누구인가?
- [2] '에코 투어리즘'이다
- [3] 선진국은 사회혁신을 이룬 농업국이다
- [4] 가벼운 만남에서 공동체가 시작된다**
- [5] 마을공동체의 답은 돌봄 민주주의다
- [6] 이주민 돌봄이 다문화 사회를 이룬다
- [7] 지역 애착'을 통한 성공적인 귀농, 귀촌, 귀향을 위하여
- [8] 사회적 가치를 먹고 살 수 있는 시니어 일자리를 찾아
- [9] 마을교육 공동체가 거버넌스의 리빙랩이다
- [10] 풀뿌리주민에서 세계시민으로: 한국과 동아시아가 마주한 과제

이번 호에서는 디지털 플랫폼 경제의 지역공동체 습격에 대한 풀뿌리 지역 시민사회의 아래로부터의 분투 과정을 소개하고자 한다. 디지털 플랫폼 경제는 지역공동체 내의 우물과 같은 단골을 사라지게 했고, 지역 주민 간의 신뢰를 반목과 질시로 대체시켰다. 디지털 전환에 따른 플랫폼 자본주의가 공동체의 디딤돌이 아니라 걸림돌이 된 것이다.

에어비앤비(Air B&B), 당근마켓의 명암을 직시할 필요가 있다. '슬로우 여행'<sup>Slow Tourism</sup>의 대명사인 교토의 숙박 커뮤니티는 에어비앤비의 무차별적 확장으로 위기를 마주하고 있다. 당근마켓 플랫폼의 야심 찬 가상 커뮤니티 기획은 구체적 마을로 이어지지 못하고 있다. 이는 단순한 온라인 연결에 머무르는 것을 넘어 구체적 장소에서의 가벼운 접촉과 만남이 중요함을 알려준다. 신뢰는 이러한 가벼운 만남과 접촉을 통해서 시작되기 때문이다.

일본 군마현 다테바야시<sup>館林</sup> 츠무기<sup>Tsumugi</sup> 전통을 활용한 지역 특색 상품 개발과 가벼운 공동체 구성 전략은 디지털 플랫폼 경제의 습격에 대한 새로운 혁신과 지역공동체 형성 가능성을 보여주는 사례이다. 스마트폰에 사로잡혀 홀로 외롭게 집에 머무는 은둔형 인간을 밖으로 나오게 하는 도전에 마주하고 있다. 다테바야시의 공유부엌<sup>shared kitchen</sup> 및 사회적기업 실험이 하나의 실마리를 제공한다. 사실 서울시도 공유부엌 사업을 대규모로 진행한 적이 있다. 그러나 이것이 지역에 뿌리를 내리지 못한 채 실패하였다. 지역 정부도 공유부엌 프로젝트를 비판 없이 벤치마킹한 결과 예산만 낭비하고

말았다. 제주 서귀포시 월평리를 탐방하는 중에 공유부  
 역이 멋지게 들어서서 저자들의 시선을 붙잡았다. 하지  
 만 안타깝게도 이 공간에는 사람이 보이지 않았고 대부  
 분 빈 상태로 유지되었다. 오히려 공유부역이라는 아이  
 디어를 디지털 플랫폼 기업이 선점하는 역설을 보여준  
 다. 팬데믹이 유행하는 동안 청년들이 즐겨 찾는 곳은  
 지역 정부가 준비한 공유 부역이 아니라 디지털 플랫폼  
 형태로 전환된 공유부역 비즈니스 공간이었다.

왜 이러한 결과를 낳았을까? 사람이 중요하다. 지역을  
 아끼고 공동체를 사랑하며 전통을 살리되 그것을 넘어  
 서는 혁신을 가벼운 공동체 전략을 통해 아래로부터 그  
 답을 찾아가는 풀뿌리 세계시민을 주목할 때이다. 디지  
 털 플랫폼 경제가 단골을 사라지게 만들고 있음을 더  
 이상 안타까워할 수 없다. 스마트폰과 집이라는 감옥에  
 갇힌 외로운 사람들을 불러내어 약한 연결로 연결하여  
 언제든지 들고 날 수 있는 가벼운 공동체를 이루는 아  
 래로부터의 전략이 필요하다.

이런 측면에서 일본 군마현 다테바야시의 츠무기<sup>Tsumugi</sup>  
 프로젝트를 추진 중인 노리코(Noriko Yasuraoka)의 가  
 베풀 공동체 전략은 주목된다. 또한 목포 지역을 사랑  
 하게 된 서울 거주 청년들이 새롭게 추진한 지역여행  
 혁신을 통해 중앙과 지방을 지속적으로 연계하여 지역



노리코씨 가족들. 사진=노리코

경제 활성화에 기여하는 ‘괜찮아 마을’ 프로젝트도 주목  
 된다. 단순히 청년을 지방으로 강제 이주시켜 지역 소  
 멸을 막고 도시를 재생시키는 엄청난 과제를 그들에게  
 요구할 수 없다. ‘괜찮아 마을’ 지역혁신팀이 추진한 것  
 은 지역 재생이 아니라 지역과의 관계 맺기를 지속 가  
 능하게 만드는 것이다. 결국 가벼운 공동체 전략을 주  
 목하고 중앙의 지친 청년들이 지역을 방문할 수 있는  
 매개자요 플랫폼 역할을 하고 있다.

### 지역 애착의 뿌리, 아버지의 유산을 잇다

먼저 노리코가 자기 고향 다테바야시에 대한 특별한 사  
 랑을 갖게 된 이유를 살펴볼 필요가 있다. 아버지의 실  
 천적 유산이 크다. 그는 2007년부터 2017년까지 약 10  
 년간 다테바야시 시장으로 지역을 위해 사심 없이 헌신  
 하였다. 안타깝게도 아버지는 시장 임기 중인 2017년에  
 질병으로 소천하였다. 아버지에 대한 기억은 가족을 사  
 랑하는 매우 좋은 아버지, 다테바야시 리더로서 사명감  
 을 가지고 헌신과 사랑으로 자신보다는 늘 남을 우선하  
 고 돌보는 지역 일군으로 남아 있다. 그는 지역의 미래  
 를 늘 고민하며 지역 일이라면 자신을 아끼지 않고 헌  
 신하였다. 이런 아버지 모습을 옆에서 늘 지켜보면서  
 성장한 만딸이었기에 부지불식간에 언젠가는 다테바야  
 시에 이바지해야겠다는 생각이 마음 한편에 자리 잡았  
 던 것이다.

노리코는 초중고 시절을 다테바야시에서 보내고 대학  
 진학을 위해 고향을 떠났다. 중고등학교 때는 농구선수  
 로서 스포츠 활동에 전념하였고 그 결과 의지가 강해지  
 고 뭔가 포기하지 않는 근성과 끈기가 생겼다. 고등학  
 교 때는 농구팀 주장을 맡으면서 리더십도 터득하게 되  
 었다. 이러한 운동선수 경험이 자연스럽게 대학 진학에  
 도 연결되어 도쿄 소재 니혼대학교 체육학과에 입학하  
 였다. 대학 졸업 후 직장생활도 도쿄에서 시작했고 그  
 가운데 조금씩 고향을 그리워하게 되었다. 2017년, 아

버지가 갑작스럽게 돌아가셨기에 노리코에게도 큰 변화가 찾아왔다.

아버지가 소유한 호텔 운영을 맡았던 회사가 철수하게 되어 가족이 호텔 운영을 다시 맡기로 하였고 그 이유로 노리코는 고향으로 돌아오게 되었다. 처음 대학 졸업 후엔 스포츠센터 아동 체육 강사로 일했다. 결혼 후에는 직장 때문에 도쿄의 여러 지역으로 옮기는 과정에서 고향 같은 장소를 늘 그리워했다. 귀향한 후에 그녀는 편안한 마음으로 다테바야시 호텔과 지역 재생 회사 2개를 새롭게 시작하였다.

남동생 부부도 다테바야시에서 어머니를 모시고 살고, 도쿄 출신 남편도 직장을 그만두고 함께 내려오게 되어 귀향 후 지역에 재정착하는 데 큰 어려움이 없었다. 무엇보다 호텔 사업과 지역 재생 사업에 남편의 적극적 지원이 큰 힘이 되었다. 이처럼 고향에서 다시 맞본 편안함과 따뜻함은 그녀의 내면에 잠재해 온 지역에 대한 사랑과 관심을 촉발하는 중요한 계기가 되었다.

### 귀향 이후, 지역공동체에 결합하기

노리코가 40대 중반의 나이로 고향으로 돌아왔을 때는 2019년이다. 1년 준비 기간을 마치고 2020년 8월에 다테바야시 호텔을 다시 열었다. 지금 호텔의 기획 및 디자인 일을 담당하고, 호텔 운영은 남편이 안라쿠오카 Anrakuoka 회사 사장으로, 노리코는 부사장으로도 참여하고 있다. 운동 강사 경력 이외에도 그녀는 공예 arts & craft에 남다른 관심을 두고 틈틈이 배우면서 스스로 작업을 진행하면서 수공예를 부업으로 삼을 정도로 실력이 좋았다. 또한 컴퓨터 학습과 디자인 프로그램도 숙달하면서 디자인 감각과 기술 능력을 동시에 갖추었다.

이처럼 다른 지역에서의 다양한 경험은 지역 재생을 더욱 객관적으로 바라볼 수 있는 값진 것이었고 귀향 후에 새로운 직업에 도전할 수 있는 자기 계발 준비 시간이었다.

취미로 시작한 공예품 제작 능력으로 노리코는 이제 지역 내 착한 영향력을 미치는 사회적기업으로 시작해 지역 특색을 갖춘 제품 기획, 디자인, 제작, 홍보 및 판매까지 책임지는 기업 대표가 되었다. 그녀는 수공예품을 소개하는 웹사이트를 만들어 홍보하는 일도 스스로 진행하고 있는데 간단한 홈페이지를 직접 만들 정도로 인터넷, 스마트폰 앱, 소셜미디어 활용 수준이 높다. 이러한 사전 경험을 통해 그녀가 전통적인 지역공동체에 스며들기보다는 지역과 다른 지역을 연결하는 수평적 매개자로 혹은 풀뿌리를 글로벌 차원으로 연결하는 수직적 매개자로서 활동하는 풀뿌리 세계시민으로 성장할 수 있었다.

특히 다테바야시로 돌아온 이후 5~6년 동안 노리코는 지역에서 좋은 사람들을 많이 만나고 있음을 가장 감사하게 여긴다. 지역에 대한 애착으로 자연스럽게 그녀는 뜻이 맞는 사람들을 자주 만나고 그들과 지역 관련해 다양한 이야기를 나누면서 새로운 아이디어를 발굴하고 함께 공리하는 시간이 늘어났다. 이 모임을 보다 안정적으로 갖고자 그녀는 공유부업이라는 새로운 사업에 주목하고 미추데 와모리사 Mitsude Yamorisa를 세워 공동대표가 되었다. 다테바야시 내에 3개의 공유부업을 운영하고 있다.



다테바야시 힐 호텔 모습. 사진=노리코

이 장소는 지역 연계의 새로운 음식과 음료 개발을 목표로 다양한 사람들이 함께 모여 새로운 사업을 기획하고 제품 개발을 위해 함께 구상하는 '지역혁신의 산실'로 기능하고 있다. 물론 이 장소는 지역 주민 누구나 예약을 통해 자유롭게 활용할 수 있는 공공영역이기도 하다. 파티와 교체 그리고 학습과 워크숍 등 다양한 목적으로 사용되고 있다. 무엇보다 매달 갖는 다테바야시 공공문화의 밤<sup>public culture night</sup> 모임은 누구든지 지역 사람을 만나고 서로를 알아가고 연결되는 가벼운 공동체 실험장소이기도 하다.

또한 노리코는 지난 2023년에 지역 활동가들과 함께 츠무기-구미<sup>Tsumugi-gumi</sup>(다테바야시 전통 옷감 복원<sup>Revival of Tatebayashi Tsumugi</sup>) 회사를 설립하였다. 츠무기<sup>Tsumugi</sup>는 다테바야시에 오랫동안 전해오는 전통 옷감을 의미하며 이 사회적기업은 이 옷감을 복원하는 사업을 진행한다. 이 직물은 천년 이상의 역사와 전통을 자랑하는 이 지역의 주요 산업이었다. 그러나 현재 한 회사만 취급하고 있으며 생산이 중단된 상태이다. 이런 이유에서 노리코와 동료들은 "다테바야시 쓰무기"의 역사와 전통을 현재의 일상생활과 조화시켜 복원하고자 다양한 제품을 만드는 프로젝트를 진행하고 있는 것이다. 사실 공유부역을 통해 알게 된 지역 활동가와 함께 아이템을 발굴하는 과정에서 새롭게 기획한 것이 사회적기업이 된 것이다.

(홈페이지 참조, <https://tatebayashi-tsumugi.com/>)

노리코는 다테바야시 츠무기를 단순히 직물 재생에 머물지 않고 이것을 현대적 문양과 일상 생활용품의 새로운 디자인으로 적용하는 혁신을 진행하고 있다. 전통 직물의 고유한 색감과 이미지를 활용하여 현대적 감각의 츠무기를 디자인하고 이것을 다양한 제품, 문구류와 넥타이 등에 적용하고 있다. 전통 직조기술을 복원하여 체험하는 공간을 만드는 프로젝트에도 나섰다. 전통 가옥을 리모델링하여 직접 옷감을 제작해 보는 체험의 장소, '츠무기 엔가와'(Tsumugi to Engawa)를 새롭게 오

프냈다.

이 장소는 세대를 넘어 다양한 만남이 일어나고 전통 지식과 기술을 다음 세대에 전달하는 공간이 될 것이다. 동시에 젊은 세대의 감각에 맞춘 상품개발로 지역 주민의 수입 증가에도 이바지할 수 있는 것이다. 다테바야시 시청 주도로 기획된 것이 아니라 노리코를 중심으로 지역 애착을 가진 주민들이 함께 지역혁신을 추동했고 지방 자치체와 수평적 관계 속에서 지원을 얻어냈다.

이처럼 노리코는 지역 재생을 위한 사회적 경제 활동에 적극적으로 참여하며 혁신의 혁신을 지속적으로 추진하고 있다. 과연 이런 지역혁신을 가능케 한 요인은 무엇일까? 저자들은 그녀가 활용한 가벼운 공동체 전략을 주목하고자 한다.

### 가벼운 공동체 실험: 풀뿌리에서 글로벌로 있다

지역혁신은 가벼운 만남과 공동체 전략을 통해 가능하다. 노리코는 역지로 강한 연줄에 기반한 파트너를 동원하려고 하지 않았다. 학교 동창이나 이웃 주민에게 역지로 도움을 청하지 않았다. 다만 지역에 내려온 이후 다양한 활동을 하다가 우연한 계기에 그들과 만나서 얘기를 함께 나누고 교제를 하는 가운데 관심사가 서로 맞았고 새로운 기획을 추진할 때 참여는 자발적으로 진행되었다.

그러한 아이디어는 공유 부역을 통해서 대부분 진행되고 있다. 어떤 목적을 가지고 공유부역을 찾는 것이 아니다. 어떤 개인사업을 홍보하거나 고객을 유치하기 위해 이 장소를 찾는 것이 아니다. 만남과 함께하는 시간을 통해 자연스럽게 가벼운 공동체가 형성되는 것을 느끼게 된다. 소속감이 강하지 않지만 느슨하게 연결되고 새로운 일을 기획하고 함께 일을 추진하면서, 어려움을 함께 마주하고 견디면서 상호에 대한 이해와 존중 그리고 신뢰가 강화된다. 노리코의 공유부역 장소에서 매달

진행되고 있는 공공문화의 밤 모임을 통해 가벼운 공동체 전략이 어떻게 작동하는지를 엿볼 수 있다.

다테바야시 퍼블릭 나이트는 지난 1년간 계속되고 있다. 참여하는 나로서도 몹시 재미를 느끼고 있다. 흥미로운 것은 현재 15명 정도가 정기적으로 참여하고 있는데 지역 주민의 자발적 참여가 늘고 있다. 이것은 약한 연결 고리가 확대되고 있음을 보여준다고 생각한다. 이전 참석자는 다음 모임에 새로운 사람들을 초대해서 자연스럽게 서로서로 인사하는 만남의 장을 이어간다. 회원제로 운영되는 것이 아니라 매번 참여자는 다양한 구성을 보인다. 그 가운데 새로운 만남이 일어난다. 지역 공공성을 고민하는 사람들의 사회적 경제 활동을 위한 첫 연결 고리가 생기기도 한다. 어떤 목적 의식적으로 이 모임에 나오는 것이 아니기 때문이다. 각자 간단한 스낵과 음료와 맥주 등의 간식을 준비해 온다. 물론 첫 참석자는 무료 참석이다. 참석자들은 사회적기업 등에서 개발한 상품을 선물로 가져와서 나눠 주기도 한다. 그것에 대한 피드백을 기대할지 모르지만, 이 모임은 모든 것이 자연스럽게 준비하고 참여하고 어떤 형식에 구애되는 것이 없다. 스낵은 모두가 조금씩 준비해 오기에 늘 부족하지 않다. 이 모임의 가장 큰 소득은 새로운 만남과 소통 그리고 지역에 관한 관심을 확인하는 시간과 공간을 제공하는 것이다.

(4월 8일, 노리코 Zoom 인터뷰 중 발췌, 4/8/2025).

우선 노리코가 가벼운 공동체 전략을 통해 파트너를 만나고 새로운 지역혁신 프로젝트를 추진하는 사례로 쉬즈카<sup>Shizuka</sup>와의 만남과 협업 사례가 주목된다. 쉬즈카는 노리코보다 2년 선배로서 중고등학교 시절 농구부 활동을 같이했다. 학창 시절에는 그렇게 친하지 않았다. 2019년에 귀향 후에 그녀를 우연히 다시 만나게 되었다. 다테바야시에 대한 지역 애착이 둘 사이를 연결시

켰고 지역 고유 제품을 현대적 감각으로 결합하여 혁신적 제품을 제작하는 기획에 의기투합한 것이다.

고향에 돌아왔을 때 쉬즈카가 이 사업에 공감하고 자발적으로 먼저 찾아온 것이 계기가 되어 일을 함께 되었다. 성년이 된 이후 첫 만남과 소통을 통해 상호 관심사와 공통된 취향을 확인하면서 협업으로 쉽게 이어진 것이다. 그녀는 츠무기 프로젝트에 참여할 뿐 아니라 다양한 사업에 관심을 보이면서 꽃디자이너<sup>florist</sup>로서 자신의 재능과 전문성을 발휘하여 이 프로젝트에 참여하였다. 그녀의 도움으로 다테바야시 호텔의 옥상 정원화 사업이 진행되었고 그녀의 전문성이 돋보였다.

둘째 지역 밖의 새로운 파트너를 만나는 것도 가벼운 방식으로 진행되었고 하루카 이즈카<sup>Haruka Iizuka</sup>와의 만남이 대표적이다. 그녀는 방글라데시와 캄보디아에서 의류사업에 참여한 국제경험이 풍부한 여성이다. 그녀의 열정적 활동이 다테바야시 지역 신문에 소개되어 그녀를 우연히 알게 되었다. 그녀에게 연락하여 사업을 소개한 결과 다테바야시 츠무기 프로젝트에 높은 관심을 보였다. 그래서 공유부역 공동대표 나카무라<sup>Nakamura</sup>가 그녀와 지속적으로 소통을 이어간 끝에 다테바야시 츠무기를 복원하는 가치에 공감하고 참여를 결심하였다. 첫 만남 후 6개월 만에 그녀와 함께 츠무기-구미<sup>Tsumugi-gumi</sup> 회사를 설립하게 되었다.



츠무기 구미의 구성원들. 사진=노리코

이처럼 노리코는 강한 연줄에 기초한 사회혁신 프로젝트를 추진하기보다는 사업 취지와 목표에 동의하는 사람 누구든지 함께 사업을 추진하는 열린 자세를 가지고 있었다. 츠무기 프로젝트에 참여하는 파트너 누구든지 이 사업에 들고 나는 것이 자유로웠고 상호 관계는 수평적이었고 창의적 활동을 통해 사업에 기여할 수 있는 관계를 유지하였다. 다시 말해 가벼운 공동체 전략에 기반하여 파트너를 확장한다.

물론 노리코 역시 지역 연고가 있는 이웃의 도움으로 새로운 사업을 상대적으로 수월하게 시작한 경우도 있다. 그러나 강한 연줄을 동원하여 사업을 추진하지 않는 대신에 주로 귀향 후 알게 된 사람들과 프로젝트를 진행하고 있다. 5~6년의 경험을 통해 그녀는 강한 연줄보다는 약한 연줄에 기초한 새로운 관계를 형성하는 것이 사업의 지속가능성과 혁신을 높이는 데 중요한 기초가 됨을 경험하고 있기 때문이다. 그들과의 협력이 지속되고 있으며 그것이 축적되면서 연대감은 강해지고 신뢰 관계도 굳건해지고 있다.

셋째 노리코는 새로운 사람을 초대하기 위해 소셜미디어를 적극 활용하고 있으며 그 대표적 사례가 메구미와의 만남이다. 노리코는 현재 3개의 회사를 운영하고 있

지만 스태프 수는 아직도 소규모에 머물고 있기에 새로운 사람과의 연결과 참여가 무엇보다 중요하다. 그들과의 만남 속에서 다테바야시 호텔, 공유부엌, 찌무기 프로젝트를 소개함으로써 그들의 참여를 기대하는 것이다.

특히 노리코는 새로운 만남을 위해 소셜미디어, 특히 인스타그램을 적극 활용하고 있다. 사실 소셜미디어를 통해 젊은 세대의 흥미와 참여를 유도하는 것이 매우 제한적이지만 젊은 세대와의 감성적 연결은 기대하지 못한 방식으로 이루어지기도 한다. 그들이 친숙한 디지털 공간을 적극 활용하지 않으면 그들과의 우연한 만남과 연결은 매우 제한적인 것이 현실이다.

온라인에서 오프라인으로 연결되면 노리코는 그 만남에 꼭 참여하여 젊은 세대의 말에 귀를 기울이고 그들의 관심사를 현재 추진 중인 사업과 연결될 수 있는 기회를 지속적으로 만들어 제공하고 있다. 예컨대 ‘찌무기 엔가와’ 전통 가옥 리모델링 사업에 ‘DIY\*Do it Yourself 프로그램’을 소셜미디어로 알렸다. 예상과 달리 고등학생부터 70대 노인까지 다양한 세대가 참여하는 것을 목격하고 노리코는 선별적으로 동원하는 것이 문제임을 깨달았다. 가치의 공유는 세대를 넘어설 수 있으며 가치에



공유부엌에서 노리코씨. 사진=공석기



츠무기 엔가와 개장일. 사진=노리코

대한 공감은 외로운 세대 누구든지 온라인 공간을 박차고 나와 구체적 장소에서 다시 만날 수 있게 만드는 것이다.

마지막으로 디지털 혁명을 통한, 풀뿌리에서 글로벌로 연결이 다테바야시에도 일어나고 있는데 그 대표적 사례가 노리코와 메구미의 만남이다. 노리코가 뉴욕에서 다테바야시 고향을 찾은 메구미<sup>Megumi</sup>를 알게 된 통로는 인스타그램이다. 노리코 자신은 풀뿌리 세계시민으로 의식하며 살지는 않지만 풀뿌리와 글로벌 차원이 연결되어 있음을 인식하며 이것을 적극 활용하고자 노력한다. 다테바야시 쓰무기 프로젝트를 통해 지역의 전통 옷감과 현대적 감각으로 재탄생한 디자인의 가치를 재발견한 사람은 풀뿌리뿐 아니라 글로벌 차원에서도 존재하기 때문이다. 노리코는 메구미와의 만남을 통해 다양한 제품으로 재탄생한 쓰무기 제품이 풀뿌리를 넘어 글로벌 차원으로까지 판매망을 확대할 수 있음을 확인하였다.

사실 이 과정은 전혀 예상하지 못한 방식으로 진행되었다. 노리코는 3차 공유부역 공간을 완성하는 마지막 청소를 함께 하자는 제안을 인스타그램에 올렸다. 때마침 뉴욕에 거주하는 메구미가 휴가를 보내고자 고향인 다

테바야시를 찾았고 그 홍보를 보고 참여를 알려와서 그 두 사람의 만남이 이루어진 것이다. 함께 청소하면서 이야기를 나누는 과정에 고향에 대한 애착이 강한 두 사람은 자연스럽게 쓰무기 프로젝트를 얘기하게 된 것이다. 그 가치를 알아본 메구미가 뉴욕에 있는 자신의 미용관리실<sup>esthetic salon</sup>에 판매 공간을 제안해 쓰무기 관련 다양한 제품이 뉴욕에서도 판매가 시작된 것이다.

이처럼 노리코는 다테바야시로 귀향과 가벼운 공동체 전략을 통해 사회적기업을 혁신적으로 이어가고 있다. 공유부역과 다테바야시 쓰무기 프로젝트를 통해 풀뿌리 장소에서 새로운 사람을 지속적으로 만나고 있다. 동시에 인스타그램을 통해 자신의 사회혁신 실험을 공유함으로써 세대와 지역을 넘어서는 참여가 꾸준히 이어지고 있다.

다테바야시 지방정부의 적극적 지원과 협력은 그녀의 사회혁신 프로젝트에 중요한 마중물이 되고 있기도 하다. 물론 단기간 성과를 추구하기보다는 다양한 연결과 공유부역에서의 새로운 만남을 통해 가벼운 공동체를 구축하는 것도 중장기적 결과로 주목된다.

그녀는 다테바야시를 누구든지 열린 관계로 만나 함께 공공선 제고에 참여할 수 있는 행복한 장소로 만드는 데 기여하고 있다. 다테바야시에서 풀뿌리 세계시민으로서 계속 살고 싶다는 그녀의 꿈이 지역 주민에게도 전파되는 과정이 기대된다.

### ‘괜찮아마을’ 사업, 중앙 청년을 목표 지역으로 있다

2025년 3월 26일부터 29일까지 서울대 아시아연구소 시민사회 프로그램은 일본 도시샤대학교 사회혁신 연구팀과 공동으로 ‘시민사회, 사회혁신, 그리고 지역공동체’라는 주제로 현지 조사와 워크숍을 3박 4일 일정으로 진행하였다. 이번 프로그램을 도와준 곳이 청년 사회적기업 ‘괜찮아마을’이다.

목포 원도심 내의 지역혁신 사례-포도책방, 만인계,



메구미씨의 인스타그램 포스팅. 사진=노리코

1897 건맥펄, 피시테리안 등-를 탐방하는 것은 매우 흥미로웠지만 무엇보다 관촬아마을 기업 자체가 참가자들의 시선을 끌었다. 중앙의 청년을 목표로 이어주는 플랫폼이었고 목포 지역 원도심 내 사회혁신 기업들을 연결하는 매개자로서 궁극적으로 목포 지역 주민과 귀향, 귀촌 주민의 만남을 촉진하는 데도 이바지한 것이다.

관촬아마을은 지역 원도심의 재생을 위한 전략으로 그들이 동원한 프로그램이 가벼운 공동체 전략과 맥을 같이하고 있다. 이런 이유에서 청년들에게 지역 재생이라는 무거운 짐을 부과하는 것이 아니라 신명 나게 중앙 청년을 지역으로 연결하는 '관계 맺기' 플랫폼으로서 관촬아마을 전략을 좀 더 자세히 살펴보고자 한다.

관촬아마을은 목포시 구도심 내 예전 2층 병원 건물을 리모델링 하여 공유사무실, 공유부엌, 공유워크숍 등의 다목적 공간으로 변모하였다. 목포 지역 외 출신 청년 홍동우 대표를 비롯해 3명의 청년이 전업으로 참여하고 있다.

관촬아마을은 목포가 고향이 아닌 청년들이 여행 사

업을 통해 쇠퇴하는 지역 구도심을 살 만한 마을로 바뀌어 가는 일을 진행하고 있다. 홍동우 대표는 여행 작가로 오랫동안 활동하면서 전국일주 전문 여행사를 운영하였다. 8년 전 목포에 내려와 의미 있는 도시로 바꾸고 싶어 정착하게 되었다.

사실 그가 목포에 정착한 이유는 지역을 되살리기 위해 빈집을 활성화하는 도시재생이 아니었다. 한국 사회를 살아가는 10대, 20대, 30대의 사망 원인이 교통사고가 아니라 자살이라는 슬픈 사실에 충격을 받고 이들에게 숨 쉴 수 있는 여유 있는 고향 같은 장소를 제공하는 것이었다. 청년 누구든지 지치고 힘든 순간에 고향처럼 방문하여 푸근함과 편안함을 통해 재충전할 수 있는 고향 같은 커뮤니티 공간을 만들게 되었다

(홈페이지 참조, <https://dontworryvillage.com/dwv>).

이런 실험은 2018년에 행정안전부의 보조금 사업이 마중물이 되어 시작되었다. 30명의 청년이 6주간 목포 지역살이를 하면서 재충전을 받고 지역공동체에 대한 새로운 시각을 갖게 하는 것이었다. 놀라울 정도로 국내외 미디어에 많이 소개되어 명성을 얻게 되었다. 심지어 일본 시가현 비와호 근처 다카시마 지역에서 관촬아마을 사업을 벤치마킹할 정도이다.

사실 목포에 왔을 때 구도심의 소멸 상태를 보고 놀란 것이 사실이다. 빈집이 많고 인구는 줄고 청년은 모두 수도권으로 떠나고 남은 분들은 고령의 노인분들밖에 없었다. 초고령화로 지역공동체는 쓰러지고 지역 상권은 회복될 기미가 보이지 않았다.

8년 활동을 돌아볼 때 관촬아마을은 목포 구도심에서 지역 경제활동의 중요한 거점이 되고 있다. 예를 들어 목포 지역 소재 200여개 객실을 확보하고 100개가 넘는 식당과 카페와의 협력 관계를 유지하면서 하나의 목포 구도심 지역관광 사업을 견인하고 있다고 평가할 수 있다.

목포에 대한 애착은 지역 주민과의 신뢰 관계로 이어지



관촬아마을방문. 사진=홍동우

고 이제는 지역 구성원으로 인정받을 정도로 공동체 안으로 깊숙이 들어가 있다. 홍동우 대표는 구도심에서 잘 알려진 오거리 식당의 사위가 되어 지역 주민과 더욱 가까워졌다.

관찰아마일이 추진한 주목할 만한 혁신은 중앙 청년을 느슨하지만 지속적으로 연결시켜 목포를 지속적으로 방문하는 '관계 맺기' 전략이다. 관찰아마일이 개발한 여행 상품 중에 가장 인기 있는 투어 프로그램은 20대 젊은 여성이 좋아하는 야경 투어이다. 목포의 어두운 과거, 슬픈 역사를 보는 다크 투어도 교육용으로 인기가 높다. 또한 지역 혁신가를 만나는 지역 혁신사례 방문프로그램도 주목된다. 이처럼 목포 고유의 지역적 특성과 주제별 프로그램을 개발하여 서사와 감동이 있는 프로그램을 제공하여 지속적 방문을 유도하고 있다. 또한 관찰아마일이 여행 상품 중에 가장 주목할 내용은 수도권 청년을 대상으로 취향별 다양한 여행프로그램을 개발하고 합리적 가격으로 마을 숙소와 먹거리 장소 정보를 제공하고 있는 것이다. 또한 거주권(Stay-Pass) 아이디어를 통해 숙박, 여행, 공유공간을 동시에

사용할 수 있는 상품을 개발한 것이 특이하다. 디지털 환경에 익숙한 청년을 위해 모바일 앱을 누구든지 쉽게 예약, 결제할 수 있는 시스템을 구축하였다. 그 안에 목포 지역 내 130여개 로컬 파트너에 대한 유용한 정보 즉, 전문가의 특별한 시선으로 지역 사업장 정보를 제공하고 있다는 것이 혁신으로 주목된다.

그뿐만 아니라 목포를 방문하는 청년들이 지역에 대한 애착을 가지면서 관심과 취향별로 목포를 주제로 친구가 되어 커뮤니티를 구축할 수 있는 기능도 앱에서 제공하고 있다. 왜 청년들이 지속적으로 목포를 방문하는가? 목포라는 지역을 중심으로 방문자끼리 함께 요리도 하고 런닝도 하고 영어 공부도 하고 고하도의 이순신 장군 유적지 등 특별한 장소를 함께 방문하는 등의 경험을 공유할 수 있다. 목포 지역에 애착을 갖고 지속적 관계를 맺을 수 있는 유의미한 플랫폼이 될 수 있다. 관찰아마일은 혁신적으로 구축한 지역 연계 협력 네트워크와 디지털 플랫폼 앱을 통해 수도권 청년이 목포 지역을 지속적으로 방문하도록 유도하고 있다.



관찰아마일 홍동우 대표와 최승원 매니저. 사진=공석기

### 관찰아마을, 목포 원주민과 새로운 주민을 잇다

관찰아마을은 안정적인 지역 관광업체로 자리를 잡았다. 국내외에 많이 홍보되었고 지역 특화된 여행프로그램을 개발하였고 스태프의 전문성도 확보되어 개인이나 소규모 단위 참여보다는 90% 정도가 공공기관, 학교 등이 안정적 고객이 되고 있다. 지역 주민은 관찰아마을을 어떻게 바라보고 있을까? 초기에는 불만과 의심의 눈초리가 컸지만 이제는 잘하고 있다는 평가로 바뀌고 있다. 지역 주민도 돈을 벌 수 있고 구도심 지역에 관광거리를 재발견하고 활성화시킨 혁신과정이 지역에 선한 영향력을 끼치고 있다.

사실 목포에는 주요한 산업이랄 것이 없다. 제조업도 유통도 사라지고 이제 지역 커뮤니티 관광<sup>local community tourism</sup>이 새로운 산업으로 부상하고 있다. 관찰아마을은 연간 5.5억원 매출을 보이고 있으며 협력 숙박업체와 식당 매출은 1.5억원에 이른다. 쇠퇴하는 구도심에 체류형 관광사업을 통해 지역 주민 소득을 높이는 데 기여하고 있어 지역 주민의 시선도 달라진 것이다.

물론 원주민과 방문자 혹은 이주자 간의 갈등이 없는

것이 아니다. 예를 들어 지역 주민과 방문자, 특히 청년 세대 간의 갈등이 존재한다. 한달살이하는 방문자는 지역 주민의 무관심, 낯선 이에 대한 차별적 태도에 대해 이해하지 못한다. 70~80대 어르신이 다가와 청년에게 함부로 하대하곤 한다. 동시에 지역 어르신들은 외부의 젊은 청년들의 자기중심적이고 무례한 행동을 씩수없게 볼 수도 있다. 관찰아마을은 이런 갈등을 자주 목격하면서 양측의 불만을 귀 기울여 들어주고 서로의 입장을 기분 상하지 않게 잘 설명하며 이해를 구하는 데 공을 들인다.

지역혁신은 단순히 낙후한 건물과 장소를 멋진 공간으로 바꾸는데 머물지 않고 원주민과 이주민과 방문자가 마찰 없이 소통하고 협력할 수 있도록 섞어주는 역할도 중요한 과제이다. 특히 지역 어르신에게 목포를 찾아온 청년들이 많이 지쳐있고 재충전을 위해 방문한 것이니 그들의 사정을 이해하고 좀 예쁘게 봐주는 것이 필요하다고 전한다. 이런 진정성 있는 겸손한 자세가 그들의 불편한 마음을 쉽게 누그러뜨릴 수 있기 때문이다. 이처럼 청년들이 지역에서 잠시 체류하는 것도 갈등을



목포 구도심 전경. 사진=공석기

초래하는데 정착 과정은 훨씬 더 많은 시간이 걸리고 에너지도 있어야 한다. 관촬아마일이 초기에 유명해진 이유 중 하나는 6주 체류 프로그램 참여 이후에 목포 지역에 정착을 결정한 청년이 나타났기 때문이다.

2018년 행정안전부 지원사업은 청년 정착을 목표로 한 마을사업이 아니었다. 시민 주도 공간 활성화 사업의 일환으로 진행된 것이다. 그런데 6주 체류 프로그램에 참여한 청년 60명 중 30명이 아예 집을 구해서 목포에 남겠다는 결정을 하면서 이를 지방정부가 주목한 것이다.

그러나 지역 정착에는 수많은 변수가 존재한다. 서울에서 거주하는 집을 어떻게 할 것이며, 목포에서 집을 어떻게 구하며, 목포에서 생계는 어떻게 꾸려야 할 것인가 등 복잡한 문제가 존재한다. 관촬아마일은 이 요인을 모두 해결할 수 없음을 잘 알고 있다.

그런데 다른 지방정부는 목포 사례를 주목하고 기대감에 부풀어 이런 요인을 괄호 안에 묶은 채 청년 정착 프로젝트에 적극 나서 현재 50개 가까이 진행되고 있다. 지방정부와 청년의 헌신과 열정만으로 해결하기에는

한계가 존재함을 홍동우 대표는 조심스럽게 진단한다.

솔직히 우리는 청년의 지역 정착은 꿈도 꾸지 않았고 꿈꿀 것이 못 된다는 것을 확인하는 데 오랜 시간이 걸리지 않았다. 왜냐하면 청년의 라이프스타일이 크게 변했기 때문이다. 시골에 정착해 산다는 것이 기존의 라이프스타일을 혁명적으로 바꿀만한 충격적인 사건이나 외적 조건이 없다면 그렇게 쉬운 일이 아니기 때문이다. 많은 청년이 시골 지역에 거주하는 것을 굉장히 갑갑하게 생각하고 쉽게 지루함을 느끼게 된다. 그냥 지역은 관계 인구로서 접근하는 것이 중요하다. 중앙과 지역을 편하게 오가면서 언제라도 내가 갈 수 있는 지역이 되면 좋겠다는 생각이다.

(3월 27일, 홍동우 발표 중 발췌)

이런 이유에서 관촬아마일은 청년들의 목포 정착에 큰 욕심을 내지 않는다. 목포 지역에 한번 와 보고 지역 애착이 생기면 또 오고, 그렇게 계속 오다 보면 한달살이, 더 나아가 반년 혹은 일년살이를 생각해 볼 수 있을 것이다. 지역 주민은 중앙의 청년이 목포에 쉽게 들고 날 수 있도록 열린 마음을 갖고 그들을 마주하는 것이 중요하다. 이것이 가벼운 공동체 전략과 만나는 지점이다. 관촬아마일이 가벼운 공동체 전략을 적극적으로 동원하는 동시에 디지털 플랫폼을 통해 청년들이 목포 지역에 지속적 관심과 애착이 생겨나도록 하는 것이 핵심이다. 그들 중에 목포 출신의 귀향 이주가 늘고 그들이 중심이 되어 목포 지역 특색을 살리는 지역 연계 사업을 기획하고 이를 풀뿌리에서 글로벌 차원으로 확장하는 혁신을 추구할 것이라고 기대한다. 



목포혁신상품 피시테리. 사진=공석기