

2009년 시행사업 중에서는 20개,
2010년 시행사업 중에서는 21개,
2011년 시행사업 중에서는 20개,
2012년 시행사업 중에서는 21개,
2013년 시행사업 중에서는 20개,
2014년 시행사업 중에서는 21개 사업이
선정되어 사례집에 수록되었다.

그리고 올해에는 2015년에 추진된 사업
중에서 18개의 우수사례를 선정하였다.

강원

철원

경기

거창

하동

성주

대전

부산

인천

목포

보성

완주

전주

제주

충남

증평

지역주민 스스로 일구어낸 감동의 스토리 18선!

성공 이야기는 고정관념을 깨는 창조에서 시작되었고,
창조는 하늘에서 떨어지는 것이 아니라
우리 스스로가 생활 속에서 발굴하는 것이었습니다.

지역의 먹거리는 지역이 가진 자원을 활용하는 데서 출발하였고,
다함께 동의할 수 있는 시스템 구축으로 추진동력이 생겨났습니다.

무엇보다 사람이 모여들게 해야 사업도 성공하고
지역경제도 살아날 수 있었으며,
이웃과 나누는 따뜻한 복지는 잔잔한 감동이었습니다.

우리가 걸어온 길이 지역에 희망을, 주민에게 행복을 가져다주는
마음으로 체감할 수 있는 지역발전이었습니다.

주민 스스로 일구어낸 지역희망 이야기 2016



지역발전사업 우수사례 기획 및 편집

대통령직속 지역발전위원회
송병선 단장, 최규중 국장
오현경 과장, 박태준 전문관

지역발전사업 평가자문단
신순호 단장, 김봉원, 김정연, 오병기,
이기원, 이유직, 조중현

한국산업기술평가관리원(KEIT)
조기현 본부장, 강기원 단장, 김성훈 센터장
김명엽, 민선정, 이영숙, 장현숙, 송하남

집필작가
신경아
허윤선 이미지
김솔 고윤희

디자인 AROCOMPANY



주민 스스로 일구어낸 지역희망 이야기 2016

04	발간사
08	2016년도 지역발전사업 우수사례 개요
	창조는 발굴하는 것이다
11	기술이전으로 기업생태에 숨을 불어넣다 / 대전
24	적정기술, 농촌의 온도를 높이다 / 완주
38	사업문화까지 디자인하다 / 인천
51	원도심 골목에서 이야기와 마주치다 / 부산

	지역자원에서 먹거리를 찾다
65	누구나 천사가 되는 동네, 노송동 천사마을 / 전주
75	거문오름 까망고따로 흔저웁서예 / 제주
91	녹차 수도, 제 2의 '차 전성기'를 꿈꾸다 / 보성
	성공을 위해서는 시스템 구축부터
109	농촌사업을 웃게 하는 총괄 지원시스템 / 강원도
121	지역인재 활용한 협업적 마을만들기 / 거창
136	사업이 아닌 사람을 키우다 / 증평
153	귀농귀촌 미생들을 위한 맞춤형 성공사례 / 제주

	사람이 모여야 지역도 살아난다
167	합창으로 일구어낸 섬의 '달달한' 변신 / 목포
183	고향역 정서 살려 100년 마을로 도약 / 하동
199	길 위에서 부활한 내포의 정신 / 충남
217	안보관광 특급열차를 타라 / 철원
	따뜻한 복지와 어우러진 지역발전
231	기술 기반 사회적기업 육성으로 명품 복지 실현 / 경기도
245	부산시, 시민의 따뜻한 돌보미가 되다 / 부산
259	현장포럼으로 만든 마을 무한동력 / 성주
272	2016 지자체별 지역발전 우수사례

C O N T E N T S

발간사



지역발전위원회 위원장 하남식

하남식

‘지역에 희망을 주는 지역발전 우수사례’를 소개합니다

산업화·도시화에 따른 수도권 집중과 지역간 격차가 심화되면서 지역간 균형발전, 사회통합, 지역주민의 삶의 질 개선 등에 대한 사회적 요구가 높아졌습니다. 이에 박근혜정부는 ‘국민에게 행복을, 지역에 희망을’이란 캐치프레이즈로 주민이 체감하고 삶을 질을 높일 수 있는 지역사업을 광범위하게 추진하여 왔습니다.

이러한 지역발전정책의 비전을 성공적으로 달성하기 위해 지역발전위원회는 매년 지역발전사업 평가를 통해 지역발전정책의 성과를 점검하여 우수사례를 선정하여 왔습니다. 금년에는 2015년 지역발전특별회계로 지원된 823개의 지역발전사업에 대해 평가를 수행하고, 부처 및 지자체의 자체평가, 전문평가기관의 종합평가와 우수사례 선정위원회 등 객관적인 평가과정을 통해 18개의 우수사례를 선정하였습니다.

올해 선정된 우수사례는 지역특성에 맞게 사업을 기획한 사업기획 부문, 지자체 간 연계협력 부문, 효율적으로 자원을 활용한 운영효율화 부문, 주민체감형 성과 창출 부문 등 다양한 부문의 내용들이 포함되어 있습니다. 이번 우수사례집을 통해 지역주도의 선도적 아이디어와 축적된 노하우가 공유되고, 지역발전사업을 기획하고 수행하는 여러 관계자들에게 훌륭한 길잡이와 자극제가 될 것입니다.

아울러 바쁘신 가운데서도 본 사례집 발간을 위해 적극적으로 협조해 주신 지역 공무원들과 지역 리더들, 평가자문단과 한국산업기술평가관리원 관계자에게도 감사드리며, 앞으로도 국민에게 더 큰 행복과 지역에 희망을 줄 수 있는 우수사례들이 더욱 더 많이 나오기를 기대합니다.

2016년도 지역발전사업 우수사례 선정

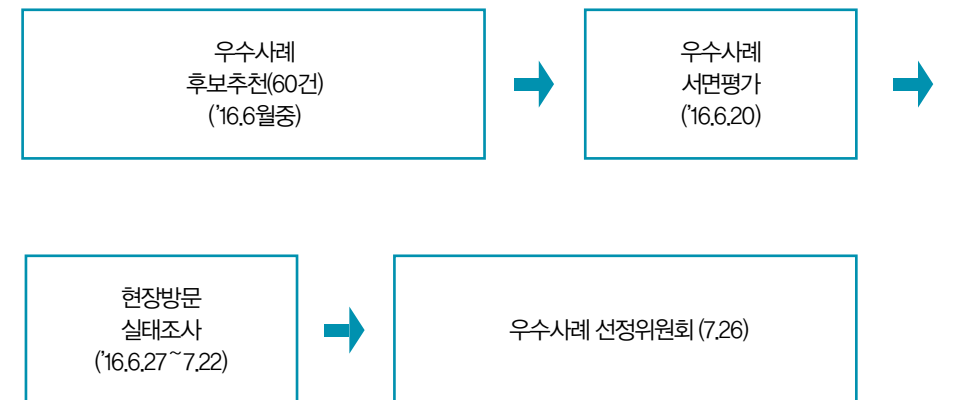
우수사례 선정 배경

대통령직속 지역발전위원회(이하 지역위)에서는 국가균형발전특별법 제9조 및 동법 시행령 제12조~제14조의2에 근거하여 매년 지역발전사업 시행계획 등의 추진 실적을 평가한다. 올해에는 지역발전특별회계로 추진된 사업 823개 사업을 대상으로 109명의 지역발전사업 평가자문단이 종합평가를 수행하였다. 지역위에서는 2010년부터 매년 지역발전사업의 평가결과를 토대로 우수사례를 선정하여 성과의 대국민 홍보와 상호학습을 위해 사례집을 발간하고 있다.

2016 우수사례 선정 과정

지금까지 우수사례는 2009년 시행사업 중에서 20개, 2010년 시행사업 중에서 21개, 2011년 시행사업 중에서 20개, 2012년 시행사업 중에서 21개, 2013년 시행사업 중에서 20개, 2014년 시행사업 중에서 21개가 선정되어 사례집에 수록되었다. 올해는 지자체에서 60개 사업을 추천받아 '지역발전사업 우수사례 선정위원회(이하 선정위원회)'의 서면평가를 통해 26개의 현장실사 대상을 선정, 최종 선정위원회를 거쳐 18개 우수사례를 선정하였다. 선정위원회는 평가자문단장을 비롯하여 종합평가에 참여한 분과위원장으로 구성하였으며 총 3회의 평가회의와 1회의 현장방문으로 선정작업이 이루어졌다.

올해 우수사례는 지역경제 활성화 및 주민 삶의 질 향상 등 사업추진성과의 우수성과 지역자원의 독창적 활용 등 타 지자체의 벤치마킹 가능성을 기준으로 선정하였다.



주민 스스로 일구어낸

지역희망 이야기 2016



대전시

기술장벽 대응
맞춤형
기술유통 및
보호지원

벤치마킹 포인트

- 특허를 기반으로 기술개발부터 해외진출까지 사업 전주기를 지원
- 공공기관의 연구성과를 발굴하여 기술이 필요한 기업을 통해 활용
- 지역 특성에 대한 높은 이해를 바탕으로 네트워크 창출
- 기업의 해외 진출 시 특허권 보호를 통해 안정적인 수출기반 확보

기술이전으로 기업생태에 숨을 불어넣다

대전의 기술이전 사업은 아무리 훌륭한 연구 성과가 있어도 현실화 하지 않으면 소용이 없다는 것을 다시금 깨닫게 한다. 아무것도 하지 않으면 아무 일도 일어나지 않는다. 니체의 유명한 말이다.

미국 스타트업의 최대장점은 최신 연구 성과가 사업아이디어로 바로 전환될 수 있는 환경에 있다. 대학생, 대학원생들의 머리에서 나온 아이디어가 바로 사업으로 연결되어 어마어마한 수익창출로 이어지곤 하는 것이다. 우리나라에서 이러한 가능성을 가장 많이 품고 있는 곳이라면 아마도 대전광역시를 꼽을 수 있을 것이다. 대전에 있는 정부출연연구소만 23개이며 카이스트를 포함하여 6개 대학이 위치하고 있다. 거주하고 있는 박사의 수만 만 3천여 명이며 석사 또한 만 천여 명이 넘는다. 지방 과학기술 혁신역량이 국내 최고라는 점, 최첨단 기술 관련 기업을 다수 보유하고 있다는 점에서 대전시 안에서의 기술 관리는 우리나라 산업의 미래를 좌우한다고 해도 과언이 아니다. 하지만 실제로 이들의 연구 성과가 기업의 수익 창출과 연결되기까지는 여전히 많은 우여곡절이 존재한다.

대전시의 '기술장벽대응 맞춤형 기술유통 및 보호지원사업'은 이러한 문제를 정면 돌파하기 위한 선택이었다. 대전은 대전의 환경에 맞는 방식을 연구해야 했다. 그리고 그 방식을 연구하기 위해서는 먼저 상황을 제대로 파악하는 것이 중요했다. 대전시는 행동하기로 했고, 똑똑하게 기존의 시스템을 이용하기로 했다. 아무 일도 하지 않으면 물론 아무 일도 일어나지 않을 것이다. 그러나 일단 무슨 일을 하기로 결정했다면, 제대로 해나가는 것이 중요했다.



대전시청시 전경

기술에 필요한 짝을 찾아드립니다

좋은 지역사업이란 이런 것일 테다. 적은 사업비로 최대의 효과를 이끌어 내는 사업, 지역사회에 전환점을 던져주는 사업, 가장 필요한 부분을 해결해 주는 사업……. 이들 사업들은 모두 지역 환경의 특성을 제대로 이해해야만 가능하다는 공통점을 가지고 있다. 따라서 지역 환경에 대한 고려 없이는 좋은 결과 도출도 불가능하다. 대전시의 '기술장벽대응 맞춤형 기술유통 및 보호지원사업'은 바로 이러한 부분에서 훌륭한 사업의 미덕을 하나 보여주고 있다. 평소의 꾸준한 노력과 부지런함이 결국 사업의 승패를 결정짓게 된다는 진리이다.

대전시에 훌륭한 산학인력이 있었지만, 폐쇄적인 연구소 문화 탓에 훌륭한 성과가 빛도 보지 못하고 사라지는 경우가 많았다. 연구에는 국비가 투입되는 경우가 많기 때문에 인적으로나 물적으로나 엄청난 손해가 아닐 수 없었다. 기업의 경우도 마찬가지였다. 지역 특성상 필요한 기술을 빠르게 업데이트 할 수 있는 능력이 필요했지만, 먹고 살기에 급급한 중소기업들의 정보력은 대부분 비슷한 수준에서 그치고 있었다. 이러한 문제는 비단 대전만의 것이 아니었다. 그러나 기업과 연구 두 축으로 돌아가는 대전시 산업 생태에서는 고질적이면서도 치명적인 약점이었다. 대전시 산업 환경에 현미경을 들이대고 들여다보면 연구비가 부족해 골머리를 앓는 기업도, 힘들게 이룬 연구 성과가 묻히는 것을 그저 바라보아야 하는 대학 연구소도 서로의 존재를 알지 못해 속수무책으로 세월을 낭비하는 경우도 허다했다.

가장 이상적인 답은 이 둘을 연결해주는 매칭서비스였다. 그러나 서로에게 맞는 짝을 찾아주는 일은 생각처럼 간단하지만은 않았다. 어떤 기업을 어느 연구와 연결해 줄 것인가가 숙제로 남았다. 아무리 역량이 뛰어나다고 해도 그 많은 기업과 연구기관의 성격과 내용을 다 파악할 수는 없는 일이었다.



기술박람회

대전시가 꺼내든 카드는 바로 지식재산센터였다. 기술을 상용화 하는 데 있어 가장 선행되어야 하는 것이 바로 특허권 획득이기 때문에, 기술이전과 특허가 때때로 뗈 수 없는 관계라는 것을 제대로 파악한 것이다. 대전시는 '특허허브도시', '지식재산 전문도시'를 시의 우선적인 가치로 두며 센터의 업무를 지원했으며, 특히 특허관련 사업전반을 센터에 일원화시켜 업무에 혼선이 발생하지 않도록 배려했다. 덕분에 지식재산센터 또한 주특기인 특허관련 장점을 최대한 살려 사업을 진행할 수 있었다.

대전시의 사업이 성공할 수 있었던 것은 꾸준히 자신의 길을 걸어오며 자신만의 노하우와 데이터베이스를 구축해 온 대전지식재산센터가 있었기 때문이다. 원래 특허청과 협업하여 특허관련 일을 주로 담당하던 지식재산센터는 특허관련 상담을 통해 자연스럽게 지역 기업 생태의 문제점에 대해 파악하고 있었다.



일기처럼 써내려간 데이터베이스

2008년 사업을 시작한 이래 지식재산센터의 주요업무는 공공기관에서 발굴된 우수기술을 기업으로 이전하는 것이었다. 기술 이전에서는 기업과 연구기관의 매칭을 위해 무엇보다 서로 무엇을 원하는지 파악할 수 있는 능력이 가장 중요하다. 이를 위해서는 기술이전기관과 수혜기업 모두에 대한 적절한 파악이 우선적으로 이루어져야 했다.

2003년 개소이후 특허관련 노하우를 오랜 시간 묵묵히 축적해 온 지식재산센터의 내공이 기술이전사업과 만나 기대 이상의 시너지를 발휘하기 시작했다. 대전지식센터의 경우, 특허 업무를 진행하며 쌓아온 경험이 있었기에 사업을 컨트롤

하는 것이 가능했던 것이다. 이러한 경험은 곧 대전시가 중소기업, 연구기관과 오랜 시간 쌓아온 신뢰를 의미했다. 지식재산센터는 신뢰를 바탕으로 중소기업들과 연구기관과의 다양한 소통창구를 보다 적극적으로 모색했다. 특히 대부분의 시간을 연구에 매진하는 탓에 대외활동이 적은 연구소들과 협력 네트워크를 형성하는 것이 중요했다. 지식재산센터는 연구단지 내 정부출연연구원 담당자들이 주최한 기술이전협의회에 지속적으로 참여하며 이들의 수요를 파악해 나갔다.

기업의 참여를 끌어올리는 일도 숙제였다. 중앙사이트, 민간사이트 등을 활용하여 서로의 정보를 검색할 수 있는 인터넷 시스템을 구축해 보는 등의 시도를 해 보았지만, 인터넷을 통한 정보 활용이 익숙하지 않은 대부분의 중소기업들에게는 큰 의미가 없었다. 해결의 열쇠가 된 것은 지난 10년간 쌓아온 데이터베이스였다. 특허관련 업무를 하며 꾸준히 쌓아온 기업에 대한 자료들이 센터의 주요한 능력이 된 것이다. 이러한 데이터베이스는 사실 대단한 사업 시스템은 아니었다. 사업담당자인 민재욱 대리가 꾸준히 기록해온 엑셀파일을 기반으로 했기 때문이다. 특허 관련 업무를 진행하며 대전시 기업 하나하나에 대한 애정으로 매일 일기처럼 써내려간 데이터베이스가 대전의 고질적인 문제를 해결하게 될지는 그 역시 몰랐을 것이다. 세상이 아무리 첨단화 되어도 결국 인간의 노력이 필요한 것은 아마도 이러한 이유에서일 것이다. 자신들을 제대로 파악하고 있다는 생각에 기업도, 연구소도 센터에 마음을 열기 시작했다. 매칭이 효율적으로 이루어질 수 있었던 것은 이러한 분위기가 형성되었기 때문이었다. 일 년에 두 번씩 열리는 비즈니스 상담회는 자연스럽게 서로를 알아갈 수 있는 자리가 되었다. 편안한 분위기에서 이야기를 나누다보니 매칭률도 올라갔다. 센터에 대한 신뢰는 곧 센터를 통해 소개받게 된 파트너에 대한 신뢰가 된 것이다.

이러한 과정에서 센터는 기업에 기술 컨설팅을 입히기 시작했다. 전문성이 부

대전시

죽해 혼자서만 끙끙 앓던 문제를 전문가로부터 들으니 기업입장에서는 의사를 만난 것처럼 시원했을 것이다. 하지만 문제점을 분명히 알게 되어도 이를 치료할 돈이 없으면 아무 소용이 없는 법. 2008년에서 2010년까지 3년간 일부 국비지원을 받긴 했지만 사업비용은 제한되어 있었고 대부분 기술이전 시 발생하는 지원비용으로 사용되고 있었다.

기업의 사업화 자금 마련을 위해 지식재산센터가 선택한 것은 기술을 담보로 대출을 실시하는 은행권과의 교류였다. 마침 은행에서도 기업 대출의 벽이 낮아진 상황이었다. 이러한 시류를 타고 지식재산센터는 특허를 담보로 기업이 대출을 받을 수 있도록 은행과 협력했다. 특허권을 담보하여 일반적으로 받는 수수료 보다 낮은 이자로 은행 대출을 받을 수 있었고, 투입한 금액의 20배 이상을 기업지원

대덕연구단지

세부사업 주요내용 및 달성률

세부사업	사업주요내용	목표 달성률	달성률 세부내용
특허기술이전 지원사업	우수기술 도입을 통한 시장진출	총 22개사 지원, 목표대비 122% 초과달성	지원기업 평균매출 310억 원 (전년대비 25% 증가)
			특허기술이전지원사업우수기술 도입을 통한 시장진출 총 22개사 지원, 목표대비 122% 초과달성 고용창출 81명 (전년대비 376% 증가)
			지원기업 평균매출 53억 원 (전년대비 3% 증가)
특허이전 기술사업화 지원사업	이전기술 사업화지원	총 7개사 지원, 목표대비 100%	특허이전 기술사업화 지원사업 이전기술 사업화지원총 7개사 지원, 목표대비 100%고용창출 11명 (전년대비 1100% 증가, 신규채용)
특허기술 가치평가 연계 보증 지원사업	특허기반 기술지원	총 8개사 지원으로 목표대비 100% 달성	지원기업 평균 매출 150억 원 (전년대비 63% 증가) 특허기술 가치평가 연계 보증지원사업 특허기반 기술지원총 8개사 지원으로 목표대비 100% 달성 고용창출 21명 (전년대비 320% 증가)

자금으로 활용할 수 있었다. 이러한 과정을 통해 2010년부터 6년간 총 223개 중·소벤처기업들이 사업화 자금지원을 받았다. 이들 기업들의 사업에 대한 만족도는 91% 정도였지만, 모든 중소기업을 대상으로 하는 칸막이 식 지원은 시장 적정성이 떨어진다는 우려가 있었다. 이에 기업 대상으로 실시한 설문조사를 바탕으로 2015년부터는 분야를 더욱 세분화 하는 방식으로 사업구조를 더욱 유연하게 개편하였다. 그 결과 사업목표대비 실적도 우수하게 나타났다.

컨설팅부터 해외진출까지 원스톱 기술해결사

2013년도 사업에 참여한 화장품원료회사 I사는 1억 7백만 원의 사업자금을 투자받아 2억 3천만 원의 매출을 올린 경우이다. 이 회사의 매출은 예년대비 333%가 상승했다.

I사는 2013년 경상대학교 산학협력단이 보유한 적정기술을 발견하여 기술이전을 완료하였고, 2014년 1차 기술이전 완료 후 이전기술을 적용한 제품의 마케팅 지원을 받았다. 2014년 말 제품 출시 후, 제품군 확대를 위한 신제품 개발계획을 수립한 뒤 신제품에 적용할 적정기술 발굴을 다시 추진하였고 이 과정에서 2015년 제주대학교 산학협력단이 보유한 기술이 발굴되어 이를 토대로 제품개발을 완료했다.

위 사례에서 보듯, 사업의 1차 지원 단계에서 가장 고려하는 부분은 창업기업의 약점을 보완하는 사업화 전략을 짜는 것이다. 이를 통해 주력제품의 콘셉트에 맞는 적용가능 기술을 발굴하고 기술이전이 지원된다. 또한 이전에 완료된 기술의 사업화를 위해 시제품개발 및 디자인개발 등을 후속 지원한다. 이는 기업의 주력제품을 구축해 시장성을 확보하려는 취지이다. 반면 2차 지원은 주력제품의 기능 강화에 집중한다. 경쟁력 있는 제품을 만들기 위해 적용기술을 발굴하고 기술이전을 지원하는 것이다. I사는 주력상품에 피부보호, 피부진정효과를 가진 기술과 콜라겐을 생성해 세포를 재생하는 기술을 결합시켜 아토피 개선 화장품으로 특색을 강화했다.

이렇게 좋은 제품이 국내시장에서만 유통되는 안타까운 일이 일어나선 안 되었다. 지식재산센터의 특허 보호는 기업의 해외진출 과정에서 가장 빛났다. 센터는 IP 해외분쟁컨설팅 부분을 통해 기업의 특허가 해외시장에서 보호받을 수 있도록 하였다. 특허중심의 중소벤처기업이 대부분인 대전의 경우에는 특히 신기술개발 또는 개량기술 개발을 위한 R&D 인력이 부족한 경우가 많아 외부의 우수한 특허확보가 절실한 상황이었다. 특히 중소기업은 한 번 특허에 문제가 생기면 해외수출의 발판이 무너질 정도로 타격이 컸다.

삼성, 애플의 특허 공방에서 보듯 사업이 확장될수록 특허가 가지는 지식재산권의 역할은 이미 공공연한 이슈이다. 하지만 대부분의 기업들은 해외시장 진출 시 특허 침해에 대비할 수 있는 자체적인 대응 능력과 전문 인력이 부족한 형편이다. 지식재산센터에서는 기업들이 특허기술유통, IP분쟁에 대응할 수 있도록 힘을 실어 주었다.

중소기업에게 해외시장은 기회이자 희망이다. 장기간 해외시장에서 경쟁력을 갖추기 위해서 선진적인 특허관리가 요구되는 것 또한 당연하다. 대전지식재산센터의 노력으로 수혜기업들은 해외시장에 대한 부담을 덜 수 있었고, 자신감도 가질 수 있었다. 앞서 언급된 I사의 경우도 이러한 센터의 지원, 그리고 인도기술비즈니스 상담회, 수출중소기업 IP역량강화 지원 사업 등에 연계 참여하며 해외진출의 발판을 다질 수 있었다.

기업 컨설팅



I사 화장품 아쿠아토



대전시

네트워크로 특허를 꽃 피우다

특허관련 사업은 크게 창출, 활용, 보호 세 단계로 이어진다. 대부분의 지자체들은 창출에 머물러 있지만, 대전은 마지막 단계인 '보호'로 나아가기 위해 활용부분의 사업역량을 강화하고 있는 단계이다. 대전시에서 이루어지는 변화는 비단 대전시만의 것이 아니다. '특허허브도시'로서 대전시가 보여줄 모습이 우리나라 기술유통사업의 롤 모델이 될 것이기 때문이다.

대전시 역량의 비밀은 네트워크라고 할 수 있다. 센터는 기관과 기업을 연결해 주는 매칭 시스템을 중심으로 사업을 진행하였지만, 그 밑바탕에는 센터의 본업인 특허지원을 활용한 커다란 그림이 있었다. 이 그림을 촘촘히 채우고 있는 것은 특허를 중심으로 뭉친 여러 기관들이었다. 이는 기술이전 대상인 대전시 내의 공공기관과, 기업 그리고 타 지자체 소속의 공공기관부터 아웃소싱 업체까지 다양하다. 이러한 네트워크는 짧은 시간에 만들어질 수 있는 것은 물론 아니다. 손바닥과 손바닥이 부딪쳐야 소리가 나듯, 시너지를 만들어 낼 수 있는 네트워크체계는 결국 상호간의 믿음과 역량에서 발생하기 때문이다. 이러한 관계의 화학작용이야말로

기술상담



지식센터



기술비즈니스박람회



수출효과

구분	2014년	2015년	2016년 예상
매출액	3,387 천달러	6,873 천달러	10,560 천달러
증가율	-	102.92%	53.64%
비 고	-	2014년 대비 증가율 - 수출액정산 결과와 차이 발생 가능	2015년 대비 증가율 - 예상 수출액 기준

결국 기업생태를 변화시키는 힘일 것이다.

대전지식재산센터는 바로 이러한 네트워크를 바탕으로 대전시라는 산업 환경을 정화시키는 박테리아와 같은 역할을 해 왔다. 이것은 또한 특허권이 산업 생태에서 맡고 있는 역할이기도 하다. 훌륭한 기술이 개발되고, 그 기술이 활용되어 중소기업을 살리고, 개발된 제품은 해외시장에서 수익을 만들어 내는 순환 고리가 원활히 돌아가는 환경이 바로 건강한 기업생태일 것이다. 이 모든 것은 세월과 신뢰를 통해서만 만들어질 수 있다. 어쩌면 대전시가 지난 십 년간 쌓아 온 노하우란 결국 맡은 자리에서 다양한 고민을 하며 꾸준히 행동하는, 기본에 충실한 행동일 지도 모른다.

맑은 호수에서 아름다운 꽃이 핀다. 아름다운 기업생태가 만들어진다면, 미래의 대표적 창업국가가 우리나라가 되지 말라는 법도 없을 것이다. 의욕적인 연구, 뛰어난 기술, 가능성 있는 기업. 훌륭한 재료는 없는 것이 아니라 아직 발굴되지 않았을 뿐이다. 그리고 미래는 결국 만들어나가는 자의 것일 테다.

완주군

로컬
에너지·
장인
핵심리더
프로젝트



벤치마킹 포인트

- 적정기술이라는 독특한 주제를 농촌개발에 활용하여 지역 활성화
- 교육프로그램을 통한 기술리더 양성으로 기술적 자립의 발판을 마련
- 로컬에너지 워크숍·전국대회 행사 개최로 지역 자긍심 독려
- 로컬에너지 기술연구·시제품 보급으로 영세농가 지원

적정기술, 농촌의 온도를 높인다

평범한 사람들이 만드는 특별한 기술. 적정기술이 농촌을 훈훈하게 하고 있다.
가장 먼저 따뜻해진 것은 다름 아닌 사람들의 마음이다.

2011년 겨울 완주군에서는 특별한 박람회 열렸다. 각자 개발한 난로를 들고 와 사람들과 기술과 마음을 나눈 〈나는 난로다〉 박람회. 출품된 난로들은 개성도 제각각이었다. 전통적인 화덕난로부터 태권V를 재해석한 디자인의 난로, 불을 이용해 요리할 수 있도록 만든 난로까지. 이날 전국 각지에서 완주로 모인 참여자들은 전문기술자부터 처음 난로를 만들어 본 사람까지 다양했지만, 한 가지 공통점을 가지고 있었다. 바로 실제로 사용하게 될 사람들의 입장에서 난로를 제작했다는 것이다.

완주군은 2014년부터 3년째 ‘로컬 에너지 장인·핵심리더 프로젝트’를 통해 농촌지역의 오랜 숙제인 에너지 문제를 자생적으로 해결하기 위해 노력하고 있다. 프로젝트가 특별한 이유는 국내 최초로 적정기술을 활용했기 때문이다. 적정기술은 원래 정화가 되는 빨대, 태양열을 이용한 전기밥솥처럼 선진국과 제3세계의 빈부 양극화 문제를 해결하기 위한 기술을 의미한다. 예전에는 주로 개발도상국을 대상으로 적용되었지만 오늘날엔 좀 더 일반적인 영역에서도 사용되고 있다. 길이를 다양화시킨 지하철 손잡이처럼, 이제는 조금만 눈여겨보면 우리 주변에서도 적정기술을 발견할 수 있다.



국가와 국가 사이, 농촌과 도시 사이의 생활 차이가 점점 벌어지고 있는 시대에 적정기술의 역할은 점점 중요해지고 있다. 적정기술은 언제 어디서나 공평하기 때문이다. 적정기술이 지방자치사업의 새로운 아이디어가 될 수 있을까? 사람을 우선하는 완주군의 '로컬 에너지 장인·핵심리더 프로젝트'는 적어도 그 첫 단추를 잘 끼운 것 같다. 적정기술의 가장 중요한 가치가 무엇인지를 성공적으로 보여주고 있기 때문이다.

완주군, 적정기술의 전도사가 되다

프로젝트의 시작은 임정엽 전 군수 시절로 거슬러 올라간다. 전환기술 사회적 협동조합의 상임이사 박용범 씨는 귀농본부에서 열린 적정기술 박람회에 참여했다가 임 전 군수를 만났다. 그는 당시의 상황을 이렇게 회상한다.

“완주군은 처음부터 인상적이었어요. 보통은 수고한다고 악수나 한 번 청하고 지나가시거든요. 근데 임 전 군수님은 1박 2일 동안 계속 제 옆에 계시면서 이것저것 물어보시는 거예요. 나중에 완주군에서 프로젝트 제안이 왔을 때 생각했죠. 이 정도 열정을 가진 지자체면 뭐라도 하겠다고.”

박용범 이사의 판단은 틀리지 않았다. 사업을 기획하고 시작한지 몇 년의 세월이 지났고, 그 사이 단체장도 바뀌었지만 박 이사는 완주군에서 프로젝트를 운영한 것을 한 번도 후회한 적이 없다. 처음 조례를 지정하여 사업을 지원했을 때부터 공간 확보를 위해 잠종장을 매입해 '완주로컬에너지센터'를 만들기까지, 완주군의 적정기술에 대한 열의는 지난 2년 반 동안 한결같았다.

협동조합은 이러한 군의 도움 속에서 처음부터 안정적으로 사업을 운영할 수 있었다. 하지만 사업에 대한 지지를 얻기 위해서는 '적정기술'이라는 다소 생소한 개념을 사람들에게 이해시키는 일이 우선이었다. 협동조합은 어떻게 하면 친숙하게 적정기술을 사람들에게 이해시킬 수 있을지를 연구했다. 주민들의 아이디어가 가장 중요한 사업인 만큼, 적정기술에 대한 다양한 이야기가 자연스럽게 논의될 수 있는 분위기가 형성되어야 했다. 친숙하고 재미있는 사례 중심의 매뉴얼이 필요했다.

조합원과 교육생, 관련 전문가를 중심으로 꾸려진 출판부는 지난 2년간 매뉴얼을 제작하고, 박람회 영상을 제작하는 등 적정기술 홍보를 위해 애써온 숨은 공로자다. 사업초기 수요조사와 자료수집, 사례연구와 같은 작업도 매뉴얼 출판부

를 통해 이루어졌다. 이들의 활약으로 2014년 적정기술입문서 1종 〈그림으로 보는 불과 화덕과 난로이야기〉, 적정기술매뉴얼 2종 〈내손으로 만드는 티루드 고효율 화목난로〉, 〈작지만 쓸모 있는 수격펌프〉 등 매뉴얼 3종 세트가 제작되었다. 재미 있는 내용에 귀여운 그림이 적절히 들어가 남녀노소 누구에게나 인기가 있었다. 매뉴얼 제작은 다음 해인 2015년으로 이어졌다. 2016년에는 입문서 2종과 매뉴얼 7종이 제작되었다.

제작물들은 완주지역 사업 관련 단체와 완주 지역에 위치한 도서관 곳곳에 비치되어 주민들의 관심을 끌었고, 교육이 시작되고 난 뒤에는 조합 내 강사와 보조강사들에게 제공되어 정보지 역할을 훌륭하게 해냈다. 완주뿐만이 아니라 전국적으로 사업에 관심을 가진 국내 적정기술 관련 단체들과 전문가들에게도 발송되었는데, 전국적으로 완주군의 사업을 알리는 데 도움이 되었다.

전국 각지에서 모여든 '적정기술족(族)'

완주군의 로컬 에너지 프로그램에 참여하는 사람들은 완주군 주민뿐만이 아니다. 매년 강의가 열릴 때마다 전국 각지에서 적정기술에 관심을 가지고 있던 사람들이 모여든다. 이들 '적정기술족' 덕분에 완주군은 한국 적정기술의 모태가 될 수 있었다. 이들은 완주군에서 배운 내용을 바탕으로 자신들의 지역에 적정기술을 퍼트리는 역할을 하고 있다. 타 지자체에서도 완주군을 방문해 사업노하우를 배우고 있다. 이러한 분위기는 지역사회에 긍정적인 변화를 불러왔다. 우선 주민들의 적정기술에 대한 마음가짐이 달라졌다.

완주에서 목공업을 하고 있는 곽기준 씨는 우연히 프로그램에 참여했다가 적정기술에 관심을 갖게 된 예다. 교육에 참여했던 2015년 반년 동안 곽 씨는 교육이



매뉴얼들

시작되는 금요일을 기다리면서 일주일을 보내곤 했다고 한다. 전국 각지에서 모여든 사람들과 적정기술에 대한 아이디어를 나누다 보면 주말이 훌쩍 지나곤 했다. 광양, 광주 등 출신지역이 다양한 동기들이 각자의 지역에 적정기술을 전파하려는 열의를 보며 배우는 점도 많았다. 무엇보다 본인이 가진 기술을 사람들과 나눌 수 있음을 알게 된 것이 컸다. 교육이 끝난 뒤 동기들은 각자의 지역으로 돌아갔지만 곽 씨는 조합원으로 가입해 전환기술센터에서 진행한 교육프로그램의 보조강사로 활동했다.

적정기술은 지역 뿐 아니라 세대의 벽을 허무는 계기가 되기도 했다. 2014년, 2015년 연속으로 교육에 참여한 김희준 씨와 같은 귀농청년들은 프로그램을 이끄는 한 축이다. 이들은 교육에 함께 참여한 4,50대 어른들과 과제를 수행하고 기술 수혜자의 대부분인 7,80대 노인들을 접하며 농촌 상황을 보다 깊이 이해할 수 있

게 되었다. 다양한 사람들이 만나 다양한 사업을 진행하는 분위기 속에서 서로의 차이를 조절해 나갈 수 있었고 농촌의 미래에 대한 그림도 더 구체적으로 그려볼 수 있었다. 김 씨는 서로 다른 접근법을 이해하기 위해서는 충분한 토론과정이 필요하다고 조언한다. 각자의 목표는 다를지라도 기술로 사람을 돕고 싶은 그 마음만은 모두 같을 것이기 때문이다.

3월부터 11월까지 총 560시간 36회, 16강으로 꾸며진 교육과정은 ‘로컬 에너지 장인·핵심리더 프로젝트’의 꽃과 같은 존재이다. 이 과정을 통해 완주군에서는 작년만 약 250여명의 리더들을 배출했다. 이렇게 완주군이 뿌린 적정기술의 씨앗은 이처럼 많은 사람들은 바꾸고 있다. 이들은 민들레 꽃씨처럼 전국 각지로 퍼져나가 한국형 적정기술의 미래가 되어줄 것이다.

기술로 나누는 에너지

수혜자가 곧 개발자가 되는 것은 모든 적정기술 사업의 목표이자 꿈일 것이다. 하지만 그러한 목표는 역으로 사업의 가장 큰 과제이기도 하다. 2014년도에 교육생으로 참여했고 2015년에는 조합에서 강사로 활동한 신현돈 씨는 “적정기술에서 중요한 것은 기술적인 부분보다는 사람을 생각하는 정신”이라고 당부한다. 어쩌서 적정기술인지를 생각하지 않으면 적정기술사업도 일반적인 기술사업과 다를 것이 없다는 것이다. 그 역시 2년간 프로그램에 참여하면서 많은 것을 깨달았다. 특히 완주군 지자체 사업인 취약계층을 대상으로 단열, 창문교체, LED 설치 등을 지원한 <따뜻한 완주 방 한 칸 프로젝트>를 이끌면서 적정기술에 대한 생각을 여러 번 뒤엎어야 했다.

8강 개량구들



11강 생태단열과 흙미장



3강
로켓스토브
강의계획서

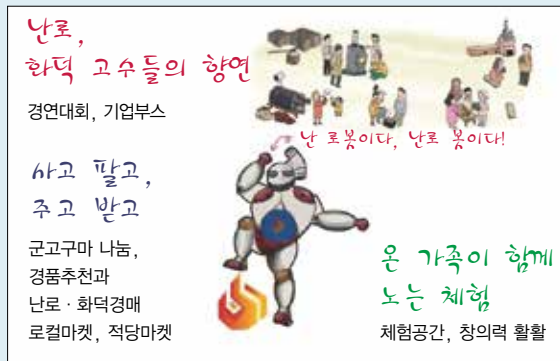
“사업을 진행하기 전에는 편하게 사는 사람들만 본 것 같아요. 물질적으로는 부족한 것 없는 세상이 되었다고 생각했는데 농촌 깊숙이 들어가 보니까 그렇지도 않다는 걸 알게 됐죠. 살아가는 모습들이 참 많이 다르더라고요. 주거환경, 가족구성, 경제적 여건……. 제 예상을 뛰어넘는 부분이 참 많았어요. 가장 놀랐던 것은 의외로 도움을 달가워하지 않는 분위기가 많았다는 거예요. 그 때 기술도 사람 사는 일에 관한 것이라는 걸 깨달았죠. 사람사이의 관계가 일방적일 수 없듯이 기술도 마찬가지로요. 적정기술에서 가장 중요한 건 관계라는 걸 배웠죠.”

에너지를 활용할 수 있는 기술 전반을 교육 대상으로 하면서도 화목과 태양, 물, 바람과 같은 자연에너지의 기본 성질을 중요하게 다룬 것도 이 때문이었다. 현란한 기술보다 기본 성질을 잘 이해하는 것이 실제 결과물을 사용하게 될 어르신에게도 더 도움이 되었다. 적정기술에 있어서는 가장 기본적인 것이 가장 기술적인 것이 되는 셈이었다.

에너지 자원에 제한이 있는 농촌 환경을 고려하여 선정된 실습 제품들도 대부분 에너지 효율에 방향을 맞추었다. 16개의 강의를 통해 개량구들, 로켓매스히터, 화덕, 난로, 단열, 마이크로발전, 태양열온수건조, 비전력펌프, 업사이클링 등을 실제로 만들어 볼 수 있게 했다. 로켓스토브를 만들며 불을 배우고, 소형벽난로를 만들며 흙을 주무르는 동안 교육생들은 기술을 배우고 동시에 고립된 농촌 마을의 생활환경을 더 깊이 이해할 수 있었다. 이렇게 해서 개발된 제품들은 시제품개발위원회의 심사를 거쳐 최종 합격을 받으면 주문생산에 들어간다. 생산된 제품은 다양한 곳에서 활용된다.

구분	시간	내용
1일차 4/10 (금)	11:00 ~ 12:00	교육장소 집합 / 인원점검 / 자기소개 / 안전교육
	12:00 ~ 13:00	중식
	13:00 ~ 15:00	불의 원리와 로켓스토브
	15:00 ~ 16:00	거꾸로 타는 난로
	16:00 ~ 18:00	용접이론
2일차 4/11 (토)	09:00 ~ 10:00	개량 화덕 만들기 / 로켓스토브
	10:00 ~ 11:00	개량 화덕 만들기 / 우드가스스토브
	11:00 ~ 12:00	개량 화덕 만들기 / 포켓스토브
	12:00 ~ 13:00	중식
	13:00 ~ 17:00	이동화덕 만들기
	17:00 ~ 18:00	질의 응답 및 교육장 정리
3일차 4/12 (일)	09:00 ~ 11:00	화목난로 튜닝의 원리
	11:00 ~ 12:00	화목난로 튜닝실습 / TLUD 난로만들기
	12:00 ~ 13:00	중식
	13:00 ~ 16:00	화목난로 튜닝실습 / TLUD 난로만들기
	16:00 ~ 17:00	나를 돌아보는 적정기술
	17:00 ~ 18:00	교육장 청소 및 연장 정리, 교육 마무리

완주군



나는 난로다 팸플릿



나는 난로다 포스터

완주군은 난로다

농촌에서 가장 쉽게 구할 수 있는 에너지원인 나무에 주력 한 것도 이러한 이유에서다. 사업초기 실행한 조사에서도 노인들이 가장 애를 먹고 있는 부분 중 하나는 난방이었다. 전기나 가스 난방의 경우 난방비 문제가 있었고, 구식 아궁이나 난로는 불을 피우는 것부터가 일이었다. 이에 협동조합은 산 아래에서나 시내에서 멀리 떨어진 작은 마을에서나 겨울을 편안하고 따뜻하게 보낼 수 있는 난로 제작을 기획하게 되었다. 하지만 완주군의 난로는 그냥 난로여서는 안 되었다. 사람들의 생활을 변화시킬 수 있는 조금 특별한 난로여야 했다.

매년 11월에 열린 <나는 난로다> 박람회는 완주군의 난로가 무엇인지를 보여주는 자리이다. 2013년 행사만 6,000명이 방문했을 정도로 호응도도 높다. 5년간 꾸준히 열린 박람회 덕분에 이제 난로는 완주군의 유명 인사가 됐다.

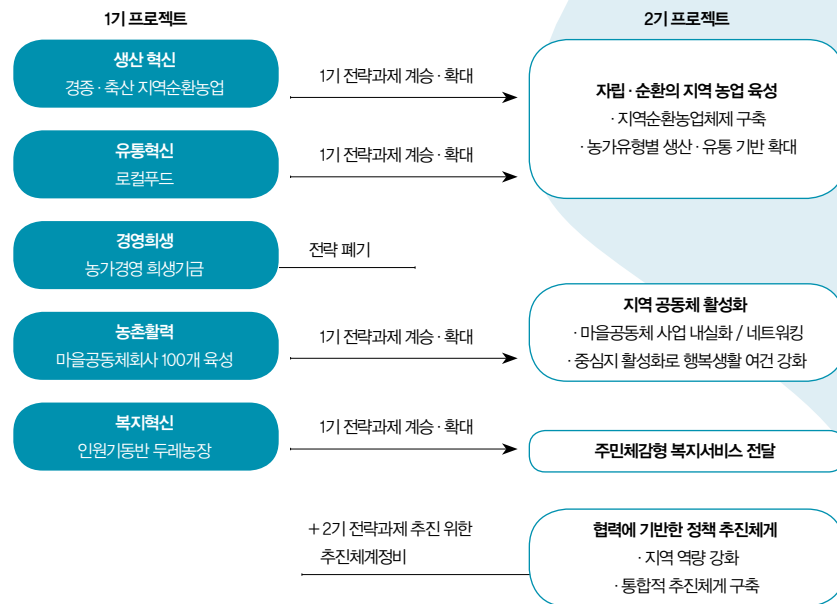
“식당에 갔더니 아주머니께서 저희 팀을 ‘난로’라고 부르시더라고요. 한 친구는 제 휴대폰에 제 전화번호를 입력할 때 이름 대신에 ‘난로’로 적어 놓기도 했더라고요. 하하.”

<나는 난로다> 덕분에 화목난로는 변신에 변신을 거듭할 수 있었다. 특히 경연보다는 로켓스토브 기술원천을 공유하는 데 의미를 두었고 고급기술을 자랑하기보다는 자급과 실험 그리고 기술을 공유할 수 있는 자리가 되고자 했다. 난로뿐만 아니라 다양한 적정기술의 체험장이 된 <나는 난로다>의 가장 큰 성과 중의 하나는 ‘난로’라는 이야깃거리를 통해 적정기술이 무엇인지를 사람들에게 확실히 각인시켰다는 것이다. 또한 적정기술에 관심을 갖고 나름대로 연구해 온 사람들이 모여 이에 대한 이야기를 나눌 수 있는 장이 자연스럽게 형성된 것도 큰 성과였다. 다만 적정기술이 ‘난로’라는 특정한 소재에 국한될 수 있다는 점을 감안해 보다 다양한 소재를 테마로 한 박람회를 기획 중에 있다. 올해에는 <할매를 위한 적정기술> 박람회를 통해 ‘난로’의 자리를 ‘할매’가 대신할 예정이다.

‘로컬에너지·장인 핵심리더 프로젝트’를 통해 개최되는 행사는 <나는 난로다> 박람회 뿐만 아니라, 완주군과 협동조합은 매년 꾸준히 청년캠프와 주민워크숍 등을 통해 적정기술을 알려나가고 있다. 또한 완주군 내 100개 마을 중 25개 마을을 대상으로 하는 면접조사와 75개 마을을 대상으로 하는 난방에너지 부문 기초 자원 조사를 통해 사업에 필요한 부분이 무엇인지를 점검하고 있다.

	행사명	대상	기간	장소
1	제2회 적정기술청년캠프	청년 20명	10월 2일~4일	외일드푸드 축제장
2	주민에너지 교육, 자원조사	100개 마을	9월~11월	대상마을
3	생활기술 주민워크숍	주민 120명 (12회, 회당 10명)	9월~11월	각 마을회관과 자치센터
4	2015년 완주전환기술전람회 “나는난로다”	3만명	11월 13일~15일	완주군청

완주군 농업·농촌 활성화 전략 및 과제



기술을 나누는 마을, 에너지 두레

‘로컬에너지·장인 핵심리더 프로젝트’에는 ‘장인’이란 단어가 들어간다. 이는 그 옛날 마을의 기술을 책임지던 장인들과 같이 마을 공동체를 자생할 수 있게 하는 기술 리더를 양성하겠다는 의지의 반영이다. 완주군은 교육 프로그램에 주민들을 40% 이상으로 우선 선발하도록 하였으며 대부분의 교육을 농사에 지장을 주지 않는 주말로 배정하였다. 사업을 알리기 위해 마을 곳곳을 찾아가며 에너지 관련 컨

설파를 해주는 것도 잊지 않았다. 찾아가는 마을 서비스는 화목 보일러 안전 사용법부터 난방비를 절약하는 방법까지 다양했다. 주민 스스로 에너지에 대한 바른 이해를 갖게 되는 것이 사업에 있어 가장 중요한 부분 중의 하나였기 때문이다. 적정 기술의 종착점은 사용자가 개발자가 될 때 나타난다. 교육을 통한 다양한 시도가 있었지만, 중요한 것은 완주군에 보급되는 난로를 사용할 수 있는 역량을 완주군 스스로 만들어나가야 한다는 것이었다. 에너지 두레는 이러한 생각을 바탕으로 만들어졌다. 에너지문제를 전통적 두레방식으로 해결해나갈 수 있도록 한 것이다. 희망하는 사람들 몇몇이 모여 서로 돌아가며 인력을 부조하며 과제를 완성해 나가는 동안 에너지문제에 대한 기술력이 지역 안에서 향상되고 보전될 수 있는 틀을 천천히 만들어 나가도록 했다.

한 마을이 기술적으로 자립하기 위해서 중요한 것은 바로 이러한 환경이다. 사업이 끝나도 주민 스스로 기술을 보전하기 위해서는 이웃과 세대 간의 자연스러운 교류가 필수였다. 완주군이 에너지 두레를 통해 만들어 나가고자 했던 것, 로컬 에너지 프로젝트를 통해 만들고자 했던 것도 바로 그것이었다.

완주군의 앞으로의 과제는 바로 대한민국 적정기술의 과제이기도 하다. 프로젝트가 시작되고 나서 겪은 크고 작은 변화는 주민들의 마음속에 새로운 주인의식을 심어 놓았다. 다른 지역 출신의 동료들과 기술전문가들, 귀농청년들과 함께 사업을 이끌어 나가는 동안 주민들의 마음속에 적정기술의 정신이 뿌리내린 것이다. 내 것을 남과 함께 나눌 수 있을 때 지역과 세대, 빈부를 넘어 가치를 공유할 수 있다. 그리고 바로 그 때 지역사회의 변화도 가능할 것이다. 완주군의 적정기술은 기술을 통해 모두를 공평하게 했다. 기술을 배운 사람들도 가르친 사람들도, 상품을 제작한 사람들도 사용한 사람들도, 적정기술에 관해서는 모두 완주군 주민들이었다. 그렇게 완주군은 기술에 앞서 미래를 얻은 것이다.

인천시

중소기업
디자인 및
시제품개발
지원



벤처마킹 포인트

- 사업초기 조례제정 및 장기적 플랜으로 단단한 행정적 기반 마련
- 특정분야 전문가 중심으로 조직을 구성하여 사업 효율 극대화
- 특색 있는 라이브러리 등을 활용한 효율적 아이디어 공간 창출
- 트렌드에 맞는 발 빠른 업데이트로 미래지향적 사업 기획

사업문화까지 디자인하다

디자인에 대한 인천시의 앞선 인식이 남동공단의 문화를 바꾸고 있다.
소수의 전문 인력으로 구성된 디자인 지원센터가 그 중심에 있다.

미국의 트렌드 전문가 페이스 팝콘은 유행과 트렌드의 차이를 이렇게 설명한다. “일시적 유행이란 시작은 화려하지만 곧 쓰러져버리는 것으로써, 순식간에 돈을 벌고 도망가기 위한 민첩한 속임수와 같다. 하지만 트렌드는 소비자들이 물건을 구매하도록 이끄는 원동력이다. 트렌드는 바위처럼 꺾끗하다. 그리고 평균 10년 이상 지속된다.” 애플사의 심플한 디자인이 트렌드를 이끌 수 있었던 것은 제품을 통해 새로운 문화를 만들어나갔기 때문이다. 디자인이 곧 문화인 시대, 아무리 기술력이 뛰어나도 좋은 디자인이 뒷받침되지 않는다면 경쟁에서 맥을 못 추는 것이 오늘날의 시장이다. 하지만 디자인에 투자할 만한 여력이 없는 영세기업은 이러한 시장 환경에 뛰어들기 위해서는 위험을 담보해야만 한다.

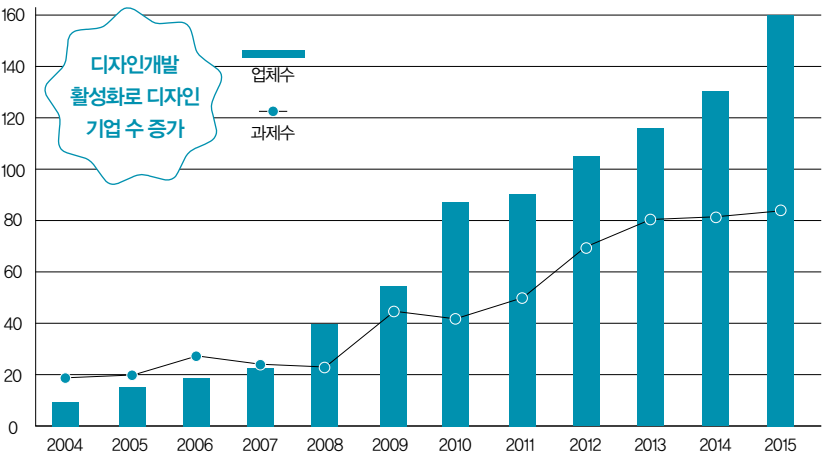
십 년 전만해도 인천시 대부분의 영세제조업체는 모험보다는 도태를 택할 수밖에 없는 환경에 놓여있었다. 이러한 악순환을 끊기 위해 인천시는 지난 12년간 남동공단 제조업체들이 안정적으로 디자인개발에 참여할 수 있도록 노력해왔다. 이를 위해서는 먼저 인천시내에 디자인 시장이 활성화되어야했고, 시장형성을 위해서는 디자인에 대한 투자를 이해할 수 있는 문화가 형성되어야 했다. 십 년, 길게는 이십 년이 걸릴지도 모르는 비전이었다. 그러나 인천시는 디자인에 대한 확고한 믿음으로 꾸준히 사업을 진행시켰다. 그러한 과정에서 조금씩 변화가 나타났고 자연스럽게 분위기가 형성되었다. 그렇게 인천시에 디자인 시장이 형성되었다.

인천시

조례제정을 통해 사업안정성 확보

인천시가 디자인개발 사업을 처음으로 시행한 것은 2004년도이다. 이후 10년이 넘는 시간동안 꾸준히 사업이 커 나갈 수 있었던 데에는 2005년 제정한 ‘인천광역시 산업디자인 육성 및 지원 조례’의 영향이 컸다. 디자인 산업에 대한 관심을 이렇게 까지 보인 지자체도 처음이었지만 디자인 산업에 대한 조례 제정 또한 처음 있는 일이었다. 디자인 개발에 대한 확실한 명분을 가지고 있던 인천시라 해도 모험이 아닐 수는 없었을 것이다. 하지만 무엇보다 의지가 확고했다. 제조업 생산지수가 총 생산의 26.6%를 차지하는 만큼 제조 중심 산업도시라는 지역 특수성도 있었지만 낙후된 공단을 연상시키는 지역 이미지 개선의지도 크게 작용했다.

사실 인천시의 디자인에 대한 갈증은 항상 존재해 왔다. 인천시 제조업체 대부분이 서울에 있는 디자인 업체에 의지해야 하는 상황이었기 때문이다. 이러한 환경에



디자인개발
활성화로
디자인 기업 수
증가

구분	전문회사수	수행건수
2004	10	19
2005	15	20
2006	20	27
2007	22	24
2008	40	23
2009	55	45
2010	87	42
2011	90	50
2012	104	69
2013	115	80
2014	130	80
2015	159	82

제품디자인특교육



인천시

서 인천 디자인 산업의 자생은 불가능했다. 인천시는 상황을 개선하고 싶었다. 이에 2006년 채용된 소수의 전문 인력들은 2007년 마스터플랜을 수립하여 사업의 방향성을 설정하였다. 한동안은 시의 재정 상황이 좋지 않아 사업을 축소해야 하는 위기를 겪기도 했지만 다행히 사업 타당성을 인정받아 2012년부터는 국비지원을 받게 되었다. 그 뒤로는 지방비와 국비가 5:5로 투입되었다. 그렇게 12년간 사업 규모가 16배 가량 꾸준히 성장했다. 이런저런 환경에 휩쓸리지 않을 수 있었던 데는 무엇보다 사업 초기에 사업의 전체적인 플랜을 꼼꼼하게 구축하고 이를 조례로 지정하여 보호한 덕이 컸다. 디자인에 대한 인천시의 변함없는 지지 또한 사업지속의 원동력이었다. 그렇게 형성된 인천시의 디자인 시장은 지난 12년 동안의 노력이 이뤄낸 값진 결과이다.

전문 인력으로 트렌드를 읽다

세월을 버티는 동안 디자인지원팀은 디자인지원단을 구성하여 단단한 조직으로 거듭났다. 사업초기에 작은 규모의 조직으로 주로 행정적 기반을 쌓았던 팀은 이제 김광희 단장을 필두로 한 디자인지원단으로 확장되었다. 디자인지원단은 이완석 팀장이 지휘하는 디자인지원팀과 인윤영 팀장이 리드하는 서비스디자인팀으로 구성되어 있다. 이 중 테크노파크에 위치한 서비스디자인팀은 기술 운영에 관련된 자문을 담당하고 있다. 남동공단에 위치한 디자인지원팀은 디자인에 대한 자문을 담당한다. 전체적으로 시의 행정이 단단히 중심을 잡아주고 기술과 디자인이라는 양 날개를 달고 있는 형상이다. 여기에 최근 몇 년 동안 홍보와 수출 동력을 보강하여 영세기업이 스스로 날아오를 수 있도록 보강하였다.

특히 2010년 남동공단에 뿌리를 내린 디자인지원팀은 지난 6년간 남동공단의 디자인 문화를 새로이 형성했다는 평가를 받는다. 630㎡로 건물의 한층만을 사용하고 직원도 10명뿐이지만, 디자인지원팀은 알차게 운영되고 있다. 직원들은 모두 디자인 전공자들이지만 세부전공은 제품디자인, 시각디자인 등 다양하다. 이러한 팀의 구성은 전체적인 의사소통을 원활하게 하는 반면 다양한 상황에 대처하고 다각도로 사업을 기획할 수 있는 역량이 되었다. 특히 같은 제조업이라 할지라도 회사마다 필요한 부분이 다 달라 컨설팅에 효과적이었다. 입소문이 퍼지면서 꾸준히 문의가 늘어 최근 몇 년간 컨설팅을 맡은 제조업체는 연간 450개가 넘는다.

이렇게 쌓인 신뢰 덕분에 연초에 열리는 ‘디자인지원사업설명회’에도 매년 200~250명 이상이 꾸준히 참여하고 있다. 설명회는 크게 디자인 및 시제품 개발로 섹션이 분류된다. 세부적으로는 디자인 분야를 제품, 포장, 시각, 멀티미디어 4 분야로 구성된다. 업체 입장에서는 성격에 맞게 투자가 보장되어 알찬 효과를 노릴 수 있다. 이러한 배경 덕분에 ‘디자인지원사업설명회’는 인천지역에서 추진하는 지역사업설명회 중에서는 가장 큰 호응도를 보이고 있다.

사업담당자들



인천시

디자인개발지원에 선발된 기업들은 연간 최대 세 개의 과제를 수행하게 된다. 지원 대상 선정부터 꼼꼼하게 가능성을 체크하지만, 과제의 수행역량을 끌어올리는 것은 교육 프로그램의 역할이다. 인천시의 디자인교육 프로그램은 단순히 디자인 전문가 양성에 국한되어 있지 않다. 사업 수혜자인 제조업체 또한 원한다면 디자인 교육에 참여할 수 있다. 전문가를 통해 체계적으로 구축된 사업이지만, 전문가에 의지하거나 전문가와 비전문가를 양분화하지 않는 것이 바로 인천시 디자인 교육의 미덕이다. 제품 디자인은 디자이너 한 사람의 아이디어로 만들어지기보다는 기술이나 경험과 조화를 이룰 때 가능한 것임을 잘 알고 있기 때문에 가능한 기획이라고 할 수 있다.

2004년 10개 과제로 시작된 사업은 이제 10배 가까이 늘었다. 연간 80~90개의 과제를 진행하다보면 여전히 참여기업과 주관기관 사이에서 불협화음이 발생하지만 인천시는 추가적으로 전문가의 자문과 해당사업의 전용 운영규정을 참고하여 객관적으로 문제를 분석하고, 해결해 나가고 있다. 이러한 과정에서 비협조적이던 업체들의 태도도 180도 달라졌다. 사실 사업 초기엔 보수적인 업체들의 인식을 바꾸는 일이 가장 힘들었다고 한다. 무엇보다 디자인이 시간과 돈 그리고 노력이 들어가는 창작물임을 선뜻 이해하지 못하는 경우가 많았다. 하지만 주변의 성공사례가 늘어나자 분위기가 달라졌다. 갈날을 생산하던 납품업체는 디자인개발과제를 통해 자기 브랜드를 만든 뒤 기업규모를 10배 가까이 성장시키기도 했고, 한 가슴기생산업체는 제품디자인을 바꾼 뒤 대기업을 제치고 판매량 국내 1위로 우뚝 섰다. 처음에는 기업을 찾아다니면서 디자인 개발을 설득하기도 했지만 이젠 더 이상 그럴 필요가 없었다. 디자인에 대한 열린 인식을 기반으로 인천시 기업 문화가 자연스럽게 성장했기 때문이었다. 기업들의 변화는 열의로 증명되었다. 지난 3년간 디자인 개발 사업의 지원을 통해 진행된 268개 과제 중 실패사례는 단 세 개뿐이었다.

라이브러리 이용



아이디어의 원동력 디자인도서 라이브러리

작년 한 해 디자인 지원센터의 방문객은 만 4,000명 정도이다. 6년 전 처음 센터가 생겼을 때의 1,600여명에 비하면 거의 10배 가까이 늘어난 규모이다. 여기에 머물지 않기 위해 디자인 지원센터에서는 월 단위로 통계를 내어 방문객 수요를 분석하고 있다. 대부분의 방문객들은 과제 수행 과정 중 아이디어를 얻기 위해 이곳을 방문하지만 최근 방문객 중에는 사업 관계자가 아닌 경우도 많다고 한다.

먼 곳에서 일부러 디자인 지원센터를 찾는 방문객들은 라이브러리를 이용하기 위해 찾는 경우가 많다. 디자인 지원센터 내에 있는 디자인 라이브러리는 크게 두 개 섹션으로 구성되어 있는데 도서 라이브러리와 소재 라이브러리가 그것이다. 도서 라이브러리에는 디자인 전문서적 약 4,000권과 디자인 잡지 150여종이 구비되어 있으며 잡지의 경우 해외잡지가 80%이다.

도서 추천은 매년 대학의 디자인 관련 학과 교수들에게 자문을 받아 이루어진다. 교수들이 보내 온 리스트 중에서도 흔하게 구할 수 있거나 센터 성격에 맞지 않는 도서는 꼼꼼하게 걸러져 꼭 필요한 책만 구매한다. 하지만 꼭 필요한 책이라면 가격에 상관없이 구매하여 모두가 볼 수 있게 한다. 때문에 전문서적의 경우 국내에 몇 군데 구비되어 있지 않은 희귀서적이 많다. 책 한 권에 몇 백 만원이 나가는 경우도 있다고 한다.

소재 라이브러리는 국내 소재를 테마로 특화시켰다. 국내 소재만으로 800여종의 소재를 구비해 놓았는데, 국내 소재에 있어서는 전국적으로 유일한 공간이다. 소재가 아이디어의 중요한 부분을 차지하는 디자인 분야에서는 이미 알 만한 사람은 다 알고 있어서, 멀리 지방에서도 이곳 남동공단을 찾는다. 두 개의 라이브러리에 필요한 자료 구매와 관리에 들어가는 비용만 매년 1억 원 이상이지만 매년 라이브러리 구축에 신경을 쓰는 이유는 제대로 된 정보 없이는 뛰어난 아이디어 생



3D PVR자료실

산도 불가능하기 때문이다. 매사에 발 빠르게 대응하지 않으면 안 된다는 디자인 센터의 기조는 라이브러리뿐만 아니라 사업 전반에서도 드러난다. 디자인 지원센터에서는 6개월마다 디자인 트렌드를 조사하고 업데이트하고 있다. 센터 방문객들의 요구사항은 매달 엑셀파일로 정리되어 다음 분기에 디자인센터의 운영방침으로 거듭난다.

이러한 현실적 요구를 반영한 디자인센터의 대표적인 공간이 바로 스튜디오이다. 디자인센터 내에 있는 스튜디오는 2D 스튜디오와 3D 스튜디오로 나뉜다. 최근에 생긴 3D 스튜디오에서는 360° 제품 촬영이 가능한 특수 장비가 갖추어져 있다. 3D 스튜디오에서 촬영한 제품의 경우 홈페이지 마우스 클릭만으로 360°로 제품을 꼼꼼히 살펴볼 수 있다고 한다. 고가의 장비이긴 하지만 해외 수출 등에 꼭 필요하기 때문에 구입을 결정했다.

두 개의 스튜디오는 주로 제품 홍보에 활용된다. 홍보는 디자인개발사업의 중요한 부분이다. 뛰어난 디자인을 가지고 있더라도 홍보가 적절히 이루어지지 않으면 언제



2D 제품 촬영실



소재 라이브러리

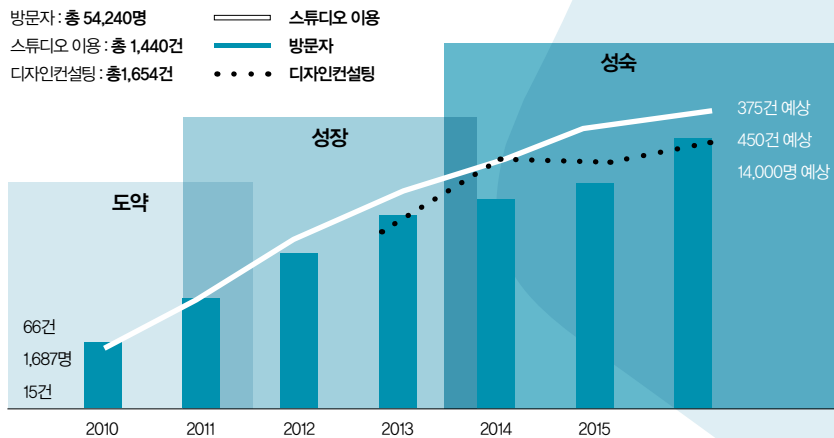
인천시

다른 업체에 아이디어를 뺏길지 알 수 없기 때문이다. 디자인 지원센터 안에 굳이 스튜디오를 만든 까닭은 대부분의 인천 제조업체에서 홍보비용을 감당할 만한 능력이 없었기 때문이다. 강남에 있는 스튜디오의 경우에는 제품 사진을 찍는 데만 시간당 몇 십 만원이 들어가는데, 영세제조업체에서 그만한 비용을 감당할 수 없었음은 물론이다.

디자인 사업 초기에 발생했던 문제, 서울의 디자인 업체에 의지할 수밖에 없어 자생력을 갖지 못했던 상황이 홍보 분야에서도 비슷하게 반복되고 있었다. 디자인 센터가 다시 발 벗고 나서 문제를 해결해 나갔다. 센터 안에 스튜디오를 만들고 전문 사진작가를 채용하고 기자재 또한 어느 유명 스튜디오 못지않게 갖추는 것도 잊지 않았다. 센터 스튜디오의 높은 수준은 곧 입소문을 탔다.

2010년 처음 스튜디오를 열었을 때 65건 밖에 되지 않던 이용 건수는 5년 만에 1,440건으로 늘어났다. 예약 건수가 대폭 늘어난 탓에 한 달 정도 대기하는 것은 자

디자인기반조성



연스러운 상황이 되었을 정도다. 사용료는 2D 스튜디오의 경우 시간당 2만 2천 원이며 3D 스튜디오의 경우엔 제품 당 2만 2천 원을 받고 있는데, 굳이 요금을 매긴 이유는 예약 후 이용을 갑작스럽게 취소하는 경우를 방지하기 위해서다. 전문사진작가가 최고의 장비로 촬영하는 까닭에 이곳을 통해 얻은 결과물들은 어느 스튜디오 못지않다. 때문에 인천시의 많은 기업들이 이곳 스튜디오의 덕을 톡톡히 보고 있다고 한다.

인천 디자인 사업, 첨단의 미래

인천시는 지난 12년간 디자인개발을 중심으로 제품컨설팅부터 해외수출에 이르기까지, 기업의 의지와 노력만 있다면 어느 회사든지 공평하게 성장할 수 있는 기업 환경을 만들기 위해 노력했다. 디자인지원단의 이러한 노력은 인천시 제조업체와 디자인업체들의 역량을 발전시켰다. 이 모든 성과는 디자인지원팀과 서비스디자인팀, 그리고 인천시의 훌륭한 팀워크가 있었기 때문에 가능했다. 그러나 아직 해결해야 할 과제는 많이 남아있다. 지금까지는 디자인지원단의 오른팔을 담당하던 디자인지원팀의 역할이 컸다면, 이제는 디자인지원단의 기술 분야를 담당하고 있는 테크노파크의 서비스디자인팀의 활약이 기대되는 시점이다.

이제 디자인은 시각적인 영역을 넘어 기술을 아우르고 있다. 예를 들어 제품 디자인개발 과정에서도 여러 가지 과학적인 연구결과를 적용하는 예가 빈번해지고 있다. 대기업의 경우엔 이러한 흐름에 발 빠르게 대응하고 있지만, 중소기업은 여러 가지 정부의 지원이 필요하다.

디자인 지원센터에서는 이러한 문제를 해결하기 위해 대학연구기관과 함께 대안을 모색하고 있다. 최근 서비스디자인팀은 국민대학교와 '뇌파분석 연구'를 통

인천시



제품디자인틀교육

한 소비자 인식을 분석'을 시도했다. 이를 시작으로 인천시 디자인육성사업은 디자인과 공학을 연계하여 시장에서 치열하게 싸워나가고 있는 중소기업들이 더 스마트하게 스스로의 길을 만들어나갈 수 있는 방안을 모색할 전망이다. 어떤 기업이 라도 의지와 노력이 있다면 성장할 수 있는 시장 환경을 만들어 주는 것. 10년 전이나 지금이나 인천시가 가장 우선하는 가치이다.

현재 6,000개 정도인 남동공단의 기업 수는 매년 증가하고 있다. 이들은 정글과 같은 시장 환경에서 살아남기 위해 저마다 치열하게 노력하고 있다. 이들은 부족한 자금과 적은 인력으로 힘겹게 싸워나가고 있지만, 유행을 앞지르는 트렌드는 언제나 예상치 못했던 곳에 튀어나오는 법이다. 좋은 정책이 이를 가능하게 이끌어 주기만 한다면 말이다. 인천시의 디자인육성사업은 인천시의 영세한 제조업체들이 어떻게 하면 새로운 기업환경에서 살아남을 수 있을까 하는 고민에서 출발했다. 이러한 고민이 있었기에 인천시는 디자인이라는 새로운 분야를 과감히 지원할 수 있었고, 10년이 넘는 기간 동안 인천시만의 독특한 디자인 문화를 형성할 수 있었다. 인천시가 전형적인 공단의 이미지를 훨훨 벗어던지고 국제적인 디자인도시로 거듭날 수 있을까? 현재보다는 미래에 그 답이 있는 듯하다. 인천시의 디자인 문화는 이제 막 시작됐으니.

부산시

원도심
스토리투어
관광상품
개발



벤치마킹 포인트

- 도시재생프로그램과 연계 협력한 융합형 관광 개발
- 중장년층 유희인력을 스토리텔러로 활용하여 지역 일자리 창출
- 원도심의 역사적 유산을 그대로 살린 관광 코스 개발
- 마을 공동체 주도의 관광코스 인프라 구성

원도심 골목에서 이야기와 마주치다

무기력하던 할매·할배들이 관광객을 이끌고 골목을 누비는 스토리텔링 관광 가이드로 거듭났다.
부산시의 원도심 관광상품 개발 이야기에 주목할 시점이다.

1,400만 관객이 눈물을 흘린 영화 <국제시장>의 배경이 부산인 것은 어찌 보면 필연적이다. 영화는 주인공 '덕수'가 근현대사의 소용돌이를 겪는 파란만장한 기록이다. 부산의 원도심에는 일제강점기와 6·25전쟁을 거치며 쌓인 한국 근현대사의 아픔과 눈물이 그대로 고여 있다. 용두산 일대에는 조선시대 왜관을 손수 지었던 민초들의 땀이 배어 있고, 초량 일대에는 일제강점기 수탈의 아픈 기억이, 영도다리를 중심으로 북항과 남항에는 6·25 동란 이후 피란민들의 뼈아픈 재기의 발자국이 새겨져 있다.

해운대와 광안리로 대표되는 부산의 화려한 대표 관광 명소의 뒤편에는 원도심이 묵묵히 자리를 지키고 있다. 역사의 향취를 고스란히 지켜낼 수 있었던 것은 관광객의 발걸음이 채 닿지 못했기 때문일지도 모른다. 부산시와 부산관광공사는 이러한 아이러니에 마침표를 찍기로 한다. 역사와 문화의 흔적을 제대로 보존하면서도 이를 널리 알려 관광객을 유치하겠다고 결심한 것이다.

이전부터 부산관광공사에서는 원도심이 갖고 있는 문화·역사적 자산의 매력을 충분히 알리지 못한 것에 대한 안타까운 목소리가 늘 있어왔다. 원도심 일대는 주로 지대가 높은 '산복도로(산의 중턱을 끼고 지나는 도로)' 변에 위치하여 지

속적인 도시 기능의 저하가 이루어진 곳이다. 이에 따라 인구가 감소하고 생산력이 쇠퇴하는 등 타 지역에 비해 발전이 뒤쳐진 것이 사실이다. 그러다 2009년부터 부산시의 대표적 도시재생사업인 '산복도로 르네상스 프로젝트' 등을 통해 정주여건이 개선되기 시작한다. 주민들이 모여 문화를 즐길 수 있는 거점시설들이 들어서고, 공공사업과 주민 공동체 사업을 균형 있게 구성하여 공간, 문화, 생활 재생 등 자력 수복형 복합 재생이 이루어졌다. 무기력하던 원도심에 생기가 돌면서 관광투어 거점지로서의 가능성도 살아나기 시작했다.

원도심 자산을 그대로 살린 코스가 생명!

'부산 원도심 스토리투어'가 가치 있는 이유는, 가장 오래되었으면서도 가장 보잘 것 없어 보이던 기존의 자산을 그대로 살렸다는 데에 있다. 반질반질 비까반쩍한 해안도로도 없고, 고급스런 쇼펍센터가 들어선 것도 아니다. 그저 높은 산비탈을 두 발로 터벅터벅 올라가 땀을 뻘뻘 흘려보고 사람들과 어깨를 부딪히며 이야기를 듣는 곳이다. 골목의 작은 텃밭, 오래된 초등학교 담벼락을 자세히 살펴봐야 그 진면목을 알 수 있다. 피란민으로 쫓겨 와 팔십 평생 가까이 168개의 계단을 매일 오르내리며 허드렛일로 살아온 할아버지의 주름에 새겨진 이야기를 들어보는 것이, 바로 스토리투어의 진면목이다.

가장 최근에 개발된 '공동어시장, 남항을 품다'를 포함 총 6개의 코스가 개발되었다. 이 사업은 2014년 당시 부산시 관광진흥과에 근무하던 석진숙 주무관의 아이디어에서 출발했다. 이미 부산지역 여러 곳에서 스토리텔링을 활용한 투어 프로그램들이 운영된 바 있으나 뚜렷한 테마가 없고 산발적으로 이루어져 크게 인기

부산시

2015년까지 개발된 5개 코스

구분	코스명	주요구간	비고
1코스	영도다리 건너 강강이길을 걷다	01 영도다리→02 수리조선소길→03 대평동 일대→04 영도 도선장→05 용신당→06 흥등대	부산 영도구
2코스	용두산 올라 부산포를 바라보다	01 봉아주차장→02 관수가→03 광복로→04 초량왜관 터→05 용두산→06 부산근대역사관→07 대각사	부산 중구
3코스	이바구길 걷다	01 옛 백제병원→02 남선창고 터→03 초량교화→04 168계단→05 김민부전망대→06 당산→07 이바구공작소	부산 동구
4코스	국제시장 기웃거리다	01 BFF 광장→02 먹자골목, 국제시장→03 보수동 책방골목→04 부평강통시장	부산 중구
5코스	현여울마을 만나다	01 현여울마을 운영지원센터→02 절영해안산책로→03 해녀촌 탈의실→04 만머리게단→05 현여울길→06 〈변호인〉촬영지→07 이송도전망대	부산 영도구

가 있지는 않았다. 투어 참가자 모집이나 스토리텔러 교육이 체계적이지 못했다는 점도 활성화의 발목을 잡았다. 석진숙 주무관은 그동안 주목받지 못했던 원도심 일원의 풍부한 근대사와 문화자원에 주목했다. 오랜 역사의 도시 부산이 가진 고유한 매력을 가장 잘 보여줄 수 있다는 생각이 들었던 것이다. 이렇게 원도심의 스토리텔링을 중심으로 한 도보투어 사업이 작은 걸음을 뗐다.

앞서 언급되었던 도시재생사업 ‘산복도로 르네상스 프로젝트’와 연계하여 짜여진 구간이라는 점에서 사업의 효율성이 엿보인다. 산복도로를 따라 펼쳐지는

특별한 야외극장 ‘산복도로 옥상달빛극장’, 이바구길 체험활동 ‘산복도로 소풍’, 어묵 만들기 체험, 산만디 버스, 이바구 자전거 등 기존 프로그램을 스토리투어 코스에서 이용할 수 있다. 기존 사업과 연계한 대표적 융합형 관광개발 사업으로 소개되어도 손색이 없다.

2015년 지역발전특별회계와 지방비를 5:5 매칭으로 총 2억 원의 사업비가 투입되었다. 다섯 개 코스를 찾은 관광객은 총 9,748명에 달한다. 체험학습과 수학여행 단체 등을 82회에 걸쳐 유치하였고 4,591명의 단체 여행객이 코스를 방문하였다.

스토리투어 관광객과 스토리텔러



코스과 관련 콘텐츠는 지속적으로 개발하는 중이다. 흰여울마을을 다섯 번째 신규 코스로 등록하였고, 국제시장 연계 투어와 테마별 상품 운영 등 새로운 콘텐츠 개발도 게을리하지 않는다. 코스가 늘어난 만큼 2016년에는 3억 원으로 사업 예산과 범위가 확대되었다. 자치구 협업을 통한 코스의 수용태세를 개선하는 것뿐만 아니라 홍보와 마케팅에도 힘쓰고 있다. 홍보는 운영실적 증대와 바로 연결된다.

이는 전년 대비 6,237명이 증가한 수치이다. 관광객이 늘어나며 원도심 지역의 실질적 소비활동이 증가한 것은 당연지사다. 매 분기별로 투어에 참가한 관광객을 대상으로 온라인 설문을 실시하고 있으며 그 결과 5점 만점에 평균 4.8점의 높은 만족도를 증명받았다.

코스과 관련 콘텐츠는 지속적으로 개발하는 중이다. 흰여울마을을 다섯 번째 신규 코스로 등록하였고, 국제시장 연계 투어와 테마별 상품 운영 등 새로운 콘텐츠 개발도 게을리하지 않는다. 코스가 늘어난 만큼 2016년에는 3억 원으로 사업 예산과 범위가 확대되었다. 자치구 협업을 통한 코스의 수용태세를 개선하는 것뿐만 아니라 홍보와 마케팅에도 힘쓰고 있다. 홍보는 곧 운영실적 증대와 연결된다. 2015년 5월에는 일본어 예약 사이트도 구축하여 해외 관광객 유치에도 본격적으로 나서고 있다. 한국방송작가협회의 대표 작가들을 대상으로 초청 팸투어(Familiarization Tour: 사전답사여행)도 실시했다. 이는 원도심 스토리텔링을 이용한 방송 프로그램 제작을 위해 방송 관계자들의 긍정적인 반응을 이끌어 낼 수 있었다. 앞으로 각종 미디어에서도 부산 원도심 이야기를 더 많이 접할 수 있으리라 기대가 된다.

마을 공동체가 다 함께 만드는 투어

‘이바구길 걷다’ 코스의 별미는 168계단을 오르기 전 맛보는 시락국밥과 추억의 도시락이다. 더운 여름이면 2,500원이라는 저렴한 가격에 푸짐한 팔빙수도 맛볼 수 있어 피로한 발을 쉬게 하는 데 그만이다. 투어 참가자들의 발길이 끊이지 않는 ‘168 도시락국’. 이곳은 복지회관을 통해 초량 이바구길 지역 어르신들이 직접 운영하는 곳이다. 이곳에서 발생한 수익은 전액 수고하신 어르신들에게 공평하게 배분된다. 흰여울문화마을 공동체에 위치한 ‘흰여울점방’ 역시 지역 ‘아지매’들이 직접 운영하는 곳이다. “답지요~ 지치지요~ 씹은(쓴) 커피 한 잔 하고 가소!” 하는 아지매들의 음성이 정겹다. 흰여울문화마을 예술공방은 마을운영지원센터에 전시된 갤러리 작품들을 만든 작가들이 머무는 곳이다. 작가들이 직접 진행하는 체험프로그램에도 참여할 수 있다. 이외에도 ‘625 막걸리집’, 각종 전시회가 열리는 ‘이바구

부산 원도심 스토리투어 사업추진일정

세부사업명	내용	추진시기
코스 및 콘텐츠 개발	역사문화자원 답사 및 투어코스 개발	2015년 1~2월
스토리텔러 선발 및 교육	스토리텔러 선발 및 교육, 현장 시연	2015년 2~3월
홈페이지 참가신청 시스템 정비	부산시, 부산관광공사 참가신청 시스템 정비	2015년 3월
홍보물 제작	코스 안내 리플렛, 포스터 등 제작	2015년 3~4월
스토리투어 운영	5개 코스 스토리텔러 파견 및 운영	2015년 1~12월
사업 홍보	부산시, 부산관광공사 홈페이지, 언론사, 교육청, 철도청 등	2015년 1~12월

부산시

공작소', 어르신들이 직접 운영하는 저렴한 게스트하우스 '이바구 충전소'가 스토리투어 코스에 매력을 더하고 있다. 마을 공동체에서 직접 머리를 맞대고 운영하며 관광객들을 환한 미소로 반기는 모습이 보기 좋다. 지역 주민들에게 일자리가 창출되고 여기다 소득까지 고르게 재분배되니 이보다 더 좋을 수 있을까!

마을 주민들의 의견이 반영된 것은 이뿐만이 아니다. 사람이 모이니 각종 편의시설이 늘어나게 되고 168계단을 오르내리는 모노레일도 생겨났다. 사실 168계단을 가장 많이 오르내리는 것은 마을 주민들이다. 6·25전쟁 때 피란을 와 168계단 위에 종이판자로 집을 짓고 모여 살던 이들이 지금도 이곳 초량의 주인이다. 168계단 위에서 멀리 중앙부두를 하루 종일 내려다보다 화물이 실린 기선이 들어오면 맨발로 168개의 계단을 단숨에 뛰어 내려가 뭇집으로 일감을 떼다 하루하루 먹고 살았다. 소득이 별로 높지 않은 것은 현재에 와서도 마찬가지이다. 이제 고령에 몸

625막걸리 메뉴

6·25 막걸리									
원산지: 김해·곡·제천									
막걸리	막걸리	소주	맥주	참깨	김치	부추	배	오징어	두부
리	리	리	리	리	리	리	리	리	리
잔	잔	잔	잔	잔	잔	잔	잔	잔	잔
술	술	술	술	술	술	술	술	술	술
250원	100원	250원	300원	500원	300원	300원	500원	500원	500원
00원	00원	00원	00원	00원	00원	00원	00원	00원	00원
00원	00원	00원	00원	00원	00원	00원	00원	00원	00원

흰여울점방



625막걸리집

이 성치 않은 이들도 많다. 그럼에도 불구하고 여전히 168계단 위에 살고 있으므로 하루에도 몇 번씩 계단을 오르내릴 수밖에 없다. 관광객을 위한 168계단 모노레일은 마을 주민들의 간절한 염원 속에서 탄생했다고 해도 과언이 아니다.

부산역과 영도대교, 흰여울문화마을, 송도, 감천문화마을, 국제시장, 용두산 공원, 보수동 책방골목, 168계단 모노레일이 있는 장기려박사 기념관 등 부산의 핵심적인 관광명소를 모두 돌아다니는 '만디버스' 역시 주민의 발이 되어주고 있다. 기존 부산 시티투어버스와 환승 가능하여 투어 이용객에게도 효율적이다. 스토리투어 개발과 함께 늘어나는 지역 편의시설에 주민들의 행복까지 커지고 있다. 스토리투어로 관광객들이 점차 늘어나면서 다소 소음이 발생하는 문제도 있어 주민들의 불평도 간혹 생기는데 부산관광공사에서는 이 점도 놓치지 않고 해결 방법을 모색 중이다.

이야기할배&할매가 어디든 간다!

원도심의 이야기를 들려줄 가장 적합한 스토리텔러는 과연 누구일까? 부산 원도심 스토리투어를 이끌어아가는 것이 바로 ‘이야기할배&할매’들이라고 해도 과장이 아니다. 부산은 65세 이상 고령자 비중이 인구의 가장 많은 부분을 차지하는 고령화 도시이다. 이중 부산의 중구, 서구, 동구, 영도구를 중심으로 하는 원도심은 지역 특성상 고령자 비율이 더 높다. 부산시는 스토리투어 사업에 해당 지역의 은퇴한 시니어 인력을 스토리텔러로 양성하여 운영한다는 탁월한 아이디어를 택했다. 현재 활동 중인 66명의 스토리텔러 중 50대 이상이 58명으로 전체의 약 88%를 차지하고 있다. 무기력하던 지역의 할머니, 할아버지들이 스토리텔러로서 전문적인 교육을 받고 원도심의 이 골목, 저 골목으로 활기차게 나서고 있다. 이들은 해당 지역의 역사와 문화적 지식을 고스란히 체득하고 있어 원도심 투어의 본질과 그 의도에 가장 알맞은 가이드가 되어준다. 많은 숫자의 유희인력이 사업에서 창출된 일 자리를 채우니, 지역 자체에 활기가 돌 수밖에 없다. 일을 하며 수입도 생기고 삶의 보람을 찾으니 스토리텔러들의 행복감은 이만저만이 아니다. ‘이야기할배&할매’라는 별칭답게 구수하고도 생동감 있는 이야기로 투어 이용객들로부터 좋은 반응을 얻으며 지역 명물로까지 자리 잡고 있다.

이야기할배들의 대장, 김영숙 팀장 스토리텔러는 고령의 나이에도 반짝거리는 기억력과 특유의 물 흐르는 듯한 말솜씨로 관광객들의 혼을 쏙 빼놓는다. 마이크만 잡으면 아프던 다리가 썩 낫는다는 김영숙 이야기할배. “스토리텔링이 내 마약(?)이야”하고 말하는 것이 그녀의 입버릇이다. 부산의 택시업체 ‘등대콜’과 함께했던 친절 택시 캠페인을 진행하면서 넘어서 79바늘이나 꿰매는 사건도 있었다. 그러나 “부산관광공사에서 제공하는 건강보험을 통해 큰 걱정없이 치료도 받았다”며 이제는 활짝 웃으며 그때 일을 전한다. 관광진흥과 강은진 주무관은 이렇게 말한다.

어린이들에게 원도심을 설명 중인 스토리텔러



부산시에서는 앞으로도 스토리텔러들의 복지에 신경 쓸 계획이다. 지금도 스토리텔러들의 만족도는 높은 편이다. 고령이더라도 근무시간이 길지 않아 체력적으로 부담이 가지 않기 때문에 건강을 지키면서 일할 수 있고, 많은 관광객들에게 삶의 터전인 부산을 널리 알릴 수 있어 큰 보람을 느낀다는 것이 장점이다.

스토리텔러들은 지역 초등학교에 방문하여 학생들을 상대로 원도심 역사 이야기에 대한 교육과 강의를 하기도 한다. 교육청과 연계·협력한 ‘청소년 역사 체험 프로그램’이 이렇게 탄생했다. 스토리텔러들은 주머니 가득 사탕을 넣어 가지고 다니며 아동, 청소년들과 소통하고 역사적 지혜를 전달하는 데에도 시간을 아끼지 않는다. 학생들뿐만 아니라 지역 주민들이 투어에 직접 참여하는 기회도 있다. 우리 마을에서 어떤 사업이 어떻게 진행되고 있는지 이웃사촌인 스토리텔러들에게 직접 듣고 정보를 함께 나눌 수 있는 프로그램이 운영된다.

“이야기할배, 이야기할매 분들께서 우리 사업의 주인공이자 든든한 동반자라고 할 수 있습니다. 마을 주민들과 스토리텔러들이 행복할 때 비로소 방문객들도 즐거울 수 있고 성공한 사업이 될 수 있습니다.”

스토리텔러와 관련해 부산관광공사에서 야심차게 추진하고 있는 사업도 있다. 시니어 스토리텔러들의 지역적, 역사적 지식과 지혜를 고스란히 물려받을 후배들을 양성하는 것이다. 부산 원도심 스토리투어의 Young 홍보단 ‘이야기 프렌즈’의 활동이다. ‘이야기할배&할매’의 젊은 버전이라는 익살스러운 멘트로 소개되는 이들은 부산지역 대학에서 관광을 전공하고 있는 대학생 11명이다. 젊은 세대답게 고령의 스토리텔러들이 직접 하기 어려운 분야를 도맡아 일하고 있다. SNS를 통해 스토리투어를 홍보하는 한편, 이야기할배&할매들의 활약상과 코스별 포토존 등을

담은 영상을 제작하기도 한다. 해당 지역의 맛집을 탐방해 관광객에게 유용한 ‘맛집 지도’도 만들 계획이다. 부산 관광에 대한 뜨거운 열정과 지치지 않는 젊음으로 스토리투어 사업에 신선함을 불어넣을 것이라는 기대가 크다. 아직까지 활동은 미미하나, 부산관광공사에서는 앞으로 이들의 활동상에 따라 그 영역을 넓혀나갈 예정이다.

또 원도심 스토리투어 사업에서 수고로운 일을 마다 않는 이가 있다. 바로 부산관광공사의 임아름 사원이다. 박진우 관광마케팅 팀장을 도와 사업의 세부적인 사항들을 조율하고, 언제나 스토리텔러들과 소통하는 중요한 역할을 맡고 있다. ‘이야기 프렌즈’ 업무까지 도맡아 SNS와 블로그 등에서 활약하는 모습이 인상적이다. 외국에서 공부를 마치고 고향인 부산에 돌아왔다는 임아름 사원. 전공을 살려 부산의 관광산업을 발전시키고 싶다는 그녀의 포부가 당차다.

스토리텔러와 임아름 사원(우)



부산시

명확함과 지속성을 갖고 진행하라

부산 원도심 스토리투어는 현재 무료로 관광객들에게 투어 기회를 제공하고 있다.

그러나 지역 관광 활성화와 다양한 관광객들의 기대를 만족시키기 위해서는 보다 폭넓은 관광상품이 발굴되어야 하는 것이 사실이다. 2016년에는 민간여행사 공모를 통해 테마별 관광상품을 개발하여 하반기에 운영할 계획도 갖고 있으며, 동구에서는 이미 전문여행사와 연계하여 ‘이바구 투어버스’를 진행 중이다. 이를 통해 더욱 다채로운 부산 관광이 가능해질 것으로 기대된다. 발굴하기 어려운 코스를 관광사업과에서 개발하고 사업이 발전되면 지역 민간여행사들이 함께하여 공생 관계를 자리 잡게 하는 것도 사업의 한 가지 목표이다. 교통이나 숙박, 주차 등 여러 분야의 관광수용태세의 개선도 언제나 연구 중이다. 환경이 좋아야 방문했던 관광객들이 부산을 다시 찾을 것이라는 믿음 때문이다.

강은진 주무관은 앞으로도 이 사업이 명확함과 지속성을 가지고 진행되었으면 좋겠다고 말한다. 더디더라도 이 두 가지만 있다면 성공적인 사업이 가능하다는 비전을 스토리투어 사업에서 발견한 것이다. 박진우 팀장은 시와 공사의 협력관계의 중요성을 전하고 싶다고 한다. 부산시 관광사업과에서 미처 보지 못하는 곳으로 시선을 돌려 보강하고 뒷받침하는 것이 자신들의 역할이라는 그의 말에서 든든한 파트너십이 느껴진다.

스토리텔러들의 활동 내역을 자료로 만들고 축적시켜 지속적 사업으로서 후속 체계를 마련하는 것이 앞으로의 과제라고 말하는 부산시와 부산관광공사. 이들의 다짐에서 원도심 스토리투어 사업의 밝은 미래가 내다보인다.

전주 시

기부와
나눔으로
키우는
기부천사쉼터
'희망을 주는
나무'



벤치마킹 포인트

- 개인 선행을 지역사업과 연계하여 기부문화 확산에 기여
- 적극적인 공동체 육성으로 상생하는 지역구조 확립
- 테스트베드 사업을 활용한 역량있는 지역리더 양성

누구나 천사가 되는 동네, 노송동 천사마을

한 사람의 진심어린 선행이 '사람 중심'이라는 지자체의 의지를 통해 공동체 문화로 되살아났다. '얼굴 없는 천사'가 만든 천사마을의 작은 기적.

전주는 시내 곳곳에 성지(聖地)를 품고 있는 지역이다. 극심한 박해 속에서 자신들의 신앙을 지켜내고자 했던 순교자들의 정신 때문일까? 지금의 전주시에도 이들의 마음이 곳곳에 고스란히 남아 있는 듯하다. 전주시의 천사마을 가꾸기 사업은 '사람'을 먼저 생각하는 전주시의 오랜 노력의 결실과도 같다. 사업지인 노송동은 전주의 구도심에 해당하는 지역으로 근처에 한옥마을, 시청 등이 위치하고 있지만, 1980년대 외곽지역 택지개발 당시 소외됐던 까닭에 전주시의 대표적 노후지역으로 꼽힌다. 이러한 노송동이 '천사마을'을 통해 명소로 거듭나고 있다. 최근에는 일본의 한 지자체에서 벤치마킹 답사를 다녀 갔을 정도라고 한다.

으리으리한 건축물이나 유적지는 커녕 낡은 콘크리트 집들과 허름한 가게뿐인 이곳을 찾기 위해 한옥마을로부터 2km를 걸어오는 까닭은 무엇일까? 그곳에 정말 천사라도 살고 있는 것일까?

얼굴 없는 천사, 선행의 씨앗을 심다

시작은 유난히 눈이 많았던 2000년 겨울이었다. 한 초등학생이 노송동사무소 근처에 조그만 상자 하나를 두고 갔다. 안에는 무거운 돼지저금통 하나와 지폐가 한가득 들어 있었다. 상자 뚜껑에는 "소년소녀 가장을 위해 써주시고 새해 복 많이 받으세요!"라는 짧은 인사가 적혀 있었다. 제3자를 통해 전달된 익명의 기부는 다음해에도 그 다음해에도 계속되었다. 매년 연말이 되면 노송동사무소에는 어김없이 전화 한 통이 걸려왔고, 예견된 장소엔 어김없이 돈이 가득한 상자 하나가 놓여 있었다. 두고 간 상자의 위치를 전하는 목소리는 매번 달랐다. 언젠가는 중년의 남자이기도 했고, 젊은 아가씨이기도 했다. 그들은 모두 '얼굴 없는 천사'의 메신저 역할을 하고 있었다. 그렇게 16년이 흘렀고, 총 4억 4,764만원이라는 적지 않은 돈이 기부되었다.

누가, 왜 철저히 자신을 숨겨가며 이런 선행을 하는 것일까? 신문기사로 보도될 정도로 유명세를 탔지만, 천사는 결코 얼굴을 드러내지 않았다. 누구도 천사의 얼굴은 몰랐지만, 그의 선행은 16년 동안 참으로 많은 것을 바꿔 놓았다. 가장 큰 변화는 지역사람들의 마음가짐이었다. 2009년 천사마을 가꾸기 사업을 앞두고 지역 주민들을 대상으로 설문조사를 했을 때 주민들은 시설증진보다는 살기 좋은 마을이 되는 것을 원한다고 답했다. 좋은 마을이란 결국 사람이 행복한 마을이라는, 가장 기본적인 가치가 노송동 깊숙이 뿌리내리기 시작한 것이다.



전주시

‘얼굴 없는 천사’와 함께한 15년

구분	기탁일자	지원 방법 및 놓고 간 장소	지원 금액(원)	지원 내력 및 결과
1차	2000.04.03	동사무소 내 민원대 위에 (초등학교3학년 남학생이 심부름)	584,000 (돼지저금통)	연탄, 쌀 지원 (12세대)
2차	2001.12.06	20대 초반 여성 전달	7,428,000원 (돼지저금통)	쌀 지원 (18세대)
3차	2002.05.04	장애인 도움 벨 옆 어린이날 도움 (40대 남자 전화)	1,000,000원 (현금)	현금 지원 (9세대)
4차	2002.12.24	공중전화부스 (60대 남자 전화)	1,612,060원 (현금)	현금 지원 (16세대)
5차	2003.12.23	공중전화부스 (30~40대 남자 전화)	5,367,330원 (만 원권 500만원 + 돼지저금통 367,330원)	현금 지원 (30세대)
6차	2004.12.22	공중전화부스 (50대 남자 전화)	5,458,420 (만 원권 500만원 + 돼지저금통 458,420원)	현금 지원 (31세대)
7차	2005.12.26	동사무소 지하 주차장 입구 화단 (30대 남자 전화)	10,455,180원 (만 원권 1,000만원 + 돼지저금통 455,180원)	난방유 주유권10만 원권 (100세대) 연탄150~200장 지원 (총 1,300장, 8세대)
8차	2006.12.21	동사무소 지하 주차장 입구 화단 (30대 후반 남자 전화)	8,513,110원 (만 원권 800만원 + 돼지저금통 513,110원)	현금지원 (85세대) (세대 당 10만 원)
9차	2007.12.27	동사무소 지하 주차장 입구 화단 (30대 후반 남자 전화)	20,381,000원 (만 원권 2,000만원 + 돼지저금통 381,000원)	현금 지원 198세대 (세대 당 10~30만 원)
10차	2008.12.23	동사무소 지하 주차장 입구 화단 (40대 남자 전화)	7,428,000원 (돼지저금통)	쌀 지원 (18세대)
11차	2009.12.28	동사무소 옆에 소재한 우리세탁소 옆 공터 (40대 남자 전화)	80,265,920 (5만 원권 5,000만원+ 1만원권 3,000만원+ 돼지저금통 265,920원)	1차 지원 (2010.2.2.) : 392세대 (388세대 각 10만원, 4세대 각30만 원) 2차 지원 : 2010.9.지급 402세대(세대 당 10만 원)
12차	2010.12.28	동사무소 옆에 소재한 송해아샵 골목길 가정자리 (40~50대 남자 전화)	35,840,900 (5만 원권 3500만원 + 돼지저금통 840,900원)	1차 지원 (2011.1.24) 2차 지원 2011.9.5 358세대(10~20만 원)
13차	2011.12.20	동사무소 옆 “얼굴 없는 천사 거리” 도로에 주차된 차량 밑에 놓음 (40대 남자 전화)	50,242,100 (5만 원권 5000만원 + 돼지저금통 242,100원)	300세대(각 10만 원) 2차 지원 : 2012.9.18 202세대(각 10만 원)
14차	2012.12.27	동사무소 옆 천사의 비 옆 화단 (60대 남자 전화)	50,304,600 (5만 원권 5000만원 + 돼지저금통 304,600원)	현금지원 503세대 (세대 당 10만 원)
15차	2013.12.30	동사무소 옆 천사의비 옆 화단 (40대 남자 전화)	49,246,640원 (5만 원권 4900만원 + 돼지저금통 246,640원)	현금지원 493세대 (세대 당 10~20만 원)
16차	2014.12.29	노송동 주민센터 인근 우리세탁소 옆 (40~50대 남자 전화)	50,304,390 (5만 원권 5000만원 + 돼지저금통 304,390원)	현금지원486세대 (세대 당 10~20만 원)
17차	2015.12.30	노송동 주민센터 옆 기부천사쉼터 공원 내 (40~50대 남자 전화)	50,339,810 (5만 원권 5000만원 + 돼지저금통 339,810원)	



천사의 날개 기부함



우리 세탁소

천사의길



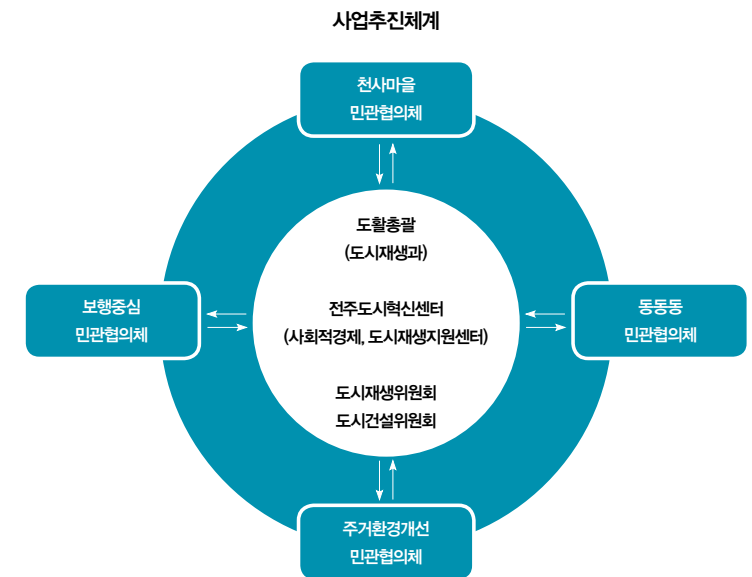
‘사람’ 중심의 행정

전주시의 모토는 “가장 인간적인 도시, 전주”이다. 김승수 전주시장은 “서울보다 부자일 수는 없지만 서울보다 행복한 도시”를 만들기 위해 엄마의 밥상, 동네복지 등 사람중심으로 시정을 이어가고 있다. 한 개인의 선행이 사람들 사이의 문화로 녹아들게 한 것은 이러한 전주시의 노력이 있었기에 가능했다. 전주시가 천사마을 가꾸기 사업을 기획하는 데 있어서 가장 중심에 둔 것은 ‘사람’이었다. 2009년 노송동사무소 옆에 설치된 얼굴 없는 천사비는 천사마을 가꾸기 사업의 출발점이 되었다. 천사비가 설치되면서 의기소침했던 지역도 활기를 띠기 시작했다. 주민들의 재능기부를 통한 벽화로 골목은 환해졌고, 지역 주민들이 자발적으로 주변을 깨끗하게 관리해 나가기 시작했다. 천사비는 ‘얼굴 없는 천사’의 선행을 기리기 위한 것이었지만, 곧 노송동의 자부심이 되었다. 자연스럽게 형성된 공동체들은 이러한 분위기를 이끌었다.

전주시는 서울경기지역을 제외하고는 공동체 수가 가장 많은 지역 중에 하나이다. 2011년 국토부 R&D 도시재생 테스트베드(TB) 사업에 얼굴 없는 천사를 활용한 천사 테마마을이 선정된 것은 좋은 기회가 되어 주었다. 전주시는 공동체가 좀 더 단단해 질 수 있도록 정부 정책을 공동체 원들에게 적극 소개했고, 천사마을은 이를 통해 노송동 주민들이 단단하게 뭉칠 수 있는 기반을 마련할 수 있었다. 무엇보다 본격적인 사업 시작 전에 주요 공동체 리더들을 양성하게 된 것이 컸다. 천사마을 싹터 조성에 많은 공헌을 한 염색 공동체 오색공감의 리더 김성국 씨는 테스트베드 사업 프로그램에 참여하여 마을 재생 및 발전을 위한 많은 아이디어를 얻은 경우이다.

“저희 ‘오색공감’은 자발적인 공동체예요. 감나무에서 열매나 잎이 떨어져 거리가 더러워진 거리를 치우면서 이런 저런 이야기를 나누다가 감나무를 염색에 이용하기로 했어요. 그러면서 거리도 깨끗해졌고 이웃 사이도 돈독해졌죠.”

오색공감리더 김성국씨



‘오색공감’의 공동체원들은 자발적으로 700만원을 모금하여 천사길 조성에 힘을 보태기도 했다. 주민들의 변화된 의식이 테스트베드 사업을 통해 실현 방향을 알맞게 찾아나간 것이다. TB사업 연구와 함께 진행된 천사마을 공동체는 ‘오색공감’ 뿐만이 아니다. 지역 곳곳에 텃밭을 만들고 가꾸는 ‘도시농부반’, 이렇게 수확된 채소를 바탕으로 비빔밥을 만드는 ‘노송밥나무’, 마을 소식지인 ‘천사동 마을신문’, 꽃을 가꾸는 ‘노송꽃나무’ 이 다섯 개의 마을 공동체들은 저마다의 방법으로 지역의 발전을 위해 자발적으로 마음과 힘을 쏟고 있다. 이들이 오늘날 노송동 주민 자생력의 주요한 기반이 됐음은 두말할 필요도 없다.

2009년 천사비와 천사의 거리가 조성되고 난 뒤 꾸준히 연계해 온 공동체는 활동을 이어왔다. 이들이 중심이 되어 2011년 10월 4일에 열린 ‘천사축제’는 주민들이 중심이 되어 열린 자생적 이웃사랑 실천행사이다. 얼굴 없는 천사의 선행은 마

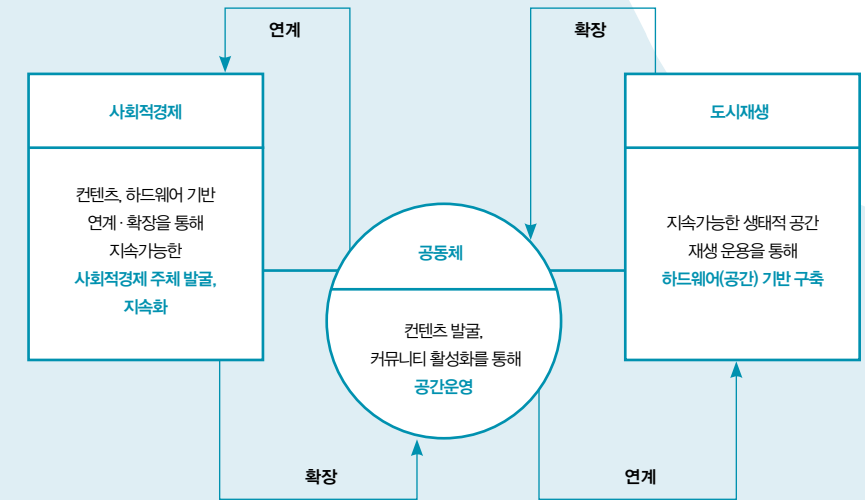
전주시



기부천사 쉼터

을의 자부심이 되었고, 이러한 자부심은 공동체를 연결하는 단단한 고리가 되어 주었다. 또 다른 공동체인 '천사길사람들'은 벽화 작업으로 골목길을 환하게 밝혔고, '전주비전포럼'은 쉼터 앞에 있는 <우리 세탁소>에 작은 도서관을 설립했다. 지난 2015년에는 천사비 근처 오래된 집 두 채가 있던 공간에 조그만 쉼터가 만들어졌다. 좋은 일이라는 의식 때문인지 조성 과정 또한 순조로웠다. 조성공사에 참여했던 시 공업체는 공사 준공 후 어려운 이웃을 위해 백미 30포대를 기부하기도 했다.

얼굴 없는 천사의 따뜻한 마음은 이제 노송동 전체 주민들의 기쁨이자 삶의 가치가 되었다. 쉼터에서 열리는 나눔 행사와 작은 음악회는 지역의 문화를 풍성하게 만들어 주고 있으며 얼굴 없는 천사의 선행을 따라 이어진 크고 작은 기부가 천사날개 기부함을 통해 이루어졌다. 이제 아이들은 이곳을 견학하며 이웃을 생각하는 천사마을의 정신을 배운다. 쉼터는 이곳 노송동의 상징적인 장소가 되었다. 지역 쉼터 벽면 한쪽에 만든 조형물인 '희망을 주는 나무'의 사과 모양 종이에는 주민들의 소박한 소원들이 적혀 있다.



전주형 사회적경제정책은 사람중심의 도시 전주를 향한, 시민 한명, 한명의 품격있는 삶을 영위할 수 있게하는 가장 따뜻한, 시민본위 정책입니다. 건강한 일자리를 만들고 각자의 가치를 존중하고 지원하는 전주형 사회적경제정책은 능동적 복지정책이며, 생산적 일자리 정책이며, 생태적 도시정책입니다.

천사축제



공동체로 마음을 나눈다

천사마을 사례에서도 알 수 있지만 전주는 공동체 중심 사회로 거듭나고 있다. 전주시에는 현재 66개의 지역공동체가 있으며 60개의 사회적기업과 5개의 마을 기업, 19개의 자활기업이 있다. 협동조합은 215개나 된다. 이러한 공동체정신을 지역 사회 깊숙이 뿌리내리기 위하여 지난 2015년 건립한 것이 전주시혁신센터이다.

역시 노송동에 위치하고 있는 이곳 센터는 도시재생, 사회적 경제, 공동체 지원 등을 통합적으로 수행하는 중간지원조직으로서 부지런히 움직이고 있다. 사회적 약자들을 위한 사업을 기획하고 공동체 모니터링을 전담하며 주민들이 자생적으로 지역사회에 긍정적인 변화를 이끌 수 있도록 돕고 있는 것이다.

“전주시는 사업 기획 단계에서부터 공동체와 인간을 중심으로 생각했어요. 그러다보니 공동체가 사업에 있어 아주 중요한 역할을 하게 된 것이지요. 공동체는 만들어지는 것도 중요하지만 지속되는 것이 더 중요합니다. 주민들 사이의 믿음이 깨지지 않도록 돕는 것이 저희 시에서 하는 일이고요. 사람에게 대한 믿음이 우선되어야 도시재생도 가능한 것이거든요.”

사업담당자들



행사사진



구분	조직	기능 및 임무
행정	전주시 도시재생과	사업계획 수립 및 추진
주민협의체	노송동 마을협의회 (지역주민 20인)	사업추진시 주민의견 수렴 및 협력방안 구축
중간지원조직	전주시혁신센터 (사회적경제·도시재생지원센터)	사업계획 수립 및 사업추진 자원협조
관련 전문가	디자인 담당관실, 용역사, 상상동아리 유토피아	도시재생지원센터 및 가꾸천사 센터 공사 관련 자문 및 협조
지역공동체	노송꽃나무 외 5개 공동체	사업추진시 주민의견 수렴 및 연계 사업 추진

도시재생지원센터에서는 2년 째 ‘온누리 공동체’ 사업을 통해 지역 공동체를 지원하고 있다. 주민제안공모를 통해 경쟁력 있는 공동체를 선정하여 컨설팅 및 사업비를 지원하는 형식이다. 임경진 센터장은 “효과적인 공동체 운영을 위해서는 사업초기에 다양한 주체들의 참여를 이끌어내는 방법을 고민해야 한다.”고 조언한다. 지역발전은 단순한 행정중심의 사업추진만으로 이루어지는 것이 아니라 다양한 주체들이 마음을 열고 협력함으로써 이루어지기 때문이다. 더욱이 공동체 조직은 단기간 안에 체계를 갖추기가 어렵기 때문에 각각의 공동체가 스스로의 개성을 찾기 위해서는 시간을 가지고 지켜볼 필요가 있다. 단단한 공동체는 각각의 정체성을 찾아가는 과정에서 만들어진다. 이 과정에서 창출되는 수익은 적더라도 구성원들에게 더 큰 보람을 주며 지속 참여할 수 있는 동력이 되어 준다. 센터의 역할은 이들이 방향을 잘 잡아 나갈 수 있도록 변함없는 조력자가 되어 주는 것이다.

전주시

천사 날개 옆에 비치되어 있는 기부함은 누구나 천사가 될 수 있다는 단순한 사실을 이곳을 지나가는 모두에게 상기시켜 준다. 노송동의 기적은 한 사람의 꾸준한 선행이 사람들의 마음을 움직였다는 것, 그리고 그렇게 모인 마음들이 지역을 변화시켰다는 것이다.

‘이웃사랑’을 통해 이룬 지역사회의 작은 기적

이름도 알 수 없는 한 사람의 선행은 지역사업의 아이디어가 되었고, 평범한 마을을 변화시켰으며, 주민들의 문화로 자리 잡았다. 중요한 것은 지금의 천사마을은 ‘결코 얼굴 없는 천사’ 한 사람을 통해 만들어지지 않는다는 사실이다. 전주시의 노력과 도시혁신센터의 끊임없는 고민 그리고 공동체를 중심으로 한 지역주민들의 공감이었었다면 천사마을 또한 없었을 것이다.

얼굴 없는 천사의 정신을 기리는 마음에서 만들어진 기부함 옆 공간에는 천사 날개가 그려져 있다. 그 옆에 비치되어 있는 기부함은 누구나 천사가 될 수 있다는 단순한 사실을 이곳을 지나가는 모두에게 상기시켜 준다. 노송동의 기적은 한 사람의 꾸준한 선행이 사람들의 마음을 움직였다는 것, 그리고 그렇게 모인 마음들이 지역을 변화시켰다는 것이다. 아마도 천사마을을 찾는 사람들은 이 단순한 사실을 확인하기 위해 이곳 노송동을 찾는 것이 아닐까. 노송동 천사비에는 천사의 이름도, 얼굴도 나와 있지 않다. 거기엔 다만 이런 소박한 글귀가 적혀 있을 뿐이다. ‘얼굴 없는 천사여, 당신은 어둠 속의 촛불처럼 세상을 밝고 아름답게 만드는 참 사람입니다. 사랑합니다.’ 정말이지 ‘사랑’만 있다면 우리는 누구나 천사가 될 수 있다. 이 사실을 잘 알고 있을 ‘얼굴 없는 천사’ 또한 어딘가에서 노송동의 변화를 흐뭇하게 지켜보고 있을 것이다.

제주도

세계자연유산
거문오름이
빛은 블랙진미
육성사업



벤치마킹 포인트

- 농산물 기반이 아닌 지역이미지 기반 브랜드 구축
- 실수요지향형 전문역량강화, 장기교육프로그램 초기 구축
- 농업회사 법인에 대한 주민참여기회 개방, 열린 운영시스템
- 프리미엄 마케팅 전략을 통한 브랜드 이미지 차별화

거문오름 까망고띠로 혼저옵서예

제주 거문오름과 블랙푸드의 만남. 1차 농산물을 기반으로 한 향토산업이 아닌 지역이미지를 활용한 향토산업의 성공가능성을 접쳐볼 수 있을 것이다.

저 아래 어딘가에서 여전히 지글지글 끓는 용암수라도 있는 것일까. 울창한 수림 위로 음산한 기운이 사면을 감싸고 있다. 분화구에서 뿜어져 나온 용암덩어리가 공기 중에서 굳어 화산탄을 만들고, 상층과 하층을 이루던 경계면이 무너지면서 호리병 모양의 수직굴을 형성하였다. 용암함몰구에는 연중 온도와 습도가 일정하게 유지되어 겨울에도 울창한 숲이 우거져 있고, 사시사철 신비한 식생을 관찰할 수 있다. 태평양 전쟁 당시 일본군이 주둔하면서 만든 군사시설도 남아 있다. 관상수로 널리 알려진 희귀식물인 식나무가 용암하도를 따라 연속적으로 연결되어 대규모 군락을 이루고 있고, 붓순나무 역시 대규모 서식으로 낯설고도 아름다운 풍경을 연출한다. 제주 '7대 비경'으로 손꼽히는 오름 정상에는 화산분출물이 9개의 능선을 따라 형성된 절경 중의 절경이 기다리고 있다. 이 모든 신비를 품은 곳, 바로 제주 조천읍 선흘리의 거문오름이다.

'거문'은 검은 산 위에 늘 하얀 안개가 흐르고 있어 음산하면서도 신령한 기운을 품고 있다는 의미라고 한다. 거문오름은 2005년 대한민국 천연기념물 제444호로 지정되었고, 2007년 유네스코 세계자연유산에 등재되었다. 이렇게 자연 그 자체만으로도 최고의 볼거리를 제공하는 거문오름 주변에 최근 또 하나의 즐거움이



생겼다는 소식이다. 검은(까망) 숲(곶) 옆(띠)에서 주민들이 함께 모여 떡을 만들고 뭇가를 배우고 잔치를 벌인다. 거문오름을 찾는 관광객들도 많아져서 덩달아 주민들에게 새로운 수익도 생겼다. 500명 정도가 살고 있는 이 작은 마을에 무슨 일이 일어난 것일까.

거문오름



“선흘리가 어디 있수파?”

거문오름을 탐방하려면 홈페이지(<http://wnhcenter.jeu.go.kr>)에서 사전 예약을 해야 한다. 하루 탐방 가능한 인원이 450명으로 제한되어 있으며 탐방시간은 오전 9시부터 오후 1시까지이다. 기상악화 시를 제외하면 평일과 휴일 모두 탐방이 가능하지만 탐방 2일 전에 꼭 탐방 스케줄을 확인해야 한다. 사전 예약자에 한해서 탐방안내소에서 출입증을 받고 해설사와 동행 하에 탐방이 가능하다. 거문오름의 신령한 기운을 만나기 위해서는 그만큼 준비가 필요하다는 의미다. 거문오름은 2007년 세계자연유산으로 지정된 이후 탐방객들의 발걸음이 꾸준히 이어져오고 있지만 그 이전에는 이런 인기를 상상할 수도 없었다고 한다. 당시는 제주특별자치도의 출범(2006년 7월 1일)으로 기존 4개 행정구역이 제주시와 서귀포시로 통합되었던 상황이다. 내외적으로 변화의 물꼬가 트이던 시점인 것이다. 하지만 그 이전에도, 이후에도 선흘리의 이 곳 저 곳을 휘젓고 다니는 인물이 있었으니, 바로 현재 블랙진미 육성사업 사업추진단을 이끌고 있는 김상수 단장이다.

김상수 단장은 선흘리에서 태어났다. 함덕에서의 4여년의 생활을 제외하면 선흘리에서 나고 자란 토박이인 셈이다. 함덕에서 다시 선흘리로 돌아왔을 때 마을은 서너가구 정도밖에 남지 않을 만큼 파폐해 있었다. 그도 그럴 것이 주요 생산물이던 양잠 산업이 침체되면서 마을은 활기를 잃어갔고 고향을 등지는 사람들도 많았기 때문이다. 교통편이 없던 어린 시절, 말을 타고 신나게 내달렸던 고향이 이렇게 저물어 가는 모습을 그냥 두고 볼 수만은 없었다. 게다가 김상수 단장을 더욱 자극하게 된 사건이 있었다. 이장이 된 후 마을만들기 사업을 신청하러 시청에 들어갔는데 담당 공무원이 선흘리라는 마을 이름조차 모르고 있었다는 것! “선흘리가 어디 있수파?” 행정통합으로 인한 혼선이 있음을 감안하더라도 마을만들기 사업 담당자조차 모르는 마을임에야 어떻게 사업 신청을 따낼 수 있겠는가. 김상수 단장

제주도

은 마을을 먼저 알려야겠다고 다짐했다. 마침 주민잔치 박람회가 계획되어 있었고 마을 홍보 부스를 얻어냈다. 그는 사비를 들여 현수막, 마을 홍보 브로셔 등을 제작하여 박람회에 나섰다. 마을 주민들이 만든 도라지, 더덕, 오가피 즙 등을 회사받아 공무원들에게도 홍보를 톡톡히 할 수 있었다. 그러나 이것은 시작에 불과했다.

그의 선홀리 사랑이 빛을 발한 것은 거문오름을 세계자연유산으로 지정하기 위해 발굴팀이 마을을 방문했을 때이다. 김상수 단장은 본인의 집에 이들을 초대해서 진수성찬으로 그들을 맞이하며 거문오름 홍보대사를 자처했다. 거문오름의 일부가 할아버지 땅이었는지라 애착이 많은 부분도 있었지만, 거문오름이 세계자연유산으로 등재되고 세계자연유산센터가 유치되면 선홀리의 상징으로 널리 알려지게 될 것을 예상했고, 그렇게 되면 선홀리 마을이 좀더 융성하게 될 것을 기대하고 있었다. 김상수 단장과 모두의 바람대로 거문오름은 당당히 세계자연유산에 이름을 올리게 됐다.

“말로 표현할 길이 없을 정도로 기쁜 일이었습니다. 제주동부지역의 관광중심지가 이제 우리 선홀리가 되는 거니까요. 마을 이미지는 돈으로 계산이 안 될 만큼 좋아질 것이 예상됐고요. 너무 좋아서 잔치라도 열고 싶었어요.”

센터 착공 이후에도 시련이 없었던 것은 아니나, 그 순간의 기쁨은 무엇과도 비교할 수 없었다. 이렇듯 선홀리를 대외적으로 알리고 마을 사람들이 경제적기틀을 다질 수 있는 기반을 마련한 사람. 김상수 단장의 공로는 알만한 사람은 모두 알고 있을 것이다. 외지인의 비율이 90%인 선홀리, 행사나 마을 일에 주체적으로 참여하는 사람이 적을 수밖에 없는 곳이다. 마을 일을 공동으로 운영해 나가는 일에 총대를 멘 사람들의 노고는 이루 말할 수 없다. 김상수 단장은 포기하지 않고 즐겁게 총대를 땀다. 그의 노고에 거문오름의 신령한 기운이 감복한 것일까. 마을은 서서히 활기를 찾아가기 시작했다. 이제 선홀리는 시청 공무원 뿐 아니라 타지 사람들도 알고 있는 유명한 마을이 되었다. 500명 안팎의 작은 마을이지만 지금 선홀리는 식당이 19개, 커피숍이 6개, 심지어 베이커리까지 있는 알찬 마을로 발전했다.

김상수 사업단장과 강정희 사무국장



검은 숲 옆에서 탄생한 블랙푸드 브랜드

거문오름이 세계자연유산에 등재되면서 선홀리는 중요 임무를 맡게 된다. 바로 거문오름 탐방안내소 관리다. 김상수 단장은 안내소를 마을에서 관리하면 눈에 보이는 소득이 발생할 것이라 예상했다고 한다. 그러나 거문오름을 탐방하러 온 관광객들은 잠깐 들러 구경만 하고 다른 관광지로 이동해 버렸다. 오름 주변에 딱히 체류를 하며 구경할 만한 요소가 부족했던 것이다. 2008년에는 거문오름 세계자연유산 등재 1주년을 기념하여 국제 트레킹 대회도 개최되었지만 마을의 변화에는 큰 영향이 없었다.

“이렇게 해서는 안 되겠구나! 거문오름을 보러 마을에 오는 사람들이 먹고, 마시고, 경험할 수 있는 뭔가가 필요하다!”

김상수 단장은 거문오름과 연계해서 소득을 발생시킬 수 있는 뭔가를 고민하기 시작했다. 이러한 고민 끝에 나온 것이 '세계자연유산 거문오름이 빛나는 블랙진미 육성사업'이라는 긴 이름의 향토사업이다. 블랙진미의 진미는 보배 진(珍)에 맛 미(味), 참 진(眞)에 아름다울 미(美)로 푸드의 참맛과 거문오름의 아름다움이라

제주도

2015년
사업추진
내용

는 두 가지 뜻을 함의하고 있다. 이름에서도 알 수 있듯이 블랙진미 육성사업은 거문오름의 이미지와 건강을 상징하는 블랙푸드를 결합시킨 새로운 형태의 6차 산업을 표방하고 있다. 보통 지역에서 나오는 1차 농산물을 바탕으로 이뤄지는 향토 산업과 다르게 지역의 이미지, 즉 자연 자체의 이미지를 형상화하여 마을을 대표하는 식품브랜드를 개발해 낸 것이다. 블랙진미 육성사업 사업추진단은 총 사업비 30억 원을 들여 블랙푸드 융복합 센터인 '블랙푸드 가공체험관'을 건립하고, '까망고띠'라는 산업화 브랜드를 개발하여 11건의 상표출원을 하였으며, 까망고띠 큰잔치 개최 그리고 지질해설 전문가 과정 등 5개 주민 리더교육을 시행하고 다양한 체험 프로그램을 개발하여 운영하고 있다.

뭐니 뭐니 해도 블랙진미 육성사업의 하이라이트는 제주도의 로컬푸드로 불리는 '오메기떡'과의 결합이다. 오메기떡이 까망고띠의 주연급이 된 데에는 몇 번의 우연과 그 우연에서 착안해 낸 아이디어 덕분이다. 초기 거문오름 탐방안내소를 관리하면서 관광객들이 많이 묻는 질문 중에 하나가 "오메기떡 있어요?", "오메기떡 어디서 파나요?"였다고 한다. 사람들은 제주도 어디에서나 오메기떡을 살 수 있을 것이라 예상했지만 몇 년 전만 해도 제주에서 오메기떡을 파는 곳은 단 3곳에 불과했다. "우리가 오메기떡을 만들어 팔아보자! 오메기떡을 감싸고 있는 팔이 검붉은 빛을 띠고 있지 않은가!" 블랙푸드를 표방하는 사업단에게는 오메기떡을 찾

구분	사업단 운영	산학연관연계	주민&리더교육
사업단 운영 및 역량강화	운영위원회: 6회 자문위원회: 1회 실무추진회의: 6회	벤치마킹: 3회 MOU체결: 11회 전문가 모니터링: 4회 현장견학: 2회	떡전문가: 12회 지질해설전문가: 8회 육가공전문가: 8회 로컬푸드전문가: 4회 아동요리지도사: 4회

구분	체험관광 기반조성	장소마케팅	언론 대중매체 홍보
기반구축	블랙푸드 축제운영 투어상품 팸투어: 1회 지질답사 체험: 3회 화석발굴 체험: 3회	박람회 참가: 5회 지역행사참가: 3회 자체축제운영: 1회	홍보동영상: 4건 홍보물 제작: 2건 온라인 마케팅(블로그) 언론보도: 9건

구분	지적재산	홍보전시관구축	체험실구축
기반구축	블랙푸드 축제운영 투어상품 팸투어: 1회 지질답사 체험: 3회 화석발굴 체험: 3회		

는 탐방객들이 아이템을 던져준 것이나 다름없었다. 그러나 제주에서 흔하게 볼 수 있는 오메기떡을 그대로 복사할 수는 없었다. 거문오름의 이미지를 엮은 만큼 까망고띠 오메기떡은 특별한 썸씽이 필요했다.

겉으로 보기엔 똑같은 오메기떡을 차별화하는 방법! 바로 떡 속에 들어가 있는 앙금에 있었다. 사업단은 팔앙금만을 넣었던 기존 오메기떡에 감귤, 녹차, 우도 땅콩, 검은 깨, 메밀 등 제주에서 직접 생산되는 로컬 재료를 더해 다양한 맛으로

까망고띠 하우스



만들어냈다. 여러 차례 시행착오 끝에 다채로운 앙금 리스트를 만들 수 있었지만 그 중에 쉬운 일은 하나도 없었다. 특히 녹차 앙금을 만들 때가 곤혹이었다. 녹차 색깔이 그대로 묻어나는 앙금을 만들기가 쉽지 않았던 것. 다행히 신세계백화점 떡 브랜드로 유명한 ‘동병상련’과 기술 전수 MOU를 체결하여 까망고띠만의 선명한 녹차앙금 기술을 습득할 수 있었다. 제주에서 오메기떡 앙금을 자체적으로 만드는 곳은 아마 까망고띠가 유일할 것이다. 이렇게 해서 만들어진 오메기떡은 까망고띠라는 옷을 입고 작년부터 시장에 등장하기 시작했다.

큰 성공을 위한 까망고띠의 자살한 실패들

대부분의 향토산업 육성이 그렇듯 실체가 손에 잡히지 않는 사업 초창기에는 주민들의 사업 참여를 이끌어내기가 힘들다. 2013년 시작된 블랙푸드 육성사업도 9개 식당이 참여하여 협의체를 구성했지만 처음 1년 동안은 거의 사업이 이루어졌다고 볼 수 없을 만큼 힘들었다. 더구나 4억이라는 자부담 금액도 큰 걸림돌이었다. “오메기떡 팔아서 돈 벌어지겠냐”는 회의적 의견이 많았다. 눈에 보이지 않는 미래를 끌어와 회의하고 설득해야 하는 일은 고스란히 사업단의 몫이었다. 초기 주력상품으로 계획했던 오디와인의 실패도 사업 1년차에 일어난 일이다. 때마침 저가 와인인 우루루 출시되면서 경쟁력이 떨어질 것은 불 보듯 뻔했다. 영천이나 양평처럼 대규모 투자가 들어와 사업하는 곳을 둘러본 이후에는 고민이 더 깊어졌다.

똑같은 제품을 만들어도 물류비가 더 들어가는 지역임을 감안하면 속된 말로 “게임이 안 될 것” 같았다. 도에서도 품목을 바꿔보라는 제안이 들어왔고 그렇게 오디와인과는 작별을 고했다. 오디와인을 대신하는 품목으로 제주 고기를 이용한 육가공품을 기획했다. 육가공품을 만들려면 육가공 전문가가 필요하다. 그러나 제주

숲의 정령
까망 아이와 친구들
거문오를 까망고띠
속에서 오름의
정기를 받으며 살고,
오메기떡을 좋아함.
항상 무리지어 다니고
손을 잡고 다님.



까망아이



까망우리



까망곤

에는 육가공 전문가가 귀하다고 한다. 타 지역에서 초빙을 하려면 비용이 만만치 않다. 시간이 걸리더라도 지역에서 젊은 인재를 키우겠다는 것이 사업단의 의지이다.

까망고띠의 주연급인 오메기떡 개발도 처음부터 순탄했던 것은 아니다. 브랜드 네임도 처음에는 “오메기꽃”이었다고 한다. 오메기꽃이라는 이름으로 오메기떡을 홍보하려 다니니 시식을 끝낸 사람들이 “꽃은 어디 있어요?”라고 묻더라. 떡은 기념품이고 꽃을 홍보한다고 생각한 것이다.

그 날로 오메기꽃과도 작별을 고해야 했다. “까망고띠”라는 브랜드 네임은 사업단 강정희 사무국장에 의해 결정된 이름이다. 처음 까망고띠라는 단어를 들었을 때, 제주 토박이인 김상수 단장과 타지 출신인 강정희 국장은 전혀 다른 느낌을 받았다. 제주 사람들에게는 친근한 말이지만 다른 지역 사람들이 들었을 때는 실로 예쁘고 양중맞은 단어였던 것이다. 강정희 국장은 김상수 단장을 2개월을 설득해 브랜드 네임을 확정지었다고 한다. 얼핏 불어가 연상되기도 하는 까망고띠는 앞서 언급했듯이 검은(까망)+숲(꽃)+옆/장소(디)이라는 뜻이다. 사람들 반응도 꽤 좋았다. 현재는 이 양중맞은 이름 덕에 캐릭터 사업이나 스토리텔링 등 아이디어가 더 풍성해지는 결과로 나타나고 있다.

오메기떡 개발도 상당히 지체되었다. 처음 기술을 전수받아 적용했던 레시피를 전부 폐기하기도 했다. 매출성고를 낼 수 없어 마음은 조급했지만 제대로 된 오메기떡을 만드는 것이 목표인 만큼 기술 개발에는 차분하게 대처했다. 오메기떡 개발은 여러 번 부침을 겪으면서 점점 고급 떡이 되어가고 있었다. 사업단은 오메기떡을 팔지 못하고 있는 상황에서도 기회가 생길 때마다 오메기떡을 홍보하려 다녔다. 떡없는 떡 홍보가 1년 이상 이어졌다.

“지금은 자세한 설명 없이도 오메기떡을 제주의 로컬푸드로 인식하잖아요? 몇 년 전만 해도 오메기떡 모르는 사람이 더 많았어요. 저희는 오메기떡의 전국적인 인기에 분명 기여했다고 자부하고 있습니다.”

강정희 사무국장은 까망고띠 오메기떡은 아니지만 오메기떡 홍보에는 전문가가 되었다고 한다. 그리고 드디어 오메기떡 개발이 끝나고 까망고띠 오메기떡을 맛보았을 때, 오랜 기다림과 노력 끝에 얻어진 달고 값진 맛을 온 몸으로 느낄 수 있었다고 한다. 까망고띠 오메기떡은 직간접 판매를 통해 이미 1억 원 정도의 수익을 달성하고 있다.

주민들이 움직이는 만큼 벌어가는 수익구조

블랙진미 육성사업은 블랙푸드육성사업단과 선흘리 주민들의 출자로 만들어진 (주)블랙푸드, 선흘리 블랙푸드향토음식점 연합인 블랙푸드촌이 실질적인 사업의 주체로 움직이고 있다.

‘블랙푸드 가공체험관’이 건립되고 오메기떡과 육가공품 등 상품 콘텐츠들이 개발되면서 사업은 본 궤도에 오르고 있다. 그러나 사업 참여자와 비참여자간의 소득 차이가 발생하면서 잡음이 생기기도 했다. 이는 향후 (주)블랙푸드에 주민들의 주주참여가 가능하도록 문을 열어놓는 방법으로 해결해 나갈 계획이다.

중요한 것은 주민들이 스스로 역량을 키워서 사업을 자기 것으로 만들어 가는 부분이다. 사업단은 다양한 주민역량 강화 프로그램을 마련하여 “주민들이 움직이는 만큼 벌어가는” 시스템을 만들었다. 사업 1년 차부터 3년 차까지 어떤 전문

주민 역량강화 실적

퓨전떡 전문가 양성과정	12회 36시간	15명 수료 13명 자격증 획득
지질해설전문가 양성과정	4회 32시간	9명 수료 7명 연구회 결성
육가공전문가 양성과정	8회 24시간	12명 수료
아동요리지도사 양성과정	4회 12시간	25명 수료 18명 자격증 획득
로컬푸드전문가 양성과정	4회 12시간	16명 수료

제주도

가를 만들어낼지를 구상하여 주민 모두가 전문가가 될 수 있도록 계획했다. 현재 퓨전떡 전문가, 지질해설 전문가, 육가공 전문가 등의 과정을 통해 리더를 양성하여 체험프로그램을 활성화시키고 있다. 특히 어린이 화석발굴단이나 지질학교는 거문오름을 품은 까망고띠에서만 가능한 체험프로그램이다. 식물화석 발굴단은 화석에 대한 기초 지식을 바탕으로 모형이 아닌 실제 식물화석을 발굴해 관찰하는 일련의 과정을 직접 체험하는 프로그램이다. 지질탐사는 어린이 지질학자가 되어 직접 제주 화산암을 관찰하고 화산활동의 역사를 밝혀보는 내용으로 꾸려진다. 까망고띠의 다양한 체험프로그램은 “먹고, 마시고, 즐겁게 경험할 수 있는” 뭔가를 개발하여 체류형 관광객을 확보해 보자는 애초의 의도에 걸맞은 최적의 콘텐츠가 되었다. 주민역량 강화프로그램은 무료로 개방되고 있는 블랙푸드 가공체험관에서 이뤄지고 있다.

마을학교



체험프로그램



귀하게 만든 만큼 귀하게 팔겠다

작년 8월, 선흘리 곳곳을 뜨겁게 달궜던 “까망고띠 큰잔치”는 아직도 주민들 사이에서 회자되고 있는 단골 주제이다. 오메기떡, 수제 햄버거, 핫도그 만들기 체험을 비롯해 목공체험, 녹차비누 만들기, 천연염색, 바리스타 체험 등 다양한 체험거리와 흑돼지, 제육덮밥, 메밀부추전, 국수 등을 판매했던 블랙푸드 빌리지, 거기에 야심차게 준비한 비보이 댄스, 악기연주, 인디밴드 공연까지! 모든 재료와 인력이 풀가동된 그야말로 잔치 중의 잔치였다. 특히 체험부스는 준비한 재료가 동이 날 정도로 인기를 끌었다. 인터넷 접수와 현장 접수를 동시에 진행하기로 계획했으나 당일 인터넷 접수만 소화할 수 있었다고 한다. 김상수 사업단장은 사업단이 해체되고 (주)블랙푸드로 실무가 옮겨지더라도, 주민들이 주체적으로 운영 가능했던 첫 경험을 바탕으로 까망고띠 큰잔치를 꾸준히 이어갈 계획임을 밝혔다.

블랙진미 육성사업은 2013년부터 2015년까지 3년 계획 사업이었다. 그러나 상품 개발이 늦어지면서 사업기간 중 활용 못했던 홍보비가 2016년으로 이월된 상태이다. 올해부터 홍보마케팅에 주력한다는 계획이다. 그러나 까망고띠 오메기떡은 그 개발 과정에서 이미 검증되었듯이 제주 지역 농산물만 엄선하여 만드는 고급 오메기떡이다. 그래서 그런지 홍보마케팅 전략도 남다르다. 기존에 형성된 오메기떡 시장과 경쟁하지 않고 프리미엄 오메기떡으로 포지셔닝한다는 것! 까망고띠 오메기떡 소문을 듣고 홈쇼핑에서도 판매 제안이 들어왔으나 응하지 않았다. 품질에 자부심이 큰 만큼 타

제주도



쿠킹클래스



K9 고메

갯 마케팅 등 프리미엄 전략으로 접근하고 싶다는 것이다. “제대로 된 떡을 만들겠다”와 “물류비를 절감한다”는 두 가지 목표가 함께 녹아 들어가 있다. 최근 푸드스타일리스트와 함께 한 쿠킹클래스, K9 고메 쿠킹클래스 등도 이와 같은 생각에서 나온 것이다. 귀하게 만든 제품, 귀하게 팔고 싶다는 사업단의 의지가 느껴지는 부분이다.

“인위적으로 만든 것은 한계가 있다고 생각합니다. 있는 그대로의 지역 자원을 활용하면 성공률이 높지 않겠습니까? 마침 우리 마을에도 세계자연유산이라는 좋은 자원이 있었기에 이 모든 행운이 가능했다고 봅니다. 제주도는 강이 없기 때문에 육지에 가서 강물 흐르는 것만 봐도 부러웠습니다. 그런 특유의 자원을 잘 활용할 수 있는 방법이 있지 않을까요?”

거문오름은 분명 마을에 좋은 기운을 흐르게 했을 것이다. 사람들이 모여 들고, 그들이 즐기는 모습을 깊은 눈으로 바라보고 있었을 것이다. 오메기떡 재료가 크고 있는 들판에도 건강한 기운을 보내주었을 것이다. 자연은 그렇게 인간을 품어주고 있었을 것이다. 우리는 어쩌면 자연의 넓은 품 안에서 작은 지혜로 부지런히 삶을 일구기만 하면 될지도 모른다. 검은 숲을 품은 그 마을 사람들처럼.

보성군

에듀
마케팅을
통한 차의
대중화

벤치마킹 포인트

- 차를 주제로 한 아이디어 상품 개발로 농가 소득 증대 발판 마련
- 교육과 인문학을 결합해 차 산업을 융·복합 6차 산업으로 발전시킴
- 체계적이고 심화된 전문가 양성 코스 운영으로 일자리 창출
- 타 사업으로 건립된 하드웨어 '봇재'와의 효과적인 연계

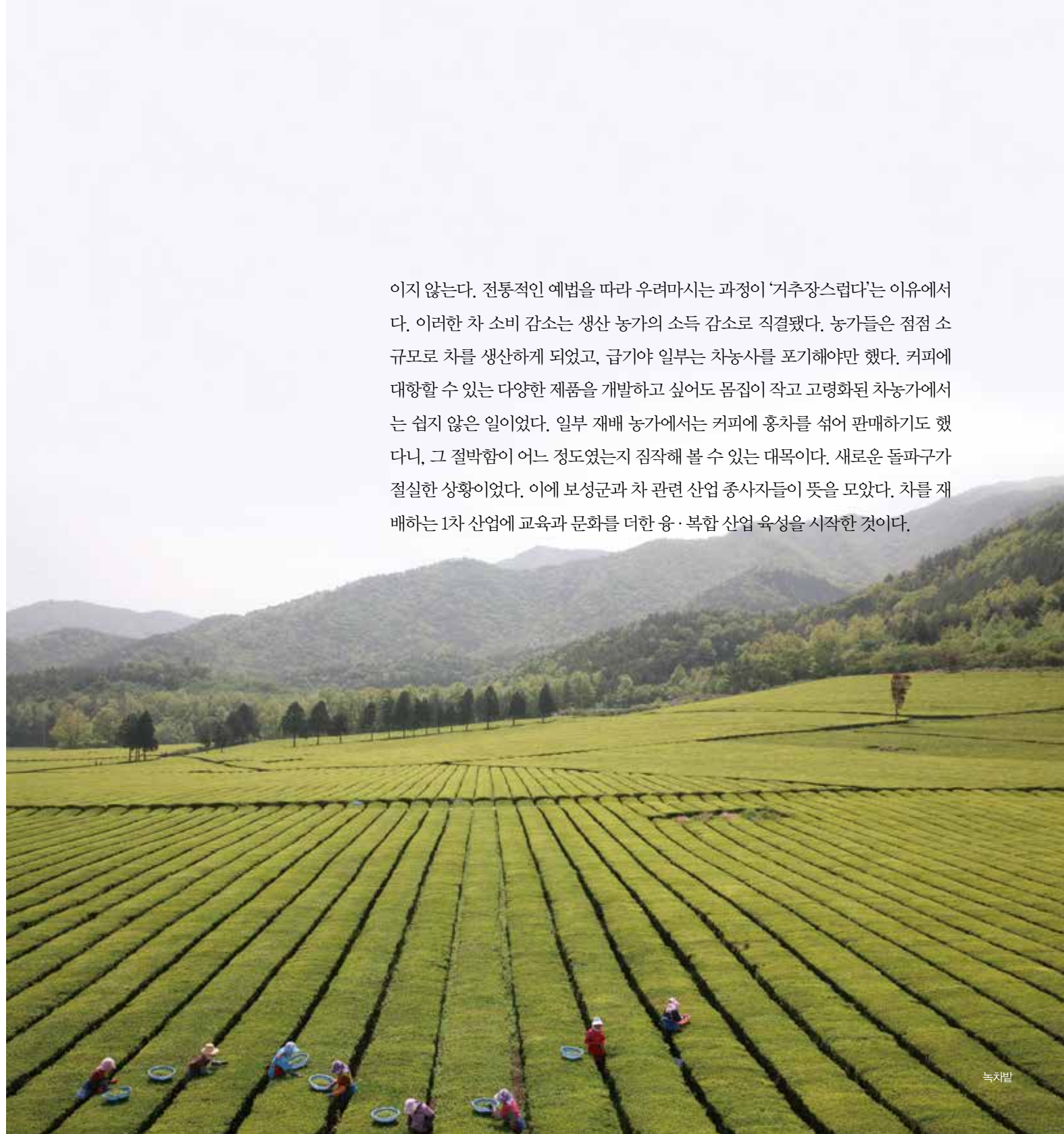
녹차수도, 제2의‘차 전성기’를 꿈꾸다

‘녹차수도’ 보성이 차에 대한 새로운 시도를 시작했다. 차에 문화와 교육을 덧입혀 단순한 상품이 아닌, 그 이상의 가치를 창출하고 있는 것이다.

‘보성’하면 떠오르는 이미지는 단연 ‘차’다. 드넓은 계단식 차밭은 보성을 대표하는 경치다. 그 광활한 푸른 물결은 미국 CNN이 선정한 ‘세계의 놀라운 경관 31선’에 뽑히기도 했다. 보성은 산, 바다, 호수가 어우러져 해양성 기후와 대륙성 기후가 만나는 곳이다. 따뜻하고 안개가 많은데, 이 안개가 뜨거운 햇살로부터 찻잎을 보호해준다. 바다는 땅이 건조해지는 것을 막아준다. 차 재배에 있어 천혜의 자연 환경이라고 할 수 있다. 보성에서 생산되는 차의 품질이 우수할 수밖에 없는 이유다. 국제유기인증, 군수품질인증제, 친환경 재배 감시원 등 품질 관리 또한 엄격하게 이루어지고 있다. 이렇게 보성에서 생산되는 차의 양이 전국 차 생산량의 43%나 된다고 하니, 그야말로 ‘녹차수도’라 불릴만한 곳이다.

그러나 그 눈부신 신록 속에는 숨겨진 아픔이 존재했다. 농촌의 고령화 현상으로 농민들이 차밭을 관리하는 데에 갈수록 많은 어려움이 따르고 있는 것이다. 주름진 손으로 여린 찻잎을 하나하나 따는 것은 나이 든 농민들에게 버거운 일이었다. 차 재배 면적을 확대하기는커녕, 기존 차밭을 관리하는 것조차 힘에 부쳤다. 커피의 강세 또한 영향을 미쳤다. 단순한 유행을 넘어 하나의 문화로 자리 잡은 커피의 입지에 밀려, 차 소비량은 갈수록 감소하는 추세다. 대중들은 차에 시간을 들

이지 않는다. 전통적인 예법을 따라 우려마시는 과정이 ‘거추장스럽다’는 이유에서다. 이러한 차 소비 감소는 생산 농가의 소득 감소로 직결됐다. 농가들은 점점 소규모로 차를 생산하게 되었고, 급기야 일부는 차농사를 포기해야만 했다. 커피에 대항할 수 있는 다양한 제품을 개발하고 싶어도 몸집이 작고 고령화된 차농가에서는 쉽지 않은 일이었다. 일부 재배 농가에서는 커피에 홍차를 섞어 판매하기도 했다니, 그 절박함이 어느 정도였는지 짐작해 볼 수 있는 대목이다. 새로운 돌파구가 절실한 상황이었다. 이에 보성군과 차 관련 산업 종사자들이 뜻을 모았다. 차를 재배하는 1차 산업에 교육과 문화를 더한 융·복합 산업 육성을 시작한 것이다.



어려움을 밑거름으로 삼다

보성은 어떻게 기존의 차 산업을 문화와 결합된 융·복합 산업으로 성장시키려는 시도를 하게 됐을까. 이는 술한 시행착오와 경험, 반성이 있었기에 가능한 일이었다고 한다. 그 시작은 2009년으로 거슬러 올라간다.

2009년 9월, 보성은 ‘한국차박물관’을 개관한다. 이곳은 올바른 차 문화를 정립하고 연구와 보급에 앞장서는 역할을 수행하기 위해 건립되었다. 차에 관한 이론들을 소개하고 직접 차를 만드는 체험도 해볼 수 있는, 국내 최초의 ‘차’ 전문 박물관

한국차박물관



관이었다. 박물관이 문을 연 뒤, 운영 활성화를 위해 보성은 ‘찾아 오고가는 다례교육’ 사업을 시작한다. 2012년부터 2014년까지 전국 100여 개의 초·중·고등학교를 대상으로 하여 대대적인 차 문화 교육을 실시한 것이다. 차 문화를 알림과 동시에 아이들의 정서와 인성을 함양시키는 것을 목적으로 진행된 사업이었다. 그렇게 2년에 걸쳐 사업이 무사히 마무리되었지만 아쉬운 점들이 눈에 띄었다. 보성은 이 사업을 바탕으로 향후 차 문화를 전파하기 위해서는 어떤 점들을 보완해야 할지를 깨달았다.

우선 다채롭고 심화된 교육 프로그램의 개발 필요성이 대두됐다. 소규모 강사진이 2년이란 짧은 시간 동안 전국을 대상으로 교육을 하다 보니, 차에 대한 이해와 차 맛보기 등 기초적인 과정 위주로만 진행됐던 것이다. 체계적인 교육 시스템을 마련하고 전문 강사를 양성하고 싶은 욕심이 생겨났다. 새로운 제품을 개발해서 대중들에게 다가가야 한다는 목소리도 높아졌다. 2년 동안 강의를 진행하며 ‘차’라는 것이 대중들에게는 먼 존재라는 것을 깨닫게 된 것이다. 대다수의 학생들이 차나무가 어떻게 생겼는지도 몰랐고, 심지어 녹차와 홍차가 서로 다른 원료로 만들어졌을 것 이란 생각을 가지고 있었다. 이에 전 연령층에 쉽고 친근하게 다가갈 수 있고, 교육과 동시에 홍보도 할 수 있는 제품을 개발하자는 데에 의견이 모아졌다.

의식 변화는 차 생산농가에서도 일어났다. 우리나라의 대표적 차 생산지답게 보성에는 ‘차’에 관한 여러 단체들이 존재한다. 차 생산 농가 589명으로 구성된 보성차생산자조합과 전라남도 산하 기관인 차산업연구소, 보향차인회, 다향고등학교 등 10개의 차인단체가 활동하고 있다. 그러나 다수의 차인단체가 시간과 노력을 들였음에도 농가 소득은 지속적으로 감소할 뿐이었다. 차 재배를 생업으로 삼는 만큼, 차에 있어서는 그들 모두가 베테랑이었다. 자신들이 생산한 차에 자부심과 고집을 가지고 기다렸지만, 오랜 기다림에도 차 소비는 증가하지 않았다. 그러

자 '이제는 생산자가 의식을 바뀌나가야 한다'고 주장하는 농가들이 생겨났다. 본인이 고집하는 차 산업과 차 문화가 아닌, 소비자의 요구에 맞춰야 할 필요성을 느끼기 시작한 것이다. 그러나 소규모로 재배·생산·판매하는 구조로 변화하고 있는 차 공급 시장 속에서 독자적으로 신제품을 개발하는 것은 불가능에 가까운 일이었다. 이에 각각의 전문분야 뿐만 아니라 서로의 기능을 상생·보완하여 활동하는 움직임이 나타났다. 개개인의 노력만으로는 한계가 있다는 사실을 깨닫게 됐기 때문이다.

이러한 과정을 거쳐 보성군과 차 재배농가들은 뜻을 하나로 모을 수 있었다. 모두가 한자리에 모여 이야기를 주고받았다. 오랜 침체기를 경험하며 각자 느낀 점들을 허심탄회하게 얘기하고 의논하며 해결책을 만들어나갔다. 그 중 모두가 시급하다고 생각했던 것은 역시 '신제품 개발'이었다. 보성이 새로운 차 문화를 주도해 나가기 위해서는, 기존의 차가 아닌 전 연령에 친근하게 접근할 수 있는 보성만의 특별한 '차'가 꼭 필요했다. 이외에도 차별화된 차 교육 프로그램 개발과 전문 인력을 양성하자는 데에 의견이 모아졌다. '에듀 마케팅을 통한 차의 대중화' 사업의 시작이었다.

연도별 추진 계획

2015년	2016년	2017년
■ 차 연관제품 개발 - 대상 : 블랜딩티, 액상차 - 수량 : 23종 50백만원 ■ 전문가 양성 - 2개 과정 47백만원 ■ 주민 차·문화 교육 운영 - 2개 과정 35백만원 ■ 교육장 조성 : 50백만원	■ 차 연관제품 개발 및 BI 개발 - 대상 : 티푸드 - 수량 : 6종 85백만원 ■ 개발제품 홍보 및 판로확보 - 대상 : 블랜딩티, 액상차 - 수량 : 12종 100백만원 ■ 차 전문(가)자격증 양성 - 5개 과정 85백만원 ■ 찾아가는 다례교육 - 10개기관, 단체 350명 35백만원 ■ 차밭 활성화 프로젝트 - 대상 : 10개소 180백만원	■ 제품 홍보 및 판로확보 - 대상 : 블랜딩티, 티푸드 - 수량 : 8종 177백만원 ■ 차 전문가 양성과정 - 5개 과정 200명 120백만원 ■ 찾아가는 다례교육 : 15개 기관·단체 750명 30백만원 ■ 차밭 활성화 프로젝트 - 대상 : 15개소 222백만원



블렌딩 차 제작 과정



액상차



블렌딩 차와 액상차

차에 지역 특산물을 융합한 ‘블렌딩 티’ 탄생

보성은 그동안 침체기를 겪으며 얻었던 값진 경험들을 이번 사업에 녹여내고자 했다. 이에 맞춰 사업은 크게 ‘제품 개발’과 ‘에듀 마케팅’이라는 두 갈래로 나뉘어졌다. 제품 개발은 음용이 쉽고 트렌디한 차 상품을 출시해 차의 대중화를 선도하는 것을 목표로 삼았다. 에듀 마케팅은 교육을 통해 차 문화를 전파하고 차의 새로운 가치를 창출하는 것이 그 목적이다. 사업 기간은 총 3년으로, 작년부터 시작해 다가오는 2017년에 마무리 될 예정이다. 총 예산은 1,216백만원으로 2015년에는 182백만원이 투입됐다.

사업의 큰 줄기 중 하나가 ‘제품 개발’이었던 만큼, 작년에는 차를 베이스로 한 새로운 상품을 만들어내는 것에 주력했다. 전라남도 도립 차산업연구소와 협업하여 전통 녹차를 벗어난 제품 개발에 착수했다. 녹차 재배농가, 지역주민, 보성군 녹차사업소가 함께 머리를 맞대고 아이디어 회의에 돌입했다. 그러나 그 과정은 순탄하지 않았다. 오랜 불황기를 겪은 탓에 차 재배 농가들은 새로운 사업과 변화에 불신을 가지고 있었던 것이다. 차를 베이스로 여러 농작물을 혼합한 ‘블렌딩 차’를 만들어보자는 제안에 농민들은 불안감을 나타냈다. 새로운 제품을 개발

하는 것은 좋지만, 꼭 차에 여타 농산물을 섞어야만 하나는 이유에서였다. 특히 제다 농가의 반발이 심했다. 평생 직접 차를 만들어 왔고 만든 차에 대한 자부심이 높은 그들에게 있어, 차에 무언가를 섞는다는 것은 반발감을 일으키는 요소였다. 제다 농가는 “다른 것을 섞어 만든 걸 차라고 부를 수 있느냐”고 불만을 토로했다. 한편, 일부에서는 가격이 저렴한 차를 판매하면 보성의 차 가격 전체가 저가 시장으로 바뀌지 않겠느냐는 우려 섞인 목소리도 나왔다.

그러나 신제품 개발은 장래 보성의 차 산업에 있어 꼭 필요한 사안이었다. 돌파구를 찾아야 이 악순환을 끊어낼 수 있다는 생각에 보성군과 차 생산 농가 대표, 차인대표, 차문화단체 대표들이 세계시장 조사에 나섰다. 이들은 함께 다양한 차 산업이 발달한 일본, 차 시장으로서의 잠재력이 큰 베트남, 소비량이 높은 카자흐스탄과 러시아, 차 최대 생산국인 중국 등을 둘러보았다. 이를 통해 보성은 세계 차 시장의 흐름과 보성차가 직면한 과제를 객관적으로 바라볼 수 있었다. 동시에 이를 해결하기 위한 실마리도 찾아낼 수 있었다. 세계의 차 시장을 두 눈으로 직접 확인한 농민들은 달라지기 시작했다. 차에 보성의 우수 농산물과 꽃, 산야초 등을 섞어 블렌딩 차를 만드는 농가가 늘어났으며, 이제껏 고수해왔던 제다법과는 다른 다양한 제다법을 배우길 희망하는 농민도 증가했다. 주민들의 요구에 맞춰 보성군은 본 사업을 통해 블렌딩 차 제다, 홍차 제다, 황차 제다 등 다양한 제다법 교육을 실시했다.

이러한 농민들의 변화로 인해 사업은 새로운 국면을 맞을 수 있었다. 모두가 서슴없이 아이디어를 제안했고, 직접 블렌딩 차를 만들어 보고 마시며 의견을 나누었다. 소비자들에게 어필할 만한 ‘맛’이 중요했던 만큼, 누구나 선호할 만한 맛을 구현하고자 수많은 시음을 거쳤다. 끊임없이 회의와 토론, 시음회를 열었고 그 결과, 보성의 독자적인 블렌딩 차와 액상차가 탄생했다. 새로 개발된 블렌딩 차는 녹

차 베이스 10종, 홍차 베이스 10종으로 찻잎에 오미자, 강황, 블루베리, 울금, 생강 등 여러 농산물을 혼합해 만들어졌다. 액상차로는 녹차에 블루베리, 오미자, 매실을 배합한 세 종류가 있다. 차에 혼합되는 재료로는 보성군 관내와 인접한 시·군에서 생산되는 특산물을 주로 사용했다. 보성의 트레이드마크인 차와 지역 내외의 특산물이 융합해 건강과 맛, 두 마리 토끼를 다 잡는 일석이조의 효과를 누릴 수 있게 된 것이다.

이렇게 탄생한 차들은 아직까지는 보성 관내에서만 구입할 수 있다. 맛과 기능 모두를 충족시키는 차를 만들어냈지만, 내용물만큼 포장도 중요하다는 것이 보성의 생각이기 때문이다. 현재 보성은 소비자들에게 어필할 수 있는 패키지와 상품 네이밍을 결정하기 위해 수차례 회의를 열고 있다. 향후에는 새로 개발된 블렌딩 차 20종과 액상차 3종에 대해 최종 패키지와 네이밍을 결정하고, 본격적인 제품 생산에 나설 예정이다. 또한 시음 행사를 개최하고 유통·생산·마케팅 업체를 모집해 전국 판매를 위한 판로를 확보할 계획이다.

블렌딩 차 제작 과정



'차, 인문학을 만나다' 수료식

‘차 전문가’에서 ‘차 전도사’로

이번 사업에서 제품 개발만큼 중요했던 또 하나의 요소는 바로 ‘교육’이다. 보성은 차 문화를 전파하기 위해 한국차박물관이 개관하기 이전부터 다례교육과 차 예절 교육을 차인단체 위주로 꾸준히 진행해왔다. 그러나 차 마시는 법을 알리는 정도의 단순한 교육 프로그램을 반복하는 것은 차 문화 전파에 큰 도움이 되질 못했다. 이러한 문제를 해결하기 위해 보성은 먼저 지역 주민들의 역량을 강화하는 데에 집중했다. 오랫동안 차 산업이 지역 경제를 떠받치는 큰 기둥이었던 만큼, 이미 보성에는 수많은 차 전문가들이 존재하고 있었다. 새로 전문가를 양성하는 것이 아닌, 기존 차 전문가들이 교육 강사로 활약하고 주민들이 자발적으로 차 문화 전파에 일조할 수 있는 발판을 마련하자는 취지에서였다.

우선 차 산업 종사자들 33명을 대상으로 ‘차, 인문학을 만나다’ 수업을 진행했다. 도자기, 음악, 명상 등을 통해 좀 더 폭 넓고 새롭게 차를 바라보는 열린 시각



다례 교육 프로그램



다식 만들기 체험

을 확보하기 위함이었다. 이를 통해 농민들을 비롯한 차 산업 종사자들은 자신들이 아는 차가 차의 전부가 아니라는 것을 깨달았다. 어느 날에는 ‘차 문화란 무엇인가?’를 주제로 현장 스님과 함께 다도철학에 대해 다루기도 했다. 차와 인문학이 결합된 교육 과정을 수료하며 차인들은 “차를 통해 사람을 보고, 사람을 통해 차를 보는 법을 배우게 됐다”고 입을 모았다. 기존보다 더 깊이 있고 광활한 ‘차의 세계’에 눈을 뜬 것이다. 이렇게 눈 뜬 차의 세계를 대내외에 알리고자, ‘차 문화 체험 강사 양성 과정’도 신설됐다. 이 과정은 다양한 차 관련 교육을 대상이나 장소에 구애받지 않고 진행할 수 있도록 강사의 역량을 최대한 끌어올리는 것이 목적이다. 이를 위해 교육 분야 전문가를 초빙하여 강의 계획안 작성, 스피치 교육, 교육 재료 개발 등 다양한 실습과 함께 팀별 프로젝트를 병행하는 등 다소 ‘타이트’한 교육

이 진행됐다. 이를 통해 차인들은 자신이 알고 있는 지식을 효과적으로 전달하는 법을 체계적으로 배울 수 있었다. 원광디지털대학교와 MOU를 맺어 여러 자격증을 취득할 수 있는 다양한 과정도 운영됐다. 차 제다사, 차 품평사, 티 소믈리에, 티파티 플래너 등 다양한 차 분야에 특화된 전문가를 양성하기 위해서였다. 이 과정을 통해 총 43명의 차 문화 체험 강사, 차 문화 교육전문강사가 배출됐으며, 이들은 현재 한국차박물관, 문화센터, 학교, 관공서, 관광지 등에서 전문 강사로 활약하고 있다.

차 산업 종사자뿐만이 아닌, 지역 주민을 위한 과정도 운영되었다. 지역 주민과 함께 배우며 즐기는 차 관련 문화 교육을 실시한 것이다. 1인1다기 만들기 체험, 천연염색, 다례교육 심화과정, 차 문화 예절 지도사 양성과정 등 다채로운 수업이 진행됐으며 총 231명이 교육 과정을 수료했다.

차에 대한 새로운 면들을 부각시킨 다양한 교육 덕택일까. 보성의 주민들은 ‘당연히 안다’고 생각했던 보성차에 대한 새로운 면들을 알게 되었다. 그중에는 차에 대해 더욱 깊이 연구하고 싶다고 하여 자발적으로 지도자 양성 과정 자격증을 취득하고자 하는 이들도 있었다. 교육을 통해 가장 많이 변화한 것은 누구보다도 차를 재배하는 농민들이었다. 이들 대부분이 고령이니 만큼, 함께 사업을 기획하고 추진한다는 것이 쉬운 일은 아니었다. 협의점을 찾는 데만도 긴 시간이 소요됐다. 차만 재배할 테니 제품 개발과 판매, 유통은 행정 기관에서 도맡아 주길 바라는 농민들이 다수였다. 그러나 교육을 통해 차 재배 농가들도 달라지기 시작했다. 평생 마주해온 차를 새로운 관점에서 바라보게 된 것이다. 이는 차 재배 농민들이 사업 주체로서 활동하고, 자신의 특기 분야를 살려 강사로 활약하는 계기가 되었다. ‘주민들이 앞장서서 차 문화를 선도하도록 만들겠다’는 보성의 포부가 어느 정도 이루어진 셈이다. 앞으로도 보성은 주민들이 차 문화를 이끄는 자발적인 역할을 수행할 수 있도록 꾸준하고 다양한 교육 프로그램을 개발하고 진행할 계획이다.

보성 녹차 산업의 컨트롤 타워, 봇재

‘에듀 마케팅을 통한 차의 대중화’ 사업은 하드웨어가 중심이 아니다. 신제품 개발과 체계화 된 교육 과정 진행, 전문 강사 양성 등 모두 소프트웨어가 주가 되는 사업이다. 그러나 소프트웨어 위주로 사업을 추진한다고 하여 ‘공간’이 필요치 않은 것은 아니다. 신제품 개발을 위한 회의, 강사 양성을 위한 교육 진행 모두가 공간

을 통해 이루어진다. 여기서 큰 활약을 하고 있는 것이 바로 ‘봇재’다.

봇재는 향후 보성의 관광산업과 차산업의 구심점 역할을 수행할 복합문화공간으로, 지난 2015년 11월 20일에 개관했다. 보성의 역사, 문화를 소개함과 동시에 관광객들에게 종합관광안내서비스를 제공하고 있다. 또한 그린다향, 그린마켓 등을 운영하여 보성에서 수확되는 차와 특산물을 선보이고 있으며 에코 파빌리온에서는 보성의 생태를 체험해볼 수도 있다.





보재에서 진행되는 체험 프로그램

보재는 보성이 차에 관한 사업들을 진행하며 느꼈던 보완점들을 집약해서 탄생한 건물이다. 그동안 차 문화를 선보이고 판매까지 이루어질 수 있는 체계적이고 세련된 공간의 존재가 늘 아쉬웠던 것이다. 보재가 건립되면서 이번 사업 또한 한층 더 탄력을 받을 수 있었다. 새로 개발한 블렌딩 차와 액상차를 시음해볼 수 있고, 한쪽에서는 시제품을 홍보·판매하고 있어 별도의 수익도 얻을 수 있게 됐다. 에듀 마케팅 교육 또한 보재에서 진행된다. 전문가를 양성하고 양성된 전문가가 관광객들에게 다양한 프로그램 운영을 통해 보성 차문화를 홍보하는 등, 소프트웨어 위주의 본 사업이 보재라는 공간을 만나 한층 더 시너지 효과를 낼 수 있게 된 것이다. 향후 보재는 이 사업 뿐만 아니라 보성의 차 산업에서 중심적인 역할을 하는 컨트롤타워로서 활약할 예정이라고 하니, 그 활약상이 벌써부터 기대된다.

Take out coffee 대신 Take out tea를 꿈꾸며

그동안 보성은 꾸준히 차만 바라보고 달려왔다. 10년의 침체기는 오히려 군과 농가, 주민들의 단합을 이끌어냈다. 이제 보성은 오랜 시간 동안 차를 재배해온 경험, 기술과 더불어 새로운 아이디어를 적극적으로 받아들이는 유연함까지 갖추게 됐다. 그런 의미에서 이번 사업은 녹차 수도의 '제2막'을 여는 포문이라고 할 수 있다. 신제품 개발에 소극적이었던 농민들도 사업을 진행하며 변화하기 시작했다. 차 생산 농가에 새로운 바람이 불기 시작한 것이다. 다례 교육 수준에서 머물러 있던 차 관련 교육 과정도 더욱 다양하고 심화될 수 있었다. 모두의 절실함이 불러일으킨 결과다.

이 사업에서 누구보다 분주했던 숨은 주역들이 있다. 바로 보성 군청의 직원들이다. 보성군청이 '새로운 보성차'에 대한 홍보대사를 자처하고 나섰기 때문에 농가들은 마음 놓고 차 재배와 제품 개발에 열중할 수 있었다. 그 덕택일까. 최근 보성은 중국에 320억 원 상당의 녹차 분말을 수출하고, 미국 등 5개국에 2억6천만 원 상당의 녹차 관련 상품을 판매하는 성과를 거두었다. 카자흐스탄, 러시아, 베트남과 차 문화 교류 활동도 개시하게 됐다. 또한 가공 제품 개발로 원료인 녹차 수요가 증가하여, 녹차 생엽 수매 또한 전년 대비 104톤이 늘어났다. 차 산업에 대하여 다각도에서 접근한 보성의 노력이 가시적인 성과로 이어지기 시작한 것이다.

차 생엽 수매현황

(단위: 가구, 톤, 백만원)

구분	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
농가수	98	153	61	123	122
수량	128.3	178.8	53	133.8	238
금액	103	132	52	158	190

보성군

차를 문화, 산업, 교육, 관광 등 다양한 분야와 접목시키려는 보성의 시도는 이제 막 시작되었을 뿐이다. 작년에 추진한 사업들은 모두 씨앗을 뿌린 것에 불과하다. 향후 보성은 특색 있는 티푸드를 개발하고, 개발된 차 제품들에 대한 홍보 및 판로 확대에 주력할 예정이라고 한다. 또한 차 관련 교육 기관·단체를 양성하고 이를 통해 양성된 전문가가 공공단체 및 기업체 등을 방문해 강사로 활동할 수 있는 계기를 마련할 방침이다. 한국차박물관과 봇재 주변에 있는 소규모 다원들에 포토존, 간판, 휴게공간 등을 설치하여 스토리가 있는 다원 상품도 개발할 계획이다.

씨를 뿌렸으니, 이제는 꽃이 피고 열매가 맺기를 기다려야 할 것이다. 그리고 그 일련의 과정을 거치기 위해 해결해야 할 과제는 아직도 산더미 같다. 그러나 걱정할 필요는 없을 것 같다. 그들은 인내할 줄 알기 때문이다. 100g의 찻잎이 나오기 위해서는 삼만 육천 번의 손길을 거쳐야 한다고 한다. 그런 차와 오랜 시간 함께 해 온 만큼, 보성 사람들은 기다림의 미덕을 이미 알고 있다. 그들은 말한다. 차 ‘봄’이 일어나기까지 얼마만큼의 시간이 걸리더라도 꾸준히 제 할 일을 할 것이라고. 이미 10년의 기다림을 버틴 그들이기 때문에 허황되게 들리지 않는다. 저 멀리 남쪽에 서부터 ‘차 바람’이 불어올 그날을 기다려보자.

강원도

농촌산업화
기획평가
체계구축

벤치마킹 포인트

- 강원도에 맞는 농촌자원복합산업화사업 총괄기획 지원체계 구축
- 3개 권역별 전문기관을 통해 지속적 모니터링 및 컨설팅
- 지역민·전문가·사업자·행정이 함께 고민하는 강원농산업포럼 운영
- 추진체계 개선을 통해 국비 예산 집행률 초과 달성

농촌사업을 웃게 하는 총괄 지원시스템

강원도는 특색에 맞는 농촌사업 관리체계로 사업성과를 높이고 있다.
사업기획부터 종료까지 체계적인 관리가 이뤄지고 있다.

캡틴아메리카의 뛰어난 전투능력, 아이언맨의 상상초월 테크놀로지, 호크아이의 탁월한 시야, 막시모프의 초능력, 토르의 천둥번개 컨트롤, 군대와 맞먹는 헬크의 파워, 앤트맨의 초미시적 민첩성! 마블에서 등장하는 엄청난 히어로들은 각각의 특화된 기능으로 세계의 위험 앞에 정면으로 등장한다. 이들을 한 곳에 모아 적시 적소에 투입하고 관리하는 역할은 쉴드에서 맡고 있다. 쉴드는 세상 곳곳에 무슨 일이 일어나고 있는지 모니터링하고 문제가 생기면 그에 맞는 솔루션을 찾아 조치를 취한다. 쉴드는 어벤저스들이 그들의 능력을 충분히 발휘할 수 있도록 뒤에서 조절하고 지원해주는 체계적인 조직이라고 할 수 있다. 쉴드라는 조직이 있기에 어벤저스들이 인류의 히어로로 사랑받을 수 있게 되는 것이다. 어떤 일이든 애초에 계획했던 대로 만족할 만한 결과물을 얻기 위해 쉴드같은 중간 지원조직이 꼭 필요한 법이다. 강원도의 “농촌산업화기획평가체계구축사업”은 이렇게 조직적인 관리시스템 구축을 주요 내용으로 하는 농촌자원복합산업화사업이다. 전체를 조망하여 적절한 기획을 이끌어내고, 그 과정을 꾸준히 모니터링하면서 문제점을 개선하고, 최종적으로 성공적인 결과물을 도출할 수 있도록 지원해 주는 조직! 강원도의 농촌산업화기획평가체계는 타 지역에서는 볼 수 없는 효과적인 추진체계 구성으로 사업효율성을 높이고 있어 주목해 볼 만하다.

일방적 체계보다는 환류적 체계로 개선

강원도는 면적의 대부분이 산지로 형성된 산악도이다. 전체 면적의 81%가 임야이며 농경지의 면적은 10%정도다. 경지면적 중 논은 35%, 밭은 65%정도로 밭작물이 발달한 농업구조를 이루고 있다. 또한 농가는 70,000호, 농가인구는 172,000명으로 도 전체인구의 11%를 차지하고 있으며 농가인구 중 65세 이상이 약 43%정도를 차지하는 초고령 지역이다. 그 어느 지역보다 농촌의 산업화가 절박한 상황이라고 볼 수 있다.

강원도의 경우 2008년부터 향토산업육성사업 등 여러 농촌산업화 사업을 추진해 왔다. 이를 통해 그동안 지역경제활성화에 성과가 없지는 않았지만 눈에 띄만한 큰 성과 또한 없었던 것이 사실이다. 그도 그럴 것이 초기 농촌산업화 사업은 보



강원도 사회복지관

추진주체별
역할

통 사업자가 원하는 사업을 신청하면 행정에서 지원하는 방식이거나 행정에서 필요한 사업을 공모하여 사업자를 선정하는 방식으로 이뤄지고 있었다. 수직적·일방적 방식이었던 것이다. 이런 방식은 예전처럼 1·2차 사업 시에 필요한 시설구축이나 예산지원 등 농촌사업이 단순했을 때는 어느 정도 성과를 낼 수 있었다. 그러나 최근에는 농촌사업에도 1차·2차·3차 복합산업화를 추진하는 상황이다 보니 하나 둘 문제점이 나타나기 시작했다. 사업자들이 뚜렷한 사업 목표를 설정하는 것도 어려워지고, 지역사회에 충분한 공감대를 형성하지 못해 민원이 찾아지기도 했다. 특히 마케팅, 법무처리 등 행정수준에서 해결해 줄 수 없는 복잡한 사항들이 줄줄이 생겨났다. 이에 강원도는 전반적인 사업추진 체계 개선을 고민하기 시작했다.

“사업자들이 해 달라는 것을 해주는 방식으로는 산발적 지원밖에 안 돼서 정책의 방향성도 약화되고, 나중에 결과도 좋지 않더라고요. 농촌산업화 사업에도 선택과 집중이 필요하구나, 생각했습니다. 그래서 농촌산업화를 체계적으로 모니터링하고 함께 고민하고 해결하는 구조를 만들어보자는 차원에서 이번 사업을 추진하게 되었습니다.”

2014년부터 기획평가체계구축을 담당하게 된 이혁찬 주무관은 “내역사업 기획 단계부터 선택과 집중을 통해 사업을 선정하고 전체적인 프로세스를 행정적 시각이 아닌 민간 전문가의 시각에서 관리할 필요성이 있음을 직감했다”고 한다. 이러한 배경에서 강원도는 자체 농촌산업화를 위한 계획을 수립하고 개별 내역사업을 지원·관리하기 위해 강원농촌융복합지원센터를 중심으로 한 지원체계를 마련하게 되었다.

“6차산업을 확대·보급하기 위해 정책 발굴 및 컨설팅, 창업보육, 농산물 유통·마케팅 등의 지원사업과 맞춤형 현장 밀착 상담 지원서비스를 통해 실질적인 소득창출을 높이고 자생력을 키워 농가소득 향상에 기여하고자 합니다.” 강원농



이혁찬 주무관

추진주체	역할
도	시군 및 강원농촌융복합산업지원센터를 통한 사업 모니터링 → 규제개선 사항 발굴 → 중앙에 건의 → 사업별 자체 평가 실시 → 예산반영가감조치 강원농산업포럼으로 지역사회, 전문가, 지자체 등의 의견 수렴 반영 → 공감대가 형성된 사업효과가 큰 사업 발굴
시군	사업공고 및 보조사업자 선정, 사업 점검 등
강원 농촌 융복합 산업 지원센터	권역별 농촌산업화 전문기관 운영 사업 모니터링 시군·도·중앙과 모니터링 도출 문제 유기적 해결 모색 문제 사업장에 피드백을 위해 법률·세무·경영 등 전문가 파견 현장컨설팅 수행
권역별 농촌산업화 전문기관	신규사업 발굴 및 모니터링 수행

촌융복합지원센터는 설립목적에서 이와 같은 포부를 밝히고 있다. 강원농촌융복합지원센터는 6차산업 일반 연구기관이었던 것을 재단법인화하여 중간 지원조직으로 승격시킨 것이다. 재단법인은 이사 6명을 포함하여 농업기술원, 유통공사, 농협, 대학교수 등 각 분야별 전문위원 48명을 위촉하여 운영하고 있다. 센터는 우선 사업 모니터링을 통해 사업별 자체 평가를 진행하여 예산반영 시에 가감조치를 취하고 있다. 또 규제개선 사항, 애로 사항 등을 꾸준히 피드백하는 방식을 통해 도·시·군, 사업자와 유기적 해결책을 모색해 나간다. 센터의 존재로 인해 행정, 전문가, 사업자들이 사업의 성공이라는 하나의 목표를 향해 일사분란하게 움직이는 구조이다. 수직적·일방적 구조에서 서로 영향을 주고 영향을 받는 환류적 체계로 나아간 것이다.

유효유 역할을 하는 권역별 전문기관과 농산업포럼

“모니터링이 2중 3중으로 이뤄지다보니 서로의 의견을 모으기가 쉬워집니다. 실질적인 문제점을 도출해 내기가 쉬워지는 것이죠. 이런 점들이 사업발굴과 진행을 용이하게 해주고 있다고 봅니다.”

이 시스템에서 가장 중요한 포지션은 권역별 전문기관과 농산업포럼의 역할이다. 강원도는 지역과 주요 작물을 중심으로 크게 3개 권역, 즉 춘천권, 원주권, 강릉권으로 나눠 농업산업화 전문기관을 두고 있다. 각 권역 전문기관은 전담 사업의 상시 모니터링을 실시하고 애로사항과 추진상황 등을 점검하여 강원농촌융복합지원센터에 보고하고 있다. 센터는 이렇게 보고된 사항들을 파악하여 관련 전문가를 파견, 현장 컨설팅을 실시한다. 융복합산업의 경우 법률, 세무, 경영 등 전문가들이 투입되어야 하는 부분이 크기 때문에 직접 현장에서 컨설팅하는 것이 여러모로 유리하다. 또한 권역별 전문기관들은 권역에서의 신규사업 발굴에도 주의를 기울여 센터와 수시로 의견을 교환하고 있다. 한 가지 예로 총 54억 원이 투입된 오미자 생산유통 제조가공 사업이 있었는데, 모니터링을 하던 중에 “오미자를 그렇게 대량 생산할 필요성이 있는가?”라는 의견이 나왔다. 자칫 과잉 생산의 여지가 있었던 것이다. 이에 향후 오미자 처리 계획이 논의되었고, 추가로 생산단지나 제조·가공 투자 부분에 대한 전문가 의견이 더해져 사업비 효율성을 제고할 수 있게 되었다. 꼼꼼한 모니터링으로 사업이 더 개선된 케이스이다.

농산업포럼은 지역주민과 행정, 전문가와 사업자가 한 자리에 모이는 역할을

농산업포럼은 사업추진에 대한 지역민의 이해와 공감을 형성할 수 있고 행정과 전문가, 지역민과의 토론에서 사업추진의 향후 문제점까지 조기에 파악할 수 있다는 장점이 있다.

2015년
농산업포럼
현황

일시	지역	내용
2015. 5.28	인제군	인제 황태
2015. 8.11	양양군	양양 산양산삼
2015. 9.23	삼척시	삼척 도라지
2015. 10.22	정선군	정선 수리취떡
2015. 11.12	양구군	양구 사례기
2015. 12. 22	강원도	강원 농산업 6차산업

한다. 포럼이 개최되면 지역주민은 지역사회에 필요한 사업에 대해 토로할 수 있고, 행정은 그에 대해서 인지하고 사업추진을 고민하고 사업에 대한 지역사회의 공감대를 확인할 수 있다. 전문가들은 사업에 대한 전문가적 의견을 제시하여 사업의 기획 단계부터 세밀한 사업기획이 가능하도록 도울 수 있다. 농산업포럼은 사업추진에 대한 지역민의 이해와 공감을 형성할 수 있고 행정과 전문가, 지역민과의 토론에서 사업추진의 향후 문제점까지 조기에 파악할 수 있다는 장점이 있다. 이런 의견 개진과 토론의 장은 사업 과정에서 발생하는 민원이나 시행착오를 줄일 수 있게 되고 결국 추가적인 사업성으로 나타나게 된다. 도는 일찍부터 농산업포럼의 역할을 주시하여 순수 도비로 포럼을 지원하고 있다. 지난 해는 총 6회가 운영되었으며, 마케팅 전문가, 교수, 제품개발전문가, 주민, 대형마트 입점 담당자, 공무원, 지역의원 등 다양한 영역의 전문가들이 함께했다.

경북 황태벨트 조성으로 직격탄을 맞게 된 인제 용대황태사업도 농산업포럼을 통해 사업을 조정하게 된 경우이다. 기존 황태와는 조금 다른 먹태시장으로 방향을 선회하고 먹태 가공생산시설 구축 및 먹태 판매전략을 수립하자는 의견이었다. 이처럼 새로운 사업 아이템을 발견하여 사업을 안정화시키면서 공격적으로 대응할 수 있었던 것도 포럼의 효과였다. 정선 수리취떡의 경우도 2018년 평창동계 올림픽을 활용한 올림픽 로컬푸드에 진입할 수 있도록 사전준비를 해야한다는 제언 및 식품기준을 정비해야 한다는 의견이 나왔다. 이에 따라 떡의 속인 팔이 중국산이라는 점을 개선할 필요성이 있어 수리취떡 생산농가와 협의, 향후 수리취떡의 명품화를 위해 전체 재료를 국내산으로만 만들기로 협의하였다. 원료수매 1순위를 정선산, 2순위를 강원도산, 3순위를 국내산으로 수매기로 협의하여 지역농민의 농산물 수매에도 큰 도움을 줄 것으로 예상된다.

이렇게 권역별 전문기관과 농산업포럼, 강원농촌융복합지원센터의 유기적인 연계 협력으로 사업추진체계가 개선되면서 지역경제 활성화 효과가 서서히 나타나고 있다. 농촌자원복합산업화사업으로 지역 내 일자리 창출이 전년 대비 9%나 증가했으며, 참여농가소득도 14년 대비 6%나 증가하였다. 무엇보다 지역특성에 맞는 체계적인 지원시스템을 구축하여 단기적 문제 뿐 아니라 중장기적 문제까지도 고민하고 지원할 수 있는 체계를 갖게 되었다는 것이 가장 큰 성과일 것이다.

앞서가는 강원도의 6차 산업화

“처음 이 사업을 구상 시에 각 지역별 농촌산업에 대해서 쉽게 생각한 부분이 있었습니다. 시군에 가면 농촌산업 시설이나, 농촌산업 사업자를 만날 수 있겠지 했는데 막상 시작해 보니 시군에서 농촌산업화가 어떻게 이루어졌고 어떤 실체가 있는



강원 농촌융복합산업 지원센터

지 파악이 힘들었어요. 권역별 전문기관이 무엇을 보고 누구를 만나야 하는지조차 알 수 없었습니다.”

이혁찬 주문관은 애초에 이런 추진체계 구성에 대해 참고할만한 사례를 찾을 수가 없었다고 한다. 농촌산업화를 위한 기관이나 담당자들을 쉽게 만날 수 없었던 것은 그만큼 체계화가 되어 있지 않았다는 방증일 것이다. 별다른 예시도, 벤치마킹도 없이 스스로 강원도에 맞는 방법을 찾을 수밖에 없었다. 그러나 이제는 막막함을 가지고 찾아오는 타 지역 방문자들에게 자신있게 강원도의 방법론을 전수할 수 있게 되었다. 각 지역은 그 지역만의 특성과 강점을 살려 사업추진체계를 마련하는 것이 최선이다. 강원도는 강원도에 맞는 사업추진체계를 구성하여 결국 농촌산업화를 앞당기는 결과를 맞이하고 있다. 여러 가지 성과 지표로도 이번 사업에 대한 긍정적인 결과들을 확인할 수 있다.

지표로 나타난 가장 큰 성과는 중앙에서 모니터링되는 예산 집행률의 향상이다. 국비 예산 집행률은 중앙 부처에서 사업의 진행상황을 판단할 중요한 척도로 보고 있기 때문에 각 지자체에서도 예산 집행에 심혈을 기울이고 있다. 작년 농림축산식품부 워크숍 자료를 보면 강원도의 경우 12월 기준 예산 집행률이 109%로 국비 교부액 보다 더 집행을 한 것으로 나타나 있다. 반면에 전국은 67.2%만을 집행했다.



준공식



홍천인삼 가공시설

추진 체계 개선으로 사업진척도가 빨라졌기 때문에 가능했던 결과로 보고 있다.

또 농림축산식품부가 선정한 농촌자원복합산업화지원 우수사례 10선 가운데 강원도에서만 3개 사업이 선정되는 쾌거를 이룩했다. 영월(장류), 횡성(한우), 홍천(인삼)이 그 주인공이다. 전국 10개 중 강원도에서 3개 사업을 선취했다는 것이 오랫동안 자랑거리로 남을 것 같다. 더불어 정부에서 핵심과제로 추진 중인 6차 산업화 시스템 후보군에도 이 3개 사업이 포함되어 중앙차원의 핵심 육성 품목군에 들어갔으며 특히 횡성한우의 경우 30억 원을 지원하는 6차 산업지구에 선정되었다. 이는 작은 씨앗에 불과하지만 강원도의 6차 산업에 대한 미래를 밝히는 중요한 터닝포인트가 되어줄 것으로 보인다.



안테나숍 판촉행사

난관을 뚫고 나타나는 어벤저스를 꿈꾸며

강원농촌융복합산업지원센터는 6차 산업 인증사업자 제품에 대한 유통망 확대를 위해 최근(7월 21일) 강릉시 교동 강원양돈농협하나로마트에서 강원도 6차 산업 제품관 3호점 개장식을 가졌다. 안테나숍(6차 산업 제품관)은 6차산업 제품에 대한 소비자 성향과 반응을 파악하고, 이를 통해 제품기획, 생산에 반영하기 위해 운영하는 테스트 공간을 말한다. 강원도는 지난해부터 운영하는 이마트 춘천점에 안테나숍 1호점을 열어 38개 업체 208개 상품이 입점해 올해 상반기까지 1억 4,500만 원의 매출실적을 보였다. 안테나숍 2호점은 원주원에농협하나로마트 1층 매장 33㎡ 규모로, 40개 업체가 생산한 272개 제품이 전시·판매되며, 주요 판매상품으로는 유기농 우유와 유제품, 농산가공제품, 농협우수제품, 뷰티제품 등이다.

강원도

농림축산식품부가 선정한 농촌자원복합산업화지원 우수사례 10선 가운데 강원도에서만 3개 사업이 선정되는 쾌거를 이룩했다.
영월의 장류, 횡성의 한우, 홍천의 인삼이 그 주인공이다.

강원농촌융복합산업지원센터는 6차 산업 제품관을 마케팅 활동 거점으로 활용해 판로확보에 어려움을 겪고 있는 업체들에게 지속적인 홍보 마케팅을 도와주고, 소비자가 선호하는 상품생산을 위해 상품 유통품평회를 개최하는 등 신상품 개발과 제품개선에 지원할 계획이다. 한편 강원도는 농촌융복합 기능 보강 사업도 계획 중이다. 진행되는 각 사업 중 호조를 보이는 사업소에 5천만 원의 사업비를 지원하는 방안이다. 또 추진체계 개선에 대한 요청에는 언제나 귀를 열어놓고 청취 중이라고 한다.

농경지 10%에 초고령 사회에 이른 강원도의 농업은 밭작물과 특용작물 위주로 부가가치를 창출해야 하는 제한적인 환경 하에 놓여 있다. 이번 사업에서처럼 강원도는 강원도만의 방식으로 농촌융복합산업화를 이뤄가야 할 수밖에 없다. 여타 지역보다 힘든 출발을 해야 했기에 늘 효율과 실리를 먼저 고민하는 강원도. “하기 쉬운 사업이 아니라 잘되는 사업을 해야 한다는 것”과 “만들기 쉬운 제품보다는 잘 팔리고 경쟁력있는 제품을 만들어야 한다는 것”이 사업 담당자들의 모토라고 한다. 지금은 2018년 평창동계올림픽이라는 거대한 흐름이 강원도를 들썩이게 하고 있지만 강원도의 진정한 힘은 지금까지 차곡차곡 다져진 숨은 역량들에 있다고 생각한다. 묵묵히 다져진 이런 역량이 합리적인 시스템 구축을 통해 제대로 된 결과물로 드러날 날도 머지않았다. 하나같이 어려운 환경과 고난의 스토리를 극복한 마블의 어벤저스들처럼 강원도의 미래에는 분명 히어로가 넘쳐날 것이다.

거창군

협업적
마을만들기
전문인력 육성,
중간지원조직
인큐베이팅



벤치마킹 포인트

- 마을만들기 총괄 전담부서를 신설, 사업부서 지원 연결
- 기존 작은 조직들의 협업으로 자생적 중간지원조직 구성
- 지역청년들이 마을사업에 참여하도록 유도

지역인재 활용한 협업적 마을만들기

경남을 대표하는 교육 도시로 인적 자원이 풍부한 거창. 지역 인재 발굴과 육성을 통해 주민 주도 행복마을로 성장해 나가고 있다.

땀방이 내리쬐는 무더운 여름날, 마을 주민들이 삼삼오오 모여 앉아 해바라기 모종을 심는다. 사람들의 이마에 구슬땀이 송송 맺힐수록 황량했던 땅은 푸른 모종으로 생기를 얻는다. 2천평이 넘는 토지를 주민들이 합심해 내놓은 덕분에 거창군 남상면에 위치한 대현마을은 노오란 해바라기 꽃동산을 얻었다. 2015년 거창군에서 시행한 '농촌현장포럼' 참여를 시작으로 교육과 견학을 통해 '함께하는 마을만들기' 공모사업에 도전했고, 선정되는 기쁨을 얻기도 했다. 이후 대현마을 주민들은 경남대학생봉사단의 도움을 받아 마을벽화그리기 사업까지 추진하였다. 여기서 더 나아가 새롭게 조성된 인근 창포원 방문객을 대상으로 마을 구석구석에 숨겨진 보물같은 자원들을 활용해 체험과 볼거리를 제공하며 소득까지 창출하고 있다. 어디 대현마을 뿐이겠는가.

남하면에 위치한 양곡마을은 주민 주도로 담장갤러리를 조성하였다. 그저 보고 지나치는 담장 벽화가 아니다. '숨은 그림 찾기'라는 주제의 벽화로 눈을 동그랗게 크게 뜨고 한참 들여다봐야 숨겨진 그림들을 찾아낼 수 있다. 마을 주민의 제안으로 벽화 사업이 시작돼 지역 예술작가들의 재능 기부로 색다른 담장 벽화가 완성되었다. 이처럼 거창의 마을들이 하나둘씩 스스로 변화하고 있다. 더 정확히 말하



풍요로운마을만들기-마리면 마나리공동농장

자면 주민들이 변하면서 마을들이 제 본래의 색을 찾아가고 있다. 중국 상해 동제 대학에 이어 일본 규슈대에서도 이 변화의 원인에 깊은 관심을 갖고 거창군을 방문하기도 했다. 주민 스스로가 마을 속에 생기를 불어넣고 있는 지금, 그간에 거창군에는 어떤 소용돌이 바람이 불었는지 알아볼 일이다.

뽕뽕이 흩어진 마을을 모아라

아름다운 풍광과 전통을 자랑하는 거창군에는 유서 깊은 마을이 유독 많다. 하지만 여느 농촌마을과 마찬가지로 지속적인 인구감소와 노령화, 주민공동체 의식 약화로 마을은 어느덧 존폐 위기에 놓이게 되었다. 거창군은 100여 개의 다양한 마을 만들기 사업을 통해 마을을 소생시키려 노력했다. 하지만 행정 주도로 마을사업이 진행되다보니 주민들은 수동적인 태도를 보이며 행정이 해야 할 일로만 치부해 버렸다. 거창군은 이러한 위기를 극복하기 위해 민·관 전문가들을 불러모았다. 수차례의 행정협의(라운드테이블)가 이뤄지는 가운데 “컨트롤타워가 없어 마을만들기 사업이 특색없이 무작위로 진행되고 있다”, “마을사업만 존재하고 그 안에 사람은 없다. 마을 키우기에 앞서 사람 키우기가 먼저 아니겠느냐!” 등 마을사업의 근본 문

마을만들기 정책자문단 제5차 회의

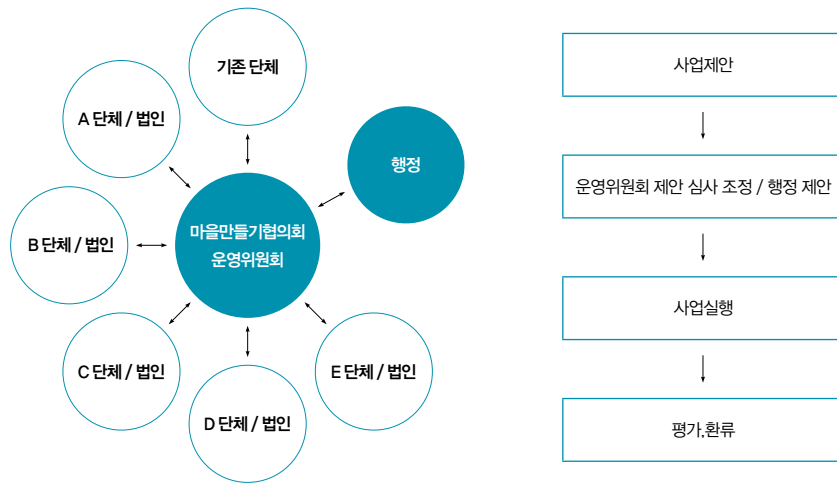


거창군은 마을사업의 통합시스템 체계를 갖추기 위해 흩어져 있던 마을만들기 사업을 5대 핵심사업으로 재분류했다. 그리고 총괄 전담부서도 만들었다. 마을만들기과로 맞춤형 행정지원과 주민의 역량을 성장시키는 데 큰 활약을 할 것을 예고했다.

제들이 날카롭게 지적되었다. 거창군은 마을사업의 통합 시스템을 갖추기 위해, 먼저 100여 개로 흩어져 있던 마을만들기 사업을 5대 핵심사업으로 분류시켰다. 5대 핵심사업이란, ‘로컬푸드’, ‘귀농귀촌’, ‘마을개발’, ‘도농교류’, ‘문화 복지공동체’를 뜻한다. 이 5가지의 사업 키워드를 중심으로 마을만들기 사업의 뼈대를 구축하고 이를 총괄할 전담부서를 만들었다. 그것이 바로 ‘마을만들기과’였다. ‘마을만들기과’는 마을만들기 사업부서(창조산업과, 건설과, 주민자치과, 문화관광과 등) 간의 협업이 어려운 현실적인 상황들을 적극적으로 해결하는 한편, 마을 사업을 보다 주민 중심으로 펼쳐나가겠다는 의지의 발현이기도 했다. 19명의 정예요원으로 구성되어진 마을만들기과는, ‘마을만들기 사업부서 간에 협력과 연대를 통해 사업성과를 제고하고, 각 마을사업 목적에 맞는 맞춤형 행정 지원과 사업 참여 주체인 주민의 역량과 의지를 고취시켜야 한다!’는 막대한 임무를 부여받으며 그 활약을 예고했다.

공무원, 현장활동가, 연구기관이 함께하는 행정협회가 13차례 진행되는 사이 ‘거창군 자립형 마을만들기 실천 전략’을 위한 방안으로 선진지 견학도 꾸준히 이어졌다. 로컬푸드 1번지로 꼽히는 완주에서는 완주군의 마을만들기 활동 사례와 로컬푸드 운영 시 행정의 역할과 민간조직의 협업운영 사례가, 주민 역량강화로 단계별 마을만들기의 노하우를 가진 진안군에서는 마을만들기 과정과 그 과정 속 행정의 역할 등이 거창군식 마을만들기 사업에 많은 영감과 힌트가 되었다.

마을만들기협의회 운영 형태



전문 영역 살려 마을키우기에 너도 나도 동참

농사를 짓는 것만으로도 먹고 살 수 있던 시절이 있었다. 하지만 시대가 바뀌어 마을도 비즈니스를 해야 하는 시대가 됐다. 농사만 짓던 사람 입장에서는 이처럼 갑갑한 상황도 없었을 것이다. 군에서 지원을 해줄 테니 마을에서 가장 잘할 수 있는 것을 찾아보라고 하는데, 이 역시 막막했다. 군에서도 이런 사정을 모를 리 없었다. 하지만 마을 저마다의 사정이 있고, 또 그 사정들을 다 파악한다 한들 행정이 모두 이끌고 나가기엔 분명 벅거운 일이었다. 완주와 진안의 마을만들기 사업의 주요 성공요인으로 분석되는 중간지원조직 육성의 필요성이 계속해서 대두되었다. 하지



찾아가는 설명회 브로슈어

만 중간지원조직 운영은 초기 많은 예산이 수반될 수 있어 조심스러운 부분이 많았다. 거창군은 초기 투자 비용과 시행착오를 조금이라도 줄이기 위해 타지자체 사례를 심층 분석하며 중간지원조직 설립 방안을 모색했다. 이러한 과정 속에서 중간지원조직 설립을 위한 '마을만들기 정책자문단'이 구성되었다.

마을만들기 정책자문단은 월 1회 정기회의를 통해 중간지원조직 설립방향 외에도 거창군 맞춤형 마을만들기 전략과 주민 역량강화 방안에 대해서도 논의했다. 그 가운데, '찾아가는 설명회'를 개최하자는 의견이 나왔다. 설명회를 통해 적절한 중간지원조직을 찾는 한편, 중간지원조직 설립의 필요성과 향후 계획을 알려 지역민의 참여 분위기도 조성해보자는 것이었다.

'찾아가는 설명회'는 행정-정책자문단-전문위원이 분야별로 역할을 분담해 진행됐다. 행정은 설명회 대상 협의를, 정책자문단은 민간단체 참여 안내와 독려를 그리고 전문위원들은 설명회 자료 및 전문 분야 질의 응답을 준비했다. 2015년 5월과 6월 사이 14개 단체(사회적기업지원센터, 사회적기업협의체, 자원봉사센터, 다문화가족지원센터, 귀농귀촌연합회, 여성일하기지원본부, YMCA 등), 80명을 대상으로 '찾아가는 설명회'가 개최됐다. 이후에는 중간지원조직 설립을 위한 '공론화 포럼'도 열었다. '찾아가는 설

중간조직 설립 추진 과정

정책자문단구성	찾아가는 설명회	공론화 포럼	집중아이디어회의	심화교육
9명 / 월1회 2014. 10월	14개 단체 80명 2015. 5월~6월	군민 250명 2015. 7월	40명 2015. 9월~10월	40명 2015. 12월
중간지원조직 설립 전 역할 수행	활동가·단체 발굴	공론화 전체 의견 수렴	심화 논의 대안 마련	사회계획 수립 준비위 구성

명회가 관내 운영중인 중간지원조직과 시민 단체를 주 대상으로 삼은 것이라면, ‘공론화 포럼’은 주민이 타깃이었다. 7월말의 무더운 여름 날씨에도 불구하고 마을만들기에 대한 높은 관심으로 250명이 넘는 사람들이 포럼에 참석했다. 포럼은 가시적인 성과를 거뒀다. 40명의 주민이 마을만들기 중간지원조직의 참여 의사를 밝히며 참여 신청서를 제출한 것이다.

중간지원조직 설립을 위한 ‘찾아가는 설명회’와 ‘공론화 포럼’이 연이어 진행됨에 따라 중간지원조직의 형태와 역할에 대한 심층적이고 집중적인 논의도 이루어졌다. ‘찾아가는 설명회’와 ‘공론화 포럼’ 참석으로 이미 중간조직의 필요성을 절감한 이들을 중심으로 ‘집중아이디어 회의’를 펼친 것이다. 다섯 차례 진행된 회의 속에서 다른 농촌지역에 비해 거창군에는 지역활동가와 단체가 많다는 점이 강점으로 받아들여져, ‘협의체형’의 중간지원조직 설립이 추진되었다. 그동안 마을만들기에 동참했던 관련 단체와 지역활동가, 주민들로 구성된 마을만들기협의회가 이렇게 해서 시범 조직으로 출범하게 되었다. 거창군의 ‘마을만들기협의회’는 지역 내 기존 조직을 주축으로 구성되었기 때문에 자생이 가능하다는 점이 무엇보다 눈여겨볼 만한 점이다.

교육과 홍보의 다각화로 청년들도 마을사업에 주목

거창군에는 행정과 주민이 제 기량을 펼치도록 오작교 역할을 하는 ‘마을만들기협의회’가 있다면, 마을 주민이 마을사업에 눈을 뜨도록 만드는 그 이름도 거창한, ‘거창한 마을대학’이 있다. 입학 조건은 마을에 대한 열정과 끈기면 된다. 2013년까지 자체 예산으로 진행됐던 ‘리더아카데미’가 2014년 포괄보조사업 지원으로 ‘거창한 마을대학’으로 명칭을 변경해 마을 리더를 양성해 나가고 있다. 교육은 거창군 특성에 맞춰진 4단계 프로그램(역량강화 리더교육, 마을공동체 창업교육, 마을운영자교육, 지역 CEO교육으로 진행되고 있는데, 지금까지 이 과정을 수료한 인원만 162명이 넘고, 2015년에만 32개 마을에서 64명이 수료했다. 교육을 수료한 이들은 “이 과정을 통해 마을만들기 사업이 지역을 살리는 중요한 일임을 깨달았다. 마을을 대표하는 마을 리더로서 앞으로 작지만 큰 역할을 해내겠다”며 교육에 대한 만족감과 리더로서 제몫을 해내겠다는 의지를 드러냈다. 지금까지 거창한 마을대학을 수료한 총 75개 마을 중에 90%에 해당하는

거창한 마을대학

역량강화리더교육 마을리더	마을공동체 창업교육 개인 또는 단체	마을운영자 교육 운영 주체	지역 CEO 교육 운영 주체
• 마을만들기 기본 이해 • 마을자원 이해와 발굴 • 스토리텔링의 이해와 활용 • 마을자원 분석 / 발전 구상 • 창안대회 • 마을만들기 자체사업 연계 • 매력있는마을/함께하는마을	• 농촌마을공동체 이해 • 리더의 역할, 갈등 관리 • 자원 분석을 통한 사업화 • 심층사업계획서 발표 • 마을만들기 공모사업 연계 • 풍요로운 마을 연계	• 사업 운영의 이해 • 법인 설립과 운영 • 사업계획서 진단 • 문제 분석 및 대안 마련 • 벤치마킹을 통한 사업 진단 • 해결대안 및 적응훈련 • 세무·회계 기초 • 조직 갈등관리 기법(기초)	• 법으로 보는 마을공동사업 • 마을경영과 마케팅 • 세무·회계 실무 • 소비자 니즈 발굴(기획) • 조직의 이해와 갈등관리 기법 • 조직 내 소통과 회의 기법 • 사회적 경제와 지역발전

68개 마을은 연계 사업을 추진해 나가는 성과까지 보였다.

한편, 거창군은 주민 교육 뿐 아니라 마을사업 참여 유도를 위한 홍보에도 적극적이다. ‘거창한 마을박람회’를 매년 개최하여 마을의 인적·물적 자원과 사업의 성과를 홍보하도록 하고, 토론과 발표대회도 함께 진행하여 마을 간에 정보 공유가 이뤄지게끔 하고 있다. 또한 매 분기별로 ‘거창한 마을이야기’란 이름의 소식지도 발행하고 있다. 마을만들기 활동과 성과를 비롯해 각 마을의 주요 소식과 기고문 등이 12페이지 분량의 소식지에 실린다. 이는 마을만들기 관계자 등에 유포되는 동시에 온라인에도 게시되어 누구나 거창군 마을만들기 활동을 접할 수 있도록 하고 있다. 현재 소식지는 사회적기업협의체를 중심으로 15명의 주민이 편집동아리를 운영하여 제작하고 있다. 이때 마을만들기과와 정책자문단은 소식지의 기획과 자문을 맡아 편집동아리 소속 주민들이 취재와 편집이 가능토록 보조적인 역할을 수행하고 있다. 이외에도 거창군은 ‘마을만들기 안내 팸플릿’과 ‘마을만들기 사례집’ 등도 제작하고 있다.

거창군 마을사업이 이러한 방식으로 여러 플랫폼을 통해 외부로 알려지자

거창한 마을대학 교육 현장



마을만들기 민관 회의 현장



제3호 소식지 편집회의



연도별
귀농/귀촌인
유입 수

(단위: 명)

계	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
4,330	129	289	330	397	558	499	493	741	894

예상치 못한 성과로 이어지기도 했다. 홍보 책자 등을 통해 마을사업에서 비전을 본 청년들 스스로가 ‘청년 잡지’를 만들기 위한 모임을 결성한 것이다. 이들은 잡지 출간 외에도 마을 여행사로의 성장까지 도모하고 있어 농촌 청년들의 역할 롤 모델이 될 전망이다. 거창군에 있어서도 이는 시사하는 바가 크다. 청년들이 농촌에서 일자리를 얻는 청년 취농시대가 거창군에서 열릴 날이 멀지 않았다는 뜻이기 때문이다. 이를 뒷받침 하듯이 거창에는 농사를 짓는 청년, 지역 언론협동조합에서 취재를 담당하는 청년, 도시에서 설치예술을 하다가 고향으로 돌아온 청년 등 다양한 청년들이 모여 새로운 컨퍼런스와 네트워크를 기획하고 있다. 농업 생산물에 또다른 가치를 부여하여 브랜드를 디자인하는 역할도 그들의 몫이다. 청년들의 이러한 활발한 활동은 청소년들까지 마을만들기에 관심을 갖는 계기를 만들어 다양한 연령층이 마을사업에 동참할 수 있는 분위기를 조성하고 있다.

그 덕분일까? 현재 거창군은 귀농귀촌인이 매년 증가하여 2007년 이후 현재까지 4,330명이 전입했다. 이것은 관내 2개 면의 인구에 해당하는 수치다. 그만큼 다양한 잠재력을 지닌 사람들이 거창군에 모여들며 마을을 새롭게 발전시켜 나가고 있다. 이는 지역 내 인재들을 적재적소에 마을사업으로 연계시킨 행정의 현명한 판단의 결과기도 하다.

마을 사업을 통한 마을의 희망찾기

예부터 만들어져 있는 마을을 '마을만들기'라는 명칭으로 사업을 추진시켜 나간 이유는 무엇일까? 그것은 그간 마을이 마을로서의 역할과 기능을 제대로 수행하지 못했던 탓에 있지 않을까? 거창군은 단순히 주거지로서의 마을이 아닌, 공동체 마을로서 존재하게 하여 그 안에 사는 사람들이 행복한 삶을 영위하는 것

중간지원조직 설립을 위한 선진지 견학



마을만들기과 정원남 주무관

을 목표로 삼았다. 그래서 주민이 마을 주체자로서 성장할 수 있는 시스템과 서비스를 제공하고자 부단히 노력해 왔고, 거창식 맞춤형 마을만들기 체계를 완성했다. 단계별로 자신들 상황에 맞는 역량강화 교육을 받은 주민들은 함께 꿈꾸고 함께 노력하면 무엇이든 할 수 있다는 자신감을 얻었다.

거창군의 마을만들기 사업은 이 때문에 들돌(몸의 단련을 위하여 들었다 놓았다 하는 돌)에 비유된다. 주민 스스로 들이나 산에서 둥글둥글한 돌 몇 개를 주워와 굴러도 보고 들어도 보면서 자신의 체격과 조건에 가장 잘 맞는 돌을 고르도록 한 것이다. 행정은 선택되어진 돌이 제 기량을 발휘할 수 있도록 돕는, 조력자 역할을 자처했다. 주민들에게 실질적인 도움을 줄 수 있고자 거창군은 주민들의 역량강화에만 힘쓰는 게 아니라 지자체 담당자의 전문성 향상에도 노력해 왔다. 그 일례로 마을만들기과와 정원남 주무관은 2015년에는 농어촌퍼실리테

현재 거창군은 귀농귀촌인이 매년 증가하여 2007년 이후 현재까지 4,330명이 전입했다. 이것은 관내 2개 면의 인구에 해당하는 수치다. 그만큼 다양한 잠재력을 지닌 사람들이 거창군에 모여들며 마을을 새롭게 발전시켜 나가고 있다.

중간지원조직 설립을 위한 공론화포럼



이터 자격증을 취득했고 올해는 농어촌개발건설턴트 자격증을 취득했다. 필기와 실기 시험에 이어 면접 등을 통과해야 따낼 수 있는 까다롭고 어려운 자격증이었지만 수개월 간 공부와 씨름하며 자격증을 손에 넣는 데 성공했다.

정 주무관은 자격증을 취득하는 과정은 힘들었지만 그만큼 보람은 있다고 말한다. 퍼실리테이션 기법(회의나 교육에 참석한 이들이 좀 더 쉽게 소통할 수 있도록 도와주는 일)을 활용한 덕분에 회의 진행 시 주민의견을 보다 효과적으로 수렴할 수 있었고, 각 마을 주민 간의 갈등을 조정하는 데 도움이 컸다는 것이다.

행정과 주민이 이처럼 각자의 방식으로 역량을 키워나가는 사이 올해 3개의 마을이 ‘창조적 마을만들기 사업’에 돌입하게 되었다. 2017년에는 8개 마을로 사업이 확대 추진될 예정이다. 마을만들기 사업이 활성화됨에 따라 주민 만족도도 향상됐다. 체험 방문객도 증가하여 2015년에만 3만명이 넘는 관광객이 방문했다. 거창군 맞춤형 마을만들기 지원 시스템을 벤치마킹하기 위한 타지자체의 방문이 줄을 잇고 있는 이유기도 하다.

불과 2년 전만 해도 타지자체를 벤치마킹하기 위해 견학을 나섰던 거창군이였다. 그런데 이제 벤치마킹 대상이 되는 모범 지자체로 성장했다. 그래서 거창군은 더 노력한다. 자만하지 않고 안주하지 않기 위해. 거창군은 곧 소멸할 농촌이 아닌, 새롭게 도약하는 농촌의 모습을 그리며 농촌마을에 새로운 희망을 제시하고 있다.

연도별 거창 농촌체험마을 방문객 수

(단위 : 명)

계	2012년	2013년	2014년	2015년
121,093	25,500	28,500	33,100	33,993

증평군

지역발전의
원동력은
三位一體
(주민,
공무원,
전문가)로
부터!



벤치마킹 포인트

- 10년의 경험을 토대로 체계적인 역량강화교육 시스템 구축
- 충북농촌활성화지원센터와 협업해 전문성 있는 프로그램 제공
- 현장을 직접 발로 뛰며 주민들과 호흡해온 공무원들의 노력
- 주민+공무원+전문가의 삼위일체 행정으로 사업의 효과 극대화

사업이 아닌 사람을 키우다

증평이 최근 각종 사업 경진대회와 평가에서 잇따라 상을 받는 쾌거를 이루고 있다. '작은 증평'의 성공 비결은 과연 무엇일까.

증평의 탄생은 조금 특이하다. 지방자치단체로 출범하기 이전, 현재의 '증평'에 해당하는 지역의 행정 사항은 충청북도 직할 '증평출장소'의 몫이었다. 인사와 예산 등 행정적인 부분을 도에서 진행해왔던 것이다. 그러나 행정 구역은 괴산군에 속해, 주소 상으로는 괴산군 증평읍·도안면에 해당했다. 이러한 이중적 구조 때문에 주민들은 많은 불편함을 겪어야 했다. 10년 넘게 이 기형적인 행정조직 형태가 유지되다 2003년 8월, 드디어 현재의 '증평군'이 탄생한다. 타 지자체보다 8년이나 늦은 시작이었다. 출발이 더뎠던 만큼 따라잡아야 할 부분도 많았다. 하지만 고민도 적지 않았다. 면적이 작아 개발할 수 있는 자원이 매우 한정적이었기 때문이다. 증평의 면적은 약 82km²으로, 그 크기는 서울의 행정구역 두 개 정도다. 행정체제 또한 1읍 1면으로 전국에서 가장 작다. 작은 몸집은 자연스레 자원의 부재로 연결됐다. 군의 발전을 위해서는 그야말로 '무'에서 '유'를 만들어내야만 했다.

증평은 이를 해결할 방안으로 '사람'에 집중하게 된다. 다른 지역에 비해 특별히 우수하거나 비교 우위에 있는 자원이 없었던 만큼, 인재를 키우는 것이 무엇보다 중요하다고 판단한 것이다. 이에 따라 증평은 2006년부터 역량강화사업을 시작하게 된다. 그리고 주민들이 '숨은 실력'을 발휘할 수 있도록 다방면에서 지원해



왔다. 그로부터 10년의 세월이 흐른 지금, 증평은 충북 도내에서 가장 작은 규모임에도 지난 3년간 지역발전사업 예산을 가장 많이 확보한 지자체라는 타이틀을 얻게 됐다. 2015년에 창조적마을만들기 사업이 3건, 2016년에는 2건이 연달아 선정된 것이다. 창조지역사업도 3건이나 발탁되는 성과를 거두었다. ‘행복마을만들기 콘테스트’에서 2년 연속으로 상을 받기도 했다. 증평이 도전하는 사업마다 좋은 성적을 낼 수 있었던 이유는 무엇일까? ‘역량강화’가 그 이유의 전부인 것일까? 증평의 10년을 함께 되돌아보자.



2015 민관 합동 워크숍



합동 워크숍 강의

역량강화가 확산·정착되기까지

처음 역량강화교육이 시작됐을 때부터 현재에 이르기까지, ‘증평의 역량강화사업 10년’을 되짚어보자. 그 시작은 2006년으로 거슬러 올라간다. 처음으로 역량강화 교육을 시작한 이때를 증평은 ‘태동기’라 부른다. ‘증평군지역혁신센터’를 설치해 본격적으로 지역 리더를 양성하기 시작한 것이다. 특화농업반, 마을경영반, 여성리더반을 운영해 45명의 지역 리더들을 배출했다.

2007년은 ‘성장기’로, 마을 주민과 함께 현장워크숍을 진행했다. 특정 리더뿐만이 아닌, 지역 주민으로까지 교육의 대상을 확장한 것이다. ‘워크숍’이라고 했지만 강의에 더 가까웠다. 주민들에게 지역 사업의 필요성을 전파하는 선에서 그쳤기 때문이다. 증평은 이 점을 아쉬워하며, 이를 보완하기 위해 심화과정을 운영하기 시작한다.

2008년은 좀 더 깊이 있는 교육이 가능했던 ‘발전기’다. 이때부터 지역발전연구회, 스토리텔링연구회 등 연구회 활동이 활발하게 이루어진다. 장류 현장형 전문 인력 양성, 농촌체험마을 전문가 과정 등 ‘맞춤형’으로 심화 과정이 진행되기도 했다. 발전기 때부터 증평은 마을만들기 및 마을가꾸기사업 공모를 추진한다. 이



증평읍 중심지 활성화 토론회



합동 워크숍 강의

시기에 이루어진 스토리텔링 연구회 활동은 후에 '김득신 스토리텔링 농촌만들기'란 사업으로 이어지게 된다.

2011년부터 2013년까지는 '전환기'다. 강의 형식으로 일방적인 교육이 진행됐던 전과는 달리, 주민들이 자발적으로 역량강화에 참여하기 시작한 것이다. 각종 포럼이 창립·활성화 된 것도 이 시기다. 공무원들은 자체적으로 '우문현답포럼' 등을 통해 부서별로 사업 아이템을 발굴하고 직접 현장을 방문하여 마을 사업의 현안을 공유했다. 민·관·학 협력 발전포럼을 통해서도 마을·지역발전사업에 대해 좀 더 구체적인 논의가 이루어졌다. 주민들의 능동적인 자세도 눈에 띈다. 주민 자율형 학습조직인 '찾아가는 행복학습 마을만들기'가 활발하게 활동하기 시작한 것이다. 이들은 다양한 '행복 동아리'를 육성하며 여러 분야의 교육 프로그램에 참가하게 된다.

그리고 2014년부터 현재까지를 '확산·정착기'라 칭한다. 먼저 전환기 때 생겨난 포럼들이 정착 단계에 들어섰다. 농촌 포럼이 마을마다 정기적으로 진행되기 시작한 것이다. 청주시와 연계하여 지역 간 협력 포럼을 열기도 했다. 이 포럼을 통해

증평군과 청주시는 주민 간 상생 전략, 마을별 문화 경쟁력 강화 전략을 모색할 수 있었다. '증평읍 중심지 활성화 100인 토론회', '2015년·관 합동 워크숍' 등 주민과 공무원 사이에 양방향으로 소통이 가능해졌다는 점도 괄목할 만하다. 주민들 또한 변하기 시작한 것이다. 10년 동안 역량강화교육을 진행하다 보니, 이제는 그들이 앞장서서 자원을 조사하고 사업 목표를 설정하는 데까지 다다르게 됐다. 이렇게 발굴된 아이тем들은 창조적마을만들기, 창조지역사업 등 다양한 사업으로 발전하게 됐다.

이러한 과정을 거쳐, 증평은 '주민+공무원+전문가'의 삼위일체 시스템을 구축하게 된다. 전문 인력을 적극적으로 활용하여 보다 전문적이고 체계적인 맞춤형 역량강화 프로그램을 작년부터 기획·운영하고 있는 것이다. 이는 10년 동안의 경험을 바탕으로, 단점을 보완하고 장점을 극대화시키려 노력하다 보니 생겨난 증평만의 '맞춤형 역량강화' 체계다.

증평읍 중심지 활성화 100인 토론회





증평군-충북농촌활성화센터 MOU 체결

‘주민+공무원+전문가’의 삼위일체 역량강화 시스템

그렇다면 이 삼위일체 시스템은 증평의 사업에 어떻게 적용되고 있을까? 그 구체적인 내용을 살펴보자.

증평은 우선 지역역량강화사업을 모든 사업의 기초와 예비단계로 보고 있다. 각종 마을 사업의 선정 및 추진을 원활하게 만드는 연습단계가 바로 역량강화사업이라는 것이다. ‘역량강화’는 사업을 시작하는 증평의 모든 마을이 첫 번째로 거쳐야 할 단계가 되었다. 증평의 사업 진행은 크게 예비, 진입, 발전, 자립의 네 단계로 구분 지을 수 있다. 먼저 ‘예비’ 단계다. 사전 역량강화가 시작되는 단계로 현장포럼이 우선으로 진행된다. 우선 전년도에 현장 포럼이 무엇인지를 이장 회의에서 소

개하는 것에서부터 시작한다. 그리고 마을의 자발적인 신청을 받는다. ‘사업을 해보겠다’고 마을에서 결정을 내리면, 그해 3월에 바로 현장포럼이 시작된다. 타 시·군들은 시기에 상관없이 현장포럼을 시작하는 반면, 증평은 3월에 시작해 4월에는 포럼을 끝내는 체계를 갖추고 있다. 포럼 전과 후, 주민들의 의식이 어느 정도 바뀌었는지 설문조사를 실시하기도 한다. 포럼 하나도 허투루 진행하지 않겠다는 의지가 엿보인다. 4월에 포럼이 끝나면 마을 주민들에게 단기 과제를 부여한다. 이는 300~500만 원 정도의 소규모 사업을 먼저 경험해보는 것이 목적으로, 사업비는 증평군에서 지원한다. 주민들 스스로가 선택하는데 꽃길을 가꾸거나 보호수를 정비하여 휴식 공간을 만드는 등 자발적으로 과제를 수행한다. 이를 통해 주민들은 마을 사업에 대해 애착을 가지고, 사업을 유지·관리하는 데에 있어 자신들의 역할이 중대하다는 것을 스스로 깨닫게 된다. 또한 예비 단계를 거치기 때문에 갈등도 미리 해소할 수 있어 다음 사업을 추진하기가 한층 용이해진다.

예비 단계를 끝낸 마을은 「진입」 단계에 돌입하여, 창조적마을만들기 사업에 본격적으로 도전하게 된다. 포럼과 소규모 사업을 마치고 나면 6월 말에서 7월 정도가 되는데, 이때부터 추진위원회와 증평군이 함께 사업 계획 회의를 진행한다. 사업 공모까지 6개월이란 시간이 있어 철저한 준비가 가능하다. 사업이 본격적으로 시작되기까지 어느 정도 공백기가 생기기도 하는데, 이때에는 마을 리더 교육이나 소규모 2단계 사업을 진행하기도 한다.

다음은 「발전」 단계다. 창조적마을만들기 사업을 마치고, 보다 큰 규모인 권역단위종합개발사업을 진행한다. 진입 단계에서 인식한 문제점들을 보완하여 마을이 자립하기 위한 기반을 다지는 과정이라 할 수 있다.

마지막은 「자립」이다. 이제까지의 경험을 바탕으로 마을이 활성화되고, 별도의 도움 없이도 문제를 해결해 나가는 단계다. 앞의 ‘예비’, ‘진입’, ‘발전’은 모두 이

‘자립’을 위한 것이다. 자립할 수 있는 힘이 단계별로 서서히 길러지도록 한 것이다.

위의 네 단계가 증평이 구축한 단계별 사업 체계다. 시기와 단계로 나누어 사업을 진행하니, 보다 면밀하고 철저한 준비가 가능해졌다. 이 사업 체계의 모든 단계에는 ‘역량강화’가 바탕에 깔려 있다. 별다른 역량강화사업이 필요해 보이지 않는 ‘발전’과 ‘자립’ 단계에서도 전문 인력을 활용해 보다 구체적이고 활용도 높은 사업 어드바이스를 제공하고 있다. 이를 위해 증평은 여러 전문 인력과 협업 체계를 맺고 있다. 그중에서도 가장 돋보이는 것은 ‘충북농촌활성화지원센터’와 MOU를 체결해 중간지원조직을 운영하고 있는 점이다. 충북농촌활성화지원센터는 주민 주도형 마을개발과 발전을 지원하는 입증된 전문성을 가진 기관이다. 증평은 이 충북농촌활성화지원센터와 협업하여 행정과 전문가의 중간 형태인 ‘행복마을만들기 지원센터’를 만들어냈다. 이렇게 탄생한 지원센터는 자체 사업 컨설팅 및 모니터링, 마을 조사·연구, 역량강화를 위한 마을 리더·주민 교육 및 프로그램 개발, 민·관 합동 워크숍을 통한 네트워크 구축 등 마을 사업에 대한 전문적인 부분을 맡아 진행하고 있다. 전문 인력을 활용한 지원 체계를 구축해 다양하고 체계적인 맞춤형 마을 발전을 도모할 수 있게 된 것이다.

이로써 주민이 참여하고 공무원이 주도하며, 전문가가 조언하는 삼위일체 시스템이 갖춰졌다. 주민과 공무원, 전문가가 힘을 합하여 함께 사업을 진행하는 삼위일체 행정. 이는 마을 사업을 진행하는데 ‘당연히’ 갖춰야 할 요소로 느껴지지만, 실상은 그렇지 못하다. 사업을 진행하는 데에만 급급해 협업은 커녕 업무 분담조차 제대로 이루어지지 않는 경우가 태반이다. 그러나 증평은 10년 동안의 경험을 통해 주민, 공무원, 전문가가 별도로 행동해서는 마을 사업이 성공할 수 없다는 사실을 체득했다. 그리고 어떤 마을도 빠짐없이 ‘삼위일체’가 되어 사업을 시작할 수 있도록 이를 체계화한 것이다.

교육을 통해 마을이 바뀐다

별다른 자원이 없어 ‘사람’을 키우는 데에 집중했던 증평. 이들의 선택이 옳았다는 것을 증명이라도 하듯, 현재 증평군의 여러 마을들에서는 각종 사업이 순탄하게 진행되고 있다. 김득신 독서 마을, 도깨비 동화 마을, 세종대왕 문화 마을 …, 주목할 만한 점은, 이 모두가 주민들이 발굴한 사업 아이템이라는 것이다. 자신들이 찾아낸 자원이 사업으로 연결되는 것을 보자, 주민들은 사업에 대해 자신감과 자부심을 갖게 됐다. ‘우리 마을도 할 수 있다’는 긍정 마인드를 받게 된 것이다. 새로 사업을 시작하는 마을의 행보도 눈에 띈다. 작년에는 통미·외룡마을이, 올해는 곡강골·대지랭이마을이 ‘예비’ 단계를 마친 것이다. 네 마을 모두 ‘함께 가꾸는 농촌운동’을 자발적으로 진행한 점은, 증평군의 체계적인 역량강화 시스템이 얼마나 효과적으로 작용하고 있는지를 단편적으로 보여준다.

일찍이 사업을 시작한 선도 마을들은 이제 리더 역할을 톡톡히 해내고 있다. 울리느림보 마을이 그 대표주자다. 2006년부터 사업을 시작한 울리마을은 지속적으로 방문객수, 소득, 일자리, 파급 효과가 증가하고 있다. 이를 본 주변 마을들은 자신들도 사업을 시작하기 위한 준비에 들어갔고, 울리마을은 이들을 이끄는 리더 역할을 하고 있다.

죽리마을은 홍보 전도사다. 죽리마을은 2013년에 현장포럼을 개최하고 2014년

함께 가꾸는 농촌운동

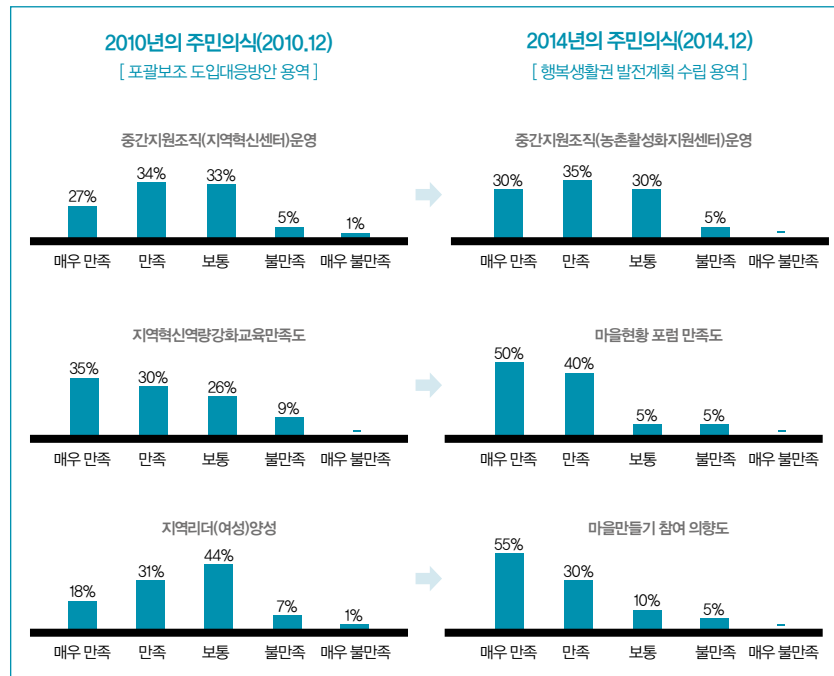


함께 가꾸는 농촌운동



도에 마을 꽃길 가꾸기 소규모 사업 및 창조적마을만들기사업을 진행하는 등, 증평의 단계별 프로세스를 그대로 밟아 발전해온 대표적인 마을 중 하나다. 2015년에는 새뜰마을 사업에도 선정됐다. 도전하는 족족 사업이 선정되니, 그 비결을 주변에서 물어올 법도 하다. 김용희 이장은 그럴 때마다 “우선 할 일은 마을 교육을 받는 것”이라고 대답한다. 이를 주제로 이장연합회에서도 강연을 한 적이 있다고 하니, 삼위일체 시스템이 각 마을 리더들에게도 자연스럽게 뿌리를 내린 증거라 할 수 있겠다.

외방마을은 이러한 죽리마을을 따라가고 있는 후발주자다. 유영창 이장은 변화된 죽리마을을 보고 우리 마을도 사업에 도전해봐야겠다고 결심했다고 한다.



역량강화교육부터 시작해야 한다는 말에 그는 “그걸 꼭 해야 하나?”고 반문했다. 그랬던 그도 교육을 받으며 변하기 시작했다. 이제는 주민들이 교육을 받을 수 있도록 나서서 자리를 만들고 마을 어르신들을 설득하게 된 것이다.

이렇듯 증평의 삼위일체 역량강화 프로그램은 주민들에게도 큰 호응을 얻고 있다. 역량강화교육에 참여하는 수도 전보다 크게 증가했다. 2015년에 진행한 마을리더 역량강화프로그램에는 30명이 참여한 반면, 올해에는 50명이 참가해 교육을 수료했다. 충북농촌활성화지원센터와 증평군이 협업해 ‘100인 토론회’를 열기도 했다. 이는 2014년에 종료된 ‘증평읍종합정비사업’을 뒤돌아보고, 그 다음 단계 사업에 대한 주민들의 의견을 듣는 토론회의 장이었다. 100명을 한자리에 모으는 것이 결코 쉽지 않은 일이었지만 활성화센터와 증평군이 직접 뛰며 홍보한 결과, 100명이 넘는 주민, 공무원, 전문가가 참여해 다양한 의견을 교류할 수 있었다. 토론회를 통해 도출된 다양한 사업 과제는 차년도 선도지구 계획에 최대한 반영할 방침이다. 향후에도 증평은 주민맞춤형, 마을맞춤형 프로그램을 계속해서 보완하고 개발할 계획이다.

주민과 함께 호흡하는 현장활동가

최근 증평은 농식품부에서 주관하는 행복마을만들기 콘테스트에서 2년 연속으로 상을 받았다. 전국에서 손꼽히는 소규모 군에서 이뤄낸 결과였기 때문에 더욱 값진 수상이었다. 이와 같은 성과의 비결을 묻자, 체계적이고 전문적인 역량강화가 뒷받침된 덕분이라는 대답이 돌아온다. 그리고 증평의 이러한 역량강화 시스템이 구축될 수 있었던 배경에는 증평군의 굳은 의지가 있다. 역량강화는 가시적 성과나 시각적인 결과물이 없어 사업의 효과를 쉽게 가늠해볼 수 없다. 그러나 증평은 어떤 사업이든 역량강화의 과정을 거치지 않는다면 성공하기가 어려워진다는 것을

증평군

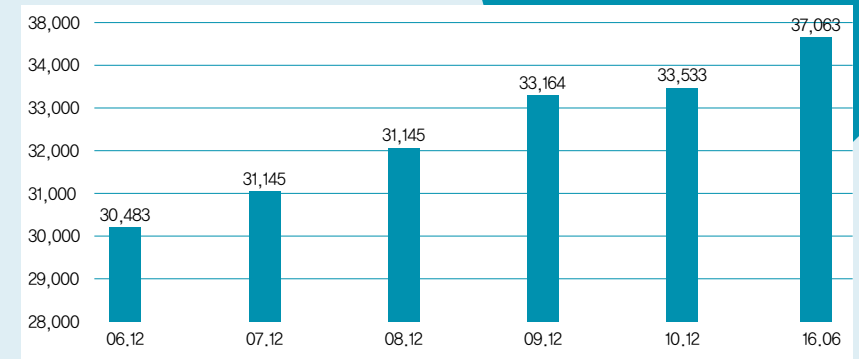
분명히 인지하고 있었다. 그리고 이를 체계화하기 위해 10년 동안 다방면에서 마을 만들기 및 역량강화 사업을 지원해왔다. 2013년에는 일반농산어촌개발사업 및 각종 공모사업을 총괄·전담하는 미래전략과를 신설했으며, 각종 공모사업을 진행할 때에는 사업부서 간의 업무협약제를 실시해 효율적인 업무 추진을 도모했다.

그리고 여기, 증평의 역량강화사업이 성공할 수 있도록 고군분투한 1등 공신들이 있다. 바로 ‘현장활동가’들이다. 현장활동가는 주민역량강화 프로그램, 민·관 합동 워크숍, 농촌현장포럼 등 다양한 역량강화 프로그램에 직접 참여하여 주민들과 소통하는 역할을 한다. 주민들의 애로사항이나 건의사항을 수렴하고 반영하는 것도 그들의 몫이다. 이들은 바로 역량강화사업 업무를 진행하는 담당 공무원들이다. 미래전략과의 최창영 과장은 역량강화의 중요성을 누구보다도 잘 알고 있다. 그는 우문현답 포럼을 열고 증평군청 전 직원을 대상으로 교육을 추진하는 등, 내부 역량강화에도 수고를 아끼지 않고 있다. 김재겸 주무관은 주민이 원하는 곳이면 어디든지 찾아가는 ‘1등 현장활동가’다. 마을 리스트를 뽑아 각 마을이 현재 어느 단계에 있고, 다음으로 수행해야 할 과제는 무엇인지 관리하는 것도 김 주무관의 일이다. 그는 “규모가 큰 사업들을 뒷받침하고, 원활한 사후 관리가 이루어지도록 하는 것의 바탕은 역량강화”라며 주민 의식 개선의 필요성을 강조한다.

우문현답 포럼



미래전략과 김재겸 주무관

증평군
인구변동
추이

“역량강화는 가장 어려운 사업이라고 할 수 있어요. 보통은 내역사업이나 권역사업에 역량강화를 일률적 방식으로 필수사항에 포함시켜 진행하는 경우가 많은데, 비효율적인 방법이에요. 예산 낭비라고도 볼 수 있죠. 지자체 특성에 맞게 틀을 짜고 장기적인 플랜을 갖는 것이 담당자가 해야 할 몫이라고 생각합니다.”

그의 말처럼 증평군은 예비 및 진입 단계의 역량강화사업을 총괄부서인 미래전략과가 포괄적으로 운영하고 있다. 중간지원조직인 활성화센터와 논의해 연간 계획을 수립하고, 월별로 일정을 짜기 때문에 효율적인 사업 진행이 가능하다. 일정이 미리 나오기 때문에 사전 공지로 주민 참여율을 높일 수 있다는 장점도 있다.

“처음에는 마을 하나 발굴하기에도 급급했는데, 이렇게 성과가 나는 모습을 보니 뿌듯합니다. 지자체 공무원이라면 ‘주민 행복’을 가장 우선시해야 한다고 생각해요. 주민들 보기가 부끄럽지 않도록 많은 소임을 다 해야죠.”

마을 하나하나가 소중하다는 그와 같은 ‘현장활동가’들이 있기에, 증평의 힘은 오늘도 무럭무럭 자라나고 있다.

증평군

증평의 힘은 ‘사람’이다

10년 동안의 노력은 이제 막 꽃을 피워 성과의 열매를 맺기 시작했다. 꾸준히 주민들의 의식을 가꾸어온 결과라 할 수 있다. 하드웨어와 소프트웨어, 일반적으로는 이 둘 중 하드웨어에 더 중점을 두기 마련이다. 쉽게 결과물을 낼 수 있기 때문이다. 그러나 증평은 ‘사람’에 주목했다. 어떤 사업이라도 결국에는 사람이 하는 것이란 생각에서였다. 사업을 이끄는 사람의 마인드, 즉 그의 올바른 비전과 사업의 애착 정도에 따라 사업의 성패가 갈린다는 것이다. 증평은 지역 발전을 이끌 인재를 육성하고 역량을 강화하기 위해서는 장기적인 안목과 비전을 가지고 ‘꾸준히’ 추진해야 한다고 강조한다. 그리고 역량강화는 가장 사소한 부분이지만 가장 큰 역할을 하게 될 것이라 덧붙인다.

증평은 2014년 한국공공자치연구원이 발표한 지방자치경쟁력 평가에서 ‘전국에서 지방자치경쟁력이 가장 높게 상승한 지역’으로 뽑혔다. 한국농촌경제연구원이 발표한 삶의 질과 지역발전지수는 전국 83개 군단위에서 11위, 충북도내에서는 1위라는 놀라운 결과도 나타났다. 귀농·귀촌하는 인구와 주민수는 꾸준히 증가하고 있다. 농촌 지역이 인구감소란 고질적인 문제를 안고 있는 것을 생각하면, 이는 극히 이례적인 일이라 할 수 있다. 사람을 귀히 여길 줄 아는 증평의 마음이 이러한 긍정적인 결과들을 불러일으킨 것은 아닐까.

교육은 백년대계(百年大計)라 하였다. 뛰어난 자원이 없고 역사도 짧았지만 증평은 조급해하지 않았다. 규모가 큰 사업을 진행하여 주민들을 리드하는 대신, 주민과 함께 자라나는 쪽을 택했다. 그리고 10년을 묵묵히 주민과 함께 호흡해왔다. 강산이 한 번 바뀔 만큼의 시간이 지났음에도 그들은 한결같았다. 그리고 어느새 부쩍 자라난 증평의 ‘힘’들이 지역을 이끄는 견인차 역할을 하고 있다. 증평의 자원은 다름 아닌 ‘사람’이었던 것이다.

제주도

농업인 및
지도공무원
교육

벤치마킹 포인트

- 귀농귀촌 단계별 맞춤형 교육 프로그램 개설 및 운영
- 수요자 중심 귀농교육 개설, 전국 최초 야간 귀농교육 시행
- 선도농가와 귀농연수생 매칭 현장실습교육 추진
- 안정적 정착 지원을 위해 지속적인 현장 컨설팅 실시

귀농귀촌 미생들을 위한 맞춤형 성공사례

관광객만 늘어나는 것이 아니라 제주도로 이주를 희망하는 귀농귀촌 신청자들도 늘고 있다.
이들을 맞이하기 위한 교육프로그램도 제주만큼이나 특별하다.

“우리 부부는 도시에서 살며 생존 경쟁 대열에서 언제 낙오할지 몰라 시종 불안하고 두려웠다. 숨을 고를 수 있는 잠깐의 여유조차 허락되지 않았다. 행복해지기 위해서라고 서로에게 위로의 말을 건네 봐도 한 발짝 다가가면 두 발짝 멀어지는 행복이었다. 아내는 겨우겨우 버텼고, 남편은 서서히 지쳐 갔다. 뭘 위해서 앞만 보고 내달린 걸까. 얼마나 달려온 걸까. 고지가 있기는 한 걸까. 어느 날, 남편이 쓰러졌다. 남편과 아내는 그제야 서로를 바라본다. 서로가 모르는 사이에 곳곳에 돌아난 마음의 생채기가 보였다. 서로를 말없이 부둥켜안고 한참을 울었다. 그리고 짐을 꾸렸다. 우리는 지금 제주도로 가는 중이다.” 이 글은 ‘낭만’과 ‘힐링’을 위해 제주를 잠시 찾은 사람이 아닌 제주도로 ‘이주’한 사람들의 이야기를 담은 <제주에서 당신을 생각했다>의 한 구절이다. 단지 몸만 옮겨 놓고 미적지근하게 떠난 사람들이 아닌 제주에서의 삶을 선택하고 결단하고 실행한 사람들의 이야기이다. 제주도 귀농귀촌 인구는 2014년 8,361명에서 2015년 11,002명으로 꾸준히 증가 추세라고 한다. 제주도로의 이주를 희망하며 교육을 신청하는 비율을 살펴보면 서울·경기 지역이 60~70%로 가장 높다. 부산·울산, 강원도의 비율도 높은 편이다. 제주도에 하루 살기, 한 달 살기가 아닌 평생 살기를 결심한 사람들. 제주도로 이주한 일부 연예인들의 가십성 뉴스에 묻히기에는 그들의 선택에도 적잖은 고뇌와 결심이 있었을 것이다.

제주도에서는 이들을 맞이하기 위해 단계별로 맞춤형 교육을 준비해 두었다. 물론 타지역 이주희망자 뿐 아니라 제주도 내의 귀농귀촌 희망자들에게도 열려있는 시스템이다. 게다가 1차 산업 비중이 타 지역에 비해 6배나 높은 까닭에 다양한 농업인 교육이 필요한 곳이 또 제주도이다. 여기에 중요한 역할을 하고 있는 상위사업이 ‘지역농촌지도사업 활성화 지원사업(이하 농촌지도사업)’이다. 제주특별자치도의 농촌지도사업은 농촌지도기반조성사업, 농작업환경개선 편이장비 지원사업, 농기계 훈련사업, 지역활력화작목 육성사업, 농가경영기술현장실용화 사업, 안전농산물 생산시범사업과 함께 농업전문인력양성 사업 등 총 7개 세부사업으로 진행되고 있다. 그 중 농업전문인력양성 사업은 전문농업분야에 대한 이론의 체계화로 지식기반 사회에 적합한 농업 인력 육성을 목표로 하고 있다. 이 농업전문인력양성 사업의 핵심이 바로 교육 사업이다. 특히 귀농귀촌 교육 사업은 농촌지도사업 중에서도 가장 중요한 영역이다. 귀농귀촌 교육은 귀농귀촌인 및 신규농업인들의 안정적인 농촌 정착과 지역 활력 인재로 키워내기 위해 단계적인 이수 과정을 마련해 두었다. 한편 제주특별자치도의 귀농귀촌 관련 정책지원사업은 주로 제주시청과 서귀포 시청 농정과에서, 귀농귀촌 교육은 제주농업기술원 기술지원조정과에서 주관·운영하고 있다.



귀농교육생 그룹별 농작물재배 실습교육

단계별 교육 프로그램 덕에 만족도 높아

현재 제주특별자치도의 귀농귀촌 교육은 일방적으로 과정을 개설하고 수요를 기다리는 공급자 중심에서 벗어나, 수요자들의 니즈를 먼저 파악해서 교육의 방향을 설정하고 있다. 또한 상황에 따른 수시 진행이 아닌 기초과정부터 전문가 육성까지 단계별 프로그램을 규칙적으로 운영하고 있어 수요자들이 접근하기가 훨씬 편해졌다. 특히 제주농업기술원과 농업기술센터의 유기적인 협력관계로 진행되는 구조가 큰 특징이다. 여타 지역과는 다르게 제주특별자치도는 제주농업기술원 하에 권역별로 4개의 농업기술센터를 운영하고 있다. 이런 구조는 농촌지도사업을 진행하는 데 큰 이점으로 작용한다. 4개 권역은 기후와 재배작목에 따라 나뉘었기 때문에 해당 작목에 특화된 인력 배치가 가능하고 전문 기술 습득에도 효과적이다. 기술센터 자체도 점차 특화된 전문성을 갖추나가게 됐다. 예를 들어 서귀포농업기술센터는 감귤에, 동부농업기술센터는 밭작물에 전문가가 된 것이다.

제주농업기술원

권역별
농업기술센터
특성화 기능

명칭	명칭	내용
제주농업기술센터 (애월읍 상귀)	도시 근교농업 중점 키위, 채소, 도시농업	제주시 동(洞)지역 애월읍, 조천읍, 추자면
서귀포농업기술센터 (남원읍 하례2)	과수·아열대 농업 중점 감귤, 아열대과수	서귀포시 동(洞)지역 남원읍
동부농업기술센터 (구좌읍 감례)	밭작물 중점 당근, 무, 더덕, 콩 등	제주시 구좌읍, 우도면 서귀포시 성산읍, 표선면
서부농업기술센터 (한림읍 월림)	원예작물 중점 마늘, 양파, 양배추 등	제주시 한림읍, 한경면 서귀포시 대정읍, 안덕면
4센터 공통 업무	농업인 상담, 농기계 임대 및 수리, 농업인 교육, 미생물 공급, 토양검정, 작물별 재배기술 보급 등	

이런 구조 하에서 귀농귀촌 교육은 크게 3단계로 설계되어 있다. 1단계는 농업기술원에서 진행하는 포괄적인 교육이다. 제주의 생활문화와 역사, 작목현황, 소득창출 방안 등 귀농귀촌 희망자들이 기본적으로 습득해야 할 부분들을 교육한다. 이주를 결심한 사람들에게 당면 문제가 될 수 있는 부동산, 세무, 법 관련 문제에 대해 전문가 교육 프로그램을 개설했다는 점이 여타 지역과 차별화되는 부분이다. 2단계는 각 기술센터에서 진행되는 작목 기초 교육 및 실습, 현장 위주의 체험 교육 등 실질적인 귀농교육이 진행된다. 이 때 권역 기술센터별로 특성화 작목이 다르기 때문에 원하는 지역, 원하는 작목에 대한 선택이 가능하다. 귀농이 아닌 귀촌만을 원하는 1단계 수요자들은 별도의 정착지원사업을 이용하면 된다. 목공, 천연염색, 바리스타 등의 프로그램이 운영되고 있다.

기관별 교육 현황

구분	주요 내용	내용
농업기술원	귀농교육, 야간귀농교육 중심	기본교육 100시간 138명 야간교육 30시간 218명
농업기술센터	지역단위 감귤, 발작물, 만감류 기초과정 및 현장실습교육 위주	감귤 기초 206명, 발작물 기초 71명, 만감류 기초 50명, 현장실습 총 239명

교육 추진 현황

구분	2011년	2013년	2015년
교육과정수(개)	2개 과정	30	45
이수 인원(명)	206	285	428

3단계는 선도농가와 귀농연수생들을 매칭해 주는 프로그램으로 귀농 멘토와 멘티가 만나 보다 현실적인 교육이 가능한 단계이다. 선도농가는 ‘품목별 농업인 연구회’를 중심으로 구성되어 있으며, 2015년에는 4개 센터에서 32개 농가 매칭이 이뤄졌다. 귀농연수생들과 매칭되는 선도농가 중에는 초기 귀농귀촌 교육의 수혜자들도 있다. 본인들이 미리 경험해 보고 시행착오를 겪어왔기 때문에 귀농연수생들의 입장을 누구보다 잘 이해하고 결과적으로 정착성공률도 높은 편이다. 선도농가 매칭은 귀농 선배들의 재능기부와 귀농귀촌 정착 사례 등을 공유하게 되면서 새롭게 농촌공동체를 활성화시키는 측면도 있다.

이렇게 단계별 귀농귀촌 프로그램을 모두 소화하려면 최소 6개월에서 1년 정도의 기간이 소요된다고 한다. 교육 이수자는 2011년도 대비 2013년 113% 증가하

였으며, 이수자들을 대상으로 한 설문 결과 “영농에 도움된다”는 의견이 95%, 교육 지속 희망자가 97%로 나타나는 등 연수생들의 만족도가 상당히 높은 편이다. 또한 교육 이수자가 성공적으로 정착하여 전국 단위 대회에서 수상한 사례들도 나오고 있다. 2015년 우수감귤경연대회에서 한라뜰 배정숙 농가가 최우수 수상자로 선정되었으며, 2015년 국제감귤박람회 감귤품평회에서 조천읍 선흘리 박종민 씨가 은상에 입상하였다. 배정숙 씨는 2010년 남편 이형재 씨와 제주로 귀농하면서 1년간 귀농귀촌 교육에 참가했다. 배정숙 씨는 “지도사가 하라는 대로 했다”고 말할 정도로 교육에 대한 신뢰가 높았다. 그는 귀농귀촌 교육 프로그램의 우수성과 효율성을 재차 강조하며 후배 귀농인들에게도 적극 참여를 권장하고 있다.



한라뜰 배정숙 농가

야간까지 이어지는 귀농귀촌 교육의 열기

제주특별자치도 귀농귀촌 교육의 가장 큰 차이점은 야간 귀농교육 개설에 있다. 야간까지 교육이 이어진 데에는 몇 가지 이유가 있었다. 먼저, 도농복합지역이라는 특성 때문에 제주도에 도시에서 살면서도 농사를 짓고 있거나, 향후 귀농을 계획하는 도시 직장인들이 많다는 점을 들 수 있다. 또 전국적인 귀농귀촌 붐 현상이 제주도에 내려온 시점이 2009년쯤으로, 2010년부터 시작된 귀농귀촌 교육에 많은 사람들이 몰려 주간 교육만으로는 모든 희망자들을 소화할 수 없었다. 희망자는 점점 많아지고 조기 마감이 되다 보니 여러 가지 불만의 목소리가 들렸다. “더 신청을 받아주면 안 되나”, “퇴근 후에 참여할 수 있는 교육 프로그램은 없나” 등 여러 요청들이 있었다. 야간 교육에 대한 아이디어가 자연스럽게 도출됐다. 그러나 쉽게 결정할 수 있는 사안은 아니었다. 야간 교육을 하게 되면 담당 실무자들이 늦게까지 근무를 해야 하는 문제, 야간에 이루어지기 때문에 효율성 저하 문제 등이 생긴다. 무조건 지침을 내리면 실무자들의 불만이 따라올 수 있는 상황. 농업기술원 장길남 계장과 이미숙 농촌지도사 등 담당 실무자들의 적극적인 태도가 아니었다면 실현될 수 없었던 사안이다. 야간근무, 더구나 주말 야간 근무까지도 감당했던 담당자들의 헌신

귀농 농기계 안전사용 교육



2016년 귀농귀촌교육 수료축하



적인 지지가 인상적인 부분이다. 최종적으로 1단계 교육에 한해서만 야간 교육 30시간을 결정했다. 예상대로 야간 교육 개설은 호응도가 높았다. 토요일에 개설한 야간 교육에는 멀리 육지에서 비행기를 타고 와서 참석하는 사람도 있었다고 한다.

교육 신청이 선착순으로 이뤄지다 보니 올해 접수 시작일에는 때 아닌 진풍경이 연출되기도 했다. 새벽부터 교육 신청자들이 긴 줄을 서기 시작한 것이다. 작년에 전화 신청만 믿고 있었다가 결국 못한 사람들, 늦게 신청하는 바람에 신청서도 못 쓴 사람들이 “이번에는 꼭 성공한다”는 각오로 새벽부터 모여들었다. 신청이 시작되면 전화회선의 한계로 전화 연결이 힘들어지기 때문에 직접 나서는 수밖에 없었던 것이다. 기술지원 조정과 김경익 계장은 마침 숙직을 하고 나오던 차에 이 광경을 목격하고 깜짝 놀랐다고 한다. 그만큼 귀농귀촌 교육에 대한 열의가 높다는 방증일 것이다. 귀농귀촌 교육은 단순히 교육을 이수한다고 해서 완료되는 것이 아니기 때문에 이러한 열정과 의지가 필수적이다. 그 중에는 물론 정착지원금에 필요한 점수를 따기 위해 나서는 사람도 있지만 제주 정착에 대한 강한 의지를 가지고 있는 사람들이 많다. 이런 분들이 나중에 정착에 성공할 확률도 높은 것으로 나타났다.

초창기에는 제주도에 대한 단순한 로망으로 이주를 결정해서 결국 정착에 실패하고 다시 돌아가는 사람이 많았다. 미디어에서 쏟아지는 제주 이주 열기에 편승한 나머지 철저한 준비를 하지 못한 탓이다. 그래서 “귀농박람회”와 같은 귀농귀촌 설명회를 가더라도 제주도 관계자들은 “제주도로 오지 마세요”라는 말을 더 많이 하게 된다고 한다. 최근에는 지가 상승 등 제주도에 농업을 하기 위한 여건이 더 어려워졌기 때문이다. 귀농을 유치하려 가는 것이 아니라 현실적인 조언을 바탕으로 “쉽지 않다”는 정보를 주기 위해서 간다고 한다. 그럼에도 매년 귀농귀촌 희망자가 늘고 있는 것이 현실이다. 올해만 해도 늘어나는 수요를 반영하여 A, B 2개반으로 교육을 진행했지만 여전히 교육에 참여하지 못한 사람들을 뒤에 남겨놓을 수밖에 없었다.



장길남 계장 귀농귀촌 교육 중

교육 연수생들이 수시로 찾게 되는 그 사람

제주도 귀농귀촌 희망자들을 위해 도에서는 “제주살기”라는 포털사이트를 운영하고 있다. 이주 희망자들이 단기간 내에 정착하여 소득안정에 이를 수 있도록 체계적인 정보를 담고 있다. 그러나 교육 연수생들이 온라인 정보보다 더 신뢰하는 정보통이 있다. 바로 2010년부터 귀농귀촌 교육 실무자로 근무해 온 농업기술원 기술지원조정과 장길남 계장이다. 사업 초창기부터 이 업무를 맡아 온 그는 귀농인들에게는 이미 유명 인사이고 연수생들에게는 꼭 붙잡아야 할 동아줄같은 사람이다. 왜냐하면 교육 프로그램에 가장 많이 등장하고 연수생들이 가장 많이 대면하는 사람이기 때문이다. 연수생들 입장에서는 장길남 계장이 본인들의 정착 성공에 꼭 필요한 사람으로 느껴질 수밖에 없을 것이다. 어찌 보면 연수생들이 가장 많이 의지하는 사람인 것이다.

하여 그의 전화는 시도 때도 없이 울린다. 업무 시간 이외에도, 주말에도 끊임 없이 울린다. 옆에서 지켜 본 동료의 얘기로는 홈페이지에 교육 안내가 올라간 시점부터는 벨소리가 더 잦아진다고 한다. 교육 외에 업무를 돌볼 여유도 없어 보였

다고, 전화 상담의 내용이 똑같은 사항일 때도 많다. 그럼에도 장길남 계장은 같은 얘기를 몇 번이나 반복하면서까지 모든 상담을 직접 소화했다. 귀농 상담이 일회성으로 끝나는 것이 아니기 때문에 전화 상담 요청이 많을 수밖에 없다. 또 전화만이 아니라 직접 사무실로 찾아오는 사람들도 일일이 대면 상담을 해 주었다. 상담 내용 중에 다른 기관에 알아봐야 할 것들까지 직접 알아봐주는 “친절한 그 사람”이 있었기에 많은 정착민들이, 또 귀농 연수생들이 성공적인 정착과 교육 이수가 가능했으리라. 올 초 기술지원조정과 박재권 과장은 장길남 계장에게 살짝 부서이동을 제안했었다. 그러나 돌아온 대답은 노, “내가 아니면 이 일을 누가 맡겠나”는 대답이었다. 오랜 기간 동안 귀농귀촌 희망자들을 만나오면서 제 2의 인생을 준비하는 그들의 절박한 심정을 누구보다 공감하고 맡은 일의 책임을 절감하고 있기 때문일 것이다. 그런 장길남 계장이 잠시 농업기술원을 떠나 있다. 심장에 문제가 생겨 수술을 마치고 현재 병가 중이라고 한다. 그의 열정적인 업무 스타일은 정착민들과 연수생들에게는 큰 축복이었지만 정작 본인의 건강에는 무리가 있었던 모양이다. 병원에 있는 동안 그는 잠시 전화기를 꺼두었을까. 장길남 계장이 건강한 모습으로 현장에 복귀하여 시원한 상담을 다시 이어갈 수 있기를 바래본다. 물론 전화기는 가끔 꺼두시라고 말해주고 싶다.

귀농귀촌 종합상담 창구 개설운영 및 맞춤형 컨설팅

구분	상담센터	현장컨설팅	계
교육과정수(개)	826건	52건	878건
농업기술센터(4개소)	1,092건	2,890건	3,982건
농업기술센터(4개소)	1,918건	2,942건	4,860건

정착민이 아니라 지역민이 될 수 있도록

귀농귀촌 교육 신청자가 100명이라면 정착단계까지 가는 사람은 40명 미만이다. 이들 가운데서도 시행착오를 겪는 사람들이 많을 것이다. 교육 프로그램이 끝났다고 해서 이들에 대한 책임까지 끝난 것은 아닐 터. 농촌지도사업의 목표는 이들이 정착민이 아니라 지역민으로서 안정적인 생활이 가능하도록 지원하는 것이다. 농업기술원에서는 교육 프로그램을 모두 이수하고 정착단계에 들어간 귀농인들을

위해 '귀농귀촌 종합 상담 창구'를 개설하여 연중 운영하면서 지속적인 컨설팅을 시행하고 있다. 말하자면 4단계 교육 프로그램인 셈이다. 2015년도에는 농업기술원과 4개 기술센터에서 총 4,860건의 컨설팅을 진행했다.

앞으로도 제주농업기술원은 귀농귀촌인들이 제주도에 안정적으로 정착하면서 농업경영에 새로운 변화를 주도하고 기존 지역 주민들과 긍정적인 네트워크를 형성할 수 있도록 꾸준히 지원할 계획이다. 더 내실있는 교육과 컨설팅을 위해 '귀

귀농모임 내방 상담



귀농모임 현장 컨설팅



제주도

정착단계에 들어간 귀농인들을 위해 ‘귀농귀촌 종합 상담 창구’를 개설하여 지속적인 컨설팅을 시행하고 있다. 2015년도에는 농업기술원과 4개 기술센터에서 총 4,860건의 컨설팅을 진행했다.

농인과 함께 하는 365일이라는 컨셉으로 1명의 농촌지도사가 2명의 귀농인을 밀착 담당하여 1년에 180명 정도를 정예 귀농인으로 만들겠다는 계획도 세우고 있다. 늘어나는 젊은 귀농층들을 위해서는 ‘청년농업인 지원 사업’을 활성화하고 이들이 지역의 리더로 성장할 수 있도록 도울 계획이다.

“이주하고 나서 가장 견디기 힘들었던 건 느리게만 가는 제주도의 시간이었다. ‘빨리빨리’를 입에 달고 살았던 자영업자다 보니 늘 급한 성미가 먼저 날뛰었다. 그리고 그 자영업자 특유의 조바심과 조급함이 제주도에서도 우리를 따라다녔다. 입도 후 한동안 나를 가장 힘들게 한 것이 느리게 가는 시간이었다면, 지금 나를 가장 행복하게 해 주는 것도 느리게 가는 제주도의 시간이다. 이제는 제주의 시간이 조금씩 빨라지는 것 같아 오히려 조바심이 날 정도다. 이 곳에 온 참 많이도 느려진 우리 부부는 진정한 간세다리(제주 사투리로 ‘게으름뱅이’란 뜻)가 돼 볼 참이다.” 다시 <제주에서 당신을 생각했다>의 한 구절이다. 이 구절의 제목은 ‘아, 우리는 제주도에 살고 있었구나’이다. 저자가 이 생각에 이르기까지 얼마나 많은 우여곡절들이 있었을까. 제주도로의 이주를 결정하고, 귀농귀촌 교육을 이수하고, 작물을 재배하여 수익 창출까지 이뤄낸 귀농 연수생들도 어느 날 문득, ‘아, 내가 제주에 살고 있었구나!’라고 느끼는 순간을 만나게 될 것이다. 이들의 성공이 제주의 미래와 더불어 즐겁게 선순환될 수 있기를 바란다.

목포시

외달도
찾아가고
싶은 섬
가꾸기
사업

벤치마킹 포인트

- 단순한 기반 시설 확충이 아닌, 주민 소득 증대 고려
- ‘달달합창단’을 통해 주민 화합을 도모하고 자발적인 참여를 이끌어냄
- ‘제3차 도서종합개발사업’ 등 타 사업과의 연계로 효율적 추진

합창으로 일구어낸 섬의 '달달한' 변신

‘사랑의 섬’이라 불리는 외달도. 그곳에서는 노래로 화합을 일구어낸 사람들이
한마음으로 외달도를 ‘찾아오고 싶은 섬’으로 가꾸고 있다.

목포항에서 서쪽으로 가는 여객선을 탄다. 거대한 목포대교 밑을 지나 출항한지 한 시간쯤 됐을 무렵, 작고 아기자기한 섬 하나가 오는 이들을 반긴다. 이 섬의 이름은 외달도. 달리도의 바깥쪽에 있다하여 외달도(外達島)라 불린다고 한다. 외로운 달동네라는 뜻에서 외달도라 이름 지어졌다는 설도 있다. 외달도는 아담하다. 전체 해안선 길이가 4.1km밖에 되지 않아 걸어서도 섬 전체를 구경할 수 있다. 41가구 107명이 살고 있는 것으로 되어 있지만, 실제로 이곳에 상시 거주하는 주민은 31명이다. 나머지 주민들은 대부분 목포와 외달도를 오고 가며 생활한다. 외달도 주민들의 주 소득원은 농업과 어업인데, 주로 김과 전복을 양식한다. 여름철에는 민박집과 음식점을 운영하기도 한다. 외달도는 ‘사랑의 섬’이라 불린다. 그 오붓한 정취에 반해 연인들이 자주 찾는 곳이기 때문이다. 2004년 이곳에 해수욕장이 개장하고 나서는 연인뿐만 아니라 가족 단위 관광객도 즐겨 찾게 되었다. 이제는 연간 9만 명의 관광객이 찾는 섬이 된 외달도. 그러나 그 대부분은 여름에 편중되어 있었다. ‘해수욕장’을 만끽할 수 있는 여름과는 달리, 봄·가을·겨울에는 관광객들의 흥미를 끌 수 있는 별다른 시설이 없었기 때문이다. 이에 외달도를 복합 관광지로 개발하자는 의견이 나왔다. 계절과 무관하게, 관광객이 언제든지 찾고 싶은 섬으로 외달도를 가꾸자는 것이었다.



외달도의 낙조

주민 의견을 최우선시하다

‘외달도 찾아가고 싶은 섬 가꾸기 사업’의 시작은 2012년부터다. 사업기간은 4년으로 올해 사업이 완료될 예정이며, 총 사업비는 25억 원이다. 지난 2004년, 유원지 조성계획 수립을 통해 외달도에는 대형 해수풀장과 야영장, 족구장 등의 시설이 설치된 바 있다. 목포시는 이를 활용하는 방향으로 사업 계획을 세워나갔다. 또한 기존 외달도에서 진행되고 있던 별도의 사업인 ‘제3차 도서종합개발사업’과 연계하여 사업이 중복되는 것을 막고 효율성을 높이고자 했다.

외달도 해수풀장



사업 설명 및 주민 소통 회의



사업 설명 및 주민 소통 회의

무엇보다도 주민들의 의견을 최우선으로 하여 사업에 적극적으로 반영했다. 외달도를 찾아가고 싶은 섬으로 가꾸기 위해서는, 무엇보다 주민들의 ‘참여’가 중요했다. 향후 유지·관리를 위해서도 주민들을 사업의 주역으로 만드는 것이 꼭 필요한 일이었다. 이에 사업의 운영 및 관리에 구심점 역할을 수행할 마을법인 ‘외달도 협동조합’이 설립됐다. 외달도 협동조합은 사업의 최초 기획에서부터 집행까지 적극 참여하며 사업 추진에 큰 역할을 수행했다.

여기에 그치지 않고, 목포시는 주민들과 개별면담 및 집단면담을 거쳐 사업에 대한 주민 의견을 수렴했다. 전라남도 섬 전문위원 등 마을사업 관련 전문가들과도 협조체제를 구축해 자문을 받았다. 이렇게 수립된 계획들에 대해 목포시와 주민, 전문위원이 함께 타당성을 면밀히 검토한 후 최종 사업이 결정됐다. 사업의 주내용은 숲길 및 생태 숲 조성, 대합실 설치, 마을 환경 정비, 3상 전기 승압 공사, 물양장 및 다습센터 건립 등이었다.

사업 초반에 계획되었던 다목적 관리선 건조 사업은 다습센터 건립으로 내용이 변경되었다. 향후 유지관리가 어렵고 주민 소득 증대 효과가 미미할 것이라는 주민들의 의견을 반영한 결과다.



외달도 도로정비



외달도 대합실 조감도

주민과 관광객 모두가 만족하는 사업으로

이 사업의 목적은 외달도를 찾아오고 싶은 섬으로 가꿔, 관광객이 증대해 지역 경제가 활성화되는 것에 있다. 이를 위해서는 관광객들이 이용할 수 있는 각종 시설을 갖추는 것이 필요하다. 그러나 이번 사업에서 더 중요한 것이 있었다. 바로 주민들의 생활환경을 개선하는 것이었다. 이는 주민들의 편의를 제고하는 것은 물론이거니와, 외달도에 대해 좋은 인상을 방문객들에게 남기기 위함이기도 했다. 이러한 연유로 목포시와 외달도 주민들은 관광객과 주민 모두가 만족할 수 있는 방향으

로 사업의 세부 내용을 결정했다.

‘외달도 숲길 및 생태 숲 조성’은 주민과 관광객 모두를 위한 시설이다. 섬이라는 특성을 가지고 있는 만큼, 외달도는 외부와의 접촉이 잦지 않은 곳이다. 자연히 개발도 더뎠지만 그만큼 섬의 생태를 고스란히 간직할 수 있었고, 그 덕에 각종 나무와 야생 식물들이 원시적 모습으로 자생하고 있다. 그 아름다운 자연 환경으로 인해 외달도는 ‘자연 생태 우수마을’, ‘100대 아름다운 섬’으로 선정되기도 했다. 숲길과 생태 숲은 깨끗한 자연을 훼손하지 않는 선에서 조성하는 것으로 결정됐다. 그런데 하나 고려할 점이 있었다. 제3차 도서종합개발 사업으로 인해 해안 산책로, 해안 테크 등이 이미 한차례 설치된 적이 있었던 것이다. 목포시는 중복 투자를 막기 위해 기존의 해안 산책로가 설치되지 않은 곳들을 대상으로 선정했다. 원래 있던 산책로와 새로 생긴 산책로가 자연스럽게 연결될 수 있도록 한 것이다. 이렇게 생겨난 산책로는 주민들에게는 편리한 보도 역할을, 관광객에게는 외달도의 빼어난 자연을 알리는 역할을 수행하고 있다.

대합실 설치의 현재 진행 중에 있다. 이는 섬을 오고 가는 교통수단인 여객선을 이용하는 사람들을 배려한 시설이다. 각 도시와 관광 명소를 대표하는 랜드마크가 있듯이, 목포시는 이 대합실이 향후 외달도를 대표하는 랜드마크가 될 것이라 전망하고 있다. ‘사랑의 섬’이란 별칭을 살려 하트 모양 디자인으로 설치될 계획이다. 실내에는 냉·온풍기를 설치하고 관광객들을 위한 안내소도 들어설 예정이다.

‘사랑’의 옛말인 ‘다숨’을 따온 다숨센터는 어떤 곳일까. 이곳은 일종의 마을회관이라 할 수 있다. 기존에는 주민들이 모여서 회의하고 교류할 수 있는 공간이 없었던 것이다. 이에 주민들이 상시 이용할 수 있는 편의시설로서 다숨센터를 건립하게 되었다. 외달도의 특산품인 전복의 지속적인 먹이 공급을 위해 저온저장시설도 설치될 계획이다. 하수시설건축물도 정비 작업을 거쳤다. 해수욕장 인근에 위치한

예전 하수시설건축물은 미관상 보기에 좋지 않았던 것이다. 해수욕장의 수질을 관리하기 위한 시설도 확충되었다.

이외에도 선착장을 정비하는 일이 진행됐다. 선착장은 섬의 첫인상을 결정짓는 곳이다. 그러나 기존에는 주민들이 사용하는 어구들이 여기저기 널려 있어 다소 산만한 상태였던 것이다. 목포시는 이 어구들을 보수·보관하는 시설인 물양장을 확충하여, 이곳에 어구들을 전부 옮겨 보관할 수 있도록 했다. 주민들의 편의를 위해 물양장까지 가는 진입도로도 개설했다.

그리고 이 진입도로의 사면에 고사리를 심는 점은 이 사업에서 주목할 만한 요소다. 도로 주변에는 보통 잔디를 심는 것이 일반적이지만, 외달도 주민들은 잔디 대신 고사리를 택했다. 봄에 관광객들이 고사리 수확 체험을 할 수 있게 하기 위해서다. 단순한 하드웨어 사업이 아닌, 주민들의 아이디어로 소득이 창출되는 1석 2조의 효과를 볼 수 있게 된 것이다.

고사리를 심는 과정에서도 주민들의 신중함을 엿볼 수 있다. 당초 계획했던 고사리 양의 3분의 1정도만 재배하여 자라나는 상태를 지켜본 것이다. 진입 도로 공사도 아직 완료되지 않은 데다가 기상 환경에 따라 자라는 상태가 어떨지 미지수였기 때문이다. 신중을 기한 결과는 성공적이었다. 도로면 공사가 종료되고 지반이 잘 다져지는 올해 늦가을 즈음에는 나머지 물량을 모두 심을 계획이라고 한다.

도로 사면에 고사리를 재배하는 것은 외달도를 사계절 복합 관광지로 변모시키기 위한 첫 발걸음으로써, 주민이 그 아이디어를 냈다는 데에 큰 의미가 있다. 제한적인 공간을 가질 수밖에 없는 ‘섬’의 단점을 주민들의 아이디어로 보완한 것이다. 이후에도 목포시는 외달도 주민들의 아이디어를 적극 반영한 체험 아이터를 발굴할 예정이다. 행정의 힘만이 아닌, 주민들과 함께 외달도를 사계절 관광형 도서로 가꾸기 위함이다.



외달도를 아우르는 ‘달달’합창단

이번 사업은 주민을 배려하고 주민이 사업에 적극적으로 참여한 주민주도형 사업이다. 그러나 모든 사업이 그렇듯, 처음부터 주민들이 이 사업에 호의적이었던 것은 아니다. 사업을 시작할 당시에는 생활편의시설을 확충하는 쪽으로만 사업을 요구하며, 행정 기관에 다소 의지하는 모습이 더 많았던 것이다. 목포시는 이 부분에서 확고한 신념을 가지고 있었다. 그것은 논쟁이 일어나는 것은 피하지 못할 지라도, 사업의 우선순위만큼은 주민들이 참여하여 정해야 한다는 것이었다. 하지만 사업이 막 시작될 무렵에는 주민들의 관심이 저조해 우선순위를 정하는 데에도 난항을 겪게 되었다. 사업의 원활한 진행과 사후관리를 위해서라도 주민을 대상으로 한 역량강화 교육이 필요했다. 그러나 사업에 관심조차 없는 주민들이 역량강화 교육에 참가할리 만무했다. 마을 개발 과정에서 불거진 갈등과 주민들의 의욕저하, 사업에 대한 의식 개선이 필요한 시점이었다.

이때 목포시는 자문위원으로부터 한 가지 제안을 듣게 된다. 바로 ‘합창단’을

달달합창단 연습 풍경





달달합창단 연습 풍경

꾸러보는 것이 어땠겠느냐는 것이었다. 사업과는 전혀 무관하고 다소 생뚱맞아 보이는 의견이었다. 그러나 어떤 각도에서 바라본다면 이만큼 효과적인 수단도 없을 것 같았다. 우선 주민들을 한데에 모으는 것이 중요했기 때문이다. 이렇게 전국 최초의 섬립합창단인 ‘달달합창단’이 결성하게 된다. 이 ‘달달합창단’이라는 이름에는 많은 뜻이 포함되어 있다. 외달도의 ‘달’자를 따오기도 했으며, ‘사랑의 섬’이란 별칭과 연결지어 ‘달달하다’는 뜻도 있다. 또 한 가지, ‘달달 외운다’는 의미도 가지고 있다. 합창단원들 대부분이 악보를 보지 못하기 때문에, 노래를 배우면 그냥 통째로 ‘달달’ 암기하기 때문이다. 단원 중 일부는 한글도 읽지 못해 가사까지도 외워버린다고 한다. 30대부터 70대까지, 그 연령층도 다양하다.

작년에 결성된 달달합창단은 현재까지도 매주 수요일마다 방문 지도를 받고 있다. 이들을 지도하는 것은 서영기 목포시립합창단무장이다. 그는 “오는 길이 험난해 멀미는 물론이고 파도로 옷이 흠뻑 젖을 때도 있지만, 자신을 기다리는 주민

들을 생각하면 저절로 발길이 향한다”고 한다. 그만큼 주민들의 열정이 대단하다는 것이다. 처음 합창단을 결성한다고 할 때 “그게 무슨 짓이냐”며 손사래를 치던 주민들도, 막상 연습에 참가하자 서서히 변하기 시작했다. 단원들 대부분이 태어나서 ‘합창’이라고는 처음 해보는 이들이었다. 처음에는 서투르고 불협화음도 자주 났지만, 점점 노래를 부르고 함께 화음을 만들어나가는 일에 재미를 붙이게 됐다. 합창단은 외달도에 새로 편입해온 귀농인들과 기존 주민들이 융화되는 계기가 되기도 했다. 서울에서 직장을 다니다가 이곳으로 귀농한 젊은 부부는 자신들의 한옥펜션을 합창단의 연습 장소로 제공하며, 이를 통해 외달도에 자연스레 어우러질 수 있었다고 한다. 나이가 많고 적거나 사이가 좋고 나쁜 것은 별다른 문제가 되질 않았다. 사이가 서먹하고 서로 반목하는 주민들도, 노래를 부를 때는 같은 ‘합창단원’일 뿐이었다. 모두가 한자리에서 제몫을 해야만 화음이 완성되었다. 노랫소리가 높아질수록 주민들이 웃는 일도 많아졌다. 외달도 협동조합이 막 설립됐을때, 형식적으로 가입한 주민들 사이에서 알력이 있기도 했다. 그러나 이 역시 달달합창단으로 해소될 수 있었다.

이렇게 일단 주민들이 소통할 수 있는 장이 만들어지자, 역량강화 교육 또한 수월하게 진행될 수 있었다. 역량강화 교육인 ‘달달학교’ 또한 주민들의 적극적인 참여로 무난하게 진행될 수 있었다. 달달합창단 뿐만이 아닌, 달달학교를 통해 교육을 받고 나자 주민들은 또다시 변하기 시작했다. 이번에는 외달도를 가꾸는 데에 자발적으로 나서기 시작한 것이다. 외달도가 ‘찾아오고 싶은 섬’으로 바뀌기 위해서는 자신들의 역할이 매우 중요하다는 것을 깨달았기 때문이다. 함께 마을 텃밭을 조성하고, 도로사면을 이용한 고사리밭 아이디어를 내기도 했다. 또한 외달도 연안을 청소하고 시설물을 정비하는 등, 주민들이 먼저 손님맛이에 여념이 없어 보인다. 다양한 연령대와 이해관계를 가진 지역 주민들이 ‘합창단’이란 계기를 통해 화합을 도모하고 사업에 적극적으로 참여할 수 있게 된 것이다.

모두가 찾아오고 싶은 섬으로

전국 최초의 섬립합창단이 결성됐다는 소식이 전해지자 언론들도 관심을 나타냈다. 달달합창단이 목포시 뿐만 아니라 중앙 언론 및 KBS 6시 내 고향, MBC 생방송 전국시대 등 각종 TV프로그램에 방영된 것이다. 2015 전라남도 국제 녹색섬 포럼 식전행사에 참가하기도 했다. 이러한 달달합창단의 활약상이 널리 알려지자, 외달도에 대해 궁금해 하는 이들도 늘어나기 시작했다. 외달도에 대해 드높아진 관심으로 인해 최근에는 KBS 예능 프로그램인 '1박2일'이 촬영되기도 했다.

외달도 한옥민박 이용객 추이

년도	시설현황	관광객 이용현황(명)		숙박이용	체험이용(방문 등)		
	방수	수용인원	총계	인원총계	내국인	외국인	체험이용(방문 등)
2013년	8	70	12,600	3,600	3,450	150	900
2014년	8	52	14,920	3,920	3,750	170	11,000
2015년	8	52	18,630	3,630	3,420	210	15,000
계			46,150	11,610	11,080	530	35,000

외달도 주민(민박) 평균 소득 증가 추이

년도	2013년	2014년	2015년	계	비고
평균소득	19,162천 원	27,013천 원	27,300천 원	73,475천 원	
증감	-	증 7,851	증 278	증 8,138	



국제 녹색 섬포럼 공연 참가

저절로 홍보효과가 일어났고, 방문객도 증가하기 시작했다. 2014년 외달도의 한옥 민박을 찾은 방문객은 14,920명이었으나 2015년에는 18,630명으로 전년보다 약 47%나 증가한 것이다. 특히 개인 및 소규모 가족 단위 방문객이 꾸준히 증가하고 있으며, 올해 한옥 민박의 성수기 예약 또한 6월에 조기 완료되었다고 한다. 찾아오는 이들이 많아지니 주민 소득도 늘어나고 있다. 민박 운영 주민 소득 또한 2014년보다 287천 원 증가한 것이다. 사업성고가 가시적으로 드러나기 시작했다고 볼 수 있다. 이러한 성과는 외달도 여객선사를 통해서도 알 수 있다. 방문객이 늘어나자 자연히 배를 이용하는 사람들도 증가하게 된 것이다.

향후 목포시는 지역 주민의 소득 증대를 위해 여러 방향으로 사업을 전개할 계획이다. 우선 외달도의 지역 특산품인 지주식 김과 전복을 상품 브랜드로 개발할 예정이다. 목포시는 목포수산물지원센터 품질인증제를 도입해 지주식 김과 전복 등 지역특산품의 활로를 개척하고 마케팅을 지원할 방침이다. 또한 외달도가 복합해양관광의 중심지로 거듭날 수 있도록 지속적으로 보완·관리할 계획이다.



마을 공동 텃밭 조성

이에 외달도 여객선사는 내년에는 여객선을 신축하고 증설 운항할 계획을 세우고 있다고 한다.

주변 섬에서도 변화가 일어나기 시작했다. 외달도가 유명해지자 주변 섬인 달리도, 울도에 대한 관심 또한 높아진 것이다. 이러한 관심은 달리도, 울도의 주민들이 자발적으로 도서개발사업에 참여하는 결과로 이어지게 되었다. 외달도에서 불기 시작한 변화의 바람이 주변 섬에까지 긍정적인 영향을 미치고 있는 것이다.

향후에도 목포시는 지역 주민의 소득 증대를 위해 여러 방향으로 사업을 전개할 계획이다. 우선 단순 판매에 의존하고 있는 외달도의 지역 특산품인 지주식 김과 전복을 상품 브랜드로 개발할 예정이다. 특히 지주식 김은 뛰어난 품질과 맛을 가지고 있음에도 유류값과 인건비, 설치비 등으로 수지 타산이 맞지 않아 주민들이 곤란을 겪고 있는 상황이다. 이에 목포시는 목포수산물지원센터 품질인증제를 도입해 지주식 김과 전복 등 지역특산품의 활로를 개척하고 마케팅을 지원할 방침이다. 이밖에도 외달도가 복합해양관광의 중심지로 거듭날 수 있도록 지속적으로 보완·관리할 계획이다.

외달도가 '모두가 찾아오고 싶은 섬'으로 변모하기 위해서는, 지역주민들의 참여가 가장 중요하다고 목포시는 강조한다. 합창단이라는 사업과 다소 거리가 있는 방법을 택한 것도 주민 위주로 진행되어야만 사업이 지속될 수 있다는 것을 알고 있었기 때문이다. 이를 뒷받침하듯, 목포시는 '주민 의식 개선을 통해 자발적인 참여 의지를 이끌어낸 것'을 최대 사업성과로 꼽는다. 그러나 이후에도 주민들을 적극적으로 사업에 끌어들이기 위해서는 해결해야 할 과제가 있다. 현재 사업을 추진하는 구심점으로서 외달도 협동조합이 설립되어 있지만, 낮은 인구 밀도와 실제 거주하는 주민의 연령층이 높아 향후 마을 사업을 운영할 인적자원이 부족해질

목포시

염려가 있다. 목포시는 이를 해결할 방안으로 주로 목포에 거주하는 청년회 등 젊은 주민들이 섬으로 돌아와 기존 주민들과 상생을 통해 마을사업과 관광자원을 새로이 발굴하고 지속적으로 유지해나가는 것을 목표로 삼고 있다.

사랑의 섬 외달도, 그곳 사람들은 오늘도 '노래'로 화합을 일구어내고 있다. 그리고 한마음으로 외달도를 가꾸어나가고 있다. 그들의 노랫소리가 앞으로 또 어떤 악보를 그려낼지, 그 노래가 궁금해진다. 외달도에서는 오늘도 노랫소리가 울려 퍼지고 있다.

마을 공동 텃밭 조성



하동군

논 먼지에서
꽃향기 가득한
농촌마을
축제로 공동체
활성화 및
지역소득 증대



벤치마킹 포인트

- 지역의 잠재 자원(코스모스)과 장소(북천역)를 기반으로 역량 결집
- 군·면·법인과 주민이 유기적 관계로 단계별, 점진적으로 사업 진행
- 양귀비꽃축제, 레일바이크 사업 등 새로운 후속 사업을 꾸준히 창출

고향역 정서 살려 100년 마을로 도약

하동군의 동남쪽에 위치한 북천면은 하동군에서도 가장 가난한 마을이었다.

하지만 봄에는 양귀비, 가을에는 코스모스와 메밀꽃이 활짝 피어나면서부터 북천면은 하동군의 자랑이자 경남을 대표하는 명소가 되었다.

평균 나이 68세. 마을은 쇠퇴하고 사람들도 함께 나이들어 갔다. 떠나는 사람은 늘어났지만 마을에 뿌리를 내리려 하는 사람은 자꾸만 줄어들었다. 그러던 2006년, 쌀 수급정책의 하나로 경관직불제 사업이 전국적으로 실시되었다. 주민들의 참여로 특색 있는 경관 작물을 재배해 농어촌 경관을 아름답게 가꿔나가는 사업으로, 일정 규모의 직불금이 지원되는 사업이었다. 북천면 주민들은 경관작물 재배농가에 1ha당 170만 원의 보조금을 지급한다는 소식에 철로 주변 땅에 경관작물로 코스모스를 선택했다. 이유는 단순했다. “코스모스 피어 있는 정든 고향역, 이쁜이 꽃분이 모두 나와 반겨주겠지...”라는 나훈아의 ‘고향역’ 가사처럼 기차길 하면 바로 연상되면서 가장 잘 어울리는 꽃이 코스모스라 여겼기 때문이었다. 그리고 얼마 후 놀라운 일이 벌어졌다. 코스모스가 북천역 철로변에 흐드러지게 피어나자 북천역을 지나치던 사람들이 그 정취에 반해 입소문을 내기 시작했고 사람들이 구름같이 몰려들었다. 그 한해 다녀간 사람만 20만 명이 넘었다. 북천면 주민들은 여기서 새로운 희망을 발견했다. 이듬해 꽃 경관을 활용한 축제가 마련됐다. 대한민국 가을축제를 대표하는 ‘하동 북천 코스모스·메밀축제’는 이렇게 탄생하게 되었다.



코스모스 메밀꽃 축제

농토도 많지 않고 특별한 소득작물도 없었던 북천면이었다. 처음 경관작물 재배를 시작할 때만 해도 주민들의 불만과 원성이 높았다. “논에 꽃을 심다니 미쳤느냐.”, “꽃을 심어 제대로 된 소득이나 얻을 수 있겠느냐.” 코스모스 메밀꽃 축제를 처음 기획할 때도 마찬가지였다. “축제가 주민에게 무슨 득을 주겠느냐?”, “외지인이 마을 분위기를 망치면 어쩌느냐!” 등등. 단호한 결단이 필요했다. 이제는 주민들과 함께 늙어갈 일만 남은 마을에 새로운 활력을 주기 위해서는 변화와 도전이 필요했다. 그렇게 주민들의 반대와 우려 속에 시작된 경관작물 재배와 꽃 축제가 어느덧 올해로 10회를 맞이하게 되었다.

그 사이 2012년에는 농림수산식품부 주관으로 열린 ‘경관우수마을콘테스트’에서 전국의 내로라하는 마을들을 제치고 북천면 직전·이명마을(일명 코스모스 마을)이 최우수 마을로 선정되기도 하였다. 불모지나 다름없는 철도 주변에 대규모 코스모스·메밀꽃 단지를 조성하고, 이를 축제와 연계함으로써 새로운 소득을 창출하는 것은 물론 지역 활성화에 크게 기여했다는 점이 높은 평가를 받은 것이다. 하동군의 코스모스 권역은 그렇게 꽃처럼 피어나고 있었다.

축제라는 소프트웨어사업에 하드웨어사업을 장착

해를 거듭할수록 꽃축제에 대한 반응은 뜨거워졌다. 첫해 6만 명 관람에서 축제 개최 5년 만에 관광객 수가 10배 이상 늘어났다. 하지만 마냥 축제의 긍정적인 면만을 주목할 수는 없는 일이었다. 관광객의 증가로 축제는 매년 성공리에 마쳤지만 낙후된 시골 지역이다 보니 편의시설이 턱없이 부족했다.

관광객들은 “화장실이 부족하다.”, “주차 공간이 너무 협소하다”, “사먹을 만한 곳이 마땅치 않다” 등의 불평을 쏟아냈다. 주민들 역시 사람들이 많이 찾아와 마을에 활력이 생겨 좋기는 하나 축제만으로는 높은 소득을 기대하기는 어려웠다. 기존 국토교통부의 경전선 복선화 사업과 국도 2호선 확포장 공사라는 물리적 변화까지 맞물려 있어 매년 관광객의 재방문을 유도하고 지역 주민의 소득창출을 활성화시킬 새로운 방안이 필요했다.

이러한 고민 속에 2012년 일반농산어촌개발 공모사업에 ‘북천코스모스 권역 단위 종합정비 사업’을 신청하게 되었다. 그동안 축제를 성공적으로 잘 이끌어온 역량을 인정받아 70억(국비 70%, 지방비 30%)을 지원받을 수 있게 되었다. 이로써 축제 사업으로는 실행하기 어려웠던 주민 간의 교류와 화합의 장인 커뮤니티 센터 외 등산로와 뚝방길 정비 사업 등을 통해 기초생활기반을 확충하고, 주민 소득 증대를 기대할 수 있는 한우판매장을 설립할 수 있게 되었다. 한마디로 축제라는 소프트웨어 사업에 권역이라는 하드웨어 사업을 장착하여 상호 시너지를 높이겠다는 전략을 세울 수 있게 된 것이다.

먼저 지역의 잠재자원의 활용을 높이기 위해 ‘코스모스와 메밀꽃이 만개한 아름다운 고장, 사계절 다양한 체험이 있는 북천면’을 컨셉으로 기본 경관 계획을 세웠다. 이때 가장 활발하게 논의된 것이 경전선 복선화로 발생하는 폐철도

부지를 어떻게 활용할 것인가와 북천코스모스 권역의 특화자원 중 하나인 한우를 판매하는 소득시설(한우판매장)의 위치를 어디에 둘 것이냐는 것이었다. 무엇보다 한우판매소 장소 선정 시 권역추진위원회와 축제영농법인 간에 대립이 컸다. 축제영농법인에서는 축제가 개최되는 현장 안에 한우판매장 건립을 희망한 반면, 권역추진위원회에서는 북천면의 균형적인 발전과 자연 경관 등을 고려해 북천역사 주변에 건립을 원해 양측 간 대립이 팽배했다. 이때 중재에 나선 것이 총괄계획가였다. 총괄계획가에 소속된 전문 연구원들을 중심으로 권역 추진 위원회와 축제영농법인이 여러 차례 회의를 거치며 북천면이 내세우는 ‘청정 북천’이라는 이미지와 장기적인 발전을 위해서는 북천역 주변에 한우판매장을 건립하는 것이 맞다는 데 의견이 모아지게 되었다.

북천자료



이와 함께 총괄계획가는 경전선 복선화 사업으로 북천역이 새로 조성된 역사로 이전하게 됨에 따라 주민들이 새 역사를 중심으로 축제와 권역사업을 연계하려 하자, 기존 북천역의 장소적 가치의 중요성을 부여하였다. 그동안 북천역은 하동을 대표하는 간이역이자 향수를 자극하는 고향역과 같은 곳이었다. 이러한 부분이 지역민은 물론 외지인에게 있어 의미가 크니 그 정서를 오히려 부각시키자는 것이었다. 총괄계획가는 이처럼 장기적인 안목을 가지고 북천면의 비전과 방향을 제시했고, 주민들은 이를 함께 검토하고 더 발전적인 부분으로 수용해 나갔다. 그 결과 기존 북천역은 아날로그의 정서가 살아 숨쉬는 휴식공간이자 갤러리로 재탄생될 수 있는 여건을 갖출 수 있게 되었다.



좌)이병룡 권역추진위원장 우)문병현 축제영농법인 위원장

행정과 주민이 협력하여 경제공동체 육성

‘빨리 가려면 혼자가고 멀리 가려면 함께 가라’는 아프리카 격언처럼 하동군 역시 “느리게 가더라도 함께 간다”는 공동체 의식을 기반으로 사업을 추진해 나갔다. 사업의 기본 계획 수립 시부터 마을을 대표하는 주민 225명을 대상으로 설문조사를 실시하여 주민들의 의견 차와 갈등을 사전 조율하는 한편, 주민이 필요로 하고 실질적으로 도움이 될 수 있는 사업을 추진코자 했다.

이를 위해 북천권역 토박이로서 마을 사정을 그 누구보다 잘 아는 이병룡 씨를 추진위원장으로 내세웠고 각 마을에서 2~3명의 마을리더를 선출하여 권역추진위원회를 구성하였다. 지역 주민들의 자발적인 참여와 주체성을 길러주고자 마을별로 축제나 권역 사업을 진행시키는 데 있어 필요한 업무를 분담시키기도 했다. 이러한 과정 속에서 메밀작목반, 경관작목반 등의 공동체 조직이 탄생하게 되었고, 매년 ‘하동 북천 코스모스 메밀꽃 축제’가 열릴 때면 조직적이고 자발적인 움직임이 가능하게 되었다.

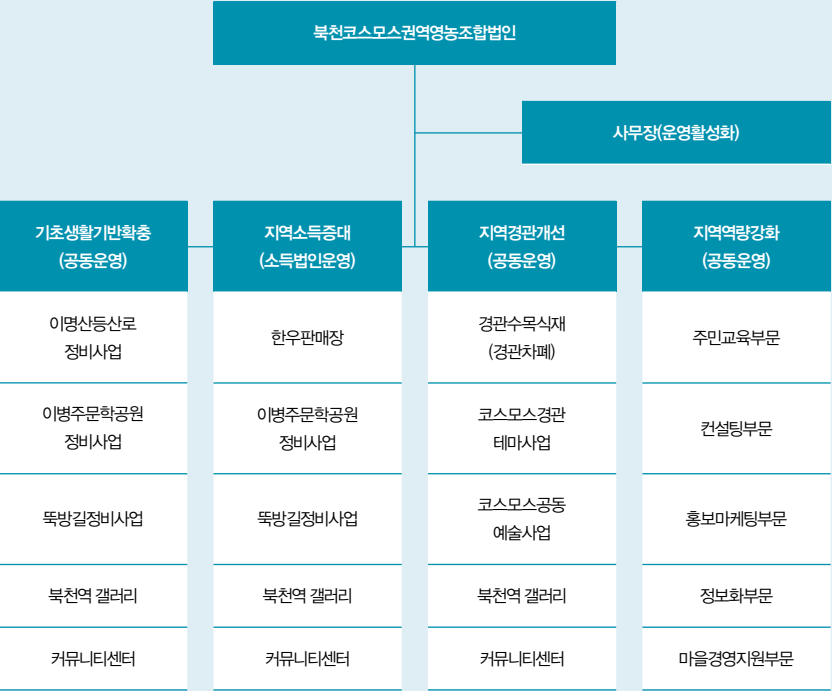
북천역은 하동을 대표하는 간이역이자 향수를 자극하는 고향역과 같은 곳이었다. 행정과 주민이 협력해 그 정서를 부각시켜 아날로그 정서가 살아 숨쉬는 휴식공간으로 재탄생 시켰다. 그랬더니 매년 100만 명의 관광객이 방문하는 지역의 명소가 되었다.

실질적인 주민 주도와 협의를 유도하는 데는 역시 코스모스 메밀꽃 축제 운영 경험의 공이 컸다. 주민들은 꽃축제의 운영 경험을 권역사업에 접목시켜 발전방향을 제안했고 사업에 대한 성공 의지를 불태우며 관련 봉사활동에도 적극 동참했다. 이는 축제영농조합법인과 권역추진위원회가 이원화되지 않은 채, 축제와 권역이 조화를 이룰 수 있는 합리적인 의사결정을 도출하는 데 주안점을 둔 덕이다. 역할은 분담하되 축제가 성장할 수 있는 방안을 권역추진위원회가 함께 고민했고, 권역사업에 있어 문제점이 있으면 축제영농조합법인이 팔을 걷어붙이고 그간의 경험을 살려 해결점을 함께 모색했던 것이다. 행정은 조력자의 역할을 톡톡히 해냈다.

코스모스메밀꽃 축제



북천
코스모스권역
운영조직
구성



하동군청은 성과별 단위행사를 맡아 행사 운영부터 관광객 불편사항을 수렴하고 해소할 수 있는 방안을 마련하는 한편, 주민들 역량만으로는 부족한 의료지원이나 주차 및 교통을 지원했고, 축제부서 외의 부서에서 기반시설에 필요한 사업비를 투입하여 기반시설 확충에 힘썼다.

군 부서별 담당(지원) 업무 현황

조직 현황분야별	담당부서	지원계획
행사총괄지원	농축산과 농업정책담당	• 행사 총괄지원 • 축제 실무팀 운영지원
공연 및 행사 지원	문화관광실 문화예술담당	• 서예 전시 및 가훈 써주기 • 유명그림 전시 (대여)
행사장 음식 안전지도	슬로시티담당	• 행사장 유등대여
행사장 음식 안전지도	보건소 안전위생담당	• 입점: 음식점 업주 교육 및 점검 - 내용: 전문강사의 메밀요리 교육 및 임시영업허가, 위생증 발급
체험	농촌사회과 생활자원담당	• 메밀묵, 두부 만들기 체험 및 시식
의료지원	보건소 보건행정담당	• 행사장 의료지원 : 1일 2명 근무반 운영
안전대책	안전총괄과 안전기획담당	• 행사장 내 안전 대책 점검 - 별도 계획 시행
국도변 교통 지원 등	건설교통과 교통행정담당	• 임시주차장 : 7개소 1,840면 • 평일: 14명 휴일 34명 투입(5개단체)
행사장 상하 수도	상하수도사업소 상수도담당	• 급수시설점검 : 1일 2명 • 식수공급 : 3,000병 지원(수자원공사)
가을꽃 전시장 운영(2개소)	산림녹지과 가로수공원담당	• 행사장내 꽃동산 설치 : 가을꽃 14종 등 • 군정지표, 포토존 설치 등 : 행사장 주요지점 꽃동산 설치
가을꽃 전시장 운영(2개소)	산림보호담당	• 톱밥길 체험로 조성(폭 2m, 길이 200m) - 톱밥준비
가을꽃 전시장 운영(2개소)	농촌사회과 농촌체험담당	• 사루비아 외 4종(750평) • 꽃탑주변, 탐방로 등
농특산물 판매장 운영	국제통상과 전략통상담당	• 읍면 농 · 특산물 부스운영 • 참여: 농협, 벤처농업, 주민 등
황토미니 박람회	소득지원과 특화산업담당	• 황토 제품 전시, 황토체험 힐링걷기 등
화장실 운영 지원	환경보호과 자원순환담당	• 화장실 보수 및 청소인력 지원 • 편의용품 : 1,000천 원 지원 • 청소차 북천면상주 (축제 기간중)
축제운영 및 경관작물관리	영농법인대표 총무이사	• 축제운영전반, 행정지원 협조사항
경관작물관리	북천면 산업경제담당	• 경관작물관리 및 행사장 내 운영지원 시설관리 지원

북천면사무소는 전문가 참석 간담회를 개최하여 주민들이 주도적으로 사업을 진행할 수 있는 발판을 마련하는가 하면, 주민 의견을 수렴하여 군청에 그 내용을 전달함으로써 행정과 지역민이 긴밀한 관계를 유지할 수 있도록 중간자의 역할을 해냈다. 그렇다보니 군수, 부군수, 북천면장, 영농조합법인 대표 및 주민 대표 등이 참석한 현장회의를 개최할 수 있는 분위기가 조성되었고 이를 통해 적시에 문제를 해결할 수 있게 되었다.

지역자원을 성장동력으로 지역 부가가치는 상승 중

경관작물로 코스모스를 처음 심을 때만 해도 아무도 예상치 못했다. 철길과 국도를 따라 활짝 핀 코스모스와 메밀꽃이 이토록 많은 이들의 발길과 눈길을 머물게 할 줄은, 그에 따른 파급 효과가 이렇게 클 줄은 말이다. 2015년 작년 한해, 코스모스 메밀꽃 축제기간에만 전국에서 66만여 명의 관람객이 북천면을 찾았다. 축제장 내 직접 소득만 19억 원이 넘었고, 하동군 전체로는 161억 원의 추가수입을 창출해 지역경제 활성화에도 크게 기여했다. 축제를 통해 지역농특산물을 판매하다보니 경제적 효과는 물론, 지역 농산물 우수성과 이미지 위상도 높아졌다.

이병룡 권역추진위원장과 문병현 축제영농법인 대표는 그 이유에 대해 “주민 손이 직접 닿지 않은 곳이 없기 때문”이라고 말한다. 경관작물 식재관리부터 행사장 환경 정비까지 모두 주민 손을 댔다. 이뿐만 아니라 설문조사를 전문기관에 전적으로 위탁하지 않고 지역 주민들이 직접 나서서 관광객들이 무엇을 필요로 하고 아쉬워하는지 자체 설문조사하여 개선사항을 찾아 나갔다. 이를 통해 관광객 입장에서 볼거리는 많지만 살거리가 별로 없다는 사실도 발견하게 되었고, 주민들은 이후 보다 다양한 지역 특산품을 판매할 수 있는 판매부스와 기념품 발굴 작업에 나

섰다. 또한 새로운 사업 아이디어를 내는 것도 주민들 몫이었다. 주민들은 코스모스 메밀꽃 축제에 가을만 되면 북천면이 수많은 인파로 붐비자 봄에도 새로운 꽃 축제를 개최하면 관광객을 지속적으로 이끌 수 있겠다고 제안했다. 이에 코스모스와 메밀꽃의 파종 시기와 맞물리지 않는 꽃으로, 화려한 붉은 빛을 뽐내는 ‘양귀비’가 선택됐다. 코스모스와 메밀꽃의 서정성에 반하는 양귀비의 강렬함이 색다른 꽃 축제의 즐거움을 가져올 것이란 기대감에서 2015년 봄, 양귀비꽃 축제가 처음 개최되었다. 가을이면 코스모스·메밀꽃 축제가 열리는 북천면 직전마을 앞 너른 들판

꽃양귀비 축제



이 봄이면 양귀비로 붉게 물들기 시작한 것이다. 양귀비꽃축제 첫해는 시범 개최라 크게 홍보하지 않았음에도 불구하고 13만 명이 넘는 인파가 몰려 들었다. 그래서 올 5월에는 첫해보다 3배 이상 양귀비 재배지를 늘려 5만평의 들판에 온통 빨강·분홍빛 양귀비꽃으로 물들게 만들었더니 축산물장터가 열리는 인근 진교시장까지 활력을 불어넣었다. 양귀비꽃 축제장을 찾은 관람객이 축산물장터를 들르면서 시너지 효과를 배가시킨 것이다. 코스모스 메밀꽃 축제가 코스모스권역종합정비 사업을 가능케 하고 곧 새로운 꽃축제를 개최토록 만들더니 이제는 인근 지역경제 활성화에도 영향을 미치고 있는 것이다.

북천코스모스·메밀꽃 축제 연도별 관광객 수 및 지역경제효과 (단위: 천 명, 백만 원)

구분	2007 (제1회)	2008 (제2회)	2009 (제3회)	2010 (제4회)	2011 (제5회)	2012 (제6회)	2013 (제7회)	2014 (제8회)	2015 (제9회)
방문객	440	700	650	610	740	541	800	601	666
경제효과	1,686	7,115	6,500	6,000	10,000	8,000	12,000	13,100	16,122

경관작물을 이용한 가공식품 개발 및 농가소득 창출 직전마을 메밀작목반 소득현황 (단위: 천 원)

구분	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
메밀	8,000	15,000	14,000	27,000	24,000	18,000	25,000	28,000	25,000

※ 메밀을 이용한 가공식품: 메밀차, 메밀묵, 메밀전, 메밀전병, 묵사발

매일 조금씩 천천히 진화 중인 북천면

현재 하동역~북천역 구간에 레일바이크 설치사업이 추진 중이다. 하동군은 폐철도 부지의 관광자원화를 위해 하동역~북천역 18.9km 구간에 알프스 테마 레일바이크 설치사업을 시작하였다. 최대 4명 탑승 규모의 레일바이크 50대가 도입될 예정이다. 빠르면 2017년 2월부터 공사를 착공해 10월 개통을 목표로 하고 있다. 레

북천코스모스메밀꽃 축제(도농교류)



북천코스모스 메밀꽃 축제



북천 코스모스 메밀꽃 축제(북천역)

일바이크 사업 역시 향후 양귀비꽃 축제와 코스모스·메밀꽃축제와 연계돼 관광객들에게 새로운 체험거리를 제공할 예정이다.

더불어 기존 북천역에는 코스모스 권역 단위 종합정비 사업의 하나인 갤러리, 폐열차 카페, 야외무대, 커뮤니티 센터 등을 조성하여 연중 방문객 유입을 유도하고, 주민소득을 증대시킬 예정이다. 그 일환으로 폐열차 북카페 운영을 위해 지역민들이 바리스타 교육을 받고 있다. 전문 바리스타를 고용하면 되겠지만, 북천면은 주민 스스로가 일궈나가는 마을, 주민이 모든 사업에 동참하는 마을이란 모토를 갖고 있기 때문에 주민이 직접 배우고 있다. 무엇보다 기존 꽃축제 운영 시, 판매부스나 체험부스에 외부인이 아닌 지역민들을 참여시켰더니 지역에 대한 애착심과 긍지가 높아진 한편, 지역의 고용창출 효과와 지역민 소득 증대를 가져올 수 있어 여러 가지 긍정적

하동군

인 효과를 경험한 영향도 컸다. 인터넷 홍보에도 주민들의 참여를 적극 유도하고 있다. 권역 특성상 노년층이 많아 IT 정보화 부분에 있어서는 다소 느릴 수 있으나 온라인 교육 등을 통해 직접 동참할 수 있는 분위기를 조성해 나가고 있다.

‘근자열 원자래(近者悅 遠者來)’란 말이 있다. 가까이 있는 사람을 기쁘게 하면 멀리 있는 사람이 찾아온다는, 2,500년 전 논어에 나오는 공자의 이야기다. 지역 개발 사업에 비유한다면, 지역민이 먼저 즐거우면, 멀리 있는 사람들이 절로 찾아온다는 뜻으로도 해석될 수 있다. 이러한 논리로 그동안 하동군은 주민 참여 프로그램 확대와 다양한 기회 제공을 통해 북천면 소재지 주민 행복 지수를 상승시키는 데 노력해 왔다. 해마다 늘어나는 관광객이 그 결과를 보여준다. 그리고 주민들의 행복 지수 상승은 곧 다른 사업을 추진할 수 있는 원동력으로 발휘되고 있다. 주민들 스스로가 코스모스를 심고 피우며 지역의 고유한 문화들을 결합시키는 법을 터득해 나감에 따라 경관작물 재배에만 머무르지 않고 축제로 진화시켰으며, 축제 공간이 곧 문화·예술 공간이자 관광 테마공간이 될 수 있도록 사업을 확장시켜 나갔다. 10년 전의 북천면을 생각하면 상상할 수 없는 일이었다.

그때만 해도 북천면은 누가 봐도 영락없는 촌마을이었다. 이곳에서 기대할 수 있는 것은 호젓한 분위기와 아름다운 풍광 정도였다. 하지만 2016년의 북천면은 그 고즈넉한 아름다움과 고향역에 대한 향수는 그대로 간직한 채, 매년 100만 명의 관광객이 방문하는 명소가 되었다. 역지스러운 변화는 거부한 채 지역의 특성과 자원의 가치를 최대한 발굴한 덕이다. 물론 여전히 하동하면 북천면보다 화개장터와 녹차를 떠올리는 이들이 많을 것이다. 하지만 세상에서 제일 무서운 게 입소문이라고 하지 않던가! 최근에는 SNS를 타고 더 빠르게 북천면에서만 느낄 수 있는 고향역 정서가 입소문을 타고 있다. 굳이 홍보하지 않아도 알음알음 입소문으로 사람들이 찾아오는 바람에 축제까지 열게 됐던 북천면! 그러니 10년 후의 북천면은 더 기대해도 좋을 것 같다.

충청남도

내포
문화숲길
이용
활성화



벤치마킹 포인트

- 효율적인 유지 관리를 위해 사단법인 내포문화숲길에 운영을 위탁
- '길동무' 양성으로 전문 인력 확보와 이에 따른 고용 창출 효과
- 프로그램 자체 개발로 산림청 인증 취득
- 마을과의 협력을 통한 지역 경제 활성화

길 위에서 부활한 내포의 정신

내포의 자원과 가치를 보전하기 위해 조성된 '내포문화숲길'. 내포 사람들은 이 길과 상생하며 옛 선조들의 정신을 기리고 있다.



솔외성지



수덕사 반철산행 걷기

‘내포’는 한자로 안이라는 뜻의 내(內)자, 물가라는 뜻의 포(浦)자를 쓴다. 그대로 해석하자면 ‘안으로 들어온 물’이란 의미다. 정확히는 바다나 호수가 물으로 파고든 지형을 내포라 한다. 고려시대 때 처음 등장한 이 단어는 조선 초기부터는 특정 지역을 뜻하는 말이 되었다. 지금의 서산, 예산, 홍성, 태안, 당진, 아산, 보령 등이 바로 ‘내포지역’이다.

바다와 육지가 만나는 지형 때문일까. 역사적으로 내포지역은 다른 곳보다 개방적이고 진취적이었다. 불교, 천주교, 실학 등 다양한 문물을 편견 없이 받아들였다. 그 흔적들은 지금도 가야산을 중심으로 뚜렷하게 남아 있다. 이를 고이 간직하기 위해 현대의 내포 사람들이 힘을 합쳤다. 내포에 잠들어있던 자원들을 발굴하고 보전하기 위한 길을 만들어낸 것이다. 그리고 지금, 사람들은 이 길과 상생하며 ‘내포’의 정신을 계승하고 있다.

내포를 잇는 길의 탄생

‘내포문화숲길’ 조성의 시작은 2006년으로 거슬러 올라간다. 당시, 가야산에 여러 개발 계획이 세워지고 있다는 소식이 내포지역에 날아든 것이다. 지역 주민들과 여러 환경단체는 내포의 중심인 가야산을 지키기 위한 방법을 강구하며, 산의 식생·역사·문화 자원을 조사하기 시작했다. 그리고 가야산이 예상보다도 훨씬 많은 것들을 품고 있다는 것을 알게 된다. 조사에 나선 모두가 이를 지켜야 한다는 것에 동의했다. 무분별한 개발 압력으로부터 가야산을 지켜내기 위해 뜻을 모은 것이다. 이에 전문가들이 지리산 둘레길처럼 산을 보전할 수 있는 길을 만드는 것이 어떻겠느냐고 제안했다. 그러나 이는 민간의 힘만으로는 불가능한 일이었다. 지역 주민들은 예산군과 서산시에 찾아가 사정을 밝혔고, 두 시군은 이를 받아들여 길을 만

내포문화숲길 걷기축제



들기 위한 준비에 돌입했다. 가야산을 지킬 ‘길’을 만들기 위해 또다시 조사에 착수했을 무렵, 이들은 지켜야 할 대상이 가야산뿐만이 아니라는 것을 깨닫는다.

내포지역 전체에 잠들어 있는 자원들이 무궁무진했고, 가야산은 그중 일부에 불과했다. 가야산을 지키고자 했던 이들은 전처럼 내포지방의 시군을 찾아가 이와 같은 배경을 설명하고, 길을 만드는 데에 동참할 것을 제의했다. 그 결과 서산시, 당진시, 홍성군, 예산군의 4개 시군이 여기에 참여하게 된다. 비록 지금은 행정구역이 나뉘었지만, 그들 모두에게도 내포지역의 역사와 문화는 지켜야 할 소중한 가치였다. 그렇게 2009년에 4개 지자체와 중부지방산림청, 수덕사가 ‘공동협력위원회’를 구성했고 5년이 지난 2014년, 내포를 잇는 800리의 ‘내포문화숲길’이 탄생했다. 내포문화숲길은 자연 뿐만이 아니라 내포지역의 역사적인 의미와 문화가 함께 녹아있는 길이다. 가야산과 오서산, 봉수산, 백월산, 연암산, 아미산, 용봉산 등의 산길과 숲길, 내포지역 사람들의 생활권인 마을길, 그리고 농로와 도로 등 내포 안의 여러 길들이 하나로 연결된 것이다.

이렇게 조성된 내포문화숲길은 크게 네 가지 길로 나눌 수 있다. ‘원효깨달음길’, ‘내포천주교순례길’, ‘백제부흥군길’, ‘내포역사인물동학길’이 그것이다.

「원효깨달음길」은 불교성지인 가야산을 바탕으로 불교 역사유적들을 잇는 길이다. 선불교의 중심사찰인 수덕사, 천장암, 일락사 등 현존하는 사찰과 옛 절터인 원효암터, 백암사지, 보원사지, 서산마애삼존불, 안국사지 등을 한 길에서 만나볼 수 있다.

「내포천주교순례길」에서는 천주교 성지들을 중심으로 근대 천주교 역사를 돌아볼 수 있다. 1784년 ‘내포의 사도’라 불리는 이존창(루도비코)에 의해 천주교가 전파된 이래로, 내포지역은 전국에서 가장 많은 천주교 신자들이 배출되고 거주하는 지역이었다. 그랬던 만큼 지금도 많은 천주교 사적지와 성당이 분포하고 있다. ‘내포천주교순례길’은 이러한 사적지들인 여사울성지, 솔피성지, 해미성지 등과 충

청도 지역 최초의 성당인 합덕성당 등을 이은 길이다. 2014년에는 프란치스코 교황이 이 순례길을 방문하여 더욱 화제가 됐다.

「백제부흥군길」위에는 백제 마지막 항쟁의 역사가 담겨있다. 수도 사비성이 함락된 후, 임존성과 주류성을 거점으로 하며 3년이 넘는 기간 동안 전개됐던 백제 부흥운동의 자취를 따라 가볼 수 있다. 오서산의 복신굴, 장곡산성, 봉수산 임존성, 무한산성을 거쳐 당진의 아미산까지 길이 이어진다.

「내포역사인물동학길」은 내포동학혁명의 전적지와 내포지역이 배출한 애국 지사의 흔적을 따라 걸어볼 수 있다. 승전곡, 관작리, 홍주성, 해미읍성 등과 만해 한용운 선생 생가지 기념관, 고암 이응노 생가 기념관 등이 주요 코스다.

이처럼 네 가지 길의 대략적인 연결 고리만 보더라도, 내포에 지켜야 할 자원들이 얼마나 많았는지를 알 수 있다. 내포지역이 가지고 있는 역사, 문화, 종교, 예술 모두를 아우르는 길이 탄생한 것이다.

면천읍성



걷는 길 조사



아젠다 공동 선언

사단법인 내포문화숲길의 활약

내포문화숲길 조성에는 몇 가지 원칙이 있었다. 길을 새로 만드는 것을 최소화하도록 기존의 길을 최대한 이용할 것, 생태·마을·자연에 영향을 미치지 않는 친환경적인 길로 조성할 것, 내포지역이 지닌 역사, 문화, 생태적 가치가 길에 구현될 것, 포장도로는 최대한 배제하면서도 보행자의 안전을 보장할 것, 지역 주민들에게 경제적 혜택이 돌아갈 것 등이 그것이다. 이렇게 다수의 원칙을 바탕으로 하는 길이다 보니, '어떻게 유지 관리를 하느냐'도 해결해야 할 중요 과제였다. 이에 2013년, 4개 시군은 함께 '내포문화숲길 아젠다 공동선언'을 발표한다. 시군의 경계를 허물고 만들어진 길을 '하나의 길'로 관리·운영하는 데에 뜻을 모은 것이다.

현재 내포문화숲길의 주도적인 관리를 맡고 있는 것은 '사단법인 내포문화숲길'로, 길이 조성되기 전인 2010년에 설립된 단체다. 가장 효율적으로 길이 관리될 수 있도록 어느 시군에도 속하지 않은 단체에게 숲길의 관리를 위탁한 것이다. (사)내포문화숲길이 길을 관리·운영하기 시작한지 올해로 3년차가 됐다.

충청남도

사단법인 내포문화숲길은 사무처, 사무국, 교육홍보국, 노선관리국의 1처 3국으로 구성되어 업무를 진행하고 있다. 또한 예산 방문자 센터, 홍성 방문자 센터, 당진 아미산 방문자 센터, 서산 대곡리·고풍리 안내소 등, 각 시군에 센터와 안내소들도 운영하고 있다. 내포문화숲길을 관리하는 것은 이들의 가장 기본적인 업무다. 4개 시군의 총 315.3km에 달하는 길을 노선답사하며 모니터링하고, 시설물을 보수하고 제초작업을 진행하는 등 길이 최상의 상태를 유지할 수 있도록 하고 있다. 하지만 이들이 수행하는 업무는 이것뿐만이 아니다. 내포문화숲길에 관련된 프로그램을 만들고, 길을 홍보하며, 축제를 개최하는 등 내포문화숲길의 전반적인 운영을 맡고 있다.

지역 주민들과 소통하는 것도 이들의 몫이다. 내포문화숲길은 총 115개의 마을들과 맞닿아 있는데, 이 마을 주민들의 민원을 접수하고 해결하는 역할을 맡고 있는 것이다. 이에 그치지 않고, 지역 주민들과의 대화를 통해 마을의 자원과 숨겨진 이야기들도 발굴하고 있다. 끊임없이 지역의 역사·문화·생태자원의 조사와 연구를 거듭하고 있는 것이다. (사)내포문화숲길은 이러한 연구를 바탕으로 '어떻게 길과 상생할 것인가'에 대해 115개 마을과 함께 고민을 거듭하고 있다.



내포문화숲길 길기축제



내포문화숲길 전구간 노선도

이들은 또한 내포문화숲길의 홍보대사이기도 하다. 홍보를 위해 ‘클린워킹’ 등 각종 캠페인을 벌이고 카페와 페이스북도 운영하고 있다. 1년에 두 차례씩 책자 ‘내포문화숲길’도 발간하고 있다. 2014년 10월 창간된 이 책자는 내포문화숲길이 가지고 있는 이야기를 소개하는 것은 물론, 내포지역의 마을 이야기, 숨겨진 비경, 길을 직접 걷은 사람들의 체험담, 길을 만든 사람들의 노고 등 ‘내포문화숲길’에 대한 전반적인 내용을 다루고 있다. 이 소식지는 지역민들에게 내포문화숲길에 대한 정보를 전하는 동시에, 전국의 학교, 성당, 관공서 등 여러 곳에 홍보물로 사용된다. 내포문화숲길을 알리기 위해 축제를 열기도 한다. 내포문화숲길 걷기 축제, 청년 힐링캠프, 상생캠프 등 이미 여러 축제가 진행된 바 있다. 특히 내포문화숲길 걷기 축제는 작년에 이어 올해에도 개최되어 벌써 2회째를 맞고 있다. 내포문화숲길을 대내외에 널리 홍보하고 개통된 길의 효율적인 관리·운영 방안과 활성화를 위해 각 분야 전문가들이 모여 함께 발전 방안을 모색하는 것을 취지로 하며, 올해에는 약 3천 명이 넘는 인원이 축제에 참가했다.

자체 개발한 프로그램으로 산림청 인증을 받다

이처럼 다양한 임무 외에도 사단법인 내포문화숲길이 수행하고 있는 또 하나의 중요한 역할이 있다. 바로 내포문화숲길과 관련한 여러 프로그램을 개발하는 일이다. 그들은 많은 사람들이 내포문화숲길을 걸었으면 하는 바람으로 주말걷기, 사회적 약자와 함께 걷기, 우정의 길 걷기, 테마별 장거리 걷기 등 각종 걷기 프로그램을 만들었다. 이외에도 이들이 비중 있게 다루는 것이 바로 ‘교육 프로그램’이다. 그리고 이 교육 프로그램을 진행하기 위해 전문 해설사인 ‘내포문화숲길 길동무’를 양성하고 있다. 길동무는 일반적인 숲길 체험지도사가 아니다. 숲에 관한 이론은



물론이거니와, 내포문화숲길에 대해 정통한 ‘내포문화숲길 전문’ 강사라 볼 수 있다. 길동무는 탐방객들이 내포문화숲길이 가진 다양한 특성을 이해할 수 있도록 도와주고 체험을 통해 역사적, 문화적, 생태적 교감을 나눌 수 있도록 안내한다. 탐방객들의 안전을 위해 기본적인 구급 안전 지식도 갖추고 있다. ‘길동무’라는 말 그대로 ‘함께 내포문화숲길을 걷는 사람’인 것이다.

(사)내포문화숲길은 작년 심화과정을 통해 총 9명의 길동무를 양성했다. 소수의 인원이라 생각되지만, 제공하는 교육의 질을 담보하기 위해서는 소수 정예 체제로 갈 수 밖에 없다는 것이 그들의 설명이다. 길동무는 내포문화숲길에 대해 소개하는 단순한 안내자 역할만 하는 것이 아닌, 각자 자체 프로그램을 개발하는 개발자 역할도 겸하고 있다. 그만큼 양성하는 데에 있어 까다로울 수밖에 없다. 이렇

길동무 양성 종강식



게 양성된 길동무와 함께 (사)내포문화숲길은 여러 체험 프로그램을 개발하여 운영하고 있다. ‘모든 식물에는 이름이 있다’, ‘숲속 기지개’, ‘물속 세상으로 떠나요’, ‘자연물로 꾸며보아요’, ‘들풀종이 만들기’ 등 그 종류도 다양하다. 그리고 충청남도 교육청과 MOU를 체결해 지역 내 100여개 학교를 중심으로 다양한 현장체험학습 프로그램을 진행하고 있다.

이들이 개발한 프로그램 중에서 ‘숲 체험으로 풀어보는 동학이야기’, ‘백제부흥군과 함께하는 즐거운 숲길 여행’, ‘참 나를 찾아가는 신나는 숲여행(원효암터, 가야사지)’의 4개 프로그램은 심사 과정을 거쳐 산림청의 인증을 받기도 했다. 산림교육 프로그램 인증제는 산림의 필요성과 역할, 산림생태계의 소중함을 국민들이 이해할 수 있도록 하는 것을 목적으로 하며, 이를 위해 프로그램 내용 등을 사전에 검증해 질 높은 산림교육 프로그램을 제공하는 제도다. 길동무와 (사)내포문화숲길이 함께 개발한 자체 프로그램이 이 인증을 받았다는 것은 그만큼 프로그램의 퀄리티가 보장된다는 말이기도 하다. 내포문화숲길의 프로그램들이 산림청의 공식 인증을 받았다는 소식이 전해지자, 여러 곳에서 벤치마킹을 하기 위해 내포를 찾아오기 시작했다. 그중에서도 지리산 둘레길의 숲해설사들이 이곳을 방문한 것은 큰 의미를 가진다. 내포문화숲길이 조성될 당시, 효율적인 유지관리를 위한 노하우를 배우고자 지리산 둘레길에 벤치마킹을 간 경험이 있었던 것이다. 내포지역은 지리산 둘레길에서 예산 운용과 유지·보수 매뉴얼에 대해 많은 것을 배워왔다. 그랬던 상황이 이제는 반대가 됐다. 내포문화숲길의 다양한 프로그램과 콘텐츠 운영 방식에 대해 참고하고자 하는 단체들의 문의가 끊이지 않고 있는 것이다.

향후에도 (사)내포문화숲길과 길동무들은 질 높고 다양한 프로그램을 개발하는 데에 박차를 가할 것이라 한다. 그중 일부는 유료화로 전환할 생각도 하고 있다. 수익을 증대해 유지·관리에 드는 비용을 충당하고 지속성을 확보하기 위함이다.

내포의 가치를 알리는 길로

그렇다면 이 내포문화숲길을 실제로 걷는 사람들은 얼마나 될까. 각 시군의 4개 안내센터에서 이를 공식 집계한 결과, 지난 한 해에만 24만 명이 내포문화숲길을 찾았다고 한다. 이에 따른 경제적 파급 효과는 자그마치 560억 원에 달한다. 다양한 마을과 MOU를 체결하여 체험 프로그램을 개발하고, 마을과 함께 주말장터를 열고 농특산물을 유통 지원하는 등 마을들과 꾸준히 협업해온 결과다. 차근차근 지역주민과 함께 ‘상생’하는 길이 된 것이다. 이제는 길 위의 이정표가 망가져있거나, 시설물을 보수해야 하는 경우가 생기면 주민이 먼저 연락을 준다고 한다.

이처럼 집계된 방문객 수가 약 24만 명에 달하지만, 실제로는 더 많을 것으로 보고 있다. 지역 내 주민들은 굳이 안내센터를 경유하여 길을 이용하지 않기 때문

내포문화숲길 걷기축제



내포문화숲
길의 경제적
파급 효과

〈단위: 억 원, 명〉

구분	내포문화숲길		
	생산유발	부가가치유발	고용유발(명)
합계	387	163	336
농산물 구입비	33.9	18.8	55.4
숙박비	93.9	62.5	114
시설 이용료	3.4	2.8	0.6
대중 교통	35.8	14.8	32.9
특산물 구입비	12.9	7.2	13.8
교통비	59.0	9.5	0.6
문화재 관람료	4.4	2.6	2.8
식비	127.3	44.8	115.9
기타	16.4	0.0	0.0

이다. 방문객 숫자를 집계하는 방식을 변경하기도 했는데, 여기에서도 길을 세심하게 관리하겠다는 (사)내포문화숲길의 의지가 느껴진다. 그 전에는 노선이 지나는 주요 관광지를 중심으로 방문자 수를 집계했는데, 이는 '숲길을 걸으러 온 사람'과 '관광지만을 방문하러 온 사람'을 구분할 수 없다는 단점이 있었다. 이에 방식을 바꿔, 현재는 안내센터를 중심으로 방문객 수를 집계하고 있다.

방문객이 얼마나 찾아오는지를 세는 것이 뭐 그리 대수인가 싶지만, 이 또한 유지관리를 한층 용이하게 하기 위해 택한 수단이라고 한다.



충청남도

시설물의 파손 정도는 이용 빈도에 따르기 때문에 수요에 따라 구역을 나누어 더욱 효율적으로 관리 하기 위함이라는 것이다.

운영을 시작한지 3년 만에 24만 명이 넘는 사람이 방문하고 타 지역에서 벤치마킹을 하러 오는 등, 내포문화숲길은 빠른 발전을 이루었다. 그리고 이 결과는 민관 협력 거버넌스를 수평적·민주적으로 구축해온 과정이 있었기 때문에 이를 수 있었다. 4개 시군이 함께 일을 진행하기 때문에 어느 한 지역이라도 역할에 소홀했다면 길 자체가 만들어지지 못했을 것이란 설명이다. 4개 지역과 충청남도, 사단법인 내포문화숲길은 길이 조성되기 전부터 현재까지 함께 의논하고 문제가 생기면 서로 조정하고 협의하며 사업을 여기까지 이끌어왔다. 어디까지나 수평적인 관계로 서로를 대했기에 가능한 일이었다.

이후에도 이들은 함께 내포문화숲길에 관련한 협력 사업을 더 심화시키고, 길을 통해 지역 활성화에 주력할 계획이다. 그리고 노선 내 115개 마을들과 함께 내포지역의 고유한 정체성을 지켜나가고 자연과 역사문화적 가치, 자원들을 보존하고 발전시켜 지역의 지속 가능한 발전을 만들어 나가겠다는 원대한 계획을 가지고 있다. 프란치스코 교황은 내포천주교순례길을 방문하고 “순례길은 스페인의 산티아고에만 있는 줄 알았는데, 대한민국에도 천주교 순례길이 있다는 사실에 큰 감동을 받았다. 그 길을 조성한 분들에게 감사와 존경의 표시를 전해달라”고 했다고 한다. 교황의 말대로, 우리는 그동안 곁에 있는 길에 무심했는지도 모른다. 그리고 내포문화숲길의 사례는 우리 옆에 존재하는 평범한 ‘길’들이 사실은 엄청난 가치를 지녔다는 것을 깨닫게 해준다.

내포 사람들의 삶의 흔적을 고스란히 담고 있는 내포문화숲길. 그 위에는 선조의 정신을 이어나가고자 했던 민초들의 숨결, 믿음을 지키기 위한 신념, 큰 뜻에 자신을 바친 사람들의 희생정신이 서려있다. 지금, 내포의 정신이 길 위에서 다시 살아나고 있다.

철원군

주민과 행정이
함께하는
“지속적인
모니터링”을
통한 사업성과
제고



벤치마킹 포인트

- 지역 철도 개통에 대응한 사업 기획
- 끈끈한 우애 살려 주민 주도의 사업 추진체계 수립
- 지역 내부 사업과 연계하여 성과 창출
- 자매결연과 활발한 교류 통해 사업 효율 증대

안보관광 특급열차를 타라

DMZ 옆 민북마을이 유커(YOUKE)들까지 찾아오는 안보관광의 중심이 되었다. 아픔 많은 특수지역 주민들이 단단한 결속력으로 이루어낸 사업 비결이 궁금하다.

철원 오대쌀 맛보기



이스라엘의 키부츠를 본따 만든 마을이 한국에 존재한다는 사실을 아는 이는 거의 없을 것이다. 강원도 철원군 철원읍의 '대마리' 이야기이다. 지뢰밭을 개간하여 한국 최고 오대쌀을 생산하는 곡창지대로 만든 불굴의 의지를 가진 사람들이 여기에 모여 산다. 1967년, 150명의 전역군인이 천막생활을 하며 대마리 전략촌을 꾸렸다. 초기 정착민들은 철책선도 없던 최북단 군사지대를 개간했다. 11명이 사망하고 8명이 발목을 절단했을 만큼 참혹했던 농지 개간 과정은 지금도 마을 사람들의 입으로 전해진다. 개울을 따라 핏물이 흐르는 참상과 참기 힘든 죽음의 냄새를 견뎌 가며 현무암 땅을 일구어냈다. 죽어도 좋다는 각서와 맞바꾼 새로운 삶의 터전에서, 이들은 농사의 꿈 하나만을 꾸었다.

현재의 철원은 이천쌀, 여주쌀과 함께 품질 좋기로 손꼽히는 오대쌀을 생산하는 지역이 되었다. 1982년 농촌진흥청에서 육성된 후 강원지역에서 가장 많이 심는 인기 품종이다. 오대쌀의 60% 이상이 민통선 안에서 재배된다. 대마리 주민들 역시 허가증을 가지고 DMZ를 오가며 농사일을 한다. 민북마을이라는 이미지 때문에 타 지역민들의 호기심의 대상이 되기도 하지만 어느 곳보다 평화로운 곳이 대마리이다. 이렇게 땅 좋고 물 좋아 곡창지대가 되었으나 민통선 인근이라는 한계로 낙후될 수밖에 없던 대마리. 이곳에도 발전의 기회는 찾아왔다. 2001년 새농어촌건설운동에서 최우수마을로 선정된 것이다. 새농어촌건설운동은 강원도가 1998년부터 '21세기 살기 좋은 농어촌 마을'을 만들고자 시작한 정책이다. 동기부여와 인센티브 덕분에 대마리 주민들은 농촌체험 확대, 소득작목 개발 등에 대한 희망을 펼칠 수 있게 되었다. 이후로는 대마리 발전에 박차가 가해졌다. 2003년 7월에는 정보화마을에 선정되며 비교적 빠른 시기에 정보화 기반시설의 인프라를 제공받을 수 있었다. 좋은 일은 연이어 찾아오기 마련인걸까. 드디어 마을 앞을 떡하니 지키고 있던 군부대의 검문소가 폐쇄되면서 40년 가까이 달고 있던 민북마을이라는 딱지를 떼게 되었다.

사업의 기틀이 된 추진위원회 구성

사업의 시작은 행정자치부에서 주관했던 '2012년 평화생태마을 조성사업'에 대마리 권역이 선정되면서부터였다. 민통선 접경지역의 생태자원 개발과 관광상품의 패키지화라는 체험형 사업이 선행되었다. 사업 진행 1년째에 다시 행정자치부로부터 평화생태마을 우수마을로 선정되는 기쁜 소식이 있었다. 무엇보다 마을에 힘이 되었던 것은 2억 원이라는 인센티브였다. 철원군 정책개발부서에서는 이 인센티브를 활용하여 좀 더 세밀하게 사업효과를 제고할 수는 없을까 고민이 많았다. 이미 2005년 새농어촌건설사업으로 두루미평화관을 건립하였고 전통테마마을 사업도 진행한 바 있다. 그러나 장소가 협소하고 기초가 되는 시설이나 프로그램이 열악하여 관광객 수용에 제한이 있었던 뼈아픈 경험을 겪었다. 여기에 방문객들도 두루

두루미평화관



미평화관을 그저 잠깐 들르기만 하는 경유지로 방문하는 것 위주였기 때문에 그러한 방문이 마을 소득과 연결되지 못하는 결정적 결함이 있었다. 보다 다양한 소득원을 발굴하여 일자리도 창출하고 주민의 소득 증대에 기여하는 사업을 만들기로 군과 마을 주민들이 마음을 모았다.

당초 사업은 철원군의 관광 활성화 정책을 기초로 하였고 정책개발부서의 기본 계획과 제안서 공모로 기틀을 잡았다. '두루미평화생태마을 추진위원회'를 구성한 것은 주민 주도의 사업체계를 잡기 위함이었다. 총 29명의 마을 주민으로 구성된 추진위원회는 지금도 홍기일 현 위원장을 중심으로 탄탄한 살림을 꾸려가고 있다. 추진위원회에서 가장 중요하게 여긴 것은 적절한 역할의 분담이었다. 사업총괄은 위원장과 부위원장을 중심으로 하고 추진위원들은 각자 자신 있는 직무를 기꺼이 나누어 맡았다. 백마고지역에 위치한 농·특산물 판매장에서는 총무팀·판매장운영팀·식당운영팀·고객관리 및 총괄팀이 업무를 담당하고, 다목적 쌀 가공체험장과 농촌 체험장은 운영총괄팀·체험팀·시설관리팀·펜션운영팀이 각각 운영을 맡았다. 지자체의 사업 담당자 역시 추진위원회와 사업 내용에 대해 끝없이 협의하는 과정을 거쳤다. 조정된 내용은 실제적인 피드백으로 활용되었다. 사업 추진 전 단계에서 지역주민 설명회를 개최하여 주민들과 전문가 등 폭넓은 계층의 의견을 수렴하는 것은 쉽지 않은 일이었지만 반드시 지켜나가는 대마리의 원칙이었다.

사업비는 2012년부터 2015년에 걸쳐 총 4회 투입되었다. 연차적으로 국비는 80%인 22억 원, 군비는 20%로 7억 7천만 원, 총 29억 7천만 원을 교부받았다. 그러나 사업비에 부지 매입비가 포함되어 있지 않다는 것이 맹점이었다. 추진위원장은 지금도 부지 확보를 이 사업의 가장 큰 애로 사항으로 꼽는다.

“먼저 부지가 확보되지 않으면 사업 진행에 허가가 나지 않으니까요. 뼈뺀 지방비로 부지 매입비를 충당해야 했던 점이 가장 아쉽습니다. 앞으로의 사업에서

는 군에서 부지 매입에 대한 배려도 해주었으면 하는 바람이 있지요.”

펜션 부지는 국유지였으나 감정평가 후 마을 기금에서 출자하여 마을 주민 자부담으로 일정 부분 토지를 매입하였다. 체험시설 부지를 확보하는 데에는 사업 담당자와 당시 추진위원장이었던 이근용 이장 사이의 협의가 결정적이었다. 토지소유주와 보상 협의를 진행하였고, 편입된 토지에 대한 분할측량 및 감정평가가 이루어졌다. 의원간담회를 진행해가며 원활한 사업 추진을 위해 모두가 애썼다. 이렇게 확보된 부지에 확충한 두루미평화생태마을의 기반시설은 다음과 같다.



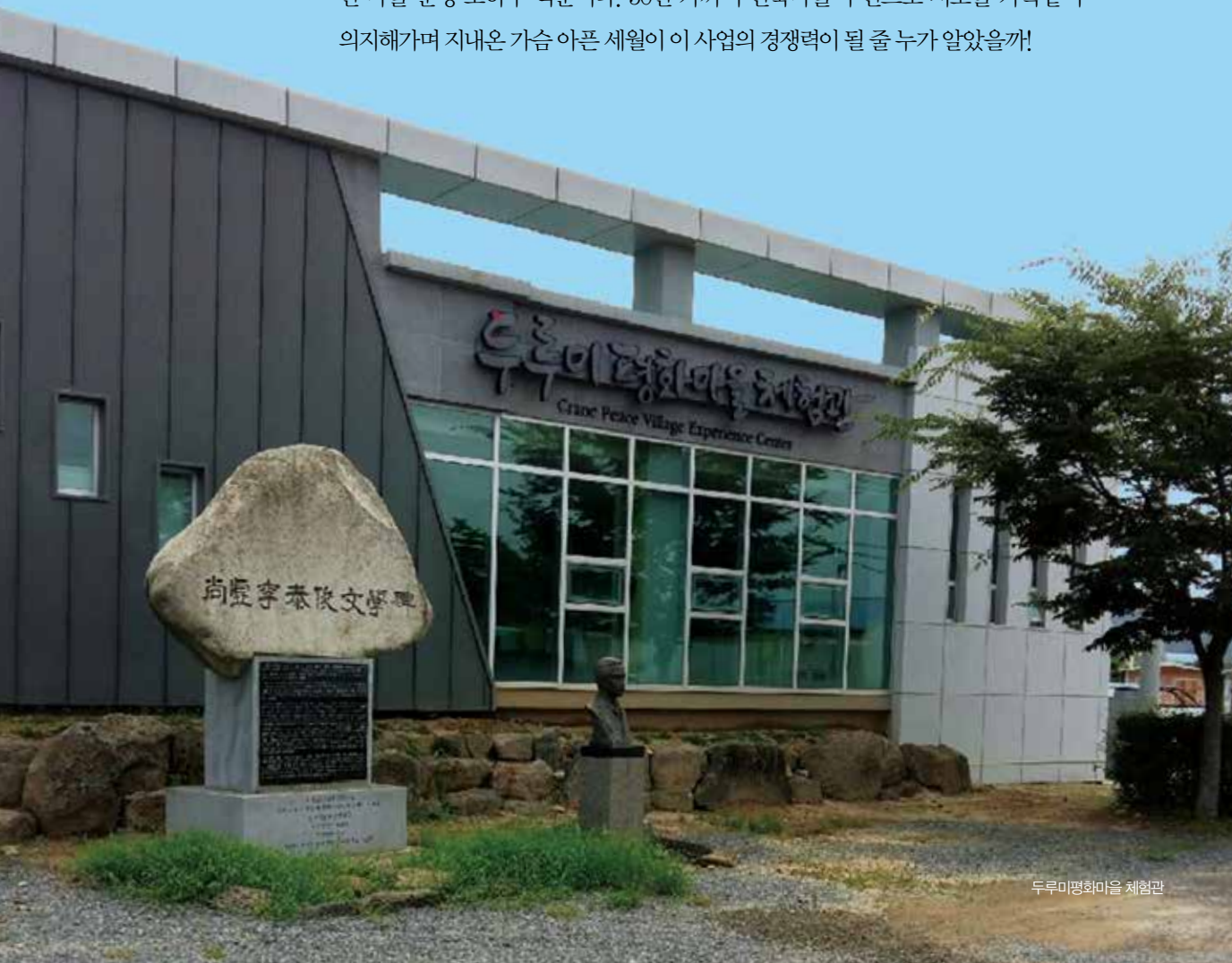
농촌체험시설 안내도

두루미평화생태마을 기반시설

구분	내용
백마고지 철원군 농·특산물 홍보판매장	건축면적: 110,398㎡, 연면적 219.11㎡ 1층: 농·특산물 홍보판매장 / 2층: 휴게실 및 관리자 숙소
두루미평화관 리모델링	연면적: 573㎡ 1층: 사무실, 식당 / 2층: 숙박시설 / 3층: 별자리 체험장
다목적 쌀 가공 체험장	건축면적: 162.6㎡ 다목적 쌀 가공 체험장(벼 도정, 떡 만들기, 감장 체험, 두부 만들기 등)
농촌체험장	－부지: 8,662㎡, 연면적 613.44㎡ －숙박시설: 34평형 펜션(1), 12평형 펜션(2), 44평형 펜션(1) －체험농장조성: 벼농사, 감자, 고구마, 옥수수, 고추, 상추 등 －부대시설: 주차장, 수영장, 관리실, 야외무대 등

마을 운영에 도가 튼 민복마을 주민들

앞서 살펴보았듯이 두루미평화생태마을 추진위원회의 역할은 이 사업의 가장 중요한 핵심이다. 사업 운영에 큰 어려움이 없었던 것은 대마리 주민들이 기존에 갖고 있던 마을 운영 노하우 덕분이다. 50년 가까이 민복마을 주민으로 서로를 가족같이 의지해가며 지내온 가슴 아픈 세월이 이 사업의 경쟁력이 될 줄 누가 알았을까!



두루미평화마을 체험관

2015년 8월 30일은 대마리의 제48주년 입주기념식 날이었다. 대마리 주민들은 목숨 걸고 최전방 황무지를 개간하며 문전옥답을 만들어낸 전략촌 1세대들의 뜻을 기리며 매년 같은 날 행사를 치른다. 매년 여름 이날이면 묘장초등학교 운동장에 웃음꽃이 피고 탁주에 기분 좋게 불그레해진 얼굴들에는 생기가 돈다. 2015년에는 북한의 서부전선 포격 도발로 우리 군이 대북 확성기 방송을 재개하면서 남북 간 긴장 수위가 고조되는 일도 있었다. 대마리는 포격 도발이 이루어진 경기도 연천과 인접해 있다. 확성기 방송 중단 요구가 있던 날에는 주민들이 마을 지하대피소에 모여 긴장되는 시간을 보내기도 했다. 입주기념식을 하지 못할까봐 우려도 했고, 민통선 출입이 통제되면서 벼 수확에 차질을 빚는 것은 아닌지 걱정도 있었다고 한다. 다행히 곧 남북긴장이 완화되었고 주민들의 웃음도 돌아올 수 있었다. 농주 마시기 게임을 비롯해 비료포대 오래 들기, 2인3각 달리기 등 다양한 게임을 즐기며 한 해의 수고를 격려하고 마을의 역사를 되새겼다. 이렇게 매년 쌓이는 마을 주민들 사이의 끈끈한 우애는 이번 사업에 더할 나위 없이 좋은 기폭제가 되어 주었다.

새농어촌건설운동을 거친 것도 마을 주민의 사업 운영이 숙달되는 계기였다. 마을 리더인 이장과 추진위원, 부녀회, 노인회, 청년회 등 여러 그룹 사이의 소통이 원활하고 능숙하다. 황무지 개척의 정신을 물려받은 대마리 2세대답게 주민 모두가 사업에 큰 관심을 갖고 각종 회의에도 활발히 참여했다. 사업장을 투명하게 관리하고 회계를 운영하는 데에도 어려움이 없었다. 특히 2011년부터 추진위원장을 맡은 대마리 전 이장은 사업의 가장 큰 공로자로 인정받는다. 6년간 하루도 빠짐 없이 운영에 힘써온 그의 노고는 마을 주민은 물론 지자체 담당자에게도 크게 귀감이 되었다.

기존 노하우에만 기댄 것은 아니다. 회계 교육이나 운영 컨설팅을 실시해 주

민 역량강화도 시도했다. 주민 자체의 경쟁력을 확보하고자 노력한 것이다. 시설물 운영과 같이 부족한 부분은 민간위탁 협약을 체결하는 방법을 택했다. 민간위탁 조치 계획을 수립하기 위해 행정과 주민 간의 긴밀한 협의과정이 있었다. 체험시설 조성과 공유재산에 대한 관리계획을 세우고 구체적인 활용 방안을 강구하는 것은 사업의 현실적 운영과 지속가능성을 위해 꼭 필요한 선택이었다. 대마리 주민들은 융통성 있는 운영이 사업의 가치를 높인다고 말한다.

연계 관광으로 유커(youke) 방문

특수지역이라는 대마리의 환경은 사업 기획과 집행에 어려움으로 작용한다. 대북관계로 인한 안보적 애로 사항은 민통선 인근이 아닌 다른 관광지에서는 상상조차 하기 힘들 것이다. 그러나 대마리에서는 가장 대표적인 문제점이다. 포격 사건이 있을 때마다 관광객이 일시적으로 감소하기도 하고 이미 방문해 있는 관광객의 통제에 어려움을 겪기도 한다. 남북관계에 민감하게 영향을 받는 만큼, 보다 안정적인 운영 대책을 마련하는 것도 대마리의 큰 과제이다. 마을이 군부대와 맞닿아 있어 발생하는 단점도 있다. 애써 기획한 마을 사업이 군의 반대로 좌절을 겪기도 하는 것이다. 작전지역이기 때문에 항상 관청뿐만 아니라 군의 허가를 반드시 얻어야 하는 어려움이 있다. 초소 방벽에 꽃길을 조성하는 일조차 군의 허가를 받는 데 한참이 걸렸다.

그러나 단점을 장점으로 승화시키는 것이 지역발전사업의 진정한 묘미! 대마리는 지역의 환경 변화에 어느 때보다 능동적으로 대응했다. 2012년 12월 20일은 6·25전쟁 이후 끊어진 철도가 복원돼 60년만에 철원까지 기차가 들어오는 기념비

대마리 방문객 수 변화

구분	방문객수(명)		
	계	당일체험	숙박
총계	32,893	31,140	1,753
2014년	11,959	11,078	881
2015년	20,934	20,062	872

적인 날이었다. 서울에서 대마리 백마고지역까지 경원선 철도가 연결된 것이다. 지역의 숙원사업인 철도 연결이 완료된 후 2014년에는 ‘경원선 DMZ Train’이 개통되기도 했다. 대마리 안보관광의 물꼬가 트이기 시작한 것이다. 열차가 들어오면서 관광객 수도 자연히 증가했다. 대마리는 곧바로 DMZ Train과 연계관광을 시작하였다. 백마고지역사 내에 지역 농·특산물을 판매하는 장터를 열면서 동시에 소득 증대의 가능성도 활짝 열렸다. 농·특산물 판매장터와 두루미평화마을 동선을 연계하는 방문 코스를 추가하여 철원 오대미 밥상 체험 프로그램도 새롭게 도입했다.

늘어난 것은 일반 관광객뿐이 아니다. 군부대에 복무 중인 자랑스러운 아들들을 보러 오는 가족, 친지, 친구 등의 면회객 역시 늘어났다. 철원군에는 제2의 군민이라고 할 정도로 많은 50만의 육군 장병이 있다. 50만 청년에게 연결된 가족과 친지, 친구들의 수는 어림잡아도 어마어마하다. 이들 역시 두루미평화생태마을의 잠재적 고객이다. 열차를 타고 면회를 왔던 이들이 겸사겸사 대마리의 안보관광을 체험하고 역에서 판매 중인 농·특산물을 맛보고는 택배 주문을 하는 경우도 많다. 인기 품목은 당연히 철원 오대쌀이다. 대마리 주민들은 정성들여 농사지은 오대쌀의 품질을 보다 많은 소비자에게 알릴 수 있어서 큰 보람을 느낀다고 한다. 덕분에

2014년에는 ‘경원선 DMZ Train’이 개통되기도 했다. 대마리 안보관광의 물꼬가 트이기 시작한 것이다. 열차가 들어오면서 관광객 수도 자연히 증가했다. 대마리는 곧바로 DMZ Train과 연계관광을 시작하였다.

대마리 입주기념식 날에도 반가운 손님이 마을을 많이 찾았다. DMZ Train을 타고 도착한 관광객들이 몰려들어 대마리 주민들과 축하의 기쁨을 함께 나눴다. 최전방 경계 태세가 하향 조정되었기에 장병들도 외출, 외박을 나오면서 활기가 더해졌다.

유커(youke)로 칭해지는 중국인 관광객들 역시 두루미평화생태마을을 찾는 중요한 손님이다. 농협중앙회와 농식품부는 코레일과 협력사업의 일환으로 중국 관광객을 한국 농촌에 유치하는 사업을 벌였다. 2015년 5월 중국 산둥성과 문화 국제여행사에서 모객한 유커 130명이 DMZ Train을 타고 두루미평화생태마을을 방문했다. 이들은 마을에서 한국식 시골밥상을 맛보고, 철원 쌀과 콩 등의 재료로 떡메치기와 손두부 만들기 등의 한국농촌 체험을 했다. 제2땅굴과 비무장지대 등 세계 유일의 분단현장을 돌아보며 한국농촌과 분단 한국에 대한 이해의 시간을 갖기도 했다. 이어 천여 명의 중국인 관광객의 방문이 예약되어 있었으나 2015년 여름 메르스(MERS: 중동호흡기증후군) 사고로 예약이 전면 취소되는 안타까운 사건이 있었다. 그러나 유커들의 방문이 곧 재개 예정이므로 대마리에서도 다각도로 노력 중이다. 지자체와 함께 중국 관광객의 수요 계층, 소구점 등을 논의하여 보다 체계적인 프로그램을 마련하겠다는 야심찬 다짐을 하고 있다. 통역 인력도 현재 거주 중인 조선족 주민, 그리고 동행 방문하는 안내원의 숫자로 충분히 충당 가능하다는 계산이다. 관광열차 운영 시 최대 200~300명의 국내외 관광객이 방문한다. 그러나 계절에 따라 관광객 수의 등락폭이 큰 것도 사실이다. 모객 부문에 있어서의 꾸준한 노력이 필요하다.

숙박과 체험으로 힐링까지

대마리는 민통선 지역이기 때문에 그간은 1차산업인 농특산물 판매가 주민들 소득의 대부분이었다. 그러나 사업 후 숙박시설과 체험프로그램 운영을 통해 방문객 수가 2만 명, 약 42% 증가했고 그에 따라 소득도 약 1억 6천만 원, 8%가량이 증가했다. 체험프로그램은 철원 지역의 자원을 활용한 것이다. 황무지 개척 과정을 묘사한 지뢰 체험이 가능하고 백마고지 전적 보물찾기와 안보체험도 인기가 많다. 두부 만들기과 떡메치기 체험, 철원 오대쌀을 이용한 오대미 라이스클레이 체험, 단호박 인절미 만들기, 떡케익 만들기 프로그램도 어린이와 청소년들에게 반응이 좋다. 백마고지역 개통으로 관광객과 인근 군부대 면회객의 민박 수요가 증가했기 때문에 사업계획을 변경한 것도 큰 이점으로 작용한다. 펜션과 캠핑장, 그리고 수영장까지 조성해 두루미평화생태마을에서 힐링의 시간을 보낼 수 있도록 했다.

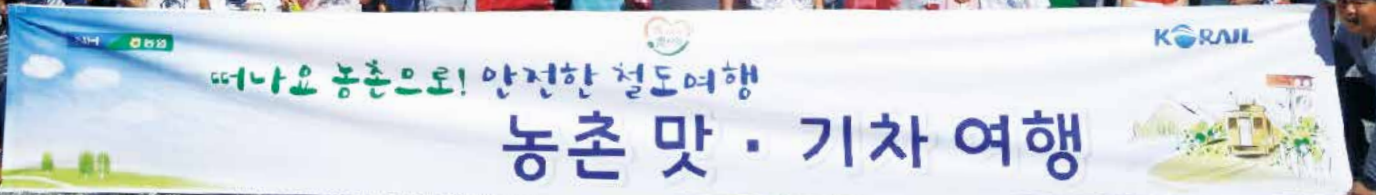
지금까지 총 3억여 원의 소득이 발생했지만 아직까지는 시설에 재투자하는 수준으로 인건비와 각종 제반 비용을 충당하고 있다. 이후에 발생하는 소득은 마

구분		2014년	2015년	총계
소득액 (원)	계	151,716,880	164,776,826	316,493,706
	숙박	10,725,000	11,159,655	21,884,655
	음식	65,874,000	124,659,161	190,533,161
	농산물 판매	66,357,880	5,480,560	71,838,440
	체험	8,180,000	19,443,862	27,623,862
	기타	580,000	4,033,588	4,613,588



펜션이용과 캠프파이어

기차여행으로 관광객 유치



철원군

지난 60여 년간 안보와 평화의 상징 지역으로 자리매김한 철원 대마리.
그 역사성과 문화적 자원, 두루미를 비롯한 철새 관광 자원은 두루미평화생태마을을
안보관광의 중심으로 만들기에 충분하다. 평화를 품은 DMZ의 미래가 머지않았다.

을 기금으로 적립하고 분배할 예정이다. 시설과 프로그램 확충에 재투입하는 것은 물론이다. 마을사업에 환한 대마리 주민들답게 분배 비율을 미리 투명하게 산정해 놓았다. 지역 일자리 창출 현황도 좋다. 백마고지역 농·특산물 판매장터에는 상시 3명 이상의 판매원이 근무한다. 농·특산물 판매장터는 4개 팀으로 10명의 부녀회 인원이 운영하고 있다. 다목적 쌀 가공 체험장도 4개 팀 11명과 사업총괄 운영관리 담당자 2명이 사업을 운영 중이다.

대마리는 홍보에도 노력을 아끼지 않는다. 매년 참석하는 정보화마을 페스타에서 농·특산물을 널리 알리고 있고, 백마고지역 농·특산물 판매장터에서의 직접 홍보 효과도 매우 크다. 품질이 좋은 만큼 한 번 맛을 보면 택배 주문을 통해 지속적인 구매로 이어지는 경우가 많다. 타 기관과의 자매결연 역시 활발한데, 제주도 저지예술정보화마을, 장안식품, 철원친환경영농조합 등과 결연을 맺고 홍보와 정보 교류에 힘쓰고 있다.

지난 60여 년간 안보와 평화의 상징 지역으로 자리매김한 철원 대마리. 그 역사성과 문화적 자원, 두루미를 비롯한 철새 관광 자원은 두루미평화생태마을을 안보관광의 중심으로 만들기에 충분하다. 경원선 백마고지역~월정리역(9.3km) 구간 복원사업이 이르면 2017년 말에 마무리될 예정이다. 평화를 품은 DMZ의 미래가 머지않았다.

경기도

저소득
취약계층
자립지원을
위한
기술기반형
사회적기업
육성



벤치마킹 포인트

- 행정과 민간기업이 합심하여 취약계층 자립을 위한 사업 모델 구축
- 기술을 기반으로 한 일자리 제공으로 취약계층의 자립기반 확립
- 시와 복지기관 추천을 통한 투명한 인력 채용
- 일반 기업과 사회적기업의 연계로 일자리 창출 및 사회적기업의 가치 확산

기술기반사회적기업 육성으로 명품 복지 실현

남양주시가 사회적기업 육성의 롤모델로 꼽히고 있다. 기술력 기반의 사회적기업을 육성하여 취약계층 근로자의 자립에 좋은 예가 될 수 있다.

유태인의 오래된 격언 중에 “물고기 한 마리를 잡아주면 하루를 살 수 있지만 물고기를 잡는 방법을 가르쳐주면 평생 동안 먹고 살 수 있다”라는 말이 있다. 안타까운 마음에 일시적인 도움을 주기보다 자립할 수 있게 해주는 게 더 중요하다는 탈무드의 지혜다. 남양주시가 일자리 창출에 부단히 애를 쓰는 이유에는 이런 마음이 녹아있다. 남양주시는 도농복합도시로, 서울 도심과의 접근성이 용이하다는 장점을 갖고 있다. 하지만 장점이 때론 단점으로도 작용하는 법.

경기도 남양주시의 인구는 가파르게 증가해 2016년 현재 66만 명을 넘어섰다. 2020년이면 100만 명을 돌파할 것으로 예상된다. 인구가 폭발적으로 늘어나는 만큼 일자리도 증가해야 하는데, 사정은 그렇지 않다. 상수원보호구역이란 이름으로, 개발제한권역이라는 각종 규제로 인해 산업의 발달이 인구 증가를 따라가지 못하는 상황이다. 인구가 증가한 만큼 사회적 취약계층도 증가하고 있어 이에 따른 각종 복지 지출 비용도 만만치 않은 상태다. 그래서 생각해 낸 것이 시민이 시민을 돕는 복지시스템의 일환으로 희망케어센터를 운영하고, 취약계층 일자리 창출을 위한 사회적기업 육성이었다. 하지만 사회적기업에서 취약계층에게 제공할 수 있는 일자리가 대부분 단순 노동이다 보니 취약계층의 근로 의욕과 자립을 유



경기도 남양주시 희망케어센터

도하는 일은 쉽지 않았다. 그런데 때마침 한 기업인이 반가운 제안을 해왔다. 취약계층에게 첨단기술을 전수할 수 있는 사회적기업을 육성해 보는 게 어떻겠냐는 것이었다. 행정기관과 중견기업, 복지기관이 이 한마디에 하나로 뭉치게 되었다. ‘고용과 복지’라는 두 마리 토끼 잡기는 이렇게 시작됐다.

‘사회적기업’ 육성은 기업에서

“첨단기술 기반의 사회적기업을 육성하자!” 이 제안을 한 건 국제통신공업(주)의 김성조 대표였다. 그는 남양주시의 유명 인사다. 2015년에는 ‘남양주 시민의 날 시민대상’을 수상하였고, 2012년에는 나눔 경영으로 ‘참! 좋은 기업상’을 수상하기도 하였다. 김 대표는 영리 추구를 위해 재화와 용역을 생산하고 판매하는 것이 기업의 일이기도 하지만, 버는 만큼 사회에 환원해야 할 책임도 기업에 있다고 말하는 이였다. 그래서 직원들을 위해 집을 지어주고, 관공서 조달 납품을 할 때는 계약금액의 5%를 후원하고, 매월 직원들과 함께 급여의 일부를 떼 기부를 하고 있기도 하다. 남양주시에도 그동안 취약계층을 위해 많은 기부를 해왔다.



국제통신공업



김성조 대표

하지만 단순기부는 취약계층 자립에는 큰 도움이 못되니 자사 기술을 전수하는 시스템을 구축해 경제적 자립을 돕자고 남양주시 이석우 시장에게 제안한 것이다. 취약계층의 복지 지원에 적극적이던 이 시장은 이를 흔쾌히 받아들였다. 김대표가 이러한 제안을 할 수 있었던 데는 자사 기술력에 대한 확신도 한몫했다.

김 대표가 운영 중인 ‘국제통신공업(주)’은 국내 토종 UPS 전문 제조기업으로, 그 기술력이 국내에서 최고로 꼽힌다. UPS는 평소 전기를 저장했다가 주전원이 상실되었을 때 저장된 전기를 공급하여 기능이 유지되도록 하는 장치로, 병원, 은행, 군대 등에서는 꼭 필요한 장비이다. 세계 시장 규모만 80조 원에, 국내 UPS 시장도 연간 4천억 원의 규모가 넘는다. 무엇보다 ‘국제통신공업’의 UPS 가격은 외국제품의 3분의 2 수준이다 보니 국내 뿐 아니라 해외 주문도 끊임없이 이어지고 있다. 덕분에 국제통신은 탄탄한 재무구조를 자랑하는 ‘알짜배기’ 중소기업으로 입소문이 나 있다. 2014년 4월, 국제통신공업(주)의 부지 제공과 자본 투자로 취약계층 자립지원을 위한 ‘희망키움터’가 설립됐다. 이러한 형태의 사회적기업은 기술

을 무상으로 제공해야 하고 인건비와 설비투자 등 초기에 많은 비용이 들어가기 때문에 사실상 중소기업으로선 엄두를 내기 어려운 일이다. 더구나 기업이 정착할 때까지 계속해서 지원을 해야 하기 때문에 웬만한 대기업도 손사래를 치는 게 현실이다. 그럼에도 김 대표가 희망키움터를 설립한 것은 이 사업이 그의 오랜 숙원이자 꿈인 사회복지재단으로 가는 첫걸음이기 때문이다.

“사회복지재단을 설립하는 게 제 인생의 숙원이예요. ‘희망키움터’는 제 꿈을 이루는 과정이기도 해요. 제가 정말 가난하게 자랐어요. 가난은 대물림 되어서는 안 된다고 생각해요. ‘희망키움터’에서 돈이 없어 배움의 기회를 얻지 못한 이들이 기술을 배워 새로운 미래를 그리고, 가난을 이유로 비관적인 삶을 사는 사람들이 희망을 얻었으면 해요.”

또한 그는 일반기업이 ‘사회적기업’을 키워야 한다고 강조한다. 사회적기업은 기업의 이윤보다는 사회 취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하여 지역주민의 삶의 질을 높이는 데 목적이 있다. 그래서 사회적기업의 성장은 지역사회의 소비 수준을 촉진시키고, 나아가 다른 기업들의 이윤 창출도 도모한다는 게 그의 생각이다. 일반 기업들이 자신들의 자본력과 기술력 등을 사회적기업에 공유하여 지역사회가 선순환 되는 구조를 갖도록 해야 한다는 것이다. ‘희망키움터’에 ‘국제통신공업(주)’이 자본금 1억 원을 투자하고 UPS에 대한 기술을 무상지원하는 이유기도 하다.

근로능력이 있는 기초생활수급자들이 일을 통해 탈수급하도록 유도하는 것, 그것이 남양주시의 목표다. 16명의 기초생활수급자 중 13명이 희망키움터를 통해 탈수급에 성공했다. 자활 능력까지 갖춰 새 일자리를 찾아간 이들도 생겨났다.

(주)희망키움터 인력 채용 및 성과 현황

(단위:명)

취업연계	취업유지현황				탈수급	희망키움통장
	계	수급자	차상위	저소득		
64	28	16	12	2	13	9

(연계실적) 자활사업(희망리본,취성패,자활근로) 43명, 희망케어 17명, 기타 4명

(자활성공) 취업 유지자 28명 / 수급자 16명 중 탈수급 13명(81.25%)

(추가지원) 목돈 마련을 통한 자립기반 조성 지원 9명(희망키움통장Ⅰ·Ⅱ)

민관 협력 모델로 태어난 희망키움터

국제통신공업(주)이 대형 UPS를 생산한다면, 희망키움터는 국제통신공업(주)에서 기술 전수를 받아 중소형 UPS를 생산하고 있다. 본 사업 자체가 정밀기기를 만드는 작업이기 때문에 숙달된 기술력을 요한다. 기술이 숙달되기까지 걸리는 시간은 약 1년 정도. 남양주시는 취약계층이 안정적으로 기술을 습득할 수 있도록 일부 인건비를 지원하고 있다. 작년 한해 8천만 원 정도가 희망키움터에 지원됐다. 이 과정 속에 64명의 저소득층이 희망키움터를 거쳐갔고, 16명의 기초생활수급자 중 13명이 희망키움터를 통해 탈수급에 성공했다. 단순히 소득이 올라 탈수급에만 성공한 것이 아니라 자활 능력까지 갖춰 자신에게 더 잘 맞는 새로운 일터로 찾아간 이들도 생겨났다.

“근로능력이 있는 기초생활수급자 분들이 일을 통해 탈수급하도록 유도하는 게 저희의 목표예요. 생계급여에 의존한 채 자활을 포기하는 분들이 생각보다 많아요. 그런데 희망키움터에서 일하는 분들을 보면 일하는 기쁨이 무엇인지 알게 되는 것 같아요. ‘내가 기술을 배우면 지속적으로 일하는 데 문제가 없겠구나’, ‘돈

도 더 벌 수 있겠구나' 하는 생각에 근로 의욕을 불태우세요.”

사회적기업 업무를 담당하고 있는 남양주시 창조경제과에서는 기초생활수급자에게 지급되는 최저생계비 이하의 급여를 주는 일자리는 사실상 그들에게 별 의미가 없다고 덧붙인다. 기초생활수급자로서 누릴 수 있는 소득을 굳이 일을 해서 얻으려 하지 않기 때문이다. 그래서 희망키움터는 이 부분까지 고려해 기초생활수급자로서 받게 되는 수당보다 더 많은 월급을 지급한다. 희망키움터의 근로자들이 받는 임금은 그래서 150~170만 원 정도. 매년 임금도 상승한다. 안정된 직장 제공을 목표로 하기 때문에 근로 의욕만 있으면 계속해서 기술을 배우며 일할 수도 있다.

한편 재정지원 및 각종 행정지원이 남양주시의 몫이라면 취약계층 근로자를 희망키움터에 연계하고 그들에게 복지서비스를 제공하는 것은 '희망케어센터'가 해야 할 일이다. 그간 일자리 창출 사업의 경우 인건비 명목으로 보조금이 지급되다보니 당초의 목적에 부합하지 않는 일들이 발생하기도 했다. 친인척이나 지인 등을 위장 취업시켜 부당 이득을 취하거나 특수관계인 위주로 직원을 채용하여 공정성이 떨어지는 경우가 종종 있었다. 희망키움터는 이러한 불신을 애초에 없애고 채용의 투명성을 높이기 위해 인사권을 전적으로 '희망케어센터'에 일임했다. 전문 기술자 외 별도의 채용 계획이 있을 때는 '희망케어센터'에 추천을 받아 인력을 고용한다. '희망케어센터'가 직접 채용을 알선하다보니 지속적인 인력 관리도 가능했다. 아이를 맡길 데가 없는 근로자에게는 아동 돌봄 서비스를, 치매 부모를 모시는 근로자에게는 의료 지원 서비스 등을 제공하여 희망키움터 힘으로는 해결하기 어려운 복지 부분을 해결해 주고 있어 지역민 사례에 따른 맞춤형 복지 서비스도 가능해졌다.

2015년의 어느 여름날이었다. 남양주시에 한통의 제보 전화가 들어왔다. 십대의 어린 부부가 태어난 지 일주일도 되지 않은 신생아를 고시텔 한켠에서 키우고 있다는 제보였다. 당시 현장을 방문해보니 세 식구가 제대로 눕기도 힘든 공간에



남양주시 창조경제과
우선영, 조규택 주무관

서, 산모가 커피포트에 물을 끓여 우유병에 분유를 타 먹이고 있었다고 한다. 밤낮우는 아이 때문에 고시텔 이용자들의 원성이 높아 금방이라도 쫓겨날 위기까지 겪고 있던 상황이었다.

희망케어센터 중심으로 긴급회의가 진행되었다. 곧 인근 경로당의 도움으로 세 가족이 임시로 머물 수 있는 주거 공간이 마련되었고, 산모와 아이의 건강을 돌볼 수 있는 산모도우미가 파견되었다. 무엇보다 청소년인 아이 아빠가 가장으로서 책임을 다하겠다는 의지가 커 '희망케어센터'는 '희망키움터'로 아이 아빠의 일자리를 연계해 주었다.

'한 아이를 키우기 위해서는 온 마을이 필요하다'는 말이 있다. 십대의 어린 부부는 둘 다 이혼 가정에서 자라, 자신들의 아이 만큼은 제대로 된 환경과 가정에서 키우고 싶은 바람이 컸다고 한다. 희망케어센터와 희망키움터를 중심으로 여러 이들이 합심한 덕분에 이 어린 부부는 그 꿈에 한발 더 가까이 다가설 수 있게 되었다. 이처럼 지역사회가 지역 안의 문제들을 함께 해결해 가는 것, 이것이 바로 명품 복지다.



기관별 역할

추진조직	기능 및 역할
남양주시	사회적기업 재정지원(일자리, 사업개발비 등), 인증 컨설팅 및 기업 맞춤형 컨설팅 사회적경제 네트워크 연계 및 역량강화교육 사회적경제 홍보 및 제품 판로개척 등
(주)희망키움터	중·소형 UPS 생산 및 판매 지역 취업취약계층에게 관철은 일자리 제공 상품 연구개발 및 다양화 추진 지역사회와 지속적인 사회서비스, 공헌활동
국제통신공업(주)	기술 이전 및 기술훈련 지원 사업장, 설비 등 초기비용 투자 초기 임가공 물량 제공
희망케어센터	차상위 계층 등 취약계층 알선 취약계층에 대한 사례관리 지원 각종 복지서비스 연계 지원
남양주고용복지센터	수급자·자활대상자 등 취약계층 알선 재직자 대상 교육 지원 취업성공패키지 등 지역 맞춤형 인력 지원

희망키움터의 극복 과제는 사회적기업이란 이미지

희망키움터 설립 초반, 국제통신공업(주)의 김성조 대표는 희망키움터의 성장 발판을 마련해주기 위해 UPS 부품 생산을 맡기고 이를 구매하거나 대신 판매해주기도 하였다. 초기에는 희망키움터가 자회사와 비슷한 형태로 운영되었던 셈이다. 하지만 국제통신공업(주)이 마냥 희망키움터를 지원할 수도 없는 일이고, 희망키움터



희망키움터의 생산제품



희망키움터 김원규 대표

입장에서도 국제통신공업(주)에 의지한 채 사업을 이끌어 갈 수도 없는 일이었다. 현재 희망키움터는 자체 브랜드를 만들기 위해 고군분투중이다. 국제통신공업(주)의 기술력을 전수받아 중 소형 UPS 장비를 만드는 중인데 여러 가지 애로 사항이 많다. 전자기기 특성상 KS인증과 전자기기안전성 인증 등을 받은 후 조달청 등록도 해야 하는데 이를 위한 준비 과정이 만만치 않다.

“사실 희망키움터의 모든 생산 장비는 국제통신공업(주)의 검증된 기술을 그대로 인수받아 만들어지기 때문에 지금 바로 제품을 출시한다고 해도 문제는 없어요. 하지만 법인이 다르다보니 전부 새로 인증을 받아야 하는 상황이지요. 그래서 예상보다 사업 진행이 늦어지고 있어요. 하지만 이러한 부분들이 해결되면 우리가 당초 목표한 취약계층 100명 고용도 가능해질 거예요.” 희망키움터의 법인 대표를 맡

고 있는 김원규 대표의 얘기다. 그는 금년 안에 KS인증을 취득하는 것을 목표로 삼고 있다. 이와 함께 안정된 판로를 확보하기 위해 남양주시의 도움을 받아 여러 공공기관에 문을 두드리는 중이다. 하지만 신생 업체이다 보니 맞서 싸워야 할 편견도 많다.

“신생 업체라 브랜드 인지도가 떨어져 어려운 점이 많아요. 여기에 사회적기업이란 이유만으로 제품에 대한 신뢰도가 낮아 판로의 장벽으로 작용하고 있어요. 아직까지 사회적기업은 사회적 약자 기업이란 생각이 팽배하거든요. 그래서 우리 회사는 더 좋은 제품을 만들기 위해 혼신의 힘을 기울이고 있습니다. 제품에 대한 편견은 제품으로 승부를 거는 수밖에 없지 않겠습니까.”

남양주시는 이런 어려움을 누구보다 잘 알고 있기에 희망키움터의 KS인증 획득과 판로개척에 물심양면으로 도움을 주고 있다. 사회적기업 지원제도를 활용해 KS인증에 들어가는 비용 일부를 지원해 주는가 하면, 남양주시 내 관공서 구매 담당자들에게 제품을 홍보할 수 있는 기회를 마련하여 새로운 판로를 모색할 수 있도록 돕고 있다.

남양주시 역시 김원규 대표가 확신하는 것처럼 희망키움터의 성장은 여러 면에 있어 사회적 가치가 크다고 믿고 있다. 우선 희망키움터의 UPS장비의 우수성이 알려지면 국내 생산 제품의 이용률이 높아져 로열티로 나가는 비용이 줄 것이며, 사회적기업이 첨단기기 산업에 진입할 수 있는 장벽도 그만큼 낮아질 수 있다. 또한 지역 내 중견기업들이 희망키움터의 성장과 비전을 보며 사회적기업의 설립과 지원에 나설 수도 있다. 실제로 남양주시는 “우리도 취약계층을 고용하는 시스템을 갖추고 싶은데 어떤 방법이 있느냐.”, “사회적기업을 지원하는 방식은 무엇이 있느냐.” 등의 문의전화가 종종 온다고 한다. 아직까지 가시적인 성과가 나타난 것은 아니지만 이러한 움직임이 촉발된 것만으로도 이미 변화는 시작된 게 아닐까?



희망케어센터의 미용 봉사활동



희망케어센터 바자회

제 2, 제 3의 희망키움터를 꿈꾸며

“그 이름처럼 정말 예쁘게 잘 커서 지역의 희망이 되었으면 합니다!”

희망키움터가 어떻게 성장했으면 좋겠냐는 질문에 업무담당자인 조규택 주무관은 이렇게 대답했다. 처음 희망키움터를 설립할 때 회사명에 대한 고민이 많았다고 한다. 전자기기 제조 회사이니 이에 걸맞은 전문적이고 세련된 이름으로 짓자는 의견이 대세였다. 이때 ‘희망키움터’란 이름을 고집하고 나선 것은 국제통신공업(주)의 김성조 대표였다. 희망키움터란 회사명이 자칫 촌스럽고 평이하게 느껴질 수는 있겠으나 이처럼 회사가 품고 있는 뜻을 오롯이 담은 이름도 없다는 게 이유였다. 희망키움터는 그래서 희망키움터가 되었다.

이러한 희망키움터를 함께 성장시켜 나가는 국제통신공업(주)의 김성조 대표와 희망키움터의 김원규 대표는 데칼코마니로 불린다. 분명 다른 두 사람인데, 생각은 언제나 하나로 모여진다. 많이 팔수록 더 좋은 일을 할 수 있고, 아무리 힘들어도 함께 나아가자는 모토가 꼭 닮았다. 사실 취약계층을 고용해 조직을 이끌어 간다는 것은 그들이 안고 있는 현실적인 문제도 꺼안고 가겠다는 뜻이다. 대부분

경기도



희망케어센터 푸드마켓 사업

의 취약계층 근로자들은 사회생활 경험이 많지 않아 단체생활 적응이 쉽지 않다. 그만큼 직원 간에 심리적 갈등도 크다.

희망키움터는 이런 문제점들을 해결하기 위해 남양주시와 희망케어센터의 도움을 받아 다양한 교육 프로그램(집단 미술상담, 우울증 검사 및 예방교육, 봉사활동 등)을 진행하며 직원들을 보살피고 있다. 이와 함께 직원들의 전문성을 높여주기 위해 관련 기술 자격증을 딸 수 있는 교육 과정까지 마련해 놓고 있다.

이토록 직원을 생각하고, 지역을 생각하는 착한 기업이 또 있을까? 희망키움터는 보여주고 있다. 지역이 발전한다는 것은 높은 빌딩이 들어서고, 지하철이 개통되고 집값이 올라가는 것만을 의미하지 않는다는 것을. 기업이 지역을 생각하며 좋은 일자리를 창출하고 성장해 나가는 것이야말로 지역을 되살아나게 만드는 일이라는 것을. “우리 회사가 특수한 회사가 아니라 보편화된 회사가 됐으면 좋겠다”는 희망키움터 김원규 대표의 말처럼 제2, 제3의 희망키움터가 나타나기를 염원해 본다.

부산시

지역맞춤형
사회서비스를
통한 인적자본
형성과 생산적
일자리 창출



벤치마킹 포인트

- 전국 유일한 사회서비스 제공기관들의 자생적 협의체 구성
- 서비스 제공인력으로 연간 2만 명 일자리 창출 성과
- 이용자 만족도 조사 등으로 성과 관리와 자체적인 피드백 진행
- 이용자 본인, 가정, 자녀들까지 성장하는 사회적 순기능

부산시, 시민의 따뜻한 돌보미가 되다

취약계층을 넘어 광범위한 혜택을 줄 수 있는 사회서비스가 가능할까. 부산광역시와 부산지역사회서비스지원단의 사례로 그 실마리를 찾아보자.

“집의 기본은 공동체와 동고동락에 있다. 훌륭한 집에서는 누구든 특권 의식을 느끼지 않으며 누구도 소외되지 않는다. 독식하는 사람도 없고 천대받는 아이도 없다.” 이 문장은 1928년 1월 18일 스웨덴 총리 페르 알빈 한손(Per Albin Hansson)이 행한 국회연설의 일부분이다. 복지국가 스웨덴 건설의 밑그림이 된 이른바 ‘국민의 집’ 개념을 공식적으로 천명한 유명한 연설이기도 하다. 국가가 국민을 보호하는 커다란 집과 같다는 것은 초등학교 사회 시간에서부터 배우는 기초적인 개념이지만 실제적으로 그 기능이 잘 수행되고 있는지는 신문 사회면만 들여다보아도 알 수 있다. 복지의 사각지대에서 신음하는 시민들의 이야기가 끊이지 않고 들려온다.

사회서비스투자는 모든 지자체에서 시행하고 있는 사업이지만 천편일률적이고 형식적인 정책 수립으로 지역 주민의 기대에 부응하지 못하는 경우가 많다. 저출산과 고령화 등으로 인구 구조가 변화하고, 핵가족화와 독거노인 증가로 가족 구조가 변화하는 지금이다. ‘돌봄’의 영역이 전통적으로 가족, 특히 여성에게 지워진 사회적 책무였기에 현대에 들어 이러한 비공식적 돌봄은 한계에 도달할 수밖에 없었다. 정부와 지자체는 앞 다투어 사회서비스 시스템을 구축하였지만 막상 이를 가장 필요로 하는 저소득 계층과 아동, 노인, 장애인 등 취약 계층은 접근성이 낮

다. 어떻게 하면 취약 계층을 아우르면서도 더 많은 시민들이 더 알맞은 사회서비스를 효율적이고 만족스럽게 이용할 수 있을까? 이 문제를 가장 치열하게 고민한 곳이 바로 부산광역시와 부산지역사회서비스지원단이다.

사회서비스, 다각도에서 뜯고 씹고 맛보다

사회서비스라고 하면 단편적인 ‘사회복지서비스 제공’으로 일축되기 쉽지만, 그 속을 들여다보면 추진체계와 관리 및 협력 내용이 복잡하기 이루 말할 수 없다. 지자체의 지원과 조율, 지도적 역할이 중요함은 물론이요, 사회서비스를 발굴 및 기획하고 체계적으로 관리하는 지역 전문 조직의 필요성은 생명과도 같다. 열의가 없다면 성공적인 결과를 내기 힘든 분야인 것이다. 어려운 사업인만큼 부산시의 사례는 주목할 만하다.

부산시의 성공적인 사회서비스투자에서 중요한 역할을 해준 것이 바로 ‘부산지역사회서비스지원단’이다. 사회서비스지원단의 주된 역할은 크게 일곱 가지로 간추릴 수 있다. 서비스 발굴과 기획, 품질관리, 제공기관 인력교육과 이용자 지원, 네트워크 구축, 홍보, 가사·간병 및 산모·신생아 서비스 지원, 행정 등이 그것이다. 6명의 전담 인력으로는 운영이 결코 쉽지 않아 보인다. 그러나 지원단장 아래 박성일 실장을 필두로 실무자들이 열과 성을 다해 사업 운영에 힘쓰고 있다. 특히, 이진우 팀장은 2010년부터 지원단에서 근무하며 사업단에서 가장 오랜 근무 경력을 자랑한다. 특유의 꼼꼼함과 기획력으로 사업 추진에서 중추적인 역할을 수행하고 있다.

부산시는 시민의 생애주기별 분석을 통하여 14개 사업(2015년 기준)을 운영



지원단 이진우 팀장

가난하지 않거나 눈에 띄게 병들지 않았다고 해서
고통이 없는 것은 아니다. 올바른 성인으로 자란다는 것,
또 자식을 키우는 과정에서는 누구나 일종의 성장통을 겪는다.

중이다. 유아 - 아동 및 청소년 - 청·장년 - 노인, 그리고 장애인 역시 아동과 청소년, 성인 부문으로 세밀하게 나뉘어 있다. 그야말로 ‘요람에서 무덤까지’라는 복지서비스의 모토를 철저하게 따르는 셈이다. 그간 저소득 계층과 장애인, 노인에 대한 사회서비스가 쏙 있어왔지만 아동과 부모들이 겪는 문제들은 등한시되었던 것이 사실이다. 부산시는 정서적으로 건강한 아동이 곧 건강한 어른으로 자랄 수 있다는 일념 하에 아동·청소년에 대한 정서발달(스토리텔링 이용)과 심리치유 서비스를 제공하기로 했다. 양육에 따른 스트레스와 자녀의 발달단계 이해에 대한 이슈를 다루기로 한 것이다. 아이를 키우는 부모라면 누구나 겪을 수 있는 문제 해결을 위해 학부모 코칭 서비스가 개발되었다.

가난하지 않거나 눈에 띄게 병들지 않았다고 해서 고통이 없는 것은 아니다. 올바른 성인으로 자란다는 것, 또 자식을 키우는 과정에서는 누구나 일종의 성장통을 겪는다. 아동과 청소년의 행동, 정서에 관한 문제가 지속적으로 증가 중이다. 이들의 정신건강은 범국가적 문제로까지 대두된다. 부산시의 아동·청소년 우울감 경험율은 4년 만에 32.5%에서 23.5%로 급격하게 감소했다고 한다. 지역사회서비스의 역할이 컸다는 것은 두말하면 잔소리다. 이쯤 되면 진정한 ‘보편적 복지’로 나아가기 위한 작지만 위대한 한 걸음이라 할 수 있겠다.

부산시
사회서비스
투자사업 현황

대상	사업명	목적
유아	동화아플~자 (스토리텔링)	아동인지능력향상 및 정서발달지원
아동 및 청소년	해양역사문화체험 아카데미	아동의 미래비전형성 및 리더십증진
	아동 및 청소년 아동건강관리 서비스	비만아동 및 저체중 아동들의 건강한 성장지원
	아동 및 청소년아동 · 청소년심리 치유서비스	문제행동아동 조기발견과 개입으로 정상적 성장지원
	아동 및 청소년 아동정서 발달지원 서비스	음악미술치료 및 심리상담을 통한 아동청소년의 정서행동적 문제해결
장애 아동 및 청소년	가사간병 서비스	신체적·정신적 이유로 원활한 일상생활과 사회활동이 어려운 저소득 취약계층에 대하여 재가간병·가사지원 서비스 제공으로 생활 안정 및 공익성 높은 일자리 제공
청장년	산모신생아 건강관리 서비스	출산가정에 산모신생아 건강관리사를 통한 가정방문 서비스를 지원하여 산모 및 신생아 건강관리 및 출산가정의 경제적 부담 완화
	자녀의 성공을 돕는 학부모코칭	자녀양육 맞춤형 코칭을 통해 자기주도적 리더로 성장
	‘또다른 만남’ 치매가족지원	치매가족들의 심리·정서적 안정감 제공을 통한 부양부담 및 스트레스 해소
노인	뇌에 기(氣가) 짹짹 (찾아가는 맞춤형 치매예방 교실)	만 65세 이상 또는 치매위험군 대상 치매발병과 중증화 사전예방
	노인시각장애인 안마서비스	노인성질환자 건강을 증진하고 시각장애인 일자리 창출
	노인맞춤형 운동치방서비스	고령자 등 건강취약계층의 신체활동 지원
	내나이가 어때서 (어르신 건강지원)	어르신을 위한 맞춤형운동을 통한 사회적 고립감 및 우울감 완화, 초고령화 시대를 대비한 어르신들의 건강한 노후생활 영위 도모

지자체의 이러한 노력은 시민들의 마음에도 와 닿았다. 주민들의 사회서비스에 대한 인식의 저변이 넓어짐에 따라 신청자가 급증하게 된 것이다. 물론, 제한된 예산 탓에 수용 인원엔 한계가 있으므로 무조건 신청을 받을 수만은 없었다. 서비스지원단은 몇 가지 방법을 마련하였다. 각 주민센터로 하여금 넘치는 신청자를 대기자로 관리하여 예산 범위 내에서 효율적으로 서비스를 이용할 수 있도록 조치한 것이다. 어린이 동화구연과 심리치유 신청 대기자는 1,500명을 웃돌고, 시각장애인 안내서비스와 노인맞춤형 운동서비스 대기자 역시 1,300명이 넘으니 과연 그 인기를 실감할 수 있다. 또한 전략적 홍보를 통하여 인기 서비스에 대한 과잉 신청을 완화한다는 아이디어를 내놓았다. 미활성화 사업과 지역을 향한 전략적 홍보를 이용해 신청 범위를 분산한다는 계획이다. 한 번 인기를 얻은 사회서비스에 대해 주민들의 충성도가 얼마나 높아지는지 알 수 있다.

서비스지원단은 이에 안주하지 않고 신규 서비스 공모사업을 통하여 시민들이 진정으로 원하는 사업아이템을 찾아 지속적으로 개발하려는 노력을 아끼지 않고 있다.

제공기관의 자발적 협의체 구성은 전국 유일

사업 특성상 사회서비스지원단과 관련하여 가장 밀접하게 움직이는 것은 역시 사회서비스 제공기관이라 할 수 있겠다. 2014년 496개소였던 제공기관이 2015년 말에는 818개소로 폭발적으로 증가하는 추세를 보였다. 제공기관의 수가 늘어나는 것은 단순히 보면 긍정적일 수 있다. 그러나 서비스 품질의 보증이라는 면에서는 이용자와 관리기관에게 애로사항으로 작용한다. 서비스의 품질이 저하될 것을 우려한 지원단은 번거로움을 무릅쓰고 특단의 조치를 취했다. 첫 번째는 컨설팅 및 교육 제도를 강화하는 것이다. 일일이 신규기관을 대상으로 '찾아가는 방문 컨

설팅'을 실시하였다. 기존의 내방 컨설팅, 유선 컨설팅에도 힘쓰고 신규 기관을 대상으로 하는 교육을 한층 강화하는 등, 제공기관의 안정화를 도모하였다. 두 번째는 제공기관 운영 매뉴얼을 제작하여 지원하도록 한 것이다. 보건복지부 품질평가 지표를 토대로 하여 기관 운영에 반드시 진행해야 하는 사항을 매뉴얼로 제작하고 관련 행정서식을 지원했다.

금곡종합사회복지관 - 찾아가는 맞춤형 치매예방교실



서비스 운영의 기준과 지침이 마련되어 있었으나 제공기관 현장에서 실제로 서비스가 이행될 때 이를 지키지 못하는 경우도 있었다. 현실적으로 사업을 운영하다 보면 이상적인 지침에 발맞추기 어려운 상황이 생기는 것이다. 이에 서비스지원단은 연 2회 기준정보 조정을 통해서 제공기관의 실질적 운영을 반영했다.

제공기관의 운영이 수월할 수 있도록 서비스지원단이 밤낮으로 도움을 아끼지 않은 결과일까, 사업 중 큰 어려움이 닥쳤을 때 제공기관들의 뜻깊은 양해로 문제를 해결한 경우가 있었다. 2015년 4/4분기 사업비로 책정된 예산을 정부에서 지급하지 않은 초유의 상황이었다. 부산시청에서 지역자율형사회서비스투자사업을 총괄 담당하고 있던 손연미 주무관을 비롯한 담당자들은 난감함에 발을 동동 굴렀다. 800개 남짓한 제공기관들에 약속된 보조금이 투입되지 않으니 당연히 운영에 어려움이 발생했다. 거의 민간 사업자로 이루어져 있는 제공기관들이기에 좋지 않은 소리가 나오더라도 지자체 쪽에서는 달게 들을 수밖에 없는 노릇이었다. 그러나 상황은 놀라운 방향으로 타개되었다. 제공기관들이 손해를 감수하고라도 예산 투입을 석 달 이상 기다려주기로 한 것이다. 제공기관들의 자발적 양해 덕분에 이용자들은 기존 계획과 동일하게 서비스를 이용할 수 있었다. 지자체와 사업자간의 협력이 사회서비스 사업에서 얼마나 중요한 부분인지 짐작해 볼 수 있다.

‘사회서비스발전협의회(제공기관의 자조직 협의회)’가 구성되어 운영되고 있는 곳은 전국에서 부산광역시가 유일하다. 민간업체인 제공기관들이 자발적인 협의체를 만들어 이익집단이 아닌 지자체의 협력 조직으로서 활동하는 모습이 인상적이다. 부산사회서비스발전협의회와 연계하여 제공기관들이 자조직 ‘클린선언식’을 실시하기도 하였다. 부정 결제를 하지 않고 공정한 운영을 하겠다는 자발적인 다짐이다. 선언식에서 낭독하고 서명한 클린선언문은 각각의 제공기관에 비치되었다. 이와 더불어 제공인력의 부정행위 근절 캠페인을 전개하고, 부정행위를 근절하겠다는 이행각서를 작성하는 노력도 있었다.



사회서비스 주민센터 담당자 교육

좋은 사회서비스가 한 가정을 살린다

부산시의 사회서비스 중에서도 가장 폭발적인 반응과 인기를 얻은 것은 ‘동화야 놀~자(스토리텔링)’ 사업과 ‘자녀의 성공을 돕는 학부모 코칭’ 사업이었다. 갓 입을 떼는 아기들이 스마트폰만 쥐어주면 울음을 토폴고 화면만 열심히 들여다보는 모습은 이제 익숙한 풍경이다. 취학 연령이 되어 자기 주장과 기호가 생기면 각종 영상이나 게임 등의 스마트폰 콘텐츠에 대한 어린이들의 집착이 더욱 커진다. 요즘 아이들의 독서 경험이 과거에 비해 턱없이 부족하다는 것은 모든 부모의 공통된 고민일 것이다. ‘동화야 놀~자’ 사업은 동화구연과 각종 놀이활동을 통해 아동의 어

신라대사직사회서비스센터 - 동화야놀자



취력 및 표현력을 길러 종합적인 인지능력을 향상시키는 데 그 목적이 있다. 동화의 감수성을 접하며 정서 발달을 유도하고, 색다른 감상의 경험을 통해 상상력과 창의력을 극대화하는 활동이다. 장선사회복지관에서 1년간 아들 종혁이와 ‘동화야 놀~자’ 활동을 경험한 김은희 학부모는 이 사업에 대한 찬사를 아끼지 않는다. 주1회에 개인부담금 비용도 회당 3천 원으로 적어 큰 기대 없이 시작하였지만 1년 후 종혁이가 얻은 것은 집중력과 적극성, 그리고 커다란 성취감이었다. 서비스 기간이 만료되어 수업이 끝났다고 하니 아쉬움에 땅이 꺼져라 대성통곡을 했다는 종혁이. 종혁이가 같은 아이들이 점차 늘어 지원 기간 이후에도 정부보조금 없이 프로그램을 이용하는 자발적 이용자가 늘고 있다는 것은 지원단과 제공기관 선생님들의 큰 보람이다.

‘자녀의 성공을 돕는 학부모 코칭(키울 Mom 난다!)’ 사업에 참여했던 부모들의 경험담에서는 인생의 터닝포인트를 만났다는 감격까지 엿보인다. 처음에는 대부분 어떻게 하면 아이를 잘 키울 수 있을까, 하는 고민으로 프로그램에 참가한다. 그러나 상담을 통해 어머니, 아내, 자녀로서의 고충까지 털어놓게 된다고 한다. 가족의 행복을 다시 찾을 수 있었다는 경험담이 참여 학부모 사이에 넘친다. 그간 상담 프로그램의 부재로 겪은 어려움이 얼마나 컸는지 알 수 있다. 자녀의 행동을 이해하기 위해 먼저 아이의 자존감을 키워주고, 나와 타인을 이해하는 방법을 알려주어야 한다는 게 프로그램의 목적이다. 아이에게 배려와 존중을 심어주는 법을 부모가 먼저 배우는 것이다. 여기에 더불어 양육에서 오는 스트레스에 대한 전문적인 이해와 해소 방법을 지원한다. 효율적인 감정 처리 방법과 긍정적 부모 역할을 터득하여 인생과 가정의 현명한 리더로 거듭났다는 수많은 경험담이 쏟아져 나온다.

이러한 경험이 더 높은 층위의 성취로 나타난 것이 부산시 ‘공감과 성장’ 센터의 사례이다. ‘공감과 성장’은 지원센터 중 한 곳으로, 부모와 아동을 대상으로 한 상담, 코칭 프로그램, 심리치료, 인성교육 등을 마련하고 있다. 부모 코칭 서비스를

이용했던 학부모 중 세 명의 어머니가 별도의 교육과 심사를 통해 부모 코칭 강사로 선발되었다. 코칭 수업을 받고 큰 도움을 받았기에 더 깊이 공부하여 과거의 자신과 같은 어려움을 겪고 있는 다른 부모들과 나누고 싶다는 간절한 바람이 이와 같은 성과로 나타난 것이다. 제공기관과 이용자 간의 교감과 신뢰가 매우 크다는 점에서 주민들의 만족도와 의존도를 미루어 짐작할 수 있다. ‘공감과 성장’의 김정미 센터장은 이렇게 말한다.

“부산시의 사회서비스사업은 생애주기별로 단계가 잘 갖추어져 있어 충분한 가정을 살리는 프로그램이 될 수 있습니다.”

전문 인력 창출은 부산시의 큰 자산

앞서 이용자가 제공인력으로 거듭나는 사례에서 보았듯, 사회서비스를 통하여 전문적인 일자리가 늘어나는 것은 사업의 가장 큰 순기능 중 하나이다. 부산시 사회서비스의 월 평균 제공인력 수는 2013년 1,330명에서 2015년에는 1,700명으로 늘어났다. 같은 해의 연간 실 제공인력 수는 3,055명이며 연간 누적된 인력으로 따지면 2만 명에 가깝다. 사회서비스는 다른 분야에 비해 고용 창출효과가 크고, 새로운 고부가가치 산업을 창출할 수 있는 잠재력이 높다. 실제로 2010년의 취업유발 계수를 살펴보면 10억 원의 투자로 제조업에서 창출되는 일자리 수는 9.3명에 그치나 사회복지 분야의 일자리 수는 41.2명에 달한다. 청년들과 경력단절 여성, 비경제활동 영역의 인력 등에게 적합한 사회서비스 일자리를 제공함으로써 서민생활 안정 및 고용복지 실현을 이룰 수 있다.

기대 일자리 창출 성과 역시 체계적으로 관리되고 있다. 사회보장정보원에서 운영

연도별 이용자 수

〈이용자 수 (인원/비율)〉

구분	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년
총계	34,300 (100)	35,351 (100)	34,178 (100)	34,921 (100)	33,807 (100)	31,348 (100)
영유아	23,154 (67.5)	19,423 (54.9)	19,254 (56.3)	15,937 (45.6)	6,678 (19.8)	647 (2.1)
아동	8,158 (23.8)	8,821 (25)	7,278 (21.3)	10,089 (28.9)	13,666 (40.4)	16,280 (51.8)
가족	1,073 (3.1)	1,182 (3.3)	944 (2.8)	2,209 (6.3)	3,584 (10.6)	3,279 (10.4)
노인	1,859 (5.4)	5,301 (15)	5,931 (17.3)	5,784 (16.5)	9,237 (27.3)	10,886 (34.7)
장애인	59 (0.2)	624 (1.8)	771 (2.3)	902 (2.6)	642 (1.9)	256 (0.8)

하는 전자바우처 시스템의 CSI(지역사회서비스) 급여등록 절차를 통해 매월 객관적 일자리 성과를 파악한다. 실제로 심리상담 영역에서 가장 높은 성과의 제공인력 수치가 나타나고 있으므로 추후로도 활발한 일자리 창출이 기대된다.

사회서비스로 창출되는 일자리와 이용자 수가 늘어나는 것은 사회서비스의 시장 활성화에도 좋은 신호가 된다. 시장 활성화에 선행되어야 하는 것은 서비스의 광역화이다. 부산시민 중 소득, 연령, 가구특성 등이 지역사회서비스 12개 사업의 신청 기준에 해당될 경우, 누구나 사회서비스를 신청하고 이용할 수 있도록 사회서비스의 광역화를 실시하고 있다. 서비스지원단에서는 끊임없이 사회서비스의 잠재 공급자를 발굴하는 노력도 아끼지 않는다. 사회서비스 박람회와 사업설명회를 개최하고, 신규기관 인큐베이팅 및 컨설팅에 전폭적인 지원을 하고 있다. 제공기관의 분포도를 고려한 공급기관 육성 계획 역시 주목할 만하다.

사회서비스 성과관리는 인력창출 면에만 국한되는 것은 아니다. 사회서비스 실질적 이용자를 대상으로 매년 조사를 시행함으로써 주관적 기준(만족도)과 객관적 기준(효과성)에 대한 통계적 성과 수치를 관리하고 있다.

철저한 사회지표 분석을 통해 수요와 공급 내용을 파악하고 시스템을 마련한 부산시. 이에 안주하지 않고 끊임없는 검증과 사업 실효성 평가, 피드백으로 더 나은 사회서비스 운영을 위해 노력하는 모습이 놀랍기만 하다.

2015년 이용자 중 6개월 연속 이용자 11,728명을 대상으로 대대적인 이용 만족도 조사가 실시되었다. 이는 총 이용자 수 대비 약 33%에 달하는 수치이다. 신청절차, 만족도, 효과성, 지속이용의사, 제공시간 준수 등에 대한 설문조사를 진행하였다. 이렇게 수집된 데이터는 자체적 피드백에 이용된다. 사회서비스의 객관적인 효과 역시 철저히 검증된다. 공인된 검사도구를 활용하여 이용자에게 사전/사후 검사를 시행하는 방법이다. 앞서 언급된 주관적 성과분석의 한계성을 보완하기 위한 꼼꼼한 조치이다.

부산지역사회서비스 박람회



부산시

부산지역자율형사회서비스투자사업 현황

사업명	검사도구
동화야 놀자	유아 창의적 특성 검사(K-CTC)
해양역사문화체험아카데미	①자아존중감, ②자기효능감, ③진로성숙도 중 택 2
아동건강관리서비스	체성분 분석(인바디) + 아동건강증진행위 척도 = 총 2가지
아동·청소년 심리치유서비스	한국아동인성평정척도(KPRC)
아동정서발달지원서비스	한국아동인성평정척도(KPRC)
뇌에 기(氣)가 팍팍	한국판 몬트리올 인지평가(MOCA-K)
시각장애인 안마서비스	만족도 조사
노인맞춤형 운동처방서비스	체성분 분석(인바디)
장애인 보조기기 렌탈서비스	만족도 조사
자녀의 성공을 돕는 부모코칭	부모양육태도검사(PAT)
내 나이가 어때서	체성분 분석(인바디)
또다른 만남(치매가족지원서비스)	가족수발부담평가 + 부양자 생활만족도 척도 = 총 2가지

철저한 사회지표 분석을 통해 수요와 공급 내용을 파악하고 시스템을 마련한 부산시. 이에 안주하지 않고 끊임없는 검증과 사업 실효성 평가, 피드백으로 더 나은 사회서비스 운영을 위해 노력하는 모습이 놀랍기만 하다. 한정된 인적자원에 굴하지 않고 최상의 결과를 뽑아낸 부산시와 부산지역사회서비스지원단의 노력 속에서 부산시민들의 행복한 내일이 저절로 그려진다.

성주군

벽진면
소재지
종합정비사업
(벽진면 문화센터)



벤치마킹 포인트

- 사업 담당자가 직접 농어촌퍼실리테이터가 되어 갈등 조정
- 소득 사업 없이도 주민 자체 운영이 가능한 문화·복지 모델
- 철저한 수지분석을 통한 과감한 사업 계획 변경
- 회의, 교육, 설계, 시공까지 완벽하게 주민 참여

현장포럼으로 만든 마을 무한동력

거창한 소득창출 없이도 주민 스스로 문화와 건강복지 사업을 이룬 곳이 있다.
성주군 벽진면의 소박하지만 의미 있는 문화센터 건립 스토리를 들어보자.

선한 의도는 연못에 퍼지는 잔잔한 물결처럼 번지기 마련이다. 지역개발사업에 대한 이해가 부족해 고성으로 서로를 상처 주던 마을이, 명절을 맞아 마을 어르신들에게 무료로 목욕시설을 개방하는 ‘착한 공동체’로 변신한 사연이 여기에 있다. 사업 시작 4년만의 일이다.

‘참외’하면 떠오르는 고장 성주군의 벽진면은 전체 농가의 80% 이상이 참외를 재배하는 전형적인 농촌 마을이다. 소재지 내 인구는 1,050명이며 300가구 정도로 구성되어 있다. 사업 시작 이전의 벽진면은 병원이나 약국 같은 건강시설, 목욕탕, 운동시설, 문화시설 등 기본적 시설이 전무한, 그야말로 열악한 정주여건이었다. 면민들은 생활기반시설을 이용하기 위해 매년 성주읍으로 다니는 번거로운 생활을 하고 있었다. 이에 벽진면은 성주군의 면소재지종합정비사업 신청을 위해 예비단계의 추진위원회를 구성하였다. 김쌍근 추진위원장은 성주군과 군의원 등 가능한 행정력을 총 동원하여 사업 선정을 위해 애썼다. 그 결과 2011년 사업 선정이라는 기쁜 소식을 들을 수 있었으며 주민들로 구성된 추진위원회는 문화복지센터를 신축하는 방향으로 기본계획을 수립했다.

벽진면 소재지종합정비사업은 벽진면 수촌리 일원에 시행하기로 결정되었다. 2012년 1월부터 2015년 12월까지, 벽진면 주민들의 4년간의 마라톤은 이렇게 시작

되었다. 사업비는 총 95억 원으로 국비가 65억 5천만 원, 지방비가 2억 8,500만 원 투입되었다. 작은 사업이 아닌 만큼 사업내용은 4개 분야로 나누어 6건이 기획됐다. 먼저 기초생활기반 확충사업으로 기획된 벽진면 문화센터 신축과 마을연결도로 사업에 61억 1100만 원이 책정되었다. 보기 좋은 떡이 먹기도 좋다고 했던가. 지역경관 개선사업도 빠질 수 없었다. 중심가로 경관정비에 7억 2,200만 원을 책정했다. 주민복지 개선사업으로 복지회관 리모델링(8억 3200만 원 책정)이, 지역역량강화사업으로는 주민교육(18억 3,500만 원 책정)이 예정되었다. 농림식품부로부터 신규사업계획승인을 받고 약 6개월쯤 기다리니 경북도청의 기본계획승인이 떨어졌다. 2013년 6월, 성주군청이 시행계획을 수립할 때에만 하더라도 주민과 지자체 사이의 분란은 결코 예상치 못했던 것이었다.

벽진면 문화센터 및 소공원



사업 수지분석은 무엇보다 철저하게

2013년 6월에 ‘벽진면 소재지종합정비사업 추진위원회’가 구성되었다. 추진위원회는 지자체에 문화센터 내 목욕탕을 설치해달라는 요구사항을 제출했다. 물론 성주읍이 아니면 공중목욕탕을 이용할 수 없었던 면민들의 입장에서 문화센터 내 목욕탕 설치의 숙원사업이었다. 지자체에서도 그 사실을 잘 알고 있었기에 사업추진을 위해 수지분석에 들어갔다. 그 결과는 비관적이었다. 유지관리비가 과다하게 지출되어 향후 운영문제가 불거질 것이 자명했다. 지자체에서는 목욕탕 설치가 불가하다는 입장을 밝힐 수밖에 없었다. 이때부터 추진위원회와의 갈등이 시작되었다.

좁은 지역이니만큼 추진위원회 안에는 동문이나 이웃사촌, 친구 관계인 주민들이 많이 활동하고 있었다. 목욕탕 설치를 요구하는 위원들과 목욕탕 설치가 어렵다는 사실을 받아들인 위원들 사이에 갈등이 벌어졌다. 실제로 막말과 고성도 오가기도 했다. 김정옥 부위원장은 일련의 다툼으로 주민들 사이에 서먹함이 생겨 안타깝기도 했다고 술회한다.



협약식

성주군과 추진위원장은 일부 위원과 주민들을 설득하여 먼저 타 지자체 벤치마킹을 실시했다. 목욕탕 운영관리의 어려움 및 유지관리비가 과다하게 발생하는 것에 대해 수공을 이끌어내기 위함이었다. 장수군과 상주시 등 이미 유사한 사업을 진행했던 지자체의 사례를 분석했다. 견학을 통해 성공사례가 드물다는 것을 직접 눈으로 확인했다. 기존에 존재하는 관내 목욕탕의 유지비, 이용객 수를 조사하고 데이터화하여 주민들에게 제공하기도 하였다. 이는 추진위원회가 이용할 수 있는 기초 분석자료가 되어주었다. 유지관리비의 타산을 분석하니 연간 1,400만 원 적자가 발생한다는 결과가 도출되었다. 게다가 성주읍(4개소), 초전면(1개소), 가천면(1개소), 수륜면(1개소)에 이미 사설목욕탕이 운영되고 있어 지자체에서 벽진면 문화센터에 운영비를 지원할 경우 사설목욕탕의 강력한 민원이 예상되었다. 부위원장은 타 마을 면사무소 사업에 참여했을 때 겪었던 부정적 경험을 다른 위원들과 기꺼이 나누기도 했다. 이러한 절차를 통해 추진위원회와 협의를 이끌어낼 수 있었다. 합리적 판단을 위해 정량적 자료와 의사소통이 얼마나 중요한지 증명된 것이다. 지자체와 추진위원회의 이러한 노력은 주민들의 의사결정에 큰 도움이 되



이미 유사한 사업을 진행했던 지자체의 사례를 분석했다. 견학을 통해 성공사례가 드물다는 것을 직접 눈으로 확인했다. 기존에 존재하는 관내 목욕탕의 유지비, 이용객 수를 조사하고 데이터화하여 주민들에게 제공하기도 하였다.

었다. 충분한 협의 없이 사업을 시행할 경우 예산의 낭비와 시설물 유지관리에 문제가 생기는 것은 당연지사였다. 당초 이 사업은 주민 스스로 시설물을 유지, 관리하기로 한 사업이었다. 공공목욕탕 운영이 사실상 불가능하다는 점을 인지하고 토론과 투표가 이루어졌다. 그 결과 목욕탕 설치 대신 샤워장과 사우나 시설을 설치하는 것으로 과감하게 사업계획을 변경할 수 있었다.

설계를 변경하여 헬스장과 샤워장, 사우나를 1층에 설치하고 2층은 단체 사무실로 활용하기로 하였다. 목욕탕을 설치하지 않아 절감되는 사업비로는 태양광 발전시설을 증설하기로 했다(15kW → 30kW). 처음에 2층에 설치 예정이었던 헬스장과 샤워장이 1층으로 바뀐 것은 이용계층이 고령이라는 민원을 반영한 것이다.

김쌍근 운영위원장은 추진위원장부터 시작하여 처음부터 사업에 앞장섰던 인물이다. 추진 과정에서 생겼던 주민들 사이의 갈등을 해소하는 데에도 가장 크게 기여했다. 준공 후 운영위원장으로 선출되어 현재도 봉사에 몸을 아끼지 않는다. 새마을협의회 벽진면 위원장을 맡으면서 깨달았던 점들이 활동의 바탕이 되었다. 나이가 나이인지라 건강문제도 있었지만 운영위원장 역할에 최선을 다하고 있다.

“경험이 없어도 누군가는 꼭 해야 하는 일이지요. 나고 자란 고향을 지키며 할 일이 많습니다. 누가 뭐래도 굳은 의지를 갖고, 면민들의 의견을 수렴하며 진행하면 언젠가 사람들이 진실을 알아봐준다고 생각합니다.”

김쌍근 운영위원장



벽진면 문화센터

동별	층별	면적(㎡)	용도
벽진면 문화센터	1층	535(160평)	헬스장(36평), 건강관리실, 샤워장(20평), 탁구장
	2층	420(127평)	회의실 동아리방(6실)
	3층	955(287평)	

공원조성: 주차장(40대), 야외분수, 어린이 놀이터, 족구장, 참외 조형물, 쉼터 및 휴게시설

운영도 이용도 주민들의 몫

설계와 시공 역시 추진위원회에서 일일이 검토하고 그에 따른 의견을 제시했다. 부지면적은 5,495㎡고 건물 규모는 연면적 955㎡에 지상 2층으로 구성되었다. 1년이 꼬박 걸리는 기간에 총 사업비는 26억 7,400만 원으로 국비가 18억 7,200만 원, 지방비는 8억 200만 원이 투입되었다.

2015년 7월 추진위원회의 역할을 잇는 ‘벽진면 문화센터 운영위원회’가 구성되었다. 본격적인 시설물 관리 및 운영을 위한 조직이었다. 소재지 종합정비사업에는 소득사업이 없었다. 연면적 900㎡에 달하는 2층 건물 규모를 주민 스스로 유지, 관리하기 어려울 것이라는 문제점이 예상되었다. 주민회원제를 통해 회비를 모으고 지자체 지원 없이 유지관리 예산을 확보하기로 의견을 모았다. 회원 확보를 위한 홍보 역시 운영위원들이 머리를 맞대고 아이디어를 냈다. 1천 장 규모로 전단지를 배포했고, 3개 지역신문에 2회씩 신문광고를 냈다. 주요 길목에 현수막을 설치

하기도 했다. 마을 대표들은 직접 주민들에게 가입을 권하며 돌아다녔다. 그야말로 발로 뛰는 홍보였다. 운영위원들이 본래 몸담고 있던 지역 내 자치단체도 홍보에 특정한 역할을 했다.

상록회, 의용소방대, 새마을협의회, 여성자율방범대, 바르게살기위원회 등 모든 단체 회원들에게 회원 가입이 권유됐다. 이러한 노력 끝에 4~5개월 만에 헬스장 회원은 300명까지 급증했다. 여름철에는 참외 농번기로 주민 모두가 눈코 뜰새 없이 바쁜데도 불구하고 250명까지 회원이 유지되고 있다. 이로써 연간 5천만원의 유지관리비가 확보된다.

회원을 유지하고 시설에 대한 불편이 없도록 운영위원회 사람들은 언제나 주민들과 함께 헬스장을 이용한다. 뜨끈한 사우나에 들어가 함께 땀 흘리며 이모저모로 의견을 청취한다. 이렇게 수렴된 의견은 운영위원회 논의를 통해 현장에 반영된다. 매해 2번 운영내역과 실적을 주민에게 공개하고 의견을 청취하기로 회칙을 정하기도 했다. 중심지 사업이 의미를 가지려면 면 전체를 대표하는 마을 사람들이 운영위에 활발히 참여해야 한다. 이 점을 충분히 알고 있는 벽진면 주민들이다. 원활한 시설 운영을 위해 항상 자발적으로 관심을 기울인다.

설 수 있고 머물 수 있는 문화공간이 확보되어 지역 주민들의 호응이 크다. 별골택시를 운영하여 거동이 쉽지 않은 고령의 주민들이 헬스장 이용을 쉽게 할 수 있도록 한 것도 반응이 좋다. 추진위원들도 카플 등으로 이용을 장려하도록 노력 중이다. 면사무소나 농협 등의 행정기관과의 협조도 잘 이루어지고 있다. 그럼에도 불구하고 운영위원들에게는 몇 가지 고민이 있다. 한 달에 각각 200만 원, 30~40만 원 발생하는 전기 요금과 상수도 요금이 아직은 부담이다. 또 다른 고민은 경로우대에 대한 것이다. 75세 이상 고령 이용객들에게 시설을 무료로 이용할 수 있게 하고 싶지만 아직 마음만 굴뚝같다. 군의 지원이 좀 더 있었으면 하고 바랄 때가 많다.



문화센터 내 헬스장

포럼 진행 순서

시간(분)	진행순서(내용)
10:00~10:15(15분)	오프닝(OPENING) - 현장포럼의 이해(PPT 교육) - 정의와 절차 설명 / 포럼 순서 및 회의 규칙 설명
10:15~10:30(15분)	도입(ICE BREAKING) - 2인1조 서로 안마하기, 조장 선출(가위바위보), 조명 및 구호 짓기
10:30~11:20(50분)	현장포럼 1주제: 벽진면 문화센터 활성화 방안 - 아이디어 확산(BRAIN-STORMING / RANDOM WORD) - 분류, 분석(STORYBOARDING) 및 평가(MULTI-VOTING)
11:30~12:20(50분)	현장포럼 2주제: 벽진면소재지 종합정비사업 예비비 사용계획(자원개발) - 아이디어 확산(마을지도 그리기 - RICH PICTURE) - 분류 및 분석(STORYBOARDING) - 평가: 다중투표(MULTI-VOTING) / 성과노력 대비도(PAYOFF / EFFORT MATRIX)
12:20~12:30(10분)	현장포럼 총평(벽진면장) 및 소감 발표(추진위원장)

퍼실리테이터로의 변신은 무죄

성주군청 안전건설과 전용완 주무관은 공공목욕탕 설치 요구를 둘러싼 갈등해결 과정에서 효율적인 회의와 의사소통의 중요성에 대해 뼈저리게 느끼게 되었다. 그것이 2014년에 이루어진 자체적 현장포럼의 계기가 되어주었다. 예비비와 집행 잔액 10억 원의 효율적인 사용 계획 수립이 필요했기 때문이다. 현장포럼의 대상은 운영



현장포럼 기운내기 순서

위원회였다. 현장포럼에서는 마을자원조사와 지역주민의 수요조사가 이루어졌다.

전용완 주무관도 처음부터 현장포럼의 성과를 기대했던 것은 아니다. 운영위원들을 불러놓고도 떨리는 마음을 숨길 수가 없었다. 3년차 운영위원들 역시 처음에는 이게 뭔가 싶었다고 한다. 전 주무관은 진심을 다해 운영위원들에게 포럼의 취지를 설명했다. 사업 효율을 높이고 싶은 것은 담당자뿐 아니라 운

영위원회도 마찬가지였다. 현장활동가(초급, 중급, 고급) 교재를 활용하여 준비한 PPT 오프닝 강의자료를 참석자들에게 설명했다. 그간 공부한 내용을 바탕으로 정성스레 준비한 포럼 내용이 빛을 발하기 시작했다. 포럼이 진행될수록 무뎠던 주민들의 얼굴은 조금씩 상기되어갔다. 무뎠던 시골 ‘아재’들이 서로의 어깨를 두들기며 긴장된 마음을 풀었다. 굳게 쥐어졌던 두 손에 작은 포스트잇과 싸인펜이 쥐어지자 주민들은 하나둘씩 입을 열기 시작했다. 브레인스토밍으로 자유롭게 의견을 개진했다. 마을지도를 그려가며 사업에 관한 아이디어 발굴을 유도했다. 각 조의 의견을 취합하여 회원들이 요구하는 사업을 문화복지, 기초생활인프라, 경관개선이라는 3가지 분야로 분류하고 분석했다. 두 시간 반이 어떻게 지나갔는지 모를 정도로 포럼은 열기를 띄었다. 결국 우려와는 달리 주어진 시간에 예정된 두 가지 주제에 대한 답안을 만들어낼 수 있었다. 현장포럼을 마칠 때쯤에는 주민들 사이에 남아 있던 갈등의 매듭이 자연스럽게 하나씩 풀려가는 듯했다.

“현장포럼이 끝나고 위원장님의 소감을 듣고 나니 ‘해냈구나’ 하는 보람을 느꼈습니다. 비록 처음 시행하는 현장포럼이라 미흡하고 아쉬운 점도 많았지만, 앞으로 더 잘할 수 있다는 자신감을 가지게 되었습니다.”

포럼 내용에 따라 시행계획을 변경하고 나니 나머지 사업이 원활하게 추진된 것은 필연적인 결과이다. 전용완 주무관은 현장포럼 결과를 활용하여 농어촌퍼실리테이터 자격을 취득했다. 현재 경북지역에서 단 3명인 공무원 농어촌퍼실리테이터로, 성주군을 비롯한 타 지자체에서도 강사로 맹활약 중이다. 한 담당자가 5년간 한 분야의 업무를 보면서 농촌개발분야의 전문가가 될 수 있도록 지원한 것은 성주군의 혜안이었다. 자격증 교육과 해외연수라는 인센티브를 부여했고, 담당 공무원의 역량강화로 성공적인 지역개발사업을 이끌어냈다.



탁구를 즐기는 주민들



한자공예 교육

이제는 따뜻한 마음을 나눌 차례

운영위원회에서는 명절 때마다 노인 대상으로 샤워시설을 무료로 개방한다. 매달 넷째 주 화요일에는 무료로 영화를 상영하는 '작은 영화관' 운영도 시작했다. 이익 창출이 아닌 소득의 환원을 통해 따뜻한 공동체를 조성하려는 끊임없는 노력이다. 벽진면에는 살면서 평생 극장 한 번 가본 적 없는 사람도 많다. 작은 영화관이 생기면서 행복한 문화복지 혜택도 누리고 있다. 문화센터에서는 취미교실 프로그램도 운영 중이다. 바둑과 요가, 캘리그래피, 탁구, 한자공예 교실에서 주민들의 웃음이 끊이지 않는다.

김형록 운영위원회 감사는 그간 턱없이 부족했던 운동시설과 샤워·사우나

시설을 이용하며 만족하는 주민들의 모습을 보면 가장 뿌듯하다. 그리고 더운 여름에 나와 야외 분수대에서 뛰노는 어린이들을 볼 때 흐뭇한 미소를 띄며 보람을 느낀다. 문화적 혜택을 누리기 시작했다는 인식이 주민들 사이에 여실히 드러나고 있어 빠른 시일 내에 혜택이 자리 잡았으면 하는 운영위원회의 바람이다. 앞으로도 다양한 문화 강좌를 계획하고 있다.

2억 원의 예산이 투입되는 벽진공동문화조성사업과 연계하여 기존 복지회관 2층도 리모델링했다. 농악전수관으로 리모델링하여 별파농악단의 연습실과 공연장으로 활용 중이다. '찾아가는 문화' 프로그램의 일환으로 복지회관에서 힐링댄스 강습도 예정되어 있다.

2016년 12월까지 120만 원의 사무장 급여가 지원되나 이후에는 자체적으로 운영해야 하는 점이 운영위원회의 작은 걱정이다. 나머지는 운영비로 충당이 가능하다. 수입과 지출을 계산했을 때 현상유지가 되는 수준이다. 헬스장 회원 유치를 게을리 할 수 없다. 운영위원회에서는 이미 협동조합을 구성하였으며 향후 사회적 마을기업으로 발전시킬 예정이다. 성주 참외 판매 등을 통해 운영에 따른 유지관리비를 확보하겠다는 계획이다. 공공성을 띄는 시설이니만큼 주민의 삶의 질 향상을 위해 군비의 투자가 이루어지면 좋겠다는 의견들도 있다. 마을기업의 발생 수익 중 인건비와 운영비에 쓰고 남는 잉여분은 시설에 재투자하겠다는 계획이다. 그래야 더 많은 문화 프로그램을 꾸릴 수 있기 때문이다.

벽진면 문화센터에 대한 우수사례는 굳이 홍보를 하지 않았음에도 불구하고 준공 후 1년간 타 지자체와 마을에서 18회나 선진지 견학을 다녀갔다. 성주군의 7개 읍면에서 시행 중인 사업에서도 벽진면 사례를 벤치마킹하여 보다 개선된 사업계획을 수립했다는 반가운 소식도 들린다. 벽진면 사람들의 따뜻한 마음까지 널리 벤치마킹 될 수 있을 것 같다.

2016 지자체별 지역발전 우수사례

대전광역시

사업개요

구분	내용
소관부처	산업통상자원부
포괄보조사업	지역특성화산업육성
우수사례명	공공기술 민간이전 및 사업화 자금지원으로 공공R&D 성과 확산
15년 사업비	500백만원(국비 250백만원, 지방비 250백만원)

주요사업 내용 및 성과

○ 공공-민간 기술이전
- 중소기업 애로기술 파악, 공공기관으로부터 연계 가능한 기술 발굴 및 이전
○ 이전기술 사업화 지원
- 특허담보대출 지원 등 이전기술 사업화 과정에 소요되는 자금 지원
○ 해외진출 위한 분쟁예방 컨설팅 등
- 해외 진출 시 발생할 수 있는 분쟁가능성 등 분석, 향후 대응전략 제시

○ 중소기업 애로기술 이전(22건)으로 신사업 추진을 위한 핵심기술 확보
○ 이전기술 사업화자금 지원(15건)으로 사업화 성공률 증진, 매출(28.9%)향상 및 신규고용 창출(106명) 등
○ 지원기업 해외진출 확대(5건)

우수내용

○ 공공기관이 보유한 휴면기술을 중소기업에 이전, 공공R&D 성과를 활용촉진
- 관 내 중소기업이 갖고 있는 우수기술 확보에 대한 애로사항을 상시 파악, 공공기관으로부터 해당 기술을 이전하여 신사업 추진 위한 기술확보 측면 지원
○ 기술보증기금 협력 통한 특허담보대출 등 사업화자금 지원 확대
- 사업화 자금 지원규모 확대를 위해 기술보증기금과 협약 체결, 기업이 보유한 우수기술(특허)을 토대로 기업이 사업화자금을 지원(대출)받을 수 있는 기반 조성, 투입 사업비 대비 기업지원비용 극대화
○ 중소기업 해외진출 확대 걸림돌인 특허분쟁 대비역량 강화
- 해외 진출을 계획하고 있는 중소기업에 분쟁예방 사전컨설팅을 실시, 기업 보유기술의 해외진출시 분쟁발생 가능성 등을 사전에 분석함으로써 해외진출 확대에 이바지

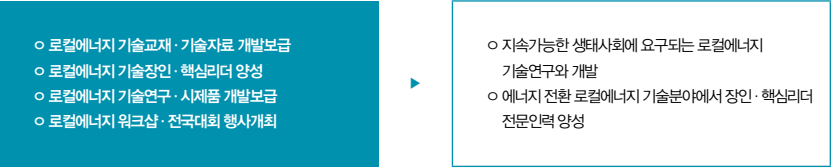
담당자 대전광역시 산업정책과 박진표 주무관(042-270-3642, jpyo4056@korea.kr)

전라북도 완주군

사업개요

구분	내용
소관부처	농림축산식품부
포괄보조사업	일반농산어촌개발
우수사례명	로컬에너지 장인·핵심리더 프로젝트
15년 사업비	365백만원(국비 252백만원, 지방비 113백만원)

주요사업 내용 및 성과



우수내용

- 완주 전환기술전람회 개최를 통해 완주군의 로컬에너지 활동을 대내외에 알림으로써 완주군의 이미지 제고
- 지역 농가 총 7개소에 조직식 부엽기 화덕(축산농가, 장류농가), 개량구들, 화목난로, 햇빛온풍기, 태양열 운수기를 에너지두레 형식으로 설치하여 로컬에너지 현지 사례 구축
- 완주군의 지속가능한 에너지 체계와 자립기반 구축 및 기술개발 이용 보급 촉진을 위한 완주군 로컬에너지 자립기반구축 지원조례 제정

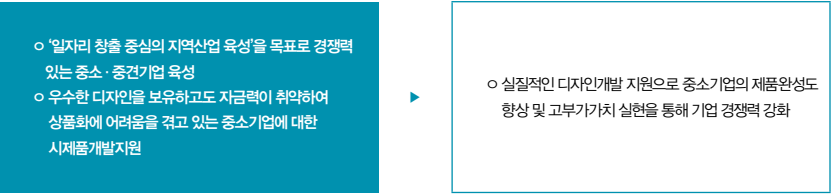
담당자 전라북도 완주군 일자리경제과 유형수 사무관 (063-290-2400, 5088@korea.kr)

인천 광역시

사업개요

구분	내용
소관부처	산업통상자원부
포괄보조사업	지역특성화산업육성
우수사례명	인천광역시 중소기업 디자인 및 시제품개발 지원
15년 사업비	1,370백만원(국비 665백만원, 지방비 705백만원)

주요사업 내용 및 성과



우수내용

- 디자인 수요증가 및 디자인시장 활성화 → 지역경제 활성화
 - 이용을 위한 센터 방문자 총 53,291명(54개월간)
 - 인천의 디자인전문회사 153개사로 증가(2004년 10개사에서 → 143개사로 증가)
- 디자인개발지원사업 2013~2014년도 성과활용조사(2015년 실시) → 일자리 창출
 - 인천시가 디자인개발을 지원한 160개사 대상으로 조사
 - 2014년도 고용변화 2013년 대비 7%(총 273명) 증가
 - 매출증가 96개사(64%), 고용증가 90개사(60%)로 수혜기업의 디자인 지원 만족도 매우 높음
- 시민의 디자인 마인드 불업
 - 전문가 집단 중심을 자양하고, 광범위한 지역사회 공감대 형성을 위한 인천국제디자인페어 개최로 시민과의 소통의 장 마련

담당자 인천광역시 산업진흥과 이남주 사무관(032-440-4261, ynj555@korea.kr)

부산 광역시

사업개요

구분	내용
소관부처	보건복지부
포괄보조사업	지역자율형사회서비스투자사업
우수사례명	지역맞춤형 사회서비스를 통한 인적자본 형성과 생산적 일자리 창출
15년 사업비	19,090백만원(국13,682, 지방비 5,408)

주요사업 내용 및 성과

- 지역수요에 맞는 탄력적인 사회 서비스 기획 추진
- 지속적 수요 및 공급 분석, 수요 및 욕구조사
- 사회서비스주체별 다양한 소통
- 소통채널다양화, 네트워크를 통한 사업 활성화
- 제공기관의 안정적 운영 및 품질 향상 등 공급기반 강화
- 제공기관 수준별교육, 매뉴얼제작, 전문인력 지원 등

▶

- 전 사업의 광역화 및 신규사업 개발 시행으로 이용의 기회증가로 이용자 만족도 향상
- 서비스에 대한 긍정적 이미지형성으로 대시민 사회서비스 인식제고
- 제도적 지원을 통한 공급확충 및 제공기관 운영 안정화 도모

우수내용

- 부산지역사회서비스 이용의 편리성 및 다양성 강화
- 부산지역사회서비스 인식 향상 및 이용의 높은 만족감 도출
- 이용자 모니터링, 만족도 조사 등으로 성과 관리와 자체 피드백 진행
- 제공기관 및 제공인력의 전문성 강화
- 역량강화 교육, 교육관리시스템 구축, 인력풀 구성·운영 등
- 부산지역사회서비스 시장 활성화
- 서비스 제공인력으로 연간 2만 명 일자리 창출 성과

담당자 부산광역시 사회복지과 손연미 주무관(051-888-3142, yeonmee@korea.kr)

전라북도 전주시

사업개요

구분	내용
소관부처	국토교통부
포괄보조사업	도시활력증진지역개발사업
우수사례명	기부와 나눔으로 키우는 기부천사센터 '희망을 주는 나무'
15년 사업비	260백만원(국비 225백만원, 지방비 35백만원)

주요사업 내용 및 성과

- '희망을 주는 나무' 함께 심기
- 한옥마을과 연계하여 천사길로 걸어오는 관광객에게 잠깐의 휴식처이자 의미있는 공간 제공
- '희망을 주는 나무' 함께 나누기
- 얼굴없는 천사가 기부금을 두고가던 장소를 시민들의 기부와 나눔의 공간으로 확대
- '희망을 주는 나무' 함께 가꾸기
- 잔디깎기, 쓰레기 줍기 등 지역주민과 공동체의 자발적인 참여를 통한 공간 유지·관리

▶

- 얼굴없는 천사의 선행으로 '천사마을'로 자리잡은 노송동의 지역정체성을 기부천사센터 '희망을 주는 나무'를 통해 널리 알림

우수내용

- 기부문화를 스토리텔링화한 도시재생
- 얼굴없는 천사의 송고한 정신을 스토리텔링화한 도시재생사업 추진
- 희망을 주는 나무와 나눔 열매를 통해 지속가능한 기부문화 정착
- 지역주민의 자긍심을 높이고 지역공동체 활성화 유도
- 지역적 특색을 살린 사업추진으로 노송동 주민들의 마을에 대한 애착 및 자긍심 향상
- 지역공동체 상품 판매 기회 마련을 통한 지역공동체 활성화에 기여

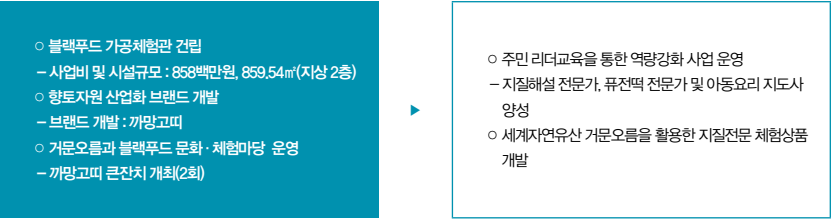
담당자 전라북도 전주시 도시재생과 손영철 사무관(063-281-2669, ycsor07@korea.kr)

제주시

사업개요

구분	농촌지역의 향토자원을 발굴하여 1·2·3차 산업으로 연계·발전시켜 지역경제 활성화 도모
소관부처	농림축산식품부
포괄보조사업	지역전략식품산업 육성
우수사례명	향토산업육성사업(세계자연유산 거문오름이 빛은 블랙진미 육성사업)
15년 사업비	865백만원(국비 700백만원, 지방비 165백만원)

주요사업 내용 및 성과



우수내용

- 거문오름 연계 블랙푸드 융복합센터 '블랙푸드 가공체험관' 건립
 - 홍보전시설 및 직판장, 블랙푸드 가공공장, 체험공간을 구축
- 거문오름과 블랙푸드 이미지 확산을 위한 향토자원 산업화 브랜드 개발
 - 향토자원 통합브랜드 '까망고띠'를 활용한 캐릭터 제품개발, 동화책 제작 등 문화컨텐츠 사업 추진
- 주민 리더교육을 통한 역량강화 사업 추진
 - 지질해설 전문가 양성, 떡전문가 자격과정을 통한 퓨전떡 전문가 자격증 13명 획득, 아동요리지도사 자격과정 운영을 통한 아동요리지도사 자격증 15명, 방과후지도사 자격증 3명 획득

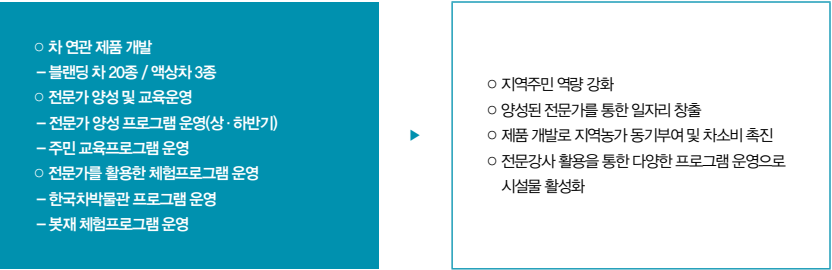
담당자 제주시 농정과 송은미 주무관(064-728-3322, songeunmi@korea.kr)

전라남도 보성군

사업개요

구분	내용
소관부처	농림축산식품부
포괄보조사업	일반농산어촌개발사업
우수사례명	에듀마케팅을 통한 차의 대중화
15년 사업비	182백만원(국비 128백만원, 지방비 54백만원)

주요사업 내용 및 성과



우수내용

- 시대의 흐름을 반영한 제품 개발로 차 생산 농가에 자극을 주고 차 소비 촉진
 - 차와 보성의 농산물을 블렌딩(BLENDING)한 차 20종과 블루베리, 오미자, 매실을 녹차원액과 혼합한 액상차 3종을 개발하여 농가 소득 증대 발판 마련
- 체계적인 전문가 양성을 통한 융·복합 6차 산업으로 발전
 - 차와 인문학, 전문 교수 과정 등의 커리큘럼으로 차별화된 교육을 추진하여 76명의 전문가 양성, 지역주민을 대상으로 역량강화 교육 추진
 - 문화센터에 최초로 '차 교육' 강좌 개설하여 강사 실습 기회 제공 및 보성 차 홍보 병행
- 양성된 전문가를 활용한 일자리 창출
 - 한국차박물관 및 봇재의 다양한 프로그램을 구성·운영하여 시설물 활성화와 더불어 강사의 지속적인 역량 강화 추진
- 타 사업으로 간접된 하드웨어 '봇재'와의 효과적인 연계
 - 기존 설계를 변경하여 현대적인 티(TEA) 카페, '그린다향' 운영을 통해 보성 차를 관광객에 소개하여 수익을 창출하고, 다양한 실험 공간으로 활용
 - 5개의 차관련 체험프로그램을 개발하고 양성된 전문 인력을 활용하여 운영활성화

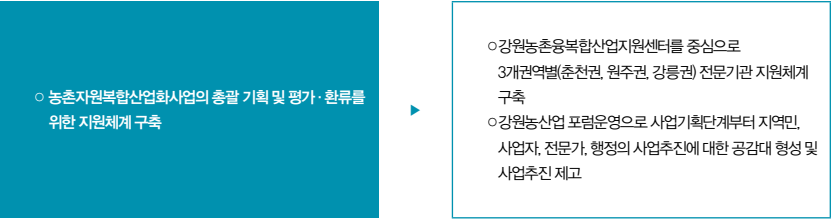
담당자 보성군 녹차사업소 이지은 주무관(061-850-5952, climt4466@korea.kr)

강원도

사업개요

구분	내용
소관부처	농림축산식품부
포괄보조사업	농촌자원복합산업화사업
우수사례명	농촌산업화기획평가체계구축
15년 사업비	50백만원(국비 25백만원, 지방비 25백만원)

주요사업 내용 및 성과



우수내용

- 현장맞춤형 사업추진체계 정립으로 사업의 효율성을 제고
- 사업의 기획 단계부터 사업종료 후까지 사업을 지원 관리하기 위하여 강원 농촌융복합산업화지원센터와 3개권역별(춘천, 원주, 강릉) 전문기관의 현장지원 시스템구축을 통하여 기존 수직적·일방적 사업추진방식을 다원적·유기적 추진방식으로 재편하여 사업추진에 따른 문제점과 애로사항을 적시에 해결하는 등 농촌산업화 사업에 효율성을 증대시킴
- 사업의 진행상황을 판단하는 주요한 척도인 사업비 집행률을 혁신적으로 제고시킴 (‘15년말 전국 평균 67.2%, 강원도 109%)
- 본사업 사업의 효율성 제고로 지역내 일자리 창출이 전년대비 9%증가하고 참여농가 소득도 전년대비 6%나 증가함에 따라 지역경제활성화에 크게 기여

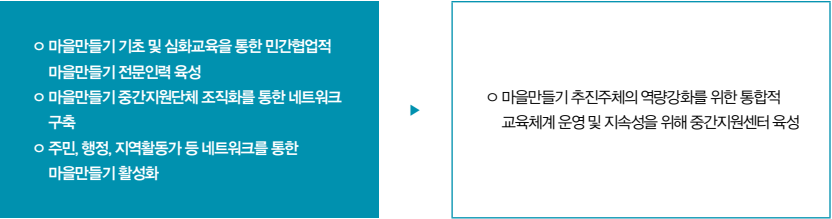
담당자 강원도 농정과 홍승현 주무관(033-249-2614, hyuny8862@korea.kr)

경상남도 거창군

사업개요

구분	내용
소관부처	농림축산식품부
포괄보조사업	일반농산어촌개발사업
우수사례명	협업적 마을만들기 전문인력 양성, 중간지원조직 인큐베이팅
15년 사업비	100백만원(국비 70백만원, 지방비 30백만원)

주요사업 내용 및 성과



우수내용

- 거창한 마을대학 운영
- ‘13년까지 진행되던 리더아카데미는 ‘14년 이후 거창한 마을대학으로 명칭을 변경하여 리더교육, 마을공동체 비즈니스교육, 마을운영자 교육, 지역CEO교육으로 통합 운영
- 마을만들기 중간지원조직 설립
- 찾아가는 설명회, 공론화 포럼, 활동가 중심아이디어 회의, 활동가 심화교육 등을 통해 마을 만들기 중간지원조직설립 준비위원회 운영
- 마을만들기 소식지 ‘거창한 마을이야기’ 발행
- 마을만들기 활동과정과 성과, 관련 정보를 담은 온오프라인 소식지를 발간, 내외부의 관심과 참여유도로 거창군 마을만들기 활동의 촉매제 역할 수행

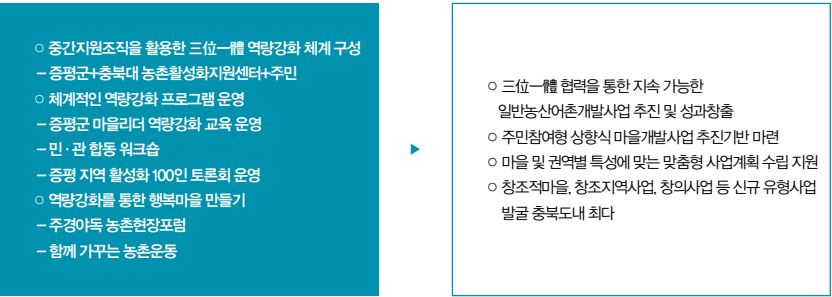
담당자 경상남도 거창군 마을만들기과 손용모 과장(055-940-8220, sonyongmo@korea.kr)

충청북도 증평군

사업개요

구분	내용
소관부처	농림축산식품부
포괄보조사업	일반농산어촌개발
우수사례명	지역발전의 원동력은 三位一體(주민, 공무원, 전문가)로부터
15년 사업비	100백만원(국비 70백만원, 지방비 30백만원)

주요사업 내용 및 성과



우수내용

- 三位一體 역량강화사업 추진을 통한 체계적이고 전문적인 프로그램 운영
 - 주민, 공무원, 전문가가 합동 워크숍 및 교육 등을 추진하여 상향식 맞춤형 마을사업 등을 발굴□지원 함
 - 주민의 다양한 의견을 모아 일반농산어촌개발 계획 수립을 위한 100인 토론회를 기획 추진하여 맞춤형 지역발전사업을 기획함
- 현장활동가의 역할을 통해 주민 참여를 극대화
 - 역량강화사업의 기초단계인 농촌현장포럼 추진시 많은 주민 참여를 위해 주로 밤 시간대에 일정을 편성하고 담당자(현장활동가)도 필히 현장에 나가서 3~4시간에 걸친 포럼 일정을 주민과 함께 같이 하면서 포럼 성과를 보다 적극적으로 창출
- 적은 사업비의 시군역량강화사업의 내실 있는 추진을 통해 지역 한계를 극복
 - 1읍 1면의 전국 최소 행정체계를 가진 지역적 한계와 자연경관 및 문화자원 등 활용할 자원이 적은 여건 속에서도 체계적인 역량강화사업 추진을 통해 다양한 창조, 창의사업(김득신 스토리텔링 농촌만들기, 도깨비 이야기 학당 만들기 등)을 발굴함

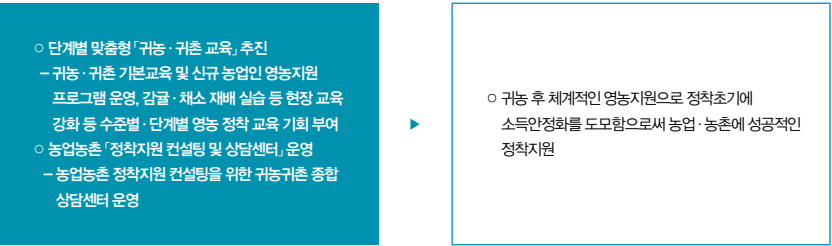
담당자 충북 증평군청 미래전략과 이보림 주무관(043-835-4623, jplb001@korea.kr)

제주 특별자치도

사업개요

구분	내용
소관부처	농촌진흥청
포괄보조사업	지역농촌지도사업활성화지원
우수사례명	농업인 및 지도공무원 교육
15년 사업비	70백만원(국비 35백만원, 지방비 35백만원)

주요사업 내용 및 성과



우수내용

- 주·야간 귀농교육 개설 운영으로 귀농·귀촌인 편의 도모 및 귀농·귀촌 희망 도시민의 증가로 인한 교육수요 적극 수용을 위한 교육과정 확대 개설·운영 *교육이수자 증가율 : 2011 대비 2013년 113% 증가 (321명 ⇒ 683명)
- 귀농 교육 이수자 전국 단위 대회 수상 (2건)
 - 대한민국 과일산업대전 제주감귤경연대회 수상(농림부) : 최우수상(배정숙)
 - '2015 국제감귤박람회, 감귤품평회 입상 : 은상(박종민)
- 귀농귀촌 종합 상담 상담 창구 개설 연중 운영 및 맞춤형 컨설팅(5개소 / 4,860건)
- 선도농가·귀농연수생 매칭 현장실습교육(멘토링) 추진으로 농촌일자리 창출

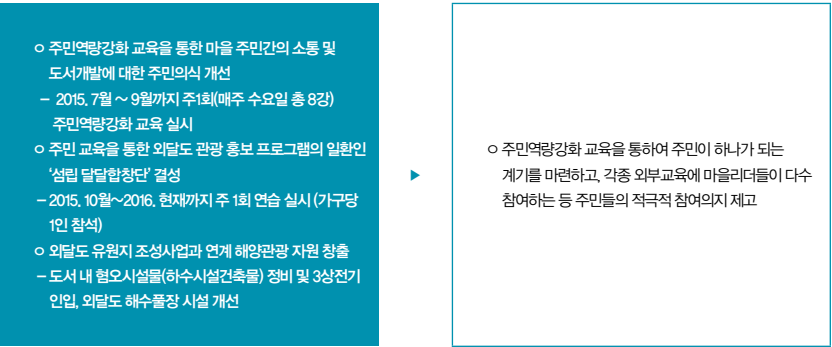
담당자 제주특별자치도 농업기술원 기술지원조정과 장길남 농촌지도사(064-760-7521, jkn0557@korea.kr)

전라남도 목포시

사업개요

구분	내용
소관부처	행정자치부
포괄보조사업	특수상황지역개발사업
우수사례명	외달도 찾아가고싶은섬 가꾸기사업
15년 사업비	525백만원(국비 420백만원, 지방비 105백만원)

주요사업 내용 및 성과



우수내용

- 외달도 섬립 '달달 합창단' 결성 및 국제 녹색섬 포럼 발표 등 홍보 활동을 통한 지역 인지도 향상
 - － 한겨레 신문 등 중앙 및 지역 언론사 홍보 실시 10회
 - － KBS 6시 내고향 및 MBC 생방송 전국시대 등 홍보방송 실시
- 지속적인 주민 협의 및 교육을 통해 주민들 간 교류 증가 및 지역경제 활성화를 위한 주민 자구적 노력의 필요성에 대한 의식 개선
 - － 2015. 7월 ~ 현재까지 : 주민역량강화교육 및 달달합창단 연습을 통한 매주 1회 실시 (성어기 등을 제외 현재까지 지속적 실시/총 30여회)
- 주민의견 수렴을 통한 생산기반시설 확충
 - － 어구보수보관시설(물양장)확충 A=2,273㎡, 외달도 물양장 진입도로 개설 L=1.0KM

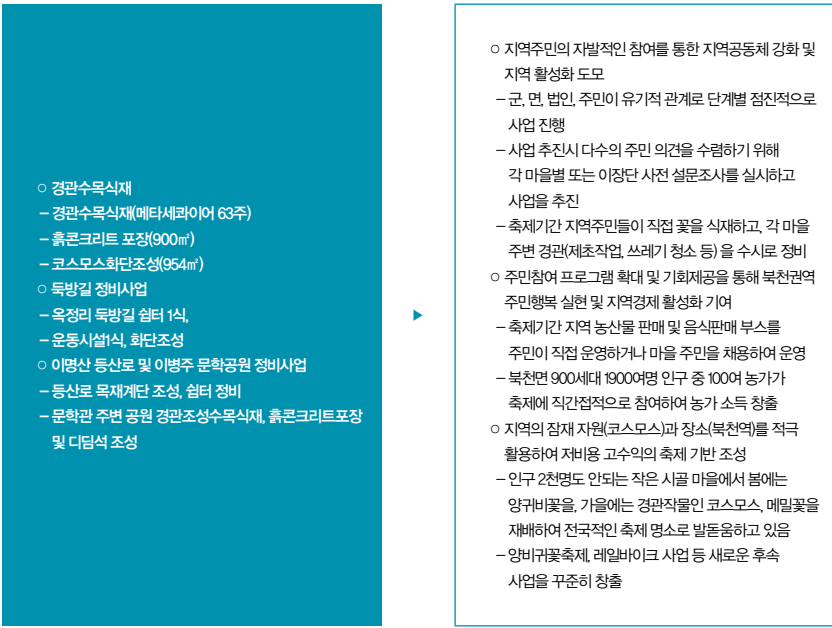
담당자 전라남도 목포시 해양수산과 강기한 주무관(061-270-8079, kkh4064@korea.kr)

경상남도 하동군

사업개요

구분	내용
소관부처	농림축산식품부
포괄보조사업	일반농산어촌개발사업
우수사례명	논 먼지에서 꽃향기 가득한 농촌마을 축제로 공동체 활성화 및 지역소득 증대
15년 사업비	787백만원(국비 55백만원, 지방비 236백만원)

주요사업 내용 및 성과



우수내용

담당자 경상남도 하동군 기획조정실 김영수 주무관 (055-880-2976, kms9979@korea.kr)

충청남도

강원도 철원군

사업개요

구분	내용
소관부처	산림청
포괄보조사업	산림휴양 녹색공간 조성사업
우수사례명	내포문화숲길 이용 활성화
15년 사업비	400백만원(국비 200백만원, 지방비 200백만원)

주요사업 내용 및 성과

- 내포문화숲길의 점검·유지·보수
- － 숲길모니터링, 노면관리, 시설물 보수 등
- 숲길 체험 프로그램 개발 및 운영
- － 걷기축제 개최 및 다양한 체험프로그램 운영
- 길동무 양성 및 다양한 채널 통한 숲길 홍보
- － 홈페이지 운영, 정기 홍보지 발행 등

▶

- 탐방객에게 안전하고 쾌적한 숲길 제공
- － 탐방객 만족도 증가
- 연간 24만명 이상의 숲길 탐방객 유치로 지역경제 활성화에 기여
- 일자리 창출 및 다양한 숲길 정보 제공
- － 숲길을 통한 커뮤니티 형성 기여

우수내용

- 숲길 체험프로그램 인증 취득 및 다양한 체험프로그램 운영으로 탐방객 만족도 증가
- － 전국 최초 숲길체험 관련 산림교육 인증프로그램 취득(3개 프로그램/산림청/15년 8월)
- － 제1회 숲길걷기 축제 개최(15.5.30)로 충남의 대표적인 숲길로 자리매김(3천명 참가)
- － 주말걷기, 초등학교 걷기체험, 상생캠프, 청년캠프 등 연령별, 테마별 다양한 체험프로그램 운영(15년 46회 이상 10천명 이상 참가)으로 탐방객 만족도 제고
- 자체 숲길해설사 양성 및 숲길 내 거점마을과의 상생파트너십 구축을 통한 지역과 함께 발전하는 시스템 구축
- － 내포문화숲길 자체 해설사인 "길동무"양성으로 지역 일자리 창출(15년 9명)
- － 숲길 내 거점마을 7개소 상생 파트너십 체결(특산물 판매 및 숙박시설 운영)로 소득 증대에 기여
- 내포문화숲길을 효율적 운영관리로 연간 24만명 이상의 탐방객 지속 유치로 지역경제 활성화에 크게 기여
- － 탐방객의 소비활동을 경제적 효과로 추산해 본 결과 약 560억의 경제적 파급효과 발생 (생산유발 397억, 부가가치유발 163억, 신규 일자리 창출 336명)

담당자 충청남도 산림복지과 김영배 주무관(041-635-2745, kaeulbaram@korea.kr)

사업개요

구분	내용
소관부처	행정자치부
포괄보조사업	특수상향지역개발사업
우수사례명	주민과 행정이 함께하는 "지속적인 모니터링"을 통한 사업성과 제고
15년 사업비	875백만원(국비 700백만원, 지방비 175백만원)

주요사업 내용 및 성과

- 백마고지 철원군 농특산물 홍보판매장
- － 1층 : 농·특산물 홍보판매장 / 2층 : 휴게실 및 관리자 숙소
- 두루미평화관 리모델링
- － 1층 : 사무실, 식당 / 2층 : 숙박시설 / 3층 : 별자리체험장
- 다목적 쌀 가공체험장
- － 다목적 쌀 가공 체험장 (벼도정, 떡만들기, 김장체험, 두부만들기 등)
- 농촌체험장
- － 숙박시설 : 34평형(1), 12평형(2), 44평형(1) 펜션
- － 캠핑장 조성 : 캠핑데크, 공동샤워장, 창고, 공동취사장, 화장실 등
- － 체험농장 조성 : 벼농사, 감자, 고구마, 옥수수, 고추, 상추 등
- － 부대시설 : 주차장, 수영장, 관리실, 야외무대 등

▶

- 지역관광지 기반시설 및 관광시설 인프라 구축

우수내용

- 행정자치부 주관, 「2012년 평화생태마을 조성사업」 선정, 점경지역 생태자원 개발, 관광 상품의 패키지화를 통한 고용창출과 소득증대 등을 위한 체험형 사업 진행
- 지역의 환경변화에 대응, 주민 주도의 기본계획 및 실시설계 참여를 통한 능동적 개선 방안 수립으로 변화여건에 대응
- 회계교육 및 운영컨설팅과 같은 주민역량강화를 통해 주민 자체 경쟁력 강화 노력 → 시설물 운영을 위한 민간위탁 협약 체결

담당자 강원도 철원군 기획감사실 남태근 주무관(033-450-4180, ntk311@korea.kr)

경기도 남양주시

사업개요

구분	내용
소관부처	경기도 남양주시
포괄보조사업	사회적기업 육성
우수사례명	저소득 취약계층 자립지원을 위한 기술기반형 사회적 기업 육성
15년 사업비	81.2백만원(국비 60.9백만원, 지방비 20.3백만원)

주요사업 내용 및 성과

- 무정전원장차(UPS) 생산을 통해 안정적인 취약계층 일자리창출
- 일자리제공과 함께 취약계층 근로자의 자립기반 조성

▶

- 사회적기업 인증 취득
- 취업연계 : 64명
- 탈수급 성공 : 13명
- 안정적인 일자리 제공 : 28명

우수내용

- 민·관이 협력하여 취약계층의 자립을 위한 사업모델 구축
 - 단순 노무 중심이 아닌 기술력을 바탕으로 한 사회적기업 육성을 통해 취약계층의 안정적인 일자리 창출
- 시와 복지기관의 100% 추천을 통한 투명한 인력채용
 - 인건비 보조 대상 선정시, 100% 공공기관의 추천을 통한 채용으로 부정수급 예방
- 기술 습득, 통합지원을 통해 취약계층의 자립 기반 조성
 - 일지리를 통한 소득증대 뿐 아니라, 기술훈련, 자격증 취득지원 및 맞춤형 복지지원 등 통합지원을 통해 취약계층의 자립 기반 조성

담당자 남양주시 창조경제과 조규택 주무관(031-590-8906, zooke1@korea.kr)

부산 광역시

사업개요

구분	내용
소관부처	문화체육관광부
포괄보조사업	관광자원개발사업(보통)
우수사례명	부산 원도심 스토리투어 관광상품 개발
15년 사업비	200백만원(국비 100백만원, 지방비 100백만원)

주요사업 내용 및 성과

- 원도심 스토리투어 코스 운영
 - 5개 코스, 9,748명 참가
- 스토리텔러(이야기 할배·할매)양성 및 운영
 - 79명(양성교육), 677회 1,113명 텔러파견
- 교육청과 연계한 체험 프로그램으로 대표적 협업 사례
 - 학생단체 82회, 4,591명 참가

▶

- 부산 고유의 일제강점기·피란시절 등 근대역사와 문화를 활용한 관광상품 개발
- 지역 유휴인력을 스토리텔러로 선발, 양성교육 등을 통해 관광인력으로 양성
- 숨겨져 있던 지역의 역사자원을 발굴, 청소년 역사의 장으로 활용

우수내용

- 일제강점기 및 6·25 피란민들의 아픔이 고스란히 담겨있는 역사·문화마을(원도심) 숨어있는 이야기를 찾아내어 역사 체험형 관광투어 프로그램 개발
 - 운영코스 확대: '14년 4개 코스 '15년 5개 코스 '16년 6개 코스 개발
- 해당 지역에서 청춘을 보낸 스토리텔러(일명 '이야기 할배·할매)를 매개로 한 주민 주도형 관광으로 지역 중·장년층 유휴인력 활용 및 지역 일자리 창출('15년 기준 스토리텔러 양성 79명)
 - 투어 참가자: ('14년) 3,511명 ('15년) 9,748명
- 숨겨져 있던 지역의 역사자원을 발굴, 청소년 역사교육의 장으로 활용한 '교육청과 연계한 체험 프로그램'으로 대표적 협업사례
 - 교육청 학생 현장체험 프로그램 발굴 연계 투어 운영 결과 학생단체 82회, 4,591명 참가 ('15년 기준)

담당자 부산광역시 관광진흥과 옥정숙 주무관(051-888-5221, ok8859@korea.kr)

경상북도 성주군

사업개요

구분	내용
소관부처	농림축산식품부
포괄보조사업	일반농산어촌개발사업
우수사례명	벽진면문화센터
15년 사업비	3,085백만원(국비 2,159백만원, 지방비 926백만원)

주요사업 내용 및 성과

- 주민편의시설 구축
 - － 벽진면문화센터(헬스장, 건강시설)
 - － 주민쉼터, 분수대, 놀이터, 주민공원조성
- 문화프로그램 운영
 - － 동아리활동(탁구, 바둑, 한 자공예 등)
- 복지환원사업 추진
 - － 작은 영화관, 무료 목욕 봉사

▶

- 배후마을을 포함한 주민편의시설의 이용객 증대 및 활성화
- 동아리활성화로 지역문화 공동체조성
- 문화센터 회원 및 소외계층에 대한 복지증진과 신뢰도 구축

우수내용

- 문화센터내 목욕탕을 요구하는 주민들과 유지관리에 대한 걱정을 하는 지자체 사이의 갈등을 해결해 내가는 과정에서의 성공적인 사례
- 지속적인 벤치마킹과 주민교육을 통한 인식개선으로 주민역량강화
- 주민스스로 운영하는 문화복지센터
 - － 벽진면 주민의 건강증진을 위한 헬스장 및 건강관리실을 운영하여 연회원 250명을 확보하여 연간 5,000만원 이상의 유지관리비를 확보하여 주민스스로 운영 중에 있음
- 무료영화상영, 영절무료목욕 봉사, 동아리 활성화 지원 등 지역주민이 스스로 찾아오는 문화센터 운영

담당자 경상북도 성주군 안전건설과 전용완 주무관(054-930-6373, centu@korea.kr)