

# 10

공공공간 | 주거 | 시장·상가 | 유희공간 | 문화·예술  
관·광 | 역사 | 주민·커뮤니티 | 파트너십 | 지속·관리

사례로 보는 마을재생 시리즈 1  
**장소중심 마을재생의  
열 가지 키워드**

**( a u r i )** 건축도시공간연구소

AURI 도시공간재창조센터는 2014년 도시재생지원기구로 지정받은 이래 도시재생특별법 제10조에 의하여 도시재생 활성화 시책 발굴 및 제도 개선을 위한 조사·연구 업무를 수행하고 있으며, 그 중에서도 특히 근린재생형 도시재생의 활성화를 위한 다양한 지원책을 마련하고 있다.

---

사례로 보는 마을재생 시리즈 1  
**장소중심 마을재생의 열 가지 키워드**

**인 쇄 일** 2016년 12월 31일  
**발 행 일** 2016년 12월 31일  
**지 은 이** 건축도시공간연구소 도시공간재창조센터  
**펴 낸 이** 김대익  
**펴 낸 곳** 건축도시공간연구소 도시공간재창조센터  
세종특별자치시 절재로 194, 701호  
**전 화** 044.417.9600  
**팩 스** 044.417.9608  
**홈페이지** www.auri.re.kr  
**메 일** information@auri.re.kr  
**책임편집** 박성남  
**편 집** 변은주  
**디 자 인** 성우애드컴 043.231.3480 www.swadcom.co.kr  
**인 쇄** 성우애드컴  
**등록번호** 제569-3850000251002008000005호

©2016, 건축도시공간연구소  
ISBN 979-11-5659-103-0

※이 책은 비매품입니다.

사례로 보는 마을재생 시리즈 1

장소중심 마을재생의  
열 가지 키워드



## 발간사

국내 도시재생은 2014년 「도시재생 활성화 및 지원에 관한 특별법」을 기반으로 본격적으로 시작되어 다수의 쇠퇴지역에 새로운 활력을 불어넣었습니다. 그 가운데 현재 도시재생사업은 쇠퇴를 경험하고 있는 지역들의 복합적 문제에 대응하기 위하여 여러 맞춤형 전략과 실행을 통해 만들어 내는 긍정적 변화들을 지속·관리해야 하는 과제에 직면하고 있습니다.

건축도시공간연구소 도시공간재창조센터에서 기획·발간한 <사례로 보는 마을재생 시리즈>는 국내·외에서 앞서 추진된 도시·마을재생 사례들을 담고자 했습니다. 특히 사례의 성공과 실패를 논하기 보다는 도시재생을 위해 누가, 왜, 무엇을, 어떻게 접근했는지에 대한 과정을 압축적으로 담고자 노력할 것입니다.

향후 본 사례집에 담은 다양한 이야기들이 갖는 핵심 맥락이 확산되어 현장에서 적용 가능한 시사점을 제공하고, 장소중심의 마을재생을 위한 촉매제의 역할을 조금이나마 담당할 수 있기를 기대해 봅니다. 마을재생을 준비하거나 관심을 지니고 있으신 참여 주체 또는 도시재생사업 현장에 도움이 되는 참고자료로 본 사례집이 널리 활용되기를 바랍니다.

2016.12.31.

건축도시연구소장 김대익





# 차례

## 장소중심 마을재생의 열 가지 키워드

1. 공공공간·시설	2
2. 주거지	4
3. 지역 상권(시장·상가)	6
4. 유희시설·공간	7
5. 문화·예술	8
6. 관광	9
7. 역사 자산	10
8. 주민·커뮤니티	11
9. 파트너십	12
10. 지속·관리	13

## 키워드로 보는 마을재생 사례

[공공공간×주민커뮤니티] 영국 런던 페컴도서관	18
[공공공간×유희공간×관광] 일본 오노미치 U2	23
[공공공간×파트너십×지속관리] 일본 도쿄 토라노몽 상젤리제거리	27
[주거×문화예술×주민커뮤니티] 광주광역시 발산마을	32
[주거×주민커뮤니티×지속관리] 영국 런던 코인스트리트	41
[주거×문화예술] 일본 도쿄 하기소	47
[시장상가×역사×파트너십] 광주광역시 1913송정역시장	53
[시장상가×유희공간×역사] 일본 쿠라시키 하야시겐주로 상점	61
[시장상가×유희공간×파트너십×지속관리] 일본 기타큐슈 코쿠라야모리	65
[시장상가×유희공간×파트너십] 일본 니치난 아부라츠 상점가	73
[유희공간×관광×주민커뮤니티] 태백시 통리역 문화플랫폼	78
[유희공간×역사] 미국 뉴욕 네이비야드 뉴 랩	81
[유희공간×문화예술] 일본 도쿄 다이칸야마 T-SITE	86
[유희공간×역사×파트너십] 일본 도쿄 우에노 사쿠라기 아타리	92
[유희공간×문화예술×파트너십] 일본 시즈오카 아토사키7	99

## 사례로 보는 마을재생, 경험과 교훈들





## [ 장소중심 마을재생의 열 가지 키워드 ]

마을재생은 마을의 물리·사회·경제적 활력 회복과 지속을 목표로 하므로 이에 해당하는 여러 가지 전략이 복합적으로 얽혀 있는 경우가 대부분이다. 또 최근 계획 패러다임에서는 마을, 지역, 도시의 다기능성을 발휘할 수 있는 통합형 재생이 중시되고 있기도 하다. 즉, 도시, 주택, 교통과 함께 경제, 산업, 교육, 복지, 문화 등의 관련 사업들이 장소의 ‘재생’이라는 목적을 달성하기 위해 복합적으로 연계되어 시행될 때 그 효과가 극대화된다는 것이다.

이에 본 사례집은 국내·외에서 추진된 마을재생 사례를 복합적인 키워드에 따라 어떤 장소에서 어떤 콘텐츠를 활용해서 누가 어떻게 사업을 추진했는가에 대한 관점으로 접근했다. 각 키워드는 2016년 AURI 도시공간재창조센터에서 발간한 ‘마을재생 리뷰-도시재생선도지역의 계획 및 사업 특성’에서 수행한 사업특성 분류\*를 바탕으로 재조정된 것이다.

마을재생의 주요 키워드 열 가지에 대해 간략히 살펴보면 다음과 같다.

우선 키워드를 장소적 특성, 활용 콘텐츠 특성, 참여 주체 특성 등에 따라 분류했다. 장소적 특성에는 공공공간 및 시설, 주거지, 지역 시장 및 상가 등 마을의 다양한 공간들과 마을의 쇠퇴·변화 과정에서 발생한 유휴공간과 시설이 포함된다. 활용 콘텐츠 특성에는 역사, 문화·예술 등 지역의 유·무형 자산과 이를 통해 촉발되는 관광 콘텐츠가 있다. 참여 주체 특성에는 현대 도시계획 패러다임에서 중요한 주체로 인식되는 주민과 커뮤니티가 있으며, 이들을 포함해 여러 관련 주체가 이루는 파트너십을 포함했다. 마지막으로, 재생의 과정이 곧 마을의 지속 가능성을 발굴하는 것이라는 차원에서 지속·관리를 주요 키워드로 선정했다.

이어지는 내용에서는 마을재생에서 각 키워드가 갖는 주요 의미에 대해 살펴보고, 그에 따른 사례 분석 내용을 정리했다.

\*

- |                  |               |
|------------------|---------------|
| ① 기반시설 조성        | ⑥ 지역 산업기반 조성  |
| ② 공공공간 조성        | ⑦ 문화예술특화공간 조성 |
| ③ 가로정비 및 특화가로 조성 | ⑧ 지역 관광자원 발굴  |
| ④ 주거지 정비         | ⑨ 주민참여 및 교육   |
| ⑤ 지역 상가(시장) 정비   | ⑩ 취약계층 지원     |

**1. 공공공간·시설  
달려진 공공공간을  
다시 주민들에게 돌려준다.**

공공공간과 공공시설은 누구에게나 열려 있고 누구나 평등하게 접근할 수 있는 곳으로서 공원과 광장, 가로와 같은 도시의 외부공간부터 도서관, 시민·주민회관, 각종 보건·후생시설까지 다양하게 존재한다. 시민들은 공공공간이나 공공시설에서 여가를 보내거나 휴식을 취하며 그 도시를 경험한다.

공공공간·시설의 질은 시민들의 삶의 질과 밀접한 관계를 맺으며 지역 커뮤니티 활성화의 핵심 요소가 된다. 따라서 마을재생 과정에서 가장 우선적으로 다루어지기도 하며, 재생의 매개체가 되는 곳이다. 그렇기 때문에 인구 및 산업체 감소 등으로 쇠퇴가 진행되는 지역에서는 공공공간의 낙후가 두드러지게 나타나는 경향이 있다.

그 중에서도 ‘가로’는 대표적인 공공공간으로서 통행뿐만 아니라 지역의 경제활동 및 문화활동 등의 사회적 교류가 이루어지는 복합적 공간이다. 영국의 하이스트리트(High Street) 재생사업이나 미국의 메인스트리트 프로그램(Main Street Program)은 가로를 대상으로 한 통합적 접근의 대표적인 재생 사례이다.

지역 내 존재하는 중심상업가로나 생활가로는 지역사회의 핵심이자 사람들이 모이고 기초 서비스와 일자리를 창출하는 중요한 공간이다. 따라서 지역 내 가로의 재생은 어느 한 기능에 한정된 접근으로는 한계가 있으며, 노후한 공간, 건축물, 시설의 개선과 더불어 지역 주민의 참여와 협력체계 구축을 바탕으로 새로운 모델을 창출하는 장소 중심의 통합적 접근 방식이 필요하다.



서울시청앞 광장 ©정호균



서울 종로5가 ©Emile-Victor Portenart

## 2. 주거지 주민들의 손에서 오래 살 수 있는 곳으로 거듭나다.

마을재생은 곧 주거지재생이라고 할 수 있을 만큼 마을에서 주거의 기능은 중요하다. 최근 도시 패러다임의 전환으로 철거의 대상으로 여겨졌던 저층 고밀의 오래된 주거지가 ‘관리’를 통한 지속의 대상으로 인식되고 있다. 이런 주거지들은 대개 물리적 노후와 주민 공동체의 사회성 약화, 커뮤니티비즈니스의 축소 등으로 복합적 쇠퇴에 이르는 경우가 많다. 주거지재생에서 중요한 것은 ‘장소(주거지)’와 ‘사람(주민)’이 함께 회복되는 것이며, 이를 위해서는 물리적, 사회·경제적 측면에서 다각도의 접근이 필요하다.

물리적 측면에서는 주거지를 이루는 ‘개인공간’과 ‘외부공간’, ‘주민 공동의 공간’이 함께 관리되어야 한다. 주민 공동의 공간은 주민들이 모일 수 있는 사랑방 등의 커뮤니티 공간을 의미한다. 보통 재생사업에서 외부공간 재정비와 주민 공동공간 조성은 공공의 지원으로 이루어지는 경우가 많다. 한편, 개인의 주거공간은 기본적으로 거주자에 의해 관리되어야 하는데 최근에는 이를 위해 협동조합주택이나 공유주택 등의 대안적 주택 유형과 건축협정 등의 방식을 채택하기도 한다.

주민 간의 협력과 약속을 전제로 하는 협동조합주택, 건축협정제도에서도 알 수 있듯이 주거지재생에서 ‘주민과 커뮤니티’의 역할이 점점 중요해지고 있다. 그리고 이는 주거지재생에서 고려해야 할 사회적 측면이기도 하다. 주거지재생은 무엇보다 주민들이 주체가 되어야 한다. 아직까지는 주거지재생 과정에서 주민들의 자생적 역량이 확고하게 자리를 잡지 못해 공공의 지원으로 이루어지는 경우가 많으나 장기적으로 주거지재생이 실효성을 갖기 위해서는 주민 공동체가 자치의 힘을 키워야 할 것이며, 이를 통해 단순한 물리적 정비만이 아닌 사회·경제적 주거지재생을 이루어낼 수 있을 것이다.



부산 감천마을 ©Ducan Bay



서울 북한산 ©정호균



광주 1913송정역시장 ©변은주

### 3. 지역 상권(시장·상가) 비어 있는 상점가에 다시 불빛을 밝히다.

지역 상권은 소위 구멍가게라고도 하는 작은 잡화점에서부터 식당, 주점, 재래시장까지 폭 넓게 형성된다. 이들은 지역 경제의 바탕이자 주민들의 일상생활과 직접적으로 관련을 맺는 장소로서 중요한 사회적 역할을 수행하며, 근린의 사회적 건강을 위한 필수요소이자 지표가 된다. 제인 제이콥스(Jane Jacobs)와 얀 겔(Jan Gehl)은 지역의 소규모 상점들을 중요한 사회적 장소로 강조하기도 했다.

최근 대형 자본 기반의 프랜차이즈 상점과 기업형수퍼마켓(SSM)의 확산으로 지역 상점의 서비스와 가격·품질 경쟁력이 하락하면서 소규모 상점들로 이루어진 지역 상권의 쇠퇴 문제가 발생하고 있다. 원도심 지역의 경우 대규모 외곽개발에 따라 공공·행정·교육 등의 기능이 유출되고 쇼핑몰, 대형마트 등이 조성되면서 소매업과 음식점 위주로 지역 상권이 남아있는 상황이다. 이런 상점들은 젊은 층에 매력적인 공간으로 어필하지 못해 장기적인 어려움을 겪고 있기도 하다.

이에 정부와 각 지자체에서는 지역 시장, 소규모 상점으로 이루어진 상권 보호·육성 정책을 다양하게 시행하고 있으며, 도시재생선도지역 중에서도 군산, 천안, 영주 등의 지역은 원도심 상주인구와 방문객 유입을 위한 상권 활성화 전략을 강조하고 있다. 또한 민간 부문에서도 지역 상권의 회복을 위해 자발적인 노력을 기울이고 있다.

도시화와 산업화를 거치면서 조성된 도시 내 인프라 및 산업시설, 공공시설 등은 산업구조의 변화로 인해 정체와 쇠퇴를 거쳐 재생의 단계에 도달했다. 그리고 이러한 수요의 많은 부분은 산업화에 중요한 역할을 담당했던 강변, 항구, 항만 등의 워터프론트 지역이나 철도시설 인접 지역에 집중되어 있기도 하다.

#### 4. 유희시설·공간 버려진 공간에 새로운 상상력을 불어넣는다.

산업화가 앞서 발달한 서구 도시에서는 산업 유희시설을 활용한 재생전략이 일찍이 보편화되었다. 오래된 화력발전소를 미술관으로 리모델링한 테이트모던(Tate Modern)을 비롯하여 뉴욕의 하이라인(Highline), 뒤스부르크의 엠셔파크(Emscher Park) 등이 여기에 해당된다. 국내 도시재생선도지역에서도 폐역사, 폐철도, 채석장 등을 활용한 사업들이 추진되고 있다. 이런 공간들은 시대적 변화에 따른 삶의 질 향상으로 도시 내 시민들의 문화, 위락, 여가공간 수요에 대응하여 많은 시민들이 폭 넓게 즐길 수 있는 장소로 새롭게 조성될 예정이다.

지역 내 산업 유희시설의 규모는 적게는 몇백평에서 넓게는 몇만평에 이르므로 이를 어떻게 활용하고 관리하는지가 해당 지역의 재생에 직접적 영향을 미칠 수 있다. 따라서 산업 유희시설을 재활용하는 것은 건축적인 범위를 넘어 지역이 지닌 고유한 정체성을 활용하는 재생전략을 취해야 한다. 향후 산업화와 도시화, 경제성장의 토대가 되었던 지역들, 특히 원도심 지역에서 산업자원을 활용한 재생 수요가 지속적으로 발생할 것이라고 예상된다.



정선 삼탄아트마인 ©변은주



서울 경의선숲길 ©변은주



©Volkan Olmez

## 5. 문화·예술

### 문화·예술과 마을재생, 그 창조적 콜라보.

문화는 한 지역의 정체성과 분위기를 결정하는 핵심 요소이다. 문화공간은 좁게는 미술관, 공연장에서 넓게는 시민들의 삶의 질과 지역을 보다 풍요롭게 만드는 여가, 위락, 교육 등의 기능을 포함한다. 최근 경제 수준 향상, 여가시간 증가 등으로 시민들의 문화향유 폭이 넓어지면서 지역에서는 이러한 요구에 대응하는 다양한 시설이 조성되고 있다.

문화와 예술을 활용한 도시재생은 비단 국내뿐 아니라 서구 도시에서도 활발하게 사용되고 있는 전략이다. 유럽에서는 1980년대 이후 도시 내 방치된 공간에 문화·예술 요소를 투입해 새롭게 재편하는 프로젝트가 여러 곳에서 추진되었으며, 그 가운데 1985년부터 시행되고 있는 ‘유럽문화수도(European Capital of Culture)’ 정책은 문화와 관련된 다양한 프로그램을 통해 도시재생을 촉진시킨 제도로 평가받는다.

문화와 예술을 통한 마을재생은 특정 지역에서 보유하는 요소를 활용하는 것이기 때문에 사람들로 하여금 그 곳을 방문하게 만든다는 측면에서 지역 관광으로 연계되기도 한다. 이 때 중요한 것은 지역의 문화와 예술을 강화하기 위한 전략들이 단순히 지역경제의 활성화나 관광객 유치에 위한 것이 아니라, 지역 주민들의 내적인 힘을 키우고 문화적 향유 기회를 확대하는 데 그 목적을 두어야 한다는 것이다. 이러한 맥락에서 볼 때 최근 국내 여러 지역에서 폭 넓게 추진되고 있는 지역 축제와 같은 이벤트들이 단발적·일회적 행사로 머물 것이 아니라 지역 커뮤니티와 결합되면서 지속화할 수 있는 방안을 마련하는 것이 필요하다.



관광을 통한 재생은 도시와 마을의 고유한 문화와 환경, 분위기 등을 활용해 외부 방문객을 유치함으로써 쇠퇴한 지역을 활성화하는 전략이다.

관광 그 자체는 재생의 목적이 아니나 지방재정 악화 속에서 외부 방문객 유치를 통한 도시관광 전략이 지역 경제에 도움이 되면서 재생의 주요 분야로 다루어지고 있다. 이에 지방자치단체 차원에서 관광을 통한 재생 전략을 적극 활용하면서 도시에서 관광의 기능이 점차 중요해지고 있는 추세이기도 하다.

국내 사회·경제적 측면에서는 소득 증가, 교통수단 고도화, 여가시간 확대 등으로 관광 수요가 꾸준히 증가하고 급속한 산업화, 도시화로 대도시화현상이 일어나면서 전원, 해변지역, 지방 중소도시가 주요 휴양도시이자 관광지로 새롭게 인식되고 있는 상황이다.

이에 각 지역에서는 자연, 역사, 문화 등 지역의 고유한 자산을 발굴하고 이를 활용한 활성화 방안을 모색하는 것이 중요해졌다. 전주 한옥마을(역사), 부산 감천마을(역사·문화), 제주도 올레길(자연) 등은 지역의 고유 자산을 활용해 관광화한 것으로 널리 알려진 사례이다.

이렇게 도시와 마을재생에서 관광산업이 날로 확대되고, 관광에 대한 국민적 수준이 높아지고 있는 시점에서 마을과 관광의 성공적 정착을 위해서는 관련 시설과 프로그램의 질적 정비가 필요하다. 방문객들을 위한 정보 제공수단 다양화, 물리적 접근성 강화, 양질의 숙박시설 정비·확충 등을 통한 어메니티를 강화하는 것이 하나의 방법이라고 할 수 있다. 이와 함께 중요한 것은 지역 주민과 외부 방문객 간의 상충을 최소화하는 것이다. 외부 방문객들에 의한 사생활 침해, 소음 문제 등으로 주민들이 피해를 입고 심지어 마을을 떠난다는 이야기는 이미 국내 사회에서 낯선 이야기가 아니다.

지역 정책은 기본적으로 해당 지역 주민들의 삶의 질 증진을 위한 것이며, 향후 지속 가능한 마을재생과 관광정책의 발전을 위해서는 외부 방문객과 지역 주민 간의 상호 작용이 중요하다. 앞서 말했듯이 관광 그 자체는 재생의 목적이 아니기 때문이다.

## 6. 관광 되살아난 마을, 방문객들을 불러 모으다.

**7. 역사 자산**  
**역사,**  
**마을의 보물이 된다.**

그간 개발 중심의 패러다임에서 방치되거나 멸실되었던 역사적 건축물 등의 자산은 오늘날 지역의 특성을 유지하고 사회문화적 발전을 위한 주요 도구로서 새로운 위상을 갖게 되었다. 역사 자산을 통한 마을재생은 지역의 정체성을 강화시키고 그 지역에서만 느낄 수 있는 고유의 분위기를 만들어내는 측면에서 그 의미가 크다. 또 이는 지역 주민과 외부 방문객의 유입으로 이어져 관광 차원에서의 경제적 변화도 가져올 수 있으며 나아가 여가수요 유발, 고용 창출 촉진으로 이어져 지역 경제 활성화에도 기여한다.

지역의 역사 자산을 활용한 재생 프로젝트는 이미 전 세계적인 추세이다. 1976년 유네스코의 제19회 총회에서 채택된 ‘역사지구 보전 및 현대적 역할에 대한 권고 (Recommendation concerning the Safeguarding and Contemporary Role of Historic Areas)’에 따르면 역사지구는 풍부하고 다양한 유형의 문화, 종교, 사회적 산물을 후세에 남기며, 지역의 역사성 보존과 현대 사회생활과의 융합이야말로 도시계획 및 국토개발에 있어서 기본적인 요소라고 지적하였다. 유명한 영국 더블린의 템플바(Temple bar)나 일본 가나자와의 시민예술촌, 인천의 아트플랫폼 등은 역사적 가치가 있는 건축물을 활용하는 재생 프로젝트인 동시에 문화예술의 향유, 시민참여 등의 여러 정책을 복합적으로 추진한 사례로서 의의를 갖는다.

지역의 역사 자산을 활용한 재생 프로젝트를 추진하는 데 있어서 중요한 것은 역사 자산의 가치에 대한 철저한 고증과 분석이 수반되어야 한다는 것이다. 이를 통해 새롭게 조성되는 요소들이 기존의 정체성을 훼손하지 않도록 해야 하며, 오래된 것과 새로운 것의 조화를 통해 그 지역을 더 매력 있는 장소로 만드는 데 기여해야 한다.



중국 리지양 ©정호균



서울 삼청동 ©정호균

주민과 커뮤니티는 마을의 주체이자 이해관계자로서 마을계획 수립과 실행 과정에 참여한다. 국내에서는 약 10년 전부터 마을재생이 정책사업으로 진행되어 왔고 주민참여, 커뮤니티의 형성은 사업의 실행과 지속 가능성을 담보하는 중요한 요소로서 그 추진체계나 방식이 다양해져 왔다. 그러나 아직 일반 주민들에게 마을재생은 낯선 개념이며, 참여하는 주민들도 모임 내 갈등이 발생하여 지속되지 못하거나 주민참여가 주민동원의 형식적인 과정으로 진행되기도 하는 등 사업 주체로서의 자발적인 참여가 자리 잡지 못한 것이 현실이다. 이 시점에서 마을재생에서의 주민·커뮤니티의 의미를 재조명해볼 필요가 있다.

## 8. 주민·커뮤니티 마을재생의 오래된, 새로운 주체, 주민과 커뮤니티.

먼저 사회문화적으로 살펴보면, 주민·커뮤니티의 참여는 민주주의의 경험, 개인의 일상에 새로운 즐거움을 제공하는 의미가 있다. 마을재생에서 주민들은 커뮤니티의 민주적인 의사결정 과정을 거치면서 나와 다른 의견을 받아들이고 존중하는 건강한 토론 문화를 만들어 나가고, 공동의 합의를 통해 정책으로 이어지는 과정을 경험하게 된다.

한편 공간적으로는 공공공간 활성화 촉진의 의미가 있다. 커뮤니티의 성격, 규모, 활동 방법 등에 따라 다양한 형태의 공적공론의 장이 요구되며 이에 따라 동 주민센터, 도서관, 공원, 박물관 등 기존 공공시설의 이용도가 높아지고 있다. 또한 일상 속에서 이웃과의 담소, 모임 등이 가로공간에서 자연스럽게 이루어짐에 따라 가로공간의 안전하고 쾌적한 보행환경도 요구되고 있다. 이러한 다양한 분야의 커뮤니티 활동을 담아낼 수 있도록 도시공간의 변화가 필요한 시점이다.

따라서 향후 주민이 마을재생의 주체로 활발히 참여하고 커뮤니티가 형성되어 마을재생을 주도적으로 추진하기 위해서는 주민 개인의 일상, 욕구, 커뮤니티 내 갈등 및 의사결정 구조, 커뮤니티 활동, 공공공간 현황 등을 고려한 섬세한 작업이 요구된다.



서울 문래동 ©정호균



©Arnel Hasanovic



©Vait Mcright

## 9. 파트너십 마을재생의 성공을 위한 신뢰 관계, 파트너십.

주거, 경제, 환경, 교육 등 마을 전반을 통합적으로 접근하는 마을재생은 관련 전문가의 파트너십을 통해 이루어질 수 있다. 특히 세부 사업 추진에 있어서는 다양한 분야의 중간지원조직 및 전문가와의 민-민협력이나 행정기관, 공공기관과의 관-관협력도 필요하다. 최근 현장에서 발생하는 문제, 마을재생의 의제 등이 점점 다양해지면서 수평적·수직적으로 다양한 주체들이 파트너십에 참여해 그 체계가 점점 다중적·다층적으로 복잡해지고 있는 추세이다.

마을재생에서 파트너십은 다양한 전문가들이 통합적으로 접근하여 신속하고 효율적인 의사결정을 내릴 수 있다는 데 기본적인 의의가 있으며, 파트너십을 통해 지역에 창조적 인재의 유입을 촉진하고 유지하는 효과도 기대할 수 있다. 실제로 지역에서 활동을 시작하고, 관계를 맺은 전문가들은 그 지역의 전문가로 활동하며 지역의 인적 자원으로 뿌리내리기도 한다.

반면, 여전히 마을재생은 담당 공무원, 디자인, 문화예술, 복지, 경영 등 관련 분야 전문가들에게 낯선 개념이고 마을재생의 전문가로 활동하고 있는 인력 간에도 이해도 차이가 존재한다. 이로 인한 시행착오 속에서 마을재생에 대한 이해와 전문성을 만들어 나가는 과정이 마을재생 파트너십의 현주소라고 할 수 있다.

앞으로 민-관의 각 주체들은 각자의 전문성과 독립성을 갖고 상호 존중하는 대등한 관계에서 마을재생에 접근해나갈 필요가 있으며, 이를 위해 특히 민간에서는 전문성을 확보하고, 관에서는 민간이 독립적인 전문가로 역할을 할 수 있는 구조를 마련해야 할 것이다.

마을재생은 주민들이 보다 풍요로운 환경에서 계속해서 거주할 수 있도록 ‘지속 가능성’을 담보하는 데 궁극적인 목적이 있다. 그리고 마을의 지속 가능성을 높이기 위해서는 지역의 커뮤니티를 발굴하고 활성화하도록 지원하는 것이 중요하다.

## 10. 지속·관리 마을재생 성패의 갈림길, 지속과 관리.

특히, 공공의 정책으로 재생사업이 추진되어 직접적인 자원 투입 기간이 한정되어 있는 경우, 사업 초기부터 지속·관리 전략을 함께 마련해야 한다. 공공의 자본만으로는 재생을 지속할 수 없기 때문이며, 따라서 공공의 예산으로 ‘마중물’을 만들되 이것이 계속 유지될 수 있게 하는 ‘동력’을 지역 내에서 만들어야 한다.

예컨대 도시재생사업과 같이 4년 기한으로 추진되는 사업의 경우 국가 지원 4년에 해당 지방자치단체 지원 3년 등의 이른바 ‘4+3’ 전략을 마련하는 것도 하나의 방법이 될 수 있다. 마을의 재생이라는 목표는 4-5년의 사업으로 달성될 수 있는 것이 아니라 그 후에도 지역 행정과 주민, 전문가들에 의해 지속되어야 하는 길고 어려운 과정이기 때문이다.

이에 재생 사업으로 인한 긍정적 효과와 변화가 지속·유지될 수 있는 방안을 크게 세 가지로 정리하고자 한다.

첫째, 지역 내 구심점 역할을 하는 리더 혹은 자원조직의 유지가 필요하다. 현재 국내에서는 도시재생지원센터가 이 역할을 하고 있으며, 센터 운영에 대한 인적·재정적 지원 방안을 중장기적으로 마련할 필요가 있다.

둘째, 주민들의 역량이 강화되어야 하며, 이를 위해 사업 초기부터 프로그램이 계획적·단계적으로 운영될 필요가 있다. 여기에 더불어 주민들의 경제활동을 위한 자족 기능이 확보되어야 하며, 지역을 기반으로 활동하는 사회적경제 조직들, 즉 마을기업, 협동조합 등에 대한 지원이 필요하다.

셋째, 지방자치단체의 지속 의지가 무엇보다 전제되어야 한다. 주민들의 참여도 물론 중요하지만 주민들만의 협력으로 재생의 장기적인 유지는 불가능하기 때문이다. 따라서 행정의 관심과 지원이 반드시 뒷받침되어야 할 것이며, 공공과 민간의 협력을 통해 지속 가능한 마을재생을 달성할 수 있을 것이다.



## [ 키워드로 보는 마을재생 사례 ]

본 사례 조사 내용은 앞서 정리한 ‘장소중심 마을재생의 열 가지 키워드’를 활용하여 여러 마을재생 사례를 키워드별로 접근·분석한 것이다. 하나의 사례에 대해 재생의 특징을 나타낼 수 있는 주요 키워드들을 두 세개씩 뽑고, 각 키워드에 따라 해당 사례의 내용을 살펴보았다.

국내와 국외, 공공과 민간, 민관협력 사례를 두루 담았으며, 지역의 쇠퇴 문제에 대한 장소 중심적 대응이 돋보이는 사례를 중심으로 선정했다. 또 대규모 프로젝트 보다는 마을 단위의 소규모 프로젝트를 다루고자 했고, 비교적 최신 사례 위주로 소개해 재생에 대한 새로운 아이디어들을 살펴보고자 했다.

국외 사례는 외부 전문가\*에게 의뢰한 원고와 도시공간재창조센터에서 2014년부터 3년간 수행한 국외 출장\*\* 내용을 바탕으로 했다.

각 사례는 사업 추진 경위와 추진 과정에서의 이슈, 접근 방법, 관련 주체별 역할, 파급효과 등을 중심으로 정리했고, 내용에 맞는 사진과 도면을 통해 사례에 대한 이해를 돕고자 했다.

한편, 대부분의 사례들이 장소를 중심으로 추진되기 때문에 모든 사례를 총괄할 수 있는 결론을 내는 것에는 어려움이 있었으나, 그럼에도 불구하고 앞서 경험한 사례를 통해 배울 수 있는 사항들과 유념해야 할 부분들을 통해 향후 마을재생 사업 추진에 도움이 될 수 있는 주요 사항들을 정리해보았다.

\*

김윤수 박사(연세대학교 심바오이틱라이프텍 연구원)  
송준환 교수(일본 야마구치국립대학 대학원 이공학연구과)

\*\*

영국 런던·뉴캐슬(2014.08.16.~08.23.)  
일본 키타큐슈(2016.03.09.~03.14.)  
싱가폴·일본 동경·가나자와(2016.08.22.~08.28.)  
일본 동경·나가노·이이다·오노미치(2016.08.29.~09.03.)



영국 | 런던 폐컴도서관  
런던 코인스트리트

한국 | 광주광역시 발산마을  
광주광역시 1913송정역시장  
태백시 통리역 문화플랫폼

일본 | 오노미치 U2  
도쿄 토라노몽 상젤리제거리  
도쿄 하기소  
쿠라시키  
키타큐슈 코쿠라야모리  
니치난 이부라츠 상점가  
도쿄 다이칸야마 T-SITE  
도쿄 우에노 사쿠라기 아터리  
시즈오카 이토시키7

미국 | 뉴욕 브루클린 네이비야드 뉴랩





태백시 동리역 문화플랫폼

광주광역시 1913송정역 시장  
발산마을

오노미치 U2  
키타큐슈 포쿠라야모리

쿠라시키

시즈오카 아토사키7

도쿄 토라노몽 상젤리제거리  
하기소  
다이칸야마 T-SITE  
우에노 사쿠라기 아타리

니지난 아부리츠 상점가

## 영국 런던 페컴도서관

## 공공공간 × 주민커뮤니티

런던의 템즈강 남쪽 지역은 공장들이 밀집해 있고 이민자와 노동자들이 많이 거주하는 지역으로, 2000년대 초반까지 범죄율이 높은 낙후지역으로 여겨지곤 했다. 서더크의 페컴지역은 그 중에서도 소득이 낮고 주거환경이 좋지 않은 곳이었다. 새로운 밀레니엄인 2000년대를 전후로 일어난 영국의 도시재생 패러다임은 낙후된 이 마을에도 변화를 가져왔다. 그리고 이 변화의 중심에 있는 것은 다름 아닌 도서관이었다.

- 위치 : 영국 런던 서더크(Southwark) 페컴(Peckham)지역
- 면적 : 5층 규모, 연면적 3,454㎡
- 사업기간 : 1994년 ~ 1999년, 2000년 3월 개관
- 사업예산 : £ 500만(SRB £125만 포함)
- 사업주체 : 서더크 구(London Borough of Southwark)  
알솅&스토머 아키텍츠(Alsop&Stormer Architects)(도서관 설계)



런던 남부 서더크의 페컴지역은 주민 대다수가 아프리카계 흑인과 히스패닉으로 이루어진 지역으로 주택 노후화 및 지역경제 침체 등 사회적 배제(Social deprivation) 현상이 심했던 곳이다. 이에 서더크 구(London Borough of Southwark)에서는 1994년 시작된 정부의 단일재생회계(Single Regeneration Budget) 프로그램을 통해 페컴지역 정비사업을 추진했다. 정비사업은 기존의 고층 아파트형 임대주택을 철거하고, 4층 규모의 연립주택으로 새롭게 조성하는 것을 비롯해 지역 이미지 개선과 범죄 감소를 위한 공공영역 개선이 동시에 추진되었다. 페컴도서관은 그 일환으로 조성된 커뮤니티형 공공도서관이다.

## 슬럼가에 들어선 도서관



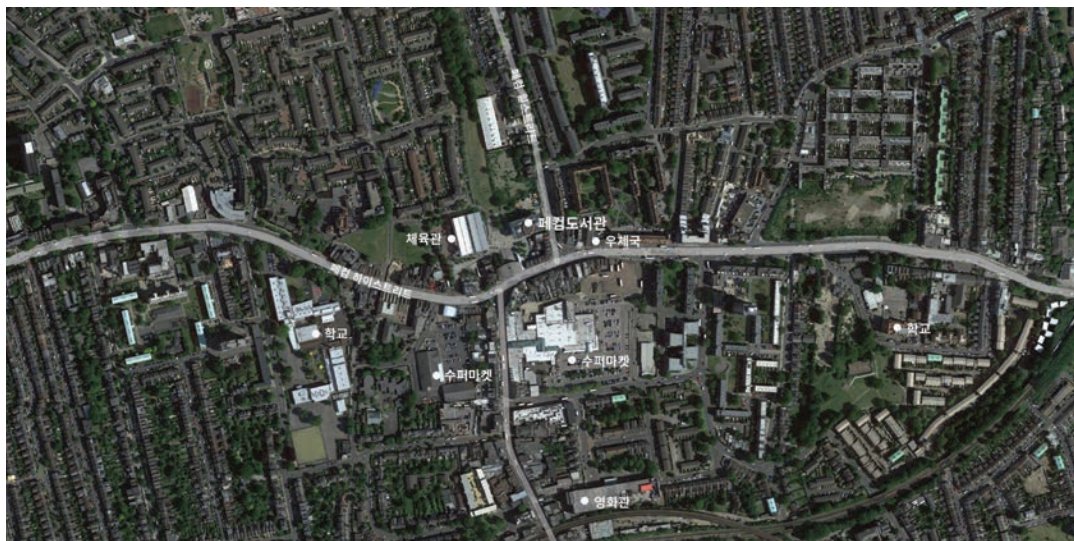
런던 페컴도서관 외부 전경 ©박성남

## 도서관 이상의 도서관

영국에서는 1997-98년 ‘새로운 도서관 운동’ 이후, 공공도서관이 지역 재생의 핵심 시설이 되었다. 주민들이 떠나고 슬럼화되는 마을을 다시 살리는 데 공공도서관이 큰 몫을 하고 있는 것이다.

페컴도서관 역시 지역의 거점공간으로서 주변의 주요 공간과 연계되어 확장 가능한 촉매제 역할을 하고 있다. 우선 도서관은 지역의 중심 가로인 페컴 하이스트리트(Peckham High Street)와 페컴 힐스트리트(Peckham Hill Street)의 노드에 위치하며, 1층 일부를 필로티로 조성해 페컴광장과 직접 연계되도록 계획했다. 이로써 주민들의 접근성이 강화되었고, 주변 도시공간으로의 커뮤니티 확장을 유도하였다. 주민들은 이 공간을 모임공간이자 휴식공간, 놀이공간 등으로 다양하게 활용하면서 활력을 가져오고 있다.

이러한 지역적 맥락을 반영한 디자인과 통합형 공간계획을 통해 페컴도서관은 단순한 물리적 재생을 넘어 지역의 사회·문화적 재생을 이끌어내면서 지속 가능한 공간으로 기능하고 있다.



페컴도서관 입지

이러한 맥락에서 페컴도서관은 단순히 책을 열람하고 대여하는 곳 이상의 기능을 하고 있다. 도서관 1층에는 주민들에게 지역의 정보나 상담 서비스를 제공하는 센터(One stop shop)가 들어서 있고 이 외에도 탁아시설, 교육시설, 모임공간 등이 복합적으로 설치되어 있어 지역 커뮤니티를 위한 다목적 공간으로 활용될 수 있도록 계획되었다.

커뮤니티를 위한 여러 공간들이 복합되면서 도서관 자체의 규모는 그다지 크지 않지만, 주민 대다수가 아프리카계 흑인과 히스패닉으로 이루어진 특성상 이 도서관은 아프리카와 카리브 관련 자료를 가장 많이 보유한 곳으로 알려져 있기도 하다.

일반적인 도서관과는 다른 이러한 독특한 구성은 기획 단계부터 이루어진 주민들과의 끊임없는 의견 교환을 통해 이루어진 것이다. 사업을 총괄한 서덕구와 도서관 설계를 맡은 건축사무소 모두 도서관 조성을 '건축물'의 물리적 공간에 한정해 생각한 것이 아니라 지역 주민들의 공간욕구를 실현할 수 있는 사회적 장소로 생각했다. 또 도서관 개관 후에는 독서그룹 운영, 대출관리, 열람실 운영 등의 도서관 관리를 부분적으로 주민 자율에 맡겨 주민들이 애착을 갖고 스스로 지역의 문제를 개선해나갈 수 있도록 하고 있다.



1층 주민 원스톱샵과 내부 열람실 ©박성남

## 주민들에 의해 실현된 지속 가능한 도서관

페컴도서관은 지역 주민들을 위해 조성되고, 주민들에 의해 구상되어 운영되고 있는 곳으로 개관 15년이 지난 지금까지도 매년 50만명의 이용자들이 찾는 곳이며, 대부분이 지역 주민들이라는 점에서 지속 가능한 공간으로서의 가능성을 보여준다.

뿐만 아니라 영국왕립건축학회에서 수여하는 최고 권위의 건축상인 스텔링상(Sterling Award, 2000년)과 시빅트러스트상(Civic Trust Award, 2002년)을 수상하기도 했다. 스텔링 심사위원회는 이 건물에 상을 수여하며 그 이유를 이렇게 설명했다.

*“페컴도서관은 도서관을 그다지 좋아하지 않는 세대들의 마음을 사로잡았다.*

*지역의 젊은이들을 매일 도서관으로 모여들게 만들었다.*

*좋은 건물은 사용자들에게 사랑받는 건물이다.*

*결국 페컴도서관은 당신으로 하여금 미소 짓게 할 것이다.”*

페컴도서관은 도서관이라는 공간이 단순히 ‘책’을 제공하는 건축물이 아니라 지역 커뮤니티의 핵심공간으로 조성될 수 있다는 것을 보여주는 주요 사례이다. 주변 공간과의 유연한 관계와 흐름을 유도하고, 그 안에 주민들의 다양성을 연계할 수 있는 프로그램을 도입함으로써 도시의 거점 공간으로 조성될 수 있는 것을 보여주는 곳이라고 할 수 있다.

### 참고문헌

- AURI 국외출장 보고서(2014.08.16.~08.23.), 영국 런던·뉴캐슬, 서수정·박성남
- Oslo paper(2010), The role of public libraries in urban development and culture-led regeneration
- 서더크 카운슬 홈페이지(<http://www.southwark.gov.uk/>)

일본  
오노미치  
U2

공공공간×유희공간×관광

오노미치 U2는 일본 히로시마현(広島県) JR오노미치(尾道)역에서 도보 약 5분 거리의 해안가에 위치한 창고를 개조한 곳이다. 히로시마현이 운영하던 항만창고를 사이클리스트(cyclist)들을 대상으로 하는 호텔, 지역 특산품을 활용한 레스토랑 등의 복합시설로 정비했다. 본 프로젝트는 일본 민간도시개발추진기구(MINTO)의 출자제도를 활용해 공유자산을 새로운 관광 거점으로 창출한 사례로 소개하고자 한다.

- 위치 : 일본 히로시마현 오노미치시 니시고쇼초(西御所町) 5-11
- 면적 : 부지면적 5,247㎡, 연면적 2,693㎡
- 사업기간 : 2013년 ~ 2014년 3월
- 사업주체 : 주식회사 ONOMICHI U2



**공공시설 리뉴얼을 통한  
지역 거점 정비 및  
활력 창출**

오노미치 U2는 히로시마현 세토내해(瀬戸内海)에 위치한 해운창고로, 리노베이션을 통해 호텔, 레스토랑, 상점 등이 복합된 공간으로 재탄생했다.

본래 이 창고는 1943년 지어진 것으로, 해운교통의 요지로 발달한 오노미치의 주요 거점 역할을 담당했으며, 당시 화물열차의 선로가 창고까지 이어져 있었다.

2000년대 들어 오노미치역전 재개발사업이 시행되면서, 사업의 연장선상에서 창고의 이용방안을 전환하려는 검토가 시작되었다. 이에 히로시마현이 소유하고 오노미치시가 수탁 관리하던 이 창고를 관광객 유치를 통한 새로운 거점 창출 공모사업(오노미치 이토사키항구 니시고쇼지구 활용사업) 차원에서 정비하게 되었다. 사업은 시가지에 비해 집객요소가 적었던 JR오노미치역 서측 지역에 활력을 창출하기 위해 유휴자산이 된 이 해운창고를 핵심시설로 정비하고, 이를 중심으로 사이클링 거점을 형성하는 내용을 담고 있었다. 이는 1990년대 후반에 오노미치시 서쪽에 조성되어 이른바 ‘세계 7대 자전거도로’ 중 하나로 꼽히는 해안 도로와의 연계를 고려한 것이기도 했다. 또 U2는 히로시마현 광역계획에서도 중요한 관광거점으로 포함되어 있어 중요 정책적 위상을 가진 사례로도 주목받는다.



오노미치 U2 전경

출처 : 一般社団法人 民間都市開発推進機構(2014), MINTO, 42. pp.49-50

**새로운 가치 창출을 위한  
지역 주체들의 도전**

오노미치 U2를 산하에 둔 디스커버링크 세토우치(瀬戸) 그룹은 2012년, 섬유회사를 경영하는 이즈하라 마사나오(出原昌直)씨가 지역 출신자들과 함께 세운 회사이다. 이 그룹은 일자리 창출을 목표로 오노미치시의 역사적 건물을 활용한 ‘세토우치 미나토의 숙소 만들기’ 사업이나 ‘오노미치 데님 프로젝트’와 같은 독특한 사업을 진행하고 있다.

조선과 철강이 지역산업의 큰 비중을 차지했던 히로시마지역은 생산거점이 해외로 옮겨가고 인구가 유출되면서 쇠퇴 위기에 놓이게 되었는데, 이러한 상황에서 오노미치의 풍부한 자연과 지역산업을 살려 일자리를 창출할 수 있는 활동을 추진하고 있는 것이다.

오노미치 U2 역시 그 일환으로 추진된 사업이며, 히로시마현 출신의 건축가 타니시리 마고토(谷尻誠)씨의 써포즈 디자인 오피스(Suppose Design Office)에서 설계를 담당했다.



U2의 디자인 컨셉은 ‘소박함 속의 세련됨’이며, 이런 컨셉 아래 캐주얼한 분위기와 서비스를 즐길 수 있고 편안하게 쉴 수 있는 공간으로 조성하고자 했다. 또 일본 최초로 ‘사이클리스트’를 대상으로 한 호텔인 만큼 이곳에서만 할 수 있는 활동들을 담아내고자 했다. 이에 유명 자전거 브랜드(GIANT)의 사이클숍이 있어 자전거 유지·관리 및 렌탈 서비스도 제공한다. GIANT는 히로시마현에서 유치했으며, GIANT에서 직영으로 관리한다. 그러나 사이클리스트 중심의 관광객만으로는 사업성을 확보하기 어려우므로, 지역 활성화 기여 측면에서 지역 주민의 관심도 끌어들이 수 있는 업종도 함께 유치했다. 오노미치 수로에 면한 사이클 카페, 베이커리, 라이프스타일숍 등은 U2에서만 접할 수 있는 상품들을 판매하고, 오픈키친 레스토랑과 바에서는 이 지역 식재료를 사용한 메뉴를 개발해 판매하고 있다.



오노미치 U2 전경

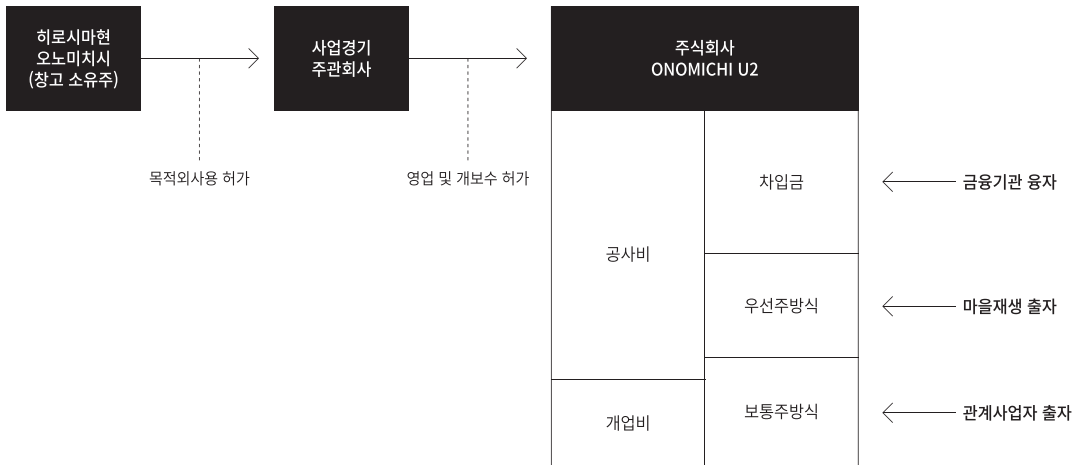


레스토랑과 호텔(HOTEL CYCLE)

출처 : 오노미치 U2 홈페이지

## 민간기구의 출자를 통한 자금 조달

그런데 오노미치 U2 프로젝트는 금융기관으로서는 채산성을 전망하기 힘든 전례 없는 사업이었다. 우선 토지와 건물이 히로시마현과 오노미치의 소유이기 때문에 부동산을 담보로 한 용자가 곤란했고, 사업자로서도 사업 추진에 대한 공공의 지원과 장래 예측이 어려운 상황에서 사업 리스크를 최소화할 수 있는 자본 강화가 필요했다. 이러한 상황에서 민간도시개발추진기구(MINTO, 민토)의 ‘마을재생출자’는 문제점을 해결할 수 있는 실마리가 되었다. 민토의 출자로 인한 자본 증대는 민간 기업이나 금융기관으로부터의 출자를 원활히 진행할 수 있게 한 것이다.



[오노미치 U2 사업구조]

출처 : AURI 국외출장 보고서(2016.08.29.~09.03.), 동경·나가노·이이다·오노미치, 서수정

오노미치 U2의 운영·관리는 주식회사 ONOMICHI U2에서 담당하고 있으며, U2의 브랜드 강화를 위해 오노미치 출신을 우선적으로 고용하고 있다.

개장 후 2년이 흐른 현재 오노미치 U2의 주요 수익은 호텔 운영에서 나오고 있다. 시설 방문객 및 이용자는 사이클리스트 50%, 일반 관광객 50%로 집계되며, 호텔 가동률은 70%에 이른다. 한편 U2는 매년 개최되는 국제 사이클 행사의 거점으로도 활용되고 있어 다양한 볼거리와 즐길거리로 지역 주민들 및 방문객들에게 매력적인 장소로 자리매김하고 있다.

### 참고문헌

- AURI 국외출장 보고서(2016.08.29.~09.03.), 동경·나가노·이이다·오노미치, 서수정
- 一般社団法人 民間都市開発推進機構(2014), MINTO, 42
- 국토교통성 도시국 도시정책과(2016), ‘自治体と地域でがんばる創発人材が一緒になって行うまちづくり’ 참고자료
- 오노미치 U2 홈페이지(<https://www.onomichi-u2.com/>)

일본 도쿄  
토라노몽  
상젤리제거리

공공공간×파트너십×지속관리

2014년 7월, 도쿄 미나토구에 초고층건물인 ‘토라노몽힐즈(虎ノ門ヒルズ)’가 조성되었다. 토라노몽힐즈의 준공은 지난 60여년간 정비되지 못했던 한 가로의 재정비로 이어졌는데, 바로 건물을 관통하는 1.4km의 가로인 토라노몽 상젤리제거리이다. 여기에서는 토라노몽 상젤리제 거리의 물리적 정비 과정과 그 특성 그리고 지속관리 방안을 통해 본 사례를 소개하고자 한다.

- 위치 : 일본 도쿄도 미나토구 신바시역(新橋駅)-토라노몽힐즈(虎ノ門ヒルズ) 구간
- 면적 : 8.0ha(L=1,350m)
- 사업기간 : 2002년 ~ 2014년 7월, 상젤리제거리는 진행 중
- 사업주체 : 도쿄도 도시정비국(시설 건축물의 건축 및 주변 구획가로 정비, 환상 제2호선 지상부 정비)  
도쿄도 건설국(환상 제2호선 지하터널부 정비)  
신토라도오리 에어리어 매니지먼트(Area management) 협의회



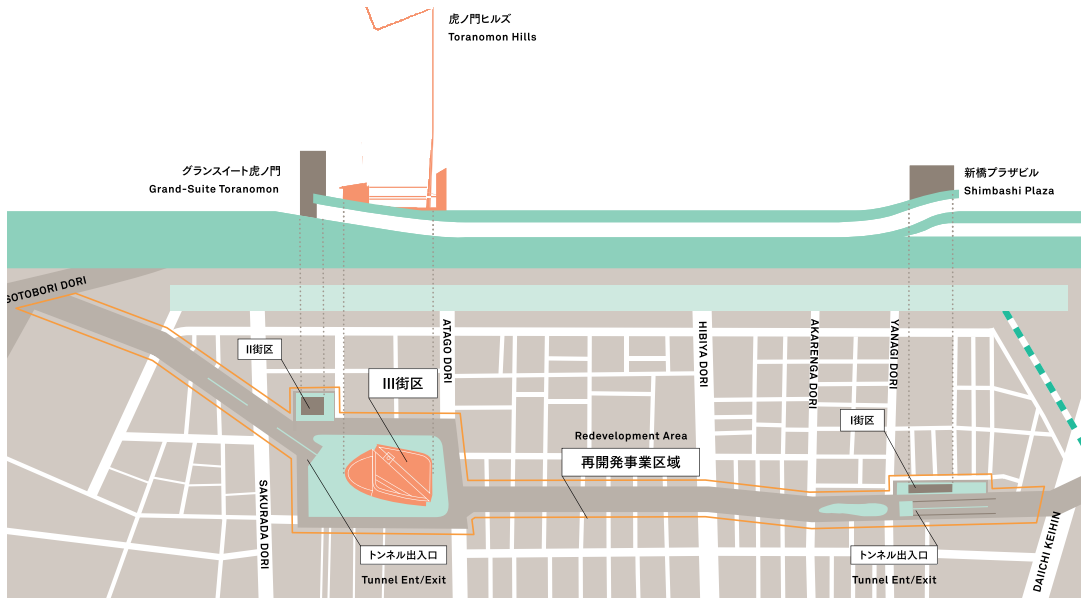
## 토라노몽 프로젝트의 시작

본 프로젝트의 정확한 명칭은 ‘도쿄도시계획사업 환상 제2호선 신바시·토라노몽지구 제2종 시가지재개발사업’이다. 프로젝트의 전반적인 시행 주체는 ‘도쿄도’이고, 관련 주체로 민간 설계사무소인 니혼설계(日本設計)가 토라노몽힐즈의 설계를 담당했으며, 환상 제2호선지구 마치즈쿠리 협의회가 구성되었고, 모리빌딩 부동산회사가 참여했다.

[토라노몽 프로젝트 추진 경위]

연도	추진 경위
1946	환상 제2호선 도시계획 결정(연장 9.2km, 폭원 100m)
1950	환상 제2호선 폭원 변경(40m)
1989	입체도로제도 창설
1991	니혼설계(日本設計) 참여
1996	환상 제2호선지구 마치 즈쿠리 협의회 설립
1998	환상 제2호선 부분 지하터널로 도시계획 변경 시가지재개발사업 도시계획 결정(7.5ha)
2000	시가지재개발사업 도시계획 확대(8.0ha)
2002	공모를 통한 사업협력 개발업자 선정(모리빌딩 부동산&니시마츠 그룹) 재개발 등 촉진구 지구계획 지정 도시재생긴급지역 지정 환상 제2호선지구 재개발 협의회 설립(2016년 현재 해산)
2009	토라노몽힐즈 특정건축자로 모리빌딩 부동산 선정(국토교통장관 승인)
2011	토라노몽힐즈 착공
2014	토라노몽 상철리제거리(신토라도오리) 개통 토라노몽힐즈 오픈

본 프로젝트의 큰 특징 중 하나는 초고층건물 내부로 간선도로가 관통한다는 것이다. 이 간선도로구역은 1946년에 도시계획으로 결정된 도로정비사업지구였으나 토지 소유자간 합의가 이루어지지 않아 사업이 오랫동안 정체되어 왔다. 그러던 중 1989년 ‘입체도로제도’가 창설되면서 사업의 실마리가 보이기 시작했다. ‘입체도로제도’란 도로의 구역을 입체적으로 설정해 도로시설로서 필요한 부분을 제외한 공간을 자유롭게 이용할 수 있도록 하고, 도로 상하부에는 건축물을 조성할 수 있게 하는 제도이다. 이 제도를 통해 민간부지 내에서도 도로 정비 가능하게 되었다. 또 다른 특징은 ‘특정건축자제도’의 도입이다. 이 제도는 시설 건축물 조성 과 유보 연면적 처분을 시행자를 대신해 다른 사업자(특정건축자)가 실시할 수 있도록 하는 특례제도이다. 이는 민간 사업자의 자금과 노하우를 적극 활용해 매력적인 공간 창출과 원활한 사업진행을 가능하게 했다. 이에 도쿄도는 2009년, ‘특정건축자’ 공모방식에 의해 ‘모리빌딩 부동산’을 선정해 관-민일체형 도시재생사업을 추진했다.



환상 제2호선의 단면

출처 : Mori Building Co., LTD, TORANOMON HILLS, 2014, p.5

토라노몽 상첼리제거리리는 도쿄 도심을 가로지르는 환상 제2호선 구간의 일부로, 신바시역에서 토라노몽힐스로 이어지는 지상부를 지칭한다.

**토라노몽 상첼리제거리**



환상 제2호선과 토라노몽 상첼리제거리(빨간부분)

출처 : Mori Building Co., LTD, TORANOMON HILLS, 2014, p.5

도쿄 도심에서 파리 시내에 있는 유명한 가로의 이름을 차용한 이유는 무엇일까?  
 토라노몽 상젤리제거리의 파리 상젤리제거리에서 일어나는 다양한 활동과 활력을  
 유도하고자 했다.

본래 일본에서도 도로 상에서의 상업행위는 불가능하다. 그러나 토라노몽  
 상젤리제거리 프로젝트에서는 「도시재생특별조치법」의 ‘도로점용허가 특례제도’와  
 도쿄도의 ‘상젤리제 프로젝트’를 활용해 이를 실현하고 있다.

‘도로점용허가 특례제도’는 2011년 「도시재생특별조치법」 개정과 함께 창설된  
 제도이다. 도로의 부지 외에 남은 적당한 부지가 없고, 지역의 활력 창출과  
 도로이용자의 편의 증진에 도움이 되는 시설에 대해서는 (일정 기준을 만족하는 전제  
 하에) 도로 점용을 허가한다는 것이 요지이다. 이 제도에 의해 도로관리자가 지정한  
 구역 내에서는 공공공간에서도 광고판과 오픈카페 등을 설치하는 것이 가능해진다.  
 2012년 신주쿠(新宿) 모야4번가(モア4番街)를 시작으로 이 제도를 통해 공공공간을  
 활용하는 사례가 늘어나고 있다. 큰 특징은 도로공간에서의 오픈카페와 점포출점  
 그리고 광고 등을 통해 수익을 창출할 수 있고, 이를 마치즈쿠리활동과 도로공간의  
 유지관리 재원으로 충당하는 선순환구조라 볼 수 있다. 그러나 경찰과 행정과의  
 협의절차 등에 따라 제도가 좀처럼 유연하게 진행되지 못하는 것도 사실이다.

이런 한계를 개선하기 위한 방안으로 마련된 것이 도쿄도의 ‘상젤리제 프로젝트’이다.  
 ‘상젤리제 프로젝트’에서는 경찰과 행정, 상점가 상인, 자치회 등의 관계자가 모여  
 ‘도로공간활용 검토위원회’를 조직해 기술적인 검토와 합의를 도모하고, 도로공간의  
 오픈카페와 관리 등을 담당하는 마치즈쿠리단체(에어리어 매니지먼트 조직) 설립을  
 지원하는 것이다. 그 첫 사례가 토라노몽 상젤리제거리이다.

2014년 7월, 토라노몽힐즈가 오픈한 가운데 토라노몽 상젤리제거리의 물리적 정비는  
 현재까지 진행 중에 있다. 이는 가로의 정비가 단순히 물리적 개선에서 끝나는 것이  
 아니라 도시재생이라는 사회적 가치향상을 위해 건물 전면부로 이어지는 도로변의  
 카페거리 등을 조성하기 위한 다양한 활동들이 진행되고 있기 때문이다.

**토라노몽 상젤리제  
 ‘스트리트 매니지먼트  
 (Street management)’**

앞서 언급한 토라노몽 상젤리제거리 카페 설치 등의 활동 주체는 지역 주민과  
 상인들을 중심으로 2014년에 발족한 ‘신토라도오리\* 에어리어 매니지먼트(Area  
 management) 협의회’다. 이 조직은 신토라도오리 지역을 매력적이고 지속 가능한  
 지구로서 유지·관리하기 위해 도로공간의 이용방안에 대해 검토하고 활동하는 것을  
 목적으로 한다. 이 조직에서 상젤리제거리의 유지·관리를 위해 하고 있는 활동은 크게  
 다음과 같은 세 가지로 정리할 수 있다.

[오픈카페 설치] 2014년 6월에 신토라도오리 보도 상에 오픈카페 2개소가  
 설치되었고, 현재 3개소가 오픈하였다. 이는 도로점용허가 특례제도를 이용한 것으로  
 ‘신토라도오리 에어리어 매니지먼트’가 점용주체가 되어 있다.

\* 신토라도오리는 환상 제2호선 구간 중 미나토구 토라노몽에서 신바시에 이르는 구간의 애칭어이다.



토라노몽 상젤리제거리 오픈카페 전경 ©송준환

[청소 활동] 매력적인 길을 조성하기 위한 일환으로서 NPO법인의(green bird) 협력으로 2013년도부터 시범적으로 도로 청소활동을 실시하고 있다. 정해진 시간과 일정에 따라 실시하며 누구나 참여 가능하다.

[신토라도오리 로그마크 디자인] 신토라도오리가 지속적으로 사랑받는 공간이 되기 위해 신토라도오리 로그마크를 만들었다. 인근 지역 주민들의 앙케이트 결과를 참고해 디자인하고 협의회 회원들의 투표로 결정하였다.



shintora avenue

신토라도오리 마크

출처: 신토라도오리 에어리어 매니지먼트

협의회 홈페이지

본 프로젝트에서 볼 수 있듯이 도쿄에서는 지역의 잠재력에 대응해 민간 활력을 활용한 도시재생 사업이 많이 시행되고 있다.

그러나 도시재생이 단순한 물리적 정비에 그치는 것뿐만 아니라 새로운 ‘사회적·지역적 가치 창출’이라는 본래 목적을 달성하기 위해 ‘에어리어 매니지먼트’ 개념의 필요성을 인식할 필요가 있다. 바로 민간기업, 지역 주민 등의 주체가 중심이 되어 지역 조직을 설립하고 가로의 이용 및 활용, 유지, 관리를 위한 다양한 활동을 시도하는 것이다.

이러한 일련의 활동들은 관 주도로 추진하기에는 한계가 있으므로 민간 주도로 원활하게 진행될 수 있도록 지원하는 방안을 마련하는 것이 중요하며, 그러한 점에서 일정 규모 지역의 브랜드화를 추구하는 일본의 사례가 시사점을 제시할 수 있을 것이다.

지역의 재생,  
유지, 관리를 위한  
민간의 역할

참고문헌

- 日本 新建築 2014年 7月号, pp.118-129
- 일본 모리빌딩 부동산회사 제공 자료
- Mori Building Co., LTD, TORANOMON HILLS, 2014([http://toranomonhills.com/ja/pdf/mori\\_factsheet.pdf](http://toranomonhills.com/ja/pdf/mori_factsheet.pdf))
- 토라노몽 힐즈 홈페이지(<http://toranomonhills.com/en/>)
- 신토라도오리 에어리어 매니지먼트 협의회 홈페이지(<https://shintora-am.jp/approach.html>)

# 광주광역시 발산마을

## 주거지 × 문화예술 × 주민커뮤니티

동영의 동피랑마을 이후 벽화를 통해 마을을 변화시키려는 시도가 전국에서 있어왔고, 한동안 벽화가 마을 관광의 주요 아이템으로 활용되기도 했다. 그러나 최근 서울 이화 마을의 벽화사건 이후 이런 움직임에 제동이 걸렸다. 마을은 결국 기본적으로 주민들의 공간인데, 몇 지역에서는 주민과 방문객의 위치가 전도되는 일이 발생했기 때문이다.

광주광역시 발산마을은 문화와 예술이 주거지 그리고 주민과 어떻게 결합될 수 있는지에 대한 최근의 사례로, 경과적 마을재생 방안 사례로 소개하고자 한다.

- 위치 : 광주광역시 서구 천변차로 108번대 일대
- 면적 : 22,250㎡(새뜰마을사업구역), 12,867㎡(창조문화마을사업구역)
- 사업기간 : 2014년 ~ 진행 중
- 사업주체 : 광주광역시청·광주광역시 서구청  
광주창조경제혁신센터·현대자동차그룹  
사회적기업 공공미술프리즘





광주광역시 서구에 위치한 발산마을은 전쟁 후 피난민들의 정착촌으로 처음 형성된 곳으로, 1970년대에는 인근 방직공장들이 호황을 이루면서 공장 여성 노동자들의 배후 주거지 역할을 하기도 했다. 그러나 이후 방직산업의 축소와 주변 신개발이 이루어지면서 주민들이 떠나고, 지역이 쇠퇴하기 시작했다. 현재 이곳은 기반시설이 절대적으로 부족한 노후주택 밀집 지역으로 빈 집이 곳곳에 분포해 있다.

## 방직공장 여공들이 살던 마을



발산마을과 방직공장을 연결하던 뽕뽕다리 ©광주시립민속박물관

광주광역시의 대표적인 달동네라는 이 곳 발산마을에는 변화가 필요했다. 그런데 문제는 이 곳 주민들의 자체적인 힘으로는 다소 부족하다는 점이었다. 이에 발산마을을 다시 사람들이 모이고 활력 있는 곳으로 만들고자, 이른바 ‘마을재생’을 위해 여러 팀들이 모였다.

우선 2014년에는 문화체육관광부의 지원을 받아 발산마을 프로젝트팀이 들어와 ‘마을미술 프로젝트’를 진행했다.

이어서 2015년에는 광주창조경제혁신센터\*의 ‘발산창조문화마을 조성사업’이 시작되어 사회적기업 공공미술프리즘팀이 힘을 보탤다. 그리고 여기에 지역발전 위원회와 국토교통부에서 공모한 도시형 새뜰마을사업에 광주광역시 서구청의 ‘별마루 발산마을’ 사업이 선정되면서 주민들의 생활복지를 위한 여러 사업이 시작되었다. 그 결과 2016년 현재, 발산마을에는 사람들이 다시 조금씩 모이고 있다.

## 발산으로 다시 모인 사람들

\*

2014년, 지역경제 활성화를 위해 정부와 대기업이 협력하여 설립한 센터이다. 전국적으로 18개가 운영되고 있으며, 광주는 기아자동차공장 소재지로 자연스럽게 현대자동차그룹과 협업하게 되었다.

**청춘발산,  
문화와 예술로  
변화를 시작하다**

[2014년 10월~12월] 문화체육관광부×발산마을 프로젝트팀  
“마을미술 프로젝트-별이 뜨는 발산마을”

마을의 주민 수가 현저히 줄어들고 있는 문제를 개선하기 위해 예술가들의 정착을 목표로 한 프로젝트이며, 단순한 환경 개선이 아닌 예술작품을 통한 마을이야기를 표현하고자 했다. 동시에 마을에 빈집이 늘어나면서 우범화되는 현상을 예술작품 고유 기능으로 억제하고자 했다. 마을 곳곳에 일곱 개의 예술작품이 설치되었으며, 사후 관리는 광주광역시 문화예술진흥과에서 담당하고 있다(2년간).



마을미술 프로젝트로 설치된 작품 ©변은주

이 프로젝트 이후 마을에서는 자체적으로 마을미술 프로젝트를 진행하고 있다. 옛 방직공장 여공들이 집과 공장을 오가는데 사용한 다리인 ‘뽕뽕브릿지’라는 이름으로 마을의 문화와 예술을 활성화하기 위한 다양한 작업을 계획하고 있으며, 그 일환으로 마을 내 빈 건물을 활용한 갤러리를 마련하기도 했다.



마을 내 빈건물을 활용한 갤러리 ©변은주

### [2015년~2017년 2월] 광주창조경제혁신센터·현대자동차그룹×공공미술프리즘 “발산창조문화마을 조성사업”

마을의 문제를 주도적으로 해결할 주민 주체를 발굴하고 마을재생을 위한 창의적 사업으로 지속 가능한 플랫폼을 구축하기 위한 기업의 사회공헌형 사업이다.

광주창조경제혁신센터·현대자동차그룹과 광주광역시, 사회적기업 공공미술프리즘은 이 사업의 원활한 추진을 위한 MOU를 체결(2015.01.27.)하고 상호협력 하에 사업을 진행하고 있다. 사업기간은 2년, 총 예산은 10억으로 예정되어 있다.

발산마을 재생의 메인이라고 할 수 있는 이 사업은 총 세 단계로 진행되고 있는데, 큰 틀은 ‘변화의 시작 → 이웃과 함께 → 이웃 사업’이다.

그 중 사업 1단계인 ‘변화의 시작’은 ‘테마마을 재생사업’으로 진행되었는데, 지역 특색화를 위한 컬러아트 프로젝트와 함께 마을갤러리, 주민 커뮤니티공간 조성 등을 통해 마을의 변화를 도모하고자 했다.

컬러아트 프로젝트는 마을에서 추출한 색과 패턴에 ‘청춘’ 텍스트를 입혀 마을을 새로 채색한 것이다. 사회적기업 공공미술프리즘에서 주도한 프로젝트로, 마을의 입구인 발산광장과 아랫동네와 윗동네를 잇는 108계단을 중심으로 마을을 27개의 구역으로 나누고 각 구역마다 색을 부여해 전체적으로 조화를 이루는 마을이 되도록 계획했다.

그리고 이러한 내용을 ‘발산창조문화마을 컬러아트 가이드북’으로 정리해 채색하는데 사용한 페인트는 무엇인지, 건물의 어느 부분에 색을 입혔는지 자세하게 기록하여 추후 관리에 활용할 수 있도록 했다.



발산창조문화마을 컬러아트가이드북  
출처 : 발산창조문화마을 컬러아트가이드북(2015)



마을 컬러아트 프로젝트 ©변은주

한편 주민 커뮤니티공간은 마을 내 폐가를 리모델링한 것으로, 광주광역시에서 매입하고 광주창조경제혁신센터(현대자동차그룹), 사회복지공동모금회, 기아자동차광주공장, 신용보증 기금, 공공미술프리즘이 공동 추진했다. 이 공간은 지금 현재 ‘청춘빌리지’라는 이름으로 운영되고 있으며, 마을을 찾는 방문객들을 위한 안내소 역할도 겸하고 있다.



주민커뮤니티공간 겸 마을안내소 '청춘빌리지' ©변은주

사업 2단계인 ‘이웃과 함께’는 ‘지역관심 증대를 위한 주민 참여사업’으로 진행되어 주민 커뮤니티 디자인학교, 마을자원 조사, 일상 속 예술체험 프로그램 등으로 추진되고 있다.

사업 3단계인 ‘이웃 사업’은 ‘지역 일자리 창출 및 경제 활성화사업’으로 진행되어 청년 문화예술기획자 인턴십이나 생활창업 연계 등으로 추진하고자 한다.

이 일환으로 커뮤니티비즈니스 브랜드 ‘싱싱발산’을 런칭해 발산마을 주민들과 함께 마을에서 할 수 있는 일로 사업모형을 만들고 직접 실현하기도 했다. 2015년에는 마을 텃밭에서 재배한 채소를 이용해 마을 어머니들이 반찬을 만들어 팔았다.

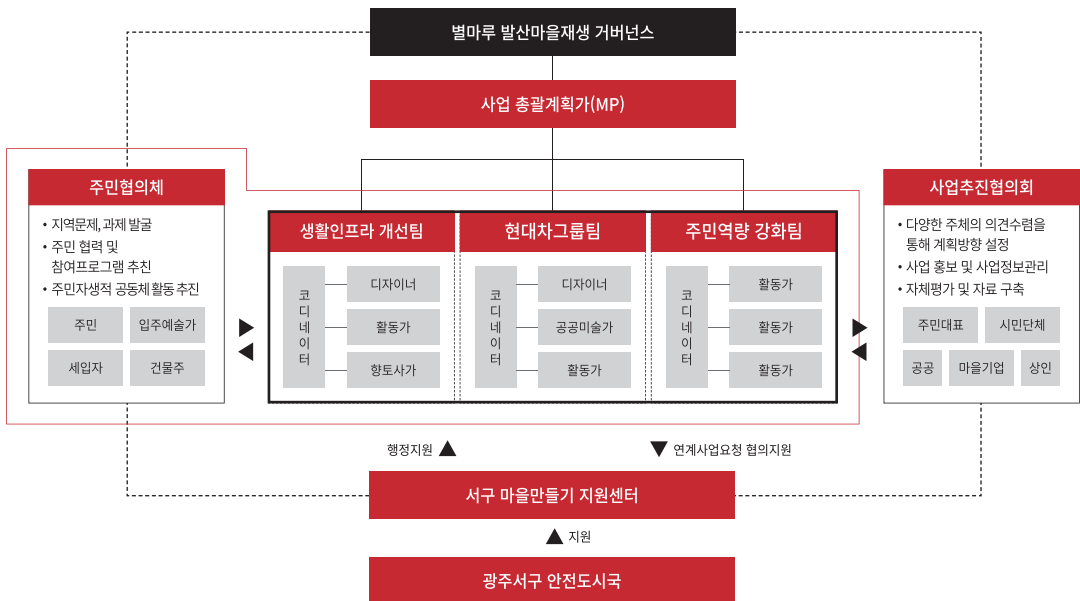


커뮤니티브랜드 싱싱발산 ©버바사인

[2015년~2018년] 국토교통부×광주광역시구청  
“양3동 새뜰마을사업-별마루 발산마을”

새뜰마을사업은 취약지역 주민들의 생활여건을 개선하기 위한 목적에서 2015년부터 지역발전위원회에서 추진하고 있는 사업이다. 광주광역시 서구청은 2015년도 공모에서 선정되어 2018년까지 4년간 약 50억원의 사업비를 지원받았다.

주요 사업 내용은 상하수도 정비, 공·폐가 정비, 안전시설 확충 등의 기초생활인프라 개선과 함께 마을 일거리를 창출하는 데 초점이 맞춰져 있다.



[발산마을 재생사업 거버넌스]  
출처 : 광주서구 새뜰마을사업신청서, p.17

[발산마을에서 진행되고 있는 마을재생 관련 사업간 내용]

마을미술 프로젝트 [문화예술 향유]	발산창조문화마을사업 [공동체 활성화]	별마루 발산마을 새들마을사업 [생활환경 개선]
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 예술작품 제작·설치</li> <li>• 마을갤러리(뽕뽕브릿지) 운영</li> <li>• 작가 레지던시 지원 등</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 마을 문화 프로그램 기획·운영</li> <li>• 마을 일자리 창출(커/비)</li> <li>• 마을활성화를 위한 지역리더 양성</li> <li>• 청년·주민 매칭 협의체 운영</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 노후 주택 수리</li> <li>• 마을 시설 개·보수</li> <li>• 도시가스, 상하수도 개선</li> <li>• 주민 이주·수용대책 마련</li> <li>• 다목적 커뮤니티센터 조성·운영</li> <li>• 주민 공동작업시설 조성</li> <li>• 주민협의체 구성 지원</li> </ul>



각 사업의 공간적 범위

이 외에도 이웃캠프, 마을축제, 청춘빌리지 2-3호 조성 등을 통해 발산마을의 활성화를 위한 여러 프로젝트들이 차려로 진행되고 있다. 그리고 이런 프로젝트들이 진행되면서 발산마을이 SNS 등을 통해 입소문을 타게 되었고, 많은 방문객들이 마을을 찾고 있기도 하다. 발산마을에 시작된 새로운 변화가 지속되기 위해서는 주민 생활과 함께 하고 주민들의 스스로 운영하는 체계가 지속적으로 확립되어야 하며, 이를 통해 원주민들과 새로 들어온 청년들, 예술가들이 함께 하는 공동체 마을을 형성할 수 있을 것이다.

참고문헌

- 광주광역시서구 새들마을사업 신청서
- 발산마을 홍보 리플렛 '청춘발산'



## 영국 런던 코인스트리트

### 주거지×주민커뮤니티×지속관리

런던 템즈강 남쪽 지역은 2000년대를 전후로 테이트모던(Tate Modern)을 비롯 런던아이(London Eye), 런던시청사 등으로 많은 사람들에게 주목을 받고 있다. 그 중 사우스뱅크(Southbank) 지역에 위치한 ‘코인스트리트(Coin Street)’는 낙후된 산업지대였던 곳에서 부동산 개발업자들과 주민 간 갈등 과정을 거쳐 주민 주도의 주거지 재생을 이룬 사례로 알려져 있다. 이 프로젝트를 처음부터 주도한 지역 주민 공동체인 ‘코인스트리트 커뮤니티 빌더스(Coin Street Community Builders)’는 이제 잉글랜드 지역의 대표적인 사회적기업 중 하나로 자리잡기도 했다. 본 사례를 통해 주민 주도로 이루어진 주거지 재생의 과정을 되짚어 보고자 한다.

- 위치 : 영국 런던 사우스뱅크(Southbank) 코인스트리트(Coin Street) 일대
- 면적 : 52,000㎡(런던시 매각 토지 규모)
- 사업기간 : 1984년(토지매입시기) ~ 진행 중
- 사업주체 : 코인스트리트 커뮤니티 빌더스(Coin Street Community Builders, CSCB)  
런던광역시(Greater London Council)



## 낙후된 산업지대, 개발업자 vs 주민

템즈강변 남측에 위치한 사우스뱅크(Southbank) 지역은 산업혁명 이후 런던 화물수송 거점으로 정비되어 1900년대 초까지 융성하던 곳이었다. 선착장과 해운창고, 공장들이 밀집해 있었으며 항만 노동자와 공장 노동자들로 한 때 인구가 5만여명에 이르기도 했다.

그러나 제2차 세계대전 이후 해운업 쇠퇴, 부두 폐쇄 등 산업구조가 변화하면서 지역이 빠르게 낙후되기 시작했다. 실업률은 증가했고, 인구는 감소했으며, 상점은 문을 닫았고, 주택은 노후해져갔다.

이러던 중 1974년, 지역 토지의 절반 정도를 소유하고 있던 한 자본가\*가 코인 스트리트(Coin Street) 일대를 호텔과 사무실 등으로 이루어진 신흥 상업·업무 지역으로 개발하려는 계획을 제안했다. 당시 런던은 국제 금융 중심지로의 개발 바람이 불던 시기였다. 지역 커뮤니티를 배제한 자본주의적 개발 계획에 주민 의견 청취 과정은 없었고, 지역 주민들은 당연히 이에 반대하기 시작했다.

코인스트리트 지역 주민들은 우선 여러 단체들이 네트워크를 이뤄 ‘연합체’를 결성했다. 이것이 코인스트리트 지역 주민들로부터 시작한 마을재생의 시작이었다. 그런데 이들의 마을재생 움직임이 타 사례와 달랐던 점은 바로 개발업자들의 계획에 반대운동을 하는 것에서 한 발 더 나아가 ‘대안적 개발안’을 제시했다는 점이다. 주민들은 ‘코인스트리트 액션 그룹(Coin Street Action Group)’을 조직해 런던 광역시(Greater London Council) 소속 건축가의 지원을 받아 코인스트리트 지역에 대한 종합적인 계획안을 작성했다.

이로부터 10년간 주민들과 개발업자, 런던광역시청과 자치구(Southwark Council) 사이에 수많은 의견들이 오고 갔다. 양측의 계획안이 모두 불허되기도 했고, 재검토 과정을 거쳐 새로 수립되었으며, 여러 차례 공청회가 진행되었다.

그런데 이 과정에서 경영이 악화된 개발업자측이 1984년, 이 사업을 포기하기에 이르렀다. 개발업자측은 소유하고 있던 토지를 런던광역시에 매각했고, 런던광역시는 이 토지를 저렴한 가격\*\*에 다시 주민들에게 매각하고자 했다. 이 과정에서 주민들은 시로부터 토지 매입이 가능한 법인조직, ‘코인스트리트 커뮤니티 빌더스(Coin Street Community Builders, 이하 CSCB)’를 설립하게 되었다. 그리고 이 조직이 바로 30년이 지난 지금까지 코인스트리트 지역 재생의 중심점 역할을 담당하고 있는 주민 공동체이다.

\* 당시 런던 남부지역 최대 자본가로 알려졌던 베스티 경(Sir)이다.

\*\* 영국의 지방자치법에 따라 토지이용을 비영리로 제한할 경우 토지를 이용가치로 매매할 수 있다.

**코인스트리트  
공동체를 만드는  
사람들**  
(Coin Street  
Community Builders)

CSCB는 런던시의 적극적인 지원 속에 ‘노동자가 살며 일하는 터전’을 목표로 400호의 주택과 1,200명의 새로운 고용 창출, 상업시설 및 공공공간 재정비를 포함하는 지역 개발안을 추진하기 시작했다. 그 중에는 시장논리에 의한 개발과정에서 배제될 가능성이 높은 저소득 주민들을 위한 임대주택 조성계획이 포함되어 있었고, 또 지역 주민들을 우선적으로 고용하는 기준을 정립해 코인스트리트 지역의 경제 회복과 일자리 창출에도 기여하고자 했다. 초기 사업추진에 필요한 자금은 런던광역시 및 개발공사, 자치구로부터의 저금리 용자와 주택기금, 민간은행으로부터의 담보대출을 통해 조달했다.

CSCB가 추진한 마을재생 사업을 크게 공공공간 재정비, 저렴한 임대주택 공급, 여가 부대시설 조성 등으로 구분해 살펴보면 다음과 같다.

[공공공간 재정비] CSCB는 사업 초기부터 템즈강에 면한 수변공간 정비사업을 추진했다. 공공공간을 우선적으로 조성해 마을재생의 거점으로 삼고자 한 것이다. 이에 공장부지로 막혀있던 공간을 공원 및 산책로로 조성해 지역 주민들과 시민들의 접근성을 확보했다. 현재 이 수변공간은 동쪽의 테이트모던으로 이어지는 산책로로 많은 사람들에게 이용되고 있다. 또 쇠락한 가브리엘부두(Gabriel's Wharf)는 디자이너 공방, 카페, 레스토랑 등이 복합되어 주민들이 일하며 쉬고 즐길 수 있는 공간으로 새롭게 조성되었다.



수변 산책로 ©박성남



가브리엘부두 ©박성남

[임대주택 공급] 코인스트리트 공동체는 주택을 지역의 ‘공동자산’으로 간주하고, 이 원칙에 따라 개인이 매입하거나 매도할 수 없는 ‘주택조합’ 방식으로 신규 주택을 공급·관리하고 있다.

이 업무는 코인스트리트 2차 주택조합(Coin Street Secondary housing Cooperatives, 이하 CSC)에서 담당한다. CSC는 건축가, 회계사, 변리사 등으로 구성된 전문조직으로 CSCB로부터 토지를 빌려(125년 장기임대) 주택을 설계·건설하고, 임대주택 형태로 입주자 주택조합에 재임대(5년)한다. 주택 입주자들은 별도 주택조합을 설립해 입주자 관리, 임대료 관리, 주택 관리 등을 담당한다.

이러한 방식을 통해 1988년 멀버리주택(Mulberry Housing)을 시작으로, 1994년 팜주택(Palm Housing), 1995년 레드우드주택(Redwood Housing, OXO타워 내), 2001년 이로코주택(Iroko Housing)까지 총 4개의 협동조합주택이 건설되어 지금까지 약 220가구가 입주했다. 당초 주택공급 계획(400호)의 절반 가량이 더디지만 확실하게 진행되고 있는 것이다.



멀버리주택(좌) 및 이로코주택(우) ©박성남

[여가·부대시설 조성] 코인스트리트와 인접한 템즈강변 한 켠에는 식육가공회사 공장으로 사용되던 붉은색 벽돌건물이 노후한 채로 방치되어 있었다. CSCB는 이 벽돌건물을 리모델링해 지역의 새로운 거점으로 재생하고자 했고, 이 건물이 현재 코인스트리트 지역의 랜드마크로 인식되는 OXO타워다. OXO타워의 저층부는 카페, 레스토랑, 갤러리, 공방, 공연장 등이 복합적으로 조성되어 있으며, 3층부터 7층까지는 주거공간으로, 최상층은 전망대와 레스토랑이 이용되고 있다.

템즈강변에 인접한 위치, 런던 주요 시설 및 편의시설과의 접근성 등의 조건을 생각해보면 OXO타워에 조성된 주택은 고급주택일 것이라고 쉽게 예상되지만 CSCB는 이 주택을 시세의 1/5정도에 불과한 임대주택으로 운영하고 있다. 대신 최상층에 위치한 레스토랑에서 발생하는 수익을 동일 사업체 내로 이전하는 자산관리 (Asset Management) 방식을 도입해 건물을 운영함으로써 이를 가능하게 하고 있다.



템즈강변에 위치한 OXO타워 외관 및 내부 ©박성남

**지속 가능한  
주거지를 향하여**

CSCB가 런던광역시로부터 매입한 토지는 CSCB가 공동으로 소유하며 신규 임대주택, OXO타워 등의 상업·여가·부대시설도 공동으로 관리한다. 즉, 부동산 자산을 커뮤니티 전체가 소유·관리하는 ‘공유경제’와 ‘자산관리 개념’을 전면적으로 도입한 것이다. 이러한 개념하에 CSCB는 1984년부터 지금까지 지역 내 유희공간, 유희시설 13곳에 대한 개발·재생 성과를 거두었다.



CSCB의 주요 자산 현황

현재 CSCB는 임대주택 건설 및 운영, 주차장 운영, 가브리엘부두 및 OXO타워 상업시설 임대, 스포츠센터 운영 등으로 연간 약 £360만 of 수익을 올리고 있으며, 수익금은 당연히 지역으로 재투자해 지역의 공적 개발과 복지 증진을 위해 사용하고 있다. 그러나 한 편으로는 이러한 막대한 수익금 때문에 ‘영리 추구’에 대한 비판이 제기되고 있는 것도 사실이다. 사업 초기에 가졌던 본래의 가치에서 벗어난다는 것이다.

처음 사업을 시작한 후 30년이 훌쩍 지났지만 코인스트리트는 여전히 앞으로의 지역의 지속 가능성을 위한 사회적 책임과 영리 추구 사이에서의 어떻게 균형을 맞춰 나갈 것인지에 대해 고민 중이다.

코인스트리트 재생 사례는 대규모 자본주의 개발로부터 마을을 지키기 위해 시작된 주민 주도 사업으로, 커뮤니티 기업 설립, 공유 자산 관리방식을 통해 지속 가능한 주거지 재생의 가능성을 보여준 사례로 많은 의미를 갖는다고 할 수 있다.

**참고문헌**

- AURI 국외출장 보고서(2014.08.16.~08.23.), 영국 런던·뉴캐슬, 서수정·박성남
- 이영범·김은희(2011), 사회적 기업을 이용한 주거지 재생, 국토연구원
- 경향신문(2015.03.01., [http://news.khan.co.kr/kh\\_news/khan\\_art\\_view.html?artid=201503012050045&code=210100](http://news.khan.co.kr/kh_news/khan_art_view.html?artid=201503012050045&code=210100)), ‘쇠락한 항구 주민 손으로 재개발... 템스강에 문화를 살렸다’

## 일본 도쿄 하기소

## 주거지 × 문화예술

2013년 4월, 도쿄 JR야마노테(山手)선 닛포리(日暮里)역, 치요다(千代田)선 센다기(千駄木)역에서 각각 약 10분 거리에 위치한 야나카(谷中)지역의 한 중심부에 카페와 갤러리가 함께 계획된 최소문화복합시설 ‘하기소(HAGISO)’가 탄생하였다. 야나카 지역은 도쿄에서 거의 유일하게 옛 마을 풍경이 비교적 많이 남겨져 있는 곳으로 서울의 서촌지역과 유사한 곳이다. 이 지역 또한 각종 개발압력에 의해 현대식으로 변화될 위기가 있었으나 지역 활동가 및 시민단체들의 지속적인 노력으로 옛 풍경을 유지하고 있고, 최근에는 젊은 아티스트들의 공방과 셀렉트숍 등이 들어서 독특한 풍경을 연출하고 있다.

- 위치 : 일본 도쿄도 다이토구 야나카 지역
- 면적 : 2층 목조주택(9.94㎡ 규모의 방 14개)
- 사업기간 : 2012년 3월 ~ 2013년 4월
- 사업주체 : 민간(개인 사무소)



## 하기소의 시작

‘하기소’는 야나카지역 한 모퉁이에 위치한 60년 된 목조 다세대주택이다. 하기(萩)는 우리나라 말로 싸리를 의미하는데 예전부터 이 지역에 싸리나무가 많아 붙여진 이름이다. 이 지역은 흥고(本郷), 우에노(上野)지역과도 가까운데 저렴한 하숙비 등을 이유로 도쿄대학, 도쿄예술대학의 학생들이 많이 살던 지역으로도 알려져 있다. 이 건물 또한 저렴한 하숙집 중 하나였으나 살고 있던 대학생들이 시작한 이벤트가 계기가 되어 지역에 새로운 교류의 장으로 거듭나게 되었다.





하기소 건물은 인근 소림지(宗林寺)에서 1955년에 지은 2층 목조건물로 원래 절 부지 내에 위치하고 있어 절주지가 직접 관리해왔다. 6첩(9.94㎡) 1칸(1.82m)의 방이 중간복도를 중심으로 나누어져 1층과 2층에 각 7개씩 총 14개의 방이 있고 현관, 화장실, 욕실 등은 공동으로 사용하는 다세대 임대주택 형태이다. 2000년 무렵까지는 사람들이 입주하여 살았으나 그 이후 공실상태가 지속되었고 중간에 노숙자가 들어와 살기도 했다.



야나카지역 가로 풍경 ©송준환



하기소 건물의 예전 모습

출처 : [http://colocal.jp/topics/lifestyle/renovation/20140916\\_36845.html](http://colocal.jp/topics/lifestyle/renovation/20140916_36845.html)

## 청년, 빈 집에 들어오다

2004년, 이 곳을 도쿄예술대학 건축과 학생들이 발견하여 살기 시작했다. 당시 6명의 남학생들이 직접 벽을 해체하는 등 새로운 공간을 만들었고, 열쇠를 쓰지 않아 마치 도쿄예술대학 학생들의 아지트가 되었다. 현재의 하기소를 디자인한 하기소의 대표이자 건축가인 미야자키 미츠요시(宮崎晃吉)씨는 자신의 사무소를 하기소 2층에 두고 있는데, 2006년부터 이곳에 살기 시작했다.

하기소가 새롭게 오픈하기 3년 전인 2011년, 동일본 대지진이 발생했는데 이것이 하기소 프로젝트를 시작하는 큰 계기가 되었다. 건물 외부는 전혀 손상을 입지 않았지만 온수가 나오지 않거나 전기가 들어오는 않는 등 설비 노후화로 인한 문제점들이 드러난 것이다. 이를 확인한 절주지(소유주)는 건물을 철거하고 지상주차장으로 전환하고자 했다.

이곳에 살고 있던 이들은 학생시절 때부터 법적절차와 무관하게 건물을 리모델링하며 사용해왔기 때문에 방법이 없겠다고 생각했다. 그러나 미야자키씨는 몇 해 전 자주 이용하던 목욕탕이 철거되었을 때의 충격을 떠올리며 건축을 하는 사람으로서 어떠한 역할도 하지 못하는 것에 대한 실망감을 느꼈다. 이에 적어도 건물에 대한 '장례식'은 치루자는 생각에 건물 철거 전에 주민과 아티스트 20여명을 모아 건물 전체를 대상으로 한 작품전시회 '하기엔나레 2012' 이벤트를(2012년 2월)를 기획하게 된다. 바닥을 부수고 상하 2층을 사용한 큰 새장을 만들거나 복도에 나무를 심고, 벽 한쪽에 작은 나무들을 박는 등 해체하는 것을 전제로 하는 하기소 건물 자체를 대상으로 한 이벤트였다.



하기엔나레 2012 이벤트

출처 : [http://colocal.jp/topics/lifestyle/renovation/20140916\\_36845.html](http://colocal.jp/topics/lifestyle/renovation/20140916_36845.html)

그런데 3주간의 이벤트 기간 중 무려 1,500명의 방문객이 이 곳을 찾았다. 예상 밖의 큰 호응이었다. 오래된 건물이지만 이렇게 호응을 얻을 수 있는 데도 불구하고 철거하는 것은 너무 아깝다고 생각한 미야자키씨는 철거 견적서와 함께 개·보수 후 새롭게 재활용하는 계획을 절주지에게 제안을 하였다. 절주지 측에서도 미야자키씨의 열의를 높게 평가하여 건물을 보존하는 방향으로 선회하게 되었고, 2013년 4월에 리모델링한 하기소 건물이 오픈하였다.

## 하기소의 새로운 시작



하기소 리모델링 전과 후

출처 : [http://colocal.jp/topics/lifestyle/renovation/20140916\\_36845.html](http://colocal.jp/topics/lifestyle/renovation/20140916_36845.html)

건물을 설계하고 짓고 나면 건축가의 역할은 끝나는 것이 일반적이지만 본 프로젝트는 미야자키씨가 직접 건물 운영에 관여하고 있는 것이 큰 특징이다. 미야자키씨는 도쿄예술대학 대학원 졸업 후, 유명 건축가인 이소자키 아라타(磯崎新)씨의 사무소에서 일을 하게 되었는데, 단순히 건물 설계만이 아니라 건물과 사람의 관계를 디자인해보고 싶은 마음에 2011년에 사무실을 그만두고 프리랜서가 되었고, 하기소 2층에 자신의 사무실을 두었다. 생기 있는 건물을 만들어 내기 위해 일상생활 속에서의 비밀상화를 느낄 수 있는 건물을 디자인하고, 운영하고 있다.

하기소 1층에는 카페와 갤러리 등이 있고, 2층에는 미용실과 아뜰리에가 있다. 1층 카페 맞은편에는 흰 콘크리트 벽면이 있는데 이 공간에서는 전시 및 카페를 객석으로 하는 음악회와 영화상영이 이루어진다. 갤러리는 크지 않지만 2층을 뚫어 층고 7m의 확장된 공간감을 연출하고 있다. 갤러리라고 하면 약간의 비일상적 공간으로 쉽게 접하기 힘든 느낌이 있지만 이를 카페라는 기능과 접목시킴으로써 친근하게 다가설 수 있는 공간으로 변화시키고 있다.



하기소 1층 카페 및 갤러리 ©송준환

하기소의 재생 프로젝트는 미야자키씨가 약 10년간 하기소에 살며 느낀 것을 독자적 방식으로 풀어낸 지역 맞춤형 재생 사례로서, 지금까지의 일률적인 도시계획제도 속에서 이루어지는 사업에 대한 새로운 시각을 제공한다.

참고문헌

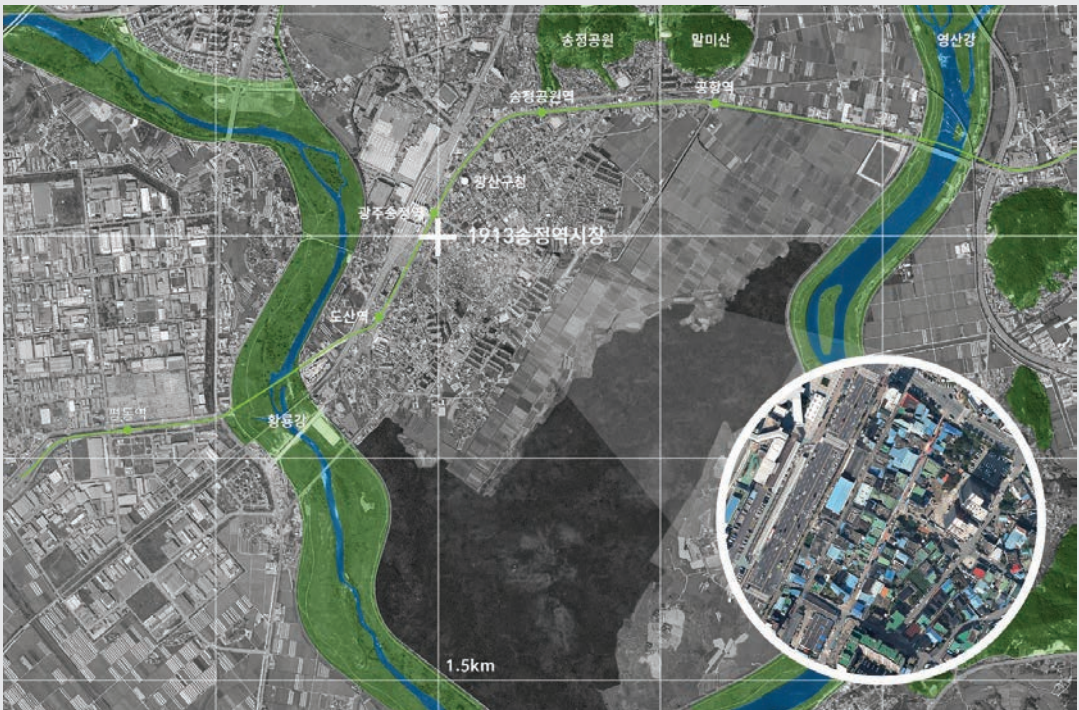
- 하기소 홈페이지(<http://hagiso.jp/>)
- 하기소 제공 자료
- 日経MJ 신문(2013.07.24., [http://hagiso.jp/reported/130724\\_nikkkei/](http://hagiso.jp/reported/130724_nikkkei/))
- 朝日新聞 DIGITAL(2015.02.04., [http://www.asahi.com/and\\_w/life/SDI2015020363201.html](http://www.asahi.com/and_w/life/SDI2015020363201.html))

광주광역시  
1913  
송정역시장

시장상가×역사×파트너십

전통시장의 현대화 사례는 전국적으로 무수히 많다. 2000년대 초반 대형마트의 확산과 함께 쇠락하는 전통시장·재래시장 활성화를 위해 정부에서 추진한 여러 지원사업 덕분이다. 그러나 현대화를 통해 새롭게 단장한 전통시장이 입소문을 타고 수많은 방문객이 찾는 관광지가 된 사례는 흔하지 않다. 광주광역시의 1913송정역시장은 현대화를 통해 기존 대비 20배 이상 방문객이 증가하며 전통시장 활성화의 선도 사례가 되고 있다.

- 위치 : 광주광역시 광산구 송정로8번길
- 면적 : 대지면적 3,775㎡, 매장면적 2,530㎡
- 사업기간 : 2015년 3월 ~ 2016년 4월
- 사업주체 : 광주창조경제혁신센터·현대자동차그룹·현대카드  
광주광산구청  
중소기업청  
송정역시장 상인회



### 1913년 첫 문을 연 시장

1913송정역시장은 그 이름에서 추측할 수 있듯 송정역에 기차가 다니기 시작한 1913년, ‘송정역전매일시장’으로 개장한 오래된 시장이다. 한 때 지역의 물류 중심지로 호황을 이루기도 했으나 신시가지의 개발과 대형 상권의 등장으로 2015년 기준, 55개 점포 중 약 20개가 비어있는 쇠락한 시장으로 방치되어 있었다. 또 상인들의 평균 연령이 62세로, 자력적인 재생이 다소 힘에 부치는 곳이기도 했다.



송정역시장 리노베이션 전 모습

출처 : 한국관광공사 홈페이지([http://korean.visitkorea.or.kr/kor/bz15/travel/content/C0313/view\\_1989806.jsp](http://korean.visitkorea.or.kr/kor/bz15/travel/content/C0313/view_1989806.jsp))



1913송정역시장 리노베이션 후 ©변은주

2015년 3월, 송정역시장의 재생을 위해 광주창조경제혁신센터와 현대자동차그룹이  
뭉쳤다. 광주창조경제혁신센터는 ‘서민생활 창조경제 플랫폼 구축’ 사업의 일환으로  
‘창조적 전통시장 리모델링 프로젝트’를 기획했고, 그 대상으로 송정역시장을  
선정했다. 그리고 이 프로젝트는 현대자동차그룹과 협업, 자연스럽게 현대카드에  
일임되었다.

### 공공과 민간의 힘을 모으다

강원도 봉평장 프로젝트로 전통시장 마케팅에 경험이 있었던 현대카드는 브랜딩·  
마케팅회사 ‘필로비블론’과 협력해 송정역시장 리모델링 프로젝트를 시작했다.

### 100년의 역사를 담은 시장으로

이들이 주목한 것은 100년이 넘는 시장의 역사였다. 현대카드와 필로비블론은 ‘지키기  
위한 변화’를 비전으로 각 점포마다의 ‘이야기’를 발굴해 이를 점포 디자인과 리모델링  
콘텐츠로 활용했다. 1913송정역시장에 위치한 점포들은 간판, 파사드, 인테리어 등에  
그 점포의 역사가 나타나 있다. 또 곳곳에 송정역시장의 역사를 넣어 방문객들로  
하여금 자연스럽게 시장의 역사를 알아볼 수 있도록 했다.

한편 물건을 사고 파는 시장의 기능은 대형 마트와 비교해 경쟁력이 부족하다고  
보고, ‘먹거리’ 중심으로 시장을 재구성했다. 타 전통시장 재생 사례와 같이 처음부터  
문화·예술 콘텐츠를 넣기 보다는 일단 사람들이 쉽게 찾아올 수 있는 콘텐츠를  
중심으로 한 것이다.



1913송정역시장 내 점포 간판 ©변은주





1913송정역시장의 역사를 나타내는 외부벽 및 보도 ©변은주



송정역시장의 55개 점포 중 빈 점포는 17개. 현대카드는 빈 점포를 채우기 위한 새로운 주체로 청년 상인들을 불러 모으기로 했다.

이 과정에서 광산구청은 중소기업청의 ‘2015년 전통시장 창업지원사업’에 공모, 선정되었다. 이 사업을 통해 1913송정역시장에 창업하는 청년 상인 점포 10곳에 대한 지원방안이 마련되었다. 1년 동안 점포당 최고 2,275만원까지 임차료, 인테리어 비용, 사업컨설팅, 홍보·마케팅 비용을 지원하는 것이 그것이다.

이에 광산구청과 현대카드, 광주창조경제혁신센터는 ‘송정역시장청년상인지원 사업단’을 구성해 17개 청년 상인팀을 모집하고, 빈 상점을 단계적으로 채워나가기로 했다.

공모를 통해 모집된 청년 상인들의 사업계획서를 검토하고, 면접 과정을 거쳐 최종 입점할 청년 상인들을 선정했다. 그리고 선정에 그치지 않고, 그 후에도 마케팅 멘토링을 통해 가게 네이밍과 메뉴 발굴을 지속적으로 지원했다.

## 청년 상인을 불러 모으다



새로 입점한 청년 상인 점포 ©변은주



새로 입점한 청년 상인 점포 ©변은주

2016년 4월, ‘1913송정역시장’으로 재개장한 이후 7월까지 네 달 동안 약 15만 명의 방문객이 시장을 다녀갔다. 1년 전 하루 평균 방문객이 200-300명 수준이었던 것을 감안하면 놀라운 변화다. 현대카드의 자료에 따르면 재개장 첫 달, 기존 상인들의 매출은 작년 평균과 비교해 약 3배 정도 증가했다고 한다.

이제 상인들은 오랜만에 다시 찾은 시장의 활기를 이어 나갈 준비를 하고 있다. 그 첫 번째 시작은 바로 ‘임대료 상생 협약 체결’이다.

광산구에 따르면, 재개장 직전 신규 상인들은 월 20-25만원 수준의 임대료로 빈점포에 입점했다. 그런데 재개장 후 한 달만에 새로 입점하려는 점포의 임대료가 2-3배로 치솟는 등 폭등의 조짐이 보이기 시작했다. 이에 광주광산구-건물주-시장 상인들은 과도한 임대료 폭등이 막 활성화되는 시장에 부정적 영향을 미칠 수 있다는 데 공감하고, 임대료 상생을 막기 위한 자율 협약을 체결했다(2016.05.29).

이 협약에 따라 건물주는 5년간 월세를 최대 9% 이상 인상하지 못하도록 한 「상가건물 임대차보호법」을 준수하기로 하고, 계약기간이 끝나고 상인들이 재계약을 희망하면 특별한 사정이 없는 한 적극 협력하는 데 동의했다.

오랜 침체 끝에 찾아온 1913송정역시장의 활성화에 이른바 ‘젠트리피케이션’ 현상의 최소화할 어떻게 할 것인지에 대한 상인 주체 및 지방자치단체 등 지역사회의 접근이 중요한 시점이다.



1913송정역시장 저녁 풍경 ©변은주



1913송정역시장 저녁 풍경 ©변은주

#### 참고문헌

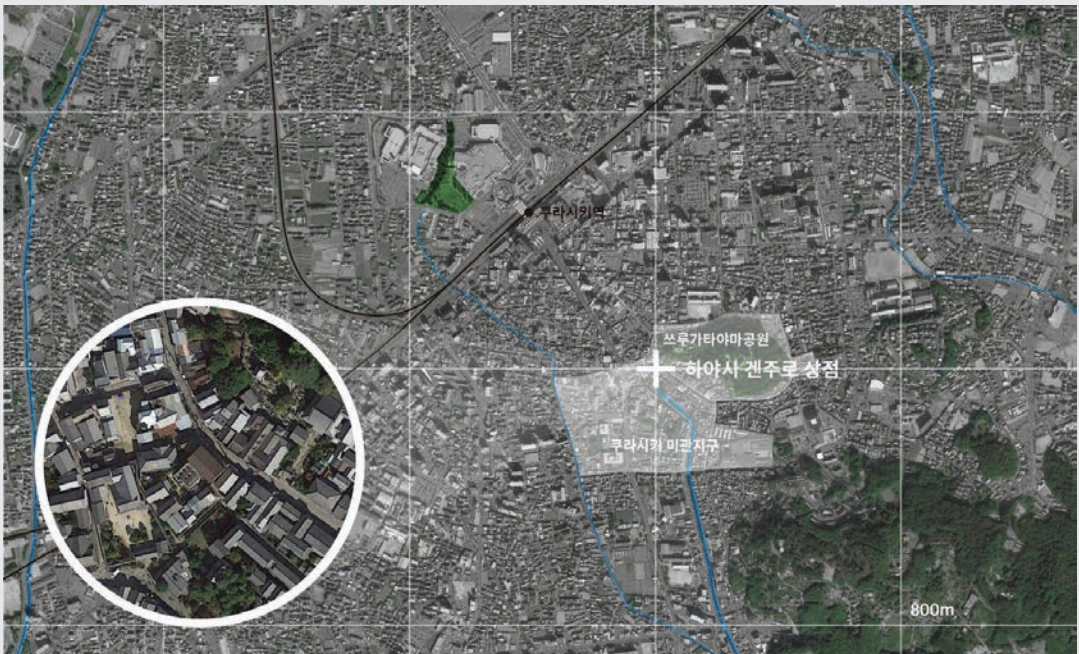
- 1913 송정역시장 팸플릿
- 월간 디자인 광주 1913 송정역시장 기사([http://mdesign.designhouse.co.kr/article/article\\_view/104/74497\\_per\\_page=1&sch\\_txt=](http://mdesign.designhouse.co.kr/article/article_view/104/74497_per_page=1&sch_txt=))
- 한국관광공사 홈페이지(<http://www.visitkorea.or.kr/intro.html>)

일본  
쿠라시키  
하야시겐주로  
상점

시장상가×유희공간×역사

쿠라시키시(倉敷市)는 에도시대에 상업도시로 번성한 곳으로, 당시의 시가지 일대가 ‘미관지구(전통적 건축물군 보존지구, 伝統的建造物群保存地区)’로 보존되어 있어 연간 약 350만명이 방문하는 관광도시이기도 하다. 그러나 미관지구를 제외한 도시 내 다른 지역, 기존 상점가의 쇠퇴로 지역 내 양극화 현상이 발생하는 문제가 있었다. 이에 쿠라시키시는 도시경관을 지키면서도 도시 전체를 활성화시킬 수 있는 방안을 모색해 재생계획을 수립했는데, 본 사례집에서는 그 중 ‘하야시겐주로(林源十郎) 상점의 재정비사업’ 프로젝트에 대해 소개하고자 한다.

- 위치 : 일본 오카야마현 쿠라시키시 미관지구 일대
- 면적 : 약 21ha(쿠라시키 미관지구 전체 면적)  
2층 목조주택 4개 동(하야시겐주로 상점)
- 사업기간 : 2010년 ~ 2014년
- 사업주체 : 쿠라시키시  
쿠라시키시 중심시가지 활성화 협의회  
쿠라시키 마치즈쿠리 주식회사



## 쿠라시키 중심시가지 전체의 활성화를 위한 전략

쿠라시키시(倉敷市)는 일본 추오구쿠지방(中国地方)에서 히로시마(広島), 오카야마(岡山)에 이어 세 번째 규모를 자랑하는 관광도시다. 중심시가지 쿠라시키역을 중심으로 남측에 위치한 ‘쿠라시키 미관지구(전통적 건축물군 보존지구:傳統的建造物群保存地区)’는 연간 약 350만명이 방문하는 것으로 알려져 있으며, 쿠라시키역을 이용하는 방문객도 전국 지방도시 상위권에 속한다.



쿠라시키 미관지구

출처 : 쿠라시키 시티문화 홈페이지([http://citysales.city.kurashiki.okayama.jp/sightseeing/gn1\\_1/](http://citysales.city.kurashiki.okayama.jp/sightseeing/gn1_1/))

그러나 미관지구로 지정된 지역 인근과 쿠라시키역 주변 상점가로 대형 점포가 들어서는가 하면 상인들의 고령화로 빈 점포가 늘어나면서 실제 방문객 규모에 비해 도시 전체의 활력도는 다소 떨어지는 상황이었다.

이에 2010년 3월, 쿠라시키시는 중심시가지의 전반적인 활성화를 위한 계획(쿠라시키시 중심시가지 활성화 기본계획, 2010-2015)을 수립하고, 미관지구를 포함한 쿠라시키시의 주요 장소들 간의 연계성을 강화하는 전략에 따라 사업에 착수했다. 쿠라시키시와 쿠라시키상공회의소, 지역 금융기관 등은 본 사업의 추진을 위해 ‘쿠라시키 마치즈쿠리 주식회사’를 출자·설립하고, 이를 중심으로 토지 이해관계자 및 상인, NPO 등을 포함한 ‘중심시가지 활성화 협의회\*’를 설립했다.

쿠라시키시 중심시가지 활성화 기본계획은 기존의 역사적 건축물 보존과 이를 포함한 지역의 경관 향상을 목표로 지역 자산을 활용하면서 중심시가지 전체를 활성화시키고자 했다.

★

2006년도에 개정된 「중심시가지 활성화 법·도시 계획법」에 따라 새롭게 「중심시가지 활성화 기본계획」을 수립하고 그것을 정부가 인정한 지역을 중점적으로 지원하는 것이다. 정부 인증 조건은 시민, 사업자 등 폭넓은 참가자들로 구성된 ‘중심시가지 활성화 협의회’ 설치를 법제화한 것이다.

## 비에 있던 전통건축물의 활용과 사회적 자본의 도입

쿠라시키시는 중심시가지의 활성화를 위한 기본계획과 전략에 따라 먼저 ‘쿠라시키 이야기관(倉敷物語) 주변 정비사업’을 추진했다. 쿠라시키 이야기관은 마츠야(町屋)라는 일본의 전통 건축물로, 중요 국가문화재로도 지정된 오오하시케(東大橋家) 주택을 개조한 것이다. 미관지구 입구에 위치하며 주민들의 커뮤니티시설이자 관광문화 거점시설로 2009년 4월에 개관했다.

쿠라시키 이야기관 정비사업 후 착수한 사업이 ‘하야시겐주로(林源+郎) 상점’ 재정비사업이다. 하야시겐주로(林源+郎) 상점은 쿠라시키 이야기관 인근에 위치한 건물로 1657년에 조성되어 350년의 역사를 자랑하는 오래된 점포였으나, 점포주가 히로시마로 이전한 이후 빈 점포로 방치된 상태였다. 이에 ‘쿠라시키시 중심시가지 활성화 협의회’는 일본 중소기업정비기공\*의 지원을 받아 2010년 6월부터 12월까지 6개월간 프로젝트를 추진해 활용방침과 임대사업 등에 대한 방안을 모색했다. 2층 규모의 목조주택 4개동으로 이루어진 공간적 특성과 내부 정원의 분위기를 충분히 살리려고 했으며, 쿠라시키 지역의 전통과 역사를 새로운 콘텐츠로 활용하고자 했다. 그 결과 2012년 3월, 경제산업성 전략 보조금을 활용해 ‘하야시겐주로 상점 쿠라시키 생활디자인 마켓’이라는 이름으로 다시 태어났다.

4개의 건물에는 쿠라시키의 문화를 활용한 ‘생활디자인 뮤지엄’과 쿠라시키에 본사를 둔 생활용품 업체의 첫 직영점인 ‘쿠라시키 의장 아키브랜치’, 오카야마 지역산업인 데님(청바지)을 활용한 ‘오리지널 데님공방’ 그리고 지역의 제철 식재료를 활용한 식당인 ‘창작 레스토랑’ 등이 들어서 의·식·주가 복합된 공간으로 재구성됐다.

이와 함께 하야시겐주로 상점이 처음 조성된 이래 약 350년간 약국으로 운영되면서 지역사회에 대한 다양한 공헌으로 주민들의 각별한 사랑을 받은 만큼 이에 대한 기념실을 본관 2층에 조성해 놓았다.

하야시겐주로 상점의 재정비는 유휴상태로 남아있는 역사적 건축물을 적극적으로 활용한 사례로, 쿠라시키 미관지구와의 조화를 고려하면서 기존 중심 시가지와는 대조되는 분위기를 조성해 매력적인 상업시설로 재탄생했다는 데 그 가치가 있다.

2013년 쿠라시키시 건설국이 발표한 통행량 자료에 따르면, 2012년을 기준으로 쿠라시키시 중심시가지 활성화 계획 수립 당시 예상한 목표치(2014년)인 7만 4천명을 넘어 이미 10만명이 이르렀으며, 쿠라시키역 주변 상점가 통행량은 약 2배 증가, 주변부 골목 상점가는 약 3배 이상 증가하는 효과를 가져왔다.

★

중소기업정비기공(중소기공)에서 시행하는 「중심시가지 상업 활성화 진단·지원사업」(中心市街地商業活性化診断・サポート事業)은 중심시가지 활성화 협의회 또는 중심 시가지 활성화 협의회를 조직하려고 하는 자와 정부로부터 인정을 받고 민간 중심시가지 상업 활성화 사업을 실시하려는 중소기업들을 대상으로 중심시가지의 상업 활성화 및 협의회 등에 관한 활동을 지원하는 사업이다. 사업의 내용은 세미나형과 프로젝트형으로 구분되어 세미나형은 연수회, 아카데미 등 기획, 입안작성지원, 강사파견 등이며, 프로젝트형은 사업의 실효성을 높이기 위해 전문가로 구성된 프로젝트 팀으로부터 조사, 분석 등을 기반으로 조언, 진단 등을 지원한다.



하야시겐주로 상점 내 생활용품숍



하야시겐주로 상점 내 데님숍

출처 : 하야시겐주로 홈페이지([http://www.genjuro.jp/shop/isho/index\\_kor](http://www.genjuro.jp/shop/isho/index_kor))

또한, 주변 상점가가 젊은 청년들의 창업 공간으로 활용되는 움직임을 보여 ‘나라만의 골목(奈良萬の小路)’ 및 ‘쿠라시키요이마치 가든(くらしき宵待ちガーデン)’ 정비 등의 사업으로 확대 추진되고 있다.

본 사례는 빈 점포를 재활용한 점, 역사적 건축물의 특징을 공간 디자인에 적극 반영한 점, 새롭게 조성되는 점포의 콘텐츠에 지역 사회자본을 활용했다는 점에서 향후 지방 도시들의 재생 과정에서 참고할만한 사례라고 생각된다.

#### 참고문헌

- 일본 국토교통성 중심시가지 사례 자료 (<http://www.mlit.go.jp/crd/index/case/pdf/1008kurashikicity.pdf>)
- 쿠라시키 건설국 마치즈쿠리부 발표자료(2013), ‘倉敷市建設局まちづくり部倉敷市中心市街地活性化について(쿠라시키시 중심시가지 활성화에 대해)’([http://www.zenken.com/kensyuu/kousyuukai/H27/619/619\\_takagi.pdf](http://www.zenken.com/kensyuu/kousyuukai/H27/619/619_takagi.pdf))
- 하야시겐주로 상점 홈페이지(<http://www.genjuro.jp>)
- 쿠라시키 마치즈쿠리 주식회사 홈페이지(<http://kmc.jp.net>)



일본  
키타큐슈  
코쿠라야모리  
(리노베이션스쿨)

시장상가×유희공간×파트너십×지속관리

일본 키타큐슈시(北九州市)의 코쿠라(小倉) 도심지구는 1960년대 인구 100만명의 대도시로 성장했으나 1990년대 도시 기간산업의 쇠퇴로 빈 점포 증가와 고용 인구 감소, 건물 노후화 문제가 발생했으며, 이에 시 차원에서 유희 부동산을 활용한 프로젝트를 추진하게 되었다. 2011년 3월부터 시작된 ‘코쿠라야모리구상(小倉家守構想)’을 토대로 한 민간 부동산재생업자의 리노베이션 계획 수립, 리노베이션 스쿨 개최 등의 프로그램이 그것이다. 그리고 이러한 일련의 프로그램을 통해 2015년까지 11건의 유희부동산 리노베이션 사업이 진행되었다.

현재 일본 각지에서는 리노베이션 마치즈쿠리(まちづくり, 마을만들기)가 활발하게 진행되고 있는데, 키타큐슈의 코쿠라야모리구상은 이런 움직임의 선도적인 사례로 주목을 받고 있다.

- 위치 : 일본 키타큐슈시 코쿠라키타구(小倉北区) 우오마치(魚町) 일대
- 면적 : 약 80ha(코쿠라중심시까지 구역면적)
- 사업기간 : 2010년 7월(코쿠라야모리구상 검토위원회 설치) ~ 2014년
- 사업주체 : 리노베링(리노베이션스쿨 운영, 에어리어매니지먼트 담당)  
유희부동산 소유주(사업화 제안)



## 코쿠라야모리 프로젝트의 시작

코쿠라야모리(小倉家守) 활동은 2009년 기타큐슈시 경제산업국 신산업진흥과 공무원의 제안에서 처음 시작되었다. 그는 상점이 진흥과는 직접적 관련이 없는 업무를 담당하고 있었으나 코쿠라역 주변 시가지의 부동산이 점차 비어가고 있는 것에 대해 문제를 제기했고, 이에 대한 고민이 현대판 ‘야모리(家守, 에도시대 가옥 관리인)’를 통한 유휴부동산 활용 움직임으로 이어지게 되었다.

코쿠라 중심시가지는 대규모 제조업 본사나 지점이 이전하고 생산인구가 감소하는 등 경제활동이 정체되면서 쇠퇴문제가 발생하게 된 곳이다. 기타큐슈시에서는 점포뿐만 아니라 오피스빌딩에도 대량의 공실이 발자 일본판 콤팩트시티(Compact city)를 목표로 하는 계획을 마련하게 되었다.

이에 가장 먼저 의식 있는 부동산 소유주 3명(메르카토3번가(メルカート三番)와 포포라토3번가(ポポラート三番街) 소유주 포함)과 지역 전문가, 대학생, 대학원생으로 구성된 위원회가 조직되었고, 2011년 2월 유휴부동산 활용과 양질의 일자리 창출을 통한 산업진흥, 커뮤니티 재생을 위한 ‘코쿠라야모리구상(小倉家守構想)’이 수립되었다. 이렇게 ‘리노베이션 마치즈쿠리’라는 목표와 프로세스가 일본 최초로 시작된 것이다.

## 다양한 주체와 활동을 담은 코쿠라야모리구상

코쿠라야모리구상은 5개년 계획으로 수립되었다.

1차년도인 2010년도는 코쿠라야모리구상을 검토하고 입안한 해다. 아울러 부동산 소유주, 민간자립형 마치즈쿠리를 목표로 하는 사람들을 대상으로 ‘야모리강좌’를 개설했고, 추후 리노베이션스쿨로 발전하게 되는 ‘리노베이션 심포지움’ 등의 개발활동이 적극 실시되었다.

2차년도인 2011년부터는 실제 유휴부동산의 리노베이션 프로젝트가 진행되면서 주변 지역 부동산 소유주들의 의식이 개선되는 효과가 나타나기 시작했다. 특히 2011년 여름에는 ‘리노베이션스쿨’이 처음으로 개최되었고, 5개 유휴부동산 소유주로부터 리노베이션 사업을 제안받아 추진되기에 이르렀다.

3차년도에는 ‘리노베이션 마치즈쿠리 추진협의회’라는 민-관조직이 구성되면서 민간 부동산소유주, 야모리팀, 대학교수, 학생, 사업주, 공무원 등이 평등한 입장에서 모일 수 있는 자리가 마련되었다. 이 때 민간의 자주자립형 마치즈쿠리 회사인 ‘기타큐슈 야모리사(北九州家守舎)’가 조직되었다.

4차년도에도 계속해서 리노베이션 프로젝트가 진행되었고, 기타큐슈시 성장전략에는 ‘리노베이션’ 항목이 포함되기도 했다. 이렇게 지속적으로 축적한 리노베이션 마치즈쿠리 노하우를 바탕으로 ‘리노베이션 마치즈쿠리센터’가 설립되었고, ‘리노베이션 마치즈쿠리학회’ 설립을 위한 준비활동이 시작되었다.

5차년도에는 실제 프로젝트를 폭발적으로 진행시키기 위한 움직임이 일어났다. 공공공간인 도로를 공원화해 보행자공간으로 만들거나 이용률이 낮은 도시공원에 대해서는 대규모 리노베이션을 계획하면서 유휴부동산의 활용이 에어리어 매니지먼트(Area Management)로 확대되는 양상을 보였다.

[코쿠라야모리구상 5개년 계획]

중심시까지 유휴부동산을 활용한 도시형 산업집적 창출

2010년	2011년	2012년	2013년	2014년
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 코쿠라야모리구상 검토위원회 설치</li> <li>• 구상 검토·입안</li> <li>• 지역 선정</li> <li>• 리노베이션 가능 매물 조사</li> <li>• 야모리 강좌</li> <li>• 부동산소유주 의견 수렴</li> <li>• 후보안건 추출</li> <li>• 컨설팅</li> <li>• 3개대학 연계 리노베이션 심포지움 개최</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전체 프로듀스</li> <li>• 안건 지원</li> <li>• 리노베이션 마치즈쿠리 추진위원회 설립 준비</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전체 프로듀스</li> <li>• 안건 지원</li> <li>• 리노베이션 마치즈쿠리 추진위원회 설립</li> <li>• 기타큐슈 야모리사 설립</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전체 프로듀스</li> <li>• 안건 지원</li> <li>• 소유주 개발활동</li> <li>• 도시형 산업육성</li> <li>• 빈 매물 이벤트</li> <li>• 빈 매물 전수조사</li> <li>• 창업 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전체 프로듀스</li> <li>• 안건 지원</li> <li>• 소유주 개발활동</li> <li>• 도시형 산업육성</li> <li>• 야모리 육성교실</li> <li>• 빈 매물 이벤트</li> <li>• 창업 지원교실</li> </ul>
	리노베이션스쿨 #1 리노베이션스쿨 #2	리노베이션스쿨 #3 리노베이션스쿨 #4	리노베이션스쿨 #5 리노베이션스쿨 #6	리노베이션스쿨 #7 리노베이션스쿨 #8
	리노베이션특구 관련 조사 (제1기)	리노베이션특구 관련 조사 (제2기)	리노베이션플랜 평가사업	새로운 리노베이션 지원책 검토
		리노베이션 지원책 발표	리노베이션 마치즈쿠리센터 설립	리노베이션 마치즈쿠리센터 활동
	*메르카토3번가 *포름3번가	*포포라토3번가 *마쓰나가빌딩 *산리오빌딩 *미키야빌딩	*오자키센이빌딩 *나카야빌딩 *히라이가	실제 프로젝트화 지속

출처 : 国土交通省 土地・建設産業局(2015), リノベーション・エリアマネジメントによるまち育て



코워킹스페이스로 재개장한 '미카게1881'



점포와 사무실로 재개장한 '산리오 코쿠라빌딩'



일본식 카페, 대어공간으로 재개장한 '미키야'

리노베이션을 통한 유휴부동산의 변화(Before&After)  
출처 : 국토교통성 홈페이지(<http://www.mlit.go.jp/>)

## 리노베이션 마치즈쿠리 추진 조직

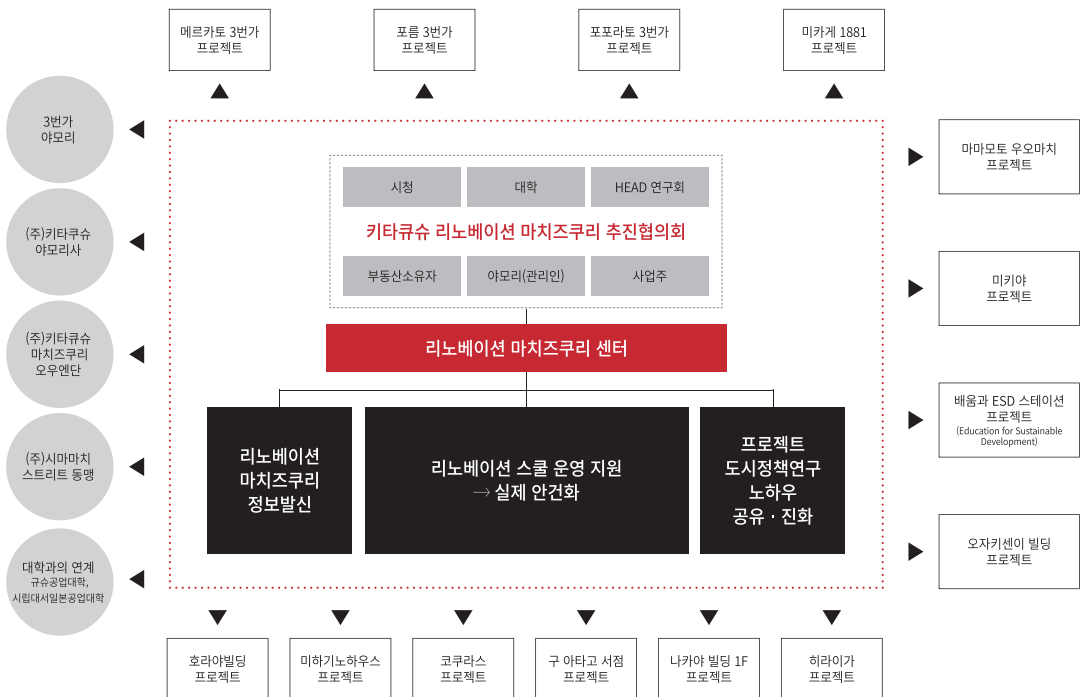
코쿠라야모리 프로젝트는 ‘키타큐슈 리노베이션 마치즈쿠리 추진협의회’라는 관-민 조직이 기존 상점이 조직과는 다른 새로운 목적을 가진 조직체로서 활동하였다는 점이 특징이다.

이 추진협의회는 6개월마다 개최되는 리노베이션스쿨의 준비과정에서부터 활용 부동산 선정, 사회경험 이벤트, 홍보활동 등에 대한 사항을 중점적으로 진행했다.

현재 키타큐슈 리노베이션 마치즈쿠리 추진협의회를 중심으로 3번가 야모리(三番街家守), 키타큐슈 야모리사(北九州家守舎), 키타큐슈 마치즈쿠리 오우엔단(北九州まちづくり応援団), 시마마치 스트리트 동맹(島町ストリートアライアンス), 리노베이션 마치즈쿠리 센터(リノベーションまちづくりセンター) 등 다섯개의 민간자립형 마치즈쿠리 회사가 조직적으로 활동하고 있다.

리노베이션스쿨은 마치즈쿠리를 움직이는 동력으로 작용하고 있으며, 상점가 내 유휴부동산의 리노베이션 사업화에 기여하고 있다.

[코쿠라야모리 프로젝트 추진 조직]



출처 : 清水義次(2014), 『リノベーションまちづくり: 不動産事業でまちを再生する方法』, 京都: 学芸出版社, p.112

### 코쿠라야모리 프로젝트의 성공과 리노베이션스쿨의 확산

코쿠라야모리 프로젝트는 민간 주도의 공-민(公民)연계를 통해 마을의 변화를 실증적으로 이루어낸 사례이다. 유휴부동산이 계속해서 증가하고 있는 상황에서 마치즈쿠리의 주요 주체는 부동산 소유주와 야모리라고 할 수 있다. 기타큐슈시 코쿠라야모리구에서는 부동산 소유주가 스스로 야모리가 된 경우도 있었다. 코쿠라야모리구상의 리딩 프로젝트(Leading Project)로서 실시된 ‘메르카토3번가’의 소유주가 이에 해당한다. 성공적으로 진행된 첫 프로젝트는 주변의 다른 부동산 소유주들에게도 긍정적인 영향을 미치고 있다.

이와 함께 코쿠라야모리 프로젝트 추진과정에서 얻게 된 가장 큰 성과는 ‘리노베이션스쿨’이다. 리노베이션스쿨은 2005년부터 현대판 야모리 육성을 위해 집중 특훈 방식으로 실시한 야모리 교실을 변경해 본 프로젝트에서 ‘야모리 육성 강좌’로 진행했고, 이것이 발전하게 된 것이다. 2011년부터 시작된 리노베이션스쿨은 도쿄대학 마쓰무라(松村) 교수를 중심으로 한 HEAD(Home&Environment Advanced Design) 연구회가 실행을 위한 사무국을 운영하면서 본격적으로 시작되었다. 이후 리노베이션스쿨은 6개월에 한 번씩 개최되면서 리노베이션 마치즈쿠리의 실질적인 동력으로 작용하고 있으며, 2015년을 기준으로 전국 약 30개 도시에서 리노베이션스쿨이 실시되었다.

### 일본 전역에서 일어나고 있는 유휴부동산 활용과 재생

일본에서는 인구감소와 초고령사회가 도래함에 따라 부동산 관련 사업을 마치즈쿠리와 연계하는 방안을 모색하고 있다. 이에 전국 각지에서 발생하는 빈 집이나 빈 점포, 노후건물등 부동산 재고(stock)를 도리어 지역자산으로 재생·활용한 다양한 선진 사례에 주목하고 있다. 폐교를 아트센터로 활용한 도쿄의 ‘아트치요다 3331’, 교토의 전통적 건조물인 교마치야(京町家)의 보전과 활용을 위한 ‘교마치야계승넷(京町家等継承ネット)’ 등 지역의 새로운 수요를 발굴하고 이를 위한 인력 네트워크 구축 및 자금조달 방법을 마련하는 사례들을 다양하게 볼 수 있다.

또한 유휴부동산의 리노베이션이 건물의 재생뿐만 아니라 지역의 가치를 향상시키는 에어리어 매니지먼트의 전략으로서도 그 가능성을 주목받고 있다. 앞서 살펴보았던 코쿠라야모리구상은 민간의 유휴부동산 리노베이션을 지자체가 지원함으로써 코쿠라 중심지가 일대의 활성화에 긍정적 영향을 미친 사례이다.

이 밖에도 나가하마시(長浜市)의 ‘나가하마 마치야 재생뱅크(長浜町家再生バンク)’, 오다시(大田市)의 ‘이와미 은광지구(石見銀山地区)’, 이세시(伊勢市)의 ‘오카게요코초(おかげ横丁)’, 나고야시(名古屋市の) ‘니시키2초메 조자마치지구(錦二丁目長者町地区)’, 나가노시(長野市の) ‘젠코지지구(善光寺地区)’ 등의 민간 유휴부동산의 활용사례가 있다. 공공의 사례로서는 도쿄도 치요다구(東京都 千代田区)의 ‘아트치요다 3331(アーツ千代田3331)’, ‘치요다 플랫폼 스퀘어(ちよだプラットフォームスクウェア)’ 등이 있다. 이처럼 일본 전역에서 빈집 문제 해소, 신사업 및 지역 활력 창출, 가치 상승, 공공시설의 유지·관리비 절감 등을 위한 새로운 부동산 산업으로서 유휴부동산 리노베이션에 대한 관심이 고조되고 있다고 할 수 있다.

[일본의 리노베이션 에어리어 매니지먼트 사례]

공공 주도	1	<b>도쿄 치요다구 ● 아트치요다 3331</b> ‘치요다 아트스퀘어구상’에 따라 폐교가 된 구 렌세중학교(練成中学校)를 아트센터로 운영하는 단체 공모. 선정된 합동회사 코맨드A는 치요다구와 정기임대계약(定期借家契約)을 체결하고 독립채산으로 관리운영 실시. 상시 이벤트를 개최하여 지역 주민들을 끌어모으고, 주변 지역에는 갤러리나 음식점 등이 생겨나고 있음  도쿄 치요다구 ● 치요다 플랫폼 스퀘어 ‘SOHO 마을만들기구상’에 따라 치요다구의 소유 건물을 재생하기 위해 사업자 공모. 선정된 플랫폼 서비스 주식회사 SOHO 오피스의 거점으로 동 시설을 활용하고 새틀라이트 시설을 주변지역에 전개시켜 나가고 있음
	2	<b>나가노시 ● 젠코지지구</b> 젠코지지구는 문젠마치(門前町, 사할 앞에 형성된 마을)의 오래된 가로경관에 매력을 느낀 젊은이들이 빈집, 빈점포 등을 개수하여 주택, 점포, 오피스, 게스트하우스로서 활용하는 활동이 진행 중
민간 주도	3	<b>나고야시 ● 니시키2초매 조자마치지구</b> 빈 건물을 소유자가 협상하여 1동을 차용 및 개수하고 테넌트를 모집한 후 임대. 유한회사 조자마치마을만들기컴퍼니에서 실시. 지금까지 오피스빌딩 Part 1~3, 나고야 ID Lab 1~3 등의 유희부동산을 재생하였고 신규 사업자 및 지역 내 통행량 증가에 기여하고 있음
	4	<b>나가하마시 ● 나가하마 마치야 재생뱅크</b> 나가하마 마치야 주식회사가 빈집인 마치야를 유지관리하는 ‘카제토오시(風通し)’나 빈집인 마치야를 차용하여 개수 및 거주자를 유치하는 ‘하시와타시(橋渡し)’를 실시. 지역 내 빈집인 마치야의 해소와 거주인구의 증가에 기여하고 있음
	5	<b>이세시 ● 오카게 요코초</b> 주식회사 카후쿠(赤福)가 용지의 소득과 테넌트 구성을 고려하면서 집객시설 정비를 면적으로 전개. 역사적 외관을 고려하여 시(市)가 경관규제를 실시함으로써 일체적인 가로경관을 형성
	6	<b>오다시 ● 이와미 은광지구</b> 시마네현 오다시 오모리마치의 이와미 은광지구에는 폐가가 된 수많은 빈집을 개수하여 주택, 상점, 오페라하우스, 게스트하우스 등으로 정비해 젊은이들의 정주인구 증가와 가로경관 보전에 기여
	7	<b>키타큐슈시 ● 코쿠라야모리구상</b> ‘코쿠라야모리구상’은 지가가 크게 하락한 지구로 메르카토 3번가를 시작으로 리노베이션을 집중적으로 전개한 곳. 리노베이션 물건의 신규 고용자수가 함께 300명을 넘는 등 활력 창출뿐만 아니라 지역 내 고용촉진 효과도 나타나고 있음

출처 : 国土交通省 土地・建設産業局(2015), リノベーション・エアリアマネジメントによるまち育て



#### 참고문헌

---

- 국토교통부 土地・建設産業局(2015), 遊休不動産再生を活用したエリア価値工場手法に関するガイドライン
- 국토교통부 土地・建設産業局(2015), リノベーション・エリアマネジメントによるまち育て
- 국토교통부 土地・建設産業局(2016), 不動産ストックビジネスの発展と拡大にむけて(不動産ストック再生・活用やその資金調達に取り組むための事例集)
- 清水義次(2014), 『リノベーションまちづくり: 不動産事業でまちを再生する方法』, 京都: 学芸出版社
- AURI 국외출장 보고서(2016.03.09.~03.14.), 일본 키타큐슈, 윤주선
- 이승민(2015), '일본의 리노베이션 마치즈쿠리 정책과 유휴 부동산 활용', 국토, 407, 국토연구원
- 국토교통성 홈페이지(<http://www.mlit.go.jp/>)
- 리노베이션스쿨 홈페이지(<http://www.renovationschool-pro.jp/>)
- 키타큐슈 야모리샤 홈페이지(<http://www.yamorisha.com/>)



일본 니치난  
아부라츠  
상점가

시장상가×유희공간×파트너십

지방 소도시 상점가의 쇠퇴는 이미 많은 도시에서 당연한 현실적인 문제이다. 미야자키현(宮崎県) 남부에 위치한 인구 5만의 니치난시(日南市) 중심시까지 또한 크게 다르지 않았다.

이에 니치난시는 시장의 과감한 제안을 기점으로 주민, 전문가가 협력해 상점가 공간을 쾌적하게 재정비하고, 이 지역만의 콘텐츠와 프로그램을 접목해 주민들이 스스로 찾아오도록 했다. 아부라츠 상점가 재생 사례를 통해 지방 소도시에서 자발적으로 일어난 상점가 재생 과정을 소개하고자 한다.

- 위치 : 일본 미야자키현 니치난시 아부라츠 상점가 일대
- 사업기간 : 2014년 ~ 진행 중(2017년 사업 종료 예정)
- 사업주체 : 니치난시

주식회사 아부라츠오우엔단(油津応援団)



**상점가  
위기 극복을 위한  
시장의 과감한 도전**

미야자키현 니치난시 중심시가지에 위치한 아부라츠(油津) 상점가는 백화점과 대형수퍼마켓을 비롯해 작은 상점들이 모여 있는 곳으로, 2000년대 들어 빈점포 발생, 보행자 통행량 및 매출 감소 등 쇠퇴 경향이 두드러지고 있었다.

이에 니치난시에서는 중심시가지의 활성화를 위한 협의회를 조직하고 2012년 ‘니치난시 중심시가지 활성화 기본계획’을 수립·발표했다. 여기에 니치난시 경제에 강한 위기감을 느낀 시장이 니치난시 이주조건과 함께 월급 90만엔을 4년간 지급하겠다는 파격적인 조건으로 상점가 재생을 위한 전문가 모집을 공고했다. 이 공고에 전국에서 333명의 재생 전문가가 지원해 ‘키토 료우타(木藤亮太)’씨가 ‘재생 매니저’로 선발되었다.

키토 료우타씨는 ‘자주적 상점가 만들기’를 목표로 우선 상점주를 포함한 지역의 청소년, 주부 등 시민과의 적극적 의견교류를 통해 신뢰관계를 구축했고, 이를 기반으로 상점가 재생을 위한 아이디어를 함께 만들어나갔다.

이에 키토 료우타씨를 포함해 상점가 재생사업의 총 실행주체였던 민간 재생회사 ‘주식회사 아부라츠오우엔단(油津応援団)’과 니치난시의 마케팅 전문가 등을 중심으로 상가협의회, 시민들이 참여하는 사업 추진 체계가 구축되었다.

**주민이 스스로  
찾아오는  
상점가 만들기**

아부라츠 상점가의 물리적 재생은 ‘다세대 교류를 위한 물 정비사업’이라는 명칭으로 ‘니치난시 중심시가지 활성화 기본계획’의 선도사업으로 추진되었다.

사업은 1차적으로 상점가 내의 빈건물 일부를 해체·철거해 ‘마시고·놀고·배우고·먹고’를 컨셉으로 주민들의 거점 공간을 조성하고, ‘아부라츠 윗텐(Aburatsu Yotten)’이라 총칭했다. 아부라츠 윗텐에는 6개의 점포로 구성된 ‘아부라츠 식당’이 있는데, 이곳에 들어선 점포 경영자 대부분은 30대 청년 창업자들이다. 이들은 모든 점포의 주류 가격을 통일하고, 점포 간의 음식 전달과 반입을 가능하게 해 내점 고객과 이용자가 점포에 관계 없이 편리하게 이용할 수 있는 체계를 도입했다.

아부라츠오우엔단은 니치난시로부터 위탁을 받아 아부라츠 윗텐 내에서의 육아지원, 교육 및 시민활동 프로그램을 운영하고 있다.



아부라츠 윗텐 내부 프로그램 운영 모습



아부라츠 식당

출처 : 중심시가지 활성화 협의회 지원센터 홈페이지(<http://machi.smrj.go.jp/machi/closeup/town/160226nichinan.html>)

또 인접한 공터에는 컨테이너 박스를 활용해 상품 판매 및 서비스업 점포로 구성된 ‘아부라츠 가든(Aburatsu Garden)’을 조성했다.

사업비는 ‘경제산업성’과 니치난시의 보조금, 아부라츠오우엔단의 민간자금으로 조달했다.

#### [아부라츠 가든 컨테이너 출점 조건]

임대조건	• 정기건물 임대차 계약 5년
입주금	• 보증금으로 2개월 분(무이자, 폐점시 6개월 이내 환불) • 건설협력금 150,000엔
월 임대료	• (식음료점포) 45,000엔 • (서비스업점포) 43,000엔
기타 부담금	• 월 10,000엔(홍보 및 관리비 등)
내장 및 목공	• 각자 부담(니치난시 빈점포 등 대책사업에 의한 보조금 있음)
면적	• 전체 20.3㎡ - 컨테이너 내부공간(14.7㎡) - 컨테이너 전면부 점유공간(5.6㎡)

이어서 2014년 11월, 기존 상점가 첫 리모델링 프로젝트로 ‘아부라츠 커피’가 재개장한 것을 시작으로 현재까지 총 15개의 점포가 새롭게 오픈했으며, 사업이 종료되는 2017년까지 20개 점포의 오픈을 목표로 하고 있다.

새롭게 오픈한 점포 중에는 바로 단골손님을 확보한 점포도 있을 만큼 성공적인 것으로 평가받고 있으며, 아부라츠 상점가 전체로 발길이 이어져 지역 경제 회복에도 영향을 주고 있다.

이러한 변화에 아부라츠 상점가는 2016년 5월, 일본 경제산업성이 선정하는 ‘비상하는 상점가 30선’에 선정되는 성과를 얻기도 했다.

## 상점가의 새로운 가치를 불어넣다

아부라츠 상점가 재생 매니저인 키토 료우타씨는 ‘주민과 같은 시선에서’를 모토로 상점가 점포주, 청소년, 주부, 농민, 행정 등과 대화를 거듭해 주민들이 자발적으로 참여하는 상점가를 만들고자 했다.

또 ‘아부라츠 상점가에 오면 재미있는 일이 있다’를 비전으로 내걸고 지금까지 행정에서 진행한 산업 정책 접근에서 벗어나 주민들과 함께하는 참신한 아이디어 발굴, 다양한 기획에 도전했다. 이를 통해 상점가 아케이드를 활용한 ‘상점가 볼링대회’, ‘부모와 함께하는 어린이 운동회’, 상점가 공터를 활용한 ‘아케이드 농원’ 등 다양하고 독특한 이벤트를 시민들과 함께 했다.

그리고 이러한 일련의 이벤트는 상점가의 고객을 유치하려는 경제적 목적이 아닌 상점가에 최대한 많은 사람들이 놀러오고 젊은 사람들이 재미있게 일하고 있다는 분위기를 조성하려는 것이었다. 그 결과 지역의 중고등학생, 대학생은 물론 인근 지역 사람들도 아부라츠 상점가에 관심을 갖게 되는 계기를 만들 수 있었고, 자발적 주체로서 상가의 새로운 가치를 창출하는 일에 동참하게 되었다.

이처럼 상점가의 물리적 공간을 정비하는 것에서 한걸음 나아가 주민 주체의 역할을 발굴하고 그들의 역량을 중요한 자산으로 키운 것이 상점가의 가치를 향상시키는 데 중요한 토대가 된 것으로 생각된다.





아부라츠 상점가에서 진행된 여러 이벤트들

출처 : 아부라츠오우엔단 홈페이지(<http://www.aburatsu-o.com/#1>)

아부라츠 상점가의 재생은 니치난시의 과감한 인재 발굴 전략과 이를 통해 발굴된 전문가의 노력이 만나 성공을 거둘 수 있었다. 그러나 그 성공의 열쇠는 곧 지역의 주민들로, 다양한 주민층을 고려한 하드웨어와 소프트웨어의 절묘한 전개가 바탕이 된 것이다. 또한 초기 진행된 이벤트들이 일회적·단발적으로 끝나는 것이 아니라 지속적으로 유지될 수 있도록 지원하는 지역 재생 주식회사 ‘아부라츠오우엔단’의 역할 역시 돋보이는 사례라고 할 수 있다.

니치난시 아부라츠 상점가의 재생 프로젝트는 상점가를 깨끗하고 새롭게 정비하는 것에 중점을 두기 보다는 주민들의 필요로 하는 하드웨어로서의 공간과 그것을 채우는 소프트웨어의 가치를 함께 채워나간 사례이다. 그리고 이를 통해 상점의 주인은 상점주이자 주민이며, 그것이 지역 재생과 경제적 회복으로 연결될 수 있음을 보여주고 있다.

‘재미있는 일을 벌이는 니치난시’로 화제가 된 니치난시의 신선한 정책과 유연성 있는 전개가 앞으로도 기대되는 바다다.

#### 참고문헌

- 니치난시 홈페이지([www.city.nichinan.lg.jp](http://www.city.nichinan.lg.jp))
- 주식회사 아부라츠오우엔단 홈페이지(<http://www.aburatsu-o.com/>)
- 중심시가지 활성화 협의회 지원센터 홈페이지(<http://machi.smrj.go.jp>) ‘지방소도시 상점가의 사람을 유도하는 방안 모색-시민과 주식회사 아부라츠오우엔단의 도전(地方小都市の商店街に人を呼び戻す仕組みづくり～市民と株式会社油津応援団の挑戦)’
- 니치난시 중심시가지 활성화 협의회 취재기사 (<http://machi.smrj.go.jp/active/interview/130510nichinan.html>)

태백시  
통리역  
문화플랫폼

유희공간×관광×주민커뮤니티

산업구조의 변화는 어느 한 지역의 부흥과 쇠퇴에 크게 영향을 미치곤 한다. 산업자원의 규모가 적게는 몇백평에서 넓게는 몇만평까지 퍼져 있기 때문에 더욱 그렇다. 강원도는 국내 석탄자원이 밀집한 곳으로, 국가 에너지 공급에 중추적인 역할을 담당한 곳이지만 환경적 문제 및 에너지 자원의 다각화로 산업과 지역이 변화의 기점을 맞이했다. 이에 정선의 ‘삼탄아트마인’, 삼척의 ‘하이원추추파크’와 같이 문화·예술 및 레저시설로 새롭게 변화를 시도하는 곳도 있지만 이 보다는 널리 알려지지 않은 작은 마을들이 무수히 많다. 태백 통리도 그런 지역 중 하나이다.

- 위치 : 강원도 태백시 통리길 70
- 면적 : 450㎡
- 사업기간 : 2014년 ~ 진행 중
- 사업예산 : 약 23억원(도시재생사업예산)
- 사업주체 : 태백시, 통리지역 주민협의회



태백 통리는 2014년에 공모를 통해 진행된 ‘도시재생선도지역’에 강원도에서는 유일하게 선정되었다. 태백 시내에서 약 6km 떨어진 곳, 약 350가구로 구성된 작은 마을인 통리는 1960-90년대 석탄산업이 절정이던 시기에 통리역을 중심으로 주거지와 상권이 형성된 곳이다. 따라서 자연스럽게 석탄산업과 관련된 사람들이 모여 살던 곳이었고, 마을 한 켠에는 광업소의 사택이 들어서기도 했다. 그러나 1990년대 이후 석탄산업 사양화로 광업소가 축소·폐업되면서 소득 기반이 약화되고 인구가 감소하기 시작한 곳이다. 그러다 2012년 6월, 통리역마저 폐쇄되면서 인구유출과 쇠퇴가 가속화되었다.

## 폐역이 된 통리역



통리지역 전경 ©태백시

이에 태백 도시재생선도지역은 폐쇄된 통리역과 지역에 산재한 빈 집, 빈 점포 등의 유휴자원을 활용해 통리의 정체성을 새롭게 창출하고자 했다. 사업이 시작될 당시 통리에는 전체 건축물의 약 30%가 비어있는 것으로 조사되었다.

통리역은 1940년에 보통역으로 영업을 개시한 이래 약 70년간 이 지역의 관문 역할을 담당한 주요 시설이었다. 이에 태백시와 주민협의회는 통리역사와 철로를 활용해 지역에 변화를 가져올 수 있는 방안을 찾고자 했다. 그래서 우선, 통리역의 소유주인 한국철도공사와의 협의를 통해 부지를 임대하거나 매매할 수 있는 방안에 대해 논의를 시작했다. 그 결과 한국철도공사와 2년 임대계약을 체결하는 데 합의했다.

## 다시 문을 연 통리역

한편 통리에서 차로 20분 거리에 조성된 철도 테마파크(하이원추추파크)가 있었는데, 이 시설과 연계해 활성화할 수 있는 방안도 찾고자 했다. 이에 테마파크 측과 몇 차례의 협의를 거쳐 ‘레일바이크’의 출발역을 통리역으로 지정·운영하는 것에 대한 합의를 도출했고, 관광과 상권 활성화를 위한 발판을 마련하게 되었다.



리모델링한 통리역사 및 레일바이크 ©변은주

## 주민들의, 주민들에 의한 공간으로

2015년 7월, 통리역이 ‘문화플랫폼’이라는 이름으로 새롭게 개장했다. 그리고 역사 한 켠에는 통리지역 재생사업을 지원하는 도시재생지원센터가 입주했다. 또 본래 역의 대합실로 사용되던 공간은 주민들의 활동 공간으로 활용하고자 했다.

공간이 마련됐으니 이제 필요한 것은 이 공간을 채울 ‘콘텐츠’였다.

태백시와 도시재생지원센터는 도시재생사업의 일환으로 ‘통리 도시재생 주민학교’를 운영해 도시재생활성화계획과 연계한 학습프로그램으로 주민들의 참여를 유도하고자 했다. 그리고 그 중 한 팀을 ‘통리역 활성화팀’으로 구성해 한국문화관광연구원 조광호 박사의 지도로 통리역을 중심으로 하는 아이디어를 도출했다.

이렇게 나온 아이디어는 ‘통리역 별밤영화제(통리역 대합실에서 주민 대상 영화 상영)’, ‘통리역 메모리즈(통리지역에 대한 과거, 현재의 기록물 전시)’, ‘통리 스낵·도시락(통리역 방문객을 대상으로 마을음식 판매)’ 등으로 실제 사업화되어 총 세 차례의 별밤영화제를 진행했고, 협동조합 설립을 통해 상품 판매를 준비 중이다. 이런 아이디어들이 아직 확실히 자리를 잡지는 못했지만 아이디어를 공유하고 실현하는 과정을 통해 주민 중심 도시재생사업의 기반을 마련하고, 주민의 역할을 보다 구체화할 수 있는 계기가 되었다.

향후 통리지역 일자리 창출과 상권 회복을 위해 ‘추추파크-통리역-통리5일장’을 연계하는 프로그램을 구상해나갈 계획이다.

재생은 하나의 프로젝트로 끝나는 것이 아니다. 그것이 통리와 같은 작은 지역이라면 더욱 그렇다. 도시재생사업이 추진된 지 3년이 지난 현재, 통리 지역은 여전히 비어있는 집과 점포가 많이 남아 있다. 통리역 문화플랫폼과 주민학교로 시작된 통리지역의 변화를 앞으로 어떻게 이끌고 갈 것인지는 주민들의 지속적 참여와 관심, 행정의 지원에 달려있다.

### 참고문헌

- 태백시 도시재생선도지역 근린재생형 활성화계획(안)(2014.11.)
- 2014년 도시재생선도지역 추진실적 보고서(태백시)
- 2015년 도시재생선도지역 추진실적 보고서(태백시)



## 미국 뉴욕 네이비야드 뉴랩

## 유희공간×역사

도시는 시간의 흐름에 따라 변화한다. 한때 많은 사람들로 북적거리던 곳도 시대적 상황과 변화에 따라 황폐한 곳이 되기도 한다. 뉴욕도 예외는 아니다. 중요한 것은 비워진 공간에 어떤 새로운 아이디어를 도입해 변화시키느냐이다. 브루클린 네이비야드는 해군조선소로 사용되던 전통적 제조업공간을 현대적 기술이 융합된 새로운 제조업공간으로 조성한 사례이다.

- 위치 : 미국 뉴욕주 브루클린 네이비야드(Brooklyn Navy Yard) BLDG 128
- 면적 : 약 120ha(네이비야드 전체)  
7,800㎡(뉴랩)
- 사업기간 : 2011년 ~ 2016년(뉴랩)
- 사업예산 : \$5,600만(뉴랩)
- 사업주체 : 뉴욕시(네이비야드 소유주)  
브루클린 네이비야드 개발공사(네이비야드 관리운영)  
뉴랩팀(뉴랩 관리운영)  
마크로 씨(Macro Sea)&마블 아키텍츠(Marvel Architects)(뉴랩 설계)



## 선박을 만들던 곳에서 일자리를 만드는 곳으로

뉴욕 맨하탄과 브루클린을 잇는 두 개의 다리, 윌리엄스버그 브릿지(Williamsburg Bridge)와 브루클린 브릿지(Brooklyn Bridge) 사이에 위치한 네이비야드는 1801년에 설치된 이후 1960년대까지 해군조선소로 사용되던 곳이었다. 제2차 세계대전 당시 부지 규모가 두 배로 확장되면서 약 70,000명의 노동자가 고용된 곳이기도 했으나, 1960년 일어난 USS 화재사고로 명성이 실추되면서 1966년 폐쇄에 이르렀다. 폐쇄 당시 네이비야드에는 9,000여명의 노동자가 고용되어 있었고, 뉴욕에서 가장 오래된 산업시설이었다.

이후 뉴욕시는 꾸준히 이 지역에 대한 재생 프로젝트를 추진해왔다.

폐쇄 직후인 1969년에는 비영리기관인 CLICK(Commerce Labor and Industry the County of Kings)에 산업단지 관리를 위탁했으나 상황이 나아지지 않자 1981년, ‘브루클린 네이비야드 개발공사\*(Brooklyn Navy Yard Development Corporation, 이하 BNYDC)’로 관리주체를 대체했다. BNYDC는 거대 규모로 이루어진 산업공간을 분할해 다양성, 에너지, 창의성을 반영할 수 있는 작은 규모로 임차 베이스를 다양화하기 시작했다. 그 결과 1998년, 네이비야드에는 크고 작은 200개 이상의 산업체가 들어와 약 98%의 입주율을 기록했다.

2000년대에도 네이비야드의 변화는 계속되었는데, 현재 4차 프로젝트까지 진행되면서 단계적으로 공간을 새로 조성했다. 2004년에는 해군과학실험실로 사용되던 곳을 개조해 미국 최대의 엔터테인먼트 공간인 ‘슈타이너 스튜디오(Steiner Studio)’가 개장했고, 2011년에는 92번 빌딩을 개조해 네이비야드 노동자들과 방문자들을 위한 복합공간을 조성했다.

현재 이 곳은 300개가 넘는 업체가 입주한 산업단지이자 문화, 예술, 상업이 복합된 새로운 공간으로 탈바꿈했다.

이 곳의 정식 명칭은 ‘브루클린 네이비야드 인더스트리얼 파크(Brooklyn Navy Yard Industrial Park)’. 네이비야드로 들어가는 주 출입구 옆에는 이런 글귀가 적혀있다.

“선박을 만들던 곳에서 일자리를 만드는 곳으로.  
(We used to launch ships now we launch businesses).”

이처럼 네이비야드 재생 계획의 핵심 미션은 ‘일자리 창출’이었으며, 사업을 주도한 뉴욕시는 이 곳을 전통적 제조산업이 아닌 ‘융합형 신 제조(new manufacturing) 기지’로 조성하겠다는 목표를 내세웠다. 2014년, 네이비야드의 전 지역은 역사 유적지(National Register of Historic Places)로 지정되어 관리되고 있다.

\* BNYDC는 네이비야드의 소유주인 뉴욕시를 대신해 부동산 개발과 자산관리 역할을 수행하는 비영리 법인이다.



브루클린 네이비야드 전경  
출처 : CNN Money

### 네이비야드의 주요 건물

[브루클린 네이비야드 센터(Brooklyn Navy Yard Center)/BLDG 92] 해군사령관(Marine Commandant)의 숙소로 사용되던 건물을 네이비야드에 대한 전시·교육 및 방문객과 노동자들을 위한 서비스 센터로 리모델링한 곳이다. BNYDC가 운영한다.

[슈타이너 스튜디오(Steiner Studio)] 해군과학실험실로 사용되던 건물을 개조해 영화 및 TV 프로그램을 제작하는 복합 단지로 조성한 곳이다. 현재 뉴욕주 방송에 나오는 드라마 대부분이 이곳에서 촬영·제작된다.

[그린 매뉴팩처링 센터(Green Manufacturing Center)-뉴 랩/BLDG 128,123,28] 선박 제조장으로 사용되던 건물을 리모델링한 것으로, 친환경·신기술 비즈니스와 관련된 업체들의 공동 작업공간(Co-working space)으로 사용되고 있다.

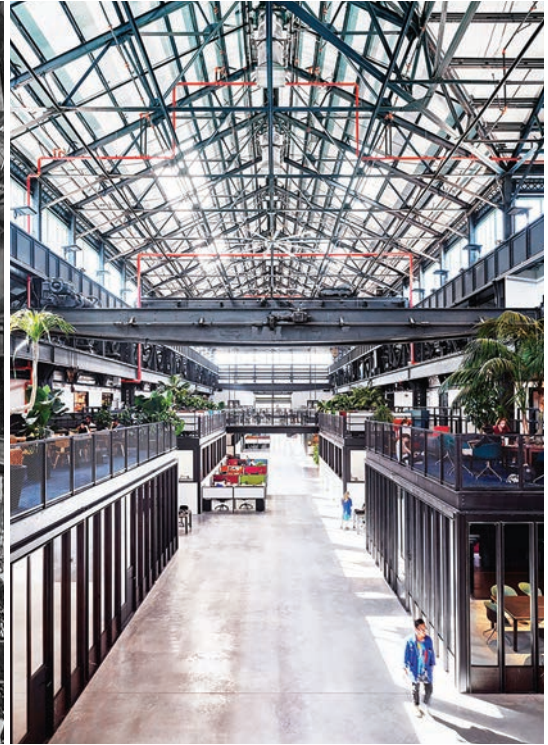
뉴 랩(New Lab)은 로봇공학, 인공지능, 나노테크, 어반테크 등 다양한 산업과 응용과학 분야 업체들의 공동 작업공간이다. 1960년대까지 선박 제조장으로 사용되던 4층 규모의 건물을 리모델링해 2016년 6월에 공식 개장했다. 현재 50여개 업체에 350명의 관련 종사자들의 공간으로 운영되고 있다. BNYDC의 의뢰를 받아 부동산 디벨로퍼인 데이비드 벨트(David Belt)와 스콧 코헨(Scott Cohen)에 의해 최첨단의 제조업(state-of-the-art manufacturing)을 표방하는 공간으로 기획·개발되었으며, 현재 벨트와 코헨을 비롯한 13명의 직원으로 이루어진 ‘뉴 랩 팀(New Lab Team)’에 의해 운영·관리되고 있다.

**전통적 제조업 기지에서  
새로운 제조업 기지로,  
뉴 랩(New Lab)**



선박 제조장으로 사용되던 BLDG 128

출처 : 뉴 랩 홈페이지 (<http://newlab.com/about/vision/>)



뉴 랩으로 개장한 BLDG 128

출처 : 디자인붐 홈페이지(<http://www.designboom.com/architecture/new-lab-tech-workspace-brooklyn-navy-yard-new-york-macro-sea-09-20-2016/>)

최근 도시 곳곳에 소규모 업체들을 위한 공동 작업공간이 많이 생겨나긴 했지만 하드웨어 제품을 만드는 업체의 경우 이런 공간을 사용하는 데 한계가 있었다. 이에 뉴 랩은 전통적인 사무공간, 회의공간, 식사공간 등의 기본적인 편의시설을 필요로 하는 집단을 모으기 보다는 하드웨어 장비를 필요로 하는 집단의 자원을 모으고자 했다.

이러한 배경에는 해군 선박 제조장으로서 네이비야드가 담당했던 역사적 지위가 영향을 미쳤다. 1900년대 초중반, 이 건물은 네이비야드에서도 선박과 관련된 최첨단의 제조 기술과 혁신적 창조를 담당했던 곳이었다.

뉴 랩 1층에는 비교적 자유로운 업무공간과 보다 전통적인 사무공간이 전면 배치되어 있고, 측면으로 대규모 작업실, 제작 스튜디오, 조립 장비실 등이 위치한다. 카페, 식당, 회의실 등은 물론 첨단 제조업을 지향하는 곳답게 3D 프린터, CNC 밀링 머신 등의 장비가 마련되어 있어 입주 업체는 자유롭게 이용할 수 있다. 2층에는 수직 수경재배 시스템을 비롯해 도시농업을 위한 생물기후 프로토타입, 귀뚜라미 농장 등 입주 업체들의 실험실이 위치한다.



뉴 랩의 내부 공간: 업무공간, 회의실, 휴식공간, 카페  
출처 : 뉴 랩 홈페이지(<http://newlab.com/about/space/>)

뉴 랩에 입주하는 업체들은 커뮤니티의 한 부분으로 자리 잡기 위해 최소 1년 이상의 기간을 임대하도록 되어 있다. 뉴 랩이 여러 분야의 협력을 지원하는 공동체와 플랫폼으로 평가받는 만큼 다양한 아이디어의 교류와 증진을 위해서다.

뉴 랩은 산업 분야의 성장을 촉진하기 위한 BNYDC의 기본 목적과 그 궤를 같이 하며, 특히 현 시대의 제조업 문제를 해결하기 위해 필요한 공간과 틀에 대한 공동체적 접근을 제공함으로써, 향후 ‘제조업의 새로운 패러다임을 자극할 수 있는 공간이자 플랫폼’으로 신뢰할 수 있는 제조 산업 분야 발전에 이바지하고자 한다.

#### 참고문헌

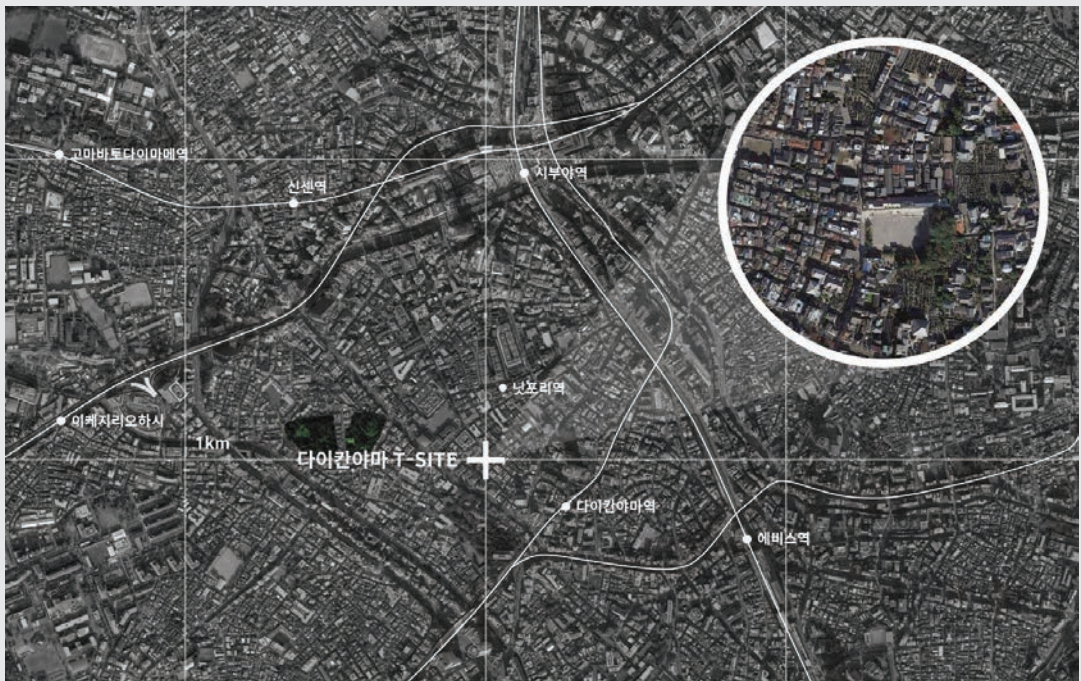
- 네이비야드 홈페이지(<http://brooklynnavyard.org/>)
- 뉴랩 홈페이지(<http://newlab.com/>)
- 슈타이너 스튜디오 홈페이지(<http://www.steinerstudios.com/>)
- BLDG 92 홈페이지(<http://bldg92.org/>)
- 아키타이저(Architizer) 기사(2016.09.30., <http://architizer.com/blog/new-lab/>)

**일본 도쿄  
다이칸야마  
T-SITE**

**유희공간×문화예술**

도쿄도 시부야구(渋谷区)에 위치한 다이칸야마(代官山) T-SITE는 책, 영화, 음악이란 문화 콘텐츠를 중심으로 풍부한 생활을 제안하는 ‘라이프 스타일 제안형 상업시설’이다. 장기간 사용하지 않던 부지를 ‘츠타야서점(蔦屋書店)’이 매입한 후 재개발한 다이칸야마 T-SITE는 개발단계에서 지역 주민과 직장인들이 원하는 시설에 대해 설문조사를 실시하고 그 결과를 바탕으로 복합시설로 탄생시킨 사례이다. 다이칸야마 지역의 새로운 중심지로서 지역 활성화에 기여하고 있는 다이칸야마 T-SITE를 소개하고자 한다.

- 위치 : 일본 도쿄도 시부야구 사루가쿠초(猿楽町) 16-15
- 면적 : 부지면적 1,387㎡(1호관), 1,289㎡(2호관), 1,530㎡(3호관)  
 건축면적 771㎡(1호관), 751㎡(2호관), 756㎡(3호관)  
 연면적 2,322㎡(1호관), 1,380㎡(2호관), 1,906㎡(3호관)
- 사업기간 : 2010년 ~ 2012년
- 사업주체 : CCC(TSUTAYA(음반&영화 DVD 렌탈, 판매시설)의 운영회사)



‘라이프스타일’이라는 단어가 언제인가부터 유행하고 있다. 본래 사회학 분야에서 사용되던 단어에서 다양한 세대, 계층, 집단의 생활양식, 행동양식, 사고양식 등의 문화적 ‘차이’를 나타내는 단어로 광범위하게 사용되고 있는 것이다.

## 라이프스타일(Lifestyle) 제안 장소로서의 서점

츠타야서점(蔦屋書店, TSUTAYA)은 1983년 오사카부 히라카타시(枚方市)에서 책, 영화, 음악을 통해 젊은이들에게 라이프스타일을 제안하는 것을 지향하며 시작한 곳이다. 그런데 서점이 시작된지 약 30년이 지나면서 츠타야의 주 고객층이었던 젊은이들 대부분이 당시의 모습을 잃고 츠타야와는 거리가 먼 생활을 하고 있는데 착안해 그 시대의 고객들에게 다시 한 번 라이프스타일을 제안하는 장소를 만드는 것을 컨셉으로 ‘다이칸야마 T-SITE’가 탄생하게 되었다. 30년간 쌓아온 츠타야의 인지도나 경험치를 활용하고, 최근 문화적 감성이 성숙한 방문객들을 겨냥해 ‘어른들을 위한 문화적 아성’의 장소를 조성하고자 한 것이다. 그리고 이를 위해 젊은 크리에이터를 모집해 다양한 문화적 활동들이 일어날 수 있는 공간을 구상했고, 폭 넓은 세대가 즐기며 시간을 보낼 수 있는 공간이 탄생했다.



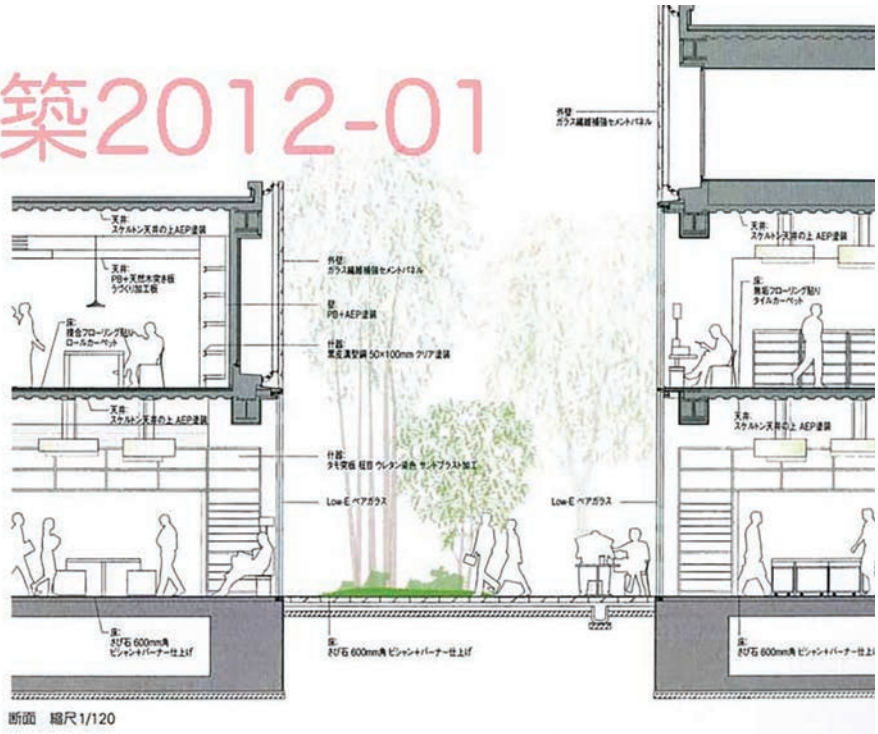
다이칸야마 T-SITE ©장민영



다이칸야마 T-SITE ©장민영



# 新建築2012-01



다이칸야마 T-SITE 단면도  
출처 : 신건축(2012.1.)

2011년 12월에 오픈한 다이칸야마 T-SITE는 츠타야서점의 도시 전략인 ‘휴먼 커뮤니케이션을 통한 어른들을 위한 가로 창조’와 ‘지식·문화를 핵심으로 한 커뮤니티 형성’의 성공적 사례라고 할 수 있다. 또, 2008년 개통한 도쿄메트로 부도심선(東京メトロ副都心線)과 함께 도쿄 근교의 젊은이들까지 유입시키는 요소로서 발돋움하고 있다. 개발 당시 T-SITE로 인해 다이칸야마의 지역 문화가 파괴될 것이라는 세간의 우려를 불식시키고, 지역의 새로운 ‘지적·문화적 어른들의 마을’로서 성숙된 ‘도시의 매력과 개성화’라는 전략의 성공적인 프로세스를 보여주고 있다. T-SITE라는 공간의 성공뿐 아니라 다이칸야마라는 지역과의 조화 및 활성화가 큰 성과라고 할 수 있다. 사람들은 ‘다이칸야마 T-SITE’, ‘다이칸야마 츠타야서점’이라는 어른들을 위한 커뮤니티 시설을 새로운 도심공간으로서 누릴 수 있게 되었다.

**도시 거주의 매력을  
창출하는 플랫폼**

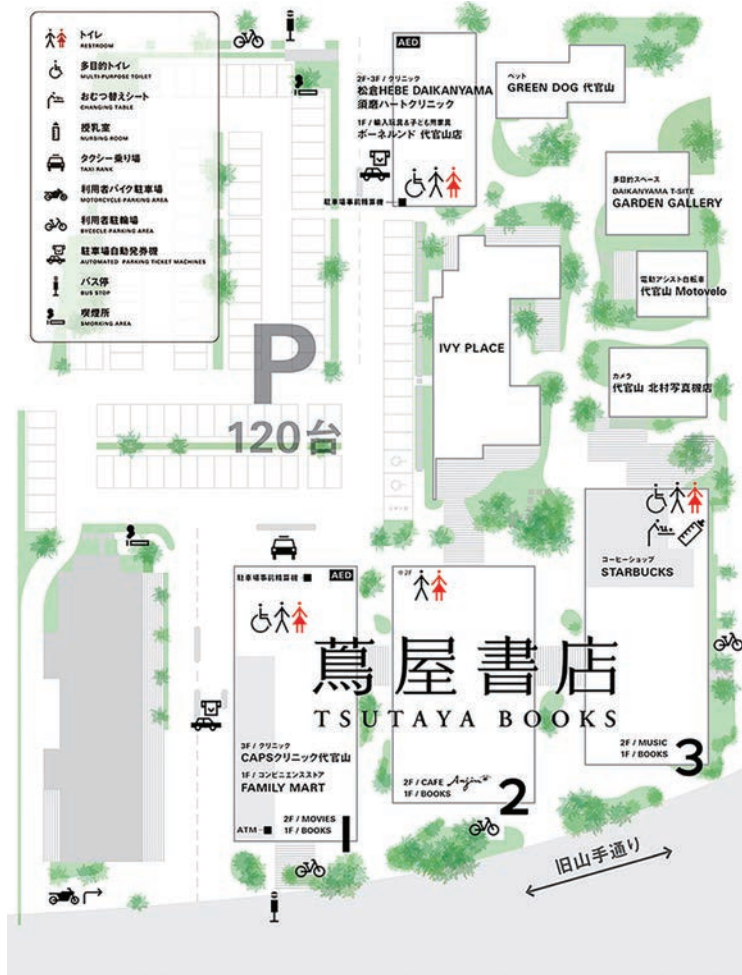
## 복합시설 성공과 마을과의 연계

다이칸야마 T-SITE는 도쿄도 시부야구의 구 야마노테도오리(旧山手通り)지역에 장기간 이용되지 않던 노스웨스트항공과 NTT 사택부지를 재개발한 것이다. 1960년대 초 다이칸야마는 녹음으로 둘러싸인 곳으로 아사쿠라(朝倉) 집안이 소유한 건물 몇 채만이 있던 곳이었다.

30여년의 시간이 지나 오늘날과 같은 모습을 갖추게 된 것은 ‘힐사이드 테라스(Hillside Terrace)’의 영향이 크다. 힐사이드 테라스는 고도경제성장에서 버블경제에 이르기까지 난개발이 잦았던 도쿄의 중심지역에서 성급한 개발을 피하고자 했던 토지소유주와 능력있는 건축가 마키 후미히코(槇文彦)의 만남으로 이루어낸 복합시설이다. 다이칸야마 T-SITE는 힐사이드 테라스와 인접한 곳에 개발되어 지역의 특색을 살린 합리적인 도시계획을 고려한 프로젝트로서 출발했다. 녹음이 풍부한 4,000평의 부지에 츠타야서점을 비롯해 레스토랑, 카메라가게, 전기자전거 전문점, 애완동물 서비스점 등이 들어서 있으며 이러한 시설들은 산책로로 연결되어 있다. 또 건물 내·외부의 공간을 연속되도록 각 건물 모서리에 입구를 계획했다.

다이칸야마 T-SITE의 사업주체인 ‘CCC(주)Culture Convenience Club’에서 처음으로 기획한 상업시설로, 민간 사업시행사인 ‘NTT도시개발’과의 협력으로 진행되었다. ‘녹지 속의 도서관’을 컨셉으로 실시한 설계공모에서 당선된 ‘클라인다이담아키텍(Klein Dytham architecture)’과 ‘RIA’가 공동으로 실시설계를 진행했고, 하라 켄야(原研哉) 등 많은 크리에이터의 힘을 빌렸다.

다이칸야마 T-SITE의 개장으로 이 지역의 유동인구는 3배 이상 증가했고, 주변 지역 상권까지 되살아났다. CCC는 다이칸야마 T-SITE를 롤 모델로 해 다케오시(武雄市)도서관과 하코다테(函館)의 츠타야서점에서도 사업을 진행했다. 츠타야서점 관련 사업은 ‘전국 1,448개 점포를 가진 DVD-CD 렌탈&서점 TSUTAYA’와 ‘문화를 제공하는 베이스 컨셉’을 공유하면서 사람과 문화를 연결하는 문화제안, 생활제안의 거점, 지역커뮤니티 육성의 실현을 목표로 하고 있다.



다이칸야마 T-SITE 배치도

출처 : 다이칸야마 T-SITE 홈페이지(<http://real.tsite.jp/daikanyama/>)

참고문헌

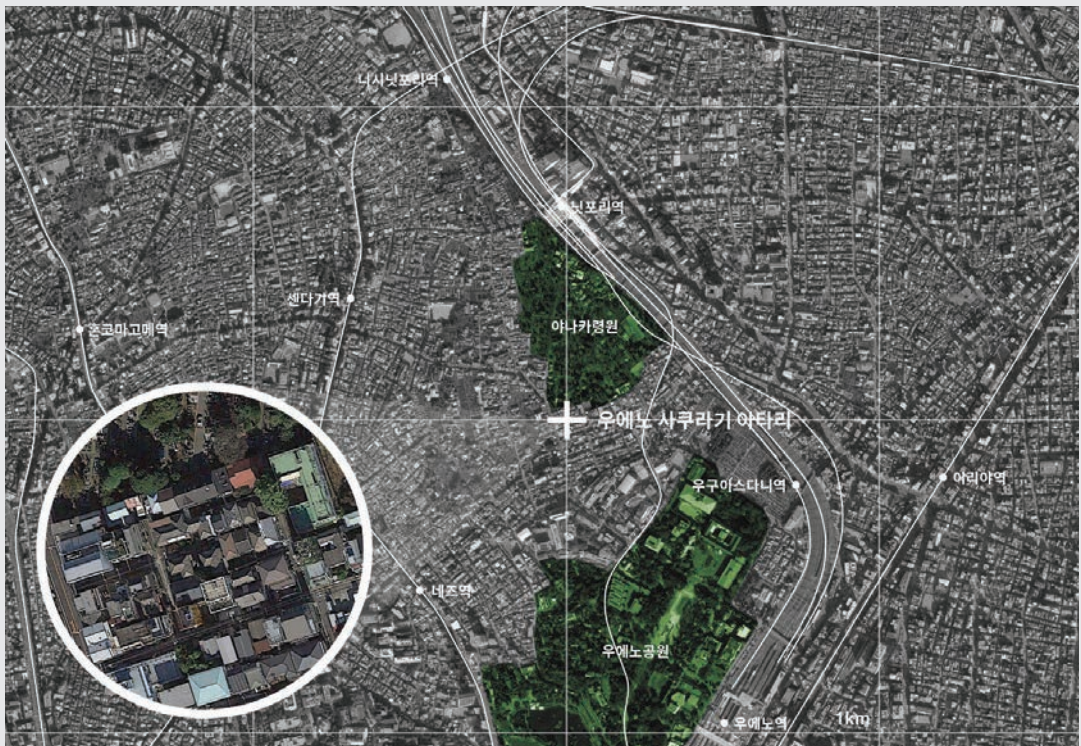
- AURI 국외출장 보고서(2016.08.22.~08.28.), 싱가포르-일본 도쿄·가나자와, 박성남
- 一般社団法人 東京建築社会(2014.10.), 建築東京, vol.50
- 다이칸야마 T-SITE 홈페이지(<http://real.tsite.jp/daikanyama/>)
- 신건축(新建築) 홈페이지(<http://www.japan-architect.co.jp/jp/>)

일본 도쿄  
우에노  
사쿠라기  
아타리

유희공간×역사×파트너십

도쿄의 야나카(谷中), 네즈(根津), 센다기(千駄木) 지역, 줄여서 야네센(谷根千)이라고 불리는 지역은 옛 일본의 역사적인 환경과 분위기가 많이 남아있는 동네이다. 이 지역 또한 각종 개발압력에 의해 현대식으로 변화될 위기가 있었으나 지역 활동가 및 시민단체들의 지속적인 노력으로 옛 풍경을 유지하고 있고, 최근에는 젊은 아티스트들의 공방과 셀렉트 숍 등이 들어서 독특한 풍경을 연출하고 있다. 그 중 하나로 우에노 사쿠라기 지역에 새롭게 오픈한 상점가와 한 시민단체에 대해 소개하고자 한다.

- 위치 : 일본 도쿄도 다이토구 우에노 지역
- 면적 : 450㎡
- 사업기간 : 2012년 ~ 2015년 3월
- 사업주체 : 츠카코시 주식회사(소유주)  
NPO법인 타이토역사도시연구회(실행)



우에노 사쿠라기(上野桜木)는 도쿄에서 거의 유일하게 에도시대의 역사와 문화가 남아있는 야나카(谷中) 지역의 오래된 동네이다. 서울과 비교하자면 서촌지역과 유사한 곳이라고 할 수 있다. 1923년 관동대지진과 1945년 도쿄대공습으로 인한 피해가 비교적 적어 에도시대의 도로형태, 필지형태 및 목조건물들이 잘 보존되어 있고 사원들도 많이 남아 있는 조용한 주거지역으로 알려져 있다. 또 근처에 도쿄예술대학교, 국립박물관 등이 있어 예전부터 예술가, 작가들이 많이 살던 곳이기도 하다.

## 도쿄의 오래된 동네



우에노 사쿠라기 가로 풍경 ©박성남

서울만큼이나 크고 빠르게 변화하는 이 도시에서 야나카 지역과 우에노 사쿠라기 일대가 옛 모습을 유지할 수 있었던 것은 바로 주민들의 활동 덕분이었다. 야나카의 주민 참여 마치즈쿠리(まちづくり, 마을만들기)는 무려 1989년에 처음 시작되었는데, 새로운 개발 압력으로부터 마을을 지키기 위한 주민과 도쿄예술대학 학생들의 모임이 시초였다. 이들은 1990년대 진행되었던 저층 목조주택 밀집지역의 고층 맨션 개발계획에 반대해 지속적으로 활동을 하다가 2001년, 수행하는 역할에 따라 2개의 단체로 구분되었다. NPO 타이토역사도시연구회(たいとう歴史都市研究会)와 NPO 히토마치CDC(ひとまちCDC)가 그것이다.

## NPO법인 타이토역사도시연구회

그 중 타이토역사도시연구회는 마을의 빈 공간을 활용하거나 역사적이면서도 마을의 분위기를 형성하는 물리적 환경을 유지하기 위한 활동을 진행했다. 우에노 사쿠라기는 역사자산이 많이 남아있는 동네인 동시에 오래된 지역의 특성 중 하나인 고령화와 빈집, 빈집포 발생 등의 문제를 갖고 있었다.

이에 타이토역사도시연구회는 동네의 오래된 주택들, 빈 주택들, 현행 건축법으로 재건축이 어려운 주택들을 리모델링하는 작업을 수행했으며, 이 과정에서 일부 행정의 지원을 받기도 했다. 행정의 지원은 주로 ‘방재’의 관점에서 전신주 지중화, 대피공간 정비 등으로 이루어졌다. 또 전문가와의 협력을 통해 역사적 건축물의 유지·관리 및 활용과 관련된 조사, 연구, 홍보, 상담 등의 역할도 수행했다.

이를 통해 이치다테(市田邸), 산켄마(間間間), 카야바 커피(カヤバ珈琲), 히라쿠시덴츄테(平瀬田中邸) 등의 오래된 건축물에 대한 리모델링이 이루어졌다.

한편 타이토역사도시연구회는 비영리법인의 조직 특성상 지역 관련 물품 판매, 관광 가이드, 건축물 연계사업 등의 수익사업과 일부 보조금(마치즈쿠리협의회로부터 일정부분 인건비 지급)을 통해 운영비를 충당하고 있다. 다음은 타이토역사도시연구회에서 수행한 리모델링에 대한 내용이다.

**[이치다테]** 타이토역사도시연구회 설립 직후, 주택 한 채를 임대해 지역의 예술문화의 거점으로 구축하기 시작했다. 다층구조의 주택을 증축해 현재 2층의 목조주택 형태를 갖추고 있으며 1층을 예술문화활동의 거점으로, 나머지 공간을 청년 대상 셰어하우스로 활용해 유지·관리하고 있다. 셰어하우스 거주자를 중심으로 지역 단체의 협력을 받아 관리한다. 다과회, 오픈데이 등의 각종 문화 이벤트를 개최하고 보존활용협력금을 받아 역사적 건축물의 관리에 활용하고 있다.

**[산켄마]** 근대 마치야(町家, 상가주택) 건물이다. 타이토역사도시연구회가 소유주로서 임대계약을 체결하고, 전문가의 자문을 받아 건물의 구조나 설비를 개선했다. 그리고 마치야 거주를 희망하는 청년들을 모집해 주택 거주자와 상점 입점자가 시간을 공유하고 협력하며 생활하고 있다.

**[카야바 커피]** 본래 카야바 커피는 1938년 처음 문을 열어 70년 가까이 운영되다가 2006년에 폐점된 지역 상점이었다. 그러나 지역 주민들의 지속적인 재개장 요구와 일부 공공의 지원을 통해 2008년, 타이토역사도시연구회에서 건물을 임대·리모델링해 다시 오픈하게 되었다. 도쿄예술대학원 문화재보호학 보존수복건조물연구실에서 건물조사와 보존감수를 시행하고, 타이토역사도시연구회와 스카이 바쓰하우스(SCAI THE BATHHOUSE)에서 보존개수 계획, 건물관리, 기획을 담당했다. 현재 현대미술주식회사에서 점포를 운영하는 체계이다.

**[스카이 바쓰하우스]** 1787년에 개업한 200년 된 목욕탕 건물이다. 과거 지역의 ‘커뮤니케이션 장소’로 역할했던 목욕탕의 의미를 계승해 리모델링 후 ‘문화적 커뮤니케이션 장소’인 갤러리로 이용하고 있다. 목욕탕의 특징인 지붕이나 굴뚝 등 외관은 그대로 남기고 갤러리에 전시할 대형 작품 운반을 위해 입구를 큰 유리창으로 개조했다.



카야바 커피 ©박성남



스카이 바쓰하우스 ©박성남

## 80년된 민가의 재활용, 우에노 사쿠라기 아타리

한편 우에노 사쿠라기에는 1938년에 조성되어 1968년까지 츠카코시(塚越) 가문의 사업장이자 주택으로 이용되던 세 채의 건물군이 있었다. 일본식 석고벽에 서양식과 일본식 객실, 정원으로 이루어진 건축물이었는데 1968년에 이 가문이 다른 지역으로 이주한 뒤 여러 용도로 사용되다가 2012년부터 공실 상태로 방치되어 있었다. 당시 츠카코시 측에서는 이 부지를 주차장으로 전환하는 것을 고려하기도 했으나 타이토역사도시연구회를 비롯한 여러 단체들과의 협의 끝에 공간을 새롭게 활용하는데 합의했다. 조상 대대로 이어온 공간을 지역 사회에 공헌하는 차원이었으며, 타이토역사도시연구회가 진행해온 역사적 건축물의 활용 사례가 계기가 되었다. 이에 도쿄예술대학을 비롯한 각종 전문가들에 의한 재생계획 및 시공과정을 거쳐 2015년, 다양한 주민들과 방문객들을 위한 라이프스타일 공간인 ‘우에노 사쿠라기 아타리(上野桜木あたり)’로 새롭게 조성되었다. ‘아타리’는 주변, 환경, 이웃(surroundings, neighbourhood) 등을 의미하는 일본어이다.



우에노 사쿠라기 아타리 개조 이전의 츠카코시 주택  
출처 : 우에노 사쿠라기 아타리 홈페이지(<http://uenosakuragiatari.jp/archives/photo>)

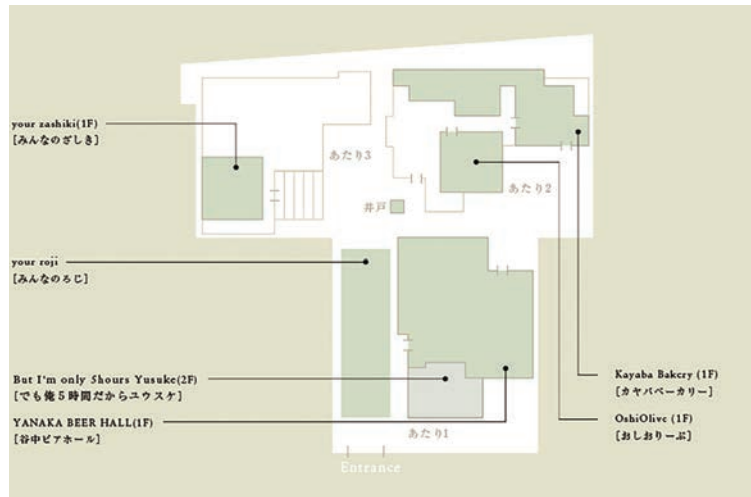




우에노 사쿠라기 아타리 ©박성남

우에노 사쿠라기 아타리는 현재 맥주 펍, 제과점 등의 점포와 렌탈 공간, 주거공간으로 구성된 복합시설로서 상점주들과 이용객, 주민들의 커뮤니티 공간이자 다양한 수제문화, 식문화, 예술문화의 홍보와 교류의 장으로서 활용되고 있다. 세 개의 건축물 가운데 두 개 동은 점포, 한 개 동은 지역 커뮤니티 공간이다.

우에노 사쿠라기 아타리는 츄카코시 주식회사가 전체 운영주체로서 역할을 수행하며, 타이토역사도시연구회가 관리·협력하고 있다.



우에노 사쿠라기 아타리의 배치도

출처 : 우에노 사쿠라기 아타리 홈페이지([http://uenosakuragiitari.jp/shop\\_space\\_jp](http://uenosakuragiitari.jp/shop_space_jp))

#### 참고문헌

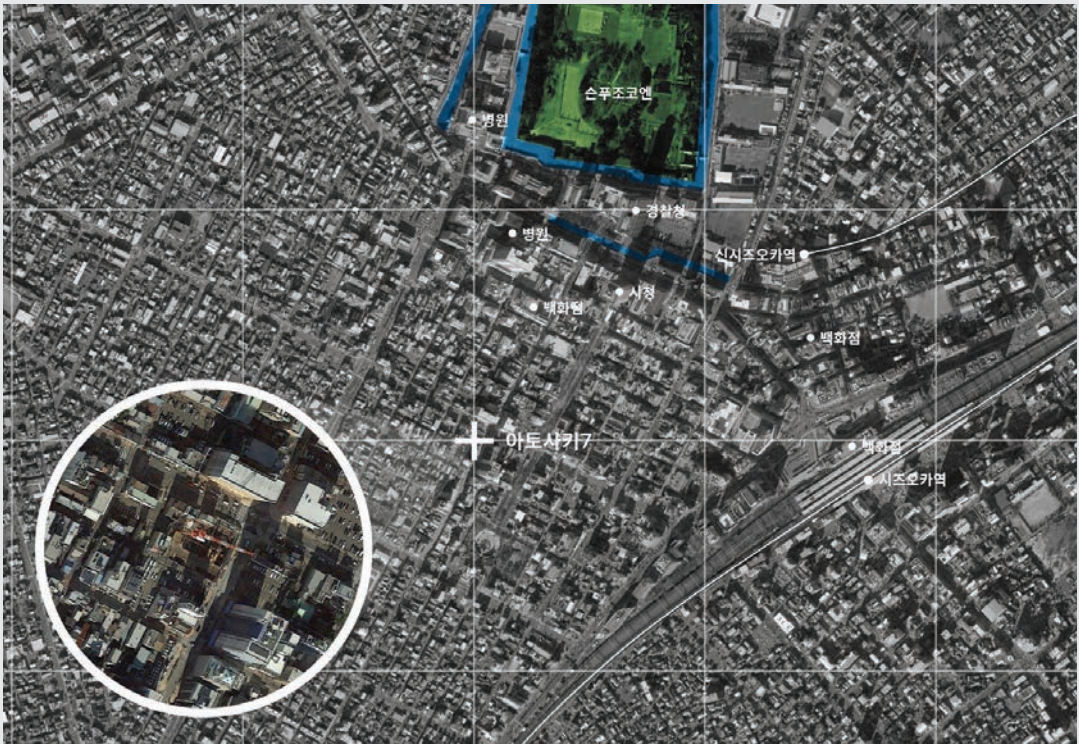
- AURI 국외출장 보고서(2016.08.22.~08.28.), 싱가포르·일본 도쿄·가나자와, 박성남
- 우에노 사쿠라기 홈페이지(<http://uenosakuragiitari.jp/>)
- NPO 타이토역사도시연구회 홈페이지(<http://taireki.com/>)
- 국가건축정책위원회(2014), 지속가능한 저층주거지 재생을 위한 지원체계 구축방안 연구

일본  
시즈오카  
아토사키7

유휴공간×문화예술×파트너십

아토카시(アトサキ)7이 위치한 시즈오카(静岡)시는 메이지(明治)시대부터 ‘영화관이 있는 마을’로 알려진 곳으로, 많은 영화관과 관련 상점이 집적된 지역이다. 그러나 민간 철도역 터미널 개발과 함께 영화관이 대거 이전하면서 유휴공간이 생겼고, 시즈오카시에서는 이 부지에 청사 건설계획을 추진하게 되었다. 아토사키7은 이 과정에서 청사건설 착수까지 남은 약 1년의 기간 동안 일시적으로 빈 공간을 활용해 지역 커뮤니티 공간으로 활용 방안을 고민하고 실현한 사례이다.

- 위치 : 일본 시즈오카현 시즈오카시
- 면적 : 1,230㎡
- 사업기간 : 2012년 8월 ~ 2014년 3월(종료)
- 사업주체 : 시즈오카시 상하수도국·시즈오카시(행정)  
시즈오카시 마치즈쿠리 공사(공익재단법인)  
아토사키7 실행위원회(주민조직)



## 영화관 마을에 생긴 빈 공간

시즈오카시 시치켄초(七間町)에 위치했던 오리온영화관의 이적지에 새로운 건물이 들어서기 전까지 광장으로 개방해 활용한 프로젝트이다.

2012년 8월 중순, 세 개의 컨테이너를 접합하여 컨테이너 하우스를 오픈하였고 내부를 갤러리와 공유공간으로 조성했다. 컨테이너에는 데크를 설치해 다양한 이벤트공간으로 활용하고, 컨테이너에 면한 광장을 조성해 모임의 장소로 활용했다. 본 프로젝트는 당초 2013년에 종료할 예정이었으나 지역 활성화의 기여도를 높이 평가받아 2014년 3월까지 1년 연장되었다.

### [아토사키7 프로젝트 추진 경위]

연도	지역관계자의 활동경위	행정의 활동경위
2009	영화관 3관 폐쇄 공표	시즈오카시 중심시가지활성화기본계획(시즈오카지구) 인정
2011	환상 제2호선 폭원 변경(40m)	영화관 이적지 주변 마치즈쿠리 연구회(지역주민/이적지 토지소유자/행정 등) 개최
2012	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 선진사례 시찰과 함께 지역관계자 검토 개시</li> <li>• 지역 음식점 및 상점경영자들이 모여 아토사키7 실행위원회 결성</li> <li>• 마치즈쿠리 공사, 시와 함께 제한된 예산 내에 광장만들기, 운영 및 활용방법, 네이밍 등에 대해 검토</li> <li>• 오픈. 지역 내의 집객행사 등과 맞추어 지역과의 연계 테마 이벤트의 개최</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 상기 연구회에 의한 「마치즈쿠리 가이드라인」 책정</li> <li>• 책정 내용 중 이적지 개발, 마치즈쿠리와 연동하여 이적지 잠정활용 제안</li> <li>• 시즈오카시에서 2012년도 이적지 잠정활용사업 예산화</li> <li>• 사회실험사업으로서 컨테이너 하우스 설치</li> </ul>
2013		잠정활용기간 연장(1년) 결정
2014	환상 제2호선지구 마치즈쿠리 협의회 설립	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 잠정활용 종료, 컨테이너 이전</li> <li>• 시즈오카시 수도청사 건설 실시</li> </ul>

출처 : 2014年度 日本建築学会大会 都市計画部門 研究協議會資, p.145

## 공간 운영과 관리를 위한 파트너십

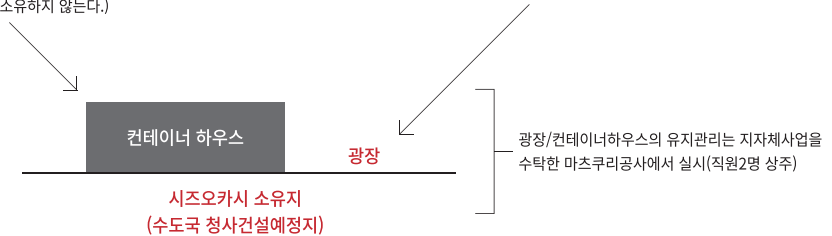
본 프로젝트 실행에는 크게 ①시즈오카시 상하수도국·시즈오카시(행정), ②시즈오카시 마치즈쿠리 공사(공익재단법인), ③아토사키7 실행위원회(주민조직) 등 세 주체가 관여했다. 시즈오카시 상하수도국·시즈오카시는 시의 공유지 활용을 허가하고 전반적인 사업화를 유도했고, 시즈오카시 마치즈쿠리 공사는 시로부터 잠정활용사업을 수탁받아 실질적인 관리운영을 담당했다. 아토사키7 실행위원회는 광장활용의 기획과 운영을 담당했다.

[행정자산의 잠정적 공간 활용방안]

시의 사회실험사업에 따른 컨테이너하우스 설치

※ 건축확인신청은 실시하나 사업실험 기간 중, 민간에서 업무수탁자에게 빌려주는 형식(시에서는 상부 건물은 소유하지 않는다.)

광장/외부의 조직/설비(식재, 미니농원, 대나무 오브제, 벤치 등)는, 시민이 참가한 이벤트에서 작성된 것을 활용

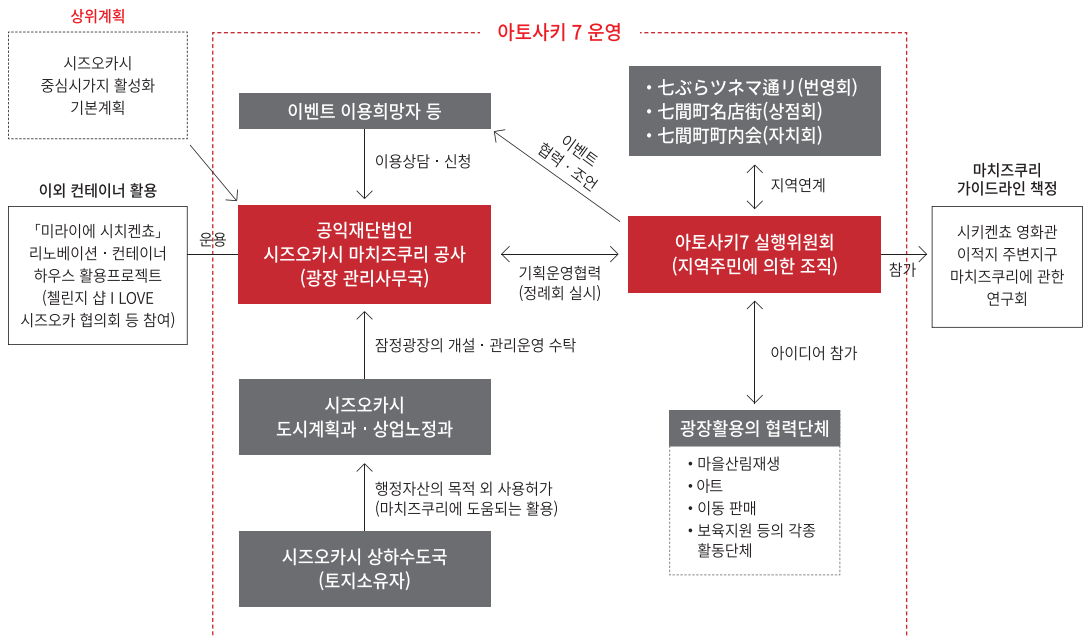


시즈오카시 상하수도국은 청사건설예정지로 취득한 토지에 대해 청사건설 착공까지 지역재생을 위한 ‘잠정적 광장’으로 사용하기로 하고, 시즈오카시에 무상으로 공간을 제공했다.

시즈오카시는 광장 설치를 위한 초기 준비 및 기본적인 유지·관리를 ‘마치즈쿠리 공사’에 사회실험사업으로 위탁했는데, 여기에 국가보조금이 일부 도입되었다.

사업을 수탁받은 마치즈쿠리 공사는 광장의 명칭과 활용방안에 대해 지역관계자와 협의해 결정했고, 광장을 보다 유효하게 활용하면서 지역의 미래상을 만들어내기 위해 지역 자치조직인 ‘아토사키7 실행위원회’를 결성했다.

[관련조직 및 운영 관계도]



출처 : 2014年度 日本建築学会大会 都市計画部門 研究協議會資, p.145

## 아토사키7로 인한 지역의 변화

아토사키7의 자료에 따르면, 지역 이벤트를 개최할 때 주변 상점가 및 자치회에서는 아토사키7을 거점공간으로 네트워크 활동을 기획해 지역 내 회유성을 유도했다. 아토사키7이 지역 중심부 가장자리에 위치하고 있기 때문에 이곳에 거점 활성화 기능을 도입함으로써 역 주변에 정체되어 있는 유동인구를 중심시가지로 확장시켜 지역 활성화 효과를 가져오게 한 것이다.



아토사키7에서 일어난 다양한 활동들  
출처 : 아토사키7

아토사키7 광장에서의 활동은 SNS를 통해 공유되었고, 그 결과 당초 연계가 없었던 환경보호나 보육지원 등의 활동단체와도 네트워크가 구축되어 복수의 이벤트가 연계 개최되는 결과를 가져왔다. 또한 지역주민에 의한 자발적 활동이 전개되기도 했고 광장을 중심으로 남녀노소 다양한 세대를 연결할 수 있는 계기가 되어 컨테이너 운영 종료 후에도 새로운 지역 활성화 활동으로의 전개 가능성이 높아졌다.

또한 상점가 보행자통행량조사에 따르면 아토사키7이 개장한 2012년도의 통행량이 2011년도와 비교하여 증가되는 결과를 가져왔다. 뿐만 아니라 신문, TV 등 각종 매체에 본 프로젝트가 자주 소개되면서 영화관 이적지 개발계획(상하수도국 청사)에 대한 시민들의 관심이 높아져 실제로 역 커뮤니티 거점공간으로 공공공간을 도입한 계획으로 이어지게 되었다.

본 프로젝트는 제한된 시간과 예산에서 유휴공간의 활용수법을 고려한 사례이다. 지자체에 의한 광장 및 컨테이너 설치(공간의 제공) 이후, 마치즈쿠리 공사에 의한 관리·운영, 그리고 광장의 활용과 기획은 시민 주체에게 위임하되, 광장(행정자선)을 무상으로 제공하여 다양한 활동이 연계될 수 있는 기회를 제공하였고 이것이 지역 활동 네트워크를 형성했다는 점에서 높은 평가를 받는다. 실제로 광장 및 컨테이너 설치 등 행정의 초기 정비 후, 채소텃밭, 벤치, 대나무 오브제, 식재 등은 시민들의 자발적 활동 속에서 만들어졌다.

국내에도 철도시설 이적지 또는 공장 및 창고 이적지 등 유휴공간을 많이 찾아 볼 수 있다. 실제 개발이 이루어지기까지의 시간차를 활용한 잠정적 유효 활용은 마을에 대한 시민들의 애착심 형성, 지역 커뮤니티 활성화 등의 차원에서 그 가능성을 제시하고 있다는 점에서 참고할만한 사례라고 생각한다.

#### 참고문헌

- 日本建築学会 都市計画委員会, 地域ガバナンスと都市デザインマネジメント, 都市計画部門研究協議會資料, pp.144-145, 2014
- 아토사키7 프로젝트 홈페이지(<http://atosaki7.jimdo.com/>)
- 아토사키7 제공 자료





## 사례로 보는 마을재생, 경험과 교훈들

앞서 살펴본 국내·외 마을재생 사례의 장소중심 키워드 접근을 통해 향후 국내 재생 정책과 사업이 어떤 것에 집중해야 하고, 무엇을 고려해야 하는지 정리해보았다. 국외 사례의 경우 제도적 차이, 문화적 차이 등으로 국내에 그대로 적용하는 것에는 분명 한계가 있다. 그러나 짧게는 10년, 길게는 30년 이상 앞서 경험한 과정에서 얻은 노하우를 통해 앞으로 우리가 나아가야 할 방향에 대한 키노트로 삼을 수 있을 것이다.

첫째, 최근의 재생사업은 어느 한 가지 특성으로 규정하기 어려운, 여러 전략이 복합적으로 적용되는 특성을 갖는다. 지역을 물리·환경적으로 쾌적하게 정비하는 것은 물론이며, 그 과정에서 지역의 일자리를 창출하고 지역사회 커뮤니티를 회복하는 데 집중한다.

둘째, 지역의 쇠퇴문제와 쇠퇴원인에서 시작해 지역의 맥락과 특성을 반영한 ‘고유의 아이디어’를 도출한다. 이미 많은 곳에서 활용한 아이디어일지라도 다른 지역의 문제와 만나고 해결방안을 찾는 과정에서 새로운 방식으로 변형될 수밖에 없다. 따라서 선례가 없어서 추진하기 어렵다는 관행을 깨고, 선례를 ‘만드는’ 과정이 필요하다. 앞서 살펴본 사례들의 많은 경우가 새롭게 시도된 프로젝트라는 것을 기억해야 한다.

셋째, 쇠퇴한 지역에 해결해야 할 문제는 많지만 활용할 수 있는 예산은 한정되어 있다. 그러나 ‘시간’은 한정되어 있는 것이 아니다. 따라서 사업 초기에는 최우선의 문제, 가장 시급하게 해결해야 하는 문제, 한정된 예산으로 풀 수 있는 문제부터 접근하되 ‘장기적인’ 시각으로 사업을 추진할 필요가 있다. 영국 코인스트리트의 경우 쇠퇴한 지역의 활성화를 위해 템즈강 수변공간 정비에서 시작한 사업이 임대주택 조성, 상업업무 복합공간 조성, 여가공간 조성 등으로 이어지며 약 30년간 마을재생을 지속해오고 있다.

넷째, 초기에 투입되는 공공의 예산으로 얻은 긍정적 재생효과를 지속할 수 있는 기반을 마련해야 한다. 이는 재정적 기반과 인적 기반으로 구분할 수 있으며, 지역 주민들의 활동으로 이루어질 수 있다. 결국 지역에 남는 것은 행정도 전문가도 아닌 바로 주민들이기 때문이다.

재정적 지속방안은 지역의 주민, 커뮤니티 주체들이 적극적으로 자산을 취득하거나 운영하고, 나아가 자산을 활용한 커뮤니티 개발을 통해 수익을 창출함으로써 마련될 수 있다.

인적 지속방안은 지역의 일자리 창출과 주민역량강화를 통해 이루어질 수 있다. 이를 위해 행정과 전문가, 개발업자 등은 초기 사업단계에서 지역의 지속 주체를 주민과 커뮤니티로 인식하고 이를 지원할 수 있는 마중물 역할을 수행해야 할 것이다.

사업주체



- 통리플랫폼
- 페컴도서관



- U2
- 토라노동
- 아토사키7
- 하야시겐주로
- 네이비아드 뉴랩
- 발산마을
- 키타큐슈
- 송정역시장
- 아부라츠 상점가

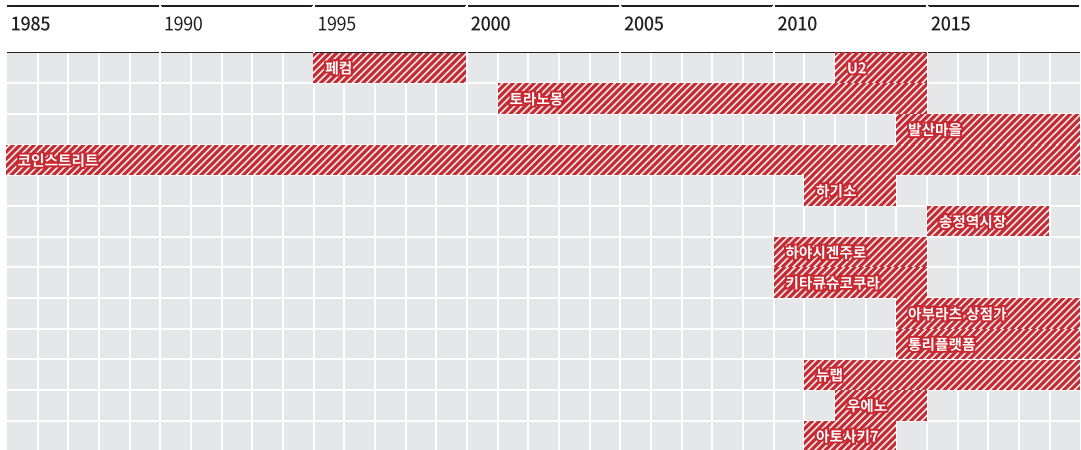


- 하기소
- 다이칸야마
- 코인스트리트
- 우에노 사쿠라기 아타리

사업규모

필지단위(spot)			마을·지역단위(area)	
• 하기소(100㎡)	• 페컴도서관	• 아부라츠 상점가	• 발산마을(22,000㎡)	
• 하야시겐주로	• 아토사키7(1,230㎡)	• 다이칸야마(4,000㎡)	• 코인스트리트(50,000㎡)	
• 통리플랫폼(450㎡)	• 토라노동(L=1,350m)	• U2(5,000㎡)	• 키타큐슈(도심부80ha)	
• 우에노 사쿠라기 아타리(450㎡)	• 송정역시장(3,700㎡)	• 네이비아드 뉴랩(8,000㎡)		

사업기간



쇠퇴문제 및 원인	활용 자산 및 전략 특성									
	공공공간	주거지	시장·상가	유희공간	문화·예술	관광	역사	주민·커뮤니티	파트너십	지속·관리
영국 런던 페깅도서관	<ul style="list-style-type: none"> <li>공장지대, 이민자와 노동자 밀집지역</li> <li>범죄율이 높고 주거환경이 열악한 지역으로 사회적 배제</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>낙후지역 재생 거점으로 공공영역 개선 추진</li> </ul>						<ul style="list-style-type: none"> <li>기획단계부터 주민의견 교환</li> <li>도서관에 커뮤니티공간 복합</li> </ul>		
일본 오노미치 U2	<ul style="list-style-type: none"> <li>조선-철강업이 쇠퇴하면서 지역 침체 및 수변 해운창고 유희화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>오노미치시 서측 수변공간 활성화 거점으로 형성</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>공공 소유의 항만창고 활용</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>사이클리스트를 대상으로 하는 호텔 및 컨셉샵 기획·운영</li> </ul>				
일본 도쿄 토라노농 상펠리제	<ul style="list-style-type: none"> <li>토지소유자간 합의 불발로 약 60여년간 지역 정비 정체</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>60년간 정비되지 못했던 건물과 건물 사이의 가로 공간 정비</li> </ul>							<ul style="list-style-type: none"> <li>도쿄도의 제도적 지원과 민간 개발업체, 주민 실행 조직의 협업</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>가로 관리를 위한 에어리어 매니지먼트 협의회 조직</li> </ul>
광주광역시 발산마을	<ul style="list-style-type: none"> <li>1970년대 인근 공장 노동자 배후주거지로 성장했으나 산업축소 및 신개발로 인구 감소</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>구릉지 노후 주거지역</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>마을이야기를 활용한 마을미술 프로젝트 및 마을갤러리 운영</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>폐가를 활용한 주민커뮤니티공간 조성</li> <li>마을기업 설립</li> </ul>		
영국 런던 코인스트리트	<ul style="list-style-type: none"> <li>템즈강에 인접해 산업화시기 화물 수송 거점으로 성장했으나 산업구조 변화로 지역 전반 낙후</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>이민자, 노동자가 밀집한 노후 주거지역</li> </ul>					<ul style="list-style-type: none"> <li>개발업자의 대규모 개발에 반대하는 주민운동 전개</li> <li>사업추진을 위한 커뮤니티</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>공유경제, 공동체 자산관리를 통한 수익창출 및 지역 재투자</li> </ul>
일본 도쿄 하기소	<ul style="list-style-type: none"> <li>오래된 목조주택으로 동일본대지진 이후 철거대상으로 인식</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>빈집으로 오랫동안 방치된 목조 다세대주택</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>도쿄예술대 학생 아지트로 사용</li> <li>주택을 활용한 전시 이벤트 개최</li> </ul>					
광주광역시 1913송정역시장	<ul style="list-style-type: none"> <li>광주신시가지 개발 및 대형상권 등장으로 쇠락</li> <li>20/55가 빈 점포로 오랜시간 방치</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>광주송정역에 인접 100년된 전통시장</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>시장의 100년사를 스토리텔링화, 리모델링 컨셉으로 활용</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>광주시의 행정적 지원과 민간 전문업체, 상인조직 간 협업</li> </ul>		
일본 쿠라시키 하야시겐주로 상점	<ul style="list-style-type: none"> <li>상점소유자의 이전으로 오랜기간 빈 점포로 방치</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>쿠라시키 미관지구에 인접한 오래된 상점 건물</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>점포주 이전 후 빈 점포로 방치</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>350년된 점포의 역사와 지역의 사회자본을 접목</li> </ul>			
일본 키타큐슈 코쿠라야모리	<ul style="list-style-type: none"> <li>중공업도시로 번성했으나 산업구조 변화로 도심부 쇠퇴 진행</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>키타큐슈 도심부의 쇠락한 상업·업무지역</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>철도역 앞 유희 부동산 15여개 활용</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>행정-전문가-지역 대학생-주민 간 협업(리노베이션 마치즈쿠리 조직)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>민간 마치즈쿠리 조직 설립</li> <li>에어리어 매니지먼트로 확대</li> </ul>
일본 니치난 아부라츠 상점가	<ul style="list-style-type: none"> <li>인구 5만의 소도시로, 경제 및 사업 구조 변화에 따른 장기 침체 현상</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>니치난시 중심시가지의 쇠락한 상업지역</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>상점가 내 다수의 빈점포 및 공터 활용</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>주체간 협업을 위해 '재생 전문가' 모집·활용</li> </ul>	
강원도 태백시 통리문화플랫폼	<ul style="list-style-type: none"> <li>석탄산업 쇠퇴 및 광업소 축소로 지역경제 침체</li> <li>통리역 폐쇄로 인구 유출</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>탄광지역 폐역사 활용</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>인근 철도 테마파크 시설과 연계</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>역사 일부에 커뮤니티공간 및 지원센터 복합</li> </ul>		
미국 뉴욕 네이비야드 뉴랩	<ul style="list-style-type: none"> <li>해군조선소로 성장한 곳으로 70년대 폐쇄 이후 운영관리에 어려움</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>폐 해군선박 제조창 활용</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>전통제조업 공간을 새로운 제조업 코워킹 공간으로 리모델링</li> </ul>			
일본 도쿄 다이칸야마 T-SITE	<ul style="list-style-type: none"> <li>항공사 사택이 위치한 곳, 폐쇄 후 장기간 미이용되면서 우범화</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>미이용되던 항공사 사택 부지 활용</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>도시 라이프스타일 공간으로 조성</li> </ul>					
일본 도쿄 우에노 사쿠라기 아타리	<ul style="list-style-type: none"> <li>고(古)민가 밀집지역으로 개발·재생 사이에서 방치</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>점포주 이전 후 빈 점포로 방치</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>80년된 일본 전통주택의 공간적 특성 활용</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>점포주-지역NPO 간 협의를 통한 리모델링 및 운영</li> </ul>	
일본 시즈오카 아토사키7	<ul style="list-style-type: none"> <li>민간철도역과 터미널 개발로 영화관 대거 이전, 유희공간 발생</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>영화관 밀집지역, 영화관 이전까지 활용</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>주임 모임·이벤트 개최 등을 위한 팝업공간으로 활용</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>행정-주민조직-토지 소유주간 협업</li> <li>주민활동으로 연계</li> </ul>	

