

BOOTUP
건축도시
STARTUP

건축도시스타트업의 탄생

윤 주 선 · 김 주 원 · 서 수 정

(auri)

BOOT UP
건축도시 STARTUP

건 축 도 시 스 타 트 업 의 탄 생

(a u r i) Architecture &
Urban Research Institute

차례

Contents

짓는 건축에서 잇는 건축으로 Introduction	5
론드리프로젝트 Laundry Project	13
별의별 Art Cluster: Various Kinds	41
ETAA Espace Temps Atmosphere Architecture	67
미스터홈즈 Mr.Homes	89
청년장사꾼 Sell Our Passion	113

빌드 Build	137
공무점 Uhjjuhda	159
서울소셜스탠다드 Seoul Social Standard	181
선랩 Sunlab	211
편집후기 An Editor's Comments to Boot Up, Architecture and Urban Start Up	236
참고문헌 References	238

인구감소 시대, 건축은 유효한가?

“이건 건축에서 할 일이 아닌데?”

인구감소에 대한 건축의 대응방안을 논의 할 때면 흔히 듣게 되는 반응이다. 과연 “건축에서 할 일”이라는 것은 언제 정해진 걸까? 건축이 독립적인 직업으로 정착한 것은 산업화로 공간수요가 폭증한 19세기로 불과 200년이 지나지 않았다.¹⁾ 전문가들은 대량의 공간을 빠른 시간 내에 공급하기 위해 건축 직능을 설계, 시공, 감리 등으로 분업화하고 교육을 통해 각 분야를 고도화시켰다. 건축 직능은 도시화와 함께 크게 발달하여 많은 성과를 만들어 냈지만 최근 “짓는 건축”을 둘러싼 환경이 급변하고 있다. 건축수요의 근간은 인구와 재정이다. 점차 새로운 건물을 사용할 인구와 새로이 건물을 지을 재정적 여력이 감소하며 원도심을 중심으로 빈 건물이 빠르게 늘고 있다. 그러나 건축계는 여전히 전통적 건축 직능(Architectural profession)에 매몰돼 수요가 급감하는 “짓는 건축”에 매달리고 있다. 어쩌면 변화하는 시대에

1) 근대 건축교육의 출발인 프랑스의 에콜 데 보자르(École des Beaux-Arts)가 1819년, 최초의 건축협회인 영국 왕립건축가협회 RIBA(Royal Institute of British Architects)는 1834년, 미국의 건축사제도는 일리노이 주에서 1897년 시작됐다. 국내의 경우 최초의 건축 관련 학부는 1946년 서울대학교에서 설립되었다.

발을 맞추지 못하고 과거의 영광에 집착해 풍차와 자웅을 겨루는 몰락한 기사, 돈키호테가 되어 가는 지도 모른다. 근대시기 건축의 변화를 주도한 요인이 과학과 기술이었다면, 현재는 인구급감이다. 변화에 적응하지 못하고 여전히 고속성장기를 전제로 형성된 좁은 건축의 틀 안에서 미래를 찾고자 한다면 건축 직능은 자연도태의 수순을 피하기 어려울 수도 있다.

건축 직능의 재구축: 경계의 해체

현재의 건축교육과 건축 직능은 신규 건설이 성장기 도시 수준으로 유지된다는 것을 전제하고 있다. 하지만 앞으로 저출산 고령화로 인해 인구감소 속도가 근대화 시기의 인구증가 속도만큼 빠르게 진행될 것이다. 자연히 신규 건설 수요보다 기존 건축물 활용 수요가 증가할 것으로 예상된다. 올림픽 구호처럼 “더 빨리, 더 높이, 더 멀리” 도시를 확장시키던 시기가 저물고, 새롭게 “짓는 건축”에서 기존의 자원을 “잇는 건축”으로 무게중심이 옮겨지는 것이다. 이제는 건축가가 빈 집, 빈 점포 등의 유휴공간에 경영, 부동산, 공유경제, 미디어 등 다양한 분야의 전문성을 연결하고 설계, 시공, 운영 등의 역할을 통합적으로 수행할 필요가 있다. 분절되어 있던 프로세스와 지역자원을 “잇는” 르네상스맨과 같은 통합적 건축가의 등장 필요성이 높아지는 것이다.

군웅할거(群雄割據)의 시대: 건축도시 스타트업

후한의 몰락기 각지에서 영웅이 등장하며 대륙의 지각변화를 이끌었던 삼국지 시대처럼 격변의 시대에는 시대의 변화를 먼저 감지한 선지자들이 여러 지역에서 동시다발적으로 등장하곤 한다. 건축계에도 기존 건축교육과 건축 직능의 한계를 체감한 젊은 층이 중심이 되어 전통적 건축업역의 테두리를 벗어나 다양한 분야의 전문성과 자원을 “잇는” 시도가 곳곳에서 속속 나타나고 있다. 이들은 지역분석에서 시작한 문제인식의 해법을 건축의 틀을 벗어나 다양한 관점에서 자유롭게 제시하며 건축 영역 내외부를 가리지 않고 건축의 생존을 모색한다. 도쿄R부동산의 공동대표인 하야시 아츠미가 주장한 “건축을 포기하고 싶지 않아 건축가를 포기했다”는 말처럼 이제는 성장시대에 최적화된 “잇는” 건축의 틀을 버려야 건축의 미래가 생길 수 있을지도 모른다. 본서에서는 건축 직능의 내외 부를 연결하며 이를 비즈니스 모델화하여 지역을 기반으로 과잉 공급된 빈 집, 빈 점포를 재생하고 있는 그룹을 “건축도시 스타트업”으로 정의한다.²⁾ 이들은 어떻게 건축도시 스타트업이 되었을까? 건축도시 스타트업 창업자는 학창시절부터 직장생활까지 정해진 공식대로 움직이지 않고 스스로 현 시대의 문제를 파악한 뒤 그에 맞는 해결방안을 직업으로 발명해 이를 실행해 왔다. 저성장 공급과잉 시대에 필요한 건축 교육과 직능의 변화 방향은 어쩌면 이들이 밟아온 과정에서의 성공·실패담을 통해 그 실마리를 찾을 수 있을 지도 모른다.

2) 건축도시 스타트업은 건축과 도시 분야에 특화된 “도시재생 스타트업”의 한 분류이다.

도시재생 스타트업은 ‘분야간 융합을 통한 혁신적 아이디어로 자생적 비즈니스 모델을 갖춰 공간기반 스몰 비즈니스를 수행하는 소규모 도시재생 실행주체’이다. (윤주선(2017), 도시재생 스타트업 활성화를 위한 지원 방안, No.158)

밀레니얼 세대를 위한 건축의 새로운 작동원리

생산과 소유, 성장 위주의 가치관으로 무장했던 세대들과 구분하며 공유와 창조, 연계를 중심으로 사고하는 세대를 일컫는 “밀레니얼 세대”는 건축계에서도 태동하고 있다. 이들이 중심이 되 활동하고 있는 “잇는” 건축 중심의 건축도시 스타트업의 작동 원리는 다음과 같이 분석할 수 있다.

■ 계획에서 실행으로

계획이 힘을 발휘하는 때는 변수가 적을 때이다. 인구증가에 따른 신도시 수요가 거셌던 근대도시에서는 기존의 마을을 부수거나 원주민을 이주시키므로써 변수를 지우고 계획가의 강력한 마스터플랜에 의해 도시를 만들었다. 그러나 더 이상 빠른 도시공간의 공급이 우선목표가 아닌 시대가 왔다. 이런 도시재생기에는 기존의 건물을 보존하고 기존주민과 협의를 통해 기존의 역사, 문화 자원을 존중하면서 지속가능한 개발을 도모할 필요가 있다. 마스터플랜을 충실히 수립하더라도 수많은 인적, 물리적, 역사적, 환경적 변수가 수시로 발생하고 여건이 변화하기 때문에 마스터플랜대로 일이 진행되기 어렵다. 도시재생기에는 큰 방향만을 설정한 유연하고 간소한 계획을 수립한 후 실행단계에서 그때그때의 변수에 맞춰 실행주체가 빠른 의사결정을 통해 새로운 길을 찾아내는 실행 중심의 사업방식이 효과적이다.

■ 도면설계에서 현장설계로

점차 설계도에 의한 건축보다 설계도가 없는 소위 “건축가 없는 건축”의 사례가 많아질 것이다. 빈 땅에 건물을 신축할 때는 도면을 통한 설계가 효과적이지만, 이미 존재하는 건물을 리노베이션하는 경우에는 도면에 의한 디자인보다 현장에서의 실시간 디자인이 창의적 결과물을 만들 수 있다. 현장설계란 현장에서 벽체를 철거하거나 구조물을 추가·삭제하는 과정에서 나타나는 공간감과 재질감, 장면의 변화를 고려하며 실시간으로 떠오르는 영감을 실행에 옮기고 그 변화를 감지해가며 다음 작업방향을 선택하는 방식이다. 실제 건축도시 스타트업이 조성한 공간은 실시도면이 없는 경우가 많았다. 설계와 시공을 직접 현장에서 동기화하며 수행했기 때문이다.

■ 설계자 중심에서 운영자 중심으로

설계자, 시공자, 운영자가 명확히 구분됐던 과거와 달리 최근에는 설계자, 시공자, 운영자의 간극이 좁아지는 사례가 증가하고 있다. 공간의 성패는 어쩌면 설계자보다 운영자가 쥐고 있는지도 모른다. 운영자의 취향과 캐릭터가 고스란히 반영된 공간을 조성하고 그 공간을 완성시키는 다양한 운영전략을 갖출 때 비로소 건축설계가 완성된다고 볼 수 있다. 공간 운영자가 설계과정과 시공과정에 적극 참여하고 설계자가 운영자의 관점에서 공간설계 이외에 판매, 홍보, 브랜딩까지 고려하는 새로운 작업방식이 확산되고 있다. 또한 건축가가 공간을 리노베이션하고 직접 운영하는 사례도 점차 증가하고 있다. 이들은 건축설계, 감리 이외에 시공, 공간 블랜딩, 공간경영(management)분야의 전문성을 키워가며 건축의 경계를 확장시킨다.

■ 대규모 조직에서 소규모 스타트업으로

A, A', A'', A''' 등 유사한 일을 빠르게 반복해 생산성을 높이는 시기에는 실수가 적고 숙련화가 쉬운 안정적 대규모 조직이 필요하다. 그러나 A, B, C, D 등 늘 새로운 형국을 맞이하기 쉬운 재생기에는 빠른 의사결정과 업무 전환이 용이한 소규모 스타트업이 재생사업을 추진하기 용이하다. 각 사업마다 필요한 역량이 달라지고 각 사업에 따라 소요되는 전문가의 기간이 상이하기 때문에, 새롭게 필요한 업무영역이 발생하면 신설부서를 만드는 대규모 조직의 패턴과 달리 소규모 스타트업은 타 스타트업과 필요한 인력을 필요한 기간만큼 결합과 분리하며 사업을 추진한다. 이를 위해 유연하고 자유로운 소규모 네트워크형 조직구조를 지향한다.

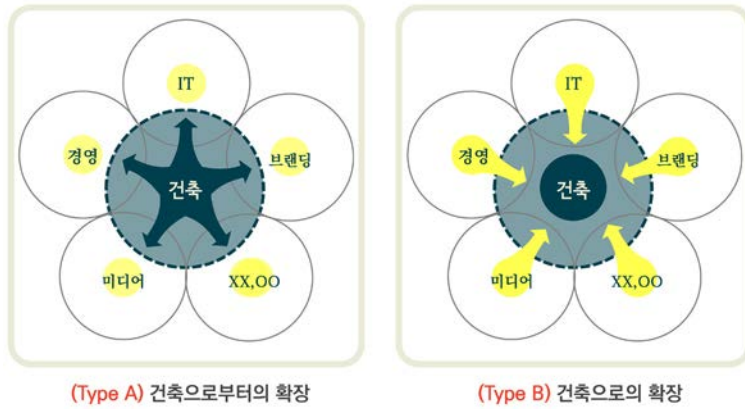
■ 대형 개발에서 소형 사회실험으로

대형개발은 경제가 성장하며 사업에 대한 리스크가 적을 때 효과적이다. 그러나 인구감소와 저성장으로 인해 사업성에 대한 예측이 어려운 인구감소기에 대형 개발은 대규모 적자나 회복 불가능한 실패를 동반할 우려가 있다. 때문에 단기간 저예산으로 사업성을 현장에서 파악할 수 있는 다수의 소형 사회실험을 시도해보고 그 중 가능성이 보이는 사업을 점차 확장해 가는 사업추진 방식이 효과적이다.

본서에서는 이상의 작동원리를 활용해 각자의 분야에서 흥미로운 도전을 이어가고 있는 건축도시스타트업의 이야기를 전하려 한다. 심층인터뷰를 통해 어떤 경로를 통해 건축도시스타트업을 창업하게 되었는지, 건축도시스타

트업이 실제 마주한 과제는 무엇인지, 보다 역량 있는 건축도시스타트업을 창업하기 위해 어떤 준비가 필요한지 등을 기록했다. 이들의 소중한 경험을 공유함으로써 건축도시스타트업의 창업 및 취업을 고려하고 있는 예비졸업생, 취업·창업 준비생, 이직희망자 분들이 본인의 꿈에 한 발 먼저 다가설 수 있는 지침으로 활용할 수 있기를 바란다.

I 건축도시 스타트업의 경계 확장 방향





©론드리프로젝트

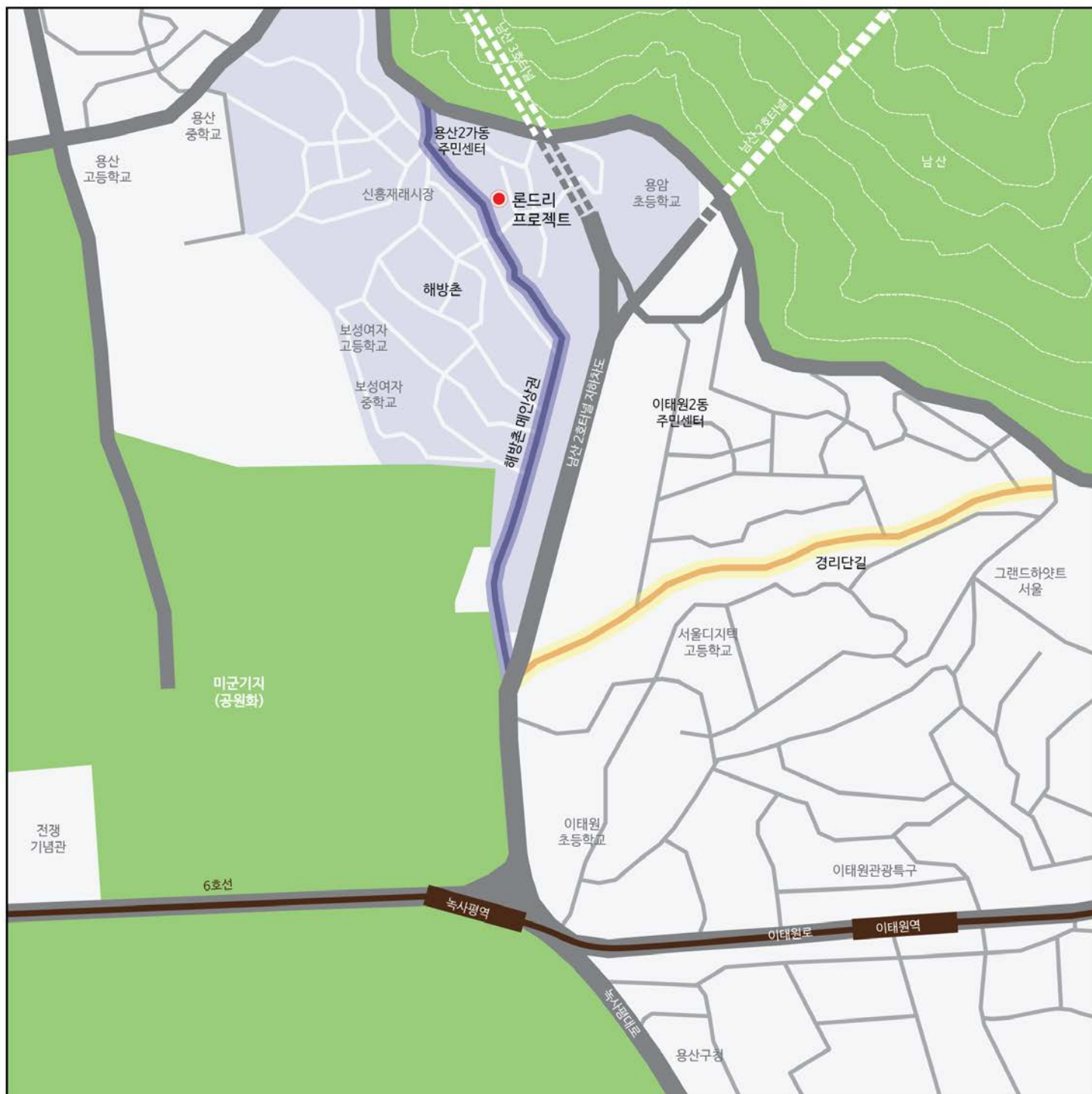
론드리프로젝트

#건축 #인테리어 #커뮤니티 #빨래 #카페

S	M	L	XL
제작	판매	전시	사무
교육	연구	상담	대관
휴식	식음	목욕	숙박

비가 추적추적 내리던 8월 늦여름 아침. 론드리프로젝트 문을 열고 들어온 첫 손님은 푸른 눈을 가진 외국인이었다. 오른쪽 어깨에 에코백, 다른 한 손에는 커다란 빨래 가방을 안고 들어온 그녀. 카페 한편에 마련된 론드리룸에 코인을 넣고 해방촌 거리가 내려다보이는 창가에 자리를 잡았다. 아침을 여는 산뜻한 재즈 선율과 함께 그녀의 하루는 시작되었다.

론드리 프로젝트. 2015년, 이태원 해방촌 언덕길 한편에 생긴 하얗고 작은 카페는 입소문을 타고 이제는 지역을 대표하는 장소가 되었다. 공간을 기획한 이현덕 대표는 건축을 전공한 이력의 소유자. 학교에서 5년이 넘는 시간 동안 열심히 공부한 그가 일반 설계사무소 취직이 아닌 다른 길을 선택한 이유는 어디에 있을까?





- 이태원에서 밀려난 단기거주 외국인 및 1인가구 비율 높음
- 빌트인 세탁기가 없는 오래된 원룸이 대부분



- 부족한 주거기능 문제 해결
- 코인빨래방+CAFE



- 사람과 사람이 마주칠 수 밖에 없는 아이템(세탁)을 매개로 사람이 모임

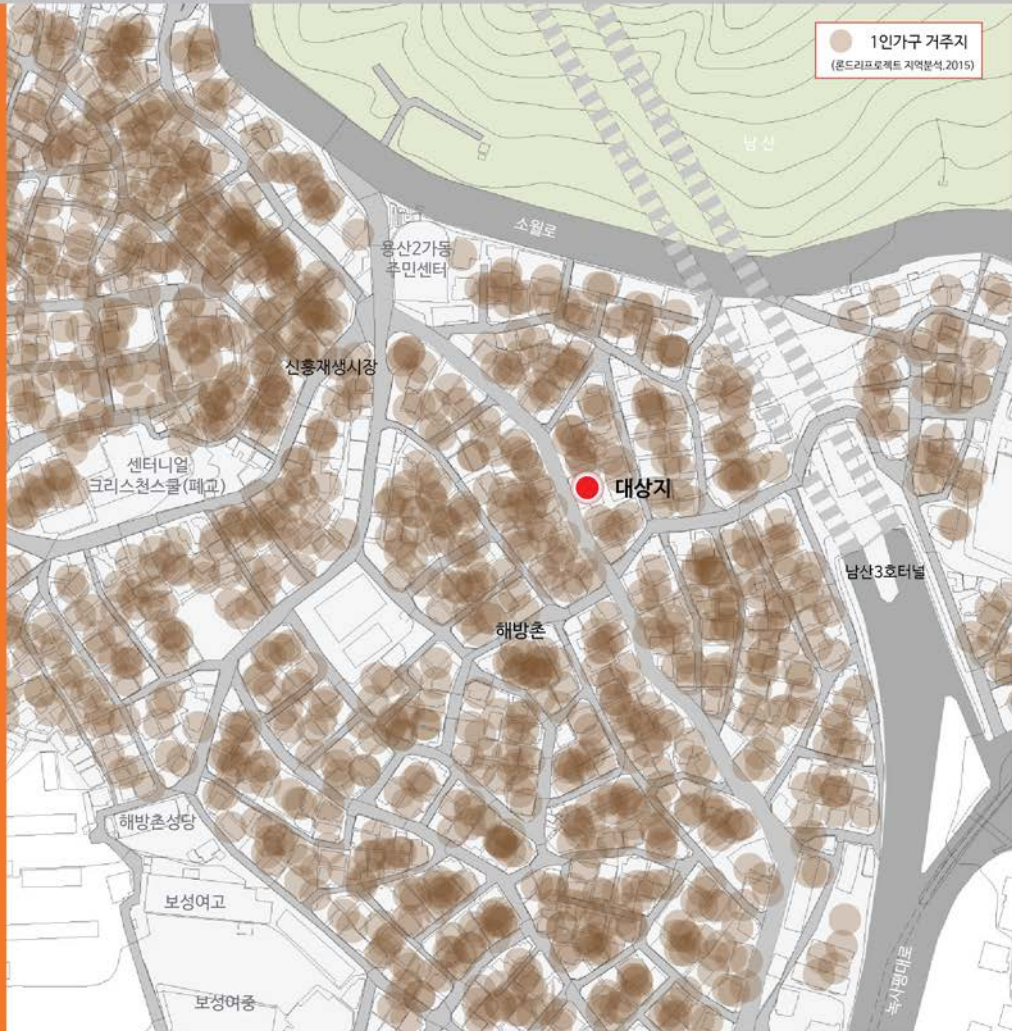
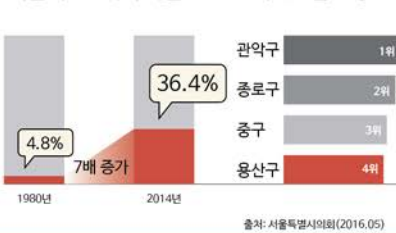
연도별 1인 가구 비중



1인 가구 수 추이



서울시 1인세대 비율





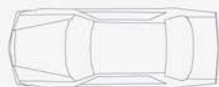
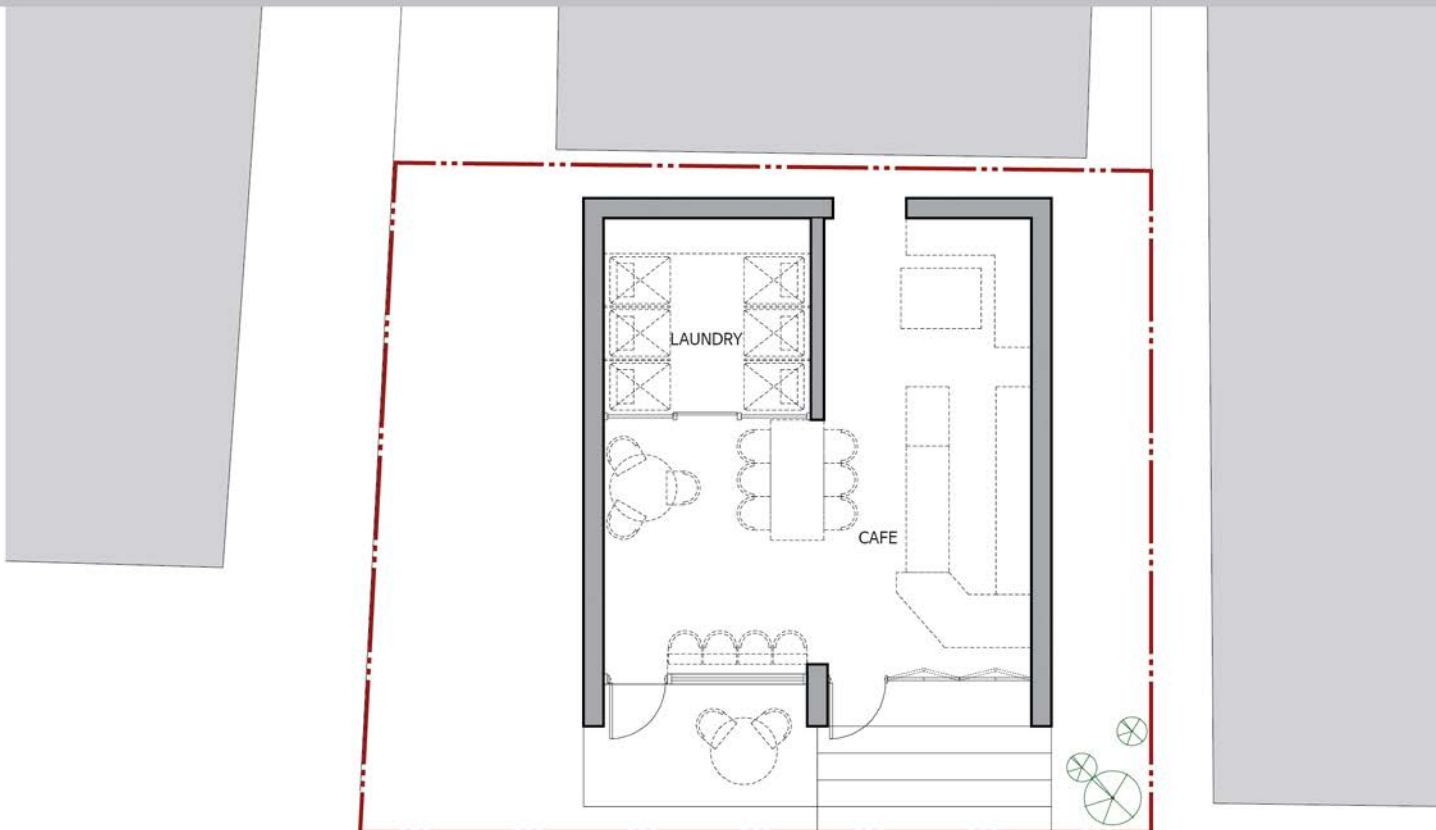
정면뷰



카페

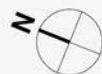


빨래방



7.5m 도로

론드리프로젝트



“그저 시간을 보내는 게 아니라, 내 건강과 생활을 다 포기해야만 할 것 같았다. 그렇게까지 하기는 싫었다.”

론드리프로젝트

위치 | 서울시 용산구 신흥로78

사업형태 | 코인빨래방 + 카페

규모 | 1F, 66.1㎡

직원수 | 6명(직원1명+파트타임)

운영시간 | 오전10시~저녁11시

설립연도 | 2015년

론드리프로젝트까지 도달하기 앞서 직업에 대한 고민은

건축과 출신은 설계 사무소를 나와야만 건축을 하는 것이라는 인식. 그것
이 아니면 건축을 포기하는 것으로 생각하는 모습들을 보면서 고민이 많았
어요. 학부 시절에 유명한 설계 사무소에서 인턴을 잠깐 했었는데, 돌아가
는 시스템을 보고 있자니 결국 내가 하고 싶은 디자인이나 어떤 것을 하려면
1~20년을 투자해야만 할 수 있겠다는 생각이 들었던 게 너무 답답했어요.
그냥 시간을 보내는 게 아니라, 내 건강과 생활을 다 포기해야만 할 것 같더
라고요. 그렇게까지 하기는 싫었어요. 설령 20년 뒤에 내가 하고 싶은 일을
결국 하게 됐을 때의 결과물도 어떤 형태일지 예측할 수 없는 거잖아요? 그
오랜 시간을 투자하는 게 나랑은 안 맞는 것 같다는 생각이 들었죠.

처음 직장은 대기업이었던 걸로 알고 있는데요

저런 유명한 사무소도 그러한데 다른 설계 사무소도 더하면 마찬가지로일거
라는 생각이 들었어요. 먼저 대기업을 들어가서 전체적으로 돌아가는 시스



팀을 배우고 내 일을 해야겠다고 판단했는데 막상 들어가고 나니까 큰 조직에서 일한다는 게 너무 답답한 거예요. 하나의 부품처럼 여겨지는 느낌을 받았어요. 똑같이 공간을 다룬는 것에 매력을 느껴 방송국에서 무대 디자인을 했는데 제가 배운 건축에서의 공간 디자인과, 무대 안에서 디자인은 생각보다 너무 달랐어요. 건축에서는 공간이 만들어지면 삶이 만들어지고 연속되면서 시간이 쌓여가죠. 하지만 무대는 잠깐의 장면, 카메라 속 평면으로만 표현되는 이미지적인 측면이 강하더라고요. 물론 비교할 수 없는 가치가 있지만 제가 배운 건축과는 너무 달라서 허무함까지도 느껴졌어요. 이걸 통해서 내가 할 수 있는 게 있을까? 결정적으로, 건축보다 더 힘들었어요(웃음).

빨래방의 변화

빨래를 기다리는 사람과 커피 한 잔의 여유를 즐기는 사람들이 함께 이야기하며 작은 커뮤니티를 만든다.

다시 취업 시장으로 나오셨네요?

그만두고 백수 생활을 하다가 뭐라도 해봐야겠다고 생각해서 김진에 선생님이 진행하시는 도시 아카데미에 참여를 했어요. 실제로 도시를 변화시키는 사람들을 알게 되면서 변화라는 것이 가능한 일이라는 걸 맛보게 되었죠. 선생님께 고민을 말씀드리니까 일단 뭐라도 해보라고 용기를 주셨어요.

당시에 저는 서촌에 살고 있었는데 우연한 기회에 동네를 돌아다니다가 서촌에 한옥이 싸게 나와 있다는 것을 알게 되었어요. 건축과 출신이라면 한옥에 매력이 안 갈 수가 없잖아요? ‘오! 이걸로 뭔가 해볼까?’ 돈도 벌어야 하고 뭐라도 해봐야 하니까. 그래서 한옥을 고쳐서 문화 공간으로 만들어 볼 생각을 하게 됐어요. 사실 그전까지는 생각만 하고 사업 아이디어만 있지 현실화된 적이 한 번도 없었는데, 서촌에서 한옥을 가지고 무언가를 현실화시키는 과정을 통해서 사업 아이디어가 실제 공간으로 만들어지는 경험을 하게 된 거예요.

그렇게 문화공간에서 경험해 보게 되었는데, 이것이 오래가려면 비즈니스적으로 유지가 되어야 하겠다는 생각이 들었어요. 단순히 의지로만 할 수 있는 게 아니라 여기에 담아내는 콘텐츠가 사람들이 원하는 게 있어야 오래갈 수 있겠구나. 실제로 오래 동네에 남아있을 방법을 고민하게 되었죠. 그러다가 동업자와 지향점이 달라 공간을 다시 나오게 되었어요.



지역활성화센터에서 일하게 되셨죠?

우연한 기회에 지방 소도시 도시 재생이나 지역역량강화사업을 하는 업체에서 연락이 와서 인터뷰하고 일을 시작하게 되었어요. 현장을 다니면서 정부 사업이 어떻게 진행되는지 보게 되었는데 조금 의아한 부분이 있었어요. 많은 돈이 투입되고 있는데 들어간 만큼 퀄리티가 안 나오는 것 같더라고요. 왜 그런 걸까.....

초반에는 열심히 했을 거예요. 하지만 일이 점차 많아지고 경합 업체가 생기자 보니까 되려 경쟁적으로 더 많은 일을 하게 되고, 사람이 많아지니 이

이현덕

한국예술종합학교 건축과를 졸업하고 CJ E&M 무대디자인을 거쳐 지역활성화센터에서 근무했다. 2015년 론드리프로젝트를 창업했다.

들을 관리하는 중간 관리직도 생기고, 연구소 단위에서 진행되어야 할 규모가 점점 커지면서 창의적인 솔루션보다는 비슷한 형식의 복제된 계획이 탄생하고, 아이디어나 기획이 좋아서라기보다 사업비를 나눠 먹을 궁리만 하는 분위기로 점점 바뀌는 거예요.

과정에서 의미를 찾고 뜻있게 사업비를 쓰고 싶어 하는 분들도 있지만 대부분 어떤 이유에서건 떨어져 나가더라고요. 기존의 기득권이 나눠 먹는 구조로 점점 변하고 있었던 거죠. 이런 경험을 하다가 개인적인 일로 인해 다시 회사를 나오게 되었어요.

일반적인 설계사무소 취직 대신 방송국 무대디자이너나 서촌 문화공간 사업, 지역활성화센터 연구원 등을 거치면서 깨달은 점이 있었겠네요.

물론이죠. 서촌 문화공간 사업이 있었기에 결국은 론드리프로젝트도 사업 아이디어에서 실제로 실행해봐야겠다는 결심이 섰죠. 결과까지 나오게 하는 원동력이 되었어요. 지역 센터를 거치면서는 내 생각이나 사업 아이디어를 누군가에게 객관적으로 소개할 수 있는 자료를 만드는 방법을 터득했어요. 건축은 공간이나 이미지로 보통 보여주잖아요? 그런데 정부나 일반 시민들은 객관적인 데이터나 지표를 더 선호하더라고요. 내가 그런 게 없었구나 하는 생각이 들었고, 짧게나마 제안서를 만들어보면서 내가 하고 싶은 것을 다른 사람들에게 이해시키는 방법을 배웠어요.

힘들었지만 중요한 경험이 되었죠. 그 외에도 동업할 때는 사실 좋은 게 좋은 거다 라고 많이들 시작하는데 계약서를 반드시 써야 한다는 것? 처음에는 껄끄럽지만, 나중에 더 큰 문제를 막을 수 있죠. 그렇지 않으면 서로가 선을 침범하고 상상하게 만들더라고요.

장소선정 LOCATION

“외국인도 많이 살고 오래된 집도 많아서 세탁기가 빌트인 되어있는 상황도 아니었다. 빨래방이 들어서기에는 최적화된 장소였다.”

조금 분위기를 달리해서 이제는 해방촌이라는 지역을 선택한 계기와 실질적인 운영 부분을 묻고 싶습니다. 왜 해방촌이었나요?

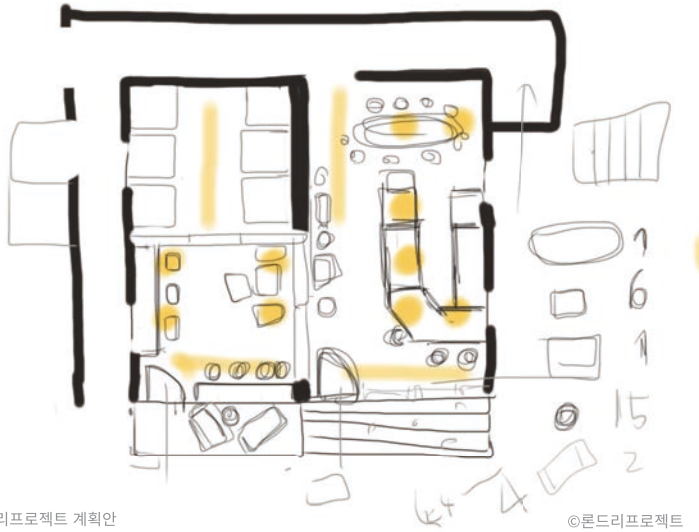
당시 해방촌 공유주택에 사는 친구를 만나러 갔어요. 커피 한 잔 마시면서 셰어하우스에 대한 좋은 점을 이야기하는데 딱 하나가 마음에 안 들더라는 거예요. 이불에서 냄새가 나더라는 거죠. 매니저에게 이야기하니까 그동안은 문제가 없었고 우리는 연대로써 문제를 해결하니까 네가 해결해라 이런 식으로 나왔다는 거예요. 이런 문제를 가지고 온 거죠. 그래서 동네 세탁소 많으니까 싸게 맡겨보라고 하니까, “아니야 내가 빨래방을 해야겠어.” 하더군요.

“아니 건축하는 애가 무슨 빨래방이야.....”

그런데 집에 와서 생각해 보니까 괜찮은 아이디어 같은 거예요. 외국인도 많이 살고 오래된 집도 많아서 세탁기가 빌트인 되어있는 상황도 아니고, 알다시피 요즘은 이사를 거의 2년마다 다니잖아요? 세탁기를 들고 다니는 것도 일이죠. 충분히 빨래방이 있을 만한데 없는 게 가능성이라고 봤어요. 그 때부터 흘린 듯이 자리를 찾기 시작하면서 뭔가 이걸 해야겠다는 생각이 들었어요.

구체적인 장소를 찾는데 가이드라인이 있었나요?

20평 정도로 생각하고 시작했는데 해방촌에는 그런 공간이 많지 않았어요. 가격도 비싸서 15~20평으로 축소했어요. 이태원이 상업공간으로 채워지면서 예전만큼 외국인들이 살지 않잖아요? 해방촌을 선택한 것도 잠시 거쳐가는 외국인들이 기존 이태원 지역에서 많이 넘어와 살고 있으니, 이른바 타깃이 될만하다고 느꼈죠. 사실 여기는 사람들이 일부러 찾아서 오는 테니까 중심도로에 있는 것도 좋지만 한 켠쯤은 들어가 있어도 괜찮겠다 싶었어요. 그런데 막상 찾아보니 큰길과 골목 안 임대료 차이가 크게 나지 않아서 큰길에 면한 점포 공간을 얻을 수 있었어요. 무엇보다도 이미 인프라 시설이 잘 갖추어진 경리단길 주변보다 상대적으로 근린생활시설이 부족한 해방촌에 뿌리내리는 게 의미 있을 거라 생각했죠.



아무리 건축을 전공하셨지만 실무 경험이 부족하다 보니 공사를 하는 과정이 힘들었을 것 같아요.

예산은 세웠지만, 공사를 해 본 적이 없어서 최대한 돈이 안 들게 최소 공사비만 책정해 놓고 시작했어요. 공사 기간에 예상했던 금액을 넘어버려서 일주일씩 기다리기도 했죠. 먼저 진행할 수 있는 것들을 먼저 하고 그런 식으로 하다 보니 두 달 반 정도 걸린 것 같아요.

설계업에 종사하시는 선배들에게 도움을 받을 수도 있었지만 저 자신이 너무 몰랐기 때문에 꼬치꼬치 캐묻는 게 되려 민폐인 것 같았어요. 내가 먼저

해보고 나중에 물어봐야겠다고 생각했고, 다행히 좋은 아저씨들을 많이 만나서 설명을 해 주시기도 하고 검색을 통해서 많이 배우기도 했어요. 작업 반장님들을 개별적으로 만나서 공사를 진행하면 된다고 생각했는데 일정이 겹치면 서로 방해가 되는 부분도 있다는 걸 깨달았고, 작업하시는 분들 사이의 손발도 중요하다는 것도 알았어요. 관계가 좋으면 공사 기간이 줄어들기도 하고요. 그래도 이런 시행착오를 거쳤기에 2호점 할 때는 더 구체적으로 계획하게 되었어요. 오랜만에 하게 되니까 어렵기는 마찬가지였지만요(웃음).

사업자금조달 FINANCE

“창업 대출 과정은 결코 쉬운 게 아니었다. 교육도 따로 받아야 하고 몇 달의 과정이 필요한데 그 리듬을 따라가기가 어려웠다.”

자금 마련도 만만치 않았겠죠?

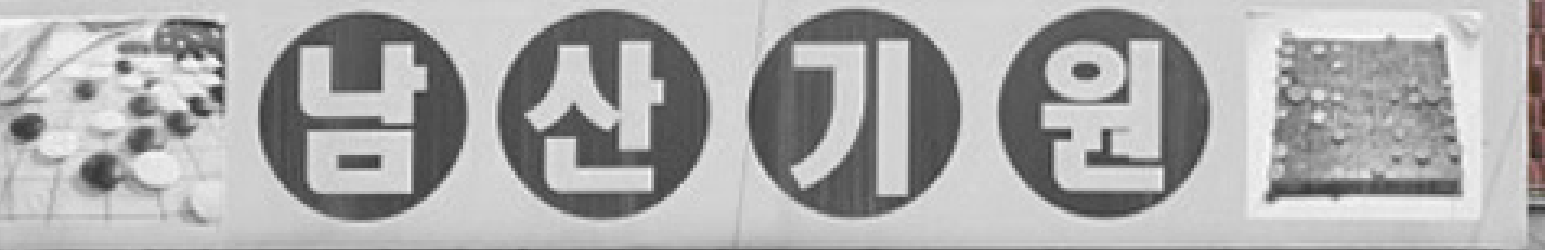
우선 투자자들에게 제안서를 보여주면서 설득을 해서 최대한 받을 수 있는 데까지 받았고, 나머지들은 대출을 받았어요. 창업대출을 받았는데 과정이 절대 쉽지 않았어요. 교육도 따로 받아야 하고 몇 달의 과정이 필요한데 그 리듬을 따라가기가 어렵더라고요. 교육 과정을 이수한다고 해도 지원을 못 받을 수도 있어서 시간만 버리는 게 아닐까 불안하기도 했죠.

창업 대출을 받으셨는데, 그 과정에서 제도적으로 아쉬운 점은 없었나요?

앞서 이야기했듯이 창업 대출을 받기까지 지난한 과정을 거쳤는데, 그 교육이나 과정이 효율적이었다면 좋았을 것 같아요. 창업하려는 사람을 만들어 주는 교육이라기보다는 어떻게 사업을 따내서 할지에 대한, 이른바 보여주는 식의 교육이었던 게 아쉬웠어요. 창업 지원을 해 주는 주체가 창업을 경험해 봤던 사람이었더라면 우리의 처지를 이해하기 쉬울 텐데 다들 공무원이거나 교수님들이다 보니 잘 모르는 거예요. 물론 창업을 했던 사람을 멘토처럼 붙여주는 경우도 있었지만, 그저 그분들은 이 일을 용돈 벌이 정도로 생각하더라고요. 차라리 공공기관에서 하는 창업 교육보다 민간 영역에서 하는 경우가 더 실효성이 있었던 것 같아요.

삼천만 원 정도라 사실 많은 것도 아니었어요. 정책적으로 청년들을 지원해야 한다는 말이 많은데 대출도 제대로 못 받게 하니깐 아쉽죠. 위시타운(2호점) 만들 때도 대출받으러 갔는데 1호점 할 때 받았기 때문에 더 못한다는 거예요. 한도가 다 찼다는 거죠. 뉴스에 보면 청년 창업에 몇조를 투입할 예정이라고 떠들썩한데 그 돈이 다 어디로 가는 건지, 제대로 쓰이고는 있는지. 대부분 첫 창업에 뭔가 한 번 만드는 데만 지원을 해 주지 그다음 단계로 키우는데 도와주는 지원은 없더라고요.

2010. 남산기원





“빨래는 어차피 주기적으로 해야 하고 삶에 꼭 필요한 시간이다. 그 시간을 통해 사람들도 만나면 좋은 콘텐츠가 될 수 있을 것이다.”

커피와 빨래 손님의 비율은?

처음에는 커피와 빨래가 7:3 정도였어요. 커피 투어를 오시는 분들이 많았죠. 한두 달 지나니 뚝 끊기더라고요. 반면에 빨래 손님들은 지속적으로 방문하면서 재방문율이 높아졌어요. 커피 6, 빨래 4 정도가 되고 있어요. 수익은 커피 판매에서 많이 나와요. 사이드로 친환경 세제도 판매하고 있어요.

세탁이라는 콘텐츠를 이해하고 적용하는데 생소한 점이 있었을 것 같아요. 참고했던 자료나 세탁기 숫자는 어떤 기준을 가지고 적용하신 건지 궁금한데요.

그저 빨래방을 하기보다는 수익을 더 내야 할 장치가 필요했어요. 런던리 카페를 검색해 보니까 벨기에와 미국 포틀랜드에 사례가 있더군요. 이게 이미 작동이 되고 있고, 허무맹랑한 이야기는 아니라는 걸 깨닫고 자신감이 생겼어요. 외국은 빨래방 문화가 이미 자리 잡고 있어서 가게 규모가 꽤 커요. 한국은 그 정도는 아니겠다고 생각했어요. 공간에 맞게 세탁기와 건조기를 세 개씩 들였는데 결과적으로 평일에는 적절한 수준으로 운영되고 있어요. 단순히 세탁만이 아니라 세탁물 돌아가는 것도 멍하니 보게 되는 시간을 좋아하는 사람들이 오면 어떨까 상상했죠. 세제 향도 기분 좋으니까요. 빨래는 어차피 주기적으로 해야 하고 삶에 꼭 필요한 시간이니까 그 시간을 통해 사람들도 만나면 할 이야기도 많을 테니 좋은 콘텐츠가 되리라 봤어요.

커피나 메뉴 선정도 만만치 않으셨을 것 같아요.

커피를 워낙 좋아했어요. 프랑스 교환학생 당시에 커피 원두를 사다 집에

서 내려 먹는데, 커피를 사 오면서 맡는 원두의 향이 삶을 너무 행복하게 만
들어줬어요. 한국에 돌아오니 맛있는 원두를 찾기가 너무 어렵더라고요. 열
군데에서 샘플을 받아서 먹어봤는데 좀처럼 마음에 들지 않았어요. 우연히
백화점에서 일하던 지인이 커피를 추천해 줬는데 너무 맛있는 거예요. 운 좋
게 좋은 원두를 얻었어요. 도와주는 사람은 곳곳에 있다고 생각하게 되었죠.

런드리 카페다 보니 깨끗함과 힐링과 관계가 있어요. 건강한 음료 이미지
를 유지하려고 노력해요. 과일 음료들은 실제로 착즙 해서 제공하고 실제 제
가 먹어 본 메뉴 중에서 맛있는 것들만 골라 넣는 편이에요. 메뉴가 너무 많
으면 손님이 결정을 못 하니까 기호에 따라 추천해드려요. 메뉴가 하나 늘어
나면 하나 없애는 식으로 총량을 맞춰요.

**론드리프로젝트를 하시면서 초기에 기대했던 점과 실제로 운영하면서 마주한
흥미로운 일이 있다면 설명해 주시겠어요?**

처음에 이 프로젝트를 시작할 때 적자만 안 보면 성공이라고 생각했어요.
어떤 지역이 주목을 받아 뜨게 되면 동네 세탁소나 미용실 같은 곳이 먼저
쫓겨나기 시작하죠. 하지만 그 사람들도 살아남아야 하잖아요? 변화된 비즈
니스 모델의 예를 남기고 싶은 욕심이 있었고, 유지만 되는 것으로도 가능성
을 보여줄 수 있다고 생각했어요. 생각보다 많은 분이 찾아와 주셔서 원하던
목표를 달성했다고 생각해요. 운영이 잘 되다 보니 위시타운(2호점)도 만들

게 되었고, 이 공간을 보고 인테리어를 의뢰하는 분도 생기면서 다른 영역으로 일이 확장되는 기회도 마주했어요.

직원들은 몇 명 정도인가요?

현재는 파트타임 다섯 명, 직원 한 명 이렇게 여섯 명이 함께 하고 있어요. 일반 카페처럼 커피를 판매하는 시간에 맞추는 게 아니라 뽀레 시간도 맞춰야 해서 더 많은 시간을 할애하고 있죠. 시간에 맞추어 인력을 분배하는 것이 고민이에요. 아직은 운영 시간에 사람이 있는 게 더 중요하다고 생각해서 인력이 있는 시간에만 오픈하고 있어요.

하지만 운영상 불안한 부분도 여전히 있으실 텐데요. 이를테면 재무와 관련된 부분이라든가.

임대료가 일정 수준 이상으로 올라가면 운영하기 힘들 거예요. 장기임대시스템도 잘 없는 데다 집세 상승도 급격해서 조금 걱정이예요. 임대료를 통제하는 시스템이 구축되어야 한다고 생각해요. 사실 돈은 벌고 있는데 어디에 쓰이고 있는지 모호한 부분이 있어요. 좀 더 꼼꼼하게 지출이 관리되어야 할 필요성을 항상 느끼고 있죠. 하지만 처음 시작할 때 이런 부분에 너무 집중했다면 시작조차 못 했을 거예요. 막상 만들고 나서 운영을 하다 보니 외의 방문객과 미디어의 주목으로 생각 이상 많은 것들이 생겨났어요. 수익계산을 세워 두고 시작했다면 불가능했을 가능성을 많이 목격하고 있어요.

론드리 프로젝트를 통해 지역의 문화를 만들어 낼 필요가 있다고 생각했어요. 임대료 상승으로 다른 데로 옮기면 문화가 없어질 거라는 우려 때문에 매입을 통한 안정적인 운영을 바라고 있죠. 항상 ‘5년 후에도 여기 있을 수 있을까’하는 생각 속에 그 안에서 가능한 부분만 투자하려고 해요. 10년, 멀게 보면 20년을 안정적으로 쓸 수 있으면 공간 관리뿐만 아니라 지역까지도 생각할 수 있을 텐데 지속성을 갖추기 어렵다는 아쉬움과 불안감이 항상 있죠.

“어쩔 수 없이 와야 하고 마주칠 수밖에 없는 아이템(세탁)을 매개로 사람들이 모인다.”

론드리프로젝트를 바라보는 지역 주민들의 이미지는 어떤가요?

좋아하세요. 동네에 이런 곳이 있다는 것에 자부심을 느낀다는 이야기를 많이 들었어요. 해방촌에서만 할 수 있는 라이프스타일을 제안했다는 생각에 뿌듯해요. 론드리가 있어 세탁기를 안 샀다는 말씀도 하는 분도 계셨어요. 그런 말을 들을수록 책임감이 더 커져요. 지역민들의 삶이 중요하니까 빨래하는 데 불편함이 없도록 항상 신경을 쓰게 돼요.

어떤 면에서 본다면 빨래를 매개로 하나의 커뮤니티 장소가 되어간다는 느낌이 드네요. 손님들 사이에서 생겨난 모임이나 일도 있나요?

자주 오다 보면 마주치고 안면이 쌓이면서 연결된 분들도 계세요. 뮤지션과 디자인을 하는 친구가 연결되어 앨범 재킷과 뮤직비디오를 찍어주기도 하고, 영화하는 친구들이 가게에서 책 읽고 시나리오를 쓰고 있다가 자연스레 관계가 생겨나기도 하고요. 아무래도 한국에서는 흔하지 않은 시스템이라 그런지 예술 쪽에 종사하는 분들이 서로 연결되는 경우가 많아요. 사실 지역 커뮤니티의 장소가 될 거라고는 생각하지 못했어요. 우연히 자리를 잡

목표 대상층은 동네 외국인들이었는데 근방에 사는 젊은 친구들이 택시를 타고 와서 빨래하고 가기도 해요. 여기서 빨래를 하는 게 힙한 생활의 상징이 되어 신기하기도 하죠. 외국 여행자들이 구글에서 검색하고 찾아오는 경우도 더러 있어요. 호텔에 머물면서 빨래를 하려면 가격이 만만치 않다더군요.

고 가게를 하다 보니까 자연스럽게 생겨났다고 표현하는 게 맞는 것 같아요. 어쩔 수 없이 와야 하고 마주칠 수밖에 없는 아이템이 세탁이다 보니 그것을 매개로 사람들이 모이는 거죠. 요즘은 이런 아이템이 또 뭐가 있을지 생각하고 있어요.

홍보와 파급 PROMOTION

“사람들이 생각보다 많이 알지 않아 적극적으로 움직여야겠다는 생각이 든다. 카페만이 아니라 다른 콘텐츠와의 결합도 생각 중이다.”

홍보는 어떤 경로를 이용하시나요?

SNS의 영향과 도움을 많이 받아요. 카페 탐방을 하시는 분들이나 블로그 마케터들이 찍은 사진을 보고 찾아오시는 분들도 많고요. 잡지나 신문사 인터뷰를 접하고 오신 분도 많다는 걸 깨달으면서 미디어의 중요성에 대해 많이 생각하게 되었어요.

서교동에 워시타운(2호점)이 들어섰어요. 론드리프로젝트가 필요한 지역을 계속 물색하고 있는 것으로 아는데, 향후 사업 확장은 어느 정도까지 생각하시는지요?

사실 2호점을 열면서 너무 힘들었어요. 내가 없을 때도 있는 것처럼 운영하
기가 어려웠는데, 오히려 적극적으로 움직여야겠다는 생각이 들어요. 사업
모델이 충분히 작동되고 확장을 한 다음에 지역에 필요한 아이템을 저의 방
식대로 만드려고 해요. 단순히 세탁과 카페만이 아니라 다른 콘텐츠도 충분
히 결합할 수 있다고 생각해요. 그러기 위해서는 우선 이 시스템이 자리잡히
는 게 중요한 것 같아요. 지역과 공간이 어디냐에 따라 다른 비즈니스 모델
일 수도 있겠죠. 고민만 계속해봤자 결론은 끝이 없기 때문에 언제쯤 저지를
까를 계속 예의주시하고 있어요.

지속가능성 SUSTAINABILITY

“누구라도 건축가가 될 수 있음을 인정하고 우리가 할 수 있는 일의 범위를
늘려나가는 게 중요하다.”

론드리 프로젝트를 진행하면서 가장 어려웠던 점이나 힘들었던 점을 꼽는다면 어떤 부분일까요?

임대료 상승 부분이죠. 집주인이 바뀔까 걱정도 되고, 건물주가 바뀌면 어
떻게 될지 모르거든요. 두 개를 운영하다 보니 내 생활이 많이 없어지는 점
이 아쉬워요. 요즘은 제대로 쉬지도 못해요. 그리고 항상 제가 결정을 내려
야 하다 보니 부담이 자꾸만 쌓여서 의욕을 줄이는 부분도 있어요. 규모는



워시타운

2017년 2월 서울 홍대 서교동에 오픈
한 론드리프로젝트 2호점

새로운 문화를 경험하는 데 있어 부담
없는 사람들이 많은 곳이면 좋겠다는 생
각을 했어요. 워시타운(2호점)을 홍대
근처에 연 것도 문화를 받아들이는 데
있어 가장 선두에 있는 사람들이기도 하
고 구성원들 자체가 새로운 문화를 만들
어 낼 수 있는 환경이 조성되어있기 때
문에 단순히 공간이 커지는 것보다 문화
가 더 커진 다음에 양적 확장이 되어야
한다고 생각했어요.

작은데 은근히 관리해야 할 것들이 많아요. 대신 작은 규모의 사업을 하면서 인원 관리나 재고 관리 등 하나의 시스템을 스스로 경험하고 만드는 과정이 도움이 많이 되고 있어요.

건축을 전공한 게 일을 하는 데 도움이 된 면도 있을 것 같아요.

건축을 공부하면서 항상 연구하고 프로그램을 찾고 공간을 디자인하는 일을 했었는데, 생각과 아이디어를 공간으로 실현화할 수 있다는 점이 무기가 되었어요. 건물에서 실제로 작동하는 프로그래밍을 떠올리는 훈련을 했다 보니 가게를 할 때도 주인의 관점, 손님의 관점을 상상해보는 데 도움이 많이 되었어요.

가게를 운영하며 배운 점이 있다면 무엇일까요?

일단 저질러 봐야 한다는 것. 생각과 아이디어는 많은데 결과물로 만들어져서 또 다른 세계가 펼쳐진다는 것이 신기했어요. 카페라고 해서 사실 처음에는 무시했었는데, 카페 하나를 인테리어하고 세탁소를 디자인하는 것 외에도 많은 생각을 해야 했어요. 쉬워만 보였던 설계들이 왜 그런 과정을 거쳐야 하는지 피부로 느끼게 되었죠. 뭔가 하나를 바꾸는데 디자인만 중요한 것이 아니구나. 디자인을 넘어서는 무언가가 있다는 걸 확실히 깨달았죠.

건축, 도시 기반 스타트업을 생각하는 사람들에게 해 주고 싶은 말이 있다면?

그것에 앞서, 건축 도시스 타트업이라고 하니 막상 불안감부터 밀려오네요. 건축인들의 파이만 만들고 잘 먹고 잘 사려는 건 아닌지. 두 번째 회사에 다니면서 느낀 게 있었어요. 조경학과를 나온 분들이 지역계획뿐만 아니라 환경 디자인까지 맡아서 하시더라고요. 건축도 결국은 빗장을 풀고 적극적으로 나와야 하지 않나 생각해요. 작은 파이를 두고 우리끼리 치고받고 경쟁하는 구도는 더는 경쟁력이 없을 것 같아요. 누구라도 건축가가 될 수 있음을 인정하고 우리가 할 수 있는 범위를 늘려나가는 게 중요해요. 건축과 도시에 대해 이른바 순혈주의가 심하지 않나 생각해요. 특히 우리가 사는 도시를 위해서라면 다른 분야와의 협업이 중요해요. 공모전만 해도 건축전공자들만 하니까 CG 싸움밖에 안 되죠. 변화시키는 주체가 건축가와 기술자만이어야 한다는 인식을 버려야 해요. 누구나 바꿀 수 있고 건축가가 될 수 있어요.

프랑스 교환학생 시절에 느낀 게 하나 있어요. 그곳을 보면 졸업하자마자 사무실도 차리고 공모전도 당선되는 등, 능력과 인정을 처음부터 받더라고요. 하지만 우리는 졸업을 해도 10년은 수련 기간을 거쳐야 하죠. 학교 다니는 오 년이라는 시간 동안 그저 디자인만 생산하는 인간병기가 되어 나온 듯한 느낌이 들어요. 건축만 공부하다가 시간이 다 가버린 거죠. 학생들도 학교의 타 전공 수업을 적극적으로 이용하면서 자기만의 전공을 만들어 가야 졸업 후에도 바로 무언가를 시도할 수 있을 거로 생각해요.

앞으로 도전해 보고 싶은 분야가 있나요?

호텔이요. 호텔은 항상 도시의 중심에 놓이고, 이를 함축적으로 담아내는 공간이기 때문이에요. 각지의 사람들이 모이고 문화가 만들어지는 공간이니까 매력적인 콘텐츠라고 생각해요. 개인적으로 여행을 좋아하는 이유도 있어서 저로서는 해보고 싶은 분야예요.

건축이란 무엇인가 ARCHITECTURE

“건축은 도시와 사회에 대한 관심을 스스로 표출할 수 있도록 도와주는 장치이자 나만의 무기다.”

이현덕에게 건축의 의미는 어떻게 변해 왔나요?

건축은 도시와 사회에 대한 관심을 나 스스로 표출할 수 있도록 도와주는 장치이자 나만의 무기예요. 처음에는 건축이란 하나의 작품을 만드는 아티스트라고 생각했어요. 하지만 경영, 정치 등 제가 관심 있던 부분과 결합하면서 이에 맞게 의미가 점점 변해 온 것 같아요.

마지막으로 더하고 싶은 말이 있다면?

Don't worry. Do something! 한 가지만 한 평생 판다고 사는 시대는 더는 아닌 것 같아요. 사무소 다니는 선배들도 회사 다니면서 보고 느낀 것밖에 없는데 무슨 이야기를 해 줄 수 있겠어요. 결국, 해 보지 않고는 모르는 거예요. 막상 시작하면 생각하지도 못한 일들이 꼬리에 꼬리를 물고 벌어지기 때문에 일단 시작하는 게 가장 중요하다고 생각해요.

예전에는 어른들이 장사 하지 말고 회사 들어가서 월급 따박따박 벌라고 했었죠. 자영업은 50대 이상의 무대였고요. 이제는 젊은 친구들이 다른 가능성을 보기 시작했다고 봐요. 왜 모두가 회사원이 되어야 하고 월급쟁이로 살아야 하죠? 왜 일에 귀천이 있다는 인식이 생기는 걸까요. 그걸 깨고 나오는 사람들이 청년창업을 하는 사람들이라고 생각해요.

SNS

instagram
@laundryproject @wash_town

facebook
/laundryseoul

homepage
www.laundryproject.co.kr



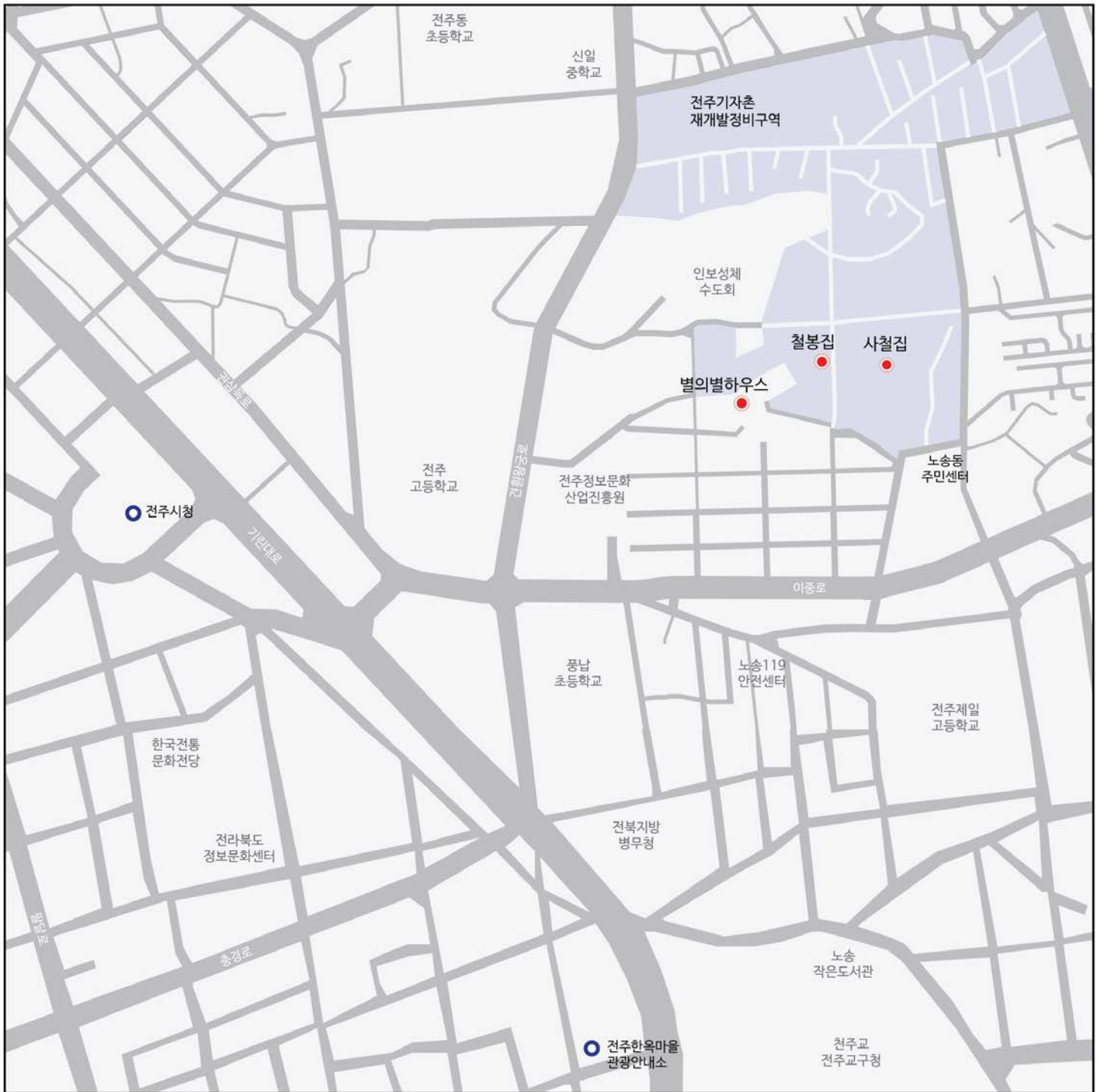
별의별

#건축도시문화기획 #도시재생 #공유공간

S	M	L	XL
제작	판매	전시	사무
교육	연구	상담	대관
휴식	식음	목욕	숙박

2014년, 두 아이의 엄마가 거리로 나섰다. 그리고 사람들을 모아 사진을 찍고 기록을 남기기 시작했다. 모든 사람의 기억 속에서 잊힌 채 아무도 모르게 사라져 갈 뻔한 전북도청사는 한 시민의 노력으로 따뜻한 마지막을 맞이할 수 있었다.

전주시 노송동 천사마을. 매년 노송동 어딘가에 성금을 놓고 사라지는 어느 독지가를 기리며 이름 붙여진 이 조용한 마을에 몇 년 전 재미있는 집이 하나 문을 활짝 열었다. 향시 열려 있는 이곳에는 온갖 사람들이 자유롭게 드나들며 서로의 삶을 나누고 있었다. 대문을 지나면 곧바로 보이는 철봉이 눈길을 사로잡는 ‘철봉집’. 이 공간을 꾸민 사람은 바로 요하, 섬하 그리고 백하 엄마 고은설 대표다.

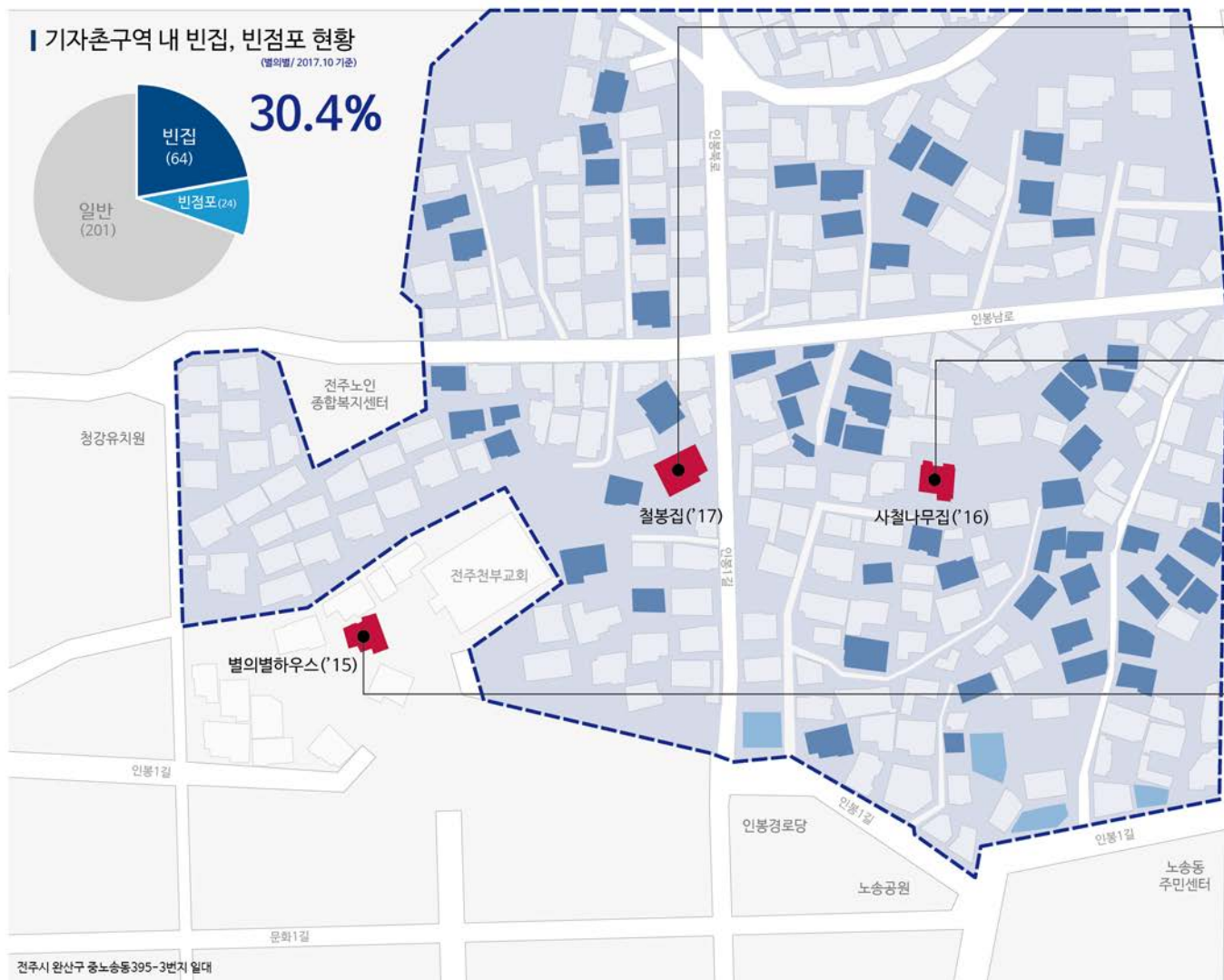


별의별 주요 활동

- “주택 과잉공급과 내부갈등, 주택경기 악화등의 이유로 사업 방지
개발행위 금지로 주민불편 가중
빈집, 빈점포 발생으로 마을 공동체 기능상실”



(별외별/ 2017.10 기준)



재개발 구역에서 살아가기

- 동네주민과 후원자들의 도움으로 빈집을 장기임대 후 리모델링을 거쳐 다양한 목적의 커뮤니티 공간으로 활용
- 지역공동체 중심역할을 하면서 공동체 회복과 지역 일자리 창출



지역 프로그램 기획



공간디자인



지역사회 교육

철봉집('17) : 지역사회 교육 및 커뮤니티 활동

6년장기임대 / 보증금 1000 월세 30



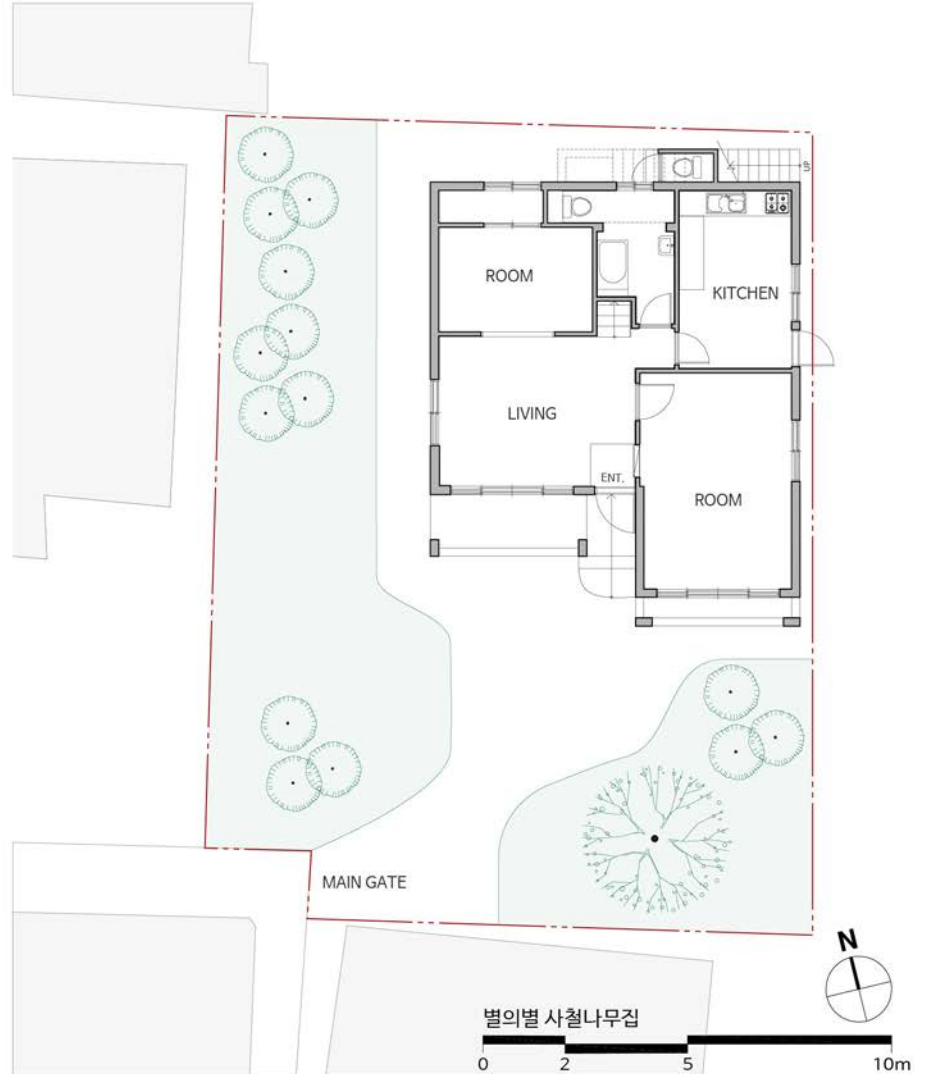
사철나무집('16) : 게스트하우스 운영

6년장기임대 / 전세 1000



별의별하우스('15) : 주거문화 기획 적용

매입



변화의 움직임 SIGNAL

“한 라디오 인터뷰 진행자가 왜 철거하면 안 되느냐고 물어봤다. 말문이 막혔다. 왜 철거를 해야 하나라고 물어봐야 하는 것 아닌가?”

아트클러스터 별의별 ‘사철나무집’

위치 | 전주시 완산구 인봉남로 40-29

사업형태 | 독채렌트하우스

규모 | 대지 297.5㎡, 연면적 115.7㎡
2F 주택

직원수 | 파트타임 1명

운영시간 | 예약제 운영

설립연도 | 2016년 5월

전북 구도청사의 마지막을 기록하고 시민들에게 전파하는 작업을 한 개인이 한다는 건 쉽지 않았으리라 생각해요. 일을 할 수 있는 추진력은 어디서 비롯 되었나요?

사실 다 저처럼 사는 줄 알고 시작했어요(웃음). 처음에는 철거하면 안 된다고 무작정 부르짖기만 하면 안 될 것 같아서 철거를 찬성하는 사람도, 반대하는 사람도 동의할 수 있도록 ‘기록’을 해야 한다는 점을 강조하며 접근했어요. 철거를 하더라도 기록을 남겨야 하고 이러한 기록은 우리 지역의 미래 콘텐츠가 될 수 있다는 걸 강조했어요.

아트클러스터 별의별 ‘철봉집’

위치 | 전주시 인봉남로 36-14

사업형태 | 오픈커뮤니티공간, 대관,
게스트룸

규모 | 대지 297.5㎡, 연면적 132.2㎡
2F 주택

직원수 | 파트타임 1명

운영시간 | 오픈커뮤니티공간
오전 10시~오후 6시
그 외 시간은 예약제

설립연도 | 2017년 6월

만나 본 시민들은 철거되는 전북 구도청사를 어떤 시선으로 바라보고 있었나요?

전북구도청사 문제는 십 년 넘게 논의되어 이미 철거가 결정된 상태였어요. 활용 방안이 무한할 텐데 대체 어떤 명분으로 철거하려고 하는 건지 문제를 제기해도 이제 와서 왜 다른 얘기를 하느냐며 반문하는 거예요. 한 번은 라디오 인터뷰를 하는데 진행자가 왜 철거하면 안 되느냐고 물어봤어요. 순간



말문이 탁 막히더라고요. 왜 철거를 해야 하냐고 물어보아야 하는 거 아닌가요? 오래되고 낡으면 없애야 한다는 생각이 너무 당연하게 머릿속에 자리 잡고 있는 건 아닌지 아쉬웠어요. 한번 결정이 되면 반론을 꺼내기가 너무 힘들어요. 사실 2004년 처음 논의를 시작한 것은 전북구도청사의 활용문제였는데, 어느 샌가 구도청사는 쏙 빠지고 전라감영에만 초점이 맞춰졌거든요. 둘 다 공존할 수 있는 방법들이 무수히 많은데, 그에 대해 아무리 문제를 제기해도 전라감영복원은 곧 구도청사 철거라는 식으로 몰아갔어요. 결국, 예정대로 철거는 이루어졌지만, 아마도 이제는 철거가 답이 아니었다고 생각하는 분들도 많이 있을 거라 생각해요. 그것만으로도 다행이라고 생각해요.

전북 구도청사 기록사진전

아트클러스터 별의별이 2014년 펼친 기록사진전 참가자들

건축을 전공 하셨지만, 졸업 후 다양한 일을 하셨던 것으로 알고 있어요. 지금 별의별을 가꾸는 데 도움이 되었다거나 영향을 끼친 점이 있겠지요?

대학을 졸업하고 신림동에서 고시원 생활을 잠깐 했었어요. 그때 처음으로 사람이 이렇게 피폐해질 수 있겠구나 하고 느꼈죠. 그 좁디좁은 공간의 경험 이 너무나 충격적이었어요. 어떤 강사님이 그러시더라고요. 공무원 시험 준비하는 수험생들은 뒤에서 누가 때려도 뒤돌아보지도 말고 갈 길 가야 한다고. 고시원이라는 데가 그런 곳이었어요. 목표만 보고 달려야 하는..... 그런데 저는 그게 안 되더라고요. 마침 그즈음은 광화문 광장에 명박산성이 쟁점이 되던 시기이기도 했는데, 극렬한 시위현장을 보면서 내가 공무원이 되면 내 영혼을 지킬 수 없겠다는 걸 깨달았어요. 전 그렇게 살 자신은 없었어요.

그 이후에는 정말 마음속으로만 간직해 두고 하고 싶었던 일을 하기로 했어요. 그게 연극이었어요. 단단히 작정하고 극단에 찾아갔어요. 그 당시 남자친구(지금의 남편)와 함께 갔는데 선배님들이 많이들 걱정하셨어요. 누구 한 사람은 안정적인 직장이 있어야하지 않겠냐면서(웃음). 어떻게 본다면 저는 인생이 끊임없이 깨달아가는 과정이라고 생각해요. 사실 건축에서 벗어나고 싶어 이 일 저 일 해 보았지만 결국 우리가 살아가고 있는 이 땅, 이 터가 다시 눈에 들어오더라고요. 삶에 대해 끊임 없는 고민을 하다 보니 다시 건축이 어느새 들어 와 있었어요.



장소선정 LOCATION

“서울은 집값 부담이 많아서 셰어하우스 수요가 발생하지만 지방은 상황이 다르다. 단독주택을 집으로 삼고 마당과 길을 공유하는 공유타운이 이곳에 더 적합하다고 생각했다.”

전북 구도청사 기록 사업 후에 일할 터전으로 주택을 선택하셨어요. 사람이 많은 시내에서 사무 공간을 임대하는 방법도 있었을 텐데 마을로 들어오신 이유가 있나요?

고은설

인하대학교 건축공학과를 졸업하고 건축사사무소 민가를 거쳐 전주창작극회에서 단원으로 활동하였다. 전북도청사 철거를 계기로 예술기획연구소 아트클러스터 별의별을 만들었다.

지역이 발전할 수 있는 가장 좋은 방법은 지역의 토박이와 외지에서 들어온 사람들이 조화를 이루는 것이라고 생각해요. 지역의 실정에 밝은 시각과 외지의 경험을 바탕으로 지역을 낯설게 보는 시각이 활발하게 교차되면 좋겠어요. 그런 장소로 좋은 곳이 저층주거지로 남아있는 이 동네라고 생각했어요. 이 기차촌은 재개발구역으로 확정되면서 집을 팔고 나간 사람들이 많고 그 세월 동안 빈집들도 많이 생겨났어요. 그 전의 공동체가 거의 와해되었고 이제는 새로운 사람들이 들어오지 않는 이상 이 곳은 지속적으로 쇠퇴할 것이라고 생각했어요. 어쩌면 우울하게 끝날 수 있는 이야기이지만, 항상 위기와 기회는 함께 오잖아요? 저는 이 동네가 정말 ‘살고 싶은 동네’ 그리고 ‘일상적인 공유가 가능한 동네’로의 가능성이 충분하다고 봤어요.

서울은 집값 부담이 많아서 셰어하우스 수요가 발생하지만, 지방은 상황이 조금 달라요. 공유주택을 운영하려면 최소한 사람 당 이삼십만 원은 받아야 하는데, 전주만 하더라도 원룸 시세가 삼십만 원 전후예요. 쉽게 말해서 오만 원 더 주면 원룸에서 살 수 있다는 얘기죠. 그래서 사적인 공간을 최대한으로 확보할 수 있는 단독주택을 집으로 삼고 마당과 길을 공유하는 ‘공유타운’이 이 지역에 더 적합하다고 생각했어요. 단순히 한 건물 안에서의 공유를 넘어 동네 전체를 공유 경제권으로 묶는 개념인 거죠. 사철나무집에 이어 2호점인 철봉집을 근처에 연 것도 이런 이유 때문이에요. 아까 말씀 드렸듯이 이 곳엔 빈집이 많아요. 빈집을 적극적으로 활용한다면 상황도 달라지지 않을까요?

이렇게 생각하면 될까요? 동네에서 어느 집에 가면 뭘 할 수 있고, 어느 집에 가면 또 다른 무언가 할 수 있고.

꿈꾸는 장면이 있어요. 여기 빈집들에 좋은 사람들이 하나 둘 들어와 사는 거예요. 목수, 작가, 교사, 보험설계사, 음악가, 연극배우, 행정가, 기자 등. 다양한 사람들이 모일 수 있는 거점들을 만들고 재미있는 일을 작당하는 거죠. 가끔씩 서로의 집을 열어두는 오픈하우스도 진행하고, ‘찾아가는 미술관’을 열기도 하고요. 이렇게 사는 것이 참 재미있어서 이 동네를 정말 사랑하는 사람들이 많아지면 좋겠어요. “우리 동네 진짜 좋지?”라며 자랑할 수 있는.

기자촌은 기존 주인들이 집을 많이 팔고 떠나셨어요. 새로운 기운이 들어오지 않는 이상 활기를 찾기는 힘들 거예요. 물론 재개발이 안 된다는 전제지만요. 만약 재개발하더라도 한 번 이런 생활을 해 보고 험하게 되면 좋겠어요.

사업자금조달 FINANCE

“관이나 공공기관에서 행사할 때마다 무료로 풀어버리니까 되려 문화를 접하고 소비하는 것에 금액을 지급하는 인식이 올라오지 않는다.”

주택을 마련한다는 건 쉽지 않은 일처럼 보이는데, 자금은 어떤 식으로 마련하셨나요?

대출받고 후원도 받고 펀딩도 받았어요. 그야말로 모든 방법을 썼죠. 여기 오시는 분들이 알음알음 살림살이를 채워주시기도 했고요. 재개발구역이라 지원금을 받는 게 여간 힘든 게 아니에요. 다행히 서울과는 상황이 아주 달라서 임대료를 싸게 얻었어요.

예측 가능한 부분이 아니라 자금 마련이 항상 어렵겠어요. 관리나 운영에 들어가는 비용도 상당할 텐데요.

네. 그래서 최종 목표는 집주인이 직접 투자를 하도록 하는 게 목표예요. 자기 집에 투자해서 공간을 꾸미고 저는 운영을 하는 거죠. 하지만 돈 있는 사람들은 대부분 여기에 관심이 없더라고요. 낡고 오래된 집을 고치기보다는 깨끗하고 새로 지은 아파트를 더 선호하잖아요.

초창기에 불과해서 이렇다 할 수익구조는 안 만들어졌어요. 사철나무 집에 이어 철봉집을 오픈 한 것도 수익 모델을 만들기 위함이에요. 일단은 대관이나 기획 사업 용도로 철봉집을 사용을 하고, 사철나무집은 손님들이 머무를 수 있는 아늑한 공간으로 만들어가려 해요.

별의별 기획 중 가장 잘 알려진 것이 ‘만만한 건축가’ 시리즈입니다. 문화 접근이 비교적 쉬운 서울에서조차 모시기 어려운 분들을 많이 모셨는데요.

별의별 건축가 시리즈를 할 때는 2만 원씩 참가비를 받았어요. 흔하지 않은 담론이 오고 가는 자리니까 비싸다고 생각하지는 않았어요. 그런데 참가하신 분들께서 조금 부담스럽다고 말씀하셨어요. 관이나 공공기관에서 행사할 때마다 무료로 풀어버리니까 되려 공간이나 문화를 접하고 소비하는 것에 금액을 지급하는 인식이 올라오지 않는 것 같아요. 한편으로는 이해가 돼요. 하지만 가치 있는 문화에는 투자할 수 있는 인식도 많이 퍼져야 하지 않을까 생각해요. 문화 생산자들 입장에서는 결코 좋은 조건이 아니죠. 나라에서 보조금을 받으면 시스템상 무료로 진행할 수밖에 없어요. 전북 구도청사 일부부터 시작해서 여러 일을 겪으면서 보조금이나 지원 사업에 의존하기보다는 경제적으로 자립해야겠다는 결심이 더 커졌어요. 이런저런 아이টে를 떠올리고는 있지만, 아직 많이 어려운 건 사실이에요.

운영과 관리 MANAGEMENT

“생계가 불안정하니 기획한 프로젝트들이 지속해서 추진되지 못한다. 지원 사업이 있더라도 기획자의 인건비는 책정되지 못하는 경우가 대부분이다.”

별의별은 주로 어떤 일을 하는 곳이라고 이해하면 될까요?

삶에 대한 생각을 나누는 곳. 어떻게 하면 우리가 사는 곳의 가치를 소중히

여기며 살아갈 수 있는지 고민하고 실천하는 곳이에요. 크게는 공간 디자인과 리모델링(철봉집, 사철나무집 설계), 교육(별의별건축가시리즈, 어린이 재생학교), 지역 프로그램 기획(평발카페)으로 나누어져요.

외형적으로는 철봉집과 사철나무집이 있어요. 아무래도 도시나 건축이라는 단어는 어떻게 해석하느냐에 따라 의미가 커지기도 하는데, 할 수 있는 일의 경계를 설정해 두고 진행하시는지 궁금해요.

모든 게 다 연계가 되더라고요. 공동체 활동만 하더라도 공간을 두고 하는 일이다 보니까. 어떤 일정한 경계를 두고 할 일과 하지 않을 일을 딱히 나누지는 않아요. 마음 같아서는 매거진도 발행하고 싶고 책방도 하고 싶어요. 그래서 한때는 출판사 사업자도 등록해 났었어요. 서울에 있는 북바이북처럼 작은 서점이지만 다채롭고 활기찬 공간을 보여주고픈 꿈이 있었죠. 비록 지금은 폐업 신고를 했지만 이런 문화 시설들이 동네에 하나둘씩 들어오게 되면 얼마나 삶이 풍부해질까요? 상상만으로도 설레네요.

건축과 도시 이슈를 기반으로 한 문화 활동을 하고 계시는데 주로 어떤 기획을 하시는지 구체적으로 설명해 주시겠어요?

가장 외부로 많이 알려진 기획은 별의별건축가시리즈예요. 별의별건축가 시리즈의 첫 번째 주제가 ‘만만한 건축, 사람과 만나다’였는데, 만만하다는 뜻이 이중적인 의미가 있어요. 편안하고 눈높이가 맞는다는 뜻도 있고 한자

로 풀이하면 넘칠 만 이기도 해요. 저는 모든 관계가 만만해져야 한다고 생각해요. 만만한 시의원, 만만한 시장, 만만한 교수. 공간도 만만해졌으면 좋겠어요. 턱이 너무 높아요. 문화생활로 들어가는 턱. 뒷사람을 대하는 턱. 그들과 같은 공간에서 동등한 발언권을 가지고 서로 터놓고 이야기할 수 있는 기획을 마련했어요. 각지에서 의미 있는 활동을 하는 건축가들을 모시고 시민들과 함께 이런저런 이야기를 하는 자리예요. 참가자들은 공간을 읽는 눈을 뜨고 강연자는 일반 시민들의 생각을 들을 수 있는 자리죠.

처음에는 개인적으로 연락을 하기도 했고 의미에 공감한 참여자들께서 알음알음 추천해 주셔서 좋은 분들을 많이 모실 수 있었어요. 최근에는 아이들이 아지트를 만드는 프로그램을 진행하고 있어요. 빈집에 들어가서 아이들이 나만의 작은 공간을 만들어 보는 사업이에요. 집주인과 먼저 이야기를 먼저 해서 무상으로 사용할 수 있도록 하고 싶어요. 지금은 안타깝게도 그만한 곳이 주변에는 없어요. 비어있는 곳은 많은데 훼손 정도가 생각보다 심하다든지 아이들이 접근하기에 위험하다든지 하는 제약이 있어요. 일단은 철봉집에 오두막처럼 아지트를 지어보고 내년부터는 본격적으로 움직여보려고 해요.

아직까지는 혼자 운영하시는 것으로 알고 있어요. 혼자 꾸려나가기에는 벅차실 텐데요.

철봉집은 계속 열어두고 동네 분들이 정말 부담 없이 드나들 수 있도록 유도하는 게 목표예요. 이렇게 이야기하면 도둑 들지 않느냐고 말씀들 하시는데 사실 여기서 가져간다고 도움이 될 만한 것이 하나도 없어요(웃음). 대문을 열어두고 입간판도 설치해 두니 종종 동네 분들이 궁금해하세요. 그렇게 도움을 주시는 분들도 한둘씩 생기시죠. 긍정적인 기류라고 생각해요.

아직은 사업이 초창기라 귀감할 만한 수익 구조가 만들어지지는 않았어요. 미래에 만들어질 직업 면에서 보자면 돈을 버는 길이 일상과 분리된 직업이 아닐 수도 있다고 생각해요. 내가 좋아하는 일을 하면서 수익이 저절로 창출되는 거죠. 그렇게 바뀔 수 있다고 봐요. 일단은 저도 하고 싶은 일을 하면서 돈은 다른 곳에서 벌고, 시에서 발주하는 용역도 하고 있어요. 어떤 분들은 안타까운 듯이 이야기하시더라고요. 돈 되는 문화사업이 있대요. 그런 걸 하라고 말씀하시는데 과연 그런 형식이 맞는 건지 의문이 있어요.

운영상 가장 어려운 점이 있다면 역시 비즈니스 모델 구축이겠지요?

네. 생계가 불안정하니 기획한 프로젝트들이 지속해서 추진되지 못하고 하다가 멈추기를 반복하고 있어요. 시일이 늦어지기도 하고요. 지원 사업이 있다고 하더라도 기획자의 인건비는 책정되지 못하는 경우가 대부분이에요. 보수가 나오는 다른 일을 찾을 수밖에 없게 되면서 그 일을 우선으로 해야 하는 경우가 생기기도 해요. 예측할 수 없는 부분이 많아서 체력적으로나 정

서적으로 안정적이지 못해요. 비즈니스 모델을 구축하여 지속 가능한 자본의 공급이 이루어지도록 계속 궁리 중이에요.

지역과의 공감대 CONSENSUS

“손을 여기 저기 벌리는 것보다 주민이 함께 움직이며 자립할 수 있는 비즈니스 모델을 만드는 게 우선이겠다는 것을 깨달았다.”

도시와 건축을 기반으로 한 문화 플랫폼이다 보니 지역과 공감대를 만드는 게 가장 중요한 사업 목표일 거라 여겨져요. 전북 구도청사 이야기도 하셨지만 다른 지역 프로그램 기획도 진행하신 것으로 알고 있어요.

2015년에 지역 문화컨설팅 사업을 하면서 공동체 활성화를 위한 파일럿 프로그램 기획을 맡았어요. 전 동네 주민분들의 신청을 받아서 ‘평발’이라는 공동체를 만들었어요. 평발은 ‘평화1동 생활의 발견’의 약자예요. 그 당시 평화1동에 살지 않는 외부의 청년들과 1대 1 짝꿍이 되어 동네 사람들과 의미 있는 장소를 찾아가며 사진과 글로 기록했어요. 그때 인연을 맺은 동네 카페 사장님 부부와 2016년도 시민자산화 공간공유 사업을 시작하게 되었어요. 한 달에 두 번 주민들이 직접 동네 카페를 운영하면서 수익금의 일부를 동네청소년기금으로 모았어요. 2016년도 말에 사업이 끝나가면서 또 동네 복지관에서 복지관 안에 있는 카페와 함께 하자고 제안했어요. 그래서 2017

년도엔 매주 평발이 운영하고 동네청소년기금도 계속 모았죠. 이러한 활동이 지속되면서 동네의 다른 단체들과도 네트워크가 이루어졌고 지금은 평화동에서 꽤 진정성있게 활동하는 단체로 손꼽히고 있어요. 동네 청소년기금은 겨울방학에 동네 아이들 여행자금으로 쓰려고 해요.

평화1동은 주공아파트 밀집 지역이에요. 그 아파트 평수가 열 평 남짓해요. 그런 아파트를 지어놓고 취약계층만 입주시킨 곳이에요. 원래 처음 계획할 때는 교외였는데 도시가 점점 확장되면서 주변으로 민간 아파트들이 둘러싸기 시작했어요. 결국, 섬처럼 고립되고 말았죠. 기초생활수급자 밀집도가 전국에서 가장 높은 곳이에요. 문화예술바우처를 받는데 그걸 또 쓰지 못하시더라고요. 쓸 수 있는 곳이 근처에 없으니까. 접근성이 떨어지는 거예요. 봉사 활동 단체가 있지만, 웬지 봉사라는 이름 아래 힘만 쓰고 있는 느낌이고..... 결국, 손을 여기저기 벌리는 것보다 주민이 함께 움직이며 자립할 수 있는 비즈니스 모델을 만드는 게 우선이겠다고 생각이 들었어요.

물론 어려워요. 공간을 공유하면서 커피를 판매하는 수준에서 나아가서 사업화를 하려고 하니 쉽지가 않아요. 하지만 동네에서 다 같이 잘살아 보자는 움직임이 있으니까 다행이라고 생각해요. 비즈니스화되는 과정을 지켜보고 싶어요. 결국, 노송동에서 적용할 수 있는 부분도 생기겠죠.



사업 전후로 주민들의 인식 변화를 느끼셨나요?

네. 그렇게 하고 있으니까 다른 데서도 마을신문이나 동네를 기반으로 한 다른 사업을 같이 만들어 보자고 제안이 들어오기도 해요. 그러면서 조금씩 네트워크가 만들어지고 있죠. 마을 장터도 같이 하고. 좀 더 적극적으로 움직여도 될 것 같다는 확신이 들어요.

홍보와 파급 PROMOTION

“블로그를 통해 긴 호흡으로 기록하고 있다. 전국의 건축 스타트업 네트워크가 이루어지기를 기대한다.”

홍보 방법이 궁금해요.

SNS를 이용해요. 블로그에는 긴 호흡으로 기록하고 있어요. 행사가 있으면 지역 신문에 보도자료를 보내요. 지금껏 왔다 간 분들이 알음알음 소개해주시면서 서서히 퍼져나가고 있기도 하고요. 최근에 묵수정 작가님이 게릴라 강연을 오셨어요. 아무래도 인지도가 있는 분을 모시다 보니 새롭게 유입되는 참가자들도 생겨난다는 건 고무적이죠.

커뮤니티 플랫폼을 운영하면서 전국 각지에서 활동하시는 분들을 많이 만나셨어요. 함께 기획하며 상상하게 된 일도 있으실 것 같아요.

건축 스타트업 네트워크가 이루어졌으면 좋겠다는 생각을 했어요. 각 지역에서 스타트업 회사들이 만들고 있는 공유공간을 동시에 진행하면서 인력을 공유하고 진행 상황을 중계할 수 있다면 얼마나 좋을까요? 스타트업들의 플랫폼이 만들어지는 상상을 하곤 해요.

대전 동구 소재동에 철도 관사 밀집 지역이 있어요. 전국의 스타트업들이

관사 하나씩을 맡아 공간을 기획하고 디자인에서 시공까지 원스톱 프로젝트를 추진한다면? 진행 과정을 전국적으로 중계하면서 국민의 궁금증을 증폭시키고 한낱한시에 오픈할 수 있다면 의미 있을 것 같아요.

지속가능성 SUSTAINABILITY

“주거지에서 일어나는 도시재생이 불편함을 조장하고 있다. 삶의 균형점을 맞추는 해답을 찾고 싶다.”

향후 사업 계획을 여쭙어봐도 될까요?

공유타운을 만들고 싶어요. 하지만 동네에 하나하나 새로운 것이 들어오는 건 신중해야 하는 작업이죠. 주거지에서 일어나는 도시재생이 불편함을 조장하고 있잖아요. 관광객이나 외부인이 와서 구경하는 사례가 자꾸 발생하니까요. 주거지 재생이 가장 어렵다는 생각이 들어요. 실제로 여기 정주하면서 좋은 동네를 가꾸고 싶은데 관에서는 자꾸만 관광 자원화하려고 시도하면 사람들이 우르르 몰려와서 사는 게 불편해지죠. 접점을 찾기가 정말 어려워요. 하지만 이런 문제의 해답을 찾고 싶은 욕심이 있어요. 주거지에 터를 잡은 이유기도 하죠. 도심지 상업공간은 활성화만 하면 되지만 여기서는 삶의 균형점을 맞춰줘야 하잖아요? 어려운 과제이지만 부딪혀보고 싶어요.

재개발구역에 자리 잡고 있다는 불안감도 있으시겠죠.

폭풍이 오기 전에 잠잠한 상황이었을까요? 지난해에 시공업체 선정까지 마친 상태로 예정대로라면 20층 고층 아파트 28개 동으로 둘러싼 대단위 아파트 단지로 변하게 될 운명이 처해있어요. 하지만 별로 걱정은 안해요. 지금 전주에 대단위 아파트단지가 세 곳이나 지어지고 있고 그 밖에도 여기저기 새로 짓는 아파트들도 많아요. 이런 상황에 기자촌이 재개발로 수익이 날지도 미지수이고요. 혹여나 정말 재개발이 된다고 해도 전 여기서 원 없이 하고 싶은 기록과 만남과 재미있는 것들을 해나갈 거예요. 이 동네에서 별의별 것을 다 하는 별의별이 되려고요.

건축이란 무엇인가 ARCHITECTURE

“건축과 타 분야의 수많은 연결점을 이어줄 사람이 많이 생긴다면 우리는 더 나은 삶 속에서 살 수 있을 것이다.”

고은설에게 건축이란?

저는 건축을 떠나려 했던 사람이에요. 하지만 내가 태어난 지역으로 돌아와서 막상 살아가려고 고민을 하다 보니 다시 건축을 만나게 된 것 같아요.

결국은 삶과 떼려야 뗄 수 없는, 어떻게 보면 삶 자체인 것 같네요. 대학을 졸업하고 나서야 건축의 영역이 얼마나 방대한지 알게 됐어요.

공부할 때는 설계, 구조, 시공 이렇게 세 가지의 길만 있는 줄 알았죠. 건축과 예술, 건축과 기술, 건축과 일상, 건축과 도시, 건축과 정치 등등 이렇게 수많은 연결점을 이룰 수 있는 사람들이 더 많아진다면 우리가 좀 더 나은 삶 속에서 살 수 있지 않을까요? 건축은 삶을 이루는 온갖 것에 관심을 두고 있어야 하니까요.

스타트업을 시작하고 싶은 분들에게 남기고 싶은 말이 있다면?

별의별 프로젝트를 진행하면서 가장 중점에 둔 가치는 ‘신뢰’예요. 사회적 자본이라 불리는 ‘신뢰’는 우리 눈에 보이지 않지만 어마어마한 힘을 발휘하고 있어요. 신뢰가 깨진 관계는 너무도 많은 희생이 수반되죠. 그중에서도 행정과 시민사회의 불신은 결국 많은 장벽과 단계들을 양산하고 있어요. 행정은 성과와 안정적인 관리를 최우선으로 하지만 시민은 진정성과 이해를 해야 해요.

사회문제를 풀어가는 데 있어 진정으로 신뢰를 구축하려는 태도가 수반되지 않는다면 자본은 자본대로 시간은 시간대로 얹힐 뿐이죠. 마을 만들기를 한다고 할 때 행정은 빨리 성과를 내면서 안정적으로 관리 할 수 있는 체계



를 세우려고 하지만 주민들은 정작 필요한 건 해주지 않으면서 생색만 낸다고 하소연하죠. 행정은 주민이 이기적이라고 하고, 주민들은 행정이 무식하다고 말해요. 이런 경우엔 두 당사자만으로는 문제를 해결할 수가 없어요.

SNS

blog
blog.naver.com/gang2u

예술에 관한 정책에서도 이와 같은 사례가 많이 드러나요. 레지던시를 하거나 예술가를 위한 정책을 시행함에도 행정에서는 예술가들을 ‘동원’하는 시각으로 대해요. 하지만 예술가들은 자신들이 관광이나 어떤 정책의 도구가 되기를 바라지 않죠. 진정으로 예술의 속성을 이해하고 장기적인 안목으로 기다려주기를 바라죠. 이 밖에도 다양한 시민사회의 요구, 다양한 이해관계자의 갈등, 개발과 보존, 문화와 관광, 생태와 발전 등의 논의에 있어 당사자들의 신뢰는 무척이나 중요한 부분을 차지하고 있어요.

이렇듯 서로가 사용하는 언어가 다르고 생각하는 기준이 다른 데에서 신뢰는 무참히 깨져버려요. 이러한 사례들을 보면서 이들을 신뢰로 연결해줄 수 있는 기획자가 필요하다는 것을 여실히 느꼈어요. 이해당사자들 간의 신뢰를 회복하고 지속적인 커뮤니티가 이루어질 때 건축과 도시 전반에 관한 정책과 사업들이 원활하게 이루어질 것이라고 믿어요. 느리지만 아름답게 가는 것이 가장 빠른 길이라는 것을 말씀드리고 싶네요.



©ETAA

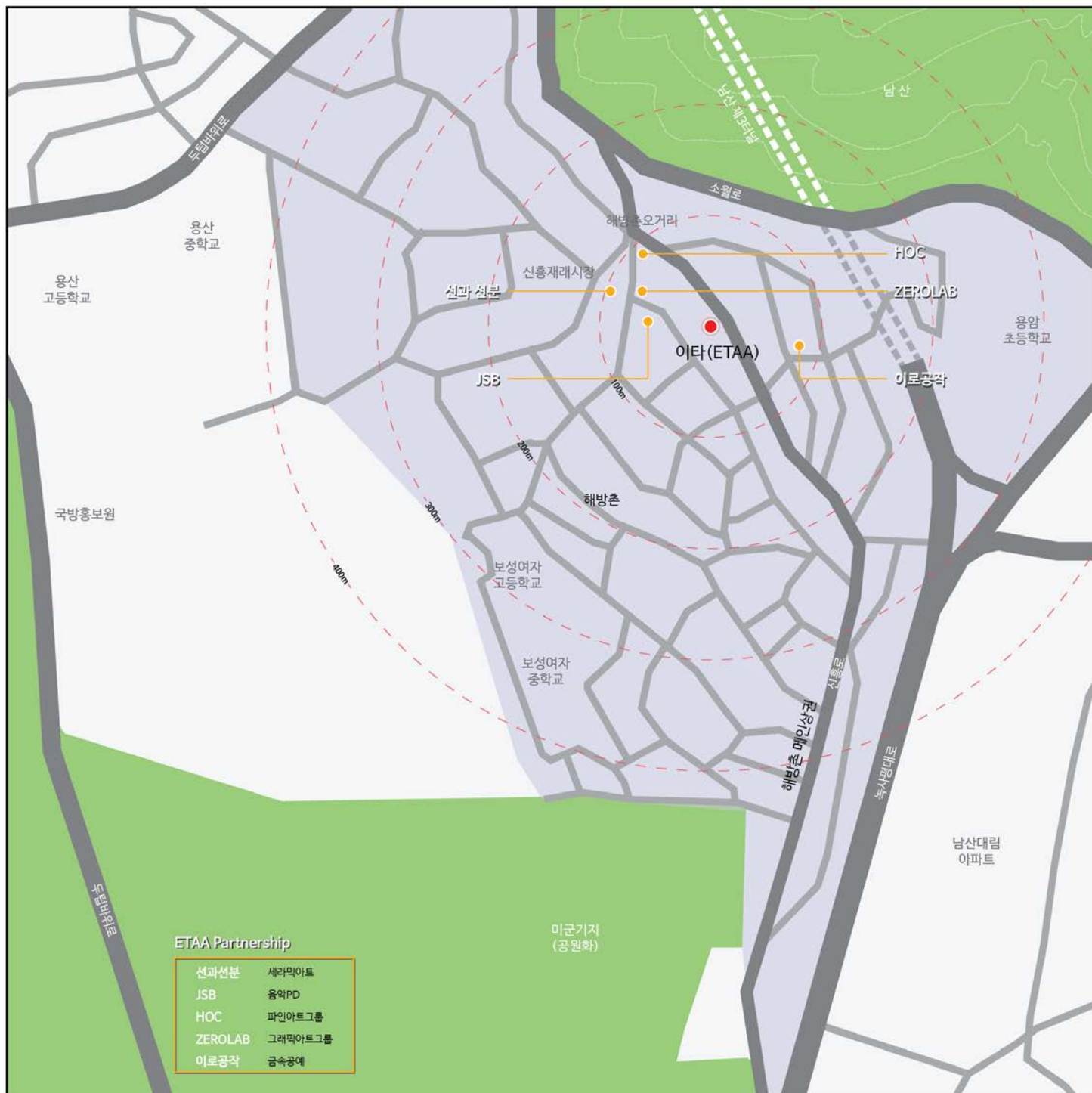
ETAA

#건축 #기획 #전시 #소셜다이닝

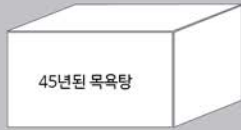
S	M	L	XL
제작	판매	전시	사무
교육	연구	상담	대관
휴식	식음	목욕	숙박

해방과 한국 전쟁 이후 자연 발생적으로 만들어진 이태원 해방촌. 도심에서 가깝고 비어 있다는 이점 때문에 실향민들은 이 경사지로 삼삼오오 모여 살기 시작했다. 60년대 판자촌이 난립하던 시절 동네 사람들은 하나뿐인 목욕탕 영수탕에 모여 이야기꽃을 피웠다.

세월이 흐르면서 자연스레 동네 분위기도 달라지기 시작했다. 판자촌은 헐리고 연립주택들이 동네를 점유하기 시작했다. 이태원에서 머물던 외국인들도 서서히 해방촌으로 넘어오기 시작했다. 45년 동안 한 자리를 지키던 영수탕에도 변화의 물결이 찾아왔다. 여성 전용 목욕탕으로 규모가 줄어들었고 한동안 쓰임새를 못 찾은 채 비어있던 2층 남탕에는 남자 세 명이 운영하는 건축사사무소가 자리 잡았다.



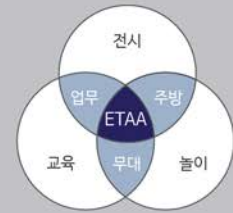
ETAA LOFT : 45년된 목욕탕 건물 2층을 사람이 모이는 사무소 및 공유공간으로 리모델링



해방후 실향민들이 모여살던 해방촌에서
45년간 마을사람이 모이는 장소였던 목욕탕 건물



여성전용 목욕탕으로 규모가 줄어들어
2층 남탕이 쓰임을 못찾고 비어있게 됨



쓰임이 없어진 남탕에 남성 셋이 운영하는
건축사사무소이자 공유공간이 생기고
다양한 프로그램과 열린공간으로 다시 사람이 모여들



영상 기획 전시



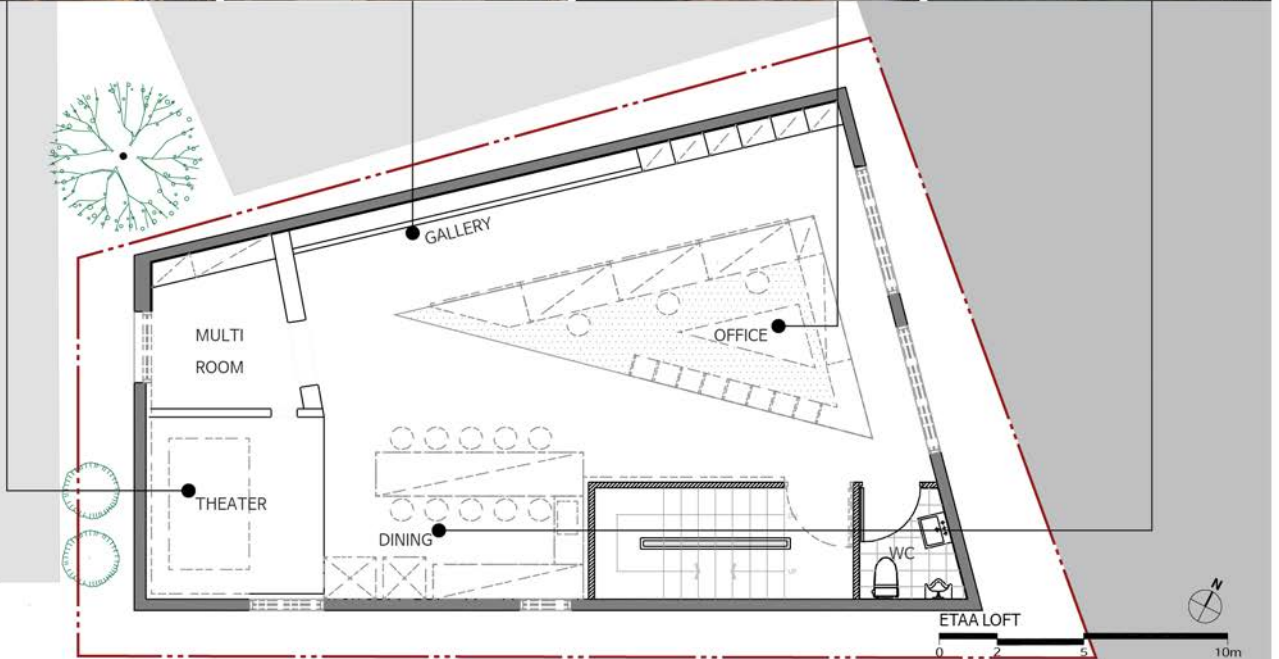
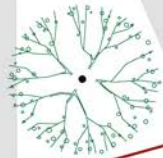
지역사회 예술가 기획 전시



ETAA 건축사사무소



소셜 다이닝, 커뮤니티



0 2 5 10m

“처음 건축을 시작했을 때와 지금을 비교하면 너무 다르게 살아가고 있다는 게 느껴졌다.”

세 분이 모이게 된 과정이 궁금합니다. 어떤 이야기가 처음에 오고 가서 시작하게 되었나요?

이정우(이하 이)_ 셋 다 기본적으로 건축에 애정이 많은 친구들이예요. 저는 프랑스에서 대학원을 다니고 현지에서 비교적 안정적인 직장 생활을 하고 있었어요. 학교에서 하던 훈련들이 실무에서도 거의 그대로 적용돼서 회사에서 ‘이걸 지금 내가 해도 돼?’ 싶은 일까지 맡기더라고요. 일과 관련된 측면에서 보면 만족도가 상당히 높았죠. 하지만 이방인 이상의 무언가를 기대하기는 어려웠어요.

김재경(이하 김)_ 대형 건축 설계 사무실에서 일하고 있었어요. 5년 차에 한번 이직하고 몇 년 동안 회사에 다니고 있었죠. 그런데 아시겠지만, 회사에서 건축을 한다는 게 내가 가진 역량 이상이 발휘되지는 않아요. 칠팔십 퍼센트로만 일 해도 적당히 굴러갈 수 있죠. 어느 순간부터는 그런 시스템에 젖어 드는 게 무섭더라고요. 언젠가는 내가 정말 빠져들어서 백이십 프로 이상의 결과물을 내고 싶은데 회사에서는 그럴 수도 없고 그렇게 하고 싶지도

ETAA

위치 | 서울시 용산구 신흥로79-1, 2F

사업형태 | 건축사사무소, 공유공간

규모 | 1F, 1,020㎡

직원수 | 3명

운영시간 | 평일 오전 8시~, 주말 휴무

설립연도 | 2015년



©ETAA

ETAA (김재경, 이재호, 이정우)

해방촌에 모인 젊은 건축가 세 명. 대형 설계사무소에서의 실무경력을 통해 쌓은 경험과 프랑스에서 공부하며 몸소 체득한 감각으로 2015년 호기롭게 도전장을 던졌다.

않았어요. 처음 건축을 시작했을 때와 지금을 비교하면 너무 다르게 살아가고 있다는 게 느껴지는 거예요. 그게 제일 큰 시작점이었죠.

처음부터 서로 알고 있던 사이는 아니었다고 들었습니다.

김_ 이재호 소장과는 이직한 회사에서 처음 만났어요. 알고 보니 동갑인 데다 고향도 같고 심지어 고등학교 동창이었더라고요. 그래서 더 가깝게 지내게 되었죠.

이_ 저는 이재호 소장과 대학 동기였어요. 대학 시절부터 잘 맞아서 같이 여

행도 다니고 외국에 있을 때도 꾸준히 연락했죠. 그때부터 가끔 기회가 되면 같이 하자는 말을 나누었어요. 한국에 돌아와서 이야기하는데 처음에 아무런 얘기를 안 하는 거예요. 나중에 끝나고 집에 와서야 연락이 왔어요. 같이 시작했으면 좋겠고 나는 이미 사표를 냈다고. 그때만 하더라도 마음 한쪽에 프랑스에서 일을 더 해야겠다는 마음이 있었거든요. 그런데 그 말을 딱 들으니까 여기서 안 한다고 그러면 나쁜 사람이 될 것 같은 거예요.

김_ 그런데 알고 보니까 그 친구가 사표를 제일 늦게 냈어요. 그 말을 하고도 한 달을 더 다녔던 거지(웃음).

이_ 그 이후로는 서로 회사 일들을 정리하고 김재경 소장과 주로 회사 열 만한 곳을 찾으러 다녔어요. 서로 신변정리 하면서 준비하는 데 삼 개월 정도 시간이 걸렸어요. 이태원도 가보고 성수동도 가보고 마포도 가봤죠.

장소선정 LOCATION

“접근성을 고려하여 장소를 선택했다. 원래 목욕탕이었던 장소적 특징을 살리는 데 주력했다.”

결국 해방촌에 자리 잡으셨네요.

ETAA_LOFT

공유부엌과 공연, 전시가 이루어지는 공간. ETAA 건축사사무소와 함께 운영 중이다.



김_ 성수동은 생각보다 마음에 와닿지 않았어요. 이미 뜨기 시작하고 젊은 사람들이 모이고 있다는 건 좋았지만 개인적으로 끌리지 않았어요. 이태원이나 해방촌이 낫다고 생각 한 건 접근성 때문이에요. 서울에서 가장 접근성이 좋은 장소는 용산이라고 생각했어요.

이_ 파리 유학 시절에 에펠탑 근처에 살았었어요. 현관을 나서면 에펠탑이 바로 보이는 곳이었죠. 해방촌에 오니까 남산이 보이는데 비슷한 느낌이 드는 거예요. 유학하면서 힘든 시절 바라볼 수 있는 어떤 하나의 점이 있다는 게 심적으로 큰 위안을 줬었어요. 그런 분위기가 제 마음을 움직였죠.

김_ 이재호 소장은 집이 근처였어요(웃음). 셋 다 공통으로 좋았던 건 분위기였어요. 외국인도 많고 나이 드신 분들, 젊은 사람들 그야말로 온 세대가 섞이기 시작하면서 에너지가 넘쳐나는 기운을 받았어요. 가격도 합리적이었고요.

이_ 사실은 이 정도 규모를 예상하지 않았었어요. 예산에 한계가 있었거든요. 열 평에서 열다섯 평 사이 공간을 찾아보고 있었어요. 어느 날 부동산 아저씨가 사무실 할 자리가 있다고 해서 와 보니까 완전 새 건물인 거예요. 50년 된 건물인데 리모델링을 한 거죠. 우리가 생각했던 가격의 반이면서 공간은 넓었던 거죠. 덜컥 계약했어요.

김_ 알고 보니 문제가 있었어요. 습기가 엄청 차는 곳이었던 거예요. 두 개 층이 목욕탕인 상태에서 2층 마감을 제대로 안 하고 철거를 해버리니까 1층 습기가 다 올라와서 곰팡이가 피어 쓸 수 없는 공간이 있는 거예요. 벽을 뜯어보고 나서야 알았어요. 엄청난 구멍이 1층 목욕탕이랑 곧바로 연결되어있더라고요. 우리가 아는 방식으로 비닐도 치고 나무도 대고 하니까 습기가 겨우 잡혔어요.

단순히 사무실만이 아닌 공유 공간을 함께 기획한 과정이 궁금합니다. 해방촌의 분위기와 적절히 섞이기를 원하셨던 건가요?

이_ 전시회를 보고 와서 계기가 만들어졌어요. 유럽에 머물 때는 전반적으로 건축가나 예술 대학 다니는 친구들한테 박물관이나 미술관 전시가 무료예요. 그러다 보니까 문화를 접하는 게 일상처럼 돼요. 예술 하는 친구와 교류도 넓어지죠. 한국에 돌아와서 아는 것도 별로 없고 하다 보니 전시를 많이 보러 다녔어요. 한 번은 아는 작가분 초대로 인사동에 있는 개인전을 보러 갔는데 공간이 너무 어설픈 거예요. 같이 간 분에게 이거 빌리려면 별로 돈이 안 들겠다고 했더니 무슨 소리냐며 알고 보니까 일주일 빌리는데 비용이 엄청난 거예요. 돈 없으면 개인전 한 번 못해보겠다는 생각이 들더라고요. 그래서 마침 우리에게 공간이 있으니 갤러리를 만들자고 제안했죠. 예술을 하는 친구들도 동네에 많으니까 개인전도 열면 우리도 사람 만나는 기회가 생기니 좋고, 당연히 아티스트에게는 도움이 될 테고. 그래서 갤러리를 꾸몄어요.

김_ 부엌은 처음에 우리끼리 밥을 해 먹자는 다짐에서 출발했어요. 마침 회사를 개업하려는 시기에 소셜다이닝이 유행이기도 했고, 회사 조직 안에서 억눌려만 있다가 밖으로 나오면서 사람들을 많이 만나고 싶어 할 때였어요. 영리의 목적보다는 사람들을 만나면 결국 어떤 식으로든 도움이 될 거라는 생각에 시작했죠. 모이기 위한 장소로 생각하다 보니 응접실, 갤러리, 무대가 자연스럽게 떠올랐어요.

이_ 공간적으로는 원래 있던 영역을 그대로 활용하고자 하는 개념이었어요. 타일이 남아 있고 샤워기가 달려있던 부분은 주방으로 만들고, 배수통이 있

어서 자르기가 힘들었던 공간은 막아서 무대로 꾸몄어요. 처음에 세 명이 디자인 합을 맞춰본 경험이 없었기 때문에 주방, 오피스, 전시공간을 각자 나눠서 만들었어요.

김_ 배고픈 아티스트가 동네에 들어왔다면 우리가 그 친구에게 전시를 제안해 볼 수 있는 환경을 만들자는 게 취지였어요. 큰 식당에서 밥도 함께 먹을 수 있고요. 문턱을 낮출 수 있는 고민의 결과기도 했죠. 원래 해방촌이라는 장소가 그러했었고, 이곳도 목욕탕이었으니까 말하자면 사람들이 만나는 장소였잖아요? 그 연장선을 타고 싶었어요.

사업자금조달 FINANCE

“공유 공간을 관리하는데 비용이 들지는 않는다. 기획이나 홍보 단계서부터 같이 협업하자고 제안한다.”

초기 투자 비용과 유지 관리 비용이 상당할 것 같습니다. 모두가 개인의 비용을 조금씩 부담 하신 것인지, 아니면 투자나 지원받은 사례가 있는지요?

이_ 다 자비로 부담했어요. 공간을 꾸미는 데만 천만 원 가량 들었어요. 자본이 부족해서 모든 일을 직접 하다 보니 힘들었어요. 6주가량 걸렸어요. 목표는 4주였죠. 다른 건 다 목표했던 기간 안에 했는데 전기가 문제였어요. 사실

우리는 그 전에 그림만 그리던 사람이었잖아요. 작업하시는 분들만큼 노하
우가 없으니까 시행착오를 겪은 거죠. 돌아가면서 전기 한 번씩 먹고(웃음).

김_ 인테리어를 우리 손으로 직접 하면서 이게 우리 첫 포트폴리오라는 생각
으로 했어요. 시간이 오래 걸리긴 했지만, 건축주와 미팅을 하다 보면 이점
도 있어요. 이거는 이렇게 만들고 저거는 저렇게 만들었다는 식으로 얘기를
하죠. 회사 다닐 때 쌓은 그럴싸한 포트폴리오를 보여주는 것보다 우리가 이
렇게 시작했다는 걸 설명할 수 있기에 건축주들도 더 와닿아 하시더라고요.

공유 공간을 운영하는데 지출되는 비용은 어떻게 관리하시나요?

김_ 따로 관리하는 비용이 들지는 않아요. 여기서 전시하는 분들이 돈을 들
이고 하는 경우는 없어요. 잘 나가고 돈 많은 사람은 여기서 안 하거든요. 우
리가 공간이 있으니 도움을 주고 영감을 받는 게 목적이죠. 전시하게 되는 날
은 회식하는 날인 거죠. 최대한 즐기고 친구들도 많이 불러요. 소통하게 만
드는 자리니까 모두 초대해서 소개해주는 분위기를 만드는 거죠. 기획이나
홍보 단계서부터 같이 하자고 제안을 해요. 우리가 지원해줄 수 있는 부분이
라면 공간, 음식, 홍보 전단 디자인 정도예요. 이런 제안을 하면 대부분 큰돈
을 들이지 않고 전시할 수 있어요.

“공유공간과 건축 업무를 병행하기가 쉽지 않다. 둘 사이에서 균형을 잡는 게 목표다. 전시를 기획하고 진행할 때마다 기대 이상이다. 움직이는 게 중요하다.”

첫 전시 과정을 설명해주세요.

이_ 해방촌 사람들과 함께 워시(WASH)라는 이름의 전시를 열었어요. 새롭게 씻어내고 출발한다는 의미였어요. 장소가 목욕탕이었다는 중의적인 의미도 있었죠. 비슷한 시기에 프랑스에서 왔던 아티스트 친구도 부르고 아는 사진작가 동생도 마침 자기 브랜드가 나왔을 때라 전시를 했죠. ETAA 역시 참여작가였어요.

김_ 기대 이상이었어요. 처음 보는 사람들도 많이 알게 되고 자연스럽게 우리 이름이 알려지기도 했죠. 사무실에 공유 오피스 공간도 적극적으로 홍보하게 되었어요. 전시를 몇 차례 진행했는데 할 때마다 기대 이상이에요. 움직이는 게 확실히 중요해요. 구상만 하다가 멈춘 일도 많지만 결국 시작하면 잘 되든 안 되든 의미도 있고 뿌듯한 것도 있어요. 그래서 가능하면 뭐든지 시작해보려고 노력하게 되었죠.

워시(WASH) 다음은 어떤 전시들을 계획하셨나요?

이_ 하우스 오브 콜렉션스(House of Collections) 라는 아티스트 그룹이었어요. 우연히 술자리를 갖게 되며 알게 되었는데 우리가 했던 전시를 보여주며 한 번 같이 하자고 제안했죠. 전시 역시 성공적으로 끝났고, 지금은 그룹 역시 굉장히 많이 성장했어요. 지금 회사에 있는 작품들이 그 친구들인데, 워낙 실제 작업 공간은 협소하니까 여기다 일부를 두고 갤러리로 쓰고 있어요.

다양한 사람들이 모여면서 ETAA의 업무로 연결된 경우도 있나요?

이_ 초반에 생각했던 것과 조금 다른 건데, 여기서 사람들을 많이 만나면 그게 우리의 일로 연결되는 게 굉장히 많을 거라고 생각했거든요. 하지만 만남 자체가 나쁘지 않고 관계가 지속되었을 때 나중에 어떻게 될지 모르 기때문에 이제는 일과 상관없이 하고 있어요. 계산을 안 하게 되는 거 같아요. 그렇다고 돈을 받을 수는 없잖아요. ‘변했네?’라고 말씀하실 수도 있으니(웃음).

운영 면에서 아쉬운 점도 있을 것 같아요.

이_ 처음에 전시 주기를 3개월로 설정했어요. 3개월마다 무조건 하자는 게 목표였죠. 그런데 이게 쉽지 않더라고요. 기획 부분이 참 어려웠어요. 일단 일하는 부분에서 경제적으로 힘든 부분이 생기니까 즐길 수가 없게 되더라고요. 그러다 보니 설정해 둔 기간이 현재는 조금 길어졌는데 지금도 이 부분은 멤버들과 항상 논의하고, 예술 하는 친구들을 만나면 이야기하곤 해

요. 언제든지 좋다고 하지만 적극적인 자세를 취할 수 없는 아쉬움이 있어요. 시간이 문제예요. 하지만 힘들지는 않아요. 내가 갈 목표지점이 어딘지만 알면 천천히 돌아가도 된다고 생각하거든요. 서두르지 말자는 이야기를 많이 했어요.

지역과의 공감대 CONSENSUS

“이 동네로 오는 사람들은 대부분 1인 작업자나 1인 가구들이다. 그들도 서로에게 관심은 있지만 쉽게 접근하지 못하고 있다.”

공유부엌과 무대도 함께 끌고 가고 계시는데 주로 어느 나잇대 분들이 공간을 이용하는지 궁금하네요.

이_ 초반에는 이 근처에 거주하는 또래 친구들이 이용했는데 요즘은 대학생들도 많이 오고 있어요. 예전부터 하고자 했던 게 동네 어르신들을 모아서 밥 한 끼 대접해 드리는 일이었어요. 우리 부모님 세대들처럼 이분들은 해방촌에 점점 생기고 있는 이른바 세련된 카페들을 가시는 분이 아니잖아요. 매번 1층에만 머무르세요. 목욕탕 영업이 끝나면 탈의실이 넓으니까 거기 모여서 함께 밥도 드시고 이야기를 나누시더라고요. 그분들을 2층에 모시고 싶었어요. 처음에는 공간에 들어올 때 머뭇거리셨죠. 지금은 많이 친분이 생

겨서 아래에서 모여서 이야기하시다가도 “이 위에 올라가 봐라. 총각들한테 물어보면 된다.”고 말씀하시면서 자연스럽게 들어와서 이야기도 하세요. 대부분의 방문객은 20대 후반에서 30대 사이지만, 언젠가는 남녀노소 모두가 모일 수 있는 사랑방이 되면 좋겠어요.

지역에서 ETAA는 어떤 이미지를 쌓아가고 있나요?

이_ 얼마 전에 해방촌 잡지를 만드시는 분에게 인터뷰 요청이 왔어요. 그런데 알고 보니 해방촌에서 우리가 되게 금수저들이 와서 사무실을 차렸다고 소문이 났다는 거예요. 엄청 큰 공간을 자기들만 쓰고 있다고. 그래서 그건 절대 아니라고 말씀드렸죠(웃음).

김_ 항상 점심을 하고 나선 동네 산책을 해요. 여기 있는 건물들은 대부분 작아요. 필지가 작다 보니 우리 회사 같은 공간이 없는 거예요. 그나마 우리가 없는 공간 중에 넓은 곳을 구한 거더라고요. 산책하면서 다른 건물들을 볼 기회가 더러 있었는데 오래되고 텃대어 짓다 보니까 구조가 특이한 건물이 정말 많아요. 살면서 본 제일 특이한 건물들은 해방촌에 다 있더라고요(웃음).

이_ 지역에서 조금씩 인지도가 생기면서 몇 차례 의뢰가 들어오기도 했어요. 막상 실제 일로 진행은 안 되었는데 지금 생각하면 그걸 말아도 할 수 있을까 하는 건물이 많았어요. 웬만한 거는 무조건 할 수 있다는 생각을 하고

있지만 주저할 정도로 특이한 건물이 많아요. 쉽게 건드리기도 힘들도 맞벽이 많아서 겁이 좀 나죠. 보통 여기 사시는 분들이 자본에 제약이 있다 보니 제대로 일을 하고 싶어도 그만두시는 경우가 많아요.

김_ 돈 안 되는 일일 경우가 많아요(웃음). 동네 어르신들이 요청하시는 것도 소소한 일들이예요. 대부분 번기가 막혔다거나 집수리가 필요한데 자문이 필요하다거나 하는 식이라 일로 연결하기는 어려워요. 그저 저희가 가서 도와드리는 거죠. 사업을 하시는 분들도 별로 없기도 하고요.

이_ 이 동네로 오는 사람들도 이제는 개인적인 사람들이 많아요. 1인 가구나 1인 작업자들이 많죠. 다들 서로에게 관심은 있지만 쉽게 접근은 못하는 거예요. 새로운 사람을 만나다 보면 그래도 저희를 알고 있기는 하더라고요. 1층에서 올려다보면 창문 안으로 큰 삼각형 조명이 보이거든요. 카페인지 술집인지 모르겠지만 특이한 불빛이 있고 그림들도 걸려 있으니깐 궁금한 거죠. 그런 분들이 모여 이야기할 수 있는 곳으로 만들고 싶고, 만들어 나가고 있어요.

이런 시스템이 꼭 해방촌이어야만 할까요?

김_ 사실 고민이에요. 우리가 이 사무실에 들어온 지 3년이 되어 가는데 5년까지는 여기 있을 것 같아요. 가능하면 안 떠나고 싶지만 마음대로 되는 게

아니니까요. 산책할 때마다 유심히 봐요. “저 건물 기가 막힌데? 우리가 들어 가야 하는데.” 서로 말하죠. 잘 아시겠지만, 해방촌이 임대료가 많이 올랐어요. 시세가 너무 올라서 우리가 계속 여기 있을 수 있을까 싶어요. 몇 년 뒤면 많은 가게가 나가게 될 것 같은데 우리가 막을 수는 없는 것 같고.....

이_ 만약 그렇게 된다고 하면 제2의 해방촌을 찾아보자는 이야기도 했어요. 되는 데까지는 지금처럼 하고 싶어요. 우리가 못했던 부분을 더 해 보고 전 시도 좀 더 해본다던가, 큰 공간을 빌린만큼 더 활용할 수 있는 방안을 고민해야겠죠. 단순히 건축사 사무실이 아니라 공간을 통해서 사람들을 만나고 관계들을 쌓아가는 것만으로도 지역에 의미가 있을 것 같아요. 문턱을 낮추는 거죠. 사람들이 건축가를 자주 만날 수 있게 되는 것. 젊은 건축가를 만나는 기회를 만드는 것.

홍보와 파급 PROMOTION

“주로 SNS를 이용한다. 전시회를 통해 만난 지역 아티스트들이 협업하는 사례가 생기기도 했다.”

전시회나 공유 공간 이용 홍보는 어떻게 하시는지요?

김_ 주로 SNS를 이용하고 소개로 알음알음 오시는 분도 많아요. 우연히 알게 된 아티스트를 데려오는 경우도 있고요.

이곳에서 만들어진 커뮤니티가 다른 일로 연결된 예가 있나요?

김_ 하우스 오브 콜렉션스 친구들이 예전에 전시를 계획하고 싶다고 해서 저희가 스케치업을 가르쳐 준 적이 있어요. 그런 와중에 동네에 사는 JSB라는 가수가 앨범을 내게 되었는데 이곳에서 만나 연결이 돼서 함께 앨범 커버 작업을 한 케이스가 있어요. 네트워크가 굉장히 넓은 건 아니지만 계속 협업을 시도하려고 추진하고 있죠.

지속가능성 SUSTAINABILITY

“사업 구상은 꾸준히 의논 중이다. 우리가 생각하던 일을 실행으로 옮겨줄 수 있는 사람이 오는 날을 기대한다.”

앞서 잠깐 전시 주기에 대해 언급하셨지만, 공유 공간 사업을 아예 확장해서 하거나 분리 운영하는 것도 염두에 두고 있으신지요?

이_ 공유공간을 처음에 구성한 건 영리 목적이 전혀 아니었어요. 우리도 즐

기고 경험을 하기 위해서 시작했죠. 하지만 막상 하다 보니 지금은 어쩌면 따로 운영할 수도 있겠다는 희망 사항이 생긴 정도예요. 몇 번의 제안이나 기회가 있었는데 그럴 때마다 소극적이었죠. 원래 취지는 수익 창출이 아니었는데 그렇게 해도 될까? 라는 의문이 들었고 그에 대한 답을 아직 못 내린 상태예요.

김_ 말 그대로 스타트업이다보니까 생업과 이런 활동을 병행하는 팀들은 마찬가지로 거예요. 균형이 한쪽으로 치우치면 무너지게 되어 있잖아요? 아직은 우리도 건축적으로 성장해야 하고 동시에 다른 활동도 하고 싶은데, 막상 활동이 사업적으로 연결되면 건축도 퀄리티가 떨어지지 않을까 하는 느낌이 들어요. 단단한 뿌리가 하나 있어야 하는데 어쨌든 우리 기반은 건축이다 보니까 우선 건축 쪽으로 앵커를 단단하게 만들고 활동을 진행해도 되지 않냐는 생각이 들어요.

이_ 열정은 누구보다 자신 있지만, 아직 부족한 부분이 많아요. 멤버들 균형이 잘 맞아서 보완해 주는 관계이다 보니 한 명이 이쪽 업무에 집중한다고 하더라도 결과물을 만들어 내기 위해서는 결국 나머지 두 친구가 필요해요. 어느 것 하나를 더 키워나가기에는 아직 시기가 완성이 안 되어 있는 거죠. 아직은 어느 것도 단단하지 않기 때문에, 서두르지 말자는 이야기를 자주 해요. 건축을 기본으로 한 다른 사업에 대한 구상을 꾸준히 하고 있으니까 언젠가는 하게 될 거라는 꿈은 계속 가지고 있어요.

공유공간이 아닌 다른 형태가 될 수 있다는 말씀이신가요?

김_ 어떤 타입이 될지는 모르겠는데 어쨌든 우리가 건축을 전공했기 때문에 할 수 있는 부분들이 있을 거라고 생각해요. 전시공간이 되었던 다른 무엇이 되었던 말이죠. 하지만 우리는 만들어낼 수 있는 사람이지, 그걸 운영할 수 있는 사람은 아닌 거예요. 본질적으로는. 우리의 경험과 인프라가 늘어나면 함께 할 사람도 생길 수 있을 거라 생각해요. 이윤을 추구하기보다는 제대로 만들어 보고 싶은 생각이 커요.

이_ 우리가 생각하던 일을 실행으로 옮겨줄 수 있는 사람이 들어와서 이 사람과 함께 할 수 있는 ETAA가 될 수도 있다고 생각하고 있어요. 잘 준비해서 보란 듯이 하고 싶어요.

건축이란 무엇인가 ARCHITECTURE

“건축과 타 분야의 수많은 연결점을 이어줄 사람이 많이 생긴다면 우리는 더 나은 삶 속에서 살 수 있을 것이다.”

실제로 공유공간을 운영하고 여러 사람을 만나면서 건축의 의미도 다시 돌아보게 되셨을 것 같아요.

SNS

instagram
@etaa_loft

facebook
/etaa.kr

homepage
<http://etaa.kr/>

이_ ETAA라는 이름을 처음 정할 때가 생각나네요. 카페에서 몇 시간을 고민하면서 의견을 내다가 결국 답이 나오지 않아서 각자가 제일 좋아하는 단어를 하나씩 꺼내보자고 했었거든요. 그래서 나왔던 게 시간, 공간, 분위기였어요. 그걸 불어로 고치고 앞 자만 따서 뒤에 A(Architecture)만 붙인 게 ETAA였죠. 불어로 하면 ‘이타’라고 발음돼서 이타로 정했어요. 그런데 어느샌가 ‘이기’의 반대말인 ‘이타’로 이야기를 더 많이 하게 되더라고요. 공유공간과 갤러리도 함께 운영하게 되면서 우리가 추구하는 건 건축을 일로나 직업으로서 돈을 버는 수단이 아니라 건축을 통해서 사회적으로 의미 있는 일을 하는 목적이 되는 일을 하고 싶고, 그게 목표라고 이야기해요.

건축과 도시의 의미를 확장하는 스타트업 창업을 위해 필요한 건축학과 커리큘럼이 있다면 무엇이 있을까요?

이_ 학교에서 강의하다 보면 졸업한 지 10년 이상이 지났지만 바뀐 것이 너무 없거나 오히려 세계의 흐름에서 정체된 혹은 후퇴된 모습을 발견하곤 해요. 중고등학교와는 달리 자유로운 공부 환경을 제공해야 하는 대학교가 각종 인증을 만들어 수업의 질을 획일화시키고 건축이라는 학문에서 등수를 매겨버리는 아주 단순한 사회로 만들고 있는 건 아닌지 안타까워요. 건축이라는 것이 설계 도면을 그리고 그것을 짓는 기술뿐만 아니라 연구, 개발, 기획, 홍보 등 다양한 분야를 통해 드러날 수 있다는 점을 인지하고 능력을 끌어낼 수 있는 커리큘럼에 대한 연구가 선행되어야 한다고 생각해요.



미스터홈즈

#주거공간 #부동산 #마스터리스 #1인가구

S	M	L	XL
제작	판매	전시	사무
교육	연구	상담	대관
휴식	식음	목욕	숙박

나 혼자 산다. 혼자 사는 사람이 늘고 있다. 통계청에 따르면 2015년 1인 가구의 수는 506만 가구로 전체 가구 수의 4분의 1을 넘어섰다. 어느덧 65세 이상 고령 인구수는 14세 이하 유소년 인구 추월을 목전에 두고 있다. 하지만 주거 환경은 여전히 열악하다. 청년들은 법망을 교묘히 피하여 많은 세대로 나눈 손바닥만 한 원룸에 모여 살거나 저렴한 시세를 찾아 여기저기를 떠다닌다. 그야말로 유목민이다. 집을 마련하기까지 얼마나 많은 시간이 걸릴지 알 수도 없다.

2015년, 서울 관악구에 새로운 형태의 부동산 미스터홈즈가 문을 열었다. 한눈에도 기존 부동산과는 차별화된 느낌이 전해지는 이곳을 설립한 일원은 학교에서 함께 건축과 도시를 전공한 선후배들이다. 이들이 전하고자 하는 이야기는 무엇일까?



■ 혼자 사는 공간, 방이 아닌 집에서 살 수 있도록 : 1인가구 주거공간 솔루션 제공



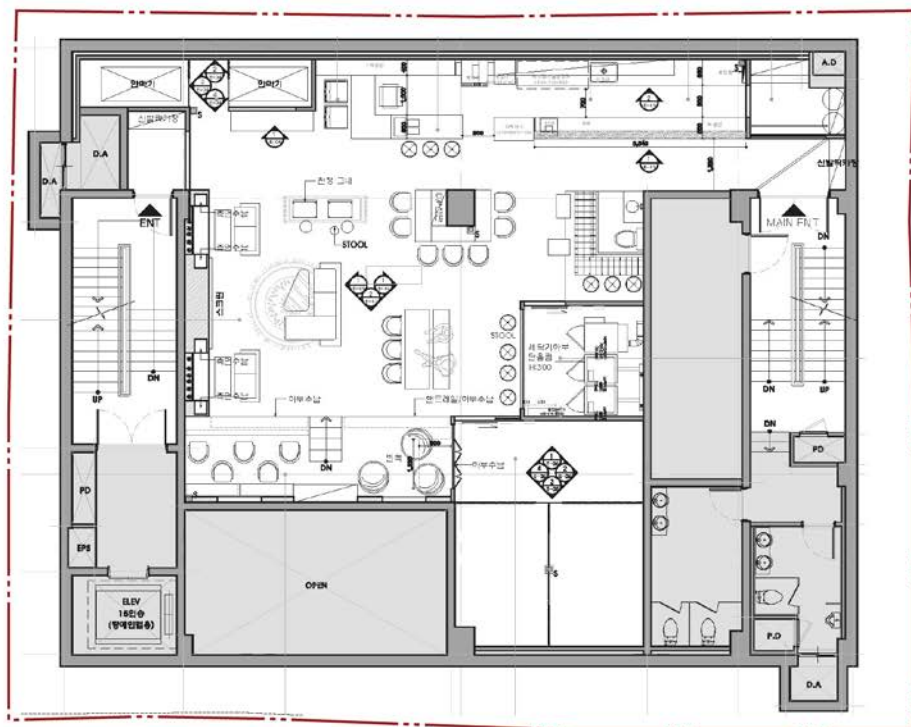
독립



홈즈 리빙라운지



홈즈 스튜디오

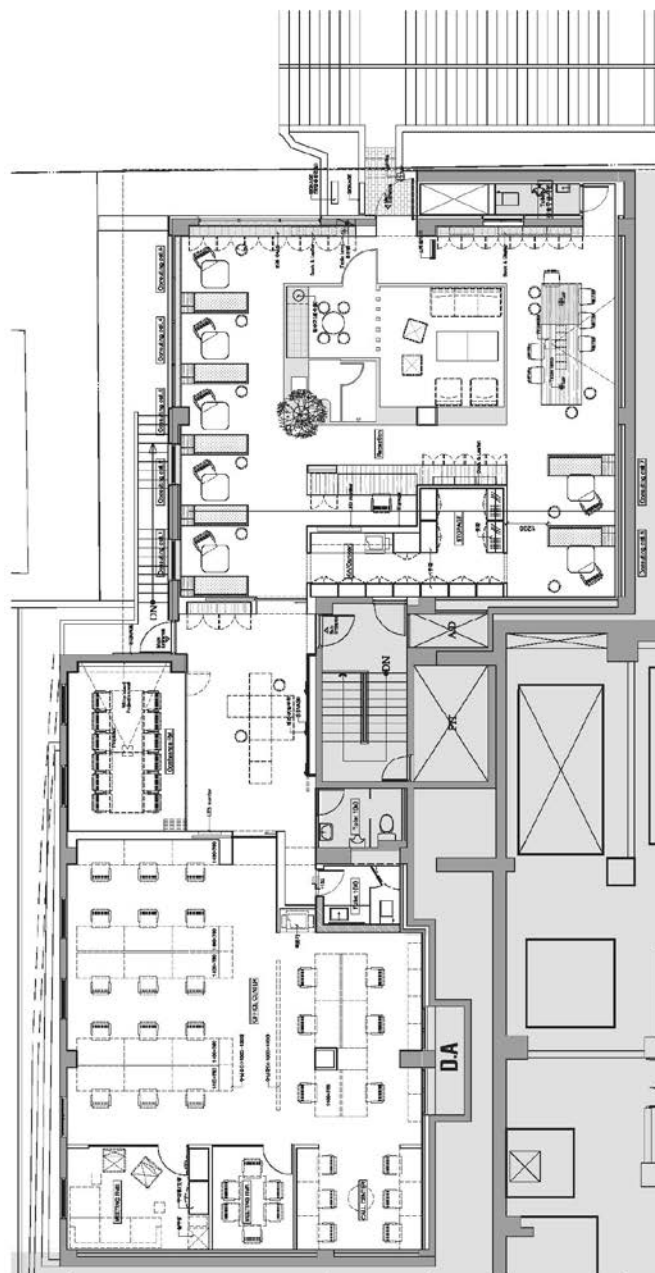


©MR.HOMES

홈즈 리빙라운지 용산

0 2 5 10m





©MR.HOMES

미스터홈즈 관악센터

0 2 5 10m



변화의 움직임 SIGNAL

“부동산은 내가 사는 것 중에 가장 많은 돈을 지급하는 상품이다. 하지만 정보에 대한 지식이 불균형한 관계 속에서 소비자가 판단도 제대로 못 한 채 구입하는 현실이 문제라고 생각했다.”

미스터홈즈 (MR.HOMES)

위치 | 서울시 강남구 논현로 528, 1F

사업형태 | 소형임대주택 개발, 임대, 운영, 관리, 부동산 중개

규모 | 홈즈 스튜디오 용산(8개층, 62실)
홈즈 리빙라운지 용산(1개층)
미스터홈즈 강남센터, 관악센터, 수원영통센터, 용산센터

직원수 | 20명

운영시간 | 홈즈 리빙라운지(11-23h)
미스터홈즈 센터(10-19h)

설립연도 | 2015년

대학에서 도시를 전공하고 대기업 기획 부서에 일하시다가 대학원에서 다시 도시 공부를 하셨는데, 또다시 전공 관련 회사가 아닌 부동산 스타트업 회사로 발걸음을 돌렸습니다. 다시 공부하게 된 계기와 전공과 다른 직종의 직업을 선택한 특별한 이유가 있는지요?

졸업반이 되면 앞으로의 진로를 고민하잖아요. 도시 설계나 계획을 하려면 우리나라에서는 기업으로서는 마땅한 데가 없고 공무원이 되거나 공사를 들어가야 했는데 제 성향상 딱딱한 근무 환경은 맞지 않을 거라는 막연한 걱정이 있었어요. 어릴 때부터 광고에 대한 관심은 계속 있었어요. 영상이나 디자인 분야도 마찬가지고요. 건축, 도시 쪽으로 진학한 것도 디자인에 대한 관심이 밑바탕에 깔렸었죠. 졸업 전에 광고회사에서 인턴을 잠깐 경험하고 진로를 생각해보자 마음 먹었는데 너무 잘 맞는거예요. 창의적인 데다 분위기도 자유로워서 아예 대학 마지막 학기를 마케팅이나 신문방송학과 쪽 수업을 많이 들었어요. 운 좋게 광고회사에서 기획 일을 팔 년 정도 하게 되었죠. 유학에 대한 갈증은 대학 때부터 꽤 있었어요. 워낙 여행을 좋아하기도 했고 대학 때 여행 동아리 회장도 할 만큼 새로운 장소나 도시를 보는 데 흥미



가 많았어요. 그러다 보니 자연스럽게 새로운 나라에서 좀 더 많은 경험을 하고 싶은 마음이 일었죠. 광고 회사에서 일하다 보니 한 단계 성장하기 위해서는 공부를 더 해야겠다는 생각이 들었어요. 처음에는 MBA를 준비했죠. 에세이를 준비하면서 지원 동기나 살아온 과정을 적다 보니까 자연스레 삶을 돌아보는 계기가 되더라고요. 사실 광고는 재미있게 했는데 너무 상업적이다 보니까 좀 더 직접적으로 사회에 기여할 수 있는 일을 해보고 싶다는 생각이 강하게 들었어요. 사회에 기여를 하고 공적이면서 디자인을 함께 할 수 있는 것을 생각해 보니까 제일 먼저 떠올랐던 게 학부에서 공부한 도시 계획설계였어요. 도시도 디자인이니까. 그래서 지원을 하게 되었죠. 대학원에

미스터홈즈 관악센터

바닥과 벽에 스케일을 넣어 공간을 찾는 사람이 스케일감을 익힐 수 있도록 배려했다.

가서 공부를 깊게 하다 보면 어느 정도 방향이 잡히지 않을까 생각했어요. 졸업 후에는 도시 연구를 하는 연구소에 잠깐 있었고, 그다음에는 MVRDV 건축사무소에서 서울역 고가 도시 재생 프로젝트에 참여하게 되었어요. 도시 재생에 관심이 있어 학교에서도 관련 프로젝트와 리서치를 했었는데, 현업에서도 운 좋게 도시 재생 프로젝트를 하게 되었어요.

네덜란드 현지 다른 회사로 이직하기로 하고 계약을 하기 직전이었는데, 같은 과 선후배인 공동창업자들에게 연락이 왔어요. 전부터 긴밀하게 연락은 하고 있었는데 미스터홈즈 비즈니스 이야기를 하게 되면서 그동안의 경험들이 함께 잘 어우러질 수 있겠다는 마음도 들고 주도적으로 일을 할 수 있겠다 싶어서 가족들을 데리고 귀국을 결정했죠. 2015년 10월경이었어요.

업체를 설립한 가장 큰 이유는 무엇인가요?

대학 시절부터 굉장히 친했던 선후배 관계라 만날 때마다 삶에 대한 이야기를 많이 나누었어요. 저는 졸업 후에 다른 분야로 갔지만, 나머지 멤버들은 비슷한 업계에서 일하면서 미스터홈즈 전에 다른 기업을 같이 하기도 했어요. 다들 주로 대기업에 있다 보니 작은 규모의 일을 하는 데 갈증이 있었던 것 같아요. 지금은 부동산 중에서도 주택에만 집중하고 있어요. 그중에서도 특히 1, 2인 가구만 집중하고 있죠. 점점 우리나라에서 1인 가구가 많이 늘어나고 있고 1, 2인 가구를 합치면 전체의 50% 정도가 되는 큰 시장인데



그동안은 건설사 위주로 아파트 시공을 주로 하다 보니 상대적으로 그들을 위한 주거 환경은 너무 취약했어요. 흔히들 아파트가 획일화된 주거형태라고 하는데 아파트에 비교하면 고시원이나 원룸, 오피스텔은 더 획일화 되어 있고 열악해서 개선해야 할 필요가 있겠다고 생각했어요. 게다가 1인 가구 주거 형태를 전문적으로 개발하고 임대 관리하는 기업이 한국에 없었죠. 개발은 개발대로 하고 중개는 동네의 중개 업소가 하고, 관리도 소규모 회사밖에 없고, 부동산 기능이 제각기 분절되어 있으니까 각각의 서비스 질이 개선되기 쉽지 않은 악순환이 반복되고 있었어요. 종합 부동산 서비스의 필요성을 깨달으면서 시장에 뛰어들게 되었죠.

미스터홈즈

현장 경험을 갖춘 부동산 관련 전공 석, 박사 다섯 명이 주축이 돼 2015년 창업한 부동산 전문 기업이다. 1~2인 가구를 위한 임대주택 개발부터 중개, 운영 관리까지 종합부동산 서비스를 제공한다.

이재우

연세대학교 도시공학과를 졸업하고 광고회사 comon21, 제일기획에서 근무했다. 네덜란드 델프트공대 대학원에서 유학한 후 도시연구그룹 FUR과 MVRDV에서 도시계획사로 활동하다 2015년 귀국해 미스터홈즈를 창업했다.

지금은 그렇다면 1~2인 가구에 집중하고 있으신가요?

일단 타겟을 먼저 봤어요. 전체 가구에서 1~2인 가구 비율이 늘어나면서 제품이나 먹거리들은 1인 가구를 위한 서비스가 점점 늘어나고 있었어요. 반면 주거 공간에 대해서는 질이 좋아지거나 선택이 다양해지는 점이 없더라고요. 게다가 정보를 접하고 계약이 이루어지는 중개 단계도 발전되지 않은 서비스들이 너무 많아 보였어요. 1인 가구는 특히 젊은 친구들이 많은데 집 거래에 대한 경험도 별로 없죠. 집이 정말 판단하기 어려운 상품인데 경험이 부족하다보니 좋은 판단을 할 수도 없어요. 부동산에 대한 이미지도 점점 안좋아지는거예요. 뭘 해도 사기치는 것 같고. 허위매물인 것 같고. 문턱이 너무 높아요. 이런 건 아닌 것 같다는 생각이 들었어요. 내가 사는 것 중에 가장 많은 돈을 지불하는 상품인데 너무나도 정보에 대한 지식이 불균형적인 관계에서 계약을 하고 판단도 제대로 못하고 사는 점을 개선해야겠다고 생각했죠.

장소선정 LOCATION

“서울에서 1인 가구가 가장 많이 사는 곳이 관악구였다.”

첫 장소를 관악구로 선택한 이유도 주변에 1~2인 가구들이 많아서였나요?

서울에서 1인 가구가 가장 많이 사는 데가 관악구, 다음이 강남구예요. 그래서 처음부터 관악구와 강남에 열 계획이었어요. 같은 1인 가구지만 대상이 조금 다르죠. 관악은 학생 위주고 강남은 직장인 위주예요. 어디를 먼저 열까 고민하다가 첫 번째 센터가 관악구가 됐죠. 관악에서 먼저 기반을 닦고 강남에 열어야겠다고 생각했어요. 수원 같은 경우는 1인 가구 범주에 들어가기는 하는데 저희가 전속으로 오피스텔 임대를 맡게 되었다가 앞으로도 쪽 하는 게 맞을 것 같아서 센터를 열기로 했어요. 중개와 계약에만 그치는 게 아니라 사는 동안에도 관리가 필요하다고 생각했기 때문에 그 과정을 경험하기 위해 영통에도 센터를 내는 게 옳다고 판단했죠. 용산에 1~2인 가구 전문 주거인 홈즈스튜디오도 6월에 오픈을 했어요.

사업자금조달 FINANCE

“사업 특성상 초기 자본이 많이 필요하기 때문에 엔젤투자를 받았다. 마스터리스 형태의 사업이기 때문에 공사비에 대한 부담이 적지는 않다.”

만만치 않은 사업 자금은 어디서 마련하셨나요?

처음에 설립할 때는 창립자들끼리의 자체 자본으로 시작했어요. 부동산 사업이라는 게 초기 자본이 많이 필요하기 때문에 이후에는 엔젤투자를 받

았죠. 그래도 적지 않은 투자를 받아서 지금은 다음 단계의 투자 유치를 진행 중이에요. 기업 설명회도 다니고 있고 VC(벤처캐피탈)와 미팅을 가지고 있죠.

건물을 통으로 임대하는, 이른바 마스터리스를 해서 내부 환경을 개선 한 다음 재임대를 하시는 것으로 알고 있습니다. 마스터리스 계약 조건에 대해 이야기해 주실 수 있나요?

계약 조건은 건물주에 따라 조금씩 달라요. 우리는 임대를 받아서 인테리어도 다시 하고 시설 면에 있어서도 한 층을 공유 공간으로 만드는 식으로 공간의 질을 높이다 보니 다른 임대사업에 비교해서는 공사비 부담이 적지는 않은 편이에요. 마스터리스의 장점은 장기계약을 체결하면서 좋은 조건을 가져오고 내부 시설 개선이나 추가 시설을 통해 건물 가치를 높이면 임대 가치가 높아지니까 그런 쪽에서 수익을 내죠. 건물주와는 몇 년간의 계약을 통해서 임대료를 확정 짓고 공실에 대한 위험은 우리가 안고 가는 거죠. 재계약에 대한 리스크도 사실은 있어요. 보통은 5+5형식으로 5년 계약한 뒤 5년 연장하는 경우도 있고, 10년을 계약하기도 해요.

“일반적인 중개보다 손이 많이 들어간다. 좋은 집을 만들어 주변 시세와 비슷하거나 낮게 제공하는 것이 목표다.”

일반적으로 중개만 하는 것보다 관리까지 하려면 손이 많이 가겠네요.

네. 관리까지 하려면 손이 많이 가요. 중개 자체도 허위 매물을 통제하느라 애를 많이 먹죠. 워낙 많은 부동산이 경쟁을 하다 보니 콜을 받기 위해서 허위 매물들이 많이 올라오거든요. 그래서 우리는 중개서비스나 매물 관리도 확인을 마친 진성 매물만 올리는데 그 과정도 손이 많이 가요. 어떤 부분은 시설 관리까지 해야 할 때도 있어요.

계약 이후에 거주하는 입주자들을 관리하고 연락을 주고 받는 데만도 품이 꽤 들더라고요. 1~2인 가구 전문 임대주택(빌딩)인 용산 홈즈스튜디오도 총 62실을 관리하는데 담당 매니저가 받는 콜이 하루에만 열 건이 넘기도 하고 세입자가 전화를 하는 시간도 들쭉날쭉하다 보니 일이 쉽지는 않죠.

용산에 오픈하는 홈즈스튜디오는 가구나 내부 시설까지 다 관리하시나요?

가구도 제작해서 넣고 수납이나 침대 부분을 개선했죠. 그 관리까지 다 해

주는 거예요. 저희도 초기 단계다 보니까 직접 경험을 하고 있는데 시설 관리 분야는 다른 파트너와 함께 협업할 수도 있을 것 같아요. 일본에 임대관리 전문 회사인 레오파레스라는 회사가 있는데, 60만 실을 관리하는 곳이에요. 그곳에서 시설관리를 전문으로 하는 한국 회사와 합작하여 우리레오라는 법인을 세웠어요. 우리레오에서는 시설 관리 쪽을 맡고 우리는 중개와 임대 관리를 전문으로 하니까 힘을 합쳐서 종합적인 임대 관리를 해 보자고 말이 나왔어요. 강남을 중심으로 우리레오 홈즈라는 종합 임대주택관리 서비스를 시작하고 있어요. 용산의 경우는 건물주가 고용한 관리소장님이 시설 관리를 담당하고 나머지 임대는 우리가 맡고 있죠. 시설보수가 필요한 부분이 생기면 관리소장님께 연락해서 해결할 수 있도록 해요.

임차인의 연락을 받고 문제를 해결하는 부분이 쉽지는 않아요. 전문적으로 많은 건물을 관리하는 임대인도 계시지만 어쨌든 직접 모두를 제어한다는 건 임차인들을 다 상대해야 한다는 의미잖아요? 이게 사실은 엄청난 스트레스고 불편하고 효율적이지도 않으니 저희가 맡아서 한꺼번에 관리를 해 주는 거죠. 공실을 채우는 것도 수익과 직결되다 보니 임대인들에게는 가장 큰 걱정인데, 마스터리스를 하면 리스크가 없이 고정 임대료를 받을 수 있으니 운영이 훨씬 편해지는 거죠.

미스터홈즈가 많이 성장했는데, 토지 매매 단계부터 의뢰가 들어오는 경우도 있는지요.

그런 경우도 있어요. 어느 정도의 자본이 있는데 다세대 건물을 지어서 임대를 놓고 싶다는 분들이 찾아와요. 땅을 찾아서 지어달라고 부탁을 해서 부지도 찾고 가설계를 통해 수익률과 사업성을 분석하는 건들이 있어요. 몇 건은 진행되고 있죠. 우리도 사실은 좋은 주거 공간을 제공하는 게 목적이니까 보니까 가장 원하는 대로 할 방법은 직접 짓는거예요. 기존 건물은 이미 지어져 있으니 우리가 원하는 구조도 나오지 않고 개선하는 데 한계가 있거든요. 그래서 직접 시행을 하고 싶지만, 부지를 찾는 게 여간 쉬운 게 아니예요. 건물주나 투자자가 원하는 수익률을 맞추는 땅을 찾기도 어렵고요. 하지만 많은 의뢰가 들어오고 있고 앞으로도 점차 늘어날 것 같아요.

회사 구성원들이 굉장히 다양한 분야에 퍼져 있을 것 같아요.

크게 두 개의 법인으로 구성되어있어요. 주식회사 미스터홈즈와 미스터홈즈 중개법인으로 나누어져 있죠. 모법인인 미스터홈즈에는 경영진, 재무, 마케팅, 디자인 및 설계 멤버들이 있고, 중개법인에서는 중개 인력과 임대관리를 담당해요. 디자인 팀이 있지만, 시공을 직접 하지는 않고 전체적인 컨셉을 잡은 뒤에 파트너사인 건축사무소와 협업을 하고 있어요.

용산 홈즈스튜디오를 보니 임대관리까지 다 하시는데도 시세가 주변 지역들과 비슷하네요. 어떻게 가능한 건가요?

계약할 때 장기로 계약하고 주변 시세와는 최대한 맞추려고 노력해요. 주변과 비슷한 수준이기는 하지만 더 낮춰갈 생각이에요. 규모도 늘어나도 잘 운영되는 사례들이 쌓이면 임대인들이 신뢰를 할 테니까요. 임대인 입장에서 공실리스크를 줄이는 게 꽤 큰 혜택이에요. 안정적으로 수입이 보장된다는 점과 시설 개선을 통해 건물 가치를 높이는 조건으로 유리하게 계약을 해요. 좋은 집을 만들어 주변 시세와 비슷하거나 낮은 수준으로 임대를 하는 게 우리의 장기적인 목표예요.

운영하면서 부족하다고 느낀 점이나 역량 강화를 위해 필요하다고 느낀 점이 있으신가요?

부동산 서비스부터 중개, 임대관리, 개발 단계가 기존에는 분절되어 있다 보니 퀄리티가 높지 못한 부분을 개선하기 위해 시작한 사업인데, 우리도 새롭게 만들어가다 보니까 시간이나 노력이 많이 들어가는 부분이 있어요. 규모를 키워서 확장하기 위해서는 효율적으로 운영할 방안이 많이 필요한 것 같아요. 시행착오를 겪는 중이에요. 홈즈스튜디오 용산 같은 경우도 빠른 기간에 공실을 채우고 임대를 완료했지만, 고생도 많이 한데다가 처음에는 효율이 높지 않았거든요. 공사, 시설, 임대관리를 다 직접 하다 보니 업무도 채 나뉘지 않은 상황에서 중개 관리를 하는 친구가 공사 관리를 겸해야 하는 상황이 생기기도 했어요. 모든 시스템을 효율화하는 게 다음 단계인 것 같아요.

임대관리는 품이 많이 들기 때문에 내부 전담 조직을 만들어 일임하는 방안을 고민 중이에요. 부동산 시장을 바꾸고자 하는 우리의 방향을 이해하는 인력을 찾고 교육 하는 방법 또한 아직 쉽지는 않네요. 힘들지만 최대한 우리가 해 보고 방향성이 맞는 파트너가 나타난다면 협업을 통해서 해결하려고 해요.

지역과의 공감대 CONSENSUS

“공유공간을 입주민들뿐만 아니라 지역 주민들도 쓸 수 있는 곳으로 개념을 확장하려 한다.”

용산 홈즈스튜디오에 공유공간을 조성한 점이 눈에 띄니다. 이 역시 1인 가구 주거공간 조성의 고민에서 나온 결과물인가요?

부모님과 함께 사는 친구들이 독립하면서 원룸이나 오피스텔 같은 방으로 나오잖아요? 방 하나에서 모든 생활을 영위해야 하니까 어떤 삶들은 축소가 되거나 할 수 없어서 밖으로 나가 해결해야 하는 상황들이 만들어 지는 게 1인 가구들의 가장 큰 불편함이라고 생각해요. 그래서 홈즈 리빙라운지라는 개념을 추가해서 비록 방에 살지만 큰 집에서 사는 것처럼 생활할 수 있도록 만들어보자는 생각을 했어요. 예전에 집에 있었다면 누렸을 거실이

나 서재, 큰 주방, 베란다를 한 공간에 크게 마련한 거죠. 옷 말리는 것만 해도 불편한 집들이 참 많잖아요. 독립된 주거 공간과 공유 공간인 리빙 라운지를 더해서 혼자 살아도 큰 집에 사는 것처럼 만들어보자는 취지예요. 그리고 이 공간을 입주민들뿐만 아니라 지역 주민들도 쓸 수 있는 곳으로 개념을 확장하려고 해요.

요즘에는 복합 공간들이 많잖아요? 세탁카페도 있고 북카페도 있죠. 그런 프로그램을 찾아다니기보다는 집에서 머물면서 시간을 보내고 싶은 공간이 있으면 좋겠다고 생각해요. 기존에는 카페가 그런 역할을 담당하고 있어서 책도 보고 공부도 하면서 공적인 공간 속에서 사적인 충족이 해결되는 상황인 거죠. 저희는 좀 더 그런 공간을 집과 가까운, 편하게 머물 수 있는, 주거와 관련된 활동을 할 수 있는 개념을 잡고 있어요. 거실의 공동화죠. 집 밖에 있지만, 집처럼 편하게 머물 수 있는 공간을 생각해요. 우리 동네 안에 내 거실 같은 공간이었으면 좋겠다는 생각으로 인테리어 자체도 집처럼 신발도 벗고, 바닥도 나무 바닥으로, 가구도 집에 있을 것 같은 가구를 넣었어요.

지역 특성에 따라 라운지의 형태도 변화할 수 있겠죠?

홈즈 리빙라운지라는 것도 홈즈스튜디오에 사는 1인 가구나 지역 주민들이 집 주변에서 편하게 사용할 수 있는 공간을 생각하면 지역마다 형태는 좀 다를 수 있을 것 같아요. 예를 들면 용산의 홈즈리빙라운지는 수직적으로 같은

건물 안에서 위치한다면, 지금 계획 중인 강남 같은 경우는 다세대 원룸들 사이에 수평적으로 위치할 수도 있겠죠. 동네 같은 개념인 거죠. 강남과 관악은 타깃이 달라요. 관악은 학생 비율이 높고 원하는 주거 형태도 다르다 보니 리빙라운지도 성격이 조금은 다르겠죠. 강남은 직장인 위주의 라이프스타일에 맞춰져있기때문에 실의 구조나 가구가 조금은 달라질 수 있을 것 같아요.

홍보와 파급 PROMOTION

“부동산 쪽 주택 마케팅이라는 게 아직 틀이 안 잡혀있다. 일단 할 수 있는 채널은 모두 이용하며 경과를 지켜보고 있다. 다른 서비스와의 협업, 예를 들자면 마트 입점도 고려 중이다.”

SNS를 통해서 보니 임대인을 대상으로 하는 세미나도 있더라고요. 홍보 방법이 궁금합니다.

부동산 쪽 주택 마케팅이라는 게 아직 틀이 안 잡혀있어요. 기존의 검증된 사례가 부족한 상황에서 우리도 오프라인이나 온라인으로 할 수 있는 건 다 실험해보고 있는 상황이에요. 오프라인으로 임대인 대상 세미나도 하고 리플렛도 뿌리고 코엑스에서 열리는 부동산 엑스포에 부스를 열어서 고객을 직접 만나기도 해요. 옥외 광고도 해 보고 기존의 온라인 플랫폼도 쓰고 있어요. 각종 부동산 앱도 쓰고 있고요. 그러면서 효율을 점검하며 어떤 것들



홈즈 리빙라운지 용산

2017년 11월 서울 용산구에 오픈한 홈즈스튜디오 공유공간. 거실과 같은 공간에서 홈트레이닝, 코인세탁, 배달세탁, 중고서점, 안마의자 등의 리빙서비스를 누릴 수 있다.

이 부동산 혹은 주택 상품들과 맞는 채널인지 테스트해보고 있죠. 고무적이었던 것은 홈즈 스튜디오 용산 같은 경우 두 달 사이에 임대료가 다 났는데, 그중에 10퍼센트 이상이 SNS를 통해서 인입이 되었다는 사실을 알게 되었어요. 인입된 수치가 비교해 계약 성사율은 다른 채널보다 낮긴 하지만 계약된 숫자가 전체의 10퍼센트를 넘었기 때문에 유의미하게 보고 있어요. 새로운 부동산 마케팅이 될 수 있을 것 같아요.

부동산을 다른 서비스와 접목하는 것도 시도해 보려고도 해요. 마트 안에 입점 하 는것도 논의 중이에요. 지금 한 곳과 먼저 논의가 진행 중인데, 그 업체도 마트에 생활서비스를 입점시키는 방향으로 리뉴얼을 준비하고 있어요. 스타트업은 말할 것도 없고 대기업도 기존의 전통적인 방식만으로는 경쟁이 어려우니 복합적인 서비스를 제공한다거나 매장 공간을 합치는 방향을 고려하고 있는 것 같아요.

지속가능성 SUSTAINABILITY

“대기업이 임대 관리 시장에 들어온다고 해도 개발이나 시공 위주로 공급 중심 사업을 해왔기 때문에 경험이나 관점에서 차이가 있을 것이다. 그런 차원에서 우리의 경쟁력은 충분히 있다고 생각한다.”

타 영역으로의 확장(상가, 오피스 등의 수익형 빌딩)도 염두에 두고 계신지요?

지금은 주택에만 집중하고 있어요. 주택 중에서도 1~2인 가구 대상의 소형임대주택에만 집중하고 있고요. 영역을 넓히더라도 이 안에서 주택개발을 한다든지, 오피스텔 분양을 한다든지 할 것 같고 그다음에 아파트나 다른 분야로 확장할 수는 있겠지만 지금은 1인 가구를 타깃으로 삼고 있어요.

후발 주자라든지 타 업체와의 경쟁도 심해지리라 예상됩니다.

주택만 생각한다면 임대주택 영역에서 대기업이 조금씩 들어오고 있어요. 케이티 리마크빌이라는 곳도 있고 코오롱도 롯데자산도 진입했어요. 그 플레이어들은 본인이 가진 땅이나 부지를 매입해서 큰 오피스텔을 짓는 방식인데 경쟁 영역으로 보지는 않아요. 오히려 대기업이 이쪽 시장에 진입해서 파이를 키우는 건 좋은 현상인 것 같고, 그들의 영역과 우리 영역은 확실히 다른 것 같아요. 우리는 대신 작은 건물들을 마스터리스 방식으로 수평적으로 많이 확보해서 다양한 목적의 공유 공간을 배치하여 지역 안에서 생활을 영위할 수 있도록 만드는 게 목표예요.

외국 부동산 업체와의 경쟁도 예상되는데 어떤 전략을 쓰고 있는지요?

아직은 외국 부동산이 들어온 경우가 많지 않아서 접점이나 경쟁이 없지만,

앞으로는 들어오게 될 거예요. 단기적으로는 부동산 해외 기업이 들어온다고 해도 부동산들이 개별성과 지역성을 강하게 띠고 있다 보니 국외 법인이 한국에서 정착하기까지는 시간이 꽤 걸릴 거예요. 대기업이 임대 관리 시장에 들어온다고 해도 개발이나 시공 위주로 공급 중심 사업을 해왔기 때문에 경험이나 관점에서 차이가 있을 거예요. 그런 차원에서 우리의 경쟁력은 충분히 있다고 생각해요. 하지만 앞으로 해외에서 임대를 전문으로 진행하는 기업이 들어와서 사업을 진행할 거예요. 특히 기업형 주택 임대 관리업을 하는 뉴스테이와 같은 사업이 많은데, 이런 경우 개별적인 부동산이 하기보다는 법인 형태의 기업이 맡는 게 전문적이고 효율적일 거예요. 아직 한국에는 그런 형태의 부동산 기업이 많이 없어요. 한국에 들어와서 뿌리 내리는 데 시간이 걸리겠지만 어느 정도의 힘을 가질 수는 있을 것 같아요.

건축이란 무엇인가 ARCHITECTURE

“미스터홈즈 센터나 라운지 위치를 잡을 때도 도시 관점에서 생각하게 된다. 고객에게 설명할 때도 마찬가지다.”

건축, 도시 공부에 지금 하는 일에 도움이 되는 부분이 있었나요?

위치를 잡을 때 도시 관점에서 보게 되는 게 있는 것 같아요. 내가 살 집을

계약한다고 마음먹으면 집 안의 시설이나 가격도 따져 봐야겠지만 주변 지역도 중요하잖아요? 접근성이나 공원의 위치가 중요한데 이런 점들을 넓은 관점에서 관찰할 수 있는 훈련이 되었어요. 고객에게 매물을 설명할 때도 시설만 이야기 하는 게 아니라 그곳에 살면서 누릴 수 있는 것들을 설명하려고 노력하게 되죠.

앞으로의 계획이 궁금해요.

더 많은 사람이 더 좋은 집에 살 수 있도록 만들자는 게 목표예요. 원하는 주거공간이라는 개념도 가격으로만 정해져 있는 상태죠. “어떤 집 찾으세요?”라고 물어보면 어디에 위치한 어떤 형태의 집을 이야기 하는 게 아니라 1000에 50이라는 식으로 가격에 맞춰서 말씀을 하세요. 저희도 막상 일을 진행하다 보면 그렇게 되는 경우가 많기는 하죠. 하지만 결국은 많은 사람이 원하는 공간에서 행복하게 살 수 있도록 공간과 서비스를 제공해 주는 일을 하고 싶어요. 크게는 두 가지로 나눌 수 있을 것 같아요. 첫 번째는 주거 환경의 기본을 충족시키는 거죠. 공간의 효율성이라든지 쾌적한 공기와 기본 설비들이 문제가 없게 하여 주는 거예요. 둘째는 작은 집에서 못하는 축소되거나 상실된 기능들을 공유공간으로 해결해주자는 거예요. 그런 공간들이 동네 곳곳에 생긴다면 비록 모든 집이 우리의 공간은 아니겠지만 하나의 타운과 커뮤니티의 역할을 할 수 있지 않을까 생각해요.

SNS

facebook
/mrhomes.page

instagram
@homes_studio
@mrhomes_manager

homepage
<http://www.mrhomes.co.kr>



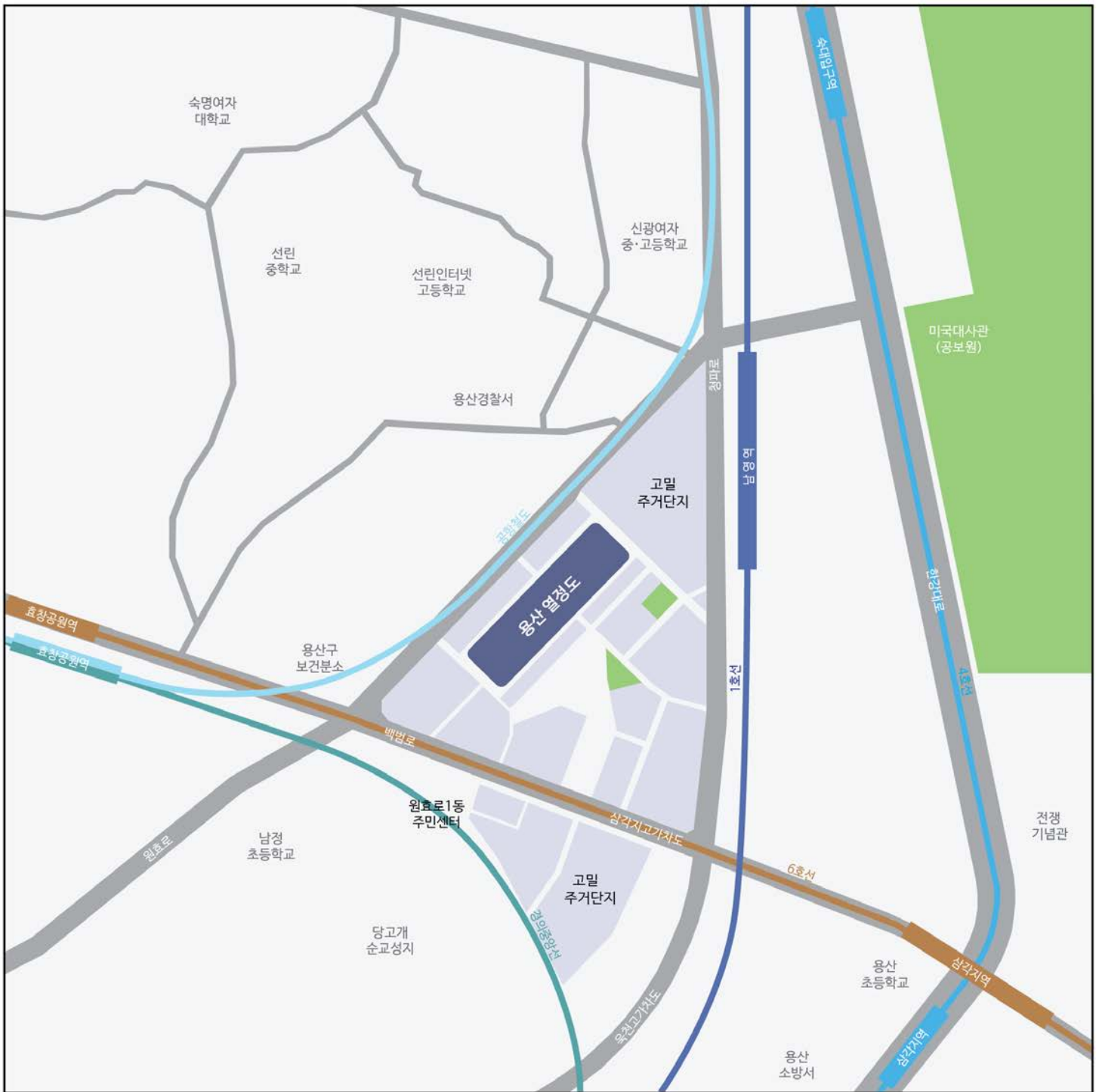
청년장사꾼

#도시 #장사 #서촌 #열정도

S	M	L	XL
제작	판매	전시	사무
교육	연구	상담	대관
휴식	식음	목욕	숙박

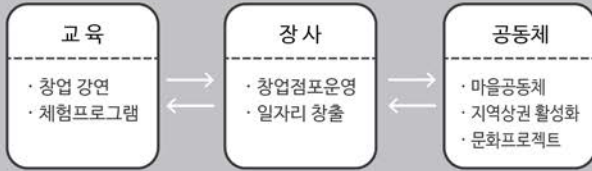
열정 감자를 기억하는가? 등 뒤에 ‘소스 리필을 원한다면 링크’, ‘골뱅이는 먹되, 골뱅이는 되지 말자’가 적힌 재기 발랄한 옷을 입고 열심히 장사를 하던 서촌의 청년들. 젠트리피케이션을 온몸으로 맞으며 서촌을 떠나야만했던 그들이 용산에 열정도라는 이름을 걸고 다시 삶을 일구고 있다.

청년장사꾼. 그리고 열정도. 서촌을 떠난 청년들은 대규모 고층 아파트 단지가 둘러싸인 동네에 자리를 잡았다. 그리고 지난 번과는 다르게 한 날 한 시에 한 꺼번에 매장 문을 열었다. 머리에 두건을 쓰고 어느 때 보다도 열정적으로 삶을 일구고 있는 청년들. 그들이 장소와 장사에 집착하는 이유는 어디 있을까?



I 청년장사꾼

- 청년이 팔 수 있는 모든 콘텐츠로 장사하는 브랜드
- 장사, 교육, 지역을 키워드로 청년 창업 문화 선도
- 노후화된 지역상권 활성화



II 열정도 프로젝트 : 청년장사꾼의 주요 프로젝트

상권 활성화

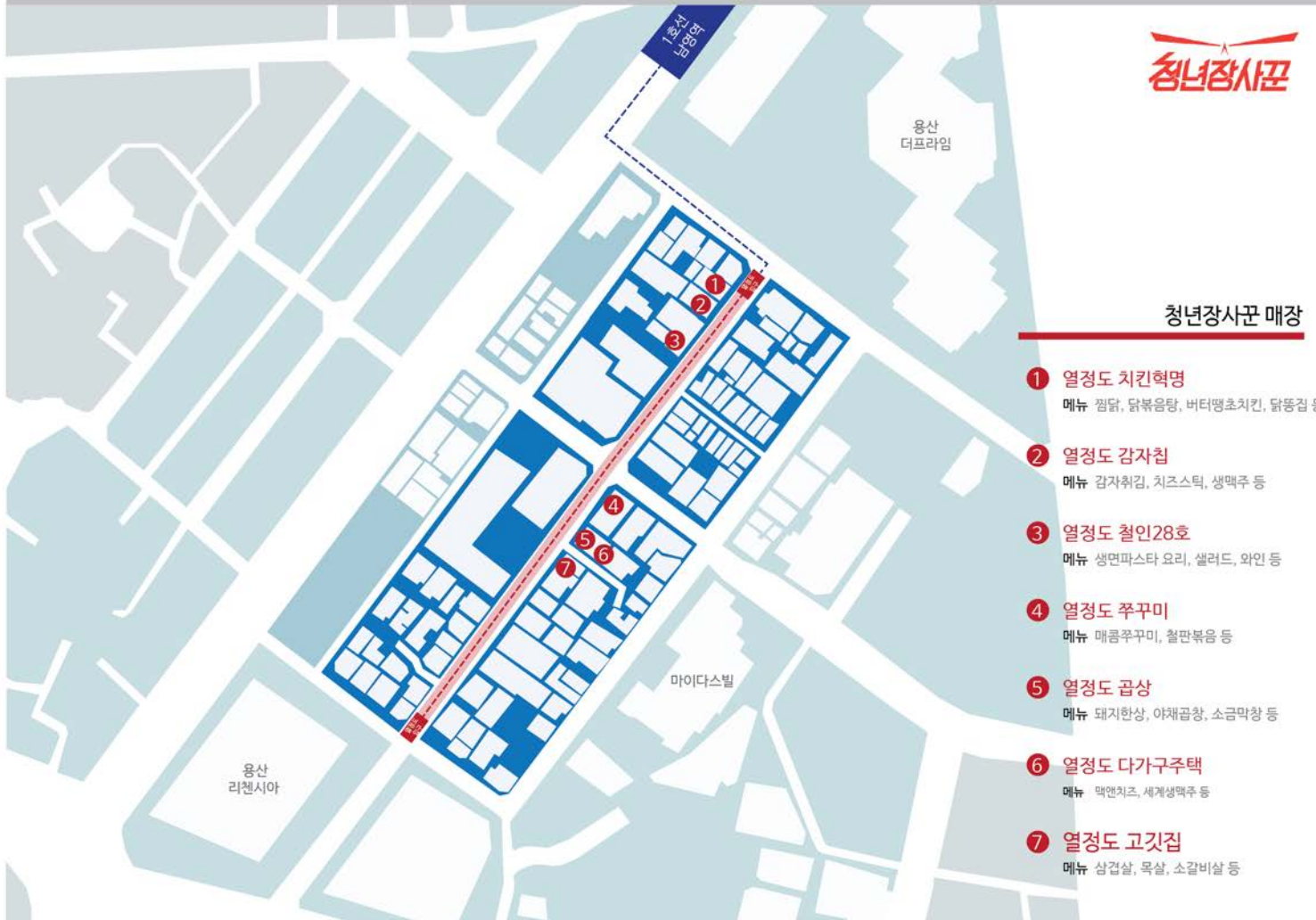
개별 매장이 아닌 각기 다른 콘텐츠로 구성된 6개 매장을 동시에 계획함으로써 노후화된 지역의 가로상권 개척

마을공동체

마을신문을 포함해 인터랙티브 아트, 벽화 등을 기획하여 마을주민과 소통
매월 마지막주 토요일 열정도 야시장 '공장'을 운영하여 소외된 지역 홍보
(평균매출 43% 증가, 오픈 4개월만에 흑자 전환)

사업성과

마을 축제이자 주민 모임의 장으로 발전한 열정도의 프로젝트로
2015년 지역 마케팅 부문 대상 수상(한국마케팅협회/ 2015.10)



❑ 쇠퇴한 인쇄골목 가로활성화

지역현황 분석 및 문제인식 인쇄산업 쇠퇴와 주변 재개발로 인해 고립되어 점차 슬럼화



가로 및 지역상권 활성화 청년장사꾼 매장 6개 동시 오픈으로 시작한 열정도는 현재 40개가 넘는 매장이 함께하는 지역상권으로 성장



❑ 초기사업비 절감을 위해 상가 디자인 및 시공 직접 수행

인테리어, 사인보드, 상가 CI 등을 직접 디자인하고, 시공도 직접 수행
사업 기획 및 메뉴개발에도 참여



변화의 움직임 SIGNAL

“지역 활동을 하기 위해서는 자금이 필요하다. 그 기금을 자생적으로 만드는게 아니라 지원사업에만 의존하다 보니 사업이 끝나면 떠날 수 밖에 없었다.”

청년장사꾼 열정도

위치 I 서울시 용산구 백범로87길

사업형태 I 음식, 소매업

규모 I 청년장사꾼 직영매장(7개) 및 40개점포

직원수 I 20명

운영시간 I 매장별 상이, 일요일 휴무

설립연도 I 2014년

처음에는 감자꽃 스튜디오라는 곳에서 일하셨더라고요. 그 활동에서 가장 배운 점이 있다면 어떤 것인지 궁금합니다.

3년 정도 있었어요. 현장 중심으로 활동하면서 현장의 중요성을 많이 깨달을 수 있었어요. 예전에 건축 공부를 할 때는 답사를 다니기는 하지만 페이퍼 위주의, 그러니까 큰 지도를 펼쳐놓고 여기 저기를 다니잖아요? 그런데 다루는 스케일이 사람 단위로 줄어들다 보니까 느낀 점이 많았죠. 명분 보다는 실리적인 측면에서 접근하는게 중요하다는 걸 일하면서 많이 느꼈어요.

3년 정도 있다가 창업을 하셨어요. 불씨가 된 계기가 있었나요?

원래 학교다니때부터 지역에 관심이 많았어요. 건축과 도시를 공부하면서 지역을 어떻게 살릴 수 있을까 하는 고민들이 많았죠. 관련된 프로젝트도 많이 했어요. 처음에는 설계사무소에 잠깐 들어갔었는데 내가 하고 싶은 일이 아니더라고요. 책상에 앉아서 그림만 그린다고 해서는 지역을 바꿀 수는 없겠더라고요. 저한테 직업은 도구라서 캐드를 치고 파워포인트나 엑셀을 하



는 건 전혀 상관 없는데 이게 어떤 걸 만들어내는지가 중요하거든요. 내가 하는 일이 어떤 것을 만들어내고 있는지 봤을 때 건축과 도시판에서는 내가 할 수 있는 일을 할 수 없겠다는 판단이 들어서 빠르게 그만두었어요.

감자꽃 스튜디오에서 일을 배우는데 한계점이 조금 느껴지기 시작했어요. 활동을 하기 위해서는 자금이 필요한데 그 기금을 자생적으로 만드는 게 아니라 주로 지원사업으로만 꾸려내다 보니 사업이 끝나면 떠날 수 밖에 없는 거예요. 철새처럼 떠다니는거죠. 그리고 무엇보다 기획자로서 이 지역을 변화시키려는 노력과 주민들이 바라는 점 사이에는 좀 괴리가 있었어요.

열정도 야시장

매월 마지막주 토요일 저녁, 열정도 야시장을 운영하여 거리 환경개선과 소외지역 홍보등 지역주민과 함께 상생하는 야시장으로 발전

열정도가 위치한 서울 남영역 근처 골목, 쇠퇴한 인쇄골목이 40개 넘는 매장이 함께하는 지역상권으로 성장했다.

구체적으로 어떤 예들이 있었나요?

전통시장 프로젝트를 여러개 했어요. 시장 활성화를 위해서는 사람들이 많이 와야하고, 그러려면 좋은 이벤트와 퍼포먼스 같은 여러 프로그램들이 운영되어야 한다는 논리로 행사를 진행했어요. 상인들에게 미리 양해도 많이 구했죠. 1-2년 정도 열심히 했는데 결국에는 이게 상인들의 매출 증진과는 직결되지 않더라고요. 왜 그런지 유심히 봤더니 행사가 있는 날은 장사를 더 못하는거예요. 사람들 이목이 다 그쪽으로만 집중되기 때문이죠. 문화라는 것이 사람의 이목과 관심을 한 번에 집중시키는 힘이 있잖아요. 그런 것들이 계속 유지되면 좋은데 예산은 1년 안에 끝나버리고 인건비가 안나오니까 사람들이 떠나버리는거예요. 지역에 머물 수 있는 근거지를 남겨놓기는 하지만 기획자들도 먹고 사는게 걸린 문제가 있다 보니 그것만 할 수는 없죠. 악순환인거예요. 기획자나 활동가로 지역에서 활동하는 것들에 대해서 약간 괴리를 느꼈어요.

기획이라는 말로 감싸긴 했어도 보부상처럼 떠다니는것과 다름없군요.

결국에는 내가 여기 주민이 되거나 상인이 되거나 내 삶의 터전이 되지 않으면 가능하지 않다고 생각이 들었어요. 그럼 일단 지역에 살아야겠다. 내가 변화시키고 싶은 지역에 살아야겠다고 다짐했는데, 막상 살려고 보니 먹고 살게 없잖아요? 뭘 하면 먹고 살 수 있을지에 대한 고민이 시작되었죠. 지역



이 단순히 잠자리를 제공하는 공간이 아닌 삶의 터전이 되기 위해서는 거기서 오랫동안 활동하고 일 하면서 사람들과 이야기 하는 등의 여러 가지 과정이 필요할텐데, 그걸 충족시키는 직업은 뭘까 고민했죠. 처음에는 건축을 배웠으니 동네에서 건축을 해 볼까 생각했어요. 그런데 동네 인테리어 아저씨들의 영업력과 단가를 이길 수 없겠더라고요. 마침 친했던 동생이 장사를 잘 하는 친구가 있어서 동네에서 장사를 하는 프로젝트를 하는 회사를 만들었어요. 장사는 행위이자 도구이기도 하다 보니 이를 통해서 지역의 재생과 발전을 꿈꿨던 것 같아요.

청년장사꾼

우리 매장만의 문화를 만들어가는 것, 다시 오고 싶은 재미있는 매장으로 키워나가는 것, 이는 누가 뭐라 해도 청년장사꾼 멤버들이 가장 잘하는 것이라 자부한다.

“속도가 느린 골목을 찾았다. 차가 너무 빨리 달리는 도로는 속도에 짓눌려 사람들의 속도도 같이 빨라지게 된다.”

그런 생각들이 장소를 찾는 밑바탕이 되신거죠?

처음에 장소를 찾을 때도 몇 가지 기준을 세웠어요. 무엇보다도 상권으로서 발전가능성이 있어야 한다고 생각했어요. 우리가 가진 자체적인 콘텐츠가 많이 약하기 때문에 단독으로 프로젝트를 하는 것만으로는 장사가 잘 되는것도 힘들고 상권을 만드는 것도 힘들겠다고 생각을 했죠. 그래서 장소를 찾는 조건이 있었어요. 소위 말해서 뜰 것 같은 곳인지 봤어요. 그때 본 지역이 성수동, 경리단길, 서촌 세 개예요. 건축하는 사람들 사이에서는 이미 이슈가 있는 동네죠. 성수동은 강남이랑 가까운 장점은 있지만 단독으로 들어가서 프로젝트를 하기에는 규모가 너무 커보였어요. 경리단길은 사실 서촌보다 먼저 들어가려고 준비했는데 저희가 생각했던것보다 너무 빨리 뜨면서 임대료가 가파르게 상승했어요. 그래서 서촌으로 들어가게 되었죠.

북촌은 이미 포화상태에 다다르고 있었고 이 사람들이 어디로 이동할지 생각을 하다 보니 자연스럽게 서촌과 연결되겠더라고요. 처음에는 옥인동과 수성동 계곡 근처 길을 먼저 봤는데 그 곳까지 상권이 형성되기에는 시간이

더 걸릴 것 같고 우리는 일단 생존을 해야 했으니까 시장 안으로 들어갔죠.

용산의 우사단단도 그 즈음에 함께 시작하신건가요?

서촌과 거의 동시에 진행된 프로젝트예요. 8월에 우사단에 점포를 오픈했고, 10월에 서촌에 들어왔죠. 우사단은 영리를 추구하는 가게가 두 군데 있었어요. 대신 지역 활동은 비영리로 진행했죠. 우사단은 이태원이라는 단단한 모상권을 가진데다 지역이 매력적이어서 선택을 했고 우리가 가지지 못한 콘텐츠, 그러니까 예술가들이 많이 있었어요. 문화 기획을 한 사람으로서 예술가들과 소통하는게 편하기도 하고 재밌는 걸 같이 하면 좋겠다 생각해서 들어가게 되었죠. 장사를 하긴 했지만 활동 위주였어요.

서촌에서 지내시다가 젠트리피케이션을 온 몸으로 맞으신 것으로 알고 있습니다. 그 과정이 열정도를 준비하는 과정에서 녹아들었던 부분이 있나요?

서촌이 뜰 것은 이미 예상하고 있던 지점이고 그 화마가 우리에게 닥칠 것도 당연히 생각하고 있었어요. 건물주가 바뀌면서 저희에게 말도 안되는 인상폭의 재계약을 요구했고, 원치 않는다고 말하니 재개발할거니까 나가라고 명도 소송이 들어왔어요. 건물주의 입장도 이해는 돼요. 원래 저희가 냈던 월세가 터무니 없이 저렴했고, 건물주가 바뀔 즈음에는 이미 주변 상권이 좋아졌을 때였어요. 같은 조건이면 백만원 이상 받을 수 있는 자리였죠. 그

래도 원만히 잘 해결하고 나왔어요. 워낙 상징적인곳이기도 해서 더 오래 장사했다면 좋았을거란 아쉬움이 있었죠.

그 후에 남영동으로 무대를 옮기신건가요?

서촌에서 일 하면서 열정도 프로젝트는 동시에 준비했어요. 지역적 상황을 봤을때 등지내몰림 현상은 자연스러운 것 같아요. 과하게 문제가 되는 경우가 있기도 한데 가해자도 있지만 피해자들도 있어요. 가해자라는게 집주인만 아니라고 생각하거든요. 그 상황에서 심각한 영향을 끼치는 세입자들도 많았어요. 예를 들어서 저희 말고도 명도소송을 당한 팀이 여러 곳 있었는데, 강제 철거 명령이 떨어졌다는 건 법에서 진거거든요. 그러면 나가야 하는데 버티는거죠. 버틴다고 건물 앞을 다 철골 프레임으로 막고, 골목인데 차를 세워놓고 통행을 막는거예요. 그 시기에 골목 전체 매출이 급감했어요. 결국 그분들은 원만하게 합의를 하고 나갔지만 다른 분들이 피해를 좀 봤죠.

열정도가 들어선 골목은 어떤 곳인가요?

주변 대단위 주상복합 개발과 달리 재개발이 무산되어 섬처럼 고립되어있는 인쇄공장 단지였어요. 공장 근로자 상대로 성행했던 식당가들이 한 때 부흥을 이루었지만 2차 산업의 쇠퇴와 주변 지역 재개발로 점차 슬럼화 되고 있는 곳이었어요.

점적인 점포 활동에서 골목이나 마을 전체를 대상으로 상권을 잡아야겠다고 생각하신 게 이런 경험들 때문인가요?

열정도는 최종 단계로 넘어가기 전 단계의 마지막 테스트라고 생각하시면 돼요. 저희는 외식업을 하고 있지만 콘텐츠를 만들어가는 사람들이라는 생각을 더 많이 해요. 어쨌든 회사니까 수익을 내는 노력을 해야하는데 단순히 매장에서 나오는 수익만으로는 상승폭을 기대하기 어렵죠. 이런 과정 속에서 무엇을 하면 될까 고민을 하다가 부동산 디벨로핑을 할 수 있다고 생각했어요. 예를 들어 어떤 지역에 들어와서 여기를 활성화 시키면 지가를 상승시키니까 상승분에 대한 수익도 볼 수 있다는거죠. 그렇게 하기 위해서는 사실 자본이 많이 필요한데 자본이 별로 없는 상태에서 열정도는 임대 형태로 들어왔거든요. 궁금했어요. 한 번에 들어와서 상권을 폭발시키면 관련 상권이 만들어질 수 있지 않을까 테스트를 해 본 거예요. 사실 집주인들만 좋은 일 시킨거죠(웃음).

매매는 장기임대차계약 형식이었나요?

아니요. 장기임대차 계약은 아니고 2년 계약을 했어요. 장기임대차계약이 무조건 좋지도 않아요. 잘 안되면 빨리 털고 나와야하는데 5년 동안 계약이 묶여있든지 임대가 안되는 상황이 발생한다면 위험성이 더 커지는거죠.

서촌, 우사단길, 용산. 장소 선택에 비슷한 이유가 있었을까요?

사람들이 골목을 좋아하는 이유는 안에 갇혀있는 걸 별로 안좋아하는 심리 때문인 것 같아요. 개인적으로도 안에 들어가서 소비하고 지하에 들어가서 밥을 먹는다면 하는 형식을 별로 안좋아해요. 공간이 조금 열려 있고 걸을 수 있을 만 하면서 차가 한 두대 정도 다닐 수 있는 보차혼용도로를 많이 찾았어요. 속도가 좀 느린 골목을 찾은거죠. 이런 게 건축을 하면서 배우게 된 것 같아요. 인도만 있으면 유입이 너무 적고, 그렇다고 차가 너무 빨리 달리면 속도에 갇혀서 사람들의 속도가 같이 빨라져버리죠. 그래서 사람과 차가 같이 지나다닐 수 있는 도로가 장사하기에는 가장 좋겠다고 생각했어요. 대표적으로는 가로수길이 있겠죠. 큰 틀에서는 모상권과 연결될 수 있는 자상권을 많이 찾았어요. 처음에는 모상권에 기댈 수 있어야 하니까요. 그 사람들을 이 골목까지 끌고 올 수 있는 가능성을 가진 상권을 찾았고, 머금고 있는 인구가 많은 곳 위주로 둘러봤어요.

익선동이 사실 매력적인 후보지였는데 좀 걸리는 게 있었어요. 익선다다 보다 먼저 갔었죠. 골목은 너무 예쁘죠. 여기가 뜰거라고 백퍼센트 확신 했어요. 그런데 지금은 서촌과 비슷한 문제들이 똑같이 생기고 있잖아요? 서촌에서 활동했었기 때문에 그 인근 지역을 조금 일찍 알았어요. 익선동이나 창신동도 앞으로 가능성이 있는 지역이지만 사실 철저히 관광상권이어서 주중보다는 주말이 장사가 잘 되죠. 그런데 관광상권은 계속 옮겨가거든요. 삼청

동에서 북촌, 북촌에서 서촌으로 그리고 익선동으로 움직이고 있는거예요. 결국 익선동도 오래 못간다는 거죠. 게다가 주변에 머금고 있는 주거가 없어서 상권이 오랫동안 유지될 수 없다고 판단했어요. 그런데 여기는 아파트로 둘러 쌓여 있잖아요. 근처에 사는 분들은 소득 수준도 높은 편이고 문화적인 부분을 이해하는 속도도 빠르죠. 즐길 수 있는 사람들이니까요. 그래서 아예 주말엔 영업을 안해요. 관광객들이 찾아오지 못하게(웃음).

맛있는 맛집들이 있는데 출연 요청이 와도 안나가는 분들이 있어요. 옛날에 한 번 나갔는데 방송 후 사람들이 너무 몰리는 바람에 단골 손님들이 다 떨어졌다는 거예요. 실제로 유명해져서 사람들이 몰리는 건 두 세달 밖에 안되는데 그 분들 바라며 한 철 장사를 할 순 없잖아요. 그것과 비슷하다고 생각한거죠. 상권도 주거지역 상권이 있고 오피스 상권이 있고 관광 상권이 있다고 하면 열정도는 주거와 오피스가 결합된 상권이거든요. 아이템들도 이에 따라 일반적인 것들이예요. 품목도 치킨, 고기, 찐꾸미, 곱창, 맥주, 감자집 이런 식이죠. 아주 일반적이면서 조금은 더 자주 먹을 수 있는 음식들이죠.

운영과 관리 MANAGEMENT

“급하게 성장하느라 중간에 못 챙긴 것들이 많다. 자금의 안배를 잘 해야 규모도 확장하고 내실도 다질 수 있다.”

스타트업이라 하기에는 규모가 꽤 큰데 처음부터 확장을 고려하셨나요?

고려했기보다는 오다보니까 여기까지 왔어요. 저희는 매장에서 실제로 노동을 하는 노동자들이 필요하다 보니 가게를 오픈함과 동시에 외적 확장이 필수인 업종인 것 같아요. 외식업이 노동 집약적 산업이다 보니 더 그래요.

회사가 커지면서 마주친 어려움도 있을 것 같아요.

급격하게 성장하다보니까 중간에 못챙기면서 왔던게 많았어요. 회사 운영을 해 본적이 없는 사람들이다 보니까 급여 지급 문제도 있었고요. 결국 사람에서 비롯한 문제가 많았는데 그런 부분은 이제 거의 다 고쳐놓았어요. 사실 몰라서 못했던것들도 많고 알면서 못 고친 것도 많았어요. 조직이 성장하고 회사가 커 나가기 위해서는 결국 필요한 건 자금인데, 어떻게 안배하느냐에 따라서 규모를 확장시킬수도 있고 내적으로 내실을 다질 수도 있는데 그런 것들에 대한 균형을 맞추지 못한 아쉬움도 있죠.

50명 정도가 청년장사꾼의 일원이라고 들었습니다.

본사에서 일하는 친구들이 열 명 가량 되고 나머지는 다 매장에서 근무해요. 기획을 담당하는 친구 셋, 회계 두 명, 디자이너 한 명, 대표 두 명, R&D 두명이 본사에서 일하는 멤버예요.

처음에 열정도 운영을 하면서 기대했던 것과 실제 운영 사이에서 달랐던 점이 있나요?

처음에 다수의 점포를 확보했던 이유는 포지션의 우위를 점하기 위해서였어요. 그렇지 못하면 우리가 원하지 않는 방향으로 흘러가는 걸 많이 봤거든요. 권리금만 받고 빠지는 사람들이 생겨나는 경우가 발생했었어요. 그런 사람들은 이제 다 빠졌죠. 그 다음부터는 친구들한테 물건을 아예 안주는 방식으로 임대료를 못하게 막았어요. 처음에는 저희가 열심히 움직이면 후발로 들어온 분들이 저희 입맛에 맞게 움직여주거나 협조하리라 생각했는데 생각보다 녹록치 않더라고요. 굳이 본인들에게 혜택이 돌아오지 않는 이상 협조할 이유가 없는거죠. 그런게 조금은 다른 점이었던 것 같아요. 좀 순진했죠.

운영 중에 가장 부족하다고 느낀 부분과 역량 강화를 위해 필요하다고 생각한 부분이 있나요?

인프라가 제대로 확충된다면 더 좋을 것 같은데…… 예를 들어 거리의 전체적인 조도가 밝아졌으면 좋겠다든지, 조형물 같은 것이 군데 군데 있었으면 좋겠다는 점들이에요. 전체적인 환경을 통일시켜줄 수 있을만한 톤앤매너를 맞추는 환경 작업이 있으면 좋은데 그게 자본도 많이 드는 데다 관의 지원이 필요한 부분이죠. 우리가 하는 사업이 행정에서 주도하는 사업이 아니다보니 관심이 없는 것 같아요. 민원이나 안들어가면 다행이죠(웃음).

“일단 지역 사람들과 좋은 관계를 만드는 것이 목표다.”

상업성과 지역 커뮤니티를 결합하는 방식이 궁금해요.

철저하게 지역 주민들이 우리 고객이라고 생각해요. 커뮤니티를 활성화 시키는 건 목표가 아니에요. 장사로 잘 먹고 잘 사는게 중요한데, 일단 지역 사람들과 좋은 관계를 만드는 것이 우리의 고객을 확보하는 것이기도 해요. 그런 관점에서 지역 커뮤니티를 바라보고 있어요. 썩 아름답지는 않죠?(웃음). 어느정도 선을 유지해가면서 더욱 더 정중하게 이야기하려고 해요.

골목을 무대로 삼으셨습니다. 어떤 건축, 도시적 전략을 가지고 디자인 하셨나요?

기존 상권의 세 가지 구성요소인 먹을거리, 즐길거리, 볼거리 중 청년장사꾼은 외식업에 집중하고 나머지 콘텐츠(커피숍, 오락실, 갤러리, 베이커리, 작업실 등)는 청년 장사꾼 외 매장으로 채워지도록 기획했어요. 처음에는 6개 매장으로 시작했는데 이제는 40개 이상의 단체와 함께 하는 지역 상권으로 성장했죠. 관광 상권처럼 한시적인 관심이 아니라 지속 가능한 성장이 되기 위해 모든 매장들과 함께 지역 상권 활성화를 위해 노력하고 있어요.

사람들이 모여들며 생긴 프로그램이나 변화가 있는지요?

한 달에 야시장을 한 번씩 열어요. 이태원에서는 계단장이라는 벼룩시장을 열었는데 성황리에 진행되고 정착이 잘 되었어요. 우사단에서는 낮 시간에 운영을 했었는데 여기는 저녁 시간에 주로 운영을 해요. 영업시간이 저녁이고 토요일 매출이 급격하게 떨어지는 것을 방지하기 위해 판을 벌이고 푸드 트럭들도 불러가며 진행했었어요. 사람들이 많이 방문해주시고 매장도 오시면서 경제적인 효과로도 잘 연결되고 있죠.

홍보와 파급 PROMOTION

“SNS만 홍보 수단으로 이용하고 있다. 같이 일해보자는 제안도 많았지만 매력적인 예는 없었다.”

홍보는 어떤 채널을 이용하시나요?

홍보는 SNS만 이용하고 있어요. 오프라인에서는 매장에 포스터를 붙이는 방식을 취하고 있고요. 정기적으로 열리는 이벤트는 다들 미리 알고 오세요.

열정도 시스템을 벤치마킹하려는 시도들이 있었나요? 주변에서 나도 이렇게 해 보고 싶다고 요청한다거나.

같이 일해보자는 친구들이 많았어요. 관에서 땅을 줄테니 거기서 하라는 이야기도 많이 해주셨고요. 그런데 보통은 자기들이 미리 만들어 놓은 판에 저희들을 끼워 넣는 방식으로 많이를 제안하죠. 빈 점포가 열 개가 있는데 다 빌려드릴테니 와서 장사좀 해 주세요 라는 식이에요. 대부분 허무맹랑한 장소를 말씀하시는 경우가 많아서 그런 데는 굳이 저희가 안들어가죠.

지속가능성 SUSTAINABILITY

“앞으로는 매입의 형태로 진행 될 것이다. 브랜드파워가 자리잡았기 때문에 모상권에 기대지 않아도 된다. 인터넷 기반의 유통업 확장도 고려중이다.”

지속성의 측면에서 지금 가장 절실하게 마주한 고민이 있다면 무엇일까요?

다음 스텝을 고민하고 있어요. 다음에 열정도 같은 프로젝트를 다시 하게 된다면 매입을 하는 방식으로 진행할건데, 투자를 받아서 매입을 하는 단계로 넘어갈지 다른 채널을 해 볼지 고민하고 있어요.

지역을 찾는 것도 지금과 비슷한 방식을 고수 할 예정인가요?

어딘가 장소가 있으면 좋은데 없어도 상관 없을 것 같아요. 기존에는 콘텐

츠가 가진 힘이 약했기때문에 그렇게 생각했던거고, 지금은 우리 브랜드가 어느정도 자리를 잡았다고 생각하기 때문에 모상권에 기대지 않아도 가능할 것 같아요. 매입을 해서 진행을 하려면 집값이 싸야겠죠. 어디 집값 싼 근사한 동네 없을까요?(웃음) 창업 방식으로는 건물형 창업도 생각하고 있고 스트리트형도 생각하고 있어요. 두 가지를 동시에 고민하고 있죠. 안 할수도 있어요. 너무 힘들어서요. 큰 사업을 벌인다는게 쉽지가 않거든요. 변수도 너무 많기도 하고. 지금은 사실 운영이 잘 되고 있어서 기쁜데 왜 잘되고 있는지에 대한 명확한 이유를 아직 잘 모르겠어요. 여러 가지 상황들이 복합적으로 작용한 것 같은데. 결과 분석도 좀 더 분명해져야겠죠.

다른 영역으로의 확장도 생각하고 있나요?

유통업을 생각하고 있어요. 식음료 부분만 생각 하는 건 아니에요. 물건을 판매하고 거기에 더 나은 가치를 매기는 일이 우리가 할 수 있는 일이라고 생각해요. 그러자면 플랫폼이 오프라인이 아니라 온라인에서도 가능하지 않을까 생각하는거죠. 인건비가 너무 올라서 계속 다른 고민들을 해야해요. 내년엔 최저임금이 많이 오르면 가게들이 많이 어려워질거예요. 지금은 너무 노동력 집약 산업이기 때문에 다른 방향으로의 피봇도 생각하고 있죠.

지역을 기반으로 여러 단체와 협업도 진행하신다고 들었어요.

더 나은 마을 환경 조성을 위해서 현대자동차와 서울시의 지원으로 마을 미술 프로젝트를 진행하고 있어요. 열정도 신문, 야시장, 갤러리, 마을 내 커피 동아리 진행을 통해 다양한 지역 사업을 주민들과 함께 호흡하려고 노력해요. 결국 언론에도 자연스럽게 노출되면서 마케팅 비용도 감소됨과 동시에 골목길 분위기 개선에도 도움이 되고 있죠. 지속 가능한 마을 공동체 형성이 곧 사업을 단단하게 만들어주는 일이라 생각하고 있어요. 앞으로도 용산맘 커뮤니티와 숙명여대와 협력하여 문화 콘텐츠를 꾸준히 개발할 예정이에요.

건축이란 무엇인가 ARCHITECTURE

“건축은 학문 자체가 구조적이고 구축적이다. 큰 틀에서 문화의 범주에 들어간다는 사실을 일반인들이 인식했으면 한다.”

학부에서 건축 전공을 하셨는데, 도움이 된 점이 있나요?

네. 건축 전공한게 도움이 많이 됐죠. 건축은 학문 자체가 굉장히 구조적이고 구축적이잖아요. 잡다한 것을 많이 공부해야 하기도 하죠. 철학, 수학, 미학에다가 프로그램까지 다룰 줄 알아야 하니까요. 그런 훈련들이 다양한 사고방식을 할 수 있게 도움을 주는 것 같아요. 문제를 해결해야하거나 목표가 생겼을 때 좀 더 구조적으로 머리속에 그려지는 게 있는 것 같아요. 그림

을 보면 그림 자체로 보여지는게 아니라 공간으로 보여질 수 있는 훈련이 되어있는거죠. 조금은 다른 시각으로 사물을 바라보는 눈이 생기는 것 같아요.

건축이란 무엇일까요?

건축은 큰 틀에서 문화라고 봐요. 아쉬워요. 우리 나라에서는 건축이 가지고 있는 의미는 부동산적인거밖에 없으니까요. 사실은 삶 속에서 문화적인 측면을 담당하고 있는데 말이죠. 문화라는 의미가 꼭 무엇을 소유하고 예술적이어야 하는 게 아니라 전체적인 토대나 분위기의 차원일 수도 있잖아요.

요즘에 이런 관점을 시도하는 회사들이 조금씩 생겨나는 것 같아요. 주거 측면에서도 완벽히 본연의 목적이나 본질에 집중하는 회사라던지. 이런 경향을 보고 있으면 생활 수준이 높아지면 인식도 바뀌겠다는 생각이 들어요. 저도 얼마 전에 정릉에 집을 하나 샀거든요. 다가구주택이 아닌 단독주택을 샀어요. 투자 가능성만 놓고 본다면 거의 제로에 가깝죠. 빗만 엄청 끌어안고 샀는데, 단독주택이 가져다 주는 주거로서의 기능이 필요했기 때문에 산 거거든요. 다른 사람들도 그렇게 바뀌어 가지 않을까요? 닭장같은 아파트를 바라보고 있으면 왜 거기에 사는지 잘 모르겠어요. 저희 집은 단층이거든요. 마당도 있고. 사실 아이가 생기면서 마당 있는 집으로 가겠다고 결심하기는 했지만 분명히 다양한 라이프스타일에 대한 기류도 앞으로 생길 것 같아요.

SNS

instagram
@youngseller_

facebook
/sellourpassion

blog
blog.naver.com/official_
youngseller

앞으로의 계획이 궁금합니다. 2년 계약을 하셨다고 말씀하셨는데 분위기가 많이 올라온 것 같아요.

저희는 계속 잘 유지 할 생각이예요. 여기서 직접 매장을 확장하지는 않을 생각이예요. 우리 말고도 하고 싶다는 사람들이 많기 때문에 열정도라는 지역은 외연적으로 충분히 확장될거라 생각해요.



빌드

#지역재생 #로컬벤처 #커뮤니티비즈니스 #육아

S	M	L	XL
제작	판매	전시	사무
교육	연구	상담	대관
휴식	식음	목욕	숙박

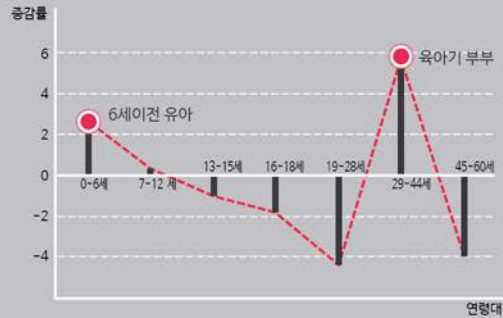
이십 년 전 매립되어 현재 아파트촌이 들어선 시흥시 월곶. 대규모 관광 단지 개발 실패와 잘못된 도시계획으로 이 지역은 주거와 유흥시설이 혼재하는 독특한 환경을 가지고 있다. 포구의 기능을 유지하고 있지만, 공판장은 사라지고 횃집만이 남아 어딘지 쓸쓸해 보이기까지 하는 이곳에 뜬금없이 그럴싸한 브런치 레스토랑이 들어섰다.

일곱 명의 청년들이 시흥에 모여 설립한 빌드. 이들은 침체된 지역에 혜성같이 등장하여 브런치 레스토랑을 열고 어느덧 꽃집과 책방이 결합한 2호점까지 오픈하여 사업을 서서히 확장하고 있다. 도시의 위기를 기회로 바꿔보려는 당찬 포부를 가진 이들이 꿈꾸는 미래의 월곶은 어떤 곳일까?



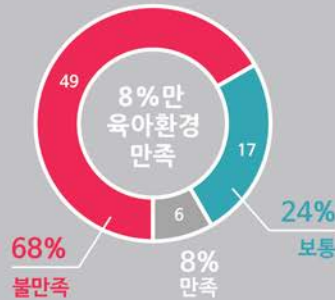
월곶지역 인구현황 (시흥시, 2016.08)

6세이전 유아와 30대 신혼·육아기 부부 인구증가 비율이 높음
7세이후 교육이 필요한 시기에 인구가 유출됨



월곶지역 육아 만족도 조사 (빌드, 2016.08)

주거단지와 교통노드 사이에 위치한 모텔촌 및 관광상권으로 인해
육아환경에 대한 만족도가 매우 낮음 (전체 설문응답자: 72명)



“아이와 엄마를 위한
시설확충 필요”



월곶지역 상권

관광지로 도시개발을 하였으나, 포구기능 상실과
관광자원 부재로 35%정도의 상가가 공실인 상태



월곶지역 및 주거환경

주요 상권 외 지역이 아파트 단지로 채워지면서,
관광상업기능 및 모텔촌과 주거기능이 혼재되어 있음





브런치 카페



키즈존



테라스

바오스 앤 밥스 : 노키즈존과 차별화

4년간 공실이었던 장소이며,
유동인구가 거의 없는 지역을
영유아 및 육아인구를 위한
브런치 레스토랑으로 변화시켜 운영 중

“나를 위한 작은 사치”

브런치 + 키즈존 + 테라스

월곶맘 프로젝트

아이를 돌보는 **엄마들은 언제 쉬 수 있을까?**
엄마의 자기 자신만을 위한 시간은 언제일까?

이런 질문에서 시작한 고민에서 프로젝트 기획
한 아이의 엄마되기 전에 한 여성으로서의
삶을 위해 빌드가 준비한 선물

“멋진엄마, 잘노는 아이”

엄마들을 위한 교육

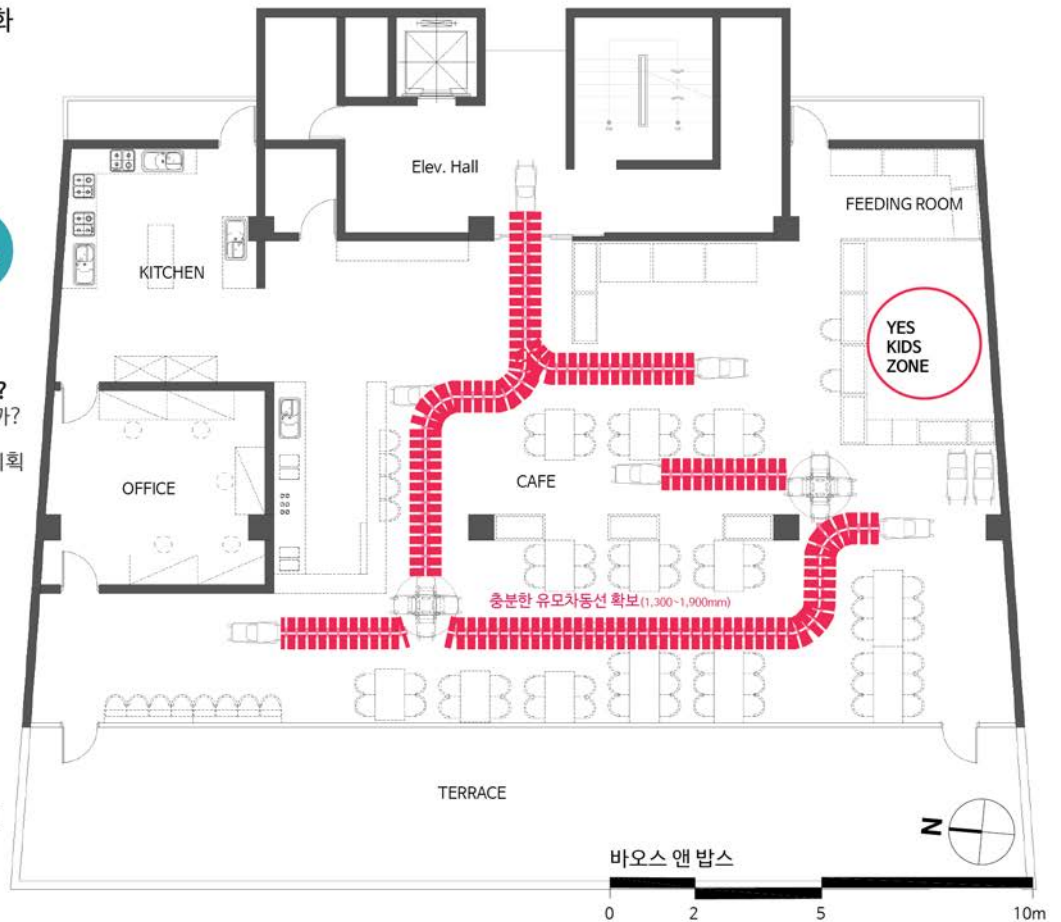
엄마 맞춤식 강연을 통해
엄마의 스트레스해소와 자존감 회복

아이들을 위한 놀이

월곶의 다양한 장소에서
아이들과 몸으로 놀아보는 재미난 시간들

월화수 (월곶맘들의 화려한 수요일) 모임 지원

모임장소 공간대여 및 플리마켓 공동기획
수익금 일부 지역 미혼모 보호시설 기부
지역 커뮤니티 프로젝트 공동 기획·운영



바오스 앤 밥스

변화의 움직임 SIGNAL

“이론 위주의 공부를 벗어나 실질적으로 해 볼 수 있는 것을 배우고 싶었다. 마을 만들기에 대한 관심이 커지던 중, 단지 활동만이 아니라 수익 모델을 찾아 사업으로 연결하려는 빌드의 시도가 매력적으로 다가왔다.”

바오스 앤 밥스

위치 | 시흥시 월곶해안로 107 4층

사업형태 | 음식점

규모 | 1개층

운영시간 | 11 ~ 23h

설립연도 | 2016년

원래 부동산을 전공하셨다고 들었어요.

대학에서는 지리 교육학을 전공했고, 대학원을 부동산학과로 진학했어요. 석사과정을 마치고 바로 빌드에 합류했던 것은 아니고, 부동산 신탁 회사에서 4년 6개월 정도 근무했어요.

신탁회사에서 일하시다가 빌드로 옮긴 계기가 있나요?

대부분의 직장인이 느끼는 것이지만, 저도 하나의 시스템 안에서 반복되는 업무를 하다 보니 새로운 일을 해보고 싶다는 생각이 들었어요. 또 부동산 업계의 특성상 전문적인 역량을 갖기 위해선 업계 내 다양한 분야의 업무를 경험하는 것이 필요하기 때문에, 이직해야겠다는 생각도 갖고 있었죠. 하지만 이직을 해도 업무만 바뀔 뿐, 결국 달라지는 것은 크게 없을 것이란 생각에 창업에 대한 생각도 하게 되었어요. 대학에서 지리를 전공했던 건 사람과 그 사람들이 사는 공간에 대한 호기심 때문이었어요. 예를 들어 사람들이 사

월곶동 책한송이

위치 | 시흥시 월곶해안로 111

사업형태 | 서점, 화원, 카페

규모 | 1개층

운영시간 | 9 ~ 24h

설립연도 | 2017년



©빌드

는 집은 지역에 따라 다른 특징을 보이고, 또 지역마다 문화도 다르죠. 사람들은 저마다 왜 다른 생각을 가지며 사는지, 왜 지역마다 다른 특징을 보이는지 궁금했어요. 대학에서 그 호기심을 어느 정도 해결할 수 있었지만, 이론 중심의 공부였다는 한계를 느끼게 되었고 무엇인가 직접 해보고 싶다는 생각을 하었어요. 그래서 좀 더 실용적인 것을 배우고 싶다는 생각과 취업에 대한 고민 끝에 대학원에 가서 부동산학을 공부하기로 결심했죠.

졸업 후에는 운이 좋게도 부동산 신탁회사로 들어갔어요. 부동산 학과를 졸업한다고 해도 신입사원 공채로 전공을 살려 취업할 만한 회사가 많지 않

빌드의 첫 가게 바오스앤밥스 자리는 4년동안 공실이였다. 상권이 쇠락하던 지역에 아이와 엄마를 위한 브런치레스토랑이 들어섰다.

아요. 건물을 관리하는 PM사, 유통회사의 점포개발 부서, 그리고 부동산신탁회사 정도가 있죠. 대학원에서 공부하며 도시재생, 마을 만들기에 대한 관심은 다시 생기고 있었지만, 현실적인 문제로 지금 당장은 돈을 벌어야겠다는 생각에 신탁회사로 들어갔어요.

계속 개인적인 관심사를 넓히다 보니 도시재생이나 사회적 경제 분야에도 다다르게 되었어요. 빌드도 그때쯤 처음 알게 되었죠. 페이스북 친구였던 우영승 대표가 메시지를 보냈는데, 도시재생이나 사회적 경제에 관심 있어 하시는 부동산 실무자를 찾던 와중에 제게 연락을 한 것이었어요. 두세 번 정도 만나 이야기를 나누어보니 제가 관심을 가지고 있던 마을 만들기를 지원금에 의존하지 않고, 수익 모델을 찾아 지속성 있게 사업을 하려고 한다는 계획을 듣고 함께하게 되었어요. 그리고 우영승 대표의 역량과 팀 구성 등을 보고, 이런 기회가 다시 오지 않을 것이란 생각을 하게 되었죠.

장소선정 LOCATION

“6,000세대가 넘게 살고 있음에도 월곳은 관광상권으로 조성되어 있었다. 이곳에 사는 많은 젊은 부부들이 한 단계 높은 여가생활을 즐길 수 있는 콘텐츠는 없었다.”



월곳을 선택한 이유는 무엇인가요?

처음에 우영승 대표는 시흥 목감지구에 3층 건물을 지을 계획을 하고 있었어요. 그런 상황에서 저에게 부동산 관련 자문이 들어온 것이죠. 사실 투자자를 찾으면 가능할 수도 있었겠지만, 경험 없이 하기에는 쉽지 않은 계획이었죠. 어쨌든 시흥 안에서 어떤 형태로든 사업을 해야겠다는 마음은 있었어요. 그리고 아무래도 상대적으로 낙후되거나 공실이 많은 곳을 살리는 것이 의미 있겠다고 생각했어요. 그래서 월곳을 생각하게 되었죠.

빌드

살기 좋은 도시, 내가 살고 싶은 도시를 직접 만들기 위해 의기투합한 일곱 명의 시흥 청년들. 우영승 대표를 중심으로 요리사, 바리스타, 디자이너, 부동산전문가 등이 모여 침체되어가던 월곳에 활기를 불어넣고 있다.

임효욱

고려대학교 사범대학 지리교육과를 졸업하고 건국대학교에서 부동산건설개발 전공으로 석사학위를 받았다. 졸업 후 아시아신탁(주)신탁사업본부에서 일하다가 빌드에 합류했다.

월곶은 관광지 개발에 실패하고 포구 상권도 침체한 곳이었어요. 20년 전에 매립해서 조성된 지역인데, 양쪽에 공동주택이 약6,000세대가 있고 그사이를 모텔들이 채우고 있어요. 포구 앞에는 찻집들이 늘어서 있고요. 주택을 지으려고 한 곳이 아닌데도 주거용지로 판 곳도 있어요. 최초 계획했던 것보다 아파트가 더 생긴 거예요. 학교도 초등학교와 중학교만 있고 고등학교가 없어요. 모텔이 이미 들어선 상태라 이제는 학교가 더 들어올 수도 없죠.

다시 말해 6,000세대가 넘게 살고 있고, 젊은 부모들이 많이 있는데 상권은 관광상권 위주로 형성되어 있는 것이죠. 물론 필수적인 근린상권은 형성되어있지만, 한 단계 높은 여가생활을 즐길 수 있는 아이템이 들어오지 않았던 것이고, 그런 틈을 조금씩 채워가야겠다고 생각했어요.

이 주변에 거주하는 젊은 부부들이 타깃이었군요.

네. 월곶에는 시화공단에서 일하면서 조금 여유가 있는 젊은 부부들이 거주하기도 하고, 인천 지역에서 넘어온 분들도 살고 계세요. 마침 시흥시의 슬로건이 아이 키우기 좋은 도시예요. 여러 가지 이유로 아이들과 부모를 위한 사업이 필요하다고 생각했고, 그리고 잘 될 것 같다는 생각이 들었어요.

“1호점 보증금과 공사 비용은 출자금과 각종 연구 용역 사업으로 마련했
다. 편당과 대출로 마련한 2, 3호점이 잘 운영되느냐의 여부가 빌드의 미래
를 결정할 것이다.”

회사를 시작할 때 자금은 어떤 방식으로 마련했나요?

기존 멤버 여섯 명이 각종 용역사업, 월곶맘 커뮤니티 사업, 월곶 지역 연
구 사업 등을 진행하며 수익은 털 가져가는 구조로 창업 자금을 모았어요.
그 돈으로 1호점 바오스앤밥스 비용을 마련했어요. 각자가 여유 되는대로 돈
을 조금 모으기도 했고요. 대출 없이 한 것이라 이자에 대한 부담은 없었죠.

그래도 넓은 공간을 임대하느라 비용이 꽤 들었을 것 같아요.

지금 바오스앤밥스 자리가 4년 동안 공실이었어요. 4층이라 전망도 너무
좋은데 사실 밖에서 보면 잘 안 보이거든요. 여기에 이런 공간이 있나 싶죠.
저희가 월곶에 있는 건물을 하나도 빠짐없이 돌아보며 찾은 결과였죠. 상권
이 쇠락하던 지역이라 처음에는 장사가 잘 안됐지만, 지금은 알아서 찾아오
시는 분들이 많아졌어요.

2호점을 열 때는 투자를 받으신 거로 알고 있어요.

1호점을 운영하면서 수익이 어느 정도 나기 시작하고, 교육 사업 등을 꾸준히 진행하였지만, 공동창업자들과 직원들의 인건비를 충당하기에 어려움이 많았죠. 추가 사업을 위한 자금을 마련하기는 어려운 상황이었어요. 예비 사회적기업으로 지정되어있어 관련해서 대출을 일부 받았고, 클라우드 펀딩(P2P대출)도 진행하였습니다. 그리고 개인적으로 지인들에게 투자를 받기도 했고요. 사실 매월 자금 사정이 빠듯해요(웃음). 아직은 버티고 있지만, 지금이 제일 중요한 시기라고 생각해요. 계획이 정상적으로 진행된다면 올해 안으로 매장을 하나 더 내려고 하는데, 3호점까지 하고 사업이 안정되느냐의 여부가 매우 중요해요. 우리가 가진 역량으로 콘텐츠를 만들어내고 잘 운영해서 수익을 낼 수 있는지를 보여주어야 하죠.

운영과 관리 MANAGEMENT

“기획에서 실행까지 어느 정도 다룰 줄 아는 다양한 분야의 사람들이 모였기에 시너지가 발휘될 수 있었다. 지역 주민만을 대상으로 운영하기에는 수익에 한계가 있다는 점이 딜레마다.”

어떤 일을 하는 멤버들이 모여 각자의 역량을 발휘하고 있나요?

공동 창업자 일곱 명 중에 두 명은 회사를 나갔어요. 한 명은 휴학 중인 상태여서 복학을 해야 했고 저희 사업에 대한 고민도 있어서 학교로 돌아갔어요. 다른 한 창업자는 자기가 좀 더 하고 싶은 일을 찾아 독립했구요. 지금은 창립자 다섯 명과 직원 세 명, 아르바이트생 10명 정도가 빌드에서 함께 일하고 있어요. 우영승 대표가 전반적인 경영과 창업 교육 사업을 담당하고 있고, 요리, 커피, 디자인, 마케팅, 점포운영, 부동산, 경영지원(회계, 인사 등) 등 각 분야의 담당자들이 모여 빌드를 꾸려나가고 있어요.

다양한 직종이 모인 만큼 시너지가 나타나요?

처음부터 새로운 것을 하기보다 각 분야에 어느 정도 역량이 있는 사람들이 모여있다 보니 시행 착오가 덜 했던 것 같아요. 예를 들어 1호점의 메뉴 개발도 요리하는 친구가 있으니까 가능했던 거예요. 한국조리과학고등학교와의 팝업 레스토랑 프로젝트도 그 친구 덕이었죠. 커피 메뉴 개발은 카페 운영 경험이 있던 바리스타가 담당했구요. 우영승 대표가 처음에 사람을 잘 모았어요. 기획에서 실행까지 어느 정도 할 수 있는 사람들이 모였기에 서로에 대한 신뢰가 생기고, 시너지가 발휘될 수 있는 것 같아요.

바오스엔밥스와 책한송이의 주요 고객은 젊은 부부인가요?

그렇죠. 주로 젊은 엄마들이 많이 와요. 엄마들을 위한 공간 개발로 사업

을 진행하고 있지만 앞으로 어떤 식으로 바뀌게 될지는 모르겠어요. 1호점이 아이와 함께 여유롭게 음식을 먹을 수 있는 공간이라면, 2호점은 엄마들이 성장할 수 있는 공간이에요. 책이나 꽃을 통해 내면의 아름다움이 채워질 수 있는 곳이죠. 책 한 권 읽고 꽃 한 송이 집에 꽂아 놓을 수 있는, 이를테면 자기 자신을 위한 선물을 할 수 있는 곳을 만들어 주고 싶어서 두 가지 콘텐츠를 섞은 거예요. 앞으로는 꽃 클래스나 북 콘서트도 진행할 예정이에요.

운영하면서 처음에 기대했던 것과 달랐던 점이 있나요?

지역 기반으로 지역 주민을 위해서 운영했으면 좋겠는데, 지역 주민의 이용만으로는 수익이 발생하기 어려워 외부로 홍보할 수밖에 없는 상황이 발생했어요. 파워블로거를 섭외하고 시흥 시내에 홍보하기 시작했죠. 이런 점이 딜레마이기도 해요. 월곶 주민을 위해 만든 콘텐츠인데 외부에서 많이 찾아온다면 안 좋을 수도 있잖아요. 주차문제도 있고요. 결국은 수익을 내기 위해 가게를 운영하는 것밖에 안될 것 같다는 생각도 들었어요. 두 지점을 어떻게 안배하느냐가 고민이에요. 유명해진다고 한들 지역 주민들이 이용을 못 하면 그저 외식업 하는 것밖에 안 되니까요. 한 가지 더는 주민들의 문화를 알아가고 만들어가는데, 시간이 좀 걸린다는 점이에요. 이탈리아 음식은 월곶에서 보편적이지 않을 수 있죠. 바오앤밥스에서는 생맥주를 팔지 않았었는데, 주민들이 찾으셔서 넣게 되었어요.

계속 주민들의 의견이 반영되고 있는데요. 다음 호점 방향에도 반영이 될까요?

지금 단계에서는 주민들과 너무 가까이 거리를 두려고 하지는 않아요. 천천히 관계를 만들어 나가고 있어요. 조금씩 알아가는 중이에요. 앞으로 시민 자산화 모델을 시험할 텐데 2호점과 3호점 운영이 안정되면 주민들에게 소유권을 조금씩 넘긴다든지, SPC를 만들어서 지분을 주민들과 나누려 해요. 그러려면 지금부터 신뢰를 쌓아가야죠. 그래야 주민들이 투자하고 직접 이용할 수 있겠죠. 주민들이 원하는 방향으로 4호점과 5호점을 확장할 수도 있고요.

두 매장을 운영하면서 부족하다고 느낀 점이 있나요?

첫째는 회계, 세무적인 부분이에요. 전문적인 역량을 가진 사람이 없다 보니 놓치는 부분이 계속 발생하는 것 같아요. 월곳맘 프로젝트를 진행하다 알게 된 주민 한 분이 입사하신 뒤로는 조금 정리되기는 했지만, 그래도 아직 많이 부족하다고 생각해요. 둘째는 인력 충원 문제예요. 괜찮다 싶은 친구들은 모두 서울에 나가서 일하려 하거든요. 아르바이트생 뽑는 것조차도 쉽지 않아요. 단순히 시간만 보내고 돈을 벌기 위한 사람보다는 회사 철학과 맞는 인재를 뽑아야 하니까 더 어려운 점이 있어요.

“소득 수준이 높고, 삶의 여유가 많은 사람이 사는 동네는 아니지만, 부담 없는 선에서 조금씩 라이프 스타일이 바뀔 수 있도록 유도하고 있다.”

지역 사람들이 빌드를 바라보는 이미지는 어떤가요?

좋아하시는 분들이 많아요. 2호점 공사할 때는 매일 건물을 지나가면서 변화하는 모습을 사진에 담아 기록하시는 분도 생겼어요. 고맙다는 분들, 이런 공간이 진짜 생겼어야 했다며 말씀해 주시는 분도 계세요. 필요한 것이 생겨서 좋다는 말을 많이 들었어요. 이 주변에 꽃집과 서점이 없었거든요. 1호점은 단골 손님이 이미 많이 생겼고, 2호점도 거의 매일 오시는 분도 계세요.

월곶맘프로젝트

월곶의 엄마들을 위한 프로그램. 1차와 2차에 걸쳐 진행된 프로젝트로 월곶 엄마들의 힐링과 성장을 위한 프로그램을 개발하고 커뮤니티를 만드는 기획이었다. 지역 주민과 한 발 다가서는 계기가 되었다.

바오스앤밥스와 책한송이에서 생긴 자발적 지역 커뮤니티도 있나요?

아직은 없는 것 같아요. 대신 우리가 독서 모임을 기획하려고 해요. 사실 인위적으로 커뮤니티를 만들어 내는 것이 의미가 있는 것인지, 또 만들어 낼 수 있다고 해도 그 과정이 어렵기 때문에 고민이긴 하지만 부담 없는 선에서 조금씩 라이프 스타일이 바뀔 수 있도록 유도하려고 해요. 주민들이 다른 지역 사람들에게 빌드가 있어 월곶이 살기 좋다는 것을 자랑하게 만들고 싶어요.



홍보와 파급 PROMOTION

“처음에는 홍보 자체보다는 지역 주민과의 관계를 만들고 유지해나가는 데 집중했다. 이후 새로운 매장을 열 때 지역 커뮤니티에서 자발적으로 관심을 보이기 시작했다.”

홍보 수단은 주로 어떤 채널을 이용하시나요?

처음에는 전단도 직접 돌리고 동네 곳곳을 다니기도 했어요. 온라인 커뮤니티에 올리기도 했죠. 지금도 홍보는 꾸준히 하고 있어요. 월곶맘 프로젝트

를 하면서 동네 사람들을 만나며 이야기도 하고 처음에는 홍보라는 목적보다는 관계를 만들고 유지하는 데 초점을 두었어요. 2호점을 열 때는 미리 우리가 이야기하지 않았는데도 자연스럽게 커뮤니티에서 말이 흘러나왔어요.

다른 지역에서 빌드의 시도를 벤치마킹하는 경우가 있나요?

똑같은 방식으로 다른 지역에 하려는 시도는 아직 없는 것 같아요. 빌드의 가치를 이해하고 응원해 주시는 정도예요. 사실 계획을 알고 있는 분들이 많지는 않아요. 소문이 돌기 시작하면 임대료가 올라서 우리마저도 내몰릴 수 있으니까 조심스럽게 모든 일을 진행하고 있죠.

지속가능성 SUSTAINABILITY

“3호점까지를 하나의 타입으로 만들어서 월곳에 터전을 잡고 다른 지역으로 콘텐츠를 가져가려 한다. 지역에 맞게 콘텐츠는 조금씩 변할 수 있다.”

3호점은 어떤 아이템을 생각하고 계시는가요?

구체적으로 정해지지는 않았지만, 키즈카페 형식이 될 것 같아요. 육아 사각지대가 있어요. 생후 18개월 미만 아이들은 머물 곳이 마땅치 않거든요.

엄마나 아빠가 무조건 붙어있어야 하는 데 갈 곳이 없어요. 할 수 없이 부모가 집에만 머물러 있어야 하는 경우가 많아요. 또한, 조금 큰 아이들의 경우도 사각지대가 존재해요. 어린이집이 끝나고 저녁 식사 전까지 시간이 생기는 데 갈 만한 곳이 주변에 없어요. 이런 행동을 잘 분석해서 시간대별로 타거트를 달리하여 엄마와 아이가 함께 머물 수 있는 공간을 만들려고 해요. 단순히 카페가 아니라 공간 구성과 프로그램을 다양화해서 흠을 뵌을 수 있는 곳이라든지, 누워서 같이 책을 볼 수 있는 장소를 만들려고 해요.

3호점 이후의 계획도 있나요?

계획이 조금씩 변하고 있기는 해요. 일단은 3호점까지를 하나의 타입으로 만들려고 해요. 내년 상반기까지는 월곳에서 운영하고 자리를 잡을 생각이에요. 사실 이 계획은 생각한 지 얼마 안 됐어요. 처음에 2호점을 낼 때, 다른 지역으로 옮길 것인지 아니면 유통구조를 바꿔서 식자재 판매도 해볼 것인지 다양한 측면에서 고민을 많이 했었거든요. 결론적으로 일단 월곳부터 바꿔보자고 결심해서, 3호점을 준비하고 있는 것이예요. 장기적으로는 다른 지역으로 우리 콘텐츠를 가지고 가려고 해요. 지역에 맞게 프로그램은 조금씩 바뀔 수 있겠쵸.

젠트리피케이션에 대한 고민이 있으시겠어요.

그렇죠. 그리고 그 문제를 해결해보려고 빌드가 만들어지기도 한 것이고요. 지역 주민들 스스로가 지분을 소유할 수 있는 구조를 만들면 젠트리피케이션 문제가 해결될 것이라고 생각하는데 거기까지 도달하기가 어려워요. 결국, 우리가 성공 모델을 보여주는 수밖에 없겠죠. 그렇지만 그 과정에서 외부의 자본이 흘러들어와 상권을 무너뜨릴 수도 있겠죠. 너무 어려운 문제예요.

연쇄적으로 점포개발을 하면서도 일괄매입을 동시에 진행하려는 꿈도 가지고 있어요. 결국, 대기업 등에서의 대규모 투자가 필요한 부분인데, 3호점까지 운영을 해서 가능성을 보여줘야 할 것 같아요. 어차피 기업에서도 부동산 투자를 하잖아요. CSR(기업의 사회적 책임) 형태로 기업이 건물을 매입해서 임대료 상승을 제한해주면 우리가 직접 운영을 하거나 창업 교육을 통해 괜찮은 콘텐츠를 집어넣는 방안도 생각 중이에요. 이 지역을 엄마(여성)들을 위한 사업을 하는 클러스터로 만들어보자는 제안을 하려는 거죠. 운영이 잘 돼서 임대 기간이 끝나면 저희나 지역 주민들이 같이 매입을 해서 수익을 이어나갈 수 있겠죠. 기업은 이곳에서 발생한 수익을 다른 지역에 비슷한 형태로 투자하면 될 것이고요.

“지리나 부동산은 공간과 사람의 상호작용을 연구하는 학문이기 때문에 다양한 관점에서 도시를 생각하게 해주었다.”

지리와 부동산학 공부 that 빌드를 이끌어나가는 데 도움 된 점이 있나요?

지리는 공간과 사람의 상호작용을 연구하는 학문이다 보니까 도시나 건축을 볼 때도 교통, 환경, 기후, 경제, 부동산 등을 여러 방면에서 포괄적으로 생각하게 돼요. 소득수준에 따른 생활, 개인의 취향, 시간대별 이용 패턴과 같은 현상을 바라볼 때도 한 가지 관점으로만 보지 않고 연관 지어서 생각할 수 있게 된 것이 많은 도움이 되고 있어요.

건축 도시 스타트업 운영 시 정부에서 필요한 정책지원이 있을까요?

아무래도 자금관리(재무, 세무, 회계) 부분이 어려워요. 학교에서 배우는 건축이나 도시 공부가 이론에 많이 치우쳐있다 보니까 실질적인 경영과 관련된 공부가 부족해요. 총무, 인사, 회계 등을 아우르는 경영 업무 지원이 있다면 좋을 것 같아요. 그리고 다양한 성공과 실패 사례들을 공유할 수 있는 채널이 있다면 많은 스타트업들이 똑같이 겪는 시행착오를 줄일 수 있겠죠.



공무점

#건축설계 #프로그램기획 #사업성분석 #유지관리

S	M	L	XL
제작	판매	전시	사무
교육	연구	상담	대관
휴식	식음	목욕	숙박

지하철 망원역에서 어쩌다가게로 향하는 길은 예사롭지 않다. 적당히 구불거리는 골목의 커를 몇 차례 지나면 한적한 주택가에 면한 하얀 건물이 나타난다. 언뜻 보아서는 주택 같은 이 건물에는 무려 열여섯 개의 작은 상점들이 웅기종기 모여있다.

능력은 있지만 가게를 내기 어려운 사람들, 실력은 있지만 커져만 가는 월세에 부담을 가진 사업자들이 어쩌다가게라는 한 지붕 안에 모여들기 시작했다. 가게들이 입소문을 타며 어쩌다가게는 홍대 상권을 대표하는 하나의 브랜드로 자리 잡았다. 수직 계단을 골목길처럼 공유하며 모인 작은 가게들의 이야기는 어디서부터 시작된 걸까?



I 어쩌다 가게 @ 동교 : 단독주택을 소규모 상점 9개로 리모델링

홍대앞 젠트리피케이션

임대조건 개선을 통한 지속가능한 개발

장소/기억의 희석

적정 리노베이션으로 장소성 부여

생산/소비문화의 획일화

라이프스타일 반영한 생산소비문화 제시



지역기반



네트워크



개성



최적화



전경

©공부실



공유마당

©공부실

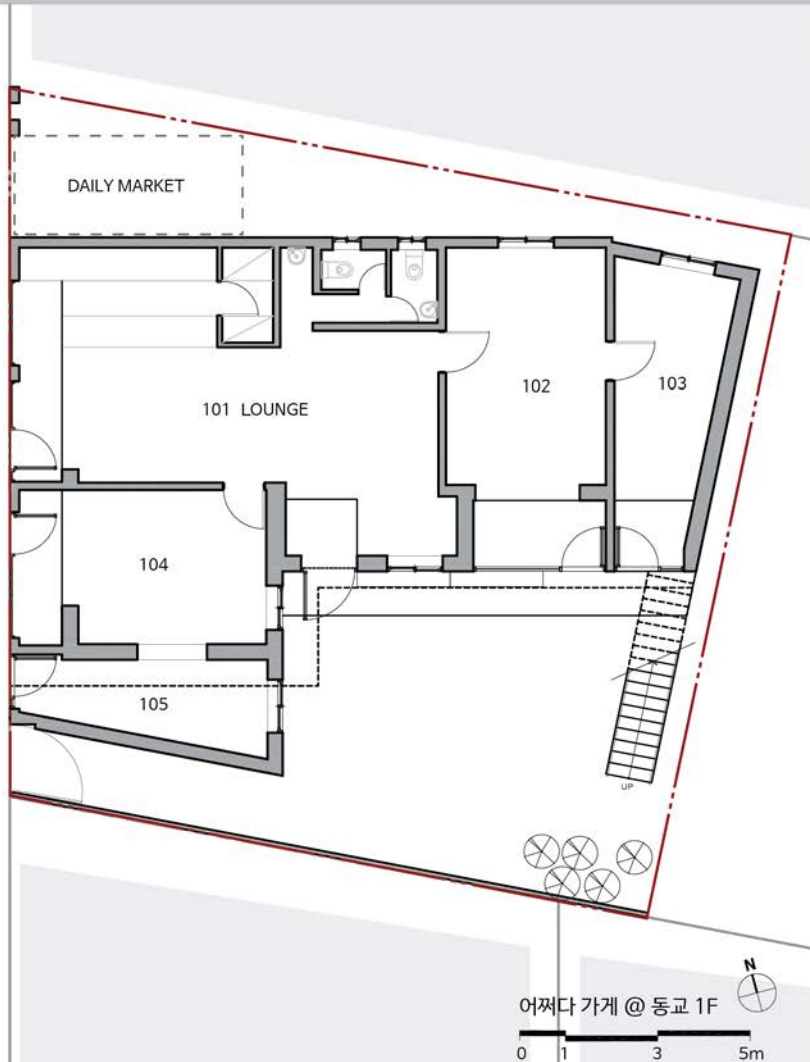
1F



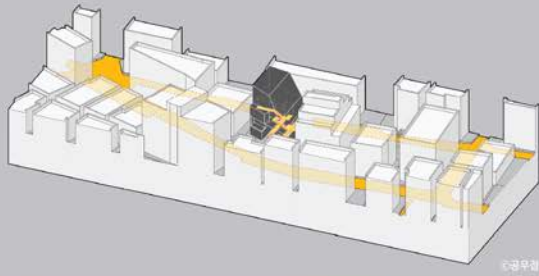
2F



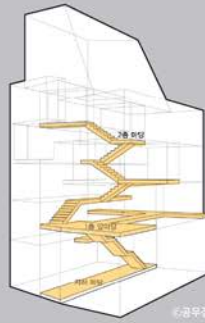
6m 도로



어쩌다 가게 @ 망원 : 소규모 상점과 공유 사무실로 신축



©공무청



©공무청

“길에 접해야 하는 상가의
입지특성을 반영하기 위해
망원의 골목길을 건물까지 끌어들임”



전경

©공무청



계단실 (2F)

©공무청

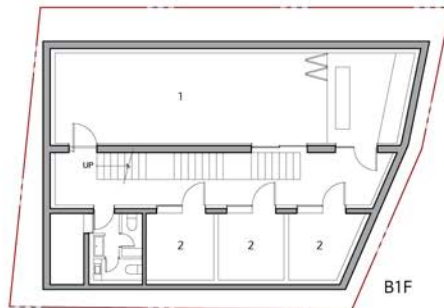


계단실 (지하)

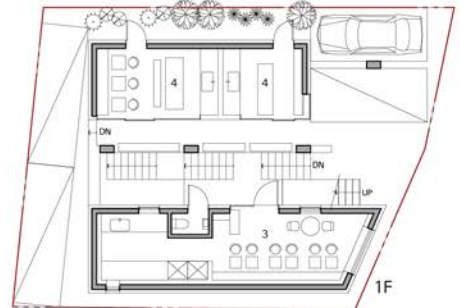
©공무청

계단실 (1F)

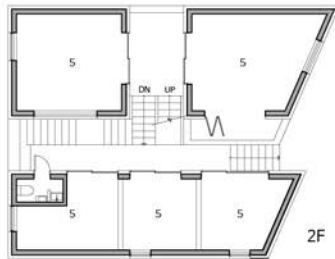
©공무청



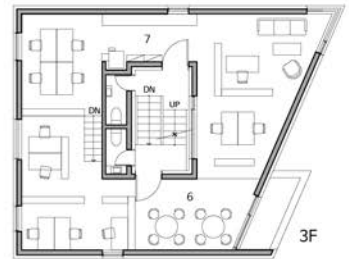
B1F



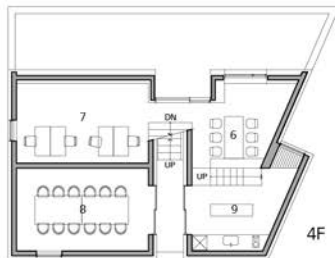
1F



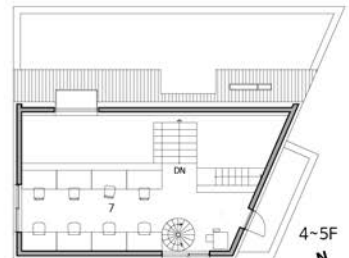
2F



3F



4F



4~5F

1. gallery / pub
2. studio
3. restaurant

4. cafe / bar
5. shop
6. office lounge

7. duplex share office
8. meeting room
9. office pantry

어쩌다 가게 @ 망원

0 2 5 10m



변화의 움직임 SIGNAL

“사회, 경제적 변화에 능동적으로 대응하려면 건축설계 업역을 더욱 폭넓게 이해해야 한다. 결국, 좋은 프로그램이 좋은 설계를 만든다.”

어쩌다가게 @동교

위치 | 서울시 마포구 동교동 148-12

사업형태 | 근린생활시설(소매점)

규모 | 지상2층

운영시간 | 업종별 상이

설립연도 | 2014년

어쩌다가게를 만들게 된 배경이 궁금해요.

서교동 일대에서 오랫동안 사무소를 운영하면서 자연스럽게 주변 상인들과 친분이 생겼어요. 만날 때마다 항상 이야기하는 주제가 있었어요. 젠트리피케이션에 대한 문제였죠. 상권은 점점 커지고 사람들은 모여들고 있지만, 임대료는 점점 치솟다 보니 좋은 콘텐츠를 가지고 있어도 내일을 장담할 수가 없는 거예요. 저희도 사무소를 경영하면서 건축가의 사회적 역할에 대한 고민이 많았거든요. 그러던 중에 전통적인 설계사무소 업역에서 벗어나 기획과 경영에도 적극적으로 참여해 보고자 어쩌다 가게를 기획하게 되었어요.

어쩌다가게 @망원

위치 | 서울시 마포구 망원동 57-194

사업형태 | 근린생활시설(소매점)

규모 | 지하 2층, 지상 4층

운영시간 | 업종별 상이

설립연도 | 2016년

대학원에서 부동산학을 공부하셨다고 들었습니다. 예전부터 설계 업역 확장에 대한 생각이 있으셨던 건가요?

대학원을 간 게 2002년이었어요. 설계라는 것이 창조적인 활동이잖아요? 그런데 일을 하다 보니 더 창조적인 게 있더라고요. 무엇을 할지 기획하는 부분이었어요. 결국, 프로그램이 좋아야 설계가 잘 된다는 생각이 들어 부동산



산을 공부를 시작하게 되었어요. 사실 설계와 관련된 일은 기술, 프로그램, 산업 등으로 다양하게 구분할 수 있는데 전통적으로 설계는 기술 영역에만 치우쳐져 있었죠. 설계 업무 이외의 연관 산업들은 건축설계업으로 인정하지 않는 분위기가 있었던 것도 사실이고요. 하지만 사회, 경제적 변화에 능동적으로 대응하려면 건축설계 업역을 더욱 폭넓게 이해해야 한다고 생각했어요. 그런 생각이 부동산 공부를 하게 된 계기가 되었죠.

내외부 공유공간의 확장

주변 골목길의 인상이 건물 내부까지 이어지는 공간 계획

장소선정 LOCATION

“평소에 알고 호흡하던 사람들과 함께하다 보니 자연스레 우리가 생활하는 터전 주변에 자리를 잡게 되었다. 망원점과 동교점 모두 큰 틀에서 보면 홍대 상권에 속해있다.”

어쩌다가게 망원점이나 동교점은 홍대 부근에 모여있어요. 장소 선정에 특별한 이유가 있나요?

동교동에 처음 어쩌다 가게를 열었을 때는 우리가 알고 있던 사람들이 먼저 들어왔어요. 가겟세가 비싸서 장사를 접으려 하거나 쫓겨나게 된 사람들이 주로 모였는데 그 사람들의 영업 지역이 홍대 주변이었기에 자연스럽게 이 지역에 자리 잡게 되었어요. 어쩌다가게 망원은 SNS를 통해 공개적으로 점포주를 모집하고 인터뷰를 진행하여 최종적으로 가게를 선별했어요. 동교점을 준비할 때 이야기가 되었지만, 시점이 안 맞거나 여건상 들어오지 못한 분들도 2호점에 입점하겠다고 문의하시기도 했죠. 저희가 망원점을 기획할 때만 해도 이 지역 월세가 저렴하기도 했고 어느 정도의 상권은 형성되어 있었어요. 넓게 보면 홍대 기반이었던 거죠. 주변에 함께 호흡하고 있던 사람들과 움직임이다 보니 이 지역을 벗어나는 것에 대해서는 크게 생각하지 않았어요. 대부분 점포가 새로 창업한 데가 아니라 홍대 주변에서 어느 정도 인지도가 있던 가게들이어서 오픈할 때 기대 이상의 호응을 끌어낼 수 있었어요.



운영과 관리 MANAGEMENT

“건물 유지 관리가 결코 쉬운 게 아니다. 설계 단계부터 반드시 고려해야 할 중요한 덕목이라는 걸 깨달았다. 입주하는 점포의 특성을 설계에 반영했다기보다 심층 인터뷰를 거쳐 어찌다가게의 특징에 맞는 업체를 선별했다.”

멤버가 세 명인 거죠?

공무점은 세 명이 운영하고 있어요. 수익률이 높지 않다 보니 직원을 많이 두지 못해요. 사이건축과 공무점이 서로 탄력적으로 움직이고 있어요. 설계

공무점

공무점은 ‘함께(共)’ 모여 경험하고 생각하며 논의한 내용을 바탕으로 적절한 쓰임새와 모양새를 ‘만드는(工)’ 조직으로 이렇게 만들어진 것들의 쓰임새와 장소의 ‘사회(公)’적인 의미발현을 목표로 만들어졌다.

업무를 담당하는 친구가 공무점의 일을 도와주기도 해요. 지점 수가 점점 늘게 되면 직원도 늘어날 것으로 생각해요. 현재는 대표들이 모든 일을 도맡아서 하고 있어요.

‘어쩌다 망원’은 설계까지 점포의 특성이 반영되었다고 들었는데, 기초설계 단계부터 입점하시는 분들과 이야기를 하신 건가요?

기본적으로 1호점 할 때부터 어쩌다가게는 3평에서 6평 정도의 작은 가게들로 시작했어요. 1호점이 입소문이 퍼지며 생각보다 굉장히 잘 되었는데 그 이유는 그렇게 작은 가게들이 기존 시장에 없었기 때문이었어요. 근린생활 설계라는 것이 공간을 마련해 두면 입점자들이 알아서 꾸며야 하고, 어떤 아이템이 들어오더라도 대응을 해 줘야 한다는 전제가 들어가 있잖아요? 그런데 어쩌다가게는 처음부터 ‘어쩌다가게’라는 프로그램이 먼저 있었던 거예요. 프로그램의 특성은 작은 가게들이 옹기종기 모여 있다는 것이었고요. 각 업체의 특성을 설계에 반영했다기보다는 어쩌다가게의 특징을 설계에 반영한 게 맞는 것 같아요. 어쩌다가게와 결이 맞는 가게를 선정한 거죠.

인테리어나 점포 분위기는 공무점에서 일괄 결정하시나요?

가게마다 붙어있는 창과 문만 디자인할 수 있도록 제안하고 대신 전체 건물 사인이라든지 돌출된 간판은 공무점에서 일괄 담당했어요. 내부 인테리어

어는 점포주와 협의만 했어요. 가게마다 특징이 다 다르면 좋겠다고 생각했거든요. 외부만 통일감을 주면서 내부는 각 가게의 개성이 살아있기를 바란 거죠. 사실 점포주들이 인테리어를 비슷한느낌으로 일괄 공사하기를 원하기도 하셨지만, 너무 통일되면 딱딱해 보일 것 같았어요.

가게를 선정하는 기준이나 조건이 있나요?

처음에는 기존 점포를 운영하던 분 반, 스타트업이 반 정도 섞였으면 좋겠다는 생각 정도였어요. 일단 입주하고자 하는 사람들을 세배수정도 뽑아 모두 인터뷰했어요. 어느 공간에 입점하기 바라는지도 3지망까지 쓰게 했어요. 최종적으로 입점을 확정하는데 가장 결정적인 요인은 그 사람의 열정과 태도였던 거 같아요. 병맥주를 파는 가게가 들어온 게 대표적인 사례예요. 처음에는 겹치는 업종은 피하도록 원칙을 세웠었어요. 공무점 자체적으로 지하에 생맥주 가게를 열 준비를 하는 상황에서 병맥주 가게를 입점하고 싶다는 분이 연락이 온 거예요. 그런데 이야기를 하다 보니 이 친구가 맥주에 대한 조예가 너무 깊은 거예요. 맥주에 대한 해박한 지식과 앞으로의 계획이 사업계획서로 잘 정리가 되어있었어요. 믿음이 생기더라고요. 그래서 입점하시라고 하고 대신 우리가 병맥주를 팔지 않았죠. 병맥주를 원하는 분들은 병맥주 집에서 사다가 먹어도 된다고 말씀드렸고요.

그 전에 뭘 했는지도 좀 봤어요. 완전 처음 시작하는 스타트업인 경우는 인

터뷰하다 보면 어떻게 사업을 하시려고 그러는지 너무 대책이 없는 경우도 많았어요. 가게를 열면 공무점이 다 관리해 줄 것처럼 생각하는 분도 계시더라고요. 그런 업체는 자연히 빠졌죠. 대개는 인터넷 쇼핑몰이나 클래스를 운영한다거나 자기 작업을 하면서 활동은 하고 있지만, 가게를 가지지 않았던 분들이 많이 지원했어요.

사실 식당을 꼭 유치하고 싶었는데 어려움이 많았어요. 몇 팀을 인터뷰했는데 장소 문제도 있고 가게가 썩 크지 않아서 수요가 발생하기 힘들다고 판단하시더라고요. 난항을 겪는 와중에 원래 여기서 공방을 하던 친구가 자기 어머니의 친구분과 함께 식당을 한번 해보고 싶다고 제안을 했어요. 현재는 공방 문을 닫고 식당 운영에 집중하고 있죠.

어느 부분까지 관리를 해주시나요?

현재 입점하여있는 점포는 망원점이 열여섯 개, 동교점이 아홉 개인데 저희는 관리는 되도록 하지 않으려 해요. 이런 표현을 하곤 해요. 운동장을 만들어놓고 선수를 선발하여 플레이를 알아서 하도록 유도하는 거죠. 우리가 통제하기 시작하면 자발성도 떨어지는 경우가 있어서 최대한 관여하지 않으려 해요. 반상회를 열고 청소와 유지관리를 하는 정도예요. 1층에 들어선 서점은 공무점 직영점이에요. 우리도 하나의 플레이어로 뛰고 있는 거죠. 이런 방식으로 운영 면에서 함께 공감하고 있어요.

시설 관리는 저희가 직접 해요. 그런데 건물 관리라는 게 스트레스가 정말 많더라고요. 설계자로서의 태도가 바뀔 정도로, 직접 운영을 하면서 많은 걸 깨달았어요. 예전에는 이른바 폼나게 설계하기 위해서 사용성과 유지 관리 면에 소홀한 적도 있었는데 이런 태도를 완전히 버리게 되었어요. 유지관리라는 게 건물을 설계할 때 있어서도 반드시 고려해야 할 중요한 덕목이라는 걸 알게 되었죠.

실제 운영을 하면서 시행착오를 거쳐 2호점이나 3호점에 적용한 예가 있나요?

1호점을 운영할 때는 처음부터 관리비를 책정하지 않았었어요. 같이 모여서 요일별로 돌아가며 청소를 하자는 식이었죠. 그런데 사실 청소라는 게 굉장히 주관적인 것이거든요. 누구는 했다는데 다른 사람이 보기에는 안 한 것 같은 식이죠. 스트레스들이 조금씩 깔리기 시작하더라고요. 저희도 막상 대놓고 이야기하기가 꺼끄러운 거예요.

문제점을 차츰 발견하면서 시스템화가 필요하다는 생각이 들었어요. 2호점을 시작할 때는 어찌다가게 사용설명서를 만들었어요. 3호점은 내년 1월에 오픈하게 될 텐데, 새로운 시행착오들이 반영되겠죠.

처음에 기대했던 점과 가장 달랐던 부분은 무엇이었나요?

맥줏집이 잘 안된다는 것?(웃음) 사실 저희가 맥줏집을 운영하려고 한 건 아니고 입주자들이 한데 모이는 장소가 한 군데는 있어야 하지 않을까 생각했어요. 어찌다가게 망원점은 지하 라운지가 상당히 넓어요. 공연도 하고 강연도 펼쳐지는 곳으로 계획했어요. 지금은 입주자들이 공간을 직접 기획하고 운영할 수 있어요. 입주한 모든 사람이 3평 정도의 자기 공간을 가지고 있지만, 라운지를 통해 확장된 개념을 가질 수 있어요. 하지만 공간을 그냥 놔두면 비용이 손실되기 때문에 프로그램이 없는 날은 펌으로 운영하려고 수제맥줏집을 운영했어요. 부정기적이다 보니 우리가 할 수밖에 없었죠. 그렇게 시작했는데 아르바이트 비용도 나오지 않는 거예요. 수제 맥주는 특성상 한 통을 열면 일주일 내에 먹어야 하거든요. 그래서 어쩔 수 없이 저희가 맥주도 많이 마셨었죠(웃음).

유니버설 디자인

장애의 유무나 연령 등에 관계없이 모든 사람들이 제품, 건축, 환경, 서비스 등을 보다 편하고 안전하게 이용할 수 있도록 설계하는 것으로, 영국의 셀윈 골드스미스에 의해 처음 개념이 정립되었으며 미국의 로널드 메이스에 의해 널리 알려지게 되었다. “모두를 위한 설계”(Design for All)라고도 한다.

운영하면서 흔히들 이야기하는 유니버설 공간에 대한 생각을 다시 하게 되었어요. 예를 들어 맥줏집을 운영한다고 하면 맥주에 그야말로 모든 것을 쏟아부을 수 있는 사람이 있어야 해요. 맥주 자체에 대해 연구도 하고 안주도 끊임없이 고민하는 사람이어야 하는 거죠. 그런 노력이 없는 가게는 경쟁력이 없는 거예요. 맥주는 맛있는 걸 선정했어요. 수제 맥주 만드는 공방도 몇 군데 둘러서 선별하여 납품받았는데 그거 가지고 되는 게 아니더군요. 어떤 가게를 한다는 건 그게 얼마나 큰 고민과 집중도가 녹아야 하는 건지에 대해서 생각하게 되었어요.

“어쩌다 가게에 입점한 점포주들끼리 팝업스토어를 기획할 만큼 유대감이 생겼지만, 주변에 사는 이웃들과의 소통 방법은 여전히 풀어야 할 숙제다.”

다른 점포들과 어쩌다가게의 성격이 다른 만큼 입주자들 관계도 남다른 것 같아요.

같이 모여 전시를 하기도 해요. 서점 매니저가 우리 직원이기도 하지만 기획도 참여하거든요. 다음 주에 압구정 현대백화점에서 어쩌다 가게 기획전 을 여는데 공무점이 주도하지 않았어요. 입점하신 분들이 서로 모여 기획하 고 지역 주변 공방들이 함께 참여해서 어쩌다가게와 친구들 같은 느낌의 팝 업스토어를 열게 되었어요. 입주자들이 모여 회의를 거듭하여 진행한 프로 젝트예요.

공무점이 자리를 잡으면서 지역 주민들 사이에서도 변화가 감지되었나요?

망원동에 입주한 지 이제 2년이 되어가요. 여기 주변은 완전히 주택가예요. 처음에 설계하고 들어왔을 무렵에는 이웃들로부터 이상한 애들처럼 취급받 았어요. 민원이 상당했죠. 예상 못 했던 부분이에요. 상업지역에 속한 건물 이라면 주변 상권이 있으니까 소음이나 기타 문제에 적응이 되었을 텐데 주 거지역 가운데 다른 성격을 가진 아이템이 들어온다는 게 편하지는 않았을



©공무점

어쩌다가게 압구정

현대백화점에서 특이한 가게들을 모아 특별한 행사장에서 진행하는 팝업 프로젝트

거예요. 떠드는 사람, 지나다니는 사람들이 많다 보니 불편한 건물로 인식되었죠. 지금은 시간이 차츰 지나면서 소음이 일상화되었는지 민원이 덜해졌어요. 다음에 뭘 할 때는 이 점이 고민거리가 될 것 같아요.

지속가능성 SUSTAINABILITY

“다른 곳에서 어쩌다가게 시스템을 하더라도 점포들끼리 머리를 맞대어 자생적으로 발전하는 모델이 되길 바란다.”

어쩌다가게 압구정은 어떤 프로젝트인가요?

현대백화점에서 특이한 가게들을 모아 특별한 행사장에서 진행하는 팝업 프로젝트예요. 작년에 제안이 왔었는데 조건이 복잡했어요. 서로 조율을 하다가 틀어졌었죠. 허가 사항도 많았고 비용이나 절차 문제도 있었어요. 올해 다시 제안이 들어왔는데 작년보다는 많이 완화된 조건이 있어 참여하게 되었어요. 2호점까지 안정된 만큼 입주자들도 적절한 이슈가 생기면 좋을 것이라 생각했어요.

지금은 건물형으로 사업하고 계시는데, 다른 형태도 생각하고 계시는지요?

자본력에 한계가 있기 때문에 자체적으로 기획만 한다고 이루어지지는 않

는 것 같아요. 현재 여섯 개 설계 사무소가 조합을 만들어 기획하고 있는 면목동 공동체 주택이 조금 다른 형태일 수 있을 것 같네요. 300m 정도 되는 거리에 서울시의 자투리땅 열 개 정도가 연속적으로 붙어있는 곳이에요. 건물 위는 공동체 주택이고 1층에 열 개 정도의 다양한 프로그램들이 거리를 따라 연결되는 기획을 하고 있어요.

사실 우리는 형태 자체에 집중하지 않아요. 기획하면서 어떤 방식으로 진행되어야 재미있고 잘 돌아가겠다는 생각은 있는데, 그런 생각들이 나중에 어떤 형태로 구현될 것인가의 문제죠. 거리형도 생각해 봤지만, 가게들이 너무 띄엄띄엄 있다면 시너지가 발휘되지 않을 거예요. 적정 거리 형성 문제 말고도 임대 형태나 자본 투입 정도에 따라 결과가 또 다를 수도 있고요. 모든 조건이 잘 맞아떨어진다면 거리를 꾸미는 것도 좋을 것 같은데 잘 안 맞더라고요.

그리고 우리끼리 이야기만 하다가 실현되지 않은 계획도 있어요. 제주도 구도심 활성화 방안이에요. 대책위원회 측에서 연락이 와서 이야기를 나눈 적이 있어요. 구도심 중심 거리를 활성화하려면 군데군데 지속해서 핵심 점포들이 들어설 수 있도록 가게들을 섭외하고 확보해 놓아야 한다고 제안을 했죠. 키 테넌트들이 들어가서 이야기가 만들어지면 나머지 침체되어있던 가게들로 파급효과가 이어지면서 새로운 거리가 형성되는 거잖아요. 그런데 소유권이 다 다르고 복잡한 상황에서는 만들어내기 쉽지가 않은 게 현

실이에요. 자본의 속성과 흐름을 이해하지 않고 부동산을 이해하는 건 몽상에 불과하니까요.

동교동 주변 임대료가 점차 오르고 있고 지역도 변화하게 될 텐데, 이에 대해 대비를 하고 있나요?

동교동은 계약 기간이 이제 일 년 정도 남았어요. 아마도 저희는 쫓겨나게 될 거예요. 구십 퍼센트 이상 그렇게 될 거라 예상해요. 현재 동교동에 들어오신 분들은 저렴한 임대료를 내고 있어요. 처음에는 주변과 비교해서 적절한 수준이었는데 주변 시세가 급격하게 오르면서 현재는 싼 임대료를 유지하고 있는 거죠. 결국, 옮겨야 할거예요. 그래서 일 년 이내에 입점한 분들이 옮겨갈 자리를 어떻게 만들어볼까 생각하고 있는 단계예요.

앞으로의 계획이 궁금해요.

어찌다가게가 어떻게 변할지 저희도 잘 모르겠어요. 여기까지 온 것도 처음부터 의도한 건 아니었거든요. 어떤 분들은 “어찌다가게 100호점은 해야지?”라고 말씀하시기도 하는데, 그런 태도를 보이지는 않아요. 앞으로 어찌다가게를 계속하더라도 가게들 안에 직영점 하나씩은 반드시 넣고 싶어요. 그 외에는 점포들끼리 자생적으로 발전했으면 좋겠어요. 아이디어를 한 곳에서 내는 것보다 여러 사람이 머리를 맞댄다면 더 시너지가 날 테니까요.

우리는 단지 어찌다가게를 통해 그런 장을 만들겠다는 생각인 거예요. 하나의 플레이어로 들어가서 같이 만들어보자는 정도의 태도만 가지고 있어요. 사실 그래서 시너지가 계속 나오고 있기도 하니까요.

3호점에서는 새로운 아이템으로 어찌다 하룻밤이라는 프로그램을 넣어 볼 거예요. 게스트하우스를 하나 운영하면서 그 밑에는 생활용품 편집숍이 들어올 거예요. 편집숍에 생활용품이 전시되고 숙박하면서 써 볼 수 있는 형태예요. 이 계획은 숙박이나 주거에 대한 고민에서 시작되었어요. 건축이라는 게 사는 것에 대해 계속 이야기를 하는 거잖아요? 체험형 숙박에 대한 관심이 커지면서 이번에 직접 시도해 보려고 하고 있어요.

계속 이야기만 하다 실패하고 있는 어찌다갤러리 기획도 있어요. 갤러리 없이 외로운 큐레이터들이 정말 많거든요. 역량은 있는데 펼칠 장이 부족한 거예요. 우리는 판이 될 공간만 제공해주면 되잖아요. 공유 갤러리 같은 형태로 큐레이터들이 서로 기간을 정해서 이벤트를 만들어 내는 거죠. 기획은 완성해 봤지만, 아직 실행을 못 하고 있어요. 일단 갤러리라는 것이 수익률이 굉장히 낮아요. 그러다 보니 부동산으로 해결하려면 좀 어렵죠. 이 외에도 여러 프로그램을 준비하고 있어요.

어찌다가게가 잘 되다 보니 홍대 중심 상권에 위치한 건물을 가진 분들이 위탁 운영을 해 달라고 세 번 정도 제안이 왔었어요. 좋은 건축주분들도 많

았지만 결국 그분들도 건물을 비싸게 매입했다 보니 수익이 나려면 비싼 임대료를 받는 업종을 넣어야 하는 거예요. 그런데 어찌다 가게의 업종들은 특성상 임대료를 많이 받을 수가 없어요. 결국, 못하게 되었죠. 돌이켜보건대 어찌다가게는 장사가 잘 안되는 데 가서 우리끼리 열심히 운영하여 활성화 하는데 특화된 컨셉이지 않냐는 생각이 들어요.

건축이란 무엇인가 ARCHITECTURE

“공유공간을 운영하려면 초기에 규칙을 자세히 정해야 한다. 공유에 규칙이 뒷받침되지 않으면 공유라는 개념 자체가 흔들리게 된다.”

어찌다가게, 어찌다집 프로젝트를 통해 다양한 공유공간을 경험하셨어요. 운영하시면서 공유공간을 바라보는 관점이 조금은 달라졌으리라 생각되는데요.

달라졌죠. 공유공간에 대한 개념에 대해서 확실히 생각하게 된 건, 초기에 규칙이 텍스트로 정확히 명시되어야 한다는 점이에요. 그게 중요한 것 같아요. 예를 들자면 클래식 음악을 듣기 위해 정장을 입고 와야 한다는 이야기가 미리 공지되면 스트레스를 받지 않잖아요. 하지만 막상 입주자가 모이고 나서 규칙을 정하고자 하면 다른 문제가 발생해요. 규정을 미리 잘 생각해 두어야 해요. 사람들이 생각보다 자기 의견을 막 내놓지 않아요. 그냥 조용히 나가요. 그래서 규율을 자세히 정해야 해요. 주거는 특히 더 세심해야 하

는 것 같아요. 공유라는 단어에 규칙이 뒷받침되지 않으면 공유가 혼란스러워진다고 생각했어요. 개성이 있는 건 좋지만 충돌하게 되면 규율이 필요한 만큼 규칙이 있는 공유가 되어야 공유공간이 의미가 생겨요.

건축의 의미가 공무점을 하기 전과 후에 달라진 점이 있을까요? 특히 도시에 대한 생각이나 건축을 대하는 태도가 조금은 변하셨으리라 여겨지는데요.

공무점과 어찌다가게를 하는 것 자체가 원래부터 생각하던 걸 실현하는 중이에요. 전체적인 큰 틀에서의 변화보다는 세부적으로 유지 관리가 중요하다고 듣기 시작한 게 결정적으로 많이 바뀐 점이에요. 수직적인 의사소통 구조보다는 시너지가 나는 조직과 팀과 함께 대화해야 한다는 확신이 생겼어요. 사람마다 다르겠지만 개인적으로는 어찌다가게를 시작하면서 설계가 예전보다 훨씬 재미있어졌어요. 클라이언트의 의뢰를 받아 설계만 할 때보다 직접 운영을 하다 보니 실질적인 쓰임에 대해 더 깊은 생각을 하게 되었어요. 어찌다가게의 경험이 설계 하는데도 매우 많은 도움이 되는 것 같아요. 그게 제일 큰 변화예요.

SNS

instagram
@uhjjuhdah

facebook
/uhjjuhdah

twitter
/uhjjuhdah



서울소셜스탠다드

#공유주택 #청년주택 #1인주거 #서울 #표준

S	M	L	XL
제작	판매	전시	사무
교육	연구	상담	대관
휴식	식음	목욕	숙박

사회 구성원이 변하고 있다. 가족은 점점 작은 단위로 쪼개지고 있다. 결혼해도 아이를 낳지 않는 이른바 딩크(DINK)족이 늘어나고 비혼족도 많아지고 있다. 그동안 우리가 기준이라고 여겼던 모든 질서는 흔들리고 있다.

2012년, 건축학과를 졸업하고 각자 다른 분야에서 활동하고 있던 세 친구가 모였다. 빠르고 밀도 높은 성장의 역사를 가진 서울(Seoul)을 배경으로 그 안의 사람과 시간, 공간이 만드는 다양한 관계(Social) 속에서 우리가 지지해야 할 표준(Standard)이 무엇인지 발굴하고자 하는 취지 아래 설립된 서울소셜스탠다드. 이들이 바라보고 있는 서울, 더 나아가서 사회의 의미는 무엇일까?

共有

공유

- RESEARCH
- MANAGEMENT
- DEVELOPMENT

연남동 어쩌다 집 시장조사

저층주거지 연남동 시장조사

통의동 통의동집 개발

혼자이면서 함께사는 집

창신동 지역조사

Bottom-up: 이야기가 살아있는 조사

남대문시장 지역조사

개발과 우발의 나이트, 남대문시장

셰어오피스 막다른 운영관리

좀 더 유연하게 움직이기 위한 준비운동

역삼동 세어원 시행대행

혼자이면서 함께사는 집

역삼동 위드썸땀 운영관리

어떤 재미있는 일이 일어날 것만같은, withsome/thing

대학동 고시촌 지역조사

1인카구의 도시공간 구성사

대방동 무중력지대 공간구축

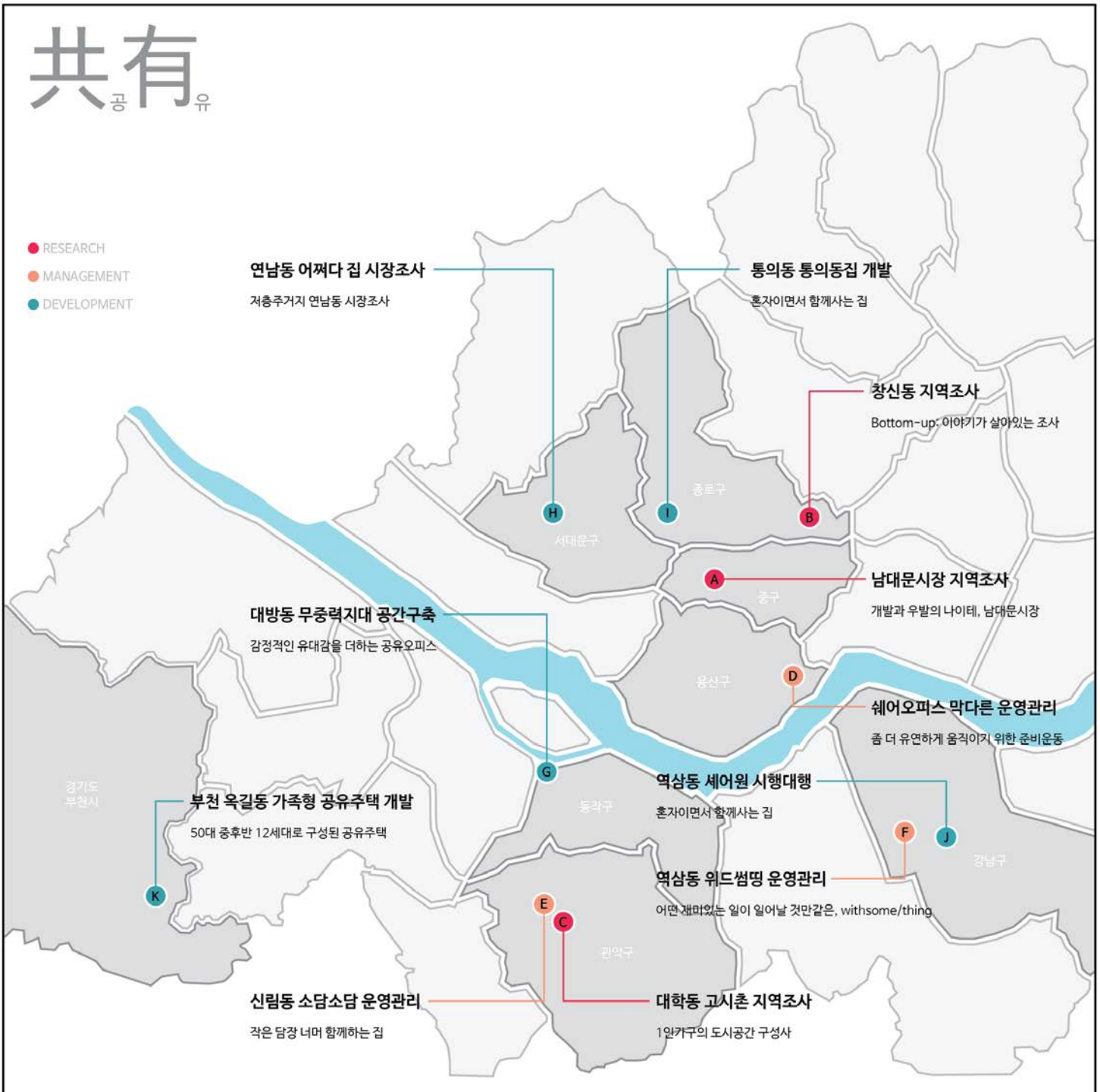
감정적인 유대감을 더하는 공유오피스

부천 옥길동 가족형 공유주택 개발

50대 중후반 12세대로 구성된 공유주택

신림동 소담소담 운영관리

작은 담장 너머 함께하는 집



I RESEARCH 연구 영역

A 남대문시장 지역조사 (서울역사박물관/ 2013.10) 서울의 다양한 역사의 발견으로 이어지는 사연의 보고

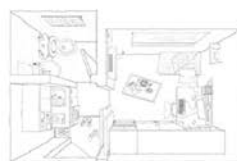


©서울소셜스탠다드

B 지역조사방법론, 창신동 (서울소셜스탠다드/ 2014.03) 끊임없이 변화하는 동적인 도시를 향한 새로운 접근



C 대학동 고시촌 지역조사 (서울역사박물관/ 2014.10) 1인가구 관찰 및 서울 주거지 풍경변화 기록



©서울소셜스탠다드

I MANAGEMENT 운영·관리

D 웨어오피스 '막다른' 운영관리 (2016.05~) 한남동 3층짜리 가정집에 작은 업무공간 및 커뮤니티공간 운영·관리



©서울소셜스탠다드



©서울소셜스탠다드

E 신림동 '소담소담' 운영관리 (2016.04~) 신림동에 오픈한 10명을 위한 주거공간 및 커뮤니티 공간 운영·관리



©서울소셜스탠다드



©서울소셜스탠다드

F 역삼동 '위드썸' 운영관리 (2014.10~2015.10) 다양한 공간적 경험과 풍요로움이 있는 1인주택 4가구를 위한 공간 운영·관리



©서울소셜스탠다드



©서울소셜스탠다드

DEVELOPMENT 기획·설계

G 대방동 '무중력지대' 공간건축 (2015.04) 감정적인 유대감을 더하는 공유오피스



공유주택 실행력을 바탕으로 코워킹 스페이스 공간건축
이동식 가구를 통한 자유로운 공간변형

H 연남동 '어쩌다 집' 시장조사 (2014.05) 매력적인 도심의 저층주거지 연남동 시장조사



주거인구의 다양성과 안정성을 위한 필수적인 조건으로 오래된 건물이 뒤섞여 각기 다른 생활비와
취향이 존재할 수 있는 환경과 부합하는 매력적인 도심 저층 주거지

통의동 '통의동집' 개발 (2013.11) 혼자이면서 함께사는 집, 통의동집 오픈



혼자이기에 자유로운 독립공간과 함께이기에 즐거운 공유공간의 새로운 균형
디자인의 적절성을 확인하기 위해 룸링 (<http://www.rooming.co.kr>)과 함께 모델을 세팅

J 역삼동 '세어원' 시행대행 (2014.08) 지속가능한 소규모 근린복합 공유주택



사우공간, 주거공간, 상업공간의 기능을 복합한 소규모 개발
각 영역간 네트워크 효과와 시너지를 유도하며 문화소비주체를 위치시키고 지역거점공간으로 계획

K 부천 옥길동 '가족형 공유주택' 개발 (2014.11) 더불어 사는, 공유형 주거단지



50대 중후반 12세대로 구성된 공유주택
마을카페, 마을공방, 마을공동텃밭 등의 공동체가 살아있는 마을을 목표

변화의 움직임 SIGNAL

“직업이라는 개념이 흔들리고 있다. 한 가지 일을 평생 하는 게 아니라 여러 가지의 일을 해야 하는 시대다. 시대가 요구하는 스탠다드를 찾고 싶었다.”

서울소셜스탠다드

위치 | 서울시 서초구 반포동 114-3

사업형태 | 주택상품기획 및 운영관리

규모 | 신림동 소담소담(5층 10명)
통의동집(3층 7명)
어쩌다집 @연남 (2층, 3명)

직원수 | 5명

설립연도 | 2012년

창업의 계기가 궁금해요.

학부에서 건축을 전공한 세 명이 모였어요. 각자가 시작한 배경은 조금씩 달라요. 저 같은 경우는 이른바 ‘직장인 3년 차 병’에 걸렸던 것 같아요. 설계사무소에서 근무해본 분들은 아시겠지만, 회사에 들어가서 연차가 올라가면 자연스럽게 프로젝트 관리 업무를 맡게 되잖아요? 설계업무라고 해서 도면만 그리는 것은 아닌 것이죠. 사무실에서 내가 맡은 역할이 점점 달라지는 걸 알게 되면서 이게 과연 내가 하고 싶었던 일인지 의문이 들었어요. 그러나 어쩌면 대부분 직장인들이 겪는 평범한 고민 선상에 서 있었던 것 같아요. 큰 규모 설계사무소들도 리먼브라더스 사태 이후로 건설 경기가 침체하면서 위기감이 닥쳐오기 시작했죠. 그제야 저도 아틀리에 같은 작은 조직이 유기적으로 업무를 수행하는 업태에 관심이 가기 시작했어요.

회사 이름이 서울소셜스탠다드입니다. 기존의 스탠다드(표준)에 회의감이 들었다고도 할 수 있을까요?



©서울소셜스탠다드

예전에는 결혼을 안 한다거나, 싱글맘이라든지 다른 형태의 가족을 볼 때 굉장히 특이한 삶이라고 생각했었어요. 그런데 이제 주변을 보면 무엇이 보편적이고 표준일 수 있는지 의문이 들기 시작하는 거예요. 동시에 평생직장이라는 개념도 흔들리는 시기에요. 예전에는 평생을 책임질 수 있는 좋은 직장 and 직업을 갖는 게 삶의 목표였죠. 그런데 우리 세대는 ‘저는 건축가이기도 하지만 커피숍을 운영하는 오너입니다.’라고 말할 수 있을 정도로 한 가지 일을 평생 하는 게 아니라, 심지어는 여러 가지 일을 동시에 하는 사람이 있을 정도로 직업이라는 개념 자체가 흔들리고 있어요. ‘이런 상황에서 어떤 일을 하는 게 맞을까?’ 하는 생각이 들었어요.

직업의 의미를 다시 고민하기 시작하셨군요.

그렇죠. 내가 원하는 일, 내가 업으로 삼을 수 있을 만한 직업에 대한 고민이 많았던 시기였어요. 일에 대한 고민은 삶과도 연결되잖아요? 자연스럽게 혼자 사는 1인가구로서의 고민도 맞물리면서 삶터와 일터를 동시에 고민하기 시작했어요.

창업을 함께 한 성나연씨는 네이버 재팬에서 일을 하다가 서울로 돌아와 집을 구하는 시기였어요. 저도 부산에서 올라왔기에 대학 시절부터 늘 집 구하는 문제를 안고 살았죠. 그런데 찾으려다 보니 막상 한 사람이 살만한 집은 잘 안 보이는 거예요. 어렵다고 불평만 할 게 아니라 우리가 해결해 볼 수 있지 않을까 하는 생각이 들었어요. 성나연씨는 정보를 다루는 일에 전문적이었기에 자신감이 들었죠. 둘이서 뭐든 해보려면 먼저 장소가 필요했는데 준비하던 일이 마침 운 좋게 ‘청년 등 사회적 기업가 육성 사업’에 선정되었어요. 사실 사회적기업이 뭔지도 정확히 모르는 상태였어요. 1인 가구 주거 문제는 기존의 주택 제도나 청약 저축같은 지원책으로는 해결할 수 없을 것 같은 막연한 생각과 평수나 가격 등 자산으로서의 가치에만 집중된 부동산 시장을 고쳐보고 싶은 문제의식 정도만 있는 상태였죠. 정성적 가치로 재편된 부동산서비스를 만들면 조금은 다른 특색을 가진 동네가 늘어나는 데 기여할 수 있지 않을까 생각했어요. 성나연대표는 일본에 살 때는 도쿄R부동산을 통해 재밌는 집을 찾을 수 있었다고 해요. 서울에는 그런 시스템 자체



가 없었어요. 일본 측과 잘 이야기해서 서울 버전을 쉽게 만들어볼 수 있지 않을까 하는 마음에 사업 계획서를 제출했죠.

생각보다 분위기가 호의적이었어요. 일상의 공간 이야기와 1인 주거 문제, 저층 주거지의 다양한 문제에 대한 해결책 제시까지는 아니어도 우리가 이런 걸 시도해 보고 싶다는 말에 많은 공감을 해 주셨어요. 주변 선배들이나 친구들의 격려와 지지로 결국 지금까지 올 수 있었죠.

주거 중에서도 특히 1인 주거를 타깃으로 삼으셨어요.

서울소셜스탠다드

빠르고 밀도 높은 성장의 역사를 가진 서울 (Seoul)을 배경으로 그 안의 사람과 시간, 공간이 만드는 다양한 관계 (Social) 속에서 우리가 지지해야 할 표준 (Standard)은 무엇인지 발굴하고 만들어가는 것을 미션으로 하고 있다.

건축이 세분화 되고 전문화되면서 건축가라는 직업 자체도 많이 혼용되고 있죠. 법규검토만 하는 건축가가 있고, 입면만 디자인하는 건축가, 인테리어만 하는 건축가들 모두 건축가라는 테두리 안에 들어와 있어요. 업종 안에서도 굉장히 세부적으로 나누어지면서 전문적으로 일을 하는 경향을 보이는 데, 이렇게 분업화된 과정에서는 새로운 게 있을 수 없다고 생각했어요. 설계는 설계만, 시공은 시공만, 부동산은 부동산만 판매하는 분절된 과정에서 새로운 주거 상품은 태어날 수 없을 거라 판단했어요. 모든 과정을 운영할 수 있는 주체가 처음부터 끝까지 함께 한다면, 다시 말해 과정을 재편성한다면 의미가 있을 거라 생각했어요. 똑같은 일을 할지라도 방식을 다르게 가져가는 거죠. ‘How’를 바꿔서 일하자는 것에 동기부여를 받으며 일하고 있어요. 기획부터 운영까지 전 과정을 다루기 위해서는 업무 범위가 늘어난 만큼 특정 영역으로 업무 분야를 좁혀야만 가능할 것 같아서 1인 가구를 위한 주거에만 집중하게 된 거예요.

도쿄R부동산

도쿄의 부동산 중개업 사이트. 발상의 전환으로 수요를 이끌어냈다. 보통 부동산 사이트가 스펙을 나열하는데 비하여 건물이 가진 캐릭터를 소개한다. 건물의 주제를 정해 하나의 이야기로 풀어낸다. 1년에 약 500건 정도의 공간과 사람을 매칭하고 있다.

www.realtokyoestate.co.jp

서울소셜스탠다드의 시작은 1인 주거 관리 운영이 아니라 ‘부동산,서울’이라는 프로젝트였다는 걸로 알고 있어요.

아까 말씀드린 도쿄 R부동산 같은 경우는 빈집을 큐레이터가 자기만의 시선을 가지고 다른 가치로 재편성해서 지역의 유흥자산을 재생하는 역할을 하고 있어요. 저희가 그 시스템을 도입하려는데 막상 빈집이 거의 없었어요. 서울은 아직 수요가 훨씬 많은 도시이기도 하고, 전쟁 이후 고속성장기에 지

어진 집들이 보존할 가치가 있는 건지 판단할 기준도 미비했기에 프로젝트 정도로만 끝날 수밖에 없었어요. 아파트뿐만 아니라 다양한 평면을 가진 공간이 필요하다는 매거진 정도의 역할에만 그쳤던 거예요.

그런 와중에 하자센터(서울시립청소년직업체험센터)에서 1인 가구의 대안이 될 수 있는 주거 형태에 대한 한·일 연계 포럼을 기획하고 있는 거예요. 저희가 일본 전문가를 국내에 초청하는 코디네이터 역할을 맡게 되면서 국내에 일본의 셰어하우스를 소개하는 일을 하게 되었죠. 이걸 계기로 청년 등 사회적 기업가 육성사업의 후속 사업이라고 볼 수 있는 H-온드림에 참여하게 되었어요. 지금 와서 돌이켜보면 사회적기업가를 육성하는 중간 지원 조직이 저희를 응원해주었다는 사실도 재미있지만, 단지 만년 정도 걸린 짧은 기획 프로젝트가 후속 사업으로 이어질 수 있는 다리를 만들어 놓은 사회적 분위기가 있었어요. 오디션에 당선되면서 서울소셜스탠다드가 지금 모습을 갖추기 시작했죠.

장소선정 LOCATION

“사람이 건축물을 만들지만 결국 건축이 삶의 방식이나 행동에 영향을 준다고 믿는다. 지역성에 부합한 셰어하우스를 만들고 싶다.”

삼시옷에게 장소의 의미는 무엇인가요?

일본 공유주택을 보면 성격이 굉장히 다양해요. 지역 거점형뿐만 아니라 미혼모나 성 소수자를 위한 집도 있어요. 채식주의자나 외국인을 상대하는 주택도 있고요. 한마디로 취향 공동체를 이루고 있는 거죠. 아직 서울은 그렇게까지 다양하게 분화해서 상품을 기획할 수 있는 시장 상황은 아니에요. 하지만 역삼동과 연남동의 주택을 비교하면 집의 분위기가 아주 다른 걸 발견할 수 있어요. 지역 특징을 반영하는 입주자들이 모여 사는 거죠. 지역과 공간의 특성에 따라 입주자들이 달라질 수 있다는 점이 굉장히 흥미로웠어요. 사람이 건축물을 만들지만 결국 건축이 삶의 방식이나 행동에 영향을 준다고 믿고 있기에 취향이나 지역성이 반영된 셰어하우스를 만들려고 노력해요.

예를 들면 통의동에는 서촌이 주는 매력, 한옥 기와나 좁은 골목 등 오래된 도시의 흔적이 공존하는 공간 구조를 좋아하는 사람들이 많이 거주하고 있어요. 건축가들도 많지만, 디자인 사무소나 갤러리도 많이 밀집되어있는 곳이죠. 오래된 동시에 창의적인 일을 하는 분들이 모여 있어요. 자연스럽게 동네 커뮤니티가 형성될 수 있는 데다 그런 주변 사무실에서 일하는 분들의 입주 문의가 많이 있었어요. 일반적인 주거와는 다른 형태를 제안했을 때 거부감 없이 잘 녹아들 수 있는 지역이라는 판단이 들었죠. 역삼동은 또 다른 곳이었어요. 대로에는 유명한 기업들의 사무실이 있지만, 후면은 완전히 유흥가거든요. 입주자들이 낯선 남자가 따라온다고 밤늦게 전화하는 경우도 있

있어요. 이렇게 지역에 따라 거주 환경이 다른 부분이 있고 거기에 맞는 요구 조건도 달라요. 하지만 장소의 색깔이 묻은 스탠다드는 찾을 수 있다고 생각해요. 그게 서울소셜스탠다드의 목표이기도 하고요.

사업자금조달 FINANCE

“창업 지원 사업은 자산화 방지라는 이유로 수혜자가 많이 발생하는 산업에 치우쳐있어 건축 도시 스타트업이 받기에는 불리한 점이 있다. 대신 민간 재단과 협력하여 사업을 진행했다.”

다양한 곳에서 투자를 받으신 걸로 알고 있습니다.

(저희 같이 주택을 공급하고 운영하는 회사는) 정부 및 지자체가 주관하는 창업지원 사업에 선정되는 데 어려움이 많아요. 보조금이나 지원금이 시설 투자나 비품 등의 구입을 금지하고 있기 때문에 공사비나 임대료로 사용될 수 없어요. 더구나 대부분의 지원사업의 선발 평가기준이 IT 계열 서비스처럼 많은 수혜자가 발생하는 산업에 치우쳐져 있어요. 건축은 투입되는 자본이 매우 큰 반면 공간을 이용할 수 있는 사용자가 한정적이기 때문에, 투입 금액 대비 수혜자 수를 평가하는 기준을 통과하기가 어렵죠. 그래서 건축이나 도시와 관련된 스타트업들은 이런 자금을 쓸 수가 없는 거예요.

대신 민간재단은 유연한 면이 있어 지원받을 수 있었죠. 다행히 정림건축문화재단과 뜻이 잘 맞아서 함께 통의동 공유주택을 마련했어요. 5년 전대를 할 수 있는 전세금을 지원받고, 공사비는 재단과 같이 마련했어요.

신축 방식으로만 프로젝트를 진행하시는 걸로 알고 있어요.

일단 신축에 집중했어요. 1인 가구를 위한 새로운 주택 유형의 가능성을 가시적으로 보여줘야 하니까요. 사실 리모델링 방식의 경우 화장실 등 물을 사용하는 공간의 설비 개선 및 확충, 피난과 화재에 대응하는 구조와 장비 설치 등을 고려하면 오히려 신축에 비하여 사업성이 나쁘거나 아니면 주거 품질을 낮춰야 하는 어려움이 있어 검토는 꽤 많이 한 것 같은데 실행하지는 못했어요.

통의동집은 정림건축문화재단의 투자와 현대차, 정몽구재단의 공사비 지원금을 받았고, 두 번째 집은 지주 공동 사업으로 만들어졌어요. 통의동집을 보고 토지주로 부터 연락이 온 거죠. 이렇게 개인 지주와 함께 지을 때는 필요에 따라서 한국사회투자기금의 대출을 받거나 사회주택으로 형태를 전환하여 다른 사회적 자본의 도움을 받기도 했어요.

“주택임대관리 사업을 늘리는 것보다 우리가 좀 더 잘하는 분야에 집중하기 위해서 새로운 상품을 기획하는 일의 비중을 늘려나가고 있다. 정부 차원에서 ‘청년 주택’이라는 주거 유형을 만들어 이를 계획, 관리운영하는 주체를 양성했으면 좋겠다.”

팀은 어떻게 나누어져있나요?

가장 큰 고민 중에 하나예요(웃음). 일의 정의부터 새롭게 시작하려다 보니 지금에서야 우리가 하는 일들이 어떤 형태를 가졌는지 말할 수 있게 되었어요. 앞으로 두 명 정도를 더 채용 하고 싶은데, 고용 공고를 어떻게 내야 할지 고민이 많아요. 업태에 대해 고민을 하고 있거든요. 예전에는 직함이나 조직 구성 없이 수평적으로 일했는데, 올해 말부터는 정리를 해서 팀을 나누고 조직도 만들어볼 생각이예요. 지금은 모든 구성원들이 임대관리와 지역 조사, 새로운 임대 상품 기획을 조금씩 다 하고 있어요.

임대관리까지 말으면 굉장히 품이 많이 들 것 같아요.

전문적으로 주택임대관리를 하는 조직을 분석해 보면 한 사람이 삼백 명 정도를 관리하고 있어요. 민원의 종류와 응대 업무가 메뉴얼화 되어있기에 가능한 거죠. 아직 저희는 그 정도로 업무가 체계화 되어있지는 않아요. 품

이 많이 들기는 하지만 시설관리의 전문성을 더해서 노력하다 보면 자체적으로 해결할 수 있으리라 생각해요.

수익은 어느 부분에서 발생하나요?

초창기에는 연구용역에서 칠십 퍼센트 정도의 소득이 발생했어요. 지금은 삼십 퍼센트이하로 줄어든 상태예요. 임대관리 부분은 수익이 굉장히 미미해요. 기획 업무를 진행하면서 나오는 컨설팅비와 시행 수수료에서 나오는 소득이 나머지 칠십 퍼센트를 차지해요. 현재는 상품을 개발하고 지어질 수 있도록 실행하는 일에서 수익이 발생하고 있어요.

협업을 상당히 많이 하시는 것 같아요.

때에 따라 다른데 전체적으로 협업이 많은 편이에요. 사이트나 프로젝트마다 업무구조가 다르기 때문이죠. 조직을 디자인하고 업무과정을 재편하려는 목적이 있다 보니까 되도록 초기에 다양한 조직들과 다양한 협업 방식으로 일을 해 보려고 했어요.

스탠다드를 찾는 게 목적이다 보니 실행 과정에서 시행착오도 많았을 것 같아요.

기획부터 임대관리까지 전 과정을 통합하여 진행하고 있지만 집중하고 있는 분야가 1인 가구 주택으로 한정되어있기 때문에 프로젝트를 충분히 제어할 수 있을 줄 알았는데 실제로는 그렇지 않았어요. 이제는 우리가 좀 더 잘하는 부분에 집중하기 위해서 주택임대관리를 늘리는 것보다 새로운 상품을 기획하는 일의 비중을 늘려가고 있어요. 그제 일을 하면서 겪은 시행착오인 것 같아요. 예상과 달랐던 부분이에요.

운영 중 부족하다고 느끼는 점과 역량 강화를 위해 필요한 점이 있다면 무엇일까요.

주택임대관리사업으로 비즈니스 모델을 성공시키지 못한 게 큰 반성이에요. 규모 확장 말고는 방법이 없거든요. 대신 IoT(사물인터넷)를 이용한 무인관리 분야에 미래가 있을 거라 생각하고 있어요. 지금 운영하는 주택 형태에 적합한 잠금장치(스마트 도어락)를 개발하거나 냉난방기 자동제어 모바일 시스템 등 여러가지 주택관리에 필요한 단위기술들을 정보통신 분야의 친구들과 함께 고민했었어요. 그런데 개발이 잘 안되더라고요. 전공 분야가 아니다 보니까 프로젝트를 관리하는 지식도 부족하고 사업계획서를 잘 만들지도 못하고, 자금도 마련하지 못했죠. 핵심역량이 없기에 파트너를 구해야 하는데 쉽지 않았어요. 주택임대사업 측면에서 규모 확장을 하거나 무인화 기술을 잘 개발했어야 했는데 지금은 둘 다 실패한 상황이라고 볼 수 있죠.

그렇다면 IoT도 자체적으로 개발하고 싶으신가요?

네. 사물인터넷 기반 주택임대관리 솔루션을 직접 개발하고 싶어요. 공유 공간을 활성화하려면 시간 단위로 임대관리가 이루어져야 건축주 입장에서도 새로운 수익이 나고 공간을 쓰는 사람도 편리하게 쓸 수 있다고 생각해요. 만약 사물인터넷이 건물뿐만 아니라 동네 단위로도 활성화될 수 있다면, 비즈니스 환경이 달라지면서 사라진 예전 동네 가게들을 되살릴 수 있을 거예요. 찻집이나 목욕탕, 세탁소와 수선집, 자전거포와 같은 프로그램들이 동네 안에서 새로운 비즈니스 모델로 탄생하는 거죠.

운영과 관련하여 필요한 정책 지원이 있을까요?

우리가 하는 일이 공간을 개선하고 운영하는데 비용이 들어가기 때문에 다른 영역에 비교해 투자금액이 많고 회수 기간도 길어요. 이런 현금 흐름을 잘 이해하고 알맞게 지원할 수 있는 정책이 필요해요. 그리고 부동산을 담보로 사업비 대출을 할 수 있어서 이른바 지렛대 효과가 가장 큰 영역이기도 해요. 자본을 굴리기에 가장 좋다는 뜻이죠. 어떤 산업이 자기 자본의 십퍼센트 미만을 가지고도 개발을 할 수 있겠어요. 다른 시각에서 보면 문제가 있을 수도 있지만, 용자를 잘 받을 수 있는 구조라 정책 기금만 잘 마련된다면 큰 효과를 볼 수 있다고 생각해요. 그래서 이 분야에 특화된 기금이 필요해요. 우리는 필요한 자금의 규모도 크고 손익분기점에 도달하는 기간

도 길지만, 안정적으로 리스크를 관리할 수 있거든요. 국토부 차원에서 반드시 검토가 필요해요.

또한, 국토부에서 지정하는 사회적 기업도 필요하다고 생각해요. 기존의 사회적 기업은 고용노동부에서 인증하기 때문에 장애인이나 취약 계층의 고용 창출 분야에 치우쳐져 있어요. 우리처럼 공적 영역에서 사회서비스를 제공하는 업체와 맞지 않는 부분이 있어요. 우리가 해결하고자 하는 문제들과 사회적 가치를 정확하게 파악해서 적절한 지원을 해 줘야 해요. 공공임대주택 등 건물을 짓는 일도 중요하지만, 지역에 필요한 시설이나 프로그램을 기획하고 그 공간을 지속적으로 운영할 수 있는 주체를 키워내는 문제까지도 국토부에서 신경을 써 주었으면 좋겠어요.

제도개선의 필요성을 느끼셨군요.

다양한 형태를 가진 1인 주거를 지지할 수 있도록 여러 가지 제도가 개선되었으면 좋겠다는 생각이 들어요. 일본만 하더라도 3, 4인 가족을 위한 집 뿐만 아니라 1인 가족이 모여 사는 집이라던가 여타 다양한 형태의 삶을 뒷받침할 수 있는 집이 많이 소개되고 있거든요. 우리도 마찬가지로 가족 형태나 관계가 과거와는 다르게 바뀌고 있는데 거기에 맞춰서 제도는 바뀌지 않고 있다는 점이 아쉬워요.

주차장 대수 완화, 용적률 산정 시 커뮤니티 시설을 제외, 주택과 다른 시설을 유기적으로 복합할 수 있게 만들어달라는 말은 사업자 입장에서 목소리를 많이 냈었어요. 하지만 그런 건축관련 법령을 개정하는 것보다는 도시에 필요한 시설을 운영하고 사회적 가치를 창출하는 주체를 양성했으면 좋겠어요. 기숙사나 유스호스텔처럼 건축 기능적으로 규제하기보다 ‘청년주택’이라는 주택 유형을 만들어서 기획하고 관리 운영하는 주체를 만드는 거죠. 사실 유스호스텔만 하더라도 청소년 진흥법에 의해서 운영안을 승인받으면 누구나 만들고 운영할 수 있습니다. 이런 식으로 관리운영주체를 청년주택이라는 틀 안에서 양성하고 1인을 위한 주택을 많이 공급했으면 좋겠어요.

그리고 스타트업을 지지할 수 있는 사회적 분위기가 확산되면 좋겠어요. 지역 사회에서 활동하고 있는 다양한 건축, 도시 스타트업들이 시행착오를 겪으면서 일하는 방식을 스스로 터득할 수 있도록 시간적인 여유를 벌어주는 데 돈을 썼으면 좋겠어요. 당장 한해 한해의 단기적 성과보다는 다양한 시도를 해 볼 수 있는 판을 만들어주는 거죠.

네덜란드가 현대 건축 선두주자로 떠오를 수 있던 것도 젊은 건축가 세대를 지원하는 다양한 정책적인 지원이 뒷받침되었기에 가능한 거였거든요. 말만 한다고 바뀌는 건 없다고 이야기하지만 문을 두드리면 두드릴수록 빨리 변할 수 있다는 사실을 느낀 적이 있어요. 청년 활동공간의 필요성을 느끼고 서울시에 청년허브, 사단법인 씨즈 등과 함께 계속 문을 두드렸던 적

이 있는데, 그때만 하더라도 관계자들사이에서도 찬반의 온도 차가 꽤 심했거든요. 그런데 불과 2년 후에 ‘무중력지대’라는 공간이 생기는 걸 목격하면서 의외로 빠르게 변할 수도 있겠다는 생각이 들었어요. 그래서 지금은 국토부 산하의 사회적기업이라든가 젊은 친구들이 일에 대해 고민을 할 수 있는 시간을 벌 수 있도록 자금을 지원해달라는 이런 제안들도 조금만 구체적으로 이야기하면 실현될 수 있을 것 같아요.

지역과의 공감대 CONSENSUS

“예전에 집 안에서 이루어졌던 기능들이 점점 밖으로 나오고 있다. 결국, 1인 가구 주택이 좋아지려면 동네가 좋아져야 한다. 집의 개념이 근린으로 확장된다면 사람들이 동네가 좋아지도록 스스로 노력할 것이다. 물론 주거의 질도 높아질 수 있다.”

지역과는 어떤 호흡을 가져가고 있나요?

저희가 운영하는 집에는 욕조를 항상 뒹요. 그런데 그게 반응이 굉장히 좋아요. 셰어하우스에서 화장실을 잘 만들어주고 싶다면 방안에 변기를 설치하는 것이 아니라, 다른 1인 가구 집에서는 누릴 수 없는 욕조를 만들어 주는 게 상품성을 높이는 포인트인 것 같아요. 겨울에 특히 인기가 좋아요. 통의동 집 옆에 게스트하우스를 하나 기획할 기회가 있었는데 창 밖을 볼 수

있는 옥조 공간을 계획했어요. 게스트하우스 손님뿐만 아니라 동네 모든 사람이 시간 별로 예약해서 쓸 수 있으면 운영에도 도움이 되고, 주민들도 좋지 않을까 생각한 거죠. 이런 식으로 동네 안에 다양한 공유 공간을 만들 수 있겠다는 희망이 있었어요.

아까 말씀드렸듯이 사라진 동네의 작은 가게들도 되살릴 수 있을 거라 생각하는데, 문제는 무인 관리가 이루어져야 한다는 거죠. 회사 회의실 예약이 인트라넷으로 가능한 것처럼, 시간제 예약을 만드는 시스템 자체는 어렵지 않아요. 그래서 잠금장치와 연결하여 새로운 임대 상품을 만드는 계획을 추진했었는데 잘 안 됐어요. 하지만 앞으로 협업만 잘 이루어진다면 불가능한 일은 아닐 거라 생각해요.

입주민뿐만 아니라 지역 단위 커뮤니티를 만들려는 노력도 하고 계신 거네요.

처음부터 주택의 상품화와 사회화를 잘 해보자는 게 목표였어요. 상품화라고 한다면 기존 1인 가구 평면에서는 볼 수 없는 다른 공간을 제공해주는 거죠. 예를 들자면 높은 천장을 가진 거실, 마음껏 요리 할 수 있는 주방, 작은 아지트 공간, 반신욕을 할 수 있는 욕조 등이 있어요.

다른 하나, 즉 사회화는 좋은 동네를 만들어보자는 거예요. 고시촌을 예로 들자면, 그분들은 ‘삼선 슬리퍼’를 신고 나갈 수 있는 경계까지가 내 방이라

는 이야기를 해요. 협소한 방을 거점으로, 옆 건물 지하 고시식당에서 밥을 먹고, 친구는 1층 카페에서 만나고 여가는 2층 피시방이나 3층 만화방에서 즐기는 거죠. 도시 안에서 다양한 나의 방들을 만들어나가는 셈이죠. 옛날에는 집 안에서 이루어졌던 기능들이 점점 밖으로 나오고 있어요. 1인 가구 주택이 작은 방 안에서 좋아져 봐야 얼마나 좋아지겠어요? 결국, 1인 가구 주택이 좋아지려면 동네가 좋아져야죠. 그래서 저희도 홈페이지에 집을 소개할 때 또 다른 내 집처럼 쓸 수 있는 동네 상업공간을 소개하는 것을 중요하게 생각하고 있어요. 그게 확장된 내 집이라는 거죠. 그래야 집에 사는 사람들이 동네가 좋아지도록 자발적으로 노력할 수 있어요. 주거의 질도 높아질 테고요. 이웃에 대한 애정과 가치를 함께 느껴야해요.

올해 말에 주방 없는 집(kitchen-less room)을 기획하고있어요. 셰어하우스의 꽃은 주방인데 배달음식이나, 외식업이 점점 발달하고 반조리, 레토르트 식품이 늘어나면서 과연 앞으로 집에서 부엌이 필요할까하는 의문이 생겼어요. 최근에는 아파트의 평면에서도 주방이 축소되는 추세거든요. 이케아 광고도 지금 우리가 기대하는 주방은 온 가족이 모여 음식을 준비하고 나누는 놀이(여가)공간이지, 생존하기 위해 음식을 생산하는 공간이 아니에요. 동네에 건강한 상업 공간과 자유롭게 선택적으로 사용할 수 있는 공유 부엌이 있다면 1인 가구를 위한 주택에서 주방은 없어질 수 있다고 생각해요. 이런 형태의 주택공급 계획을 세우고 있고, 거의 실현 단계에 서 있어요.

“SEO(최적화 검색)가 잘되도록 신경을 쓰니 공유주택, 공유주거의 키워드로 홈페이지가 노출되면서 저절로 홍보 효과가 생겼다. 기존 매체에 업메이
는 것보다는 좋은 콘텐츠를 만드는 데 집중하는 게 되려 효율적이다.”

홍보는 어떤 채널을 이용하시나요?

처음에는 잘 만드는 게 가장 좋은 마케팅이라고 생각했어요. 그래서 초기에 입주자 모집할 땐 약간의 애로사항이 있었죠. 하지만 6개월에서 1년이 지난 후부터는 공실 여부에 상관없이 꾸준히 문의가 들어왔어요. 입주자를 빠르게 모집하기 위해서 온라인 부동산 서비스를 사용하기도 했는데, 이를 통해 오시는 분들은 공유주택이 뭐가 좋은지 설명을 많이 해야 했어요. 공동생활에 관한 것은 모르고 사진만 보고 오는 분들이 많았던 거죠. 성사율이 낮아지면서 결국은 홈페이지를 통해서만 입주자를 모집하고 있어요.

블로그나 기존 매체를 활용해야지 독자적인 홈페이지를 이용해서 모집을 하는 건 위험하다고 다들 걱정했어요. 그럼에도 불구하고 홈페이지만으로 입주자를 모집하자고 결정했는데, 문의 대부분이 홈페이지를 통해 찾아오고 있어요. 웹페이지를 만들 때 저희는 SEO(최적화 검색)만 신경 썼어요. 사실 이게 의미 있다고 생각해요. 우리는 ‘브랜드’나 ‘이니셔티브’ 라든지 어떤 단어를 이용해서 새로운 계획을 보여줘야겠다는 생각을 해 본 적이 없었어

요. 그런데 자체 페이지를 만들면서 최적화 검색만 조금 잘되도록 해달라고 개발자에게 요청하니까 효과가 꽤 좋은 거예요. 공유주택, 삼시옷, 공유주거를 검색했을 때 우리 홈페이지가 굉장히 많이 노출되면서 저절로 홍보 효과가 생기더라고요. 요즘은 매체가 발달해서 워낙 광범위하게 퍼지기 때문에 결국 콘텐츠가 중요해요.

새로운 콘텐츠를 만들 힘이 있다면 홍보나 파급 문제는 아직 고민할 단계는 아닌 것 같아요. 대신 얼마나 고민하고 잘 만들 수 있는지에 에너지를 집중하는 게 효율적이라고 생각해요.

지속가능성 SUSTAINABILITY

“부동산 시장의 목표는 최대 수익 최대 면적 개발이지만 최근 변화가 감지되고 있다. 다른 가치로 충분히 대체할 수 있다는 확신이 든다. 인구 절벽을 맞이하게 될 10년 후를 대비해야 한다.”

1인 주거개발 외에도 연구 용역 또한 열심히 참여하시는 것으로 알고 있어요.

기획과 설계, 시공, 운영을 분절하지 않고 전 과정을 새롭게 하나로 만들기 위해서는 선행 단계에서 연구를 놓치면 안 되겠다고 생각했어요. 도시에

서 일어나는 삶이라든지 1인 주거와 관련된 연구는 적극적으로 참여했어요. 2012년 서울연구원에서 ‘작은 연구, 좋은 서울’을 처음 시작할 때 지원했었는데, 연구기관이 되지 않더라도 현장의 소리를 반영하려는 움직임이 보여서 연구가 일에 녹아들 수 있겠다는 생각이 들더라고요.

창업했던 2013년부터 지금까지 서울역사박물관과 같이 ‘서울생활문화자료조사’도 함께 하고 있어요. 뉴타운 사업으로 주거지가 하루아침에 없어지는 상황을 목격하고 도시의 흔적들이 지워지기 전에 장소의 미시사를 기록해 두자는 취지에서 서울의 장소, 역사와 기억을 기록하고 저장하는 작업이에요. 인구, 지리의 변화나 업종 전수조사를 하기도 하고 지역 토박이들과 인터뷰도 해서 구술사까지 모든 생활 자료를 책으로 엮는 작업에 참여하고 있어요. 건축 뿐만 아니라 역사, 사회, 지리, 인류학 등 전문 분야의 학제 간 연구를 통하여 지역을 조명하고 기록하는 작업이에요. 1년 동안 서울의 한 동네를 면밀히 살펴볼 수 있는 소중한 경험을 쌓아가고 있어요.

1인 주거 시장이 변화하고 있다는 걸 느끼시나요?

부동산 시장의 목표는 최대 수익 최대 면적 개발이에요. 법규에서 정한 기준을 딱 채워서 어떻게 하면 가장 큰 수익을 낼 수 있을까 치열하게 고민하는 시장이죠. 그런데 올해부터 기존 개발 방식에 대한 회의와 함께 다른 선택으로 시장을 바라보는 조짐이 보이기 시작했어요. 예를 들어 예전에는 용

적률을 다 채우지 못하는 계획안이 실현 가능할까 생각했는데, 이제는 다른 가치로 대체될 수 있을 것 같다는 생각이 들어요. 앞으로는 인구절벽이 와서 인구가 더 폭발적으로 늘지 않을 거예요. 도시에서 공간이 점점 비어가고 있는 것에 대해 고민 해야 해요. 일본 부동산 측에서 앞으로는 기획과 운영이 중요하고, 셰어하우스처럼 테마가 있는 시설로 기획을 해야 한다는 이야기를 했었거든요. 입지나 시설이 열악하더라도 프로그램과 모이는 사람이 좋으면 부동산 개발이 잘 될 것이라고 얘기했었어요. 처음에는 ‘그게 무슨 소리야, 입지가 최고지.’라고 생각했었는데, 최근에는 되레 조금씩 그렇게 바뀌고 있다는 게 감지가 돼요. 이제는 여러 가지 이유에서 이 공간을 누가 쓸 것인지 내지는 공간을 만들었을 때 어떤 사람이 와서 사용할까에 대한 고민을 본격적으로 하는 시점에 와 있다는 게 너무 재미있어요. 빈 집이나 공실이 점점 늘어나서 공간의 공급보다는 운영을 고민하는 시기가 왔기 때문에 우리가 할 일이 많아질 것 같다는 희망이 보여요.

1인 가구 주거 문제도 앞으로 10년이 고비가 될 거로 생각해요. 지금은 경제 상황이 힘들고 우리가 버는 자산 규모로는 집을 절대 살 수 없지만, 10년이 지나면 인구가 급격히 줄어드는 상황을 필연적으로 맞이하게 되죠. 사실 신축으로 신규 공급을 하는 것이 맞는지 의문이 생기는 시점이거든요. 하지만 그 10년 동안 청년들은 굉장히 높은 주거비와 낮은 주거의 질에서 살 수 밖에 없는 상황이어서 얼마나 슬기롭게 이 시기를 넘길 것인가가 제일 큰 고민이 될 것 같아요.

타 영역으로의 확장도 염두에 두고 계신가요?

주거만 해야 한다는 생각에서 요즘은 조금 바뀌었어요. 회사도 지금은 대규모로 운영하고 있는 공유 오피스에 한 부분을 쓰고 있어요. 뜻이 맞는 몇몇의 친구들과 함께 쓰는 방식이 아니라 불특정 대다수가 함께 사용하는 공간과 서비스를 경험하고 싶었어요. 생활공간이 주거만 있는 게 아니라 일하는 공간도 있잖아요. 두 가지를 같이 고민해보고 싶다는 생각이 들어요.

건축이란 무엇인가 ARCHITECTURE

“건축 전공자들은 주어진 맥락 속에서 문제를 구체적으로 해결해 나가는 능력이 타 분야 전공자보다 탁월하다. 학교 프로젝트가 단지 아이디어에만 그치는 게 아니라 실제로 사회 속에서 기획과 운영까지 이어질 기회가 작게나마 주어진다면 좋을 것이다.”

학부시절 공부가 지금 하는 일에 도움이 되는 부분이 있나요?

설계한 게 창업을 할 때 유리하다고 생각했던 이유가 두 가지 있어요. 첫 번째는 기획을 잘 한다는 거예요. 학교 다닐 때부터 아무것도 없는 필지에 프로그램과 공간을 만드는 훈련을 하다 보니 주어진 맥락 속에서 문제를 구체적으로 정의하고 해결해 나가는 능력이 타 분야 전공자보다 탁월하다고 생

각해요. 돌이켜보면 그래서 공모 사업이나 오디션을 잘 통과할 수 있었던 것 같아요. 건축적 교육의 힘이죠. 두 번째는 매우 많은 사람들과 같이 일하는 훈련을 받았다는 거예요. 설계만 해도 건축주 요구 사항을 정리한 다음에는 인허가권자와 논의를 해야 하고 토목, 구조, 기계, 전기, 소방, 조경 등 많은 전문가와 함께 일해야 해요. 의견을 조율하고 맞춰나가는 일을 했기에 다양한 이해관계자들과 함께 사회적 가치를 만들어야 하는 면에서 보자면 아주 적합한 교육을 받았다고 생각해요. 실제로 득을 크게 보고 있어요.

건축교육이 도움이 많이 되셨다고 말씀하셨는데, 그런데도 건축학과 커리큘럼에 필요하다고 생각하는 부분이 있다면 무엇일까요?

현장으로 나와서 일 할 기회가 많았으면 좋겠어요. 학교 다닐 때는 건축이 서비스업이라는 걸 잘 몰랐거든요. 사회 속에서 건축 일이 어떤 형태를 띠고 있는지 직접 느껴보게 된다면 좋을 거로 생각해요. 이에 더해서 실질적으로 지역과 밀착하여 진행할 수 있는 프로젝트가 있으면 좋겠어요. 규모가 작더라도 자금 모집도 해보고, 계획 안을 주도적으로 실행할 기회를 가져보는 거죠. 공모전만 하더라도 단지 공간 계획에 대한 주제뿐만 아니라 필요한 시설이나 서비스를 기획하고 운영 아이디어까지 함께 제안해야 한다거나, 실제로 시도해 볼 기회가 주어져서 지역에도 도움이 될 수 있다면 좋을 것 같아요. 실행할 수 있는 과정을 배울 수 있는 경험이 필요해요.

SNS

instagram
@3siot

facebook
/3siot

homepage
www.3siot.org



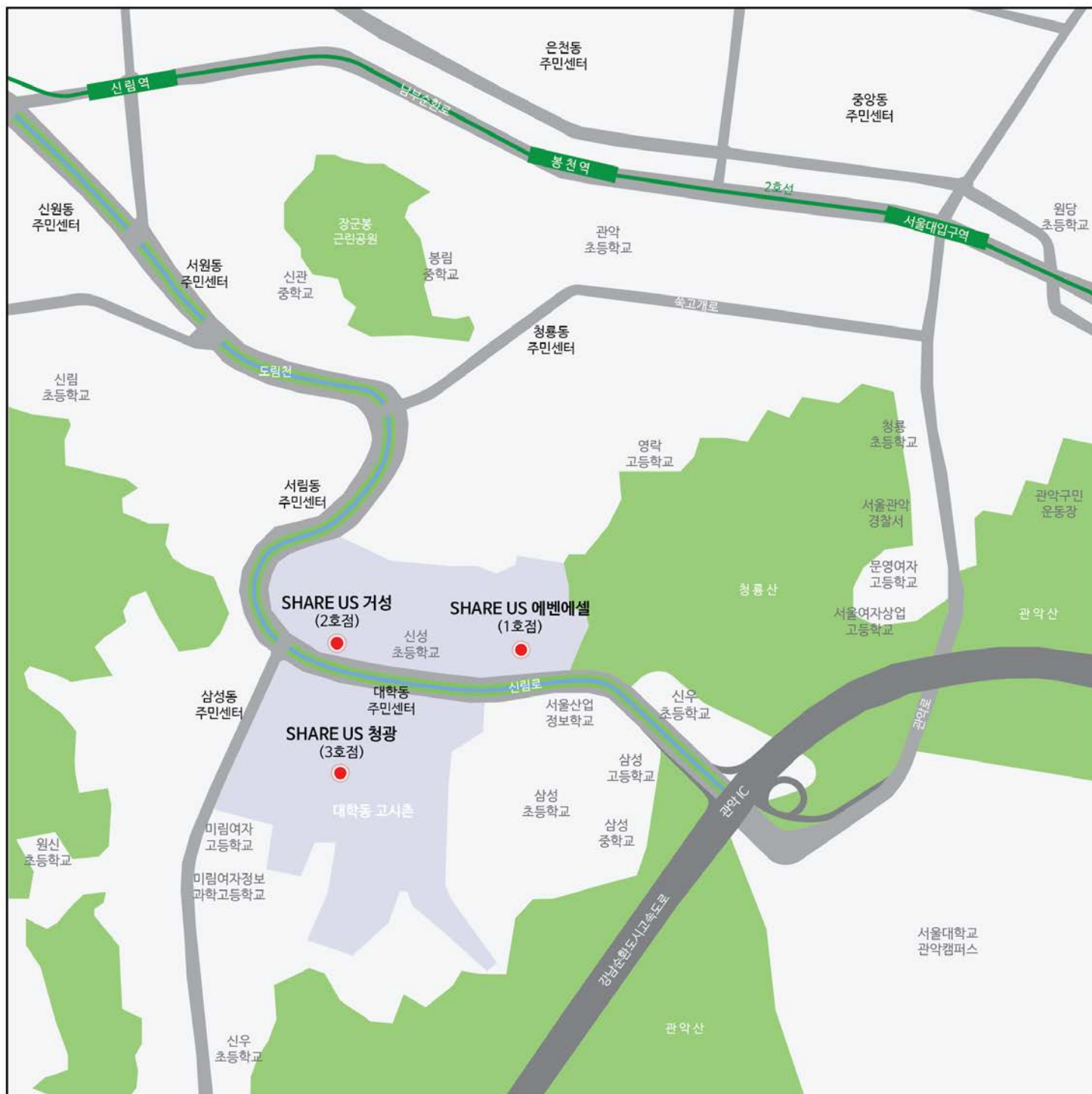
선랩

#공유주택 #고시원 #리모델링 #업사이클링

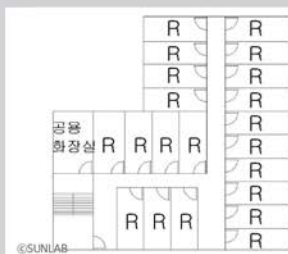
S	M	L	XL
제작	판매	전시	사무
교육	연구	상담	대관
휴식	식음	목욕	숙박

신림동 고시촌은 한국에서만 발견할 수 있는 특이한 동네다. 학원과 수험생들이 식사하는 식당과 독서실, 고시원과 원룸이 모인 마을이다. 그들의 목적과 생활 활동 반경은 단순하다. 생활 환경은 열악하기만 하다.

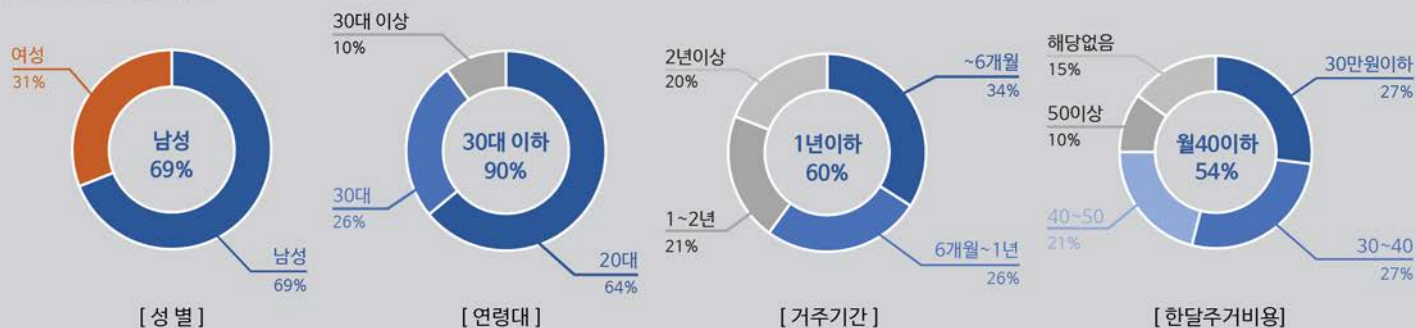
고시촌 언덕을 올라가는 길에 위치한 에벤에셀 고시원. 44개나 되는 방에 고작 네 사람만 살던 이곳이 새로운 주거 모델 ‘쉐어어스’로 재탄생했다. 거주자뿐만 아니라 지역 주민과 공간을 공유하는 삶을 꿈꾸는 이 공유주택은 선랩건축사 사무소에서 직접 디자인하고 시공한 공간이다. 1층에 사무실 공간을 마련하여 입주자와 함께 호흡하고 있는 이들이 꿈꾸는 미래는 어떤 것일까?



고시원 : 사회적으로 소외된 주거빈곤 청년층이 잠시 머무는 주거형태



고시촌 고시원 현황

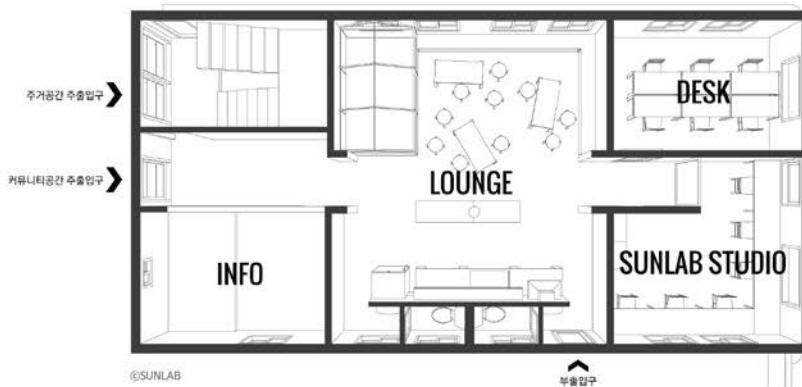


■ **쉐어어스**: 고시원 거주층에 대한 주거복지의 필요성을 느끼고, 고시원의 대안 마련하고자 함



1F LOUNGE / DESK / INFO / STUDIO

1층을 공용공간으로 제공 : 기존 고시원에는 없었던 라운지, 독서실 등 커뮤니티공간 마련



2,3F

1+1 UNIT / 2 UNIT / 3 UNIT

고시원 유닛의 다양화 : 개인의 상황과 가격대에 맞추어 선택이 가능하도록 다양한 유형의 평면 개발



2 UNIT

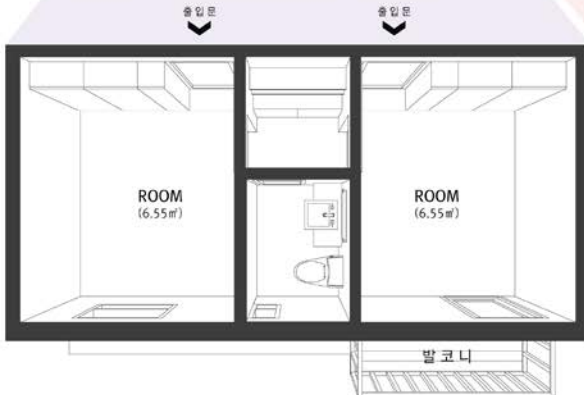
생활패턴이 유사한 둘이서 일상을 공유할 수 있는 공간
2층침대가 있는 침실과 들의 성향에 맞는 공유공간으로 구성



©SUNLAB

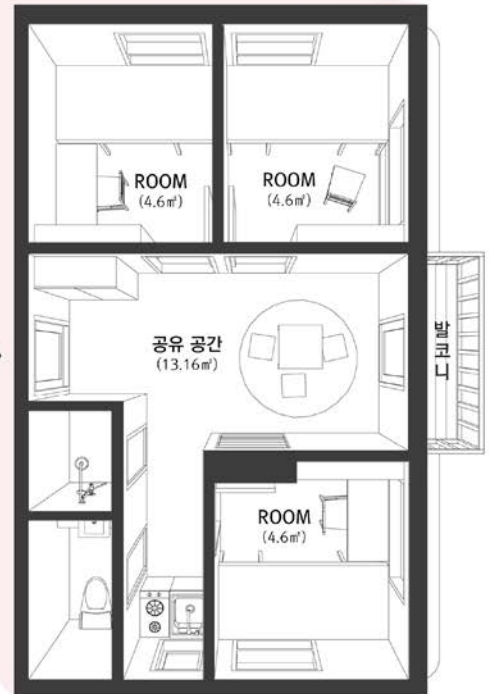
1+1 UNIT

혼자 혹은 둘이서 다양한 용도로 활용가능한 공간
실별 출입문이 있고, 욕실을 공유하여 입주자가 원하는 용도로 사용가능



3 UNIT

친구 셋이 교류하며 사용할 수 있는 공간
개인실 3개와 거실형 공유공간으로 구성
1인 가구들이 모여 가족같이 생활할 수 있는 주거타입



변화의 움직임 SIGNAL

“건축은 그곳에 사는 사람과 대화하면서 공간이나 환경을 만들어내는 작업인데, 설계 사무소에서 일할 때는 자본의 논리가 우선이었다. 사람들에게 실질적인 도움을 줄 방법을 고민하고 싶었다.”

SHARE US _에벤에셀

위치 | 서울시 관악구 신림동 고시촌 일대

사업형태 | 공유주택

규모 | SHARE US 에벤에셀점, 거성점, 청광점 (총 63명 거주)

설립연도 | 2015년

선업을 창업하신 배경이 궁금해요.

대학 재학 시절부터 전공을 활용한 봉사 활동에 관심이 많았어요. 설계 사무실에 다니면서 열린사회시민연합에서 주관하는 ‘해 뜨는 집’이라는 지역 단위 자생적 봉사 활동에 꾸준히 참여했어요. 지역 내 독거노인이나 차상위 계층 등 열악한 주거 환경에 있는 가정을 대상으로 봉사 활동 단체 회원들이 직접 기획부터 시공까지 전 과정에 참여하며 집수리 활동을 하는 프로그램이었어요. 시공 과정에서 재원 조달이 어렵다 보니 폐자재를 적극적으로 활용하기 시작하면서 업사이클링에 대한 관심도 생기기 시작했죠.

2012년에 서울시에서 주관한 지역 단위 자생적 활동 관련 사회적 경제 시민 아이디어 공모에 취약계층 주거 지원 활동과 기술 교육, 공간 컨설팅 등의 아이디어로 지원해서 우수 아이디어로 당선이 되었어요. 관심사가 창업 지원 프로그램 참여로 이어지면서 퇴사를 결심하고 창업을 준비하게 되었죠. 건축은 그곳에 사는 사람들과 대화하면서 공간이나 환경을 만들어내는 작



업이라고 생각했어요. 그런데 설계 사무소에서 일할 때는 사람들에게 필요한 공간이나 환경보다는 자본의 논리가 우선이었죠. 사람들에게 실질적인 도움을 줄 방법을 고민하다가 건축사무소 동기와 함께 선랩을 시작했어요.

하지만 취약 계층 집수리만으로는 수익이 연결되지 않았으리라 생각해요.

네. 운영이 쉽지 않았고 지속성을 보장하기가 어려워서 공간을 기획하는 것부터 공사를 진행하고 운영, 관리하는 부분을 모두 포함하는 토털 서비스를 진행하기로 했어요. 그렇게 지역 공공건물 리모델링 등의 사업을 꾸준히

1F, 라운지

모든 사람들이 함께 이용할 수 있는 공유주택 라운지 공간. 업사이클링한 인테리어가 눈에 띈다.

진행한 결과 조금씩 성과가 나기 시작했죠. 결국, 한국사회적기업진흥원의 사회적 기업이 육성 사업에서 지원 기관인 세스넷의 지원을 받고, 이후 SK 세상, SVPS, 동그라미 재단 등과 파트너십 관계를 맺어 멘토링과 네트워크 활동 등을 지원받았어요. 특히 서울시에서 진행한 2013년 우수 창업팀 선정에서 버려지는 자재로 노후주택 개선을 통해 약자와 환경을 생각하는 새로운 건축 패러다임을 제시하는 예비사회적기업으로 대상으로 선정되었어요. 그렇게 서울시와 관악구청의 지원을 받고 선랩이 하는 일이 조금씩 알려지기 시작하면서 점차 수익이 발생하고 사무실 운영에도 여유가 생겼어요.

장소선정 LOCATION

“선랩의 취지가 고시원의 대안을 만들어보자는 데서 출발했기에 고시원이라는 상징성이 강한 신림동을 사이트로 선택했다.”

신림동 고시촌에서 처음 웨어어스를 시작하셨어요.

제가 처음 지방에서 올라와서 살던 동네라서 잘 알기도 했고요. 선랩의 첫 취지가 고시원의 대안을 만들어보자는 데서 출발했기 때문에 고시원이라는 상징성이 강한 동네인 신림동 지역을 선택했죠. 사용자 집단이라고 볼 수 있는 1인 가구와 청년들이 많이 분포하고 있고, 지역의 상징성이라든지 개인적



인 경험 같은 여러 복합적인 사항들이 장소를 선정하는 데 영향을 주었어요.

다른 지역과 비교했을 때 이곳만의 특징이 궁금해요.

먼저 입지적인 면에서 보면 이 지역 자체가 굉장히 내부 지향적인 섬 같은 동네예요. 서울대입구역과 신림역에서 접근할 수 있긴 이동이 번거로운 부분이 있어요. 서울대에서 가깝긴 하지만 상권과 분리되어 있기 때문에 대학가라고 보기는 어려운 상황이에요. 여기서 지내다 보면 사람도 많아 보이고 유동 인구도 꽤 있어서 외부에서 오신 분들이 보면 젊은 사람들이 이렇게나 많냐고 생각하실 수 있는데, 잘 관찰하면 밀집된 내부 인구들이 계속 동네를

SHARE US, 선택건축사무소 현승현

SHARE-US는 청년 1인가구를 위한 공유주택으로 신림동 고시촌 지역 내 3개의 지점을 운영, 공유생활을 기본으로 청년들의 라이프 스타일에 맞는 주거공간을 공급하기 위해 서울시와 민관협력 사업으로 추진되는 사회주택이다. 다양한 성향의 청년들이 2~6명 사이의 소그룹을 이루어 살아가는 유닛형태 공간이 모여 하나의 집을 만들고 근거리에서 위치한 3개의 지점들이 서로 연계되어 커뮤니티 공간을 공유하여 비슷한 연령대의 청년들이 관계맺음을 통해 친구를 만들고 지역의 커뮤니티를 형성하는 작은 마을과 같은 커뮤니티 하우스다.

돌아다니면서 모든 것을 해결하는 형태예요. 생활편의시설들이 다 갖추어져 있어서 나갈 필요가 없는 게 다른지역과 다른 특징이에요.

사용자 집단은 다양해요. 1인 가구와 청년들 혹은 사회 소외 계층들이 많아요. 고시촌인 특성으로 단기 거주를 목적으로 하는 사람들과 시험 준비하는 분들이 많이 몰려있죠. 최근에는 강남순환도로가 개통하고 경전철 공사가 시작되면서 강남에서 유입되는 직장인이 늘어나고 있어요. 다만 이런 분들은 차량 이동을 선호하는데, 주차를 수용할 수 있는 집들이 거의 없어요.

사업자금조달 FINANCE

“서울시 혁신형 사회적 기업 공모사업에 선정되어 종잣돈을 마련하고 한국 사회투자에서 저리 용자를 받아 사업을 시작했다. 사업을 진행하며 시행착오를 줄이고 있지만, 여전히 어려운 문제 중 하나다.”

공사비 부담이 적지 않았을 텐데, 예산 책정은 어떻게 하셨나요?

지금은 사회주택사업이라고 말하지만, 처음에는 연구 프로젝트에서 시작되었어요. 연구를 실행으로 옮기는 과정에서 서울시 혁신형 사회적기업 공모사업에 선정되어 종잣돈이 생겼어요. 나머지 비용은 저리로 한국사회투

자에서 용자를 받았어요. 현재 3호점까지 진행 중인데 대체로 3억 정도 비용이 드는 것 같아요. 1호점이 직접 공사임을 고려했을 때 1억 8천만 원 정도 들었어요. 우리의 인건비와 경비를 포함하면 2억 5천만 원 가까이 들었을 거예요. 처음에는 운영에 관련한 개념이 없어서 고시원 운영하시는 분 몇 분과 의논하고 기존 데이터를 수입해서 대략적인 개념을 잡아놓기는 했는데 시행착오를 많이 겪었죠. 웨어어스라는 이름에서 볼 수 있듯이 사업 의도 자체가 같이 사는 사람들끼리 협력하고 빌려 쓰자는 데서 시작했기 때문에 초기에는 경비와 관리비 책정을 안 하고 공사비와 임대료만 계약 기간 안에 환수하는 수익 구조를 짰어요. 하지만 이후 운영하면서 미처 생각지 못한 여러 추가 비용이 발생했어요. 단순히 수익 구조 면에서만 보면 1호점은 마이너스 경영이에요. 사실 커뮤니티 공간에 대한 수익률도 설정했었는데 현실적으로 쉽지 않은 부분이 있었어요. 2호점, 3호점 진행될 때마다 시행착오를 조금씩 줄이고 있지만, 여전히 어려운 문제예요.

운영과 관리 MANAGEMENT

“경계점을 분명히 한다는 게 공유주택에서 가장 중요한 요소 중 하나다. 그 래야 책임이 생기고, 책임이 생겨야 커뮤니케이션의 여지가 발생한다. 무턱 대고 불특정 다수가 살게 되면 대화를 할 대상도 찾을 수 없고, 누가 주체인 지도 모를 애매한 상황이 발생한다. 최소한 대화 할 수 있는 인원으로 유닛 을 만들어주는 게 중요하다.”

1호점에서 발견한 문제를 2, 3호점 계획 시 어떻게 수정, 적용하셨는지 궁금하네요.

리모델링 공사 자체가 전반적으로 건물 기능을 신축처럼 100퍼센트 향상해놓는 개념이 아니기 때문에 주어진 여건 속에서 최대한의 답을 찾고 있지만, 문제들이 많이 발생해요. 이를테면 단순 하자 문제를 떠나 리모델링에서는 사실 수평 배관을 길게 쓰지 않거든요. 막히는 문제가 발생하니까요. 하지만 우리가 건물 전체를 쓰고 있는 게 아니다 보니 이런 형태의 배관을 어느 정도 만들 수밖에 없어요. 그래서 항상 임대받은 부분의 제일 하층부에서 문제가 항상 발생해요. 어떻게 해결할 건지 매번 쟁점이 되죠. 공용부에서 배관을 정리하고 개별 실로 인입되는 시스템을 만들면 좋겠지만 이런 경우는 훨씬 큰 비용이 들어가니까요.

이런 구조적인 문제부터 시작해 생활하면서 일어나는 자잘한 불편한 점을 어떻게 해결하고 누가 책임질 것인지에 대한 문제가 항상 있어요. 개별 세대 주택이 아니니까 많은 물건을 같이 쓸 수밖에 없는데 개개인별로 기준도 제각각이라 소통에 어려움이 많죠. 시설 면에서 개선할 수 있는 부분은 최대한 노력하고 있어요.

사실 공유생활에 대한 인식이 아직 많이 부족해요. 생활에 대한 기본적인 소양을 만들어나가는 기준이 필요한 것 같아요. 거주자들은 비용을 내기 때문에 내가 서비스를 받고 있다는 개념으로 인식해요. 그래서 생활에 대한 책

임이 부족한 경우가 종종 있어요. 화장실 변기가 원래 안 막히는 건 줄 알아요. 자기 머리카락이 하수구를 막는 일이 원래 안 일어나는 줄 알고요. 처음 독립해서 사는 분들은 이전에 다 부모님께서 해 주셨던 일이니까 모르는 거죠(웃음). 이런 일들이 발생하기에 기본적인 의식을 함께 만들어 가는 것도 중요하다고 생각해요. 이런 일들을 잘 정리해서 추후 사업 계획 시 반영될 수 있도록 노력하고 있어요.

웨어스에는 주로 어떤 사람들이 살고 있나요?

전체적으로 보면 다양하다고 표현하는 게 가장 적합해요. 나이는 20대 초반에서 30대 초반이 대다수고, 고시생, 학생, 취준생, 직장인들이 있어요. 막상 분류하다 보니까 고시생이라는 표현이 적절해 보이지는 않더라고요. 고시 준비를 하는 친구들도 대부분 학생이거나, 휴학했거나, 취준생이거나 해서 고시생으로 묶어 분류하기에는 어딘가에 소속된 경우가 많아요. 직장인들은 취업한 지 얼마 안 된 친구들이 많아요.

계약 기간은 어떻게 되나요?

6개월 단위로만 입주를 받아요. 시즌제를 도입하고 있어요. 운영 전략이기도 한데, 3월과 9월에만 입주를 받아요. 다른 기간에는 입주를 받지 않아요. 학생을 대상층으로 삼은 이유이기도 하지만 시험 사이클도 대략 그 시기에

맞춰 돌아가요. 빠지는 사람과 들어오는 사람과의 시차를 없애는 게 목표예요. 짧더라도 같은 기간에 같은 사람들이 모여 살아야 한다고 생각하거든요. 공실 리스크를 높이는 원인이 되기도 하지만 아직 문제는 없어요. 더 짧은 기간을 살고 싶어 하는 분도 계시는데 그렇게 하면 운영 관리 측면이나 커뮤니티 관리에 문제가 발생해요.

현재는 3호점까지 운영하시는데, 장소 선정 기준이 따로 마련되어 있나요?

기본적으로는 이 지역 안에서만 진행하고 있어요. 임대비즈니스를 목표로 시작한 건 아니에요. 그랬다면 다른 지역까지 사업을 더 확장했겠죠. 첫 시작이 대안 공간을 만드는 게 목표였다 보니까 빌딩 하나만 조성해서 집안의 모든 생활이 해결되는 건 아니었기 때문에, 지역적인 문제로 개념을 확장해야 한다고 생각하게 되었어요. 지역 안에서 커뮤니티를 만드는 방법을 생각하다 보니 3호점까지 온 상태죠.

입주자 관리부터 유지보수까지 모두 담당하시는 거죠? 입주자가 자체적인 커뮤니티를 통해 관리하는 것도 있는지요.

선랩 직원들이 겸직으로 운영하고 있기는 한데 역할은 나뉘어 있어요. 제가 총괄 관리를 하고 시설 관리 담당, 운영 관리 담당이 따로 있어요. 일일이 대응한다고 해결되는 문제가 아니라 결국은 원칙을 만드는 일이 굉장히 중

요하더라고요. 말씀드린 대로 공유주택이기 때문에 문제가 더 많이 생겨요. 이를테면 원룸이나 개별 세대에 살고 있으면 자기 영역이 확실히 있고, 책임도 분리되어있잖아요? 결국은 집주인과 세대주의 갈등만 존재하는데 여기서 같이 생활하다 보니 내부 인원 사이의 갈등도 존재해요. 책임을 누가 질 것인지에 대해 최소한의 커뮤니케이션이 필요하기 때문에 입주자들이 공유주택에 대한 개념이 무엇인지 꼭 알아야 해요. 저희가 운영 관리를 하는 것도 임대비즈니스를 하기 위함이 아니라 최초에는 피드백을 받기 위해서였어요. 그래서 쉐어어스의 실 구성을 다양하게 만들었어요. 어떻게 생활하는지 지켜보는 게 목적이었죠. 가장 유용했던 부분은 유닛구조라고 판단하고 있어요. 최소한이라도 같이 살 사람들이 정해져 있고, 같이 쓸 부분이 확실히 정해져 있는 거죠. 집이라고 한다면 신발을 벗고 들어간다는 인식이 있으니까 그런 방식을 이용해 영역을 잡아주는 거예요. 타 기능들은 다른 유닛 사람들과 같이 이용하면서 조금은 험거운 관계를 만들어 나가는 거죠. 커뮤니케이션의 단계를 나눈 거예요.

경계점을 분명히 한다는 게 공유주택에서 가장 중요한 요소 중 하나인 것 같아요. 그래야 책임이 생기고, 책임이 생겨야 커뮤니케이션의 여지가 발생하거든요. 그냥 무턱대고 불특정 다수가 살게 되면 대화를 할 대상도 찾을 수 없고 누가 주체인지도 모를 애매한 상황이 발생하다 보니까 최소한으로 대화 할 수 있는 인원으로 유닛을 묶어주는 게 중요해요. 그런 식으로 문제점을 입주자끼리 해결하면서 우리가 할 수 있는 품을 줄이고 있어요. 시설 측

면도 마찬가지예요. 공유주택에서 가장 해결이 어려운 게 전기, 수도, 냉난방 가스 부분과 공용 물품 관리거든요. 물품은 소모품과 관리품목으로 나눠서 관리하고 있고 보통 1/N을 많이 해요. 배관 관련 부분들은 기존 배관을 그대로 써야 하는 경우가 많아서 누가 무엇을 썼는지 알기 어려운 면이 있는데, 합리적으로 나눠보려고 애쓰고 있어요. 품은 조금 들지만, 내부적으로 고지서를 따로 만들고 있고, 2호점부터는 계량을 따로 측정하고 있어요. 공과금을 사용량 별로 받아요. 차이가 꽤 많이 나더라고요. 일은 많지만 입주자 불만이 확 줄어드는 장점이 있어요.

1호점은 선랩이 상주하고 있어 빠른 대응이 이루어지고 있고 2호점도 저희 직원이 들어가서 살고 있어요. 일단은 손 닿을 수 있는 지역 안에 있기 때문에 현재 직원들로 어느 정도 문제에 대응하고 있어요. 초기에는 24시간 움직여야 하는 부분도 발생했지만 계속하다 보니까 어느 시기에 어떤 문제가 발생할지 예측할 수 있는 부분도 생겼어요. 조금 틀이 잡힌 상태예요. 매뉴얼이 만들어졌다기보다는 틀을 잡아가는 과정에 있죠.

지금 선랩은 몇 명이 이끌어가고 있나요?

보통 때에 따라 다섯 명에서 열 명 사이를 왔다 갔다 해요. 거의 다 설계 베이스 직원이에요. 매니저만 커뮤니케이션을 잘 할 수 있는 분들을 한 명씩 고용했었는데, 일이 힘들어서 그런지 다들 오래 하지는 못했어요. 커뮤니티 매

니저 업무 특성상 상당한 운동성이 필요하고 규칙이 명확하지 않은 부분에 있어 스스로 흥미를 느껴야 하는데 쉽지 않더라고요. 부담을 많이 느끼는 것 같아요. 새롭고 익숙한 일이 아니라 동기부여가 잘 안되면 어렵죠.

웨어스 사업을 제외한 기타 취약 계층 주거 지원 활동이나 기술 교육, 컨설팅 분야의 업무 안배는 어떻게 이루어지나요?

원래는 목표 퍼센티지가 있지만, 사업을 처음 추진할 때는 너무 많은 품이 들어가는 사업이라 다른 일을 하기가 어려웠어요. 1호점을 시작할 즈음에는 1년 가까이 거의 다른 일을 못 했고요, 그 이후에는 취지에 맞는 용역이나 컨설팅은 진행하고 있어요. 기본적으로는 50대 50의 비중으로 가져가려 해요. 고민은 있어요. 용역 일은 취지에 맞지 않는 일을 해야 하는 상황이 때로 있어서 되도록 계속 맞춰보려고 노력하고 있어요. 사업이 조금 안정되면 적극적인 연구사업이라든지 다른 방향의 사업도 시도해 보려는 상황이에요.

업사이클링 자재들이 눈에 띄어요.

1호점은 특히 많이 하려고 노력했어요. 테이블이나 단상에 쓰인 나무들도 현장에서 남은 걸 재활용한 거예요. 창틀이나 문틀은 규격재라서 거의 같은 사이즈거든요. 현장 네 개 층에서 창틀이 120개 정도 나왔는데, 테이블 모듈로 사용하고 있어요. 이 외에도 조명이나 문, 장식물로 만드는 데 사용했죠.

사회적 기업 연구사업의 목적으로 폐자재를 자원화하여 실제로 사용할 수 있는 시스템을 만드는 게 목표였는데 기본적으로 보관 자체가 불가능했어요. 창고를 구청에서 확보해주기로 했는데 일이 잘 진행되지 않았어요. 지금은 저희가 쓰는 현장에서 활용해보려는 취지로만 생각하고 있어요. 기회가 되면 관련된 연구 사업은 하고 싶어요.

운영상에서 부족했던 점과 필요한 부분이 있다면 무엇일까요?

많죠. 좀 더 시스템을 구축해서 운영하고 싶은데 자원이 부족해요. 비즈니스 면에서 잘 돼야 한다고 생각하는 것보다는 운영하면서 사용자에게 지속적인 피드백을 많이 받고 싶어요. 결국은 공유 공간도 한 건물을 잘 만든다고 해결되는 게 아니라 동네 자체 생활이 윤택해져야 한다고 생각해요. 집만이 아니라 동네에 꼭 필요한 생활 시설이나 커뮤니케이션을 유도할 수 있는 시설이 필요한 거죠. 이런 시설을 동네에 만들어보자는 취지로 입주자 뿐만 아니라 외부 사람들과도 같이 쓸 수 있는 공유 공간을 만들고 있어요.

지역과의 공감대 CONSENSUS

“의도적으로 커뮤니티를 만들기보다는 기회 요인을 많이 제공하려 노력한다. 입주자가 능동적으로 선택할 수 있어야 시스템이 작동할 수 있다.”

지역과 입주자와의 관계 설정에 있어서 커뮤니티를 만들어 나가는 데 적극적인 개입은 피하시는 편인가요?

네. 의도적으로 커뮤니티를 만들기보다는 이벤트를 많이 진행하려고 해요. 기회 요인들을 제공해 주는 거죠. 저희가 깃발을 들고 무엇을 하자는 식의 이야기는 잘 안 해요. 입주자 개개인이 능동적으로 움직이기를 바라죠. 유닛마다 조금씩은 성격이 달라요. 대화가 잘 이루어지는 유닛도 있고 서먹서먹한 유닛도 있어요. 그런 특성이 만들어지는 것 자체가 굉장히 중요해 보이더라고요. 억지로 만나서 대화하게 하면 좋아하는 사람도 있지만 불편해하는 사람도 있어요. 이런 점들을 선택할 수 있어야 보편적인 시장 안에서 시스템이 작동할 수 있다고 생각해요. 그래서 최대한 기회 요인만 만들어주려고 노력하고 사용자들이 편하게 참여할 수 있도록 노력해요.

유닛에 따라 특성이 다르다고 말씀하셨는데, 입주자 사이에서 생겨난 변화가 있었나요?

세 명이 사는 유닛이 있는데 커뮤니케이션이 굉장히 잘 이루어져서 많은 활동을 같이하고 있어요. 6명이 같이 쓰는 유닛에는 비슷한 상황에 있는 사람들이 입주하고 있어요. 주방이 따로 있다 보니 자체적인 커뮤니티가 발생하기는 하더라고요.

2호점은 성격이 조금 달라요. 사회주택 사업으로 진행하다 보니 소득 기준과 같은 입주 요건이 있었어요. 입주 대상자 입장에서는 자격 요건 서류를 준비하는 게 상당히 번거로워요. 평생 내가 여기 살 것도 아니고 잠깐 거주할 건데 많은 서류를 챙겨야 하니까요. 그래서 절반 이상이 입주 과정에서 떨어져 나왔는데, 이 과정을 뚫고 들어 온 친구들은 굉장히 능동적이더라고요. 기본적으로 적극성을 담보하고 있는 상태예요. 물론 모두가 그런 건 아니지만 훨씬 커뮤니케이션이 잘 이루어지더라고요.

홍보와 파급 PROMOTION

“SNS를 주로 이용하고 있지만 입주자들의 수가 점점 많아지고 있어 바이럴 마케팅과 같은 형식의 홍보를 고려 중이다.”

사람들은 주로 어디서 알고 찾아오나요?

SNS나 플랫폼 사이트, 보도자료를 보고 입주 문의를 하세요. 따로 홍보를 하지 않아도 문의가 들어오는 상태라서 지금까지는 괜찮았는데 앞으로는 전략을 바꿀 생각이에요. 3호점까지 운영하게 되면 이제 입주자가 60명이 넘어가요. 입주 문의와 계약률, 입주 기간까지 고려하면 실제 계약률이 10~20% 정도 차지하고 있는데, 한꺼번에 입주한다고 가정하면 최소한 600

명 정도의 문의가 있어야 공간을 채울 수 있다는 말이 돼요. 노출되어야 하는 사람의 숫자가 많이 늘어나야 하는 상황이다 보니 이제는 홍보 방식도 바이럴 마케팅으로 바꾸려고 해요.

셰어하우스 플랫폼 사이트를 주로 이용하시나요?

컴앤스테이와 같은 몇 군데를 이용하고 있어요. 가끔 오픈하우스처럼 동네에서 이벤트를 열기도 하고, 1호점을 열 때는 전단을 붙이기도 했어요. 인터넷에서 보고 찾아오신 분들은 최소한 공유주택에 대한 인식이 있는 분들이라 계약률이 높은 편이에요. 전단을 보고 찾아오시는 분들은 아무래도 대부분 전화 문의 단계에서 끝나요. 상시 모집이 아니라, 모집기간이 정해져 있어서 딱 그 기간에만 홍보하다 보니까 평소에는 따로 홍보하고 있지는 않아요.

지속가능성 SUSTAINABILITY

“현재 지역을 중심으로 100명 정도까지 관리 하는 것이 당면 목표다. 앞으로 변화될 생애주기로 달라질 수 있는 주택 구조와 시장 속에서 어떤 공간을 만드는 게 좋을지 고민 중이다.”

다른 지역으로 진출 계획은 있으신가요?

일단은 저희가 이 동네에서 100명 정도까지 관리하는 것이 목표예요. 수익률이나 비즈니스 측면에서도 필요한 수치예요. 같은 방식으로 다른 지역에 진출하자는 계획은 현재 없어요. 만약 다른 지역에 가더라도 저희의 목적성과 부합한 방향으로 프로젝트를 진행하지 않을까 생각해요. 단지 운영이나 유지 관리만 하는 방향으로서는 접근하지 않을 것 같아요.

주거 말고 오피스와 같은 다른 형태의 공유공간도 생각하고 계시나요?

오피스 자체보다는 주거와 합쳐진 형태에 대해 고민을 하고 있어요. 그리고 앞으로 변화된 생애주기로 달라질 수 있는 주택 구조, 주택 시장, 임대 시장 속에서 어떤 공간을 만드는 것이 좋을지 고민하고 있어요.

선협의 향후 계획이 궁금합니다.

한 호점당 20명 내외이기 때문에 처음에는 5호점 정도를 계획했어요. 아직 결정된 사항은 아니지만, 서울시에서 이 근처에 고시원이나 독서실 건물을 매입한 부지가 몇 군데 있어요. 사업 구조를 만들고 부지 선정할 때 저희가 협업을 했었기 때문에 만약 그 사업을 추진하게 되면 규모가 생각했던 것보다는 조금 더 커질 것 같아요.

“설계 과정에서 많은 고민을 하지만 용역 결과물인 도서나 도면에는 잘 드러나지 않는다. 그 고민을 다양한 서비스 형태로 전환할 방법을 찾는 게 필요하다.”

공유공간을 실제로 운영하면서 ‘공유’라는 단어에 대한 인식이 바뀌었는지요?

네. 저는 생각이 많이 바뀌었어요. 처음에 공유주택을 만들던 시기에 공유의 개념이 무엇인지 연구를 많이 했었어요. 2000년대 초반에 엘지경제연구소에서 나온 이야기이기도 한데, 오래된 미래라는 말이 있어요. 말하자면 공유라는 것은 원래 있던 것을 다시 의미화시키는 작업이라는 거예요. 기존 의미를 버리고 다시 의미를 만들어서 관계를 재설정하는 개념인 거죠. 사실 공유주택에 대한 이야기도 이미 예전부터 있었어요. 하숙집도 있었고, 기숙사도 있었죠. 이게 사실은 새로운 시대 상황을 만나 더 사적인 공간으로 바뀌고 있는 거예요. 저는 온라인 문화가 영향을 많이 미쳤다고 생각해요. 내 옆 사람하고 굳이 이야기하지 않고도 무엇이든 다 할 수 있는 구조가 만들어지다 보니 물리적인 거리가 중요하지 않게 되었어요. 관계를 맺을 필요도 없어졌고요. 예전에는 길을 물어볼 때도 최소한 동네 슈퍼에 가서 물어봐야 했는데 요즘에는 지나가는 사람에게 길을 물어보면 이상한 사람으로 취급을 받잖아요. 왜 온라인 지도를 사용하지 않고 물어보는지 의아하게 생각하죠. 이

런 편의성이 점점 개인화를 가속화 하면서도 역설적으로 관계 맺기를 원하는 상황이 생겨나고 있어요.

문제는 이 과정을 이용하면서 비용이 발생하기 시작했다는 점이에요. 이를 테면 지역 안에서 지나가는 사람이나 지인들 사이에서 가지고 있던 정보가 서비스 형태로 전환되고 있어요. 애플리케이션이나 상품으로 만들어지면서 비용이 들기 시작한 거예요. 이제는 결국 이 흐름을 공유경제라는 이름으로 소비 형태로 전환할 것이냐의 문제에 직면하고 있어요. 어떻게 보면 저희는 공유라는 개념을 고시원이라는 공간 속에서 개인이 지출할 수 있는 비용을 줄이고 질을 확보하겠다는 생각으로 시작한 사업인데, 이런 시스템 자체를 비용으로 전환하려는 의도가 생기면 조금 다른 이야기가 되는 것이 아닐까요 생각하고 있어요.

학교 건축과 수업에서 필요한 커리큘럼이 있다면 무엇일까요?

건축하는 사람들이 설계하는 과정에서 많은 고민을 하잖아요. 단순히 용역 결과물로 나가는 건 도서나 도면 형태이겠지만 그 과정에서 고민한 것들이 매우 많기 때문에 그 고민을 다양한 서비스 형태로 적용할 수 있는 방법을 찾는 게 필요하다고 봐요. 우리가 잘 할 수 있는 부분을 사업으로 전환하면 그게 사람들에게 훨씬 더 좋은 영향을 줄 수 있다고 생각해요. 결국, 사용자를 고려한 계획을 하는 게 설계의 목표라면, 어디서 수익을 발생시킬 것인가

가에 대한 고민을 비즈니스적으로 해석하는 연습이 필요하다고 봐요. 어떤 방식으로 수익을 벌어들일 것에 대해 이해하는 건 시장경제에서 필요한 부분이에요. 스타트업 선배들이 많은 선행으로서 보여줄 수 있다면 좋겠죠. 커리큘럼만 놓고 봤을 때는 기존 교육 시스템에 얹매이지 않은 개별적인 학교들이 생겨났으면 좋겠다는 바람이 있어요.

SNS

facebook
/ASUNLAB

homepage
www.share-us.kr

편집후기

An Editor's Comments to Boot Up, Architecture and Urban Start Up

이 책은 건축과 도시 전공자들이 창업한 스타트업의 이야기를 담고 있습니다. 총 여덟 가지 주제(변화의 움직임, 장소 선정, 사업자금 조달, 운영과 관리, 지역과의 공감대, 홍보와 파급, 지속가능성, 건축이란 무엇인가) 아래 인터뷰를 진행했습니다. 시작한 계기부터 실질적인 운영방법과 미래 계획에 이르기까지 지금까지 걸어온 길이 꾸밈없이 고스란히 담겨 있습니다.

일반적인 건축사사무소 인터뷰가 아닌 만큼 카페, 문화기획, 전시, 부동산, 상업, 대관 등 그들의 면모는 다양합니다. 고민하는 지점도 모두 다릅니다. 하지만 건축과 도시라는 뿌리 위에 완성되었기에 공통된 관심사가 있었습니다. 모두가 다른 형태를 하고 있지만 한 카테고리 속에 엮일 수 있었던 이유입니다. 업체 분석을 거쳐 사전 질문지를 제공한 뒤 인터뷰를 진행했습니다. 최대한 진솔한 이야기를 담고 인터뷰 대상자와 협의를 거쳐 말과 글을 다듬었습니다. 분석 내용을 정리한 책이 아닌 인터뷰집이라는 형식을 선택한 이유는 대상자의 생각과 습관까지도 온전히 담고 싶었기 때문입니다.

지금 현재의 모습만으로 감히 그들의 성공과 실패를 이야기 할 수는 없다고 생각합니다. 기존의 산업적 가치관으로 봤을 때 비즈니스 모델로서 수익성이 낮거나 발전가능성이 평가절하 될 수도 있지만 기존의 테두리를 벗어

나 다양한 전문성과 자원을 융합한 독자적인 시도만으로도 건축도시 스타트업은 충분히 가치가 있으며, 새롭게 '짓는'건축에서 기존의 자원을 '잇는' 건축으로 무게중심이 옮겨지고 있는 시대의 변화를 맞아 건축서비스산업의 지형을 개척할 마중물이 될 스타트업 모든 분들에게 응원의 박수와 존경의 마음을 전합니다.

내용에서 부족한 부분이 있다면 모두가 편집자의 부족한 역량에서 비롯된 것입니다. 여러 차례의 방문에도 불구하고 기꺼이 귀한 시간 내어주시며 자신의 이야기를 꾸밈없이 보여주기를 마다하지 않으셨던 인터뷰 대상자들과, 업체 사정상 휴무이거나 영업시간 외의 방문에도 답사와 도면 제작을 위한 실측에 적지 않은 도움을 주신 모든 분들께 지면을 빌려 감사의 인사를 드립니다.

아울러 업체방문 및 인터뷰까지 진행했음에도 불구하고 기획의도 수정 및 구성상 이번 단행본에 함께 하지 못한 다른 업체 관계자 분들에게 송구한 마음을 전하며, 더 좋은 기획으로 만나뵙기를 고대합니다.

김주원, 김요한, 고건수

참고문헌

References

■ 보고서

론드리프로젝트(2015), 「론드리프로젝트 지역분석」

별의별(2017), 「별의별건축가 시리즈」 기획 외 2건

별의별(2016), 「기자촌구역 빈집·빈점포 현황」

ETTA(2016), 「ETTA LOFT 사용설명서」

미스터홈즈(2017), 「미스터홈즈 주요 프로젝트 기획의도」

청년장사꾼(2015), 「열정도프로젝트 사업보고서」

청년장사꾼(2017), 「열정도 설문데이터 비교분석」

빌드(2017), 「아이와 부모를 위한 도시- 사업계획서」

빌드(2017), 「청년 성장 프로젝트 -멋진엄마 잘노는 아이- 연구보고서」

빌드(2016), 「시흥시 정책연구 - 월곶지역 연구보고서」

공무점(2016), 「공무점-어쩌다 프로젝트」

SUNLAB(2015), 「신림동 고시촌 시장수요조사 및 사업성 분석 보고서」

통계청(2017), 「장래가구추계 시도편: 2015~2045」 보도자료

건축도시공간연구소(2017), 「auri brief」 No.158

■ 관련 홈페이지

론드리프로젝트 홈페이지, <http://www.laundryproject.co.kr>

ETTA 홈페이지, <http://etta.kr/>

미스터홈즈 홈페이지, <http://www.mrhomes.co.kr>

서울소셜스탠다드 홈페이지, <http://www.3siot.org/>

SUNLAB 홈페이지, <http://www.share-us.kr>

서울시건강가정지원센터 블로그, <https://seoulfamilyc.blog.me/>

서울특별시의회 공식 블로그, <https://blog.naver.com/seoulcouncil>

■ 인터뷰 대상

론드리프로젝트 이현덕 / 별의별 고은설 / ETTA 이정우 김재경

미스터홈즈 이재우 / 청년장사꾼 김연석 / 서울소셜스탠다드 김하나

빌드 임효묵 / 공무원 박인영 / SUNLAB 현승현

BOOT UP, 건축 도시 START UP

건축 도시 스타트업의 탄생

인쇄일	2017년 12월 26일
발행일	2017년 12월 31일
펴낸이	김대익
펴낸곳	건축도시공간연구소 세종특별자치시 절재로 194, 701호
전화	044 417 9600
팩스	044 417 9608
홈페이지	www.auri.re.kr
이메일	information@auri.re.kr
기획 및 편집	윤주선, 김주원, 서수정
디자인	(주)블랭크건축사사무소 김요한, 고건수
인쇄	(주)디자인 나무
등록번호	제569-3850000251002008000005호

© 2017, 건축도시공간연구소
ISBN 979-11-5659-175-7

※이 책은 비매품입니다.