

청년 장사꾼 열정에 시장이 젊어졌다

미스터리 상회
28살 동갑내기 여성
전공 살려 디자인 소품

차가운 새벽
법대 출신 바텐더 강명지씨
안정된 일자리 찾아 '등지'

뜻밖의 조각가
광주디자인비엔날레 작가
작업실 겸 소품 판매

빵의 도리
서울 직장생활 접고 귀농
빵인버거·소시지 개발



전주의 재래시장(남부시장) 2층에 자리한 청년몰은 젊은 사장들의 특색있는 아이디어와 상품으로 꾸민 28개 점포들이 들어서 있다.



/전주=김진수기자 jeans@kwangju.co.kr

도시재생

문화가 해법이다

국내편 (12) 전주 남부시장 청년몰

전주=박진현 문화선임기자

청년몰 대표 김병수씨 등 2011년 프로젝트 추진 한옥마을서 도보 5분거리...시장 2층에 퓨전 매장 주말 방문객 중 80% 20~30대...매출도 경증 '청년일자리 창출 우수사례' 지자체들 벤치마킹

하루 평균 1만4000여 명이 방문하는 전주한옥마을(본보 7월21일 보도)은 대표적인 도시재생의 성공모델이다. 인구 65만 명의 전주시는 한옥마을이 '뜨면서' 연중 사람들로 북적거리는 관광도시로 변신중이다. '잘 키운 딸, 열 아들 안 부럽다'는 옛 속담은 마치 요즘의 전주시를 두고 한 말 같다. 한옥마을 주변의 동문상가나 풍남문 일대 상가, 그리고 완주군 삼례예술촌까지 '먹어 살리고' 있기 때문이다. 한옥마을의 관광객들이 '내친김에' 인근의 명소들을 둘러보는 덕분에 떠나는 특수를 누리고 있는 것이다.

그중에서도 도보로 5분 거리에 있는 남부시장 청년몰은 전주한옥마을의 최대 수혜자다. 우선 지리적으로 가까운 데다 젊은 관광객들을 겨냥한 퓨전 스타일의 매장은 자연스럽게 관광객들의 발길을 끌어당긴다. 다소 성급한 관광객이라면 1970~80년대의 재래시장을 연상케 하는 남부시장의 걸 모습에 실망하기 쉽다. 하지만, '당황하지 말고' 조금만 발걸음을 옮겨 보자. 남부시장 소품들의 매력은 시장 안, 그것도 2층에서 만날 수 있기 때문이다.

지난 7월 초, 김병수 남부시장 청년몰 대표(전 사회적 기업 이음 대표)와 함께 남부시장에 들어서자 '적당히 벌고 아주 잘 살자'라는 간판이 눈에 띄었다. 남부시장 청년몰의 슬로건이자 영업철학이다. 혹시 '잘못 읽은 게 아닌가'라는 생각이 들 만큼 '발칙한' 문구가 호기심을 불러 일으켰다. 간판이 있는 곳으로 다가서자 2층 계단 양 옆으로 스프레이 페인트로 그린 그림과 글씨가 보였다. 이

를하여 '남부시장 레일 뉴타운 프로젝트'.

청년몰은 100년의 전통을 자랑하는 남부시장 2층에 문을 연, 신개념의 복합소품몰이다. 남부시장의 상인들이 물류창고로 쓰던 2층 옥상을 20~30대 젊은 '사장님'들이 특색 있는 상상력과 문화 코드로 확 뜯어고쳤다. '차가운 새벽', '뜻밖의 조각가', '밤이네 식충이', '빵의 도리', '미스터리 상회', '더 플라잉 팬', '놀다가게', '순자씨 밥 쥐' 등 간판부터가 예사롭지 않다. 세계 각국의 음식, 수제 디저트, 패션 상품, 보드게임, 디자인 상품 등이 주종을 이룬다.

'ㄷ' 자 모양의 통로를 기준으로 28개의 점포가 마주 보고 있는 청년몰은 한바퀴 둘러보는 데 많은 시간이 필요하지 않다. 저녁잡아 10~20분 정도면 '쇼핑 끝'이다. 하지만, 청년몰의 진가를 제대로 느끼고 싶다면 이 가게, 저 가게 들어가 청년 장사꾼들의 발난 '인생스토리'를 들어 봐야 한다. 왜 소품들에 점포를 냈는지, 무슨 물건을 파는지 등 이들 상인들의 범상치 않은 이야기가 흥미롭다.

이름처럼 재미있는 포스를 뽐내내는 카페일 바 '차가운 새벽'의 주인은 '가방 끈이' 긴 바텐더 강명지(30)씨다. 대학에서 법학을 전공한 그녀는 옷장사, 액세서리 장사, 디자인 에이전시를 거쳤지만 그리 큰 '재미'를 못봤다. 2년 전 안정된 일 자리를 찾던 그녀는 우연히 청년장사꾼 모집 포스터를 보고 곧장 전주로 내려왔다.

'미스터리 상회'는 28살 동갑내기 여성들이 의기투합해 차린 디자인 응급센터다. 대학에서 디자인과 서양화를 전공한 임유란, 황수연씨가 자신들



김병수 청년몰 대표

의 끼와 상상력을 발휘한 디자인 소품을 판매한다. 마치 병원 응급실을 연상케 하는 매장 분위기가 색다른 재미를 선사한다. '빵의 도리'를 운영하는 이철희씨는 서울에서 직장 생활하다 고향인 부안으로 내려와 빵나무를 짓고 있는 귀농인. 직접 재배한 빵을 재료로 빵인버거, 빵인 소시지 등을 판매해 접절한 수익을 내고 있다.

지난 2013년 광주디자인 비엔날레 참여작가인 조혜준씨 역시 청년몰의 매력에 푹 빠진 케이스다. 작업실 겸 소품들을 전시, 판매하는 '뜻밖의 조각가'로 지난해 점포를 낸 그는 관광객들과 청년 장사꾼들의 에너지를 공유할 수 있는 이곳이 더할 나위 없이 좋은 '놀이터'란다.

젊은 장사꾼들이 가게를 열면서 남부시장은 활기를 되찾기 시작했다. 무엇보다 전통시장에서는 보기 힘들었던 카페일바, 한방차, 보드 게임방 등은 시장의 분위기를 180도 바꾸어 놓았다. 특히 토요일에 열리는 야시장과 파티에는 전주 시민은 물론 인근 한옥마을을 구경하러 온 관광객들과 외국인까지 몰려 불야성을 이룬다. 주말의 경우 평균 약 3000여 명이 방문하는 데 이들 가운데 80%가 20~30대 젊은이들이다. 실제로 청년몰이 문을 열면서 입소문을 타고 유동인구가 늘어나 남부시장의 매출도 20%가량 증가했다.

청년몰이 쇠락한 남부시장의 '구원투수'가 되기까지는 도시기획자 김병수씨의 열정과 역량이 있었다. 남부시장은 1960년대까지만 해도 한강 이남에서 손꼽히는 물류집산지이자 전북권 농산물 거래 최대시장이었다. 또한 대부분의 전주시민들

에게 남부시장은 추억의 공간이기도 했다. 어린 시절 어머니의 손에 이끌려 시장을 찾았고 학창 시절 순대와 튀김 등을 먹으며 즐거운 한때를 보냈기 때문이다. 하지만, 많은 재래시장이 그랬던 것처럼 1990년대 이후 대형 마트에 밀려 방문객이 급격히 감소하기 시작했다.

김 대표는 학창시절의 추억이 깃든 남부시장의 쇠락을 누구보다도 안타깝게 생각했다. 남부시장을 살릴 수 있는 묘안을 고민하던 그에게 한옥마을이 떠올랐다. 사실 그는 한옥마을과 인연이 깊다. 한옥마을 조성이 한창이던 지난 2001년 5년 동안 몸담았던 경제정의실천연합회 그만 두고 고향인 전주로 내려와 한옥마을의 틀을 잡는데 일조를 했기 때문이다. 김 대표는 "한해 평균 300만 명에 달하는 한옥마을 방문객은 내로라하는 관광지의 유동인구보다 많다"면서 "이 정도의 숫자라면 청년몰을 활성화하는 데 충분한 경쟁력이 있다고 생각했다"고 말했다.

이에 따라 김 대표는 지난 2011년 자신이 이끌던 사회적 기업 '이음'과 함께 문광부의 문화통한 전통시장 활성화 사업(일명 문전성시)에 청년몰 프로젝트를 신청했고 이듬해 사업에 선정돼 12개의 이색점포를 세상에 모습을 드러냈다. 19~39세의 점포주들에게 각각 6~8평 점포와 창업지원금 1000만 원을 지원했다. 그 결과 개장 3년 만에 점포수가 12개에서 28개로 늘었고 전통시장 활성화와 청년일자리 창출의 우수 사례로 다른 지자체들의 벤치마킹 대상이 됐다.

김 대표는 "남부시장은 지리적으로 한옥마을과 영화의 거리가 인접해 있어 매년 방문객이 늘어나는 추세"라면서 "이러한 시너지 효과를 지속시키고 새로운 고객을 창출할 수 있는 문화콘텐츠를 개발해 나갈 계획"이라고 말했다.

/jhpark@kwangju.co.kr

※이 기획은 지역신문발전위원회의 지원을 받아 취재했습니다.



'적당히 벌고 아주 잘 살자'는 청년몰의 슬로건이다.



길이 ~5m, 두께 100mm

통원목가구 광주 최초판매 (가정용 · 업소용 · 인테리어)



☎ 1899-0240
www.hong79.com