

11:00 행사시작

옥지현 대리 인사말

안녕하세요, 농어촌공사 옥지현 대리입니다 반갑습니다. 오늘 이천산수유마을 팸투어에 와 계신 여러분들이 계신 "산수유사랑채"와 바깥의 트렁크아트페스타가 열리고 있는 주차장은, 저희 농어촌공사가 이천시로부터 위수탁을 받아 진행했던 산수유권역 단위종합정비사업의 일환으로 지어진 건물이 되겠습니다. 산수유마을처럼 이렇게 시설물을 잘 활용하고, 또 여러 사람들이 관심을 가져주시는 마을이 없습니다. 그래서 이번에 경인일보와 저희 농어촌공사, 이천공동체행복지원센터, 바우하우스예술협동조합 등 다양한 분들이 함께 체험, 페스타, 워크샵 등 '팸투어'를 진행하고, 마을 홍보기사를 내고자 합니다. 아무래도 결과물이 기획기사이기 때문에 오늘 참여하시는 분들 사진 잘 나오도록 방긋방긋 잘 웃어주시면 감사하겠습니다. 다음으로 이춘희 대표님의 간략한 내빈 소개와 마을소개가 있겠습니다.

이춘희 이천백사산수유영농조합대표 마을소개(요약)

- 이 곳은 **나무의 속삭임이 들리는 마을, 마을의 가장 큰 자랑거리 500년 된 마을 뒷산의 산수유 나무**
- 마을에서 6차 산업의 일환으로 산수유 제품 만들
- 산수유 사랑채(회의실)에서 돌잔치, 세미나, 교육 등 다양한 행사가 이뤄지고 있음
- 어린이가 손에 들고 있는 것은 '도롱뇽 알', 저희 집 뒷편과 논에 흔하게 있음, 우리 마을은 도시와 농촌이 공존하는 마을, 산수유 '전원'마을이 어울리는 듯, 백사산수유축제가 20년 넘게 이뤄짐
- 산수유마을은 인구수가 꾸준히 늘고 있음, 이런 농촌마을이 잘 없음, 서울 쪽에서 은퇴해 귀촌한 인구가 많음, 앞으로 귀촌인구가 마을에 중요한 역할을 할 것으로 기대
- 그런데 이제 **마을에 이사 오는 분들이 나무를 베어 없애며 "자연은 훼손되었지만 좋은 이웃을 만났다고 생각해주세요"**라고 하심, 속상했지만 마을이 받아들여야 할 부분이 있음을 알게 됨
- **마을 소상공인들과 함께 자동차로 거리두기를 할 수 있는 '트렁크마켓'을 개최, 디자인 해 주는 재능기부 주민이 계셔서 예쁜 포스터도 디자인 함, 오늘은 트렁크마켓을 취소하고 아트페스타로 예술가 분들과 협업하여 개최함.**
- 자동차 트렁크를 열고 주차 간격을 넓혀서 페스타를 기획
- 트렁크마켓에서는 **어르신들이 농산물을 들고 참여하시기도 함**
- 마을 홍보 리플렛에 첨부된 마을 지도는 마을 소상공인들 명단(산수유 체험마을과의 상생 목적)과 마을 지도를 첨부해서 제작함,
- 코로나 이전의 마을은 축제 유무와 상관 없이 근교에서 나들이 나온 자전거 부대와, 바람 쐬러 오신 차량 방문객이 큰 주차장 꽉 찰 정도로 많이 오심(사진참고)
- **산수유 학당에서 이 마을 자연을 보호하고 관리하려는 노력 중, 최근 귀촌인구에 의한 대규모 전원주택지가 조성되면서 산수유 나무들이 계속 훼손되었기 때문. 마을 차원에서 이제서야 산수유 나무에 대한 자치규약을 고민하고 있음, 상생포럼에서 이**

런 고민들에 대한 답을 구하기를 기대함

- 주민 의견을 네이버 폼으로 수렴(PPT 참고), 주민들 참여의지(마을 활동가 참여 의사)도 높다고 볼 수 있음, 주민들 참여 의지에 반가움을 느낌
- "경기도 생태관광거점마을(2년간 3억 7천)"사업 선정, 국가자격증 '유아숲지도사'와 '숲해설가' 자격증을 공부하는 마을 분들이 많음, 손님이 오셨을 때와 우리 마을 자연을 지키는데 큰 역할 하실 것으로 기대
- **저희는 새로운 길을 가야 합니다. 이제까지와 같은 길로는 이 마을이 힘듭니다. 숲의 가치를 아는 분들이 방문객을 환대하고 소통하며 자연과 사람이 행복한 생태관광마을이 되었으면 합니다. 여기 참석해주신 모든 분들이 많이들 도와주실 것으로 믿습니다.**
- 생태관광거점마을 사업 설계도 등 설명
- 육계정?에 들어가시면 현판이 달려 있습니다. 해석하자면 시가 있습니다. (해석본 PPT 참고)
- 발표 이후 누마루로 이동해 피자를 만들고, 아트페스타를 관람하시겠습니다
- 오늘 점심식사는 일회용기를 사용하지 않은 옛날도시락으로 '조금 불편한 한 끼'가 되겠습니다. 손수건과 캠핑수저는 기념품으로 가져가시면 되겠습니다.(생태마을로서의 고민) 오늘 환경에 대해 생각하는 시간이 되셨으면 합니다. 즐거운 소풍같은 날이 되면 좋겠습니다.

11:40 단체사진 촬영 및 트렁크아트페스타 관람

12:20 점심식사

13:30 작은상생포럼 시작

***전문가(분야, 소속)** 이태겸(경관/디자인, SE디자인그룹 소장), 김현구(웹/기획,디자인홈 대표), 정은빈(마을브랜딩, 청춘여가연구소 대표)

정재훈(농어촌공사 지역개발파트장) : 오늘 농어촌공사에서 행사 기획한 것은 마침 트렁크아트페스타가 있어서였습니다. 팸투어에 체험만 하기보다는 산수유 마을일을 함께 고민하고자 상생포럼을 기획했습니다. 오늘 회의를 통해 고민을 전부 해결한다거나 획기적인 솔루션이 나오는 것은 아닐겁니다. 하지만 이런 자리를 주기적으로 갖는데 의의가 있다고 할 수 있겠습니다. 돌아가며 인사를 나누겠습니다.

(인사) 심명보(농어촌공사), 주은숙(부녀회총무), 바우하우스 부위원장 박병철, 조합원 강종문, 위원장 노희진, 박준하(이천시행복공동체지원센터장), 이춘희 대표, 이태겸 소장, 정은빈 대표, 김현구 대표

주은숙 부녀회총무 "저희 마을에 오신 것을 환영합니다. 그야말로 상생하는 마음으로 저희 마을을 함께 고민해주세요."

정재훈: 전문가 분들이 궁금하신 점을 질문하면서 시작하면 좋겠습니다.

이태겸: 저는 오전에 말씀해주신 내용 중, 조경/경관 측면의 질문을 드리려고 합니다. 2018년부터 느꼈던 점이 개선이 안 된 점들이 보입니다. 당시 제가 백사면 왔을 때도 산수유 경관을 지키기가 어렵다는 고민을 해 주셨습니다. 그럼에도 불구하고 외부에서 들어오거나 산수유 나무를 반출하는 부분에 대한 마을에서 노력을 하고 계신데, 실효성을 고민하고 계신 것 같아요. **산수유 나무 보호를 위한 마을 규약이 어떤 정도로 구성 되어 있고, 주민들이 얼마나 참여하고 있는지, 실효성은 어떻게 되는지가 궁금합니다. 또 산수유 나무의 수령, 직경에 따라 보호할 수 있는 조례가 있는 것으로 하는데, 마을차원에서 이 조례를 혹시 알고 계시거나 활용하고 있는지?**

이춘희 대표: 나무 반출에 대해서는, 직경 15CM 이상은 보호해야 한다는 **그런 조례를 저희는 모르고 있었습니다.** (이태겸: 시장님께 매입신청을 할 수 있는 법률입니다. 수목이 시소유가 되는 것이죠. 집을 짓는다 하더라도 수목 자체는 시 소유라서 다른 곳에 이식한다든지 하는 조례가 있었습니다.) 저희는 그런 조례를 면 등을 통해 전해 듣거나 한 것이 없어 전혀 몰랐어요. 그래서 **주민들끼리, 노인회장, 마을회장, 부녀회장님끼리 모여서 "산수유나무 군락지 보호 및 육성에 관한 마을규정(안)"을 만들고 있었습니다. 구체적 내용 중 하나는 새로운 마을 분이 왔을 때, 집을 지을 때 산수유나무 세 그루를 심도록 권고한다는 내용 등이 있습니다. 강제성은 없고요, 그리고 활동은 마을 친목단체가 참여하는 것으로... 행정에서 도움을 받았을 수도 있었을텐데 아쉽습니다. 정말 많은 산수유 나무가 다른 곳으로 실려나가는 것을 목격했습니다. 저희가 이런 사업을 하니 시에서 매입해서 공원화하는 식으로 추진을 하려고 합니다.**

이태겸: 수령이 20년 이상이거나, 하부 직경이 15CM 이상, 그리고 시장이 보호할 필요가 있다고 인정하는 군락지 내 나무를 보호받을 수 있습니다, 그리고 보호를 위해 위원회도 설립할 수가 있습니다. 또 하나 해결방안으로서 보실 수 있는게 수목도 한 주, 한 주 시에다 신고를 하시면 재산이 됩니다. **많은 분들이 땅만 재산으로 인식하고 계신데, 나무 역시 인목등본을 하는 방식으로 보호할 수가 있습니다.** 이런 조례를 활용하시면 좋겠고, 또 하나는 조례가 개정이 됩니다. 15CM 이상 산수유 나무를 키우기가 쉽지가 않습니다. 보다 적극적으로 시에 건의하는 방식으로 개정해 나가실 수 있습니다.

김현구: 웹을 기획하는 사람으로서 저는 이 마을에 대해 하나도 알지 못하는, 즉 인터넷 상에서 마을을 접하게 되는 사람들 시선에서의 질문이 떠오릅니다. 이천산수유마을이 사람들에게 어떤 모습으로 알려지고 싶으신가요? 그리고 단 하나의 키워드로 표현한다면 어떤? 산수유로 검색을 하면 이천이 첫 번째로 나오는 게 아니더라구요, 그리고 산수유 개화시기에만 마을이 알려진다는 점도 제한이겠습니다.

이춘희 대표: 이 건물 산수유 사랑채가 2015년에 준공식을 했습니다. 당시 대표가 아니

였던 저는 우연히 이 건물에서 가장 가까운 곳에 사는데, 이 건물의 주춧돌이 쌓여
서 쪽 올라가는 모습을 지켜봤습니다. 당시 제가 '축시(詩)'도 지었는데, 그 안에 담
았던 마음은 기왕이면, 여기가 **조용히 쉬어가는 마을**이 되었으면 하는 마음이었습니
다. 그리고 개인적으로는 **교육공간**이었으면 좋겠다는 소망이 있습니다. 공간대관시
에도 교육 공간으로 쓰시는 분 예약 문의를 우선적으로 고려합니다. 그리고 나무의
속삭임이 들리는 곳이라는 것은, 저희 마을 자연경관에 기가 막힌 계곡이 있는 것도
아니고 **정말 내세울 것이 오래된 산수유 나무밖에 없더라구요**, 굳이 키워드를 꼽는
다면, **"자연과 사람이 행복한 곳"**이기를 바랍니다. **자연이 그 가치를 인정받아 사람
들로 하여금 보호를 받고, 사람도 자연 품에서 행복할 수 있는 마을, 이게 어떻게
오랫동안 지속될 수 있을까가 가장 큰 숙제입니다.**

옥지현: 이 질문에 대해서는 다른 주민 분도 이야기 해 보시면 좋겠습니다.

주은숙 부녀회 총무님: 원주민들이 연세가 많으세요, 15~20년 있으셨던 분이 이 마을
의 생태를 보호하고자 참여하십니다. 그 분들과의 관계라던지, 산수유로 인해 동네
분들과 저희가 '행복해야'되거든요, 주민들 생활도 좋아야하고, 생태거점을 조성해서
이익이 공유되어 늘어가고, 관광객이 늘어나려면 그 분들과의 커뮤니케이션도 좋아
야합니다. 그런데 사실 키워드를 당장 떠올리려니 힘이 들고, 사실 지금 어떻게 진
행이 되는 건지도 혼란스럽습니다. 제가 알던 회의랑은 방식이 많이 다릅니다.

정은빈: 저도 공감되는 말씀을 바로 해 주셔서 반가운 마음이 듭니다. 지금부터 30분간
은 저희 전문가들에게 정보를 주시는 시간이라 생각해주시면 좋겠습니다. 마을 공동
체에 대한 것을 말씀해주시면 좋겠습니다. **마을 안에 사업을 운영해나가는 주민 자
치조직이 어떻게 구성되어 있나요? 여러 가지 자치조직이 함께 이야기를 나눌 수
있는 라운드테이블(round table)이 있나요? 그리고 산수유를 보호하기 위한 주체들
의 노력은 어떻게 되는지?**

이춘희: 사업을 하려고 주민들의 의견을 수렴할 때, 노인회 등의 **기존 조직은 대표성이
떨어지는 것을 느꼈습니다. 그래서 약칭 '기술자문단'을 만들었습니다.** 전문성이 있
으신 6분을 초청했습니다. 거의 한 마을에 계셨는데도 만난 적이 없는 분들을 모아
앞으로 마을 사업 등이 어떻게 가면 좋을까요?라고 여쭙보니 와 닿지 않는다거나,
원적산이 품은 이라는 문구를 넣자 등 '나무의 속삭임이 들리는 마을'이라는 내용에
대한 피드백을 주셨습니다. 그리고 **교육 차원에서 산수유학당이라는 가상의 학당,
을 만들어 12주간 겨울학기를 열 계획인데요, 마을 어르신들이나 막 들어오신 분은
어렵고, 5년~15,20년 된 주민들을 한 카테고리로 했습니다. 오늘 주방에서 도와주신
분들도 산수유 학당 소속이십니다.**

정은빈: 원주민보다 이주 해 오신 분이 훨씬 많은 건가요?(네 훨씬 많습니다.) 다양한
주체들이 모이고 있다는 것은 굉장히 기쁜 일입니다만 **모두가 다함께 의견을 나눌**

수 있는 라운드테이블은 없었다, 라고 여겨집니다. 행복한 마을을 꿈꾸는 것은 어느 마을이나 동일합니다. 큰 목표만 이야기하면 액션이 약해집니다. 그래서 라운드테이블이 중요합니다. 지금은 그 자리를 만드는 작업부터 필요하지 않을까 생각됩니다. 모두가 참여하지 않은 협의는 안 하는 것이 낫다고 봅니다. 라운드테이블 만드는 것이 첫 번째입니다.

주은숙: 대표님 말씀에 공감 많이 됩니다. 그리고 저희가 모여서 걱정만 해 왔습니다. 걱정만 많지 아까 이태겸 소장님이 말씀 주신 조례 등에 대한 '지식'이 없었다고 생각합니다. 대표님 이외의 마을분들 참여를 고려했을 때 '협의'가 정말 너무나 중요하다고 생각합니다. 또 새로 들어오신 분들이 이 마을에 아름다운 산수유를 꿈꿔서 들어오셨기 때문에 산수유 나무를 보호하고자 하는 노력에 더 많이 공감하고 또 필요성을 느끼시거든요, 귀촌인을 끌어서 안고 가는 것이 굉장히 필요하다고 생각이 듭니다.

정은빈: 네 맞습니다. 다양한 주체들이 수평적으로 앉아 대화를 나눌 수 있는 기회를 만드는 것이 가장 중요합니다. 그리고 지금 체험휴양마을을 방향을 잡고 계신 것 같습니다. 그런데 산수유 만이 핵심은 아닐 것 같습니다. 체험휴양마을에 대한 방향을 산수유 외에도 터놓고 대화해보는 것이 좋을 것 같습니다. 더구나 트렁크아트페스타 라던지 이렇게 협업을 할 수 있는 조직도 많은 것 같습니다.

박병철 바우하우스 예술협동조합 부위원장: 네 저희 협동조합은 전주에서 활동을 했었습니다.(조합소개) 그런데 이천 산수유마을에서라면 활동방향이 단지 이 마을을 유명하게 할 것인지, 마을 중심으로 관광으로 발전할건지 등은 저희도 잘 모르겠습니다. 그런데 저희가 가진 능력은 예술을 통해 그 공간을 많이 알리는 것입니다. 이천 산수유마을에 예술을 더해 많이 알릴 수 있었으면 좋겠습니다.

이춘희: 트렁크마켓에 대해서는 저희가 설명을 하겠습니다. 코로나로 관광, 숙박, 체험객이 줄어들었을 때 우연히 주민들과 함께 이야기를 나누던 중, 우리가 가진 것은 주차장밖에 없는데? 젊은 분 한 분이 주차장을 활용해 차량을 가져와서 하는 마켓 아이디어를 제안해주셔서... 그렇게 즉흥적으로 시작이 되었습니다. 작년 10.30일날에 시작이 되어 매월 둘째주 토요일에 열어왔습니다. 게다가 쓰레기 없는 마켓을 하기 위해 쓰레기 봉투와 물 등을 드립니다. 그래서 40분 정도의 셀러들이 돌아가면 쓰레기가 하나도 없습니다.(수익은?) 저희 마을이 오세요라고 홍보를 하지 않아도 그냥 손님들이 모르고 오셔도, 오신 김에 마켓도 하니 보고 가십니다. 수익이 복잡복잡하는 인구밀도는 아니다, 판매는 괜찮다, 어떤 분들은 별로다...

정은빈: 수익 등을 기록하셔야 합니다. 운영을 지속적으로 하시려면, 보람을 느끼고 가능성을 끌어가시려면 매출 등을 기록하셔야 합니다. 마을 리더분들이 이런 좋은 아 이템을 운영하고 계속 끌어가시다가 지치면 다시 시도도 하지 않으시는 경우가 있

습니다. 여기서 기록이 굉장히 중요한 힘을 발휘합니다. 그리고 또 하나 질문이 드는 점이 있습니다. **과연 그러면 트렁크마켓이 산수유나무와 무슨 관계가 있는가?**

이춘희: 트렁크마켓은 산수유나무 꽃이 없을 때도 꾸준히 사람이 오게 하려는 노력의 일환입니다. 게다가 고민 또 한 가지는, 외부 손님이 많이 와도 마을 분들이 좋아하실까? 사실 트렁크마켓 관련 민원이 있었습니다. 코로나 시국에 예전엔 하지도 않던 트렁크마켓을 열어서 외부 손님들이 이리 많이 오면 우리 부모님 코로나 걸리시는 것 아니냐,

김현구: 외국에서도 그런 민원 비슷한 사례가 있습니다. 런던 여행을 검색하시면, 빠짐 없이 영화 노팅힐의 배경이 된 파란 대문 집 사진이 나옵니다. 그런데 막상 가 보시면 파란 대문 집이 없습니다. 관광객이 너무 많이 와서 주인이 파란 대문을 바꿔버렸습니다. **산수유로 1년 내내 유지가 어려우면, 산수유의 요소, 분위기, 등을 확장해야 합니다. 그런데 산수유 마을 하면 노랑? 자주? 어떤 색이 떠오르시나요?**(이춘희: 노랑, 초록, 빨강 세 가지 색깔 모두라고 생각합니다.) 일단은 이 색에 대한 부분은 잠시 후 다시 말씀드리겠습니다.

오프라인 기반, 예를 들어 산수유꽃축제 같은 행사를 하면, 손님들의 인지도는 꾸준할 겁니다. 그런데 이것이 1년 내내 가기는 어렵고, 코로나에 타격을 금방 받죠. 그러면 개화 시기 외에도 산수유 키워드가 확장되려면, 산수유 하면 뭐가 연상되지?를 바로 떠올려 보시면 됩니다. **아까 교육한다고 하셨는데, 그럼 사람들이 여기 이천산수유 마을 하면 바로 교육의 장소로 인식해야 합니다.**

온라인 마케팅의 성과는 동네에 아무것도 모르는 사람에게 정보를 전달해서, 혹해서 오게 만드는 것입니다. 그러면 성과를 내기 위한 고객을 끌고 오기 위해 '즉각적으로 연상되는 이미지'가 필요한 것입니다. 그래서 아까 키워드를 질문 드렸습니다. **마을에 대해 아예 모르는 사람들은 내용을 깊게 볼 수가 없어요, 관광객들 역시 마찬가지입니다. 마을 차원에서 여러 가지 고민하신 것, 저는 알겠는데 관광객들에게 다 전달하는 것이 현실적으로 불가능합니다.** 노랑색이냐 자주색이냐, 결정해야 합니다. 세 가지 색깔을 전달하는 것은 점점 많은 설명이 따라 붙고, 어려워집니다. 그래서 저는 계속 '키워드가 무엇이냐'라고 질문할 것입니다. 어떤 교육? 산수유?...그래야 온라인 마케팅이 가능해집니다.

이춘희: 사실 키워드는 외부 손님들이 정해주는 것 같습니다. 저는 꽃말을 그닥 믿지는 않는데, 산수유꽃에 '영원 불멸한 사랑'이라는 꽃말이 있습니다. 그래서 연인의 길도 조성되어 있습니다. 몇년 전 부터 그렇게 커플들이 많이 옵니다. 그렇게 예쁘고 멋진 커플들이 옵니다. 그 이유를 몰랐었는데 연인의 길 때문인 걸 알게 되었습니다.

김현구: 오다가 노란 돌담 길을 보았습니다. 그것만으로도 사람들이 찾아오는 칼라마케팅이 가능해집니다. 제 생각에는 전혀 모르는 사람들이 우리를 어떻게 보느냐가 중요합니다. 산수유에 대해서라면 구글 키워드로 '산수유의 효능'이 먼저 뜹니다. 그러

면 대중에게 산수유가 건강기능식품으로 인식되는 것입니다. 우리가 여기서 벗어나 칼라마케팅이나 교육으로 가려면 산수유-칼라, 교육으로 연관 지어 떠올라야 하고, 다른 장소에서도 이렇게 연관지어 설명하는 것이 유리합니다. 트렁크마켓도 얼핏 보면 자동차 오는데 친환경 아닌거 아니야?라는 생각이 들 수 있습니다. 그래서 명확한 키워드를 목표로 두고 염두에 두는 것이 중요해집니다.

강종문 바우하우스예술협동조합원: 저는 도자기를 하는 사람입니다. 키워드는 스토리텔링의 수단이라고 봅니다. 그러면 산수유에 대해 무엇을 이야기 하고 싶은가, 크게 사람, 물건, 그리고 그 사이에서 일어나는 이벤트로 분류할 수 있겠습니다. 도예촌에는 흙이라는 재료가 있고, 산수유마을에는 산수유가 있습니다. 그런데 산수유로 스토리텔링 하려면 도자기로 따지면 가장 기초 재료인 흙으로 이야기를 만드려하니 한계가 있습니다. 그러면 도예촌에서는? 흙을 가지고 상위개념의 '물건'을 만듭니다. 산수유 막걸리라던지 꽃차... 제가 보니 산수유마을에 가장 부족한 것은 '사람'입니다. 도예촌에는 작가들이 있는데 산수유마을에서는 이런 스토리텔링을 하기 위한 사람이 누가 있느냐, 여러 제품이 필요합니다. 여러 제품을 만드는 작가가 필요합니다. 빵을 만드는 작가로서, 그리고 할머니가 막걸리를 만드는 작가로, 지금 스토리텔링을 하기 위한 사람이 가장 부족하다고 봅니다.

김현구: 오늘 아트페스타에서 미술관의 도슨트를 하는 기분이었습니다. 그런데 매 번 방문객에게 그러나 이 정도의 육성으로 설명하는 서비스 제공이 어렵죠, 참여자들이 많은 것은 분명 자산입니다만 이 자산을 가지고 제공을 하는 방식에 대해서도 고민 해주시면 좋겠습니다.

이태겸: 정은빈 대표님은 라운드테이블, 김현구 대표님은 키워드 이야기를 해 주셨습니다. 저는 '부재'에 대한 이야기를 해보겠습니다. 산수유 꽃은 이른 봄 철에만 반짝, 그리고 생태공원 이야기 하셨는데 봄 외의 다른 계절에는? 산수유를 보러 왔는데 이것도 예뻐하는 플러스적인 요소가 필요합니다. 이런 부분이 빠져있는 것 같고요.

한 가지 더 말씀드리면, 오늘 올 때, 산수유마을에 왔다는 것을 기념할 만한 작품이 있으면 사 가려고 했습니다. 그런데 제가 느낀 것은 일반적인 마켓 이었습니다. 트렁크아트페스타 작품들과 산수유마을과의 연관성이 떨어집니다. '우리 마을에 기념품이 필요하다, 전시물이 필요하다'등으로 주제를 제시하면서 보다 적극적으로 추진할 수 있습니다. 양평의 '달감마을'같은 경우, 올해 행복마을콘테스트 은상을 수상했습니다. 마을 주민이 마을 조직을 활성화하셨더니 전원주택과 학부모들이 많이 오셔서 폐교 위기의학교가 살아났습니다. 마을 홍보가 목적이라기보다 주민들이 잘하는 것을 들여다봤습니다. 집집마다 미니 갤러리에 각자 잘하는 것을 자랑합니다. 짬공예나 요리 등등. 누굴 보여주기 위한 목적이 아니라 산수유마을에 애착을 형성하는 과정으로서 발굴하는 그런 과정이 긍정적으로 느껴졌습니다.

정재훈: 대화를 한 번 환기하겠습니다. 저는 대표님께 마을에서 예상했던 것과 오늘 포럼에서 나온 이야기에 어떤 차이가 있는지 듣고 싶습니다.

이춘희: 라운드테이블 이야기를 듣고, 현재 교류를 많이 하고 있는 줄 알았는데 제 착각일 수 있겠다는 생각이 들었습니다. 이렇게까지 깊은 이야기를 해 본 것은 처음입니다. 행정 일선의 부면장님께서 본 마을은 어떤지?

조완근 백사부면장: 사실 저도 잘 몰라요, 부임 된 지 두 달이 되었고, 산수유축제 추진위원회라던지, 이런저런 이야기를 나누면서... 백사면은 산수유 이미지와 함께 가는데, 산수유의 정체성과 추진체가 어딘지를 많이 보려고 했습니다. 그 원동력은 밖에서 볼 때는 백사면 전체인데, 내부에서는 단합이 안 되고, 마을 주민들 역시 개별적입니다. 청소, 꽃길 가꾸기 등을 하시는 분들이 점점 연세가 드시는 문제가 발생합니다. 저희는 여기 와서 백사면 전체 승강장이 산수유 이미지를 하기 위해 노란색으로 한다던지, 하는 '승강장의 작품화' 사업을 준비 중입니다. 또 이 지원패턴을 위해 산수유나무를 관리하고, 거울에 열매를 수확하는 작업들을 지원하는 예산을 세우고 있습니다. 또 여기 앞에 들어오는 경관, 인증샷 포토존이라던가 연인의 길을 보완하는 방법 등을 예술가 분들 아이디어와 연결지어 실현하는 작업들도 하고 있습니다.

주은숙: 부면장님, 저희 마을 벽화는 안 하나요? 여기는 아름다운 마을로 소문이 나서 방문객이 항상 많으세요, 산수유 벽화 등이 필요한 것 같습니다. (전문가분들 벽화 반대의견 피력)

정은선: 말씀주시는 취지는 알겠는데, 그 수단을 벽화로 할 것인가는 굉장히 중요한 문제입니다. 벽화가 만능 솔루션은 아닙니다. 벽화에 대한 성공사례와 실패사례들이 있습니다만 흉물이 되는 경우가 대부분이고 유지관리가 굉장히 어렵다, 예산이 많이 든다는 단점이 명확해서, 벽화로 추진할시에는 명확한 근거가 꼭 필요합니다.

백사부면장: 저희는 벽화는 고려하지 않았고요, 대신 정원관리사 교육을 거울에 해서 봄에 텃밭을 가꾸는 사업을 생각하고 있습니다.

이태겸: 무엇을 더 할까를 고민하시는 것 같아 우려가 됩니다. 하나 예시를 들어보겠습니다. 강화의 어떤 마을은 모듬회셋트가 유명했습니다. 지역 수산물은 아니고 모듬으로 나온 음식사진을 찍으려 젊은이들이 오니까, 한 1-2년 반짝 하다가, 기존의 고객들이 더 이상 안 옵니다. 그래서 그 마을 지금 아주 어렵습니다. **마을의 어떤 풍경을 지키는지가 중요합니다. 젊은이들이 인스타그램 한 번 사진 올리고 다시는 안 옵니다. 그런데 독심 있게 기존 사람들이 좋아하던 요소를 지키려고 노력하는 마을은 계속 갑니다.**

정은선: 벽화를 매듭지어보겠습니다. 어떤 마을은 벽화를 그렸다가, 벽화에 합의하지 않은 사람들의 의견 때문에 다 지우고, 조직들도 깨졌습니다. 그래서 잘 결론을 내려야 합니다. 이제는 벽화를 쉽게 생각하시보다 여러 방법을 검토해보는 것이 좋겠습니다. 벽화가 그려진다면 모두가 합의하는 방식으로 그려져야 합니다. 그렇지 않으면 여기 리더 분들이 먼저 지쳐서 빠지실 거예요. **합의가 가장 중요합니다. 차곡 차곡 내, 외부적으로 튼튼한 밑바탕을 쌓아나가셔야 합니다.**

김현구: 이 이야기를 조금 더 일반화하면, **왜 벽화가 필요하지? 사람들이 많이 오겠지? 그러면 많이 오는 게 우리의 목표인가? 많이 오면 유지비가 올라갑니다. 정작 많이 왔는데 수익은 나지 않고, 유지관리비만 늘어나면? 이 전략은 실패합니다.** 브랜딩이 됐다고 하면 이득일수는 있습니다만... 많은 분들이 '일단' 사람을 끌어모으는 걸 선택하세요 대부분이. **그런데 사람 들어오게 했더니 다 흘러나가고 사람들이 여기 안에서 할 콘텐츠를 아무것도 안 만들어놨네?** 쇼핑몰 홈페이지라면 물건을 판다는 명확한 목표와 사람 끌어 모으는 행동을 연결 지어서 생각해야 합니다. 그렇지 않으면 와 봤더니 이 마을 별 거 없네라는 부정적인 이미지가 퍼지는 꼴이 됩니다. 웹은 소위 말해 '있어보이게 하려고' 만듭니다. 그럼 이미지는 그럴듯한데, 눌러보니 다 안돼, 그럼 천 명이 방문하면 천 명에게 신뢰를 잃은 겁니다. 결제 기능이 있다고 결제하나요? 앞에 무수한 과정을 거친 다음에 결정을 합니다.

15:00 추가 인원 참석

서범석 산수유영농조합법인 전대표님, 노희진 바우하우스예술협동조합 위원장

김현구: 사람들을 끌어모으는 것도 중요하지만, 최종 목표까지 설계가 안 되어 있는 것은? 사업이 끝나고 나서 굉장히 허탈함을 줍니다. 주요 리더들에게는 굉장한 타격이 되는 것이죠. '그래서 뭐 할 겁니까?'가 가장 중요합니다.

이태겸: 그래서 정은빈 대표님이 기반을 탄탄하게 닦는 것에 대한 조언, 그리고 김현구 대표님이 그 기반 후 합의된 목표를 세우는 것을 이야기 해 주고 계십니다. 목표 합의에 대해 대한 예시를 들어보겠습니다. 이미 유명한 사례입니다만, 경북 영주 '목할매 공장'이 있습니다. **기획자가 콘텐츠를 들이민 것이 아니라 질문을 합니다. 할머니 뭐 할 수 있어요?** 우리 마을 도토리가 있는데 가끔 묵 썬 먹어. 나는 묵을 썰 수 있을 거 같애. **그러면 목공장 합시다. 그럼 할머니 일주일 며칠 일 할 수 있어요? 그 다음에는 한 달에 얼마 벌고 싶어요?** 나는 한 달에 10만원 만 있으면 돼. 그걸 합의한 다음에야 다음 의사결정이 있는 겁니다. 지금도 엄청난 수익이 나는 마을은 아니예요. **그런데 고령 할머니 할아버지가 그 만큼만 일하고 용돈을 벌기 위해서는 '사회적 합의'가 필요합니다.**

부면장님 세부사업계획을 듣다보니 '정보'가 부재합니다. **조례에 의해 산수유 군락을**

조사하고, 공유하고, 시장이 매입할 수 있고, 그런데 마을에서는 조례 처음 들어보신다고 하셨죠. 좋은 무기가 있는데도 사용을 못하고 계신거죠. 그 근처에는 우리 마을이 지원받을 수 있는 조례에 뭐가 있는거야?를 행정 조직에서 면밀히 알아봐주면 좋겠다는 생각이 듭니다.

심명보 KRC경인지역개발센터 부센터장: 오늘 공부하는 것 같네요, 여러 의견이 나왔습니다. 오늘 산수유 마을 간다고 하니, '산수유꽃이 피지도 않았는데 왜 가?'라는 질문을 받았습니다. 그러니 마땅히 대답할 말이 곤궁했습니다. 산수유축제가 역시 가장 큰 키워드인것 같습니다. 그런데 축제에 대해 생각해보니 떠오르는 질문이, 축제를 운영하는 조직은 어떻게 구성되어 있나요?

이춘희: 산수유꽃 축제 추진위원회입니다. 이천시에서 1억 넘는 예산으로 준비하시는데, 사실 이 추진위는 저희 마을 조직이 아닙니다. 이 부분이 상당히 예민한 부분인데, 추진위에는 마을 분이 1명 정도? 참여하십니다. 매 년 축제마다 축제 추진위는 정말 너무 고생을 하십니다. 봉사를 하시느라 사회조직들과 함께 고생하시는데, 주민들 눈에는 이런 축제가 삶의 고장에서 벌어지는 것이 번거롭다는 생각이 들게 되었습니다. 작년부터 축제가 없는 마을에 살아보니 너무 좋은거예요, 축제가 열린다고 해서 마을에 소득을 주는 것도 아니고, 외부 상인들만 돈 벌어가시고 하는데... 축제 추진위의 시각은 저희랑 다르죠, 마을 주민들은 봉사에 협조를 안한다. 해결은 뻔하죠, 허심탄회하게 이야기를 해 보는 것입니다만(잘 되지 않았습니다.)

심명보: 축제 장터에 대한 수익은 장사하는 분들이 가져가시는 건가요?(대부분 외부 상인입니다. 마을에서 직접적으로 가져가는 수익 하나도 없습니다.)

이춘희: 상인은 외부와 지역상인 등으로 이원화 되어 있었습니다. 그런데 코로나로 인해 외부 상인들이 안 들어오자 도리어 마을 할머니 분들 수입이 짹짹했습니다. 작년과 올해는 발에서 파 뽐고 계셨는데 방문객들이 다 사 가신 거예요. 그래서 이 오래 미뤄둔 고민을 코로나로 인해 앞당겨 하게 되었습니다. 저희가 추구하는 방향에 공감할 수 있는 '자연의 가치'를 알아봐주는 분이 앞으로 마을에 방문해주시면 좋겠습니다, 앞으로 축제 같은 방향은 아닌 거 같아요. 유의미한 분들이 다녀가셔서 입소문 내 주시면 좋을 것 같습니다. 요즘 한옥스테이 오신 분이 이렇게 가까운 곳에 조용한 숙소가 있었구나, 그런 여행객들이 둘레길까지 걸어보시고 좋아라 하십니다.

정재훈: 예전에 산수유권역 축제를 추진할 당시에, 중국에는 산수유 축제가 가장 문제가 되었습니다. 이 축제를 중단할 수 있는 여건이 되나요?

부면장: 아니요, 예산을 축소할 수 없는데 마을분들에게 도움도 되지가 않았습니다. 그래서 추후 축제 추진시에는 마을 농축산물을 가져갈 수 있는 상품권 지급이라던가, 주차비라던가 하는 방안 논의를 시작하고 있고 10월에 보다 구체화하고 있습니다.

정재훈: 축제 추진주체가 마을이 아니라는 것이 가장 큰 문제인 상황입니다. 그러면 마을에서 목소리를 내 주셔야 합니다.

박준하: 그럼에도 불구하고 산수유마을에 가능성이 많다는 것을 꼭 어필하고 싶습니다. 지역내 마을에 관심을 가진 분이 굉장히 많으세요. 이천 내 공동체, 우리두리 둘레길 등 가지치기나 쓰레기 주우시는 분, 그리고 팜파티 전문가, 아까 꿈의학교 같이 교육장소, 그리고 청년공동체도 많이 활동하고 있습니다. 이천시 자원들 충분히 활용해서 네트워킹 하는 가능성을 품은 곳이라 생각합니다. 앞으로 10년 20년 분야별로 고민해서 해결해나가면 좋을 것 같고, 공동체지원센터 귀촌인과 원주민이 융합될 수 있는 공동체 활동 사업을 유치하는 것에 대표님이 적극적이시니 더 잘 될 거라고 생각이 듭니다.

노희진: 저는 조합장님이 예술 책임지고 있고, 저는 상업공간을 참여합니다. 지금 회의에 진실이 없습니다. 부조합장님이 돈 얘기 했고, 제가 밥 내 놓으라고 했습니다. 이 정도 브레인들이 만났으면 돈 주고 소리지르고, 돈 만큼 일한다고 해야합니다. 나는 이렇게 저렇게 하고싶다가 아니라 돈이 없으면 아름다운 이야기가 안 됩니다. 여러분은 멋있게만 이야기하고 계신데, 동네는 양보를 해야하고 돈 되는일을 해야합니다. 그래야 건물이 수입을 내고 이빠지고 아름다워져요. 아름다운 자연환경은 없어요. 돈이 있으면 아름다워져요. 산수유마을에 버젓이 상업이 있다면 모자를거예요. 그런데면 돈이 모자라면 시랑 도에 난리를 쳐야 합니다.(**이태겸:** 저희도 지금까지 예산이 적다는 이야기를 했는데요, 3억을 따 왔잖아요, 그리고 머리를 맞대고 라운드 테이블을 만들어 가는거죠, 저희가 더더요. 그리고 오늘은 솔루션보다도 이야기를 나누는 자리가 됩니다.)

노희진: 집중할 방법이 어딘가에 찾아야합니다. 도와주려면 기사도 공무원도 올인해야 합니다. 그 이후에 찢금찢금 예산을 주는건 시와 언론이 잘못하는 겁니다. 지원을 받아서 제대로 할 것인가를 논의하는게 진실된 이야기입니다.(**부면장님:** 어디에 예산을 쏟아 부을 것인가하는 내용과 추진중심체가 없습니다.) 저희 예술가들은 준비가 되어 있습니다. 회의에서는 어떻게 뭘 가져올건지를 이야기 해야한다고 생각합니다.

서범석: 산수유 조례 말씀하셨는데, 실질적으로 부면장님 계시지만, 나무 보존법을 여쭙봤더니 없다는 겁니다. 조례도 전대표인 저는 알고 있었습니다. 그런데 도움을 못 받았습니다. **이 조례 관련 예산을 확보해주시면 좋겠습니다.** 그리고 산수유 축제 추진위에 마을 주민이 참여해야 한 다는 것에도 공감합니다. 마을 주민들 중 지식인이 많습니다. 이런 방법에 대한 논의가 필요하다고 생각합니다.

노희진: 저기 밥 얻어먹었던 집이 11그루 산수유나무를 뽑았어요, 그런데 나무 뽑았으니 몇 십그루 심어야 한다고 하니 그런 비용을 낸다고 합니다. 대가를 치를 준비가

마음이 되어 있는 것 같기는 해요. 지자체 법령이 세진 시기에, 부면장님이 좀 더 강력하게 "누가 산수유 뽑으면 이만큼 더 심어요"라고 조례를 더 강력하게 개정하는 것이 좋겠습니다. 국회의원이나 시장님을 설득해서, 이천을 대표하는 이미지니까,=

정재훈: (정리) 관의 경우 예산 집행에 있어 공정성을 중시합니다. 행정도 이해해주시면 좋겠습니다. (이 포럼은 저희같은 사람 살려주세요 하는 건데 그렇게 말씀하시면 안 되죠!) 관도 계속 변화하려고 노력하고 있습니다.

부면장: 저희가 조례를 찾아봤습니다. 그런데 구례 산수유 담당팀에 문의했더니, 따로 농정과, 면, 산수유관리팀 등 세분화해서 업무분장이 나뉘어 있었습니다. 나무나 농가 등 식재를 백사면에서 하겠다고 올렸던 부분이,, 식재나 보호 육성 관리 등에 대한 관에서 매입, 이관하는 방법, 그리고 12,000평 정도 나무 3,700그루 정도 심을 수 있는 부지 매입 작업도 진행 중입니다. 그런데 이런 노력을 개인에게 참여 요청하는것이 가장 어렵습니다.

16:00 마무리 발언

정은선: 배부른 마케팅이 성공하려면, **지역 안에서 고수익의 서비스로 세팅을 하셔야 합니다. 축제는 한 번에 고수익을 낼 수 있는 영역이 아니거든요. 현장에서는 고품질의 스토리를 접촉할 수 있도록 유지하고, 비대면으로 소비 패턴이 많이 변했죠? 많은 축제들이 온라인으로 퍼지는 투-트랙 방식으로 변했습니다. 축제는 집으로 가져가는 거죠.** 이런 방법도 제안드려 봅니다. 그리고 자연과 지역색을 잘 보존하는 것이 가장 좋은 마케팅 방법이 될 것입니다. 그러면 자연스럽게 마을이 촬영지나 관광자원 등으로 활용될 것입니다.

노희진: 부자들을 데려와보니 여기가 이천에서 제일 좋은 동네래요. 다 따를 준비도 되어있고 투자도 하신대요. 세계, 소신껏 이야기 하셔도 됩니다. (감사합니다.)

김현구: 네 저도 소신 갖고 얘기하겠습니다. 민간기업 입장에서 생각했을 때, 구체적 계획 없이 사업 비용을 받는다는게 이해가 되지 않았어요. 살려달라는 것에 지급한다는 것, 여러분이 집을 짓는데 돈만 있으면 지어지나요? 방에 장롱이 안 들어가면? 저희가 이런 논의를 하는 거는 돈의 문제를 떠나서 장롱이나 방의갯수를 논의하는 자리라고 생각했습니다. 관 급에서 만들어지는 웹페이지가 수 억이 들어가는데 보잘 것 없습니다. 왜 그러냐면 룰을 맞추느라예요. 민간에서는 그렇게 안 하거든요, 민간에서 백 만원이 관에서는 오천, 일 억이 들어갑니다. 그러면 밖에서는 누가 낼름했다 볼 수 있겠죠. 관은 절대 백 만원으로 만들 수 없는 이유가 있는 겁니다. 일단 소신껏 말씀드렸습니다.

아까 제가 트래픽 말씀을 드렸죠, 사람이 많이 오는게 성공이냐, 아니죠. 기대죠. 기대

이후 계획이 없어서 망가지는 사업을 무수히 많이 봤습니다. 그런데 트래픽에 왜 관심을 갖냐, 정량화 된 자료니까요. 유효한 사람이 왔으면 좋겠다고 하셨는데 이걸 측정하기가 어렵습니다. 이 포럼처럼 참여자는 많지 않지만 다들 진정성을 가지고 모인 거거든요, 이런 것을 성과로 봅니다. 그런데 정량화 할 수 없기 때문에 성과가 없다는 것은 오산이라고 봅니다.

축제라는 것은 무모한 투자라고 생각합니다. 막대한 비용을 투자하고, 축제가 성공하더라도 이득이 일년간 지속가능하지 않은데 축제에만 올인하는 것으로 보여져요. 전통적으로는 가수가 앨범을 팔아 성공하는 것이 맞습니다. 그런데 지금은 전통적인 방식이니 축제로 지역을 살릴 수 없습니다. 바뀌었잖아요. 인스타그램 운영이나 축제 등에 집중해서는 마을 지속에 도움이 되지 않아요. 듣기에는 답답하고 일관된 얘기일지 모르나, 축제, 산수유 등으로 여러분이 원하는 것이 이뤄질 것이냐. 아닙니다. 전략을 계속 세워 나가야합니다. **그리고 주의하셔야 할 점은, 유효한 사람만 왔으면 좋겠다는 생각이 위험할 수 있습니다. 무수히 많은 사람들이 와서 어떻게 정보를 배포하는지 저희가 모릅니다. IT기업들이 처음에는 무료로 배포하다가 단가를 올리잖아요. 그래서 두 가지 중에서 하나로 너무 가시면 안 되고, 꼭 병행하셔야 합니다. 우리에게 필요한 정도로, 피곤하지 않게 얼마나 다녀갈지. 우리에게 이득이 되는 서비스는 어떻게 가져갈 것인지, 투 트랙으로 가져가시는게 좋겠습니다.**

이태겸: 사람에 대한 이야기가 나왔어요. 방문 오시는 사람에 대한 이야기를 많이 하신 것 같아서요. **하지만 저는 여기 살고 계신 분들이 마을 주인이라고 생각해요. 생태 숲이 조성된다고 하면, 가장 많이 이용할 분은 아마 주민들이세요.** 주민들은 365일 중 200일은 이용하실 거예요. 현재 진행된 세부설계가 아마 수정이 되셔야 할 텐데, 주민들이 좋아하는 꽃, 노인들이 가야 한다면 뭐가 또 필요한지.

그리고 신안 섬에 갈 때는 배 샅에서 천 원을 더 냅니다. 쓰레기 발생 비용인거예요, **입장료 개념이 아니라 환경부담금, 사람들 인식이 기꺼이 내겠다고 바뀔니다.** 그리고 이 마을에는 북촌한옥마을 같은데 있는 "사람들이 사는 마을입니다"라는 팻말이 어디에도 붙어있지 않기에 저는 여기를 알지만 그럼에도 불구하고 관광지로 여깁니다. **그런데 중요한 것은 주민들이 사니까 이런 부분은 조심해주세요 라는 정보가 어디엔가는 있어야 하고, 지역 주민들끼리도 합의가 되어야 합니다. 금액에 대한 부분은 사람들이 냅니다, 고급진 서비스에 대한 부분에 대한 논의가 더 이뤄져야 합니다.**

경관에 대해서라면, 조례 이용과, 또 산림청에서 도시숲법이 생겼습니다. 이런 지원방안을 더 찾아보셨으면 좋겠고, 그리고 정보가 더 명확하게 제시되었으면 좋겠습니다. 아시는 분만 아는 정보가 너무 많았습니다. 관광객의 마음으로, 산수유에 대한 그림이 있으면 살까? 게다가 어디에도 가격표가 없었어요. 저는 지갑을 열 생각으로 왔는데, 이거 얼마예요 하고 물어보는 게 이상하잖아요. 그런데 2억짜리 도자기라고 하셨는데, 사람들이 인지하는 것과, 물어봤는데 2억이라는 것이 다르거든요. 가격표 세워놓는 것을 같이 정보 제공을 해 주시면, 갈 때 이걸 사야지, 그리고 명함도 같이 제공 해 주시고, 그래야 이걸 언제쯤 사 가야겠다는걸 소비자가 인지할 수 있습

니다. 전체적으로 방문객을 위한 정보가 모자랍니다.

이준희 대표: 오늘처럼 머리가 터지게 복잡한 날은 처음입니다. 오늘도 밤잠을 설칠 것 같습니다. **하지만 오늘이 수령 570년이 된 산수유나무가 가장 행복한 날이 아니었나 합니다. 우리가 언제 그들을 이렇게 오늘처럼 걱정했나 싶습니다.** 사업 진행에 있어 돈이 없으면 안 됩니다. 하지만 무작정 100억 투자한다고 오셔도 저는 못 받습니다. 그 사업비는 누가 운영하죠? 저는 못 해요. 오늘 주신 많은 의견들을 모아서, 이미 굉장히 업그레이드가 된 날이고, 도움이 되었습니다. 감사합니다.