

연구모임명: 동네슈퍼 프로젝트

운영기간: 2013년 3월 2일~ 2014년 3월 1일

연구모임 참여자: 김경선, 이승연, 이혜서, 임윤지, 장수정, 조정은, 홍지현

동네슈퍼 프로젝트 임윤지

## 1. 구성 배경

지역의 작은 상점이 대기업의 프랜차이즈로 빠르게 대체되고 있는 가운데, 이러한 상점들을 보호 대상으로 바라보는 관점에서 벗어나 가치를 재발견하고자 하는 것이 이번 프로젝트의 출발점이다. 외지인과 거주자의 시선을 동시에 견지하고자 대상지는 작업실이 위치한 보광동 주변으로 한정하였다. 동네 슈퍼마켓이 가진 매력을 전제로 왜 가치 있다고 판단하는지 그 요소를 분석하였으며, 분석을 통해 발견한 사실은 다른 동네의 상점을 분석하는 틀로 활용 가능할 것으로 보았다. 또한 사실을 기록하고 분석함과 동시에 동네 슈퍼마켓의 새로운 가능성을 실험하는 프로젝트를 진행하였다.

## 2. 운영내용

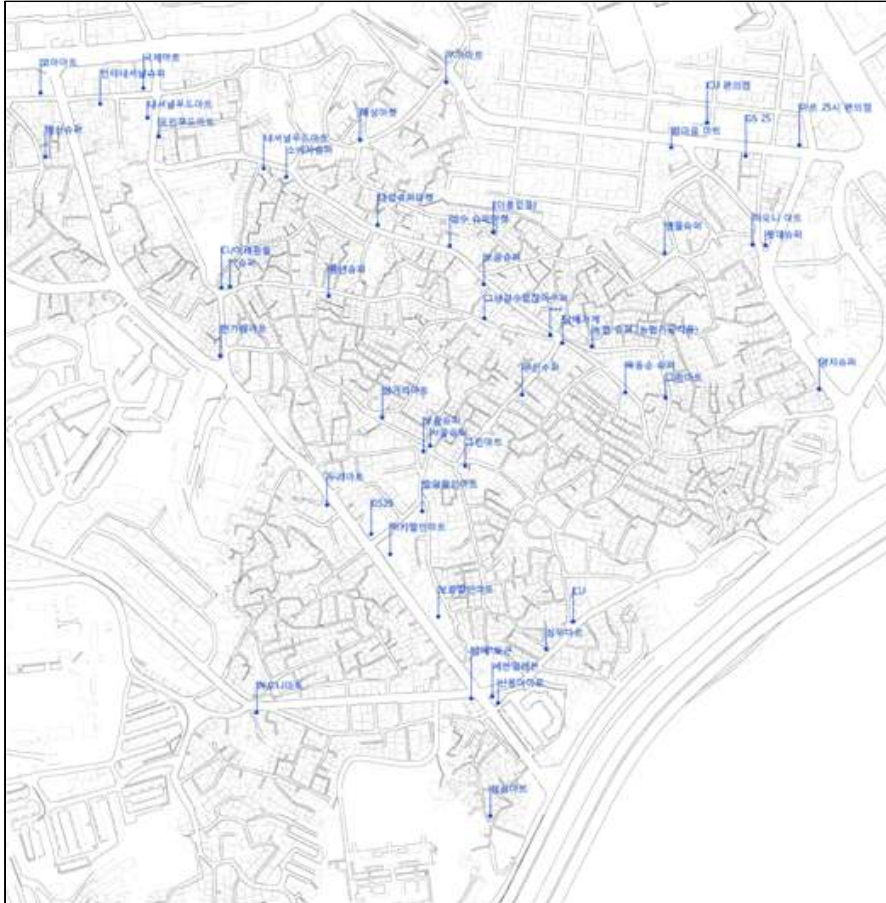
### 2-1. 운영방식과 일정

- 연구모임 10회, 행사 2회, 매주 1회 소그룹모임 진행
- 전반기(2013년 3월~10월)는 리서치, 후반기(2013년 11월~2014년 3월)는 사진촬영 활동을 펼침
- 2013년 4월 6일 : 행사 1차 - 영화 상영
- 2013년 4월 13일 : 연구모임 1차 - 떡 돌림
- 2013년 5월 11일 : 연구모임 2차 - 물품조달에 대한 리서치, 인터뷰
- 2013년 6월 15일 : 연구모임 3차 - 슈퍼현황 지도 제작
- 2013년 7월 6일 : 행사 2차 - 벼룩시장 '하계장터'
- 2013년 10월 12일 : 연구모임 4차 - 전반기 활동 정리 및 진행방향 수정
- 2013년 11월 30일 : 연구모임 5차 - 사진촬영 1
- 2013년 12월 28일 : 연구모임 6차 - 송년회, 활동 정리 및 소개, 공연
- 2014년 1월 4일 : 연구모임 7차 - 사진촬영 2
- 2014년 2월 15일 : 연구모임 8차 - 사진촬영 3
- 2014년 2월 22일 : 연구모임 9차 - 사진촬영 4
- 2014년 3월 1일 : 연구모임 10차 - 종료모임. 편의점과 동네슈퍼 비교 세미나
- 참고문헌 : 편의점사회학, 대도시 시장공간조직에 관한 지리학적 연구, 커뮤니티 디자인

## 2-2. 세부 활동 내용

### 1) 리서치

- 슈퍼현황 조사 : 대상지에 위치하는 슈퍼와 편의점을 조사하여 ‘슈퍼맵’을 제작하고 이를 기반으로 심층조사를 할 슈퍼를 선정하였다.



<보광동 슈퍼맵>

- 이론 : 연구와 관련된 기사와 책을 읽고 토론하는 등 소규모 스터디를 진행하였다.
- 인터뷰 : 자료조사만으로는 세밀한 현황을 파악할 수 없어 슈퍼 주인과 주민을 대상으로 인터뷰를 실시하였다. 예를 들어, 물품조달 방식, 주 소비자층, 주로 팔리는 물건, 운영기간, 그 밖의 특이사항 등을 물어보며 각 슈퍼의 특징을 파악하였다.

## 2) 활동

- 독립영화 상영회(숫호구, 백승기 감독 作/2013년 4월 6일) : 주민을 대상으로 독립영화 상영회를 개최하여 모임의 시작을 알렸다. 주민들이 자유롭게 오가며 상호간에 친밀도를 높이는 계기가 되었다.

(\* 아래 사진 해상도가 떨어져 게재하지 않는 방법 검토 요)



- 떡 돌림(2013년 4월 13일) : 지역 상인들에게 직접적으로 모임의 취지를 알리고 동의를 구하였다.



- 벼룩시장 ‘하계장터’(2013년 7월 6일) : 벼룩시장을 기획하며 온라인과 지역 슈퍼의 협력 방식을 고민하였다. 인터넷상으로 판매자를 모집하는 한편 지역 슈퍼에서 구입한 물건을 재가공하여 판매하였다. 맥주 및 생수, 재가공한 음식 등을 판매하면서 ‘oo 슈퍼 리미티드 생수’ 등으로 명명하여 지역 슈퍼의 이미지를 더욱 친근하게 하는 계기로 삼았다. 인터넷상으로 지원한 셀러(Seller) 중 17개 팀을 뽑아 다양한 상품을 확보하였고, 포스터를 만들어 지역 주민들에게 홍보하였다. 버스를 타고 장터를 지나던 동네 주민들은 호기심에 장터를 방문하였고 “매달 했으면 좋겠다”, “판매하는 음식의 양이 많았으면 좋겠다” 등의 의견을 개진하는 등 자연스러운 의견 교류가 이루어졌다. 지역 상인과 외부 소비자의 연결 및 외부 상인과 지역 소비자의 연결이라는 측면에서 성공적인 프로젝트였다.



### 3) 사진촬영

특정한 지역에서 사진을 촬영하는 것은 ‘모잇’과 ‘삼거리작업실’이 지속적으로 해오던 작업 방식이다. 촬영 작업은 사라지는 장소를 선정, 방문하여 그 주변에서 모은 물건을 촬영하는 방식으로 진행되었다. 물건을 모으면서 자연스럽게 주변 사람들과 대화하고, 사진을 찍는 이벤트에 참여하도록 하면서 관계가 형성된다. 찍은 사진을 다시 배달하는 작업 또한 진행하는데, 동네슈퍼 프로젝트 역시 사진배달을 기획하고 있다.

포괄적인 답사를 통해 보광동 일대의 슈퍼마켓 분포를 조사하여 슈퍼맵을 제작하였다. 이 중 9 곳을 선정하여 인터뷰를 실시하고 사진을 촬영했다. 사진촬영 방식은 기존에 해온 프로젝트에서처럼 진행하였다. 다만 주변에서 물건을 빌리거나 수집하는 대신 슈퍼에서 구입한 물품들로 한정하였다. 물품을 고르고, 고른 물품에 대해 주인과 이야기하고 사진을 찍는 과정을 통해 각각의 슈퍼에서 다루는 물품들의 특징을 파악할 수 있었다.

간단한 인터뷰와 프로젝트 소개 후 사진을 촬영하였고, 슈퍼 주인, 방문객, 아르바이트생에게 참여를 요청하였다. 건강상의 이유나 개인적인 기호로 참여를 거절한 사람도 있었고, 흔쾌히 촬영에 응해준 분도 있었다. 슈퍼 주인과 슈퍼는 시간적, 공간적 측면에서 강한 상관관계를 갖는다. 따라서 가능한 함께 촬영하고자 했고, 하나의 이벤트로 어디까지나 즐겁게 진행하고자 하였다.



### 3. 조사내용

A. 풍년슈퍼	주인	- 70대 노부부
	취급품 특징	- 담배를 취급하지 않음. C 담배가게와 같은 골목에 위치한 것과 관계가 있어 보임
	공간 특징	- 같은 건물에 경로당이 있어 노인이 주 소비자층 - 외부에 천막이 있음 - 북어, 입춘대길, 연등, 북소리 등 주인의 성향이 인테리어에 반영됨 - 계산대 맞은편에 손님이 앉을 수 있는 의자가 있음 - 달력이나 부채 등 주인에게 필요한 물건이 걸려 있음
B. 번영상회	주인	- 3대째 모녀가 운영 중
	취급품 특징	- 막걸리가 주력상품
	공간 특징	- 외부에 천막이 있고 음료수를 진열하여 음료수가 많이 팔리는 편임
C. 담배가게	기타	- 바로 옆에 편의점이 생긴 후 손님이 줄어들었으며, 그 때문에 생수를 싼 값에 파는 것을 광고함 - 강아지를 키움
	주인	- 70대 여성
	취급품 특징	- 담배가게지만 김이나 병튀기도 함께 팔고 있음
D. 그냥갈수없잖아 슈퍼	공간 특징	- 2평 남짓, 개인용 냉장고 구비
	기타	- 동네 할머니들과의 네트워크가 활발히 이루어짐
	주인	-
E. 영일슈퍼	취급품 특징	-
	공간 특징	- 마을버스 종점에 위치함 - 천막이 있고, 외부에 음료수 진열
	기타	- 간판이 바람에 날아가 간판이 없음
F. 보광슈퍼	주인	- 60대 여성 - 36년째 운영
	취급품 특징	- 보드카, 와인 판매 - 오징어 판매
	공간 특징	- 부적, TV가 있고 모서리에 거울, 개인용 전자레인지 구비 - 천막에 주인 연락처가 크게 적혀 있음
G. 대성슈퍼마켓	기타	- 24시간 운영
	주인	- 50대 여성(20대 후반의 딸이 있음) - 4~5년 전에 인수하여 운영 중
	취급품 특징	- 냄비나 전구 등 생활용품 취급
	공간 특징	- 외부 천막 안에 음료수 진열

	기타	- 손님이 어떤 종류의 담배를 피우는지 기억함
H. 소비자슈퍼	주인	- 50대 여성. 20대 딸이 계산대에서 일을 도움 - 4~5년 전에 인수하여 운영 중
	취급품 특징	- 빵이 잘 팔림 - 1~2인분 쌀을 따로 포장하여 팔고 있음 - 보드카, 와인 판매 - ATM기 보유
	공간 특징	- 천막 있음 - 판매공간과 별도로 2평 남짓의 주방 존재
I. NATIONAL FOODS MART	주인	- 파키스탄 출신 남성. 한국어에 능함 - 16년째 운영 중
	취급품 특징	- 수입 식음료 등 우리나라 슈퍼에는 없는 물품 취급 - 대용량 식품 판매
	공간특징	- 지하 매장 존재



#### 4. 평가 및 종합의견

동네슈퍼는 주인의 취향과 선택이 작용한 공간과 물품을 취급한다. 주인의 선택은 판매라는 측면과 취향이라는 측면으로 나눌 수 있다. 번영상회의 경우 주력상품인 음료와 생수 등을 가게 전면(행인들이 볼 수 있도록) 배치하였고, 경로당의 아래쪽에 위치한 담배가게에서는 빵튀기를 전면(행인들이 볼 수 있도록) 배치하였으며, 이슬람 사원 앞의 소비자슈퍼는 소량의 쌀을 봉지에 포장하여 판매하고 있다. 슈퍼별 주력상품의 차이는 지역 주민의 삶 및 소비패턴과 긴밀하게 연결되어 있다.

내부공간에서 보이는 주인의 취향 역시 흥미롭다. 일부 슈퍼에서는 문 인방에 부적이거나 조리를 걸어 복을 기원하였고, 계산대 맞은편에 방문객이 앉을 수 있는 의자를 두었으며 달력, 시계, 손전등, 전자레인지 등을 주인의 편의에 따라 배치하였다. 이러한 차이는 각각의 슈퍼마켓이 다른 슈퍼마켓 혹은 다른 편의점으로 대체 불가능한 고유의 성격을 형성한다.

동네슈퍼는 오랫동안 그 지역에서 장사를 해왔다. 조사한 동네슈퍼의 점주들은 평균 30년 이상 이 지역에서 장사를 해오거나 30, 40년 된 슈퍼를 인수한 이들이다. 이들은 주로 동네 주변에 거주하며 주변에 위치한 거주민들과 긴밀한 관계를 유지한다. 몇몇 슈퍼마켓 주인들은 도깨비 시장이 흥했던 기억, 과거 슈퍼가 훨씬 많았다는 사실, 동네 유통망의 변화 등에 대한 이야기를 들려주었다. 그들이 기억하는 동네의 소소한 역사는 그 자체로도 가치를 갖는다. 이것은 세탁소, 철물점 등 다른 지역 상권에서도 마찬가지로 나타나는 특징이다.

슈퍼의 개별성과 지역성은 방문객들의 행동에 영향을 미친다. 슈퍼를 방문한 소비자는 계산대 옆의 강아지에 대해, 혹은 달력에 적힌 휴일에 대해 이야기할 수 있는 기회를 갖는다. 모두가 그러한 개인 간의 관계를 달가워하는 것은 아니지만 선택 가능성이라는 측면에서 의의가 있다. 슈퍼가 사라지는 것에 대한 아쉬움을 토로하는 감성은 이에 기인한 것으로 보이며, 이번 연구활동을 통해 구체적인 사례들을 확인할 수 있었다.

이번 조사를 통해 발견한 매력을 토대로 외부와 연결하는 플랫폼을 만들고자 하계장터를 기획하였다. 지역 상인과 외부 소비자의 연결 및 외부 상인과 지역 소비자가 교류할 수 있는 장이었다는 데에 의의가 있으며, 앞으로의 연구방향에 대한 실마리를 얻을 수 있었다. 동네슈퍼와 그에 대한 이야기에 접근할 수 있는 플랫폼을 형성하는 것은 의미가 있으며, 이러한 시도를 앞으로 지속할 것이다.

## 5. 앞으로의 계획

1년간의 연구모임에서 진행해 왔던 정보를 모으고 기록하는 작업을 지속할 계획이다. 9개의 슈퍼를 지속적으로 방문하여 조사하였고, 각각의 슈퍼에 대한 개별적인 사실에 대한 기록 자체가 가치 있다고 판단하였다. 앞으로도 이러한 기록을 지속할 계획이며, 양적인 확대 및 깊이 있는 조사 방법에 대한 논의도 지속할 것이다.

또한 자료를 모으는 기준과 분석의 틀을 더욱 가다듬어 다른 지역 상권에 대한 분석의 틀을 만들 계획이다. 이번 조사는 상품의 종류, 상점의 역사, 주인의 특성, 공간 구성 등의 항목에 대하여 이루어졌다. 각각의 요소의 경중과 관계에 대한 추가 연구를 진행한다면 다른 지역의 다른 상점을 분석하는 방법에 대한 하나의 지표를 만들 수 있을 것이다.

그리고 지역 상권의 가능성에 대한 다양한 시도들을 할 계획이다. 장터-전시-웹의 형식은 모두 슈퍼마켓이 가진 고유한 장소성 및 지역의 매력과 외부와의 접점을 형성하려는 시도이다. 하계장터는 지역 상인, 지역 주민, 외부 상인, 외지인이 만나고 교류할 수 있는 장을 만들었다는 데에 의의가 있다. 동시에 슈퍼마켓이 가지고 있는 비물리적인 콘텐츠에

대한 교류는 할 수 없었다는 점에서 한계를 갖는다. 추후에는 이번 연구기간에 촬영한 사진들과 모은 자료로 전시회를 개최하여 슈퍼마켓의 주인과 역사, 독특한 분위기에 대한 교류의 장을 만들고자 한다. 또한 웹 페이지는 장소의 한계를 극복하여 동네슈퍼가 가진 매력을 더 많은 사람들과 공유하는 장이 될 것이다.