

작지만 강한 힘, 서울시 마을공동체기업

박희석 센터장 hspark@sdi.re.kr
곽지원 연구원 kjw0818@sdi.re.kr
서울시정개발연구원 서울경제분석센터

I. 사회적 기업 VS 마을기업

II. 서울시 마을공동체기업¹⁾

III. 마을기업 우수사례

IV. 이야기를 마치며

1) '마을공동체기업'은 서울시에서 2012년 3월부터 추진 준비 중인 사업이다. 따라서 본 지에서는 '마을공동체기업'은 서울형 마을기업 사업으로, '마을기업'은 행안부 주관의 기존 마을기업 사업으로 명명한다.

요즘, 사회적 기업과 마을기업이 전국적으로 활성화되고 있는 추세이다. 특히 박원순 시장 체제 이후 서울시에서는 마을공동체기업, 마을공동체 등이 이슈화 되고 있다. 그러나 광의적 개념에서 사회적 기업은 마을기업을 포함하는 의미로 사용되고 있으며, 현재 사회적 기업과 마을기업 간의 연계방향에 대한 연구가 많이 진행되고 있기 때문에 대부분의 사람들은 심지어 관련 업무에 종사하고 있는 사람들조차 이 두 사업의 차이점을 잘 알지 못한다. 따라서 사회적 기업과 마을기업의 발생과 정책의 공통점과 차이점을 비교하고, 서울형 마을기업의 현황과 향후 방향과 마을기업의 우수 사례를 살펴보고자 한다.

1. 사회적 기업 VS 마을기업

1. 서로 다른 발생 배경

사회적 기업의 뿌리를 알려면 먼저 ‘사회적 경제(Social Economy)’에 대해 짚고 넘어가야 한다. 사회적 경제는 사회적 목적을 실현하기 위해 국가가 아닌 시민사회가 주도하는 경제활동이다. 사회적으로 취약한 계층을 대상으로 그들이 사회 안으로 들어올 수 있게 하고, 그들을 위한 새로운 복지 서비스 등을 제공하는 것을 목적으로 한다. 사회적 경제는 과거엔 국가가 독점하는 ‘사회 복지’라는 이름으로 존재하였는데, 국가가 재정위기로 인해 그 역할을 감당하지 못하면서 시민사회가 경제영역을 공유하는 현상이 발생하였다. 따라서 사회적 경제를 다루는 기업이 생겨났고, 이를 사회적 기업(Social Enterprise)이라 부른다.

반면에 마을기업의 뿌리를 알려면 ‘커뮤니티 비즈니스(Community Business)’에서부터 시작하여야 한다. 커뮤니티 비즈니스는 1970년대 중반 영국 스코틀랜드 지방의 ‘Community Business Scotland(CBS)’라는 중간적인 지원조직의 형태에서 그 기원을 찾을 수 있다. 영국의 커뮤니티 비즈니스는 지역 커뮤니티가 지역의 고용과 발전에 초점을 두고 직접 운영하는 사업조직을 의미한다. 후에 1990년대 중반부터 일본에서 지역 재활성화 방안으로 커뮤니티 비즈니스라는 용어를 사용하기 시작하였으며, 일본에서의 커뮤니티 비즈니스는 마을 만들기 경험의 축적이 비즈니스 차원으로 전개되어, 지역 주민이 자발적으로 지역 자원을 활용하여 지역 활성화를 도모하는 것이 목적이 되었다.

이에 근거하여 발전된 한국의 커뮤니티 비즈니스는 지역공동체가 주체가 되어 지역이 안고 있는 문제를 공동으로 해결하려는 과정에서 비즈니스적 수법을 차용하고 그 활동

의 이익을 지역에 환원하는 사업의 총칭으로 정의할 수 있다(김선기, 2011). 현재 커뮤니티 비즈니스에 관련되어 진행되고 있는 중앙부처 사업은 행정안전부의 ‘마을기업 육성사업’, 고용노동부의 ‘사회적 기업 육성사업’, 농림수산식품부의 ‘농어촌 공동체회사 육성사업’ 등 세 부처 사업이 주요한 정책이다.

2. 정책적 차이

우리나라 사회적 기업 정책은 고용노동부의 경상 보조 사업으로 2007년 7월 [사회적 기업 육성법]의 제정과 인증 제도를 시작으로 2011년부터 각 지역별로 ‘(예비)사회적 기업 일자리창출 사업’ 및 ‘(예비)사회적 기업 사업개발비 지원 사업’이 추진되어 왔다. 사회적 기업은 기업 활동이 사회적 목적(취약계층 등에게 일자리 및 사회서비스 제공)의 달성과 지속성을 위한 수단으로서 경제적 이윤의 추구라는 기업 활동의 원 취지를 동시에 추구한다는 점이 특징이다. 따라서 사회적 기업은 마을기업과 같이 지역에 한정되지 않고 전국적인 조직이나 활동범위를 가질 수 있다는 점 등으로 종종 마을기업을 포괄하는 개념으로 인식되기도 한다.

〈표 1〉 마을기업과 사회적 기업의 차이점

구분	마을기업	사회적 기업
사업목표	마을단위의 안정적 일자리 창출, 지역 공동체 활성화 및 지역발전	취약계층을 위한 사회서비스 및 일자리 제공
사업주체	지역주민(지역공동체)	사회적 기업가 중심의 취약계층 고용
주관부서	행정안전부	고용노동부
근거법안	제정 검토 중	사회적기업육성법[2007]
조직형태	- 민법상 법인, 상법상 회사 등 법인체 - 마을공동체 등 지역단위의 소규모 공동체 (1년 후 법인전환조건)	민법상 법인 조합, 상법상 회사, 비영리단체
주요사업수단	사업화가 가능한 지역특화자원 발굴 · 활용을 통한 창업	사회서비스제공을 위한 취약계층 고용
지역성	지역공동체를 중심으로 한 지역단위 사업	지역적 개념 없음
지원내용	시설비, 경영컨설팅 등 사업비 2년간 최대 8천만원 지원	취약계층 인건비 최대 5년간 지원 (예비사회적기업 2년, 사회적기업 3년), 기타(경영컨설팅, 사업개발비)지원
요건	- 법인 지역단위 소규모 공동체 - 선정심사기준 - 공동체구성(주민참여도) - 재정건전성(자부담비율 등) - 지속적 수익창출 가능성 - 안정적 일자리 창출가능성	- 법인, 조합, 주식회사, 비영리민간단체 - 유급근로자 채용, 취약계층고용 등 - 민주적 의사 결정 - 수입 > 노무비의 30% - 정관, 규약보유 - 이윤의 2/3이상 사회환원

반면 우리나라 마을기업 정책은 2009년 12월 국가 비상경제대책회의에서 희망근로 프로젝트 이후 안정적인 일자리 대책으로 ‘커뮤니티 비즈니스’의 추진이 보고되었고, 이후 행정안전부를 중심으로 2010년 하반기부터 ‘자립형 지역공동체사업’이 추진되었다. 2011년에는 ‘마을기업’으로 사업 명을 변경하며 육성법의 추진과 함께 본격적으로 2013년까지 총 1천개의 마을기업에 대한 육성 목표를 발표하였다. 마을기업은 사회적 기업과 달리 지역공동체 활성화라는 구체적인 목적과 대상을 지니고 있다.

II. 서울시 마을공동체기업

1. 기존의 마을기업 추진현황

그간 추진현황은 2010년 10월 행정안전부에서 8개 자치구 9개 마을기업을 선정하여 시범실시 하였다. 2011년에는 마을기업 71개를 선정하여 66개를 육성하였다. 금년도 사업은 2012년 1월 17일 공모하였고, 2012년 3월 9일에 심사 위원회를 개최하여 최종 56개의 마을기업을 선정하였다. 총사업비는 약 21억 7천만원이며, 국비 50%, 시비 25%, 구비 25%를 차지한다.

사업비 지원기간은 최장 2년(1+1)이며, 사업비 지원은 1차년도 최대 5천만원, 2차년도 3천만원이고, 마을기업 자립기반 조기 정착을 위한 경영컨설팅 지원한다.

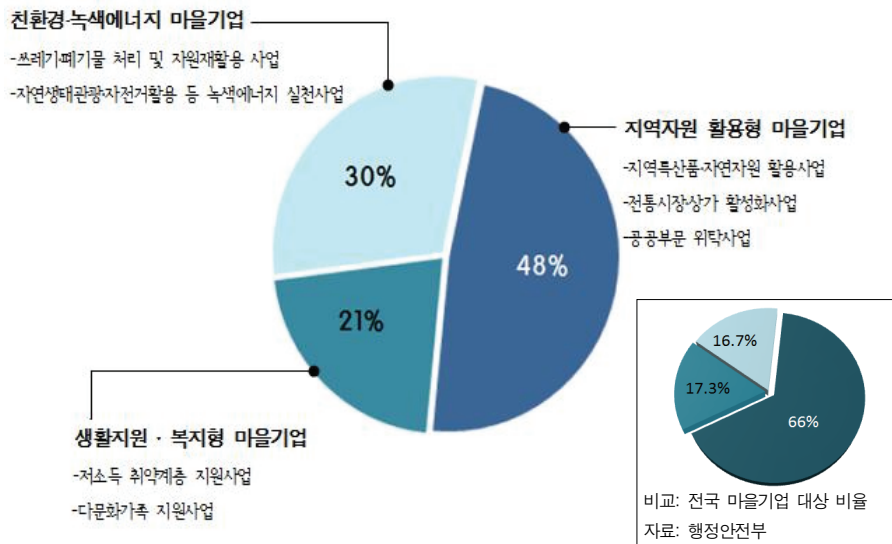
2012년도 현재 서울시에서 마을기업 수가 가장 많은 곳은 구로구와 마포구이고[그림 1], 2011년 서울시의 일자리창출수가 가장 높은 곳은 임시직 고용자 수가 많았던 중랑구이며, 평균매출액은 성동구가 다른 지역들보다 월등히 높다<표 2>.

행정안전부에서 정한 마을기업 대상사업은 크게 지역자원 활용형 마을기업과 생활지원·복지형 마을기업, 친환경·녹색에너지 마을기업이 있다. 전국적으로 보면 지역자원 활용형 마을기업이 66%를 차지하여 월등한 비율을 보이고 있지만, 서울시의 경우에는 대도시 특성 상 전국 비율에 비교했을 때, 친환경·녹색에너지 사업의 비율이 두드러짐을 볼 수 있다[그림 2]



자료: 서울시 2012 마을기업 현황 자료

[그림 1] 2012년 서울시 선정 마을기업 수 (총 56개)



자료: 2012 서울시 마을기업 현황

[그림 2] 서울시 마을기업 대상사업 별 비율

〈표 2〉 2011년 서울시 마을기업 현황 및 평균매출액

지역	사업수(개)	일자리창출수(개)	평균매출액(천원)
강동구	2	10	36,479
강북구	3	28	31,190
강서구	2	13	46,000
관악구	2	18	45,305
광진구	2	20	34,869
구로구	6	44	17,487
금천구	2	13	10,500
노원구	2	6	867
도봉구	4	35	27,978
동대문구	2	-	-
동작구	1	17	3,136
마포구	4	10	12,284
서대문구	4	14	18,250
서초구	2	7	32,750
성동구	4	23	160,700
성북구	3	53	30,317
송파구	4	30	2,713
양천구	1	2	4,058
영등포구	3	11	51,943
용산구	3	22	10,600
은평구	2	9	11,115
종로구	2	111	2,008
중구	2	13	-
중랑구	4	197	32,098
합 계	66	706	29,396

자료: 서울시 2011 마을기업 현황자료

2. 마을공동체기업의 추진배경

현재 서울시에서는 기존의 행정안전부 체제의 마을기업의 문제점을 보완하고 서울시에 맞는 마을기업을 육성하기 위하여 마을공동체 만들기 사업과 연계하여 활성화 하는 방안으로 ‘마을공동체기업’ 사업을 추진 중이다.

기존의 ‘마을기업 육성사업’ 은 관 주도의 사업으로 주민들의 적극적인 참여가 부족하여 마을기업의 자립도가 낮으며 전국을 대상으로 하는 행안부의 마을기업 대상 기준

과 카페나 문화 산업 등의 서비스업이 대부분을 차지하는 서울시의 대상기준은 다를 수밖에 없었다. 서울시 안에서도 각 자치구 별로 특성이 달라 서울형 마을기업의 기준을 만들기도 쉽지 않다. 따라서 마을공동체의 특성에 맞는 사업으로 마을공동체가 주체가 되는 경제기반이 필요하였고, 최근 박원순 시장의 핵심공약이었던 ‘마을공동체 만들기’ 사업 추진에 따라 마을공동체의 원활한 성장을 위한 경제 문제 해결 방안으로도 대두되고 있어 이에 관한 연구들이 진행되고 있다.

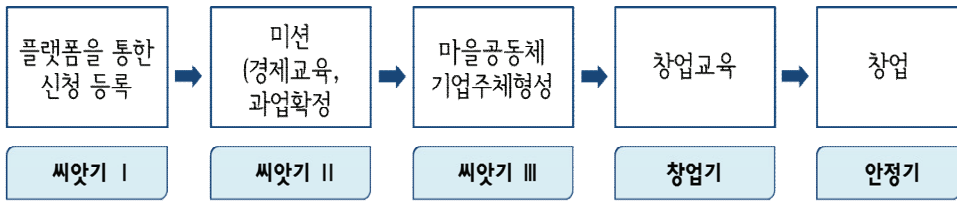
마을공동체기업은 그 개념부터 행정안전부와는 조금 다르게 정의하고 있으며, **마을공동체를 기반으로 한다**<표 3>. 특히 기존의 공모 방식으로 선정하지 않고 플랫폼²⁾에 등록된 신청자를 대상으로 ‘씨앗기’, ‘창업기’, ‘안정기’를 거쳐 필요 **교육과정 이수**를 통해 **육성**해 간다는 점이 가장 큰 특징이라 볼 수 있다[그림 3].

〈표 3〉 ‘마을기업’ 과 ‘마을공동체기업’ 의 정의

사업	마을기업	마을공동체기업
주관	행정안전부	서울시 마을만들기 준비단
정의	마을 주민 주도적으로 각종 지역자원을 활용, 안정적 소득 및 일자리를 창출하는 마을단위 기업	마을공동체에 기반한 주민들이 마을공동체의 가치와 철학을 실현하기 위해 마을의 필요 충족을 목적으로 설립 운영하는 마을단위의 기업
용어	▪ 마을: 지리적으로 타지역과 구분되는 경계를 가지면서 지역 내부에 상호이해 관계나 정서적인 공감대를 형성 ▪ 주민주도적: 마을 주민 출자가 총사업비의 10%이상, 출자 주민이 참여하는 의사결정 구조 ▪ 지역자원: 지역의 특성화된 자연 자원, 인적 자원, 가공제품, 축제 등 유·무형의 자원	▪ 마을: 근린 생활권 단위로서 최대 구 단위 ▪ 마을공동체에 기반한: 마을공동체 플랫폼에 등록한.

자료: 서울형 마을기업을 통한 지역공동체 활성화, 신경희 (2012 발표 예정)

2) 플랫폼: 다양한 주체들의 네트워크 공간으로 활용되며 마을공동체기업에 대한 물적 자원 공급 창구 및 자발적 감시·감독 기구이다.

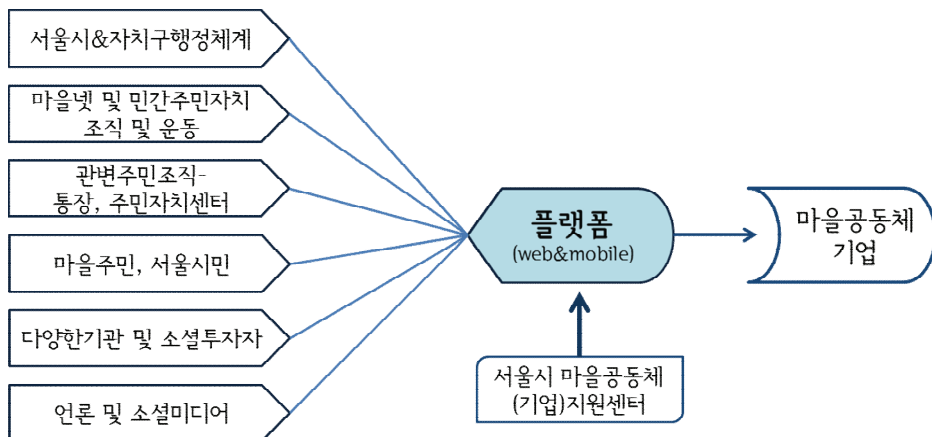


자료: 지속가능한 생태계 조성을 위한 사회적 경제 종합지원계획, 서울특별시(2012)

[그림 3] 마을공동체 육성체계

3. 지원 계획

서울시는 마을공동체기업이 **지역공동체에 기반하여 지속가능한 주민 주도의 사업**으로 성장할 수 있도록 마을공동체기업에 관한 네트워크, 자원의 중개 및 가치창출 기능을 수행할 **중간지원조직**을 설립하려 한다. 먼저 **광역단위 중간지원조직**으로 현재 운영되고 있는 ‘사회적 경제 지원센터’ 내에 ‘마을공동체기업 지원팀’과 ‘마을공동체기업 운영 위원회’를 설치하여 마을공동체지원센터와 연계하여 관리 등의 기능을 수행할 것이다. **기초단위 중간지원조직**으로는 마을공동체기업 전문가를 육성하며 웹과 모바일 기반의 마을공동체기업 지원 **플랫폼**을 구축할 예정이다[그림 4]. 또한 마을공동체기업의 지원 근거 마련을 위해 ‘서울특별시 사회적 기업 육성에 관한 조례’에 **마을공동체기업 육성업무 근거조항**을 삽입할 계획이다.



자료: 지속가능한 생태계 조성을 위한 사회적 경제 종합지원계획, 서울특별시(2012)

[그림 4] 플랫폼 구축도

Ⅲ. 마을기업 우수사례

1. 서울 성수수제화타운

서울시 성동구 성수동(성수 2가 1, 2, 3동)에는 유난히 수제화 제조 공장들이 많다. 공장이라고 해봤자 큰 기계도 필요 없고 10-15명이 모일 수 있는 공간만 있어도 충분히 공장이 될 수 있다. 이러한 공장들이 성수동 일대에만 약 350여개가 존재한다.



1970, 1980년대 원래 명품 수제화 가게는 명동에 있었다. 당시 가장 유명했던 ‘살롱 구두’ 매장 뒤편으로 구두 공장들이 자리하였다. 그러나 ‘살롱구두’가 백화점으로 입점되기 시작하면서 매장의 고객은 백화점으로 이동하였고, 구두 공장만이 그 곳에 남아 있을 수 없어 변두리지역에 지가 싼 성수동 일대에 수제화 공장들이 모여들게 되었다. 그러면서 이곳은 1990년대 한국 제일의 수제화 메카가 되었다. 하지만, 2009년부터 정

비구역 지정과 함께 많은 자본을 가진 사람들이 아파트형 공장들을 짓게 되면서 그 자리에 가내수공업의 형태로 이루어져 있던 소규모 공장들은 아직 남아있는 허름한 건물의 2층이나 지하로 자리를 옮길 수밖에 없었다. 그나마도 임대료 상승, 외환위기, 가죽값 상승, 중국산 합성피혁의 대책 없는 수입 등으로 위기에 몰린 많은 공장들이 문을 닫게 되면서 해결책을 찾던 중 우리가 만난 이해삼((주)SSST 사무국장)씨는 협회 창단을 제안하였다. 공공의 힘이 필요했기에 성동구청의 지원을 힘입어 공동생산, 공동매장, 협력증진, 후진양성을 목표로 하는 ‘서울성동제화협회’가 2009년 11월 창립되었다. 창립 당시에는 40개의 사업장만이 등록했으나, 2011년 6월 마을기업으로 인증되어 ‘서울성수제화타운(SSST)’의 간판을 내건 공동매장이 생기고 성과가 가시화되기 시작하면서 협회 참여는 활발해져 현재는 100여개의 사업장이 등록되어 있다.

성동수제화협회 사무국장님과의 인터뷰

2012년 5월18일 설립 1주년을 맞이한 서울성수수제화타운((주)SSST). 짧고도 긴 시간 동안에 2011년 우수 마을기업에 선정되었고, 2012년 1월엔 제 2매장을 확장 오픈하며 최근 메트로에서 약속한 성수역 홍보 간판까지 다방면에서 많은 지원과 사랑을 받고 있다. 많은 언론 매체를 탔던 기업이지만, 1주년이 된 이 우수 마을기업의 그 간의 행보와 앞으로의 과제 등을 알아보려고 (주)SSST의 사무실 문을 두드렸다.

Q. SDI (서울시정개발연구원)

서울성수수제화타운(SSST)의 설립 배경은 어떠한가요?

A. 이해삼(서울성동제화협회 사무국장)

2009년 협회를 신청할 당시 성동구청에서는 구두 공장 5개만 있는 줄 알고 있었다. 일명 소상공인이 운영하는 공장은 등록할 규모가 되지 못했기 때문이었다. 그러나 이곳에는 350여개의 공장들이 있었고 공장들끼리의 경쟁이 심했다. 우리나라 기능공들의 실력이 좋아서 수준 높은 이태리 디자인 구두도 일주일이면 따라 만들 수 있다. 디자인을 지키기 위해서라도 개별적인 운영이 필요했었다. 그러다가 백화점 브랜드 회사에서 하청을 주기 시작하면서 하청 계열화가 되기 시작하였고, 지금도 백화점 구두의 거의 90%를 이곳에서 만들고 있다. 그러나 그러한 OEM(Original Equipment

Manufacturing)³⁾ 생산 방식으로는 안 되겠다고 생각했다. 그래서 “30년 이상 수제화 장인이 만든 수제화, 엄청난 유통마진을 제거한 합리적인 가격, 천연 가죽으로 재질이 우수한 제품, 디자인과 건강과 환경을 고려한 편안한 구두” 이것을 내걸고 힘을 합하면 백화점 명품 신발과도 경쟁해 볼 수 있겠다는 확신으로 공동매장을 설립했다.



3) OEM(Original Equipment Manufacturing): 자기 상표가 아니라 주문자가 요구하는 상표명으로 부품이나 완제품을 생산하는 방식. '주문자상표 부착생산' 이라고 부른다.

Q. SDI (서울시정개발연구원)

마을기업으로 인증 된 후 변화나 성과는 어떤 것이 있나요?

A. 이해삼(서울성동제화협회 사무국장)

마을기업 지원금이 생겨서 그 돈으로 매장 인테리어를 하고 임대료와 인건비를 충당할 수 있었다. 지금은 이 곳 땅값이 강남과 비슷해져서 임대료만 한 달에 1,200만원이 들고, 인건비는 1,000만원이 든다. 한 달에 1억 1천 이상의 매출을 내야 유지할 수 있는데, 현재는 잘 되니까 유지되고 있다. 이렇게 공동 매장이 가시적인 성과를 내니까 중소기업청에서 추진하는 공동 브랜드 디자인 지원 기업에도 선정이 되었고, 무엇보다 협회 회원들의 존재감과 자신감이 높아졌다.

Q. SDI (서울시정개발연구원)

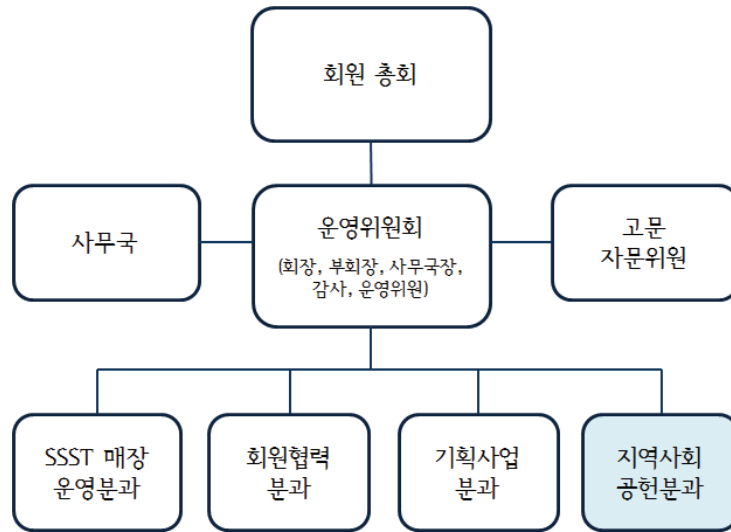
현재 서울성수수제화타운(SSST)사업에 관련해서 진행하고 있는 것은 무엇인가요?

A. 이해삼(서울성동제화협회 사무국장)

협회 산하에 디자인 패턴 연구소를 만들고 교육장을 운영하고 있다. 강사비부터 교육생들에게 밥값과 교통비까지 책임지고 있다. 교육장이 있는 건물은 구청이 중소기업 산하에 공간만 내주었고, 현재 이 건물에는 제화실습장 뿐 아니라 중소기업종합지원센터, 근로자복지센터 등이 자리하고 있다. 또한 협회가 서울시의 비영리단체로 등록되어 있기 때문에 사회 환원 활동도 해야 한다. 우리 협회의 조직도 상에 지역사회공헌분과에서 그 일을 담당하는데, 며칠 전 5월 9일에는 성동구청에서 바자회를 열어 수제화 가격을 3~4만원대로 대폭 인하하여 판매한 금액의 일부를 구청에 기부하기도 했다.



[그림 7] 중소기업산하 건물 입구



[그림 8] 성동수제화협회 조직도

Q. SDI (서울시정개발연구원)

앞으로 서울성수수제화타운이 해결해 나갈 과제나 계획은 무엇인가요?

A. 이해삼(서울성동제화협회 사무국장)

아직도 공장이 많이 산재되어 있다. 공장 50개만 집적해도 수제화 산업은 살아남는다. 아파트형 공장을 이용하면 좋겠지만, 지금 아파트형 공장은 공간효율이 낮다. 구두 공장은 무거운 기계도 없어 건물 구조를 간소화 시킬 수 있기 때문에 구두 공장 형으로 특화시킨 공장을 만들 필요가 있다. 그래서 성동구청과 함께 해결책을 찾고 있다.

가죽 구입비에 들어가는 돈이 큰데, 공동구매가 잘 이뤄지지 않고 있다. 또한 이러한 마을기업이 설립되면 과제가 어려워져 문제가 생기는 것이 아니라 내부에서 생기는 문제들이 어렵다. 유별나게 이기적인 태도를 내보이는 사람들이 있기 때문이다. 그래서 이런 문제를 잘 해결해나가야 한다.

성수수제화 ‘타운’ 이면, 이것저것 많이 모여 형성되어야 맞다. 그러나 아직은 공동매장 하나밖에 없다. 앞으로 SSST같은 공동매장을 더 확보해서 다른 지역으로 확장해야 할 것이며, 구두 박물관, 부자재 연구소 등 영역을 확장하여 클러스터를 형성해 나가야 할 것이다.

그래서 지금 현실적으로 추진하고 있는 것은 브랜드 디자인화 등을 통하여 앞으로 사회적 기업으로 발전의 준비를 하고 있고, 어제는 온라인 쇼룸몰과 계약을 체결해서 온라인을 통해서도 우리 상품을 살 수 있게 준비 하고 있다. 마지막으로 교육장을 잘 활용하여 후진양성에도 더욱 힘쓸 것이다.



[그림 9] 제화 교육장 내부 모습

Q. SDI (서울시정개발연구원)

마을기업이 갈수록 늘어나고 있는 추세인데요, 마을기업을 시작하는 분들께 우수 마을기업 대표로서 한 말씀 부탁드립니다.

A. 이해삼(서울성동제화협회 사무국장)

마을기업은 사실 ‘마을공동체기업’ 이라고 생각한다. 중소·영세 상공인들이 같이 노력해서 살자고 만든 것이다. 따라서 정말 양보심이 있어야 하고, 가장 힘없는 사람을 배려하는 마음이 전제되어야 한다.

이해삼 사무국장이 전하는 인터뷰 뒷이야기

이태리 같은 곳은 우리나라 전자 산업 같은 산업은 없지만, 구두 산업에만 지자체가 집중적으로 지원해주기 때문에 매년 300억 달러를 번다. 이태리나 일본에 비해 우리나라가 떨어지는 것은 가족의 질 밖에 없다. 심지어 이태리의 10명 규모의 공장에 서도 우리나라로 가족을 팔러 온다. 따라서 우리나라에도 국책 연구소, 부자재 연구소 등이 꼭 필요하다.

우리나라는 대체적으로 손기술이 우수한데 비하여, 노동 집약적인 손기능 산업이 사양 산업으로 인식되고 있는 것이 너무 안타깝다. 손기술을 이용하는 제조 산업이 발전하면 일자리 창출에 많은 도움을 줄 수 있을 것이다. 80년대 중반까지만 해도 기능올림픽에 제화 부문이 있었다. 그 당시 우리나라가 거의 우승을 거머쥐고는 했는데, 더 많은 구두를 생산해낼 수 있는 기계가 만들어지면서 없어졌다고 한다. 지금은 그 이후로 젊은 인력이 찾지 않게 되어 3,40년 된 장인의 기술이 사라질 위기에 처해 있다. 만약 다시 그 종목이 부활한다 해도 지금은 심사할 수 있는 명장이 몇 안 개설 것이다. 그래서 인간문화재처럼 우리 명장 몇 분을 추천해보려 하고 있다. 지금은 오산 대학교가 된 옛날의 오산 전문대에는 제화학과가 있었다. 그런데 지금은 신발 과학과로 바뀌더니 기능위주가 아닌 본드의 화학성분 등 공업화학을 가르친다. 지금 교육받으러 오는 사람들도 대부분 대학까지 졸업한 사람들인데, 이 사람들이 고등학교 때부터 이런 기술을 접했다면 지금은 훌륭한 작품을 만들 수 있었을 텐데 하는 아쉬움이 있다.

IV. 이야기를 마치며

현재 우리나라에서는 제화, 패션, 가방 등의 도시형 제조업 뿐 만 아니라 소규모 기능 산업인 전통산업이 사라질 위기에 처해있다. 큰 자본의 사람들이 그러한 산업들을 잠식하며 좌지우지 하고 있기 때문이다. 사실상 이것을 막을 법적 제도가 없기 때문에 공공에서는 이것들을 막을 근거가 없다. 이러한 문제의 해결책은 분야별로 전문화하여 협업해 나가는 것이다. 그래서 서울시에서도 자영업 협업 사업을 제도화하여 작년부터 시행하고 있다. 그러나 예산이 작아 사실상 성동구에만 해도 400여개의 전통산업이 있음에도 불구하고 서울시 협업 사업에는 단 7곳 밖에 지정을 할 수 없는 상황이다. 게다가

가 생활을 꾸려나가기도 바쁜 사업자들에게 작성하기에 너무 복잡한 사업자 등록 체계를 요구하고 있어 사실상 지자체 공무원들이 일일이 다니며 수고하고 있는 실정이다. 마을기업도 일종의 협업 사업이다. 서울성수수제화타운처럼 마을기업이 잘 이루어지면 가장 좋지만, 개인 생활 영역과 두려움 때문에 협업 제안을 선뜻 받아들이지 못하는 자영업자들이 많다. 또한 지금의 마을기업은 관 주도의 사업이 많고, 공공에서 지원을 받았기 때문에 이름만 다른 중복적인 점검을 받아야 하며, 일종의 제약이 따르므로 오히려 이런 지원 사업을 피하는 사업자들도 있다.

그리고 많은 사회적 경제 영역의 사업들이 이루어지고 있다. 결국은 같은 사업인데 이름이 조금씩 바뀌고 내용이 추가된다. 심지어 현장에서 직접적으로 일하는 지자체 공무원들조차도 헷갈려 한다. 어느 지자체의 사회적 기업 담당자는 “현재는 사회적 기업, 마을기업이 정책적으로 뜨고 있지만, 정책이 바뀌면 또 언제 사라질지 모른다. 이것을 아는 사람들은 공무원들이 실적을 중요시 한다는 것을 이용해 ‘먹고 튀자’ 는 식의 마인드를 가진 사람들도 많다. 그리고 사회적으로 약한 부문의 업종들이 많기 때문에 공공의 지원이 없으면 문 닫을 기업들도 많다. 이들이 지속적으로 발전 가능할 수 있도록 도와줘야 하는데, 사실 공무원인 우리가 기업가가 해야 할 영역을 제한하고 도와주기엔 한계가 따를 수밖에 없다.” 며 더 이상 개수 늘리기 사업이 아니라 가족들에게도 진심으로 권할 수 있는 믿을 수 있는 기업으로 발전할 수 있도록 힘써야 한다고 우려의 목소리를 전했다.

이태리 제2의 부자도시인 볼로냐를 키운 것은 대기업, 대도시 중심의 도시 재생이 아닌 중소 규모 공방들을 엮어 산업네트워크를 활용한 전략의 힘이다. 지금도 우리 주변에는 많은 마을기업들이 성장하고, 생성되고 있다. 우리 모두가 관심과 노력을 기울임으로 이들이 내가 사는 지역공동체에 지속적으로 선한 영향력을 끼칠 수 있게 되기를 기대해본다. **SDI**

참고문헌

- 마을기업과 예비사회적기업의 추진실적과 통계, 전대욱 · 박승규(2011)
- 마을기업 육성사업 시행지침, 행정안전부(2012)
- 서울시 사회적 경제 사업체 연계발전 방안, 신경희(2010)
- 서울형 마을기업을 통한 지역공동체 활성화, 신경희(2012 발표 예정)
- 자립형 지역공동체 사업[마을기업] 활성화 방안, 김선기(2011, 2)
- 지속가능발전을 위한 사회적 기업의 역할과 활성화 방안에 관한 연구, 채종현 · 이종한(2009)
- 지속가능한 생태계 조성을 위한 사회적 경제 종합지원계획, 서울특별시(2012)
- 커뮤니티 비즈니스 육성정책 추진실태와 정책방향, 김선기(2011, 7)