

노후화된 양곡 창고에서 청춘의 꿈이 가득한 공간으로, ‘순천 청춘창고’

‘Suncheon Youth Store’,
From an aging granary to a space full of the dreams of youth

글. 김미현(Kim, Mihyeon_전남대학교 건축도시설계전공), 임대근(Lim, Daeguen_금오공과대학교 건축학과), 주평화(Joo, Peoyngwha_전남대학교 건축도시설계전공), 홍성훈(Hong, Seonghun_인제대학교 건축학과)

청년의 꿈 이루는 공유공간으로서의 가치, 리노베이션으로 답하다



순천시 문화복합공간 '청춘창고'

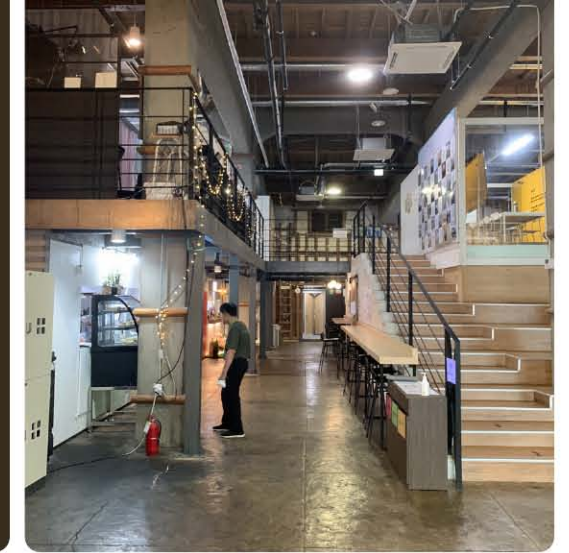
노후화된 양곡 창고, 리노베이션을 통해 꿈을 담은 창고로.

건축은 건축만이 가지는 방식을 통해 도시 속의 다양한 문제를 해결할 열쇠가 되기도 한다. 기업이 부족하고 제조업 기반이 약해 청년 구직자들이 취업할 장소가 부족한 순천시는 ‘취업’이 아닌 ‘창업’을 선택했다. 연간 12만 명 이상의 여행객이 찾는 순천시는 게스트하우스 밀집 지역인 순천역 부근 순천농협 양곡 창고

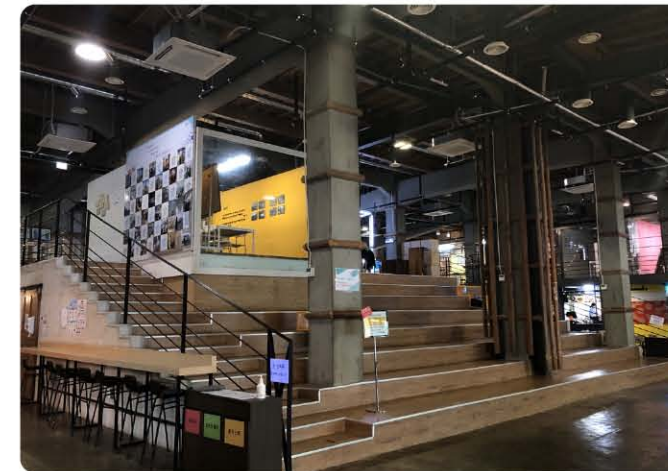
리노베이션을 통해 청년들이 꿈을 펼칠 수 있는 청춘 창업 공간을 만들었다. 순천농협 양곡 창고는 1961년 건립되어 50년 이상 양곡을 보관하는 창고로 사용되었지만 쌀 생산량 감소로 인해 사용 빈도가 줄어들어 유휴시설로 전락했다. 이처럼 건축물로서 목적과 기능이 불분명해진 양곡 창고는 리노베이션을 통해, 취업난에 힘든 순천 청년들이 꿈을 펼쳐 도전할 수 있는 창업공간을 제공했다. 동시에 ‘내일로(코레일의 자유여행 패스)’를 통해 순천을 여행하는 젊은 여행객들이 유명관광지 뿐만 아니라 순천 청년들의 먹거리와 즐길 거리를 공유하고 갈 수 있는 장소를 제공한다. 순천역에서 도보로 10분 거리에 있는 청춘 창고는 최초 661제곱미터의 면적에 다 333제곱미터를 증축해 994제곱미터의 한 개 동 규모로 구성됐다. 청춘창고는 기획 초기 단계에서부터 청년 점포 추진협의회를 구성, 명칭부터 장소 선정, 건물 내·외부 디자인, 교육 등 모든 방안을 청년들과 상의해 결정했고, 실질적인 운영 또한 입주자들로 구성된 입주 협의 회의에서 맡고 있을 정도로 내부 청년들의 활동 범위가 넓다. 이는 실제 창업 시에 창업자가 겪게 될 수 있는 다양한 문제와 청춘창고 운영 측면에서의 여러 문제들에 대해 청년들이 자체적으로 고민하고 해결해 나갈 기회를 제공했다. 또한 청춘창고는 저렴한 임차료로 만 19세에서 39세의 청년들만 입점이 가능해, 창업을 통해 사회에 첫 발을 내딛은 청년들이 꿈에 한 발짝 더 가까이 다가갈 수 있는 공간으로서 역할을 톡톡히 하고 있다.



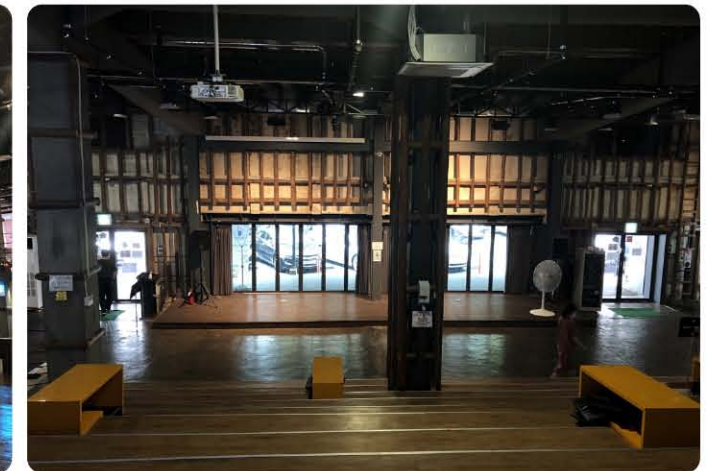
청춘창고 구조 (순천시)



복층 디자인을 통한 공간 분리



복층으로 이어지는 계단식 객석



객석에서 보이는 오픈 스테이지 모습

청춘창고의 내부 디자인적 특징으로 기존 양곡 창고의 높은 층고를 활용해 두 개의 분리된 창업 분야로 재구성된 복층 공간, 내부의 중앙 커뮤니티 공간인 넓은 계단식 객석, 그리고 객석으로 열려있는 오픈 스테이지가 있다. 청춘창고에서 가장 특징적인 계단식 객석 한 칸에 강한 볼륨감을 가진 미팅 큐브와 오픈 스튜디오가 모든 방문객에게 무료로 제공되며, 이는 청춘창고 입주자들의 커뮤니티 공간으로도 사용된다. 그리고 오픈 스테이지에서는 공연이나 토크 콘서트 등의 다양한 이벤트들을 통해 매번 새로운 즐거움을 방문객에게 제공한다.

“시간과 공간을 공유하는 분위기가 청춘창고의 매력”

낡은 창고를 리노베이션해 새롭게 태어난 이 청춘창고는 올해로 4년 차에 접어들었다. 순천시를 방문하는 여행객들에게는 기억에 남을 행복한 공간으로, 청년들에게는 꿈을 향해 한 걸음 나아갈 수 있는 공간으로, 지금도 그 역할을 다 하고 있을까? 그 역할이 어떻게 실천되고 있는지 청춘창고에서 활동하고 있는 이유부 수제유부초밥 전문점 대표에게 들어보았다.

Q. 왜 다른 곳이 아닌 청춘창고에서 창업을 시작하기로 결정하셨나요?

창업을 위해 조사를 하던 중 순천시에서 젊은 창업자에게 장소를 지원해주는 프로그램이 있다는 것을 알게 되었습니다. 청춘창고의 장점 중 창업자 간에 네트워크를 가질 수 있다는 것, 그리고 창업 시 가장 부담이 되는 렌트 비용에 대해 연 15~18만 원 수준의 적은 월세와 100만 원 정도의 무척 적은 보증금이 든다는 것이 저에게는 큰 혜택으로 다가왔습니다. 특히 후자는 새로운 도전을 할 때 따르는 부담스러운 초기자금과 실패에 대한 리스크들을 최소화시켜 줄 수 있어 큰 장점이라 생각했습니다. 이렇게 최소화된 리스크를 바탕으로 자신의 브랜드 가치를 위한 다양한 실험들과 그를 통한 제품 품질 개선의 시간을 가질 수 있을 것이라고 생각돼 청춘창고에서의 창업을 결심하게 됐습니다.

Q. 청춘창고에 입점을 준비하고 완료되기까지 어떤 과정을 거쳤나요?

청춘창고가 오픈한 초기에는 정기지원 모집 및 심사방식으로 진행되었다고 들었습니다. 여러 공모모집을 통해 많은 인원들의 지원을 받아 창업자를 선발하고,

1년의 계약과 1년 후 최대 1년 더 연장할 수 있는 방법으로 입점에 관한 운영을 했다고 알고 있습니다. 하지만 중도에 기간을 전부 채우지 않고 나가게 되는 점포나 1년 뒤 계약 연장을 하지 않는 점포들로 인한 공백이 맞물리게 되면서 제가 지원할 시기에는 점포가 비게 될 때마다 창업자를 상시로 모집하게 되는 형태를 갖추게 되었고 지금도 그렇게 운영되고 있습니다. 이렇게 초기와 현재의 지원형태는 바뀌었지만 지원자들의 사업아이템을 신청 받은 이후 청춘창고에서 창업할 기회를 가지는 선별 심사 과정은 이전과 같이 그대로 유지되고 있습니다. 1층은 음식, 2층은 제품으로 분류해 신청 받으며, 순천시 각 분야의 교수님들과 관련 업체 전문가들이 모여 참고 내 다양성을 유지하는 방향으로 창업브랜드 심사 및 운영계획, 인터뷰들을 검토하고, 입점자는 일절 관여하지 않는 공정한 심사를 통해 입점을 결정하게 됩니다.

Q. 입점을 결정하게 된 창업자들에 대한 창업 교육은 어떻게 이루어지나요?

이전 정기모집으로 진행되었을 당시에는 많은 인원이 한 번에 들어오게 되었는데 다 같이 모여 창업 교육 프로그램을 이수했지만, 현재는 모집형태가 상시모집으로 변형돼 소수의 인원들이 부분적으로 입점하기 때문에 따로 창업 교육을 진행하지 못하고 있습니다. 하지만 청춘창고 내 입점자간의 커뮤니케이션이 활발하게 이루어져, 서로가 가지고 있는 경험과 해결방법, 서로가 잘 아는 분야에 대해서 많은 것을 공유하고 있습니다. 그렇기 때문에 청춘창고가 아닌 다른 장소에서 창업 후 혼자 겪게 될 문제들을 저희는 청춘창고 안에서 커뮤니케이션을 통해 미리 대비하거나 더욱 유연하고 효율적이게 대처할 수 있었습니다.

Q. 공유 공간에서 이뤄지는 소통, 이를테면 커뮤니케이션은 어떤 방식으로 이루어지고 있고, 에피소드가 있다면 소개를 부탁드립니다.

점포의 오픈과 마감 전, 후에 간단하게 모여 조회를 하고, 지각 또는 결석과 같이 점포의 운영에 문제를 줄 수 있는 기본적인 부분에 대해서 내부 규율을 만들어 지키고 있습니다. 또한, 내부에서 발생하는 문제, 예를 들어 복층에서 발생하는 소음이나 음식 냄새 등 서로 민감할 수 있는 부분에 대해서도 대화를 통해 조율하고 해결하며, 현재는 서로의 분야를 존중하고 참고 내에서 함께 공존하고 있습니다. 그렇게 청춘창고의 운영 방향에 대해서 함께 검토하고, 참고를 위한 이벤트를 계획, 추진하는 등 순천시에서는 장소 차원의 지원을 받을 뿐 청춘창고 운영의 전반적인 부분을 입점자들 스스로 함께 결정하고 헤쳐나가고 있습니다. 물론, 문제가 됐던 부분도 있었습니다. 주차장과 관련된 문제가 있는데, 주변에 위치한 농협과 카페, 청춘창고, 이렇게 세 곳에서 청춘창고 전면의 주차장을 같이 사용하고 있었기 때문입니다. 청춘창고와 건너편의 카페가 농협 소유의 창고를 리노베이션 한 건축물이고, 주차장의 주목적도 농협에 방문하는 손님들을 위한 것이

기 때문에, 다수가 함께 이용하는 좁은 주차장이 문제가 됐던 것이지요. 이러한 문제에 대해 청춘창고 후면의 공터를 주차장으로 확장하고, 충분한 대화를 통해 각자의 입장을 이해하며 문제를 해결했습니다. 현재는 오히려 세 곳의 방문객이 한 장소에 모였다가 흩어지는 것을 통해 시너지를 만들어 내는 긍정적인 방향으로 커뮤니케이션 하고 있습니다.

Q. 앞선 답변에서 참고를 위한 이벤트를 언급했는데, 구체적으로 어떤 이벤트들이 진행되고, 계획되고 있나요?

추석이나 설날, 어린이날 등과 같은 특별한 날에 이루어지는 대규모 행사의 경우에는 시에서 행사 섭외나 광고 측면에서 지원을 받는 경우도 있습니다. 그리고 참고 자체적으로 진행하는 행사의 규모는 다소 작지만 2주에 1번 정도로 자주 진행하고 있습니다. 특히 청춘창고와 다른 장르를 가지지만, 공연을 하고 경험을 쌓길 원하며, 새로운 도전을 준비하는 청년들에게 무료로 무대와 공간을 제공하는 등 서로에게 좋은 기회가 될 수 있는 이벤트가 많습니다. 이런 이벤트가 활발해짐에 따라 순천시에 흩어져있는 청년들끼리 더 다양한 관계를 갖게 되고, 청춘창고가 이 관계들의 중심에 있다고 생각되면 뿌듯합니다. 하지만 요즘은 코로나로 인해 내일로 관광객도 부쩍 줄게 되고, 시 자체적으로도 사람들이 모일 수 있는 행사의 취소를 요청하고 있어 준비하고 있던 청춘창고 4주년 이벤트와 여러 다양한 이벤트의 계획이 취소되었습니다. 빠른 시일 내에 다시 예전처럼 청춘창고에 많은 여행객들이 추억을 남기며, 지역 주민들이 일상을 공유할 수 있는 날이 오기를 바랍니다.

Q. 도시적 관점에서 청춘창고의 다양한 기능과 역할을 확인한 것 같습니다. 그렇다면 공간적면에서 보면 청춘창고의 개선점 등은 없는 지 궁금합니다.

중앙 계단식 광장의 형태와 동선에 관한 문제를 지적하고 싶습니다. 지금의 중앙 공간은 행사를 진행할 때는 효과적으로 활용할 수 있지만, 행사가 없는 날에는 이용에 여러 불편함이 있어 식사를 위한 간이 식탁도 제대로 배치할 수 없을 정도예요. 이렇게 행사 이후 공간 활용에 대한 아쉬운 점이 있고, 좀 더 중요한 개선 사항으로 유모차, 휠체어를 이용하시는 분들의 불편함이 있습니다. 아이들이 좋아하는 각종 공예에 대한 점포는 복층의 위층에 위치하고 있는데, 위층으로 이동하는 수직 동선은 계단밖에 없는 실정입니다. 청춘창고를 방문하시는 분들이 휠체어나 유모차를 가지고 있을 경우 무척 불편한 상황에 처할 수밖에 없어 이 점이 가장 시급히 개선되어야 할 점으로 보입니다.

Q. 마지막으로 청춘창고가 가지는 가장 매력적인 요소가 무엇이라고 생각하나요?

사업자 측면에서 봤을 때는 앞에서 입점자 커뮤니티를 통해 많은 정보를 교류하고 도움을 주고받는다던 것처럼, 서로 피드백을 받을 수 있다는 점과 무척 적은 임차료를 통해 사업을 운영할 수 있다는 것입니다. 창업을 희망하는 청년들에게는 새로운 도전에 앞서 많은 부분이 심리적으로 두렵고 경제적·시간적으로 촉박합니다. 이러한 상황에서는 자신의 브랜드가 가진 문제점을 개선하거나 브랜드 가치를 위해 더 다양한 도전을 할 시간도 돈도 심적 여유도 없습니다. 하지만 청춘창고에서 창업에 도전하게 되면 다양한 피드백으로 경영 시 겪게 될 문제를 최소화 할 수 있을 뿐만 아니라 브랜드에 대한 피드백을 더 다양하게 들을 수 있고, 조금은 여유있는 상황에서 자신의 스토리가 담긴 브랜드를 더욱 가치있게 변화시킬 도약을 준비할 수 있습니다. 이것이 사업자 측면에서 가장 매력적인 부분이라고 생각합니다.

청춘창고에 방문해주시는 분들은 리노베이션을 통한 내·외부의 디자인적 효과와 중앙의 계단식 광장, 미팅 큐브의 디자인에서 매력을 느끼셨다고 들었습니다. 그리고 자주 방문하시는 지역 주민분들은 청춘창고의 활기 넘치는 분위기를 보고 오시기도 하고 1층 후미에 준비된 여러 서적을 여유로운 좌석에서 읽어보고 편안한 시간을 즐기러 오시기도 합니다. 이렇게 그저 판매하는 공간이 아닌, 도사에서 소통하고 시간과 공간을 공유하는 분위기가 청춘창고를 사용해주시는 분들이 느끼는 매력이라고 생각합니다.

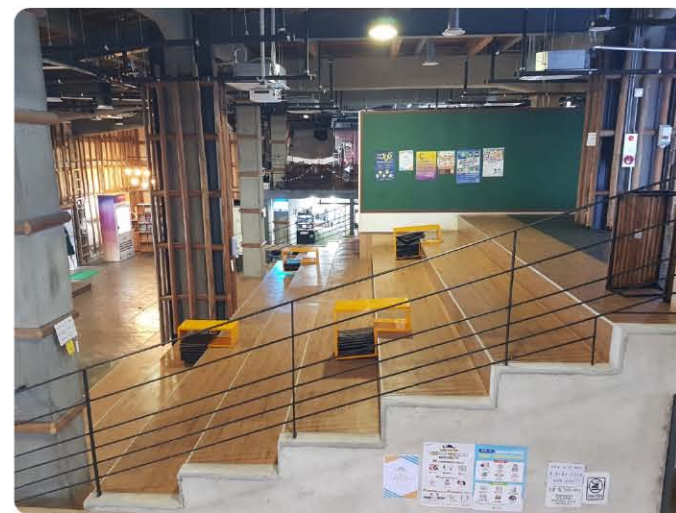
청춘창고, 새로운 도약을 위한 발판을 닦아야 할 때

리노베이션은 제2의 건축으로 불리며, 노후화된 건축물 또는 기존의 기능이 제대로 유지되지 힘든 건축물에 새로운 생명을 불어넣는다. 청춘창고는 앞서 소개했

듯 활용도가 낮아진 양곡창고를 청년들의 창업 공간 조성을 목적으로 리노베이션한 건축 공간이다. 이 양곡 창고 리노베이션은 취업이 힘들고 창업의 문턱이 너무 높아 창업을 도전할 수 없는 현 세대 청년들에게 그 높은 문턱을 낮춰주고, 새로운 도전 과정과 열정을 청춘들끼리 공유할 수 있는 장소를 제공해 청년문화의 중심으로 부활시키는 것이 목표였다.

청춘창고의 프로그램은 수직적 공간으로 분리되어 1층의 요식업 분야와 2층의 체험 공방 분야로 나누어진다. 각 분야는 청춘창고의 시작부터 세부적으로 다양한 아이템의 창업시도가 있었으며, 현재 운영되는 점포들 역시 기존의 다양성을 유지하기도 하고 새로운 아이템을 통해 더 발전된 방향으로 청춘창고가 가지는 청춘 창업의 가치를 이어가고 있다. 최근에는 청춘창고의 외부 측면 공간에 VR SQUARE가 추가돼 시대의 젊은 흐름을 충분히 따라가는 모습도 보였다. 이처럼 청춘 창고의 아이덴티티를 유지하고 계속 발전해 나가는 중이지만 빠르게 채워진 주차장에 비해 청춘창고를 기억하고 찾는 사람들은 멀어져 가고 있다. 이러한 상황은 청춘창고 측면의 농협과 맞은편의 브루웍스가 주차장을 공유하고 있어 비용과 채움의 간극이 더욱 두드러져 보인다.

청춘창고의 갈등을 해결하기 위해선 건축적 장치의 개선이 필요해 보인다. 먼저, 내일로 여행객들이 처음 방문하는 순천역에서부터 청춘창고의 존재를 암시하고, 청춘창고 내 프로그램에 대한 안내를 가시적으로 제공해야 한다. 현재는 청춘창고 내부에 작은 안내문이 이동식 스탠딩 게시판에 꽂혀있을 뿐 공간적, 시각적 정보는 전혀 제공되고 있지 않다. 청춘창고 내부에는 다양한 프로그램이 각기 다른 내용으로 연결되어 위치하고 있으며, 때때로 프로그램의 운영 시간이 다르기 때문에, 이에 대한 명확한 정보를 충분히 제공할 필요가 있다. 또한 청춘창고에서 가장 시각적으로 드러나는 공간인 중앙 계단식 광장이 청년들이 운영하는 다양



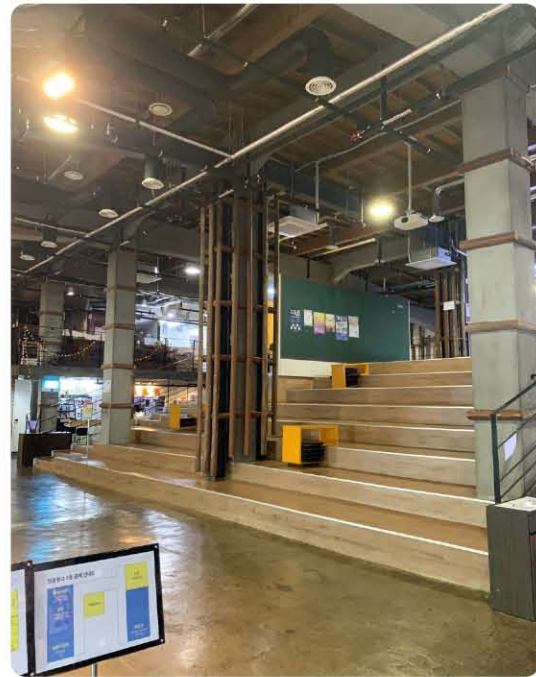
계단식 광장 디자인



1층 라이브러리



VR SQUARE와 빼곡하게 채워진 주차장



팅 빈 중앙 계단

한 장르의 창업 프로그램들에 향하는 시선을 빼앗고 있기 때문에, 각 프로그램에 대한 정보들을 메인 공간에서도 제공하는 것 역시 프로그램에 대한 사전정보 없이 방문하기 쉬운 여행객들에게 청춘창고가 가지는 다양한 이야기를 들려줄 수 있는 방법으로 보인다.

또한, 중앙 계단식 광장과 복층 프로그램으로의 동선이 '유니버설 디자인'으로 개선되어야 한다. 인터뷰에서도 언급했듯 청춘창고에서 방문객에게 가장 인상적인 공간은 중앙 계단식 광장이다. 하지만 이 메인 공간이 오직 계단으로만 디자인되어 있어, 노약자, 장애인, 영·유아 및 휠체어와 유모차를 사용해야 하는 방문객들은 복층을 수직 이동하는 것에 큰 장벽을 경험한다. 청춘창고는 가족 단위의 방문이 많은 공간이기 때문에, 이와 같은 동선 상의 장애는 방문객들에게 상당한 불편함을 야기하며, 청춘창고가 가지는 아이덴티티에 부정적 이미지를 줄 수도 있을 것이다. 이 메인 공간은 디자인적으로 강조되고 인지되며, 그로 인해 많은 방문객들이 이끌려오도록 하는 건축 디자인으로서의 역할을 충분히 다하고 있지만, '누구나 불편함 없이' 이용할 수 있는 공간으로 사용되는 것이 현시점에서 이 공간이 해결해야 할 핵심 과제로 보인다.

청춘창고의 도시적 역할도 재고해볼 필요가 있다. 청춘창고는 도시재생 사업의 한 면으로 위치상 내일로 여행객이 반드시 거치게 되며, 여행객 동선의 시작점이 되는 순천역 일대에서 멀리 떨어져 있지 않다. 하지만 청춘창고의 이미지는 순천역과 등떨어진 하나의 도시적 node로만 보여진다. 이는 순천역에서 청춘창고로

이어지는 line에서 스토리텔링이 부족하기 때문이다. 순천역에서 걸어서 10분도 안 되는 거리, 버스로는 한 정거장밖에 안 되는 거리에 청춘창고가 위치하지만, 그 사이의 시퀀스는 목적지에 대한 어떠한 연관성도 보여주지 않는다.

이 길을 따라 도착했을 때 마주하는 청춘창고의 첫인상은 도로에서 연장된 넓은 청춘창고의 외부 주차장이다. 청춘창고를 드러낼 수 있는 공간이 도로와 연결되어 '자동차'를 위한 공간으로만 구성되어 있다는 것이다. 이 전면부 주차장은 지리적 측면, 이용자 측면에서 농협, 브루웍스와 연결되어 있어 필연적으로 주차방법을 공유하고 있다. 또한 최근까지 청춘창고에 유일하게 열려 있던 외부 공간인 건물 후면의 잔디밭도 주차 수요에 의해 주차장으로 바뀌어 사용하게 되었고, 그로 인해 청춘창고는 뽕뽕한 차량들 사이에 긴 샌드위치의 형태로 되고 말았다. 때문에 현재 청춘창고의 외부공간은 없다고 할 수 있다. 하지만 청춘창고가 마당과 같은 외부공간의 한 형태를 가지게 된다면, 내부 프로그램이 외부에서 더 자율적으로 활성화될 가능성이 높아질 것이고 그렇게 발생하는 자연스러운 다양한 이벤트들을 기대해볼 수 있다. 청춘창고와 인근의 사용자들은 현재 사용되는 주차장이 주차로 한정된 기능을 넘어 새로운 개방성과 가능성을 가질 수 있음을 기대하며 대화해볼 필요가 있다. 세 장소가 맞아떨어지는 이 공간에 대한 지역 주민들의 고민과 대화는 주차장에 가려져 정적이고 기능적으로만 보일 수 있던 청춘창고의 얼굴을 순천 청년들과 지역 주민이 함께 만들어 내는 풍부한 표정으로 변화시킬 수 있을 것이다.



전면부 주차장



후면부 주차장



주차장으로 바뀌기 이전 건물 후면의 외부공간 (순천시)

청춘창고는 활용도가 낮은 양곡 창고를 리노베이션해, 힘든 시대를 살아가는 청년들에게 도전의 기회를, 지역 주민들에게는 새로운 소통의 공간을 제공하며 새로운 활기를 기대했던 건축 공간이다. 하지만 현재 청춘창고의 활기는 청춘창고의 초창기에 비해 다분히 식어가고 있다. 앞서 의논한 청춘창고의 개선점은 여러 해결책 중 몇 가지 방향을 얘기할 뿐이다. 청춘창고가 순천시에서 의미 있는 공간으로서 다시 활기를 되찾기 위해서는 혼자만의 고민이 아닌 방문객과 관계자, 그리고 전문가들의 활발한 소통이 필요하다. 청춘창고가 청춘의 활기를 생산하는 공간이자 새로운 청년문화의 중심지로 다시 도약하여 도시의 취업 및 세대 간의 문제들을 해결할 수 있는 열쇠가 되기 위해서는 지역 모두가 관심을 가지고 함께 청춘창고의 발판을 정비해야만 할 것으로 보인다.