

미국 포틀랜드
운영자 중심의
마을재생

2018.09.17 - 09.24

미국 오리건 주 포틀랜드

윤주선 부연구위원

목 차

I. 출장개요 및 세부일정	1
1. 출장개요	1
2. 세부일정	2
II. 기관방문 및 회의	3
1. 레터프레스: Egg Press	3
2. 크리에이티브 에이전시: Ziba	6
3. NPO: Portland First Step	8
4. 소셜다이닝: The Night Society	13
5. 독립출판사: Hawthorne Books	15
6. 메이커스페이스: ADX	19
III. 현장 답사	25
1. Ace Hotel	25
2. Good Mod	27
3. Farmers Market	29
4. McMenamins Kennedy School	31
5. Swift	33
IV. 출장성과	35

I. 출장개요 및 세부일정

1. 출장목적

- 포틀랜드 재생관련 운영자 심층 인터뷰

: 도시재생 계획가(planner)가 아닌 중소형 거점에서 도시재생을 실행하고 있는 운영자(manager, actor) 심층 인터뷰

: 중소거점 생태계 구축으로 지역 경제가 살아나고 창조적 기업을 유치할 수 있는 지속가능한 마을재생 방법론 분석

- 포틀랜드 마을재생 사례 토론형 연구 프로그램 Creative Camp 참가

: 포틀랜드 거점형 마을재생 체험·연구·토론 프로그램인 크리에이티브 캠프를 통해 소규모 거점형 재생 방법론 및 운영전략 파악

2. 출장일정 및 지역

- 출장기간

: 2018년 09월 17일(월) ~ 09월 24일(월) / 6박 8일

- 출장지역

: 미국 오레곤주 포틀랜드

3. 출장인원

- 윤주선 부연구위원

4. 세부일정

일 자	현지시간	출발지	도착지	일 정	기 타
9월17일 (월)	18:20 12:20	인천	시애틀	인천-시애틀 이동 (약 10시간)	대한항공 KE019
	14:15 15:11	시애틀	포틀랜드	시애틀-포틀랜드 이동 (약 1시간)	알래스카 항공 AS2493
	16:00 18:00	포틀랜드		오리엔테이션	크리에이티브 캠프 설명
9월18일 (화)	09:00 12:00			Good Mod 답사	답사 1(camp)
	13:00 18:00			Egg Press 답사 Egg Press 담당자 인터뷰	답사 2(camp) 인터뷰 1(camp)
9월19일 (수)	09:00 12:00			로컬 브랜딩 회사 Ziba 답사, Ziba 담당자 인터뷰	답사 3(camp) 인터뷰 2(camp)
	13:00 18:00			포틀랜드 First Step 담당자 인터뷰	인터뷰 3(camp)
9월20일 (목)	09:00 12:00			Nightwood Society 답사	답사 4(camp)
	13:00 18:00			Nightwood Society인터뷰	인터뷰 4(camp)
9월21일 (금)	09:00 12:00			메이커 스페이스 ADX 답사	답사 5(camp)
	13:00 18:00			ADX 담당자 인터뷰	인터뷰 5(camp)
9월22일 (토)	09:00 12:00			커뮤니티 호텔 Ace Hotel 답사	답사 6
	13:00 18:00			PSU 파머스마켓 답사	답사 7
9월23일 (일)	11:40- 12:34	포틀랜드	시애틀	포틀랜드-시애틀 이동 (약1시간)	알래스카 항공 AS751
	14:15	시애틀		인천행 출발	대한항공 KE020
9월24일 (월)	17:45	인천		시애틀-포틀랜드 이동 (약11시간30분)	

II. 기관방문 및 회의

1. 레터프레스 업체 에그프레스(Egg Press)

1) 회의 개요

- 일 시 : 2018년 9월 18일 (화)
- 장 소 : 포틀랜드 Egg Press
- 목 적 : 레터프레스
- 참석자 : 윤주선 부연구위원, Dawndae Hamilton 매니저

2) 기관 개요

- 에그프레스는 1999년 설립한 레터프레스 업체로 위트있는 문구와 그래픽을 동반한 엽서를 주로 제작
- 샌프란시스코의 Hello! Lucky, LA의 ASHKAHN, 런던의 1973 Ltd. 등 3개의 레터프레스 업체와 국제적인 협력을 지속하며 네 업체가 동반성장 중으로 함께 손글씨와 레터프레스의 영역을 넓혀가고 있음
- 레터프레스는 가장 오랜 역사를 가진 전통적인 인쇄기법으로, 아날로그적인 느낌을 원하는 젊은 층에게 큰 호응을 얻음
- 포틀랜드의 라이프스타일과 잘 맞아 포틀랜드 식당들의 메뉴판, 게스트하우스의 사용설명서, 맥주 브루어리의 코스타 등에 레터프레스 결과물들이 이용되고 있으며, 포틀랜드의 아날로그적인 분위기를 내는데 한 몫을 하고 있음

3) 주요 면담 내용 (DIY, Eco-system)

• 에그프레스의 사업 개요

- 에그프레스가 현재 장소에 자리잡은 것은 5년 정도 되었고, 전체 건물이 비어 있던 창고를 임대하여 들어옴
- 샌프란시스코의 헬로럭키에서 4년 전 사람들을 많이 스카웃해 왔으며 여전히 헬로럭키에서 자체적인 디자인과 마케팅을 하고 생산은 에그프레스에서 하는 방식으로 협업 지속 중
- 1940년에서 1960년에 생산된 레터프레스 기계를 현재도 사용할 수 있으며 대학이나 공공기관에서 버려진 기계들을 들여와서 수리한 후 사용. 처음 창업할 1999년 당시에는 레터프레스를 쓰는 사람들이 없어 거의 무료로 받아왔으며 현재는 레터프레스 기계를 다룰 수 있는 기술력이 있는 팀이 많이 없는 상태

- 10년 전부터 포틀랜드와 샌프란시스코를 중심으로 레터프레스가 유행하기 시작했고, 현재는 일본 등을 통해 전세계적인 트렌드가 되고 있어 음반 표지, 가게 메뉴판 등에도 많이 쓰임
- 창업 이후 줄곧 포틀랜드에서 임대기간에 따라 여기저기를 옮겨오고 있으며, 크리에이티브한 사람들이 많기 때문에 포틀랜드를 떠나지 않음
- 주력 상품은 신년카드나 축하카드, 비즈니스 카드 등의 카드이며 포틀랜드의 그로서리 스토어, Target 등의 지역 상점과의 콜라보도 많은 상태
- 디자인에서 중시하는 것은 오리지널리티이며, 워딩과 그림에서 유머를 많이 넣고자 함. 사람과 사람이 마음을 주고받는 축하카드나 감사카드에서는 기계프린팅보다 아날로그 감성이 담긴 레터프레스를 좋아하는 추세로 이를 반영하기 위해 노력
- 현재 에그프레스는 1910년에 지어진 창고이자 공장이었던 벽돌건물 Schoolhouse Electric 빌딩의 3층을 사용 중이며, 매일 레터프레스 메카닉에 새로운 영감을 주는 건물이 디자인과 기획에 큰 도움이 되고 있음
- 1800년대의 기계를 포함해 Heidelberg windmills, Chandler, Price clamshells 등 12개의 레터프레스 기계를 보유

• 포틀랜드 문화생태계 안에서의 에그프레스

- 에그프레스 창업자 Tess Darrow는 나이키의 텍스타일을 디자인하던 여성으로 패턴과 메카닉에 빠져 나이키를 그만두고 1999년 레터프레스 업체 에그프레스를 창업함
- 에그프레스가 중점을 두는 것은 레터프레스를 통한 커뮤니티와의 연결
- 작은 커뮤니티와의 연계와 문화적인 공감대 형성이 큰 기업과의 연계로 이어짐
- 스튜디오에 있는 모든 기계는 업무 시간 외에 레터프레스 취미반 주민들, 지역 학생들에게 무상으로 대여
- 먹고 마시며 몇 시간씩 레터프레스 편지지에 편지를 쓰는 아이들을 보면 큰 영감을 얻게 됨
- 레터프레스의 재미와 문화를 지역 주민들에게 퍼트리지 않으면 사업적 결과로도 이어지지 않음
- 뮤지션, 아티스트와 지역주민들 사이에서 레터프레스 문화가 퍼져야 이를 통한 새로운 비즈니스가 생기고 이것이 사업수익과 연결된다는 것이 중요
- 연간 40,000여개의 카드를 기부하고 있으며 이것 역시 레터프레스 문화의 확산을 위한 작업임
- 즐기는 사람들이 만드는 결과물은 다르며, 경험해 본 사람들은 구매로 이어지게 됨

- 에그프레스 직원들도 근무시간을 포함한 모든 시간에 취미로 스스로 만들고 싶은 것들을 레터프레스와 스탠실 등을 이용해 자유롭게 만들 수 있음. 직원들이 레터프레스를 즐기게 만드는 문화가 중요. 매일 반복되는 일들을 하며 지루함을 느끼지 않게 하기 위해 이벤트들도 많이 준비함

• 포틀랜드의 젠트리피케이션

- 에그프레스는 1999년대에 창업하여 업력을 쌓은 상태라 큰 영향은 없지만 현재 포틀랜드의 임대료는 신생 스타트업이 버티기 어려운 수준
- 슈퍼칩, 위니드, 히스토리 등 경쟁력 있는 주변 영 아티스트 중심의 업체들이 파산하고 있음
- 현재 에그프레스 사업소도 계약기간이 얼마 안 남아 옮겨야 할 듯 하며, 저렴한 임대료의 대공간을 찾아 조금 더 외곽으로 이전할 예정





〈에그 프레스 본사 전경〉

2. 크리에이티브 에이전시 Ziba

1) 회의 개요

- 일 시 : 2018년 9월 19일 (수)
- 장 소 : Ziba 본사
- 목 적 : 크리에이티브 에이전시 Ziba가 포틀랜드에 자리잡은 이유와 지역과 관계
- 참석자 : 윤주선 부연구위원, 야마자키 미츠히로 Ziba 국제협력팀

2) 기관 개요

- Ziba는 1984년생 이란 사람이 창립한 크리에이티브 에이전시, 컨설팅 회사로 Ziba는 이란어로 아름다움이란 뜻
- 프로젝트 디자인은 경험 디자인이자 소셜 디자인으로 사무실 1층 도착로비에서도 실시간으로 빅데이터를 모으고 있음
- 현재 90명의 직원으로 구성되어 있고 애플, 아디다스, 필립스, 코카콜라, 마이크로소프트, 시티은행, 소니, LG, 삼성, 로지텍, 펍시, 포드, 콜맨, 인텔, 코스트코 등의 기업 브랜딩, 제품 디자인을 컨설팅

3) 주요 면담 내용 (Creativity, DIY)

- 지바(ZIBA)의 디자인 전략

- 지바의 디자인은 포트랜드의 DIY 정신을 계승하여 모든 디자인의 목업(mock-up)을 사무실에서 만들면서 디자인 진행
- 제품을 디자인하는 것이 아닌 제품으로 할 수 있는 것들을 고민하면서 디자인
- 사무실 내에 목업공간, 3D 구현 공간, 그리고 대형 시제품 제작공간(메이커 스페이스)를 구축
- 시제품 제작공간은 목공, 도장, 3D 프린터 등 다양한 작업이 가능하며, 도장의 경우 PC로 각 색깔을 얼마큼 섞었을 때 어떤 색상이 나오는지를 계산하여 컴퓨터를 사용한 색감 내기가 가능
- 도서관에는 일부러 60년대부터의 예전 잡지들을 진열해 놓아 뭐가 남고 뭐가 없어졌는지에 대한 트렌드를 읽을 수 있게 함
- 소재, 재질감, 강도 등 건축이나 화장품 디자인 시 테스트 할 수 있는 재료/소재실 존재
- 수많은 국제적 기업들을 상대하는 지바가 뉴욕이나 샌프란시스코가 아닌 포틀랜드에 위치하는 이유는 포틀랜드의 DIY문화가 기업의 정신과 맞닿아 있기 때문
- 포틀랜드에서는 사무실에서의 시간 이외에 식사시간, 퇴근 후 여가시간, 주말 레저 시간 등등 모든 시간에서 다양한 자극과 영감을 받을 수 있는 환경이라 창조적인 일을 하는 직업에 적당하며 임대료도 뉴욕에 비해 아직은 훨씬 저렴한 수준

• 야마자키 미츠히로(전 PDC 공무원, 현 ZIBA 디렉터) 인터뷰

- 일본도 항상 자동차 뒷자리에 앉아 선진국이 움직이는 길을 따라가려 하는 데서 벗어나 직접 운전석에 앉아 어느 길을 갈지 핸들을 움직이는 크리에이티브한 정체성을 가질 때가 왔음
- 뭐를 아는지(Thinker)가 아닌 뭘 하는지(Doer)가 중요한 시대
- 포틀랜드에 자전거 타는 인구비율이 높은 것도 몸을 움직이는 Doer, DIY메이커를 중시하는 문화와 연결. 크리에이티비티를 유지하기 위해서는 몸을 많이 움직여야 한다고 생각함
- 포틀랜드에서 말하는 진짜 엘리트, 창조계급은 새로운 걸 생각해 내는 사람이 아닌 새로운 걸 빨리 “만들 수” 있는 사람 (DIY 문화)으로 경험과 체험의 중요성이 높음
- 기업과 행정의 크리에이티브한 리더십이 도시혁신의 핵심
- 포틀랜드의 경우 내부에서 승진한 인물을 CEO로 앉히는 경우가 적은데, 내부인사의 경우 혁신의지가 낮고 구성원들과의 위계가 강하게 잡혀있어 새로운 도전이 어렵기 때문

- 지바의 경우도 CEO가 군림하거나 지시하는 방식이 아니며 젊은 직원들과 자유로운 의견 교환을 하고 논쟁이 가능한 구조라 혁신이 지속됨
- 지바가 컨설팅하고 있는 나이키의 경우도 2명이 하는 인쇄업체에 일을 부탁하면서도 갑을 관계가 아닌 전문가 대 전문가로 상대를 대하는 등의 문화가 퍼져 있음
- 포틀랜드에서 행정의 역할은 직접 일을 하는 게 아닌 의지가 있는 사람들을 찾아내고 이들에게 일을 맡기는 역할이며, 누구와 누가 함께 작업을 하면 좋을지에 대한 협업구조를 큐레이션. 행정은 땅을 빌려서 의지가 있는 민간에게 임대해주는 역할 정도로 제한. 창의적이고 열려있지 않은 행정은 가능하지 않은 구조
- 지바에 오기 전 포틀랜드 PDC(Portland Development Commission)에서 5년 간 공무원으로 근무
- PDC는 공공예산으로 운영되나 독립성을 보장받아 시청이나 시의회에 간섭없이 사업을 기획할 수 있어 정치에 좌우되지 않는 특징이 있음
- PDC의 예산은 대부분 TIF(Tax Increment Financing)제도를 통해 조달하며 이 예산으로 민관 관의 사이에서 입장을 조율하고 전체적인 도시계획 시각에서 민관협력(PPP)사업을 주도



〈Ziba 본사 전경, 우측 모형은 가전제품 포장 스트로폼을 재활용한 로비 상징물〉

3. 포틀랜드 First Stop

1) 회의 개요

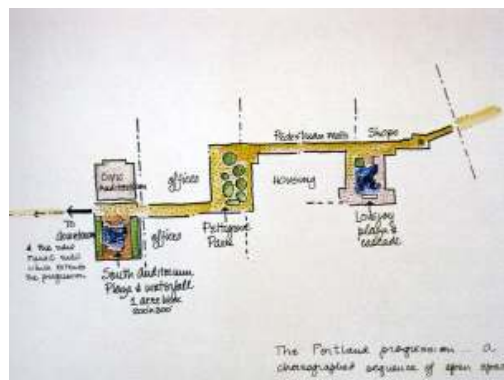
- 일 시 : 2018년 9월 19일 (수)
- 장 소 : 포틀랜드 주립대학, 현장답사
- 목 적 : 포틀랜드 First Stop, 민관협력(PPP)사업 설명 및 답사
- 참석자 : 윤주선 부연구위원, Sarah iannarone 포틀랜드 First Stop 부대표

2) 주요 면담 내용

• 포틀랜드 LID(Local Improvement District) 프로젝트, The Sequence

- 포틀랜드는 미국에서도 비교적 일찍 조경에 신경을 쓴 지자체로 1960년대부터 랜드스케이프 아키텍트 로렌스 할프린(Lawrence Halprin)을 고용하여 공원과 조경을 완성함
- 로렌스 할프린은 The Source Fountain, Lovejoy Fountain, Pettygrove Park, Forecourt Fountain등의 공원과 인근 보행 몰을 도심 가운데 설계했고, 포틀랜드 사람들은 이를 Portland Open Space Sequence(the “Sequence”)라는 애칭으로 불렀음
- 2001년 Halprin Landscape Conservancy라는 비영리 단체가 설립되어 Sequence를 관리하고 국가적으로 중요성을 어필하는 작업을 지속
- Conservancy는 Sequence의 특별함을 알리면서도 커뮤니티 가든으로의 스케일과 역할은 유지할 수 있게 노력
- Conservancy의 노력으로 2013년 Sequence는 National Historic Registry District로 지정
- 이후 10년 전 고가의 컨설턴트를 고용하여 조경 리모델링을 시도했으나 새로운 프로그램이나 개선을 이루어지지 않고 현 상태 유지 정도에 머무름
- 대부분은 선진국 도시들과 마찬가지로 지자체 경영난에 시달리고 있는 포틀랜드에서 공공은 현재 기본적인 공공서비스 이외에 고품질의 공공공간 개선을 할 재정적 여력이 없는 상태
- 2011년 포틀랜드 시는 Conservancy의 활동을 높게 사 조례를 통해 이들에게 Sequence를 유지관리할 펀드를 모으고 공원들과 주변공간의 유지관리를 할 권한 부여
- 2016년 포틀랜드 시와 Conservancy는 이 지역을 LID로 지정하고 215만 달러의 LID자금과 170만 달러의 시청 자금을 모아 공공공간 재생 프로젝트에 착수
- LID는 self-taxation의 일종으로 BID(Business Improvement District)와 달리 공간의 유지보수 이외에 공간개선에도 사용 가능

- 공공예산이 부족할 때 주변 건물주(주택 건물주 제외)에서 준조세를 징수하여 이 예산을 지렛대로 추가적인 공공예산을 받아 공간개선을 시행. 부동산 보유세와 유사한 개념이지만 그 수혜가 부동산 소유주에게 직접 옴
- LID는 공공의 예산이 감소하는 시기에 공공공간을 개선 할 수 있는 방법으로 각광 받고 있음
- 그러나 부유한 동네에서만 가능하다는 단점과 건물주 소유주를 일일이 찾아다니며 설명하고 설득해야 하므로 시간이 많이 걸린다는 단점 존재
- The Sequence의 LID의 경우 건물주 설명과 설득에만 3년 가량 걸림
- 건물주들을 일일이 설득하는 과정에서 세금을 추가로 내지 않고 공공공원의 재생을 했을 때 인근 건물주들이 얻게 될 이득을 집중적으로 설명
- 현재는 시청의 공원 재생 사전허가를 받은 상태에서 프로젝트를 실행하고 있으며 징수금액이 소액이어서 대상 건물주 거의 100%가 LID기금을 내고 있는 상태
- 현재 포틀랜드의 도시계획은 이렇듯 1960~1980년대 잘 정돈해 놓은 도시계획의 토대 위에 한정된 예산으로 민관협력을 통해 소규모 정비와 재생을 반복하고 있음
- 하나의 대규모 개발을 하지 않고 작은 재생과 보안을 Patch-work 방식으로 꾸준히 지속함



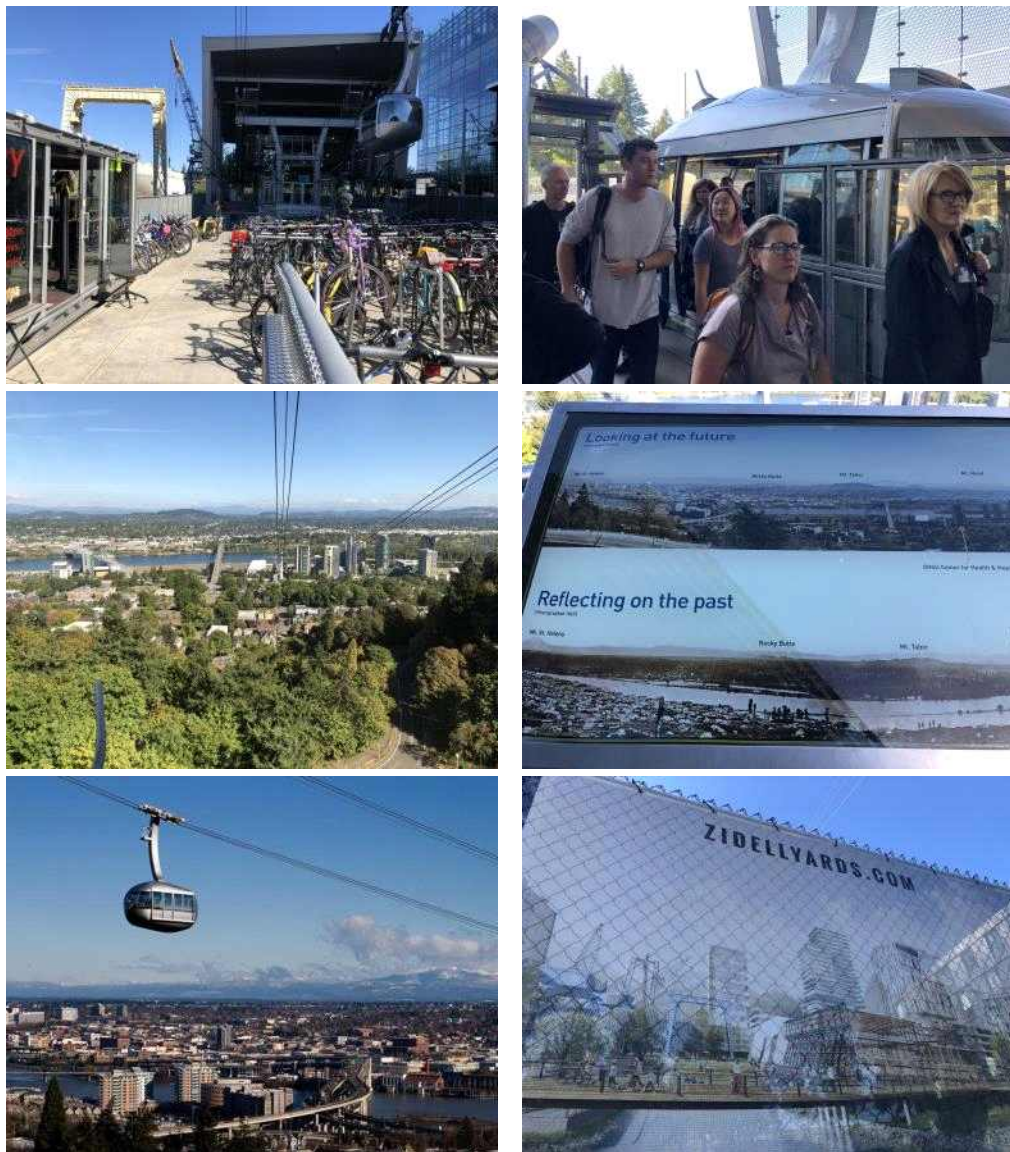
〈(상좌)The Sequence 중 Lovejoy park의 LID 정비 이후 모습(직접 촬영),
(상우, 하좌, 하우) The Sequence 배치도 (자료: The Cultural Landscape Foundation)〉

• **시청-대학-병원 간의 교통 PPP를 활용한 지역재생, Portland Aerial Tram**

- 2007년 1월 28일 Brownfield였던 포틀랜드 수변공간을 공공과 민간이 합작으로 재생
- 경사지역의 아래 강변(South Waterfront)에 위치한 포틀랜드 공립대학 OHSU(Oregon Health & Science University)의 Waterfront campus인 R&D 센터와 500피트 높이 차의 언덕(Marquam Hill)위에 위치한 대학병원을 원활하게 연결하기 위해 대중교통 수단으로서의 “Sky bus”라는 대칭이 있는 곤돌라인 Aerial Tram(이하 Tram)을 설치하기로 결정
- 최초 계획에서는 Tram을 위한 국제 설계 공모전을 열었고 LA의 건축가가 선정
- 1,500만 달러의 공모 설계 계획안과 달리 실제 5,700만 달러가 소요
- 총 공사비 중 71%는 OHSU에서 부담했으며, 15%는 시청의 PDC(Portland Development Commission)에서 TIF(Tax Increment Financing)를 통해 충당하고, 나머지 14%는 인근 건물주가 지불
- 전문가들은 당시 설계-시공(Design-Build)공모가 아닌 설계 공모만으로 진행된 것을 한계로 지적하고 있으며 지역 건축가가 아닌 외부 건축가(LA)에게 설계를 맡긴 것도 초기 시행착오였음을 지적
- 2007년 1월부터 2017년 1월까지 10년 간 총 1,600만 명이 Tram을 사용했으며, 이용자수는 점점 증가하여 2016년 한 해에만 210만 명이 이용
- 연간 평균 280만 달러의 운영 비용이 소요되며 OHSU가 83%를 지불하고, 시에서 나머지 17%를 이용료 징수를 통해 충당
- OHSU 소속인 사람과 대학병원 환자 이외의 일반인들은 Tram 이용료 4\$를 지불
- 대중교통에 대한 PPP(Public-Private-Partnership)방식의 개발과 운영을 통해 방치되고 고립되어 있던 언덕 위 공간을 수변 공간과 연결함으로써 10년 간 총 4,000개의 일자리를 창출했으며, 1억 달러의 민간 후속 투자를 이끌어 냄
- 2017년부터는 PDC, OHSU, 지역 유지이자 디벨로퍼 Zidell이 함께 수변공간 지역을 공공 개발하여 대중교통, 공원, 주택 등을 보급하고 10,000개의 양질 일자리와 3,000개의 저렴주택을 공급할 계획
- Zidell은 사비로 수변공간 정화와 공원조성을 미리 진행하고 있으며, 공공 자금과 연계하여 주택, 상업, 업무, 휴게 공간의 복합개발을 추진 중
- 대중교통간의 연계를 높이기 위해 지상 대중교통 라인인 Streetcar와의 연결을 만들어 내고, 공공자전거인 나이키의 Biketown 스테이션을 운영
- Tram의 Biketown은 신속한 대중교통 간의 환승을 위해 자전거 발렛파킹 서비스를

하고 있으며, 외곽에 위치해 있음에도 포틀랜드 전체 100개 Biketown 공공자전거 정류장 중 2번째로 많은 이용객이 사용 중

- Tram을 통해 주변 지역이 바이오 산업의 중심지로 부각되고 있으며 높은 수준 인력들인 병원 근무자 16,000명의 생활기반으로 지역이 재생
- 프라이버시 침해를 이유로 Tram설치에 반대하던 Tram 운영 구간 아래에 거주하는 마을 주민들에게는 마을과 수변지역 빌딩들간의 직통 보행자 전용 다리 건립을 지원해주는 것으로 협상
- Tram 연결을 통해 물리적 연결 이외에도 대규모 R&D기능과 스몰 메뉴팩처, 스타트업, 라이트 매뉴팩처가 교류하게 되면 새로운 혁신을 창출하는 계기가 됨



〈Aerial Tram 모습〉

4. The Nightwood Society 소셜다이닝

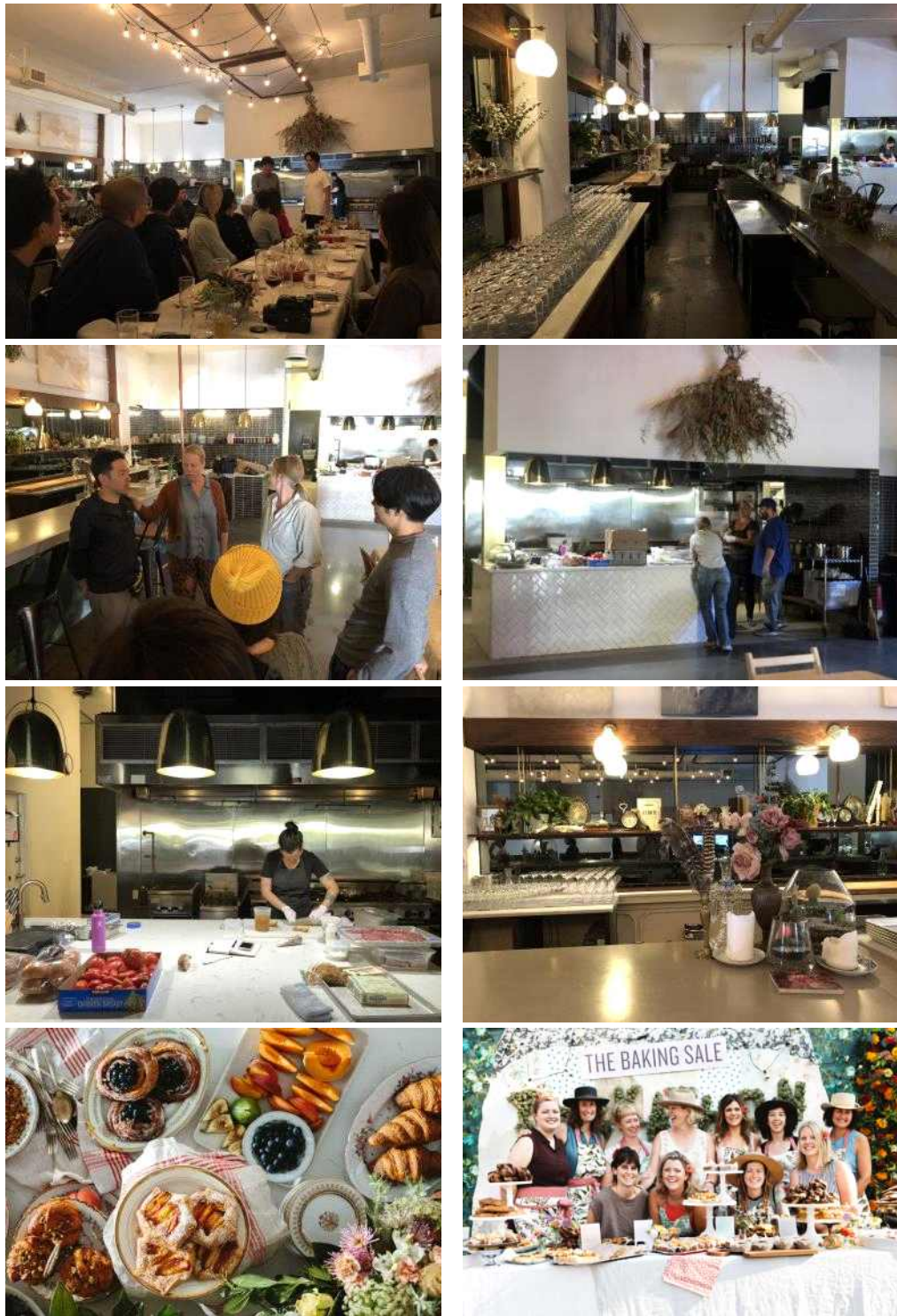
1) 회의 개요

- 일 시 : 2018년 9월 20일 (목)
- 장 소 : The Nightwood Society
- 목 적 : 포틀랜드 도시농업, 유통, 판매, 커뮤니티 빌딩 관계 인터뷰
- 참석자 : 윤주선 부연구위원, The Nightwood Society Michelle Battista 대표

2) 주요 면담 내용

• The Nightwood Society

- “The Future of Food is Female”이란 슬로건을 통해 음식을 기반으로 한 커뮤니티를 만들고 있는 280제곱미터의 이벤트 공간이자 소셜다이닝 공간
- Nightwood는 2명의 여성 대표를 포함해 셰프, 이벤트 플레너, 디자이너, 와인 전문가, 농부 등 구성원 모두가 여성만으로 조직
- 2017년 10월 킥스타터의 50,000달러 크라우드펀딩에 327명이 51,519달러를 모아 공간을 DIY로 리노베이션
- Michelle Battista는 본인의 크리에이티브 에이전시를 소유한 마케팅 전문가이자 디자이너였으나 음식에 관심을 갖기 시작하며 2014년부터 작은 이벤트 공간을 운영하기 시작했으며 여성 도축업자, 제빵사, 농부 등을 결집하여 자신의 관심사인 디자인과 음식을 한 공간에서 함께 운영
- 또 다른 창업자인 Kati Reardon은 MBA를 취득한 브랜딩 전문가 출신으로 바나나 리퍼블릭, 나이키, 콜럼비아 등을 브랜딩한 경력이 있으나 역시 또 다른 취미인 음식과 관련된 일을 동시에 지속하기 위해 창업을 결심
- 기존 식당의 주방이 남성위주로 욕설과 폭력과 강압이 많아 여성이 오래 근무하기 어려웠던 관행을 개선하고자 여성만으로 팀을 조직
- Nightwood는 다양한 그룹과의 느슨한 콜라보레이션을 추구
- Portland Meat Collective의 창립자인 Camas Davis가 주도하는 유기농 도축업, 발표 등의 생산과 클래스 등과의 느슨한 협업 진행
- 도축과 고기 요리는 남성적 요리이며 채소 요리는 여성적 요리라는 편견을 깨고자 도축부터 육식 요리까지 모두 여성만으로 진행
- Kara Marie Gilbert, Elaine Elizabeth Walker 등의 여성 농부들로만 구성된 Vibrant Valley Farm과 협업하여 야채와 꽃 등을 조달



〈The Nightwood Society 모습 (최 하단 사진: 공식 홈페이지)〉

- 현재 코어 멤버는 25명이며, 상근직원은 7명으로 상근직원은 75%는 디자인과 이벤트 컨설팅을, 25%는 식당일 겸직으로 하고 있으며, 2명은 풀타임으로 셰프 역할을 담당

- 여성만으로 구성된 멤버이지만 이벤트는 남성들의 의로도 많은 편으로 20여 명의 여성들이 당신을 위해 요리해 준다는 기분을 좋아한다는 피드백이 많음
- 예약제로만 운영하는 이벤트 공간이기 때문에 일과 개인시간의 밸런스를 맞추기 좋고 여행 등을 통해 새로운 영감을 받을 여지가 발생
- 인근 5개의 서로 다른 식당에서 15명의 요리사가 함께 “not talking, we act”라는 슬로건으로 콜라보 요리도 진행
- 최고급 와인(high-end wine)부터 보급형 와인(low-end wine)까지 모두 취급
- 홍보는 로컬 미디어는 전파력이 높지 않아 워싱턴 포스트, 라이프스타일 매거진, GQ 등의 글로벌 미디어를 활용
- 직접 팟캐스트를 운영하거나 신입 셰프 인큐베이터 운영, 아트, 음악과의 콜라보레이션 등을 통해서 직접 홍보를 담당

5. 독립출판사 Hawthorne Books

1) 회의 개요

- 일 시 : 2018년 9월 20일 (목)
- 장 소 : Hawthorne Books
- 목 적 : 지역 거점으로서의 서점, 서점과 지역과의 관계성 논의
- 참석자 : 윤주선 부연구위원, Liz Crain 대표

2) 기관 개요

- 오른북스(Hawthorne Books)는 2001년 현 위치에 설립하여 18년째 운영 중인 독립출판사
- 1992년 샌프란시스코에서 1차적으로 시작했으나 샌프란시스코의 점차 높아지는 임대료를 버티기 어려워 포틀랜드로 이주
- 픽션, 노블, 숏스토리, 논픽션, 에세이 등의 출판물을 다룸

3) 주요 면담 내용

- 포틀랜드는 자유로운 분위기가 있어 아티스트들이 좋아하며 이들만의 커뮤니티가 자연스럽게 발생
- 각 아티스트들은 서로 간의 경쟁자이지만 또 다른 한 편으로는 커뮤니티의 동료로 인식

- 포트랜드의 독특한 분위기를 만들어가는 것은 공간 운영자들의 자연스러운 연결이고 각 테마별로 이러한 분위기를 연결시키는 공간적 심정적 거점이 존재
- 포트랜드에는 로컬비즈니스만으로 생계를 영위하는 사람들의 비율이 높으며 단순히 공간이 좋고 공간에 대한 지원이 많다고 로컬비즈니스가 증가하는 것은 아님.
- 이들 간의 네트워킹이 가능할 수 있게 충분한 기획을 전제된 축제가 많고, 시에서 민관과 공공의 경계를 허무는 축제나 공공공간 이벤트를 자주 개최
- 출판업계나 타임즈 등의 미디어도 뉴욕의 중심부를 모두 선호했었으나, 최근 포트랜드로 이전하는 독립출판사들이 증가하는 추세
- 전체적인 인쇄업계는 불황이지만 반면에 세부적인 취향(niche publishing)의 책을 소량 주문제작하여 재고부담이 없는 독립출판은 점점 증가하고 있음
- 대형 출판사에서 출판하기 꺼려하는 sex, drug, death 같은 주제도 가능
- 운영위원회가 있는 대형출판사에서는 강한 주제에 대한 출판이 통과되는 일이 거의 없으나 독립출판에서는 대표가 의사결정자이기 때문에 가능
- 포트랜드와 같은 자유도가 높고 수용성이 높은 지역이기에 다양한 독자와 작가가 함께 어울려 살아가고 있어 가능한 구조
- 서점에 3달 간 책꽂이에 놓고 안 팔리면 환불을 받는 방식이며 보통 25~40% 환불을 받음
- 독립출판사의 전략은 소수지만 확실한 Royal Follower들을 만들고 이들의 취향의 범주를 유지하기 위해 세심하게 출판을 큐레이션
- 더 적은 사람으로 가능하고 더 좁은 공간에서도 출판이 가능해지기 때문에 창조적인 사람들이 모여있는 지역 내 주택가 등에 독립출판이 위치
- 오른북스는 지역사회에 깊게 관여하고 있으며, 지역 내의 크리에이터들과의 관계를 구성해 지역 작가들끼리의 파트너십을 만들어 주고 지역 내 크리에이터들이 신간에 추천사를 써주게 소개하는 일도 함
- 독립출판은 직원고용 없이 2명의 대표가 모든 일을 직접 진행하며, 직원 인건비가 없이 구동 가능한 구조이기 때문에 상대적으로 자유로운 기획이 가능
- 오른북스는 5년 간 지역의 음식 관련 페스티벌을 기획하고 운영해 왔음
- 콜롬비아 의류사의 펀드를 받아 진행하고 있으며 다양한 음식을 시식하는 행사가 메인 콘텐츠
- 음식 관련 페스티벌을 독립출판사에서 기획하고 운영하는 이유는 음식 관련 서적들을 다수 출판하고 있기 때문이며, 음식 관련 관광객을 유치하려는 목적보다는 더 실력있고 개성있는 셰프들이 축제를 통해 유입되길 바라는 목적

- 포트랜드에 이렇게 다양한 좋은 재료들이 있으며, 획기적인 요리를 하는 기존 셰프들과 이를 즐기는 시민이 있다는 메시지를 타 지역의 유명 셰프들에게 전달
- 그러나 포틀랜드도 임대료와 생활비를 포함한 모든 것들이 비싸지고 있어 걱정
- 여전히 서부 주요도시들 중 가장 저렴한 물가를 유지하고 있지만 차이는 크게 줄어드는 중
- 포틀랜드의 분위기는 레터플레이스, 스몰 퍼블리셔 등이 모두 함께 노력해서 지역의 마이크로 디벨로퍼의 역할을 하는 쪽으로 조성되고 있으며, 지역 크리에이터들은 다양성을 가장 중요한 가치로 설정
- 음식 관련 책을 주기적으로 쓰기위해 20여명의 셰프들과 메일리스트를 통해 소통하고 있으며, 함께 음식을 먹는 모임을 오프라인에서 열며 창의적인 음식을 개발하고, 신규 레스토랑 오픈 때는 함께 팝업 레스토랑, 마이크로 레스토랑을 열어 모금행사도 벌임
- 포틀랜드 특유의 DIY문화를 적용하여 피클, 머스터드, 김치, 와인, 홈브르어리 등을 직접 커뮤니티 가든이나 뒷마당에서 기른 야채를 활용해 재배하고 제작하여 레스토랑에서 조리
- 각자가 기른 농작물들을 셰프 네트워크를 통해 서로 교류하며 음식을 만들
- 포틀랜드산 야채들은 엄격한 관리로 재배되는 브랜딩이 되어있어 포틀랜드 이외 지역의 셰프들이 구하기 어려움
- 포틀랜드 야채의 30~40%는 포틀랜드 파머스마켓에서 거래되며 재배된 야채 중 상품성이 떨어지는 이상한 모양의 야채들만 따로 파는 플랫폼이 있을 정도
- 닭과 달걀의 경우도 직접 기르거나 이웃이 기르는 닭을 받아 레스토랑에서 제공
- 과일의 경우도 커뮤니티 가든을 통해 재배한 후 이웃과 물물교환의 형태로 다른 채소나 닭, 달걀, 돼지 등과 교환
- 오른복스 근처에 있는 호두나무는 시가 소유한 나무로 낱자를 공개해서 모두 함께 과일을 따는 날이 있고 그래도 남은 경우 oregon food bank에 위탁
- 포틀랜드의 창업문화는 이러한 생산-유통-제작-소비의 사이클이 커뮤니티 단위로 유기적으로 엮여 있어 다양한 분야에서의 창업이 가능
- 4명 정도의 힙하거나 히피스러운 사람이 모이면 일단 작게라도 무언가를 시작하는 분위기가 퍼져 있음
- 일반적으로 포틀랜드에서는 정규직을 가지는 것보다 3-4개의 부업, side job을 가지고 일하는 것을 젊은 층에서 hip하다고 생각
- 지역 푸드축제를 기획하고 운영하며 올바른 식재료 선택, 요리 문화를 전파



〈Hawthorne Books 모습〉

6. 메이커 스페이스 ADX

1) 회의 개요

- 일 시 : 2018년 9월 21일 (금)
- 장 소 : ADX
- 목 적 : 메이커스페이스 커뮤니티의 역할
- 참석자 : 윤주선 부연구위원, Kelly Roy ADX 대표

2) 기관 개요

- ADX(는 DIY GYM, DIY Hub란 별칭을 가지고 있는 1,950제곱미터(600평) 면적의 대규모 메이커스페이스
- 2011년 Kelly Roy가 설립했으며 목공, welding, 3d프린터 등 다양한 작업이 가능
- “Building a Community of Thinkers & Makers”가 ADX의 슬로건이며 메이커 문화를 통한 커뮤니티 형성을 목표로 함

3) 주요 면담 내용 (DIY Renovation)

- 메이커와 관련된 대부분의 기기들을 갖추고 있으며, 글래스, 세라믹 등 ADX에 없는 것은 지역 내 다른 메이커스페이스와 연계하여 해소
- 총 12개의 공간으로 구성되어 있으며 각 공간마다 인스트럭터, 임시고용 전문가가 메이커스페이스 활동을 지원
- ADX 스텝의 역할은 다양한 특기를 가진 멤버십 회원들과 소통하고 각 특기를 가진 사람들 끼리 콜라보레이션이 가능하도록 연결
- 또한 아이디어를 제품으로 구현할 수 있도록 메이커 과정에서의 문제해결을 도와줄 사람들이 늘 상주
- 기구에 따라 안전확보가 필요한 기구는 락을 걸어놓고 허가제로 운영하여 누가 어떤 기구를 쓰는지 파악하고, 제대로 쓰기 위한 사전 훈련을 실시
- 매주 화요일은 Happy Hour를 운영하여 작업시간이 달라 서로 간의 커뮤니티를 형성하기 어려운 멤버들을 서로 만나게 해 주고, 새로운 멤버를 소개하는 자리를 가짐
- Happy Hour 이후에는 Nerd Party를 열어 멤버들끼리 혹은 멤버와 스텝 사이에 서로에게 감사한 일이나 미안했던 메시지를 나눔
- 메이커문화를 통한 커뮤니티 형성이라는 ADX의 슬로건이 가장 잘 반영되는 행사들
- 보통 주얼리를 만드는 메이커들은 주얼리만 다루지만 ADX에서는 목공, 철공 등 각

- 분야의 제조를 모두 경험해 볼 수 있게 독려. 주얼리만 해도 무관.
- 텍스타일, 파인아트 등 먼지 없고 조용한 공간을 원하는 멤버들을 위한 별도의 건물 존재
 - ADX의 건물은 비기너들을 위한 클래스 위주의 건물과 파인아트를 위한 건물, 프로들의 비즈니스를 위한 코워킹 메이커스페이스 등 총 3개의 건물동으로 구성되어 있으며 향후 숙소로 사용할 수 있는 레지던스 건물 3동을 추가 확보할 예정
 - 프로들을 위한 건물동은 메이커 툴을 쉐어하지 않고 개인 장비를 소유하면서 개인사업자나 법인을 내어 활동하는 멤버들이 사용
 - 처음에는 비기너들을 위한 공동작업장에서 시작해서 실력을 쌓으면 프로 스페이스로 이동하여 창업하는 방식
 - 공용작업장과 프로작업장을 하나씩 계약하며 사용하는 멤버들도 있음
 - 매주 40명 정도가 클래스를 들으러 오며, 클래스->공용작업실->프로작업실->판매자가 되는 루트
 - 대부분 자전거를 타고 오지만 물건을 싣고 내리는 경우가 많아 주차장에 대한 수요도 많은 편
 - 특히 밴을 타고 떠돌아다니는 밴라이프를 즐기는 아티스트, 노마드들이 많아 주차장이 활발히 쓰이고 있음
 - ADX의 정신은 기성품보다 우리가 직접 만들면 더 잘할 수 있다는 믿음에서 출발
 - ADX는 도구, 공간, 전문성을 공유하고 소통하는 장소로서의 역할을 함
 - ADX에서 각 메이커들의 마케팅을 지원하는 역할도 담당
 - ADX 멤버의 60%는 비즈니스(보통 본인의 직업이 있고 2nd Job으로 메이커가 되는 경우가 많음. 포틀랜드의 젊은 세대는 정규직을 싫어하는 경향이 있으며 2~3개의 직업을 가지는 게 보편적), 40%는 취미로 활동
 - 초기에는 포틀랜드의 명물이 된 푸드카트를 많이 제작했고 2011년 많이 판매를 했으나, 이제는 제작을 지원은 해주지만 직접 제조는 하지 않음
 - 푸드카드 등 제품 주문을 받으면 직접 만들지 않고 잘 할 수 있는 사람 혹은 팀을 연결해 줌
 - 포틀랜드 젠트리피케이션의 영향으로 홈리스가 급증하고 있음
 - ADX는 홈리스들에게 메이커 기술을 알려주어 이들이 돈을 벌고 자립하여 집을 구할 수 있도록 도와주고 있음
 - ADX에 숙소는 없지만 메이커들을 위한 부엌, 화장실, 샤워실이 있고 조용하며 안전한 공간이기 때문에 저렴한 회원권을 구입하여 ADX에서 생활하는 홈리스가 많음

- ADX는 Social purpose driven 회사이므로 홈리스들의 자립을 도와주는 역할을 자랑스럽게 생각하여 장학금 제도도 도입
- Kelly 대표는 DIY기술이 전혀 없는 상태에서 2011년 6월 ADX를 창업했으며 원래 Art School을 가고 싶었으나 지리학과 도시계획학을 전공한 wanna be artist로 늘 Art를 동경하고 하고 싶어 이들을 지원할 수 있는 플랫폼을 시작
- 그러나 다들 개인멤버들이 바쁘기 때문에 community building이 쉽지는 않음
- 또한 미국인들의 문화가 공용물품을 깨끗하게 쓰거나 공용공간을 깔끔하게 청소하고 정리하지 않아 관리가 어려움
- 공용 공구의 분실과 파손도 많고 공용공간 관리에도 많은 시간이 소요. 특히 음식물을 잘 안 치워서 관리가 힘들
- 자꾸 툴을 부수고 정리를 안 해 청소비용이 높아지며 어쩔 수 없이 멤버십 비용을 높여야 하는 상황
- 여자가 메이커스페이스 CEO라 놀라하는 사람들이 많지만 여자와 남자 모두가 편하게 쓸 수 있는 공간을 지향
- 1주일에 3~4번 공동체 프로그램을 진행하려 하고 있음
- 초기 사업자는 안정성이 중요하기 때문에 일단은 지역에 정착하는 것을 목표로 삼는 것이 중요
- ADX는 공공의 지원 없이 대부분 대출로 진행했으며, 수익이 생기는 대로 계속 대출을 갚는데 쓰고 있음
- 처음에는 15,000달러 정도의 임대료로 비교적 싸게 시작했으나 최근에 시작한 프로들의 작업공간은 젠트리피케이션의 영향으로 훨씬 비싸게 임대하고 있음
- 비기너들을 위한 공동작업장은 5년 단위로 계약했고 프로 작업공간은 3년+5년으로 계약함
- 점점 임대료가 치솟고 있어 계약기간 종료 이후 어떻게 될지 장담할 수 없음. 최악의 경우 장소를 이전하는 것도 고려 중
- 무리해서라도 초기에 건물을 매입했어야 하나라는 생각도 해본 적 있음
- 멤버십 가격은 모든 곳을 사용할 수 있는 무제한 멤버십은 1달에 200달러, 디지털 디자인 랩, 공용작업실, 클래스/서비스 할인권, 파트너십 이용혜택, Tool Library, 커피/차 등이 포함 된 베이직 이용권은 1달에 75달러, 베이직 이용권에 프로페셔널 작업장인 나무, 메탈, 프린트(실크스크린 등), 주얼리를 하나 추가하는 Shop Specific이용권은 나무, 메탈의 경우 1달에 175달러, 프린트, 주얼리는 1달에 125달러

- 1일권은 1.5달러이며, 베이직 이용권 소유자가 하루 동안 무제한 멤버십 혜택을 누릴 수 있는 1day pass는 40달러, 1day pass 5개 묶음은 100달러
- 매주 화요일 오후 6시, 목요일 오전 10시 토요일 오전 1시 신규 멤버 오리엔테이션 진행
- 매주 월요일 오후 6시, 토요일 오후 2시 공개 투어 프로그램 진행



- ADX의 가치관인 메이커 문화 확산, 만드는 행위를 통한 커뮤니티 만들기, 사회적 임팩트를 낼 수 있는 수익모델 등을 알려주고 싶고 ADX스텝이 멤버십 회원들과 어떻게 소통하는지를 지속적으로 시민들에게 전파하고 싶은 마음에 힘들지만 매주 오픈 프로그램을 운영
- 사람들이 10달러 맥주, 20달러 수제버거는 쉽게 사지만 1일권 1.5달러는 비싸다고 느끼는 경향이 있음
- 정리정돈에 대한 코멘트, 멤버들간의 소개, 콜라보레이션 유도, 시민과의 관계 유도 등의 이야기를 계속 하다 보니 잔소리하는 엄마 같은 느낌이 들기도 함
- ADX는 100여건의 독립 사업체 창업과 200여건의 크라우드펀딩 성공을 이뤄냄





〈 ADX의 모습 〉

III. 현장 답사

1. ACE HOTEL

- 시애틀에서 바버샵으로 시작한 에이스 아트리에는 시애틀의 오래된 건물에서 크리에이터들의 플랫폼으로서 커뮤니티호텔 에이스호텔 1호점을 1999년에 기획
- 에이스호텔은 숙박객이 아닌 누구든지 사용할 수 있는 오픈된 호텔로비라는 개념을 처음 도입
- 에이스호텔의 창립자 알렉스 캔더우드는 호텔경험이 전무했으나, 파티와 다양한 모임들을 통해 사람들을 모으는 데에는 최고의 능력을 발휘
- 포틀랜드 에이스호텔의 로비는 지역의 크리에이터들이 수시로 모여 서로 교류하고 새로운 프로젝트를 만들어 가는 커뮤니티호텔의 원조격 모습을 갖추
- 에이스호텔에는 호텔 곳곳에 지역 예술가, 크리에이터들의 작품을 설치하여 지역 크리에이티비티의 허브 역할을 담당
- 에이스호텔의 원칙은 호텔을 조성하고 운영하는데 쓰이는 모든 예산은 해당 도시 안에서만 충당한다는 것
- 이를 통해 지역의 예산과 인력과 자원이 내부적으로 순환(full circle)할 수 있는 생태계 조성 가능
- 에이스호텔의 핵심가치는 콜라보레이션이며, 지역 내의 아티스트, 동료들과 협업을 통해 에이스아트리에의 직관과 스토리를 공유하는 작업을 지속
- 에이스호텔의 지향점은 새로운 아이디어와 호기심이 샘솟고 지역주민, 관광객, 지역 크리에이터들 간의 자유로운 대화가 가능한 문화적 플랫폼
- 에이스 호텔 내의 가구, 예술품, 인쇄물, 간판, 음식, 커피 등은 모두 지역 내의 업체들로부터 조달해 옴
- ADX, Goodmod, Eggpress 등이 모두 협력 업체





〈 에이스호텔의 모습 〉

2. Good Mod

- Good Modern의 약자인 Goodmod는 손으로 가구를 만들고 복구하는 것을 다시해보자는 것을 목표로 시작
- 2006년 스펜서 스탠리(Spencer Stanley)가 메이커스페이스 및 가구점으로 맞춤형 설계, 고가구 복원, 인테리어 작업 등의 용도로 창업
- 모던 시기 Danish, Scandinavian, European 등의 유명 디자이너 작품을 수거하여 복원하고 재창조하여 프리미엄급 가구로 재판매
- Goodmod에서 아르바이트하던 사람들이 가구에 관심을 가지며 ADX로 넘어가는 일이 많음
- 주차장 건물 4층을 저렴하게 임대하여 높은 층고의 작업 및 전시판매 공간을 좋은 입지에 확보할 수 있었고 소음이 많은 가구복원 작업을 안정적으로 수행 가능
- AirBnB, Ace Hotel, Swift, Nike, L'oreal, Assop, Wework 등에 가구 납품
- 지역 내에 빈티지 인테리어를 선호하고 DIY 가구를 선호하는 크리에이터들이 많기 때문에 굿모드의 사업이 유지가능하고 지역의 품격있는 빈티지 인테리어가 자속
- 굿모드는 제작, 판매 뿐 아닌 지역주민과 크리에이터들을 위한 워크숍도 제공
- 도심 내부의 TEDx 공간에서 한 달간 팝업스토어를 운영하는 등 포틀랜드 도심부와 의 지역성, 연계성도 넓혀가고 있음

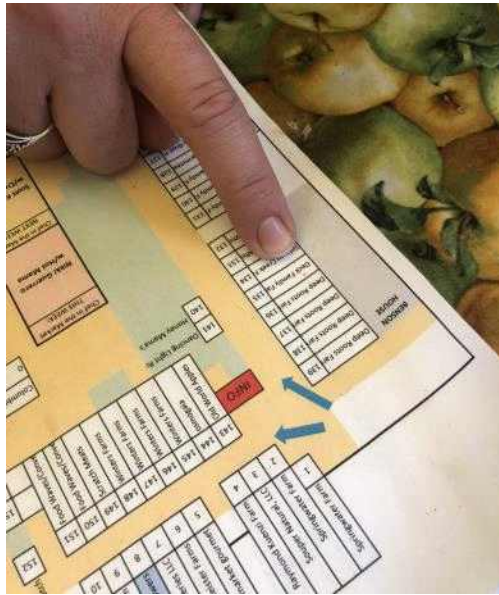




3. Farmers Market

- 파머스마켓은 농산물 생산자와 도시 소비자를 직접 연결해주는 세계적 현상
- 미국 전역에 약 8천여 개의 파머스마켓이 열리고 있음
- 포틀랜드의 파머스마켓은 그 중에서도 특히 엄격한 품질관리와 음식문화를 통한 지역 커뮤니티 조성 등으로 명성이 높음
- 파머스마켓의 모든 식자재는 반경 300마일 이내에서 생산된 것을 원칙으로하며 직접 기른 식자재만을 취급
- 행정은 보조금을 지원하지 않으며 장소제공과 서비스 어레인지 정도의 일을 담당
- 포트랜드 주립대학의 파머스마켓이 가장 큰 규모로 열리며 이 곳의 식자재를 사용하는 식당이 다수를 이룸
- 농작물의 생산, 유통, 가공, 조리, 판매가 모두 지역 내에서 유기적으로 연결되어 지역의 성장이 지역 내 창업인, 소상공인, 기업과 직결되는 생태계
- 파머스마켓은 언제나 지역예술가의 라이브 음악, 셰프들의 요리 시연, 아이들을 위한 요리 교실 등이 동반되어 식자재 쇼핑이 단순한 상품구입에 그치는 것이 아닌 음식관련 문화를 넓혀가고 음식을 매개로 커뮤니티를 조성할 수 있게 지원





〈 파머스마켓의 모습 〉

4. Mcmenamins Kennedy School

- 폐교된 초등학교를 리노베이션한 호텔 겸 식당, 주점, 영화관 시설
- 관광객을 위한 호텔로도 운영하지만, 지역의 초등학교를 그리워하는 많은 지역민 및 졸업생들이 식사와 음주, 저렴한 옛 영화 감상을 위해 방문
- Mcmenamins 그룹은 포트랜드를 포함해 미서부 지역에 다양한 창조적이고 유니크한 프로젝트를 지속
- 학교의 원형을 최대한 살리면서 교실에서 잠을 자 보자, 체육관에서 술을 마시자 등의 구호로 새로운 공간감 제공
- 지역주민들이 편하게 즐길 수 있는 공간을 제공하고 이들과 관광객이 자연스럽게 엮일 수 있는 독특한 구조로 지역의 건축자산 활용의 새로운 방향성 제시



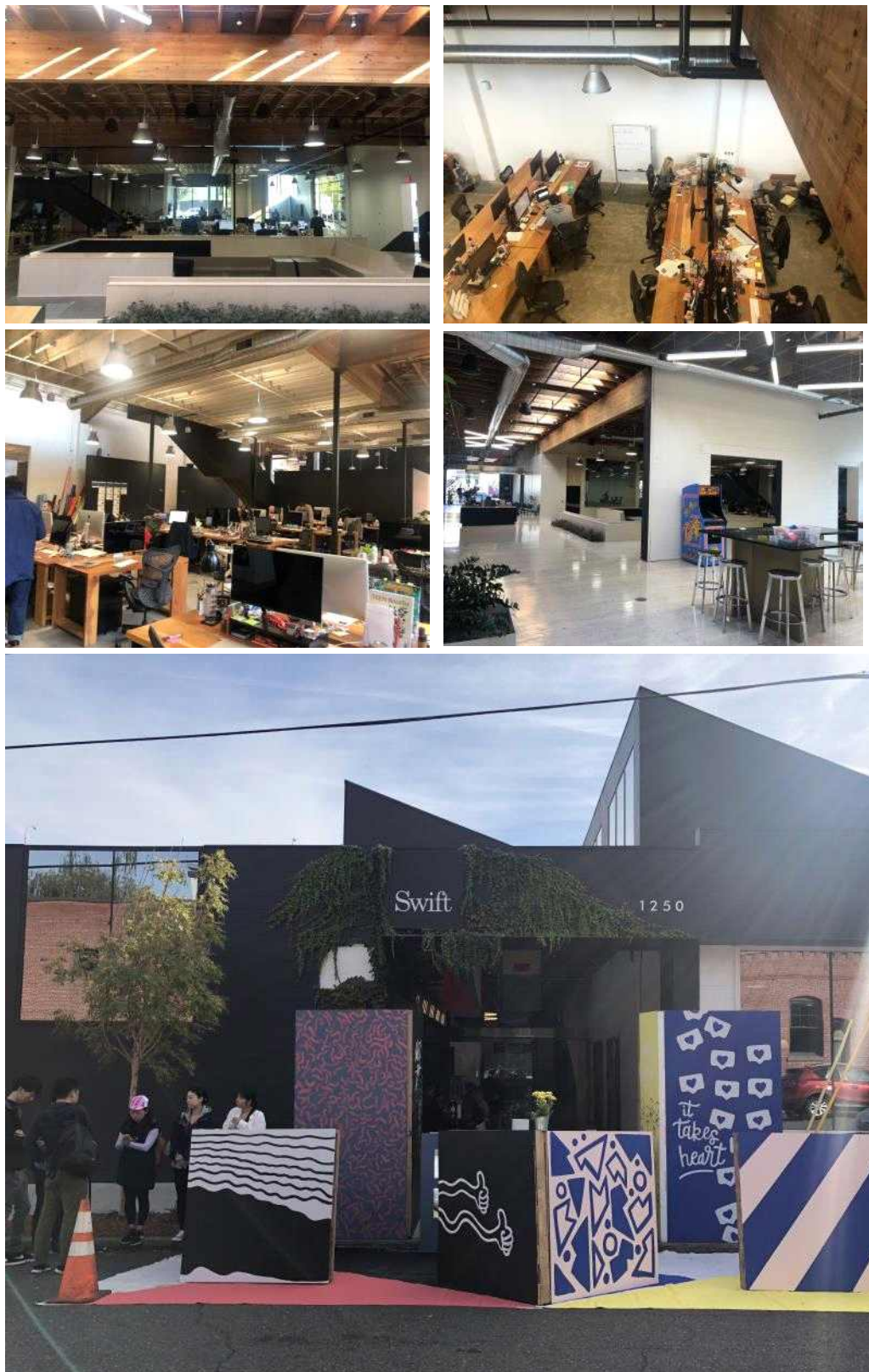


〈 Mcmenamins Kennedy School의 모습 〉

5. Swift

- 스위트는 나이키, 아디다스, 스타벅스, 구글, 페이스북, 유튜브 등을 컨설팅하는 크리에이티브 에이전시
- 글로벌 에이전시가 뉴욕이나 샌프란시스코와 같은 대도시가 아닌 인구 60만의 포틀랜드에 정착한 이유는 일과시간 이후의 식사, 술자리, 여가시간, 주말, 쇼핑과 같은 일상생활의 모든 과정에서 크리에이터들과 자연스럽게 교류할 수 있어 창의력과 호기심을 유지하는 환경이 갖춰져 있기 때문
- 한 때 공업도시로 성장했던 포트랜드는 이와 같이 크리에이티비티 중심으로 도시를 재편하여 작은 소상공인부터 예술가, 그리고 나이키, 스위트와 같은 대규모 고부가가치 창조산업 기업을 유치하면서 성장동력을 유지
- 대부분은 오피스 공간은 오픈프랜을 따르고 있으나 집중을 요하는 작업을 할 경우에는 독립된 focus room에서 작업





〈 스�프트의 모습 〉

IV. 출장 성과

1. 운영자 중심의 도시재생 방법론 참고

- 포틀랜드의 도시재생 및 지역 활성화에서 도시계획, 공간 인테리어, 차별화된 콘텐츠 만큼 중요했던 요소는 확실한 철학과 자신만의 운영전략을 갖춘 운영자
- 공간 운영자가 도시에 적극 관여하고 이들만의 커뮤니티를 행정의 지원아래 구축한 채 공공이 보조금으로 운영자들을 관리하는 방식이 아닌 자체적인 발전과 생태계를 지원하는 형태로 협업

2. 지역 내 자원 순환 생태계 구축을 통한 자립형 재생 방안 도출

- 포틀랜드의 도시재생은 카페, 술집, 식당 등의 최종 서비스 단계에 집중하고 있는 국내와 달리 전체 과정을 지역 내에서 각 단계별 크리에이터가 소화
- 비서울 지역에서도 빈티지 인테리어의 용품들을 서울 을지로 등에서 구매하는 국내와 달리 카페의 경우 카페 빈티지 인테리어는 지역의 건물 철거 단계부터 Rebuilding Center가 철거와 동시에 가구, 전등, 번기, 손잡이, 창틀 등을 정밀히 분류하여 센터에 보관하고 이를 재가공하여 신규 카페에 공급하거나 ADX에서 폐건 자재 등을 활용하여 새로운 창조적 가구 혹은 상품으로 가공 후 판매 혹은 GoodMod에서 업사이클링
- 식당의 경우 재료의 재배부터 유통, 가공, 요리과정 모두를 지역 내 Urban Farm이나 커뮤니티 가든에서 재배하고 Farmers Market에서 유통하여 지역 내 셰프 그룹이 가공하고 요리한 후 그 과정 전체를 하나의 스토리로 레스토랑에서 판매
- 이러한 방식으로 도시 내의 생태계가 구축되어 도시가 성장하면서 그 이익이 대도시로 본사를 둔 프랜차이즈, 대형유통회사, 대도시의 컨설턴트나 용역회사 등을 통해 대도시로 빠져나가는 게 아닌 지역 내로 재투자되어 지역의 가치를 높이는 선순환
- 도시재생의 전 과정을 지역에 위치한 예술가, 스타트업, 시민단체, 크리에이터 등이 담당하며 지역의 역량이 자연스럽게 강화