

일본의 DIT 마을재생 사례와 시사점*

장민영
건축도시공간연구소
부연구위원

쇠퇴한 마을에 활력을 불어넣기 위해 오래된 건축물을 재활용하여 지역의 혁신거점을 조성하는 도시재생사업이 전국 도처에서 진행되고 있다. 주민참여를 기반으로 추진되는 사업이지만 거점시설의 기획에서부터 계획·설계, 시공, 운영 관리 단계에 이르는 전 과정에서의 참여체계는 아직까지 미흡한 상황이다.

더욱이 시설 조성사업이 완료된 후 공간의 운영자와 프로그램을 발굴하는 경우가 많아 하드웨어인 시설과 소프트웨어 간의 정합성이 떨어지는 문제가 빈번하게 발생하고 있다. 결국 지속적인 공간 운영으로 이어지지 못하거나 공간의 재조정이 필요한 경우가 나타나고 있다.

이러한 문제를 극복하기 위해 도시재생 해커톤이나 리노베이션 스쿨 등 지역주체들의 참여 범주를 확대하기 위한 시도가 나타나고 있으나 실질적으로 공간을 조성하는 시공단계까지는 참여가 이루어지지 못하고 있다.

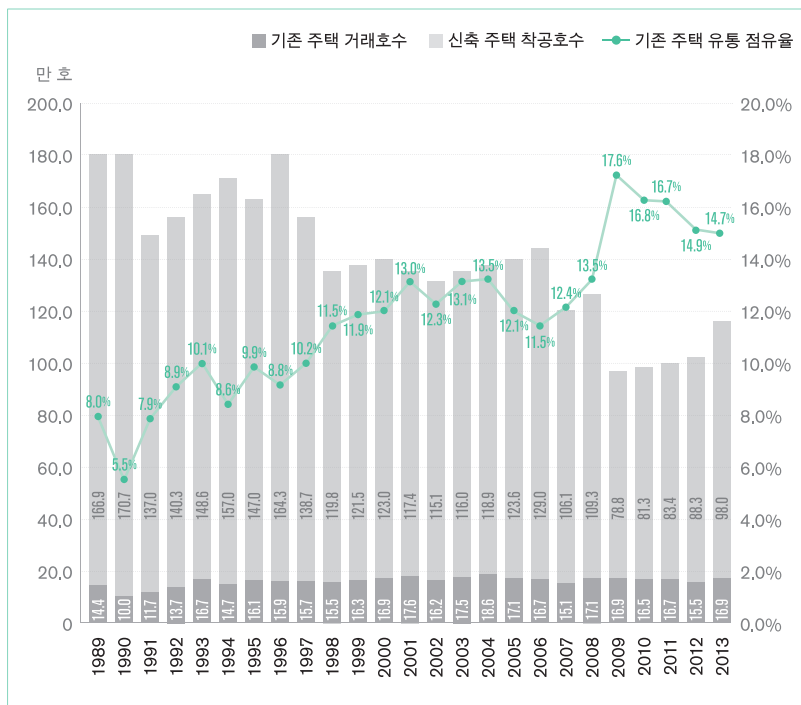
일본은 우리보다 앞서 고령화와 지방소멸 문제가 불거졌고, 이에 동반된 빈집 문제나 노후 건축물의 활용과제에 대응하기 위해 다양한 활동을 전개해 오고 있다. 최근에는 민간 차원의 차별화된 전략이 마을재생의 효과를 높이고 있으며, 마을환경 개선을 넘어서 지역 커뮤니티의 구축이나 건축·도시 분야의 시장과 산업계의 변화로도 이어지고 있다.

* 이 글은 윤주선 외(2019), 「마을재생 시공학 개론 - DIT 건축재생」의 내용을 일부 발췌·보완하여 작성함

이러한 일본의 마을재생 전략은 다양한 도시재생정책이 마련되고 지역 활성화를 위한 수단이 다변화되는 우리나라의 현시점에 참고사례가 될 수 있다. 이에 이 글에서는 노후 건축물 재활용에서 마을재생까지 이어지고 있는 일본의 리노베이션 동향과 사례를 소개하고자 한다.

사회경제구조의 변화에서 시작된 리노베이션 붐

일본은 2008년 리먼브라더스 사태 이후 신축 주택 수가 대폭 감소하면서 전체 주택유통량 가운데 기존 주택 비율이 점차 증가하였고 2013년에는 전체 유통량의 약 14.7%를 차지하는 것으로 나타났다. 노무라종합연구소(2019)는 2019년도 95만 호였던 신축 주택은 2025년 73만 호, 2030년 63만 호로 감소하지만 리폼(Reform) 시장은 연간 6~7조 엔대의 규모가 2030년까지 유지될 것으로 예측하고 있다. 이는 대량생산·대량소비 방식에서 벗어나 순환형 소비방식을 중시하고, 주택이나 사회 인프라 등의 지역자산을 오랜 기간 소중히 사용하여 경제적 손실과



기존 주택의 유통 점유율 추이

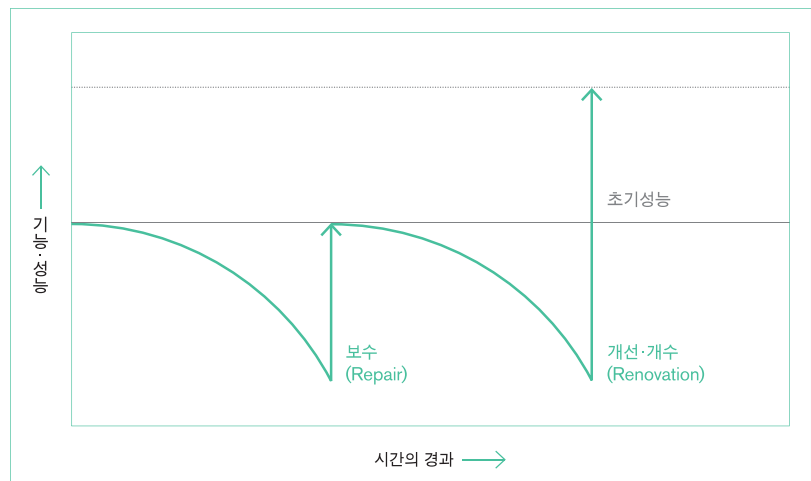
출처: 佐藤哲也(2018); 国土交通省, 住宅·土地統計調査(総務省), 住宅着工統計(国土交通省) 재인용

환경부하를 줄이고자 하는 변화된 사회적 특성을 보여주는 것이라 할 수 있다.

이러한 일본 주택시장의 변화는 인구감소로 인한 빈집 증가, 경제 불황과 고용 불안정이 야기한 주거선택지의 다변화 현상과 함께 중고주택의 '리노베이션(Renovation)'에 대한 관심을 고조시키고 있다. 리노베이션은 현대적 라이프 스타일에 맞추어 살기 좋은 공간으로 개보수하는 것으로서, 사업비용의 절감뿐만 아니라 오래된 건물이 가진 역사나 기억을 이어갈 수 있으며 자산 가치를 높일 수 있다는 점에서 인기가 높아지고 있다. 또한 사용방법과 디자인에 따라 다양한 공간으로 재생시킬 수 있어 오래된 주택뿐만 아니라 아파트·단지·학교·산업유산·오피스·상업시설 등 여러 유형의 건물에 적용할 수 있으며, 빈집이나 빈 점포와 유희공간의 재생기법으로도 활용되고 있다.

일본에서 리노베이션에 대한 수요는 2000년대 들어서면서부터 나타났다. 특히 2003년 도쿄의 간다, 바쿠로초, 히가시니혼 일대에서 열린 이벤트는 도쿄, 오사카, 기타큐슈 등에서 오래된 건물과 유희공간의 리노베이션이 빠르게 확산되는 계기가 되었다. 이 이벤트는 마을의 오래된 빈 건물을 리노베이션하여 예술작품 전시공간으로 재생시켰고* 이후

카시노 노리모토(榎野紀元)가 제시한
리노베이션의 개념도
출처: HOME'S 総研(2014, p.181)



* '센트럴 이스트 도쿄(CET)'가 기획한 '도쿄 디자인 블록 센트럴 이스트(Tokyo Design Block Central East, TDB-CE)'는 디자인, 아트, 건축의 관점에서 지역을 재발견하고 마을 전체를 갤러리로 조성하기 위해 오래된 빈 건물을 활용하였다. 당시 이벤트 공간이 된 빈 건물을 발견하고 인터넷 미디어를 통해 해당 건물을 소개한 마바 마사타카(馬場正尊) 디렉터는 이를 계기로 본격적으로 도쿄R부동산을 운영하기 시작하였다(馬場正尊 + Open A(2016) 참고로 작성).

낡은 건물을 리노베이션한 갤러리·작업실·잡화점·카페가 마을에 계속 해서 생겨나고 있다.

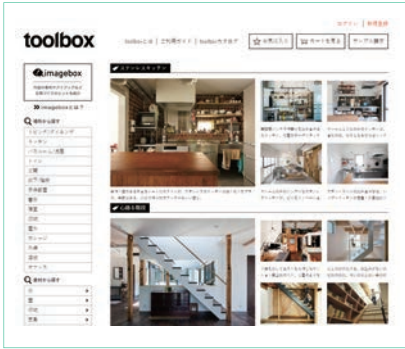
리노베이션 붐은 부동산업계나 건축설계 분야에 큰 변화를 불러일으켰다. 빈집이나 노후주택, 역사적 가치가 있는 건물 등 독특한 중고건물을 소개하는 부동산 회사(도쿄R부동산, MYROOM, 마루준부동산 등)가 등장하였고, 오래된 비즈니스호텔을 디자인 호텔로 리노베이션 한 사례, 재고주택이나 노후 건물의 리노베이션만 전문적으로 담당하는 설계업체의 설립 등 리노베이션 관련 산업구조가 변화하기 시작하였다.

DIY 리노베이션, 셀프빌드 문화의 확산

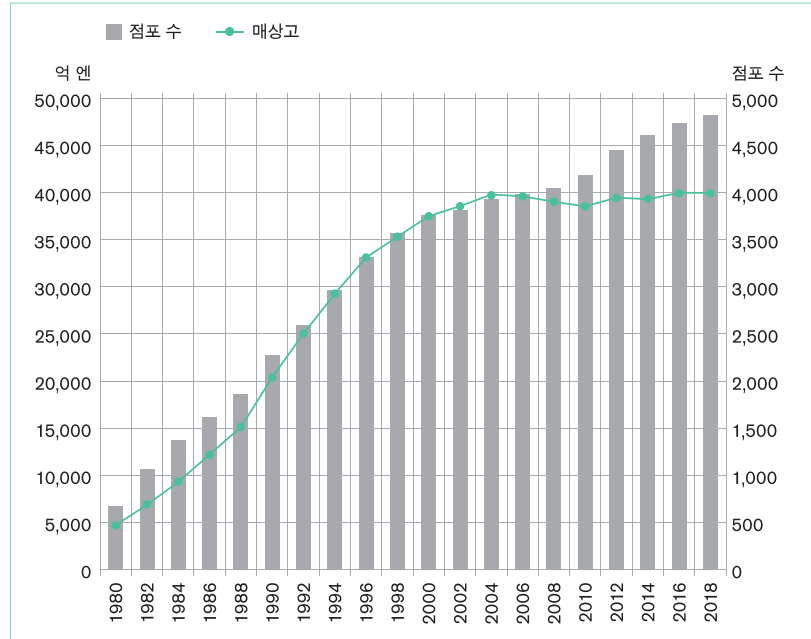
최근 일본 내에서는 'DIY(Do It Yourself)' 개념이 리노베이션에 접목되면서 'DIY 리노베이션' 또는 '셀프빌드(Self-build)' 문화가 확산되고 있다. 여가시간의 증가와 문화적·창조적 생활가치를 추구하는 소비계층이 확대되면서 본인이 생각하는 이상적인 공간을 스스로 만드는 DIY 리노베이션에 대한 관심이 높아지고 있는 것이다. 일본의 DIY 시장은 홈센터가 처음 문을 연 1972년부터 꾸준히 성장하여 왔고, DIY 리노베이션의 인기와 함께 시장규모가 더욱 확대될 것으로 예상되고 있다.

일본 국토교통성은 증가하는 DIY 수요에 대응하기 위해 2014년 세입자 부담형 DIY형 임대차 계약 제도를 마련하였다. 이 제도에 따르면 임차인은 임대인과의 협의를 통해 원상회복의 의무 없이 주택을 리모델링할 수 있어 입주자의 개성 있는 공간조성이 가능해졌다. 국토교통성의 제도 도입으로 일본 최대의 부동산 사이트인 SUMMO에서는 DIY가 가능한 임대주택 정보를 별도로 제공하기 시작하였고, UR도시기구나 지역 주택공급공사에서도 교외형 공공주택단지나 빈집 재생을 위해 DIY형 임대주택을 활용하고 있다.

그 밖에도 DIY 리노베이션의 확산과 함께 많은 변화들이 나타나고 있다. 'toolbox'나 'DIYREPI' 등 DIY 기법과 사례를 공유하고 관련 도구 및 재료를 구매할 수 있는 온라인 플랫폼이 운영되고 있으며, 각종 공법이나 도구 사용법을 익힐 수 있는 DIY 리노베이션 스쿨과 참가형 워크숍이 전국 각지에서 열리고 있다. 또한 일본DIY협회에서 운영하고 있는 DIY 어드바이저 자격 제도에 대한 관심도 높아지고 있다.



DIY 리노베이션 관련 정보를 제공하고 온라인 스토어를 운영하고 있는 'toolbox'
출처: toolbox 웹사이트, <https://www.r-toolbox.jp/>



DIY 관련 상품 판매처(홈센터)의 추이

출처: 日本DIY協會 웹사이트, <https://www.diy.or.jp/-information/association/jigyoo/transition.html>

마을재생 전략으로서의 DIY 리노베이션

DIY 리노베이션은 오래된 건물의 가치를 향상시키고 공간구성의 변화를 통해 생활환경을 개선할 수 있다. 또한 리노베이션 진행 과정에서 주민들이 모일 수 있는 장소를 만들고, 함께 배우고 체험하는 워크숍이나 프로그램을 운영하면서 지역커뮤니티 활성화로 이어지기도 한다.

이 글에서는 DIY 리노베이션이 마을재생 전략으로서 활용되고 있는 두 가지 사례를 소개하고자 한다. 후쿠오카에서 빈집 활용을 위해 도입한 DIY 리노베이션이 규슈 지역 전체의 소셜 비즈니스로 확산되고 있는 후쿠오카 DIY 리노베이션 사례, 참가형 리노베이션 워크숍을 통해 마을재생을 실현하고 있는 이치카와시의 쓰미키설계시공사 활동을 살펴본다.

빈집이 마을의 자산이 되는 DIY 리노베이션

후쿠오카의 부동산 컨설팅 회사인 (주)Space R Design은 DIY 리노베이션 사업을 통해 노후건축물을 '빈티지 건물'로 재상품화하고 있다. Space R Design은 지역의 노후 건축물을 재생·활용하기 위해 기획, 설계, 공사, 홍보, 부동산 중개 등의 서비스를 제공하고 있다. 또 건물 입주자를 대

상으로 한 워크숍이나 시민 누구나 참가할 수 있는 개방형 워크숍을 열어 리노베이션 프로젝트를 진행하고 있다.

(주)Space R Design의 요시하라 가쓰미(吉原勝己) 대표가 이사장으로 활동 중인 NPO법인 후쿠오카 빌딩 스톡 연구회에서는 마을활성화와 사회적 과제 해결을 위해 건물재생 연구모임을 갖고 있다. NPO는 후쿠오카시 일대의 다양한 빈티지 건물 사례를 공유하고 DIY 문화를 확산하기 위해 2014년부터 ‘후쿠오카 DIY 리노베이션 WEEK’ 이벤트를 매년 개최 하고 있으며, 2017년에는 가고시마와 구마모토 지역까지 활동이 확대되면서 ‘규슈 DIY 리노베이션 MONTH’가 시작되었다.

후쿠오카 DIY 리노베이션 WEEK는 후쿠오카시, 구루메시, 오무타시, 야메시, 야나가와시 등에서 단독주택, 임대아파트, 오피스 건물 등을 리노베이션하는 팀들이 참여하고 있다. 이벤트에서는 지역별 주요 거점공간을 둘러볼 수 있는 오피셜 투어에서부터 DIY 워크숍이나 심포지엄을 열어 1년간의 활동을 소개하고 지방도시 활성화를 위한 DIY 리노베이션의 중요성을 전달하고 있다.



© 건축민간연구소



(주)Space R Design이 운영하고 있는 리노베이션 뮤지엄 레이젠소(상, 후쿠오카 DIY 리노베이션의 안내소)와 DIY 맨션 1층에 위치한 작업공간 및 오피셜 투어 진행 모습(하)

후쿠오카 DIY 리노베이션 WEEK 주요 참가단체가 마을에 미친 영향(2014~2017)

구분	(주)Space R Design (후쿠오카시)	(유)요시하라 주택 (후쿠오카시)	H&A Brothers (구루메시)	(주)오무타 빈티지 마차 (오무타시)	NPO법인 야메 아키야 스위치 (야메시)	아나가와일팩트 (아나가와시)
유희 부동산 활용	29	4	4	12	3	4
창업자	34	17	4	9	14	4
신규 고용자	-	13	1	23	-	-
이주자(단위)	다수	1	9	4	-	4
마을만들기 조직 설립	1	4	2	1	1	2

출처: 九州DIYリノベMONTH 2019 팸플릿

후쿠오카 DIY 리노베이션 WEEK의 주요 참가단체들은 유희 부동산을 마을의 거점으로 조성하고 주민커뮤니티 구축이나 마을경관 개선을 위해 DIY 리노베이션을 실천해 오고 있다. 그 결과 마을 내 창업, 신규 고용, 이주, 민간 마을만들기 조직 설립, 지역주체 간 네트워크 형성 등의 성과가 나타났다.* DIY 리노베이션이 건축공사로서의 개념을 넘어서 사람들을 끌어모으고 있으며, 노후 건축물을 지역자원으로 변화시켜 마을 활성화로 이어질 수 있는 전략이라는 것을 보여주는 대표적 사례이다.

DIY(Do It Yourself)를 넘어서 DIT(Do It Together)로

지바현 이치카와시의 쓰미키설계시공사는 2010년 설립된 이후 10년 여 간 약 350회의 DIY워크숍을 열어 지역주민, 건축가, 시공자가 함께 장소를 만들어 가고 있다. 주거나 상가의 개보수를 참가형 리노베이션으로 기획하여 진행함으로써 함께 만드는 과정의 가치를 확산시키고 DIY 리노베이션을 지역 활성화를 위한 하나의 문화로 만들어 가고 있다.

2015년 문을 연 ‘123빌딩’은 도쿄의 베드타운으로만 여겨졌던 이치카와시에 변화를 불러온 사례이다. 마을 중심부에 위치한 3층 규모의 123빌딩은 JR 모토야와타역에서 도보로 20분 이상 떨어져 있고 건축연수가 40년이 넘어가면서 시설이 노후화되자 오랜 기간 공실 상태로 방치되어 있었다.

* 九州DIYリノベMONTH 2019 팸플릿; NPO法人福岡ビルストック研究会(2018)

프로젝트를 담당하게 된 쓰미키설계시공사는 건축주와의 상담을 통해 ‘셰어 아틀리에’로의 건물 재생 방향을 결정하였고, 함께 리노베이션을 진행할 팀(team)을 구성하는 것부터 시작하였다. 건축주나 부동산과의 협업을 넘어서 지역의 주요 키맨(key man)을 발굴하고 프로젝트로의 참가를 유도하였다.

다음으로 현장조사를 벌여 오래된 건물과 마을의 잠재력을 확인하고, 공간의 수요계층 및 임대료 등을 고려하여 건물의 리노베이션 방향을 설정하였다. 본격적인 공사에 앞서 킥오프 파티를 열고 홍보 사이트를 운영하여 입주자 모집을 시작하였다. 폐허가 된 건물의 대청소 워크숍을 시작으로 본격적인 DIY 공사에 들어갔으며, 입주자와 킥오프 파티의 참가자들이 리노베이션 워크숍의 주요 멤버로 참여하였다.

킥오프로부터 6개월 만에 만실이 된 123빌딩은 셰어 아틀리에로 탈바꿈하면서 지역주민들의 발걸음이 끊이지 않고 있다. 마을의 새로운 거점 공간의 탄생은 주변 건물의 리노베이션으로 이어지고 있다. 연간 10여 건의 리노베이션을 통해 카페·갤러리·재즈공연장·케이크가게·치료원 등의 공간이 조성되고 있고, 이러한 변화는 마을 전체에 활력을 불어넣고 있다.

쓰미키설계시공사의 고노 나오(河野直) 대표는 “빈집이나 빈 건물이 쇠퇴한 베드타운을 변화시킬 수 있으며, 마을에서 참가형 리노베이션을 반복적으로 진행하다 보면 사람과 장소를 발굴할 수 있고, 이들이 연결되면서 마을이 활성화될 수 있다”고 말하였다.*



123빌딩 조성 과정에서 벌인 청소 워크숍, 참가형 리노베이션을 통해 조성된 셰어 아틀리에 123빌딩, 이치가와시 베이커리 워크숍 진행 모습(왼쪽부터)
출처: 河野直(2019)

* 河野直(2016). <http://touroon.aij.or.jp/2016/04/1495>(검색일: 2020.2.18.)

일본은 DIY 리노베이션이 전국적으로 확산되는 가운데 지역별로 DIY의 활용방식이 독자적으로 진화하고 있다. 도시별·마을별로 현안과 이슈, 건축·역사·문화·주민성향 등이 다르기 때문에 다양한 지역주체들이 참여하는 DIY 또는 DIT 방식은 지역밀착형 사업으로서 활용가치가 높다고 평가받고 있다.

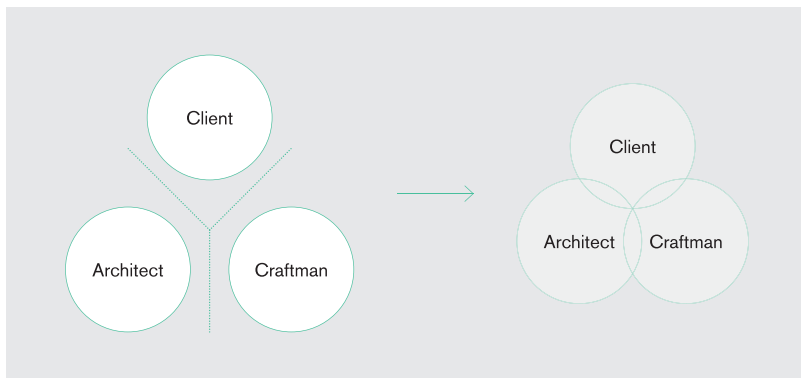
DIY 리노베이션의 효과는 신축에 비해 적은 비용으로 지역의 거점공간을 조성하고, 경관저해나 지역쇠퇴를 야기하는 공·폐가 문제를 해결할 수 있다는 것이 가장 대표적이라 할 수 있다. 그러나 주목할 점은 DIY나 DIT가 공간 만들기에서 그치는 것이 아니라 마을의 문화로 형성되고 있다는 사실이다. 여러 분야의 사람들이 함께 만드는 과정에 즐겁게 참여하면서 자연스럽게 유대관계가 형성되고, 새롭게 만들어진 공간의 가치가 마을과 지역으로 확산되면서 자연스럽게 마을재생이 실현된다.

앞서 살펴본 사례에서 ‘함께 만드는 과정’의 의미는 크게 3가지로 정리할 수 있다.* 첫째, DIY 리노베이션이나 DIT 워크숍 참가자들은 건물이나 공간·장소에 대한 애착이 높아지면서 리노베이션 프로젝트가 끝난 이후에도 지속적으로 지역에 관심을 가지고 방문하게 된다. 쉽게 말하면 마을의 ‘팬(fan)’을 만들어 가는 과정이라 할 수 있다. 또한 함께 만들기에서 참여하는 창의적이고 개성 있는 계층들이 지역에 유입되면서 새로운 분야의 창업이 나타나기도 하고, 마을의 브랜딩으로 이어질 수 있다.

둘째, 입주자나 주민, 설계자, 시공자가 하나의 공동 목표를 위해 팀을 이루고 함께 작업을 진행하면서 기존의 단절되어 있던 관계가 허물어지고 새로운 역할을 수행할 수 있다는 것이다. 입주자나 주민은 공간을 사용하는 입장에서 함께 만드는 창작자가 되고 시공 관련 기술과 지식을 습득할 수 있다. 설계자는 프로젝트의 기획 및 운영을 담당하고, 시공자는 기술과 정보를 전달하는 지도자가 되면서 서로에 대한 이해도가 높아지고 공간조성의 효과도 극대화될 수 있다.

셋째, 무엇보다도 함께 만들기의 가장 큰 의미는 참여주체 간 돈독한 네트워크의 형성이다. 공간조성 과정에서 함께 식사를 하거나 파티를 열고, 작업공간에서 공연을 열기도 하면서 다른 어떠한 형태의 참가형 워크숍보다도 강한 커뮤니티가 형성될 수 있다.

* (주)Space R Design의 요시하라 카쓰미 대표(2019년 4월), 츠미키 설계시공사의 고노 나오토 대표(2019년 7월, 12월) 대상 인터뷰 내용을 바탕으로 정리



함께 만드는 과정을 통한 참여주체 간 융합

출처: 河野直(2019)

국내에서도 도시재생뉴딜이나 청년몰 사업, 메이커 스페이스 구축 사업 등 노후 건축물이나 유흥시설을 재조성하여 혁신거점으로 조성하는 공공사업이 다수 진행되고 있다. 민간시장에서도 기존 건축물의 대수선, 리모델링, 리노베이션은 주요 콘텐츠로 주목을 받고 있다.

이러한 시점에서 일본의 DIY 리노베이션과 DIT 마을재생은 거점 공간의 정비나 경관 개선을 위한 서비스를 뛰어넘어 지역문화 형성과 지역기반의 비즈니스로 발전하고 있어 우리에게 주는 시사점이 크다. 국내에서도 변화하는 시대적 가치와 문화적 특징, 지역수요에 맞추어 마을재생 관련 사업구조와 추진전략을 재고하는 것이 필요한 시점이다.

참고문헌

- 1 윤주선, 장민영, 김영하. (2019). 마을재생 시공학 개론-DIT 건축재생. 건축도시공간연구소.
- 2 河野直. (2019). 제4회 AURI 마을재생세미나 발제자료, 쓰미키설계사공사.
- 3 NPO法人福岡ビルストック研究会. (2018). 福岡DIYリノベWEEK2014~2017.
- 4 河野直. (2016). ともにつくる工務店を、創る. 건축토론. 일본건축학회. <http://touron.aij.or.jp/2016/04/1495>
- 5 野村総合研究所. (2019). 2030年度の新設住宅着工数は63万戸に減少、リフォーム市場は6兆円~7兆円台で横ばいが続く. NEWS RELEASE.
- 6 佐藤哲也. (2018). 住宅ストック活用型社会の実現に向けて
- 7 馬場正尊 + Open A. (2016). エリアリノベーション：変化の構造とローカライズ. 学芸出版社.
- 8 HOME'S 総研. (2014). STOCK & RENOVATION 2014.
- 9 日本DIY協会 웹사이트. <https://www.diy.or.jp/i-information/association/jigyotransition.html>
- 10 toolbox 웹사이트. <https://www.r-toolbox.jp/>
- 11 九州DIYリノベMONTH 2019 캠퍼릿