

한국 현지리포트- 코로나 이후 한국인의 생활은 ‘당근’이 함께합니다.

곧 캐나다로 1년간 떠나는 여동생 가족이 최근 빠져 있는 것이 중고마켓 앱 ‘당근마켓’ 인데요. 이는 일본의 ‘메르카리’와 비슷한 앱이라 할 수 있습니다. 여동생은 ‘집 근처 사는 사람에게서 질 좋은 옷과 물건을 아주 저렴하게 살 수 있어서 아주 편리했고 나도 모르게 빠져들게 된다’며 자랑을 늘어놓았습니다. 최근에는 ‘당근 거지(=당근마켓에서의 지출 과다)’라는 말이 생겨났답니다.

당근마켓은 사실 코로나 19 이후 한국인의 생활을 변화시킨 앱이라 할 수 있습니다. 2021년 1년 동안 약 1391만 명이 당근마켓의 앱을 설치했으며 현재 국민 5명 중 1명은 일주일에 한 번 이상 당근마켓을 이용하고 있다고 하니 가히 그 인기는 엄청난 것이죠. 이러한 당근마켓의 폭발적 인기 배경에는 코로나19 사태가 장기화하면서 좁아진 사람들의 생활 반경에 맞춘 ‘하이퍼로컬(hyperlocal·지역 밀착)’ 서비스 시장이 빠르게 성장하고, 원격근무가 늘고, 장거리 외출이 줄면서 일명 ‘슬세권(슬리퍼와 같은 편한 복장으로 각종 여가·편의시설을 이용할 수 있는 주거 권역을 이르는 신조어)’ 소비가 주목받았기 때문이라는 분석이 있습니다.

‘당근’은 일본어의 ‘人參’이라는 의미도 있지만 사실 ‘당신의 근처’의 줄임말입니다. 당근마켓의 서비스 이용을 위해서는 현재 위치 기반이 아닌, 사용자가 실제 사는 동네에서 체크인해야 하고 동네인증을 완료한 지역민들이 직접 만나 물건을 본 뒤 돈을 건네는 직거래 방식으로 운영되고 있습니다.

하지만 코로나 이후 당근마켓이 그 진가를 발휘한 것은 중고마켓으로서가 아닌 주민간의 교류와 소통을 활성화하는 매개로 활용되었기 때문인데요. 예를 들어 "코로나 확진자인데 과자랑 빵이 너무 먹고 싶어요. 사다주실 분 있으신가요?"라는 글에 “낮에 시간이 남는 직업이니 꼭 드시고 싶다면 사다가 문고리에 드릴게요. 종목·수량 문자 주세요”라며 도움을 준 이웃이 나타나거나, 확진으로 약을 사다달라는 부탁이나 책 반납 등의 부탁을 들어주는 경우도 있었다는 것입니다. 위드코로나의 분위기가 확산되며 당근마켓에서는 ‘같이해요’라는 서비스를 재개한다고 하는데 이는 혼밥 대신 같이 밥 먹을 이웃을 찾거나, 공원 산책, 동네 맛집 탐방 등 일상적인 활동부터 운동, 게임, 스터디, 등산, 봉사활동 등 취미나 관심사 기반의 다양한 활동들을 함께하는 채널이라고 합니다.

중고쇼핑몰의 이러한 대활약은 ‘한국인 특유의 정’을 기반으로 하고 있다고 저는 생각합니다. 당근마켓은 글로벌 버전 'KARROT(캐롯)'을 출시하고 미국, 캐나다, 영국, 일본

4개국에서 서비스를 개시했다고 합니다. 일본에서는 ‘お住まいのまちのフリマアプリ’를 캐치프레이즈로 내세우고 있는데 일본에서도 과연 한국적인 ‘함께’ 서비스가 성공할 수 있을까요? 여러분도 ‘당근’하세요~

정경진(부산대학교)

일본 당근마켓 홈페이지 <https://jp.karrotmarket.com/>