

지역 활성화를 위한 산업 디자인의 역할에 관한 연구

A Study on the Role of Industrial Design in the Revitalization of a Local Area

정 도 성

국민대학교 공업디자인학과 전임강사

요약

우리 나라는 96년도에 국민소득 1만 불의 시대를 맞이하며 선진국 대열에 들어서고 있다. 한편, 92년부터 지방자치제가 부활되었으며 작년에는 민선 자치단체장들을 선출한 선진국형 체계를 확립시키게 되었다. 이제 지방의 역할은 지금까지에 비해 한층 더 높은 가능성을 지니게 되었다.

그러나 과거의 행정적 관례의 폐단이나 지역구성원의 자립에 대한 안이한 태도로 인하여 지방자치제 부활 시에 일어났던 기대에 못 미치는 결과를 낳고 있다. 이것은 지역의 특성이나 구성원의 요구 등을 무시한 소득 증대만을 위한 제조산업전개로 인해 발생된 결과이며 향후 지역의 발전을 위한 활성화 작업은 구성원을 위한 요인으로 변형되어야 할 것이다. 이러한 시점에서 각 지역마다 주민의 생활의 질 향상을 추진하는 디자인 분야에 대해 기대가 높아지고 있다.

본 논문은 이와 같은 현재의 지역 활성화의 문제점을 일반적 측면에서 사례를 분석하고 이에 대응할 수 있는 디자인계의 역할을 검토한다.

Abstract

The role of local government is no longer having to refer to the central government those matters related to local issues, but having the autonomy to make to make decisions that affect the community, taking into consideration the particular characteristics of its locality, community opinions, funds and local efforts to build a better local environment to live in.

From this point of view, the role of industrial design is steadily increasing in each local communities. However, at present it appears that no concrete measures have yet been formulated for designers' participation in the local community development. This is partially due to the lack of awareness by the local government and the lack of efforts by designers. The primary consideration of recent local development in the form of industrial complex construction appears to be the revenue-orientated aspect of its development. Similarly, the staging of international events in local areas seem to bring out the negative side-effects of administration.

Thus, local problems and revitalization issues should be redirected from local government to local community initiated solutions. Similarly, local governments should instead encourage the development of small and medium-sized enterprises than large corporations. And the subject of local development should proceed with the 'software-concept' as its core constituent.

Based on these current situations, this study examines the important role of industrial design and proposes a new direction for revitalization of a local area.

1. 서론

지방자치제가 부활, 실시된 지 4년째를 맞고 있다. 지방자치제도의 부활은 지역의 모든 문제가 중앙정부의 정책적 결정에 의해 이루어지는 것이 아니라 각 지역의 특색을 가지고 그 곳에 사는 주민들의 아이디어와 자금, 노력 등으로 윤택하고 살기 좋은 지역으로 부흥, 활성화시켜 나가는 것을 의미한다.

이러한 관점에서 각 지역마다 차츰 디자인 분야에 대한 역할이 증대되고 있다. 그러나 현재 상황에서는 적절한 대응이 이루어지지 않고 있는 것으로 인식된다. 디자인계의 노력과 자치단체의 인식 부족으로 인하여 디자이너들이 적절히 지역개발을 담당하지 못하고 있다. 특히 최근의 지역개발은 부의 축적만을 위한 산업체의 건립, 전시 행정적인 국제행사의 유치 등 주민 생활과는 전혀 무관하며 오히려 폐단을 주는 행정이 이루어지고 있다. 또 지역문제의 해결과 지역활성화도 관청주도형에서 민간주도형으로 바뀌며 또한 산업체계를 대기업 위주에서 지역성을 표현하기 쉬운 중소기업 위주의 육성에 힘써야 한다. 이와 함께 지역의 개발 주제도 규모보다는 구성원을 위한 질향상을 위한 것으로 진행해야 한다. 이러한 시대적 상황에 맞추어 본 연구는 지역 부흥과 활성화를 유도하는 데 있어서 산업디자인의 중요성과 역할 등을 검토 제안하는 데 목적이 있다.

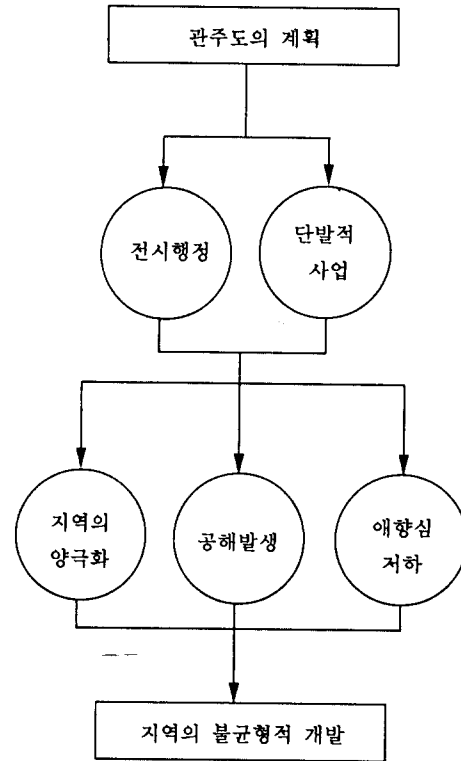
2. 지역활성화의 현황과 문제점

2-1. 지역활성화의 현황

교통 수단의 급속한 발달과 정보화 사회의 도래는 지역문화의 흐름을 가속화시켰으며 획일적인 지역 변화의 요인이 되었다. 이와 같은 흐름의 변화로 인하여 중앙중심 계획경제가 행하여져 공업화의 진행과 농어촌의 퇴보를 만들었다. 이로 인하여 지역의 특산물들은 날로 침체해간다. 서구의 경제구조에서 발전해온 기계를 중심으로 한 현재의 대량 생산 방식은 어느 지역이나 또는 세계 어느 곳이나 동일 품질의 제품을 만든다. 이렇게 해서 만들어진 제품은 동일한 생활양식을 야기시키며 한층 더 지역성을 유실시키는 다량의 제품들을 생산한다. 이로 인해 지역을 대표하는 것들이 더욱 전무해져간다. 이러한 개발 사이클이 반복됨으로써 우리의 지역은 생각지도 못한 많은 부작용이 발생되어 날로 심각한 사회문제를 야기시키고 있다.

오늘날의 기술이전은 그 규모와 지역사회에 영향을 준 것을 그 이전의 지역 특산물에 비할 수 없을 만큼 크다. 우리 경제발전의 중심 역할을 하고 있는 지방 공업단지들은 기계, 전자, 자동차 공업을 중심으로 지역활성화라는 명목으로 개발이 지속되고 있다. 몇몇 지역에서는 환경오염, 과다인구 집중현상이라는 공업 도시형 폐단이 발생되어 있다. 이것은 결코 지역의 특성이나 전통 등을 고려한 자연스러운 경제운영이 결코 아니다. 이러한 비정상적인 경제운영으로 인하여 옛날과 같은 자연발생적인 지역 특성적인 인재 육성이나 상품개발이라는 소프트 부분이 무시되고 있다.

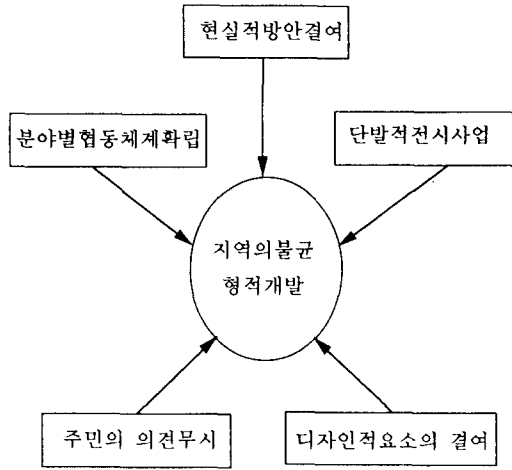
고등교육에 있어서도 지역을 고려한 교육은 전무한 상태이다. 우리나라 전국 어느 곳에도 공업계 대학이 없는 곳은 없는 정도로 일괄적으로 모든 인재들이 대량 공업생산 체계의 일부분으로 교육을 받고 배출되고 있다. 그렇게 받은 교육은 지역하고는 아무런 관련이 없는 보편적인 지식이다. 이렇게 되어 지역 고유의 역사, 문화 특성 등 지역성의 요소와 단절된 기술자로 육성하고 있다.



(그림 1) 지역 개발 계획의 현황

특히 급년에 와서는 생산성이 낮은 지역 특산물 등을 일부 개발도상국에 맡겨 보려는 일도 생겨나고 있다. 이러한 것들은 경제적 관점에서만 생각한 것으로 구성원이나 기술자들이 지역사회 내에서 발전하여 결실을 맺으며 활성화를 증대시키는 데 도움을 주는 일이 결코 아니다. 이러한 일들은 오히려 지역성의 몰락으로 가속화시키는 결과를 초래한다. 지역활성화정책의 수립, 시행에 있어서 이와 같은 문제를 야기시키고 있다. 현재 이루어지고 있는 활성화 정책에서 문제점을 야기시키는 요인을 고려해 보면 다음의 특성들을 생각할 수 있다.

- (1) 정책 수립자 또는 연구자가 제안하는 계획은 내용적으로 풍부해도 현실적으로 운영하기 위한 구체적인 방법이 전무하다.
- (2) 현실적인 요건으로 인하여 눈에 보이는 토목, 건축 등 건설 사업만의 작업이 선택되어 각 전문분야의 종합을 이루지 못한다.
- (3) 정보와 자치단체는 위에서 아래로 만의 명령체계를 가지고 있어 지역에서의 종합적 의견 수립이 불가능하다.
- (4) 지역의 계획은 규모적면만으로 이루어질 수 없으며 디자인과 같은 조형적 창조력 즉, 소프트한 점이 중요하나 많이 결여되고 있다.
- (5) 오랜 계획과 지속적인 유지, 보수, 개발이 되어야 하나 실적 위주인 단발적 사업이 많다.



(그림 2) 지역 개발의 문제점

선진국에서도 이미 확인된 일이지만 지역활성화운동은 지역경계가 낙후되고 지역존폐의 위기를 맞고 있는 곳에서 먼저 발생되었다. 그 같은 위기 의식이 지역주민을 하나로 응집시켜 지역활성화에 불을 붙이고 결국 그 지역에 새로운 활력을 주고 지역의 생기를 회복시킨다. 앞서 서술한 바와 같이 현재까지의 지역활성화정책은 지역에 거주하지 않는 중앙정부의 각료의 시각으로 행정이 결정되고, 재정도 중앙정부에 의존하는 등 진시행정이나 단발성 정책이 주류를 이루어짐으로써 교통문제, 공해, 범죄 등 전혀 생각지도 못한 지역적 폐단을 발생시켜 왔다. 이로 인하여 지역주민들의 애항심, 협동심과 같은 공동체 의식마저도 저하시키는 결과를 초래하였다. 지역활성화 정책은 결국 민주주의의 기본이념인 주민으로부터 시작되는 것이며 지역활성화 정책의 성패는 결국 그 곳에 사는 주민들이 그들의 특성을 어떻게 고려하고 정책을 수립하고 자발적으로 운영되는가 하는 것에 좌우되는 것이다.

2-2. 지역활성화의 방향

비록 반쪽자치라는 지적을 받고 있기는 하지만 지방자치가 92년부터 부활, 실시되면서 우리 사회는 큰 변화를 맞이하고 있다. 변화속도가 당초 기대한 만큼 빠르지는 않지만 많은 주민들이 자기가 살고 있는 지역의 낱말의 변화 추이에 관심을 가지며 지역활성화에 앞장서거나 노력하고 있으며, 주민생활이나 의견에 적절히 맞지는 않지만 현재 광역자치단체는 물론 기초자치단체에서도 다양한 개선 노력이 이루어져 여러 가지 산업이 진행되고 있다.

그러므로 지역활성화라는 것은 단순한 장식품을 만들거나 사물놀이 등을 하여 관광객을 유치하기 위한 특별한 것이 아니라 인간생활에 있어서 생활을 풍족하게 해주는 생활의 표현이어야 한다. 진실된 지역활성화라는 것은 우리 모두의 삶의 터전인 도시, 고을 등에서 구성된 자신의 주변 소재나 표현 능력을 통해 가치 있는 물건이나 행사 등으로 변화시키는 것이어야 하며, 그로인한 구성원들이 윤택함을 느낄 수 있어야 한다. 즉 지역사회의 문화가 발생되어야 하는 것이다. 이와 같이 한국의 지역사회가 각 지역의 개성에서 만들어내는 독특한 지역성이 진

정한 지역문화의 창출이며 지역활성화의 토대가 되는 것이다.

범국가적인 행사였던 대전시의 “과학 박람회”의 유치, 부산직할시의 “아시안 게임 범시민 유치회의 발족”, 광주직할시의 “광주 비엔날레” 개최와 문화 벨트 조성사업, 이 외에도 장흥에서 우리 나라 최초의 제3섹터(민관합작회사)인 장흥 표고 유통공사의 설립, 경북지역의 특산물 살리기 사업인 “대구 능금 주스”의 개발 및 판매, 전국 지인 D일보사와 D경제연구소가 전국 규모로 진행한 “지역산업 육성을 위한 아이디어 공모전” 등과 같이 현재 지역활성화를 위하여 각 자치단체들은 활발한 노력을 하고 있다.

그러나 실제로는 이러한 활성화 노력이 여러 가지 요인으로 인해 계획부터 철저히 수립되지 못하거나 활발히 이루어지지 않고 있는 것도 사실이다. 이러한 현황에서 지자체가 발생시키는 총체적인 문제의 재인식이 필요할 것이다. 지역정서에 맞는 새로운 사업의 창출, 지역이 가지고 있는 특성을 고려한 새로운 문화사업, 지역 구성원 스스로가 적극적으로 참가할 수 있는 친근감 있는 사업, 그리고 구성원이 진정하게 윤택함을 느낄 수 있는 부흥 사업이 창출되어야 한다.

이와같이 지역활성화를 이루기 위해서는 우선 그 지역의 문화가 어떻게 발생되었는지 고려해 보는 것이 필요하며 각 지역이 가지고 있는 지형이나 기후조건과 같은 자연환경, 구성원의 여러 생활 모습 등이 기초가 되어 지역성을 형성시키고 그것이 지역문화를 만들어 내는 원동력이 되어야 한다. 지역에서 자생적으로 발생된 여러 가지 지역문화의 총체가 큰 의미의 민족문화가 되며 나아가서 한 국가의 특성을 만들게 되는 것이다.

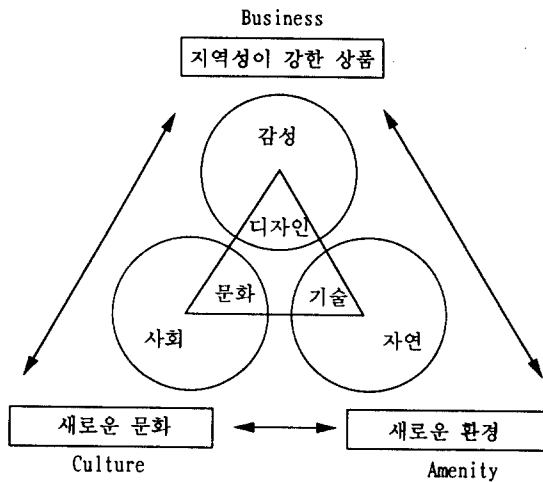
3. 지역활성화와 디자인

3-1. 지역활성화를 위한 디자인의 역할

디자인이 현재와 같이 각광을 받게 된 배경에는 지역성이나 국경의 개념을 넘어선 오늘날의 마크로적인 경제활동에서 비롯된다. 지방지역은 부수적 시장이며 기술이나 생산능력의 취약지이며 저임금인 노동력의 공급원이며 또한 자원 공급지의 역할을 하는 것이 지방 지역인 것이다. 이와 같은 지역의 영역을 훨씬 넘어선 마크로적인 관점인 경제적인 척도로 인하여 상대적으로 지방지역은 활동이 위축되고 있다. 또한 지방지역의 생산, 유통 등의 목표는 국제상품으로 개념이 정립되어 표준화가 이루어진지 오래이며, 양에 대한 합리적 판단이 우선되어 왔다. 그 결과 디자인의 영역도 지역이나 지역구성원을 고려하지 않은 대량생산 제품을 위주로 계획이 이루어졌다. 이로 인하여 각 지역의 지역적 특성은 날로 사라져가고 지역문화는 모든 지역에서 표준화가 진행되어 구성원의 의식과 지역의 독자성을 무시하는 결과를 초래하게 되었다.

지방자치제가 복권된 우리 나라에서는 지금까지의 중앙집권적인 경제운영방식으로는 많은 문제를 야기시킨다. 이러한 정치적 배경의 변화로 인하여 최근에 와서는 지역성이라는 것이 재인식되고 있다. 모든 사고가 거주하는 일정 지역을 기준으로 이루어지며 사람의 인식이나 생활양식이 결정짓는 것이 진정한 자치제의 이념이라면 여러 가지 특성들이

시간으로 축적된 역사적 사물의 가치가 의식적이던 무의식적이던 지역의 자율성을 부여하는 것이 구성원이 생활하는데 있어 보다 충실된 삶을 보장할 수 있을 것이다.



(그림 3) 지역 활성화를 위한 개념도

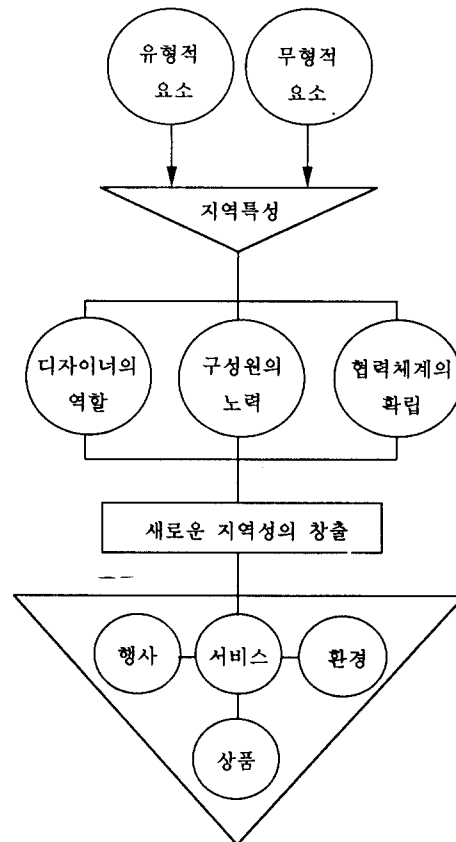
현대의 기술 중심적 지역개발은 한편으로는 지역의 고유성을 없애는 결과를 초래하였지만 또 한편으로는 지역간 소득 편차를 줄였으며 간접 시설정비, 다양한 생활정보, 이동수단의 증편 등의 증대 효과를 이룩하였다. 이로 인하여 지역의 약점을 보완하여 지역성립의 기초가 되는 구성원의 정착을 증진시켜 진정한 지역특성을 가진 지역복권의 가능성을 높게 된 것이다. 지역의 아이덴티티의 확립, 지역특성을 고려한 새로운 산업활동, 지역독자의 생활양식의 형성 등으로 인하여 앞으로 디자인의 역할이 크게 변화할 것으로 생각이 된다. 이전과 같은 경제 발전을 위한 제품 생산만을 고집하는 것이 아니라 각 지역을 윤택하게 하며 아름답게 하는 크고 작은 모든 물건이나 환경을 지역의 특성에 맞추어 지역 구성원을 위하여 디자인 활동을 해야 하는 것이다. 즉, 지역이 이니셔티브를 가진 시대가 도래되는 것이다. 이러한 시점에서 디자인 계에는 수없이 많은 가능성이 생기며 또한 새로운 역할이 부여될 것이다.

3-2 지역활성화를 위한 디자인의 소재

각 지역에는 그곳의 풍토에 따라 형성된 문화, 전통, 역사 등이 있다. 특산품도 결국 이러한 지역의 특성과 지역의 장래 등이 연계되어 만들어지는 것이다. 타지역에서 생산되는 상품과의 차별성을 강조해 고가 "브랜드"의 이미지를 만들어야 한다. 이러한 점을 상품개발시 산업디자인 분야에서 종사하는 디자이너들은 유념하여 개발 작업을 실시해야 한다. 지역성을 높이기 위한 제품이나 지역개발시 디자이너가 컨셉이나 아이টে를 만들어 전개하기 위해 고려해야 할 지역의 개발 소재는 크게 유형 요소와 무형 요소로 나눌 수 있다.

먼저 유형 요소의 경우, 지역의 활성화를 시도할 때 가장 먼저 고려되는 것은 물질 측면이라 할 수 있다. 지역에 주어진 여건 중에서 타지역에서는 찾아 볼 수 없는 것을 중심으로 활용하는 것으로 가장 쉽게 요소를 찾을 수 있으며, 활용하기도 쉽다. 예를 들면 불국사, 한산도와

같은 "유적"이나 "역사적 장소", 한려수도, 속리산 등 아름답고 특이한 "자연환경", 담양의 대나무제품, 이천의 도자기 제품과 같은 "고유의 특산물", 대구의 능금, 순창의 고추가공식품 등의 "농수산물", 태백의 폐광, 인천 부두의 폐창고 등 "특수한 장소"가 가지고 있는 모든 유형의 좋은 여건은 두말할 나위 없고 타지역과 비교할 수 없는 악조건 등을 창조적인 발상으로 호조건으로 역전시킬 수 있으며, 지역 특산물의 제조방법, 형태, 포장 등을 조금 정리하면 고부가의 가치창출 효과를 증대시킬 수 있다.



(그림 4) 지역 활성화의 소재와 역할

고대 그리스의 도시국가나 서구의 중세도시에서의 지역 중흥은 물질적인 측면인 유형의 요소만으로 발생되고 발전을 했던 것은 아니다. 한 지역의 발생요인은 물질적 유형 요소라 구성원인 시민을 중심으로 한 인위적 무형 요소가 합쳐서 이루어진 것을 알 수 있다. 무형 요소의 예를 들면 충주의 자린고비와 같은 "전설", 천안에 다수의 독립유공자를 배출한 "역사", 푸른 하늘, 맑은 공기, 푸른 바다, 해돋이와 같은 "느낌", 고전무용, 탈춤과 같은 "무형 문화재" 등 지역을 진흥시키는 데는 무형의 것까지 활용할 수 있다.

지역의 활성화란 지역 전통이나 특성들을 살려가면서 지역의 활력을 되찾는 것이다. 지방 자치체가 실시된지 얼마 되지 않는 기간동안 몇 가지의 제품이나 환경디자인이 전개되고 노력하는 모습은 확인되나, 더욱 많은 효과를 위해 좀더 그 지역만이 가지고 있는 상기와 같은 유무형의 특성을 디자인의 자원으로 활용할 필요가 있을 것이다. 지역에서 디자인의 주제를 찾기 위해서는 그 지역의 과거와 현재를 철저히 이

해하는 바탕 위에 미래의 청사진을 실장하고 가꾸어 나가는 디자이너의 자세가 필요할 것이다.

3-3. 사례 연구

3-3-1. 후쿠이현(福井縣)의 타케우 나이프 빌리지 사례

후쿠이현은 일본에서 우수한 철가공 공예 제품, 특히 부엌에서는 일본제일이라 불리며 약 700년의 역사를 자랑하는 유서 깊은 지방 산업의 대표적인 곳이다. 이러한 역사적인 지방산업도 1980년대에 들어와서 일본의 산업체계의 변화 즉, 대량생산을 중심으로 한 산업 형태로 인한 변화로 지역산업의 몰락의 위기를 맞이하게 되었다. 대량 생산품에 비하면 가격이나 디자인 감각이 당시 일반 소비자의 요구에 맞지 않아 시간이 갈수록 경쟁력을 상실하게 되었다.

1983년 디자이너인 川崎和男(Kawasaki Kazuo)가 오랜 실력으로 현의 지원을 얻고 몇몇 출신 디자이너 중심으로 후쿠이의 지방산업 살리기 운동이 계획되었다. 초기 단계에는 변화를 받아들이지 못한 공예인의 반발이 많았다. 공예가들은 시장조사에서 얻은 소비자의 요구나 새로운 소재의 도입 등 새로운 가능성을 유감시킴고자 하는 기획 작업이나 개량작업을 한번도 해보지 않고 700년 동안 전수된 기술을 바탕으로 작품제작을 해 왔기 때문에 새로운 변화를 받아들일 수 없었다.

디자인 개발 팀은 이에 지역의 젊은 전수자를 중심으로 스케치, 렌더링, 모델제작 등의 디자인 프로세스와 디자인 중요성 등의 교육 및 실습을 2년여 동안 실시하였고, 이와 같은 기간 川崎和男을 중심으로 한 몇몇 디자이너는 모든 기존의 작업을 전폐하고 후쿠이현으로 이전하고 철제품의 재료 특성, 가공법 등 기술적 측면 그리고 후쿠이현의 자연, 역사, 주민들의 기질 등 지역적 특성을 체험적으로 습득을 하였다. 이로 인해 몇몇의 디자이너와 젊은 공예 전수자들이 뜻을 합하여 나이프 빌리지가 만들어지고 이후 전통공예와 인간공학적 개념을 도입한 혁신적 디자인이 집중된 개성이 강하여 고부가가치를 지닌 후쿠이의 특산물 생산되었다. 판매량도 10년째가 되는 93년도에 초년도에 비해 300%의 성장을 보이게 되었으며, 매년 가위, 나이프 등을 주제로 한 디자인 공모전을 개최하고 있다. 또한 나이프 빌리지 자체가 관광지가 되어 지역활성화에 큰 몫을 하고 있다. 현재는 지역 공동조항체제로 운영되고 있으며, 공동공방 운영체계를 구축하고 있다.

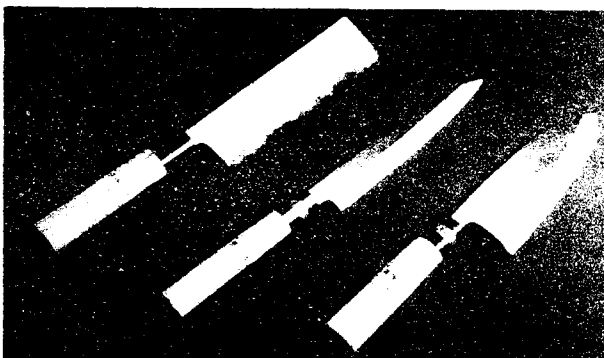


사진 1. 후쿠이현의 전통 부엌칼

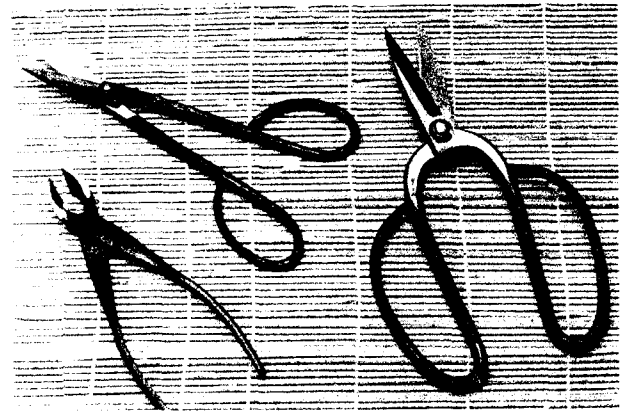


사진 2. 후쿠이현의 전통 가위

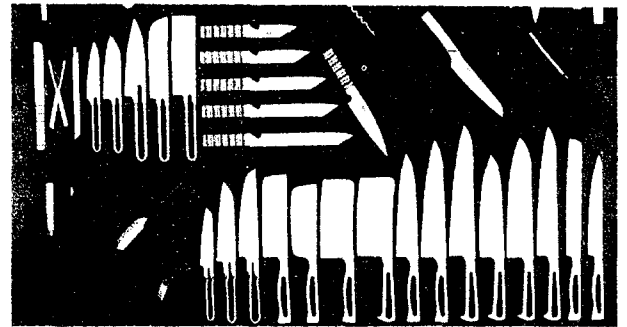


사진 3. 나이프 빌리지에서 생산된 칼(디자이너:카와사키 카즈오)

여기서 우리가 얻을 수 있는 것은 지역활성화 작업에 있어서 디자이너 측에서 일반적으로 계획이나 형태의 방향제시를 하는 것이 자칫하면 많은 기존 구성원의 반발을 유발 시킬 수 있다는 점이다. 디자이너란 작업은 의외로 타분야의 작업자에 생각지도 못하는 일이 될 수가 있다. 지역이나 구성원에 대한 특성이나 문제점을 계획의 주체인 디자이너가 충분히 조사 분석하고 해결점을 제시해야 한다. 앞서 서술한 바와 같이 지역적 특성을 새로 만들거나 이미지를 바꾸어야 하는 디자이너는 지역 구성원과 충분한 대화를 나누며 지역의 일원이 되어 문제의 해결점을 찾아내고 지역 구성원이 충분히 납득할 수 있는 대안을 제시해야 할 것이다.

3-3-2. 요코하마시 다이칸야마 에르므상점가(エルム 商店街)

다이칸야마는 지역활성화를 위한 공동주택 단지의 유치 등으로 인하여 요코하마시와 카와사키, 동경 등의 대도시의 배드타운화되어 갔다. 특히, 유동 인구가 증가하게 되어 한때는 지역활성화가 이루어져 지역상인들의 소득 증대 효과를 올릴 수 있었다. 이러한 상황도 대형상점인 마르에쓰(マルエツ)의 출현으로 판매액이 격감되어 상가 회의는 몰락의 위기를 맞이하게 되었다.

이해 1985년 지역상가회의에서 집단적 재개발계획의 수립이 행하여지고 현(縣)의 지원을 받게 되었다. 이에 요코하마 출신인 디자이너 大川照雄(Okawa Teruo)의 참가로 계획이 구체화되었다. 大川은 우선 지역 주체가 일정한 특색 있는 것을 찾았다. 다이칸야마는 지방의 유래, 그곳에 내려오는 전설, 지역에서 배출된 유명인사 그리고 주민들이 생각하는 지역의 특성이나 미래상 등 구성원이 납득할 수 있는 구체적인

예를 조사, 분석하였다. 마침 “다이칸야마 기념관”이라는 현의 준용 문화재가 있었고 이 건물의 건축양식이 주제의 원점이 되었다. 이 건물은 1932년에 미케네 문명의 프레헬레니즘 양식으로 당시 유명한 건축가 長野(Nagano)로 인해 만들어진 건축물이었다. 특히, 이 건축물은 “개성 있는 상가”, “풍요로운 인간성이 넘치는 상가”라는 디자인 개념의 이미지에 거의 일치하였다. 그러나 구체적 이미지에 대한 다수의 부정적 의견이 돌출하였다. 예를 들면 판매되는 물건과 이미지가 맞지 않는다는 지적 3대째 내려오는 간판을 바꿀 수가 없단지 하는 것들이었다. 이에 20년이 넘는 디자인 프리젠테이션과 상가회의를 거쳐 방향을 결정하게 하였다. 이러한 작업후, 2년 동안의 디자인 본 작업 및 설비 작업 끝에 새로운 상가가 탄생되었다.

전체적으로는 고대 그리스 풍 양식으로 디자인 이미지를 통합하였고 일본의 환경과는 전혀 다른 세계를 연출하여, 당시 일본의 언론 등에서 화제를 불렀다. 모든 상점들의 벽면은 백색으로 통일되었고, 기둥은 그리스 풍으로, 지붕은 그리스 풍을 느낄 수 있는 삼각형으로 치장되었다. 보조 색은 에게해의 푸른 바다를 연상할 수 있는 청색으로, 상점의 상표도 그리스의 느낌을 주도록 삼각형으로, 상가의 가로등은 그린 색의 그리스 풍으로 통합디자인 되었다. 이로 인한 결과로 일본에서 가장 아름답고 개성이 있는 상가로 언론기관에서 열면 취재가 행하여져 일본의 지역활성화의 좋은 모델이 되었다. 이러한 작업후 에르브상가회만이 아닌 지역 전체의 이미지가 향상되어 상권은 확대 일로에 있으며, 현재 고급 맨션이 다수 건축되고 있다. 특히 간동지방의 대학생들의 주거 희망지 1위에 오르는 등 많은 효과를 얻었다.



사진 4. 개발 주제가 된 다이칸야마 기념관



사진 5. 그리스 양식으로 바뀐 에르브 상점가

여기서 얻을 수 있는 것은 우선 충분한 지역의 특성을 조사 분석해야 하며 이로 인하여 지역의 구성원이 정착한 개념을 정립할 수 있도록 이미지를 유출해야 한다. 특히, 지역활성화에는 많은 지역 구성원의 요구가 발생하므로 여러 가지 측면에서 발생하는 문제를 해결할 수 있도록 하고 지역 구성원의 협력을 얻을 수 있도록 노력해야 할 것이다.

3-3-3. 사가현의 이리타 도자 센터

일본 사가현 서부에 위치하고 있는 아리타시의 도자기 산업은 오랜 전통성과 작품성으로 인하여 세계적인 명성을 지니고 있다. 역사적으로 임진왜란(1592-1598) 당시 일본으로 끌려간 이삼평이 정착한 것으로 그 후 도자기 도시로 발전해 왔다. 아리타도 후쿠이현의 타케후와 마찬가지로 60년대부터 지역성이 상실되며 공예품의 경쟁력이 상당히 약화되어 쇠퇴의 길을 걷게 되었다. 이러한 쇠퇴는 당시 일본 소비자의 생활 양식의 변화에 의한 공예적 도자기의 사용상의 불편함이나 가격경쟁력의 저하로 비롯된 것이다. 이러한 상황에서 당시 아리타 공예의 중심적 역할을 하였던 오오야마(大山) 방식을 전수한 13대째인 岩尾 廣가 사회적 변화를 이겨 나가기 위하여 몇몇 도공과 함께 합작회사를 설립하였다. 이때 증진된 것이 산업 디자인의 도입이었다. 갑작스러운 변화에 많은 공예인과 지역 구성원들의 반발이 심화되었다. 그러나 디자인의 흡수를 위하여 규슈 지역의 대학들과의 산학 협동 작업을 실시하는 과정에서 다수의 디자인너 지망생이었던 지역의 젊은이가 흡수되었다. 古屋 伸治(Furuya, Sinji)도 이 과정에서 동경 진출을 포기하고 아리타 도자기를 일상 생활용품으로 바꾸기 위하여 많은 노력을 하였다. 그는 일본식 식기만을 고집하지 않고 양식기, 조명등, 타일, 스피커 등 도자기로 만들 수 있는 가능성을 여러 각도에서 시도하고 고안하였다. 이러한 노력은 현의 산업 공예 시험장 관계자의 적극적 호응을 유발 시켰다. 이로 인하여 1964년 아리타 디자인 센터가 창립되어 명실공히 지역 디자인 활성화의 주역이 되었다. 현재는 생활 도자기 외에도 플랜트용 내산(雨檜) 자기, 베세르(street furniture), 주문형 특수 타일 등 다각도의 상품이 개발되고 있다. 이러한 도자기류의 다각화로 인하여 아리타는 정통 공예 제품과 일반 도자기, 특수 도자기를 균형적으로 제작하고 소득 증대를 높여 지역활성화를 이루고 있다.

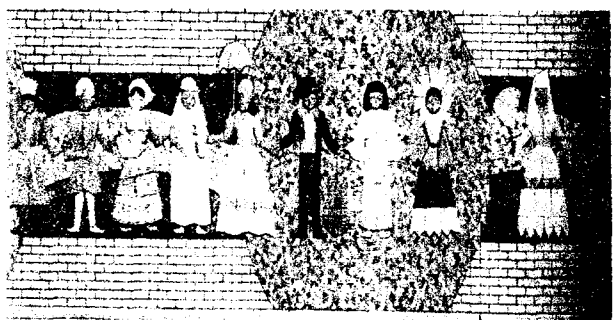


사진 6. 자기타일로 치장된 벽면(사세보시 국제거리)

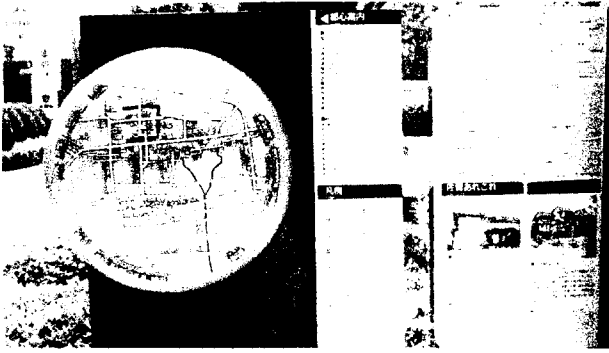


사진 7. 자기 타일로 제작된 안내판(사가시)

여기에서 얻을 수 있는 것은 지역의 가능성을 찾을 수 있는 젊은 디자이너 육성의 중요성을 들 수 있다. 특히, 지역의 수많은 보이지 않은 가능성이란 짧은 시간 동안에 특성을 찾아내기는 힘들다. 지역에서 얻는 경험, 선진기술 그리고 감각이 적절히 연계되어야만 보다 성공적인 지역의 가능성을 찾을 것이다.

4. 결론

지역활성화 정책의 수립이나 진행으로 인하여 지역산업이 진흥하거나 중소기업이 육성되었다 해도 그 배후에 지역구성원들이 존재하며 인식을 같이하지 못하면 지역활성화 정책은 바른 방향으로 가지 못한다. 지역산업을 지탱하는 것은 바로 지역 특성과 구성원으로 이루어진다. 지역활성화를 위한 디자인의 역할에 있어서도 지역 구성원에 대한 배려는 각별하게 행하여져야 한다. 현재까지의 지역활성화 정책에서 역할을 담당했던 디자인 분야는 대부분 행정기관에서 만들어진 계획을 토대로 사업을 전개했다. 즉 지역의 구성원이나 산업체계의 특성에서 발생하는 내적 요구를 바탕으로 사업이 진행되었던 것은 아니다. 이러한 계획이 보편적 가치를 가지고 있었다고 해도 해당 지역에서 구성원으로 인하여 승화되며 지역의 일부분이 되지 않았다면 일시적 사업으로 끝날 것이다. 다시 말해서 지역 수요와 지역 인식이 일치하면서 정열이 있는 계획이어야만 사업계획이 구성원의 호응을 받으며 전체의 일관적인 도움을 받으며 지역을 위한 진정한 결과를 달성하게 된다. 지역 특성이란 "지역에 있어서의 보물찾기"와 같은 일로 지역의 구성원과 사고를 함께 전개해야 한다. 지역활성화는 지역의 특성을 재인식하는 것부터 우선되어야 한다는 점이 계획 담당자에 공유되어야 한다. 이러한 점을 보아도 디자이너의 본질적 역할을 인식하며 디자인이 사회진체를 윤택하게 한다는 자각에서 주변의 작은 소재에서 가능성을 찾아내야 한다. 디자인 교육에서도 적극적으로 지역과 연계 가능한 방법을 모색 유도하여 지역 구성원으로서의 일익을 할 수 있는 전문가의 배출이 이루어져야 할 것이다. 또한 지자체의 도입으로 인하여 지역의 산업에 많은 변화가 발생되고 있으며 앞으로도 무궁한 발전이 예상되고 있다. 이러한 시점에서 디자인 계획은 지역에 대한 역할의 인식을 재정리하여 효율적인 역할을

담당해야 할 것이다.

본 연구는 일반적인 지역활성화 문제에 대하여 정리하여 가능성을 제시한 데에 의의를 두었으며, 또한 사례조사에 있어서는 지역활성화정책이 비교적 잘 이루어지고 있는 일본지역에 극한하여 연구가 이루어졌다. 다양한 지역에 있어서의 디자인의 역할에 대한 구체적인 연구 평가와 소재, 우리나라의 현실에 알맞은 구체적인 접근방법에 대한 연구 등이 앞으로 계속되어야 할 것이다.

참고문헌

- 박동수, 지방자치 이야기, 서울: 형실출판사, 1991
- 서영진, 지방자치와 지역 활성화, 서울: 나남출판사, 1992
- 서영진, 지방 경영 시대의 선택, 서울: 나남출판사, 1994
- 임희섭, 오늘의 한국 사회, 서울: 나남출판사, 1991
- 한국사회학회, 국제화 시대의 한국 사회와 지방화, 서울: 나남출판사, 1991
- 이시재 외, 주민생활과 지방자치, 서울: 형성사, 1991
- 烏律慶南, 環境 アセスメント, 東京: NHK出版協會, 1987
- 田村 明, 町造りの 發想, 東京: 岩波書店, 1987
- (財)日本産業デザイン振興會, デザイン振興に關する調査研究, 東京: (財)機械振興協會, 1994
- 藤塚淑子, 豊かさとは何か, 東京: 岩波書店, 1989
- 平松守彦, 地方からの 發想, 東京: 岩波書店, 1990
- 慶子 仁, 地方自治法, 東京: 岩波書店, 1984