

## 전통 도자기산업의 부활과 지역활성화운동 -일본 토치기현(栃木縣) 마시코정(益子町)의 사례-\*

홍성흡\*\*

---

**요약:** 이 연구에서는 도자기를 모티브로 한 일본의 한 농촌지역의 지역활성화운동의 사례를 살펴보고자 하였다. 특히 도자가 지역활성화의 모티브가 된 역사와 핵심 활동가집단의 이념적 특성과 역할, 그리고 변화하는 현실에 대한 지역사회의 대응전략 등을 중점적으로 검토하였다.

마시코(益子)지역의 도자기산업은 19세기에 본격적으로 발전하기 시작하였고, 20세기에 접어들어서 여러 번 고비를 겪었지만 1960년대부터 민예운동과 결합되면서 비교적 안정적으로 도자기산업이 성장하였다. 이러한 마시코의 경험은 1980년대 말 이후 일본정부가 주력하였던 '위로부터의' 지역활성화운동과는 달리 자생적인 '밑으로부터의' 지역활성화운동이라고 평가할 수 있다. 또한 일본 전국에 유행처럼 번진 지역활성화운동들보다 선행하여 지역의 전통적이고 토착적인 문화적 자원을 적극적으로 활용한 사례라고 할 수 있다.

민예운동과 결합한 마시코의 지역활성화운동은 문화예술가 집단의 이념적 지도를 바탕으로 부단히 변화하는 현실의 상황들에 적극적으로 대응하여 왔다. 그 대표적인 예로 들 수 있는 것이 1950년대 중반부터 일용 도자기생산으로부터 민예품 도자기생산으로의 전환과 1960년대 중반의 도자기생산 및 판매의 핵심활동가집단의 공식적 출범과 산지직매체계의 구축, 그리고 1980년대 이후의 본격적인 민관협력 등이다. 현재까지 도자기를 모티브로 한 마시코의 지역활성화운동은 비교적 성공적인 길을 걸어왔지만, 지역사회의 다양하고 복잡한 최근의 내부 분화는 현실의 조건에 맞게 새로운 전통을 만들어 가야 하는 상황에 놓여 있다는 것을 말해준다.

**주요어:** 마시코, 지역활성화운동, 전통 도자기산업, 민예운동과 이념, 핵심 문화예술가집단

---

### 1. 들어가는 글

일본의 중소도시는 1950년대 이후 산업화와 도시화 및 자본주의의 고도화로 인해 대도시로의 인구집중과 공해, 안전성과 쾌적한 생활의 상실, 전통문화의 쇠퇴, 불건전한 청소년문화, 각종 사회문제와 비

행의 만연 등의 문제로 어려움을 겪고 있다. 도쿄 일변도의 개발과 발전은 농산어촌뿐만 아니라 지방의 중소도시에도 여러 가지 사회문제를 가져오고 있다. 일본 정부는 이에 대한 해결책으로 1960년부터 현재에 이르기까지 1~4차 전국총합개발계획(全國總合開發計劃)을 수립하고 전국토의 균형적 발전을 도모하고 있으나 지방이 겪고 있는 문제를 근본적으로 치유

---

\* 본 연구는 2004년도 전남대학교 특별연구사업비의 지원에 의해 연구되었음.

\*\* 전남대학교 사회과학대학 인류학과 부교수

하지 못하고 있다. 이에 대한 반향으로 일본 전국의 각처에서는 1970년대 중, 후엽부터 ‘무라오코시’ 등의 이름이 붙은 수많은 지역활성화운동이 ‘지방의 시대’, ‘지역주의’, ‘내발적 발전론’ 등의 논리를 갖추고 활발하게 전개되고 있다.

이러한 일본의 지역활성화운동은 각 지역의 독특한 생태적, 역사적, 사회문화적 특수성을 현재의 상황에 맞추어 새롭게 해석하고 다양한 실천으로 접목시키는 특징을 지니고 있다. 이 과정에서 흔히 ‘전통’이라는 개념이 동원되어 지역활성화운동의 구체적 전략과 목표가 정당성과 권위를 지니게 된다. 특히 일본의 전통공예인 ‘도자기’, ‘목기’, ‘칠기’ 등이 발달되었던 지역에서는 이를 모티브로 하여 ‘전통’이라는 이름 아래 지역경제를 부흥시키고 지역문화를 재발견하며 지역정체성을 유지, 발전시키고자 하는 시도들을 쉽게 발견할 수 있다.

일본의 농산어촌지역은 과소화(過疎化)와 고령화가 진행되면서 ‘지역사회의 생존’이라는 차원에서 지역활성화운동을 전개하고 있다. 또한 ‘외부발신’의 방법과 ‘이벤트’ 중심의 지역활성화운동이 주를 이루고 있다는 특징을 지니고 있다. 반면에 이글의 연구대상 지역은 축제나 이벤트 중심의 ‘1회성’ 지역활성화운동이 아니라, 지역활성화운동이 봄을 이루기 이전부터 ‘도자기’를 소재로 지역활성화를 도모하였던 상당히 알려진 도자기산지이다. 이 지역을 연구대상으로 삼는 것은 정부 지원을 등에 업은 ‘위로부터’ 지역활성화운동이 아니라 ‘아래로부터’ 이루어진 지역활성화의 사례를 도자기라는 일본의 전통적 소재가 새롭게 재해석되어 재생되는 양상을 통해 살펴본다는 의미를 지닌다. 그리고 ‘민예운동’이라는 이념으로 무장한 선구적인 한 인물과 그의 영향을 받은 핵심활동가 집단의 선구적인 역할로 지역사회 전체의 흐름이 바뀐 사례를 살펴보는 기회이기도 하다.

전지구화 시대에 지방의 역할, 지역사회의 자생력을 키우는 문제는 현재 전세계적으로 사회과학계의 중요한 관심사 중 하나이다. 일본에서도 이미 1960년대부터 ‘자생력을 지닌 살기 좋은 지역사회 만들기’

라는 주제를 놓고 많은 의견이 개진되어 왔다. 그 중 지역 주민이 주체가 되어 지역활성화를 이룩해 나가는 전략이나 방안에 대한 논의들은 일반적으로 주민 중심으로 지역활성화를 이루어내는 올바른 방향을 제시하고자 하는 논의(東海自治體問題研究所 1984, 松岡昌則 1991, 橋本徹 1991, 横田克巳 1992)와 지역활성화운동에 대한 구체적인 대안을 제시하고자 하는 시도(本田昭一 1987, 乘本吉郎 1989, 山崎充 1991) 등을 대표적으로 들 수 있다. 지역활성화에 대한 이상의 논의들은 한 사례에 대한 구체적이고 심층적인 분석을 통해 행위주체들이 지역활성화 운동 과정에서 수행하는 역할이나 반응, 적응 등을 파악하기보다는 거시적으로 지역활성화운동의 전반적인 흐름을 파악하는데 초점을 맞추고 있다는 공통점을 지니고 있다. 이러한 접근은 실제 인간들이 지역활성화운동을 펼치는 과정에서 어떻게 생각을 재조직하여 조직을 변화시키고, 변화를 주도하고 적응해 나가는 지에 대한 분석을 철저하게 해내지 못하는 한계를 지니고 있다.

바로 이러한 한계를 극복하는데 있어서 현지조사 방법에 기초했던 기존의 인류학적 연구업적은 중요한 시사점을 준다. 이는 19세기 이후 사회과학의 전통을 되짚어 봄으로써 파악할 수 있을 것으로 생각한다.

근대 사회과학의 정립에 지대한 영향을 미친 뒤르껩, 마르크스, 퇴니스, 베버, 맥키버와 레드필드 등은 전통을 근대와 대립되는 개념으로 파악하여 비합리적이고 감정적인 속성을 지닌 전통이 근대성(modernity)과 합리적 선택에 의해 언젠가는 사라지게 될 것으로 보았다. 그러나 현지조사에 기초한 민족지적 연구를 수행해온 인류학자들은 전통이란 고정되어 있는 것이 아니며 각 사회집단에 따라 다른 의미를 지닌 것으로 재해석되기도 한다는 것을 밝혀내기 시작하였다. 전통은 상황에 맞게 합리적으로 이용되기도 하며, 때로는 현대의 도시사회에서 적응전략으로 재등장하기도 한다(Hobsbawm & Ranger 1983)는 것이다. 이러한 시각에 입각하여 일본 사회

를 인류학적으로 분석한 연구로는 도자기장인을 대상으로 일본인의 전통적인 미적 감각에 대해 분석한 모란(Moeran, 1985)의 연구를 대표적으로 들 수 있다. 이 연구는 일본문화의 심미적 차원과 사회운동적 차원, 정체성의 문제 등을 연결시켜 현대 일본에서의 전통의 의미를 재해석해보고자 한 시도로 평가할 수 있다. 그렇지만 국내 인문사회과학 분야에서는 일본 전통문화의 상징처럼 여겨지는 차나 도자기, 칠기, 목기 등을 소재로 한 지역활성화운동을 현지조사를 통해 심층적으로 밝혀보고자 하는 시도가 매우 부족한 상태이다.

이러한 점들을 고려하여 본 연구는 현지조사를 통해 일본의 지역활성화운동과 일본문화전통의 현대적 변용이라는 연구주제를 다루어보고자 하는 의도에서 기획되었다. 이 글에서는 이 주제와 관련하여 일본의 한 농촌지역에서 도자기를 지역활성화의 모티브로 활용하게 되는 역사적 과정과 지역사회의 다양한 집단들의 움직임과 역할, 대응전략 등을 살펴보고자 하였다.

본 연구에 활용한 현지조사 자료는 2005년 6월말

부터 7월초까지 2주간, 그리고 2006년부터 2008년까지 매년 1회씩 각각 5일 정도의 보충 현지조사를 통해 수집되었다. 관광협회 직원, 도자기 생산자, 도자기판매점 종사자들, 지역 주민들에 대한 비공식적 인터뷰를 하였고, 관련 문헌자료와 통계자료 등을 참조하여 연구를 수행하였다.

## 2. 도자기의 고장, 마시코(益子)

마시코쵸(益子町, 이하 마시코)는 관동평야의 북쪽에 위치한 토치기현(栃木縣)의 동남부 끝부분에 자리하고 있으며 町의 남쪽으로는 이바라기현(茨城県)과 맞닿아 있다. 마시코는 도쿄에서 자동차나 기차로 약 1시간 30분 남짓 걸리는 곳에 위치하고 있다(그림 1) 참조). 토치기현의 서북부는 관광지로 유명한 닛코(日光)를 비롯한 산악지역인 반면, 마시코가 속한 동남부는 관동평야의 끝자락에 속하는 평야지대이다. 마시코는 평야지대에 속해 있지만 동쪽으로 낮은

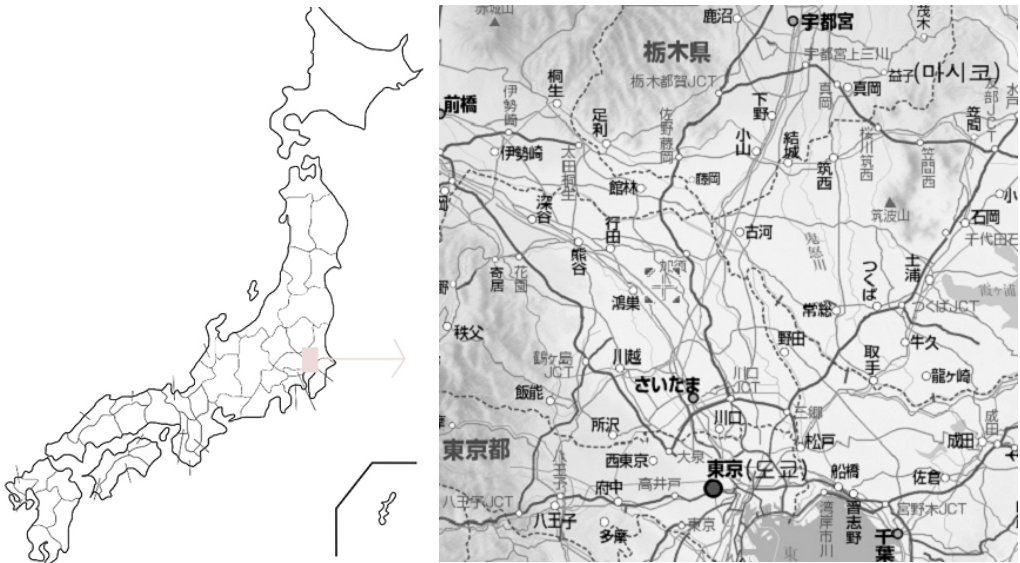


그림 1. 마시코의 위치

산들이 연이어 펼쳐지는 지형을 이루고 있다. 이처럼 낮은 산들이 연이어 있는 지형이 도자기를 굽는데 천혜의 환경을 마련해주고 있다. 현재도 마시코의 거리 풍경은 200년가량 된 오랜 가옥과 상가의 흔적을 발견할 수 있을 정도로 고풍스러움을 간직하고 있다.

마시코에는 2008년 9월 1일 현재 총 24,832명(남자 12,340명, 여자 12,497명), 7,746세대가 거주하고 있어 한 가구당 평균 가구원수가 3.21명 정도이다. 2000년 이후의 월별 인구통계를 보면 2007년 2월을 기점으로 25,000명 이하로 떨어지는 등 지속적으로 인구가 줄어들고 있지만 간혹 늘어나기도 하는 등 비교적 변화가 적은 지역이라고 할 수 있다. 마시코의 전체 인구 중 약 13.2% 정도에 해당하는 3,267명이 도자기 산업과 직간접적으로 관련된 직업을 가지고 있다.

마시코를 돌아보면 300여 곳에 달하는 도자기와 관련된 여러 시설이나 건물을 쉽게 발견할 수 있다. 마시코의 도자기 관련 시설 중 가장 눈에 띄는 관문 역할을 하는 것이 1965년 설립된 마시코도자기생산자공동판매센터(益子燒窯元共販센터, 이하 '共販센터')이다. 처음 이 판매시설이 만들어진 이후 이곳과 관련을 맺고 있는 생산업체가 꾸준히 늘어나 현재 200곳 정도에 이르고 있다. 이곳에서 매년 봄가을에 열리는 '도자기축제' (陶器祭)는 관동지역 일대에서 명물이 되었다. 이 공판센터에는 100평 규모의 전시 시설인 마시코도자기관(益子陶磁館)이 있는데 이곳에서는 마시코 민예운동의 상징적 인물인 하마다 쇼지(濱田庄司, 이하 하마다) 이후의 마시코의 현대작가의 작품을 상시 전시하여 일반에 공개하고 있다. 그리고 마시코에 새로 건설된 우회도로 연변에는 수많은 도자기 판매점들이 있다. 마시코에서는 도자기를 파는 곳을 민예점(民藝店)이라고 부르는데 현재 약 70여 곳이 영업을 하고 있다. 이 민예점들은 도자기를 공급받는 곳이 조금씩 다르기 때문에 주로 취급하는 도자기의 가격대라든가 용도 등에 있어서 차이가 있다. 이 민예점 거리의 중심부에는 도자기를 상시 전시하고 직접 만들어볼 수 있으며 판매도 하고 있는 마시코도자기도예촌(益子燒陶藝村)이 위치하고 있

다. 또한 하마다씨가 50여년에 걸쳐 모은 수집품 중 2천 수백 점을 기부하여 일반에 상시 공개하고 있는 1977년 4월에 건립된 마시코참고관(益子參考館)이 있다. 재단법인으로 설립된 이곳에는 일본뿐 아니라 동서양 각지의 민예적 특성을 지닌 다양한 도자기들이 전시되어 있다. 그리고 마시코의 중심가로부터 약간 동쪽에 있는 숲으로 둘러싼 구릉지대에는 1988년부터 5년간에 걸쳐 건설된 도예메세·마시코(陶藝メッセ・益子)라는 전시시설이 있다. 이 시설은 활력 넘치는 새로운 지역만들기를 겨냥하여 자치성(自治省)의 지원으로 건설되었고 현재는 재단법인 마시코관광진흥공사(益子町観光振興公社)가 운영하고 있다. 이곳에서는 1996년부터 2000년까지 문화청(文化廳)의 지원을 받은 '문화의 지역만들기사업(文化の町づくり事業)'의 일환으로 비엔날레 형식의 마시코도예전(益子陶藝展)과 하마다 쇼지전(濱田庄司展)을 비롯한 각종 전람회가 열리기도 하였다. 또한 중심부에 위치한 토치기현요업지도소(栃木縣窯業指導所)의 2층에 있는 전시실에서는 마시코의 옛 도자기작품을 각 소장자로부터 빌려서 전시하거나 현대작가의 작품을 전시하고 있다.

이처럼 각종 도자기 관련시설을 갖춘 마시코에는 관광객들을 유치할 수 있는 각종 편의시설과 아이템이 갖추어져 있다. 그 대표적인 예가 마시코국민휴양지(益子國民休養地, '益子の森'), 도자기가마박물관(陶磁器窯の博物館), 미술관인 동양미술(東洋美術) 등과 하루 1천명 이상을 수용할 수 있는 민슈쿠(民宿)와 펜션 그리고 온천 봄에 따라 건설된 20곳 이상의 대형 호텔 등의 숙박시설이다. 이 정도의 숙박시설은 인구 25,000명 정도의 작은 행정구역치고는 엄청난 규모로, 마시코가 관광산업에 상당히 의존하고 있다는 것을 알 수 있다. 또한 향토색 짙은 가마솔밭(가마메시), 손모밀국수(테우치소바), 유수(流水)모밀국수<sup>1)</sup>, 오리요리 등과 예부터 유명한 녹차만두 등의 먹거리를 아이템으로 개발해놓고 있다. 그리고 마시코의 이곳저곳에는 하이킹을 위한 자전거 대여점이 여러 곳에 있다.

### 3. 마시코도자기의 근대사

마시코에서는 야요이(弥生), 조몬(縄文)시대부터 도자기를 생산했다는 것을 고고학적 유물유적을 통해 알 수 있고, 최근 발굴조사에서는 8~9세기경의 스에키(須恵器)와 기와 등이 대량 생산되던 도자기산지라는 것이 밝혀졌다. 그러나 현재 마시코에서 번창하고 있는 도자기산업은 에도(江戸)시대 말기에 시작되었다고 할 수 있다. 1852년 오쓰카 케사부로(大塚啓三郎)가 쿠로바네번(黒羽藩)의 번주(藩主)인 오제키(大關) 공(公)으로부터 마시코의 토지를 받아 도자기가마를 건설한 후 1853년부터 생산이 시작되었다. 이때 오쓰카를 도와 준 이가 타나카(田中長平)였는데, 타나카는 아이마도자기(相馬窯)의 기법을 익힌 자였기 때문에 마시코의 도자기는 신라쿠도자기(信楽燒)가 전파되었던 아이마도자기와 카사마도자기(笠間燒)의 계통으로 출발하였다. 초기에는 번주의 전폭적인 지원을 받았기 때문에 도자기가마가 속속 들어섰고 1858년에는 에도(지금의 도쿄)에 판매를 원하는 상인들도 등장하기 시작하였다. 1864년에는 6개의 가마 단지가 있었는데, 1869년 쿠로바네번이 요업의 실시 규범인「세토야키시호(瀬戸燒仕法)」를 교부하면서 가마단지들은 번의 보호관리체제 하에 들어가게 되었다. 이 당시 생산된 도자기들은 주로 토병(土瓶), 양념절구(搗鉢), 단지나 항아리(甕), 한쪽에만 귀때가 달린 바리때·술병·냄비(片口), 정중용 술병(德利), 접시(皿), 손잡이·뚜껑·귀때가 달린 운두가 낮은 오지냄비(行平), 질냄비(土鍋), 질솥(土釜) 등의 일용품들이었다. 이것들은 육로로 키누가와(鬼怒川) 강까지 운반된 후 배에 실어 에도(지금의 도쿄)지역으로 운반되었다.

마시코의 도자기산업은 1871년 폐번치현(廢藩置縣)에 따라 번이 관리하던 것에서 민간생산(民窯)으로 바뀌게 되었다. 메이지시대 초기에 마시코에서는 백토(白土)를 이용한 그림이 그려진 토병과 질냄비를 중심으로 도쿄에 판로를 확보함에 따라 1877년경에

는 도자기 가마가 30개에 달하게 되었고 도자기생산자들에게 돈을 빌려주고, 출하와 판매를 담당하는 회사가 설립되었다. 1880년에는 이키세사(益盛社), 1883년 이후에는 도쿄마시코사(東京益子社), 1888년에는 마시코도기회사(益子陶器會社)가 설립되었는데, 이 중 마시코도기회사는 도쿄에 지사까지 설립하였다. 이 당시에는 이미 가마 수가 60개 가까이로 늘어났고, 1889년에는 10명의 중매인들이 조합 설립을 위해 활동하기 시작하는 등 마시코는 일용도자기의 대산지로 성장하였다.

메이지 중기에 토병의 수요가 늘어남에 따라 마시코에서도 토병생산이 활발하게 이루어졌다. 최전성기에는 토병에 그림을 넣는 기술자들이 밤까지 일을 하여 하루에 600~1,000개의 그림을 그려 넣었다고 한다. 1903년에는 가마경영자와 중개업자 전원이 참가하는 마시코도기업조합(益子陶器業組合)이 결성되었고 도공양성을 위한 마시코도기전습소(益子陶器同業習所)가 개설되었다. 이 조합은 1908년 농상무대신(農商務大臣)이 인가하는 마시코도기동업조합(益子陶器同業組合)으로 바뀌었고, 전습소는 1913년 마시코정립도기전습소(益子町立陶器伝習所)로 바뀌었다. 마시코의 가마경영자들은 메이지정부가 식산흥업을 위해 개최하였던 내국권업박람회(內國勸業博覽會)에 적극적으로 참여하여 이름을 날렸다. 이는 1913년 제5회 박람회에 마시코에서 53명이 33종 161점을 출품하였던 것에서 잘 알 수 있다. 그리고 다이쇼(大正) 연간에는 박람회나 공진회(共進會)에 다수의 작품을 출품하여 1914년 도쿄다이쇼박람회(東京大正博覽會)에서는 마시코의 몇몇 장인들이 수상하기도 하였다. 이러한 박람회의 분위기가 전국적으로 확산되면서 마시코에서도 1915년 도기품평회(陶器品評會)가 열리게 되었다.

그러나 다이쇼 연간에 접어들어 도쿄 등의 도회지를 중심으로 목탄이나 도시가스 등의 연료사용이 증가하면서 알루미늄 등의 경금속 냄비나 그릇의 사용이 늘어나게 되었고 고열에 약한 마시코산 도자기는 큰 타격을 입게 되었다. 그래서 토호쿠(東北)지방이

나 홋카이도(北海道)의 농촌지역으로 판로를 확장하고자 시도했지만 큰 성과를 거두지는 못했다. 그래서 1920년에는 한 달 동안 모든 도자기 생산을 멈추는 사태까지 벌어지게 되었다. 이러한 어려움을 극복하였던 계기는 공교롭게도 1923년 발생한 관동대지진이었다. 관동대지진으로 부엌용품이 많이 부족하게 되자 도자기 수요가 급증하게 된 것이었다. 이러한 도자기 수요의 증가는 민예운동의 일원이었던 하마다가 마시코에 들어와 작품 활동을 하게 되는 한 배경이 되었다.

마시코의 흙은 규산성분이 많은 철분을 함유하고 있어서 비교적 찰기가 없고 열에도 약해 두껍게 제조하지 않으면 안 되는 약점을 지니고 있다. 또한 사용하는 유약도 그림을 그려 넣는 데는 부적합하여 간단한 문양을 넣는데 불과하였다. 이런 외중에도 미나가와 마스(皆川マズ)라는 도공이 그려 넣은 산수토병(山水土瓶)이 인상적인 작품으로 알려져 있다. 이 산수토병의 인상을 실마리로 하여 마시코와 인연을 맺게 된 인물이 하마다였다. 하마다에 의해 마시코의 불안정한 도자기 원료들이 서서히 자리를 잡게 되었고 마시코는 새로 들어온 도자기장인들에 의해 도자기생산과 예술의 장으로 재탄생하게 되었다.

#### 4. 마시코와 민예운동(民藝運動)

##### 1) 마시코 도자기와 하마다 쇼지

마시코가 민예운동의 중요한 거점이 된 데에는 하마다의 역할이 결정적이었다. 그는 도쿄고등공업학교(東京高等工業學校, 현재의 東京工業大學) 요업과를 졸업한 후 교토시립도자기시험장(京都市立陶磁器試驗場)을 거쳐, 버나드 리치와 함께 영국의 어촌인 세인트 아이브스(St. Ives)에서 3년여에 걸쳐 도자기를 만들었다. 그곳에서 만난 작가들로부터 큰 영향을 받아 시골에서 활동하기로 결심한 그는 귀국한 지 얼

마 지나지 않은 1924년 마시코에 들어와 작품생활을 하기 시작하였다. 그가 마시코를 활동 거점으로 선택한 데에는 고교 은사였던 이타야 하산(板谷波山)의 영향이 컸다. 하마다는 1913년 이타야의 집에서 처음 마시코라는 이름을 알게 된 이후 영국에서 활동하던 중인 1920년 잠시 귀국했을 때 마시코를 처음 방문하게 된다. 그는 영국에서의 경험을 통해 시골의 건강하고 조용한 생활로부터 좋은 공예품이 탄생한다는 확신을 지니고 있었고 특히 런던과 세인트 아이브스 사이의 거리와 도쿄와 마시코 사이의 거리가 비슷하다는 점에도 주목하였다.

이와 함께 하마다가 마시코에 정착하게 된 중요한 배경 중 하나가 민예운동의 출발이었다. 민예운동은 하마다가 영국으로 가기 전부터 알았던 야나기 무넨요시(柳宗悅), 카와이 칸지로(河井寛次郎), 토미모토 켄키치(富本憲吉) 등이 일본 각지의 토속적인 잡기(雑器)들을 ‘민중의 공예(民衆の工藝, 줄여서 民藝)’라 부르면서 그 속에 담긴 실용적인 아름다움을 높이 사면서 시작되었다. 이 운동의 이론적 지주였던 야나기 무넨요시는 한일합병으로 우수한 문화가 상실될 위험에 처한 조선에 눈을 돌려 이조자기를 필두로 한 조선시대 공예의 보존과 계승을 주장하면서 민예이론의 핵심적 주장들을 만들어내기 시작하였다. 그는 “민예는 이름 없는 제작자가 만든 민중의 일상생활의 용도에 적합한 건강한 공예를 가리키는 것으로 그 속에야말로 ‘건강미, 무사미(無事美)가 깃들여 있다’고 보았다(松井 健, 2005). 또한 그는 민예를 성숙시키려면 그 지방의 재료를 사용해야만 하며 우수한 개인 작가를 지도자로 한 협력체제가 필요하다고 역설하였다. 이 이론에 입각하여 하마다는 마시코에 들어와 마시코의 흙과 유약을 중심으로 도자기 작업을 시작하였다. 동시에 영국에서 배운 기술뿐만 아니라 마시코에 들어온 이후에도 오키나와의 쓰보야(壱屋: 안채에 딸린 헛간 같은 건물)의 류큐아카에(琉球赤繪)를 필두로 일본 각지로부터 이조자기나 중국자기, 독일의 염유(塩釉) 등을 배워 자신의 작품에 반영시켜 나갔다. 그리하여 그는 토미모토 켄키치, 카와이 칸

지로 등과 함께 창조적인 일본근대도예의 확립자로 이름을 올리게 되었다. 하마다는 수준 높은 창조적인 작품성을 지닌 도자기의 생산보다는 서민들이 손쉽게 접할 수 있는 도구 속에 자신의 창조성을 스며들게 하는 작품 활동을 일생동안 계속해나갔다.

## 2) 민예로서의 마시코도자기와 마시코도자기의 다양한 변모

하마다는 도쿄의 유명 백화점들에서 개인전, 국화회공예부(國畫會工藝部) 출품 등을 통해 상당히 이름이 알려졌지만 정작 마시코에서는 이전과는 다른 양식의 도자기를 만들었기 때문에 처음부터 주목을 끈 것은 아니었다. 앞에서 살펴보았듯이 하마다가 마시코에 들어오기 직전인 1923년 관동대지진이 발생하여 일시적으로 도자기산업은 호황을 맞이하였으나 쇼와(昭和) 초기의 불황과 노동쟁의, 2차 대전 중의 배급제 등으로 그리고 전후에는 플라스틱 등 신소재 제품들의 등장으로 인해 마시코의 도자기산업의 전망은 그렇게 밝지 않았다. 즉 전후에는 경제발전에 따라 옛 물건에 대한 수요가 줄고 편리한 새로운 물건들이 점차 그 자리를 차지하게 되었던 것이다. 이러한 전전과 전후의 도자기산업의 어려운 상황 속에서 일용품 도자기의 수요는 점차 줄어들었지만, 새로운 시도였던 하마다의 작품을 모델로 한 민예품의 수요는 꾸준히 증가하고 있었다. 그렇지만 민예품 수요는 결코 많지 않았기 때문에 민예품을 취급하는 판매점도 많지 않았다. 그러나 이 위기는 1956년 마시코도자기협동조합(益子燒協同組合)의 이사장이자 마시코에서 가장 큰 도자기제조업체인 쓰카모토제도소(塚本製陶所)<sup>2)</sup>를 경영하던 쓰카모토 타카시(塚本武)가 신에쓰센(信越線) 요코가와역(横川驛)의 도시락판매점의 도시락용기 공급계약을 성사시킴에 따라 벗어날 수 있었다. 즉 이 공급계약을 맺은 후 도시락 판매가 순조롭게 늘어나면서 용기생산도 차츰 늘어나게 되었고 뒤이어 토호쿠혼센(東北本線) 쿠로이소역(黒磯驛)의 도시락판매점에서도 같은 주문이 들어오

면서 월 20만개 이상을 생산하는 경우도 있게 되었다. 이 정도의 주문량은 쓰카모토제도소만으로는 감당할 수 없었기 때문에 마시코 내의 다른 도자기생산업체에 외주를 줄 수밖에 없었다. 그리하여 그동안의 주요 생산품인 양념절구(搗鉢)나 독, 항아리(甕)를 대신해 '가맛코(釜っ子)'가 그 자리를 차지하게 되었고 덕분에 활황세가 이어지게 되었다. '가맛코'라 부르는 이 용기는 흙빛이 도는 소박한 느낌의 도자기로, 하마다의 민예적 작풍(作風)을 담고 있었다. 당시 마시코에는 도자기생산업체가 약 50개소 정도였는데, 그 대부분이 몇 명의 직인(職人)을 둔 가내공업형태로 일용잡기를 생산하고 있었다. 당시에 하마다는 이미 대가로 명성을 얻고 있었고 대부분의 도공들이 하마다의 문하에 들어가 그의 가르침을 그대로 받아들여 거의 같은 방식으로 도자기를 만들고 있었다고 한다(島岡達三 1976). 따라서 하마다는 마시코의 민예도자기의 새로운 전통을 만드는데 필요한 이론적 토대와 제자들을 양성하는 역할을 담당하였고, 쓰카모토제도소는 이러한 분위기를 도자기생산에 반영하여 경제적 수익을 올리는 이인삼각의 협력체제를 구축하고 있었다고 하겠다.

2차 대전 이후 10여 년간 마시코에서 생산되는 도자기 중 부엌 등에서 사용하는 일용품들의 비중은 꾸준히 높아졌다. 이는 하마다의 민예운동적 영향력이 점차 마시코 내부에도 커지고 있었다는 것을 뜻한다. 그는 1949년 토치기현에서 문화공로장(文化功勞章)을 수여하고 1955년 국가가 중요무형문화재보유자(重要無形文化財保持者, 일명 人間國寶)로 인정하면서 명실 공히 마시코도자기의 상징적 존재가 되었다. 그 후 마시코에서는 하마다가 완성시킨 도자기 기술을 활용한 이른바 민예 마시코도자기가 양산되었고, 쇼와 40년대(1965~1974년)의 민예 붐이 번지면서 도자기 생산자가 400개, 가마 수가 300여 곳에 달하는 현재의 상태에 이르게 되었다.

마시코도자기 특유의 차갈색(茶褐色) 시유(柿釉)와 흑유(黑釉), 태유(胎釉) 혹은 지유(地釉)나 백병유(並白釉)라고 부르는 황색이 도는 백니(白泥)가 많이 섞

인 두꺼운 잡기(雜器<sup>3)</sup>)는 사용하기 불편한 점도 있지만 기능보다는 진정으로 일상적인 아름다움을 추구하는 시대 추세에 따라 진가를 발휘하고 있다. 현재 도자기 가마를 중심으로 양산되고 있는 마시코도자기는 하마다가 들어오기 전과는 매우 다르다. 초기의 마시코도자기 특유의 차갈색 시유는 하마다 이전에는 철분이 많이 들어 있고 적갈색을 띠고 있었는데, 하마다는 그것이 일상의 식탁에는 어울리지 않다고 보고 옅은 색 배합으로 바꾸었다. 또한 오키나와로부터 배운 아카에 작품이나 버나드 리치가 전한 물주전자(水差)의 형태, 독일에서 배운 염유(鹽釉)의 기법 등이 최근의 마시코도자기에서는 많이 발견된다.

하마다의 작품 경향이 민예 마시코도자기가 된 데에는 오랜 시간이 걸렸다. 그 사이에 마시코에서는 그를 따르는 많은 개인 작가들을 배출되었고 약간씩 변형된 많은 작품들이 새로운 도자기 양식을 실험하면서 대량생산되게 되었다. 최초로 하마다에게 배운 사람이 도자기 가마의 후계자인 사쿠마 토타로(佐久間藤太郎)였다. 그는 하마다처럼 작가적 제작을 하는 동시에 가내제적 집단체제로 양산하는 전형적인 민예 마시코도자기의 새로운 모습을 정립하였고 일본 민예협회 토치기현지부를 결성하는데 노력하는 등 민예 마시코도자기의 확립에 큰 역할을 하였다. 그와 함께 초창기 민예 마시코도자기의 정립에 큰 역할을 한 이로는 기무라 이치로(木村一郎)를 들 수 있다. 그는 상감이나 반죽, 그림 넣기 등의 기교적 작품으로 일본전통공예전에 여러 번 입선하여 민예 마시코도자기를 알리는데 큰 역할을 하였다.

또한 하마다의 작품세계에 끌려 종전 후 다른 지역으로부터 마시코로 들어온 작가들 중 대표적인 이들이 무라타 겐(村田元)과 시마오카 타츠조(島岡達三)이다. 이미 도쿄에서 삽회화가(挿繪畫家)로 이름이 알려졌던 무라타는 하마다의 가르침을 받고 그림 그리는 것을 접고 도자기를 만들기 위해 마시코로 들어왔다. 그리고 시마오카는 하마다의 대학 후배로, 하마다처럼 민예 풍의 도예작가를 꿈꾸고 입문하게 되었다. 그는 작가로서의 개성을 중시해야 한다는 하마

다의 강한 요구에 따라 승문상감(繩文象嵌)이라는 독자적인 도예기법을 만들어 하마다에 이어 두 번째 인 간국보로 선정되었다. 그의 상감기술 속에는 조선시대 분청사기의 영향을 엿볼 수 있다. 또한 하마다의 사후에는 그의 아들인 하마다 신사쿠(濱田晋作)가 계승하여 민예 마시코도자기의 핵심적인 인물로 활동하고 있다.

이처럼 마시코는 다른 곳으로부터 모인 도예가들이 활동하는 중심지가 되었고 각자가 개성을 발휘할 수 있는 독특한 분위기를 만들어냈다. 그리고 이러한 자유로움에 이끌려 민예 풍의 작가들뿐만 아니라 도예 자체를 하고자 하는 젊은 작가들이 속속 몰려들었다. 그 선두에 선 이가 카모다 소지(加守田章二)였다. 교토시립미술대학(京都市立美術大學)에서 토미모토 켄키치(富本憲吉)의 가르침을 받은 그는 개성을 통해 창조되는 도예를 목표로 관서지역에는 없는 자유로움을 찾아 마시코에 들어왔다. 그는 청록색의 회유(灰釉)가 확연하게 드러나는 스에키펡(須惠器風)의 초기작품을 통해 도예계의 총아가 되었으나, 곧바로 그 작품으로부터 탈피하여 흙의 생명력을 도자기 표면, 형태, 채색문양 등에 나타내는 창조적인 도예활동을 전개하였다. 그것은 전후 교토의 야기 카즈오(八木一夫) 등과 함께 현대도예의 선두를 형성하는 것으로 평가되고 있다. 또한 그의 존재는 마시코에 속속 들어와 도예 활동을 하는 작가들에게 큰 영향을 미쳤다. 그 대표적인 작가가 코이누마 미치오(肥沼美智雄), 세토 히로시(瀬戸浩), 사카다 신나이(坂田甚内), 미야자와 아키라(宮澤章), 타카무라 타카시(高村宜志), 히로자키 히로야(廣崎裕哉), 타카우치 슈고(高内秀剛), 나가쿠라 스이코(長倉翠子), 요시카와 미즈키(吉川水城), 나리요시 히토시(成良仁) 등이다. 그리고 1980년대 말부터는 자유로운 창작활동이 가능한 마시코의 이미지와 분위기가 널리 알려지면서 도쿄 예술대학(東京藝術大學) 등에서 전통공예를 배운 졸업생들이 마시코에 가마를 세우는 일도 나타나게 되었다. 이처럼 마시코의 현대도예는 하마다가 처음 마시코에 들어와 작품 활동을 할 때와는 비교할 수 없



을 정도로 다양한 모습을 띠고 있다. 오늘날의 마시코는 민예작가, 현대도예작가, 전통공예작가가 함께 활동하고 있는, 이미 민예 마시코도자기의 고장이라는 것만으로는 충분히 설명할 수 없는 곳이 되었다.

## 5. 지역활성화운동으로서의 마시코 민예운동

### 1) 일상용품 도자기에서 민예품 도자기로

일본의 지역활성화운동이 전국적으로 확산되는 직접적 계기는 1980년대 말 자민당 정권의 간판 정책인 ‘고향 되살리기 1억 엔 사업(ふるさと創生1億円事業)’이었다(홍성흡 1997). 이 정책이 지방을 중심으로 시행되기 이전부터 마시코에서는 민예운동을 통해 지역활성화를 이루고자 하는 자생적이고 활발한 ‘밑으로부터의’ 움직임이 있었다. 그 결과로 이미 1979년 8월 마시코도자기는 통산성에 의해 ‘전통공예품’으로 지정되었고 마시코는 1982년에 국토청에 의해 「전통적산업도시모델지구정비사업(계획책정)〈傳統的産業都市モデル地區整備事業(計劃策定)〉」의 대상도시로 선정되어 1983년 토치기현에 의해 「전통적산업도시모델지구정비사업계획(傳統的産業都市モデル地區整備事業計劃)」이 수립되었다. 「마시코—국제적으로 인정받는 전원문화도시를 목표로—(益子—國際的に評價される田園文化都市をめざして—)」라는 제목의 이 계획서는 전통산업의 보호와 기반을 강화하기 위해 전통산업을 중점적으로 육성함으로써 매력적인 지역만들기를 추진하는 것을 목적으로 하고 있다. 이를 위해 개성과 매력을 창출시키고 발전시키는 데 필요한 환경정비와 여러 관련시설정비에 드는 사업계획을 수립하여 마시코지역의 정비를 추진하는 계획을 담고 있다.

이러한 사업이 정부에 의해 추진될 수 있게 되기까지는 마시코도자기와 관련한 중요한 역사적 계기가

있었다. 앞에서 살펴본 도시락용기 수주가 마시코도자기의 대중화에 중요한 계기를 마련해주었다는 점이 매우 중요하다. 처음 도자기용기 수주를 받은 쓰카모토제도소는 생산량이 한정되어 있었기 때문에 마시코 내의 다른 생산자들에게 외주를 주어 수주량을 맞추었다. 그러던 것이 1950년대 중후반부터 조금씩 터널식 가마를 도입하면서 대량생산체제를 갖추게 되자 1973년경부터 더 이상 외주를 주지 않아도 되게 되었다. 외주를 받아 안정적인 경영을 하던 도자기생산자들은 경영상의 이점을 찾아 점차 민예도자기 생산으로 전환하게 되었다. 일상용품에서 민예품으로의 생산전환이 이루어진 것에 대해서는 「마시코 도자기의 진흥을 위해(益子焼振興のために)」라는 좌담회에서 구체적으로 언급되어 있다(「郷土新誌」, 1955년 12月号, 郷土新誌社). 우선 당시의 전반적인 상황에 대해 쓰카모토 다케시(塚本武)는 다음과 같이 개괄적으로 설명하고 있다. ‘마시코도자기의 현재의 생산고는 연간 약 7~8천만 엔으로 금년 상반기에는 그 중 60%가 민예품, 나머지 40%가 일상용품이지만, 작년에는 전자가 30%이고 후자가 70%정도를 차지하였다. 현재 예상하기로는 올해 적어도 민예품이 최소 50% 정도를 차지할 것으로 보이는데 내년에는 민예품 생산이 더욱 늘어날 것이다. 일반 업자의 경영상태……일상용품만을 생산해서는 거의 이윤을 낼 수 없거나 적자를 볼 수밖에 없는 상태이다. 이로 인해 민예품 생산으로 바꾸는 것은 어쩔 수 없다. 민예품은 애초 적자를 덜기 위해 시작한 것이었지만, 지금은 적자를 보지 않기 위해서 불가피하게 선택할 수밖에 없는 생산품목이 되었다.’ 또한 같은 자리에서 사쿠마 토타로(佐久間藤太郎)도 같은 취지의 이야기를 하고 있다. 따라서 1955년경에는 이미 마시코도자기의 중심이 거의 일상용품에서 민예품으로 바뀌었다는 것을 알 수 있다. 이러한 현상이 나타나게 된 가장 중요한 요인은 가격 면에서 민예품이 유리했을 뿐만 아니라 ‘가맛코’의 제조가 종래의 전통 가마(登窯)를 이용한 위탁방식에서 터널식 가마를 이용한 대량생산이 가능해져 수요에 대응할 수 있었기 때문이다.

도자기생산자들이 1960년대 중반부터 기존의 전통 가마 대신에 석유나 전기, 가스 등을 사용하는 새로운 형태의 가마들을 도입하면서 마시코의 가마수는 급속히 증가하였다.

소위 민예 붐이 불기 전에 '가맛코' 제조를 통해 비교적 안정적인 경영 기반을 구축할 수 있었고 1950년대 중반부터 비교적 안정적으로 민예생산으로 전환할 수 있었다는 점은 마시코에서 중요한 의미를 지닌다. 또한 '가맛코'를 통해 마시코를 몰랐던 사람들조차 알게 되었다는 점도 그 이후의 민예 붐의 시대를 맞이할 수 있는 좋은 환경을 조성해주었다. 그렇지만 민예품은 여타의 일용품과는 달리 중간 상인이나 도매상 등의 판매 루트가 없었기 때문에 일부 도예작가를 제외하고는 판로 때문에 어려움을 겪을 수밖에 없었다. 이러한 상황 속에서 도자기생산자들이 중심이 되어 1966년에 '共販센터'를 만들었고, 그 후 민예 붐을 타고 이 '共販센터'는 급속히 발전하게 되는 새로운 역사적 전기를 맞이하게 된다.

## 2) 산지직매(產地直賣)체계의 구축과 마시코도 자기청년연구회(益子陶磁器青年研究會)

1960년대 중반부터 마시코의 도자기산업에서 나타난 가장 획기적인 변화는 메이지시대 이래의 중간상을 통한 판매방식이 산지에서 직접 고객에게 판매하는 방식으로 바뀐 것이다. 특히 1966년의 '共販센터' 설립은 이러한 흐름을 결정적으로 보여주는 중요한 사건이었다. '共販센터' 설립에 대한 논의가 본격적으로 시작된 계기는 같은 해 5월 연휴에 '도자기시장' (陶器市)을 연 것이었다. 마시코에서는 1964년 도쿄에서 올림픽이 개최되면 많은 관광객들이 도자기를 보기 위해 방문할 것이라고 예상하고 1963년 7월 마시코역을 신축하고 판매점을 개축하는 등 많은 준비를 했다. 민예점 '마시코'의 주인인 타나카씨에 따르면 2차 대전 종전 후 미국인들이 가끔 마시코를 찾았기 때문에 특히 상인들은 많은 관광객이 찾아올 것이라고 큰 기대를 했었다고 한다. 그렇지만 실제 방문객은 그리 많지 않았다. 그런데 2년 후인 1966년 5월 연휴에 발족한 지 얼마 안 된 '共販센터'의 행사로



그림 2. 마시코의 주요 교통망

‘도자기시장’을 개최하자 예상 외로 많은 사람들이 찾아왔다. 당시에는 전국적으로 거의 선례가 없었던 행사였고 ‘共販센터’의 출자자들을 중심으로 검사를 받지 않은 여분의 도자기를 싼 가격으로 판매한 결과 당시 물자가 그다지 풍족하지 않던 시절이었기 때문에 큰 성공을 거두게 된 것이었다고 한다. 그 후 마시코에서는 토치기현의 대표적인 관광지인 닛코나 키누가와(鬼怒川) 등에 비해 관광자원이 부족하기 때문에 선전과 홍보에도 힘을 기울여 꾸준히 관광객을 불러 모으는데도 힘을 쏟았다. 당시에는 기차를 이용하여 마시코를 방문하는 이들이 많았기 때문에 1967년에는 모오카선(眞岡線)의 각 역의 광고판을, 이듬해부터는 도호쿠본선(東北本線)·조반선(常磐線)의 주요 역과 차량 안에 광고를 하였다(〈그림 2〉 참조). 그리고 마이카시대가 도래한 1978년경부터 일간신문(전국지 및 스포츠지)을 비롯하여 주간지와 월간지에 까지 광고범위를 넓혔고, ‘도자기시장’뿐만 아니라 ‘共販센터’에 대한 선전도 함께 펼쳤다.

현재 ‘共販센터’는 마시코도자기생산자공동판매 주식회사(益子燒窯元共販株式會社)가 경영하고 있는데, ‘共販센터’의 설립 초기에 주축이 된 이들은 1950년대 중엽부터 이미 민예도자기를 제작하기 시작한 도자기업자들과 ‘가맛코’가 생산되면서부터 민예도자기로 전환했거나 전환하고 있던 도자기업자들이었다. 이 회사의 주주는 처음 11명으로 시작하여 현재는 총 23명이다. 최초의 주주 중 약 반은 1957년 설립된 ‘마시코도자기청년연구회’의 구성원들이었다. 이 연구회는 ‘토치기현상공업청년연구(栃木縣商工業青年研究)클럽’에 속해 있었고, 민예운동의 이념을 지닌 도예가들도 일부 참여하고 있었다. 그리고 이 연구회에서는 조사연구·정보자료의 수집과 간행·강연·강습회 개최·연구발표·전시 품평회·선진지 시찰 등을 주요 활동으로 하고 있었다. 이 연구회와 ‘共販센터’는 직접적으로 아무 관련이 없지만, 연구회원 중 일부가 ‘共販센터’의 설립에 적극 관여했다는 점이 매우 중요하다. 이들이 마시코의 도자기산업과 도자기를 활용한 지역활성화운동의 향배를

결정하는데 중심적 역할을 하였던 것이다.

‘共販센터’에서는 도자기판매뿐 아니라 갤러리와 도예교실도 열고 있다. 1960년대 중반부터 마시코에 자리를 잡은 도예작가, 특히 젊은 작가들에게는 자신의 작품을 전시할 수 있는 곳이 절실하게 필요했다. 이러한 요구에 부응하여 ‘共販센터’에서는 갤러리를 개설하여 이들 작가들의 작품을 전시하고 그 자리에서 판매할 수 있도록 적극적으로 도와주었던 것이다. 1970년에 개설된 ‘共販센터’ 본점갤러리에는 월1인, 연12명을 전시하였으나 그 후 갤러리의 수가 늘어나서 현재 전시작품을 그 자리에서 판매하는 작가는 연간 100명을 상회하고 있다. 또한 1974년에는 도예교실용의 건물을 신축하여 관광객이 실제로 체험할 수 있는 기회를 제공하고 있다.

‘共販센터’와 함께 산지직매체계를 구축하는데 중요한 역할을 한 것이 마시코도예촌(益子陶藝村)의 설립과 쓰카모토제도소의 활동이다. ‘共販센터’의 설립을 주도했던 나리이 후지오는 ‘共販센터’의 성공에 힘입어 1978년에는 독자적으로 마시코도예촌을 설립하였다. 이곳에는 마시코도자기는 물론 마시코남염(益子藍染), 세계의 민예품 등의 판매점과 갤러리, 도예교실, 다방 등이 들어서 있다. 이곳은 마시코도자기를 중심으로 복합문화시설로서 기능하고 있다. 1864년 창업한 마시코 최대의 도자기제조업체인 쓰카모토제도소도 순조롭게 변창하면서 산지직매체계를 구축하는데 주도적 역할을 수행했다. 이곳에서는 1950년대 중반부터 연구생제도를 만들어 많은 젊은 도예가들을 길러내고 있다. 또한 1956년에는 처음 ‘가맛코’를 생산하였고, 현재 터널식 가마에서 연 260만 개의 각종 도자기를 양산하고 있다. 그뿐 아니라 마시코에서 최대 규모(1,500평)인 도자기판매장 겸 식당을 1986년 말 완공하여 경영하고 있고 여러 곳의 도자기작업장, 매장, 전시관을 운영하고 있다. 그리고 다른 도자기제조업체에서는 찾아볼 수 없는 견학공장도 가지고 있어서 많은 방문객이 찾고 있다.

### 3) 민관협력의 본격화: 1980년대 이후

현재 마시코의 전체 취업자 중 도자기 관련 취업자는 약 13.2%로, 도자기가 마시코의 상징이라는 점에서 그렇게 많은 숫자라고는 할 수 없다. 그렇지만 마시코 전체 생산액의 약 40%를 차지한다는 점에서 마시코에서 도자기산업은 매우 중요하다. 앞에서 언급했듯이 1979년 8월 마시코도자기가 통산성에 의해 전통공예품으로 지정되고, 1979년 8월에는 국토청에 의해 전통산업도시 모델지구로 지정됨에 따라 지자체에서도 본격적으로 지역활성화운동에 개입하기 시작하였다. 지자체에서는 도자기산업과 관련된 문화활동가들이나 산업체, 판매점들과 협력하여 다양한 사업을 전개하고 있다. 특히 관광산업의 진흥을 위해 각종 기반시설을 확충하는데 노력하고 있다.

이러한 지자체의 역할이 구체적으로 나타나기 시작한 것은 1980년대 초부터이다. 1980년 이전에도 지자체에서는 지역활성화운동을 지원하였으나 전면에 나서서 지원을 하기 시작한 것은 1982년의 '도자기시장' 부터이다. 애초 '도자기시장' 은 1966년부터 연1회 5월의 연휴기간 중에 열렸는데, 연중 거의 같은 시기에 쓰카모토제도소에서 아오바사이(靑葉祭)라는 비슷한 취지의 행사를 하였고 1978년부터는 마시코도예촌에서도 열리고 있었다. 그러던 것이 1981년 NHK의 아침방송에 마시코의 '도자기시장' 이 15분간 소개되면서 그 다음날부터 내방객들이 크게 늘어나는 일이 벌어졌다. 이것이 계기가 되어 민관 합동으로 '도자기시장' 실행위원회가 구성되어 주차장 설비와 도로안내판 등에 대한 검토가 이루어지게 되었고 1982년부터는 관광협회도 '도자기시장' 에 참가하게 되면서 각기 분산되어 치러지던 행사도 합쳐져서 지금과 같은 '도자기시장' 이 되었다. 지자체의 적극적인 지원 아래 1988년에는 100여 곳의 판매점이 이 행사에 참여하였고, 현재는 마시코의 거의 모든 판매점들이 이 행사에 참여하고 있다.

2008년 현재 마시코의 연간 관광객 수는 약 120만 명인데, 그 중 약 40%에 해당하는 50만 명가량이 10

일가량에 불과한 '도자기시장' 이 열리는 시기에 방문하고 있다. 짧은 기간 동안 많은 사람이 찾아오기 때문에 교통 혼잡이나 주차장 부족 등의 문제를 해결하기 위해 '도자기시장' 존을 설정하여 보행자만 다닐 수 있게 하거나 일방통행을 실시하고 있고 '도자기시장' 을 여러 장소에서 분산하여 여는 등 여러 방안을 '도자기시장' 실행위원회에서 마련할 수 있도록 지자체에서 지원하고 있다.

지자체에서 지역활성화운동과 관련하여 가장 역점을 두고 있는 것은 도자기를 활용한 관광사업을 지원하기 위해 각종 편의시설을 확충하는 것이다. 지자체의 관련 공무원들에 따르

면, 도자기판매점 경영주들은 도로나 주차장 등의 정비, 통일되지 못한 간판 등의 경관정비, 다양한 문화시설과 이벤트를 갖추기를 원한다고 한다. 이에 따라 지자체에서는 '도자기시장' 실행위원회를 통해 경관조례를 마련하여 도로망을 확충하고, 공원·주차장·공중화장실·각종 휴게시설·보행자도로 등을 여러 곳에 설치하였다. 그리고 전통도자기산업지구와 상가지구, 녹지지구 등을 나누어 특색 있는 경관을 개발하는 사업을 지속적으로 지원하고 있다.

이러한 지자체의 적극적인 지원은 마시코관광협회, '도자기시장' 실행위원회 등의 각종 행사위원회의 의사결정을 따르는 민관협력의 형태로 이루어지고 있다. 일견 이러한 체제는 마시코의 지역활성화운동이 민관의 긴밀한 협력을 통해 이루어지고 있는 듯이 보이지만 마시코에서 도자기의 상징성이 커질수록 지역주민들 사이에 이해관계에 따라 의견이 나누어지는 문제도 점차 뚜렷해지고 있다.

## 6. 나가며: 마시코의 지역활성화운동의 새로운 도전과 전망

전통도자기를 모티브로 한 마시코의 지역활성화운동에는 다양한 집단이 관련되어 있다. 처음에는 민에

활동가집단과 도자기생산업체 및 판매점들이 주로 관련되어 있었던 것이 지금은 지자체와 각종 사회단체들이 깊숙하게 개입되어 있다. 이러한 변화 속에서 관련 집단들 간에는 이해관계나 지역활성화를 바라보는 시각에 있어서 간극이 더욱 확연해지고 있다.

이러한 간극은 도자기산업과 관련된 지역 주민들의 내부구성이 복잡해지고 다양해졌기 때문에 나타난 것이다. 지역활성화운동 초기에 민예운동을 선도했던 그룹들은 지금도 여전히 중요한 역할을 수행하고 있지만, 외부로부터 마시코에 들어와 도자기와 관련된 일에 종사하거나 도자기산업과 무관한 일을 하다가 마시코도자기가 유명해지자 도자기산업에 종사하게 된 이들이 많아짐에 따라 그들의 영향력이 서서히 줄어들고 있다. 이는 도자기제조업과 무관하게 판매점만을 경영하고 있는 이들이 점차 늘어나고 있다는 점, 그리고 현재 마시코도자기 이외에 다른 지역의 도자기도 함께 판매하는 판매점이 대부분이라는 점, 민예 붐이 일어난 1960년대 중반 이후에 외부에서 들어와 도예활동을 시작한 도예가들과 판매점을 연 이들이 현재 다수를 차지한다는 점을 보더라도 쉽게 짐작할 수 있다. 이들 중 많은 수가 기존의 문화운동그룹과 보조를 맞추고는 있지만, 지자체의 지원을 받기 용이하다거나 내방객이 늘어 판매액이 늘어남에 따라 수익을 낼 수 있다거나 하는 ‘사업적 마인드’를 가지고 도자기산업에 뛰어들어 이들도 상당수에 이른다. 마시코도자기가 유명해지기 전부터 도자기산업에 종사하던 이들은 제조와 판매 및 문화 활동(도예교실, 전시회 등)을 연계하는 것이 일반적이던데 비해 새로 뛰어들어 이들은 판매에만 종사하는 경우도 많다. 따라서 이들은 서로 이해관계가 다를 뿐만 아니라 민예운동을 포함한 지역활성화운동에 대한 이해의 정도라든가 참여 정도에 있어서 차이가 있다.

도자기산업과 무관한 농업 등에 종사하는 토박이들은 관광지가 됨에 따라 교통사고 등이 발생하고 조용하던 곳이 번잡해졌으며 지자체의 각종 지원이 도자기산업에 집중되어 상대적으로 피해를 보고 있다는 불만을 지니고 있다. 또한 초기의 지역활성화운동

과정에서는 농한기에 토박이 주민들을 도자기 관련 시설에서 고용하여 소득을 올려주기도 하는 등의 배려를 해주었으나 최근에는 그러한 배려를 찾아볼 수 없다는 불만을 나타낸다. 비교적 민예운동의 전통을 유지하고자 하는 도예가들이나 판매점들은 도자기나 지역에 대한 애착이 없이 단순한 생활방편으로 뛰어들어 온 사람들에게 대한 불만을 공통적으로 지니고 있지만, 이들 사이에도 비교적 안정적인 판로나 경영조건을 지닌 사람들과 그렇지 못한 이들 간에는 간극을 발견할 수 있다.

현재 도자기판매점 중 비교적 규모가 큰 주식회사와 유한회사는 각기 2곳으로 총 4개에 불과하고, 대부분은 개인이 경영하고 있고 종업원 수가 2명 이하인 경우가 전체의 거의 2/3에 달한다. 또한 제조와 판매를 겸하지 않는 판매점도 약 1/3 가량 된다. 이러한 사실은 판매업자들의 경영규모가 전반적으로 영세하다는 것을 보여주는 동시에 경영조건에 따라 이해관계가 다르리라는 것을 짐작할 수 있게 해준다. 판매점에서 개최하는 전시회나 도예교실, 그리고 판매점들이 서로 협력하여 개최하는 ‘도자기시장’은 경험적으로 관광객과 판매액을 늘릴 수 있는 확실한 방안이다. 그렇지만 광고비 등의 부대비용이 들기 때문에 비교적 여유가 있는 판매점만이 할 수 있다는 점도 판매점 간의 경쟁이 치열해지면 도태되는 곳이 나올 것이라는 것을 말해준다. 실제로 일부의 판매점은 폐업을 하기도 하고 다른 판매점에 통합되거나 거의 수익을 내지 못하는 사례가 나타나고 있다.

비교적 경영규모가 큰 판매점들은 마시코도자기 이외에도 여러 곳의 다양한 도자기를 취급하는 전략을 취하고 있는 반면에, 소형 판매점들 중 일부는 전문점화 및 고급화 전략을 쓰고 있다. 이들은 고객의 거의 3/4 가량이 20~50대의 여성이라는 점을 고려하여 과거에 주력했던 다기(茶器)세트 대신에 모닝캡이나 커피잔 등을 주력상품으로 내놓기도 한다. 또한 인근 카사마(笠間)지역의 도자기판매점과 협력하여 체인점을 만들거나 특정 도예작가들의 작품만을 취급하는 특화전략을 쓰기도 한다. 그리고 취급하는 도

자기의 종류는 적지만 양질의 도자기만을 취급하고 민예점으로서의 특성을 좀 더 강화하는 전략을 쓰기도 한다.

앞으로 지역주민들 간에 나타나고 있는 이상하게 언급한 강극을 어떻게 조정하고 통합할 것인가에 따라 마시코의 도자기를 활용한 지역활성화운동은 매우 다른 모습을 띠게 될 것이다. 도자기와 관련된 지역 집단들을 통합할 수 있는 구심점 역할을 도예운동가 그룹이 담당하면서 지자체가 지원을 해나가는 방향이 가장 바람직할 것으로 생각한다. 그러나 도예운동가 그룹이 사회경제적 이해관계나 배경이 다른 다양한 관련 집단들을 선도할 수 있는지는 미지수이다. 다만 '도자기시장'을 비롯한 각종 사업에 많은 관련 집단들이 참여하고 있다는 점, 지자체의 각종 인프라 지원이 훨씬 구체적인 사업에 이루어지고 있고 늘어나고 있다는 점, 민예의 고장이라는 이미지가 여전히 유지되고 있다는 점에서 미래의 전망이 결코 나쁘지 않다고 평가할 수 있다.

마시코의 지역활성화운동은 민예품으로서의 특성을 강조하면서 상황에 맞게 끊임없이 혁신을 이루어 낼 수 있을지 아니면 관광을 통한 소득창출이라는 경제적 목표를 가장 중요한 것으로 설정할지에 따라 앞으로의 전망은 매우 달라질 것이다. 어떤 길을 택할 것인가는 전통과 현대, 지역 전체와 개인, 개발과 보존 등을 둘러싼 갈등과 타협의 양상, 지역성이나 중심부로부터 떨어진 주변으로서의 자기 인식, 지역 내부와 외부에 대해 부여하는 의미 등에 따라 결정될 것이다. 이는 도자기가 마시코의 지역활성화운동의 핵심소재가 되어 또 다른 전통을 만들어가는 과정이라고 말할 수 있다.

마시코의 전통도자기를 활용한 지역활성화운동을 다른 이글은 지역 집단들 간의 갈등이나 타협의 양상을 구체적으로 살펴볼지 못한 한계를 지니고 있다. 이러한 한계점에 대해서는 앞으로 별도의 논문을 통해 보충하고자 한다.

## 주

- 1) 현지에서는 나가시소멘이라고 부르는데, 흐르는 물에 국수를 넣어 젓가락으로 건져서 먹는 여름에 많이 먹는 음식이다.
- 2) 1864년 창업 이래 현재 150여 명의 종업원과 東京 이외의 여러 곳에 출장소가 있으며 연간판매액이 60억 엔가량 된다. 4대째의 塚本武는 30년간 益子燒協同組合의 이사를 역임하면서 1950년대 중반 연구생 제도를 마련하여 많은 작가들을 육성할 수 있는 기반을 마련하였다. 방문객들을 위한 제도공정의 견학코스과 도예교실을 운영하고 있으며, 1987년에는 판매점과 식당, 그리고 마시코의 도예작가들의 작품을 한 곳에 모은 공예관과 화가인 金田石城씨의 石城美術館으로 이루어진 현대식 건물을 지어 경영하고 있다.
- 3) 백점토로 구어 유약이나 잿물을 바르지 않은 다기나 그릇, 보통 담황색이나 옅은 회색을 띤.

## 참고문헌

- 홍성흠, 1997, "일본의 地域活性化 運動과 島嶼地域," 아시아文化研究, 창간호: pp.153-180.
- Hobsbawm, E. & T. Ranger, 1983, *The Invention of Tradition*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Moeran, B., 1985, *Okubo Diary: Portrait of a Japanese Valley*, Stanford: Stanford University Press.
- 橋本徹(Hashimoto, Tooru) 編, 1991, 地域を創る知恵: 町を活性化させる意識と發想, 東京: 學陽書房.
- 東海自治體問題研究所, 1984, コミュニティ活動入門, 自治體研究社.
- 本田昭一(Honda, Akikazu), 1987, 私たちの町づくり運動, 東京: 新日本出版社.
- 山崎充(Yamasaki, Michiru) 編, 1991, 豊かな地方づくりを目指して, 東京: 中央公論社.
- 松岡昌則(Matsuoka, Masanori), 1991, 現代農村の生活互助: 生活協同と地域社會關係, 東京: 御茶の水書房.
- 松井 健(Matsui, Takeshi), 2005, 柳宗悅と民藝の現在, 東京: 吉川弘文館.
- 乘本吉郎(Norimoto, Yoshirou), 1989, 過疎再生の原點: 物

的整備よりも人間つくりを, 東京: 日本經濟評論社.  
島岡達三(Shimaoka, Tatsuzou), 1976, 日本の陶磁 7—益  
子, 大阪: 保育社.  
横田克巳(Yokoda, Katsumi), 1992, 参加型市民社會論, 東  
京: 現代理論社.  
<http://www.town.mashiko.tochigi.jp> 益子町 홈페이지(최  
종열람일: 2009년 12월 4일)

교신: 홍성흡, 500-757, 광주광역시 북구 용봉동 300번지,  
전화: 062-530-2695

Correspondence: Hong Sung Heup, YongBong-Dong  
300, Buk-Ku, Kwangju, 500-757, Tel: 062-530-2695

최초투고일 2009년 10월 22일

최종접수일 2009년 12월 11일

## **Local Revitalization Movement through Revival of Traditional Ceramic Industry in Japan – A Case of Mashiko-cho in Tochigi-ken**

Hong Sung Heup\*

**Abstract** : This paper is an anthropological study on the regional revitalization movement by the traditional ceramic industry in Mashiko-cho, Japan. It especially deals with the issues like history of revitalization based on ceramics, ideological features and roles of core activist group, and adaptive strategies of local society to the ever-changing circumstances.

The ceramic industry of Mashiko-cho had developed vigorously in 19C, and had passed many critical points in 20C. In 1960s, the ceramic industry of Mashiko-cho developed stably through introducing of Mingei(民藝) ideology and artists. This is evaluated as a ‘bottom-up’ regional revitalization movement and a active utilization of traditional cultural resources.

In Mashiko-cho, the ideological leadership of cultural artist groups have been central roles in the regional revitalization movement. The representative cases are transformation of production of ordinary ceramics to production of Mingei ceramics from the middle of 1950s, official organization of core activist group and establishment of direct sale system by the producers in the middle of 1960s, and full-scale cooperation of private sector and public sector from the beginning of 1980s. Nonetheless the regional revitalization movement by the traditional ceramic industry in Mashiko-cho have come out well up to now, it should make new tradition which is well-matched to the ever-changing circumstances as seeing various and complex differentiation on the inside of local society.

**Keywords** : Mashiko-cho, the regional revitalization movement, traditional ceramic industry, Mingei movement and ideology, core cultural artist groups

---

\* Associate Professor, Dept. of Anthropology, Chonnam National University