

## 역사와 전통을 중심으로 한 관광의 생산: <아이즈복고회(會津復古會)>의 사례를 중심으로\*

권숙인

서울대학교 비교문화연구소

본 논문은 관광현상을 구성하는 제 요소 중 특히 관광의 생산이란 측면에 초점을 맞추고 있다. 관광이라는 행위가 성립하기 위해서는 관광대상지에 대한 이미지가 조직적으로 생산되고 공급되지 않으면 안된다. 이렇게 상품의 생산과 이미지의 효과적 연출이란 면에서 관광현상을 파악하는 것은 실용적 관심뿐만 아니라, 관광현상에 개입하는 여러 가지 사회문화적 역학을 읽어낼 수 있게 해준다. 요컨대 비슷한 관광자원도 각각의 맥락에서 다양한 방식으로 생산 혹은 연출될 수 있으며 그 결과 서로 다른 의미나 기호학적 이미지가 부여된다. 더불어 특정 방식으로 생산된 관광상품의 성공과 실패의 원인은 단순히 그 상품 자체뿐만 아니라 그것이 생산되고 소비되는 시대적, 사회적 맥락에 의존하는 경우가 많다. 따라서 특정의 관광생산 사례는 그것이 위치한 사회에 대한 중요한 분석적 통로가 될 수 있을 것이다. 본 논문의 구체적인 분석 사례는 일본 후쿠시마현 아이즈 지역에서 이 지역의 '역사'와 '전통'을 자원으로 상당히 성공적인 관광생산을 해 온 <아이즈복고회>라는 상인단체이다.

### I. 머리말

#### 1. 관광의 생산

관광이라는 현상은 관광대상과 이것을 공급하는 측과 소비하는 측(관광객)이 서로 연결되어 이루어지는 시스템이라 할 수 있다. 이 중에서 특히 관광의 생산이란 측면에 초점을 맞추는 것은 관광현상을 단순히 관광객들이 주어진 관광지나 관광상품을 감상하고 즐기는 것으로 끝나는 것이 아니라 그런 행위 이전에 개입하는 과정(이는 관광객들에 의해서 무시되거나 의식되지 않는 것이 대부분이다)까지 포괄하는 것으로 그 범위를 확대하여 고찰할 수 있게 해준다. 일찍이 맥켄넬이 “무대화된 고유성”(staged authenticity)이란 개념으로 적절히 포착했듯이 (MacCannel, 1989) 흔히 관광객들이 추구하고 경험한다고 믿어지는 고유성이란 것은 대개의 경우 “무대화된,” 혹은 연출된 고유성이다. 특히 현

---

\*이 논문은 1997년도 교육부 학술연구조성비(해외지역연구)의 지원을 받아 연구된 것임을 밝히둔다.

대처럼 이미지가 중요하게 여겨지는 시대에서는 관광산업이 성공하려면 특정의 관광자원 그 자체보다 그것을 어떻게 매력적으로 연출하여 특정의 이미지를 부여하는데 성공하느냐의 여부에 달려 있다고까지 말할 수 있다. 그런 의미에서 그 어느 때보다 관광을 생산이란 개념을 통해 분석할 필요성이 커지고 있다고 하겠다.

또 하나 지적해야 할 것은 관광의 생산에 주목하는 것은 단순히 실용적(practical) 관점에 국한된 분석을 의미하지는 않는다는 점이다. 즉 특정의 관광생산 사례를 통해 우리는 관광개발 혹은 관광마케팅상의 방법이나 효율성에 대해 분석할 수 있겠지만(한국에서 관광학이나 관광경영학의 주요 관심사는 주로 이러한 측면이다), 더 나아가 관광생산 과정에 개입하는 여러 가지 사회문화적 역학(socio-cultural dynamics)을 읽어낼 수 있다. 예를 들어 비슷한 관광자원도 각각의 맥락에서 다양한 방식으로 생산(연출)될 수 있고 그에 따라 서로 다른 의미나 기호학적 이미지가 부여된다. 더불어 특정 방식으로 생산된 관광상품이 성공을 거둘 경우 그 성공의 원인은 단순히 개발자체의 우수함에서만 기인하는 것이 아니다. 그것과 더불어 오히려 당시의 시대적, 사회적 맥락에서 특정방식으로 생산된 관광상품이 ‘히트’할 조건이 갖추어지지 않은 경우 성공을 보장받기란 매우 어려운 것이다. 나아가 관광의 생산과정에는 리더쉽의 성격이나 행사방식, 의사결정과정 등의 사회조직적인 측면이 반영되어 있으며, 특정의 이미지 만들기 과정이나 관광생산이 해당 지역사회/문화에 가져온 영향 등 단순히 관광 자체뿐만 아니라 관광이 위치한 사회에 대한 중요한 분석을 시도할 수 있다. 따라서 본 글에서는 필자가 현지조사를 한 관광생산의 사례를 통해 그 생산의 방법, 과정, 전략, 평가 뿐만 아니라 보다 포괄적인 사회문화적 의미들에도 주목하고자 한다.

## 2. 분석 사례

구체적으로 여기서는 <아이즈복고회>(會津復古會, 아이즈훗꼬까이, 이하 아이즈복고회, 혹은 줄여서 복고회라 칭함)의 사례를 분석한다. 아이즈복고회는 1971년 일본 후쿠시마(福島)현 아이즈와까마쓰(會津若松)시를 중심으로 해서 인근의 18개의 점포가 모여 전통을 계승하고 지역진흥을 도모한다는 목적으로 발족된 단체이다. 이후 이 단체는 25년 이상 존속해오며 여러 가지 다양한 활동을 전개해 전국으로부터 주목을 받으며 아이즈 관광에 커다란 영향을 끼쳐왔다.

아이즈복고회의 사례는 관광의 생산이란 쟁점과 관련해 특히 다음의 몇 가지 면에서 유용한 분석 사례를 제공한다. 첫째, 1970년대 이후 일본 국내관광에서 한가지 커다란 유형은 전통관광, 혹은 향수(노스탈지아) 관광이라 칭할 수 있는 것으로 복고회의 사례는 이런 유형의 관광이 어떻게 생산되고 어떤 배경 하에서 유효한 상품으로 연출되는가를 보여줄 수 있다. 근대화 이후 관광이 전체 지역경제에서 중요한 산업으로 위치해 온 아이즈 지방의 경우 관광을 포괄하는 대개념이 전통, 역사, 문화 등인데 복고회의 경우

아이스 전통을 지킨다는 슬로건 하에 나름대로 독특한 방식으로 이 지역의 관광을 생산해 왔다.

두번째는 그동안의 영향력이란 측면과 관련된다. 이미 27년의 역사를 쌓아 온 이 단체는 아이즈의 관광진흥에 커다란 실적을 남기며 성공적으로 관광생산을 담당해 온 것으로 간주되며, 지역사회의 구성원들에게는 물론 이 지역을 찾는 관광객들에게 상당히 지명도 있는 단체로 인지되어져 왔다. 어떤 요인들이 이 단체의 장기적인 성공을 가져오게 했는가는 그 자체로 흥미로운 주제이다. 예컨대 이 단체의 지도자의 성격, 의사결정과정이나 자원의 개발과 연출 방식, 나아가 이들이 성공을 거둔 보다 포괄적인 사회문화적 배경 등을 분석할 수 있을 것이다.

세번째는 보다 최근의 변화와의 관련성이다. 최근의 세계화/지방화 경향의 가속화와 특히 90년대 들어 본격화된 장기 불황은 일본의 지역사회로 하여금 자신들의 존재방식, 생존전략 등에 대해 진지한 재고를 할 것을 요구하고 있다. 이 점과 관련해 아이즈복고회는 특히 최근 몇 년 사이에 그 목표나 '철학'이 지역내외에서 상당한 호응을 받으며 재조명되고 있다. 뒤에서 보다 상세히 논의되겠지만 '복고회 방식'의 관광개발 혹은 지역활성화가 결국은 지역사회가 앞으로 설정해야 할 방향이고 앞으로의 관광유형의 큰 맥이 될 것이란 평가와 전망이 널리 공유되고 있다. 그런 면에서 이 단체의 사례는 앞으로의 일본 국내관광의 한 방향을 전망해 볼 수 있게 할 뿐만 아니라 앞으로의 지역사회의 존재방식과 가치관의 변화를 예측할 수 있게 해준다.

네번째로 복고회의 이러한 성공과 이들의 업적에 대한 평가는 관광의 생산이 단순히 관광상품의 개발이나 '상술'에 그치는 것이 아니라 지역사회의 가치관이나 문화형성에도 긴밀하게 영향을 줄 수 있음을 시사한다. 이 글에서는 복고회의 사례가 지역사회에 가져온 영향도 함께 분석하도록 한다. 다른 한편 역설적이게도 지역내외에서 인정을 받아오는 시점에 복고회는 내적으로 분열의 위기를 경험하고 있다. 그 이면에는 관광을 비롯한 일본사회 전체의 변화라는 맥락이 있으며, 따라서 이 사례를 고찰함으로써 일본사회의 변화와 그에 따른 '관광문화'의 변화를 추적해 볼 수 있을 것이다.

## II. 아이즈복고회(會津復古會)

### 1. 세팅: 아이즈 와까마쓰

아이즈복고회 활동의 근거지인 아이즈 와까마쓰시는 일본 동북지방 후쿠시마현의 서쪽을 차지하고 있는 아이즈 지방의 중심도시이다. 도쿠가와 시대를 통해 아이즈번(藩)은 23만 석(石)을 자랑하는 전국 유수의 번이었으며, 동북지방에서는 센다이번 다음의 규모를 자랑하고 있었다. 지난 수십년 사이에 관광은 아이즈의 주요 산업으로 대두되어 왔는데 이는 주로 과거에 아이즈가 강력한 번이었다는 점과 메이지유신(明治維新, 1868) 미

명에 경험한 보신전쟁(戊辰戰爭, 1868-1869)이라는 역사적 사실 때문이다. 메이지유신 당시 아이즈번은 쓰러져가는 도쿠가와 막부 편에 서서 왕정복고를 내세우는, 당시 조슈·사쓰마번(현재 야마구찌와 가고시마현) 중심의 서남 일본 '신정부군'에 대항해서 끝까지 싸웠다. 아이즈는 여기서 참패를 당하고 수개월간 지속된 전투는 유명한 '백호대 비극'<sup>1)</sup>을 비롯해 많은 비극을 발생시켰다. 100여년 이상 세월이 지난 지금 보신전쟁과 아이즈의 비극은 흔히 아이즈지방 내외에서 이곳을 상징하는 가장 대표적인 상징이자 나아가 일본의 주요한 전통이라고 여겨지는 '사무라이 정신'의 정수를 보여주고 있는 것으로 간주된다. 더불어 이 특수한 역사는 아이즈 관광에 있어 가장 매력적이고 극적인 자원으로 기능하고 있다. 이외에도 아이즈의 오랜 역사는 불교미술을 비롯하여 특별한 주목을 받아 마땅한 문화적·역사적 유산을 풍부하게 남겼고 훌륭한 자연환경도 좋은 관광자원으로 활용되고 있다.

특히 도쿠가와 시대 줄곧 성하도시(城下町, 봉건시대 영주의 성이 위치하던 곳으로 정치, 경제, 행정적으로 전체 번의 수도였다)였던 아이즈와까마쓰시는 아이즈 관광에 있어서 중심지로 존재한다. 칠기제조업이나 양조, 농업 등 이 지역의 '전통적 지방산업'을 비롯해 다른 많은 산업들이 경기후퇴 내지는 정체를 경험해 온 것과는 대조적으로 관광은, 적어도 90년대 들어 불황이 계속되기 전까지는, 지속적인 성장을 보여왔으며 현재 이 도시의 가장 중요한 산업의 하나이다. 아이즈와까마쓰시는 사실 <히가시야마 온천>이나 <아시노마끼 온천>과 같은 다른 관광자원도 가지고 있으며 매년 이 온천을 찾는 관광객 수도 상당하다. 그럼에도 불구하고 와까마쓰시를 '관광도시'라 부르는 것은 이곳이 유명한 '역사와 전통의 도시'인 까닭이다. 언급한 바대로 오랜 기간 성하도시였던 점과 보신전쟁과 같은 극적인 역사는 이곳에 관광자원화 할 수 있는 역사적, 문화적 유산을 풍부하게 제공하였다. 그러나 하나의 관광자원으로서 '역사와 전통의 도시'라는 것은 단순히 주어진 것이 아니라 공적·사적 노력에 의해 지속적으로 (재)구성되는 것이다. (재)구성된다는 측면은 와까마쓰 성하의 대부분이 보신전쟁 중에 소실되어 버렸다는 점을 고려할 때 더욱 중요시해야 할 측면으로 부각된다. 이 (재)구성 과정에는 지역정부뿐만 아니라, 사적 부문, 관련 단체들, 관심있는 개인들의 공동의 노력이 경주되었으며, 오늘날까지도 이 도시의 관광개발에 있어서 공(公)과 사(私)의 구분은 모호해질 때가 많거나 흔히 협조와 공동보조를 취한다. 본고에서 고찰하고자 하는 <아이즈복고회>의 경우도 와까마쓰를 오늘날의 관광도시, 혹은 역사와 전통의 도시로 생산해 내는데 있어 중요하고도 독특한 기여를 한 주체이다.

1) 보신전쟁 당시 아이즈번은 상황이 위급해지자 평소 예비군으로 편성된 16세에서 19세 사이의 소년 무사들로 구성된 '백호대(白虎隊)'까지 전장에 내보내게 된다. '백호대 비극'은 이렇게 전쟁에 나갔던 한무리의 백호대원들이 전투에서 패한 후 퇴진하다가 멀리 화염에 휩싸인 성을 보고는 (실제는 성 앞의 민가가 불타는 것이었다) 19명이 집단으로 할복자살한 사건이다.

## 2. 아이즈복고회와 전통문화의 파수꾼

관광생산의 주체는 매우 다양할 수 있는데(국가, 지방자치체, 주민단체, 개인 등등) 아이즈복고회의 경우는 특히 민간주체에 의한 성공적인 사례를 제공해준다. 따라서 우리는 이 단체의 사례를 통해 성공적인 관광개발에 필요한 조건이 무엇인지, 이 단체의 그간의 활동이 지역사회와 외부에 가져온 영향이 무엇인지를 살펴볼 수 있다. 또한 분명한 것은 관광이라는 문화적 현상은 단지 어느 한 요소로만 결정되거나 성립되는 것은 아니다. 지난 25여년간 아이즈 복고회가 “성공적이었다”고 한다면 이는 단순히 그 단체의 구성원이나 리더들의 아이디어와 역량에 기인한 것만이 아니라 그 당시의 전체사회의 욕구와 열망을 아이즈복고회가 채워줄 수 있었음을 의미하는 것이다. 그러므로 아이즈복고회라는 사례는 일본이라는 보다 넓은 사회의 거시적인 변화와 이 변화와 불가분의 관계 속에서 역시 변화해 가는 지역사회의 모습을 고찰해 볼 수 있는 좋은 시점을 제공한다. 본고에서는 그간 아이즈와까마쓰시를 중심으로 해서 복고회가 전개해온 관광 개발 활동이 어떤 것인지를 먼저 살펴보고, 나아가 이 단체의 사례가 보여주는 일본 전체사회 속에 관광, 특히 지역관광과 전통관광에 대한 수요가 어떤 식으로 변화해 왔는지를 고찰할 것이다. 최근 <복고회>는 분열의 위기를 겪으면서 98년 봄 재편되는 등 구조적 변화를 겪고 있는데 이런 변화가 시사하는 점도 살펴볼 것이다.

### (1) 역사

아이즈복고회의 역사는 27년 전으로 거슬러 올라간다. 복고회가 발족된 것은 1971년 9월, 당초 회원은 18점포였다. 1970년 당시 아이즈에는 “경제흑선(經濟黒船)”<sup>2)</sup>이라 불리는 대형상점들의 진출이 계속되면서 현지 상점가에는 위기의식이 강해지고 있었다. 토착 백화점이었던 <와까마쓰 백화점>이 후쿠시마시에 본점을 둔 체인 백화점인 <나카고 中谷>에 매수되었고, <大善백화점>이 역시 대형 체인유통점인 <니찌이>로 흡수되고, 또 다른 대형 체인유통점이 와까마쓰에 점포를 여는 등 현지의 소매업자를 곤경으로 몰아넣고 있었다.

지역중소상점가의 일반적인 반응은 너도나도 점포를 ‘근대화’ 시켜 대형점에 대항한다는 것이었다. 그 중에는 창업된 지 200년이 넘는 칠기전문점 <스즈끼야리헤이, 鈴木屋利兵衛>와 1624년에 창업된 죽세공품과 민예품 가게인 <다케토우, 竹藤>도 포함되어 있었다. <스즈끼야리헤이>는 흙회벽으로 지어진 점포건물을<sup>3)</sup> 부수고 근대적 빌딩으로 개

2) 1859년 미국의 페리제독이 “흑선”을 타고 나타나 일본의 개항을 요구한 것에 빗대어 한 표현.

3) 흔히 “구라즈꾸리(蔵造り)”라 불리는 건축양식으로 두터운 흙벽으로 지어진 건물에 외벽엔 흰색 회칠이나 흑색을 칠한다. 습도나 온도를 비교적 일정하게 유지할 수 있어 예전부터 아이즈지방의 특산물인 칠기제조공방은 거의가 이런 식으로 지어졌으며, 그외에도 점포나 창고 건축에도 쓰였다. 현재는 향수와 낭만을 불러일으키는 복고풍의 ‘특별한’ 건축양식으로 여겨지고 있다.

조할 계획에 있었고 <다케토우> 역시 오래된 점포를 부수고 주차장을 만들 생각을 하고 있었다. 차후 복고회 창립과 활동에서 줄곧 리더가 되는 이가라시 다이스케(五十嵐大祐)는 이 이야기를 듣고 직접 양 점포의 주인을 만나 반년에 걸친 설득 작업을 벌였다. 결국 <스즈끼야리헤이>는 마음을 바꾸어 이미 설계도까지 만들어진 빌딩건설을 단념하고 흠벽을 수리·복원하여 당시까지 취급하던 칠기뿐만 아니라 아이즈 민예품도 취급하는 점포로 재출발하기로 하였다. 곧이어 시작된 개조작업 중 원래의 흠벽에 나중에 덧붙인 것들을 제거해 가다보니 느티나무로 된 굽은 기둥에 칼자국이 남아있는 것이 드러났다. 조사해보니 보신전쟁 당시 이곳을 숙소로 삼아 머물고 있던 조슈번의 병사가 칼이 잘 드는가를 보기 위해 베어본 자국이었다. 그 후 아이즈복고회 팸플릿에 게재된 이 가게의 소개 난에는 항상 이 사실이 명시되어 있으며 이곳을 찾는 관광객들 중 이 기둥과 칼자국을 확인하는 사람들이 적지 않다고 한다. 그 후 이 가게는 <아이즈에, 會津繪>라 불리는 당시엔 이미 전통이 끊긴 “진짜” 아이즈 칠기를 발굴, 복원시켰으며 점포 안쪽에 민예품 전시관도 갖추고 있다. 이렇게 해서 복고회의 제1호점이 만들어졌다.

이가라시는 계속해서 백호대 센베를 팔고있는 <혼케나가몬야, 本家長門屋>를 설득하기 시작했다. 이 가게는 嘉永5년에 발간된 직종별 <會津五副對, 아이즈 베스트 화이브>의 과자부문에 선정된 노점포인데, 이가라시는 이곳의 주인에게 그리운 옛날의 손맛을 느낄 수 있는 아이즈 전래의 막과자들을 부활시킬 것을 설득하였다. <다케토우>도 계획을 바꾸어 예전의 점포를 그대로 살리고 아이즈에 전해 내려오는 이 지방 고유의 민예품 등을 복원·제조하면서 오히려 ‘옛날 것’ 지향으로 방향을 바꾸었다. 이 일을 계기로 아이즈 복고회가 결성되게 되었다.

1971년 9월 이가라시 다이스케와 <스즈끼야리헤이>, <혼케나가몬야>, <다케토우>를 포함해 서로 다른 업종의 열여덟 점포가 모여 전통을 계승하고 지역진흥을 도모한다는 목적으로 <아이즈복고회>를 발족하였다. 대형점의 공격이 거세어지던 당시 상황에 대한 이들의 대책은 대형점과는 반대의 방식, 즉 옛날 식의 점포구조를 갖추고 “진품”의 상품들을 진열하고, 고객과는 직접 대면하면서 대화를 통해 고객의 필요에 가장 잘 부응하는 상품을 판매하는 서비스에 만전을 기하는 상법 등이었다.

그 후 복고회의 소문이 퍼져나갔고 “오래된 가게를 활용해서 상품을 팔고 있는 복고회를 보고싶다”는 신청이 관광객들로부터 끊이지 않았으며, 현재까지도 복고회에 가맹해 있는 가게를 방문하면서 시내를 걷는 것을 즐기는 관광객이 꽤 많이 있고 연수를 위해 단체로 오는 경우도 있다고 한다. 1991년에는 <전국경관보존연맹>과 공동으로 <전국경관세미나>(1991)를 개최한 적도 있다. 이런 과정을 통해 복고회는 전국의 주목을 받으며 아이즈 관광에 커다란 영향을 끼치는 등 공헌을 해왔다. 1993년에는 전통계승과 지역진흥을 간관으로 하여 전국에서도 특이한 협동조합 형태로 조직을 바꾸어 신용강화를 꾀해왔다. 복고회는 1996년 그 공로를 인정받아 “마찌오코시(지역진흥)상”으로 국토청장의 상을 받았다.

## (2) 이가라시 다이스케란 인물

본고에서 고찰하는 사례는 아이즈복고회라는 ‘단체’에 의한 활동이라고는 하지만 복고회는 사실 이가라시 다이스케라는 ‘개인’을 떠나서는 생각할 수 없는 단체이다. 위에서 언급했듯이 1971년 당시 복고회가 발족되는데 핵심적인 역할을 한 것도 그였으며, 이후 이 단체가 벌여 온 여러 가지 활동의 아이디어를 제공하고 추진해 온 중심인물도 바로 그였다. 지역주민이나 언론은 복고회를 “이가라시 사숙(私塾)”, 혹은 복고회가 실천해 온 활동의 중심이념을 “다이스케학(學)”이라고 칭하기도 하는데 이는 다 그동안 복고회 활동에 있어 그가 가지는 무게를 두고 하는 말이다. 최근 복고회 분열(뒤에서 상술)에 대해 논하면서 다음과 같이 평을 하고 있는 한 지역 잡지에서 이가라시 다이스케란 인물에 대한 지역주민들의 평가를 읽을 수 있다.

아이즈 복고회는 창립 25주년, 이가라시씨의 상업철학에 찬동하는 사람들이 가업을 복고풍으로 바꾸고 독자의 스타일을 만들면서 “불황을 모르는” 발전을 해왔다. <다이스케학>이라고도 불릴만한 이 상업철학은 근대화 노선 만능의 상황에서 이가라시란 한 개인의 “특별한 재능”이 발휘되고 이에 찬동하는 사람들이 증가함에 따라 시내의 경관(町並み) 자체가 변화할 정도의 영향을 가져왔다. 사실 25년간의 복고회 활동을 통해 이가라시씨는 <전국경관보존연맹> 회장에 선발되어 현재까지도 그러했지만 한층 더 전국의 “경관보존” 운동에 공헌하고 있으며 늙었다는 느낌도 전혀 주지 않고 있다. <경관보존연맹회장>이라는 직책은 어떤 의미에선 시장보다도 훌륭하다. 그 발상과 식견이 발명가의 그것처럼 참신하여 “무(無)에서 유(有)를 창조할” 정도로 사물의 가치관을 전환시키는 힘을 가지고 있다. 현청에 관광부장이 있지만 이가라시씨는 그 지위 이상의 역할을 해왔다... 33곳의 점포가 소속된 이 단체는 관광아이즈의 메카를 형성해 왔다 (福島政經, 1997.12.5).

이가라시(家)는 대대로 아이즈번 성하도시에서 니지야지로자에몽 (二字屋治郎左衛門)이란 이름으로 어용(御用) 다상(茶商)을 하고 있었는데 보신전쟁 후에 와까마쓰시 인근의 코오리야마(郡山)로 이주해서 이가라시 다이스케는 그곳에서 태어났다. 그는 니지야지로자에몽 9대째를 이으며 과자점 <아이즈아오이, 會津葵><sup>4)</sup>를 창업, 운영하고 있다. 1920년에 출생한 이가라시는 이제 80을 바라보는 나이에 불구하고 나이보다 훨씬 젊어 보이고 아직 왕성하게 활동하고 있다. 더군다나 아이즈복고회뿐만 아니라 1993년부터는 전국적으로 68개의 단체가 회원으로 있는 <전국경관보존연맹>의 회장이 되어 아이즈 지역을 넘어서도 역할과 기여를 인정받고 있다. 필자와의 두 차례에 걸친 인터뷰에서

4) 일본어로 “오카시아”라 칭해지는 가게는 우리말로 “과자점”이라 번역이 되겠지만 실제로 다양한 종류의 가게들, 예컨대 ‘서양식’의 케이크 전문점에서부터 전통막과자나 사탕류를 주로 파는 가게 등 여러가지로 구분이 가능하다. <아이즈아오이>의 경우 주로 일상적으로 차를 마실 때 곁들일 수 있는 작게 포장된 일본식 케이크류나, 정식 다도(茶道)때 쓰이는 고급 일본식 과자를 전문으로 한다. 또한 ‘접시꽃 무늬’를 의미하는 아오이(葵)는 도쿠가와 시대 도쿠가와 가문을 상징하는 무늬였는데, 아이즈번의 영주인 마쓰다이라(松平)가는 도쿠가와가의 친척인 관계로 이 무늬를 사용하는 것이 허락되고 있었다. 즉, 이가라시의 가게 상호가 <아이즈아오이>인 것 자체가 아이즈의 역사를 담은 것이다.

그는 자신이 복고회를 조직하고 활동을 지속해온 뿌리에는 “민예운동”과의 연관이 있음을 지적하였다. 아이즈복고회 창립 25주년을 맞아 <후루사토산업오코시>라는 뉴스레터에 쓴 이가라시의 글은 자신의 ‘철학적’ 배경에 대해 다음과 같이 설명하고 있다.

태평양전쟁이 끝나고 패전의 쇼크로 망연자실 암담했던 시기를 겪었다. 그러던 와중에 서 마음을 받쳐준 것은 미야자와겐치(宮澤賢治)의 <비에도 굴하지 않고>란 사상이었으며, 이에 덧붙여 손으로 하는 일의 미학을 역설한 야나기무네요시(柳宗悦)의 민예운동이었다. 민예란 민중공예를 의미하는 것으로 직인의 손 일에는 꾸밈없는 미가 존재한다는 것이다. 그것은 유럽에서 일어난 산업혁명, 기계화에 의한 대량생산에 대해 손으로 만든 민중공예의 미학을 역설한 사상이었다. 실용생활도구를 열심히 만드는 무명의 직인에게 감사하고 그것을 애용하는 풍요로운 라이프스타일을 제안했던 최초의 사람이 야나기였다. 역사는 항상 ‘승자는 패자의 민족적 문화, 습관과 언어, 풍속까지 말살한다’는 사실을 보여준다. 보신 전쟁의 참담한 기억이 남아있는 아이즈에 사는 나는 민예운동에 촉발되어 1953년 후쿠시마현 민예협회를 설립, 더불어 <아이즈 맛있는 집 모임>를 발족, 전통적 민공예와 향토요리 등 지방문화를 지키고 육성하는 활동을 전개했다... 1970년 경제혁신의 내습이라고도 할 유통 대형점의 진출에 직면해 아이즈 현지 백화점 두 개가 무너지는 것을 눈앞에서 지켜보며 그런 위기 속에서 살아남기 위해 일어난 것이 아이즈복고회였다. 목표로 한 것은 아이즈 이외의 곳에서는 구할 수 없는 가치있는 것을 전승하는 자부심 강한 노점소(老店舗, しにせ)를 결속하고 집단으로 만드는 것이었다. 당시는 아직 아이즈에 성하도시의 역사와 아름다운 경관과 풍정이 넘치고 있었고 인근 농산어촌은 자연환경과 전원풍경의 소박함이 농후하게 남아있던 시절이었다. 그러나 일본은 공업입국, 경제대국을 목표로 열도개조의 목소리와 함께 도시 계획의 이름 하에 오래되고 아름다운 것들을 부수어 버리고 조악한 모습을 한 새것으로 대체해 왔다. 그런 과정이 전후 50년 동안 계속되며 이 나라는 대 변모를 겪어 왔다. 일본인이 일본인이 아니게 되었고 아름다운 일본은 사라져가고 있다.

아이즈복고회가 결성된 후 이가라시는 실질적으로 복고회 활동의 아이디어를 내고 여러 가지 독창적인 활동을 벌여갔다. 예컨대 그 자신이 운영하는 과자점의 경우 가장 대표적인 상품으로 <카스테앙, 아이즈아오이>란 것이 있다. 이것은 카스테라 속에 붉은 팔이나 과일로 만든 속(앙꼬)을 넣어 가로 세로 각각 5센티 정도의 사각형 모양으로 만든 것인데 보통의 카스테라와 달리 속(앙꼬)을 넣은 것이 특이한 것으로 간주되고 있다. 이가라시 자신은 이것에 대해 일본 것(앙꼬)에 서양 것(카스테라)을 합쳐 구미인들이 생 각지 못한 독창적인 것을 창조해 낸 것으로 강조한다. 이런 식으로 미의식을 가미하며 독자적인 상품을 창작하는 것은 단순히 장사에 도움이 될 뿐만 아니라 생활문화에도 공헌할 수 있는 일이라고 말한다. 실제 그는 복고회 결성 직후 복고회 소속 점포를 대상으로 <일점일품, 一店一品> 운동을 시작하였다. 이는 선조로부터 전수한 좋은 상품을 더욱 갖고 닦고, 나아가 새롭고 독창적인 상품을 한가지씩 개발하자는 것으로 오이타(大分)현의 <일촌일품, 一村一品> 운동보다 훨씬 전의 일이다<sup>5)</sup>. 이렇게 개발된 훌륭한 상

5) <일점일품운동>은 1979년 규슈 오이타현에서 시작되어 <무라오코시> <지역활성화> 운동의 효시로 전국적으로 그 영향이 퍼져나간 유명한 캠페인이다. 기본발상은 각 자치체가 한가지씩 특산물을 개발하여 지역활성화의 근거로 삼자는 것이었다.

품들을 예전의 상점에서 그러했듯이 정성을 다해 손님께 소개하고 팔게 되면 반드시 이는 성공하게 되어 있다는 것이 이가라시의 믿음이었으며, 그는 이런 방식이야말로 대형 점에 대응할 수 있는 가장 좋은 방법이라는 확고한 신념을 견지하고 있다. 상기한 대로 그의 이념과 철학은 북고회를 통해 실천되었고 아이즈관광에 커다란 공헌을 한 것으로 평가되고 있다.

현재 북고회는 분열의 위기에 처해 있고 탈퇴자들은 탈퇴의 이유를 이가라시의 ‘독선’으로 돌리고 있지만 탈퇴자까지 포함해 대부분의 사람들은 그가 “선구자적 존재”이며 분명한 철학을 지닌 “개성 강한 사람”이라는 점, 그리고 그로 인해 그동안 많은 공헌을 해왔다는 점을 인정한다. 그의 개성과 선견지명을 보여주는 에피소드는 여러 가지가 있으나 필자가 현지조사시 묵고있던 집주인 아저씨가 들려준 이야기도 이가라시 다이스케란 인물의 특징적인 단면을 잘 보여주는 것이라 생각된다. 지금으로부터 약 20여년전에 이가라시는 자기 가게 앞을 흐르는 수로의 복개 계획에 반대해서 개인적으로 시를 상대로 재판을 걸었다. 아름다운 도시경관을 망친다는 것이 그의 주장이었다. 결국 그는 재판에서 졌고 수로는 복개되었다. 그러나 20여년이 지난 지금 이 이야기를 해준 시청 직원은 “지금 생각해보니 그가 맞았다”는 말을 털어 놓았다고 한다. 현재는 예전에 복개한 수로를 원상복귀시키는 시대인 것이다. 더불어 뒤에 상술되겠지만 와까마쓰시 행정당국을 비롯해 관련 민간단체가 현재 가장 힘을 기울여 시도하고 있는 것이 도시의 경관을 중심으로 한 체형 관광인데, 이것이야 말로 이가라시가 오래전부터 주장하고 실천해 온 것이었다.

### (3) 아이즈북고회의 관광생산

발족 당시 아이즈북고회는 상기한 과자점 <아이즈아오이>, 칠기 및 민예품 전문점 <스즈끼야리헤이>, 아이즈 전래의 막과자(駄菓子, だがし) 전문점 <혼케나가문야>를 비롯해 총 18개의 특색있는 점포들로 구성되어 있었다. 이후 회원전원일치의 찬성이라는 까다로운 심사를 거쳐 회원수가 증가해서 1996년경이면 33개로 회원 수가 증가한다. 이 중에서 위의 세 점포 이외에 지역내외로부터 인기가 높은 몇 점포를 소개해 보도록 하자. 물론 이런 소개는 관광객들이 잘 준비된 팸플릿이나 여러 가지 관광가이드북을 통해 반복적으로 접하는 정보이다.

1624년 창업된 <다케토우>는 죽세공품을 중심으로 한 민예품을 전문으로 하고 있다. 옛날부터 아이즈는 술을 많이 먹는 곳으로 대나무는 술통으로 대량 소비되고 있었다. 현재의 점포는 아이즈에서 가장 오래된 상업건축물로 약 160년 성상을 꺾어낸 것이다. 그 옛날 에도시대의 점포건축 모습을 잘 보여주는 이곳에서 흥미로운 것은 기둥(예전에 손님들이 가게 일을 보는 동안 소와 말을 묶어놓은 곳)의 한 곳이 마모되어 둥그렇게 패인 자국이 남아있어 에도시대의 옛날 풍경을 떠올리게 한다. 이 가게가 위치한 이찌노마찌(一之町)거리는 도쿠가와 시대 아이즈 전체에서 가장 변화가로 아이즈 상인들은 이곳에

가게를 내는 것이 소원이었다고 한다. 죽세공을 비롯해 민예품, 주인이 직접 만드는 아이즈 전래의 연 <토진타코, 唐人たこ>를 판다

<시부카와 돈야(問屋)>는 원래 명치기에 창업한 해산물 도매상이었다. 그후 유통의 변화로 폐점상태로 버려졌던 건물을 이용해 현재의 주인이 향토요리점과 여관을 시작했다. 여성전용여관으로 운영하다가 94년 별관을 지어 남성도 숙박할 수 있게 되었는데 이곳을 찾는 사람들은 명치시대 대점포의 흔적과 역사를 여러 구석에서 느낄 수 있다. <쓰루이쓰쓰(鶴井筒)> 명치 30년대에 지어진 대지주의 저택을 1972년에 이축한 아이즈 요리점이다. 본격적으로 갖추어 만든 주 현관과 신분에 따라 사용이 구분되었던 이로리가 세 개나 있는 호쾌한 이 건조물은 그것만으로도 감상거리를 제공하며, 이층과 3층 일부를 이용해서 일본에서는 드문 네팔 박물관을 병설하고 있다. <에비야>라는 이름의 장어 전문 음식점은 4대째 이어져 내려오는 장어요리 전문점으로 장어와 아이즈의 질 좋은 쌀로 지은 밥을 절묘하게 조합하고 여기에 비전(秘傳)의 소스를 가미한 것으로 역시 호평받는 가게이다. 그 외에도 개성 풍부한 향토요리 전문점, 아이즈 목면을 전문으로 취급하는 직물가게, 메밀국수 전문점, 된장가게, 주조장 등등 다양한 업종의 점포들이 구성원으로 되어 있다.

북고회에 의한 관광 생산의 핵심은 ‘전통적인’ 상업문화의 창조와 다른 곳에서는 찾을 수 없는 오리지널 상품, 그리고 이런 가치를 효과적으로 표현한 연출력 등으로 요약될 수 있다. 북고회가 강조하는 전통적인 상업문화란 이들의 중요한 슬로건 중의 하나인 “사혼상재(土魂商才)”란 표현 속에 집약되어 있다. 과거 아이즈번 사무라이들은 “안 되는 것은 무슨 일이 있어도 안 된다”는 정신 하에 끝까지 타협을 모르고 도쿠가와 막부에 충성을 다함으로써 사무라이 정신의 정수를 보여주었다. 마찬가지로 북고회도 “본래의” 상업도덕 기초하여 “돈 계산보다 신용을 중시하고 아이즈 상인의 미학으로 <진선미, 眞善美>를 추구하는 상업의 왕도를 천하에 보이는 것”이야말로 일본의 훌륭한 전통 중 상인문화를 현대에 살리는 길이라고 강조한다. “오래되고 좋은 것(古き良き物)을 귀중히 여기자. 상업을 하는 가운데 그것들을 활용해 가자”는 것이 북고회 정신이었다.

위에서 언급한 <일점일품운동>은 이 정신을 실천하는 한 방법으로 제시된 것이다. 전국 어느 곳에도 없고 아이즈에서만 찾을 수 있는 (會津ならではの) 오리지널 상품을 만들자는 것이었다. <아이즈아오이>의 <양꼬가 든 카스테라>는 과학기술청 장관상을 받았고, 옛날 이 지역 서민들이 즐겨먹던 아이즈 전래의 막과자를 부활시키기도 했으며, 칠기나 민예품 등에서도 명맥이 끊긴 ‘진짜’를 여러 가지 복원시켰다. 이런 것들은 지역민들과 관광객들의 호평 속에 꾸준히 팔려나갔다. 특히 70년대와 80년대를 거치면서 ‘리토르 봄’이나 ‘전통 지향,’ ‘개성 중시’ 등이 새로운 시대조류로 자리함에 따라 북고회의 상품은 그 독특한 가치가 새롭게 인식되게 된다. 예컨대 아이즈의 전통산업의 양대축은 칠기산업과 주조(酒造)인데 북고회가 활동을 시작할 무렵은 주로 값싼 플라스틱 칠기가 주류를 이루고 있던 시기였다. ‘진짜’ 칠기는 제조에서 판매까지 최소 1년은 소요되기에

제조업체도 꺼려하고 상대적으로 높은 가격에 수요도 아직 그리 많지 않았다. 그러던 것이 <스즈끼야리헤이>가 복고회 활동을 시작하면서 취급하고 있던 플라스틱 칠기를 전부 팔아버리고 ‘진짜’ 칠기를 본격적으로 복원하기 시작하였다. 이후 칠기에 대한 수요는 일상용품으로서가 아니라 특별한 경우를 위한 고급품 중심으로 형성되었다. 즉, 스즈끼의 가게는 ‘진짜’를 지향함으로써 남들보다 한발 앞서 새로운 수요에 대응할 수 있었다. 특히 관광과 여행의 핵심은 “진귀한 것들을 만나는 기쁨”이며 따라서 “남들이 하지 않는 것”을 해야만 살아남을 수 있다고 이가라시는 말한다.

독자적이고 좋은 상품을 개발하는 데서 나아가 복고회는 장사를 하는 방법에서도 새로운 연출을 시도하였다. 단지 상품을 파는 데서만 그칠 것이 아니라 손님이 감동할 수 있도록 하는 것이 진정한 상법이라는 것이다. 일종의 무대장치인 셈이다. 무대장치의 기본 주제는 ‘역사와 전통’이었다. 아이즈와까마쓰시를 찾는 관광객들은 대부분 이곳이 유서깊은 성하도시였고 보신전쟁과 백호대 비극의 무대였다는 점을 알고 오기 때문에 이들의 기대에 부응하기 위해서는 점포의 모습이 에도시대, 명치, 혹은 대정시대의 것을 하고 있는 것이 좋을 것이란 발상에 근거한 것이었다. 따라서 빌딩과 근대적 점포가 급증하는 상황에서 이들은 오히려 ‘옛날 식’ 점포를 도입하였다.

복고회 회원의 점포는 대개가 검은색 혹은 흰색 등의 무채색으로 목조 아니면 흙벽의 ‘구라즈꾸리’로 되어 있다. 그 중에는 예컨대 <다케토우>나 <시부카와돈야>, <스즈끼야리헤이> 등과 같이 본래 유서 깊은 건물도 있지만 새로 전통 식으로 지어진 점포도 있다. 내부도 가능하면 옛날 점포의 내장을 복원시켰다. 예컨대 상품도 유리진열장 등을 쓰지 않고 다다미나 마루 바닥에 커다란 목기 그릇 등에 담아서 진열하거나 <다케토우>의 경우처럼 그냥 마루바닥에 전시하든지 흙으로 된 바닥에 놓아 두는 방식을 택했다. 가게의 주인이 다다미 바닥에 앉아 손님을 받는 가게도 있다. 물론 의식적으로 아이즈 사투리를 사용하는 것이 권장되었다. 조명도 너무 밝게 하지 않고 형광등을 피하고 자연광에 보다 가까운 백열등을 중심으로 하였다.

이들 점포는 모두가 외부에서는 가게의 안을 들여다 볼 수가 없는 폐쇄형이다. 더군다나 요즘 흔히 볼 수 있는 식으로 상품을 전시해 놓은 쇼윈도우도 없어 연구자 같은 외부인들은 사전 정보가 없이는 무슨 물건을 파는지 감을 잡기 힘들어 오히려 당혹스러운 경우가 많다. ‘복고’를 지향한 이상 옛날 식의 폐쇄형이 손님들의 호기심을 불러일으킬 것이라는 생각에서였다. 그 이면에는 어차피 복고회 소속 점포를 찾는 고객은 대부분 사전 정보를 갖고 “굳이(わざわざ)” 특정 가게를 찾는 경우일 것이라는 자신감도 배어 있었을 것이다 (그러나 자동출입문이 설치된 곳도 몇군데 있다). 여기에다 가게 외부에는 그 옛날 노점포, 명점포의 신용과 자부심의 상징인 노랜을 드리웠다. 노랜은 점포의 이름(屋號)를 전통염색 기법으로 두드러지게 표현한 목면으로 된 휘장으로 가게의 출입구에 드리우는데, 근대화 이전 시기에는 상가(商家)에서 자기 점포의 전통과 자부심, 그리고 신용을 나타내는 그 점포의 가장 중요한 얼굴 노릇을 하고 있었으며 옛 상가(商街)의

독특한 풍경을 구성하는 핵심적 요소이기도 하였다. 점포들이 근대적 건물로 바뀌어 감에 따라 노련을 드리운 가게들은 거의 사라진 상황이었다.

이런 ‘하드웨어’에 친절함과 교류(ふれあい)를 중시하는 상법이라는 ‘소프트웨어’를 가미하였다. 북고회에서는 손님들에게 극진히 대하며 차를 대접하고 상품의 유래와 특징을 설명하고 또 손님의 얘기를 듣도록 노력하고 있다. 진정한 상인의 미학을 추구하는 북고회는 단지 물건을 파는 것이 아니라 파는 사람과 사는 사람의 교류를 중시한다는 것이다. 대화상법은 이를 위한 한 방법이다. “오래된 격조있는 가게건물에 바람에 나부끼는 긴 노련을 열고 들어가면 차를 내오고 손님에게 마음으로부터 정성스럽게 대하는 대화상법, 그것은 인간소외의 근대경영에 의해 상실해버린 일본 고래의 따뜻한 상습관을 부활하는 것이다”란 이가라시의 말 속에 그가 지향하는 ‘진선미’의 미학이 담겨있다. 결국 이들이 시도한 것은 손으로 하는 작업의 미학, ‘진짜’의 맛, 지방의 독특성, 오래되고 좋은 것 등을 중시하는 이념으로 대형점과 동업자가 흉내낼 수 없는 것을 하자는 작전이었으며 이런 이념을 전개할 무대장치로서 점포의 구성이나 독특한 상법을 시도한 것이다.

북고회 소속 점포에 작은 박물관이나 자료관 등이 많은 것도 한편으로는 ‘무대장치’로 연출된 것이라 할 수 있지만, 다른 한편으로 북고회가 지향하는 “손님에게 감동을 줄 수 있는 상법” 혹은 “다른 곳에 없는 것을 찾는 기쁨”이 역시 여행의 핵심이라는 인식을 실천하는 북고회 식의 방법이라고 할 수 있다. 북고회 회원수가 33점포로 증가한 1996년 현재 북고회 안에는 사설 박물관과 미술관이 11곳이나 된다. 이런 상업단체는 일본 안을 다 찾아도 없을 것이라는 게 이가라시 회장의 평이다. 각각 칠기나 차도구, 과자, 주조도구, 민예품 등 특색있는 물건을 모아 전시하고 있는데 특정 점포에서 파는 상품 외에 이런 미니 박물관이 관광객들의 흥미를 불러일으키는 것은 당연하다. 북고회는 이런 시설과 가맹점을 소개한 일러스트가 있는 팸플릿을 만들어 회원 가게에, 주유소, 숙박시설 등에 비치해 두고 있는데, 1996년판 아이즈북고회 팸플릿 한 쪽에는 “신기한 발견, 아이즈북고회의 박물관·미술관·자료관 순례”라는 제목하에 “북고회에는 조상들의 미의 유산을 모아놓은 박물관, 미술관, 자료관, 그리고 갤러리가 11곳이나 있습니다. 아이즈의 풍부한 문화를 둘러보지 않으시겠습니까?”라고 쓰여있다. 실제 이들 시설은 아이즈와까마쓰시 관광에서 꽤나 지명도가 있는 것으로 필자가 둘러 본 경험으로도 귀중한 전시물도 많고 아주 독특한 것들로 이루어져 있었다.

특히 이가라시는 이 방면에서도 선구자적이었다. 그는 1975년 아이즈성 바로 옆에 매물로 나온 오래된 무사의 주택을 구입하여 찾집 <아이즈아오이 서유관西遊館>을 오픈하였다. 일층은 홀바닥으로 된 공간으로 과자점 <아이즈아오이>의 분관으로 쓰이며 이층은 차를 마실 수 있는 공간과 미니 전시관을 만들었다. <실크로드 박물관>이라 이름된 이곳엔 그가 수십년 동안 수집한 주로 육상 및 해상 실크로드 관련 유물들이 전시되어 있다. 일견 보기에 맥락을 벗어난 것 같은 ‘실크로드’ 박물관에 대해 이가라시는 기회가

&lt;표 1&gt; 아이즈복고회 소속 전시시설

| 박물관·자료관 이름       | 전시품의 내용 및 특징                                                                            |
|------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| 아이즈 酒造박물관        | 옛날의 주조도구를 중심으로 고문서, 생활도구 등을 전시. 옛날 아이즈번의 술창고도 복원해 놓음.                                   |
| 아이즈막과자 자료관       | 에도시대부터 전해져 온 과자제조 도구와 옛날의 향수를 불러일으키는 장남감 등을 전시                                          |
| 아이즈 민예관 우루시노야    | 마끼에(옷칠을 한 표면에 금분을 뿌려 그리는 그림) 작품과 ‘아이즈에’라 불리는 귀중한 칠기제품 전시                                |
| 카이슈이쨌 보물관        | 300년 이상된 주조장 <카이슈이쨌>가 집안에 전해 내려오는 다도구나 서화 등의 보물을 전시                                     |
| 갤러리 모차르트         | 음악을 들려주며 술을 빚는다는 한 주조업체가 현지의 공예가와 도예가들에게 개방한 술창고 풍의 갤러리로서 수시로 기획전 개최                    |
| 금 간판 사료관         | 유서 깊은 한 약국이 개설한 것으로 명치시기 약국 간판부터 시작해 서화, 생활용구 등을 전시                                     |
| 실크로드 문명관         | 고대 페르시아의 채문토기와 유리 그릇, 향아리 등 아름다운 유물을 다수 전시                                              |
| 쨌쨌기 토기 공예관       | 유서깊은 도예점에서 개설한 것으로 손으로 만든 유리제품과 젊은 도예가들의 작품을 전시, 판매                                     |
| 네팔 박물관           | 농촌의 대지주의 저택을 이축해서 개업한 전통요리 점이 개설한 것으로 네팔의 불상과 생활 용구 등을 전시                               |
| 노구쨌히데요(野口英世) 청춘관 | 빈한한 농가에서 태어나 각고의 노력 끝에 뱀독, 매독 스피로헤타의 연구, 황열병 병원체의 발견 등으로 세계적인 의학자가 된 아이즈출신 노구쨌히데요 관련 유품 |
| 백호대 기념관          | 보신전쟁 당시 집단으로 할복자살한 소년 사무라이 ‘백호대’(白虎隊) 및 보신전쟁 관련 자료를 전시                                  |

있을 때마다 아이즈의 역사/문화와 실크로드의 관련성을 강조한다. 예컨대 1590년 토요또미 히데요시로부터 아이즈를 하사받아 그때까지는 구로카와(黒川)라 불렸던 지명을 와까마쓰로 바꾼 다이묘(大名) 가모 우지사토(蒲生氏郷)는 크리스천으로 봉건시대 나가사키 등을 통해 들어오는 실크로드 관련 문화에 관심이 많았으며 실제로 그나 나가사키 무역상들에 의해 남만(南蠻)문화<sup>6)</sup>가 아이즈에 유입되었고 그중에 하나가 카스테라이다. 즉, 이가라시가 남만문화에 집착하는 것은 결국 그의 가게의 대표적 상품인 남만과자 <

6) 무로마찌 시대에서 에도시대에 이르는 동안 해외무역의 대상이 된 동남 아시아, 혹은 그 시대에 건너온 서양문화를 일컬어 남만문화라 한다.

카스테앙, 아이즈아오이>의 계보를 추적하는 것에 다름아니라고 설명한다. 요컨대 <실크로드 문명관>의 많은 유물들은 아이즈의 역사와 문화와 결코 인연이 없지않다는 것이다. 이가라시 회장은 1983년 <아이즈아오이 서유관>에서 50미터쯤 떨어진 곳에 구운 벽돌과 구 민가건물에서 가져온 굵은 기둥 등을 이용해서 <실크로드 문명관>이라는 독립된 전시관을 신축하였다.

북고회 소속 점포들의 미니 전시시설을 간단히 소개하면 <표 1>과 같다. 이들 미니 박물관은 무료인 곳도 있고 100엔에서 300엔 사이의 입장료를 받는 곳도 있는데, 대개가 집안에서 조상대대로 물려내려오는 유품이나 본인이 수십년간 발로 뛰며 수집한 것들을 전시하는 까닭에 주인은 전시품에 대한 애정이 대단할 뿐만 아니라 기꺼이 관람객들에게 가이드를 해주며 전시물들과 관련된 흥미로운 이야기를 해 주곤 한다.

아이즈북고회는 자신들의 상행위뿐만 아니라 지역 전체의 진흥을 위해서도 여러 가지 활동을 펼쳐왔다. 오래된 건물과 고유의 경관을 보존하는 운동을 중심으로 유서깊은 행사를 부활시키고 눈축제에 개최하기도 했다. 지금까지 활동으로 아이즈 철도에 증기기관차를 달리게 하는 운동, 인근 도시인 기타가타(喜多方)시의 <흙회벽 건물을 이용한 도시만들기, 藏の町造り> 운동을 가이드하고 협조한 일, 와카마쓰 겨울 축제인 <눈축제>를 기획하고 시행해 온 일, 제9회 전국경관보존연맹 심포지움(1991년)을 개최한 일, 옛날 역참 마을이었던 오우찌쥬쿠(大内宿)의 경관복원을 가이드하고 협력한 일 등이 널리 알려져 있다.

이 중에서 특히 오우찌쥬쿠의 복원은 귀중한 업적으로 여겨지고 있다. 이곳은 아이즈 와카마쓰 남쪽에 있는 작은 산촌으로 에도시대에는 아이즈번의 성하와 닛코도추(日光道中)를 잇는 도로변의 숙박 역할을 했던 곳이다. 도로 양쪽으로 연이어 있는 민가의 모습에서 당시의 숙박촌으로서의 면모를 볼 수 있는 이곳은 에도시대 역참의 모습이 남아 있는 전국에서도 드문 집락의 하나로 참근교대의 다이묘 행렬과 여행자들이 여독을 풀곤 했던 곳이다. 국가의 <중요전통적건조물지구><sup>8)</sup>로 지정을 받고 있기도 했지만 아이즈 북고회가 관심을 갖기 시작하던 80년대 초중반만 하더라도 색깔있는 함석지붕이 높고 자동판메기도 증가하는 등 전통 숙박으로서의 경관이 손상되고 있었다. 그러던 것이 현지주민도 옛날 모습을 유지, 복원할 필요성을 느끼게 되고 여기에 이가라시 회장을 비롯한 아이즈북고회는 적극적으로 조연과 협조를 하였다. 현재는 옛날 숙장의 민가모습으로

7) 에도시대에 가장 중요했던 다섯 개의 간선도로 중의 하나로 수도인 에도와 동북지방을 연결하는 주요 도로였다.

8) <주요전통적건조물군보존지구>의 지정은 1979년 문화청에 의해 시행되기 시작한 것으로, 이것의 특징은 당시까지 행해지던 <중요문화재지정>처럼 개별 건물이 아니라 일정한 영역을 지정하는 것으로 되어 있다. 또한 지역주민이 출세해서 마찌나미를 보존하려는 기개를 갖고 있으며 이를 위한 구체적인 계획이 있는 곳 중에서 문화청이 심사를 해서 지정하는 식으로 되어 있다. 1990년 현재 전국 29개 지역의 지정을 받고 있다.

완전히 복원되어 도로 연변에 늘어선 40여채의 민가가 모두 새띠지붕을 이고 있다. 그후 이곳은 ‘에도 봄’등의 북고 봄과 맞물리면서 관광객들의 관심을 끌게 되었고 현재는 아이즈 인근의 유명한 관광지로 자리매김하고 있으며 <전국경관보존연맹>의 구성원으로 되어있다.

나아가 아이즈북고회의 활동은 그 영향이 와카마쓰시에만 국한되지 않고 이 지역 외부에도 미쳤다. 예를 들어 이들의 활동에 자극을 받아 와카마쓰시 북쪽의 기타가타시에는 <기타가타 노랜의 모임>이, 야마가타현 요네자와(米澤)시에 <요네자와 북고회>, 이바라기현 이바라기시에 <이바라기 흥회벽건물의 도시 노랜의 모임> 등이 발족되는 등 ‘북고’를 기조로 하는 단체상법의 영향이 각지로 퍼져나가고 있다. 1996년에는 “북고회라는 문화의 네트워크를 세계에 발신한다”는 기치 하에 인터넷 상에 홈페이지도 개설하였다<sup>9)</sup>.

#### (4) 북고회의 분열과 ‘보통명사’로서의 북고회운동:

##### 포스트-버블 시대의 관광이란 맥락 속에서

연구자가 이번 연구를 위해 현지조사를 할 무렵(1997년 12월초) 아이즈나 후쿠시마의 관련 언론은 일제히 아이즈북고회의 분열위기를 크게 다루고 있었다. 그간 북고회가 주도해 온 활동과 공헌, 지역내외에서 이들에 대한 높은 지명도, 그리고 특히나 버블경제가 끝나고 이가라시 회장을 중심으로 한 북고회 방식에 대한 긍정적인 재검토가 그 어느 때보다 진지하게 이루어지고 있는 상황인 탓에 이들의 분열 소식은 더욱 놀라운 ‘사건’으로 여겨지고 있었다. 왜 분열을 할 수밖에 없었는가에 대한 원인추적, 그 동안 아이즈 관광에 대한 공헌과 현재 점점 관광산업이 어려운 상황을 맞고 있는 만큼 오히려 이제부터 할 일이 많을 것이니 누군가가 나서서라도 이들을 다시 결합시켜야 할 것이란 훈계조의 호소까지 북고회 분열은 지역언론과 일반 주민들의 커다란 관심을 끌며 다양한 각도에서 분석되어졌다. 그러나 본 보고서에서 관심을 갖는 것은 어떤 ‘사회조직론적’ 주제나 갈등현상 자체의 분석이라기보다는 관광의 생산이란 것에 있으므로 여기서는 북고회 분열이 특히 관광과 연결되는 부분만을 중심으로 살펴보도록 한다.

분열과 탈퇴 과정을 간단히 정리해보면 다음과 같다. 1997년 당시 33개 점포를 회원으로 두고 있던 북고회에서 1997년 8월에 9개의 점포가 탈퇴를 한데 이어 같은 해 11월에는 또다시 7개의 점포가 탈퇴를 하였다. 특히 탈퇴한 멤버 중에는 그동안 북고회의 핵심멤버들이 대거 포함되어 있어 더욱 충격적으로 여겨졌다. 이렇게 분열로 귀결된 원인에 대해선 탈퇴한 측의 입장은 “이가라시 독선체제(원맨체제)로 부터의 독립”이라는 말

9) 그러나 1996년 하반기 이후 불거지기 시작한 북고회 분열 사건으로 인터넷 홈페이지에 정보를 올리는 일은 별로 진척되지 못하고 있다. 1998년 6월 현재 아이즈북고회 홈페이지 (<http://www.aizu.com/Org/Aizu/index.html>)에는 분열과 탈퇴를 거쳐 남은 현재 가맹점 16곳의 소개가 간단히 실려 있다.

로 정리될 수 있고, 이가라시의 입장은 자신의 철학을 이해하지 못하는 “젊은이들의 쿠데타”로 표현된다.

특히 이번의 분열 위기와 관련해서 중요한 계기로 거론되는 점은 탈퇴가 있기 4년전인 1993년 지금까지의 임의조직에서 복고회가 협동조합으로 바뀐 것이다. 당시 이가라시 회장은 복고회가 임의단체인 까닭에 행정측에 대해서 입지가 약하다는 판단하에 사회적 신용도 더 높일 겸 협동조합으로 바꿀 생각을 했던 것으로 전해진다. 그러나 임의단체와는 달리 협동조합은 공익법인격을 갖게 되며, 이는 이제까지처럼 이가라시 개인 주도 방식이 아니라 이사회를 중심으로 의사결정을 해야하고 활동을 추진해 가야함을 의미한다. 즉 지금까지 해왔던 것처럼 이가라시 혼자의 목소리에 의해 결정되던 운영방식이 더 이상 통하지 않게 된 것이다. 이것이 이가라시에게는 “이제 더 이상 내 말을 듣지 않겠다는 것인가” 식의 반응을 불러일으키고, 더불어 회원각자가 모두 동일하게 한표의 자격을 갖는 것이 이해하기 힘든 것 같다고 탈퇴한 한 회원은 표현한 것으로 전해진다 (財界ふくしま 1997년 11월). 즉 이전부터 이가라시의 ‘원맨체제’에 불만이 쌓여오고, 더불어 이가라시 이사장과 젊은층 사이에 복고회의 존재방식, 활동방침에 대한 인식의 차이가 누적되어 온 것으로 해석된다. 그것이 협동조합방식으로 바뀐에 따라 불거져 나왔다는 해석이다. 예컨대 지역의 한 언론지는 다음과 같이 정리하고 있다.

복고회는 워낙 이가라시씨의 “사숙(私塾)”이었다... 그런 “사숙”이었던 것에 비해 <협동조합>은 운영상이나 지도면에서 전혀 다른 것은 당연하다. 다이스케씨는 그 연령을 고려한다 해도 “가부장적” 인물인 것은 분명하다. 회원이 늘어나는 것은 “도시경관” 형성이라고 하는 다이스케씨의 이상실현에 보다 가까이 가는 것이 되겠으나 “숙장(塾長)”적인 방식으로서는 무리가 있다는 것이 분명한 것 같다. 이가라시씨는 농협이나 노조같은 조직운영의 프로는 아닌 것이다... 사상가가 곧 오거나이저(조직가)는 아니다. 그것을 한 개인이 양립하는 것은 어렵다 (福島政經, 1997.12.5).

연구자와의 인터뷰에서 이가라시 본인은 탈퇴사태에 대해 자신이 <전국경관보존연맹>의 회장이 된 것을 계기로 젊은층들은 이가라시가 그쪽 역할에 전념해 줄 것을 요구하는 등 자신들이 중심이 되어 복고회를 해나가고 싶어한 데서 연유한 젊은이들의 ‘쿠데타’이며 그 이면에는 복고회의 정신인 ‘사혼상재’ ‘진선미’ 등에 대한 젊은층의 이해 부족이 있다는 입장이었다. 더불어 갑작스런 회원수 확장에 따른 혼란도 지적한다. 즉 복고회 발족 후 오랫동안 줄곧 18개의 가맹점으로 활동을 하다가 최근에 갑자기 확대되어 회원수가 33개로 늘어났는데 이러다 보니 회원간에 여러 차이가 확대됐다는 것이다<sup>10)</sup>. 그는 자신은 “떠나고 싶어하는 자는 잡지 않겠다”는 생각이며 이번 일을 복고회가 재정비되는 것으로 여긴다고 답변했다.

10) 예컨대 협동조합회원으로서는 각 점포는 일년에 약 20만엔의 회비를 내야하는데 특히 버블 붕괴 이후의 불황으로 이것을 낼 수 없을 정도로 상황이 나빠져 자진 탈퇴한 경우(4점포가 이에 해당한다고 했다)도 있다는 것이었다.

탈퇴자 입장을 대변하고 있는 <시부카와돈야>의 시부카와씨는 역시 이가라시 이사장의 독선을 이유로 꼽고 있었다. 지금까지의 공적은 분명 컸지만 새로운 역할로 대체되는 것이라. 옛날엔 관광에 대해서 감각과 인식이 낮았던 시기인 탓에 이가라시란 존재가 중요했고 개인이 혼자서 조직을 운영해 올 수 있었지만 지금처럼 모두가 인식수준이 높아진 상황에서 여전히 그런 식의 방법이 통할 수는 없다는 것이다. 어쩌면 시대의 흐름으로 설명될 수 있으리란 것이 그의 입장이었다.

반면 필자가 인터뷰한 야마아라시 데즈로란 주민은 이번의 분열을 단순히 조직이나 의사결정과정을 둘러싼 갈등뿐만 아니라 그동안 이들을 둘러싸고 있는 보다 넓은 맥락 속에서 설명하고 있었다. 요컨대 최근의 일본경제의 불황으로 인해 관광형태가 근본적으로 변화했다는 것이다. 예전의 관광이 주로 “온천에 들러 맛있는 것을 먹고 돌아오는 것” 혹은 “대형 관광버스로 유명 관광지에 들러 정해진 일정에 따라 관광명소를 보고 관광기념품을 사서 돌아오는 것”이었다면 버블붕괴 이후의 관광은 “체험하는 관광, 학습하는 관광”이라 표현할 수 있는 식으로 바뀌었다. 사람들은 가능하면 돈을 적게 쓰면서 즐거움을 찾을 수 있는 방법을 찾게 되고 이에 따라 서비스를 받는 것이 아니라 자기 스스로가 시가지를 걸어나다니면서 그 지역에 대한 공부도 하고 체험도 하고 현지인들과 교류를 즐기는 식으로 바뀌었다는 것이다. 그리고 이런 것이야말로 복고회 방식과 가장 잘 맞아떨어지는 것이다.

아이즈 와까마쓰시의 경우 실제로 이런 새로운 수요에 맞추기 위해 전통적인 경관을 보존하는 데 힘을 기울이고 시내에 주민과 관광객이 교류를 할 수 있는 공간을 확충하여 관광객들을 끌어들이려 애쓰고 있다. 이것이 복고회 분열과 연결되는 지점은 이런 식으로 복고회의 생각이 널리 퍼지고 이들의 방식이 인정을 받게 됨에 따라 복고회 내의 특히 젊은층들은 시민들과 행정당국으로부터 인정을 받게되고 그 결과 이가라시를 통하지 않고도 자신들의 의견을 개진하는 것이 가능해졌다는 것이 그의 분석이었다. 즉, 예전엔 복고회가 소수자였기 때문에 행정 등과의 관계에서 이가라시라는 “대장(親方, 오야가타)”이 있어야 했지만 발언력이 높아진 지금은 굳이 이가라시에 대한 불만을 참아가면서까지 그의 그늘에 있지 않아도 되게 되었다는 것이다. 즉, 어떤 의미에선 이가라시가 주도하는 복고회방식이 성공을 거둔 바로 그 이유 속에 갈등과 분열의 씨앗이 있다는 해석이다.

복고회 분열의 구체적인 원인이 어디에 있었던 간에 이가라시에 반대를 하고 탈퇴한 사람들을 포함한 대부분의 사람들이 동의하는 것은 그동안 아이즈관광에 대한 이가라시의 커다란 공적과 <다이스케학>이라 표현된 적도 있는 복고회 방식에 대한 긍정적인 가치평가이다. 그런 의미에서 하나의 조직으로서 아이즈복고회 자체는 분열을 거쳐 과도기를 거치고 있는 상황이지만 ‘보통명사’로서 복고회 운동은 그 어느 때보다 가치를 인정받으며 확산되고 있다. 여기에는 우선 아이즈복고회가 25년 이상 보여준 ‘불황을 모르는 성업’이라는 성공이 있었고, 보다 최근에는 버블붕괴 이후의 장기 불황에 따른 관광

환경 자체의 근본적인 변화란 배경이 자리한다.

위에서도 잠시 언급되었지만 현재 와까마쓰시도 다른 지방도시와 마찬가지로 불황으로 인한 여파와 시장개방으로 지역 상점가가 폐쇄 일로에 있고 관광객수도 현저히 줄어 들고 있다. 이런 상황을 타개하고 도시를 다시 활성화시키기 위해서는 복고회적인 방법 밖에 없다는 식의 인식이 널리 공유되고 있는 것이다. 특히 시의 외곽에 거대 주차시설을 갖춘 대형점포의 진출이 두드러지면서 시내 중심상가는 손님이 점점 끊기고 폐점포가 속출하고 있다. 더불어 그동안 와까마쓰시의 주요 기간 산업이었던 관광의 경우도 버블붕괴후의 하락 국면이 확실하게 나타나고 있다. 와까마쓰 시청의 상공관광과가 매년 발행하는 <관광객수와 그 실태조사>에 나타난 자료를 분석해보면 최근 10여년 사이의 관광객수의 추이가 <표 2>와 같이 집계된다.

<표 2> 와까마쓰시의 관광객수의 추이 (단위: 천명)

| 년 도   | 1985  | 1986  | 1987  | 1988  | 1989  | 1990  | 1991  | 1992  | 1993  | 1994  | 1995  | 1996  |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 관광객 수 | 3,181 | 3,390 | 3,875 | 3,605 | 3,687 | 3,507 | 3,727 | 3,816 | 3,691 | 3,690 | 3,415 | 3,272 |

관광객수의 추이에서 특히 주목해야 할 지점은 불황이 본격화되는 90년대 이후로서 1992년을 ‘피크’로해서 그 이후 줄곧 감소국면에 있음이 나타난다. 더불어 관광객 수의 변화뿐만 아니라 버블붕괴 이후 관광유형 자체도 변화하고 있다고 분석되고 있다. 즉 종래의 대형버스관광 중심의 주요 관광지점을 짧은 시간 안에 둘러보는 스타일에서 점차로 가족이 한가롭게 시간을 갖는 여행과 소그룹으로 취미와 관심사를 찾는 방식으로 바뀌고 있다는 것이다. 실제 최근 몇 년 사이 와까마쓰를 찾는 관광객의 유형 중 가장 감소가 두드러진 것이 대형버스 단체관광객이라는 것이 와까마쓰시 상공관광과 직원이나 다른 관련자들의 분석이었다. 더불어 ‘보고, 먹고, 노는’ 것을 중심으로 한 것에서 ‘듣고, 알고, 배우고, 맘을 흘린다’라는 새로운 요소를 관광객이 추구하게 되었다고 분석되고 있다(會津觀光協會, 1997). 이런 새로운 수요에 대한 대응은 “복고회 방식”이다라는 공감대가 다양하게 형성되게 된 것이다. 복고회 방식의 시도는 여러 면에서 관찰된다.

우선은 시 행정당국의 지역진흥정책의 기본 방침을 살펴볼 수 있다. 예컨대 시 행정당국의 공식 정책인 <와까마쓰시 상공진흥정책>은 1995년부터 <폐점포 대책 사업>이란 프로젝트를 시작하여 현재까지 중점적으로 시행하고 있다. 이 정책은 다름 아니라 불황으로 어려움을 겪는 시내 상점가를 활성화시키는 대책으로서 <시가지 내부의 관광>을 통해 관광객을 이전처럼 외곽의 관광명소만 보고 돌아가지않고 시내 안으로 끌여 들여 상점가의 부흥을 꾀하자는 것이다. <시가지 내부의 관광>을 위해서 옛 정취가 많이 남아 있는 지역이면서 최근에 불황의 여파에 시달리고 있는 곳을 성하도시의 면모를 보일

수 있는 방식으로 재정비하고 관광객과 주민이 만나고 교류를 할 수 있는 공간을 만드는 사업을 추진하고 있다. 예컨대 칠기제조공방 등이 관광객들이 들어와 관람과 체험을 할 수 있는 식으로 개조를 할 경우 개조비용의 일부를 지원한다든지, 전통경관을 간직한 상점가에 위치한 폐점포에 입주할 가게에 대해서 임대료와 복고풍으로 점포를 개조하는 비용을 부분적으로 지원하는 사업 등을 추진하고 있다. 나아가 특정 거리 전체를 연차적으로 정비하는 계획을 추진중에 있다.

연구자와의 인터뷰에서 와까마쓰시 상공관광과 직원은 시가 이렇게 <시가지 내부 관광>과 <만남과 교류의 관광>을 주요 개념으로 관광정책을 추진하게 된 것은 관광객들의 관광행태의 변화와 최근의 관광부진이란 환경과 더불어 이가라시의 성공이 인정받게 된 배경이 있다고 답변하였다. 와까마쓰시 상공관광과가 발행한 관광지도 중 <시가지 내부 산책지도: 시내가 정말 흥미진진하다>에 있는 문구는 다음과 같이 권유하고 있다.

시내 이곳저곳에 성하도시의 면모와 흔적을 볼 수 있다. 옛날 모습을 그대로 간직한 점포들을 둘러본다든지 생각지도 않았던 사적을 만나기도 하고, 현지 주민들과 교류를 즐겨보기도 하고, 시가지를 걸으면 여러 가지 드라마에 만나게 될 것이다. 자아, 지도를 한 손에 쥐고 걸어보자!

둘째, 행정당국 외에 시내 곳곳에 여러 주민단체도 불황을 타개하기 위한 자구책으로 복고회방식을 실천하고 있다. 다만 차이가 있다면 복고회의 경우 가맹 점포가 시내 여기저기에 점재해 있는 방식이었다면 현재 시도되고 있는 운동들은 한 지역에 사는 주민들이 “점보다는 선”을 기본 개념으로 경관을 복원, 보존하고 개성있는 거리로 만드는 과정을 통해 그 지역의 활성화를 시도하고 있다는 점이다. 가장 두드러진 경우로 <바꾸로마찌 경관보존회>, <노구찌히데요 청춘거리> 사업, <나누카마찌 경관협의회>의 활동 등을 거론할 수 있는데 이중 특히 최근 일이던 사이 주목되고 있는 곳이 나누카마찌의 거리경관 정비를 통한 활성화 시도이다. 이곳은 에도시대에는 와까마쓰와 북쪽의 도시를 연결하는 주요 가도로 많은 상점들이 개업하고 있는 활기 넘치는 거리였는데 근대화과정 중에 활력을 많이 상실한 곳이다. 그럼에도 불구하고 명치시대나 대정시대에 지어진 건물들이 다수 남아있는 등 옛 정취가 많이 느껴지는 곳이다. 3년전 시작된 <나누카마찌 경관협의회>는 이곳을 유서있고 개성있는 거리로 복원·정비하고 관광객과 주민이 교류할 수 있는 장소와 이벤트를 만들어서 활성화를 꾀한다는 취지하에 여러 가지 노력을 하고 있다. 이곳의 실질적인 리더는 그동안 아이즈복고회의 핵심멤버로 있다가 97년 탈퇴한 <시부카와돈야>의 사장 시부카와씨다.

이런 의미에서 복고회 탈퇴자 한사람은 복고회 분열이 아이즈 관광에 가져올 영향을 묻는 질문에 대해 “영향은 없을 거라고 생각한다. 왜냐하면 복고회에서 수업을 받은 사람들이 자신들의 지구에서 활약하고 있기 때문이다. 복고회를 통해 성장한 사람들이 각자의 지역에서 새로운 싹을 틔우고 있다”고 답한다. 어떤 탈퇴자가 한 표현이라고 전해지는 “나는 복고회를 그만두었다고 생각하지는 않는다. 졸업했다고 생각한다”는 말이 정

확할런지도 모른다. 실제로 나누카마찌를 이끌고 있는 시부카와씨말고도 또다른 탈퇴자 한사람은 와까마쓰시의 또다른 지구에서 <노점포, 꿈의 가도>라는 이름 하에 비슷한 활동을 전개하고 있다. 단지 일부 언론은 이들 탈퇴자들이 갈라져 나와 새로운 시도를 하는 것이라면 이가라시를 넘어설 수 있을 정도의 노력을 해서 그렇지 않아도 어려움에 처해 있는 관광아이즈를 더욱더 어렵게 만드는 일이 없도록 해야 할 것이라는 엄중한 주문을 하고 있다.

셋째로 소위 ‘보통명사’로서 ‘복고회방식’은 단지 아이즈 지역에 국한된 것이 아니라 일본전역에 걸쳐 현재 새로운 관광의 한 흐름을 이루고 있으며 앞으로 중요한 관광개발의 방식이 될 것으로 평가되고 있다. 새로운 관광의 한 흐름이란 <단체관광에서 체험관광으로>라는 식으로 표현될 수 있는 변화로 이런 면에서 복고회가 시도한 것은 상당한 선견지명이 있었다고 평가되는 것이다.

어찌되었건 아이즈복고회가 아이즈 관광에 대해 한 공헌은 지대하며 그렇게 평가받고 있다. 그리고 그 중심에는 이가라시 다이스케라는 한 독창적인 인물이 존재한다. 전직 아이즈와까마쓰시 시장이자 현재 <백호대 기념관> 관장으로 있는 한 면담자는 자신은 이가라시에게 이번 분열과 관련하여 “문하생(でし)들이 잔뜩 생겼으니까 오히려 기뻐하세요”라던가 “혼께(本家)는 혼께로서 애써 주세요”라고 말하고 있다고 전했다. 어떤 언론지는 심지어 이번 분열과 관련해서 이가라시가 “복고회는 내가 만든 모임이다, 내 생각이 전부다”라고 자부한다해도 이상할 것이 없다고 쓰고 있다 (財界ふくしま 1997년 1월: 40).

그럼에도 불구하고 아직 복고회가 전혀 분열의 조짐을 보이지 않고 있을 무렵 이 단체의 활동을 높이 평가하면서도 앞으로의 돌파구와 방향으로서 한 전문가가 지적한 평은 참고할 만 하다 하겠다. 일본의 지역활성화 관련 한 전문가는 1980년대 후반 아이즈복고회의 사례를 긍정적으로 소개·검토하면서도 앞으로의 과제에 대해서 몇가지 제안을 하고 있다 (井上繁, 1989). 그가 제안한 것은 문호를 개방하여 엘리트주의를 벗어나고 다른 단체나 조직과 연계성을 확대하여 활동의 폭을 보다 넓게 하는 일, 후계자를 양성해서 이가라시의 “원맨체제”를 극복할 필요, 어린 학생들에게 보다 많은 학습의 기회를 제공하고 잠재적 고객으로서, 그리고 정보정달원으로서 활용하는 일 등을 제언하였는데 그것은 일견 현재의 분열 상태를 상당히 정확히 예측한 일이었다.

### III. 결론적 고찰: 복고회의 관광생산전략과 성공이유/배경

일본에서 전통적인 관광의 명소는 뭐니뭐니해도 자연경관이 수려한 곳, 온천지, 유적지 등이었다고 할 수 있다 (김양주, 1997). 여기에 비해 본 연구에서 고찰한 아이즈복고회의 경우는 오랜 역사와 전통이라고 하는 비가시적인 가치를 재산으로 적극적으로 관광을 생산하여 성공으로 이끈 경우이다. 또다른 분류로는 지역관광, 혹은 생활문화를 관

광자원화한 경우로 볼 수도 있다 (足羽洋保, 1994). 전통적인 관광명소관에 비추어보면 '아무 것도 없는 곳'으로부터 관광을 말 그대로 생산해 낸 경우라고도 할 수 있다. 그러나 이런 경우, 즉 예전엔 그저 평범하고 일상적인 생활의 일부가 관광의 대상으로 특별히 주목을 받게 되는 데는 당사자들의 '기획능력'과 더불어 그것이 전체 사회와 시대의 요구와 맞아떨어졌다는 배경이 있기 때문이며, 이 점은 관광을 하나의 포괄적인 문화적 현상으로 고찰할 수 있는 중요한 이유이기도 하다. 여기에서는 결론에 대신하여 아이즈복고회의 관광생산전략상의 특징과 이들이 성공을 할 수 있었던 이유를 정리해 보도록 한다.

### 1. '복고회방식'의 관광생산전략

아이즈복고회의 관광생산전략은 대략 지역고유성에 대한 강조, 전통에의 호소, 노스탈지아에의 호소 등으로 정리될 수 있다. 복고회(더 정확히는 이가라시 다이스케)는 맥켄넬이 지적한 바 (MacCannel, 1989), 즉 관광과 여행은 '고유성' 혹은 '진짜'(authenticity)를 추구한다는 점을 분명히 인지하고 있었으며 이런 인식에 맞추어 자신들의 상품에 아이즈의 고유성이란 가치를 부여하였다. 이가라시 자신의 표현에 의하면 여행은 "호기심과 신기함을 추구하는 것"이며 따라서 "아이즈 이외의 곳에서 구할 수 없는 것(會津ならではのもの)"을 개발하지 않으면 관광객들에게 호소력이 없다는 인식 하에 아이즈의 전통, 아이즈의 고유성을 강조하는 '전략'을 추진하였다. 지역고유성의 구체적인 내용은 아이즈의 전통, 특히 전통적 상인문화를 추구한다는 것으로 나타났다. 그러나 물론 여기서 말하는 '전통'의 상당부분은 연출된, 혹은 부활된 전통이다. 에도시대 및 그 이전시대의 아이즈 전통 상법을 잇는다는 표방에도 불구하고 몇몇 가게를 제외하고는 대부분의 점포가 새로 시작된 것이고 전통모습을 한 점포건물이나 인테리어도 복고회 활동 이후에 복원되거나 새롭게 만들어진 것이다.

이렇게 전통을 강조하고 아이즈의 고유성을 전면에 내세울 수 있었던 배경에는 근대화를 통해 누적된 것으로 여겨지는 일본인들의 향수를 복고회가 읽을 수 있었던 점이 있었다. 복고회가 한 것은 당시의 시대적 '대세(大勢)'인 근대화와는 정반대의 상법인 '전통성'에 대한 강조였는데 이들은 전통적 방식이야말로 이곳을 찾는 관광객들의 향수를 달래고 소외를 해소할 수 있다는 측면을 적극 부각시켰다. 실제 관광객들이 자신들이 속한 일상을 탈피해 여행을 떠나도록 한 배경에는 근대화과정 중에 경험하는 소외경험이 있었다는 점은 비단 일본에 국한된 현상은 아니다. 오히려 여행과 관광을 통해 또 하나의 세계를 추구하고 '진정한' 자아를 발견하려 했던 것은 근대의 보편적인 현상이며 이런 의미에서 근대인은 그 본성에서 '관광객'이라는 것이 관광현상의 연구자들이 지적하는 점이다 (山下晋司, 1996).

어쨌든 복고회 가맹점을 찾은 관광객들은 예전방식의 점포모습과 어두컴컴한 다다미

카운터, 그리고 손님 한명 한명에게 차를 대접하는 정성스런 마음씀씀이에 감동을 받을 것이며 현대의 획일화된 점포와 익명의 상거래와 대비되어 무언가 “본래의,” 혹은 “고유의” 경험을 하는 것으로 느낄 것이란 가정이 북고회 ‘전략’의 근저에 존재하고 있다. 실제 과자점 <아이스아오이> 점포 안에는 북고회 활동 초기부터 손님들용의 낙서장을 설치해 두고 있는데 오일쇼크 때쯤 중년의 부부가 왔길래 아이즈의 애기와 좋은 가게를 소개시켜주었더니 나중에 다시 찾아와서는 그 낙서장에 “친절과 인정에 감동해 다시 시작할 기운을 얻었다”고 써놓고 갔다고 한다. 이 부부는 경영하던 회사가 도산해서 실의에 찬 여행을 하던 중이었다. 이런 이야기는 분명 ‘진실’을 담고 있는 것이겠지만 다른 한편 구전으로 혹은 이가라시가 활발하게 써내는 에세이를 통해 유포됨으로써 관광객들에게 또 다른 향수를 자아내고 ‘유사체험’에의 욕구를 만들어냄에 틀림없다.

## 2. 북고회의 성공요인과 배경

아이스북고회가 장기간 유지되고 괄목한 성공을 거둔 데에는 우선 이가라시 다이ске라는 선견지명과 독창적인 발상, 확실한 철학을 가진 지도자의 존재가 있었다. 그는 분명 시대를 앞서 읽는 선견지명을 가진 존재라는 점은 현재 반대편에 선 사람들까지도 모두 동의한다. 지금 일본에서 새로운 “붐”으로 등장하고 있다고 하는 <시가지 경관 중심의 관광>, <체험과 만남, 교류를 중시하는 관광>은 그가 25년 이상 전에 이미 주장하고 줄곧 실천해 온 것이다. 이가라시는 북고회를 시작할 당시 ‘대세’인 근대화와는 정반대의 방법을 택했던 것이다. 많은 지방도시의 상점들이 오로지 ‘근대화’를 추구하고 있는 상황에서 아이즈의 역사, 전통문화야말로 자신들의 중요한 자산이라고 생각하고 그것을 활용한 상법을 시도한 것이며, 시대를 앞서가는 이가라시 아이디어는 그대로 적중하여 아이즈북고회 가맹점은 모두 번성한 것으로 평가된다.

당시 그는 ‘유통’은 대형점을 위한 것이고, 중소 상점은 자기 가게에서 정성스럽게 만든 것을 직접 판매하는 방법만이 대형점에 대응할 수 있는 가장 좋은 방법이라 생각했다. “필시 그런 물건 찾는 시대가 올 것이다”라고 확신하였다고 한다. 70년대 초기 당시 이런 이가라시의 모습을 보고 주위에서는 “이가라시가 약간 돈 것이 아니냐,” “이가라시가 좀 이상하지 않느냐”라는 식의 얘기를 했었다고 그는 유쾌하게 말을 했다. 그러나 70년대 와카마쓰 시내에서 근대화된 상가의 상징이었던 신메이토오리(新明通り)는 현재 “이빨이 빠져버린 것 같은 상태”로 하루하루 폐점포가 속출하고 있으며, 반대로 이가라시 방식은 행정당국이나 주민들로부터 그 가치를 인정받아 시의 기본 진흥계획의 주요 아이디어가 되기까지에 이른 셈이다.

최근 북고회의 내적 갈등과 분열을 보고 그것이 아마도 이가라시 회장의 의사결정방식에서 연유했을 것이란 가능성을 인정하는 사람들도 어떤 의미에선 바로 그런 ‘이가라시의 방법’으로 일을 추진했기 때문에 존속 가능했을 것이란 점을 인정하는 경우가 많

다. 그가 그렇게 주도적으로 일을 해나가지 않았더라면 복고회도 우왕좌왕하고 분명한 뿌리를 내릴 수 없었을 것이라는 말이다. 그만큼 그의 아이디어는 일반적인 이해를 받기엔 상당히 시대에 앞서 있었고 그럼에도 불구하고 이가라시는 확고한 신념을 갖고 복고회 활동을 추진했다는 것이 된다. 예컨대 일본의 지방사회가 겪는 가장 심각한 문제인 과소에 대해서도 그는 오랫동안 “과소는 보물이다”라고 거리낌없이 얘기해 왔다. 단지 시골에는 문화시설이 없으므로 때때로 동경 등에 나가서 문화생활을 누리고 오면 충분하고, 따라서 도시의 과밀에 비해 지방의 과소는 오히려 훌륭하고 오염안된 자연을 즐기며 여유있고 인간적인 일상을 가능케하는 보물인 것이다. 특히 앞으로의 인터넷등 초고속정보화 사회 속에선 더욱이 그러할 것이라는 게 이가라시의 확고한 믿음이었다. 한편 이가라시 다이스케의 탁월한 지도력은 분명 그의 남다른 재능과 개성이 있었기 때문에 가능한 것이었겠지만 이에 덧붙여 20세기 초반에 일종의 ‘문화운동’으로 전개된 민예운동의 영향력을 보여준다는 점도 주목할 필요가 있을 것이다. 이가라시라는 개인의 뛰어난 발상에 맞추어 복고회라는 자원을 적절히 배치, 연출하고 좋은 상품을 개발하고 지속적으로 ‘품질관리’를 함으로써 자신들의 성공을 오랜시간 유지시킬 수 있었다.

또 하나 중요하게 지적할 수 있는 것은 당시의 시대적 배경과 사회분위기에 복고회식의 시도가 잘 맞아떨어졌다는 점이다. 아이즈복고회 입장에서 볼 때 행운이었던 점은 당시 일본 국철의 <디스커버 저팬, テイカバー ジャパン> 캠페인을 시작으로 후루사토(고향)와 옛 것을 지향하는 복고여행의 붐이 쌓여갔고, 그 와중에서 복고회가 매스컴에 의해서 전국에 알려지게 되었던 점이다. <디스커버 저팬>은 1970년 10월부터 일본 국철이 대대적으로 전개한 캠페인이었다. 이 캠페인은 그해 3월부터 9월까지 반년간 성황리에 개최되었던 <일본만국박람회> 이후에 감소가 예상되는 국내관광을 계속해서 유지시키고자 하는 목적으로 시작된 것이었다. 특히 주 목표 대상을 대도시의 젊은 여성들에게 맞추고 단체관광으로부터 탈피하여 개인의 창의와 궁리에 의해 풍부한 경험이 가능한 여행을 만들어내고자 하였다.

구체적인 관광지와 여행의 정보는 전혀 주지 않으면서 여행의 방식, 여행의 의미 등을 제안하는 식으로 캠페인이 전개되었지만, 이 캠페인에 사용된 포스터나 팸플릿 등에 백천향(시라카와코우, 白川郷)이나 타카야마(高山) (양자모두 일본의 오랜 풍경을 간직하고 있는 곳) 등의 사진이 많이 사용된 연유도 있고 한 탓에, “오래되고 좋은 일본의 재발견”이 가능한 전통적인 경관을 간직한 지역들이 관광지로서 각광을 받게 되었다. 이 캠페인은 구래의 명소와 관광지를 전혀 의식하지 않고 역으로 새로운 여행수요를 만들어 내어 국내여행지를 재발견하는 역할을 했다 (溝尾良隆, 1994; 白幡洋三郎, 1996; Ivy, 1989). 복고회가 강조한 ‘일본전통예로의 복귀’야말로 <디스커버 저팬> 캠페인이 호소하는 것과 잘 맞아떨어지는 것이었다. 이런 분위기 속에서 과자점인 <아이즈 아오이>를 비롯해서 복고회 가맹의 아이즈 향토요리 전문점이나 민예품 가게 등이 인기를 몰아 성업을 이루고 아이즈의 관광진흥에도 커다란 기여를 할 수 있었다.

6년이나 지속되었던 이 캠페인이 끝난 후에도 <북고 붐, レトルブーム>이 일본사회에 확산·지속되면서 옛 것에 대한 향수를 찾는 여행이 국내관광의 주요한 흐름의 하나로 80년대 이후까지 계속되었다. 이것이 아이즈북고회의 장기적인 성공의 중요한 배경이 되었음은 물론이다. 1996년판 아이즈북고회 발행 관광지도의 전면 제일 위쪽에는 다음의 캐치프레이즈가 큰 글씨로 부각되어 있다: “DISCOVER JAPAN, AGAIN.”

## 참 고 문 헌

- 권숙인. 1996. 『현대일본사회와 지방의 아이덴티티』. 서울대출판부.
- \_\_\_\_\_. 1996. 「현대일본사회와 전통(성)의 공간」. 『한국문화인류학』. 29권 1호.
- \_\_\_\_\_. 1997. 「근세 일본에서 대중관광의 발달과 종교-‘이세마이리’를 중심으로」. 『지역연구』. 6권1호.
- 김양주. 1997. 「일본관광 명소와 자원의 변천 - 변화하는 사회적 욕구와 만들어지는 ‘명소’」. 『지역연구』. 6권1호.
- 김일철. 1994. 『일본농촌과 지역활성화 운동』. 서울: 나남.
- 문옥표. 1991. 「후기 산업사회에서의 농촌의 위상」. 『농촌사회』. 창간호.
- \_\_\_\_\_. 1994. 『일본의 농촌사회: 관광산업과 문화변동』. 서울대출판부.
- \_\_\_\_\_. 1998. 「일본농촌의 관광개발과 지역활성화」. 『아시아 농촌사회의 구조와 변화』. 한국농촌사회학회 정기학술대회 발표논문집.
- 전경수(편역). 1987. 『관광과 문화: 관광인류학의 이론과 실제』. 까치.
- 會津若松觀光協會. 1992. 『1991年 観光客數とその實態調査』.
- \_\_\_\_\_. 1993. 『1992年 観光客數とその實態調査』.
- \_\_\_\_\_. 1994. 『1993年 観光客數とその實態調査』.
- \_\_\_\_\_. 1995. 『1994年 観光客數とその實態調査』.
- \_\_\_\_\_. 1996. 『1995年 観光客數とその實態調査』.
- \_\_\_\_\_. 1997. 『1996年 観光客數とその實態調査』.
- 足羽洋保(Ashiba Hiroyasu) 編. 1994. 『新・觀光學概論』. ミネルヴァ書房.
- 井上 繁. 1989. 『地域づくり診断』. 東京: 同友館.
- 石森秀三. 1989. 「旅から旅行へ」. 守屋 毅編. 『日本人と遊び』(現代日本文化における傳統と變容6). ドメス出版.
- 神崎宣武. 1990. 『觀光民俗學への旅』. 河出書房新社.
- 龜地 廣. 1984. 『むらおこしるルネサンス』. 東京: ぎょせい.
- \_\_\_\_\_. 1991. 『自治の系譜: ジャーナリストの見た戦後地方史』. 東京: 第一法規.
- 溝尾良隆(미조오 요시타카). 1994. 『觀光を読む: 地域振興への提言』. 古今書院.

- 中川浩一. 1985. 『観光の文化史』. 筑摩書房.
- 島内景二(시마우찌 게이치). 1989. 『日本人の旅』. 日本放送出版協會.
- 白幡洋三郎(유자부루 시라하타). 1996. 『旅行のススメ』. 中公新書.
- 山下晋司(야마시다 신지). 1996. 『観光人類學』. 『관광인류학의 이해』 황달기역. 일신사(1998).
- Anderson, Benedict. 1983. *Imagined Communities: Reflections of the Origin and Spread of Nationalism*. London: verso.
- Graburn, Nelson. 1983. "The Anthropology of Tourism." *Annals of Tourism Research* 10(1).
- \_\_\_\_\_. 1983. *To Pray, Pay and Play: the Cultural Structure of Japanese Domestic Tourism*. Aix-en-Provence: Centre des Hautes Etudes Tourisques.
- Gupta, Akhil and James Ferguson. 1992. "Beyond "Culture": Space, Identity, and the Politics of Difference." *Cultural Anthropology* 7(1).
- Hobsbawm, Eric and Terence Ranger, eds. 1983. *The Invention of Tradition*. Cambridge: Cambridge Univ. Press.
- Horikoshi, Hisamoto. 1985. "The Changing Rural Landscape: a Township over Two Decades". *Japan Foundation Newsletter* 13(1).
- Ivy, Marilyn. 1988. "Tradition and Difference in the Japanese Mass Media". *Public Culture* 1(1).
- Kelly, William. 1986. "Rationalization and Nostalgia: Cultural Dynamics of New Middle Class Japan." *American Ethnologist* 13(4).
- \_\_\_\_\_. 1990. "Japanese No-Noh: The Crosstalk of Public Culture in a Rural Festivity." *Public Culture* 2(2).
- MacCannel, Dean. 1989(76). *The Tourist: a New Theory of the Leisure Class*. New York: Schocken Books.
- Moeran, Brian. 1983. "The Language of Japanese Tourism." *Annals of Tourism Research* 10(1).
- Tokuhisa, Tamao. 1980. "Tourism within, from and to Japan." *International Social Science Journal* 32.
- Williams, Raymond. 1973. *The Country and the City*. New York: Oxford University Press.

## PRODUCING TOURISM: <AIZAU REVIVAL SOCIETY> AND LOCAL HISTORY AND TRADITION

Kweon, Sug-In

*Institute of Cross-cultural Studies, SNU*

Tourism as a socio-cultural phenomenon consists of touristic sites, the producers and consumers of touristic products, and this paper focuses on the side of production. In order for the tourism process to take place, particular images and information about the tourist sites need to be produced and distributed. Analysis of the production of tourism enables us to approach the socio-cultural dynamics involved in the tourism process. For instance, similar touristic resources can be produced in various ways and thus are attached differing meanings and semiotic images. In addition to this, success or failure of a particular touristic product depends not only on the content of the product but also on the socio-historical context in which it is produced and consumed. Particular cases of touristic production, therefore, provide a very useful means for socio-cultural analysis. Based on these perspectives, this paper examine the case of <Aizu Revial Society>, a group of local merchants in Aizu region of Tohoku Japan which has been fairly successful in producing tourism utilizing local history and tradition.