

일본의 지역활성화 전략

송 두 범

(충남발전연구원 연구위원)

1. 출장개요

- 주제 : '살고싶은 지역만들기' 성공사례 연수
농촌지역 자치단체 혁신역량 강화
- 목적 : 지역축제를 주제로 한 지역혁신 성공사례 연수
전통문화 보전을 통한 지역활성화 전략 연수
스포츠를 통한 '살고 싶은 지역만들기'
농촌 어머니티 자원을 활용한 지역혁신 역량 강화
문화예술 창조도시 정책 연수
- 기간 : 2006년 8월30일(수)~9월7일(목)
- 대상 : 19명
- 방문 : 난토, 가나자와, 타메야마, 도쿄, 시미즈, 유후인, 구마모토

2 출장내용

1) 축제를 테마로 한 지역활성화 전략, 토가무라

토가 마을은 토야마현의 서남단에 위치하고 있으며 총면적은 177.58km², 그 중 임야가 96%를 차지하는 전형적인 산골마을이다. 가파르고 험준한 산을 수원으로 하는 쇼우가와 와 그 지류 토가가와, 모모세가와 세 개의 하천이 북쪽으로 흐르고 그 하천을 따라 산중턱 완사면 위에 자리잡고 있다.

산지성 기후이고 12월 초순에서 4월 초순까지 눈이 녹지 않고 적설이 3m를 넘는 일도 있는 특별 폭설지대이다. 인구는 1948년에 4,203명을 기록한 것을 피크로 그 이후에는 매년 마을을 떠나는 사람이 늘어 현재는 약 800명 정도로 집계되고 있다.

토가무라는 2004년 11월 시청 합병으로 인해 난토시로 편입되었다. 난토시는 일방의 지방자치단체 자율 통합 방침에 따라 토가무라를 포함한 인근 9개 지역을 합병하여 탄생한 신생 자치단체라 할 수 있다. 지방경쟁력 강화와 재정여건 개선을 위한 합병정책에 대한 주민의 동의를 거쳐 탄생한 시로 현재 인구는 약 8만명이라고 한다.

합병 시 지역주민의 컨센서스를 바탕으로 시 위치 선정, 시 명칭, 의회 통합, 주민투표를 통한 단일시장 선출 등의 난관을 슬기롭게 극복했다. 또한 공무원을 34명이나 감원하여 연간 6억엔의 재정절감 효과를 얻었으며, 이렇게 절감된 재정의 전반은 나후지역에 지원하고 있다.



난토시라는 명칭도 의회의 의결을 거쳐 5천여명이 모모한 이름 가운데 선정했다고 한 토가무라행정센터 현관

다. 또한, 기존의 합병 전 옛 청사건물들은 주민들의 편의를 위해 행정센터로 활용하고 있었는데 연수단이 굽이굽이 산속을 1시간가량 달려 찾아간 곳이 바로 토가무라행정센터였다.

일본은 40여 년 전부터 이농현상이 심화되어 노동력이 전부 도시로 집중되었고, 마을은 인구가 격감되었다. 이러한 급격한 인구의 감소는 지방 산업의 미래를 불투명하게 만들었고, 사람들은 일자리를 찾기 위해 도시에 나가서 공부를 하는 것이 보편화 되었다. 합병된 8개 지방 중에서 토가무라는 도시에서 가장 먼 마을이고, 겨울에는 눈이 가장 많이 오는 지역이었다.

이곳은 적설량이 많아 4미터 정도 까지 눈이 내리는 날도 있어 국가에서도 눈이 많이 오는 지역으로 지정하여 관리하고 있는 곳이다. 40년 전까지만 해도 눈 때문에 1년 중 절반은 교통이 단절되어 있던 곳이었다. 그래서 이곳 사람들은 '새들도 안다니는 지역, 육지의 고립된 섬나라' 라 말하고 있다.

반년동안 눈으로 덮여 있어 교통이 불편하다는 악조건 때문에 산업이 발달할 수 없어서 토가무라는 인구가 급격히 감소했다. 이런 위기를 극복하기 위해 토가무라의 혁신, '살기좋은 지역만들기'는 시작된 것이다.

주민들은 우선, 교통문제를 가장 먼저 해결해야 한다고 생각했다. 국가에 도로정비를 요청하기 위해서는 난토시의 8개 마을 중에서 국제·국내교류가 가장 많은 곳이 토가무라라는 어필을 해야 했다. 토가무라의 지역활성화 운동은 이런 현실적인 요구에서부터 시작됐다. 1976년 도쿄 와세다 극장을 주도해 온 스키 단장과 토가무라의 만남은 지역 혁신을 가속화시켰다.

스키 단장은 마을 주민들과 함께 토가무라의 전통적인 가옥양식인 합장가옥(갓쇼)의 활용방안에 대한 아이디어 공모를 했다. 그 결과 갓쇼를 개조하여 연극무대로 하려는 스키 단장의 아이디어가 주민들의 호응을 얻어, 토가무라에서는 갓쇼를 연극무대로 개조하는 작업이 벌어졌으며 해마다 이곳에서 연극공연이 이뤄졌다.

이런 준비과정을 거쳐 1982년 세계 연극페스티벌이 개최되었다. 이 축제를 계기로 토

가무리는 연극촌으로써 국내외적인 명성을 얻게 되었으며, 이 작은 마을에서 약 1만 명의 관광객을 유치하기에 이르렀다.

세계 연극페스티벌로 성공을 거둔 토가무리는 지역활성화를 위한 추가적인 테마를 찾기 시작했다. 첫 번째 모티브가 주(住)였다면, 두번째는 식(食)이었다. 1985년 겨울부터 매년 3일간의 일정으로 메밀축제를 개최해오던 토가무리는 1992년 세계 메밀박람회를 개최하여 31일 동안 진행하였다. 이 기간동안 13만 5천 300명의 관광객을 불러 모았으며, 해외 8개국 및 일본 내 38개 자치행정단체가 참여한 성공적인 축제를 개최했다.

세계 연극페스티벌과 메밀박람회에 이어 지역 활성화를 위해 광대한 자연환경과 사계절의 변화를 활용한 행사를 계절별로 개최하는 4계절 축제전략을 추진하였다. 여름의 '세계연극제', 5월 '봄놀이·사자춤', 10월 '토가산축제', 2월 '토가메밀축제'의 4대 축제가 이 작은 마을에서 이뤄지는 사계절 축제에 해당한다.

자그마한 산골마을에서 세계 연극페스티벌 및 세계 메밀박람회 등 큰 행사를 개최할 수 있었던 것은 꾸준한 국제·국내교류를 통한 노력이 있었다고 한다.

우선 연극에 관해서는 그리스비극의 발상지로 알려진 그리스 델피시와 20년째 교류하고 있으며, 1989년에는 메밀의 원산지인 네팔의 스투쿠지에 도시와, 그리고 2002년에는 메밀의 주산지로 알려진 한국의 평창군과 소바 자매결연을 맺고 있으며, 전 일본을 대상으로 지역별 토가무리추진회 등의 네트워크를 구축하고 있다.



토가무리행정센터에서 진행된 브리핑

자녀를 적게 낳고 고령화가 진행되면서 현재 토가무리의 인구는 800여명 밖에 되지 않는다. 하지만 축제가 더 이상의 인구 감소를 억제시키고 전통적 농업을 유지시키는 효과를 가져온 것 또한 사실이다. 또 국가의 지원을 받아 행사를 개최하면서 관광객을 유치하여 농업의 소득을 올리고 도로가 정비되는 등의 성과도 분명히 존재한다. 지역주민 스스로의 문제의식과 자발적 참여로 시작된 토가무리의 지역 활성화 운동에서 볼 수 있듯이 주민들이 어떻게 협력해 나갈 것인가, 지금까지 얻은 성과를 어떻게 발전시켜 나갈 것인가 하는 문제들은 주민들의 의식전환을 통해 고민하고, 결정해 나가야 할 시기이다.

작고 아담한 크기의 난토시 토가무리 행정센터를 배경으로 단체사진을 찍은 연수단은 브리핑을 해주신 나카타니씨가 미리 예약해 주신 식당으로 향했다. 식당은 산속에 자리잡은 조용한 곳이었지만 해마다 메밀박람회가 열리면 관광객들로 인산인해를 이룬다는 축제현장이었다.

13만명의 관광객을 유치했다기에 근사한 관광지를 기대했던 우리는 너무도 소박한 모습과 정말 중요한 것은 시설이 아니라 콘텐츠라는 것을 실감할 수 있었다.

축제가 열리면 직접 소바를 만들어 볼 수도 있는데, 아쉽게도 직접 체험은 하지 못하고 만들어주신 소바로 만족해야 했다. 그 유명한 소바를 처음 맛본 순간에는 한국에서 먹어본 소바와는 달리 쫄쫄쫄한 맛도 없고, 오히려 '이게 뭐야'라는 생각이 들었는데 먹을수록 담백한 맛이 느껴져 한그릇씩 더 달라고 하는 분들도 있었다.

나중에 알았지만, 밀가루가 적게 들어가고 소바의 비율이 높기 때문에 한국에서 먹었던 면과는 다른 맛이 난다고 한다. 약간 중독성이 있는 맛이라, 한국에 돌아가도 가끔은 생각이 날 것 같다.

연수단을 태운 버스가 식당을 돌아나와 멀어져 갈 때까지 손을 흔들어 주시던 식당에 일하는 분들을 보면서 우리도 어색하게 손을 흔들어 답례를 했다. 이곳을 다녀간 관광객들은 이런 작은 친절까지도 모두 담아가지 않았을까 싶다.

토가무리는 지역을 일으키기 위해 지역 내에 있는 폐농가와 일본 전통식 건물인 합장가옥들을 이전하여 '토가문화예술공원'을 조성하고 도시와 교류하는 거점으로 활용했다. 토가무리에서는 1982년 이래 해마다 7월 중순에서 8월 하순까지 세계 연극 페스티벌이 열리는데, 연극 공연은 이 문화예술공원 안에 있는 토가 연극촌에서 이뤄진다.

토가 연극촌은 갯쇼를 개조한 토가산보와 신도가산보, 팔각형 현대식 건물인 토가 스튜디오, 호숫가에 자리 잡은 야외극장 등 네 개의 극장으로 이루어져 있다. 두개의 건물을 제외하고는 대부분 이전하여 복원한 것이라 설립비용은 많이 소요되지 않았고, 보조금은 토야마현에서 지원을 받았다고 한다.



전통가옥 4~5채를 분해해서 만든 실내에 들어서면 널따란 마룻바닥이 무대가 되고 층층이 다다미를 깔 자리가 400석의 객석이 되며, 관객들은 신발을 벗고 들어와 다다미에 걸터앉게 배치되어 있다.

실내는 삼나무 향기로 묘한 분위기를 자아내고 있으며, 배우들의 발 구르는 마루바닥이 미세한 울림부터 쿵쿵거리는 강한 울림까지 호소력을 가지고 울려 퍼지는 역할을 한다. 3백년이나 됐다는 갯쇼에서의 연극은 신비로움을 연출한다.

여름에는 시원하고 겨울에는 4m의 눈으로 둘러싸여 따뜻하다고 한다. 또한, 배우의 얼굴, 눈물, 땀을 가까이서 볼 수 있고 긴장감을 느낄 수 있어 배우에게도 관객에게도 최고의 조건이라고 생각되었다.

야외극장은 호수를 배경으로 무대가 설치되어 있고, 객석이 800석 정도 계단식으로

되어 있다. 일본의 공공시설에서는 불꽃이나 조명 등에 대한 제한을 받지만, 이곳 야외무대에서는 이런 것들을 자유롭게 사용할 수 있다는 장점이 있다.

이러한 시설 면에서의 장점과 더불어, 토가 무라가 예술가들로부터 사랑받는 가장 큰 이유는 자유로운 예술활동이 보장되는 점이라고 할 수 있다.



대개의 경우 행정이 주도적으로 건축을 하고 감독을 지칭해 가는 절차를 밟게 되어 감독이 자유로운 활동을 하는데 제약이 받게 된다. 그러나 토가무라의 사정이 다르다. 스즈키 단장으로부터 시작된 즉, 예술가로부터 시작된 극단은 행정에서 정한 규칙에 얽매이지 않고, 예술가에 의해 모든 것이 결정되고 예술가에 의해 이곳 토가무라의 역사가 써어지고 있는 것이다.

2) 창조도시 가나자와

가나자와 시청으로 향하는 중에 지나가면서 바라본 가나자와성은 도심 한복판에 자리 잡고 있으면서, 자연과 도시가 묘하게 어우러져 있어 전통과 현대가 어울리는 문화예술의 도시 가나자와시의 도시전략을 상징하는 듯 했다.

가나자와시청의 첫인상은 주황색 벽돌건물에 검정색 창살이 쳐져있어 웬지 교도소처럼 보이기도 했다. 연수단은 여성참가자들이 실에 간 사이에 남성참가자들만 기념촬영을 마치고, 7층 회의실로 올라가 가나자와시의 창조도시 전략에 대한 브리핑을 받았다.



가나자와시청 앞의 단체사진

가나자와가 가진 고유한 재산은 자연과 조화된 역사적인 길거리, 생활 속에 뿌리박은 전통문화라고 할 수 있다. 또한 에도시대 이후로 학술도시로서 역사를 켜켜이 쌓아왔고, 공예와 학술이 융합된 전통적인 지역산업이 이어져 내려오고 있다.

가나자와는 이런 고유의 자연과 역사, 문화를 초석으로 하면서 그것들을 현대에 계승하는 동시에 환경문제, 고령화, 정주인구 감소 등의 환경변화를 고려하여 발전시키고 있다. 중추 거점 도시로서의 기능향상, 살기 좋고 질 높은 생활환경의 조성을 목표로 거주 지역, 상업·업무지역, 공업·유통지역과 자연 환경 보전 지역을 균형있게 배치하고 각각

에 적합한 도시환경 정비를 추진하고 있다.

가나자와시는 가나자와의 뛰어난 개성과 매력을 높임과 동시에 도시 기반을 충분히 확충하고 시민 본위, 시민 주체의 여유 있는 시민 생활을 한층 더 풍부하고 안정되게 하기 위하여 1995년에 [가나자와 세계 도시 구상]을 확정했다.

이 구상에 따라 1996년도를 시작년도로 하는 [가나자와시 신기본계획]을 추진하여, 2005년도에 종료되었고, 2006년도를 시작년도로 하는 향후 10년간의 행정 운영의 지침이 되는 [제2차 기본계획]을 확정했다.

제2차 기본계획은 구상의 3대 목표인 '고차원 도시기능을 정비한다', '개성을 창출한다', '풍부한 인간 환경을 쌓는다'를 계승하면서 새로운 목표로써 '건강한 거리, 가나자와를 만든다', '아름다운 거리, 가나자와를 만든다', '안심하고 살 수 있는 거리, 가나자와를 만든다' 등 세 가지 목표를 내걸고 도시를 가꾸고 있다.

가나자와는 번정기(藩政期) 이래 호쿠리쿠 지방(중부지방에 있는 4현의 총칭)을 대표하는 도시로서 중심적인 역할을 해왔다. 앞으로도 새로운 도시 기반 정비에 맞춰 가나자와시의 거점성을 더욱 향상시키는 한편 사람, 사물, 정보의 유용성을 높여나갈 계획이다.



이 과정에서 다른 도시와의 경쟁도 심해질 것으로 예상된다. 때문에 가나자와시는 개성이 풍부한 호쿠리쿠 지방의 중추 거점도시로서 그 역할을 다해가기 위해 △광역 교통 기반을 살린 거점성이 높은 도시 조성 △국내외의 교류 촉진 △시대를 선도하는 제품을 만드는 산업 형성 △매력 있는 고용 창출 △학술 도시의 특성을 살린 인재 만들기 등에 힘쓰고 있다. 이런 목표를 달성하기 위한 기초 작업으로 품격과 번영이 있는 '건강한 거리, 가나자와를 만든다'를 첫번째 목표로 세운 것이다.

가나자와 역사지구의 한 신사

가나자와와 역사지구의 한 신사

'아름다운 거리, 가나자와를 만든다'를 두번째 목표로 세운 이유는, 가나자와의 마을들은 시로야마 산계에 연결된 3개의 대지, 구릉과 그 사이를 흐르는 2개의 맑은 물줄기 등 자연 조형이 그 기반이 되고 있고, 이러한 풍요로운 자연 환경 위에 선인의 지식이 축적된 역사와 문화, 아름다운 거리가 숨쉬고 있기 때문이라고 한다.

이러한 소중한 자원을 보전하기 위해 가나자와시는 역사와 문화를 살린 마을 조성에 특히 노력하는 등 사람과 자연과의 공생 및 자연과 조화된 도시 환경의 창출에 주력하고 있다.

마지막으로 '안심하고 살 수 있는 거리, 가나자와를 만든다'를 세번째 목표로 내세웠는데, 이는 안심하고 살 수 있는 도시를 만든다는 시의 의지가 반영되어 있다. 가나자와는

생활 속에서 길러져 온 커뮤니티가 맥맥이 이어져 지역의 삶을 유지해 왔다. 시민들의 풍요로운 삶을 실현하기 위해서는 안전과 안심의 확보가 반드시 필요하다고 본다.

요 몇 년 사이 커뮤니티의 약체화가 지적되는 한편 NPO 등에 의한 지역과 세대의 틀을 넘는 새로운 활동도 계속 생겨나고 있기 때문에, 가나자와만이 가능한 시민과 행정이 일체가 된 적극적인 대처가 필요하다고 느꼈기 때문이다.

저출산 고령화가 진행되는 가운데 커뮤니티를 소중히 하고 모든 사람이 안심하고 살 수 있는 환경 조성, 젊은 세대가 안심하고 자녀를 키울 수 있는 환경 조성에 힘써서 시민 한 사람 한 사람이 안심하고 살 수 있는 마을 가나자와를 만들고자 노력하는 것이다.

가나자와는 이 3가지 목표를 실현하기 위해서 새롭게 부분별로 시책을 중점화, 종합화한 10가지 중점 프로젝트를 다음과 같이 구성하여 추진하고 있다.

▶ **프로젝트 1 : '세계로 열린 교류도시' 형성**

가나자와항, 호쿠리쿠 신간선 및 광역도로의 정비를 추진하고 고마즈(小松) 공항의 기능을 살려 가나자와를 중심으로 한 권역에서 국내외의 인간, 사물, 정보의 교류를 촉진함으로써 세계로 열린 교류도시의 형성을 도모한다.

▶ **프로젝트 2 : '매력과 활기가 넘치는 쾌적도시' 창조**

본래 가나자와가 갖고 있는 콤팩트 시티로서의 도시구조를 잘 살려 쾌적하고 활력으로 넘쳐나는 중심 시가지를 만들고, 환상(環狀)도로와 중심시가지, 그리고 교외시가지를 원활히 연결하는 교통체계를 정비하여 자연환경과 도시기능 두 가지 모두를 향유할 수 있는 쾌적한 도시를 창조한다.

▶ **프로젝트 3 : '독자적이고 창조적인 제작산업' 육성**

무엇인가를 만들어 내는 제작의 전통과 풍부한 문화적 특성, 그리고 항만 등의 도시 기반, 또 학술의 집적을 활용하여 가나자와가 배출해 내는 사람, 사물, 문화를 '가나자와 브랜드'로 한 독자적이고 창조적인 산업을 창출한다.

▶ **프로젝트 4 : 지성과 감성을 갖춘 '다음 세대를 짊어질 인재' 육성**

풍부한 개성의 도시 가나자와를 어린이와 함께 성장해 가는 지역으로 만들어 미래로 전하기 위해, 지성, 감성을 갖춘 뛰어난 인재를 육성한다.

▶ **프로젝트 5 : 빛나는 자연에 둘러싸인 '인간과 지구환경' 공생**

가깝게는 생활 속에서 가나자와 자연환경의 보존·함양에 힘쓰고 동시에, 멀게는 지구온난화 방지 등의 글로벌한 과제에 대한 대응으로 풍요롭고 윤기나는 자연과 인간, 그리고 지구환경이 공생하는 아름다운 가나자와를 만들기 위한 환경친화적인 활동을 추진한다.

▶ **프로젝트 6 : 전통과 첨단이 조화를 이룬 '아름다운 경관' 형성**

역사를 소중히 하는 마음을 기본으로, 역사적인 도시모습과 건축물 등의 전통적인 경

관의 보존 및 근대적 도시경관의 창출을 조화시킴으로써, 전통과 첨단이 매력적으로 조화를 이룬 지역자원을 활용한 지역사회 형성을 지원한다.

▶ **프로젝트 7 : 문화와 예술이 미래를 여는 '다채로운 공간과 활동' 창조**

가나자와를 수놓고 있는 고유의 문화를 소중히 하고, 예능, 공예, 음식문화 등의 전통문화를 다음 세대로 계승함과 동시에, 혁명적인 노력을 통해 새롭고 다채로운 문화활동의 장과 기회를 창조하는 등 특색있는 교육의 추진으로 새로운 예술활동을 창출한다.



▶ **프로젝트 8 : '평생 건강사회' 형성**

고령화가 진행되는 가운데, 모든 인생의 무대에 걸쳐 시민의 마음과 건강 만들기를 지원함과 동시에, 정이 든 지역에서 서로가 도우며 건강하고 풍요롭게 살아 갈 수 있는 건강복지 사회를 위해 고령자를 보살피는 체제를 형성한다.

가나자와시 21세기 미술관

▶ **프로젝트 9 : '육아의 기쁨을 실현 할 수 있는 고장' 추진**

라이프스타일의 변화에 대응한 지역과 세대를 초월한 새로운 육아 지원을 완성하기 위해 육아지원체제를 충실히 구축하고, 지역사회가 하나가 되어 육아를 실시하는 환경을 만들어 안심하고 아이를 낳아 기를 수 있는 가나자와를 만든다.

▶ **프로젝트 10 : 시민과 서로 돕는 '안전한 생활' 실현**

시민의 일상생활을 위협하는 자연재해와 범죄에 정확하게 대응할 수 있는 도시기반을 정비하고 기능을 보장하며, 재해에 강한 고장 만들기를 추진함과 동시에, 경찰, 소방, 지역 커뮤니티와 연계한 방재, 방법, 교통안전활동을 추진한다.

가나자와는 기업유치나 중앙정부의 개발사업으로 인한 발전이 아니라 내부의 자원을 조화롭게 활용한 '내생적으로 개발된 창조적 도시'이다. 외부의 자본 유입에 목마른 다른 도시와는 달리 지역이 가진 전통적 산업을 보존하고 경제적 효과를 지역 내에 남기는데 성공한 것이다.

이를 위한 첫 출발은 '문화의 보존'이었다. 가나자와시는 2차대전 이후 끝났어야 할 일본에서 가장 먼저 문화재보존조례를 제정했다. 에도시대의 게이샤거리로 불렸던 히가시차야거리의 일본 전통차와 지역의 특산물을 파는 거리로 재정비했고, 가가유젠(일본 전통 의복을 만드는 염색 옷감), 금박, 구다니 등의 지역 전통산업이 시대에 맞게 다시 태어났으며, 우다쓰야마 공예공방에서는 전통 장인들을 기르고 있다.

그러나 가나자와의 보존은 단순히 옛것을 지키는데 그치지 않고, 전통산업을 발달시키는 동시에 독특하고 풍부한 예술과 문화자원을 현재에 맞게 혁신하는데 더 많은 노력을 기울였다. 전통문화가 단순히 보존이나 복원, 육성의 대상이 아니라 새로운 문화와의

결합을 통해 현대적 전통으로 재탄생하는 것이라는 이해에 바탕한 발전 전략으로 성공한 것이다.

전문가들은 가나자와시의 사례를 토대로 도시의 창조성 및 지속가능성 지표를 다음과 같이 도출하고 있다. 첫째, 예술가와 과학자들이 그들의 창조력을 발전시키고 확장해야 할 뿐 아니라, 노동자와 장인들도 창조적 작업을 수행해야 한다. 이를 통해 그들은 자신의 삶에 대한 만족을 느낄 수 있다.

둘째, 시민들의 일상생활이 예술적이어야 한다. 이를 위해 충분한 소득과 여간시간이 보장되어야 하며, 문화예술을 낮은 가격으로 감상할 수 있어야 한다.

셋째, 대학, 기술학교, 연구기관, 극장, 도서관 등 문화시설들은 도시 내 창조적 활동을 지원하는 인프라로서 기능해야 한다. 넷째, 환경정책은 역사유산과 도시환경을 보존하고, 어메니티를 증가시키는데 핵심이다. 다섯째, 도시는 균형잡힌 경제적 기반을 가져야 한다.

창조적이고 지속가능한 도시는 문화정책 및 환경정책과 연관된 산업정책과 함께 공공 제정에 대한 민주적 관리를 통합한 창조적 도시정책으로 구성된다.

지역주민의 문화향수, 토착 문화산업을 육성하기 위한 전문가 양성, 전통의 재창조를 위한 노력, 도심 문화공간 개선사업을 통한 가나자와의 사례는 우리에게 치밀한 구상, 종합적인 연계성, 타지역과의 차별성을 통한 새로운 대안을 강구하도록 시사하고 있다.

가나자와에서 브리핑을 마치고, 시민예술촌 입구에 있는 식당에서 점심을 먹었다. 가나자와에서는 도심의 주요 건물들이 교외로 이전한 장소 또는 공장부지 등이 거의 대부분 문화공간으로 재활용되고 있는데 그 대표적인 곳이 시민예술촌이다.

식사 후 예술촌 촌장님에게 간단한 브리핑을 받고 예술촌을 돌아보기로 했다. 가나자와에는 방직공장이 많이 있었다. 방직공장이 세워진 것은 1919년으로 약 87년 전이었다. 종업원이 많았을 때는 2,000명 가량되었고, 면적은 10만㎡ 정도였다.



공장부지를 재활용한 시민예술촌 입구

1994년 공장이 폐쇄되자 가나자와시가 매입하여, 시민들을 위한 문화예술공간으로 만들었다. 공장이 있던 자리는 잔디로 변했고, 창고는 연극, 음악, 미술 등 시민들이 예술활동을 할 수 있는 공간으로 탈바꿈했다.

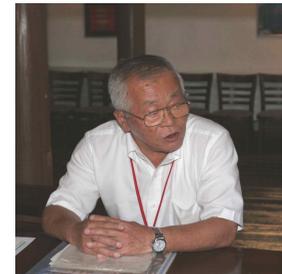
예술촌이 개장된지 10년이 지났는데, 이곳을 이용한 시민의 수가 2006년 7월31일까지 통계로 216만9천명이다. 연 평균 약 20만명이 이용하는 셈이다.

가나자와 시민 3명 중 1명은 스스로를 '아미추어 문화 예술가'로 생각한다. 상당수 시

민들이 음악, 미술, 공연 동호회원으로 활동하고 있기 때문이다. 시민들의 문화예술 활동의 중심에는 가나자와 시민이라면 누구나, 또 아무 때나 이용할 수 있도록 개방된 '시민 예술촌'이 있다.

시민예술촌이 가나자와에 자리잡게 된 데는 그만한 이유가 있다. 가나자와는 일본무용, 차, 꽃꽂이 등 전통예술이 발달한 지역이어서, 문화활동을 하기에 적합하기 때문이다.

요즘 젊은 청년들은 전통악기보다는 기타나 락음악, 재즈음악을 선호하고, 일본무용보다는 플라멩고를 원한다. 하지만 전통이라고 해서 무조건 낡은 것으로 배척하기 보다는 전통에 새로운 것을 가미하여 새로운 전통을 만들어 갈 수 있도록, 젊은 청년들이 좀더 자신을 표현하고 새로운 전통을 만들어갈 공간이 필요했던 가나자와이기에 시민예술촌이 이처럼 시민들 속에 자리잡을 수 있었던 것이다.



한국에도 시민예술촌과 비슷한 기능을 하는 시설들이 많이 있다. 일본 역시 이러한 시설이 2,500여 곳이나 있지만 가동율은 연간 52%정도 밖에 되지 않는다고 한다.

호소카와 촌장은 국민들의 세금으로 운영되는 이러한 시설의 가동율이 절반밖에 되지 않는다는 사실을 안타까워했고, 시민들이 이용할 수 있는 시설을 만드는 것에 주목했다.

그리고는 오케스트라와 미술관을 지금까지와는 다른 시민예술촌의 호소카와 촌장 시점에서 바라보고 사업에 착수했다. 대부분의 시설은 오전 9시부터 저녁 9시까지 개방을 하고, 주1회 휴관 및 명절에도 휴관을 하는데, 시민들의 가장 큰 두 가지 요구 중 하나가 '언제 어느때 가더라도 시설을 이용할 수 있도록 해달라'는 것이었다.

대부분의 시민들은 낮에 직장을 다니고, 저녁 6시 이후부터 3시간정도 밖에 시설을 이용할 수 없기 때문에 한창 연습을 하다가 폐장시간이 되어 버리기 때문에 불만이 많았던 것이다. 이를 위해 시민예술촌은 24시간 365일 개방을 하고 있다. 24시간 개방 이후, 연간 방문했던 20만명의 사람들이 가장 많이 이용한 시간이 저녁 6시부터 아침 6시까지로 전체 이용자의 60% 이상이 이 시간대에 몰렸고, 단 하루도 방문자가 없는 날은 없었다.

나머지 하나는 '저렴하게 이용할 수 있도록 해달라'였다. 현재 예술촌의 이용요금은 6시간에 천엔이고, 여러 가지 시설 및 비품들은 무료로 빌려주고 있다.

시민예술촌이 시민들에게 가까이 다가갈 수 있고, 1년 365일 내내 이용될 수 있었던 것은 시민들의 이러한 요구를 적극 반영했을 뿐 아니라, 시설을 시민이 직접 운영하도록 했기 때문이다. 기존의 시설들은 가나자와시의 직원들이 관리 운영하고 있었는데 시민예술촌은 시민들이 직접 맡아 하기로 한 것이다. 시민들은 행정의 권리를 시민에게 어느

정도 양도했다는 뜻으로 이해하고 있다. 그리고 또 하나 관리규칙을 엄격하게 정해놓지 않았다. 예를 들어, 기둥에 못을 박지 못하도록 하는 등의 규칙을 미리 정해 놓지 않고, 이곳을 이용하는 사람들이 직접 규칙을 만들고 지키도록 한 것이다.

연극을 하는 건물에는 연극을 하는 사람들이 규칙을 만들고, 음악을 하는 건물에는 음악을 하는 사람들이 규칙을 만들기로 했다. 만약 문제가 생기면 그때그때 적절한 규칙을 만들기로 하고, 시민 중에서 감독을 선정하여 분야별로 2명씩 총 6명을 두어 관리하도록 했다.

다만, 행정에서는 두가지를 부탁하고 있다. 건물들이 모두 목조건물이라는 점을 감안해서 불사용을 금할 것을 요구한다. 연극 등을 할 때 불사용이 불가피하다면 사전에 소방허가를 받고 사용을 하도록 하고, 절대 금연을 하도록 하고 있다. 나머지 한 가지는 시설을 자유롭게 사용한 후에는 반드시 원상복귀 시킬 것을 요구한다. 벽을 뜯어내거나, 기둥을 잘라내더라도 원래 상태로 복원만 해 주면 되는 것이다.



시민예술촌 입구에서 단체사진

이처럼 최소한의 간섭으로 예술가의 자유를 최대한 보장해 주는 방향으로 운영해 가며, 24시간 개방하는 동안에도 저녁 9시 30분부터는 상주하는 직원이 한명도 없음에도 불구하고, 지금까지 운영상의 문제점은 발견되지 않고 있다.

그 이유는 시민들 모두가 이곳은 자신들의 공간이라는 주인의식을 가지고 직접 관리하고 보호하고 있기 때문이다. 가나자와시의 시민의식이 다른도시에 비해 월등히 뛰어난 것일까? 춘장의 대답은 'No'였다.

공원에만 가보더라도 망가진 벤치가 많고, 낙서된 벽을 어렵지 않게 발견할 수 있지만 이곳에서 만큼은 그러한 문제가 발생하지 않는다고 한다. 이러한 현상은 바로 시민들 스스로의 주인의식 때문이라고 자신있게 말할 수 있는 것이다.

빵과 밥을 통해 몸을 성장시켜 나가는 것이라면, 음악과 예술은 마음을 키우는 재료가 된다. 이러한 재료를 위해 행정이 할 수 있는 부분은 아주 작다. 훌륭한 시설을 만들고, 엄격한 관리를 통한 시설보존이 필요한 것이 아니라 시민들이 자유롭게 이용할 수 있는 공간과 기회만 제공해 주면된다는 사실을 기억해야 하겠다.

시민예술촌 안에 있는 직인대학(職人大學)은 일본 전통 목조건물을 짓는 데 필요한 기술자들의 재교육 공간이다. 일주일에 한 번 정도 교육을 받을 수 있는 공간이 마련되어 있다. 가나자와에 있는 낡은 목조건물을 보존하고 수리하기 위해 옛기술과 옛날 재료를 그대로 사용하는 기술을 가르치는 것이다.

50여명이 3년간 교육을 받고 있으며, 대부분이 7~8년 이상의 경험자이다. 학비는 전액

가나자와시에서 부담하기 때문에 학생들은 학비를 부담할 필요가 없다. 교육은 대부분 1:1로 이루어지며, 3년간 공부한 후 상위 단계에서 다시 3년간, 총 6년의 과정을 마쳐야 가나자와의 주요 문화재를 보수할 수 있는 자격을 가질 수 있다.



직인대학에서 이루어진 현장 브리핑

더구나, 직인대학에 입학할 수 있는 자격은 10년간의 경력이 있어야 한다. 다시말해, 직인대학은 초보자가 아닌 전문가를 대상으로 다시 6년간의 과정을 거쳐 진정한 프로를 양성하는 곳이다. 또한 이곳의 학생들은 자신들의 본업을 가지고 있어, 낮에는 직장에서 일하고, 저녁시간을 이용해 교육을 받고 있다. 예술에 대한 열정이 있어야 가능한 일이 아닐까 싶다.

3) 친환경 산지개발, 타페야마 구로베



타페야마 구로베의 케이블카

일본의 '북알프스'란 혼슈 중앙부 나가노현에서 도야마현에 이르는 산맥으로 동쪽 하쿠마 연봉에서 서쪽 타페야마 연봉 일대의 산맥을 지칭하는데, 3,000m 이상되는 봉우리만도 9개 이상 되는 이곳은 유럽의 알프스산맥과 같은 분위기라서 서양인 선교사가 일본의 알프스라고 이름을 붙였다고 한다.

타페야마 구로베 알펜 루트는 버스, 케이블카, 로프웨이, 지하 케이블 등을 갈아타면서 일본의 지붕인 북알프스 타페야마 연봉의 산허리를 관통하는 산악관광 루트인데, 최소한의 시설만 가지고 자연환경을 잘 보전하면서 관광상품을 개발한 선진 사례로 꼽히고 있다.

타페야마에는 유황의 냄새가 일대에 가득 차, 풀 한포기 나지 않는 지고쿠(지옥) 계곡과 타페야마 최대의 화산 호수인 '미쿠리가 못' 외에 여름에도 녹지 않는 눈 계곡 등 관광객을 유인할 자연환경이 풍부하게 있어 전부터 등산과 스키, 캠프 등의 산악 레크리에이션의 장소로 알려져 왔다. 타페야마 구로베 알펜 루트는 구로베강 제4발전소 건설의 공사용 기자재 수송로로 건설되었으며, 1972년에 발전소의 완공과 함께 완전히 개통되었는데, 이때부터 관광객이 급증했다.

구로베 계곡은 수백미터에 달하는 일본에서 가장 깊은 협곡이다. 일본의 특별 경승지



타페야마 구로베 전경

로 지정이 된 아루토비 협곡 외에 구로베 강의 상류에는 일본에서 가장 높은 186m를 자랑하는 거대 아치형 댐 구로베 댐이 있다.

타페야마 역에서 나가노현의 오오기사와까지 약 86km에 이르는 산악 루트는 자연의 위대함이 빚어낸 뛰어난 풍경과 계절마다 드러내는 빼어난 아름다움을 느낄 수 있다. 알펜 루트 도중에는 거대한 암벽인 아쿠시로노카베를 비롯하여 낙차 350m로 일본 최대급의 박

력을 자랑하는 쇼우요 폭포와 한여름에도 2~5도의 샘물이 솟아나는 무로도 등의 경승지가 있다.

4) 테마와 상업을 결합한 임해부도심 개발

동경 도심에서 전철로 30분 거리에 있는 오다이바의 옛 이름은 시나가와 다이바라고 한다. 시나가와 다이바는 에도 막부가 공식적으로 개항을 선언하기 직전인 1853년, 쿠로 후네, 즉 서양 함선의 침입을 막기 위해 대포를 설치한 인공섬이었다.

이 인공섬에 대규모 위탁 쇼핑시설을 건설하여 지금은 새로운 부도심으로 개발되었다. 포화상태에 놓인 도시의 역할을 분담시키기 위해 신 도심지를 모색하던 도쿄도는 바다 위에 외로이 떠있는 조그만 섬에 눈길을 돌렸고, 엄청난 시간과 비용을 투자해 새로운 인공섬, 오다이바를 탄생시킨 것이다.

최근 개발된 곳답게 오다이바에는 넓고 쾌적한 공원, 거주자의 편의를 고려한 각종 근린시설이 갖추어져 있다. 게다가 세련된 쇼핑센터와 각종 전시장이 저마다 특징적인 테마로 사람들의 발길을 끌고 있다.

여성을 위한 테마파크인 비너스스포츠관, 메가@웹으로 불리는 도요타자동차사의 시티쇼 케이스, 빛의 세계 등 서로 개성이 다른 확실한 테마에 의한 운영으로 평일에도 관광객과 쇼핑객들로 붐비는 동경의 새로운 명소가 되었다. 관광과 쇼핑을 결합한 신도시로 곳곳에 Panasonic Center 등 일본 유명 기업의 상품을 전시·판매하고, 전시물을 이용한 관광시설을 배치하고 있는데, 테마를 활용한 상업공간 구성의 모범적인 사례라 할 만하다.

선견지명을 가진 누군가가 이 작은 섬을 매입했다면 지금쯤 인생이 바뀌지 않았을까?

오다이바에 입주한 빌딩은 테마를 활용한 상업공간이라는 줄기에서 뻗어나가 각기 자기만의 테마를 가지고 다양한 모습으로 자리잡고 있다. 각각의 개성을 살펴보기로 하자.

▶ **후지 텔레비전 본사** : 관람객들이 방송국 테마관을 관람하면서 TV방송을 소재로 한 방송장비, 스튜디오, 연예인 등 방송과 관련된 정보도 얻고 직접 체험할 수 있도록 해 놓았다. 단순히 방송뿐만 아니라 시민들의 휴식 공간 및 관광객을 유도하기 위한 전망대 등 상업성에 있어서 일본인의 치밀함을 엿볼 수 있는 좋은 사례이다.

▶ **비너스스포츠관** : 이국적인 유럽의 거리를 모티브로 꾸민 여성을 위한 쇼핑몰이다. 이곳에 처음 들어서는 사람은 유럽에 와 있는 것 같은 느낌을 받는다. 고풍스러운 느낌이 감도는 건물 벽과 벽돌, 포석이 깔린 바닥, 중간중간 나타나는 분수대와 석상, 엄숙한 분위기의 교회당 등 유럽의 어느 한 도시를 그대로 옮겨 놓은 듯하다. 천장에는 매시간 다른 색의 조명을 비춰 새벽부터 저녁까지의 하늘을 보는 듯한 효과를 낸다.

▶ **텍스도코 비치** : 오다이바 해변 공원과 나란히 붙어있는 쇼핑센터이다. 시사이드 몰과 아일랜드 몰로 나뉘어 있다. 취급 품목은 젊은 층이 선호하는 영캐주얼, 아웃도어 의류, 캐릭터 상품, 인테리어 소품 등이다. 아일랜드 몰 6, 7층에는 형형색색의 간판으로 뒤덮인 홍콩의 거리를 그대로 재현한 다이바 리틀 홍콩이 있다. 홍콩에서 직접 수입한 의류, 소품을 파는 상점과 중국 음식점 등이 한자리에 모여 마치 홍콩에 와 있는 듯한 착각을 불러 일으킨다. 심지어는 소음과 냄새까지도 그대로 재현했을 정도이다. 시사이드 몰 4층에는 이와 비슷하게 일본의 1950~1960년대 거리를 재현한 다이바잇쵸 메쇼펜가이가 있다.

▶ **미디어 주** : 극장과 백화점이 한데 합쳐진 복합 쇼핑센터이다. 눈길을 끄는 매장은 감쪽한 문구, 소품, 인형, 가방을 파는 3층의 Mother Garden과 일본풍의 젓가락, 부채, 술잔과 직접 빛을 니혼슈를 파는 하나시베 Shop, 코카콜라를 테마로 만든 티셔츠, 유리잔, 소품 등의 캐릭터 상품을 취급하는 6층의 월드 오브 코카콜라 등이다. 미디어 주 3, 4층에 위치한 소니의 쇼룸에서는 소니의 PC, 오디오, 영상기기 등 최신제품을 하나하나만져 볼 수 있다. 5층으로 올라가면 소니에서 직접 운영하는 어린이 과학교실, 소니 익스플로러 사이언스가 있다.

▶ **아쿠아시티 오다이바** : 패션, 잡화, 인테리어 소품 등을 주로 취급한다. 1층에 장난감 전문 매장 토이 자러스, 3층에 디즈니 스토어와 저렴한 생활 잡화를 파는 3Minutx Happiness, 4층에 아톰 등의 캐릭터 상품을 파는 테쓰까 오사무 월드 등이 있다.

5) 맥주 공장부지를 활용한 도심 재개발

1887년 설립된 일본맥주 양조회사는 2년 후인 1889년, 도쿄부하 에바라군 메구로마을 미타에 맥주 양조장을 건설했다. 이 벽돌구조 3층 건물은 맥주의 본고장 독일의 양조장을 그대로 옮겨놓은 것 같았다. 양조장이 건설될 당시 이 근처는 민가도 별로 없는 농촌 지역이었는데, 당시 밭 한가운데에 갑자기 세워진 근대 건축물은 설립 당시부터 사람들

을 놀라게 했다. 독일제의 설비로 독일인 양조 기사가 만드는 독일풍 맥주로서 1890년에 태어난 '에비수 맥주'는 1896년 업계 1위를 차지하며 다시 한번 사람들을 놀라게 했다고 한다.

1901년은 맥주 수송 측면에서 획기적인 해로 기록되고 있다. 일본 철도가 회사의 의향을 접수해서 화물 수송을 개시했던 것이다. 이로 인해 주요 도시에 더욱 빠르게 에비수 맥주를 수송할 수 있게 되었다. 정거장명은 맥주 브랜드를 그대로 사용하여 에비수 가든 플레이스에 있는 에비수역의 기원이 되었다.

이 곳에 있던 에비수 공장은 1988년 도쿄도가 수립한 '에비수지구 정비 계획'에 의해 치바현 후나바시시로 이전해 갔다. 그리고 1991년 공사가 착공되어 1994년 10월 8일 맥주공장 부지 8.23ha가 현재의 에비수 가든 플레이스로 재탄생한 것이다.

에비수 가든 플레이스는 백화점, 레스토랑, 전시장, 비어가든, 호텔, 극장 등이 한데 모인 복합공간이다. 마치 유럽의 테마 파크처럼 한껏 멋을 부린 건물과 세련된 시설이 조화를 이루고 있어 여행자는 물론 도쿄 시민도 즐겨 찾는 명소가 되었다.

입구에 있는 엔트런스 퍼빌리온의 시계탑에서는 정해진 시각마다 인형들이 나와 유럽의 맥주 축제 모습을 재현한다. 건물 가운데에 넓게 펼쳐진 센터 광장에서는 매일 다채로운 야외 공연이 펼쳐진다. 시민들에게 맛있는 맥주를 제공하기 위해 치열했던 맥주 양조장이 이제는 모습을 바꿔 시민들의 여유로운 휴식처가 되어주고 있는 것이다.

에비수 가든 플레이스 공사는 공장으로 사용하던 근대 건축물을 그대로 두고 시작되었다. 약 1세기에 걸쳐서 맥주를 만들어 온 장소에 역사성을 부여하고 새로운 역사를 이어갈 공간을 만들었다. 기념관은 일본의 대표적 맥주 가운데 하나인 에비수 맥주의 역사와 주조공정을 소개하고

있다. 입구 안쪽에는 이 기념관의 상징인 구릿빛으로 빛나는 대형 맥주 발효통이 있다. 그리고 에비수 맥주 100년의 역사와 공장에서 사용하던 기계, 도구, 옛 사진, 맥주 주조



과거의 맥주양조장 모형



삿쵸로 맥주기념관에서 맥주시음



맥주기념관 내부

과정 등이 전시되어 있다.

과거 맥주 공장이었던 도쿄 외곽인 이 곳을 지역특색과 시대 흐름에 맞게 맥주 기념관과 미술관, 야외 공연장, 백화점 등으로 연계 개발함으로써 주민들이 문화와 쇼핑을 동시에 즐길 수 있도록 하였다. 그 결과 공장 부지의 활용도 제고를 통해 인근 지역 슬럼화를 방지하였을 뿐만 아니라 지역 경제 발전에도 이바지 했다는 평을 듣는다.

역사라는 의미를 부여함으로써 화려한 전성기를 보내고 15년 전 사라져 버릴 뻔 했던 맥주 공장이 맥주 기념관으로 재탄생할 수 있었던 것이다.

에비수 가든 플레이스는 도시 기능의 갱신, 도시주택의 공급, 서구의 정원도시 건설 등을 목표로 건설되어, 대표적인 대규모 단지식 복합개발로 유명하다. 여기에는 주거, 업무, 상업, 숙박, 문화오락 등 다양한 기능들이 복합되어 있다.

전체 부지면적의 60%를 오픈 스페이스로 조성하고 차량의 진입과 주차공간 등을 완전 지하화하여 보차분리를 실현함으로써 지상공간을 안전하고 활성화된 보행공간으로 조성하는 한편, 중심 광장에는 지붕을 씌워 날씨에 관계없이 이용할 수 있는 공간을 확보했다.

또한 에비수역과 에비수 가든 플레이스를 연결하는 '스카이워크'라는 움직이는 도로를 건설하여 사람들이 역에서 내려 편리하게 접근할 수 있도록 했다. 단지 안에 있는 15m의 도로를 이용해 삿쵸로 본사 기념관과 상업, 오피스, 다목적 홀 등 도시성이 강조되는 시설들은 2가구에 집합시켰으며, 주택과 호텔 등 좋은 거주환경이 요구되는 시설들은 분리하여 1가구의 녹지공간에 건설하여 도시형 영역과 주거부 영역을 분리했다. 주거동은 중정을 갖는 타워형으로 만들었으며, 실질 거주계층을 고려하여 임대주택 비율을 72%로 높였다.

일본의 치밀함을 그대로 보여주는 사례라 할 수 있다. 주거·업무·상업·숙박·문화오락 시설 등 모든 방면에 대한 큰 그림을 그려 놓고, 보행공간, 스카이워크 등 세부적인 부분까지 세심하게 배려한 대규모단지식 복합개발을 통해 한번에 세 마리, 네 마리의 토끼를 잡았다고 할 수 있다.

6) 축구를 통한 도시정체성 확립, 시미즈 에스펠스

하루의 3분의 2를 버스에서 보낸 일행은 해가 질 무렵 시미즈에 도착했다. 인구 약 24만의 항구도시 시미즈는 스루가만[駿河灣] 북서 해안에 있으며, 일찍이 도카이도[東海道] 가도의 역참 및 지방물자 반출항으로 발전해 왔다. 그 후 항만을 중심으로 석유·조선·통조림·철강·비철금속·합판·목재·제약·식품 공업 등이 일어나서 임해공업도시가 되었다. 시미즈항은 무역항으로 수출액 기준 7위이며 주요 수출품은 오토바이, 자동차, 자동차부품 등이다. 또 주변 일대는 차, 밀감 및 딸기, 온실 토마토, 오이 등의 원예

농업지로 유명하다. 미호솔밭[三保松原]은 유명한 경승지이고, 시미즈[清水町]를 비롯한 사찰 및 해양과학박물관 등이 있어 관광객이 많이 찾는다고 한다.

저녁식사 후 자유롭게 항구 주변을 산책도 하고, 식당 옆에 있는 쇼펍센터에서 시간도 보내며 오래간만에 여유를 가질 수 있었다. 쇼펍센터에는 1개층 전체가 S-PULS 기념품과 사진 등을 판매하고 있어, 시미즈의 축구 사랑을 그대로 보여주고 있었다. 덕분에 우리는 반가운 조재진 선수의 얼굴을 포스터를 통해 만날 수 있었다.

혹시나 조재진 선수를 만날 수 있을까 하는 기대를 살짝 가지고, 버스에 올라탄 연수단은 한국과 일본을 오가며 청소년 축구 및 한일간의 축구교류에 힘쓰고 계신 나가자토씨로부터 사진학습을 받으며 시미즈 내셔널 트레이닝 센터로 이동했다.



S-PULSE 포스터

회의실로 안내를 받아 잠시 기다리자, 시즈오카시의 아이베 미치에씨, j-step의 스키야마 요이치씨, 진흥공사의 운노 히로시씨가 차례로 들어와 스포츠 마케팅 및 스포츠센터에 관심을 가지고 방문한 연수단을 진심으로 환영해 주었다.

이행봉 연수단장님의 인사말이 끝나고 아이베 미치에씨가 가장 처음 던진 질문은 "여러분은 이곳에 도착해서서 무엇을 느끼셨습니까?"였다. 이곳은 한걸음 들어서면 웬지 몸을 움직이고 싶다는 느낌을 가질 수 있도록 노력했다고 한다. 언뜻 당연하게 생각될 수도 있지만 간략한 한마디 속에 스포츠센터의 가장 중요한 포인트가 담겨져 있다는 느낌을 받았다.

시미즈 내셔널 트레이닝 센터는 천연잔디축구장, 인공잔디축구장, 조깅코스 800m, 수영장, 체육관, 숙박시설, 식당, 200대의 주차공간, 레스토랑, 회의실 등 스포츠 훈련을 위한 편의시설이 잘 갖춰져 있다.

현재는 시즈오카시가 되었지만 3년 전 통합되기 전까지는 시미즈시였다. 당시 시미즈시는 시민들이 건강하게 생활할 수 있도록 하는데 목표를 두고, 국가대표는 물론이고 아마추어선수, 생활체육 동호인에 이르기까지 누구나 훈련할 수 있고, 즐길 수 있는 공간을 조성하였고, 그 결과 스포츠 거점으로 자리잡게 된 것이다.

처음에는 시민들의 건강 촉진을 위해 스포츠를 장려한다는 목적으로 시작했지만, 시를 대표하는 스포츠를 하나 만들자는 생각으로 축구가 선정된 것이다. 그 영향으로 시미

즈 출신의 프로 선수들이 J리그에서도 많이 활약하고 있다고 한다.

1970년대 축구협회에서 축구국가대표선수를 위한 연습공간에 대한 필요성이 대두되었고, 당시 스포츠센터를 건설할 장소로 시미즈가 선정된 이유를 시미즈시민의 관점에서 크게 두 가지를 들 수 있다. 첫째로, 시미즈에는 축구를 사랑하는 사람이 많다는 것이다. 축구가 시미즈를 대표하는 스포츠가 되면서 시미즈시민은 태어났을 때부터 죽을 때까지 축구를 즐기게 되었고, 그 집대성으로 시미즈 S-PULSE라는 축구단이 형성되기에 이르렀기 때문이다.

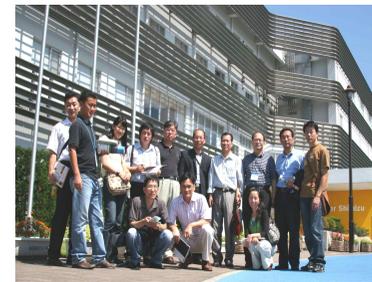
그리고 둘째 이유로는 이 지역에는 연습할 대상이 많다는 것이다. 소학교 축구대회에서 시미즈 선수들은 여러 번 우승을 했고, 고등학교는 4개의 학교가 각각 한번 씩은 우승을 하는 등 전적이 화려한데, 그 배경에는 S-PULSE 프로팀이 연습을 해 주고 있었다는 것이다.

일본에는 두개의 국제 트레이닝 센터가 있는데, 이곳은 일본에서 두 번째로 생긴 국제 트레이닝센터이다. 때문에 여기 시설은 시미즈 시민들의 건강을 촉진하는 센터인 동시에 국제적인 트레이닝센터의 역할도 하고 있다.

단 두개의 국제 트레이닝 센터 중 하나를 유치할 수 있었던 객관적인 이유를 살펴보면, 20년에 1번 눈이 오는 등 자연조건이 아주 좋다. 또한 도쿄에서도 한시간, 나고야에서도 한시간 거리에 위치하고 있어 교통조건도 빼놓을 수 없다.

이러한 자연적·지리적 조건 때문에 1980년부터 1999년까지 전국적으로 산을 농지로 개간하는 과정에서 생긴 공공용지 8ha가 국제 트레이닝 센터로 탄생할 수 있었던 것이다.

2002년 3월 오픈 당시, 한국에서도 많은 기자들이 방문하고 취재를 했는데, 합숙훈련을 위한 시설에 대한 취재가 주 목적이었다고 한다.



이렇게 설립된 센터는 잘 관리되고 있는 잔디구장을 기반으로 국내외 대표팀, J리그 소속팀의 합숙훈련에서부터 대학·고등학교 전지훈련, 감독, 코치, 심판 등 스포츠 관계자의 연수 등 사람들의 발길이 끊이지 않고 있다. 센터는 일반 시민들에게도 개방하고 있으며, 축구뿐만 아니라 야구 등 다른 스포츠도 즐길 수 있다.

시미즈 내셔널 트레이닝 센터를 배경으로 한 단체사진 주로 시미즈 S-PULSE라는 일본 프로축구 J리그 1부 팀이 많이 이용하는데, 시미즈 S-PULSE는 지역의 100여개 중소기업을 중심으로 설립한 에스펄스(주)가 운영하고 있는 시민구단이다. 시민들의 축구 사랑을 바탕으로 매년 우수한 선수를 많이 발굴하여 전력이

상당히 안정되어 있으며 국가대표선수를 많이 배출하는 구단으로 알려져 있다. 에스펠스(주)는 그동안 모기업이 도산되는 등 여러 어려움을 겪기도 했지만, 시민들의 따뜻한 사랑을 바탕으로 지역사회의 정체성 확립에 중요한 역할을 맡아오면서 지역주민들을 대상으로 스포츠 마케팅을 활발하게 펼치고 있다. 또한 지역의 어린 학생들이 축구를 통해 스포츠를 즐길 수 있는 환경을 정비하고 잠재성 있는 축구선수 육성을 목적으로 축구 보급을 위한 보육원·유치원 순회교실, 지도자 강습회, 메디칼 강습회, 각종 이벤트 축구교실, 체력측정, 인재 육성을 위한 활동도 하고 있다.

트레이닝 센터의 프로그램 하나를 예로 살펴보면, 이탈리아에서 하드웨어를 구입하여 일본식으로 바꾸어 사용하고 있는 프로그램이 있다. 개인별로 열쇠처럼 생긴 측정기를 가지고 다니면서 측정기에 꽂으면 각자에게 가장 알맞은 트레이닝 메뉴가 나온다. 개인의 신체적 조건이 다 입력되어 있어, 매일 그날에 맞는 종목, 무게, 횟수 등을 적절하게 측정해 준다. 전문적인 트레이너 3명이 6천명을 관리하고 있고, 하루에 160명쯤 이용한다고 한다.

시즈오카시에는 7개의 스포츠 시설이 있는데 시에서 자금을 지원하고 운영 및 관리를 해 왔다. 현재까지와는 다르게 이번 해부터 민간업체와 경쟁을 통해 운영주체를 선정하기로 했다. 치열한 경쟁을 통해 진흥공사에서 계속 관리하는 것으로 결정되기는 했지만, 관리비의 사용 및 목적에 맞는 운영을 위해 긴장을 늦출 수 없는 상황이라고 한다.

민간업체와의 경쟁에서 이길 수 있었던 이유를 묻는 질문에 대해 공익성 또는 수익성에 대한 답변을 기대했던 연수단은 '정열과 마음'이라는 의외의 대답을 들었다. 시민들이 좋아할 수 있는 곳으로 운영해 가고자 하는 시민에 대한 정열과 시민을 향한 마음이 전해졌다고 얘기하는 모습에서 시즈오카 스포츠의 미래가 보였다.

이러한 시설들을 통해 시즈오카에서는 시민 한 명당 한 개의 운동을 하게 된다. 축구뿐만 아니라 아웃도어 스포츠를 즐기는 사람들도 있고, 바다에서 스포츠를 즐기는 사람들도 많다. 이러한 시설을 통한 스포츠의 영향으로 시민들의 건강이 증진되어 시에서 운영하는 병원은 상당한 적자가 나고 있어 울상이라고 한다.

시미즈 내셔널 트레이닝 센터는 스포츠 선수의 체력, 근력, 정신력, 기술력의 향상을 목표로 하는 것과 동시에, 지도자, 심판 등의 종합적 인재를 육성하는 시설이면서, 스포츠 이벤트를 개최하는 등 시민들이 일상적으로 즐기면서 이용할 수 있도록 하고 있다. 시민들의 건강한 생활을 위해서도 일정한 역할을 하고 있는 셈이다.

국내의 많은 축구장들을 일부 소수 스포츠 엘리트들이 독점하고 있는 상황과는 대조적이라 할 수 있다. 또한, 주위 스포츠시설과 유기적으로 연계하여 종합스포츠시설의 거점적 역할은 물론이고, 시의 상징적인 시설로써 시의 이미지를 향상시키는 역할까지 담당하고자 한다. 시미즈가 가장 중요하게 생각하는 것은 축구에 관련된 지역의 모든 시민의 네트워크를 만들어 커뮤니케이션과 연계협력을 강화하는 것이다.

작은 도시 시미즈가 스포츠의 메카로 자리잡을 수 있었던 것은 시민들의 뜨거운 스포츠 사랑과 행정편의 보다는 시민들에게 포커스를 맞추는 운영, 그리고 중앙정부의 적극적인 지원과 이해가 함께 이루어낸 결과라 할 수 있다.

월드컵 이후 텅빈 K리그 경기장 관람석과 사용하지도 않는 월드컵 경기장 잔디유지비에 대한 해답을 이곳에서 찾을 수 있지 않을까.



시미즈 내셔널트레이닝 센터 내부

8) 농촌경관 유지와 어메니티 자원 활용의 성공사례, 유후인

일본의 유후인은 이 문제에 대한 하나의 해답을 제시해 주고 있다. 유후인은 주민의 자발적 운동으로 아름다운 전원풍경과 전통적인 농업생산 과정을 지켜내면서 청정이미지를



전통적인 모습을 보존하고 있는 유후인

를 구축하여 지역활성화에 성공한 대표적인 사례로 손꼽힌다. 유후인은 완만한 능선미를 자랑하는 유후다케 산에 둘러싸여 있어 온화하고 투명하며 부드러운 물이 끊임없이 솟아나는 마을이다. 또한 이곳은 일본 여성들이 가장 선호하는 휴양지 중의 하나이다. 온천이 딸린 오래된 여관과 깔끔한 펜션, 개성적인 미술관과 작은 갤러리, 고급 식당과 찻집이 조화를 이루어 마을 전체에서 독특하고 세련된 분위기가 느껴진다.

때론 외부로부터 들어오는 공격이 새로운 혁신의 동력을 만들어내기도 하는 사례를 우리는 종종 볼 수 있다.

독일의 프라이부르크와 유후인이 대표적인 곳이다. 독일의 환경수도 프라이부르크는 원자력발전소 반대운동으로 시작되었고, 수백년의 역사를 자랑하는 인근 베헤른 온천촌과 달리 가난한 산촌에 불과했던 유후인을 '살고싶은 마을'의 대표주자로 만든 것 역시 댐건설 반대운동이었다. 1952년, 일본 중앙정부는 유후인 분지에 댐을 건설하는 계획을 발표했다. 오이타강을 분지의 남단으로 모아 거대한 댐을 만들고, 이로 인해 생기는 호수 인근을 리조트관광지로 개발하겠다는 계획이었다.

정부가 엄청난 수준의 보상금을 제시했지만 유후인 농업인협회와 청년회를 중심으로 격렬한 댐건설 반대운동이 시작됐다. 조상으로부터 물려받은 산천을 수몰시킬 수는 없다

는 게 그 이유였다. 1년 이상 지속된 찬반 논란 끝, 결국 댐건설 계획은 무위로 돌아갔고, 이를 주도한 이와오 히데카즈(岩男顯一)씨 등을 중심으로 대대적인 '마을 가꾸기 운동'이 시작됐다.

유후인 주민들은 댐건설 반대운동을 계기로 벳부식 대규모 개발 보다는 '자연을 지키는 개발'을 자연스럽게 선택하게 된다. 유후인의 첫 번째 성공비결은 '차별화'인 셈이다. '벳부와 달라야 한다, 조용한 휴양지를 만들자는 지역만들기 운동은 이렇게 시작됐다.

두 번째 성공비결은 시행착오를 줄이기 위한 '벤치마킹'이었다. 마을 지도자들은 '선진국에서 철저히 배운다는 원칙을 세우고 독일 등 선진 농촌을 방문해 정보를 수집하고 토론을 한 뒤, 유후인을 건전한 보양온천지로 개발하기로 했다. 당시만 해도 일본의 온천은 유과과 어우러진 퇴폐적 이미지가 강했고, 난개발도 심각한 수준이어서 유후인의 이 같은 전략은 새로운 시도였다. '누구나 편하게 찾아와 쉬고 갈 수 있는 온천 조성'을 목표로 시작된 '마을 가꾸기 운동'이 계속되면서 유후인은 건전한 온천으로 사람들에게 알려지기 시작했다.

댐 건설 추진 시도 이후에도 몇 차례 위기가 있었다. 1970년에는 골프장 건설계획이 발표됐고, 1975년에는 규슈 대지진으로 '유후인이 완전히 망했다'는 소문이 돌기도 했다. 1980년대에는 일본 거품경제의 영향을 틈탄 대규모 리조트 건설계획이 발표됐다.

이런 위기 돌파의 계기는 항상 유후인 주민들로부터 나왔다. '유후인의 자연을 지키는 회'가 결성돼 골프장 건설계획을 무위로 만들었고, 이를 계기로 만들어진 '유후인의 장래를 생각하는 회'는 들판의 황폐화 때문에 개발계획이 잇따라 발표된다고 판단, 들판을 살리기 위해 '소한마리 목장 주인 운동'을 펼치기도 했으며 고유의 육우 상표를 개발하고 '소고기 먹고 고향지르기 대회' 등을 개최했다.

1975년 대지진의 피해는 1976년 '영화관 하나 없는 마을, 그러나 그곳에 영화가 있다'라는 표어로 시작한 영화제에 이어 음악제 개최, 미술관 유치운동 등으로 극복했다. 유후인의 이벤트는 언론에서 많은 관심을 기울여 언론을 통한 지역알리기에 성공했다. 이때부터 시작된 음악제와 영화제는 올해로 30주년을 맞고 있다.

1980년대 '개발 붐'은 가장 큰 위기였다고 할 수 있다. 1988년 '리조트법' 시행에 따라 유후인 같은 관광지에 대규모 리조트 맨션을 건설할 수 있는 법적 근거가 마련되자 전국에서 투기꾼이 몰려든 것이다. 이 위기는 유후인 자치조례 제정을 통해 극복했다. 땅값이 평당 10만엔을 호가하자 유후인 주민들은 1990년 "건평 1,000평을 넘는 건물을 신축할 때에는 인근 주민들의 동의를 반드시 거쳐야 한다"는 내용의 조례를 제정한 것이다. 그 결과 전국적인 개발 붐에도 불구하고 유후인에는 5층을 넘는 건물은 들어서지 못했고, 유후다케의 스카이라인도 그대로 보존할 수 있었다.

유후인은 사라져가는 전통 영농방식을 보전하기 위해 보조금을 지원하고 있다. 1991년 지역 어메니티를 보전하기 위해 지방정부, 숙박업소연합, 관광연합 등으로 부터 재정



유후다케의 스카이라인을 보전하고 있는 유후인 거리

지원을 받아 '벳짚공급보장을 통한 농촌경관보존프로그램'을 시작한 것이다.

지역혁신을 위한 교육시스템 또한 거의 완벽하게 구축했다. 유후인은 유무형의 관광자원을 유지하기 위해 관협협회가 주관하여 숙박업소를 대상으로 관광객接客교육을 실시하고, 요리협회와 교류도 갖고 있다. 특히, 젊은이들을 농촌으로 유입하기 위해, 20년 동안 농촌연수프로그램을 실시하였다. 첫 연수프로그램 대상자들이 현재 유후인 지역을 이끌고 있는 50대 사람들이라 한다. 나가서 배워도 또다시 자긍심을 갖고 지역으로 돌아와서 살기 좋은 마을을 가꾸는 교육 시스템은 유후인 신화의 숨은 공로자라 할 수 있을 것이다.

1950년대 유후인보다 잘 살던 마을들은 상당수가 개발과정에서 도태됐지만, 고유의 정신과 자연을 지켜낸 유후인은 지속적으로 발전했다. 1만2천의 작은 도시 유후인의 관광객은 1965년 7만 명에서 420만 명으로 증가했고 연중 1800억원의 관광소득을 올리고 있는 것이다.

이 방문객 수는 한창 때의 하우스텐보스가 1년간 유치하던 숫자에 해당하고, 에버랜드 방문자의 절반에 가깝다. 막대한 자금을 시설투자에 쏟아 붓고도 적자를 면치 못하고 있는 하우스텐보스와 비교하면, 눈에 띄는 시설 하나 없이 오직 주민의 힘으로 지역을 가꾸어 온 결과이기에 더욱 놀랍다. 규슈의 가장 가난한 마을이 가장 유명한 관광지로 성장한 성공신화를 이룩한 것이다. 유후인의 숙박시설 가동률은 90%를 넘고, 70%가 재방문자들이고, 30%가 숙박을 하고, 그 가운데 25% 정도가 2박 내지 3박을 한다.

'있는 자연과 영농생활을 지키는' 보존 정신, 마을의 자연경관이 훼손되지 않도록 지키고, 농촌 경관을 만들어 주는 전통적인 영농방식을 보존한다는 원칙으로 관광상품을 만들어 놓은 유후인의 전통적인 경관은 연수단에게 관광지로써의 역할은 물론 훌륭한 마을만들기의 학습장으로써 손색이 없었다.

유후인역에서 이곳 주민들이 수호신처럼 여기는 유후다케(由布岳, 해발 1,584m)로 뻗어있는 작은 길을 따라가면 인사등을 연상시키는 전통공예품 상가와 장인(匠人)들의 작업실을 볼 수 있는 민예촌이 있다.

민예촌에서는 19세기 말에서 20세기초에 서민들이 사용하던 생활도구를 전시한 민구관 외에, 전통공예 장인이 손으로 만드는 일본 종이나 죽세공, 유리 공예의 실연을 가까이에서 볼 수 있다. 남빛 염색이나 일본 종이 등은 체험제작도 할 수 있다.

유후인에는 유후인 미술관과 사갈미술관 등 30여개에 달하는 미술관과 잉어비늘이 금빛으로 보인다는 작고 아름다운 긴린(金鱗湖)호가 있다. 긴린호는 호수 바닥에서 차가운

샘물과 뜨거운 온천수가 동시에 솟아나 수면 위로 물안개가 피어오르는 모습을 자주 볼 수 있는 독특한 호수. 물이 맑고 투명해서 물속의 고기떼가 지나가는 모습이 훤히 들여다보인다.



긴린호의 전경

긴린호 주변에 자리한 일본 전통식 여관과 온천탕 등을 돌아보며 시간가는 줄 모르던 연수단의 눈길을 끈 것은 길가에서 흐르고 있는 온천이었다. 거리 한복판에 있는 작은 분수대처럼 생긴 곳에서 나오는 온천은 손이 빨갛게 익을 만큼 따끈따끈해서 아름다운 긴린호를 제치고, 단연 최고의 인기를 누렸다.

유후인의 대표적 관광명소인 야스라기 유노쓰보요코초는 옛날 분위기가 물씬나는 민가 구조로 된 가게 17개가 모여 있는 복합 시설이다. 음식점·토산물 판매점 등 약 15종류의 상점이 있으며, 휴일에는 많은 관광객으로 붐빈다.

대표적인 상점은 두부 푸딩(1개에 200엔-)을 판매하는 '하나코지키쿠야, 규슈 특산품 판매점 '잇손잇핀관(일촌일품관)', 유리구슬 공방 '유후인 창작관, 전 세계에서 수집한 축음기 65점과 축음기 옆에 세워두던 에디슨의 에전 니퍼(Nipper) 인형 등을 전시한 '유후인 음악시대관' 등이 있다.

유후인이 세계적인 관광지가 되면서 유후인으로 들어가는 열차 노선도 신설되고 JR 특급도 유후인에 정착하게 되었다.

유후인은 작은 온천마을이기에 마을 내에는 별다른 대중교통수단이 없다. 이용할 수 있는 교통수단은 유후인의 4대 탈거리인 렌탈 자전거, 클래식카, 관광마차, 관광택시가 있다.



시대음악관에서 차 한잔

새로운 건축물을 조성하는 방법이 아니라 지역의 역사와 선조들의 생활이 묻어 있는 오래된 시설들을 활용하여 창조한 작은 공방과 작은 박물관들, 지역 특산물을 사용하는 것을 원칙으로 하는 깨끗한 식당과 가정집인지 온천인지 구분이 가지 않는 온천들은 진정한 지역 개발이란 무엇인지를 생각해 보게 한다.

부슬부슬 내리는 빗속을 달려 유후시청에 도착하자, 시장님께서 먼저 기다리고 계셨다. 유후인은 주민들 스스로 유후인을 조용한 온천지대로 만들어 발전시키고자 노력하고 있다는 인사말과 함께 연수단의 방문을 진심으로 반가워해 주었다.

시장님의 인사말씀과 연수단장님의 답사가 끝나자 담당자가 나와 유후인의 입장에서 브리핑을 하는 것이 아니라, 연수단이 사전에 보낸 질문지를 가지고 연수단이 궁금해 하

는 부분부터 설명하기 시작했다.

처음에 시장님께서 직접 나와 계셨을 때는 작은 마을이니까 가능한 것이라고 단순히 생각했는데 연수단에 대한 배려와 친절을 보며, 관광명소가 되기 위한 가장 기본적인 마인드를 가지고 있는 곳이라는 생각이 들었다.

첫 번째 질문은 벳부 온천과의 차별화 전략을 통한 효과에 대한 것이었다. 벳부시는 항구가 가까웠기 때문에 항구를 통해 쉽게 관광객을 유치할 수 있었던 반면, 유후인은 산속에 자리잡고 있었기 때문에 상대적으로 불리할 수밖에 없었다. 그럼에도 불구하고 이러한 약점을 역이용해 조용한 산간마을이라는 점과 산속의 자연을 이용해서 아름다운 풍경을 만들어 내고 조용한 휴양지라는 점을 홍보하기 시작했다.

또한 토지개간사업을 통해 방목지를 넓혀 축산업을 발전시키는 동시에 지역의 문화와 접목시키고자 노력했다. 예를 들어, 소불고기 먹고 고태지르기 대회는 30년 넘게 이어져 오는 유후인만의 독특한 행사이다. 이 시기에는 한국에서도 많은 관광객들이 몰려든다고 한다.

지역활성화를 위한 노력을 살펴보면 영화제, 음악제를 들 수 있다. 영화관이 없는 마을에서의 영화제, 콘서트홀이 없는 마을에서의 콘서트 등을 통해 전국적으로 유명세를 타고 있는데, 이러한 산업들은 민간단체인 유후인관광협회를 중심으로 진행되고 있다.

유후인의 자연을 이용한 테마 아이템은 '윤택한 마을만들기'라는 조례를 제정하여 행정과 주민이 함께 지켜가고 있다. 예를 들어, 건물을 지을 때 높이제한과 색채에 대한 제한 등을 조례로 만들어 유후인의 시골스러운 자연경관을 보존하고자 하는 것이다.

여러 개발업자들이 유후인을 개발하기 위해 제안을 제출하기도 하지만, 유후인 자체 조례에 어긋나는 경우에는 허가를 하지 않고 있어 때때로 법률과 충돌하는 부분이 생기기도 한다. 이러한 경우에는 법률에 위배되는 조례를 계속 주장하기는 어렵기 때문에 규모를 최소한으로 축소시킨다든지, 조금이라도 자연과 어울리는 디자인으로 개발이 이루어지도록 노력하고 있다.

유후인의 또 하나의 특징 중 하나는 전통적인 영농방식을 고집하고 있다는 것이다. 일본에는 쌀의 잉여생산량이 많아, 토지의 25%~30%는 버릴 심지 못하도록 되어 있다. 때문에 그만큼의 토지에는 쌀 이외의 다른 곡식을 심어야 하는데, 이곳은 기온이 낮아 재배가 가능한 작물이 제한적이다. 때문에 농가의 수입원을 확보하기 위해 시금치, 블루베리 등을 재배하고는 있지만 농가의 경제적 여건은 그다지 좋은 형편이 아니다.

연수단이 가장 관심을 가진 부분에 대한 질문은 역시 마을만들기가 주민들의 힘으로 시작되어 유지되고 있는데 어떻게 그것이 가능할 수 있었는가? 하는 부분이었다. 그 근본적인 힘은 마을만들기에 대한 주민들의 자발성과 끈기가 밑바탕이 되었다고 한다.

단순히 외형적인 혁신만을 추구한 것이 아니라 마을을 보존하고 그 보존된 자연을 가지고 발전전략을 찾아내고자 노력했던 것이다. 이를 위해 가장 중요한 역할을 담당한 사

람은 시민 속에서 선발된 시장이라고 할 수 있다. 농업협회의 회장직까지 겸임하면서 유 후인의 힘을 잃지 않기 위해 애쓴 시장과 시민이 있었기에 가능하지 않았을까 싶다.

그렇다고 국가에서 전혀 도움을 받지 않고 있는 것은 아니다. 이러한 시민들의 노력 위에 국가의 재정적 지원이 보태어져 시너지 효과를 내고 있다. 농기구의 개량과 관련된 보조금을 일정부분 국가에서 보조받아, 아름다운 풍경과 전통적인 농업방식을 통해 청정 이미지를 지켜가고 있는 것이다.

9) 예술도시 창조 전략, 구마모토 아트폴리스

1987년 가을에 베를린에서 개최된 국제 건축전(IBA)에서 힌트를 얻어 1988년 5월부터 시작된 구마모토 아트폴리스 사업이 금년으로 19년째를 맞이한다.

아트폴리스 사업이 시작되기 이전에는 구마모토 현 내에 세계적으로 유명한 건축물이 거의 없는 상태였다. 아트폴리스 명칭은 고대 그리스의 도시국가라는 의미를 지닌 '폴리스'에 '아트'라는 의미를 더하여 만든 명칭으로, 구마모토를 예술도시로서 만들어 간다는 포부가 담겨져 있다.



아트폴리스의 기본이념은 '구마모토의 풍부한 자연과 역사, 풍토 속에서 가꾸어온 다채로운 지역문화와 전통 속에서 탁월한 기술을 지닌 건축가가 후세에 남길 수 있는 우수한 건축물을 건축함으로써, 새로운 지역문화를 창조하고 구마모토의 수준 높은 생활공간을 실현화한다.'라는 구상이라고 말할 수 있다.

이 구상을 실현하기 위해 현에서는 우수한 건조물을 창조하는 프로젝트 사업과 현 내의 우수한 건조물을 표창하는 사업, 강연회, 심포지움, 전람회 등을 개최하는 홍보사업 등을 추진하고 있다.

먼저 3개 사업 중, 주요 프로젝트는 커미셔너 선정사업이다. 이것은 지역주민들이나 기업, 지자체가 커미셔너에게 설계자 선정을 요구하면 현에서 지정한 커미셔너가 국내외로부터 가장 적절하고 능력을 지니고 있는 건축가를 선정하여 사업주의 승낙을 받은 후 그 건축가와 사업주가 계약을 맺도록 해서 좋은 건축물을 짓도록 하는 것이다.

커미셔너로는 세계적으로 저명한 건축가가 취임하고 있다. 초대 커미셔너로는 1988년 5월에 이소자키 아라타씨가 취임했고, 1998년 5월에는 2대째로 다카하시 데이이치씨가 취임했다. 이 때 이토 도요오씨가 부커미셔너로 취임함으로써 2인체제가 되었다.

그리고 2005년 6월부터는 3대째 커미셔너로서 이토 도요오씨가 취임하고 3명의 건축

가가 어드바이저로서 취임하여 현재는 4명 체제로 되었다. 이 커미셔너 제도는 건조물의 설계를 추천받는 설계자가 자유로운 발상으로 설계를 하는 선진적인 제도라고 말할 수 있다.

구마모토 현에서는 건축물 등 사업주를 대상으로 아트폴리스 참가모집 설명을 하고 있다. 이에 따라 사업주로부터 구마모토 현에 참가신청이 있을 경우, 현은 커미셔너에게 설계자 선정을 의뢰한다. 한편, 커미셔너가 설계자를 추천하고 사업주의 승낙이 떨어지면 설계자가 선정되는 시스템이다.

설계자 선정 후에 설계, 시공, 완성까지 현에서 조연 등 써포트 역할을 하고 있다. 사업주는 민간, 공공을 가리지 않고 전체가 대상이 된다. 대상물은 건축만이 아니라 다리 등의 토목건축물 공원, 경관 환경정비 등 광범위하다. 또한, 학식협약이나 건축전문가로 구성된 추진검토위원회가 설치되고, 프로젝트를 지원하고 있다.

아트폴리스 프로젝트에서는 공공시설의 설비에 있어서 이용자와 주민의 의견이 반영 되도록 주민, 행정, 건축가가 하나가 되어 계속적으로 대화를 나누고, 지역 만들기에 새로운 발상을 넣은 설계가 추진된다.

현재까지 참가는 74건, 준공한 것은 67건, 구상완성이 6건, 나머지 1건은 현재 74번째의 프로젝트로서 캠프장의 방갈로를 설계하고 있다. 일본건축학회에 건축에 관한 우수한 학술 및 기술 업적에 대해 증명하는 일본건축학회의 작품상도 6건이나 있다. 그리고 구마모토 아트폴리스 사업 그 자체도 1993년에 일본건축학회상 중 문화상을 수상하였다.

구마모토 아트폴리스 사업에는 3가지 효과가 있다.

먼저 후세에 문화적 자산으로써 남을 수 있는 우수한 건조물을 창조할 수 있다는 것이다. 또한 구마모토현을 대외적으로 홍보하는 효과가 크다. 아트폴리스 사업은 국내뿐만 아니라, 해외에서도 높은 평가를 받고 있으며 건축 관계 연구가와 학생뿐만 아니라 다양한 분야의 사람들이 매년 다수 시찰방문을 오고 있는 등, 구마모토 현의 이미지 선전에도 도움이 되고 있다는 것이다.

끝으로, 지역경제 활성화를 가져오는 효과가 있다. 이 프로젝트로 건설된 세이와분라쿠, 우시부카 하이야대교, 아유노세대교 등은 관광거점으로서 다수의 관광객이 방문하고 있다.

세이와분라쿠는 관광에서 뒤떨어져 있던 마을이 아트폴리스에 참가하고 전통예능을 공연하는 건물을 짓고 나서부터 관광객이 연간 15만명이 방문하게 되고, 지역이 활성화된 전형적인 사례라고 할 수 있다. 작년 8월에는 분라쿠를 해설하거나 중국어와 한국어의 통역을 위해 가이드가 세이와분라쿠에 배치되었다.

구마모토 아트폴리스에서는 프로젝트 사업 외에 표창사업과 홍보사업을 진행하고 있다. 표창사업으로는 1992년 구마모토 현 내의 역사적 또는 친근감이 있는 대표적인 건조물 46건을 '아트폴리스 92 선정' 기존건조물로 선정하였다.

1995년부터는 매년 구마모토헌 내의 수준 높고 우수한 건축물을 대상으로 '구마모토 아트폴리스 추진상'을 수여하고 있는데, 작년 11회까지 65건을 선정하였다.

끝으로, 구마모토 아트폴리스에서는 4년에 한번씩 아트폴리스 성과를 세계에 알리고 구마모토헌의 건축문화를 고양하는 동시에, 아트폴리스를 더욱 확대하기 위해 국제건축전을 개최하고 있다. 2004년에 제4회 구마모토 아트폴리스를 개최했다.

구마모토는 아트폴리스 사업을 통해 다채로운 지역문화와 전통에 세계적 건축가와 디자이너들의 창조적인 아이디어를 결합시키고 주민참여를 바탕으로 초현대적이고 창조적인 건물을 만들고 있다.

구마모토 아트폴리스의 핵심은 행정의 혁신과 주민의 참여인데, 커미셔너 제도를 통해 창조적이고 재능 있는 우수한 건축가나 디자이너를 추천하거나 국제경기를 개최하여 세계적인 건축가의 안목을 반영하고 입주자와 사업주가 만족할 수 있는 건물을 짓게 되는 것이다.

또한 창조적인 건축물을 직접 이용하게 되는 지역주민들이 자발적으로 새로운 독자적인 문화생활을 창조해 나갈 수 있도록 힘을 쏟고 있다. 즉 지역주민과 힘을 합쳐 창조적인 건축물을 기반으로 명소를 만들어 '관광사업의 활성화를 통한 파급효과'를 극대화시키는 것에 더 큰 비중을 두고 있다.



구마모토 현청 외관