

URL ▶ <http://www.iwate-ia.or.jp/>



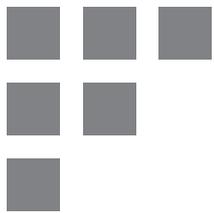
財団法人 岩手県国際交流協会



2009いわて国際交流

Iwate International Association 2009

Vol.68



이와테의 음식으로 키우는 국제교류



한국어

음식을 통해 사람의 고민과 기쁨을 생각한다

후지타 가즈요시씨 인터뷰 (오슈시 출신)

음식과 환경과의 연결에 일찍부터 주목하여 일본에서 최초로 유기 야채의 생산자와 소비자를 연결하는 네트워크 「대지를 지키는 회(會)」를 설립. 현재는 그 활동을 세계 농민으로 넓히는 후지타카즈요시씨에게 음식을 통한 세계와의 다양한 교류에 대해 물어봤습니다.



아시아와의 교류

우리 「대지를 지키는 회」는 일본의 농업 즉 제1차 산업을 지키는 것을 제일의 방침으로 하고 있습니다. 이 나라의 식료 자급율은 불과 40%입니다. 아직도 농산물을 만드는 땅도 있는데도 고령화로 후계자가 없다, 농가는 수익이 적다 등의 이유로 자기 땅을 내버린 채 해외로부터 싼 농산물을 수입하고 있다. 이것은 국제적인 생각에 비춰 봐도 이상하다. 일본이 다음 세대가 되어도 굶지 않도록 든든하게 이 나라 농가를 받쳐 줄 필요가 있는 것은 아닌가. 그러기 위해 「대지를 지키는 회」로 생산자와 소비자를 조직해 왔습니다. 그렇다고는 해도 일본에서는 생산 못하는 것도 있습니다. 예를 들어 커피나 향신료, 바나나 등은 해외로부터 수입하지 않으면 안됩니다. 해외의 농민과의 교류는 이러한 작물의 수입으로부터 1990년에 시작했습니다. 시작하는데 우선 차별적인 거래로 깎아서 사는 일이 있어서 안된다. 공정 무역이

아니면 안된다고 생각했습니다.

또 수송 에너지를 생각하면 지구의 뒤편으로부터 거져오는 것이 아니라 가까운 아시아 사람들로 부터 음식을 사 오는 것이 옳고, 해외라고 해도 생산자와는 얼굴이 보이는 관계로 있고 싶다. 그렇다면 인간으로서의 교류를 중요시해야 하니까, 아시아 사람이 싫어하는 위안부 문제나 야스쿠니 참배 문제등도 포함해, 서로가 어떠한 마음으로 상대자와 대해야 할까 하는 것도 생각하고 싶다. 농업을 통한 교류도 중요합니다. 일본의 유기농업은 좁은 땅에서 비싼 생산량을 올리는 등 뛰어난 기술을 가지고 있으니 그러한 기술의 교류를 하고 싶다. 특히 아시아의 젊은이에게 버섯 만들기 기술이나 축산, 벼농사, 화훼의 기술등을 공부시키기 위해서, 우리 멤버의 농가에서 연수받는 제도도 만들고 싶다. 농업은 문화나 예술과도 연결되어 있으므로 춤이나 옷, 도자기 문화의 교류도 하고 싶다. 그렇게 관계성을 강하게 해 가는 것이 소중하지 않을까 생각했습니다.



올리브 오일과 팔레스타인

현재 해외와의 거래는 매상의 3% 정도입니다. 커피는 동 티몰에서 사 오는데요, 이것도 분쟁이 계속되고 있던 동 티몰의 부흥을 위해서 우리는 무엇인가 할 수 없을까 하는 마음으로 커피 수입을 시작한 겁니다. 커피를 사서 그 매상의 1%로 문구나 스포츠 용품을 구입해 지역 초등학교에 기부하고 있습니다. 대지를 지키는 회의 회원중에서도 동 티몰에 관심이 있고 동 티몰의 아이들에게 마음을 아프게 하는 사람이 커피를 마시는 것으로 동 티몰과 인연을 가지게 되는 것입니다.

올리브 오일은 현재 팔레스타인으로부터 사 오고 있습니다. 팔레스타인은 성경에도 쓰여 있는 올리브 오일 근원의 땅이며, 정치적인 분쟁이 길게 계속되고 있는 지역입니다. 나도 몇번 갔는데 이스라엘의 점령하에서 매우 어려운 검문이 있어서 출입하는 것도 힘든 곳입니다. 그래도 같은 올리브 오일을 먹는다면 팔레스타인 것을 먹고 싶다. 올리브 오일을 한 방울 흘릴 때마다 팔레스타인과 이스라엘의 분쟁에 마음을 쓰고, 뉴스를 보고, 신문을 읽고, 그런 일로 관계를 가지고 싶어하는 사람이 우리 멤버중에 많이 있습니다.

몇년전 팔레스타인 사람들과 교류를 더 돈독히 하기 위해서 소비자를 데리고 팔레스타인에 갔습니다. 함께 올리브밭을 견학했는데 경사면이 되어 있는 밭은 위에 가면 갈수록 거칠어집니다. 「왜 그렇습니까?」라고 물었더니, 저기 위에는 이스라엘 사람들의 이주지가 있어서 그들이 농사를 짓기 때문에 위에 가면 라이플로 쏘 온다고 합니다. 이스라엘 입식자들에게도 아이나 여성이 있으므로 게릴라가 올라올지도 모른다고 하는 공포심으로 공격해 온답니다. 올리브밭은 바위의 기와 조각 같은 곳으로 그들은 가난해서 지금도 당나귀를 사용해 수확하고 있습니다. 그 모습이 게릴라가 아닐까 오해를 받는답니다.

나는 여기에 농삿길이 있으면 좋을 텐데, 라고 생각했습니다. 길이 있으면 소형 트럭도 들어올수 있고, 농삿길을 사용하고 농사일을 하면 게릴라라고 의심받아 총격당할 것도 없는 것이 아닌가. 농민들에게 「여기에 농삿길을 만들면 좋지 않은가」라고 해 보았습니다. 그들이 말하기를, 농삿길을 만들려면 1킬로미터에 100만엔 정도 든다는 것이었습니다. 100만엔 정도라면 자기 조직으로 어떻게든 될지도 모른다고 생각해, 일본에 돌아가면 대지를 지키는 회의 회원에게 상담했습니다.

우리는 총을 들고 팔레스타인 사람을 지원할 수 없지만, 농삿길을 만드는 것이라면 할 수 있지 않습니까? 평화의 농삿길을 팔레스타인에 만들자고 호소했더니 1주일만에 1500명이 1000엔씩을 기부해 주어 150만엔이 모였습니다. 그 돈을 가지고 또 팔레스타인에 가서 「이만큼의 사람들이 팔레스타인에 농삿길을 만들기를 원한다」고 돈을 건네주더니 몹시 기뻐하며 곧 만들겠다고 해주었습니다.

그 다음해 11월에 내가 팔레스타인에 갔을 때에는 벌써 훌륭한 농삿길 1.3킬로미터가 완성되고 있었습니다. 150만엔으로 1.3킬로미터밖에 할 수 없었다, 라고 했습니다만, 매우 기뻐해 주었습니다. 우리가 하고 있는 것은 음식을 통해서 거기서 살아있는 사람의 고민이나 기쁨에 마음을 쓰는 일입니다. 그것이 서로의 문화도를 높이는 것이고 살아 있는 기쁨에 연결됩니다. 지금 가자 지역이 큰 피해를 입고 있습니다. 우리는 올리브밭이 있는 서해안 지구의 농가의 사람이나 NGO에게서 협력을 받아 생활에 필요한 다양한 것을 세트로 한 식량바구니를 대량으로 만들고 있습니다. 그리고 대지를 지키는 회 회원들에게 식량바구니를 가자 지구에 보내자고 호소를 시작했습니다. 불과 1주일만에 430만엔의 의연금들이 모일 정도로 많은 사람의 협력을 얻을 수 있었는데 그 일에 찬동한 사람들은 늘 올리브 오일을 먹고 우리가 발신하는 뉴스를 읽어, 팔레스타인을 생각하고 있는 사람들입니다.

우주에서 모리오카가 어떻게 보일까?

자기가 사는 장소에 서있을 뿐이면 좀처럼 자신의 좋은 점을 알지 못합니다. 이와테에 사는 사람도 가끔씩은 도쿄에 나가서 이와테를 본다면, 외국에 나가서 일본을 볼 기회가 있으면 좋다고 생각하는군요. 예를 들면 이와테에서 축산을 하고 있는 사람이라면 같은 축산이라도 한국 사람들은 이런 축산을 하고 있고, 울란바토르 사람은 이런 방식으로 하고 있고, 유럽에서는 이런

축산을 한다라는 것을 알면 「우리 축산은 이 부분이 나아가고 있구나」라든지 「그들에게는 이런 아이디어가 있었구나」라고 감동할 것이고, 살아가는데 있어서 일로부터 감동이라든지 재미를 얻을 수 있다고 생각합니다.

저희는 100만명의 캔들 나이트라는, 하지와 동지에 2시간동안 전기를 끄는 운동을 호소하고 있습니다. 온 세상에서 밤 8시부터 2시간동안 전기를 끄면, 일본, 한국, 몽골, 터키, 이란, 유럽, 획 돌아 미국으로, 시차 때문에 차례로 어두워집니다. 이것을 우주에서 보면 어두움의 웨이브가 지구상에 나타나는 것이구나, 라고 생각했습니다. 자신의 자그마한 행동이 여러 사람과 연결되어 가면 어두운 데가 움직이는 것을 우주에서 볼 수 있을지도 모른다. 이것은 장대한 로망입니다. 지금 모리오카에 살면서 모리오카라는 마을을 우주에서 보면 어떻게 보이는지, 지구는 어떻게 보이는지, 그와 같이 사물을 생각하고, 그 지구 속에 있는 나는 무슨 일을 할 수 있을까. 이렇게 생각하는 것은 대단히 중요하다고 봅니다.

시간에 관해서도, 킬라면처럼 3분이라든지 짧은 단위로 사물을 생각하는 훈련은 일상적으로 하고 있습니다만 1000년이라는 단위로 사물을 생각하는 훈련이 안 되어 있다. 예를 들면 1000년이라는 단위로 지구는 어떻게 될지, 인류는 어떻게 될지, 행복이란 무엇인지, 하는 것을 생각하는 훈련을 하다가 완전히 다른 자신이나 지역이 보여집니다.



자연이나 자원과 사람의 풍부함



농민이야말로 사람을 감동시킬 수 있다

이와테는 자연이 풍부한 지역이고 먹는 것도 남에게 의존하지 않아도 어느 정도 해 낼 수 있는 지역사회입니다. 소중한 여겨 주었으면 합니다. 이와테로부터 뛰쳐나온 내가 말하는 것은 조금 모순되고 있습니다만 스스로의 지역에 있는 자연이나 인간 관계, 자연을 신뢰하고, 거기에 의지해서 살아가려고 걱정했을 때 사람은 풍부해지는 것이 아닐까 생각합니다. 자기 곳에 없는 자원을 「저것도 없다, 이것도 없다」고 하기 시작하면 그것이 불만이 되고 열등감이 된다. 그것이 행복감을 상실해 나가는 것은 아닐까.

발리섬은 “케체”나 “레곤”이라는 댄스나 그림, 도자기등 예술의 레벨이 상당히 높은 것으로 유명합니다. 담당자는 모두 농민입니다. 그들은 해가 오르자 농사일을 시작한다. 낮에는 너무 더우니까 집에 돌아가 저녁 또 농사일을 한다. 그 사이에 춤 연습을 하고 그림이나 도자기를 만들고 있습니다.

나는 발리섬 사람들에게 「왜 춤이 세계적 레벨인가,

왜 사람들을 감동시키는가」라고 물으면 아주 간단하게 「우리는 농민이기 때문이다」라고 대답했습니다. 「나는 아침 일찍부터 밭에 나가 거기서 작은 벌레나 작은 동물의 움직임을 보고 생명의 숨결을 자신의 신체에 넣습니다. 혹은 벼등의 작물이 성장하는 것을 보고 감동하며 기뻐한다. 외국인을 만나 이야기할 때의 감동이라든지 살아있다는 감동을 느껴 그것을 자신의 춤, 눈의 움직임, 허리의 움직임, 손의 움직임으로 표현합니다. 우리는 어릴 때부터 기초적인 연습을 하고 있으므로 어떤 움직임도 할 수 있습니다. 그렇지만 그것만으로는 사람을 감동시킬 수 없습니다. 오늘 새로운 생명에 접한 감동을 손가락끝으로, 눈으로 표현하는 것, 그것이 사람을 감동시킵니다. 이것은 농민이니까 가능한 것입니다」.

이런 이야기를 이와테 농민에게도 들려주고 싶어요. 「농민이니까 이만큼 사람을 감동시킬 수 있다」. 그것도 세계적인 레벨로 말이에요. 농업은 훌륭한 직업입니다. 이와테는 자연이 풍부하며 마음씨 좋고 상냥한 사람이 있다. 그것을 신뢰해서 여기서 살아간다, 라고 사람들이 느끼기 시작했을 때에 이와테는 풍부해진다고 생각합니다.

1947년 오슈시의 벼농사집 차남으로서 태어났다. 조치(上智) 대학교 법학부 졸업. 1975년에 유기농업 보급을 위한 NGO 「대지를 지키는 회」를 설립. 77년에는 대지를 지키는 회의 유통 부문으로서 사회적 기업의 선구자가 되는 「주식회사 대지(현 주식회사 대지를 지키는 회)」를 설립. 유기농업 운동을 시작해 식량, 환경, 에너지, 교육등의 문제에 대해서도 활동을 전개. 90년에 국제국을 설립해 세계 각국의 농민과의 제휴도 깊이 하고 있다. 현재 대지를 지키는 회 회장, 주식회사 대지를 지키는 회 대표이사, 「100만명의 캔들 나이트」 제창자 대표, 아시아농민원기대학 이사장등을 겸임.



■ 대지를 지키는 회 홈 페이지 <http://www.daichi.or.jp/>

이와테의 음식으로 키우는 국제교류

해외에서도 안심이 되고 안전하며 맛있다고 평가가 높은 일본 식품 재료. 이번에는 이와테의 식품 재료나 조리 기구를 해외로 판매하는 사람들을 클로즈 업합니다. 음식이란 문화 그 자체입니다. 식생활 문화를 해외 사람들에게 전하는 어려움이나 즐거움 등, 음식을 통한 국제 교류를 소개하겠습니다.

이와테의 식품 재료를 세계로



이와테의 농림 수산품을 세계로 판매하기 위해, 작년 3월에 「이와테 농림수산물 수출촉진협의회」가 창설되어 관민 일체로서 타이, 말레이시아, 홍콩, 대만, 싱가포르의 슈퍼등에서 「이와테 페어」를 개최하여, 현지 사람들에게 이와테의 식품재료 홍보를 시작했습니다. 페어를 담당한 이와테현 농림수산부 유통과에서 일하시는 노자와 키요시씨에게, 다른 식생활 문화를 가진 사람들에게 이와테의 식품재료의 매력을 전하는 데 있어서의, 그 어려움이나 느낀 점에 대해 물어보았습니다

식생활 문화의 차이를 알다

동남아시아에서 일본 식품재료의 평가는 맛이 좋은 것은 물론이고, 안심, 안전하다는 브랜드 평가가 벌써 확립되어 있어서 진출하기 쉽습니다. 그 반면 식습관이나 문화의 차이를 통감했습니다. 예를 들면 쌀에 있어서도, 우리는 밥솥으로 짓는 것이 당연하다고 생각합니다만, 실은 물대중이나 짓는 방법에 따라 맛있는 밥이 만들어지는 법이죠. 동남아시아는 일본과 달리 경수(硬水)가 많습니다. 그렇다면 경수를 사용해 맛있게 밥을 지으려면 어떻게 할까 생각하지 않으면 안 됩니다. 일본의 물대중과도 달라집니다. 또 해외에서는 전압이 다르므로 일본의 밥솥으로 밥을 지으면 설 익습니다. 일본에서 먹는 것과 똑같이 재현시키는 일이나 조리방법등의 기본적인 부분을 정확하게 가르치는 일도 실은 어렵습니다.

지역에 따라서 미각도 달라집니다. 완코소바도 그렇고 냉면도 그렇고, 우리는 씹는 맛을 즐기는, 졸깃졸깃한 면을 좋아합니다만, 홍콩 사람들은 졸깃졸깃한 면을 싫어합니다. 우리로서는 지나치게 삶지 않았을까 하는 정도의 부드러운 면을 선호하죠. 그러니까 아무리 우리가 「목에 넘기는 맛이 좋다」라는 제안을 해도 받아들여 주지 않습니다. 단력이 강한 면을 먹는 문화가 없기 때문입니다. 양갱 같은 경우는 너무 달다고 하고, 전혀 인기가 없었습니다. 차에 곁들이는 과자로 먹는 것이라고 설명해도 이해를 받지 못했습니다.

일본인과 현지인의 미각이 안 맞는 것을 피부로 느꼈습니다. 식생활 문화의 차이를 안 다음에 우리가 제안할 수 있는 것은 무엇인지 생각하지 않으면 안 됩니다. 기존의 상품만으로 승부하는 것이 아니라 현지인들이 좋아할 것 같은 상품을 이와테 현내에서 찾아 제안해 본다든가. 이런 일은 현지에 가보지 않으면 알지 못했습니다. 우리는 꺾이 들어 있는 사과를 가치가

높습니다만 홍콩에서는 전혀 이해받지 못했습니다. 품질의 열화가 빠르기 때문에 그런지 꺾이 들어간 사과는 홍콩에서는 거의 유통되지 않기 때문에 그들은 본 적이 없어요. 칼로 잘라서 「어때, 먹음직스럽겠지」라고 해봐도 「썩은 것 같다」고 해 버려 설명하는데 고생했습니다. 우리가 당연하다고 생각하는 것이 실은 일본만의 상식이었죠. 「이것이 좋으니까 사 주세요」같은 강매적인 방식보다는 먼저 상대방의 문화에 맞추어 가야 합니다. 현지의 풍습을 생각하며 정리해 나갈 필요가 있습니다.

큰 일은 팀을 짜서 이루어라

출전자들은 역시 언어로 고생하고 있었습니다. 손님과의 의사소통이 잘되면 더 널리 알릴 수 있는데... 하지만 경제발전이 현저한 동남아시아를 견문하여 현지의 사정을 피부로 느낄 수 있었던 것은 컸습니다. 이번이 처음인 사람도 많아 장사의 단계까지는 도달하지 못했습니다만 자신의 상품에 대해서 저쪽 사람들이 어떻게 반응할까를 직접 체험한 것, 상품을 통해서 해외 사람들과 교류할 기회를 가진 것은 커다란 한걸음이라고 생각합니다. 꼭 많은 분들이 이러한 기회를 이용해 주었으면 하네요. 개인으로 해외에 판로를 개척하는 것은 좀처럼 쉬운 일이 아닙니다. 그렇지만 함께 팀을 짜서 하면 큰 일도 가능합니다. 밤에 모두 술 마시면서 「저런 손님이 반응이 있었어」하면서 토론을 하는 등, 모두가 문제 의식을 가지고 해야 할 일을 공유할 수 있는 것이 매우 든든하다고 생각합니다.

작년은 시작의 해였습니다. 해외란 어떤 것인가, 현지의 사람의 문화를 조금 알았다고 하는 입구의 단계입니다. 사과등 과일이나 콩치, 가리비 등 맛있었다는 평가를 받은 것은 많이 있으니 내년에는 장사로서 계속성을 갖게해 비즈니스 기반이 되도록 전개해 나갈 생각입니다.

쌍방의 식생활 문화를 인정하다



중국 대련의 조리사학교 강사로 취임한 가마이시시에 있는 나카무라야의 나카무라 카즈야스씨. 작년에 홍콩에서 열린 이와테 페어에서는 이와테의 식품 재료를 사용한 창작 요리를 많은 게스트 앞에서 선보여 현지의 잡지에도 크게 소개받는 등, 활약의 장소를 해외에도 넓히고 있습니다.

유한회사 나카무라야
나카무라 카즈야스씨 인터뷰

작년에 이와테현이 대련에서 개최한 상담회에 출전해, 대련시 간부등을 초청한 식사회에서 이와테의 식품 재료를 사용한 해선요리등을 선보였습니다. 이것이 계기가 되어 강사 의뢰가 왔습니다. 저는 물건을 파는데 인절미나 튀김과 같이 “옷”을 입히는 것이 중요하다고 생각합니다. 옷이란 일본의 문화이거나 생산자의 마음을 뜻합니다. 이것들을 제대로 전해가는 것이 중요합니다. 상사(商社)와 같이 상대가 원하는 것, 예를 들면 말린 전복이나 해삼, 조개관자등의 고급품을 큰 묶음으로 가져가는 것이 비즈니스로서는 쉬울 것입니다. 그러나 그렇게 하면 이익은 남아도 일본의 좋은 점을 전하기 어렵다고 생각합니다. 지금은 특히 엔고이므로 단지 물건만을 가지고 있어도 팔리지 않는 시대입니다. 그러니까 옷을 입히는 것이 중요하다고 생각합니다.

“옷”을 전하려면 말은 대단히 중요합니다. 해외에 갈 때마다 통감합니다. 내가 중국어를 할 수 있었으면 더 이와테의 상품을 잘 소개할 수 있을 텐데요(웃음). 예를 들면 전복을 팔 경우라면 「이것은 전복의 스테이크입니다. 단지 구운 것 같이 보이겠지만 실은 숨은 맛으로 이런 것을 사용하고 있습니다」라든지 「산리쿠의 전복은 이런 곳에서 난 맛있는 다시마와 미역을 많이 먹고 자랐기 때문에 맛있습니다」등, 요리의 노하우나 소재의 깊은 지식등을 많이 이야기하고 싶습니다만, 통역자를 통하면 꽤 세세한 뉘앙스까지 전해지지 못해요. 그것이 안타깝네요(웃음).

중국에 가게 되어 알게 된 것은 중국에도 좋은 식품재료는 많이 있다는 것입니다. 지금 일본에서는 중국 식품이면 뭐든지 안좋다고 하겠지요. 저것은 수입하는 일부 사람의 성질이 나빠서예요. 왜냐하면 시장에 가면 생선도 조개류도 좋은 것이 많습니다. 전에 대련에 갔을 때 현지의 식품 재료만을 사용해 일본풍의 요리를 만들어 조리사학교 선생님이나 관공서 사람들에게 대접한 적이 있습니다. 모든 분들이 중국의 식품 재료를 사용하고 일본요리를 만들 수 있다고 하니 놀라더군요. 물론 만들 수 있지요. 생선도 모시조개도 일본과 같으니까요.

실은 중국사람들 중에도 「일본인은 바로 중국의 물건은 나쁘다고, 중국 것을 업신여긴다」고 하는 사람이 있습니다. 그래서 제가 「그렇지 않다, 중국의 식품 재료는 아주 좋다, 이렇게 맛있는 것을 만들 수 있다」고 주장하니 그들은 많이 기뻐 주었습니다. 중요한 것은 상대방의 문화를 부정하지 않는 것입니다. 중국에도 훌륭한 식생활 문화가 있고 맛있는 식품 재료가 많이 있습니다. 그것을 받아들이면서 일본의 식생활 문화를 전해 갑니다. 줄다리기 같이 당기거나 끌리거나 말입니다. 그리고

기회가 왔을 때 힘껏 당깁니다. 낚시의 루어(인조미끼)와 똑같이 물어 왔을 때 힘껏 끌어올리는 것처럼 말입니다.

퍼포먼스의 중요함

작년에 홍콩에서의 이와테 페어에 참가했을 때는 여러 아이디어를 실행했습니다. 기본적인 일식이나 일본의 식품 재료는 벌써 중국 바이어들은 잘 알고 있습니다. 그들은 더 새로운 정보를 알고 싶어합니다. 그러니까 이번에는 사과를 시식시킬 때도 단지 주는 것이 아니라, 사과를 브랜드로 향기를 붙여 미야모리의 와사비를 찍어 먹게 했습니다. 여러분 놀랐었지만 맛있게 먹었어요. 퍼포먼스도 중요하네요. 단지 물건을 늘어놓고 시식시키는 것 만으로는 시시합니다. 타소 지사님에게 부탁해서 손님 눈앞에서 성게의 주먹밥을 만들게 했는데 큰 호평을 받고 있었습니다. 지사님에게 나중에 물으니 가기 전부터 만드는 연습을 했던 모양이라 그 열정이 손님에게 전해진 것 같았습니다.

저도 손님 앞에서 요리를 선보였는데, 일본술을 술통에서 건져 프라이팬의 전복에 뿌려 불이 나게 했습니다. 실제로는 일본술로는 불길기 오르지 않기 때문에 브랜드를 섞었는데요(웃음). 상대방에게 인상을 깊이 남기려면 그런 연출도 필요합니다. 퍼포먼스도 있고 접시에 예쁘게 담고, 먹고 맛있다고, 대단한 반향을 받았습시다. 현지 잡지에서 「식품 재료 왕국 이와테」라고 크게 보도됐습니다. 물건을 팔 뿐 만이 아니라 일본에 관심을 가지게 하는 것이 중요합니다. 거래하기 전에 우선 일본에 가보고 싶다고 생각하게 합니다. 일본에 와 주면 교류도 생기고 결과적으로 든든한 비즈니스로 발전해 간다고 생각합니다. 저는 대련의 조리사학교에서 가르치는 한편, 중국으로부터 배우는 일이 많습니다. 그러니까 많은 연수생을 이와테로 맞이하고 싶습니다. 지금부터는 더 개인의 교류가 소중해진다고 생각하지요.



중국과의 무역을 독자적으로 재개



중화요리의 고급 식품 재료인 말린 전복이나 말린 해삼을 중국으로 수출하고 있는 야마다초의 수산가공회사「가와슈」는 산리쿠의 건어물을 통해서 이와테의 식품 재료의 매력을 해외에 발신하고 있습니다.

주식회사 가와슈 대표이사 가와바타 히데노리씨 인터뷰

해외와 관계된 일을 시작한 것은 약 7년전부터입니다. 그 무렵 국내용으로 초밥 재료용 전복의 출하를 시작했는데 재료로 쓰기 어려운 큰 전복이 남고 말았습니다. 이것을 무언가에 활용할 수 없을까 해서 여러가지 알아보고 있더니 산리쿠 지방에서는 옛부터 말린 전복을 만들어 수출하고 있었다는 역사가 있었습니다. 저도 몰랐는데 노인분에게 물으니「옛날은 나도 잘 만들었다」고 이야기해 주셨습니다. 그래서 80이 넘는 할머니 두 분께 지도를 받아 만들어 보았습니다. 상품이 완성된 후, 옛날 판매 경로를 더듬어 보니 그 당시는 코베가 수출의 기지였습니다. 그래서 제가 아는 코베의 고객에게 이야기해 보니「꼭 해보자」고 한 겁니다. 홍콩의 건어물점에 가져가니 거기 손님이「아주 질이 좋고 훌륭하다. 내년도 다시 하고 싶다」고 대단히 만족해 하셨습니다. 실제로 기뻐해 준 것을 실감한 것은 컸습니다. 홍콩에는 어떤 상품이 수출되었는지 조사해 보니까 그 밖에 말린 해삼과 말린 조개관자가 있었습니다.

저희가 만든 것이 중국 사람들에게 기쁨을 주고 회사로서도 장사가 됩니다. 그래서 본격적으로 시도해 보려고 했습니다. 그러나 말린 해삼을 만들 방법을 전혀 몰랐습니다. 아오모리에서 말린 해삼을 만드는 것을 텔레비전에서 보고 생산자를 찾아갔는데 기업비밀이라 가르쳐 주지 않았습니다. 어쩔 수 없이 스스로 시행 착오를 하면서 만들어 보았습니다. 그랬더니 홍콩 사람이「이거 좋구나. 이런 것을 먹고 싶었다, 꼭 더 먹고 싶다」고 해주었습니다. 이 말로 갑자기 힘이 나왔습니다.

일본의 말린 전복과 말린 해삼은 300~400년동안 에도시대부터 건화(乾貨)라고 불리어 교역에서 화폐 대신에 사용되고 있었습니다. 일본의 물건은「천연」이며 상품을 아주 정중하게 만들기 때문에 안심, 안전하다는 평가를 받고 있습니다. 품질이 훌륭하다는 평가가 벌써 있으니 실제로 팔기 쉬웠습니다. 이런 일은 홍콩에 가서 홍콩의 건어물점의 사람들과 사귀면서 처음으로 알게 된

것입니다. 홍콩 업자들 사이에서는「이와테라고 하면 전복, 전복이라고 하면 이와테」라고 할 정도로 이와테의 전복은 최고급으로서 알려져 있습니다.

이와테현이 해외에서 개최하는 이와테 페어에도 적극적으로 참가하고 있습니다. 이와테가 자랑할 토산물을 해외에 파는 길을 만들어 준 이와테현의 활동은 대단히 좋다고 생각합니다. 개인적으로 하기에는 어려운 일이기 때문이에요. 모든 이와테현민에게 기회를 준 것이니까 그것을 살리는 것은 개인의 의지에 달려 있죠.

홍콩 사람들과 사귀는 것은 대단히 재미있습니다. 그들은 개인의 상점이라는 감각으로 장사를 하고 있습니다. 비록 큰 회사라도 개인 상점의 연장이라는 듯, 경영자들과 장사 이야기를 할 수 있는 것이 매우 신선하고 고맙게 생각합니다. 경영자로부터 직접 평가를 받을 수 있고 경영자의 넓은 시점이나 생각을 들을 수 있는 것이 좋네요. 또 홍콩 사람들은 식사를 소중히 여기지요. 의식동원이란 생각을 기본으로 하는 것 같은데, 음식의 종류가 꽤 많고 시간을 걸어 느긋하게 먹습니다. 일본처럼 급하게 먹지는 않습니다. 식사 시간이 조용히 흘러가서 분위기가 몹시 풍족해 보입니다. 이러한 식생활 문화는 저희도 받아들이고 싶습니다.



맛있는 요리도 식품 재료를 조리하는 도구가 있어야 이루어집니다. 도구의 좋고 나쁨이 맛의 결정짓게 되는 일도 종종 있다고들 합니다. 국내 최고봉의 주조의 거리, 오슈시를 찾아가 세계에 상품을 판매하고 있는 「오이겐주조 주식회사」 사장 오이카와 쿠니코씨에게 도구에 대한 말씀을 들었습니다.



오이겐주조 주식회사 대표이사 오이카와 쿠니코씨 인터뷰

해외 진출을 시도하기 시작한 것은

선대 사장 때는 대부분이 상품 전시회가 중심이었습니다. 90년대에 대를 이어 제가 사장이 되었을 때 우연히도 해외 거래로 신세를 지고 있는 상사도 대를 이어 당시 프랑스 거주하는 여사분이 잇게 되었습니다. 그래서 둘이서 유럽 마케팅에 90년 후기부터 힘을 쏟기 시작해 고객을 찾아다니며 조사를 했습니다. 마케팅의 결과를 기본으로 이와테에서 디자인그림을 그려 상대방에 제시해 의견을 받는다라는 방식으로 디자인의 제안을 시작했습니다. 그 결과 유럽의 사고방식을 감안해서 평평한 쇠주전자라고 할까 그런 풍치의 상품이 완성되었습니다. 실은 이것이 차 주전자입니다. 남부 철기의 차 주전자는 드물 것입니다. (사진) 일본에서는 아마 무겁다고 하겠지만 이것은 유럽 발매부터 10년 이상 계속 팔리고 있어 생명이 긴 상품이 되어 있습니다.

판매에 궁리한 것과 고생한 것

어쨌든 둘이서 마케팅을 위해서 유럽의 손님을 여기저기 돌았습니다. 결과적으로 부담없이 상담이나 문의를 할 수있는 관계를 맺게 되어 신뢰 관계를 쌓아가는데 있어서는 매우 큰 포인트가 되었습니다. 상품에 불만을 받을 일은 거의 없습니다. 이것도 신뢰 관계가 해낸 일이라고 생각하고 있으므로 이 관계성을 소중히 유지해 나가고 싶습니다. 힘들었던 점은 디자인그림을 입체적인 것으로 이해받는 것입니다. 기본적으로 디자인은 아무래도 평면이므로 입체로서의 이미지가 잘 전해지지 않습니다. 지금이라면 CG로 입체 모형도 간단하게 만들 수 있습니다만 당시는 참으로 고생했습니다. 큰 트러블도 있었습니다. 쇠주전자의 주둥이 부분에 사용한 도료가 캘리포니아의 식품위생법에 걸렸습니다. 미국의 분석 기준이 너무 높았던 거죠. 마지막으로는 문제를 해결할 수 있었는데 이 때 상품의 질도 나라마다의 법률에 맞추어 가는 필요성을 통감했습니다.

일본과 해외의 차이는 무엇인가

일본에서는 남부 철기라고 하면 아무래도 민예품이라고 하는 인식으로 무게가 무거운 것으로 생각되고 맙니다. 그러나 해외에서는 그 소재의 좋은 점(주물)에 가해 일본제는 우수하다고 하는 인식을 받고 있습니다.



결과적으로 무거운 것도 좋은 기능으로 의식되어 있어 상품의 대한 인식이 완전히 다릅니다. 물론, 나라에 따라 잘 팔리는 디자인이나 색 등은 완전히 다릅니다. 그러나 차를 마시는 문화는 깊고 긴 역사가 있어 철주물의 주전자나 오차 주전자는 생활의 엑센트로서 받아들여지고 있습니다. 철기는 자연의 물건이라고 생각되고 있는 것 같습니다.

기술개발의 포인트

주물 자체는 이미 완성한 기술이라고 말할 수 있습니다. 단지 세세한 부분은 여러가지 변화되고 있습니다. 도로나 표면 처리, 비화학 처리 등 시대의 요구에 따라서 바뀌어 갑니다. 최근에는 표면 처리를 가하지 않아도 녹슬지 않는 새로운 주물의 개발에도 임하고 있습니다. 그 신상품은 「Naked Pan」이라는 상표로 판매하고 있는데 아주 호평을 받고 있습니다

장래 전망을 들려주세요

원래 주물은 원료의 7할 이상이 재활용된 철이군요. 전번에 독일에서, 100년이상 사용할 수 있는데다가 재활용도 된다고 설명했더니, 100년 이상 쓸 수 있다면 재활용할 필요는 없다고 합니다. 하긴 그렇네요. (웃음) 앞으로는 구이 요리에 맞는 Pan(평평한 냄비)를 밀어내 가려고 합니다. 남부 철기라는 이미지로부터 탈각한 새로운 냄비입니다. 최근 몇년 독일을 비롯해 유럽에서는 “비오” (유기)나 “오가닉” (유기 재배)이 키워드입니다. 음식의 세계에서 오가닉은 큰 키워드지요. 조리 용구는 식품들이 제일 먼저 접하는 것입니다. 그러니까 오가닉의 정신을 도구로까지 넓히는 데에 힌트가 있을 듯 합니다. 남부 철기는 지금 큰 전환기에 있다고 생각합니다. 경제 상황이 악화되고 있다는 배경도 있지만 문화적으로도 전환점인 것 같다고 느낍니다. 전통 공예의 끝에 어떠한 미래를 그럴지가 추궁되고 있다고 느낍니다.

해외를 목표로 하는 사람들에게 조언을 바랍니다

어쨌든 마케팅과 조사가 중요합니다. 그리고 고객의 생각과 이미지를 구현화해 나가기 위해서는 자신의 눈으로 보고 발로 걷고, 또 상대방과 깊이 회화를 나누는 것이 필요합니다. 그에 의해 상대방의 라이프 스타일이나 기호를 제대로 분석할 수 있습니다. 물론 시간은 걸리겠지만 결국은 확실합니다. 아무튼 상대방에게 진지하게 나아가면 반드시 마음은 전해진다고 믿고 있습니다. 이와테발 세계행이 점점 늘기를 진심으로 바라고 있습니다.



이와테아베제분 주식회사 대표이사 사장 아베 아키라씨

독특한 냉동 일본 과자를 국내외에 전개하고 있는 「메부키야」. 이와테현내에서도 유명합니다만, 실은 해외 진출역사도 꽤 오래되었다고 합니다. 「세계로 날아가는 꿈의 일본 과자」로서, 크게 펼쳐지고 있는 메부키야의 모회사인 이와테아베제분 주식회사의 아베 사장님께서 메부키야를 소개해 주셨습니다.

저희들은 위탁 점포가 있는 홍콩을 비롯해 EU, 미국, 캐나다 등 해외에 넓게 제품을 수출하고 있고, 덕분에 호평을 받고 있습니다. 해외와의 인연은 쇼와 47년(1972년) 미국이 최초이니 벌써 상당히 오래됐군요.

창업 당시는 제분회사로서 센베이(전병) 업계용으로 쌀가루 판매를 하고 있었습니다. 그후 자회사에서도 센베이를 만들기 시작했습니다만, 사골 기업의 제품을 취급 받기 위해서는 평가를 높일 수 밖에 없었습니다.. 시행 착오를 반복해가며 쌀의 소비 확대라는 목적으로 해외로 진출하기로 했습니다. 수출용의 라이스팁을 개발해 쇼와 47년(1972년) 미국을 향해서 수출한 것을 시작으로, 과자의 분야에서는 이와테는 물론 일본 기업 중에서도 꽤 빠르게 진출하게 되었습니다.

외국인에게 받아들이기 위해 맛에 관해서 대단히 노력했습니다. 그들의 취향에 맞도록 사박사박 씹을 수 있는 라이스팁을 중심으로 참깨가 들어간 것, 치즈맛, 양념구이맛 등 다양한 맛을 개발해 케도에 오르기 시작했습니다만 공장에 반입된 원료안에 예기치 못한 이물이 혼입돼 있던 것으로 출하한 일부의 제품을 소각처분 해야 한다는 사고가 생겼습니다. 그러나 위생 관념을 철저히 재검토하는데 좋은 교훈이 되었습니다., 그후 저희들은 위생과 품질관리에 큰 힘을 투입하게 되었습니다. 요즘 음식 문제가 관심사가 되고 있습니다만 저희 회사는 자신있게 팔 수 있습니다.

일본식 과자로의 도전

그후 센베이로부터 상품의 방향을 전환한 단고(경단)가 순조로웠던 일에 힘입어 다시 해외로 도전하게 되었습니다.

해외 판로 개척에는 신뢰를 둘 수 있는 파트너나 협력자가 빠뜨릴 수 없는데, 다행히 상사나 현지 바이어등 훌륭한 분들을 만나 1975년에 홍콩에서 일본 과자의 제조 판매를 시작했습니다. 홍콩에서는 일본 과자에 월병(딸떡) 맛을 더한 것으로 맛이 받아들여져 성공을 거두게 되었습니다, 거기서 실연 판매 뿐만이 아니라 현지에서의 생산까지 검토했습니다만 여러가지 이유로 단념하지 않을 수 없게 되었습니다.

어쨌든 맛은 문제 없으니 그 다음에는 어떻게 닦치는 문제 하나 하나를 해결해 나갈까 고민을 했는데 어느날 「일본 과자를 냉동시켜 해외에 보내면 현지에 공장을 만들 필요는 없다」라는 생각에 드디어 이르렀습니다. 실패를 거듭하면서의 약 2년후 온 세상에서 안전하게 먹을 수 있는 냉동 일본 과자의 개발에 성공해 다시 홍콩에서 판매한 결과 현지에서 큰 반향을 불렀습니다. 이와테발 일본의 과자가 완전하게 받아들여진 순간입니다.

홍콩에서 실제로 판매하면서 국민성이라고 할까, 민족성의 차이를 실감했던 적이 있습니다. 덕분에 행렬이 생길 때도 있습니다만 그들은 줄서 살 때도 1개나 2개만으로 한껏번에 많이 사지 않더군요. 한번 사 먹어 본다, 그리고 마음에 들면 또 줄선다. 이것은 재미있다고 생각했습니다. 그러니까 매장에는 수많은 종류의 상품을 하나 하나 집을 수 있도록 진열해서 손님이 자유롭게 조금씩 선택할 수 있도록 하고 있습니다.

상품에 자신을 가지다

현재 저희들은 국내는 물론 싱가포르, 홍콩, 미국, 캐나다, EU, 호주 등 많은 나라들로 수출하고 있는데 해외 바이어들은 상품을 보는 눈이 날카롭고 대단히 솔직하다고 느낍니다. 예전에 「정말로 좋은 상품이면 가격에 상관없이 우리는 사서 판매한다. 그러니까 좋은 것을 제공해 주었으면 한다」라는 말을 들은 적이 있습니다. 일본에서는 아무래도 가격 경쟁에 휘말리기 쉽습니다만 해외에서는 「좋은 것」인 것이 절대 조건이군요. 그러니까 우리는 가격에 좌우되지 않는 상품을 만들어 가는 것이 중요하다고 생각합니다. 일본과는 문화도 풍습도 다른 나라에 진출할 경우 함께 노력해 주는 파트너 기업이나 바이어의 존재도 큰 포인트입니다. 자신이 신뢰할 수 있고 일을 함께 하고 싶은지, 또 이 사람이면 이 회사와 함께라면 잘될거라고 말할 수 있는지 생각해 봐야합니다. 그러기 위해서는 누군가의 소개에 의지하는 것이 아니라 반드시 자기 자신의 눈으로 상대를 확인하고 자기 책임으로 부딪쳐 갈 각오가 필요하지 않을까요. 꼭 그 점은 전하고 싶습니다. 지금부터 해외에 나가실 여러분도 모두 이와테발 브랜드를 만들어 갑시다.

이시와타 류지씨
 쥬와리소바 사장, 이와테의과대학
 명예교수. 대학에서는 의학 철학등을
 강의했다. 의대 시절부터 이와테
 라인렌트협회 대표로 독일 유학생의
 영입에도 힘을 쏟아 지역의 국제화를
 실천하고 있다. 모리오카시 거주.



메밀국수로 지역과 세계에 공헌

쥬와리소바 이시와타 류지씨 인터뷰

식량 위기를 어떻게 극복할지가 21세기의 인류에게 부과된 큰 과제입니다. 그 과제 해결을 향한 국제 교류란 무엇인가. 오랜 세월 지역의 국제교류 추진에 진력해 온 쥬와리소바 사장 이시와타 류지씨에게 현재의 일을 통해서 그 해결이나 지역에 있어서의 국제교류의 본모습등에 대해 말씀을 들었습니다.

이와테 의대에서 30년간 의대생에게 의학과 철학을 가르쳐 왔습니다. 재직중 대학교에는 예방의학의 관심이 낮다고 느끼고 있었습니다. 병에 걸리기 어려운 몸을 만드는 시점이 부족하다고. 건강식으로서의 메밀국수는 예전부터 주목해 왔고 관심도 있었습니다. 그리고 인간의 생명과 관계되는 음식에 종사하는 일을 제2의 인생으로 하려고, 2001년부터 지금의 일과 관여해 왔습니다. 제1차 산업에 입각하는 이와테를 위한 지역 공헌이 되어 또 국제 공헌도 하고 싶다는 생각으로 시작했습니다.

메밀국수로 음식의 위기 타개

세계의 음식은 지금 몹시 위기적인 상황에 있습니다. 세계의 많은 선진국에서는 비만이나 성인병 대책으로서 식생활의 개혁이 요구되고 있습니다. 한편 개발도상국의 식량부족 문제도 심각화되어, 곡물의 확보나 유효 활용이 급무입니다. 메밀국수는 세계적인 위기를 구할 가능성을 갖춘 음식입니다. 메밀국수는 농약이나 비료가 필요없고 재배에도 시간이 걸리지 않습니다. 저지방으로 고단백질이며 게다가 비타민과 미네랄이 많이 포함되어 있습니다. 또 뛰어나게 소화의 좋은 음식으로 위장 안에 들어오면 간단하게 녹아 곧바로 소장으로 흘러가므로 위장의 부담이 가벼워집니다. 메밀국수는 바로 21 세기의 식품 재료입니다. 이러한 뛰어난 메밀국수를 보급·추진하는 역할을 담당하기 위해서 메밀가루로부터 메밀국수를 간단하게 또 맛있게 제조할 수 있도록 독자적인 메밀국수 체면기등을 개발해, 경량화 하는 등을 시도하고 있습니다.

각 지역에는 각각의 메밀국수가 있습니다. 그 지역의 독자적인 메밀국수의 맛을 소중히 여겨 주었으면 합니다. 그 지역에서 재배한 메밀국수를 그 땅에서 먹는다. 길가역(큰 길가에 있는 휴게소)에 가면 그 지역 맛의 메밀국수를 먹을 수 있다. 메밀국수 그 자체가 지역 맛을 대표합니다. 메밀국수의 지산지소(地產地消)입니다. 우선은 땅이 넓은 이와테로부터 메밀국수의 식생활 문화의 보급을 진행하고 싶다. 그렇게 되면 메밀국수의 생산 농가도 재배 의욕이 나올

것이고, 새로운 고용의 창출에도 연결되겠지요. 안전하고 안심되는 산업으로서 퍼져나가 지역에 희망도 나오겠지요.

음식을 통한 국제 교류

21 세기의 식품 재료로서 메밀국수를 세계에도 넓히고 싶습니다. 지금까지 독일이나 영국, 미국, 홍콩, 대련등에서 시식회를 개최해 왔습니다. 대호평이었습니다. 아직 보급·개발의 단계입니다만 금년에는 중국에서 보급시킬 구상을 가지고 있습니다. 원재료로부터 메밀가루로 가는 맷돌기의 보급으로 음식을 통한 국제교류 발전의 필요성을 인식하고 있습니다. 지금부터는 아시아의 대국 중국과 얼마나 우호적인 관계를 쌓아가는가 일본에 있어서의 큰 과제라고 생각합니다. 최근에는 식품 위장 문제만이 클로즈업 됩니다만 그것이 모든 중국은 아닙니다. 제대로 작물을 재배하고 있는 농가가 많아, 품질관리를 철저히 하는 가공 식품 회사도 있습니다. 식료 자급율이 낮은 일본의 앞으로의 제모습을 생각하면 한층 더 깊은 중국과의 관계가 필요합니다. 관계 강화를 위해서도 메밀국수를 통한 중국 각지와 의 교류를 솔선수범하고 싶습니다.

지산지소와 글로벌화

지역에는 각각의 독자적인 음식이 있고 지역성이 있습니다. 음식은 그 지역의 땅, 물, 바람 등에 영향을 받습니다. 몸도 그 땅의 영향을 받습니다. 거기서 태어난 음식은 그 땅에서 먹는 것, 바로 지산지소입니다. 그 땅을 계속 지켜가는데도 지산지소가 중요합니다. 지산지소와 세계의 글로벌화와는 충분히 공존할 수 있습니다. 글로벌화가 지역의 고유성을 재검토하게 하는 계기가 됩니다. 세계 각지의 지산지소의 본모습을 서로 배울 수도 있습니다. 서로의 문화의 지혜를 활용해 한층 더 지산지소를 진화시키면 좋을 것입니다. 우리는 대지에 뿌리를 내린 지역인이며, 지구 시민이기도 하니깐요. 그 시점이 앞으로의 지역 국제화에 있어서 중요합니다.

이 프로젝트는 모리오카 상공회의소가 중소기업청에 의한 JAPAN브랜드 육성지원 사업으로 채택을 받아平成18년도부터 이루어지고 있다. 디자인에는 국제적으로 높은 평가를 받고 있는 핀란드의 디자이너 타우노·타르나씨를 초빙해, 그가 디자인한 키친 웨어(식탁에 놓이는 식기)를 남부철기 직공이 제품화했다. 작년 11월에는 핀란드·헬싱키 “디자인 포럼 핀란드”에서 전시회를 개최, 높은 평판을 얻어, 유럽을 중심으로 한 해외 판로 확대가 기대된다.

프로젝트에 연휴하고 있는 기업 속의 한 회사인 이와추 영업부 차장 사토 야스히로씨에 따르면 이와추의 경우는30여년 전부터 상사(商社)등을 통해서 해외의 일본요리집등으로 쇠주전자를 수출되고 있었지만, 이와같이 일반적인 키친 웨어로서 수출하게 된 것은 헤이세이에 접어들고 나서라고 한다.

키친 웨어로서 수출하게 된 계기 중 하나는 유럽에서 유명한 파리의 노포 홍차점 「마리아쥬·

후르르」에서 온 주문이었다.

파리에 본점을 가진 이 홍차점에서는 쇠주전자로 홍차가 제공되고 있다. 파리의 노포 “백화점·갤러리·라파이엣트”나 “쁘랭땅”의 홍차 판매장에서도 쇠주전자가 흔히 보인다. 이것은 동양의 취미품으로서 놓여져 있는 것이 아니라 홍차와 조용하게 조화를 이루어, 이례적인 일이라 생각될지도 모르지만, 전통의 물건이라기보다는 세련되고 모던한 포트, 그런 느낌이다. 많은 유럽사람들이 발걸음을 멈추어 손에 들고 있다. 앞으로도 사용자가 늘 것 같다. 그런데 성공한 만큼 가짜품도 많다. 특히나 중국의 싸 가짜품은 조악한 법랑이 사용되어 뜨거운 물을 넣으면 납이 녹는 등의 사례도 적지않다고 한다.



해외로

여기서는 실제로 어떻게 해외 전개가 이루어지고 있는지, 「남부철기 포·유로 상표설정사업」을 예로 검증해 봅시다.

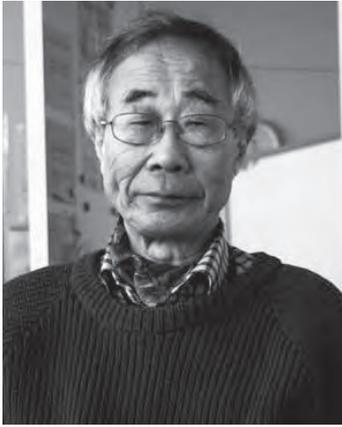


한편 연말에 홈스테이를 한 캐나다 불어권 퀘벡주의 캐나다인 댁에서 쇠주전자를 발견했다. 근처의 일본식품 가게 「미야모토」에서 한눈에 반해 샀다고 한다. 외모가 아름답고 우아하다고 칭찬하는 그 쇠주전자로 홍차를 끓이고 있었다. 그것도 불을 사용하지 않는 전자조리기로 말이다. 내가 상상하는 새까맣고 묵직한 쇠주전자가 화로 위에서 연기를 내뿜고 뜨거운 물을 끓이는 풍경과는 크게 달리, 아름다운 색깔의 유럽적인 풍경이었다.

우리도 모르게 400년 역사의 전통 공예는 확실히 시대와 함께 진화되고 컨셉을 바꾸며 세계에 융합하는 테이블 웨어가 되고 있었다. 그러나 바뀌지 않는 것이 있다. 그것은 품질과 안전성을 높이는 것을, 그리고 뛰어난 일본의 제품을 올바르게 전하고자 한다는 남부 사람의 진지한 생각이다. 사토 차장은 「저희는 상사(商社)와 같은 노하우도 없고 해외 경험이 있는 것도 아니다. 단지 질 높은 것을 요청에 응해, 정성을 담아 제작하여 올바르게 전하려고 해온 결과로 지금이 있다」고 한다.

온고지신 즉 옛것을 익히고 그것을 미루어서 새것을 안다. 전통을 지킨다는 것은 바로 이것이다. 그리고 앞으로도 새로운 시도를 더하면서 이 전통이 세계로 펼쳐리라고 강하게 느꼈다.





사람과 사람이 연결되는 국제 교류를

치바 키슈씨

전 이와테일보 편집위원실장. (재) 이와테현 국제교류협회의 설립 준비위원 ~ 기획 위원으로서 활약해 주셨습니다. 또 협회 설립 이래 기관지 교정을 담당하고 계십니다.

국제교류협회 설립때부터 지금까지 자원봉사자로서 협회를 이끌어 주신 치바 키슈씨. 국제 교류는 민간 힘으로 진행되는 것이 중요하다고 합니다.

협회 설립 약 1년 전에 민간기업 사람 50명 정도로 설립 준비위원회가 시작해 1년을 걸어 어떠한 조직으로 할까 서로 이야기했습니다. 그 준비위원회가 협회 설립후에 그대로 기획 위원회가 되었습니다. 다른 현의 국제교류협회는 행정 주도로 설립된 단체가 대부분입니다. 그러나 이와테현 국제교류협회는 민간 주도인 이 기획 위원회가 중심이 되어 설립되었습니다.

주관의 이와테현 총무부 책임자였던 다카하시 요스케씨(후의 부지사)에게 「돈은 내도 입은 내지 않았으면 좋겠다」고 했더니 「네」라는 대답을 얻었습니다. 행정이라는 것은 돈을 내면 입도 내기 마련이라 이렇게 처음에 승락을 얻은 것은 인상 깊은 일이었습니다. 그 말대로 그에게서는 아무 주문도 없이 기획 위원회 주도형으로 순조롭게 진행됐던 것 같습니다.

나도 자금 모음에 보도기관 각사를 돌아다녔습니다. 우선은 당시 자신이 근무하던 이와테일보사에 자금을 부탁했습니다. 그 발걸음으로 IBC 이와테 방송국으로 갔는데 「이와테일보사가 낸다면 냅시다」라고 했습니다. 계속해서 TV이와테에 갔는데 「IBC도 냈다고요? 그럼 우리도」라는 식으로 일제히 내 주었습니다. 여기까지 민간인이 관계되어 설립된 지방의 국제교류협회는 없을 거라고 생각합니다.

나라와 나라의 국제 교류는 의심스럽습니다. 무슨 일이 일어날 때마다 관계가 딱 끊어져 버립니다. 한편 개인간의 관계는 강력합니다. 국적이 달라도 일단 서로 중요한 존재라고 인식하면 웬만한 일로는 무너지지 않습니다. 개개인의 연결의 고리가 퍼져 가면 조금씩 관계가 좋아져 가겠지요. 나라와 나라와는 타산적인 일로 결합되는 경향이 있으므로 깨지기 쉽습니다. 개인적인 관계는 영속적입니다. 그러니까 국제 교류는 민간 주도로 실시해야 하는 것입니다.

국제교류협회의 제1회 페스티벌에 한국의 음악 집단인 「사물놀이」※ 공연을 기획했습니다. 처음으로 그 연주를 들었을 때는 떨릴 정도의 충격을 받아 언젠가 반드시 초빙하고 싶었습니다. 기획 위원회가 중심이 되어 포스터나 입장권을 만들어 모든 준비를 끝낸 공연 1개월이 됐을 때 사물놀이 리더가 대마 소지로 일본에 입국하지 못하게 되어 공연을

중지해야 할 사태가 벌어졌습니다. 대신에 부른 것은 서울 예술 대학교 가무단이었습니다. 공연 목전의 캔슬에 지쳐버린 나는 오랜 친구인 전용복씨(칠예가, 모리오카시 거주)에 도움을 청했습니다. 내 기억에 따르면 사물놀이 공연을 교섭해 준 것은 전용복씨였을 겁니다. 전용복씨는 사물놀이의 리더 금덕수씨와 같이 서울예술대학교에서 가르친 적이 있었기 때문에입니다. 갑작스런 사태에 어떻게든 대응할 수 있었던 것도 민간 중심의 기획이기 때문이었지요.

기관지는 18년동안 자원봉사 편집 위원회가 중심이 되어 만들어 왔습니다. 완전한 자주성으로 만들어지고 있습니다. 이것은 특필해야 할 일입니다. 편집 위원회를 만들고 싶은 것과 사무국이 바라는 것이 항상 일치하지는 않습니다. 그러나 사무국은 편집 위원회의 의향을 존중해 주었습니다. 이것 또한 민간의 기획 위원회가 주도해 왔던 것이 반영되었던 것입니다. 기관지를 만드는 방식이 저희가 바라는 것과 맞아, 그 상황이 유지되어 왔기 때문에 자원봉사로서 계속해 올 수 있었습니다. 자원봉사를 하는 것은 국제 교류에 힘쓰고 싶다는 것이 기본이지만 같은 뜻을 가진 사람들과의 유대 안에서 해 나가는 것이 즐겁습니다. 이런 사람과의 유대가 원동력이 됩니다.

기관지 만들기에 있어서 편집장의 역할은 중요합니다. 쓰는 사람의 자주성이나 개성을 존중하면서도 제대로 요점을 잡아서 지시하지 않으면 안됩니다. 만드는데 있어서 「이것은 양보할 수 없다」고 하는 것이 필요합니다. 그 양보할 수 없는 것이란 기관지의 지난 호를 자세히 보면 저절로 알 것입니다. 그렇게 해서 그것이 기관지 문화가 되어 갑니다.

협회의 많은 사업 중에서도 정보 제공이 중요합니다. 그러한 의미에서도 기관지가 가지는 의미는 큼니다. 개인적으로는 1년에 한 호만이 아니라 더 많이 발행해서 시읍면 국제교류협회나 현민을 향해서 정보를 보냈으면 좋겠습니다. 협회 설립 20주년을 맞이하는데 초심에 돌아가 현민이나 시읍면 협회가 현 국제교류협회에 무엇을 바라고 있는지, 어떠한 방법으로 확인할 기회를 만들었으면 좋겠습니다. 현 단위의 협회라야 할수 있는 것을 꼭 추궁해 주시길 바랍니다.

※ 사물놀이 한국의 전통 악기 연주자인 김덕수를 중심으로 결성된 연주 그룹. 농촌 지대의 전통적인 농악을 뿌리로 한 팽과리·장·장구·북의 4개 악기를 이용한 악동감 넘치는 무대 음악입니다.

한국어

2009いわて国際交流

Iwate International Association 2009



020-0045 岩手県盛岡市盛岡駅西通1-7-1 アイーナ5F
Aiina 5th floor, Morioka Eki Nishi Dori, Morioka, Iwate 020-0045
TEL 019-654-8900 FAX 019-654-8922
E-mail kokusai@iwate-ia.or.jp
<http://www.iwate-ia.or.jp>