

산업관광 훑어보기

김목한*

서울시정개발연구원 부연구위원

hookman@sdi.re.kr



‘찰리와 초콜릿 공장’ (2005)은 가난하지만 바른 소년인 찰리가 세계 최고의 초콜릿 공장인 ‘윌리 웅카 초콜릿 공장’에 초대받아 견학하는 과정에서 공장의 주인인 윌리 웅카의 시험을 모두 통과하고 공장의 후계자가 되는 과정을 그린 판타지 뮤지컬이다. 사실 이 영화는 우리나라에는 ‘초콜릿 천국’이란 타이틀로 개봉하였던 ‘Willy Wonka and Chocolate Factory’ (1971)의 리메이크이기도 하다. 기본적으로 별난 안내인인 윌리 웅카가 안내하는 다소 기괴하기까지 한 초콜릿 공장 투어를 주 볼거리로 하는 이 영화는 산업관광의 출발점이 무엇이었는지를 잘 보여주고 있다. 윌리 웅카는 5개의 웅카 초콜릿에 감춰진 황금티켓을 찾은 어린이 다섯 명과 그들의 보호자에게만 공장을 공개해 제작과정의 비법을 보여주겠다는 선언을 하고 공장의 신비를 체험하게 한다. 매일 초콜릿을 생산해

* 저자 학력, 경력 및 최근 연구:

- 럿거스(Rutgers) 대학 계획 및 공공정책 박사
- 서울시 GT기반 신성장산업 육성방안(2010), 서울산업 발전방안 연구(2010), 서울시 지식기반제조업의 R&BD 역량강화방안(2009) 등

세계 각국으로 운반하고 있지만 그 안에서 어떤 일이 벌어지는 지 누구도 알지 못하는 비밀의 공간인 초콜릿 공장. 공장이 신화와 환상의 공간으로 까지 확장된 이 영화의 예를 극단적인 것으로 치더라도, 비밀스럽고 볼 것이 있는 장소로서 공장을 새로이 해석하고 보여주는 ‘공장시찰’ 이 산업관광(Industrial Tourism)의 초기 형태였다.



[그림 1] 찰리와 초콜릿 공장(2005), 초콜릿 천국(1971) 포스터, 로알드 달 원작(1965) 표지



[그림 2] 찰리와 초콜릿 공장(2005)에서의 공장시찰

‘찰리와 초콜릿 공장’은 다소 비틀린 유머가 전공인 동화작가 로알드 달(Roald Dahl)의 동명 작품(1965)을 원작으로 한다. 1971년 영화에 작가로 참여하기도 했던 로알드 달은 당시 미국 초콜릿 업계를 양분하고 있던 허쉬(Hershey)와 마스(Mars) - M&M's 제조사 - 간 경쟁이 심화되면서 드러난 초콜릿 생산 레시피를 둘러싼 비밀주의에서 작품 아이디어를 얻었다고 밝힌 바 있다. 비록 공식적인 기록은 없지만 로알드 달이 이 두 업체 중 허쉬 본사가 있는 허쉬 타운을 염두에 두고 윌리 웡카 초콜릿 공장이 자리 잡은 도시의 모습을 상상했을 개연성은 상당히 높아 보인다. 허쉬 사의 창업자 밀턴 허쉬는 처음부터 허쉬 사의 주요 시설이 밀집한 필라델피아의 허쉬 타운을 기업도시(Company Town)로 만들어 나갔다. 밀턴 허쉬는 직원 주택, 공공교통, 학교를 모두 책임지는 도시의 경영자를 자청했고 직원들의 여가를 위해 1907년에 공공공원인 허쉬파크를 건설하였다. 이후 수년간 허쉬파크는 롤러코스터, 수영장, 볼룸 등을 갖춘 종합 어뮤즈먼트 파크가 되었고, 도시거주자 뿐만 아니라 외부 관광객들을 불러 모으는 관광목적지로 발전하였다.



[그림 3] 20세기 초 허쉬타운의 허쉬본사

원작에서처럼 황금티켓을 초콜릿 바에 넣어 판매하는 것 같은 일은 없었다고 하지만, 당 시에도 허쉬타운에 대한 자부심은 상당해서 제품에 허쉬타운 엽서를 붙여 출시하는 등의 판촉행사를 벌였다고 한다. 전차와 기차로 허쉬타운을 방문한 방문객들은 놀이동산 격인 허쉬파크 못지않게 허쉬 사의 공장에 큰 관심을 보였고, 이런 관심에 힘입어 1915년에 공식적인 공장시찰로서의 산업관광이 처음으로 시작되었다. 허쉬 사의 공장을 견학한 관광객들은 추억과 함께 한 아름씩 허쉬 초콜릿을 안고 돌아갔고, 허쉬타운은 자연스럽게 ‘미국에서 가장 달콤한 도시’라는 별명을 얻게 되었다. 현재도 허쉬 본사는 허쉬타운에 자리 잡고 있으며, 허쉬파크는 허쉬 엔터테인먼트 & 리조트 사가 관리하는 허쉬 사와 허쉬타운의 역사를 테마로 한 테마파크로 거듭나 제품을 테마로 한 관광지의 대표적인 사례로 자리매김하고 있다.

산업관광의 기원은 사실 훨씬 예전으로 거슬러 올라갈 수도 있다. 투자자들을 대상으로 한 광산개발투어나 와인을 만들고 증류주를 만드는 과정을 보여주는 와이너리나 양조장 투어 등은 아주 오래전부터 있었던 산업관광의 원형 격이라 할 수 있다. 하지만 산업관광이 불특정 다수를 대상으로 한 관광형태로 자리 잡았던 것은 20세기 초 공장시찰에서 비롯되었다고 해도 큰 무리가 없다. 허쉬타운의 예에서도 볼 수 있듯이 공장시찰로서의 산업관광은 주로 기업과 도시가 공동운명체였던 곳에서 내외적으로 기업과 도시의 정체성을 형성하는 기제이자 새로운 수익원으로서 공동의 이익을 얻을 수 있는 효과적인 방편으로 부각되었다. 산업혁명 후 100년 동안 많은 도시들이 상업도시에서 공업도시로 탈바꿈하는 과정에서 “합리성은 기계나 공장, 현대기술의 힘, 또는 ‘삶의 기계’로서 도시에 결합” (데이비드 하비, 1994, p.54)하였으며 공장은 흔히 거대한 톱니바퀴로 상징되는, 인력으로 제품을 제조하는 방식과는 판이하게 다른 규모의 ‘보이는 기술’을 제공하였다. 그렇게 볼 것으로서의 기술이 도시에 결합되는 과정에서 이런 새로운 볼 것을 보는 관광의 형태로서 산업관광이 정립되었고, 기업들은 기업의 홍보라는 면에서, 도시들은 꼭 기업도시가 아니더라도 도시의 특성을 확립하고 홍보하는 한 방편으로서 서로 상생하는 방편으로 산업관광을 활용하게 되었던 것이다. 이러한 전통은 우리나라 울산의 현대 자동차, 포항의 포스코 공장시찰에서도 볼 수 있듯이 현재까지도 산업관광의 주요한 한 축으로 남아있다.

한편, 허쉬타운의 예는 산업관광의 다른 한 축을 보여주고 있기도 하다. 경기는 끊임없이 순환하며 그에 따라 한 때 번성했던 산업은 쇠퇴의 길을 걷기 마련이다. ‘창조적 파

괴'를 통한 기술의 발전은 과거에 최신 기술로 지어진 시설을 어렵지 않게 낡은 구식 시설로 바꾸어 놓고, 산업시설은 산업의 파고가 모두 지나간 다음에도 쉽사리 사라지지 않고 그 자리에 유물로 남아있게 된다. 한 때 홍물로 여겨지던 이러한 시설은, 그러나 비교적 최근 들어 그 역사적 가치를 인정받으며 산업시대의 문화재로서 '산업유산'의 활용에 대한 관심을 새삼스럽게 불러일으키고 있다.



[그림 4] 허쉬 파크, 와일드캣 롤러코스터 뒤로 보이는 허쉬 초콜릿 공장

산업유산(Industrial Heritage)은 1973년 유럽에서 결성된 산업유산보전국제위원회(TICCIH, The International Committee on the Conservation of the Industrial Heritage)에서 보편화된 개념으로 산업화 및 공업화 과정에서 보편어졌던 시설물과 이와 관련된 운하, 철도, 항만 등의 인프라를 총칭한다. 산업유산은 기본적으로 산업, 특히 제조업의 전통이 된 선진국에서 산업관광의 주요한 선진국받아들여지고 있으며, 유럽 국가들에서는 산업시찰보다 산업유산 방문을 산업관광으로 정의하는 경우도 허다하다. 산업유산은 기본적으로 산업, 특히 제조업의 전통이 오래된 선진국에서 산업관광의 주요한 형태로 받아들여지고 있으며, 유럽 국가들에서는 산업시찰보다 산업유산 방문을 산업관광으로 정의

하는 경우도 허다하다. 허쉬타운은 20세기 초 시작된 산업시찰의 역사를 바탕으로 당시의 산업유산을 보존, 활용하여 21세기인 현재까지 테마 관광지로 꾸준히 발전시켜 나간 산업유산 활용의 모범적인 사례라고 할 수 있다.

보존을 통한 산업유산의 활용이 산업유산 활용의 한 축이라면 다른 한 축은 산업유산의 재활용을 통한 재생이 될 것이다. 독보적인 도시이론가였던 제인 제이콥스는 그녀의 대표 저작인 ‘미국 대도시의 죽음과 삶’ (1961)에서 오래된 건물의 필요성을 역설하며 “오래된 구상이 때로 새로운 건물을 사용할 수도 있다. 하지만 새로운 구상들은 오래된 건물을 사용해야 한다”고 주장하였다. 사람들은 창의적으로 도시의 오래된 건물들을 새로운 산업의 수요에 맞추어 바뀌나가며 그렇게 오래된 산업의 장소는 새로운 산업의 장소로 바뀌어 나가게 된다. 제인 제이콥스는 이러한 사례를 다음과 같이 나열한다.

... 장인의 진열실로 바뀐 연립주택 거실, 주택으로 바뀐 마구간, 이민자 클럽으로 변신한 지하실, 극장으로 변신한 차고나 양조장, 복층 아파트의 지층으로 변신한 미장원, 중국음식 공장으로 변신한 창고, 소책자 인쇄소로 변신한 댄스교습소, 유리창을 예쁘게 칠한 - 가난한 사람들의 스테인드글라스이다 - 교회로 변신한 구두수선집, 레스토랑으로 변신한 정육점 등등. 이러한 변신이야말로 인간의 요구에 부응하는 활력 있는 도시 지구에서 끊임없이 벌어지는 사소한 변화이다(제인 제이콥스, 2010, p. 266).

산업유산의 재활용은 이런 의미에서 자연스러운 현상이며, 최근 산업유산이 쇠락한 도시에 활력을 불어넣을 수 있는 도시재생의 주요한 대상으로 주목받고 있는 것도 이와 마찬가지로 맥락이다. 산업유산의 역사적 가치는 주변 지역의 사회, 경제, 문화적 환경 변화에 따라, 또 그에 따른 새로운 프로그램의 실행과 더불어 다시 정의되는 과정을 거치며, 이를 통해 산업유산은 장소의 역사성을 이어가면서도 새로운 기능을 부여받게 된다.

영국 런던의 테이트모던 미술관은 산업유산 재생의 대표적인 사례로 자주 소개되곤 한다. 현재 테이트모던 미술관 건물은 1940년대 건립되어 1981년까지 가동되고 폐쇄되었던 뱅크사이드 발전소 건물을 리노베이션한 결과물이다. 당시 테이트미술관은 신축 부지에 있던 발전소 건물을 허물고 다시 짓는 대신 발전소의 외벽과 구조를 모두 보존하고 내부 공간구조를 조정하는 방식을 택했고, 터빈홀로 사용되던 대규모 공간을 모두 로비로 전환하여 개방적이고 복합적인 프로그램을 수용할 수 있는 내부 광장을 조성하였다. 또한, 지

역 전반적인 재생 프로그램과 연계하여 밀레니엄 브리지로 강 너머와 연결을 용이하게 하는 등 낙후되었던 건물 주변의 환경을 정비하는 사업 등도 동시에 실시하였다. 예전 발전 소로 사용할 때 세워졌던 높이 99m의 굴뚝은 등대처럼 빛을 내도록 개조되고 ‘스위스 라이트’라 명명되어 2000년 개관한 테이트모던 미술관의 상징이 되었으며, 테이트모던 미술관은 연간 400만 명 이상이 찾는 런던의 새로운 관광 명소로 자리 잡았다.



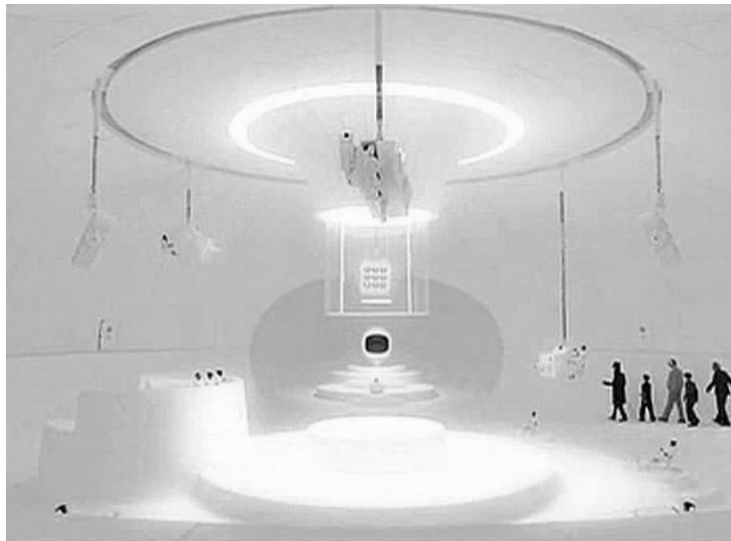
[그림 5] 테이트모던 미술관의 외부와 내부

테이트모던 미술관의 변신은 런던이 제조업을 중심으로 한 경제에서 서비스업을 중심으로 한 경제로 탈바꿈한 데 기인하며, 특히 예술, 엔터테인먼트, 미디어를 주축으로 하는 이른바 창조산업이 지난 세기 런던의 새로운 성장 동력으로 등장한 사실을 반영하는 것이기도 하다. 그리고 여기서 산업유산을 다시 정의한 것처럼 산업관광을 다시 정의해야 할 필요성이 대두된다.

산업관광은 낡은 용어다. 용어는 처음 등장했을 때의 시대상황을 반영하여 정의되고 나면 그대로 굳어져 유통되지만, 그 용어가 가리키는 대상은 점차 변화하기 마련이다. 산업관광은 앞에서 이야기했던 것처럼 원래는 공업, 특히 제조업을 대상으로 한 산업시찰에서 비롯된 용어였지만, 현재에 와서는 산업유산과 그 재활용에까지 의미가 확장되었다. 그리고 최근에는 공업뿐 아니라 다른 산업을 대상으로 한 관광도 산업관광으로 포함하려는 시

도들이 힘을 얻어왔다.

잠시 처음에 소개했던 ‘찰리와 초콜릿 공장’ 으로 돌아가 보면 어떨까. 초콜릿 공장 투어는 물론 초콜릿 생산 과정에서의 비법 공개에 상당한 부분을 할애하고 있지만 이에 못지않은 주요한 볼거리를 신제품 개발과 시험에서 찾고 있다. 특히 TV를 통한 초콜릿의 원격전송을 연구, 시험한다는 TV-초콜릿 방은 묘하게 클린룸과 TV 스튜디오를 섞어놓은 듯한 모습을 하고 있다. 제품을 만들어 내는 보이는 기술로서의 기계가 관광자원이 될 수 있다면 콘텐츠를 만들어 내는 현장으로서 스튜디오도 관광자원이 될 수 있다. 마찬가지로 톱니바퀴와 컨베이어 벨트가 아니라 무균실과 전자기기로 가득 찬 첨단 생산현장과 쇼룸 또한 새로운 산업관광의 영역이다. 과거-현재-미래의 산업이라는 틀로 보자면 적어도 일부 제조업에 주로 초점을 둔 협의의 산업관광은 보다 다양한 산업을 대상으로 하는 산업관광으로 크게 확장될 필요가 있다.



[그림 6] 찰리와 초콜릿 공장(2005)에서의 TV-초콜릿 방

우리나라는 한 세대 만에 산업화를 이뤄낸 압축성장의 대명사와 같은 곳이며, 서울은 그 중에서도 산업화의 격동을 가장 앞서 겪은 지역이다. 그리고 1990년대 말에서 2000년대 초 서울의 산업구조는 다시 지식산업과 창조산업으로의 급격한 전환을 겪고 있다. 이러한 압축적인 산업구조 변화는 현 것보다 새 것을 선호하는 문화를 낳았으며, 보존과 재활용

보다는 신축을 주로 하는 도시 개발 방식이 주류가 되는 단초가 되었다. 현재 서울에는 산업시설의 대상이 될 만한 대규모 공장은 거의 존재하지 않는다. 산업유산의 재활용을 꾀할 만한 대규모 공장이나 시설은 대부분 이미 새로운 기능을 찾아 아파트로 지식산업센터로 복합개발단지로 개발된 지 오래다. 또, 다양한 산업의 복잡 미묘한 상호관계를 중심으로 하는 대도시의 특성상 예전 기업도시가 누렸던 기업과 도시의 단일 산업을 통한 공통적인 정체성 형성이라는 방식 또한 서울에 적합하지 않게 된 것 또한 사실이다. 그런 의미에서 서울은 전통적인 산업관광을 추구하기에는 너무 큰 도시가 되어버렸다.

대신 서울에는 건물과 시설대신 산업이 자리 잡은 동네가 있다. 대규모 공장이나 시설은 찾아보기 어려울지 모르지만, 비슷한 일을 하는 가게 - 귀금속, 옷, 신발, 가구 등등 - 가 삼삼오오 모여앉아 형성된 골목이나 거리를 찾기는 어렵지 않다. 공동 판매장을 통한 제품 아웃렛이나 체험 형식의 공방 방문 등 산업관광에 초점을 맞춘 관광자원의 개발을 생각해 볼 일이다.

다른 지역보다 서울에 특별히 더 집중해 있는 산업인 창조산업과 같은 분야에서의 산업 관광에 초점을 두는 것 또한 바람직해 보인다. 이미 여의도를 중심으로 한 방송국 견학과 공개방송, 예술의 전당, 세종문화회관 등의 견학 프로그램 같은 형태의 관광은 오래전부터 있어왔다. 최근에 방송 미디어 기업과 체험관 등이 뽁뽁이 자리를 잡고 있는 상업 DMC 등을 새로운 창조산업관광의 중심으로 육성하는 방안도 고려할 수 있을 것이다.

쇼핑과 결합된 다양한 기업홍보관을 만나볼 수 있다는 점에서는 서울을 따라올 도시가 드물다. 이런 형태의 기업홍보관은 예전과는 달리 현재 주력상품 소개 및 판매와 미래 상품의 테스트베드를 겸한 장소로서 시민들에게 관광목적지로 다가갈 수 있다는 점에서 도심형 산업관광의 한 모형을 제시하고 있다.

대도시로서 서울에서의 산업관광은 이렇듯 주력 상품을 개발하고 집중한다기 보다는 다양한 니치 상품을 개발하고 기존 관광과는 물론 새로운 산업관광과의 원활한 연결을 목표로 하는 방향을 주축으로 하여 참신한 시도를 권장하는 게 바람직하지 않을까 싶다. 도시는 처음 생겼을 때부터 산업이 솟아나고 저물어가는 장소였기에, 산업관광 또한 이러한 산업의 생사에서 얻어지는 유산을 활용할 수 있는 방법을 지속적으로 찾아내는 노력만 뒷받침된다면 새로운 산업현장과 산업유산, 그리고 재활용이라는 틀 속에서 새로운 산업관광의 형태 또한 계속 발전해 나올 수 있지 않을까. 대도시로서 서울에서의 산업관광은 지금까지 보다는 훨씬 커다란 가능성을 앞에 놓고 있는 셈이다. **SDI**

참고문헌

- 강동진·남지현·권영상(2009), 산업유산 재활용을 통한 도시재생. 『도시정보』 2009.10 pp. 2-30
- 강동진(2008), 『빨간벽돌창고와 노란전차: 산업유산으로 다시 살린 일본이야기』, 비온후
- 김상태(2009), 『산업관광 활성화 방안 연구』, 한국문화관광연구원
- 데이비드 하비(1994), 『포스트모더니티의 조건』, 한울
- 로알드 달(2000), 『찰리와 초콜릿 공장』, 시공주니어
- 반정화·민현석(2009), 『서울시 근대문화유산의 스토리텔링을 통한 관광활성화 방안』, 서울시정개발연구원
- 전영훈·신동철(2010), 산업유산의 재생을 통한 공공영역 구축방식에 관한 연구. 『대한건축학회 논문집』, 26(9):11~20
- 제인 제이콥스(2010), 『미국 대도시의 죽음과 삶』, 그린비
- 한국영화데이터베이스, <http://www.kndb.or.kr/>
- Davidoff, M. and P. Whitenack(2000), Hershey. Chicago: Arcadia
- Internet Movie Database <http://www.imdb.com/>
- Jacobs, J.(1961), Death and Life of Great American Cities. New York: Random House
- Otgaar, A.H.J. et al(2010), Industrial Tourism: Opportunities for City and Enterprise. Aldershot: Ashgate
- Sloan, G.(2007), Hershey honors its past, looks to the future. USA Today 2007.05.25