

우리나라 재래공업 산지의 사회적 분업*

—담양 죽제품과 여주 도자기 산지를 사례로—

박양준** · 이철우*** · 박순호****

본 연구에서는 담양 죽제품과 여주 도자기 산지를 사례로 재래공업 존립의 중요한 요소인 산지내 사회적 분업의 실태, 특성 그리고 의의를 밝히고자 하였다. 산지내 사회적 분업은 주로 원자재조달과 제품생산, 제품생산과 제품판매간에 이루어지고 있으며, 생산공정상의 사회적 분업 및 제품생산 부문과 그 관련설비·기계제작 부문간의 사회적 분업은 부분적으로 이루어지고 있다. 그 성격에 있어서는 담양 죽제품산지는 산지완결형의 그리고 여주 도자기 산지는 미산지완결형의 특성이 강하다. 그리고 사회적 분업체계를 구성하는 기업들은 독자성을 가진 수평적 분업체계를 유지하고 있으나 수요변화에 적극적으로 대응하기 위한 신제품의 개발과 판로개척을 선도할 수 있는 기업이 발달하지 못하고 있다. 산지존립에 있어서의 사회적 분업의 의의로는 생산공정의 세분화와 업종분화를 통해서 노동력 부족을 극복함과 동시에 생산비를 절감할 수 있고 소자본의 신규참여를 용이하게 하고 경기변동에 따른 위험부담을 분산하며 다방면에 걸친 축적된 노-하우를 활용한 업종과 제품의 전환을 통하여 제품의 다양화와 제품수명주기가 연장된다는 점을 들 수 있다.

主要語 : 산지내 사회적 분업, 재래공업, 생산유통체계, 담양 죽제품, 여주 도자기

1. 서 론

재래공업은 일반적으로 선진자본주의 국가로부터 도입된 근대공업과 대비되어 근대공업 도입이전의 봉건사회로부터 발달되어온 고유의 전통적 공업으로 이해되고 있다(박양준·이철우, 1992, p. 187). 이러한 재래공업은 역사적으로 보면 봉건사회에 있어서 상업자본의 지배하에서 주로 수공업에 기초한 가내공업의 형태로 발달되어 왔다. 그후 자본주의 사회에 접어들면서 원료, 제품, 시장, 생산유통구조의 변화를 거둬하면서 소규모기업이 집적하여 산지를 형성하면서 현재까지 존립하고 있는 경우가 대부분이다(合田昭二, 1971, p. 498).

한편 우리나라의 재래공업은 조선시대까지 소

규모 가내공업의 형태로 기술이나 경영면에서 후진성을 벗어나지 못하였으나 18세기 후반에 이르러서는 先貸制度(putting-out system), 노동조직원에서의 분업, 그리고 수공업조합 결성 등 근대화의 제요소를 갖추기 시작하였다(崔虎鎮, 1971, p. 96). 그러나 일본 식민지 지배를 받기 시작하면서 일본 및 서구의 근대적 공업제품의 유입과 타율적인 식민지 종속형으로서의 공업구조개편 등으로 1915년을 기점으로 산업별 구성비에서 그 비중이 점차 저하되었다. 특히 1960년대 이후 독점자본주의적 성장정책에 기초한 산업근대화 과정을 통한 급격한 사회, 경제적 변화로 재래공업은 쇠퇴, 소멸되어 ‘물락형 공업’으로 분류되기에 이르렀다(황기주, 1975, p. 47). 이러한 과정속에서도 비록 소수이기는 하지만 새로운 제품개발이나 기술개선 등을 통해서 존

* 이 논문은 1993학년도 학술진흥재단의 학술연구조성비에 의하여 연구되었음.

** 경북대학교 사회과학대학 지리학과 교수

*** 경북대학교 사회과학대학 지리학과 조교수

**** 경북대학교 사회과학대학 지리학과 강사

립, 성장하고 있는 재래공업산지를 볼 수 있다. 이와같이 전반적인 재래공업의 쇠퇴과정에서도 특정 재래공업이 존속·성장하고 있는 것은 그 생산유통구조가 나름대로의 합리성을 가지고 있기 때문이다(宮町良廣, 1989, p. 2).

재래공업은 소비재 생산이 중심이기 때문에 주된 시장을 구성하는 것은 개인소비이고 나아가서 수요가 넓은 지역에 걸쳐 소규모로 분산되어 있고, 특히 오늘날 재래공업의 대부분은 원자재를 산지의부에서 조달함으로써 산지내 원자재의 독점에 의한 이익은 거의 찾아 볼 수 없다(上野和彦·西村龍平, 1990, p. 141). 따라서 영세소규모 생산자가 원료구입, 생산과 제품판매를 동시에 수행함에는 많은 제약을 받게 된다. 이를 극복하기 위해 영세업자들은 집적하여 협동적인 연계망 즉, 사회적 분업체계를 형성하여 산지를 이루게 된다(박삼욱, 1994, p. 118). 이와 같은 재래공업 산지는 일반적으로 제조업과 그 관련 소규모 업체가 상업자본 등 산지내 선도적 기업을 중심으로 한 사회적 분업체계 하에서 서로 대립하면서도 기능적으로 통합된 양상도 보이고 있다. 그러나 대부분의 산지는 단일 생산유통체계에 의해 통합되어 있다기 보다는 다수의 유형이 혼재되어 있고, 지역적 조건과 밀접하게 관련된 독자적인 경영자원의 축적을 기반으로 발달한 결과, 산지의 발전과 존립형태가 매우 다양하다(李哲雨, 1991a, p. 138). 따라서 재래공업 연구의 의의는 역사적, 지역적인 존재형태의 이질성 그 자체에 있으며(松井辰之助, 1955, p. 232), 그 존재형태의 특성이나 역사적 발전양상을 밝히고자 하는 것이 재래공업 연구의 주된 과제가 되어왔다. 현존하는 재래공업에 대한 중심적 연구과제는 어떻게 특정지역에서 오랜 기간동안 생산활동이 지속되고 있는가에 대한 이해 즉 산지존립의 社會機構의 파악에 있다고 하겠다.

지금까지의 재래공업에 관한 연구는 특정산지의 입지요인 분석에 초점을 맞춘 입지론적 연구와 재래공업의 생산유통체계를 분석하는 가운데 재래공업산지 존립기반을 고찰하는 연구로 대별된다(合田昭二, 1971, p. 499). 전자는 입지결정

에 영향을 미친 요인 즉, 주어진 제생산요소의 경제결정론적인 최적결합(Optimal Combination)에 관한 지리적 의미에 초점을 맞추고 있으므로(Krumme, 1969), 재래공업 산지의 존립기반을 규명함에 있어서는 한계점을 지닌다. 반면에 후자는 산지내 분업화된 소규모 생산자와 산지 상업자본간의 기능적 통합(사회적 분업)을 기초로 한 생산유통체계 자체가 산지존립의 기초구조라는 시점에서의 연구이다. 이러한 시점에서의 연구는 재래공업의 역사적 본질을 감안하고 있다는 점에서 전자보다는 재래공업의 존립기반을 밝힘에 있어서 바람직하다고 하겠다. 그러나 타산지의 동향이나 국민경제의 동향과의 관련성이 경시될 가능성이 큰 것이 문제점으로 지적되고 있다(風卷義考, 1958). 지금까지 우리나라에 있어서의 재래공업연구는 입지론적 연구(朴贊石, 1976; 장미경, 1982 등)와 재래공업산지의 역사적 형성과정 및 입지변화를 밝히는데 초점을 맞춘 연구가 주류를 이루어 왔다(韓鴻烈, 1989;李清一, 1991;曹勝鉉, 1979 등). 그 결과 종래의 분석틀로는 현존하는 재래공업에 대한 연구의 중심과제인 산지 존립기반을 밝히기에는 한계가 있다. 따라서 본 연구는 우리나라 재래공업산지의 존립기반을 밝히기 위한 연구의 일환으로 재래공업산지 존속의 가장 중요한 요소로 지적되는(清成忠男, 1974) 산지내 사회적 분업의 실태와 그 특성을 분석하고 나아가서 산지존립에 있어서의 사회적 분업의 의의를 밝히는데 목적을 두고 있다. 이와 같은 산지내 사회적 분업의 연구는 최근 재래공업연구에 있어서 가장 핵심적 연구과제인 동시에 주목할만한 연구성과의 하나로 지적되고 있다(靑野壽彦, 1980).

본 연구의 목적을 달성하기 위한 분석대상으로는 산지의 성격이 대조적인 2산지인 담양 죽제품 산지와 여주 도자기 산지를 사례지역으로 선정하였다.

담양 죽제품 산지는 산지형성 과정에서 성장과 침체를 거듭하면서 최근에는 침체상태에 있으면서 생산유통 체계면에서 다수의 유형이 혼재하고 있는 반면 여주 도자기산지는 80년대 이후 급격하게 성장·발전하였고 단일생산체계의

특성이 강한 산지이다. 이와 같이 상이한 특성을 가진 두 산지를 선정하는 것은 산지의 형성 과정과 생산유통체계는 상이할지라도 산지내 사회적 분업의 특성, 산지존립에 있어서의 사회적 분업의 역할에 대한 일반화는 가능하리라는 전제하에서 이를 규명하기 위해서이다.

본 논문의 내용은 다음과 같이 크게 세부분으로 구성된다.

첫째, 재래공업산지의 존립기반은 역사적 전통성을 강하게 반영하므로 산지의 발달과정과 재래공업의 존재형태를 규정하는 생산유통구조의 변화를 사회·경제적 환경변화와 관련시켜서 검토한다.

둘째, 산지내 사회적 분업은 생산유통 체계상의 다양한 기능을 수행하는 다수업체간의 협력·대립관계에서 이루어지고 있다. 따라서 사회적 분업에 대한 이해는 사회적 분업체계를 구성하는 업체의 경영특성과 결합관계를 통해서만 이해가 가능하므로 각 구성업체들의 경영특성 및 업체간 결합관계를 분석한다.

셋째, 산지내 사회적 분업체계의 실태와 그 특성을 파악하고, 나아가서 사회적 분업의 형성배경과 재래공업산지의 존립에 있어서의 사회적 분업의 의의를 찾고자 한다.

본 연구에 이용된 주된 자료는 1990년 3월과 8월 및 1994년 2월(담양 죽제품 산지)과 4월 및 7월(여주 도자기 산지)에 실시한 설문지에 의한 면접조사의 결과이다. 면접조사 대상에는 종래 제조부문 중심에서 탈피하여 유통업, 설비·기계제작업 등 관련업체 그리고 조합과 관련 공무원까지 포함되었다.

2. 산지형성과 생산유통체계의 변화

1) 담양 죽제품산지

본 산지에서는 18세기 중엽에 부채와 바구니를 中央官衙에 공물로서 진상하였고, 19세기에는 샷갓, 竹器, 부채 등이 죽제품 전문정기시장(竹物市場이라고 불림)에서 교역되었다는 林園十六志의 기록 등을 볼때 당시 제품의 다양화와 기술축적이 상당한 수준이었던 것으로 생각된다.

특히 고도의 기술을 필요로 하는 進上品이 생산되었다는 점과 죽제품 전문시장이 성립할 정도로 생산품이 많았다는 점을 미루어 보면 전문적인 工匠生産과 農家副業으로서의 생산이 병행하여 이루어져 산지로서의 기틀을 갖춘 것으로 짐작된다.

개항후 1909년에는 「工業傳習所」가 설치되어 특히 바구니를 중심으로 한 기술지도와 보급이 이루어졌다(조승현, 1979, p.14). 또 식민지 시대에 타 지역의 재래공업이 쇠퇴하는 것과는 달리 본 산지에서는 새로운 종류의 대나무의 이식, 조합의 설립, 죽제품 수송을 위한 광주-담양간 철도개설 등 각종 생산기반이 보다 확충되었다. 8·15 이후 일시 침체기가 있었지만 1956년 미국 시애틀에서 개최된 국제박람회에 출품된 것이 계기가 되어 수출이 재개되는 회복기를 맞이하였다. 그러나 1970년 이후 고도경제성장기에 접어들면서는 代替財의 대량생산과 생활양식의 변화에 따른 죽제품에 대한 국내수요의 급격한 감소와 수출의 부진에 따라 또다시 침체기를 맞이하게 되었다. 그러나 1980년대에는 소득증대에 따른 죽제품의 국내수요 회복과 신제품개발 등을 통하여 생산가구 및 생산액이 증가하였으나 1980년대 후반 특히 1990년대에 들어서서는 노동력부족과 값싼 외국산 죽제품의 수입으로 생산자는 급격히 감소하였다(그림 1).

1992년말 현재, 죽제품 생산에는 493세대가 종사하고 있으며 연간 판매액은 8,400백만원에 달한다. 생산자는 그림 2에서 보는 바와 같이 군내 1읍 11개 면중에서 고서면과 남면을 제외한 모든 읍, 면에 분포하고 있으며 담양읍, 금성면, 수북면, 월산면, 용면 등에서 집중 생산되고 있다. 특히 담양읍에는 죽제품 전문정기시장이 입지하고 있을 뿐만 아니라, 대나무 판매업자(原竹商), 산지도매상 등의 유통업자가 집중하고 있으며 생산도 가장 집약적으로 이루어지고 있다(그림 2).

담양 죽제품 산지의 생산유통구조는 1960년대까지는 가내수공업 중심의 생산된 제품을 정기시장을 통하여 판매하는 「소상품형」¹⁾이었다. 그러나 1970년대의 근대화과 공업화에 따른

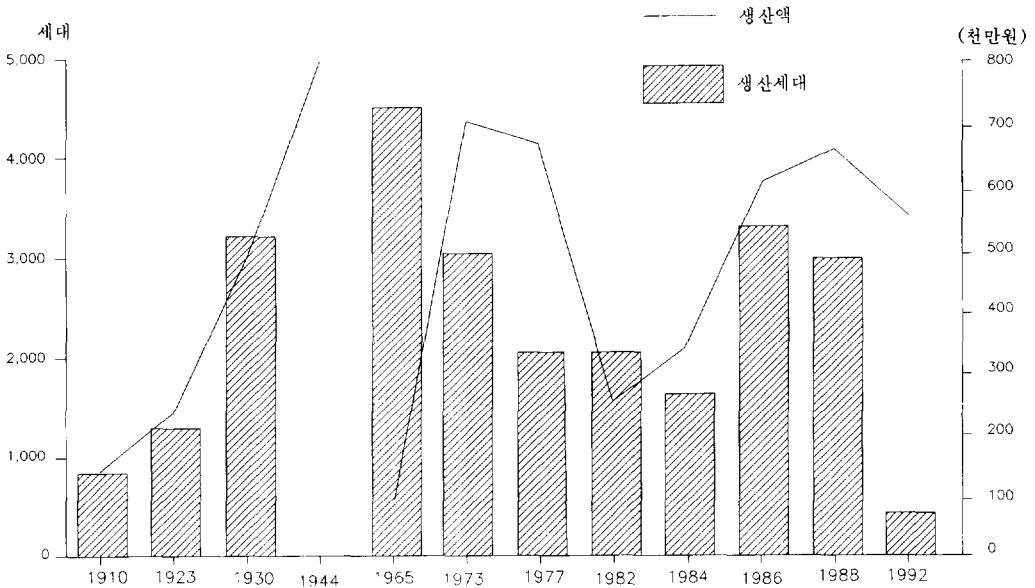


그림 1. 죽제품 생산세대 및 생산액의 추이

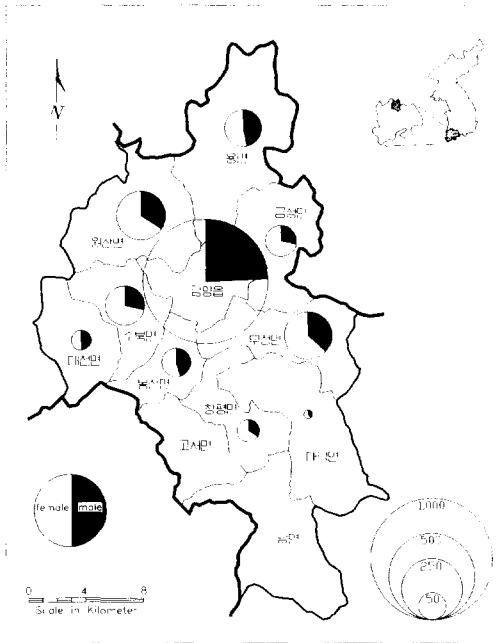


그림 2. 담양 죽제품 생산자의 지역적 분포 (1993년말 현재)

자료 : 담양군 행정자료

생활양식의 변화와 代替財의 공장제 대량생산에 따른 수요변화로 생산유통구조가 변화하였다.

석유화학공업의 발달과 사회적 관습의 변화로 종래의 본산지의 주된 제품이었던 삿갓, 참빗,

부채, 대자리 등의 죽제 생활용품이 우산, 플라스틱 빗, 선풍기, 합성수지 돛자리 등으로 대체됨으로써 본산지 제품의 수요는 급격히 감소하였다.

이와 같은 국내 수요감소의 타개책으로 국내 수요지향에서 수출지향으로 전환하게 되었고, 이에 따른 새로운 제품개발과 다양화가 급속히 진전되었다. 이와 같은 수요환경 변화와 도시화·공업화에 의한 농촌 잉여노동력의 감소 등으로 생산활동의 주력을 담당했던 농가부업 생산자의 제충분해와 동시에 생산자도 급격하게 감소하였다. 그러나 1980년대 소득수준의 향상에 따른 국내수요의 회복과 제품의 고급화·다양화를 지향하는 소비자의 기호변화에 대응하는 과정에서 새로운 생산구조가 형성되었다. 1970년대 이후 생산구조의 변화를 보면, 주로 일상생활용품 생산에 중사했던 농가부업 생산자는 급속히 감소하였으나 죽제품 생산의 중심지인 담양읍에서는 전업자를 중심으로 생산자가 크게 증가하였다.²⁾ 또 부업 생산자중에도 외지 중간상인이 생산자에게 원료를 공급하고 그 제품을 전량 구입하는, 말하자면 중간상인에 의하여 완전히 조직화된 「중간상인 종속형」도 등장하였다.

부채(扇)를 비롯한 몇몇 생산형태에 한정되기

는 하지만 「생산공정상의 사회적 분업형」이라는 새로운 생산형태가 등장하였다. 특히 부채는 종래 본 산지에 있어서 주요한 제품중 하나였지만 1970년대 후반부터 선풍기와 에어컨의 보급으로 그 수요가 급격히 감소하였다. 그 결과 종래부터 농가에서 一貫生産을 해 오던 대부분의 「소상품형」의 생산자는 경영난에 직면하게 되어 품목을 전환하거나 또는 폐업하는 사례가 속출하였다. 이러한 과정에서 어느 정도 자본력을 가진 소수의 생산업체가 폐업한 생산자를 재조직하여 완성품을 생산하게 하는 생산공정상의 사회적 분업의 통괄자(Organizer) 역할을 담당하고 있다.

그리고 소상품 생산업자의 일부는 가내수공업에서 「소공장형³⁾」의 형태로 전환하였다. 종래에는 부채, 참빗 등 일부의 제품생산에 필요한 소도구를 제외하면 일반적으로 톱과 칼 등의 기본도구를 이용하여 살림집의 일부에서 가족노동력만으로 생산이 이루어진 전형적인 가내수공업이었다. 그러나 1970년대부터 본 산지에 있어서는 부분적으로나마 기계의 도입과 공동작업장의 설치 등 공장제 생산이 이루어지게 되었으나,⁴⁾ 공장제 생산이 본격화된 것은 1980년대 이후이다. 즉, 소득수준의 향상으로 품질위주 상품을 지향하게 됨에 따라 대체품인 합성수지제품에 대한 수요가 감소되고 죽제품에 대한 수요가 회복되었다. 이러한 수요변화는 죽제품의 다양화를 촉진하였을 뿐만 아니라 노동력부족과 임금상승에 대응하기 위하여 기계화도 촉진시켰다. 그 결과 전 생산공정에 걸쳐 비교적 기계화가 용이한 자리, 발 등의 제품은 주로 공장제 생산으로 전환되었다.

이러한 생산구조의 변화로 유통체계도 변화하였다. 이와 같은 생산유통체계의 변화를 도식화한 것이 그림 3이다. 본 산지의 유통체계는 1750년경 죽제품전용 정기시장이 형성된 이래 식민지시대에 약간의 변화⁵⁾가 있었지만 1960년대까지는 정기시장을 통한 유통체계가 중심이었다. 그러나 종래 본 산지의 유통체계에서 중심적 역할을 해 온 정기시장은 현재도 농가부업으로 「소상품형」으로 생산되고 있는 바구니 종류

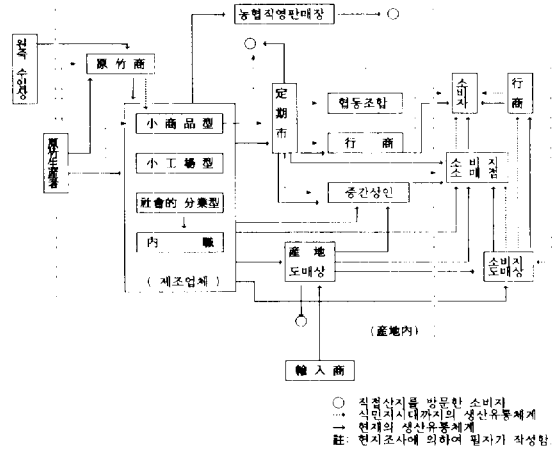


그림 3. 담양 죽제품 산지의 생산유통체계의 변화

를 중심으로 한 일상생활용품의 중요한 거래장소로 이용되고 있으나 1970년대 이후 그 기능은 종전보다 훨씬 약화되었다. 이는 정기시장을 통하여 주로 판매되었던 삿갓, 참빗, 부채 등의 일상용품의 급격한 수요감소와 새롭게 등장한 다양한 거래장소로서의 역할을 충분히 수행하지 못하고 있기 때문이다.⁶⁾

둘째, 제품의 변화와 다양화에 대응하기 위하여 새로운 판로개척의 필요성에 의해 산지도매상이 등장하였다. 본 산지에 있어서 최초로 산지도매상이 등장한 것은 1969년경이며, 1994년 현재는 20여개 업체가 담양읍 객사리를 중심으로 집중분포하고 있다. 현재는 유통체계에서 산지도매상이 가장 중요한 역할을 담당하고 있다.

셋째, 「생산공정상의 사회적 분업형」의 경우에는 1980년대의 수요회복에 대응하기 위하여 대량생산을 지향한 결과 종래의 정기시장과 산지도매상을 경유하지 않고 소비지 도매상과 직접거래를 하게 되었다.

넷째, 1960년대까지의 수출은 중간상인을 통하여 소비지 도매상 혹은 산지외의 수출업자에 의하여 이루어진 결과 적극적인 신제품의 개발과 품질개선이 이루어지지 않아서 수출량의 증가도 제한적이었다. 그러나 1970년대에 들어서 산지내에 수출상이 등장하게 됨으로써 신제품의 개발 및 새로운 판로개척이 활발하게 이루

어지게 되었고, 또한 당시의 국내수요가 감소추세를 나타냄에 따라 수출상품으로 제품전환이 활발하게 이루어졌다. 본 산지내의 수출상은 수출이 호황이었던 1970년대 후반에는 9개 업체였으나 1980년대 이후에는 국제경쟁력의 약화로 점차 감소하여 현재는 전무하다.

다섯째, 산지의외부의 중간상인이 농가부업중심의 생산자에게 원자재를 조달하고 생산품을 독점하는 유통체제도 형성되고 있다. 그 외에 1990년에 농업협동조합의 직영 죽제품 판매점이 개설되어서 조합원의 제품을 산지에 방문한 소비자를 대상으로 판매하는 소매경로도 형성되었다.

2) 여주 도자기 산지

본 산지에 있어서 처음으로 陶窯地가 조성된 시기는 확실히 알 수 없다. 그러나 朝鮮總督府中央試驗所報告(1932)에 의하면 1652년 廣州郡南終面分院里에 司甕院의分院이 설치되었을 당시 여주군 북내면 오금리에서 원료를 조달하였고, 조선시대말 分院의 폐지로 도공의 일부가 분원의 원료 공급지였던 오금리로 이주하여 도자기를 생산하기 시작하였다고 한다. 그후 일제식민지 시대에 國庫 및 道地方費 補助金으로 1931년 오금리에 「여주 도자기 제조 공동작업장」이 설립되고 일본의 岐阜縣으로부터 2명의 기술자가 초청되어 기술전수가 이루어졌다. 그후 현암리와 오학리를 중심으로 생활자기와 전기부품을 주생산품으로 하는 도자기 산지로 발전하였고 식민지 말기에는 우리나라 3대 도자기 공장의 하나인 「朝鮮陶器」를 중심으로 발전하였다. 해방 이후 「조선도기」가 해체되었고 이들 종사자들을 중심으로 한 가내수공업 생산형태로 그 명맥이 유지되어 왔다. 그러나 1970년대 일본으로의 도자기 수출경기의 회복과 1980년대 소득수준향상에 따른 식기류를 중심으로한 도자기의 국내수요증가와 생산설비의 발달에 따른 품질개선 및 양산체제로의 전환으로 1980년 후반 이후 급격히 성장하였고, 1985년에는 도자기 협동조합이 설립되어 우리나라 최대규모의 생활도자기산지로 발달하였다. 그 결과 1993년 현재 여주도자기 산업은 군내 제조업체수의 51.5%(종사자의

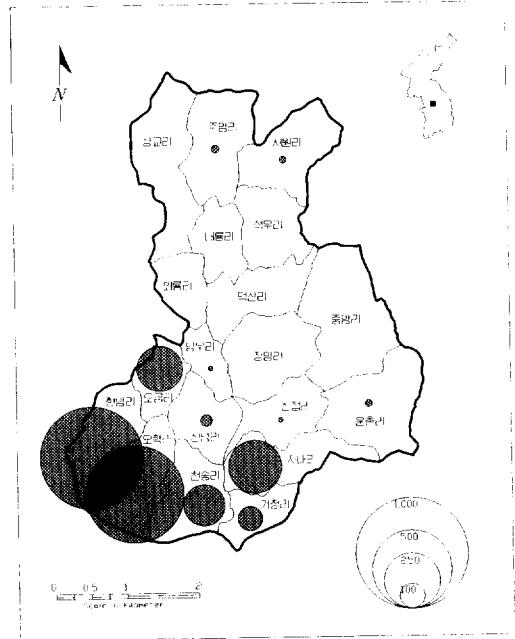


그림 4. 여주 북내면 도자기 제조업자의 지역적 분포(1993)

자료: 북내면 「산업총조사표(1994)」

19.1%)를 차지할 정도로 지역경제의 중요한 역할을 담당하게 되었다. 특히 북내면은 군내 도자기 업체의 91.1%를 차지하여 여주도자기 산지의 핵심지가 되었다. 북내면에는 「산업총조사표」에 의하면 344업체(素地, 가마(窯)제작 등 관련업 25개업체 포함)에 2,213명이 종사하고 있으며 연간 출하액은 440억 5천 7백만원이고, 지역적 분포를 보면 남한강을 끼 31번 국도변의 오학리, 현암리, 오금리, 천송리에 집중되어 있다(그림 4).

여주 도자기 산지의 생산구조를 보면, 해방후 「조선도기」공장의 해체로 공장제 생산의 기반은 무너지고, 靑窯를 이용한 食器를 중심으로한 생활자기를 가내수공업형태로 생산하여 외지 중간상인을 통해서 판매하는 「소상품형」이었다. 그후 1970년대 이후 일본과 歐洲지역으로의 수출용 靑磁, 粉靑磁器, 白磁 등의 우리나라 전통도자기를 재현하는 우리나라 3대 窯業地의 하나가 되었다(한홍렬, 1989, p.173). 그러나 1980년대 소득수준의 향상으로 식기를 중심으로한 생

활도자기의 국내수요증가에 따라 전통도자기 중심의 인접한 利川陶磁器 產地와는 달리 전통도자기에 기초한 생활도자기가 주종을 이루게 되었다.

이와 같은 생활도자기는 예술적 가치를 중시하는 전통도자기와는 달리 공장제 제품과의 가격경쟁을 극복하지 않을 수 없게 되었다. 그 결과 본 산지에 있어서도 근대적 생산설비 및 생산기술을 도입하게 되었다. 생활도자기가 본 산지의 중심제품이 된 1970년대 후반부터 전통 공예품을 생산하는 경우를 제외하고는 목재를 연료로 사용하는 登窯에서 샤퉴가마로 전환되기 시작하였고, 1980년대에는 대부분 샤퉴가마로 전환하였다. 이와 같은 가마의 변화와 함께 土練機, 動力成形機 등 생산설비의 기계화도 동시에 진행되었다. 이러한 생산기술·설비의 발달로 생산력이 크게 증대하였다. 이와 같은 생산기술의 발달에 따른 생산성의 증가와 수요증가로 현재의 생산업체의 약 80%가 80년대 후반에 창업되었을 정도로 신규창업자가 급격히 늘어났다(그림 5). 이와 같은 업체수의 증가는 산지내 생산량 증가뿐만 아니라 산지의 생산 및 유통구조에도 변화를 야기하였다. 첫째, 1980년대 후반 이후 가내수공업 중심의 「소상품형」 형태에서 근대적 생산설비와 임금노동자를 중심으로 한 「소공장형」으로 전환됨으로써 생산성이 크게 증대하였다.⁷⁾

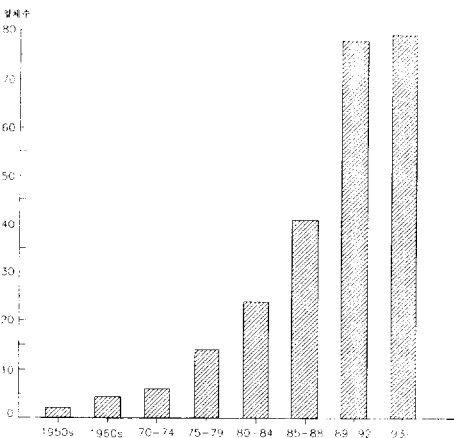


그림 5. 여주 도자기 업체의 창업년도별 추이
 자료: 북내면 「산업총조사표(1994)」

둘째, 과거에는 도자기 제조업자가 직접 陶石을 구입·가공한 素地와 釉藥으로 도자기를 생산하는 단일업체내 일관생산 형태였으나 素地·釉藥 專門生產業體가 등장함으로써 도자기 제조업체는 素地工場으로부터 素地와 釉藥을 구입하여 사용하게 되었다. 즉, 종래의 일관생산체계에서 素地工程과 成形 및 燒成과정간의 생산공정상의 사회적 분업뿐만 아니라 원료조달과 도자기 생산간 즉, 생산과 유통간의 사회적 분업이 동시에 이루어지게 되었다. 그 결과 素地가 공에 필요한 기술과 노동력을 가지지 못한 경우에도 도자기 생산의 창업이 가능하게 되어 생산업체가 급격히 증가하게 되었다.

셋째, 생산설비의 근대화와 신규도자기 생산업체의 증가에 따른 가마와 성형기 등의 수요증가로 산지내 생산설비 제작업체와 傳寫紙와 포장용 상자 생산업체가 등장함으로써 산지내 도자기 관련 업종의 다양화로 산지내 외부경제 효과가 크게 높아지게 되었다.

이와 같은 생산구조의 변화와 함께 유통체계도 변화되었다. 즉, 본 산지의 유통체계는 1980년대 전반까지는 의지중간상인을 매개로 생산업체와 소비지의 도·소매상으로 연결되는 단일유통체계였다. 그러나 1980년대 생산량의 증대와 산지내 주된 제품의 변화와 다양화로 새로운 판로 개척의 필요성에서 산지내 전시판매장의 등장과 함께 유통체계의 다양화가 이루어지게 되었다. 이를 그림 6을 통해서 구체적으로 살펴보면, 첫째, 교통 및 통신의 발달과 도자기 산지로서의 지명도가 높아짐에 따라 종래의 중간상인을 매개로 한 소비지의 도·소매상과의 거래중심에서 탈피하여 소비지의 도·소매상과 직접거래를 하게 되었다.

둘째, 산지내 전시판매장이 설립됨으로써 산지내 생산과 유통간의 사회적 분업이 이루어지게 되었다. 본 산지에 있어서 최초로 전시판매장이 등장한 것은 1986년으로, 1994년 현재 약 70여개가 북내면의 31번국도를 비롯한 주요 간선 도로변에 집중적으로 분포하고 있다. 이들 산지내 전시판매장은 초기에는 주로 도자기 제조업자가 래방소비자와 중간상인 혹은 소비지 도·소

우리나라 재래공업 산지의 사회적 분업

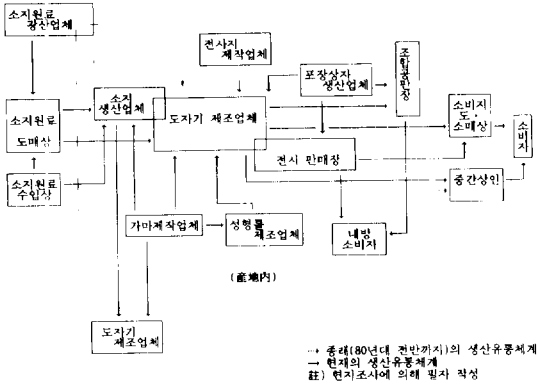


그림 6. 여주 도자기 산지의 생산유통체계 변화

매업자들을 상대로 전시·판매할 목적으로 설립 하였으나 최근에는 전시판매 전업자도 늘어나고 있다. 이러한 전시판매장은 현재의 유통체계에 있어서의 그 역할이 절대적이라고 할 수 없으나, 제품의 다양화 추세와 독자적인 판매망을 갖추지 못한 신규도자기 생산업자의 증가로 점차 그 중요성이 커지고 있다.

이외에 1988년 「여주 민속도자기사업 협동조합」의 직영 전시판매점⁸⁾이 개점되어 내방 소비자를 대상으로 하는 소매전문 판매경로도 형성되었다. 그 외에 1990년부터 매년 5월중에 개최되는 여주 민속도자기 대축제 행사의 일환으로 야의 전시판매가 이루어지는 등 유통체계의 다양화가 이루어졌다.

3. 산지기업의 업종별 경영특성과 기업간 관계

재래공업 산지내 다양한 기능을 수행하는 다수기업간의 협력·대립관계에서 이루어지고 있는 사회적 분업은 기업의 경영특성과 업체간 결합관계를 통해서 이해될 수 있다. 따라서 본 장에서는 사회적 분업체계를 구성하는 업종별 경영특성과 기업간 결합관계를 검토한다.

1) 담양 죽제품산지

(1) 죽제품 제조업체

본 산지의 생산형태는 「소상품형」, 「생산공정상의 사회적 분업에 기초한 제조 겸 도매형」 그

리고 「소공장형」으로 구분된다.

① 「소상품형」

소상품형을 죽제품 생산이 먼저 가구소득의 보조적 수단인가 아닌가를 중심으로 주업과 부업으로 구분하고, 부업생산자를 원료구입과 제품판매 면에서 상업자본에 의해서 조직되어 있는가에 따라 「독립형」과 「종속형」으로 나누어 3유형으로 구분하여 그 경영상의 특성을 검토한다.

먼저 원료구입과 상품판매의 관계를 보면, 「주업형」은 주로 원죽상으로부터 원죽을 구입하여, 공예품을 중심으로 한 비교적 부가가치가 높은 상품을 생산하여 산지도매상 혹은 죽물시장을 통해 판매하는 전업 혹은 주업 생산자 유형이라고 할 수 있다. 「부업의 독립형」은 주로 농가의 부업으로서 죽제품을 생산하는 유형으로 「소상품형」의 주류를 이루고 있다. 주된 원료구입처는 원죽상과 산지내 원죽생산자로 그 비율은 각각 38%이고 자가생산에 의존하는 비율도 18%로 비교적 높다. 이들은 농한기에 바구니류 등 일상 생활용품을 생산하여 주로 죽물시장을 통해서 판매한다. 창평면의 한 마을에서만⁹⁾ 이루어지고 있는 「부업의 종속형」은 중간상인에 의해서 생산자가 조직화 되어 있다.

노동력에 있어서 「소상품형」은 고용종업원이 거의 없는 가족경영을 기본으로 하고 있다. 종사자의 구성을 보면, 「주업형」의 경우는 2인 이상이 압도적이거나 「부업형」의 경우는 주부 1인 혹은 부부를 중심으로 한 남녀 1조, 즉 1~2인의 경우가 80% 이상을 차지하고 있다.

종사자의 죽제품생산 종사년수를 보면 「주업형」의 경우가 30년 이상 종사한 사람의 비율이 가장 높고, 10년 이하의 경우가 그 다음이다. 이것은 1980년대에 들어와 주요 제품이 공예품을 중심으로한 상품으로 변화하였기 때문에 장기간의 기술 축적을 가진 생산자의 비율이 비교적 높은 한편 아이디어 상품을 중심으로 하는 신규 참여자의 비율도 부업생산자보다는 높기 때문인 것으로 생각된다. 한편 「부업형」의 경우는 20년 이상 30년 이하가 중심이다. 이것은 농가부업을 중심으로 하는 죽제품 생산의 경우는 결혼후 경

표 1. 「소상공형」 3유형별 주된 즉제구입·제품판매처

유형	즉제구입처					제품판매처					계	
	자가생산	원즉상	산지내생산자	산지의외생산자	기타	정기시장	산지도매상	소비지도매상	중간상인	수출상		
주업	—	3.7 (74.0)	9 (18.0)	4 (8.0)	—	19 (38.0)	19 (38.0)	10 (20.0)	1 (2.0)	1 (2.0)	50 (21.9)	
부업	독립	3.0 (18.0)	64 (38.3)	64 (38.3)	5 (3.0)	4 (2.4)	130 (77.8)	25 (15.0)	3 (1.8)	7 (4.2)	2 (1.2)	167 (73.2)
	종속	—	—	—	—	11 (100)	—	—	—	11 (100)	—	11 (4.8)
계	3.0 (13.2)	101 (44.3)	73 (32.0)	9 (1.9)	15 (6.6)	149 (65.4)	44 (19.3)	13 (5.7)	19 (8.3)	3 (1.3)	228 (100)	

주) 1. ()내는 각 유형별 경영체에 대한 구성비(%)를 가리킴.
 단, 계의 구성비는 전체(228)에 대한 비율을 가리킴.
 2. 원재료구입처의 「기타」에는, 산지도매상(4), 중간상인(11)이 포함됨.

표 2. 「소상공형」 3유형 종사자수와 경영자의 종사년수

유형	종사자수			종사년수			
	1인	2인	3인이상	10년미만	10년이상~20년미만	20년이상~30년미만	30년이상
주업	4(8.0)	35(70.0)	11(22.0)	13(26.0)	10(20.0)	11(22.0)	16(32.0)
부업	독립	41(24.6)	78(46.7)	26(15.6)	38(22.8)	33(19.8)	33(19.8)
	종속	5(45.5)	4(36.4)	2(18.1)	2(18.2)	1(9.1)	3(27.3)
계	50(24.3)	117(56.8)	39(18.9)	53(23.2)	44(19.3)	79(34.6)	52(22.8)

주) 1. ()내는 각 유형별 경영체에 대한 구성비(%)를 가리킴.
 단, 계의 구성비는 전체(228)에 대한 비율을 가리킴.

제적 이유로 생산에 종사하는 경우가 일반적이라는 점과 현재 40~50대 연령의 세대주와 주부가 생산의 중심이 되고 있다는 점에서 설명이 가능하다.

② 「생산공정상의 사회적 분업에 기초한 제조검도매형」

본 산지의 부채는 조선시대 進貢品의 하나였고 식민지 초기 바구니류의 생산이 보급되기 전까지는 샷갓, 참빗과 함께 본 산지의 3대 제품의 하나였다. 그러나 1970년대 이후 근대적 냉방시설의 보급과 공업화·도시화에 따른 청장년층 노동력을 중심으로한 급격한 노동력의 감소로 그 생산은 급격히 감소함으로써 많은 폐업자가 발생하고 생산구조가 재편되었다. 즉, 어느 정도의 자급능력을 가진 업체가 생산공정의 일부를 폐업한 생산자들에게 담당하게 하는 소위 「생

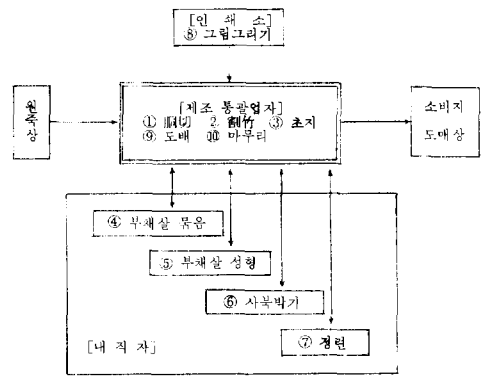


그림 7. 부채 생산공정과 사회적 분업체계

산공정상의 사회적 분업」이 이루어지게 되었다. 그후 1980년대에 접어들면서 노동력 부족과 임금의 상승, 그리고 부채수요의 회복에 대응하기

표 3. 부채의 제조겸 도매상 경영현황

경영체 번호	부채생산 종사년도	경영자 의령	사회적 분업시기	사회적 분업 전후 의 변화(전/후)		외주 업체수			
				생산량(개)	가족 종사자	부채 살음	부채 살형	사 박	부 기
301	1950	50	1970년 대중반	5천/15만	4/5	2	2	3	3
302	1956	63	1970년 대중반	1만/10만	4/4	—	2	3	2
303	1958	56	1970년 대중반	?/20만	4/4	6	4	2	2
304	1960	51	1981년	1만/20만	6/4	2	3	5	5
305	1961	74	1960년대 말	1만/8만	3/1	3	2	5	5
306	1970	68	1985년	1만/15만	6/2	2	3	5	6
307	1974	51	1974년	/5만	/2	—	2	1	—
308	1982	57	1982년	/3만	/2	—	—	2	1

표 4. 부채생산의 내직자의 특성

담당공정	경영체 번호	경영자 의령	내직 개시년	종사자수/ 가족수	경영자 전직	거 업 체 수	연소득 (만원)
부채살뭍음	401	79	1970	2/2	부채생산	1	120
	402	62	1987	2/3	마구니류생산	1	100
	403	69	1986	2/2	농업(부채)	1	150
부채살정형	404	65	1971	1/5	부채생산	1	100
	405	56	1978	2/8	농업(부채)	2	400
	406*	59	1978	2/3	부채류생산	2	300
	407*	64	1983	2/4	농업(부채)	2	200
	408	67	1980	2/2	죽제품생산	1	180
사북박기	409	71	1968	2/5	농업(부채)	2	200
	410*	53	1985	3/4	농업(부채)	2	500
	411	79	1970	2/2	자전거수리	2	150
	412	52	1987	3/5	농업(부채)	4	500
	413	41	1984	3/8	건축업	3	1,000
정 련	414	47	1972	1/5	부채생산	2	750
	415	66	1970	2/2	부채생산	2	250
	416	39	1979	2/4	마구니류생산	3	1,000
	417	67	1971	2/2	부채생산	3	500
	418	63	1982	2/2	부채생산	1	500

주) 경영체번호의 *표시는 內職이 부업인 경우를 나타냄.

위한 대량생산을 지향함으로써 더욱 발전하였다.

현재 본 산지에 있어서의 부채생산은 단지 莞洞마을(전체 141세대)에서만 「업자」라고 불리우는 8개 업체의 「제조 겸 도매상」과 內職者를 포함해서 약 100세대가 참여하는 사회적 분업체계로 이루어지고 있다(그림 7).

부채 생산공정상의 사회적 분업체계는 「제조 겸 도매상」을 중심으로 그 산하에 편입되어 있는 다수의 「內職者」 그리고 산지외의 인쇄업자

로 구성되며 그의 부채생산에 필요한 대나무(원죽상), 종이, 못 등의 원재료 및 생산수단을 공급하는 재료상 등도 산지내 사회적 분업체계의 일각을 이루고 있다.

이들 업체간의 관계를 보면 사회적 분업체계의 핵심적 경영체인 제조 겸 도매상은 주로 원죽상으로부터 현금거래로 원죽을 구입해서 가족이나 고용노동력을 이용하여, 일정한 길이로 대나무를 자르고(胴切), 쪼개어(割竹), 일정한 두께

로 부채살을 짝아내는(초지) 작업까지를 담당한다. 그리고 다음 공정인 「부채살 묶음」 「부채살 성형」 「사복박기」 「정련」 4공정을 산지내의 內職者에게 담당시켜 부채의 골격을 갖추게 하는 한편, 부채살에 종이를 붙이는 「도배」와 「마무리」 공정은 다시 「제조 겸 도매상」이 담당한다. 이때 내직자는 한 공정을 거친 반제품을 다음 공정을 담당하는 內職者에게 넘기는 것이 아니라 각 「내직자」는 「제조 겸 도매상」을 통해서만 결합되어 있다.

「업자」로 불리우는 제조 겸 도매상은 현재 8개 업체로 먼저 창업년도를 보면 모두 6·25사변 이후이고, 1970년 이후 창업한 업체는 3개 업체이다. 부채는 해마다 수요변화가 심한데 따른 위험부담이 크기 때문에 휴·폐업이 많고 나아가서는 사회적 분업체계가 형성된 후의 신규참여자도 많다는 것을 알 수 있다.

사회적 분업에 의한 생산이 이루어지기 전과 현재의 경영을 비교하면 전체적으로 업체별 가족종사자의 수는 감소했으나 생산량은 크게 증가하였다. 이것은 가족노동력의 감소가 사회적 분업과 기계화를 촉진시킨 한편, 이러한 사회적 분업과 기계화의 진전은 1980년대의 경기회복에 대처할 수 있는 대량생산에 중요한 역할을 하였다고 생각된다.

다음은 제조도매상으로부터 外注를 받아 생산공정의 일부를 담당하는 內職者의 경영특성을 보면,

內職者는 모두 가족노동력에 의존하는 「成果級 賃金制」의 賃加工者이다.¹⁰⁾ 주업인 경우가 대부분이며 경영주의 전직을 보면 「제조 겸 도매상」과는 달리 대부분 부채·바구니류의 생산경험자들이 주류를 이루고 있다. 경영주는 넓은 연령층에 분포하고 있으나 60대가 주류를 이루고 있다. 각 공정별 특성을 보면 「부채살 묶음」 공정은 가장 단순작업으로 종사자의 연령은 높고 연간소득은 낮다. 「부채살 정형」 공정도 전문기술을 필요로 하나 기계 등 특수한 설비를 필요로 하지 않는 수작업 중심으로 「부채살 묶음」 공정과 마찬가지로 거래처의 수는 제한되어 있다. 「사복박기」 공정과 「정련」 공정은

특수한 설비를 필요로 할 뿐만 아니라 기술을 요하기 때문에 부채생산기술을 가진 전업자가 중심으로서 연간소득도 내직자중에서 가장 높다.

③ 「소공장형」

본 산지에 있어서의 「소공장형」 생산업체는 산지외의 원주생산자 혹은 산지내 원주상으로부터 원주를 구입하여 고용노동력을 중심으로 제품을 생산하여 주로 죽물시장을 경유하지 않고 산지 도매상이나 소비자 도매상에게 판매하는 것이 일반적인 형태이다. 생산은 단일공장내 일관생산이 중심이기는 하지만 전체 공정중 한 공정만을 內職者에게 의존하는 경우도 있다. 따라서 「소공장형」을 생산조직의 측면에서 보면 「一貫生産型」과 「內職外注型」으로 구분할 수 있다.¹¹⁾

창업년도에 대해서 살펴보면, 모든 업체가 1970년대 이후에 창업하였으며, 1980년 이후가 85%를 차지한다. 제품은 자리와 발이 주류를 이룬다. 이러한 제품은 타제품에 비해 전공정에 걸쳐 기계화가 비교적 용이한 것이 특징이다.

노동력에 있어서는 종업원 10인 이하의 영세업체가 반수 이상을 차지하여 전체적으로 영세규모이다. 그러나 영세업체이기는 하지만 전체노동력에서 고용노동력이 차지하는 비율이 82.4%를 차지하여, 일반적으로 영세기업의 특징이라고 할 수 있는 가족노동력 중심의 가내공업과는 성격을 달리하고 있다.

그리고 노동력의 성별구성을 보면 여성노동력의 비중이 크다. 이것은 준비 공정만을 남자가 담당하고 직조(織造) 공정을 포함한 공정은 대부분의 여성노동력이 담당하고 있기 때문이다. 표 5에서 보는 바와 같이 「內職外注型」에 속하는 업체는 전부 「자리」를 생산하고 있는데, 가장 주된 공정이라고 할 수 있는 직조공정을 外注에 의존하고 있기 때문에 「일관생산형」보다는 여성노동력의 비율이 낮다. 이 경우의 생산조직의 차이는 제품의 차이보다는 「짜느냐」 「엮느냐」라는 직조방법 차이의 영향이 크다. 말하자면 「짜는」 방법일 경우에는 모든 공정이 기계화된 일관생산이 가능한 반면에 「엮는」 방법에 의한 자리나 발의 생산은 「직조」 공정만은

표 5. 소공장형 생산업체의 경영특성

	경영체 번호	공장창립 년도	경영자의 연령	종사년수	계승대수	주요제품	주된 대나 무 구입처	주요 판매처	종사원수
내적외주형	501	1985	31	6	3	M	OP	TW	4(4)
	502	1973	46	22	2	M	OP	CW	21(1)
	503	1982	61	8	1	M	TM	CW	7(1)
	504	1985	54	40	2	M	TM	TW	16(3)
	505	1981	56	33	2	M	TM	CW	8(2)
	506	1984	32	6	1	M	TM	CW	7(1)
일관생산형	507	1983	43	20	2	M	TM	TW	12(2)
	508	1985	56	5	1	M	TM	B	9(2)
	509	1977	33	15	2	M.B	TM	TW	16(2)
	510	1980	47	30	2	B	TM	CW	11(1)
	511	1981	60	15	2	M	OP	TW	13(2)
	512	1980	64	10	2	B	TM	CW	8(2)
	513	1983	50	30	1	M	TM	CW	7(1)
	514	1984	40	15	1	M	OP	TW	8(3)
	515	1984	55	45	1	M	OP	TW	18(3)
	516	1976	56	34	1	B	OP	CW	8(2)
	517	1986	30	4	1	M	TM	TW	7(1)
	518	1970	52	20	1	B	TP	CW	16(1)
	519	1984	45	30	2	F	OP	E	13(2)
	520	1980	43	10	2	M	OP	TW	7(2)

주) 1. 「종사년수」는 죽제품의 생산 혹은 판매 종사년수.

2. 주요제품: M—자리 F—부채 B—발

3. 주된 原竹子입처: OP—산지의 외 원죽생산자 TM—산지내의 원죽상 TP—산지내의 원죽생산자

4. 주요제품판매처: TW—산지도매상 CW—소비지도매상 E—수출상 B—중간상인

5. 종업원에는 경영자는 포함되지 않음. 그리고 ()내의 숫자는 가족종사자.

수작업으로 이루어지기 때문에 그 공정을 外注에 의존하고 있다.

이와 같은 「소공장형」은 이미 기술적 기반을 가진 가내공업이 기계도입과 기술개선을 통한 量産化의 방향으로 발전한 형태로 성격지을 수 있다. 즉 基幹工程에 기계를 도입함으로써 비숙련 노동력을 활용할 수 있게 된 결과로 다른 유형의 생산형태보다 전통적 기능성이 약해졌다. 나아가서 원자재 구입과 제품 판매상의 유통단계를 줄이고 제품가격을 낮춤으로써 한층 量産化를 강화하였다.

(2) 제품판매 관련업체

① 竹物市場 出市 商人

1960년대까지는 본 산지에서 생산된 죽제품의 대부분이 정기시장인 죽물시장을 통해서 판매되었다. 그후 산지내에 도매상과 수출상의 출현으

로 죽물시장을 통하지 않는 유통경로의 형성과 함께 그 기능은 상대적으로 약화되었다고는 할 수 있으나 현재에도 「소상품형」 생산품의 가장 중요한 거래장소로서의 역할을 하고 있다. 「竹物市場」은 식민지시대 이전까지는 제품의 교역 장소로서의 역할만 수행하였으나 일제시대 이후에는 제품외에 原竹의 교역장소로서의 역할을 하고 있다. 당시에는 청나라나 일본상인도 제품을 구입하기 위해서 찾아왔을 정도로 호황을 누렸으나 근대화이후 죽제품의 수요감소와 새로운 유통경로의 등장으로 出市者가 감소일로에 있다.

먼저 出市商人을 보면 과거에는 중간상인과 행상인이 출시자의 대부분을 차지하였으나 최근에는 出市者數나 거래량에 있어서 소비자 소매상이 주류를 이루고 있다. 현재의 출시상인의 특성을 밝히기 위하여 1990년 3월 7일 죽물시장

표 6. 소공장형의 유형별 노동력

유형구분		내적외주형	일관생산형	계
성 별	남	17 (27.0)	38 (24.8)	55 (25.5)
	녀	46 (73.0)	115 (75.2)	161 (74.5)
연 령 별	40년이하	8 (12.7)	22 (14.4)	30 (13.9)
	41~50세	29 (46.0)	69 (45.1)	98 (45.4)
	51~60세	23 (36.5)	52 (34.0)	75 (34.7)
	61세이상	3 (4.8)	10 (6.5)	13 (6.0)
종 년 사 수	5세이하	14 (22.2)	40 (26.1)	54 (25.0)
	6~10년	16 (25.4)	58 (37.9)	74 (34.3)
	11~20년	25 (33.3)	47 (30.7)	72 (33.3)
	21년이상	8 (12.7)	8 (5.2)	16 (7.4)
가족종사자		12 (19.0)	26 (17.0)	38 (17.6)
고용종업원		51 (81.0)	127 (83.0)	178 (82.4)
계		63(100.0)	153(100.0)	216(100.0)

주) 1. 종업원에는 경영자가 포함되지 않음.
 2. ()내의 숫자는 유형별의 %를 가리킴.

出市者에 대한 면접조사 결과를 정리한 것이 표 7이다.

조사대상 18인은 소비지 소매상, 중간상인 그리고 행상인으로 구분된다. 그중에서 소비지 소매상의 경우 그 지역적 분포를 보면 전라도의 비중이 가장 크지만 서울, 부산, 대구 등 전국에 걸쳐 있으며 그중에는 축제품 전문 도매상 뿐만 아니라 관광지의 기념품상도 포함되어 있다. 주요 구입상품을 보면 대부분은 축제품 전반에 걸쳐 구입하지만 행상인은 모두 「자리」를 중심으로 한 단일제품을, 관광지 기념품상은 선물용 공예품이 주된 구입품이다.

출시상인의 상품 구입처는 정기시장에 한정된 것은 아니다. 특히 專·主業 생산자에 의해 주로 생산되는 공예품은 생산자 혹은 산지도매상에서 구입한다. 행상인과 관광지 기념품상의 주거래처는 오히려 산지도매상이 중심이 되고 있

표 7. 축제품 정기시의 출시상인의 특징

유 형	출시상인 의 번호	연 령	성 별	종사년수	주요제품 구입처	주 판 매 처	거 주 지	
중간상인	산 지 내	701	48	M	11	M, P	R	담 양 읍
		702	35	M	4	M, P	R	담 양 읍
	산 지 외	703	60	M	8	P, W	R	대 전 시
		704*	26	F	2	P, W	R	전남 순천시
행상인	산 지 내	705	60	M	25	W	C	금 성 면
		706	59	F	20	M	C	담 양 읍
	산 지 외	707	63	M	15	W	C	광 주 시
소비지 소매상	708*	36	M	10	P, W	C	전북 이리시	
	709	45	F	16	P, W	C	전남 여수시	
	710	61	F	20	P, W	C	경남 진주시	
	711*	28	M	2	M, W	C(T)	경남 함천군	
	712	44	F	4	W	C(T)	전남 장성군	
	713	49	M	5	P, W	C	대 구 시	
	714*	33	M	3	P, W	C	전북 군산시	
	715	44	M	11	W	C(T)	전북 김제군	
	716	39	F	12	P, W	C	서 울 시	
	717	44	F	15	P, W	C	전남 여수시	
	718	55	M	10	P, W	C	부 산 시	

주) 1. 출시상인번호의 *표시는 2대를 가리킴.
 2. 전직업의 「제조」는 축제품의 제조를 가리킴.
 3. 주요상품구입처: M—생산자로부터 직접구입, P—정기시장에서 상품구입, W—산지도매상
 4. 주요판매처: R—소비지소매상, C— 소비자, C(T)—관광객

표 8. 산지도매상의 경영실태

경영체 번호	창업년도	경영자 령	창업자 전직	종사자수	년판매액 (백만원)	수입품의 비 (%)
801	1969	33	인쇄업	3(2)	300	30
802	1970	68	양품점	3(2)	91	40
803	1978	34	정기시에서 판매(형)	2(2)	93	1
804	1985	45	죽제품생산·판매점고용	2(2)	92	5
805	1986	48	인쇄업	2(2)	52	5
806*	1986	33	죽제품 생산	2(2)	53	1
807*	1986	44	공무원	3(3)	250	5
808*	1986	47	죽제품생산·정기시에서 판매	3(1)	85	10

주) 1. *표시가 있는 업체는 죽제품 생산을 겸하고 있음.
2. ()의 숫자는 가족종사자의 수.

다. 나아가서 산지내 중간상인과 행상인은 정기 시장을 통하지 않고 직접 생산자로부터 구입하는 경우도 있다.

② 산지도매상

현재 대부분의 산지도매상이 버스터미널에서 죽물시장에 이르는 읍내의 간선도로에 면해 입지하고 있다. 그중에서 면점조사가 가능한 8개 업체의 경영실태를 제시한 것이 표 8이다.

창업년도를 보면 1980년대 중반 이후의 신규 참가자의 비율이 높아 본 산지에서 산지도매상이 중요한 역할을 하게 된 것은 국제경쟁력의 약화에 따른 수출부진과 국내수요의 회복에 의해서 국내수요를 지향하게 된 1980년대 후반부터이다. 노동력에 있어서는 경영자를 포함해서 2~3인 정도의 가족 중심이 주류를 이루고 있다. 경영자의 전직은 죽제품관계 특히 죽물시장을 중심한 판매경험을 가진 경우가 대부분이다. 취급상품은 본 산지에서 생산된 제품뿐만 아니고 수입품도 판매하고 있다. 이는 1985년 「교화수출정책」에 의해 죽제품 수입이 허용된 후 현재 중국 대만을 중심으로 한 수입품이 본 산지내에서의 거래량의 12% 정도를 점하고 있다고 한다. 또 산지도매상은 주된 기능은 도매이지만 내방 소비자에 대한 소매도 겸하고 있다. 뿐만 아니라 판매기능외에 직접 생산을 하고 있는 경우도 있으나 생산은 부차적인 기능에 지나지 않는다.

(3) 원자재 조달 관련업(원죽상)

본 산지에 있어서 원자재 조달기능을 담당하고 있는 원죽상은 앞에서 언급한 바와 같이 식민지 시대의 伐竹許可制의 실시를 계기로 등장하였으나 현재는 6개 업체가 있다. 원죽상은 원죽생산자, 외지 중개상인 혹은 대나무 수입상으로부터 원죽을 구입하여 죽물시장을 통해서 산지내의 죽제품 생산자에게 공급한다.¹²⁾

현재의 원죽상은 대부분 본 산지의 회복기라고 할 수 있는 1960년대에 창업하였으며 2대에 걸쳐 원죽상을 경영하고 있는 업체는 1개업체에 지나지 않는다. 따라서 이 업체¹³⁾를 중심으로 경영 특색을 검토하고자 한다.

원죽은 주로 경상남도(진주, 하동, 함양, 울산)와 전라남도(구례, 순천, 고흥, 장성)에서 구입되며 담양군내의 구입량은 전체 10% 정도에 지나지 않는다. 구입방법은 업체의 종업원이 직접 벌채하여 구입하는 것이 일반적이다. 1980년대 죽제품 수요 증대와 임금상승으로 중국과 타이완으로부터 원죽을 많이 수입하였으나 1990년대에 들어와서는 완제품의 수입증가와 외국산 원죽의 기피로 원죽의 수입은 이루어지지 않고 있다.

주된 판매처는 산지내 죽제품 생산자인 것은 말할 것도 없으나 타지역의 시설원예업자 혹은 김(海苔) 양식자에게 판매되는 양도 약 30%를 차지하고 있다. 이 경우에는 대체로 품질이 낮은 원죽이 중심이고 일정한 길이와 폭으로 자른 반제품상태로 판매된다. 원죽상의 연평균소득은

2,500~3,000만원으로 산지내의 다른 죽제품 관련업체보다 높다. 그럼에도 불구하고 그 수가 매우 한정되어 있다는 점과 긴 역사에도 불구하고 2대째 계속하고 있는 업체가 단지 1개 업체만 존립하는 이유는 경영특성에서 찾을 수 있다. 즉, 伐竹은 주로 8월 한달간에 집중적으로 이루어지기 때문에 원죽구입시 단기간에 거액의 자금이 요구되는 반면 판매는 년간에 걸쳐 조금씩 이루진다. 따라서 원죽상의 창업에는 거액의 자본이 필요하고, 자본력에 따라 사업의 성패가 좌우되며 죽제품의 경기변동의 피해를 가장 직접적으로 받기 때문이다.

2) 여주 도자기 산지

(1) 도자기 제조업체

본 산지의 도자기 생산은 앞에서 언급한 바와 같이 일제식민지말기에 설립된 '조선도기'의 경우를 제외하고는 1970년대 이전까지는 가내 수공업의 형태로 이루어져왔다. 그러나 1970년대의 일본을 중심으로 한 수출호조와 1980년대 이후 생활수준의 향상에 따른 생활도자기의 국내 수요증가라는 산지 외적인 환경변화에 적응하는 과정에서 종래 가내수공업의 단일업체 일관생산체제에서 素地·釉藥生産이 成形·燒成과정에서 분리되고 샤프가마와 동력성형기를 도입하여 量産체제로 전환하는 과정에서 「소공장형」산지로 변화하였다. 이들 도자기제조업체의 경영특성을 원료구입과 상품판매관계, 생산설비, 노동력, 경영자의 특성을 중심으로 살펴보기로 한다.

먼저 원료구입 관계를 주생산제품에 따라 크게 관상용, 생활용, 산업용 도자기 생산업체별로 분류하여 주된 원료인 소지 및 유약의 조달

관계를 나타낸 것이 표 9이다.

주요 제품별 업체수에 있어서는 총 182개 조사업체중 생활도자기가 112업체로 전체의 60% 이상을 차지하여 본 산지는 생활도자기 중심의 산지로 특징지을 수 있다. 그 다음으로 실용성보다는 예술성이 강조되는 화병 등 전통도자기를 중심으로한 관상용 도자기 생산업체가 36%를 차지하고 있는 반면, 산업용 도자기는 그물 추와 애자를 생산하는 단 2개업체에 지나지 않는다. 素地구입에 있어서는 素地和 釉藥을 사용하지 않고 초벌구이 백자에 옷칠을 입힌 일종의 칠기인 「와태」를 생산하는 4개 업체를 제외하면 178개 업체중에서 素地 및 釉藥의 전부 혹은 일부를 전문제조업체로부터 구입하여 사용하는 업체가 각각 160개업체와 140개업체로 전체의 90%와 78.7%를 차지한다. 그리고 주요 제품별로 보면 전통적인 예술성과 개별성이 요구되는 관상용 도자기 생산업체의 경우가 소지 및 유약을 독자적으로 제조하여 사용할 것이라는 예상과는 달리 오히려 생활도자기 생산업체의 경우보다 자체생산의 비중이 더 낮다. 素地보다는 釉藥의 경우가 자체적으로 생산하는 비중이 높다. 이와 같은 결과는 본 산지에서 생산되는 관상용 도자기의 경우는 전통도자기의 재현으로 고부가가치 상품을 주로 생산하는 인접한 利川陶磁器와는 달리 전통도자기 중에서도 중저가품이 주류를 이루고 있다는 점과 관상용 도자기를 주로 생산하는 업체중에서도 많은 업체는 생활도자기도 동시에 생산하고 있음에 기인한 것으로 생각된다. 그리고 본 산지의 대부분의 제조업체가 다양한 품목의 도자기를 생산하고 있음에도 불구하고 소지 및 유약의 거래업체수에서는, 단일업체로부

표 9. 업종별 소지 및 유약조달

(단위 : 업체수, %)

조달방법 업종	소 지				유 약			
	자체 생산(1)	구입(2)	(1)+(2)	계	자체 생산(1)	구입(2)	(1)+(2)	계
관상용 도자기	4(6.3)	59(92.2)	1(1.5)	64(100)	13(20.3)	48(75.0)	3(4.7)	64(100)
생활도자기	13(11.6)	99(88.4)	—	112(100)	24(21.4)	85(75.9)	3(2.7)	112(100)
산업용 도자기	1(50.0)	1(50.0)	—	2(100)	1(50.0)	1(50.0)	—	2(100)
계	18(10.1)	159(89.3)	1(0.5)	178(100)	38(21.3)	134(75.3)	6(3.4)	178(100)

터 구입하는 경우가 각각 146개 업체와 131개 업체로 91.2%와 92.9%를 차지하여 특정업체에 의존하는 경향이 매우 강함을 알 수 있다. 그러나 현재까지는 素地生産業體와 도자기제조업체는 계열화를 통한 지배관계는 이루어지지 않고 있으나 이러한 거래관계가 지속될 경우 이들 업체간의 지배-종속관계로의 전환을 배제할 수 없을 것이다. 이와 같은 결과로 본 산지에 있어서의 제품의 다양화는 素地 및 糶藥 등 원료에 있어서의 차별성보다는 도자기의 형태와 기능상의 차이에 주로 기초하고 있음을 알 수 있다.

다음은 제품의 판매관계를 보면, 앞에서 언급한 바와 같이 1980년대 전반까지는 외지 중간상인을 매개로 소비지의 도·소매상으로 판매하는 단일유통 체계였으나 현재는 소비지의 도·소매상과의 직거래가 전체 54.9%로 가장 높은 비중을 차지하고 있다. 그 다음이 종래 주된 역할을 담당했던 중간상인(29.1%)이며, 1980년대 후반에 새롭게 등장한 전시판매자 중 자신이 겸업하는 전시판매장과 산지내 타인 전시판매장이 각각 8.2%와 4.9%를 차지하고 있다. 1980년대 후반 산지의 급격한 성장과 제품의 다양화의 결과 유통체계가 다양화되었을 뿐만 아니라 산지내 전시판매장이 등장함으로써 생산과 판매간의 산지내 사회적 분업이 이루어지게 되었으나 산지내 유통업체를 주된 판매처로 이용하는 비율은 13% 내외로 외부의존도가 매우 높다. 이와 같이 산지의외부에 대한 의존도가 큰 이유로는 주문생산의 비중이 높은 점과 본 산지의 최대시장인 서울과의 근접성, 그리고 교통 및 통신시설이 발달한 후에 본격적으로 성장한 신흥산지라는 점을 들 수 있다.

주문생산을 전혀 하지 않는 업체는 24개 업체에 지나지 않는 반면 주문생산 위주 및 전적으로 주문생산에 의존하고 있는 업체가 전체의 47.3%를 차지하고 있다. 그리고 주된 주문처를 보면 도·소매상이 76개업체, 외지중간상인 38개업체, 기타 27개업체인 반면에 산지내 판매업체인 전시판매장의 경우는 4개업체에 지나지 않는다.

이상의 판매 유통면에서 볼때 본 산지는 현재 산지내에서 약 70개업체의 전시판매장을 통해

표 10. 주된 판매처와 주된 판매지역
(단위:업체수, %)

주된 판매처		주된 판매지역	
자기전시판매장	15(8.3)	서울	131(75.3)
타인전시판매장	9(4.9)	경기	10(5.7)
중간상인	53(29.1)	충청	4(2.3)
외지도·소매상	100(54.9)	경상	21(12.1)
기타	5(2.8)	해외	8(4.6)
계	182(100)	계	174(100)

표 11. 주문생산현황 및 주된 주문처
(단위:업체수, %)

주문생산 정도		주된 주문처	
완전비주문생산	24(14.2)	전시판매장	4(2.8)
비주문생산위주	65(38.5)	소비지도·소매상	76(52.4)
주문생산위주	55(32.5)	중간상인	38(26.2)
완전주문생산	25(14.8)	기타	27(18.6)
계	169(100)	계	145(100)

주) 주된 주문처의 경우 완전 비주문생산인 24개업체 제외

제품유통과 제조간의 사회적 분업이 이루어지고 있으나, 제품판매 즉 마케팅 기능에 있어서는 산지의외부에 의존도가 큰 '비산지 완결형'의 특성이 강하다고 하겠다.

노동력 구조에 있어서는 182개업체의 종사자는 2,334명으로 업체당 평균종업원수가 12.8인으로 매우 영세적이다. 고용형태에 있어서는 가족종사자는 전체종업원의 17.7%에 지나지 않고 전체적으로는 상용임금 노동력에 주로 의존하고 있다는 점에서 「소공장형」산지로 특징지을 수 있다. 성별구성에 있어서는 51:49로 거의 비슷하나 가족, 특히 臨時職에 있어서는 남자의 비율이 높은 반면 常備職에 있어서는 여자의 비중이 높게 나타나고 있다. 이는 여성노동력의 경우 주로 경리 등 사무직 종사자의 비율이 높은 것에 기인한다고 볼 수 있다.

종업원의 연령면에 있어서는 30~59세까지의 연령층이 87.8%로 가장 높고, 29세 이하가 11.1% 그리고 60세 이상은 1.1%에 지나지 않는다. 이와 같은 현상은 우리나라 대부분의 재래공업 산지의 경우 노년층의 비중이 매우 높아 종업원

표 12. 노동력 고용형태별 · 성별 · 연령별 특성

(단위 : 명, %)

성 격	성 별	계		
		남	여	계
고용형태별	가 족	261(63.2)	152(36.8)	413[17.7]
	상 용 직	791(44.0)	1,006(66.0)	1,797[77.0]
	임 시 직	92(74.2)	32(25.8)	124[5.3]
	계	1,144[49.0]	1,190[51.0]	2,334[100]
연령형태별	20세 이하	180(69.8)	78(30.2)	258[11.1]
	30~59세	944(46.3)	1,094(53.7)	2,038[87.8]
	60세 이상	8(32.0)	17(68.0)	25[1.1]
	계	1,132[48.8]	1,189[51.1]	2,321[100]

참고 : ()안은 row 비율이고, []안은 total 비율임.

주 : 고용형태 · 연령에 따른 분류의 「계」수치가 일치하지 않는 것은 연령에 따른 분류와 노동종류에 따른 분류에서 무응답이 있어서 숫자가 줄어들었기 때문이다.

의 고령화와 후계자문제가 심각한 일반적인 경향과는 대조를 보이고 있다. 이는 본 산지가 신흥산지라는 점과 他 재래공업과 비교할 때 수공업적 성격이 강하지 않은 결과로 장기간의 숙련을 필요로 하는 생산기술이 요구되지 않은 점에 기인한 것으로 판단된다.

마지막으로 경영자의 특성을 살펴보면, 전체 경영자의 95% 이상이 직접 도자기 제조기술을 습득하고 있을 뿐만 아니라 이들이 최초로 도자기업에 종사한 연령을 보면 60% 이상이 20대 이하이고 그중에서 10대 이하가 14.0%를 차지하고 있다. 또 81.9%가 본 산지내에서 기술을 습득하였다.

도자기업에 종사하기 시작하여 창업까지 걸린 기간에 있어서는 따로 도자기 기술을 익히지 않고 바로 창업한 경우가 18.4%, 1~5년의 경우가 22.7%를 차지하여 전체의 40% 정도가 5년 이하이다. 반면에 10년 이상은 전체의 30%를 차지하고 있다. 대부분의 재래공업의 경우 기술 습득에 시간을 많이 필요로 한다는 특성과는 달리 본 산지의 경우는 기업경영에 도자기 제조기술의 숙련도가 절대적인 영향을 미친다고는 할 수 없다.

(2) 제품판매 관련업체

재래공업산지에 있어서의 제품판매 관련업체는 산지와 소비자를 결합하는 유통상의 역할이 외에 원료와 생산수단의 공급, 생산공정의 관리

를 수행하는 등의 그 기능이나 형태가 매우 다양하다. 그러나 본 산지의 경우에는 산지내 제품 판매 관련업체로는 「전시판매장」이 유일하다. 1980년대 이후 도자기 제조업체의 증가와 제품의 다양화에 대응하기 위한 새로운 판로개척의 필요성에서 등장한 산지내 전시판매장은 1980년에 처음으로 설립된 이후 급속히 증가하여 현재 약 90여개가 면내 주요 간선도로를 중심으로 분포하고 있다.

1980년에 처음으로 등장한 전시판매장의 창업시기를 보면, 1980년대 창업비율은 전체의 34.4%, 專業의 22.2%에 지나지 않는다. 즉, 전시판매장은 1990년대에 접어들어 그 역할이 본격화되었다고 하겠다. 그러나 현재 제조겸업이 85%를 차지함으로써 산지내 독립된 상업자본으로서의 역할보다는 생산기능의 보조적인 성격이 강하다. 종사자는 가족중심의 1~2인 경우가 89%를 차지하여 주로 고용노동력에 의존하는 도자기 제조업체와는 대조를 보인다. 전시판매장의 주된 판매처로는 외지 도매상의 전 · 겸업을 막론하고 가장 큰 비중을 차지하고 있다. 그러나 외지 도매상의 경우를 제외하고는 전업과 겸업간에 상당한 차별성을 보인다. 즉, 제조겸업의 경우는 주된 판매처가 다양한 반면 전업의 경우 내방소비자와 외지도매상으로 한정되며, 더욱이 내방소비자의 비율이 외지도매상보다 높다. 뿐만 아니라 내방소비자가 차지하는 비율에

표 13. 전시판매장의 경영특성

(단위 : 업체수, %)

		제조기업	전업	계
점포개설시기	1980년대	19(36.5)	2(22.2)	21[34.4]
	1990년대	33(63.5)	7(77.7)	40[65.6]
종사자수	1명	28(53.8)	4(44.4)	32(52.5)
	2명	18(34.6)	3(33.3)	21[34.4]
	3명 이상	6(11.5)	2(22.2)	8[13.1]
	4명	—	1(11.1)	—
주된판매처	내방소비자	9(17.3)	5(55.6)	14[23.0]
	의지도매상	23(44.2)	4(44.4)	27[44.3]
	의지소매상	5(9.6)	—	5[8.2]
	중간상인	12(23.1)	—	12[19.7]
	기타	3(5.8)	—	3[4.9]
주된구입처	자기공장	44(84.6)	—	44[72.1]
	산지내타인공장	7(13.5)	8(88.9)	15[24.6]
	산지외공장	1(1.9)	1(11.1)	2[3.3]
계		52[85.2]	9[14.8]	61[100]

참고 ()는 column 비율이고, []는 total 비율임.

있어서는 전업의 경우가 제조기업보다 3배이상 높다. 주된 상품구입처로는 전체적으로 자신의 제조업체인 경우가 72.1%를 차지하나 제조기업의 경우는 84.6%를 차지하여, 본산지에 있어서의 전시판매장의 성격을 잘 반영하고 있다. 그러나 이러한 결과는 어디까지나 주된 상품구입처의 경우이고 대부분의 전시판매장은 다양한 제품을 구비할 필요성으로 산지내 제조업체 뿐만 아니라 利川 등 타산지의 상품도 취급하고 있다.

이상 전시판매장의 경영특성을 중심으로 산지내에서의 역할과 기능을 고찰하면, 전시판매장이 현재까지는 주로 도자기 제조업체가 직접 생산한 제품을 소비지도·소매상과 중간상인에게 전시하는 홍보기능과 관광객이 중심을 이루는 내방소비자를 대상으로한 소매기능이 중심을 이루고 있다. 따라서 산지와 소비지를 결합하는 기능이 약하고, 일반적으로 산지도매상의 기능으로 중요시되고 있는 제품의 기획·개발력과 새로운 판로개척 능력은 거의 갖추지 못한 상태로 산지내 사회적 분업체계의 통괄자로서의 역할은 매우 미약하다. 그러나 1990년대 이후에는

도자기 제조기업외에 전업 전시판매장이 증가함에 따라 점차 제조기능을 보조하는 역할은 약화되는 한편 산지도매상으로서의 기능이 강화되는 경향을 찾을 수 있다. 더욱이 현재로서는 본산지에서 생산된 다양한 제품의 구비·전시판매를 통해 직접 소비자들의 수요동향을 파악함으로써 소비자들의 수요를 충족시킬 수 있는 상품을 자체생산 혹은 제조업체에 주문생산을 통해서, 신상품개발 및 품질개선에 있어서 중요한 역할을 담당하고 있다.

(3) 도자기 생산관련 제조업체

직접 도자기를 생산하는 업체와 유통업체인 전시판매장을 제외한 도자기 생산 관련업체는 소지 및 유약생산업체, 가마제작업체, 성형틀제작업체, 傳寫紙제작업체 그리고 포장용 상자 생산업체로 대별된다.

본 산지에 있어서 소지·유약생산업체는 전국 각지 나아가서 해외로부터 각종 陶石을 구입 가공하여 소지와 유약을 생산하여 산지내 도자기 제조업체에 공급하고 있다. 이들 업체는 1980년 후반부터 본격적으로 등장하여, 현재 전·기업 10개 업체가 입지하고 있다. 이중 6개업체에 대

표 14. 도자기생산 관련제조업의 창업 및 경영현황

경영체 번호	소재지	창업 년도	경 영 자 특 성				종업원 수 (경영·사 무직)	산지내 소재공급 업체수	산지내 판매비 율(%)	연 간 생산액	
			연령	학 력	전 직	거주지					
소지 · 유약 생산	901	오학리	1993	43	대 졸	광산업	서울	33(3)	150	65	40억
	902	현암리	1984	46	국 졸	도자기생산	여주	6(1)	16	80	2억4천
	903	오금리	1992	30	대 졸	도자기생산(부)	여주	12(2)	5	100	7억2천
	904	지내리	1987	43	고등공민	도자기생산	여주	5(0)	20	90	4억8천
	905	오금리	1989	46	대 졸	민속촌 자재 담당	서울	19(3)	130	80	15억
	906	오학리	1993	48	대 졸	교사	서울	10(1)	25	90	5억
가마 제작	907	천송리	1977	39	중 졸	철공	여주	9(2)	—	60	15억
	908	오학리	1979	57	고 졸	도자기생산	여주	18(3)	—	50	—
	909	오학리	1986	40	국 졸	철공	여주	3	—	100	4천
전사지	910	오학리	1989	38	고 졸	전사업	여주	7	80	100	20억
성형틀	911	현암리	1986	35	중 졸	도자기생산	여주	4	—	100	—
포장 상자	912	천송리	1990	32	고 졸	도자기생산	여주	4	200	99	—

주) 경영체 번호 903번의 경우, 소지생산외에 도자기생산 및 전시판매장도 경영.

한 경영특성을 살펴보면, 비교적 창업년도가 빠른 2개 업체는 상대적으로 소규모이고, 도자기 생산으로부터 전업한 경우인 반면에, 도자기 생산업체가 급격하게 증가한 1989년 이후 창업한 4개 업체의 경우 상대적으로 대규모이고 경영자 자신은 도자기 생산 경험이 없는 신규참여업체이다. 그중 3개업체는 산지의 자본에 의해 설립된 것을 특징으로 들 수 있다. 이들 업체들에 의해서 생산된 소지 및 유약의 대부분은 산지내 약 400여 업체에 공급되고 있으나 일부는 利川과 그의 지역으로도 판매된다. 업체당 연평균 생산액은 12억 4천만원, 평균 종업원수는 14인으로 일반 도자기제조 업체와는 달리 자본집약적인 특성을 가진다.

이와 같은 경영특성을 가진 素地·釉藥제조업체의 등장으로, 원료구입과 도자기 생산간의 사회적 분업이 이루어지게 되었다. 더욱이 구입한 陶石으로 素地和 釉藥을 생산하여 도자기 제조업자에게 공급함으로써 생산공정상의 사회적 분업도 이루어지게 되었다.

다음은 본 산지가 제품의 품질개선 및 대량생산을 통해 우리나라 최대 생활도자기 산지로 성장함에 있어서 결정적 역할을 한 가마(窯)제작업체에 대하여 살펴보기로 한다.

본 산지는 1970년대 중반까지만해도 목재를 연료로 이용하는 登窯(登窯) 주류를 이루었다. 이러한 登窯는 열전도율이 일정하지 못한 관계로 실패율이 높고, 소성시간이 길기 때문에 대량생산에는 제약이 크다. 이와 같은 문제점을 해결하기 위해 도입된 것이 등유나 가스를 연료로 사용하는 샤틀가마이다. 그러나 당시 국내에서 샤틀가마의 제작이 거의 이루어지지 않은 상황에서 본 산지에 있어서 샤틀가마 제작업체의 등장은 하나의 혁신(innovation)으로 볼 수 있다. 이러한 혁신은 산업지역 사회의 기업활동 분위기에 기반을 둔 기술 및 혁신잠재력의 축적결과(朴杉沃, 1994, p. 119)로 설명될 수 있다.

그의 傳寫紙 및 성형틀 제작업체와 포장용상자 생산업체는 생산공정의 단순화를 통한 생산비 절감과 외부경제효과의 증대에 기여하였을 뿐만 아니라 중저가 생활도자기 산지로의 전환에 있어서 중요한 영향을 미쳤다.

4. 산지내 사회적 분업체계의 실태와 특성

지금까지의 연구결과에 의하면 재래공업에 있어서 생산과 유통간에 혹은 생산자간에 이루어

어지고 있는 산지내 사회적 분업¹⁴⁾은 재래공업의 주요한 특징의 하나인 동시에 산지 존속을 좌우하는 주된 요소로 지적되고 있다(清成忠男, 1974). 이와 같은 산지내 사회적 분업체제하에서 일반적으로 개별기업은 각자 고유한 기능만을 수행하기 때문에 많은 개별기업을 조직화하는 통괄자(organizer)가 필요하게 된다. 이러한 통괄자는 최종상품 생산자인 경우도 있고, 유통담당자인 경우도 있다. 또 조직관계에 있어서는 유통업자(상업자본)가 생산자를 지배하는 경우와 유통업자와 생산자가 대등한 분업관계에 있는 경우, 나아가서 유통업자는 판매대리인에 지나지 않는 반면 제품의 기획·개발·판매를 산지외에 의존하고, 산지기업들은 오로지 생산기능만을 담당하는 경우도 있다.

山崎充(1977)은 이와 같이 다양한 사회적 분업체계를 유형화하고 유형별 특성을 분석하였다. 그는 생산형태를 기준으로 「사회적 분업형」과 「공장 일관생산형」으로 분류한 다음 「사회적 분업형」을 통괄자의 속성에 주목하여 「유통업체 통괄형」과 「제조업체 통괄형」으로 구분했다. 그리고 제품의 기획, 원자재의 조달, 생산, 판매, 금융 등의 경제적·경영적 제기능을 산지내 기업들이 갖추고 있는가 하는 「지역적 분업」 측면에서 「산지 완결형」과 「비산지 완결형」으로 분류하고 「비산지 완결형」을 「산지외의 제조업체 혹은 도매상이 산지내 기업을 직접적으로 완전히 계열화하는 경우」와 「산지내의 제조업체 혹은 도매상을 통해서 산지내 기업을 조직화하는 경우」로 세분하였다. 이상의 유형분류에서 특히 강조한 점은 최근 기업 경영의 핵심으로 간주되고 있는 마케팅기능에 관한 주도권의 유무이다. 반면에 靑野壽彦(1980)와 杉岡碩夫(1973)은 특정계층의 기업을 정점으로한 수직적 구조하에서 타기업들이 그러한 기업의 일방적인 지시에 따라 생산이 이루어지는 경우와 개별기업이 상호간에 독자성을 가진 수평적 분업관계를 이루는 경우로 구분하였다. 후자의 경우는 각각의 기능을 담당하는 기업은 복수의 기업으로부터 다양한 주문을 받기 때문에 자연히 생산·경영면에서의 기술·지식이 축적되어 개별기업의 독자성

이 증대된다. 이와같은 수평적 분업구조를 가진 산지에서는 독자적인 기술·지식의 축적을 바탕으로 더욱 발전할 수 있는 기업이 육성됨으로써 산지의 성장가능성도 커지게 된다. 반면에 전자의 수직적 분업구조를 가진 산지에서는 대부분의 개별기업은 스스로의 기술개발 능력을 축적하기가 곤란하며, 정점에 있는 기업의 의사결정에 따라 산지의 동향이 크게 좌우된다. 따라서 재래공업산지의 발전을 위해서는 사회적 분업구조를 수평적 분업으로 재편성하는 것이 바람직하다고 지적하였다.

1) 담양 죽제품 산지

산지내 사회적 분업체계를 구성하고 있는 산지 기업군은 ① 죽제품 제조업체(자) ② 산지도매상을 비롯한 제품판매 관련업체 ③ 원료(대나무)를 조달·공급하는 원죽상 등으로 대별된다. 이들 업체간에는 원죽상과 죽제품 제조업체간, 그리고 죽제품 생산자와 제품 판매업체간의 생산과 유통간의 사회적 분업의에 특정제품(부채, 자리 및 발) 생산에 있어서의 생산과정상의 사회적 분업이 이루어지고 있다.

이와 같은 산지내 사회적 분업체계의 특성을 살펴보면 첫째, 본산지에 있어서 가장 먼저 이루어진 사회적 분업은 원죽상과 제조업체간의 분업이다. 이는 식민지시대 「眞梳組合」을 통한 원료의 공동구입과 제품의 공동판매 제도와 伐竹허가제를 통해 원죽상이 등장함으로써 원료구입이 생산과정에서 분리되어 이루어지게 되었다. 이것은 산지의 성장에 따른 산지내 원료 부족으로 산지도매상이 원격지 원료를 이입하여 제조업자에게 공급함으로써 제품을 확보하려는 일반적인 경향과는 달리 제도적으로 이루어진 사회적 분업으로, 현재에도 단지 원자재 공급자로서의 기능만 수행하고 있다. 즉, 원자재의 先賃를 통한 제조업자 운영자금의 보안을 통한 간접적인 지배-종속관계는 이루어지지 않고 있다.

둘째, 생산과 제품 판매간의 산지내 사회적 분업은 「소상품형」과 「소공장형」 생산업체와 「산지도매상」간에 주로 이루어지고 있다. 이러한 분업관계는 종래의 「정기시장」을 매개로한 「소

상품형」산지에서 1970년대 이후 제품의 변화와 다양화에 따른 새로운 관료개혁의 필요성에 의해서 이루어지게 되었고 현재 본 산지의 핵심적 사회적 분업체계이다. 그러나 산지도매상은 원자재 구입·판매에는 관여하지 않으며 원료나 생산설비 및 비용의 先貸를 통한 생산자를 지배하지 않는 대등한 관계이다. 이와 같은 배경으로는 전통적으로 원자재 공급은 원죽상이 과점적으로 지배하여 왔기 때문에 산지도매상은 현재에도 원자재 구입에는 관여하지 않고 있다. 따라서 생산자와 산지도매상의 관계는 원자재의 선대를 통한 지배·종속 관계를 맺고 있지 않기 때문에 거래처의 변경이 용이한 점, 생산자는 종래의 정기시장을 통한 시장 메카니즘에 기초한 거래 관계에 익숙해 있으며 현재에도 그 유통경로가 존속하고 있고, 산지도매상이 본격적으로 기능을 발휘하게 된 것은 극히 최근으로서 아직 특정 생산자와의 지속적인 거래관계는 아직 형성되지 못하고 있는 점, 산지도매상은 아직 제품의 기획·개발의 기능을 가지고 있지 못한 점, 그리고 산지도매상이나 그의 주된 거래상대인 생산업체도 거의 모두 담양읍에 입지하고 있어 거래상대의 선택에 있어서 거리관계를 고려할 필요가 거의 없는 즉, 공간분할적인 거래관계가 존재하지는 않는다는 점 등을 들 수 있다.

셋째, 생산공정상의 사회적 분업은 「제조겸도매상」과 내직자를 중심으로 한 부채생산과 「소공장형」의 「內職外注型」에서 이루어지고 있다. 본 산지에 있어서의 생산공정상의 사회적 분업은 부채 등 특정제품에 대한 수요감소에 따른 생산자의 계층 분해와 그 후 수요회복에 대응하기 위한 대량생산을 지향하는 과정에서 노동력 부족 및 임금상승을 극복하기 위해서 진전되었다. 이 분업체계에 있어서 최종상품 생산자는 통괄자(organizer)의 역할을 담당하고 있으나, 「內職者」와는 先貸制度를 통한 지배·종속관계가 아닌 「成果級賃金制」형태의 개방적이고 유동적인 결합관계를 유지하고 있다. 따라서 사회적 분업화의 중요한 요인의 하나로 지적되고 있는 경기변동에 따른 위험부담의 분산화는 이루어지

지 않고 있다. 이러한 사회적 분업관계가 「제조겸도매상」의 경영에 있어서 하나의 불안정 요소가 되고 있다.¹⁵⁾

2) 여주 도자기 산지

본 산지내 사회적 분업체계를 구성하는 산지 기업군은 ① 도자기 제조의 원료인 각종 陶石을 구입, 素地와 釉藥을 생산하는 소지 생산업체 ② 成形과 燒成중심의 도자기 제조업체 ③ 전시 판매업체 그리고 ④ 소지 및 도자기 생산에 필요한 설비 및 기계 제작업체로 대별된다. 이들 업체간에는 생산공정상의 분업 및 원료구입과 도자기 생산, 도자기 생산과 판매부문 그리고 도자기 생산부문과 그 관련 설비·기계제작 부문간의 4부문에 걸쳐 사회적 분업이 이루어지고 있다.

첫째, 본 산지에 있어서 素地·釉藥 생산업체의 등장으로 원료구입과 도자기 생산간의 사회적 분업과 생산공정상의 사회적 분업이 동시에 이루어지게 되었다. 특히, 생산공정상의 사회적 분업으로 종래의 도자기 제조과정에서 많은 노동력을 필요로 함과 동시에 비교적 기계화가 용이한 소지생산이 분리되었다. 그 결과 소지생산을 위한 설비투자와 노동력 절감효과로, 소지생산기술이 없는 소규모 자본을 가진 사람도 직접 기업경영에 참여할 수 있는 기회가 확대되었다. 그 결과 산지내 도자기 제조업체가 급격히 늘어나게 되었고, 점차 기계화에 의한 품질개선과 대량생산을 지향하게 됨에 따라 素地·釉藥 생산업체는 산지내 사회적 분업체계의 핵심적 역할을 담당하게 되었다. 이와 같이 산지내 핵심적 역할을 담당하는 업체와 타업체간의 관계는 지배·종속관계가 일반적이거나 본 산지에서 소지업체와 제조업체는 대등한 분업관계를 이루고 있다. 이와 같은 관계는 素地·釉藥 생산업체가 사회적 분업체계상의 핵심적 역할을 담당하게 된 것은 극히 최근으로 아직은 특정 생산자의 지속적 거래관계가 이루어지지 못한 결과라고 볼 수 있다. 도자기 생산공정에 있어서는 素地부문의 외에 成形, 繪入, 燒成 등 공정상의 분업이 이루어지고 있음에도 불구하고 繪入의 한 방법인

傳寫紙 제작부문을 제외하고는 생산공정상의 사회적 분업은 이루어지지 않고 있다.

둘째, 도자기생산과 제품의 유통판매간의 산지내 사회적 분업화는 아직은 미미한 수준이다. 산지내 대표적인 제품 유통판매 부문으로는 전시판매장을 들 수 있다. 전시판매장의 대부분은 제조업자가 내방소비자와 외지도매상을 대상으로 한 소매 및 도매를 목적으로 운영하고 있다. 물론 자신의 제조업체에서 생산하고 있는 제품의 종류가 제한되어 있기 때문에 타 제조업체의 제품도 취급하며, 최근에는 도매기능을 강화하는 한편, 전업 전시판매업체도 늘어나고 있다. 그러나 현재까지는 이와 같은 전시판매장은 제조부문을 보완하는 기능에 지나지 않고 專業 전시판매장의 경우도 새로운 판로개척이나 새로운 제품의 기획·개발을 통한 제조업체의 계열화는 이루어지지 않고 있어 사회적 분업체계의 통괄자로서의 역할을 수행하지 못하고 있다. 결과적으로 본 산지는 재래공업산지의 존속·성장에 있어서 결정적 영향을 미치는 것으로 지적되고 있는 마케팅부문을 산지의부기업에 의존하고 있다는 점에서 「비산지 완결형」의 특성이 강하다고 하겠다.

셋째, 도자기제조부문과 그 기계·관련설비 제작부문과의 사회적 분업은 우리나라 타 재래공업산지와 비교할 때 매우 발달되었다. 대부분의 산지에서는 기계·설비부문은 산지의부에 의존하고 있으나 본 산지의 경우는 소성용 가마와 소지 및 유약생산용 기계, 성형틀과 그 제작기계 그리고 전사지와 포장용 상자 등도 산지내에서 생산·조달됨으로써 외부경제효과를 높이는 데 중요한 역할을 담당하고 있다. 이와 같은 관련 기계·설비제작업체는 주로 다수의 산지내 도자기 제조업체로부터 주문생산에 주로 의존하고 있으나 일부기업은 그동안 축적된 기술을 이용하여 독자적인 개발상품을 타 도자기산지에 공급하거나 대학실습용 가마도 제작하고 있을 정도로 그 산지내에서 확고한 지위를 점하고 있다. 그러나 이들 두 부문간의 업체는 지배-종속관계가 아닌 상호간의 대등한 건설적 협업관계를 유지하고 있다.

이상 재래공업산지의 산업조직상의 특징인 사회적 분업의 실태를 개별 산지별로 고찰하였다. 이를 기초로 두 산지의 사회적 분업특성에 있어서의 차별성과 공통성을 검토하고 나아가서 사회적 분업체계의 형성배경과 산지존속에 있어서의 의의를 살펴보고자 한다.

담양 죽제품 산지의 경우는 원자재조달에서 제품판매에 이르기까지 산지내 개별기업들이 유기적으로 통합된 「산지완결형」의 특성이 강하고, 여주 도자기 산지의 경우는 도자기 제조업체와 도자기관련 기계·설비제작업체와의 산지내 사회적 분업을 통해 異業種間 외부경제효과가 강화된 반면에 오늘날 기업경영에 있어서 가장 중요한 마케팅부분을 산지의부에 주로 의존하고 있다는 점에서 「비산지 완결형」의 특성이 강한 점에서 차이점을 보이고 있다. 이와 같은 차이점에도 불구하고 산지내 사회적 분업체계를 구성하는 기업들은 상호간에 독자성을 가진 건설적 협업관계를 유지하는 수평적 분업체계의 특성이 강하지만 소비자의 수요변화에 대응할 수 있는 신제품의 기획·개발 및 판로개척을 선도할 수 있는 기업 즉 사회적 분업체계의 통괄자의 기능을 담당하는 기업이 발달하지 못한 공통점이 있다. 따라서 앞으로 산지의 지속적인 성장을 위해서는 현재의 수평적 분업체계를 유지하면서도 산지내 사회적 분업의 심화를 통한 외부경제효과를 높이는 방향으로 생산유통체계가 개편되어야 할 것이다.

이와 같은 산지내 사회적 분업화의 주된 배경은 규모경제를 추구함에 있어서의 한계성을 극복하기 위한 외부경제의 강화에서 찾을 수 있다. 즉 재래공업은 수공업적 숙련 기술의 요구 등 기술적으로 量産이 곤란한 업종성격과 낮은 기술수준으로 기계·설비가 개발되지 않은 관계로 단일공장 일관생산을 할지라도 뚜렷한 생산비의 절감 효과를 기대할 수 없기 때문이다.

그리고 산지존립에 있어서의 사회적 분업의 의의로는 사회적 분업에 따른 생산공정의 세분화와 다양한 업종분화는 첫째, 가족 노동력, 家計補助의인 노년층 노동력과 주부 노동력 등 다양한 저임금 노동력을 최대한으로 이용할 수 있

으므로 노동력 부족을 극복함과 동시에 생산비를 절감할 수 있고, 둘째, 소자본의 신규참여를 용이하게 할 뿐만 아니라 경기변동에 따른 위험부담을 분산하고, 셋째, 전통적으로 축적되어 있는 생산과 마케팅 등 다방면에 걸친 노-하우를 활용함으로써 업종과 제품의 전환을 통해서 제품의 다양화와 제품수명주기를 연장함으로써 산지의 성장·존속에 있어서 중요한 역할을 담당하고 있다는 점을 들 수 있다.

5. 결 론

본 연구는 타율적인 문호개방과 식민지화 그리고 1960년대 이후 급격한 근대공업의 성장과정에 많은 재래공업이 쇠퇴 또는 소멸되어 왔으나 그 중에서 침체와 성장을 거듭하면서 현재까지 존속하고 있는 2개 재래공업산지 즉 남양 죽제품과 여주 도자기 산지를 사례로 재래공업산지 존립의 가장 중요한 요소로 지적되는 「산지내 사회적 분업」의 실태와 그 특성을 밝히고 재래공업 산지 존속에 있어서의 산지내 사회적 분업의 의의를 찾고자 하였다.

남양 죽제품과 여주 도자기산지는 대부분의 他產地와는 달리 식민시대의 기술지도와 판로확대 등의 육성책에 힘입어 오히려 성장하였으나, 고도경제성장기의 침체기를 거쳐 1980년대 이후에 본격적인 회복기를 맞이하여 생산유통구조의 다양화가 진전되고 있다는 점에서 공통점을 가지고 있다. 그러나 고도경제성장기의 공장제 대량생산의 대량생산으로 야기된 수요감소라는 동일한 환경변화에 대한 적응양식은 상이하며, 현재의 생산유통구조의 성격도 현저하게 다르다.

남양 죽제품 산지의 경우 고도경제성장기 이전까지는 죽물시장을 매개로 한 농가부업중심의 「소상품형」산지였다. 침체기에 접어들어 「제조겸 도매형」과 「소공장형」이 형성됨과 동시에 「수출상」과 「산지도매상」의 등장으로 생산유통체계가 다양화되었다. 그리고 회복기에는 일관생산의 「소공장형」이 일부의 생산공정을 하청에 의존하기 시작하였고 산지도매상이 제품생산을 겸하는 등 생산유통구조가 한층 다양화되어 현재

는 다양한 생산유통체계가 병존하고 있다.

반면에 여주 도자기 산지는 1970년대 전통공예도자기의 일본수출 활성화 이전까지는 산지의 부의 중간상인을 매개로한 가내수공업 중심의 「소상품형」산지였다. 그후 생산설비의 근대화 와 생활도자기로의 제품전환을 계기로 「소공장형」으로 진전되었고, 素地 가공부문이 成形 및 燒成에서 분리되어 생산공정상의 사회적 분업이 이루어지고 있으나 전체적으로 「소공장형」의 단일생산체계의 특성이 강하다. 그리고 산지내 제품판매기능을 담당하는 전시판매장이 설립되는 등 종래에 비해 유통체계가 다양화되었음에도 불구하고 여전히 소비지도매상이나 중간상인의 외부유통업체를 통한 제품판매가 주류를 이루고 있다.

산지내 사회적 분업에 있어서는 남양 죽제품 산지의 경우에는 원자재 조달과 죽제품 생산, 생산과 제품판매간에 이루어지고 있으며 생산공정상의 사회적 분업은 특정제품생산에 있어서 제한적으로 이루어지고 있다. 반면에 여주 도자기 산지의 경우에도 부분적인 생산공정상의 분업 및 생산과 제품판매간, 원료조달과 생산 그리고 생산과 그 관련설비·기계제작부문에 사회적 분업이 이루어지고 있다. 그리고 산지내 사회적 분업의 성격에 있어서는 전자의 경우 원자재조달에서 제품판매에 이르기까지 산지내 개별기업들이 유기적으로 통합된 「산지 완결형」의 특성이 강하고, 후자의 경우 도자기 제조업체와 도자기관련 기계·설비제작업체와의 異業種間 산지내 사회적 분업을 통한 외부경제효과는 큰 반면에 오늘날 기업경영에 있어서 가장 중요한 마케팅부문을 산지의부에 주로 의존하고 있다는 점에서 「비 산지 완결형」의 특성이 강한 점에서 차이점을 보이고 있다. 이와 같은 차이점에도 불구하고 산지내 사회적 분업체계를 구성하는 기업들은 상호간에 독자성을 가진 건설적 협업관계를 유지하는 수평적 분업체계의 특성이 강하지만 소비자의 수요변화에 대응할 수 있는 신제품의 기획·개발 및 판로개척을 선도할 수 있는 기업 즉 사회적 분업체계의 통괄자의 기능을 담당하는 기업이 발달하지 못한 공통점이 있다.

산지존립에 있어서의 사회적 분업의 의의로는, 사회적 분업에 따른 생산공정의 세분화와 다양한 업종분화는 첫째, 다양한 저임금 노동력을 최대한으로 이용할 수 있으므로 노동력 부족을 극복함과 동시에 생산비를 절감할 수 있고, 둘째, 소자본의 신규참여를 용이하게 할 뿐만 아니라 경기변동에 따른 위험부담을 분산하고, 셋째, 전통적으로 축적되어 있는 생산과 마케팅 등 다방면에 걸친 노-하우를 활용함으로써 제품의 다양화와 제품수명주기의 연장을 가능케 함으로써 산지의 성장 존속에 있어서 중요한 역할을 담당하고 있다는 점을 들 수 있다.

이상의 분석결과를 중심으로 재래공업 육성방안을 제시하고자 한다. 앞으로 소득수준의 향상에 따라 소비자 기호의 고급화와 개성화 경향의 심화로 다품종소량생산 중심의 재래공업 제품에 대한 수요도 늘어날 것으로 예상된다. 그러나 오늘날 산업구조의 고도화와 지역사회의 급격한 변화속에서 상대적으로 생산성이 낮고 환경변화에 대한 적응력이 약한 재래공업이 輸入品の 증가, 노동력의 감소와 고령화, 임금상승 등 재래공업에 불리한 환경을 극복하고 수요증가에 대응하는 것이 용이하다고만 할 수 없다. 이러한 문제점을 극복하기 위해서는 무엇보다도 사회적 분업의 심화를 통한 다방면에 걸친 노-하우의 축적과 외부경제의 확대를 통한 새로운 제품개발 및 판로의 다양화가 필수적이다. 또한 재래공업에 대한 육성정책도 종래의 개별기업을 단위로 한 중소기업정책과는 달리 제조업뿐만 아니라 유통부문 등 관련부문까지를 포함한 하나의 「산지」를 단위로 한 정책으로 전환되어야 한다.

註

- 1) 「小商品型」은 가족노동력을 중심으로 각자의 생산 설비를 사용하여 생산한 제품을 현금거래로서 정기시장 혹은 중간상인을 통하여 판매하는 생산형태를 말함.
- 2) 담양읍의 경우 1977년에 비해 1988년에 생산세대 및 생산액이 각각 418.1%와 939.1%가 증가하

였다.

- 3) 「小工場型」은 가내공업이 발전하여 일정 설비를 갖춘 소규모 공장에서 임금노동력을 고용하여 생산하는 형태를 말함.
- 4) 1967년대에는 專業者를 중심으로 「절단기」, 「細割機」, 「그라인더」 등이 도입되었으나 이용도는 매우 낮았고 輸出振興策의 일환으로 담양읍 향교리 등 10개리에 20평 규모의 공동작업장 10개소가 건립되었다. 그러나 본격적인 공장제 생산은 1973년에 2개업체의 새마을공장이 설립되어 약 100명의 종업원이 생산에 종사하게 된 이후라고 할 수 있다. 새마을공장의 주요제품은 수출 혹은 관광지 선물용의 소형 공예품이 중심이었으며 실제의 제조공정은 手作業이 중심이었다. 그뿐 아니라 수출 경기 변동에 따른 심한 수요변화, 노동력부족을 극복하기 위한 판로개척과 기계화의 확대 등 경기변동에 대한 제반 대응책이 순조롭게 이루어지지 못한 결과 공장제 생산은 정체를 벗어나지 못하였다.
- 5) 식민지시대의 변화라는 것은 1910년대 후반에 설립된 「眞梳組合」(후에 「潭陽郡産業組合」으로 개칭)을 통하여 대(竹)의 공동구입과 제품의 공동판매가 이루어지게 되었다는 것과 伐竹이 허가제로 되어 원죽상이 등장하였다는 것이다. 8·15이후 조합이 해산됨으로써 이를 통한 원료의 공동구입과 제품의 공동판매도 중단되었다.
- 6) 潭陽竹物市場은 담양읍 객사리의 담양천 하천부지에서 2일과 7일에 열리는 정기시장이다. 원래 전용시설이 없는 하천부지에서 시장이 열렸지만 1974~1975년에 걸쳐 홍수의 피해를 막기 위해서 시멘트 護岸工事와 함께 시멘트坐板이 설치되어 다소 시장으로서의 면모를 갖추었으나 현재도 4,000평의 시장에는 常設店舖가 없는 露天市場인 점에서는 변화가 없다.
- 7) 본산지에도 古成窯業研究所, 三友窯, 서울窯, 朝日窯, 海峯陶藝 研究院, 雲岩陶藝, 趙京陶藝研究院, 光國陶藝研究院 등에서 전통 도자기도 재현하고 있다.
- 8) 1988년 올림픽을 계기로 북내면 오학리 318-2번지에 3,000평 대지에 연건평 500평 규모의 민속도자기 전시관이 건립되어 본 산지에서 생산된 도자기를 전시·판매하고 있다.
- 9) 창평면 의항리로 과거에는 대나무 바구니를 생산하였으나 현재 마을 45세대중 38세대가 他 마을과

는 달리 쓰리 마구너를 생산하고 있다. 중간상인이 원료를 조달해 주고 제품을 전량 구입하고 있다. 즉, 원료구입 및 제품판매가 안정화되어 있어 다른 마을과는 달리 현재도 생산이 활발하게 이루어지고 있다.

- 10) 內職者는 작업량에 따라 임금을 지불받는 형태로, 각 내직자는 작업을 마친 중간제품을 되돌려 줄 때 가공비(임금)와 다음 일거리를 받는다. 각 공정별 가공비는 1勺(1,000자루)당 「부채살 묶음」은 5,000원, 「부채살 성형」은 6,000원, 「사복박기」와 「정련」은 8,000원~10,000원이었다.
- 11) 「內職外注型」은 생산공정의 일부를 내직자에게 의주한다는 면에서는 「제조점 도매형」과 유사하다. 그러나 「소공장형」의 「내직외주형」은 대부분의 공정은 고용노동력에 의해서 이루어지고 1공정만을 의주에 의존한다는 점에서 「제조점 도매형」과는 구별된다.
- 12) 原竹商은 구입한 원죽을 죽물시장에 집하·보관하면서 판매한다. 원죽상 6개업체가 죽물시장의 절반규모(약 2,000평)를 사용하고 있으며, 죽물시장 사용료 1개업체가 연 35만원씩을 군청에 지불하고 있다. 원죽상 이외의 출시상인은 시장 사용료를 지불하지 않는다.
- 13) 이 업체의 경영자는 현재 52세로 1962년에 2대째 경영자가 되었고 1970년대의 10년간은 대자(竹尺), 갈퀴 등의 생산도 겸했으나 그후로 전업 원죽상이다.
- 14) 「산지」라는 공간범위내에서의 원료 및 제품의 이동과정과 기계설비 및 서비스의 구입 등과 같이 기업활동과 관련하여 이루어지는 독립기업간의 연계체제로 정의된다.
- 15) 면담에 의하면 부채의 경기변동에 따른 제조점 도매상의 위험부담이 크기 때문에 휴·폐업 그리고 재개업이 빈번하다. 대부분의 제조점 도매상은 부채생산에 의한 이윤을 불경기때의 기업운영자금을 위해 토지를 구입하는 경향이 강하다.

文 獻

朴杉沃, 1994, “첨단산업발전과 신산업지구 형성: 이론과 사례”, 대한지리학회지, 29-2, 117-136.
 朴陽春·李哲雨, 1992, “高度經濟成長期 이후의

在來工業 生産流通構造의 變化”, 靜觀 李炳坤 教授華甲論文集, 187-208.

- 朴贊石, 1976, “傳統工業이 地域發展에 미치는 影響—慶南 陝川 陶磁器 工業을 中心으로”, 慶北大學校 教育大學院 論文集, 6·7, 43-70.
 李靑一, 1991, “韓國 傳統手工業의 地理學的 研究”, 東國大學校 博士學位論文.
 張美景, 1982, “宜寧 韓紙工業의 立地”, 慶北大學校 碩士學位論文集.
 曹勝鉉, 1979, “潭陽 竹細工業의 發達과 變遷過程에 관한 연구”, 서울大學校 碩士學位論文集.
 崔虎鎮, 1971, 韓國經濟의 諸問題, 精研社, 서울.
 韓鴻烈, 1989, “韓國 傳統手工業의 地域的 展開過程에 관한 研究”, 東國大學校 博士學位論文.
 邢基柱, 1975, “韓國工業立地의 展開過程(I)—方法論·植民地的 工業化”, 地理學, 12, 27-51.
 林園十六志, 徐有榮, 서울대 고전간행회(1966).
 宮町良廣, 1989, “南アジア農村手織業の生産流通構造”, 經濟地理學年報, 35-1, 1-22.
 大橋武夫·吉田寬一郎, 1932, 朝鮮總督府中央試驗所報告(麗州陶磁器試驗).
 山崎充, 1977, 日本の地場産業, 다이iamond社.
 杉岡硯夫, 1973, 中小企業と地域主義, 日本評論社.
 上野和彥·西村龍平, 1990, “地場産業地域の形成に關する一考察—播州素麵業地域を事例として—”, 經濟地理學年報, 36-2, 141-151.
 李哲雨, 1991a, “農村地場産業に關する經濟地理學的研究”, 名古屋大學博士學位論文.
 李哲雨, 1991b, “地場産業研究の意義と課題”, 人文地理, 43-2, 141-165.
 清成忠男, 1974, “地域開發と地場産業”, 地域開發, 116, 1-8.
 青野壽彥, 1980, “地場産業と地域振興”, 地域開發, 190, 1-6.
 合田昭二, 1971, “知多綿織業の地域的存立基盤”, 地理學評論, 44-7, 498-514.
 風卷義考, 1958, “工業地理學研究の展望”, 地理學評論, 31, 1-7.

Krumme, G., 1969, Toward a Geography of Enterprise, *Economic geography*, 45, 30-40.
Goodman, E. and Bamford, J. et al., 1989,

Small Firms and Industrial Districts in Italy,
Routledge, London.

Social Division of Labor in the Traditional Industry District

Focused on Damyang Bamboo Ware Industry of Damyang and
Yeoju Pottery Industry of Yeoju, South Korea.

Yang-Choon Park*, Chul-Woo Lee**, Soon-Ho Park***

Summary

This research is concerned with the social division of labor within the traditional industry district: Damyang bamboo ware industry district and Yeoju pottery industry district in South Korea. Damyang bamboo ware and Yeoju pottery are well known of the Korean traditional industry. The social division of labor in an industry district is considered as an important factor. The social division of labor helps the traditional industry to survive today.

This summary shows five significant points from the major findings. First, Damyang bamboo ware industry and Yoeju pottery industry have experienced the growth stages until 1945, the stagnation in the 1960s, and the business recovery in the 1980s. Most Korean traditional industries had been radically declined under the Japanese colonization; while, Damyang bamboo ware industry and Yeoju pottery industry district have been developed during above all stages. The extended market to Japan helped the local government to establish a training center, and to provide financial aids and technical aids to crafts men. During the 1960s and 1970s, mass production

of substitute goods on factory system resulted in the decrease of demand of bamboo ware and pottery. During the 1980s, these industries have slowly recovered as a result of the increased income per capita. The high rate of economic growth in the 1960s and 1970s was playing an important role in the emerging the increased demand of the bamboo ware and pottery.

Second, the production-and-marketing system in a traditional industry district became diversified to adjust the demand of products. In Damyang bamboo ware industry district, the level of social division of labor was low until the high economic development period. Bamboo ware were made by a farmer in a small domestic system. The bamboo goods were mainly sold in the periodic market of bamboo ware in Damyang. In the recession period in the 1960s and 1970s, the production-and-marketing system were diversified; a manufacturing-wholesale type business and small-factory type business became established; and the wholesale business and the export traders in the district appeared. In the recovery period in the 1980s, the production-and-marketing systems were more diversified; a small-factory type business started to depend on subcontractors for a part of process of

* Professor, Dept. of Geography, Kyungpook National University.

** Assistant Professor, Dept. of Geography, Kyungpook National University.

*** Lecturer, Dept. of Geography, Kyungpook National University.

production; and a wholesale business in the district engaged in production of bamboo ware.

In Yeosu pottery industry district, the social division of labor was limited until the early 1970s. A pottery was made by a craftsman in a small-business of domestic system and sold by a middle man out of Yeosu. Since the late 1970s, production-and-marketing system become being diversified as a result of the increased demand in Japan and South Korea.

In the 1970s, Korean traditional craft pottery was highly demanded in Japan. The demand encouraged people in Yeosu to become craftsmen and/or to work in the pottery related occupation. In South Korea, the rapid economic growth resulted in incline to pottery due to the development of stainless and plastic bowls and dishes. The production facilities were modernized to provide pottery at the reasonable price. A small-business of domestic system was transformed into a small-factory type business. The social division of labor was intensified in the pottery production-and-make-ting system. The manufacturing kaoline began to be separated from the production process of pottery. Within the district, a pottery wholesale business and a retail business started to be established in the 1980s.

Third, the traditional industry district was divided into "completed one" and "not-completed one" according to whether or not the district firms led the function of the social division of labor. The Damyang bamboo ware industry district is "completed one": the firm within the district is in charge of the supply of raw material, the production and the marketing. In the Damyang bamboo ware district, the social division of labor was accomplished between the supply of raw material and the production of bamboo ware, and between bamboo ware production and marketing. The social division

of labor was partly found in the process of production of a few goods.

The Yeosu pottery industry district was "not-completed one." Out of the district wholesale stores and retail stores led pottery market. Within the Yeosu pottery district, the social division of labor worked in the production process, between the supply of raw material and the production of pottery, and between the production of pottery and the related machine of the pottery too. The social division of labor and the production weakly worked between the production and the marketing too.

Fourth, the research and development within the districts did not work well to open the new market and to develop new products to meet the changed tastes of consumers. For more continuous development, firms within the districts maintained the horizontal social division of labor, and reorganized labor system to improve the external economics effect through intensifying the social division of labor.

Lastly, the social division of labor was playing an important role in the development of traditional industry districts. The subdivision of production process and the diversification of business reduced the production cost and overcame the labor shortage through hiring low-waged workers such as family members, the old people and housewives. An enterpriser with small amount of capital easily joined into the business. The risk from business recession were dispersed. The accumulated know-how in the production and marketing provided flexibility to produce various goods and to extend the life-cycle of a product.

Key Words: social division of labor in the industry district, traditional industry, production-and-marketing system, Damyang bamboo ware industry, Yeosu pottery industry