

한·중·일 분재산업의 특성에 관한 연구

유수형* · 정준래** · 박율진***

*林堂아카데미 대표 · **전북대학교 생태조경디자인학과 박사과정 · ***전북대학교 생태조경디자인학과 교수

A Study on the Characteristics of Bonsai Industry in Korea, China and Japan

Yoo, Su-Hyung* · Jeong, Joon-Rae** · Park, Yool-Jin***

*CEO, ImDang Academy

**Doctoral Course, Dept. of Ecology Landscape Architecture Design, Chonbuk National University

***Professor, Dept. of Ecology Landscape Architecture Design, Chonbuk National University

ABSTRACT

For this purpose, research was made to look into the style, material, organization, and legal as well as institutional system of the bonsai industry in the three countries. In order to understand what significance it has and how it has changed historically, related literature was surveyed and questionnaires were distributed to the concerned people to collect the data needed for them to plan bonsai industry. The results of the survey are as follows.

Analysis of awareness of bonsai culture, respondents replied that the motive and purpose of bonsai is because they like flower trees, and the technical information about bonsai is usually obtained by visits to bonsai gardens. The analysis revealed that respondents usually join more than one bonsai club and are active more than once a month, which means longer than 4 hours each month, and their activities are more frequently in the metropolitan area. From the analysis of preference for bonsai culture, it was made known that the favorite bonsai size is less than middle one(20~50cm), the characteristics of the favorite species are beauty. A research and analysis of bonsai-related technical education found that bonsai is trimmed manually in general, bonsai experts are usually kept in contact with, and the bonsai technique is learned through interaction with the experts.

Key words: Bonsai, Bonsai Culture, Bonsai Industry, Bonsai Technical Education

국문초록

본 연구는 동양 문화권으로 분재 역사가 깊은 한·중·일 분재문화산업의 양식 및 소재 등에서 분재특성을 이해하고 문화적으로 어떤 의미와 변천이 있는지 관련 문헌자료 등을 조사하였다. 또한 분재산업의 계획입안 자료를 제공하고자 관련 종사자들을 대상으로 설문조사를 실시하여 국가, 연령, 연간소득수준, 분재관련 활동경력 측면에서 교차분석, 인식 및 선호조사를 하였다.

분재문화의 인식조사 분석에서 분재를 하게 된 동기 및 목적은 꽃나무가 좋아서, 평소 분재에 관한 기술정보를 획득하는 곳은 분재원이며, 대부분 1곳 이상의 분재동호회에 가입하여 월 1회 이상, 평균 4시간 정도 작품 활동을 하며, 주로 대도시 지역에서 왕성하게 활동하는 것으로 나타났다. 분재문화 선호도 분석에서는 좋아하는 분재의 크기는 중품(20~50cm) 미만, 좋아하는 수종의 특성은 수형의 아름다움으로 나타났다. 분재관련 기술교육에 관한 분석에서는 분재관리 시 손질은 직접 손질, 평소 분재전문가와와는 교류를 한다가 높게 나타났고, 전문가와의 교류를 통해서 분재기술을 배우고 있는 것으로 나타났다.

주제어: 분재, 분재기술교육, 분재문화, 분재산업

† **Corresponding Author** : Park, Yool-Jin, Dept of Ecology Landscape Architecture Design, Chonbuk National University, 79 Gobong-ro, Iksan-City, Jeollabuk, South Korea, Phone : +82-10-3666-2528, E-mail : land@jbnu.ac.kr

I. 서론

현재는 세계적으로도 분재문화가 폭 넓게 확산되어 미국, 유럽, 일본 같은 선진국뿐만 아니라 파나마, 아르헨티나 같은 중·남미, 베트남, 말레이시아 같은 동남아시아, 남아프리카공화국 같은 아프리카까지 전 세계적으로 분재문화를 즐기고 있다[1]. 또한 많은 나라에 분재박물관과 미술관이 생겼다. 그리고 나라마다 분재단체가 결성되어 세계분재대회, 아시아분재대회 같은 대형이벤트도 정기적으로 개최되고 있다.

분재는 자연을 이해하고 즐기는 문화이기 때문에 사람들의 감성을 순화시킨다. 자연을 극복하고 다스려야 할 대상으로 간주하는 근대 자연관이 심각한 위기를 맞고 있는 오늘날 자연과 일체된 삶을 살았던 시절과 그 중심에 놓인 노거수들을 많이 발견할 수 있으나[2], 고도로 산업화 되어가는 사회적 변천에 따라 많은 노거수들이 훼손 내지는 사라져가고 있는 실정이다[3]. 한편 일상이 바빠진 현대인들은 자연에 대한 동경이 커졌고 분재에 대한 관심도 높아졌다. 그에 따라 전 세계적으로 분재에 대한 수요가 늘어나고 있고 분재와 분재 재배, 전시에 필요한 관련 기기들이 국가간에 대량으로 거래되면서 산업적으로 크게 활성화되었다.

우리나라에서도 경제 성장과 안정된 생활로 인해 문화 활동의 일환으로 자연을 즐기려는 사람들이 분재를 좋아하면서 애호가들이 많이 늘어났다[4][5]. 1970년대 부산에서 시작된 분재 붐은 1997년 우리나라에서 제3회 세계분재대회(10월 24일 - 28일, 서울)가 개최되면서 크게 성장했다. 그리고 2000년대 들어 인터넷의 유행을 타고 분재에 관한 기술과 정보가 일반인들에게 널리 알려지며, 대중화의 길을 걷게 되었다.

하지만 우리나라는 최근 주택정책이 신도시를 조성하고 아파트만 대량으로 건설하면서 국민들의 주거 환경이 대부분 아파트로 바뀌어 가고있다. 아파트는 식물을 키울 수 있는 공간의 제약을 초래하여 분재를 좋아하는 사람들이 쉽게 분재 구매를 할 수 없게 만들고 결과적으로 분재 및 원예시장의 심각한 위축을 야기하고 있는 실정이다. 때문에 분재의 산업성을 유지하기 위해서는 단순한 생산, 판매가 아닌 새로운 대안을 모색해야만 할 때이다. 특히 통시적인 관점에서 국내외의 분재문화 경향과 변천 등에 관련된 연구문헌 및 자료는 현재까지 매우 미미한 실정이다.

분재는 많은 자료에서 단순히 식물을 재배하는 것이 아니라 자연 생물을 이용한 '자연조형예술'이다. 분재는 예술과 원예가 혼합된 독특한 예술형태로, 이는 창조적인 기술과 미적 감각을 이용하는 취미생활이면서 자연과 직접 접할 수 있는 기회를 제공한다[6]. 분재는 여러 가지 기준으로 분류하는데, 대표적으로 크기, 수종, 수형 등을 기준으로 한다. 크기에 따라서는 대품

분재, 중품분재, 소품분재, 초소품분재로 나뉘는데, 대품분재는 수고 60-100cm, 중품분재는 수고 20-59cm, 소품분재는 수고 10-20cm의 크기로 소재생산을 가장 많이 하는 사이즈이고, 초소품분재는 수고 10cm 이하의 아주 작은 크기를 말한다[7].

산업현장에서 분재는 주로 내수용으로 소비되지만 일부는 수출용으로 판매되고 있다. 수출 대상국은 주로 미국과 유럽(프랑스, 영국 등)이며, 수종은 단풍나무와 송백류 그리고 소사 나무 등이다. 완성품인 예술분재의 수출량은 많지 않으며, 주로 2-4년생 분재 소재를 수출하고 있다. 따라서 분재 소재의 수출은 부가가치가 크지 않으면서 식물검역 등 번거로움이 많기 때문에 지속되지 못하고 있는 실정이다[5]. 최근 유럽을 중심으로 세계적으로 분재 붐이 일고 있어서 일본에서 해외로 판매하는 분재 수출액이 매우 증가하고 있기 때문에 우리나라에서도 유통 개선과 수출 역량을 증대할 필요성이 있다[8].

분재는 오랜 역사를 가지고 있는 자연조형예술로의 가치가 인정받고 있으나 경제적 가치에 주목한 연구는 아직 많이 미흡하다고 판단된다. 분재의 문화적, 예술적 가치를 정착시키고 시장을 확대하며, 분재산업이 미래지향적으로 발전하기 위해서는 좀 더 구체적이고 실증적인 연구가 진행되어야 한다고 생각된다. 이에 본 연구는 동양 문화권으로 분재의 역사가 깊은 한·중·일 분재산업의 특성을 이해하기 위한 분재에 관한 인식, 분재문화 선호도, 기술교육, 활성화 방안을 제시하여 분재산업의 계획입안 자료를 제공하는데 목적을 두고 연구를 수행하였다.

II. 연구방법

1. 조사방법

한국, 중국, 일본의 동양 삼국을 공간적 범위로 설정하였지만, 분재와 관련된 활동 영역은 시대적, 기술적, 계층적 분야가 대단히 넓기 때문에 범위를 축소시켜 현대의 분재산업과 관련된 분야를 연구 범위로 한정하였다. 아울러, 분재산업의 근간을 파악하기 위한 역사와 문화를 비롯하여 생산, 소비에 관한 부분과 생산된 분재 소재를 판매하기 위한 유통과 외국으로 수출하는 과정까지를 연구범위로 설정하였다.

한·중·일 분재산업 특성을 연구하기 위하여 관련 논문 및 문헌조사를 비롯해 분재시장의 현황 파악을 위한 관련기관과 단체 탐방 및 인터뷰 조사를 병행하였다. 관련 종사자들을 방문하기 전에 미리 예비 설문지를 만들어 설문에 대한 타당성을 검토하였으며, 이를 통해 최종적인 설문지 평가항목, 주요 평가인자 등을 확정하였다. 설문조사는 2018년 2월부터 8월까지 수행하였는데, 한국, 중국, 일본 각각 150부씩 450부의 설문지를

작성하여 배부하였다. 회수된 설문지는 총 429부로 한국 148부, 중국 142부, 일본 139부이며 회수율은 최대 98%, 최소 92%로 비교적 높은 회수율을 보였다. 회수된 설문지는 모두 분석에 사용할 수 있는 성실한 응답을 보여, 429부 모두를 최종 통계분석자료로 사용하였다.

2. 분석방법

전문가 의견을 수렴하여 작성된 설문지 내용은 기본사항(7문항), 분재문화 인식도(8문항), 분재문화 선호도(12문항), 분재관련 기술교육(5문항), 분재산업 활성화 전망(8문항)의 5가지 분야로 분류하였다. 분류된 5가지의 분야는 다시 40개 세부 항목으로 나누어 한중일 분재문화산업의 현황 파악에 주력할 수 있는 설문을 구조화하였다(Table 1).

수집된 자료의 자료 분석은 SPSS v. 21.0 통계 패키지 프로그램을 활용하였다. 분재에 대한 인식도, 분재에 대한 선호도, 분재산업관련 자재, 분재관련 기술교육, 분재산업 활성화 방안을 알아보고, 조사대상자의 일반적 특성에 따라 차이가 있는지를 알아보기 위하여 국가, 연령, 연간소득수준, 분재관련 활동경력 측면에서 교차분석, 인식 및 선호, 기술교육분석 등을 카이(χ^2)분석으로 검증하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 일반적 특성에 대해 알아보기 위하여 빈도분석을 실시하였다(Table 2). 분석결과 총 429명의 응답자 중 국가는 한국 148명(34.5%), 중국 142명(33.1%), 일본 139명

(32.4%)으로 나타났고, 성별은 남성 368명(85.8%), 여성 61명(14.2%)으로 나타났다. 연령은 20대 이하 80명(18.6%), 30-40대 151명(35.2%), 50-60대 161명(37.5%), 70대 이상 37명(8.6%)으로 나타났고, 직업은 일반자영업 111명(25.9%), 학생 58명(13.5%), 분재업 종사자 56명(13.1%), 수목관련 사업 37명(8.6%), 공무원 34명(7.9%) 순으로 나타났다.

연간 소득수준은 2,000만원 미만 114명(26.6%), 2,000-5,000만원 미만 133명(31.0%), 5,000-8,000만원 미만 110명(25.6%), 8,000만원 이상 72명(16.8%)으로 나타났고, 분재관련 활동경력 은 3년 미만 123명(28.7%), 3-5년 미만 57명(13.3%), 5-10년 미만 73명(17.0%), 10-20년 미만 82명(19.1%), 20년 이상 94명(21.9%)으로 나타났다.

소유 분재본수는 10본 미만 102명(23.8%), 10-20본 미만 67명(15.6%), 20-30본 미만 40명(9.3%), 30-50본 미만 36명(8.4%), 50본 이상 184명(42.9%)으로 나타났고, 분재 가꾸기 참여형태는 개인 취미생활 286명(66.7%), 생업을 위한 전문업 67명(15.6%), 기타동호회 활동 16명(3.7%) 순으로 나타났다.

조사대상 응답자 중 남성의 비율이 압도적으로 높게 나타난 것을 보면 분재 활동은 남성 위주로 이루어진다고 볼 수 있는데, 향후 여성이 참여하는 분재 프로그램을 개발한다면 분재 인구를 증가시키는데 많은 도움이 될 수 있다고 생각된다.

2. 분재에 대한 인식 분석

분재 가꾸기를 좋아하는 이유를 분석한 결과 전체적으로 볼 때, '나무가 좋아서'가 193명(45.0%)으로 가장 높게 나타났고, '자연을 즐기려고' 97명(22.6%), '재미가 있어서' 62명(14.5%), '주변경관 가꾸고 싶어서' 35명(8.2%), '주변인과 친분 교류를 위해' 27명(6.3%) 순으로 나타나 대체적으로 나무가 좋아서 분재 가꾸기를 좋아하는 것으로 볼 수 있다(Table 3).

Table 1. A List of Survey Items for Figuring out the Current Situation of Bonsai Industry in Korea, China and Japan

Division	Particulars	No. of Items	No. of Detailed Items
Basic Status	- Investigation of sex, age, occupation, income level, career in bonsai activity, number of bonsai owned and etc.	7	-
Awareness of Bonsai	- Specific motivation for starting bonsai - Difference from general floriculture - Reason of liking bonsai cultivation and etc.	8	4
Preference for Bonsai	- Preferred size, kind, and type of bonsai - Matters related to purchase and disposal of bonsai and etc.	12	3
Technical Training related to Bonsai	- Trimming - Interaction with professionals - Having experience of training or not and etc.	5	6
How to make Bonsai Industry Flourished	- Belonging to bonsai-related organization - Present and future prospect of bonsai - Questions about requirements for activating bonsai industry and etc.	8	3

Table 2. A General Characteristics of Investigation Subjects by Country

Division		Korea	China	Japan	Total
Sex	Male	112	129	127	368
	Female	36	13	12	61
Age	Under 20	57	15	8	80
	30-40s	14	81	56	151
	50-60s	69	40	52	161
	Over 70	8	6	23	37
Occupation	Student	56	2	-	58
	Self-employed	20	23	68	111
	Public official	9	16	9	34
	Tree-related business	7	27	3	37
	Worker in bonsai business	12	30	14	56
	Others	44	44	45	133
Yearly Income (approximately) (in million Korean Won)	Under 20	61	44	9	114
	20-50	36	53	44	133
	50-80	28	20	62	110
	Over 80	23	25	24	72
Career in Bonsai- related Activity	Under 3 years	86	18	19	123
	3-5 years	13	18	26	57
	5-10 years	13	30	30	73
	10-20 years	16	37	29	82
	Over 20 years	20	39	35	94
Number of Bonsai Owned	Under 10 units	78	4	20	102
	10-20 units	18	21	28	67
	20-30 units	9	15	16	40
	30-50 units	5	10	21	36
	Over 50 units	38	92	54	184
Form of Cultivating Bonsai	For personal leisure	82	100	104	286
	For occupation	27	25	15	67
	For club activity at job place	5	8	3	16
	Others	34	9	17	60
Total		148	142	139	429

조사대상자의 일반적 특성에 따라서는 국가, 연령, 연간 소득수준, 분재관련 활동경력에 따라 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다($p < .01$). 먼저 국가별로는 한국이나 중국, 일본 모두 40% 이상이 나무가 좋아서 분재 가꾸기를 좋아하는 것으로 나타났고, 연령에 따라서는 20대 이하의 경우 나무가 좋아서 또는 주변경관을 가꾸고 싶어서 분재 가꾸기를 좋아하는 것으로 나타났으나 30-40대나 50-60대의 경우 나무가 좋아서 또는 자연을 즐기려고, 70대 이상의 경우 나무가 좋아서 또는 자연을 즐기려고, 주변인과 친분 교류를 위해 분재 가꾸기를 좋아하는 것으로 나타났다.

또한 연간 소득수준에 따라서는 다소 차이는 있으나, 대체적으로 나무가 좋아서 또는 자연을 즐기려고 분재 가꾸기를 좋아

하는 것으로 나타났고, 분재관련 활동경력에 따라서는 3년 미만, 5-10년 미만, 20년 이상의 경우 나무가 좋아서 분재 가꾸기를 좋아하는 것으로 나타났으나 3-5년 미만의 경우 재미가 있어서, 10-20년 미만의 경우 나무가 좋아서 또는 자연을 즐기려고 분재 가꾸기를 좋아하는 것으로 확인되었다.

3. 분재에 관한 선호도 분석

좋아하는 분재의 크기를 분석한 결과 전체적으로 볼 때, ‘중품(20~50cm 미만)’이 155명(36.1%)으로 가장 높게 나타났고, ‘소품(10~20cm 미만)’ 108명(25.2%), ‘대품(0.5~1m 미만)’ 99명(23.1%), ‘초대품(1m 이상)’ 39명(9.1%), ‘초소품(10cm

Table 3. A Purpose of Enjoying Bonsai Cultivation

Division		Love Trees	Enjoy the Nature	For Fun	For Decoration	Interact with Others	Others	χ^2 (p)
Country	Korea	75	24	14	21	3	11	42.646*** (.000)
	China	60	35	20	12	13	2	
	Japan	58	38	28	2	11	2	
Age	Under 20s	39	11	12	14	-	4	54.401*** (.000)
	30-40s	60	36	32	7	10	6	
	50-60s	78	41	15	14	8	5	
	Over 70	16	9	3	-	9	-	
Yearly Income (approximately) (in million Korean Won)	Under 20	58	22	15	14	0	5	34.469** (.003)
	20-50	54	34	12	13	17	3	
	50-80	51	25	23	3	5	3	
	Over 80	30	16	12	5	5	4	
Career in Bonsai-related Activity	Under 3 years	60	19	11	22	-	11	98.069*** (.000)
	3-5 years	17	13	19	6	2	-	
	5-10 years	46	11	7	2	7	-	
	10-20 years	28	28	14	5	7	-	
	Over 20 years	42	26	11	-	11	4	
Total		193	97	62	35	27	15	

p<.01, *p<.001

Table 4. A Size of Preferred Bonsai

Division		Super large (over 1m)	Large (50cm~1m)	Medium (20cm~50cm)	Small (10cm~20cm)	Extra small (under 10cm)	χ^2 (p)
Country	Korea	17	31	65	32	3	55.479*** (.000)
	China	19	46	46	18	13	
	Japan	3	22	44	58	12	
Age	Under 20s	13	21	30	13	3	26.261* (.010)
	30-40s	18	33	51	39	10	
	50-60s	5	32	60	49	15	
	Over 70s	3	13	14	7	0	
Yearly Income (approximately) (in million Korean Won)	Under 20	11	36	39	21	7	45.274*** (.000)
	20-50	11	28	51	33	10	
	50-80	1	19	53	29	8	
	80	16	16(22.2)	12	25	3	
Career in Bonsai related Activity	Under 3 years	14	25	47	29	8	46.518*** (.000)
	3-5 years	5	9	28	9	6	
	5-10 years	3	9	24	35	2	
	10-20 years	5	24	24	22	7	
	Over 20 years	12	32	32	13	5	
Total		39	99	155	108	28	

*p<.05, ***p<.001

미만) 28명(6.5%) 순으로 나타나 대체적으로 중품(20~50cm 미만)을 가장 좋아하는 것으로 볼 수 있다(Table 4).

조사대상자의 일반적 특성에 따라서는 국가, 연령, 연간 소

득수준, 분재관련 활동경력에 따라 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다(p<.05). 먼저 국가별로는 중국의 경우 32.4%가 대품(0.5~1m 미만)이나 중품(20~50cm 미만)을 가장 좋아하는

것으로 나타났으나 한국의 경우 43.9%가 중품(20~50cm 미만)을, 일본의 경우 41.7%가 소품(10~20cm 미만)을 가장 좋아하는 것으로 나타나 차이를 보였고, 연령에 따라서는 20대 이하나 70대 이상의 경우 중품(20~50cm 미만)이나 대품(50~1m 미만)을 좋아하는 것으로 나타났으나 30-40대나 50-60대의 경우 중품(20~50cm 미만)이나 소품(10~20cm 미만)을 좋아하는 것으로 나타나 차이를 보였다.

또한 연간 소득수준에 따라서는 8,000만원 미만의 경우 대체적으로 중품(20~50cm 미만)을 가장 좋아하는 것으로 나타났으나, 8,000만원 이상의 경우 소품(10~20cm 미만)을 가장 좋아하는 것으로 나타났고, 분재관련 활동경력에 따라서는 3년 미만이나 3-5년 미만의 경우 중품(20~50cm 미만)을 가장 좋아하는 것으로 나타났으나, 5-10년 미만의 경우 소품(10~20cm 미만)을 가장 좋아하는 것으로, 10-20년 미만이나 20년 이상의 경우 중품(20~50cm 미만)이나 대품(0.5~1m 미만)을 가장 좋아하는 것으로 응답하였다.

이는 분재소재 생산 시 생산품의 규격을 어떤 크기로 할 것인지 정할 수 있는 척도로 볼 수 있다. 특히 중국과 일본에 수출을 목표로 소재생산을 할 때, 해당 국가에 따라 크기의 선호도가 차이가 나기 때문에 생산품 크기의 목표를 정하는데 큰 도움이 되리라고 본다.

4. 분재관련 기술교육 분석

조사대상자의 일반적 특성에 따라서는 국가, 연령, 분재관련 활동경력에 따라 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다($p < .05$). 먼저 국가별로는 중국의 경우 90.8%가 평소 분재 정보 관련 인터넷을 이용하는 것으로 나타났으나 한국의 경우 63.5%, 일본의 경우 59.7%가 이용하는 것으로 나타나 차이를 보였고, 연령에 따라서는 60대 이하의 경우 70대 이상에 비해 상대적으로 평소 분재 정보 관련 인터넷을 이용하는 것으로 나타났다. 또한 분재관련 활동경력에 따라서는 20년 미만의 경우 20년 이상에 비해 상대적으로 평소 분재 정보 관련 인터넷을 이용하는 것으로 나타났다.

평소 분재 정보 관련 인터넷을 이용하는 306명을 대상으로 평소 분재 정보 관련 하루 인터넷 이용횟수를 분석한 결과 전체적으로 볼 때, '1일 1회' 179명(58.5%), '1일 2회' 47명(15.4%), '1일 3회' 32명(10.5%), 1일 '4회 이상' 48명(15.7%)으로 나타나 대체적으로 하루에 1회 정도 분재 정보 관련 인터넷을 이용하는 것으로 볼 수 있다(Table 5).

조사대상자의 일반적 특성에 따라서는 국가, 연령, 연간 소득수준에 따라 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다($p < .05$). 먼저 국가별로는 다소 차이는 있으나 한국의 경우 64.9%, 중국의 경우 47.3%, 일본의 경우 68.7%가 하루 1회 정도 분재 정보 관련 인터넷을 이용하는 것으로 나타났고, 연령에 따라서는 각

Table 5. A Number of Daily Accesses to Internet to Gain Bonsai-related Information

Division		1 Time	2 Times	3 Times	Over 4 Times	$\chi^2 (p)$
Country	Korea	61	19	6	8	29,366*** (.000)
	China	61	15	18	35	
	Japan	57	13	8	5	
Age	Under 20s	27	9	11	4	33,350*** (.000)
	30-40s	69	17	13	35	
	50-60s	69	20	8	9	
	Over 70s	14	1	-	-	
Yearly Income (approximately) (in million Korean Won)	Under 20	48	12	15	5	39,665*** (.000)
	20-50	55	15	4	23	
	50-80	59	9	8	5	
	80	17	11	5	15	
Career in Bonsai related Activity	Under 3 years	47	16	14	10	19,350 (.080)
	3-5 years	31	10	3	4	
	5-10 years	28	8	4	12	
	10-20 years	32	8	9	13	
	Over 20 years	41	5	2	9	
Total		179	47	32	48	

*** $p < .001$

Table 6 Difficulties in Bonsai Cultivation for Leisure(Multiple Responses)

Division		Difficulties in Club Activity and Acquisition of Information	Insufficient Time for Constant Maintenance	Financial Difficulty	Lack of Space for Bonsai Maintenance	Difficult to Buy Needed Material	Difficult to Purchase Relevant Material	Others
Country	Korea	26	77	14	53	31	4	26
	China	23	49	41	68	47	14	22
	Japan	10	87	41	57	31	-	24
Age	Under 20s	12	31	16	21	17	1	19
	30-40s	24	92	34	79	29	7	20
	50-60s	15	76	38	70	52	8	23
	Over 70s	8	14	8	8	11	2	10
Yearly Income (approximately) (in million Korean Won)	Under 20	22	39	33	38	25	4	25
	20-50	13	56	33	72	28	6	19
	50-80	16	78	25	44	42	8	11
	80	8	40	5	24	14	-	17
Career in Bonsai related Activity	Under 3 years	21	54	21	46	17	2	25
	3-5 years	12	45	4	29	11	1	3
	5-10 years	9	33	29	30	34	4	7
	10-20 years	2	47	11	45	25	7	18
	Over 20 years	15	34	31	28	22	4	19
Total		59	213	96	178	109	18	72

연령 모두 대체적으로 하루 1회 정도 분재 정보 관련 인터넷을 이용하는 것으로 나타났으나 이외에 비교적 연령이 적을수록 이용횟수가 많은 것으로 나타났다. 또한 연간 소득수준에 따라서는 각 소득수준별 대체적으로 하루 1회 정도 분재 정보 관련 인터넷을 이용하는 것으로 나타났으나 이외에 20년 미만의 경우 20년 이상에 비해 상대적으로 이용횟수가 많은 것으로 나타났다.

5. 분재산업 활성화 방안

분재를 취미생활로 하는데 있어 애로사항을 분석한 결과 전체적으로 볼 때, '지속적인 관리시간 부족'이 213명(49.7%)으로 가장 높게 나타났고, '분재 관리 공간 부족' 178명(41.5%), '소재구입하기 어려움' 109명(25.4%), '경제적인 어려움' 96명(22.4%), '동호회 활동 및 정보습득의 어려움' 59명(13.8%), '관련 용품 구입의 어려움' 18명(4.2%) 순으로 나타나 대체적으로 지속적인 관리시간 부족이 가장 애로사항인 것으로 볼 수 있다(Table 6).

분재를 취미생활로 하는데 있어 애로사항에서 '지속적인 관리시간 부족'이 가장 높게 나타난 것으로 볼 때, 현대인들의 바쁜 일상이 분재 취미생활을 영위하는데 큰 장애 요인이 된다는 것을 알 수 있다.

IV. 결론

본 연구에서 동양 문화권인 한·중·일 분재산업의 조형적 특성을 보면, 한국과 일본은 지리적, 지형적 유사성에 의해 분재의 조형적 분류가 거의 닮아 있다. 물론 현대의 분재 기술은 일본이 가장 발달해서 세계에 전파를 했기 때문에 우리나라도 그 영향을 많이 받았다고 보아야 하지만, 일본 분재는 형태적 완결성을 중시하여 정교한 모양을 갖춘 반면, 한국 분재는 좀 더 자연스런 쪽으로 수형이 발전하였다고 볼 수 있다. 반면, 중국은 한국과 일본에 비해 훨씬 독창적인 형태의 분경을 창작하였는데, 국토가 방대하다 보니 중국 내에서도 지역에 따라 매우 다양한 수형이 표현되어 발전하였다. 하지만 중국의 분경(盆景)도 자연에 그 기원을 두고 있으며, 자연의 이치를 따르기 때문에 사실 한국, 일본의 분재 형태와 수형적 측면에서는 큰 차이점이 없으나 표현 방식과 이론에서 매우 다르게 발전해 왔다.

이러한 삼국분재산업 특성을 이해를 위한 분재에 관한 인식, 분재 선호도, 기술교육, 활성화 방안을 제시하여 분재산업의 계획입안 자료를 제공하고자 관련 설문조사한 결과는 다음과 같다.

첫째, 분재의 인식도 항목 분석 결과, 분재를 하게 된 동기 및 목적은 '꽃나무가 좋아서' 라는 이유가 높아는데, 특히 70대 이상의 경우에는 '꽃나무가 좋아서' 또는 '자연을 즐기려고'

라는 답변이 월등히 높았다. 또한 '주변인과 친분 교류를 위해'라는 견해도 비교적 높았다. 활동경력에 따라 3년 미만, 5-10년 미만, 20년 이상의 경우 '나무가 좋아서' 분재 가꾸기를 좋아하는 것으로 나타났으나 3-5년 미만의 경우 재미가 있어서, 10-20년 미만의 경우 나무가 좋아서 또는 자연을 즐기려고 분재 가꾸기를 좋아하는 것으로 나타났다.

둘째, 분재 선호도 분석에서는 좋아하는 분재의 크기는 중품(20~50cm) 미만, 좋아하는 수종의 특성은 수형이 아름다운 수종을 좋아하는 것으로 나타났다. 분재관련 활동경력에 따라 3년 미만이나 3-5년 미만의 경우 중품(20~50cm 미만)을 가장 좋아하는 것으로 나타났으나, 5-10년 미만의 경우 소품(10~20cm 미만)을 가장 좋아하는 것으로, 10-20년 미만이나 20년 이상의 경우 중품(20~50cm 미만)이나 대품(0.5~1m 미만)을 가장 좋아하는 것으로 나타났다.

셋째, 분재관련 기술교육에 관한 조사 분석에서는 연령에 따라서는 60대 이하의 경우 70대 이상에 비해 상대적으로 평소 분재 정보 관련 인터넷을 이용하는 것으로 나타났다. 또한 분재관련 활동경력에 따라 20년 미만의 경우 20년 이상에 비해 상대적으로 평소 분재 정보 관련 인터넷을 이용하는 것으로 나타났다. 일반적으로 하루 1회 정도 분재 정보 관련 인터넷을 이용하는 것으로 나타났으나 이외에 비교적 연령이 적을수록 이용횟수가 많은 것으로 나타났다. 또한 연간 소득수준에 따라 각 소득수준별 대체적으로 하루 1회 정도 분재 정보 관련 인터넷을 이용하는 것으로 나타났으나 이외에 20년 미만의 경우 20년 이상에 비해 상대적으로 이용횟수가 많은 것으로 나타났다.

넷째, 분재산업 활성화 방안에서는 전체적으로 '지속적인 관리시간 부족'이 가장 높게 나타났고, '분재 관리 공간 부족', '소재구입하기 어려움', '경제적인 어려움', '동호회 활동 및 정보습

득 어려움', '관련 용품 구입의 어려움' 순으로 나타나 대체적으로 지속적인 관리시간 부족이 가장 애로사항인 것으로 볼 수 있다.

본 연구는 이상과 같이 한·중·일 분재산업의 특성에 관한 연구로써 분재산업의 계획입안 자료를 제공하고자 하였다. 그러나 조사시점이 한시적이고 국가간의 문화와 제도가 차이가 있어 일관된 관점에서 특성을 연구하기에는 한계가 있었다. 향후 분재산업의 발전을 위해서는 철저한 문헌 고증과 관련 조직 및 단체, 생산자와 소비자 간의 소통, 소재 유통구조의 개선 등을 추후 연구과제로 하고자 한다.

REFERENCES

- [1] Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries Plant Protection Office, Japan(<http://www.maff.go.jp>)
- [2] Im, H. S. and Sim, W. K.(2005). Cultural Landscape Values and Landscape Use of the Old and Large Trees in Korea. Journal of the Korean Institute of Traditional Landscape Architecture, 23(1): 94-95.
- [3] Kim, Y. S., Lim, W. H., Ra, J. W., and Yoon, H. I.(1996). Study on Protection and Practical Use of Big and Old Tree. Journal of the Korea Traditional Landscape Garden Society, 20(2): 1-17.
- [4] Song, G. J. and Ha, T. J.(2005). Bonsai as Wood Art. School-industry Cooperation Unit of Yonam University.
- [5] Kim, S. W.(1999). Introduction to Bonsai Theory. Jeonwon Cultural Publishing Co.
- [6] Korea Forest Service(2007). Factual Survey on Forestry.
- [7] Sung, B. Y.(2006). Bonsai Trimming. Seoul: Gimyeong Publishing Co.
- [8] Korea Forest Service(2016). Research on Export Strategies of Landscape Trees and Bonsai to China.
- [9] Yu, S. H.(2007). Research on Water Planting of Lagerstroemia india. Master's thesis at Konkuk University.

원 고 접 수 일: 2019년 6월 5일
 심 사 일: 2019년 6월 18일 (1차)
 : 2019년 8월 17일 (2차)
 : 2019년 8월 19일 (3차)
 게 재 확 정 일: 2019년 8월 19일
 3인 익명 심사필, 1인 영문 abstract 교정필