

# ‘가장 오래된 빵집’ 이성당의 글로벌 문화사

A Glocal Cultural History of ‘The Oldest Bakery in Korea’, Lee Sung Dang

신성환\*

**국문요약** 본고는 군산 이성당이 ‘한국에서 가장 오래된 빵집’이라는 통념을 넘어, ‘글로벌라이제이션(Glocalization)’이라는 관점에서 그 성공의 문화사를 재해석하고자 하였다. 본고에서는 이성당의 역사가 일제강점기 ‘이즈모야’의 단순 계승이 아닌, 해방과 함께 기술과 자본이 소멸한 ‘결정적 단절’에서 출발했음을 밝힌다. 이러한 단절의 위기 속에서 이성당은 지역 공동체와의 협업, 쌀가루 같은 로컬 자원을 활용한 기술의 브리콜라주, 그리고 현실적 필요에 의해 탄생한 ‘발명된 전통’(아채빵)을 통해 독자적인 지역성을 구축했다. 나아가, 이렇게 구축된 지역성은 ‘가장 오래된 빵집’이라는 강력한 서사와 결합하고 미디어를 통해 증폭되면서 전국적 브랜드로 도약했다. 특히 군산 본점을 ‘성지’로 신성화하고, 대도시 본점을 ‘체험관’으로 운영하는 이원적 전략은 지역의 가치를 훼손하지 않으면서 전국적 영향력을 확보하는 성공적인 글로벌 모델을 보여준다. 결론적으로 이성당의 사례는 글로벌라이제이션이 거시적 담론을 넘어, 단절을 극복하고 지역의 자원으로 새로운 표준을 만들어가는 미시적 실천의 과정임을 증명한다.

**핵심어** 이성당, 군산, 글로벌라이제이션, 지역성, 서사, 발명된 전통

- 차례**
1. 들어가며
  2. ‘글로벌’의 이입과 ‘로컬’의 단절: 이즈모야에서 이성당으로
  3. 폐허 위의 재창조: 이성당의 독자적 ‘지역성’ 구축
  4. ‘글로벌’ 서사의 구축과 소비: ‘가장 오래된 빵집’의 브랜드화
  5. 나가며

과 해방, 전쟁과 원조, 산업화와 세계화의 거대한 서사가 압축된 ‘로컬리티(locality)’의 상징이다. 1945년 해방과 함께 일본에서 돌아온 한 가족이 작은 도넛 가게로 시작해, 3년 뒤 일본인이 남기고 떠난 건물에 터를 잡은 이 작은 빵집이 어떻게 전국적인 명성을 지닌 ‘로컬 브랜드’의 대명사가 될 수 있었는가?

이성당의 역사를 새로운 시각에서 분석하기 위해 본고에서는 ‘글로벌라이제이션(Glocalization)’이라는 개념을 핵심적인 렌즈로 삼고자 한다. 글로벌라이제이션은 세계화(Globalization)와 지역화(Localization)의 합성어로, 세계적 보편성과 지역적 특수성이 변증법적으로 통합되는 과정<sup>1</sup>을 의미한다. 롤랜드 로버트슨(R. Robertson) 등에 의해 발전된 이 개념은, 세계적 흐름이 특정 지역의 고유한 문화, 역사

## 1. 들어가며

전라북도 군산의 이성당(李姓堂)은 단순히 오래된 빵집이 아니다. 이성당은 지난 한 세기 한국 근현대사의 격랑을 온몸으로 통과하며 살아남은 ‘문화적 화석’이자, 식민

1 김성수, 「두 개의 글로벌라이제이션, 두 얼굴의 글로벌: 글로벌라이제이션 개념을 배경으로 한 문화콘텐츠 기획의 허와 실」, 『글로벌문화콘텐츠』 10, 글로벌문화콘텐츠학회, 2013.

와 만나 일방적으로 흡수되는 것이 아니라, 상호작용을 통해 변형되고 재창조되는 역동적인 양상에 주목한다.<sup>2</sup> 글로벌한 요소가 지역의 역사와 생활세계에 스며드는 과정에서, 지역은 그 문화를 변용하고 새롭게 의미화하며, 때로는 이를 다시 세계적 차원으로 발산하는 주체로 기능하기도 한다. 이러한 과정을 설명하는 개념이 글로컬라이제이션이다.

군산 이성당은 ‘한국에서 가장 오래된 빵집’으로 알려져 있으며, 단순한 제과점을 넘어 군산이라는 도시와 한국 근대사를 대표하는 문화 아이콘으로 자리 잡았다. 그러나 대중적으로 널리 회자되는 서사는 흔히 ‘일제강점기 일본인 제과점 이즈모야가 해방 이후 이성당으로 이어졌다’는 식으로 요약된다. 이러한 통념은 이성당의 역사를 ‘계승’이라는 단일한 틀에 가두면서, 해방 직후 기술·장비·인력의 공백 속에서 새로운 출발을 만들어낸 창조적 단절의 의미를 충분히 드러내지 못한다.

학술적으로는 이러한 단순화된 서사를 교정하려는 연구들이 축적되어 왔다. 크게 세 가지 흐름으로 나누어 볼 수 있다. 첫째는 경영학적 관점에서 이성당을 ‘장수 기업’의 성공 사례로 분석하는 연구이다. 문승렬은 이성당을 장수 가게의 대표적 사례로 분석하며, 이성당의 장수 비결을 과학적 생산 시스템, 스토리 경영, 지역 원재료 조달 등 7가지 경영 전략으로 정리하며, 성공적인 비즈니스 모델로서의 가치를 조명했다.<sup>3</sup>

둘째는 역사·문화인류학적 관점에서 이성당의 초기 정착 과정에 주목한 연구다. 오세미나는 일제강점기 일본인 제과점 ‘이즈모야(出雲屋)’에서 해방 후 ‘이성당’으로 이어지는 공간의 역사성을 추적하며, 근대적 맛과 공간의 탄생 과정을 심도 있게 다루었다.<sup>4</sup> 이후의 연구에서는 기술

과 자본이 부재했던 해방 직후 토착적 지식으로 제빵 도구를 만들어낸 과정을 분석하며, 외부 기술을 주체적으로 ‘재발명’해나가는 ‘브리콜레르(bricoleur)’적 특성을 규명했다.<sup>5</sup>

보다 거시적인 측면에서 제과문화의 변천의 측면에서 이성당을 바라보기도 하였다. 김춘동은 한국 빵 문화의 변천을 사회문화사적으로 고찰하며, 각 시대를 대표하는 빵을 통해 근대 식문화의 집단적 기억과 변화를 보여주면서 이성당의 의미를 부각했다.<sup>6</sup> 정명교는 한국 제과산업 전반의 역사적 맥락을 고찰하며, 해방 이후 일본인 기술자의 철수로 발생한 총체적 공백 속에서 이성당 같은 제과점이 어떻게 자생적 기반을 마련했는지 설명하였다.<sup>7</sup>

이러한 선행 연구들은 이성당의 경영 전략과 문화적 토착화 과정을 밝히는 데 중요한 기여를 했다. 그러나 본고는 여기서 더 나아가, 글로컬라이제이션이라는 통합적 렌즈를 통해 해방기부터 현재에 이르는 이성당의 전 역사를 거시적 시대 변화에 대응하는 ‘능동적 과정’으로 재해석하고자 한다. 즉, 이성당의 역사를 단순한 성공 사례나 초기 적응 과정의 기록을 넘어, 각 시대의 ‘세계적’ 흐름이 ‘군산’이라는 지역적 맥락 속에서 어떻게 굴절되고 재창조되었는지를 시기별로 분석하는 것이 이 글의 지향이다.

## 2. ‘글로벌’의 이입과 ‘로컬’의 단절

### : 이즈모야에서 이성당으로

이성당의 역사를 글로컬라이제이션의 관점에서 이해하기 위해서는, 그 전사(前史)에 해당하는 일제강점기 군산의 제과 문화를 먼저 살펴볼 필요가 있다. 당시 군산에

2 이뭇별, 「글로벌라이제이션의 오해와 진실」, 『글로벌창의문화연구』 9(2), 글로벌창의산업연구센터, 2020, 135~136쪽.

3 문승렬, 「장수 빵 가게 군산 이성당의 장수경영전략 연구」, 『인문사회21』 9(4), 인문사회21, 2018.

4 오세미나, 「군산지역의 제과점을 통해 본 근대의 맛과 공간의 탄생」, 전북대 석사학위논문, 2012.

5 오세미나, 「해방 이후 제과 기구와 기술의 발달을 통해 본 근대문화의 정착 과정에 관한 연구」, 『건지인문학』 21, 전북대 인문학연구소, 2018.

6 김춘동, 「한국 빵 문화 변천의 사회문화적 과정」, 『민주주의와 인권』 16(4), 전남대 5·18연구소, 2016.

7 정명교, 「우리나라 제과 산업의 역사」, 『식품과학과 산업』 53(3), 한국식품과학회, 2020.

있었던 일본인이 운영하던 제과점 ‘이즈모야(出雲屋)’는 서구에서 발원하여 일본을 경유한 제빵 문화, 즉 당대의 ‘글로벌’ 표준이 식민지 ‘로컬’에 이식된 상징적 공간이었다. 그러나 1945년 해방은 이 ‘글로벌’의 흐름을 계승이 아닌 단절로 귀결시켰고, 이성당은 바로 그 단절의 지점에서 시작되었다.

### 2.1. ‘글로벌’의 이입: 근대적 욕망의 공간, 이즈모야

개항 이후 쌀 수탈의 전진기지였던 군산은 일본인 거주민을 중심으로 새로운 소비문화가 형성되었다. 이 과정에서 등장한 이즈모야는 단순한 빵집이 아니었다. 그것은 식민지 조선에 이식된 ‘패키지화된 근대성(packaged modernity)’의 전시장이었으며, 당시 경성의 백화점들이 그러했듯, 조선인들에게는 전망과 동시에 거리감을 느끼게 하는 이중적 공간이었다.



일제강점기 이즈모야의 모습

(출처: 네이버 디자인(<https://m.blog.naver.com/designpress2016/224027770966>))

이즈모야가 구현한 ‘글로벌’ 시스템은 여러 측면에서 관찰된다.<sup>8</sup> 첫째, 공간의 시각성이다. 이즈모야는 투명한 유리 쇼윈도를 통해 화려한 빵과 케이크를 진열하여 행인들의 시선을 사로잡았다. 이는 물건의 기능이 아닌 이미지를 소비하게 만드는 근대적 마케팅의 등장이었다. 1930

년대에 커피숍과 레스토랑을 병설한 것은, 빵을 단순한 먹거리에서 서구적 라이프스타일을 체험하는 문화적 기호로 격상시키려는 시도였다.

둘째, 기술의 표준화이다. 최고급 전기 오븐과 일본에서 직수입한 각종 기계 설비, 그리고 버터와 크립 같은 새로운 식재료의 도입은 제빵을 경험과 손맛의 영역이 아닌 정량화된 과학의 영역으로 이해하게 만들었다. 이는 일본을 통해 유입된 서구의 합리주의가 식문화에 적용된 사례로, 전통적인 떡이나 한과 제조 방식과는 근본적으로 다른 패러다임이었다.

셋째, 경영의 합리화이다. 과자부, 영업부 등으로 조직을 분업화하고, ‘출운옥(出雲屋)’이라는 상호가 새겨진 제복을 통해 노동자를 규율하고 소속감을 부여한 방식은 근대적 공장 시스템의 축소판이었다. 이는 이윤 극대화를 목표로 하는 자본주의적 경영 논리가 식민지 로컬 상업에 깊숙이 침투했음을 보여준다.

이처럼 이즈모야는 당대의 최신 ‘글로벌’ 표준을 군산이라는 ‘로컬’에 성공적으로 이식한 사례처럼 보였다. 그러나 그 근대성은 철저히 분리되고 배타적인 방식으로 작동했다.

### 2.2. ‘로컬’의 단절: 남겨진 공간과 사라진 기술

1945년 해방은 이즈모야라는 ‘글로벌’ 시스템이 얼마나 허약한 기반 위에서 있었는지를 증명했다. 해방은 이즈모야가 쌓아 올린 모든 것을 한순간에 멈춰 세웠다. 이즈모야의 주인이었던 히로세 일가가 일본으로 돌아가면서 그들이 가져온 ‘글로벌’ 시스템은 ‘로컬’에 전혀 뿌리내리지 못한 채 공중분해되었다. 이는 기술이 현지 사회에 내재화되지 못하고 외부 주체와 함께 사라지는 ‘기술의 탈각’ 현상의 전형적인 사례다.

이 단절의 핵심 원인은 기술 이전의 의도적 차단에 있다. 이즈모야는 다수의 조선인 종업원을 고용했지만, 제빵과 같은 핵심 기술은 철저히 일본인 가족 내에서만 독점

8 이즈모야의 시스템과 관련해서는 오세미나, 앞의 논문, 2012, 31~44쪽 참조.



1950~60년대 이성당의 모습

(출처: 네이버 디자인 <https://m.blog.naver.com/designpress2016/224027770966>)



이성당의 현재.(촬영: 2025.9.10.)

되었을 뿐 조선인에게는 전수되지 않았다. 이는 값싼 노동력은 활용하되, 기술 자립의 가능성은 원천적으로 봉쇄하려는 식민지 경영의 구조적 모순을 드러낸다. ‘글로벌’의 외피를 쓰고 기술이 들어왔지만, 그 기술을 이해하고 재생산할 ‘로컬’의 인적 자본은 전혀 양성되지 못했던 것이다. 식민지 시기 내내 ‘글로벌’의 핵심에서 배제되었던 ‘로컬’의 주체들은 해방과 함께 기술적 공백 상태에 직면했다.

결국 해방 후 한국인들이 마주한 것은 기술적 유산이 아닌, 주인이 사라진 물리적 공간, 즉 적산(敵産)뿐이었다. 1948년, 이석우 씨가 불하받은 이즈모야 건물은 바로 이 적산가옥(敵産家屋) 중 하나였다.<sup>9</sup> 그가 물려받은 것은 화려했던 제과점의 명성이나 설비가 아니라, 모든 것이 사라진 텅 빈 건물 그 자체였다. 이성당의 시작은 계승이 아닌, 기술적 공백 상태에서의 맨손 창업에 가까웠다.

결론적으로 이즈모야에서 이성당으로의 전환은 연속이 아닌 결정적 단절이었다. 이즈모야가 구현했던 ‘글로벌라이제이션’은 외부의 ‘글로벌’이 내부의 ‘로컬’을 지배하고 배제하는 비대칭적·식민지적 형태였다. 따라서 피지배자들이 해방과 함께 마주한 것은 기술적 자산이 아니라 모든 것이 원점으로 돌아간 폐허였다. 이즈모야가 남긴 것은 ‘글로벌’ 시스템이 아니라, 역설적으로 ‘글로벌’이 부재한 상태에서 모든 것을 ‘로컬’의 힘으로 해결해야 한다

는 과제였다. 이즈모야의 실패한 글로벌라이제이션은 이성당에게 있어 반면교사가 되었다. 외부에서 주어진 ‘글로벌’이 아닌, ‘로컬’의 필요와 현실에서 출발하여 독자적인 생존 전략을 모색해야 하는 필연적 이유를 제공한 것이다. 이는 다음 장에서 살펴볼 이성당의 ‘지역성’ 체화 과정, 즉 ‘로컬’이 스스로의 힘으로 생존하며 새로운 정체성을 구축해나가는 이야기의 필연적인 배경이 된다.

### 3. 폐허 위의 재창조

#### : 이성당의 독자적 ‘지역성’ 구축

앞서 언급했듯 이성당의 출발점은 기술적 유산이 전무한 ‘폐허’였다. 이즈모야가 남긴 것은 물리적 공간일 뿐, 그 공간을 채웠던 ‘글로벌’ 시스템은 해방과 함께 소멸했다. 이러한 결정적 단절은 역설적으로 이성당이 식민지적 근대성을 답습하는 대신, 자신만의 생존 방식을 모색하게 만든 동력이 되었다. 이 장에서는 이성당이 ‘지역 협업 네트워크를 통한 생존 기반 확보’와 ‘기술의 브리콜라주(bricolage)’, ‘발명된 전통’을 통한 서사 구축이라는 세 가지 층위의 전략을 통해 어떻게 독자적 ‘지역성’을 구축했는

9 배미정, 「줄서서 사먹는 쌀빵: 동네 빵집을 전국구로 키우다」, 『매일경제』, 2017.5.19.

지 살펴보겠다.

### 3.1. 생존을 위한 연대: 지역 협업 네트워크와 공급망의 재편

해방 직후 원재료, 장비, 기술의 전면적 공백은 개별 집포의 힘만으로는 극복하기 어려운 구조적 문제였다. 이 위기 속에서 이성당이 생존할 수 있었던 첫 번째 발판은 개인의 창의성이 아니라, 지역 제과업자들의 집단적 연대였다. 그 핵심에는 ‘삼영상사(三榮商社)’의 설립이 있었다. 군산 지역의 제과점 업자들이 모여 설립된 삼영상사가 설탕, 밀가루 등 핵심 원재료를 공동으로 조달하며 지역 제과업계의 생존 기반을 제공했다.<sup>10</sup> 이는 단순한 원가 절감을 넘어, 다음과 같은 중대한 의미를 갖는다.

첫째, 공급망의 근본적 재편이다. 이는 이즈모야가 일본 본토에 의존했던 수직적·외부적 공급망을, 지역 공동체의 상호부조에 기반한 수평적·내부적 공급망으로 전환시킨 결정적 전환이었다. 즉, 외부 충격에 취약했던 식민지적 유통 구조를 해체하고, 조달 리스크를 지역 수준에서 분산시키는 공동의 생존 전략이었던 셈이다. 이 안정된 공급망이야말로 이성당이 단팥빵과 같은 대표 상품을 꾸준히 생산할 수 있는 물질적 토대가 되었다.

둘째, 장소 기반 경쟁력의 강화다. 지역의 경쟁력은 단순한 결과물이 아니라, 그곳에 속한 행위자들의 상호작용 과정을 통해 형성된다.<sup>11</sup> 이 관점에서 삼영상사와 같은 지역 협업 장치는 단순한 경제 조직을 넘어, 군산이라는 ‘장소’의 정체성을 함께 만들어가는 과정 중심(place-making) 전략의 구체적 사례다. 이성당은 이 네트워크의 핵심 일원으로서 지역 사회에 깊이 뿌리내릴 수 있었다.

### 3.2. 기술의 브리콜라주: ‘로컬’의 자원으로 빚어낸 맛



이성당의 대표 상품 ‘단팥빵’(촬영: 2025.9.10)

‘브리콜라주’란 인류학자 레비스트로스가 제시한 개념으로, 주어진 환경 속에서 가용한 자원들을 임기응변식으로 조합하여 새로운 것을 만들어내는 실천을 의미한다. 해방 직후의 이성당은 이즈모야처럼 일본 본토에서 버터, 크림, 치즈와 같은 고급 재료를 공급받을 수 있는 글로벌 네트워크에서 완전히 단절되어 있었다. 이러한 제약 속에서 이성당이 택한 전략은 주어진 ‘로컬’의 자원을 임기응변식으로 조합하여 새로운 결과물을 만드는 ‘생존을 위한 기술의 브리콜라주’<sup>12</sup>였다.

이는 필연적으로 제품의 성격 변화를 가져왔다. 이즈모야의 주력 상품이 일본인과 조선인 상류층을 겨냥한 화려한 양과자였다면, 이성당은 전쟁과 가난을 겪는 대다수 로컬 주민들의 허기를 달래줄 수 있는 저렴하고 친숙한 빵에 집중했다.

대표적인 사례가 바로 단팥빵이다. 빵이라는 서구적 형식에 한국인에게 가장 친숙한 식재료인 팥을 결합한 단팥빵은 ‘글로벌’의 형식과 ‘로컬’의 미각이 만난 최적의 결과물이었습니다. 게다가 이성당의 단팥빵은 서양빵의 기본 재료인 밀가루 대신 쌀가루로 반죽을 만든다. 이는 미군 원조에 의존하던 밀가루보다 한국인에게 훨씬 친숙하

10 디지털군산문화대전(<https://gunsan.grandculture.net/gunsan/toc/GC05700029>)

11 이병민/남기범, 「글로벌라이제이션과 지역발전을 위한 창조적 장소 만들기」, 『대한지리학회지』 51(3), 대한지리학회, 2016, 423쪽.

12 오세미나, 앞의 논문에서 빵을 만들기 위한 도구를 새롭게 개발한 지점에서 이성당의 브리콜라주를 논의한 바 있다. 필자 또한 이러한 견해에 동의하면서, 이 자리에서는 조리 도구뿐만 아니라 새로운 제품의 생산에 있어서도 브리콜라주 전략이 작용했음을 언급하고자 한다.

고 구하기 쉬웠던 쌀을 활용한 것으로-군산이 미곡의 집결지였던 점과도 관련이 있다.-, 주어진 ‘로컬’의 자원을 최대한 활용하는 브리콜라주의 전형을 보여준다. 또한 쌀가루 특유의 쫄깃한 식감은 한국인의 미각에 부합하는 독자적인 맛을 창조해 냈다.



양금이 가득한 이성당 단팥빵의 단면(촬영: 2025.9.10)

이러한 재료의 현지화는 빵의 내용물, 즉 양금의 ‘양’에서도 극명하게 드러난다. 김현주 대표가 “빵 무게의 절반 이상이 팥”이라고 증언하듯, 쌀가루로 만든 얇은 피 안에 속을 양금으로 가득 채우는 것이 이성당 단팥빵의 정체성이다.

저희는 피가 얇아요. (중략) 빵 무게를 달면 팥이 반 이상이예요. (중략) 옛날부터 그렇게 만들어오셨어요.<sup>13</sup>

쌀가루 반죽과 넉넉한 팥양금의 조합은, 빵이 간식이 아니라 ‘든든한 한 끼’가 되어야 했던 시대적 요구에 대한 완벽한 응답이었다. 결국 이성당의 단팥빵은 ‘빵’이라는 외래의 형식을 빌려왔을 뿐, 그 재료(쌀가루)와 내용(팥), 그리고 형태(넉넉한 양)는 철저히 지역의 현실과 필요에 맞춰 재창조된 것이다. 이는 글로벌 표준의 부재라는 한계가 어떻게 독창적인 로컬 정체성을 탄생시키는 기회가 되는지를 보여준다.

### 3.3. 발명된 전통: 한계의 극복과 야채빵의 탄생

이성당의 ‘지역성’은 단순히 주어진 환경에 적응하는 것을 넘어, 필요에 의해 새로운 전통을 창조하고 거기에 서사를 부여하는 과정을 통해 완성된다. 그 대표가 야채빵이다. 야채빵은 이즈모야의 유산이라기보다, 당시 운영의 난제를 풀기 위해 탄생한 해결형 발명이었다. 김현주 대표의 증언에 따르면, 유행하던 감자사라다빵은 여름철과 상온 판매 환경에서 “하루도 못 가서 자꾸 상하니까” 대안을 모색할 수밖에 없었다. 이에 이성당은 상하기 쉬운 차가운 속 대신 “양배추·양파·당근을 넣고 굽는” 조리 방식의 전환을 통해 보존성과 위생 문제를 동시에 풀었다. 거기에 약간의 고기를 첨가하여 풍미를 더했다. 요컨대 차갑게 끼우는 ‘사라다’를 열을 가해 재료를 안정화한 ‘구운 채소 속’으로 치환한 변화가 야채빵의 출발점이었다.

이 변용은 단순한 레시피 변경이 아니라, 판매·유통·위생의 현실 조건을 반영해 간식과 끼니 사이를 잇는 일상적 빵으로 자리 잡게 한 현장형 기술 결정이었다. 장기적으로 동일 제품을 안정적으로 제공하려면 맛의 일관성이 뒷받침되어야 한다. 이성당은 단팥빵과 관련해 “양금은 30년 전부터 줄인 적이 없다”는 원칙을 유지해 왔고, 반죽 체계에서는 쌀 반죽을 채택해 냉동·해동 후에도 “차갑게 먹어도 쫄득”한 식감을 확보했다. 야채빵 역시 이러한 일관성-보존성-일상성의 삼박자를 공유함으로써 단발적 신상품이 아니라 지속 가능한 주력 품목으로 편입되었다.

결국 야채빵은 장인적 영감의 산물이라기보다, 상온 보관의 취약성이라는 현장에서 부딪힌 한계를 극복하는 과정에서 탄생한 제품이다. 시간이 흐르며 이 실용적 해결의 기억은 브랜드 서사 속에서 의미가 축적되었고, 오늘날에는 군산을 대표하는 ‘우리 도시의 빵’이라는 집단적 기억과 결합해 ‘발명된 전통’으로 작동한다. 다시 말해, 야채빵은 글로벌 기원(샌드형 사라다빵)을 지역 조건(기후·상온 판매·위생 규범)에 맞춰 변형한 한국적 변용의 전형이며, 그

13 이성당 김현주 대표 인터뷰(조사자: 신성환, 조사일시: 2025.9.10.) 이후 추가 조사를 실시함.

서사 자체가 이성당의 장소성과 지속 가능성을 떠받치는 핵심 축이 되었다.

#### 4. ‘글로컬’ 서사의 구축과 소비

##### : ‘가장 오래된 빵집’의 브랜드화

3장에서 분석했듯, 이성당은 지역 협업, 기술의 브리콜라주, 그리고 실용적 필요에 의한 전통의 발명을 통해 독자적인 지역성을 구축했다. 그러나 이러한 내부적 성취가 곧바로 전국적 명성으로 이어지는 것은 아니다. 단팥빵과 야채빵이라는 강력한 로컬 콘텐츠는, 그것을 포장하고 유통시키는 매력적인 ‘서사(narrative)’와 결합될 때 비로소 지역의 경계를 넘어설 수 있다. 특히 쇠퇴한 원도심을 활성화하는 방안으로 지역의 역사문화자원이 주목받는 현대적 맥락에서, 이성당의 서사 구축은 군산이라는 도시의 정체성을 재정립하는 핵심 동력으로 작용한다.

창립 80주년(1945-2025)을 맞이하는 올해, 이성당의 브랜드 파워는 그 어느 때보다 강력하다. 이 장에서는 이성당이 ‘한국에서 가장 오래된 빵집’이라는 강력한 서사를 어떻게 구축하고, 미디어를 통해 증폭시키며, 소비자들이 이 서사를 어떻게 ‘장소성’과 결합하여 소비하는지를 분석한다. 이를 통해 이성당이 단순한 지역 빵집을 넘어, 지역에 깊이 뿌리내리면서도 전국적 영향력을 갖는 ‘글로컬(Glocal)’ 브랜드로 거듭나는 과정을 살펴보고자 한다.

##### 4.1. ‘가장 오래된 빵집’ 서사의 탄생과 미디어의 역할

이성당 브랜드 서사의 핵심은 ‘한국에서 가장 오래된 빵집’이라는, 시간의 권위가 담긴 타이틀이다. 이 서사는 2장에서 논파했듯 이즈모야로부터의 기술적, 인적 계승이 단절되었다는 역사적 사실을 의도적으로 생략한다. 이를 대신하여, 서사는 ‘1945년 해방과 함께 이즈모야가 있

던 바로 그 장소에서 시작되었다’는 공간적 연속성을 선택적으로 강조한다. 이는 식민 유산의 계승이라는 논란을 피하면서도, 80년이라는 물리적 시간이 주는 역사성과 신뢰도를 확보하는 고도로 전략적인 서사 구축 방식이다. 즉, 이성당의 서사는 ‘기억’만큼이나 ‘망각’을 통해 완성된다.



‘이성당을 기억하는 이성당’. 이성당 본점의 한쪽 벽에는 이성당의 과거를 담은 사신을 모아 전시하고 있다. (촬영: 2025.9.10)

이 서사가 전국적으로 확산되는 데에는 미디어의 역할이 결정적이었다. 특히 2010년대 이후 본격화된 ‘떡방’과 지역 맛집 탐방 프로그램들은 복잡한 역사적 맥락을 패키징하여 대중에게 전달하는 증폭 장치로 기능했다. 미디어는 ‘현존하는 가장 오래된 빵집’, ‘추억의 맛’, ‘3대째 이어오는’ 등 단순하고 감성적인 수사로 서사를 결정화(結晶化)했다. 특히 창립 80주년과 같은 역사적 분기점은 미디어에게 서사를 강화하고 재생산할 더없이 좋은 소재를 제공하며, 이성당을 단순한 빵집이 아닌, 근현대사의 한 페이지를 간직한 ‘살아있는 박물관’이자 ‘문화유산’의 반열에 올려놓았다.

##### 4.2. 복합문화공간으로서의 소비

미디어가 구축한 서사는 소비자들이 이성당을 소비하는 방식을 근본적으로 바꾸어 놓았다. 이성당은 단순한 상업 공간을 넘어, 볼거리(역사적 공간), 즐길거리(기다림의 경

협), 먹을거리(빵), 살거리(기념품)가 공존하는 ‘복합적인 문화 공간’으로 기능<sup>14</sup>한다. 소비자들은 이곳에서 기계로 복제할 수 없는 대량생산된 프랜차이즈 빵에서는 느낄 수 없는, 오래된 이야기와 장소성, 그리고 특별한 체험이 결합된 고유의 가치를 추구한다. 이러한 측면에서 소비자들의 이성당 방문은 일종의 ‘성지 순례’와 같은 의례적 성격을 띤다.



이성당 본점에 마련된 80주년 브랜드 헤리티지 월(촬영: 2025.9.10)

흥미로운 점은 소비자가 체험하는 공간의 이중성이다. 소비자들은 “1960년대 혹은 1970년대의 세월을 고스란히 간직” 했을 것이라는 기대를 안고 방문하지만, 마주하는 것은 “여느 유명한 재벌 빵집 못지않게 매우 세련되고 깔끔한” 현대적 공간이다.<sup>15</sup> 이는 이성당이 담지한 장소성이 낡고 불편한 과거의 재현이 아니라, ‘오래된 이야기’를 ‘현대적이고 쾌적한 공간’에서 소비하는 경험을 있음을 시사한다.

이러한 ‘장소성의 소비’는 두 가지 특징적 의례로 나타난다. 첫 번째는 기다림의 의례화이다. 가게를 둘러싼 긴 줄은 ‘진정한 맛’을 얻기 위한 통과 의례이자, 80년 역사의

현장에 동참한다는 공동체적 소속감을 부여하는 퍼포먼스가 된다. 두 번째는 인증을 통한 서사의 재생산이다. 소비자들은 이성당의 간판, 빵 봉투 등을 촬영해 SNS에 공유하며, 해시태그-#이성당, #군산맛집, #이성당80주년-를 통해 서사를 자발적으로 확산하는 능동적 생산자가 된다.

### 4.3. 글로컬 브랜드로의 도약

강력한 서사와 장소성을 확보한 이성당의 글로컬 전략은, 군산이라는 지역의 절대적 구심점이 되는 것에서부터 시작된다. 군산 원도심의 근대문화유산 거리는 복원되거나 용도가 변경된 건축물이 많아 자칫 박제된 역사로 남을 위험이 있다. 바로 이 지점에서 이성당은 “복원된 근대건축물의 한계를 보완해 줄”<sup>16</sup> 살아있는 역사로서의 독보적 가치를 드러낸다. 80년간 같은 자리에서 빵을 구워내는 현재진행형의 상업 활동 그 자체가 가장 강력한 전시 콘텐츠가 되어, 원도심 전체에 진정성과 활기를 불어넣는 ‘심장’ 역할을 수행하는 것이다.

이렇게 구축된 지역의 구심점으로서의 절대적 위상은 역설적으로 군산의 경계를 넘어 전국으로 브랜드를 확장하는 가장 강력한 자산이 된다. 이성당의 글로컬 전략의 핵심은 ‘본점의 신성화’와 ‘분점의 대중화’라는 이원적 접근에 있다. 군산 본점은 단순히 빵을 파는 1호점이 아니라, 긴 줄과 한정된 물량 등을 통해 희소성을 극대화한 서사의 원천이자 유일무이한 ‘성지’로 철저히 관리된다. 이곳은 브랜드의 진정성이 샘솟는 원천이며, 소비자들이 기꺼이 ‘순례’를 떠나는 목적지 그 자체다.

반면, 서울 등 대도시에 위치한 분점들은 이 ‘성지’의 서사를 맛보고 싶어 하는 대중을 위한 ‘전초기지’ 혹은 ‘체험관’으로 기능한다. 소비자들은 분점에서 빵을 구매함으로써, 군산까지 가지 않고도 가장 오래된 빵집의 맛이라는 서사의 일부를 안전하고 편리하게 소유하는 대리 만족을 얻는다. 여기서 중요한 것은 분점이 본점의 가치를 대체하

14 김소라/이병민, 「근대문화유산을 활용한 원도심 재생」, 『대한지리학회 학술대회는문집』, 대한지리학회, 2016, 45쪽.

15 김은혜, 「새만금 스토리텔링: 새만금 관광의 필수 코스가 된 이성당」, 『열린전북』 147, 열린전북, 2012, 67~68쪽.

16 김소라/이병민, 앞의 논문, 2016, 45쪽.

는 것이 아니라, 오히려 본점의 신비감과 방문 욕구를 더욱 자극하는 역할을 한다는 점이다. 본점의 성공은 브랜드의 인지도를 높여 다시 본점의 명성을 강화하고, 더 많은 ‘순례자’를 군산으로 이끄는 강력한 선순환 구조를 만들어낸다. 이성당이 새만금이나 근대문화유산 관광객을 끌어들이는 ‘징검다리’가 되는 현상은 이러한 선순환이 성공적으로 작동하고 있음을 보여주는 명백한 증거다.<sup>17</sup> 결국 이성당은 가장 지역적인 것이 어떻게 가장 전국적인 것이 될 수 있는지를 증명하는 성공적인 글로벌 모델을 완성했다.

## 5. 나가며

본고는 군산 이성당의 80년을 통해 외래의 표준이 지역의 현실과 만나 단절-재구성-서사화의 과정을 거쳐 글로벌 문화로 정착하는 양상을 추적했다. 출발점은 분명하다. 해방 직후 이즈모야로부터는 공간만 이어졌고, 기술·장비·공급망은 끊겼다. 이 불연속 위에서 이성당은 지역의 협업과 현장형 해결로 생산의 기반을 다시 세웠고, 그 축적이 오늘의 정체성으로 이어졌다. 다시 말해 이성당의 역사는 단순한 ‘계승’이 아니라, 단절을 극복하며 새 표준을 만들어 온 이야기다.

이 재구성의 핵심에는 로컬화된 운영이 있었다. 재료의 조달은 삼영상사와 같은 지역 네트워크로 안정화되었고, 제품은 단팥빵의 ‘맛의 일관성’, 쌀 반죽의 채택, 야채빵의 현장형 변용을 통해 일상적 미각에 맞게 조율되었다. 이러한 내부의 규율과 기술은 매장 동선, 흑백 사진과 연혁 표식, 합리적 가격 정책과 결합하면서 ‘줄 서는 경험’이라는 사회적 의식으로 확장되었다. 결과적으로 이성당은 박제된 과거가 아니라 지금 여기에서 생산되는 것으로 체험하게 하는 장소 운영의 모델을 제시했고, 그 운영의 언

어가 곧 브랜드의 언어가 되었다. 이 축적은 ‘가장 오래된 빵집’이라는 서사로 조직되어 관광·미디어·SNS를 통해 소비되었다. 방문객은 줄을 서고, 사진을 찍고, 후기를 남기며 이야기의 생산자이자 증인이 되었다.

따라서 이성당의 사례는 글로벌라이제이션을 거시 서사로만 이해하는 데서 한 걸음 더 나아가, 조달-공정-레시피-경험 설계가 맞물려 작동하는 미시적 기제를 보여준다. 지역 협업과 제품 규율, 장소 설계가 상호작용하는 거버넌스가 있을 때, 로컬 베이커리는 지역의 심장으로서 기능하면서도 전국적 브랜드로 도약할 수 있다. ‘오래됨’은 시간의 두께만이 아니라 매일 갱신되는 운영의 규범에서 유지되는 것임을, 이성당을 통해 우리는 확인할 수 있다.

17 김은혜, 앞의 논문, 24쪽 참조.

## 참고문헌

## 1. 단행본 및 논문

- 김성수, 「두 개의 글로컬라이제이션, 두 얼굴의 글로컬: 글로컬라이제이션 개념을 배경으로 한 문화콘텐츠 기획의 허와 실」, 『글로벌문화콘텐츠』 10, 글로벌문화콘텐츠학회, 2013.
- 김소라·이병민, 「근대문화유산을 활용한 원도심 재생」, 『대한지리학회 학술대회논문집』, 대한지리학회, 2016.
- 김은혜, 「새만금 스토리텔링: 새만금 관광의 필수 코스가 된 이성당」, 『열린전북』 147, 열린전북, 2012.
- 김춘동, 「한국 빵 문화 변천의 사회문화적 과정」, 『민주주의와 인권』 16(4), 전남대 5·18연구소, 2016.
- 문승렬, 「장수빵 가게 군산 이성당의 장수경영전략 연구」, 『인문사회21』 9(4), 인문사회21, 2018.
- 오세미나, 「군산지역의 제과점을 통해 본 근대의 맛과 공간의 탄생」, 전북대 석사학위논문, 2012.
- \_\_\_\_\_, 「해방 이후 제과 기구와 기술의 발달을 통해 본 근대문화의 정착 과정에 관한 연구」, 『건지인문학』 21, 전북대 인문학연구소, 2018.
- 이뫼별, 「글로컬라이제이션의 오해와 진실」, 『글로벌창의문화연구』 9(2), 글로벌창의산업연구센터, 2020.
- 이병민·남기범, 「글로컬라이제이션과 지역발전을 위한 창조적 장소만들기」, 『대한지리학회지』 51(3), 대한지리학회, 2016.
- 정명교, 「우리나라 제과 산업의 역사」, 『식품과학과 산업』 53(3), 한국식품과학회, 2020.

## 2. 기타 자료

디지털군산문화대전.

<https://gusan.grandculture.net/gusan/toc/GC05700029>

배미정, 「줄서서 사먹는 쌀빵: 동네빵집을 전국구로 키우다」, 『매일경제』, 2017.5.19.

## Abstract

## A Glocal Cultural History of 'The Oldest Bakery in Korea', Lee Sung Dang

Shin, Seong-Hwan | Chung-Ang University

This study reinterprets the cultural history of Lee Sung Dang, a bakery in Gunsan, through the lens of glocalization, challenging its simplistic image as “Korea’s oldest bakery.” Rather than a direct continuation of the Japanese colonial-era Izumoya, its true origin lies in a rupture after Korea’s liberation, marked by a lack of capital and technology. Through local collaboration, technological bricolage using rice flour, and the creation of an “invented tradition” embodied in its vegetable bread, Lee Sung Dang established a unique locality. Media amplification of its “oldest bakery” narrative elevated it to national status, while its dual glocal strategy—anchoring authenticity in Gunsan and expanding urban branches—fostered mutual reinforcement between local identity and national fame. The case exemplifies glocalization as a creative reconstruction process where local resilience transforms historical discontinuity into cultural universality.

**Keywords** Lee Sung Dang, Gunsan, Glocalization, Locality, Narrative, Invented Tradition

이 논문은 2025년 9월 20일에 투고 완료되어

2025년 9월 30일부터 10월 15일까지 심사위원이 심사하고

2025년 10월 20일에 심사위원 및 편집위원 회의에서 게재가 결정된 논문임