

홍성군 문화 및 관광 육성방안

일시: 2005년 11월 23일 수요일, 14:00

장소: 홍성군청 대강당

주관: 홍성군, 충남발전연구원

◆ 진행 순서 ◆

개회식(14:00~14:20)

- 국민의례
- 환영사 체현병 홍성군수

주제발표(14:20~15:30)

- 좌 장
- 제1주제 발표 홍성군 문화진흥 및 관광산업 발전방안
 조재영 청운대학교 광고홍보학과
- 제2주제 발표 내포홍주 정신문화자원의 현황과 활용방안
 오석민 충청남도역사문화원 전시유물부장
- 제3주제 발표 홍성군 그린투어리즘 활성화 과제와 전략
 황길식 명소마케팅 대표

휴식(15:30~15:40)

토론(15:40~16:10)

- 제1주제 토론 신연호 혜전대학 교수
- 제2주제 토론 김경식 홍성문화원 사무국장
- 제3주제 토론 박분이 하누리 마을 지도자

종합토론(16:10~16:40)

폐회(16:40)

목 차

□ 제1주제 : 홍성군 문화진흥 및 관광산업 발전방안

- I. 서론 6
- II. 관광지 이미지의 형성과 마케팅홍보의 영향 10
- III. '홍성군' 문화관광 이미지 정립을 위한 마케팅
커뮤니케이션 전략 19

□ 제2주제 : 홍성군 정신문화자원 현황과 활용방안

- I. 충청남도의 등장과 연혁 32
- II. 홍주목과 결성현의 연혁 34
- III. 홍성목의 역사지리적 위치 38
- IV. 홍성군의 역사문화자원과 활용 현황 44

□ 제3주제 : 교류증진을 통한 홍성군의 농촌관광사업 추진전략

- I. 왜 농촌관광인가! 62
- II. 농촌관광의 현황과 그린투어리즘의 개념 64
- III. 교류증진과 농촌관광사업의 전개 70
- IV. 홍성군 NGT에 대한 제언 77

제1주제

홍성군 문화진흥 및 관광산업 발전방안

— ‘홍성군’ 문화관광지 이미지 정립을 위한
마케팅 커뮤니케이션 전략을 중심으로 —

조 재 영

(청운대학교 교수)

홍성군 문화진흥 및 관광산업 발전방안

· 문화관광지 이미지 정립을 위한 마케팅 커뮤니케이션 전략을 중심으로 ·

I. 서론

1. 들어가는 말

- 현재 우리는 세계화, 지방화, 정보화, 문화화 등 급격한 변화의 조류와 무차별적 글로벌 경쟁의 시대에 살고 있다. 기존의 이념적인 국경과 경제적인 보호공간의 제약이 모호해지면서 경제적 실리 확보의 경쟁이 더욱 심화되고 있다. 이에 따라 세계의 모든 국가는 물론이고 한 국가내의 모든 지역들도 경쟁중심의 패러다임을 수용하지 않을 수 없는 것이 현실이다.
- 이러한 냉혹한 현실 속에서 관광산업은 훌륭한 경제전략 무기가 될 수 있다. 일찍이 많은 미래학자들은 21세기의 고부가가치형 3대 성장유망산업으로 정보산업, 환경산업외에 관광산업을 지목한 바 있다. 선진국이나 선진지역에서는 이미 오래전부터 관광산업의 가치를 인정하여 투자와 노력을 아끼지 않아왔으나 우리의 경우에는 관광산업을 소비위주의 사치성, 향락성 산업으로만 인식하여 체계적인 노력을 기울이지 못했다.
- 그러나, 본격적인 지방화시대가 전개되면서 지역경제 활성화의 가장 큰 전략적 무기는 관광산업이라는 인식이 팽배해지고 ‘관광’에 대한 의미 또한 ‘문화관광’의 개념으로 전환되어 인식되면서 지역마다 관광산업을 육성시키기 위해 안간힘을 기울이게 되었다.
- 본 글의 목적은 이와 같은 시대적 변화에 부응한다는 맥락에서 지역 특히 ‘홍성군’의 문화관광산업을 발전시킬 수 있는 방안을 제안하는 데 있다. 우선, 발전방안을 제시하기 전에 그 토대가 될 수 있는 문헌들을 바탕으로 논지를 펴기로 하겠다.

2. ‘관광’, 문화산업

- 우리나라의 경우, 1995년 본격적인 지방자치제도가 실시된 이래로 정치,

경제, 사회, 문화의 모든 면에서 중앙정부 주도의 하향식 방법이 아닌 지방정부 주도의 상향식 방법이 점차 확산되어가고 있다. 따라서 지역의 역할과 기능은 날로 복잡해지고 다양해지면서 지역경제 및 문화의 활성화도 해당 자치단체의 책임으로 여겨지고 있으며 많은 지방자치단체들은 지역의 발전을 위한 가장 바람직한 방법의 하나로 지역 관광 활성화를 꼽고 있다(한국관광공사, 1998, p.7).¹⁾ 관광산업은 복잡한 행정 개편과 제도개선없이 지방자치단체의 재원을 확충하고 가시적인 효과를 지역주민들에게 부각시킬 수 있는 가장 바람직한 지역활성화 수단으로 각별한 주목의 대상이 되어 왔다. 특히, 최근들어 관광수요의 지속적인 증가와 여가에 대한 높은 관심도는 지방관광 활성화를 통해 지역발전을 달성하려는 지방자치단체의 움직임을 더욱 부추기고 있다.

- 현대사회에서 관광의 의미는 더 이상 풍광이나 사적을 보는 것에 그치지 않고 관광지의 문화적 현상을 보고, 느끼며, 직접참여하는 등 광의적으로 변해가고 있다. 문화적 이벤트는 그 지역의 인지도를 높일뿐만 아니라 물리환경적 자원에 대한 올바른 이해를 도와 긍정적 이미지로 포지셔닝시켜 지역경제의 활성화는 물론 주민의 문화의식에까지 영향을 미친다. 외국의 경우, 할리우드의 영화산업은 갈수록 팽창되어 로스엔젤레스 지역의 주요 기반산업으로 성장하였다. 할리우드에서 만들어진 영화 '쥬라기공원' 한편의 수익이 당시의 현대자동차 150만대를 수출해서 얻은 수익과 비슷하였다. 또한 디즈니사의 영상산업은 1960년대 이후 한동안 고전을 면하지 못하였지만 1980년대에 방대한 규모로 부활하였다. 이러한 예들은 지역의 단순한 문화적 이벤트가 문화산업의 급격한 팽창으로 지역경제에 미치는 영향이 매우 확대되고 있음을 증명해주는 것이다(권오혁, 1999).
- 이처럼 특정한 지역의 관광산업은 그 지역의 문화적 전반에 대한 이해 및 참여를 통해 이루어지는 총체적인 문화관광산업으로 발돋움하면서 지역경제활성화에 큰 몫을 하고 있다.

1) 한국관광공사가 1996년 실시한 설문조사 결과에 따르면, 조사에 응한 127개 지방자치단체 가운데 77개(66.6%)가 장래의 주력산업으로 관광산업을 지목하였다. 관광산업은 전자·생명공학 등 첨단산업(22.0%), 일반제조업(11.0%), 농업(3.9%)에 비하여 그 비중이 월등히 높은 것으로 나타나 지방자치단체에 있어서 관광산업의 중요성을 잘 설명하고 있다(한국관광공사, 1998, p.19).

3. 지역 문화관광산업의 진흥을 위한 이미지 제고전략의 필요성

- 지역관광 활성화를 위해서는 관광산업이 문화산업이라는 인식하에 지역의 문화관광상품을 개발하는 것과 동시에 이를 마케팅하고 프로모션하는 일이 중요하다. 프로모션 전략 중에서도 특히 미디어 및 소비자 환경변화로 인해 중요하게 인식되고 있는 것은 관광지로서의 긍정적 이미지를 가질 수 있도록 포지셔닝하는 일이다. 모든 제품 및 서비스 마케팅에는 효과적인 포지셔닝 전략이 필수적이다. 포지셔닝은 기본적으로 타겟 시장 소비자들의 마음 속에 있는 제품의 이미지를 적절하게 창출하는 것을 내포하고 있다.
- 관광 목적지의 경우에도 예외가 아니어서 적절한 관광지 이미지를 창출하고 관리하는 것은 효과적인 포지셔닝과 마케팅 전략에 있어서 대단히 중요하다. 지역 축제를 통해 지역의 이미지를 제고(이장주, 1998)하거나, 지역 특성에 적합한 다양한 이벤트를 개발하여 널리 알려야 한다(지진호, 김정훈, 1998). 강원도 춘천시는 아름다운 '호반의 도시'라는 정적인 이미지에서 탈피, 지역문화의 새로운 이미지 정립을 시도하여 매년 정기적으로 '춘천 국제인형극제'를 개최하고 있다. 이 축제는 춘천에 대한 새로운 이미지 형성으로 세계적인 명성을 얻었으며 1996년 당시 5억원 정도의 지역경제에의 파급효과가 있었다고 한다. 최근들어 높은 인지도를 얻고 있는 지역 이벤트 중에는 앞에서 언급한 영상 소프트웨어와 관련된 문화적 이벤트들과 드라마 촬영지를 상품화하여 알려진 경우들도 있다.²⁾
- 이러한 이벤트가 짧은 시간에 널리 알려지게 된 원인은 광고·홍보 때문이라 해도 과언이 아니다. 텔레비전을 비롯하여 신문, 잡지는 물론 인터넷에까지 광고 및 홍보활동으로 나름대로의 특성을 지닌 영상축제로 자리잡아가고 있는 것이다. 지역에 아무리 훌륭한 문화재 또는 축제 등 관광상품이 있다해도 알려지지 않으면

2) 오래전부터 부산 국제영화제가 개최된 부산은 영화촬영장소로 각광을 받고 있다. 2000년에 부산에서 촬영하고 있거나 촬영할 극 영화는 20편이나 된다(조선일보, 2000. 6. 23.). 그 외에도 드라마 '모래시계'로 널리 알려진 '정동진', '겨울연가' 촬영지인 춘천지역 '남이섬', '중도유원지', '외도해상공원' 등.

큰 수입을 기대할 수 없는 것은 너무도 당연한 사실이다. 또한 이러한 상품을 프로모션하는 과정에서 지역의 이미지가 정립되어 포지셔닝되는 효과도 크며 지역의 이미지는 곧 그 지역에 대한 관광지 이미지로 연결된다. 관광을 상품으로 다룰 때 그 상품을 하나의 이미지로 연출해내는 것은 어떤 관광상품의 실제모습이나 현실적 평가보다 더욱 중요하기(Thurot and Thurot, 1983) 때문에 관광목적지의 이미지는 이러한 표현적 연출에 중요한 역할을 한다. 이와 같이 관광목적지의 이미지는 관광목적지를 결정할 때 영향을 미치는 중요한 요인으로서 관광지 마케팅의 효과적인 수단(이태희, 1996)임으로 지역 이미지제고를 위한 연구는 관광학 분야뿐만 아니라 광고·홍보분야의 중요한 연구주제가 된다.

II. 관광지 이미지의 형성과 마케팅홍보의 영향

1. 이미지의 개념

- ‘이미지’는 Boulding(1956)이 주장한³⁾ 이래 마케팅 관련 분야에서 널리 사용되고 있다. 그 의미는 개인 또는 집단이 어떤 대상에 대하여 갖는 일련의 신념(beliefs), 아이디어, 인상(impression) 등의 집합으로서 자신이 지각하고 중요하게 고려하는 관점에 대한 평가로서(Kotler, 1980) 신념과 같은 인지적 지식일뿐만 아니라 느낌, 편견, 상상 등 감정적 내용을 지닌(Lawson and Baud-Bovy, 1977) 전반적 인상이다(Oxenfeldt, 1974, 1975; Dichter, 1985; Dobni & Zinkhan, 1990). 이와 같이 이미지는 개인 또는 집단이 지각하고 느끼는 대상의 유형적 요인과 무형적 요인의 조합으로 구성되어 있다(Linguist, 1974).
- 이미지는 기대했던 것을 현실적으로 경험할 때 일련의 자극내용을 차별적으로 인식함으로써 형성되기도 하지만 소비자가 특정 인식대상에 대해 갖는 태도와 같이 어떤 압도적인 인상이나 고정관념이 함축되어 대상에 대한 직접적인 경험없이 형성되기도 한다(Gartner, 1993). 또한 전체 인상 중에서 소비자가 선택한 소수의 인상을 바탕으로 형성되기도 하기(Phelps, 1986) 때문에 소비자 개인의 기호, 경험, 욕구 등 개인의 내적 선유요인들과 사회, 문화 및 경제적 환경 등 외적 선유요인 등 다각적 자극이 영향을 미친다. 과거의 프로모션, 명성 또는 동료집단의 평가도 자극으로 작용한다(Gensch, 1978 in Gartner and Hunt, 1987: 15). 따라서, 이미지는 고정적이지 않으며 객관적이지도 않지만 다른 사람들과 공유되는 사회적 성격을 지니기도 한다(Stringer 1984).
- 이렇게 형성된 이미지는 매우 뿌리깊게 개인의 심상에 박혀있기 때문에 그 대상이나 사물에 대한 객관적 정보나 지식보다는 이미지에 따라 반응하는 경향이 강하며(Erickson, Johansson & Chao, 1984), 특히 개인적 경험에 의하여 형성된 이미지는 자아관여가 크고 구매행동을 일으키는 힘이 대단히 강하기 때문에 마케팅 환경관리면에서 중시되고 있다(김동기, 1980).

3) Boulding(1956, pp.7~8)에 의하면 이미지는 주관적 지식이며 이같은 지식은 수신된 정보를 토대로 머리 속에서 유용한 단위나 카테고리로서 정돈되고 조직된다.

2. 관광지 이미지의 형성

- 관광지 이미지는 관광목적지 결정 과정에서 소비자에게 동기를 부여하는 중요한 요인으로서 오래전부터 관광학분야에서 관심의 대상이 되어왔다(Roger, 1970). 많은 연구들(Hunt, 1975; Hunt and Chung, 1985; Ahmed, 1991; Fakeye and Crompton, 1991; 이태희, 박기홍, 1994; 이태희, 1997)에 의하면, 실제 방문자와 잠재 방문자들이 지각하고 있는 관광지 이미지는 관광목적지를 선택하는 과정에서 중요한 역할을 하며, 관광지의 성패를 좌우하는 매우 중요한 요인이다. 관광목적지를 선택하는 의사결정자들은 목적지에 대한 객관적 실재가 아니라 목적지의 이미지, 믿음, 지각에 근거하기 때문에 긍정적인 이미지는 관광목적지에 대한 선호도와 직결된다. 따라서, 관광지 이미지는 마케팅 커뮤니케이션의 한 수단으로서 판매증대와 지속적인 이윤확보의 주요 결정인자로서 작용한다.
- 관광지 이미지란 관광지를 방문하기 전에 획득한 여러 형태의 정보자극이나 관광지에서 실제의 경험을 통해 형성된 관광지에 대한 전체적 인상을 일컫는다. 이미지의 속성처럼 관광지 이미지도 일단 형성되면 상당히 안정적이고 지속성을 유지하는 경향이 있지만 불변하는 것은 아니며 다른 정보자극이나 실제 방문을 통해 변화 또는 수정되기도 한다. 다만 완전한 변화까지 많은 시간과 비용이 소요되는 매우 어려운 과정을 겪을 뿐이다(이장주, 1998).
- 관광지 이미지를 형성하는 요소에는 일반적으로 흥분, 탈출, 휴식 등의 사회, 심리적 측면과 기후, 풍경, 문화, 시설 등 물리환경적 측면의 내용이 포함된다. <표 1>은 선행연구를 통해 밝혀진 관광지 이미지를 구성하는 요소들을 연구별로 분류한 예이다. 지역은 다르지만 관광지로서 관광객이 바라는 또는 경험한 이미지를 구성하는 요소에는 큰 차이가 없음을 알 수 있다.

<표 1> 관광지 이미지의 구성요인과 관련된 선행 연구

연구자	연구내용	이미지 구성 요인
Goodrich (1978)	북미와 중남미의 9개 관광지에 대한 상대적 이미지 연구	수상스포츠시설, 골프/테니스 시설의 이용 가능성 역사적/문화적 관심사, 자연경관, 사 람들의 환대태도 휴식 및 휴양기회, 쇼핑시설, 요리· 오락의 유용성, 숙박시설의 안락함
Haahti (1986)	주변국가와 비교한 핀란드의 상대적 관광이미지 연구	화폐가치, 접근의 용이성, 스포츠시 설, 야간경관, 조용하고 평화로운 성 향, 야생 및 야영활동, 문화체험, 아 름다운 풍경
진계성 (1987)	관광한국에 대한 미국인의 의식조사	쇼핑기회, 한국인에 대한 전반적 인 식, 안전 및 보안, 아름다운 경관, 역 사 및 문화의 매력물, 일반적 관광시 설 및 여건, 한국에 대한 일반적인 태도
Bojanic (1991)	남부유럽국가의 관광목적지 이미지 관리에 있어서 광고의 중요성에 관한 연구	상하의 목적지, 아름다운 건축물, 지 루한 장소, 아름다운 해변, 색다른 음식, 부정직한 주민, 미국화폐의 가 치, 흥미로운 도시, 안전성, 할인쇼 핑, 야간활동, 국가의 경제수준, 도로 사정, 유럽관광객수, 숙박시설, 주민 의 환대성, 언어소통, 역사적 유적 미국인에 대한 호감도
Fakeye & Crompton (1991)	미국 텍사스의 리오그란데 계곡 방문자를 대상으로 방문 횟수에 따른 이미지 변화 연구	사회적 기회와 매력물, 자연적, 문화 적 쾌적함, 숙박 및 교통시설, 기반 시설, 음식 및 친절한 사람, 쾌적함 과 레크리에이션 활동, 야간관광

- 위와 같은 심리적 측면과 물리환경적 측면의 이미지 요소들은 실제 경험(방문)을 통해 형성되는 유기적 이미지(organic image)와 경험하지 않고 간접적인 방법으로 얻은 이미지인 유인적 이미지(induced image)로 구분(Gunn, 1972)할 수 있다. 유인적 이미지는 미디어를 통한 과거 또는 현재의 프로모션, 동료나 가족집단 등의 구전을 통해 형성되며 실제의 경험을 통해 형성되는 유기적 이미지는 프로모션 등 외부적 자극에 의해 이미지로 재조합되어 새로운 유인적 이미지로 발전하기도 한다. 유인적 이미지는 해당 관광지

자체를 목적으로 한 프로모션에 의해서만 형성되는 것이 아니라, 비의도적이고 우연적인 자극에 의해 형성되기도 한다. 예를 들어, 한국인에 대한 전반적인 인식이 국가 이미지에 영향을 주고 나아가 관광목적지로서 의사결정에 영향을 준다(진계성, 1987).

- 심리적, 물리환경적 요소가 동시에 유기적 이미지와 유인적 이미지 형성에 모두 영향을 미친다. 예를 들어 일상생활로부터 탈출하기 위해 특정한 관광지를 찾은 방문자에게 있어서 그곳의 자연, 편의 시설, 숙박 등 그 자체들은 물리환경적 요소이지만 그것을 사용함으로써 얻어지는 심리적인 요소들도 유기적 이미지 형성에 영향을 주는 것이다. 또한 비방문자에게 있어서 특정한 관광지 광고를 접한 후 그곳의 물리환경적 요소들에 정보는 탈출하고픈 심리적 욕구를 자극하고 그곳에 대한 기존의 이미지와 조합하여 새로운 유인적 이미지를 형성하게 된다. 따라서, 관광지 이미지는 관광지 그자체로서의 유형적 즉, 물리환경적 요소들과 그것들을 사용하고 느끼거나 또는 간접적으로 프로모션 자극을 접한 후 형성되는 매우 복합적 산물이다.
- 관광지 이미지 형성을 단계적으로 설명하면, ①휴가경험에 대한 심적 이미지 축적, ②보다 많은 정보에 의한 이미지의 수정, ③휴가여행의 결정, ④목적지로의 여행, ⑤관광목적지에서의 참여활동, ⑥일상생활로의 복귀, ⑦경험에 근거한 이미지의 새로운 축적 등 7가지 단계로 분류할 수 있으며 한번 형성된 이미지는 변화하기가 매우 어렵기 때문에 처음 3단계가 매우 중요하다(Gunn, 1972). 이러한 형성과정은 관광지와 관광자에 따라 다소 차이는 있겠지만 일반적인 모형이다. 관광목적지 의사결정은 대체로 고관여도 상황에서 발생하기 때문이다(Dimanche, Havitz& Howard, 1993).
- 고관여도 의사결정 상황에서 소비자는 능동적 정보추구 행동을 나타낸다. 복잡한 의사결정과정을 거쳐 행동에 옮기고 난 후 즉, 구매 후 평가시 자신의 결정을 옹호하는 성향을 보인다. 미국과 캐나다의 미국여행작가협회 회원을 대상으로 한국을 비롯해 일본, 홍콩, 필리핀의 이미지에 대한 연구에서 비방문자보다는 방문자들의 이미

지가 훨씬 긍정적이기 때문에 잠재 방문자의 관광이미지 개선을 위한 선전 및 홍보의 중요성과 과거 방문자들의 구전이 중요하다(Hunt & Chung, 1985)는 것이 크게 부각되었다. 이 연구는 의미분별척도(semantic differential scale)를 이용하여 ①위락시설의 이용 가능성, ②역사, 문화 관광대상, ③경관과 환경, ④국민의 친절성, ⑤적정 숙박시설의 이용 가능성, ⑥국내교통수단의 이용 가능성, ⑦요리, ⑧기후, ⑨쇼핑, ⑩오락 등 10개 항목에 대한 국가별 이미지의 차이와 방문자와 비방문자간의 이미지 차이, 거주 지역에 따른 이미지 차이 등을 분석하였다.

- 방문자와 비방문자간에 관광지 이미지에 차이가 있다는 것은 1985년 한국을 처음 방문하는 미국인 관광자를 대상으로 한국 방문 전(前)과 방문 후(後)의 이미지 변화 연구(Chon, 1991)에서도 나타났다. Gunn의 7단계 관광자 행동 모델을 바탕으로 방문전 단계와 방문 후 및 복귀단계에서 관광목적지에 대한 이미지와 지각이 어떻게 변화되고 강화되는지를 분석한 결과 한국 방문 후에 한국에 대한 지각과 이미지는 향상되었다. 방문자가 비방문자보다 더 긍정적인 이미지를 갖는 것은 관광지 이미지 구성요인 중 일부에만 해당될 수도 있다(조광익, 1997). 그러나 일반적으로 방문자가 더 긍정적이다.
- 방문자들의 이미지가 보다 긍정적으로 나타난 것은 인지균형이론에 의거하여 설명하면 자신들의 결정에 대한 인지적 혼란을 감소시키고자 하는 노력으로 볼 수 있으며 이와 함께 주목해야 하는 것은 방문자의 긍정적 이미지가 지속될 수 있도록 프로모션(예를 들어, 뉴스레터, 캘린더 등과 같은 지속적인 정보 제공 등)을 계속 유지해야 한다는 점이다. 캘리포니아 거주 주민이 다른 지역에 사는 사람보다 전반적으로 유타주의 이미지 구성요인에 더 많은 인상을 받아왔는데, 이것은 유타주가 캘리포니아에 지속적인 마케팅적 관심을 기울여왔다는 사실과 일치한다(Ahmed, 1991). 또한 방문자들의 이미지가 긍정적인 사실로 미루어 방문 경험이 이미지 개선에 긍정적인 효과가 있다는 것을 알 수 있다.

- 관광지 이미지는 한번 형성되면 쉽게 변하지 않지만 고정적인 것은 아니다(Stringer, 1984; 이장주, 1998). 관광지를 지속적으로 방문하지 않는다면 광고, 홍보 등 프로모션활동에 의해 변할 가능성이 높다. 미국 유타(Utah)주의 경우 12년 동안 유타주의 이미지는 상당한 변화가 있었는데 변화를 가져온 요인으로 광고 및 프로모션과 12년 동안 유타주로의 여행 그 자체, 미 서부 이미지의 전반적인 개선 등 3가지가 중요한 점으로 나타났다(Gartner and Hunt, 1987). 이와 같은 유타주의 이미지 개선은 어떤 특정한 요인에 의해서라기보다 유기적 이미지와 유인적 이미지가 동시에 개선된 결과일 가능성이 크다. 이미지 변화는 매우 느린 과정이고 이미지 형성 요인은 매우 복잡적이기 때문이다.
- 관광지 이미지가 복합적인 요인들에 의해 형성된다는 것은 관광지 이미지를 유기적, 유인적 이미지로 이분한다는 것에 의문을 남긴다. 상호 이미지에 영향을 줄 수 있는 이미지가 존재할 수 있기 때문이다. 미국 텍사스 주의 리오 그란데 밸리(Rio Grande Valley)에 대한 잠재 방문자(pro prospective visitors), 최초 방문자(first-time visitors), 재방문자(repeat visitors)의 이미지 차이와 그 이미지를 판매촉진과 연결시켜 분석한 결과에 의하면 유기적, 유인적 이미지⁴⁾ 외에도 상호간에 영향을 미치는 중간적 성격의 복합적 이미지가 존재하였다(Fakeye와 Crompton, 1991). 이것은 이미지 형성과정에서 발생하는 유기적, 유인적 그리고 복합적 이미지 단계별로 각기 차별적인 프로모션 전략이 요구됨을 시사한다. 유기적 이미지 단계에 있는 잠재 관광자에게는 관광목적지에 대한 정보와 지식을 제공하여 관광목적지를 알리는 전략이 필요하며, 유인적 이미지 단계에 있는 잠재 관광자에게는 설득적인 판매촉진 전략을 그리고 당해 관광목적지를 한번 이상 방문한 경험이 있는 복합 이미지 단계의 잠재 관광자에게는 재방문을 유도할 수 있는 회상전략을 전개하

4) Gunn이 주장한 유인적 이미지는 방문경험 없이 그 지역에 대해 갖는 인상을 의미하고 유기적 이미지는 이전에 방문했던 개념을 토대로 내적인 순환과정을 통해 형성된 이미지를 의미한다. 그러나, Fakeye와 Crompton에 따르면, 초기 단계에 형성되는 유기적 이미지는 관광지를 방문하고 싶은 욕구를 발생시키며, 유인적 이미지는 개인적 접촉에 의한 정보의 획득이나 광고 등을 통한 관광지의 편익, 이미지 파악 등의 정보탐색활동과 개인적인 유기적 이미지 등이 상호작용하여 유인적 이미지가 형성된다고 주장한다.

는 것이 효과적이다.

<표 2> 이미지 유형과 프로모션 유형의 관계

이미지 유형	프로모션 유형	관광자 유형
유기적	정보·지식	비방문자
유인적	설득	최초방문자
복합적	회상	재방문자

출처: Fakeye and Crompton, 1991, p.11

3. 마케팅 커뮤니케이션의 영향

- 관광지 이미지 형성에서 중요한 역할을 하는 것은 관광지를 상품화하여 널리 알릴 수 있는 다양한 마케팅 커뮤니케이션이다. 일찍이 장 보드리야르는 현대의 문화를 이미지의 범람으로 특징지우며 그 구심점에는 커뮤니케이션 기술이 존재한다고 하였다. 커뮤니케이션 기술의 한 형태로서 광고는 상품 및 서비스의 이미지를 창출하고 관리하는 기능을 담당하고 있다(Reynolds & Gutman, 1984). 광고의 이미지 창출 및 관리기능은 최근 문화산업에 대한 관심도가 높아지면서 다시 한번 재인식할 필요가 있다. 문화산업의 한 분야로서 광고는 전통문화(민속문화 및 문화유산 포함), 대중문화, 관광문화, 정보문화(특히 멀티미디어 산업) 등의 일부분들과 깊게 연결되어 있기 때문이다.
- 예로서, 광고는 출판/인쇄, 영화, 비디오, 애니메이션, 게임, 음반, 신문, 잡지, 방송 및 캐릭터 산업 등과 함께 문화산업에 포함된다(문화관광부, 1999). 디지털 테크놀로지의 발전으로 미디어 콘텐츠 간의 혼성모방(pastiche) 현상이 범람하는 가운데 광고를 비롯한 이들 문화산업의 각 분야는 상호 깊은 연결고리로 복잡하게 얽혀있다. 소설이 영화화되는 수준에서 벗어나 만화가 영화화되고 만화의 캐릭터들은 방송 프로그램의 영상, 언어 등의 중요 소재로 사용된

다. 또한 이들 미디어 콘텐츠를 구성하는 다양한 영상요소들은 광고를 통해서 다시 등장한다. 영화는 다시 광고에서 패러디되고 광고 캐릭터는 텔레비전 프로그램의 소재가 되어 유행을 낳는다.

- 위와 같은 폭발적 혼성모방적 문화현상은 미디어 콘텐츠간에만 국한된 것이 아니라 특정 지역의 이벤트가 미디어와 연결되어 나타나기도 하며 미디어에 나타난 이미지는 그 지역의 대외 이미지에 결정적 역할을 하기도 한다.⁵⁾ 지역 이벤트는 그 자체로서만 존재하는 것이 아니라 또다른 상업적 카테고리를 창조하여 혼성되는 것이다. 이와 같은 문화산업에 대한 관심은 지역의 발전과도 연계되어 새로운 흐름을 창출하고 있다. 특정한 지역의 축제를 프로모션함으로써 문화관광지로서의 인지도를 높여 지역의 경계는 물론 문화적 발전까지 도모하고 있는 것이다.⁶⁾
- 이미지 창출자로서의 광고(Reynolds and Gutman, 1984)는 관광지 이미지 형성의 중요한 단서로 작용하여 소비자의 방문을 유도한다(Woodside and Soni 1988; Woodside, 1990; Woodside and Ronkainen, 1982). 광고는 관광지를 결정할 수 있도록 정보를 제공할 뿐만 아니라 동시에 설득하여(Rossiter & Percy, 1987) 이미지를 창출하기 때문이다. 따라서, 성공적인 관광광고가 되기 위해서는 여행소비의 인지를 얻는 것과 함께 긍정적인 이미지를 창출하는 것이 중요하다(Milman & Pizam, 1995).
- 광고는 관광목적지의 이미지를 조정하고 증진시킬 수 있는 효과적인 방법으로서(Bojanic, 1991) 관광수요를 자극하여 방문 동기를 부여하는 능력을 지니고 있다(Noe, Uysal, & Jurowski, 1993; Crouch, 1994). 관광소비자는 장소에 대한 이미지를 편집하기 위해 광대한 정보원으로부터 정보를 얻어 사용하지만 이미지를 평가할 때 빈번하게 사용하는 형식을 갖춘 정보는 광고이기(Raitz & Dakhil, 1989) 때문이다.

5) 예로서, 부산, 부천 및 전주의 국제영화제를 들 수 있다. 부산국제영화제가 아시아영화의 흐름에, 부천국제영화제가 판타스틱 영화에 초점을 맞추었다면 전주국제영화제는 대안영화와 디지털영화의 축제마당이다(대한매일, 2000. 4. 21. 18면(문화)).

6) 부산국제영화제는 세계 최대의 아시아영화 프리마켓으로 자리매김하고 있다(한겨레신문, 2000. 7. 21).

- 관광소비자가 관광광고를 인식하게 되면 목적지에 대한 인지 또는 지식상태를 높여주고 긍정적 이미지를 발달시켜준다. 또한 관광 동기를 부여하고 보다 깊은 정보추구행동을 유발시켜 관광목적지를 결정하게 된다(Siegel and Ziff-Levine, 1990). 이러한 과정은 고전적 학습이론 즉, 인지적이며 지식과 관련된 요소가 감정이나 호감적 요소보다 앞서는 흐름을 따르는 고관여 의사결정 상황과 일치한다(Dimanche, Havitz& Howard, 1993). 그러나, 유기적 이미지를 지니고 있는 소비자 즉, 방문 경험이 있는 소비자의 경우, 재방문이 증가한다면 의사결정과정은 반드시 고전적 모델을 따르지 않는 것이다.
- 이와 같은 관광광고에 대한 정보처리 모형은 고관여도의 일반 상품 광고의 경우와 유사하겠지만 일반적으로 관광지 결정이 고관여의 성격을 보이고 있기 때문에 정보처리 결과에 특별히 영향을 줄 수 있는 요인은 관광지에 대한 방문 유경험자, 비방문자, 재방문자 등 소비자 특성일 것이다. 또한 매체의 유형 즉, 텔레비전, 라디오, 신문, 잡지, 또는 구정 등 어떠한 미디어를 어떻게 복합적으로 사용했는지도 중요한 원인이 될 수 있다. 관광이벤트의 경우, 텔레비전 광고가 28.9%, 구전 커뮤니케이션이 28.6%, 옥외광고가 15.8%, 신문광고가 11.5% 순으로 나타났다(지진호, 김정훈, 1998).

Ⅲ. '홍성군' 문화관광 이미지 정립을 위한 마케팅 커뮤니케이션 전략

1. 홍성군 문화관광산업의 문제점⁷⁾ 및 과제

7) 연구자가 수집한 자료에 한정하여 분석한 것임.

1) 서해연안지역에서 가장 낮은 관광객수, 그러나 높은 증가율

- 서해연안 7개 시·군지역을 방문한 총관광객수는 1995년 26,490,737명에서 2002년에는 45,427,882명으로 18,937,145명이 증가하여 7.7%의 연평균 증가율을 나타내고 있다. 2002년 현재 7개 시·군지역을 방문한 총 관광객수 중에서 홍성군은 가장 낮은 비율(3.0%)을 차지하고 있으나 가장 높은 증가율(47.41%)을 나타내고 있다 (이인배, 2004, pp.6~7).

2) 뚜렷한 개성없는 관광지로서 인식

- 홍성군 자체적으로는 역사문화관광지로서의 이미지를 내세우고 있으나 관광객은 홍성군을 '휴양 및 휴식'을 하기 위해 방문하는 것으로 나타났다(이인배, 2004, p.14). '휴양 및 휴식'을 목적으로 관광지를 방문하는 것은 가장 일반적인 현상으로서 뚜렷한 관광지 이미지가 부족하다는 것을 증명하는 것이다. 물론 서해연안 타 지역에 비해서는 '역사문화'관광지로서 방문하는 비율은 높지만 그 자체가 주요 목적이 되는 것은 아니라는 의미이다.

3) 관광자원개발에만 역점

- 2000년 이후 홍성군에서 문화관광분야와 관련하여 추진한 주요 업무들의 대부분은 관광자원개발⁸⁾에 편중되어 있다. 자원개발과

8) 홍성남당·어사·공리지구 관광지 조성계획(2000), 내포문화권 특정지역 개발구상 및 지정 타당성 조사연구(2001), 내포문화권 특정지역 지정 및 개발계획(2004), 고암이용노 화백 생가지 복원 및 기념관 건립 기본계획(2006)의 다수.

함께 동시에 이루어져야 할 필요가 있는 관광객조사(자세한 프로필), 거시적인 마케팅홍보전략 등에 대해서는 대단히 미진한 편이다. 이것은 시장의 수요나 소비자 동향에 대해서는 아는 바 없이 상품을 개발하는 이치와 비슷하다. 이제는 막연히 이리이러한 관광지를 개발해 놓고 앉아서 관광객을 기다리는 시대가 아니기 때문이다.

4) 마케팅 커뮤니케이션 전략 없는 전술만 존재

- 그동안 홍성군에서 실행한 홍보관련 업무를 살펴보면(<표 3>참조) 홍성군의 관광지 이미지 정립을 위한 거시적 전략은 보이지 않는다. 단지, 그때그때의 행사(이벤트)홍보를 위한 관례적인 전술만이 실행되었다해도 과언이 아니다.
- 이와 같이 전략은 없으면서 전술에만 관심을 갖는 것은 '마케팅 커뮤니케이션'의 중요성을 아직 깊게 인식하지 않기때문이라고 볼 수 있으며 보다 나은 '홍성군'의 관광지 이미지 정립을 도모하기 보다는 현실에서 타지역에 뒤지지 않을 정도면 될것이라는 다소 안일한 태도에서 연유된 것이라고도 볼 수 있다.

<표 3> 2005년도 관광홍보 추진 현황

연번	제 목
1	고속도로 휴게소 안내판 설치계획
2	문화관광자원 수도권 홍보계획
3	수도권 지하철 광고 추진계획
4	2005년도 내포녹색체험 활성화 계획
5	내포사랑큰축제 및 내포녹색체험, 홍성군특산품 홍보를 위한 관광공사 출입기자 초청설명회 개최
6	체험마을 입간판 제작 설치
7	신규 체험마을 홈페이지 구축
8	수도권 국내 대기업체, 초중고학교, 여행사 홍보
9	내포녹색체험 마을 대표자 간담회 개최
10	체험 홍보책자 제작
12	내포사랑 큰축제 홈페이지 구축
13	설맞이 관광지, 체험지, 문화유산 홍보계획
14	남당지구 관광지 개발사업 계획
15	관광휴양형 제2종 지구단위 계획 수립
16	'05년도 문화관광해설사 활용계획
17	관광안내 책자 제작계획
18	관광 안내지도 발간 계획
19	군내 다중집합장소 계침용 홍성8경 액자제작 계획
20	홍성8경 팸플렛 제작계획
21	'06년도 관광활성화계획

5) 마케팅 커뮤니케이션 전략에 대한 이해 부족

- 앞서 논의한 바와 같이, 현대는 이미지의 시대이며 특정한 대상의 이미지는 대중이 어떻게 보아주느냐에 달려있다. 홍성군의 경우도 홍성군 측이 예를 들어 ‘우리 군은 역사문화관광지’라고 내세운다 하더라도 잠재 관광객 또는 관광객이 그렇게 인식하지 않는다면 아무 소용없는 일이라는 의미이다. 상품을 개발하는 것은 생산자의 의지이지만 그것의 판매는 생산자의 의지대로 쉽게 이루어지지 않기 때문에 다양한 마케팅 프로모션 노력이 필수적이다.
- ‘전략’은 없으면서 관례적인 ‘전술’만 존재하는 홍성군의 현 홍보 관련 업무는 매우 진부하며 위험스럽기까지한 감이 없지 않다. ‘마케팅 커뮤니케이션 전략’이라는 큰 틀 안에서 보다 치밀하고 공격적인 전략과 전술을 세워야 할 것이다.

6) 홍성군 홍보업무의 분산

- 홍성군의 ‘2005년 및 2006년 구상사업계획’을 보게되면 홍성군 홍보관련 업무가 여러 실·과에 산만하게 분산되어 ‘홍성군’의 일관된 대외 이미지 정립에 혼란을 가져올 우려가 있다. 이러한 현상은 ‘홍보’라는 개념에 대한 인식부족에서 비롯된 것이라 생각된다. ‘홍보’업무에는 단순히 대외적으로 뭔가 알리는 일외에도 한 조직의 관리까지 포함하는 광범위하면서도 깊은 의미가 포함되어 있기 때문이다.

7) 미디어(언론)관계 노력 부족

- 홍성군에 대한 대외 인지도가 아직 낮은 이유에는 홍성군의 언론 관계 노력이 부족한 점에서도 찾을 수 있다. 필자가 단순히 시청자의 자격으로 텔레비전을 시청하는 경우에도 홍성과 관련된 뉴스보도(또는 홍보성 기사)는 찾아보기 어렵다.

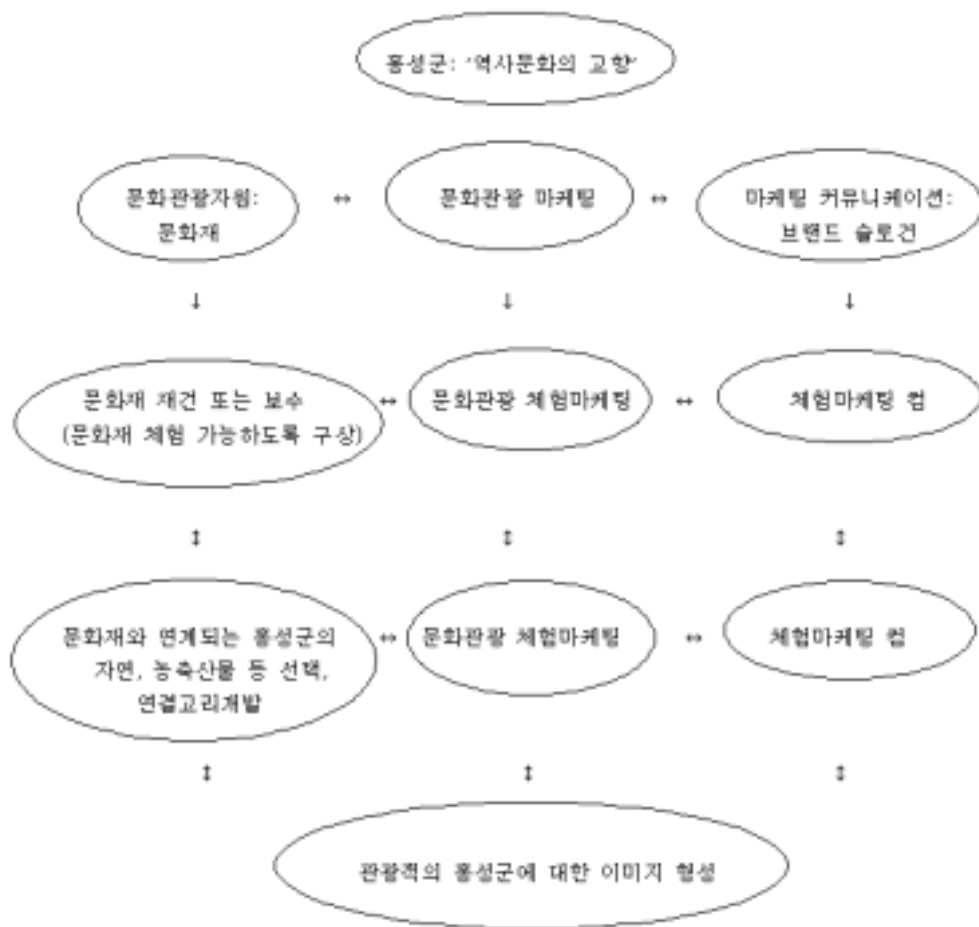
8) 홍성군 이미지 정립과 혁신사업의 연결고리 부족

- 지역마다 지역 혁신사업을 기획하고 실행하여 독특한 지역 이미지 정립을 도모하기에 관심이 고조되고 있음에도 불구하고 홍성군의 노력은 매우 부족한 감이 든다. 홍성군의 지향하는 '이미지' 전략과 혁신사업내용을 연결시켜 시너지효과를 창출해야함에도 불구하고 그러한 연결고리는 찾아보기 어렵다.

2. 홍성군 문화관광산업 발전을 위한 제언 : 마케팅 커뮤니케이션 전략을 중심으로

- 지금까지 논의한 문헌연구내용과 홍성군이 당면하고 있는 문제점 분석을 바탕으로 홍성군의 문화관광산업 발전을 위한 중장기 계획으로서 마케팅 커뮤니케이션 전략을 제안하고자 한다. 단, 보다 현실감있는 제안을 위해 홍성군이 지향하는 ‘이미지’를 ‘역사문화의 고향’이라 가정한다. ‘역사문화의 고향’이라 가정한 이유는 홍성군에 다양한 역사문화재가 존재하고 있으며 또한 군 차원에서도 이러한 문화재의 재건 등에 비증있는 노력을 기울이고 있기 때문이다. 문화관광자원의 개발, 마케팅 및 마케팅 커뮤니케이션의 관계를 대략적인 그림으로 나타내면 <그림 1>과 같다.
- 물론 홍성군에는 내세울 수 있는 자연환경, 농축산물 등 많은 자원들이 있으나 이 모든 것을 대표로 내세울 수는 없는 것이며 타 지역 또한 유사한 자원을 소유한 경우가 흔하기 때문에 보다 개성있고 독특한 것을 내세워 집중적으로 홍보할 필요성이 있다. 그것이 특산물이 될 수도 있고 문화재가 될 수도 있다.
- 문화관광지 이미지를 정립하기 위해서는 지속적이며 장기적인 커뮤니케이션 노력을 해야 한다. 또 일단 정립된 이미지는 바꾸기가 어렵기 때문에 초기에 신중하게 시작해야 할 것이다.

<그림 1> 홍성군 이미지 정립을 위한 마케팅 커뮤니케이션 전략의 흐름 예



참 고 문 헌

권오혁, "지방도시의 문화산업지구 조성 전략," 《한국지방자치학회보》 Vol.11, No.1, 한국 지방자치학회, pp.223-239, 1990.

김동기, 《현대마케팅원론》(전개정증보판)(서울: 박영사), 1980.

이인배, "충남 서해연안 관광자원, 이용의 특성과 개발방향에 관한 기초연구," 충남발전연구원, 2004.

이장주, "지역축제의 이미지 측정척도 개발과 적용에 관한 연구", 경기대학교 대학원 박사학위 청구논문, 1998.

이태희, 《관광산업발전론: 한국관광선진화의 과제》, (서울: 일신사), 1996, pp.105-106.

이태희, "한국 관광지 이미지 측정척도의 개발," 《관광학연구》(제20권제2호), 한국관광학회, 1997, pp.80-95.

이태희, 박기홍, 《한국의 관광이미지 해외홍보 개선 방안》, 교통개발연구원, 1994.

조광익, "국립공원 방문자의 관광이미지 구성요인: 설악산 국립공원 및 주변지역을 중심으로," 《관광학연구》(제21권제1호), 한국관광학회, pp.231-249, 1997.

지진호, "김정훈, 관광이벤트의 광고활성화 방안에 대한 연구", 《여행학 연구》 Vol.8, 한국여행학회, pp.295-318, 1998.

진계성, "미국 관광객들의 관광인식에 관한 연구," 《호텔관광경영연구》 제3집, 세종대 부설 한국관광산업연구소, 1987.

한국관광공사, 《지방관광 활성화 협력방안》, 1998.

조선일보, 《조선일보》 2000. 2. 17.

Ahmed, Zafar U., "The Influence of the Components of a State's Tourist Image on Product Positioning Strategy," Tourism Management, Vol.12, No.4, 1991, pp.331-345.

Bojanic, D. C., "The Use of Advertising in Managing Destination Image," Tourism Management, Vol.12, No.3, 1991, pp.353-355.

Boulding, K. E., *The Image: Knowledge in Life and Society*, Ann Arbor, Michigan: The University of Michigan, 1956.

Chon, Kye-Sung, "Tourism Destination Image Modification Process," *Tourism Management*, Vol.12, No.1, 1991, pp.68-72.

Crouch, G. I., "Promotion and Demand in International Tourism," *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Vol.3, No.3, 1994, pp.109-125.

Dichter, E., "What Is in an Image?" *Journal of Consumer Research*, Vol.13, March 1985, pp.455-72.

Dimanche, F., M. E. Havitz & D. R. Howard, "Segmenting Recreationists and Tourists Using Involvement Profiles," *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Vol.1, No.4, 1993, pp.33-52.

Dobni, D., and G. M. Zinkhan, "In Search of Brand Image: A Foundation Analysis," *Advances in Consumer Research*, Vol.17, 1990, pp.110-19.

Erickson, Johansson & Chao, "Image Variables in Multi-Attribute Product Evaluations: Country-of-Origin Effects," *Journal of Consumer Research*, Vol.11, September, 1984, pp.

Fakeye, P. C. and J. L. Crompton, "Image Differences between Prospective First Time, and Repeat Visitors to the Lower Rio Grande Valley," *Journal of Travel Research*, Vol.30, No.2, 1991, pp.11-16.

Gartner, W. and J. Hunt, "An Analysis of State Image Change over a Twelve-Year Period(1971-1983). *Journal of Travel Research*, Vol.26, No.2, 1987, pp.15-19.

Goodrich, J. N., "The Relationship between Preferences for and Perceptions of Vacation Destinations: Application of a Choice Model," *Journal of Travel Research*, Vol.17, Fall, 1978, pp.8-13.

Gunn, C. A. *Vacationscape: Designing Tourist Regions*, Austin: University of Texas, 1972.

Haahti, A. J., "Finland's Competitive Position as a Destination," *Annals of Tourism Research*, Vol.13, 1986, pp.11-35.

Hunt, John D. and M. H. Chung, "The Image of Korea and Its Neighboring Countries: Implication for Expanding the North American Travel Market," in *The Seoul Olympics*:

Approaches to Tourism Development and Promotion, KNTC, (ed.) Seoul: KNTC, 1985, pp.109-129.

Kotler, P., Principles of Marketing, NJ: Prentice-Hall, 1980, p.631.

Lawson, F., & Baud-Bovy, M., Tourism and Recreational Development, London: Architectural Press, 1977.

Linguist, J. D., "Meaning of Image," Journal of Retailing, Vol.50, Winter 1974, pp.

Milman, A. & A. Pizam, "The Role of Awareness and Familiarity With A Destination: The Central Florida Case," Journal of Travel Research, Vol.33, No.3, 1995, pp.21-27.

Noe, F.P., M. Uysal & C. Jurovski, "Effects of User and Trip Characteristics on Responses to Communication Messages," Journal of Travel & Tourism Marketing, Vol.2, No.2/3, 1993, pp.147-169.

Oxenfeldt, A.R., "Developing a Favorable Price-Quality Image," Journal of Retailing, Vol.50, Winter, 1974-1975, pp.8-14.

Phelps, A., "Holiday Destination Image: The Problem of Assessment: An Example Developed in Menorca," Tourism Management, Vol.7, No.3, 1986, pp.168-180.

Raitz, K. & M. Dakhil, "A Note about Information Sources for Preferred Recreational Environments," Journal of Travel Research, Vol.27, No.4, 1989, pp.450-49.

Roger, D., Towards An Integrated Approach to Hotel Planning, New University Education, 1970.

Rossiter, J. R., & L. Percy, Advertising and Promotion Management, New York: McGraw-Hill, 1987.

Siegel, W. & W. Ziff-Levine, "Evaluating Tourism Advertising Campaigns: Conversion vs Advertising Tracking Studies," Journal of Travel Research, Vol.28, No.3, 1990, pp.51-55.

Stringer, P., "Studies in the Socio-Environmental Psychology of Tourism," Annals of Tourism Research, Vol.11, 1984, pp.147-166.

Thurot and Thurot, "The Ideology of Class and Tourism Confronting the Discourse of Advertising," Annals of Tourism Research, Vol.10, 1983, pp.173-189.

Woodside, Arch G., "Measuring Advertising Effectiveness in Destination Marketing Strategies," *Journal of Travel Research*, Vol.29, No.2, Fall 1990, pp.3-8.

Woodside, A. G., & J. A. Carr, "Consumer Decision Making and Competitive Strategies: Applications for Tourism Planning," *Journal of Travel Research*, Vol.26, No.3, 1988, pp.2-7.

Woodside, Arch G. and Ilkka A. Ronkainen, "Travel Advertising: Newspapers versus Magazines," *Journal of Advertising Research*, Vol.22, June 1982, pp.39-43.

Woodside, Arch G. and Praveen K. Soni, "Assessing the Quality of Advertising Inquiries by Mode of Response," *Journal of Advertising Research*, Vol.28, August/September 1988, pp.31-37.

제2주제

홍성군 정신문화자원 현황과 활용방안

오석민

(충청남도역사문화원 전시유물부장)

홍성군 정신문화자원 현황과 활용방안

1. 충청남도의 등장과 연혁

- 충청도는 현재의 충청남도와 충청북도를 합하여 부르는 말로서,

호서지방이라고도 한다. 삼한시대에는 마한 지역에 속하는 것으로 알려져 있으며, 삼국시대에는 주로 백제에 속하였으나, 고구려·신라와의 각축이 심한 곳이었다. 백제가 망한 후에는 당나라에서 5개의 도독부를 설치하였으며, 서기 714년(성덕왕 13) 신라의 영토가 되었고, 756년(경덕왕 16)에는 9주(州)의 하나인 웅주도독부에 예속되었다. 고려시대 995년(성종 14) 충청북도 지역을 중원도(中原道), 충청남도 지역을 하남도(河南道)로 하였는데, 하남도는 웅주·운주(運州) 등 11개주를 관할하였다. 1106년(예종 1) 관내도(關內道)와 중원도·하남도를 합쳐서 양광충청주도(楊廣忠淸州道)로 하였다. 이때 비로소 충청도라는 명칭이 처음으로 등장하였다. 명종 초년에 중원·하남을 나누어 충청도로 바꾸었고, 1314년(충숙왕 1)에 다시 합쳐 양광도로, 1356년(공민왕 5)에 다시 충청도를 설치하였다.

- 조선시대에 이르러 1395년(태조 4) 양광주(楊廣州)에 속한 군현을 나누어 양주와 광주에 속한 군현은 경기도로, 충주·청주·공주·홍주(洪州)에 속한 군현은 충청도로 분할하였으며, 관찰사영을 충주에 두었다.⁹⁾ 1413년(태종 13)에는 여주·안성·음죽·양성·양지 등을 떼어 경기도에 속하게 하고, 경상도의 옥천·영동·황간·보은·청산 등을 병합하였다. 1505년(연산군 11)에는 진천·직산·평택·아산 등을 경기도에 옮겼으나, 중종이 즉위하면서 환원하는 조치가 취해졌다. 1598년(선조 31)에는 감영을 공주로 옮겼다. 그 이후에도 일부 군현을 옮기는 조치는 끊이지 않았고, 1896년에는 마침내 13도제가 실시되어, 충청남도와 충청북도로 분할되었다. 1932년에는 도청을 공주읍에서 대전읍으로 이전하였다.
- 충청도는 삼국시대와 후삼국시대에 접경지역에 속하여 국가간의 각축장이었으며, 서해안으로 돌출된 서북부지방과 금강은 외부 선진문물의 수입창구였다. 소백산으로부터 속리산, 그리고 덕유산을

9) 현재까지는 충주에 감영이 있었다는 것이 통설이다. 그러나 『세종실록지리지』에는 관찰사영을 청주에 두었다고 하고, 조선 전기 청주목사가 관찰사를 겸하는 사실이 확인된다. 따라서 이에 대한 보다 상세한 검토가 필요하다고 판단되나, 본고의 논지와 직접 관련되지 않으므로 더 이상의 논의는 생략하고자 한다. 청주 감영에 대한 이견은 아래 논지 참고, 충남발전연구원 충청학연구부(편), 2003, 『충청감영 400년』, 공주시·충남발전연구원.

거쳐 지리산으로 이어지는 백두대간과 그 지맥인 금남과 금북정맥의 주요 산악에 축조된 산성들은 정치세력간의 대립을 보여주는 증거들이다. 왜적의 침입을 받을 때 주민들이 피난하고, 군대가 주둔했던 곳도 또한 그 산성들이었다.

- 다른 한편으로 고려 이후부터 조선시대까지는 삼남으로 가는 길목이었다. 경상도에서는 낙동강을 거쳐 충주를 넘은 후에 남한강을 따라 개성 또는 한양으로 향하였고, 전라도에서는 공주와 천안을 거쳐 북으로 향하였다. 이 길은 또한 전란을 당했을 때는 왜적의 침입로이기도 했다. 뱃길 또한 마찬가지였다. 고려 이후 삼남은 국가 재정을 좌우하는 곡창이었고, 그 근간을 담당하는 세곡(稅穀)은 뱃길로 운반되었다. 경기만과 인접한 개성 또는 한양으로 물자를 운송하기 위해서는 충청도 서해안을 경유할 수밖에 없었다.
- 성리학을 지배이념으로 삼았던 조선시대 충청도는 그 중심에 서 있었다. 목은 이색은 한산, 보령 등지를 거점으로 삼았던 한산이씨였고, 야은 길재는 현재의 금산군을 중심으로 강학활동을 벌였던 것이다. 서인-노론으로 이어지는 조선 후기 학맥과 정파 또한 연산과 노성의 사계 김장생과 그 아들 신독재 김집, 회덕의 우암 송시열과 동춘당 송준길, 그 뒤를 이은 충북 진천의 수암 권상하와 그 제자들, 즉 결성의 남당 한원진을 비롯한 강문팔학사 등으로 이어지는 계통을 근간으로 하였다.
- 조선 후기 보부상의 전통 또한 주목을 요한다. 당시 정부에 의하여 보부상들을 상무사(商務社)라는 조직으로 묶었으나, 현재 그 자료가 전해지는 지역은 경상도 창녕 지역과 더불어 충청도 3곳 뿐으로 알려져 있다. 구체적으로는 홍주를 중심으로 하는 원홍주육군상무사, 예산·덕산 등지의 예덕상무사, 모시라는 특산물이 생산되었던 저산팔읍상무사가 그것이다. 이 조직들은 모두 내포지역을 무대로 활동했던 보부상과 연관되었다는 점도 염두에 두어야 할 것이다. 이외에도 한산모시로 대표되는 특산물, ‘앓은 곳’으로 표현되는 충청도 무속의 전통, 조선왕조 개창 당시 새로운

도읍으로 지목되었던 탓에 조선 말 이후 신흥종교의 본산이 되었던 계룡산과 속칭 ‘신도안’ 등도 충청남도의 역사적 특징으로 거론할 수 있을 것이다.

II. 홍주목과 결성현의 연혁

1. 홍주의 연혁과 역사

- 홍주가 충남 서북부의 중심지로 부각되기 시작한 시점은 그리 오래되지 않는 듯하다. 삼국시대에는 홍주가 백제의 세력권이었던 리라는 추정엔 어렵지 않으나, 조선조 읍치(邑治)가 소재했던 주변에는 군현이 성립하지 않았던 것으로 보이기 때문이다. 문헌자료에 홍주가 최초로 등장한 시기는 나말여초(羅末麗初)의 격변기이다. 신라 경순왕 8년 경, 고려의 왕건과 후백제의 견훤이 해서(海西)와 호서(湖西) 일대를 놓고 격전을 벌이는 과정에서 ‘운주(運州) 경내의 30여 군현이 왕건에게 복속되었다.’는 기록이 나와 있다.¹⁰⁾ 여기서 운주(運州)는 곧 조선시대 홍주인 바, 이 시기가 되면 ‘웅진 이북의 30여 군현을 아우르는 요충지’로 부각되었던

10) (경순왕) 8년(934) 가을 9월, 남극성이 나타났다. 운주 경내의 30여 군현이 태조에게 투항하였다. (八年, 秋九月, 老人星見. 運州界三十餘郡縣降於太祖.) 「삼국사기」 제12권 新羅本紀12 敬順王 8년, 장흥 3년(934), 용감하고 지략이 있는 견훤의 부하 공직이 태조에게 항복하였다. 견훤은 공직의 아들 두 명과 딸 한 명을 잡아다가 다리 힘줄을 불로 지지 끊었다. 가을 9월, 견훤이 일길찬 상귀를 보내 수군을 거느리고 고려의 예성강에 들어와 3일 간 머물면서 염주, 백주, 정주 세 주의 배 1백 척을 빼앗아 불사르고 지산도에 있는 목마 3백 필을 빼앗아 돌아갔다. 청태 원년 정월, 견훤이 태조가 운주에 주둔하고 있다는 말을 듣고 바로 갑병 5천 명을 선발하여 왔다. 그가 미처 포진하지 못한 틈을 타서 장군 겸필이 정에 기병 수천 명을 거느리고 돌격하여 3천여 명의 머리를 베었다. 웅진 이북의 30여 성이 이 소문을 듣고 자진하여 항복하였다. 견훤의 부하인 술사 종훈과 외원 훈겸, 용감한 장수 상달, 최필 등이 태조에게 항복하였다. (長興三年, 甄萱臣龔直, 勇而有智略, 來降太祖. 萱收龔直二子一女, 烙斷股筋. 秋九月, 萱遣一古浪相貴, 以紅兵入高麗禮城[成]江, 留三日, 取鹽・白・貞三州船一百艘焚之, 捉猪山島牧馬三百匹而歸. 清泰元年春正月, 萱問太祖屯渾[運]州, 遂簡甲士五千至, 將軍黔弼, 及其末陣, 以勁騎數千突擊之, 斬獲三千餘級. 熊津以北三十餘城, 聞風自降. 萱麾下術士宗訓・醫者訓謙・勇將尙達・崔弼等降於太祖.) 「삼국사기」 제50권 列傳10 甄萱10.

것으로 짐작된다.

- 고려 통일 이후인 995년(성종 14)에는 도단련사(都團練使)를 두었고, 1012년(현종 3)에는 지주사(知州事)로 고쳤다. 그 뒤에 시기는 분명치 않으나 홍주(洪州)로 이름이 바뀌었고, 1358년(공민왕 7)에는 왕사(王師) 태고 보우(太古普愚)의 고향이라 하여 목(牧)으로 승격되었다.¹¹⁾ 조선왕조 개창 당시에 홍주는 목사가 관할하는 고을이었고, 세조 당시 진관체제를 갖출 때에는 군사적 요충지라 하여 충청도의 5개 진관(鎭管, 공주, 충주, 홍주, 천안, 청주)의 하나로 홍주진관을 설치하여 목사 겸임하는 첨절제사(僉節制使)가 4군 12현을 관할하였다. 1895년 부제(府制) 실시에 따라 홍주부가 되면서 관찰사가 파견되기도 했으나, 이듬해인 1896년 부제(府制)가 폐지되면서 충청남도 홍주군이 되었고, 일제강점기인 1914년 군면 폐합에 의하여 홍주군과 결성군을 합하여 홍성군이 되었다.

2. 결성의 연혁과 역사

- 『삼국사기』 지리지에 의하면, 현재의 결성면 일원에 결기군(結己郡)이 설치되었으며, 그 영현(領縣)으로 신촌현(新村縣, 현 보령시 중·북부 일대)과 사시량현(沙尸良縣, 현 홍성군 장곡면 일대)을 관할하였다. 결기군은 신라 경덕왕 때에 결성군(潔城郡)으로, 그리고 고려시대에 이르러 1172년(명종 2) 결성군(結城郡)으로 이름이 바뀌었다. 그리고 조선시대 결성현 치소로부터 북쪽으로 5리에 위치한 신금성(神衿城, 현 결성면 금곡리)이 결성군의 옛 고을터로 추정되고 있다.
- 고려시대인 1018년(현종 9) 결성현은 홍주의 속현이 되었다가 1172년(명종 2) 감무를 둠으로써 독립했다. 그리고 조선초의 군현

11) 홍주에 대한 승격보다 앞선 1356년(공민왕 5)에는 보우대사의 모향(母鄉)인 미원(迷原)을 현으로 승격하고, 양근(楊根)을 군으로 승격하기도 했다. 이후에도 강릉과 승격이 한 차례씩 있었으나, 조선왕조 개창 당시에는 목(牧)을 유지하고 있었다.

제 개편으로 1413년(태종 13)에 현이 되었다. 그리고 구한말 지방제도 개정으로 1895년 홍주부의 결성군이 되었다가, 1896년 부제(府制)가 폐지되면서 충청남도 결성군이 되었다. 일제강점기인 1914년의 군면 폐합에 의하여 홍주군과 결성군을 합하여 홍성군이 되었다.

3. 홍성군의 성립과 그 변화

- 홍주에 관한 대대적인 행정구역의 개편은 구한말에 이루어졌다. 1897년 1월 14일 칙령 제8호에 의하여 안면도를 홍주에 전속시키고, 이어서 1901년 6월 1일에는 칙령 제11호에 따라 오천군(熬川郡)을 신설하여 도서들을 소속시키는 조치에 의하여 홍주는 모든 섬들을 잃게 되었다. 그리고 1906년 9월 28일에는 칙령 제49호에 의하여 비·두입지(飛斗入地)가 정리되면서 신평(新平)을 비롯한 모든 월경처(越境處)를 상실하였다. 이와 아울러 1895년(고종 32) 부제(府制)의 실시로 충청남도 서부의 군을 총괄하게 하다가, 1914년 부제의 폐지와 더불어 결성군을 통합하고 일부의 면을 청양군에 내어주면서 현재의 행정구역이 거의 확정되었다. 대체로 구한말~일제 초기의 기간 동안 홍주는 내포지방의 각지에 산재되었던 해상진출로를 대부분 상실하였다.
- 그러나 이러한 행정구역의 개편이 있었지만, 육상교통이 발전하지 못하여 해상교통에 의존하는 정도가 컸던 관계로, 20세기에 들어서도 홍주의 위상은 크게 흔들리지 않았던 것 같다. 현재 홍성의 도회지로서의 기능의 약화는 행정구역의 개편이라기보다는, 오히려 교통수단의 변화에 기인하여 점진적으로 진행되었다고 보아야 한다. 일제에 의하여 점진적으로 신작로가 개설되는 과정에서 1905년 경부선이 개통되었고, 내포지방은 육상도로로 천안역과 연결되었으며, 1931년에는 경남선(京南線, 원래 사설철도로 경남선이라 하였다가 후에 장항선으로 이름이 바뀌었다.)이 개통되었다.

- 그렇지만 1960년대까지도 내포지방의 주요 교통수단은 의연히 선박이었다. 삼교천·곡교천·안성천과 같은 아산만 일대의 크고 작은 하천으로 인하여 육상교통이 제약을 받는 상황에서는, 인천항을 통하여 서울로 진입하는 것이 훨씬 가까운 여정이었다. 그러나 1960년대 이후 수도권을 비롯한 특정지역을 개발하는 공업 중심의 불균형발전정책이 추진되면서 상황은 급격히 변화하기 시작하였다. 그러한 정부의 정책에 따라 농·어업이 쇠퇴하고, 그나마 어업부문도 산업화되면서 중소규모의 어항(漁港)들은 점진적으로 쇠퇴하기 시작하였다. 광천의 경우 갯벌이 발달한 지형적 특징으로 인하여 대규모 선박의 접안에 불리하였는데,¹²⁾ 선박의 입출항에서 인천이나 군산과 비교할 바가 못되었으므로 인공적인 접안시설의 확충에 소홀하였고, 그 결과 어항으로서의 기능은 거의 상실하게 되었다.
- 자급적인 농업경제와는 달리 상품생산을 하는 공업에서는 교통운수시설이 필수적이다. 한국의 경우, 서울-부산을 잇는 경부선을 중심으로 하여 공업단지들이 조성되었고, 일제시대에 완공된 경부선 철도를 축으로 공업발전을 모색하는 가운데, 1970년에는 (경부선 철도와 거의 나란히) 경부고속도로가 건설되었다. 그 결과 충청도에서는 천안-(청주)-대전으로 이어지는 충청남·북도의 경계선이 발전의 중심축을 형성하게 되었다. 따라서 충청북도의 동북부지방과 충청남도의 서부지방은 점점 수도권 및 서울-부산이라는 교통의 중심축에 대한 의존도가 심화되었다.
- 내포 지역의 정체는 광천읍의 쇠락으로 표현된다. 과거에는 내포지역이 바다를 통하여 외부와 교통하였는데, 그 진출입 기능을 전담하다시피 했던 광천이 1970년 이후 쇠퇴하였다는 사실은,¹³⁾ 홍성군 전체, 나아가서 내포지방 전체의 정체를 웅변적으로 보여주

12) 조선조까지 韓船은 平底船이었으므로 갯벌이 발달한 지역에 포구가 형성되었다. 그런 점에서 과거에는 광천이 천혜의 良港이었을 것이다. 그러나 선박의 형태가 달라지면서, 포구의 입지조건도 변화하게 되었다.

13) 광천읍이 바로 그러한 기능을 담당하였기 때문에, 일제시대에는 시가지 형성이 홍성보다 앞섰던 것이다.

는 증거라 할 수 있다. 중소규모의 어항이 쇠퇴하고, 그나마 여객과 화물의 수송기능은 육상교통에 밀리는 변화 속에서 내포지방은 낙후된 농·어업 위주의 '오지'로 남게 되었으니, 그 중심 도회지였던 홍성이라 하여 다를 바가 없었다. 그런 가운데 1973년 아산만방조제에 이어서 1979년에는 삼교천방조제가 완공되었다. 그러나 이러한 변화는 오히려 수도권에 대한 의존도가 심화시키는 결과를 낳았다. 현재 홍성군은 낙후된 충청남도 서부지방의 군(郡)들 가운데 하나에 불과할 뿐이며 지방의 거점이라는 과거의 면모는 거의 상실했다고 하여도 과언이 아니다. 오히려 아산만권의 대규모 공업단지조성으로 천안·아산을 중심으로 개발이 진행되면서 당진·서산지방까지 개발의 물결이 전파되는 가운데, 홍성군은 더욱 왜소해지는 인상을 지울 수 없는 형편이다.

III. 홍주목의 역사지리적 위치

- 모든 길은 로마로 통한다고 한다. 우리나라에서는 조선시대 한양이 왕도로 정해진 후 한반도의 모든 길은 한양을 향하였다. 한양에서 출발하여 북으로는 평안도 의주와 함경도 경흥, 남으로는 전라도 해남과 경상도 동래를 향하였던 것이다. 그리고 이러한 X자형의 도로체계는 지금까지 큰 변화가 없다. 이러한 4갈래의 대로에, 동으로 강원도를 지나 경상도 평해로 가는 길과 강화도로 가는 길을 더하면, 이것이 곧 조선시대의 6대 대로가 된다. 그 나머지의 길은 지선(支線)에 불과할 뿐이다.
- 지역에도 거점이 되는 고을이 있었다. 중앙정부에서는 그러한 고을을 선정하여 주(州) 또는 대도호부(大都護府)를 설치하여 중심으로 삼았다. 전라도의 전주·나주·제주·남원 등이 있었고, 충청도에는 충주·청주·공주와 더불어 홍주목이 있었다. 충주가 남한강 상류의 거점 고을이었다면, 청주는 금강 상류지방, 공주는 금

강 종류지방, 그리고 홍주는 내포의 중심지였다. 그런 까닭에 내포의 도로는 홍주를 중심으로 하였다. 내포에서 반란이 있어도 홍주읍성을 향하였고, 외병이 봉기했을 때에도 홍주를 근거지로 삼았던 것이다. 홍주에 지역 사령부라 할 수 있는 영장(營將)이 배치되었던 까닭도 여기에 있었다.

- 이러한 까닭에 내포의 정치·행정 중심지로서의 홍성의 전통은 최근까지도 흔들림이 없다. 구한국시대 잠시 부제(府制)가 실시되었을 때에도, 옛 충청도는 충주부·청주부·공주부·홍주부로 나뉘었고, 홍주부에는 관찰사가 파견되었다. 현재 홍성읍에 많은 관공서들이 소재하는 연유는, 이처럼 오랜 역사를 가진 것이다.

1) 내포 바다의 중심, 홍주목

- 옛 홍주목은 오서산에서 가야산으로 이어지는 가야산록에서 잘룩한 지점에 위치하였다. 그로 인하여 삼교천을 따라 아산만에, 그리고 상지천을 따라 천수만에 접근하기가 용이하다. 앞서 언급했듯이 이렇게 홍주가 부각되기 시작한 것은 해상으로 진출하기 용이한 때문인 듯하다. 북동쪽으로는 삼교천을 따라 아산만에 접근할 수 있고, 남서쪽으로 보개산만 넘으면 천수만에 접근할 수 있다. 그렇기 때문에 해상의 교통 및 방어를 중시하였던 조선조에는, 해상방어를 위한 사령부로서의 기능을 담당했다고 볼 수 있다.¹⁴⁾ 홍주목이 아산만에서 천수만의 안면도의 일부, 원산도 등

14) 『왕조실록』에 의하면, 충청우도의 내륙은 공주(公州), 해안은 홍주를 중심으로 군제가 편제되어 있음을 확인할 수 있다. 그와 관련한 기사로는 다음과 같은 사례가 있다. ‘비변사가 아뢰기를, “외방 진관(鎭管)의 법은 군정(軍政) 중의 큰 일입니다. …… 우선 충청도로 말하면, 충주(忠州) 진관의 법이 잘 다스려질 경우 황간(黃澗)·영동(永同)·추풍령(秋風嶺) 등지의 파수하는 형세가 이루어질 수 있고, 공주(公州) 진관의 법이 잘 다스려질 경우 금강(鎭江) 일대는 근심할 것이 없을 것이며, 홍주(洪州) 진관의 법이 잘 다스려질 경우 내포(內浦)나 연해(沿海) 등지를 모두 방어할 수 있으니, 이것이 바로 일은 간단하고 공은 많은 것임을 말하지 않아도 알 수 있는 것입니다. ……”’, 『선조실록』 권55, 선조 27년(1594) 9월 16일 辛卯條>; ‘…… 유성룡이 아뢰기를, “…… 조종(祖宗) 때에는 진관(鎭管)을 네 곳으로 나누고, 홍주(洪州)는 해적(海賊)을 막고 공주는 호적(湖賊)을 막도록 했는데 유근(柳根)이 충청(忠淸)에 영(營)을 설치한다 하니, 그 뜻이 좋습니다. ……” 하였다. ……’ < 『선조실록』 권82 29년 11월 26일 戊午條>; 왕이 <시사청에 나아가> 공홍 감사(公洪監司) 윤효전(尹孝全)을 원견하였다. ……

인근 도서는 물론이고, 지금은 전라북도 옥구군에 속한 어청도까지 광활한 해역을 관할하였던 것도 그 때문이라 판단된다. 더욱이 가야산을 등지고 있어서 비상시를 대비함에도 유리하였다. 홍주가 내포의 중심이 될 수 있었던 데에는 이러한 지정학적 요인도 작용하였던 것으로 판단된다.

- 이러한 관계로 홍주목의 행정구역이 두 방향으로 길게 뻗은 형상을 하였고, 바다를 관장하는 기능이 중시되었던 탓에, 선초(鮮初)대산부곡(大山部曲)이나 신평현과 같은 바닷가의 비지(飛地)가 많았던 것이다. 당시 홍주에서 관할하였던 해도(海島)를 살펴보면, 『동국여지승람』에 원산도·동을비도·잉분도·사읍시도·홍아읍도·고태도가 소속되었고, 「신증조(新增條)」에는 장고도·사아읍도·외야대도·어을초대도·횡건도가 추가되었다. 영조조 『여지도서』를 보면 홍주에 속한 11개 도서를 남해도(南海島)로 묶어서 관할하고 있음을 알 수 있다.¹⁵⁾ 이처럼 해상을 관할하는 역할이 중시되고 관할영역도 넓었던 탓에, 홍주목의 해세(海稅) 부담액이 매우 많았다. 그 내역을 살펴보면 아래의 표와 같다.

<표0> 1890년 충청도 각 지방별 海稅

윤효전이 아뢰기를, “…… 공주(公州)·홍주(洪州)·청주(淸州) 세 고을은 양남(兩南)의 요충지이며, 게다가 홍주는 양포(兩浦)의咽喉(咽喉)인데, ……” 하였다. …… 『광해군일기』 권80 6년 7월 17일 丁卯條.

15) 1896년 행정구역개편 당시에는 오천군(熬川郡)을 신설하여 해도(海島)를 관할하기도 하였다.

종류 지방	船 稅	鹽 稅	箭 稅	기 타	計
牙 山	41兩 1錢	37兩			78兩 1錢
舒 川	95兩	67兩 5錢	44兩	31兩 1錢	237兩 6錢
庇 仁	164兩 6錢	180兩	428兩 2錢	98兩 9錢	871兩 7錢
保 寧	104兩 4錢	130兩	110兩	60兩	404兩 4錢
藍 浦	24兩 2錢	187兩 5錢	17兩 5錢	15兩 7錢 5分	244兩 9錢 5分
結 城	125兩 6錢 6分	248兩 8錢	127兩 4分		501兩 5錢
洪 州	308兩 5分	521兩	73兩 4錢 5分	470兩	1,372兩 5錢
沔 川	7兩 5錢	463兩 9錢 5分			471兩 4錢 5分
唐 津	136兩	702兩 5錢	30兩	13兩 5錢	882兩
海 美	39兩	33兩 7錢	5兩		77兩 7錢
瑞 山	130兩 9錢	130兩	39兩	37兩	336兩 9錢
泰 安	158兩 5錢	228兩	190兩	32兩	608兩 5錢
平 薪	49兩 8錢	424兩 4錢 1分	44兩 5錢 5分		518兩 7錢 6分
기 타	361兩 9錢 7分	38兩 5錢			400兩 4錢 7分
계	1,746兩 7錢 8分	3,392兩 8錢 6分	1,108兩 7錢 4分	758兩 2錢 5分	7,006兩 6錢 3分

기타 : 公州, 燕岐, 沃川, 忠州, 淸風, 丹陽, 永春, 稷山, 平澤, 定山, 扶餘, 石城, 恩津, 林川, 韓山 등 15개 고을

자료 : 水産廳 水産史 編纂委員會, 韓國水産史, 1968. (『홍성군지』 p.67에서 재인용)

- 위의 표를 보면, 충청도 전체 군현의 평균 부담액(250兩 2錢 4分)의 5.5배에 이르는 액수로서, 그 부담율은 충청도 전체 군현의 19.6%이고, 2위인 당진(12.6%)을 훨씬 앞서고 있다. 그 내역을 살펴보면, 선세(船稅)는 17.6%, 염세(鹽稅)는 15.4%, 전세(箭稅)는 6.6%, 그리고 기타는 62.0%를 차지하고 있다. 이러한 자료는 홍주목과 바다의 관계를 잘 보여주는 자료라 할 것이다.
- 사료를 통해서도 홍주목에서 두 방향으로 바다로 진출하였던 사실을 확인할 수 있다. 천수만에 위치한 두 포구와 삼교천변의 한포구 등 포구 3개소가 홍주목의 해문(海門)으로 활용되었다. ■■■ 여지도서■■■에 따르면, '서쪽으로 40리, 남쪽으로 60리, 북쪽으로 90리 지점에 각각 해문(海門)이 있었다.'고 한다.¹⁶⁾ 남쪽으로 60리 지점에 위치한 해문은 홍주목 남용천면(南用川面) 아지포리(牙之浦里, 현재 보령시 장은리 牙浦洞)로,¹⁷⁾ 북쪽 90리의 해문은 홍주

16) 西至海門四十里 南至海門六十里 北至海門九十里. 『여지도서』 洪州牧條 洪州鐵管所屬.

17) 船泊 在用川面 牙之浦 距官門 五十里. 『忠清道邑誌』 (영조-헌종 연간, 아세아문화사 영인본) 『홍주목읍지』 關防條; 『湖西邑誌』 (1871, 아세아문화사 영인본) 『홍주목읍지』 關防條. 위의 기사에 따르면 아지포의 위치는 관문으로부터 50리로 되어 있으나, 『여지도서』 홍주목坊里條에는 서남쪽 60리에 위치한다고 되어 있다. 南用川面 …… ○ 牙之浦里 自官門西南間距六十里.)

목 북신북면(北新北面) 진두리(津頭里, 현재 당진군 송악면 漢津里)로 추정된다.¹⁸⁾ 한편 서쪽 40리에 위치한 해문은 서고북면(西高北面) 해변 일대였으리라고 짐작되지만, 그 정확한 위치는 확인하기 어렵다.¹⁹⁾

- 해상방어의 측면에서도 홍주는 서해의 요충이었다. 일찍이 유성룡은 충주를 방어하면 영남에서 오는 적을 막을 수 있고, 공주를 막으면 전라도, 홍주를 막으면 서해를 통한 적을 방비할 수 있다고 하였다.

2) 홍성군의 주요 옛 포구와 장시

- 홍주목의 각 포구들이 해상활동의 근거지였지만, 특히 광천(廣川) 인근의 포구들은 서남해안에 산재한 섬과의 교역으로 성장한 도회지로서,²⁰⁾ 충청도에서는 금강의 강경에 다음 가는 상업중심지로 성장하였다.²¹⁾ 조선 말엽 상업이 발달하면서 어청도와 녹도를 중심으로 하는 속칭 ‘칠산바다’ 중심의 수산물들이 광천을 통하여 거래되었고,²²⁾ 광천의 포구에 해당하는 웅암포까지 오일장이 개시되면서, 2일간 연속 장이 서는 곳으로 발전하였다. 이러한 추세는 20세기 중반까지도 계속된 것이며,²³⁾ 일제 강점기에 인천과 충청

18) 『대동여지도』에 의하면 대진(大津)의 위치가 환진리의 맞은 편인 경기도 평택군 포승면 만호리 부근으로 잘못 표시되어 있다. 읍지들을 모두 살펴보더라도 아산만 이북에 홍주 관찰의 땅이 없었기 때문이다. 大津 在新北面 自官門北距一百十里, 『湖西邑誌』(1871, 아세아문화사 영인본) 『洪州牧邑誌』山川條; 『忠清道邑誌』(영조-숙종 연간, 아세아문화사 영인본) 『洪州牧邑誌』山川條. 한편 19세기 전반의 『팔도전도(八道全圖)』, 『경기·충청도지도』(영남대학교박물관 영인본, 『한국의 옛 지도』 : p.56)에도 대진은 아산만 남단의 신평(新平)에 있음을 확인할 수 있다.

19) 남·북쪽의 해문은 대체로 각각 남·북창(南北倉)의 위치와 일치한다. 그로 미루어 서쪽의 해문은 서창(西倉)이 위치했던 고북면 동성리 주변으로 짐작된다. 『여지도서』에는 관문으로부터 서쪽으로 40리 지점 고북면에 창리(倉里)가 있던 것으로 기록되어 있으며, 현재 그 유적지도 남아 있다. 따라서 해문은 인근의 기포리(機浦里)로 짐작되지만, 이에 대해서는 더 자세한 조사가 필요하다. 최소한 이 포구는 아지포나 대진보다 덜 중시되었던 것으로 추측된다.

20) 광천은 아지포나 수영(水營)에 비하여 내륙 깊숙히 위치하여서 육상으로 운반하는 거리가 짧았다는 점 때문에 더욱 크게 성장할 수 있었던 것으로 짐작된다.

21) 『日省錄』 정조 23년(1799) 5월 9일.

22) …… 洪州廣川·瑞山聖湖 雖溪港 而通潮 故並爲商船居留轉輸之所. 『택리지』 卜居總論 生利條.

도의 서해안을 왕래하는 기선(汽船)의 운행이 있었으나, 사실 조선조 이래의 해로(海路)를 따라 운행한 것에 지나지 않는다.

- 내포의 중심지였던 홍주 또한 대장(大場)으로서의 면모를 갖추고 있었다. 1900년경 홍주는 인구 1,500의 큰 고을[大邑]으로서 내포에서 가장 규모가 컸던 ‘예산장에 필적’하였다고 한다.²⁴⁾ 홍주장은 육지의 다양한 품목, 그리고 광천 등지에서 유입되는 해산물 등 다양한 상품을 거래하는 종합시장적 성격을 띠고, 주변 小場으로 출하시키는 도매시장의 기능을 담당하였다. 이러한 상황에서 1900년경 홍주장→백야장→용호장→광천장→결성장으로 이어지는, 홍주와 광천이라는 2개의 대장(大場)을 중심으로 주변의 소장(小場)을 연결하는 순회 장길이 형성되었다.
- 옛 결성현의 해창 인근에 위치한 성호리 또한 관심의 대상이다. 얼마 전까지도 한적한 어촌에 불과하고, 이제는 방조제가 축조되면서 내륙의 농촌으로 전락한 곳이다. 그러나 모산만의 포구, 즉 모산당포-성호리 포구-석곶포[‘돌곶이’]는 읍지(邑誌)는 물론 『만기요람(萬機要覽)』 등의 관찰사료에도 언급되던 주요 포구이다. 특히 모산당포는 태종 8년 결성현감 김자가 왜구를 물리친 곳이며, 석곶포는 조선시대 각 도(道)의 조운선[漕船]이 돌아와서 정박하는 곳으로 되어 있다. (『만기요람』, 『충청도읍지』) 이러한 배경에서 성호리 일원은 조선 후기 광천에 못지 않게 상업이 발전했던 곳으로 전해지고 있다. 성호리에는 이와 관련하여 오방제각과 성호신당 등 2개소의 공동의례 유적과 관련 기록이 보존되어 있으며, 석곶포에는 뱃사람들이 제사를 올렸다는 바위가 남아 있다.²⁵⁾ 성호리 포구~석곶포 사이에 있었던 정자 관난정은 기호 유학을 대표하는 수암 권상하가 두 제자 남당 한원진과 병계 윤봉구와 더불어 학문을 논했던 유적이기도 하다.

23) 상업의 발전상은 읍지 풍속조를 통하여 짐작할 수 있다. 『여지도서』(1760년 경)에는 ‘務稼稿尙文武’라고 하였고, 『충청도읍지』(영조-숙종 연간)이나 『호서읍지』(1871)에는 ‘尙素務農’이라 하였으나, 『홍주군지』(1870년대, 한국인문과학원 영인본 『한국근대도지』)에는 ‘尙素務農 今則民多末利’라고 하여, 그 사이의 세태의 변화를 지적하고 있다.

24) 『通商彙纂』 179호(1900. 10) 『韓國京畿忠清兩道內地情況』 p.67.

25) 오방제각은 최근에 개보수되었으나, 성호신당은 무너진 후에 방치되고 있다. 석곶포의 바위는 매립공사로 인하여 매몰된 형편에 처해 있다.

- 남당 포구는 남당 한원진의 생가터와 바로 인접해 있으며, 현재는 대하축제로 성가를 올리는 곳이다. 그러나 옛 포구의 위치는 확인된 바가 없으며, 이와 관련하여 동쪽의 위치한 속칭 ‘꽃바위’가 주목되고 있다. 주민들에 전언에 의하면 예전에는 꽃바위 아래에 배가 닿았다고 하는데, 이에 대한 자세한 사실은 확인된 바가 없다. 이외에도 옛 홍주목 관할의 포구로는 수군 우후(水軍虞侯)가 주둔했던 원산도와 같은 포구가 많았다. 그러나 1914년 행정구역의 개편에 따라 홍성군의 관할 영역에서 제외되었고, 따라서 현 시점에서 홍성군의 역사문화자원으로 활용할 여지는 사라졌음은 염두에 두어야 할 것이다.

IV. 홍성군의 역사문화자원과 활용 현황

1. 옛 포구와 관련 의례

- 주요 포구에는 부정기적인 갯벌장[浦口場]이 서는 경우가 많고, 그 장터에는 여각(旅閣)이나 객주(客主) 등 도매상의 기능을 담당하는 상인이 있게 마련이었다. 또한 상업이나 어로와 관련된 공동의례와 그에 수반된 놀이가 행해지는 경우가 일반적이고, 상인들의 지원을 받은 놀이패들이 활동하는 경우가 많았다. 전국 최대 규모를 자랑하던 한강 송과장의 송과산대놀이 등은 말할 것도 없고, 충청 남도의 경우에도 은산장을 배경으로 하는 은산별신제, 한산 모시의 생산과 유통을 배경으로 했던 서천 저산팔읍 길쌈놀이 등도 장시와는 불가분의 관계가 있었던 것으로 알려져 있다. 중고제 판소리 또한 강경을 비롯한 금강변의 포구와 깊은 연관이 있었던 것으로 추정되며, 연산 백중놀이도 연산장을 배후로 삼았던 것으로 보인다. 이처럼 조선 후기 ‘장시는 민속의 보고(寶庫)’로 평가

될 정도였으며, 실상 최근 무형문화재로 지정되는 놀이와 의례 가운데 장터를 배경으로 하는 경우가 많았던 것이다.

- 앞서 언급한 옛 결성현 성호리 포구[현 결성면 성호리]에도 오방 제각과 성호신당의 의례가 지금까지 존속되고 있으며, 19세기에 작성된 관련 고문서와 편액·기문(記文)이 전해지고 있다. 그러나 이에 대한 정비사업은 진행된 적이 없으며, 일부 민속학자에 의한 부분적인 조사만이 있었을 뿐이다. 조선 후기 결성현 뿐만 아니라 내포 지역을 대표하는 포구였다는 점을 상기한다면, 풍부한 관련 자료의 발굴과 함께 다양한 활용방안이 모색될 수 있을 것으로 보인다.
- 광천장은 해방 후까지도 대표적인 포구장이었던 곳이다. 그러나 광천토굴로 널리 알려졌을 뿐이며, 광천장터의 민속에 대한 기초적인 조사조차도 부족한 상황이다. 서부면의 남당 포구도 사정은 마찬가지이다. 그러한 측면에서 보다 상세한 자료의 발굴과 연구의 진행, 그 뒤를 이은 활용방안의 모색이 이어져야 할 대상으로 판단된다.

2. 홍주읍성 관련 사건과 자원

1) 홍가신 묘(廟)

- 홍주읍성은 내포 지역을 대표하는 거점이다. 이런 연유로 내포의 정치적 사건이 발발했을 때마다 홍주읍성은 근거지가 되기도 하고 치열한 전투가 벌어지거나 형벌이 가해지기도 하였다. 임진왜란 당시 분조(分朝)를 이끌었던 세자 광해군은 홍주성에 머물면서 군사를 모았고, 이몽학의 변란이 발생했을 때에는 홍주읍성에서 치열한 전투가 벌어지기도 했다. 특히 이몽학란을 평정한 홍가신을 모신 사당은 읍성의례로서 주목할 만한 가치가 있다.

- 이몽학난은 임진왜란 와중에 내포 일원을 떠들썩하게 했던 사건으로, 당시 홍주목사였던 홍가신 등이 평정하였던 사건이었다. 특기할 만한 사실은 이몽학란의 괴수로 의병장이었던 한현(韓絢)이 지목되어 처형되고, 또 다른 의병장 김덕령·곽재우·고언백·홍계남 등의 연루설이 나도는 가운데 추국(推鞠)을 받던 김덕령마저 옥사(獄死)하는 일이 있었다. 이 사건은 일과만과로 변져 김덕령을 천거했던 영의정 유성룡을 탄핵하는 논의가 무성한 가운데, 선조의 명으로 비로서 잠잠해졌다.
- 홍가신묘가 이러한 역사적 사건을 배경으로 하여 건립되었다는 사실은 틀림이 없을 듯하나, 그 시기를 확인할 수 있는 전거는 없는 실정이다. 즉 대부분의 읍지에 청난사(淸難祠)로도 불리는 홍가신묘에 관한 기록이 누락된 것이다. 홍가신묘에 관한 유일한 기록은 1925년에 간행된 『홍성군지』에 있는데, '미신(迷信)'으로 간주하고 있다. 그 내용은 아래와 같다.

府院君祠는 洪州面 월산리 월산에 있다. [敷地는 1,110坪이고 建物은 4평이다.] 寧原君 洪可臣을 奉安했는데, 미루 형상의 목상[木製像] 좌우에는 侍童 木像 2개를 設置하였다. 처음에는 邑人들이 그 공덕을 칭송하여 숭배했던 것인데, 年代가 오래되면서, 숭배하는 사람들이 점차 줄었다. 다만 邑 부근의 사람 및 노동자들이 매년 정월 중에 모여들어서 祭를 지내고, 항해와 농사에서 이익을 본다.

- 위의 기록에 따르면, 일제시대에 이르러서는 최영사와 마찬가지로 유교적인 사우라기 보다는 무속신앙의 대상으로 변한 듯하다. 주민과의 면접에서도 '정월 보름 이전에 날을 택하여 허수아비를 만들어서 신을 맞이한 후에[降神], 황토를 깐 성내를 돌아다니는 행사를 벌였다.'고 하면서도, '무당들이 자주 찾는 영험이 큰 신당'이라고 한다. 이와 관련하여 이몽학과 김덕령에 관해서는 수 많은 전설이 전승되고 있으며, 과거에도 이미 채록되어 「대동야승(大東野乘)」

등에도 남아 있다. 이러한 점에서도 후술하는 최영사와 유사한 점이 있다. 홍가신묘는 군민들의 구심점이 되었던 의례라는 점에서, 보다 자세한 추가 조사 및 그에 따르는 대책이 요망되며, 홍주성 복원과 관련하여 활용방안을 모색할 필요가 있는 자원이다.

2) 동학전쟁과 홍주의병

- 『홍성군지』(1925)에 의하면, 홍주읍성은 1870년에 대대적으로 개수(改修)되었다. 그러나 1894년 7월 내포지역의 동학군이 봉기하면서 많은 피해를 입어서, 남문이 훼손되고, 서·북문의 문루(門樓)가 모두 소실되어 성첩(城堞)만 일부 남았으며, 동문의 문루는 무사했으나 편액이 소실되었다.²⁶⁾ 현재의 동문은 1917년 임연상(林淵相) 군수가 1호당 평균 5전(錢)을 거두어 수선한 것이다.²⁷⁾ 홍주읍성은 1896년과 1906년 두 차례에 걸쳐 홍주의병이 거병하면서 의병의 근거지가 되었다. 특히 2차 봉기 때 홍산에서 거병한 의병은 서천·남포·보령을 경유하면서 북진하여 홍주성을 점령하였다. 이에 일본군이 주축이 되어 홍주성을 공격하면서 수많은 사상자를 낳았다. 또한 홍주읍성은 천주교 신자의 순교 현장이었던 곳이다. 『치명일기』에는 순교자 약 80명의 명단이 전해지는데, 더 자세한 내역은 조사된 바가 없다.
- 동학전쟁은 전라도를 중심으로 하는 남접에 의하여 촉발된 것으로 알려져 있고, 사회적 관심 또한 그 사실에 집중되고 있다. 그러나 충청도 인근의 북접의 활동도 이에 못지 않았으며, 최근에는 경상도의 동학활동에 대한 자료도 발굴되고 있다. 최근 홍성 인근의 북접의 활동에 대한 기록이 후손에 의하여 보존되고 있다는 사실이 확인되었으며, 2005년 태안군에서 전시회를 개최한 바가 있다. 그리고 그 유족들이 관련 유적에 대한 답사 등 활동이 본격화되는 시점이다. 홍주의병에 대한 관심은 다소 앞선 편이다. 현

26) 『홍성군지』(1925) 城池條: 同 朝陽門新建記.

27) 『홍성군지』(1925) 城池條.

재 홍주의사총이 건립되어 국가 사적지로 운영·관리되고 있다. 그러나 『홍양일기』 등 이와 관련된 자료에 대한 본격적인 연구는 이루어졌다고 보기 힘든 상황이다. 해미읍성, 공주 황새바위에 못지 않은 순교자가 배출되었을 것으로 추정되는 홍주읍성에 대해서는 지금까지 확인된 사실이 거의 없는 형편이다. 조선 말부터 일제 강점기에 이르는 시기에 홍주읍성과 연관된 정치·군사적 사실의 경우, 기본적인 기록의 발굴과 조사, 관련 유적지에 대한 고증 등의 기초작업이 필요한 자원이라 할 수 있다.

3. 보부상의 전통

- 현재 홍주를 중심으로 하는 옛 상무사²⁸⁾ 조직 관련 문서가 문화재로 지정되어 있다. 즉 1851년 한성부공문(漢城府公文)에 의거하여 결성·보령·청양·대홍 등과 함께 원홍주육군상무사(元洪州六郡商務社)가 조직된 것인데, 현재 전국적으로 예덕상무사(禮德商務社, 예산·덕산·면천·당진)와 저산팔읍상무사(苧産八區商務社, 부여·홍산·남포·비인·서천·한산·임천·정산)와 더불어 경상도 창녕의 문서만이 전해질 뿐이다.

<표 0> 元洪州六郡商務右社의 관련 유품

지정어부	名 稱	所 在 地	指定日	관리자
重要民俗資料 제30호	樛負商遺品(一括 19種)	廣川邑 新津里455-5	92. 7.28	金東物
미지정	樛負商遺品(一括 36種)			상무사

28) 조선후기 상업의 발달에 따라, 정부에서는 보부상(樛負商)들을 상무사(商務社)로 조직하였다. 이때 도자기·소금·어물 등을 취급하는 동침장수[負商]는 좌사(左社)로, 직물·철기 등을 취급했던 방물장수[樛商]는 우사(右社)로 하였다.

<그림 1> 元洪州六郡商務社 유품



- 현재 문화재로 지정된 보부상 유품 가운데 예덕상무사 관련 전시관이 건립되어 있고, 저산팔읍과 원홍주육군상무사의 자료는 문화재로 지정되어 있을 뿐이다. 저산팔읍의 경우, 모시짜기, 바디, 길쌈놀이 등이 또한 국가 및 도 지정 문화재인 까닭에 활용된다고 할 수 있으나, 문서 자체에 대한 연구와 활용은 이루어지지 않은 상태이다. 원홍주육군상무사 자료의 활용은 전무하다고 해도 과언이 아니며, 다만 소도읍 가꾸기 사업의 한 아이টে으로 제한되었을 뿐이다. 보부상의 전통은 현재 내포 지역에서 내세울 수 있는 차별성을 갖춘 역사문화자원에 해당되므로, 이에 대한 대책이 강구되어야 할 것으로 판단되며, 특히 예덕 및 저산팔읍과의 연계 개발의 가능성을 검토할 대상이라고 본다.

4. 호국과 절의의 전통

- 앞서 충청도가 조선시대 기호유학의 본거지였음을 지적한 바가 있다. 그에 걸맞게 홍성에도 충·효·열이라는 삼강(三綱)의 덕목의 표본이 될 인물들이 즐비하다. 그 첫 단추는 성리학 도입기에

해당하는 여말선초 최영 장군이다. 최영 장군은 노은동에서 출생한 것으로 알려져 있는데, 19세기 후반까지도 그를 모시는 사당이 유지되고 있었다. 『동국여지승람』 등에 최영사(崔瑩祠)라 기록된 관련 기록은 거의 모든 읍지에서 언급되고 있다. 다만 『동국여지지』를 제외한 지리지에서는 ‘단묘조(壇廟條)’가 아니라, 산천조 또는 고적조에 기술되고 있다는 점에 유의할 필요가 있다. 그 관련 기록은 아래와 같다.

< 표 0 > 최영사 관련 기록

(신증) 동국여지승람	(新增 山川條) 동쪽 23리에 있는데, 中峯에 崔瑩祠가 있다.
東國輿地志 (1659-1674)	三峯山 위에 있다. 邑民들이 말하기를, 최영이 죽은 후에도 능히 사람들을 위하여 福을 준다고 하여, 무릇 기도하는 사람들이 분주하게 몰려든다.
충청도읍지 (영조-헌종)	(古蹟條) 고려조에 최영이 本州 赤洞里에서 태어났으므로, 세상에서는 金谷之文 赤洞之武라고 하는 바, 최영을 가리키는 것이다. ■■■여지승람■■■에는 최영이 鐵原人으로 되어 있는데, 本貫이 철원이요, 적동에서 살았던 것이다. 고을 사람들이 祠를 세우고 지금도 끊이지 않고 기도[祈祀]한다.
호서읍지 (1871)	(古蹟條) 고려조에 최영이 本州 赤洞里에서 태어났으므로, 세상에서는 金谷之文 赤洞之武라고 하는 바, 최영을 가리키는 것이다. ■■■여지승람■■■에는 최영이 鐵原人으로 되어 있는데, 本貫이 철원이요, 적동에서 살았던 것이다. 고을 사람들이 祠를 세우고 지금도 끊이지 않고 기도[祈祀]한다.
충청남도지 (1870년대)	(古蹟條) 고려조에 최영이 本州 赤洞里에서 태어났으므로, 세상에서는 金谷之文 赤洞之武라고 하는 바, 최영을 가리키는 것이다. ■■■여지승람■■■에는 최영이 鐵原人으로 되어 있는데, 本貫이 철원이요, 적동에서 살았던 것이다. 고을 사람들이 祠를 세우고 지금도 끊이지 않고 기도[祈祀]한다.

- 잘 알려져 있듯이, 최영은 임경업 장군 등과 함께 무속신(巫俗神)으로 널리 모셔지는 인물이다. 특히 개성 덕물산이나 전라도 나주 금성산의 경우가 그러하다. 최영을 모시는 다른 지역의 사례와 더불어, 고을 사람들이 제사를 올린다는 위의 기록을 염두에 둘 때, 최영 장군과 관련된 의례는 홍가신 사당과 더불어 홍주목 의례의 구심점이 되었을 가능성이 크다. 따라서 이와 관련된 보다 상세한

고증이 필요한 역사자원일 것이다.

- 사육신 성삼문은 부언의 필요가 없는 절의의 인물이다. 그런데 공교롭게도 최영 장군이 출생한 집에서 태어났다. 당시 그 집은 외조부 박첨(朴檐)이 살았다고 하며, 태어날 당시 허공에서 “낳았느냐?”고 세 차례 묻는 소리가 들렸다고 하여 삼문(三問)이라 이름하였다고 전한다. 성삼문이 출생한 집에 대한 공식적인 조치는 1652년부터 시작되었다. 당시 판서를 역임한 조경이 성삼문이 태어난 집이 아직 무너지지 않았다고 지적하면서 충신의 정표를 내릴 것을 건의하여 허락받기에 이르렀다. 1668년에는 탄생지를 표시하는 비석을 건립하였고, 1672년에는 인왕산에 발견된 선생의 신주(神主)를 이곳으로 옮겨와서 봉안(奉安)하였다. 1675년에는 성삼문에 대한 제사가 시작되었고, 1685년에는 사육신과 성삼문의 아버지 성승을 모시는 사우(祠宇)가 건립되었다. 1692년에는 녹운(祿雲)이라는 사액(賜額)을 내리고, 1712년에는 노운(魯雲)이라는 이름으로 재사액되었으며, 1769년에는 노은(魯恩)이라고 3차 사액되었다. 그러나 노은서원은 1871년 대원군의 훼철령으로 서원은 훼철되었고, 지금은 노은단과 성삼문선생유허비가 남아 있을 뿐이다. 서원이 훼철된 이후 선생의 신주는 외손봉사를 했던 논산 상월면에 세거하는 무안박씨 가문으로, 1902년에는 성삼문 선생의 봉사손(奉祀孫)이 정해지면서 연기군 금남면 달전리로 옮겨졌다. 노은서원 훼철 이후 신주를 옮겼던 가마[腰輿]와 관련 문서는 현재 충남역사문화원에 기탁되어 있다.
- 남당 한원진(南塘 韓元震, 1682~1751)은 우암 송시열-수암 권상하로 이어지는 노론 학맥의 정통을 이은 인물이다. 특히 같은 문하(門下)의 외암 이간과 인물성동이의 논쟁을 벌였다는 점은 한국 사상사의 큰 계기가 되었던 사건이었으며, 남당은 결국 인성(人性)과 물성(物性)이 다르다는 호론(湖論)이론의 입장에서 춘추대의론을 강조하였다. 요약한다면, 호론에서는 우암의 북벌론과 소중화론의 입장을 견지하면서 청나라를 배격한 반면, 낙론에서는 청

나라의 발전한 문물을 적극적으로 수용하자는 주장을 폈던 것이다. 조선 후기 사상사의 한 갈래를 주도했던 남당은 결성 고을 남당리에 우거(寓居)하면서 제자들을 키웠고, 남당학파에 속하는 일부 유림이 홍주의병에 주도적으로 참여하였다. 현재 남당을 모신 양곡사가 복원된 상태이나, 그의 유허지는 함석집으로 개수된 상태에서 후손이 거주하고 있으며, 관련 유물은 후손이 보관하는 것으로 알려져 있다.

- 김복한(1860~1924)은 조선 후기 세도가였던 안동김씨 중 갈피파, 속칭 '갈피김씨'로 병자호란 당시 강화도에서 순절한 선원 김상용(仙源 金尙容)의 12대손이다. 갈피김씨는 개화파의 거두 김옥균, 항일운동가인 김좌진·김가진(金嘉鎭, 1846~1922) 등을 배출한 가문이다. 김복한은 1892년 별시문과에 급제한 후에 성균관 대사성 등의 벼슬을 역임하다가, 갑오경장 때 벼슬을 버리고 낙향한 인물이다. 그러던 중 1895년 명성황후가 시해되고 단발령이 내리자 이설, 안창식, 안병찬, 임한주 등과 함께 홍주목사 이승우를 권유하여 거병하였다가 체포되어 투옥되었다. 1905년 을사조약이 체결되자 청양의 민중식과 더불어 다시 의병을 조직하였다가 체포되었고, 1907년에도 의병은닉 등의 죄목으로 옥고를 치렀다. 3·1 운동 때에는 충청도 유림을 대표하여 파리강화회의에 파리장서(巴里長書)를 발송하기도 했던 항일투사이다. 조선 말 충청도를 대표할 유림이었던 그의 유품이 문중에 소장되어 전하고 있으나, 이와 관련한 정리가 이루어지지 않은 상태이다. 김복한과 함께 거사를 도모했던 이설 등에 대한 기초연구도 현재까지는 미진한 상태이다. 김복한과 같은 갈피김씨 김좌진의 활동, 만해 한용운의 행적에 대해서는 부연의 필요가 없을 것이다. 현재 김좌진과 한용운의 생가지가 복원되어 일반에게 공개되고 있다.
- 한편 고려 공민왕 때 개혁정치를 주도했던 태고 보우선사(太古 普愚禪師) 또한 관심의 대상이다. 보우는 신돈과 대립하다가 결국 실각하였고, 그 뒤를 이어 같은 임제종 계통의 나옹 혜근(懶翁 惠勤) 또한 그 뜻을 펴지 못했다. 그러나 나옹의 제자 무학 자초(無學 自超)가 이성계를 도와 조선왕조를 개창하는 데에 공을 세웠다.

당시 한양천도론을 펴기도 했던 태고 보우의 뜻은 관철되어 한양이 조선시대의 왕도가 되었던 것이다. 보우의 고향이 홍주라 하나, 연관된 유적은 남아 있지 않고, 서울 북한산의 중흥사와 태고사, 양주 회암사, 양평 사나사에 관련 유적이 전한다. 비록 유적이 없다하더라도 그의 법통(法統)이 후일 한국 조계종의 종맥(宗脈)을 형성하였다는 점에서 적극적으로 검토하여야 할 대상이라고 판단된다.

- 홍성균은 위와 같이 기라성 같은 인물을 배출한, 전국에서도 손꼽히는 호국과 절의의 고장이라는 평가를 받고 있다. 따라서 그들에 대한 기초조사와 관련 자료의 발굴을 선행한 후에, 활용 가능성을 적극적으로 검토해 볼 만하다.

4. 전통 예술의 전통 (중고제, 결성농요, 한성준, 이용로 등)

- 현재 한국 판소리의 법제(法制)는 크게 서편제·동편제·중고제로 나뉜다. 그 가운데 중고제는 충청도와 경기도 일원에 분포되었던 것으로 알려져 있다. 그런데 옛 결성 고을은 조선 영조 때 전설적인 명창 최선달과 한말부터 일제강점기까지 중고제를 이끌었던 김창룡 등 판소리의 대를 이어온 곳이기도 하다. 현재까지 중고제의 전통은 강경에서 활동했던 김성옥(金成玉, 1795~1828?)이 있었고, 그 전통은 아들 김정근(金定根, 생몰 미상)이 이었고, 다시 그 아들 김창룡(金昌龍, 1872~1935)을 거쳐 김세준으로 전해졌다고 한다. 김정근은 아버지가 활동했던 강경리에서 출생하였는데, 후일 서천 횡산리(橫山里, 현 서천군 장항읍 성주3리 빗그뢰)로 옮겼는데, 다시 김창룡이 1913년 42세 때 결성면 용호리 두지동으로 이사를 왔고, 용호장터에서 소리 공연을 하였던 것이다.
- 전해지는 바에 의하면, 결성농요는 구한말 중고제 판소리의 전통을 이은 김창룡의 영향을 받은 바가 크다고 한다. 즉 그에게서 소리를 배운 사람들이 이어오는 들소리인 것이다. 그런데 그 전통이

일제강점기부터 약화되기 시작하였고, 농사가 기계화되면서 거의 중단되었던 것이다. 그런 가운데 1989년 한국농민요보존회에서 노래를 채록하였고, 1991년에 모심는 소리 '어릴러릴 상사리'와 논매는 소리 '얼카 덩어리' 등을 성공적으로 복원하여 결성농요라 이름하였고, 1993년에는 제 34회 민속예술경연대회에 충청남도 대표로 참가하여 최우수상인 대통령상을 수상하였다. 그 결과 1995년에는 2억원의 예산으로 결성농요전수관이 건립되어 운영되고 있으며, 결성농요는 1996년 11월 30일에 도무형문화재 제20호(기능보유자 : 최광순, 최양섭)로 지정되었다.

- 한성준(韓成俊, 본명 春錫, 1875~1941/1935)은 홍성군 구항면 공리에서 태어난 판소리의 북잡이[鼓手]이자 무용가이다. 7세 때부터 외조부 백운채(白雲彩)로부터 춤과 북을 배웠고, 14세 때부터 3년 간 홍성 서학도(徐學祖)에게 줄타기와 땅재주를 배우고 수덕사 박순조(朴順祚) 문하에서 20세가 넘도록 춤과 장단 공부를 하였다. 그의 명성은 우선 최고의 고수라는 점이다. 1894년 서울 원각사에 출연한 이후 김창환(金昌煥)·박기홍(朴基洪)·송만갑(宋萬甲)·이동백(李東伯)·김창룡(金昌龍)·정정렬(丁貞烈) 등 명창의 고수로 이름을 날렸다. 판소리에서 “가객은 가마를 타고 가고, 고수는 뒤에 북을 들고 따라 간다.”라고 하나, 한성준의 경우, 오히려 그의 후원을 얻으려는 소리꾼들이 줄을 이었으며, 실제로 5명 창에 속하는 정정렬은 한성준의 후원으로 이름을 얻게 되었다고 전한다. 또한 고수로서 활동하는 가운데 한성준은 궁중무용에 접하게 되었고, 결국 태평무(太平舞)·학무(鶴舞)·신선무(神仙舞)·살풀이춤 등을 만들었고, 김천흥(金千興), 한영숙(韓英淑), 이매방(李梅芳) 등 기라성 같은 제자들을 길러내었다.
- 고암(顧庵) 이응로(李應魯, 1904~1989) 또한 홍성군 홍북면 중계리에서 태어났다. 용봉산과 수덕사 부근에서 사생하면서 화가의 꿈을 펴다가, 1920년 17세의 나이로 당진 순성면의 염재(念齋) 송태회(宋泰會)에게 수학하였고, 다시 20세 전후에 서울로 올라가서 해강(海岡) 김규진(金圭鎭, 1868-1933)의 문하로 들어갔다. 조선미전 등에 출품하여 입선하는 성과를 거두었으나, 30세가 넘어서 일

본으로 건너갔으며, 해방 후에는 홍익대학교 교수로 활동했으며, 50대가 넘어서는 유럽 등지에서 활동하면서 국제적인 화가로 명성을 높였다. 그러나 소위 '동백림 사건'에 연루되면서 귀국하지 못하였고, 1989년 86세의 나이로 파리에서 별세하여 파리 시립묘지에 안장되었다. 한편 수덕사 입구의 수덕여관은 그의 가족이 경영하던 곳이다.

V. 홍성군 역사문화자원의 잠재력과 활용 가능성

1) 포구 자원의 활용 가능성

- 광천은 지금까지도 도회의 면모를 유지하고 있으며, 토굴은 그 지역의 특산물로 확실하게 자리매김하고 있다. 현재 '광천토굴새우

젓-조선김 대축제'를 개최하고 있으므로, 광천 포구와 관련된 옛 의례의 발굴은 축제 내용의 다양화를 위한 아이템으로 활용할 수 있을 것이다. 한편 옛 광천장은 원흥주육군상무사에서 관할하는 장시였으므로, 위에서 언급한 보부상자료를 활용할 필요가 있다. 다만 홍주장과와의 관계가 먼저 정립되어야 할 것이다.

- 결성면 성호리 포구의 관련 자료와 의례는 우선 자료 검토와 현지조사가 선행되어야 한다. 조선 후기 성호 포구의 비중이 미루어 판단할 때 결코 간과될 수 없는 대상이므로, 연구결과에 따라 홍성군 서부 해안가를 대표할 수 있는 전통의례로 활용할 수 있을 것으로 판단된다. 특히 대하축제가 남당항과 가까울뿐더러, 최근 보령 천북면과 홍성 서부면을 잇는 방조제가 완공되면서 방조제 도로가 옛 모산당포를 경유하므로, 연계개발의 가능성도 높은 편이다. 이와 관련하여 모산당포가 있었던 모산도에 공원계획이 수립되어 일부 완공된 상태이므로, 성호리 관련 자료를 적극 활용할 수 있을 것으로 판단된다.
- 남당포구의 경우에는 옛 포구 위치부터 확인할 필요가 있다. 만일 속칭 '꽃바위' 안쪽 포구가 조선시대의 포구라고 한다면, 지금까지 지속되고 있는 의례에 대한 고증이 필요할 것으로 보인다. 현재 꽃바위 정상부에는 유래가 불확실한 제단이 조성되어 있으며, 지금도 무당이 주관하는 의례가 행해지고 있다고 한다. 더불어 꽃바위에서 바라보는 서해 낙조가 빼어난 경관을 자랑하므로, 남당 포구를 찾는 먹거리 관광객들에게 의례-놀이-경관을 같이 묶은 볼거리를 제공할 수도 있을 것으로 판단된다.

2) 홍주읍성 관련 의례의 활용 가능성

- 과거의 기록이나 주민들의 증언을 종합해 볼 때, 홍가신 묘(廟)의 의례는 옛 홍주목 행정실무자들에 의하여 주도되었던 의례였을 것으로 추정된다. 또한 고려의 유풍(遺風)을 답습한 성황신(城隍神)으로서의 성격이 강하다. 따라서 철저한 고증을 전제로 해야겠지만, 홍주읍성과는 긴밀한 연관이 있는 의례로 보인다. 따라서

홍주읍성 복원사업의 일환으로 이에 대한 고증작업을 제안하는 바이다. 이와 관련하여 현재 홍성군에서는 백월산 정상에 있던 사당을 대신하여 산기슭에 청난사(淸難祠)를 새로 지어 유교식 제례를 올리고 있고, 원래 사우 건물은 무당들의 굿판으로 방치된 상태이다. 이에 대한 재검토가 있어야 될 것으로 판단된다. 최영사 또한 주민들의 자발적인 공동의례였다. 그러나 현재 전설 등으로 관련 이야기가 전승되고 있을 뿐이며, 관련 유적이 남아 있지 않다. 이에 대해서는 선행 조사연구가 있어야 할 것이다. 한편 동학전쟁과 홍주의병 때에도 홍주읍성을 둘러싸고 치열한 전투가 벌어지고 수많은 희생자가 발생하였다. 따라서 전통시대라 한다면 읍성의례로 편입되었을 개연성을 배제할 수 없다. 따라서 홍주읍성 복원과 관련된 의례로 포함될 수 있다고 본다.

3) 보부상자료의 활용 가능성

- 앞서 언급했듯이 현재 보부상 자료가 전해지는 곳은 경상도 창녕을 제외하면 모두 내포 지역의 것들이다. 따라서 그 활용 가능성을 극대화하기 위해서는 3지역의 자료를 통합 내지는 연계하여 활용하는 것이 바람직하다고 본다. 그러나 이는 여러 시·군과의 조율이 사전에 진행되어야 할 것이다. 그 경우 보부상들의 집단묘역이며, 선대 위패가 봉안된 홍도원을 주목할 필요가 있다.²⁹⁾ 상호연계가 힘들다고 한다면, 본래의 의미를 되살려 재래시장의 의례 또는 놀이로서 정착시켜야 할 것으로 판단된다. 자본이나 편의성의 측면에서 할인점 등에 밀린다면, 전통의 색채를 가미한 볼거리를 제공함으로써 경쟁력을 높여야 할 것으로 보인다.

4) 호국과 절의 전통

29) 다만 원래 홍성군 땅이었던 홍도원은 현재 보령시에 속한다는 점을 염두에 둘 필요가 있다.

- 현재 인물 관련 유적은 생가지 등의 정비에 그치고 있고, 간혹 소규모의 전시관이 건립되어 있을 뿐이다. 그런데 텅 빈 생가지는 내방객들에게 흥미를 유발시키지 못하고, 기초적인 설비도 갖추지 못한 전시관의 유물은 심하게 훼손되고 있는 것이 현실이다. 또한 연계 교통망이 정비되지 못한 상황에서 연계 코스 운영을 위한 조치는 필수적이라 본다. 그리고 운영비의 일부는 홍성군이 부담하여야 할 대상으로 본다. 주요 인물을 테마로 삼는 박물관의 건립도 고려할 수 있다. 그럴 경우, 태고 보우선사(太古 普愚禪師)처럼 관내에 관련 유적지가 없는 인물을 포함시킬 수도 있다는 점이 강점이다. 그를 위해서는 전시관은 유적지에 있어야 한다는 후손 또는 주민들의 생각을 바꿔야 한다. 전해지는 유물의 보존을 위해서도 향온향습 등의 설비를 갖춘 수장시설이 필요하며, 관련 인물의 업적을 널리 알리기 위해서도 통합적으로 관리해야 함을 설득할 필요가 있다. 생가지 등에서의 전시는 관련 축제기간처럼 한정된 기간 동안 일종의 기획전의 성격으로 개최하는 방안은 검토할 수 있을 것으로 본다.

5) 전통 예술의 전통 (중고제, 결성농요, 한성준, 이용로 등)

- 홍성군은 중고제·결성농요 등 충청남도를 대표하기에 충분한 전통을 잇고 있으며, 한성준 등 뛰어난 예술인을 배출한 고장이다. 한편 앞에서 살펴보았듯이 결성농요는 중고제 판소리의 영향을 받았으며, 또한 한성준은 김창룡의 고수로도 활약한 바가 있다. 그럼에도 불구하고 결성농요만이 무형문화재로 지정되어 있을 뿐, 그 모체라 할 수 있는 중고제에 대한 관심은 높지 못한 편이다. 물론 김창룡 가게에서 드러나듯이, 중고제의 전통은 홍성에 한정되었던 것은 아니었으며, 충청도와 경기도 일원을 넘나들었던 흐름이다. 그러나 결성농요가 김창룡의 영향을 받은 들소리라면, 이에 대한 일정한 관심은 필요할 것으로 판단된다. 참고로 중고제의 전통은 거의 단절되다시피 하였으나, 홍성에서 활동했던 김창룡의 경우, 일제강점기의 음반이 전해지기도 한다.

- 한편 한성준과 이응로는 홍성에서 출생하였으나, 예산 수덕사와 일정한 관련이 있었다. 이는 개화기 이후 일제강점기까지 수덕사가 예술인뿐만 아니라 소위 신지식인의 활동무대, 나아가서 항일운동에도 일정한 관련이 있기 때문이기도 하다. (만해 한용운 선생과 만공선사의 교유) 인물과 관련된 역사·문화자원의 경우, 시·군, 때로는 도 단위를 넘어서 분포하는 경우가 많은데, 홍성군에서는 예산 수덕사와 관계가 특히 긴밀한 편이다. 따라서 이와 같은 자원의 경우, 출생지 또는 연고지 등에 집착하기보다는 보다 장기적인 안목에서 광역의 활용계획을 수립해야 할 필요성이 있다고 본다.

제3주제

교류증진을 통한 홍성군의 농촌관광사업 추진전략

황길식
((주) 명소IMC 대표)

교류증진을 통한 홍성군의 농촌관광사업 추진전략

I. 왜 농촌관광인가!

- 지방자치제 실시 초기에는 이른바 관광개발사업이 지역활성화를 위한 만병통치약인양 다양한 규모와 방식으로 지역에 관심과 투자를 하였다. 그리고 사업내용 또한 막대한 재원을 필요로 하는 관광시설을 조성하는데 치중하고 있으며, 재원조달방안도 주로 민간자본을 유치하는 방식을 취하였다. 여기에다 부분적이거나 지방자치단체장의 4년 임기 안에 가시적인 성과물을 내놓기 위해서

지역의 외형적인 발전에 치중할 수밖에 없는 현실이 지역관광개발 사업에 있어 문제를 가중시키는 경우도 있었을 것이다. 그러나 최근 관광활동의 경향은 친환경적, 체험적, 문화적, 지역적인 요소들을 고려하는 방향으로 확대되어 가고 있으며 지역주민의 욕구 역시 지역의 정체성을 반영한 새로운 개념의 지역개발방식을 요구하고 있다.

- 이러한 변화로 볼 때 이제 농촌지역 개발계획의 핵심은 농촌주민의 삶을 지속가능한 방향으로 바꾸어 나가기 위한 방향을 모색하는 것이다. 이를 위해서는 무엇보다 농촌주민들부터 농촌을 바라보는 인식을 전환해야 한다. 그리고 점차 농촌지역에 새로운 방향을 제시할 수 있는 가능성 있는 자원이 농업생산물뿐만 아니라 농촌의 다양한 내재적 가치를 이제는 자원으로 인식해야 한다. 이런 관점에서 볼 때 농촌관광은 농촌환경 변화에 대응하기 위한 지역개발의 새로운 유형 가운데 하나로 관심을 모으고 있다.
- 농촌관광과 동일한 개념으로 사용되고 있는 그린투어리즘은 프랑스에서 시작되었다. 과거 프랑스인들은 바캉스를 3,4주 정도 해외에서 보냈지만 소득이 충분치 못한 사람들은 저비용으로 가까운 농촌에서의 휴가를 즐기게 되었다. 이러한 현상은 독일이나 미국에서도 나타나게 되며 그런 도시사람들이 그린투어리즘을 시작하게 되었다. 결국 농촌이 도시사람들을 위한게 아니라 도시사람들이 먼저 농촌을 위한 셈이다. 일본의 경우 그린투어리즘이라는 단어를 농수성에서 처음 사용하였다. 일본 농촌의 젊은이들이 농업을 거부하고, 부모들도 자녀들에게 농업을 물려주지 않으려고 하면서 농촌의 인구가 계속 줄어들게 되자 농수성에서는 어떻게 하면 농촌으로 사람들을 불러들일 수 있을까하는 생각을 하게 된다. 그 대책으로 일본의 농수성에서는 그린투어리즘을 채택하게 되고 각 지역의 그린투어리즘 활성화사업을 지원하기 시작하였다. 국내의 경우도 과거 생산위주의 전통적인 농업과 이로 인한 오늘날 농촌지역사회의 붕괴 위험을 극복하기 위한 대안으로 도시민과 농민간의 지속적인 교류가 필요하며, 교류의 촉매역할로서 농촌관광이 등장하게 되었다. 농촌관광은 1차 산업인 농업과 3차 산업인

관광서비스가 융합된 새로운 개념의 농업방식으로 도입되고 있다. 이러한 농촌관광은 농촌 주민들이 농업행위를 수행하면서 농촌이 지니고 있는 문화와 전통을 보전하고 동시에 도시 주민들과 사회적 접촉을 지속적으로 유지하게 하고 있다. 이는 환경, 건강, 문화적 풍요로움 등 삶의 질에 대한 사회적 가치의 변화로 인하여 농촌에 대한 사회적 요구가 크게 달라지고 있음을 의미하고 있으며 이로 인해 우리의 농업과 농촌에서도 생산위주의 전통적인 농업방식에서 농촌 어메니티의 가치창출을 중심으로 하는 서비스농업으로의 전환을 시도하고 있다.

II. 농촌관광의 현황과 그린투어리즘의 개념

1. 농촌관광 시장규모

- 국내관광 총량에서 농촌관광이 차지하는 비율이 2001년 9.4%에서 2011년 24.1%까지 증가할 것으로 전망되며, 농촌관광의 향후 성장 비율을 감안할 때 늘어나는 수요에 대처할 수 있는 인프라 구축이 시급하다.

<표1> 농촌관광 수요 예측

(단위 : 천명, %)

구분	2001년	2005년	2008년	2011년	연평균 증가율
국내관광 총량	329,929	507,436	536,876	605,968	6.3
농촌관광 총량	30,930	67,507	100,123	145,955	16.8
농촌관광 구성비	9.4	13.3	18.6	24.1	

주) 농촌관광 총량과 구성비의 경우 주5일 근무제가 시행 30%수준에서 2005년에 50%, 2008년에 80%, 2011년에 100%시행되는 것으로 가정

자료) 한국농촌경제연구원(2003) 「우리나라 농촌관광 발전 방향 및 방안」

- 농업부문의 연간 부가가치는 하락하고 있으나 농촌관광의 비율은 증가하고 있는 것을 확인할 수 있다.

<표2> 농촌관광 시장 예측

(단위 : 원, %)

구분	2001년	2005년	2008년	2011년
1인당 연간 농촌관광 취대지불 의사금액(원)	67,424	141,414	203,568	288,020
연간 농촌관광 시장 규모(십억 원)	2,005	4,337	6,491	9,463
농업 부문 연간 부가가치(십억 원)	22,651	22,296	21,947	21,774
농업 총부가가치 대비 농촌관광 비중(%)	8.9	19.6	29.6	43.5

자료) 한국농촌경제연구원(2003) 「우리나라 농촌관광 발전 방향 및 방안」

2. 농촌관광의 추진동향

1) 중앙정부의 농촌관광 추진동향

○ 과거 시설위주의 양적성장 확대에 초점

- 정부의 농촌관광사업 추진은 1980년대부터 관광농원, 휴양단지, 농촌민박마을, 주말농원 등의 사업을 추진하였으나 활성화되지 못하고 있다. 정부주도로 농촌관광사업을 추진한 결과 양적으로는 성장하였으나, 운영주체의 경영능력 부족, 지나친 시설중심 개발, 소프트웨어의 부족 및 농촌관광시장의 미성숙 등으로 활성화되지 못하였으며, 농어촌휴양단지, 농촌민박마을 등 기타 농촌관광사업도 비슷한 이유로 활성화 되지 못하고 있는 실정이다.

<그림1> 정부의 농촌관광 추진 문제점



○ 부처별 경쟁적 도입으로 인한 과열조짐

- 주5일 근무제 도입에 즈음하여 2001년부터 농촌관광 관련시책을 정부 내 부처별로 경쟁적으로 도입하고 있다. 2004년 현재 농림부의 농촌마을 종합개발사업, 녹색농촌 체험마을, 농촌진흥청의 농촌 전통 테마마을사업, 행자부의 정보화마을사업, 아름마을가꾸기사업

등 7개 부처에서 15개 농촌관광 유사사업을 추진 중에 있는데, 현재의 농촌개발 정책은 과거의 시설중심에서 소프트웨어 중심, 주민주도형 및 관광서비스 접목 등으로 전환되어 추진되고 있으며, 각종 대내외적인 환경의 변화로 농촌의 활성화를 위해 도농교류 증진과 친환경농업을 통한 농업의 경쟁력 향상에 중점을 두고 있다.

○ 도농교류 활성화를 위한 법체계 정비 및 추진조직 구성

- 농촌관광의 체계적인 활성화를 위한 농어촌정비법의 정비, '농림어업인 삶의 질 향상 및 농산어촌 지역 개발 촉진에 관한 특별법' 제정, (가칭)도농교류촉진법 제정 등의 농촌관광과 관련한 법체계의 정비를 추진하고 있으며, 농림어업인 삶의 질 향상 기본계획, 농업농촌 신활력화를 위한 기본계획을 수립하는 등의 다각적인 방안을 강구하고 있다. 또한 2004년 4월에 도농교류를 전담할 수 있는 도농교류센터를 정식으로 발족하여 농촌관광과 관련한 체계적인 지원체계를 구축하고 있다.

2) 지자체의 농촌관광 추진동향

○ 경기도 - 슬로우푸드마을 운영

- 농촌관광의 새로운 모델로 슬로우푸드마을 조성을 추진하여 조성 전보다 방문객은 약 12배, 소득액은 약 26배가 증가하였다. 슬로우푸드마을은 "1차산업(생산) + 2차산업(가공) + 3차산업(관광)"을 통합시킨 농업의 6차산업화를 통해 농정의 새로운 패러다임을 마련한 것으로 평가되며, 주민역량강화교육, 전문컨설팅, 포털사이트(www.slowfoodvil.com) 구축 등을 통한 지속가능한 발전시스템을 구축하였다.

○ 함양군 - “Green Therapy, 함양”을 모토로 그린투어 개발계획 수립

- 함양군내의 그린투어 자원의 발굴하고 다양한 농촌체험 프로그램의 개발, 함양군민박네트워크 구축 등의 농촌관광 활성화를 모색하고 있으며, 인재발견 프로그램, 리더쉽 육성 프로그램 등의 인재양성 프로그램 운영하고 그린투어 추진위원회, 자문단의 구성으로 조직적인 운영체제도 구축하였다. 또한 함양군은 고부가가치 농산물 개발, 품질인증제 등의 새로운 농업을 전개하고 있으며, 홍보물·테마지도 제작, 안내표지판 설치, 자매결연 확대, 그린레터 발간 등 다각적인 홍보방안 마련으로 도농교류를 추진하고 있다.

○ 양평군 - 체험과 치유의 공간인 “Eco Doctor’s Town”조성

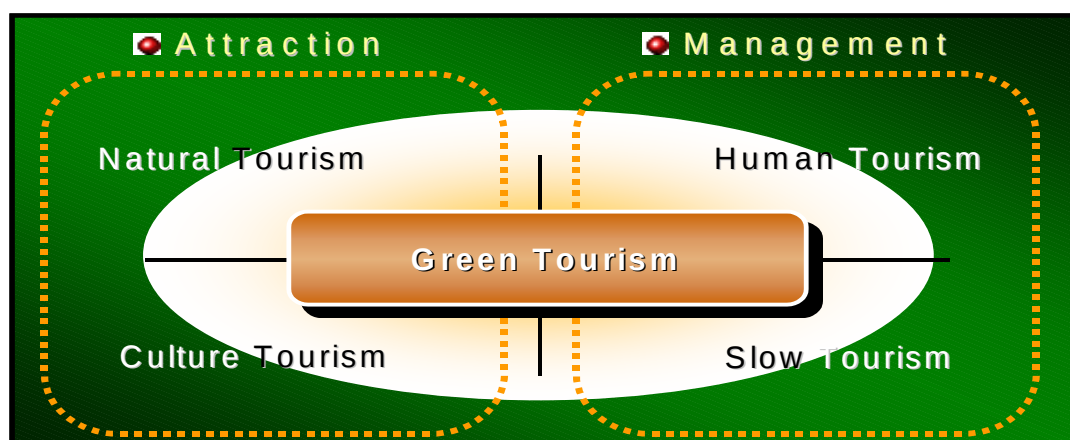
- 마을별로 유실수, 꽃길 조성사업, 지역 특산물 및 향토음식 개발 등을 추진하여 개성 있는 마을가꾸기 사업을 추진하고 있다. 양평군은 테마를 생태건강마을로 설정하고 (기치료, 약초 재배 등 건강증진, 휴식 및 휴양 프로그램 개발)테마에 맞추어 개발을 진행하고 있으며, 가족단위로 타겟을 설정하여 가족단위의 자연·농촌체험, 생태관찰체험, 농촌문화체험 프로그램 개발 등 다양한 프로그램을 개발하여 운영하고 있다. 또한 마을간 경쟁방식을 도입하여 주민들이 적극적으로 참여하도록 계획을 추진하고 있다.

3. 그린투어리즘의 개념적 정의

○ 과거 관광농원을 중심으로 시작된 국내 농촌관광의 현황을 살펴보면 성공적으로 운영해 나가는 사례가 있는가 하면 상당한 어려움에 직면하는 경우도 많이 발생하고 있다. 이러한 문제의 원인을 살펴보면 사업기반조성과 관련된 제반 문제를 제외하고는 크게 농촌관광과 더불어 그린투어리즘의 본질적인 개념에 대한 이해 부족에서 발생하는 경우이거나 아니면 소비자(도시민)욕구에 대한

대응이 미비하여 발생하는 경우 이다. 따라서 현 시점에서 농촌관광의 현황에 기초하여 사업의 도입기에 그린투어리즘에 대한 개념을 제대로 이해하는 것은 나름대로 가치가 있을 뿐만 아니라 농촌관광 활성화를 위한 도농교류 추진전략수립에도 매우 중요하다. 농촌관광(rural tourism)과 유사한 개념으로 사용되고 있는 그린투어리즘(green tourism)은 하나의 단어가 아니다. 그린·투어리즘에서 그린이란 녹색을 뜻하는 것이 아니라, ‘자연’ 혹은 ‘자연을 사랑한다’라는 뜻을 담고 있다. 그러므로 그린투어리즘은 자연과의 여행을 의미하고 있으며 동시에 여행의 만족에 자연적인 경관 외에 지역주민의 인적서비스와 전통문화, 놀이가 영향을 미치기 때문에 그린투어리즘은 그 영역에서 차이가 있을 뿐 농촌관광과 동일한 개념으로 볼 수 있다. 그린투어리즘을 구성하는 영역은 크게 attraction(자원)측면과 management(운영)측면으로 구분할 수 있다. 그리고 attraction(자원)측면은 natural tourism(자연환경, 농업생산물과 등)과 culture tourism(전통문화, 놀이 등)으로 영역이 양분할 수 있고, management(운영)측면은 human tourism(농심, 인적서비스)과 slow tourism(가치, 몰입 중심 프로그램운영)으로 양분된다.

<그림2> 한국형 그린투어리즘의 개념

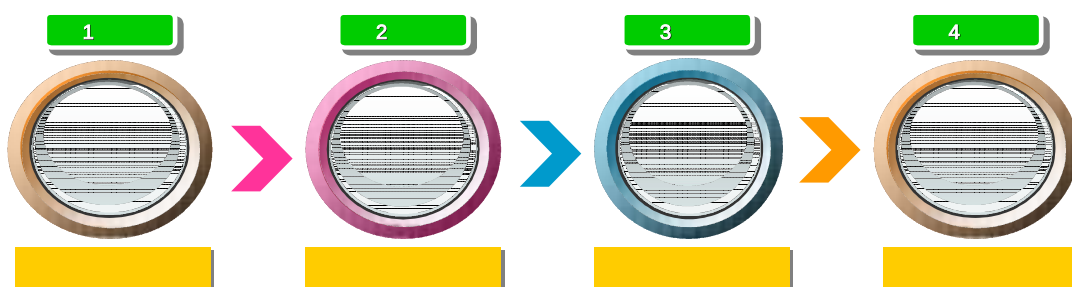


- 일반적으로 그린투어리즘을 이해하는 과정에서 일본의 성공사례를 많이 활용하고 있다. 그러나 한일간의 농업·농촌환경이 엄연히 다르기 때문에 일본의 그린투어리즘과 우리나라의 그린투어리즘은 다를 수밖에 없다. 한국형 그린투어리즘이란 농민이 주인이 되어 농촌을 방문한 도시민들에게 풍요로운 농촌을 무대로 하여 이색적인 체험을 통해 몰입을 경험하게 해 주는 농업의 관광사업 활동을 말한다. 여기에서 중요한 사실은 도시민들을 몰입시킬 수 있는 기술이 바로 휴면서비스(human service)에 있다는 것이다. 그리고 그린투어리즘을 통해 그 지역(마을)의 자원가치를 높이는 활동이다. 평범한 시골경관과 일상생활이라 할지라도 어떻게 연출하느냐에 따라 장소성을 부각시킬 수 있는 최고의 자원이 될 수도 있는 것이다. 그린투어리즘의 관점에서 볼 때 농촌관광은 농촌지역에서 '자연환경, 농업생산물, 농촌의 전통문화와 놀이 그리고 농민의 정서와 같은 농촌어메니티 자원의 내재적 가치를 도시민과 농민간의 교류를 통해 상업화하는 일종의 대안관광인 셈이다. 그리고 농촌관광의 전략적 포인트는 농업과 농촌의 매력을 관광상품화 하여 도시와 교류를 확대함으로써 농업을 포함한 농촌지역경제를 활성화시키는데 있다. 이른바 농촌도 이제 상품으로 파는 시대가 도래한 것이다. 농촌관광을 통해 도시민들은 휴양과 체험을 위해 농촌을 방문하고 농촌주민들은 농촌을 방문한 도시민들을 상대로 농산물판매(1차산업), 가공사업(2차산업), 숙박, 음식물서비스(3차산업) 등 농업외 소득을 창출하도록 하자는 것이다. 농촌관광을 하는 동안 도시민들은 심신의 피로를 치유하게 되며 인정과 친절, 바가지 없는 순박함이 주는 편안함과 아울러 아름다운 농촌경관, 이색적인 체험프로그램, 신선하고 건강한 먹거리들은 농업·농촌의 다원적 가치를 인식함과 동시에 농촌을 다시 찾게 만드는 주된 재 방문 동기가 되고 있다. 농촌관광의 핵심 키워드는 바로 그리움과 신기함이다. 이제 농촌은 도시민들에게 그리움의 모태이며, 농업은 점차 신기한 행위로 인식되어가고 있다. 그리고 농촌관광의 주요 대상은 「어린이와 가족」이며, 농촌체험과 문화에 초점을 맞추어 재미있는 프로그램과 시설을 준비하는 것이기 때문에 농촌관광에서는 지역의 독창적인 자원을 발굴해 도시민들을 빠져들게 하는 기술이 필요한 것이다.

III. 교류증진과 농촌관광사업의 전개

- 지방자치단체 또는 농촌마을에서 농촌관광사업을 성공적으로 실행하기 위해서는 반드시 장기적인 안목으로 전략적인 사업추진이 이루어져야 한다. 민감한 도시소비자들을 상대로 농촌관광을 통해 지역을 활성화시킨다는 것은 매우 어려운 일이다. 따라서 성공적인 농촌관광사업에 임하는 자세가 달라야 한다. 첫째, 농촌관광을 이제는 엄연한 사업으로 바라보고 마케팅적 사고를 가지고 임해야 한다. 이를 위해서는 도시소비자를 이해하는 과정에서부터 욕구를 충족시키는 일, 한 번 방문(구매)한 도시민을 지속적으로 관리하는 일에 이르기까지 세심한 노력이 필요하다. 둘째, 농촌관광사업을 추진하는데 있어서 본업과 부업의 개념을 확실하게 이해해야 한다. 농민들의 본업은 바로 농업이다. 도농교류가 확대된다고 해서 농민이 갑작스럽게 관광사업자로 변해서는 않된다. 셋째, 농촌관광사업을 통해 지역이 활성화되기 위해서는 무엇보다 도농간의 빈번한 교류를 통해서 가능할 수 있다. 특히 이러한 도농간의 교류는 지역의 매력과 가치를 도시소비자에게 알리는 정보의 교류단계에서부터 이루어진다. 도농간의 정보교류를 통해 교류목적에 맞는 세분시장별 사람교류가 이어지며, 사람교류는 흔히 농촌관광 체험프로그램을 중심으로 이루어진다. 중요한 사실은 체험을 통해 해당지역의 매력과 가치가 도시소비자들에게 인식이 될 때 비로소 농민들이 생산한 제품을 구매하는 제품교류단계와 자본교류단계로 성장할 수 있을 것이다.

<그림3> 농촌관광사업의 추진전략



1. 정보교류

○ 휴대할 수 있는 농촌마을 안내자료 “Green Map”

- 도농교류의 접점인 농촌마을을 방문하는 도시민을 위해 농촌마을의 도농교류 프로그램 자원을 알려줄 수 있는 휴대가 용이한 안내자료를 제작하여야 한다. 안내자료는 텍스트 위주의 정보전달에서 탈피, 감성마케팅과 이미지마케팅의 요소를 이용하여 도농교류 프로그램을 이미지 위주로 제작하고 텍스트정보는 필요한 최소한의 정보만을 제공하는 것이 바람직하다.

○ 비용대비 고효율의 “SP 미디어”활용 광고

- 현재 소비자에게 어필할 수 있는 광고 기법을 도입하여 버스, 지하철 옥외광고에 이용함으로써 비용대비 효과 극대화시킬 수 있으며, 소비자의 흥미를 끌 수 있고 사회적으로도 이슈화 시킬 수 있는 최신 트렌드의 광고기법 티저광고 등의 방안을 검토하여야 한다.

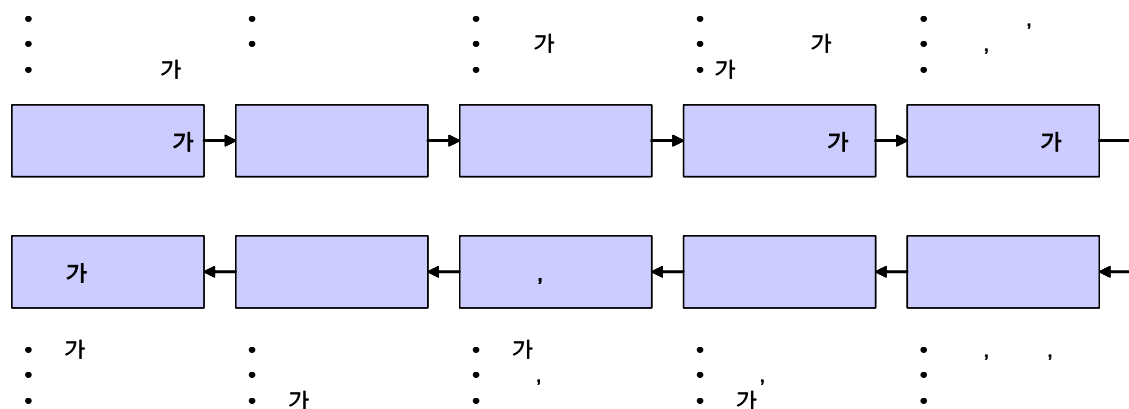
○ 소비자 수요에 빠른 대응을 위한 “그린투어 사이트”운영

- 인터넷 사이트의 특징은 소비자의 반응을 즉각 확인 할 수 있다는 것이다. 그린투어 사이트의 모든 컨텐츠 정보를 정기적인 계획에 따라 업데이트 함으로써 컨텐츠에 대한 신뢰도를 높여야 하며, 자생하다 폐쇄되는 커뮤니티를 지양하고 그린투어 사이트 운영팀에서 직접 관리하는 관계형 커뮤니티를 통한 지속적인 커뮤니티 관리로 회원 이탈을 방지해야 한다.

2. 사람교류

○ 농촌체험프로그램의 기획

<그림 4> 농촌체험 프로그램 개발과정



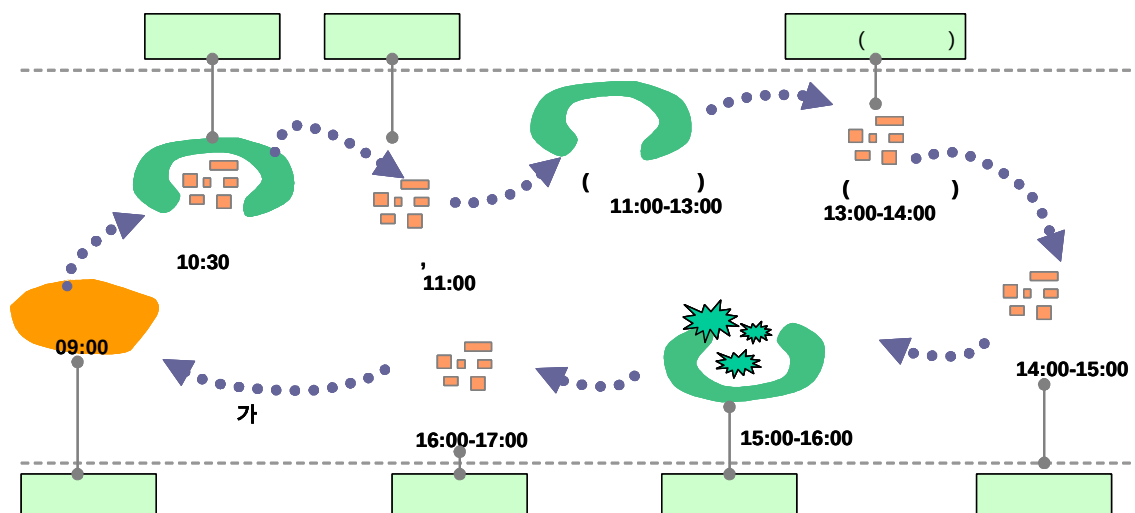
- 자원조사 및 평가 : 다른 마을과 차별화되는 독특한 매력과 자원을 찾아내어 체험소재로 활용한다.
- 개발방향 설정 : 수집된 자료를 특성에 맞게 분류하고 분류된 기준에 의하여 테마 및 개발전략을 설정한다.
- 아이디어 탐색 및 평가 : 유사사례 연구와 외부전문가로부터의 자문, 브레인 스토밍 등을 통하여 아이디어를 발굴하고 아이템의 경쟁력 및 사업성을 평가한다.
- 프로그램 기획 : 행사 수용능력과 운영자 및 이용자의 특성을 고려하여 테마에 맞추어 프로그램을 기획한다.
- 현장확인 : 프로그램 참여자, 진행자의 입장에서 현장을 면밀히 답사하고 현장의 상태, 필요한 장비 및 시설을 점검한다.
- 마케팅 및 프로모션 : 다양한 매체, 여행사 등과 연계하여 마케팅을 실시하고 행사 결과를 보도자료로 작성하여 뉴스매체에 송부한다.

- 프로그램 실행 및 평가 : 지역주민들이 주도적으로 참여하여 진행하도록 함으로써 주민들이 학습효과와 자신감을 가질 수 있도록 하며, 행사 결과를 모니터링 하여 참가자 불만사항 및 개선사항을 도출한다.

○ 농촌체험프로그램의 운영

- 프로그램 개발뿐만 아니라 방문자에게 만족과 감동을 주는 효율적인 운영이 더욱 중요하다. 지역 내 개성 있는 자원과 사람으로 감동적인 서비스를 연출해야 하며, 감동서비스는 고객이 기대하지 않은 1%를 더 전달하는 것에서 출발한다. 부족한 주민역량을 보완하기 위하여 외부 전문가와의 네트워크가 필요하며, 지방자치단체의 협력과 지원 없이는 성공하기가 어려운 만큼 상호 협조적인 관계를 유지해야 한다. 주민주도에 의한 지속적인 운영이 중요한 만큼 프로그램 운영과 관련된 각종 지식에 대한 교육이 필요하다. 다양한 단체와의 연계 및 결연은 안정적인 수급을 확보해 줄 수 있으므로 이에 대한 노력이 필요하며, 특히 생활 밀접형 단체(부녀회, 종교단체 등)와의 연계가 중요하다.

<그림 5> 농촌체험 프로그램 실행 메뉴얼



3. 제품교류

○ 농촌마을의 상품화를 위한 “브랜딩 전략”

- 브랜드의 정의는 구매자에게 제공되는 제품이나 서비스의 이름으로 판매자의 상품이나 서비스를 식별시키고 경쟁자의 것과 차별화하기 위해 사용되는 이름이나 상징물이라고 할 수 있다. 브랜딩 작업은 긍정적이고 차별화된 이미지를 구축하여 타 지역과의 경쟁력 제고에 기여할 수 있으며, 포장패키지, 마을 안내판 등의 디자인을 함께 수행할 수 있어 상품 판매 등에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다.

<그림 6> 강화군 버드러지 마을의 포장패키지 사례



○ 직판 유통루트 확보를 위한 “전자상거래” 실시

- 전자 상거래 실행을 위한 방안으로는 기존에 운영되고 있는 농산물 거래 사이트에 가입하는 것과 마을 사이트에서 실시하는 방법을 고려해 볼 수 있다. 상품판매 방식 또한 일반적인 판매 외 다양한 방법이 있으므로 마을별 특성에 맞도록 취사선택 하여야 한다. 전자상거래 실행시에는 전자상거래의 특성상 소비자의 개인정보를 매우 중요시 하므로 이에 대한 철저한 관리도 중요하다.

4. 자본교류

○ 도시자본 유입을 위한 “도시자본 투자매칭 시스템”

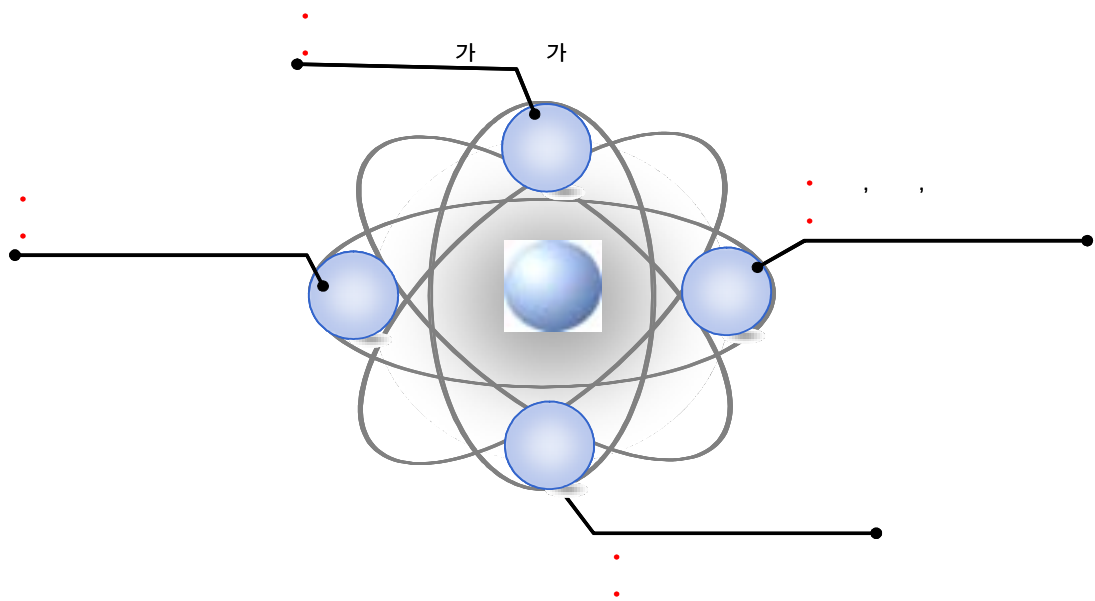
- 도시자본 유입이 필요한 부문에 대하여 데이터베이스화 시킴으로써 도시자본이 들어올 수 있는 물꼬를 트는 한편 도시민들을 투자매칭 시스템의 회원으로 가입시켜 도시민들이 요구하는 투자관심 대상에 대하여 지속적인 정보를 제공함으로써 도시자본의 유입을 촉진할 수 있다.

<표 3> 도시자본 유입대상

구분	투자대상
유흥자원	농촌의 빈집, 폐교, 한계농지 등
관광사업	민박, 관광농원, 펜션, 휴양림 등
기타시설	체육, 복지, 청소년 수련시설, 연수시설 등

○ 자본유입을 통한 신사업아이템 (사례) “약선요리·카페전문점”

- 약선요리 전문점은 친환경 농산물과 건강, 서비스를 융합한 사업으로 약선요리를 컨셉으로 고부가가치를 올릴 수 있는 테마형 레스토랑으로 친환경 농산물 재배농가와와의 지속적인 계약 재배로 유통경로의 안정성을 확보할 수 있다.



- 그러나 현재 상당수 농촌관광사업주체들이 가지고 있는 문제점은 농촌관광사업 추진하는 과정에서 도농교류에 대한 전략적 접근과정 보다 농촌관광사업을 단순한 농촌체험이벤트 하나로만 이해하는데 문제가 있다.

IV. 홍성군 NGT에 대한 제언

1. 내포녹색체험 홍성 구축 취지

- 홍성군의 농촌전통생활과 문화의 체험정보와 도농교류에 의한 농특산물을 체계적으로 이용, 농외소득 증대를 도모하고자 2003년 8월 시행된 '녹색관광지원시스템'구축사업으로 농촌체류형 체험관광의 적극적 마케팅으로 농외소득 증대, 전국 제1의 환경농업군으로 경쟁력 있는 녹색관광상품 개발 및 제공, 군정 역점시책으로 '도·농 나눔의 장'운영, 농민이 주관하는 인터넷 기반의 '녹색관광지원시스템'제공, Off Line '도·농 나눔의 장'을 On Line으로 지원 이렇게 5개의 취지를 가지고 내포녹색체험 홍성(이하 NGT)이 구축되었다.

2. 현재 내포녹색체험 홍성의 문제점

- 현재 NGT에 대한 소개와 홍성군의 다양한 문화관광자원 정보 제공 및 녹색관광상품에 대한 단방향 전달력은 양호하나, 추구하고자 하는 On Line '도·농 나눔의 장'으로써의 역할은 미비한 것이 사실이다. 현재 NGT의 문제점을 구체적으로 언급하자면 첫째 양방향 커뮤니케이션의 시스템임에도 불구하고 일반적인 정보제공 형태로 운영되고 있다는 것과, 둘째 녹색관광상품 및 전자상거래의 교류가 저조하다는 것, 셋째 전체적인 사이트 운영·관리에 소홀하여 각 사이트 별 정보가 규칙적으로 업데이트 되지 않고 있으며, 각 게시판에 스팸이 올라오고 있다는 것이다.

3. 내포녹색체험 홍성의 개선방안

- NGT의 활성화를 위해서는 자체 시스템에 대한 운영·관리뿐만 아니라 현재 체결된 자매결연 단체와의 유기적인 On line 교류에서부터 기업, 단체 등과의 유기적인 공동마케팅을 통한 On line '도·농 나눔의 장'의 실천이 중요하다. 이를 위한 구체적인 사항은 3가지 정도로 요약해 볼 수 있다. 우선 시스템 관리 운영 인력 콘텐츠 및 마케팅 전담인력을 통해 지속적인 On/Off line 교류를 확대시키는 것이다. 시스템인력은 온라인 커뮤니티, 게시판, 회원 등 온라인의 전반적인 시스템을 관리하며, 콘텐츠 인력은 동일한 콘텐츠의 계절별 업데이트 및 새로운 콘텐츠 발굴 업무를 진행하고, 마케팅 인력은 기존 녹색관광상품의 홍보 및 마케팅, 새로운 상품 개발, 기업, 단체, 여행사 등에 내포 녹색체험 유치활동을 실시하는 것이다. 두 번째로 기존회원 및 자매결연 단체와의 On line 교류 아이템을 개발하여 진행하는 것이다. 회원 이벤트, 자매결연 단체에 감사/초대 letter 발송, 온라인 내포녹색체험 만남의 날을 정해 정기적인 온라인 모임 운영 등의 활동을 안으로 들 수 있다. 마지막으로 NGT의 다원화 된 마케팅 시도 및 실제 활용가능한 주민정보화교육이 필요하다. 관리자가 쉽게 접근가능한 사이트가 아닌 소비자가 찾기 쉽고 이용하기 쉬운 사이트를 만들어야 한다는 인식의 전환이 시급하다. 유일한 온라인 마케팅 툴 <http://naepo.go.kr>에서 벗어나 미니홈피, 카페, 블로그 등 다양한 온라인 마케팅 수단을 활용한 홍보활동이 필요하다.

V. 맺음말 : 농촌관광은 휴먼서비스

- 최근 들어 농촌지역에서는 농촌 어메니티자원의 개발이 급격한 인구감소와 이에 따른 지역경제의 침체로 인해 농업을 포함한 모든 경제활동이 어려움에 직면해 있는 상황에서 오히려 농촌의 매력을 관광상품화 하여 도시와 교류를 확대함으로써 농업을 포함한 지역경제를 활성화시키고자하는 농촌지역개발의 새로운 대안으로 등장하고 있다. 그러나 이러한 농촌관광사업들은 사업목적이나 추진방식이 유사하여 사업의 효과측면에서 행정력의 분산과 과다한 시범마을지정을 이유로 비판이 야기되고 있다. 이러한 비판은 실제 사업추진과정에서도 나타나지만 사업지원기관인 행정기관에서 구체적인 사업방향을 제시하지 못해 사업자체가 어려움을 겪는 상황도 발생하고 있다. 특히 현재 추진되고 있는 대부분의 농촌관광사업은 마을단위로 추진되고 있어서 주민참여가 부족하거나 계획수립과정에서 첨예한 이해관계상의 대립으로 인해 나타나는 주민갈등 문제도 지적할 수 있다. 그러나 농촌관광사업의 가장 큰 문제점은 사업주체라고 할 수 있는 농민들이 농촌관광의 핵심자원인 농촌 어메니티에 대한 이해가 아직까지 부족하기 때문이다. 최근부터 충남 서천군은 어메니티개발을 통해 지역을 활성화시키고자 시도를 하고 있다. 지역 어메니티 개발은 자원을 찾아내는 것에서부터 디자인하고 상업화하는 단계에 이르기 까지 다양한 노력이 필요하겠으나 그중에서도 가장 중요하고도 어려운 일은 이르나 서비스공급의 접점에서 있는 지역주민의 역할이다.
- 충남 서천군 합전마을에 사는 정의국·최순애씨 부부는 1948년부터 선친이 조성한 아리랜드 농장을 지금까지 운영하고 있는 농사꾼부부. 그러나 이 부부의 농사법은 특이하다. 흔히 농사를 지어 도시로 내다 파는 방식이 아니라, 고객들이 농장을 직접 찾아오게 만드는 묘한 비법이 있다. 실제로 이 부부가 운영하는 농장을 찾아가 보면 외형적으로는 여느 농장과 별로 차이가 없다. 단지 5,000평 규모에 동백나무숲을 조성해 놓은 것 외에는 다른 시골농

장과 비슷하다. 그러면 왜 도시민들이 합전마을 아리랜드를 찾아 오는 것일까? 비결은 바로 이 부부에게서 발견할 수 있다. 즉, 이 농장의 가장 큰 자원(attraction)은 바로 이 부부였고, 이 부부가 운영하는 농촌문화체험 프로그램은 도시민들의 마음을 사로잡고 있다. 매년 4월이면 아리랜드에서는 동백축제를 개최하여 도시민들을 유치하고 있으며, 이 농장을 찾게 되면 마을 앞 갯벌에서 조개캐기, 게잡기, 바다낚시는 물론 방문객의 기호에 맞게 다양한 농촌문화를 체험해 볼 수 있다. 한 마디로 한국형 농촌관광의 교과서라 할 수 있다. 최애순씨는 도시민들의 마음을 훔치기 위해 다양한 서비스기술을 보여주고 있다. 예를 들면 예약을 하고 방문하는 도시민들에게 최애순씨가 만들어 주는 비빔밥은 인스턴트 음식에 길들여진 도시민들을 단숨에 매료시킨다. 묶은 참기름과 방금 쪄 참기름의 맛이 얼마나 다른지는 모르겠으나 최애순씨는 묶은 참기름을 두고 방문 날짜에 맞춰 새로 쪄 참기름으로 비빔밥을 만든다. 아리랜드 비빔밥에는 정성이라는 양념이 추가되어 있다는 사실을 알게 된 도시민들은 만족을 넘어 감동을 받게 된다. 올해도 어김없이 봄은 찾아왔고 봄과 더불어 정의국·최애순씨 부부의 아리랜드 농장은 만개한 동백꽃과 더불어 이곳을 방문한 도시민들의 마음의 병을 치유해 주고 있다. 아리랜드 농장의 사례에서 보는 것처럼 농촌관광과 도농교류의 주체이자 대상이 되는 것은 바로 '사람'이다. 결국, 농촌관광을 통한 지역활성화의 성공비결은 차별화된 휴먼서비스(human service)에 있다는 것을 이해해야 한다.

참 고 문 헌

- 양평군(2002). Eco Doctor's Town 조성계획 /삼성경제연구소
- 함양군(2003). 함양군 그린투어 개발계획 / 명소IMC
- 한국농촌경제연구원(2003). 우리나라 농촌관광 발전방향 및 방안
- 황길식(2004). 도농교류 활성화와 공공부분의 역할, 도농교류 활성화를 위한 심포지엄
- 황길식(2004). 농촌관광체험이 농촌어메니티와 만족도에 미치는 영향. 박사 학위논문
- 농림부(2005). 농업농촌 신활력화를 위한 1·3차 산업의 융합연구 /명소IMC