

열린충남

THE CHUNGNAM REVIEW

통권 50호 2010. 봄

Contents



- 권두언**
- 006 충청남도 문화정책, 백호의 기세로 달려나갈 때 | 변평섭



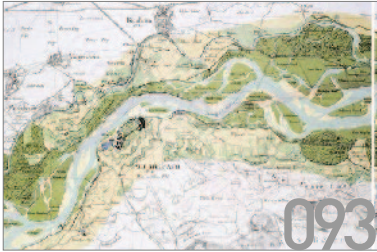
- 특집 | 2010 충남 브랜드 가치 제고의 해**
- 008 충남 메가 이벤트와 브랜드 가치 제고 방안 | 이인배
- 030 2010세계대백제전과 충남 문화산업발전 전략 | 정재윤
- 039 2010대충청방문의 해와 충남관광발전방안 | 양광호
- 048 '2010충남 민속문화의 해' 사업의 전망과 과제 | 오석민



- 충남논단**
- 056 충남 농촌의 인적역량 강화 사업의 추진실태와 개선방안 | 유학렬
- 066 충남 도시의 중심시가지 쇠퇴 실태와 과제 | 임준홍

- 열린기획**
- 075 런던 자치구의 생활권 통합과 런던 광역정부 | 양도식

- 해외탐방**
- 088 독일, 프랑스의 유역통합 물관리 | 오혜정

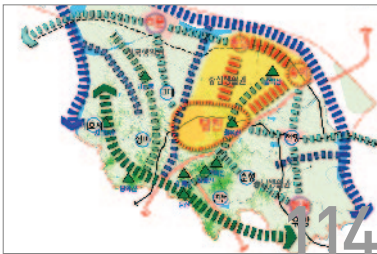


충남도시

- 104 당진의 현재와 발전방향 | 박철희

오피니언

- 118 백제문화제를 발전시켜야 하는 이유 | 최석원
121 충남문화의 숨결과 물결 | 설기환
125 이젠 스마트한 삶을 | 성기훈
129 충청광역경제권, 국가경쟁력 강화로 이어져야 | 김용웅
131 新지역정책의 재점검이 필요하다 | 김용웅



충남소식

- 133 도정
141 연구원
151 수질관리센터
152 RHRD
154 상생협력갈등관리포럼
155 공공디자인

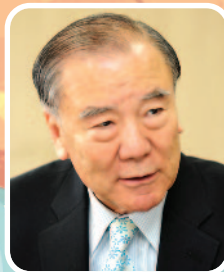


충남의 문화유산

- 159 충현서원

충청남도 문화정책, 백호의 기세로 달려나갈 때

변평섭 | 충청남도역사문화연구원장



올해는 경인년, 호랑이의 해이다. 특히 60년에 한 번 온다는 백호랑이의 해인데, 흰 호랑이의 해에는 권력운과 경제운이 따른다고 한다. 이런 가운데 충남도에서는 굵직한 문화·관광 사업이 계획되어 있어 주목된다. 특히 중점적으로 추진되는 3대 사업이 있으니, 바로 ‘2010 세계대백제전’과 ‘2010대충청방문의 해’, ‘2010 충남민속문화의 해’가 그것이다.

‘2010 세계대백제전’은 이미 오래전부터 준비되었던 사업이다. 240억원이라는 대백제전의 투입 예산은 축제행사로는 쉽게 상상할 수 없는 규모이다. 그만큼 대백제전에 거는 충남도민들의 기대가 각별하다는 의미일 것이다. ‘옛 백제의 꿈과 문화를 되살린다’는 주제로 추진되는 이번 축제에서는 260만명의 관람객 유치를 목표로 공주와 부여일원에서 90여 개의 프로그램 선보일 예정이며, 백제와 교류가 빈번했던 중국과 일본은 물론, 세계역사도시연맹에 소속된 20여 개 도시도 참가할 예정이어서 이번 축제를 계기로 백제문화제가 세계적인 축제로 거듭나리라는 기대도 갖게 된다. 백제문화권 개발사업의 핵심에 해당하는 역사재현단지의 준공과 함께 롯데 그룹에서 추진하는 사업도 이에 맞추어 개막할 준비를 하고 있다.

‘2010 대충청방문의 해’는 충청남도를 비롯하여 충청북도, 대전광역시 등 충청권 3개 지자체가 공동 주최하고, 문화관광부 등에서 후원하는 사업으로 2008년 광주·전남, 2009년 인천에 이어서 추진되고 있다. 지난 1월 27일 서울 코엑스에서 ‘2010 대충청방문의 해 공동개막식’을 시작으로 본격적으로 막이 올랐다. ‘오서유! 즐겨유! 대충청 2010’을 슬로건으로 내건 이 사업은 단순한 1회성 사업이 아니다. 새로운 관광자원을 발굴하는 사업뿐만 아니라 기존의 문화·관광자원, 특히 기존 지역축제들을 활용하고 활성화시키는 데 초점을 맞추어 진행하고 있는데, 충남의 대백제전, 대전의 열기구 축제, 충북의 한방바이오엑스포를 연계시키는 상품개발이 그 대표적인 사례이다. 이를 통해 충청남·북도와 대전광역시는 지역 이미지와 인지도를 높이고, 충청권 문화관광사업이 양적·질적으로 성장하는 데 기여할 것으로 기대하고 있다.

‘2010 충남 민속문화의 해’ 사업도 본격적인 막이 오를 예정이다. 충남도에서는 국립민속박물관과 공동협약을 체결하였고, 학술조사와 전시를 통한 연구·보존의 활성화 및 관광산업

증진을 위해 노력을 경주하기로 하였다. 이미 기초 작업에 착수하여 충남의 5개 민속주제 연구와 2개 민속마을(부여군 은산면 은산1리 농촌마을과 서천군 서면 월하성리 어촌마을)에 대한 연구는 마무리 단계이며, 도내 중요 무형문화재 기록화사업도 착수되었고, 충남의 민속을 주제로 한 민속상품개발이 진행 중이다. 일반인들의 충남민속에 대한 이해를 돕기 위한 소책자 발간과 백제관련 설화집 발간 등도 예정되어 있다. 민속축제 한마당, 보부상 유물 특별전시회, 1박 2일 민속마을체험, 민속학자대회 등 일반 관광객들이 참여할 수 있는 다양한 행사도 계획되어 있다. 4월 10일 기지시 줄다리기 행사 때의 선포식을 기하여 본격적인 막이 오르며, 이를 위해 암·숫줄이 결합된 모습을 형상화한 '2010 충남 민속문화의 해' 엠블렘도 확정되었다. 이 사업을 통하여 상대적으로 관심이 적었던 충남 민속에 대한 관심을 제고할 수 있을 것이다.

이러한 사업들을 통하여 2010년은 충청남도 문화 정책 및 사업에 있어서 획기적인 한 해가 될 수도 있을 것이다. 그러나 2010년 충남도 문화정책에 대한 장밋빛 전망은 쉽지만은 않을 듯하다. 충남의 미래와 직결된 각종 현안들이 눈앞에 다가와 있기 때문이다. 우선 충남으로서는 세종시 문제와 도청신도시 개발사업이 목전의 현안과제이다. 이미 착수된 금강 살리기 사업에 대한 검토도 중요하다. 이미 착공되었다고는 하나 시작된 것은 하천 자체에 대한 정비사업일 뿐, 막상 우리가 관심을 기울여야 할 주변에 대한 사업은 아직 발걸음도 떼지 않았다. 그런 이유로 문화·관광사업은 자칫 뒷전에 밀리기 쉽다.

그러나 21세기는 '문화의 시대'이다. 일반의 관심이 높아지고 수요도 증가하고 있으며, 이에 맞추어 관광사업 또한 국가 혹은 지자체에서도 역점사업으로 추진하고 있다. 각 지역마다 경쟁력을 갖춘 자원을 발굴하는 '문화 경쟁의 시대'에 돌입하였다고 해도 과언이 아닐 것이다. 우리는 세종시의 경우에도 논란이 종지부를 찍은 이후를 대비하여야 한다. 충청도의 역사문화전통의 색깔을 입혀야 하기 때문이다. 금강 살리기와 관련해서는 '백제문화가 흐르는 금강'이라는 슬로건을 내걸었으니, 또한 그 내용을 채워가야 한다. 충남의 의지를 관철시키기 위해서는 철저한 사전 준비와 집요한 설득이 있어야 할 듯하다. 국가의 추진 사업만으로는 항상 어딘가 부족하기 마련이기 때문이다. 도청신도시에는 충남의 문화적 차별성을 담아야 한다.

호랑이는 사냥하면서 8일 동안 사냥감을 기다리고, 토끼를 사냥할 때에도 최선을 다한다고 한다. 숨 가쁘게 변하는 상황 속에서, 이제 각각의 개별사업에 대한 철저한 준비와 더불어, 장기적인 마스터 플랜도 마련할 때가 된 듯하다. 2010년 경인년, 백호랑이의 해를 맞이하여 지금은 충남도의 문화정책도 호랑이의 기세로 날아오를 때이다.

충남 메가이벤트와 연계한 브랜드 가치 제고 방안

이인배 | 충남발전연구원 기획조정연구실장

I. 배경과 필요성

최근 들어 지방자치단체에서 수익 활성화를 위해 기업체에서 사용하는 마케팅 기법을 많이 활용하는데 그 중 하나가 브랜드라는 개념이다. 최근 수십 년 동안 전세계적으로 관광목적지의 수는 증가 하였고, 경쟁은 강화되고 있다. 지방자치단체의 브랜드 강화는 지역민의 자긍심 뿐만 아니라 고향을 떠난 사람을 다시 찾게 만들고 나아가 해당지역에서 생산되는 농수산물, 공산물 등의 가치제고로 매출증대와 애향심 고취 등 연관 산업에 대한 파급효과가 증대된다는 것이다.

우리나라도 지난 1988서울올림픽과 2002한·일 월드컵의 성공적 개최로 기존의 정적이고 정체적 이미지에서 생동감과 활기가 넘치는 역동적 이미지인 Dynamic Korea로 탈바꿈하여 국가 이미지 전환의 계기가 되었다. 또한 최근에는 동남아를 비롯한 각국에서 한국문화에 대한 관심이 고조되어 있으며, 이러한 관심이 한류열풍으로 파급되어 우리나라의 정치, 경제, 사회 등 국가 전반적인 분야에 긍정적인 영향을 미치고 있을 뿐만 아니라 문화관광 분야에서 관광목적지로서의 브랜드 형성으로 경쟁력이 강화되고 있다.

특정 관광목적지가 관광시장에서 지속적인 수익을 창출하는 가장 강력한 원천은 관광목적지로서 경쟁적 우위를 확보하는 것이다. 경쟁적 우위를 확보하는 방법은 다양한 전략적 접근을 통하여 이루어질 수 있다. 관광목적지의 경우에는 방문객 만족을 통해 방문경험이 있는 고객들의 지속적인 방문을 확보하는 것으로, 이는 강력한 이미지를 가진 파워 관광목적지 브랜드의 개발에 의해 관광객들의 높은 브랜드 애호도를 구축함으로써 실현될 수 있을 것이다¹⁾.

관광목적지로서 국가나 도시지역이 보유하고 있는 매력이나 관광대상을 하나의 브랜드로 보고 접근하는 마인드가 필요하다는 것이다. 랑카스터 법칙을 활용한 안동의 예를 들면 하회마을 만으로 유명하던 안동이 국제탈춤페스티벌로 그 브랜드를 강화하다가 영국여왕의 방문을 계기로 봉정사나 그 외의 안동이 보유하고 있던 나머지 관광자원이 안동의 새로운 브랜드로 부상하게 되는 계기가 되었다. 이를 계기로 1999년도 당시 안동지역 내외국인 방문객의 수가 전년도 3만명에서 15만명으로 증가하였고, 특히 외국인 방문객도 5배 이상이 증가한 것으로 나타났다.²⁾

지방자치단체의 관광마케팅 일환으로서 관광이벤트는 지역의 이익을 목적으로 하여 각 지역이 주로 정부기관 또는 정부 출자의 관광진흥기구에 의해서 실시되고 있다. 이들을 하나의 기업으로 가정한다면 그 기업의 상품인 관광 매력 자원이 사회적·시장적인 인지와 평가 및 수용에 따른 안정적인 마케팅 성과를 갖고 관광브랜드의 자산 가치를 높여야 함이 절실히 요청되고 있는 것이다.³⁾

지방자치단체의 관광마케팅 전략에 있어서 브랜드 자산에 영향을 미치는 요인과 브랜드 자산이 지방자치단체에 미치는 영향을 파악할 수 있다면 보다 합리적인 마케팅 전략이 가능해 질 것이다. 이러한 관점에서 볼 때 충청남도에서는 지역브랜드 자산에 대한 중요성을 인식하고, 국내의 브랜드 가치 제고를 위한 이벤트 사례와 충남에서 2010년에 개최되는 3대 메가이벤트와 연계한 브랜드 가치의 제고방안을 마련해야 하는 시점이라고 하겠다.

II. 메가이벤트와 브랜드 가치 제고의 중요성

1. 지방자치단체 메가이벤트 개최와 기대효과

1) 지방자치단체 메가이벤트 개최 동향

관광산업의 발전은 관광객이 방문할 가능성이 있는 국가간, 또는 지역간의 경쟁이 보다 심화됨에 따라 국가나 지역, 기업은 기존 시설 또는 자원의 효과적 이용, 목표 시장의 차별화, 상품 차

1) 김철원(2001), 관광목적지의 브랜드화 및 브랜드 가치, 한국문화관광연구원, 한국관광정책 4호, 51쪽.

2) 손삼호(2005), "관광목적지로서 지방자치단체의 브랜드 자산에 관한 연구", 계명대학교 대학원 박사학위논문, 1~3쪽

3) 윤선영(2003), "Mega Event를 통한 지방자치단체의 관광브랜드가치 제고에 관한 연구" 경기대학교 관광종합연구소, 경기관광연구 제7호, 101쪽

별화만으로는 이러한 환경 변화에 효율적으로 대응하기 힘들게 되었다. 이에 따라 관광이벤트는 세계적으로 그 수와 규모에 있어서 비약적인 증가를 이루어 왔다. 특히 지방자치제도가 잘 정착된 미국, 일본, 캐나다, 프랑스 등 선진국은 물론 우리나라 또한 지역경제 활성화의 수단과 지방정부의 재정수립을 위한 관광 마케팅의 한 방법으로 지방자치단체 중심의 관광이벤트가 활성화되었다. 과거 국내에서는 400여개의 크고 작은 지역문화 이벤트가 있다. 이중 대표적인 이벤트로는 「93대전엑스포」, 「광주비엔날레」, 「부산 국제영화제」, 「제주 국제관악제」, 「강원 국제관광엑스포」, 「경기도 세계도자기엑스포」, 「춘천 인형극제」, 「과천 세계공연예술제」, 「남원 춘향제」, 「부천 판타스틱 영화제」, 「경주 문화엑스포」, 「전북 서예비엔날레」, 「수원국제음악제」, 「청주 국제공예비엔날레」, 「신안군 물과 빛의 축제」, 「한라산 눈꽃축제」, 「진도 영등제」, 「금산 인삼축제」, 「이천 도자기축제」, 「의산 보석문화축제」, 「청도 소싸움축제」, 「영암 왕인축제」 등이 있다. 지역축제가 지역경제에 미치는 파급효과도 상당하다. 1998년 정부가 지정한 18개 축제의 총 관람객수는 약 560만명이고, 이 중 외국인은 약 14만명에 달하며, 이들 축제의 경제적 파급효과는 약 1,446억원에 이르는 것으로 추정된다. 부산 국제영화제의 경우만 하더라도 지난 3년 동안 20여억원의 사업비를 투자해서 270만명의 국내외 관광객을 유치하고 131억원의 생산파급효과를 낸 바 있다.

또한, 2001년 문화관광부 산하 한국방문의 해 추진위원회에서 「10대 기획주요행사」로서 평화와 화합의 축제(2000.12.31~2001.1.1), 눈의 나라 페스티벌(2000.12~2001.3), 대구섬유 축제페스티벌(2001.4.23~5.31), 제주 세계 섬 문화축제(2001.5.19~6.17), 세계 태권도 문화 축제(2001.7.1~7.10), 부산 국제 락 페스티벌(2001.8.11~8.14), 세계 도자기 엑스포(2001.8.10~10.28), 세계 유교 문화축제(2001.10.5~10.31), 세계 음식 문화축제(2001.10.17~10.22), 전주 세계 소리축제(2001.10.13~10.21)를 지정 육성하였다.

지역에서 유치한 국제 스포츠대회로는 「전북 '97동계유니버시아드」, 「강원 '99동계아시안 게임」, 「부산 2002 아시안게임」, 「대구 2003 하계유니버시아드」등이 있다.

각 지자체별로 매우 다양한 소재의 이벤트를 보유하고 있으나, 규모와 이벤트 개최의 의지, 소재의 국제성 등에서 차이가 많아 국제화와 대형화 등의 잠재력을 지닌 메가이벤트는 매우 소수에 불과한 현실이다. 관람객 동원수 만으로 100만명을 돌파하여 메가이벤트의 범위에 든 다하여도, 정확한 집계와 통계가 이루어지지 않아, 규모와 비용 면에서 모두를 충족시킬 수 있는 이벤트는 매우 한정적이라 하겠다.⁴⁾

최근에는 충남에서는 '2006금산세계인삼엑스포'와 '2009안면도축제꽃박람회'를 성공적으로 개최하여 메가이벤트를 통한 지역마케팅을 하였고, 서울시에서는 'Hi-Seoul Festival', 부산시에서는 '부산국제영화제', '경기도의 이천도자비엔날레' 등이 개최되었다.

2) 메가이벤트(Mega Event)의 기대효과

대형 국제이벤트는 세계인의 관심을 받으며, 직접 방문하지 못하더라도 영상매체를 통한 참여가 가능하여 가장 많은 수의 관객동원능력을 가지고 있다. 월드컵이나 올림픽과 같은 이들 '미디어 메가 이벤트(Media Mega Event)'는 비교적 짧은 개최기간동안 전세계 방송 매체의 주목을 받을 수 있기 때문에 개최지역의 이미지를 정립하고 긍정적으로 개선하는데 매우 효과적이다. 따라서 메가이벤트 개최지역은 잠재 관광지로서 절호의 관광 홍보 기회를 갖게 되어 관광 산업의 비약적 발전의 전기로 삼을 수 있을 뿐만 아니라 정치, 경제, 외교, 문화측면에서 다양한 효과들을 기대할 수 있다. 메가이벤트가 가져오는 기대효과는 다음의 표와 같다.⁵⁾

〈표 1〉 메가이벤트의 기대효과

구 분	기 대 효 과
경제적인 효 과	· 메가이벤트 현장에서 발생하는 효과로 입장료 수입, 행사장 내의 매출액, 행사장 광고 수입, TV 방영권 판매수입 등 · 이벤트 행사장과 시설, 숙박시설등의 증축 또는 추가건설로부터 파급되는 생산, 고용, 부가가치 유발효과 · 지방세입의 증가와 유발관광객에 의한 추가 소비지출로 인한 생산, 고용, 부가가치의 유발효과 · 후광효과(Halo effect)로 인한 개최지역 제품의 상품가치제고, 가격경쟁력 상승, 브랜드 홍보효과
정 치 외교적 효 과	· 이벤트 참가국가간의 긴밀한 이해, 협력 증진으로 외교전략의 다변화 · 국제정치, 외교, 스포츠, 문화등의 이벤트 담당 인사와의 활발한 교류를 통한 국제 사회에서의 발언권 강화
커뮤니케이션 효 과	· 관광객과 지역주민 사이의 실질적인 접촉을 통한 이해증진 효과 · 개최지역의 이미지 및 지위향상, 긍정적인 판매촉진 효과, 광고효과
지역 균형적발전 효 과	· 도시 재개발 촉진책의 역할 · 지역주민의 해당 지역 문화에 대한 관심 증가 및 지역 정체성 확립 · 관광목적지로서의 지역 이미지 개선 및 제고
관광수요의 확대효과	· 관광목적지 이미지 개선으로 관광수요확대 · 관광수요의 지속성 유지, 목적관광으로 인한 일관된 수요로 계절성 타파 · 관광자원과 매력물의 증가로 인한 수익증대와 관광자원과 시설의 활력.

* 자료 : 윤선영(2003), "Mega Event를 통한 지방자치단체의 관광브랜드가치 제고에 관한 연구" 경기대학교 관광종합 연구소, 경기관광연구 제7호, 116-117쪽에서 재정리.

4) 윤선영(2003), 전계 논문, 114쪽, 5) 윤선영(2003), 전계 논문, 116쪽

2. 지방자치단체의 브랜드 자산

1) 브랜드 자산

브랜드는 무형의 것이지만 그 자체로 매매가 가능한 자산이다. 현대에 들어서서 매각과 합병과정에서 선정되는 기업의 가치 구성을 보면, 유형자산의 비중이 크게 줄어들고, 브랜드나 노하우 등 무형자산의 비중이 높아졌다.

브랜드의 존재는 소비자가 제품 및 마케팅 방식에 대해서 더욱 호기심을 가지고 반응하도록 만듦으로써, 고객에 기초한 긍정적인 브랜드 자산 형성을 가능하게 하는 것이다. 반면에 소비자들이 그 브랜드의 마케팅 활동에 대하여 호의적으로 반응하지 않는다면, 브랜드가 없거나 가장으로 이름 붙은 제품에 비유되어, 부정적인 브랜드 자산을 가지게 된다.⁶⁾

이러한 브랜드는 사람들로 하여금 특정 국가 또는 특정 국가의 집단, 제품, 서비스를 식별하고 다른 국가와 구별하도록 의도된 이름, 용어, 기호, 심벌, 디자인 또는 이것들의 조합이라고 정의하고 있다. 그리고, 국가브랜드라는 개념이 기업의 경우처럼 타당한가에 대해 논쟁이 있을 수도 있겠으나 역사적으로 국가 정책과 환경이 변화할 때마다 사실상 국가는 재창조되어 왔다고 하였다. 네덜란드 국제관계연구소의 피테르 반함도 ‘Foreign Affairs’에 기고한 ‘브랜드 국가의 번영(the rise of the brand state)’이라는 글에서 현대에 들어와 국가도 브랜드화 되었으며 과거 외교, 경제적 계산에 입각한 전통적인 국가경영보다 브랜드 구축이 가장 시급한 과제로 떠오르고 있다고 지적하였다. 이와 같이 국가브랜드 개념을 지방자치단체에도 동일하게 적용할 수 있다고 하겠다.

2) 지방자치단체의 브랜드 이미지

지방자치단체브랜드 자산을 구성하는 요소들 중에서 가장 핵심적인 것은 지방자치단체 브랜드 이미지라고 하였다. 왜냐하면 지방자치단체 브랜드 이미지는 사람들의 인지와 심상에 자리해 있는 어떤 무형적인 자산으로 유형적 자산을 통해 얻어지는 가치 이상을 포함하고 있기 때문이다. 제품 브랜드 또는 기업 브랜드의 경우 소비자의 마음속에 제품이나 기업에 관한 다양한 연상들이 호의적이고 강하면서 독창적으로 형성될 때 바람직한 브랜드 이미지가 형성

6) 이정훈·최서희(2006), 장소브랜드 모형 구축 연구-관광부문을 중심으로-, 경기개발연구원, 12쪽

된다고 하였다. 지방자치단체 브랜드의 경우도 사람들의 마음속에 해당 지방자치단체의 자연, 정치, 경제, 사회, 문화 등에 관해 호의적이며, 강하고, 독창적인 이미지가 형성될 때 바람직한 지방자치단체 브랜드 이미지가 형성될 수 있다. 그러나 지방자치단체의 정책의지와 환경변화에 따라 끊임없이 재구성되어 왔다. 따라서 지방자치단체의 브랜드 이미지는 보다 체계적인 관리가 필요하다.

특히, 지방자치단체의 브랜드 이미지는 각 분야의 상호의존성 때문에 서로 영향을 주고받게 된다. 더구나 유기적 역동성에 의해 긍정적인 지방자치단체 브랜드 이미지가 형성될 경우 가속적인 상승효과도 기대할 수 있다. 긍정적인 지방자치단체 브랜드 이미지는 인식의 증대를 가져오고 친숙함과 호감을 자아내기 때문에 지방자치단체에 대한 올바른 인식이 형성되고 이해를 증대시킬 뿐 아니라 대외정책을 올바르게 수행할 수 있도록 해준다.

3) 지방자치단체 브랜드 자산의 중요성

최근 지방자치단체들이 관광수익 창출을 위하여 다양한 관광마케팅 전략을 전개하고 있다. 지방자치단체별로 새로운 관광목적지 출현으로 경쟁력이 심화되고 있는 상황에서 관광목적지로서 경쟁력 우위를 확보하는 전략적 방법이 무엇보다 중요하다. 관광목적지의 경우는 타 관광지와 차별화를 통한 관광객들의 만족을 통한 지속적인 반복 방문을 이루는 것이다. 이는 관광목적지의 이미지 개발을 통한 강력한 브랜드 애호도를 구축함으로써 가능할 것이다.

아울러, 지명과 관광상품 간의 연상도 즉, 지명을 통한 지역상품을 동일 연상시키는 예로는 안동과 하회마을, 파리와 에펠탑 등이 있다. 또한 도시지명이 국가지명보다 먼저 연상되는 경우는 로마와 이탈리아, 이스탄불과 터키, 홍콩과 대만, 라스베이거스와 네바다 등으로 브랜드 파워를 잘 나타내어 주고 있는 사례로 볼 수 있다.

브랜드는 상품의 얼굴로서 관광공급자의 관광 상품이나 서비스를 관광목적지 경쟁사의 것과 차별화시키기 위해 사용하는 이름과 상징물의 결합체를 말한다. 관광 목적지의 브랜드는 경쟁사에 의해 모방되고 실제로 관광객 취향의 변화에 따라 쉽게 진부해진다. 따라서 성공적인 주체들은 관광시장에서 경쟁적 우위를 점하고 시장지위를 확보하기 위해서는 관광목적지 브랜드를 구축하고 브랜드의 자산적 가치를 증진시키고 이를 유지하기 위해 전략적 관광마케팅을 통한 노력을 기울여야 할 것이다.⁷⁾

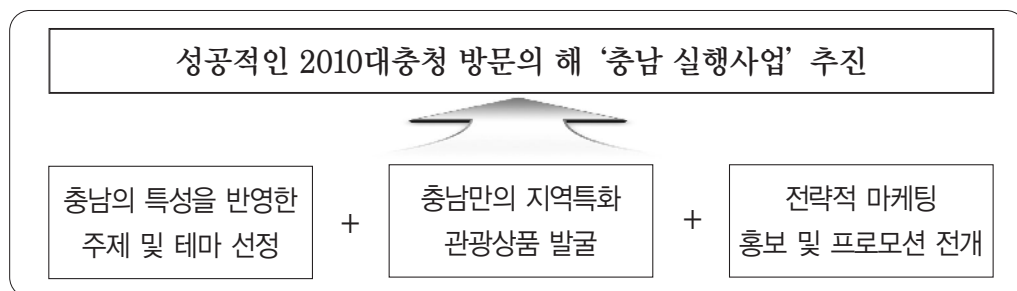
7) 손삼호(2005), 전계 논문, 31-36쪽에서 재정리

Ⅲ. 충남 2010 메가이벤트 현황과 시사점

1. 충남 2010 메가이벤트 개최 현황

1) 2010 대충청 방문의 해

‘2010 대충청 방문의 해’의 기본방향에서는 충남의 특성을 반영한 주제 및 테마 선정, 충남만의 향기가 나는 지역특화 관광상품 발굴, 전략적 홍보 및 프로모션 추진을 통해 관광객 유치 증대 등 성공적인 실행사업을 추진하고 있으며, 개념도는 다음과 같다.



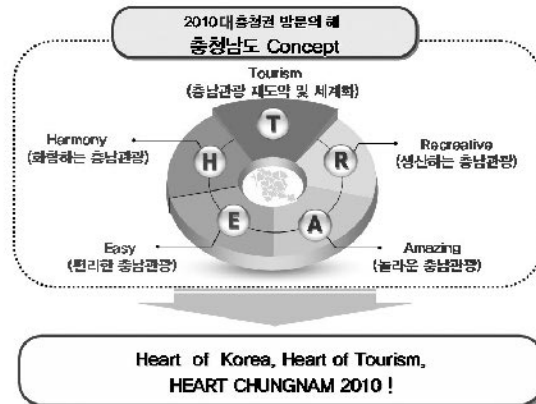
* 자료 : 충청남도(2009), 2010 대충청방문의 해 충청남도 실행계획, 115쪽

〈그림 1〉 2010 대충청 방문의해 '충남 실행사업' 기본방향

방문의 해 추진방향은 메가 특별이벤트의 성공적 개최와 태안환경재앙의 극복을 통한 충남 관광의 세계적 명품화와 충남관광매력 강화를 통한 인프라바운드 중심기반을 구축하고, 지역 역량강화를 통한 자생적 관광경쟁력 확보하며, 적극적 관광마케팅을 통한 국제관광 인지도 제고 및 충남관광이미지를 향상시켜 지역방문의 해(관광)를 통한 지역상생 및 사회통합을 실현하는 것이다.

컨셉은 ‘2010대충청 방문의 해’ 사업을 추진함에 있어 충남을 보다 잘 홍보하기 위하여 전국민들에게 널리 알려져 있는 충남의 대표 슬로건인 Heart of Korea를 활용하여 ‘HEART CHUNG NAM’으로 설정하였다. 방문의 해를 계기로, 소통과 배려를 통한 화합(Harmony)을 추구하고, 충남의 입지적 장점을 살려 편리한(Easy) 관광을 제공하며, 대박제전 등 놀라운(Amazing) 메가이벤트를 기획, 생산적인(Recreative) 사업을 진행함으로써, 충남관광(Tourism)의 대도약과 세계화를 실현한다는 의미로, 각각의 이니셜을 바탕으로 ‘HEART

CHUNGNAM'을 도출하기 위한 것이다. 하위컨셉은 H : Harmony(소통과 배려를 통한 화합), E : Easy(편리함), A : Amazing(놀라움), R : Recreative(생산), T: Tourism(충남관광 재도약 및 세계화) 등으로 추진 컨셉은 다음 [그림 2]와 같다.



* 자료 : 충청남도(2009), 전개서, 121쪽

〈그림 2〉 충청남도 추진컨셉

대충청 방문의 해 추진전략은 메가이벤트 및 연계 사업 발굴, 충남 브랜드 관광상품 사업 발굴, 충남 선진화 홍보마케팅 사업 발굴, 잊지 못할 환대사업 발굴 등 4대 전략을 통해 충남·대전·충북의 공동사업과 충남 자체 사업을 선정하였다. 공동사업은 9개 사업이고, 충남 자체사업은 15개 사업이다.

〈표 2〉 충남·대전·충북 공동사업 : 9개 사업

(단위 : 백만원)

구 분				사업비
전 체		주 관	기 간	6,000
기획특집 사업	①엽서는 정(情)을 심고	대전	'10. 연중	300
	②Red-Band 충청국토순례	충북	'10. 7~8	420
	③메가이벤트 연계관광상품	충남	'10. 9~10	300
	소 계			1,020
관광상품 사업	④AM 7 충청투어	대전	'10. 연중	420
	⑤공동 개막식(선포식)	충북	'10. 1월	900
	소 계			1,320
홍보마케팅 사업	⑥릴레이 관광 학술대회	충남	'10. 2~8	300
	⑦공동 홍보 마케팅	대전	'10. 연중	3,000
	소 계			3,300
환대 사업	⑧방문의해 공동평가 사업	충북	'11. 상반기	210
	⑨방문의해 홈페이지 구축사업	충남	'09. 9~12	150
	소 계			360

* 자료 : 충청남도(2009), 전개서, 136쪽

〈표 3〉 충남 자체사업 : 15개 사업

(단위 : 백만원)

구 분	사 업 명	주 관	기 간	사 업 비
	합 계	-	-	5,550
기획특집 사업	한국관광총회 및 연계사업	도	'10. 10월	840
	태안환경대축제	시군	'10. 6월	300
	R-16 대회	도	'10. 6월	1,600
	소 계			2,740
관광상품 사업	충남 옛이야기 투어	시군	'10. 연중	200
	템플스테이 플러스원 투어	시군	'10. 3~12	100
	충남 달빛·별빛 여행	시군	'10. 연중	400
	충남 거북이 투어	시군	'10. 3~10	200
	지역간(Border Happy) 교류촉진사업	시군	'10. 3~10	200
	Auction 충남관광여행	시군	'10. 연중	60
	충남 시군의날 릴레이	시군	'10. 연중	160
	투루드(Tour-De)충남여행	시군	'10. 3~10	200
	소 계			1,520
홍보 마케팅 사업	충남방문의 해 자체선포식	시군	'10.1.1	100
	명사(스타)와 함께하는 고향여행	시군	'10. 연중	200
	메가 충남 홍보마케팅사업	도	'10. 연중	900
	소 계			1,200
환대사업	충남관광 진흥대상 평가	도	'10. 12월	90
	소 계			90

* 자료 : 충청남도(2009), 전거서, 136쪽

2010 대충청 방문의 해는 특색있는 관광상품과 연계한 프로그램을 개발·운영을 통해 충남 관광을 한단계 Upgrade시키는 계기로 승화시키고 관광객 수 5,100만명, 고용 1만 6천명, 경제 7,600억원의 효과를 거둘 것이다. 이를 위하여 「세계 대백제전」 및 170여개 축제·행사 등과의 연계를 강화하고, 「2010대충청방문의 해」 사업의 체계적인 추진을 위해 12개 단위사업에 대한 기본계획 수립하여 시행하며, 대전·충북, 충남도내의 16개 시·군 및 유관기관과의 유기적 협력체계를 구축하여 다양한 사업을 추진하고 있다.⁸⁾

2) 2010세계대백제전 개최

2010세계대백제전은 백제문화권의 대표브랜드화를 통해 공주·부여를 비롯한 충남지역 경

8) 충청남도(2009), 2020 대충청방문의 해 충청남도 실행계획, 115~136쪽에서 요약.

제 활성화에 이바지하는 세계적인 명품축제 개최의 필요에 따라 54년이라는 장구한 역사를 가진 백제문화제를 발전시켜 세계적인 축제로 한 단계 도약하는 계기를 마련하기 위한 것이다. 또한, 해상왕국 백제의 역사와 문화에 대한 새로운 인식을 마련하는 계기로 삼아 백제문화가 당당한 세계문화의 일원임을 부각시키고, 세계인이 향유하는 문화로 발전시킬 수 있는 독창적이고 창조적인 콘텐츠를 가진 축제를 개발하는 것이다. 이에 따라 2010세계대백제전은 백제문화제의 발전적 계승 모델이자 21세기 한국을 대표하는 축제의 새 지평을 넓히는 계기를 마련할 것이다.

개최 방향 및 목표는 700년 대백제 문화강국의 가치와 진면목을 재발견·재인식하는 축제, 찬란했던 대백제국의 기상을 오늘에 잇는 창의적인 축제, 대백제국의 후예로서 충청남도의 위상을 세계에 선언하는 축제, 역사문화도시로서 「공주·부여」의 위상을 정립하는데 기여하는 축제, 문화산업 발전 및 지역경제에 새로운 활력소가 되는 축제 등으로 제시하고 있다.

세계 대백제전의 특징은 금강에서 펼쳐는 국내 최초의 수상축제, 700년 백제사를 보여주는 서사적 축제, 공연 중심의 축제로서 주요 행사의 개요는 다음과 같다.

- 행 사 명 : 2010세계대백제전(2010 Great Baekje World Festival)
- 개최기간 : '10. 9. 18 ~ 10. 17(30일간) ※개막식 : 9. 17(금)
- 장 소 : 공주시·부여군·논산시 일원 (16개 전시·군 참여)
- 주 제 : 700년 大백제의 꿈
- 내 용 : 공연·전시·이벤트, 국제학술회의, 체험프로그램
- 예 산 액 : 240억원(국비 30 지방비 195, 기타 15)
- 유치목표
 - 관람객 : 260만명(내국인 240, 외국인 20) 유치
 - 해외유치 : 세계역사도시연맹 회원도시 등 20개 도시 이상

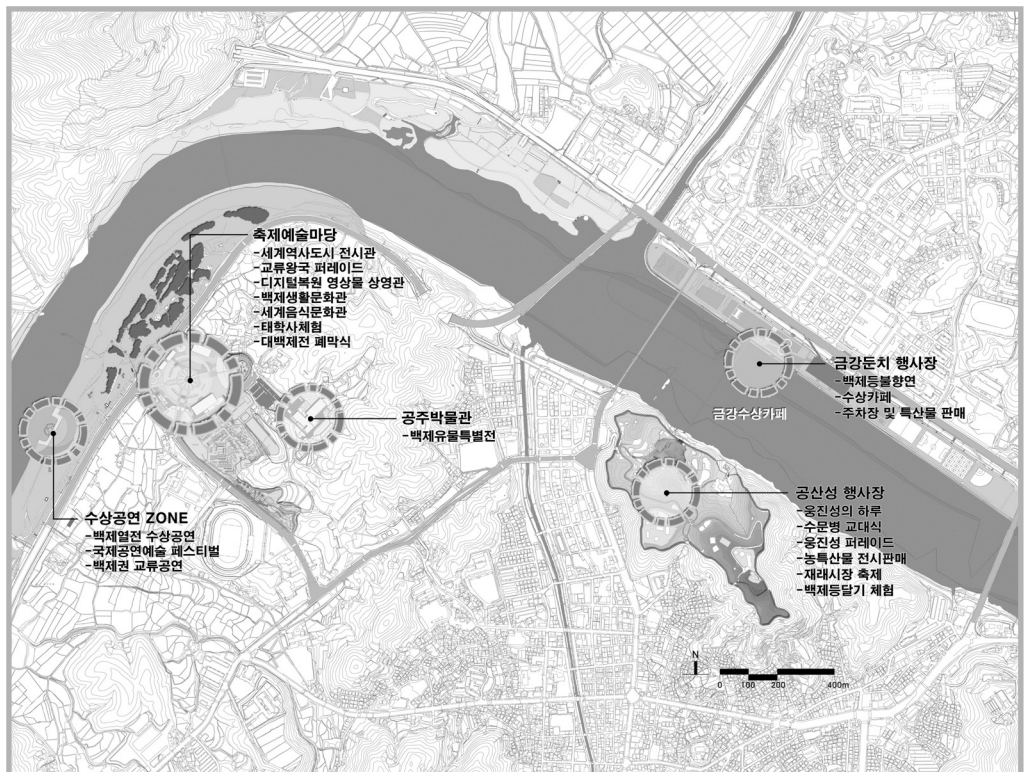
그리고, 세계 대백제전의 기본 컨셉과 구성테마 슬로건 등은 다음과 같다.

- 금강을 활용한 수상 축제 및 大백제사의 서사적 축제
 - 백제의 장소와 이야기 + 문화적 상상력 + 하이테크놀로지
- 구성테마 : 발 건(Discovery 백제문화와 정신의 재조명)
 - 교 류(Network 아시아적 가치 전파)
 - 창 조(Creation 한국의 문화창조)
- 슬 로 건 : “위대한 왕국, 700년 대백제의 부활”
 - ⇒ 백제의 「진취성, 개방성, 국제성, 강인함」을 미래가치로 再生산

또한, 행사장은 공주시와 부여군, 논산시 등으로 구분되며, 주요 행사장의 기본구상 및 배치계획은 다음과 같다.

① 공주시

- 위 치 : 공주시 산성동, 웅진동 일원
- 행 사 장 : 축제예술마당, 수상공연장, 공산성 일원
- 주요시설 : 전시관, 체험장, 수상무대, 백제정원, 부교, 수상카페, 주차장, 휴게시설 등
- 규 모 : 축제예술마당(72,385㎡), 수상공연장(47,327㎡), 공산성(189,790㎡) 등



* 자료 : 충청남도(2010), 2010 세계 대백제전 종합실행계획 최종보고회 자료, 26쪽

〈그림 3〉 세계 대백제전 공주 행사장 기본구상도

② 부여군

- 위 치 : 부여군 규암면 합정리, 신리 일원
- 행 사 장 : 백제역사재현단지, 수상공연장, 왕홍사지공원
- 주요시설 : 백제역사재현단지, 백제문화 체험장, 수상무대, 부교, 주차장, 휴게시설 등
- 규 모 : 백제역사재현단지(329,890m²), 백제야외원(45,520m²), 수상공연장(48,646m²), 왕홍사지공원(156,153m²) 등

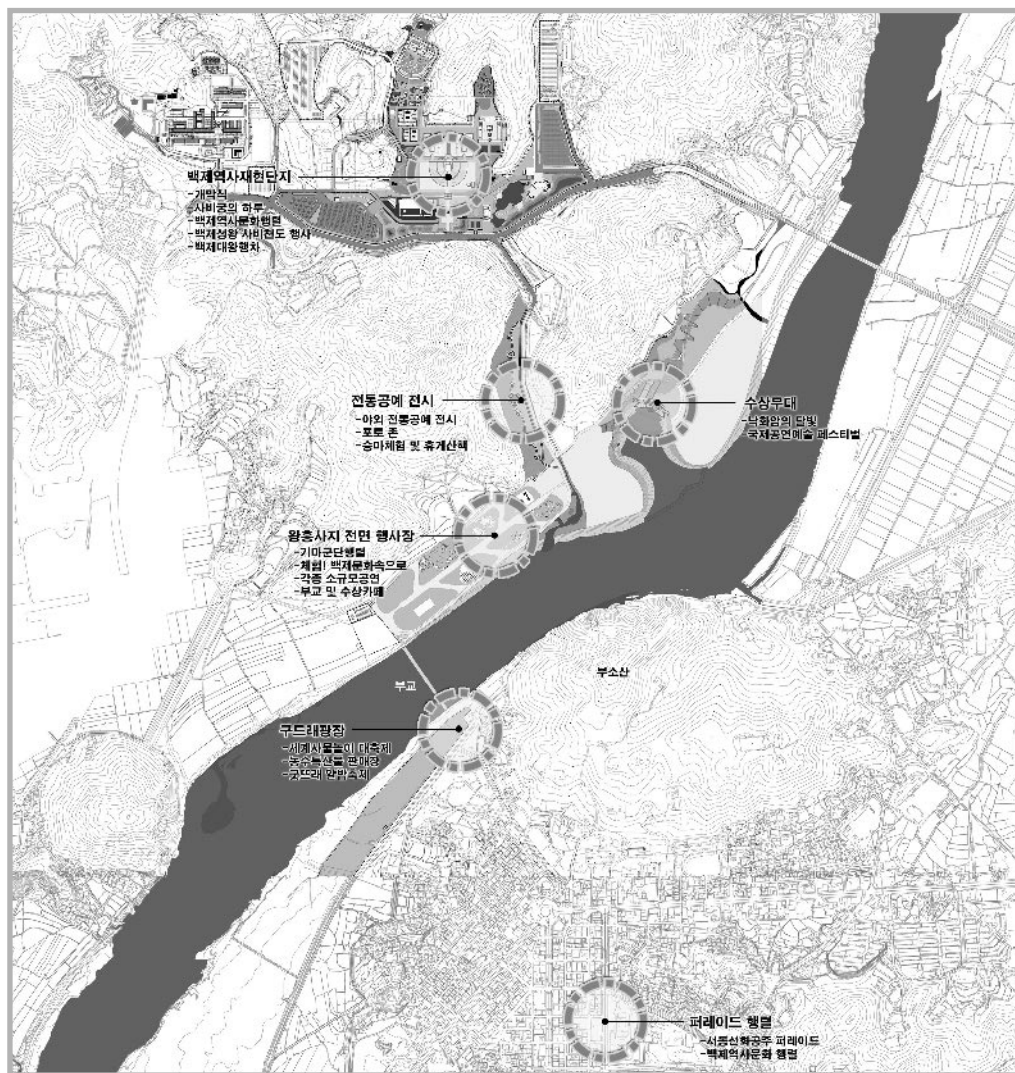
2010세계대백제전 행사의 프로그램은 공식행사 2개, 공연·이벤트 11개, 전시·4학술 4개, 체험·기타는 5개 등 총 22개이며, 주요 프로그램 내용은 다음 표와 같다.⁹⁾

〈표 4〉 세계 대백제전 프로그램 현황

구 분	주 요 프 로 그 램
공식행사(2)	· 개 · 폐막식(백제역사재현단지 개관, 제천행사 재현 등)
공연 · 이벤트(11)	· 고마나루 · 낙화암 수상공연, 세계역사도시 등 예술단 공연, 백제문화권 교류 공연(공주 · 부여), 전통 연희극 공연, 시 · 군 참여행사, 전국 탈 경연대회 · 기마군단 행렬, 퍼레이드교류왕국, 황산벌 전투재현
전시 · 학술(4)	· 세계역사도시 전시관 운영, 백제유물 특별전 · 백제문화유산 디지털(사비의 꽃 포함)상영, 국제학술대회
체험 · 기타(5)	· 웅진성의 하루, 사비궁의 하루, 기지시 줄다리기, 백제왕(도지사)배 바둑대회, 백제음원 연주

* 자료 : 충청남도(2010), 전개서, 28~29쪽 요약정리

9) 충청남도(2010), 2010 세계 대백제전 종합실행계획 최종보고회 자료, 24~29쪽



* 자료 : 충청남도(2010), 전거서, 27쪽

〈그림 4〉 세계 대백제전 부여 행사장 기본구상도

3) 2010 충남 민속문화의 해

‘2010세계대백제전’, ‘2010대충청 방문의 해’와 함께 충남도의 올해 3대 메가 이벤트로 꼽히는 행사가 ‘2010충남 민속문화의 해’ 사업이다. 국립민속박물관과 충남도가 공동으로 추진하는 ‘민속문화의 해’는 민속문화의 조사, 연구와 보존 및 문화관광 자원화를 추진하기 위한

사업이다. 지난 2007년부터 제주, 전북, 경북에 이어 충남도가 네 번째로 개최하는 것이다.

충남 민속문화의 해는 선조들의 생생한 삶의 모습과 지혜가 담긴 민속문화를 집대성하고 각 민속문화의 주요 소재를 기초로 문화관광상품을 개발하기 위한 사업이다. 또 다양한 체험 및 전시 프로그램에 일반인들이 참여토록 함으로써 과거와 현재와의 교감도 꾀하게 된다. 따라서 충남 민속문화를 총체적으로 조명하고 재발견하기 위한 행사이다.

〈표 5〉 2009년도 추진사업

(단위 : 백만원)

사업주관	사업명	사업기간	사업내용
총 계		7건	7개 사업(국비 600, 도비 150)
국립민속박물관	소 계	5건	5개 사업(국비 600)
	마을민속조사	'09. 2월~'10. 6월	마을조사 및 보고서 발간
	민속주제조사	'09. 2월~'10. 6월	민속조사·연구·집필
	특별전시회준비	'09.2~12월	특별전시회 전시테마 조사
	협력망 사업	'09.7~12월	찾아가는박물관 사업 등
	체험프로그램	'09.7~12월	지역민속 프로그램 운영, 민속강좌
충청남도	소 계	2건	2개 사업(도비 150)
	무형문화재 기록화사업	'09. 9월~'10. 9월	충남도무형문화재 기록도서로 발간
	민속 문화 상품 개발	'09.10월~'10. 10월	충남민속주제 상품개발

※ 자료 : 충청남도(2010) 내부자료

〈표 6〉 2010년도 추진사업

(단위 : 백만원)

사업주관	사업명	사업기간	사업내용
총 계		10건	10개 사업 1,650백만원(국비 670, 도비 980)
국립민속박물관	소 계	2건	2개 사업(국비 170)
	한국민속학자대회	'10. 10월	한국 민속학자 대회
	지역박물관지원	'10.2~10월	전문인력 양성 및 체험프로그램 운영
충청남도	소 계	4건	4개 사업(도비 580)
	민속사진집발간	'10.2~10월	민속사진 수집
	민속책자 발간	'10.2~10월	칼라아트지 제작, 초중고교 배포
	충남의 민속과 백제	'10.2~10월	백제관련 민속 설화 해설집 발간
	민속연구목록	'10.2~10월	1권으로 묶어서 편찬
공동사업	소 계	4건	4개 사업(국비 500, 도비 400)
	개막식	'10. 4월	개막식, 전시회, 민속체험 등
	민속축제한마당	'10.9~10월	민속공연 및 민속놀이경연
	특별전시회	'10.3~10월	충남민속주제 특별전시
	체험프로그램	'10.2~10월	현장체험프로그램개발 운영

※ 자료 : 충청남도(2010) 내부자료

충남 민속문화의 해 사업기간은 2009년 2월부터 2010년 12월까지 2년간이며, 총사업비는 27.5억원(국비 12.7, 도비 14.8)이고, 사업내용은 무형문화재 기록화 사업 등 17개 사업으로, 주관은 국립민속박물관과 충청남도가 공동으로 하고 있다. 그 동안 추진상황은 「2010 충남 민속 문화의 해」 유치 확정, 국립민속박물관·충청남도 업무협약 체결, 추진위원회 구성(20명), 공동연수회 개최(추진위원, 국립민속박물관, 도·시군 담당자 등), 마을민속조사(2) 및 민속주제(5) 조사 완료, 무형문화재 기록화사업 및 민속상품개발사업 착수 등이 이루어졌다. 향후 추진계획은 추진위원회 개최(개막식 등 세부추진계획 협의)와 충남민속소개책자 발간 등 4개 사업 착수, 「2010충남민속 문화의 해」 개막식을 기지시 줄다리기(중요무형문화재 75호) 민속행사와 연계추진하고, 민속축제 한마당(세계대백제전 기간 중)으로 제51회 한국민속예술축제 및 제17회 전국청소년민속예술제를 유치하며, 특별전시회 개최(보부상 주제, 충남역사박물관) 등이 이루어질 것이다. 2009년과 2010년 주요사업계획 내용은 <표 5> 및 <표 6>과 같다.¹⁰⁾

2. 충남 3대 메가이벤트의 시사점

1) 충남 정체성을 대표하는 브랜드의 아이덴티티 정립 기회 마련

먼저 충남브랜드의 아이덴티티로 핵심과 확장 아이덴티가 정립될 필요가 있다. 현재 충남에는 ‘한국의 중심, 강한 충남(Heart of Korea, CHUNGNAM)’과 ‘느낌여행, 충남’ 등 충남의 홍보를 위한 슬로건은 존재하지만, 충남의 대내외적으로 추구하는 정체성을 확실하게 제시하는 데는 부족하다. 충남의 브랜드 아이덴티티는 충남의 미래비전이라고 볼 수 있는데, 현재 상황에서는 충남의 정체성을 대표할 수 있는 브랜드 아이덴티티가 정립되어야 할 시점이다.

최근 각 지역별로 새로운 관광목적지의 출현과 다양한 관광마케팅 활동으로 지역과 국가를 넘어 치열한 경쟁체제를 맞이하고 있다. 이와 함께 경쟁력 강화를 위한 수단으로 관광목적지로서 지방자치단체의 강력한 글로벌 브랜드 구축은 지역경제 활성화뿐만 아니라 지역민에게

10) 충청남도(2010) 내부자료

자긍심 함양과 미래에 대한 비전을 가지게 한다.

2) 충남과 시·군 연계 브랜드 설정 및 공유와 확산의 노력 필요

충남브랜드의 핵심적인 요소가 설정되면 충청남도 뿐만 아니라 16개 시·군 및 유관기관, 더 나아가 모든 도민에 의해 공유되어야 한다. 충남 브랜드 정체성을 통한 미래비전이 도민들에 의해 공유되지 못한다면 충남브랜드의 실체는 구호에 그치게 된다. 따라서 충남브랜드에 대한 비전을 공유하기 위한 활동을 실행에 옮기는 주체가 조속한 시일 내에 정립될 필요가 있다. 최근 전개되고 있는 C.I 정립사업이 모든 구성원간의 공유를 확보하기 위한 작업으로 확대될 필요가 있다.¹¹⁾

3) 메가 이벤트와 연계한 브랜드화와 마케팅의 전략적 추진 필요

‘2010세계대백제전’, ‘2010대충청 방문의 해’ 및 ‘2010충남 민속문화의 해’ 등의 메가이벤트를 통하여 충남을 알리는 계기로 삼으면서 이벤트별로 브랜드화와 충남 마케팅을 추진해야 한다. 그러므로 이벤트에 참여하는 고객 계층별로 마케팅 믹스 전략을 세워 브랜드 자산가치를 높이는 데 긍정적인 역할을 하도록 해야 할 것이다.

4) 메가이벤트를 활용한 충남 관광산업 및 문화콘텐츠 산업 육성

‘2010세계대백제전’, ‘2010대충청 방문의 해’와 ‘2010충남민속문화의 해’ 등 이벤트에는 각각의 행사별로 다양한 콘텐츠를 포함하고 있다. 그러므로 이들 이벤트를 활용한 지역의 역사와 문화, 특산품, 유·무형문화재 등을 분야별로 특화하여 전문화시킬 필요가 있다. 이는 메가이벤트가 충남을 홍보하는 효과뿐만 아니라 브랜드를 정립하여 문화콘텐츠 산업을 육성해야 할 것이다.

11) 유창조(2010), ‘국가브랜드, 관광브랜드, 도시브랜드의 역할과 과제’, 한국관광정책 38호, 2009년 겨울호, 97쪽 재정리

Ⅳ. 충남 메가이벤트의 브랜드 가치 제고 방안

1. 충남 브랜드의 정립과 확산

1) 충남 브랜드의 정립방안

한국의 국가브랜드는 “Dynamic Korea”로서 국가홍보 슬로건으로 활용하고 있으며, 한국 관광브랜드로는 “Korea Sparkling”을 개발하여 경쟁관광국가와 대비하여 차별화할 수 있도록 노력하고 있다. 그리고, 각 시·도에서는 각 지역별로 도시브랜드를 개발하고 관리하는데 심혈을 기울이고 있다. 예로서 서울시에서는 “Hi-Seoul, Soul of Asia”라는 슬로건을 개발하여 해외홍보에 활용하고 있다.

그리고, 광역자치단체로서 충남의 브랜드 인지도는 어느 정도 형성되어 있으므로 브랜드 이미지 상승과 브랜드 태도 변화를 어떻게 유도할 것인가가 구체적 실행전략으로 되어야 할 것이다. 지방자치단체 브랜드자산지수 측정결과, 브랜드 이미지를 구성하고 있는 세부 측정항목별, 즉 교통, 환경, 문화, 복지, 안전, 관광 등 각 세부 측정항목의 지수로 맞추어 구체적인 실행전략이 고려되어야 할 것이다.¹²⁾

이에 충청남도에서도 “한국의 중심, 강한 충남(Heart of Korea, Chungnam)”의 슬로건을 내세우고 있으며, ‘넉넉해진 나 자신, 느낌여행 충남’이라는 관광슬로건을 통해 지역의 관광홍보에 주력하고 있다. 그럼에도 불구하고 앞으로 충남의 브랜드 가치를 제고하기 위해서는 현재 충남을 홍보하기 위해 존재하고 있는 슬로건이 정체성을 확실히 제시할 수 있도록 충남의 장기비전을 제시하고, 비전에 적합한 핵심 아이덴티티 및 확장 아이덴티티가 정립되어야 할 것이다.

2) 충남 브랜드의 공유와 확산방안

광역자치단체인 도의 브랜드는 독자적인 브랜드를 구축하는 동시에 기초자치단체의 우산 브랜드(umbrella brand)로서의 기능을 수행하므로, 브랜드 관리 또한 두 측면을 동시에 고려해야 한다. 국가브랜드가 하위의 도시 및 지역 브랜드를 고려해야 하듯이, 광역자치단체 또한

12) 이소영·오은주(2009), 지방자치단체 브랜드 자산 측정 및 관리 방안, 한국지방행정연구원, 107쪽.

하위의 기초자치단체 브랜드를 고려해야 한다는 것인데, 해당 시·군의 브랜드 가치 제고는 곧 광역자치체인 도의 브랜드 가치 제고로 이어지지 때문이다.

이는 실제 브랜드 마케팅 프로그램 실행에 있어서도 유의미한데, 도가 해당지역 인구, 자본, 관광객 등을 유치하고자 한다면, 각 영역에서 유치대상이 목표 시·군으로 선별되어야 한다. 잠재 고객에게 어필할 수 있는 매력적인 장소로 해당 도를 마케팅하기 위해서는 실제로 유치 성과가 높을 것으로 예견되는 시·군을 선택하여 집중적으로 마케팅해야 하기 때문이다.¹³⁾

따라서, 광역자치단체에서 핵심적인 브랜드가 설정되면, 이 브랜드는 기초자치단체뿐만 아니라 유관기관, 더 나아가 모든 도민에게 공유되어야 한다. 충남 브랜드의 공유와 확산을 위해서는 슬로건과 로고 등을 창의적으로 사용하고, 브랜드 네임을 시각적, 언어적으로 강화하기 위한 전략을 수행하며, 지역의 전통적 특성이나 지역의 자원을 활용한 대표적인 특성을 부각시키는 실행 전략을 수립하여 추진해야 할 것이다.

2. 메가이벤트와 연계한 브랜드 제고와 마케팅 전략 추진방안

1) 메가이벤트와 연계한 브랜드 제고 방안

메가이벤트와 축제는 장소브랜드의 중요한 채널로서 역할을 한다. 즉, 메가이벤트는 일시에 사람들의 이목을 특정 도시에 집중시키는 속성을 가지고 있어서 해당 지역의 이미지를 전 세계에 대대적으로 홍보할 수 있는 계기를 마련해 준다. 즉 장소브랜드의 커뮤니케이션을 위한 절호의 기회를 맞이하는 것이다. 이는 한국이 1988년 서울 올림픽을 계기로 국제무대에 등장하였고, 2002년 월드컵 때 비로소 그 색깔을 전 세계에 명확하게 드러낼 수 있었던 사례를 보더라도 알 수 있다.¹⁴⁾

이상과 같이 살펴볼 때, 2010년에 개최되는 3대 메가이벤트를 통해서 ‘2010대충청 방문의 해’ 및 ‘2010충남 민속문화의 해’는 충남을 장소적으로 브랜드화 하는 한편, ‘2010세계 대백제전’이 개최되는 공주·부여·논산 등의 행사도시 뿐만 아니라 충남의 다른 13개 시·군에서도 세계 대백제전 행사장에서 시·군의 날에 홍보를 하는 한편 연계 관광상품과 관광루트를 개발하

13) 이소영·오은주(2009), 전계서, 107쪽.

14) 이정훈·최서희(2006), 장소브랜드 모형 구축 연구-관광부문을 중심으로-, 경기개발연구원, 230쪽.

여 충청남도과 각 시·군을 장소마케팅할 수 있도록 메가이벤트와 장소브랜드 간의 관계를 긴밀하게 연계하여 지역의 정체성, 이벤트의 콘텐츠 및 공간의 상징성이 잘 어우러지도록 해야 브랜드 제고 효과를 가질 수 있을 것이다.

2) 전략적 장소마케팅 추진방안

장소브랜드에서 장소자산에 대한 고려 원칙은, 이미 브랜드화된 장소자산을 지역·도시의 브랜드 아이덴티티와 연관지어 적극 활용한다는 것과 장소 브랜드 전략기획에 있어서 노력을 기울이면 충분히 브랜드화 할 수 있는 자산을 파악하여 이러한 자산을 우선순위에 놓는다는 것이다. 그리고, 현재의 자산을 창의적이고 독특한 아이디어로 재해석하여 의미를 부여하고 활용할 수 있도록 공리를 하는 것이다.

전략적 장소마케팅을 위해서는 지역의 이미지를 다양한 방식의 마케팅 커뮤니케이션에 의해서 고객에게 전달됨으로써 기억 속에 형성된다. 충남의 브랜드 마케팅 커뮤니케이션의 방법은 메가이벤트 개최와 연계하여 이벤트와 축제, PR, 광고 캠페인, 웹커뮤니케이션, 언론매체 활용, 스포츠마케팅, 광고물 및 사인을 통한 직접 노출, 스타마케팅 등 다양하다.¹⁵⁾

따라서, 충청남도과 각 시·군에서는 다양한 브랜드 마케팅 커뮤니케이션 방법을 동원하여 전략적인 장소마케팅을 추진하고, 이는 충남의 3대 메가이벤트의 성격에 맞추어 초청되거나 방문하는 대상 국가와 도시, 관광객 수요층을 고려한 맞춤형의 마케팅과 홍보가 이루어져야 할 것이다.

3. 메가이벤트의 브랜드를 활용한 충남 관광산업과 문화콘텐츠 산업 육성 방안

1) 브랜드와 연계한 충남 관광산업 육성방안

충남의 관광산업의 육성을 위해서는 관광브랜드를 설정하여야 한다. 이를 위해서는 지역 이미지의 약점과 자산의 강점, 그리고 시장에서의 요구에 근거해서 관광브랜드를 설정하고, 이를 주제로 홍보를 실시해야 한다. 충남의 브랜드와 연계한 관광홍보를 실시할 때에는 관

15) 이정훈·최서희(2006), 전계서, 228쪽 재정리

객의 포지셔닝을 통하여 브랜드 가이드라인을 개발하여 이를 실행토록 한다.

그리고, 충청남도의 브랜드를 강화할 수 있도록 공통된 메시지와 이미지를 사용하도록 함으로써 충남 관광 마케팅의 일관성을 가질 수 있도록 해야 한다. 더불어, 충남의 관광브랜드는 전체적인 브랜드 이미지 간의 일관성을 유지하고, 관광브랜드의 인지도를 증대시키기 위해서 통합마케팅 캠페인을 실행해야 한다. 그러므로 충남의 3대 메가이벤트를 계기로 충남 관광브랜드를 설정하고, 이에 맞는 관광객 유치 포지셔닝에 따라 통합적 마케팅 전략을 추진해야 할 것이다.

2) 브랜드와 연계한 충남 문화콘텐츠 산업 육성방안

장소브랜드에서 지역의 문화유산, 문화적 창작역량과 문화산업은 대단히 중요한 영향을 미친다. 관광에 있어서 사람들이 점점 더 문화적 코드와 상징성을 추구하기 때문이다. 두드러진 문화유산, 예술적 작품을 가지고 있거나 문화산업이 번성하는 곳의 브랜드 이미지는 강렬하고 깊고, 고객과의 감성적 연대가 강할 것이기 때문이다.

이러한 점에서 지역에서 강력한 장소브랜드 자산을 구축하기 위해서는 문화적 역량을 강화해야 한다. 나아가서 지역의 문화를 기반으로 하는 관광산업은 문화산업과 결합을 통해서 브랜드의 입장에서 지역의 문화적 정체성과 관련이 있는 문화산업 발전은 브랜드 이미지를 더욱 강화할 수 있도록 한다. 우리나라의 경우 부천이 문화산업과 문화시설, 관광 간의 연계가 이루어진 곳이며 이천, 강진, 안성 등도 이러한 모델로서 성장이 가능한 곳이다.¹⁶⁾

이러한 측면에서 본다면 공주·부여의 경우 역사문화관광도시로서 장소브랜드로서의 문화유산 자산가치를 갖고 있기 때문에 ‘2010세계 대백제전’을 통해서 문화관광과 문화산업을 결합하여 중소도시의 브랜드 발전전략을 추진하여 지역 문화콘텐츠 산업을 육성하기 위한 다음 단계의 이벤트 계획과 관련 콘텐츠 산업의 육성 대책을 마련하고 단계적으로 실행해야 할 것이다.

16) 이정훈·최서희(2006), 전계서, 234쪽

V. 결론 및 정책제언

충남을 비롯한 전국의 각 지방자치단체는 브랜드 제고를 위한 관광 마케팅의 일환으로서 관광이벤트를 개최하고 있다. 이들을 하나의 기업으로 가정한다면 안정적인 마케팅 성과를 갖고 관광브랜드의 자산 가치를 높여야 함이 절실히 요청되고 있다.

충남의 3대 메가이벤트의 개최 현황을 통해 살펴본 시사점으로는 충남브랜드의 아이덴티티로 핵심과 확장 아이덴티티가 정립될 필요가 있다는 것이다. 그리고 충남 브랜드의 핵심요소의 설정 및 공유와 확산의 노력이 필요하다는 것이며, 메가 이벤트와 연계한 브랜드화와 마케팅의 전략적 추진이 반드시 필요하고, 메가이벤트를 활용한 충남 관광산업 및 문화콘텐츠 산업을 육성해야 한다는 것이다.

이를 과제로 하여 충남 메가이벤트의 브랜드 가치 제고방안을 살펴보았다. 첫째, 충남 브랜드의 정립과 확산이 필요하다. 충남 브랜드의 정립방안은 기존의 “한국의 중심, 강한 충남(Heart of Korea, Chungnam)”의 슬로건과 ‘넉넉해진 나 자신, 느낌여행 충남’이라는 관광 슬로건을 바탕으로 현재 충남을 홍보하기 위해 존재하고 있는 슬로건이 정체성을 확실히 제시할 수 있도록 충남의 장기비전을 제시하고, 비전에 적합한 핵심 아이덴티티 및 확장 아이덴티티가 정립되어야 할 것이다. 또한, 충남 브랜드의 공유와 확산을 위해서는 슬로건과 로고 등을 창의적으로 사용하고, 브랜드 네임을 시각적, 언어적으로 강화하기 위한 전략을 수행하며, 지역의 전통적 특성이나 지역의 자원을 활용한 대표적인 특성을 부각시키는 실행전략이 이루어져야 한다.

둘째, 메가이벤트와 연계한 브랜드 제고와 마케팅 전략 추진방안으로 메가이벤트와 연계한 브랜드 제고 방안은 올해 개최되는 3대 메가이벤트를 통해서 충남을 장소적으로 브랜드화 하는 한편, 공주·부여·논산 등의 행사도시 뿐만 아니라 충남의 각 시·군을 장소마케팅할 수 있도록 메가이벤트와 장소브랜드 간의 관계를 긴밀하게 연계하여 지역의 정체성, 이벤트의 콘텐츠와 이벤트 공간의 상징성이 잘 어우러지도록 해야 브랜드 제고 효과를 가질 수 있을 것이다. 그리고, 전략적 장소마케팅 추진방안은 충청남도과 각 시·군에서는 다양한 브랜드 마케팅 커뮤니케이션 방법을 동원하여 전략적인 장소마케팅을 추진하고, 이는 메가이벤트의 성격에 맞추어 고객 대상의 국가와 도시, 관광객 수요층을 고려한 맞춤형의 마케팅과 홍보가 이루어져야 할 것이다.

셋째, 메가이벤트의 브랜드를 활용한 충남 관광산업과 문화콘텐츠 산업 육성 방안이다. 브랜드와 연계한 충남 관광산업 육성방안으로는 충남의 3대 메가이벤트를 계기로 충남 관광브랜드를 설정하고, 이에 맞는 관광객 유치 포지셔닝에 따라 통합적 마케팅 전략을 추진해야 할 것이다. 더불어 브랜드와 연계한 충남 문화콘텐츠 산업 육성방안은 공주·부여의 경우 역사문화관광도시로 장소브랜드로서의 문화유산 자산가치를 갖고 있기 때문에 '2010 세계 대백제전'을 통해서 문화관광과 문화산업을 결합하여 중소도시의 브랜드 발전전략을 추진하여 지역 문화콘텐츠 산업을 육성하는 계기로 삼아야 한다는 것이다.

이상의 연구는 충남의 메가이벤트와 연계한 브랜드 가치제고방안 모색을 위한 시론적 연구로서 향후 체계적인 조사분석과 정책적인 실천대안을 찾는 보완적인 연구가 지속적으로 이루어져야 하겠다.

참고문헌

1. 김철원(2001), '관광목적지의 브랜드화 및 브랜드 가치', 한국관광정책 4호, 한국문화관광연구원.
2. 문화관광부(2006), 2006년 관광동향에 관한 연차보고서.
3. 손삼호(2005), "관광목적지로서 지방자치단체의 브랜드 자산에 관한 연구", 계명대학교 대학원 박사학위논문.
4. 유창조(2010), '국가브랜드, 관광브랜드, 도시브랜드의 역할과 과제', 한국관광정책 38호, 2009년 겨울호.
5. 윤선영(2003), 'Mega Event를 통한 지방자치단체의 관광브랜드가치 제고에 관한 연구' 경기대학교 관광종합연구소, 경기관광연구 제7호.
6. 이소영·오은주(2009), 지방자치단체 브랜드 자산 측정 및 관리 방안, 한국지방행정연구원.
7. 이정훈·최서희(2006), 장소브랜드 모형 구축 연구-관광부문을 중심으로-, 경기개발연구원.
8. 충청남도(2009), 2010 대충청방문의 해 충청남도 실행계획.
9. 충청남도(2010), 2010 세계 대백제전 종합실행계획 중간보고서.
10. 충청남도(2010) 내부자료.

2010세계대백제전과 충남 문화산업발전 전략

정재윤 | 공주대 교수

I. 들어가는 말

충청남도는 2010년을 대충청방문의 해로 정하고 많은 관광객을 유치하기 위해 여러 가지 방안을 모색하고 있다. 그 중에서도 주목을 받는 것은 '2010 세계대백제전' (이하 대백제전이라 표기)이다. 대백제전은 9월 18일에서 10월 17일까지 30일간 열리는 대규모 축제로, 이 기간 동안 많은 관광객이 우리 지역을 찾을 것으로 예상되고 있다. 그렇다면 이와 같은 축제를 하는 이유는 무엇일까. 단순히 우리 고장을 홍보하기 위해서만은 아니다. 주민들이 지역의 문화에 대한 정체성과 애郷심을 가질 수 있으며, 동시에 많은 관광객들을 유치함으로써 지역 경제 발전에 도움이 되는 시너지 효과가 있기 때문이다. 따라서 대백제전은 백제문화의 우수성을 홍보하는 축제를 넘어서 어떻게 하면 지역 경제에 보탬이 될 수 있는가 라는 산업적 전략에서 비롯되었다고 해도 과언이 아니다. 이러한 방향은 최근 각광을 받고 있는 문화산업의 분야로, 필자는 본 글에서 미력하나마 대백제전을 통한 충남의 문화산업발전 전략에 대하여 나름의 의견을 개진하고자 한다. 이를 위해서 먼저 대백제전에 대한 간략한 소개를 한 다음에 대백제전에 대한 올바른 방향과 추후의 과제, 그리고 이를 통한 문화산업의 발전 전략에 대하여 순차적으로 살펴보려고 한다.

II. 2010 세계대백제전

대백제전을 알아보기 위해서는 먼저 그 명칭의 유래부터 살펴보아야 한다. 대백제전은 백

제문화제를 확대한 축제이다. 백제문화제는 1955년 백제문화의 유풍을 되살리고 민족문화의 중흥을 다짐하는 취지에서 시작되었다. 1965년 도 주최로 이양된 뒤 1966년 12회 백제문화제부터 공주·부여에서 동시 개최하였으며, 현재까지 55회에 이르렀다. 따라서 대백제전은 백제문화제의 56회에 해당한다 하겠다.

올해의 백제문화제 명칭을 ‘2010 세계 대백제전’이라 한 것은 나름의 과정이 있었다. 먼저 백제가 문화강국임을 주목하여 ‘대백제전’이라 명명하였고, 한걸음 더 나아가 세계 속의 백제를 지향하여 ‘2010 세계 대백제전’이라는 공식 명칭을 정한 것이다. 이는 대백제전의 성격과도 밀접한 관련이 있다. 대백제전이 단순히 우리 지역의 것을 넘어 세계의 축제임을 선언한 것이다. 이러한 점을 표방하였기 때문에 대백제전을 성공적으로 개최하여 세계적인 명품 축제로 자리매김한다는 것이 백제문화제 추진위원회(이하 추진위) 측의 전략이다. 그러면 대백제전의 내용을 구체적으로 살펴보기로 하자.

대백제전의 기본 컨셉은 ‘백제정신의 재발견’이며, 구성 테마를 발견(Discovery), 교류(Network), 창조(Creation)에 두고 있다. 이는 백제의 정신문화를 재조명함으로써 그 가치를 발견하고, 중국 대륙과 한반도-일본으로 이어지는 동아시아 교류를 주도한 백제의 위상을 확인하며, 이를 통하여 백제를 넘는 한국의 문화를 창조한다는 것이다. 따라서 추진위 측은 개최 방향 및 목표를 700년 대백제 문화강국의 가치와 진면목을 재발견하는 축제, 해상교류왕국 대백제의 기상을 오늘에 잇는 창의적인 축제, 대백제국의 후예로서 충청남도의 위상을 세계에 선양하는 축제, 소비성 축제에서 생산성 있는 주민 참여용 축제로 전환, 백제 콘텐츠를 세계적 보편성을 갖는 콘텐츠로 개발·활용함으로써 백제문화의 세계화·명품화를 위한 “글로벌 백제”의 새로운 출발점으로 삼고자 하는 포부를 밝히고 있다.

개막식은 9월 17일 부여 역사재현단지에서, 폐막식은 10월 17일 공주 고마나루에서 열린다. 축제 장소는 공주·부여·논산시 일원에서 진행되며, 15개 시도가 참여한다. 주제는 ‘700년 대백제의 꿈’으로 이 기간 동안 관람객 260만 명 유치(내국인 240만 명, 외국인 20만 명)를 목표로 하고 있다. 특히 20개 이상의 세계역사도시연맹 회원도시를 유치함으로써 명실상부한 세계적인 축제로 발돋움할 기회를 마련하고자 하는 것이다.

대백제전의 주요 프로그램으로는 먼저 공주·부여의 금강 수변에서 펼쳐지는 대규모 수상 공연을 꼽을 수 있다. 부여에서는 ‘사비미르’라는 주제로 강한 백제, 아름다운 낙화암 등을 표현하는 대규모 판타지 공연을 시도한다. 공주에서는 ‘사마이야기’라는 주제로 무령왕 일대기 등 역사

적 사건을 연출한다. 이는 백제의 젓줄이었던 금강을 배경으로 공연과 미디어영상을 결합한 종합예술로, 축제 기간에만 국한하지 않고 이후에도 백제를 대표하는 공연으로 자리잡을 수 있도록 하겠다는 복안을 가지고 있다.

다음으로 공주 특화 프로그램으로 ‘교류왕국 대백제’라는 주제로 퍼레이드가 펼쳐진다. 이에서는 ‘교류왕국 대백제’의 풍요와 평화 그리고 백제의 즐거움을 표현하며, 백제 교류국의 배와 동물모형, 전통 춤, 캐릭터 등을 선보인다. 부여 특화 프로그램으로는 기마군단 출정식이 있다. 이는 백제 말기의 충신 ‘계백장군’의 백제군 열무식과 출정식을 통합한 퍼레이드와 퍼포먼스로, 백제군의 웅장함과 용맹함을 연출하는 기마행렬극이다.

논산시에서도 ‘황산벌 전투’를 재현한다. 주제는 ‘황산벌 구국의 외침’으로, 계백장군의 나라사랑 정신을 선양한다. 사극전문 배우·군인·지역 주민 등 1,000여 명 참여하며, 연극과 퍼포먼스 형태의 7막으로 구성된다. 그 밖에도 충남 도내 15개 시·군이 참여하여 백제관련 소재 및 시군 민속놀이를 펼친다. 특히 기지시 줄다리기는 시·군 경연 및 2,000여 명 이상의 관광객도 참여할 수 있는 체험형 축제라는 면에서 호응을 받을 것으로 기대된다.

다음으로 내용의 풍부함을 더하기 위해 여러 학술, 전시 프로그램도 준비하였다. 축제 기간 동안 국립 공주박물관에서는 ‘백제의 국제교류’, 국립 부여박물관에서는 ‘백제의 기와’를 주제로 백제유물 특별전을 개최한다. 이 때 국보급 문화재 300여 점 등 찬란한 백제유물과 백제의 역사와 문화적 위상을 체험·관람할 수 있을 것이다. 백제의 위상을 널리 알리기 위한 국제학술대회 또한 공주와 부여에서 개최한다. 백제사 분야는 ‘교류왕국, 대백제의 발자취를 따라’, 역사도시 분야는 ‘세계역사도시의 과거와 현재, 미래’라는 주제로 10개국 45명의 전문가가 참여할 예정인 대규모 학술회의이다. 이는 백제문화가 가진 독창성과 우수성이 스며있는 백제문화제를 보완·발전시켜 세계적인 축제로 만들기 위한 학문적인 접근이다.

이 밖에도 대백제전에 처음 시도되는 프로그램도 여러 가지 있다. 세계역사도시 회원국가를 초빙하여 공주 고마나루 예술마당에서 ‘고대 백제와 세계 도시와의 만남’을 주제로 참여도시의 역사, 문화, 미래상 전시, 영상 상영을 한다. 이와 병행하여 해외 예술단을 초청하여 공연도 한다. 다음으로 백제문화유산 디지털 영상관에서는 소실(구전)된 백제유물, 일본 전래 건축기술, 유적, 문화재 등을 디지털 영상으로 복원하여 선을 보인다. 금동대향로의 오악사악기 및 음원을 복원하여 공연하는 것도 볼거리다. 이에 그치지 않고 백제문화권 축제 프로그램 교류 차원에서 한성백제문화제의 주요 공연과 전남 영암의 왕인박사 축제도 초빙하여 범

백제축제를 주도한다는 데 큰 의미가 있다. 끝으로 백제탈의 이미지 확산을 위하여 탈을 활용한 다양한 행사를 준비하고 있다. 백제탈 창작 마당극, 탈 퍼레이드, 전국 탈 경연대회 및 공연·체험, 세계탈 전시회를 개최하며 관람객이 직접 백제탈을 써볼 수 있게 함으로써 백제탈의 제작·보급의 분위기를 확산시켜 대백제전을 특색있고 차별화된 국제행사로 자리매김하고자 한다.

Ⅲ. 충남 문화산업 발전전략

그렇다면 대백제전을 왜 하는가, 그리고 이후의 과제는 무엇인가에 대하여 문화산업의 발전전략과 연동시켜 살펴보기로 하자. 21세기는 문화의 시대라고 한다. 비좁은 면적에 자원이 절대적으로 부족한 우리나라에 지식과 기술 집약적인 문화산업은 매우 매력적인 분야이다. 교육열이 어느 나라보다도 높아 우수한 두뇌가 많고, 창의성과 손재주가 많은 우리에게 문화산업은 최적임에 틀림없다. 무엇보다 IT강국의 토대 위에 문화산업을 접목시킨다면 그 효과가 매우 클 것이다. 문화산업 분야를 'Blue Ocean' 이라고 자연스럽게 부르는 것도 이러한 기대감을 반영한다.

하지만 지식과 기술의 중앙집중 현상도 부인할 수 없는 엄연한 현실이다. 문화산업에 대한 정보와 기술, 우수한 재원이 중앙에 집중되어 있기 때문에 지방은 같은 조건에서 경쟁한다면 현실의 높은 벽에 부딪치고 만다. 그렇다면 지방의 문화산업은 중앙의 종속적인 위치에 만족하며, 안주해야 하는 것일까. 그렇지 않다. 중앙에 없는 콘텐츠가 우리에게 있는 것이다. 백제문화라는 콘텐츠는 우리 지역만이 가진 차별성이 있으며, 이 때문에 다른 지역과 경쟁력이 있다. 충청남도에서 막대한 비용과 인력을 동원하여 대백제전을 개최하는 것도 이 때문이다.

처음 축제를 시작할 때는 지역민의 정체성과 자긍심을 위주로 내부의 단합에 치중한 면이 있었다. 하지만 지금은 축제를 통해 외부 관광객을 유치하면서 관광수입과 지역의 발전이라는 부가적인 효과를 거둘 수 있다는 사실이 잘 알려지게 되었다. 관광객들이 축제를 관람하면서 볼거리, 먹거리, 살거리를 찾게 되면서 부대적인 이윤이 창출된 것이다. 다시 말하면 축제를 통해 해당 지역이 관광 명소가 되고, 먹거리인 향토음식과 특산물이 각광을 받으며, 살거리가 개발되면서 토속 공예품이 발전하였다. 따라서 대백제전은 이러한 의도 속에 진행된 문화산업 발전 전략의 일환임에 틀림없다.

그렇다면 대백제전을 문화산업 발전의 분기점으로 삼을 수 있는 전략은 무엇일까. 이에 대해서 필자는 이미 논고를 통하여 의견을 피력한 바 있다.¹⁾ 본고에서는 이를 간단하게 요약하면서 대백

제전 이후의 과제와 문화산업의 발전 전략을 덧붙이고자 한다.

백제는 기원전 18년부터 660년까지 오늘날의 서울·경기·충청·전라도 등 한반도 서남부에 존재한 역사적 실체이다. 그 중에서도 우리 지역은 웅진과 사비라는 두 개의 도읍이 있어 백제의 중심지였음이 확인된다. 백제인들은 같은 나라의 구성원이 되어 자연스럽게 정치·사회·경제적 공유감을 유지하며, 다른 나라와 차별성이 있는 문화를 가질 수 있었다. 백제가 멸망한 이후에도 독특한 지역적인 정서와 문화는 면면히 이어져 왔던 것은 백제문화로부터 직간접적인 영향을 받았기 때문이다. 그렇다면 우리 지역의 독특한 문화를 표현하기 위해서는 백제문화에 대한 이해가 필수적이라 할 수 있다.

따라서 대백제전은 백제의 본질을 인지하고, 동시대에 존재한 다른 나라 혹은 다른 지역과 차별성을 추출하는 것이 무엇보다도 급선무라 할 수 있다. 그런데 기존의 백제문화제에 대해서는 백제보다 조선시대 분위기가 짙으며, 축제 이벤트에 대한 고증이 부족하다는 평가가 있었다.²⁾ 최근 들어 대백제전을 준비하면서 다양한 프로그램이 개발되고 있는 점은 매우 고무적이라 할 수 있다. 하지만 아직까지 다른 지역의 축제와 과연 차별성이 두드러지는가 하는 점에는 선뜻 대답할 수 없다. 무엇보다도 프로그램 개발이 축제 전문가 위주로 이루어지고 있다는 점이 아쉽다. 이들도 백제를 강조하며 노력하고 있긴 하지만 백제에 대한 이해가 부족하기 때문이다. 축제전문가들은 성공적인 축제를 위해서 대중성과 흥미성을 추구하다 보니 전망이 불확실한 원형보다는 이미 다른 지역에서 검증된 확실한 것을 위주로 접근하였다. 이에 다른 지역의 축제를 변형하여 백제적 요소를 가미하거나 심지어는 무늬만 백제를 입힌 상황도 연출되었다. 이와 같은 상황에서 공연이 개최된다면 대중들은 거부감없이 쉽게 접근하겠지만 백제 축제로서 차별성을 느끼지는 못할 것이다. 간과할 수 없는 사실은 다른 지역과의 차별성이 없다면 사람들을 흡입할 수 있는 요소를 반감시킨다는 점이다. 따라서 대백제전의 성공 여부는 백제 축제의 차별화가 관건이라고 할 수 있다.

이를 위해서는 축제에 대한 접근 방법의 혁신이 필요하다. 한 방면의 전문가가 주도하지 않고 서로 보완할 수 있는 실제로의 융합적인 접근이 이루어져야 한다. 축제 전문가는 기획, 백제 전공자는 고증과 콘텐츠 개발, 실무 기술자는 기술의 개발 등 상호 협력체제를 이루면서

1) 拙稿, 2009, 「백제문화의 스토리텔링을 통한 활용성 제고」, 2010 세계대백제전 성공개최를 위한「백제문화 세계화와 백제고도 부여」, 대전일보사.

2) 이해준 외, 「2004 백제문화 콘텐츠의 문화산업활용 중장기계획」, 백제문화원형복원센터, 2004, 36쪽.

개별 아이템에서 백제다움에 접근해야 하는 것이다. 이를 통하여 다른 지역과 차별성 있는 요소를 개발한다면 이는 커다란 수확이 될 수 있다. 그 체계는 전반적인 분야로 확산될 수 있고, 독특한 백제문화를 체험할 수 있는 폭이 넓어지는 것이다. '가장 지역적인 것이 가장 세계적이다'라는 말처럼 경쟁력을 갖추게 되는 것이다.

다음으로 많은 관광객이 대백제전을 관람하고, 행사장에서도 흥미롭게 보았지만 머릿속에 잔상이 남지 않았다면 그 파급 효과는 떨어진다. 중요한 것은 관광객들이 다음번에도 이곳에 찾아오고 싶은 생각이 들고, 최소한 주변의 사람들에게 권할 수 있는 축제로 이미지가 각인되어야 한다. 이 때문에 흥미성 못지않게 축제가 끝난 후 사람들에게 전달되는 감성도 중요하다. 그것은 백제의 고유성을 가지면서도 진한 감동이 있어야 한다. 사람들의 내면에 침투하여 감성을 자극할 수 있는 구체적 사연으로 엮어야 하는 것이다. 이를 위해서는 원형을 가공하여 부가가치를 높이는 콘텐츠 개발이 필수적이며, 스토리텔링은 그 좋은 기법이다. 성공한 축제라면 이후에도 계속 유지·확산될 수 있기 때문에 지속성 여부는 대백제전을 평가할 수 있는 중요한 요소가 된다.

따라서 지속적으로 활용 가능한 프로그램과 콘텐츠의 확보가 대백제전에서 우선적으로 필요하다. 대백제전의 성공적 개최 못지않게 대백제전이 밑거름이 되어 이후 백제문화제가 비상할 수 있는 계기를 만들어야 하는 것이다. 지나치게 성공적 개최에만 매몰되지 말고, 이후 활용 가능한 콘텐츠에 중점을 둔다면 지속적인 관광객 유치에도 도움이 되어 문화산업 발전의 초석이 될 것이다.

우리 지역의 콘텐츠는 비교적 풍부하다. 소재가 풍부함에도 활용을 하지 못한 것은 무엇보다 문화콘텐츠의 개발에 대한 절실함과 노력이 부족하였다는 점을 들 수 있다. 소재는 원석에 불과하며, 그 가치는 대중들의 판단에 의해 좌우된다. 최근 스토리텔링이 각광을 받는 것은 일방적인 지식 전달이 아니라 시청자도 참여하는 쌍방의 대화이며, 상대방에게 알리고자 하는 주제를 재미 있고 생생하게 이야기함으로써 설득력 있게 전달할 수 있기 때문이다.

문화산업이 발전하기 위해서는 영화, 드라마, 만화, 혹은 소설 등 백제를 주제로 한 창작 활동에 적극적인 투자를 해야 한다. 한 소설이 유행하면 그것이 영화 혹은 드라마로 제작되고 있는 것이 현재의 추세이다. 스토리텔링은 매체의 특성 때문에 형식상으로 차이는 있지만 공유할 수 있기 때문이다. 아울러 드라마가 흥행에 성공하면 연기자들이 착용한 장신구, 옷 등이 유행할 수 있다. 최근의 추세 또한 하나의 소재를 가지고 복합적으로 활용하는 OSMU(One Source Multi Use)로 가고 있다. 여기에 그치는 것이 아니라 유사 분야로 파급 효과가 미치고 있다. 최근 고구

려의 주몽을 소재로 한 드라마가 유행하자 백제의 건국을 소재로 한 드라마가 확정되었으며, 나아가 백제의 유명 인물인 근초고왕, 동성왕 등을 소재로 한 드라마를 준비하고 있다. 대백제전을 계기로 폭발적인 백제 붐을 가져올 수 있는 여건이 형성되고 있는 것이다.

다만 아쉬운 점은 가장 좋은 스토리텔링을 가지고 있는 무령왕이 상대적으로 주목을 받지 못하고 있다는 사실이다. 무령왕은 일본의 카카라시마(各羅島)에서 태어났고, 백제로 귀국하여 동생인 동성왕이 시해되자 왕이 된 인물이다. 왕에 즉위해서는 활발하게 중국·일본 등 동아시아를 무대로 활약하면서 백제가 다시 강국이 되었다라고 선언하였다. 1971년 그의 무덤이 발견되어 죽어서도 백제가 문화강국이었음을 다시 한번 세상에 알리는 등 여러 가지 면에서 극적인 요소가 많다. 따라서 비교적 자본이 적게 들어가면서 대중들에게 큰 반향을 일으킬 수 있는 무령왕을 소재로 한 소설을 창작하여 그 계기를 만들어야 한다. 소설이 성공한다면 드라마 제작 단계에서 백제문화상품을 선전해야 한다. 백제 붐을 통해 드라마 제작 단계에서부터 상품에 대한 기획을 함으로써 백제문화상품의 제작과 판로를 확보할 수 있는 것이다. 이러한 융합적인 접근법은 문화산업 발전의 핵심적인 전략이라 할 수 있다. 무엇보다 문화콘텐츠를 현실에서 활용할 수 있는 구체적 물꼬를 터야 하는 것이다.

이러한 면에서 무령왕릉 출토 유물에서 디자인 소스를 추출하여 체계적으로 접근하고 있는 것은 매우 바람직한 현상이라 할 수 있다.³⁾ 좀 더 바란다면 백제 유물을 통해 문양, 이미지 등에 상징적인 의미도 부여할 필요가 있다. 이 또한 스토리텔링 기법을 도입하여 사람들의 감성에 유물이 갖는 상징적인 의미와 가치를 더함으로써 부가가치를 높일 수 있다. 사람들의 꿈과 감성을 만족시킴으로써 구매를 유인할 수 있는 새로운 판매 전략으로 부상하고 있는 것이다.

다음으로 축제 기간만 관광객이 몰리는 것은 바람직하지 않다. 지속적으로 관광객을 유치하기 위해서는 테마형 백제문화관광 상품의 개발이 절실하다. 이미 개발된 신라문화권은 비교적 풍부한 유적이 남아있기 때문에 해설사의 도움이 없이 관광하는 경우가 많다. 하지만 백제문화 유적은 상대적으로 적으며, 프로그램 개발 또한 시작에 불과하다. 따라서 새로운 기법을 도입한다면 오히려 앞서 나갈 수 있는 절호의 기회가 될 수 있다. 하나의 예로 들 수 있는 것은 전문 해설사가 줄거리를 기획하면서 관광객과 호흡을 같이하면서 전 일정을 안내하는

3) 충남역사문화연구원·국립공주박물관·브랜드업이 2006년도에 공동 개발한 무령왕릉 E-Book, 2009년도에 충청남도에서 제작한 DGBG-백제문화상품 가이드 개발이 대표적이다.

시스템의 도입이다.⁴⁾ 테마에 따라 해설사와 관광객이 서로 의사소통할 수 있는 고품격 관광을 지향할 수 있기 때문이다.⁵⁾ 아울러 관광객이 직접 행사에 참여하는 체험관광 역시 필요하다. 우리 지역은 백제시대부터 밤이 특산물이었다.⁶⁾ 이러한 기록을 활용하여 현재의 특산품을 넘어서 백제 밤이라는 고유성과 역사성 등 그 의미를 부여하는 스토리텔링을 만듦으로써 그 가치를 한껏 높일 수 있는 것이다. 여기에 그치지 않고 축제, 관광, 체험을 한데 묶어서 선택의 폭을 넓혀야 한다. 그렇다면 백제시대로의 여행을 테마로 백제문화와 백제 밤 따기, 백제 밤 가공식품 맛보기⁷⁾를 패키지로 묶어 상승 효과가 생길 수 있는 것이다.

끝으로 백제의 수도였던 공주와 부여 일대를 역사도시로서 재단장할 필요가 있다. 관광객이 공주와 부여에 처음 방문하였을 때 갖는 인상에는 도시 환경과 이미지가 대단한 영향을 끼친다. 이때 중요한 역할을 하는 것은 색채이다. 때문에 우리가 일본문화하면 독특한 이미지가 떠오르듯이 백제를 표현할 수 있는 여러 색채를 개발하여 백제를 이미지화 시켜야 한다. 물론 상당한 시간과 노력이 동반된다. 그 중에서 가장 빨리 전달할 수 있는 방법 중의 하나는 도시를 방문하였을 때 처음 갖는 인상이며, 그것은 색채에 의해 좌우되는 측면이 강하다. 따라서 도시를 순차적으로 디자인한다면 상당한 효과를 거둘 수 있다. 이를 통해서 공주와 부여가 그리스, 로마와 같은 역사문화도시로서 발돋움할 기회가 생길 수 있을 것이다. 이는 관광 수입의 증대로 직결되며, 지역의 문화산업이 발전할 수 있는 토대가 될 수 있다는 것을 확신한다.

-
- 4) 백제문화기획에서 운영하고 있는 '도사(道使)'라는 해설사 시스템을 예로 들 수 있다. 도사는 백제의 지방관으로, '길을 주관하다'라는 의미를 내포하고 있기 때문에 '길을 안내하다'라는 의미로도 해석할 수 있다. 따라서 백제 문화의 정수를 백제의 도사에 의해 안내하는 컨셉은 다른 지역의 해설사와 분명하게 차별성을 드러낼 수 있으며, 테마에 의해 운영되는 전문 안내를 지향할 수 있다.
- 5) 예를 들면 '설화와 함께 떠나는 백제 여행', '백제 왕들은 어떻게 살았을까'라는 테마를 제시할 수 있다. 백제 유적에는 많은 설화가 잔존해있기 때문에 사람들이 흥미를 가지고 있는 설화를 통하여 백제에 대한 이야기가 어필할 수 있다. 또한 백제왕들이 거주한 왕성은 강과 산성을 끼고 있는 특이한 구조이다. 이를 가지고 백제의 특수한 상황을 이야기할 수 있으며, 왕이 놀던 황화대, 왕이 예물을 드린 왕흥사와 서복사지, 왕의 약수터 등을 묶을 수 있고, 아울러 직접 관광객이 백제왕이 되어 일상을 체험할 수 있는 프로그램도 가능하다.
- 6) 『삼국지』에 의하면 마한 지역에서는 '큰 밤이 산출되는데, 그 크기가 배만큼 크다'는 기록이 있다. 이를 통하여 예로부터 밤이 우리 지역의 특산물이었음을 알 수 있다.
- 7) 예로 들 수 있는 것은 공주시에서 개발하여 시판(예정) 중인 공주 알밤과자와 밤막걸리가 대표적이다. 알밤과자는 백제의 와당무늬에 속을 밤으로 채워 백제의 정취를 느낄 수 있도록 고안하였다.

Ⅳ. 나오는 말

이제까지 대백제전을 중심으로 충남의 문화산업 발전 전략에 대하여 살펴보았다. 여기에서 제기된 문제를 정리하면서 글을 마치고자 한다.

대백제전은 무엇보다도 많은 관광객들이 찾아주어서 흥행에 성공해야 한다. 이를 위해서는 다른 지역과 차별성이 있는 많은 볼거리를 제공해야 한다. 또한 대중들이 우리 지역을 다시 찾을 수 있는 깊은 감명도 주어야 한다. 이러한 면에서 대백제전은 백제문화제의 완성이 아니라 새로운 시작이다. 따라서 미진한 부분을 점검하고 보완하면서 새로운 방향에서 지속적으로 대중의 관심을 끌 수 있도록 하여야 한다. 단 한 번의 축제를 개최하여 세계적인 축제로 발돋움할 수 있다는 생각은 난센스다. 때문에 축제의 성공 여부는 지속성에 달려 있다고 해도 과언이 아니다. 축제의 규모와 시기에 따른 완급 조절도 충분하게 고려해야 할 것이다.⁸⁾

그 열쇠를 쥐고 있는 것은 축제가 지역사회에 얼마나 큰 기여를 하였는가 이다. 지역 주민들이 필요성을 느낀다면 자발적인 참여로 이루어지고, 지원도 한결 용이해진다. 따라서 축제를 준비하는 과정과 축제 이후가 연동성을 지니면서 지역 사회에 뿌리를 내릴 수 있는 방안을 찾는 것이 급선무이다. 그것은 바로 축제를 통해 문화산업의 시장과 판로를 확보해가는 과정과 직결된다 할 수 있다.

8) 2년 혹은 4년 주기의 대규모 축제의 개최는 완급 조절을 통해 대중의 관심을 끌 수 있기 때문에 필요하다고 생각한다.

2010대충청방문의 해와 충남관광발전방안

양광호 | 공주영상대학 항공관광과 교수

1. 2010년은 충남관광도약의 해

2010년은 충남, 대전, 충북의 충청권이 정부로부터 ‘지역방문의 해’ 사업대상지로 지정받은 해이다. 또한, 충남이 백제문화의 세계화를 기치로 야심차게 준비해온 ‘세계대백제전’이 개최되는 해이고, ‘충남민속문화의 해’이기도 하다.

올해 충남에서 개최되는 이들 3대 메가이벤트들은 그 성패가 방문객들을 얼마나 많이 유치하고, 어떻게 그들을 만족시키는냐에 달려 있으므로, 이들 사업 모두를 광의적 관광사업들로 볼 수 있다.

관광은 기대, 이동, 현지활동, 회상의 네단계를 거쳐 완성되고, 단계별 경험에 의해 관광객 만족정도가 결정된다. 관광객 만족은 적극적 홍보마케팅, 완성도 높은 프로그램 준비 뿐만 아니라, 교통, 숙박, 안내, 음식 등 지역의 총체적인 관광수용능력이 갖추어져 있을 때 충족될 수 있음을 의미한다.

2010년은 ‘2010 대충청방문의 해’ 사업 등의 준비 및 실행과정을 통해 충남의 관광객 맞이 수용태세를 점검하고 개선하는 한 해가 될 것이다. 이와 같은 과정을 거쳐, 지역민의 관광에 대한 인식이 향상되고, 관광산업활성화의 토대를 마련하여, 궁극적으로는 지역경제활성화 및 지역브랜드이미지 향상이라는 성과가 기대된다.

본고에서는 충남 관광경쟁력 향상의 중요한 계기가 될 ‘2010 대충청방문의 해’의 의미와 사업내용을 살펴보고, 이와 연계한 충남관광발전방안을 모색해 보고자 한다.

2. 지역방문의 해 사업의 의미와 성과

올해 실시되는 ‘2010 대중관광방문의 해’는 문화체육관광부가 국내관광 활성화와 지역민 관광마인드 향상, 지역관광수용태세 개선 등의 목적으로 추진하는 ‘지역방문의 해’ 사업이다. 2004년 강원도에서 처음 개최된 이후, 광역지자체를 대상으로 공모를 거쳐, 2005년 경기도, 2006년 제주도, 2007년 경상북도, 2008년 광주·전남, 2009년 인천에서 진행되었다.

지역방문의 해 사업은 1994년, 2001년, 2001년~2002년에 걸쳐 진행한 외국인 관광객 유치목적의 ‘한국방문의 해 사업’ 성과의 지방확산 및 주 5일제 정착으로 급증하는 국민관광수요 충족 필요성이 그 배경이 되었다.

그동안 실시되었던 지역방문의 해 사업의 추진사례는 다음 <표 1> 과 같다.

<표 1> 지역방문의 해 추진사례

구 분	강원(04)	경기(05)	제주(06)	경북(07)	광주·전남(08)	인천(09)
목 표	대한민국의 관광수도, 동북아의 관광 허브	지역관광산업 발전의 전환점 마련	동북아 관광 휴양지로의 도약	새로운 성장 전략으로서의 브랜드 구축	21C 한국의 문화, 해양, 생태관광의 실현	Xtra-ordinary 인천실현
주요사업	7대 분야 27개 사업	5대 분야 31개 사업	5대 분야 25개 사업	6대 분야 34개 사업	공동 사업 8개 광주자체 9개사업 전남 37개사업	4대 분야 46개 사업
예 산	72억원	177억원	98억	63억	55억	172억
추진주체	강원도청	추진기획단 운영	추진기획단 운영	추진TF팀	관주도	추진기획단 운영
성 과	7,000만명 (외국인 120만명 전년대비 55%증가)	5,400만명 (외국인 18만명) 전년대비 13.1% 증가	513만명 (외국인 44만명) 전년대비 5% 증가	8,000만명 전년대비 30%증가 2008년 관광산업진흥 본부설립	광주 1,475만명 (전년 대비 14% 증가) 전남 4,385만명 전년대비 10%증가	목표관광객 2천 2백만명 (외국인 2백만명) 관광객 1,069만명 증가목표

기존 지역방문의 해는 지역의 관광인지도 향상, 인프라 확충, 관광객 유치, 지역민의 자부심 강화 및 지역관광역량 극대화의 성과를 거두었고, 관광객 증가측면에서 평균 13%의 관광객 증가를 가져왔다.

올해 추진되는 ‘2010 대충청방문의 해’는 두가지 점에서 기존 방문의 해와 차이점이 있다. 우선, 충청권의 3개 광역지자체가 공동으로 추진한다는 점이다. 행정이 광역화 되어가는 추세속에서, 생활권이 같은 충청권이 관광부분에서 사업을 공동 추진함으로써, 향후 지역방문의 해 사업의 모델사례로서 뿐만 아니라, 충청권 관광협력시스템구축의 큰 전기가 될 것이다.

다음으로, 2010년부터 2012년까지 3개년에 걸쳐 시행되는 ‘한국방문의 해’ 사업이 병행 실시된다는 점이다. 이들 사업간 상호연계성을 확보하여, 시너지효과를 극대화해야 하는 과제가 남아 있다.


2010년 지역방문의 해를 국토의 중심인 충청권에서 추진함은 서울에 집중된 외래관광객 방문 목적지를 충청권까지 광역화할 수 있는 계기를 마련함으로써, 국가 및 지역관광경쟁력 강화에 기여할 것으로 기대된다. 또한, 전국으로부터의 수월한 접근성은 급증하는 국민관광수요 충족과 관광객 만족에의 기여도 기대된다.

3. 대충청방문의 해 추진사업

1) 사업개요

2010 대충청방문의 해 개요

- 사업비전 : New Start! Vision 2010! 충청관광의 세계 브랜드화 실현
- 사업주관 : 충청권 광역지자체 : 대전광역시, 충청북도, 충청남도
- 사업기간 : 사업시행 : 2010. 1. 1 ~ 2010. 12. 31
- 사업장소 : 충청권 일원 (대전광역시, 충청북도, 충청남도)
- 추진목표(충남)
 - ① 인지도 향상 - 충청도민 80% 달성 - 전국민 60% 달성
 - ② 관광객 증가
 - 관광총량수요(number of visits) 10,709만명(내국인 10,628만명, 외국인 81만명)
 - 관광객 수(number of visitors) 5,100만명(내국인 5,061만명, 외국인 39만명)
- 상징체계



오사유!
즐거워!

대충청 2010
- 추진사업 : 충남 추진사업 4대 분야(기획특집, 관광상품, 홍보마케팅, 현대 및 수용태세 개선사업) 총 24개 사업(공동사업 9개, 충남자체사업 15개 사업) - 사업비 총 76억원

2) 주요사업

‘2010 대충청방문의 해’ 주요 추진사업으로는 ‘엽서는 정을 싣고’ ‘Am7 충청투어’, ‘Red-Band 충청국토순례’ 등이 있고, 전체 추진사업은 아래 <표 2>와 같다.

<표 2> 2010 대충청방문의 해 사업

부 분	사 업 명
기획특집 및 메가이벤트 연계사업	· 엽서는 정(情)을 싣고(공동)
	· Red-Band 충청국토순례(공동)
	· 메가이벤트 연계관광상품(공동)
	· 태안환경대축제 *
	· 한국관광총회 및 연계사업*
	· R-16 대회*
	· 2010대백제전 및 연계사업
관광상품사업	· AM 7 충청투어(공동)
	· 공동 개막식(선포식)(공동)
	· 충남 옛날이야기 투어*
	· 템플스테이 플러스원 투어*
	· 충청 달빛·별빛 상품*
	· 충남 거북이 투어*
	· 화합과 소통의 한마당, Border-Happy*
	· Auction 충남 관광*
	· 충남 시군의 날 릴레이*
	· 투루드 충남*
	· 충청 보물찾기
	· 으뜸가족관광 콘테스트
	· 충청의 멋, 쇼핑관광 확대 지원
	· 충남 대표음(점) 지정, 육성
	· Sale! 백제미소 사업
홍보마케팅사업	· 관광 릴레이학회 개최(공동)
	· 공동홍보마케팅(공동)
	· 충남방문의 해 자체 선포식*
	· 명사(스타)와 함께하는 고향여행*
	· Mega 충남 프로모션 사업*
	· 관광아이디어 챌린지
환대 및 수용태세 개선사업	· 외국인 친구사귀기 운동
	· 대충청권 방문의 해 공동평가 사업(공동)
	· 방문의해 홈페이지 구축 사업(공동)
	· 충남 관광 진흥 대상*
	· 안녕하세요, 충남입니다! 캠페인
	· 머무르는 관광충남, 민박 및 홈스테이 활성화
	· 관광정보체계 개선사업 전개
	· 충남관광 ‘옥의 티를 찾아라’
	· 관광신사유람단 운영
	· 구수한 손님맞이 대작전
	· 어드바이저 네트워크 구축

* (공동)은 3개 시·도 공동사업, *는 사업추진 확정사업, 나머지 사업은 추경확보를 통해 추진 예정사업임.

① 엽서는 정(情)을 싣고



2010 대충청권 방문의 해'의 상징적인 사업이다. 인터넷 및 각종 매스미디어 발달로 일상생활에서 사라져가는 편지, 엽서 등의 추억 속 커뮤니케이션 수단을 활용하여 아날로그적 욕구를 충족시키기 위한 감성문화 사업이다.

충청권의 대표적인 관광지를 중심으로 엽서, 엽서쓰기와 관련된 우체통, 엽서대, 의자 등이 한 공간에 배치되어 포토포인트로서의 기능을 수행한다. 관광지 엽서 자체는 충청권 관광지의 대표적인 관광기념품으로 자리매김할 수 있도록 제작된다. 우체통 등 사업전반에 활용되는 빨강색은 '2010 대충청방문의 해'의 상징색으로 국토의 중심에 입지한 충청권의 '열정', '정열'을 표현한다.

이 사업을 통하여, 관광객은 관광지에서 엽서를 씌으로써 본인 및 지인에게 마음을 전달하고, 받는 이는 인터넷 시대에 경험하기 어려운 감동과 고마움을 경험하게 된다. 감성적인 관광지역으로 충청권의 이미지 강화 및 관광지에 대한 직접적인 홍보효과뿐만 아니라 엽서를 관광기념품으로 유도, 활성화하는 계기가 될 것이 기대된다.

② Red-Band 충청국토순례

충청지역의 지리적 중요성을 관광과 연계한 국토순례 프로그램이다. 충청지역이 우리나라의 중심지이자 교통의 요충지임을 모티브로 하여 전국 각 지역의 사람들이 방문의 해를 맞이하여 충청권으로의 순례여행을 한다는 의미를 갖도록 추진된다.

관광 및 문화관련 전공 대학생들을 참여대상으로 하고, 서울·강원권, 호남권, 영남권의 출발지에서 충청권으로 이동하는 3개 코스로 추진된다. 일반 순례 프로그램과 차별화하여, 이동경로상 중요지점에서 참가자들이 충청권을 홍보하고, 해당지역의 문화 체험, 지역의 관광수용태세 점검 등의 활동을 하게 된다. 국토순례를 통하여, 경유지역과 충청권과의 제반 관광수용태세 비교 기회를 갖도록 하여, 참가자들이 충청관광의 현주소를 이해하고, 차세대 리더로 성장할 수 있는 계기를 제공하게 된다.

특히 순례프로그램의 특징과 관광의 특징을 결합하여 충청권에 대한 인식을 변화시키는데 큰 의의가 있으며, 차세대 관광리더 양성을 통하여 향후 충청권에 대한 로열티를 강화하는 동시에 잠재 시장 확보, 충청권 관광지 등의 이미지 제고 효과가 기대된다.

③ AM 7 충청투어

매주 주말 아침 7시에 항상 정해진 장소에서 충청지역으로 쉽고, 편하게 관광을 떠날 수 있는 One Spot 관광상품이다. 충청권의 33개 시·군구별로 대표여행상품이 개발되고, 시·군구별 축제 등을 고려하여 매주 다른 코스로 테마여행이 가능하게 된다. 투어버스는 외관부터 기존 관광버스와 차별화되며, 관광해설기능이 제공된다. 상품판매는 1회권 외에, 5회이용권, 10회이용권 등으로 패키지화가 추진된다. 서울 등 대도시의 교통 요충지를 AM7 정류장으로 명소화 하여 자연스럽게 충청도를 연상시킬 수 있도록 준비된다.

잠재 관광시장 규모가 가장 큰 서울에서 언제든지 쉽고 재미있게 충청권을 방문할 수 있는 편의성이 확보된 상품 개발로, 지속적인 충청권 관광이미지 제고 효과뿐만 아니라 직접적인 관광객 유입이 기대된다.

4. 충남관광진단과 충남관광발전방안

1) 충남이미지 조사·분석¹⁾

■ 조사 개요

- 조사기간 : 2009. 6. 5 ~ 2009. 6. 14
- 조사대상 : 전국 15세 이상 남녀
- 조사장소 : 김포공항, 강남고속버스터미널, 서울역, 용산역
- 조사방법 : 설문지를 활용한 조사
- 유효표본 : 250명 대상 217명 획득 (86.8%)

2010 대충청방문의 해의 추진방향 및 추진사업 선정의 기초자료 수집목적으로 충남의 이미지를 조사한 결과, 국민들은 충청남도를 다음과 같이 인식하고 있다는 결과를 얻을 수 있었다.

첫째, 충남은 여유로운 선비고장으로서의 이미지를 가지고 있다.

외지인들은 충청남도하면 떠오르는 이미지에 대해 ‘느림/여유로움’ (20.3%) ‘양반’ (16.2%), ‘충절’ (12.7%), ‘바다’ (10.1%), ‘온천’ (9.8%) 순으로 응답하였다. 국민들이 인식하는 충남의 ‘느림/여유로움’ 이미지는 최근 사회적으로 대두되고 있는 Slow라는 개념과 일치함으로, 이를 소재로 활용한 개발전략이 필요함을 알 수 있다.

둘째, 충청남도 관광에 대한 인식은 ‘가족과 관광하기 좋은 지역’ (19.8%), ‘친절한 지역’ (17.3%), ‘먹거리가 풍부한 지역’ (15.2%) 순으로 조사되었다.

셋째, 숙박, 쇼핑 등 관광편의 시설의 만족도가 낮게 조사되었다.

충청남도 관광에 대한 만족도는 대체적으로 높은 관광만족도를 보였으나, 부문별로는 숙박, 식당, 쇼핑 등 관광편의 시설의 만족도는 낮은 것으로 조사되었다.

2) 충남관광발전방안

‘2010 대충청방문의 해’가 추진되는 2010년은 최우선적으로 계획된 사업들이 원활하게 추진될 수 있도록, 충청권의 3개 광역지자체의 협력을 공고히 할 필요가 있다. 또한, ‘세계대백제전’,

1) 양광호 외(2009), 『2010대충청방문의 해 충청남도실행계획』, 충청남도, pp42-47

‘충남민속문화의 해’, ‘한국방문의 해’ 사업들과 연계를 통한 시너지 창출노력이 무엇보다 필요하다.

올해 충남에서 진행되는 3대 메가이벤트 사업의 성공을 통해 얻게 되는 성과를 바탕으로, 중장기적으로 충남관광발전을 위해서는 다음 과제의 추진이 필요하다.

첫째, 지역관광협의체의 활성화가 필요하다.

지역방문의 해 사업을 통해 얻게 된 지역민들의 관광마인드 제고와 향상된 지역민 역량을 토대로, 지역민이 주도적으로 지역관광사업 추진의 주체로서 자리매김하도록 해야 한다. 이를 위해, 시·군별 지역관광협의체의 구성을 촉진하고, 기 설립된 협의체의 경우 활성화를 위한 제도적 지원이 이루어져야 한다.

현재, 설립된 지역관광협의체의 경우도 지역사업에 참여하고자 하는 의지는 매우 강하나, 참여 가능한 사업의 경우 사업주체 선정방식이 공모에 의해 진행되고 있어, 사업경험이 없거나 일천한 현재의 ‘지역협의체’가 사업주관으로 선정될 가능성은 높지 않다. 따라서, 지역관광협의체가 추진 가능한 사업은 일정한 단계까지 시범사업으로 추진할 수 있도록 하여 역량 강화의 기회를 제공하는 접근이 필요하다.

둘째, 지역민 관광지 입장료 우대제도를 도입해야 한다.

지역방문의 해를 통하여, 높아진 관광에 대한 마인드를 바탕으로, 지역민들이 단순히 관광객들을 받아들이는 호스트(host) 입장에서 뿐만 아니라, 지역 내 자원을 여가자원으로 이용 가능토록 하는 지역민 입장료 할인조례 제정을 추진해야 한다. 이미 제주도 및 춘천시 등 일부 시도에서 이 제도가 성공적으로 실시되고 있어, 지역민 여가정책차원에서도 도입이 필요하다. 이는 민간관광시설의 수요층을 외지 관광객 뿐만 아니라, 지역민까지 확대하여, 투자활성화에도 기여할 수 있을 것이다.

셋째, ‘슬로시티’ 인증지역의 확대를 추진해야 한다.

충남이미지 조사결과에서도 나타났듯이, 국민들은 충남을 느낌과 여유가 있는 곳으로 인식하고 있다. 느낌과 여유는 충남의 주요한 정통성 있는 소재로 활용이 가능하며, 최근 사회적 관심을 받고 있는 ‘슬로시티’가 한 예라 할 수 있다. 이와 관련, 우선적으로, 2009년에 충청권에서 최초로 ‘슬로시티’ 인증을 받은 예산군 ‘슬로시티’ 정착을 위한 관심 및 지원 외에, 인증조건을 충족할 수 있는 시·군 2-3곳의 추가 인증추진이 필요하다.

넷째, 시·군방문의 해를 추진해야 한다.

지역방문의 해 성공의 성과가 시군으로 파급되도록, 2011년 이후 시·군방문의 해 사업을 추진하는 것이 필요하다. 이미 예산군이 선도적으로 2011년을 예산군 방문의 해로 선포하였으므로, 성공적인 준비와 타 시·군 참여유도를 위해, 충남도 차원의 행·재정적 지원이 이루어져야 한다.

마지막으로, 권역별 시·군간 협의체 구성 및 관광협력사업의 추진이 필요하다.

현재 운영되고 있는 ‘금강권관광협의체’, ‘백제문화권관광협의체’ 등 외에 인접 시·군간 광역화된 협의체의 구성을 통해, 공동홍보, 공동관광상품 개발 등을 추진해야 한다. 단기적으로는 기존 시티투어의 활성화와 광역화가 가능하며, 대충청방문의 해의 Am7충청투어 상품과도 연계 가능할 것이다.

올해 충남에서 추진되는 ‘2010 대충청방문의 해’ 등 3대 메가이벤트는 국토의 중심에 입지하면서도 상대적으로 주목받지 못했던 충남관광을 한단계 도약시킬 중요한 사업임에 틀림없다. 성공적 추진을 위해 도민들의 관심과 애정을 기대해 본다.

참고문헌

- 경기도(2006), 『2006경기방문의 해 평가보고서』.
 경상북도(2005), 『2007경북방문의 해 사업계획』.
 광주광역시, 전라남도(2006), 『2008광주전남방문의 해 사업계획』.
 대전광역시(2008), 『대전방문의해 사업계획』.
 인천광역시(2007), 『인천방문의해 사업계획』.
 양광호 외(2008), 『2010 충남방문의 해 기본계획』, 충청남도.
 양광호 외(2008), 『2010 충청권 방문의 해 기본계획』, 대전광역시·충청북도·충청남도.
 양광호 외(2009), 『2010 대충청권 방문의 해 공동사업 실행계획』,
 대전광역시·충청북도·충청남도.
 양광호 외(2009), 『2010 대충청방문의 해 충청남도 실행계획』, 충청남도.
 충청북도(2008), 『충북방문의해 사업계획』.

‘2010충남 민속문화의 해’ 사업의 전망과 과제

오석민 | 충남역사문화연구원 박물관장

I. 2010충남 민속문화의 해 사업의 의의

최근 충청남도의 상황은 마치 1990년대의 경기도를 연상시킨다. 2008년까지 최근 5년간 충남의 연평균 인구증가율이 0.82%에 이르고 있다는 사실은 그러한 변화의 반증이다. 물론 인구성장을 주도하는 지역이 서북부이고, 금강변의 서남부 지역은 아직도 낙후지역으로 남아 있다고 비판할 수도 있다. 그러나 산업화의 영향은 점진적으로 남진하고 있으며, 머지않은 장래에 서남부 지역에도 직간접적인 영향이 미칠 것으로 예상된다. 물론 이러한 가정은 한국 경제가 지속적인 성장을 한다는 전제에서 가능한 일이다. 그러나 한국 경제의 침체 내지는 성장 둔화를 염두에 두고 정책을 수립할 수는 없을 것이고, 최소한 충남의 상황은 최근 한국 경제의 변화를 실감하지 못하는 전라도 등의 지역과는 확연히 다른 양상을 보인다.

이와 관련하여 1990년대 경기도의 상황을 되짚어 보자. 1990년대 초반까지만 해도 경기도는 서울에 비교할 수 없을 정도로 낙후되었다고 스스로 평가하고 있었다. 그러나 제1기 신도시 사업 등 각종 개발사업이 동시다발적으로 착수되면서 면모를 일신하게 되었다. 재정부족을 타하면서 문화분야에 대한 투자를 거론하지도 못하던 상황은 역전되었고, 지금은 기초단체 단위의 문화사업이 때로는 여타 광역단체를 능가하는 규모가 되었다. 현재 충청남도도 서북부 지역의 개발이 가속화되는 가운데, 여기저기서 대규모 국책사업들이 거론되고 있다. 조만간 증가한 인구들에 의하여 새로운 문화수요가 발생할 것으로 예상된다.

그러한 가운데 충청남도에서는 2010년 굵직한 문화사업들을 추진하고 있다. 이완구 도지사 취임 후 역점적으로 추진해 온 백제문화제는 올해 세계 대백제전으로 큰 획을 긋게 될 것이

다. 올해는 또한 '대충청 방문의 해'이기도 하다. 2008년 광주·전남, 2009년 인천에 이어서 추진되는데, 충청권 3개 지자체가 공동 주최하고, 문화관광부 등에서 후원하게 된다. 이 사업은 새로운 관광자원을 발굴하는 사업이 아니라, 기존의 자원을 활용하는 데에 초점이 맞추어져 있다. 충남의 대백제전, 대전의 열기구 축제, 충북의 한방바이오엑스포를 연계시키는 상품개발이 대표적인 사례이다. 이와 더불어 오는 4월 기지시줄다리기 행사에서의 선포식 이후 '2010 충남 민속 문화의 해' 사업도 본격적인 막이 오르게 된다. 충남의 민속문화에 대한 조사연구와 더불어, 민속문화상품 개발, 민속체험마을 운영, 민속축제 한마당, 보부상 유물 특별전 등의 사업이 포함되어 있다.

본고에서는 충청남도의 민속 분야의 연구동향과 함께 활용현황을 살펴본 후에, '2010 충남 민속 문화의 해'에 포함된 주요 사업을 개괄하고, 이어서 향후의 과제를 살펴보고자 한다.

II. 충남민속에 대한 연구동향과 활용현황

충청도의 민속 분야는 서울 수도권의 소위 근기지방과 속칭 '남도' 민속의 틈바구니에서 상대적으로 관심이 소홀했던 것이 사실이다. 서울 지역의 민속이 우리나라를 대표하는 민속인양 언급되는 경우가 많았다. 반대로 이질적인 풍속들이 민속학의 전부인양 장식되는 경우도 많았다. 색다른 현상에 대한 호기심을 자극하는 탓이다. 현무암의 돌담으로 둘러싸인 풍광을 자랑하는 제주도의 풍속은 관심의 대상이 되기에 충분하였고, 강원도 산촌의 너와집, 섬진강변의 매화와 재첩 또한 가고 싶은 곳으로 추천되었다. 학문의 분야에서도 마찬가지였다. 외진 지역의 특이한 사실들을 조사하는 작업은 상대적으로 용이하였다. 서울 민속에 대한 연구에는 역사학자까지 참여하는 경우도 많았다. 그 만큼 문헌의 기록자료가 많았기 때문이다. 그런 가운데 서울과 가까운 주변지역의 민속은 스쳐지나가기 일쑤였고, 민속학 연구에서는 '서울과 변방'이라는 이분법이 강화되었다. 경상도의 들놀이가 관심사가 되고, 전라도의 판소리와 강릉의 단오제가 일찍이 유네스코에서 지정하는 세계문화유산으로 지목되었다. 제주도 무속의 본향당은 그곳을 '신들의 고향'으로 승격시켰다. 반대로 서울과 양주의 산대놀이가 영화의 주제로 떠오르고, 종묘 제례악 또한 마찬가지였다. 서울 인근의 민속은 한국의 '정통'에 가깝다고 평가받았고, 외진 벽지의 낯선 풍속들은 호기심의 대상으로 각광을 받았던 것이다.

그렇다면 충남 민속에 대한 관심은 어떠할까? 판소리만 해도 그렇다. 전라도에 동편제와 서편제가 있다면, 충청도와 경기도에는 중고제가 있었다. 우리나라의 대표적인 민속문화로 평가받는 무속의 경우, 소위 ‘얹은 곳’의 전통은 현재 충청도를 중심으로 전승되고 있을 뿐이다. 조선 말엽부터 장터 민속을 대표하는 보부상 유물은 충남 내포 지역의 것이 대부분이다. 현재 대규모 유물이 전해지는 보부상 관련 유물은 충남의 예덕상무사, 저산팔읍상무사, 원홍주육군상무사 외에는 경상북도 고령의 상무사 유물이 있을 뿐이다. 이러한 사정을 염두에 둔다면, 결코 충남의 민속자원이 부족한 것이 아니라, 그 동안 소외되었다고 평가하는 것이 적절할 듯하다.

역사문화자원의 활용은 대체로 해당 종목에 대한 연구결과와 축적에 기댈 수밖에 없다. 복원 또는 정비사업이 추진되기 위해서는 그에 대한 기초조사가 선행되어야 하고, 관련 프로그램을 운영하기 위해서도 콘텐츠가 구축되어야 하기 때문이다. 민속자원을 활용한 충남의 대표적인 사례로는 외암민속마을의 짚풀문화제가 있다. 중요민속자료 제236호로 지정된 아산시 송악면 외암민속마을의 매년 10월 초가이영 올리기 체험 등을 포함하는 체험행사를 개최하고 있다. 당진 기지시줄다리기 또한 최근 전수회관을 새로 건립하고, 당진을 대표하는 민속축제로 거듭나기 위한 계획을 모색하고 있다. 모두 10만명을 헤아리는 명소로 발전한 행사들이다. 이에는 다양한 요인이 작용하였겠지만, 수도권과의 접근성이 개선된 점을 간과할 수는 없다.

사실 민속자원인 경우, 부모 세대에게는 익숙한 대상인 까닭에 가족 단위의 체험행사로는 적극적인 관광대상이다. 단순한 관람이 아니라 직접 참여할 수 있는 대상이 많다는 점에서 어린이들에게는 매력적인 상품이 될 수 있다. 초가지붕의 이엉을 올리고 새끼를 꼬며, 도리깨 · 홀테 · 절구 등을 체험하는 일은 농촌을 경험하지 못한 대도시 태생의 세대에게나 흥미로운 대상일 것이다. 그런데 충청남도에는 이와 같은 평범한 농촌의 옛 풍속 외에도, 흥미로운 소재가 많다. 앞에서 이미 언급했던 중고제 판소리, 얹은 곳의 전통, 보부상 유물 외에도, 서해안의 독살이나 태안반도의 일원의 자염(煮鹽) 등의 자원은 충분한 잠재력을 갖춘 민속자원들로 판단된다. 2010 충남 민속문화의 해 사업에서는, 그러한 자원들을 망라하여 기초적인 조사연구를 진행하고, 아울러 민속마을체험이나 민속축제 한마당 등의 활용사업을 시행하게 된다. 상대적으로 소홀했던 충남의 민속자원에 대한 전반적인 접근이라는 점에서 의미를 갖는 셈이다.

Ⅲ. 2010충남 민속문화의 해 사업의 구성과 특징

‘민속문화의 해’ 사업은 국립민속박물관과 광역자치단체가 공동으로 주최하는 사업이다. 광역자치단체 중에서는 2007년 제주도를 시작으로, 2008년 전라북도와 2009년 경상북도에서 개최한 바가 있으며, 충청남도는 4번째로 유치하였고, 이어서 2011년에는 전라남도가 예정되어 있다. 충청남도에서는 2008년 7월 민속문화의 해 사업의 유치를 결정하였고, 이에 따라 2009년 2월 19일 국립민속박물관과의 업무협약식을 개최하였다. 이에 따라 추진위원회와 실무팀이 구성되었고, 2010년 3월 현재 총 21개 사업에 대하여 2,750백만원의 사업비를 투입하는 것으로 결정되어 사업을 추진중이다. 그 현황은 아래의 [표 1]과 같다.

〈표 1〉 2010 충남 민속문화의 해 사업량 및 예산 현황

(단위 : 개, 백만원)

구 분	총 계		2009년		2010년	
	사업량	예산액	사업량	예산액	사업량	예산액
계	21(4)	2,750(900)	7	900	14(4)	1,850(900)
국립민속박물관	11(4)	1,270(500)	5	450	6(4)	820(500)
충청남도	10(4)	1,480(400)	2	450	8(4)	1,030(400)

※ () 는 공동사업

앞서 언급했듯이, 민속문화의 해 사업은 기초연구와 민속자원을 활용하는 사업으로 구성되어 있다. 기초연구사업은 조사를 위한 시일이 많이 소요되는 관계로, 전례에 따라 이미 2009년에 착수된 사업도 일부 있다. 그 가운데 국립민속박물관에서 주관하는 사업으로는 마을 조사사업과 주제 연구사업이 있다. 마을 조사사업은 2개의 마을을 선정하여 마을 민속지와 살림살이 보고서를 간행함과 동시에 (동)영상을 촬영한 후 인터넷을 통하여 일반에게 공개하는 사업이며, 주제 연구사업은 충남의 대표적인 5개 민속주제에 대한 조사연구이다. 마을 조사사업의 예산은 450백만원(국비)이며, 대상 마을은 부여군 은산면 은산1리와 서천군 서면 월하성리이다. 이 사업의 조사는 현재 완료되었으며, 최종 결과물에 대한 편집과 출판을 준비중이다. 주제 연구사업에는 충남 서해안의 어로민속, 금강과 유통, 앓은 곳의 전통, 젓갈과 소금, 호서 3대 명가의 모듬살이와 전통 등 5개의 주제가 선정되었으며, 이 사업 또한 집필은 완료되었고 최종 교정과 편집작업이

준비중이다.

충청남도에서 추진되는 기초연구사업은 국립민속박물관의 업무협약이 체결된 이후 결성된 추진위원회에서 결정되었다. 가능한 범위 내에서 충청남도의 민속자원에 대한 종합적인 검토가 있어야 한다는 판단에서이다. 처음에 거론된 사업은 무형문화재 기록화사업이다. 최근 국립문화재연구소에서 국가지정 중요무형문화재에 대한 기록도서 발간과 (동)영상 제작이 추진되고 있으나, 시도 지정 무형문화재에 대한 사업을 추진하는 경우는 대전과 인천광역시 등 일부에 그치고 있다. 무형문화재로 지정된 종목은 향후 활용사업을 추진할 경우에 우선적인 고려 대상이라는 점에서 추진된 것이다. 이 사업에 투입되는 예산은 400백만원(도비)이며, 기·예능보유자의 사망이나 확보된 사업비 등을 현실적 여건을 고려하여 민속주 5종목, 무용 1종목, 음악 2종목 및 기타 1종목 등 9종목을 향후에 추진하기로 결정되었고, 총 29종목에 대하여 20권의 도서를 발간하기로 하였다. 2010년 3월 현재 기록도서의 발간은 1차분 5종목에 대한 계약이 끝나고 조사가 진행 중이며, 조만간 2차 및 3차 사업을 분리 발주할 예정이다. 무형문화재 기록도서 발간사업이 확정된 후에, ① 충남의 민속의례 및 놀이, 민간신앙, 생산풍습, 생활풍습 등을 수록한 민속사진집(150백만원), ② 초·중·고교생 등 일반인을 위한 총 12권의 충남 민속 개설서(330백만원), ③ 백제 관련 설화집(30백만원), ④ 충남 관련 민속분야 연구 목록집(20백만원) 발간 등의 연구사업이 추가되었다.

한편 도민과 관광객을 상대로 하는 민속자원 활용 관련 사업은 오는 4월 10일 당진군 기지시줄다리기 행사와 같이 하는 민속문화의 해 선포식과 함께 시작된다. 줄 제작을 포함하면 한 달여에 걸쳐 10만명 이상의 인원이 참여하는 행사를 통하여 선포식 행사의 기대효과를 극대화시키기 위한 것이다. 국내는 물론 일부 외국인들까지 참여하는 행사에서, 참여자의 열기가 최고조에 이르는 줄 결합 행사에 맞추어 금년이 ‘2010충남 민속문화의 해’임을 선포하려는 전략이다. 이와 관련하여 충남발전연구원의 도움을 받아 2010년 2월 현재 기지시 줄다리를 소재로 한 민속문화의 해 엠블럼을 제



〈그림 1〉 2010 충남 민속문화의 해 엠블럼



〈그림 2〉 2006년 기지시줄다리기 행사

작 완료한 상태이다. 또한 본 사업에 포함된 개별사업 가운데 하나인 민속문화상품 개발의 경우, 기지시줄다리를 모티브로 한 상품에 대해서는 최소한 1~2개의 시제품을 행사 전에 선보일 계획이다.

민속문화상품 개발은 충남의 민속자원을 소재로 하여 기념품을 제작하는 시도이다. 문화상품의 결과물로는 음악과 노래, 애니메이션과 영화, 음식 등의 다양한 형태가 있을 수 있겠으나, 사업비를 고려하여 대중적인 기념품 제작과 충남을 방문하는 귀빈을 겨냥한 고가의 명품 제작으로 한정하였다. 그 결과물 가운데 기지시 관련 상품 일부는 4월 10일 선포식 행사 이전에 소개할 예정이며, 나머지 상품의 경우에는 대백제전 기간 중에 특별전시를 통하여 일반에게 공개하고 또한 판매할 계획이다.

국립민속박물관에서 운영하는 ‘찾아가는 어린이 박물관’과 충청남도에서 주관하는 ‘가자, 1박 2일’ 체험 프로그램의 운영은 봄철부터 가을철까지 연중 계속될 예정의 사업이다. 현재 후보 대상지를 섭외하고 있는데, 현재 숙박이 가능하고 주민들의 의지가 확인되는 4~5개의 마을을 대상으로 최종 조율단계이다. 이와 관련하여 ‘가자, 1박 2일’ 사업의 경우, 일부 자문위원의 의견을 반영하여 충청도 종가의 전통을 소개하는 프로그램을 추가하기로 하였다. 이에 고택 문화재 소유자들과의 협의를 진행하고 있으며, 향후 종가 전통문화체험 및 고택 답사를 실시하는 사업을 모색중이다.

‘2010 민속축제 한마당’은 대백제전 행사와 연계한 공연계획이다. 현재 대백제전 행사 기간 중에 2일간 전국의 향토 소리꾼들을 모아 경연을 벌일 계획이다. 중간에 무형문화재 공연이 삽입되며, 충남 방언 경연대회도 연계 개최가 모색중이다. 민속축제 한마당에 앞서 전국민속예술제와 전국청소년민속예술제가 각각 2일간 벌어질 계획이므로, 대백제전 행사에 총 6일 동안 민속예술 공연장이 운영되는 셈이다. 장소는 잠정 공주로 정해졌으며, 사업비는 26억천만원이다.

각 지역의 특징적인 유물을 선보이는 특별전의 주제는 “보부상, 다시 길을 나서다”로 정해졌다. 우선 3월 24일부터 5월 10일까지 국립민속박물관 기획전시실에서 전시한 후에, 대백제전 기

간인 9월 15일부터 10월 17일 동안에는 유물을 이관하여 충남역사박물관에서 전시하는 것으로 계획되었으며, 현재 국립민속박물관에서 특별전 개막을 준비 중에 있다. 최근 민속문화의 해 추진위원회에서는 6~8월 사이의 기간을 빌어 추가 전시를 검토 중에 있다.

이 외에 충남의 사립 박물관에 소장된 민속 관련 유물에 대한 정리작업이 국립민속박물관의 주도로 진행된다. 대백제전 기간 중에는 국립민속박물관에서 주관하는 ‘2010 한국민속학자 대회’가 1박 2일의 일정으로 개최된다. 또한 6월 12일부터 2일간 개최되는 해미읍성 역사체험축제에 대한 무형문화재 공연행사에 대한 지원이 결정되었으며, 궁도대회도 본 사업과 연계 시행하는 방안이 모색되고 있다.

IV. 사업의 의의와 향후의 과제

전체적으로 민속문화의 해에 포함된 사업은 크게 기초연구와 활용사업으로 구분할 수 있다. 기초연구 분야의 사업은 향후의 연구를 위한 토대 마련이라는 점에서 의의가 크다. 물론 사업규모가 다소 미진한 경우도 있다. 예를 들어, 국립문화재연구소에서 시행한 기록화 사업의 후속사업의 성격이 짙은 기록도서 발간사업에는 사진과 동영상 기록이 포함시키지 못하였다. 그럼에도 불구하고 자치단체에서 이러한 사업에 예산을 투입하는 경우는 그리 흔하지 않다. 충남 관련 민속분야 연구 목록집, 주요 민속분야의 사진자료를 집대성한 민속사진집, 그리고 백제 관련 설화집 발간 등은 민속연구의 토대 구축이라는 점에서 활용의 여지가 크다고 할 수 있다. 또한 일반인이 쉽게 읽을 수 있는 충남 민속 개설서 12권은 민속연구의 대중화에 기여할 수 있을 것이다. 민속자원을 활용하는 사업은 크게 민속문화상품 개발, ‘가자, 1박 2일’ 체험 프로그램 운영, 민속축제 한마당, 그리고 보부상 특별전 등이 있다.

2010충남 민속문화의 해 사업들은 기본적으로 충남에서는 최초로 실시하는 사업인 경우가 많다. 따라서 우선적인 관심사는 성공적인 마무리이다. 아무리 내실을 갖추었다고 하여도, 사업의 실패는 곧바로 질책의 대상이 될 수밖에 없다. 그럴 경우 민속분야에 대한 무용론, 장기적으로는 민속에 대한 무관심으로 이어질 수도 있다. 따라서 면밀한 준비를 통하여 만전을 기하여야 한다. 그러기 위해서는 공동주최기관인 충청남도과 국립민속박물관, 그리고 추진위원회 및 실무를 총괄하는 충남역사문화연구원 사이에 유기적인 협조체계가 필수적이다. 대백제

전이나 대충청 방문의 해와 연계시키는 구체적인 전략 수립 또한 염두에 두어야 한다.

단기적인 성공 외에도 고려하여야 할 부분들이 있다. 우선 완결되지 못한 사업들에 대한 관심이다. 우선 무형문화재 기록화 사업의 경우, 여러 가지 이유로 일부 종목이 제외되었을 뿐만 아니라, 사진집과 동영상 기록은 처음부터 검토되지도 못하였다. 민속문화상품 개발사업의 경우에도 예산상의 이유로 총 15종의 민속상품 개발에 한정하였다. 물론 원천 자료집 발간을 통하여, 향후 다른 전문가들이 활용할 수 있는 여지를 남겼다고는 하나, 사업의 지속 가능성은 항상 염두에 두어야 할 것이다. 특히 원천자료집에 포함되었으나, 상품개발작업까지는 이어지지 못한 대상, 그리고 문화재로 지정되지는 못하였으나 잠재력을 갖춘 민속자원들에 대해서는 지속적인 관심이 필요하다고 판단된다. 사업 추진결과, 충남의 민속자원의 잠재력을 확인할 수 있다면, 2010년 이후에도 이에 대한 후속사업에 대한 검토가 있어야 할 것이다.

체험 프로그램의 경우에는 후속조치의 필요성이 더욱 크다. 특정 마을 등에 대한 문화 프로그램에 대한 호응의 좋았다고 하더라도, 예산상의 문제로 프로그램 운영이 단기간에 끝날 경우가 많기 때문이다. 특히 주민이 직접 주도하는 프로그램의 경우, 관련 프로그램 운영이 정착되고, 그에 따른 경제적 효과를 기대할 수 있기까지는 일정한 기간이 필요함은 주지의 사실이다. 그런 점에서 볼 때, 민속문화의 해에 따른 1년의 기간은 시험적인 시행에 불과하다고 보아도 과언이 아니다. 사업 시행에 따른 엄격한 평가를 통하여 그 가능성을 타진한 후에, 지속적 운영을 위한 검토가 있어야 한다. 성공적 개최 이후에 기다림의 미학이 필요한 시점이다.

충남 농촌의 인적역량 강화 사업의 추진실태와 개선 방안

유학열 | 충남발전연구원 공간계획연구부 책임연구원

조영재 | 충남발전연구원 지역정책연구부 책임연구원

정혜영 | 충남발전연구원 공간계획연구부 연구원

I. 연구의 배경과 목적

최근 농촌개발정책의 패러다임은 중앙정부 주도의 하향적 방식(Top-down approach)에서 지역주민 주도의 상향적 방식(Bottom-up approach)으로 변화하고 있다. 이러한 정책전환은 바람직한 것으로 평가될 수 있지만, 실제의 사업 추진에 있어서는 당초의 의도대로 원활하게 진행되지 못하고 있다는 문제제기도 적지 않다. 그 이유는 다양하겠지만 정책의 취지를 인식하고 이를 제대로 실행할 수 있는 지역(마을)단위의 인적역량 부족이 가장 근본적인 원인이라 볼 수 있다.

이러한 배경에 의해 최근 농촌개발의 초점이 지역주민들의 역량강화에 모아지고 있다.

중앙정부 및 지자체에서는 이런 문제점을 인식하고 상향식 농촌지역 개발을 주도할 전문 인력 양성 및 필요한 지원책을 개발, 도입해 왔다. 이러한 사업들이 추진된 지 4~5년이 지난 현시점에서 그동안 중앙정부, 지자체에서 시행해 온 인적역량강화사업¹⁾들이 과연 전술한 농촌지역 개발 및 마을운영에 있어 필요로 하는 인적역량이 강화되었는지, 부족한 부분은 없는지 심도 있게 검토해 볼 필요성이 있다고 본다.

따라서 본 연구에서는 충남 농촌지역에서 시행되고 있는 각종 인적역량강화 사업의 실태 분석을 통해 성과 및 문제점을 도출하고자 한다. 또한 이러한 연구결과를 통해 충남의 농촌지역 실정과 수요에 걸 맞는 인적역량강화 방안을 제시하고자 한다.

1) 농촌지역 주민의 역량 강화를 목적으로 하는 사업(또는 교육프로그램)은 목적과 내용을 중심으로 볼 때 농업인력 육성 부문과 농촌지역 개발 인력 육성 부문으로 대별할 수 있는데 본 연구에서는 후자만을 다루기로 함

Ⅱ. 연구의 방법

1. 제1단계 : 문헌고찰

중양정부(농림수산식품부), 지방자치단체가 시행하고 있는 각종 농촌개발 인적역량강화사업과 관련된 자료 및 국내·외 선행연구 고찰한 후, 이를 통해 현행 인적역량강화 사업의 문제점과 향후 지향해야 할 방향성, 그리고 개선 방안을 모색하였다.

2. 제2단계 : 전문가 자문 및 예비 설문조사

전문가 자문을 통해 문제 진단 및 예비설문 항목을 검토하였다. 예비설문조사지역은 농촌마을종합개발사업이 추진되고 있는 지역이며 조사대상은 각 권역의 추진위원장 및 사무장이다.

3. 제3단계 : 설문조사 및 현지조사

예비설문조사를 바탕으로 구조화된 설문지를 작성 총 4개 권역 72명에게 설문조사를 실시하였으며, 설문조사 결과의 보완을 위해 현지조사(면접조사)를 실시하였다. 현지조사 대상은 농촌마을 사무장, 추진위원장이다.

Ⅲ. 인적역량강화사업의 추진 실태 및 문제점

여기서는 인적역량강화사업의 추진 실태 및 문제점을 교육훈련프로그램과 외부인력영입 및 네트워킹으로 나누어 살펴보고자 한다.

1. 교육훈련 프로그램의 실태와 문제점

1) 교육 참가 동기

주민역량강화 교육에 참가하게 된 동기에 관한 질문에 회답자의 56.3%가 ‘마을개발사업(농촌마을종합개발사업 등)에 적극적으로 동참하기 위해서’ 라고 대답하였으며 ‘지역발전을 위해 자발적으로 참가’가 22.9%로 나타났다. 일부이지만 본인의 의지와는 상관없이 타인의 권유에 의해 참가 하였다는 회답도 있었다(10.4%).

2) 교육훈련 프로그램에 대한 전체적인 평가

회답자의 75.0%가 교육내용, 강사진, 교육난이도, 교육방법 등 교육프로그램에 대한 전체적인 평가에서 ‘매우 만족 한다(6.3%)’ 또는 ‘만족 한다(68.8%)’ 라고 대답하였으며, 25.0%가 ‘보통’ 이라고 대답하였다. 이 결과 교육에 참가한 교육생의 교육프로그램에 대

한 만족도는 전반적으로 높다는 것을 알 수 있다. 여기서 주목할만 한 점은 참가한 교육생 가운데 젊은 층이 많은 공주 S권역의 경우 90%가 본인의 역량강화에 도움이 되었다고 대답한 반면, 상대적으로 고령층이 많은 홍성 N권역의 경우 27.3%만이 도움이 되었다고 대답하여 교육의 효과는 젊은 층일수록 높다는 사실을 단적으로 보여주고 있다.

3) 교육방법에 대한 평가

회답자의 62.5%가 교육방법에 대해 적절하다고 평가했으며 37.5%가 보통이라 대답하여 교육생의 교육방법에 대한 평가에 있어서도 대체적으로 우수한 것으로 평가되었다. 한편 현지 인터뷰조사 결과 일회성, 이론적 교육에 치중된 점과 농촌주민들의 학습능력과 지식습득능력에 맞는 교육방법과 지도요령이 좀 더 개발되어야 한다는 지적이 있었다.

4) 교육훈련 프로그램에 대한 문제점

교육프로그램에 대한 문제점으로는 45.8%(복수응답)가 교육대상자의 수준을 고려하지 않는 점을 들었으며, 29.2%(복수응답)가 교육장소와 거리 문제, 18.8%(복수응답)가 교육시기와 기간 문제, 12.5%(복수응답)가 교육내용의 비현실성에 대해 문제가 있다고 응

답하였다. 즉, 농촌지역 주민들의 경험과 학력 등을 고려하지 않는 강의 내용과 수준에 가장 큰 문제가 있다고 볼 수 있다.

또한, 현지 인터뷰조사에서는 교육내용이 많이 다양해지고 개선되고 있지만 대부분의 교육프로그램이 기초적 수준에 머물러 있어 현장에서 필요한 핵심적 실천리더를 육성하기에는 역부족하다는 점과 교육 후 바로 현장에 적용 가능한 새로운 차원의 교육프로그램 개발이 필요하다는 의견이 있었다.

2. 외부인력 영입 및 네트워킹의 실태와 문제점

1) 마을사무장 제도

2006년도부터 시행된 농촌체험마을 사무장에 채용된 현황을 살펴보면, 2008년도까지 전국적으로 총 400명이 채용되었지만 충남지역은 37명(전국의 9.3%)에 불과하다. 강원도 73명(18.3%), 전라북도 61명(15.3%), 경기도 56명(14%)에 비하면 매우 열악한 편이라 볼 수 있다.

충남지역 사무장의 성별을 보면 남자가 22명(59.5%), 여자가 15명(40.5%)이며, 채용 당시의 연령층을 살펴보면 30대가 14명(37.4%)로 가장 많았으며 다음으로 50대 9명(24.3%), 40대 7명(18.9%), 20대 5명, 60대 이상 2명 순으로 나타났다. 2~30대의 젊

은 층 비율이 51.4%로 비교적 높다는 점은 바람직하다고 볼 수 있다.

실태조사 결과, 우선, 마을사무장에 대한 평가가 매우 높다는 점에 주목할 필요가 있다. 조사대상 대부분의 마을에서 마을사무장은 매우 중요한 업무를 맡고 있다고 평하고 있다. 즉 농촌체험프로그램의 개발·운영, 마을 주민 간(또는 집단 간)의 갈등 해소 중재 등 마을운영에 있어 없어서는 안 될 핵심적 역할을 하고 있다. 전절의 사무장 채용 현황에서 알 수 있듯이 젊은 층의 사무장이 채용돼 종래의 패쇄적이고 보수적인 마을운영에서 개방적이고 민주적인 마을운영으로 바뀌어가고 있다는 점도 간과할 수 없는 중요한 변화라 볼 수 있다.

현재의 농촌지역상황을 감안해 볼 때 사무장은 농촌지역의 취약한 내부역량을 외부역량을 통해서 보완하고 있다는 점은 큰 의미가 있다고 할 수 있다.

이렇듯 마을의 리더 층이 바라고 보고 있는 사무장에 대한 인식은 매우 긍정적이며 마을 발전에 많은 부분을 기여하고 있는 것으로 보인다.

한편, 사무장채용지원사업에 대한 문제점으로서 사무장에 대한 보수(월급)가 너무 적다는 의견이 가장 큰 개선해야 할 문제점으로 지적하고 있다. 현재의 월 100~120만 원

정도의 보수로 사무장에 과도한 업무를 맡기는 것에 무리가 있으며 가족과 함께 거주하고 있는 경우라면 매우 적은 급여 수준이라 할 수 있다. 또한 급여 지원도 농산어촌체험마을 사무장인 경우 2009년부터 3년에서 5년으로 연장되었다고는 하지만 지원 기간이 길지 않다는 점도 문제점으로 제시할 수 있다. 지속적으로 사무장을 채용하기 위해서는 해당 마을이 안정적인 수입이 창출되어 사무장의 급여를 지불할 수 있을 때까지 배려가 필요하다고 생각된다. 농촌마을종합개발사무장도 마찬가지로 사업 종료 후 안정적으로 소득이 창출되기까지의 지원이 요구된다.

2) 1인1촌전문가자문지원사업

2005년도부터 시행된 1인1촌 전문가 자문 지원사업은 충남지역의 경우 2005년~2009년 5년간 52개 마을이 선정돼 전국대비 20.0%로 비교적 높은 비율을 보여주고 있다.

설문조사 결과 본 사업에 대한 평가는 긍정적으로 평가한다가 57.1%로 부정적으로 평가한다고 응답한 28.6%보다 높게 나타나 대체적으로 사업에 대한 평가는 양호하다. 특히 이 사업을 통해 마을에서 추진 중인 농촌관광(농촌체험)프로그램의 문제점이 발견되거나 개선되었다는 점이 가장 큰 성과라고 할 수 있다. 또한 응답자의 71.4%가 앞으로도 계속

해서 필요한 사업이라 응답하였다. 하지만, 일부 마을에서는 요망하는 자문의 성격과 맞지 않는 상이한 전문가의 전문 분야, 전문가의 이해 부족, 그리고 지속적으로 자문을 받지 못하는 점이 문제점으로 나타났다.

3. 소결

중앙정부차원에서 실시하고 있는 주민역량강화 교육프로그램에 충남 농촌지역주민의 참여율은 전반적은 저조한 편이라 할 수 있다. 특히, 농촌지역개발 리더십육성과정 참가자 비율은 전국 최하위 수준에 머물러 있는 실정이다. 그 이유는 농촌지역 주민들의 교육에 대한 인식이 낮았으며, 행정기관의 홍보도 미흡했다는 점에서 찾아볼 수 있다. 향후, 인적역량의 중요성 및 교육의 필요성에 대한 계몽과 홍보가 요구된다. 한편, 교육프로그램에 대한 평가는 전반적으로 양호한 편으로 나타났다으나, 교육수준, 교육시기, 교육기간에 있어 문제점이 도출되었다.

시·군별 독자적으로 시행하고 있는 교육프로그램은 일부 지자체를 제외하고는 농업기술센터를 중심으로 비교적 활발하게 운영되고 있는 것으로 나타났다. 단, 농촌관광 및 농업경영 분야에 편중된 교육프로그램이 많은데 지역리더 육성, 주민참여형 마을개발 등 보다 다양한 분야의 교육프로그램 개발과 도입이 필요하다.

또한 상향식 마을개발사업 추진에 있어 추진위원장과 함께 중추적 역할을 하는 마을사무장의 채용 실태도 타 시도에 비해 미흡한 편이다. 마을사무장제도에 대한 현장(마을)에서의 반응은 대체적으로 긍정적으로 평가하고 있지만, 적은 급여, 업무량의 과도, 명확하지 않은 역할 분담 등 문제점도 적지 않은 것으로 나타났다.

한편, 1인1촌 전문가자문지원사업의 경우 비교적 활발하게 진행되고 있으며 해당 마을의 평가도 좋은 편이다. 하지만, 좀 더 실효성 있는 사업이 되기 위해서 해결해야 할 과제 분명 남아 있다.

IV. 인적역량강화를 위한 개선 방안

1. 교육훈련 프로그램 개선 방안

첫째, 인적역량강화 교육 필요성에 대한 계몽과 교육프로그램의 적극적 홍보가 요구된다.

충청남도의 경우 중앙정부차원에서 시행하고 있는 각종 인적역량강화를 위한 교육·훈련프로그램에 참가하는 비율이 타 시도에 비해 비교적 낮은 수준에 있다. 물론 각종 농촌개발사업의 추진 실적이 미비했다는 점도 있

지만 농촌지역 주민들의 교육에 대한 인식이 낮았고 행정기관의 홍보도 미흡하였다. 충청남도는 물론 시군의 담당부서에서는 인적역량강화를 위한 교육·훈련의 필요성에 대한 계몽과 홍보를 보다 적극적으로 실시하여 농촌지역주민들의 교육 참여도를 높여야 한다. 또한 시군 농업기술센터를 중심으로 자체적으로 시행되고 있는 각종 인적역량강화 교육 프로그램 개발, 도입에 있어 도차원에서의 지원 방안도 강구할 필요가 있다.

둘째, 충청남도 독자적인 현장체험·계획참여형 교육프로그램의 개발과 도입이 필요하다.

중앙정부차원에서는 다양한 교육·훈련프로그램을 개발, 시행하고 있지만 일회성, 이론적 교육에 치중한 프로그램이 많다. 물론 이러한 프로그램도 분명 필요하고 어느 정도 성과도 보이지만 농촌지역주민들의 경험과 학습능력 등을 고려하지 않는 교육 내용과 수준에 문제점을 들어내고 있다. 또한 현장 실습 등 실천적 교육프로그램의 부재로 인해 참가자가 교육이수 후 바로 현장에서 적용하기에는 현실적으로 어려운 점이 많다. 즉 교육 내용을 실천하고 성과를 낼 수 있는 '실천을 통한 학습(learning by doing)' 프로그램이 미흡하다고 볼 수 있다. 또한 지금까지 실시되어 온 교육·훈련프로그램은 대부분 전국 마을을 대상으로 공통사업에 해당하는 부분

만 다루고 있어 마을별(권역별) 특성과 여건을 고려하지 못했다는 점도 문제점으로 지적할 수 있다. 이러한 중앙정부차원에서 시행되고 있는 교육·훈련프로그램의 맹점을 보완하기 위해서는 '현장체험·계획참여형 교육 프로그램'의 개발, 도입이 필요하다.

이 교육프로그램은 각종 농촌마을개발사업(농촌마을종합개발사업, 녹색농촌체험마을 등)이 추진되고 있는 마을에 교육생이 직접 방문하여 현장에서 일어나고 있는 문제점은 무엇이며 어떠한 방법으로 해결해 나가고 있는지 파악, 분석하는 '현장체험형 학습프로그램'과 예비계획서 작성, 기본계획 수립 등 개발 사업을 추진하는 과정에 참여, 학습하는 '계획참여형 학습프로그램'을 제안할 수 있다. 즉, 주민이 스스로 계획을 수립하고 과제를 해결해 나가는 실천학습(action-learning)형 프로그램이라고 할 수 있다.

셋째, 2~3개 면단위에서의 '순회방문 문제해결형프로그램'의 개발과 도입이 필요하다.

이 프로그램은 충청남도 내 농촌계획·개발 분야의 전문가, 관련 부서(실과) 공무원 및 도 내 우수마을의 리더(이장, 추진위원장, 사무장 등)로 인력풀(pool)을 구성, 정기적으로 농촌지역(2~3개 면단위가 바람직하다고 봄)에 직접 찾아가 마을 주민과 함께하는 토론 중심의 학습프로그램이다. 주민 간의 갈등 해

소, 지역자원의 발굴 및 활용, 마을 운영상의 문제점 등 각종 현안과제들을 여러 주체들이 함께 고민하고 토론을 통해 해결 방안을 찾아내는 문제해결형 교육프로그램이라 할 수 있다. 중앙정부에서 시행하는 교육프로그램과는 달리 참가인원 및 대상마을의 제한을 두지 않아도 돼 주민 누구나 쉽게 참여 할 수 있다는 점과 농촌주민들의 경제적, 시간적 부담을 줄일 수 있다는 장점이 있으며 다른 마을의 리더로부터 생생한 경험담을 들을 수 있다는 특징이 있다. 단, 이 프로그램이 원활하게 추진되기 위해서는 인력풀에 대한 체계적인 관리와 지원할 수 있는 道차원에서의 제도적 장치가 뒷받침 돼야 한다.

2. 외부인력 영입 및 네트워킹 개선 방안

1) 마을사무장제도의 개선 방안

첫째, ‘마을사무장보조원제도’의 도입이 필요하다. 현재 한 마을 또는 한 권역 당 1명의 사무장이 채용되어 있지만, 대부분의 마을에서 과다한 업무량으로 인해 사무장들이 힘들어 하고 있으며 자주 교체되는 경우도 생기고 있다. 이 문제의 해결 방안으로써 사무장 업무를 보조할 수 있는 사무장보조원 제도 도입을 생각할 수 있다. 사무장보조원으로 지역 대학(대학원)의 학생을 주말·휴일과 방학기간에 한정하여 채용하거나 한시적이긴 하지만 현재 추진 중인 희망근로프로젝트사업을

활용할 수도 있다. 급여는 희망근로프로젝트 사업과 비슷한 수준(1일 4만 원 정도)으로 하며 재원은 도비, 시군비, 마을자부담으로 하는 것이 바람직하다.

둘째, 현재의 사무장 채용 기간의 연장 방안 검토가 필요하다. 현재 3~5년으로 되어 있는 채용 기간을 도비 및 시군비의 지원을 통해 일정 기간 연장을 해 주는 제도로, 채용 기간이 완료된 후 엄격한 심사 기준에 의해 연장 지원해 줄 필요성이 있는 마을에 한해 급여를 보조한다. 연장 기간 동안의 급여에 포함되는 마을자부담 비율을 기존의 10%에서 50%로 상향 조정, 행정에 의존하기 보다는 마을 자체에서 해결하고자 하는 의지를 높일 필요가 있다.

셋째, 충청남도 독자적인 사무장수당제도의 실시가 필요하다. 현재 대부분의 사무장은 제도적으로 규정된 기본급여외 별도의 수당을 받지 못하고 있는 실정이다. 기본급여의 인상은 어렵더라도 사무장의 업무수행에 따른 통신비, 교통비, 회의비 등을 수당 형식으로 지급, 현재의 낮은 급여를 보완해 줄 필요가 있다. 수당 지급에 필요한 재원은 기본적으로 마을에서 부담하는 것을 원칙으로 하되, 마을 내 각종 소득사업의 수익창출 구조가 빈약해 마을에서 자체적으로 부담하기 어려울 경우에는 지방비(도비 또는 시군비)의 투입도 고려할 수 있다.

넷째, 사무장의 역할 분담을 명확히 명시할 필요가 있다. 일부 마을에서 사무장과 추진위원장 또는 이장과의 갈등이 나타나는 경우가 있는데, 갈등의 가장 큰 원인은 사무장의 역할이 명확하지 않다는 점에 있다. 농림수산물부가 작성한 사무장채용지원사업 지침에 사무장의 역할이 명기돼 있긴 하지만, 보다 구체적인 업무의 내용과 범위, 업무량 등에 대해서는 채용예정인 사무장과 추진위원장(또는 마을대표) 간 긴밀히 협의 후 사무장 채용 협약을 맺도록 해야 한다. 이 때 시군 또는 도의 감독 역할이 필요하다.

상기에서 제시한 사무장보조원제도, 사무장수당제도 등에 필요한 재정(도비, 시군비)의 확보는 충청남도가 독자적으로 2010년부터 도입 예정인 ‘농림수산물분야 포괄 예산제’²⁾의 활용을 적극 검토할 필요가 있다.

2) 맞춤형 전문가 자문제도

중앙정부차원에서 실시하고 있는 1인1촌전문가자문사업의 가장 큰 문제점으로 전문가의 한정된 전문분야로 인해 마을에서 요구하는 다양한 수요를 충족할 수 없다는 점이 지적되었다. 1인의 전문가가 농촌관광, 농촌개발, 주민갈등, 농촌경관, 소득사업 등 다양한

분야에 걸쳐 전문적인 자문을 한다는 것에는 분명 한계가 있다. 이 점을 개선하기 위한 방안으로 맞춤형 전문가 자문제도를 제안하고자 한다.

맞춤형 전문가 자문제도의 기본적 틀은 다음과 같다.

첫째, 우선 충청남도 자체적 다양한 분야의 전문가 풀(pool) 구성이 필요하다. 농촌개발, 지역계획, 농촌경관, 농촌사회, 지역농업 등 다양한 분야의 전문가를 선정해야 하는데 가급적 분야별 2~3명을 선정, 한사람의 전문가가 부재 시에도 차질 없이 즉시 대응할 수 있는 체제를 갖춰야 한다.

둘째, 마을과 전문가를 매개해 주는 장치가 필요하다. 마을에서 자문 요청이 있을 경우, 바로 요청 내용에 적절히 대응할 수 있는 전문가와 연결을 해주어야 하는데 이러한 역할은 도의 농림수산물국 내 특정 부서(실과)에서 맡는 것이 바람직하며, 장기적으로는 다음에 제시하는 충청남도 농촌마을 인적네트워크센터(가칭)에서 그 역할을 수행하는 것도 생각할 수 있다.

셋째, 자문은 기본적으로 비방문형태로 실시한다. 자문요청 내용 및 정도에 따라 반드시 마을을 방문하여 자문을 할 필요도 있겠지

2) 농림수산물분야 포괄 예산제란 충청남도가 농림수산물 분야 예산운영의 탄력성을 확보하기 위해 도 자체사업 예산 5~10%를 포괄예산으로 편성 운영하는 제도. 현재, 운영계획 수립 중에 있음

만 기본적으로는 마을을 직접 방문하지 않고 전화, 우편, 이메일 형태의 자문을 한다.

넷째, 매년 정기적으로 자문보고서를 발간한다. 마을에서 요청한 자문내용과 전문가가 자문한 내용을 총망라, 보고서를 발간하면 농촌마을에서 빈번히 발생하는 문제점들은 무엇이며 어떠한 자문을 통해 어떻게 해결되었는지 그 과정을 알 수 있을 것이다. 이 보고서는 마을주민은 물론 공무원, 전문가에게도 중요한 자료가 될 수 있다.

3) 충남 농촌마을 인적네트워크센터 설립(가칭)

최근 농촌지역 주민들의 인적역량 강화를 위한 다양한 교육·훈련프로그램이 시행됨에 따라 농촌마을의 인적역량이 향상되고 있지만 건전하고 지속적인 마을 운영 및 각종 개발사업의 원활한 추진을 위해서는 내·외부의 인적 네트워크를 어떻게 구축하느냐 하는 것도 무척 중요하다.

또한 상기에서 제시한 순회방문 문제해결형교육프로그램 및 충남 독자적 전문가자문제도를 체계적이며 효율적으로 추진하기 위해서도 통합적으로 관리·운영하는 주체가 반드시 필요하다.

농촌지역의 인적 네트워크 확대, 전문가 풀의 원활한 활용 및 강력한 인적역량강화 추진을 위해서는 전담기구(조직)의 설립이

필요하다. 여기서는 ‘충남 농촌마을 인적네트워크센터’의 건립을 제안한다. 센터의 구성은 충청남도, 한국농어촌공사 충남본부, 충남농협중앙회, 충남농업테크노파크, 지역의 대학, 충남발전연구원 등이 주축이 되며, 센터의 운영은 초기에는 충청남도 농림수산국 또는 충남인적자원개발지원센터가 하되 장기적으로는 별도의 센터조직으로 확대, 개편하는 것이 바람직하다. 센터의 주요역할은 전문가자문제도 운영, 각종 개발사업 컨설팅, 인적역량강화 교육·훈련프로그램 개발 및 시행, 참여 주체 간의 네트워킹, 지속적 모니터링 등이다.

V. 결론

본 연구에서 다루고자 한 궁극적 목적은 충남 농촌지역에서 시행되고 있는 각종 인적역량강화 사업의 실태 분석을 통해 성과 및 문제점을 도출하는데 있으며, 이러한 연구결과를 통해 충남의 농촌지역 실정과 수요에 걸맞는 인적역량강화 방안을 제시하고자 하는데 있다. 특히, 중앙정부차원에서 시행되고 있는 각종 교육프로그램 및 사업에 대한 개선방안을 제시하기 보다는 그러한 교육프로그램 및 사업 추진 상 드러난 문제점을 바탕으로 충남도차원에서 보완해 나갈 수 있는 몇

가지 방안을 제시하였다.

교육훈련프로그램 개선방안으로는 (1) 충청남도차원에서의 인적역량강화 교육 필요성에 대한 계몽과 교육프로그램의 적극적 홍보의 필요성 제기, (2) 충청남도 독자적인 현장 체험·계획참여형 교육프로그램의 개발과 도입, (3) 2~3개 면단위에서의 순회방문 문제 해결형프로그램의 개발과 도입을 제시하였으며, 외부인력 영입 및 네트워킹의 개선 방안으로는 (1) 마을사무장보조원제도의 도입, (2) 사무장 채용 기간의 연장 및 사무장수당제도의 도입, (3) 맞춤형 전문가 자문제도, (4) 충남 농촌마을 인적네트워크센터 설립(가칭)을 제안하였다.

유학열, 2005 「農村地域における住民活力の評価に関する考察」 『농촌계획』 일본농촌계획학회
황길식, 2006 「농촌지역개발 전문인력 양성을 위한 교육프로그램 개발 연구」 농림부
황영모·소순열·유찬주, 2005 「지자체의 농촌리더 육성에 관한 연구」 『지역사회연구』 Vol.13, No.1 한국지역사회학회

참고문헌

김성일·이주연 「농촌 지역주민 교육 프로그램 개발을 통한 지역 활성화 가능성 고찰」
김태곤·정기환·송미령, 2006 「농촌의 내발적 지역활성화에 관한 한·일간 비교연구」 한국농촌경제연구원
정기환·심재만·최경은, 2006 「농촌지역의 사회적 자본과 지역 사회 발전」 한국농촌경제연구원
마상진·김영생, 2005 「농업인력의 전문성 제고를 위한 교육·훈련 프로그램 개선방안」 연구보고 R506 한국농촌경제연구원
박경·정재호·조수희, 2007 「농촌지역 리더육성 교육 프로그램 실태 및 개발방향」 『지역사회연구』 Vol.15, No.3 한국지역사회학회
박문호·박영규, 2004 「유럽 주요국의 농업인 교육·훈련사업의 동향과 시사점」 『농촌경제』 제27권 제2호 한국농촌경제연구원
유정규·박경·정재호·송두범, 2006 「충청남도 농촌지역 리더육성 프로그램 실태 및 개발방안」 충남발전연구원 연구보고서
유정규, 2009 「새로운 지역발전시대의 지역역량강화, 어떻게 할 것인가」 제2차 지역정책토론회 자료집, 지역재단
유학열·박철희·한상욱·조봉운, 2008 「부여읍 주민혁신역량강화 추진 방안」 현안과제 충남발전연구원
유학열·조영재, 2008 「農村地域における住民活力の評価に関する考察 (농촌지역의 주민활력평가에 관한 고찰)」 일본 농업공학회

충남 도시의 중심시가지 쇠퇴 실태와 과제

임준홍 | 충남발전연구원 도시재생연구센터 책임연구원
 김정연 | 충남발전연구원 도시재생연구센터 센터장
 황재혁 | 충남발전연구원 도시재생연구센터 연구원

1. 서론

1) 연구 배경 및 목적

많은 사람들은 충남의 도시들이 성장하고 있다고 생각한다. 그러나 실제 인구자료를 분석해 보면, 천안, 아산, 서산, 당진 등 수도권으로부터 넘침효과(spillover effect)를 받고 있는 충남 북부지역의 일부 도시를 제외한 대부분의 도시에서 인구가 감소하고 있고, 지역 전문가들도 역시 이들 지역의 도시들이 쇠퇴하고 있다고 느끼고 있다.

일반적으로 도시공간 중 쇠퇴현상이 가장 심각한 곳이 중심시가지이다. 따라서 본 연구는 충남 도시의 중심시가지 쇠퇴 정도가 어떠한가를 인구변화 분석과 전문가 의식조사를 통해 살펴보고, 도시쇠퇴를 극복하기 위한 도시재생 정책과제를 제시하고자 한다. 그리고 최근 국가 차원에서 ‘(가칭)도시재생법’ 제정

을 준비하고 있는 시점에서 지방 중소도시 재생을 위해 고려해야할 사항에 대해 정책 제언을 하고자 한다.

2) 연구 방법 및 범위

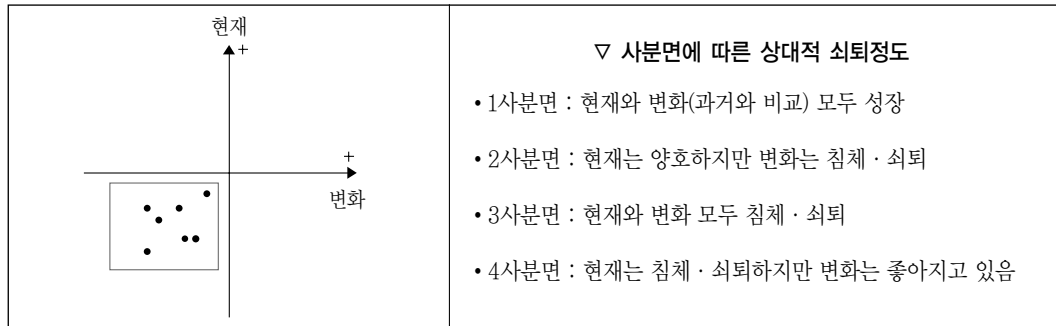
중심시가지쇠퇴 실태를 분석하기 위해 인구자료 분석과 전문가(공무원) 의식조사 결과를 이용하였다. 인구자료는 정주환경을 대표할 수 있는 상주인구수와 경제·산업, 일자리를 대표할 수 있는 종사자수 변화지표를 이용하였다. 그리고 전문가 의식조사는 시·군에서 도시계획 관련 업무를 담당하는 공무원을 대상으로 조사하였다. 그 이유는 시·군의 성장과 쇠퇴 상황을 가장 잘 느낄 수 있고, 객관적으로 평가할 수 있는 집단이라고 판단하였기 때문이다.

〈표 1〉 조사 개요

구 분	주요내용 및 방법	기준연도
쇠퇴실태 분석	- 상주인구, 종사자(직업)인구 - 도시계획, 지역경제, 관광, 기획 업무 담당자 면접 조사(16개 시군 240명)	· 2000년, 2008년 · 2009년 3월 1일~25일 조사
쇠퇴원인 분석 · 과제 도출	- 도시계획, 도시정비 담당자 워크숍 개최 후 면접 조사(14개 시·군 28명)	· 2010년 2월 9일 조사

분석의 시간적 범위는 인구자료의 경우 현재(2008년)를 기준으로 하되, 2000년부터 2008년까지의 변화추이를 계산하였으며, 의식조사는 현재와 5년 전의 도시 상태를 비교할 때 전문가들이 느끼는 차이를 분석하였다.

그리고 쇠퇴정도 분석을 위해 과거로부터의 변화추이와 현재상태를 각각 X축과 Y축으로 하고, 쇠퇴와 성장의 상대적 정도를 파악할 수 있도록 사분면(영역)으로 구분하여 분석하였다.



〈그림 1〉 성장과 쇠퇴에 따른 영역 구분과 해석방법



〈그림 2〉 연구의 공간적 범위

한편, 연구의 공간적 범위는 충청남도 16개 시·군을 대상으로 하였다. 16개 도시의 중심시가지 추출은 시급도시의 경우는 행정구역상 동지역을, 읍급도시의 경우 읍지역을 대상으로 하였다.

2. 쇠퇴 현황

1) 인구로 본 중심시가지 쇠퇴

인구는 도시 쇠퇴를 측정하는 데 있어서 가장 기본적인 대표적 지표이다. 인구 변화를 도시 전체와 중심시가지로 구분하여 인구의 증가와 감소 추이를 살펴보면 <표 2>와 같으며, 충남의 도시 중 수도권권 인접한 천안, 아산, 서산, 당진 등과 대전시와 인접한 신도

시 성격의 계룡시를 제외한 대부분의 도시는 쇠퇴하고 있으며, 이러한 현상은 중심시가지에서도 나타나고 있다.

상업과 업무기능이 집중된 도시민의 주된 활동 공간인 중심시가지는 상주인구 감소뿐만 아니라 종사자인구마저 감소하고 있으며, 이러한 현상의 공간적 분포는 청양, 예산, 부여 등 충남내륙지역의 도시에서 뚜렷이 나타나고 있다.

<표 2> 도시 및 도심의 성장과 쇠퇴

구 분	도시전체(2000~2008)			중심시가지(2000~2008)		
	영역	인구 변화율(%)	종사자 변화율(%)	영역	인구 변화율(%)	종사자 변화율(%)
천안시	1	27.59	49.87	1	36.75	48.95
공주시	2	-7.70	7.87	2	-1.04	10.49
보령시	2	-9.80	13.87	2	-3.34	15.50
아산시	1	30.81	70.87	1	26.32	18.84
서산시	1	4.56	22.02	1	19.26	15.11
논산시	2	-10.25	9.65	1	4.33	3.23
계룡시	1	50.56	76.55	-	-	-
금산군	2	-12.05	8.34	3	-7.56	-1.60
연기군	3	-2.27	-1.37	4	7.64	-1.77
부여군	3	-17.24	-4.63	3	-14.25	-16.56
서천군	2	-19.60	0.94	3	-17.01	-2.21
청양군	3	-19.41	-5.19	3	-13.76	-5.27
홍성군	2	-7.54	3.04	4	1.96	-2.74
예산군	2	-13.10	6.57	3	-10.53	-1.35
태안군	2	-7.77	30.37	2	-4.20	36.40
당진군	1	11.38	40.14	1	22.36	9.57

* 자료 : 통계청, 주민등록인구통계, 2000, 2008, 통계청, 전국사업체조사, 2000, 2008.

**계룡시는 2003년 '도농복합 형태의 시설지 등에 관한 법률'에 따라 시로 승격되어 동지역에 해당되는 도심지역의 변화를 구하지 못함.

2) 전문가 의식으로 본 중심시가지 쇠퇴
앞에서 인구자료를 바탕으로 중심시가지의 성장과 쇠퇴를 분석하였다. 공무원을 대상으로 해당 도시의 쇠퇴에 대한 인식 정도를 분석한 결과 충남의 16개 도시 중 수도권에 인접한 천안, 아산, 당진, 서산 등과 대전과 인접한 계룡시를 제외한 11개 도시가 현재도 침체·쇠퇴하고 있으며, 5년 전과 비교해도 침체·쇠퇴하고 있다고 생각하고 있었다.

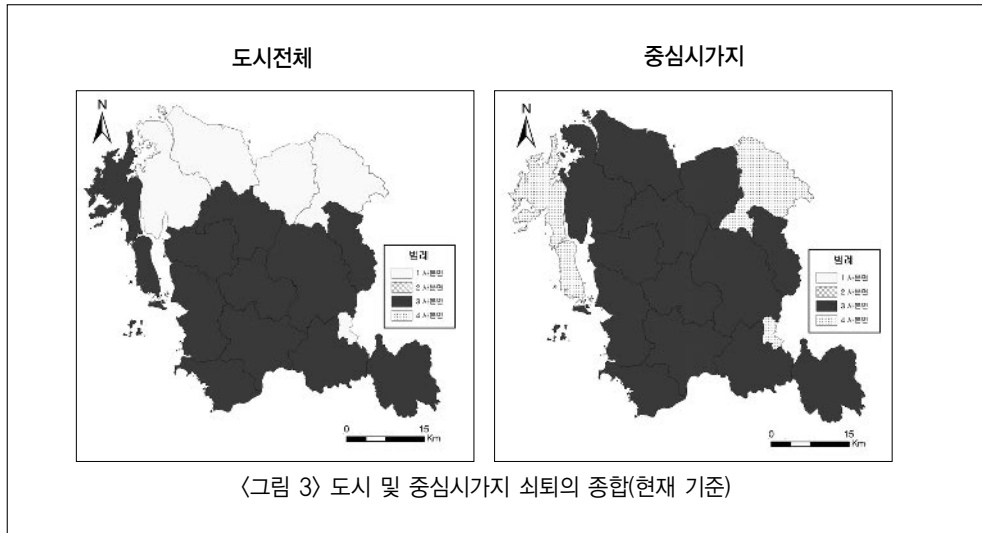
이러한 도시 쇠퇴에 비해 중심시가지 쇠퇴는 더욱 뚜렷이 나타나고 있다. 즉, 아산, 당

진, 서산 등 성장하고 있는 도시에서도 중심시가지는 쇠퇴하고 있어 그 심각성을 알 수 있다.

도시가 성장하는 가운데 중심시가지가 쇠퇴하는 경우는 도시발전 과정에서 나타나는 하나의 현상으로도 이해할 수 있지만, 도시가 쇠퇴하는 가운데 중심시가지가 쇠퇴하는 도시는 총체적인 문제로 판단되기 때문에 도시 쇠퇴에 대한 보다 종합적 처방과 도시재생 정책에 대한 특별한 고려가 필요하다.

〈표 3〉 도시·도심의 쇠퇴정도

구 분	도 시 전 체			중심시가지		
	영 역	5년 전과 비교(x)	현재상태(y)	영역	5년 전과 비교(x)	현재상태(y)
천안시	1	4.47 ↗	4.33 ↑	4	4.07 ↗	3.80 -
공주시	3	3.13 -	2.93 ↓	3	3.07 -	2.93 ↓
보령시	3	3.80 -	3.33 -	3	3.73 -	3.33 -
아산시	1	4.60 ↗	4.53 ↑	3	3.60 -	3.27 -
서산시	1	4.20 ↗	4.07 ↑	3	3.80 -	3.87 -
논산시	3	3.67 -	3.07 -	3	3.53 -	3.27 -
계룡시	1	4.67 ↗	4.27 ↑	4	4.13 ↗	3.67 -
금산군	3	3.67 -	3.40 -	3	3.33 -	3.20 -
연기군	3	3.93 -	3.33 -	3	3.53 -	3.53 -
부여군	3	2.53 ↘	1.53 ↓	3	2.47 ↘	2.20 ↓
서천군	3	2.27 ↘	1.80 ↓	3	2.67 ↘	2.27 ↓
청양군	3	2.47 ↘	1.80 ↓	3	2.67 ↘	2.47 ↓
홍성군	3	3.33 -	2.80 ↓	3	3.67 -	3.47 -
예산군	3	2.87 ↘	2.40 ↓	3	2.80 ↘	2.73 ↓
태안군	3	3.87 -	3.07 -	4	4.00 ↗	3.20 -
당진군	1	4.87 ↗	4.60 ↑	3	3.93 -	3.53 -



3. 쇠퇴 원인

중심시가지 쇠퇴원인을 중심시가지 내부요인과 외부요인으로 구분하여 조사·분석한 결과 내부요인이 52.2%로 외부요인에 비해 조금 높게 나타났다.

그러나 내부요인과 외부요인을 구성하는 항목별로 분석한 결과는 오히려 외부요인의 값이 더 높게 나타난 것을 알 수 있었다. 이는 내부요인은 다양한 측면에서 여러 요인이 아주 복잡하게 작용하는데 반해, 외부요인은 대도시나 수도권의 영향, 도시개발 등 비교적

단순하고 명확한 요인에 많은 영향을 받고 있기 때문이라고 생각된다.

내부요인 중에서는 일자리 감소와 상권약화가 가장 큰 원인이라고 답하고 있으며, 이어 의료시설, 교육시설, 편의시설 등 시설이용 불편, 그 밖에 건축물의 노후화, 재개발의 어려움 등의 순으로 나타났으며, 외부요인 중에서는 대도시로의 이탈과 교외화, 도시외곽 개발 등의 구조적 문제뿐만 아니라 중심시가지재생에 대한 노력 및 전문가 부족 등을 들고 있다.

〈표 4〉 중심시가지쇠퇴의 원인

구 분	원 인	점수**		쇠퇴에 영향을 주는 정도				
		평균	표준 편차	아주 많음	많음	보통	조금	아주 조금
내부요인 (52.2%)	사회약자 증가	3.18	1.19	10.7	17.9	25.0	35.7	10.7
	주택·건축물의 노후화	3.39	0.99	0.0	21.4	32.1	32.1	14.3
	재개발의 어려움	3.39	0.96	0.0	21.4	28.6	39.3	10.7
	버스이용 불편	2.64	1.13	10.7	46.4	17.9	17.9	7.1
	주차장 부족	3.07	1.25	10.7	25.0	25.0	25.0	14.3
	불법주차 증가	2.89	1.10	7.1	35.7	25.0	25.0	7.1
	보행안전 미흡	2.64	1.03	7.1	46.4	28.6	10.7	7.1
	상권 약화	3.93	1.02	3.6	3.6	21.4	39.3	32.1
	전통시장 쇠퇴	3.46	0.96	0.0	21.4	21.4	46.4	10.7
	일자리 부족	3.81	1.11	0	14.8	25.0	22.2	37.0
	편의시설 부족	3.57	1.03	3.6	14.3	17.9	50.0	14.3
	관광매력 약화	2.86	1.11	10.7	28.6	32.1	21.4	7.1
	경관매력 약화	2.79	0.99	3.6	42.9	32.1	14.3	7.1
	의료시설 부족	3.75	1.08	0.0	14.3	28.6	25.0	32.1
	공공시설 이전	2.93	1.27	17.9	17.9	28.6	25.0	10.7
	교육시설 부족	3.68	1.36	10.7	10.7	14.3	28.6	35.7
	신규주택 부족	3.11	1.17	7.1	25.0	32.1	21.4	14.3
외부요인 (47.8%)	교외화 확산	3.52	1.08	4.0	16.0	17.9	44.0	16.0
	도시외곽 단지개발	3.52	1.36	12.0	12.0	14.3	32.0	28.0
	도시외곽 대형마트 입점	3.24	1.16	8.0	20.0	21.4	36.0	12.0
	대도시로 이탈	3.80	1.12	0.0	20.0	10.7	36.0	32.0
	수도권으로 이탈	3.20	1.15	8.0	16.0	35.7	20.0	16.0
	국가의 중심시가지재생 노력 부족	3.56	0.92	0.0	12.0	32.1	36.0	16.0
	도의 중심시가지재생 노력 부족	3.40	0.96	0.0	20.0	28.6	36.0	12.0
	시·군의 중심시가지재생 노력 부족	3.44	1.04	0.0	24.0	21.4	36.0	16.0
	중심시가지재생사업 추진 전문가 부족	3.40	1.63	8.0	20.0	25.0	28.0	12.0

**는 5점법에 의한 점수임(5점 : 매우 많은 영향을 줌 ~ 1점 : 별 영향을 주지 않음).

4. 종합 및 정책 과제

이상에서 살펴본 바와 같이 충남은 천안, 아산, 서산 등 수도권과 인접한 도시를 제외하고는 도시쇠퇴가 심각하며, 성장하고 있는

도시들에서도 중심시가지 쇠퇴 현상이 나타나고 있다. 특히, 통계분석 결과보다 오히려 전문가들인 공무원들이 생활하면서 느끼는 쇠퇴정도가 더욱 심각한 것으로 나타나는 바, 이는 인구감소로 나타난 수치는 하나의 현상

만을 의미하는데 반해 전문가들의 심리적 인식은 도시의 제 분문의 쇠퇴현상에 대한 종합적인 판단인 만큼 쇠퇴의 정도가 더욱 강한 것으로 나타나고 있다고 할 수 있다.

일정 도시에 있어서 인구변화와 쇠퇴 정도

에 대한 전문가의 인식 정도를 상관분석한 결과 상관계수가 모두 0.6이상으로 나타나 통계적으로도 유의하며, 상관성이 높아 도시 쇠퇴 측정 변수로서 충분한 의미가 있다고 할 수 있다.

〈표 5〉 인구변화와 쇠퇴인식정도의 상관계수

구 분	도시인구 변 화	도시종사자 변 화	중심시가지 인구 변화	중심시가지 종사자변화	도시쇠퇴 인 식	중심시가지 쇠퇴 인식
도시인구 변화	1					
도시 종사자 변화	.915**	1				
중심시가지 인구 변화	.951**	.809**	1			
중심시가지 종사자 변화	.672**	.741**	.661**	1		
도시쇠퇴 인식	.833**	.793**	.879**	.639**	1	
중심시가지쇠퇴 인식	.658**	.643**	.756**	.747**	.892**	1

** Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

도시쇠퇴 요인 역시 도시내·외부 요인이 복잡하게 작용하고 있고, 경제·산업 관련 요인, 정주환경 관련 요인, 사회문화 관련 요인, 제도 관련 요인 등이 복잡하게 작용하고 있어 쉽게 해결하기 힘들다.

이러한 상황임에도 불구하고 재정력이 약한 자치단체로는 도시재생사업을 적극적으로 추진할 수 없다. 뿐만 아니라 재생사업의 성격상 일반적인 도시개발사업과 달리 관리관계가 복잡하여 사업추진을 더욱 어렵게 하고 있다.

실제 시·군에서는 도시재생 관련 사업들이 개별 부서 단위로 단편적으로 추진되고 있

고 도시재생 관련 전담 조직이 없어 체계적·종합적 대책 수립이 불가능하다. 이에 우선적으로 자치단체는 종합적·체계적으로 도시재생사업을 구상·추진할 수 있는 조직의 구성이 필요하다. 그 방법은 전담부서를 설치하거나, 이것이 여건상 어려울 경우 기획부서가 중심이 된 시·군청 TF팀 등을 설치하여 운영하는 것도 필요하다.

그리고 쇠퇴를 극복하기 위한 도시재생사업의 추진을 위해서는 의식조사에서 나타난 바와 같이 일자리창출과 상권활성화를 위한 분야의 재생사업과 도로, 주차장, 공원 등 부족한 기반시설 정비와 역사문화자산 정비를

통한 중심시가지 이미지 강화와 관련된 재생 사업이 우선적으로 추진되어야 한다. 그리고

이러한 사업추진을 뒷받침할 수 있는 국가와 자치단체 차원의 제도적 뒷받침도 필요하다.

〈표 6〉 중심시가지쇠퇴 극복을 위한 재생이 필요한 분야

(단위 : %)

구 분	1순위	2순위	합계
(경제산업) 일자리 창출, 상권 강화 등 경제 분야	39.3	17.9	57.2
(역사문화) 역사문화 정비 등 중심시가지 이미지 강화 분야	17.9	10.7	28.6
(도시기반) 도로, 주차장, 공원 등 기반시설 정비 분야	32.1	21.4	53.5
(정주기반) 신규 주택(아파트) 건설 등 주택정비 분야	0	7.1	7.1
(역사문화) 문화시설, 병원 등 생활편의시설 확충 분야	0	35.7	35.7
(법제도) 도시재생을 지원하기 위한 법과 조례 제정	39.3	17.9	57.2
전 체	100(28)	100(28)	100(56)

5. 정책 제언

지방 중소도시는 자치단체 스스로 도시쇠퇴 극복을 위한 재생사업을 추진하기에는 재정, 재생역량 등의 면에서 많은 한계가 있으며, 그만큼 국가와 자치단체의 역할이 매우 중요하다.

이러한 측면에서 국가 차원의 ‘(가칭)도시재생법’ 제정 준비는 매우 바람직하다고 판단되고, 새롭게 제정되는 법이 지방 중소도시 재생사업 추진에 실질적인 도움이 되었으면 하는 생각에서 몇 가지 제언하고자 한다.

첫째, 기존의 도시 및 주거환경정비법, 도시재정비촉진법 등 도시재생 관련법을 현실적으로 지방 중소도시에 적용하기에는 한계

가 있었다는 점을 충분히 인식하여 새롭게 제정되는 법은 도시재생사업의 적용 대상도시나 사업구역 선정 등에서 실질적으로 적용할 수 있어야 한다. 이를 위해서는 지금까지와 같이 사업구역의 지정기준을 물리적 항목이나 면적 규모 등을 지나치게 엄격히 적용해서는 안된다. 다시 말해서, 지방 중소도시의 중심시가지 성격이나 규모 등을 충분히 고려하여 그 기준이 결정되어야 할 것이다.

둘째, ‘(가칭)도시재생법’은 재정력이 약한 지방 자치단체도 실질적인 재생사업을 추진할 수 있도록 반드시 특별회계(보조금 등)를 구성하여 사업비를 지원하여야 한다. 그리고 재정지원의 규모와 폭에 있어서도 지방 중소도시는 수도권 중소도시나 지방 대도시와 차

별화된 정책적 배려가 필요하다.

셋째, 재정적 지원뿐만 아니라 지방 중소도시 재생사업이 활성화 될 수 있도록 적용 가능한 인센티브를 개발하여야 한다. 수도권, 대도시는 용적률완화 등 규제완화 성격의 인센티브만으로도 사업추진을 이끌어 낼 수 있지만 사업의 수요나 개발과급효과가 작은 지방 중소도시에는 이러한 방법을 적용하는데 근본적으로 한계가 있다. 따라서 ‘(가칭)도시재생특구’ 지정을 통해 지방 중소도시 재생사업 추진을 위한 실질적인 인센티브를 개발하여야 한다.

마지막으로 설문조사 결과에서도 나타난 바와 같이 중심시가지 쇠퇴를 극복하기 위해서 가장 주도적인 역할을 담당해야 하는 주체로서 시·군이 적극적으로 노력해야 한다고 생각하고 있어, 이를 위한 국가 차원의 지원책이 필요하다. 이를 위해서 초기에는 해당 도시가 진정으로 도시재생사업이 필요한가에 대한 연구조사를 비롯하여 도시재생 기본구상 및 계획을 원활하게 수립할 수 있도록 우선적으로 지원하여야 할 것이며, 도시재생사업의 확산, 재생 전문역량의 강화 측면에서 ‘도시재생 시범사업’ 제도를 도입하는 것도 좋은 방법일 것이다.

참고문헌

- 인구주택총조사보고서, 2000·2008, 통계청.
 사업체기초통계조사보고서, 2000, 2008, 통계청.
 국토해양부, 2009.10.29, 광역경제권 경쟁력 강화를 위한 도시정책 현안사항 보도자료.
 충남발전연구원 외, 2008.11, 중소도시재생 정책방향과 추진계획(안).
 김정연, 2010.2.9, 국가 도시재생 정책과 연계한 충남의 대응방향 (지방도시재생 활성화를 위한 세미나), 충남발전연구원 외.
 임준홍 외, 2010.2, 도시성장과 쇠퇴로 본 충청권 지역유행화와 도시재생 방향, 한국부동산학보.
 임준홍 외, 2010.1, 지방중소도시 쇠퇴 실태와 원인에 관한 연구, 열린충남.
 송두범 외, 2009.1, 새정부 지역발전정책과 연계한 충남의 도시재생 방향, 열린충남.
 임준홍 외, 2009.12, “충청권 도시쇠퇴의 특성과 영향구조분석: 전문가 의식조사를 중심으로”, 국토연구.
 임준홍 외, 2006.10, 중소도시 중심시가지 실태와 활성화 방향, 충남발전연구원.



런던 자치구의 생활권 통합과 런던 광역정부¹⁾

Tony Arbour | (현 대런던위원회(GLA)의 보수당 런던시의회(London Assembly) 의원, 도시계획과 주택분과 위원)
대담 · 정리 : 양도식 (영국도시건축연구소 UrbanPlasma(주) 소장)

1) 이 인터뷰는 필자의 런던플랜 관련 연구의 일환으로 2007년 실시된 인터뷰를 바탕으로 작성되었으므로 시점과 상황을 염두해 두고 읽을 필요가 있음을 밝힌다.

Q1 런던을 대표하는 정부인 대런던위원회(GLA)의 설립이후 런던정부는 시장과 시의원의 선출 그리고 런던의 미래 개발계획을 작성하는 런던플랜의 작성 등 여러 많은 과정을 거쳤습니다. 이와 연관해서 런던의 도시계획관련 주요 현안에 대해 말씀해 주십시오.

런던시장과 대런던위원회를 고려해 생각할 때 런던의 도시계획시스템은 영국의 전형적 도시계획시스템과 아주 다릅니다. 런던 외의 지역에는 선거로 선출된 임원들로 구성된 위원회가 있으며 이 위원회가 도시계획신청서의 허가여부를 결정합니다. 그리고 이 회의는 대중 앞에서 열립니다. 만약 신청자가 위원회의 결정에 동의하지 않는다면 주무장관에게 호소할 수 있습니다. 런던시장의 도시계획 허가여부 결정권에 대해 설명하자면 시장은 자신으로 구성된 위원회를 통해 직접적으로 허가여부를 결정할 수 있습니다. 시장의 결정에 대한 호소는 주무장관에게 보내집니다. 의회에 관한 한 이는 민주주의적이지 않습니다. 시장은 자신의 법원에서 판사와 배심원을 동시에 효과적으로 맡고 있는 것입니다.

Q2 2004년 도시계획체계의 개혁과 함께 런던플랜과 새로운 자치구계획(Local Development Frameworks)사이의 전략적 조율이 필요하리라 생각합니다. 광역런던정부와 지자체의 도시계획관련 전략의 조율에 대해서 말씀해 주십시오.

시장은 도시계획신청서의 큰 부분을 고려하지 않을 것입니다. 하지만 단일개발계획(Unitary Development Plan)을 대신하는 새로운 자치구계획(Local Development Framework)은 시장이 작성한 런던플랜과 전체적으로 일치해야 합니다. 런던플랜을 준비하는 것은 시장의 법령적 책임이며 제 생각에는 제일 중요한 책임이기도 합니다. 일반적으로 런던플랜에 제시된 정책들은 아주 복잡한 관계를 가지고 있습니다. 이 의견에 당연히 동의하지 않을 수가 없을 것입니다. 정견과 관계없이 런던 내 자치구 중 대부분이 이와 동의할 것입니다. 제가 보기에 시장과 자치구들 사이의 주된 논쟁은 런던플랜을 사회공학의 방법으로 사용하려는 시장의 시도입니다. 런던플랜에서 볼 수 있듯이 시장은 주택 정책으로 이를 이루려고 합니다. 시장은 각 자치구의 서민주택의 수가 얼마나 있어야 할

지 정할 수 있습니다. 시장은 도시계획의 신청서가 런던플랜과 전체적으로 일치해야 한다는 점을 이용해 각 자치구에 어떤 비율의 서민주택이 있어야 되는지 정할 수 있습니다. 시장과 자치구 사이에 있는 대부분의 논쟁이 새로운 개발에 포함될 서민주택의 비율에 관한 것입니다.

Q3 런던시장이 런던플랜에서 제시한 서민주택공급 비율과 런던 내 자치구 계획과의 다소 문제가 있어 보입니다. 런던플랜에 나타난 서민주택공급 정책을 자치구 상황과 연관해서 말씀해 주십시오.

그 어떤 자치구도 50%에 달하는 서민주택을 제공하지는 않습니다. 시장이 관여한 개발



일지라도 50%의 서민주택 비율은 달성하지 못했습니다. 평균은 35%에 가깝습니다. 시장은 자치구의 특성에 관계없이 똑같은 정책을 펼치고 있습니다. 런던 동쪽에 위치한 자치구들은 이미 높은 비율의 서민주택을 보유하고 있습니다. 반면 서쪽의 자치구들은 비교적 낮은 비율을 보유하고 있습니다. 시장의 첫 번째 계획과 현재 계획의 차이점은 다음과 같습니다. 첫 번째 계획에서 시장은 앞의 문제를 고려하여 동쪽 자치구들에게는 낮은 비율을 요구했습니다. 하지만 현재 계획에서는 모든 새로운 개발에 50% 비율을 요구하고 있습니다. 이러한 시장의 요구는 현실화되지 않았습니다. 개발자들은 자신들의 개발이 비경제적이어 반대를 하고 자치구들은 사회와 경제적 구성을 훼손할 것이라 믿어 반대를 합니다.

Q4 런던플랜의 부가계획문서로 여러 자치구를 묶어 5개 생활권(sub-region) 계획을 작성되었습니다. 생활권의 경계와 특징에 대해서 말씀해 주십시오.

이것 또한 하나의 변화입니다. 시장은 현존하는 지역의 경계선을 바꿨습니다. 이제 하나의 거대한 중심지역이 생겼습니다. 공간적 근거로 볼 때 런던은 방사형이라는 문제를 가지고 있습니다. 각 지역마다 중심으로 들어가는 부분이 있습니다. 런던은 그렇게 돌아가지 않습니다. 런던은 크게 두 가지 지역으로 나누어져 있습니다. 런던도심(Inner London)과 런던외곽입니다. 런던도심은 1964년에 폐지된 런던주의회의 경계와 관계가 있고 서쪽으로는 해머스미스(Hammersmith), 동쪽으로는 서덕(Southwark)에 접해 있습니다. 이 경계의 밖에는 런던외곽이 있습니다. 이 두 런던지역의 특성은 아주 다릅니다. 런던외곽은 궤도형 연결을 가지고 있습니다. 저희 위원회는 런던이 궤도형 작업을 더욱 필요로 한다고 생각하고, 런던의 지역을 새로 만드는 것은 문제를 더욱 어렵게 만든다고 생각해 현재 시장과 논쟁에 있습니다. 서로 맞지 않은 많은 자치구가 강제로 한 지역으로 통합되고 있습니다.

재원 때문에 이러는 것이 아닙니다. 권한이 돈을 따라오는 것은 진실이지만 어느 특정한 지역에 소속되어 있다고 돈이 들어오는 것은 아닙니다. 그렇기에 이 현안은 그렇게 중요하

지 않습니다. 보수당의 입장에서 볼 때, 이는 시장의 미래 비전의 선행신호로 봅니다. 현재 시장은 런던의 32개 자치구를 관리하기 쉽게 5개의 대자치구로 통합하려고 합니다. 또한 자신이 속한 노동당에 유리하게 선거구를 개정할 수도 있습니다. 저희 생각으로는 5개의 자치구는 노동당이 통치하여 시장을 지지할 것이라고 봅니다.

Q5 런던을 5개 생활권 계획으로 만든 특별한 근거나 이유가 있습니까?

5개라는 수가 최적이어서 5개의 대자치구로 나눈다고 볼 수는 없습니다. 그냥 32개의 소자치구보다는 5개의 대자치구가 통제하기 쉽다는 정치적 원리 때문에 통합한다고 볼 수 있습니다. 사실 인구학적으로 2~3개의 자치구를 함께 합병시킬 수는 있습니다. 대자치구에 속할 평균 소자치구의 수는 6개입니다. 하지만 제가 보기에 런던 그 어느 곳에도 대자치구에 속하는 6개의 자치구 사이의 공통점을 찾을 수가 없습니다. 지도를 보면 각 자치구의 다른 정견을 볼 수 있습니다. 런던도심에 위치한 그린위치(Greenwich)와 루위섬(Lewisham)이 런던외곽의 브롬리(Bromely)와 공통점을 가지고 있다고 생각하기엔 무리가 따릅니다. 하지만 새로운 대자치구 중 하나에 이 세 자치구가 포함됩니다. 제가 대표하는 런던 남서쪽과 한슬로(Hounslow)는 두 대자치구로 나뉩니다. 서쪽의 한슬로와 남쪽의 리치몬드(Richmond)와 킹스톤(Kingston)이 통합됩니다. 리치몬드와 킹스톤은 많은 공통점을 가지고 있지만 한슬로는 전혀 다른 자치구입니다. 한슬로보다 위에 위치한 일링(Ealing)을 예로 들면 브렌트(Brent)와 하로우(Harrow) 자치구와 아주 비슷합니다. 제 생각에는 도시계획전략이 아니라 정치적이란다고 봅니다. 여러 소규모 자치구들보다는 소수의 대규모 자치구와 일하는 것이 훨씬 편리하기 때문입니다.

Q6 통합된 자치구 서로간의 관계는 협력체계는 어떻게습니까?

런던에 있어 주의해야 할 점은 런던이 자신들을 하나의 마을로 보는 많은 공동체들로 구성되어 있다는 것입니다. 템즈강 북쪽에 사는 사람들은 강남에 사는 사람들과 같지 않습니다. 시티오브런던(City of London)과 웨스트민스터(Westminster)에 사는 사람들은 버몬지(Bermonsey)에 사는 사람들과 비슷한 점이 많이 없습니다. 그리고 자치구들이 지역과 일체감을 가지지 않습니다. 사람들은 도로 건너편에 사는 사람들과도 일체감을 느끼지 않습니다. 이는 전형적인 영국의 특성으로 1마일 거리에 사는 사람을 남으로 봅니다. 그렇기에 공동체가 이웃과 상호교류 하는 것에 관해 지역구분은 무조건적인 실패입니다. 제가 알



기로 두 지역을 어떻게든 연결시킬 수 있는 기관들은 남런던파트너십(South London Partnership), 학습역량위원회(Learning and Skills Council)와 의료서비스 같은 기관들입니다. 올해까지 런던의 의료서비스는 5개의 지역으로 나누어져 있었습니다. 그 전에는 각 자치구마다 의료서비스를 관리했지만 이제는 하나의 지역으로 통합되었습니다. 결과는 실패였습니다. 이는 몇 자치구들이 다른 자치구를 위해 자신들의 의료서비스를 나누어 준다고 생각했기 때문입니다. 그래서 각 자치구들은 자신들의 예산을 직접 관리하고 싶어 합니다. 사실 이 지역구분을 환영하는 이들은 관료적인 기관들이 전부입니다.

서울은 1,000만 명의 인구가 있으니 넓은 지역에 2백 만 명의 인구를 가진 5개의 지역이 있겠군요. 이 지역이 서로 가진 공통은 무엇인지 궁금하기도 합니다.

런던에도 문제가 존재합니다. 미들섹스주(Middlesex County)는 1964년 런던정부법령에 의해 대런던의회(Greater London Council)이 설립되면서 폐지되었습니다. 하지만 전 미들섹스의 주민들은 자신들이 아직도 미들섹스에 살고 있다고 생각합니다. 이미 40년 전에 폐지되었음에도 불구하고 아직도 미들섹스로 인식되고 있습니다. 자신들을 런던시민으로 인식하는 사람들은 런던 우편배달구역에 사는 시민들입니다. 런던 우편배달구역들은 SW, NW 구역 등으로 시작합니다.

Q7 1997년 집권한 노동당 정부는 지방분권과 권한이양 정책을 실시해오고 있습니다. 런던의 경우에는 어떻습니까?

노동당을 정권을 잡고 있었던 지난 10년간 권한은 이양되었습니다. 하지만 런던의 경우는 다릅니다. 런던 자치구들의 힘은 첫 째로 대런던위원회와 시장에게, 그 후 도시계획에 관한 '섹션 106' (Section 106) 동의하에 중앙정부에게 권한을 양도해야 합니다. 평균적으로 런던 자치구들은 자치구 문제를 위해 자체소득의 1/4도 쓰지 않습니다. 나머지는 중앙정부로 보내집니다. 런던자치구들은 중앙정부의 허수아비와 같은 존재입니다. 런던에는 권한 양도가 전혀 일어나지 않았습니다.

정부는 현재 권한을 양도하고 있다고 하지만 전혀 그렇지 않습니다. 권한은 다른 곳으로 흘러가고 있습니다. 런던자치구들의 가장 큰 불평은 의회와 정부에 권한을 잃고 있는 것입니다. 그래서 영국은 현재 아주 중앙집권적입니다. 이는 사회주의의 특성입니다.

Q8 런던시장과 런던 시의회와의 역할과 권한에 대한 말씀해 주십시오

둘은 서로 다른 권한을 가지고 있습니다. 첫 째로 대런던위원회는 행정력이 없습니다. 오직 시장만이 행정력을 가지고 있고 기본적 행정력은 도시계획정책에 있습니다. 시장은 런던플랜에 자신의 정책들을 나타내고 실행하려 합니다. 시장의 다른 행정력은 경찰과 교통예산을 조정하는 것입니다. 이 두 가지는 절대 자치구의 권한이 아닙니다. 이는 정부가 양도한 몇 안되는 권한이지만 이마저도 시장이 같은 당에 소속해 있기에 가능한 일입니다. 의회는 2000년부터 존재했고 이는 유일한 권한양도입니다. 노동당자치구를 포함한 많은 자치구들이 시장과 시의회와 협력하는 것을 꺼려합니다. 도시계획정책을 예로 들면 자치구들은 자신들의 도시계획정책을 정할 수가 없습니다. 이는 시장이 정하는 현안이지만 시장은 그 지역을 한 번도 방문하지 않았을 수도 있습니다. 시장은 그 자치구의 사회적 상황을 전혀 고려하지 않고 지도를 보며 쉽게 정할 수 있습니다. 예를 들어 사실 지역이 철도에 근접해 있을 경우 아파트를 짓는 것이 시장의 정책입니다. 그는 교통교점 근처에 초고층빌딩을 짓는 것에 대해 설명합니다. 하지만 자치구는 그와는 전혀 다른 생각을 가지고 있을 수도 있습니다.

또한 시의회 내에서도 보수당과 노동당 사이에 의견이 갈라져 있습니다. 보수당은 시장이 이러한 권한을 가지고 있어서는 안된다고 주장하고 노동당은 그 반대를 주장합니다. 노동당 자치구 역시 시장의 권한을 늘리는 것에 반대합니다. 런던 시의회와 이에 대해 얘기했는지는 모르겠습니다. 런던 시의회는 런던 자치구들이 소속된 하나의 클럽으로 보면 됩니다. 런던 시의회는 시장의 권한에 관해 아주 강고한 의견을 가지고 있습니다. 그들은 정부에 제안을 제출했습니다. 정부에서는 시장에게 더욱 많은 권한을 양도하는 법령에 관해 두 번째 청문회를 가졌습니다. 런던 시의회는 이 법안에 강하게 반대하고 있습니다.

Q9 통합되는 자치구(생활권)의 도시계획정책은 효율적으로 작동하고 있습니까?

이론상으로 영국의 도시계획정책은 님비(NIMBY) 정책입니다. 특히 남잉글랜드의 경우 더욱 그러합니다. 님비 정책은 'Not In My Back Yard'의 약어입니다. 지역이기주의 정책이죠. 또 다른 버전은 바나나(BANANA) 정책입니다. Build Absolutely Nothing Anywhere Near Anything의 약어로 님비와 비슷한 말입니다. 현재 이러한 현상이 자주 일어납니다. 대중은 보통 정책에 반대의견을 보이고 제 생각에는 새롭게 도입된 자치구계획인 지역개발골격이 이를 변화시키리라고 믿지 않습니다. 지역개발골격은 지속적인 개혁이기 때문에 저는 지역개발골격에 그리 열정적이지 않습니다. 이는 도시계획자들의 일을 더욱 증가시키고 공동체의 협력을 방해합니다. 아주 회의적이죠.

Q10 1985년 설립되어 1986년에 폐기된 이전의 런던정부를 대표했던 대런던회의(Greater London Council)와 2000년 설립된 대런던위원회(Greater London Authority)의 차이점은 무엇입니까

저는 전 대런던회의(Greater London Council)의 의원이었습니다. 대런던회의는 행정력을 가진 기관이었습니다. 도시계획, 교육, 소방, 교통에 관한 행정력을 구사했고 의료서비스에도 적지 않은 권한을 행했습니다. 회의에는 100명의 임원이 있었고 이들은 선거구 대표들이기도 했습니다. 현재 시의회에는 임원이 25명밖에 안 됩니다. 의회의 경우 런던시장만이 행정력을 가지고 있습니다. 그렇기에 100명에서 1명으로 줄었다고 볼 수 있습니다. 의회의 지지자들이 런던에 하나의 전략적 기관이 있어야 한다고 믿는 것입니다. 예를 들어 각 자치구마다 다른 도로시스템을 가질 수는 없듯이 말입니다. 하지만 대런던회의(GLC)의 폐지와 대런던위원회(GLA)의 설립 사이의 20년 공백동안 런던은 멈추지 않았습니다. 모두가 아무 일 없이 지냈고 광역지역전략기관이 없는 공백 기간 동안 엉망으로 운영되었다는 사례도 없었습니다.

제 생각에는 시민들이 전략기관을 그리 그리워하지 않았습니다. 외곽지역에 사는 시민들은 특히 그렇습니다. 런던중심부에서는 아마도 그리워했을 것입니다. 이는 왜냐하면 대런



던회의가 런던도심교육청을 통해 교육에 대한 책임을 지었기 때문에 폐지된 후 런던도심에 위치한 소규모 자치구들이 책임을 이어 받는데 어려움을 겪었기 때문에 그럴 것입니다. 하지만 그렇다고 해서 시민들이 대런던의회 폐지에 반대하는 시위를 벌이지는 않았습니 다. 현재 대런던위원회가 존재하는 유일한 이유는 의회의 설립이 노동당의 선거 성명이었 기 때문입니다.

Q11 런던 시의회는 주택분과에 계시는 것으로 알고 있습니다. 런던의 주택관련 현안 에 대해서 말씀해 주십시오.

실제로 저희는 두 가지에 집중하고 있습니다. 첫 번째는 새로이 시장에게 주어질 추가될 권한인 시장의 주택정책입니다. 세계2차 대전 이후 1950년대에는 노동정부가 정권을 잡았 고 그 당시 주택장관은 런던에서 보수당을 몰아내겠다고 하였고 거의 성공했습니다. 대규모의 서민주택단지를 지음으로써 그렇게 할 수 있었습니다. 그리고 현재의 런던시장도 그

의 도시계획획득(Planning gains) 정책을 통해 그렇게 하려고 한다는 소문이 돌고 있습니다. 저희는 그 방법이 정말로 현명한 판단인지 고려하고 있습니다. 예를 들어 주택의 종류가 맞은 종류인지 알아보는 것입니다. 런던에 있는 주택의 대부분은 1~2개의 침실을 가진 단위입니다. 시민들이 제일 필요로 하는 것이 3~4 침실 주택입니다. 하지만 단위로 설명되는 도시계획획득 때문에 현재 3~4 침실 주택은 지어지지 않고 있습니다.

얼마 전에 이와 관련된 보고서를 출간하였습니다. 두 가지를 발표했는데 첫 번째는 단위 대신 지역으로 대체하여 주택을 공급하는 것입니다. 두 번째는 더욱 장기적인 문제인데 런던외곽이 다시 거주목적인 교외주택지로 돌아간다는 것이었습니다. 런던외곽은 다시 런던 인구가 자는 곳이 되어 더 이상 마을공동체 같은 기능을 하지 않습니다. 우체국과 맥주집은 사라졌고 교회는 방문이 목적인 더 이상 공동체의 중심이 아닙니다. 저희는 이 같은 변화가 좋지 않다고 생각합니다. 저희는 일자리를 중심부에서 외곽으로 옮겨 균형을 맞추고 싶습니다. 이제 공장들은 문을 닫고 영국은 서비스경제로 발전했습니다. 많은 사람들이 집에서 일을 합니다. 이제 우리는 더 이상 매일 오전 시내중심부로 들어오는 가득 찬 기차를 볼 수 없습니다. 그리고 저희는 교외라는 개념을 다시 보고 있습니다. 그린벨트가 계속 있어야 할까요. 서울은 그린벨트를 계속 유지해야 할까요.

Q12 현재 대런던위원회의 시의회 의석구성과 특징은 어떻게 됩니까?

현재 대런던위원회에는 보수당이 과반수입니다. 14자리의 의석 중 9자리를 보수당이 차지하고 있습니다. 의회에 노동당의석이 있는 유일한 이유는 선거시스템 때문입니다. 지난 5월에 있었던 자치구의회의 선거결과를 보면 20년 만에 처음으로 보수당이 런던을 전체적으로 차지했습니다. 왜냐고 물으시면 보수당이 이전에는 평판이 좋지 않아서입니다. 하지만 대중의 기억력은 제법 짧기 때문에 용서를 해줍니다. 이러한 상황은 전에 한번 있었습니다. 대처여사가 수상을 지낼 때 연속으로 세 번의 임기를 지냈습니다. 이제 사람들은 노동당에 지쳤었습니다

Q13 런던 자치구에 공간개발 권한을 더욱더 이양하는 노동당 정책에 대해서는 어떻게 생각하십니까?

보수당의 정책에 관한한 지역주민들이 공간개발에 대해서는 제일 잘 압니다. 저희는 도시계획 권한을 자치구들에게 주어야 한다고 생각합니다. 이는 자치구들이 주민들에 의해 직접 선출된 임원들이기 때문입니다. 보통 사람들은 무엇에 찬성하기 보단 반대를 합니다. 예를 들어 대형마트에 대해 논의할 수 있습니다. 지역주민들은 대형마트에 대해 많은 문제를 제기하고 있습니다. 하지만 전략적으로 배치된 많은 수의 대형마트들을 볼 수 있습니다. 지역주민들이 제일 싫어하는 대형마트를 시장은 특정지역에 조성할 수 있습니다. 현재 저희는 지역주의를 지지하고 있습니다. 교육에 관해서도 비슷합니다. 런던 전체에 공통된 교육시스템을 적용하는 것은 적당하지 않습니다. 예를 들어 200개 이상의 언어가 사용되는 서덕(Southwark)에 적당한 교육시스템이 95% 앵글로색슨인 지역인 브롬리(Bromley)에 적당하다고는 할 수 없을 것입니다. 리치몬드 또한 인구의 95% 이상이 백인입니다.

소수민족이 사는 곳을 보면 대부분 같은 나라 사람들을 만날 수 있는 지역에서 살고 있습니다. 그리고 역사적으로 런던외곽에는 새로 온 사람들을 위한 공동체가 없습니다. 그래서 새로 온 사람들은 일자리가 많은 지역인 런던도심으로 들어오는 것입니다. 당연히 그렇습니다. 이러한 현상은 중세시대부터 있었던 일이고 현재의 런던을 만들었습니다. 16~17세기경에 영국으로 이주한 위그노 교도와 그 뒤를 따른 개신교도들은 거의 모두 런던에 살았습니다. 그 후 천천히 외곽으로 움직이며 동화되었고 런던도심부에는 새로운 민족이 이주했습니다. 이 과정이 반복되면서 현재의 런던이 만들어 졌습니다.

Q14 마지막으로 현재 노동당의 런던시장과 런던시의회로 구성된 대런던위원회 (Greater London Authority)에 대해서 보수당 시의원으로서 어떻게 생각하고 계십니까?

보수당의 현재 정책 중 하나가 런던시장을 없애는 것입니다. 언젠가는 보수당의 시장이 뽑힐 것입니다. 하지만 토지개발자의 동료의 입장에서 말한다면 창문 밖을 보십시오. 밖에 보이는 건축공사를 보십시오. 이들은 보수정부가 아니라 노동정부가 하고 있는 일입니다. 그리고 카네리워프, 그린위치와 템즈게이트웨이의 확장을 보시면 이들은 지역기관들이 수행하고 있습니다. 토지개발회사들은 아주 높은 이익을 남기고 있습니다. 60년대의 전성기 때도 이렇지는 않았습다. 그리고 이는 노동당 정부 아래 일어나고 있습니다. 제 생각을 말하자면 보수당은 부자들의 당이라는 고정관념이 심하고 또한 다문화주의를 믿지 않는다고 사람들이 생각합니다.

대체주의의 전성기인 1983~89년 사이의 기간을 보면 70년대의 경제침체 이후 놀랄 만한 르네상스가 있었습니다. 70년대부터 있었던 변화는 상상할 수 없을 것입니다. 또한 토니 블레어 수상도 자신을 대처의 추종자의 한 사람이라고 말합니다. 아마도 블레어 수상이 인기 없는 이유 중 하나가 이 때문일 것입니다. 그는 그녀만큼 강력하진 않지만 그녀의 발자취를 따르고 있습니다.

Q15 마지막으로 이 인터뷰와 관련하여 하시고 싶은 말씀이 있으시면 말씀해 주십시오.

만약에 영국에 사회혁명이 있었다면 그는 공영주택의 판매와 공공의 에너지회사, 브리티시항공의 민간화일 것입니다. 공영주택의 판매는 주택소유자의 수를 급증시켰고 공공회사의 민간화는 개개인을 자본가와 주주로 만들었습니다. 한국에도 역시 이 같은 일이 일어나고 있을 거라고 봅니다. 이미 한국은 예전만큼은 아니지만 세계경제의 호랑이입니다. 하지만 자본주의는 확실히 통하는 방법입니다. 구소련과 중국을 보십시오. 자본주의를 받아드린 뒤 국민들은 훨씬 나은 삶을 살고 있습니다. 자본주의는 이 같은 일을 가능하게 합니다. 결국 승자는 사회주의적인 발상이 아니라 자본주의적인 발상입니다.

독일, 프랑스의 유역통합 물관리

오혜정 | 충남발전연구원 환경생태연구부 책임연구원

김영일 | 충남발전연구원 수질총량관리센터장

I. 들어가며

우리나라의 현행 물관리체계를 살펴보면 물관리 조직이 매우 다원화(환경부, 국토해양부, 농림수산식품부, 지식경제부, 행정안전부) 되어있어 부처별 다원적 사업추진에 따른 하천관리 유사업무의 중복 및 과잉투자가 이루어지고 있는 실정이며 물관리 계획간에도 서로 연계성이 부족한 것으로 나타나고 있다. 이와 더불어 중앙정부 주도의 정책수행으로 지방자치단체에서는 지역특성을 고려한 통합적인 유역관리가 가능함에도 물관리 업무를 소극적으로 수행하고 있는 실정이다.

충청남도는 효율적인 물관리 정책을 실현하기 위해 전국 최초로 일원화 관리체계인 물 통합관리본부를 발족하고 물 통합정보시스템을 구축하였으며, 현재 물 통합관리를 위한 로드맵 및 실천과제를 작성하는 등 중장기계획을 수립 중에 있다.

이에 유럽(독일·프랑스·영국)의 유역통합관리 정책추진 체계 및 동향을 파악하기 위하여 관계기관 및 전문가와의 인터뷰 등을 통하여 충청남도 물 통합관리 중장기계획 수립을 위해 필요한 정보를 조사하고, 물 통합관리 수립에 활용할 만한 정부 지침 및 연구자료를 수집하였으며 유역통합관리를 성공적으로 추진하고 있는 하천유역(라인강:독일, 세느강:프랑스, 템즈강:영국)의 현장답사를 실시하였다. 본 고에서는 독일과 프랑스의 기관 인터뷰 내용과 라인강, 세느강의 현장조사 결과를 소개하고자 한다.

II. 주요 방문기관 및 면담내용

1. 라인강 보존 국제위원회(ICPR) - 독일 (International commission for the protection of the Rhine)

1-1 라인강의 유역통합관리

○ 라인강 보존 국제위원회의 개요

라인강 유역에는 여러 나라가 포함되어 있어 라인강 문제를 하나의 국가에서 해결할 수 없을 뿐만 아니라 상·하류 유역에 있는 국가 간의 공조가 필수적이다. 이에 라인강 보존 국제위원회는 1950년에 일반적인 포럼형태로 설립되었으며, 국가적인 협력을 위해 1963년에 국제협약을 제정하였고, 1999년에는 새로운 총회가 구성되면서 개정되었다.

위원회의 회원국은 스위스, 프랑스, 독일, 룩셈부르크, 네델란드 등 유럽연합이며, 참관국은 오스트리아, 리히텐슈타인, 벨기에(wallonia포함) 등 총 9개 국가 또는 단체이다.

위원회는 국제정부기구(Intergovernmental Organization, IGO)이면서 비정부기구(Nongovernmental Organization, IGO)의 특성을 동시에 가지고 있으며, 위원회의 주요 역할은 각 나라별로 라인강 유역을 관리하는 기관간에 의견조율 및 각 나라 유역관리 기관의 업무를 보조하는 역할을 수행하고 있다.



〈그림 1〉 라인강 보존 국제위원회 사무국 전경

○ 라인강 보존 국제위원회의 관련조직

1) 전체회의(plenary assembly)

최고회의로서 임기 3년인 위원장 주관하에 일 년에 한 번씩 개최되며, 위원장은 기술-과학사무국을 감독하고 전략그룹의 회합을 주관

2) 전략그룹(strategy group)

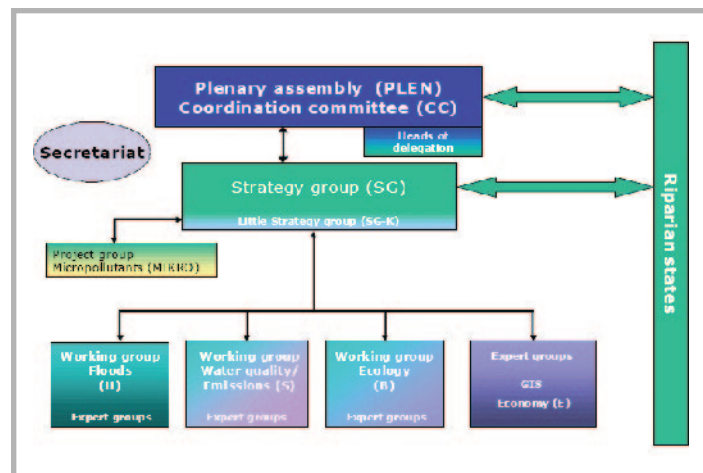
- ① 실행 프로그램들을 지시하는 기안을 작성
- ② working 및 project 그룹에서 다루어질 업무를 지시
- ③ 위원회 결정사항에 대한 시행여부를 감독
- ④ 민원관련 업무를 시행 · 감독하여 위원회에 보고서 제출

3) 실무그룹(working group)

홍수(flood), 수질/오염배출(water quality/emission), 생태(ecology) 등에 관련된 업무를 수행

4) 프로젝트 그룹(project group) : 한시적으로 구성된 그룹

하수로부터 배출되는 미량오염물질의 감소를 위한 대응방안 마련



〈그림 2〉 라인강 보존 국제위원회 조직도

○ 라인강 보존 국제위원회의 주요업무

라인강 보존 국제위원회는 위원회에 속한 각 나라에서 수행했던 유역프로그램들을 조정하고 수행결과에 대해 토의하는 업무를 수행하고 있다.

〈주요업무〉

- 1) 지속가능한 개발과 북해(North Sea)에 미치는 영향을 경감시키기 위해 라인강의 화학적 및 생태학적 상태를 향상시킴
- 2) 라인강의 생태학적 조건을 고려하여 포괄적인 홍수예방과 보호
- 3) 라인강 유역의 WFD(Water Framework Directive)와 FD(Floods Directive)와 같은 유럽기준을 맞추기 위한 국가간의 통합조정 역할을 수행



〈그림 3〉 라인강 유역현황 및 세부 유역별 사진

○ 라인강 유역현황

라인강은 유럽의 9개국을 걸쳐 흐르는 강으로 유럽에 있는 강 중에서 3번째로 큰 강으로, 스위스 수원지로부터 시작되어 프랑스, 독일, 네덜란드를 거쳐 북해로 유출된다.

라인강의 주요지류는 우안에서 네카어(Neckar)강, 마인(Main)강, 란(Lahn)강, 루르(Ruhr)강이 합류되고, 좌안에서 아레(Ahre)강, 나에(Nahe)강, 모젤(Moselle)강 등이 합류된다.

라인강 유역(catchment)의 총면적은 200,000km², 강의 총 연장은 1,320 km, 항해할 수 있는 거리는 825km이며, 유역 내 거주인구는 5천8백만명 정도이며, 이 중에서 약 3천만명이 라인강 물을 음용수로 사용하고 있다.

라인강의 하상은 매우 완만하고 유

량의 계절적 변동이 적어 하상계수(coefficient of river regime; 연간 최대유량과 최소유량의 비)는 14에 불과해 중부 유럽에서 남북의 주요 수상교통로로 이용되었고, 수상교통의 발달과 함께 로마시대에 마인츠, 쾰른 등의 도시가 건설되었다.

라인강 하구부 분류는 로테르담을 기점으로 유럽 내륙부로 연결되는 수상교통로로 이용되며, 유럽선이라고 부르는 내륙수운용 표준선이 스위스 바젤까지 거슬러 올라갈 수 있다.

○ 라인강의 변화

1838년의 라인강은 원시의 자연적 강의 형태를 지니고 있으나, 1872년에 뱃길을 내고 농경지의 효율적인 사용을 위하여 하천을 직선형으로 정비하고 강 폭을 200m로 확대하면서 많은 사행 샛강이 사라지고 이에 따른 환경 및 생태문제가 발생하기 시작하였다.

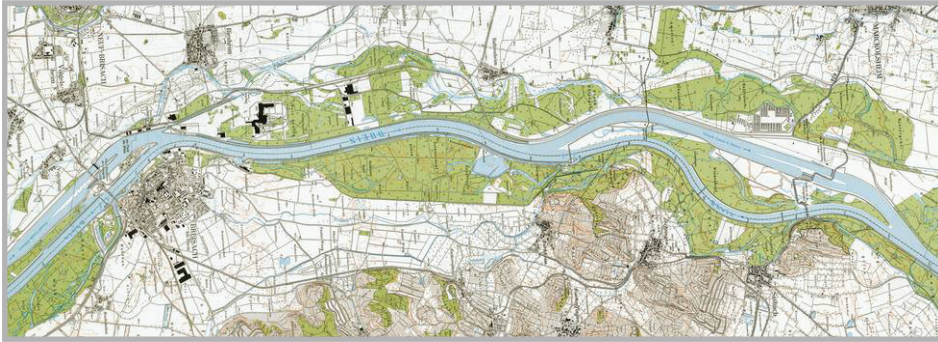
상류지역의 하천정비(운하건설 포함)에 따라 홍수발생이 증가하는 등 자연재해, 환경 및 생태문제가 지속적으로 발생하였다.



〈그림 4〉 1838년의 라인강



〈그림 5〉 1872년의 라인강



〈그림 6〉 1980년의 라인강

○ 라인강의 주요 이슈

- 1) 수질문제 : 오염물질의 유입저감
- 2) 생태문제 : 생태계가 자생 가능할 정도까지 복구
- 3) 홍수문제 : ① 하천의 충분한 통수단면을 확보
② 하천부지 주변의 경제적 활동에 따른 홍수위험 홍보

○ 라인강 유역관리의 목표

- 1) 라인강 생태계의 지속적인 보존
- 2) 음용수 생산을 위한 라인강의 수자원이용 보장
- 3) 환경피해를 유발하지 않도록 준설토 제거를 통한 토사의 질 개선
- 4) 홍수방지
- 5) 해양을 보호하기 위하여 북해의 수질개선

○ 라인강 유역관리계획

- 유역관리 계획기간이 10~20년인 장기계획을 수립
 - 유역관리 계획은 우선 최종목표를 설정하고 이러한 목표를 달성하기 위한 각 나라별 세부실천계획을 통해 라인강 유역을 관리
 - 유역의 환경 및 생태모니터링 등을 통한 계획의 시행과정을 평가
- 1) Rhine Action Programme (1987)

- 계획기간 : 1987년~2000년

- 계획의 목표 :

- ① 연어와 같이 라인강에서 없어지는 동물군이 다시 라인강에 살 수 있는 환경의 조성
- ② 라인강에서 음용수의 지속적인 생산
- ③ 강 바닥의 퇴적물에 함유된 오염물질의 저감

- 계획의 추진방법 :

- ① 상습적인 오염과 사고에 의한 유출 감소
- ② 라인강의 생태시스템과 북해의 보호
- ③ 충적지역의 보호와 홍수의 예방
- ④ 라인강 유역의 지속가능한 개발

- 계획의 성과 : 모든 부분에서 계획의 목표를 상당히 달성

- ① 라인강의 수질이 상당히 개선되었음
- ② 사고에 의한 오염이 상당히 감소되었음
- ③ 라인강의 동물군(특히, 연어)이 원상태로 회복되었음

2) Rhine 2020 - program on the sustainable development of the Rhine

- 계획기간 : 2000년~2020년

- 계획의 목표 :

- ① 생태계 개선(Ecosystem improvement)
 - 라인강 본류의 생태계 시스템을 원래 상태로 복원
 - 식물군(flora) 및 동물군(fauna)을 위한 서식환경의 향상
- ② 홍수 예방 및 방지(Flood prevention and protection)
 - 홍수로 인한 위험율을 2005년까지 10% 감소시키고, 2020년까지 25%로 감소
 - 하류지역의 홍수위를 2005년 30cm, 2020년 70cm 감소
 - 홍수가 일어날 수 있는 침수지역에 대한 인식을 확산
 - 홍수경보시스템을 2005년에 100% 예보가 가능하도록 향상
- ③ 수질 개선(Water quality improvement)
 - 간단한 자연친화적인 처리방법을 이용하여 음용수를 생산할 수 있도록 수질을 개선
 - 라인강에 존재하는 구성물 또는 물질간의 상호반응이 식물, 동물, 미생물 등에 해

로운 영향을 미쳐서는 안 됨

- 라인강에서 잡은 어류, 홍합, 가재 등은 인간이 섭취가 가능해야 함
- 라인강을 따라 주변지역에서 해수욕이 가능해야 함
- 준설물질의 처리는 환경에 해로운 영향을 미쳐서는 안 됨

④ 지하수 보호(Groundwater protection)

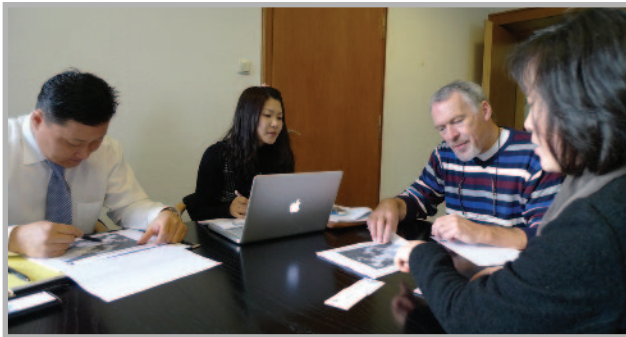
- 오염된 지하수로부터 라인강을 보호하고, 오염된 라인강의 침입(infiltration)으로부터 지하수의 보호
- 충적(alluvial) 지역에서 지하수와 강물사이에 동적이고 양적인 상호반응을 유지
- 지하수의 보호, 향상, 복원 등을 통하여 수질을 향상
- 지하수의 추출과 재충전(recharge, 함양)의 균형을 확실하게 맞춤
- 환경에 유해한 영향을 유발하지 않도록 빗물의 침투와 침입을 촉진

1-2 주요 면담내용 및 현장조사결과

○ 면담자 : ir Ben van de Wetering(General Secretary)

라인강 보전 국제위원회 사무국장

○ 면담내용



〈그림 7〉 라인강 보전 국제위원회 사무국장과의 인터뷰

유역관리계획 수립, 현안사항에 대한 의견조율, 관련기관 및 단체간의 공조를 위한 국제적인 거버넌스(라인강 보전 국제위원회)를 구축하였다. 보다 효율적인 유역관리를 위해서는 유역관리계획을 명확하게 수립하고, 이를 시행할 수 있는 기관이 역할을 충실히 수행해야 하며, 계획의 이행사항을 평가할 수 있는

시스템(모니터링)의 구축이 잘되어 있어야 한다.

－ 유역관리계획의 수립

유역관리계획은 라인강 보전 국제위원회에서 수립하며, 강 하류에 위치한 나라(네델란드)

의 의견을 최대한 반영하여 수립하고 있다.

유역관리계획에는 치수계획(홍수예방 및 방지), 이수 및 환경계획(지하수 보호, 용수사용을 위한 수질 및 생태계의 개선)이 모두 포함되어 있다. 특히, 치수계획은 총괄적인 유역관리계획에 포함하여 수립하였더라도 시행계획(action plan on floods)을 따로 수립하여 수행하고 있다.

- 유역관리계획의 실행 및 평가

계획시행에 대한 총괄적인 조정은 라인강 보존 국제위원회에서 수행하고 있으며, 유역관리계획의 시행은 라인강 유역관리계획을 바탕으로 각 나라별 위원회에서 수행한다.

유역관리 계획의 모니터링 부분은 주로 환경계획에 초점이 맞추어져 있으며, 화학적 및 생태학적 측면을 모두 고려하여 모니터링을 수행하고 있다.

○ 라인강 현장조사(독일 주요도시 부근)



〈그림 8〉 라인강 중상류(독일 Heidelberg 지역)



〈그림 9〉 라인강 중류(독일 Rüdesheim 지역)



〈그림 10〉 라인강 중하류(독일 Koblenz 지역)

2. 일드 프랑스 지방환경청, 세느-노르망디 유역관리부 - 프랑스 (Direction régionale de l'environnement d'Ile-de-France, Délégation de Bassin Seine-Normandie)

2-1 프랑스의 유역통합관리

○ 프랑스의 유역관리

프랑스는 수자원 및 환경관리 계획의 수립과 시행을 유역단위로 수행하는 대표적인 나라로서 1964년에 제정된 수법(water law)에 의해 지역의원이나 다양한 물 이용자(농업, 공업, 어업, 운수, 수력발전, NGO) 대표들의 참여와 협동으로 공공의 성격을 가진 6개의 물 관리청(water agency: Seine-Normandy, Artois-Picardy, Loire-Brittann, Adour-Garonne, Rhône-Mediterranean-Corsica, Rhine-Meuse)을 만들었으며, 각 관리청 산하에 공무원, 물 사용자, 지방정부에서 지정한 사람으로 구성된 물 의회(water parliament) 또는 유역위원회(basin committee)를 구성하였다.

1992년에 강화된 두 번째 수법에서는 물 관리청의 역할이 증대되었으며, 유역위원회에서는 하천유역 수준에서 균형적인 물 관리를 할 수 있는 도시계획과 수자원관리(Schéma Directeur d'Aménagement et de Gestion des Eaux, SDAGE) 지침을 제정하였다.

2000년 유럽연합(EU)에서 통합수자원관리(integrated water resources management, IWRM)를 위한 기본적인 가이드라인인 WFD(water framework directive)를 제정함에 따라

2003년 WFD를 프랑스의 새로운 수법에 적용하여 시행중에 있다.

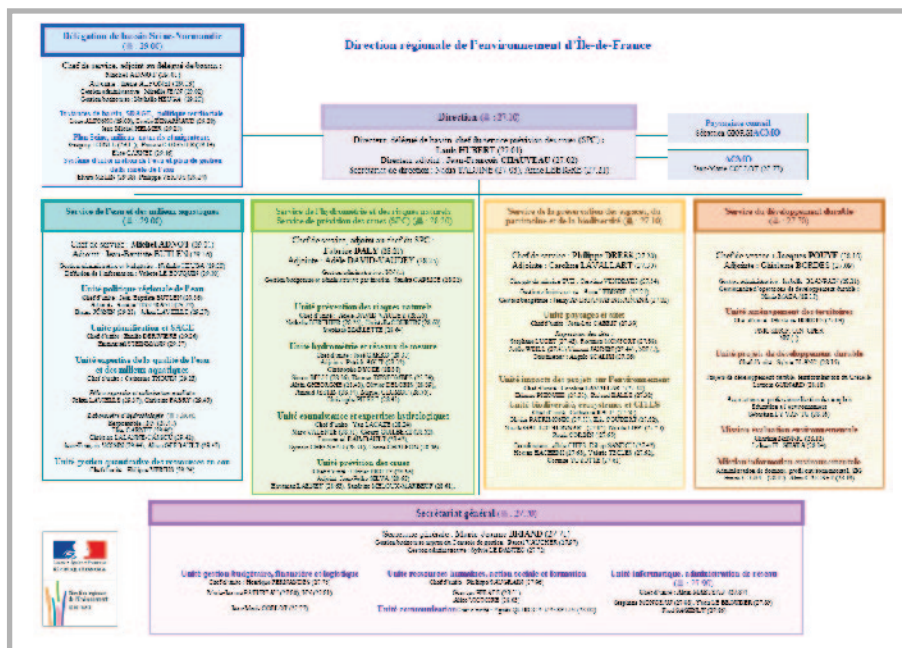
○ 유역관리를 위한 관련 정부조직의 개편

수자원 및 환경관리 계획의 수립과 시행을 유역단위로 수행하는 프랑스는 2008년 환경부를 ‘환경’이라는 단어를 떼어내고 생태, 지속발전, 그리고 국토정비라는 3개의 부처를 하나로 통합하여 생태·에너지·지속가능개발부라는 거대 부처로 개편하였다.

한국식으로 표현하면 환경부가 생태관리부가 되면서 부총리급으로 격상되었고, 건설과 교통을 합병하고 여기에 에너지와 기후변화협약과 관련된 부처까지 모아놓은 거대 조직으로 개편된 셈이다.

○ 일드 프랑스 지방환경청, 세느-노르망디 유역관리부

프랑스 6개 지방환경청 중에 하나로 중앙정부의 조직통합으로 인해 생태·에너지·지속가능개발부의 주요 업무를 유역차원으로 수행하고 있다.



〈그림 11〉 일드 프랑스 지방환경청 조직도

○ 세느-노르망디 유역현황

세느강은 프랑스에서 3번째로 긴 강이며 길이 776km로 부르고뉴, 상파뉴, 일드프랑스, 노르망디 등을 거쳐 영국해협으로 유출된다.

세느강에는 오비강, 윤강, 루아르강, 마른강, 우아즈강, 외르강, 릴강 등이 합류된다. 세느-노르망디 유역의 총면적은 약 100,000 km²이고, 8개의 지역(region), 25개의 카운티(county)에 8,700개의 지방자치단체로 이루어져 있으며, 유역전체 면적의 2%에 총 1천7백만명이 거주하고 있다.

○ 세느강 현장조사(프랑스 파리 부근)



〈그림 12〉 세느강의 현황

○ 세느-노르망디 유역관리계획

– Plane Seine

1) 계획기간 : 2007년~2013년

2) 계획의 목적

- ① 홍수와 범람방지
- ② 수질향상
- ③ 환경의 질 향상
- ④ 지속적인 발전계획

3) 계획의 주요내용

① 홍수방지 : 수량감소에 대한 다년간의 총괄 프로그램

- 돌발적인 범람 및 수해 취약지역 감소, 환경보존을 위한 통합 프로젝트
- 수행 취약성 감소
- 실용성 증진
- 재해 예보 및 경보, 관리

② 수질향상

- SDAGE(Schéma Directeur d'Aménagement et de Gestion des Eaux; 도시 계획과 수자원관리) 지침에 따른 농업분야 수질오염방지
- 일시적인 수질오염 방지
- 식수확보

③ 환경의 질 향상

- 제방 정비계획
- 환경의 보전과 복원: 세느강의 생태계 다양성 보존과 복원, 멸종위기 동식물 리스트 작성

④ 세느강 유역통합관리를 위한 지속적인 발전계획 : 식수공급, 해상교통, 산업활동 및 배수, 물·자연환경 보존차원에서의 자금운용 등

- 교통
- 에너지
- 협력 프로그램 : 회유성 물고기 복원 작업
- 수량조절을 통한 환경관리 시너지 효과
- 제방과 관련된 레저문화 발전, 원활한 동선체계, 교육과 레크레이션 활동
- 다양한 협력연구 지원

4) 예산

- 정부와 세느-노르망디 유역 수자원관리기구(l'agence de l'eau Seine-Normandie)에서 재정부담, 국토발전을 위한 국가지원금 형태로 지급
- 7백만 유로의 유럽자금이 홍수방지와 생태계 다양성 개선분야에 투자될 예정

5) 계획의 실행

- 유역 관할 총책임자, 지역장, 재정기관, 공사책임자 등으로 구성된 경영위원회(Le

comité de pilotage de plan Seine)을 통해 실현됨

- 경영위원회의 사무국은 수자원 기구와 프랑스 수도권 지역 환경부에 의해 관리됨

2-2 주요 면담내용 및 현장조사결과

○ 면담자 : Michel ADNOT

Adjoint au Délégué de Bassin Seine Normandie & Chef de

Service de l'Eau et des Milieux Aquatiques

세느-노르망디 유역 부대표 및 수자원 서비스 센터장

○ 면담내용

- Governance(위원회)의 구축 및 의견조율

국가적 차원에서는 홍수, 가뭄 등의 자연재해에 관한 사항을 관리하고 재정, 계획, 실행 등 실제적인 집행 및 실행은 유역위원회에서 실시하고 있다(대부분의 예산은 국비 40%, 지방비 60%로 구성).

위원회의 성격이 공무원, 시민 등으로 구성된 단체이므로 투표를 통하여 대부분의 사안을 결정하며 결정된 내용에 대하여 추진이 잘 되는 편이다. 또한, 민간단체의 참여를 통해 유역기반의 정책을 수행하고 있다.

- 계획수립시 지속가능한 발전에 대한 욕구증대로 최근 생물 종다양성, 수질에 관한 문제를 매우 중요하게 다루고 있다.

- 모니터링 부분

일반적으로 모니터링은 공사 전·후에 대하여 철저히 실시하고 있으며, 생태 모니터링 및 공장지대의 폐수모니터링은 국립연구소에서 시행하고 있다.

본류하천의 수질 및 유량 모니터링의 경우는 매달 지방연구소에서 정기적으로 실시하며 지류하천의 경우는 사설연구소에서 실시하고 있다.

- 환경부의 조직개편

환경부의 조직개편 이후 일정 사안에 대하여 논의할 경우 다양한 전공자가 모이다 보니 의견조율이 쉽지는 않지만 문제가 발생했을 경우 문제의 해결이 빠르고 논의를 위

한 장을 마련하기에 수월하다.

– 생태습지 부분

인공적으로 습지를 조성한 예는 없으며 개인이 소유하고 있는 습지를 국가가 매수하는 사업들을 실시하고 있다.



〈그림 13〉 세느-노르망디 유역 부대표 및 수자원 서비스 센터장과의 인터뷰

III. 나오며

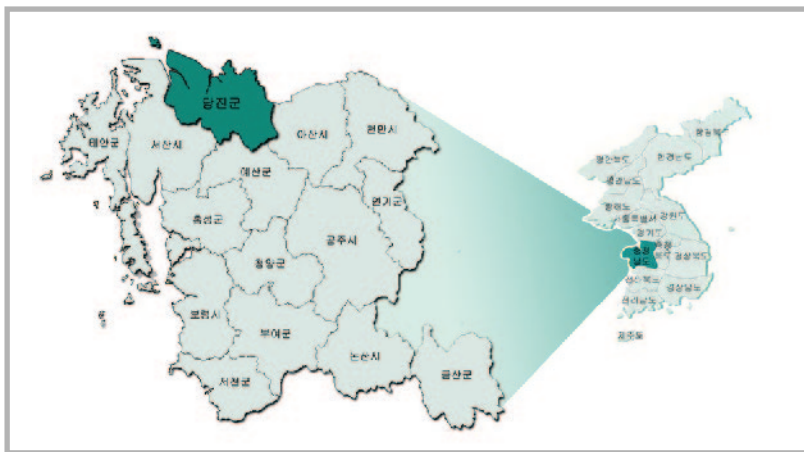
독일의 물관리체계를 요약해보면 유럽차원의 가이드라인을 기준으로 실제적인 물관련 정책 수립 및 집행은 지역상황에 맞도록 지방정부 차원에서 수립하고 있었고, 유역을 걸쳐있는 나라와 지방정부간의 조율을 강중심의 협의체에 의해 조율하고 있는 것으로 나타났다. 또한, 프랑스의 경우는 2008년 환경부를 생태, 지속발전, 국토정비라는 3개의 부처를 하나로 통합하여 생태·에너지·지속가능개발부라는 거대부처로 통합하여 개편하였으며 생태·에너지·지속가능개발부의 주요 업무를 총 6개 유역으로 나누어 유럽차원의 가이드라인을 기준으로 계획을 수립하고 사업을 시행하고 있었다.

이처럼 독일과 프랑스의 사례를 통해 살펴본 유역의 통합 물관리에의 시사점은 다음과 같다. 첫째, 유역관리의 주체가 중앙정부가 아니라 주정부 및 유역당국이라는 점이다. 유럽차원의 가이드라인을 토대로 중앙정부는 수질관련 기준이나 목표달성을 위한 지침을 제공하는 역할을 하며 주정부 및 유역당국이 주체가 되어 지역특성에 맞게 계획을 수립·추진하고 있었다. 둘째, 유역당국과 지역주민, 지방정부, 중앙정부의 역할구분을 명확하게 하고 있으며, 성공적인 유역통합 물관리를 위하여 유역계획의 수립 및 실행단계에 지역주민, 이해당사자의 참여를 법·제도적으로 보장하고 있다는 점이다. 셋째, 통합물관리의 현안이 지속가능성을 염두해 둔 수질 및 생태계, 기후변화 문제에 초점을 맞추고 있다는 점이다. 이에 따라 수질·유량 모니터링 뿐만 아니라, 생태, 지하수 모니터링까지 실시되고 있다.

당진의 현재와 발전방향

박철희 | 충남발전연구원 공간계획연구부장

1. 위치 및 지리적 여건



〈그림 1〉 당진군 당진읍의 지리적 위치

당진읍은 당진군의 행정, 상업, 문화, 업무의 중심도시로서 충청남도 최북단에 위치하며 동쪽으로 삼교천을 경계로 아산시, 남서쪽은 서산시, 남쪽으로는 예산군과 접하고 있다.

인천~목포를 연결하는 서해안 고속도로가 당진군과 당진읍을 통과하며, 2009년도에는 당진~대전간 고속도로가 개통되어 수도권 및 충남 내력과의 접근성이 획기적으로 개선되었으며, 국도32, 34, 38호선과 지방도 615, 619, 622, 647, 649호선 등이 주변지역과 연계되어 있다.

주요지역과의 거리는 서울 102km, 부산 403km, 목포 326km, 대전 136km, 천안 66km, 서산 25km 거리에 위치하며, 서해안 고속도로건설 등 도로여건 개선으로 수도권에서 1시간 이내에 위치하고 있다.

2. 역사적 변천과 도시 성장

〈표 1〉 행정구역 변천과정

시 대	연 혁
삼한 및 삼국시대	· 삼한시대는 마한에 속함 -삼국시대 백제 때에는 당진읍(고대, 석문 포함)을 중심으로 한 벌수지현, 면천방면의 해군, 정미면은 여춘현, 신평을 중심으로 한 사평현으로 나뉨
통일신라	· 경덕왕때(757년) 해군은 혜성군, 벌수지현은 당진현으로, 사평현은 신평현으로, 여춘현은 여읍현으로 개칭
고 려	· 고려 성종 2년(983년) 전국을 12주로 나누어 정비할 때 홍주목에 속한 혜성군, 당진현, 신평현이 있으며, · 성종 10년 전국을 다시 10도로 개편할 때 하남도에 속함 · 하남도는 공주와 운주(현 홍성)로 구성되고, 혜성군은 운주의 속군, 당진현, 신평현은 운주의 속현이 됨 · 예종 원년(1105년)혜성군과 당진현에 감무를 둠
조 선	· 태조 4년(1395년) 공주, 홍주, 청주 산하의 군현을 재편하여 충청도로 개칭 · 태종 13년(1413년) 당진을 현으로 하고 현감을 둠. 이때 면천지역은 면천군으로 개칭, 합덕읍 지역은 홍주목의 속현인 합덕현에서 세조때 합남면, 합북면이 됨 · 고종 32년(1895년) 당진현이 당진군으로 승격. 군내, 동면, 남면, 상대, 하대, 고산, 외맹, 내맹의 8개면 관할
근 대	· 1914년 군·면 폐합때 면천군 22개면과 해미군 일도면 대운산의 2개리와 염솔면 삼곡리 일부, 예산군 신종면의 옥금, 흑석의 2개리 일부를 병합하여 당진군으로 하고, · 이배, 고대, 석문, 마암, 송산, 순성, 범천, 합덕, 송악, 신평의 10개면, 123개리로 개편 · 1917년 10월 마암면을 면천면으로 · 1928년 이배면을 당진면으로 · 1942년 10월 1일 범천면을 우강면으로 고침
현 대 (해방 이후)	· 1957년 11월 6일 법률 제 456호에 의거 서산군 대호지면(9개리)과 정미면(18개리) 전체를 편입, 12개면을 관할 · 1963년 1월 1일 법률 제1177호에 의거 당진면이 읍으로 승격 · 1973년 7월 1일 대통령령 제6542호에 의거 정미면 여미리가 서산시 운산면에 편입되었고, 대통령령 제6543호에 의거 합덕면이 읍으로 승격 · 2005년 기준으로 2읍, 10면, 149개리로 구성됨

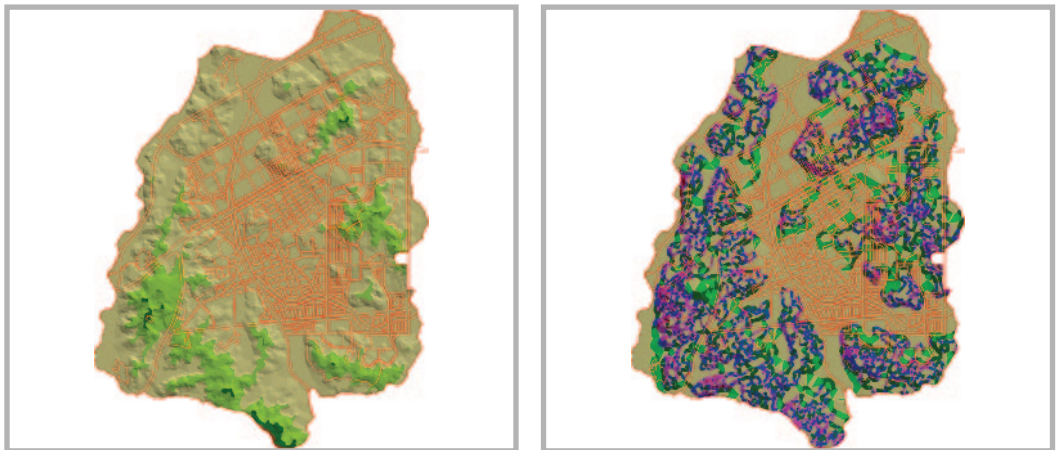
충남의 도시19 - 당진

당진읍은 삼한시대(三韓時代)인 마한(馬韓)의 별수지현으로 출발하여, 통일신라시대에 당진현으로 개칭되었고, 조선시대에는 충청도에 속하며 당진현에 현감이 설치되었으며, 고종 32년(1895년) 당진현이 당진군으로 승격되며, 해방 이후 1963년에 당진면에서 읍으로 승격되어 오늘에 이르고 있다.

3. 자연환경

지형·지세

당진 도시지역은 당진읍의 지형은 남쪽지역의 이배산(222m), 다불산 등 산악지형이 일부 분포하고 있으나, 당진천을 중심으로 경사도 5도 미만이 6,158.77천㎡, 45.5%를 차지하여 평지형을 이루고 있다. 당진읍 도시지역의 표고는 50m미만이 11,674.89천㎡, 86.2%로 대부분을 차지하고 있다.



〈그림 2〉 표고 및 경사분석도

수계

당진읍의 수계는 남북방향으로 당진읍을 통과하는 당진천을 중심으로 동측에는 시곡천, 서측에는 역천이 남쪽에서 북쪽으로 흐르고 있다. 특히, 당진천은 도시계획구역을 북서쪽에서 남북쪽 방향으로 관통하고 있어 도시민에게 쾌적한 수변공간을 제공하고 있다.



〈그림 3〉 당진군 당진읍의 지리적 위치

기후 · 기상

당진의 기후는 4계절이 뚜렷한 특성을 보이며, 겨울철에는 북서계절풍의 영향을, 여름에는 남동계절풍의 영향을 받는다. 평균기온은 12.6℃이며, 평균강수량 1,357.4mm, 평균습도 74%, 일조시간 2,582.6시간으로 강수량과 일사량이 풍부한 도시이다. 여름과 겨울의 기온차가 약 30℃ 수준으로 기온 차가 심하며, 강수량은 6,7,8월인 여름철에 770.4mm로 일년 강우량의 약 58%가 집중하여 내리고 있다.

4. 인구 및 생활환경

인구

당진읍에는 당진군 전체 인구의 31%가 집중되어 있으며, 1996년부터 2008년을 기준으로 연평균 3.78%성장 추세로 나타나, 충청남도 0.78%, 당진군 0.98%보다 높은 성장률을 보이고 있다. 핵가족사회와 낮은 출산율 등으로 인해 세대당 인구는 2.57명으로 당진읍은 16,694세대

충남의 도시19 - 당진

가 거주하며, 연평균 7.49세대가 증가하고 있다.

당진읍의 인구밀도는 당진군 전체밀도의 4배 이상으로 2008년 832 km²로 충청남도 239 km², 당진군 209 km²보다 높은 수치를 나타내고 있다.

주택

연립주택과 다세대 주택을 중심으로 주택공급이 이루어졌으나, 현재 지속적인 택지사업을 통해 대단위 아파트단지 조성하고 있다. 특히, 당진 읍내지구 및 원당지구의 개발을 통해 2007년에 384,054평의 주거 및 택지지구를 공급 완료함으로써 산업발전에 따른 유입인구 증가에 적극적으로 대처하고 있다.

〈표 2〉 당진읍 수계망도

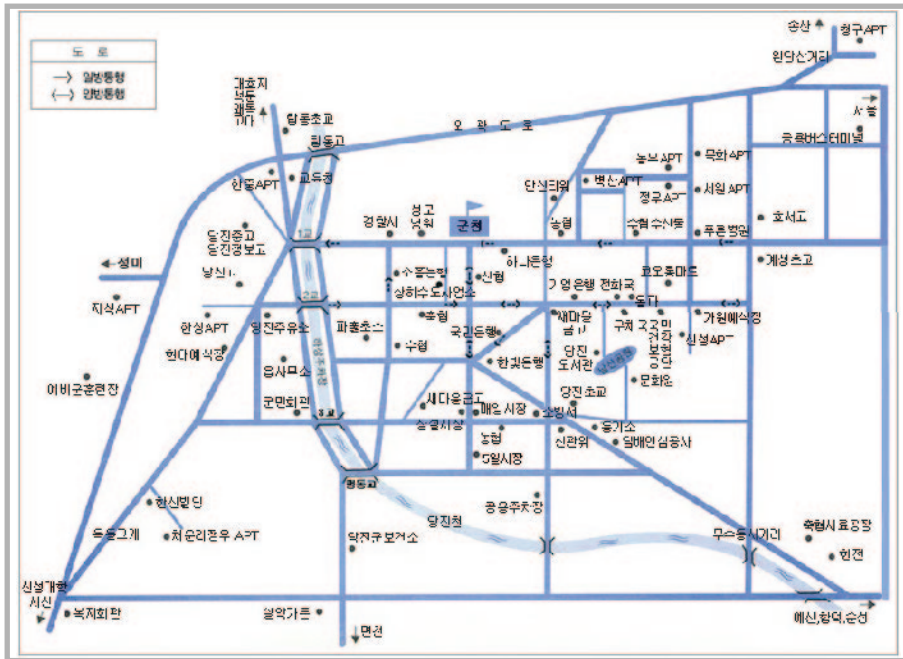
(단위 : 대수, 호, %)

구 분	세 대 수	주 택						주 택 보급률
		계	단 독 주 택	아파트	연립주택	다세대 주 택	비거주용 건물내주택	
1998년	39,435	51,320	26,117	20,168	1,852	1,224	1,959	130.0
2000년	39,951	39,004	24,481	9,270	3,219	324	1,708	98.0
2003년	41,415	41,405	24,669	9,096	2,442	1,535	1,749	99
2008년	57,141	53,971	24,454	18,023	2,505	1,667	1,749	132.1
연평균증가율	8.98	1.03	-1.27	-2.13	7.05	7.24	-2.14	0.32

* 자료 : 당진군, 당진통계연보, 2009.

교통

당진의 도로망은 격자형 및 자연형이 혼합된 도로망형태로 현재 도로 폭이 좁아 일방 통행제를 운영하여 도심의 교통 혼잡도를 완화하고 있으며, 주변지역의 계획적 개발을 통해 체계적인 도로교통망을 구축하고 있다.



〈그림 4〉 당진읍 중심시가지 교통 현황도

5. 산업

최근(2000년~2008년) 당진군의 사업체와 종사자 모두 증가하는 형태를 나타내고 있으며, 당진군 전반의 산업 활성화가 진행되고 있어 당진읍의 중심지 기능이 지속적으로 강화되고 있다.

2008년 당진읍의 사업체는 3,279개, 종사자수는 12,871명으로 군의 39.8%, 31.6%를 차지하고 있으며, 건설, 도매 및 소매, 숙박 및 음식점업, 금융 및 보험, 교육, 공공행정, 사업서비스업 등의 상업 및 행정, 업무, 교육 등의 도시기능(66.2%)이 높은 비중을 차지하여 3차 산업이 집중된 도시로서 주변의 1, 2차 산업 중심도시를 지원하는 배후 중심도시이다.

충남의 도시19 - 당진

〈표 3〉 당진을 사업체 변화

(단위 : 인, %)

구 분	충청남도		당진군(A)		당진군(B)		B/A*100	
	사업체	종 사 자	사업체	종 사 자	사업체	종 사 자	사업체	종 사 자
1998년	39,435	51,320	26,117	20,168	1,852	1,224	1,959	130.0
1997년	114,227	485,110	7,116	29,358	-	-	-	-
1998년	113,337	456,957	7,018	27,613	-	-	-	-
1999년	113,337	456,957	7,358	27,754	-	-	-	-
2000년	119,149	496,966	7,224	34,339	2,680	10,508	37.1	30.6
2001년	118,197	509,575	6,936	27,837	2,792	10,113	40.3	36.3
2002년	119,762	525,595	7,077	29,179	2,843	10,771	40.2	36.9
2003년	122,459	544,469	6,916	28,364	2,766	10,140	40	35.7
2004년	123,445	565,624	6,975	29,334	2,686	9,722	38.5	33.1
2005년	106,171	240,591	7,578	34,745	3,006	11,506	39.7	33.1
2006년	107,158	239,152	7,618	36,365	3,127	12,197	41.0	33.5
2007년	108,708	247,036	8,088	39,563	3,294	12,765	40.7	32.3
2008년	109,692	249,517	8,245	40,691	3,279	12,871	39.8	31.6
연평균 증가율	-0.99	-6.22	1.77	2.31	2.79	2.81	0.90	0.42

* 자료 : 충청남도 통계연보, 각년도; 당진군, 당진통계연보, 각년도

〈표 4〉 당당진군 및 당진을 산업특화지수(LQ-2008년 종사자수기준)

구 분	당진군	당진을	합덕읍	고대면	석문면	대호지면	정미면	면천면	순성면	우강면	신평면	송악면	송산면
1998년	39,435	51,320	26,117	20,168	1,852	1,224	1,959	130.0					
1차산업	227	106	19	0	33	11	23	0	0	8	5	14	8
2차산업	16,018	1,657	820	508	656	117	219	1,188	1,033	162	932	7,315	1,411
3차산업	24,446	11,108	1,985	401	2,069	186	530	503	487	456	1,866	3,375	1,480
합계	40,691	12,871	2,824	909	2,758	314	772	1,691	1,520	626	2,803	10,704	2,899
1차산업LQ		1.5	1.2	0.0	2.1	6.3	5.3	0.0	0.0	2.3	0.3	0.2	0.5
2차산업LQ		0.3	0.7	1.4	0.6	0.9	0.7	1.8	1.7	0.7	0.8	1.7	1.2
3차산업LQ		1.4	1.2	0.7	1.2	1.0	1.1	0.5	0.5	1.2	1.1	0.5	0.8

* 자료 : 사업체 기초통계조사, 통계청, 2008년

6. 문화관광

역사문화자원

2008년 현재 당진군의 문화재는 국가지정문화재 8개, 도지정문화재 16개, 군 지정 향토유적 8개로 총 32개가 존재하며, 당진읍의 경우 도지정 문화재 2개 및 향토유적 1개의 문화재가 있다.

〈표 5〉 당진읍 문화재 현황(2008)

구 분	계	국가지정 문화재					도지정 문화재					군지정
		계	보물	천 연 기념물	중요민속 자 료	중요무형 문화재	계	유 형 문화재	기념물	무 형 문화재	문화재 자 료	
당진군	41	8	4	1	1	2	24	3	12	1	8	9
당진읍	4	-	-	-	-	-	2	-	1	-	1	2

* 자료 : 당진군, 당진통계연보, 2009.

문화행사

당진읍을 중심으로 개최되는 문화행사는 전통축제 2개, 축제 3개, 기타 문화행사 3개로 총 8개의 행사가 이루어지고 있음

〈표 6〉 당진읍을 중심으로 한 문화행사 현황

구 분	명 칭	위 치	기 간
전통축제	기지사리 줄다리기	송악면 기지사리 202	음력3월중순
	안섬풍어제	송악면 고대리	음력1월 첫 진일날
축 제	농업인한마당행사(당진 쌀 축제)	신평면 운정리 삼교호 관광지 광장	자율적
	면천진달래민속축제	면천면 성상리 및 아미산 일원	4월중(2-3일간)
	상록문화제	소악면 부곡리 필경사 및 당진군 일원	10월
기타 문화행사	남이홍장군 승모제	충장사 및 당진군 일원	9월
	대호지 4.4 독립만세운동	대호지면 도이리	4월4일
	소난지의병항쟁 추모제	석문면 난지도리	자율적

충남의 도시19 - 당진

문화시설

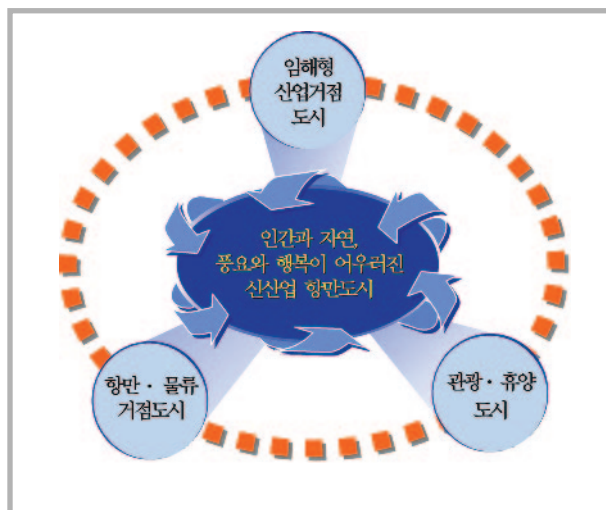
당진읍은 도서관 1, 종합공연장 2, 영화관 2, 군민회관 1, 복지회관 1, 청소년회관 1, 문화원 1개소 등 총 9개의 문화시설이 있으며, 주민 문화복지 수준 향상을 위해 최근 교육문화스포츠 센터와 문예의 전당 건립하였다.

〈표 7〉 자료 : 당진군, 당진통계연보, 2009.

구 분	도 서 관		공연시설		지역문화 복지시설			기타시설	
	도서관수	좌 석 수	종합공연장	영 화 관	군민회관	복지회관	청소년회관	문 화 원	전수회관
당진읍(군)	1 (3)	144 (524)	2 (2)	2 (2)	1 (1)	1 (12)	1 (1)	1 (1)	0 (2)

* 자료 : 당진군, 당진통계연보, 2009.

7. 도시 미래상



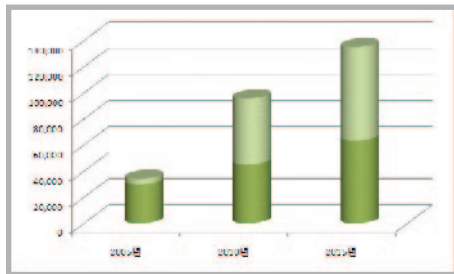
역사문화자원

당진은 당진군의 미래도시상인 「인간과 자연, 풍요와 행복이 어우러진 신산업 항만도시」구현과 살기 좋은 도시를 만들기 위해 도시의 미래상을 “충남 서북부지역의 중심도시로서 교육, 문화, 경제가 조화된 살기 좋은 명품도시”를 설정하고, 교육문화경제의 중심도시, 산업단지 배후도시, 쾌적한 정주도시, 문화복지도시, 전원도시를 지향하고 있다.

당진읍의 도시 미래상

충남 서북부지역의 중심도시로서 교육, 문화, 경제가 조화된 살기 좋은 명품도시

- 주변지역의 교육 문화 경제의 중심도시
- 주변산업단지와 연계한 배후도시
- 쾌적한 정주공간 도시
- 도시기반시설, 생활편익시설, 교육 및 복지시설이 갖춰진 살기 좋은 도시
- 자연환경과 조화된 전원적 주거도시



〈그림 5〉 당진읍 도시계획 인구

계획인구

당진군은 2015년까지 당진인구를 228천명으로 목표로 하여, 도시기반을 구축하고 있으며, 특히 당진읍은 이중 135천명 분담하는 거점도시로 발전하기 위해 도시의 체계적 발전과 지역별로 특색있게 개발을 유도하고 있다.

〈표 8〉 도시지역 내 계획인구 설정

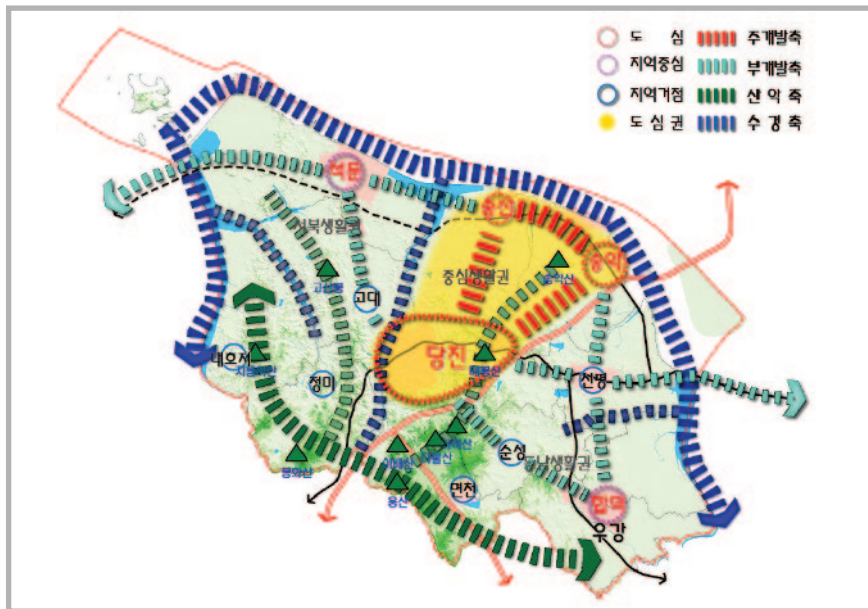
(단위 :인, %)

구 분		계	당 진 도시지역	합 덕 도시지역	면 천 도시지역	송 악 도시지역
2005년	행정구역	76,893	34,107	11,912	4,295	13,581
	도시지역	51,620	29,918	8,329	1,529	4,343
2010년	행정구역	160,939	95,677	13,750	4,669	31,664
	도시지역 ≒78,400	78,347 ≒45,000	44,968 ≒9,500	9,488 ≒4,700	4,699 ≒6,000	6,016
2015년	행정구역	228,353	135,005	16,285	5,209	53,683
	도시지역 ≒105,900	105,907 ≒63,500	63,452 ≒11,200	11,237 ≒5,200	5,209 ≒10,200	10,200

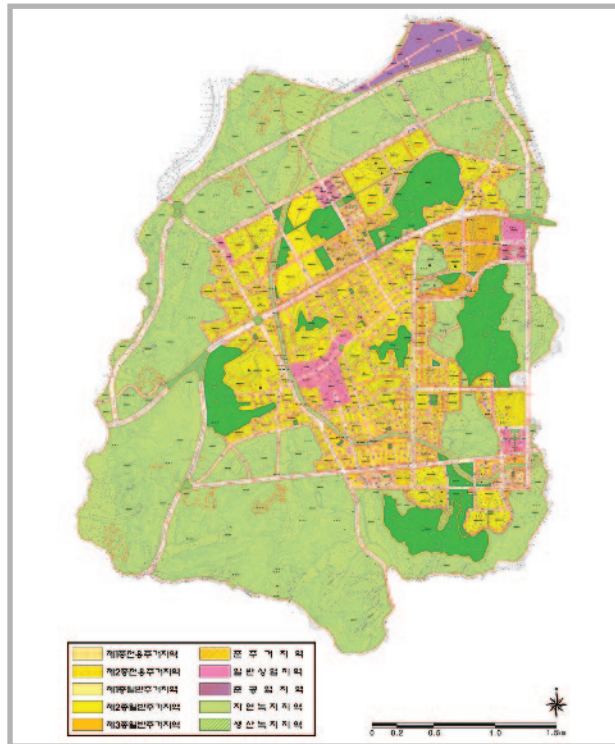
충남의 도시19 - 당진

발전축

당진군은 당진의 중심지 체계를 ‘1도심(당진) 2지역중심(송악, 송산)’으로 설정하고 당진읍을 지역내 중심거점지역으로 육성하고자 하고 있다. 특히, 행정 및 중추관리기능을 수행하고 기존의 도시기반 및 시설을 활용하여 음식·숙박서비스를 제공하는 지역 중심의 배후도시 기능을 담당하며, 의료·문화·교육 등 고차원적인 서비스 시설 및 기능을 갖추는 계획을 가지고 있다.



〈그림 6〉 당진읍을 중심으로 한 도시공간구조구상도[발전축]



〈그림 7〉 당진읍 도시지역 용도계획 현황

8. 주요도시개발 사업

행정 및 중추관리기능과 배후 서비스 기능을 수행하기 위해 당진은 기존에 노후화된 시가지 개발과 새로운 개발사업지 확보를 통한 계획적 개발을 추진하고 있다.

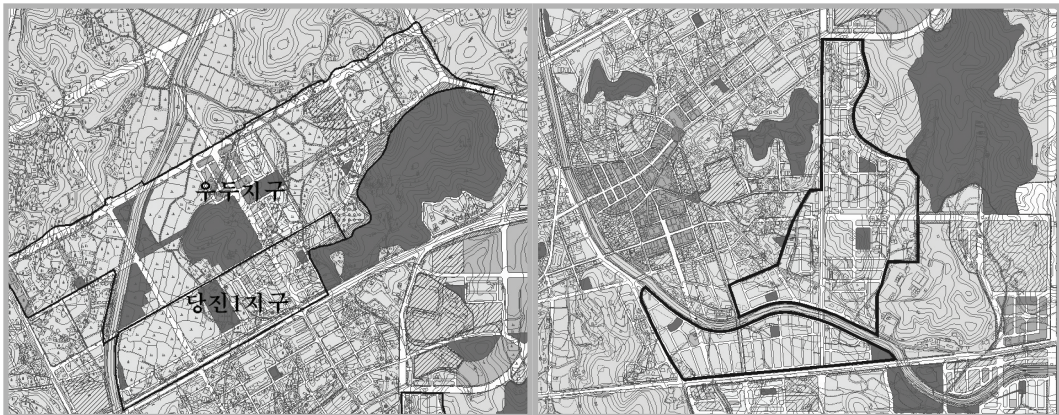
현재 당진에서 역점적으로 추진한 사업으로는 원당 택지개발사업, 읍내지구 토지구획정리사업이 있으며, 추진 중인 사업으로서는 당진1지구 도시개발, 우두지구 택지개발, 대덕·수청지구 도시개발사업 등이 있다. 그리고 향후 추진사업으로서는 당진의 구시가지 개발 등을 당진의 지역실정에 맞게 개발함으로써 서해안의 거점 친환경적인 도시로 거듭나고자 하고 있다.

충남의 도시19 - 당진



〈그림 8〉 개발이 완료된 원당 택지개발사업 및 읍내지구 토지구획정리사업

지 구 명	면 적 (㎡)	토지이용 (㎡)	세대수	인구수 (명)	시행기간	사업비 (억원)	시행사	시행 방식	비고
당진읍내지구 토지구획정리	567,619	주거 : 330,096 공공 : 237,523	2,441 (단1,775 공 666)	8,059 (단5,858 공2,201)	2001. 3.8.~ 2006.10.25.	414 (68)	당진군	환지	
원당지구 택지개발사업	417,663	주거 : 173,311 상업 : 16,544 공공 : 227,808	2,667 (단97 공2,570)	8,801 (단320 공8,481)	1997.12.19.~ 2005.6.30.	1,210 (561)	대한주택 공 사	수용및 사 용	



〈그림 9〉 개발 진행 중인 당진지구 및 우두지구 택지개발, 대덕·수청지구 도시개발사업

지 구 명	면 적 (㎡)	토지이용 (㎡)	세대수	인구수 (명)	시행기간	사업비 (억원)	추진상황	시행방식
당진1지구 도시개발사업	265,320	주거: 152,731 공공: 112,589	1,777 (단252 공1,525)	5,331 (단556 공4,575)	2007.6.1~ 2010.5.30.	462 (105)	공사중	환지방식
당진 우두 택지개발사업	783,832	주거: 364,462 상업: 20,182 공공: 399,188	5,804 (단156 공5,648)	16,254 (단437 공15,817)	2007.12.21~ 2013.12.31	2,149 (1,025)	실시계획 인가 완료	수용 및 사용방식
당진대덕 수청지구 도시개발사업	701,173	주거: 220,685 상업: 18,228 공공: 462,260	2,795 (단117 공2,678)	7,827 (단328 공7,499)	2007.5.10.~ 2010.12.31.	2,946 (2,325)	공사중	수용 및 사용방식
당진중심권 도시개발사업	967,900	주거: 423,000 상업: 56,600 공공: 488,300	5,010 (단220 공4,790)	13,530 (단600 공12,930)	구역지정일 ~2001.5.12.	4,037 (2,570)	타당성조사 용역중	수용 및 사용방식
채운대덕지구 도시개발사업	73,675	주거: 47,520 공공: 26,155	835 (공835)	2,338 (공2,338)	구역지정 일로부터3년	475 (350)	공람조치 계획중	수용 및 사용방식



〈그림 10〉 대덕·수청지구 도시개발사업 조감도

백제문화제를 발전시켜야 하는 이유

최 석 원 | 2010세계대백제전 조직위원회 위원장



축제를 만드는 사람들의 수준이 행사 수준을 결정한다는 말이 있다. 가령, 축제를 만드는 행위자(Agent)의 안목과 기술, 예술적 문화적 감각이 어떠한가에 따라 그 축제의 수준은 아주 다른 모양으로 바뀌어지기 때문이다. 축제 담당자 스스로 지역적 폐쇄성 혹은 다른 말로 로컬리즘을 뛰어넘고자 하는 경우라면 얼마든지 전국 축제화로, 더 나아가 국제성을 갖는 축제로 발돋움할 수 있는 조건을 갖췄다고

할 수 있다.

한 때는 ‘가장 우리적인 것이 가장 세계적인 것’이라는 가설이 팽배하면서 ‘우리적인 것’ 이기만 하면 그만이란 식의 인식이 유행했던 적도 있다. 하지만 요즘은 그에 못지않게 세계적 수준과 세계인들의 눈높이에 맞추는 노력이 병행될 때 비로소 세계적 축제로 자리할 수 있다는 주장이 훨씬 설득력 있게 들린다.

그렇기 때문에 축제에 공무원과 민간인 구분을 떠나 문화에 대한 관심과 마인드를 갖춘 직원을 배치하는 일은 중요한 것이다. 이는 축제를 벌이기 위한 기본 인프라, 말하자면 교통 숙박 음식 안내시설과 장애인편의시설 등 관람객 편의성을 높이는 일보다도 어쩌면 우선되는 것일 수 있다.

전국적으로 무수한 축제들이 연중 실 틈 없이 펼쳐지는 것을 눈여겨 들여다보면 그들 축제의 발전성과 잠재성을 점쳐볼 수가 있다. 비슷한 컨셉과 구성, 비슷한 프로그램들,

비슷한 하드웨어로는 축제의 차별화는커녕 국제 수준의 축제로 발전시켜나갈 수는 없는 것이다.

전국 축제 어디서나 볼 수 있는 수준 낮은 외국 민속공연에 관람객들이 많은 시간을 던지거나, 관심을 가져줄 리는 만무하고, 싸구려 전시물에 눈 속아줄 관람객은 없을 것이기 때문이다. 부족한 축제 내용을 뛰어난 홍보나 집중적이고도 다량의 홍보를 통해 커버하면서 이른바 집객에 성공한다고 해도 그건 그 때 한번 뿐이다. 그래가지고는 지속성을 가질 수 없다.

관람객을 포함한 전체 축제 참여자들의 안목과 수준도 그 축제를 좌우하는 한 측면이다. 결국은 축제의 참여자들(Participants)이 그 축제를 키우는 것일 텐데, 참여자들이 얼마나 많이 몰려, 얼마나 흥겹게 즐길 수 있도록 하느냐가 관건임은 두말 할 필요가 없다.

축제를 준비하는 사람들, 곧 축제 행위자들은 축제 참여자들이 그저 진탕 흥겹게 즐기고 갈 수 있도록 자리만 깔아주면 된다는 식이다. 나머지는 참여자들의 몫이다.

어찌 보면 축제 자체가 일상으로부터의 이탈(Deviation)이고, 한바탕 흥겨움(fiesta) 그 이상도 이하도 아닌 경우가 많기 때문이다. 축제 참여자들이 모두가 흰 티셔츠를 입고 참가해 1시간 동안 마을 주민과의 싸움이 나고, 토마토 수레에 쌓인 토마토를 던지면서 일종의 '붉은 전쟁'을 펼치는 스페인 부놀 토마토축제가 그 대표적 사례다. 우리에게도 있다. 충남 보령이 자랑하는 머드축제도 비슷한 경우다.

물론 축제 속에 풍부한 콘텐츠가 담겨 있다면이야 대형 축제로 성장할 잠재력은 그만큼 크다고 할 수 있다. 백제문화제는 그같은 여러 축제의 요소를 두루 갖춘 축제인 까닭에 세계적인 대형 축제로 성장시켜가야 하고, 그 가능성은 매우 크다고 할 수 있다.

그러한 백제문화제가 오는 9월에는 2010세계대백제전이라는 이름으로 볼륨이 대거 확대돼 치러진다. 대백제전은 백제의 역사와 문화를 콘텐츠로 한다는 점이다. 이 백제의 역사와 문화를 고마나루와 낙화암 수상공연 등 금강을 따라 흐르는 서사적 수상축제로 표현해내는 것인데, 기존의 프로그램의 조합이나 나열이 아닌 새로운 창조적 축제라는 점에 주목할 필요가 있을 것 같다.

한 달 동안 지속될 프로그램을 잘 들여다보면, 그 안에는 물(水, 濟)과 곰(熊, 고마), 그리

고 고대국가의 특징인 제불전(祭佛典)과 정복전쟁을 상징으로 하는 것을 읽을 수 있다. 그것이 이 축제의 모티브이고, 이는 일회성 축제가 아닌, 그간 55년간이나 향토축제로서 뿌리를 튼튼히 해온 근거다.

다음은, 대백제전이 그 모티브가 이러한 역사문화에 있고 그것을 소재로 하는 까닭에 다분히 교육적 요소가 강한 축제여서 새로운 세대, 즉 어린 학생들에게는 언제나 교육적 재료가 될 수 있다는 점도 매우 큰 강점이 아닐 수 없다. 새로운 관람객은 계속 생성되어간다는 의미에서다.

주행사장 가운데 한 곳인 백제문화단지 개장과 함께 백제의 역사와 문화를 공연, 재현, 이벤트, 전시, 학술, 그리고 체험프로그램으로 구현해냄으로써 아이들이 눈으로 보고, 온몸으로 즐기고, 가슴으로 느끼는 축제가 가능하기 때문임은 두말 할 필요가 없다.

또한, 충남 전체 시군과 범(汎) 백제권, 더 나아가 세계인이 함께하는 축제라는 점도 대백제전의 특징이다. 백제를 주제로 한 다양한 프로그램은 물론이고 16개 시군이 참여하며, 한성백제, 웅진백제, 사비백제를 하나로 잇는 범백제권을 축제화 할 수 있기 때문이다.

백가제해(百家濟海)란 이름에서 알 수 있듯이, 중국, 일본을 비롯한 동남아까지 세력을 확대했던 문화강국 백제의 찬란한 문화창조력을 모태로 하는 세계대백제전에 거는 기대는 그만큼 크다. 지구촌이 함께 하는, 배움과 재미와 감동이 있는, 창작축제로 키워내야 하는 이유이기도 하다.

고대국가 가운데 가장 뛰어난 문화창조력과 예술혼을 자랑했던 나라가 백제였다면, 그를 모티브로 하는 축제야말로 우리나라에서 가장 빼어난 축제로 키울 명분은 충분하다. 백제 문화가 우리 문화의 원류이고 대표성을 갖는 문화이기에 그렇다는 것이다. 고대문화의 모든 세련되고 아름다운 것은 모두 백제의 것이라고 해서 크게 틀리지 않는다는 사실이다. 아시아 대표 명품 문화축제가 그냥 수식하자고 하는 말이 아니고, 그 말을 할 만하기 때문에 하는 얘기다.

그렇다면, 축제 행위자 곧 준비하는 쪽의 사람들의 마인드가 그에 따라야 할 것이고, 축제 참여자들로 하여금 그러한 사실을 알게 하고, 참여토록 할 필요가 있다.

충남문화의 숨결과 물결

- 충남의 새로운 미래가 될 문화산업을 주목하자 -

설 기 환 | 충남문화산업진흥원장



1. 문제에 대한 인식

온 세계가 환경문제로 어려움을 겪고 있다. 기상이변과 지진으로 인한 피해는 나날이 그 기록을 갱신하며 우리를 위협한다. 이산화탄소 배출이 주원인이 되어 기온상승으로 인한 해수면의 상승과 환경 피해가 위협의 한가운데 서 있다. 그래서 세상은 온통 이산화탄소배출을 줄이는 녹색산업이 미래산업이며 지구의 미래를 대비하는 길이라고 외치고 있다. 그런데 우리 충남이 우리나라에서 이런 이산화탄소 배출이 가장 높은 지역이라는 것이 우리를 긴장하게 한다. 다시 말하면, 산업구조와 생활환경이 우리나라에서 가장 나쁘다는 것이다. 제조공장이 많아서 경제적인 면과 고용의 문제에서 어려움이 적은 상황이지만 미래의 관점에서 본다면 심각성을 안고 있음이다.

2. 새로운 대비가 필요한 시점

녹색기술에 의한 녹색산업을 부르짖고 있지만, 그 내면을 들여다 보면 그렇게 호락호락한 문제만은 아니다. 우리나라가 녹색기술면에서 세계적인 경쟁력을 갖춘 것도 아니고 산업적인 수준이 녹색환경에 적응하는데는 더 많은 문제를 안고 있다. 발전면에서 우리나라가 원전의 구성비가 조금 높고 원전건설기술을 수출하는 수준에 있는 정도이다.

그렇다면 이런 우리나라의 산업환경 중에서도 가장 열악한 지역인 충청남도가 녹색산업

과 녹색환경을 위해서 가장 강력한 기획과 준비를 갖추어야 한다는 결론에 도달하게 된다. 제조업의 공장을 이전할 수도 없고 단번에 이산화탄소배출을 줄이는 생산구조로 탈바꿈하는 것도 현실성이 없다면 우리가 선택해야 할 미래적인 선택은 무엇일까?

제조공장중심의 산업을 최대한 억제하고 기존의 공장들이 환경을 개선해 나가는 것은 세계적인 흐름에 가장 수구적으로 준비하는 수준에 지나지 않는다. 충남의 경쟁력을 확보하기 위한 새로운 진단이 필요하다. 세계적인 흐름을 읽고 우리가 가진 것과 주변의 환경을 고려하여 미래지향적이고 지속성장이 가능한 산업을 찾아서 육성해 가야 한다.

3. 내실있는 경쟁력에 대한 점검

초광역 지역산업의 육성을 위하여 충청권이 선택한 산업영역이 New IT와 첨단 바이오 산업이다. New IT가 대덕연구단지가 있는 대전을 중심으로 일구어 질 것이고 첨단 바이오는 전국에서 가장 강력한 클러스터로 지정받은 오산이 중심이 될 것임은 자명하다. 그렇다면 충남은 어떤 전략을 가지고 초광역권산업과 환경문제의 당면과제를 풀어야 할 것인가?

물론 충청남도에도 이런 New IT 산업과 바이오 산업이 전혀 없거나 경쟁력이 없다는 것은 아니다. 다른 지역에 비해서 상대적으로 경쟁력이 떨어지므로 보다 다른 전략적 요소가 없으면 기존의 업적이 많은 지역에 뒤질 가능성이 높기 때문에 세밀하게 분석하여 실질적인 미래가치를 만들어 내어야 한다는 것이다. 이제는 자원과 기술력만의 시대가 아니다. 만들어진 제품과 서비스가 인간의 문화적인 관점에서 다가서야 하는 시대이다. 그래서 디자인과 스토리텔링을 이야기한다. 특히 IT와 바이오는 그 요소와 기술만으로 변별력을 차별화하기는 어렵다. 문화적인 감성으로 뒷받침된 마케팅이 더 중요한 요소로 자리매김되어야 한다.

4. 충남의 내부역량의 강점인 문화자원

충남은 충청권내에서 가장 문화적 자원이 풍부한 지역이다. 아니 국내의 그 어느 지역보다도 자연적 문화적 감성과 자원이 충분하고 경쟁력을 가지고 있다. 문화재가 많이 남아 있지 않아서 안타까움이 있지만 역사적 문화로 백제의 찬란한 문화를 안고 있고 근대사회화의 상징인 보부상의 내포문화 있다. 최근대의 역사로 잊혀질 수 없는 독립의 중심이 있고 분단과 전쟁의 본산인 군문화의 그루터기가 위치해 있다.

이렇게 충분한 문화유산과 자원을 가지고 있지만 문화산업의 수준은 국내 지역의 꼴지 수준을 면치 못하는 형편이다. 열악한 제조산업을 유치해서 어느 지역에 뒤지지 않는 산업 경쟁력을 일구어 낸 노력과 업적은 충분히 인정해야 하지만 경쟁력이 충분한 부분을 가치적 인식이 부족하여 방치한 부분은 반성하여 새롭게 전략을 세워야 할 부분이다.

5. 무한한 가치를 가진 문화산업

문화산업은 단순히 그 상품과 서비스를 판매하여 매출을 기록하는데 그치지 않는 산업이다. 문화콘텐츠를 소비함으로써 지역과 나라에 대한 인식이 바뀌고 다른 상품의 판매에도 영향을 미칠 뿐 아니라 관광과 교육의 영역까지 파급효과가 나타나는 무한한 가치를 창출한다. 겨울연가와 대장금이 그 좋은 예가 되어 우리에게 웅변하고 있다.

“아바타”, “반지의 제왕”, “해리포터”가 가진 힘은 알고 있으면서 우리의 것에 대해서 그런 가치를 더할 생각을 해보지 않는 것은 문화유산을 물려받은 후손으로서 부끄러운 일이다. 다른 나라의 유물을 가져다 전시하면서도 “문화는 소유하는 자의 것이 아니라 이해하는 자의 것이다”라는 선진국의 주장에 우리의 문화적 뿌리까지 내 줄 준비를 하는 것이 된다.

이제 우리의 문화적인 숨결을 느끼고 그 숨결을 물결로 바꾸는 지혜를 발휘해야 할 때이다. 문화란 그저 삶의 주변에 두는 것만으로는 유실되기 쉬운 것이다. 조상과 선배들의 문화적인 손길과 감흥을 세밀히 느끼고 새로운 창의를 더하여 무한한 가치를 가진 문화산업으로 승화시켜 나가야 한다.

5. 융합산업으로서 문화의 응용

기술만으로 세계 최고를 주창하다가 어려움을 겪던 애플사가 스티브 잡스에 의해서 문화와 문화적 디자인을 내세워 세계를 놀라게 하며 새로운 물결을 일으키는 현상을 보면 문화를 응용한 응용산업의 위력을 느끼게 한다. 우리나라의 대표산업이며 지역대표산업인 자동차와 디스플레이도 단순히 기술만으로 현재의 지위를 유지하는 것은 불가능한 일일 수도 있다.

충남이 가진 전통적인 우수성과 창의성을 우리만이 가진 토양적 감성으로 읽어내어야 한다. 또한 압제의 민족적 아픔을 곁기로 승화한 정기를 새롭게 하며 이 땅을 피비린내에서 성공의 세계적 표본으로 만든 동인을 찾아내어 문화의 우수성도 산업화하고 나아가서 이런

문화를 우리의 대표산업에 문혀서 차별화된 경쟁력을 만들어 가야 한다.

6. 자연자원에 문화 입히기

포도주는 프랑스의 자원과 문화를 전세계에 뿌리내리게 하는 선봉장이 되었다. 세계에서 프랑스 포도주의 출시를 기다리고 그 문화를 배우면서 품격이 높아지는 느낌을 나눈다. 다른 음식과의 조화, 잔을 받는 매너, 맛을 느끼는 방법 등 문화로 포장된 포도주는 우리나라의 소주에 해당하는 음식이라는 것을 알면서도 전세계가 소비하며 즐기고 있다.

충남은 산과 바다, 강과 들을 모두 품고 특유한 토양의 자연물들이 많다. 순수함을 잃지 않으려는 노력도 중요하지만 이런 자연자원들을 문화적 감성과 연결하는 새로운 돌파구가 필요하다. 문화적인 내용과 지역적 특성을 응용하여 자원을 활용한 가공상품과 융합제품을 만들어서 프랑스의 포도주, 월남쌀국수, 피자과 같은 브랜드를 만들어 내어야 한다.

7. 세계를 놀라게 할 출발선

동계올림픽의 피겨와 스피드 스케이팅의 장거리는 우리나라로서는 넘보기 힘든 영역이자 기반이 없던 분야인데 이번 밴쿠버 동계올림픽에서 우리의 가슴에 벅찬 감동과 도전을 준 사례이다. 기본적인 자질과 끈질긴 노력은 많은 어려움과 불비한 여건에서도 불가능을 가능과 환희로 바꾸어 그 기쁨을 더 크게 해 주는 밑거름이 되었기 때문이다.

비록 지금은 우리 충남이 문화산업 그 자체와 문화를 다른 산업과 연계하는 여건이 어려울지라도 문화적인 유산과 다른 산업을 일구어 낸 저력으로 더 큰 과실을 딸 수 있음을 느낀다. 이제 우리의 문화적 숨결을 세미한 부분까지 느끼며 전세계를 향해 문화적이고 새로운 산업적 물결을 일으킬 출발점에서 호흡을 가다듬으며 시상대를 기대해 보자.

다른 사람들이 창작하고 기획한 것에 제조나 제작의 기술을 더하는 암전은 무의미하다. 첨단산업이라 하는 IT와 Bio에 문화적인 경쟁력을 담지 못하면 더욱 심심해 진다. 우리의 이야기로 만든 우리의 콘텐츠를 세계를 향해 출시하고 자원과 기술에 문화를 담아서 차별화된 경쟁력으로 새롭게 되는 그날을 향해 출발선과 바통을 다시 한번 점검해 보아야 할 것이다.

이젠 스마트한 삶을

성 기 훈 | 중도일보 상임고문



#1 유신시절인 1973년 봄 지방신문정비(1도1사추진)가 속도를 내고 있었다. 충청남도에서도 중도일보와 대전일보 중 한 곳은 간판을 내릴 운명이었다.

이런 와중에 대전MBC 장익제전무가 중도일보 편집부장이던 내게 보도부장을 맡아 줄 것을 제안했다. 아내가 신문사가 불안하니 이참에 옮길 것을 요청했다. 내심 가고싶었지만 장전무를 만나 전사원이 난파선에 탄꼴인데 어찌 내 한몸만 탈출하겠느냐면서 갈수 없다고 했다. 대신 H부장을 천거했다.

#2 1974년 2월 뒤늦게 대전일보 편집기자가 되어 스포츠판을 맡았을 때 “고연전”이란 제목을 붙이면 윗분은 대장에서 연고전으로 고쳤다. 그러면 제작국에 가서 동판을 뜨기 전 원래대로 제목을 고쳐놓곤 했다.

#3 1980년 계엄기간, 신문제작에 대한 감시의 눈초리는 특히 따가웠다. 매일 지면 각각의 대장을 도청에 머물던 군검열관에게 가져가서 “OK” 사인을 받아야 했다.

그런데 기막힌 것은 조간신문(조선,한국)에 난 내용을 통신기사로 받아 그대로 전재했는데도 판을 다시 짜라고 할 때였다.

오늘아침신문 그것도 중앙지에 난것과 똑같은 것을 석간인 지방지에 보도하는 것을 막다니.. 검열의 기준이 무어나고 따질 수밖에..아무리 항의해도 지역 위수사령관의 지시라고

요지부동일때 정말 허탈하고 기가 막혔다. 그래서 었을까? 그해 8월 13일 숙청이란 이름으로 뜨거운 아스팔트위에 내동댕이 쳐졌다.

유신기간 1도1사추진때나 80년 계엄때 등을 통해 신문쟁이로서의 내길은 양지쪽이기보다 응달쪽이었고, 아스팔트위를 걷기보다는 울퉁불퉁한 자갈길을 덜커덩 거리며 가는 편이었다. 이음매가 자주 끊어지고 앉은 자리는 늘 비좁거나 부실하기만 했다. 아무도 관심을 두지 않고 순탄치도 않은길을 혼자 터벅터벅 걷고 또 걸었다.

살림이 힘들어지거나 그나마 낡은 줄마저 끊어질라치면 아내는 “당신은 고집불통 그것이 문제야, 고집 좀 죽이고 양지쪽 길을 걸었으면 이런 고생은 안했을것 아녜요.”라면 안타까운 심정을 쏟아내곤 했다. 그러면 “한끼 잘먹자고 내생각 내길을 바꾸라고 안되지. 고생이 좀 되더라도 남자는 자기 주장이 확실해야 돼”라면서 이어지는 투정을 봉쇄하곤 했다.

무엇이 나를 그렇게 꼭박힌 사람이 되게 했을까?

인간적인 의리라든지 내생각이나 주장은 선이요 정도라는 오만이 타협이나 양보 등을 멀리하고 융통성이 모자란 삶을 살게 했던것 같다.

#4 1인당 국민소득 100달러도 안되던 시절인 1967년 박정희 대통령이 경부고속도로 구상을 밝혔다. 그때 일부 정치인 지식인이 반대했다. 먹고살 쌀도 모자른판에 사치스런 고속도로라니 가당치도 않다는것이였다. 그들의 주장대로 그때 “맛아 먹을쌀도 부족한데 누굴위한 고속도로냐”하고 고속도로 공사를 포기했더라면 지금 우리나라는 어떤 모습일까? 가난에 쪼들리던 서민생활은 얼마나 나아졌을까?

73년까지도 북한이 우리보다 훨씬 잘 먹고 잘 살았다는데.

#5 노무현 대통령시절 충남 연기군 남면을 중심으로 조성되어온 행정복합도시 세종시를 이명박대통령이 한나라의 수도기능을 분할하는 것은 안된다며 교육과학도시로 수정추진의지를 밝히면서 온나라가 마치 벌집을 쑤셔놓은 듯 뒤숭숭하다.

집권여당인 한나라당의 수정안에 대해 충청지역 터주정당인 선진당과 민주당은 원안대로 해야 된다고 항전중이고 특히 한나라당내 친박계가 원안고수를 내세우면서 여야 대립보다 한나라 집안갈등으로 골은 깊어지는것 같다.

한치의 양보도 없이 겸양이나 배려의 미덕은 아예 보파리에 파묻었는지 날선 공방만존재

한다. 얼마나 답답했을까? 진박계 의원한분이 세종시 절충안을 내놓았다. 기존 정부 수정안에 대법원 등 헌법상 독립기관 7개기관을 이전에 포함하자는 것이다.

그랬더니 반응이 판이했다. 한쪽은 당내논의 활성화의 길을 텃다고 긍정적이고 다른 한쪽은 한마디로 가치없는 얘기라고 일축한 것이다.

우리 한민족은 조선시대와 남북한 체제를 거치면서 지나치리만큼 편가르기에 익숙해진 것 같다. 유교는 인(仁)을 내세우는데 조선은 피투성이 당쟁을 심어왔다. 자신의 주장이나 생각과 다르면 아예 왕래를 끊고 담장을 높이 쌓아 올리기에 급급했다.

배려하는 마음은 증발되었고 역지사지(易地思之 상대방 처지에서 생각함)를 강조했지만 그건 한낱 자신의 주장을 미화하거나 상대를 설득하기위한 언어유희에 불과했다.

해방이후 분단시대를 살면서 우리는 자비의 불교와 사랑의 기독교정신에 용해되었을 법하지만 극단적으로 나뉘는 국민성을 바로 잡는데는 별효과가 없었던 것 같다.

“한국은 벌써 10년째 선진국 문턱에 서있다. 한국에선 아직도 낡은 ideology에 사로잡혀 의견대립이 극심하다. 이것이 발목을 잡고 있다. 어느나라든 선진국은 하나의 통일된 vision을 공유하면서 도약했다. 한국엔 반기업정서가 여전하지만 외국에서 보면 한국의 위상을 높이는 것은 삼성 LG현대등 대기업들이라는 것을 인정해야 한다. 여기서 방심하면 10-20년전 일본처럼 경제가 붕괴할 수도 있다” 세계적 미래학자로 특별히 한국을 집중적으로 관찰해 온 일본학자 오마에 겐이치교수의 말이다. (2010년 1월26일 중앙일보)

외국인의 시선으로도 답답한 것이다. 치솟던 한국의 국력이 어째서 10여년씩 제자리에서 맴돌고 있는것일까? 오마에 교수는 진정한 선진국이 되려면 통일된 비전이 절대적인데 한국은 그렇지 못하다고 보고 있는 것이다.

앞에서 몇 개의 예를든 것처럼 세상 돌아가는 물정 모르고 우물안 개구리처럼 살아선 안 되겠다. 특히 자기 주장을 굽히지 않으려고 옹고집으로 일관하던 자세도 내세울만한 것은 못된다. 좀더 열린시각으로 사안의 중심에서 자신을 제어할 수 있어야겠다.

그래서 2010년 나는 smart한 삶을 생각한다. 철들자 망녕이란 말도 있지만 생물학적 70대라는 나이를 떨쳐내고 스마트한 생각. 스마트한 몸짓으로 사는 것이다. smart의 자전적 뜻은 날카로운 눈치빠른 영리한 재빠른 솜씨 좋고 맵시있는 세련된 등으로 현재보다 앞

서가고 환경변화에 눈치빠르게 적응하는 고도의 기술과 능력이라.

봄이 올때 재빨리 봄옷으로 갈아입고 집안이나 주변환경도 화사하고 경쾌하게 정리하는 것. 화가나거나 불만이 생길때 그 부분을 신속히 잠재우고 덮어버리는 자세. 기분나쁜 환경도 확 바뀌버리고 아날로그적 사고에서 디지털사고로 차원을 높이는것. 대화를 하거나 토론할 때 차분하게 상대의 주장을 듣고 조용히 그러나 확실하게 주장을 펴되, 발전적인 작품을 만들어 내는 능력등.. 그렇게 하는것이 스마트하게 사는 방법일 것이다. 핸드폰도 이젠 스마트폰시대가 아닌가?

오마에 교수의 지적이 계속 뇌리에 박힌다. 한국인은 의견대립이 극심해 국가발전의 발목을 잡고 있다와 통일된 비전을 가져야 선진국 진입이 가능하다는 충고 때문이다.

세종시와 4대강 등과 관련된 작금의 국내상황을 보면서 우리국민이 지녀야 할 덕목은 통일된 비전을 가져야 하겠다는것이다. 그러기위해선 좀더 스마트해져야 한다.

길이 아니면 가지말자에서 길이 아니면 새길을 만들어서라도 가자면 어떨까? 내 생각이 옳으면 상대방 생각도 옳다고 보면 안될까? 그래서 너와나의 생각을 합해 제3의 혹은 한쪽의 안을 모범답안으로 정한다면 그게 스마트한 삶이 되는것이고 스마트한 국민이 되는 것을.

눈 귀 콧마고 내생각만 외곶으로 주장하다보면 양쪽다 시대에 뒤지는 낙오자가 되고 함께 추락하는 길만이 기다리고 있을것이다.

10여년씩 선진국 문앞에서 뭉기적거렸는데 더 이상의 제자리 맴맴은 곤란하다.

줄곧 원조를 받아온 나라에서 2009년엔 작게나마 원조를 하는 나라가 되고 아랍에미리트에서 400억 달러의 원전을 수주했으며, 세계에서 가장 높은빌딩을 짓는가 하면 밴쿠버 동계올림픽에선 메달을 14개씩이나 따고 특히 올해는 세계에서 가장 영향력있는 G-20국 제회의를 개최하는 자랑스런 나라가 되었는데 말이다.

충청광역경제권, 국가경쟁력 강화로 이어져야

김 용 응 | 충남발전연구원장

최근 2010년 충청권광역경제발전위원회(이하 ‘위원회’) 제1차 회의가 개최됐다. 공동위원장인 3개 시·도지사가 직접 참석하여 분야별 전문가로 구성된 민간위원과 함께 2010년도 위원회 세입·세출예산(안) 및 사업계획을 심의 의결했다.

확정된 10건의 사업계획에는 도시형 질환에 대한 의료서비스 체계인 ‘광역 U-life Care 서비스사업’, ‘New IT 부품’ 및 ‘금형·열처리 기술지원 사업’을 비롯하여 ‘전략산업 응용 패키지 산업’, ‘의료기기 R&D 첨단화 사업’, ‘저탄소산업’ 육성 등이 포함되어 있다.

이러한 광역전략산업 육성사업은 대표적인 지역 간 연계 및 협력 사업으로써 시·도별 유사한 사업의 경쟁적 추진으로 인한 비효율을 제거하고 집중적인 투자를 통한 경쟁력 있는 산업기반을 형성하는 데 주도적 역할을 할 수 있을 것으로 기대된다.

2009년 9월 발족된 위원회는 사무국의 집행체계를 중심으로, ‘산업지원’, ‘지역발전’, ‘과학기술 및 인재양성’ 그리고 ‘문화관광·환경’ 등 4대 핵심 분야의 전문가와 상공인이 참여하는 자문단은 물론 ‘유관기관협의회’ 등의 발 빠른 구성을 통해 효과적인 운영시스템을 갖추며 전국에서도 가장 눈에 띄는 성과를 보이고 있다.

충청광역경제권이 선도적 역할을 할 수 있게 된 데에는 최근 출범한 광역경제권 사무국의 헌신적인 노력과 함께 1998년 ‘대청호선언’을 시작으로 충청권 3개 시·도간 협력과 공조체제가 형성되어 왔고, 특히 2006년 민선자치 4기 출범 이후에는 ‘대전·충남북경제협의회’를 구성·운영하면서 광역적 협력의 경험과 역량을 축적해 왔기 때문이다.

그동안 광역경제권 육성시책은 중앙정부 추진사업의 효율적인 집행과 지역 간 협력과 공동사업을 촉진하는 데 치중해 왔다. 이러한 시책이 정부투자사업의 효율성을 높이고 인접 지역 간 연계·협력을 강화하는 데는 상당한 성과를 거두고 있으나 광역경제권을 하나의 경쟁력 있는 경제단위로 발전시키는 데는 한계가 있다는 평가다.

우선 광역경제권 육성시책은 지역발전추진체계의 혼란과 역량 약화를 초래할 가능성이 있다. 중앙정부가 광역경제권 육성시책을 추진하면서 별도의 광역추진체계를 구축했기 때문이다. 중앙정부가 광역경제추진체계에 정책적 우선순위를 부여하게 되면, 그동안 지방자치단체별로 구축했던 지역종합발전추진체계는 상대적으로 위축될 수밖에 없다. 지역발전추진체계의 혼란과 부작용을 최소화하기 위해서는 광역경제권 육성의 기본 취지를 살릴 수 있는 지역발전추진체계 간 연계 및 협력방안이 조속히 마련되어야 한다. 지역발전예산의 10%에 불과한 광역경제권 시책추진을 위해 지역별 종합발전체계를 약화시키게 되면 소탐대실의 결과를 피하기 어렵게 된다.

또한 기존의 광역경제권 추진방식은 지역경제 현장의 변화와 개선을 가져오기 어렵다. 지역의 경제 및 산업발전은 제한적인 첨단기술과 미래 산업의 육성만으로 이루어지지 않는다. 지역발전의 성과는 다양한 산업과 입지조건에 연관 관계 속에서 나타나는 특성이 있기 때문이다.

광역경제권 육성 시책이 전략산업이나 선도 사업 육성에만 치중하게 되면, 지역경제 주체의 폭 넓은 관심과 참여를 얻기 어렵다. 광역경제권 시책의 실효성 증대를 위해서는 현재 광범위하게 추진되고 있는 다양한 지역단위 시책과 사업을 광역경제권 육성차원에서 효율적으로 연계·협력할 수 있는 통합 추진시스템과 역량을 갖추는 데 치중해야 한다.

더불어, 위원회는 정부의 획일적인 추진방식에만 매달리지 말고 나름대로의 공동발전 비전과 전략을 마련하여 충청권을 하나의 통합된 경제권으로서 발전시킬 수 있는 방안을 찾아내야 한다. 이를 위해 기존 광역권추진 방식의 한계를 극복하고 경쟁력 있는 광역경제기반 구축을 위한 새로운 정책비전과 방향을 제시하는 데도 힘을 기울여야 한다. 이로써 충청광역경제권이 지역과 국가발전의 경쟁력을 선도할 수 있다는 것을 명심했으면 한다.

[대전일보 2010-02-23]

新지역정책의 재점검이 필요하다

김 용 응 | 충남발전연구원장

신 지역정책은 MB정부 출범이후 참여정부와 차별화를 위해 제시한 새로운 지역발전정책이다. 즉 과거의 지역정책은 경제적으로 비효율적인 지역 간 균등발전전략이라 규정짓고, 집중과 선택 및 경제적 효율성을 중시하는 새로운 지역발전정책을 채택한 것이다.

올해로 3년차에 접어드는 신 지역정책이 소기의 성과를 거두기 위해서는 그동안 추진해 온 다양한 시책과 사업의 추진 실태를 종합적으로 점검하여, 정책효과를 높일 수 있는 방안을 마련할 필요가 있다.

우선 그동안 방만하게 추진해온 대규모 지역개발사업의 추진실태를 재점검하여 효율적인 추진방안을 마련해야 한다. 현재 전국에서는 분당 신도시의 30배에 가까운 인천, 부산진해, 광양만권, 황해, 대구경북, 새만금·군산 등 대규모 경제자유구역 조성 사업이 6개나 추진되고 있고, 추가로 인구 50만 규모의 세종시, 10개의 혁신도시와 6개의 기업도시 건설 등이 동시다발적으로 진행되고 있다. 이밖에도 정부는 광역경제권 및 초 광역개발권 육성 등 수많은 시책과 사업을 추진하고 있다.

이 같은 대규모 지역개발시책과 사업이 완성되기 위해서는 수백만 명에 달하는 도시개발 수요와 수백 조원의 정부 및 민간투자가 뒷받침되어야 하지만, 그동안 개발수요와 투자부족으로 대부분의 대규모 개발사업들은 큰 진전을 보지 못하고 있다.

부진한 대규모 지역개발사업을 그대로 방치하게 되면 자원낭비, 경제적 비효율과 함께 정책의 신뢰도를 약화시킬 수 있다. 지금이라도 대규모 개발 사업을 현실에 맞게 조정하여 투자의

실효성을 거두는 데 치중해야 한다. 또한 그동안 정부가 제시한 공간발전전략도 재검토하여 정책의 효율성을 높여야 한다. 신 지역정책은 그동안 행정구역단위의 분산적이고 중복적인 시책 추진 및 투자 사업으로 발생한 비효율성을 극복하기 위한 공간 전략의 일환으로 광역경제권 육성 전략을 제시했다. 그러나 정부는 7개의 광역경제권 육성 외에도 5개의 초 광역개발권과 163개의 기초생활권 육성을, 최근에는 대도시권 육성 및 KTX 경제권 육성 등 추가 전략까지 논의되고 있어 공간전략 간의 중복과 경합 현상을 초래하고 있다.

공간발전전략이란 동원가능한 자원의 한계 속에서 투자의 효율성을 높이기 위해 자원배분의 우선순위를 정하는 전략적 선택이다. 여러 개의 공간전략을 제시하면 한정된 자원의 분산투자가 불가피하여 결과적으로 해결하려던 비효율적인 균등발전을 자초하게 되는 셈이다.

끝으로 정부의 지역발전지원 방식도 재점검하여 지역현장에서 실질적인 변화와 개선이 이루어지도록 해야 한다. 그동안 지역발전정책은 특정 산업 육성, 선도 인프라사업 및 지역 간 연계·협력 사업 등 한정된 부문에 대한 직접 지원에 치중해 왔다. 그러나 이러한 정부의 직접지원 방식은 지방자치단체의 지역발전행정체계를 약화시킬 뿐만 아니라 광범위한 지역경제주체의 참여와 협력을 이끌어 내기 어렵다는 단점이 있다.

선택과 집중, 경제적 효율성을 통한 경쟁력 있는 광역단위 경제기반을 구축한다는 신 지역정책 목적의 효율적 실현을 위해서는 특정부문에 대한 정부의 직접지원방식의 한계에서 벗어나 지방자치단체들이 자율적으로 상호 연계와 협력을 통하여 공동발전을 이룰 수 있도록 해야 한다.

이것이 가능하기 위해서는 우선 정부의 광역경제권 육성 정책과 전략의 취지를 지방자치단체들이 수용하여 다양한 지역발전시책과 사업추진 과정에 반영할 수 있는 시스템과 역량을 갖추도록 보다 많은 예산 및 정책지원이 제공되어야 한다. 정부의 광역경제권 육성정책과 지방자치단체의 지역발전행정이 별도로 추진되다 보면 정책의 실효성을 거두기 어렵다는 뜻이다. 지방자치단체들이 신 지역정책의 주도적 역할을 담당하도록 하기 위해서는 정책수립 역량 강화를 위한 전문가 육성 및 제도적 기반 구축에 보다 많은 관심과 지원이 필요하다.

앞으로 지역발전정책은 장기적인 대규모 사업의 추진이나 화려한 장밋빛 청사진, 혹은 현학적인 거대 담론의 허상에서 벗어나야 한다. 지역정책의 새로운 전환을 통해 지역경제 현장의 의미 있는 변화와 개선을 가져오는 계기가 마련됐으면 한다.

[충청투데이 2010-03-11]

충남도, 올 상반기에 4조 7,122억원 조기집행

- 일자리 지원 및 서민생활 안정 위해



충남도는 경기회복의 추진 동력을 유지하고 일자리 지원과 서민생활 안정을 위하여 『재정 조기집행 상황실』을 설치하고, 올 상반기에 4조 7,122억원을 집행하기로 했다.

도는 1월 6일(수) 오전 10시에 기획관리실장실에서 재정조기집행추진 관계관 회의를 갖고 이같이 결정했다.

도의「조기집행 비상대책 상황실」은 김기식 기획관리실장을 단장으로 15개반 52명으로 구성되었으며 금년 6월말까지 운영된다.

금년도 재정조기집행은 국내경제가 회복되는 추세에 있음에도 불구하고, 아직까지 고용부진 등 경제상황에 대한 불확실성이 남아 있어 '09년 경기회복의 모멘텀을 유지하고, 각종 불확실성에 선제적으로 대응하기 위한 적극적인 재정책대 지출을 도모하기 위하여 추진한다.

첫째, 시장경제 회복의 파급 효과가 큰 일자리 지원, 서민생활 안정 지원, SOC 확충 등 3대 분야에 중점 관리토록 했다.

둘째, 조기집행 과정에서 예산의 중복투자 등 낭비가 발생하지 않도록 「예산낭비 신고센터」

활성화, 공사설계 지원단 구성·운영 등 지방재정의 건실한 집행을 위한 관리를 강화했다.

셋째, 재정집행촉진을 위하여 「긴급입찰」제도의 적극 활용, 「수의계약」범위 확대, 「주계약자 공동 도급제」실시 등 계약절차를 단축 또는 간소화하여 지원할 계획이다.

또한, 재정조기집행이 우수한 실적을 보인 시군에 대하여는 중앙 평가와 별도로 재정인센티브도 부여한다는 방침이다.

道 관계자는 “지역경기의 조기회복을 위하여 일자리 및 서민생활 안정지원 등이 적기에 차질없이 추진되어 도민들이 체감하는 경기가 조속히 회복될 수 있도록 상반기 동안 모든 행정력을 집중하여 추진하겠다.”고 밝혔다.

한편, 충남도에서는 금년도 재정조기집행의 원활한 추진을 위하여 지난해 말 정책사업비의 83.5%에 해당하는 3조 5,428억원을 이미 배정 완료 하였으며, 계속사업에 대하여 6건, 130억원을 회계연도 개시 전 계약을 체결한 바 있다.

충남도, 농어가인구 · 인력 전망을 통해 정책과제 제시

- 2020년, 20~40대 핵심 농업인력 8만3~9만4천명으로 전망



충남도가 1월 14일(목) “충남 농어가 인구 · 인력 전망과 정책과제 연구용역” 최종보고회를 갖고 충청남도 농어업이 나가야 할 방향을 제시했다.

이번 연구용역은 최근 농어촌인구 고령화, 귀농 · 귀촌 인구의 증가, 다문화가정 증가 등에 따른 향후 농업인력 전망을 통해 농어촌 사회정책에 대한 새로운 차원의 대응 필요에 따라 이루어졌다.

동 연구용역 결과 충남 농가인구는 연평균 3.05%가 감소한 것으로 나타났으며, 과거 추세연장법으로 추계해 볼 때 2005년도 44만6천명에서 2020년 22만6천명~31만명으로 감소할 것으로 전망했으며, 코호트요인법으로는 32만7천명이 될 것으로 예상했다.

또한 15~64세의 생산가능 농가인구는 2005년 35만8천명에서 2020년 15만7천명으로 감소하고, 20~49세의 핵심 농업인력도 12만3천명에서 7만8천명으로 감소할 것으로 분석되는 등 고령층이 증가하고 젊은층이 감소하는 역피라미드 인구구조로 변화할 것으로 예측했다.

어가인구는 2005년 27,575명에서 2020년 2만5천699명~2만7천696명으로 귀농인구는 2008년 545명에서 2020년 1,140명으로 증가하고, 외국 이주 여성은 2008년 1,266명에서 2020년 4,082명으로 증가할 것으로 분석됐다.

전체적으로 농어가 인구는 감소하고 귀농인구 및 이주여성이 증가하여 20~40대 핵심 농어업인력은 2005년 12만3천136명에서 2020년에 8만2천847명~9만3천682명 사이가 될 것으로 전망된다.

이처럼 농어업인력의 감소 및 고령화로 농업생산력 증가추세 둔화, 고령친화 농업 등이 부상하고, 농업노동력 양적감소로 휴경농지 증가, 농업노동력 질적 저하에 따른 농업기계화, 위탁영농 수요가 증대할 것으로 분석됐다.

귀농·귀촌인구의 증가로 농촌지역 사회의 지속성을 확보하고 귀농인의 다양한 경험과 노하우를 활용 농산물 가공·유통, 농촌관광 등 농촌경제가 다각화와 같은 긍정적 측면이 있는 반면, 농촌지역 공동체 변질, 기존 주민과 새로운 주민간의 생활패턴이 상이하여 기존 주민의 상대적 박탈감 등 부정적 측면도 예측됐다.

또한 다문화가정은 현재로서는 농업인력으로서의 중요성은 낮으나, 여성결혼 이민자의 자녀들은 잠재적 농업인력으로서의 역할이 가능할 것으로 보인다.

이와 같은 농어업인력 변화 분석을 통해 기존 농업인력에 대해서는 지역유형별 차별화된 농업인력 정책 추진 등을 귀농·귀촌 인력에 대해서는 농촌형 사회적 일자리 발굴 및 농촌경제 다각화 방안 등, 다문화가정에 대하여는 포용과 인권중시, 다양한 배경의 다문화가정 특성을 고려한 정책 방안 등을 제시했다.

충남도, 금년도 수출 420억달러 목표 추진

- 세일즈맨 심정으로 올해도 적극적 수출 지원 활동 전개



충남도가 지난해에 이어 올해도 적극적인 통상 지원활동을 펼친다.

도는 올해 수출목표를 420억 달러로 설정하고 도내 중소기업 수출 경쟁력 강화와 농수산물 수출 지원활동을 적극 전개할 계획이다.

우선 ▷도내 중소기업의 해외시장개척 지원을 위해 ▲미국, EU, 인도 등 무역사절단 13회 ▲해외전시박람회 단체참가지원 20회 ▲대규모 충남 우수상품 전시 상담회 개최 ▲토털 마케팅 지원분야 확대 등 20개 사업과, 도내 중소기업들의 수출 전진기지 역할을 톡톡히 하고 있는 LA 무역관과 상해무역관 운영의 내실화를 다지고, 수출시장 다변화를 위한 남미지역 수출교두보 확보를 위해 브라질 상파울루에도 무역관을 신설·운영하여 세일즈맨 심정으로 도내 중소기업의 수출 활성화를 위한 노력을 경주해 나갈 계획이다. 아울러, ▷농수산물 수출의 조직화·규모화를 위한 ▲해외 거점 에이전트 사업 ▲충남 농수산물 상설관 설치사업 ▲농수산물 수출 선도조직 육성사업 추진과 ▷인삼의 세계화를 위해 ▲인삼공동브랜드 등록 ▲국제인삼약 초연구센터 건립 ▲2011 금산세계인삼엑스포개최 준비를 밀도있게 추진해 나갈 예정이다.

▶ 대표 역사문화축제 운영·연출 「큐시트」 확정

— 충남도·조직위, 2월 17일 연구용역 최종보고회 갖고 본격준비 전환



2010세계대백제전이 대한민국을 넘어 아시아 대표 역사문화축제로 태어나기 위한 종합 운영 연출계획이 확정됐다.

2010세계대백제전 조직위원회(위원장 최석원)는 2월 17일 오후 충남도청 대회의실에서 대백제전 프로그램 운영 연출을 위한 종합실행계획 연구용역 최종보고회를 갖고 본격 준비체제에 들어갔다.

연구용역은 충남발전연구원(원장 김용웅)에서 수행해 그동안 중간보고회 2회, 추진상황 간담회 1회 등 7개월여 작업 끝에 이날 최종 제출된 것으로, '문화강국' 700년 백제의 역사를 보여줄 종합 시나리오가 확정됐음을 의미한다.

종합실행계획안은 오는 9월 17일 개막식을 시작으로 세부 프로그램과 폐막행사에 이르기까지 세밀한 대응계획을 담아 축제 제작 운영자들의 실질적인 교본으로 활용될 예정이다.

특히, 이 계획안은 '위대한 왕국, 700년 대백제의 부활' 이라고 하는 행사 슬로건을 표현하는 가운데 금강을 타고 문화와 교류강국으로서의 위상을 떨쳤던 옛 백제의 이야기를 중심으로 문화적 상

상력과 현대 하이테크놀로지를 결합, 대서사 축제로 꾸며나간다는 점이 눈에 띈다.

프로그램은 22개 대표 프로그램과 70개 시·군 프로그램을 △공식행사 △공연·경연 △전시·학술 △재현·체험 △연계행사 등 5개 카테고리로 구분, 조직위와 공주시, 부여군 등 충남 도내 16개 시·군이 모두 참여해 국민적 대화합축제에 부합하도록 한 점이 특징이다.

관람객은 물론 축제 참가자들, 장애인, 어린이와 노약자 등을 위한 편의에 각별히 신경을 쓰는 한편 교통과 행사안전, 축제의 품격 유지에도 소홀함이 없도록 하고 있다.

조직위는 이 종합실행계획을 바탕으로 남은 6개월여 기간동안 각 분야별로 완벽하게 축제 준비를 해나가 개막 5일전부터는 최종 리허설 단계에 진입시킨다는 계획이다.

한편, 2010세계대백제전은 오는 9월 18일부터 10월 17일까지 한달간 충남 공주시·부여군·논산시 일원 10개 주요 행사장에서 세계역사도시연맹 회원도시 등 20개 도시 이상이 참가한 가운데 화려하게 펼쳐질 예정이다.

2010 '충남민속문화의 해' 사업 본격 추진

- 2월 23일, 도 영상회의실에서 제5회 민속문화추진위원회 열려 -



충남도가 민속 문화를 발굴하여 관광자원으로 활용하기 위한 '2010년 지역민속문화의 해' 사업을 본격 추진한다. 도는 우선 지난해부터 국립민속박물관과 공동으로 추진해 온 도내 중요 무형문화재 기록화사업과 민속문화 상품개발사업 등 4개 사업에 9억원을 투입하여 사업을 계속적으로 추진한다. 이에 따라 부여군 은산면 은산 1리 농촌마을과 서천군 서면 월하성리 어촌마을의 2개 지역의 의식주 생활양식, 민간신앙, 세시풍속에 관한 민속조사와 기록화 사업을 금년 7월까지 마무리하기로 했다. 도는 또한 2010「충남 민속문화의 해」 선포식을 오는 4월10일 기지시 줄다리기 행사와 연계하여 추진하며, 민속 사진집 발간과 민속소개 책자발간 등을 본격 추진할 계획이다.

이어 23일 열린 제5회 충남 민속문화 추진위원회에서는 금년도 추진사업인 ▲2010 「충남 민속문화의 해」 엠블럼 선정 ▲민속문화 상품개발 ▲충남민속 소개책자 발간 ▲백제관련 설화집 발간 등 총 10개 사업에 16억 5천만원을 투입키로 하고 이에 대한 세부추진계획을 심의했다. 도 관계자는 “「충남 민속문화의 해」의 중점 추진사업은 민속문화를 계승·보존하고, 지역의 민속문화를 관광 상품화하여 지역경제에 보탬이 되어야 한다” 며, ‘2010세계대백제전’과 상호 연계하여 시너지 효과를 거둘 수 있도록 다양한 이벤트 행사를 준비하고 있다”고 밝혔다.

충남 경제동향 한눈에... 월간 「충남경제」 창간



충남의 경제 현안과 주요 경제 동향이 담긴 월간지가 창간돼 기업인과 경제전문가 그리고 관련기관·단체로부터 큰 관심을 받고 있다.

충청남도과 충남경제교육센터(충남발전연구원 부설)는 지역경제의 길잡이 역할을 담당할 월간 “충남경제”를 1월 15일 공동 창간하고 충남의 주요 경제정책, 국내외 및 지역경제 동향과 지표를 한눈에 제공키로 했다.

이번에 발간되는 경제동향지에는 타 발행지와 달리 국내 및 충남의 주요 경제현안에 대한 분석보고서가 함께 수록되어 있어 최근의 이슈와 지역경제에 대한 이해를 한층 높일 수 있도록 했다.

창간호에는 ‘2010 충남 산업경제정책 방향과 과제’ 및 ‘2010 경제전망’, ‘GRDP로 보는 충남경제’ 등을 주요 경제현안으로 다루고 있으며, 충남의 경제동향과 지표 등을 수록했다. 특히 충남도의 경제산업정책을 함께 소개하는 ‘충남경제일지’를 수록해 지역내 각 경제주체들에게 생생한 정보를 제공하고 있다.

권희태 충남도 경제산업국장은 “올해 도정의 최우선 과제가 일자리 창출과 지역경제 활성화인 만큼 지난해의 우수한 경제성장세를 몰아 더욱 견고하고 지속가능한 경제성장 시스템을 구축해 나가겠다.”고 말하면서 “이번에 창간된 ‘충남경제’를 통해 지역경제의 올바른 방향을 모색하고, 기업인과 도민 및 공직자들의 경제 지침서로 활용되도록 하겠다.”고 밝혔다.

월간 “충남경제”는 500부씩 무료로 제작·배포되고, 충청남도과 충남발전연구원 홈페이지를 통해서도 서비스되며, 매월 15일 발간된다.

충남발전연구, 유네스코와의 국제교류협력 방안 특강 가져

- 유네스코(UNESCO) 한국위원회 정우탁 정책사업본부장 초청



최근 충남도가 ‘공주·부여 역사유적도시’를 세계유산 잠정도시로 확정짓는 등 경제·통상 분야 이외 충남의 문화유산을 전 세계에 알리는데 사업을 차근차근 진행하고 있다.

이에 충남발전연구원(원장 김용웅, CDI)은 2월 8일 오전 연구원 대회의실에서 충남발전 전 직원, 충남도 국제협력 담당자 등 60여명이 참석한 가운데 유네스코(UNESCO) 한국위원회 정우탁 정책사업본부장을 초청하여 ‘충남도와 유네스코 간 국제교류협력 방안’이란 주제로 특강 교육을 가졌다.

요즘 들어 언론을 통해 국내에 친숙하게 알려진 용어 중의 하나가 ‘세계문화유산 등재’라는 것인데, 바로 유네스코는 이러한 국제적 교육·과학·문화의 보급 및 교류를 통해 국가 간 협력 관계를 촉진함으로써 국제평화와 안보를 확보하려는 국제연합기구다.

특강에 나선 유네스코 한국위원회 정우탁 정책사업본부장은 “국가 간 국제교류는 매우 다양한 형태로 나타나고 있는데, 최근에는 외자유치 등 경제적 · 산업적 교류 및 투자 못지않게 중요한 것이 바로 교육과 과학, 그리고 문화협력”이라고 언급하면서, “충남에서도 훌륭한 역사문화자원과 수려한 자연경관 등을 활용하여 유네스코 세계문화유산 · 생물권보존지역 지정, 그리고 더 나아가 유네스코 국제회의 유치 등 국제적 정보네트워크를 생성함으로써 충남의 브랜드를 홍보하고 이미지를 제고하는 데 큰 역할을 할 것”이라고 강조했다.

특강에 참석한 충발연 김용웅 원장을 비롯한 충남도 관계자는 “충청남도는 최근 다양한 국제교류 소재의 발굴에 많은 고민을 하고 있던 터”라고 언급하면서 “유네스코를 통한 양자간 국제교류협력을 뛰어넘어 다양한 형태의 다자간 교류협력사업은 물론, 유네스코와의 공동협력사업 발굴도 충분히 가능하리라 생각하며, 국제교류 시야의 폭을 보다 넓힐 수 있는 계기가 되었다.”며 소감을 밝혔다.

충남발전연구, 정동기 사무처장 취임



정동기(57·전 충남도의회 사무처장, 사진)씨가 2월 8일(월) 충남발전연구원 제7대 사무처장으로 취임했다.

정 사무처장은 “30여년간의 공직 생활을 바탕으로 연구원의 효율적 운영과 연구 지원에 소홀함이 없도록 최선의 노력을 다하겠다.”고 밝혔다.

충발연 김용웅 원장은 “정 사무처장의 탁월한 식견과 경륜으로 연구의 질 제고에 기여함은 물론, 평소 덕망있는 인품과 온화한 리더십으로 직원화합을 선도할 것”이라고 말했다.

정 사무처장은 충남 공주 출신으로 1981년 중앙공무원교육원 행정사무관으로 첫 공직 생활을 시작하여, 청양·예산군수, 아산시·논산시 부시장, 도 자치행정국장·문화관광국장, 도의회 사무처장 등을 역임했다.

충남도, 지방도시재생 활성화 대응전략 머리 맞대



충남도는 최근 도내 지방도시의 쇠퇴상태의 심각성을 인식하고 도시개발 및 정책의 패러다임이 도시재생으로 변화함에 따라 도시재생에 대한 인식을 공유하고 도시쇠퇴상태의 체계적 분석 및 대응전략 마련을 위해 한 자리에 모였다.

충남발전연구원(원장 김용웅, CDI)과 함께 2월 9일 오전 충발연 대회의실에서 도시재생사업단 관계자, 충남도 및 16개 시·군 담당공무원, 그리고 충발연 도시재생 연구진 등 40여명이 참석한 가운데 “지방도시재생 활성화를 위한 세미나”를 가진 것이다.

주제발표자로 나선 도시재생사업단 주관수 박사는 “도시재생 연계사업은 중앙부서에서 개별적으로 시행하고 있는 지역발전 사업 중 기성시가지 활성화에 기여하는 사업들로, 이는 현행사업을 활용한 실현 가능성이 높고, 지역중심의 사업추진동력을 확보함은 물론 중앙정부의 일괄지원이 가능해져 종합적 관점의 사업계획이 가능하다.”고 정의하면서 “개별사업의 통합화

에 따른 시너지 효과 창출, 일괄심의를 통한 업무효율 증대, 지역민 등 다양한 주체의 참여로 지역 역량의 지속적 강화 등으로 한국형 도시재생이 구현될 것”이라고 주장했다.

충남발전연구원 김정연 도시재생연구센터장은 “도시재생정책의 법 제정 및 사업의 구체화 등 아직까지 체계화되지 못한 사항들이 많지만 충남에서 이런 학습·토론하는 장이 마련된 것 만으로도 큰 의미가 있다.”고 전제하면서 “이미 센터에서 발표한 바와 같이 충남의 내륙도시를 중심으로 지속적인 도시쇠퇴가 예상되는 만큼 도 및 시군, 연구진, 그리고 전문가 등이 참여하는 ‘도시재생포럼’ 및 ‘도시재생컨설팅단’을 구성하여 도시별 재생과제 해결과 재생기법 마련에 효율적으로 대응해야 할 것”이라고 제안했다.

이에 충남도 유영일 도시기반담당관은 “올해 개정되는 도시재생 관련법과 관련하여 도 및 시·군 의견 수렴 및 정책대안을 마련하기 위해 충남발전연구원과 공동으로 ‘지자체 지원반’을 운영하여 정부의 제도개선과제를 도출할 것”이라고 말했다.

충발연 전통시장연구회, 상권활성화구역제도 적극 대응해야



지난 12월 30일 개정된 전통시장 관련법에 따라 새롭게 도입되는 ‘상권활성화구역’ 제도에 대한 학습·토론의 장이 열렸다.

충남발전연구원 전통시장연구회(회장 권영현 연구위원)는 2월 9일 오후 3시부터 “전통시장 활성화 정책변화와 충남의 대응 전략 워크숍”을 연구원 대회의실에서 갖고, 환경변화에 대응한 전통시장의 활성화와 주체별 역할에 대해 논의했다.

시장경영진흥원 김영기 박사는 ‘전통시장 활성화 정책변화와 충남의 대응방안’이라는 주제 발표에서 “지금까지의 전통시장 정비방식은 하나의 시장을 대상으로 한 물적 정비 방식이었지

만 이번엔 ‘상권활성화구역’ 제도가 도입됨에 따라 전통시장과 상점가는 물론 주변지역을 함께 광역적으로 정비할 수 있다.”고 분석하면서, “이 제도는 이미 선진국에서 많이 시행되고 있지만 우리나라에서는 처음 도입하는 제도인 만큼, 각 지자체에서는 시민·상인들의 공감대 형성을 위한 홍보와 지자체 내 부서간 적극적인 협력이 필요하다.”고 강조했다.

또한, 충남발전연구원 임준홍 책임연구원은 ‘충남 전통시장 실태와 생존을 위한 제언’을 통해 “‘상권활성화구역’ 제도가 성공하기 위해서는 상업을 단순한 소매활동으로 보지 말고, 대형마트, SSM과 상생발전하는 ‘상업환경만들기’ 차원에서 접근해야 한다.”면서 “일본의 후쿠시마현, 니혼마치시 등에서는 대형마트의 입지조정 등을 포함한 상업마치츠클리를 강조되면서 상업시설의 적절한 입지유도에 의한 마을만들기를 추진하고 있다.”는 벤치마킹 사례를 역설했다.

한편, 오늘 워크숍에는 한남대 이덕훈 교수, 충남도 박여종 경제정책과 생활경제담당, 그리고 충남연 전통시장연구회원 10여명이 참석하여 열띤 토론시간도 가졌다.

Tip. 상권활성화구역 : 시장 또는 상점가가 하나 이상 포함된 곳이나 도·소매점포가 밀집되어 하나의 상권을 형성하는 구역 중 상업활동이 위축되거나 위축될 우려가 있는 구역

충남발전연구, 2009년도 연구성과 연찬회 개최

– 연구결과물의 정책활용도 높이기 위해 노력할 터



충남발전연구원(원장 김용웅, CDI)은 3월 2일 오전 10시부터 연구원 대회의실에서 학계, 언론계, 관계 공무원, 그리고 연구진 등 40여 명이 참석한 가운데 ‘2009년도 연구성과 연찬회’를 가졌다.

이번 연찬회는 충발연구이 지난해 연구했던 21개 기본과제 중 내·외부 전문가 심사를 거쳐 우수연구로 선정된 6개 과제 발표와 함께 한남대 김태명 교수의 진행으로 연구성과물의 정책 활용도를 높이기 위한 다양한 의견 등이 논의되었다.

이날 발표된 우수연구과제는 ▲최우수상 – “저탄소에너지절약형 도시계획의 정책과제 및 추진전략(오용준 책임연구원), ▲우수상 – 충청남도 농촌개발사업 추진체계의 문제점과 개선 방안(조영재 책임연구원), 역사문화도시 이미지 형성에 관한 연구(박철희 연구위원), ▲장려상

- 당진-대전, 서천-공주 고속도로 주변지역의 여건변화와 발전전략(김정연 선임연구위원), 금강살리기 사업의 갈등유형 분석 및 관리방안(최병학 연구위원), 행정구역 단위 CO₂ 배출량 추정을 위한 기초연구(이인희 책임연구위원) 등이다.

충발연 김용웅 원장은 “많은 연구결과물의 생산에 비해 그 활용과 가치를 높이는 데 부족함을 느낀다.”며 “오늘 발표된 6편의 과제를 포함한 주요 연구결과에 대한 공감대 형성과 정책 활용도를 높이기 위한 다양한 방안을 강구하겠다.”고 밝혔다.

한편, 지난해 충남발전연구원은 총 40명 중 27명의 연구직으로 기본·기획과제, 현안과제, 수탁과제 등 총 213건의 연구실적(디자인부문 77건 및 연구조성사업 53건 제외)으로 전국시도연구원 중 최고인 1인당 7.9건의 연구과제를 수행했으며, 2010년 농촌마을종합개발사업 계획, 2단계 충남수질오염총량관리 기본계획 수립 등 국가공모사업에 대한 계획수립부터 교육에 걸친 코칭과 컨설팅으로 총 1,066억 원의 국비 및 예산 확보를 위한 지원연구를 수행하였다.

“충청남도 물 통합관리 워크숍 개최”

— 물 통합관리 계획의 원활한 수립을 위한 정보교류의 장 마련



충남발전연구원과 충청남도수질총량관리센터에서는 물 통합관리 중장기계획의 원활한 수립을 위한 정보교류의 장을 마련하고자 2월 23일 물 통합관리 워크숍을 개최하였다.

이날 워크숍에서는 김영일 수질총량관리센터장의 “충청남도 물 통합관리 추진현황”, 박성제 미래자원연구원장의 “물관리체계와 4대강사업 - 물관리기본법(안)을 중심으로”, 서울대학교 정은성 박사의 “지속가능한 유역통합관리계획 수립 및 적용” 등에 대한 주제발표와 종합토론 순으로 진행되었다.

주요내용으로는 현재 충청남도에서 선도적으로 추진중인 물 통합관리 현황 및 문제점, 중앙정부의 물 통합관리를 위한 물관리기본법의 추진현황 및 발전방안, 그리고 유역통합관리계획 수립절차 및 필요사항 등에 대한 논의가 이루어졌다.

한편, 충남발전연구원 및 수질총량관리센터에서는 워크숍에서 논의된 자료들을 물 통합관리 계획수립에 중요한 자료로 활용할 계획이며, 향후에도 물 통합관리 워크숍을 지속적으로 개최하여 효율적인 물 통합관리 계획이 수립될 수 있도록 노력할 계획이다.

2010년 충청남도 시·군 평생교육관련 공무원교육 실시



충남도과 충남발전연구원 충남인적자원개발지원센터(센터장 최병학)은 '2009 충청남도 평생학습도시 네트워크구축사업'의 일환으로 충청남도 시·군의 평생교육관련 공무원을 대상으로 업무역량강화 교육을 실시하였다. 충청남도 지방공무원교육원의 협조로 2월 2일부터 4일까지 교육원내 강의실에서 3일간(총 20시간) 진행이 되었으며, 도 내외의 평생교육 전문가 및 실무자 6인을 강사진으로 섭외, 교육을 실시하였다.

본 교육은 평생교육에 대한 이해력 증진과 각 시·군 평생교육 담당자들과의 네트워크 장 마련 및 업무능력 향상을 목적으로 계획되었으며, 국가평생교육의 정책적 방향, 학습네트워크, 평생학습에 대한 이해와 실천, 평생교육과 지역발전 및 주민의 성장, 지방자치단체의 평생교육 업무에 대한 사례 등으로 구성, 일반 교육과 워크숍 형태의 교육이 병행되었다. 모든 교육과정의 종료 후 진행된 설문조사에서 대부분의 학습자들이 본 교육에 대해 매우 긍정적으로 생각하는 것으로 조사되었다.

충청남도 평생학습통합네트워크시스템 시연회 개최



충남발전연구원 인적자원개발지원센터(센터장 최병학)는 2월 26일(금) 오후 2시부터 4시까지 충남발전연구원 1층 대회의실에서 충청남도 평생학습통합정보시스템의 시연회를 개최하였다. 이날 행사에는 충청남도 평생교육TF팀, 충청남도 교육청, 충청남도 각 시·군 평생교육 담당자 등이 참석하였으며, 그동안 추진해 온 충청남도 평생학습통합네트워크 시스템에 대한 진행과정과 시연을 실시하였으며, 시연 후 시스템에 대한 수정 및 보완, 개선 방안과 향후 운영방안에 대한 심도 있는 논의가 이루어졌다.

본 시연회를 통해 종합된 의견들을 바탕으로 평생학습도시 네트워크 구축사업과 연계하여 수정·보완하도록 하며, 향후 시·군의 공공기관 뿐만 아니라 도내 전 평생교육기관을 유기적으로 네트워크 할 수 있는 통합기관으로 거듭나기 위해 충청남도, 충청남도교육청, 각 시·군 청, 도서관 등이 지속적으로 회의 및 의견개진이 이루어져야 할 것임에 공감하고 향후 시스템 구축에 동참할 것을 약속하였다.

금강살리기 범도민 협의회 간담회 개최



2010년 3월 3일(수) 충남발전연구원 1층회의실에서 진행된 제3차 금강살리기 범도민협의회 간담회가 개최되었다. 간담회에서는 4대강사업 홍보물 방영, 금강살리기 사업의 진행상황 보고, 토론회와 현장방문이 진행되었다. 행사에는 이인화 충청남도지사 권한대행, 김용웅 충남발전연구원장, 오열근 협의회장 및 범도민 협의회 위원, 사업관계자들이 참석하여 금강살리기와 관련된 다양한 정보가 교류되었다. 간담회 이후 공주지구(7공구)를 방문하여 현재 진행되고 있는 사업에 대한 조사를 병행하였다.

공공디자인클리닉센터 2010년도 상반기 워크숍 개최



충남공공디자인클리닉센터에서는 지난 2월 25일(목), 걸쳐 충남발전연구원 1층 대회의실에서 충남공공디자인클리닉센터, 운영위원, 충남도청 건축도시과, 시·군 담당자 등 50여명이 참석한 가운데 2010년도 클리닉센터 운영계획 및 운영위원 위촉을 위한 상반기 워크숍을 개최하였다.

이번 상반기 워크숍은 충남발전연구원, 충남도청 그리고 각 시·군의 공공디자인 추진계획에 대한 발표와 토론을 중심으로 이루어졌다. 본 워크숍에 앞서 운영위원의 추가적인 위촉이 원장님의 임명장 수여식과 함께 진행되었다.

충남발전연구원에서는 ‘2010년도 공공디자인클리닉센터 운영계획 및 소개’라는 주제로 이충훈 센터장의 발표가 있었다. 작년도 클리닉센터의 업무성과와 시·군 업무지원에 대한 미비한 점을 보완하고, 교육을 더 강화하며, 특히 주민참여를 통한 공공디자인 활성화를 통해 공공디자인에 대한 인식을 확산시켜 공공디자인에 대한 주민의 참여율을 높이하고자 하였다.

충남도청에서는 ‘공공디자인으로 명품충남 만들기’라는 주제로 안진근 공공디자인담당장의 발표가 있었다. 충청남도의 공공디자인 비전과 목표 그리고 추진사업에 대한 설명 및 단계별 세부계획에 대한 설명이 있었다.

마지막으로 16개 시·군 담당자들의 공공디자인 추진계획 및 작년도 사례 발표를 통해서 지원에 대한 보완점 등을 검토하였고, 각 시·군에서 추진하는 공공디자인사업을 통해서 서로 정보를 공유할 수 있는 기회를 가졌다.

2010년도 공공디자인클리닉 상반기 워크숍은 공공디자인클리닉사업의 안정적인 사업의 정착과 활성화를 도모하고 참신한 아이디어를 발굴하기 위해 개최되었으며, 이번 워크숍을 통한 지자체 공공디자인 담당 및 관계자의 토론내용 및 의견사항은 클리닉사업에 적극 활용될 예정이다.

원 고 모 집



열린충남은 항상 열려 있습니다.

열린충남은 충남 발전에 관한 연구논문, 정책제언 등
참신한 내용과 정보를 언제든지 환영합니다.

채택된 원고에 대해서는 소정의 고료를 드립니다.

| 원고투고 | 충남발전연구원 홈페이지(www.cdi.re.kr) 참조 (작성요령, 투고신청서 등)

| 보내실곳 | 충남 공주시 금흥동 101 충남발전연구원 기획조정연구실

전화 (041) 840-1122 팩스 (041) 840-1129 E-mail : shnam@cdi.re.kr

「충청지역연구」 제4호 논문 모집 안내

「충청지역연구」는

1. 충남발전연구원(CDI)이 발간하는 충청지역의 상생발전과 삶의 질 향상을 도모하고 각 분야별 학문적 발전과 우수한 연구 성과를 이끌어내기 위한 전문학술지입니다.
2. 본 학술지는 1년에 2회 발간이 원칙이며, 매년 6월말, 12월말에 발간됩니다.
3. 원고 투고 분야는 농촌개발, 도시 및 지역계획, 지방행정, 문화예술 및 관광, 산업경제, 환경생태 등으로 한정하되, 충청지역과의 직·간접적 연관이 있는 논문이어야 합니다.

논문 투고 및 게재

1. 투고를 희망하시는 분은 “논문 원고”와 “논문투고신청서”를 아래의 E-Mail로 송부해 주시기 바랍니다.

“충청지역연구” 담당자

[314-140] 충남 공주시 금홍동 101번지

T : 041-840-1122 / F : 041-840-1129

E-mail : shnam@cdi.re.kr

2. 원고 마감 : **5월말일 도착분에 한함**
3. 심사 후 채택된 원고에 한해 **100만원의 원고료**를 지급합니다.
4. 투고논문은 다른 학술지에 투고되어 심사중이거나, 또는 기 게재된 논문이 아니어야 합니다.
5. 일단 제출된 원고는 반환하지 않으며, 접수된 원고는 본원 심사위원회의 심사를 거쳐 게재 여부가 확정됩니다. 또한 확정된 논문의 저작권은 충남발전연구원에 있습니다.
6. 「충청지역연구」에 대한 자세한 사항은 충남발전연구원 홈페이지(www.cdi.re.kr)를 참조하십시오.
7. 대한민국의 중심! 충청 지역의 발전과 도민의 삶의 질 향상에 밑거름이 될 학술지인 「충청지역연구」에 많은 관심과 참여 바랍니다.