

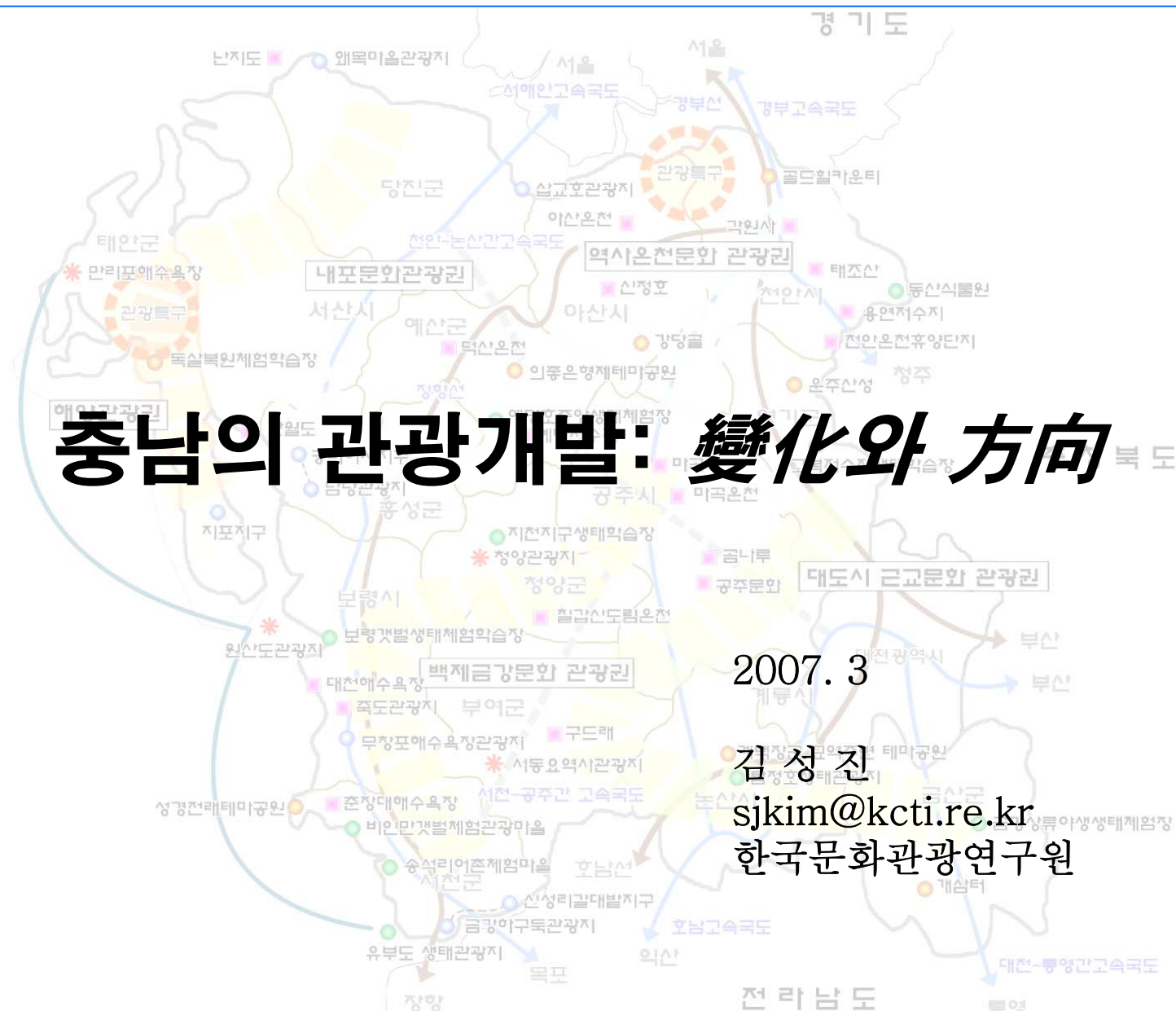
충남의 관광개발: 變化와 方向

2007. 3

김성진

sjkim@kcti.re.kr

한국문화관광연구원



충남의 관광개발 현황

관광자원: 산과 바다, 강과 평야, 백제문화와 내포문화...

수요증대: 주5일 근무제와 서해안고속도로의 최대 수혜지역
(당일관광 점유율) : 5%(1999) → 8%(2005) → 10%(2020)
(숙박관광 점유율) : 5%(1999) → 10%(2005) → 12.5%(2020)

환경변화: 행정중심복합도시 건설 및 도청 이전
서해안관광벨트 개발사업 추진
태안 관광레저형 기업도시 개발사업 추진

서해안 국제 관광중심지 창출!

제4차 충남권 관광개발계획(2007~2011)

비 전: 생태·역사·해양 관광자원의 특화를 통한
서해안 국제 관광중심지 창출

목 표: ① 해안·해양체험 관광거점지 육성
② 역사문화 특화지역 조성
③ 체험 생태관광 중심지 조성

투자계획: 5조 9969억원 (공공 1조 3855억원, 민자 4조 6,114억원)

Tourism is an activity which involves a special relationship between visitors, the industry, the environment, and local community.

- WTO(2005), Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers -

관광개발, 지역사회와 민간 주도로 전환하라.

유형	대표 사업	한계	방향
Type I	문화관광자원 개발	경쟁력 미흡	지역사회 중심형 개발 Community based development
Type II	관광지 개발	민간투자 미흡	-
Type II	관광단지 개발	규제, 인센티브 미흡	민간 주도 개발 Private driven development



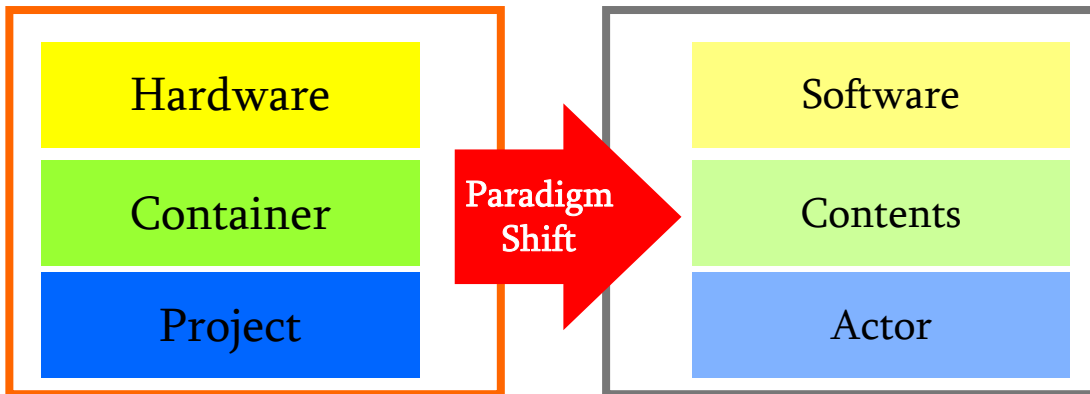
경관이 수려한 지역의 한쪽에 어설픈 놀이시설과 엇비슷한 식당들과 평범한 숙박시설을 모아 놓고, 비싸고 불편하더라도 ‘관광지니까’ 했다. 한국관광은 관광지를 버릴 때 산다.

- 안원태 역, 自由時間都市 중에서 -

충남관광은 관광지를 버릴 때 산다.

문화가 없는 공허함을 시설로 메우려 한다.

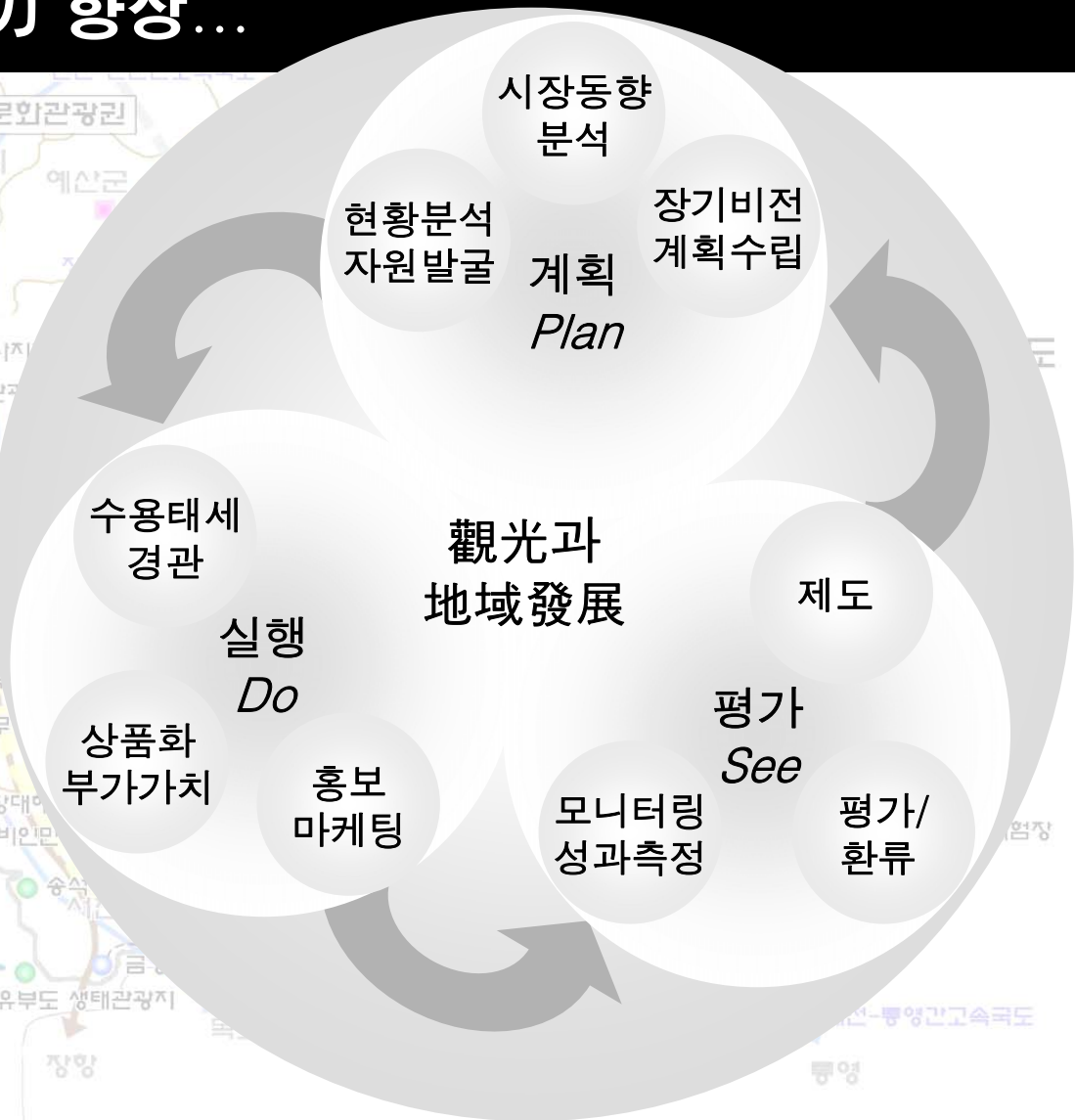
Software보다 Hardware를 우선하고,
Contents보다 Container를 중시하며,
Actor보다 Project에 관심이 많다.



관광개발, 지역 綜合力 향상...

좋은 관광지란
특정 관광 포인트 뿐만 아니라
경관, 문화 및 자연환경을
포함하여
누구나 쾌적함을
느낄 수 있는 곳이다.

관광개발은
호텔과 골프장을
건설하는 것이 아니라
지역의 종합력(綜合力)을
높이는 것이다.

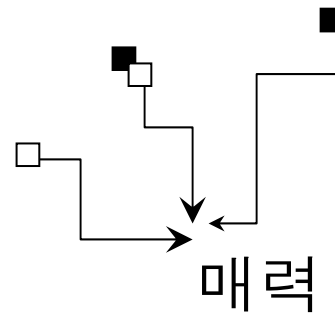


관광도 시스템이다.

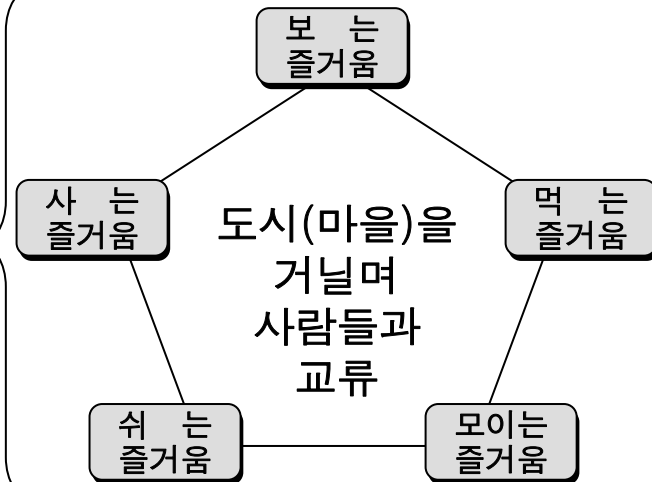
매력적인 관광지가 있다면,
사람들의 마음은
자연스럽게 그 곳으로 향하고
자주 가게 되고 또 오래 머물게 된다.

지속적으로 관계가 이루어지고
오래 유지된다.

집 객



콘텐츠



인프라

교통 + 안내정보 + 숙박

주 체

조직(사람) + 제도

아주 간단한 거야. 잘 보려면 마음으로 보아야 해... 가장 중요한 것은 눈에는 보이지 않거든. 사람들은 이런 진리를 잊고 있어.

- 생텍쥐페리, *어린왕자* 중에서 -

보이지 않는 것(*invisible*)이 관광객을 사로잡는다

세계의 관광명소



로렐라이 언덕

독일
하이든의 시, 질허의 노래



인어공주 동상

덴마크, 코펜하겐
안데르센의 동화



오줌싸개 동상

벨기에, 브뤼셀
줄리앙, 국민방문 전통



머라이언 동상

싱가폴
건국신화, 사자의 도시



나폴리항

이탈리
세계 3대 미항
See Naples and die.

우리는 이 세계적 관광명소들이
노래와 동화가 없었다면 한갓 동상과 언덕에 불과했을
그 단순한 진리를 깨닫지 못하고,
동상과 언덕 만들기에 여념이 없는 것은 아닌지...

물론 관광은 관광객이 주가 된다. 그러나 관광지라고 해서 주민은 간 데 없고 외지인만 스쳐 가는 곳이어서는 안된다. 관광명소도 주민이 참여하고 가꿔가야 생명력을 가진다.

- 김찬 관광국장, 주민이 만드는 관광 중에서 -

지역사회(Community)

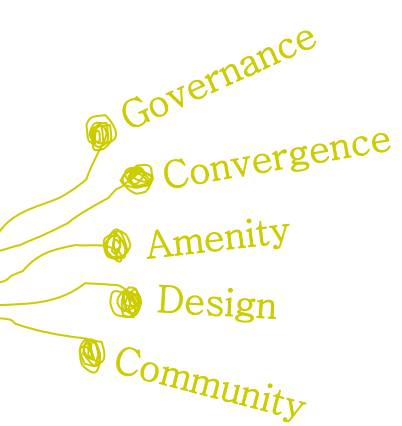
관 광 개 발 은 **지역사회** 개 발 이 다 .

경기 부침과 계절 불황에도 불구하고 꾸준히 성장하는 관광지는 하나의 공통점을 갖고 있다. 관광객만이 이용하는 비일상의 공간이 아니라 주민의 여가를 위한 문화공간이라는 점이다.

관광개발과 지역개발은 상호 수렴하는 것이어야 한다. 방문객을 위한 관광개발은 정주민을 위한 개발이어야 하고, 정주민을 위한 지역사회 개발은 방문객을 고려한 개발이어야 한다.

최고의 관광지는 살기 좋은 곳이다. 관광개발은 주민의
여가 및 문화 기회와 삶의 질을 높여주는 지역사회 개발이다.

近者悅 遠者來 <論語, 子路 16>





金澤 市民藝術村

1919년 大和紡績工場 건설

1993년 市에서 매입, 1995년 리모델링(16억엔) 착수, 1996년 10월 개관
5 studios(Multi, Drama, Open Space, Music, Art)의 24시간, 365일 오픈
성공요인: 리더십과 파트너십(Leadership & Partnership)



청계천: 수도 서울의 가장 인기 있는 관광명소

2005년 10월 1일 개통, 58일만에 1,000만 방문, 1년에 3,000만명 이상 방문
청계천을 따라 서울 도심에 自然이 흐르기 시작했다. 文化도 되살아 나고 있다.

관광 → 관광객: 빛(문화)을 보는 것(to see light)
觀光 → 지 역: 지역을 빛나게 만드는 것(to make the place shine)



“Design, or resign”

– Margaret Hilda Thatcher, 前 영국총리 –

“Let designer design, then make engineer build the design”

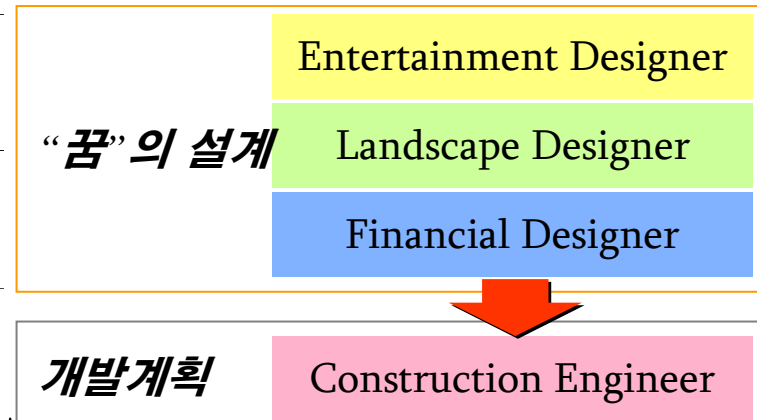
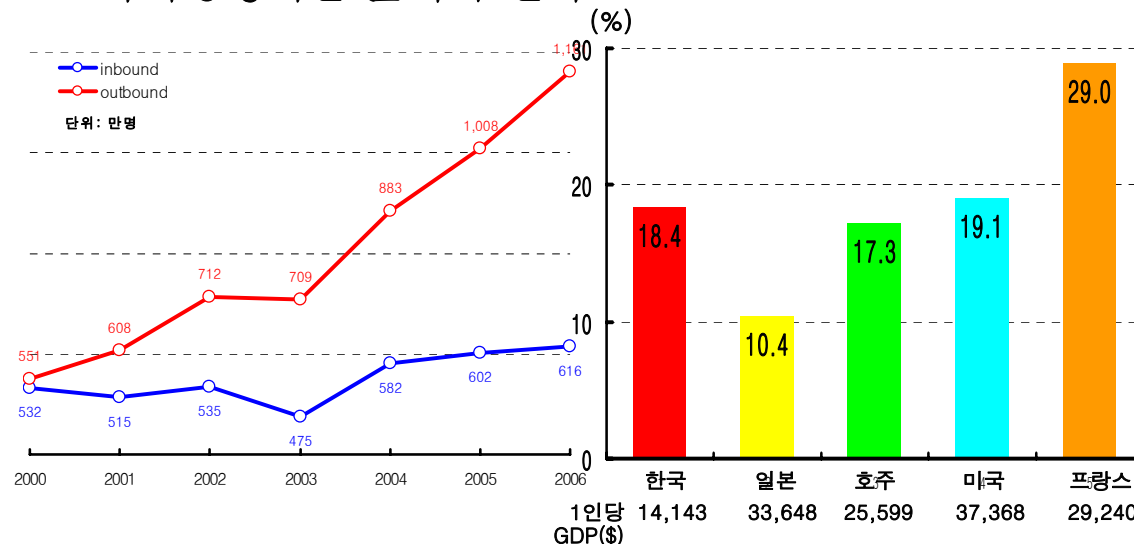
– Steve Jobs, CEO of Apple Computer, Inc. –

디자인(Design)

관 광 개 발 은 디자인 이 다 .

관광공급과 관광수요의 수준 격차(divide)가 계속 벌어지고 있다. 그리고 전국의 관광개발은 획일적이고 무차별적이다.

격차와 무차별을 극복할 수 있는 디딤돌이 관광디자인(tourism design)이다. “디자인하고 개발하라(Design First)”. 관광 가치를 디자인해서 가치경쟁력을 높여야 한다.





나고야 오아시스21



히메지문화관



교토역



가나자와 21세기미술관

남이섬 정관루



Design, or resign.
모든 명품은 디자인으로 통한다.

어메니티는 사람이 어떤 사물이나 환경을 접했을 때 느끼는 쾌적성을 의미한다.
청정 자연, 아름다운 풍경, 개성있는 문화적 전통을 말한다. 환경과 문화의 가치가
높아지면서 어메니티가 관광객의 새로운 요구가 되고 있다.

어메니티(Amenity)

어메니티가 관광경쟁력이다.

지역사회는 단기간의 경제적 이익을 요구한다.
선거 때마다 지역사회의 실질적인 발전과는 무관한 개발사업 중심의 공약이 남발해왔다.
양적 팽창 위주의 개발사업 추진으로 우리 관광개발의 질적 수준은 선진 관광목적지에 비해
크게 열악하다.

아름다움, 여유로움, 감성체험 등 쾌적함을 느끼고 싶어하는 시장과 욕구가
증대하고 있다. 관광개발은 지역의 어메니티 자원의 경제적 가치를
실현하는 행위이고, 어메니티는 관광경쟁력을 결정하는
핵심요소이다.

개발은 언제든지 할 수 있지만 보전은 바로 지금 아니면 못한다.



유후인, (방문객) 어디를 가 보면 좋은가요? (주민) 무엇을 보러 오셨나요?

인구 12,000명, 관광객 400만명(주민 1인당 관광객 350명, 1일 평균 1만명)

유후인의 매력은 거리, 강, 호수, 들, 산 등 어메니티(風情) 그 자체

전후 세 번(50년대 초, 70년대 초, 80년대 후반)의 어메니티 보전 선택

1차 산업과 관광산업이 융합된 관광생태계, 그리고 지역축제

(20세기) 살기 좋은 곳이 최고의 관광지이다 > (21세기) 최고의 관광지가 살기 좋은 곳이다.



관광은 '접미사'입니다. '생활관광' '의료관광' '비무장지대관광'처럼 개발할 여지가 무궁무진하다는 거죠.

- 김종민 한국관광공사 사장, 중앙일보 월요인터뷰 중에서 -

융합(Convergence)

관 광 효 과 는 **융합** 에

과거와 같은 개발 관행이 지속될 경우 관광개발이 이루어지고 관광객이 증가하더라도 지역사회의 발전과 삶의 질은 개선되지 못하는 딜레마가 발생할 것이다.

관광과 지역(문화), 관광산업과 지역산업이 융합된 관광생태계를 구축해야 상상 이상의 시너지 효과를 창출할 수 있다. 관광과 지역, 관광산업과 지역산업 각각의 '0.5차 더하기'가 가능할 수 있다.

난류와 한류가 만나는 곳에 가장 풍부한 어장(漁場)이 형성된다.



<관광생태계>



메이드 인 우키하

농업과 관광의 융합: 미찌노에키(道の驛)
柵田 보전, 관광상품(쌀+지하수) 개발

방문객 증가가 소득 증대로 연결되는가?
관광산업과 지역산업의 융합
상품 개발



우리도 이제 지역주민이 관광의 주체가 되어야 한다. 그리고 주민을 지원하는 다양한 전문가와 지방정부가 네트워크를 형성해야 한다.

- 김찬 관광국장, 주민이 만드는 관광 중에서 -

협치(Governance)

협치가 성패를 좌우한다.

빠른 물고기가 큰 물고기를 잡아먹는 ‘스피드(speed)’의 시대이다.
관광경쟁력은 현재 개발된 시설과 서비스의 경쟁력이 아니라 차별화된 시설과 서비스를 계속 개발해내는 능력을 의미한다.

불확실하게 급변하는 관광시장에 대처하기 위해서는 지역주체들간의 긴밀한 협력과 유연한 대응이 필수적이다. 지역주체들간의 발목잡기, 상호견제로 인한 의사결정 지연은 치명적 결과를 초래할 수 있다.

그래서 정부, 기업, 주민 등 지역주체간 합의와 협력이 관광개발의 성공조건이다.

