



허남혁 | 충남발전연구원 책임연구원

김종수 | 충남사회적경제지원센터 책임연구원

1. 서론

지난 5월 충남발전연구원과 충남도청은 유럽의 마을만들기를 살펴보는 기회를 가졌다. 유럽의 농정혁신, 로컬푸드, 마을만들기, 사회적경제의 현황조사가 목적이었다.

유럽의 마을만들기는 오랜 전통 속에서 나타난 것이다. 그만큼 유럽의 마을만들기는 세월이 녹아 있는 연대와 협동의 전통을 가지고 있다. 방문 사례에서 살펴볼 수 있듯이 이러한 전통은 자연스럽게 민-관 협치 거버넌스를 실현하기 위한 바탕으로 작동한다.

이 글에서는 영국 런던의 서스테인의 활동과 토트네스 마을만들기를 통해 마을만들기의 주체, 운영원리, 거버넌스 형성 등에 대해 살펴보고 충남에서의 시사점을 도출해보고자 한다.

2. 영국 런던의 서스테인

○ 현황

서스테인은 “인간과 동물의 건강과 복지를 증진하고, 삶과 노동환경을 개선하며 사회와 문화를 풍부하게 하고 형평성을 증진하는” 농업과 먹거리 정책을 옹호하는 민간단체로, 현재의 농식품체계의 문제를 개선하고 지속가능한 방향으로 증진하기 위한 목표를 갖고 있다. 서스테인은 1999년 출범(기준에 10년 이상 활동해오던 National Food Alliance와 Sustainable Agriculture Food and

Environment(SAFE)를 통합하여 재출범)하였고, NGO이자 NPO로서의 위상을 갖고 있으며, 100개 안팎의 관련 단체들을 대표하고 있는 우산 조직이다. 또한 회원단체의 규모, 정치성향, 활동내용은 매우 다양하며, 특정 사안이 있을 때 이슈 중심으로만 대표하는 것으로 활동하고 있다.

○ 운영 및 자원

서스테인은 농산업(기업영역)으로부터 독립적으로 운영되고 있으며, 회비와 출판물 판매수익 이외에 자선재단, 정부, 정부관련 재원의 보조금을 받고 있다. 서스테인의 예산은 연 170만 파운드 상당(약 40억원)이라고 한다. 이 중 약 절반은 복권기금, 25%는 런던광역청(GLA), 23%는 그 외의 기금이나 정부 프로젝트 보조금, 나머지 2% 가량이 회원단체가 내는 회비 수입(약 25,000파운드)에 의존한다. 서스테인의 재원구조를 살펴보면 회비수입의 비중은 적지만, 서스테인에 참여한다는 상징적인 의미를 지니고 있다.

○ 주된 활동내용

서스테인은 프로젝트(캠페인)별 활동을 진행하고 있다. 현재 서스테인에서 수행하고 있는 가장 큰 프로젝트는 Making Local Food Work와 Capital Growth이다. 이러한 프로젝트에는 약 30명의 인원이 활동하고 있다. 복권기금 활용 프로젝트는 Making Local Food Work, Real Bread Campaign, Capital Growth, Ethical Eats 등이 있다. 또한 서스테인은 회원들간의 정보를 제공하기 위해 회원단체용 계간 소식지 <Digest>를 발행하고 있다. 이를 통해 회원단체들에게 프로젝트 활동내역, 관련 간행물 정보, 정부/산업계/해외 정책정보, 행사정보 등을 상세하게 제공하고 있다.

○ 공공급식 개혁 프로젝트(Good Food on the Public Plate)

서스테인의 주요 사업 중 하나로 공공급식 개혁 프로



〈그림 1〉 서스테인이 주관하고 있는 프로젝트의 하나인 리얼브레드 캠페인 : 첨가물을 쓰지 않고 지역산 식재료로 빵을 만드는 지역 빵집들에 인증마크를 부여해주고 인터넷으로 네트워킹해주고 있는데, 런던 지역만해도 지도에 표시된 풍선(참여빵집)의 수가 상당하다.

젝트를 들 수 있다. 이는 런던 공공부문(광역런던시 지역) 기관들(지자체, 병원, 대학, 복지시설) 등의 급식에서 지속가능한 식재료 사용을 장려하기 위한 사업이다. 공급자와 기관을 서로 연결시켜주는 역할과, 기관 간 협력을 지원하여 구매력을 제고(공동구매의 활성화)하는 역할을 수행하고 있다. 서스테인은 이를 통해 연간 600만 파운드 상당의 지속가능한 식재료 계약 성사에 기여하고 있다. 학교의 경우에는 자치구 단위로 계약 성사를 주선하고 있고(급식이 대개 자치구 수준에서 이루어지고 있기 때문), 현재 5~10개 자치구와 관계를 맺고 있다.

또한 서스테인은 로컬푸드 공급자 DB를 구축하고 활용(local food finder)하고 있으며, 인증 먹거리(유기농, 동물복지, 공정무역 등)의 경우에는 회원단체를 활용하여 공급자를 확보하고 있다고 한다.

중장기적으로는 ‘법률개정’을 위한 캠페인을 통해 공공급식 시스템 전반을 개혁(연간 20억 파운드 상당의 시장규모)하려는 노력을 진행하고 있다. 향후 이를 교도소, 군대 등으로 확대하려는 노력을 하고 있다고 한다.

○ 서스테인의 성과 (런던시를 중심으로)

서스테인의 성과를 정리하면 아래와 같다.

- 도시농장과 커뮤니티 텃밭이 60개소 이상으로 증가 (소규모 텃밭까지 합치면 1천여개)
- 농민장터(farmers' market)이 2배 이상 증가함
- 공공기관 식재료 조달의 5~10%에 해당하는 분량의 지속가능한 식재료 공급 성과
- Ethical Eats 프로젝트를 통해 900개 음식점을 참여시키고 있음
- 유기농/공정무역 시장의 폭발적인 성장에 나름대로 기여함 (특히 유아식 분야)
- Food for Life Partnership 프로그램을 통한 학교 식생활교육 참여



〈그림 2〉 서스테인이 집중하고 있는 Capital Growth 프로젝트 : 2012년 런던올림픽을 맞아 런던에 2012개의 새로운 지역공동체 텃밭을 조성하고 있다.(www.Capitalgrowth.org)

○ 향후 활동 목표 및 전망

서스테인은 여전히 지속되고 있는 대형마트의 소매 독점(4개 업체가 약 80% 시장점유) 추세를 역전시키고자 하는 희망을 가지고 있다. 이는 현재 대형마트로 인해 동네 구멍가게가 문을 닫는 우리나라의 현실과 많이 유사하다. 서스테인은 민관협력을 통해 지역 중소주체들에 의한 로컬 마켓이 30%선까지 도달하도록 하는 목표를 가지고 있다. 즉 대중들에게 스타벅스 지불의사를 유기농/로컬푸드 지불의사로 바꾸도록 만드는 것이라고 설명하였다(먹을거리에 대한 지출을 가치있고 매력있는 일로 만드는 것이 중요하다는 것이다).

장기적으로는 영국에서 생선 남획으로 인한 멸종위기 문제에 대처하는 것, ‘제초제 쓰지 않는 도시’(현재 파리, 도쿄, 토론토 등이 참여)에 런던도 참여하는 것, 공공기관의 지속가능한 급식 식재료 전환을 100% 달성하는 것, 신선한 먹을거리에 대한 런던 시민들의 접근성을 반경 500m 도보거리 이내로 높이는 것(주변에 신선 먹을거리 구매처가 존재하지 않는 ‘먹을거리 사막(food desert)’을 없애기)을 계획하고 있었다.

3. 토트네스 전환마을

○ 배경

토트네스는 영국 남서부에 위치한 지역인구 2만 5천명, 중심인구 8천명의 도시이다. 전통적으로 유기농, 퍼머컬처, 문화가 바탕이 된 지역이다. 이 지역은 롭 홉킨스라는 인물이 2004년 피크 오일에 대한 인식을 바탕으로 전환운동¹⁾을 시작한 곳이다. 토트네스 전환마을에서는 기후변화와 석유 고갈에 대응하기 위해 2030년까지의 에너지 독립계획을 수립하고 실천하고 있다. 또한 에너지 뿐 만이 아니라 식량, 지역경제, 문화, 교육 모든 분야에 대해 석유독립에 대한 과제를 마련하고 실천에 옮기고 있다.

○ 발전

TTT(Transition Town Totnes) 활동이 시작된 것은 현재 4년 정도밖에 되지 않았다. 그 과정을 살펴보면 정부주도가 아니라 아래로부터 주민 스스로 마을의 문제를 인식하고 이를 해결하겠다는 목표를 구체화함으로써 시작되었음을 알 수 있다. 이는 일반적으로 커뮤니티비즈니스(CB)가 태동되는 원리와 유사하다.

1) 전환운동이란 기후변화와 피크 오일(Peak Oil, 석유 정점)에 대한 커뮤니티의 대안, 위기에 대한 회복력(Resilience)을 높이기 위한 활동, 지역사회에서 에너지, 식량, 경제에 대한 대안을 찾는 것(Relocalization)을 뜻한다.

〈표 1〉 TTT 활동 연혁

년도	핵심	주요 활동
1년차 (2006-2007)	의식고양과 네트워킹	- 다양한 이벤트, 대화, 영화상영 등을 통해 주민들을 만나면서 TTT 주 요사업 내용 구상 - 11개의 워킹 그룹이 형성되고 몇 가지 실질적인 프로젝트가 시작됨
2년차 (2007-2008)	조직의 공고화	- 중간지원조직으로서 중심이 되는 역할 시작 - 펀딩을 시작 - 공식조직으로의 필요를 느낌 - 조직의 구조, 회계, 역할, 자원에 대한 공식화
3년차 (2008-2009)	에너지 저감 경로	- 몇몇 단체의 기금을 가지고 에너지 전환에 대한 실제 활동 시작 - “전환의 실천: 에너지 저감 행동계획” 시작
4년차 (2009-2010)	사회적 기업	- 사회적기업을 토트네스의 에너지 전환 비전을 실현할 주체로 주목함 - 구체화된 프로젝트로 사회적기업을 키우는 사업을 시작함



〈그림 3〉 TTT 지원을 통해 버섯을 키우고 있는 1인 기업가 : 아이들이 집에서 직접 버섯을 키워 볼 수 있는 키트를 개발하여 판매하고 있다.(우리나라에도 버섯 kit가 있음)

○ TTT 제공 서비스

TTT는 토트네스를 근거로 일종의 중간지원조직²⁾의 역할을 수행하고 있었다. 현재 TTT에서 시민들과 각 운동그룹에게 제공하는 서비스는 다음과 같다.

- ① 토트네스 사무실을 개방하여 각각의 프로젝트 멤버들이 상호 연락할 수 있는 거점을 마련해 주고, 회의를 위한 장소 제공, 정보 공유
- ② 시민들의 인식을 향상시킬 수 있는 프로그램 - 토론 장소 제공, 연사 초빙, 기술재교육 워크숍, 토트네스에 대한 깊은 이해를 할 수 있는 기회 - 제공(토트네스에서는 저녁때 술집에 가

2) 일본 내각부(2002)에 의하면 중간지원조직 개념은 '다원적 사회에 있는 공생과 협동이라는 목표를 향해서, 지역사회와 NPO간의 변화와 요구를 파악하며, 인제·자금·정보 등의 제공자로서, 또한 NPO간의 중계 또는 광의의 의미에서의 각종 서비스의 수요와 공급을 코디네이터 하는 조직'이라고 할 수 있다.

면 자본주의, 지역화폐 등의 주제로 주민들이 토론 모임을 가지는 것을 일상적으로 볼 수 있다고 함)

- ③ 웹사이트 플랫폼을 제공하여 프로젝트 그룹들이 그들의 사업과 더 넓게는 지역 활동에 대해서 커뮤니케이션 할 수 있도록 도움
- ④ 프로젝트 그룹들이 기금을 조달할 수 있도록 도와주고, 프로젝트 그룹 구성원의 역량강화를 돕기 위해 훈련과정을 마련함
- ⑤ 커뮤니티 포럼을 운영하여 TTT를 대표할 수 있는 사업(에너지 전환 프로젝트 등)에 관심을 가지고 참여할 수 있도록 함
- ⑥ 언론을 활용하여 대외적으로 TTT 사업을 알림: 인터뷰, 신문기사, 방송 등 활용
- ⑦ 프로젝트 그룹의 다양한 활동을 도울 수 있는 자원봉사자들을 연결시켜줌
- ⑧ 전환에 대해 관심을 가지고 방문하는 방문객들에게 투어 프로그램 제공
- ⑨ 개별 팀이 할 수 없는 대형 프로젝트를 진행: 기금을 관리하거나 보고서를 작성

○ TTT의 운영 전략

1) 코어그룹 운영

코어그룹의 운영은 각각의 주제 그룹의 핵심적 멤버 1명은 꼭 참석하여 중앙그룹이 운영되는 형태이다. TTT는 이러한 코어그룹의 운영을 위해 TTT Ltd라는 회사를 설립하였다. 이를 통해 워킹그룹이 대표를 보내 의사결정에 참여하고 소통 가능하다(일종의 이사회의 역할을 하고 있다). 코어그룹에서는 일반적인 지침, 방향을 제시할 뿐 각 그룹의 자율성 보장한다. 주된 역할은 TTT 운영을 위한 기금 형성, 조직을 유지하기 위한 법적인 보호, 인적자원 개발 등이다. TTT는 코어그룹을 통해 의사결정의 대부분이 이루어진다고 한다.

2) 오픈 스페이스

오픈 스페이스는 일반 대중들이 참여하여 비공식적인 회합을 통해 새로운 아이디어를 얻을 수 있는 전략이다. 주로 다루어지는 주제는 전환의 중요한 이슈인 ‘먹을거리’와 ‘에너지’ 문제이다. 예를 들어 livelihood라는 모임은 이론적인 경제학을 다루기보다는 실제 소규모 상점을 어떻게 열 것인지 컨설팅 해주는 모임으로 역할을 한다. 이 프로젝트를 시작한 이후 40여개의 프로젝트가 현재 진행되고 있다. 이러한 40여개의 조직들은 그 목적과 내용에 동의하여 자발적으로 생겨난 것이다. 프로젝트가 진행되는 과정에 주민 스스로 동기부여(empowering) 할 수 있었다고 한다. 현재 모임들은 참여하는 사람들의 시간, 자원, 능력에 의존할 수밖에 없어서 시간이 지나면 좀 시들해 질 수 있기 때문에 이를 계속 독려해 주는 것이 필요하다.

3) 워킹 그룹의 운영

워킹 그룹은 보통 주민들이 스스로 결정하여 조직화함으로써 태동된다. 따라서 구성원들의 주체意識이 매우 중요하다. 워킹 그룹은 매우 느슨한 형태로 조직되어 자율성을 가지고 운영된다. TTT는 이들에게 실패의 권리를 보장하고 다시 시도할 수 있도록 기회를 부여한다. 대다수 워킹 그룹은 에너지, 환경, 지역경제의 문제가 지금과 같은 지속할 수 없다는 것을 인정하면서 시작되었다. 워킹 그룹은 단발성 이벤트부터 조직의 모양을 갖춘 것, 기금 형성을 위한 프로젝트까지 다양하게 존재한다. 아래의 <표 2>, <표 3>은 토트네스 전환마을의 주요 워킹 그룹을 정리한 것이다.

표에서 살펴볼 수 있듯이 TTT하에서 다양한 분야의 워킹 그룹들이 자발적인 문제의식으로부터 생겨난다. 또한 ‘교통계획에 참여하기’ 처럼 지방정부의 영역까지 시민이 적극적으로 참여하고 있는 것을 알 수 있다.

워킹 그룹의 또 하나의 특징은 지역 내 순환과 공생을 고민하며 프로젝트를 기획하였다는 점이다. 또한 프로젝트 자체에 스스로 공부할 수 있는 내용을 가져 조직의 지속가능한 원동력을 높이고 있음을 알 수 있다.



<그림 4> 다양한 프로젝트 모임 현황

4) 다양한 지역주체와의 연계 네트워크 형성

TTT는 지역의 다양한 주체들과의 연계를 통해 사업을 진행하고 있었다. 특히 의회와의 관계는 눈여겨볼만 하다. TTT는 의회와의 협의를 통해 에너지 전환 프로젝트를 함께 계획하고 사업을 수행하고 있다. 실제로 의회로부터 ‘저탄소 커뮤니티 챌린지’ 기금을 받아 시청의 청사 지붕에 74개의 솔라 패널을 설치하는 것을 위탁받아 진행하기도 하였다.

TTT는 지역의 학교들과 함께 학생들과 주민들에게 ‘시민권’과 ‘환경의식’ 등 ‘전환’ 관련 철학을 공유하는 프로그램을 제공한다. 이제까지 학교 내에서 6번의 포럼을 열었다. 또한 ‘교육 그룹’들은 전환운동을 끌고나갈 미래의 젊은 세대들에게 역량강화와 의식교육을 제공하고 있다.

TTT는 지역의 대학교도 연계되어 있다. TTT는 지역 대학의 대학원생들에게 연구비를 제공하여 ‘전환’ 관련 연구를 하게 하여 결과물을 제공받고 있다. 구체적으로 플리머스 대학교는 건강한 미래 프로젝트(Healthy Future Project)를 기획하여 연구하고 있고, 슈마허 칼리지³⁾와는 전환 관련 코스를 개설하여 공동 운영하고 있다.

3) 작은 것이 아름답다(Small is Beautiful)>라는 책을 통해 생태적인 패러다임의 추구를 이뤄 놓은 실천적 경제학자이자 환경운동가 프리츠 슈마허(Fritz Schumacher)의 이름을 땔긴 슈마허 칼리지(<http://www.schumachercollege.org.uk>)는 “생태주의자들의 하버드”라 불리는 곳으로, 새로운 세상의 패러다임을 제시하고, 이를 훈련하기 위한 교육의 장으로 유명하다.

<표 2> 에너지와 경제 분야 워킹 그룹

워킹그룹	주요활동 분야	진행 프로젝트
에너지 (Energy)	에너지 감축 지역 재생가능에너지 생산	- 트랜지션 스트리트 프로젝트 - 태양열 온수기 공동구매 - TRESOC- 토트네스 재생가능 에너지 공급 회사 - Good Energy와 협력을 통한 재생가능 에너지 보급
빌딩과 주택 (Building&Housing)	지역개발 계획 참여 저탄소 건축 코하우징	- Cosy Devon Project - a great opportunity for TTT - 지역개발계획에 관여하는 DPD 그룹 - 건축과 관련한 실질적인 부분을 담당하는 생태건축 그룹 - 사회적 지속가능성을 위한 코하우징을 담당하는 그룹 - 트랜지션 홈 그룹
교통 (Traffic&Transport)	바이오연료, 자전거	- 교통 계획에 참여하기 - 여론조사를 통한 정보 공유 노력
경제와 삶터 (Economics & Livelihoods)	지역순환경제, 지역기업, 로컬머니	- 비즈니스를 위한 녹색 에너지 프로젝트) - 에너지고효율 전구 교체 사업커뮤니티 비즈니스
지방정부 (Local Government)	지방정부와 연계 협력	- 시티홀 태양광, 지역 상공회의소 결합

<표 3> 먹을거리와 교육 분야 워킹 그룹

먹을거리 (Food)	지역 농식품체계와 인프라 구축, 생산자 소비자 간 연대 강화, 순환 경제체계 마련	- 텃밭 나눔 프로젝트 - 토지 접근성 ↑, 공동체연대 - 로컬푸드 가이드북- 지역 산물 장려 - 너트나무심기 프로젝트 - 영양원 공급, 공동체연대 - 씨디 씨스터즈- 종자 보전, 생물종다양성 확보, 재미 - 푸드허브- 온라인 지역농산물 직거래장터 - 푸드링킹- 생산자와 소매상간의 공급시스템 강화
건강과 웰빙 (Health & Wellbeing)		- 건강한 미래 프로젝트 - 치유를 목적으로 한 공동체 건강·웰빙 텃밭 조성
교육 (Education)	지역 학교와 연계, 인식과 참여 를 높이기 위한 프로그램 개발 및 지원	- 마이스토리- 세대 간 소통, 과거를 돌아봄 - 전환 도서관 - 전환관련 자료를 모아 이용 편리하게 함 - 전환 이야기 - 이야기와 체험학습을 통해 학생들이 현실을 인식 하고 긍정적인 미래상을 정립할 수 있도록 함
문화 예술 (the Arts)	창조력, 상상력, 재미를 통한 인식증진, 문화적 전환	- 지속가능한 메이커 - 지역예술가들의 모임, 작품활동, 전시, 문 화예술행사 등을 통한 인식증진, 에너지 공급
마음과 영혼 (Heart&Soul)	내적 전환, 생태적 성찰	- 멘토링 서비스 - TTT활동가들의 resilience 유지 지원 - 마음과 영혼 워크숍
행정 & 지원 (Admin&Support)	TTT 프로젝트 기획, 조정기능, 실행기능	- 토트네스 에너지 감축 행동 계획

4. 결론

영국 런던의 서스테인과 토트네스 전환마을을 살펴본 시사점은 다음과 같다.

첫째, 로컬푸드 및 사회적경제 영역에서 민관 협치 거버넌스를 실현하기 위한 구조를 지니고 있었다.

서스테인은 NGO 조직이지만 런던시 및 영국 중앙정부와 밀접한 정책협력관계를 지니고 있는 조직으로, 로컬푸드 및 지속가능한 먹을거리 정책영역에서 미디어와의 캠페인을 통해 시민들과 공공영역의 관심을 이끌어내고, 여기서 발생하는 지자체와 정부의 예산지원을 활용하여 민간의 활력을 최대한 이끌어내는 방식으로 사회적 변화를 추동하고 있었다.

둘째, 새로운 가치를 지향하는 정책영역의 경우에는 관에서 주도하는 것보다는 민간의 창의성과 주도성을 활용하고 이에 대해 행정기관에서 간접지원하는 방식이 훨씬 더 효과적이라는 것을 잘 보여주는 사례이다.

이는 충남도의 관련 중간지원기관의 성격과 향후 활동방식에 대해 많은 시사점을 던져주고 있다. 비록 충남의 경우에는 시민사회의 활동이 그리 활발한 편은 아니지만, 이 같은 새로운 관계형성을 통해 장기적인 관점에서 이들의 성장을 지원하는 것이 정책적인 효과 측면에서도 크다는 시사점을 얻을 수 있다.

셋째, 주민들이 사업에 참여하기 위해서는 생활에서 피부로 느낄 수 있는 조그마한 성취들을 가져가는 것이 필요하다.

예를 들어 토트네스의 에너지 전환 정책은 토트네스의 난방비가 실제로 비싸다는 점에서 시작된 것이다. 즉, 지역사회의 문제가 무엇인지 파악하고 실제 그것을 해결하려고 한 것이다. 이 때문에 에너지 전환 정책은 시민들에게 더욱 친근히 다가갈 수 있었다.

마지막으로, 사회적경제의 틀에 맞추어 지역 커뮤니티의 재조직화가 필요하다.

이는 결국 주체를 어떻게 키워내고 담론을 형성할 것인지의 문제이다. 토트네스 전환마을 사례에서 TTT는 결국 시민기반의 다양한 그룹들을 키워내고, 이를 통해 지속적인 자원과 에너지를 공급받는 것을 알 수 있었다. 충남에서도 다양한 중간지원조직이 생겨나는데 이러한 사회적경제 지원조직 간 네트워크를 어떻게 형성할 것인지, 지역의 문제를 고민하는 소그룹들을 어떻게 지원할 것인지 고민할 필요가 있다.

참고문헌

충청남도(2011). <정무부지사 유력순방 자료집>. 충남도청 보고자료.
TTT(2010). So, What Does Transition Town Totnes Actually Do? The Story So far 2006–2010, October 2010

충남 지역관광의 발전을 위해 바라는 것들



김향자 | 한국문화관광연구원 선임연구원

지난 여름 이탈리아를 여행할 기회가 있었다. 그 중 세계자연유산마을인 친퀘테레와 ‘쫓타슬로’ 연맹 도시인 오르비에토에 들렀다. 이곳들은 우리의 농촌 마을이나 도시보다 어메니티 수준이 높다. 그러나 이보다도 나를 감동하게 만든 것은 이들 지역에서는 주민들의 소박하지만 격이 있는 생활모습을 그대로 보여주고 있다는 것이다.

지역관광이 경쟁력을 갖기 위해서는 강력한 관광매력물이 있어야 한다고 자주 이야기해 온 터라 그동안 생각해온 것과는 전혀 다른 모습의 매력적인 지역을 방문하면서 충남의 지역관광이, 아니 우리나라의 지역관광이 발전하려면 무엇이 필요한가 생각해 보았다.

시설, 콘텐츠, 커뮤니티의 삼박자가 어우러져야...

지역관광 정책을 추진하자고 논의하다보면, 관문역할을 하는 랜드 마크가 필요하다, 보여줄 것이 적으니 테마시설을 개발해야 한다, 숙박시설이 부족하니 펜션을 조성해야 한다 등으로 귀결된다.

결국은 어떤 사람을 위해서, 어떤 것을 담기 위해서가 아니라 일단 관광시설부터 만들고 보자는 식이다. 정작 무엇을 느끼게 할 것인가, 어떤 체험을 하게 할 것인가에 대한 고민과 함께 이를 제공할 사람들, 살고 있는 지역, 즉 커뮤니티에 대한 고려는 매우 적다.

대도시가 아닌 농어촌지역의 작은 마을에서는 현대화된 시설을 조성한다고 해도 규모면에서나 집적화 측면에서 그 자체로서는 경쟁력을 가지기 어렵다. 또한 트렌드의 변화에 빨리 대응할 수 없을 뿐만 아니라 시간이 지나면 노후화되기 때문에 시설에 걸맞은 콘텐츠 프로그램이 운영되어야 하나 프로그램도 빈약한 실정이다.

지역관광에서 주민이 주인이 되어 직접 배우가 되기도 하고 관객이