

제3권 제2호(통권8호)
1997 여름

여리추남 리 논 문

The Chungnam Review

특집 · 21세기 충남관광의 VISION과 대응전략

특 집 · 충남관광의 VISION과 대응전략

충남관광의 변화전망과 개발전략/ 여정태

어촌 관광개발의 과제와 전략/ 김정연

충남 관광정보 전달체계 확립방안/ 양광호

지방자치단체의 관광산업 추진현황/ 한범수

충남의 관광산업 개발전략/ 이태희

정 책제언

충남의 화훼산업 육성전략/ 심재성

충청남도 인본경영행정의 논리체계/ 최병학

사 사칼럼

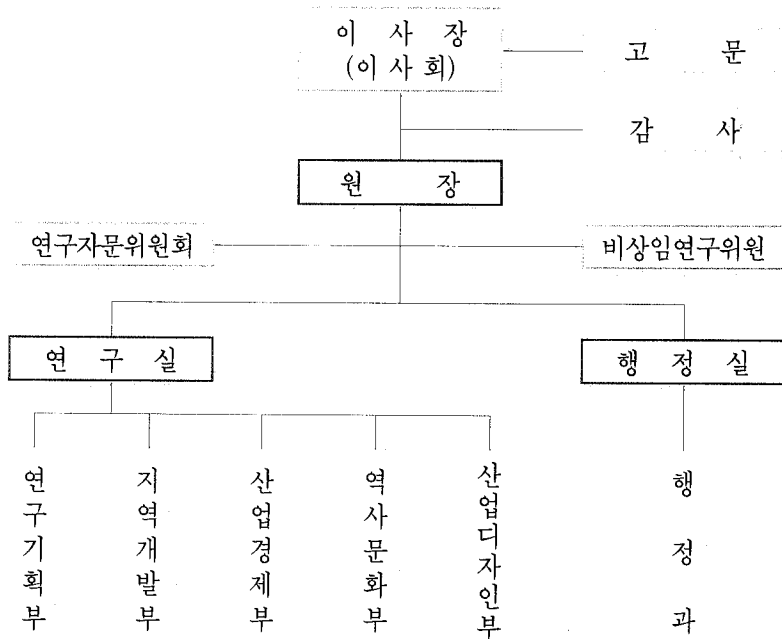
충남관광의 미래는 밝다/ 최동환



충남발전연구원
Chungnam Development Institute

충남발전연구원

충청남도과 도내 각 시·군이 출연하여 설립한 공익연구기관으로서
세계속의 충남을 열어가는 최고의 전문 연구기관을 지향합니다.



연구기획부

연구사업의 기획·조정·총괄
각종 연구계획 수립
도·시·군정 주요 현안과제 연구

지역개발부

도·시·군 지역개발에 관한 연구
농촌·도시개발계획 및 정책연구
사회복지 관련연구

산업경제부

지역경제·산업개발연구
지역의 환경계획 수립·정책연구
농·어촌 현안문제의 장·단기 대책연구

역사문화부

역사문화의 조사·연구
문화재 발굴·보전·관리방안 연구
문화행사 및 이벤트 관련연구

산업디자인부

중소기업의 발전방안 연구
산업디자인 개발 및 홍보, 지원방안 연구
도·시·군 홍보표지판 디자인 연구

행정과

연구사업 지원
인사·예산 및 일반행정 업무
자료실 관리 및 안내
각종 행사계획 수립

여리춘남 리 논 문

The Chungnam Review

목차 CONTENTS

특 집 21세기 충남관광의 VISION과 대응전략

- ① 충남관광의 변화전망과 개발전략 여정태
- ② 어촌 관광개발의 과제와 전략 김정연
- ③ 충남 관광정보 전달체계 확립방안 양광호
- ④ 지방자치단체의 관광산업 추진현황 한범수
- ⑤ 충남의 관광산업 개발전략 이태희

정책 제언

- ⑥ 충남의 화훼산업 육성전략 심재성
- ⑦ 충청남도 인본경영행정의 논리체계 최병학

시사칼럼

- ⑧ 충남관광의 미래는 밝다 최동환

연구원소식

- ⑨ 연구원사업 140
- ⑩ 원장동정 143
- ⑪ 연구원활동 143

특 집

21세기 충남관광의 VISION과 대응전략

충남관광의 변화전망과 개발전략 / 여정태

어촌 관광개발의 과제와 전략 / 김정연

충남 관광정보 전달체계 확립방안 / 양광호

지방자치단체의 관광산업 추진현황 / 한범수

충남의 관광산업 개발전략 / 이태희

충남관광의 변화전망과 개발전략

여 정 태
(余廷泰)

경기대학교
관광개발학과 교수

이 인 배
(李仁培)

충남발전연구원
연구기획부 연구원



- I. 들어가는 글
- II. 관광여건 변화와 전망
- III. 충남지역 관광개발 현황과 과제
- IV. 21세기를 향한 충남지역 관광개발 전략
- V. 나가는 글

I. 들어가는 글

오늘날 우리가 살고 있는 시대는 국민소득의 증대, 교통통신의 발달, 여가시간의 증대, 생활의 질적 향상 추구 등으로 여가활동으로서 관광·레저

에 대한 욕구가 증가하고 있으며, 관광·여가시설의 공급 또한 다양화, 전문화, 대량화 되고 있다.

특히, 국민경제의 급속한 발전으로 1인당 GNP가 1만달러를 넘어섰고, 생활수준의 향상과 노동시간의 단축으로 여가시간이 증대하고 있다. 1994년 한해동안 만 13세 이상 국민의 90.5%인 3,060만명이 1회 이상의 숙박관광이나 당일관광을 경험한 것으로 나타나고 있어(한국관광공사, 1995) 국민 여가생활에도 많은 변화를 가져오고 있다.

따라서 국가적으로나 지방정부에서는 이러한 사회적 변화에 대응하기 위하여 국가와 지방정부의 개발계획에 여건변화 및 전망에 대한 변화내용을 고려하여 계획을 수립하고 있다. 특히, 국민생활패턴과 밀접하게 관련되어 있는 관광부문에 있어서는 시대적 변화에 매우 민감하여 관광관련 계획의 변화를 요구하고 있다.

충남지역은 1995년 현재 3,216만명의 관광객이 방문하였고, 3,150억원의 관광수입(충청남도, 1996)을 올려 지역발전에 일조를 하고 있으며, 관광개발사업의 일환으로 안면도 국제관광지, 보령 대천해수욕장, 아산 온천관광지 등의 개발이 활발히

진행되고 있다. 이러한 대부분의 관광개발계획과 조성사업은 그 지역의 지형적 여건 뿐만 아니라 주변지역 및 국내외의 여건, 관광객들의 이용행태 등을 고려하고, 상위계획과 종합적이고 체계적인 연계성이 이루어져야 하는데 아직까지는 이러한 종합적인 계획수립이 이루어지지 않고 있다.

따라서 본 연구에서는 기존의 관광관련 보고서와 통계분석자료를 활용하여 국내의 관광여건 변화와 전망, 충남지역의 관광여건 변화와 전망, 충남관광자원 현황, 충남관광 행태변화와 수요예측,

관광개발 관련계획의 검토 등을 종합하여 충남관광개발에 대한 특성과 문제점을 분석해 보고, 이를 토대로 21세기를 향한 충남지역 관광개발의 추진전략을 구상해 보고자 한다.

II. 관광여건 변화와 전망

1. 국내 관광여건 변화와 전망

가. 국내 관광여건 변화

국내의 사회적 환경변화에 있어서는 지방화 시대의 도래에 의한 지역경제 활성화와 지역별 경제

〈표 1〉 국내 관광여건의 변화과정

구 분	1960 ~ 1970년대	1970 ~ 1980년초	1980년후 ~ 1990년대
관 광 환 경	<ul style="list-style-type: none"> · 경제성장 시작 · 개발초기 단계 · 여가의식의 태동 	<ul style="list-style-type: none"> · 고도경제성장 돌입기 · 개인소득의 증대 · 교통의 발달 	<ul style="list-style-type: none"> · 안정성장 시대 · 소득증대의 둔화 · 여가시간의 증가 · 교통수단의 다양화 · 가치의 다양화
관 광 패 턴	<ul style="list-style-type: none"> · 당일관광형 중심 · 등산, 낚시, 해수욕 · TV보급으로 보고, 듣는 레저와 스포츠 · 일부 상류층이 주도 	<ul style="list-style-type: none"> · 관람형에서 일부 참여형으로 변화 · 등산, 테니스, 명소방문, 조기축구 등 절약형 스포츠 중심 · 상류층에서 중산층으로 이전 	<ul style="list-style-type: none"> · 골프, 스키 등의 보급 및 다양화, 고급화 · 여행과 취미생활의 다양화, 생활화 · 장기체재형 관광발달 · 관람형에서 참여형으로 · 회원제 레저 확산·정착 · 초기는 중상층 소득계층에 의해 주도
관 광 수 단	<ul style="list-style-type: none"> · 민박, 텐트 · 대중교통 	<ul style="list-style-type: none"> · 호텔, 여관 · 자가용 	<ul style="list-style-type: none"> · 호텔, 콘도, 별장 · 자가용, 전세버스, 항공기, 선박

구조의 평준화 진전, 노령인구 증가에 따른 실버 산업의 성장, 산업구조의 고도화 및 소프트산업 부상, 정보산업, 여가산업, 이벤트, 컨설팅 및 각종 전문 서비스 등 선진국형 서비스산업에 대한 수요의 급증을 주된 내용으로 하고 있다(한국관광공사, 1992).

국내 관광여건은 교통수단의 발달과 자동차 보급의 증가, 정보시스템의 광역화 등으로 2000년대에는 전국이 단일 도시권으로서의 관광이용권이 확대될 전망이다. 경제성장에 따른 소득증대로 다양한 여가생활 등 관광의 질적 향상을 추구하고 있고, 또한 산업의 자동화, 표준화, 규격화 및 주 5일 근무제 등에 따른 여가시간의 증대로 관광의 양적 확대가 예상됨에 따라 대규모 종합복합기능의 관광지와 소규모 복합기능의 관광지 및 특화 관광휴양지로 변화하여 능동적인 관광개발이 이루어지고 있다.

어지고 있다.

이와 같은 변화에 따라 정부의 관광정책도 국민 관광수요를 능동적으로 수용하는 정책으로 변화하고 있는데 그러한 관광여건의 변화과정을 살펴보면 <표 1>과 같다.

나. 국내 관광여건 변화전망

관광여건의 변화전망은 인구구조의 변화로 65세 이상의 노령층 및 청소년층의 다양한 관광수요가 예상되며, 학력별 인구구성에서 고학력자의 증가는 취업구조의 변화, 소득의 증가, 가치관의 변화 등의 요인과 함께 더 많은 관광활동이 창출될 것이다. 또한 도시계층 구조에 있어서도 50만 이상 대도시화율이 증가될 것으로 전망되어 도시의 일상생활을 떠나서 여가생활을 추구할 것으로 예상된다.

소득의 증가는 생활의 여유를 찾으려는 가치관

<표 2> 국내 관광여건의 변화전망

구 분	변 화 내 용
인구구조의 변 화	· 2000년 총인구는 약 4,800만여명에 이를 전망이며 특히 장노년층의 인구증가 현상이 두드러져 65세 이상의 노령층 및 청소년층의 다양한 관광수요가 예상됨
학 력 별 인구구성의 변 화	· 고등학교 이상 고학력자는 '85년 26.6%에서 2000년 47.6%로 증가가 예상되고, 인구구조 및 사회계층의 분화와 함께 고학력자의 비율이 높아질 전망 · 이러한 고학력자의 증가는 취업구조의 변화, 소득의 증가, 가치관의 변화 등의 요인과 함께 더 많은 관광객 활동을 창출
도 시 화	· 인구 2만 이상의 도시기준 도시화율은 '91년 79%에서 2000년에는 83%로 증가 될 전망 · 도시 계층구조에 있어서도 50만 이상 대도시화율이 증가될 것으로 전망되며 도시화의 진전으로 도시의 일상생활을 떠나 여가생활을 추구할 것으로 예견됨

구 분	변 화 내 용
소득의증가	<ul style="list-style-type: none"> · 경제 발전과 더불어 국민 1인당 GNP는 '70년 252\$에서 '80년 1,592\$로 증가하였고, '90년 5,569\$에서 2000년에는 16,000\$를 넘어설 전망 · 소득의 증가는 생활의 여유를 찾으려는 가치관의 변화와 수반되어 여가활동을 증가시키고 여가행태 또한 다양화될 것임
자 동 차 대 중 화	<ul style="list-style-type: none"> · 인구 1천명당 자동차 보유대수는 '80년 13.8대에서 '90년 67.7대로 증가하였고, 2000년대에는 243.9대로 급증할 전망 · 승용차 보유의 증가는 관광활동에 쉽게 참여할 수 있는 잠재인구의 규모를 급속히 증가시키고 있음
생활시간의 변화	<ul style="list-style-type: none"> · 취업자 1인당 주간 자유시간은 '85년 45.1시간에서, 2001년 52.2시간으로 증가가 예상 · 소득의 증가와 사회구조변화에 따른 자동화, 고속화 등으로 여가시간이 증가됨

의 변화와 더불어 여가활동을 증가시키고 여가행태도 또한 다양화될 것이며, 승용차 보유의 증가는 관광활동에 쉽게 참여할 수 있는 잠재인구의 규모를 급속히 증가시키고 있다. 또한 소득증가와 사회구조 변화에 따른 자동화·고속화 등으로 여가시간이 증가될 것이다.

2. 관광행태 변화와 전망

2000년 이후에 1인당 국민소득이 현재의 선진국 수준인 2만달러에 이르게 됨에 따라 우리의 생활패턴에도 많은 변화가 초래될 것으로 보여 여가활동에서도 양적인 증가뿐만 아니라 질적으로도 많은 변화를 가져올 것이다.

자원형태별 변화추이를 국토개발연구원과 제3

〈표 3〉 자원형태별 관광객 참여율 변화전망

구 분	1988년(%)		2001년(%)		성장지수(%)		추 세	
산 악 형	16.3 ¹⁾	39.6 ²⁾	16.9	36.2	103.5	91.4	↑	↓
해 안 형	12.3	15.6	12.9	16.2	104.4	103.8	↑	↓
내륙위락형	11.8	44.6	14.5	47.6	122.5	106.7	↗	↗

주 : 국토개발연구원의 자료중 휴식·행락형과 스포츠형을 내륙위락형으로 구분하였음.

자료 : 1) 국토개발연구원, 「휴양/위락행태의 변화 및 공간확보 방안연구」, 1989.

2) 국토개발연구원, 「제3차 국토종합개발계획」, 1992.

구조의 평준화 진전, 노령인구 증가에 따른 실버 산업의 성장, 산업구조의 고도화 및 소프트웨어 산업, 정보산업, 여가산업, 이벤트, 컨설팅 및 각종 전문 서비스 등 선진국형 서비스산업에 대한 수요의 급증을 주된 내용으로 하고 있다(한국관광공사, 1992).

국내 관광여건은 교통수단의 발달과 자동차 보급의 증가, 정보시스템의 광역화 등으로 2000년대에는 전국이 단일 도시권으로서의 관광이용권이 확대될 전망이다. 경제성장에 따른 소득증대로 다양한 여가생활 등 관광의 질적 향상을 추구하고 있고, 또한 산업의 자동화, 표준화, 규격화 및 주 5일 근무제 등에 따른 여가시간의 증대로 관광의 양적 확대가 예상됨에 따라 대규모 종합복합기능의 관광지와 소규모 복합기능의 관광지 및 특화 관광휴양지로 변화하여 능동적인 관광개발이 이루어지고 있다.

어지고 있다.

이와 같은 변화에 따라 정부의 관광정책도 국민 관광수요를 능동적으로 수용하는 정책으로 변화하고 있는데 그러한 관광여건의 변화과정을 살펴보면 <표 1>과 같다.

나. 국내 관광여건 변화전망

관광여건의 변화전망은 인구구조의 변화로 65세 이상의 노령층 및 청소년층의 다양한 관광수요가 예상되며, 학력별 인구구성에서 고학력자의 증가는 취업구조의 변화, 소득의 증가, 가치관의 변화 등의 요인과 함께 더 많은 관광활동이 창출될 것이다. 또한 도시계층 구조에 있어서도 50만 이상 대도시화율이 증가될 것으로 전망되어 도시의 일상생활을 떠나서 여가생활을 추구할 것으로 예상된다.

소득의 증가는 생활의 여유를 찾으려는 가치관

<표 2> 국내 관광여건의 변화전망

구 분	변 화 내 용
인구구조의 변 화	· 2000년 총인구는 약 4,800만여명에 이를 전망이다 특히 장노년층의 인구증가 현상이 두드러져 65세 이상의 노령층 및 청소년층의 다양한 관광수요가 예상됨
학 력 별 인구구성의 변 화	· 고등학교 이상 고학력자는 '85년 26.6%에서 2000년 47.6%로 증가가 예상되고, 인구구조 및 사회계층의 분화와 함께 고학력자의 비율이 높아질 전망 · 이러한 고학력자의 증가는 취업구조의 변화, 소득의 증가, 가치관의 변화 등의 요인과 함께 더 많은 관광객 활동을 창출
도 시 화	· 인구 2만 이상의 도시기준 도시화율은 '91년 79%에서 2000년에는 83%로 증가 될 전망 · 도시 계층구조에 있어서도 50만 이상 대도시화율이 증가될 것으로 전망되며 도시화의 진전으로 도시의 일상생활을 떠나 여가생활을 추구할 것으로 예견됨

구 분	변 화 내 용
소득의증가	<ul style="list-style-type: none"> · 경제 발전과 더불어 국민 1인당 GNP는 '70년 252\$에서 '80년 1,592\$로 증가하였고, '90년 5,569\$에서 2000년에는 16,000\$를 넘어설 전망 · 소득의 증가는 생활의 여유를 찾으려는 가치관의 변화와 수반되어 여가활동을 증가시키고 여가행태 또한 다양화될 것임
자 동 차 대 중 화	<ul style="list-style-type: none"> · 인구 1천명당 자동차 보유대수는 '80년 13.8대에서 '90년 67.7대로 증가하였고, 2000년대에는 243.9대로 급증할 전망 · 승용차 보유의 증가는 관광활동에 쉽게 참여할 수 있는 잠재인구의 규모를 급속히 증가시키고 있음
생활시간의 변 화	<ul style="list-style-type: none"> · 취업자 1인당 주간 자유시간은 '85년 45.1시간에서, 2001년 52.2시간으로 증가가 예상 · 소득의 증가와 사회구조변화에 따른 자동화, 고속화 등으로 여가시간이 증가됨

의 변화와 더불어 여가활동을 증가시키고 여가행태도 또한 다양화될 것이며, 승용차 보유의 증가는 관광활동에 쉽게 참여할 수 있는 잠재인구의 규모를 급속히 증가시키고 있다. 또한 소득증가와 사회구조 변화에 따른 자동화·고속화 등으로 여가시간이 증가될 것이다.

2. 관광행태 변화와 전망

2000년 이후에 1인당 국민소득이 현재의 선진국 수준인 2만달러에 이르게 됨에 따라 우리의 생활패턴에도 많은 변화가 초래될 것으로 보여 여가활동에서도 양적인 증가뿐만 아니라 질적으로도 많은 변화를 가져올 것이다.

자원형태별 변화추이를 국토개발연구원과 제3

〈표 3〉 자원형태별 관광객 참여율 변화전망

구 분	1988년(%)		2001년(%)		성장지수(%)		추 세	
산 약 형	16.3 ¹⁾	39.6 ²⁾	16.9	36.2	103.5	91.4	↑	↓
해 안 형	12.3	15.6	12.9	16.2	104.4	103.8	↑	↓
내륙위락형	11.8	44.6	14.5	47.6	122.5	106.7	↗	↗

주 : 국토개발연구원의 자료중 휴식·행락형과 스포츠형을 내륙위락형으로 구분하였음.

자료 : 1) 국토개발연구원, 「휴양/위락행태의 변화 및 공간확보 방안연구」, 1989.

2) 국토개발연구원, 「제3차 국토종합개발계획」, 1992.

차 국토종합개발계획 자료를 토대로 살펴보면, 내륙위락형이 1988년에 각각 11.8%, 44.6%에서 2001년 14.5%, 47.6%로 성장세를 보이고 있어 전체에서 차지하는 비중이 증가하는 추세를 보이고 있으며 산악형이나 해안형도 비슷한 변화추세를 보이고 있다.

장래의 희망 관광활동에 대하여 교통개발연구원, 국토개발연구원, 한양대학교 관광연구소 자료로 살펴보면 현재에는 정태적 행락활동과 참여형

여가활동이 많은 부분을 차지하고 있으나 향후 여가활동에서는 정태적 여가활동이 점차 감소하는 추세이고 참여형 여가활동과 스포츠형 여가활동을 더 선호하고 있다. 성장지수를 통해서도 알 수 있듯이 현재와 비교하여 정적인 여가활동보다 동적인 여가활동인 참여형 여가활동(279.3%, 104.3%, 130.0%)과 스포츠형 여가활동(281.1% 112.7%, 95.7%)이 높은 증가추세를 보이고 있으며 이러한 상황은 앞으로도 지속되리라 전망된다.

〈표 4〉 장래 희망 관광활동

(단위 : %)

여 가 활 동	현재 관광활동			장래 희망 관광활동			성장지수(%)			추 세		
	1988	1989	1992	2001년								
정 태 적 행 락 활 동	14.7 ¹⁾	35.2 ²⁾	58.8 ³⁾	14.4	9.7	49.6	98.0	55.9	95.0	↓	↓	↓
참 여 형 관 광 활 동	10.7	34.3	31.9	29.8	35.8	41.5	279.3	104.3	130.0	↗	↑	↘
취 미 · 교 양 활 동	30.4	8.5	-	15.0	8.6	-	49.5	101.1	-	↓	↑	-
스 포 츠 형 관 광 활 동	11.7	10.2	9.1	33.0	11.5	8.7	281.1	112.7	95.6	↗	↑	↓
생 활 여 가 활 동	32.3	11.4	-	7.5	12.0	-	23.3	105.2	-	↓	↑	-
계	100	100	100	100	100	100						

주 : 1) 교통개발연구원 88정기조사, 국토개발연구원의 휴양/행태조사, 한양대 관광연구소의 수도권 주민 관광활동 조사를 재분류하였음.

2) 위 표 내용중 취미교양과 생활여가활동의 비중이 낮은 것은 교통개발연구원자료는 관광부문, 국토개발연구원과 한양대 관광연구소 자료는 여가부문에서 조사된 것에 기인함.

자료 : 1) 교통개발연구원, 「1988 관광분야 정기조사」, 1988.

2) 국토개발연구원, 「휴양/행락행태의 변화 및 공간확보방안」, 1989.

3) 한양대관광연구소, 「수도권 관광종합개발계획관련 의견조사」, 1992.

III. 충남지역 관광개발 현황과 과제

1. 관광자원 현황분석

충남의 주요 관광자원을 살펴보면 자연공원, 국민관광지, 체육시설, 관광농원, 온천, 자연휴양림 등 다양한 자원이 골고루 분포하고 있음을 알 수 있다.

자연공원법 제2조에 근거하여 지정되는 자연공원은 전국에 국립공원 20개소, 도립공원 20개소, 군립공원 27개소에 총 면적 7,446,505km²에 이른다. 충남권에는 1968년 계룡산이 국립공원으로 지정된 이래 현재까지 6개 자연공원이 지정되어 있고, 전국 자연공원 면적의 6.4%에 해당한다(한국관광공사, 1995).

관광지 지정수는 1995년 현재 총 17개에 10,654km²로 전국면적 187,145km²의 5.7%에 해당하며 산악형, 내륙형, 내수면형, 해안형 등 자원유형별로 관광지가 다양하게 지정되어 있다(충청남도, 1996).

온천지구는 온양, 도고, 덕산, 아산, 동학사, 수덕사, 마곡사 등 1993년 현재 총 10개소로서 이 중 대부분이 온천관광지로 개발되고 있으나 동학사 온천은 국립공원내 집단시설지구로 조성되고 있다. 골프장은 1993년 현재 총 13개소로서 이 중 도고, 엑스포, 우정힐스 등은 운영 중에 있으며 상록휴양소는 현재 공사중이고 나머지 9개소는 사업승인을 받아 공사를 추진할 계획이다.

농어촌 소득원 개발촉진법에 근거하여 1984년부터 농림수산부에서 자금을 지원, 조성하는 관광농원은 1995년 현재 전국에 319개소가 조성되어

〈표 5〉 주요 관광자원 현황(1994현재)

구 분			전 국	경 기	강 원	전 북	전 남	경 북	경 남	충 북	제 주	충 남
자연공원	국립공원		20	1	3	4	5	6	4	3	1	2
	도립공원		20	1	3	4	3	4	2	0	0	3
	군립공원		27	2	1	2	0	6	14	0	1	1
국민관광지			138	17	23	9	19	20	13	10	9	14
체육시설	골 프 장	운영중	81	43	5	1	3	7	6	3	3	2
		건설중	115	59	10	6	5	5	4	7	8	11
	스 키 장	운영중	9	4	3	1	0	0	0	1	0	0
		건설중	4	2	2	1	0	0	0	1	0	0
관광농원			200	18	25	13	32	26	30	20	12	24
온 천			53	4	4	7	3	12	7	5	0	6
자연휴양림			46	4	9	5	5	7	4	4	2	5

자료 : 한국관광개발연구원, 「한국관광연감」, 1995.

있으며 충남도내에는 45개소가 조성되어 있어 증가하는 농촌지역 관광수요를 수용하기 위하여 지속적으로 증가하고 있다.

산림청이 산주의 소득을 증대시키고 정서공간을 확대한다는 목적아래 계획 조성중인 자연휴양림은 전국에 38개소에 23,455ha가 조성·계획 중이며 충남권내에는 칠갑산, 만수산, 용봉산, 성주산 등 4개소에 948ha를 조성·계획중으로 전국 면적의 약 4.0%에 해당한다.

문화재 보호법에 의한 지정문화재는 전국에 총

5,307건의 문화재가 지정되어 있으며 충남에서 보유하고 있는 문화재는 총 388점으로 이 중 국보 21건, 보물 71건 등 국가지정문화재 159건, 유형문화재 119건, 무형문화재 16건 등 지방문화재가 229건이 있다(한국관광개발연구원, 1995).

충남을 대표할 특산물로는 금산 인삼, 서천 한산모시, 보령 벼루 등이 있고, 주요 민속행사는 금산인삼제, 공주·부여 백제문화제, 서산 봉기풍어놀이, 아산 이충무공 거북해전놀이 등이 있고 세부 내용은 <표 6>과 같다.

<표 6> 시군별 특산물 및 민속행사

구 분	특 산 물	민 속 행 사
천 안	호도과자, 참외, 호도, 배	천안삼거리제(음5월), 단오 민속놀이(음5월), 홍타령제(10월)
공 주	산채, 버섯, 묵	백제문화제(10월), 머슴호미씻기(8월)
보 령	낙시대, 은어, 남포오석, 벼루, 묘비석	등마루놀이(10월)
온 양	백어포, 도자기	이충무공거북해전놀이(9월), 온양문화제(4월)
서 산	해옥	봉기풍어놀이(10월)
논 산	저마, 아마, 대추	놀피제(10월)
금 산	인삼	금산인삼제(10월), 단오제(5월), 좌도농악(수시)
연 기	복숭아, 인조진주	백제충령제(4월), 도원문화제(5월), 성삼문선생추모제(음6월)
부 여	참외, 금강수박, 목화, 저마, 아마, 와당, 홍삼	백제문화제(10월), 보부상놀이(4, 6월), 은산별신제(3, 4월)
서 천	갈꽃비, 한산모시	길쌈놀이(10월)
청 양	표고버섯, 구기자, 담배	등화제(9월), 칠갑제(10월)
홍 성	도자기, 새우젓, 지승제지	홍주문화제(10월)
예 산	사과, 쪽파	매현문화제(4월), 능금제(10월)
당 진	삼베, 밤	기지시줄다리기(음3월)

자료 : 충청남도, 「지역경제 6개년계획」, 1995.

관광지원시설로서 호텔의 분포를 보면 온천지역을 중심으로 분포되어 있어 온양지역 5개, 아산·도고지역 3개, 예산 1개, 공주 2개, 논산 2개가 있으며, 이 외에도 도고 온천지역에 콘도미니엄이 3개가 있다.

관광휴양시설은 타 시도에 비교할 때 빈약한 편으로 '95년말 현재 서대산 레저타운이 전문 휴양업으로 1개소가 있다. 여행사는 총 174개소로 국외여행사가 28개소, 국내여행사가 146개소이며, 기타 국제회의 용역업과 관광편의시설업, 관광유람선업 등은 전무한 실정이다(충청남도, 1996).

2. 충남 관광행태 변화와 수요예측

가. 충남 관광행태 변화

관광여행의 경험률에 있어서 충청남도는 91.8%로 전체 평균을 상회하고 있으며, 숙박관광과 당일관광 모두 전국에 비해서 높은 경험률을 나타내고 있다. 숙박관광 여행참여일수에 있어서 1박2일이 45.0%로 전국의 42.9%에 비해 높은 반면, 2박3일이 34.1%로 전국의 36.0%에 비해 낮게 나타나고 있다. 또한 당일관광에 있어서도 여행시간이 5시간 이하가 전국의 20.9%보다 높은 25.9%로 나타났다.

〈표 7〉 전국 및 충남 관광행태 비교

(단위 : %)

구 분		숙 박 관 광		당 일 관 광	
지 역		전 국	충 남	전 국	충 남
관 광 경 험 율		62.2	71.6	80.1	91.8
참여일수 (1회)	1박2일	42.9	45.0	-	-
	2박3일	36.0	34.1	-	-
	3박4일	13.4	14.6	-	-
	4박5일이상	6.7	6.3	-	-
관 광 목 적 지		강원(24.0) 경북(10.9) 경남(10.3) 충남(7.5)	충남(28.4) 강원(16.5) 충북(8.2)	경기(17.8) 경북(13.8) 서울(10.9)	충남(63.0) 대전(10.6) 충북(7.5)
관광목적지 형태		-	-	유원지/대공원 등 종합위락시설, 사찰/산성, 호수/ 해변 등	사찰/산성, 호수/ 해변, 유원지/ 대공원 등 종합 위락시설

〈표 7〉에서 계속

구 분		숙 박 관 광		당 일 관 광	
지 역		전 국	충 남	전 국	충 남
관광시기	주 중	27.3	37.8	26.1	36.2
	주 말	33.0	32.5	57.4	40.9
	휴가/방학	30.0	23.8	8.3	8.5
	기 타	12.7	6.0	8.2	14.5
동 반 자	혼 자	5.4	3.2	3.0	0.4
	가 족	41.6	45.3	44.0	46.9
	친구/친지	38.0	35.7	41.1	38.2
	단 체	16.1	15.7	12.0	27.7
연간여행비용(천원)		147.81	127.52	146.79	116.54
숙박시설	호 텔	14.8	13.4	-	-
	여 관	22.1	27.0	-	-
	친구/친지	20.0	21.7	-	-
	콘 도	11.1	5.3	-	-
	캠 핑	13.0	18.5	-	-
	민 박	15.1	12.3	-	-

자료 : 한국관광공사(1995) 전국민여행실태조사를 재구성하여 작성

연간 관광비용 측면에서 보면 숙박관광의 경우 전국 147,000원에 비해서 충남은 127,000원으로 낮은 상태이며 당일관광 역시 전국 146,000원 보다 낮은 116,000원이다.

여행시기에 있어서 특이할 만한 것은 충남지역은 전국에 비해서 주중관광이 높다는 것으로 이는 숙박관광에서 전국 27.3%에 비해서 충남이 37.8%로 10%이상 높으며 당일관광에서도 전국의 26.1%에 비해서 36.2%로 10%이상 높게 나타나 숙박관

광 및 당일관광에서 모두 주중관광이 높게 나타났다. 반면 주말에 관광하는 비율은 숙박관광이 전국 33.0%에 비해서 32.5%로 낮게 나타났고, 당일관광도 전국의 57.4%보다 낮은 40.9%로 나타났다.

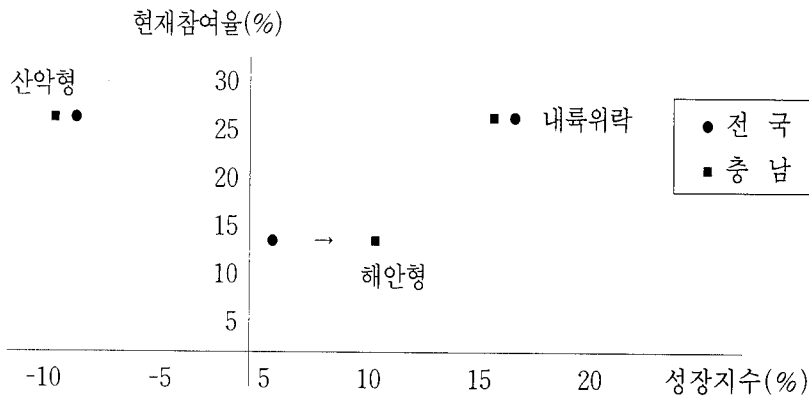
관광여행 동반자 형태를 살펴보면 가족동반이 숙박관광에서 전국 41.6%, 충남 45.3%이고, 당일관광에서 전국 44.0%, 충남 46.9%로 모두 충남이 높게 나타났다. 반면 혼자, 친구·친지는 전국에 비해서 낮게 나타났다. 숙박시설 이용은 여관이 가장

높게 나타난 반면 고급 숙박시설의 이용은 전국에 비해서 낮게 나타나고 있다(한국관광공사, 1995).

당일관광 여행목적지의 형태를 보면 전국의 경우는 유원지 대공원 등 종합위락시설과 고궁, 농장, 왕릉 정자 등의 방문이 가장 많고, 충남은 계곡 하천, 호수 해변, 산악 등의 자연자원과 사찰 산성, 스키장, 민속촌·사적지 등이 가장 많게 나타나고 있다.

나. 충남 관광행태 전망

충남의 관광객 이용행태의 변화전망은 우리나라 향후 자원의 선호, 관광활동 전망에서 도출된 평균 성장지수에 충남관광의 특성을 고려하여 충남관광행태의 변화방향을 살펴보았다. 그 결과 충청남도 역시 내륙형, 해안형에 대한 자원선호가 전국의 경우와 같이 증가할 것이다. 특히, 서해안권의 개발에 따라서 해안형 자원의 수요가 급격하



〈그림 1〉 관광객 이용행태 변화방향

게 증가하리라 전망된다.

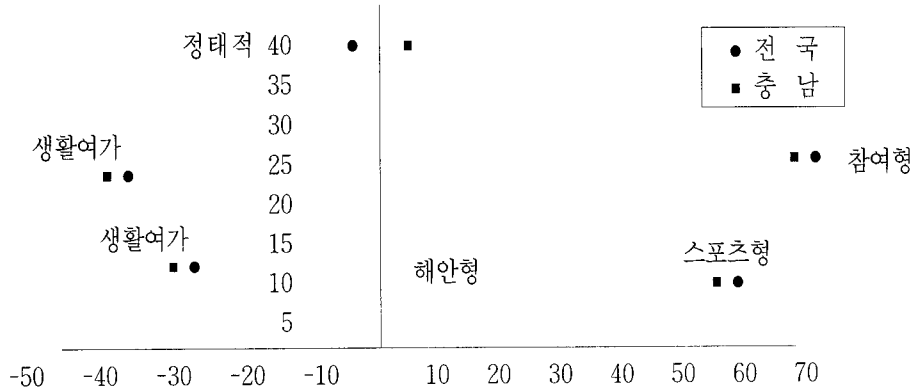
활동을 중심으로 보았을 때 우리나라의 관광수요 전망과 같이 전체적으로 스포츠형 여가활동과 참여형 여가활동이 증가할 것으로 예상되고 있다. 그러나 충남은 역사문화자원에 관련하여 정태적이면서 체험을 요하는 활동에 수요가 기대된다.

사실 현재 충남의 관광목적지는 전국이 유원지나 종합위락시설인 반면, 충남은 사찰·산성과 같은 역사문화자원이 높게 나타나고 있어, 전국에

비해서 정태적 활동의 증가비율이 높을 것으로 나타났다.

다. 충남 관광수요 전망

미래 충남의 관광수요를 전망하기 위해서 1980년부터 1995년까지의 시계열분석과 기존 관광수요로 추정된 보고서를 취합정리하여 1996년, 2001년, 2011년까지의 전국과 충남의 장기적인 관광수요를 살펴보았다.



〈그림 2〉 관광활동 변화전망

그 결과 충남의 관광자원별 관광객 수요는 해안형의 위락 및 휴양활동과 내륙형의 역사문화 관광활동이 가장 많을 것으로 전망되었고, 다음으로는 내륙형의 관광 및 휴양활동과 내수면형의 수변 및 호반형 관광활동이 높은 비중을 차지하고 있다.

이에따라 관광자원 유형에 따른 연도별 관광객

은 해안형 위락 및 휴양활동에 1996년 12,488천명, 2001년 14,501천명, 2011년 18,673천명에 이르고, 다음으로 내륙형 역사문화 관광활동에 1996년 8,219천명, 2001년 9,653천명, 2011년 12,868천명으로 추정되었다. 이로서 충남의 주된 관광객은 해안형 위락 및 휴양활동과 내륙형 역사문화 관광활

〈표 8〉 관광자원 유형별 관광객 수요추정(1996-2011)

(단위 : 천명, %)

구 분		1996		2001		2011	
		관광객	점유율	관광객	점유율	관광객	점유율
계		35,579	100.0	42,153	100.0	54,759	100.0
산악형	감상 및 탐방	2,348	6.6	2,656	6.3	3,286	6.0
	위락 및 휴양	249	0.7	337	0.8	602	1.1
내륙형	역사문화	8,219	23.1	9,653	22.9	12,868	23.5
	도시관광	1,530	4.3	2,318	5.5	3,286	6.0
	관광 및 휴양	6,369	17.9	7,461	17.7	9,090	16.6
내수면형	수변·호반관광	4,376	12.3	5,227	12.4	6,954	12.7
해안형	위락 및 휴양	12,488	35.1	14,501	34.4	18,673	34.1

동에 가장 많으며 앞으로 이들을 수용할 수 있는 관광시설 및 공간의 공급계획이 이루어져야 하겠다.

또한 내륙형의 관광 및 휴양에 1996년 6,369천명, 2001년 7,461천명, 2011년 9,090천명이 방문하고, 내수면형의 수변 및 호반 관광활동에 1996년 4,376천명, 2001년 5,227천명, 2011년에 6,954천명이 이를 것으로 전망되었다.

3. 기존 관련계획의 검토

충남관광개발과 관련된 기존 계획체계를 살펴보면 상위계획으로는 제3차 국토종합개발계획, 제7차 경제사회발전5개년계획, 전국관광장기종합개발계획 등이 있고, 관련계획은 권역별 관광개발기본계획 등이 있다.

제3차 국토종합개발계획(1992~2001)에서는 관광개발과 관련하여 국민여가공간의 조성을 위하여 5대 문화권(백제, 광주, 신라, 가야, 중원 등)과 문화유적지(지정문화재, 전통민속마을)의 개발을 추진하고, 관광·여가권역별 종합휴양·위락 및 스포츠단지 개발, 자연공원의 보전기능 강화 및 도시공원의 정비 확충, 지방문화 육성 및 생활체육시설 확충 등을 계획내용으로 하고 있다.

제7차 경제사회발전5개년계획(1992~1996)에서는 관광발전을 위하여 국민관광 여건을 조성하고 외래관광객 유치촉진 및 국제협력의 강화, 관광산업의 육성기반을 구축하는 것을 기본목표로 하고, 추진방안으로 관광인식제고 활동의 전개, 관광지 확충 및 관광시설의 건설촉진, 관광휴양지역 개발,

관광휴양도시의 지정 및 육성, 국민복지 관광시설 건설, 관광마케팅 활동 강화, 대규모 국제행사 등 관광행사 추진, 다양한 관광상품 개발의 유도, 관광사업을 위한 제도개선 및 정책지원 등을 수립하고 있다.

전국관광장기종합개발계획에서는 전국차원의 관광개발정책방향을 모색하기 위하여 「전국관광종합개발계획」을 수립하고 있으며 관광자원을 효율적으로 개발·이용·관리·보존하고, 관광객의 관광욕구를 적극 수용하기 위하여 관광자원의 특성, 교통망, 지역실정 등을 감안하여 전국을 5대관광권 24개 소관광권으로 권역화하여 각각의 권역별 개발구상을 제시하고 있다.

권역별 관광개발기본계획에는 <표 9>와 같이 충남지역이 2개 권역으로 구분되는데 공주·부여권 관광개발기본계획에서는 양적·질적공급체계 정비 확충, 백제문화권을 중심관광권으로 특화, 관광자원간 연계체계확립 및 관광지 특화 등을 개발의 기본방향으로 하여 기존 관광지 정비·보완으로 각원사지구와 신규 관광지로 부여 역사문화관광단지, 천안 온천지구, 아산호 다리지구, 공주 마곡사지구, 논산 탑정저수지, 연기 운주산성 등을 구상하고 있다.

태안해안권 관광개발기본계획에서는 지역적 특성을 활용한 관광개발의 특화유도, 서해안을 중심관광권으로 특화, 지역의 균형적 개발 및 관광낙후 지역의 개발촉진을 개발의 기본방향으로 하여 기존 관광지 정비보완계획으로 당진 삼교호지구와 태안 안면도지구, 신규관광지로 당진 난지도지구,

〈표 9〉 관광개발권역

관 광 권	소 관 광 권	
중부관광권	서울근교권, 인천해안권, 춘천권, 치악산권, 설악산권, 강릉대백권	
충청관광권	충 남	공주부여권, 태안해안권
	충 북	충주호권, 청주·속리산권,
서남관광권	전주·군산권, 지·덕관광권, 변산해안권, 광주근교권, 서다도해권, 남다도해권	
동남관광권	대구근교권, 안동권, 주왕산권, 울릉도권, 부산 경주권, 한려해상권, 합천권	
제주관광권	제주권	

자료 : 한국관광개발연구원, 「한국관광연감」, 1996.

보령 원산도지구, 서천 춘장대지구, 서천 금강하구
독 등을 개발구상하고 있다.

4. 충남 관광개발의 특성과 문제점

가. 충남 관광개발의 지역별 특성

충남이 가지고 있는 관광개발의 특성은 여러 가
지 측면에서 살펴볼 수 있겠으나 각 지역별로 가
지고 있는 특성을 중심으로 살펴본다.

첫째, 충남 북부지역은 입지상 수도권과 인접해
있으므로 전국시장의 경우 수도권시장이 주를 이
루고 있다. 관광객 이용행태는 온천 휴양(온양, 도
고, 덕산)과 독립기념관, 현충사, 수덕사 등을 중심
으로한 문화유적지 방문, 그리고 아산만과 삼교호
를 중심으로한 휴식·오락활동이 이루어지고 있으
며 온천지역이 관광 거점지역으로의 역할을 하고
있다.

앞으로 입지적 특성과 아산만개발에 의한 지역
내 수요가 발생되므로 수도권지역을 중심으로한
단기 숙박관광지로서의 잠재력이 충남도내에서 가

장 크고, 향후 수도권을 대상으로한 다양한 관광
활동중심의 공간확보와 문화상품의 개발이 요구되
는 지역이다.

둘째, 충남 서부지역은 서해안개발의 중심지로
서 각광을 받고 있는 지역으로 해안자원(태안해안
국립공원)을 중심으로 계절 편중현상이 뚜렷하게
나타나고 있는데 과거 '80년대 중반까지 여름 휴
가지(해수욕장)로서 전국적으로 각광을 받아왔지
만 자동차 보급률의 증가, 편의시설 부족, 접근로
의 개선 미흡 등에 의해 이 지역의 전국 여름휴가
시장 점유율이 계속 떨어지고 있는 추세이다. 따
라서 현재는 충남지역의 시장으로 전환되고 있는
실정인데, 앞으로 서해안고속도로 건설에 의한 접
근성이 양호해질 전망이다므로 수도권시장을 끌어들
이기 위해 동해안과 차별화될 수 있는 상품개발과
관광기반시설의 확충이 절실히 요구된다.

셋째, 충남 동부지역 및 남부지역은 대전 市場
이 주를 이루는 지역으로 전국시장의 경우 현재
이 지역은 수도권시장은 물론, 전라도와 충북의

시장 점유율이 높게 나타나고 있다. 관광객 이용 행태는 유성온천을 거점으로한 휴양과 계룡산, 대둔산 등에서의 등산과 자연경관감상 그리고 동화사, 칠백의총 등의 문화유적지 방문 등으로 나타나고 있으며, 특히, 이 지역의 관광시장은 충남 이외의 시장보다 대전을 중심으로 한 지역내 유입률이 매우 높게 나타나고 있다. 따라서 이 지역은 전국 시장의 경우 인접지역인 전라도시장과 충북시장을 중심으로한 관광 마케팅 계획이 이루어져야 하며, 또한 대전시장을 중심으로 인근 시민을 위한 지역 위락공간으로서의 역할을 강조해야 할 것이다.

넷째, 충남 중부지역은 백제문화의 1번지로써 국내 관광지로 각광을 받지 못하고 있지만 백제 고구려 문화의 매력성 때문에 외국 관광객들이 많이 찾는 지역이다. 국내 관광객들이 이 지역을 외면하는 이유는 편의시설 부족과 연계활동을 할 수 있는 시설과 상품이 전무하기 때문으로 앞으로 백제문화권 개발에 의한 관광기반시설의 확충과 서해안 지역과의 연결 그리고 문화의 독특성을 상품화 하기 위한 지역 노력에 의해 충남관광의 중심 거점지역으로 발전되어야 할 것이다.

마지막으로 이를 종합해 보면 충남지역의 관광시장은 북부지역과 남부지역으로 크게 구분할 수 있는데 북부지역은 수도권시장, 남부지역은 수도권시장, 전라도시장 및 충북시장이 주를 이루고 있다. 충남지역에 유입되는 수도권시장 규모는 입지적 특성에 때문에 남부지역에 비해 북부지역이 큰 실정이며, 앞으로 이러한 현상이 계속될 전망으로 지역별로 시장특성에 따른 관광개발이 이루어져야 할 것이다.

나. 충남 관광개발의 문제점

이상에서 종합적으로 살펴본 검토내용을 중심으로 충남 관광개발을 위한 문제점은 다음과 같다.

첫째, 충남지역의 풍부한 관광자원을 묶어 주는 개발개념의 부족한 실정이다. 충남은 백제문화의 발상지로 다양한 역사자원, 해양자원, 온천자원 등 타 지역에 비하여 비교적 풍부한 관광자원을 보유하고 많은 관광자원들이 지역적으로 산재되어 있다. 하지만 이러한 자원의 특성이 동질적이기 보다는 이질적이라는 장점을 가지고 있어 개발잠재력이 예상되나 이러한 자원들을 하나로 묶어 주는 개발 개념이 부족한 실정이다. 따라서 관광목적지로서 충남의 매력이 떨어지고 있는 실정이며 이와 같은 현실은 대도시에서 인접지역의 관광자원에 방문객이 집중되고 있을 뿐, 관광객이 충남의 내부에까지 흡수되지 못하고 있는 실정이다.

둘째, 관광기간 연결체계의 측면에서 보면 광역 접근 교통체계 및 관광기간 연결도로, 숙박시설 등 관광기반시설이 부족하다. 이로 인하여 충남 북부지역은 수도권, 남부지역은 호남권 등에 지역적으로 편중된 관광수요만을 유발하고 있으며 전국적인 관광수요 특히, 숙박관광의 수요를 창출하지 못하고 있다.

셋째, 국민관광수요와 행태에 능동적으로 대처하는 개발이 이루어지지 못하고 있다. 최근 국민 여가성향이나 충남의 관광활동행태를 볼 때 자연이나 풍경관람 등 정적인 활동에서 취미활동을 포함한 동적인 활동으로 변화하고 있으며, 가족중심의 고급형 관광활동이 증가하고 있으나 아직까지

충남지역은 이와 같은 관광활동을 수용할 수 있는 시설공간의 개발이 부족하다.

넷째, 거점 관광지가 없어 지역간을 연계하는 구심체 역할을 못하고 있다. 충남지역의 관광개발은 2개 권역으로 구분되어 각각의 개별로 관광지 개발을 하고 있으므로 점적인 분포를 이루고 있기 때문에 선과 면에 의한 연계가 이루어지지 않고 있다. 따라서 각 개별관광지를 연계시킬 수 있는 거점 관광지를 개발하여 관광지간의 유기적인 연계를 이루어 지도록 한다.

다섯째, 지역문화제와 축제가 활성화되지 못하고 있다. 충남지역에는 백제문화제, 금산인삼제, 천안삼거리제, 온양문화제, 은산별신제, 매현문화제, 연기 도원문화제, 서산 봉기풍어놀이, 아산 충무공 거북해전놀이 등 각종 민속놀이가 지역마다 이루어지고 있다. 이러한 지역문화행사들은 지역자체 행사로만 이루어지고 있기 때문에 관광객과 연계한 행사로 활성화되지 못하고 있으므로 지역문화 축제로서 관광객을 유도할 수 있는 지역문화 관광상품개발이 필요하다.

IV. 21세기를 향한 충남지역 관광개발 전략

1. 충남 관광개발의 기본방향

충남의 관광개발은 지역경제 활성화와 지방재정 확보수단 뿐만 아니라 지역주민의 여가공간으로 개발하기 위하여 전도(全道)적인 차원에서 추진되어야 한다. 따라서 도내의 관광지를 단순히 확충하고 개발하는 개념이 아니라 충청남도 전역

이 관광 위락공간이라는 개념을 적용하여 개발해야 하는데 충남이 가지고 있는 지역여건과 특성 등을 고려하여 향후 관광개발의 기본방향을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 백제문화권 고유의 역사성과 문화성을 주제로 충남 전역을 주제화 한다. 이를 위하여 충남 전체의 개발주제와 권역별 개발주제를 부여한다.

둘째, 수도권 당일관광 및 인접 시장의 급변하는 다양한 관광수요행태에 탄력적으로 대응할 수 있는 개발과 도내의 관광수요를 동시에 충족시킬 수 있는 개발을 유도한다.

셋째, 대규모의 투자나 개발에 의한 신규 관광공간을 창출하기보다는 기존 자원을 활용·보수·보전하는 차원에서의 개발을 유도한다.

넷째, 이를 종합화 하여 점적개발 → 선적개발 → 면적개발 체계를 도입하여 관광개발계획을 수립한다.

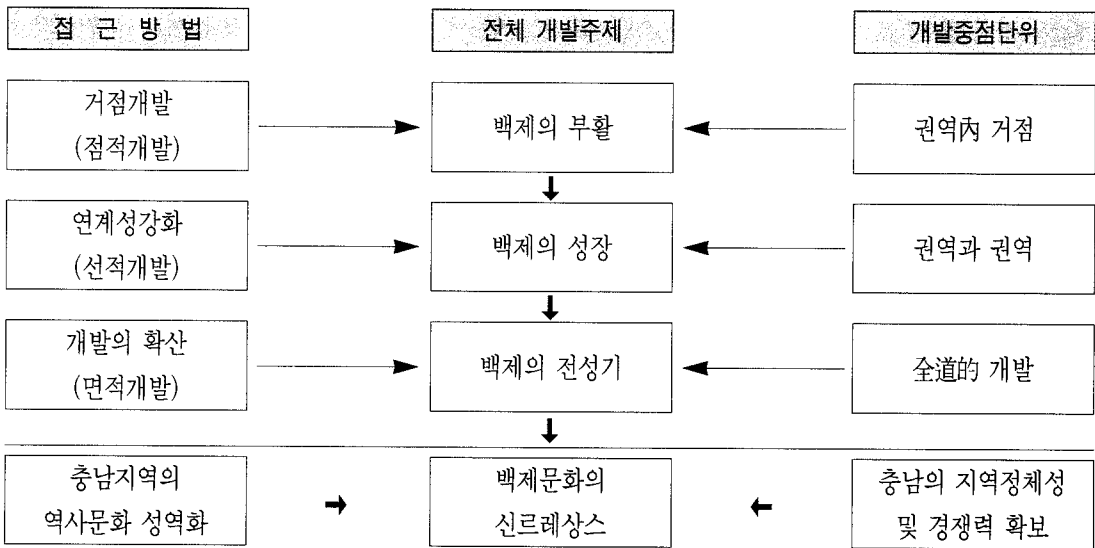
2. 관광개발의 방향설정

가. 관광개발 방향설정의 틀

충남 관광개발의 기본방향은 향후 관광개발의 방향설정을 위한 기본적인 틀을 개념화하여 개발방향을 접근하였다. 충남지역의 관광개발계획에 있어서 가장 중요한 것은 어떻게 충남지역을 하나의 개발개념으로 묶어 주는가에 있다. 이러한 관점에서 충남 관광개발을 점적개발 → 선적개발 → 면적개발의 순으로 진행하여 기존의 산재해 있는 자원 및 개발계획을 하나로 묶어 줄 수 있는 개발개념 설정을 통해서 충남의 정체성(identity) 및

경쟁력을 확보한다. 따라서 최종목표인 면적개발은 충남전체의 개발개념과 상호 보완·지원될 수 있도록 기존 권역에 개발주제를 부여(점적개발)하고 권역들간의 연계성(선적개발)을 유도한다.

더욱이 충남지역의 정체성(identity)은 백제문화를 중심으로 이루어지는 것이 바람직하며 개발단계별 개발주제는 「백제의 부활」, 「백제의 성장」, 「백제의 전성기」로 구분하여 계획한다.



〈그림 3〉 충남 관광개발 기본방향

나. 권역별 관광개발

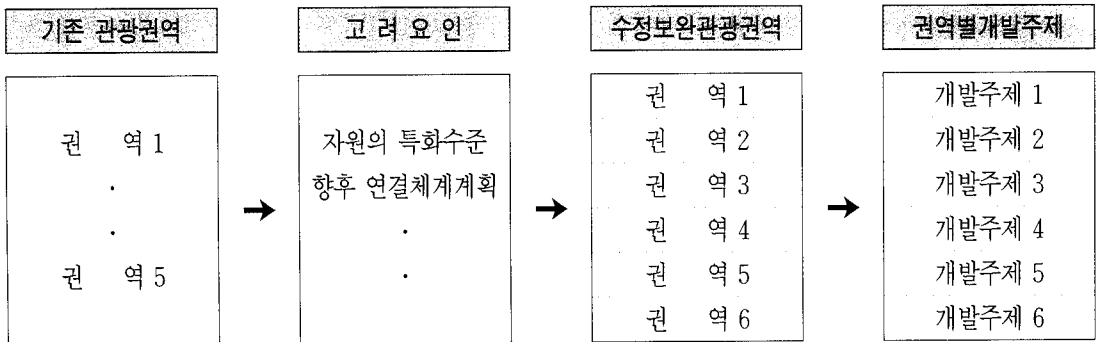
권역은 체계적인 관광계획을 수립하고 권역별 특성화를 도모할 수 있으며, 자원의 효율적 활용 및 이용을 극대화 할 수 있게 하며, 또한 권역별 개발, 관리, 이용의 기본방향을 제시할 수 있으며 수요와 공급이 고려된 적절한 방안제시를 가능케 한다.

기본권역을 수정·보완하기 위하여 「자원의 특성」, 「향후 관련계획」 등을 기준으로 검토하고 이렇게 기존 권역이 수정·보완되면 전체 개발주제

에 부합하는 권역별 개발주제를 설정하여 개발한다. 권역설정을 위한 접근개념은 〈그림 4〉와 같다.

다. 거점 관광지 개발

충남지역에 있는 관광자원의 구심적 역할을 수행할 수 있도록 점적 개발을 위하여 거점 관광지를 개발하고 이를 통하여 관광의 체계화와 관광측면의 지역간 기능을 보완하고 지역균형발전을 도모한다. 충남지역내 산재된 잠재관광자원 중 관광의 중추적 기능을 담당할 수 있는 거점 관광지를



〈그림 4〉 권역설정의 접근개념

전략적으로 확보하여 수도권, 대전권, 전라권 등의 주변 관광시장으로 부터의 집객력 확보와 효과의 파급을 유도한다.

따라서 충남 관광활동의 증추적 역할을 수행하게 될 거점 관광지는 현재 관광객과 지역주민들의 관광활동이 활성화되고 있는 지역과 향후 상위계획과 관련계획에서 개발이 검토된 지역들을 종합적으로 비교하고 분석하여 선정한다. 거점 관광지는 숙박시설, 상업시설, 안내시설 등 각종 관광기반시설의 원활한 제공을 통해서 역내 관광활동을 효율적으로 주도할 수 있도록 기능 및 역할을 부여한다.

관광거점 설정기준은 첫째, 지역의 관광활동을 분배할 수 있는 결절지역이며, 둘째, 관광지원 역할과 기능상의 미비점을 보완해 줄 수 있는 지역이며, 셋째, 제반 관광활동 수용의 구심점 역할을 담당할 수 있는 지역이어야 한다.

라. 지역 특화 관광상품의 육성

충남의 신규 관광상품개발 비율이 높은 것은 해

안 및 역사문화와 관련된 주제가 유리하며, 이러한 분야에서 관광상품으로서 개발할 수 있는 가치적 자원으로는 지역의 특산물, 토속음식, 문화제행사 등이 있다.

충남지역에서 생산되고 있는 전통공예품으로는 도자기공예, 석공예, 목공예, 죽공예 등이며 농수산물으로는 버섯, 약초, 대추, 복숭아, 사과, 찻갈류, 생선류, 건어물류 등이며 이를 특화된 관광상품으로 개발하여 시 군별로 지역관광상품으로 개발하고 홍보한다.

충남의 향토음식과 민속주는 그 지역의 고유한 생활풍속이 결합된 것으로 관광객의 기호에 맞도록 개선하여 충남지역을 방문하는 관광객들을 위한 지역특성의 먹거리를 제공한다.

주요 관광행사는 향토의 자연, 역사 등 전통문화의 핵심을 이루고 있는 지역 고유의 민속행사로써 그 중요성이 인식되고 있으며, 시 군별로 실시되고 있는 향토축제와 지방민속행사 등 지역문화행사를 지역이벤트로 관광상품화하여 지역주민과 관광객을 위한 문화행사로 개발한다.

마. 관광정보시스템 구축 및 관광코스 개발

현대사회는 정보화 사회로 급증하는 관광객과 관광정보 수요에 효율적으로 대처하기 위해서는 보다 선진화된 관광안내 정보체계의 확립이 필요하다. 특히 세계화와 지방화시대에 정보의 신속성이 요구됨에 따라, 각종 첨단 과학장비와 컴퓨터 시스템을 활용하여 보다 경제적이고 효율적인 관광안내정보를 제공하고 관광객들의 예약 등 관광편의 증대가 더욱 강조되고 있다.

그러므로 국제적 수준의 관광안내정보체계를 확립하기 위하여 필요한 안내정보체계의 자체적 구축과 운용을 위해 안내시설, 인력운용, 예산확보 등을 충남자체적으로 실시할 수 있는 체제를 구축한다. 또한 지역적 특성을 고려하여 지역과 지역 간, 전국 및 충남지역과 연계하고, 관광자원 및 관광객의 수요에 부응할 수 있는 관광코스를 개발한다. 관광코스의 개발은 관광객의 행태를 중심으로 하되 특히, 관광목적, 동반형태, 이용교통수단, 여행일정 등에 따라 구분하여 자원특성과 조화를 이루도록 한다.

바. 세계화를 향한 국제관광지 개발과 컨벤션 센터 건립방안

국제관광지의 개발은 지역경제의 파급효과 뿐만 아니라 지역차원에서의 홍보, 국제회의 개최를 통한 관련산업의 발전 등을 가져오게 된다. 특히 충남지역 거점 관광지역은 국제적 기능을 갖춘 교통, 숙박, 식음료, 컨벤션시설 등을 집적시키고 주변의 관광자원과 연계시키는 개발이 필요하다.

특히 국제관광지 개발과 컨벤션산업은 시설의 건설효과와 회의개최효과로 나누어 지는데 숙박, 음식, 쇼핑, 컨벤션시설 등은 지역의 중심이 되는 대형시설로서, 건설공사 발주 그 자체가 지역경제를 활성화 시킨다.

또한 국제적 관광지로서 컨벤션시설의 방문자 및 참가자에 의하여 음식, 숙박, 쇼핑, 교통기관에 의한 이동 등 소비활동을 통한 지역경제의 파급효과도 크다. 따라서 컨벤션센터를 건립할 경우 지역경제에 직·간접으로 긍정적인 영향을 미치고, 충남 관광권의 거점지역에 컨벤션센터를 건립할 경우 관광상품 전반에 대한 이미지가 제고될 것이다.

3. 관광개발의 추진전략

가. 단계별 집행전략

관광개발의 성공적 추진을 위해서는 개발계획이 가지고 있는 여러 가지의 여건과 함께 전체 개발주체의 달성이라는 차원에서 단계별 집행전략을 세우고자 한다. 즉 개발의 주제로는 백제문화의 부활 → 백제문화의 성장 → 백제문화의 전성기로 하고 이를 접근하는 방법은 점적체계 거점개발 → 선적체계 연계성강화 → 면적체계 개발의 확산을 고려하여 시도한다.

단계별 집행전략은 수요와 공급을 고려하여 적정시기에 배분하는 것을 기본 원칙으로하여 개발여건의 성숙, 수요와 공급의 균형, 지역개발의 연계성, 예산집행능력 등을 고려하여야 한다.

충남의 관광개발을 집행하기 위한 단계별 계획 내용은 다음과 같다.

첫째, 제1단계로 온양, 천안, 덕산, 태안, 대천과 같은 기존 관광수용량이 많은 지역을 중심으로 거점 개발을 실시한다. 개발시 거점들은 개발주제를 부여하여 간접적으로 전체 백제문화의 주제를 느낄 수 있도록 계획하여야 한다. 이러한 분위기가 공주, 부여 거점으로 전도될 수 있도록 한다.

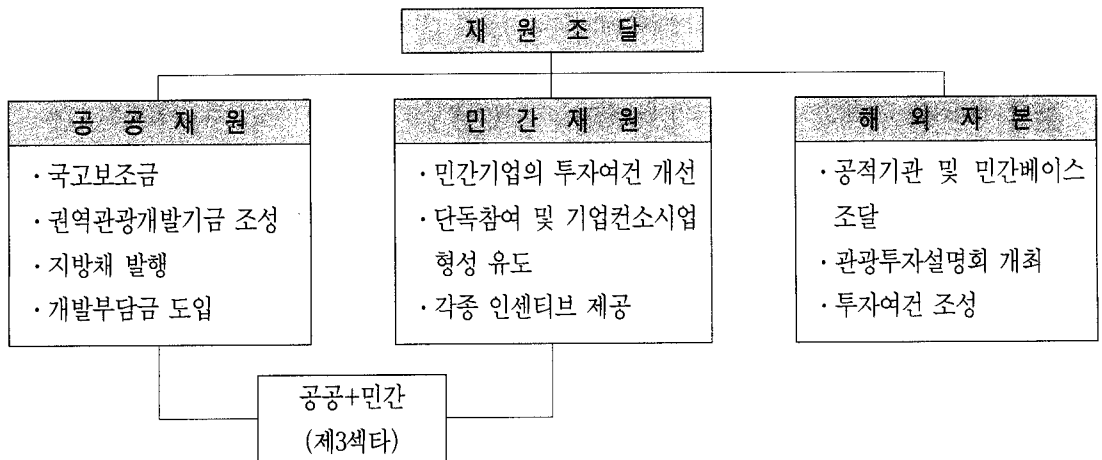
둘째, 제2단계로 이들 거점 지역을 중심으로 지역간을 연계하여 선적인 루트를 연결할 수 있는 체계를 구축한다.

셋째, 제3단계는 충청지역 중심체계의 거점 관광지 개발과 관광루트의 구축에 의한 충남 전역의 목적지형 관광체계를 구축한다.

나. 자원 조달전략

충남은 지역 재정자립도가 낮고 지역자체의 투자능력도 미약한 편이어서 개발계획에 관한 합리적 투자계획의 수립과 자원조달 추진여부는 본 개발사업의 성패를 좌우할 것으로 판단되는 바, 본 권역내 개발 및 관리시 필요한 모든 자원은 가급적 지역수준에 맞게 그 지역에 조달되도록 하여 관광의 직접효과(direct effect)와 간접효과(indirect effect) 그리고 유발효과(induce effect)를 극대화 한다.

자원조달은 크게 공공자원, 민간자원, 해외자본 그리고 제3섹타로 나뉘며 그 내용은 <그림 5>와 같다.



<그림 5> 자원조달 방안

V. 나가는 글

지방자치화 이후 관광개발은 지역경제를 촉진시키는 하나의 수단이 되고 있으며, 여러 지방자치단체에서 앞다투어 관광개발에 박차를 가하고 있다. 그러나 이런 관광개발은 그 지역이 가지고 있는 관광자원과 관광객의 수요가 조화된 관광개발이 이루어지지 못하고 있는 실정이다. 따라서 국내와 충남지역의 관광여건과 변화전망, 충남지역의 관광자원 현황과 관광객 이용행태, 관광개발 관련계획 등을 종합하여 살펴본 관광개발의 기본 방향은 다음과 같다.

첫째, 지역의 관광자원 특성과 관광객 이용행태를 연계한 개발계획이 필요하다. 충남은 역사문화 관광자원과 서해안 해안 관광자원이 주를 이루고, 지역마다 온천, 산악, 호수 등의 자원이 분포되어 있다. 따라서 이들 자원을 이용하는 이용객 즉, 하절기 중심의 해안형 관광지와 일부 계층에 집중된 역사문화 관광지를 4계절형과 모든 계층이 이용할 수 있는 개발을 해야 한다.

둘째, 충남지역 관광자원의 특성상 백제문화 발굴 및 재현이 중요한 비중을 차지하고 있다. 따라서 역사문화자원의 관광개발시 빨리 이루려는 생각보다는 충분한 시간을 가지고 역사문화를 고증하고 검증하여 역사문화의 손실을 최소화 하고 보존하는 노력이 필요하다.

셋째, 관광개발의 특성상 초기투자의 비용부담이 크므로 가능하면 시장여건 및 여건변화에 대응하는 단계적 투자계획을 수립하여 투자비에 대한 부담을 최소화 하는 방안의 모색이 필요하다. 또

한 민간부문의 참여를 극대화하기 위하여 법적·제도적 여건을 검토하여 투자의 활성화 및 개발을 적극적으로 유도해야 한다.

넷째, 단계별 계획의 추진이 필요하다. 지역개발 즉, 관광개발은 단기적인 사업이 아니라 장기적인 사업으로 먼저 거점 관광지를 개발하고, 이들은 연계한 관광루트를 구축하여 충남 전역의 관광 목적지화를 이루는 단계적 개발을 해야 한다.

끝으로 충남에 다양하게 분포한 관광자원을 연결시킬 수 있는 관광매개체를 강화하여 충남지역에서 백제문화를 만끽하고 체험하는 관광경험을 제공할 때 비로서 충남관광이 제자리를 차지할 수 있을 것이며 향후 지속적이고 깊이 있는 연구가 계속되어야 할 것이다. **열린충남**

참고문헌

- 교통개발연구원, 1988 관광분야 정기조사, 1988.
 국토개발연구원, 제3차 국토종합개발계획, 1992.
 _____, 휴양 위락행태의 변화 및 공간
 확보 방안연구, 1989.
 충청남도, 지역경제 6개년계획, 1995.
 _____, 지역경제백서, 1996.
 _____, 충남통계연보, 1996.
 한국관광개발연구원, 한국관광연감, 1995.
 한국관광공사, 서울근교권 관광개발계획, 1992.
 _____, 국민여행실태조사, 1996.
 _____, 전국민여행실태조사, 1995.

어촌 관광개발의 과제와 전략

김정연
(金正淵)

충남발전연구원
지역개발부장



- I. 머리말
- II. 어촌 관광개발의 실태와 문제점
- III. 농어촌 관광개발의 목적과 원칙의 정립
- IV. 기존 어촌 관광사업의 활성화
- V. 어촌 관광기반의 조성파 상품개발
- VI. 주민주체의 사업추진과 개발방식의 선택
- VII. 맺음말

I. 머리말

지속적인 경제성장에 따른 국민소득의 증가, 근로조건의 개선에 의한 여가시간의 증대, 도시화에 따른 생활환경의 악화 등으로 국민의 삶의 질에

대한 관심이 높아지고, 여가활동의 욕구가 증대하고 있다. 또한 도로 조건의 개선과 교통수단의 발달, 자동차 보급의 확대 등으로 전국이 일일 생활권화 되어 관광활동 공간도 전국적으로 확대되면서, 장거리 관광여행이 가능하게 되었다.

국민의 관광행태도 과거의 단순한 경관 감상 중심의 관광에서 보고, 배우고, 체험을 추구하는 질적인 관광으로 변화되고 있다. 특히 전원생활을 체험하거나 산림과 수변(水邊)에서의 레저·위락 활동을 즐기기 위하여 농어촌지역을 관광 목적지로 선택하려는 사람들이 큰 폭으로 증가하고 있다. 이에 따라 농어촌지역의 자연적, 사회·문화적 관광자원의 중요성이 재인식되고 있다.

다른 한편에서는 세계무역기구(WTO)의 출범과 함께 농어업 부문에 대한 정부보조(지원)의 삭감으로 소규모 가족 농어가의 소득 감소가 불가피하게 됨으로서, 이들에 대한 소득 유지의 수단으로서 관광·휴양산업의 지원·육성이 매우 중요한 정책수단으로 등장하고 있다.

이와 같이 국민 관광수요의 변화와 농어촌지역의 활성화를 위한 관광개발의 필요성에 대한 인식

의 전환이 결합되면서, 농어촌지역의 주민과 지방 및 중앙정부에 의해 농어촌 관광개발사업의 추진이 가속화 되고 있다.

그러나 그 의욕과 노력에 비해 아직은 농어촌 관광개발의 개념과 목표가 불분명하고, 개발과 운영방법이 초보적인 수준에 머무르고 있으며, 많은 시행착오를 경험하고 있다.

이하에서는 최근들어 크게 주목받고 있는 어촌지역을 중심으로 관광개발의 실태와 문제점, 그리고 효과적인 관광개발 추진을 위한 과제와 전략에 대해 살펴 보기로 한다.

II. 어촌 관광개발의 실태와 문제점

1. 어촌지역의 관광자원 보유 및 이용 실태

어촌지역의 중요한 관광자원으로는 백사장, 낚시터, 방풍림과 수목, 어항관련 시설 및 어업과 관련된 산업시설, 풍어제와 당산제 등 종교행사, 사찰 및 주요 사적지 등으로 나타나고 있다. 최근의 조사결과에 의하면 백사장과 낚시터를 보유하고 있는 어촌마을의 비율은 각각 49.1%와 37.3%였고, 어항을 보유하고 있는 어촌마을은 56.2%, 풍어제와 당산제를 보유하고 있는 마을은 각각 32.5%와 36.1%로 나타났다. 이외에 마을 주변의 산림, 갯벌, 철새 서식지 등도 중요한 관광자원으로 나타나고 있지만 어촌 관광자원으로의 활용은 미약한 것으로 나타났다(정기환 외, 1996).

어촌지역의 위략적 관광자원으로 중요한 것은 민박과 횃집, 관광유어선 등이며 이들 자원의 보급률은 각각 50.3%, 54.4%, 42.6%인 것으로 나타

났다. 반면에 호텔, 콘도미니엄과 같은 고급 숙박 시설의 보급률은 각각 3.0%와 1.2%로 낮게 나타났다.

어촌지역을 방문하는 관광객의 70.6%가 여름철에 집중되고 있으며, 해수욕을 제외한 낚시, 해산물 맛보기, 문화유적 탐방 등의 활동은 계절성은 약한 대신에 수요가 작았다. 또한 주로 가족 또는 소규모 친목단체 중심으로 이루어지고 있으며, 30~50대의 중산층이 선호하고 있는 것으로 나타났다. 20~30대 연령층은 해양스포츠에 대한 참여도는 높았으나 주로 유명 관광지를 선호하는 경향이 강하며, 50대 이상의 연령층은 어촌 관광활동 참여율이 급격히 떨어지는 것으로 나타났다. 향후에도 어촌지역을 관광 목적지로 삼겠다는 의사를 표시한 사람이 76.3%로 높게 나타났다.

2. 어촌지역 관광개발의 문제점

우리나라의 어촌 관광개발의 문제점은 한마디로 부존자원을 제대로 이용하지 못하면서도, 다른 한편에서는 난개발이 진행됨으로써 장기적으로 어촌의 관광개발 잠재력을 약화시키는데 있다고 할 수 있다(민상기·김정연, 1995 ; 정기환, 1996).

첫째로 어촌마을마다 잠재적인 관광자원의 종류는 대단히 다양하고 지역에 따른 독특성도 있다. 그러나 대부분의 자원이 저이용 상태에 있거나 방치되고 있었으며, 어항과 같은 기반시설에 대한 저투자가 곧바로 관광개발 잠재력의 약화로 연결되고 있다. 그리고 이와 같은 배경에는 주민의 인식 부족과 노우하우의 결여, 관광자원화를

도와줄 메카니즘이나 기관의 부재 등의 원인이 내재하고 있다.

둘째로 관광자원의 저이용 만큼이나 관광사업의 운영도 단편적이고 획일적이다. 자본력을 요하는 횡집류는 경제적 효과는 높으나 그 절대다수가 개인 경영체로써, 활어의 현지조달을 제외하면 어촌 공동체의 경제와는 별로 관련이 없다. 점차 외지인의 참여 비율이 높아지고 있고 폐수 방류량의 증가에 의해 어항 및 어장오염이 심화되는 경향이 있다. 민박사업의 경우는 어촌주민이 가장 쉽게 참여할 수는 있으나 이용면에서 계절성이 크고, 콘도형 민박과 같은 새로운 형태의 숙박시설이나 여관이 입지할 경우 경쟁력을 거의 상실하고 있다. 해수욕장이 있는 어촌이 경우는 여름 피서철에 해수욕 편의시설을 마을 공동체가 운영하여 마을기금으로 사용하는 등 바람직한 주민 참여가 이루어지고 있으나, 기간이 짧고 소득액이 적다.

셋째로 관광객의 관광활동 패턴은 체류형보다는 경유형이 많고, 낚시객이 가장 안정적인 체류형으로서 어촌지역 경제에 대한 기여도 다소 있지만, 상습적인 쓰레기의 무단 폐기 등으로 부정적인 효과도 적지 않다.

넷째로, 대부분의 관광사업이 개인 위주로 이루어짐으로써 경관파괴 또는 어촌 공간질서의 왜곡이 심화되어 어촌의 관광 잠재력을 악화시키거나 관광개발 비용을 증가시키는 요인이 되고 있다. 특히 최근들어 지가가 상승함에 따라 외지인의 토

지 소유가 증가하면서 어촌 공동체의 규제기능도 약화되고 있다. 반대로 계획적인 관광지개발을 시도하는 경우에도 어촌의 특성을 무시한 과대계획이었으며, 개발과정에서 일반 어촌주민이 배제됨으로써 오히려 주민간의 갈등을 증폭시켜 개발 자체를 불가능하게 하는 경우도 있다.

다섯째로 어촌의 지형적 특성상 어항외에는 사실상의 개발 가용지가 부족한 경우가 많은 상태에서 각종 토지이용 관련 법이 중첩적으로 규제하고 있어 새로운 개발용지의 확보가 대단히 어렵다. 또한 조망성이 좋은 곳이나 해안선은 해안방위를 위해 군사시설 보호구역으로 되어 있어 이용이 곤란한 경우가 많다.

따라서 어촌 관광개발은 그 전망은 밝으나 제약요건의 해결이 어려운 과제라고 할 수 있다.

III. 농어촌 관광개발의 목적과 원칙의 정립¹⁾

1. 가치 지향적인 농어촌 관광개발

먼저 농어촌 관광개발의 지향점은 사회변동에 따라 변화된 농어촌 지역에 대한 가치 인식을 기반으로 해야 할 필요가 있다.

지금까지 산업사회의 농촌은 “뒤떨어진 곳”, “개발되어야 할 곳”, “합리화되어야 할 곳”으로 인식되었으며, 농어촌지역의 산업사회화가 농어촌개발의 최고의 가치였다. 그러나 후기산업사회로 전환해 가면서 “농어촌” 또는 “농어촌으로 상징되고 있는 상상의 세계(imagined community)”는 도

1) 이 절의 논의는 농어촌관광 전반에 대한 기본적인 인식에 관한 것으로서 농·산·어촌이 모두 포함된다.

시 또는 현대생활의 모든 잘못되고 나쁜 부분에 대한 안티테제로서 현대인이 상실한 모든 진실되고 변하지 않는 가치를 간직하고 있는 곳으로 변화되어 가고 있다.

따라서 <표 1>에서 보는 바와 같이 산업사회에서와는 달리 양적 물질적인 것의 추구에서 정신적·질적 삶에의 추구로, 자연에 대한 일방적인 착취에서 자연과 인간의 통합으로, 효율성의 강조에서 인간성의 회복과 공동체 윤리의 회복이라는 방향으로 바뀌어지고 있다(문옥표, 1991).²⁾

이것을 인정한다면 농어촌지역은 지금까지 인

식되었던 미개발지, 레저개발을 위한 「빈터」가 아니라, 다양성이 훌륭한 환경과 아름다운 경관이 있으며, 다양하고 풍부한 역사·문화와 그 속에서 이루어지는 참다운 삶, 미지의 것에 대한 도전과 편안함을 지닌 공간으로서 그 의미를 살리는 관광개발이 추구되어야 한다. 다시 말해서 농어촌에 도시적인 레저의 가치관을 들여올 필요가 없는 것이다. 도시적인 레저는 도시에서 즐기고, 농어촌에서는 농어촌에서만 있을 수 있는 즐거움을 맛보는 장으로 만들어가야 하는 것이다.

<표 1> 사회변화에 따른 농촌에 대한 지향가치의 변화

<근대화 모델 - 산업화의 단계>				<탈근대화모델 - 후기산업사회>			
농 어 촌		도 시		농 어 촌		도 시	
· 낙	후	→	발	· 자	연	←	문 화
· 빈	곤	→	부 유 합	· 마 음, 정 신	←	물 질	
· 촌, 시	골	→	도 회 지	· 고	향	←	도 시, 낮 선 곳
· 미	신	→	과 학	· 소박함(인간적)	←	달아빠짐(비인간적)	
· 비 합 리 성	→	합 리 성		· 성 스 리 움	←	세 속 적	
· 무	지	→	문 명	· 공 동 체 정 신	←	개인주의, 자본주의	
				· 정 통 성	←	변 질 된 것	
· 전	통	→	현 대	· 전	통	←	현 대
동 질 화 운 동				문화적 차이의 재발견, 지방성 강조			

자료 : 문옥표, 1991, p.242.

2) Newby도 이와 비슷한 견해로 영국의 농촌에 대해 설명하고 있다. “...농어촌이 있음으로 해서 우리는 현대사회의 모든 것이 걸치 레만의 보잘것 없는 것이 아니라 확고하게 안정된 영구한 것이 아직 남아있는 편안함을 느낄 수가 있다. 농어촌에 가건 참 삶이 있고 자연과 인간의 조화 혹은 평화적인 인간관계의 양상에 대한 감성을 재발현할 수 있다. 우리는 그렇게 믿고 싶은 것이다.”(H. Newby, The Countryside in Question, Hutchinson, 1988. 山崎光博·小山善彦·大島順子, 1993, p.16에서 재인용)

2. 지속가능한 농어촌 관광개발

농어촌 관광개발의 두번째 목적은 농어촌지역에 이제 막 싹트기 시작한 관광산업을 적절히 유도하면서 「지속가능한 관광」의 싹을 농어촌지역에 뿌리내리게 하는데 두어져야 한다. 이를 위해서는 관광개발이 경제적, 기술적인 조건뿐만 아니라 여행자가 원하는 욕구와 지역주민의 의사를 반영해서 유도하는 「軟性관광(Soft Tourism)」을 추구해야 한다(山崎光博·小山善彦·大島順子, 1993).³⁾

〈표 2〉는 硬性관광(지속불가능한 관광)과 軟性관광(지속가능한 관광)의 특징을 비교한 것이다. 경성관광에서는 대형시설의 개발이 중심이 되어 그 개발과 운영은 외지의 자본 또는 경영체에 의해서 이루어진다. 단기간에 서둘러 공사를 마치고 환경에 대한 나쁜 영향이나 지역의 자연과 문화, 생활방식 등을 거의 배려하지 않는다. 여행자도 대량의 교통수단을 이용해서 바쁘게 이동하고 지역의 매력을 그다지 깊이 맛보려 하지 않는다. 즉, 도시적인 가치관을 일방적으로 농어촌으로 들여오면서 농촌을 단순한 개발용지로서 다루는 방법인 것이다.

한편 연성관광에서는 전체적(holistic)이고, 환경에 대해 배려하면서 인간적인 척도(human scale)의 것을 천천히 지속적으로 개발하는 접근방법을 취한다. 기존의 건물을 되도록 활용하고, 사업의 계획과 운영에는 지역의 주민이 중심이 되어 참가

한다. 방문객도 명소의 관광이나 선물의 쇼핑보다는 지역에서의 체험이나 추억, 새로운 가치의 발견 등을 즐긴다. 방문하기 전에 지역에 대해서 학습하고 방문지에서는 시간을 충분히 잡아서 휴식을 하고 지역주민과의 사귀를 소중히 한다.

따라서 농어촌지역의 관광개발은 관광 그 자체가 목적이 아니고, 농어촌의 가치회복을 바탕으로 하여 농어촌지역의 활성화와 사회·문화·자연환경의 보존에 관광이 어떻게 공헌할 수 있는가 하는 「수단」 또는 「과정」으로서 접근해야 하는 것이다.

3. 농어촌 관광개발의 원칙

농어촌 관광개발은 「방문자의 즐거움」, 「환경의 보전」, 「지역의 문화와 주민의 생활」이라는 세가지의 목표간의 조화 또는 균형을 이룰 수 있어야 한다.

구체적으로 농어촌 관광개발은 ① 환경보전으로서 중요한 것(경관이나 역사적 환경, 자연의 서식환경, 맑은 공기나 물), ② 방문객 체험으로서 중요한 것(뛰어난 환경, 정감 넘치는 환대, 숙박시설, 레크리에이션 스포츠시설, 각종 매력물(attraction), 교통망, 주차장), ③ 지역주민으로서 중요한 것(농가의 생활, 농업의 유지, 경제기반과 고용기회, 학교 등의 기본적인 서비스 시설의 유지, 지역주민이 소중히 여기는 문화나 전통, 추억, 조용함)들이 조화있게 충족되었을 때 비로소 관광

3) 한편 경제적, 기술적 요소만으로는 유도되는 유형을, 크리펜도르프(Kripendorf)는 「硬性관광(Hard Tourism)」이라고 구별하고 있다(J. Kripendorf, The Holiday Markets, Heinemann, 1987.).

〈표 2〉 경성관광 및 연성관광의 특성

구분	경 성 관 장 (지속불가능)	연 성 관 광 (지 속 가 능)	구분	경 성 관 장 (지속불가능)	연 성 관 광 (지 속 가 능)
일 반 적 특 성	<ul style="list-style-type: none"> · 급격한 개발 · 최대화 · 공격적 · 무계획적 · 부적당한 규모 · 단기적 관점 · 관광이익 · 부분적 관점 · 원격조작 · 불안정 · 가격지향 · 양적 · 강매 · 판에 박힌 문구의 선전 	<ul style="list-style-type: none"> · 점진적인 개발 · 최적화 · 신중함 · 계획적 · 적정규모 · 장기적 관점 · 전체적인 이익 · 종합적인 관점 · 지역에 의한 규제 · 안정 · 가치지향 · 질적 · 컨설팅/어드바이스 · 관광객의 교육 	관 광 객 의 행 동	<ul style="list-style-type: none"> · 단체행동 · 급속한 에너지 낭비형의 교통수단 · 약간의 시간 · 미리 정해진 일정 · 다른사람이 결정 · 라이프스타일의 도입 · 명소 · 수동적 · 마음의 준비없음 · 우월감 · 쇼핑 · 선물 · 사진이나 그림엽서 · 소란스러움 · 지역을 바꾼다 · 환경에의 가해 · 1회 방문 	<ul style="list-style-type: none"> · 개인, 가족 등 소그룹 · 적정한 교통수단 · 많은 시간 · 자연발생적인 결정 · 자기가 결정 · 지역 라이프스타일의 존중 · 체험 · 행동적 · 어느 정도 마음의 준비 · 열린 마음 · 친구 · 추억, 새로운 지식 · 사진이나 그림 · 조용함 · 지역을 지속한다 · 환경보전의 존중과 지원 · 재방문

자료 : Bernard Lane, Will Rural Tourism Succeed?, 1991(山崎光博·小山善彦·大島順子, 1993, p.27.에서 재인용)

이 지속 가능한 산업으로서 농촌지역에 자리잡을 수 있을 것이다. 왜냐하면 농어촌 관광은 관광객에게 미지의 체험이나 휴식의 기회를 제공해 주며 지역의 활성화나 환경의 보전에 공헌할 수도 있지만, 동시에 규제가 어려운 산업이어서 지역문화와 역사적 유산 또는 지역의 커뮤니티가 파괴되어 버릴 가능성도 내포하고 있기 때문이다.

IV. 기존 어촌 관광사업의 활성화

1. 기존 어촌관광사업의 활성화 가능성

현재의 어촌 관광사업은 민박, 횃집, 유어어선 정도로 매우 제한적으로 운영되고 있다. 또한 이들 서비스는 그 내용과 수준이 앞에서 언급한 바와 같은 질적인 관광을 도모하기에는 단순하고 저급하며, 어촌지역의 특성과도 별로 관련이 없다. 그리고 사업운영과 그 성과의 귀속이 소수의 운영자 중심으로 지나치게 개별화되어 있어 어촌공동체 전체의 관광사업 능력의 향상으로 연결되지 못하고 있다.

따라서 기존의 사업체들의 운영과 서비스 수준의 향상을 우선적으로 도모할 필요가 있다. 물론 다음 절에서 제안하는 바와 같이 점진적으로 어촌 지역 전체의 매력도를 높여 나가면서 관광상품을 다양화하는 노력도 병행되어야 한다.

특히 기존의 어촌 관광사업중에서 먼저 민박⁴⁾을 활성화하는 것이 전반적인 어촌 관광개발에 미치

는 효과가 가장 높을 것으로 판단된다. 왜냐하면 이미 많은 어가가 민박을 운영해 본 경험을 가지고 있기 때문에 민박의 운영을 다양화할 수 있는 노우하우 또는 잠재력을 어느 정도 가지고 있다고 볼 수 있고, 상당액의 투자가 뒤따르는 전혀 새로운 사업을 시작하는 것보다는 기존의 사업을 발전적으로 지속화하는 것이 위험부담을 줄일 수도 있기 때문이다.

민박의 경우 지역민과 관광객 사이에 인간적 교류에 의해 단골관계를 형성함으로써 일정 수준의 민박수요가 년중 지속되고 있는 것을 볼 때, 확대 방식 및 서비스 설비의 다양화와 홍보 등의 문제를 개선한다면 많지 않은 투자로도 지속적으로 성장할 수 있는 잠재력이 크다고 할 수 있다.

2. 외국의 선진사례

일찌기 농어촌 관광사업이 발달한 프랑스, 영국, 독일 등의 경우를 보면, 민박이 농어촌 관광의 출발점이었으며, 오늘날에도 그 중심을 이루고 있는 것을 볼 수 있다.

이들 국가들에서 공통적으로 발견할 수 있는 것은, 첫째로 민박사업이 개별 농어가 단위로 이루어지면서도 농림어업 또는 농어촌지역 활성화를 위한 기본수단으로 인정되고 있다는 점이다. 특히 프랑스는 민박사업을 농림어업활동의 하나로 인정하고 있다.

4) 지금까지 일반적으로 이루어지고 있는 단순한 貸室만이 아니라 음식물 제공, 체험, 생산물 판매 등도 포함하는 유럽의 사례에서와 같은 광의의 개념으로 사용한다.

둘째로 관광사업에 참여한 농민 스스로 또는 기존의 농림어업 관련 조직이나 정부의 지원하에 협회 또는 연맹 형태로 전국적인 조직을 구성하여 활동함으로써 전체적인 맥락에서 방향성을 가질 수 있고, 농어촌 관광사업의 기본적인 제약 요건인 유인력의 부족, 목표시장의 파악 및 확보의 어려움 등의 문제를 극복할 수 있다. 그 결과 기존의 대량관광에 대한 대안으로서 농어촌 관광의 개념과 범역을 확대해 갈 수 있다.

셋째로 민박 경영자와 관련 기관들이 상호 긴밀한 협력관계(partnership)를 이루어 민박 경영자의 육성, 민박 서비스 수준의 향상, 민박을 토대로 한 농어가 관광사업의 다각화, 민박수요 확보를 위한 홍보와 접수, 설비투자를 위한 각종 지원과 세제 혜택 등을 제공하는 등 다양한 프로그램을 운영하고 있다.

구체적으로 농어촌의 민박이 “값은 싸지만 서비스의 질은 떨어진다.”는 인상을 불식시키고 수요자의 다양한 요구에 부응하기 위해 민박의 등급제도를 도입하고 관련 단체와 정부 기관이 수시로 점검하고 있다. 민박상품의 품질 유지를 위해 신규 가맹자들에 대해서 매우 엄격하게 심사하고 있다. 또한 민박 경영자 단체는 민박상품을 홍보해 줌으로써 농어가의 홍보비용을 줄이고 고객에게는 신뢰감을 주고 있다. 특히 서비스의 질을 높이고 사업을 다각화 하기 위한 훈련과 새로운 민박 경영자를 육성하기 위한 교육을 강화하고 있는 것을 볼 수 있다. 민박상품을 다양화하면서 레크레이션, 농어가의 생산 및 생활 체험을 위한 새로운 상품도 꾸준히 개발하고 있다.

3. 어촌 관광사업의 활성화를 위한 과제

첫째로 어촌 민박사업 실태와 발전 가능성에 대한 심층적인 조사연구가 필요하다. 이를 통해 어촌 민박사업의 안정적인 성장을 위한 구체적인 방향과 과제가 도출되어야 한다.

둘째로 민박 경영을 지원하기 위한 지역단위 또는 전국단위의 네트워크의 형성과 적극적인 활동이 시작되어야 한다. 아직 활발하다고 할 수는 없지만 수협중앙회가 어촌민박 안내책자인 「섬따라 파도따라」를 발행하고, 단위수협에서는 수요자의 문의가 있을 경우 관할지역의 민박에 대한 안내를 하고 있으므로, 수협의 역할을 강화하는 것이 가장 손쉬울 것으로 판단된다. 또한 민박 경영자가 자발적으로 조직을 결성하고자 할 경우 이를 적극 지원할 필요가 있다.

셋째로 농림부와 해양수산부, 지방정부 등의 적극적인 지원이 필요하다. 현재 정부가 제공하고 있는 어촌관광개발 프로그램인 농어촌민박마을 조성사업(농림부), 어촌관광개발사업(해양수산부), 어촌종합개발사업(해양수산부) 등에서는 시설투자 사업비의 지원에 한정하고 있다. 따라서 사업체의 운영과 관련하여 감면제도, 조인과 교육훈련, 연수센터 등의 추가적인 운용이 요구된다.

V. 어촌관광기반의 조성 과 상품개발

1. 전체적인 전략의 수립

어촌관광의 본질을 살리기 위해서는 전체적인 어촌지역의 매력도 향상 전략이 필요하다. 어가민

박과 횃집의 활성화 또는 몇가지 해수욕장 관련시설의 조성만으로는 어촌관광은 실현될 수 없다. 지역사회 전체의 생활 문화 환경의 이미지를 어떻게 형성해 갈 것인가, 무엇을 창조하고 무엇을 보전할 것인가, 그 결과가 지역의 생활과 어떻게 연관되는가, 어떤 방문객을 대상으로 하고, 어떠한 고용을 창출하며, 어업을 어떻게 자리매김할 것인가 등의 문제에 대한 해답을 모색하면서 지역주민의 의사가 반영된 전략과 실천수단을 마련하는 일이 중요하다.

지역 전체의 발전전략과 실천수단을 마련하고자 하는 경우, 일반적으로 해당 지역을 구성하는 모든 부문을 포괄하는 기본계획(master plan)을 수립하고 이에 따라 개발사업을 집행하는 방법이 선호된다. 그러나 이 방법은 이론적으로는 바람직하지만 실제에 있어서는 집행수단과의 실질적인 연결이 잘 안되고, 모든 어촌지역에 대해서 일일이 기본계획을 수립할 수 없으며, 주민참여가 저조한 상태에서 전문가의 일방적인 시각만이 반영되는 경우가 많다. 특히 관광과 같이 이해가 복잡하게 얽혀있는 경우는 아무리 좋은 「계획서」를 작성하더라도 그 실현이 쉽지 않다.

어촌관광개발에서는 실제의 현장에 있어서 어떠한 발상과 과정을 통해 각각의 사업을 실현시켜 나갈 것인가 하는 것이 더욱 중요하다. 현장으로 들어가서 생각하고, 현장의 상황에 맞춰서 문제나 가능성을 찾아내고, 다양한 이해를 조정하면서 최선의 성과를 추구하는 자세, 즉 운영(management)의 사고가 중요한 것이다.

2. 지역개발사업과 관광개발의 연계

어촌 관광사업의 가능성은 기본적으로 그 어촌 특유의 매력으로부터 출발한다. 그리고 어촌의 매력은 어촌의 생활 생산 자연환경의 다양한 부문과 활동들이 종합되었을 때 뚜렷이 부각되어지는 그 지역만의 특별한 像(image)이라고 할 수 있다.

지역의 매력을 높이기 위해서는 기존의 어촌개발사업에 관광부문을 개입시키는 방법이 바람직할 것이다. 어촌의 생활과 생산을 위한 기본적인 투자도 미진한 상태에서 관광개발을 위한 새로운 투자비의 확보가 곤란하고, 어촌과 같은 소규모 지역에서는 최소한의 투자로 관광개발을 추구하는 마케팅 지향적 개발이 요구되기 때문이다. 다시 말해서 어촌관광 개발은 아래 그림에서 보는 바와 같이, 어촌의 기능을 생산부문, 생활부문, 자연자원부문에 구분하고 여기에 관광부문을 개입시킴으로써 각각 연계 가능한 부문을 찾아내어 각 부문의 특성에 적합한 개발목표의 설정과 개발방향을 도출하는 방법을 채택할 필요가 있는 것이다(박성쾌 외, 1995, pp.436-437 : 권육진, 1995, pp.20-21).

구체적으로 생활환경 정비사업에서는 지역주민의 생활편의와 관광객의 이용편의를 모두 고려토록 할 필요가 있다. 예를 들면 주민의 주거편의를 위해 주택을 개량하거나 신축할 때 쾌적한 민박환경까지도 고려한 주택구조와 설비를 갖춘다든지, 시멘트블럭조로된 벽체보다는 전통적인 돌담이나 생울타리를 도입하고 그 지역의 만경식물을 식재

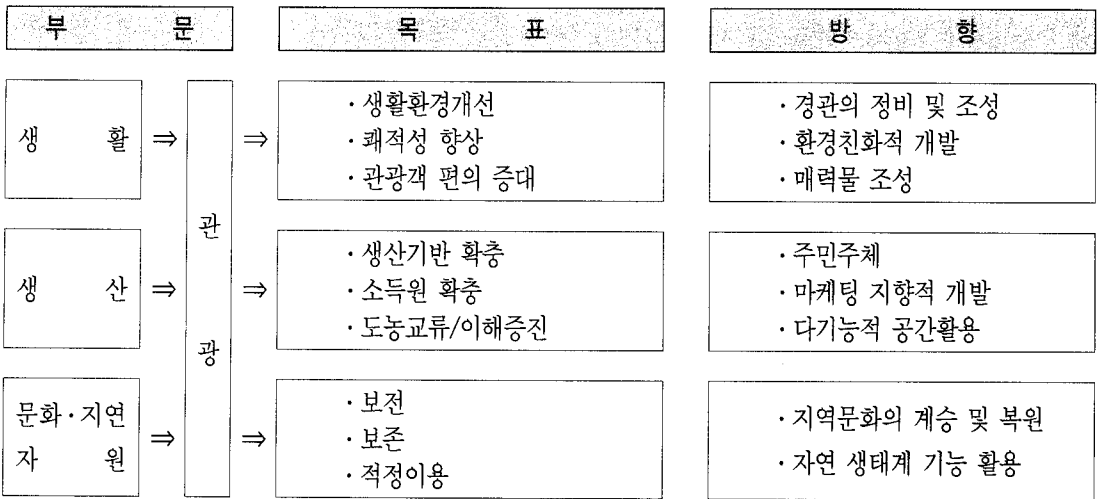
하는 방법을 적용하는 것 등이다. 이를 위해서는 어촌의 독특한 경관, 정체성, 지역의 문화자원을 최대한 살리도록 해야 한다. 이는 결국 지역문화의 계승 및 발전 차원에서 매력(attraction)을 만들어 나가는 과정이며, 이러한 과정의 전반에 걸쳐 환경 친화적인 개발을 추구하게 될 수밖에 없다.

생산부문 정비에 있어서도 관광적인 이용을 고려한 어항, 어장 등의 기반을 정비함으로써 레저공간을 확보하고 생산활동 자체를 관광과 연계시키도록 한다. 특히 어항은 어촌주민의 생활과 생산의 중심공간일 뿐만 아니라 어촌관광의 핵으로서 그 기능의 다양화가 매우 중요하다. 예를 들면 방파제의 경우 기존의 단조로운 수직형 구조로부터 계단형의 구조로 전환함으로써 親水공간을 확보할 필요가 있으며, 어항의 규모나 구조에 있어

서도 지역에 따라 도입할 수 있는 해양 스포츠, 해양 레크레이션, 휴식, 해상여행 등의 가능성을 고려할 수 있어야 한다. 특히 어항域내에 개발 가능성이 절대적으로 부족한 우리나라의 어촌의 실정을 고려하면 어항에 인접한 공유수면 등을 적절히 조성하여 어항의 기능을 다양화할 수 있어야 한다.

3. 다양한 관광상품의 개발

생활환경과 생산기반 개발과정에서 관광적 이용까지를 고려한 개발이 이루어진다면, 이러한 물적 기반을 토대로 하여 주민의 생활과 생산활동 과정에서 구체적으로 관광상품을 개발하는 것이 필요하다. 이를 위해서는 첫째로 어촌공동체 차원에서 관광시설물과 자원을 공동조성·관리·운영할 수 있어야 하고, 둘째로 무공해 자연식품을 생



〈그림 1〉 부문간의 연계를 통한 관광기반의 조성방향

산하기 위하여 생태적인 기능 및 생산기법을 활용하도록 하며, 셋째로 생산과정에 관광객이 참여할 수 있도록 주제별, 계절별, 시간대별, 참가 규모별로 다양한 프로그램을 작성토록 한다.

넷째로 시설 투자규모를 최소화하면서도 최대한의 관광객을 유인할 수 있기 위해서 마케팅 지향적인 개발이 이루어지도록 하며, 생산 및 생활 기반시설을 다기능적으로 이용할 수 있도록 할 수 있어야 할 것이다.

개발 가능한 어촌 관광상품을 선진 사례를 통해 살펴보면, 이벤트「갯벌 올림피아, 마린 페스티벌, 전통어법 재현(일본) : 영등 송별 대제(제주도), 김포 갯벌 탐사기행(김포)」, 체험어업「주말 가족 양식사업, 그물 끌어올리기, 소년수산교실, 체험어장, 내륙 어린이의 어촌유학(일본)」, 해양성 레크레이션「심해생물 전시, 어구전시(일본)」 등이 있다(수협 수산경제연구원, 1995 : 新水産新聞社, 1990). 이러한 사례는 어촌 관광상품의 개발은 물적 기반의 조성과 주민의 협력, 그리고 창의가 바탕이 됨을 알 수 있다.

Ⅶ. 주민 주체의 사업추진과 개발방식의 선택

1. 협력체계와 주민의 리더십

어촌관광개발의 전략을 모색하고 실천하는 데는 협력체계(Partnership)가 매우 중요하다. 관광이란 여행업자, 교통수단, 숙박시설, 음식점, 상점, 오락시설, 그리고 관광객을 접대하는 어촌의 주민 등과 같은 다양한 사람·부문·활동이 연관되는 산

업이다. 따라서 각각의 부문이 단기적 이익을 추구하게 되면 중국적으로 모두 실패할 위험이 있다. 따라서 중앙정부나 지방자치단체는 물론이고 여행자, 레저업자, 자원봉사단체, 지역주민, 그리고 방문객 등 모두가 비전과 전략을 공유하고 파트너로서 협력하는 것이 중요하다.

이를 위해서는 첫째로, 어촌관광개발 과정에서 주민에 의한 리더십을 확보하는 것이 중요하다. 그것은 지역주민이 지역의 역사나 문화, 자연 등에 대해서는 가장 상세하게 알고 있으며, 자기들의 지역에 대한 자부심을 가지고 방문객을 환영하는 자주적인 자세를 가질 때 비로소 바람직한 어촌관광이 이루어질 수 있기 때문이다.

그러나 지금까지의 농어촌개발 과정을 되돌아 보면, 계획 또는 개발내용에 대해서 주민 상호간에 이해의 충돌이 생기거나 의견일치가 어려워질 경우 이를 조정하기가 어렵고, 대부분의 주민이 개발에 대한 전문적인 지식이나 경험이 부족하고 시간·기술·정보를 충분히 가지지 못하기 때문에 합리적인 판단이나 효율적인 사업추진이 어려우며, 특정 이익을 대표하는 엘리트 주민에 의해 의사결정이 주도되는 문제점이 있다. 그리고 무엇보다도 대부분의 지역 주민이 자본이 영세하여 사업 운영 참여가 곤란하고, 이것은 다시 어촌관광사업의 지속적인 추진을 곤란하게 하는 요인이 되고 있다(김향자, 1991. 8, p.38).

따라서 실질적인 주민의 리더십을 확보해 나가기 위해서는, 먼저 정부나 관련 단체가 지역으로

들어가서 주민과 함께 생각하고 창조적인 개발과정을 형성하기 위한 교육적인 활동이 필요하다. 그래서 마을주민, 어촌계 또는 마을 개발위원회(여러 마을이 하나의 관광개발 단위를 이룰 때는 연합체 또는 확대된 어촌공동체)가 주체가 되어 지역의 시설과 자원을 개발하고 관광객에게 생산 및 생활 체험시설을 제공하며 지역문화를 보존하는 역할을 담당할 수 있도록 해야 한다.

둘째로 어촌관광이 성공하기 위해서는 어촌을 찾는 관광자의 역할 또한 중요하다. 이를 위해서는 방문객에게 어촌관광의 기본정신을 전하는 일이 필요하며 어촌의 생성, 역사와 문화, 어촌의 소중함, 어촌을 즐기는 법 등에 대한 계몽활동과 해설 등을 하기 위한 조직적인 프로그램이 요청된다. 영국에서는 환경성을 비롯한 정부의 기관, 관광국, 자원봉사단체가 이런 역할을 담당하고 있고, 전원 지역위원회등은 방문객의 자각을 촉구하기 위해 Country Court나 Green Tourism Court를 준비하

고 있다(山岐光博·小山善彦·大島順子, pp.52-54).

셋째로 앞에서 이미 언급한 바와 같이 행정기관과 관련 공공단체는 지역의 주민과 관광자 양쪽에 개입하여 옹호자(advocator)로서 역할을 담당해야 한다. 여기에는 관련 중앙부처, 시·군, 면사무소, 어촌 및 농촌지도소, 농협, 수협 등과 같은 기관이 해당된다. 그리고 이들 기관은 관련되는 개발계획의 입안, 사업의 추진, 투자재원의 조달 등 개발과정을 지원하며, 관광어촌의 효율적 운영을 위해 주민 교육프로그램 운영, 홍보 등을 담당할 수 있어야 한다.

2. 개발효과의 주민귀속을 위한 개발방식의 선택

어촌사업의 운영은 결국 주민에 의해 이루어져야 하므로 개발계획의 초기단계에서부터 주민의 적극적인 참여와 의견수렴이 이루어져야 한다. 그러나 지역의 주민은 현실적으로 투자재원, 운영 노하우(know-how) 및 전문인력이 부족하므로 공공의 지원을 통한 전문성의 확보, 민간자본과 경

〈표 3〉 구성주체에 따른 개발방식의 유형

개 발 방 식		구 성 주 체	사 업 의 내 용
단독개발	제1섹타	공공부문	도로, 상하수도, 기반시설정비
	제2섹타	민간기업	경영 노하우 제공
합동개발	제3섹타	공공부문+민간기업	어항시설, 유통시설
	제4섹타	지역주민+공공부문	개발계획의 수립, 진행
	제5섹타	지역주민+민간기업	서비스제공, 관광시설 운영
	연합섹타	지역주민+공공부문+민간기업	시장확보, 홍보, 지역이미지 제고, 지역 이벤트 기획 등 마케팅 활동

영의 효율성 등을 충분히 활용할 수 있도록 민관 합동 개발방식을 다각도로 검토하여 도입할 필요가 있다.

어촌 관광개발의 경우 사업규모가 비교적 소규모이며, 개인 또는 다수의 주민이 참여하여 운영하므로 하나의 방식을 도입하기 보다는 단위사업의 성격에 따라 세부사업별로 투자방식을 차별화하여 다양한 재원조달 방식을 모색토록 해야 한다. 예를 들어 초기에 도로 및 어항시설 정비 등의 기반시설과 비교적 투자규모가 큰 시설은 공공부문이 담당하고, 개발계획의 수립과 홍보 등은 주민과 지방자치단체 및 수협 등이 담당하며, 서비스 제공과 시설운영은 주민과 민간기업이 협조하는 제4섹터 방식을 활용하는 방안을 고려할 수 있을 것이다.

Ⅶ. 맺음말

농어촌 관광은 농어촌을 목적지로 하여 질적인 관광을 추구하는 관광수요의 증가와, 관광사업을 통해 농어촌을 활성화 하고자 하는 농어촌지역의 이해가 결합되어 그 개발에 대한 관심이 고조되고 있다. 그러나 아직은 부존자원을 제대로 이용하지 못하면서도, 난개발이 진행됨으로써 농어촌 관광개발 잠재력 자체를 약화시키고 있는 것으로 나타났다.

따라서 이 논문에서는 지속적인 농어촌 관광개발을 위해, 먼저 관광개발의 목표와 원칙이 정립되어야 하고, 기존의 관광사업의 활성화로부터 개

발의 탄력을 얻어야 하며, 관광개발과 지역개발의 연계 및 다양한 관광상품의 개발을 도모하며, 주민 주체의 사업추진과 개발방식의 선택이 이루어져야 함을 제안하였다. **열린중남**

참 고 문 헌

- 권옥진, 남해 노루목 관광어촌마을 기본계획, 서울대학교 환경대학원 석사학위논문, 1995.
- 김향자, “관광개발과정에서 지역주민 참여방안에 관한 연구”, 교통연구, 통권 60호, 교통개발연구원, 1991.
- 문옥표, “후기산업사회에서의 농촌의 위상 : 1980년대 일본의 농촌부흥운동의 의미”, 농촌사회, 창간호, 한국농촌사회학회, 1991.
- 박성쾌 외, 어장·어항·어촌을 통합한 어촌종합개발 모형수립에 관한 연구, 한국농촌경제연구원, 1995.
- 수협 수산경제연구원, 지방화시대의 신어촌운동을 위한 어촌지역 활성화 사례집, 1995.
- 엄서호·김영래·김승현, “주민 관광사업 계획수립의 사례연구-마케팅적 접근방법을 적용하여”, 관광농업연구, 제2권 제1호, 한국관광농업학회, 1995. 2.
- 유선무, “농어촌 휴양 관광산업의 개발과 농어민 참여방안”, 농어촌발전위원회 회 산업진흥소위원회 발표자료집(1), 부속자료 4, 농어촌발전위원회, 1994. 7.

정기환 외, 어촌지역 관광개발에 관한 연구, 농림
부, 1996.

山岐光博・小山善彦・大島順子, グリーソ シーリーズ
ム, 家の光協會, 1993.

新水産新聞社, 頑張っていますわれらが漁村-漁村
地域活性化事例集, 1990.

Cointat, Michel, Rural Tourism, *Tourism Recreation
Research*, Vol. X VI, No.1, 1991.

Dernoi, L. A., About Rural & Farm Tourism,
Tourism Recreation Research, Vol. X
VI, No.1, 1991.

Hill, Brial J., *The Future of Rural Tourism*,
Park & Recreation, September 1993.

충남 관광정보 전달체계 확립방안

양 광 호
(梁光鎬)

웅진전문대학
관광과 교수



- I. 머리말
- II. 관광활동과 관광정보 전달체계
- III. 충남 관광정보 전달체계의 현황 및 문제점
- IV. 충남 관광정보 전달체계 확립방안
- V. 맺음말

I. 머리말

우리는 현대를 정보화 사회, 또는 정보사회라고 말한다. 이는 정보가 개인과 사회의 부가가치를 생산해내는 가장 중요한 원천임을 의미하며, 정보의 소유정도에 의해 부와 권력, 생활의 질이 결정

되는 사회임을 의미한다고 할 수 있다. 현대인들은 일상생활을 해나가는데 있어, 정보의 가치와 중요성을 인식하여 합리적 의사결정을 위하여 다양한 정보를 요구하고 있다.

관광분야에 있어서도 이와 같은 정보의 중요성은 예외가 될 수 없다. 특히 관광이 미지의 세계로 이동하는 공간적 이동을 전제로 한 행위임으로 관광객의 합리적 의사결정에 있어 정보의 중요성은 다른 활동과 비교해 볼 때 더욱 크다고 할 수 있다.

관광객의 정보수요를 충족시킬 수 있도록 관광정보를 효율적으로 제공하는 것은 관광객들의 관광경험을 만족스럽게 하여 줄 뿐만 아니라, 관광지 관리 측면에서도 자원의 부정적 이용을 제한할 수 있는 등의 역할을 하여 지역의 관광경쟁력 제고에 기여할 수 있다. 그러나 충남을 포함한 기존의 각 지자체들에 의한 관광정보 제공은 정보의 가치와 역할 등에 대한 인식의 미비로 산발적일 뿐만 아니라 극히 미미한 실정에 있다.

관광진흥을 통해 지역활성화를 이루고자 하는 각 지자체는 이러한 관광객들의 정보수요 증대에 대응하여, 해당 지역을 방문하는 관광객들에게 정

확한 정보를 어떻게 제공하는나의 문제가 관광 활성화를 위하여 해결해야 할 중요과제로 대두되고 있다.

따라서 본 고에서는 관광정보의 효율적인 제공이 관광객의 관광만족 증대와 관광지 관리의 수단으로서 지역관광진흥을 달성할 수 있는 중요과제라는 인식하에, 충남지역내 기존의 산발적인 정보 전달체계를 보다 체계적인 관점에서 정보를 전달코자 하는 관광정보 전달체계의 확립방안에 대하여 논하고자 한다.

II. 관광활동과 관광정보 전달체계

1. 체계적인 관광정보 전달의 필요성

관광은 탈일상성, 자기개발 등의 목적을 위하여 일상 생활공간과는 다른 새로운 공간으로의 이동을 하는 행위이다. 관광객들은 일상적이지 않은 새로운 곳을 방문함에 따라 심리적 부담감, 경제적, 시간적 소비 등 이동에 따른 비용을 부담하게 된다(김사현, 1990). 따라서 관광객들은 관광욕구 충족을 위해 부담해야 하는 비용을 최소화하고 효과를 극대화 하고자 정확한 관광정보를 요구하게 된다.

특히 현대에 들어 관광행태의 변화는 관광정보 수요에 있어서도 새로운 형태의 관광정보 공급을 요구하고 있다. 정보수요 변화에 영향을 주고 있는 주요 행태적 요인은 세가지로 요약할 수 있다.

첫째, 계획적인 관광의 증가이다. 즉 관광객들이 관광을 떠나기 전 혹은 관광중에 사전 정보를 입

수하여 계획적인 관광을 하고자 하는 추세가 일반화되고 있다는 점이다. 이는 기존의 단편적인 정보제공 체계를 뛰어 넘는 보다 상세한 다량의 정보공급을 요구하게 된다.

둘째, 개별 관광객의 증가추세이다. 즉 기존의 여행사나 기타 친목단체 등 특정 안내원에 의해 인솔되는 단체관광 형태에서 벗어나 개인이나 가족단위로 여행을 떠나는 관광객이 증가추세를 보이고 있다는 점이다. 이들은 관광 전문가도 아니고 정보를 스스로 찾아야 하기 때문에 보다 쉽게 접근할 수 있는 정보매체를 필요로 하고 있다.

셋째, 자가용 소유의 보편화로 이용교통수단에 있어 자가용 이용객의 증가를 들 수 있다. 이들은 관광활동 중에 안내표지판 등 새로운 정보매체를 요구하고 있다.

이와 같은 행태변화에 따른 정보수요의 변화와 정보수요가 보다 상세화, 대량화, 다양화되고 있는 추세는 관광객을 수용하고자 하는 각 지자체에게 정보를 보다 체계적으로 공급할 것을 요구하고 있다. 따라서 관광객을 수용하는 입장에서 관광행태 및 관광정보 수요변화에 대응하여 체계적인 정보제공의 필요성은 매우 크다고 할 수 있다.

2. 관광정보 전달체계의 의미

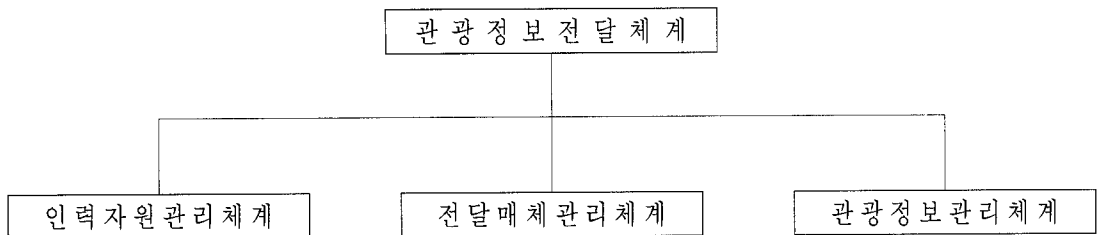
정보공급자 측면에서 관광객들에게 정보를 제공하기 위해서는 정보의 수집, 분석, 저장, 전달 등의 과정을 필요로 한다. 곧, 제공하고자 하는 정보를 수집하고, 수집된 정보는 제공목적에 맞게 가공되어야 하며 가공된 정보는 비로서 관광객들에

게 전달되게 된다. 관광객들이 접하는 정보는 일정한 목적하에 정보의 수집과 가공의 과정을 거친 정보라고 할 수 있다.

따라서 관광객들의 정보수요를 충족시켜 줄 수 있는 정보제공이라는 목적을 달성하기 위해서는 수집, 가공, 전달의 전과정이 정보수요자의 입장에서 분석되어 체계적으로 이루어져야 함을 의미하며, 이와 같은 체계를 관광정보 체계라 할 수 있다. 곧 관광정보 체계의 수립은 정보의 수집, 가공, 전달 등을 포괄하며, 본 고에서 다루고자 하는 관광정보 전달체계는 관광정보 체계의 하위체계로서 이미 수집, 가공된 정보를 대상으로 체계적이고 효과적인 정보전달에 한정하여 관심을 둔다.

관광정보 전달체계란 관광정보 체계의 하위체계로서 기존에 생산, 저장되어 있는 관광정보를 관광객들이 원활한 관광활동을 하는데 도움을 줄 목적으로, 관광객들이 정보를 필요로 하는 시점과 장소에서 관광객들의 행동단계에 맞게 각종 전달수단을 활용하여 정보를 적절히 제공하도록 체계화시키는 것을 의미한다.

관광정보 전달체계는 <그림 1>에서 볼 수 있는 것처럼 관광안내소, 관광안내판 등의 정보전달매체를 관리하는 체계와 관광안내원 등의 인적자원 관리체계, 수집된 정보를 관리하는 관광정보 관리체계로 이루어 진다.



〈그림 1〉 관광정보 전달체계 구성의 하위 시스템

3. 관광정보 전달체계의 구성 및 구성요소

관광정보 전달체계의 구성을 개념화하면 <그림 2>와 같다. 관광정보 전달체계는 정보전달을 담당하는 주체와 정보공급자 측면에서 관광정보전달의 객체인 관광객, 관광정보를 전달하기 위하여 이용되는 매체로 구성된다.

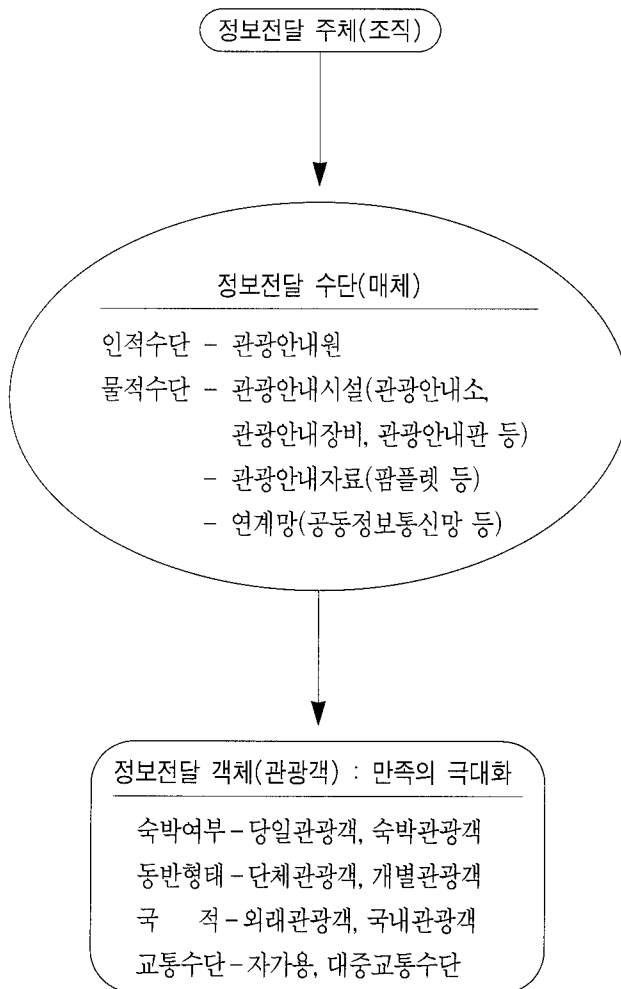
관광객(객체)의 정보수요 충족을 통한 정보수요자 만족 극대화를 위하여 정보공급자(주체)는 관

객이 관광활동시 시간, 공간적 흐름에 따라 경험하게 되는 관광여행 과정별로 정보수준을 차별화된 전달수단을 이용하여 다양한 배경 변수별 특성을 갖는 관광객들에게 정보를 전달해야 한다. 다시말해 정보공급자는 정보전달 매체와 정보내용을 여행과정별로 체계화, 조직화하여 관광객에게 정보를 제공하는 것이 필요하다.

사람들은 정보를 한번에 받아들여 처리하는 정

보처리 능력에 한계가 있기 때문에 일시에 많은 정보를 공급하는 것은 비효율적이다. 그러므로 관광여행 과정의 흐름에 따라 정보를 순차적으로 공급하는 것이 정보를 받아들이는 관광객의 입장에

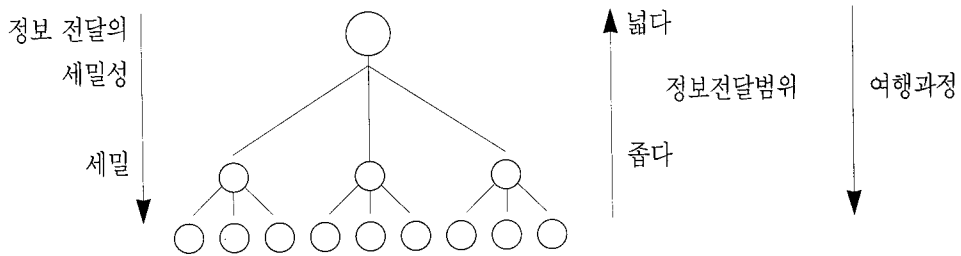
서도 논리적인 정보처리와 해석이 가능하다. 따라서 관광정보 전달체계를 여행과정에 따라 전달매체를 구성할때 구성요소들이 위계적으로 구성되는 것이 필요하다.



〈그림 2〉 관광정보 전달체계의 구성

〈그림 3〉에서 볼 수 있는 것처럼, 여행과정이 도내 도착부터 목적하는 관광지내 활동까지 정보전달체계를 구성할때, 도내 도착지점에서는 정보전달범위가 도내 전체의 개괄적 정보를 제공하고 여행활동이 구체화 될 수록 정보전달 범위를 좁혀가

는 것이 효과적이다. 반면 여행이 구체화되어 갈수록 정보내용의 정확성은 높아 가도록 위계적으로 정보전달 매체를 구성하는 것이 필요하다 사료된다.



〈그림 3〉 정보전달매체의 위계적 구성

가. 여행과정 및 관광정보

관광정보 전달체계를 구성함에 있어 특히 고려해야 하는 것이 관광객들의 관광경험단계¹⁾이다.

관광은 이동을 전제로 하기 때문에 관광을 하고자 하는 시점부터 관광종료까지의 시간적, 공간적으로 몇단계의 과정을 통해 관광경험을 하게 된다.

관광경험단계를 시간·공간적으로 보다 구체화시킨 것이 관광여행 과정으로 관광여행 과정은 특정지역 도착, 관광루트 이동, 특정 관광지 도착, 특

정 관광지 관광, 관광지 출발 등의 과정을 거치게 된다.

각 여행과정마다 관광객들의 활동유형, 심리상태, 요구정보 등이 달라지게 되며, 정보전달 환경도 다르므로, 관광객들의 관광여행 과정 단계에 따라, 정보를 효과적으로 전달하는 것이 매우 필요하다. 이를 유형화 하면 다음과 같다.

1) 관광경험단계에 대하여 Clawson(1966)은 이를 크게 다섯단계로 설명하고 있다. 곧 관광실시여부, 관광목적지 선택결정 등 관광을 계획하고 기대감에 들뜨는 기대단계경험, 관광목적지까지 이동하면서 느끼게 되는 가는단계 경험·목적했던 관광지에서 관광활동을 하는 현지단계경험, 특정 목적지에서의 관광을 끝내고 거주지로 돌아오는 오는단계경험, 관광이 끝난후 관광활동을 회상하는 회상단계경험으로 구성된다. 각 경험단계마다 활동의 특성상 정보수요는 달라지게 되므로 이에 따른 정보전달이 필요하다. Chubb and Chubb(1981)는 이를 보다 구체화하여 자각단계, 초기 결정단계, 자료수집단계, 최종 결정단계, 기대단계, 준비단계, 가는단계, 현지단계, 오는단계, 정리단계, 회상단계 등 11단계로 세분화하고 있다(박석희, 1996, p.20).

〈표 1〉 관광정보의 유형

기 준		정 보 구 분
관광정보 양 태	정태정보	관광매력 정보, 편의시설 정보 등
	동태정보	수시 비가변적 : 이용시간 정보, 식음료 정보 등 수시 가변적 : 교통편 정보, 기상 정보, 숙박시설 정보 등
경 험 단 계 별 관 광 정 보		계획단계 정보, 목적지로의 이동단계 정보, 현지단계 정보, 거주지로의 이동 단계 정보, 회상단계 정보
관 광 여 행 과 정 별 관 광 정 보		도착지 정보, 관광루트 정보, 관광지 입구 정보, 관광지내 정보, 관광지 출구 정보
범 위 별 관 광 정 보		국제단위 정보, 전국단위 정보, 지역단위 정보, 지방단위 정보, 당해 관광지 단위 정보
내 용 별 관 광 정 보		숙박 정보, 교통편 정보, 관광매력 정보, 기상 정보, 식음료 정보, 편의시설 정 보, 이용시간 정보, 이용요금 정보

관광객들은 〈표 1〉에서와 같은 다양한 정보를 일시에 요구하는 것이 아니라 경험단계 및 관광여행 과정에 따라 정보수요를 달리 한다. 따라서 관광정보 공급을 정보수요와 정보전달 환경에 맞게 체계적으로 제공하여야 한다.

나. 관광정보 전달수단

관광객들이 원할한 관광활동을 위하여 정보를 얻는 수단은 관광의 복잡성 만큼 다양하다. 관광정보 전달수단으로 주로 이용되는 매체는 관광안내소, 관광안내판, 관광안내자료, 관광안내원, 방송, 신문, 잡지 등의 매스미디어, 특정지역 관광경험자, 전화서비스, 정보유통시스템 등이 있다.

이중 대표적인 정보전달수단인 관광안내소, 관광안내판, 관광안내원의 역할과 기능 등의 특성에 대하여 살펴보기로 한다.

1) 관광안내소

관광안내소는 비일상적인 공간을 관광하는 관광객들이 필요한 정보를 편리하게 얻을 수 있는 장소이다. 안내소에는 관광객들에게 정보서비스를 제공하기 위한 목적으로 안내원 등의 인적수단, 안내장비, 안내자료 등의 안내수단, 안내내용이 결집되어 있는 곳이다. 다른 정보전달매체와 비교할 때 안내원에 의한 인적 정보교환이 가능하기 때문에 제공되는 정보의 내용이 광범위하고 정확한 장점이 있다. 그러나 설치 및 관리 비용이 많이 드는 단점이 있다.

관광안내소 설치가 효과적인 장소로는 관광객이 교통수단을 이용하여 지역에 처음 도착하는 철도역, 고속버스, 시외버스터미널, 공항지역, 관광객 왕래가 빈번한 관광목적지역 등으로, 이와 같은

지점에 안내소를 설치하여 정보제공의 거점 역할을 수행할 수 있다.

안내소는 설치위치, 상설여부, 제공정보의 범위, 기능 등의 기준에 따라 해당 지역의 전반적인 관광관련 정보를 제공하는 지역 종합관광안내소, 관광지내 상세활동정보를 제공하는 관광지 안내소, 비상설로 성수기에만 한시적으로 운영하는 임시관광 안내소, 타 업무와 관광교통정보 제공 등 업무를 겸하는 겸목적안내소 등으로 분류할 수 있다.

2) 관광안내원

관광안내원은 관광객들과의 인적인 의사소통을 통하여 특정 관광자원, 시설에의 접근을 용이하게 하고, 이해를 증대시키며, 관광객들이 안전하게 관광활동을 하도록 하는 안내역할을 수행한다.

안내원은 안내원 개인의 경험 및 축적된 지식과 안내자료, 안내도구 등의 안내수단을 활용하여 각종 정보를 관광객들에게 직접적으로 제공해 주기 때문에 상세한 정보제공 등 가장 질 높은 정보제공 서비스를 할 수 있으며, 상황대처능력이 높은 장점이 있다. 그러나 안내원 채용에 인건비 등의 비용이 많이 소요되는 단점이 있다.

관광정보 전달역할을 하는 안내원은 일반적으로 관광안내소내에 근무하거나 여행사에 소속되어 관광안내업무를 담당한다. 관광안내원은 법적 자격증 소지여부에 따라 자격증 소지 안내원, 무자격 안내원, 서비스제공 대상에 따라 국내관광안내원, 통역관광안내원, 서비스제공 내용에 따라 영어, 일어, 불어 등 통역관광안내원, 정규성 여부에 따라 정규안내원, 명예통역안내원 등으로 분류가 가능하다.

3) 관광안내판

관광안내판은 안내소의 설치, 안내원의 배치가 어려운 관광루트나 관광객 왕래가 빈번한 지역 등에 설치하여 안내소, 안내원 등에 의한 정보전달 외에 이들을 보완하는 기능을 담당한다. 안내판은 크게 관광지 지리의 안내, 관광자원/시설에 대한 이해증대, 미적인 안내판 설치에 의한 경관의 정비, 지역의 개성연출 등 4가지 역할을 수행한다.

관광안내판은 한정된 크기에 정보를 담아 전달해야 하는 관계로 위치 등 개괄적 정보, 평면적 정보제공만을 할 수 있는 한계가 있으나, 비용이 타 매체에 비해 상대적으로 많이 소요되지 않기 때문에 여러 곳에 설치가 가능한 장점이 있다. 안내판은 적절한 정보제공의 부여, 알맞은 형태, 체계적 배치가 이루어져야 본래의 기능을 발휘할 수 있다.

안내판은 설치지점, 설치목적, 기능, 제공정보, 표현언어 등에 따라 크게 관광안내판과 관광전용 유도안내판으로 분류가 가능하며, 관광안내판은 지역 종합관광안내판, 관광지안내판, 관광해설안내판으로 구분할 수 있다.

III. 충남 관광정보 전달체계의 현황 및 문제점

1. 정보전달 환경 및 현황

충남지역은 우리나라 국토의 중심부에 위치하여 서울 등 타 지역에 거주하는 관광객들이 충남내 관광지로의 관광은 물론, 타 시도로 이동을 할 때도 반드시 거쳐가야 하는 입지적 특성을 갖고 있다. 충남의 이러한 지리적 특성은 이들 이동객들에게 적절한 방문동기를 부여해 준다면, 이들의

충남지역 방문을 유발할 수 있는 잠재력을 갖고 있다고 할 수 있다. 방문동기 부여의 한 방법으로 지역내 자원에 대한 정보전달이 한 방법이 될 수 있다.

관광객들이 충남지역을 방문하기 위해 이용하는 교통수단은 세가지가 있다. 자가용을 이용하거나, 고속버스, 시외버스, 여객선 등의 대중교통수단의 이용, 관광버스를 이용하는 방법이다. 이중 관광버스를 이용하는 관광객은 일반적으로 안내원이 동승하기 때문에 안내원에 의해 지역내 관광정보의 제공이 가능하다.

그러나 자가용을 이용하는 관광객과 대중교통수단을 이용하는 관광객들을 대상으로 한 정보전달은 이들이 정보에 의해 스스로 관광일정을 수립해 간다는 점에서 단체 관광객과는 달리 이들에 대한

보다 세심한 관심이 요구된다. 이들에 대한 기존의 정보전달은 관광안내판, 도로표지판 등 극히 단편적인 정보제공에 국한되고 있는 실정에 있다.

충남지역을 관광하고자 하는 국내외 관광객들은 반드시 국도, 지방도, 고속도로, 철도역, 고속버스, 시외버스 터미널, 공항, 항만 등의 교통로 및 교통결절점을 거쳐야 하기 때문에, 지역내 최최도착지점인 이들 교통로 및 교통 결절점에서부터 이들을 대상으로 한 체계적인 정보전달을 시작되어야 할 것이다. 충남지역내로 이동하기 위해 거쳐야 되는 주요 교통로는 <표 2>와 같다.

다시 말해 자가용 이용 관광객을 대상으로는 <표 2>에서 볼 수 있는 것처럼 12개 국도와 4개 고속도로휴게소에는 관광정보전달을 할 수 있는 관광안내소 등의 설치를 통해 정보전달을 하는 것이

<표 2> 전국대비 충남농업의 위치

최 초 도 착 지 점	개 소 수
국 도	12개 (1, 4, 17, 21, 23, 29, 32, 34, 36, 37, 39, 45번 국도)
고 속 도로 휴 게 소	4개소 (간이 휴게소 제외)
철 도 역	20개소 (보통역 중 전동차와 화물차 정차역 제외)
시 외 버 스 터 미 널	10개소(정류장 제외)
고 속 버 스 터 미 널	6개소
항 만	1개소
계	53개소

자료 : 철도여행문화사, 「월간 관광교통 시각표」, 1997. 4.

필요하다. 또한 대중교통수단을 이용하는 관광객들은 철도역, 고속버스, 시외버스터미널에서부터 지역내 관광을 시작하기 때문에 도내 최초 도착지인 이들 터미널, 역 등 교통 결절점에서 지역내 정보를 제공해 줄 필요가 있다.

이상적인 체계는 이들 교통로와 교통 결절점에 관광안내소를 설치하는 것이나 이는 예산과 효과의 비교분석을 통해 단계별로 이루어야 할 것이다.

관광정보전달의 주요 매체인 안내소, 안내판, 안내소내 안내원 등의 충남지역내 설치 및 배치현황

을 살펴보면 <표 3>과 같다. 1993년 3월 현재, 지역내 전반적인 정보전달을 담당하는 지역종합관광안내소의 경우 전국에 설치되어 있는 안내소는 총 40개소로 그 중 충남지역내에는 5개소가 설치·운영되고 있다.

안내판의 경우 지역 전체를 정보제공 범위로 하는 지역 종합관광안내판이 전국적으로 380개가 설치되어 있으며, 그중 충남지역내에는 12개가 설치되어 있음을 알 수 있다. 지역내 안내판 12개소 중 야간 관광객을 위한 야간 조명시설이 갖추어진 곳

<표 3> 관광정보 전달체계 구성요소별 현황

(단위 : 개소, 명)

구 분	지 역 관 광 안 내 소	지역종합관광안내판	관 광 안 내 원
충 청 남 도	5(12.5%)	12(3.2%)	4(-)
전 국 총 계	40(100%)	380(100%)	103(29)

자료 : 문화체육부, 「관광국 내부자료」, 1997.

<표 4>지역 종합관광안내소 시설현황

안 내 소 명	운 영 기 관	운영도구	안 내 자 료				편 의 시 설			면 적	
		A	B	C	D	E	F	G	중	소	
충청남도관광안내소	충청남도관광과	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
충남·천안시관광안내소	천안시관광과	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
온양시관광안내소	온양시관광과	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
부여군관광안내소	부여군관광과	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
공주시관광안내소	공주시관광과	○	○	○	○	○	○	○	○	○	

자료 : 이광희 외, 「관광안내정보체계 확립방안」, 교통개발연구원, 1993.

주 : 1) 면적 - 소 : 면적 20㎡ 미만, 중 : 면적 20㎡~80㎡ 미만

2) 안내수단 - A : 전화기, B : 지역안내 팸플렛, C : 관광지안내 팸플렛, D : 교통지도, E : 안내소내 관광객 이용의자.

F : 관광객 이용 공중전화, G : 관광객 이용 식수대

은 한 곳도 없으며, 안내문자는 영어와 국어를 혼용표기하고 있다. 설치 및 관리주체는 각 시군이 담당하고 있다.

관광안내소내에 근무하는 관광안내원은 전국적으로 103명이나 충남지역은 4명에 불과하며, 또한 통역안내원 자격증을 소지한 안내원은 전무한 실정이다. 전체적으로 앞에서 살펴 보았던 것처럼 설치가 되어야 하는 지점에 비해서 설치수가 절대적으로 부족한 실정이다.

충남지역내 지역 종합관광안내소의 시설 및 운영현황에 있어서는 충남도와 각 시군이 안내소를 설치·운영하고 있음을 알 수 있다. 이외 관광안내업무를 일부 수행하고 있는 고속도로 휴게소, 철도역 등은 운영주체가 도로공사와 철도청 등으로 안내소의 운영기관이 분산되어 있는 실정이다.

정보를 제공하기 위한 안내수단으로는 정보교류 및 자원소개를 위해 필수적인 컴퓨터, 팩시밀리, 비디오 등의 시설을 갖춘 곳은 한 곳도 없이 단순히 전화기, 지역 및 관광지 안내자료를 이용하여 정보를 제공하고 있는 실정이다.

2. 문제점

현황을 기초로 충남 관광정보 전달체계 관련 주요 문제점을 종합해 보면 다음과 같다.

첫째, 관광안내소, 관광안내관, 관광안내원의 설치장소 및 인원배치가 절대적으로 부족하다. 고속버스, 시외버스 터미널, 철도역 등 관광객의 왕래가 빈번한 지역과 국도, 지방도 등 충남지역내 관광객이 최초로 도착하는 지점 등에 정보제공을 위해 관광안내소 등이 설치되어야 하나, 현황에서

볼 수 있는 것처럼 설치 필요지점 54개소에 비해 매우 부족한 실정에 있다.

둘째, 관광정보 전달매체의 설치위치가 관광객의 이동흐름을 고려하지 못하고 편중 설치되어 있다. 설치위치에 있어 기존 운영되고 있는 안내소 및 안내관 등이 철도역, 고속버스터미널에 한정되어 있어, 이동을 하며 정보를 필요로 하는 관광객의 이동특성을 반영하지 못하고 있다.

셋째, 정보전달범위, 내용 등이 관광객의 정보수요에 맞게 기능이 부여되어 있지 못하다. 기존에 설치·운영되고 있는 관광안내소도 설치위치 등에 따라 정보전달 범위에 대한 체계적인 고려없이 편일률적인 정보를 제공하고 있으며, 관광안내시설도 전화기와 관광안내자료가 일반 관광안내원에 의해 단순 전달되고 있어 관광안내소의 기능을 다하지 못하고 있다.

네째, 관광정보 전달수단으로 연계활용 가능한 곳이 활용되지 못하고 있다. 휴게소, 주유소, 파출소 등 관광객이 이동과정 중에 쉽게 접하게 되는 곳을 정보전달 수단으로 활용하지 못하고 있다. 이들은 관광정보 담당부서에서 관광정보를 지속적으로 제공하고 종사원에 대한 최소한도의 정보전달 방법에 대한 교육만으로도 성과를 거둘 수 있는 곳이나 활용되지 못하고 있다.

다섯째, 정보전달 업무를 담당하는 시군의 업무내용이 단순정보의 전달업무에만 한정되어 충남지역 정보를 종합적인 관점에서 수집, 분석, 전달하지 못하고 있다.

Ⅳ. 충남 관광정보 전달체계 확립방안

충남을 방문하는 관광객들이 요구하는 정보를 적시에 공급하는 것은 관광객들의 관광경험을 풍부하게 하여 관광만족을 극대화 시킴으로서 충남 지역 관광경쟁력을 제고시킬 수 있는 한 방법이다. 충남지역 관광정보 전달체계를 확립하기 위한 방안 모색에 있어 다음과 같은 기본방침하에 추진되어야 한다.

한정된 재원으로 효과를 극대화 할 수 있도록 기존에 운영되고 있는 관광정보 전달수단과 활용 가능한 자원을 최대로 활용하는 것이 필요하다. 둘째, 단계별로 추진하는 것이 필요하다. 이렇게 통일성 없이 이루어지고 있는 정보전달을 보다 체계적으로 확립코자 하는 충남 관광정보 전달체계의 확립을 위해서는 다음과 같은 개선이 필요하다고 사료된다.

1. 관광안내소, 관광안내판 등을 위계화시켜, 충남 관광정보 전달환경에 맞게 필요한 지점에 추가 설치해야 한다.

가. 관광안내소, 관광안내판을 설치지점에 따라 정보전달 범위와 내용, 이용대상 등을 위계화 해야 한다.

관광객들은 관광여행 과정에 따라 정보수요를 달리하며, 또한 일시에 정보를 받아들이어 처리할 수 있는 정보처리능력에 한계가 있다. 따라서 정보를 전달하는 공급자 측면에서는 일시에 많은 정보를 전달하는 것보다 관광객의 정보수요에 맞게 관광여행 과정에 따라 정보를 위계화하여 전달하

는 것이 효과적이다.

관광정보 전달수단의 위계화는 주 이용대상, 설치위치 등에 따라 관광정보 제공의 범위와 종류를 특성화시킴으로써 관광객이 정보전달매체의 특성을 이해하고, 필요로하는 정보는 해당 매체를 통해 얻게함으로써 관광정보 제공효과를 극대화 할 수 있다.

관광안내소 유형화방안은 다음 <표 5>와 같다. 관광안내판도 안내판이 담당할 기능에 따라 유형을 차별화함으로써 정보전달의 연속성에 의하여 정보전달효과의 극대화를 추구토록 한다. 관광안내판 유형화 방안은 다음 <표 6>과 같다.

나. 관광여행 과정별로 정보제공을 전문으로 하는 안내소, 안내판과 정보전달 기능매체를 적절히 배치하여 체계화된 정보전달이 필요하다.

1) 관광객 도내 최초 도착지점

충남을 방문하는 관광객들이 최초로 도착하는 지점에 지역 종합관광안내소를 설치토록 한다. 관광객들은 이용교통수단에 따라 도내 최초 도착지점이 일정하므로, 국도, 지방도의 경우 도내 최초 입구에 정보광장을 조성하여 이곳에 지역 종합관광안내소와 지역 종합관광안내판을 설치하여 자가용 이용자들에게 지역내 전반적인 정보를 전달토록 하며, 휴식기능도 제공토록 한다.

또한, 대중교통수단 이용객들을 위해 지역내 고속버스, 시외버스터미널, 철도역, 항만 등에 지역 종합관광안내소와 안내판을 설치토록 한다.

〈표 5〉 관광안내소 유형화 방안

구 분	기 능	이 용 대 상	적 정 설 치 지 역	정 보 제 공 범 위		국·내외 사례
				지역별범위	정 보 특 징	
외국인용 관 광 안 내 소	안내기능, 예약기능	외국인 관광객	공항, 항구, 역사 등 외국인 왕래가 많은 지역	도내 전역, 전국	언어권별 통 역 안내원 배 치 및 언어권 별 안내	일본 I안내소, 미국, 캐나다, 호주, 스위스 등의 외국인용 관광 안내소
지역종합 관 광 안 내 소	안내기능, 예약기능	국내·외 관광객	국도, 지방도의 도내 최초 도착지점, 터미널, 항만, 공항 등 관광객 도착 지역	도내 전역	관광자의 기 대감을 충족 시킬 수 있는 정보 이동과 관련된 정보	도청소재지 등에 위 치한 관광안내소
관 광 지 안 내 소	안내기능	"	관광지 입·출구	관광지, 관광 지 인근	관광지내 자 원의 상세한 해설정보	관광지 입·출구 안 내소
무인자동 안 내 소	안내기능	국내·외 관광객	관광객 왕래가 빈번 한 지역	도내 전역 개괄적 정보 제공	지역내 관광 자원의 위치, 교통편 등 개 략정보	백화점, 전시장, 문 화시설, 체육시설 등 관광객 왕래가 많은 지점에서 관광 및 지리 안내를 하는 Touch-Screen 방식 의 전자안내소

2) 관광루트

관광객들은 도내 최초 도착지역을 통과해 일정
한 관광루트를 이용하여 시군 경계를 지나 특정목
적지를 방문하게 된다. 관광루트에는 미국 샌프란
시스코의 경관드라이브코스과 같이 도내 우수관광
지를 알리는 관광전용 유도안내판을 도로표지판의

에 별도로 설치하여 관광목적지를 찾는 데 도움을
주도록 한다. 관광전용 유도안내판에는 순차적으
로 번호를 부여하고 안내자료에는 이 내용을 포함
하여 상호이용이 가능토록하여 편의를 돕도록 한
다. 또한 루트상의 휴게소, 주유소 등에는 가능한
한 무인자동안내소를 설치하도록 한다.

〈표 6〉 관광안내판 유형화 방안

구 분	종 류	기 능	제 공 정 보	설 치 지 점	내 용
관광안내판	지역종합 관 광 안 내 판	종합안내	지역전체관광지, 관광자원의 위치, 종류 등의 개괄적 정보 제공	철도역, 고속버스 터미널, 공항, 항 만 등의 입구	지역내 관광지, 시설 물들에 대한 소재지 를 개괄적으로 표현
	관 광 지 안 내 판	안 내	관광지내 정보제공	관광지 입구	관광지내 시설물들에 대한 소재지를 개괄 적으로 표현
	관 광 해 설 판	해 설	특정 시설 상세안내	특정 시설(자원) 의 입구(전면)	특정시설물의 역사, 기원 등을 상세히 소개
관 광 전 용 안내유도판	관광전용 안 내 유 도 판	지 시	특정 관광지까지 의 거리 및 방향 표시	특정 관광지까지 의 접근로상(관광 루트)	특정 관광지까지의 거리, 방향 등을 화살 표시 방법을 이용하 여 연속적으로 표현

3) 시군 도착지역

시군 도착지역 초입에는 개괄적인 시군 관광지를 알리는 종합안내판을 설치하여 특정 목적지를 찾는데 도움을 주도록 하고, 가능한 한 시군 중심지에 소재한 각 지자체의 관광과도 정보전달 장소로 활용토록 한다.

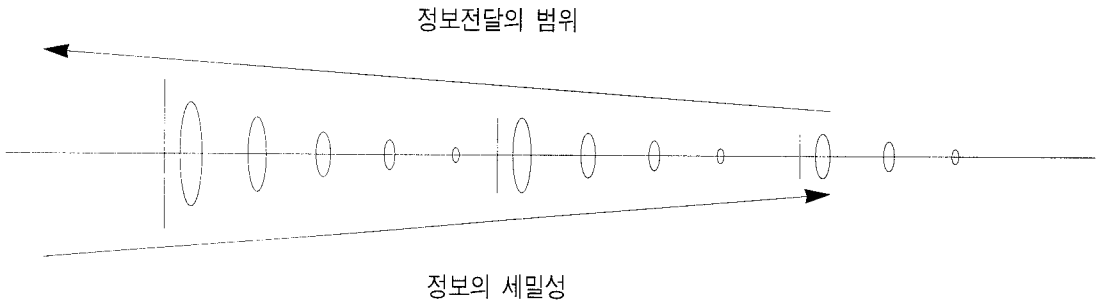
4) 특정 관광지 입구

특정 관광지 입구에는 관광지 안내소를 설치하여 관광지내 상세정보를 제공토록 하며, 또한 관광지 안내판을 설치하고, 관광지내에는 관광자원에 대한 상세한 해설을 한 관광자원 해설판을 설치하여 관광객의 지적 호기심을 충족토록 한다.

이와 같은 관광여행 과정에 있어 관광정보 전달을 관광정보 전달만을 전문으로 하는 수단 뿐만 아니라 휴게소, 주유소, 도로표지판, 현지인 등을 최대한 활용할 필요가 있다.

2. 충남지역내 관광정보업무를 총괄적으로 담당할 (가칭)충남관광정보센터의 설립이 필요하다.

(가칭)충남관광정보센터는 한국관광공사, 한국도로공사, 각 지자체, 국립공원관리공단, 민간업체 등으로 분산되어 있는 정보업무관련 주체를 통합하여 충남지역내 관광정보업무를 총괄적으로 담당토록 해야 한다. 이는 충남지역내 정보전달을 기



지 점 특 성	도 경 계		시 군 경 계		관 광 지 경 계	
관광여행과정	도내 초입	관광루트	목적지역 초입	관광루트	관광지입구	관광지내
관 광 전 문 전 달 수 단	종합관광안내소 종합관광안내판	무인 자동안내소 관광 유도안내판	관광안내판	무인 자동안내소 관광 유도안내판	관광지안내소 관광지안내판	관광해설판
검 목 적 전 달 수 단	도로표지판, 휴게소, 주유소 등 활용					

〈그림 4〉 관광 여행과정별 관광정보 전달체계

존 관리담당부서의 분산으로 인한 통일성, 체계성 등의 문제를 해결하고 통일된 목표하에 관광정보 제공업무를 직·간접적으로 담당하는 관련기관간 역할분담을 통한 연계화를 이뤄 정보제공이 보다 체계적으로 이루어 질 수 있을 것이다.

센터에서는 기존 정보의 통괄전달업무 뿐만 아니라, 새로운 정보의 수집, 관리업무를 담당토록 하여 정보수요에 맞는 지속적인 정보의 갱신이 가능토록 한다. 관련기관들에 의해 생산된 정보를 수집하여 다양한 관광정보수요와 목적에 맞게 분석, 가공하고 정보전달체계화를 할 수 있는 업무

를 수행하도록 한다.

이를 위해 센터는 우선적으로 관련기관들에 의해 생산되는 정보의 수집과 정보전달을 주요기능으로 하는 관광안내소 등에 정보전달 업무의 효율성을 높이기 위해 행정력이 있는 충청남도과 수집된 정보의 가공 분석업무의 효율성을 높이기 위해 충남발전연구원이 공동으로 운영토록 하는 것이 효율적이라 사료된다.

장기적으로는 호텔예약 등의 업무를 담당토록 민간업체의 참여를 유도하여 제3섹터 방식으로 전환하여 운영의 효율성을 높일 필요가 있다.

3. 관광정보 전달매체로 활용가능한 자원을 최대한 활용토록 하고, 이를 위해 유사기관과의 역할분담과 연계화를 적극 추진토록 한다.

관광안내소 외에 현재 부분적으로 관광안내 또는 일반안내업무를 담당하고 있는 여행사, 호텔, 도로휴게소(고속도로, 국도), 철도역, 항구, 공항, 파출소, 은행, 백화점 등에 관광안내소 관리운영주체가 주관하여 관광정보자료의 정기적인 제공, 관광안내원 파견 및 감독, 관련 기관 대상의 관광정보 서비스 제공, 관련 교육·훈련 실시 등을 통한 상호유기적인 협조체제를 갖추어, 이들 기관들이 관광정보 제공업무를 보다 효율적으로 담당할 수 있도록 추진한다.

단기적으로는 주요 관광안내소간 LAN, WAN망을 구축하여 보다 신속하고 편리한 관광정보를 제공케하기 위한 안내소간 정보교류 체계를 시행하고(지역 종합관광안내소와 해당 지역내의 관광지와 LAN망을 구축한 후 점차적으로 지역간 WAN망 구축) 장기적으로는 호텔, 여행사, 도로휴게소, 철도역 등의 유사기관과의 전산통신망을 통한 연계화를 추진하여, 단순 관광정보 제공 뿐만 아니라 호텔예약, 여행상품 예약 등의 각종 예약 서비스 기능도 가능하도록 발전시켜 나간다.

이외, 특정시설(호텔)내 관광안내소의 신설과 명예 통역안내원제도를 활성화 시킬 필요가 있다.

4. 충남지역내 주요 관광지를 연결하는 관광루트에 관광전용 유도안내판²⁾을 설치할 필요가 있다.

고속도로 톨게이트, 철도역, 고속도로, 터미널, 공항, 항만 등 특정 지역의 도착지역에서부터 지역내의 주요 관광지역까지는 관광전용 안내유도판을 샌프란시스코, 하이델베르그의 사례와 같이 연속적으로 배치하여 해당 안내판만 따라가면 목적지까지 도달할 수 있도록 추진할 필요가 있다.

5. 전도민의 관광요원화를 추진해야 한다.

궁극적으로는 전도민을 대상으로 꾸준한 관광인식 제고 활동을 통해 관광산업과 정보전달의 중요성을 인식시켜, 지역을 방문하는 관광객들에게 친절한 서비스를 제공할 수 있도록 매스미디어를 통하여 지속적인 캠페인을 추진한다.

V. 맺음말

관광활동에 있어 정보수요에 맞는 효율적인 정보의 공급은 시간적, 경제적, 심리적 비용의 최소화를 가능케 함으로서, 관광자의 만족을 증대시키고, 나아가 인간의 삶의 질 향상에 기여함으로써 관광의 본질 구현에 이바지 할 수 있다.

효율적이고 효과적인 정보공급을 통한 관광자

2) 샌프란시스코에는 「49 mile scenic drive」라고 불리는 관광루트가 있다. 이 관광루트에는 샌프란시스코에서 반드시 보아야할 경승지, 관광대상 시설 47개소가 포함되어 있다. 관광객들을 관광목적지까지 유도하기 위하여 관광루트에는 160개의 안내표지판이 설치되어 있고, 안내지도에는 관광대상이 그림을 이용하여 1번부터 번호순으로 47번까지 표시되어 관광객들은 안내지도와 안내표지판을 이용하여 어렵지 않게 관광목적지를 찾아가게 되어있다. 충남지역도 충남지역내 주요 관광목적지중 대표적인 관광지를 연결하는 관광루트를 설정하여 이 시스템을 도입해 볼 만하다.

만족 극대화라는 정보제공의 목표를 달성하기 위해서는 정보전달과 관련이 있는 정보수요자, 정보전달매체, 정보전달환경, 정보전달주체(조직)이 상호 유기적인 관계하에 각각의 기능에 따라 역할을 다할 수 있는 체계적인 관광정보 전달체계가 구축되어야 한다.

본 고에서는 관광정보 전달체계 수립이 필요하다는 인식하에 관광정보 전달체계의 개념과 구성, 구성요소를 개관하였고, 충남지역의 현황과 문제점 분석을 토대로 관광정보체계 확립을 위한 거시적 개선(안)을 제시하였다.

충남관광정보 전달체계 확립을 위한 주요 개선방안으로 첫째, 지역내 관광정보를 총괄적으로 전달할 (가칭)충남관광정보센터의 설립을 제안하였다. 이는 관광정보수요에 입각한 체계적인 정보의 수집, 분석, 전달업무의 효율적인 수행을 가능케 할 것이다.

둘째, 관광여행 과정과 충남관광정보 전달환경에 맞게 관광안내소, 관광안내판 등을 위계화 시켜 필요한 지점에 추가 설치해야 함을 제안하였다. 특히 이는 본 고가 생산된 정보의 전달측면에 연구의 관심을 두므로, 핵심적 제안이 될 것이다.

이외, 관광정보 전달매체로 활용가능한 자원을 최대한 활용토록하고, 관광루트에 관광전용 유도안내판의 설치 필요성에 대하여 언급하였다.

관광정보 전달체계가 관광객들에게 보다 쉽고, 친근하게 접근하여 소기의 성과를 달성하기 위해서는, 향후 첨단화된 공중정보통신망 등을 이용하여 가정과 안내소, 안내소와 안내소간 연계망의

구축을 통한 자유로운 정보의 공급이 시급히 이루어져야 할 것이다.

또한 관광정보 전달체계 구축에 소요되는 재원을 비용이 아니라 장기적 투자로 인식하는 충남도, 충남도민, 국민들 등 모든 계층의 인식 전환이 무엇보다 필요하다. 이들 시설들의 선진화를 위한 기반시설로서 인식하는 토대에서, 과감한 정부의 제도적, 재정적 지원이 이루어져야 한다. 마지막으로 관광정보 전달체계의 구축은 지역의 관광경쟁력을 제고 시킬 수 있는 기본적인 투자임을 다시 한번 강조하고자 한다. **열린충남**

참 고 문 헌

- 교통부·한국관광공사, 관광동향에 관한 연차보고서, 1990-1993.
- 김사헌 외, 국민관광 실태조사 및 대책연구, 1990.
- 묵현상·정영일 편저, LAN 입문, 영진출판사, 1991.
- 주장건, 관광정보시스템, 일신사, 1992.
- 박석희, 신관광자원론, 일신사, 1996.
- 변현일·김경역, “국립공원 안내체계 및 시설물 디자인 방향에 관한 연구”, 환경과 조경, 제28호, 1989.
- 엄서호, “관광시장 분석을 위한 관광마케팅 정보체계”, 교통정보, 제26호, 1988.
- 유병림, “여가서비스 전달체계에 관한 연구”, 관광학, 제21호, 한국관광학회, 1983.
- 이광희·양광호, 관광안내정보체계 확립방안에 관한 연구, 교통개발연구원, 1993.
- 이상석, 산악형 국립공원 행락정보 전달체계 도입에 관한 연구, 서울대환경대학원 석사학위논문, 1989.
- 최정호, “개별관광객의 감소와 관광안내체계의 개선 필요성”, 관협, 한국관광협회, 1993. 5.
- 한국과학기술연구원, 관광정보 데이터베이스 구축에 관한 연구, 시스템공학연구소, 1992.
- Balcic Ognien and Zecevic Bojan, “Information systems in Yugoslav Tourism”, *Tourism Management*, 12(3), 1991.
- Crandall, D.A., “US Recreation-Information system”, *Tourism Management*, 7(3), 1986.
- Murphy, J.F. and Howard, D.R., *Delivery of community leisure services : An Holistic Approach*, Lea & ebiger, 1977.
- Tewart, W.P., Lue, C.C., Fesenmaier, D.R. and Anderson, B.S., “A Comparison Between Welcome Center Visitors and General Highway Auto Travelers”, *Journal of Leisure Research*, 22(4), 1993.
- Tropp, Gross and Zimmerman, Signs, Trails, and Wayside Exhibits-Connecting People and Places, *UW-SP FOUNDATION PRESS, INC*, 1991.

지방자치단체의 관광산업 추진현황

한 범 수
(韓凡洙)

한국관광연구원
연구위원



- I. 시작하는 말
- II. 관광수용력 연구동향
- III. 지방자치단체의 관광사업 추진현황
- IV. 맺는 말

I. 시작하는 말

본격적인 지방자치 시대가 시작한 1995년 7월 이후 대부분의 지방자치단체들이 자치단체장 주도로 지역경제 활성화와 재정자립도 향상을 위해 관광개발에 많은 관심을 쏟고 있다. 주민의 손으로 선출한 민선자치단체장들이 지역발전을 위해

불철주야 노력하는 모습은 보기도 좋고 바람직한 일이다.

그러나 근래에 들어서 '지역관광개발'에 대한 우려를 표명하는 언론보도가 점증하고 있다. 지방자치단체들이 이른바 미래 전략사업이란 명목으로 다투어 관광개발을 서두르고 있는데 중앙정부마저 내년부터 국립공원 내에 호텔, 콘도미니엄 등 숙박시설의 건립을 허용하겠다고 발표하고 있어, 자칫하다가는 국토관리 체계가 엉망이 되지 않겠느냐는 것이다. 나아가 환경친화적인 관광개발을 해야지 개발지상주의의 연속선상에서 이루어지는 지역관광개발방식이 과연 바람직한 것이냐는 논의도 제기되고 있다.

최근 정부가 "지방중심의 경제활성화 전략"을 추진하겠다고 발표했다. 이 안의 주된 골자는 앞으로의 경제발전은 지방화·분권화에 따라 성장잠재력을 지방에서 일궈낸다는 것이다. 그린벨트나 공원용지의 경우 사유재산권 행사와 관련하여 지금까지 민원이 끊임없이 제기되었는데 앞으로 이런 문제들이 합리적인 기준하에 어느 정도 해소될 수 있고, 각종 규제에 얽매어 추진에 어려움을 겪

던 지역 관광개발이 더욱 활기를 띠 것으로 전망되고 있다.

하지만 이러한 조치들이 순기능보다는 역기능이 더 클 것으로 우려하는 소리도 만만치 않다. 선진 각국들의 경제정책이 환경정책이라고 할만큼 환경의 중요성을 역설하고 있는데, 우리나라는 중앙정부와 지방정부가 앞장서서 무분별한 개발을 도모하고 있다는 것이다. 국가나 지방자치단체가 발전하기 위해서는 국가단위 또는 지방단위의 개발행위가 이루어질 수 밖에 없지만, 개발 지상주의에 밀려 보전해야 할 곳도 무분별하게 개발하면 자연훼손으로 재앙이 발생할 수 있다는 것이다.

지방자치단체들이 주민 소득증대와 재정수입 확대를 위해 관광개발을 도모하고는 있지만, 국토 전체의 관점 또는 국가 단위의 관광산업 측면에서 볼 때, 관광개발 효과를 기대하기 어려운 경우도 적지 않다. 관광산업보다 다른 산업을 육성하는 것이 더 좋은 조건임에도 불구하고 지역관광개발을 최우선 대안으로 여기는 것은 바람직하지 않다. 일반적으로 자기 지역의 자연조건이 타 지역보다 과대평가 하는 경향이 있다. 그렇기 때문에 관광개발을 하기만 하면 수많은 관광객들이 자기 지역으로 몰려들 것으로 생각하기 쉽다.¹⁾ 그러나 자기 지역의 관광개발 여건을 높게 평가하는 것이상으로, 타 지역의 관광개발 여건이 더 좋고 풍부한 개발 아이디어와 재원이 투자될 수 있음을

간과해서는 안된다.

중앙정부에서 수립한 각종 계획을 그대로 받아 단순 집행하던 시기와 달리, 이웃 지방자치단체에서 추진하고 있는 관광개발 계획이 자기 지역의 관광개발 계획보다 더 짜임새 있게 추진될 경우 경쟁력 부족으로 투자한 재원도 회수 못할 수 있다. 지역발전에 적합한 산업이 무엇인지, 관광개발이 최선의 대안인지, 그리고 만약 관광개발이 지역경제에 도움을 줄 수 있다면 그 적정 규모를 어느 정도로 설정해야 할지 신중한 고려가 필요하다.

한번 훼손된 자원은 원래의 모습대로 회복될 수도 없는 不可逆의 特性이 있다. 자연자원은 일단 훼손되면 다시 회복하는데 수십년의 세월이 경과해야 한다. 자연자원에 인간의 손길이 닿지 않았을 때에는 어떤 용도로도 토지이용계획을 수립하고 집행할 수 있지만, 일단 훼손되면 복구하는데 많은 시간과 재원이 소요된다. 자연자원 훼손으로 예상치 못한 자연재해를 맞이 할 수도 있다.

관광개발이 지역발전을 위한 하나의 대안은 될 수 있지만, 그 자체가 목적이 될 수는 없다. 지방자치단체마다 앞다투어 추진하고 있는 관광개발이 과연 타당한 것인지, 이러한 개발계획이 모두 완료될 경우 시설 과잉으로 지역을 위한 관광개발이 지역발전에 걸림돌이 되는 것은 아닌지, 계획추진에 앞서 돌다리를 건너기 전에 두드려 보는 심정으로 심사숙고해야 할 필요가 있다.

1) 전국의 관광담당 공무원을 대상으로 '94년 10월경에 자기지역의 관광개발 정도에 대해 5점 척도로 질문하였다. 시도의 관광담당 공무원들은 자기지역의 관광개발 수준이 보통수준(3점)에도 못 미치는 평균값 2.18로 응답하였다. 반면, 자기지역의 관광개발 잠재력에 대한 분석결과는 평균값이 3.74로 나타나 보통수준(3점)을 상회하고 있다(한범수·김덕기, 1994).

이 글에서는 관광수용력 연구동향을 통해 적정 관광개발을 위한 관련 이론적 틀을 다지고, 지방자치단체들이 추진하고 있는 지역관광개발 현황분석을 통해 국가 차원에서 바라볼 때 이러한 개별 사업들이 적절한지, 타 지방자치단체에서 추진하는 사업과 비교할 때 자기 지역의 관광개발사업이 과연 충분한 경쟁력을 갖고 있는지에 대해 살펴보고자 한다.

II. 관광수용력 연구동향

관광수용력에 대한 관심은 관광이용에 적절한 물리적·생태적 환경의 능력을 기술하는데서 비롯되고 있다. 관광지의 이용에 따른 식생과 토질, 수질, 야생동물에 대한 연구들이 이러한 예에 속한다. 관광수용력에 관한 초기 연구는 야생지역(wilderness) 방문자의 관광경험의 질을 측정하는데 주안점을 두었다.

수용력은 관광경험의 질 측정 및 이용량의 표현 방법으로 보는 Wager(1964)의 연구, 사회적 수용력은 위락경험의 이용증가에 대한 영향력에 초점이 맞추어지고 있다고 한 Shelby와 Nielson(1975)의 연구, 그리고 수용력은 이용자 집단간의 갈등의 영향력으로 파악한 Lucas(1964)의 연구에서 이러한 사실들은 파악될 수 있다(Hendee, Stankey & Lucas, 1978).

“수용력 문제에 대한 해답은 증명 그 자체가 어려워 연구자들의 연구의욕을 꺾고 있다”는 Wager(1974)의 말, 관광위락 수용력을 정의하는 것 자체가 “연금술사가 쇠에서 금을 만들어내는 것과 같

다”고 한 Stankey와 McCool(1984)의 말은 수용력 연구의 어려움을 상징적으로 표현하고 있다. 무엇을 어떻게 하는 것이 ‘적정 관광개발’인지, 개발 결과가 실제 적정하다고 판단할 수 있는 것인지, 만약 적정하다면 적정여부를 어떻게 증명해야 할지, 이와 같은 일련의 작업 및 과정이 어렵기 때문이다.

수용력 연구는 제한된 용지에 동물을 방목하였을 때 자연자원에 미치는 영향이 어떠한지를 파악하는 생태학적 관심에서 처음 시작하였다. 자연자원에 대한 관광수용력의 필요성이 인식되기 시작한 것은 1864년 미국의 요세미테 계곡의 관리권이 캘리포니아 주정부로 이양되면서 부터이다. 요세미테 공원을 찾는 관광객이 많아지면서 캘리포니아 주정부는 자연자원을 훼손시키지 않으면서 관광객을 어떻게 하면 많이 유치할 수 있을 것인가 하는 문제에 관심을 갖게되었다. 이 연구를 수행한 Olmsted는 1865년 계곡의 이용자가 곧 100만 명을 돌파하게 될 것으로 예상하고, 그는 “요세미테 경관에 미치는 무시할 정도의 작은 영향도, 앞으로 이용자가 수백만으로 늘어날 때에는 그 영향정도가 놀랄 정도로 증폭한다”고 주장하였다. 1929년 Meineke는 자연자원을 위락적으로 이용할 때 영향요인 감소를 위한 일반원칙을 제시하면서, 야외 위락지역의 생물학적 심미학적 측면에 대해 관심을 표명하고, 위락의 무차별 이용규제를 내용으로 하는 종합적인 정책의 수립과 실행에 대한 관리부서의 무성의를 비판하였다(김성일, 1982).

위락목적 이용이 생태계에 미치는 영향에 주목

하여 수용력 개념을 논의한 사람으로는 미국 공원청의 야생동물 관리자인 Sumner를 들 수 있다. 그는 1936년에 “야생지역의 본래 모습을 파괴하지 않은 채, 동물을 방사하려면 어떤 수준으로 하는 것이 바람직한가?”라는 의문을 제기하였다. 이어서 그는 수용력 범위 내에서 또는 ‘위락포화점’(recreational saturation)에서 이용을 제한시킬 필요성이 있다고 주장하며, 위락수용력을 원시관광지가 수용할 수 있고 장기적인 차원에서 보전될 수 있는 고도의 위락적 이용유형이 극대화된 정도라고 주장하였다(Stankey & McCool, 1984). Tyndal(1949)은 피크닉 장소의 용량이라는 개념으로 수용력을 파악하고자 했고, 이어 ‘위락수용력’이라는 용어를 1957년에 처음으로 사용한 Wager는 모든 관광위락자원은 그 자체가 넘어서는 안될 수용능력을 가지고 있다고 했다(한범수, 1986).

1960년대 이후 관광위락 수용력에 관한 연구들이 잇달아 발표되었는데, 그 중 Lapage(1961)는 과밀에 대한 이용자 만족도를 중요한 요소로 인식하고 위락 수용력을 심미적 수용력과 생물학적 수용력으로 파악하였다.

그가 정의한 ‘심미적 수용력’은 전체 위락이용자수가 이용자 자신의 평균 만족도를 떨어뜨리기 시작하는 상태, 생물학적 수용력은 관광위락자에게 지속적으로 높은 수준의 만족도를 제공하던 자연지역(관광위락지)이, 이용수준이 높아지면서 그 영향 때문에 만족도가 감소되기 시작하는 상태이다. Wager는 그의 학위논문에서, 위락수용력을 “한

지역이 일정한 위락의 질을 제공하면서 유지될 수 있는 이용수준”으로 정의하였다. 그는 특히, 위락수용력에서 관리목표를 중요시하며, 최종적인 위락수용력의 개념을 관리행정적인 성격으로 규정하였다(김성일, 1982).

적정 수용력이란 관광자원을 적절하게 보호함과 동시에 이용자를 만족시키는 가운데 일정기간 동안 관광자원이 감당할 수 있는 관광이용량을 말한다. 학자에 따라 수용력을 다양하게 구분하고 있다.

Lapage(1963)는 심미적 수용력(aesthetical carrying capacity), 생물적 수용력(biological carrying capacity), Aldrege(1972)는 공공의 총량적 만족을 중시하며 시설용량(facility capacity), 자원 인내용량(resource bearing capacity), 이용자 수용량(visitor carrying capacity), Stankey(1972)는 사회적 수용력(social carrying capacity), 생태적 수용력(ecological carrying capacity), Penfole(1983)는 물리적 수용력(physical carrying capacity), 생태적 수용력(ecological carrying capacity), 심리적 수용력(psychological carrying capacity)으로 각각 구분하고 있다.

WTO(1983)는 관광개발의 관점에서 물리적 수용력(physical carrying capacity), 경제적 수용력(economic carrying capacity), 사회적 수용력(social carrying capacity), 하부시설 수용력(infrastructure carrying capacity)으로 구분하고 있다. 여기서 물리적 수용력은 시설물이 갖는 방의 개수와 같은 것으로서, 이처럼 시설이 수용할 수 있는 능력을

뜻한다는 측면에서 시설 수용력으로도 불린다. 생태적 수용력은 자연생태계가 자기회복능력이나 자기정화능력의 한계 내에서 인간의 활동을 흡수하고 지탱해낼 수 있는 능력을 의미한다. 사회 심리적 수용력은 지각적 수용력(perceptual carrying capacity)으로도 불리며, 이것은 관광경험을 통한 만족도를 뜻한다. 즉 관광위락자가 관광활동에서 바라는 일정 수준의 질을 유지하고 만족을 느끼기 위해서 필요로 하는 환경조건을 의미한다(박석희, 1989).

III. 지방자치단체의 관광사업 추진현황

거의 매일이라고 할 수 있을 정도로 지방자치단체에서 계획중이거나 추진중인 관광개발에 관한 내용을 언론에서 보도하고 있다. 관광산업에 대한 관심이 고조된 한 증거이기도 해 흐뭇하면서도 한편으로는 이렇게 보도되고 있는 수많은 지방자치단체의 관광개발이 과연 성공적으로 이루어질 수 있을 것인가 하는 생각도 든다. 계획의 성공여부는 차지고라도 수립한 계획안이 지역적 특성에 적합한 것인지, 계획수행 과정은 적합한지, 충분한 자격을 갖춘 전문가들이 수립한 것인지, 재원조달 능력은 있는지, 수익성 분석은 제대로 했는지 등 계획내용 전반에 대해 우려하는 마음이 크다.

좁은 면적을 이용하여 10층, 20층 건물을 지을 수도 있지만, 넓은 면적에 1층 또는 2층 규모의 아담한 건물을 지을 수도 있다. 마찬가지로 어떤 지방자치단체에서는 관광개발계획을 수립하는데 많은 면적이 소요될 수도 있고 그와 반대의 경우도

성립할 수 있다. 선거를 앞두고 유권자가 어떤 후보에게 투표할 것인가 하는 분석을 할 때, 각 후보들이 분석한 결과를 그대로 합하면 실제 유권자수를 몇 배 상회하는 경우가 많다. 마찬가지로 관광계획을 수립하는 지방자치단체나 계획수립가는 계획대상지야말로 우리나라에서 유일무이한 관광목적지가 될 것임을 확신해마지 않는다. 그러나 실제 결과는 어떠한가? 아직 이러한 계획들이 추진중이거나 계획단계에 있기 때문에 그 여부를 속단하기는 어렵지만, 거의 예외 없이 모든 지방자치단체들이 관광개발을 서두르고 있어 관광시설이 공급 과잉되지 않을까 크게 우려된다.

관광개발은 관광대상지를 하드웨어적인 개발과 관광상품 개발 등과 같이 소프트웨어적인 개발 양자의 의미가 있다. 현재 광역지방자치단체별로 지역관광개발을 위해 어떠한 노력을 하고 있는지를 관광부문사업 예산규모, '96년 추진사업, '97년 추진사업을 중심으로 살펴보고자 한다.

1. 서울특별시:국제적인 관광서울 기반 조성 및 문화관광상품 개발

서울시는 관광지가 지정되어 있지 않지만 도시 그 자체가 거대한 관광시장이다. 서울시는 '국제적인 관광서울 기반 확립'을 목표로 ① 대규모 행사준비를 위한 숙박시설 확충, ② 문화의 관광상품화, ③ 서울관광상품 개발 추진, ④ 서울관광진흥협의회 운영 등을 추진하고 있다. 이중 '문화의 관광상품화'와 관련하여 남산골 한옥촌, 경희궁·운현궁·풍납토성 보상 및 복원 등 문화유적지의

관광상품화를 추진하고 있다.

경희궁지 복원사업은 '90년부터 시작하여 '99년에 마무리되는 것을 목표로 10개년 계획으로 추진 중에 있다. 대상부지 29,787평을 종합문화사적공원화하기 위해 총 92억2,280만원을 투자하고 있다.

운현궁 보수사업은 '94년부터 '96년까지 8억3,100만원을 투자하였다. 대원군의 유품(43점), 사대부 집 생활가구 제작전시, 전통공예 등을 기획 전시할 예정이며, 궁중가례 재현 등의 문화행사도 별도의 예산으로 재현하고 있다.

토지 2,148평 풍납토성 보상 및 복원 사업은 백제초기 한강 연안의 토성을 복원하고자 하는 것으로 총 사업비는 930억원이다.

고유민속·전통생활관련 문화행사를 관광자원으로 활용하기 위해 과거시험, 고종·명성황후 가례의식, 종묘대제, 단오제 등의 행사를 하고 있다.

특히 '97년 4월부터 11월까지 매주 토·일요일에 덕수궁 대한문 일원에서 왕궁수문장 교대의식을 지속적으로 실시할 예정이다. '96년의 경우 총 56회 개최하여 약 5만6천명 정도(1일 평균 1,000명) 관람한 것으로 나타나고 있다.

서울시민과 서울을 찾는 내외국인 관광객을 위해 '96년 10월부터 2개 코스를 시범운영하기 시작했으며, '96년 11월 중순부터 4개 코스를 정기운영하고 있다. 현재 7개소의 관광안내소를 무휴로 운영하고 있으며, 8개 국어 242명을 관광안내 자원봉사자로 등록받아 운영하고 있다. 또한 서울시를 해외에 널리 알리고자 방콕에서 개최된 PATA총회, 시드니 국제관광박람회, 오사카 세계여행박람회,

런던 세계관광교역전, 동경 세계박람회 등에도 참가할 예정이다.

2. 부산광역시:관광개발주식회사 출범 및 관광거리 조성

우리나라 제2의 도시인 부산광역시의 '97년도 관광부문 살림을 위한 직접 사업비는 5억2,423만원이다. 많지도 않은 예산인데 그나마 전년도 예산 5억7,584만원보다 1,161만원이 감소한 예산이다. 문화관광국에 속한 관광진흥과에서 관광업무를 담당하고 있다. 관광진흥과는 관광진흥계, 관광지도계, 관광개발계의 3개 계로 운영되며 총 인원은 19명이다.

'96년도에 수행한 주요 관광사업으로는 ① 부산관광종합개발계획 수립, ② 부산관광개발주식회사 설립 운영, ③ 외래 관광객 유치를 위한 관광설명회 개최, ④ 관광홍보물 제작, ⑤ 관광안내관 신설 및 개보수, ⑥ 업체지도 서비스 향상업무 등이다.

'97년도에 추진중인 주요 사업으로는 ① 관광개발주식회사의 효율적 운영, ② 아시안게임 대비 홍보활동 강화, ③ 동아시아대회 개최지원, ④ 해운대 온천센터 개발, ⑤ 환타지아 네온사인 거리 조성(시범사업), ⑥ 해상공광호텔 건립추진, ⑦ 관광유람선 운행, ⑧부산 경주권 관광협의체 구성운영 등이 있다.

'관광개발주식회사'는 언론에 대대적으로 보도될 만큼 제3섹터 형식의 공기업으로 출범했고 그 성공여부가 관심의 대상이 되고 있다. 자본금은 시가 24억원, 민간이 26억원을 출자한 총 50억원

이다. 대상사업은 테마파크 SEA WORLD 조성, 관광 프로젝트 개발, 관광홍보 및 안내이다. '해운대온천센타 개발'은 '96년부터 2001년(사업비 5,183억원)까지 추진하는 사업으로, '96년 민자유치 기본계획사업으로 고시되어 있다(재경원 '97~'98사업). '환타지아 네온사인 거리조성'은 해운대 해안가에 입지한 호텔 등 고층건물의 벽면이나 옥상 등을 활용하여 네온사인, 레이저광선 쇼를 통해 이 지역을 야간 명소화하는 사업이다. 인천지역에서 추진하다 실패했고, 제주도에서 도입을 검토하고 있는 '해상관광호텔사업' (5,500톤, 길이 125m, 폭16.7m)을 동백섬 서북안쪽에 건립하는 계획을 추진하고 있다.

3. 대구광역시:3개 관광권역 설정 및 목적별 관광코스 개발

대구광역시의 '96년도 관광부문 사업예산은 3억 9,761만원이었으나, '97년은 10억8,965만원으로 2배 넘게 증가하였다. 관광과가 문화체육국에 속해 있으며, 관광과는 관광기획계와 관광개발계로 편성되어 있다. 관광담당 공무원의 수는 9명이다.

'96년도의 주요 사업으로는 ① 관광산업을 21세기 전략산업으로 육성하기 위해 관광개발기획단 구성·운영, ② 팔공산권, 비슬산권, 시내권으로 구분한 3개 관광권역 설정, ③ 역사기행, 문화기행, 관광명소, 공예품, 특산품 쇼핑코스 등 목적별 관광코스 개발, ④ 관광대구 홍보활동 전개 등이다.

'97년에 추진하는 주요 사업으로는 ① 두류공원 내에 부지 2,000평을 확보하고 연건평 530평 규모

의 종합관광정보센터를 '98년도 상반기까지 건립, ② 달성군 가창면 우록리 일대에 가창우록 녹동서원 사료전시실을 건립, ③ 대구를 상징할 수 있는 관광토산품개발 공모전을 실시, ④ 기 추진 중인 225실 규모의 호텔 1개소 외에 새로 600실 규모의 3개 호텔을 추진하고자, 건폐율·용적률을 완화하고 여신규제 완화 및 각종 부담금을 감면해 주는 특별지원 검토 등이 있다.

4. 인천광역시:용유·무의 관광지 조성 등 대단위 관광사업 추진

인천광역시의 '96년 관광부문 사업예산은 12억 4,395만원이었으나, '97년은 42억9,840만원으로 거의 3배 가량 증가하였다. 증가된 예산의 주요 내역은 용유·무의관광지 조성계획 수립을 위한 용역비 8억5천만원, 관광안내판 설치 및 보수비 1억 6,900만원, 국민관광지 보완개발 10억7,700만원, 관광기반시설 확충 17억2,000만원, 월미도 선착장 신설비 3억원이다. 총 12명의 관광담당 공무원이 있으며, 문화관광국 산하에 관광진흥과가 있다. 관광진흥과는 관광진흥계와 관광개발계로 구성되어 있다.

'96년도에 추진한 주요 사업실적으로는 ① 관광종합개발계획 추진, ② 관광자원 확충개발, ③ 용유·무의 관광지 조성사업 추진, ④ 관광숙박시설의 확충, ⑤ 관광안내 및 홍보강화 등이 있다.

'97년도에 추진하는 주요 사업으로는 ① 강화덕정온천지구 개발, ② 옹진, 심리포지구 개발과 같은 관광자원 확충개발, ③ 용유·무의 관광지 조

성사업 추진, ④ 관광호텔 2개소, 휴양콘도미니엄 1개소의 관광숙박시설 확충, ⑤ 기타 관광안내 및 홍보강화를 위한 사업 등을 추진중이다.

5. 광주광역시: 97 광주비엔날리 등 관광이벤트 활성화

'96년의 관광부문 사업예산은 6억1,935만원이었으나, '97년은 14억2,090만원으로 2배 이상 증가하였다. 문화관광국에 속한 관광과는 관광기획계, 관광진흥계, 관광홍보계로 나누어지는데 정원은 11명이다.

'96년에는 ① 광주권 관광종합개발계획, ② 광주호주변 관광개발 기본계획, ③ '96 광주김치 대축제 추진, ④ 적극적인 관광객 유치활동 추진, ⑤ 외국관광객 유치 포상제 실시, ⑥ 관광서비스 향상 사업 등을 추진하였다.

'97년은 9월부터 11월 말까지 광주 중외공원 문화벨트에서 “지구의 여백”이라는 주제로 97 광주비엔날레를 개최할 예정이다. 광주호 주변 관광개발사업은 337만평(도시자연공원 88만평, 개발제한구역 219만평, 가사문학 충장사 지구 30만평)에 사업기간 '96년부터 2015년까지 20년 동안 공공부문 524억원, 민자 1,057억원을 투자할 예정이다. 이를 위한 실시설계는 '98년에 추진한다.

6. 대전광역시: 관광부문 축소

대전광역시는 타 광역시나 도와 달리 관광업무를 담당하는 부서는 지역경제국 경제정책과에 속한 관광진흥계에 불과하다. '96년도 관광부문 예

산은 1억1,100만원으로 일반예산 전체의 0.2%에 불과하다. '97년도의 예산은 이보다 78% 증가한 1억9,800만원이나 관광업무 수행을 위해서는 매우 부족한 예산이다.

'97년 3월 현재, 관광호텔업이 26개소, 여행업 160개소, 관광객이용시설업 5개소, 관광객편의시설업 17개소로 총 208개의 관광사업체가 있다. '96년에는 대전8경을 선정하고, 관광공예품 개발육성을 위한 경진대회와 전시회를 갖고, 관광서비스 향상을 위한 교육 및 지도업무를 수행하고, 관광홍보활동을 강화하였다. '97년도에는 대전8경과 관련된 시화전·사진전·사생대회·도록발간을 추진하고, 북·한지공예를 대전 특산 우수관광공예품으로 지정할 예정이다. 그리고 대전·충청권 종합관광안내 체제를 구축할 예정이다.

7. 경기도: 관광이벤트 활성화와 국민관광지 개발 사업의 지속

'96년 관광부문 사업예산은 36억6,853만원, '97년은 43억5,201만원으로 전년대비 약 5억원 가량 증가하였다. 임진각(파주시), 용문산(양평군) 국민관광지 개발사업비 11억3,400만원, 평택호(평택시) 등 11개소의 국민관광지 보완개발을 위해 자치단체에 27억3,100만원을 지원할 예정이다. 직제는 문화관광국 산하에 관광과, 관광과는 관광계·관광개발계·관광시설계로 나누어져 있고 총 인원은 56명이다.

'96년에 추진한 주요 실적으로는 ① 국민관광지 개발(기존 8개소 및 신규 4개소), ② 권역별 관광

개발계획 수립, ③ 도예산업 관광단지 조성 추진 (이천, 여주, 광주지역 도예촌 중심), ④ 우리 도자기축제 관광상품화 추진(봄에는 여주도자기 축제, 가을에는 이천도자기 축제), ⑤ 경기관광 길잡이 제작 등이 있다.

'97년도 추진사업으로는 ① 관광홍보 강화(관광안내 홍보물 제작, 관광홍보전 참가, 인터넷을 통한 관광안내시스템 구축), ② 도예산업 관광단지 조성('96~2001년까지 지속 추진), ③ 도자기축제 관광상품화 사업(여주, 이천), ④ 국민관광지 개발(신규 국민관광지 확정 4개소, 신규 국민관광지 지정 신청 9개소, 기존 국민관광지 보완개발 11개소) 등이 있다.

8. 강원도:관광개발사업 적극 추진

강원도는 관광산업이 주된 산업인 만큼, '97년의 관광부문 사업예산은 356억7,000만원으로 '96년의 109억4,900만원보다 247억2,100만원이 증가하였다. 관광행정편제는 관광문화국 산하에 관광기획과와 관광개발과로 되어 있으며, 담당 공무원은 총 35명이다.

'96년에 추진한 주요 관광사업실적은 ① 관광지 및 국도립공원 개발(관광지 개발 16개지구 35개사업, 국도립공원 개발 6개소 9개사업), ② 통일안보 관광코스 개발(DMZ 5개 지역), ③ 외래관광객 유치활동 강화(동남아 스키관광교역전, 강원관광 인터넷 홈페이지 개설, 열린마당 강원관광 정보망 운영, 환동해권 관광축진협의회 개최), ④ 국제관광 EXPO 개최계획 확정('99. 9~10월 : 50일간, 강원도 속초시 청초호 매립지, 사업비 408억원) 등

이다.

'97년 주요 사업계획은 ① 새로운 관광자원의 개발 및 육성(관광항구의 육성·관광유람선 운항 추진, 시군별 지역명소 지정육성, 통일관광열차 운행 추진 등), ② 해외외주 관광홍보·교류 강화(국제관광교역전 민관공동 참가, '97동남아 스키상품교역전 개최, 강원관광이미지 형성·홍보, 외국인 설문조사 등), ③ 관광안내체계의 개선, ④ 관광상품·기념품의 개발(지역대표 관광기념품의 지정·육성 : 시군당 2점 이상, 관광기념품 품질인증제 실시, 다목적 시범 관광쇼핑센터 건립추진), ⑤ 관광의 민관학 공동체계 구축, ⑥ 관광행정 역량제고(관광개발 실무 편람작성, 관광강원 정보지 발행), ⑦ 국제관광 EXPO 준비사업 등을 추진 중에 있다.

9. 충청북도:관광특구 및 내륙순환 관광명소 33개 사업 추진

'97년 관광부문 사업예산은 52억7,905만원으로 '96년의 사업예산 41억1,457만원보다 11억6,448만원 증가했다. 직제는 문화관광국 내에 관광과, 관광과는 다시 관광기획계, 관광지도계, 관광시설계로 나누어지며 총 인원은 16명이다.

'96년에 추진한 주요 사업으로는 ① 권역별 광개발계획 수립('97~2001년, 2개권역 38개 지구 45.2km), ② 관광특구지정 추진(속리산관광특구, 수안보온천관광특구), ③ 내륙순환 관광도로의 명소화 사업추진(영동~신단양간 252.6km, 6개 분야 45개 사업비 553억원), ④ 21세기 대비 관광진흥 중

합계획 수립('96~2001, 권역별 특색 있는 거점관광지 개발 등 14개 시책), ⑤ 관광객유치 홍보, ⑥ 관광개발 사업추진(관광지개발 14개소 73억원, 관광지 지정 및 조성계획 승인 4개소) 등이 있다.

'97년도 추진 사업으로는 ① 내륙순환 관광도로의 명소화 사업추진(33개 사업 110억원 투자 : 노변 휴식처의 명소화, 드라이브 코스의 명소화, 토종 맛의 명소화, 자연산 구입처의 명소화), ② 청주국제공항의 거점 관광지 개발(도로 등 공공시설 확충:수옥정·수안보·초정·천태산·장계지구 등 8개 지구에 74억원 투자, 민자유치사업 투자확대: 만뢰산·속리산레저·온달·도담·돈산지구 등 신규사업, 칠금·충운·교리·능강·단양지구 등 계속사업 11개 지구에 10,716억원), ③ 관광지 주민의식 개혁운동 적극 추진, ④ 관광객 유치활동 적극 전개(1시즌 1이벤트 개발 등) 등이 있다.

10. 충청남도:안면도 관광개발 사업 및 28개 지구 관광지조성사업 추진

충청남도의 '97년 관광부문 사업예산은 153억 7,941만원, '96년 151억2,671만원보다 2억5천여만원 증가했다. 관광행정조직은 지역경제국 산하에 관광과, 그리고 관광과는 관광계, 관광홍보계, 관광개발계로 구성되어 있다. 관광개발계 밑에 안면도 관광지 개발사업소가 있고, 총 정원은 15명이다.

'96년에 추진한 주요 관광사업으로는 ① 지역별 균형 있는 관광자원의 확충(천안온천·마곡온천·공주문화관광지 3개소 신규지정, 안면도 관광지개발사업, 관광특구 2개 지역 지정), ② 다양한 관광

홍보방안 개발추진, ③ 친절하고 깨끗한 관광환경 조성 등을 추진했다. 안면도 관광지개발사업은 태안군 안면읍 승언·중장리 일원 139만평에 공공부문 사업비 100억원, 민자 5,000억원을 투자하는 사업이다.

'97년도에 추진중인 주요 사업으로는 ① 안면도 관광지 개발사업(민·관 합작투자 협약체결, 안면도관광개발 주식회사 출자에 관한 조례공포, 내부부 출자승인), ② 다양하고 특색 있는 관광지 조성사업(28개 지구: 4,006억원), ③ 적극적인 관광홍보 및 쾌적한 관광환경조성사업 등을 추진하고 있다.

11. 경상북도:경주·동해안·울릉을 연계하는 관광벨트 조성사업 추진

경상북도의 관광부문 '97년도 사업예산은 72억원(4개 관광지 개발사업비 36억1,400만원, 기타 사업비 35억6,500만원)이다. '96년의 사업예산은 49억 1,200만원이다. 관광인력은 국장을 포함하여 14명이다.

'97년의 역점사업은 ① 경주·동해안·울릉을 연계하는 관광벨트 조성사업, ② 안동을 중심으로 한 북부지역 관광휴양지 조성사업, ③ 대구근교린도시민을 위한 1일 관광지 개발사업 등이다. 경주·동해안권 관광벨트 조성과 관련된 세부사업으로는 보문관광단지(323만평, 기반시설 마무리, 신라민속촌, 총 6,886억원 소요), 감포관광단지(토지매입, 기반시설공사 착수 등 210억원 투자), 양남관광단지(110만평, 기반시설 공사 계속추진 총 5,679억원

소요), 울릉도관광지(23만평, 도동약수지구 삭도 시설공사 계속추진, 도로, 전망대, 사동지구 관광호텔 건설, 614억원 소요), 백암온천관광지(4.7만평, 조성계획 수립 및 기반시설 착공, 1,237억원 소요), 성류굴관광지(1.7만평, 진입도로, 화장실 1동 추진, 271억원 소요)가 있다.

유교문화와 연계한 북부지역 관광휴양지 조성 과 관련된 세부사업으로는 도산온천관광지(3.5만평, 부지조성, 기반시설공사 착공, 5,071억원 소요), 임하담관광지(23.8만평, 오수처리장, 884억원 소요), 문장대온천관광지(28.9만평, 기반시설공사 추진, 1,130억원 소요), 경천대관광지(6.3만평, 여관1동, 어린이 놀이시설, 162억원 소요)가 있다.

대구근교권 1일 관광지개발 조성과 관련된 세부 사업으로는 영천치산관광지(8.2만평, 하천정비, 주차장, 용지보상, 178억원 소요), 김천온천관광지(43만평, 오수처리장, 상하수도 등 기반시설, 온천장, 호텔, 4,327억원 소요), 청도온천관광지(14.3만평, 도로포장, 부지정지, 상하수도 등 기반시설, 560억원 소요)가 있다.

12. 경상남도:대단위 관광단지 개발 여건조성 추진(관광사업예산 감소)

경상남도의 '97년도 관광사업 예산은 56억3,774만원으로 '96년 75억5,288만원보다 19억1,511만원이 감소하였다. 관광행정은 문화관광국 내에 관광진흥과에서 담당하고 있다. 타 시도와 달리 문화관광국과 관광진흥과 사이에 관광개발보좌관이 있다. 관광진흥과는 관광행정계, 관광지도계, 관광시설계, 거제권개발담당, 서북부권개발담당으로 구성

되어 있다. 총 인력은 24명이다.

'96년도에 추진한 주요 사업으로는 ① 대단위 관광단지개발 여건조성 사업(거제 장목관광단지 조성, 서북부권 대규모 관광단지 조성), ② 매력 있는 관광지 개발사업(관광지개발 18개소, 통영관광섬개발), ③ 적극적인 관광홍보로 '경남관광' 이미지 제고 사업(TV 광고, 관광이벤트 개최 등), ④ 관광객 수용 종합대책 추진 사업(관광숙박시설 8개 업체 신규승인, 부곡온천관광지·통영미륵도 관광특구 지정 신청 등) 등이 있다.

'97년도에 추진중인 주요 사업으로는 ① 대단위 관광단지개발 본격 착수사업(거제 장목관광단지 조성, 서북부권 대규모 관광단지 조성사업), ② 매력 있는 관광지 개발사업(관광지 개발 18개소, 하동 화개장터 복원사업, 통영관광섬 개발), ③ 경남 관광홍보활동 강화사업, ④ 관광진흥 활성화 도모 사업 등이 있다. 이 중 거제 장목관광단지 조성사업은 거제시와 대우그룹에서 보상위원회와 수탁협약을 체결했으며, 골프장 국토이용계획 변경이 결정되었다. 관광지 환경영향평가 및 실시계획 승인으로 '97년 5월에 사업이 착수되었다. 서북부권은 둔철지구(골프)개발, 대하지구(온천)개발, 다곡지구(스키장)개발을 위한 조사가 진행중이다.

13. 전라북도:지정관광지 및 신규관광지 개발사업 추진(관광사업 예산 감소)

전라북도의 '97년도 관광부문 사업예산은 '96년보다 7억3,476만원 감소한 27억6,184만원이다. 문화관광국 내에 관광과가 있으며, 관광진흥계, 관광

시설제, 관광홍보게로 직제가 편성되어 있다. 관광 담당 공무원은 13명이다.

'96년에 추진한 주요 사업은 ① 적극적인 관광홍보, ② 건전한 관광업체 지도육성, ③ 관광지 개발사업(용산호·상송·화심·운주·김제온천 10개소에 43억원 투입) 등이 있다.

'97년도에도 동일한 부문의 사업을 추진 중에 있다. 일본·독일에서 개최하는 국제관광전시·박람회에 참가하고, 일본 가고시마현에서 개최하는 국제관광교류전에 참가할 예정이다. 관광지 개발사업과 관련해서는 권역별 관광개발계획을 수립하고, 지정관광지 개발과 관련하여 금강호·모악산·사선대·위도·성수온천 5개소에 37억원을 투입하고, 신규 관광지로 용산호·화심·운주 3개소를 지정하는 사업을 추진 중이다.

14. 전라남도:관광기반시설 확충과 지역축제 활성화

전라남도는 '96년의 관광부문 사업예산 33억8백만원보다 37억5,600만원이 더 증가한 70억6,400만원을 '97년도에 집행할 계획이다. '96년보다 증가한 예산은 회동 관광지 개발, 성기동 관광지 개발, 대광 해수욕장 개발, 땅끝 관광지 개발, 지리산 온천 관광지 개발 등의 사업이다. 이외에 장보고축제 지원비, 영등축제 지원비, 해수욕장 편의시설 설치비, 전남 관광안내소 신축비, 남도음식 상설판매시설 개보수비 등이다. 문화관광국 내에 관광진흥과가 있고, 관광기획계, 관광개발계, 관광홍보계가 있다. 관광담당 공무원은 17명이다.

'96년에 추진한 주요 사업은 ① 제2차 전남관광종합개발계획 수립, ② 권역별 거점관광단지 및 관광지개발 적극 추진, ③ 문화관광산업 육성, ④ 관광객 유치 증진을 위한 다각적 홍보활동, ⑤ 관광기반시설 확충 등이다. 이중 권역별 거점관광단지 및 관광지 개발사업과 관련하여 해남 화원관광단지 개발사업이 '91년부터 2004년까지 154만평부지에 7,528억원을 투자하는 가운데 추진 중이다. 울포해수욕장, 장성호, 우수영관광지 개발사업에 24억9,200만원이 투자되고, 완도 청해진 주변 관광지 개발이 '91년부터 2000년까지 추진 중이다.

'97년도의 주요 업무로는 ① 지역축제의 권역별 연계 및 집중 지원 육성사업, ② 테마 기행코스 개발, ③ 관광안내 표지판 정비사업, ④ 관광 전남 종합안내소 운영, ⑤ 관광안내 홍보물의 다원화 사업, ⑥ 레저관광문화 설명회 개최, ⑦ 타지역 국제 이벤트시 홍보강화, ⑧ 관광지 개발업무 추진(17개 관광지, 1개 관광단지, 2조4,954억원 투자) 등이 있다.

15. 제주도:21세기 국제관광지로 도약 준비

제주도의 관광사업 예산은 '96년에 35억6,228만원이었으나, '97년은 137억3,293만원으로 전년대비 285% 증가하였다. 직제는 관광문화국 내에 관광진흥과(관광진흥계·관광지도계·관광홍보계·관광상품개발계, 관광개발과(투자유치계·관광개발계·관광시설계), 문화체육과(문화예술계·문화재계·체육지원계), 종합개발기획단이 있다. 관광담당 공무원의 수는 45명이다.

'96년에 추진한 주요 사업으로는 ① 관광진흥시책 추진(섬관광정책포럼 창설 추진), ② 건전관광질서 확립, ③ 다양하고 실질적인 홍보활동 전개(來도관광객 중심 홍보, 아·태 영화제 참가계기 주변국 해외관광순회 홍보), ④ 관광이벤트 활성화 추진(국제시민 마라톤 대회, 국제트라이애슬론 대회 등 21건 추진), ⑤ '98 세계 섬문화축제 준비(18개국 30개섬 내외), ⑥ 3개 단지 10개지구 관광(단)지 개발사업 추진(공사착공:중문·함덕·봉개·남원, 사업준비지구:묘산봉·용머리·표선·성산·만장굴·교래, 사업자 미지정지구: 송악산·돈내코·세화/송당), ⑦ 컨벤션센터 건립추진(부지면적 32,740평, 준공목표 2000년) 등이 있다.

'97년에 추진중인 주요 사업으로는 ① 관광진흥시책 추진(7월중 섬관광정책 포럼 창설), ② 관광홍보활동 추진(전국 12개 주요 도시에 와이드칼라 설치·홍보, 상업광고 도입, 전국 순회 관광설명회 등), ③ 관광부조리 근절 종합대책 추진, ④ 관광이벤트의 규모화·정기축제화 추진(한라산 눈꽃축제, 제주 국제시민 마라톤 대회, 제주 봄꽃 대축제 등), ⑤ '98 세계 섬문화축제 준비, ⑥ 관광기반시설 확충(6개 지구 사업비 37억원), ⑦ 관광숙박시설 확충(6개소 2,120실, 2001년까지 70개소 11,066실 목표), ⑧ 관광단지 개발사업 추진(개발사업 시행승인·착공:표선·용머리·묘산봉, 사업준비지구:성산포 해양관광단지·만장굴·교래지구, 추가 10개 지구 439만평에 1조7,436억원 투자 사업 추진), ⑨ 컨벤션센터 건립추진(도민공모주 청약집수:'97년 4~6월, 법인등록 및 창립행사:7월중) 등이 있다.

IV. 맺는 말

서울특별시에는 관광지로 지정된 곳이 없지만 각종 관광사업체가 운집되어 있다. 금년 7월초에 이태원 관광특구가 지정될 예정이어서 관광객을 위한 전용 공간이 설정되고 이를 위한 사업이 추진될 것으로 기대된다. 관광객을 위한 문화행사 개최 등에 주력하고 있어 물리적인 관광개발 면적은 타 시도에 비해 가시적으로 확대되지 않고 있다.

부산광역시 역시 관광지로 개발할 가용면적이 제한되어 있기 때문에 도시관광 활성화를 위한 사업에 주력하고 있다. 4대 광역도시중 유일하게 관광관련 예산이 '96년도에 비해 감소하였다. 광역도시중 관광부문 예산이 가장 많고 관광개발에 많은 관심을 집중하고 있는 도시는 인천시(43억원, 전년대비 245.5% 증가)이다. 광주시(14.2억원, 전년대비 129.4% 증가), 대구시(10.9억원, 전년대비 174% 증가)도 관광부문 예산이 전년도에 비해 2배 이상 증가했지만 관광개발 면적의 확대보다는 관광코스 개발, 관광이벤트 활성화, 관광안내 기능 확충 등에 주력하고 있다. 반면, 대전시(2억원, 전년대비 78.3% 증가)는 관광행정을 담당하는 부서가 1개 계로 축소되고 관광사업 예산이 전국 광역지방자치단체 중 최소를 기록하고 있어 지역의 관광산업 활성화를 위한 더 많은 노력이 이루어질 필요가 있다.

일반 시도중 관광부문의 사업예산은 강원도(356.7억원, 전년대비 226% 증가), 충청남도(153.8억원, 전년대비 1.7% 증가), 제주도(137.3억원, 전년대비 285.4% 증가), 경상북도(72억원, 전년대비

46.6% 증가), 전라남도(70.6억원, 전년대비 113.5% 증가), 경상남도(65.4억원, 전년대비 25.4% 감소), 경기도(43.5억원, 전년대비 18.6% 증가), 충청북도(52.8억원, 전년대비 28.3% 증가), 전라북도(27.6억원, 전년대비 19.6% 감소)의 순으로 나타나고 있다. 관광부문 사업예산 규모로는 강원도가 가장 많은 예산을 집행하지만, 전년대비 예산증가율은 제주도가 가장 높다. 전년대비 관광부문 사업예산이 감소한 시도는 경상남도과 전라북도로 지방자치제 실시 이후 관광부문 사업예산이 증가할 것이라는 일반적인 통념과 배치되고 있다. 전국적으로 볼 때, 제주도, 강원도, 전라남도, 경상북도, 충청남도, 인천시에서 관광개발사업을 활발하게 추진중이다. 도시권에서는 공간계획과 같은 하드웨어적인 개발보다는 관광안내체계 정비, 이벤트 개최 등 소프트웨어 개발에 주력하고 있지만, 아직 많은 지자체들이 국민관광지 수준의 관광개발에 주력하고 있는 것으로 분석된다. 민간부문의 사업참여를 적극 유도하고 있지만 타당성 여부만 검토할 뿐 가시적인 사업진척은 제주도, 강원도를 제외하고는 진전되지 못하고 있다.

“공급이 수요를 창출한다”는 말이 있다. 이 말은 자칫 관광개발을 하기만 하면 관광객이 찾아올 수 있다는 말로 곡해될 수 있다. 계획대상지의 지역적 특성보다는 ‘스키장’, ‘골프장’과 같이 인기 있는 시설은 일단 무조건 계획 내용에 포함되어야 하고, 이러한 시설을 수용하기 위해서는 국토이용계획 변경은 의례 당연한 일처럼 여겨지게 되었다. ‘국토이용계획 변경 = 부동산 가치 상승’이라

는 등식이 자연스럽게 설정되고 있다.

관광수요에 대한 정확한 분석은 뒷전으로 물러서고 일단 가능한 한 관광개발에 필요한 가용면적을 많이 확보하는데 더 많은 노력이 집중되고 있는 것은 아닌지 되새겨 볼 필요가 있다. 관광개발은 결코 부동산 가치 상승을 바라는 투기성 사업이 되어서는 안되며, 지방자치단체의 경제활성화에 도움을 주고 국민들의 삶의 질을 높이는데 기여할 수 있어야 한다.

‘안성맞춤’이라는 말처럼 더하지도 덜하지도 않는 적절한 지역관광개발이 이루어질 수 있도록, 민간기업은 자연을 훼손하지 않는 관광개발을 도모하고, 지자체와 중앙정부는 국토 전체의 균형적인 발전이 이루어질 수 있도록 조정역할을 수행해야 할 것이다. 우리나라 지역발전에 필요한 적정 관광개발, 즉 관광수용력에 대해 심도 깊은 연구가 수행될 필요가 있다. **열린충남**

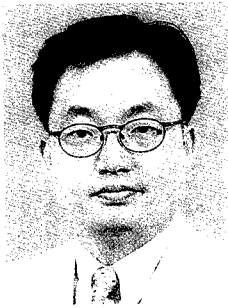
참 고 문 헌

- 강원도 외 13개시도, 내부자료, 1997. 5.
- 김성일, 행락계획에 있어서 행락수용력 개념의 도입에 관한 연구, 서울대학교환경대학원 석사학위논문, 1982.
- 박석희, 신관광자원론, 명보출판사, 1989.
- 한범수, 관광위락지 이용자의 혼잡지각이 수용력 수준에 미치는 영향에 관한 연구, 경기대학교대학원 석사학위논문, 1986.
- 한범수 김덕기, 역사문화관광코스 개발방안, 교통개발연구원, 1994.
- Hendee, John C., George H. Stankey & Robert C. Lucas, *Wilderness Management*, U.S. Department of Agriculture Forest Service, 1978.
- Stankey, George H. & Stephen F. McCool, "Carrying Capacity in Recreational settings : Evolution, appraisal, and Application", *Leisure Science*, Vol. 6, No. 4., 1984.

충남의 관광산업 개발전략

이 태 희
(李台熙)

명지대학교
교통관광대학원 교수



- I. 서 론
- II. 충남 관광산업의 현황 및 문제점
- III. 충남권 관광산업의 개발방향
- IV. 결 론

I. 서 론

지방화 시대를 맞아 각 지자체별로 해당 지역이 발전을 위한 계획을 수립하는데 관광을 통해 지역 개발의 효과와 속도를 높이려고 하는 것이 현재의 실정이다. 국민소득이 증가하고 경제적 여건이 향상되면서 여가생활의 질에 대한 국민의 관심이 높

아지고 있고, 자동차의 보급이 확대되면서 대중 여가시대를 맞고 있는 것이다. 노동시간이 단축되고 휴가제도가 변화하면서 여가시간이 증가하였고 생활양식자체가 여가중심의 가치관에 의해 영향을 받아 멀지않아 대중 여가시대에서 여가 개성시대로의 전환기를 맞이할 것이며(이태희, 1996a) 이런 조짐은 현재 이미 나타나고 있다.

국가간의 장벽이 허물어지고 있는 국제관계를 보더라도 순수 관광목적이나 사업목적으로 우리나라를 찾는 외국인의 수가 늘어날 것은 물론, 서울 중심의 관광으로부터 탈피해 외국인들의 관광이 지방으로 분산 될 수 밖에 없는 시점에 놓여 있는 것도 사실이다.

국민관광과 국제관광의 두가지 차원에서 볼 때 관광은 이제 더이상 소비와 향락지향적인 활동으로 인식되어서는 안된다. 특히 서울 이외의 각 시도 혹은 군단위 차원에서 지역주민의 기반시설을 향상시키고 수입, 고용 등 경제적 혜택을 늘리며 국내외를 가릴 것 없이 지역자체를 외부에 알리는데 관광만큼 효과적인 수단은 없는 것이다. 모든 경제활동의 기본이 자본과 인구의 집중이라고 본

다면 자본과 인적 교류를 활성화시킬 수 있는 수단으로 관광이 인식되어야 하는 것이다.

따라서 본 원고는 지방화시대를 맞아 충청남도의 관광산업 개발전략에 필요한 내용을 충남 관광산업의 현황, 부문별 문제점 및 잠재력, 향후 관광산업 개발 및 진흥의 기본방향 등으로 나누어 향후 충청남도가 경쟁력 있는 관광산업을 보유할 수 있는 전략을 제시하므로써 관광을 통해 충청남도가 발전할 수 있는 기반을 확고히 하는데 기여하고자 하는 목적을 갖는다.

II. 충남 관광산업의 현황 및 문제점

1. 관광 관련업체 현황

현재 충남의 숙박업, 관광객이용시설업, 카지노업 등의 주요 관광업체 현황을 살펴보면 <표 1>과 같다.

관광이 발전하기 위해서는 우선 관광객을 맞을 수 있는 수용시설이 갖춰져야 하는데 대표적인 관광객 수용시설로는 숙박시설을 들 수 있다. 국민관광의 유형이 점차 고급화해가고 가족단위의 여행

<표 1> 충남 관광업체현황(1996년 6월말 현재)

구 분	내 용	
특1·2급호텔업체수	0	
관 광 호 텔 객 실 수	1,004실 (전국대비 2.2%), 16개시도중 12위	
일 반 호 텔 객 실 수	갑	96실 (전국대비 0.9%), 16개시도중 15위
	을	157실 (전국대비 2.5%), 16개시도중 15위
여 관 객 실 수	갑	6,998실 (전국대비 4.2%), 16개시도중 14위
	을	8,831실 (전국대비 4.5%), 16개시도중 11위
여 행 업 체 수	일 반	1개 (전국대비 0.3%), 16개시도중 13위
	국 외	30개 (전국대비 1.6%), 16개시도중 15위
	국 내	140개 (전국대비 6.3%), 16개시도중 8위
관광객이용시설업체수	관광유람선업	0
	외국인 전용 관광기념품 판매업	0
	관광음식점업	0
	외국인 전용 유흥음식점업	0
	종합 휴양업	0
	전문 휴양업	1
카 지 노 업 체 수	카지노업체수	0

자료 : 문화체육부, 「관광동향에 관한 연차보고서」, 1996.

이 되고 있는 점을 감안할 때 수준있는 시설과 서비스를 갖춘 숙박시설을 보유하는 것이 한 지역의 관광발전에 기본적인 사항이다. 외래관광객의 수용을 위해서도 이는 필수적이다.

그러나 <표 1>에 나타난 것처럼 충청남도에는 특1급이나 특2급의 호텔이 전무한 상태이다. 1·2·3등급 관광호텔 객실수는 1,004실로 전국대비 2.2%를 차지하며 전국의 16개 시도중 12위의 낮은 수준을 보이고 있다. 관광진흥법상의 호텔 외에 일반호텔(갑 및 을)의 경우에도 각각 전국대비 0.9%와 2.5%로서 16개 시도중 15위에 그쳐 관광객을 맞을 수 있는 여건이 매우 열악한 형편이다. 일반 중산층이하 여행자들의 숙박시설인 여관의 경우에도 갑과 을의 두 종류 객실수는 각각 전국 대비 4.2%와 4.5%의 비율로서 전국 16개 시도중 14위와 11위의 낮은 순위에 그치고 있다.

관광객 이용시설업의 경우에도 전문 휴양업체가 1개 있는 것 말고는 관광유람선업, 외국인 전용 관광기념품업, 관광음식점업, 외국인 전용 유흥음식점업, 종합 휴양업체가 충청남도에는 하나도 없어 관광객들을 위한 시설이 매우 낙후한 상태인

것을 알 수 있다. 관광객의 집객력이 높은 카지노 업체도 전혀 없어 외국인 관광객들을 불러들이는 유인력이 약하다고 볼 수 있다.

금산군 추부면에 있는 서대산 레저타운은 충청남도에서 유일한 전문 휴양업체로 간단한 유흥시설과 운동시설을 갖춘 채 비교적 단순한 레저업체로서(충청남도, 1995) 그 명맥만을 유지하고 있다.

숙박업소중 관광숙박시설의 분포는 온천지역을 중심으로 분포하고 있다. 1~3등급 호텔 전체 12개중 온양지역에 5개 호텔, 아산 도고지역에 3개 호텔이 밀집되어 있고 나머지는 예산(1개), 공주(2개), 논산(1개)에 위치하고 있다.

충청남도의 경우 관광호텔의 객실 이용률을 전국 평균과 비교해 볼 때 전국 평균을 훨씬 밑도는 것을 <표 2>에서 볼 수 있다. 1등급 호텔의 외국인 이용비율은 20%로 전국 16개 시도중 5위를 나타내고, 2등급 호텔은 7%로 공동 9위, 3등급의 경우는 10%로 공동 7위를 기록하고 있다. 휴양콘도미니엄은 3개소가 도고 온천지역에 집중되어 있고 객실수는 전체 444실로 전국대비 3%를 보인다.

<표 2> 관광호텔 객실 이용률(1995)

(단위 : %)

구분 등급별	전 국 평 균 이 용 률	충 청 남 도	
		전 체 이 용	전체이용중 외국인 비율
1 등급	68	54	20 전국 16개 시도중 5위
2 등급	64	54	7 전국 16개 시도중 9위
3 등급	50	13	10 전국 16개 시도중 7위

자료 : 문화체육부, 「관광동향에 관한 연차보고서」, 1996.

2. 충남의 관광자원 현황

가. 입지에 따른 관광자원

충남의 관광자원을 <표 3>에서와 같이 그 입지에 따라 내륙, 산악, 해변형으로 나눈다면 내륙형 관광자원에 속하는 온천이 다른 자원에 비해 집객력이 높은 것을 알 수 있다. 즉 유성, 온양, 도고를 방문한 관광객수를 합쳐보면 10,089,946명으로서 압도적으로 많은 수의 방문객을 보유하고 있는 것을 알 수 있다. 충남에는 현재 온양, 도고, 덕산, 동학사, 아산, 수덕, 마곡, 홍성, 천안, 도립 등지에 온천이 분포하고 있다.

산악형 자원에는 <표 4>에 나와있는 바와같이 사찰을 포함하여 국립공원, 도립공원, 군립공원 등 자연관광자원이 있는데 충남에는 계룡산국립공원과 태안해안국립공원 등 2개의 국립공원(전국 20개)과 3개의 도립공원(전국 20개), 1개의 군립공원(전국 27개)이 있다. 특히 3개의 해양관련 국립공원(태안 해안국립공원, 경남 한려해상국립공원, 전남·경남 다도해해상국립공원) 중 하나가 충남에 있다는 것은 해양국립공원을 관광자원화 한다는 점에서 중요한 관광자원 개발방향을 시사한다고 하겠다. 자연 휴양림의 경우는 12개의 휴양림이 충남에 지정고시(전국 92개소)되어 있다.

<표 3> 충청남도 주요 관광자원 이용현황

유 형	명 칭	방문객수	접 근 성	자 원 성	거 점 성	개발상태	환 경 성
내륙형	유 관 순 사 우	510,693	△	△	×	△	○
	독 립 기 념 관	1,650,341	△	△	△	○	○
	현 총 사	1,139,678	△	△	○	△	○
	신 정 호	511,180	△	×	×	△	△
	유 성 온 천	5,476,928	△	×	△	○	△
	온 양 온 천	3,657,180	△	×	△	○	△
	도 고 온 천	955,838	△	×	△	○	△
산악형	동 학 사	982,005	○	△	△	×	○
	수 덕 사	554,637	△	○	△	△	○
해변형	삼 교 호	2,388,276	×	△	×	△	△
	대 천 해수욕장	5,214,990	△	△	△	×	△
	만 리 포	2,032,930	△	△	△	×	△
	무 창 포	1,745,850	△	△	×	×	△

자료 : 한국관광공사, 「관광화장실표준설계」, 1993.

〈표 4〉 충남의 자연공원

분 류	공 원 명	면 적 (km)	지 정 연 월 일
국 립 공 원	계 룡 산	61,148	68. 12. 31
	태 안 해 안	328,999	78. 12. 20
도 립 공 원	칠 갑 산	32,542	73. 3. 6
	덕 산	21,045	73. 3. 6
	대 둔 산	38,100	77. 3. 23
군 립 공 원	고 북	1,949	90. 1. 10

자료 : 문화체육부, 「관광동향에 관한 연차보고서」, 1996.

충남에 있는 자연공원은 전국 자연공원 면적의 6.4%에 해당하며 풍부한 자연공원 환경을 관광자원으로서 갖고 있는 것을 알 수 있다. 그러나 충남의 경우는 산악형 관광자원이 차지하는 비중이 크기보다는 내륙위락형이나 해변형 관광자원의 비중이 더 크다고 할 수 있다(한국관광공사, 1993).

나. 역사·문화 관련 관광자원

1) 문화재 현황

충남의 역사·문화자원은 〈표 5〉에서와 같이 타 시·도에 비교해 볼 때 그렇게 우세에 있는 것도 열세에 있는 것도 아닌 편이라고 할 수 있다. 역사문화자원의 강점이나 약점은 현황자원의 수에 의해 결정나는 것이 아니며 해당 자원의 지명도, 역사적인 매력정도에 의해 결정되는 것이다.

관광자원으로 역사적인 유적이거나 문화재를 활용하기 위해서는 다른 관광매력물과 연계하는 것이 매우 중요하다. 역사·문화적인 자원 하나만을

목적으로 여행이나 관광이 발생한다기보다는 기타 동거나 매력의 경험이 동반될 때 역사·문화자원을 관광 매력물화하는 것이 가능해 진다.

2) 이벤트 및 특산물

큰 투자없이 관광객들을 끌어들이 수 있는 힘을 지닌 것이 이벤트, 민속축제 등과 같은 행사성의 관광자원이라 할 수 있다. 특히 이벤트나 민속축제는 관광지에 활기를 불어넣고 정기적으로 개최되는 성격의 행사로 추진하는 경우 비수기 타개에도 기여할 수 있다. 현재 충남의 주요 민속행사는 백제문화제, 금산인삼제, 천안삼거리제, 매현문화제 등과 특산물은 금산 인삼, 천안 호도과자, 연기 북송아, 서천 한산모시, 보령 벼루, 청양 구기자 등이 있다.

〈표 5〉 전국의 주요 문화재 현황

구 분	전 국	경 기	강 원	전 북	전 남	경 북	경 남	충 북	제 주	충 남	기 타
국가지정문화재	2,468	237	95	136	217	492	208	95	39	159	748
시·도지정문화재	2,839	237	175	249	320	455	438	234	70	229	396
문 화 재 자 료	1,328	84	108	102	157	284	203	12	0	292	86
전 통 건 조 물	23	2	1	1	0	16	0	0	0	2	1
합 계	6,658	596	379	488	694	1,247	849	341	109	682	1231

자료 : 한국관광개발연구원, 「한국관광연감」, 1995.

〈표 6〉 충남 문화재 보유 현황

구분	총계	국 가 지 정 문 화 재									지 방 문 화 재					
		계	국보	보물	사적	사적 및 명승	명승	천연 기념 물	중요 무형 문화 재	중요 민속 자료	유형 문화 재	무형 문화 재	기념 물	민속 자료	계	
전국	5,307	2,468	282	1,192	380	6	7	282	94	225	1,535	141	924	239	2,839	
충남	388	159	21	71	32	1	0	13	4	17	119	16	82	12	229	

자료 : 한국관광개발연구원, 「한국관광연감」, 1994.

3. 문제점 및 잠재력

가. 문제점

1) 숙박시설의 절대 부족

숙박시설은 관광객 수용태세를 갖추는데 기본 요소이며 관광객의 지출부문중 숙박비용은 높은 비중을 갖는 것이기 때문에 관광산업의 개발에 있어서 가장 중요하게 다루어져야 하는 분야임에도 불구하고 현재 충청남도의 경우는 전국에서 최하위에 가까운 시설보유수준을 보이고 있다.

2) 기존 숙박시설의 특정지역 밀집

기존 관광숙박시설(1급에서 3급의 관광호텔)은 대부분(12개중 8개업체)이 온천지역(온양 및 아산도고)에 분포하고 있어 특정지역 입지가 심화되고 있다.

3) 민·관의 관광에 대한 인식 부족

지역경제를 활성화 할 수 있는 산업으로서의 관광에 대한 인식이 도민 전체에 걸쳐 부족한 것은 충남을 포함하여 전국에 해당되는 내용이라 할 수 있다. 관광과 관련된 업종만 관광의 혜택을 본다는 좁은 견해와 인식에서 탈피해야 한다.

4) 체계적인 관광산업 진흥전략의 부재

20~30년 후의 관광수요와 관광객 선호도 변화를 수용할 수 있는 장기적 안목의 관광진흥계획이 각 부문별로 구체적인 전략에 의해 마련되어야 함에도 불구하고 부문별로 구체화된 관광산업 진흥계획이 부재하고 있다.

5) 관광기반시설·관광객 편의시설의 낙후

관광객 수용의 기본이 되는 시설과 서비스가 대량관광을 유발하는데 훨씬 못미치는 수준이 충남 관광산업의 현 실정이다.

6) 타 시도와 차별화된 관광분위기의 창출 부족

관광의 발전은 차별화된 매력과 자원 및 서비스 시설을 갖추고 있어야 가능한데 타 지역과 구분되는 관광이미지와 독특한 분위기를 창출하지 못하고 있다.

7) 관광자원의 다양화를 위한 민간투자의 유인요소 부재

다양한 규모와 종류의 관광자원은 결국 투자에 의해 조성가능한 것인데 민간부문의 투자를 유도할 수 있는 제도적 장치가 부재하여 공공부문에 의한 투자만으로 다양한 관광자원을 개발하는 것은 미흡할 수 밖에 없다.

나. 잠재력

1) 외래 관광객의 이용

〈표 2〉에 나타난 것처럼 국내의 관광호텔 객실 이용중 외국인이 차지하는 비율면에서 충청남도가 차지하는 비중은 외래관광객의 방문수준에 있어서 충남이 어느 정도의 잠재력을 갖고 있는 것을 나타내고 있다.

2) 온천관광지로서의 잠재력

국민의 생활수준이 높아지고 노년층의 비율이 높아지면서 재충전, 휴식 그리고 치유효과를 주는 관광에 대한 수요는 이제 갈수록 늘어날 추세이다. 따라서 충남이 보유하는 온천관광지를 크리닉과 레크레이션 팩키지를 제공하는 휴양형 고품격의 특색있고 차별화된 관광자원으로 재탄생시키면 관광객 유인력은 높아지게 될 것이다.

3) 해양관광자원의 발굴

해변에서의 휴양관광을 위한 해양리조트의 개발이나 섬이나 해안을 따라 생태관광의 대상이 되는 원시해양자연관광 등 충남의 바다가 관광을 위해 제공하게 될 자원의 종류는 무궁무진하다.

4) 생태관광자원으로서 충남 자연공원지역의 잠재력

국립공원 역시 기존의 평면적이고 단조로운 이용행태를 극복하여 생태관광자원으로서 활용할 수 있는 잠재력을 생태관광지 경영방식을 도입하여 개발해야 한다.

5) 대규모 배후시장과의 근접성

충남을 영남·호남권과 비교해 볼 때 수도권, 인천, 대전 등 대도시 배후시장으로부터 가까워 접근성이 양호하다는 것이 큰 잠재력으로 분석된다.

III. 충남권 관광산업의 개발방향

1. 관광기반시설·서비스에 대한 투자

특정 권역의 관광산업이 진흥되기 위해서는 사회기반시설이 갖추어져야 하는 것은 물론이고 관

광객을 수용할 수 있는 관광시설과 서비스를 갖추어야 한다. 관광기반시설은 관광객이 관광지나 관광매력물로 접근하기 편리한 도로, 철도 등 교통체계는 물론 숙박관광을 유도하기 위한 숙박시설이나 관광객들을 위한 편의시설, 관광정보를 손쉽게 얻을 수 있는 관광정보 안내체계에 이르기까지 관광에 필요한 기본요건들을 지칭한다. 관광기반시설을 확충하고 향상시키는 것은 외지에서 오는 관광객들의 만족을 높이는 것 뿐만 아니라 지역주민의 생활여건도 향상시키는 효과가 있다.

관광을 통해서 지역의 이미지를 높이고 지역의 경제를 활성화시키기 위해서는 그런 효과를 거둘 수 있는 투자가 필요하며 필요한 투자재원은 공공부문의 부담으로만 해결될 수 없는 규모가 대부분이다. 따라서 도나 시 등 지자체는 관광기반시설 조성에 필요한 민간의 투자유치를 위해 행정, 세제, 금융 등의 제도적 장치를 마련하여야 한다(이태희, 1996f).

관광의 기본인 숙박시설을 늘리려고 하면서 숙박시설 건설이나 운영상의 규제만 존재하다면 민간사업자가 숙박시설을 건설하려는 투자의지는 매우 약해질 것이다. 관광의 발전은 항상 미래지향적인 안목과 문제해결능력에서 달성될 수 있다. 당장 관광객들이 관광안내체계에 대해 심각한 문제를 느끼지 못하고 관광안내 서비스에 대한 수요가 없다고 해서 그에 대한 투자가 전혀 이루어지지 않는다면 충남의 관광발전 속도나 수준은 현재 상태에 머물러 타 지역에 비교해 볼 때 경쟁에서 훨씬 뒤지게 되는 한 요소가 될 것이다.

기반시설에 대한 투자없이 충남의 관광산업 전반에 걸친 성장이 이루어지는 것을 바라는 것은 무리한 기대다.

2. 차별화된 관광매력의 창출

국내에서 인기있는 관광지를 만들기 위해 각 시도는 노력하고 있다. 예를 들어 강원도나 제주도의 경우는 제각기 산악·해변연결형 관광지와 이국적인 정취의 휴양지형 관광지로서 자리매김하였다. 그외 타 도의 경우도 각기 특색있는 관광지역의 이미지를 형성하기 위해 노력하고 있다.

이런 현실속에서 충남은 과연 어떤 매력을 강조하여 충남의 관광산업을 발전시킬 것인가하는 중심 매력과 차별화된 관광유인력을 갖추는 것에 대한 전략이 필요하다.

하계휴가기간에 동해안지역으로 인파가 몰리는 것을 감안함과 동시에 충남이 갖는 해양관광자원의 잠재력으로부터 해변리조트나 해양관광을 위한 기반시설을 조성하여 해양관광의 발전을 꾀하되 동해안지역이 하계형 관광지라면 충남을 4계절형 해양관광지로서 발돋움시킬 수 있는 개발전략을 펴는 것도 가능할 것이다.

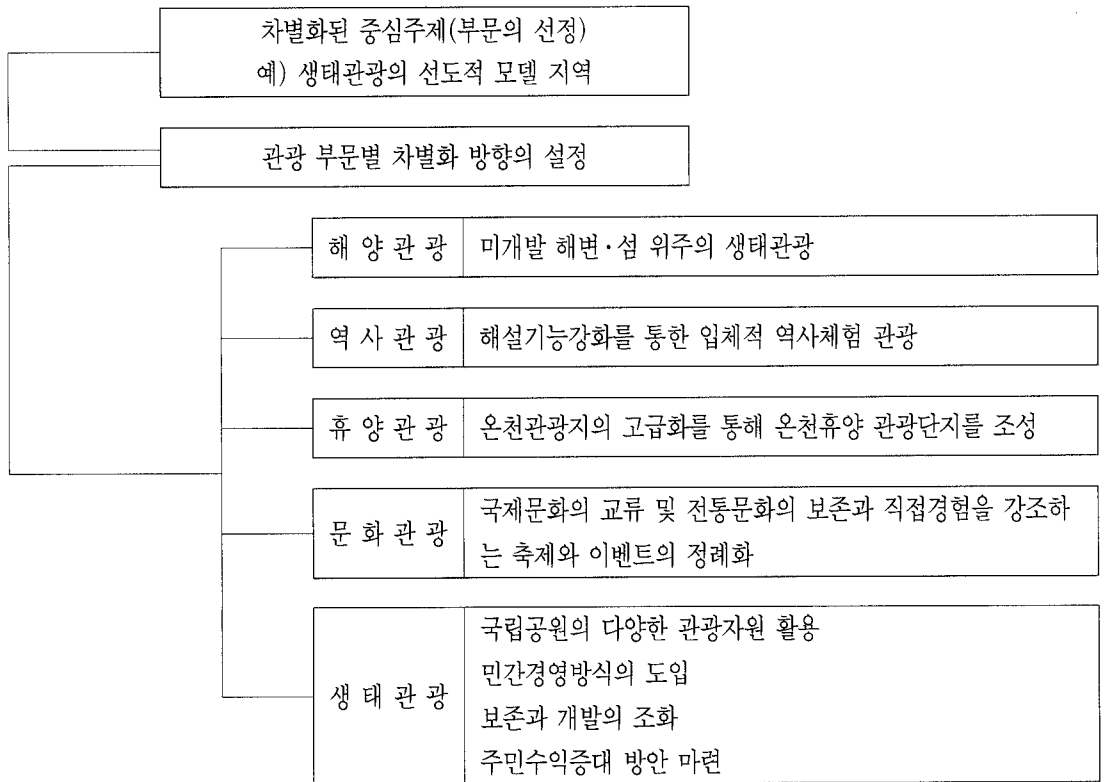
해양의 섬들을 중심으로 이루어지는 저투자·저비용·환경적 저훼손의 생태관광지(이태희, 1996g)가 만들어 질 수도 있으며, 요트 등 소형선박을 이용하는 해양스포츠를 위한 마리나 시설을 도입한 해양레저타운을 건설할 수도 있다.

보존가치가 높은 해양자원에 대한 연구를 하는 연구기관이나 관련부처의 산하기관을 충남의 해안

지역에 유치하는 것도 생태관광의 효과를 높이기 위한 한 방안이 될 수 있다.

역사적인 유적을 관광자원으로서 활용하는 경우에도 역사자원을 관광객에게 경험시키는 방식에 차별성을 둘 수 있다. 가령 전문적인 지식을 갖춘 가이드 혹은 자원 해설자를 자원봉사자, 계약직, 정규직 등의 다양한 형태로 고용하여 역사관광자

원의 유래와 의미를 단 1명의 방문객에게도 깊이 있게 설명해주면 역사관광의 교육적인 효과를 높일 뿐만 아니라 장기적 안목에서 관광객의 만족도를 높여 충남 하계되면 관광객의 만족을 우선으로 하는 지역으로서의 이미지를 확고히 할 수 있을 것이다.



〈그림 1〉 충남지역 관광지 차별화 전략

3. 고급화·개성화된 관광지의 창출

국내의 관광환경과 여건은 이제 대중 여가시대에서 여가 개성시대로의 전환기를 맞고 있다. 또한 국민들의 관광행태는 고급 휴양관광을 선호하는 추세를 나타내고 있다(이태희, 1996a). 가처분 시간과 소득이 지속적으로 늘어나 여가의 질을 중요시하고, 보는 관광에서 체험하는 관광으로, 탈진하는 관광에서 쉬는 관광으로 국민의 관광패턴이 바뀌고 있다.

이런 경우 겉으로 볼 때나 실제로 방문하여 사용할 때의 서비스가 품격을 갖추고 고급화된 것일수록 관광객의 방문을 유도하고 재방문을 효과적으로 창출할 수도 있다. 언제까지나 소박하고 서민적인 시설, 그래서 환경적인 정비가 필요함에도 불구하고 난립에 가까운 상태로 방치되어 있는 관광객 편의시설만 가지고 미래의 충남 관광산업의 성공을 보장 받을 수는 없다.

고급화된 관광지라는 것이 반드시 가격이 높고 특수계층이나 상류층만이 사용가능한 시설과 서비스를 의미하는 것은 아니다. 가격면에서 저렴하더라도 환경적 쾌적성이 높고 서비스가 표준화되어 있는 시설, 그래서 항상 즐겁고 만족스럽게 사용할 수 있는 시설과 그야말로 이용가격이 높고 그에 따른 서비스나 규모와 수준이 차별화된 시설이 공존할 때 소비자인 관광객의 선택의 다양성도 높아지며 관광객에 대한 시설과 서비스를 통한 배려를 느낄 수 있는 경우가 고급화된 시설과 서비스가 갖추어진 바람직한 경우(이태희, 1996h)라고 하겠다.

이런 면에서 향후 개발되는 관광지나 관광자원이거나 혹은 기존의 관광지가 정비되는 경우에 시설과 서비스차원에서 쾌적성과 품격을 높이는 방향으로 조성이 되고 보완이 되어야 할 것이다. 관광지는 관광지다운 독특한 분위기가 살아나야 한다. 관광객은 대부분 일상생활에서 얻을 수 없는 일탈감을 평소보다는 더 나은 수준의 환경에서 색다른 음식, 즐길 거리, 쇼핑 등을 즐기며 일종의 환상을 경험하길 바라는 사람들이다. 이런 관광객의 기본욕구를 충족시키며 다가오는 고급화, 개성화된 여가시대를 실패없이 수용하기 위해서는 개성을 갖추고 완성도가 높은 관광자원의 개발이 필요한 것이다.

4. 이벤트의 국제화

지역개발의 방향이 물리적 시설과 환경의 공급물량을 늘리는 쪽으로 이해되기 쉬운 우리나라 실정에 비추어 볼 때 이벤트의 도입은 관광지의 비수기 문제점 타개나 관광객 유치를 활성화하는 촉진활동으로서 지역경제에 미치는 파급효과가 크다(이태희, 1996b). 이벤트의 개최를 통해 외부인들의 충남에 대한 인식과 이미지가 향상됨과 동시에 지역성을 바탕으로 한 이벤트인 경우 주민들의 향토문화에 대한 자부심과 향토애를 고취시킨다.

이미 지방 전통축제나 전통적 토산품축제가 각 지역별로 활기를 찾고 있는 것이 사실이지만 그런 이벤트들이 국제화되지 못하고 있는 한계를 지적할 수 있다. 지역성을 바탕으로 한 이벤트의 경우 외지 특히 해외에 홍보를 강화하여 더 많은 수의

외국인이 충남의 이벤트와 축제에 찾아올 수 있도록 하여야 한다. 이벤트의 국제화를 이룰수 있는 또 한가지 중요한 사항은 이미 국제적으로 알려진 이벤트를 도입하여 충남의 한 지역을 선정하여 개최하는 것이다.

이미 지명도가 있는 국제적 이벤트, 예를 들어 영화제, 자동차 경주대회와 같은 이벤트를 충남에 유치하여 정기적 이벤트로 개최하게 된다면 해외 지역에 충남을 홍보하는 효과는 매우 크며 이벤트 준비를 위한 인적 교류, 이벤트 개최기간동안 외국인들의 출입이나 방문수도 급격히 늘어날 것이다. 따라서 전통 이벤트의 홍보차원에서 또 국제적으로 지명도 있는 이벤트를 유치한다는 차원에서 이벤트의 국제화를 이루게 되면 관광산업의 발전을 위한 충남의 차별화를 성공적으로 달성할 수 있을 것이다.

5. 집객력 높은 관광매력물의 유치

한 지역의 관광산업이 발전하기 위해서는 다양한 관광자원과 매력물을 갖춘 상태에서 차별화를 이뤄야 한다. 방문하는 관광객의 규모가 일정수준에 올라야만 그 지역의 관광산업이 발전하게 되며 이를 위해서는 집객력이 뛰어난 자원, 예를 들어 대규모 주제공원이나 카지노와 같은 자원이 필요한 것이다.

카지노의 경우는 외국인에 한해 입장이 가능하지만 외래 관광객들의 즐길 거리를 확보한다는 차원에서 충남도 카지노의 도입에 필요한 사전조사를 착수할 필요가 있을 것이다(이태희, 1996c).

주제공원은 비수기 타개에 유리하며 외지인은 물론 충남도민에게도 즐길 거리를 제공할 수 있을 뿐만 아니라 주요 배후시장으로부터 충남으로 찾아오는 관광객에 대한 유인력을 향상시킬 수 있는 관광매력물이다.

또한 아웃렛스토아(out-let store)와 같이 물류와 관계된 할인매장단지를 관광과 연계시켜 지역경제를 부흥시키려는 노력도 필요하다. 미국의 경우도 샌안토니오 등과 같이 유명한 관광도시 주위에는 대규모 상설 할인매장이 단지로 형성되어 있어, 관광객들의 발길을 끌어 모으는데 성공하고 있고, 지방정부의 세수입 증대에도 기여하고 있다.

6. 적극적인 관광홍보

아무리 한 지역의 자연경관이 뛰어나고 역사유적지가 유명하며 아름다운 해변을 갖고 있어도 홍보에 투자하지 않으면 찾아오는 관광객의 수는 증대될 수 없다. 일반 제조업 상품매출이 광고에 소요된 경비와 비례하여 증가하듯, 관광도 홍보에 의해 그 성패가 좌우되는 시대를 우리는 맞고 있다.

충남이 관광목적지로서 갖는 이미지를 파악하고 충남이 갖는 다양한 관광매력을 외국을 포함한 외부지역에 매우 적극적으로 알려야 한다. 관광지로서 충남을 타 지역과 차별화 한다고 할 때 홍보야말로 차별화된 매력을 강조하여 새로운 관광객 유인력을 창출할 수 있는 수단이다(이태희, 1996d).

국내에서도 지자체별로 관광홍보의 중요성을 실감하고 관광매력을 광고하고 홍보하는데 열심인 경우가 나타나고 있다. 여름휴가 목적지로 강원,

부산, 제주 외의 지역을 떠올리지 못하는 것은 타 지역의 관광매력이 그런 곳에 비해 떨어져서라기 보다는 관광객들의 머리속에 타 지역이 휴가목적지 대안으로 포함되지 않기 때문이다. 관광목적지로서의 인지도를 높일 필요가 있는 것이다. 신제품이 나오거나 새로이 개발된 제품이 기존 시장에 선보일 때 광고의 도움없이 소비자들에 의해 선택되지 못하는 경우와 같은 이치이다. 광고와 홍보 없이도 방문객이 줄을 잇는 지역이 있는가 하면 광고나 홍보없이 방문객의 증가가 불가능한 지역이 있는 것이다. 화장품이나 세제같은 상품이 광고없이 매출액 향상을 기대할 수 없는 것처럼 관광의 경우도 홍보에 의존한다고 보아야 한다.

충남의 경우도 관광산업의 진흥을 기대한다면 충남의 관광매력을 알리는 체계적인 홍보와 광고 전략을 마련하고 그에 근거하여 충남의 관광을 외부에 알려야만 한다.

IV. 결 론

관광의 진흥에는 몇 가지 전제조건이 필요하다. 우선 민·관이 관광에 대한 올바른 인식을 해야 한다는 것이다. 관광이 주민의 생업과 밀접히 관련되어 있다는 것을 깨닫고 있어야 하며 관광은 주민 삶의 질과 직결되고 지역경제의 활성화는 물론 지역의 이미지 제고에도 기여한다는 것을 공공부문은 인식하여야 한다(이태희, 1996e). 둘째로 관광의 발전을 위해서는 투자가 필요하다. 다른 부문과 마찬가지로 투자없이 저절로 관광이 흥하길 기다리는 것은 모순이다. 공공부문 단독의 투

자가 부담스러운 것은 당연한 것이며 그 부담을 민간과 나누어 지려면 민간부문이 투자에 참여할 수 있도록 유인하는 제도적 장치를 마련하여야 한다. 셋째로 ‘그저그런 수준으로 적당히’ 관광을 발전시키려는 생각은 궤적성이 떨어진 채 난립하는 무허가 음식점과 러브호텔만을 양산해 낸다. 진정한 관광으로 승부를 걸고 경쟁력을 갖추려면 계획과 연구가 필요하고 그런 논리와 기준에 의해 궤적하고 고품격의 관광상품과 관광자원을 개발해내야 한다. 넷째로 좋은 상품만 가지고 있다고 고객이 제발로 찾아오지 않는다. 관광객들에게 알리고 관심을 갖게하고 흥미를 느껴 찾아오게 만드는 홍보가 필요하다. 다섯째로 차별화된 상품과 자원을 발굴해내야 한다. 이런 전제조건을 만족시키게 되면 충청도가 시도중 가장 유력한 관광지로 명성을 얻게 될 수 있고 충남의 관광산업도 지속적으로 발전할 수 있을 것이다. **열린충남**

참 고 문 헌

- 교통부, 관광업무현황, 1993.
- 문화체육부, 관광동향에 관한 연차보고서, 1996.
- 이태희, “관광진흥개발기금의 새로운 역할 정립”,
관광산업발전론 : 한국관광 선진화의 과
제, 일신사, 1996a.
- _____, “지역 이벤트로서 지방축제 개최의 기본전
략”, 관광산업발전론 : 한국관광 선진화
의 과제, 1996b.
- _____, “미국의 카지노 산업 허용실태와 시사점”,
관광산업발전론 : 한국관광 선진화의 과
제, 1996c.
- _____, “새로운 관광유인력을 창출하는 이미지 홍
보”, 관광산업발전론 : 한국관광 선진화
의 과제, 1996d.
- _____, “관광인식제고를 위한 관광인식강화전략”,
관광산업발전론 : 한국관광 선진화의 과
제, 1996e.
- _____, “한국의 관광선진화를 위한 공공부문의 역
할”, 관광산업발전론 : 한국관광 선진화
의 과제, 1996f.
- _____, “생태유지관광개발을 위한 개발보존의 편
익효과 극대화 방안”, 관광산업 발전론 :
한국관광선진화의 과제, 이태희(저), 1996g.
- _____, “서비스질 향상을 통한 관광업체의 경쟁력
제고방안”, 관광산업발전론 : 한국 관광
선진화의 과제, 1996h.
- 충청남도, 지역경제백서, 1995.
- 한국관광공사, 관광화장실표준설계, 1993.
- 한국관광개발연구원, 한국관광연감, 1995.
- _____, 한국관광연감, 1994.

충남의 화훼산업 육성전략

심재성
(沈載成)

배재대학교
원예조경학부 교수



- I. 들어가는 글
- II. 우리나라 화훼생산과 유통
- III. 세계 주요국가의 화훼생산 및 수출입
- IV. 충남의 화훼생산 실태와 과제
- V. 충남의 화훼산업 경쟁력 제고방안
- VI. 충남의 화훼산업 발전을 위한 제언

I. 들어가는 글

개방화 시대에 있어서 한국의 농촌·농업의 문제점을 해결하고자 하는 몸부림은 실로 다양하다. 호당 경지면적 규모는 지극히 협소하여 주곡만을

가지고는 어차피 수지맞는 농업을 구사하기에는 한계가 있기 때문에 소규모 농토를 대상으로 경영 다각화라는 비상수단을 활용하는 수 밖에 달리 도리가 없다는 것이 최근에 내려진 결론이기도 하다.

말이 쉽지 영농을 다각화한다는 것도 경영적 지식이 풍부해야 가능한 일이다. 그것도 기술적으로 운영해야 하는데, 모든 농민이 그러한 고도의 기술을 발휘하여 경영자적 차원에 입각한 농업을 영위한다는 것은 그리 용이한 일이 아니다. 어쨌든 시대의 소명은 먹거리만을 위주로하는 농업에서 눈으로 보고 즐길 수 있는 농업으로 과감하게 탈바꿈되어 가고 있는 추세가 피할 수 없는 현실로서 우리에게 다가오고 있다.

「먹는 농업에서 보는 농업으로」이 한마디의 구호는 우리에게 많은 것을 시사해 준다. 농업자체가 우리의 생명과 직결되어 있고, 또한 오감(五感)을 주축으로 하는 농업이야말로 우주의 원리에 입각한 가장 자연스러운 형태의 농업이며 바로 세계화와 국제경쟁력에서 이길 수 있는 확실한 방법이라는 인식이 높아가고 있다.

국민 1인당 소득이 1만달러를 웃도는 고소득의 시대는 분명 먹는 것만으로 인간의 욕구를 다 채운다는 자체가 어불성설이다. 화훼농업은 이렇게 인간의 필연적인 욕구가 보는 쪽으로 변모해 가고 있으며 삶을 윤택하게 하는데 있어 '필수불가결의 재료'가 되고 있다는 엄연한 사실에 매우 접근하고 있는 산업의 일부라는 것도 최근에 와서 서서히 인식되어 가고 있다.

이미 꽃이 생활속에서 중요한 한 자리를 차지하고 있는 선진국의 사례에서 알 수 있듯이, 꽃은 더 이상 사치나 호화의 대명사는 아니다. 그러나 여기서 짚고 넘어가야 할 것이 있다. 화훼산업은 우리의 주머니 사정이 뽐뽐해서는 번창할 수 있는 분야가 결코 아니라는 점이다. 아직도 우리네 가슴속에는 '먹어두는게 그래도 버는 것'이라는 통념적 사고의 틀에서 벗어나지 못하고 있다. 그리고 한송이의 꽃으로 대신할 수 있는 모임이나 장소 그리고 축하연에도 반드시 '하이타이' 아니면 쥬스상자를 들고가야 보기 좋은 것으로 체질화되어 있다. 그런가 하면 어느 정도의 여유를 때와 장소를 가리지 않고 사치성 낭비쪽으로 소모해 버리는 풍토도 결코 사라지지 않았다. 이런 상태가 지속된다면 화훼가 비비고 들어갈 틈은 봉쇄될 수 밖에 없다.

그러면서도 일반적인 경향은 화훼산업 쪽으로 유리하게 돌아가고 있으니 반갑지 않을 수 없다.

화훼산업도 하나의 농업적 가치의 틀속에서 얼마든지 존재를 인정받을 수 있다는 징조가 여러 곳에서 나타나고 있으니 말이다. 얼마전 끝난 고

양시 꽃박람회는 그런대로 우리들에게 「꽃은 아름답다」, 「꽃한송이 정도는 집안에 놓아 둘만하다」는 지극히 당연한 인식을 모든 국민들에게 심어주는 데 상당한 자리매김을 했다는 평가를 받았다. 지금까지 그 행사말고도 화훼전시회는 규모를 달리 하면서 전국의 생산지역에서 다채롭게 치루어지고 있다.

꽃이 우리의 마음을 편안하게 해주고 심지어는 안정된 정서를 통해 질병까지도 쾌유시키는데 커다란 몫을 한다는 의학적 보고도 있고보면, 꽃은 더 이상 우리 곁에서 멀어져서는 안 될 귀중한 생산물임에 틀림없다. 자연과 점차 멀어지고 물질문명의 노예가 되어가고 있는 가정과 사회, 그리고 삭막하고 오염되고 있는 우리 세계를 아름다운 꽃으로 정화된다는 것은 결국 화훼산업이 지향하는 궁극적 목적이다.

꽃을 보는 마음은 늘 평안하다. 왜 화훼산업이 앞으로도 더욱 발전되어야 하는가 하는 한가닥의 명분이기도 하다. 꽃과 관련된 산업이 발달한 나라치고 경제적으로 윤택하지 않은 국가는 적다. 꽃을 사랑하고 꽃문화가 번성한 국가로서 삶의 질이 낮은 나라도 거의 없다. 이제 꽃에 대한 국민의 의식이 새롭게 일깨워져 사회가 안고 있는 각종 난제들까지도 꽃을 생활화하는 과정에서 깨끗이 해소시키는 환경조성이 구축되어야 할 것이다. 꽃 소비는 아무리 장려한다 해도 자원고갈이 된다면 더 이상 소비조장 차원의 기피물질로 해석될 수 있는 일은 아닐 것이다.

II. 우리나라 화훼생산과 유통

1. 화훼생산의 특성

산업으로 대접받을 수 있었던 역사가 그리 길지 않은 화훼는 생산적 측면에서 몇가지 특성을 지니고 있다.

가. 화훼는 경제적 상품이라는 특성을 지니고 있으면서 1차 생산품인 원자재와 그리고 여기에 부가가치가 가미된 최종 소비재인 화훼상품으로서 크게 두가지로 구분해서 생각할 수 있다.

원자재에 속할 수 있는 것은 종자, 구근, 묘목, 화목, 관상수 등이고, 화훼상품은 생화, 생화를 이용품(꽃다발, 꽃바구니, 화환, 장식품, 분화), 꽃을 건조시키고 여기에 각종 향기를 첨가한 건조화(乾燥花) 등을 들 수 있다.

이처럼 화훼는 살아있는 생육중인 상태와 일단 채화한 후 건조가공하여 상품화한 상태의 것으로 양분되지만 어쨌든 선별, 포장, 적재, 운송, 진열과 같은 과정의 작업과 작업환경이 상품의 수명에 직접 작용한다는 특징을 가지고 있다는데서 일반 공산품과 차별성이 인정되고 있다.

그러므로 이들을 상품화하는 과정에서 많은 노동력을 투입해야 하는 어려움이 따르게 된다. 뿐만 아니라 수확에서 소비까지의 단계와 소요시간을 최소화하지 않으면 상품으로서의 가치가 그만큼 소멸된다는 것은 같은 농업 범주에 속하는 기타 농작물에 비해 특히 더 심하다는 점도 화훼식물이 갖는 특성중의 하나라고 할 수 있다.

나. 화훼는 보고 즐기는 고급 상품이다.

농산품들이 대개 식량의 역할을 하는 것과는 달리 화훼는 '보고 즐기고 감상하는 생산물'이라는 특징을 갖고 있다. 그러나 생필품이 아니기 때문에 경기에 매우 민감하며 꽃과 같은 물질을 이용하는 자세가 사회 전반적으로 생활화가 되지 못할 때에는 소비구조가 극히 제한적이고 소비행태도 일정한 기간에만 편중되는 기현상이 일어난다는 점이다.

생산이 특정기간에 편중된다면 가격의 당락이 심화되고 생산자나 소비자 모두에게 결코 이익이 되지 못하는 상황으로 발전한다. 가격에서 문제가 발생하면 소비확대나 판매촉진에 대한 소비자의 부정적 시각이 문제가 되기도 한다.

다. 상품의 품질 및 규격을 일관성있게 유지하기가 곤란하다.

화훼류는 생산지에 따라 가격이 일정치 않으며 공정거래가격이 설정되기가 곤란하여 지역간 가격차가 심화될 수 있고 불건전한 가격형성 야기될 위험성도 매우 높다는 특징을 가지고 있다. 또한 한꺼번에 대량 거래가 곤란하며 소량으로 거래되다보니 유통비용이 불필요하게 많이 소요된다. 그러므로 즉흥적인 소비패턴을 유지하기 보다는 거래를 정례화하여 소비를 일정하게 유지정착시키는 일이 시급한 과제로 떠오르고 있다.

라. 화훼만큼 화훼가치를 판단하는 판정기준이 극히 주관적인 것도 없다.

바로 꽃이 보고 즐기는 상품이기 때문이다. 따

라서 누구나 보아도 좋으면 된다는 객관성을 지니기가 어렵다. 다만 가치와 가격은 서로 다른 개념을 지니고 있으면서 이 둘 사이에는 비례관계가 있기 때문에 가치가 있다고 판정되면 그만큼 가격도 상승하는 효과가 있다. 그러나 같은 상품이라 하더라도 시간과 장소에 따라 그 가치와 가격은 현저하게 차이를 보일 때가 있다. 이러한 특성은 바로 꽃만이 지니고 있을 수 있는 장점이면서도 언제든지 단점으로 변질될 수 있는 양면성을 가지고 있다고 할 수 있다.

마. 우리나라 화훼산업은 도시 근교지역, 특히 서울과 부산을 중심으로 하는 대도시 근교에 기초하여 발전해 왔다.

1995년도 통계를 보면 서울·부산과 그리고 이 지역의 근교인 경기·경남지방에만 우리나라 전체 화훼농가의 65.1%인 8천1백54호가 분포되어 있다. 지난 5월 3일부터 18일까지 '97세계꽃박람회가 개최되었던 고양시 단일지역의 화훼재배 농가만해도 우리나라 전체의 11%를 차지하고 있다.

우리나라 화훼산업구조의 진면목을 나타내주는 단적인 예로 볼 수 있다.

화훼산업이 대도시 중심으로 발전하다보니 화훼농장은 가격이 비싼 농지를 이용할 수 밖에 없을 것이고 내땅이 없는 사람들은 결국 남의 땅을 임차하여 생산할 수 밖에 없다. 임차농이 다른 농작물을 경작하는 농가보다 특히 높은 것은 바로 이 때문이다.

화훼가 기술자본집약적 업종이기 때문에 전형적인 자본생산체제로 발전할 수 밖에 없다. 그러

나 적은 자본으로 경영하다보면 영세성을 면치 못하고 시세라도 맞지 않으면 그대로 빚으로 남아 부채만 지게되는 경우가 있다. 화훼는 바로 막대한 자본이 들어가는 시설위주의 재배형식을 취하고 있다는데서 위험성은 상대적으로 높을 수 밖에 없다.

생산능가 입장에서 단위면적당 시설투자 액수를 확대하지 않으면 안된다는 불가피한 부담은 가뜩이나 영세한 생산능가의 의욕을 위축시킴은 물론 지속적인 화훼영농의 걸림돌로 작용하게기도 한다.

바. 화훼산업이야말로 가장 고도의 기술을 요하는 농업이다.

일반 농작물 재배에 국한하던 농업에서 고소득 작목으로 각광받는 화훼로 전화되기는 하였지만 화훼생산에 종사하는 농민들은 대체로 재배경험과 전문지식이 거의 전무한 상태에서 출발한 경우가 많았다. 현재 영농규모 600평 미만의 영세화훼농가 비율이 40.3%에 달하고 있고 생산자의 재배경력도 5년미만이 53%로, 완벽한 재배경험을 지니지 못하고 화훼생산에 임하는 재배농민이 전체의 절반이 넘고 있는데, 이와 같은 사실은 결국 선진국과 기술경쟁력에서 열세에 놓여 있음을 뜻하는 것이라고 볼 수 있다.

뿐만 아니라 지역에 따라서는 작목반이나 영농조합법인을 만들어 공동 생산체제를 갖추고 열심히 정보교환을 시도하고 있으나 조직원들의 생산 기술에는 아직도 상당한 격차가 있는 것이 현실이다. 단지화되어 있는 지역에서 조차 일부 농가를

제외하고는 전반적으로 재배기술수준이 낮은 것이 커다란 문제점으로 부각하고 있다.

사. 화훼는 타 작목에 비해 시설투자 또는 경영비가 과다하게 투입해야하는 경향이 높다.

전국적으로 절화중에서 가장 많이 보급되어있는 장미는 새롭게 개발한 신품종이나 고가의 품종에 대해서는 사용료를 지불하고 구입하지 않으면 안된다. 또한 백합의 경우도 일일이 구근을 해외에서 수입하여 사용하지 않으면 안되기 때문에 실제로 전체 생산비 중 구근 구입이 차지하는 비

중이 매우 높아서 실질적인 소득을 높이지 못하고 있다.

예를 들어 국내에서 총 생산되는 시설오이의 경우 '92년도 소득률은 71.7%였고 '94년도에는 67%를 기록했으나, 장미는 1992년도 56.7%, '94년도 57.1%이어서 시설오이가 '94년도에 다소 낮아졌다고 하더라도 그래도 장미보다는 10%가 더 높아 장미의 경영비가 대단히 높다는 사실을 알 수 있다. 경영비가 높은 상황에서 생산능가에 돌아오는 소득이 낮아지는 것은 당연한 일이다.

〈표 1〉 장미와 시설오이의 국내 총소득 비교

(단위 : 천원/10a)

구 분		1992년	1993년	1994년
장 미	조 수 입	11,828	14,642	16,262
	경 영 비	5,112	6,246	6,976
	소 득	6,716	8,395	9,287
	소 득 률(%)	56.7	57.3	57.1
시 설 오 이	조 수 입	5,918	5,639	7,801
	경 영 비	1,710	1,848	2,571
	소 득	4,208	3,791	5,230
	소 득 률(%)	71.7	62.7	67.0

자료 : 농촌진흥청, 「농축산물 표준소득」, 각연도.

아. 우리나라 꽃소비는 지극히 제한된 범내에서 유통이 되고 있다.

일부 화훼를 제외하고는 계절성을 벗어나지 못하고 있고 소비패턴도 애경사 위주로 형성되어 있어 가격의 불안정 요인으로 되어 있다. 이러한 결과는 화훼가 생필품이 아니고 일종의 장식적 성격

을 띠고 있기 때문에 야기되는 결과이지만 어쨌든 이러한 가격불안정 상태는 필경 계절별로 가격의 진폭을 넓게, 그리고 크게 일으킬 소지가 많으므로 이를 연중 고루 분산시키기 위해서라도 다품목 위주로 생산체제를 개선하지 않을 수 없게 된다.

단일품목 재배하에서도 고도의 재배기술은 필

요한데 여기에 품목수마저 확대되면 기술집약이 곤란하고 전문화도 어렵게 된다.

국내에서 가장 많이 생산되고 있는 국화의 경우 송이당 대체적으로 3월경에 가격이 가장 높고 8~9월에 가장 낮은 편으로, 과거 3년('93-'95)간 가격이 가장 높은 1993년 3월(6,361원)과 가장 낮은 1994년 10월(807원)과는 약 8배의 차이가 발생하였다. 이와 같은 가격차는 계절에 따른 생산량의 홍수출하에 기인한 것이 원인이 되었지만 무엇보다 근래에 들어와 국화재배 농가가 급격히 늘어나고 있고 생산시기를 분산하지 못한 채, 성수기에 집중적으로 출하한데서 발생한 결과라고 보아야 할 것이다.

2. 화훼생산 현황

해마다 늘어나던 농가인구는 1967년에 이르러 절정에 달했고 그 이후 감소세로 돌아서면서 '80년대에 들어와 급격하게 줄어들기 시작하였다. 과거 10년간 통계를 보면 '85년부터 '95년까지 10년 동안 전체 농가수는 무려 22.2%가 감소하였고 경지면적도 2백14만4천ha에서 1백98만5천ha로 7.5%나 줄었다. 이러한 경향은 적어도 선진 농업국에서 보여주고 있는 농민의 숫자가 전체 인구의 5% 수준에 이르기까지 계속될 것이라는 전망을 확인시켜주는 추세라고 여겨진다.

농업부문 전반의 하향적 추세에도 불구하고 화훼만은 1985년 이후 계속 증가세를 나타내고 있다. 우선 화훼 재배면적과 인구측면에서 보면 과거 10년동안 각각 2.25배 및 2.3배가 늘어났다. 그

래서 1995년 현재, 1만2천5백9호의 화훼농가가 5천1백56ha로부터 5천89억원을 생산하는 비약적 발전 가능한 분야로 변했다.

더욱이 재배상 상당한 기술이 뒷받침 되어야 하는 점을 감안해서 과거 단순한 부업행태에 머무르던 화훼가 해가 갈수록 전업농으로 전환하는 것도 단순한 숫자증가에 의미를 두기보다는 기술도 함께 발전을 수반한다는 점에서 또다른 농산업의 발전을 기대하게 한다. 1985년도의 5천3백65호에 달하던 화훼재배 농가중 54.9%만이 전업형태이었던 것이 1995년에는 9천8백76호로 78.9%가 증가한 것은 발전하는 화훼산업의 현주소를 그대로 대변하는 수치로 해석할 수 있을 것이다.

물론 화훼가 전반적인 상향곡선을 나타내고 있는 이면에는 국민소득증가에 따른 경제적 여유로 꽃수요가 크게 증가하였으며 이에 부응하는 화훼 농가들의 생산확대와 정부의 적극적인 뒷받침이 크게 도움이 되었음은 두말할 것도 없다. 젊은 층에서의 꽃소비 행태가 달라지고 있으며 특히 선물용과 가정의 장식용으로 용도가 다양하게 전개되어감은 바로 꽃문화가 점차 정착하는 도상에 있음을 의미한다. 여기에 주택보급이 활발해지고 또 개인주택을 보유하고 있는 인구의 증가도 화훼문화를 선도하는 침병이 되고 있다.

이처럼 전반적으로 꽃소비 계층이 두텁게 형성되어가고 있는 배경에는 절화와 분화 두 분야가 주도하는 화훼산업의 기술적 진보와 생활패턴의 변화가 크게 받침되었음을 부인하기 어렵다. 인기리에 소비하고 있는 화훼중에서도 절화는 전체 생

산액의 44.3%를 점유하여 화훼생산의 주류를 형성하고 있다.

처음부터 절화 소비성향이 높았던 것은 아니었다. 1994년도까지만 해도 분화 소비가 압도적이었다. 그러던 것이 '95년도에 들어와 절화가 분화보다 19.4%가 더 많이 생산되기 시작하였다. 가정에서 두고두고 감상하기 위해 많이 구입해 갔던 것이 그러한 경향으로 나타나게 된 요인이었다. 그러나 일본에서 화훼재배 면적 중 절화가 차지하는 비율이 82.7%(1994년도)인점을 감안하면 앞으로 우리나라 화훼도 이러한 생산경향의 범주를 벗어나지 않을 것으로 예측할 수 있다.

3. 화훼유통의 실태

가. 유통의 특성과 현황

화훼류는 유통되는 과정에서 다른 상품과 상이한 요소를 가지고 있다. 우선 화훼류는 살아있는 상태의 상품이다. 따라서 선별, 포장, 적재, 운송, 진열 등과 같은 작업내용과 작업환경이 바로 화훼상품의 가치를 좌우한다. 그러므로 싱싱한 상태를 그대로 유지하면서 유통시키자면 투자비용이 늘어나게 되며 그만큼 최종 상품의 가격도 상승하게 됨은 피할 수 없다.

그 다음 화훼는 일단 경기에 민감하며 소비확대나 판촉활동에 제한적일 수 밖에 없다. 특히 불경기가 지속되면 소비확대 및 판매촉진활동은 상당히 어려울 수 밖에 없다. 뿐만 아니라 대량 거래가 어려운 특성 때문에 화훼류의 상품성을 제고하기 위한 규격이 특수할 수 밖에 없다. 그 규격이라는

것이 소비자의 취향에 접근하는 방식 하나와 화훼의 생리를 감안해야 하는 방식 이 두가지로 구분되는데 이 두 요건을 조화시키면서 품질과 규격을 일관성있게 유지한다는 것이 쉬운 일이 아니다.

여기에 더하여 다른 농산물과는 달리 일물일가 원칙을 적용하기 어려움으로 확인거래를 하지 않을 수 없다는 것도 화훼가 갖는 가격상의 불리한 입장이다. 일반 농산물과 다른 것이 바로 이 점이다. 그리고 화훼의 성격상 소량 거래에 의존할 수밖에 없다는 것도 그만큼 노동력과 유통비용을 상승시키는 결과를 가져오게 된다. 소량 거래를 하면서 동시다발적 거래를 하다보면 거래원칙상 통용되는 정보수집 → 종합적인 정리 및 분석 → 결과의 전파 또는 획득이라는 수순의 정석을 밟아나가기 어렵다. 이러한 결과는 결국 정보를 왜곡하게 되고 그렇기 때문에 가격까지도 불건전하게 형성될 우려가 있다.

화훼는 영농법인과 같이 단체가 중심이 되어 생산되는 곳에서는 공동출하가 가능하나 대부분은 개별출하에 의존하고 있는 실정이다. 화훼가 유통되는 경로를 몇가지 단계로 생각할 수 있다. 우선 생산지에서 출하된 화훼류는 개인이건 단체이건 공영도매시장(양재동 꽃도매시장)이나 소비지의 유사도매시장으로 출하된다. 어떤 때는 생산자단체가 공판장이나 집하장을 거치기도 하지만 결국 공영이나 유사도매시장으로 집결하는 것이 일반적이다.

한국화훼협회의 조사에 따르면 화훼의 도매유통경로는 ① 생산자에서 산지 직판장으로 가는 경

우가 30%, ② 생산자로부터 양재동 화훼공판장으로 가는 경우가 20%, ③ 생산자로부터 위탁도매상의 손으로 넘어가는 것이 50%로 되어 있다. 1995년도에 절화류 생산액이 2천2백57억원이나 되는데

도 양재동공판장의 경매실적이 겨우 1백32억원에 불과한 것도 따지고 보면 상당히 많은 화훼상품이 양재동을 비껴나간 채 위탁도매시장이나 직판장으로 흘러가고 있었음을 말해주는 것이다.

〈표 2〉 화훼생산 추이

(단위 : 백만원)

구 분	1985년	1990년	1992년	1993년	1994년	1995년
절 화	14,369	59,224	123,060	153,708	185,472	225,757
분 화	14,726	99,516	159,566	149,265	197,275	189,046
구 근	1,656	4,641	9,354	5,414	5,013	6,890
화 목	8,459	19,487	23,805	22,704	24,846	19,583
관 상 수	35,356	55,779	57,732	58,095	80,806	67,317
종 자	33	701	186	652	165	377
계	74,599	239,348	373,703	389,838	493,577	508,970

자료 : 농림부, 「화훼재배 현황」, 각연도.

적어도 화훼가 정식으로 공판장으로 들어가야 할텐데도 그렇지 못하고 위탁상인들의 손으로 넘어가게 되는 것은 공판장으로 들어오는 산지직송의 기능이 아직까지 활성화되어 있지 못하기 때문인 것이다. 대신 서울의 강남터미널시장, 강남시장, 남대문시장과 같은 유사도매시장이 절화유통의 핵을 이루고 있다. 한편 생산농가에서 일부 직판 또는 소매상과 직거래를 하는 경우도 고려해 볼 수 있겠으나 이는 화훼유통에 영향을 미칠 수 있는 수준은 아니다.

화훼의 형태, 즉 절화나 분화에 따라 거래방식은 크게 달라질 수 있다. 왜냐하면 이 두가지 형태는 우선 상품적 특성에서 차이가 있기 때문에 이

로 인해 야기되는 유통의 형식 또한 다르게 마련이다. 우선 절화류는 대부분이 공영도매시장이나 유사도매시장을 거쳐서 유통되고 이들은 소속된 중매인에 의해서 주도되기 때문에 주도권도 상업자본을 움직이는 상인에 있다고 할 수 있다. 때문에 이러한 특성으로 절화는 분화와는 달리 농장에서 직접 판매하거나 직영행위가 이루어질 수 없게 된다.

절화의 유통은 생산지를 떠나 도매시장이라는 장소로 수송되는 기간중에 그의 수명과 상품성을 오래 유지시키기 위해서 무엇을 어떻게 조치해야 하느냐 하는 물음에서부터 시작되어야 한다. 다만 절화의 수명연장만을 조건으로 하고자 한다면, 첫

채, 채화(採花) 시점을 소비자의 구매시점으로부터 역산(逆算)해서 결정하고, 둘째, 목표로한 시기에 채화를 할 수 있도록 재배기술을 고도화 해야 하며, 셋째, 수명유지를 위한 상품화 방법과 작업장의 환경을 개선하고, 넷째, 운송장비를 현대화 하여 운송도중에 발생하는 품질손상을 최소화 하도록 해야한다.

분화는 공판장이나 집하장을 통해서 대부분 거래되고 일부 소수농가들이 직판장 혹은 직영농장을 가지고 있어서 주도권이 생산농가나 생산자 조직에 있다. 물론 도심의 외곽지대에 플라스틱 하우스를 가지고 있는 생산농가나 수집상들로부터 조달받은 분화를 상품으로 진열해 놓고 그것이 판매될 때까지 관리해가며 판매하는 단순 판매자들도 있다. 그러나 대부분은 부속농장을 가지고 있으면서 보다 다양한 상품구색을 갖추기 위해 외부로부터 색다른 종류를 공급받고 있다는 점에서 순수한 판매자와는 차이가 있다.

분화의 유통은 무엇보다 수송을 어떻게 안전하고 신속하게 해결할 것인가에서 문제의 시발을 삼아야 한다. 즉 분화는 흙과 화분을 포함하고 있어서 무겁고 생김새도 제각각이어서 대량적 재배가 곤란하다는 단점을 가지고 있다. 그러므로 적재를 위한 별도의 조치가 취해져야 한다. 그러므로 분화물 유통은 운송거리를 최소화하기 위하여 가까운 시장부터 소비를 충족시키고 운송단계에서 발생하는 상처 횡수를 감축시키며 적재를 위한 상자나 파렛트 등과 같은 통일된 도구로 대체하는 새로운 적재 시스템 개발을 서둘러야 한다.

나. 유통상의 문제점

절화나 분화를 불문하고 수요와 공급에 의한 가격결정 기능 문제는 정도의 차이는 있었으나 매우 불확실하다는 점에서 거의 일치하고 있다. 다만 절화에 있어서는 농안법에 의해 양재동과 영남지역에 설치되어 있는 화훼공판장에서 도매기능을 전담하고 있어서 그나마 각각의 상품을 대표하는 가격이 형성되고 있다. 그러나 분화는 경우가 약간 다르다.

절화에 있어서는 전국적으로 영향을 미치는 가격형성은 이루어지고 있지만 전국의 생산농가들로부터 상품을 수집하여 판매해 주는 지정 도매회사의 역할을 농수산물유통공사가 독점하고 있는 실정이다. 그렇기 때문에 비록 거래규모가 작아서 다수의 지정 도매회사가 적극적으로 활동하기는 어렵다고 하지만 어쨌든 생산농가가 자신들게 유리한 출하업체를 선택할 수 없다는 것은 현 우리나라 화훼유통의 한계라고 볼 수 있다.

금년도에 농협에서 운영할 부산화훼공판장이 개설될 예정이지만 실질적인 소비지 공판장으로 운영되고 있는 곳은 서울 양재동공판장 한 곳에 불과하여, 이로 인해 화훼도매는 위탁도매시장이 장악하고 있다. 이처럼 공정한 가격결정기능을 발휘할 수 있는 법정도매시장 부족으로 인해 위탁도매시장 혹은 유사도매시장에 화훼도매기능을 위임함으로써 각종 불공정 행위가 야기되고 있다.

왜 위탁도매시장의 거래가 불공정한가 하면 시장에서의 거래는 상대 매매제를 채택하고 있는데 이 제도는 위탁상인이 거래권한을 장악하면서 고

울의 수수료(판매대금의 15~20%), 판매잔품 처리 및 판매가격 정산과정에서 공정치 못하게 처리하고 있기 때문이다. 그 한 예로 생산자에 대한 대금결제도 상품이 다 팔린 후 7일 내지는 1개월에 걸쳐 지불하고 있다. 이와 같은 불공정거래가 자행되고 있기 때문에 생산자와 상인간에는 보이지 않는 불신풍조까지 만연되고 있다.

절화를 단순히 위탁도매시장에만 의존하는 거래관행은 필경 규격거래의 조기정착을 어렵게 하고 있고 또 화훼유통에서 절대적으로 필요한 표준화, 등급화 및 포장개선을 위한 생산자의 노력을 무산시키는 결과를 초래한다. 특히 등급 및 포장에 최종 소비자 분위가 되지 못하고 유통업자만 유리하도록 이루어져 유통질서를 혼란스럽게 하는 요인도 된다.

위탁도매시장의 기능이 서울·경기지방에 집중되어 있다는 사실도 또다른 문제점을 야기하게 된다. 위탁도매시장의 73%가 수도권에 몰려있고 도 소매기능을 하고 있는 직판장도 1/3이상이 서울 아니면 그 근교에 편중되어 있으니 말이다.¹⁾ 그 결과 지방에서 생산된 절화가 서울로 운송되어 일단 가격이 결정되고 나면 다시 지방으로 분산될 수밖에 없는데 각 지역으로 再반출되는 물량을 보면 부산지역으로 30%, 광주지역으로 45%, 대전지역으로 53.3%나 된다.

물건이 한번 돌아오는데 비용이 덜들리 없으며 신선도 또한 양호해질 리가 없다. 왔다갔다하는 사이에 값은 턱없이 올라가게 마련이다. 결국 산지 유통기능이 취약하고 도매기능이 위탁도매인에 의존하는 상태에서 그마저도 서울·경기지역에 집중되고 있다는 것은 우리나라 화훼유통의 큰 맹점이다.

분화에 있어서는 대부분이 가격형성의 과정과 구조가 검은 베일에 가려져 있어서 거래동향을 정확하게 파악할 수가 없다. 분화류가 정상화되기 위해서는 거래가 투명하게 이루어지는 시장기능 회복이 선행되어야 한다. 즉 수요가 어느 시기에 어디서 얼마나 되고 공급력은 어떤 상태인지도 알 수 없는 상태에서 합리적인 가격을 기대하기 어렵다.

거미줄과 같은 우리나라 화훼유통 난맥상과 함께 금년부터 하나의 큰 변혁을 예고하는 사건이 발생하였다. 유통시장의 개방과 외국인 투자 자유화가 바로 그것이다. 국내 유통시장은 1995년도에 또한 1994년도에는 육묘를 제외한 원예관련 서비스업에 대한 외국인 투자가 자유화되었고, 1995년도에는 곡물 및 종자 도매업, 그리고 1996년도에는 종묘 생산업과 육묘를 포함한 모든 원예관련 서비스업이 현재 완전히 개방되었다. 따라서 지금 당장 어떤 일은 벌어지지 않고 있지만 이로부터 1년

1) 한국화훼협회조사에 의하면 전국 소매단체업체수는 9,231개에 이르고 있는데 이 중에서 화방이 8,391개소, 꽃꽃이원이 397개소, 노점상이 443개소로 구성되어 있다. 이 중 48%인 4,430개업체(화방 : 4,014개소, 꽃꽃이원 : 195개소, 노점상 : 221개소)가 서울과 수도권에 집중되어 있다. 따라서 세계적인 화훼유통업체들이 마음만 먹으면 우리나라 자본과의 합작은 물론 단독 출자형식으로 직판장이나 지사를 설치하는데 아무런 제약을 받지 않는다.

남짓 지난 지금의 현실은 외국 유통업체의 시장 점유율이 5% 정도에 이른 것으로 추정되고 있다.

4. 화훼상품의 수출입 실태

화훼류 수출은 과거 10년동안 13배가 증가하면서 농산물의 7.8배보다 높은 증가율을 보여 향후 유망한 수출품목으로 등장하고 있다. 이는 정부가 '93년도부터 추진하고 있는 농업구조개선사업 실시이후 화훼부문을 전락품목으로 설정하고 수출을 적극 권장함으로써 수출증가가 빠르게 신장되었다. 이는 농산물 전체 수출에서 화훼부문이 차지하는 비중이 1990년도 0.43%에서 1995년도에는 0.71%로 높아진 사실에서도 잘 나타나 있다.

1995년도 화훼수출을 유별로 살펴보면 묘목류가 가장 많은 3백83만달러이며 절화류는 2백68만달러, 절지절엽류 55만달러 등이다. 품목별로는 선인장이 3백31만2천달러로 묘목류 가운데서 86%를 차지하고 있는데 대부분 네덜란드, 캐나다, 미국

및 독일로 수출되고 선인장은 국제유통량의 65% 이상을 점유하고 있다.

절화류 수출은 백합 한 품목에서만 2백31만7천달러로 수출되는 절화류의 대부분을 차지하고 있다. 수출대상국은 일본으로, 전체 수출의 99%를 점유하고 있다. 최근에 와서 화훼 전반적인 수출 신장세가 두드러졌으나 반면에 구근 수입도 크게 증가하여 화훼류 수입증가를 주도하고 있다. 이로 인해 실제 외화 가득률은 그렇게 높지 않다. 절지 절엽수출에서는 알로에가 63.4%(34만6천달러)를 차지하고 있고 수출시장은 일본이다.

한편 화훼류 수입액은 1990년 이후 점차 높아져서 1990년 1천30만달러에서 1995년도에는 3천4백70만달러로 5년동안에 무려 3배이상이 증가하여 수입이 수출 신장률을 능가하고 있다. 또한 농산물 수입에서 화훼가 차지하는 비중도 1990년 0.31%에서 1995년도에는 0.61%로 높아졌다.

화훼수입을 유별로 보면 묘목류가 가장 큰 비중

〈표 3〉 연도별 농산물과 화훼의 수출 추이

(단위 : 백만달러)

구 분	1995년(C)	1990년	1992년	1993년	1994년	1995년(D)	D/C
국가 전체	30,283	65,016	76,632	82,236	96,013	125,058	4.1
농림수산물	1,398	2,920	2,888	2,759	3,049	3,469	2.5
농산물(A)	139	727	716	695	836	1,087	7.8
- 채 소 류	13	10	15	74	79	111	8.6
- 화 훼 (B)	0.6	2.5	3.5	5.4	6.8	7.8	13.0
B / A (%)	0.43	0.34	0.49	0.59	0.66	0.71	

주 : 농산물에는 축산물 제외.

자료 : 농림부, 「농림수산 주요통계」, 각연도.

〈표 4〉 연도별 농산물과 화훼의 수입 추이

(단위 : 백만달러)

구 분	1985년	1990년	1992년	1993년	1994년	1995년
국가 전 체	31,136	69,844	76,632	83,800	102,348	135,119
농림수산물	2,511	5,789	7,147	7,812	8,716	10,520
농 산 물	1,727	3,311	4,068	3,870	4,496	5,675
- 채소류	9	24	25	67	152	140
- 화훼(B)	3.7	10.3	15.6	18.7	25.5	34.7
B/A (%)	0.21	0.31	0.38	0.48	0.56	0.61

주 : 농산물에는 축산물 제외.

자료 : 농림부, 「농림수산물 주요통계」, 각연도.

을 차지하여 1995년도에는 전체 화훼수입의 62%를 차지하였으며 주 품목은 난으로 대만에서 70% 이상을 수입하고 있다. 그 다음에는 구근류로서 백합의 구근수입이 4백6만달러에 달하여 구근 수입액중 48%를 점유하고 있다. 그럼에도 불구하고 화훼류 수출을 지속적으로 추진하기에는 많은 문제점이 있음을 간과할 수 없다.

첫째 그동안 재배면적이 급속하게 증가하는 과정에서 화훼류의 가격의 급락이 우려되고 있었으나 장미의 경우처럼 국내 절화가격이 오히려 수출가격을 능가하여 수출이 기피되고 수출해야 할 물

량이 급감하는 현상이 일어나고 있다.²⁾ 이처럼 국내가격이 수출가격을 능가하는대는 나름대로 원인이 없을 수는 없겠으나, 일단 높은 생산비가 가격상승을 부채질하고 있고 또 이 가격으로는 도저히 수출이 불가능하다는 데 있다.

우리나라 화훼생산농가는 시설면에서 기계화, 자동화율이 낮아 인건비 지출부담이 크고, 또 생산자재와 종묘가 대대적으로 많이 개발되지 않아 거의 전부를 수입으로 충당하다싶이 하고 있기 때문에 비용지출이 높을 수밖에 없다.

네덜란드 알스미어 화훼도매시장³⁾에서 근무하

2) 사례조사에 의하면 1995년도 3월 12일부터 4월 12일까지 2,000단의 장미를 수출한 바 있는데 이때 농수산물유통공사에서는 송이당 90~130엔을 받고 일본으로 수출하였다. 그러나 선별에 노력이 많이 들고 수출물량도 적은데다가 물류비용만 오히려 추가로 부담되었다. 이 비용이 전체 수출가격의 45~50% 수준으로 오히려 국내시장에 출하한 것보다 손해를 보게 되었다. 이후 본격적인 수출이 중단되었다. 또한 (주)우인실크를 통해 동경의 오타시장에 3차에 걸쳐 340단의 장미를 시험수출하였는데 꽃의 품질은 양호하면서도 시세는 송이당 겨우 79~80엔에서 거래가 이루어져 당시 오타도매시장의 최저시세(100엔)에도 미치지 못했다. 이는 물론 수출장미의 품질에도 문제가 있었겠지만 무엇보다도 판매경험 부족과 판매기반이 튼튼하지 못한데서 기인한 것으로 전문가들은 보고 있다.

고 있는 이병국 사장에 의하면 우리나라가 자동화 시설로 생산비를 절감하여 생산단가를 낮추고 고품질의 절화만 생산한다면, 거의 전량 네덜란드 절화로 충당하고 있는 홍콩, 대만, 싱가포르 등 동남아 시장진출에 있어 네덜란드보다 우위에 설 수 있음을 강조하고 있다. 동일한 품질에서 경쟁이 되는 것은 결국 수송비에서 결정이 나기 때문이다.

둘째, 수출경험이 풍부한 업체나 고도의 기술을 보유하고 있는 화훼생산자가 많지 않다. 수출가능한 품종을 제대로 파악하고 있지 못하며 시장에 대한 정보, 가격정보, 소비자 기호도, 운송, 검역, 시장운영형태 및 내부사정 등 경험에서 얻을 수 있는 정보축적이 없으므로 선진국보다 불리한 상태에서 경쟁을 하고 있다.

특히 화훼수출은 운송, 포장에 따른 기본비용이 많이 소요되므로 균등한 고품질의 꽃이 요구되고 있다. 선진국에서는 간은 종류의 꽃이라도 품질간에 가격차가 심하고 소비자들 또한 품질에 대한 선별능력이 대단히 높기 때문에 품질이 우수하지 않고서는 경쟁에서 건디어 내기 힘들다.

그러나 우리의 실정은 고품질 꽃에 대한 개념조차 정립되어 있지 않고 이 때문에 고품질 생산을 위한 시설이나 기술도 부족하다. 또한 우리나라 생산자는 아직도 품질위주에서 물량위주의 경영을

주도하고 있어서 고품질 화훼생산에 제약을 받을 수 밖에 없다.

셋째, 상품을 지속적으로 대량공급이 잘 이루어지지 않고 있다. 우선 수출만을 목적으로 하는 생산자가 거의 없기 때문에 적기에 수출물량을 확보하는 일이 그리 쉽지가 않다. 또한 물량은 많이 확보할 수 있다고 하더라도 일반적으로 생산되는 화훼는 규격통제가 제대로 이루어지지 않아 수출하기에는 부적절한 경우가 많다. 더욱이 국내의 성수기인 졸업시즌이나 가정의 달만 되면 수요가 폭증하면서 수출규격품이라도 시세가 좋은 국내시장으로 빼돌리기 때문에 수출하는데도 지장을 받을 수 밖에 없다. 수출계약을 맺었다 하더라도 이처럼 국내가격이 높으면 생산자들은 수출을 외면함과 동시에 계약을 파기하는 일을 아주 태연스럽게 자행한다. 대외 신용도가 날개없는 새처럼 추락해서 우리나라 화훼의 미래에 희망이 있을 리 없건만 생산자들에게 이러한 가상적 자각은 철저하게 외면되고 있다.

Ⅲ. 세계 주요 국가의 화훼생산 및 수출입

화훼소비량이 많은 나라가 대체로 경제적으로도 부유한 국가들이다. 여유가 있기 때문이기도 하겠지만 꽃을 가까이 하지 않으면 안된다는 그들

3) 공식명칭은 협동조합 알스미어 생화중앙시장(VBA)이다. 알스미어시는 네덜란드 암스텔담의 남서쪽 20km지점에 위치해 있는 화훼도매 중심도시이며 이곳에 위치한 생화중앙시장은 1972년에 두 개나 되던 시장을 하나로 병합한 대조직으로 변신하였다. 부지 42ha의 세계 최대 규모의 화훼전용시장으로 그 중 24ha를 경매장으로 사용하고 있다. 화훼재배농가의 협동조합으로 현재 4천7백 호 이상의 농가가 회원으로 가입되어 있다. 본 시장에서 취급하는 절화와 분물은 80%이상이 수출되고 있다.

의 생활자세가 오늘날과 같은 꽃산업을 부흥시킨 원동력이라고 보아 옳을 것이다.

세계적으로 화훼산업의 대상작목으로 부상되어 것은 장미, 국화, 카네이션, 백합 등의 절화와 피커스, 드라세나 등의 분물, 칼란코에, 베고니아 등의 분화이다. 분화의 소비는 절화의 소비비율보다 대단히 빠른 속도로 신장하고 있다. 분물과 절화만으로도 장식용 식물의 세계무역량중 80%이상을 차지하고 있다는 데서도 잘 알 수 있다.

화훼부문에 있어서도 최근 국제적인 경쟁판도에 큰 변화가 일어나고 있다. EC통합, 동구의 민주화, GATT에서의 무역자유화 교섭이 화훼의 국제무역에도 영향을 미치고 있기 때문이다. 화훼시장은 이미 포화의 조짐을 나타내고 있다. 그러나 이것은 화훼산업의 수익과 생산부문간에서의 시장적 정서와 여기에 국제간에 얽힌 무역수지와 역학관계와 무관할 수 없다. 전통적으로 화훼강국인 네덜란드는 새로운 국제질서와 환경입법이 제정됨에 따라 현재의 생산방법과 유통 및 체계적인 수출계획 수립에 벌써부터 발빠른 대응자세를 취하고 있다.

예기치 않은 여러가지 변화는 화훼산업의 장래에 대한 명확한 전망을 곤란하게 하지만 한편으로 이러한 사태에 대비한 정확한 정보와 적응력을 배양하는 것이 무엇보다 우선되어야 할 것이다. 세계의 동향을 알아야 하는 이유는 여러가지가 있겠지만 무엇보다도 우리 화훼산업의 방향을 올바르게 정립하는데 필요불가결한 정보가 된다는 데 있다. 일본을 위시한 세계 주요 화훼국가를 대상으로 간단하게 생산 및 소비동향을 살펴보고자 한다.

1. 네덜란드

세계최대의 화훼생산국 네덜란드에서는 화훼산업이야말로 황금알을 낳는 거위로 생각하고 있는 사람들이 많다. 환경문제의 변화에 대응하는 육종, 훌륭한 상품을 생산하는 생산자들, 서두르지 않고 각가지 노하우를 축적해 나가는 전 국민적 노력이 오늘날 네덜란드를 꽃의 나라로 만들 수 있었다.

화훼 중 튜울립과 백합을 주력으로 한 구근은 1995년 생산면적이 1만8천ha나 되며 25년전에 비해 50%나 신장되었다. 구근의 총 생산수량만 해도 90억구에 이르고 있고, 이 중 76%가 수출되고 있다. 10월부터 이듬해 1월까지 백합구근의 굴취가 이루어진다. 1구획이 10-15ha정도로 넓은 농지에서 대형 트랙터에 연결된 굴취기로 구근이 수확된다.

절화생산은 장미를 중심으로 국화 튜울립, 카네이션, 백합이 주품목이다. 온실에서 5천5백ha, 논지에서 2천4백ha 정도 재배되고 있다. 따라서 절화는 대체로 유리온실에서 총면적의 70%를 재배하고 있기 때문에 화색이나 품질이 지극히 우수할 수 밖에 없다.

화훼업에 종사하고 있는 재배농민의 수는 2만5천명 정도이며, 관련된 기업수만도 약 1만1천개가 넘고 있는데 이중 15%는 분물생산에, 85%는 절화생산에 관여하고 있다.

네덜란드에서의 화훼산업 특색은 생산액 신장이 재배면적을 능가하고 있다는 사실이다. 이러한 현상은 주로 1980년대 중반서부터 나타난 것으로 제한된 국토를 계속 재배지로 활용하는 것보다는 단위면적에서 생산액을 증진하는 방향으로 정책을

전환하고서부터 나타난 현상이다.

물론 단위면적에서 생산성이 높아진 것은 재배 방법의 끊임없는 개량, 온실구조의 개선, 재배기술의 놀라운 발전덕을 톡톡히 보고 있다. 신품종의 개발이나 인공토양에 의한 재배, 조명의 균질화와 자동화 등 기술과 시설의 현대화를 촉진시킨 덕택이기도 하다. 인공토양에 의한 재배가 증가일로에 있기 때문에 생산성은 앞으로도 더욱 향상될 것으로 기대하고 있다.

1980년도 이래 장미와 국화를 합치면 경매로 거래되는 금액이 35%에서 40%를 차지하고 있다. 그 뒤의 거래금액은 튜울립, 카네이션, 백합, 프리지어, 거베라, 안개순이지만 거래액은 장미와 국화보다 훨씬 적다.

분물부문에서 경매로 거래되는 양은 해마다 다르지만 금액으로 5억8천만달러에 이르고 있는데 화훼왕국이라는 이름에 걸맞는 큰 규모는 아니다. 그러나 이 금액은 해마다 큰 폭으로 증가하고 있다. 분물의 경우 특히 두드러지게 매상이 큰 식물은 존재하지 않는다. 그러나 관엽식물의 경매거래액은 급속히 증가하고 있다.

이미 1980년대 초반부터 관엽식물은 거래 절대액수에서 분화를 능가하고 있었다. 이처럼 관엽식물이 인기가 있는 것은 품종개발에 역점을 두고 추진해 왔기 때문이다. 피커스, 드라세나는 경매시장에서도 대단히 인기가 있는 작물이 되었다.

분화의 경우에는 상당수의 품종이 대량생산되고 있고, 적기는 제한되어 있지만 다양한 품종 때문에 인기는 여전히 높은 편이다. 대표적인 분화

로서는 칼란코예와 아잘레아와 베고니아가 있다. 이 중 칼란코예가 가장 잘 팔리는 분화이고 그 뒤를 아잘레아와 베고니아가 이어주고 있다.

절화와 분물 생산량의 70%는 경매로 거래된다. 경매를 통해서 거래되는 상품의 70% 이상은 수출로 전환된다. 네덜란드 국내에서는 그 해의 경매가를 보고 다음 해에 절화와 분물을 얼마나 공급을 할 것인가 결정하는 자료로 활용하기도 한다.

네덜란드는 절화와 분물의 세계 최대 수출국이다. 절화로는 세계수출의 59%를, 분물은 48%를 차지하고 있어 네덜란드는 화훼제품에 있어서 국제무역의 중심이다. 국제적인 수요와 공급이 네덜란드에 의해 주도되고 있다고 해도 과언이 아니다. 그러므로 네덜란드 시장에서 결정되는 경매값은 화훼제품의 국제거래 정세를 나타내는 지표가 된다. 네덜란드의 절화와 구근 분물을 합쳐 국내 생산의 약 70%가 수출된다. 이 중 절화는 총생산의 41%가 수출용이며 주로 콜롬비아, 이탈리아, 이스라엘등이 주요 수출대상국이다.

네덜란드라고 꽃을 수출만 하는 것은 아니다. 수입도 한다. 그런데 수입되는 절화의 약70%와 분물의 약 40%는 다시 해외로 역수출된다. 1995년도에 해외로 수출된 절화와 분물은 32억5천만달러이고 2000년대까지는 40억달러를 예상하고 있다. 생산되는 화훼는 주로 미국, 독일, 이탈리아 및 일본으로 실려나가고 있다.

네덜란드 화훼가 프랑스나 영국, 이탈리아와 같은 EU국가에서 맹위를 떨치고 있지만 이 지역을 제외한 국가를 대상으로 한 수출물량은 기대한 만

큼 현저하게 늘어나지 않고 있다. 특히 미국과 일본으로 수출물량이 크게 둔화되고 있다. 더욱이 저렴한 노동력을 앞세워 파격적으로 낮춘 원가에도, 최적의 재배 기후조건을 갖춘 아프리카 및 중남미의 저개발국으로부터의 끊임없는 도전은 네덜란드 화훼산업에 위협적으로 압박해 오고 있다. 특히 아프리카에서 들어오는 각종 절화 및 분화는 이미 홈센터, 슈퍼마켓에서 맹위를 떨치고 있고 오히려 자국산 절화판매점이 길거리로 밀려나는 판국이 되었다. 이처럼 급변하고 있는 시장판도에 어떻게 대응해야 할지는 앞으로 네덜란드정부와 재배농민들이 풀어야할 숙제로 남게 된다.

꽃의 나라 네덜란드에서는 절화 소비도 많고 국민들도 꽃을 좋아한다. 꽃가게 외에도 거리모퉁이에 텐트를 쳐서 만든 판매점 뿐만 아니라 주유소에도 판매코너가 설치되어 있는 등 누구든 어디서나 손쉽게 구입할 수 있는 편리한 시스템을 갖추고 있다.

절화의 소매가격은 백합, 장미, 튜립이 1단(10본)에 약 5~8길더(한화로 3천원~4천원)이다. 대부분 캐주얼 꽃이기 때문에 저렴하게 구입할 수 있어 이것이 꾸준한 소비증가와 연결되고 있는 것으로 보인다.

2. 일본

일본은 세계 최대의 절화 소비국의 하나다. 꽃의 총 소비액만 해도 일본은 1조엔을 넘고 있으며 연간 한사람이 평균 40본 이상을 소비하고 있다. 때문에 일본은 이 수요를 충족시키기 위해 해마다

4백40억엔(1995년도 기준)대의 꽃을 외국에서 수입한다. 이 많은 꽃을 가정에서만 감상하기 위해 사간다고는 할 수 없고 선물이나 기타 업무용으로 소비하는 양이 대부분을 점하고 있다. 따라서 1년에 한사람이 소비하는 꽃값만 해도 8천5백엔에 이르고 있는데, 수요면에서는 독일에 뒤이어 세계 7위로 부상하고 있다.

우리가 일본에 주목하고 있는 점도 바로 이 점을 간과할 수 없다. 지리적으로 매우 가까이에, 그것도 화훼 대소비국인 일본을 이웃하고 있다는 것은 화훼산업의 입장에서는 크나큰 다행이 아닐 수 없다. 다만 이러한 지리적 경제적 잇점을 어떻게 우리의 화훼산업 발전과 연계시킬 것이냐하는 것은 바로 우리가 해결해야 할 몫으로 남게 된다.

최근에 무역흑자와 더불어 소비수준이 높아진 일본은 꽃을 이용한 각종 이벤트가 점차 늘어나고 있다. 서구생활을 동경하고 생활스타일도 서구화되어가고 있는 시기와 더불어 꽃소비 패턴도 분명 변화의 조짐이 뚜렷하다. 일본에서 꽃의 소비축진이 그렇게 요원한 일이 아니라는 것을 자신있게 주장할 수 있는 것도 이러한 경향과 결코 무관하지 않다. 현재의 사정은 꽃의 가격이 비교적 비싸다는 점과 그것마저도 마음대로 구입할 수 있는 장소가 흔하지 않다는 데서 소비신장이 두드러지지 않는다.

일본 소비자들의 품질에 대한 요구는 지극히 까다롭다. 그만큼 고품질 꽃을 인정할 줄 알며 우수한 꽃의 가격에 대해서는 거의 불문에 붙이는 것이 통상적인 예다. 새로운 꽃과 진귀한 꽃에 대한

구매욕구는 일본인에게서 특히 강하게 나타나고 있다.

현재 일본의 화훼재배 면적은 1만7천4백69ha로서 이 중 시설재배 면적은 7천7백23ha, 노지가 9천7백46ha로 노지재배가 전체 재배면적의 56%를 차지하고 있다. 여기서 생산되고 있는 화훼수량은 1995년도에 금액으로 6천1백42억엔이었다. 이 중 절화가 2천8백60억엔으로 전체의 47%를 차지하고 있다. 주요절화는 국화(국내생산의 40%), 카네이션, 장미(국내생산의 10.7%)를 인데 이 세가지 꽃의 재배는 현재도 증가일로에 있지만 최근에는 스프레이 카네이션, 스타티스, 튜울립, 글라이올러스, 백합의 비중도 상승하고 있다.

일본에서는 절화의 1/3이 유리온실 혹은 비닐온실에서 재배되고 있으며 시설재배의 중요성이 커짐에 따라 노지재배에서 시설주년재배로 전환되어가고 있다. 결과적으로 노동생산성이 높아져서 판매 기회도 많아졌다. 생산자 한사람이 출하하는 물량은 증가하고 있으나 생산액 그 자체는 아직 네덜란드 수준에 미치지 못하고 있다.

분물의 생산은 난과 관엽식물이 주작목이다. 이 두가지가 총생산량의 1/4을 차지한다. 분물의 소비는 주로 선물용으로 판매되는 고가인 대형관엽식물과 소비자가 자신을 위해서 구입하는 두가지 형태로 구분해서 판매하는 것이 특징이다. 일본에서는 계절을 나타내는 꽃이 인기를 끈다. 꽃의 용도가 증가함에 따라 수요도 증가할 것으로 기대되고 있다.

시장경매는 사실 생산자들에게는 비정하기 짝

이 없는 곳이다. 일본 최고의 취급량을 과시하는 동경 오타시장, 7월상순이면 신흥산지의 장미가 경매에 들어가지만 한상자에 10엔이 넘는 경우가 흔하지 않다. 이 때문에 산지측에서는 시장유통과는 별도로 새로운 판매대응으로 가격안정을 도모하고자 하는 몸부림이 한창이다.

JA경제연에서 1993년도에 창설한 화훼센터는 일본의 관동지방 각지에서 진행되는 유통변화의 하나인데 바로 생산자 스스로 가격안정을 도모하고 화훼생산을 정상적인 궤도에 올려놓겠다는 의지의 표현이라고 할 수 있다. 때문에 시장관계자는 물론이고 다른 지방에서까지 이 단체의 움직임에 대해 비상한 관심을 집중하고 있다.

화훼센터에서 주로 취급하는 것중의 하나는 '꽃다발 만들기'인데 연간 60만속을 생산하여 판매소득 1억7천만엔을 올리고 있다. 지역의 슈퍼마켓, 홈센터 등의 주문에 따라 거의 매일 가공생산하고 있다. 이러한 꽃다발 가공은 10년전만 하더라도 소매점의 일이었다. 그러나 양판점, 홈센터 등의 참여에 의해서 꽃다발 판매의 수요도 점차 증가하자 대규모 도매업자들이 가만히 보고만 앉아 있지 않았다. 화훼소비면에서 세계 선두를 달리는 일본을 옆에 두고 있는 우리로서는 보다 깊이있게 일본의 유통시장을 연구하지 않으면 안될 것이다.

3. 미국

미국의 화훼는 국내수요의 71%를 외국으로부터 공급받고 있다. 따라서 고품질 품종의 취급 확대, 수입에 대한 식물검역체제가 일찍부터 자리잡

고 있어 엄격하기로 정평이 나있다. 이러한 조치는 미국의 화훼생산자에게는 경쟁상 유리하게 작용하기도 한다.

미국으로 수출하는데 있어 가장 큰 문제점으로 대두되고 있는 것은 특정 시기에 수요가 집중되는 일이다. 콜롬비아로부터 수입되는 카네이션, 장미, 국화와 같은 화훼류는 가격과 품질면에서 경쟁력을 가지고 있기 때문에 세가지 품종에 대한 미국 내 재배면적이 감소하는 결과를 초래하였고 대신 국내 생산자에게 있어서는 대륜의 장미 등이 중요한 품목으로 등장하고 있다.

급속히 성장하는 수요에 맞춰 분화의 공급량도 빠른 속도로 증가하고 있다 아잘레아, 백합, 포인세티아의 생산량이 현저히 증가하고 있고 그외의 품목도 생산량이 늘어나고 있으며 재배품종도 확대되고 있다. 관엽식물 생산은 장기간 정체상태를 면치 못하고 있으나 현재는 수요가 회복되어 있다 수량은 포토스, 헤데라 아이비, 디펜바키아가 각각 7%의 점유율을 차지하고 있다.

미국은 세계 화훼품종의 전시장이라고 부를 수 있을 만큼 각국에서 앞다투어 미국시장으로 꽃을 실어내고 있다. 절화는 56개 국가가 수출하고 있는데 그 중에서도 중남미의 콜롬비아, 멕시코, 에콰도르, 코스타리카로부터 들어온 물량이 전체의 68.6%를 차지하고 있으며 여기에 네덜란드의 수입물량을 더하면 91.3%를 나타내고 있다. 더구나 카네이션, 국화, 장미의 3대 절화는 해마다 수입량이 증가하고 있다.

미국의 절화 재배역사는 20세기 전반으로 거슬

러 올라갈 수 있는데 한 일본인이 미국으로 이주하면서 시작되었다고 한다. 2차대전후 동해안에서 서해안으로 재배 중심지가 옮겨지면서 한때 캘리포니아가 전미주 절화 생산량의 79%를 차지한 적도 있었으나 1970년경부터 남미지역으로 자리를 내주면서 절화생산이 쇠퇴일로로 걷고 있다.

절화 재배가 중단되자 화목생산자가 화단묘산업으로 전향하여 한참 재미를 보고 있다. 슈퍼마켓이나 홈센터에서 흔히 볼 수 있는 화초와 관엽식물들은 바로 이들이 개발해 놓은 작품들이다. 최근에는 대량생산기술까지 개발되어 생산량이 급격하게 증가하고 있다. 많은 화초가운데서도 아프리카봉선화의 수요가 증대하고 있으며 또 임파센스, 팬지, 베고니아와 같은 품목들은 프러그묘로 생산되어 국내에 판매되고 있다.

전에는 초장이 긴 것이 인기가 있어 판매가 양호했으나 최근에는 도장문제로 인해 오히려 길이가 짧은 화초를 더 선호하고 있다. 즉 초장이 짧은 초화를 4인치화분에 심겨져 있는 것이 잘 팔리고 있는데 소비자들은 이들을 분물로 감상하고 후에는 뒷뜰에 심어 장기간 꽃을 즐기는 경향이 일반화 되어가고 있다.

현재 미국의 화훼생산면적은 2만1백81ha에 이르고 있고 이 중 노지가 1만2천5백ha를 차지하고 있어 전체의 61%를 점유하고 있다. 총수요는 일본과 비슷한 수준으로 108억3천만달러 수준까지 육박하고 있지만 국내생산은 31억2천만달러에 그치고 있어 29%정도를 국내에서 공급하고 있다. 국민 1인당 소비액은 국가별로는 12위를 기록하고

있는 45달러 수준에 불과하여 겨우 일본의 33%수준에 만족하고 있는 실정이다.

4. 대만

절화 수출은 수년전부터 대만의 농정기관이 적극적으로 추진하고 있는 수출사업의 하나가 되고 있다. 대만의 절화수출시장은 역사적으로 일본이 가장 중요한 시장이다. 대만은 지리적으로 아열대에 속해 있기 때문에 우량, 일조, 온도 등 자연환경 면에서 다양한 화훼재배에 적합하다.

겨울에도 각종 화훼는 노지에서 재배되기 때문에 생산원가면에서 대단히 유리한 입장이다. 일본이 추운 겨울에 가온처리시설을 이용하여 재배하는 것과 비교하면 대만산과 경쟁이 되기 어렵게 되어 있다. 거기에도 대만, 일본 두나라의 거리가 서로 가까워 운송면에서도 아무런 불편이 없다. 따라서 매년 11월에서 다음해 3월사이에 대만산 절화는 일본시장을 무참하게 강타한다. 대만이야말로 국가가 가지고 있는 유리한 자연조건을 최대한 활용하고 있는 것이다.

대만이 절화용으로 자랑하고 있는 화초는 국화와 글라디올러스를 들 수 있다. 국화는 매년 일본 시장에 5천만본 이상을 수출하고 있어 수출 주 품목으로 이미 자리매김을 완료하였다. 그 뒤를 이어 물량면에서 국화보다는 떨어지지만 글라디올러스를 전략 수출품목으로 지정해 놓고 있다. 글라디올러스는 대만 자체가 재배에 적합한 아열대기후를 가지고 있기 때문에 일본시장에서 충분히 경쟁력을 확보있다고 자신하고 있는 작물이기도 하

다. 대만이 일본에 수출하고 있는 글라디올러스는 연간 1천만본 이상이다.

대일본 글라디올러스 수출은 1980년부터 본격적으로 시작되었다. 당시에는 200만본 수준이어서 국화보다 오히려 더욱 각광받는 화초로 인식되기도 하였으나 품종의 노화로 한때는 겨우 8천본으로 급락하는 경우도 있었다. 근래에 들어와서는 신품종의 육성, 품질개선, 선도유지를 위한 과감한 시설투자, 운송방법 개선, 포장개선 등의 첨단 기술제고로 수출량이 다시 급속도로 증가하여 1991년에는 9백47만본까지 수출물량이 증가하였다.

현재 대만의 글라디올러스 재배면적은 약 5백82ha인데 이 중 대중현(臺中縣)에서만 4백68ha가 집중하고 있어 전체 식부면적의 80%를 차지하고 있다. 그다음은 창화현(彰化縣)이 76ha로 전체 시재면적의 13%를 차지하고 있다. 때문에 대중현지방은 글라디올러스 수출에 편리한 행정서비스와 시설이 대단히 잘 갖추어져 있다.

그러나 이 지역은 한류관계로 1~2월 사이에 기온이 저하되어 생육이 완만하고 생산시기를 통제하기 어려운 단점이 노출되고 있다. 또 봄에는 강우량이 많은데다 설상가상으로 짙은 안개까지 빈번해 병충해 피해가 대단히 높아 수출화훼의 품질에 좋지못한 영향을 끼치고 있다. 이 때문에 1~3월사이의 수출용 절화 생산지는 남쪽으로 이동, 대남(臺南) 및 고웅(高雄)지방이 절화의 주 생산지로 자리해 가고 있다.

생산지가 이동됨에 따라 재배기술상의 문제가 대두되긴 했지만 2~3년간의 기술훈련과 재배경

힘, 정부의 적극적인 기술지도로 이 지역은 이미 수출용 절화 전문생산단지로 모양을 달리하고 있고 농업위원회(한국의 농협과 같은 기구)의 생산 확대 정책과 수출용포장센터를 여러 곳에 설치하는 등 공격적 추진에 힘입어 1991년부터 본격적으로 일본을 향해 진출이 가능할 수가 있었다.

현재 대만의 절화 생산자들은 생산기술면에서는 상당한 기초를 보유하고 있으나 절화를 수확한 후의 선도처리, 등급구분, 포장, 집하, 운송과정과 방법에 대해서는 일반적으로 등한시하고 있는 것이 문제로 대두되고 있다. 사실은 수확후의 각종 작업이 가장 중요할 뿐만 아니라 번거롭고 복잡하기 때문에 이는 꽃농장과 수출상사가 책임을 지고 해야할 일들이다.

지금 생산자들은 수확후처리에 대한 전문적인 지식이 풍부하지 못하고 생산현장에서는 현대적인 시설이 부족한 실정이고 포장하는 일도 제대로 가동되지 않아 큰 문제점으로 지적되고 있다. 더욱이 생산자 스스로가 덩핑수출을 하는데까지 가담하고 있다보니 대만 절화의 품질과 명예는 엄청난 타격을 받고 있다.

5. 이탈리아

이탈리아는 세계에서 세번째로 절화를 많이 생산하는 나라다. 그런데 대부분의 꽃은 내수용으로 소비되고 있어 수출비중은 겨우 7%에 불과하다. 절화 재배면적은 7천7백ha로 생산액도 연간 19억 달러를 상회하고 있다.

이탈리아 국민들은 대체로 품질을 가장 중요시

하고 있는데 판매되는 형식을 보면 지역적으로 큰 차이를 보이고 있다. 즉 비교적 윤택한 지역으로 손꼽고 있는 북부지방과 대도시 근처가 절화판매의 중요한 장소가 되고 있다. 북부 이탈리아는 전통적으로 꽃을 사치품으로 보고 있어 사람들은 절화를 주로 특별한 경우에만 구입하고 있는데 생일 파티나 친지방문시 선물용으로 48%를 소비하고 있고 성묘용으로 15%를 소비하고 있다. 자기자신이 즐기기 위해 꽃을 구입하는 경우는 그다지 많지 않다.

점차 시설재배로 형식을 바뀌어나가고 있으며 유리온실이 총 면적의 54%를 차지하고 있다. 그러나 일반적으로 주년재배는 이루어지지 않고 있으며, 재배되고 있는 품목도 몇 가지에 치우쳐 있다.

카네이션 재배는 감소했다고 하더라도 절화용으로 인기를 누리고 있는 점에서는 변함이 없다. 카네이션 이외에 글라디올러스, 국화 및 장미가 절화로 인기가 있는데 현재는 이러한 전통적인 화훼에서 점차 새로운 것으로 전환하려는 움직임이 엿보이고 있어 주목되고 있다.

이탈리아의 절화 주요 생산지는 리그리아, 카스카니, 칸파니아, 라즈리오 등이다. 생산지역이 남부에 주로 분포되어 있으며 영세한 농원이 많기 때문에 어느 특정 지역에 의해 공급이 집중되는 현상은 나타나지 않는다. 또한 대부분의 생산자는 자기가 생산한 것은 자신의 책임하에 유통시켜야 한다는 점이 커다란 불편사항 중의 하나다. 판매업자 입장에서든 분산된 생산지역에서 일일이 수집해야 하기 때문에 번거로움도 있거니와 우선 유

통비용이 과다하게 소요되고 있다는 점 때문에 부득이 판매단가를 인상하고 있다.

생산한 꽃을 유통시키기 위해 생산자는 집하도매업자나 도매시장을 통해서 판매하고 있지만 소매업자에게 직접 판매하는 경우도 적지 않다. 더욱이 생산자가 스스로 수출전선에 뛰어들어 해외로 직접 상품을 가지고 나가는 경우도 흔히 볼 수 있는 광경이다. 적어도 꽃을 어떤 형식으로 파느냐 하는 문제는 일단 생산자 자신의 책임하에 있기 때문에 방법은 각양각색으로 나타나고 있다.

대부분의 절화가 국내에서 소비된다 하더라도 이탈리아는 여전히 세계절화수출 3위를 달리는 절화왕국이다. 세계 절화수출액의 6%를 점유하고 있다는 사실에서 잘 입증되고 있다. 총 수출의 59%는 독일이 차지하고 있고 그외 스위스에서 19%를 차지하고 있어 독일과 스위스가 이탈리아 절화의 주요한 고객으로 되어있다. 반면 이탈리아의 절화 수입은 국내생산보다도 신장률이 빠르게 진행되고 있다. 그 이유는 국내에서의 절화 공급이 체계화되고 있지 못하고 있기 때문이다.

이탈리아에서도 생산농민이 고령화가 되어 근심이 대단하다. 특히 주생산지역의 하나인 리그리아지역에서는 화훼농원 소유자 절반 이상이 50세를 넘고 있으며 그것도 후계자가 전혀 없어, 그들이 죽고난 뒤 리그리아의 절화 명성은 아마도 크게 떨어지거나 없을까 벌써부터 우려의 목소리가 높다.

IV. 충남의 화훼생산 실태와 과제

1. 화훼생산 동향과 특징

충남도는 한반도의 중서부에 위치하고 있으며 수도권을 인접하고 있어 화훼류 생산 및 판매에 불리한 위치에 있는 것은 아니다. 지형에 있어서는 중부와 동남부의 준산간지대와 북부 및 남부지방의 평야지대, 서해안의 구릉지대가 골고루 분포되어 있어 화훼류와 같은 다양한 작물을 재배하기에는 유리한 입지조건을 갖추고 있다. 특히 서해안 일대는 내륙지방과는 달리 기온의 편차가 그렇게 심하지 않고 토질이 화훼에 적합한 지대가 많아 작물선택에 따라서는 우수한 꽃을 생산할 수 있는 잠재력도 있다.

따라서 이러한 잠재력을 최대한 활용하여 화훼생산에 기술과 재정지원을 아끼지 않는다면 화훼특성화 지역으로의 비약적인 발전도 불가능한 일은 아니라고 생각된다. 다만 지역적 혜택을 생산으로 연결시키기 위해서는 해결해야 할 많은 과제가 있음을 부인할 수 없다.

현재 충남지역의 화훼생산단지인 서산, 부여, 아산, 천안, 태안지역에 분포되어 있고 특히 태안지역과 예산지역은 전문 시험장과 연계한 작목을 중심으로 발전할 수 있는 여지가 많다. 지역 전반적으로 대기 오염권에서 벗어나 있는 관계로 수도권 지역에 비해볼때 재배가 확산되면 충남의 화훼산업의 미래는 기대할 만하다.

충남지역의 화훼재배 현황을 보면, 1995년도 현재 699농가가 405ha에서 화훼를 재배하고 있다. 이러한 규모의 재배농가에서 생산된 화훼는 금액

으로 3백17억4천7백만원에 이르고 있다. 그러나 어서는 겨우 5.6%에 불과 하고 면적에 있어서는 전국적인 규모로 볼 때 충남은 재배농가 수에 있 7.4% 정도에 그치고 있어 화훼 주생산지역으로

〈표 5〉 주요 지역의 화훼재배 농가 및 생산현황(1995년도)

지 역	농 가 호 수		생 산 면 적		생 산 액	
	호 수	전국대비(%)	면 적(ha)	전국대비(%)	금액(백만원)	전국대비(%)
전 국	12,509		5,347		508,970	
충 남	699	5.6	397	7.4	3,747	6.2
경 기	4,140	33.1	1,436	26.9	165,358	32.5
경 남	1,851	14.8	849	15.9	80,444	15.8
전 북	778	6.2	617	11.5	43,493	8.5
전 남	777	6.2	405	7.6	26,113	5.1
세 주	724	5.8	347	6.5	38,833	7.6
충남순위	6		5		5	

자료 : 농림부, 「'95 농림수산 주요통계」, 1996.

〈표 6〉 주요 지역의 재배농가 형태(1995년도)

(단위 : 가구, %)

지 역	총 계				전 업			부 업		
	계	자 가	임 차	비 율	계	자 가	임 차	계	자 가	임 차
전 국	12,509	6,630	5,876	47.0	9,876	4,550	5,326	2,633	2,080	553
충 남	699	651	48	6.9	372	343	29	327	308	19
경 기	4,140	1,421	2,719	65.7	3,839	1,277	2,562	301	144	157
경 남	1,851	1,183	668	35.1	1,521	918	603	330	265	65
전 북	778	604	174	22.4	391	279	112	387	325	62
전 남	777	692	85	10.9	424	366	58	353	326	27
세 주	724	544	180	24.9	422	307	113	302	235	67
충남순위*	7	4	12	1	8	4	14	4	3	8
전국대비	5.6	9.8	0.8		3.8	7.5	0.5	0.5	14.8	3.4

자료 : 농림부, 「'95 화훼재배 현황」, 1996.

* 충남순위는 본 자료에 포함되지 않은 시도까지를 합하여 작성된 순위임.

도약하기에는 기반 자체가 상당히 미약한 실정임을 알 수 있다.

충남지역 전체 재배농가 699호중 6.9%인 48농가만이 임차농으로 전국평균 47%를 훨씬 밑도는 낮은 수치를 보이고 있다. 충남도는 각 시도별 순위별로 볼 때 임차농의 비율이 가장 낮고 자가농의 비율이 대단히 높다. 특히 화훼 전업농중 자가농의 비율이 92.2%에 이르고 있고 부업형태의 경우라 하더라도 94.2%가 일단 자기토지에서 자영하고 있어서 화훼산업을 특화하는데는 상당히 유리한 입장에 있음을 알 수 있다. 임차농의 경우 토지이용의 영속성이 없기 때문에 시설의 현대화와 자동화가 이루어지기 곤란하다. 따라서 화훼류 재배시 품질향상 및 노력절감이 그만큼 미흡할 수밖에 없기 때문에 생산성이 낮은 요인이 된다. 이러한 경향은 그만큼 충남의 화훼산업을 경영적으로 일단 안정된 조건에서 운영되고 있음을 반증하는 것이다.

충남도의 절화류, 분화류, 구근류 및 화목류 생산현황을 보면 총 면적 397ha에 절화류 225ha, 분화류 43ha, 구근류 8ha, 화목류 18ha이다. 그러나 이러한 규모는 전국적인 수치에 비하면 절화류는 9.7%에 불과하고 분화류는 3.8ha의 아주 저조한 상태에 놓여 있다. 생산액도 절화류에서는 162억1천3백만원, 분화류에서는 93억8천6백만원에 이르고 있지만 이것도 전국규모에 비하면 6.2%에 불과한 낮은 수치이다.

뿐만 아니라 구근생산에 있어서는 더욱 저조하여 8ha에 생산액은 9억8백만원에 머무르고 있는데 전국규모로 볼 때 겨우 8.8% 및 13.2%에 불과

한 수치다. 그리고 화목류에 있어서는 재배면적 18.2ha에 생산액 2억7천1백만원으로, 재배면적이나 생산액 어느 측면에서 보더라도 그리 높은 수치라고 보기는 어렵다. 특히 전국의 1.5%라는 면적의 점유율은 대단히 낮다.

그러나 순위별로 보면 절화류의 경우는 경기도와 경남에 이어 3위를 달리고 있으며 아주 비슷한 수치로 부산이 근접하게 따라오고 있는데 전체규모로 보아 10%에도 미치지 못하는 규모로 전국에서 3위를 달리고 있다는 것은 그만큼 각 도의 절화생산이 상당히 평준화되어가고 있음을 반영한다. 한편 화훼재배 역사가 비교적 짧은데도 불구하고 근소한 차이지만 절화 생산량이 전국 수위를 달리고 있고 해마다 증가추세를 나타내고 있어 충남도의 절화산업을 발전잠재력이 높은 분야가 될 것으로 전망된다.

절화용 화훼로 충남도에서 두번째로 가장 많이 재배되고 있는 것은 안개꽃인데 면적 36.9ha에서 연간 1천4백59만8천본을 생산하고 있다. 생산액도 12억2천4백만원에 이르고 있어 충남화훼의 효자노릇을 톡톡히 하고 있다. 안개는 전국적으로 경남과 전북에 이어 3위를 달리고 있으나 전남과 강원도 충남의 뒤를 바짝 쫓고 있다.

충남지역에서 가장 많이 재배되고 있는 꽃은 국화인데 재배면적을 보면은 57.9ha에 이르고 있고 전국 총면적의 8.8%를 점유하고 있다. 순위별로는 경남, 경기, 부산에 이어 4위를 기록하고 있으나 전국에서 가장 재배면적이 큰 경남의 1/3수준에도 미치지 못하는 57.9ha에 그치고 있다.

〈표 7〉 주요 지역 절화류·분화류·구근류·화목류 생산현황(1995년도) (단위 : ha, 백만원)

구 분			전 국	충 남	경 기	경 남	전 북	전 남	제 주
절화류	면 적	시 설	2,030	183	380	531	166	128	142
		노 지	294	42	71	101	11	16	2
		계	2,323	225(9.7)	452	632	177	144	144
	생산액	시 설	211,505	14,559	46,539	51,757	20,445	14,235	17,091
		노 지	14,142	1,654	3,883	4,285	467	833	113
		계	225,757	16,213(7.2)	50,422	56,042	20,912	15,068	17,204
분화류	면 적	시 설	1,054	42	593	29	19	20	40
		노 지	94	1	31	7	3	4	23
		계	1,148	43(3.8)	624	36	22	24	63
	생산액	시 설	181,644	9,197	91,722	8,629	2,452	3,963	13,737
		노 지	7,402	189	2,200	1,646	430	774	884
		계	189,046	9,386(5.0)	93,922	10,275	2,882	4,737	14,621
구근류	면 적	시 설	55	7	10	3	9	5	8
		노 지	36	1	3	8	8	3	10
		계	91	8(8.8)	13	11	17	8	18
	생산액	시 설	4,820	818	795	303	905	270	488
		노 지	2,069	90	129	403	426	78	740
		계	6,889	908(13.2)	924	706	1,331	348	1,228
화목류	면 적	시 설	50	0.2	10	4	3	2	2
		노 지	460	18	31	51	153	83	59
		계	510	18.2(3.6)	41	55	156	85	61
	생산액	시 설	3,377	37	135	123	546	118	51
		노 지	14,702	234	915	2,276	5,172	2,072	1,760
		계	18,079	271(1.5)	1,050	2,399	5,718	2,190	1,811

자료 : 농림부, 『95 화훼재배 현황』, 1996.

주 : ()은 전국대비 충남지역의 비율임.

국화는 경남에서만 전국의 33.4%에 해당되는 생산면적을 차지하고 있다. 충남지역에서 생산되고 있는 국화는 연간 2천9백35만 송이에 금액으로는 22억6천4백만원에 달하고 있다.

스타치스 재배면적은 28.9ha로 전국 총 재배면적 61.1ha의 47.3%를 차지하고 있어 전국 수위를 차지하고 있다. 특히 단위면적당 생산량도 ha당 29만본에 생산액도 6천만원에 이르고 있어 전국 평균치인 27만4천본 보다 월등히 수량성이 높은 것으로 나타났다. 총 생산액은 17억3천5백만에 이르고 있어 안개 생산액보다 오히려 더 높다.

백합의 재배면적은 24.5ha로 경남과 경기 다음

으로 넓은 재배면적을 가지고 있으나 강원도와 전북이 각각 23.9ha 및 21.6ha로 충남과 근소한 차이를 두고 추격하고 있다. 더욱이 재배면적은 적지만 단위면적당 생산량은 전북이 충남보다 많으며 생산액에서도 충남이 1본당 434원인 데 비해 전북에서 생산되는 백합은 1본당 874원으로 생산성이나 가격에서 충남을 크게 능가하고 있다.

카네이션은 경남과 부산에서 전국의 73%를 점유하고 있다. 순위상 충남지역이 4위에 기록되어 있으나 재배면적으로 보면 7.4ha에서 더 이상 진전하지 못하고 있고 점유율도 4.9%에 그치고 있다. 카네이션에 있어서는 충남과 경쟁관계에 있는

· 절화류

〈표 8〉 충남지역 주요 화훼류 생산현황(1995년)

화 화 명	전 국			충 남		
	면 적 (ha)	생산량 (천본)	생산액 (백만원)	면 적 (ha)	생산량 (천본)	생산액 (백만원)
국 화	658.1	380,408	45,588	57.9	29,357	2,264
카 네 이 션	152.7	239,651	21,348	7.4	3,243	484
장 미	480.6	513,494	63,019	10.7	86,299	2,108
백 합	186.0	41,548	19,606	24.5	6,401	2,776
안 개	329.7	274,256	28,854	36.9	14,598	1,224
글라디올러스	76.4	21,235	4,848	21.0	7,660	784
스타치스	61.1	16,662	3,057	28.9	8,384	1,735
아이리스	18.6	18,042	2,449	4.7	2,712	1,255
튜울립	14.7	12,366	4,191	6.7	5,890	2,252
기 타	182.8	67,947	11,212	26.0	14,567	1,332

자료 : 농림부, 「'95 화훼재배 현황」, 1996.

· 분화류

화 화 명	전 국			충 남		
	면 적 (ha)	생산량 (천본)	생산액 (백만원)	면 적 (ha)	생산량 (천본)	생산액 (백만원)
관 음 죽	150.3	5,379	23,966	0.8	42	140
벤 자 민	129.0	6,697	18,173	1.4	12	160
양 란	128.5	11,504	31,180	25.3	2,505	6,587
야 자 류	76.7	5,408	15,210	0.6	19	84
선 인 장	61.6	28,747	9,483	1.4	755	254
동 양 란	73.9	4,944	17,994	4.4	307	832
초 화 류	79.9	10,538	2,160	1.8	1,326	328
동 백	16.4	644	1,526	2.0	90	283
기 타	297.6	38,257	29,438	5.1	638	718

자료 : 농림부, 「'95 화훼재배 현황」, 1996.

· 구근류

화 화 명	전 국			충 남		
	면 적 (ha)	생산량 (천본)	생산액 (백만원)	면 적 (ha)	생산량 (천본)	생산액 (백만원)
백 합	54.0	24,232	4,524	1.1	323	365
글라디올러스	9.6	5,549	525	2.1	2,010	151
튜 올 립	12.3	7,050	882	3.3	2,395	192
기 타	9.1	2,541	601	1.5	792	200

자료 : 농림부, 「'95 화훼재배 현황」, 1996.

전북에 비해 재배면적은 더 넓으면서도 생산량은 크게 뒤지고 있다. 충남의 대표성을 지니고 있는 백합과 함께 생산성이나 수지면에서 전북지역보다 월등히 낫다는 것은 기술적으로 그만큼 낙후되어

있음을 반증하는 사례라고 할 수 있다.

분화류에 있어서는 양란부문에서 전국 재배면적의 19.7%에 해당하는 25.3ha에 이르고 있다. 이 면적에서 2백50만본이 생산되고 있고 생산액도 65

억8천7백만원에 이르고 있다.

구근류에 있어서는 충남지역의 글라디올러스가 전국 총 면적의 21.9%를 점유하면서 최대 생산지역으로 부상하고 있다. 생산량도 36.2%에 해당하는 2백1만본에 달하고 있고 생산액도 1억5천80만 원을 기록하고 있다. 백합은 전북과 제주도가 전국의 47.4%를 독점하면서 상대적으로 충남은 전국 9위인 1.1ha에 그쳤다. 충남지역에서는 절화에 비해 구근생산의 비중이 매우 낮게 평가되고 있다는 사실로 해석되는 부분이기도 하다.

2. 생산체제의 재검토

이미 전향에서 언급한 바와 같이 화훼는 충남지역이 가지고 있는 잠재력을 최대한 발휘해야 그나마도 경쟁력에서 뒤지지 않는 산업으로 발전시킬 수 있다. 그 잠재력이란 아무리 기후나 지리적으로 우수한 능력을 보유하고 있더라도 이 자원들은 효율적으로 개발하여 활용하지 못하면 소용이 없다.

분명 화훼는 농촌에서 부가가치가 높은 유망업종이어서 각 지방자치단체가 역점사업으로 추진하고 있는 미래산업의 일부다. 그렇다면 이러한 발전지향적인 산업으로 끌어올리기 위해서는 생산체제의 개선보완이 뒤따라야 할 것이고 확고한 정책의 일관성과 신뢰도 조성, 미래지향적 연구개발 및 지원 확대, 생산전문인 양성 및 화훼관련산업 육성들이 신속하게 이루어져야 한다. 이들은 바로 충남 화훼산업이 본궤도에 진입하기 위한 전제조

건으로 제시할 수 있는 항목들이다.

가. 정책의 일관성과 신뢰도 구축

농업의 성격자체가 단시일에 성공을 거둘 수 있는 산업은 아니다. 각종 재해에 가장 민감하며 가격에 취약성을 지니고 있기 때문에 안정적인 생산을 보장받기가 어렵다. 가격에서 불이익을 염려해야 하는 상황이라면 여기에 종사하는 사람들의 의욕과 희망이 강하게 일어날 수 없다. 화훼산업을 장려하기 위해 각종 보조금과 융자를 대폭 확대하다가도 어느날 갑자기 사치성 상품이니 과소비의 주범이니 하면서 규제를 가하는 것은 결코 생산자로 하여금 최선을 다해서 생산에 임하게끔 하는 배려는 아니다.

생산자들은 그 어떤 특혜에 앞서 해결되어야 할 가장 큰 문제점으로 화훼산업에 대한 정책의 일관성이라고 말하는데 주저하지 않고 있다. 주무장관이 바뀌거나 국가정책이 변경되었다고 지금까지 추진되던 사업이 갑자기 중지 내지는 취소가 되는 사례가 너무 빈번하다. 행정 담당자들의 인사교류 원칙을 빌미로 농업부서 담당 공무원이 너무 자주 자리를 이동하고 있다. 화훼산업정책이 최소한의 결실을 얻기 위해서는 몇 년간만이라도 수립해 놓은 시책을 일관되게 수행하는 자세가 필요하다.

더욱 개선의 여지가 있다고 여겨지는 것은 연구직에 종사하는 인력까지도 수시로 교체되는 일이다. 이 때문에 지속적인 연구수행에 엄청난 차질을 가져올 뿐만 아니라 연구의욕이 떨어져 연구의 질저하 현상도 우려되는 것이 현실이다.

나. 연구개발 지원확대

다양한 화훼류 중에서도 충남도는 장미, 튜울립, 백합 등 몇가지 종류에서 이를 적극 장려하고 있다. 물론 장려한다는 것은 품질과 수량면에서 경쟁력을 확보한다는 뜻으로 해석할 수 있다. 이 경쟁력을 확보함에 있어서 가장 시급한 것은 신품종 개발과 재배법 개선을 들 수 있다.

충남지역에는 화훼와 관련되는 연구기관으로 농촌진흥원과 태안의 백합시험장 및 예산의 국화시험장이 설치되어 있다. 이러한 시험연구기관을 중심으로 신품종 개발이나 재배체계개선 연구가 본격적으로 추진되어야 한다. 다만 이러한 과업을 수행하기 위한 연구기관의 연구인력이 턱없이 부족하다는 것이 걸림돌로 작용하고 있다.

현재 충남 농촌진흥원내 화훼연구사업은 원예과에서 총괄적으로 다루고 있고 연구도 24명의 연구관과 연구사가 연구업무를 담당하고 있다. 이는 겨우 연구직 총인원의 22%에 해당되는 것으로 화훼를 전략사업으로 적극 육성할 수 있는 적절한 연구원 수에는 턱없이 모자라는 규모다.

고양 꽃박람회와 열렸던 경기도는 진흥원의 직제를 개편하여 현 화훼계를 화훼과로 승격시켜 본격적으로 화훼관련 연구업무를 수행할 것이라고 한다. 적어도 지역을 상징하는 몇몇개의 화훼류에 대해서는 비용과 시간을 따지지 말고 집중육성한다는 차원의 행정지원책을 수립한다는 의지가 표출되어야 한다. 추진방식은 적극적이고 차별적이면 더욱 좋다. 특히 대학기관과 연계한 공동프로젝트를 활성화하고 이와 병행하여 개발비 지원도 대폭 강화해야 할 것이다.

다. 전업농 및 전문 생산업체의 확대

화훼경영은 형태자체가 고도의 집약적인 생산기술을 요하고 있고 경기상태에 매우 민감하게 작용한다. 이 점을 감안하여 생산기술 및 경영을 분업화하는 생산방식을 도입하는 것이 바람직 하다. 우선 화훼류가 한정된 수명(상품가치)을 갖는 생명체라는 특수성을 지니고 있고 저장성이 거의 불가능한 관상용 상품이라는 점에서 재배생산기술이 다른 농작물과는 다를 수 밖에 없다.

따라서 총체적인 생산관리방식에서 생육단계별 기술체계로 전문화하는 것이 바람직스럽다. 다시 말해 육묘나 병충해 방제와 같이 전문적인 지식을 요하는 부분이나 사실상 자력으로 하기 어려운 적기 방제체계 구축을 위해서는 별도 전문업체나 생산자가 참여할 수 있도록 분업화 해야 할 것이다. 그러면 생산농민은 전문 육묘업자로부터 묘를 구입하여 상품생산관리에만 전념할 수 있다. 병해충 방제도 역시 별도 조직에 의해 집단적으로 관리하는 시스템을 개발하면 작업은 더욱 편리하게 될 것이다.

V. 화훼산업 경쟁력 제고방안

충남지역의 화훼류 생산성이나 품질은 유치단 계임을 감안할 때 타 시도와는 물론 국제시장에서 경쟁력있는 상품으로서의 화훼를 육성하기 위해서도 우선 생산기반 구축, 지속적인 품종육성, 종묘(종구) 생산기술 개발, 전문 생산주체 또는 전업 생산농가 육성 및 기술지원체제 강화 등의 대책을 강구해 나가야 할 것이다.

1. 생산기반 구축

현재 충남지역에서 화훼생산이 본격적으로 이루어지고 있는 곳은 부여, 천안, 아산, 예산, 당진, 서산, 보령 등의 일부 지역에 국한되어 있는 실정이다. 자연발생적이기는 하지만 전통적으로 단지가 형성되면서 화훼기반이 구축되어 있지를 못하다. 몇몇 뜻있는 자영농가가 의욕 하나만으로 시작된 경우가 많기 재배단지를 집단지화한다는 것은 약간 요원한 감을 느끼게 한다. 생산농가의 재배경력도 길지 않은 것은 고도의 기술집약산업인 화훼의 입장에서 볼 때 커다란 취약점으로 등장하고 있다.

충남지역의 화훼가 타 지방보다 앞서가는 주산단지를 구축하자면 사전에 기후, 지역적 여건을 보다 철저히 조사하여 적합한 품종을 선택하고 기술조건을 우선적으로 고려해야 한다. 고품질 화훼를 생산하는데 따른 생산비 절감은 주산단지가 가장 염두에 둘 내용이다. 이미 단지화되어 어느 정도 재배기술과 수익성이 안정권에 진입해 있는 지역을 중심으로 재정지원을 대폭 강화함으로써 대단위 단지생산기반이 강화되도록 해야한다.

수출을 적극 권장하는 것은 적어도 수출을 가능케 함으로써 품질인증을 획득하자는 것이다. 수출이 된다는 것은 이미 외국으로부터 어느정도 품질

〈표 9〉 충남지역 화훼재배 농가 인력현황(1995년도)

(단위 : 명, %)

시 도 별	재 배 인 력		재 배 경 력									
			1년미만		1~3년		3~5년		5~10년		10년이상	
	인원수	자영비율	명	비율	명	비율	명	비율	명	비율	명	비율
전 국	25,267	76.2	1,851	7.3	4,425	17.5	7,151	28.3	7,630	30.2	4,211	16.7
충 남	1,583	78.3	69	4.4	518	32.7	583	36.8	325	20.5	88	5.6
서 울	2,338	86.6	296	12.7	222	9.5	478	20.4	984	42.1	358	15.3
부 산	2,142	75.1	11	0.5	135	6.3	670	31.3	950	44.4	376	17.6
경 기	7,152	83.6	559	7.8	327	13.0	1,490	20.8	2,478	34.6	1,698	23.7
전 북	2,412	41.0	176	7.3	771	32.0	1,039	43.1	319	13.2	107	4.4
전 남	1,538	87.8	82	5.3	364	23.7	552	35.9	383	24.9	157	10.2
경 남	4,271	72.1	278	6.5	754	17.6	1,223	28.6	1,104	25.8	912	21.4
제 주	1,296	66.9	225	17.4	181	14.0	378	29.2	374	28.9	138	10.6
전국대비	6.3		3.7		11.3		8.2		4.3		2.1	
충남순위	6	9	6	10	3	2	5	3	6	12	9	12

자료 : 농림부, 「'95 화훼재배 현황」, 1996.

인증을 받은 것으로 간주될 수 있기 때문이다. 모든 상품은 바로 수출규격에 준하는 등급으로 유인하는 정책이 요구된다. 적어도 수출용 화훼들로 제대로 생산해 내자면 끊임없는 기술지도 외에도 생산자들을 대상으로하는 적절한 교육훈련이 필요하다.

불행하게도 충남지역에는 화훼생산에 종사하고 있는 생산농가의 재배경력이 대체로 1년에서 5년 밖에 되지 않는다. 소위 화훼재배지대인 경기도는 5년이상인 경력자가 도내 전 농가의 56%를 상회하고 있다. 10년이상의 유경험자도 24%나 된다. 반면 충남지역은 5~10년 경력자가 겨우 20.5%이

고 10년이상된 생산자는 겨우 5.6% 정도에 그쳐 전국에서도 하위권에 속해 있는 실정이다.

화훼의 품질을 결정하는 요건은 다양하지만 무엇보다 자연광선과 온도가 가장 중요하다. 이미 화훼생산이 본격적으로 이루어지고 있는 지역외에도 충남도를 각각 북부권, 서해안권, 공주·청양·금산 등 내륙준산간권, 내륙평야권으로 구분해서 지역별로 일조, 강우, 온도교차, 토양, 미기상, 수질과 같은 재배요인을 과학적으로 분석한 뒤 특화 화훼작목을 결정하여 단지화 방향으로 추진해 갈 필요가 있다.

예를 들면 절화류 단지는 온도차가 큰 지역이

〈표 10〉 우리나라 화훼재배시설 현황

(단위 : 동, ha)

시 도 별	면적 합계	시설재배		영 구						반영구 x		노지
				소 계		유 리		기 타 y				
		동수	면적	동수	면적	동수	면적	동수	면적	동수	면적	면적
전 국	4,949.4	55,878	3,023.1	1,251	134.1	186	47.2	1,065	86.9	54,627	2,889	1,926.7
충 남	336.4	2,016	181.4	70	12.5	31	8.0	39	4.5	1,946	168.9	155.0
경 기	1,382.9	17,502	941.2	256	19.9	53	7.3	203	12.6	17,246	921.3	441.7
경 남	817.2	13,307	562.5	49	9.0	10	2.7	39	6.3	13,256	553.5	254.7
전 북	530.0	1,546	162.2	23	16.9	22	16.4	1	0.5	1,523	145.3	367.8
전 남	371.9	1,731	154.0	73	9.7	3	1.3	70	8.4	1,658	144.3	217.9
부 산	334.9	3,834	280.8	503	32.5	-	-	503	32.5	3,331	248.3	54.1
전국대비	6.8	3.6	6.0	5.6	9.3	16.7	17.0	3.7	5.2	3.6	5.9	8.0
충남순위	5	6	6	6	4	3	2	5	4	6	6	5

x : 기타는 PET, PC, FRP 및 시설을 합계한 수치임.

y : 청제파이프, 목재 및 축재가 포함된 수치임.

자료 : 농림부, 「'95 화훼재배 현황」, 1996.

화색이나 향기의 발현이 유리한 점을 고려하여 지역을 선정해야 한다. 서해안권은 기온이 비교적 온난하다는 점을 활용하여 종구 및 구근 생산단지로 개발하는 것도 좋을 것이다.

생산기반을 다져가는데 있어 시설의 현대화를 제외할 수 없다. 충남지역의 화훼시설 현황을 보면 총 시설재배 면적은 181.4ha인데 철골재를 이용한 영구온실재배 면적은 12.5ha이며, 이 중 유리온실은 8ha에 불과하고 철판이프, 목재 등을 이용한 반영구 비닐하우스가 168.9ha로서 93.1%를 차지하고 있다. 화훼영농기반이 상당히 취약한 실정임을 알 수 있다.

고품질 화훼생산은 바로 시설 현대화를 기본으로 하고 있기 때문에 시설확충은 시급한 현안과제로 떠오르고 있다. 그나마도 충남의 유리온실 면적은 전북 다음으로 가장 많은 온실을 보유하는 지역이 되고 있다. 그러나 고품질 화훼생산이라는 명분만으로 고가의 유리온실만을 고집하는대는 실용성이라는 측면에서 문제점이 대두되는 것도 사실이다.

시설의 현대화는 온실과 같은 하드웨어도 중요하지만 이에 못지않게 작물생육의 전과정을 제어장치로 관리하는 소프트웨어시스템 개발도 소홀히 할 수 있는 부문은 아니다. 아무리 정교하게 관리한다 해도 미세한 환경을 인위적으로 통제한다는 것은 그리 용이한 일이 아니다.

2. 생산성 향상

화훼가 농가입장에서 고소득 작목임에는 틀림

없다. 그러나 최근 10년간 통계에서 나타난 바와 같이 재배면적이나 소비량은 엄청나게 증가한 반면, 가격은 거의 제자리 수준을 벗어나지 못하고 있다. 현재도 우리나라 화훼가격은 일본보다도 월등히 비싼 입장이기 때문에 앞으로 화훼시장 조차 개방이 되면 가격은 지금보다 훨씬 빠른 속도로 떨어질 것이라는 개연성을 부인하기 힘들다.

따라서 품질향상 못지않게 생산성을 향상시키는 일 또한 게을리 할 수 있는 일은 아니다.

생산성을 향상시키기 위해서는 먼저 국내환경에 적합한 품종이 육성되어야 한다. 우리나라에서 재배되고 있는 화훼류의 대부분 품종은 외국에서도 도입된 것이다. 그러므로 그 특성을 제대로 파악하기란 그리 쉬운 일은 아니다. 다행히 충남은 전략품목인 백합과 국화에 대한 전문 연구기관이 있기 때문에 이러한 기관을 중심으로 신품종 육성에 박차를 가해야 할 것이며 이와 더불어 지역대학과 민간업체와도 특성화하고자 하는 작목에 대해 품종을 개량하기 위한 협력체제를 구축하는 것도 필요하다.

고품질 규격품 생산은 세계적인 추세로 되어 있다. 어떤 꽃의 품질은 품종 자체의 고유특성이기도 하지만 그 특성도 재배환경을 개선하지 않고서는 발현시킬 수가 없다. 작목수가 많은데 비해 적절한 재배기술 체계가 수립되지 않고 있으며 재배 규모는 자꾸 증가하고 있고 노동력도 부족한 실정에서 생력화, 자동화 시설은 필수적이지만 여전히 낙후된 상태에 머물러 있다.

충남을 제외한 각 지방의 화훼재배 농가는 임차

농이 큰 비율을 차지하고 있어서 재배지역을 마음대로 이동하거나 변경하기가 사실상 불가능하다. 그러므로 한 장소에서 계속 연작을 하지 않으면 안되는 구조적 모순을 안고 있다. 연작으로 인한 화훼의 장해적 현상은 거의 만성적인 증상으로 나타난다. 화훼류의 병해충은 주로 연작에 의해 유발되는 경우가 많다. 특히 염류집적으로 인해 일어나는 것은 증상 자체가 뚜렷하게 나타나지 않은 채 품질만을 떨어뜨린다. 이를 방지하자면 돌려짓는다던가 담수처리를 하면 간단하게 해결될 수 있으나 그 간단한 작업이 생산자가 마음대로 할 수 없는 경우가 허다하다.

최근에 양액재배가 널리 보급되어 토양장해로부터 어느정도는 벗어날 수는 있게 되었다. 주로 시설내에 적정한 양·수분 공급과 온도조절이 가능하도록 장치가 되어 있어서 생육을 촉진시키고 품질도 향상시킬 수 있게 되었다. 일본에서의 예를 보면 1996년 9월 현재 장미는 총 재배면적의 36.7%를 양액으로 재배하고 있고, 거베라는 9.3%를 같은 양식으로 재배하고 있다. 일본내에서도 장미 재배로 유명한 아이치현(65%), 시즈오카현(45%), 와카야마현(50), 가나가와현(35%)에서는 이미 상당수의 농가가 양액으로 장미를 재배하고 있다.

3. 전문단지 육성

이 문제는 생산농민의 기술수준을 전문·정예화 한다는 것과 생산지를 가급적이면 지역내 단지로 육성한다는 두가지 내용을 담고 있다. 우선 기술

수준을 전문·정예화 하기 위해서는 재배경력이 짧은 농민들에게 작목의 생산성을 높이고 고도의 품질을 기하기 위한 단기 기술훈련을 강화하도록 한다. 농촌지도기관과 연계한 지도체제를 수립하여 수시로 교육을 통해 기술획득 기회를 확대해 나가도록 한다.

작목별 연구회를 조직하여 선진국의 전문가도 초청하여 변화되어가는 새로운 기술을 접하도록 하는 등 스스로 기술을 축적해 나가는 적극성을 보이는 것도 숙련화의 길을 더욱 단축할 수 있다.

화훼 신기술의 조기 확산 및 신속한 보급, 생산과 판매 그리고 유통의 효율성을 제고하기 위해 작물별 생산단지가 조성되는 것이 바람직 하다. 전문 생산단지내에서는 작목반, 영농조합법인과 갖는 생산자조직체가 만들어 회원간의 유기적인 협조와 기술정보 교류를 활성화 하도록 해야 할 것이다. 또한 단지화가 되어있는 지역에서는 종묘, 종구, 및 개화, 상품생산에 이르기까지 모든 생산과정이 유기적으로 연계될 수 있어 재배노력 및 농자재가 과다 투입되는 것을 사전에 막을 수 있다.

4. 정부의 지원 추진체계

현재 정부는 농특세를 위시한 구조개선 사업비를 들여 생산기본시설은 물론 보조시설도 지원해 주고 있는데 지원대상이 기존의 생산단체가 주축이 되고 있는 실정이다. 그리고 고품질의 화훼생산을 위해서는 보조시설의 설치는 기반시설 못지

않게 중요한 역할을 한다. 그러나 실제 전국적으로 설치되어 있는 보조시설은 아직 초보적 단계를 벗어나지 못하고 있다.

충남지역의 보조시설 현황을 살펴보면 양액재

배시설 면적 측면에서는 전국에서 3위를 기록하고 있고 선별처리시설수는 3위에 올라와 있다. 대체로 보조시설에 대한 충남도의 수준은 4~5위권에 머물고 있다.

〈표 11〉 화훼재배 보조시설 현황(1995년도)

시 도 별	조직배양실		저온처리실		양액재배시설		선별처리시설	
	개 소	면적(평)	개 소	면적(평)	개 소	면적(평)	개 소	면적(평)
전 국	171	8,813	984	7,174	83	55,012	320	8,725
충 남	16	824	110	841	8	10,820	20	463
경 기	43	1,814	231	1,785	30	13,510	53	1,700
경 남	24	2,050	206	1,243	11	12,500	174	4,297
전 북	9	190	71	796	4	7	20	518
전 남	4	242	83	495	1	350	3	40
제 주	43	1,061	128	854	3	405	2	280
광 주	4	140	61	365	19	10,500	3	150
전국대비	9.4	9.4	11.2	11.7	9.6	19.7	6.3	5.3
충남순위	4	5	4	4	4	3	3	6

자료 : 농림부, 「'95 화훼재배 현황」, 1996.

한편 기존 생산지는 재배환경을 과학적으로 철저하게 분석한 뒤 조성된 것이 아니라 소비지역과의 거리, 노동력 확보 등을 고려하여 자생적으로 형성된 경우가 많고 적지적작의 원칙에도 크게 벗어나 있는 경우가 많다. 행정당국은 당국대로 막대한 자금만 보조 또는 저리융자를 지원해 주고 있을뿐, 정작 중요한 시설설치 및 유지관리에 대한 구체적인 조사·관리·감독은 게을리하고 있다. 금후에 새로이 조성되는 첨단 시설지역은 무엇보다

다 환경여건을 참작하고 철저한 타당성 조사를 거친 뒤에 단지형태로 조성하는 것이 바람직하다.

Ⅵ. 충남의 화훼산업 발전을 위한 제언

화훼는 점차 고도화되어가는 산업사회와 도시 권역의 끊임없는 확장으로 녹지공간이 지속적으로 파괴되어가고 있는 상황에서 자칫 상실되기 쉬운 인간의 감성을 회복시키고 쾌적하고 풍요로운 삶을 제공하는데 큰 역할을 한다. 여기에 소득이 증

대되어감에 따른 생활의 여유와 단조로운 환경에서 좀 더 변화를 바라는 현대인의 욕구를 충족시키는 수단으로서의 화훼의 가치는 더욱 증대될 것이다. 우리의 농업이 그간 빠른 속도로 변화되어 온 추세를 감안하면 화훼산업은 산업으로서의 중요한 한 부분을 차지하게 될 것이 분명하다.

이러한 화훼산업을 생산적인 측면에서 본다면 도시근교에서 충남지역을 위시한 전국적으로 확산되는 추세이다. 특히 절화부문은 소득작목으로서 인식되어지고 있어 재배면적이나 재배농가가 다함께 계속 증가하고 있다. 다만 문제가 되는 것은 규모의 영세성과 재배경력이 짧아 기술상의 애로가 크다는 점이다. 더욱이 시설면에서 시공업체의 난립과 설치경험이 많지 않아 부실시공으로 인해 피해농가가 속출하고 있다. 따라서 전문생산인력을 지속적으로 확보하고 전문경영인, 작목반, 영농조합, 농업경영인 조직을 강화하여 다양한 교육프로그램을 개발하고 이 계획에 입각한 정예화 교육을 서둘러야 할 것이다.

미래형 화훼산업의 구축을 위해 신품종 육성 및 신기술개발을 활성화하고 연구기관의 연구인력보강 및 전략산업으로 육성하는데 따른 기구개편도 고려해야 할 것이다. 또한 고품질 화훼상품생산을 위한 시설 및 자재를 지속적으로 연구개발 생산하기 위하여 제3섹터 형식의 기업을 육성하고 원자재생산을 물론 시설의 수요저변확대를 꾀하여야 할 것이다.

유통측면에서는 많은 농가가 위탁도매시장을 이용함으로써 공정한 가격형성이 어렵고 품질에

대한 통제가 제대로 이루어지지 않아 고품질생산에 걸림돌이 되고 있다. 건전한 경매제도가 정착되지 못하고 있어 절화의 신선도가 떨어지고 규격화가 진전되지 않고 있는 것도 화훼산업 발전에 지장을 가져오고 있는 요인이다.

따라서 화훼산업 육성책의 하나로 공정거래가 정착될 수 있도록 도매유통을 활성화하는 방안이 깊이 연구되어야 할 것이다. 그 중의 하나로 현재 건설중이거나 계획중인 도매시장 또는 물류센터에서 화훼를 정식 품목으로 취급하는 방안을 강구하도록 한다. 무엇보다 화훼의 신선도 유지를 위해서는 생산지에서부터 출하관행이 개선되어야 하는데 이를 위해 생산자 조직을 강화하는 한편 행정기관의 적극적인 지원이 뒤따라야 한다.

마지막으로 충남의 화훼산업이 활성화되고 수출생산물로서 기능을 다하기 위해서는 화훼생산 거점단지를 조성하여 종묘·종구 생산으로부터 절화의 출하에 이르기까지 일관된 공정하에서 대량생산이 가능할 수 있는 체제구축이 필요하다. 단지화가 조성되면 철저한 사전조사가 이루어지고 적지 선정을 원칙으로 하는 조치가 선행되어야 한다. 규모는 수출물량을 충족시킬 수 있어야 하고 주년생산이 가능하여 수출이 중단되는 일이 없어야 한다. 그러면서도 생산성과 품질면에서는 외국산과 충분한 경쟁력을 갖춰야만 한다. **열린충남**

참 고 문 헌

- 국제농업개발원, 월간 상업농경영, 1990~1997.
- 김재민, 화훼재배기술과 경영, 화훼유통, 1996
- 농림부, 화훼재배현황, 1985~1996.
- , 농림수산주요통계, 1993~1996.
- 박병우, “화훼산업의 현황과 발전과제”, 농협조사
월보, 농협중앙회, 1996.12.
- 배상원, “화훼의 소비행태에 관한 조사분석”, 유통
조사월보, 1995. 8.
- 성배영 외, 화훼류의 시장유통체계개선방향, 한국
농촌경제연구원. 1992.
- 이상영·이한주, “한국 절화장미의 현황과 수출전
망·절화장미 품질향상과 수출증대방안”,
고양시, 1997.5.
- 이영석, 경기지역 화훼류유통실태와개선방향,
1997.3.
- 家の光協會, 農業年鑑
- 農林水産省統計情報部, ホケツト 農林水産統計, 平
成七年度版, 1995.
- Florisucture International 94, 1995.
- Ornamental Crops National Market Trends and
Floriculture Crops, USDA, 1995.

충청남도 인본·경영행정의 논리체계

- 민선자치도정의 지도원리와 실천강령 -

최 병 학
(崔秉鶴)

충남발전연구원
책임연구원



I. 머리말

II. 충남도정 발전과 인본·경영행정

III. 인본·경영행정의 이념구조

IV. 인본·경영행정의 추진체계와 구현방안

V. 맺음말

I. 머 리 말

민선자치체제가 출범, 가동하여 이제 3차년도로 진입할 채비를 갖추고 있다. 그동안 역동적으로 펼쳐왔던 충남의 도정발전과 지역발전에 대한 노력과 투자는 多大하였으나, 여기에는 도정운영의

양대지주인 인본행정과 경영행정의 역할이 적극 뒷받침되었음을 이해할 필요가 있다. 이 중에서 인본행정은 민선자치도정의 목적가치로, 그리고 경영행정은 수단가치로 규정된다. 전자는 자치행정의 정당성(大義名分)을, 후자는 효율성(實事求是)을 각각 추구한다.

인본행정과 경영행정은 21세기 충남시대를 열어가기 위한 하나의 지도원리이자 실천강령으로 제시된 것으로서, 이는 민선자치, 충남의 지역현실, 충남도민 전체의 발전의지를 슬기롭게 결집시키기 위한 정신적 지주로 인식되어야 한다.

민선자치체제는 과거의 중앙집권체제와는 다른 제도와 다른 운영 틀과 다른 분위기 속에서 자치행정을 펼치고자 지방정부별로 나름대로 노력을 기울여 왔다. 분명한 사실은, 민선자치체제의 '운영의 질' 여하에 따라 그 지역사회의 성장잠재력이나 발전가능성이 판가름난다는 것이다.

그렇다면 민선자치체제의 '운영의 질'을 결정하는 요소는 무엇인가? 혹자는 이를 위민행정으로 설명하고 있고, 상당수는 이를 지방경영·지역경쟁력 쪽에서 접근하고 있다. 행정서비스는 거의 공

통적이다. 최근 각급 자치단체들은 비전·정책·전략에 이르기까지 차별화 요소를 찾기에 매우 분주하다. 그렇지만 이것이 민선자치의 본질과 목적에 적합한 원리인가를 심사숙고해야 한다.

이 글은 충남도정 발전을 이끌어 가고 있는 양대 지주인 인본행정·경영행정과 평소 적잖은 인연을 맺어온 필자의 연구결과를 일부 간추린 것이다.¹⁾ 여기서 다루려는 인본·경영행정은 기실 행정철학의 차원에서 논의되어야 하며, 따라서 이것은 '행정가의 행위철학'(philosophy of action in administrator)이란 맥락에서 올바르게 책임있는 행정행위가 가능하도록 이정표 역할을 담당한다.²⁾ 그렇다면 민선자치시대에 명실공히 부응하는 행정철학, 충청남도 지방정부를 책임있게 이끌어갈 수 있는 인본·경영행정은 어떻게 모색되는 것이 바람직하겠는가?

II. 충남도정 발전과 인본·경영행정

1. 자치시대의 열린행정

오늘날의 행정은 '열린행정'을 지향해야만 한다. 최근 민선자치체제의 출범은 '자치시대의 열린행정'(the open administration in the age of self-

government)의 도래를 가능케 했다. 과거와 달리 새롭게 탈바꿈된 민선자치시대의 행정은 바로 열린행정을 지칭한다. 이를 위해 우리의 지방행정은 지방적 자율성과 국가적 통합성 간의 조화를 꾀하면서 내실있는 지역발전을 이루기 위해 자기혁신을 시도하지 않으면 안된다.

그렇다면 자치시대에는 지방행정에 어떠한 변화가 요구되는가? 현 단계는 민선단체장체제가 이끄는 자치행정의 도래, 지방이 세계로 직접 연결되는 정보화 사회 개막, 밖에서의 경쟁과 안에서의 경쟁이 혼재하는 '세방화(globalization)·세역화'(global regionalization)의 물결이 넘나드는 전환기임에 틀림없다. 그러나 종래 관선체제의 속성상 주민위주의 지방행정을 수행할 수 없었고, 따라서 당시 지방행정은 오늘날의 자치행정과는 거리가 멀었다. 결과적으로 우리의 지방민주주의(local democracy)는 실현될 수 없었던 것이다.

사실 민선체제의 역사적 출범은 지난번 6. 27 지방선거 이후 민선자치단체장체제가 출범하게 됨에 따라 명실공히 자치시대로의 본궤도 진입이 이루어졌으며, 이것이 담고 있는 상징적·현실적 의미는 매우 지대한 것이다. 즉 정치행정적으로는 지방민주주의의 실현과 민의수렴의 정책집행 가

1) 다음은 이와 관련된 필자의 연구결과이다. 「인본·경영행정의 기본이념과 구현전략-자치충남도정의 지도원리」, 현안과제 최종 연구보고서, 충남발전연구원, '96. 12 ; 「도정이념 실천-인본·경영행정예의 새로운 책무」, 충청남도지방공무원교육원 특강교재, 1997. 3 ; 「인본행정과 충남도정발전-도·시군정 간의 시책연계 및 모델구성」, 인본행정의 이념정립과 구현에 관한 학술대회 자료, 충청남도·충남대학교 유학연구소, 1997. 4.

2) 그런 차원에서 리더십철학(philosophy of leadership)과 매우 가까운 개념이다. Christopher Hodgkinson, *The Philosophy of Leadership*, New York : St. Martin's Press, 1990, pp.4~8.

능, 산업경제적으로는 지역경제의 역내 거점화 및 내발적 지역발전(inward development)의 추진, 사회문화적으로는 지역공동체 재구성으로 삶의 질 향상과 지방문화(local culture) 창달로 집약된다.³⁾ 한마디로 지방자치는 '지방의 자족체제'(local self-sufficiency system)를 요구한다.

2. 충남발전과 인본·경영행정

충청남도에서는 '열린충남시대'를 구현하기 위해 타 시도에 비해 어려운 여건에서도 땀흘려 왔다. 그 결과 충청남도는 민선지방자치 1주년을 평가한 1996년도에 이어 2주년을 평가한 1997년도에서 최우수 광역자치단체로 연속 2연패를 기록하는 성과를 기록했다.⁴⁾ 당연히 이 과정에서 인본·경영행정이야말로 명실공히 민선자치도정의 지도원리가 될 수 있음이 실증되었다.

도민선택에 의해, 도민위주로, 도민참여를 높여 도민복지를 추구하려는 민선충청남도정은 자치행정(self-government administration)의 진정한 표상으로 자리잡고자 하는 것이며, 이는 앞으로 충청남도가 명실공히 지방정부(local government)로 발돋움하기 위한 필수요건이 된다는 점에서 우리는 자치행정의 성공모델을 상정해 볼 수 있다.

국토의 중부지역에 위치하면서 유구한 문화전통과 보편적 삶을 영위해 온 충청남도는 '지방시대의 새로운 지평'을 열기 위한 역사적 전환을 꾀하는데 여념이 없다. 그리하여 초대 민선체제 출범 이래 유감없이 보여 주었고, 또 앞으로 중단없이 펼쳐나갈 '4천만이 살고싶은 충남건설'은 200만 도민들의 오랜 숙원이자 21세기에 능동적으로 대응하려는 충남인의 공동책무로 거도적 노력을 펼치고 있다 할 수 있다.

따라서 앞으로 충청남도 지방정부의 체제구축을 도모하는데 있어서, 내적 필수조건(internal prerequisite)인 인본·경영행정의 구현과 외적 필수조건(external prerequisite)인 지역경쟁력의 강화는 바로 정채수행능력 여하에 따라 결정되는 것이며, 이로써 이들의 역할과 기능이 정상화될 수 있다면, 비로소 '충청남도 지방정부 체제구축'과 그 최종목적지인 '4천만이 살고싶은 충남건설'을 상정할 수 있을 것이다.

그리하여 지방화시대에 명실공히 부응하는 지방민주주의의 실현을 위해서는 충남도민들이 그토록 회고하고 소망하는 지역공영체의 자리매김이 이룩될 수 있도록 부단한 노력을 펼치지 않으면 안된다. 이를 위해서는 인본·경영행정에 확신을

3) 필자, "자치시대의 지역발전 수요변화와 정책대응에 관한 연구 : '민선자치형'의 지역발전을 위한 대안설계를 중심으로", 「지역개발연구논총」, 제7집, 충북대학교 지역개발연구소, 1996. 2, pp.186~187.

4) 민선자치 1주년 중간평가에서는 광역단체장 능력·자질평가 1위(NEWS+·한국지방자치학회, '96. 6. 13), 단체장 직무수행능력 종합평가 1위(경향신문·고려대 행정문제연구소, '96. 6. 24), 광역단체장 리더십·비전 1위(동아일보·서울대 행정대학원, '96. 7. 1)를 기록하였으며, 이어 2주년 중간평가에서는 리더십과 대외관계, 지역경제, 공공서비스, 정보화 분야에서 최우수 광역단체를 기록하였다(동아일보, 1996. 6. 28).

갖고, 민선자치체제 저변에 이르기까지 단계적으로 확산시켜야 한다.

Ⅲ. 인본행정·경영행정의 이념구조

1. 인본행정의 이념

인본행정이라 함은 무엇을 말하는가? 인본행정은 위민행정 또는 봉사행정과는 어떻게 다른가? 한마디로 인본행정이란 '인간본위, 생명존중, 주민 위주의 행정'(human-centered, life-considered, and citizen-oriented administration)을 말한다. 행정의 존립근거이자 봉사대상인 주민 편에 서서 행정을 수행함을 뜻한다.

이렇게 볼 때 인본행정은 행정의 마땅한 역할을 지칭하는 것이며 따라서 행정의 본질론에 비추어 당연하다 하지 않을 수 없다. 그러나 문제는 이렇게 당연한 행정의 역할이 제대로 행사되지 못했던 우리의 현실인 것이다.

본래 행정의 목적은「인간은 지고의 존재(être supreme)」라는 보편적 명제에 입각하고 있다. 즉, 인간존엄성과 인간주의를 토대로 삼는 인간공동체 형성은 행정이 사회구성원 각자의 인격과 권리를 소중히 여기는 휴머니즘에 대한 애착으로만이 가능하다.

행정(정치, 통치)의 목적이 인본주의의 실현에 있음을 맹자의 왕도정치에서 찾을 수 있다. 이미 맹자는 왕도와 패도가 그 근본의 상이함을 다음과

같이 전하고 있다. “... 힘을 배경으로 인정을 가장하는 것은 패도이다. 패도는 반드시 광대한 영토를 차지하려 한다. 그러나 덕으로 인정을 베푸는 것은 왕도이다. 왕도는 굳이 큰 영토를 기대하지 않고도 이를 수 있다...”⁵⁾ 여기서 우리는 시대는 변했을 지라도 통치의 기본, 이른바 행정이 달성코자 하는 바는 영원히 변치 않음을 엿볼 수 있다. 그것은 바로 인간 자체를 귀하게 대접하는 고려의 王建이 말한 ‘待人以誠’과도 같다.

이로써 충청남도의 인본행정은 곧 ‘依民’(by the citizens), ‘與民’(with the citizen), ‘爲民’(for the citizens)이라는 민주주의 근본이념과도 합치한다.

인본행정이야말로 인간의 존엄성을 근본으로 하는 주민본위의 행정, 생명존중의 행정, 그리고 주민의 안전확보와 생활안정을 중시하는 행정임은 의심의 여지가 없다. 그리하여 인륜·도덕과 ‘인본’의 사회조성, 도민이 진정 주인이 되는 봉사행정, 자치도정의 착실한 정착, 그리고 주민생활 안전보호의 충실한 역할은 바로 인본행정의 실천지표가 되어야 하는 까닭도 바로 여기에 있다.

2. 경영행정의 이념

경영과 행정의 속성이 상이한 만큼 ‘경영행정’이 논리적으로 성립 가능한가? 만일 그렇다면 지방행정에 혁신경영기법을 도입·적용하려는 최근

5) 그 원문은 다음과 같다. “...以力假仁者 패 必有大國, 以德行仁者 王 不待大 湯以七十里 文王李百里, 以力服人者 非心服也 以德服人者 中心悅而誠服也 如七十子之服孔子也...”(「孟子」, 公孫丑 上)-정태운, 「맹자의 사상」, 대전 : 문경출판사, 1988, p.57.

의 경향은 어떠한 시사점을 주는가? 원래 경영과 행정은 그 목적에 있어 상이하다. 그러나 그 목적 달성을 위한 수단은 동일할 수 있다. 물론 이 때도 행정의 守備範圍(defence area) 또는 責任範圍가 있음에 유의하지 않으면 안된다. 이미 앞에서 지적한대로 행정의 목적가치는 주민을 위함에 있다. 그러나 경영의 그것은 기업의 이윤추구에 두어진다. 그만큼 이들은 다르다.

그렇지만 보다 합리적인 인력관리, 능률적인 조직운영, 효과적인 예산운용은 행정과 경영간에 큰 차이가 없다. 더욱이 오랫동안 관료제 운영풍토에 젖어온 비효율적 행정구조로는 인본행정을 결코 달성할 수 없다. 그리하여 비용/편익분석·경쟁시스템도입·기업경영회계·시테크·물류개념·효과성척도 등 혁신경영기법을 과감하게 도입·적용코자 하는 것이 바로 '경영행정'(management-aimed administration)인 것이다.

이러한 경영행정이 지방자치의 성과와 자연스레 맞물려 있는 것은 당연한 시대적 조류라 할 수 있다. 이미 우리에게 친숙해져 버린 '기업가형 지방경영'(enterprising the local management), '기업가적 관료', '자치단체의 경영수익사업' '地自體 주식회사' 등등 예전에는 전혀 접할 수 없었던 신종어들이 경쟁적으로 다가서고 있다.

그리하여 언필칭 '공공서비스주식회사' 사장격인 자치단체장은 그의 '이사회'인 지방의회로부터, 그리고 '주주총회'인 차기 선거에서 주민들로부터 각각 '경영평가를 받게 되며, 심지어 어느 외국의

경우에는 지방재정 운용이 최악으로 치닫게 되어 '자치단체 파산선고'를 받게 되면, 민선자치체제는 임명직 관선체제로 격하되는 케이스마저 나타나고 있는 것이 사실이다. 이것은 무엇을 시사하는가? 자치시대에 있어 그만큼 지방정부의 운영책임이 크다는 점을 말하는 것이지, 경영행정이 자치행정의 본질이며 따라서 자치단체들이 공익과 공공책임은 뒷전으로 밀어놓고 '돈벌이'에 나서도 좋다는 의미는 결코 아니다.

그러나 이제는 지방행정에 경영혁신이 불가피하며 나아가서는 각급 자치단체간의 성과지향적 경쟁체제와 경영수익사업의 본격적 전개, 자치단체와 중앙정부간에 재정지원을 놓고 벌이는 한 판 줄다리기, 그리고 WTO체제 속에서 최근 한국의 OECD 가입과 관련한 '世方化'와 '世域化' 추세에 따라 필연적으로 도래한 무한경쟁시대는 우리로 하여금 경영행정의 필요를 절감케 한다.

이제는 지방행정을 최고수준의 공공서비스체제로 전환하는 것, 그리고 내부행정의 고도화가 지역전체의 경쟁력을 견인하는 '혁신선도형 지방정부'의 체제구축이 절대절명의 지상과업임을 부인할 수 없다. 그런즉 현시점은 충청남도가 명실공히 지방정부로서의 위상과 역할을 뚜렷히 세워야 할 때가 아닐 수 없다.

이러한 경영행정은 고객중심의 기본구도 속에서 산출과 성과를 중시하며, 이를 위한 전략개념으로 분권화를 통한 내부경쟁체제의 확립과 혁신경영기법의 적극적 수용으로 이해할 수 있다.

3. 인본행정과 경영행정의 연계구조

인본·경영행정은 인본행정과 경영행정의 복합체(complex)이다. 그러나 이들은 서로 지향하려는 바가 상이하다. 전자는 정당성(대의명분)을 추구하고, 후자는 효율성(실사구시)을 도모한다는 점에서 각기 속성이 다르기 때문이다.

다음은 인본행정과 경영행정을 서로 비교한 결

과를 나타낸 것이다.

그러나 인본행정과 경영행정은 본질적 속성이 서로 다르지만 많은 부분에서 서로 相合關係를 이룬다. 그러한 까닭은 兩者가 상호연계되고 있는 자치행정이라는 현실조건 바로 그 자체에 있다. 이는 다음과 같이 양자 간의 상호보완적 성격에서 분명히 확인할 수 있다.

〈표 1〉 인본·경영행정의 구성체계 비교

구 분	인 본 행 정	경 영 행 정
핵심 개념	<ul style="list-style-type: none"> · 인간본위의 행정 · 생명존중의 행정 · 의민-여민-위민의 행정 	<ul style="list-style-type: none"> · 효율적·혁신적 행정 · 경쟁·성과지향적 행정 · 저비용-고품질의 행정
중심 내용	<ul style="list-style-type: none"> · 민선자치의 사명 재인식 · 지방공직자의 책무 강조 · 양질의 봉사행정 창출 	<ul style="list-style-type: none"> · 민선자치형 자족체제 구축 · 지방경영화 경쟁촉진 · 경영마인드, 정보마인드 확산
추 구 가 치	<ul style="list-style-type: none"> · 공공적 책임의 완수 · 공존공영과 사회형평 구현 · 민선자치행정의 정당성 	<ul style="list-style-type: none"> · 행정운영효율 극대화 · 혁신선도 및 경쟁력 강화 · 성과와 품질촉진
접 근 방 법	<ul style="list-style-type: none"> · 도민밀착행정 · 양질의 공공서비스 공급 · 도민만족행정 	<ul style="list-style-type: none"> · 자유경쟁 시장원리 · 성과지향적 경제원칙 · 경쟁우위, 전략적 선택
적 용 분 야	<ul style="list-style-type: none"> · 인본행정체제로의 전환 및 구축 · 민원부서 도민밀착행정 · 도민안전 재난보호체제 · 민의수렴 및 정책반영 · 소외계층 후생복지 지원 	<ul style="list-style-type: none"> · 내부행정 혁신적 개선 · 시간관리행정체제 구축 · 신경영기법의 도정 접목 · 1시군 1경영사업 추진 · 심사분석 및 평가체제

〈표 2〉 인본행정과 경영행정의 상호연계

구 분	인 본·경 영 행 정 의 핵 심 논 리
상 합 관 계 (보완관계)	<ul style="list-style-type: none"> · 인본행정은 민선자치에 따른 지방정부의 경영화 요구를 가능케 하는 자치권 보유 · 인본행정은 경영행정을 통해 주민복지·공공서비스 제공의 효율적 달성 가능 · 인본행정과 경영행정은 서비스 수혜자인 주민·고객을 대상으로 임무를 수행 · 행정서비스는 주민만족 또는 고객만족 즉, 서비스만족도에 따른 가격지불 및 품질 평가로 구체화
상 반 관 계 (갈등관계)	<ul style="list-style-type: none"> · 인본행정은 자치행정의 본질(목적, 정당성) 추구, 경영행정은 자치행정의 성과(수단, 효율성) 추구 · 인본행정은 공직사명 우선, 경영행정은 관리효율 우선
비 고	<ul style="list-style-type: none"> · 경영행정이 인본행정에 '봉사'할 수 있어야 함 → 경영행정은 인본행정의 수비범위 내에서만 정당화 · 대체로 인본행정은 주민총의에 의해 평가, 경영행정은 전문가(대표)집단에 의한 평가

따라서 '실천적 명제'(practical proposition)로서 를 다음과 같이 시도할 수 있다.
의 인본·경영행정에 관한 일반화(generalization)

〈표 3〉 실천적 명제로서의 인본·경영행정의 일반화

<p>① 인본·경영행정은 인본행정과 경영행정으로 구성·양립되어 있다.</p> <p>② 인본행정은 목적가치에, 경영행정은 수단가치에 각기 기반을 두고 있으며, 원리상으로 인본행정은 경영행정을 포괄한다.</p> <p>③ 이들의 관계는 상합적이고 상호보완적 연계구조를 이룬다.</p> <p>④ 그러나 부분적으로 상반되는 측면도 있다. 이는 행정의 수비범위를 명백히 함으로써 해결가능하다.</p> <p>⑤ 따라서 인본행정과 경영행정을 상승 결합시킴으로써 높은 시너지효과를 발휘할 수 있다.</p> <p>⑥ 그런즉 인본·경영행정은 명실공히 민선자치 충남도정을 이끌어가는 보편 타당한 지도원리이자 행동강령이다.</p>

Ⅳ. 인본·경영행정의 추진체계와 구현방향

1. 인본·경영행정의 추진목표

가. 인본행정

충청남도 인본행정의 추진목표는 크게 '정신적 풍요'의 달성, '인간의 존엄성' 확보, '도내통합 및 대화합'이라 할 수 있다. 이들이 갖추어야 할 핵심 내용을 검토해 보면 다음과 같다.

첫째, 정신적 풍요의 달성은 인본행정의 종국적인 목표치이다. 정신적 풍요 속에는 '정신적인 너그로움'과 '심적 여유'가 담겨져 있다. 특히 충남인의 기본정서가 '인정미와 여유'에 있는만큼 이 점에 각별히 유념하면서 인본행정을 '강물'처럼 꾸준히 펼쳐야 한다.

둘째, 인간존엄성의 확보는 인간주의(humanism)의 보편성을 토대로 하여 인간 자체를 귀하게 여기고 도민을 행정의 주인으로 대접하며, 성별·신분·빈부 및 정치적 입장차이에 의해 어떠한 차별대우도 받지 않도록 하는데 그 목표를 두어야 한다.

셋째, 도내통합 및 대화합은 현재 충남도에서 반드시 이룩해야 할 중요한 실천명제이다. 타 지역에 비해 상대적으로 기반자원과 경제력이 약한 충남도는 정신적으로 강력한 힘을 축적해야만 하고, 특히 충남도 저력의 바탕을 이루는 '명예로운 충남정신'을 발양시킴으로써,⁶⁾ 향토애와 공동체의식 및 대화합 단결을 이룩해야만 한다.

나. 경영행정

충청남도 경영행정의 추진목표는 '물질적 풍요'의 달성, '도세신장'의 이룩, '도정운영의 효율성' 확보라 할 수 있다. 이들이 지녀야 할 핵심 내용을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 물질적 풍요는 정신적 풍요를 이루기 위한 필요조건이다. 따라서 이것 없는 '풍요로운 충남건설'은 불가능하다. 요컨대 전통 農業道로서 지역경제력이 취약한 충청남도는 물질적, 경제적 풍요를 달성하기 위해서는 경영행정을 적정규모(optimum size)에서 효율적으로 운영함으로써 인본행정을 쓸모있게 뒷받침해야 한다.

둘째, 도세신장을 이룩하는 것은 충남도의 오랜 숙원임에 틀림없다. 그 바탕에는 대전시 분리로 인한 도세약화가 큰 비중을 차지하고 있고, 특히 최근에는 충남도 발전전략의 하나인 수도권 기능의 능동적 분담전략을 가로막는 '수도권입지 규제완화'도 큰 몫을 하고 있다. 따라서 기본적으로는 충남발전을 위한 중장기적 '정책비전'을 갖고 지역경쟁력을 단계적으로 강화하기 위해서는 경영행정을 실효성 있게 펼쳐야 한다.

셋째, 도정운영의 효율성 확보는 경영행정의 분명한 목표가 아닐 수 없다. 시간관리, 원가·물류·효과성 개념, 경영마인드, 사무혁신 등 내부경영(inside management)과 머드팩 개발, 안면도 마린월드 외자유치, 금산인삼 특화사업과 같은 외부경

6) 충청남도 초대 민선지사는 忠南精神을 '21세기 시민정신'으로 승화·발전시킬 것임을 분명히 밝힌 바 있다. 충청남도, 「민선도정 1년의 회고와 향후 정책방향 - 도지사 기자회견」, 1996. 7. 1. p.1.

영(outside management)은 서로 균형을 이루면서 추진되어야 한다.

그러나 반드시 유념해야 할 것은, 경영수익사업이 충남도 실정상 긴요한 것은 틀림없으나 사업의 목적 및 성과가 도정운영기조와 적합한가, 도민여망에 부응하는가를 잘 고려해야 한다는 것이다.

2. 인본·경영행정의 추진기조

가. 인본행정

인본행정의 추진기조는 '도정신뢰성 증진', '도민만족행정' 추진, '도민밀착행정' 구현, '공개행정 및 참여행정' 도모에 있다고 할 수 있다. 여기에서 갖추어야 할 핵심 내용을 검토해 보면 다음과 같다.

첫째, 도정 신뢰성 증진은 한마디로 200만 도민이 믿고 맡길 수 있는 충청남도 지방정부임을 실증할 수 있는 인본행정을 말한다. 현재 충남도가 역점적으로 추진하고 있는 '열린도정·대화마당'에 따른 민의수렴·정책변영 및 '도정평가단' 운영을 통한 시책평가가 여기에 해당하며, 상징화 시책(CIP)도 포함된다. 행정의 신뢰성이란 어디까지나 '효능'(efficacy) 여하에 따라 판가름난다. 따라서 정책수용성을 높이는 차원에서 도정신뢰성을 증진, 확보토록 해야 한다. 그러나 도정신뢰의 압권이야말로 바로 '도정 최고 책임자의 확고한 정책의지'이다. 그래서 소신과 철학이 더없이 중요하다.

둘째, 도민만족행정 추진의 핵심은 행정서비스에 대한 도민들의 만족감 여하에 달려 있다. 따라서 종래의 운영방식인 '施惠'의 개념으로부터 벗어나 이제는 '고객'(customer) 개념에 입각하여 도민을 대해야 한다. 현재 충청남도에서 추진코자 하는 도민을 '모시는' 행정, 그리고 외지 기업인을 충청남도로 '모셔오는' 행정은 이를 지칭한다.⁷⁾ 그러나 전체적인 도정운영 차원에서 복지시책이나 재난관리행정과 같이 행정이 공공재를 단순 공급하는 '관리영역'이 있다. 결국 직접 이루어지는 대민행정과 이러한 관리행정은 구별하되, 도민만족을 높이는 쪽으로 도정운영의 중심을 세워야 한다.

셋째, 도민밀착행정 구현은 탁상행정이 아닌 현장행정(field administration)과 도민의사를 확인할 수 있는 환류행정(feedback administration)을 통해 가능하다. 아무리 좋은 시책이라도 도민들이 현장에서 직접 피부로 느끼지 못한다면, 그리고 도민들의 요구를 행정이 응답해 주지 않는다면 결국 물리적 거리감이 아닌 '심리적 거리감'만 커질 뿐이다.⁸⁾ 요컨대 도민밀착행정 구현은 '체감행정'이자 '실명행정'에 있는 만큼, 이를 인본행정의 요체로 삼아야 한다.

넷째, 공개행정 및 참여행정의 도모는 실로 '열린행정·열린도정'으로만 가능하다. 과거의 밀실행정은 많은 불신과 부조리를 낳았다. 오늘날의 민선충남도정은 도민들의 도정참여 기회를 확대하여

7) 충청남도, 「4천만이 살고싶은 충남건설, 전국 제1의 고장으로 모시겠습니다」(1996).

8) 이것은 물리적 거리 보다는 오히려 심리적 거리감을 중요시하는 개념이다. Lois Stark, "Trust", in H. London and J.E. Exner, Jr.(eds.), *Dimensions of Personality*(New York: Wiley, 1978), pp.561~599.

민의수렴과 정책반영을 꾀해야 한다. 200만 도민 여론조사, 150명 도민대표로 구성된 '도정평가단' 운영, 민원행정 주민평가제 실시 등은 그러한 실례이다. 그러나 민선자치 실시후 행정서비스 평가는 양호한 반면, 아직껏 풀뿌리민주주의가 실감나지 않는다는 여론조사 결과에도 귀기울일 필요가 있다.

나. 경영행정

경영행정의 추진기조는 '경쟁·성과지향적 행정추진', '공직자 경영마인드 함양', '저비용-고품질 행정체제 구축', '도내 기간산업 신지원체제 정착'에 있다 할 수 있다. 여기에 반드시 담겨야 할 핵심내용을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 경쟁·성과지향적 행정의 추진은 민선자치도정을 성공적으로 이끌어가는데 있어 필수적 요체이다. 오랫동안 굳어진 '무경쟁의 관료제적 운영방식'으로는 격심한 환경변화에 적응할 수 없으며, 적응력을 상실한 조직은 생존력까지 위협받게 된다. 그리하여 공공행정을 기업경영으로 대체하는 것이 아니라, 공공행정의 진정한 목적달성을 위해 허용되는 범위내에서 혁신경영기법을 과감히 도입, 적용해야 한다.

둘째, 공직자의 경영마인드 함양을 위해서는 능력분위의 인사운영, 팀조직과 같은 탄력적인 조직운영, 예산확보에 앞선 비용절감 노력은 물론, 시간·원가·물류개념의 '생활화'를 추구함으로써 행정효율화를 기해야 한다. 특히 경영마인드가 무조건적인 경영수익사업 추진이 결코 아니라는 점, 참신한 경영마인드는 제안제도 등을 통해 적절한

보상(인센티브)이 주어져야 한다는 점, 특히 지도층의 '열린마음'이 강조되어야 한다.

셋째, '저비용-고품질'의 행정체제 구축을 위해서는 현재 관료사회에 만연되고 있는 '고비용-저효율'의 운영구조를 개선하기 위해 사무혁신, 시간관리 행정체제, 행정실명제, 민원처리 온라인제, 기업민원 원스톱서비스제, 그리고 이를 뒷받침할 수 있는 의식개혁을 추진해야 한다. 여기서 중요한 사실은, 의식개혁·제도개선의 양과 질을 비교형량하여 추진력, 시간단계, 부수효과, 기대치 등을 면밀히 산정해야 한다는 점이다.

넷째, 도내 기간산업 신지원체제 정착은 충남도가 전통적인 농업도로서 취약한 기업활동 환경과 부족한 사회간접자본의 구조적 한계를 극복하기 위해 매우 중요하다. 현재 농어촌 활력화를 위한 10대 시책 및 100가지 실천계획과 도내 중소기업 육성을 위한 1998년도까지 2,000억원 자금조정으로 매년 600억원씩의 지원 등 사업추진이 활발하나, 문제는 장기적으로 21세기형 신농업·프로農 체제전환과 역내 산·학·연 협동체제 구축에 입각한 지역경쟁력 강화에 달려 있다.

3. 인본·경영행정의 핵심 추진사업

가. 인본행정

1) 인본행정체제의 구축

이는 인본행정을 실효성 있게 구현하기 위해 충남도정 운영을 '인본행정체제'(human-centered administration system)로 전환, 구축하려는 것이며, 특히 양질의 공공서비스와 주민편익 제공으로

도정운영의 신뢰성과 만족감을 확보키 위한 일련의 내부행정체제 재정립 및 의식개혁·제도개혁 관련 도정시책을 의미한다.

추진상황을 보면 초대민선지사 취임 직후 설치된 '도정발전기획단'의 핵심연구성과를 토대로 지방행정의 효율적 개편, 통합민원실 설치 및 사무환경 개선, 민원부서 청내 전진배치, 열린도정·대화마당 운영, 신속한 재난대비체제 조기구축 등이 성공적으로 완료되었다. 아울러 민원·문서·공사실명제 등 행정실명제 도입과 주민위주의 법령개편, 200만 도민여론조사, 농어촌발전 대상제, 여성대상 제정, 도민서비스체제 구축, 도정홍보 활동을 정상적으로 추진하고 있다.

2) 더불어사는 지역공영체 조성

이는 충청남도가 '더불어 함께, 나누면서 살아가는' 아름다운 지역공동체, '함께 번영을 누리가는' 모범적인 지역공영체를 지향하기 위해 복지시책 확대, 충남정신·충효정신·도의새마을정신 함양, 노인 및 스승존경운동, 장애인·청소년·부녀아동 복지확대를 거도적으로 펼치기 위한 일련의 도정시책을 말한다.

충청남도는 초기단계부터 종래의 가정복지체제에서 생활복지체제로 전환하여 종합적인 복지정책을 계획, 추진한 결과 생계곤란계층 특별지원조례 제정으로 전국적 모델구축 이룩, 무의탁 거동불편 노인 방문진료 실시, 장애유형별 복지대책 수립, 종합적인 경로복지정책 추진, 도서주민 진료사업 전개, 최근 미국 LA 슈라이너 병원과 협약을 맺고 추진하고 있는 선천성 기형아동 무료시술 등을 펼

치고 있다. 그동안 재원확보를 앞세워 미루어졌던 복지정책이 어려운 재정여건상에서도 사업우선순위를 높여 중점 추진한 가시적 성과라 할 수 있다.

3) 도민위주의 봉사행정체제 정착

이는 경제활동·사회활동 등 도민의 실생활상의 편익을 높이기 위해 공공서비스 현장지원, 소비자 생활보호 시책전개, 취업정보센터 운영, 농어민지원체제 확립 등 직접적인 공공서비스 제공을 통해 위민봉사행정과 생활편익행정을 지향하기 위한 일련의 도정시책을 의미한다.

충청남도는 도민생활상의 민원해소 차원을 넘어 농어민 현장지원 및 소비자보호 조례제정으로 활성화 추진 등에 이르기까지 비교적 폭넓게 대민행정서비스 제공에 역점을 둔 결과 상당한 성과를 이루었다고 평가된다. 그러나 이는 광역단체수준에 국한되는 것이 아니라 오히려 기초단체수준에서 활성화되어야 할 부분이 많기 때문에, 결과적으로는 도-시군 간의 협조체제 속에서 운영되는 것이 더욱 효율성이 높다 할 것이다. 한편 4대 권역개발과 관련하여 개발정책에 있어서는 북부권·서해안권·백제권·금강권에 대한 주민동참을 지속 독려하고, 사회간접자본 확충 및 지역기능 특화를 위해 현장위주의 행정지원체제를 조기구축하는 것이 중요하다.

4) 안전·쾌적한 주민생활 보장

이는 도민을 자연적·인위적 재난재해로부터 안전을 확보케 하고 아울러 각종 환경적 위해요소를 적극적으로 사전 제거함으로써 쾌적한 주민생활을

보장하고자 하는 것이며, 이를 위해 재난예방행정과 환경행정 등 도민생활보장을 이룩하기 위한 일련의 도정시책을 말한다.

충청남도는 자연조건상 재해피해가 타지역에 비해 상대적으로 적었으나, 초대민선체제 출범 직후 초대형 풍수해와 콜레라 전염 등으로 격심한 안전위해를 겪었다. 현재 도차원에서는 보건환경국을 중심으로 보건-환경기능을 통합 추진하고 있는만큼, 「푸른충남 21」(Local Agenda)를 토대로 환경친화적·자연순응적 개발정책에 역점을 두어야 하며, 특히 앞으로 안전하고 쾌적한 삶의 지향성이 강조되는 시대가 불원한 도래한다는 점에서 충청남도는 환경보존에 비중을 높이면서 도정운영에 임해야 한다.⁹⁾

나. 경영행정

1) 시간관리행정체제 구축

이것은 과업조건(task givens)이자 관리자산(management assets)인 '시간자원'을 효율적으로 운용함으로써, 직무수행 효과를 극대화하고 비용산정에 시간 및 물류 개념의 도입, 경영행정시간제(집중근무제) 운영, 토요일종일근무제 실시, 회의시간 축소, 전자결재시스템 및 능률성 위주의 OA사무개선시스템 도입은 물론, 사업추진에 있어 시간부담(time basis)의 필수적 고려 등을 통해 행정운영의 효율화를 기하기 위한 일련의 도정시책을 말한다.

그동안 경영행정의 첫 조치였던 시간관리 행정체제의 강도 높은 강조로 어느 정도 이것이 조기 정착되었다 할 수 있다. 특히 생활민원 1회방문 처리제 및 기업민원 원스톱제 운영 등은 민선자치의 실시에 따라 전국적으로 확산된 만큼, 그 효과도多大하였다 말할 수 있다. 그러나 계획추진과 실제운영 간의 격차나 괴리현상도 일부 나타나고 있으므로, 특히 지역정보화와 관련하여 앞으로 안정적 대책·추진이 필요하다.

2) 공직내부 운영효율 향상

이는 공직사회 즉, 행정내부의 직무수행이나 업무추진에 있어서 행정효율성(administrative efficiency)을 향상시키기 위해 혁신경영기법을 적용하여 직무분석 및 직무개선, 권한위임, 투자심사 분석, 사업평가 및 환류체제 정비, 비용절감 및 예산확보 노력 등 내부경영(inside management)을 토대로 효율적 행정체제를 조기 정착시키기 위한 일련의 도정시책을 말한다.

민선자치체제 출범후 꾸준히 사무혁신 및 제반제도·절차개선을 추진해 온 충남도는 양호한 공직내부 운영효율을 확보했다는 평가를 받기에 충분하다. 그러나 민선자치체제로의 급격한 전환에 따른 업무량 폭증과 이에 걸맞는 공직자의 행태변화가 어느 정도 있었는가에 대해서는 별도의 평가를 요한다.

9) 충청남도, 「1996년도 도정운영방향」, 충남지역 QM 최고경영자 도지사 강연집, 한국표준협회, 1996. 2. 9, p6 : 충청남도·충남발전연구원, 「97 국제환경포럼 : 인류생존과 환경보존을 위한 지방의 새물결」, 1997. 5, pp.29~30.

3) 지역경쟁력 강화체계 확립

이는 지역내 경쟁력 창출자원을 적극 개발·활용하여 새로운 소득·부를 창출하는 기업활동의 활성화, 지방정부 행정서비스의 효율화, 지역주민들의 삶의 질을 실질적으로 향상시켜 경제활력을 북돋우고 지방화·세계화를 동시에 구현키 위한 일련의 도정시책을 말한다.

지역경쟁력(regional competitive power)이 전국적으로 저조한 충청남도의 경우, 경영행정을 도정 운영기조로 채택하면서 박진감있는 내적·외적 변화를 꾀해 왔으며, 특히 1차산업 비중이 크고 인프라 투자가 미진한 지역여건을 극복키 위한 다각적인 노력을 기울인 결과 괄목할 만한 성과를 거두었다 평가된다. 특히 지역경쟁력을 획기적으로 확보하기 위한 정책성과는 1차적으로 '정책실' 신설로 나타났다 할 수 있으며, 세계화 시책추진은 매우 고무적 성과를 나타냈다. 현재 추진중에 있는 대단위 프로젝트들은 지역역량(성장잠재력 및 발전가능성)을 획기적으로 강화하기 위해 역동성 있게 펼쳐지고 있다.

4) 혁신적 경영방식 개발

이는 혁신경영기법을 공공부문(public sector)에 과감히 도입, 민간부문(private sector)의 창의와 활력을 최대한 활용하여 지방정부의 생산성 제고 및 운영효율을 높이고, 적정범위(행정의 수비범위) 내에서 지방재정력 증대를 위한 경영수익사업

등 일련의 도정시책을 말한다.

현재 충청남도에서 내부경영의 성과는 돋보이고 있으나 외부경영 즉, 경영수익사업은 타시도에 비해 그 비중이 약하게 나타나고 있다. 이는 충청도의 입장에서 우선적으로 내부경영의 내실화를 추구했기 때문으로 판단된다. 그러나 道 차원에서의 최근 안면도 종합관광개발 관련 미국 인피니티사와의 전격 합작추진 등은 획기적인 것이며, 시군의 경우 보령시의 머드팩 개발·시판사업과 금산인삼의 세계적인 전략상품화 추진 등은 매우 고무적이라 할 수 있다.

V. 맺 음 말

지금까지 충청남도의 도정발전과 지역발전을 이끌어가는 양대 지주로서의 인본·경영행정의 논리체계를 기본이념과 구현전략을 중심으로 살펴보았다. 이제 우리는 인본·경영행정을 하나의 '명사'로서 보다는 하나의 '동사'로 파악해야 하며, 일종의 역동적 활동의 개념으로 간주할 이유를 찾을 수 있다.¹⁰⁾ 즉 민선자치도정을 책임있게 이끌어가기 위한 지도원리로서의 인본·경영행정은 앞으로의 전망을 새롭게 가져야 할 하나의 임무이자 책무임을 재차 확인할 수 있다.

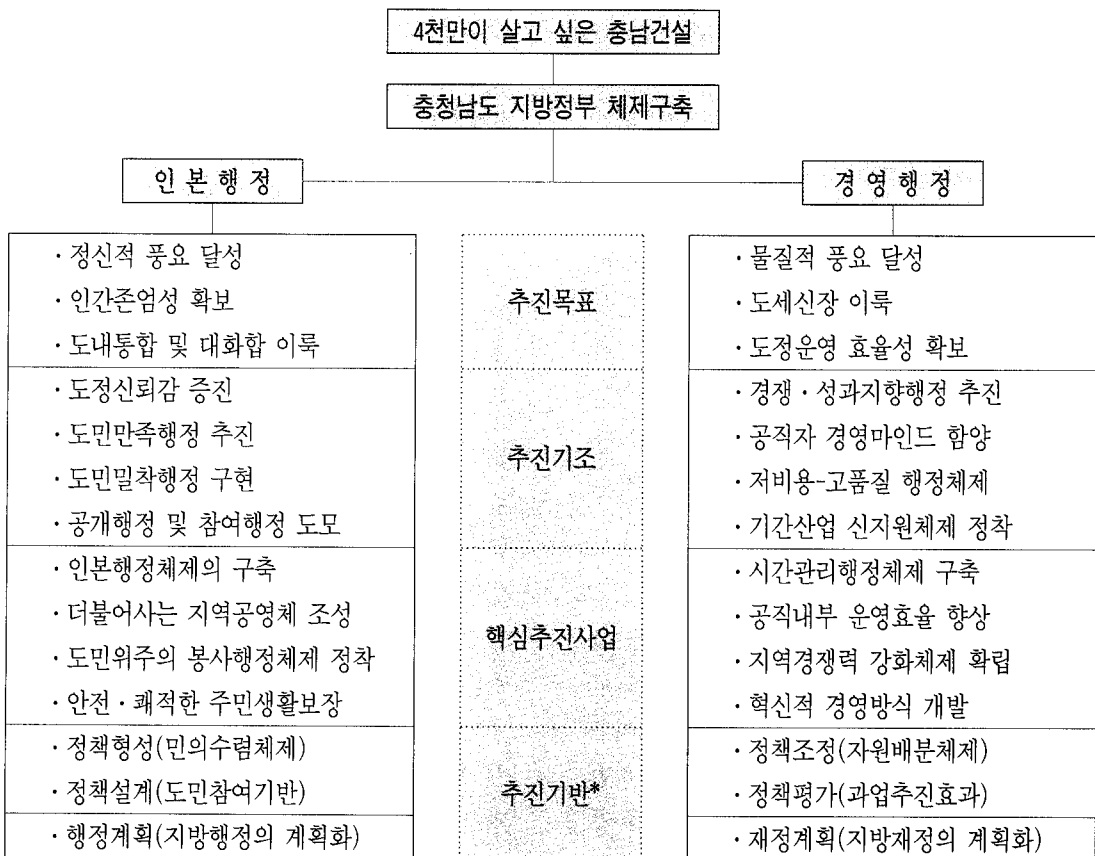
인본·경영행정의 최종 목적이 '4천만이 살고싶은 충남건설'에 두고 있음은 명백하다. 그런즉 인본·경영행정의 기본이념과 구현전략을 가시화하

10) 이는 유명한 반 퍼어슨의 「문화의 전략」에서 원용해 본 것이다. C. A. Van Peursen, *The Strategy of Culture : A View of Changes Taking Place in Our Ways of Thinking and Living Today*, Amsterdam : North Holland Pub. Co., 1974, Chap. VI.

기 위해서는 이상-현실, 이론-실제, 가치-실제, 이념-체제 간의 정합성을 반드시 찾아내야만 한다. 그렇기 때문에 이들간의 거리(괴리)를 좁히기 위해서는 반드시 ‘프로그램으로서의 접근논리’(approach methodology as the action program)에 입각하지 않으면 안된다. 특히 중장기적 時觀에 입각, 가용자원을 유효적절히 동원하여 비전·

정책·전략·기획·사업계획 등과 관련하여 유용성 있는 적용방법론을 구상, 개발하는 것은 매우 중요한 정책과제가 아닐 수 없다.

그렇지만 행정은 오로지 주민을 위해 존재해야 한다는 정당성(legitimacy)과 행정은 환경의 요구에 능동적으로 적응하면서 가치를 창출해야 한다는 효율성(efficiency) 간에는 규범적으로는 상합



* 추진기반 : 핵심 추진과업의 공동사항임.

〈그림 1〉 인본·경영행정의 구현방향과 추진전략

관계에 놓여 있어야만 하나, 현실적으로는 그렇지 못한 경우가 많다. 따라서 이들간의 균형관계를 설정·유지하는 것이야말로 매우 중요한 바, 행정 책임자는 바로 이 점을 놓치지 말아야 하며, 이를 위해서는 인본·경영행정에 확신을 갖고, 특히 도정과 시군정 간의 긴밀한 시책연계를 이루어내는 것이 매우 중요하다.

이제 「4천만이 살고싶은 충남건설」이라는 요청 명제(postulate)는 실로 인본·경영행정의 성공적 추진을 통해 가능한 것이며, 따라서 21세기 충남의 미래상을 성공적으로 구현하기 위해서는 도민위주의 봉사행정으로서의 인본행정과 행정혁신·도세신장을 위한 경영행정을 확고히 자리매김하지 않으면 안된다.

그런즉 충남인의 정신세계와 경험세계는 기본적으로 균형을 이루어야 한다는 기본바탕에서 정신적 필요와 경제적 필요가 동시에 이룩되도록 인본·경영행정을 쓸모있게 펼쳐야 한다. 그리하여 200만 도민과 1만6천여 공직자간의 성취의지의 일체화를 통해 '명예로운 충남정신'을 발양시켜야 하며, 특히 발전성과의 균점화로 외롭고 그늘진 곳에 사는 사람들까지도 '살맛나는 충청남도'를 이룩해야 한다. 그리하여 4천만 모두가 살고싶어 하는 복지충남을 건설해야 한다.

결론적으로 충청남도의 실천적 행정철학인 인본·경영행정은 명실공히 민선자치도정을 이끌어 가는 데 합당한 지도원리임이 입증되었다. 이에 인본·경영행정은 앞으로 일련의 추진체계를 토대로 '충청남도 지방정부 체제구축'을 통해 최종적으로

는 '4천만이 살고싶은 충남건설'로 필히 구현되어야 할 것이다. **열린충남**

참 고 문 헌

- 김병준, 한국지방자치론 : 지방정치·자치행정·자치경영, 서울 : 법문사, 1995.
- 최병학, "충청남도 지방의정의 발전방향", '96년도 하반기 의정연찬회 교재, 1996.
- 충청남도, "21세기를 향한 지방행정의 경영마인드 제고방안 : 충청남도의 실증적 분석을 통한 모델구축을 중심으로", 제34회 지방행정연수대회 제출논문, 1996.
- _____, 4천만이 살고싶은 충남건설, 전국 제1의 고장으로 모시겠습니다, 1996.
- _____, 인본·경영행정, 이렇게 추진하고 있습니다 : '95. 7. 1~'96. 6. 30, 1996, 12.
- _____, 연구성과를 이렇게 실천해 나가겠습니다, 1996.
- 細川護熙·岩國哲人, 김재환(역), 지방의 논리, 서울 : 민지사, 1991.

충남 관광의 미래는 밝다

I. 머리말

II. 우리도의 관광여건과 방향

III. 우리도의 주요 관광시책

IV. 맺음말

우리도에서는 전국 제일의 관광도로 육성하기 위하여 관광과에 관광홍보계를 신설하는 등 관광산업 발전에 박차를 가하고 있다.

I. 머 리 말

오늘날 관광산업은 환경, 첨단 정보산업과 함께 21세기 미래의 최고 성장산업으로 부각되고 있으며, 경제발전과 고용효과를 높이는 중요한 외화증대 산업으로 부상되고 있다. 또한 관광산업은 주민소득과 직결되며 지역경제 활성화와 지방자치단체의 재정력 향상에 막대한 영향을 줄 수 있는 중요한 산업이다.

정부에서는 관광산업을 발전시키기 위하여 관광분야의 각종 규제완화로 투자를 유도하고 대기업의 참여촉진을 위한 관광산업용 부동산의 취득허용 등 관광산업 진흥대책을 마련중에 있다.

II. 우리도의 관광여건과 방향

충남은 국토의 중심부에 위치하고 있으며, 충절을 숭상하여 온 옛 조상들의 얼이 살아 있는 유적이 많고, 산수가 수려하며 953km의 리아스식 해안을 가지고 있는 등 천혜의 관광조건을 갖추고 있다.

특히 찬란했던 백제문화의 꽃을 피웠던 공주·부여지역의 백제문화권과 천안 독립기념관, 아산 현충사 등의 민족 성역지는 우리의 긍지와 자랑이고 2개소의 국립공원과 3개소의 도립공원, 대천해수욕장 등 15개소의 해수욕장, 온양·아산온천 등 많



최 동 환
(崔東煥)

충청남도
관광과장

은 온천과 백제금동대향로, 서산 마애삼존불 등 곳곳에 산재되어 있는 문화재와 유물유적 등은 우리 지역의 소중한 관광자원이다

또한 우리도를 찾는 관광객의 수도 해마다 늘고 있다.

지난 '91년에 우리도를 다녀간 관광객이 30,170천명이었으나 '96년에는 39,502천명으로 연평균 6%가 증가하였으며, 지난 해에는 다양한 관광 홍보방안을 개발·추진하고 적극적으로 관광객을 유치하여 <표 2>에 나타난 바와 같이 전국에서 가장 많은 관광객이 우리도를 다녀갔다.

관광여건의 변화에 있어서도 소득수준의 향상에 따라 여가를 즐기려는 현대인들의 관광욕구가 늘어나면서 관광의 대중화와 교통수단의 발달 등으로 가족단위의 관광이 늘어나고, 레저활동 등 다양한 관광욕구로 인하여 관광형태도 다양해지고 있으며, 각종 국제회의 등의 증가로 외국인 관광

객도 대폭 증가되고 있다.

우리도에서는 관광여건변화에 부응하여 관광자원을 개발하고, 개발된 관광자원을 적극 홍보하여 외래 관광객을 유치하고, 우리도를 찾는 관광객들에게 포근하고 안전하며 따뜻한 관광이 이루어지도록 각종 관광시책을 추진하고 있다.

관광지 개발은 우리의 전통문화, 명승고적 뿐만 아니라 도로, 교통 그리고 신선한 공기, 풀 한포기, 나무 한그루, 돌 하나라도 우리의 아이디어와 노력 여하에 따라 귀중한 관광자원이 될 수 있다는 점을 깊이 인식하고, 온 지역을 시대변화에 부응하는 관광지로 가꾸어 나가기 위하여 지역의 고유한 특성을 살리고 타 지역과 차별있는 관광지를 조성하고 주제 있는 가족휴양촌 조성을 적극 추진하고 있다.

또한 민자유치 설명회 개최 등 다양한 홍보로 민자유치를 적극 추진하고 있으며, 눈으로만 보는

<표 1> 연도별 관광객 현황

(단위 : 천명)

구분 \ 연도별	'96	'95	'94	'93	'92	'91
계	39,502	32,166	33,789	30,773	31,265	30,170
내 국 인	39,178	31,942	33,365	30,371	30,825	29,839
외 국 인	324	224	424	402	440	331

<표 2> '96년도 관광객 유치 시도별 순위

구 분	1순위	2순위	3순위	4순위	5순위
지 역 명	충 남	강 원	대 구	경 남	경 북
관 광 객 수	39,502천명	39,305천명	38,593천명	36,304천명	34,796천명

주 : 5순위 미만은 생략

관광에서 보고 느끼고 배우고 참여하는 관광으로 전환시켜 나가고 있다.

관광홍보는 관광지 소개, 볼거리, 먹거리, 살거리와 함께 교통편, 숙박시설, 주변관광지 등 관광객의 편의를 도모하는 종합적인 홍보를 시기적절하게 하고, 다양하고 특색있는 관광홍보 방안과 국·내외 홍보전략을 개발·추진하여 외래 관광객을 적극 유치하고, 한 번 다녀간 관광객이 홍보요원화 될 수 있도록 노력하고 있다.

우리도를 찾는 관광객들이 다시 찾아올 수 있도록 관광안내 서비스를 개선하고, 관광안내판, 관광 관련 도로표지판 등을 정비하며, 관광안내요원을 적극 활용하여 관광객들에게 최대의 편의를 도모하고, 친절, 질서, 청결운동(3대운동)을 전개하여 다정하고 포근한 인상을 갖도록 하며 전 도민이 관광안내를 할 수 있도록 추진해 나가고 있다.

또한 2000년 ASEM(아시아·유럽정상회의), 2002년 월드컵대회 등의 국제행사에 대비하고 꽤

적하고 친절한 관광환경을 조성하기 위하여 관광호텔, 콘도미니엄 등 관광숙박시설과 휴양시설을 확충하고 관광시설과 환경을 정비하고 있으며, 건전화 정착을 위하여 건전 관광의식을 제고시키고 있다.

Ⅲ. 우리도의 주요 관광정책

1. 관광지 개발

가. 다양하고 특색있는 관광지 개발

우리도에서는 도내 관광자원을 효율적으로 개발관리하기 위하여 충청남도 관광개발 기본계획에서 공주문화권과 태안해안권 등 2개 권역으로 설정하여 권역별로 개발 추진중에 있으며, 국민들에게 건전한 휴식공간을 제공하고 특색있는 테마 및 시설을 도입하여 체류형 관광지를 조성하기 위하여 총 20지구 3,604천평을 관광지로 지정하여 총 28,814억원(공공 3,271, 민자 25,543)을 2010년까지

〈표 3〉 관광지 개발사업 현황(97. 1. 1. 현재)

구 분	지 구 수	면 적	사 업 비	지 구 명
계	30지구	4,767천평	28,814억원	
개발완료지구	2	145	25	태조산, 구드래
개발추진지구	18	3,459	28,789	각원사, 용연저수지, 곰나루, 마곡사, 대천해수욕장, 무창포해수욕장, 죽도, 신정호, 아산온천, 금강하구둑, 덕산 온천, 예당저수지, 칠갑산도림온천, 천안온천, 삼교호, 안면도, 마곡온천, 공주문화
개발예정지구	10	1,163		난지도, 개삼터, 남당리, 간월도, 석대도, 강당리, 탑정저수지, 운주 산성, 원산도, 춘장대

투자할 계획이다.

'96년까지 17지구(완료 2, 추진중 15)에 대하여 4,419억원(공공 1,507, 민자 2,912)을 투자하였고, '97년도에는 개발추진지구 16개소에 대하여 4,006억원(공공 280, 민자 3,726)을 투자할 계획이며 앞으로 개발하려고 계획하고 있는 관광지로는 10지구 1,163천평이다.

나. 안면도 국제관광지 개발사업 추진

안면도 국제관광지 개발사업은 천혜의 아름다운 자연경관을 살린 21세기 첨단 휴양관광지를 조성하고 충남 관광산업을 획기적으로 진흥시키기 위하여, 국내 처음으로 지방자치단체와 외국 민간 투자자간 제3섹터 방식으로 추진하는 사업으로, 그동안 주식회사 설립을 위하여 민관합작투자협약을 체결하였고, 안면도관광개발주식회사 출자 조

〈안면도 국제관광지 개발사업의 개요〉

▷ 위 치 : 태안군 안면읍 승연·중장리 일원(1,390천평)

▷ 주요시설

- Marine World의 주요 시설을 도입(116천평)
 - 머린월드, 상징호텔, 주차장, 상가, 편의시설
- Theme Park(세계의 음식, 상품, 구경거리) 및 유희시설 도입
 - Theme Park(28천평), 유희시설(79천평), 모노레일시설
- 병술만지역 공유수면을 이용한 Water Park조성(330천평)
 - 인공섬 2개소(28천평), 유람선 4.9km운행, 마리나센터1개소, 호수공원(10천평), 낚시 및 해양음식점(6천평), 방파제 1.1km
- 골프장, 실버타운 15동, 유스호스텔 1동, 보건소 1동, 관광식물원(53천평) 조성 및 관광차(Tram Route), 컨벤션센터 도입

▷ 법인의 형태 : 상법에 의한 「주식회사」

▷ 투자계획 : 2001년까지 10,517억원 투자(공공 1,000 + 민자 9,517)

우 리 도 → 현금 또는 관광개발사업 지구내 토지출자

민 간 → (주)Infinity 국제그룹에서 자금과 기술투자

※ 기본구상(안)으로 기본설계에 의거 사업규모 및 투자액 조정예상

례를 공포하여 내무부에 출자승인을 완료하였으며, 집단묘지 조성, 진입도로, 이주자 단지 조성 등 공공기반시설 공사도 계획대로 추진하고 있다.

앞으로 주식회사가 설립되어 안면도 관광지개발사업이 본격 추진되면 국제적인 관광지가 조성되어 지역경제가 활성화될 전망이다.

다. 1시군 1테마파크 조성사업 전개(1항1원 운동)

지역의 특성과 아이덴티티(Identity: 정체성)가 부각된 테마를 선정하고 관광패턴 변화에 부응하는 미래 지향형 가족단위 휴양지를 조성하기 위하여 1시군 1테마파크 조성사업을 추진하고 있다.

각 시군의 관광자원중 특색있는 주제를 선정하여 각 단계별로 추진하고, 민자유치를 적극 유도하되 공공시설은 도, 시군 예산을 지원하며, 해당 시장·군수, 민간사업자가 사업주체가 되어 추진할 계획이다. 먼저 1단계 사업으로 5개지구 357천평 1,008억원(공공 17억, 민자 991억)을 투자할 계획으로 추진하고 있다.

▷ 1단계 : 실현 및 성공 가능한 사업을 선정하여 시범사업으로 추진

▷ 2단계 : 추가사업을 선정하여 확대 추진

▷ 3단계 : 1시군 1테마파크 조성 추진

〈1단계사업〉

- ① 공주 곰나루의 메밀문화 관광센터(메밀재배 및 가공, 전시 등 체험의 장 마련)
- ② 공주생활박물관(자연사, 전통문화 박물관, 전시실, 수석·조각공원 등)
- ③ 아산랜드파크(유희시설, 자연학습관, 세계의 정원 등)
- ④ 서산 고적탐방 휴양촌(야영장, 모험놀이장, 배구 및 농구장 등)
- ⑤ 홍성 용봉산 가족휴양촌(바베큐시설, 썰매장, 청소년 수련시설 등)

라. 廢道の 관광자원화

위험사고 우려가 있는 방치된 廢道を 테마가 있는 관광도로로 조성하여 관광충남의 이미지를 부각시키고, 특정시기에 최대 볼거리를 제공하고 한시적 입장료를 징수하는 지자체의 경영수익사업으로 추진하고 있다. 우리도의 폐도로는 국도 32호 마티고개(공주 반포), 국도 40호 성주고개(보령 성

주), 국도 36호 대치고개(청양 대치)등이 있다.

마티고개는 「문학(시조)이 있는 가로」와 백제시대 생활상을 재현시키고, 성주고개는 산정에 있는 행글라이더 이륙장 및 대천 앞바다의 전망을 살릴 수 있는 Sky Romance Path로 조성하고, 대치고개는 주변 자연환경과 조화를 이루는 옛 길로 조성해 나갈 계획이다.

2. 관광홍보

가. 충남 관광캠페인 통합화 작업 추진(충남 관광 CIP)

매력있는 충남 관광의 이미지를 창출하고 우리 도만의 독특한 이미지 개발로 관광충남의 가치를 높이면서 다른 지역과의 뚜렷한 차별화를 유도하여 관광객들이 관광지를 알고 찾아오고 싶어하며 또 찾아올 수 있도록 충남 관광 캠페인 통합화 작업을 추진중에 있다. 현재 전문업체에 연구 용역 의뢰하여 기본편, 응용편, 활용편 총 55개 항목을 개발중에 있다.

- ▷ 기본편 : 관광충남의 심볼, 로고, 전용서체, 색상, 15개 시군별 슬로건 등
- ▷ 응용편 : 서식, 싸인류, 관광정보, 홍보물, 관광상품 등
- ▷ 활용편 : 관광캠페인 통합작업 성과품 활용 홍보물 제작(4종)

이러한 개발이 완료되면 각급 행정기관 및 유관 기관·단체 등에 충남 관광홍보 메뉴얼을 배포하여 활용토록하고, 각종 홍보이벤트와 홍보물 제작에 적극 활용할 계획이다.

나. 외래 관광객 유치에 위한 관광 설명회 및 도내 관광지 답사

우리도 관광지를 널리 알려 관광충남의 이미지를 제고시키고 외래 관광객을 적극 유치하는 계기를 마련코자 충남·대전지역 중·고교 외국인 교사와 전국 관광회사 기획담당자 및 주요 언론사 기자단을 초청하여 관광 설명회를 겸한 도내 주요 관광지 답사를 추진중에 있다.

다. 다양한 관광홍보방안 개발 추진

1) 서울역 전광판 이용 관광홍보

서울역 전광판을 이용하여 우리도의 주요관광 자원 및 도정이미지, 지역특산물 등을 홍보하고 있는데(전국 최초로 '96년 6월 19일부터 홍보) 시기별로 적절한 홍보내용을 선정하여 홍보함으로써 홍보효과를 증대시키고 있다.

2) 관광정보 자동안내 전산망 개설

한국통신과 협조하여 도내 관광문화유적, 교통정보, 볼거리, 즐길거리, 인물, 지역특산물 등을 시군별로 자동안내 전산망 개설을 추진하고 있다.

지난해에는 700음성정보서비스를 개통('96. 2. 15)하여 전국 어디서나(042)700-7070을 이용하여 우리도의 관광자원을 알 수 있게 하였으며, 금년에는 Hitel, Internet 등 PC통신 서비스와 FAX D/B서비스를 확대 운영할 계획이다.

3) 시판용 관광 CD롬 제작

도내 문화관광자원과 각종 여행정보 등을 수록한 충남 관광 CD롬을 민자유치사업으로 추진하여 2,000개(홍보용 200, 시판용 1,800)를 제작하였다. 제작사에서 시중판매를 통하여 다양한 계층에 홍보하고 있다.

4) 충남 관광홍보 VTR 제작

도내 사계절의 변화를 배경으로 역사문화유적, 대표 자연경관, 문화재, 향토음식, 특산물 등을 소개하는 관광홍보 VTR을 제작·추진하고 있다.

비디오 영상제작 전문업체에 용역을 의뢰하여 20분용 다큐멘터리 나레이션 형식으로 VHS 600

개(국어 300, 영어, 일어, 중국어 각 100)를 제작중에 있다. 제작이 완료되면 주요 관광역행사, 관광공사 등에 배포·홍보하고, 각종 행사 및 회의 등에 활용할 계획이다.

5) 무창포 신비의 바닷길 관광열차 운행

보령 무창포 해수욕장과 이곳에서 1.5km 떨어진 석대도 사이의 바닷물이 매달 두 번씩 갈라지는 현상(일명 : 모세의 기적)을 관광자원화하여 외래 관광객의 방문욕구를 촉진시키고 관광충남의 이미지로 제고시키기 위하여 '97년 4월부터 매월 1회 서울~대전역간 관광열차를 운행하고, 보령 석탄 박물관, 성주산 휴양림 등을 연계하여 1일 관광코스를 운영하고 있다.

철도청과 협조하여 도내 주요관광명소, 향토문화축제, 지역특산품 생산지 등을 대상으로 관광열차운행을 확대 추진할 계획이다.

6) 논산 육군제2훈련소 면회객 대상 관광홍보

육군 제2훈련소를 찾아오는 면회객 및 입소장병 가족친지를 대상으로 충남의 이미지를 심어주기

위하여 입소대대 및 면회장내에 홍보물 전시대를 설치, 관광홍보물을 전시·홍보하고 있으며, 면회객 컴퓨터 및 농특산물 판매센터를 건립하여 충남 관광 홍보코너를 설치·운영할 계획이다.

7) 언론매체 활용 홍보

도정신문, TV, 신문, 잡지 등 각종 언론매체를 활용하여 정기 또는 수시로 관광지 특집보도 등 지속적으로 관광홍보를 하고 있다.

매월 1회 도정신문에 도내 주요관광지 소개 특집보도를 하고 있고, 월간잡지 2000년誌에 매월 1회 시군별로 관광지를 연재·소개하고 있으며, 수시로 TV 및 신문을 활용하여 관광홍보를 하고 있다.

라. 향토문화축제의 관광상품화

국내·외에 우리의 전통문화를 알리고 관광객을 적극 유치하기 위하여 우리 지역 향토문화제중 '97 문화관광축제로 선정된 백제문화제와 금산인삼제를 우선적으로 관광상품화하고 점차 확대·추진할 계획이다.

〈표 4〉 충남의 관광문화축제 현황

축 제 명	기 간	주 요 행 사
금산인삼제	9. 5~ 9. 9(5일간)	고려인삼건강특별전, 인삼요리특선, 강처사마당놀이 등
백제문화제	10. 9~10. 12(4일간)	백제왕 천도고유제, 역사문화행렬 등

향토문화축제를 관광상품화하기 위하여 지역특성과 볼거리 및 관광객들이 함께 체험, 참여할 수 있는 프로그램을 확대하고, 축제행사와 연계한 관광코스 개발 및 국내·외 홍보를 강화하고 있다.

또한 주요 여행업체를 초청하여 관광설명회를 개최하고, 관광상품 개발에 필요한 자료제공 등 여행업계의 관광객 유치활동을 적극 지원할 계획이며, 관광객들이 불편이 없도록 현지 관광안내소

를 운영하고, 숙박업소, 음식점 등接客업소의 서비스를 개선하며, 각종 안내판을 설치할 계획이다.

다. 국제행사 활용 관광홍보

국내에서 개최되는 각종 국제행사를 활용, 외국인 참가자를 대상으로 현장 홍보를 실시하고 있고, 충남 관광홍보관을 설치 운영하여 관광홍보물을 배부하고, 특산품 전시판매를 병행 실시하여 외국인들의 관심을 끌고 있다.

또한 '97. 1. 24~2. 2(10일간) 전북 무주·전주에서 개최된 '97년 동계U대회 기간동안 현지 충남 관광안내소를 설치 운영하여 관광홍보 및 외국 관광객들을 우리도로 유치하였다.

또한 '97년 고양 세계꽃박람회(5. 3~5. 18)기간에는 충남 꽃전시관내에 우리도의 관광홍보물을 전시·배부하였으며, 부산 동아시아대회(5. 9~5. 16) 기간에는 「인삼홍보관」을 운영하여 금산인삼 전시 및 충남 관광홍보를 병행 실시하였다. 앞으로 각종 국제행사를 활용하여 충남 관광홍보를 적극 추진할 계획이다.

바. 관광안내판 정비 및 명예 통역안내원 운영

노후되거나 위치가 부적절한 관광안내판을 정비하여 관광충남의 이미지와 관광안내 효과로 제고시키기 위하여 도 관광안내판 총 17개소중 '96년도에 설치한 4개소를 제외한 13개소를 민자유치사업으로 추진하여 교체 정비하고 있다.

우리도내 각 지역을 찾는 내·외국인에 대한 안내와 통역으로 편의를 도모하고 친절하고 상냥한 서비스를 제공하기 위해 47명의 명예 통역안내원

을 위촉하였다. 또한, 명예 통역안내원을 활성화시키기 위하여 간담회를 개최하고, 각종 문화예술행사시 초청하여 사기를 진작시키며, 외국인 단체 관광객들의 관광안내 및 통역원으로 적극 활용할 계획이다.

사. 충청권 관광산업진흥 공동모색

충청권 관광산업진흥과 지역발전을 도모하고자 충청권 관광루트개발을 포함하여 외래 관광객 유치 등 관광산업의 모든 분야에 3개 시도(대전, 충북, 충남 등)가 공동으로 협력하고 노력해 나가고 있다. 따라서 3개 시도 실무자회의를 개최하여 구체적인 추진방안을 모색하는 등 적극 추진하고 있다.

충청권 관광산업 진흥정책의 전반적인 사항을 협의·추진하기 위하여 시도 관련국장, 관광협회장, 여행사 대표 등으로 충청권 관광산업진흥위원회를 설치·운영할 계획이다. 공동추진할 관광 진흥방안으로 충청권 광역관광루트를 개발하고, 3개 시도가 공동으로 충청권 전역의 관광안내지도 제작 및 홍보물 제작시 타 시도의 주요 관광지도도 함께 수록하여 효율적으로 관광홍보를 하며, 관광안내소도 통합 운영할 계획이다.

3. 관광환경 조성

가. 관광시설 확충

문화, 체육 등 국제행사에 대비하고 매년 증가하는 관광객을 수용하기 위하여 관광숙박시설을 확충해 나가고 있다. 도내 관광지를 중심으로 투

자설명회 등 민자투자 유치활동을 전개하고, 각종 행정규제 완화와 제도개선을 적극 추진하여 투자를 촉진시키고 있다.

우리도내 관광숙박시설은 15개소(관광호텔 12, 휴양콘도미니엄 3)가 있으며, 18개소(관광호텔 8, 휴양콘도미니엄 10)를 건립중에 있어, 앞으로 2000년을 전후하여 33개소(5,000여실)의 관광숙박시설을 확보할 전망이다.

또한, 관광객들에게 포근한 휴식공간을 제공하기 위하여 관광객 이용시설을 적극 추진하고 있다. 금산 추부면 서대산에 위치한 오락시설과 운동시설을 갖춘 전문휴양업 1개소가 있으며 건설중인 시설은 3개소가 있다.

공무원연금관리공단에서 천안시 수신면에 유기시설, 농촌휴양시설, 야영장 등을 갖춘 종합휴양업 시설이 80%의 공정단계에 있으며, 민간자본으로 아산에 워터파크 및 유기시설과 수영장을 갖춘 종합휴양업 1개소와 태안에 전문휴양업 1개소를 추진하고 있어, 이들 시설이 완공되면 국제적인 휴양시설로 각광을 받아 많은 외래 관광객이 우리도를 찾아올 것으로 예상된다.

나. 관광특구 지정육성

자유로운 관광활동이 보장되는 공간을 마련 국제관광지역으로서의 매력과 이미지를 창출하고, 외래 관광객의 유치를 촉진하고 관광산업의 진흥을 위한 관광거점지역을 육성하기 위하여, 보령해수욕장과 아산시 온천지역을 관광특구로 문화체육부에 신청후, 다각적인 노력을 기울여 2개지역 모두 '97년 1월 18일 관광특구로 지정되었다.

관광특구지정을 계기로 관광객을 적극 유치하여 지역경제활성화가 이루어지도록 지역별 특성을 최대한 고려, 개발계획을 수립하여 적극적인 민자 유치 여건조성 등 국제적인 관광지로 조성해 나가고 있다.

다. 해수욕장 운영

우리도에는 대천, 만리포 등 15개의 지정 해수욕장이 있다. 작년에는 '95대비 29% 증가한 17,743천명의 피서객을 유치하여 지역경제 활성화에 기여하였다. 금년도에는 보다 많은 피서객을 유치하고 쾌적하고 명랑한 해수욕장을 운영하기 위하여, 모든 해수욕장에 종합안내소 운영 및 각종 편의시설을 확충·보강하고, 피서객들에게 볼거리를 제공

〈표 5〉 관광특구 지정현황

특 구 명 칭	지 역 (위 치)	면 적
보령해수욕장 관 광 특 구	보령시 신흥동 대천해수욕장관광지 남포면 월전리 죽도관광지 웅천읍 관당리 무창포해수욕장 관광지 및 석대도	2,52km ²
아 산 시 온 천 관 광 특 구	아산시 온천1, 2동, 권곡동, 모종동, 득산동, 방축동의 온양온천지 도고면 기곡리 지역의 도고온천관광지 음봉면의 아산온천 관광지	3,71km ²

하기 위한 다양한 이벤트를 개최할 계획이다.

또한 청객행위 및 바가지 요금을 근절시키기 위하여 지도단속을 강화하고, 수상 안전요원 및 장비를 보강하여 안전하고 쾌적한 피서지로 가꾸어 나갈 계획이다.

라. 관광환경 개선 및 건전여행문화 정착

쾌적하고 친절한 관광환경을 조성하여 관광객들이 우리도를 다시 찾아 올 수 있도록 관광지 및 관광시설을 수시로 점검 정비하고 있다. 주요 관광지의 공중화장실, 급수시설 등 각종 편의시설을 정비하고, 관광숙박시설의 소방, 보건, 위생시설 등 시설관리에 만전을 기하고 있으며, 관광종사원들의 서비스 및 친절교육을 강화하여 충남 관광 이미지를 제고시키고 있다.

또한 건전한 여행문화 정착을 위하여 언론매체를 활용하여 건전관광을 적극 계도하고, 여행업체에 대하여 수시로 지도점검을 하여 건전관광 알선을 유도하고 있다.

V. 맺 음 말

앞에서 충남 관광의 미래를 위한 주요 시책들을 살펴보았다.

충남 관광의 밝은 미래는 그냥 오는 것이 아니라, 관광객들이 우리 충남에 와서는 언제나 포근하고 안전하면서 흐뭇한 관광을 할 수 있도록 하는 노력과 함께 「다시 찾고 싶은 관광지」로 가꾸어 나가는 데 심혈을 기울이고, 우리 200만 도민들이 공감하고 함께 참여할 때 오는 것이다.

관광담당공무원은 관광객 및 관광사업자의 입장에서 생각하고 관광시책을 전개하여야 하며, 신사고와 유연한 마인드를 갖고 업무를 추진하여야 한다. 또한 도로개설, 교량개설, 치수사업, 건축물 건립, 가로수 식재 등 모든 사업이 관광자원화 되도록 입안단계부터 검토하여 나가는 자세가 필요하다.

도민 모두는 관광객이 다정하고 포근한 인상을 갖도록 친절, 질서, 청결 운동에 적극 동참하여야 하고, 관광지를 알고 소개할 수 있도록 노력하여야 하며, 친절한 길안내까지도 배려해 나가는 데 우리 모두가 인식을 함께할 때 충남 관광의 밝은 미래는 올 것이다. **열린충남**

연구원사업

태안화력용역사업 공청회

태안화력 주변지역 지원사업 중·장기계획 수립 연구용역 「중간보고회 겸 제1차 공청회」가 5월 26일(月) 14시 태안군 원북·이원면 주민, 태안군 및 태안화력 관계자, 태안군 의회의원, 연구자문위원, 본원 연구진 등 100여명이 참석한 가운데 개최했다.

'97국제환경포럼 개최

5월 29·30일(金) 엑스포국제회의장에서 충청남도와 본원이 공동주관하에 “인류생존과 환경보전을 위한 지방의 새물결”이란 주제로 「'97국제환경포럼」을 개최했다. 이번 포럼은 환경문제가 한 지역만의 문제가 아닌 범지구적인 시각으로 공동 대처할 사안이라는 공감대 속에서, 각 지역의 환경보전 사례와 최신정보교환을 통해 환경문제의 해결방안을 모색하는데 목적이 있었다. 따라서 해외에서는 일본, 중국 등 15개국 37개 지방자치단체로부터 77명의 환경관련 전

문가 및 공무원이 참석했으며, 국내에서도 환경부장관을 비롯한 15개시도 환경관련 전문가 및 공무원 230명이 참석했다.

지역경제발전을 위한 정책토론회 개최

6월 27일(金) 오후 2시 세계화·지방화에 걸맞는 성장잠재력을 지방에서 일궈 지방중심의 경제활성화 방안을 모색할 수 있는 「지역경제 발전을 위한 지방정책 토론회」를 중도일보사·KDI국민경제연구소·충남발전연구원 공동주관으로 유성 레전드호텔 회의실에서 개최했다.

▶ 사회 : 김능진(충남대학교 경상대학장) ▶ 주제발표 : 이윤재(재정경제원 경제정책국장, 지방중심의 경제활성화 전략), 이강선(충남발전연구원 연구기획부장, 성공적인 지방중심 경제활성화 전략을 위한 소고) ▶ 토론 : 김학민(순천향대학교 행정학과 교수), 송형섭(중도일보사 논설실장), 민병강(농협중앙회 대전·충남지역 부분부장), 박성호(대전광역시 지역경제국장), 박한규(충청남도 지역경제국장)

시도연구원협의회 중국 국제회의 참석

시도연구원협의회에서는 6월 10~21일(土) 중국 천진에서 개최되는 「'97 Tianjin International Meeting of Northeast Asia Regional Development and Cooperation」 국제회의에 참석했다.

2/4분기 현안연구사업

■정부3청사 입주에 따른 충남의 대응방안('97. 3. 17~'97. 4. 30)

정부3청사의 입주가 우리도에 미치는 영향을 분석하고 우리도가 승수효과를 얻을 수 있는 전략을 수립하기 위한 「정부3청사 입주와 우리도의 대응방안」에 관한 연구

■환경관련 시설입지에 따른 주민갈등 해소방안('97. 3. 17~'97. 6. 15)

환경관련 시설의 지속적인 입지에 따라 지역주민과 행정기관간의 빈번한 갈등의 유발로 사업의 부진을 초래하고 있는 현실에서, 그간의 갈등사례를 분석하고 대안을 모색함으로써 향후

환경관련 시설 입지시 갈등을 최소화 하기 위한 「환경시설 입지 주민갈등 해소방안」에 관한 연구

■충남교향악단 연주회 포스터·팜프렛 디자인
(’97. 3. 17~’97. 3. 20)

충남교향악단의 서울 특별연주회를 통하여 충남도의 문화예술 진흥정책, 충남도민의 문화예술 수준, 충남교향악단의 연주장면 등을 홍보하기 위한 「충남교향악단 연주회 포스터·팜프렛 디자인」에 관한 연구

■쌀생산 홍보용 스티커 디자인
(’97. 3. 17~’97. 3. 20)

쌀생산 시책추진의 분위기 조성하고 농업인의 자율적 참여를 유도하기 위한 「쌀생산 홍보용 스티커 디자인」에 관한 연구

■물자절약 실천요령 홍보용 스티커 디자인(’97. 3. 17~’97. 3. 20)

물자절약운동의 효과적 실천과 공직자의 솔선 참여분위기를 조성하기 위해 「물자절약 실천요령 홍보용 스티커 디자인」에 관한 연구

■국제환경포럼 심볼마크 디자인
(’97. 3. 17~’97. 3. 31)

지속가능한 개발로 인류의 생존과 번영을 다짐하기 위해 충청남도 주관으로 개최된 ’97 국제환경포럼의 성공적이고 알찬 성과를 지원하기 위해 「국제환경포럼 로고 및 각종 홍보물 디자인」에 관한 연구

■21세기 안내판 디자인
(’97. 4. 9 ~’97. 4. 10)

1,000일 앞으로 다가온 21세기를 충남의 시대로 만들기 위해, 21세기 개막 카운터다운을 알리는 「21세기 안내판 디자인」에 관한 연구

■쌀생산 홍보용 뺏지 디자인
(’97. 4. 9~’97. 4. 10)

충남농정의 핵심과제로 추진하고 있는 쌀생산 대책의 의지를 담은 뺏지를 제작·착용함으로써 쌀생산 시책 분위기를 조성하고 농업인의 자율적인 참여를 유도하기 위해 「쌀생산 홍보뺏지 디자인」에 관한 연구

■인본행정 학술대회 현수막 디자인(’97. 4. 9~’97. 4. 10)

충남 자치도정의 지표인 인본

행정을 학문적으로 체계화하고, 이를 확산·정착시키고, 인본행정 학술대회의 중요성을 홍보하기 위한 「인본행정 학술대회 현수막 디자인」에 관한 연구

■2000년을 향한 1000일도정 운영 프로그램(’97. 4. 9~’97. 6. 30)

2000년이 1,000일 앞으로 다가옴에 따라 새로운 21세기를 향한 도정의 주요사업 추진일정과 전략을 총괄적으로 정리하기 위한 「1000일도정 운영 프로그램 수립」에 관한 연구

■3대질서 지키기 스티커 디자인
(’97. 4. 26~’97. 5. 30)

물가안정·교통질서·환경보전 등 3대질서에 대한 전 공직자와도민의 동참의식과 범조성을 위한 「3대질서 지키기 스티커 디자인」에 관한 연구

■만선 풍어기 디자인
(’97. 4. 26 ~’97. 5. 30)

소외된 어업인에 대한 관심 표명과 함께 풍어선을 발굴·격려함으로써 생산의욕 고취와 사기를 진작시키기 위한 「만선 풍어기 디자인」에 관한 연구

- 인본경영행정의 이념과 추진전략 보완 연구('97. 5. 1~'97. 6. 20)

충남도정의 행정철학인 인본행정과 경영행정의 이념을 정립하고 효율적인 전략을 마련함으로써 전 공직자는 물론 도민의 도정목표 달성을 향한 통일된 의지를 공고히 하기 위한 「인본경영행정의 이념과 추진전략」에 관한 보완 연구

- '97 산업디자인 흠닥터제 지도 운영('97. 5. 1~'97. 11. 5)

도내 중소기업의 제품디자인을 진단·지도하고 이의 상품화 개발을 도모하여 중소기업 제품의 경쟁력을 제고하고 지역경제를 활성화 시키기 위한 「산업디자인 흠닥터제 운영」을 실시

- '97 청소년 열린음악회 포스터 디자인('97. 5. 13~'97. 5. 20)

청소년의 달 5월을 맞이하여 청소년 기념행사의 일환으로 천안 오희경기장에서 개최된 청소년 열린음악회의 성공적인 개최와 참여분위기 조성을 위한 「열린음악회 포스터 디자인」에 관한 연구

- '97 국제 환경포럼 명패·명찰 디자인('97. 5. 19~'97. 5. 24)

환경문제가 범지구적 문제로 대두됨에 따라 환경에 관한 효과적 대응전략을 모색하기 위한 '97 국제환경포럼 행사의 「명패·명찰 디자인」에 관한 연구

- 서산시 연도별 유입인구 추산('97. 5. 29~'97. 6. 30)

서산시가 21세기 서해안 시대의 중심도시로 부상됨에 따른 유입인구의 급증에 대비하고 서산시 중장기 발전계획의 기본자료로 활용하기 위한 「서산시 연도별 유입인구 추산」에 관한 연구

2/4분기 수탁연구사업

- 4대 권역별 개발경영사업 연구('95. 12. 4~'97. 6. 22)

충청남도를 4대 권역별 특성에 기초하여 권역별 인적·물적 자원의 효율적인 활용을 통해 최적의 개발대안을 모색하고, 계획기간내 도정의 목표달성 및 기반구축의 기초를 확보하여 지방자치시대에 지역경쟁력을 강화할 수 있는 「충청남도 장기 발전계획」에 관한 연구

- 21세기 충남장기발전비전 구상 연구용역('96. 6. 5~'97. 12. 31)

4대권 개발경영계획을 기초로 하여 도민들의 삶의 질을 획기적으로 향상시키면서 세계화·정보화·지방화에 초점을 맞춘 새로운 차원의 지역발전구도를 설정하고, “중부권의 핵심리더” “국가발전을 선도하는 중심축” “환황해권의 거점지역”으로서의 위상정립을 위한 「21세기 중장기 비전(vision)」을 제시

- 태안화력주변지역 지원사업 계획수립 연구용역('96. 11. 28~'97. 8. 24)

태안화력 주변지역에 대한 지원사업을 효율적으로 추진하고 전력사업에 대한 주민의 이해를 증진함으로써 발전소의 원활한 건설 및 운영을 도모하며 지역 발전 및 소득증대에 기여하기 위한 「태안화력 주변지역 지원사업 중·장기계획」을 수립

- 충남 이미지 통합(CIP) 추진사업 연구용역('97. 3. 13~'97. 12. 31)

세계화·지방화 시대에 있어서 충청남도민의 시각적 구심력과

귀속감을 높일 수 있는 이미지 창출과 다가오는 21세기를 지향하는 충청남도의 비전과 도민 문화의식의 고양을 유도하기 위한 「충청남도 지역이미지 창출」에 관한 연구

- 21세기를 향한 인본도시 구상 ('97. 3. 25~'97. 12. 19)

지방화·정보화 등 사회여건의 급격한 변화와 더불어 지금까지의 개발방식 또는 정책환경에서 탈피하여 미래지향적인 지방도시 발전을 도모하고 새로운 개념의 틀과 방법론인 인간중심적 개발방식(human centered development)으로의 전환을 위한 「21세기를 향한 인본도시 구상 및 개발전략」을 수립

- 천안 성남면 백제고분 시굴조사 연구용역('97. 4. 22~'97. 7. 30)

충남 천안시 성남면 용원리에 소재한 삼국시대 문화유적으로 추정되는 「백제고분 시굴조사」를 실시

- 중부내륙 컨테이너기지(CID) 주변 개발구도('97. 6. 3~'97. 12. 29)

중부권 내륙 컨테이너기지 주변에 인구 수만명을 수용할 수

있는 배후 지원도시와 유통단지를 조성하여 상호 보완적인 기능을 수행하도록 「중부권 내륙 컨테이너기지 주변 개발구도」를 수립

원 장 동 정

- 시도연구원협의회 상반기 정기총회

4월 3·4일 서울 여장동 서울시정개발연구원 회의실에서 개최된 「전국 시도연구원장협의회 '97년도 상반기 정기총회」에 참석했다. 이날 회의에서는 시도연구원誌 발간, 시도연구원육성법 제정 등에 관해서 심도있게 논의했으며, 부대 행사로서 참석자 전원은 서울지하철공사현장, 쓰레기처리장 등을 방문했다.

- 제주발전연구원 개원식 참석

5월 7일(水) 오전 11시 제주은행 신제주지점 회의실에서 개최된 「제주발전연구원 개원식」에 참석했다.

- 문화재위원회 참석

5월 12일(月) 오후 3시 문화체육부주관으로 개최된 「문화재위

원회」에 참석했다. 이날 회의에서는 문화재위원회의의 향후 2년간을 이끌어갈 새 집행부(위원장 : 高炳翊, 부위원장 : 李光魯·韓炳三)을 구성하고 7명의 분과위원장을 선임했다.

- 지역경제활성화 연구세미나 참석

6월 4·5일(木) 경주 교육문화회관에서 대구·경북개발연구원 주관으로 개최된 「'97 지역경제활성화 연구세미나」에 이강선 연구기획부장과 함께 참석했다. 이번 세미나는 일선 경제담당 공무원의 상호 정보교환으로 비교행정의 장을 마련하기 위해 내부부의 후원으로 시도연구원과 지방행정기관이 공동 참여하여 지역경제의 활성화 방안을 강구했다.

연구원 활동

- 이강선 연구기획부장은

· 4월 18일(金) 오전 9시부터 12시까지 충남도지방공무원 교육원에서 “충남공업의 특성과 발전전략”이란 주제로 「지역경제반 교육과정 강의」를 했다.

· 6월 3일(火) 대전상공회의소 대강당에서 충남대학교 아시아문제연구소 주관으로 개최된 「환황해권의 구축과 충청남도의 역할 세미나」에서 “환황해경제권 구축과 충청남도의 역할”이라는 주제발표를 했다.

■ 임선빈 역사문화부장은

· 6월 21일(土) 충남대학교 문과대학에서 조선시대사학회 주관으로 개최된 「제2회 학술회의」에서 “조선초기 外方使臣의 파견과 外官制”에 관한 주제발표를 했다.

■ 최병학 책임연구원은

· 4월 16일(水) 충남도청 대강당에서 충남대학교 유학연구소와 충청남도 공동주관으로 개최된 「人本行政의 理念定立과 具現 學術大會」에서 충남자치도정의 인본행정 구현 전략을 위한 “인본행정과 충남도정”에 관한 주제발표를 했다.

· 5월 19·26 양일간 충남도지방공무원교육원에서 “도정이념 실천”에 관한 주제로 「환

경, 의회, 전산, 복지반 교육과정 강의」를 했다.

■ 박진호 연구원은

· 4월 8일(火) 오후 1시 아산시 올림픽국민생활관에서 충청남도(여성정책심의관) 주관으로 개최된 “21세기 충남여성발전 정책방향”이란 주제의 「21세기 충남 여성정책토론회」에 참석했다.

· 5월 22일(木) 오후 2시 배재대학교 대회의실에서 한국민주시민교육협회의 대전·충남지회 주관으로 개최된 “민주시민교육 활성화를 위한 지역사회개발 프로그램 활용방안”이란 주제의 「민주시민교육 활성화 워크숍」에 참석했다.

■ 이인배 연구원은

· 5월 12·13일(火) 양일간 경기도 고양 호수공원에서 고양시 주최로 개최된 「'97 고양세계꽃박람회 : WFEK」에 참석했다.

· 5월 27일(火) 오전 10시 한국토지연구원 강당에서 한국토지공사·대구대학교 공동 주

최로 개최된 「한국의 해양관광개발에 관한 국제학술회의」에 참석했다.

■ 송두범 연구원은

· 5월 30일(金) 오후 2시 한국지역사회개발협회 주관으로 새마을운동중앙협의회 국제회의실에서 개최된 「한국지역사회개발협회 이사회」에 참석했다.

■ 김상식 연구원은

· 5월 24일(土) 오후 2시 한국디자인학회 주관으로 연세대학교에서 개최된 「한국디자인학회 학술대회」에 참석하여 “USER-INTERFACE : 인지공학”에 관한 주제발표를 했다.

원 고 투 고 요 령

일 반 사 항

1. 원고분량 : 200자 원고지 70매내외(A4용지 11포인트 10매) 내외
2. 원고형식
가. 첫째 페이지에 논문제목, 저자 국한문 성명, 소속기관, 현직위, 소속기관 및 자택 주소, 주민등록번호, 전화번호, 원고료송금 계좌번호 등을 기재
나. 둘째 페이지부터 논문의 내용을 I, 1, 가, 1), 가), (1)의 기호체계에 의해 기재
3. 출 령 물 : 아래아한글3.0 또는 한글오피스96을 이용하여 작성한 논문 1부와 디스켓 1개
4. 원고심사 : 제출된 원고는 편집위원회의 심의를 거쳐 게재여부를 결정하며 그 과정에서 저자에게 수정을 요구할 수 있음
5. 원 고 료 : 채택된 원고에 대해서는 소정의 원고료가 지급됨

본 문 주

1. 본문안의 인용은 다음 예시에 따르고 내역을 정리한 참고문헌은 미주로 처리
예시) (정지웅, 1995, p.30) 또는 정지웅(1990, p.30)
2. 내용주(content notes)는 일련번호를 명기하고 각 페이지 하단에 각주로 처리

참 고 문 헌

저자, 논문명(또는 서명), 출판사(항), 연도, 페이지 순으로 기재하되 논문은 “ ”안에 기입하고 서명은 고딕(외국의 서명은 이탤릭)으로 표시

- 예시) ○ 국내논문 : 임양빈, 지방화시대의 충남지역 발전전략, 열린충남 제1권 제1호, 충남발전연구원, 1995, pp.14-35.
- 단 행 본 : 오연천, 한국지방재정론, 서울 : 박영사, 1995.
- 외국논문 : Batina, R.G., Public Goods and Dynamic Efficiency, *Journal of Public Economics*, Vol. 41, 1990, pp.389-400.
- 외국단행본 : Frenkel, J.A., and Razin, A., *Fiscal Policy and the World Economy*, Cambridge : MIT Press, 1987.



「열린충남」은
항상 열려 있습니다.

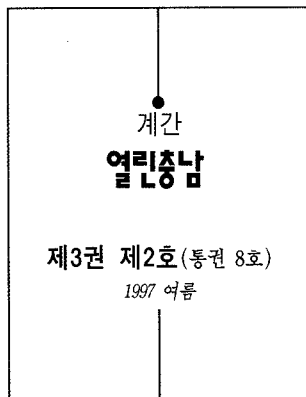
「열린충남」은
충남발전에 관한 연구논문, 정책제언 등
새로운 내용 및 정보를
언제나 환영합니다.

채택된 원고에 대해서는
소정의 고료를 드립니다.



보 내 실 곳

(우) 301-060 대전광역시 중구 은행동 48-1
충남발전연구원 연구기획부
Tel. 042-222-2161~3
Fax. 042-222-2164



- 발 행 인 / 안승주
● 편집위원 / 이강선/김정연/이종상/임선빈/김상락/박진호
● 등록번호 / 대전 바-1018
● 등 록 일 / 1995년 11월 30일
● 발 행 처 / 충남발전연구원
대전광역시 중구 은행동 48-1 (우)301-060
(전화) 042-222-2161~3
(팩스) 042-222-2164~5
● 디자인·인쇄 / 나리문화사
(전화) 042-253-8380
● 인 쇄 / 1997년 6월 24일
● 발 행 / 1997년 6월 30일

열린충남에 게재된 내용은 필자개인의 의견이며 본 연구원의 공식견해는 아닙니다.



301-060 대전광역시 중구 은행동 48-1
TEL.(042)222-2161~3 FAX.(042)222-2164~5