

최 종
연구보고서

농촌지역의 활성화를 위한
그린투어리즘 개발모형 정립과 실용화 방안

A DEVELOPMENT MODEL OF GREEN TOURISM FOR
RURAL REVITALIZATION AND ITS
PRACTICAL APPLICATION

연구기관
한국농촌경제연구원

농 립 부

제 출 문

농림부 장관 귀하

본 보고서를 “농촌지역의 활성화를 위한 그린투어리즘 개발모형 정립과
실용화 방안” 연구의 최종보고서로 제출합니다.

2002 년 8 월 일

주관연구기관명 : 한국농촌경제연구원

총괄연구책임자 : 박 시 현

연 구 원 : 송 미 령

연 구 원 : 오 내 원

연 구 원 : 유 승 우

연 구 원 : 문 순 철

연 구 원 : 장 면 주

위탁연구기관명 : 경기대학교

위탁연구책임자 : 박 석 회

위탁연구원 :

장 은 영, 김 상 원, 부 소 영

송 효 분, 김 남 숙, 윤 상 헌

위탁연구보조원 :

이 혜 현, 정 현 영, 김 태 성, 장 민 철

요 약 문

I. 제목

농촌지역의 활성화를 위한 그린투어리즘 개발모형 정립과 실용화 방안

II. 연구 개발의 목적 및 중요성

1. 연구 개발의 목적

이 연구의 목적은 새롭게 등장한 그린투어리즘(농촌관광)이란 개념과 관련지어 기존의 관광농원을 활성화하는 수단으로 테마형 관광마을 모형을 정립하고 이를 실용화하는 방안을 제시하는 것이다. 구체적으로는

- 그린투어리즘의 개념과 특성, 선진국의 동향 등을 살펴보고 관광농원과의 관계를 설정하고,
- 기존에 조성된 관광농원을 최근의 그린투어리즘 정책 방향에 부합하도록 활성화하는 방안의 하나로 테마형 관광농원마을 모형을 제시하며,
- 테마형 관광농원마을을 포함한 그린투어리즘의 실용화 방안으로 몇 가지 정책적 과제와 시장에서 작동가능한 네트워크 체제의 구축 방안을 제시한다.

2. 연구 개발의 중요성

1984년부터 농림부는 농가의 농외소득 증대와 농촌지역 활성화를 위한 수단으로 관광농원 조성사업을 시작하여 지금에 이르고 있다. 그러나 관광

농원에 대한 평가는 개별경영체별로 사업이 이루어져 지역(주로 마을)경제 활성화에 크게 기여하지 못하였다는 등과 같은 부정적 인식이 많았다.

한편 2001년부터 농림부를 비롯한 여러 중앙 부처에서는 농촌개발 내지 농외소득 증대 방안의 하나로 마을을 사업 단위로 하는 그린투어리즘을 정책적으로 추진하기 시작하였다. 이 정책이 입안되는 과정에서 기존 관광농원 위주의 농촌관광 정책과의 관계 정립을 둘러싸고 많은 논의가 이루어졌다. 우리의 여건에서 그린투어리즘 정책은 기본적으로 마을을 단위로 다양한 사업이 추진되어야 하기 때문에 소수 개인을 대상으로 개별 시설물 설치를 위주로 지원하는 기존의 관광농원 정책과는 별개로 추진해야 한다는 주장과, 반대로 이미 설치된 관광농원은 농촌지역의 관광기반시설로서 기능할 수 있을 뿐만 아니라 농원 경영주들이 그간 쌓아온 경험을 바탕으로 한 경영 노하우도 활용할 수 있으므로 기존 관광농원과 마을과의 연계를 강화시켜 사업을 추진하는 것이 효과적이라는 주장이 제기되었다.

이러한 상황에서 본 연구는 후자의 입장을 지지하는 관점에서 농촌관광의 모형 정립과 실용화를 위한 연구를 진행하였다. 농촌관광의 발전을 위해서는 이미 조성된 관광 인프라를 적극 활용할 필요가 있을 뿐만 아니라, 기존 관광농원은 나름대로 관광 인프라로서의 역할을 하고 있다고 판단되기 때문이다. 이러한 판단 아래 이 연구에서는 이미 조성된 관광농원의 유효한 활용과 새로운 정책적 관심의 대상으로 부각된 마을 단위 농촌관광을 균형 있게 다루고자 하였다. 이는 그린투어리즘의 폭넓은 발전 방안을 모색하는 데 중요한 작업이라 본다.

Ⅲ. 연구 개발 내용 및 범위

연구는 2000년부터 2002년까지 2년동안 진행되었다. 연차별 연구의 세부 목표와 내용적 범위는 다음과 같다.

구 분	연구개발 목표	연구개발 내용 및 범위
제1차년도 (2000-2001)	• 현행 농촌관광휴양자원 개발 방식의 문제점	• 관련 법규 검토 • 현행농촌관광휴양자원 개발방식의 문제점 파악
	• 농촌관광 수요 및 공급	• 국민관광 수요와 가능성
	• 관광농원 경영실태 조사와 데이터베이스화	• 관광농원의 이용현황과 투자형태 • 경영성과와 재무구조
	• 테마파크형 관광마을 모형 개발	• 모델 테마관광마을 테마 부여 • 테마파크형 관광마을 모형 정립
	• 외국 사례조사	• 외국의 그린투어리즘 사례 조사(일본)
제2차년도 (2001-2002)	• 그린투어리즘 개발 모형 및 관련기술 정립	• 유형화된 그린투어리즘별 개발계획 모형 제시 • 유형별 그린투어리즘 프로그램 개발
	• 테마파크형 관광마을 모형 개발 및 대상지 적용	• 관광농원 중심의 테마마을 모형 구축 • 테마에 알맞는 이벤트 개발 • 대상지의 테마파크형 관광마을 모형 수정보완 • 테마관광마을의 네트워크화
	• 정책 프로그램 개발을 통한 실용화	• 공급자와 내방객을 연계시킬 수 있는 네트워크 형성 방안 • 정책지원방안
	• 외국 사례조사	• 외국의 그린투어리즘 사례 조사(유럽)

IV. 연구 개발 결과 및 활용에 대한 건의

1. 연구 개발 결과

우선, 그린투어리즘의 개념을 정립하였다. 개념 정립을 위해서는 왜 그린투어리즘이 대두하게 되었는지에 대하여 국내외의 상황을 살펴보고, 이론적 차원에서 그린투어리즘에 대한 조작적 정의를 시도하였으며, 한국적 상황에서 그린투어리즘의 요소가 무엇인지를 정리하였다. 이와 더불어 과연 그린투어리즘이 우리나라에서 성공 가능성을 가지고 있는가를 밝혀두

었다.

우리나라에서 그린투어리즘이 대두하게 된 배경을 농업소득 증대의 필요 및 수요자의 관광에 대한 관심과 인식의 변화라는 측면에서 살펴보고, 독일, 프랑스, 영국, 일본에서의 그린투어리즘 대두 배경과 현황이 우리에게 주는 시사점을 살펴보았다. 특히 선진국 그린투어리즘이 농가의 경영다각화, 농촌지역의 활성화, 농촌환경의 보전, 국민의 여가수요 충족 등과 같이 다양한 목적을 달성하기 위한 수단으로 위치하고 있다는 점에 주목하였다.

동시에 이론적으로 그린투어리즘 논의의 전개 과정을 살펴보았다. 특히 그린투어리즘과 혼용되는 지속가능한 관광(sustainable tourism), 대안관광(alternative tourism), 농업관광(agricultural tourism), 농촌관광(rural tourism), 생태관광(eco-tourism) 등의 정의를 살펴보았으며, 그 용어들이 어의의 차이만큼 본질적인 차이가 크지 않다는 점을 밝혔다. 결론적으로 그린투어리즘은 자연, 경관, 환경에 대한 중시에 무게가 주어지는 생태관광과 농촌지역의 자연, 문화 등을 보전하면서도 농업·농촌 활성화에 기여하는 데 강조점을 두는 농촌관광의 중간적 개념 정도로 이해하는 것이 무방하리라고 판단하였다.

끝으로 그린투어리즘의 특징을 정리하고 한 걸음 나아가 우리나라에서 그린투어리즘이 추진되는데 강조되어야 할 요소들을 도출하였다. 한편 우리나라에서 그린투어리즘의 가능성을 관광이라는 큰 틀과 농촌관광에 대한 수요로 나누어서 살펴보았다. 관광에 대한 수요 증대와 더불어서 라이프 스타일의 변화, 고속교통망의 발달, 안전한 농산물에 대한 수요 증대 등이 그린투어리즘의 수요로 이어질 수 있다고 분석되었다.

둘째, 기존의 관광농원 조성사업에 대해서 자세히 분석하였다. 근거 법률변천을 정책 목적의 변화, 그에 따른 정책 내용의 변화 등을 중심으로 살펴보았다. 현재 운영중인 관광농원의 실상을 보다 자세하게 알기 위하여 경영주 대상의 설문조사를 실시하였다. 조사를 통해서 관광농원 경영주가 경영상 가장 주력하는 부분, 시설 수준, 체험 프로그램의 운영 등을 살펴보

았다. 또한 조사 대상 관광농원이 총 매출은 높지만 순 소득은 낮는데 그 이유가 관광농원을 조성할 때 자기자본 보다는 정부융자 또는 일반금융 대출에 지나치게 의존하였기 때문인 것으로 분석하였다. 그러나 관광농원의 문제점에도 불구하고, 실제 많은 경우 관광농원은 농촌지역의 관광기반 시설로서 적지 않은 역할을 하는 것으로 보았다. 최근 등장한 팜스테이 마을의 일부는 기존 관광농원이 마을과 연계되어 새로운 형태로 발전하고 있는 경우이며, 정부에서 지정하고 있는 관광시범마을도 기존의 관광농원이 입지한 마을이 선정되는 경우가 있기 때문이다. 이와 같이 관광농원의 긍정적 역할을 최대한 활용하면서 당초 정책의 취지였던 마을 주민의 소득기회 창출에도 기여하는 방안으로 관광농원이 속한 마을 단위로 독특한 나뭇대로의 테마를 개발하여 농촌관광을 활성화하는 방안을 모색할 필요가 있다고 판단된다.

한편 최근 그린투어리즘의 동향을 파악하기 위하여 중앙정부, 지방자치단체, 기타 민간단체 그리고 마을 단위 그린투어리즘 추진 사례들을 살펴 보았다. 마을 단위 사례에서는 마을 주민이 주체가 되어 외부의 적절한 지원 아래, 하드웨어와 소프트웨어 모두에서 농촌다움을 유지하려는 노력과 이벤트와 인터넷 등을 활용한 적극적 홍보가 성공의 주 요인임을 확인하였다. 무엇보다 고정 회원 만들기를 통한 지속성 확보가 중요하며, 그린투어리즘의 주 수입은 농산물 판매와 민박에서 발생하고, 체험 프로그램과 이벤트는 농산물 판매와 민박을 촉진하기 위한 도구 정도로 활용되는 것으로 나타났다.

따라서 현재 추진중에 있는 다양한 형태의 그린투어리즘의 장단점을 고려하고, 한국형 그린투어리즘의 제약요인을 상기해 볼 때 관광농원을 핵심 거점시설로 삼아 이웃한 팜스테이 농가나 일반 마을이 특정 테마를 가지고 네트워크를 구축하고, 이 공급 단위가 외부와의 네트워크를 재구축하는 방식을 시도하는 것은 현 단계 우리나라 그린투어리즘 추진에서 상당한 의미를 가질 수 있으며 효과적인 방식이 될 수 있을 것으로 판단하였다.

셋째, 관광농원과 마을과의 연계를 강화하는 하나의 방안으로 테마농원

원마을 모형을 제시하였다. 먼저 테마파크 조성에 관한 이론적인 검토를 한 후에 이를 바탕으로 농촌공간에 테마가 있는 마을을 조성하는 방법과 테마의 체험에 비중을 둔 테마 농원마을 모형, 그리고 모형의 성공적 구현에 필요한 사항을 도출하였다. 개발된 모형은 3개 마을에 적용을 시도하였다.

테마 농원마을 모형 개발을 위하여 전 단계로 도시민의 농촌환경에 대한 이미지 분석, 농촌경관에 대한 도시민의 선호 파악, 다양한 활동 및 이벤트가 이루어지기 위한 요구시설 분석 등을 수행하였으며, 모형 적용을 하는 사례마을에 대해서는 각각 SWOT 분석, 마을의 비전 도출, 마을 개발 목표 설정, 마을 개발 기본전략 수립, 테마 시스템의 구축, 상품 개발, 관광마케팅 전략, 그리고 사업성 분석 등의 과정을 거쳤다.

넷째, 이 연구를 통해서 정책당국에 건의하고자 하는 내용을 그린투어리즘의 실용화 방안으로 정리하였다. 먼저 정부가 직접 사업을 통해서 해결해야 할 과제로 그린투어리즘의 수요 확보 노력, 농촌을 아름답게 꾸미는 환경 정비사업 실시, 지역 단위의 도시·농촌 교류 시설의 정비사업 등을 제안하였다.

보다 중요한 실용화 방안으로서는 네트워크 형성 방안을 제안하였다. 즉, 이 연구에서 제시한 테마형 관광농원마을 모형을 포함한 그린투어리즘이 활성화되기 위해서는 인터넷을 통한 네트워킹이 적극적으로 모색되어야 한다는 판단 아래 포털사이트 구축을 통한 네트워킹 강화 방안, 그린투어리즘 경영주체별 홈페이지 구축방안 등을 제시하였다.

한편 마을 단위에서 그린투어리즘을 추진함에 있어서 가질 수 있는 한계를 효과적으로 극복하는 수단으로서 오프라인 상에서 네트워킹의 중요성과 강화 방안을 제시하였다. 즉, 공급 단위간의 네트워킹 강화와 이를 가능케 하는 교육과 훈련의 필요성, 지속적 네트워크를 구축하기 위해 공급자와 소비자를 연계할 수 있는 다양한 민간 조직을 양성, 지원하는 방안 등을 제시하였다.

2. 활용에 대한 건의

이 연구에서 정리한 그린투어리즘의 개념, 그리고 국내외 동향 등은 향후 그린투어리즘 정책을 입안하고 발전 방향을 모색하는데 기초 자료로서 활용될 수 있을 뿐만 아니라 일반인이 그린투어리즘을 이해하고 농가가 실천하는데 참고자료로서 활용될 수 있을 것이다.

특히 이 연구에서 제시한 테마형 관광농원마을 모형은 마을 단위 농촌 관광을 계획하고 실천하는데 구체적인 참고자료로서 활용될 수 있으며 더 나아가 정책적으로 시범마을을 선정하기 위한 평가 지침으로도 활용될 수 있을 것이다. 또한 이 연구의 실용화 방안에서 제시한 내용들은 정부 혹은 지방자치단체의 정책으로 채택될 수 있을 것이다.

여 백

SUMMARY

1. TITLE

A DEVELOPMENT MODEL OF GREEN TOURISM FOR RURAL
REVITALIZATION AND ITS PRACTICAL APPLICATION

2. RESEARCH OBJECTIVE

This research is to establish a theme-type tourist village model and provide ways to practically apply it so as to revitalize the existing tourist farm through the emerging concept of green tourism(rural tourism).

3. RESEARCH RESULTS

Historical background with which green tourism (GT) had emerged in Korea is taken into consideration in this research. Cases of Germany, France, Great Britain, the Netherlands, and Japan are studied to learn the current situations of GT and to find out their implications to Korea.

This research also traces the theoretical development of GT. In this process, many confusing concepts, such as sustainable tourism, alternative tourism, agricultural tourism, rural tourism, and eco-tourism,

are discussed, and it is found that they do not have serious essential discrepancies among them.

Characteristics of GT are discussed and, moreover, elements which need to be emphasized in promoting Korean GT are identified. The Korean GT has potentials for the tourism at large as well as for creating demands on rural tourism.

The existing policy programs towards tourist farm are assessed, focusing on the changes of policy objectives and policy contents. Also, using survey analysis, management conditions and relations with neighboring villages of currently operating tourist farms are discussed. The results of this research show that, although the tourist farms have few, if any, connections with the neighboring villages and are separately operated by owners, they have great potentials for developing rural tourism infrastructure. In order to grasp more recent policy situations surrounding GT, this research takes a close look at some management cases of central government, local governments, civil organizations, and villages.

Judging from the synthesization of the evaluation results of tourist farms with recent situations of GT, it is necessary that a tourist farm shall be one nucleus establishment creating close network with neighboring farm-stays or rural villages and also having its own unique themes-and this total unit will form another network with outer world. This way will be substantially effective to Korean GT.

This research proposes a "theme farm village model", in which tourist farm strengthens its tie with neighboring villages. Some theoretical issues are taken into consideration at first, and then the research

derives the methods to establish a village being equipped with special theme, a theme farm village model focusing upon visitors' experience of the carefully selected theme, and some necessary elements for successful realization of the model. The model is applied to three villages.

A few policy suggestions to put GT model to practical use are proposed. What the state needs to do through direct involvement are to put efforts at demand expansion on GT, to clean and beautify the rural environmental settings, to build more urban-rural exchange facilities, and so on.

What is more important, however, is to create the network. In order for the GT to be vitalized, great concerns need to be paid to the networking through internet. Here is proposed the networking through the creation of portal sites and the creation of homepage for each GT operation unit. Another policy suggestion to overcome the obstacles at the village level in promoting GT is to strengthen the off-line networking.

4. SUGGESTIONS FOR APPLICATION

The theme-type tourist village model proposed in this research will be applied as a relevant reference in planning and realizing rural tourism at the village level. Furthermore, it will be applicable as an evaluation guide in selecting exemplar villages.

Those contents proposed at the section of putting the model to practical use will be also applicable by central or local governments.

Contents

Chapter 1	Outline	1
Chapter 2	Concepts and Possibilities of Green Tourism	6
Chapter 3	Assessment of Rural Tourism Development Strategies	43
Chapter 4	Development of Theme Rural Farm Village Model and Its Application	91
Chapter 5	Practical Use of GT (Publicization through Network)	195
Chapter 6	Summary and Policy Suggestions	272

목 차

제 1 장 연구의 개요1

제1절 연구의 배경	1
제2절 연구의 목적 및 내용	3
1. 농촌관광의 개념 정립 및 가능성	3
2. 농촌 관광자원 개발방식	4
3. 관광농원 사업의 평가	4
4. 관광농원 활성화 방안으로서 테마형 관광농원마을 모형 개발	4
5. 농촌관광 모형의 실용화 방안	5
제3절 연구의 방법	5

제 2 장 그린투어리즘의 개념 및 가능성6

제1절 그린투어리즘의 개념과 위치 설정	6
1. 그린투어리즘의 대두 배경	6
2. 그린투어리즘 관련 이론적 논의의 전개	20
3. 그린투어리즘의 특징과 한국적 요소	29
제2절 우리나라에서 그린투어리즘의 가능성	32
1. 관광수요 전망	32
2. 관광패턴 변화	36
3. 그린투어리즘의 가능성	38

제 3 장 농촌관광 개발방식의 평가43

제1절 농촌관광 개발정책의 전개	43
1. 중앙정부의 주요 정책	43
2. 지방자치단체의 주요 전략	45
제2절 관광농원 조성사업의 평가	46
1. 관광농원 조성사업의 현황	46
2. 관광농원 현황 조사	51
3. 관광농원 평가 종합	62
제3절 최근 농촌 관광휴양자원 개발 방식의 변화	66
1. 중앙정부 차원	66
2. 지방자치단체 차원	72
3. 민간단체 차원	73
4. 마을 차원	76
제4절 농촌 관광휴양자원 개발 방식의 변화 방향	88
1. 관광농원	89
2. 팜스테이	89
3. 마을 단위	89

제 4 장 테마 농원마을 모형 개발 및 대상지 적용91

제1절 테마파크의 이론적 검토	91
1. 테마파크의 개념과 특성	91
2. 테마의 개발	92
3. 프로그램의 개발	95
4. 테마의 현실화 방안	96
제2절 선호 분석	98
1. 농촌환경에 대한 이미지 분석	98

2. 농촌경관에 대한 선호분석	100
3. 농촌 체험활동에 대한 선호분석	101
4. 요구시설의 선호분석	102
제3절 테마 농원마을 모형 설정 과정	103
1. 테마 농원마을의 개념	103
2. 원칙 및 고려사항	103
3. 모형 설정	109
4. 개발모형의 적용을 위한 시스템 구축	115
제4절 테마 농원마을 유형 구분	117
제5절 테마 농원마을 모형 사례1(홍천군 남면 고드래미 마을)	118
1. 현황분석	118
2. 마을의 비전과 목표설정	119
3. 마을 테마개발과 해설의 구조화	124
4. 테마 농원마을 시스템 구축	141
5. 관광마케팅 전략 수립	148
6. 사업성 분석	170
7. 관리·운영 계획	185

제 5 장 그린투어리즘 실용화 방안(네트워크를 통한 홍보방안) ...196

제1절 그린투어리즘 실용화를 위한 정책 방향	196
1. 그린투어리즘의 수요 확보	196
2. 농촌의 환경 정비	197
3. 도시·농촌 교류 시설의 정비	203
제2절 네트워크 형성 방안	204
1. 사이버상에서의 네트워크 구축	204
2. 오프라인에서의 네트워크 구축	214

제 6 장 요약 및 정책 제언223

제1절 요약223

1. 연구 배경 및 목적223

2. 그린투어리즘의 개념 및 특성224

3. 우리나라에서 그린투어리즘의 가능성225

4. 농촌관광개발 방식의 평가225

5. 테마 농원마을 모형 개발 및 대상지 적용229

제2절 정책 제언(그린투어리즘 실용화 방안)232

1. 실용화를 위한 정책 과제232

2. 네트워크 형성 방안233

<부록 1> 경영주에 대한 설문조사237

<부록 2> 방문자에 대한 설문조사244

<부록 3> 테마 농원마을 개발에 관한 설문조사 I248

<부록 4> 테마 농원마을 개발에 관한 설문조사 II253

<부록 5> 관광농원마을 모델 적용 2 : 건강 찾아주는

황토마을 유동 1리256

<부록 6> 관광농원마을 모델 적용 3 : 콩이 만든

꼬마장수마을 도관리264

참고문헌271

표 목 차

제 2 장

<표 2-1> 선진국의 그린투어리즘 개요	19
<표 2-2> 선진국의 그린투어리즘 용어	20
<표 2-3> 생태관광의 개념 정의	26
<표 2-4> 그린투어리즘에 관한 정의	28
<표 2-5> 국민소득과 관광지출의 증가추이	33
<표 2-6> 관광여행 경험율 및 참가회수 추이	35
<표 2-7> 국민 국내관광 총량 및 1인당 관광일수	35
<표 2-8> 관광형태의 변화	36
<표 2-9> 관광의 활동유형	38
<표 2-10> 동반자 형태	38

제 3 장

<표 3-1> 농촌휴양자원개발사업 현황	44
<표 3-2> 시·군별 관광개발계획(2002-2011) 유형화	46
<표 3-3> 관광농원의 현황	50
<표 3-4> 관광농원의 등급분류	50
<표 3-5> 경영주의 일반사항	52
<표 3-6> 주변여건	53
<표 3-7> 운영의 중심사항	53
<표 3-8> 가장 주력하는 부문	54
<표 3-9> 경영주가 본 방문객의 방문목적	54
<표 3-10> 관광농원의 화장실·샤워실 구비율	55
<표 3-11> 관광농원의 시설 구비율	56
<표 3-12> 체험프로그램의 운영 비율	57

<표 3-13> 방문객의 유형별 비율	57
<표 3-14> 방문연령별 비율	58
<표 3-15> 조사 대상 관광농원과 팜스테이 소득을 비교	58
<표 3-16> 관광농원 경비 구성 비율	59
<표 3-17> 관광농원 조성시 평균 투자비 중 자기자본 비율	59
<표 3-18> 경영상 애로사항	60
<표 3-19> 홍보방법	60
<표 3-20> 마을공동연계프로그램의 실행유무	61
<표 3-21> 관광농원 시설 기준	62
<표 3-22> 주요 지원 내용	68
<표 3-23> 주요 추진 사업의 예	70
<표 3-24> 그린투어리즘 인터넷 검색의 예	76

제 4 장

<표 4-1> 선호경관표	94
<표 4-2> 테마공간 조성을 위한 프로그램의 구성 7단계	95
<표 4-3> 요인별 인지적 이미지 차이	98
<표 4-4> 요인별 정서적 이미지 차이	99
<표 4-5> 표본특성에 따른 인지적 이미지 차이	99
<표 4-6> 표본특성에 따른 정서적 이미지 차이	100
<표 4-7> 농촌의 체험활동	102
<표 4-8> 다양한 활동 및 이벤트 요구시설의 분석	103
<표 4-9> 주테마의 설정 방법	111
<표 4-10> 부테마의 설정 매트릭스	111
<표 4-11> 세부테마의 설정 매트릭스	112
<표 4-12> 이야기 프로그램의 제작 매트릭스	112
<표 4-13> 부테마별 탐방로 매트릭스	113
<표 4-14> 전체적 탐방로 매트릭스	113

<표 4-15> 코스 탐방로의 예	113
<표 4-16> 부테마 구현을 위한 활용소재 매트릭스	114
<표 4-17> 부테마 구현을 위한 활용시설 매트릭스	114
<표 4-18> 부테마 구현을 위한 체험활동 매트릭스	115
<표 4-19> 마을의 고유이미지 연출 매트릭스	115
<표 4-20> 고드래미 마을의 주요 특산물 및 향토음식	119
<표 4-21> 금학마을 만들기 사업의 단계별 전략	124
<표 4-22> 고드래미 마을의 테마 소재의 발굴	125
<표 4-23> 고드래미 마을의 테마 소재의 발굴을 통한 체험활동 설정 ...	126
<표 4-24> 고드래미 마을의 주테마와 부테마의 구성도	127
<표 4-25> 고드래미 마을의 테마에 따른 해설의 구조화	128
<표 4-26> 스토리 전개에 따른 부테마 1의 탐방로 설계 내용	131
<표 4-27> 스토리 전개에 따른 부테마 2의 탐방로 설계 내용	132
<표 4-28> 스토리 전개에 따른 부테마 3의 탐방로 설계 내용	133
<표 4-29> 스토리 전개에 따른 부테마 4의 탐방로 설계 내용	134
<표 4-30> 스토리 전개에 따른 부테마 5의 탐방로 설계 내용	135
<표 4-31> 마을 탐방코스 A - 과수원 체험	136
<표 4-32> 마을 탐방코스 B - 인삼농사 체험	136
<표 4-33> 마을 탐방코스 C - 보양 체험	136
<표 4-34> 마을 탐방코스 D - 계절이벤트	137
<표 4-35> 마을 탐방코스 E - 민속 체험	137
<표 4-36> 마을 탐방코스의 내용	138
<표 4-37> 체험활동을 위한 추가 요구 시설	140
<표 4-38> 마을 고유이미지 창출 관련 활동과 시설	141
<표 4-39> 테마마을 공간시스템 구축의 개발모형 및 내용	142
<표 4-40> 테마마을 연출시스템 구축의 개발모형 및 내용	144
<표 4-41> 테마마을 환경시스템 구축의 개발모형 및 내용	146
<표 4-42> 고드래미 마을의 시장세분화 및 편익분석	148
<표 4-43> 고드래미 마을의 세분시장별 추구 관광형태	150

<표 4-44> 고드래미 마을의 표적시장 선정	152
<표 4-45> 포지셔닝에 따른 목표시장별 체험가능 관광상품	155
<표 4-46> 체험 가능한 상품전략	156
<표 4-47> 과수농사 체험의 소재	156
<표 4-48> 인삼농사 체험의 소재	157
<표 4-49> 이벤트 체험형 상품화 가능 프로그램중 계절별 상품화 소재	158
<표 4-50> 세시풍습 체험형 상품화 가능 프로그램	158
<표 4-51> 도농 교류형 상품화 가능 프로그램	159
<표 4-52> 향토음식 개발	159
<표 4-53> 지역특산물 개발	159
<표 4-54> 과수농사체험의 프로그램	160
<표 4-55> 과수농사체험의 프로그램 일정표	161
<표 4-56> 농촌생활체험의 프로그램	162
<표 4-57> 농촌생활체험의 프로그램 일정표	163
<표 4-58> 정월대보름 이벤트의 프로그램	164
<표 4-59> 정월대보름 이벤트의 프로그램 일정표	164
<표 4-60> 년중 프로그램	165
<표 4-61> 표적시장에 따른 홍보전략	166
<표 4-62> 고드래미 마을의 특산물 유통전략	170
<표 4-63> 관광농원의 수용력	172
<표 4-64> 민박의 수용력	172
<표 4-65> 고드래미 연간 최대수용력 및 적정 숙박 수용력 추정	173
<표 4-66> 연도별 목표 숙박 방문객수 추이	173
<표 4-67> 연도별 목표 비숙박 방문객수 추이	173
<표 4-68> 패키지 상품 연중 프로그램 횟수	174
<표 4-69> 연도별 목표 방문객수 추이	174
<표 4-70> 고드래미 방문 수요 추이	175
<표 4-71> 사업타당성 분석	175
<표 4-72> 테마지구별 필요 시설	177

<표 4-73> 문화체험 공간 투자비	178
<표 4-74> 전원체험 공간 투자비	178
<표 4-75> 친수체험 공간 투자비	179
<표 4-76> 자연체험 공간 투자비	179
<표 4-77> 특화체험 공간 투자비	179
<표 4-78> 단계별 투자비 산정	180
<표 4-79> 고드래미의 수입 사업 대상	180
<표 4-80> 고드래미 휴양마을 방문자 객단가	181
<표 4-81> 연도별 수익추정	182
<표 4-82> 연도별·단계별 투자재원 필요량	183
<표 4-83> 안내 및 해설 관리	187
<표 4-84> 관광안내책자의 제작	187

제 5 장

<표 5-1> 인터넷을 통한 농촌관광 홍보 현황	206
<표 5-2> 민간단체 및 개인 농촌관광 홍보 현황	209

그림 목 차

제 2 장

<그림 2-1> 그린투어리즘의 대두 배경	7
<그림 2-2> 그린투어리즘 용어의 단순화	28
<그림 2-3> 국민소득중 관광지출이 차지하는 비중	34

제 3 장

<그림 3-1> 전통테마마을 조성을 위한 체험프로그램 예시	71
<그림 3-2> 그린투어리즘 추진 마을들의 유형별 분류	78
<그림 3-3> 문당리 마을 전경	80
<그림 3-4> 오리로 농사	80
<그림 3-5> 100년 계획도	80
<그림 3-6> 환경농업교육관	80
<그림 3-7> 자갈, 관목이 어우러진 마을 안길	82
<그림 3-8> 공가를 전통흑집으로 개조	82
<그림 3-9> 체험 프로그램에 참여한 도시민	85
<그림 3-10> 동백축제의 한 장면	85
<그림 3-11> 명달리 전경	86
<그림 3-12> 명달리 숲속의 모습	86

제 4 장

<그림 4-1> 스토리의 전개방법	95
<그림 4-2> 경관 선호도	100

<그림 4-3> 체험활동 선호도	101
<그림 4-4> 관광농원의 유형도	117
<그림 4-5> 고드래미 마을의 컨셉 및 비전	121
<그림 4-6> 고드래미 마을의 기본 전략	122
<그림 4-7> 스토리 전개에 따른 부테마 1의 탐방로 설계	130
<그림 4-8> 스토리 전개에 따른 부테마 2의 탐방로 설계	132
<그림 4-9> 스토리 전개에 따른 부테마 3의 탐방로 설계	133
<그림 4-10> 스토리 전개에 따른 부테마 4의 탐방로 설계	134
<그림 4-11> 스토리 전개에 따른 부테마 5의 탐방로 설계	135
<그림 4-12> 관광공간개발 유형상의 포지셔닝	153
<그림 4-13> 개발 측면에서의 포지셔닝	154
<그림 4-14> 시설개발 측면에서의 포지셔닝	154
<그림 4-15> 고드래미 마을의 관광유통전략	169
<그림 4-16> 인터넷 온라인 관광서비스의 요소	188
<그림 4-17> 지역주민의 사업참여 단계 및 방법	192

제 5 장

<그림 5-1> 농협 그린투어 관련 홈페이지	207
<그림 5-2> 관광농원협회 예약사이트	208
<그림 5-3> 화천군 용호리 초록마을 홈페이지	214
<그림 5-4> 소비자·관광지·마을간 네트워크	215
<그림 5-5> 소비자·중간자·마을간 네트워크	217
<그림 5-6> 마을·지도자·소비자간 네트워크	219
<그림 5-7> 마을생산자단체·도시소비자단체간 네트워크	221

제1장 연구의 개요

제1절 연구의 배경

농림부는 1984년부터 농외소득 증대와 농촌지역 활성화를 위한 농촌관광휴양자원개발사업을 시작하였다. 이 사업의 주요 목적은 농촌지역의 자연경관 등 휴양자원을 농업과 연계·개발하여 증가하는 국민의 여가수요를 농촌지역에서 흡수함으로써 도시와 농촌의 교류를 촉진하고 농업인의 소득증대와 지역개발을 촉진하고자 하는 것이었다. 당시 농촌관광휴양자원개발사업은 크게 관광농원 조성사업, 민박마을 조성사업, 휴양단지 조성사업 등으로 이루어졌으며, 2001년말 현재 353개소의 관광농원, 275개소의 민박마을, 9개소의 휴양단지가 조성 또는 지정되었다.

농촌관광휴양자원개발사업이 시작된 이래 많은 논의와 평가가 이루어졌다. 특히 관광농원에 대해서는 더욱 그러하였는데, 그 이유는 WTO체제 아래서 농촌지역의 새로운 활로를 관광농업 등에서 찾아보고자 하는 움직임 자체가 전통적 농업정책의 관점에서 볼 때는 새로운 시도였기 때문이다.

관광농원에 대한 지금까지의 평가는 긍정적 평가와 부정적 평가로 대별된다. 긍정적 평가는 농업관광 내지 관광농업을 정책적으로 선도했다는 의의와 그 수가 많지는 않으나 정책사업을 통해 성공적 경영체들을 육성하였다는 점이다. 그러나 긍정적 평가보다는 부정적 평가가 우세한 편인데, 부정적 평가의 주 내용은 시설투자가 중심이 되어 농촌지역이 지나고 있는 고유한 특색과 매력을 충분히 살리지 못하였으며, 지나친 초기 투자비 때문에 경영상의 어려움을 초래하였고, 개별 경영체별로 사업이 추진됨으로써 농촌지역경제 활성화에 기여하지 못하였다고 요약될 수 있다.

그런데 2001년부터는 농촌관광을 둘러싼 정책적 여건이 대폭 변화하기 시작하였다. 2004년의 WTO협상을 앞두고 농업의 장래에 대한 위기감과

함께 농외소득에 대한 관심이 점차 높아지게 되었으며, 그 대안으로 농촌 관광을 다시 주목하게 된 것이다. 특히 2001년 농림부의 농외소득 대책(농림부, 2001)이 발표되면서, 농촌관광은 지금까지의 보조적 위상을 넘어 농정의 주요 부분으로 자리잡게 되었다.

2001년 농림부의 농촌관광 정책을 요약하면 마을 단위로 관광 시설 및 프로그램을 정비하여 도시민을 유인함으로써 민박, 음식물 판매, 농산물 판매 등을 통해 농가소득 증대 및 농촌지역 활성화 등을 도모한다는 것이다. 이 정책의 일환으로 2002년 18개의 시범마을이 지정되었다. 일련의 농촌관광 정책은 농림부뿐만 아니라 행자부, 환경부, 농진청 등에서도 비슷한 시기에 추진하게 되었다¹⁾. 과거의 농림부 중심의 농촌관광휴양자원 개발방식에서 마을을 사업 단위로 하는 변화된 농촌관광 개발방식이 확산되고 있는 셈이다.

한편 마을을 사업 단위로 하는 새로운 농촌관광 정책을 도입하는 과정에서 기존 농촌관광 정책과의 관계 정립을 둘러싸고 많은 논의가 이루어졌다. 기존 농촌관광 정책과는 차별적으로 추진해야 한다는 주장과 그와는 반대로 오히려 상호 연계성을 강화해야 한다는 주장이 제기되었다. 차별성을 주장하는 측에서는 관광농원 조성사업으로 대표되는 기존 농촌관광 정책은 개인을 지원 대상으로 하였으며 그 성과도 높지 않았다는 것을 강조하고 있다. 반대로 연계성을 주장하는 측에서는 이미 설치된 관광농원 등은 농촌관광의 기반시설로 활용할 수 있으며 그 동안의 경험을 통한 경영 노하우도 확보되어 있기 때문에 기존 관광농원과 마을과의 연계를 강화시켜 사업 효과를 높이는 것이 보다 현실적이라는 것을 강조하고 있다.

이러한 상황에서 본 연구는 후자의 입장을 지지하는 관점에서 농촌관광의 모형 정립과 실용화를 위한 연구를 진행하게 되었다. 이 연구가 구상되고 시작된 2000년에는 관광농원을 비롯한 기존 농촌관광휴양자원의 유효한 활용에 많은 관심이 있었던 것이 사실이다. 그러나 연구가 진행되는 2년 동안 농촌관광 정책 전반에 걸쳐 위에서 언급한 바와 같은 많은 상황

1) 여러 부처의 정책사업이 표면적으로 농촌관광을 추진하겠다는 목적을 가지고 있다고 보기는 어렵지만, 실질적 사업 내용은 농촌관광 정책의 일환으로 볼 수 있다.

변화가 있었기 때문에 연구의 관점은 자연스럽게 이미 조성된 관광농원의 유효한 활용, 새로운 정책적 관심으로 부각된 마을 단위 농촌관광을 균형 있게 다루는 것이 적합하다고 판단되었기 때문이다.

특히 연구가 진행되는 동안 농촌관광을 둘러싼 정책 여건이 많이 변화하였을 뿐만 아니라, 각종 세미나나 정책 토론회 등을 통하여 농촌관광에 대한 많은 논의도 이루어졌다. 이 과정에서 당초 이 연구에서 수행하고자 하였던 연구 내용 중 일부분은 이미 실용화 단계에 이르러 연구 필요성이 감소된 부분도 적지 않다. 예를 들면, 당초 이 연구에서 제시하고자 하였던 우리 실정에 맞는 그린투어리즘 개념 등에 관해서는 어느 정도 통일된 견해가 확립되었다고 할 수 있으며, 포털사이트 구축을 통한 홍보 등도 이미 활발하게 이루어지고 있다. 따라서 이러한 사정을 감안하여 이 연구에서는 기 조성된 관광농원의 유효한 활용 및 새로운 정책적 관심으로 부각된 마을 단위 농촌관광을 균형 있게 다루되, 주로 테마를 통한 관광농원 조성 및 마을의 활성화 방안에 연구의 초점을 맞추고자 한다.

제2절 연구의 목적 및 내용

위와 같은 배경 하에서 연구의 목적은 새롭게 등장한 그린투어리즘(농촌관광)이란 개념 속에서 기존 관광농원을 활성화하고 새롭게 등장하는 마을 단위 관광사업을 활성화하는 수단으로 테마형 관광마을 모형을 정립하고 이를 실용화하는 방안을 제시하는 것이다. 이러한 목적을 달성하기 위하여 다음과 같은 연구 내용을 포함한다.

1. 그린투어리즘의 개념 정립 및 가능성

그린투어리즘의 개념과 특징을 살펴본다. 그린투어리즘의 대두 배경을 살펴보고 그 개념과 관련한 다양한 이론적 논의를 검토한다. 다음으로 우리나라에서 그린투어리즘의 가능성이 있는가를 살펴본다. 이를 위해서 비

단 그린투어리즘뿐 아니라 전체 관광을 둘러싼 여건 변화와 최근의 수요 변화 등을 살펴본다.

그린투어리즘의 개념을 살펴보는 주요한 이유는 연구가 시작될 당시 그린투어리즘이란 용어가 생소하고 체계적 개념 정립이 미진하였기 때문에 그 개념 정립의 필요성이 높았기 때문이다. 그러나 연구가 완료되는 최근 시점에서 그린투어리즘이란 용어보다는 농촌관광이란 용어가 정책적으로 사용되고 있다. 따라서 이 연구에서는 그린투어리즘이란 용어를 농촌관광과 동일한 개념으로 파악한다.

2. 농촌 관광자원 개발방식

농촌 관광자원 개발방식의 변화에 대해서 정부 정책과 민간의 움직임을 중심으로 살펴본다. 당초 연구 계획 단계에서는 포함되지 않았지만 2001년 이후에 나타나기 시작한 농촌 관광자원 개발방식에 대해서도 살펴본다.

3. 관광농원 사업의 평가

이 연구의 주요 목적이 관광농원 사업의 개선 방향을 찾는 데 있다는 점을 고려하여 관광농원 사업에 대해서는 보다 구체적인 평가를 실시한다. 특히 관광농원의 현황과 최근의 움직임을 사례조사 등을 통해 구체적으로 살펴본다.

4. 관광농원 활성화 방안으로서 테마형 관광농원마을 모형 개발

관광농원을 마을과 연계시키는 방안으로서 테마형 관광농원마을 모형을 개발한다. 모형 개발의 주 내용은 테마의 발굴과 구축, 테마에 알맞는 이벤트 개발, 관광농원과 마을의 홍보 방안, 테마 관광농원마을의 네트워크 형성 방안 등을 제시하는 것이다.

5. 농촌관광 모형의 실용화 방안

관광농원 및 마을 단위 농촌관광을 활성화하기 위한 하나의 모형이 테마 관광농원마을의 개발이었다면, 구체적으로 이를 현장에서 실용화하는 방안을 제시한다. 주로 인터넷을 통한 홍보방안과 지속적으로 농촌과 내방객(도시민)을 연계시킬 수 있는 네트워크 형성 방안을 중심으로 한다.

제3절 연구의 방법

이 연구에서는 문헌조사와 현지조사를 병행하여 추진한다. 문헌조사는 관광자원, 관광개발의 유형별 개념 파악을 위한 이론서 및 보고서, 농촌관광휴양자원 관련 중앙정부 및 지방자치단체 등의 보고서, 농촌관광 수요 및 공급 전망에 관한 보고서와 논문, 관광농원 경영실태에 관한 정부 자료, 관련 부처 및 지방자치단체 등에서 현재 추진중인 그린투어리즘 관련 프로그램 현황 자료와 외국의 그린투어리즘 관련 문헌 등을 대상으로 한다.

현지조사는 농촌관광자원 개발 형태별(관광농원, 팜스테이 등) 방문 조사와 최근 추진중인 그린투어리즘 사례 마을 조사, 그리고 테마형 관광농원마을 모형 개발을 위한 도시민 설문조사 및 사례지역 방문 조사 등이다.

제2장 그린투어리즘의 개념 및 가능성

이 장에서는 새롭게 등장하고 있는 그린투어리즘에 관해 다각적으로 살펴봄으로써 기존 정책과의 관계를 파악, 정립해 보고자 한다. 이를 위해 제1절에서는 그린투어리즘의 이론적 논의와 선진국에서의 그린투어리즘 동향을 살펴본다. 특히 그린투어리즘과 혼용되는 용어에 대해서 정리함으로써 이 연구의 관점을 분명히 하고, 우리나라에서 그린투어리즘이 추진되는데 강조되어야 할 요소들을 도출해 본다. 제1절에 이어 제2절에서는 우리나라에서 그린투어리즘의 가능성을 살펴본다.

제1절 그린투어리즘의 개념과 위치 설정

1. 그린투어리즘의 대두 배경

가. 우리나라에서의 그린투어리즘 등장

우리나라에서 그린투어리즘은 관광소비자의 가처분소득 증대에 따른 여가수요의 다양화²⁾, 기존 대중관광에 대한 식상함과 한계, 전원생활에 대한 기대와 식품안전성에 대한 욕구, 농업·농촌의 어려움에 따른 새로운 정책수단 형성 필요³⁾ 등이 맞물리면서 대두하였다고 할 수 있다. 특히 농업·

2) 일반적으로 가처분소득이 증대하고, 근로시간이 감소하면 여가수요의 양적 증가와 함께 질적 다양화가 수반된다고 한다.

3) 농촌의 사정이 어렵다는 것의 핵심은 농촌의 주 경제기반인 농업의 전망이 어둡다는 것이고, 그 요체는 농업소득의 저하와 불안정성에 있다. 농업소득이 비교적 빠른 성장률을 보였던 1985년에서 1994년간에도 농가당 평균 농업소득 증가율은 연평균 4.2%로 같은 기간의 GNP 성장률인 9.1%나 도시근로자가구 소득 성장률인 8.5%에 크게 못 미쳤다. 게다가 1994년부터 2000년까지 농업생산은 연 3.0% 이상씩 증가하였으나, 투입재가격 상승과 더불어 수입개방 등으로 농산물가격이 하락함으로써 농업소득 증가율은 -1.6%로 오히려 감소하였다. 막대한 농업투융자 등에 힘입은 농업 부문의 성장에도 불구하고 농산물 상대가격의 하락으로 인하여 농업소득은 저하된 것이다. 그런데 한국농촌경제연구원(2001)에 의하면, 2004년까지 농산물가격은 연평균 1.1%씩 하락하고, 차기 협상 이후인 2004년부터 2011년에는 1.8%씩 꾸준히 하락할 것으로 전망되어 농업소득의 정체

농촌의 어려움에 따른 새로운 농촌지역 활성화 수단의 하나로서 그린투어리즘에 대한 기대는 최근 매우 높다⁴⁾.



<그림 2-1> 그린투어리즘의 대두 배경

이미 우리나라에서는 1980년대 중반부터 농가 소득원 발굴 및 농촌지역 활성화를 위한 농촌휴양자원개발사업을 추진해왔다. 그러나 관광농원 조성사업을 주축으로 한 정책적 효과가 당초 기대에 미치지 못하자 그에 대한 비판이 일어났고, 이는 최근의 농업·농촌 여건 악화 및 불투명한 미래 전망, 여가수요의 양적·질적 변화라는 상황과도 맞물리게 됨으로써 기존 농촌휴양자원개발사업의 대폭적 수정 내지 근본적으로 새로운 정책 수단 마련의 필요가 증폭되기에 이른다.

따라서 그린투어리즘은 기존 농촌휴양자원개발사업의 약점들을 보완하

내지 하락 현상은 구조적인 것으로 보인다. 게다가 농업소득의 하락을 보정시켜 왔던 농외소득은 농촌의 취업인력 소진과 임금소득 증대의 한계로 미루어볼 때 획기적 증가를 기대하기 어렵다. 또 WTO 체제 아래에서는 수출입 통제나 보조금 지급 등과 같은 전통적인 농정 수단의 이용이 곤란할 뿐 아니라, WTO 차기 협상, 중국의 WTO 가입, FTA 체결 등으로 인해 우리 농업은 더욱 어려워질 것으로 전망된다.

농업소득의 변화

구 분	1985	1990	1994	2000	연평균 증감율(%)	
					'85-'94	'94-'00
호당 농가소득(만원)	11,827	16,238	21,775	21,245	7.0	-0.4
-농업소득	7,627	9,225	11,067	10,034	4.2	-1.6
-농외소득(%)	2,186(18.5)	4,184(25.8)	6,628(30.4)	6,843(31.5)	13.1	0.5
-도시가구소득대비(%)	112.8	97.4	99.5	80.5	-	-

자료: 한국농촌경제연구원, 2001.

4) 유동인구 증가, 농외소득 증대, 지역경제 활력, 생활환경 개선, 자연환경 및 문화유산 보전 등과 같은 복합적 효과를 기대할 수 있기 때문이다.

고, 소비자의 새로운 가치관 및 라이프스타일 등장의 상황을 계기로 삼아 농업·농촌의 어려움을 극복하는 하나의 유효한 대안으로서 인식되고 있다. 이는 기존 농촌휴양자원개발사업의 보완과 더불어 새로운 정책 수단이 첨가되는 방식의 농업정책으로서 가속화되고 있다⁵⁾.

나. 선진국에서의 그린투어리즘 발전

선진국에서도 그린투어리즘은 대체로 농가의 소득 확보와 지역의 활력 증대를 위한 유력한 정책 대안으로서 부각되었다. 즉, 농업구조정책에서 소외된 소규모 농가 경영체 유지나 농업 여건이 불리한 지역의 활성화를 위해 농업경영 다각화가 모색되었으며 그 가장 중요한 사업으로서 농업·농촌의 다원적 기능에 토대를 둔 그린투어리즘이 자연스럽게 등장하게 된 것이다. 그러나 국가별로 구체적인 상황은 다소간의 차이가 있다.

1) 독일

가) 등장 배경

독일의 경우는 농가의 농외소득을 향상시켜 이농을 방지하고 농업·농촌을 유지하려는 목적으로 그린투어리즘이 시작되었다. 이는 마침 장기 체류형 휴가문화와 여가수요의 다양화 등이 결합되어 발전적으로 진행되었다. 특히 1960년대 후반 오스트리아에 인접한 알프스의 산악지역이며 농업조건이 불리한 인구 과소지역인 바이에른주에서 독일의 그린투어리즘 정책이 출발되었다고 할 수 있다⁶⁾. 바이에른 주정부는 소규모 가족농을 중심으로 농업을 유지할 수 있는 정책을 구상하게 되었는데, 그 결과 낙농, 축산과 관광을 연결하는 방안을 모색하였던 것이다. 농업조건이 열악한 지역이기 때문에 농가민박 등의 경영을 통해서 저하된 농업소득률을 보상할

5) 농림부는 올해부터 녹색농촌체험시범마을 조성사업을 추진하고 있다.

6) 물론 이전에도 관광객들이 농촌에서 휴가를 보내는 일이 있었겠으나 이는 농가가 관광업을 목적으로 하였다기 보다는 단지 가족적인 분위기 속에서 며칠 재워주는 형태였다. 따라서 1960년대 후반 바이에른 주에서 「바이에른의 길」이라는 정책이 처음 시도되었던 것을 독일 그린투어리즘의 시작이라고 본다.

수 있는 부업이 필요했기 때문인 것으로 추측된다. 이것이 다른 주로 확대되어가면서 연방정부 차원의 사업으로 확장된 것이 바로 「농가에서 휴가를(Urlaub auf dem Bauernhof)」 사업이다. 다만, 독일에서는 그린투어리즘이란 용어를 명시적으로 사용하지는 않는다.

나) 정책적 지원⁷⁾

1996년 통계에 따르면 독일에서는 약 2만 호의 농가가 「농가에서 휴가를」 사업에 참여하여 민박을 경영하는 것으로 알려지고 있으며, 차츰 참여 농가는 증가하는 추세이다. 민박의 형태는 크게 B&B(Bed and Breakfast) 형과 자취형으로 양분될 수 있으며, 별도의 레저시설이나 체험 프로그램이 부수되는 경우가 많다.

농가들이 민박을 경영함에 있어 관련되는 조직은 매우 다양하다. 우선, 식량농업부의 정보서비스협회(AID)가 민박 경영 농가를 위해 교육프로그램을 운영하고 정부의 보조정책 등에 대한 홍보를 함으로써 민박 농가를 지원해 준다. 두 번째로, 독일농업협회(DLG)에서 민박 농가들의 등록 및 관리 업무를 담당하게 되는데, 민박 상품의 규격과 품질을 통일시켜 소비자들로부터의 신뢰를 얻게 하기 위함이다. 특히 DLG 품질인증마크가 바로 독일농업협회에서 발행하는 민박 등급의 표시인데, 이는 국립특허기관(RAL)이 인정한 'DLG점수' 마크에 관한 기본 규칙에 따라 각 지역별 담당 위원회의 심사를 거쳐 부여되며 3년마다 재평가가 이루어진다⁸⁾. 세 번째, 독일농민연맹과 농업신용은행 등이 민박 경영에 필요한 자금 지원을 비롯

7) 독일에서는 1961년부터 “우리 마을은 아름다워야 한다”라는 전국 경연대회를 개최하고 있는데, 연방정부와 주정부가 교대로 주최하였으며, 수상한 농촌 마을에 대해서는 연방정부가 “모두 보러 가자. 농촌에서 휴가를”이란 캠페인을 무상으로 2년간 실시하고 있다. 사실상 독일의 그린투어리즘 발전에 있어 명시적인 민박 농가 지원 이외에도 이러한 정책적 지원이야말로 결정적 공헌을 한 것으로 보인다. 여기에 더하여 1976년 「자연보호법」은 농촌의 환경, 경관 등을 포함한 농촌 공간정비에 대한 국민적 인식을 공고히 하는 계기로 작용함으로써 결과적으로 그린투어리즘을 촉진하는 역할을 한 것으로 볼 수 있다.

8) 담당위원회는 농업상담소, 농업종사자, 농협, 지방자치단체, 지역진흥단체, 관광협회, 금융기관, 호텔, 음식점협회, 소비자단체의 대표들로서 최고 9명의 위원으로 구성되며 그 중 1명은 반드시 여성으로 정하고 있다.

한 직간접적인 지원을 하고 있다. 그리고 생활개량 보급원의 역할도 빼놓을 수 없다. 이는 주로 농가 주부에게 새로운 여성경영자가 되기 위한 지도를 하는 것인데, 이 중 상당 부분이 민박 경영에 관한 내용인 것으로 알려지고 있다.

독일 정부는 농가의 민박 경영을 지원하기 위해 보조금과 저리 융자금 지원을 하고 있다⁹⁾. 보조금은 개별농가에 대한 투자촉진보조정책과 농업 융자정책 등의 일환으로 지급된다. 저리 융자금 지원은 농업신용은행의 특별 융자 프로그램을 통해 받을 수 있는데, 융자 대상은 겸업 추진 농가와 지역 경관 보전 및 이미지 향상을 위한 사업 분야, 농촌 후계자 및 젊은이들을 위한 공간 정비 사업 분야 등이다. 이 밖에도 EU 차원의 지원, 주정부 차원의 지원 등이 있다.

다) 평가와 전망

독일 그린투어리즘의 출발을 1960년대 후반으로 본다면 그 역사는 40년을 넘는다. 역사만큼이나 정부 지원체제의 견고함이나 농가의 경영능력 또한 상당하다. 하지만 개별 농가들의 경영능력만으로는 소비자인 도시민들의 수요를 지속적으로 창출하기는 어렵다. 따라서 독일의 민박 경영 농가들은 상인들이 상공회의소를 만들 듯이 지역별로 농가 민박 연합체를 구성하여 온라인과 오프라인상의 자체 평가, 홍보, 프로그램 개발 등을 추진하고 있으며, 관광연구협회 등을 중심으로 수요자 조사를 토대로 한 그린투어리즘 활성화 방안을 꾸준히 모색하고 있다.

그럼에도 독일농업협회는 향후 「농가에서 휴가를」 사업이 성공적으로

9) 그린투어리즘에 대한 지원 정책은 별도로 있는 것이 아니라 농가에 대한 일반 보조의 틀 속에 포함되어 있다. 예를 들면, 농업투자지원 프로그램(AFP: Agrarinvestitions Forderungs Program)과 농업후계자지원(Forderung Vonjungglamd Writen) 프로그램 속에서 그린투어리즘에 대한 지원도 함께 이루어진다. 농업투자지원 프로그램의 대상 사업은 대략 6가지 분야(비용절감, 경영 합리화에 따른 경쟁력 강화, 생산 및 노동조건 개선, 수입원의 다양화, 에너지의 절감과 개선, 가축보호와 가축위생환경의 개선, 환경보호)이며, 그린투어리즘은 이 중 '수입원의 다양화'라는 항목에 포함되고 구체적으로 농가에서의 휴가, 농산물, 농산가공품의 직매, 여가와 보양 등이 속한다.(박시현 외, 2001)

이루어지기 위한 과제를 다음과 같이 지적하고 있다. 우선, 민박 농가와 지역 공동체와의 협력적 관계 정립이다. 즉 민박을 제공하는 것은 한 농가이지만 그린투어리즘은 결국 소비자들이 농촌의 매력을 향유하기 위해 찾아오는 것이기에 지역 공동체를 통해서 이루어지는 관광의 성격을 강하게 가질 수밖에 없다는 것이다. 또한 그림에도 불구하고 그린투어리즘이 아름다운 농촌의 경관이나 전원의 조용함만으로는 관광객을 지속적으로 유치하는데 한계를 가질 수밖에 없기 때문에 지속적인 시설 정비, 프로그램 개발, 경영주의 서비스 질 향상 등이 요구된다는 점이다.

2) 프랑스

가) 등장 배경

같은 유럽 대륙의 프랑스에서는 제2차 세계대전 이후 국민의 바캉스 수요가 증폭하면서 저렴하고 질 좋은 숙박시설이 부족하고, 전후 농촌의 건축물이나 문화를 지키려는 사회운동의 일환으로 농촌에서의 관광이 강조되면서 그린투어리즘이 발달하기 시작하였다. 프랑스에서 그린투어리즘은 독일과는 달리 농업정책의 대안적 수단이라기보다는 프랑스 전체 사회적 분위기와 문화에서 기인한 산물이다¹⁰⁾. 이러한 까닭에 프랑스에서 그린투어리즘은 일상적으로 사용되는 용어이며, 그 포괄 범위가 매우 광범위하다. 따라서 농가 민박뿐 아니라, 농촌지역에서의 호텔 숙박이나 유사한 휴가의 형태가 모두 그린투어리즘으로 분류되기도 한다. 주지하다시피 그린투어리즘이라는 용어는 프랑스에서 유래하였는데, 프랑스에서는 도시에서 이루어지는 관광을 라이트투어리즘(light tourism), 해변가에서의 관광을 블루투어리즘(blue tourism), 눈 쌓인 산악지역에서의 관광을 화이트투어리즘(white tourism)이라고 하였으며, 녹음이 푸르른 전원지역에서의 관광을 그린투어리즘(green tourism)이라고 하였다. 바로 이 녹음 푸르른 전원지역이란 다름 아닌 농촌지역이라는 점에서 농촌지역에서 이루어지는 관

10) 이미 18세기부터 프랑스는 상류사회를 중심으로 농촌의 생활을 즐기는 풍조가 유행하였으며, 1936년 연차유급휴가제도가 탄생함으로써 “바캉스의 나라”라는 개념이 정착된 것이다.

광은 그린투어리즘으로 분류되는 것이다.

프랑스에서는 정책적 드라이브보다는 다양한 공급 조직이 자율적으로 그린투어리즘을 발전시켜 나아가는 동력으로 기능하고 있다. 현재 대표적인 3대 공급자 네트워크로는 프랑스 민박연맹인 지트 드 프랑스(Fédération Nationale des Gîtes de France)¹¹⁾, 농가로의 환대(Bienvenue à la Ferme)¹²⁾, 농촌민박(Accueil Paysan)¹³⁾ 네트워크 등을 들 수 있다. 이러한 네트워크 중 지트 드 프랑스는 프랑스 최대 민박 조직인 것은 맞지만, 농가가 아닌 공급자가 더 많기 때문에 엄밀히 농가 민박 조직은 아니다.

나) 정책적 지원

프랑스의 관광사업 참여 농가는 전체 농업종사자의 2.24%에 해당하는 16,500호로 발표된 바 있다. 이들은 위에서 언급한 것과 같은 다양한 공급자 조직에 속해 있는 경우가 많다.

프랑스는 일찍부터 그린투어리즘을 추진하기 위한 다양한 조직이 설립되었다. 이를 시대순으로 보면 우선, 루지 오 에 오베르주 드 프랑스라는 이름의 민박 전국연맹이 1949년에 설립되었는데 전쟁으로 황폐해진 농촌의 소규모 호텔들을 부흥시키기 위한 것이 설립의 주목적이었다. 둘째, 농업회의소 농업·관광부이다. 이는 1952년 농업회의소에서 의뢰한 농업시찰 단체여행을 기획하는 조직으로 출발하였으며, 1981년부터는 “농가에 오신 것을 환영합니다”라는 공동상표 네트워크를 구성하여 농가의 등록을 받아 민박 사업을 본격적으로 추진하기 시작하였다. 셋째, 지트 드 프랑스

11) 우리나라에 가장 잘 알려져 있는 프랑스 최대 민박조직인 지트 드 프랑스(Fédération Nationale des Gîtes de France, 프랑스 민박연맹)에는 약 5만여 회원이 가입하고 있는데 그 중 농가는 약 40%정도에 불과하다.

12) 농업회의소 및 농협 등에서 중심이 되어 네트워크를 구성하고 있고 농가만이 가입할 수 있는 농가로의 환대(Bienvenue à la Ferme) 네트워크에는 3천 여명의 회원이 확보되어 있다.

13) 관광 경영주의 소득보다는 도시민과의 교류, 농업성(rurality)의 회복 등을 보다 강조하는 농촌 민박(Accueil Paysan) 네트워크는 상대적으로 소규모이지만 63개 데파르트망에 걸쳐져 운영된다.

전국연맹이다. 지트는 1955년에 정부의 보조를 받아 설립된 프랑스 전국 민박조직으로 현재까지 가장 많은 회원을 확보하고 있다. 당초 농촌의 주택을 보수·유지하고 농촌인구의 유출을 방지하며 저렴한 요금으로 양질의 숙박시설을 제공하고자 설립되었으며, 통일된 기준을 마련하여 민박의 엄격한 품질관리를 해 오고 있다. 넷째, 가족휴가촌협회가 있다. 경제적으로 어려운 가족이 휴가를 보낼 수 있도록 농촌의 숙박시설을 싼 값으로 제공하고자 1959년에 설립된 단체이다. 다섯째, 농촌관광진흥센터는 농촌관광의 진흥을 위해 위의 4개 단체와 22개 레지옹의 관광위원회 전국연맹이 함께 1971년에 설립한 기구이다. 현재 이 센터에는 관련 정부 부처, 지방자치단체, 은행 등 30여 개 조직이 회원으로 가입하여 있으며, 관광부, 농업부, EU¹⁴⁾ 등으로부터 보조금을 받아 조사 및 연구활동을 하고 관련조직간의 정보교환 및 정책 제안 활동을 하고 있다.

그린투어리즘 관련 조직을 보아도 알 수 있듯이 프랑스 정부는 이미 1950년대부터 정부와 민간조직이 협력하여 그린투어리즘을 직간접적으로 지원해왔다. 특히 정책적 차원에서 1950년대부터 농업종사자가 농장의 주택을 개조하거나 부지 내에 주택을 신축하여 도시인에게 대여하는 민박사업에 대해서는 보조금을 지급하였다. 그리고 1963년부터는 정부가 5개년 경제계획에 그린투어리즘에 대한 지원을 명시하고 국토정비 지방개발국(DATAR)을 통해 농촌지역에 대한 대규모 정비사업을 시행한 바 있다. 또한 정부는 1988년부터 농업기본법(Code Rural) 개정을 통해 농업종사자가 운영하는 관광사업과 농산물 직매행위를 법률상 농업활동의 일부로 간주하기 시작하였다.

이에 따라 우선, 보조금의 수준이나 지원 조건이 지역이나 지자체에 따라 다르기는 하지만, 농업종사자가 관광사업을 시작하는 경우 시설 투자에

14) 1999년까지 EU 구조정책의 목적 중에서 프랑스의 그린투어리즘에 특히 관련된 사항은 목적2(산업이 쇠퇴한 지역)와 목적5b(지원을 필요로 하는 농촌지역)이다. 프랑스는 국토의 60%가 목적5b에 해당하는 지역이고, 목적2로도 프랑스가 유럽연합 국가 중 가장 교부금이 많은 나라의 하나이다. 유럽구조기금을 재원으로 하는 「공동체술선계획(PIC)」 중 그린투어리즘에 가장 관계가 깊은 것은 리더프로젝트이다. 따라서 프랑스의 경우 리더프로젝트 예산의 35~40%가 그린투어리즘을 위해 쓰여진다고 한다.

대해서는 보조금과 용자를 받을 수 있다¹⁵⁾. 그리고 조건불리지역 농가의 관광사업은 특히 우대를 받게 되는데 장래의 농업 예상매출액을 제출하고 보조금을 신청할 수 있도록 함에 있어 조건불리지역의 농가 관광수입은 예상매출액에 포함되게 된다. 그밖에 농지의 반 이상을 관광에 사용하지 않는 경우와 관광수입이 총 수입의 10%를 넘지 않는 경우, 혹은 관광수입 연간 매출액이 10만 프랑 이하인 경우 수입의 절반만을 과세대상 수익으로 보는 견적과세신고제를 운영하며, 농업종사자가 농업학교 등에서 관광사업에 대한 연수를 받을 경우 농업경영자 연구보장기금이나 농업임금노동자 연구보장기금 등에서 자금 지원을 하고 있다.

한편 프랑스에서는 중앙정부 이외에 지방자치단체에서도 저마다의 그린투어리즘 육성 시책을 가지고 있다. 특히 레지옹 레벨에서는 “레지옹투어리즘위원회”의 역할이 큰 것으로 알려져 있고, 데파르트망이나 콤뮌 레벨에서도 투어리즘 위원회가 해당 지자체의 투어리즘 부문의 대리인이 되어 중요한 역할을 수행하고 있다. 농림부 등은 지방에 파견기관이 있지만, 관광부에는 없기 때문이다.

3) 영국

가) 등장 배경

영국의 그린투어리즘은 유럽 대륙보다는 다소 늦은 1970년대에 본격화되었다. 영국의 경우에는 독일과 프랑스 등 유럽 대륙의 그린투어리즘을 받아들여 영국 농촌의 자연과 경관을 유지, 보전하고 농가소득을 보전하려는 다차원적 성격으로 발전시킨 것이 특징이다. 특히 농산물 과잉으로 농가 소득이 줄어들게 되자 일부 농가에서 경영다각화의 일환으로 그린투어리즘이 구체화되었으며, 영국민이 자랑하는 전원풍경의 보호와 전 국민에게 여가 기회를 확대한다는 등의 다양한 목적에서 적극 추진되었다. 무엇

15) 농가가 관광사업을 시작하는 경우의 지원은 시설 투자에 대한 지원(PAM) 이외에도 농업을 시작하는 젊은이에게 주는 지원(DJA), 토지경작계약에 의한 지원(CTE) 등까지로 확대하여 볼 수 있다.

보다 농촌에 대한 향수를 강하게 지니고 있는 영국 도시민들의 여가수요를 농촌지역을 중심으로 흡수함으로써 그린투어리즘은 상당한 성장 산업으로서 부각하였고, 영국 정부가 1970년대 후반 그린투어리즘을 휴가 사업이라는 이름으로 주목하고 그 추진 조직으로 농장휴가협회(Farm Holiday Bureau)를 설립하게 되자 영국의 그린투어리즘은 더욱 탄력을 얻게 되었다.

나) 정책적 지원

영국에서는 총 농가의 1.4% 정도인 14천 농가가 민박 및 오토캠핑장 등 관광사업에 참여하고 있는 것으로 알려지고 있다. 영국의 그린투어리즘이 소규모 민박을 중심으로 하는 것은 독일, 프랑스 등과 같으나, 영국의 경우는 숙박형 이외에 식사형도 상당히 발달되어 있다. 숙박형의 경우는 역시 B&B 형태가 주종을 이룬다. 또한 민박 농가들은 대개 새로운 건물을 짓기 보다는 본래의 고가를 개·보수함으로써 농촌의 전형적 모습을 유지하는 것을 핵심으로 한다.

영국의 그린투어리즘을 주도하는 조직인 농장휴가협회는 1983년부터 자생적으로 생겨난 농가 민박을 전국적인 네트워크로 연결하고 공동상표를 사용하여 공동으로 마케팅을 하는 데에 중점을 두었다. 농장휴가협회는 설립시에는 정부 지원으로 출발하였으나, 조직 정비후 1989년부터는 회원농가들의 협동조합으로 독립하여 활동중이며, 1개의 전국조직과 8개의 지방조직을 가지고 있다. 회원들의 연평균 회비 135파운드와 안내책자 판매수입으로 조직을 운영하며, 회원에 대한 자문과 각종 관련 정보 제공, 마케팅 전시회 기획, 연수 프로그램 제공, 안내책자 발행 등의 업무를 수행하고 있다. 특히 농장휴가협회의 운영 원칙 중 의미를 가지는 것은 농업수입이 없는 농가는 협회 가입이 원칙적으로 불가능하다는 점과 자신의 농장에 관광객 수용이 어려운 경우에는 네트워크 회원인 다른 농가를 소개시켜 주는 체제로 운영된다는 점이다.

영국에서는 정책적으로 농촌의 자연과 경관 보전, 농가의 소득증대 등을 위한 그린투어리즘의 방향 설정부터 자금 지원에 이르기까지 세심한 주의

를 기율인다¹⁶⁾. 우선 환경·농어업·식량부는 농촌지역을 “국민의 공동유산(common inheritance)”으로서 보전해야 함을 강조하고 이에 따른 각종 지원책을 제시하며, 전원지역위원회와 국가관광국(National Tourist Board)에서는 “그린투어리즘의 원칙”을 제정하여 바람직한 그린투어리즘을 실천하도록 지침을 제공하는 역할을 하고 있다. 그린투어리즘의 원칙은 다음과 같다.

- 농촌 역사와 경관, 자연을 즐길 수 있는 개발
- 환경보전과 레크리에이션에 기여할 수 있는 개발
- 지역 분위기에 조화될 수 있는 시설 정비
- 지역 경제에 기여할 수 있는 투자
- 관광업자의 책임 의식
- 마케팅과 계몽활동

그밖에 농촌휴양지계획과 농촌경관관리인제도 등을 시행하여 그린투어리즘 사업에 참여하는 농가에게 농촌 경관을 보전하는데 기여한다는 명목으로 보조금을 지급하고 있다. 농촌휴양지계획은 의무적으로 휴경되는 농지에 산책로 등을 조성하는 경우 국가가 농가에게 이에 대한 보상을 해주는 제도로써 1994년부터 도입되어 시행중이다. 농촌경관관리인제도는 전통적인 농촌경관 6가지를¹⁷⁾ 복원 또는 보전하여 휴양시설로 이용하고자 하는 농가와 국가나 지자체가 계약을 맺고 보조금을 지급하는 제도로 1991년부터 시행되었다.

최근에는 농장경영다각화사업, 미이용건축보조사업, 농지임지화사업, 농장관광활성화사업 등이 정책적으로 추진되고 있다. 그린투어리즘 육성을 위해 영국에서는 EU의 보조금까지 합하여 1994년 이후 3년 동안 4,550만 파운드를 보조금으로 지급하였던 것으로 집계되고 있다.

16) 환경·농어업·식량부와 농가가 1대 1의 관계속에서 사업의 성공가능성을 충분히 분석한 뒤에 지원하는 것을 원칙으로 한다.

17) 6가지의 농촌 경관은 (1)역사적 경관, (2)석회암지대의 초지경관, (3)저지대의 평화로운 경관, (4)수변 경관, (5)해안선 경관, (6)구릉지 경관 등이다.

4) 일본

가) 등장 배경

일본은 그린투어리즘을 농촌지역의 활성화, 도시와 농촌의 공존관계 구축을 위한 하나의 중요한 시책으로 위치 설정하여 적극적으로 추진한다. 특히 농정에서 그린투어리즘은 농업생산성이 열악한 중산간지역 농촌 활성화의 결정적인 수단의 하나로 강조되고 있다. 그러나 일본의 그린투어리즘은 유럽 국가들과는 뚜렷이 구별되는 특징이 있다. 이는 크게 두 가지로 나누어 볼 수 있는데, 우선 일본의 경우는 휴가일수가 많지 않아 체류형 관광보다는 주유형 관광이 일반적이라는 점이다. 그렇다보니 일본의 그린투어리즘은 농가 민박보다는 농특산물 판매와 작은 체험프로그램을 중심으로 발달되었다. 둘째, 일본의 그린투어리즘은 그 방식에 있어 도시농촌 교류를 강조한다. 물론 유럽의 그린투어리즘도 일종의 도시농촌교류임에는 분명하지만, 일본의 경우는 그린투어리즘을 통한 도시민 편에서의 이득, 농촌주민 편에서의 이득을 강조하고, 쌍방간의 다각적 교류를 통한 상호만족을 강조하는 경향이 매우 강하다.

나) 정책적 지원

일본에서 그린투어리즘의 정책적 추진은 유럽에 비해서는 역사가 짧지만, 그 추진력은 상당한 편이다. 몇 가지 정책적 맥락만을 짚어보면 다음과 같다.

(1) 신정책에서의 그린투어리즘

1992년 6월에 공표된 신정책에서 지역 전체의 소득 유지 및 확보를 도모한다는 관점에서 다양한 취업기회를 창출하기 위한 시책으로서 아름다운 농촌공간 형성에 기여하는 그린투어리즘의 진흥을 도모하기로 하였다.

(2) 「농산어촌채재형여가활동을위한기반정비의촉진에관한법률」 제정

1995년 4월 농촌채재형 여가활동을 지원하기 위한 조치를 강구하면서 농업체험, 민박 등에 대하여 등록제도를 실시하고 여가활동을 위한 기반을

정비하여 여유 있는 국민생활을 확보하고 농촌지역을 진흥하는 것을 목적으로 한 「농산어촌채재형여가활동촉진법」을 시행하고 있다.

(3) 농정개혁대강에서의 위치

1998년 12월 농정개혁대강에서, 그린투어리즘 등 도농교류가 국민적 운동으로서 정착하도록 소프트, 하드 양면에서 조건을 정비하기로 하였다.

(4) 「식료·농업·농촌기본법」 제정

1999년 7월 12일 성립한 「식료·농업·농촌기본법」에서는 도농교류로서 1개조가 규정되어, 농업·농촌의 진흥과 함께 국민이 건강하고 풍요로운 생활에 기여하기 위하여 필요한 조치를 강구하기로 하였다.

특히 일본의 그린투어리즘 법률인 「농산어촌채재형여가활동을위한기반정비촉진에관한법률」과 그 시행령에서는 물리적인 시설 정비 이외에도 소프트한 기능 정비에 역점을 두고 있다. 또 각 현이 특정 지역에 대한 시설 정비와 소프트한 기능 정비에 대한 기본방침을 수립하고, 시정촌 계획을 통해서 기본방침이 구체화될 수 있도록 하며, 정비지구에 대한 토지이용계획을 토지소유자 등이 세울 수 있도록 하고 있다. 즉 중앙정부가 주도하는 획일적 사업 시행의 문제를 차단하고 있는 것이 주목된다.

일본에서 그린투어리즘 육성을 위한 국가나 지방자치단체의 주요한 노력은 몇 가지로 요약된다. 우선, 시정촌 장의 인정을 받은 계획에 대해서는 농작업 체험시설 등을 정비하는데 필요한 자금의 지원 또는 융자를 제공한다. 둘째, 시정촌 계획이나 농업인(단체)이 계획을 실행하는데 필요한 조언이나 기술지도를 제공한다. 셋째, 도농간의 이해와 공감을 도모키 위해서 관민 연계에 의한 그린투어리즘의 적극적인 홍보활동을 전개하고 정보시스템 구축을 통한 실천적 지원체제를 정비한다. 끝으로, 가장 중요한 것은 기업, 은행, 소비자단체, 노동조합, 생협 등과 도시와 농촌의 교류를 연계하기 위한 네트워크 체제정비에 주력한다.

< 표 2-1 > 선진국의 그린투어리즘 개요

구분	등장 배경 및 주요 목적	주요 관련조직	주요 행정지원 및 추진사업
독일	<ul style="list-style-type: none"> · 1960년대 후반 시작되었으며, 농외소득 향상과 이농 방지가 주요 목적 -그린투어리즘 용어를 명시적으로 사용하지는 않음 	<ul style="list-style-type: none"> · 정보서비스협회(AID) · 독일농업협회(DLG) · 독일농민연맹 · 농업 신용은행 	<ul style="list-style-type: none"> · '농가에서 휴가'사업 · 농업투자지원프로그램 (AFP) · 농업후계자지원프로그램
프랑스	<ul style="list-style-type: none"> · 제2차대전 이후 농촌의 고건축 및 문화를 지켜려는 사회적 수요와 국민적 바캉스 수요 대응의 일환 -그린투어리즘 용어는 프랑스에서 출발 	<ul style="list-style-type: none"> · 레지옹/데파르트망/공문 등 · 지트 드 프랑스, 농업 회의소 및 농협의 농가로의 현대 네트워크, 농촌 민박 네트워크 등 	<ul style="list-style-type: none"> · CPER사업(지방자치단체와의 계약) · 관광관련업무의 조직화, 개발, 코디네이터 역할
영국	<ul style="list-style-type: none"> · 1970년대 본격화되었으며 농촌의 자연 · 경관 유지, 보전과 농가의 경영다각화에 초점 	<ul style="list-style-type: none"> · 농장휴가협회 · 환경및농어업식량부 · 국가여행국 	<ul style="list-style-type: none"> · 농가민박사업 · 농장경영다각화 사업 · 미이용건축보조사업 · 농지임지화사업/농지임지화 프리미엄사업 · 농장관광활성화사업
일본	<ul style="list-style-type: none"> · 1980년대 본격화되었으며 국민 전체에게 농촌에서 즐기는 여유있는 휴가 보급 및 농촌지역 활성화 수단으로 인식 	<ul style="list-style-type: none"> · 농림수산성 · 자치단체(현, 시정촌) 	<ul style="list-style-type: none"> · 시설설치지원사업 · 소프트사업 · 제도 및 규제완화 · 농림어업체험민박등록제도

선진국에서 정책 수단으로 수용된 그린투어리즘은 국가별로 약간의 차이는 있으나 대개 다음과 같은 공통점을 지니고 있는 개념으로 받아들일 수 있다. 그린투어리즘은 농가의 경영다각화, 농촌지역의 활성화, 농촌환경의 보전, 국민의 여가수요 충족 등과 같이 다양한 목적을 달성하기 위한 수단으로 위치하고 있다. 특히 농촌 주민 편에서는 농촌이 가진 자원을 잘 보전하고 관리하여 도시민의 방문과 체류를 유도함으로써 농가의 소득 증

대와 농촌지역의 활성화를 도모할 수 있는 수단이 된다. 또한 도시 주민
 편에서는 자연, 역사, 문화자원이 풍부한 농촌지역에서 저렴한면서도 의미
 있는 여가를 보낼 수 있는 기회가 제공된다.

<표 2-2> 선진국의 그린투어리즘 용어

구 분	그린투어리즘 용어
독 일	· 농촌관광, 농업관광, 그린투어리즘 등으로 혼용
	· 농촌지역의 자연환경 및 경관의 모습을 원래에 가깝게 보전하며 지역 주민이 주도하는 관광
	· 농가민박 형태가 주류
프랑스	· 관광을 블루투어리즘/화이트투어리즘/그린투어리즘/라이트투어리즘 등으로 세분화하여 사용
	· 그린투어리즘은 녹음이 푸르른 전원지역, 즉, 농촌지역에서의 관광 형태를 지칭
	· 고향에 대한 향수를 체험하며, 농촌에서의 저렴한 장기 휴가를 보내는 관광 · 지역별로 다양한 숙박·체험시설 등의 부대시설 관리에 주력
영 국	· 농장관광과 그린투어리즘으로 혼용
	· 농업·농가의 생활, 농촌의 미래를 위해 아름답고 풍부한 환경을 보전하고 국민에게 즐거움을 줌
	· 농가민박 형태가 주류
일 본	· 그린투어리즘으로 사용
	· 농산어촌의 자연, 역사, 문화자원 보전 및 활용을 통하여 도시민과 농촌주민간의 교류를 유도함으로써 농산어촌지역 활성화 도모

2. 그린투어리즘 관련 이론적 논의의 전개

가. 그린투어리즘 관련 선행 연구

최근의 그린투어리즘과 관련한 연구들은 크게 용어를 포함한 이론적 맥락의 연구, 그린투어리즘의 원칙이나 방향 제시 등에 관한 연구, 외국사례

의 소개에 치중한 연구 등으로 나누어 볼 수 있다.

우선, 그린투어리즘 용어 및 개념 정의 등에 관련한 연구로서 김남조 · 조광익(1998), 박석희(2000), 정기환(2001)의 경우를 들 수 있다. 김남조 · 조광익(1998)은 지속가능한 관광이라는 개념 정의를 위해 대안관광, 생태관광, 농촌관광에 대한 여러 정의들을 살펴보고 비교하였다. 박석희(2000)의 경우는 생태관광에 대하여 여러 학자들과 공식적 기관의 정의를 세밀하게 분석함으로써 그린투어리즘 개념의 명확화에 기여하고 있다. 정기환(2001)의 경우는 농정의 일환으로 그린투어리즘을 정책화하는 데 추진 방향을 제시하면서 농업관광, 농촌관광, 생태관광, 그린투어리즘 등에 대하여 개념 고찰을 진행하였다.

둘째, 그린투어리즘의 원칙과 방향 등에 관한 연구로서는 강신겸(2000), 송미령(2001), 조록환(2002) 등을 들 수 있다. 이들은 공통적으로 농촌지역의 위기 및 여가 수요의 변화 상황에서 그린투어리즘이 농촌지역 활성화에 상당히 가능성 높은 전략임을 전제하고, 그린투어리즘이 바람직한 방향으로 전개되기 위해서 주민참여, 자원관리, 도농간 네트워킹과 마케팅 등 시스템 구축의 방안을 주장하고 있다.

셋째, 외국의 그린투어리즘 정책과 사례에 관한 연구를 들 수 있다. 강신겸 · 김정연(1997)과 조계현 등(1998)은 대표적으로 유럽과 일본 등에서 그린투어리즘이 어떻게 이루어지고 있는지를 국내에 소개하였다. 한편 박시현 등(2001)을 통해 유럽과 일본의 그린투어리즘 관련 정책 지원체계가 비교적 상세히 정리되고 있다.

이러한 기존의 연구들에서 나타나는 거시적 방향에 대한 일치, 선진 외국의 경험에 대한 중요성은 참고할만하나 구체적으로 한국형 그린투어리즘은 어떤 모습이고 그린투어리즘의 발전을 위해 필요한 일들이 무엇인지 등에 대해서는 아직도 막연한 수준에 그치고 있다. 요컨대 현실에 바탕을 둔 그린투어리즘의 수요 및 공급 여건 분석, 한국 농촌에 바람직한 그린투어리즘 모델 설정, 그린투어리즘이 농촌지역 활성화에 기여하기 위해 정책적으로 지원되어야 할 구체적 체계 등에 대한 논의가 전반적으로 부족한 형편이다.

나. 그린투어리즘 용어 정의

선진국에서 사용되는 그린투어리즘의 공통적 위상과는 별도로 이론적 논의들이나 일상적인 관념으로 그린투어리즘(green tourism, 녹색관광)과 함께 지속가능한 관광(sustainable tourism), 대안관광(alternative tourism), 농업관광(agricultural tourism), 농촌관광(rural tourism), 생태관광(eco-tourism) 등과 같은 용어들이 혼용되고 있다. 이러한 용어들은 각기 국가, 시대, 혹은 사용하는 사람에 따라 저마다 다르게 사용되고 있으므로 일반화하기가 쉽지는 않다. 그러나 우리나라의 상황에 적합한 그린투어리즘을 정의하기 위해서는 유사 용어 각각에 대하여 강조하는 점에 대한 간략한 정의를 한 후에 그린투어리즘에 대한 이 연구에서의 조작적 정의를 시도할 필요가 있을 것 같다.

1) 지속가능한 관광(Sustainable Tourism)

지속가능한 관광은 한 마디로 자연과 인간의 지속적 공존을 추구하는 관광(Bramwell, 1993)이다. 세계관광기구(1998)는 미래 세대를 위한 관광 기회를 보호·증진시키는 동시에 현 세대 관광객 및 지역사회 욕구 충족을 위해 문화 보전, 생태계 유지, 생물다양성과 생명 부양체계를 유지하고 경제적·사회적·심미적 욕구가 충족될 수 있도록 모든 자원을 관리하는 관광이 지속가능한 관광이라고 정의한 바 있다.

이는 ESSD(Environmentally Sustainable and Ecologically Sound Development)라고 하는 거시적 관점에서 관광의 바람직한 방향을 제시하는 것이라 볼 수 있으며, 관광의 한 종류라기보다는 관광 분야의 패러다임(paradigm)이라 볼 수 있다¹⁸⁾. 왜냐 하면 위의 세계관광기구의 지속 가능

18) 김남조·조광익(1998)에서는 관광부문에서는 지속가능한 관광이라는 표현을 직접 사용하지는 않았으며, 다만, 이와 유사한 개념의 관광형태에 대한 논의가 이루어졌다고 밝히고 있다. 즉, 책임관광(responsible tourism), 생태관광(ecotourism), 대안관광(alternative tourism), 그린투어리즘(green tourism), 신관광(new tourism) 등과 같이 지속가능성(sustainability)을 내포한 관광형태가 이 범주에 속한다는 것이다. 그러나 엄격히 말해서 이들 개념의 위계를 살펴보면 생태관광이나 그린투어리즘은 지속가능한 관광의 한 형태로 보는 것이 적합하다고 한다.

한 관광에 대한 용어 정의에서도 나타나듯이, “현 세대의 필요를 충족시키면서 미래 세대의 수요를 저해하지 않는다”는 ESSD의 원칙과 맥락을 같이 하는 것으로 파악할 수 있기 때문이다. 지속가능한 관광이라는 패러다임 이전 단계에서는 현 세대 관광수요자의 욕구 충족, 관광공급자의 경제적 이익 등이 관광 분야의 주요한 관심사였으나 지속가능한 관광 패러다임 아래에서는 현재의 관광수요 이외에도 미래의 관광수요, 경제적 이익 이외에도 생태적, 환경적 보전 등이 중요한 가치로서 자리잡게 된다¹⁹⁾.

한편 관광 분야에서 ESSD의 행동강령인 의제21(Agenda 21)과 같은 성격으로 지속가능한 관광개발을 위한 관광산업 의제21이 제출된 바 있다. 이는 지속가능한 관광의 개념을 이해하는데 다소간 도움이 된다. 여기에는 정부, 관광행정기구, 관광사업자단체 등이 수행해야 할 9개 우선 추진 사항과²⁰⁾ 관광참여자가 추진할 10개 우선 추진 사항이²¹⁾ 제시되어 있는데, 그 내용은 관광 분야 고유의 측면이라기보다는 지속가능한 개발을 위한 의제21의 내용과 유사한 맥락에 있음을 알 수 있다.

2) 대안관광(Alternative Tourism)

대중관광(mass tourism)이 관광수요 충족 및 관광공급자의 경제적 이익 등을 위해 대규모 관광시설을 조성하여 관광산업을 진흥시키는 방식이라면, 대안관광은 지속가능한 개발이라는 패러다임 아래에서 대중관광의 부정적 요소를 줄이기 위한 형태의 관광을 지칭한다(Cohen, 1987). 즉, 대중

19) 그밖에 생태계의 현지내(in-situ) 보호뿐만 아니라 현지외(ex-situ)의 보전도 강조된다.

20) 이는 ① 지속 가능한 관광을 실현하기 위하여 기존의 법규, 경제, 자주적인 틀(voluntary framework)에 대한 역량을 평가, ② 조직 운영에 관한 경제, 사회, 문화, 환경적 영향 심사, ③ 교육, 훈련 및 공공의 지식, ④ 지속가능한 환경개발에 대한 계획, ⑤ 선진국, 개도국간의 지속가능한 관광이 되기 위한 정보, 기능 및 기술 교류 촉진, ⑥ 사회 전분야의 참여를 가능토록 조치, ⑦ 지속가능성을 핵심으로 하는 새로운 관광상품 개발, ⑧ 지속가능한 개발의 달성 정도 측정, ⑨ 지속가능한 개발을 위한 협력 등이다.

21) 이는 ① 폐기물의 최소화, 재사용, 리사이클링, ② 에너지의 절약과 관리, ③ 담수자원의 관리, ④ 폐수 관리, ⑤ 위험물질, ⑥ 운송, ⑦ 토지이용의 계획 및 관리, ⑧ 환경현안에 대하여 스텝, 고객, 지역사회의 관여, ⑨ 지속가능성을 위한 설계, ⑩ 지속가능한 개발을 위한 협력 등으로 구성되어 있다.

관광으로 인한 환경파괴, 자원훼손, 관광개발지의 공동체 해체 등의 부정적 요소를 줄이고 지역의 자원과 자연환경에 바탕을 둔 대체로 소규모 관광시설과 소규모 관광객을 대상으로 지역주민이 중심이 되어 관광산업을 유치·발전시키는 것을 의미한다.

이러한 차원에서 대안관광은 대중관광과의 대비적 개념이며 지속가능한 관광과 연속적 개념이라고 볼 수 있다. 대체로 대안관광에서는 소규모 관광, 지역주민 주도형 관광, 지역 고유의 자연과 문화의 보전 등이 강조된다. 대안관광의 종류로는 모험관광(adventure tourism), 학습관광(educational tourism), 생태관광(ecotourism), 그린투어리즘(green tourism) 등 대중관광 유형과는 다른 특별관심(special interest) 분야의 다양한 관광 종류가 있을 수 있다. 대중관광에 대한 대비적 개념을 강조하기 위해 구관광(old tourism)이 아닌 신관광(new tourism), 경성관광(hard tourism)이 아닌 연성관광(soft tourism)이라 간주되기도 한다.

3) 농업관광(agricultural tourism)과 농촌관광(rural tourism)

농업관광이라고 하면 농가, 농장을 방문하는 관광객을 대상으로 농산물을 판매하거나, 농사체험활동을 가능하게 하는 등 일련의 농업과 관련되는 활동을 상품으로 제공하는 관광의 유형을 말한다²²⁾. 물론 농업관광의 형태는 국가, 지역에 따라 다양한 특징을 보이기도 한다. 예를 들어, 같은 농업관광이라도 농가의 경영규모가 큰 유럽 등에서는 승마 등이 보편적 농업관광의 한 활동으로 포함되지만 우리나라와 같이 농가의 경영규모가 작은 경우는 보다 간단한 체험 활동이 주가 된다.

한편 농촌관광은 말 그대로 관광객이 관광 활동을 하는 “농촌”이라는 장소나 장소적 특성에 주목하는 개념이다. 특히 “농촌”이라는 장소보다는 그 장소적 특성이 중요한데, 이를테면 농촌에서 이루어지는 관광 활동을 모두 농촌관광이라 할 경우 농촌지역에 있는 유원지에서 놀이, 농촌지역에 있는

22) 우리나라의 관광농원은 개념상 농업관광의 구체화된 형태로서 농장관광(farm tourism)의 일종으로 볼 수 있다. 굳이 공간적 범위를 적용하자면 농장관광은 농업관광의 일부가 될 것이다.

여관이나 러브호텔에서의 숙박, 농촌지역에 있는 갈비집에서의 식사가 모두 농촌관광으로 포함될 수 있기 때문이다. 즉 농촌관광은 “농촌”이라는 장소에 대한 보편적 특성, 즉, 농촌성(rurality)을 바탕으로 하는 관광 활동을 지칭하는 개념이다. 다시 말해 도시민들이 농촌다움이 보존된 농촌에 머물면서 그곳의 생활을 체험하고 여가를 즐기는 것을 의미한다(강신겸, 2002). 물론 농촌성 혹은 농촌다움에 대한 정의 역시 복잡하겠으나, 대체로 농촌이라고 하면 보편적으로 받아들여지는 농업생산이 이루어지는 공간, 도시와는 구별되는 독특한 자연, 생태, 경관을 보유한 공간, 오랜 기간 전해져 온 전통과 역사가 있는 공간, 농촌 주민의 생활 문화 등이 모두 대상이 될 수 있다²³⁾. 따라서 반드시 고정적 포괄 관계를 규정하기는 어렵겠지만 농업관광보다는 농촌관광이 광의의 개념이 된다.

4) 생태관광(Eco Tourism)

생태관광의 개념은 생태계 보전이라는 개념적 틀 속에서 관광을 지속시키기 위한 하나의 방편으로 도입되었으며, 생태관광에 대한 개념 정의만도 매우 다양하다<표 2-3>. 아무튼 주로 원시적 자연지역과 그곳에 있는 야생동물 및 그 발전 역사를 자원으로 하는 관광으로 환경교육, 자연과 문화환경의 질 유지, 지역경제에 기여함을 목적으로 한다.

1980년대 말 대중관광이 자연에 끼친 부정적 영향에 대한 인식과 반작용의 결과로 출발하게 된 생태관광은 기본적으로 자연에 기반한 관광(nature-based tourism)으로 자연을 향유함과 자연을 보호한다는 생각에 중심을 두고 있다. 이제 자연환경 보호에 대한 사회적 관심 증대로 생태관광지는 시장성이 있는 곳으로도 각광받게 되었다.

생태관광지가 자연, 생태, 경관 등의 측면에서 인공적 간섭이 적은 농촌 지역에 위치한다는 점에서는 농촌관광과 구분이 모호하다는 의견이 제시될 수 있다. 그러나 농촌관광이 농촌의 사람, 생활, 생산, 자연 등을 기반으로 하는 관광 활동인 반면, 생태관광은 자연과 생태 그 자체에 대한 관찰,

23) 그런 의미에서 농업관광은 농촌관광에 포함되는 개념이다.

학습과 교육, 보전 등을 목적으로 한다. 따라서 어느 정도까지의 공통적 요소를 가지기는 하지만 엄밀한 의미에서는 상호 혼용될 만한 개념은 아닌 것으로 판단된다.

< 표 2-3 > 생태관광의 개념 정의

연구자	생태관광의 다양한 정의
Ceballos Lascurain	자연풍경과 야생 동식물뿐만 아니라 그 지역에 현존하는 문화유산(cultural manifestations)에 대해 학습하거나, 동경하기 위하여 그리고 즐기기를 위하여 비교적 훼손되지 않고 혹은 오염되지 않은 지역으로 여행하는 것
Zell	생태적으로 책임있는 관광
Muloin	환경적으로 민감한 관광
Figgis	환경파괴나 훼손을 피하는 관광
Boyd & Buttler	자연지역 방문과 관찰을 강조하면서도 환경적 원칙을 강화하는 관광의 한 유형이며, 레크레이션(예컨대 조류관찰과 같은 당일 레크레이션)과 관광(조류관찰을 위한 장기 여행)을 구별하면서 관광에 초점을 맞춤
Valentine	비교적 훼손되지 않은 자연지역에서 자연을 파괴하거나 훼손하지 않으며 이용된 보호지역의 지속적인 보호와 관리에 직접 기여하는 것으로서 적정하고 적합한 관리제도에 기여하는 형태의 관광으로 제한되어야 함
Ziffer	생태관광자는 야생·자연자원에 대한 비소비적인 사용을 하고, 직접적으로 그 지역의 보존에 이익이 되도록 하기 위해 노동 혹은 재정적 수단을 통해 방문지역에 기여
미국 캘리포니아 주법	자연환경이나 문화적 유산을 즐기기 위한 목적의 여행으로, 이로 인해 환경에 미치게 될 부정적 영향을 최소화하는 관광형태. 광의로 생태관광은 자연보호를 위한 활동의 일환
미국생태관광 협회	환경을 보존하고 지역주민의 복지를 침해하지 않는 책임있는 관광
종합적 정의	자연환경에 기반한 관광이며 자연환경에 대한 부정적인 영향을 최소화하려는 관광

자료: 김남조·조광익(1998); 박석희(2000)를 중심으로 재구성.

5) 그린투어리즘(Green Tourism, 녹색관광)

그린투어리즘에 대해 한국관광공사(1996)는 “현대 도시인들이 건강·휴식을 위해 농산촌의 푸른 자연공간을 찾아 나서는 ‘전원관광’”이라고 정의하였고, 산림청(1999)은 광의로서의 그린투어리즘은 친환경적, 환경보전적 의미를 가지고 있는 모든 종류의 관광 상품이나 서비스를 지칭하며, 협의로서의 그린투어리즘은 주로 농산촌지역에서 일어나는 관광, 즉, 농촌관광을 의미한다고 정의하였다. 그리고 일본의 야마자키(山崎光博 외, 1993)나 프랑스에서는 그린투어리즘(Green tourism)을 블루투어리즘(Blue tourism), 화이트투어리즘(White tourism) 그리고 도시에서의 야간관광(Light tourism) 등으로 장소에 따라 세분하여 사용하기도 한다²⁴⁾. 사실 그린투어리즘이란 용어는 학문적 엄밀성을 가진 개념이라기보다는 일본에서 1992년부터 공식적으로 행정용어화하여 사용하기 시작한 것을 국내에서도 그대로 받아들인 개념이라고 보는 것이 옳은 듯 하다²⁵⁾.

한편 그린투어리즘을 정책 사업으로 도입하면서 우리나라 농림부는 그린투어리즘은 농산촌의 풍성하고 깨끗한 자연경관과 지역의 전통문화·생활과 산업을 매개로 한 도시민과 농산촌 주민간의 체류형 교류활동(농림부, 2001)이라고 정의한 바 있다. 농림부의 그린투어리즘 정의에 따르면 도시민에게는 휴식·휴양과 새로운 체험의 공간을 제공, 농산촌에는 농산물 판매(1차), 가공·특산품 생산(2차), 관광 및 음식물 판매(3차) 등 새로운 소득기회를 제공하여 지역의 활력 증대에 기여한다는 목적을 강조한다.

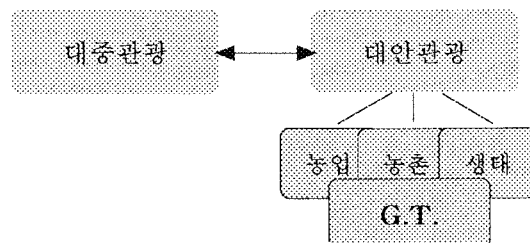
24) 이 경우 그린투어리즘은 농촌관광과 같은 개념으로 사용되는 것이다.

25) 박석희(2002)에서 들고 있는 일본관광협회(1994), 강신겸·김정연 역(1997), 조계현 등 역(1998), 21세기마을만들기숙(1998) 등의 그린투어리즘 관련 내용을 참고하면 그린투어리즘이 지극히 일본적 맥락의 용어임을 알 수 있다.

<표 2-4> 그린투어리즘에 관한 정의

구 분	그린투어리즘의 정의
프 랑 스	<ul style="list-style-type: none"> · 블루투어리즘, 화이트투어리즘, 그린투어리즘으로 구분 · 그린투어리즘은 주로 농촌의 전원공간에서 이루어지는 체류형·휴양형 관광
일본 농림성 그린투어리즘 연구회(1992)	<ul style="list-style-type: none"> · 풍요로운 자연을 가진 농산어촌지역에서 그 지역의 자연, 문화, 사람들과의 교류를 즐기는 체재형 여가활동
한국관광공사 (1996)	<ul style="list-style-type: none"> · 그린투어리즘과 생태관광을 동일시하는 입장과 그린투어리즘과 생태관광이 본질적 측면에서 별반 차이가 없으나 추구하는 목적이나 자원이용 방식에 차이가 있어 별개의 것으로 간주하는 입장이 공존 · 그린투어리즘은 농산촌의 자연에서 이루어지는 휴양형 관광
한국 산림청 (1999)	<ul style="list-style-type: none"> · 환경보전적 관광 · 농산촌지역에서 이루어지는 관광
한국 농림부 (2001)	<ul style="list-style-type: none"> · 농산촌의 풍부하고 깨끗한 자연경관과 지역의 전통문화, 생활과 산업을 매개로 한 도시민과 농산촌 주민간의 체류형 교류활동

잠정적으로 그린투어리즘은 위에서 논의한 지속가능한 관광, 대안관광과 원칙과 이념을 같이 하는 하위의 개념이면서, 농업관광 및 농촌관광, 생태관광 등의 관광 활동이 지니고 있는 요소들을 함께 지니고 있는 포괄적 개념이라 볼 수 있다. 즉, 지속가능한 관광의 패러다임을 따르고 있으며, 대안관광의 한 종류이고, 농촌성을 바탕으로 하는 관광 활동일 뿐만 아니라 자연, 생태, 경관 등의 보전을 강조하기 때문이다.



<그림 2-2> 그린투어리즘 용어의 단순화

그러나 유사 용어들이나 개념 정의에서 보듯이 그린투어리즘을 비롯하여 지속가능한 관광, 대안관광, 농촌관광, 생태관광 등은 상호배타성을 갖는다기보다는 사용하는 사람의 강조점에 따라 혼용될 뿐 그 용어의 차이만큼 내용상 본질적으로 큰 차이가 있는 것은 아닌 것으로 판단된다. 지속가능한 관광이나 대안관광은 관광으로 인한 부정적 요소를 최소화하기 위해서는 환경 보전, 지역주민이 참여하는 소규모 관광을 지향해야 한다는 포괄적인 관점을 강조하며, 생태관광은 자연, 경관, 환경 등의 보전에 대한 상대적 강조를, 농촌관광은 농가의 소득증대나 농업·농촌 체험에 대한 상대적 강조를 담고 있는 것이라 볼 수 있다.

특히 그린투어리즘은 자연, 경관, 환경에 대한 중시에 무게가 주어지는 생태관광과 농촌지역의 자연, 문화 등을 보전하면서도 농업·농촌 활성화에 기여하는데 강조점을 두는 농촌관광의 중간적 개념 정도로 이해하는 것이 무방하리라 생각된다. 그런 의미에서 이 연구에서는 농림부(2001)의 정의는 상당히 적절한 개념으로 받아들이고 있기는 하지만, 굳이 그린투어리즘이라는 외래어를 사용하기보다는 농촌관광(Rural Tourism)이라는 용어를 사용하더라도 의미상의 혼란은 없다고 판단한다²⁶⁾.

3. 그린투어리즘의 특징과 한국적 요소

가. 그린투어리즘의 특징

그린투어리즘에 대한 이론적 연구나 선진국들의 사례 등을 통해서 볼 때 그린투어리즘은 다음 요건을 충족시키는 것이 일반 관광과 차별적인 것으로 이해된다.

첫째, 대체로 농촌지역에서 발생하는 관광 활동이다. 풍부한 자연 속에서 이루어지는 관광으로서, 대개 전형적인 농산어촌이 중심이 된다는 특징

26) 이에 대해 Sharpley and Sharpley(1997)는 농촌지역에서 이루어지는 관광 관련 용어와 개념이 혼돈된 상태로 사용되고 있는 현상을 지적하면서 농촌관광(Rural Tourism)을 다음과 같이 정의한 바 있다. 농촌관광이란 “도시나 읍 지역을 벗어난 농촌지역에서 각종의 관광활동을 통하여 농촌다움(rurality)을 핵심 편익으로 하는 관광”이다.

이 있다. 현재까지 농촌지역 관광개발은 도시민을 유치하기 위한 숙박 및 위락시설 중심의 도시적, 인공적 시설 설치에 주력하고 농촌이 지니는 자연스러운 장소성을 주목하는데는 소홀했다.

둘째, 농촌지역의 잠재 자원을 바탕으로 하는 관광 활동이다. 그린투어리즘은 농산어촌을 중심 무대로 하기 때문에 주된 관광 자원 역시 인공적 시설보다는 아름다운 경관과 깨끗한 환경, 고유한 역사와 문화 등에 토대를 둔다는 특징이 있다. 특히 농촌의 주산업인 농업을 통한 체험활동이나 농산물 등이 근간을 이루는 경우가 많다. 따라서 그간의 농촌지역 관광개발이 하드웨어 투자에 치중했다면 그린투어리즘은 소프트웨어 투자가 병행되어야 하는 영역이다.

셋째, 농촌지역의 환경, 생태, 경관 등의 유지와 보전을 강조하는 관광 활동이다. 그린투어리즘은 농촌지역의 자원을 바탕으로 하는데, 그 자원은 다름 아닌 농촌지역의 환경, 생태, 경관, 역사, 문화, 산업 등이다. 따라서 이러한 자원의 보전과 유지가 필수적인 특징을 가진다. 따라서 그린투어리즘을 발전시키기 위해서는 마을이나 지역을 가꾸는 노력이 요구되는 것이다.

넷째, 개발 방식의 소규모성을 지향하는 관광 활동이다. 그린투어리즘은 외지 자본에 의한 대규모 개발사업을 가급적 지양하는 것을 특징으로 한다. 외지 자본에 의존하는 대규모 개발 방식은 농촌의 자원만을 일방적으로 내어주고 개발로 인한 이익은 외지로 유출되는 부작용을 가짐으로써 농촌지역의 지속성, 관광의 지속성을 훼손하는 방식이기 때문이다.

다섯째, 서비스의 주체가 해당 농촌지역 주민인 관광 활동이다. 그린투어리즘은 도시민이 농촌을 방문하여 그 곳에 살고 있는 농촌주민들과의 교류를 바탕으로 농업과 농촌의 생활문화를 체험하는 것을 특징으로 한다. 현재까지 농촌지역 관광개발에서는 숙박시설 제공이나 음식 판매에 치중하였으나, 그린투어리즘은 그 곳에 살고 있는 사람들과 교류하면서 그 곳의 생활과 산업, 역사와 문화, 자연과 경관 등을 폭넓게 향유하는 관광 형태인 것이다.

여섯째, 농가 및 농촌지역 활성화와 연계되는 관광 활동이다. 그린투어리즘으로 발생하는 개발이익은 바로 그린투어리즘에 참여한 농가 및 해당

지역의 전반적 활성화에 귀속되는 것을 지향한다는 특징이 있다. 농촌지역이 활성화되기 위해서는 농업소득의 감소분을 대체할 수 있는 새로운 소득원 개발이 필요하다. 새로운 대체 소득원은 농촌의 잠재자원을 활용하되 농업과 관련을 맺음으로써 농가의 소득으로 직접 연계될 필요가 있다.

[참고] 유럽연합의 농촌관광에 대한 지원 조건

- 농촌관광은 ① 농가의 경제활동 다각화를 촉진하여 농가소득을 향상 ② 유럽연합이 지향하는 농촌지역개발정책 달성에 기여할 수 있는 수단임.
- 다음과 같은 5가지를 주요 지원 조건으로 봄.
 - 농촌지역을 기반으로 하고,
 - 농촌지역의 자연, 전통, 생활문화를 바탕으로 사람간의 교류가 이루어지고,
 - 소규모 사업으로 지역의 전통과 지역에서 생활하는 사람들과 관련되어야 하고,
 - 농촌환경과 지역의 자원을 유지·보존하는 지속가능한 사업이어야 하고,
 - 농촌지역의 역사, 경제, 환경의 다양성을 반영하는 사업이어야 함.

나. 그린투어리즘의 한국적 요소

이상으로 그린투어리즘의 대두 배경, 선진국에서의 그린투어리즘 발전, 이론적 측면의 논의 등을 토대로 그린투어리즘의 특징을 정리하였다. 이로부터 한 걸음 나아가 우리나라에서 그린투어리즘이 추진되는데 강조되어야 할 요소가 도출되어야 할 것 같다. 그것은 기존 관광농원조성사업으로 대표되는 농촌휴양자원개발사업과의 관계에서 새로운 정책 수단과의 결합, 농가 경영규모의 영세성에 따른 그린투어리즘 추진의 차별성, 관광수요보다 앞서 관광공급이 주도하는 시장환경의 특수성 등이다.

우선, 우리나라에서 기존에 관광농원조성사업, 민박마을조성사업, 휴양단지개발사업 등과 같은 농촌휴양자원개발사업이 추진된 바 있음은 주지의 사실이다. 분명히 이 사업들은 그 한계에도 불구하고 우리나라 그린투어리즘 정책의 맹아로 평가될 수 있을 듯 하다. 따라서 농촌휴양자원개발사업에 대한 반성으로서 제기되고 있는 한국형 그린투어리즘에서는 기존의 추진해오던 정책사업과 그 사업에 참여했던 공급 단위들의 문제점을

고 새로운 움직임에 합류할 수 있도록 변화시키는 것까지를 모두 포함할 필요가 있다.

둘째, 우리보다 앞서 그린투어리즘을 추진한 바 있는 유럽 국가들의 경우는 농가 경영규모, 농가 주택의 특징 등에서 우리와는 상황이 다른 여건에서 출발하였다. 상대적으로 농가의 경영규모나 주택재고의 특징상 영세성과 협소성을 띠고 있는 한국형 그린투어리즘의 경우는 농가의 단위를 벗어날 만한 규모의 경제를 확보할 필요가 있다. 즉 마을 단위의 그린투어리즘 추진이 하나의 방안이 될 수 있다.

셋째, 선진국에서는 대체로 상당한 관광수요에 대응하여 공급이 뒤따라가는 방식으로 관광시장이 형성되었다. 그러나 우리나라의 경우는 정책적인 공급이 수요를 창출하려는 방식으로 진행되어가고 있다. 따라서 시장이 안정적 궤도에 오르기까지는 공급자와 수요자를 연결시키는 네트워킹이 그린투어리즘의 핵심적 요소임을 간과할 수 없다.

제2절 우리나라에서 그린투어리즘의 가능성

1. 관광수요 전망

우리나라에서 그린투어리즘의 가능성을 확인하기 위해서는 먼저 관광수요에 대하여 살펴보아야 한다. 그린투어리즘은 전체 관광이라는 큰 틀 속에서 결정되는 부분이 많기 때문이다.

일반적으로 관광수요에 영향을 미치는 인자의 종류나 영향력은 지역마다, 나라마다, 그리고 문화권이나 시기마다 다르기 때문에 한 마디로 무엇이라고 정의하기가 쉽지 않다. 학자들마다 특수한 상황에 처한 그 지역, 국가의 관광수요를 파악하는 데에 제각기 독특한 인자를 가설로 내세우고 이를 검증하고 있다. 그렇지만 이들이 논의하는 여러 가지 인자 중에서 공통적 성격을 지닌 것들도 적지 않은데 대표적인 것이 소득변수와 가격변수 그리고 여가시간이다.

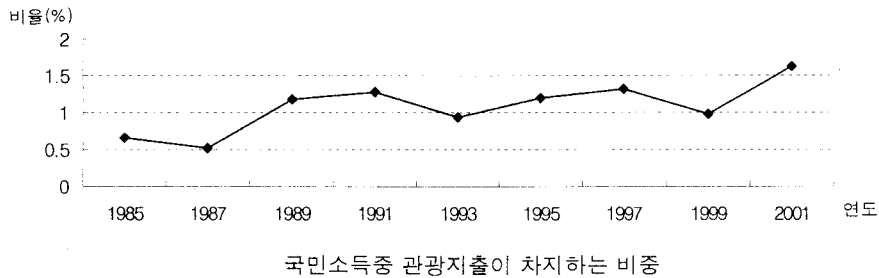
먼저, 소득의 크기가 관광수요에 가장 많은 영향을 미친다. 관광수요는 소득증가분보다 더 빨리 증가하여 소득탄력성이 1보다 크다고 할 수 있다. 다음의 표와 그래프는 이를 잘 나타내 주고 있다. <표 2-5>와 <그림 2-3>은 1985년부터 2001년까지의 국민소득과 관광지출 추이, 국민소득에서 관광지출이 차지하는 비중을 나타내고 있다. 표에서 보는 바와 같이 우리나라의 전체 국민소득은 1985년 909억 달러였는데 관광지출은 6.06억 달러로 국민소득의 0.67%에 해당하였다. 그러나 2001년에는 전체 국민소득은 4,213억 달러인데 반해 관광지출은 68.87억 달러로 전체 국민소득의 1.63%로 증가하였다. 동기간 국민소득이 4.63배 증가하였는데 반해 관광지출은 11.46배 증가한 것이다. 1987년과 1993년의 경우처럼 당시의 사회적인 분위기 때문에 국민소득 증가 만큼 관광소득 증가분이 따라가지 못한 특수한 해도 있었지만, 전반적으로 보았을 때 관광지출의 소득탄력성은 1보다 크다는 것을 알 수 있다. 특히 이러한 현상을 잘 뒷받침하는 것이 IMF를 전후로 한 1997년부터 2001년 사이의 추세이다. 1999년은 1997년에 비하여 국민소득이 15.5%가 감소하였지만 관광지출은 36.5%나 감소하였다. 반면에 2001년에는 1999년에 비해 국민소득이 5.1% 상승하였지만 관광지출은 173%나 증가하였다. 이러한 분석에 기초할 때 향후 국민소득이 증가함에 따라 관광지출이 더욱더 늘어날 수 있다고 추론할 수 있다.

< 표 2-5 > 국민소득과 관광지출의 증가추이

단위: 억 달러, %

구 분	1985	1987	1989	1991	1993	1995	1997	1999	2001
국민소득	909	1,333	2,201	2,949	3,452	4,881	4,740	4,007	4,213
관광지출	6.06	7.04	26.02	37.84	32.59	59.03	62.62	39.75	68.87
비 중	0.66	0.5	1.2	1.3	0.9	1.2	1.3	1.0	1.63

자료: 통계청 「한국통계연보」 각년도; 한국관광공사 「한국관광통계」 각년도.



<그림 2-3> 국민소득중 관광지출이 차지하는 비중

한편, 여가시간의 증가도 관광수요에 많은 영향을 미친다. 선진국의 경험이나 시계열적 통계에서 유급휴가 기간의 증가, 노동시간의 단축이 관광총량의 증가와 비례하고 있다는 것을 잘 보여준다. 선진국에서는 일반적으로 1주에 2일간의 휴무일을 주고, 연간 20~30일의 연차유급휴가를 부여하고 있으며 부여받은 휴가를 대부분 사용한다. 그러나 우리나라는 연간 휴일·휴가의 총일수가 적는데다, 그나마 부여받은 휴가를 제대로 쓰지 않고 있어 선진국에 비해 휴일·휴가 부여일수는 30~40여 일이 적고, 실제 사용일수로도 40~50여 일이 적다(강신겸, 2001). 즉, 여가시간이 적기 때문에 관광참여일수가 선진국에 비해 매우 적다.

세계적으로 노동시간이 많고 유급 휴가일수가 적은 우리나라의 경우 앞으로 여가시간의 증대는 관광수요 증대에 적지 않은 영향을 미칠 것으로 예상할 수 있다. 실제로 한국관광공사에서 매년 실시하는 국민여행실태조사 결과(한국관광공사, 각 연도)에 의하면 전국민 관광경험이 증가하고 있는데, 참가회수의 경우 1993년 4.8회/년에서 2001년 6.1회/년으로 증가하고 있다.

< 표 2-6 > 관광여행 경험율 및 참가회수 추이

단위: 회, %

구 분	1993		1997		2001	
	경험율	참가회수	경험율	참가회수	경험율	참가회수
당일관광	83.7	3.3	78.4	5.68	85.9	4.6
숙박관광	70.9	1.5	59.6	1.30	71.0	1.5
총관광여행	93.2	4.8	87.9	6.99	96.7	6.1

자료: 한국관광공사, 「국민여행실태조사」, 각년도.

다른 한편, 한국관광연구원에서는 2002년부터 2011년까지 10개년간 전국을 대상으로 국민 국내관광총량 등을 예측하였는데(한국관광연구원, 2001) 주5일 근무제 실시로 숙박관광 총량 및 당일관광 총량은 시계열 추세에 의한 전년 수요에서 2002년 12%, 2005년 17%, 2008년과 2011년 10%씩 증가할 것으로 예측하고 있다. 그 결과 2005년 우리나라 국민은 당일관광은 평균 6.4일, 숙박관광은 평균 4.1일을 참가하며, 2011년에는 당일관광은 7.4일, 숙박관광은 4.7일을 참가한다고 예측하였다. 즉, 2001년의 실제치와 비교하여 볼 때 2011년 국민의 관광참여일수는 3배 가까이 증가할 것으로 예측하고 있다.

< 표 2-7 > 국민 국내관광 총량 및 1인당 관광일수

단위: 천 명(%)

구 분	2002	2005	2008	2011
국민국내관광 총량	404,648(8.5)	507,436(10.5)	536,876(10.9)	605,968(12.2)
당일관광 총량	241,822(5.1)	307,824(6.4)	327,948(6.7)	370,193(7.4)
숙박관광 총량	162,826(3.4)	199,612(4.1)	208,928(4.2)	235,775(4.7)

주: 시계열 분석 후, 주5일 근무제 실시의 영향을 감안한 수요

자료: 한국관광연구원, 「제2차 관광개발 기본계획」, 2001.

2. 관광패턴 변화

그린투어리즘의 시장규모를 확대하는 요인으로서는 앞에서 말한 소득과 여가시간 이외에 관광패턴의 변화를 들 수 있다. 관광패턴의 변화에 대해서는 여러 학자들 사이에 많은 의견이 제시되고 있다. WTO(World Tourism Organizations)는 향후 관광의 형태를 기존의 단순한 여행 형태에서 색다른 경험을 추구하는 자연밀착형, 모험추구형, 문화·추구형, 건강추구형, 체험관광 등의 다양한 관광형태로 변화할 것으로 전망하고 있다(한국관광공사, 1997).

<표 2-8> 관광형태의 변화

관광형태	특 징
자연밀착형 관광	<ul style="list-style-type: none"> · 도시화, 여가취향의 변화 등으로 자연자원 관광지 선호 추세 · 다양한 레크레이션 활동을 통한 자연체험의 욕구 상승 · 자연에 기반을 둔 새로운 개념의 관광 도입 (생태관광, 녹색관광)
모험추구형 관광	<ul style="list-style-type: none"> · “극적인(Extreme)” 관광지로의 여행과 같은 모험관광 출현 · 젊은층 및 중·장년층으로 확대되어 새로운 관광시장 형성 (모험, 즐거움과 교육적 내용이 잘 조화된 단체관광상품 선호) · 신종 레저스포츠의 활성화 및 확산 (래프팅, 트레킹, 암벽타기, 번지점프 등)
체험형 관광	<ul style="list-style-type: none"> · 역사, 문화, 예술 등을 실제 체험하고자 하는 관광행태 출현 · 직접 체험하는 다양한 역사·문화체험 상품이 개발되는 추세
건강·미용 추구형 관광	<ul style="list-style-type: none"> · 성장지향 경제속에서 건강과 미용을 생각하는 소비트렌드 형성 · 노령화 사회가 진행되면서 젊음 유지 및 건강욕구 고조

실제 관광패턴의 변화 현상이 나타나고 있다. 전세계적으로 1980년대에 많은 자연중심형 여행을 기획하는 여행사들은 매년 고객 수가 20% 이상 증가하였고, 이제는 북극부터 뉴기니아까지 지구의 가장 깊은 오지에서 도 관광객의 수가 증가하고 있다(김성일 역, 1999). 그리고 세계자원기구(World Resource Institute)에 의하면 관광산업의 연 평균 성장률은 4%이

지만, 자연관광의 성장률은 10%를 상회하고 있다(Amaro, 1999). 이러한 내용은 전체 관광의 성장에 비하여 자연관광 및 체험관광의 증가세가 더욱 강함을 단적으로 나타내는 지표로 볼 수 있다.

우리나라의 경우에도 이러한 경향이 나타나고 있다. 한국관광공사에서 매년 실시하는 국민여행실태조사 결과(한국관광공사, 각 년도)에 의하면 여행 활동형태에서는 유흥오락, 산업시설구경, 낚시 등이 감소하는 반면 자연명승지·풍경 관람, 스포츠 활동 등이 약간씩 증가하는 것으로 나타나고 있다. 다만, 농장·과수원 방문 등은 아직은 그다지 많지 않으며 오히려 줄어드는 것으로 나타나고 있는데, 이는 농촌관광의 극히 일부분에 해당하는 것이기 때문에 이를 근거로 농촌관광 수요가 줄어든다고 이야기 할 수는 없을 것이다.

또한 동반형태에서는 단체 위주에서 개인 혹은 가족단위가 증가하고 있는 것으로 나타나고 있으며, 친구나 친척집, 여관, 캠핑에서 숙박하는 비율은 지속적으로 감소하고 있으나 민박이나 콘도미니엄에서 숙박하는 비율은 증가하고 있다. 즉, 가족을 동반한 여가 문화의 정착, 모험과 체험적 레저의 추구, 커뮤니티형 레저의 증가, 자연지향적 탈-일상성, 테마여행의 증가 등이 향후 주요한 관광패턴으로 자리잡을 수 있을 것으로 전망된다.

< 표 2-9 > 관광의 활동유형

단위: %

구 분	1993		1997		2001	
	당일	숙박	당일	숙박	당일	숙박
자연명승지·풍경관람	35.5	31.2	32.4	30.8	36.4	35.1
고적·사적지·박물관	8.1	9.6	7.8	9.1	8.9	10.2
명절 민속행사 참가	0.2	2.0	0.2	1.5	0.2	2.1
농장 및 과수원 놀이	0.6	1.6	0.7	1.2	0.5	1.0
유흥·오락	26.7	17.1	24.9	18.6	22.8	14.8
온천·휴양	4.2	4.1	7.0	3.8	6.0	3.7
수영·해수욕	3.6	8.4	4.0	11.9	5.5	12.5
등산·캠핑·하이킹	8.3	8.8	6.1	7.5	8.1	7.3
낚시	5.0	4.3	9.9	7.1	3.6	2.1
도시구경	1.1	5.6	1.8	4.8	2.7	6.5
산업시설구경	2.4	3.3	0.2	0.6	0.3	0.6
스포츠레저활동·관람	4.0	3.4	4.1	2.6	4.4	3.8
기타	0.4	0.4	0.8	0.5	0.6	0.3

자료: 한국관광공사, 「국민여행실태조사」, 각년도.

< 표 2-10 > 동반자 형태

단위: %

구 분	1993							1997							2001						
	혼자서	가족동반	친구/친지	학교단체/지역사회	직장단체	기타		혼자서	가족동반	친구/친지	학교단체/지역사회	직장단체	기타		혼자서	가족동반	친구/친지	학교단체/지역사회	직장단체	기타	
당일관광	2.4	39.1	39.6	6.6	7.2	3.0	2.1	2.7	47.4	37.6	1.1	2.7	4.8	3.7	1.6	43.9	42.0	5.0	3.5	2.8	2.8
숙박관광	5.9	37.9	35.1	8.8	5.8	4.3	2.2	4.0	43.5	35.4	7.6	2.8	4.9	1.8	3.7	42.5	40.0	6.4	2.5	3.5	1.4

자료: 한국관광공사, 「국민여행실태조사」, 각년도.

3. 그린투어리즘의 가능성

앞에서 살펴본 요인에 따라 관광수요가 증대할 것이라는 점에 대해서는

의심의 여지가 없다. 그런데 문제는 증가하는 관광수요가 어느 정도 그린투어리즘의 수요로 이어지느냐 하는 것이다. 정확한 통계자료에 기초하지는 않지만 관광수요 증가 이상으로 농촌을 방문하는 사람들이 증가할 것이라는 판단이다. 실제로 20여 개 관광농원을 대상으로 조사한 결과에 의하면 2001년과 2002년 사이에 관광농원의 방문객이 전반적으로 증가하고 있음을 알 수 있다. 즉, 2000년도에 비해 2001년도에 매출이 증가했다고 답한 관광농원이 71.4%인 반면, 감소했다고 답한 농원이 28.6%이다. 또한 조사 대상 대부분의 관광농원 경영주는 향후매출 전망에 대해서 긍정적으로 전망하고 있다.

이와 같은 사실을 바탕으로 볼 때 향후 우리나라 그린투어리즘의 전망은 상당히 밝다고 판단된다. 관광에 대한 수요 증대와 더불어서 라이프스타일의 변화, 고속교통망의 발달, 안전한 농산물에 대한 수요 증대 등이 그린투어리즘의 수요와 이어질 수 있기 때문이다.

가. 라이프스타일의 변화

세계에서도 그 유례를 찾아볼 수 없을 정도의 빠른 도시화, 특히 수도권 집중현상으로 인하여 여러 가지 부작용이 나타나고 있다. 만성적인 교통체증, 탁한 공기, 고밀도 주거공간, 장시간 노동에서 오는 정신적·육체적 스트레스 등이 도시에 살고 있는 사람들의 생활의 질을 떨어뜨리고 있다. 이러한 생활조건의 악화로 도시를 벗어나 농촌에서 여유롭고 풍요로운 삶을 추구하려는 도시민이 갈수록 증가하고 있다. 또한 자녀 교육에 관심이 많은 부모들 사이에서는 자녀들의 자연체험에 대한 기대가 높아지고 있다.

도시를 벗어나고자 하는 욕구는 다양하게 표출된다. 생활에 여유가 있거나, 자녀 교육으로부터 자유로운 사람들, 또는 자유업에 종사하거나 출퇴근에 얽매이지 않는 사람들 사이에서는 농촌으로 이주하는 경우도 있고²⁷⁾,

27) 전원주택 단지 조성은 1990년대 중반 이후 활발하게 이루어지다가 IMF로 인하여 잠시 주춤했으나 최근 경기 회복으로 다시 붐을 이루고 있다. 특히 이러한 현상은 경기도내에서 활발하게 이루어지고 있는데, 1993년부터 2000년까지 경기도내에는 148개 단지, 4,859개 주택이 공급되었다(이상문 외, 2001, 42쪽).

대부분의 도시민들은 주말을 이용하여 농촌지역에 나들이를 가는 것으로 대신하고 있다.

일본의 예이지만 1993년의 총리부에서 행한 여론 조사에서 “여행을 가서 가장 하고 싶은 것은 무엇입니까?”라는 질문에 제1위가 “아름다운 자연 경관을 보고 싶다(전체 응답자의 48%)”라는 대답이었는데, 이는 같은 내용으로 그 전년도에 실시한 조사에서 제1위로 대답한 “온천욕을 하고 싶다”를 앞지른 결과였다고 한다. 1993년을 기점으로 일본인들의 관광패턴이 유명관광지에서의 온천욕과 같은 대중관광에서 자연감상과 같은 대안관광으로 바뀌고 있다는 것을 보여주는 예이다. 또한 그 당시 일본의 한 연구소에서 일본 수도권에 거주하고 있는 성인을 대상으로 “현재 당신에게 있어서 가장 신선한 것은 무엇입니까?”라는 질문에 “시골에서의 생활”, “삼림욕”, “펜션에서의 삶”의 순이었다는 결과도 보고되고 있다(兵庫縣, 1994).

1993년은 일본에서 그린투어리즘이 정책적으로 도입된 시점이기도 하다. 당시 일기 시작한 일본 국민들의 위와 같은 자연지향 수요를 바탕으로 그린투어리즘이 정책화되었다고 추측할 수 있다.

우리나라의 경우 그 동안 도시민들을 상대로 그린투어리즘 수요에 관한 조사가 이루어지지 않아 도시민의 의향을 정확하게 알 수 없지만 최근의 사회적인 분위기로 보아 농촌지역에 대한 방문의사는 매우 높을 것으로 추측할 수 있다. 최근에 한국농촌경제연구원에서 도시민의 농촌방문 수요 조사를 행한바 있는데, 조사 대상 도시민 중 64.6%가 기회가 있으면 농촌 관광을 하고 싶다고 답하고 있다.

나. 고속교통망에 발달에 따른 농촌 방문 수요확대

최근의 고속교통망의 발달로 전국이 반나절 생활권에 접어들게 되었다. 전국의 어디에서나 30분내에 고속도로에 진입할 수 있고, 고속도로를 통해서 4시간이면 전국 어디에나 닿을 수 있게 되었다. 이는 전 국민의 1일 나들이 코스가 전국적으로 확대된 것을 의미한다. 특히 서해안 고속도로의 개통으로 한반도 서남지역의 접근성이 대폭 개선되어 이 지역을 방문하는

사람들이 증가 일로에 있다. 충남의 안면도, 전북의 변산반도, 전남의 목포 심지어 해남의 땅끝마을까지 방문객이 증가하고 있다. 또한 대전-진주간 고속도로의 개통으로 우리나라의 대표적인 내륙 산간지대인 소위 무·진·장 지역으로 불리우는 무주-진안-장수 지역의 접근성이 대폭 개선되었으며, 경남지역에서 가장 오지로 꼽혔던 함양과 산청 지역이 경남의 관문으로 자리잡게 되었다. 또한 중앙고속도로의 개통은 소백산맥에 가로막혀 있던 경북 내륙지방의 영주, 봉화 등을 서울에서 불과 3시간 거리로 단축시켰다²⁸⁾.

접근성의 개선으로 좋은 물건, 좋은 볼거리와 먹을거리 그리고 즐길거리를 찾아서 사람들의 이동이 잦아지고 있다. 지금까지는 지리적인 접근성이 그 지역의 방문객을 결정하는 주요 변수였다면 앞으로는 지역의 매력도가 방문객을 결정하는 주요 변수로 작용할 전망이다. 농촌의 장소적인 매력을 상품으로 하는 그린투어리즘의 전망이 그만큼 밝아지고 있다고 할 수 있다.

다. 안전 농산물에 대한 수요 증가

우리 사회가 노령화되고²⁹⁾, 소득수준이 증가함에 따라 건강이 우리 사회의 최대 관심사항으로 떠오르고 있다. 건강에 관한 관심증대와 함께 안전 농산물에 대한 수요는 갈수록 증대하고 있다. 그 예로 2002년도 1월에 SBS방송국에서 「잘먹고 잘살자」라는 프로그램을 방영하였는데 그에 대한 반응은 놀랄만한 것이었다. 한살림, 생협 등 회원제로 운영하는 농산물

28) 고속도로 개통에 따라 20.3% 이상의 시·군별 시간거리 단축효과를 보이는 시·군은 24개로, 청양군(32.0%), 전주시(29.2%), 아산시(28.8%), 금산군(28.8%), 당진군(26.5%), 경주시(24.1%), 장수군(23.4%), 예산군(22.5%), 정읍시(22.1%), 부천시(22.0%), 평택시(21.8%), 시흥시(21.8%), 통영시(21.7%), 김포군(21.7%), 안산시(21.6%), 군포시(21.6%), 거제시(21.3%), 광명시(21.3%), 태안군(21.1%), 과천시(21.0%), 화성군(20.7%), 여주시(20.6%), 용진군(20.5%), 의왕시(20.4%) 등이다. 지역별로 보면 경기도가 11개 시·군으로 가장 많고, 충남이 6개, 전북 3개, 전남 1개, 경남 2개, 경북 1개로 강원도를 제외한 전국 시·군에서 시간거리 단축효과가 광범위하게 나타나고 있다(김정연·전영노, 2001).

29) 우리나라 전체에서 65세 이상의 고령자가 1980년 3.9%에서 2000년 7.3%로 증가하였으며 2010년에는 10.7%로 증가할 전망이다(통계청, 2002).

판매시장이 급속하게 활성화되었으며³⁰⁾, 일시적이었지만 축산물 소비가 감소하였다. 소비자들의 안전한 농산물에 대한 관심과 행동을 반영해주는 좋은 예라고 할 수 있다. 안전한 농산물에 대한 소비자의 관심은 그 농산물이 생산되는 현장방문 수요를 야기하며 결국에는 그린투어리즘 활성화로 이어지게 될 것이라 기대할 수 있다.

30) 한살림의 경우 방송이 나간후 1월과 2월 사이에 회원이 약 15% 정도(약 3,500명)가 증가하여 2002년 4월 현재 회원수가 3만 명을 넘어섰다고 한다.

제3장 농촌관광 개발방식의 평가

이 장에서는 농촌관광과 관련한 기존 정책을 평가하고 최근 그린투어리즘의 동향을 살펴보고자 한다. 이를 통해서 기존 정책과 최근 정책의 접목 가능성을 타진해 보고자 하는 것이다. 특히 관광농원 조성사업에 대한 평가와 함께 최근 그린투어리즘 추진 동향을 사례마을을 통해서 살펴본다. 최근 사례마을의 동향을 함께 살펴보는 것은 관광농원이 새로운 농촌관광 정책 속에서 유효하게 활용될 수 있는 가능성을 타진해 보고자 함이다.

제1절 농촌관광 개발정책의 전개

1. 중앙정부의 주요 정책

관광기반이 절대적으로 부족했던 1970년대에는 중앙정부가 중심이 되어 거점개발식 광역적 관광개발을 주도했다. 국가 전체의 경제개발정책의 맥락과 같이 불균형 성장전략을 편 셈이다. 다시 말해 국민의 여가수요 충족이라는 차원에서 성장잠재력이 큰 지역에 대규모 시설 투자를 집중시킴으로써 그 효과를 확산하려는 방식이다. 이는 관광기반이 절대적으로 부족했던 단계에서는 상당한 효과를 발휘할 수 있었지만, 최근과 같이 관광 수요자의 요구와 기대가 다양화되고 연성적 가치(soft value)가 더욱 중시되는 단계에서는 한계를 노정하게 된다.

1984년부터는 농가의 농외소득 증대와 농촌지역 활성화를 위한 목적으로 농촌관광휴양자원개발이 시도된바 있다. 주로 농림부 정책사업을 통해 관광농원, 휴양단지, 민박마을 조성 등이 이루어져 2000년 현재 370개소의 관광농원, 9개소의 휴양단지, 266개소의 민박마을 등이 조성되었다. 관광농원 개발에는 1,231억 원, 민박마을 조성에는 252억 원, 농어촌휴양단지 개발에는 166억 원이 투자되었다. 그러나 조성된 관광농원의 72.0%가 시설에 대한 초

기투자 과잉 등으로 부실경영 상태에 처해 있고, IMF 이후 경영불안정으로 인해 많은 관광농원이 휴·폐업하는 등 운영상 어려움을 겪고 있는 것이 사실이다(유승우·민상기, 1997; 농림부, 2001). 또한 조성된 민박마을도 주변 관광지 방문 도시민을 대상으로 한 단순 숙박사업의 형태로 진행되어 향토문화활동이나 농특산물 구매, 나아가 농촌지역 활성화로 연계되지 못하고 있다(농림부, 2001). 즉 제2장에서 살펴본 그린투어리즘의 특징과 요소를 만족시키지 못하고 있는 상태이다.

<표 3-1> 농촌휴양자원개발사업 현황

단위: 백만 원

구 분	계 (지원액)	휴양단지		관광농원		민박마을	
		지구수	지원액	지구수	지원액	지구수	지원액
'99까지	160,232	8	14,600	370	212,958	252	23,674
2000년	4,715	1	2,000	(10)*	1,172	14	1,543
계	164,947	9	16,600	370	123,130	266	25,217

주: ()*는 계속지구수임

자료: 농림부, 「농림업 주요통계」, 2001.

농림부 이외에 중앙정부 관광개발의 주무 부처라고 할 수 있는 문화관광부는 우리나라 전체 관광산업 발전과 관광자원 개발, 국민관광 및 국제관광 진흥이라는 부문으로 나누어 관광개발을 추진해 왔다. 그러나 대부분 관광산업 발전을 위한 지원은 숙박업, 여행업, 휴양시설업, 국제회의업, 카지노업, 유원시설업, 관광벤처업 등 소규모·지역주민 주도형의 그린투어리즘과는 큰 관련을 가지지 못한 채 대규모 관광산업 진흥에만 치중하고 있다. 또한 관광개발 차원에서 관광지 및 관광단지 지원, 7대 문화관광권 개발, 관광특구 개발 및 지원, 문화관광자원 개발 및 지원이 이루어지고 있다. 이에 소요되는 예산은 2002년 기준으로 156,072백만 원에 달하나, 사업 내용을 살펴보면 이 역시 그린투어리즘과는 관련을 갖기 어려운 것으로 보인다. 한편 관광지 및 관광단지 지원의 일환으로 법정 관광지인 208곳과 관광단지 9곳이 지원되는데 이는 대규모 관광지와 관광단지에만 한정되며, 관광특구 21곳 역시 마찬가지이고, 7대 문화관광권 개발은 외국인 관광객 유치를 위

한 광역적 관광개발을 의미할 뿐 그린투어리즘과는 역시 큰 관련이 없다.

다만, 문화관광자원 개발에 역사·문화자원, 레포츠자원, 생태자원 등 소규모 관광자원 개발사업이 표면상 그린투어리즘과 관련을 가질 것으로 기대된다. 그러나 이는 시·군 관광개발계획 중 각 도를 통해 올라 온 지원 신청에 대하여 예산 범위내에서 지원하는 형태로 엄밀한 의미에서 농촌지역 활성화에 기여할 수 있는 그린투어리즘을 지원하는 사업과는 거리가 멀 수밖에 없다. 요컨대 우리나라 관광개발의 주무 부처인 문화관광부에서는 대규모 관광기반 조성 및 관광산업 진흥에 주력할 뿐 농촌지역 활성화를 위한 그린투어리즘 등에 대한 정책 개발과 지원은 전무한 형편이다.

2. 지방자치단체의 주요 전략

지방자치제도가 실시된 이후 많은 지방자치단체들은 관광개발을 통한 지역성장에 큰 관심을 가지고 의욕적 관광개발을 추진하려 하고 있다. 그러나 대부분은 많은 재원이 요구되는 대규모 관광개발에 주력하는 경향이 강한 편이다. 이는 법정계획인 시·도, 시·군별 10개년 관광개발계획을 통해 확인할 수 있다.

광역시를 제외한 9개 도에서 10개년 관광개발의 일환으로 계획하고 있는 관광개발계획은 무려 426건에 달한다. 대상자원과 개발형태를 기준으로 분류하여 보면 대규모 관광시설 조성을 추진하려는 경향이 압도적임이 잘 나타난다. 계획내용을 중심으로 16개 지자체 권역별 관광개발 방향을 제시한 바에 따르면 농외소득 증대나 농촌지역 활성화를 도모하기 위한 그린투어리즘을 추진할 여지는 많지 않은 것이 뚜렷하다. 해당 지역의 농가와 관련을 가지거나 농촌지역의 활성화를 위해 소규모의 관광개발을 계획하기보다는 대규모 외지자본 유치를 통한 세수입 증대를 의도하는 경우가 대다수인 것이다.

< 표 3-2 > 시·군별 관광개발계획(2002-2011) 유형화

단위: 개

구 분	물리적 인공시설	자연자원, 생태자원	역사자원, 문화자원
경성적 개발 지향	224	106	83
연성적 개발 지향	4	6	3
계	228	112	86

제2절 관광농원 조성사업의 평가

1. 관광농원 조성사업의 현황

가. 관련 법률 변천

1980년대에 들어와 도·농간 소득격차 심화, 농산물가격지지 수준 억제 등에 따라 농업소득 증대를 통한 농가소득 증대에는 한계가 있다는 인식이 확산되기에 이르렀다. 이와 함께 농외소득 개발이 농정의 주요 관심으로 대두하였다. 특히 농업생산기반이 열악하여 노동생산성을 획기적으로 높일 수 없는 지역에서는 농업소득 증대의 한계가 더욱 커짐에 따라 농외소득원 개발이 강조되었으며, 이를 위한 정책대안으로 등장한 것 중의 하나가 관광농원 조성사업이다.

관광농원은 1983년 12월에 제정된 「농어촌소득원개발촉진법」에 근거하고 있다. 이 법에 근거하여 농공지구 조성과 함께 관광농원이 지정되었다. 시작년도인 1984년에는 12개 관광농업개발 시범지구를 조성하였다.

그 동안 관광농원의 근거 법은 여러 차례 바뀌게 된다. 1984년 실시한 시범사업부터 1991년까지는 「농어촌소득원개발촉진법」에 근거한 「농어촌 관광소득원 개발사업 추진요령」에 의해서 추진되었다. 그러나 1990년에 「농어촌발전특별조치법」이 제정되면서 관광농원은 농어촌 휴양단지, 민박마을 등과 함께 농어촌 관광소득원 개발정책으로 추진되었으며, 1992년 「농어촌관광 휴양자원 개발사업 추진요령」이 제정되었다. 그러나

1994년 「농어촌정비법」이 제정되면서 관광농원을 포함한 농어촌 휴양자원 개발사업은 「농어촌발전특별조치법」으로 그 근거 규정이 이관되어 지금에 이르고 있다.

근거 법이 변화하면서 관광농원 개발의 정책 목적도 약간씩 수정되어 왔다. 1991년까지 각 도에 시달된 「농어촌 관광소득원 개발사업 추진요령」에 의하면 사업목적은 i) 도시민의 정서함양에 기여하고, ii) 농어가 소득증대에 기여하며, iii) 농어촌에 새로운 서비스산업을 육성하는 것으로 명기되어 있다. 그러나 1992년도의 「농어촌관광 휴양자원 개발사업 추진요령」에 의하면 앞에서 열거한 세 가지 목적 이외에 자원의 생산화, 지역개발촉진, 도시와 농촌의 교류를 통한 농어촌에 대한 이해증진 등이 추가되었다. 이때부터 이미 관광농원은 단순히 농어가 소득증대 차원을 넘어서 도시와 농촌의 교류, 지역활성화 수단으로 인식되기 시작한 것이다. 이러한 목적은 1994년 12월 제정된 「농어촌정비법」 및 동시행령에 보다 구체화되는데 관광농원 조성사업은 농촌지역의 풍부한 관광휴양자원을 농업과 연계, 개발하여 증가하는 국민의 여가수요를 농촌공간으로 유치함으로써 도시와 농촌의 교류를 촉진하고 농업인 소득증대와 지역개발을 촉진하는데 그 목적을 두고 있다고 명기하고 있다.

나. 정책 내용의 변화

1984년 관광농원이 지정된 이래 정책내용에서 많은 변화가 있었다. 주로 외지인 참여 제한, 숙박·식당시설 위주의 농원 운영 억제, 건실한 운영 유도, 현지 주민(농업인)의 소득과 연계성 강화, 지원조건 개선 등에 관한 내용들이었다.

참여자격의 변화도 많았는데 우선, 관광농원 조성사업이 시작된 해부터 1987년까지 관광농원을 경영할 수 있는 사람은 관광농원으로 지정받은 지역에 거주하고, 3년 이상 농업에 종사하는 자로서 5호 이상 공동참여 할 것으로 제한하였다. 그러나 관광농원 조성사업이 순수한 농민보다는 경영마인드가 필요한 도시 이주자 내지는 어느 정도 자본력이 있는 사업가 등

에 적합한 것으로 판명되면서 1988부터는 비농민 참여와 다른 지역 이주자도 가능토록 참여자격이 확대되었다.

이와 같이 참여자격이 완화되자 외지 사람들이 형식적인 요건을 갖추고 농촌마을에서 관광농원을 조성하는 사례가 늘게 되면서 지역주민과의 위화감 조성 등의 문제가 대두되었다. 특히 관광농원으로 지정 받으면 농지의 용도전환 등이 쉬운 점을 악용하여 부동산 투기 수단으로 이용하는 경우가 발생하면서 관광농원의 외지인 참여에 대한 사회적인 비판이 거세게 일게 되었다. 그리하여 1991년부터는 다시 현지 농어민 5호 이상이 공동참여 하는 것으로 전환하게 되었다. 1992년 이후 현지 1년 이상 거주 농업인으로 참여자격을 제한하였고, 같은 해 1992년 이후 자기 토지 소유 농업인만이 참여가 가능해졌으며 1993년 이후부터는 소재지 농지관리위원회 3인과 현지주민 5인 이상의 추천을 받도록 규정하고 있다. 1991년 이후 관광농원의 참여자격은 강화되는 쪽으로 규정이 바뀌어져 온 셈이다. 그러나 최근에 기존 관광농원에 대한 비판, 농촌지역에 대한 인식 전환 등이 이루어지면서 관광농원의 참여자격을 확대하자는 쪽으로 사회적인 분위기가 바뀌어 가고 있다³¹⁾.

한편 숙박·식당시설 위주의 농원 운영 억제와 관련되어 제도가 강화되었다. 이는 관광농원이 당초의 취지와는 다르게 일반 음식점이나 숙박업소와 크게 차별적이지 않다는 비판이 제기되었기 때문이다. 음식점과 숙박시설만을 목적으로 관광농원이 조성되는 것을 방지하기 위해 1994년 「농어촌정비법」에서 지구지정 면적의 40% 이상을 농장(작목입식)으로 조성하도록 규제하였다. 이 규제가 지나치다는 비판 때문에 1997년에는 작목입식의 하한선으로 4,000㎡를 설정하였다. 1996년에는 숙박·식당시설 면적의 상한 설정을 하여 숙박시설은 농장 면적의 10% 이내로, 식당시설은 농장 면적의 5% 이내로 제한하였다. 또한 1996년 공중위생법 시행령에 농원여관업 업종을 신설하였으며 1997년부터 일정한 취사시설을 갖춘 관광농원

31) 2002년 농림부의 도시자본 농촌유치작업반에서는 도시자본의 농어촌 유치를 위한 방안으로 농어촌관광사업의 참여 자격을 농림어업인 단체, 농업기반공사, 농림어업인으로 제한하는 농어촌정비법 제67조 규정을 삭제하자는 정책건의를 한바 있다.

에 한해서 농원여관업을 할 수 있도록 완화되었다.

관광농원과 현지 주민(농업인)의 소득과 연계를 강화하기 위한 제도 개선도 꾸준히 이루어졌다. 1991년 이후 농산물 및 특산물판매장 설치를 의무화하였으며 다수의 농업인이 참여하는 관광농원이 우선 선정되도록 하였다. 1997년부터는 농업인 3호 이상이 공동 참여하는 것을 원칙으로 추가하였다. 1996년 농협 등 생산자단체, 5인 이상으로 구성된 영농조합법인, 작목반 우선 지원이 이루어졌다.

자금지원은 1990년까지는 신규지구 2억 원 이내, 기지정지구 1.5억 원 이내로서 연리 8%, 3년 거치 7년 균분상환 조건으로 융자해 왔다. 1990년까지는 관광농원이 확산되는 단계로 신규지정에 무계가 두어졌다는 것을 알 수 있다. 1991년부터 1996년까지는 신규지구 1.5억 원 이내, 기지정지구 2억 원 이내로 신규지정보다는 기지정 관광농원의 시설 확장 자금에 더 많은 자금을 지원하게 되었다. 1997년에는 신규지구 2억 원 이내, 기지정지구 2.5억 원 이내로 다시 상향조정되었다. 상환조건은 처음에는 연리 8%였는데 1992년부터 연리 5%, 3년 거치 7년 균분상환으로 융자금의 금리가 인하되었다. 관광농원에 대한 사회적인 비판 분위기를 반영하여 1997년에 와서 연리 8%, 5년 거치 5년 균분상환으로 금리가 인상되었다. 그러나 IMF 이후 시장금리 인하로 2001년부터는 연리 6.5%로 하향 조정되었으며 2002년부터는 다시 5.5%로 인하되었다.

이상에서 살펴본 바와 같이 관광농원 관련 정책이 짧은 기간에 자주 바뀌었다는 것은 관광농원이 당초의 정책 취지를 충분하게 살리지 못하고 투기나 혹은 변형된 음식점·숙박업소로 운영되었기 때문이다. 이 점은 개별 경영을 중시하는 관광농원이 가지고 있는 어쩔 수 없는 한계이기도 하다. 하지만 다른 각도에서 보면 그 동안의 많은 정책 변화를 통해 관광농원 관련 정책이 어느 정도 자리를 잡아가고 있다고 판단할 수 있다.

다. 전국 관광농원 현황 분석

1984년에 12개 관광농업개발 시범지구가 지정된 이래로 관광농원은 해마다 지구가 추가 지정되어 현재까지 467개소가 지정되었다. 그러나 사업

의욕이 적거나 경영이 어려운 농원은 지정이 취소되고 혹은 도산되어 현재 370개가 운영 중에 있다.

< 표 3-3 > 관광농원의 현황

단위: 백만 원, %

농원수	지구지점		작목입식		편의시설 갖춘농원수			농원당 평균투자		
	면적 ha	평균	면적 ha	평균	식당	숙박	판매점	계	용자 지원	자부담
370	900	2.4	479	1.3	329 (89%)	290 (78%)	343 (92%)	669	284 (42%)	385 (58%)

자료: 농림부, 「농림부업무편람」, 2001.

한편 관광농원의 서비스 향상과 소비자들에게 표준화된 서비스를 제공하기 위한 목적으로 한국관광농원협회가 주관하고 농림부와 시·도지사의 협조 아래 관광농원에 대한 등급 판정이 이루어진바 있다. 이 등급 판정은 우수농원에 대한 자금지원 및 홍보 자료 등으로 활용하며, 부실 등으로 정상화가 어려운 농원의 자발적인 퇴출을 유도하고, 운영중인 관광농원의 경영 내실화를 기하기 위한 목적으로 추진되었다. 또한 다양한 상품 개발과 지자체, 민간단체와의 유기적 협조체계를 구축하여 관광농원 운영을 자극하고 구조조정을 촉진하도록 하기 위함이었다.

< 표 3-4 > 관광농원의 등급분류

단위: %

구 분		당 초 (1998.10)	조 정 (2001.3)	증 감	비 고
등급 분류	1등급	67(18)	45(12)	△22	()는 %임
	2등급	128(34)	116(31)	△12	
	3등급	78(20)	39(10)	△39	
	소계	273(72)	200(53)	△73	
	등급외(없음)	106(28)	179(47)	73	
계		379(100)	379(100)		

등급 판정은 1998년에 처음으로 실시되었으며, 2001년에는 등급의 재조정이 이루어졌다. 등급 재조정 결과, 경기 불투명에 따른 소비심리위축 및 조사를 하지 않은 농원이 증가한 것이 원인이 되어 종전 273개소에서 200개소로 우수농원이 감소하였다.

2. 관광농원 현황 조사

현재 운행중인 관광농원의 실상을 보다 자세하게 알기 위하여 조사를 실시하였다. 조사는 공급자와 수요자 양편에서 실시될 필요가 있다는 판단 하에 관광농원 또는 팜스테이를 경영하는 경영주와 관광농원 및 팜스테이 등의 방문자를 대상으로 하였다. 조사의 방법은 경영주를 직접 방문하여 조사표를 중심으로 개별 면접하는 형식이다. 조사 표본수는 경영주 55명(관광농원 33, 팜스테이 22), 도시민 방문자 31명이다. 관광농원 경영주와 더불어 팜스테이 경영주를 함께 조사한 이유는 관광농원과 팜스테이를 비교함으로써 관광농원의 현황과 특성을 보다 잘 이해할 수 있으리라 판단하였기 때문이다.

조사의 내용은 경영주에 대해서는 공동 참여농가, 주변여건, 경영상 주력부문, 시설현황 및 프로그램, 방문객 행태, 경영수지, 일반사항 등을 질문하고, 방문객에 대해서는 관광시 연간 참여횟수, 동반형태, 교통수단, 체재일수, 방문동기 및 일반사항 등을 위주로 질문하였다. 조사표본의 수가 한정적이기 때문에 이 조사 결과만으로 관광농원의 현황을 일반화하기는 어렵다고 본다. 하지만 관광농원의 특징을 어느 정도 이해하는데는 도움이 될 수 있을 것이다.

가. 경영주 조사

1) 경영 특징

먼저 경영주의 일반 사항을 살펴보면, 관광농원의 경우 대졸이 63.6%로 팜스테이 14.3%에 비해 매우 높다. 또한 관광농원 경영자는 농업과 관광

농원 경영을 겸업하는 사람은 6.1%에 불과한데 비해, 팜스테이 경영주는 전체의 60.6%가 농사를 지으면서 팜스테이를 경영하는 것으로 나타난다. 이와 같은 사실에서 관광농원의 경우는 고학력자가 관광농원 경영을 전업으로 하는 경우가 일반적이라고 추론할 수 있다. 앞서 살펴본 바와 같이 관광농원이 비농업인에 의한 경영사업으로 추진된다는 것을 말해준다.

관광농원이 위치한 주변 여건은 자연생태환경이 좋은 마을에 위치하고 있는 경우가 45.5%로 가장 높고, 다음으로는 주변에 유명 놀거리, 볼거리가 풍부한 마을에 있는 경우가 31.0%로 높다. 반면 팜스테이는 자연생태환경이 좋은 마을이 역시 수위였지만 두 번째는 농업이 강하고 농특산물이 있는 마을이 23.5%로 나타나고 있다. 이는 관광농원은 주로 휴식이 입지의 중요 인자인 반면, 팜스테이는 농사체험, 농산물 판매 등이 입지의 중요 요소임을 알 수 있다.

<표 3-5> 경영주의 일반사항

단위: %

문항		관광농원	팜스테이
성별	남	84.8	85.7
	여	15.2	14.3
연령	20대	3.0	4.8
	30대	12.1	4.8
	40대	21.2	33.3
	50대	33.3	47.6
	60대	30.3	9.5
학력	고졸이하	24.28	66.7
	대졸	63.6	14.3
	대학원 이상	3.0	9.5
	기타	9.1	9.5
겸업여부	농사를 짓고 있다	6.1	66.7
	농업이외 자영업을 하고 있다	60.6	14.3
	직장에 다니고 있다	6.1	4.8
	없다	27.3	4.8
	기타	0.0	9.5

<표 3-6> 주변여건

단위: %

문항	관광농원	팜스테이
자연생태환경이 좋은 마을	45.5	41.2
주변에 유명 놀거리, 볼거리가 풍부한 마을	31.0	14.7
농업이 강하고 좋은 농특산물이 있는 마을	1.8	23.5
별다른 자원이 없는 평범한 농촌마을	7.2	8.8
도시로부터의 거리가 가깝고 접근성이 좋은 마을	12.7	5.9
기 타	1.8	5.9
합 계	100.0	100.0

관광농원 운영은 “자연, 경관 감상 및 휴양 중심”, “수련회, 회의 중심”으로 운영되고 있다. 이에 반해 팜스테이는 “수련회, 회의 중심”, “체험학습 중심”, “주말농장, 임대농장 중심”의 순으로 나타났다. 관광농원의 경우 단체 방문객의 휴양 중심으로 운영되고 있는데 반해, 팜스테이는 농사체험을 위주로 운영되고 있는 것으로 파악된다.

<표 3-7> 운영의 중심사항

단위: %

문항	관광농원	팜스테이
체험학습 중심	7.6	29.2
수련회, 회의 중심	22.6	37.5
주말농장, 임대농장 중심	-	12.5
자연, 경관 감상 및 휴양 중심	24.5	-
농산물 가공 및 판매 중심	11.3	8.3
숙박 중심	11.3	12.5
모든 것을 복합적으로 운영	15.1	-
기 타	7.6	-
합 계	100.0	100.0

경영상 가장 주력하는 부분에 대해서 관광농원은 식당에서의 향토음식 판매(35.3%), 숙박객 유치(19.6%), 농촌다운 자연자원 보전(15.7%) 순이라고 응답하였다. 그러나 팜스테이의 경우 특별한 프로그램 개발, 농특산물 생산 및 판매, 숙박객 유치 순으로 나타났다. 관광농원이 음식점과 숙박업을 위주로 운영되고 있다는 것을 다시 한번 확인할 수 있는 부분이다.

<표 3-8> 가장 주력하는 부문

단위: %

문항	관광농원	팜스테이
농촌다운 자연자원 보전	15.7	4.6
농특산물 생산 및 판매	11.8	27.3
숙박객 유치	19.6	22.7
식당 등에서의 향토음식판매	35.3	13.6
특별한 프로그램 개발	7.8	31.8
기 타	7.8	-
합 계	100.0	100.0

<표 3-9> 경영주가 본 방문객의 방문목적

단위: %

문항	관광농원	팜스테이
농촌의 자연과 경관을 즐기고 싶어서	46.4	37.5
아이들의 교육, 학습을 위해서	7.1	17.5
좋은 품질의 농산물을 구입하고 싶어서	3.6	12.5
향토음식을 맛보고 싶어서	19.7	5.0
농촌의 전통적 문화를 체험하고 싶어서	1.8	2.5
농사체험을 위해서	0.0	10.0
주변에 있는 축제현장/유명장소에 왔다가 우연히	7.1	7.5
자신의 의견없이 가족/단체의 의견으로 그냥	10.7	2.5
기 타	3.6	5.0
합 계	100.0	100.0

한편 경영주가 판단한 방문객의 방문목적에 대해서는 농촌의 자연과 경관을 즐기고 싶어서라는 것이 관광농원이나 팜스테이 공히 가장 높게 나타났다. 다음으로는 관광농원은 향토음식을 맛보고 싶어서, 가족이나 단체의 의견에 따라서 순이었는데 반해 팜스테이는 아이들의 교육, 학습을 위해서, 좋은 품질의 농산물을 구입하고 싶어서의 순으로 관광농원을 방문하는 사람과 팜스테이를 방문하는 사람들의 방문 목적이 약간 다르다는 것을 보여 주고 있다.

2) 시설 및 프로그램 특징

관광농원의 시설에 대해서는 먼저 화장실과 샤워실은 각방마다 달려 있는 경우가 60.6%와 75.9%로 매우 높은 편으로 나타났다.

< 표 3-10 > 관광농원의 화장실 · 샤워실 구비율

단위: %

문항	화장실	샤워실
각방마다 달려 있다	60.6	75.9
달려있는 방도 있고 그렇지 않은 방도 있다	33.3	17.2
공동으로 이용한다	6.1	6.9
합 계	100.0	100.0

기타 시설에 대해서는 회의나 모임을 가질 수 있는 모임장은 81.8%, 야외광장 · 운동장 87.9%, 산책로 81.8%, 농산물 판매장 72.7%, 체험가능한 논밭, 과수원 63.6%의 순으로 나타났다. 이렇게 관광농원의 시설물 설치비율이 높은 것은 관련 법률에서 이러한 시설들의 설치를 규정하고 있기 때문이다.

< 표 3-11 > 관광농원의 시설 구비율

단위: %

시 설	구 비 율
모임장 (회의나 모임을 가질 수 있는 곳)	81.8
야외광장 · 운동장	87.9
낙시터	21.2
농산물 판매장	72.7
체험 등을 할 수 있는 논밭, 과수원	63.6
동물원	54.5
식물원	48.5
바베큐장	60.6
산책로	81.8
마을에서 관광경영을 위해 공동 이용하는 시설의 유무	15.2

한편 관광농원 중에서 체험프로그램을 운영하고 있는 비율은, 야외스포츠체험(48.5%), 농사체험(45.5%), 자연체험(36.4%)의 순이다. 특히 관광농원과 비하여 팜스테이 농가들은 체험프로그램 운영을 적극적으로 수행하고 있는 것으로 나타났다.

체험활동의 내용에서 농사체험은 감자캐기, 고구마캐기, 밤따기, 옥수수 따기, 허브관리, 대추따기, 산나물채취, 사과열매숙기, 다슬기 채취 등이 관광농원이 위치한 여건에 따라 매우 다양하게 나타났으며, 자연체험은 계곡에서의 물놀이, 계곡답사 등이 주로 행해지는 것으로 조사되었다. 한편 역사문화체험은 유명역사유적관람, 사찰답사, 풍물놀이 등이며 건강보양체험은 지역특산향토음식, 유기농산물, 산채 등을 먹거나 관광농원에서 자체 개발한 바비큐, 훈제 모듬 소시지 등을 먹는 경우도 있었다. 또한 만들기 체험은 짬뽕만들기, 새끼꼬기, 도자기만들기 등이 있었으며 야외스포츠체험으로는 레프팅, 수영, 눈썰매 등의 프로그램이 이루어지고 있는 것으로 조사되었다.

< 표 3-12 > 체험프로그램의 운영 비율

단위: %

구 분	관광농원	팜스테이
농사체험	45.5	80.0
자연체험	36.4	100.0
역사·문화체험	33.3	60.0
건강·보양체험	30.3	40.0
만들기 체험	18.2	40.0
야외스포츠 체험	48.5	40.0

3) 방문객

조사 대상 관광농원의 2001년도 평균 방문객은 4,792명으로 나타났다. 방문객을 유형별로 살펴보면 관광농원은 가족단위(37.7%), 모임(24.6%), 회사단체(21.3%), 학생단체(13.1%)의 순으로 나타났으며, 팜스테이는 가족단위(42.1%), 학생단체(21.1%), 모임(18.4%) 순으로 나타났다. 관광농원이 주로 일반인을 상대로 하고 있는데 반해, 팜스테이는 학생들의 체험활동 공간으로 이용되고 있다는 것을 알 수 있다.

< 표 3-13 > 방문객의 유형별 비율

단위: %

구 분	관광농원	팜스테이
가족단위	37.7	42.1
학생단체	13.1	21.1
회사단체	21.3	10.5
모임(계)	24.6	18.4
기 타	3.3	7.9
합 계	100.0	100.0

방문객의 연령은 관광농원이나 팜스테이 모두 40~50대가 가장 많고 그 다음이 60대, 20~30대, 20세 이하의 순으로 나타나고 있다. 주로 장년층이 관광농원이나 팜스테이의 주요 고객임을 알 수 있다. 한편 조사 대상 관광농원 방문객 1인당 지출 비용은 23,000원 정도인 것으로 나타났다.

<표 3-14> 방문연령별 비율

단위: %

문항	관광농원	팜스테이
20세이하	13.0	18.5
20 - 30대	20.0	12.5
40 - 50대	36.0	39.3
60대	29.1	23.5
기 타	1.9	6.2
합 계	100.0	100.0

4) 경영수지

조사 대상 관광농원의 총매출액은 연간 평균 8,027만 원으로 나타났다. 그 중에서 경비가 82%인 6,580만 원이며 순소득이 1,447만 원으로 소득율은 18% 정도인 것으로 나타났다. 한편 조사 대상 팜스테이의 경우 연간 매출액은 평균 995만 원이지만 소득액은 474만 원으로 소득율이 47.6%에 이르고 있는 것으로 나타났다. 단순 비교이기는 하나, 관광농원의 소득률은 팜스테이에 비해 현격히 낮게 나타나고 있다.

<표 3-15> 조사 대상 관광농원과 팜스테이 소득율 비교

단위: 만 원, %

구분	총매출액	총경비	순소득	소득율
관광농원	8,027	6,580	1,447	18
팜스테이	995	521	474	47.6

이처럼 관광농원의 소득율이 팜스테이에 비해 저조한 이유는 금융비용이 높은 탓이라 할 수 있다. 조사 대상 관광농원의 총경비 중 금융비용이 차지하고 있는 비율은 약 30%에 달하고 있는 것으로 조사되었기 때문이다. 이는 관광농원을 조성할 때 자기자본 보다는 정부융자 또는 일반금융 대출에 지나치게 의존하였기 때문인 것으로 판단된다. 조사 대상 관광농원의 평균 투자비는 52,375만 원이었는데 그 중 자기자본이 차지하는 비율은 36.0%이었으며 정부 융자가 평균 21,583만 원으로 전체 투자비의 41.2%를 차지하고 있는 것으로 조사되었다. 이에 반해 팜스테이 농가는 농가의 유희시설을 그대로 활용하고 있는 경우가 많기 때문에 투자비가 적을 뿐만 아니라 총경비도 그만큼 적은 것으로 나타나고 있다.

<표 3-16> 관광농원 경비 구성 비율

단위: %

구 분	인건비	재료비	시설유지 및 잡비	금융비용	기타
경 비	30.1	24.4	13.8	29.8	1.9

<표 3-17> 관광농원 조성시 평균 투자비 중 자기자본 비율

단위: 만 원, %

구 분	부 채		자기자본	합계
	정부융자	일반금융		
투자비 총액	21,583(41.2)	11,917(22.8)	18,875(36.0)	52,375(100.0)

5) 기타 정책적 지원

한편 경영상 애로사항에 대해서는 관광농원, 팜스테이 모두 금융지원에 대한 지원의 필요성이 36.0%, 39.3%로 가장 높았으며 다음이 시설정비의 필요성(각각 29.1%, 23.5%)인 것으로 나타났다.

< 표 3-18 > 경영상 애로사항

단위: %

문항	관광농원	팜스테이
경영교육 서비스교육의 필요	13.0	18.5
조직화된 홍보의 필요	20.0	12.5
금융지원의 필요	36.0	39.3
시설정비의 필요	29.1	23.5
프로그램 개발의 필요	1.9	6.2
합 계	100.0	100.0

한편 홍보에 대해서는 조사대상 관광농원들이 매우 적극적인 것으로 나타났다. 개인홈페이지를 운영하고 있는 곳이 46.9%나 되며, 시·군, 농협 등에 협조를 의뢰하여 관광농원을 홍보하는 곳이 24.5%, 팜플렛이나 홍보용 자료를 직접 제작하고 있는 곳이 22.5%로 나타나고 있다.

< 표 3-19 > 홍보방법

단위: %

문항	관광농원
홈페이지 운영	46.9
시·군, 농협 등에 협조 의뢰	24.5
여행사에 의뢰	0.0
지역내 별도 민간단체 등의 협조	2.0
팜플렛이나 홍보용 자료를 직접 제작	22.5
기 타	4.1
합 계	100.0

한편 관광농원 대부분은 인접한 마을과의 공동연계 프로그램을 하고 있지 않은 것으로 나타났다. 관광농원에서 인접한 마을 주민에게 민박을 소개해주거나 프로그램을 공동으로 운영하는 비율은 매우 낮았다. 그러나 약

반 수 정도의 관광농원에서 주민들의 농산물을 판매해 주거나 주민을 고용원으로 채용하는 것으로 나타났다. 반면에 팜스테이 농가의 경우 마을 주민의 농산물 판매알선이 81.8%, 민박 소개가 63.6%, 마을 주민과 모든 일을 함께 하는 경우가 36.4%에 이르는 등 관광농원과 대조를 이루고 있다.

< 표 3-20 > 마을공동연계프로그램의 실행유무

단위: %

문항	관광농원	팜스테이
민박을 소개해준다	21.2	63.6
농사체험 프로그램을 공동으로 한다	6.1	40.9
농산물 판매를 알선해준다	51.5	81.8
주민을 고용원으로 채용한다	48.5	27.3
마을주민과 모든 일을 함께 한다	24.2	36.4

나. 방문자 조사

방문자 조사는 회수율이 매우 낮아 이 조사결과를 가지고 방문자의 특징을 일반화하기가 어렵다고 판단된다. 그러나 관광농원 방문자들의 만족도 및 의향 등이 조사된 바가 없기 때문에 조사 결과를 간략하게 소개하기로 한다.

먼저 방문자들 중 해당 관광농원을 처음으로 방문한다는 사람이 45.2%로 가장 높으며, 두 번째 방문한다는 재방문자 비율은 19.4%였다. 방문객들이 바라는 관광 행태는 조용한 곳에서의 휴양이며(35.9%), 다음이 유명관광지 방문(20.5%)이었다. 방문객이 관광농원을 알게 된 매체는 인터넷이 38.7%로 가장 높았고 주위 사람을 통해 들은 비율이 35.5%로 높은 비율을 차지했다. 방문객의 관광농원 체재시간은 1박 2일이 전체의 56.7%로 가장 높았으며, 다음이 1시간~6시간으로 16.7%이었다. 관광농원을 방문한 이유로는 아이들의 교육, 학습을 위해서가 48.8%이고, 농촌의 전통적 문화를 체험하고 싶어서가 19.5%, 그리고 농산물 구입이 9.8% 순이었다. 방문객 1인당 지출비용은 2만 원~5만 원 사이가 48.4%로 가장 많았으며 그 다음

이 2만 원 이하 순이었다. 관광농원 시설에 대한 만족도는 보통 이상이 95%를 차지하여 비교적 높은 편으로 나타났다. 재방문 여부에 대해서는 기회가 되면 오고 싶다 64.5%, 꼭 오고 싶다 32.3%로 긍정적인 평가가 많은 것으로 나타났다.

3. 관광농원 평가 종합

가. 시설물 이용 제약

관광농원에 대해서는 법으로 시설 설치 기준을 제시하고 있다. 그러나 법률에서 정하는 각종 시설(판매대, 농원, 체육시설 등)이 영업수익에 실질적으로 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났으며, 특히 농산물 직매장, 축사, 창고와 같은 시설물의 이용률은 상대적으로 저조하거나 방치되고 있는 경우가 많다.

<표 3-21> 관광농원 시설 기준

시설의 종류	시 설 기 준
농특산물판매시설 (기본시설)	· 지역농수산물 또는 특산물의 전시 및 판매를 위한 시설로서 면적이 30㎡ 이상일 것
영농체험시설 (기본시설)	· 식량작물 · 특용작물 · 양용작물 · 채소 · 과수 · 화훼 · 유실수 · 버섯등이 입식된 농장면적과 농업용저수지 · 조류사육장 · 초지 · 축사 · 양어장 · 유리하우스(비닐하우스를 포함한다) · 분재원 등 농수산물생산시설(자연림 · 자연초지 · 야생화등 자생지를 제외한다)면적이 4,000㎡ 이상으로 지구지정 면적의 100분의 40이상일 것
운동시설	· 영 제76조 제1항 각호의 영업시설로서 체육시설의 설치 · 이용에 관한 법률시행규칙에서 정한 해당시설의 기준에 적합할 것
휴양시설	· 원두막 · 낚시터등 이용객에게 휴식을 제공할 수 있는 시설로서 농림부장관이 정하는 기준에 적합할 것
음식제공시설	· 영 제76조 제2항 각호의 영업시설로서 식품위생법 시행규칙에서 정한 해당시설의 기준에 적합할 것
기타시설	· 관광농원사업의 운영에 필요한 시설로서 농림부장관이 정하는 기준에 적합할 것

자료: 농림부, 「농촌진흥과 업무편람」, 2001.

이처럼 활용도가 낮은 시설물을 형식적으로 설치함에 따라 투자비용이 증가하며 그것은 관광농원의 경영을 악화시키는 요인으로 작용하게 된다. 앞에서 살펴본 조사 대상 관광농원의 평균 투자비는 평균 5억 원이 넘고 있다. 모두 그런 것은 아니지만 관광농원의 투자비가 이처럼 높은 이유는 법에서 규정하고 있는 각종 시설물 설치와도 적지 않는 관계가 있는 것으로 보인다.

이와 관련하여 관광농원 시설 중에서 작목입식과 관광농원의 지속적 경영과는 부의 상관관계에 있다는 연구도 있다. 박효균 등(2001)은 전국 303개소 관광농원 중 경영을 지속중인 222개소와 경영을 중단한 81개소에 대하여 관광농원의 지속성과 관련 변수와의 관계를 실증적으로 분석하였는데, 이에 따르면 작목입식의 다양성과 경영의 지속성과는 부(-)의 관계에 있음을 보여주고 있다. 즉, 관광농원의 개발 취지에 따라 다양한 작목을 입식한 관광농원은 경영을 중단한 경우가 오히려 많다는 것이다. 작목입식의 다양성이 관광농원의 매력에 긍정적인 요인으로 작용하기는 하지만 그것은 투자비용 상승, 관리비용과 투입 노동력 증대 등 중소규모 관광농원에는 경영상 큰 부담을 주기 때문이다.

법률에 의해서 형식적으로 설치한 시설물 중 대표적인 것이 판매시설이다. 「농어촌정비법」에서는 지역농수산물 또는 특산물의 전시 및 판매를 위한 시설로서 면적이 30㎡이상인 판매시설 설치를 규정하고 있다. 이러한 규정 때문에 대부분의 관광농원에서 판매시설을 설치하고는 있지만 실질적으로 이 판매시설을 운영하고 있는 관광농원은 많지 않다.

또한 「농어촌정비법」에서는 지구지정 면적을 규정하고 있다. 식량작물·특용작물·약용작물·채소·과수·화훼·유실수·버섯 등이 입식된 농장면적과 농업용저수지·조류사육장·초지·축사·양어장·유리하우스(비닐하우스 포함)·분재원 등 농수산물생산시설(자연림·자연초지·야생화 등 자생지 제외) 면적이 모두 4,000㎡ 이상으로 지구지정 면적의 100분의 40 이상일 것으로 규정하고 있다. 이 규정 때문에 관광농원의 면적이 넓어지게 되고 그에 따라 투자비용과 관리비용이 증대하고 있다. 당초의 정책 취지는 농수산물생산시설에서 농업체험 등을 하자는 것이었지만 실제 관광

농원이 숙박과 음식물 판매위주로 운영되고 있는 상황에서 엄격한 면적 규정은 운영상의 어려움만을 야기시키고 있다고 할 수 있다. 판매시설과 면적지정에 대한 규제 완화 필요성이 제기되자 최근 농림부에서는 판매시설 규정의 삭제와 면적비율의 완화 등을 포함한 법률 개정 작업을 추진중이다.

나. 마을과의 연계 미약

관광농원이 당초 정책 취지와는 달리 주변마을과의 연계가 매우 낮다는 비판이 제기되고 있다. 당초 정책목표는 관광농원을 핵심시설로 하되 마을주민과의 연계를 강화해서 농외소득을 올리자는 것이었다. 이러한 취지 아래 관광농원 허가 조건으로 5인 이상 공동경영을 규정하였다. 그러나 실제 관광농원이 운영되는 과정에서 5인 이상이라는 조항은 형식에 그치게 되었다. 따라서 1997년에는 농업인 3호 이상이 공동 참여하는 것으로 규정이 완화되었다(농림부, 2001).

관광농원의 공동경영방식이 관광농원의 지속성에 마이너스 효과를 미친다는 것은 일반 관광농원 경영자들의 공통된 생각인 것처럼 보인다. 이 점은 앞서 말한 박호균 등(2001)의 연구에서도 실증적으로 나타나고 있다. 이 연구에서는 관광농원의 공동운영과 관광농원의 지속성 사이에는 부의 상관관계가 있음을 밝혔다. 즉 참여농가가 많을수록 관광농원 경영이 중단되는 경우가 많았다는 것을 보여 주고 있다. 다만 참여농가수가 3호일 때까지는 중단하는 경우가 많았지만 4호 이상일 경우에는 오히려 중단하는 빈도가 낮았다는 것도 밝히고 있다. 관광농원이 지속성을 갖기 위해서는 경영자가 개인 혼자이거나, 혹은 많은 사람이 참여하는 것이 유효하다고 통계적으로 결론을 내리고 있다.

관광농원에서 공동경영이 어려운 이유는 공동참여 농가들이 자금조달능력 부족으로 중도 탈락하거나 또는 개발 당초부터 참여하지도 않는 농가를 참여하는 것처럼 위장하여 허가를 받기 때문이기도 하지만, 관광농원 운영이 음식물 판매와 민박형태로 이루어지는 상황에서 공동참여에는 기본적인 한계가 있기 때문으로 판단된다. 다만, 박호균 등(2001)에서와 같이

4인 이상이 참여하는 경우에는 참여자가 대등한 자격을 가지고 관광농원을 경영하는 것이 아니라, 관광농원 경영주가 경영의 전권을 행사하면서 마을 주민이 협조적이거나 혹은 종속적인 관계로 참여하고 있을 가능성이 높다고 추측된다.

관광농원과 마을과의 연계가 매우 미약하다는 것은 관광농원의 설문조사에서도 잘 나타나고 있다. 앞에서 살펴본 바와 같이 관광농원과 마을과의 관계에서는 공동으로 프로그램을 운영하거나 민박을 공동으로 경영하는 경우는 매우 드물다. 관광농원이 마을과 연계하여 공동으로 사업을 추진하는 경우가 적은 것은 관광농원의 성격이 개별 경영자의 능력이 중시되는 숙박과 음식물 판매에 치중할 수밖에 없기 때문이다. 관광농원이 지역사회 개발에 기여해야 한다는 정책 목적은 어쩌면 처음부터 비현실적이었는지도 모른다. 그러나 지금까지 관광농원에 관한 정책은 관광농원이 속한 마을 내지는 지역사회의 기여를 강조해왔으며 그러한 논리적 기반 위에서 각종 지원도 이루어졌다. 따라서 관광농원이 그 본래의 목적대로 운영되면서 수익성을 높일 수 있는 방안 등이 모색되어야 할 것이다.

다. 농촌관광 거점시설로서의 관광농원

한편 관광농원은 농촌지역의 관광시설로서 크게 역할하고 있다고 평가된다. 특히 IMF 등을 거치면서 경영이 어려운 관광농원 중 상당수가 폐업하거나 다른 사람에게 경영권이 넘어갔다. 이 과정에서 살아남은 관광농원은 재무구조가 비교적 건전하고, 경영노하우가 어느 정도 갖추어진 농원들이라 할 수 있다. 이들 관광농원은 최근 일고 있는 농촌관광에 대한 사회적인 붐을 타고 경영여건이 호전되면서 농촌관광의 확산에 촉매제 역할을 수행하고 있다. 예를 들면, 최근에 등장한 팜스테이 마을의 일부는 기존의 관광농원 마을과 연계하여 새로운 형태로 거듭나고 있으며, 정부에서 지정하고 있는 각종 시범마을도 기존의 관광농원이 입지한 마을이 선정되는 경우가 있다. 이는 관광의 경험이 전혀 없는 마을보다는 관광농원이 입지해서 관광에 대한 학습이 어느 정도 이루어진 마을들이 새로운 여건에 쉽게 적응할 수 있기 때문이다.

또한 관광농원 경영주의 모임인 한국관광농원협회가 조직되어 회원들의 이익 확대와 농촌관광 시장규모 확대에 적지 않는 기여를 하고 있는 것으로 평가된다. 예를 들면, 농림부와 지방자치단체의 후원 아래 실시한 바 있는 등급평가, 회원들의 회비를 모아서 만든 협회 홈페이지의 작성, 협회 주관 각종 교육 등은 농촌관광에 대한 사회적 인식을 제고하고 경영주의 경영능력 향상에 상당 부분 기여하는 것으로 평가할 수 있다.

이와 같이 관광농원이 수행한 긍정적인 역할을 최대한 활용하면서 당초 정책의 취지였던 마을 주민의 소득기회 창출도 기대하는 방안으로 관광농원이 속한 마을 단위의 고유한 테마를 개발하여 농촌관광을 활성화하는 방안을 모색할 필요가 있다.

제3절 최근 농촌 관광휴양자원 개발 방식의 변화

1. 중앙정부 차원

과거 농촌휴양자원개발사업을 시작하던 1980년대 중반보다 현재의 농업·농촌의 대내외적 여건은 더욱 악화되었다. 농촌지역에서 농업 이외에 다양한 산업활동의 필요성이 증대되고 있다. 이러한 상황에서 최근 중앙정부의 각 부처에서는 농촌개발정책의 한 형태로 그린투어리즘 관련 정책 사업을 적극적으로 추진하는 추세가 가시화되고 있다. 앞서 관광농원조성사업의 운영 실태를 통해서 살펴본 바와 같이 지금과 같은 상태의 농촌휴양자원개발사업으로는 농업·농촌 활성화 및 도시소비자들의 여가수요를 충족시키기에는 한계가 있다는 발상에서이다.

농촌휴양자원개발사업을 선도해 왔던 농림부는 기존 관광농원, 민박마을, 휴양자원 개발사업 등에 이어 녹색농촌체험시범마을 조성사업을 2002년부터 시작하였다. 또한 농림부와 더불어 농촌개발사업을 적극 추진해 왔던 행정자치부에서도 마을단위 종합개발사업이라 할 수 있는 아름마을 가꾸기 시범사업을 2001년부터 추진중이다. 아름마을 가꾸기 시범사업 대상마을로

선정된 대부분의 마을에서는 생태·녹색관광을 주요한 추진 전략으로 채택하고 있는데, 2002년도 대상 마을 선정시 9개 마을 중 6개 마을이 생태·녹색관광 마을 유형에 속한다. 한편 농촌진흥청은 농촌전통테마마을조성사업을 2002년부터 추진중이며, 환경부는 생태적으로 우수한 마을을 지정하여 홍보하는 자연생태우수마을을 지정하고 있다. 환경부의 자연생태우수마을의 경우는 대상마을로 지정된다고 하여 특별한 지원이 따르는 것은 아니나 우수한 생태자원은 곧 농촌관광 및 그린투어리즘 상품이라는 점에서 그린투어리즘과 관련이 높다고 할 수 있다.

[참고] 중앙정부 부처별 관련 정책사업 현황

농림부의 녹색농촌체험시범마을
 해수부의 관광어촌개발사업
 행자부의 아름마을가꾸기시범사업
 농진청의 전통테마마을육성사업
 산림청의 산촌휴양자원개발사업
 환경부의 생태우수마을지정사업 등

가. 농림부 녹색농촌체험시범마을

농림부는 2001년도 그린투어리즘 중장기 추진계획을 발표하고 2002년도부터 녹색농촌체험시범마을을 선정하여 사업을 추진중이다. 일단 그린투어리즘을 “농산촌의 풍성하고 깨끗한 자연경관과 지역의 전통문화·생활과 산업을 매개로 한 도시민과 농산촌 주민간의 체류형 교류활동”이라 보고, 이를 선도적으로 추진할 수 있는 시범마을을 조성하는 것이 관건이라는 것이 정책사업 출발의 의의이다. 특히 농업인·지역주민의 합의와 정부와 도시민의 지원, 경영 측면에서 농업의 복합, 다각 경영화 및 지역경영을 강조하고 있으며, 관광충량의 증대보다는 우선적으로 지역사회의 새로운 소득기회로 연결할 수 있는 소득 흡수·파급의 메커니즘 구축을 목표로 한다.

농림부에서 상정하는 그린투어리즘은 농업인·농촌주민과 도시민간 이해

를 증진하는 도농교류활동, 농업인·지역주민의 소득증대를 위한 사업(business), 주민협력을 바탕으로 한 지역활성화를 꾀하는 운동(campaign)으로 그 성격을 규정하고 특히 지역사회를 조직화하고 이끄는 리더의 역할이 중요함을 강조하고 있다.

사업의 추진은 마을을 기본 단위로 하되, 자격 있는 리더가 있는 마을이나 마을간 연합으로도 참여가 가능하고 마을 내 농가의 1/3이상 또는 10호 이상 농가가 사업 참가 협정에 참여하는 것을 조건으로 한다. 시장·군수의 추천을 받아 시범마을 선정에 신청한 여러 마을을 대상으로 농림부에서 서류심사와 현장심사를 거쳐 도별 2개씩 18개 마을을 선정한다. 각각 2억 원의 사업비를 지원하게 된다.

정부의 지원을 받는 마을에서 추진 가능한 주요 사업은 공동 생활기반시설, 여가 및 체험 기반시설, 경관조성 등에 초점을 맞추고 있다. 마을 공동의 하드웨어 기반 정비에 국한하고 용지나 시설 매수 및 임차 비용, 관리 및 운영비용 등은 원칙적으로 지원하지 않는다.

<표 3-22> 주요 지원 내용

구 분	시설 내역(예시)	비 고
생활기반시설	마을안길, 상하수도, 정보통신기반시설, 관배수 시설, 오수·오물처리시설, 마을회관 개보수 등	*개인소유 창고·축사를 마을공동시설로 이용하고자 개조하는 경우는 마을 장기임대 조건부
여가·체험 기반시설	창고·축사 등 기존 시설의 개조, 공동화장실, 급수대, 공동취사장, 공동주차장, 어린이놀이시설 등	
경관조성	경관정비용 자재 구입(화단·꽃밭가꾸기, 마을 진입로 수목 식재, 잔디밭 조성 등), 빈집 정비 등	

나. 행자부 아름마을 가꾸기 시범사업

행자부는 농촌공간의 역할과 기능이 다변화되고, 새로운 시대 변화에 적합한 농촌개발사업 추진이 필요하다는데 주목하여 아름마을 가꾸기 시범사업을 2001년도부터 추진하게 되었다. 건강한 자연환경과 우리 고유의 전통

문화가 잘 보존된 21세기 한국 농촌의 새로운 비전을 제시할 만한 시범마을을 육성하기 위함임을 출발의 공식적 목적으로 제시하였다.

사업의 추진은 지역 특성에 맞게 테마별로 주민 스스로 수립한 마을계획을 심사·선정하여 시범사업으로 추진하되 전통문화가 계승된 에코 투어(Eco-Tour), 그린 투어(Green-Tour) 여건을 조성한다는데 맞추어졌으며, 주민의 자발적 참여를 통한 지속가능한 마을 운영·관리체계의 정착을 강조하고 있다.

시범마을 선정은 마을별로 제출된 사업계획(안)을 심사하여 시·군별로 1개 마을씩을 선정한 후, 시·도에서 시·군별로 제출된 사업계획에 대하여 자체 심사를 거쳐 2개 마을씩을 선정·제출한 후, 최종적으로 행자부에서 복수 추천된 2개 마을 중 1개 마을을 자문위원회의 서류 심사를 거쳐 선정·확정하는 방식으로 진행한다.

선정된 시범마을에 대해서는 교부세 10억 원을 비롯하여 기존 시책사업의 집중 및 지방세 부담 등을 통해 사업 실현을 도모하는 것으로 하고 있다. 2001년도에 도별 1개 마을씩 9개 마을이, 2002년도에 광역시 4개 마을 및 도별 1개 마을 등 13개 마을이 시범마을로 선정된 바 있다.

특히 아름마을 가꾸기 시범사업에서는 마을 주민과 해당 시장·군수가 마을개발사업 지원에 따른 협약서를 작성하도록 하여 주민의 책임 의식을 고취하도록 하고 있다. 이 협약서 표준안에는 역할 분담 및 운영·관리에 관한 규정이 포함되어 있으며, 가능한 사업도 예시되어 있다.

<표 3-23> 주요 추진 사업의 예

구분	역할 분담	사업 예시
시·군 담당 사업 (예)	<ul style="list-style-type: none"> -마을 발전과 공공이용에 필요한 생활편익시설 확충 -마을테마 육성 및 전통마을의 보전·복원 등 관광인프라 구축사업 등 	<ul style="list-style-type: none"> -마을길 확보장 및 자연형 소하천, 상하수도 정비, 가로등 정비 -생활용수 공급시설 및 마을하수처리시설 -마을공동작업장 등 농작물생산기반 확충 -다목적용 나눔의 집 건립 및 공동광장, 주차장 -농촌마을 정보화 기반시설 -영화·소설속의 배경지 정비 -역사문화 유산의 보수·복원 및 전통역사관 건립 -모험놀이동산의 조성 등
마을 주민 담당 사업 (예)	<ul style="list-style-type: none"> -마을테마에 걸맞는 담장개량·지붕가꾸기 등 농촌체험관광 등에 대비한 사유시설의 환경친화적 정비·보수 -농어업생산소득 이외에 다양한 소득원 개발 및 판매망 구축·운영 등 	<ul style="list-style-type: none"> -개별적 농특산물의 생산 및 가공시설 설치 -도농자매결연을 통한 농산물직판로 개설, 전자상거래 구축 등 유통체계 개선 -마을상징 캐릭터 개발 및 자체 브랜드 육성 -농촌민박시설의 확충 및 시설개수·운영 -전래놀이문화 등 도시민 농촌체험행사 이벤트의 개발과 운영 -고향마을 추억살리기, 조상들의 생활체험, 풍류한 마당 배우기 등의 이벤트 개발 운영 -마을환경정비사업 <ul style="list-style-type: none"> · 마을환경청소의 날 운영 및 페비날 등 쓰레기 청소 · 농촌빈집 등 환경저해시설의 정비 등

다. 농촌진흥청 농촌전통테마마을조성사업

농촌진흥청에서는 농촌전통테마마을을 조상의 슬기와 지혜를 체험하고 학습하는 마을, 어렸을 적 추억을 일깨우고 아이들에게는 꿈을 심어 주는 마을, 도시민과 농업인이 사랑과 인정을 서로 나누는 마을이라고 정의하고 있다. 특히 농촌의 매력요소를 멋(마을풍경, 자연풍경, 전통놀이, 깨끗함), 맛(계절요리, 향토요리, 전통·특산주), 정취(예스러움, 아름다움, 소박함, 아늑함), 믿음(정, 어머니 마음, 신토불이 농·특산물)이라고 구체화하고, 여기에 체험·학습·관광 요소를 결합하여 차별화 된 농촌전통 테마마을을 조성하는 것을 목표로 하고 있다.

[illegible]

최근에 시작된 중앙정부 여러 부처의 정책사업들의 특징은 과거와는 달리 여러 측면에서 그린투어리즘의 특징과 의의에 근접하고 있는 것으로 보인다. 우선, 소프트 사업에 대한 중요성을 인식하고 있다는 점, 둘째, 해당

지역의 특성과 그에 따른 테마를 강조하고 있다는 점, 셋째, 주체로서 지역 주민의 참여가 증시된다는 점, 넷째, 사업의 사후 관리운영 등과 같은 지속성에 초점을 맞추고 있다는 점 등이다.

물론 이러한 정책사업들은 아직은 초기단계이기 때문에 여전히 물리적 시설물 정비에 무게를 두고 있고, 그린투어리즘이 보다 성숙되고 정착되기 위해 필요한 제도 기반 및 산업화 조치 등에 대해서는 고려가 미흡한 실정이라는 단점도 가지고 있다. 그린투어리즘 관련 정책사업의 진행 과정에서 관광시설물 설치, 영업행위에 따른 법률상 규제 문제 등이 노출되고 있고, 주민의 서비스 및 경영 교육의 필요성이 강하게 대두되고 있으며, 장소가 마케팅됨에 따라 발생하는 외지인들의 무분별한 개발수요를 규제할 수 있는 수단 등의 필요가 관찰되고 있다.

2. 지방자치단체 차원

많은 지방자치단체에서도 농촌지역 활성화를 위한 주요 전략으로 그린투어리즘 사업을 채택하는 움직임이 뚜렷이 증가하는 추세이다. 강원도의 경우 2002년 강원도형 그린체험농업육성전략을 수립하였다. 강원도는 새농어촌건설운동 사업 추진과는 별도로 도 자체 재원을 확보하여 친환경농업 생태·체험마을 조성, 우수농산물 특성화마을 조성, 우수 가공식품 생산공장 현지체험 견학, 자연경관을 활용한 콘도형 민박시설 조성, 승마공원 조성, 농업 관련 축제의 관광상품화 등 다양한 사업을 추진할 것을 계획 중이다.

순창군의 경우는 이미 1996년부터 군정의 기본 방향을 그린투어리즘으로 설정하여, 군에서 실시하는 모든 사업과 관광을 접목시켜 왔다. 지역내 문화 관광시설 정비, 아름다운 고장 가꾸기 사업 전개, 농업관광 육성사업 등을 추진 중이다. 물론 아직은 뚜렷한 성과가 가시화되고 있다고 보기는 어렵다. 그밖에 남해군의 군정 목표는 스포츠마케팅에 의한 지역발전, 양평군의 모토는 친환경 에코닥터타운 조성, 원주시는 북송아마을, 고추마을, 환경마을, 건강마을, 요리마을, 전통마을 등과 같이 지역을 대표하는

자원을 테마화하는 농촌테마마을 육성, 함평군은 나비축제로 무주군은 반딧불이 축제로, 금산군은 인삼축제로, 이천시는 도자기축제로 도농교류를 시도하는 등 많은 지방자치단체가 농촌관광, 그린투어리즘, 도농교류, 장소판촉 등을 지역경영의 핵심 사업으로 고려하고 있다.

이러한 지방자치단체의 움직임은 우리 농업·농촌의 활로 모색을 위해 그린투어리즘이 상당한 기대를 걸 수 있는 수단으로 인식되고 있음을 잘 보여 준다. 그러나 몇몇 지방자치단체를 제외하고는 제도적, 인적, 물리적 기반이 부족하여 가시적 성과를 얻지 못하는 경우도 많다.

3. 민간단체 차원

여러 민간단체들도 농촌지역 그린투어리즘에 관심을 갖고 참여하기 시작하였다. 농협의 팜스테이(Farm Stay) 사업, 전국농업기술자협회의 녹색교류대학 프로그램 운영, 녹색소비자연대나 녹색연합 등과 같은 소비자단체 및 환경단체의 그린투어리즘 현장 방문 및 소비자 모니터링 실시 등은 좋은 예이다.

가. 농협의 팜스테이 사업

농협에서는 기존의 농가민박에 다양한 농사체험과 문화체험을 결합한 팜스테이 사업을 1999년부터 추진해 오고 있다. 1999년에 48개 마을을 지정하였으며 전국적으로 총 331호가 참여하고 있다.

대상마을은 순수한 자연부락으로서 전형적인 농촌지역의 자연경관을 보유한 곳으로 주변에 관광휴양자원이 많아 다양한 프로그램 운영이 가능한 곳으로 정하고 있다. 마을의 자율적 계획을 원칙으로 하며 마을당 5호 이상의 농가가 참여하여야 한다. 농협은 프로그램의 개발 협조와 홍보를 지원하며, 민박 등 시설 개·보수자금도 일부 융자하고 있다.

이 사업은 농사체험과 농산물가공체험, 생태체험, 전통민속놀이, 단체 레크리에이션 등 농촌에서 제공 가능한 프로그램을 적극 연계하고, 농협이 홍보에 힘써 상당한 성과를 거두고 있는 것으로 보인다. 이와 함께 일부

지역에서는 한국관광공사의 알선으로 외국인들을 초청하여 체험행사를 가졌는데 반응이 상당히 좋았던 것으로 평가되고 있다.

그러나 지역농협과 마을의 소수 리더에 대한 의존도가 크고, 프로그램의 다양한 개발과 상품화 능력이 부족하여 내방객 확보도 농협의 알선에 주로 의존하고 있는 등 아직은 본 궤도에 오르기에는 많은 과제를 안고 있다. 특히 별도의 투자지원이 없어 마을 정비 등 관광 인프라의 형성이 부족한 점, 마을 일반 주민의 참여가 숙박 등에 한정되어 프로그램에 적극 참여하지 않는 점 등은 취약점으로 평가된다.

나. 전국농업기술자협회의 녹색교류대학 프로그램 운영

전국농업기술자협회에서는 도농교류 촉진이라는 대명제 아래 농촌지역의 지도자나 주민, 혹은 유관기관의 관련 업무 종사자 등을 대상으로 8주간의 도농교류 교육 프로그램을 운영한 바 있다. 참여자들의 수강료를 재원으로 하여 국내 우수 그린투어리즘 사례지역의 현장 답사, 참여자간의 토론, 전문가들의 강의를 포함하는 것이 주요 교육 내용이다. 이제 제1기 참여자들이 수료하고 제2기 참여자를 모집중에 있다. 이 프로그램의 경우는 참여자들이 농촌지역에서 그린투어리즘 관련 실무에 종사하는 경우가 많아 상호간의 경험에 바탕한 어려움에 대해 공감대를 형성하고 인적 네트워크(참여자 상호간의 인적 네트워크 및 참여자와 전문가간의 인적 네트워크 등)를 구축할 수 있었다는 점에 대해 만족도가 높았던 것으로 평가되고 있다.

다. 녹색소비자연대·녹색연합 등의 그린투어리즘 현장 방문 유도 및 소비자 모니터링 실시

그간 농림부 농·소·정협력사업의 일환으로 소비자단체나 환경단체에서 기획하는 도시민 대상의 농촌 방문 및 농업 체험 프로그램이 다수 있었다. 대부분 도시민들의 일회성 여행 경비를 지급하고 별 다른 실효성을 거두지 못하였다는 비판을 적지 않게 받았던 것이 사실이다. 그러나 최근 녹색소비자연대나 녹색연합에서는 방문하고자 하는 농촌마을의 선정, 마을

에서 이루어지는 체험, 체험 이후 소비자들의 모니터링 시도들을 활발히 진행하고 있다. 특히 우리나라 농업·농촌의 어려움을 완화하고 도시 소비자들의 친환경 욕구를 충족시킬 수 있는 공통된 해법이 그린투어리즘에 있다는 데 주목하고 소비자단체나 환경단체가 그 매개 역할을 할 수 있다는 데 의미를 두고 있다.

한편 그린투어리즘과 관련한 민간 차원의 움직임을 파악하기 위해 그린투어리즘 관련 용어들을 키워드로 하여 인터넷 사이트를 검색해 보았다(표 3-24). 이를 통해 아직까지는 우리나라의 그린투어리즘 시장(market)이 제한적인 상태임을 잘 알 수 있다. 즉, 연구 관련 사이트, 동호인 사이트를 제외하고는 대부분이 여행사 등에서 농촌으로의 관광을 기획하고, 여행객을 모집하기 위한 것들인데, 동호인 단체나 어린이들을 주 대상집단으로 모객하고 있는 것이 일반적이다. 즉, 가족 단위로 농촌에서 여가를 보내는 것이 보편적인 수준까지 이르지 못하였다는 것을 입증한다. 또한 이러한 방식으로 여행사에서 모집된 도시 주민들이 농촌을 체험하기 위해 농촌을 방문한다 하더라도, 농촌 주민 스스로가 참여할 만한 몫이 크지 않은 상태에서는 도시 소재 관광자본의 보조적 내지는 종속적 역할에 한정되므로 농촌지역 주민에게 경제적으로 편익을 제공하지 못할 확률이 크다.

지금까지 민간단체에서 추진하는 사업들은 기반이 미약한 우리 그린투어리즘 전체 시장을 폭넓게 한다는 점에서 나름대로의 의의나 기여하는 점이 크다고 할 수 있다.

<표 3-24> 그린투어리즘 인터넷 검색의 예

검색어	건 수		관 련 내 용
	사이트	웹페이지	
그린투어리즘		19	· 순창군/보광산 관광농원/관광농원
생태관광	11		· 그린지오-자연환경교육,생태관광,체험학습 기획
녹색관광	1	324,335	· 연구 관련 사이트
농촌체험	4	158,685	· Korea Explorer-농촌, 전통체험, 교육투어 · 모아 에듀테인먼트-농촌학교, 갯벌체험, 역사 체험
농업체험	2	213,166	· 친환경마을-농산물 전문쇼핑사이트, 각종 농업 생산, 어린이 자연학습장
농사체험	4	140,283	· 들꽃을 사랑하는 사람들의 모임 · 주말농장/팜스테이에서 운영중인 사이트
생태학습	8	315,368	· 투어월드-유교문화권, 생태학습관, 알뜰 여행 정보 · 파랑새열린학교-문화유적답사, 전통문화체험, 자연생태, 현장체험학습 기획 · Geosesang-역사, 문학, 생태교육 등 테마답사 여행, 현장학습자료 · 에버교육여행-초등학교 현장학습 전문여행사로 역사, 문화유산, 생태기행 코스 제공
자연체험	22		· 백둔리자연학교-자연체험학습장, 농사체험, 민속놀이 프로그램 제공 · 현장체험학습연구원코스가이드 · 월악민속놀이학교

자료: 송미령(2001), <http://www.empas.co.kr> 검색 자료로 구성.

4. 마을 차원

가. 몇 가지 사례

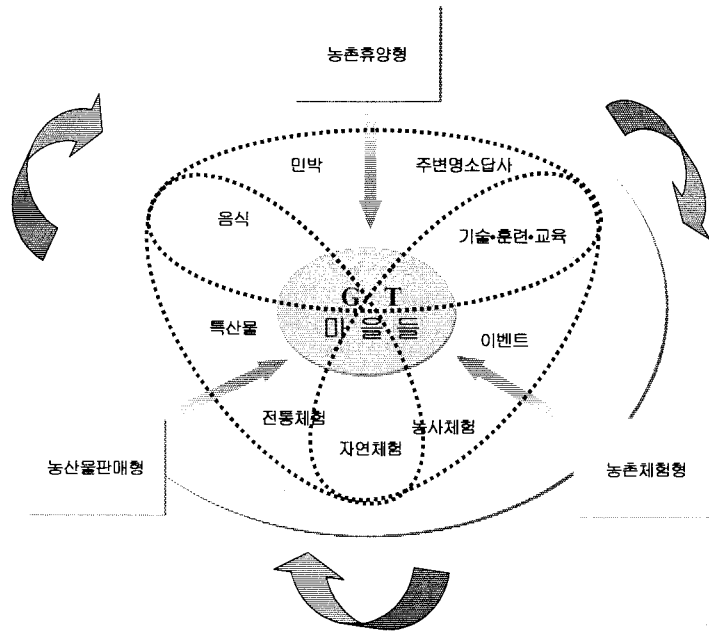
최근에는 농촌의 마을 단위에서 추진하는 국내 그린투어리즘 경영 사례도 다수 등장하고 있다. 중앙정부나 지방자치단체, 민간단체의 지원과 관심이 계기가 되거나 혹은 주민의 자율적 노력으로 농촌지역 마을 단위에

서 그린투어리즘 경영을 추진하는 사례들이 가시화되어 나타나고 있다.

가령, 이미 1993년부터 친환경농업을 추진하다 농림부 친환경농업 시범 마을 사업 수혜를 계기로 많은 주민들이 친환경농업 및 도농교류사업을 추진하는 충남 홍성군 홍동면 문당리, 강원도 새농어촌건설운동 참여를 계기로 관광개발을 추진중인 강원 화천군 간동면 용호리와 강원 화천군 상서면 신대리, 주민 공동체가 대규모 관광개발 사업을 추진한 바 있는 강원 춘천시 사북면 지암리, 개발 규제 여건을 역으로 이용하여 주민이 관광경영을 추진하는 양평군 서종면 명달리와 제주 서귀포시 예래동 등, 개인 경영주의 노력이 바탕이 되어 농가 및 마을 단위 관광경영을 진행중인 서천 아리랜드, 농협 팜스테이 사업을 통해 부분적 성공을 거둔 경기 포천군 관인면 교동마을과 경기 여주군 금사면 상호리 등을 들 수 있다.

또한, 건강에 대한 일반의 관심이 높아지면서 유기농산물을 생산하는 마을과 한살림, 생협, 민우회 등의 소비자단체가 계약재배 등 형식을 통하여 도시주민과의 교류사업을 추진하는 사례들도 차츰 증가하고 있다. 유기농 쌀을 생산하는 홍천군 남면 명동리의 경우 한살림과의 계약재배를 통하여 도시 주민과 지속적인 교류활동을 추진해 나가고 있으며, 충남 홍성군 홍동면 문당리 역시 오리농쌀을 민우회 및 생협 등의 조직과 연계하여 판매하고 있다.

이러한 여러 마을들의 크고 작은 그린투어리즘 경영 사례는 그 활동 내용의 강조점에 따라 크게 농산물판매형, 농업·농촌체험형, 농촌휴양형 등 3가지 유형으로 잠정 분류할 수 있다. 이러한 유형화는 상호 배타적이라기 보다 각각의 유형별로 해당 활동 특성이 상대적으로 강하게 나타난다는 것이며 관광경영을 추진하는 마을들에서 농산물 판매, 체험, 민박 등은 공통·복합적으로 추진되고 있다.



<그림 3-2> 그린투어리즘 추진 마을들의 유형별 분류

농산물판매형

대표적으로 문당리와 신대리, 그리고 명동리 등을 **농산물판매형**으로 분류할 수 있다. 기본적으로 마을 주민 대다수가 친환경농업을 하고 있으며 친환경농산물 판매를 주요 소득원으로 하는 것이 특징이다. 동시에 친환경 농산물 판매 촉진 및 마을 마케팅의 수단으로 오리입식대회와 같은 대규모 이벤트를 개최하기도 한다. 문당리의 경우에는 환경농업교육관, 신대리의 경우에는 마을 내 폐교를 이용하여 각종 행사와 교육 등을 실행하는 공통점이 나타난다.

1) 문당리

가) 문당리 친환경 농법의 추진현황

충남 홍성군 홍동면 문당리는 주민의 50% 이상이 농약과 화학비료를

사용하지 않고 오리를 이용한 벼농사에 참여하고 있을 뿐만 아니라, 마을의 생활환경 정비도 친환경적으로 하기 위하여 「문당리 100년 계획」을 수립하는 등 다양하고 특색 있는 마을 가꾸기를 위한 여러 가지 사업들을 계획하고 추진중이다. 문당리의 오리농법은 모내기가 끝나고 벼의 착근이 이루어질 무렵에 오리를 논에 입식하여 배동반이 직전에 오리를 철수시키는 방법이며 1993년 9,000평에서 출발하여 1994년 작목반이 결성되면서 19농가 31,900평으로 증가, 2001년 173농가 42만 평으로 확대 및 계약재배를 통해 16억 원의 소득을 올리고 있으며 2002년 흥동면 내 372농가 120만 평으로 확대되었다.

문당리의 “환경농업시범마을 영농조합법인”은 농산물 판매를 통한 수익금의 일부를 마을 공동기금으로 적립하는데, 일년에 2,000만 원씩 3년간 약 6,000만 원을 적립하여 마을일에 사용한바 있다. 또한 친환경농업뿐만 아니라 마을 가꾸기의 일환으로 마을 잔치문화의 복원, 공동 농작업후 주민 공동식사, 도시민들에 대한 환경교육 등이 이루어질 수 있는 다목적 공간으로서 주민들의 노동력 기부에 의한 환경농업교육관이 완공되어 운영중이라 다른 농촌 마을의 모범이 되고 있으며 환경농업교육관(1층: 식당, 2층 강당 160평), 숙소 및 황토찜질방 90평, 박물관 60평 등으로 구성되어 있다.

문당리는 마을 지도자의 헌신적 노력이 바탕이 되어 친환경농업이 시작되었다고 할 수 있지만, 결과적으로 전통적 주민조직이나 환경농업시범마을 영농조합법인에 참여하고 있는 주민들이 마을 가꾸기 방향에 대한 동의, 계획 및 실천 과정에 적극 참여함으로써 현재와 같은 정도의 성과를 거둘 수 있었다.

나) 문당리 주민들이 마을 가꾸기의 계획과 실천에 참여하게 된 동기

문당리 주민들이 마을 가꾸기의 계획과 실천에 참여하게 된 동기는 마을 지도자의 선도, 환경농업 시범마을로의 지정과 같은 외부로부터의 지원과 관심, 친환경농산물 직거래로 실질적 주민 소득 증대 그리고 미래에 대

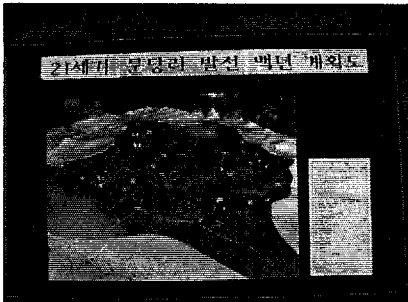
한 마을 비전의 구체화 등을 들 수 있다.



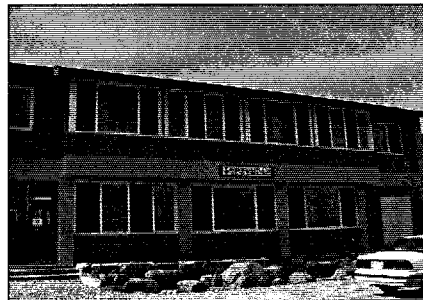
<그림 3-3> 문당리 마을
전경



<그림 3-4> 오리로 농사



<그림 3-5> 100년 계획도



<그림 3-6> 환경농업교육관

2) 신대리

가) 신대리의 친환경 농법의 추진현황

강원도 화천군 상서면 신대리는 약 50가구가 살고 있는 평범한 농촌마을로 2000년에 7가구로 오리농법 작목반을 결성하여 친환경농업을 시작하였다. 경작지 조건이 오리농법에 적합하고 오리농법 쌀농사의 수입이 상당하다는 것이 증명되면서 차츰 면적이 확대되는 중이며 2001년도 강원도 새농어촌건설운동 사업에서 우수마을로 선정되는 것을 목표로 주민자율적 마을 가꾸기를 추진하였다.

나) 마을 가꾸기의 새로운 가능성 발견

마을 가꾸기의 첫 번째 사업으로 2001년 6월에 오리입식 이벤트를 개최하면서 신대리 주민은 마을 가꾸기의 새로운 가능성을 발견하였으며 이벤트를 위해 일단 마을주민이 직접 마을 내 폐가를 전통 초가집으로 개축, 마을 주 도로의 시멘트 포장을 일부 걷어내면서 조약돌을 깔고 나지막한 관목을 심는 등의 생활환경의 정비와 최근에는 마을 내 폐교의 리모델링을 통한 농산물 판매장 겸 도시민 숙박시설을 조성중이다. 그밖에 이벤트로 소달구지 타기, 새끼 꼬기, 가마니 치기, 논에 오리넣기 등의 체험 프로그램을 시도하였다.

다) 회원 모집을 통한 농산물 판매

신대리의 오리입식 이벤트 행사에 참여한 도시민들은 약 1,200명, 당일 283가구가 신대리의 회원, 즉, 마을가족으로 가입하였다. 회원 중심으로 마을에서 생산한 농산물을 판매하며, 작목반장은 매달 영농일지를 도시민 회원들에게 보내 주어 그야말로 도시민과 농촌주민의 교류가 구체화되었다. 한편 가끔씩 마을에 들르는 도시민 회원들도 상당수 있어 간헐적 민박도 이루어지고 있다.

신대리에서는 2001년 6월에 치룬 행사 이외에 8월에는 퍼머컬처 디자인 코스(permaculture design course)를 마을 내에서 개최하여 다시 한번 마을 가꾸기에 대한 자신감을 얻는 계기로 삼았으며 2002년에도 신대리에서는 6월 초 오리입식대회를 개최함으로써 도시민 회원가구를 마을로 초대하는 이벤트를 개최하였다.

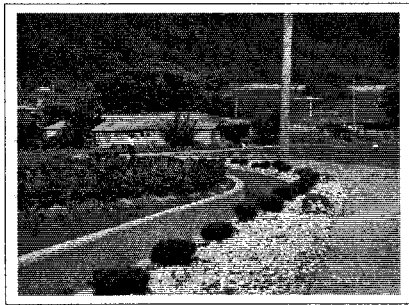
라) 리모델링 폐교를 중심으로 한 다양한 프로그램 구상 및 실행

신대리에서는 농산물 판매를 강화하고 마을의 매력을 증대하기 위해 최근 리모델링된 폐교를 중심으로 마을 방문자 대상의 다양한 프로그램을 구상, 실행중이다(www.shindae.org). 최근에는 젊은 연인 대상의 꼬뚜레끼기 이벤트 행사를 개최하여 호응을 얻었고, 오리농법 쌀을 재료로 전통

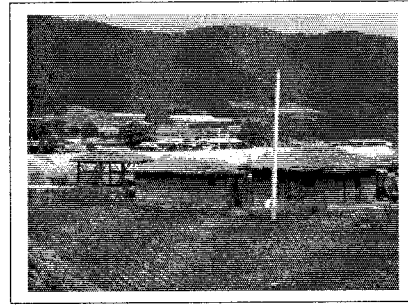
한과 등의 가공품을 생산하여 폐교에서 판매한다.

마) 신대리에서 주목해야 하는 점

신대리에서 주목해야 할 점은 한 공무원과 마을 지도자의 헌신적 노력, 주민의 협력과 공동 노력이 뒷받침되어 환경친화적 농산물 판매로 소득증대 효과를 가시화하였으며 또한 외부 전문가와의 연계로 대규모 이벤트에도 성공하였다는 것이다. 특히 마을 주민의 협조를 이끌어 낼 수 있는 확실한 수익상품이 존재하고, 지도자의 노력, 행정의 적극적 지원, 외부전문가와의 연계가 더해져 효과를 극대화 할 수 있었다.



<그림 3-7> 자갈, 관목이
어우러진 마을 안길



<그림 3-8> 공가를
전통 흙집으로 개조

농업·농촌체험형

교동마을, 상호마을, 아리랜드(합전마을) 등은 **농업·농촌체험형**으로 분류할 수 있다. 이 마을들은 마을 내에서의 민박을 기본으로 하면서, 농사 체험, 전통체험, 주변 농어촌 명소 방문 등을 패키지화하여 상품화하는 공통점이 있다. 특히 다양한 농사체험을 핵심적 상품으로 개발하고 있다. 체험 프로그램을 하는 마을들의 경우는 선도적인 지도자나 대표 농가 등과 같이 의욕적인 리더를 중심으로 하는 경향이 강한 편인데, 체험 프로그램의 기획이나 홍보가 필요한 때문이라 생각된다.

3) 교동마을

가) 교동마을 팜스테이 추진현황

경기도 포천군 관인면 교동마을은 농협과 주민들이 체험 프로그램 등을 제공하고 대표농가와 참여농가에서 민박을 제공하는 팜스테이 추진 마을이다. 1992년부터의 주말농장, 포천군 지정 민박마을 등의 경험을 바탕으로 1999년부터 농협 팜스테이 사업을 시작하였다.

1999년 팜스테이 사업을 시작할 당시에는 30농가 중 6농가가 참여하였는데, 2000년에는 10농가, 2001년에는 23농가가 참여하는 등 마을 전체로 확대되는 추세이다. 2001년도 한 해에 팜스테이를 통해 교동마을을 방문한 도시민들의 수는 거의 2,300명 정도이며, 이를 통해 참여농가 당 적게는 100만 원에서 많게는 400만 원 정도의 소득을 올리고 있다.

민박과 식사 제공 이외에 마을에서는 소달구지 타기, 쪼신 만들기, 새끼 꼬기, 인절미 만들기, 고추 따기 등과 같은 전통체험, 농사체험, 자연체험, 그리고 인근 역사유적지 탐방 등의 프로그램을 제공하고 있다.

나) 참여농가와 도시민의 적극적인 호응

다녀간 도시민들의 반응도 상당히 좋은 편이고, 별 다른 투자 없이 괜찮은 농외소득을 올렸기 때문에 참여농가들 역시 만족하는 편이다. 대표 농가는 정(精)을 브랜드로 하는 소박한 그린투어리즘이야말로 이 마을 농가들에서 추진 가능하며 농외소득도 올릴 수 있는 방안이라고 생각하고 있다.

교동마을은 한탄강댐 건설에 따른 수몰예정지구로 거론되고 있으나, 주민은 이주단지가 그린투어리즘 추진을 할 수 있는 여건으로 조성되기를 강력하게 희망하고 있다.

다) 교동마을에서 주목해야 하는 점

교동마을에서는 저투자와 소박함 등으로 마을의 특성에 맞는 정도의 사업을 추진하였으며 군과 농협 등의 측면 지원이 이루어졌다. 특히 기존의

하드웨어 정비의 바탕이 큰 기여를 하였는데, 교동마을은 행자부의 취락구조개선사업이 이미 시행되어 개별농가는 특별한 투자 없이도 민박 등에 참여할 수 있었다.

3) 합전마을³²⁾

가) 합전마을의 차별화된 농업의 추진

충남 서천군 마서면 합전마을에서는 마을 내 선도농가를 중심으로 1997년부터 소비자를 찾아가는 농업이 아닌, 소비자가 찾아오는 농업을 본격 모색하였다. 또한 다른 마을 주민을 설득하여 영농조합법인을 만들고, 도시민들이 원하는 농촌 자원을 발굴하는데 지속적으로 노력하고 있다.

나) 마을주민과 함께 하는 농촌문화체험프로그램

2000년부터는 마을 주민이 함께 “계절별 농촌문화체험 프로그램”을 운영하기 시작하여 5,000평 규모에 조성된 동백나무, 목련, 수선화 등을 휴양자원으로 활용하고 있다. 특히 60~70년생 동백나무를 테마로 매년 4월 동백축제를 개최하여 도시민 방문을 유도하는데, 2002년도로 6회째를 맞고 있다.

또한 민박을 하는 마을사람들을 위해 마을에서 조금 떨어져 있는 지역자원인 갯벌을 이용하여 조개캐기, 게잡기, 바다낚시 등의 체험 행사도 함께 진행중이며 마을 내에 민박 가능한 농가들을 “두부 만드는 아주머니집”, “새끼꼬는 할아버지집” 등과 같이 가구별 나이와 능력에 맞게 아기자기한 테마를 발굴하여 민박을 유치토록 하고 있다.

다) 친환경 농산물의 판매

마을과 인근 지역의 자원을 활용하여 다양한 체험프로그램을 매개로 방문하는 도시민들에게 친환경농산물도 판매하고 있으며 유기농 채소, 토종돼지, 오리농법 쌀 등을 판매하여 많은 농외소득을 올리고 있다.

32) www.ariland.net를 참고

선도 농가가 중심이 되어 마을 가꾸기를 진행하고 민박 및 농산물 판매 등으로 소득을 올리는 형태로서 선도 농가가 도시민들과의 네트워크를 구성하고 이벤트를 주도하는 것이 성공의 핵심 요인으로 작용하였다.



<그림 3-9> 체험 프로그램에 참여한 도시민



<그림 3-10> 동백축제의 한 장면

농촌휴양형

명달리는 **농촌휴양형**으로 분류할 수 있다. 이 마을은 농산물판매나 체험상품 개발보다는 상대적으로 농촌에서의 풍부한 자연과 풍경에 쌓여 쉬는 형태의 휴양을 강조하는 것이 특징이라 할 수 있다. 따라서 환경 및 경관 정비 등에 주력하는 경향이 강하다. 물론 여기서도 농산물 판매나 체험 프로그램은 이루어지고 있다.

4) 명달리

가) 명달리의 개요

인구 약 200명의 도시근교 산촌 마을로 생태적 정주환경 및 산촌체험 시설 설치와 프로그램 개발에 주력하고 있다. 특히 마을 환경과 경관 보전을 위해 마을의 일부 지점들에 대해서는 주민 자율적으로 차량 출입을 제한하고 외부인의 출입도 제한하는 등의 마을 가꾸기에 노력을 기울이고 있다.

또한 마을 내 농산물의 환경친화적 재배를 위한 노력도 함께 진행하고 있으며 관광 프로그램 역시 숲체험 교육, 문화재 탐방, 환경친화적 산책로

걷기 등과 같은 생태적 내용을 중심으로 구성하고 있다.

나) 특징

도시 근교라는 지리적 잇점과 수려한 자연경관을 보유하고 있으며 자연경관과 환경을 지키려는 주민의 노력이 있고 (사)생태산촌만들기모임이라는 전문가 단체와의 연계로 효과적인 마을 마케팅 등 마을가꾸기에 심혈을 기울이고 있다.



<그림 3-11> 명달리 전경



<그림 3-12> 명달리 숲속의 모습

나. 사례의 공통 요인과 시사점

이상으로 다양한 농가, 마을 단위의 그린투어리즘 경영 사례들에서는 공통된 요인을 찾아볼 수 있다. 비록 출발 배경, 추진하는 사업 내용, 성과의 수준, 정보의 상세 정도 등이 다양하여 명쾌한 잣대로 그 특징을 구분하고 요인을 제시하는 것이 쉽지는 않지만 대체로 공통점을 찾아볼 수는 있다. 이는 우리나라 농촌 그린투어리즘의 성공 요인으로 보아도 무방하며, 사실상 관광농원의 발전 방향을 모색하는데도 중요한 시사점을 제공한다.

첫째, 주체는 마을 주민이며, 확실한 리더가 존재한다. 특히 마을 단위의 그린투어리즘 추진을 위해서는 일단의 리더 그룹 형성이 중요하다. 상업적 경영이 이루어지는 호텔이나 관광지에서와는 달리, 마을 단위에서의 그린투어리즘에서는 농가들이 농업 이외에도 방문객들에 대해 마을 안내, 체험 프로그램 개발 및 지도, 때로는 주변지역 탐방가이드까지 겸해야 하는데 리더 한 사람의 힘으로 이런 모든 일을 추진하는데는 한계가 있기 때문에

마을공동체의 협조와 일단의 리더그룹이 필요할 수밖에 없다. 관광농원 사업에서 1인 경영주는 이러한 류의 “농촌다움”의 서비스를 제공하는데는 한계가 있었기 때문에 그것이 농촌 그린투어리즘 성격을 가지고 있음에도 불구하고 상업적 음식점, 숙박시설 등과 큰 차별성을 갖지 못했다.

둘째, 외부의 적절한 지원이 바탕이 된다. 위의 사례 마을들의 경우 중앙 정부나 지방자치단체의 정책적 지원, 외부 전문가들과 연계, 소비자단체와의 유대 등이 효과적인 계기가 되거나 성공의 요인으로 작용하는 것을 볼 수 있다. 그리고 정책적으로 주어지는 재정 지원보다도 외부 전문가들이나 소비자단체와의 연계는 그린투어리즘 추진의 지속성을 확보하는데 보다 결정적 요인인 것으로 보인다. 이는 관광농원 정책사업에서는 진지하게 고려되지 못하였던 점이라고 판단된다.

셋째, 하드웨어와 소프트웨어 모두에서 농촌다움을 유지하려는 노력이 수반된다. 그린투어리즘을 추진하기 위해서는 도로, 주차장, 화장실, 민박 시설 등과 같은 하드웨어적 기반이 어느 정도는 충족되어야 한다. 그러나 이러한 하드웨어가 다른 상업적 관광의 경우와 차별성을 확보하기 위해서는 농촌다움, 농촌성을 기반으로 하는 소프트웨어가 따라야만 한다. 위의 사례 마을들의 경우 대부분 화려하고 편리한 시설 확보보다는 하찮아 보일수도 있는 작은 시설이나 프로그램 창출에 훨씬 주력하였음을 알 수 있다³³⁾. 이 역시 그간 관광농원 정책사업에서는 고려하지 못하였던 점이다.

<참고: 마을별 추진 체험 프로그램의 예>

- 신대리: 소달구지타기, 새끼꼬기, 인절미만들기, 고구마캐기, 허수아비만들기 등
- 교동마을: 고추따기, 옥수수밭풀뽑기, 소달구지타기, 풀피리연주, 풍물놀이 등
- 상호마을: 고추따기, 참외접붙이기, 인절미만들기, 새끼꼬기 등
- 합전마을: 두부만들기, 새끼꼬기, 조개캐기, 게잡기 등

33) 즉, 시설이나 체험 프로그램 모두 농촌다움, 농촌성을 유지할 뿐 아니라 생태, 환경, 경관 등이 좋은 상품으로 등장하는 것을 알 수 있다.

넷째, 이벤트와 인터넷 등을 활용한 적극적 홍보가 이루어진다. 대량의 친환경농산물을 판매하거나, 다양한 체험 프로그램을 운영하거나, 체류형 민박을 제공하거나간에 도시 소비자들에게 농가, 마을에 대한 정보를 알리는 것이 우선일 것이다. 위의 농가, 마을들의 공통점은 각각의 홈페이지를 운영하고 있거나, 장소 마케팅을 위한 이벤트를 개최하거나, 방문객에게 우편을 통해 소식을 알리는 등과 같은 적극적 홍보를 하고 있다는 공통점이 있다.

다섯째, 고정 회원 만들기를 통한 지속성 확보에 주력한다. 사실 대개의 농촌 주민이 막대한 마케팅 비용을 들여가며 늘 새로운 시장을 확보하기가 어렵고, 그린투어리즘에 거는 기대가 비단 소득 증대뿐 아니라 유동인구의 체류를 통한 농촌의 활력 모색, 도농간 상호 이해와 공감대 형성 등 에까지 미친다면 준주민제, 자매결연, 회원제 등과 같은 지속적 도시농촌간의 교류 네트워크 방식이 유효하다. 문당리와 신대리의 사례들이 이를 입증하고 있다. 그러나 이 역시 그간의 관광농원 사업에서는 간과하였던 점이다.

여섯째, 결국 주 수입원은 농산물 판매와 민박이며, 적어도 수입 면에 있어서 체험 프로그램과 이벤트는 농산물 판매와 민박을 촉진하기 위한 도구 정도로 활용되는 것으로 보인다. 다시 말해 확실한 대표 농산물이 있는 것이 그린투어리즘을 통한 소득 증대에 절대적이다³⁴⁾.

제4절 농촌 관광휴양자원 개발 방식의 변화 방향

현 단계에서 우리나라 그린투어리즘 경영의 주요 축이라고 할 수 있는 관광농원, 팜스테이, 마을 단위의 경영 사례 등을 참고할 때 각기 장단점을 보유하고 있는 것으로 생각된다. 그것은 다음과 같이 요약할 수 있다.

34) 13,771명 대상의 소비자 대상 조사에서도 농가에 가장 도움을 주는 그린투어리즘의 요소는 농산물구입이라는데 76.0%가 동의한바 있다(조록환, 2002).

1. 관광농원

관광농원은 농촌 그린투어리즘 사업 추진을 위한 우수한 거점시설 제공이 가능하며 경영주의 기업가정신 및 경영노하우를 기대할 수 있다. 그러나 광범위한 주민참여, 농촌다움의 특성과 테마 확보, 소프트한 체험 프로그램 운영, 고정 회원 확보 및 외부와의 네트워크 가동에는 취약하다 할 수 있어 이에 대한 보완이 필요하다.

2. 팜스테이

팜스테이는 농협이 제공하는 홍보 및 네트워크를 가동하는 것이 가능하고 다양한 체험 프로그램을 기대할 수 있다. 그러나 관광기반이라고 할 수 있는 거점시설, 경영주의 기업가정신 및 경영노하우 등은 상대적으로 취약하다.

3. 마을 단위

주민참여, 다양한 농산물 제공 가능, 경영으로 인한 이익배분으로 농가에 실질적 도움을 주고 있다. 그러나 거점시설 확보, 홍보 및 네트워크 구축, 경영주의 기업가정신 및 경영노하우 등이 취약하다.

이와 같이 여러 경영 주체간의 장단점을 고려하고, 한국형 그린투어리즘의 제약요인을³⁵⁾ 상기해 볼 때, 각각의 강점을 결합함으로써 효과를 발휘할 수 있는 새로운 모형 설정이 필요할 것으로 보인다. 특히 관광농원을 핵심 거점시설로 삼아 이웃한 팜스테이나 일반 마을이 특정 테마를 가지고 네트워크를 구축하고, 이 공급 단위가 외부와의 네트워크를 재구축하는

35) 그것은 기존 관광농원조성사업으로 대표되는 농촌휴양자원개발사업과의 관계에서 새로운 정책 수단과의 결합의 필요성, 유럽 국가들과 비교할 때 농가 경영규모가 영세함으로 마을 단위 이상으로 확대할 필요성, 아직 관광시장 환경이 조성되지 않은 특수성 등이다.

방식을 시도하는 것은 현 단계 우리나라 그린투어리즘 추진에서 상당한 의미를 가질 수 있으며 효과적인 방식이 될 수 있을 것으로 판단된다. 즉, 관광농원에 부족한 농촌성의 테마, 다양한 농산물 등을 이웃한 마을에서 공급하고, 농촌 마을들에 부족한 관광경영의 거점시설로서의 편익, 경영자의 기업가정신이나 노하우 등을 상대적으로 경험을 갖춘 관광농원에서 제공하는 것이다. 따라서 다음 제4장을 통해 관광농원에 농촌다움의 테마를 부여하고 인근 마을과도 연계될 수 있는 모형을 몇 가지 사례를 중심으로 살펴보고자 한다. 이를 통해 현 단계 한국형 그린투어리즘 추진을 위한 시사점이 제공될 수 있을 것이다.

제4장 테마농원마을 모형 개발 및 대상지 적용

이 장에서는 관광농원과 마을과의 연계를 강화하는 하나의 방안으로 테마농원마을 모형을 제시하고자 한다. 앞에서 살펴본 바와 같이 관광농원이 당초 정책 취지와는 달리 마을과의 관계가 취약한 것으로 나타났는데 그 이유는 관광농원이 농사체험과 연계한 관광사업으로서가 아니라 개인이 경영하는 식당과 숙박업소 정도로 운영되어 마을과의 공동 이익 확보가 미흡하였기 때문이다.

이러한 문제점의 해결 내지는 보완을 통하여 기존의 관광농원을 리노베이션하고, 마을과의 연계를 강화하며, 최근 일고 있는 도시민의 농촌체험 관광 요구에 대응하는 방안을 모색하는 것이 이 장의 주 내용이다. 특히 이를 위해 먼저 테마파크 구성에 관한 이론적 검토를 한 후에 이에 바탕하여 농촌공간에 테마가 있는 마을을 조성하는 방법과 테마의 체험에 비중을 둔 테마농원마을 모형, 그리고 그 모형의 성공적 구현에 필요한 사항을 도출하고자 한다. 개발된 모형은 3개 마을에 적용을 시도하였다. 그러나 모형의 기본 틀은 유사하기 때문에 하나의 마을에 대해서만 자세하게 다루었고 두 개 마을의 적용 내용은 부록에 수록하였다.

제1절 테마파크의 이론적 검토

1. 테마파크의 개념과 특성

미즈비스 종합연구소는 테마파크란 특정의 테마에 기초를 두고 통일적으로 비일상적인 오락세계가 전개되는 레저 파크로 정의하였으며, 일본개발은행 연구소는 명확한 테마를 설정하여 제반시설, 구경거리, 음식, 쇼팽 등을 조합한 폐쇄적인 엔터테인먼트 공간으로 고객이 놀이에서 휴식까지 일괄하여 종합적으로 즐기도록 하는 형태의 위락시설로 정의하였다. 테마

파크의 특성은 하나의 중심적인 테마 또는 연속성을 가진 몇 개의 테마들로 구성되는 테마성과, 방문자에게 통일된 이미지를 심어주기 위하여 건축양식, 조경, 판매상품, 제복 등의 모양이나 색깔 등의 이미지가 통일되어야 하는 통일성, 일상으로부터 완전히 차단되는 비일상성, 구경꾼이 아니라 참여자로 변신하는 참여성, 테마공간 안에서 바깥 세계는 전혀 보이지 않는 배타성, 종합성의 여섯가지로 구분할 수 있다

테마 소재의 발굴은 소재에서 테마를 꺼내고 이를 스토리로 엮어내어 방문자가 경험할 수 있게 하는 프로그램을 작성하고, 프로그램 작성을 위해 소재를 선택하기 위해서는 대상 지역의 자연물, 자연현상, 야생동물 등의 자연 관광자원 소재, 유무형의 인문 관광자원 소재, 그리고 관광을 위해 마련된 시설 관광자원 소재로 구분하며 프로그램 작성을 위한 소재를 추출함에 있어서는 대상지역에 고유한 이미지 소재(자연적/역사적/문화적)를 우선적으로 선택한다.

2. 테마의 개발

테마란 이야기거리를 독특한 각도에서 구성한 것이다. 테마가 갖추어야 할 조건은 짧고, 간단하며, 완전한 문장으로 진술되어야 한다는 것이다. 또한 하나의 아이디어만 포함되어야 하고, 해설작업의 전체목적에 부합해야 하며, 자세한 것이어야 하고, 가능하면 흥미롭고 동기를 유발하는 단어로 표현해야 한다. 테마가 있는 공간 조성의 장점은 테마의 이해를 분명하게 해주며 그 자체가 관광할 범위를 한정시킴으로써 통일감이 있게 해 주고, 일어난 일들을 나열해주거나 시시콜콜한 것을 관광하게 하는 것에서 벗어날 수 있으며 테마를 시설과 매체(직접해설, 해설표지판, 소도구 등)로 표현함으로써 이야기거리를 정교하게 다듬을 수 있다.

가. 체험을 위한 테마

1) 체험의 개념

경험은 넓은 뜻으로는 의식된 지각(知覺), 좁은 뜻으로는 체험으로 구분된다. 여기서 직접경험을 체험이라고 할 수 있고, 체험관광이란 관광현장에서 관광자가 자극을 직접적으로 접촉함으로써 얻게 되는 경험을 말한다.

관광체험은 관광을 하는 동안 관광자가 유형·무형의 관광자원을 직접적으로 접하면서 나타내는 심리적 반응이다. 의미로는 실제 체험 또는 실험으로부터 지식을 얻는 일을 가리킨다.

2) 체험의 유형

체험의 유형은 자연체험, 전원체험, 역사와 문화체험, 친수체험, 보양체험, 제작체험, 레포츠체험 등으로 구분되며 이러한 유형은 다시 세분화된다.

3) 유형별 이벤트

이벤트에는 여러 가지가 있다. 농촌관광에서 할 수 있는 이벤트로는 화전놀이, 향토요리, 토속주, 장담그기, 김장담기 등의 먹거리와, 지역 특산물과 주요 농산물 등의 살거리, 그리고 오리엔티어링, 눈조각 대회, 눈썰매타기, 스케이팅, 윷놀이, 꽃놀이 등의 놀거리, 과일 따기, 농사일 하기, 농기구 사용하기, 목공예, 짚공예, 물감들이기 등의 할거리 등이 있다.

나. 체험활동의 이벤트화

여러 가지 유형의 체험활동을 기초로 고객용 이벤트를 엮어 낸다면, 방문자에게 즐거움을 줄뿐만 아니라, 해당지역을 효과적으로 홍보하면서, 소득을 증진시킬 수 있다. 특히 계절별로 이벤트를 달리할 수 있다. 봄에는 나물캐기, 농작물 파종 및 모내기, 꽃놀이, 자전거 경주와 여름은 여름문화 체험 캠프, 풀베기, 물수제비 뜨기 가을은 향토요리 경진대회, 농산물 경진대회, 밤과 도토리 줍기, 매뚜기 잡기, 허수아비 제작, 겨울은 썰매 및 스के

이트 타기, 팽이치기, 눈사람 만들기 대회, 눈조각 대회, 연날리기 대회, 새끼 꼬기 대회 등이다. 세시풍속은 정월대보름(줄다리기, 쥐불놀이, 지신밟기 등), 입춘 휘호대회, 단오(그네타기, 창포물 머리 감기 등) 등을 들 수 있다.

다. 향수 관련 소재의 개발

1) 농촌의 향수 관련 소재

농촌의 향수 관련 소재는 후천의 향수, 엄마의 맛, 옛날의 음악과 영화, 복고풍 패션 등의 개인적 향수 관련 소재와 태고시대 무의식의 의식체험, 수렵→스포츠, 채집→쇼핑, 사냥→게임의 유전적 향수와 민족으로의 귀속 의식, 자연·혈연의식, 민족문화와 역사 등의 민족적 향수가 있다.

2) 향수 관련 조사표의 개발

향수 관련 조사표의 개발은 도지역 대학생 30명을 선정하고 미리 작성된 개방형 설문지를 배부하여, 응답내용을 표로 정리(<표 4-1>이 됨.) 하였다.

<표 4-1> 선호경관표

대(大)분류	소(小)분류	내 용
자연 경관	① 마을경관	감나무, 돌담, 흙담, 우물, 초가집, 한옥, 초가지붕 등
	② 농사경관	들판, 벼가 커가는 논, 들판의 소, 농노길, 벼집 등
	③ 정적 자연경관	오솔길, 겹겹의 산, 아름드리 소나무, 저녁노을 등
	④ 동적 자연경관	뽕, 개구리, 들집승, 철새, 우렁이, 참새떼, 잠자리 등
인문 경관	⑤ 공동 생활경관	농가, 마을회관, 버스정류소, 분교, 폐교 등
	⑥ 개별 생활경관	빨래하는 아낙네, 재래식화장실, 부뚜막, 광방 등
	⑦ 농사경관	방앗간, 소달구지, 외양간, 허수아비, 가을 수확 등
	⑧ 민속경관	사당, 장승, 솟대, 무덤, 옷놀이, 나무그네, 돌무덤 등

3) 소재 선택시의 유의 사항

소재 선택시의 유의 사항은 소재가 자연적인 경우 시간대와 계절의 변화를 고려해야 하며, 식생이나 야생동식물의 조사를 위해서는 대상지역의

전문가에게 의뢰하고, 지역의 역사와 문화는 지역주민이나 향토사학자의 도움을 받아야 하고, 조사시에는 슬라이드 필름 등으로 촬영을 병행하여 프로그램 개발시에 자료로 활용한다.

3. 프로그램의 개발

가. 스토리의 전개방법

일반적으로 스토리의 전개는 발단부, 전개부, 절정부, 해결부의 순으로 진행된다. 또한 스토리의 전개는 어떤 장소가 가진 힘, 즉, 장소의 매력이 테마가 있는 ‘이야기’ 공간 속에 녹아들면서 부여된다.



<그림 4-1> 스토리의 전개방법

나. 테마공간 조성을 위한 프로그램의 구성 7단계

<표 4-2> 테마공간 조성을 위한 프로그램의 구성 7단계

구성 단계	사례: 소쇄원 관광
▪ 이야기거리의 선택	▪ 소쇄원
▪ 이야기거리를 하나의 주가 되는 테마로 좁힘	▪ 소쇄원은 원림이다
▪ 테마를 단일 문장으로 진술	▪ 소쇄원은 양산보 처사공이 조성한 원림이다
▪ 테마에 관한 연구	- 원림과 정원의 구분 - 양산보 처사공이 후손 및 향토사학자 등과 면담 등
▪ 청중의 식별	- 담당자와 면담 - 잠재방문자에 대한 조사
▪ 전개할 것에 대한 아이디어 창출	- 원림과 정원의 차이점 조사 - 양산보 처사공이 소쇄원을 조성하게 된 내력의 이용 - 당시의 시대배경 한 토막을 오늘의 상황과 비교하여 이용
▪ 시설과 매체의 선택 및 개발	▪ 6단계의 내용을 적절하게 체험할 수 있게 하는 방법

4. 테마의 현실화 방안

가. 테마의 표현

테마는 공간 전체를 통하여 표현할 필요가 있으며 환경과 시설뿐만 아니라 그곳에서 팔고 있는 상품, 활동, 서비스와 운영 등 눈에 보이지 않는 것까지도 테마를 향한 하나의 통일된 방침으로 전개되어야 한다.

나. 테마를 표현할 수 있는 시설

테마표현시설은 입구, 심볼, 표지와 표지판, 깃발의 연출시설, 농원, 전통 가옥, 역사유적, 노거수의 매력시설, 소매점포, 토산품점, 음식점 상업시설, 식생, 돌, 분수, 연못, 노면의 조경시설 등이 있으며 화장실, 관리동의 서비스 시설과 탐방로의 이동시설과 새소리, 짐승소리, 바람소리의 음향시설, 건축재료 등의 기타시설로 구성된다.

다. 테마의 전개방법

- 테마에 적절한 환경 재현: 마을, 자연환경, 역사적 상황 등
- 테마의 정보를 전시하여 체험 유도: 물건과 정보의 박물관적 전시
- 테마의 정보를 첨가하여 체험 유도: 과학적 도구와 장치 활용
- 테마의 정보를 영상으로 체험 유도: 마을 행사와 농경작업 등을 사진, 또는 영상물화 하여 저녁시간에 감상토록 함.
- 테마의 상황 장면을 체험 유도: 농기구를 실제로 작동하게 함.
- 테마를 실제 연출하여 체험 유도: 이벤트, 창작 실연
- 테마를 형상화: 기념비, 조형물, 돌과 나무 등 활용

라. 일반 자기안내 탐방로

자기안내 탐방로는 캠프장, 숙소, 방문자 안내소, 야외교육센터, 기타 방문자들이 모이는 곳에 만들어지고 운전자들이 차를 세워두고 잠깐 걸어가면서 흥미거리를 탐방할 수 있는 곳에 만들어진다. 자기안내 탐방로는 다

음과 같이 설계된다

1) 주차공간

환경훼손이 문제되지 않는 범위 내에서 가능한 사람을 수용할 수 있도록 설계해야 한다.

2) 입구표지

탐방로 입구에는 탐방로의 이름, 길이, 걷는 시간, 탐방로 골격그림 등이 표지판에 표시되어야 한다

3) 길

200m이상 500m이내가 적절하지만 지역의 크기에 맞도록 한다. 출발점에서 출발하여 일정한 지점을 탐방한 후 제자리에 돌아오거나 출발점에서 가까운 지점으로 루프를 그리며 돌아오게 설계해야 한다. 출발지점에서 탐방로 전체운곽을 파악하고 탐방을 시작하도록 계획해야 한다. 자기안내 탐방로가 다른 자기안내 탐방로와 만나는 일이 없도록 해야 한다. 해설 메시지 작성, 동식물 식별, 벤치, 해설 지점수, 특정상황재현 등이 필요하다

4) 상징 가로공간의 조성

상징성은 상징물로써 표현될 때 강한 이미지를 형성할 수 있게 된다. 이러한 상징적 요소는 그것이 지닌 강한 이미지 때문에 관광 현장에서 관광객이 그 대상에 몰입되게 할뿐만 아니라 그들의 기억 속에 담아가서 때때로 꺼내어 되새김해 보게 한다. 테마농원마을을 조성하는 경우에도 대상지역 공간에서 상징공간 내지는 상징 가로공간을 조성하게 되면, 자극이 미약한 농촌마을의 이미지를 강화하는데 도움이 될 수 있다.

제2절 선호 분석

1. 농촌환경에 대한 이미지 분석

테마 농원마을모형을 설정하기 위한 전단계로 도시민의 농촌환경에 대한 이미지를 분석한다. 여기에서는 강원도 정선군 아우라지 지역에서 2000년 1~2월에 실시한 「아우라지 겨울이야기」 관광상품 판매행사시에 촬영한 사진 500여장 중에서 농촌의 경관에 대한 사진 16매와 놀이활동에 관한 사진 16매를 선정하여 도시민들이 농촌에 어떠한 이미지를 가지고 있는가를 분석하였다.

먼저 농촌의 경관 사진을 약 7초간 보여준 후 인지적·정서적 이미지 문항을 작성하게 한후 다시 1분 후 놀이활동을 보여준 후 인지적·정서적 이미지를 측정하였다. 측정 결과 다음과 같이 분석되었다.

<표 4-3> 요인별 인지적 이미지 차이

구 분	풍경	놀이	t	p
요인1(일 관련)	3.16	3.54	-7.321	.000*
어릴적 생각이 난다	3.19	3.67	-7.153	.000*
옛날 일들이 생각난다	3.10	3.62	-7.535	.000*
고향 생각이 난다	3.18	3.33	-2.747	.006*
요인2(풍경 관련)	4.04	3.80	4.653	.000*
시골 생각이 난다	3.96	3.77	3.016	.003*
시골 풍경이 떠오른다	4.14	3.84	5.477	.000*
요인3(사람 관련)	2.84	2.83	.212	.832
할아버지, 할머니 생각이 난다	2.89	2.77	1.637	.103
고향 친척들 생각이 난다	2.79	2.88	-1.413	.159

* p < .01수준에서 유의함

< 표 4-4 > 요인별 정서적 이미지 차이

구 분	풍경	놀이	t	p
요인1(시골스러움)	3.87	3.65	5.371	.000*
시골스러운	3.74	3.65	1.478	.140
토속적인	3.87	3.61	4.351	.000*
평화로운	4.18	3.82	6.169	.000*
전통적인	3.69	3.52	3.100	.002*

* p < .01수준에서 유의함

< 표 4-5 > 표본특성에 따른 인지적 이미지 차이

구 분		풍경	놀이	t	p
성 별	남	3.51	3.53	-.300	.765
	여	3.14	3.28	-2.590	.010*
연 령	20대	2.92	3.00	-.499	.621
	30대	3.26	3.34	-1.406	.162
	40대 이상	3.51	3.61	-1.737	.860
학 력	고졸이하	3.86	3.92	-.614	.543
	전문대·대재/졸	3.20	3.34	-2.684	.008**
	대 학원 이상	3.32	3.21	1.070	.290
소 득	100-150만 원 미만	3.23	3.23	-.038	.970
	150-250만 원 미만	3.33	3.37	-.529	.598
	250만 원 이상	3.24	3.46	-3.250	.002**

* 0.05 수준에서 유의함, **0.01 수준에서 유의함

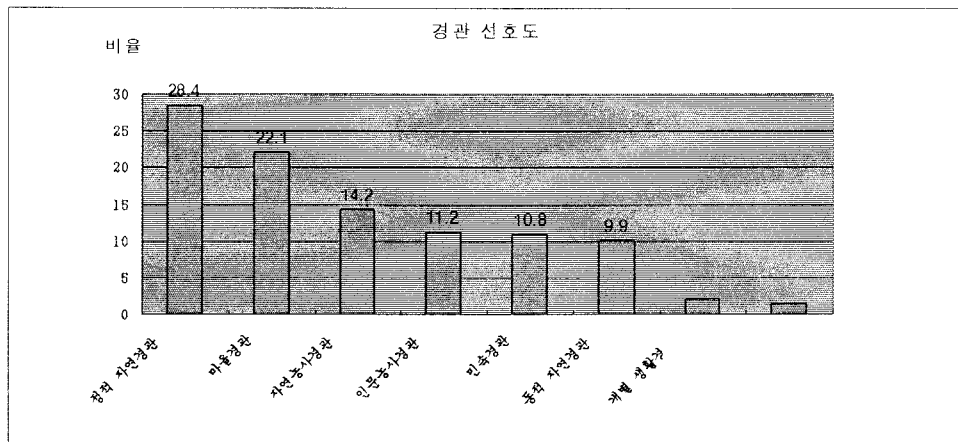
<표 4-6> 표본특성에 따른 정서적 이미지 차이

구 분		풍경	놀이	t	p
성 별	남	3.39	3.16	4.419	.000*
	여	3.54	3.14	10.648	.000*
연 령	20대	3.56	3.08	5.855	.000*
	30대	3.40	3.08	7.604	.000*
	40대 이상	3.55	3.28	4.791	.000*
학 력	고졸이하	3.61	3.40	2.005	.054
	전문대·대재/졸	3.44	3.12	9.110	.000*
	대학원 이상	3.53	3.08	4.998	.000*
소 득	100~150만 원 미만	3.40	3.06	5.971	.000*
	150~250만 원 미만	3.46	3.20	6.129	.000*
	250만 원 이상	3.50	3.14	5.467	.000*

* p < .01수준에서 유의함

2. 농촌경관에 대한 선호분석

한편 농촌경관에 대한 도시민들의 선호를 파악하기 위하여 농촌경관을 자연경관과 인문경관으로 구분하고, 이를 다시 각각 4개씩 소분류하여 선호도를 조사하였다. 설문대상은 다양한 직업군으로 할당하여 서울시내 거주자들을 대상으로 실시하였다.

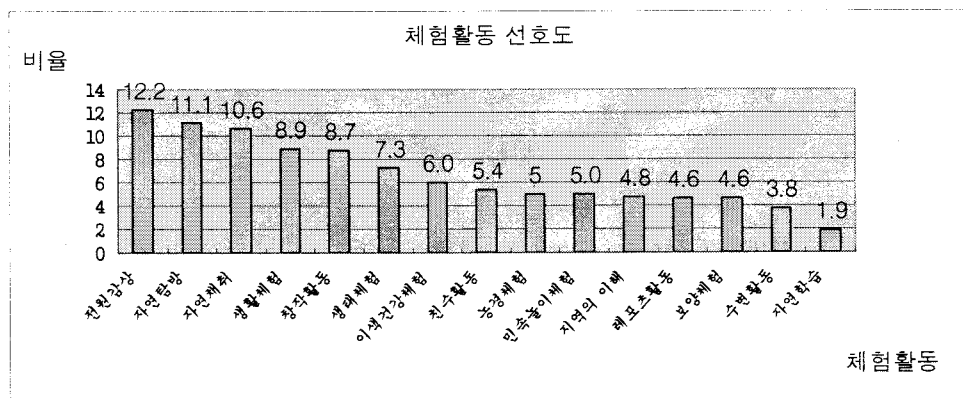


<그림 4-2> 경관 선호도

390명의 유효표본 중 28.4%가 정적 자연경관을 가장 선호하고, 다음이 마을 경관을(22.1%) 두 번째로 선호하고 있음을 알 수 있다(앞의 <표 4-1>을 참고로 할 수 있다.)

3. 농촌 체험활동에 대한 선호분석

농촌에서 가능한 체험활동에 대한 선호도를 파악하여 선호하는 체험활동을 할 수 있는 기회를 부여하는 것이 농촌의 가치를 전달하는 데 효과적이다. 따라서 농촌에서 가능한 체험활동에 대한 도시민들의 선호를 파악하기 위하여 농촌에서 가능한 체험활동을 15가지로 세분하여 이들에 대한 선호도를 조사하였다.



<그림 4-3> 체험활동 선호도

설문결과 390명의 유효표본 중 체험활동에 대한 선호는 전원감상(12.2%), 자연탐방(11.1%)등의 순으로 나타났다(구체적으로는 다음 표와 같다.)

< 표 4-7 > 농촌의 체험활동

구 분	활 동 내 용
자연체험	자연학습 야외교실, 자연학습시설 방문 등
	자연탐방 트래킹, 하이킹, 야영, 래프팅, 뗏목타기, 자전거타기, 오리 엔티어링, 산책 등
	자연채취 버섯따기, 산나물 채취, 밤따기, 도토리따기, 수석줍기, 표본채집, 메뚜기잡기 등
	생태체험 조류관찰, 야생동식물생태 관찰, 야생화관찰, 수생생물관찰, 벌자리관찰 등
전원체험	전원감상 시골길·꽃길·강변 산책, 실개천·야생화·억새풀 감상, 개울물소리·낙숫물소리·다듬이소리 등 전원의 소리 감상
	농경체험 보리밭기, 파종하기, 감자·고구마캐기, 김매기, 장담그기, 과수꽃따기, 가지치기, 풀베기, 과일따기, 추수하기, 꽃길 가꾸기 등
	생활체험 감자·고구마·옥수수 구워먹기, 모깃불피우기, 여물썰기, 우마차타기, 사랑방좌담 등
역사·문화 체험	지역의 이해 전설·마을유래 듣기, 전설의 형상화 작업, 전시관·전시회 관람, 농요 등 배우기, 역사·문화유적 답사 등
	민속놀이체험 자치기, 팽이치기, 스케이팅, 그네타기, 널뛰기, 윷놀이, 제기차기, 줄다리기, 달집태우기, 쥐불놀이, 비료포대 눈썰매, 연날리기 등
친수체험	수변활동 야영, 산책, 돌탑쌓기, 강돌밟기, 모래찜질, 시낭송, 민요경 창 등
	친수활동 물싸움, 견지낚시, 수석줍기, 뗏목·줄배타기, 강수욕, 모래 조각 만들기 등
건강·보양 체험	이색건강체험 토담집, 온돌방, 황토찜질방, 쑥탕·인삼탕·마늘탕·들국 화탕 등 목욕
	보양체험 표고버섯죽·황기백숙·민물고기매운탕 등 향토음식 먹기
제작체험	창작활동 도자기 빚기, 흙공예, 목공예, 짚공예, 새끼꼬기, 물감들이 기, 한지뜨기, 떡만들기, 낙옆공예 등
레포츠체험	레포츠활동 산악자전거 타기, 래프팅 등

4. 요구시설의 선호분석

다양한 활동 및 이벤트가 이루어지기 위한 적절한 시설은 농촌지역의 경제적 현실과 환경보전이라는 차원에서 새로운 시설의 설치보다는 가능한 시설들을 활동목적에 맞도록 개·보수하거나 용도를 전환하여 활용하는 방안을 강구해야 한다.

< 표 4-8 > 다양한 활동 및 이벤트 요구시설의 분석

기본 편의시설	화장실, 샤워시설, 이불, 난방시설
체험활동 관련시설	자연학습시설, 자연탐방시설, 영농체험시설, 생활체험시설, 수변활동시설, 보양체험시설
이벤트 관련시설	마울회관, 놀이마당, 썰매 및 비료포대 보관소, 원두막, 특정 이벤트용 시설
조경시설	진입로의 꽃길 및 꽃밭 등

제3절 테마농원마을 모형 설정 과정

1. 테마 농원마을의 개념

테마 농원마을의 개념은 농촌의 전통적인 선호환경이 보존되고 최소한의 시설이 갖추어진 곳에서 방문자가 테마구역에서 선호하는 체험활동을 통해 테마를 체험하며 마을의 고유이미지를 즐기는 가운데 주민의 삶의 질 또한 개선되는 작은 유토피아이다.

2. 원칙 및 고려사항

T	ourism	-	마을에서 관광이 이루어진다
H	uman	-	농촌마을에 가면 따뜻한 사람의 정을 만난다
E	conomy	-	마을은 경제적 안정성과 지속성을 추구한다
M	onitoring	-	마을은 지속적으로 관리된다
E	nvironment	-	마을은 농촌다움(rurality)을 유지한다

가. Tourism: 마을에서 관광이 이루어진다.

- 1) 마을다움을 드러낼 수 있는 소재에서 테마를 찾아 관광자원가치를 높인다.

마을의 특징적인 자연생태, 인문사회, 문화역사 소재들을 목록화하여 관광객에게 관심을 끌고 매력을 느끼게 할 수 있을 가능성(잠재력)을 파악하고 마을의 관광자원조사는 마을주민과 전문가의 실제적인 참여를 통해 이루어지며 잠재적인 매력요소를 지니고 있는 유·무형의 소재에서 그 매력을 현시화할 수 있는 테마를 발견해내고 이를 프로그램화한다.

- 2) 마을의 형태변화를 최소화하면서 테마가 부여된 공간을 조성한다.

마을공간의 구획(Zoning) 작업을 통해 차별화하고 구획에 적절한 테마를 부여하되, 각 테마공간들은 일관된 마을 이미지를 창출할 수 있도록 하고 자연생태적 및 역사문화적 특성에 비추어 보전가치가 있는 경관은 보전해야 하며 인공경관 개발시에는 공간의 테마에 맞춘다.

- 3) 마을의 테마를 체험하게 한다.

각 공간별, 시기별, 목적별 등 마을의 테마를 오감을 통해 체험할 수 있는 프로그램을 개발하고 프로그램 개발의 주체는 마을주민이며 외부 공무원이나 관련 전문가들의 도움을 받을 수 있으며 테마체험은 마을의 기존 환경을 최대한 활용할 수 있어야 하며 환경에 대한 부담을 최소화할 수 있는 방식이라야 한다. 체험프로그램을 통해 마을주민과 관광객들이 접촉할 기회가 증가하면 마을주민은 마을에 대한 자부심을, 관광객은 향수를 만끽하며 마을을 사랑할 수 있다.

나. Human: 농촌마을에 가면 따뜻한 사람의 정을 느낀다.

- 1) 마을 주민들이 적극적으로 따뜻한 마을 만들기 개념과 계획을 수립한다.

마을 만들기 주체는 마을주민 모두이며 기본적으로 마을환경 보존과 따

뜻한 인정이 넘치는 농촌생활 환경 유지를 지향하는 적극적인 활동태세를 갖추고 마을주민들의 자발적인 모임을 통해 마을의 고유 이미지를 형상화하기 위해 목표를 설정하고 이의 달성을 위한 계획을 수립한다. 마을만들기는 주민들의 경제적 기반강화에 충실하며 농업외적 소득원을 발굴할 수 있는 방향으로 나아가야 한다.

2) 마을 만들기 추진협의회를 구성한다.

마을개발의 구심점이 되어 공동체의 역량을 발휘할 수 있는 마을만들기 추진협의회를 구성한다. 마을 이장을 중심으로 한 추진협의회는 마을주민의 의견을 조정하여 합의를 도출하고 최대한 반영이 될 수 있도록 하고 마을주민의 부족한 자금력, 경영능력, 사업추진력 등을 보충해 주고 협조해 줄 수 있는 관련 공무원, 지역농협 관계자, 관련 전문가 등이 공동으로 참여하는 자문기구를 구성한다. 마을협의회와 자문기구 성격은 비상설로 하며 수시로 관련사항에 대한 자문을 구할 수 있도록 연락망을 구축한다.

3) 마을 밖 사람들과의 교류를 강화한다.

관광객이 즐겨 찾을 수 있는 프로그램을 개발하여 생동감 있는 참여와 교류의 장으로서, 조용한 농촌마을에서 인정이 넘치고 활기찬 농촌마을로 이미지를 바꾼다. 마을주민들이 관광객에 대한 경계심을 없애고 마을을 방문하는 반가운 손님들로 인식될 수 있도록 ‘동구 밖 친구네’, ‘마찾사(마을을 찾는 사람들)’, ‘마사모(마을을 사랑하는 사람들의 모임)’ 사이버 주민(인터넷상에서 만나는 주민) 등의 소규모 모임을 구성하고 관광객과 주민이 한데 어울릴 수 있는 교류의 장을 마련한다. 관광객과의 교류를 유지할 수 있는 모임은 단시일 내에 형성되는 것이 아니므로 마을주민들이 외부 전문가 등의 도움을 받아 공동으로 모임 프로그램을 만들고 지속적으로 홍보해 나가며 회원을 확보해 나간다.

다. Economy: 마을은 경제적 안정성과 지속성을 추구한다.

1) 마을 주택을 개선하여 민박으로 활용한다.

민박은 주요한 마을주민의 소득원이 된다. 마을 만들기의 목표와 관련하여 마을의 주거형태를 크게 손상하지 않는 범위 내에서 주택을 개·보수함으로써 민박으로서의 활용가치를 높인다.

숙박의 편리성을 위해 개인 혹은 공동 화장실, 욕실 등을 갖추어야 하며 단체관광객의 숙박은 관광농원이 담당하고 개별관광객의 숙박은 마을 주민들이 담당하며 이를 통해 관광농원을 중심으로 한 마을 숙박 네트워크화를 추진하고 민박을 제공하는 마을주민간 공동협력 모임을 만들어 유지 관리에 상호 협력한다.

2) 마을의 향토음식을 맛볼 수 있는 기회를 제공한다.

향토음식은 마을의 매력 있는 상품이자 체험거리이며, 유기농법 및 친환경농법 등으로 재배된 음식의 소재를 부각시키고 관광객이 향토음식을 취식하고 싶은 욕구를 느낄 수 있게 한다. 협의회를 중심으로 다른 지역과 차별화 될 수 있는 향토음식을 결정하고 음식 제공 공간에 대한 청결성 유지, 품질 향상 등에 대한 주민들의 협조를 구하고 향토음식 가격은 협의회에서 책정하여 음식값으로 인한 관광객의 불만이 없도록 한다.

3) 공동판매소를 운영하여 마을 전체의 소득기반으로 활용한다.

마을 만들기 협의회가 주축이 되는 마을 공동판매소를 개설하여 소규모 가공 및 판로 확보를 통한 판매 프로그램을 개발하여 안정적 농업외 소득을 확보할 수 있도록 한다. 특산물 품목의 선정은 협의회에서 결정하며 모든 판매거리는 농촌다움을 지향할 수 있는 마을자원형 품목들로 이루어지도록 하며, 포장판매, 택배 서비스 등을 통해 다량판매를 지향한다.

마을공동판매소는 관심 있는 마을주민이면 모두가 참여할 수 있는 개방성과 마을화합과 발전에 이바지할 수 있는 공공성을 지녀야 하며 관광객들에게 매력을 줄 수 있는 시장성을 지녀야 한다.

라. Monitoring: 마을은 지속적으로 관리된다.

1) 마을의 자원을 지속가능하게 관리한다.

사람들과의 교류 측면에서 부지관리, 식생관리, 경관관리, 생태계 관리, 환경오염방지, 문화재 관리, 위험지역 관리 등에 대한 고려가 있어야 하며 환경개선 측면에서 주택들이 밀집된 생활공간, 생산공간, 공동공간 등을 유지관리 하며 농림지의 타용도 전용을 억제하고 마을의 원형을 최대한 보존한다. 농촌문화 유지 측면에서 관광자원으로서의 가치를 지닌 자원에 대해서는 지속적으로 매력을 높이기 위해 다양한 프로그램을 개발한다.

2) 마을 방문자를 관리한다.

방문자에 대한 이해 측면에서 마을 내 자원을 이용하는 방문자의 이용 욕구와, 이용현황, 지각정도와 만족도 등을 파악하고 기준선 자료를 확보하여 향후 개선방안의 지침을 마련한다. 프로그램 측면에서 방문자의 이용, 공공안전, 환대, 정보 및 해설에 대한 프로그램을 마련하여 운영하고 위의 방문자에 대한 관리는 바람직한 형태의 체험활동을 강화하고 체험의 질을 높일 수 있는 방향으로 나아가야 한다.

3) 마을은 서비스를 관리한다.

서비스를 효율적으로 관리하기 위해서 마을의 목표, 마을주민들의 잠재력과 실천력, 외부기관과의 관계, 마을의 관광가치 정도 등에서 파악할 수 있는 문제점을 수시로 파악하여 공동으로 해결방안을 모색한다.

마을 내 공공위생관리, 시설이용관리, 마을의 특징을 유지할 수 있는 토지이용관리 등에도 관리의 효율성을 기하고 마을 입구 상징물 및 꽃길 조성, 농로변 키 작은 관목 식재, 건축물 지붕 및 담장 정돈, 도로의 정비, 하수와 쓰레기 처리 등 최소한도로 필요한 환경개선 측면에 맞추어 마을의 경관을 조성함으로써 방문자들에게 쾌적함을 제공한다.

마. Environment: 마을은 농촌다움(rurality)을 유지한다.

1) 자연환경의 보전에 중점을 둔다.

자연생태적 측면에서 토양, 물, 공기, 동물, 식물을 중심으로 한 환경친화적 접근을 통해 마을의 특성을 이루는 산, 숲, 냇강, 저수지, 연못 등에 대한 보호 및 정비작업을 지속적으로 해나간다. 향수와 청정미가 넘치는 농촌마을의 이미지를 보전하기 위해 환경파괴를 최소화할 수 있게 환경친화적으로 관광자원을 개발하고 건강한 친수공간, 녹지공간 등을 보전함으로써 생물 종 서식지를 유지시키고 마을주민과 관광객들에게 자연과의 접촉기회를 증대한다.

2) 마을의 고유한 역사와 전통문화를 유지한다.

마을의 고유한 특성을 해칠 수 있는 인공물 설치(숙박업소 포함) 및 환경저해요소들을 차단할 수 있게 마을 공동의 규약을 제정하고 마을환경의 변화요소를 적극 수용하면서도 마을의 전통적 문화와 역사를 계승한다는 측면에서 고유한 마을의 소재를 축제화하거나 관광코스화하여 마을의 자랑거리와 전승거리로 인식시킨다. 관광객을 위한 프로그램 개발시 마을의 전통적 문화역사 소재를 바탕으로 이를 재미있게 연출하여 관광객들이 자연스레 농촌마을을 이해할 수 있게 한다.

3) 주민생활환경을 쾌적하고 편리하게 조성한다.

농로, 방재, 전선의 지중화, 상하수도 및 쓰레기 처리, 녹지공간 조성 등 마을의 기반정비를 통해 생활의 편리성을 확보하고 장기적으로 유지관리를 위한 시설, 장비, 운영계획 등을 구상한다. 특히, 쓰레기 소각장과 정화조시설을 공동으로 하여 마을 환경오염을 최소화하고 인공적인 방법보다는 자연친화적인 방법을 활용하는 방안을 모색한다. 기존의 마을회관을 주민들의 복지·문화공간으로 활용할 수 있도록 정비·확충하며 마을의 주요 현안을 협의하기 위한 장소로 활용할 수 있도록 공간을 조성한다. 이를

위해 컴퓨터, 팩스, 전화 등을 설치하여 마을의 사랑방 역할을 할 수 있도록 한다.

3. 모형 설정

모형설정과정은 SWOT 분석, 마을의 비전 도출, 마을개발 목표 설정, 마을개발 기본전략의 수립, 테마 시스템의 구축 순이다. 이를 차례대로 살펴보면 다음과 같다.

가. SWOT 분석

현재 마을이 지닌 관광환경을 강점요인(Strengths), 약점요인(Weaknesses)으로 나누어 분석하고 앞으로 마을이 직면하게 될 환경변화에 따른 기회요인(Opportunities)과 위협요인(Threats)을 도출한다.

SWOT 매트릭스를 활용해 마을의 비전 제시를 위한 키워드를 설정하고 키워드 설정시 마을이 소유한 유·무형의 소재와 마을주민과 관광객이 공통적으로 가지는 농촌에 대한 심리를 이해할 수 있어야 한다. 키워드는 30개 이내가 적당하다. 5~6개 이내로 축소집약된 키워드에서 마을 만들기에 적용될 통일된 컨셉을 도출하고 이를 바탕으로 직접 체험할 수 있고 현시화가 가능한 마을의 비전을 도출한다.

나. 마을의 비전 도출

마을이 추구할 컨셉은 크게 인간, 자연환경, 문화·역사를 동등한 수준에서 고려하면서 설정하며 컨셉을 구현할 테마를 설정하고 이를 관광객이 체험 가능하게 구성한다. 마을에서 행해질 수 있는 체험적 요소를 강조한 적용방법을 제시하면서 마을이 지향해 나갈 모습들을 나열해 보고 마을의 상징적 이미지와 고유한 향토성을 드러낼 수 있는 농촌지향적, 미래지향적 마을의 모습을 구체적 비전으로 제시한다.

다. 마을개발 목표 설정

마을개발 목표 설정에 있어서의 전제조건은 마을의 강점을 부각시키고 약점을 극복할 수 있으며 기회요인을 극대화시키고 제약요인을 극복한다는 전제하에서 농촌다움을 유지하도록 목표가 설정되어야 한다. 환경의 질 유지 측면은 마을의 자연환경과 자연문화유산을 보전하여 미래에도 지속가능해야 하고 관광객 편익 측면은 마을의 고유한 자연과 문화의 관광자원화를 통해 관광가치를 키우며 주민 편익 측면은 마을주민의 경제적 소득을 높이고 마을 인프라 확충을 통해 살기 좋은 마을을 구축 할 수 있어야 한다.

라. 마을개발 기본전략의 수립

마을개발 기본전략의 수립에 있어 전제조건은 주민편익과 관광객 편익을 창출하고 환경의 질을 유지하기 위한 전략을 수립하되 전략은 일시적이 아니라 단계적 접근을 전제로 수립한다. 그리고 전략은 세부 프로젝트로 구체화될 수 있다. 마을기반구축 측면은 주거환경 개선사업, 교통체계 개선, 주변관광지 네트워크 구축, 민·관 협의체 조직 등에 중점을 두고 마을관광자원화 측면은 농촌 관광활동 발굴, 축제 및 이벤트 개발, 지역특산물 개발, 관광안내서비스 개발 등에 중점을 두며 마을환경보존 측면은 환경친화적 개발, 소프트웨어 중심개발에 역점을 둔다.

마. 테마 시스템의 구축

테마 시스템을 구축하기 위해서 우선 주테마가 설정되어야 한다. 주테마 설정의 전제는 테마를 마을의 자연환경, 생활, 문화에 근거를 두고 설정하고, 마을의 공간 조성작업을 효과적으로 수행하는데 핵심이 되어야 한다는 것이다. 또한 관광객들에게 흥미롭고 동기를 유발하는 단어로 주테마가 표현되고 주테마와 연속성을 가진 몇 개의 부테마와 함께 구성되어야 하며 그러한 테마들이 마을의 독특한 소재를 드러내고 체험이 가능한 것이라야 한다.

1) 테마의 설정

테마의 설정에서 주테마는 마을의 소재들 중 마을의 고유성을 가장 잘 드러낼 수 있는 2개~3개의 소재를 집약한 단일문장으로 서술해야 하고 농촌다움을 드러낼 수 있는 미래의 마을 모습을 압축, 표현할 수 있어야 하며 구체적 표현은 부테마와 세부테마를 통해서 나타낼 수 있어야 한다. 주테마 설정 방법은 다음과 같다.

<표 4-9> 주테마의 설정 방법

소재들 하나의 주가 되는 테마로 축소	
주테마	

부테마는 주테마를 더욱 구체화할 수 있어야 하며 테마에 따른 이야기를 전개할 수 있도록 주테마와 연관이 되어야 하고 체험할 수 있는 소재를 중심내용으로 마을공간을 몇 개의 지구(zone)로 구별하여 그 속에 몇 개의 세부테마들로 구성하되 지구의 특성을 살릴 수 있도록 한다. 부테마 설정 매트릭스는 다음과 같다.

<표 4-10> 부테마의 설정 매트릭스

테마		이야기거리	주요 소재
주테마			
부테마	1	체험활동	
	2	체험활동	
	3	체험활동	
	4	체험활동	
	5	체험활동	

세부테마는 부테마를 지원할 수 있는 것이어야 하고 구체적인 체험활동이 제시되어야 하며 화제거리가 되게 한다. 세부테마의 매트릭스는 다음과 같다.

< 표 4-11 > 세부테마의 설정 매트릭스

구 분	세부테마활동종류	내용	비고
부테 마1	1-1	세부 체험활동	
	1-2	세부 체험활동	
	1-3	세부 체험활동	
	1-4	세부 체험활동	
	1-5	세부 체험활동	

2) 테마의 구조화

이야기의 전개는 다양한 소재들로 이야기라는 포장 속에 하나의 통일된 이미지를 가지며 이야기는 부테마들을 연결시켜 관광객들이 주테마를 이해하도록 도와준다. 관광객들에게 단조로움을 배제하고 자유로움을 부여하기 위하여 공간 내에 고정된 결말을 가진 이야기와 자유로운 결말을 가진 이야기를 복합적으로 엮어 놓는다.

이야기 프로그램의 제작 순서는 이야기거리의 선택→이야기거리를 하나의 주가 되는 테마로 축소→테마에 관한 연구→관광객의 식별→테마에 대한 아이디어 창출→시설과 매체의 선택 및 개발이다. 이야기 프로그램의 제작 매트릭스는 다음과 같다.

< 표 4-12 > 이야기 프로그램의 제작 매트릭스

구 분	부테마 1	부테마 2	부테마 3
이야기거리의 선택			
이야기거리를 하나의 주가 되는 테마로 축소			
테마를 단일문장으로 진술			
부테마			
세부테마			
테마내용			
테마에 대한 아이디어 창출			
시설과 매체			

3) 테마의 구현

탐방로에 따른 설계는 부테마별로 탐방로를 설정하고 각 멈춤지점에서 체험할 수 있는 내용은 차별성을 지녀야 한다. 부테마별 탐방로 매트릭스는 다음과 같다.

<표 4-13> 부테마별 탐방로 매트릭스

멈춤지점		내 용
Stop-1	주활동 1	
Stop-2	주활동 2	
Stop-3	주활동 3	
Stop-4	주활동 4	

전체적 탐방로는 여러 개의 부테마 탐방로를 하나의 전체적인 탐방로로 구성하여 관광객들에게 체험하도록 한다. 전체적 탐방로는 부테마의 종류별로 구성하되 일정별로, 계절과 대상자별로 프로그램 변경이 가능하다. 전체적 탐방로 매트릭스는 다음과 같다.

<표 4-14> 전체적 탐방로 매트릭스

마을 탐방로의 예 (1박 2일의 경우)	
1일	프로그램 일정별 나열
2일	프로그램 일정별 나열

<표 4-15> 코스 탐방로의 예

코스 탐방로의 예				
		테마	내용	진행시간
코스명	Stop 1-1			
코스명	Stop 1-2			
코스명	Stop 2-1 ~ Stop 2-10			
코스명	Stop 3-1			
코스명	Stop 4-1 Stop 4-2			

부테마의 구현방법에서 활용소재는 세부테마의 기본이 되며 유형적 소재와 무형적 소재로 나눌 수 있다. 부테마 구현을 위한 활용소재 매트릭스는 다음과 같다.

<표 4-16> 부테마 구현을 위한 활용소재 매트릭스

부테마	소재내용	활용소재	
		유형적 소재	무형적 소재
부테마 1			
부테마 2			
부테마 3			
부테마 4			

활용시설은 각 지역의 테마에 맞는 시설이어야 하며 관광객들에게 흥미를 주어야 하며, 환경파괴를 최소화하기 위해 기존 시설을 최대한 활용한 다. 부테마 구현을 위한 활용시설 매트릭스는 다음과 같다.

<표 4-17> 부테마 구현을 위한 활용시설 매트릭스

부테마 지구	활용시설	추가요구시설
문화체험공간		
전원체험공간		
친수체험공간		
자연체험공간		
특이체험공간		

부테마는 체험활동을 통해 드러날 수 있어야 한다. 부테마 구현을 위한 체험활동 매트릭스는 다음과 같다.

< 표 4-18 > 부테마 구현을 위한 체험활동 매트릭스

구분	성격별 활동	내용
체험활동	문화체험활동	
	전원체험활동	
	친수체험활동	
	자연체험활동	
	특화체험활동	
이벤트 활동	계절별 이벤트활동	
	유형별 이벤트활동	

4) 테마 구현을 통한 마을이미지 연출

테마 구현을 위한 마을이미지 연출에서 마을의 고유 이미지는 마을의 유래나 전통을 기초로 형상화되어야 하며 전체적인 이미지와 지구별 이미지로 나누어진다. 마을의 고유이미지 연출 매트릭스는 다음과 같다.

< 표 4-19 > 마을의 고유이미지 연출 매트릭스

부테마지구	마을이미지 연출시설	비고
문화체험공간		
전원체험공간		
친수체험공간		
자연체험공간		
특이체험공간		

4. 개발모형의 적용을 위한 시스템 구축

가. 공간시스템

설정기준은 기존자원공간, 주민생활관련공간, 관광기반시설공간, 테마체험공간으로 나누어진다. 기존자원공간은 ○○강, ○○산, 과수원 등 마을의 주 소재인 자연환경자원을 중심으로 한 공간을 의미하며 주민생활관련 공간은 마을 주민의 생활 편의 및 복지를 위한 시설공간을 의미한다. 관광

기반시설공간은 관광시설, 관광홍보 및 교통체계 등 관광마을로서의 이미지를 구축하기 위한 유·무형적 공간을 의미하고 테마체험공간은 마을이 보유한 테마를 체험할 수 있는 공간을 의미한다.

설정기준에 따른 개발항목은 공간별 이미지를 부각시키기 위한 항목을 설정하며 기존 자원의 정비 및 개선을 우선적으로 하며 공간별 이미지가 부족한 부분에 한해서는 신규 시설을 도입한다.

개발내용 구분은 개발모델 항목에 따라 하드웨어적 개발(Hard-ware)과 소프트웨어적 개발(Soft-ware)로 구분하며 하드웨어적 개발(Hard-ware)은 관광객 및 마을주민을 위한 공간별 시설 정비 및 개발로 유형적 개발을 의미하고 소프트웨어적 개발(Soft-ware)은 하드웨어 활용을 위한 내용으로 공간별로 마을의 테마와 부합하는 프로그램을 개발하여 이를 관광객이 직접 체험할 수 있도록 한다.

나. 연출시스템

설정기준은 마을이 보유하고 있는 자원을 기존자원, 관광자원, 농촌생활자원으로 구분하여 연출하며 개발항목은 설정기준에 따라 마을의 이미지를 연출할 수 있는 항목을 설정한다. 설정시에는 마을이 보유하고 있는 관광자원의 연출을 통해 관광마을로서의 입지를 구축한다.

개발내용 구분은 개발모델 항목에 따라 하드웨어적 개발(Hard-ware)과 소프트웨어적 개발(Soft-ware)로 구분하고 하드웨어적 개발(Hard-ware)은 관광마을의 이미지를 구축하기 위한 기존 시설의 정비 및 신규시설 도입 등 유형적 개발을 의미하고 소프트웨어적 개발(Soft-ware)은 하드웨어 활동을 위한 내용으로서 마을의 테마와 부합하는 프로그램 및 홍보 등 무형적인 개발을 의미한다.

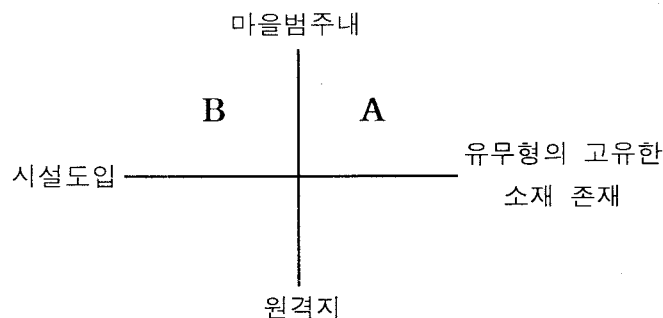
환경시스템의 설정기준은 마을이 보유하고 있는 자연적 환경, 경제적 환경, 사회적 환경으로 구분하여 설정하고 개발항목은 설정기준에 따라 세분화한다. 자연적 환경은 마을의 자연 환경 및 마을 자체의 농촌경관 보전 등 마을 및 주변지역의 자연적 부분을 항목으로 하고 경제적 환경은 마을 고유이미지 창출 및 체험활동을 위한 시설 정비, 축제 및 이벤트 개발 등 관광개발에 따른 경제적 부분을 항목으로 하며 사회적 환경은 마을개발에

다른 지식기반형 개발 및 교류네트워크 구축을 항목으로 한다.

개발내용 구분은 개발모델 항목에 따라 하드웨어적 개발(Hard-ware)과 소프트웨어적 개발(Soft-ware)로 구분하며 하드웨어적 개발(Hard-ware)은 자연적 환경, 경제적 환경, 사회적 환경에 있어서의 유형적 개발을 의미하며 소프트웨어적 개발(Soft-ware)은 환경캠페인, 홍보, 상품개발 등 무형적 개발을 의미하며 마을은 환경친화적 개발을 원칙으로 하며 소프트웨어적 개발이 하드웨어적 개발에 우선한다.

제4절 테마 농원마을 유형 구분

기존의 관광농원에 대해서는 관광형태별(문화체험형, 농촌체험형, 자연학습체험형), 자원별(원예형, 축산형, 임업형, 어업형), 운영형태별(농림수산물 채취형, 농림수산물 직판형, 생산수단 및 시설 대여형), 입지별(산간지형, 중간산간지형, 평야지형, 해안지형), 기능별(자연학습형, 주말농원형, 심신수련형, 농촌휴양형, 효도농원형) 등으로 구분하고 있다. 그러나 여기에서는 관광농원이 속한 마을의 테마화가 주요 관심이기 때문에, 관광농원의 마을에서의 위치와 테마화 할 수 있는 유무형의 고유한 소재가 마을에 존재하는가의 여부에 따라 유형을 구분한다. 관광농원의 위치는 마을 범주내, 원격지로 구분하고 유무형의 소재 여부는 소재가 없이 시설만 설치되어 있는 곳, 유무형의 고유한 소재가 존재하는 곳으로 구분한다.



<그림 4-4> 관광농원의 유형도

이러한 기준에 따라 세 가지 유형을 사례로 든다. 유형 A는 마을에 전설이나 설화 또는 산이나 봉우리 등의 지명이 독특한 의미를 지니고 있어서 테마추출을 위한 고유한 소재가 존재하며 마을내에 관광농원이 위치하는 경우이다. 강원도 홍천군 남면 남노일리에 위치한 고드래미 관광농원이 여기에 해당된다.

유형 B는 평범한 마을로서 전통적인 농촌경관은 간직하고 있으나, 테마를 추출할 수 있는 독특한 유무형의 소재가 없었는데, 인위적으로 시설을 도입함으로써 그 도입된 시설에 의해 마을 분위기가 독특성을 확보하게 된 경우이다. 그리고 관광농원이 마을내에 위치하는 경우이다. 포천군 일동면 유동1리의 마음밭 관광농원이 여기에 해당된다.

유형 C는 관광농원이 없어 본 과제의 기본전제 즉, 관광농원이 있으면서 하는 경우가 아니지만 농촌지역에 테마농원마을 개발의 후보로 적절한 것 가운데 대표적인 것이다. 홍천군 내촌면 서곡리 면사무소가 있는 마을이 여기에 해당된다.

제5절 테마농원마을 모형 사례1(홍천군 남면 고드래미 마을)

1. 현황분석

가. 마을의 일반적 특성

강원도 홍천군 남면 고드래미 마을은 북한강의 지류인 홍천강이 지역의 중심부를 가로질러 흐르고 홍천강으로 인해 자연 조성된 2,000여 평 규모의 모래 백사장이 형성되어 있으며 마을 주변을 금학산(金鶴山)이 둘러싸고 있다.

고드래미마을의 인구는 36명이며 가구 수는 15세대로 세대 당 인구는 평균 2.4명이며 주요 농산물은 쌀·콩·잡곡·인삼 등이다. 최근 오리농법을 추진하고 있으며 인삼재배 면적이 증가하고 있는 추세이다. 그밖에

밤·도토리·버섯 등을 재배하고 있으며, 전국적으로 유명한 홍천갯을 생산하고 있다.

나. 주요특산물 및 향토음식

주요특산물은 참기름, 고추씨기름, 들기름, 무공해 산채, 옥선주, 막장, 된장, 고추장을 들 수 있으며, 향토음식은 민물매운탕, 민물회, 감자전, 동동주, 숯불갈비, 오리주물럭, 토종닭, 막국수, 도토리묵 등이 있다.

<표 4-20> 고드래미 마을의 주요 특산물 및 향토음식

구 분	종 류
주요특산물	참기름, 고추씨기름, 들기름, 무공해 산채, 옥선주, 막장, 된장, 고추장,
향토음식	민물매운탕, 민물회, 감자전, 동동주, 숯불갈비, 오리주물럭, 토종닭, 막국수, 도토리묵

2. 마을의 비전과 목표설정

가. SWOT 분석

SWOT 분석을 통해 고드래미 마을이 가진 강점과 기회요인을 파악하고 약점과 위협요인을 파악해 위험인자에 대비할 수 있도록 한다.

강점(Strength)

- S1. 훼손되지 않은 자연경관
- S2. 수변활동의 다양성
- S3. 외부와 격리된 위치
- S4. 농촌 자원의 풍부성과 다양성
- S5. 수도권에서의 접근성
- S6. 주변 연계 관광지의 다양성
- S7. 전통적 농촌생활의 보존

약점(Weakness)

- W1. 특화 주제 부각이 미약
- W2. 인구의 지속적 감소와 노령화
- W3. 다양한 농산물의 활성화방안 미흡
- W4. 기존 자원의 효율적 활용 미흡
- W5. 경영 주체의 경영 마인드 부족
(투자와 수익발생에 대한 우려)
- W6. 주민들의 인식 부족으로 인한 참여 미비
- W7. 관광객을 수용할 수 있는 기반시설 및 프로그램 부족
 - 진입도로 협소, 화장실, 주차장 등의 편의시설
 - 농촌 체험을 위한 프로그램의 부족

기회(Opportunity)

- O1. 국내외적으로 농촌체험에 대한 관심 증가
- O2. 접근도로의 확장
- O3. 농촌관광에 대한 관심 증가
- O4. 여가시간 증가에 따른 여가·문화 활동의 중요성 부각(주 5일 근무)
- O5. 환경 보전의 중요성 부각
- O6. 체험관광에 대한 관심 증대
- O7. 행정의 중심이 지방정부로 이전
- O8. 자연환경의 상품화 기회 확대
- O9. 건강에 대한 관심 증대

위협(Threat)

- T1. 관광객의 증가로 인한 성급한 개발
- T2. 성급한 개발로 인한 환경파괴현상
- T3. 유사시설의 성장 둔화
(관광농원의 경영실패, 민박시설 낙후)
- T4. 대체농지조성비(평당 만원), 용자 등 불합리한 제도
- T5. 지역간 무한경쟁시대 돌입
- T6. 지방의 재정부족
- T7. 지방의 인재부족
- T8. 지자체도 파산하는 시대
- T9. 각 분야의 최고만이 생존 가능

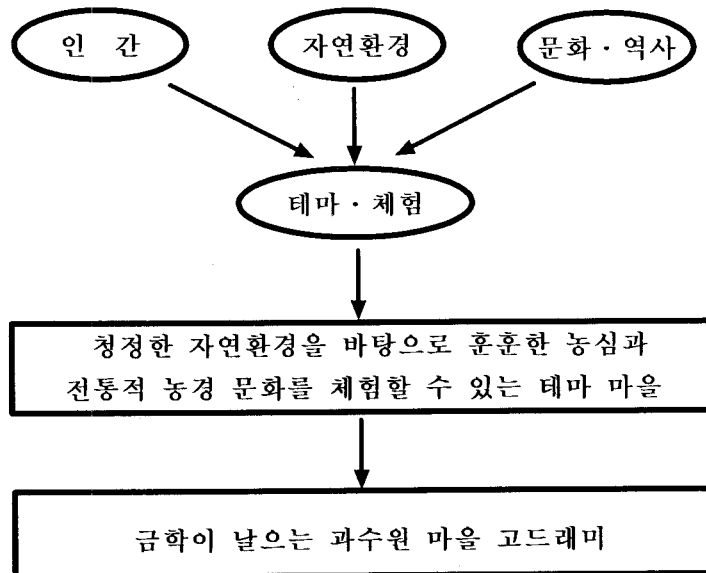
나. 키워드 설정

자연, 환경, 청정, 보존, 농심, 동심, 향수, 가족, 사랑, 건강, 생활, 전통, 문화, 풍요, 자원, 놀이, 즐거움, 다양함, 상품, 특화, 기대감, 체험, 문화

- 인간 (W3+W5+W6+O3+O9) : 농심, 동심, 향수, 가족, 사랑, 건강
- 자연환경 (S1+S3+S5+O2+O5+O8+T1+T2) : 자연, 환경, 청정, 보존
- 문화·역사 (S4+S7+W3+W4+O4+O7+T4) : 생활, 전통, 문화, 풍요, 자원
- 테마 (W1+T3+T5+T6+T7+T8+T9) : 상품, 특화, 기대감
- 체험 (S2+S6+W7+O1+O6) : 놀이, 즐거움, 다양함
- 키워드 : 인간, 자연환경, 문화, 역사, 테마, 체험

다. 비전 설정

○ 컨셉 :



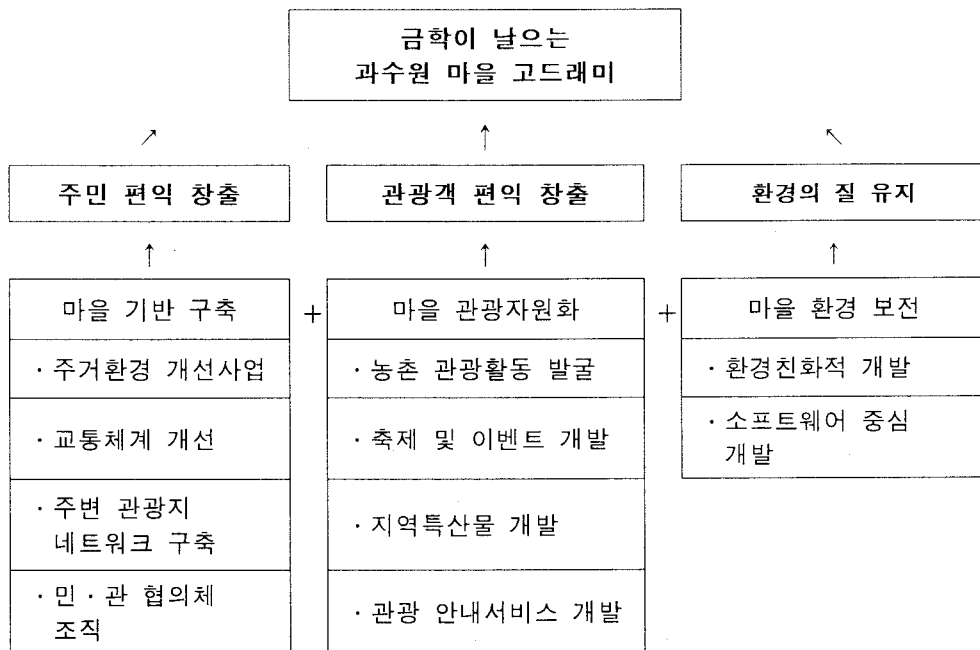
○ 비전 :

<그림 4-5> 고드래미 마을의 컨셉 및 비전

라. 목표 설정 및 전략 수립

목표 설정은 마을의 아름답고 깨끗한 자연환경과 자연문화유산을 지키고 보존하여 후세에도 그대로 전달할 수 있게 하고(환경의 질 유지), 고드래미의 자연과 문화에 대한 새로운 높은 가치를 발굴하여 관광자원화함으로써 주민들 스스로에 대한 자부심을 고양하며(관광객 편익 창출), 고드래미의 경제와 문화를 활성화하여 주민들의 경제적 소득을 높이고 마을 인프라 확충을 통해 살기 좋은 마을을 구축한다(주민 편익 창출).

1) 기본 전략



<그림 4-6> 고드래미 마을의 기본 전략

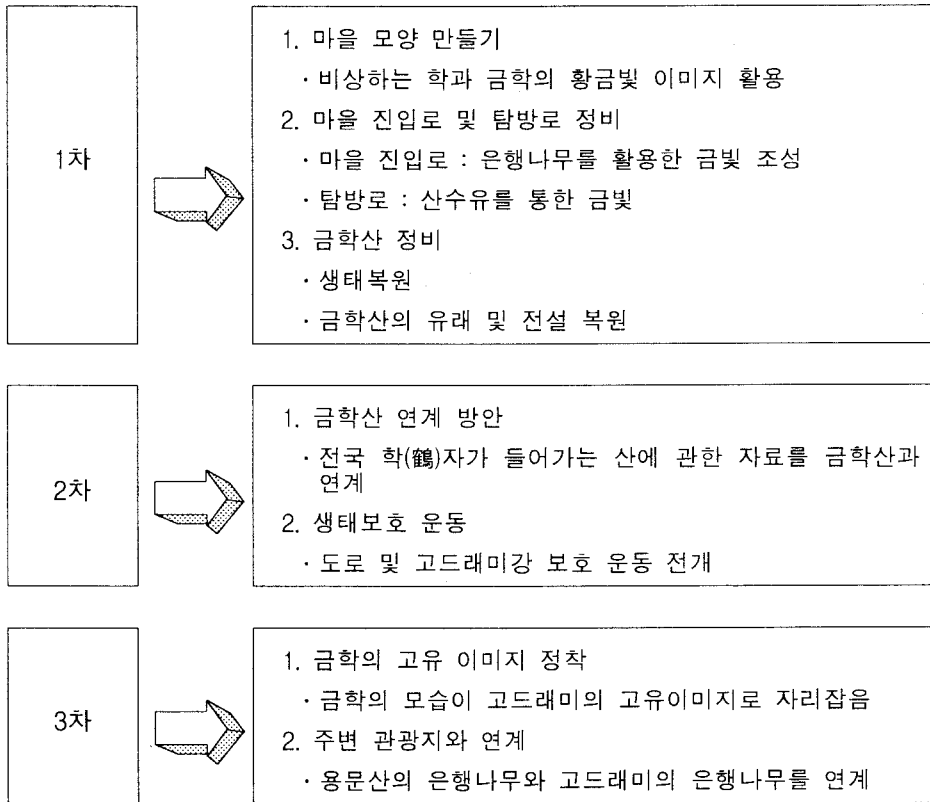
2) 단계별 추진 전략

전 략	내 용	1단계 (1~3년)	2단계 (4~6년)	3단계 (7~10년)
주민 편의 창출 (마을 기반 구축)	· 주거환경 개선			
	· 교통체계 개선			
	· 주변관광지 네트워크			
	· 민관협의체 조직			
관광객 편의 창출 (마을 관광자원화)	· 농촌관광활동발굴			
	· 축제 및 이벤트개발			
	· 지역 특산물 개발			
	· 관광안내서비스개발			
환경의 질 유지 (마을 환경 보존)	· 환경친화적 개발			
	· 소프트웨어 중심개발			

3) 금학 마을 만들기 사업

금학 마을 만들기 사업은 고드래미의 최종 비전을 위한 마을 만들기 사업의 일환으로 마을의 핵심 소재인 금학(金鶴)을 통해 마을의 고유이미지를 창출하고자 하며 고드래미에 위치한 금학산(金鶴山)의 유래가 된 금학(金鶴)을 통해 고드래미의 고유이미지로 부각시킨다. 가을을 초점으로 은행나무의 노란 잎을 활용하여 금빛을 연출하고 마을의 집입로에서 보이는 경관이 ‘학이 비상하는 모습’을 연상시킬 수 있도록 마을을 조성하는데 이는 단지 이미지적인 사업이 아니라 살기 좋은 마을을 만들기 위한 환경미화사업이며 단기적 계획이 아니 장기적인 계획을 통해 고드래미의 이미지가 서서히 외부에 알려지도록 한다.

<표 4-21> 금학마을 만들기 사업의 단계별 전략



3. 마을 테마개발과 해설의 구조화

가. 테마 소재의 발굴

고드래미의 고유한 소재를 바탕으로 고드래미 마을의 고유한 이미지를 만들고 프로그램을 작성하는데 도움을 줄 수 있도록 하는 것이다. 고드래미의 고유이미지 소재는 관광객들에게 호기심과 신기성을 주어야 하며 감흥을 자아낼 수 있어야 하면 추출된 소재는 주체(마을 주민)의 시각에서가 아니라 관광객의 시각에서 보면서 정서적으로 감동을 안겨줌으로써 관광객들이 즐거움(엔터테인먼트)을 느낄 수 있어야 한다. 고드래미의 주요 소재를 나타내는데 사용된 표는 설문조사를 통해 나타난 내용들로 우리나라 농촌에서 흔히 연상되는 소재들을 정리해 놓은 것이다. 자연적, 문화적, 역

사적 소재를 발굴한다.

< 표 4-22 > 고드래미 마을의 테마 소재의 발굴

자연적 소재	과거의 흥미로운 소재	<ul style="list-style-type: none"> · 전원적 풍경 : 동굴 · 생물 : 논미꾸라지
	현재의 흥미로운 소재	<ul style="list-style-type: none"> · 전원적 풍경 : 깨끗한 시냇물, 깨끗한 하늘, 장작더미, 비포장길, 호박덩쿨, 논, 추수 후의 검은 논, 논두렁이 아지랑이, 오솔길, 두엄, 농원(과수원), 거름냄새, 흙냄새, 시골냄새, 구수한 밥냄새, 고향의 냄새, 독특한 냄새, 개울가, 물웅덩이, 개구리 울음소리, 자연의 소리, 벌레소리, 소똥 · 생물 : 과일, 머루, 대나무 숲, 특색있는 나무, 마을입구의 나무, 아름드리 나무, 취나물, 두릅, 고추, 다래, 곤충, 메뚜기, 소금쟁이, 고추잡자리, 두루미, 뺨꾸기, 부엉이, 제비, 제비집, 물오리, 논두렁의 소, 뱀, 큰개
문화적 소재	과거의 흥미로운 소재	<ul style="list-style-type: none"> · 생활문화 : 서낭당, 정자나무, 장승, 진흙집, 재래식 부엌, 창호지, 초가집, 한옥집, 향교, 허술한 대문, 공개, 두레박, 인두, 쇠죽술, 씨래, 숯가마, 도롱이, 대가족, 돌무덤, 또방가리, 징검다리, 요강, 우리, · 농경문화 : 탈곡기, 사라져가는 농기구 · 놀이문화 : 소싸움
	현재의 흥미로운 소재	<ul style="list-style-type: none"> · 생활문화 : 절구, 떡메, 다듬이, 마을회관, 외양간, 정자, 평상, 재래식 화장실, 향아리, 우물, 가마솥, 화로, 맷돌, 개밥그릇, 고무신, 메주, 부뚜막, 이장, 장작, 청년회, 상여 · 농경문화 : 농사, 농사일, 농부, 농심, 노동요, 농기구, 농약, 비닐하우스, 원두막, 모내기, 가을추수, 경운기, 키, 도리계, 지게, 콤팩트, 트랙터, 흙기, 푸대자루, 여물통, 밀짚모자, 쟁기, 퇴비, 허수아비, 품앗이 · 놀이문화 : 감자구워먹기, 농악놀이, 썰매타기, 민속놀이, 쥐불놀이

고드래미의 역사적 소재는 마을 지명의 유래가 된 고드랫돌과 주변의 금학산의 금학(金鶴)을 활용하였다. 이러한 소재를 통해서 가능한 체험활동을 다음과 같이 도출한다.

< 표 4-23 > 고드래미 마을의 테마 소재의 발굴을 통한 체험활동 설정

구 분	활 동 내 용
역사·문화체험	<ul style="list-style-type: none"> · 지역의 이해 : 전설, 마을 유래 듣기 · 민속놀이 체험 : 팽이치기, 스케이팅, 윷놀이, 제기차기, 달집태우기, 쥐불놀이, 비료포대 눈썰매
친수체험	<ul style="list-style-type: none"> · 수변활동 : 야영, 산책, 모래썰질 · 친수활동 : 물싸움, 견지낚시, 수석줍기, 강수욕
제작체험	<ul style="list-style-type: none"> · 떡만들기
자연체험	<ul style="list-style-type: none"> · 자연탐방 : 야영, 래프팅, 오리엔티어링, 산책 · 자연채취 : 버섯따기, 산나물채취, 도토리따기, 수석줍기, 메뚜기잡기 · 생태체험 : 별자리 관찰
전원체험	<ul style="list-style-type: none"> · 전원감상 : 시골길·꽃길·강변산책, 전원의 소리 감상 · 농경체험 : 보리밭기, 파종하기, 감자·고구마캐기, 장담그기, 과수꽃따기, 풀베기, 과일따기, 꽃길가꾸기, 감자·고구마·옥수수 구워먹기, 모깃불피우기, 우마차타기

나. 주테마의 설정

테마는 고드래미라는 이야기거리와 고드래미의 자연환경, 생활, 문화 등의 다양한 이야기 각도로 이루어진다. 테마는 고드래미의 공간 조성작업을 효과적으로 수행하는데 있어 핵심이 되어야 한다. 관광객들에게 고드래미가 나타내려는 것의 이해가 분명해야 하며 관광할 범위를 한정시킴으로써 통일감을 갖게 해야 한다. 또한 해설작업의 전체목적에 부합해야 하며 자세한 것이어야 한다. 관광객들에게 흥미롭고 동기를 유발하는 단어로 표현해야 하며, 고드래미의 테마는 마을만이 가진 독특한 소재는 미약하지만 자연체험, 전원체험, 친수 및 수변체험, 보양체험 등 농촌의 다양한 체험을 할 수 있다는 장점을 부각시킬 수 있어야 한다. 고드래미의 테마는 주 테마와 연속성을 가진 몇 개의 부테마들로 구성된다.

< 표 4-24 > 고드래미 마을의 주테마와 부테마의 구성도

테마		이야깃거리	주요소재
주테마	고드래미는 황금학이 날으는 과수원 마을이다		
부 테 마	1	고드래미는 농촌의 문화박물관이다 <ul style="list-style-type: none"> ○ 고드래미의 전통적인 농촌의 문화 - 농기구, 생활도구를 이용한 농촌박물관 - 전통가옥의 구조와 생활모습 - 사랑방에서의 전통 예술과 생활문화 - 전통 민속놀이 제작 및 체험 - 고드래미의 유래 및 전설 등 전해 내려오는 이야기 	농기구, 농촌생활, 재래식부엌, 아궁이, 장독, 우물, 막걸기, 짚신꼬기, 전통 그림, 전통시, 서예, 민요, 옛날이야기, 마을회관, 연날리기, 팽이치기, 쥐불놀이, 서낭당
	2	고드래미에서는 과수원일을 해 볼수 있다 <ul style="list-style-type: none"> ○ 고드래미의 전원적인 모습 - 과수농사의 학습 및 체험 - 시골길을 통한 전원풍경 감상 	과수원, 클로버, 꽃길, 진흙길, 원두막
	3	고드래미강에서는 다양한 수변 활동을할 수 있다 <ul style="list-style-type: none"> ○ 고드래미강에서의 친수활동 - 모래 백사장 이용한 수변활동 - 물을 이용한 친수활동 - 강을 건너기 위한 줄배와 쇄다리 	모래백사장, 수석, 먹감기, 견지뉘시, 썰매타기, 쇄다리, 줄배
	4	고드래미에는 금학이 살고 있다 <ul style="list-style-type: none"> ○ 산에서의 자연 생태 활동 - 금학산의 유래 및 전설 이용 - 산에서 자라는 야생생물을 관찰, 채집 - 산의 나무를 이용한 삼림욕 - 산 정상에서 마을 내려다 보기 	야생식물, 곤충, 새, 산나물, 두릅나무, 머루, 정자, 물웅덩이
	5	오리가 농사를 짓는다 <ul style="list-style-type: none"> ○ 고드래미의 특화작물 - 오리농법을 이용한 농사방법을 경험 - 오리를 이용한 다양한 체험과 오리고기 - 인삼밭에서의 다양한 체험 	오리, 인삼

다. 테마에 따른 해설의 구조화

테마에 따른 해설의 구조화에서 고드래미의 다양한 소재들은 이야기라는 포장 속에 하나의 통일된 이미지를 가지게 한다.

< 표 4-25 > 고드래미 마을의 테마에 따른 해설의 구조화

	부테마 1	부테마 2	부테마 3
이야기거리의 선택	고드래미의 농촌 문화	과수농사	고드래미강
이야기거리를 하나의 주가 되는 테마로 축소	고드래미는 금학산에 둘러싸인 과수원이 있는 농촌 마을이다		
테마를 단일문장으로 진술	고드래미는 황금학이 날으는 과수원 마을이다		
부테마	고드래미는 농촌의 문화 박물관이다	고드래미에서는 과수원일을 해 볼 수 있다	고드래미강에서는 다양한 수변활동을 할 수 있다
세부테마	1. 농경문화 박물관 2. 생활문화 박물관 3. 놀이문화 박물관 4. 예술과의 만남	계절에 따른 과수농사 (1~11)	1. 모래 위의 발자국 2. 모래와 어린이 3. 물고기와의 시간 4. 물과 하나되기 5. 강 건너기 6. 강가에서 야영하기
테마 내용	<ul style="list-style-type: none"> · 고드래미가 지니고 있는 농촌 문화와 역사적 자원을 이용 · 농촌박물관을 중심으로 우리의 농경문화 체험 · 전통가옥 체험을 통한 생활문화 이해 · 민속놀이를 통한 우리의 놀이문화 체험 · 사랑방에서의 우리 전통 예술과의 만남 · 농촌의 문화를 배움으로써 농촌에 대한 이해 확대 	<ul style="list-style-type: none"> · 계절에 따른 다양한 과수농사일을 부각 시킴 · 과수농사일을 통한 전원적인 생활 만끽 · 전원생활을 통한 환경친화적 성향 형성 · 시골길 산책을 통해 낭만과 정경의 아름다움을 만끽 	<ul style="list-style-type: none"> · 고드래미강을 이용한 다양한 놀이 체험 · 바닷가와 같은 모래백사장을 이용한 수변 활동 · 맑은 강에서 계절별 다양한 활동 · 야영을 통한 자연과의 동화
테마에 대한 아이디어 창출	<ul style="list-style-type: none"> · 문화와 역사를 통한 다양한 이벤트 이용 · 농촌의 산 증인인 노인들 이용 · 전통적 놀이와 세시 풍습 이용 · 창고와 가옥 등 기존 시설 이용 	<ul style="list-style-type: none"> · 주민들 개인 농사일을 이용 · 계절에 따른 다양한 체험 이용 · 체험을 통한 농촌 일손 돕기로 이용 	<ul style="list-style-type: none"> · 모래 백사장 등 천해의 자연조건 이용 · 어릴적 향수를 자극하는 놀이 이용 · 계절에 따른 다양한 체험 이용
시설과 매체	<ul style="list-style-type: none"> · 농기구창고 · 식당 · 마을회관 · 전통가옥 · 숙박시설 · 주차장 · 큰 공터 · 안내소 · 시설배치도 	<ul style="list-style-type: none"> · 과수원 · 산책로 · 원두막 · 진흙길 · 클로버광장 	<ul style="list-style-type: none"> · 섶다리 · 줄배선착장 · 썰매장 · 야영장 · 수변산책로 · 집안 및 안전시설 · 기타 편의시설

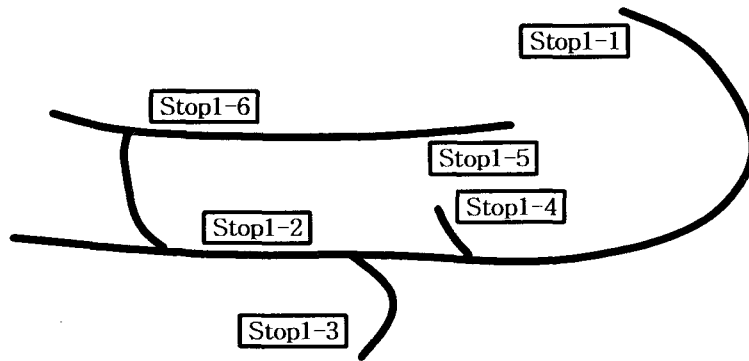
	부테마 4	부테마 5
이야기거리의 선택	금학산	오리와 인삼
이야기거리를 하나의 주가 되는 테마로 축소	고드래미는 금학산에 둘러싸인 과수원이 있는 농촌 마을이다	
테마를 단일 문장으로 진술	고드래미는 황금학이 날으는 과수원 마을이다	
부테마	고드래미에는 금학이 살고 있다	오리가 농사를 짓는다
세부테마	<ol style="list-style-type: none"> 1. 물웅덩이 속의 생물들 2. 산에 사는 생물들 3. 산과 건강 4. 산이 주는 선물 5. 마을 내려다 보기 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 농사짓는 오리 2. 오리와 친구되기 3. 인삼 가꾸지 4. 오리와 인삼의 만남
테마 내용	<ul style="list-style-type: none"> · 고드래미를 둘러싼 금학산에서의 자연 생태 체험 · 물웅덩이 속에서의 생물들 관찰 · 산에 사는 야생 동식물들 관찰 · 삼림욕과 등산을 보양체험 · 트레킹을 통해 자연의 아름다움 만끽하고 자연친화적 성향 형성 · 산에서 내려다 본 고드래미의 정경 감상 	<ul style="list-style-type: none"> · 고드래미의 특화작물인 오리농법과 인삼의 특별한 체험 · 오리농장에서 오리만지기, 관찰하기, 사진찍기 등 · 1~6년생 인삼을 통해 인삼의 자람을 관찰하고 인삼의 효과 체험 · 오리와 인삼으로 만든 다양한 요리 즐김
테마에 대한 아이디어 창출	<ul style="list-style-type: none"> · 고드래미의 유래 및 전설 이용 · 금학산의 자연적 조건 이용 · 금학산의 일출 이용 · 삼림욕과 등산을 이용한 보양체험 이용 	<ul style="list-style-type: none"> · 이색체험인 오리농법 이용 · 인삼과 오리고기를 통한 보양체험 이용
시설과 매체	<ul style="list-style-type: none"> · 등산길 표지판 · 정자 · 자연학습장 · 금학전망대 	<ul style="list-style-type: none"> · 오리농장 · 오리박물관 · 오리동상 · 야외식당 · 인삼밭

라. 테마 구현을 위한 방안

1) 스토리에 따른 탐방로 설계

가) 부테마 1: 고드래미는 농촌의 문화 박물관이다

부테마 1에서는 고드래미가 지니고 있는 문화와 역사적 자원을 주제로 하여 공간 구성과 우리나라 전통적 문화와 생활양식을 체험하는 장소가 해당된다.



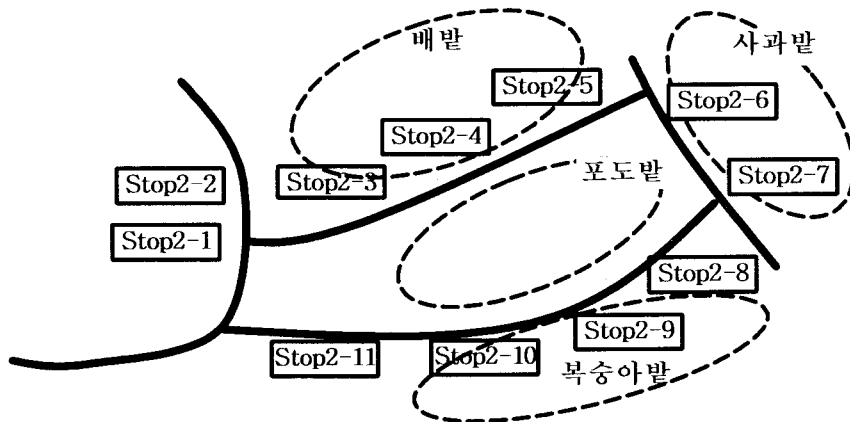
<그림 4-7> 스토리 전개에 따른 부테마 1의 탐방로 설계

< 표 4-26 > 스토리 전개에 따른 부테마 1의 탐방로 설계 내용

멈춤 지점		내 용
Stop 1-1	마을 입구	<ul style="list-style-type: none"> · 진입로는 은행나무로 조성해 가을에 금빛을 연상케 함 · 마을을 상징하는 옛 조형물 복원 (큰나무, 바위, 장승) · 마을의 신비감을 줄 수 있도록 조성 · 마을 입구에서 마을 전체가 조망이 됨
Stop 1-2	관광농원	<ul style="list-style-type: none"> · 고드래미의 핵심시설로 숙박시설 및 식당 집중 · 마을의 안내 및 예약 담당
Stop 1-3	농경문화 박물관 (농촌박물관)	<ul style="list-style-type: none"> · 농기구, 농촌생활과 문화를 소개 · 기존의 이장집의 농기구 창고 이용 · 전시·전람 위주로 해설가와 해설관 설치
Stop 1-4	생활문화 박물관 (전통가옥)	<ul style="list-style-type: none"> · 싸리나무문, 재래식부엌, 아궁이, 향아리, 우물 등 소개 · 전시전람과 함께 부엌일, 우물뜨기 등 직접적인 체험을 경험
Stop 1-5	예술과의 만남 (사랑방)	<ul style="list-style-type: none"> · 농촌과 예술의 만남의 장소 (전통시, 그림, 노래 등) · 짚신꼬기, 옛날이야기 듣기 등 밤 활동이 이루어지는 장소 · 전통가옥 안에 위치해 있음
Stop 1-6	놀이문화 박물관 (민속놀이 마당)	<ul style="list-style-type: none"> · 농원의 뒤 빈터를 이용하여 만든 마당 · 세시풍습에 따른 연날리기, 쥐불놀이 등 민속놀이가 이루어짐 · 야간 캠프화이어 장소

나) 부테마 2: 고드래미에서는 과수원 일을 해 볼 수 있다

부테마 2에서는 고드래미의 대표적인 농사인 과수농사를 부각시켜 계절에 따른 다양한 과수농사를 이해하고 체험하는 장소로 기존 시설을 활용한다.



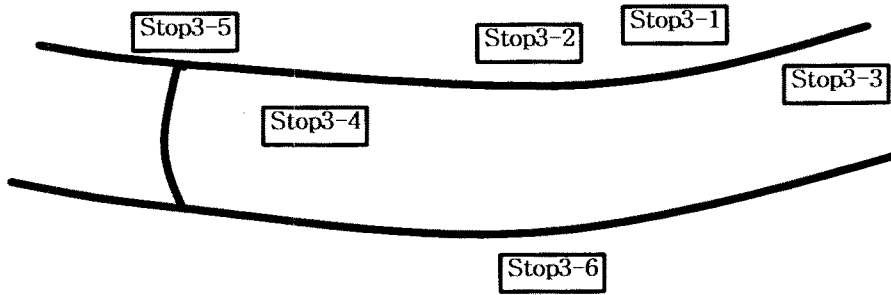
<그림 4-8> 스토리 전개에 따른 부테마 2의 탐방로 설계

<표 4-27> 스토리 전개에 따른 부테마 2의 탐방로 설계 내용

멈춤 지점		내 용
Stop 2-1	과수원의 구조	· 1년 과수농사일, 과수의 토양의 구조, 과수원 시설 등 설명
Stop 2-2	과수원과 자연환경	· 과수원이 자연환경에 미치는 영향 설명 - 홍수와 토사붕괴 방지, 지반침하 방지, 생물의 거처지 등으로써의 과수원
Stop 2-3	묘목심기	· 어린 묘목의 성장과정과 과수원에 옮겨심기 등 · 봄에는 묘목심기 직접 체험
Stop 2-4	과수의 영양섭취	· 흙의 양분을 보충하기 위한 거름 및 비료주기 · 각종 거름과 비료 설명하고 직접 체험하도록 함
Stop 2-5	나무 군살빼기	· 나무의 가지치기 설명과 직접 체험
Stop 2-6	잡초와의 씨름	· 과수의 영양분을 빼앗아 가는 잡초에 대한 설명 · 제초작업을 설명하고 직접 체험하도록 함
Stop 2-7	꽃의 개화와 수분	· 꽃의 개화와 수분하는 모습을 VTR과 사진 등으로 설명 · 인공수분 직접 시범 보임
Stop 2-8	과일 웃 입히기	· 과일 봉지 씌우기 설명과 직접 체험하도록 함
Stop 2-9	벌레와의 전쟁	· 과수원을 습격하는 병충해 설명 · 병충해를 방지하기 위한 농약에 대한 설명과 농약 주기 직접 체험하도록 함
Stop 2-10	과일이 익었다	· 과일 따기 설명과 직접 체험
Stop 2-11	과일의 변신	· 과일로 만들 수 있는 각종 음식의 종류 설명 · 음식 만들고 시식하기

다) 부테마 3: 고드래미 강가에서는 다양한 수변활동을 할 수 있다.

부테마 3에서는 마을 중심을 가로지르는 고드래미강을 활용한 친수 및 수변활동의 탐방로를 조성한다.



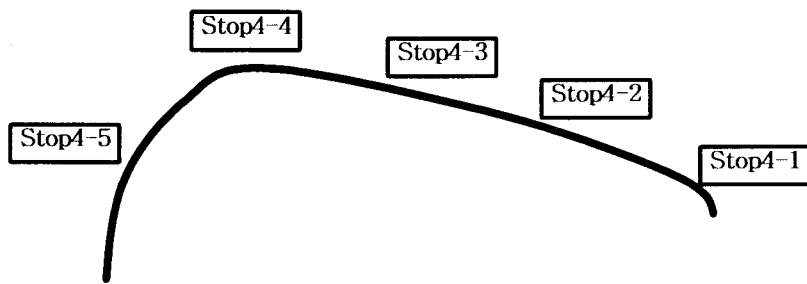
<그림 4-9> 스토리 전개에 따른 부테마 3의 탐방로 설계

<표 4-28> 스토리 전개에 따른 부테마 3의 탐방로 설계 내용

탐출 지점		내 용
Stop 3-1	물고기와의 시간	· 견지낚시 및 그물낚시의 장소
Stop 3-2	모래 위의 발자국	· 모래경기장으로 씨름, 배구, 골프, 삼질하기 등 모래를 이용한 다양한 스포츠 활동의 장소
Stop 3-3	모래와 어린이	· 모래 놀이터로 아이들과 가족들을 위한 장소로 모래성 쌓기, 모래 위에 그림그리기 등이 이루어지는 장소
Stop 3-4	물과 하나되기	· 여름에는 먹감기 장소로, 겨울에는 썰매타기 장소 · 안전시설 및 접안시설 필요
Stop 3-5	강 건너기	· 고드래미강을 건너기 위한 수단 이용 · 여름에는 줄배를 이용, 겨울에는 썰다리를 만들어 이용함 · 안전시설 및 접안시설 필요
Stop 3-6	강가에서 야영하기	· 가족단위의 야영형태 지역 · 보호자 없이는 불허함

라) 부테마 4: 고드래미에는 금학이 살고 있다.

부테마 4에서는 금학산의 유래 및 전설, 자연환경을 활용한 다양한 자연 체험의 장소로서 삼림욕과 등산 등 건강을 위한 보양체험의 장소, 트래킹을 통한 자연의 아름다움을 만끽하는 장소가 될 수 있도록 한다. 특히 마을 전체를 관망할 수 있는 전망지점을 설정한다.



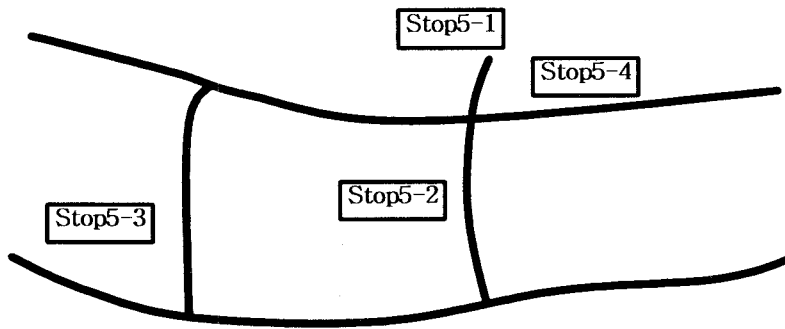
<그림 4-10> 스토리 전개에 따른 부테마 4의 탐방로 설계

<표 4-29> 스토리 전개에 따른 부테마 4의 탐방로 설계 내용

멈춤 지점		내 용
Stop 4-1	물웅덩이 속의 생물들	· 기존의 물웅덩이 활용 · 물웅덩이에 서식하는 올챙이, 개구리, 우렁이 등 관찰
Stop 4-2	산에 사는 생물들	· 산에서 관찰할 수 있는 야생동·식물 관찰
Stop 4-3	산과 건강	· 삼림욕 장소로 나무들 사이를 걸음 · 바닥을 다듬어 맨발로도 다닐 수 있도록 조성
Stop 4-4	마을 내려다보기	· 금학전망대로 마을 전체를 조망하며 휴식을 즐김 · 전망대 내부에 금학산의 유래와 전설, 금학산의 아름다운 사진, 전국의 학(鶴)과 관련된 산, 산과 학, 금학마을 만들기 내용 등 소개 · 건강을 위한 전통차와 전통음료를 마심 · 마을의 특산물로써 전통차를 판매 · 기존의 정자 이용해 또 다른 야외 휴식공간으로 활용
Stop 4-5	산이 주는 선물	· 산나물, 도토리, 버섯, 두릅나무, 머루 등 채집

마) 부테마 5: 오리가 농사를 짓는다

부테마 5에서는 농원을 기점으로 홍천강 반대편에 위치한 지역으로 산세에 의해 보이지 않는 지역의 탐방코스이다. 마을의 특화작물인 오리농법을 이용한 벼와 인삼 재배의 장소이기도 하며 기존 산책길을 활용해 농촌의 전원을 만끽하는 장소이다.



<그림 4-11> 스토리 전개에 따른 부테마 5의 탐방로 설계

<표 4-30> 스토리 전개에 따른 부테마 5의 탐방로 설계 내용

멈춤 지점		내용
Stop 5-1	오리와 친구되기	· 오리농장에서 오리관찰, 만지기, 사진찍기 등의 장소
Stop 5-2	농사짓는 오리	· 특화기술인 오리농법을 이용 · 오리농법 이벤트를 통해 오리넣기, 오리몰기, 오리잡기 등 직접체험 할 수 있도록 함
Stop 5-3	인삼 가꾸기	· 1~6년생까지 다양하게 분포 · 과수 농사처럼 다양한 체험 프로그램이 있음
Stop 5-4	오리와 인삼의 만남	· 오리와 인삼으로 만든 음식을 먹을 수 있는 곳 · 야외로 조성하여 아름다운 고드래미를 볼 수 있도록 함 · 겨울에는 실내공간을 조성함

바) 전체 탐방로

5개의 부테마 탐방로를 하나의 전체적인 탐방로로 조성하여 관광객들에게 체험하도록 하며 계절과 대상자에 따라 프로그램 변경이 가능하고 일정은 1박2일을 기준으로 하며, 관광객의 요청에 따라 변경이 가능하다.

마을 탐방코스 A는 과수원 체험이며 첫째날은 오리엔테이션→농촌생활박물관→과수원→저녁→모닥불놀이→사랑방→취침 순서이고 둘째날은 기상→금학전망대→아침→민속놀이마당→점심→오리농장 순서로 진행한다.

<표 4-31> 마을 탐방코스 A - 과수원 체험

1일	오리엔테이션→농촌생활박물관→과수원→저녁→모닥불놀이→사랑방→취침
2일	기상→금학전망대→아침→민속놀이마당→점심→오리농장

마을 탐방코스 B는 인삼농사 체험이며 첫째날은 오리엔테이션→농촌·생활박물관→점심→인삼밭→모래백사장→저녁→사랑방→취침 순서이고 둘째날은 기상→금학전망대→아침→오리농장→점심→민속놀이마당 순서이다.

<표 4-32> 마을 탐방코스 B - 인삼농사 체험

1일	오리엔테이션→농촌·생활박물관→점심→인삼밭→모래백사장→저녁→사랑방→취침
2일	기상→금학전망대→아침→오리농장→점심→민속놀이마당

마을 탐방코스 C는 보양 체험이며 첫째날은 오리엔테이션→점심→삼립욕장→민속놀이마당→저녁→사랑방→취침 순서이고 둘째날은 기상→금학전망대→아침→관광농원(이벤트)→점심→온천 순서로 진행한다.

<표 4-33> 마을 탐방코스 C - 보양 체험

1일	오리엔테이션→점심→삼립욕장→민속놀이마당→저녁→사랑방→취침
2일	기상→금학전망대→아침→관광농원(이벤트)→점심→온천

마을 탐방코스 D는 계절(봄) 이벤트이며 첫째날은 오리엔테이션→점심→모래백사장→자연관찰→민속놀이마당→저녁→사랑방→취침 순서이고

둘째날은 기상→금학전망대→아침→삼림욕장→점심→오리농장 순서로 진행한다.

<표 4-34> 마을 탐방코스 D - 계절이벤트

1일	오리엔테이션→점심→모래백사장→자연관찰→민속놀이마당→저녁→사랑방→취침
2일	기상→금학전망대→아침→삼림욕장→점심→오리농장

마을 탐방코스 E는 민속체험이며 첫째날은 오리엔테이션→점심→민속놀이마당→민속놀이마당→저녁→사랑방→취침 순서이고 둘째날은 기상→금학전망대→아침→전통가옥→마을회관(이벤트)→점심→온천 순서로 진행한다.

<표 4-35> 마을 탐방코스 E - 민속 체험

1일	오리엔테이션→점심→민속놀이마당→민속놀이마당→저녁→사랑방→취침
2일	기상→금학전망대→아침→전통가옥→마을회관(이벤트)→점심→온천

사) 탐방코스 내용(예)

탐방코스의 내용은 오리엔테이션, 농촌박물관, 생활박물관, 사랑방, 민속놀이의 5가지 코스로 이루어지며 오리엔테이션에서는 관광농원을 테마로 마을에서의 준수사항이나 마을현황 및 유래와 역사에 대해 배우고 체험프로그램을 교육한다.

농촌박물관에서는 농촌문화 박물관을 테마로 농기구 및 농촌 생활도와와 농촌에 관한 역사에 대해 배우며 생활박물관은 생활문화 박물관을 테마로 전통적 재래식 가옥의 구조와 농촌생활이야기, 밥짓기, 부엌일, 우물을 체험하고 사랑방에서는 예술과의 만남을 통해 밤시간을 이용하여 인근 전통예술인들의 협조를 통해 전통 시나 그림, 노래배우기를 하고 민속놀이는 민속문화박물관을 테마로 연날리기, 재기차기 등의 민속놀이를 즐기도록 한다.

<표 4-36> 마을 탐방코스의 내용

코 스		테 마	내 용	시간
오리엔테 이션	Stop 1-2	· 관광농원	· 마을에서의 준수사항 · 마을 현황 및 유래, 역사 · 체험 프로그램 등 교육	1시간
농촌 박물관	Stop 1-3	· 농촌문화 박물관	· 농기구 및 농촌 생활도구 · 농촌에 관한 역사	1시간 30분
생활 박물관	Stop 1-4	· 생활문화 박물관	· 전통적 재래식 가옥의 구조 · 농촌생활 이야기 · 밥짓기, 부엌일, 우물 등 체험	1시간 30분
사랑방	Stop 1-5	· 예술과의 만남	· 밤 시간을 이용 · 전통의 시, 그림, 노래 배우기 · 인근의 전통예술인들의 협조	2시간 30분
민속놀이	Stop 1-6	· 민속문화 박물관	· 연날리기, 재기차기 등 놀이 즐김	1시간

2) 체험활동

체험활동은 문화, 전원, 친수, 자연, 특화 체험활동 등 5가지로 구분된다. 문화체험활동은 생활체험활동인 아궁이불 지피기, 가마솥 음식하기, 전통 주 빚기, 새끼꼬기, 전통놀이도구 만들기(연, 팽이, 썰매 등), 싸리로 물건 만들기(싸리문, 빗자루 등)와 문화감상활동인 농촌박물관, 농촌 생활 및 옛날 이야기 듣기와 문화학습활동, 전통예절 배우기, 농촌문화 배우기, 전통 시, 노래, 그림, 글씨 배우기로 구성된다.

전원체험활동은 전원감상활동인 시골길, 꽃길, 진흙길 등에서의 산책과 과수원, 산, 클로버, 강아지풀 감상과 배, 복숭아, 사과, 포도 농사를 체험하는 영농체험활동, 감자, 고구마굽기, 여물쭈기, 과일서리, 우마차타기 등의 전원체험활동이 있다.

친수체험활동은 수변활동인 강변산책, 조약돌 밟기, 쇠다리 만들기, 모래스포츠, 모래성쌓기 등과 친수활동인 물놀이, 물싸움, 강수욕, 견지낚시, 수석, 줄배타기 등과 이벤트로 백사장골프대회, 씨름대회, 노래자랑, 백일장 및 그림 그리기 대회 등이 있다.

자연체험활동은 화훼류관찰, 곤충관찰, 조류관찰 자연학습활동과 삼림욕, 등산, 트레킹의 자연탐방활동과 버섯따기, 산나물뜯기, 도토리따기, 밤따기, 머루따기 두릅나무뜯기의 채취활동이 있다.

특화체험활동은 오리농장 견학, 오리농법 보고배우기, 인삼효능 및 재배배우기특화학습활동과 오리기우기, 인삼심기등의 특화체험활동이 있다.

3) 이벤트 활동

가) 계절별 이벤트 활동

농촌의 생활은 주로 계절에 따라 행해지므로 관광객들에게 계절에 따라 다양한 체험활동을 할 수 있도록 해 준다. 계절에 따른 이벤트는 관광객들의 계속적 재방문을 유도할 수 있으며, 계절별 농사일 이외에 세시풍습, 놀이문화 등을 다양하게 제공해 줌으로써 다양한 체험을 할 수 있도록 해 준다.

봄에는 산나물뜯기 및 산나물요리, 농작물 파종 및 모심기, 밀·보리 구워먹기, 봄꽃관찰, 전통가옥 보수 및 청소, 쉼다리 철거 및 줄 배 연결, 쭉뜯기, 토속주 빚기 등의 이벤트, 여름은 복숭아따기, 포도따기, 옥수수따기, 꿀베기, 강변가요제, 삼림욕, 먹감기, 견지낚시, 별자리관찰 등의 이벤트, 가을은 밤·도토리따기, 사과따기, 포도따기, 향토음식 대회, 강변골프대회, 메뚜기잡기, 단풍놀이 등의 계절별 이벤트 활동을 한다.

나) 유형별 이벤트 활동

유형별 이벤트 활동은 먹거리, 살거리, 볼거리, 놀거리, 할거리로 나누어 구분할 수 있다. 먹거리는 향토요리, 토속주, 오리요리, 인삼요리, 향토과일 등의 이벤트와 살거리는 찰옥수수축제, 인삼제, 향토과일, 오리농법을 이용한 쌀 등의 활동 볼거리는 단풍, 별자리, 오리농법 등의 활동, 놀거리는 산과 물을 이용한 다양한 놀이, 눈과 얼음을 이용한 놀이, 민속놀이 등의 활동과 할거리는 농사일 체험하기, 주말텃밭·농원, 1가족1과수 가꾸기, 인삼재배, 봄나물 캐기, 과일따기 등의 유형별 이벤트 활동을 한다.

4) 체험활동을 위한 추가 요구 시설

체험활동을 위해서 추가로 요구되는 시설로는 기본적으로 제공되어야 하는 기반시설과 기타지원시설로 구분할 수 있다. 이런 시설들은 농촌의 맛을 살릴 수 있는 외형을 갖추어 고드래미의 특징과 테마를 살릴 수 있어야 한다.

<표 4-37> 체험활동을 위한 추가 요구 시설

부태마 지구	추가요구시설	비 고
문화체험공간	<ul style="list-style-type: none"> · 기반시설 - 주차장, 숙박시설, 식당, 화장실 · 기타지원시설 - 농원시설 배치도, 안내소 	<ul style="list-style-type: none"> · 고드래미의 입구 · 고드래미의 핵심지역으로 모든 숙박시설 및 편의시설이 집중
전원체험공간	<ul style="list-style-type: none"> · 기반시설 - 화장실 · 기타지원시설 - 산책로, 원두막 	<ul style="list-style-type: none"> · 전원풍경을 감상을 위한 주요 산책로 필요 · 이는 논, 밭, 과수원을 나누는 경계이기도 함 · 휴식 공간 필요
친수체험공간	<ul style="list-style-type: none"> · 기반시설 - 접안시설, 안전시설, 화장실 · 기타지원시설 - 야영장, 식수대, 수변산책로 	<ul style="list-style-type: none"> · 친수체험의 안전사고 방지를 위한 시설 필요 · 많은 놀이에 따른 시설 확보 · 강을 따라 아름다운 경관을 감상하기 위해 산책로 필요
자연체험공간	<ul style="list-style-type: none"> · 기반시설 - 화장실 · 기타지원시설 - 조망대, 스카이라운지(휴식공간) 	<ul style="list-style-type: none"> · 휴식공간과 안전사고시 응급 치료장소로 산장 필요 · 마을을 바라보며 잠시 머물 수 있는 곳 필요
특화체험공간	<ul style="list-style-type: none"> · 기반시설 - 화장실, 쓰레기 소각장, 식당 · 기타지원시설 - 원두막 	<ul style="list-style-type: none"> · 오리와 인삼을 이용한 특별요리를 위해 식당 필요

5) 마을 고유이미지 창출 관련 활동과 시설

마을의 고유이미지는 마을의 유래나 전통을 기초로 하여 형상화한다. 마을 고유이미지는 전체적인 이미지와 공간별 이미지로 나누어진다. 마을의 전통적 이미지를 나타내기 위해 입구의 아름드리 나무, 서낭당, 큰 바위,

정자 등을 복원한다. 고드래미 마을의 고유이미지 형성을 위해 진입로에서부터 길가에 은행나무를 조성하고 마을의 빈 공간에 산수유를 심는데 이는 금학(金鶴)을 상징하는 노란색을 의미하기 위함이다. 공간별 이미지는 5개의 공간의 테마의 이미지를 잘 나타낼 수 있어야 한다.

<표 4-38> 마을 고유이미지 창출 관련 활동과 시설

부테마 지구	마을이미지창출 시설	비 고
역사·문화 체험공간	<ul style="list-style-type: none"> · 농촌 박물관 · 전통가옥 · 마을 입구의 큰 나무 및 큰바위 · 마을 입구의 장승과 서낭당 	<ul style="list-style-type: none"> · 고드래미의 상징물 확보 · 문화와 역사 학습을 위한 공간 확보
전원체험공간	<ul style="list-style-type: none"> · 진흙길 · 클로버광장 · 꽃길 (산수유) · 은행나무길 	<ul style="list-style-type: none"> · 포장되지 않은 자연적인 흙길 · 가족들이 함께 네잎클로버의 향수에 잠기는 휴식공간 · 낭만과 자연풍경을 만끽할 수 있는 이동경로 필요 · 길가나 빈 공간에 노란색을 띠는 산수유와 은행나무 조성을 통한 금학마을 이미지 조성
친수체험공간	<ul style="list-style-type: none"> · 모래 경기장 및 모래놀이터 · 섶다리 및 줄배 선착장 · 물놀이장 및 썰매장 	<ul style="list-style-type: none"> · 고드래미강을 건너게 하는 수단을 체험화 · 겨울 놀이를 즐길 수 있는 공간 확보
자연체험공간	<ul style="list-style-type: none"> · 물웅덩이 · 금학 전망대 및 정자 	<ul style="list-style-type: none"> · 생태공간 확보 · 휴식공간 확보
특화체험공간	<ul style="list-style-type: none"> · 오리박물관 · 오리동상 · 야외식당 	<ul style="list-style-type: none"> · 오리체험의 장소 · 인삼과 오리 이용한 요리를 즐길 장소 확보

4. 테마 농원마을 시스템 구축

가. 공간시스템의 구축

공간시스템은 기존자원공간과 주민생활관련공간, 관광기반시설과 테마 체험공간으로 나누어 구축한다.

< 표 4-39 > 테마마을 공간시스템 구축의 개발모형 및 내용

개발모형 항목		내 용	H/W	S/W
기 존 자 원 공 간	홍천강 주변정비	· 친수 · 수변활동의 장 소 · 이벤트 · 축제, 스포 츠 · 게임의 장소	· 모래경기장 · 놀이터 조성 · 섶다리 및 줄배 선 착장 · 화장실, 식수대 설치	· 친수체험 프로그램 개발
	금학산 정비	· 자연을 체험하는 장소 · 마을 전체를 조망할 수 있는 조망지점	· 탐방로 조성 · 금학전망대 및 정자 조성	· 자연체험 프로그램 개발 · 금학산의 유래 및 전설 부여
	과수원 정비	· 마을 핵심 체험 장소 · 계절별 과수농사 체험	· 원두막, 비닐하우스, 산책길 조성	· 과수농사 체험 프 로그램 개발
	오리농장 주변정비	· 홍천강 반대편에 위치 한 지역으로 오리농법 을 이용한 농사지역 및 주변정비	· 오리조형물, 야외식 당 설치	· 오리농법 프로그램 및 오리를 이용한 향토음식개발
	인삼밭 주변정비	· 홍천강 반대편에 위치 한 지역으로 1~6년생 인삼농사를 지역 및 주변정비	· 원두막 설치	· 계절별, 년도별 인 삼농사 체험
주 민 생 활 관 련 공 간	생활시설 정비	· 마을 주민들의 생활 편익을 위한 기존시설 정비	· 화장실 개선 · 상 · 하수도 설비	· 마을 주민의 휴식 과 모임 및 복지시 설을 관광시설과 통합 운영할 수 있 는 프로그램 개발
	신규시설 도입	· 마을 주민들의 생활 편익을 위한 신규시설 도입	· 공동정화장, 쓰레기 장 설치	

개발모형 항목		내 용	H/W	S/W
관 광 기 반 시 설	정보전달 시설	<ul style="list-style-type: none"> · 마을에 관한 정보를 얻을 수 있는 장소 제공 · 마을 전체를 조망할 수 있는 장소 및 매체 제공 	<ul style="list-style-type: none"> · 관광안내센터 · 마을시설 배치도 · 금학전망대 및 정자 	<ul style="list-style-type: none"> · 마을 홈페이지 개설 · 마을 홍보 · 안내 · 마을 관람
	교통관련 시설	<ul style="list-style-type: none"> · 마을의 접근성 높임 · 마을 내 시설간의 연계성 높임 · 마을과 주변인근지역과의 연계성 높임 	<ul style="list-style-type: none"> · 마을 진입로 정비 · 공동주차장 설치 · 탐방로 및 산책로 정비 · 꽃길(산수유, 은행나무) 조성 	<ul style="list-style-type: none"> · 산수유와 은행나무를 테마로 한 축제 이벤트
	마을관광 시설	<ul style="list-style-type: none"> · 마을과 주변의 관광 및 전통자원의 체험을 위한 프로그램 제공과 상품화 판매 공간 	<ul style="list-style-type: none"> · 개인가옥을 활용한 민박시설 · 특산물 판매점 · 자연체험, 전원체험 등 다양한 체험공간 조성 	<ul style="list-style-type: none"> · 개인가옥의 보수 · 정비에 대한 지원 · 향토음식 및 특산물 개발 · 마을의 다양한 체험거리를 이용한 프로그램 개발
테 마 체 험 공 간	농촌 박물관 정비	<ul style="list-style-type: none"> · 농기구, 농촌문화생활 소개 · 기존 이장집 창고 이용 	<ul style="list-style-type: none"> · 기존 농기구창고 개조 · 안내 해설판 설치 	<ul style="list-style-type: none"> · 농촌문화체험 코스로 활용 · 해설가 프로그램 개발
	마을 입구 정비	<ul style="list-style-type: none"> · 마을을 상징하는 옛 조형물 복원 · 마을입구에 신비감 형성 	<ul style="list-style-type: none"> · 큰나무, 큰바위, 장승 조성 · 시설배치도 설치 	<ul style="list-style-type: none"> · 마을의 유래 및 전설 부여
	마을 공터 정비	<ul style="list-style-type: none"> · 마을 공터를 정비하여 놀이공간으로 조성 · 민속놀이 및 야간캠프 화이어 장소 	<ul style="list-style-type: none"> · 관광농원 뒤편에 위치한 공터를 민속놀이 마당으로 조성 	<ul style="list-style-type: none"> · 연날리기, 쥐불놀이 등 세시풍습별 민속놀이 프로그램 개발

나. 연출시스템의 구축

연출시스템의 구축은 볼거리, 먹거리, 즐길거리, 배울거리, 살거리, 쉴거리 등 여섯가지로 구분된다.

<표 4-40> 테마마을 연출시스템 구축의 개발모형 및 내용

개발모형 항목	내 용	H/W	S/W
관 광 할 거 리 의 연 출	볼거리	<ul style="list-style-type: none"> · 산수유, 은행나무 식재 · 금학산 정상에 조망대 설치 	<ul style="list-style-type: none"> · 금학의 비상 이미지 연출 · 산수유, 은행나무를 활용한 이벤트 개발
	먹거리	<ul style="list-style-type: none"> · 야외식당 설치 · 특산물 판매소 설치 	<ul style="list-style-type: none"> · 홈페이지에 홍보 · 홍천강의 민물고기, 오리, 인삼, 과일을 활용한 향토음식 및 가공식품 개발
	즐길거리	· 민속놀이마당 조성	· 세시풍습에 따른 연날리기, 쥐불놀이 등 민속놀이가 이루어짐
		<ul style="list-style-type: none"> · 홍천강을 중심으로 수변활동 	<ul style="list-style-type: none"> · 다양한 스포츠 프로그램 개발 · 그물낚시, 수영, 썰매타기 등 계절별 수변활동 프로그램 개발
		<ul style="list-style-type: none"> · 금학산을 중심으로 자연체험 활동 	<ul style="list-style-type: none"> · 자연생태 관찰 · 자연 관찰 및 채집 프로그램 · 환경프로그램 개발
		<ul style="list-style-type: none"> · 물웅덩이 보전 · 야생동·식물 관찰 및 산나물 채집장소 조성 · 삼림욕장 조성 	

개발모형 항목		내 용	H/W	S/W
관 광 할 거 리 의 연 출	배울 거리	· 농촌박물관 조성	· 기존 농기구창고 개선 · 해설체계 설치	· 농기구 및 농촌문 화· 생활소개
		· 과수농사체험	· 과수원 정비 · 과수농사체험관 조성 (마을회관 및 창고 활용)	· 계절에 따른 체험 프 로그램 개발
		· 오리농법체험	· 오리농법 농사면적 확대	· 오리관찰, 오리넣기, 오리잡기 등 오리와 관련된 이벤트 개최
		· 인삼농사체험	· 다양한 인삼재배지 조성(1~6년생)	· 계절에 따른 체험 프 로그램 개발
		· 사랑방에서 인근 지 역 예술인과의 만남 을 통해 전통문화체 험	· 마을회관 및 민박을 활용하여 야간활동이 이루어지는 공간 조 성(사랑방)	· 전통적인 시, 그림, 노래 등을 배움 · 짚삼꼬기, 옛날이야기 듣기 등
	살거리	· 지역특산물 개발을 통한 소득 증대	· 특산물 판매소 설치	· 홍천강의 민물고기, 오리, 인삼, 과일을 활용한 향토음식 및 가공식품 개발과정 소개 · 유기농 쌀 판매
	실거리	· 금학산에 휴식공간을 조성하여 휴식처 제공	· 금학전망대 조성 - 정자, 전통찻집 설치	· 전망대 내부에 금학 산의 유래와 전설, 사 진 등 소개
홍 보	홍보물 개발	· 홍보물, 안내책자 등 제작 및 관련 대중 매체 활용을 통한 마 을 홍보	· 홍보, 홈페이지 제작. 팜플렛, 방송 미디어 등의 활용 · 마을정보제공 및 홍 보시스템 시설 구축 · 홍천군지역에 마을 홍 보물 비치 공간 확보	· 관광농원이 관광안내 센터를 담당하고 추 후 독립적인 형태를 취함 · 홈페이지 작성· 운영

다. 환경시스템의 구축

환경시스템은 자연적 환경, 경제적 환경, 사회적 환경으로 나누어서 구축한다.

< 표 4-41 > 테마마을 환경시스템 구축의 개발모형 및 내용

개발모형 항목		내용	H/W	S/W
자연적 환경	자연 환경 보전	<ul style="list-style-type: none"> · 환경친화적 마을로 조성 · 소프트웨어적 개발 중시 	<ul style="list-style-type: none"> · 탐방로의 생태적 복원 · 공동정화조, 쓰레기소각장 설치 	<ul style="list-style-type: none"> · 홍천강 및 금학산 보전 운동 전개 · 오염행위 방지를 위한 가이드라인 개발
	농촌 경관 보전	<ul style="list-style-type: none"> · 청정한 농촌마을, 금학이 나는 마을을 이미지로 형상화하기 위한 경관 조성 	<ul style="list-style-type: none"> · 산수유 및 은행나무 식재 · 과수원, 인삼재배지 등 영농지역 정비·확보 · 식재를 통한 생물서식공간 다양화 	<ul style="list-style-type: none"> · 영농체험 및 자연체험 프로그램 개발 · 금학마을의 이미지 및 경관 홍보
경제적 환경	시설 정비	<ul style="list-style-type: none"> · 기본적으로 제공되어야 할 기반시설과 기타지원시설 도입 · 고드래미의 공동된 분위기가 살 수 있도록 고려 	<ul style="list-style-type: none"> · 기반시설 : 주차장, 숙박시설, 식당, 화장실 등 · 기타지원시설 : 산책로, 원두막, 야영장, 식수대 등 	<ul style="list-style-type: none"> · 홍천군의 지원을 받을 수 있도록 계획 마련
	마을 고유 이미지 창출 관련 시설	<ul style="list-style-type: none"> · 마을의 전통적 농촌 문화 이미지에 맞는 시설 도입 · '금학' 이미지를 살릴 수 있는 시설 도입 	<ul style="list-style-type: none"> · 농촌박물관, 전통민박 개선, 마을입구의 조형물, 꽃길, 은행나무길, 모래경기장·놀이터, 오리조형물, 야외식당, 금학전망대 	<ul style="list-style-type: none"> · 마을의 이미지를 나타낼 수 있는 축제 및 이벤트 개발 (기원제, 산수유, 은행나무, 과일 활용)

개발모형 항목		내용	H/W	S/W
경 제 적 환 경	농산물의 브랜드화	<ul style="list-style-type: none"> · 오리농법을 활용한 유기농산물 상품화 · 과일을 활용한 특산물 개발 	<ul style="list-style-type: none"> · 오리농법을 활용한 유기농 재배 농지(논) 확대 · 과일 가공시설 설치 	<ul style="list-style-type: none"> · 홈페이지를 통한 상품 및 이미지 홍보 · 관련 전문가 그룹에 의한 지속적 자문 및 기술개발
	유기농법의 활성화	<ul style="list-style-type: none"> · 오리농법 확대 및 활성화 	<ul style="list-style-type: none"> · 오리농법을 시행할 농지(논)의 확대 · 오리방사에 따른 시설 정비 	<ul style="list-style-type: none"> · 유기농 쌀에 대한 브랜드화 및 홍보로 판매 구축 · 오리입식일, 철수일에 맞추어 이벤트 개최
	체험프로 그램 개발	<ul style="list-style-type: none"> · 농촌문화 체험을 위한 프로그램의 제공 및 상품화 · 계절별 다양한 프로그램을 개발하고 여행사와 연계 	<ul style="list-style-type: none"> · 체험의 효율성을 극대화하기 위한 추가 요구시설과 마을 이미지창출 시설 도입 	<ul style="list-style-type: none"> · 마을 내부의 다양한 체험공간을 연계한 탐방로 코스 개발 · 체험과 동시에 농산물의 홍보 및 판매를 할 수 있는 프로그램의 개발
	품질관리 시스템	<ul style="list-style-type: none"> · 농산물의 대내외적 인지도 및 고부가치 창출을 위한 품질인증제도의 필요 	<ul style="list-style-type: none"> · 고드래미만의 캐릭터를 개발하여 품질보증마크로 활용 	<ul style="list-style-type: none"> · 흥천군, 농협과 연계 · 고드래미 캐릭터 개발 및 홍보
	축제 및 이벤트	<ul style="list-style-type: none"> · 마을의 이미지를 형상화 할 수 있는 자원을 활용해 축제 및 이벤트 개최 및 개발 · 계절별 다양한 축제 및 이벤트 발굴 	<ul style="list-style-type: none"> · 축제 및 이벤트를 위한 조형물 제작 	<ul style="list-style-type: none"> · 마을의 소재 활용 · 봄맞이축제:기원제 · 봄꽃여행:산수유 · 과일축제:과수농사 · 금학축제:은행나무
	운영관리	<ul style="list-style-type: none"> · 마을 공동의 조직체 구성(주민협의회) 	<ul style="list-style-type: none"> · 마을회관에 모임의 공간 마련 	<ul style="list-style-type: none"> · 홈페이지를 통해 운영·관리의 문제점 제고
사 회 적 환 경	주민전문지식 및 서비스 능력 배양 (지식기반사업)	<ul style="list-style-type: none"> · 주민들의 마을개발에 대한 인식부족 · 마을주민들의 서비스 능력 부재 · 외부 전문가와 연계 구축 	<ul style="list-style-type: none"> · 마을회관에 교육 및 친교의 공간 마련 	<ul style="list-style-type: none"> · 공동체조직을 통한 주민참여형 문화체험 기회 제공 · 전문가그룹에 의한 인터넷 등 컴퓨터 활용능력 교육 제공 · 선진마을 견학을 통한 마을발전 구상에 대한 지식기반제공

5. 관광마케팅 전략 수립

가. 표적시장 선정

1) 시장세분화 및 편익분석

시장세분화는 시장을 일정한 기준에 따라서 몇 개의 동질적인 소비자집단으로 나누는 것으로 관광시장에서는 관광객의 관광성향, 선호하는 여가 활동 및 시설 등 관광객들의 다양한 욕구를 충족시키기 위하여 필요하다.

고드래미 마을에서는 시장을 4개로 나눈다. 인근지역 거주자, 개별관광객시장, 패키지관광객시장, 경유관광객시장이다.

<표 4-42> 고드래미 마을의 시장세분화 및 편익분석

구 분			특 성	추구편익	프로파일
인근지역 거주자			· 홍천군 거주자	· 지역휴식공간 확보 · 지역생활환경 및 교통 체계 개선 · 농촌관광을 통한 수입 증대 · 도·농 교류의 활성화 · 지역홍보효과	· 근거리 거주자 · 당일형 관광형태 · 재방문율이 높음 · 저비용 방문자
순수관광객	개별	가족	· 서울 및 수도권 지역 거주 가족	· 농촌생활 체험의 기회 · 자녀교육의 기회 · 이색숙박기회 체험 · 우리 농산물 구매 기회	· 숙박형 방문자 · 재방문율이 높음
		학교	· 홍천 및 서울/수도권 지역 거주 학교 · 초·중·고등학교 학생, 학부모, 교사	· 농촌문화 교육의 장소로 활용 · 자연친화적 인성 습득 · 도·농 교류의 활성화	· 농촌문화 및 자연 체험형태 · 학생, 교사, 학부모
		기업	· 서울 및 수도권 공공/민간 기업	· 연수, 세미나, 야유회 장소로 활용 · 도·농 교류의 활성화 · 우리 농산물 구매 기회	· 자매기업 및 단체 소속 · 연수, 세미나, 야유회 형태 · 도·농 교류 형태

(계속)

구 분		특 성	추구편익	프로파일
순수관광객	패키지	청소년층 (10~20대)	· 자연체험, 농촌문화체험, 전원체험, 전통문화체험 등 추구 · 환경 교육의 기회	· 다양한 체험 선호 · 학교 및 가족 동반
		청·중년층 (30~50대)	· 자연체험, 전원체험 등 추구 · 심신의 편안함 추구 · 추억과 향수를 느낌	· 동호회 모임형 · 주변관광지와 연계 방문 · 재방문율 높음
		실버층 (60대 이상)	· 건강·보양체험, 자연체험, 전원체험 등 추구 · 심신의 치유 기회 · 추억과 향수를 느낌	· 건강·보양체험 선호 · 주변지역 온천과 연계
홍천 경유 관광객		· 홍천지역 관광지를 방문한 관광객 · 설악산을 방문하기 위해 경유하는 관광객	· 색다른 농촌체험의 기회 · 우리 농산물 구매 기회	· 홍천관광지 방문자 · 설악산/강원지역 방문자 · 단시간 체류자

주: 1) 개별관광객이란 형태는 단체이기는 하나 여행사 또는 마을이 운영하는 관광상품에 따른 관광형태가 아닌 관광객 스스로가 단체가 된 형태
 2) 패키지관광객이란 여행사 또는 마을이 운영하는 관광상품에 따라 단체로 모집된 형태로 정해진 프로그램에 따라 일정이 진행

2) 세분시장별 추구 관광형태

<표 4-43> 고드래미 마을의 세분시장별 추구 관광형태

구분	관 광 형 태	시 사 점
인근 지역 거주자		<ul style="list-style-type: none"> · 지역 내 휴식공간으로 활용 · 여름철 친수공간으로 활용 · 농산물 구입의 기회 활용 · 당일(반나절) 여행선호 · 등산 및 트레킹 선호
실버층		<ul style="list-style-type: none"> · 시민피로 회복 · 동적체험보다는 정적감상 선호 · 먹거리 위주의 건강보양 선호 · 주변 온천과 연계 · 정년 퇴직자들을 위한 텃밭 및 펜션 분양
경유 관광객		<ul style="list-style-type: none"> · 홍천지역 관광지 및 설악산/강원지역 방문자 · 단시간 체류자로 관광안내 시설을 보거나 소문을 듣고 방문한 관광객 · 홍천지역 관광지의 숙박지로 활용하는 관광객 · 먹거리, 살거리를 선호 · 쉼다리, 줄배 등 이색체험 선호

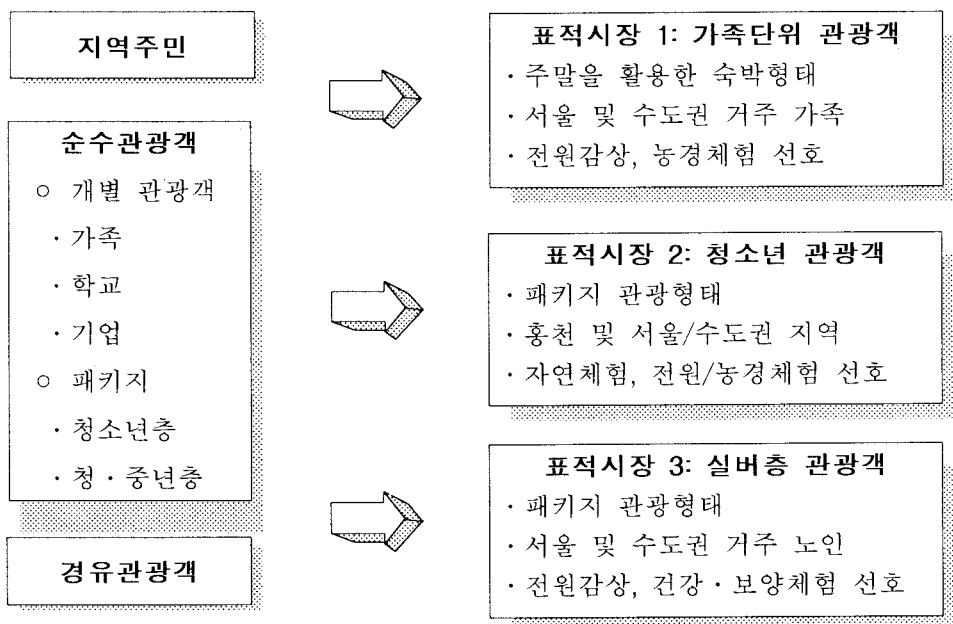
(계속)

구분	관광형태		시사점
가족	<p>자연체험 건강·보양체험 농경체험 레포츠체험 제작체험 역사문화체험 전원체험 친수체험</p>	<ul style="list-style-type: none">· 자연체험 관광· 농경체험 관광· 전원체험 관광	<ul style="list-style-type: none">· 주말을 활용한 당일 또는 숙박 여행자· 숙박은 1박2일~2박3일로 단기간 체류자· 자녀교육의 기회· 회원제로 운영하여 텃밭 분양· 마을과 지속적인 유대 강화· 1차 표적시장으로 자연, 농경, 전원체험을 선호· 정적·동적체험 모두 선호
학교	<p>자연체험 건강·보양체험 농경체험 레포츠체험 제작체험 역사문화체험 전원체험 친수체험</p>	<ul style="list-style-type: none">· 자연체험 관광· 농경체험 관광	<ul style="list-style-type: none">· 자연, 농촌문화, 전통문화의 교육 장소로 활용· 평일을 활용한 당일~일주일 관광· 지속적인 교류를 통한 도농교류의 일환으로 활용· 수확철 봉사프로그램을 개발하여 봉사점수제로 활용· 3차 표적시장으로 자연, 농경, 역사문화체험 등 다양한 체험 선호
기업	<p>자연체험 건강·보양체험 농경체험 레포츠체험 제작체험 역사문화체험 전원체험 친수체험</p>	<ul style="list-style-type: none">· 자연체험 관광· 농경체험 관광· 레포츠체험 관광	<ul style="list-style-type: none">· 서울 및 수도권에 위치한 민간/공공기업 및 단체· 자매결연을 통한 상호 교류· 단체 관광객 중 개별관광객들의 유치에 노력(개별적으로 회원에 편입시킴)· 산과 강을 활용한 레포츠체험 관광을 활성화· 세미나 및 신입사원 연수장소 등으로 활용
청소년층	<p>자연체험 건강·보양체험 농경체험 레포츠체험 제작체험 역사문화체험 전원체험 친수체험</p>	<ul style="list-style-type: none">· 자연체험 관광· 전원체험 관광· 친수체험 관광	<ul style="list-style-type: none">· 학교 및 동아리 등과 연계· 농촌문화에 대한 호기심· 농촌문화, 자연생태 등 교육의 효과· 정적 감상보다는 동적체험을 선호· 다양한 체험 선호
청·중년층	<p>자연체험 건강·보양체험 농경체험 레포츠체험 제작체험 역사문화체험 전원체험 친수체험</p>	<ul style="list-style-type: none">· 자연체험 관광· 전원체험 관광	<ul style="list-style-type: none">· 주말 또는 휴가 이용· 심신피로 회복· 자연체험, 전원체험 선호· 장·중년 여성층을 대상으로 평일 관광장소로 활용-농산물 구입, 야유회· 주변 관광지와의 연계

3) 표적시장 선정

고드래미 지역주민을 대상으로 한 의견조사 그리고 농촌관광에 대한 자료 등을 바탕으로 표적시장을 선정한다. 고드래미의 1차 표적시장은 서울 및 수도권에 거주하는 가족단위 관광객으로 주말을 활용한 숙박 관광형태를 선호하고 전원체험, 농경체험, 자연체험을 즐기는 시장과, 2차 표적시장은 서울 및 수도권에 거주하는 청소년층으로 패키지 관광형태를 선호하며 자연체험, 전원체험, 친수체험, 역사문화체험을 즐기는 시장, 3차 표적시장은 서울 및 수도권에 거주하는 노인들로 형성된 실버층 관광객으로 패키지 관광형태를 선호하고 전원감상, 건강·보양체험을 즐기는 것이다.

<표 4-44> 고드래미 마을의 표적시장 선정



4) 포지셔닝 설정

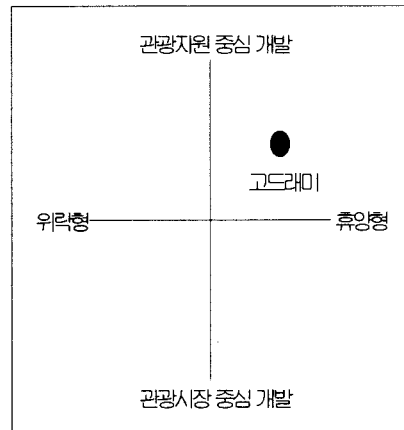
포지셔닝이란 실제 또는 잠재관광객(특히 표적시장의 관광객)의 마음 속에 독특한 자리를 차지하기 위하여 적정한 서비스와 마케팅 믹스를 개

발하는 것이다. 관광상품 포지셔닝이란 관광객들의 지각상에서 관광상품이 차지하고 있는 위치 즉, 관광상품이 관광객들에 의해 지각되고 있는 모습이며, 이는 개발 기획가가 관광객들의 마음속에서 대상지의 바람직한 위치를 형성하기 위하여 상품편의를 개발하고 커뮤니케이션 하는 활동이다.

여기에서는 관광객이 원하는 바를 준거점으로 고드래미가 제공할 수 있는 편의를 결정하여 커뮤니케이션 하는 소비자 포지셔닝 전략을 채택하였다. 고드래미의 차별화를 위한 포지셔닝은 관광공간 개발 측면, 시장개발 측면, 시설개발 측면에서 살펴 볼 수 있다. 즉, 고드래미는 이러한 포지셔닝을 통하여 대상지 주변에 위치한 팔봉산 국민관광지, 대명비발디파크, 개야유원지, 청평호유원지 등의 위락시설과는 차별화된 관광공간으로 자리매김 될 수 있다.

가) 관광공간 측면에서의 포지셔닝

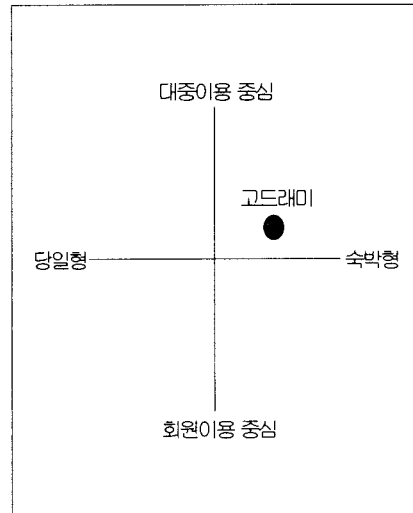
관광공간 개발 유형상 고드래미는 물소리, 울창한 산림, 모래백사장 등의 자연경관을 활용한 관광자원 중심형에 해당되므로, 놀이시설 중심의 위락공간보다는 휴식 및 조용한 분위기를 제공할 수 있는 휴양형 관광공간으로 개발하여야 한다.



<그림 4-12> 관광공간개발
유형상의 포지셔닝

나) 시장개발 측면에서의 포지셔닝

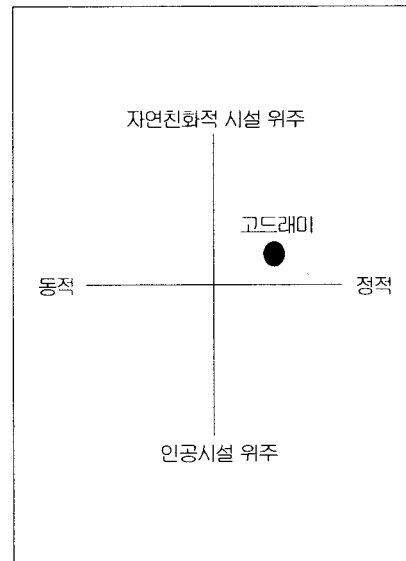
고드래미를 찾는 관광객은 휴가 및 휴양의 목적이 강하므로 시장개발 측면에서 볼 때, 당일형 관광공간 보다는 시간적 여유를 가지고 보낼 수 있는 숙박형 관광공간이 되어야 하며, 콘도미니엄과 같은 회원중심의 공간보다는 일반대중 누구나 이용할 수 있는 대중적 관광공간이 되어야 한다. 단, 장기간의 숙박형이 아닌 주말 체재 숙박형의 공간으로 개발되어야 한다.



<그림 4-13> 개발 측면에서의 포지셔닝

다) 시설개발 측면에서의 포지셔닝

시설 개발 측면에서 볼 때, 고드래미는 위락공원, 리조트, 유원지 등의 동적 활동 위주 관광공간과는 차별화되어야 하며, 아울러, 인위적으로 조성한 시설물 중심의 관광공간과도 차별화를 기해야 한다. 따라서 고드래미는 자연형 시설 위주의 정적인 분위기를 중심으로 한 관광공간이 되어야 한다. 단, 정적인 분위기 속에서 영농체험, 친수체험, 생활체험 등이 활발히 이루어질 수 있도록 한다.



<그림 4-14>

시설개발 측면에서의 포지셔닝

나. 관광마케팅 전략

1) 상품 전략

상품전략은 관광객이 원하는 것을 제공한다는 마케팅의 대원칙에 따라 시장 포지셔닝 전략에서 도출된 포지셔닝 컨셉에 따라 목표시장별 고객이 선호하는 관광상품을 구체화한다.

가) 체험 가능한 관광상품

<표 4-45> 포지셔닝에 따른 목표시장별 체험가능 관광상품

주요 컨셉	내 용	고드래미에 적용
심신의 안락함	<ul style="list-style-type: none"> · 농촌환경을 통한 심신 치유 · 인정과 친절 	<ul style="list-style-type: none"> · 외부와 단절되어 있는 마을 형태 보유 · 산림욕, 트레킹, 친수체험, 건강식 등 다양한 건강·보양체험거리 가능 · 주민들의 인정과 친절
농촌에만 있는 것	<ul style="list-style-type: none"> · 아름다운 경관과 깨끗한 환경 · 신선하고 풍부한 농축산물 	<ul style="list-style-type: none"> · 잘 보존된 자연환경 보유 · 산과 하천으로 이루어진 아름다운 경관 보유 · 과수, 인삼, 오리 등의 다양한 농축산물 보유
오감을 통한 체험	<ul style="list-style-type: none"> · 직접적인 참여를 통한 체험 · 도시민의 이색체험 	<ul style="list-style-type: none"> · 전문가 뿐만 아니라 일반인도 직접 참여할 수 있는 프로그램 보유 · 단순히 보고 즐기는 체험이 아니라 오감을 활용한 체험거리 가능
풍부한 체험테마	<ul style="list-style-type: none"> · 농촌체험 및 문화체험 · 지역 심층탐방 · 도농교류 	<ul style="list-style-type: none"> · 농산물, 농업경영, 농산물가공 등 다양한 농업체험 가능 · 농업체험 이외에도 과수체험, 오리농법체험, 인삼체험 등 다양한 농촌의 체험 가능 · 학교 및 기업과의 자매결연 등 도농교류 가능 · 주민들을 지역 안내자로 활용 가능
여행의 효율성	<ul style="list-style-type: none"> · 접근 용이 · 장기여행의 베이스캠프 · 농촌 패키지투어 	<ul style="list-style-type: none"> · 서울 및 수도권의 접근성이 매우 양호 · 홍천온천, 비발디파크 등 홍천지역 주요 관광지의 숙박거점지역으로 활용 가능 · 다양한 농촌 테마를 활용한 패키지투어 가능

자료 : 농림부, 2001, '그린투어리즘의 컨셉 적용'.

< 표 4-46 > 체험 가능한 상품전략

구분	관광상품	내용
농촌 문화 체험형	과수 농사체험	· 고드래미의 대표적인 과수농사를 활용한 체험 상품으로 계절에 따라 다양한 체험 거리를 방문객들이 직접 체험할 수 있도록 함
	인삼 농사체험	· 고드래미의 특화작물인 인삼을 활용한 체험 상품으로 인삼의 년수와 계절에 따라 다른 체험거리를 제공함
	오리농법 체험	· 오리농법을 활용한 논농사를 활용한 체험 상품으로 고드래미만의 독특한 체험거리를 활성화함 · 오리농기, 오리와 사진찍기, 오리잡기 등 다양한 이벤트를 활용함

< 표 4-47 > 과수농사 체험의 소재

테마	시기	일 거 리				체 험 거 리
		사과	복숭아	포도	배	
· 전지전정	1		· 전정	· 전정	· 전정	· 복숭아, 포도, 배 전지전정
· 과수원 정리	2		· 전정 · 낙엽제거	· 전정 · 낙엽제거	· 전정 · 낙엽제거	· 복숭아, 포도, 배 전지전정 · 과수원 낙엽제거
· 밀거름 · 묘목심기	3 초	· 전정 · 낙엽제거	· 전정 · 밀거름 주기	· 전정 · 밀거름 주기	· 전정 · 밀거름 주기	· 사과 전정전정 · 과수 밀거름 주기 · 과수 묘목심기 · 과수 월동병충해 방지
	중	· 밀거름 주기	· 묘목심기 · 병충해방지	· 묘목심기 · 병충해방지	· 묘목심기 · 병충해방지	
	하	· 묘목심기	· 인공수분		· 묘목재식	
· 인공수분 · 꽃봉오리 숙기	4 초	· 부란병 예방	· 예비적과 · 병충해방지			· 사과 부란병 방제
	중	· 인공수분	· 적과	· 병충해방지	· 인공수분	· 배, 사과 인공수분
	하		· 꽃봉오리 숙기		· 꽃봉오리 숙기	· 배, 복숭아 꽃봉오리 숙기
· 열매숙기 · 봉지 씌우기 · 제초	5 초		· 열매숙기	· 눈따기	· 열매숙기	· 배, 복숭아 열매숙기 · 포도 눈 따기
	중	· 봉지 씌우기	· 봉지씌우기		· 봉지씌우기	· 사과, 배, 복숭아 봉지 씌우기
	하	· 제초	· 제초	· 새순관리	· 제초	· 포도 새순 관리 · 제초
· 웃거름 주기 · 여름전정 및 유인	6 초	· 웃거름 주기 · 여름 전정 및 유인	· 웃거름주기 · 여름 전 정 및 유인	· 웃거름주기 · 여름 전 정 및 유인 · 열매숙기	· 웃거름주기 · 여름 전 정 및 유인	· 과수원 웃거름 주기 · 과수 여름 전정 및 유인 · 포도 솜이 숙기
	중					
	하					
· 수확	7 상		· 조생종수확	· 조생종수확		· 복숭아,포도 조생종 수확 · 복숭아, 포도, 배, 사과 수확
	중					
· 수확	8 상	· 조생종 수확	· 중생종수확	· 중생종수확	· 조생종수확	
	중	· 중생종 수확			· 중생종수확	
· 수확	9 상	· 만생종 수확	· 만생종수확	· 만생종수확		
	중	· 만생종 수확			· 만생종수확	
	하					
· 가을거름 주기	10 상	· 가을 거름주기	· 가을 거름주기	· 가을 거름주기	· 가을 거름주기	· 과수원 가을 거름주기

< 표 4-48 > 인삼농사 체험의 소재

테마	계절	일거리	체험거리
	1	초 중 하	
	2	초 중 하	· 재배지 월동 관리 - 폭설, 동해 및 차광시설 파손 주의
	3	초 중 하	
· 해가림	4	초 중 하	· 해가림 설치작업 · 묘포의 적정 수분 관리
	5	초 중 하	
	6	초 중 하	
· 인삼 채종	7	상 중 하	· 채종
· 병충해 방지	8	상 중 하	· 종자 표피 벌어지는 작업실시 · 예정지 소독 · 병충해 방지
· 거름 주기	9	상 중 하	· 묘포 거름준비 · 묘포수분 관리
· 묘포 파종	10	상 중 하	· 묘포 파종상 만들기
	11	초 중 하	· 묘포 파종
	12	초 중 하	

<표 4-49> 이벤트 체험형 상품화 가능 프로그램중 계절별 상품화 소재

계절	이벤트명	일시	내용
봄	봄맞이 축제	3월 초	· 농사의 시작인 봄을 맞이하는 축제 · 노란 산수유를 이용해 금빛 마을 상징 · 산나물관찰, 산나물요리대회, 두릅나무따기 등 다양한 이벤트
	봄꽃여행	4월 초	· 금학산을 비롯한 주변의 산에 피는 아름다운 야생화를 찾아 떠나는 여행
여름	오리와의 하루	6월	· 고드래미의 특화기술인 오리농법을 체험하며 건강을 위해 오리고기를 시식할 수 있는 행사 · 논에 오리넣기, 오리고기시식, 오리와 사진찍기, 오리잡기 등
	과일축제	8월	· 고드래미의 각종과일이 수확되는 때를 기념함 · 각종 과일로 만든 요리대회 및 1인1과수 회원들을 대상으로 우량과일 선발대회 등을 개최
가을	금학축제	10월	· 금학마을 만들기의 일환으로 노란은행 잎이 절정을 이룰 때에 맞춰 개최 · 고드래미에서 가장 큰 축제임 · 가족단위 강변노래자랑, 백사장 골프대회, 메뚜기 잡기 등 행사 개최
겨울	김장담그기	12월	· 회원들을 중심으로 김장을 담가 나누어 먹기 · 김장재료는 고드래미에서 기른 채소 사용

<표 4-50> 세시풍습 체험형 상품화 가능 프로그램

시 기	내용
정월대보름 (음력 1월15일)	·正月대보름 음식인 팔죽, 오곡밥, 약밥, 묵은나물 등을 만들고 달집태우기, 액연태우기, 다리밟기, 쥐불놀이 등의 놀이를 즐김
한식 (음력 4월5,6일)	·쑥떡, 쑥단자, 쑥탕 등 쑥으로 만든 음식을 활용하고 성묘 예절 등 전통예절을 배움
단오 (음력 5월5일)	·창포머리감기, 창포비녀꽃기, 그네타기, 유두연 등 다양한 프로그램을 제공하고 전통문화역사를 배움

<표 4-51> 도농 교류형 상품화 가능 프로그램

구 분	관광상품	내 용
도농교류형	유아농촌체험학교	· 유치원 및 유아원을 대상으로 당일 또는 1박2일의 상품개발함
	학생농촌체험교실	· 도시의 중·고등학교 학생들을 대상으로 1박2일~4박5일의 다양한 상품개발함
	사랑방문화교실	· 홍천군의 예술인들과 연계하여 관광객들에게 우리 전통의 예술 문화를 맛볼 수 있는 기회를 제공함. 특히, 야간에 사랑방에서 관광객들에게 전통시, 노래, 그림을 가르쳐 줌

나) 지역 특화 상품 개발

<표 4-52> 향토음식 개발

상 품	내 용
· 민물매운탕, 민물회	· 홍천강의 민물고기를 활용한 음식 개발
· 오리숯불갈비, 오리인삼백숙, 인삼전 등	· 고드래미의 특화 농축산물인 오리와 인삼을 활용한 음식 개발
· 과일차, 과일주, 과일즙 등	· 고드래미의 대표적인 농산물인 과일을 활용한 음식 개발

<표 4-53> 지역특산물 개발

구 분	내 용
특산물	· 과일(사과, 배, 복숭아, 포도), 무궁해 채소, 인삼 등
가공상품	· 과일을 이용한 가공상품인 과일차, 과일잼, 과일주, 과일즙 등 · 오리와 인삼을 활용한 오리·인삼 포장 백숙, 주물럭 등
기념품	· 마을풍경그림, 농기구 모형, 민속놀이기구, 생활용품 등

다) 관광상품의 예

과수농사체험

- 상품명 : 금학을 타고 떠나는 과수원 여행

- 목 적 : 우리가 먹고 있는 과일의 재배 과정을 실제로 체험해 봄으로써 농사의 중요성을 느끼게 하고 농촌 문화 체험을 통해 우리나라 농촌의 소중함을 알림
- 일 시 : 4월~10월 매월 넷째 주 (토요일~일요일)
- 대 상 : 선착순 30 가족
- 참가비 : 가족 당 99,000원 (4인 가족 기준)
- 주요 프로그램

< 표 4-54 > 과수농사체험의 프로그램

프로그램	내 용
과수원 체험	· 농사체험은 계절에 따라 변형하며 전문적인 일과 비전문적인 일로 나누어 전문적인 일은 참가자들에게 설명만 하고 비전문적인 일은 참가자들이 직접 체험해 볼 수 있도록 함
과수퀴즈 대회	· 과수원 체험을 마친 후 퀴즈를 통해 과수 및 과수원에 대해 이해를 증진함과 동시에 친교의 시간을 가짐 (과일상품)
과일의 변신	· 과일로 만들 수 있는 음식들의 종류를 설명하고 직접 음식을 만들어 봄 · 과일을 나누어 먹으며 친교의 시간을 연장함
예술과의 만남	· 고드래미 주변의 예술인들과의 시간을 가짐 (민요, 그림, 글씨, 전설이야기 등)
금학산 등산 및 일출	· 이른 아침 맑은 공기와 함께 금학산에서의 일출과 내려다 보이는 마을의 아름다움을 감상
전통놀이 배우기	· 전통 민속놀이 도구를 직접 만들어 즐김 · 개인전과 단체전으로 나누어 즐김 · 계절에 따라 다양한 놀이 변형
오리와와의 만남	· 오리농장의 견학을 통해 오리를 직접 만지고 사진도 찍음 (오리농법에 대해 설명을 듣고 직접 논에서 오리농법 체험)

• 프로그램

< 표 4-55 > 과수농사체험의 프로그램 일정표

첫 째 날	시 각	둘 째 날
~08:30 집결지 집합 및 인원점검	06:00	~06:30 기상
08:30 서울출발 (전세관광버스)	07:00	~08:00 금학산 등산 및 일출
~10:30 고드래미 도착	08:00	~09:00 아침식사 (시골백반)
~12:00 마을 알기 - 이장과의 만남 - 농촌박물관 견학	09:00	~12:00 전통놀이 배우기 - 놀이기구제작 - 전통놀이대회
~13:30 점심식사 (보리밥)	10:00	
~16:00 과수원 체험 ~17:00 과수퀴즈 대회 ~18:00 과일의 변신	11:00	
	12:00	~13:00 점심식사 (산채비빔밥)
	13:00	~15:00 오리와의 만남 - 오리농장 견학 - 오리와 사진찍기 - 오리잡기 - 오리농법체험
~19:00 저녁식사 (산나물 쌈밥) 및 숙소배정	14:00	15:00~ 고드래미 출발
~20:00 모닥불놀이	15:00	
~21:30 예술과의 만남 (사랑방)	16:00	
21:30~ 자유시간 및 취침	17:00	~18:00 서울 도착 및 해산
	18:00	
	19:00	
	20:00	
	21:00	
	22:00	

농촌생활체험

- 상품명 : 겨울 농촌체험학교
- 목 적 : 청소년들에게 우리가 살고 있는 도시 이외에 푸른 산과 들, 여러 동물과 식물이 같이 살고 있음을 관찰과 체험, 놀이 등을 통해 그 중요성을 느끼게 하고, 우리나라 전통의 자연놀이 체험을 통해 자연 친화성을 키우는데 있음
- 대 상 : 선착순 80명 (중·고등학생)
- 일 시 :
 - 1차 캠프 : 1월 세째주 (월요일~수요일)
 - 2차 캠프 : 1월 넷째주 (월요일~수요일)
 - 3차 캠프 : 2월 첫째주 (월요일~수요일)
- 참가비 : 1인 당 60,000원
- 주요 프로그램

<표 4-56> 농촌생활체험의 프로그램

종 류	프로그램	내 용
자연놀이	썰매를 만들자	· 홍천강에서의 썰매타기, 팽이놀이 등을 해보면서 우리나라 겨울철 놀이 이야기를 들려줌
	눈썰매를 타자	· 인공 썰매장이 아닌 자연에서 눈썰매를 타보면서 자연 친화성과 활동성 등을 키우도록 함
전통놀이	추위야 가라	· 자치기, 팽이만들기, 연만들기, 새끼꼬기 등
	쥐불놀이	· 쥐불놀이의 유래 알아보기, 쥐불놀이 강통만들기 / 쥐불놀이
자연체험	군밤이랑, 군고구마랑	· 자연에서 실제로 밤, 고구마 등을 구워 먹으면서 자연과 동화됨
	동면생물 탐사	· 시냇가와 숲 속의 동면 생물들을 알아봄으로써 자연생물의 신비함과 겨울잠에 대한 이해를 높임
	겨울엔 어떻게 살아요	· 과수의 겨울눈 관찰하기, 식물들의 겨울나기 방법 조사 등
	겨울철 농촌 생활체험	· 수목 관리, 겨울철 농촌생활 체험(자원봉사 확인서 발급)
기 타	-	· 모닥불 잔치, 레크리에이션 등

• 프로그램

<표 4-57> 농촌생활체험의 프로그램 일정표

첫 째 날	시 각	둘 째 날
~08:30 집결지 집합 및 인원점검	06:00	~06:30 기상
08:30 서울출발 (전세관광버스)	07:00	~08:00 금학산 등산 및 일출
~10:30 고드래미 도착	08:00	~09:00 아침식사 (시골백반)
~12:00 마을 알기 - 이장과의 만남 - 농촌박물관 견학	09:00	~10:30 눈썰매를 타자 ~12:00 추위야 가라
~13:30 점심식사 (보리밥)	10:00	~13:00 점심식사 (산채비빔밥)
~15:30 농촌생활체험 ~17:00 동면생물탐사	11:00	~15:00 군밤이랑 고구마랑
~19:00 저녁식사 (산나물 쌈밥)	12:00	15:00~ 고드래미 출발
~20:30 쥐불놀이	13:00	~18:00 서울 도착 및 해산
~22:00 모닥불 잔치	14:00	
21:30~ 자유시간 및 취침	15:00	
	16:00	
	17:00	
	18:00	
	19:00	
	20:00	
	21:00	
	22:00	

정월대보름 이벤트

- 상품명 : 정월대보름에 떠나는 겨울여행
- 목 적 : 우리나라의 대표적인 세시 풍습인 정월대보름의 유래 및 전통놀이 등을 통해 우리의 전통문화를 이해하고 습득하게 함
- 대 상 : 선착순 80명 (중·고등학생)
- 일 시 : 1월 14일~15일 (음력)
- 참가비 : 1인 당 35,000원

• 주요 프로그램

< 표 4-58 > 정월대보름 이벤트의 프로그램

프로그램	내 용
민속놀이 한마당	· 전통 민속놀이 도구를 직접 만들어 즐김 · 계절에 따라 다양한 놀이 변형하며, 개인전과 단체전으로 나누어 즐김
세시풍습 퀴즈대회	· 퀴즈를 통해 우리 나라의 세시풍습에 대한 이해 증진 · 가족과 함께 함으로 가족의 화목 도모 · 다양한 퀴즈 유형으로 재미를 더함
모닥불놀이	· 모닥불 놀이를 통한 서로의 친교 시간을 가짐 · 야간에 할 수 있는 민속놀이를 즐김
예술과의 만남	· 고드래미 주변의 예술인들과의 시간을 가짐 (민요, 그림, 글씨, 전설이야기 등)
금학산 등산 및 일출	· 이른 아침 맑은 공기를 마시며 등산 · 금학산에서의 일출과 내려가 보이는 마을의 아름다움을 감상
오리와와의 만남	· 오리를 직접 만지고 사진도 찍음 · 오리농법에 대해 설명을 듣고 직접 논에서 오리농법 체험
떡만들기	· 전통적인 방법을 이용하여 떡 만들기 체험 · 떡 만들며 친교의 시간을 즐김
소원 다지기	· 앞으로의 한 해 동안 이루고 싶은 소원을 빌며 자신의 올 해 목표를 세움
묵은 때 벗기기	· 홍천온천에서 작년 한 해 동안의 몸과 마음의 피곤을 씻어냄 · 올 한해의 새로운 각오 다짐

• 프로그램

< 표 4-59 > 정월대보름 이벤트의 프로그램 일정표

첫 째 날	시 각	둘 째 날
~08:30 집결지 집합 및 인원점검	06:00	~06:30 기상
08:30 서울출발 (전세관광버스)	07:00	~08:00 금학산 등산 및 일출
~10:30 고드래미 도착	08:00	~09:00 아침식사 (시골백반)
~12:00 마을 알기	09:00	~11:00 떡만들기
~13:00 점심식사 (보리밥)	10:00	~12:00 소원 다지기 -한해 소원빌기, 가훈쓰기
~16:00 민속놀이 한마당 - 개인전 - 단체전	11:00	~13:00 점심식사 (산나물 쌈밥)
~17:00 세시풍습 퀴즈대회	12:00	~15:00 묵은 때 벗기기 -홍천온천
~19:00 저녁식사 (오곡밥) 및 숙소배정	13:00	15:00~고드래미 출발
~20:00 모닥불 놀이 - 취불놀이, 다리밟기, 달집태우기, 액연태우기 등	14:00	~18:00 서울 도착 및 해산
~21:30 예술과의 만남(사랑방)	15:00	
21:30~ 자유시간 및 취침	16:00	
	17:00	
	18:00	
	19:00	
	20:00	
	21:00	
	22:00	

라) 년중 프로그램

<표 4-60> 년중 프로그램

월	일시 주	프로그램	내 용
1	1	-	-
	2	정월대보름 체험	· 팔죽 · 오곡밥먹기, 달집태우기, 액연태우기, 다리밟기, 쥐불놀이 등
	3	거울농촌체험학교	· 청소년을 대상으로 농촌문화 및 전통놀이 등 체험
	4		
2	1	-	-
	2	-	-
	3	사랑방문화교실	· 홍천군의 예술인들과 연계하여 관광객 및 지역주민을 대상으로 전통시, 노래, 그림을 가르쳐 줌
	4	건강 · 보양체험	· 등산, 삼림욕, 인삼과 오리음식 맛보기, 이색건강법 체험 등
3	1	-	-
	2	-	-
	3	사랑방문화교실	· 홍천군의 예술인들과 연계하여 관광객 및 지역주민을 대상으로 전통시, 노래, 그림을 가르쳐 줌
	4	봄꽃축제	· 금학산에 피는 아름다운 야생화를 찾아 떠나는 여행
4	1	-	-
	2	봄맞이 축제	· 농사의 시작을 알리는 축제로 기원제, 두릅따기 등
	3	인삼농사체험	· 해가림설치 및 묘포의 적정수분관리
	4	과수원체험	· 계절에 따라 다양한 과수 농사를 직접 체험
5	1	-	-
	2	유아농촌체험학교	· 유치원 및 유아원을 대상으로 당일 또는 1박2일 체험
	3	한식체험	· 썩떡, 썩단자 등 썩으로 만든 음식을 먹고 성묘 예절 등을 배움
	4	과수원체험	· 계절에 따라 다양한 과수 농사를 직접 체험
6	1	-	-
	2	오리농법체험	· 오리농법 체험, 오리넣기, 오리와 사진찍기, 오리잡기 등
	3	단오체험	· 창포머리감기, 창포비녀꽂기, 그네타기, 유두연 등
	4	과수원체험	· 계절에 따라 다양한 과수 농사를 직접 체험
7	1	-	-
	2	인삼농사체험	· 인삼의 년수와 계절에 따른 다양한 체험 (채종)
	3	과수원체험	· 계절에 따라 다양한 과수 농사를 직접 체험
	4	-	-
8	1	여름농촌체험학교	· 청소년을 대상으로 농촌문화 및 전통놀이 등 체험
	2	-	-
	3	과일축제	· 과일 요리대회, 우량과일 선발대회, 과일빨리먹기 등
	4	과수원체험	· 계절에 따라 다양한 과수 농사를 직접 체험
9	1	-	-
	2	사랑방문화교실	· 홍천군의 예술인들과 연계하여 관광객 및 지역주민을 대상으로 전통시, 노래, 그림을 가르쳐 줌
	3	건강 · 보양체험	· 등산, 삼림욕, 인삼과 오리음식 맛보기, 이색건강법 체험 등
	4	과수원체험	· 계절에 따라 다양한 과수 농사를 직접 체험
10	1	-	-
	2	금학축제	· 고드래미의 가장 큰 축제로 강변노래자랑, 백사장골프대회, 메뚜기잡기 등
	3	-	-
	4	과수원체험	· 계절에 따라 다양한 과수 농사를 직접 체험
11	1	-	-
	2	인삼농사체험	· 인삼의 년수와 계절에 따른 다양한 체험 (인삼 묘포파종)
	3	건강 · 보양체험	· 등산, 삼림욕, 인삼과 오리음식 맛보기, 이색건강법 체험 등
	4	김장담그기	· 김장을 담가 나누어 먹기 행사로 고드래미에서 기른 채소 사용
12	1	-	-
	2	사랑방문화교실	· 홍천군의 예술인들과 연계하여 관광객 및 지역주민을 대상으로 전통시, 노래, 그림을 가르쳐 줌
	3	-	-
	4	-	-

2) 홍보전략

홍보전략은 기존 고드래미의 이미지와 모습을 홍보하는데 주력하고 나아가 고드래미 마을에 대한 집중적 홍보 및 판촉활동을 전개하여 지역의 소득화에 기여하고, 관광객들에게 제공되는 각종 홍보 및 안내자료를 개발·정비하여 고드래미 방문을 유도한다.

가) 홍보·판촉 대상 설정

홍보·판촉활동은 그 대상을 명확히 설정해야 비용의 낭비를 막고 목표 고객에게 정확히 전달되는 실질적인 효과를 기대할 수 있다. 즉, 목표고객별 적절한 홍보·판촉활동을 전개함으로써 고드래미의 인지도 및 이미지를 향상시켜 방문증대를 도모할 수 있다.

<표 4-61> 표적시장에 따른 홍보전략

표적시장	대상	홍보·판촉활동
1차 표적시장	가족 단위 관광객	<ul style="list-style-type: none"> · 중앙지 및 수도권 일간지에 광고 안내 · 신문, 잡지 등에 PR기사 게재 · 지역 TV 및 라디오에 마을 프로그램이 소개될 수 있도록 협조 의뢰 · 각종 관광관련 사이트에 마을 홈페이지 연결 · 표적고객 선별하여 무료시범방문 실시 등
2차 표적시장	청소년 관광객	<ul style="list-style-type: none"> · 신문, 잡지 등에 PR기사 게재 · 서울시 및 홍천군 교육청에 고드래미 방문 협조 의뢰 · 각종 관광 및 교육 관련 사이트에 마을 홈페이지 연결 · 표적고객 선별하여 무료시범방문 실시 등
3차 표적시장	실버층 관광객	<ul style="list-style-type: none"> · 중앙지 및 수도권 일간지에 광고 안내 · 여행사와 연계하여 효도 상품으로 개발

나) 홍보·판촉전략

대중매체의 활용은 최근 발전하고 있는 케이블 TV의 관광·레저 관련 채널을 활용하여 고드래미를 소개하고 홍천군 지역 TV와 라디오를 통해서 고드래미 마을에 대한 장점을 소개한다.

권위 있는 여행관련 신문·잡지를 통해 매력 있는 관광지로서의 신뢰성을 높일 수 있도록 하며, 고드래미 사진 공모전을 열어 우수한 작품을 업서로 제작하여 관광기념품화 함으로써 재정에 도움을 줄뿐만 아니라 지역 내의 매력적인 경관 홍보를 극대화시킬 수 있다.

홈페이지의 개설은 농림부 홈페이지, 대형 여행사, 지역자치단체 홈페이지 등에 고드래미 농촌마을 홈페이지를 링크시켜 대외적인 홍보효과를 높인다. 홈페이지의 관리는 마을의 관리운영기구에서 담당하고 담당자에 대한 기술적인 정보교육을 실시하여 운영 미숙에 따른 혼란을 최소화한다. 또한 지속적인 콘텐츠 개발 및 활성화로 온라인 상에서의 관광홍보 및 안내서비스의 강화를 추구하고 향후 온라인 상에서 고드래미의 특산품 및 관광기념품의 구입을 가능하도록 구성하고, 각종 시설물에 대한 예약시스템을 개발하여 운영한다.

ARS 전화

고드래미 및 인근 관광자원의 관광지 개요, 숙박시설안내, 교통안내, 향토음식 등의 정보를 제공하는 고드래미 ARS 전화서비스를 제공한다. 고드래미 ARS 전화서비스와 연계하여 팩시밀리를 이용한 약도 및 각종 관광정보 제공한다.

지역정보센터 활용

지역정보센터의 활용에서는 홍천군 관광안내소, 면사무소 민원실, 마을 자체 안내소, 추후 설치될 무인안내소 등과 같은 지역내의 모든 정보센터는 고드래미 관광의 척후병으로서 방문객을 위한 눈과 귀의 역할을 담당할 수 있도록 정비한다. 이러한 정보센터를 통해 방문객에게 민박정보를 알려주고 이벤트 개최 및 활동 프로그램, 문화행사 안내는 물론 지역특산물 등의 홍보역할도 담당할 수 있도록 한다.

방문객을 통한 구전효과 활용

방문객 대상의 PR, 홍보를 비롯한 다양한 판촉활동 중 가장 효과적인

것은 만족한 고객으로부터의 긍정적인 구전효과이며 이는 고드래미를 찾았던 방문객이 불편함이 없도록 정성으로 환대하여 만족감을 제고시키고, 이들이 돌아가서 주변사람에게 가볼만한 곳으로 추천할 수 있도록 구전홍보효과를 기대하는 것이다. 또한, 민박하는 방문객의 편안한 잠자리제공은 물론 귀가 후에도 주기적으로 마을행사를 알리고 마을 농산물 및 특산물에 대한 구매정보를 전달함으로써 지속적인 구전효과를 활용해야 한다.

추억거리 이용

추억거리의 이용은 특정 관광지를 찾은 방문객들은 여행의 추억을 위해서, 남은 가족이나 친지들에게 줄 기념품을 구입하는 경향이 많으므로 고드래미에서 농가민박을 이용하여 숙박하는 방문객에게 작지만 기념될만한 것을 무료로 제공함으로써 지속적인 고객이 되도록 할 수 있다. 아울러, 지역정보센터, 이벤트행사 장소에 기념배지, 스탬프 등을 비치·배포함으로써 고드래미를 방문한 기념이 되도록 하여 긍정적 구전효과를 기대할 수 있다.

교류체결 이용

교류체결 이용은 수도권 및 인근지역에 소재한 초·중·고등학교 및 기업체 등과 자매결연을 체결하여 지속적이고 안정적인 방문객을 확보할 수 있도록 하며 이는 7, 8월의 여름휴가철 이외의 비수기동안 고드래미의 안정적인 수요 확보차원에서도 매우 중요하다.

홍보 스폰서쉽

지역내 이벤트 개최자 및 방송 PD, 구성작가 등을 대상으로 숙박 무료 경품권을 제공하여 방송 프로그램 및 대형 이벤트 개최시 경품으로 사용될 수 있도록 유도함으로써 공중 방송 및 대형 이벤트를 통한 지역 관광사업의 인지도를 제고한다. 홍천군을 왕래하는 시외버스 및 시내버스 등과 같은 대중교통업체와의 스폰서쉽을 체결하여 테이프 제작된 안내방송을 통해 고드래미 농촌마을을 홍보한다.

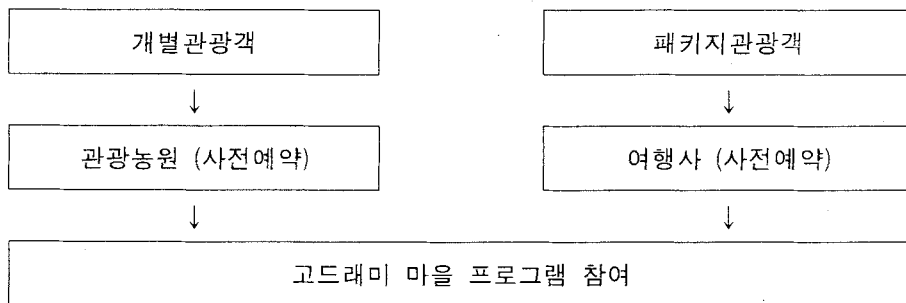
3) 유통전략

유통전략은 관광상품 유통과 특산물 유통으로 구분되며 관광상품의 유통은 여행사를 선정하고 특산물 유통은 일반적인 농산물 판매방법과 우편이나 전화로 이루어지는 방법이 있다.

가) 관광상품 유통

고드래미의 모든 프로그램은 민박 및 식사 등의 준비 관계로 반드시 예약이 필요하고 개별관광객은 마을 자체 관광농원을 중심으로 예약을 받아 운영하고 패키지관광객은 여행사를 통해 예약을 받아 운영한다.

체계적인 예약관리를 위해 주관 여행사를 선정하고, 주관 여행사를 통해 유통 전략을 수립한다. 그러나 사업이 안정화되면 농업기술센터의 지원을 받아 마을 스스로 관광상품을 운영하도록 하며 예약인원은 마을의 자체 수용력을 고려하여 산정한다.



<그림 4-15> 고드래미 마을의 관광유통전략

나) 특산물 유통

농촌 관광객을 상대로 한 일반적인 농산물 판매방법은 현지에서 이루어지는 현지판매방식이나 판매시기가 여름철 성수기에 한정되는 단점이 있으므로 봄, 가을에 수확되는 농산물의 판매방식으로는 적합치 않다. 따라서 관광비수기에 출하되는 농산물은 고드래미 현지를 방문한 경험이 있는 관광객을 상대로 우편이나 전화(숙박기록에 의거하여)로 농산물 출하소식

을 전하고 주문을 받는다.

특히, 우편안내문을 발송할 경우 면장 또는 군수와 같은 지방자치단체장의 직인이 찍힌 안내서를 띄움으로써 고객에 대한 신뢰감을 강화시켜 준다. 주문된 농산물은 전국의 각 택배회사에서 운영중인 택배시스템을 이용하여 배달하고 대금은 온라인통장을 통해 입금을 받도록 한다

< 표 4-62 > 고드래미 마을의 특산물 유통전략

구 분	현지판매	택배판매
수요자	고드래미 방문객	고드래미 민박객
판매시기	여름철 성수기	봄, 가을 농산물 출하기
판매방법	현장판매	통신판매
유통경로	고드래미 농산물 판매소	택배시스템

6. 사업성 분석

가. 고드래미 방문 수요 예측

1) 기본 전제

연구 대상지역인 고드래미 마을은 가구수가 몇 가구 되지 않는 작은 농촌마을로서 마을내에 고드래미 관광농원이 있어 이를 이용하고자 하는 사람들이 방문하고는 있지만 방문자에 대한 정보(방문객수, 방문형태 등)가 부재한 실정이다. 따라서 자료를 통한 수요예측보다는 수요 추정을 위한 다른 방법의 모색이 필요하다.

고드래미 마을의 잠재 수요를 추정하기 위해서는 기 개발된 유사 사례의 방문자 추이를 적용할 수 있겠지만 이 또한 자료의 부재로 인해 수요 예측이 사실상 불가능 하다. 따라서 본 연구에서는 최대 한계 수용력을 파악하여 이를 바탕으로 적정 수용력을 도출하고 초과 방문자에 대한 방문자 관리를 통하여 수요를 조절하는 방법이 보다 타당한 방법이라고 생각 된다.

고드래미의 방문 수요는 개별 방문자에 의한 수요와 패키지 상품(단체 방문객)을 이용한 수요로 크게 구별될 수 있으며, 각각 숙박과 비숙박으로 나누어 살펴볼 수 있다. 개별 방문자의 수요는 상술하였듯이 숙박수요에 대해서는 최대수용력을 파악하고 이를 바탕으로 적정수용력을 도출하여 이를 기준년도(계획년도)의 목표 수요로 산정 하고자 하는 것이다. 개별방문자의 비숙박 수요는 지역적인 입지 특성을 고려하였을 때 당일 관광보다는 숙박관광이 더 많을 것으로 판단되므로 숙박수요의 70%를 비 숙박수요로 추정하여 목표수요로 설정코자 한다.

패키지 상품을 이용하는 단체의 경우에 있어서 수요를 예측하기란 매우 어렵기 때문에 계획된 이벤트 행사에 대해 이벤트의 성격, 고드래미 지역의 공간 수용력, 개별 방문객과의 혼잡도, 인원 통제 문제 등을 고려하여 적정한 방문객 유치 목표를 설정하는 것이 바람직 할 것으로 사료된다. 따라서 패키지 상품을 이용한 방문자(숙박: 1박 2일 프로그램)는 관광버스 1대에 탑승할 수 있는 인원인 40명을 1회당 목표 방문수요로 산정하고자 한다.

2) 개별 방문객의 수요 추정

가) 숙박 방문객 수요 추정

고드래미는 현재 숙박시설로 관광농원 1개와 민박을 운영하고 있는 농가가 있다. 대부분 관광농원에서 숙박을 하고 인원이 초과되었을 때 민박을 이용하고 있는 실정이다. 최근 들어 민박을 운영하려는 주민이 늘고는 있으나 화장실, 욕실 등 편의시설의 개조 및 보수가 필요한 실정이다.

관광농원은 가족용 방 5개, 단체용 방 10개가 있어 1일 최대 250명까지 수용이 가능하나 가족용 방 1개당 4명 수용, 단체용 방 1개당 10명을 수용하는 것이 현실적이므로 관광농원은 120명(1일 기준)을 수용할 수 있으며, 민박은 5가구로 1일 20명의 수용이 가능하다.

< 표 4-63 > 관광농원의 수용력

단위: 명

1일 최대 수용력	연간 최대수용력	성수기1)	비수기2)	적정수용력	
				연간	1일
120	43,800	6,000	7,560	13,560	37

- 성수기: 50일, 숙박시설 점유율은 100% 적용
 - 주말(35일): 봄, 여름, 가을
 - 공휴일 및 여름방학 등 휴가(15일)
- 비수기: 잔여일 315일, 숙박시설 점유율은 평균 20% 적용

관광농원의 숙박수용력은 1일 최대 수용력이 120명, 연간 최대수용력은 43,800명으로 추정되며, 관광농원 수용력을 기준으로 현실적으로 가능한 적정 최대수요를 역으로 추정한 결과, 기존의 관광농원시설을 숙박시설로 그대로 활용한다면 연간 13,560명(1일 평균 37명)이 적정하게 숙박시설을 이용할 수 있을 것으로 예상된다.

< 표 4-64 > 민박의 수용력

단위: 명

1일 최대 수용력	연간 최대수용력	성수기1)	비수기2)	적정수용력	
				연간	1일
20	7,300	1,000	1,260	2,260	6

- 성수기: 50일, 숙박시설 점유율은 100% 적용
 - 주말(35일): 봄, 여름, 가을
 - 공휴일 및 여름방학 등 휴가(15일)
- 비수기: 잔여일 315일, 숙박시설 점유율은 평균 20% 적용

민박의 경우 기존 농가의 개·보수를 통하여 활용한다면 연간 최대 7,300명을 수용할 수 있을 것으로 추정되며, 현실적인 여건을 감안했을 때 이용 가능한 인원은 연간 2,260명으로서 1일 평균 6명(약 2가족)으로 추정된다.

<표 4-65> 고드래미 연간 최대수용력 및 적정 숙박 수용력 추정

단위: 명

구 분	최대수용력	성수기	비수기	적정수용력
관광농원	43,800	6,000	7,560	13,560
민박	7,300	1,000	1,260	2,260
계	51,100	7,000	8,820	15,820

숙박 시설의 수용력을 기준으로 하였을 때 고드래미 지역에 방문하여 숙박을 하고 농촌마을 체험을 할 수 있는 최대 인원은 연간 최대 51,100명(1일 최대 140명)으로 추정되며, 연간 적정 숙박 수용력은 15,820명(1일 평균 43명)으로 추정된다.

<표 4-66> 연도별 목표 숙박 방문객수 추이

단위: 명

연도	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
개별 방문객수	15,820	16,611	17,442	18,314	19,229	20,191	21,200	22,260	23,373	24,542

주: 방문객수는 전년대비 매년 5%의 성장 가정

나) 비숙박 방문객 수요 추정

고드래미 마을의 비숙박 방문객은 주로 서울을 중심으로 한 수도권 주변도시민으로 추정되며, 서울에서 고드래미 마을까지 자가용을 이용하여 2시간~3시간 정도 소요되므로 아침에 출발하여 오후에 귀가할 수 있으므로 비숙박 방문객 또한 이용이 가능하다. 상술하였듯이 고드래미 마을의 비숙박 방문객은 숙박 방문객에 비해 다소 적을 것으로 추정되므로 숙박 방문객수의 70%를 목표 비숙박 방문객으로 산정토록 한다(2002년 기준으로 연간 11,074명이며, 1일 평균 약 33명).

<표 4-67> 연도별 목표 비숙박 방문객수 추이

단위: 명

연도	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
개별방문객수	11,074	11,628	12,209	12,820	13,461	14,134	14,840	15,582	16,361	17,179

주: 방문객수는 전년대비 매년 5%의 성장 가정

다) 패키지상품 이용 방문객의 수요 추정

고드래미 마을에서 연중 월별로 다양한 이벤트 상품을 개발하여 운영하고, 여행사 등이 고객을 통하여 고드래미 마을을 방문하게 되는 패키지상품 이용객에 대한 목표 수요를 추정코자 한다.

2002년도 기준, 이벤트상품별 방문자 수는 40명(관광버스 1대 수용가능 인원)을 목표 수요로 산정한다. 따라서 2002년도 이벤트상품 이용 방문자 수는 1,360명(40명×34회)으로 추정된다.

<표 4-68> 패키지 상품 연중 프로그램 횟수

2002년도 기준

월	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	계
회수	3	3	3	2	3	3	3	4	3	2	3	2	34

<표 4-69> 연도별 목표 방문객수 추이

단위: 명

연도	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
방문자수	1,360	1,428	1,499	1,574	1,653	1,736	1,823	1,914	2,009	2,110

주: 방문객수는 전년대비 매년 5%의 성장 가정

라) 고드래미 방문 수요 추정

고드래미를 방문하는 수요는 개별 방문객(숙박, 비숙박)과 패키지상품 방문객으로 구분된다. 2002년도 기준 고드래미 마을을 방문하는 총 방문자 수는 28,254명이며, 1일 평균 방문자수는 77.4명이다.

<표 4-70> 고드래미 방문 수요 추이

단위: 명

연도	수요	개별방문객		패키지상품 이용 방문객	합계
		숙박	비숙박	숙박	
2002		15,820	11,074	1,360	28,254
2003		16,611	11,628	1,428	29,667
2004		17,442	12,209	1,499	31,150
2005		18,314	12,820	1,574	32,708
2006		19,229	13,461	1,653	34,343
2007		20,191	14,134	1,736	36,060
2008		21,200	14,840	1,823	37,863
2009		22,260	15,582	1,914	39,756
2010		23,373	16,361	2,009	41,744
2011		24,542	17,179	2,110	43,831

나. 사업성 분석

1) 분석의 전제

사업타당성 분석에는 여러 가지 방법이 있지만 여기에서는 수입 및 비용항목 등 추산된 자료에 의하여 현금흐름을 추정하고 이를 바탕으로 순현재가치(NPV)와 내부수익율(IRR)을 도출하여 사업타당성을 평가하고자 한다. 사업성 평가를 위한 분석기간으로는 2002년부터 2011년까지 10년간으로 설정한다.

<표 4-71> 사업타당성 분석

구 분	내 용	비 고
분석기간	2002년~2011년(10년)	
소비자 물가상승율	5%	연평균 상승율
할인율	12%	

수입항목은 방문자가 고드래미 마을을 방문하여 지출한 비용(방문자 수입)으로서, 방문자 수입을 방문자수×객단가로 산출하였으며, 방문자수는 수요예측(목표 수요 추정)을 통하여 개별방문자(숙박 및 비숙박)와 패키지상품 이용 방문자(숙박)로 구분하여 추정하였다.

객단가는 방문자 1인이 1일(1회)에 지출한 평균비용으로서 본 연구에서는 개별방문자(숙박 및 비숙박 구분) 객단가와 패키지상품 이용 방문자(숙박)의 객단가를 구분하여 유사사례 및 현실적인 여행소비 구조 등을 통하여 추정하였다. 또한 객단가는 물가상승율을 적용하여 매년 5%씩 상승하는 것으로 산정하였다.

방문자 수입 이외에 지역의 특산물 혹은 농산물을 도지역에 판매함으로써 발생하는 소득이 존재할 수 있으나 그 규모의 파악이 현실적으로 어려우므로 본 연구에서는 제외시킨다. 비용항목은 매출원가 및 인건비, 감가상각비 등 제비용으로서 본 연구에서는 비용항목을 개별적으로 산정하지 않고 일괄적으로 산정하였다. 따라서 유사 사례 등을 적용하여 수입항목의 80%를 비용항목으로 산정하였다.

2) 투자비 산정

가) 투자계획의 기본방향

고드래미 농촌마을 개발은 시설 위주의 대규모 개발을 지양하고 현재의 농촌다움을 최대한 유지하면서 마을의 이미지를 창출할 수 있는 시설을 보강하고, 이와 아울러 이 마을을 방문한 이용자가 많은 불편을 느끼지 않도록 기본 편의시설을 점진적·단계적으로 투자하는 소규모 농촌마을 개발을 추구하고자 한다. 따라서 투자 또한 단계적으로 설정하여 사업을 추진하고자 한다.

사업 추진 단계로는 1단계 2002년~2004년(3년), 2단계 2005년~2007년(3년), 3단계는 2008년~2011년(4년)으로 구분하였다. 사업초기 단계에는 기존 마을시설을 최대한 활용토록 하는데 원칙을 두고, 필요시 개·보수를 통하여 사업투자비를 절감토록 하고 사업비가 많이 소요되는 시설은 사업

성과 등을 고려하여 2단계, 3단계에서 투자토록 한다. 1단계에서는 주로 본 마을의 핵심공간인 문화체험공간 및 전원체험공간을 조성하는데 투자비가 소요되며, 2단계에서는 친수체험공간 및 자연체험공간 그리고 3단계에서는 특화체험공간을 중점적으로 조성토록 한다. 10년에 걸쳐 3단계로 사업 추진계획을 수립하였으나, 기존의 마을 시설은 초기 연도부터 최대한 활용토록 한다.

고드래미 농촌휴양 마을을 조성하기 위해 필요한 주요 시설들은 <표 4-72>에서 보는 바와 같이 마을 이미지 창출 시설, 기반시설, 기타시설 등으로 나누어 살펴볼 수 있다.

<표 4-72> 테마지구별 필요 시설

테마 지구	마을이미지 창출시설	추가요구시설
문화체험공간	<ul style="list-style-type: none"> - 농촌 박물관 - 전통가옥 - 마을입구의 큰나무 및 큰바위 - 마을입구의 장승과 성황당 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 기반시설 - 주차장, 화장실 ○ 기타지원시설 - 농원시설 배치도,
전원체험공간	<ul style="list-style-type: none"> - 진흙길 - 클로버 광장 - 꽃길 (산수유) - 은행나무길 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 기타지원시설 - 산책로, 원두막
친수체험공간	<ul style="list-style-type: none"> - 모래 경기장 및 모래놀이터 - 쉼다리 및 줄배 선착장 - 물놀이장 및 썰매장 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 기반시설 - 접안시설, 안전시설, 화장실 ○ 기타지원시설 - 야영장, 식수대, 수변산책로
자연체험공간	<ul style="list-style-type: none"> - 물 웅덩이 - 금학전망대 	-
특화체험공간	<ul style="list-style-type: none"> - 오리조형물 - 야외식당 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 기반시설 - 화장실, 쓰레기 소각장 ○ 기타지원시설 - 원두막

나) 테마지구별 투자비 산정

<표 4-73> 문화체험 공간 투자비

단위: 만 원

구분	시설명	규모	금액	비고
이미지창출시설	농촌박물관	-	3,000	기존 농가 수리
	전통가옥	-	5,000	기존 농가 수리
	큰나무	1개	200	
	큰바위	1개	200	
	장승	1쌍	200	
	서낭당	-	1,000	
기반시설	주차장	1식	5,000	조성비용(마을진입로포함)
	숙박시설	-	0	기존 농원, 민박 활용
	식당	-	0	기존 시설 이용
	화장실	1식	3,000	신설
지원시설	농원시설배치도	1개	50	
	안내소	-	0	농원에서 역할 수행
소 계			17,800	

<표 4-74> 전원체험 공간 투자비

단위: 만 원

구분	시설명	규모	금액	비고
이미지창출시설	진흙길	-	0	기존 자원 활용
	클로버광장	-	300	기존 자원 활용 및 조성
	산수유꽃길	-	500	조성
	은행나무길	-	2,000	조성
기반시설	화장실	-	0	기존 민박시설 이용
지원시설	산책로	-	0	기존 자원 활용
	원두막	1식	1,000	기존 자원 활용 및 신설
소 계			4,800	

< 표 4-75 > 친수체험 공간 투자비

단위: 만 원

구분	시설명	규모	금액	비 고
이미지창출시설	모래경기장	-	0	기존 자원 활용
	모래놀이터	-	500	기존 자원 활용 및 조성
	شط다리	-	300	기존 자원 활용 및 조성
	줄배선착장	1식	500	신설
	물놀이장	1식	500	기존 자원 활용 및 조성
기반시설	화장실	1식	3,000	신설
	접안시설	-	500	조성
	안전시설	-	500	조성
지원시설	야영장	-	500	기존 자원 활용 및 조성
	식수대	1식	3,000	신설
	수변산책로	-	0	기존 자원 활용
소 계			9,300	

< 표 4-76 > 자연체험 공간 투자비

단위: 만 원

구분	시설명	규모	금액	비 고
이미지창출시설	물웅덩이	-	0	기존 자원 활용
	전망대	1식	10,000	정자 역할 겸용
소 계			10,000	

< 표 4-77 > 특화체험 공간 투자비

단위: 만 원

구분	시설명	규모	금액	비고
이미지창출시설	오리조형물	1식	200	신설
	야외식당	-	2,000	기존 시설 활용 및 신설 (보조금)
기반시설	화장실	1식	3,000	신설
	쓰레기소각장	-	2,000	신설
	식당	-	0	민자 유치
지원시설	원두막	1식	2,000	신설
소 계			9,200	

다) 단계별 투자비 산정

<표 4-78> 단계별 투자비 산정

단위: 만 원

연도 공간	1단계			2단계			3단계				투자비
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	
문화	8,900	5,340	3,560	-	-	-	-	-	-	-	17,800
전원	2,400	1,440	960	-	-	-	-	-	-	-	4,800
친수	-	-	-	4,650	2,790	1,860	-	-	-	-	9,300
자연	-	-	-	5,000	3,000	2,000	-	-	-	-	10,000
특화	-	-	-	-	-	-	4,600	2,760	1,840	-	9,200
투자비	11,300	6,780	4,520	9,650	5,790	3,860	4,600	2,760	1,840	-	51,100

주 1) 문화: 문화체험 공간, 전원: 전원체험 공간, 친수: 친수체험 공간

자연: 자연체험 공간, 특화: 특화체험 공간

주 2) 각 체험공간은 단계별 총투자비를 연도별로 50%, 30%, 20%의 비율로 투자비를 할당.

3) 수익추정

가) 수입

고드래미 농촌휴양 마을의 주요 수익원이 될 수 있는 사업으로는 숙박 시설(관광농원, 민박 등) 제공, 향토음식 등의 먹거리 판매, 특산물·농산물·기념품 등의 판매 등이 수입과 연계된다.

<표 4-79> 고드래미의 수입 사업 대상

구 분	대 상
숙박시설	관광농원, 민박
먹거리	일반음식, 향토음식, 음료 및 주류 등
살거리	특산물, 농산물, 가공식품, 기념품 등

사업성 분석의 전제에서도 언급되었지만 본 연구에서는 개별 대상에 대해 수입을 추정하기란 거의 불가능하므로 객단가의 개념을 적용하여 방문자 수입을 추정한다.

< 표 4-80 > 고드래미 휴양마을 방문자 객단가

단위: 원

구 분		객단가	비 고
개별 방문자	숙박	12,000	숙박+식사1끼+식음료 등
	비숙박	6,000	식사 1끼+ 식음료 등
패키지 상품 방문자	숙박	10,000	숙박+식사1끼+식음료 등

* 패키지 상품 방문자의 경우 단체 이용자이므로 할인 혜택 부여

* 객단가는 물가상승율을 고려하여 매년 5%씩 상승 고려

2002년도 방문자 수입은 269,884,000원(방문자수×객단가)으로 추정된다. 방문자 수입 이외에 농가에서 생산한 농산물(특산물 등)을 도시지역의 잠재 방문자 혹은 기 방문자에게 판매함으로써 발생할 수 있는 수입이 있을 수 있으나, 그 규모의 파악이 어렵고 방문자 수입에 비해 그 수입이 상대적으로 적을 것으로 판단되어 본 연구에서는 수입항목에서 제외시켰다.

나) 비용

비용항목은 매출원가 및 인건비, 감가상각비 등 제비용으로서 본 연구에서는 비용항목을 개별적으로 산정하지 않고 일괄적으로 산정하였다. 따라서 유사 사례 등을 적용하여 방문자 수입의 80%를 비용으로 산정하였다.

그 결과 2002년도 운영비용은 215,907,200원으로 추정 된다. 비용항목에서 운영비용 외에 투자비 개념으로서 마을의 소프트웨어 개발을 위해 연간 1,000만 원씩을 투입하도록 하여 시설투자 외에 마을 사업운영을 위한 비용으로 사용토록 한다.

다) 수익

< 표 4-81 > 연도별 수익추정

단위: 원

연도 \ 항목	운영수입 (방문자수입)	운영비용	운영수익
2002	269,884,000	215,907,200	53,976,800
2003	297,547,110	238,037,688	59,509,422
2004	328,045,689	262,436,551	65,609,138
2005	361,670,372	289,336,297	72,334,074
2006	398,741,585	318,993,268	79,748,317
2007	439,612,597	351,690,078	87,922,519
2008	484,672,889	387,738,311	96,934,578
2009	534,351,860	427,481,488	106,870,372
2010	589,122,925	471,298,340	117,824,585
2011	649,508,025	519,606,420	129,901,605

* 소프트웨어 개발 투자비는 제외

4) 사업성 검토 결과

NPV(순현재가치) 검토결과 할인율이 12%일 때 53,478,402원으로 산출되었는데, 이자율에 상관없이 NPV가 0 이상의 조건을 만족하기 때문에 본 계획안은 사업성이 있는 것으로 판단 된다. 투자 내부수익율(IRR)은 순현금 흐름의 현재가치 합계액을 0으로 하는 이자율로서 이를 상회할 경우 투자가치가 있음을 의미하는데 본 계획안은 20%로서 사회적 할인율 12%로 가정할 때 사업성이 있는 것으로 판단 된다. 결과적으로 NPV(순현재가치) 및 IRR(내부수익율) 기법의 경제적 타당성 분석 결과, 본 계획은 사업성이 있는 것으로 나타난다.

5) 민감도 분석 결과

민감도 분석은 투자안의 NPV에 영향을 미치는 변수중에서 나머지 변수

는 일정하게 두고 어느 한 변수만 변동시켰을 때 투자안의 NPV가 어느 정도 영향을 받는가를 분석하는 기법이다. 본 연구에서는 방문자수에 의해 수입과 비용이 추정되고 이를 통하여 사업성 분석의 결과가 달라지므로, 방문자수의 변동에 따른 민감도 분석을 실시한다.

목표 방문수요가 충족될 때 사업성 분석결과 NPV는 53,478,402원(IRR: 20%)으로 사업성이 매우 높은 것으로 나타났으나, 방문수요가 목표치보다 10% 감소하게 되면 NPV는 8,536,038원(IRR: 13%)으로 수치가 떨어지나 역시 투자의 사업성이 있는 것으로 나타난다. 그러나 방문수요가 목표치보다 20% 감소하게 되면 NPV는 -36,406,326원(IRR: 7%)이 되어 사업에 대한 투자가 적절치 못함을 나타낸다.

6) 재원조달 방안

가) 투자재원 필요량

계획기간(2002년~2011년)내에 필요한 전체투자비 51,100만 원중 1단계에 필요한 총 재원은 22,600만 원이며, 2단계에 필요한 총재원은 19,300만 원, 3단계에 필요한 총 재원은 9,200만 원이 될 것으로 전망된다. 사업초기 연도에는 기존 마을시설을 최대한 활용토록 하고 필요시 개·보수를 통하여 사업투자비를 절감토록 한다. 사업비가 많이 소요되는 시설은 사업성과 등을 고려하여 2단계, 3단계에서 투자토록 함으로써 사업초기 단계에 필요 재원이 집중되는 것을 지양한다.

< 표 4-82 > 연도별 · 단계별 투자재원 필요량

단위: 만 원

구분	1단계			2단계			3단계				필요 재원
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	
연도별	11,300	6,780	4,520	9,650	5,790	3,860	4,600	2,760	1,840	-	51,100
단계별	22,600			19,300			9,200				51,100

나) 재원조달 방안

재원조달은 공공부분과 민간부분으로 나누어 살펴볼 수 있지만 실질적인 대규모 민간재원 조달이 어려운 상황에서 중앙정부 및 지방정부를 통한 공공재원의 조달이 요청된다. 중앙정부에서 조달가능한 재원으로는 농림부의 녹색농촌시범마을조성사업, 농진청의 테마마을, 행자부의 아름마을가꾸기 시범사업 등을 들 수 있다.

또한 휴양림조성, 수목원, 산림박물관 조성 등과 같이 국고 보조가 가능한 시설을 중점적으로 도입할 필요가 있다. 또한, 중앙정부로부터의 공공재원 확보가 이루어지기 위해서는 지역민 뿐만이 아닌 강원도 및 홍천군 등 지방정부 자체적인 재원확보 노력이 더욱 절실히 요구된다.

스폰서쉽 및 파트너쉽을 통한 재원 조달도 고려해 볼 수 있다. 여행사, 이벤트 업체, 관광사업체 등 중간 유통업자들과 고드래미와의 전략적 제휴를 내걸어 재원을 조달할 수 있다.

한편 고드래미 지역주민의 동기부여를 위하여 투자주체로서 공동출자를 통해 고드래미 테마 농원마을 개발의 기초를 다지도록 할 수 있다. 지역주민 공동투자방식은 수입의 역외유출을 막아 지역경제의 발전을 도모할 수 있는 가장 효율적인 방법이다.

고드래미 테마 농원마을 개발에 따른 실질적인 운영수익을 분석한 결과, 2002년 53,976,800원의 운영수익이 발생하고 있으며, 매년 운영수익은 증가하고 있는 것으로 나타난다. 이러한 운영수익의 일정부분을 개발기금으로 적립하여 단계별 투자재원으로 활용함으로써 시설투자로 인한 금융비용을 최소화하고 향후 단계별로 수립된 계획 내용의 이행이 가능할 수 있을 것이다.

한편 고드래미 테마 농원마을 개발에 대한 적극적인 투자마케팅 전략수립이 중요하다. 투자를 위한 마케팅활동은 투자가를 위한 홍보와 관광객을 위한 홍보, 그리고 여행상품개발업자를 위한 홍보 등을 통합적으로 진행시켜야 하는데 가장 중요한 것은 투자가를 위한 홍보전략이다.

7. 관리 · 운영 계획

가. 관리 · 운영 방안

1) 환경오염 방지 계획

고드래미의 관광개발단계에서 자연생태계에 대한 산림, 식물 및 동물의 서식처 · 종 등을 조사하여 그 상태를 분석한 후 장기적인 관리대책을 수립한다. 관광지 환경의 오염은 관광객뿐만이 아닌 지역주민에게도 동일한 피해를 주게 됨으로 지역 주민단체를 중심으로 한 감시단을 운영하여 평소에 지속적인 관리가 이루어지도록 계몽한다.

관광객의 편의 증진 및 계몽을 위해 각종 안내판, 안내방송을 활용하고, 휴지통, 소각장 등의 적소 배치 및 안내판을 통한 홍보체계를 구축한다.

폐기물의 처리를 위하여 쓰레기를 되가져가도록 홍보 및 캠페인을 벌이며, 근본적으로 관광지 및 관광자원 내 반입물건의 양 및 종류를 적극적으로 제한하여 자연정화가 이루어지지 않는 물건에 대해서는 반입을 금지시켜야 한다.

2) 공공위생 관리

공공위생 관리는 관광지 환경이 불결함으로 인한 관광매력 감소가 현대 관광에 있어 두드러지게 나타나고 있으므로 숙박시설, 화장실 및 식품 위생 점검을 철저히 할 수 있도록 담당자들의 교육 및 계몽이 절실히 요구되며 각 숙박시설, 화장실 등 시설 관리 담당자들의 책임 실명제로 관리 점검을 강화한다.

3) 시설이용 관리

숙박시설, 식음시설, 놀이시설, 편의시설 등 고드래미 주요시설의 크기, 위치, 모양, 조명, 색상, 선의 형태, 재료의 질감 등이 어떠한 경우에 이용자들에게 쾌적함을 줄 수 있는가를 관찰하여 방문자의 경험의 질을 높일 수 있도록 구체적인 계획 수립 및 가이드라인을 제시하고 정보의 확대공

급, 가격차등화 등을 통하여 이용자들을 간접적으로 규제함으로써 방문객들의 만족을 상쇄하지 않으면서 특정자원의 이용강도를 적정하게 관리한다.

방문자의 이용패턴에 대한 정보를 제공하거나 해당 관광지 내 뿐만 아닌 주변 관광자원에 대하여 안내·홍보함으로써 한적한 분위기를 추구하는 방문자들의 혼잡을 피할 수 있고, 한두 곳에 집중되는 것을 피할 수 있다. 이용자가 밀집되는 장소와 이용자가 적은 장소, 성수기와 비수기 등에 따라 입장료 또는 사용료를 차등 부과시킴으로써 과잉이용을 관리할 수 있다.

4) 공공안전 관리

공공안전 관리는 시설의 노후화, 관광객의 부주의 등으로 인해 발생할 수 있는 인명사고에 대비한 구급체계로서 소방서, 경찰서 등과 긴밀한 협조체제를 강구한다. 관광객 스스로가 안전에 주의할 수 있도록 고드래미 주변 산악지역 및 수변지역 이용에 대한 안전수칙을 세우고, 지도축진과 홍보활동을 강화하고 숙박시설 및 각종 시설 등의 화재 예방을 위한 관리·감독을 강화한다

5) 안내 및 해설 관리

안내 및 해설관리는 고드래미를 방문하는 관광객이 요구하는 정보를 필요한 곳에서 편리하게 제공받을 수 있도록 관광안내표지판을 정비하고 관광지 표지판은 동일한 형식으로 주요도로에 배치함으로써 개별 방문객이 쉽게 찾을 수 있도록 조치하며 관광안내 해설판의 배치는 이용자가 쉽게 볼 수 있는 장소에 설치하는 것을 원칙으로 하며, 일반적으로 사용되는 석재와 금속재료에서 벗어나 고드래미의 특성에 맞게 환경친화적인 재료를 사용한다.

관광안내 해설판의 내용은 기존의 간략한 해설에서 벗어나 고드래미 내에서 행해지는 각종 프로그램의 상세한 해설 내용 및 4계절의 사진 등 다양한 내용을 포함한다.

< 표 4-83 > 안내 및 해설 관리

구 분		개선 방향
관광안내 표지판	관광지 표지판	주요도로에 설치하여 고드래미의 소재지 방향안내
	안내 해설판	고드래미 내의 해설판 재료 및 디자인을 통일시키고 관광 자원에 대한 이용 및 해설을 자세히 설명

고드래미의 관광정보를 관광객들에게 효율적으로 제공하기 위하여 복잡하고 중복되는 정보를 단순화시키고, 필요한 정보를 구체화시키는 관광안내책자를 제작한다.

< 표 4-84 > 관광안내책자의 제작

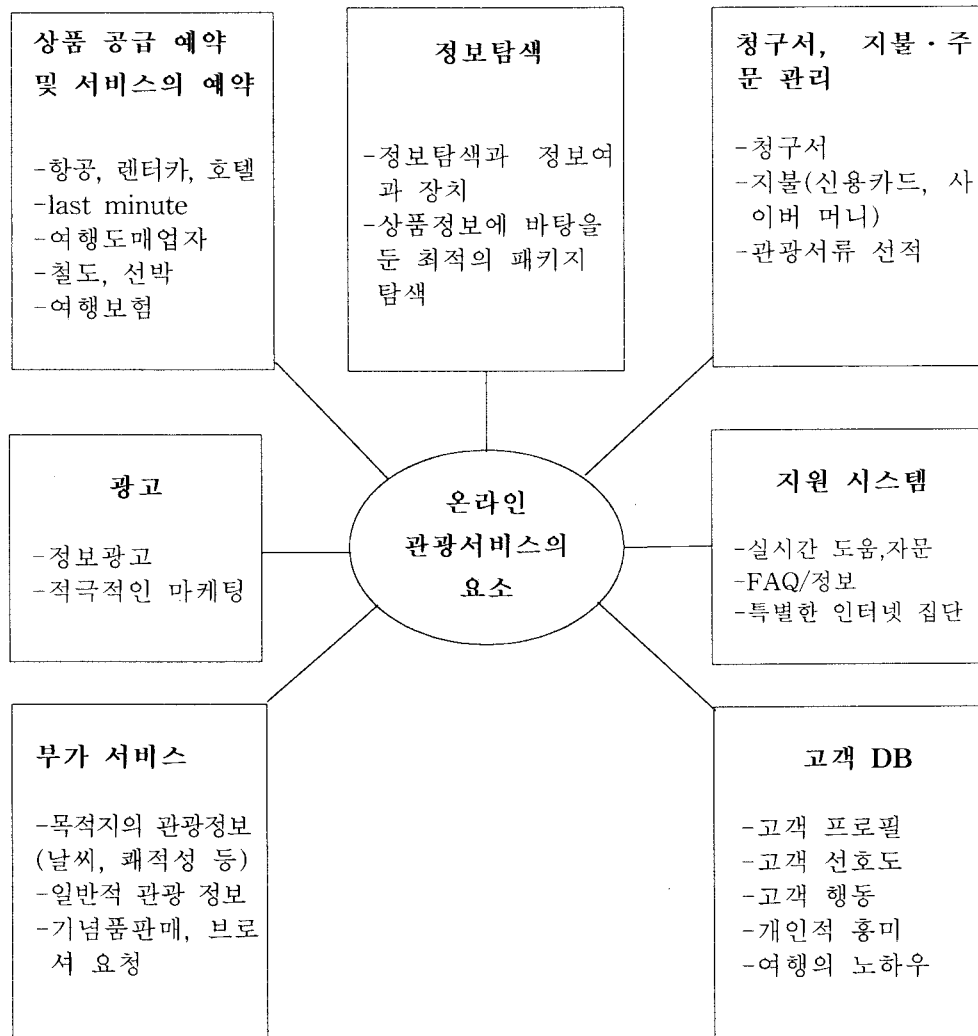
구 분		개발 방향
안 내 홍 보 책 자	고드래미 안내 책자	기존 다른 테마 농원마을과 연계하여 안내책자를 공동으로 제작하여 제작비용의 절감 및 홍보효과의 강화가 가능한 안내 책자 제작
	관광사업체 화보	고드래미와 연계하여 프로그램을 기획한 관광사업체의 지역 관광상품 소개 및 사업체 홍보용 화보 제작
	해설서	다양한 방법으로 고드래미 관광자원의 해설서 제작
지 도	관광안내 지도	소요시간, 전화번호 등의 정확한 정보를 기재한 관광안내지도 제작

관광안내책자는 다른 테마 농원마을과 연계하여 공동으로 제작하되, 고드래미 관광자원 및 관광상품의 상세한 설명과 관련정보를 제공하여 관광객들의 간접체험을 높이거나 관광객이 현지에서 필요한 정보를 제공받을 수 있도록 제작한다.

관광사업체 홍보책자는 고드래미 관련 관광상품을 기획하고 운영하는 관광사업체들의 자사 홍보 및 고드래미 관광상품을 소개하여 관광객들의 상품이용을 쉽게 할 수 있도록 제작한다.

나. 정보관리체계 구축

1) 인터넷 온라인 관광서비스 요소



<그림 4-16> 인터넷 온라인 관광서비스의 요소

자료: Klaus WEIERMAIR(1998), Threats and Opportunities of Information Technologies
OECD-Korea Conference, Ministry of Culture & Tourism Korea, November 1998.

2) 민박마을과 관광농원 가이드 사례

민박마을과 관광농원에 대해서는 농협중앙회(www.nonghyup.com)가 가족단위 관광객들을 위해 전국의 민박마을 및 관광농원을 안내하고 2001년 현재 전국에 산재해 있는 총 1백71곳의 민박마을 및 관광농원을 홈페이지 상에서 홍보 및 안내서비스를 제공함으로써 이용객에게 편의를 제공하고 민박마을 및 관광농원의 홍보 비용을 절감한다.

3) 고드래미 홈페이지 제작

고드래미 테마 농원마을의 홈페이지는 스폰서쉽을 통하여 제작하고, 테마 농원마을 종합홈페이지 및 홍천군, 강원도 홈페이지 등에 링크시킴으로써 홍보효과를 극대화하고 고드래미 홈페이지는 농업기술센터에서 관리하고 홍보, 안내, 예약 서비스를 담당하며 전문성을 요하는 부분에 있어서는 홍천군 전산과에서 협조함으로써 고급 전문인력의 활용을 높이도록 한다.

On-Line과 Off-Line을 동시에 관리할 수 있도록 예약 및 지불서비스를 전산화하여 Off-Line 상에서도 전화 예약시 직접 컴퓨터로 입력하는 방안을 모색하고 카테고리는 프로그램 안내 및 예약, 숙박시설 안내 및 예약, 고드래미 현황, 특산물 직거래코너 등 다양하게 구축하도록 한다.

다. 주요추진사업

1) ‘고드래미 사랑’ 모임 결성

고드래미 후원회 형식의 자생적 모임으로 유도하고 사회 각층의 전문가 및 일반인들을 대상으로 ‘고드래미 사랑’에 대한 홍보를 실시한다. 고드래미의 지속가능한 관광이 가능하도록 적극 지원하며 내부 규정을 마련하여 정기적인 고드래미 답사 및 일정금액의 후원회비를 납부함으로써 회원으로서의 자긍심 고취와 고드래미의 홍보 및 발전방안과 관련한 각종 사업을 실시함으로써 고드래미의 개발, 이용, 관리, 보호 등에 직·간접적으로 동참하여 ‘고드래미 사랑’ 모임이 활성화된 이후에는 사회 각계각층의 인

사들을 명예회원으로 위촉하여 같이 동참할 수 있도록 유도한다.

테마 농원마을을 연계한 회원제 도입은 전국의 테마 농원마을을 연계하고 Cleaning Time제 실시를 통해 자원 관리의 중요성에 대한 지역주민 및 관광객들의 인식저하 및 관리인의 관리 소홀로 인해 자원 및 주변환경이 악화될 수 있으므로 자원의 관리 및 관광사업체의 운영에 있어서 환경관리의 중요성을 일깨워주기 위해 전개한다.

내손으로 버린 쓰레기는 내손으로 치운다는 취지로 모든 관광객이 일몰 직전인 오후 5시부터 20분간 고드래미 일대의 휴지줍기 운동을 실시하고 지역 환경기업의 스폰서십을 통해 친환경적 봉투를 방문객에게 제공하여 오후 5시가 되면 방송을 통해 동시에 휴지줍기 운동 실시와 점진적으로 주변 지역 관광지 및 여타 테마 농원마을로 확대 실시한다.

2) ‘고드래미 환경통장’ 갖기 운동

고드래미의 보전적 가치가 높은 관광자원들을 보전하기 위한 재원 마련이 필요하다. 현실적으로 관리비용 조달의 어려움, 관리인력의 부족 등으로 인해 관광자원가치를 높이기 위해 강원도의 환경단체 및 원주시, 홍천군의 환경단체와 관광자원보호단체, ‘고드래미사랑 모임’ 등을 중심으로 ‘고드래미 환경통장’갖기 운동을 전개하여 매월 일정금액을 환경통장에 입금하도록 함으로써 고드래미의 관광자원 및 관리비용을 조달하고 이에 앞서 ‘고드래미사랑’ 모임회원을 지역주민 중심으로 주민들이 자발적으로 시행한다.

초등학생 및 중학생 등을 대상으로 정기적인 환경캠프를 운영하여 고드래미 방문을 유도한다. 환경캠프 운영은 전문성을 가진 프로그램이므로 고드래미 자체적으로 캠프를 운영하는 것은 어려움이 있어 ‘고드래미 사랑’ 모임의 전문가들을 중심으로 하여 모임에서 행하는 사업으로 운영하며 환경음악회, 환경영화 감상, 환경체험코스개발 등의 다양한 체험 프로그램을 함께 도입하여 기존의 강의 형태의 환경캠프에서 벗어날 수 있도록 하는 방안을 마련한다

고드래미를 비롯한 테마 농원마을의 자원관리, 해설 등은 관광객의 만족

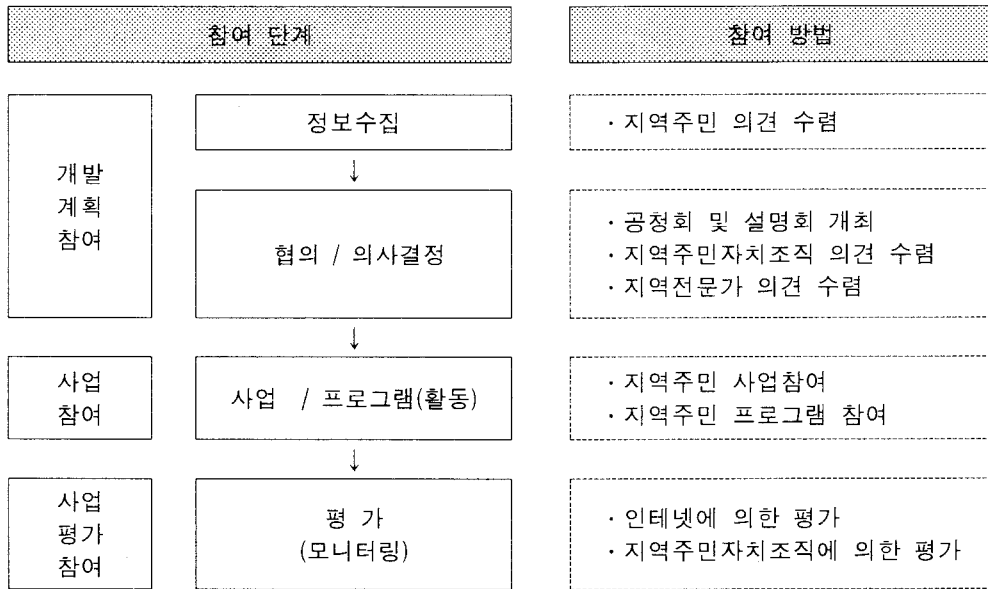
을 위하여 반드시 필요한 부분이나 관리인력의 부족 및 인건비의 부족으로 관광자원의 관리 및 해설 서비스 제공이 제대로 이루어지 않는다. 이러한 인력 부족을 해결하기 위하여 원주시 및 춘천시 일대의 관광관련 학생들을 현장실습 차원에서 고드래미 관리 및 해설인력으로 활용하여 안내·관리 인력을 충원함과 동시에 학생들에게 실습의 기회를 제공하고 자원봉사수칙을 매뉴얼로 제작하고, 외국어 구사, 친절, 문화에 대한 지식, 관리지침 등의 내용을 포함하여 협의회를 중심으로 소양교육을 실시한다.

라. 지역주민 참여방안

1) 지역주민 사업참여 단계

지역주민이 사업의 행정과정에 직접 참여함으로써 홍천군 및 고드래미의 감시 및 통제의 기능을 수행할 뿐만 아니라 정책결정과정에 의견을 제시하여 행정가 및 전문가들의 전문적인 판단에 있어 부족한 점을 보완하는 역할을 하게 한다. 지역주민참여는 주민의 공동체 의식고양, 정책의 환류, 주민상호간의 신뢰감 확보, 주민간의 이해대립 조정, 행정수요의 경감 등의 효과가 있다.

지역주민의 사업참여단계는 대상지에 대한 정보수집 및 협의·의사결정이 이루어지는 개발계획단계와 개발계획을 통해 실질적인 사업이 이루어지는 사업단계, 사업이 진행되는 과정상의 사업평가단계로 나누어진다.



<그림 4-17> 지역주민의 사업참여 단계 및 방법

2) 지역주민의 테마 농원마을 개발계획 참여

가) 지역주민 자치조직을 통한 참여

지역주민에 의해 자발적으로 조직된 주민자치조직은 마을의 운영과 관련된 제반 안전에 대해 체계적으로 의견을 수렴·결정하고, 개인적으로 표출될 수 있는 지역주민의 의견을 하나로 통합한다. 주민자치조직 내에 지역사회를 대표할 수 있는 주민대표조직을 구성하여 계획의 수립과정에서부터 적극적으로 참여하고 지역주민 자치조직에서 수렴된 의견을 홍천군 및 강원도에 전달하고 계획에 반영하도록 하는 창구로 활용한다. 또한, 주민자치조직 내에 지역주민 간의 이해를 조정할 수 있는 기구를 조직하여 모든 지역주민의 동의를 이끌어 낸다.

나) 지역 전문가를 통한 참여

지역 전문가를 통한 참여는 인근지역 관련 연구소 및 대학, 기타 전문가들의 의견 수렴을 통해 대상지의 국지적인 상황 및 지역 특성이 고려된 계

획이 되도록 유도하고 시민단체와의 협력을 통해 지역주민들의 여론을 파악하고 지역주민과 강원도 및 홍천군간의 조정 역할을 담당하게 하며 지역전문가는 개발사업의 추진과정에서 지속적으로 모니터링하고, 컨설팅을 하는 역할이 이루어져야 한다.

3) 지역주민의 사업참여

민박 운영은 고드래미 주민이 가장 쉽게 관광사업에 참여할 수 있는 방법으로 기존의 가옥을 개·보수하여 숙박시설로 활용하고 관광객 지출이 고드래미 지역주민의 소득과 직접적으로 연결되기 때문에 소득에 따른 파급효과가 가장 크며 실질적이다. 따라서, 민박의 활성화를 통하여 고드래미 지역주민의 소득기반을 확충하고 생활환경을 개선한다.

상가분양 또는 임대와 우선권을 통한 상업활동은 장기적으로 대상지 개발에 따라 생활기반이 변화된 지역주민에게 대상지내 상가 분양 또는 임대의 우선권을 부여하여 토산품 및 기념품 판매 등을 할 수 있도록 유도하고 기존 상가의 정리 및 새로운 상가의 건립은 관광객들의 이용 편리성을 제공할 뿐만 아니라 대상지의 이미지를 제고시키며 지역주민의 직접소득에 기여한다.

지역주민 사업추진을 위한 지원창구 마련은 홍천군청 내 주민사업을 지원할 수 있는 창구를 개설하여 능동적이고 효율적으로 사업이 추진되도록 협조하며 상가분양의 우선권 부여에 따른 제도적 지원을 마련하고 고드래미 주민에 대한 원스톱 서비스(one-stop service) 등 각종 행정지원을 활성화한다.

4) 지역주민의 사업평가 참여

인터넷을 통한 평가제 실시는 고드래미 테마 농원마을 홈페이지 상에서 설문조사를 통하여 지역 관광에 대해 고드래미 주민 및 관광객들이 직접 평가 할 수 있도록 하고 고드래미 주민 및 관광객들의 평가 결과는 매달 테마 농원마을 홈페이지를 통하여 볼 수 있도록 하여 향후 고드래미 마을 관리·운영 및 정책 자료로 활용한다.

지역주민자치조직을 통한 평가제 실시는 지역주민 자치조직 중심으로 계획 및 사업과정을 평가한 후 이를 주민대표를 통해 군청 및 관광사업체에 의견을 제시하고 지역주민 평가제에 대해서는 홍천군에서 조례를 정하여 실시하도록 하게 하며 계획 및 사업과정에 대한 평가뿐만 아니라 사업으로 인해 창출된 이익이 지역에 어떤 식으로 환원되고 있는지도 평가한다.

마. 제도·행정 지원

1) 마을 조례 제정

고드래미 지역주민들은 자생적이고 환경친화적인 농촌테마마을을 조성하기 위한 마을 조례를 제정할 필요가 있다. 조례는 지속가능한 마을을 만들기 위하여 기본적인 사항을 정하고 환경 보전 및 개선에 기여하고 마을주민의 복지 향상에 기여하는 것을 기본이념으로 한다.

가) 마을만들기 협의회 구성

고드래미 주민으로 구성하고 지명도 있는 공무원이나 대학교수를 자문위원으로 하며, ‘마을 만들기 구상’을 수립하고 이를 집행하는 기능을 행한다.

나) 마을만들기 구상

‘마을 만들기’구상에서는 마을내 구역, 토지이용, 구조물의 용도·형태·외장에 관한 사항, 공공편익시설 설치에 관한 사항, 기타 필요한 사항 등을 정한다. ‘마을만들기 구상’은 마을만들기 발의→마을만들기 연구회의 결성→마을만들기 협의회 결성→마을만들기 협의회 인정→마을만들기 구상의 제안→구상·실현을 위한 활동·마을만들기의 실현 등으로 진행한다.

다) 개발사업의 심사

마을내의 모든 개발사업은 지역주민에게 적정한 방식을 통하여 충분히 공지되어야 한다. 마을내의 모든 개발사업은 사전환경 검토가 이루어져야

하고, 이의 심의는 ‘마을만들기 협의회’에서 한다. ‘마을만들기 협의회’에서는 자연환경 보존이 요구되는 지역, 역사적 또는 향토적으로 특색 있는 지역, 경관이 수려한 지역들에 대한 개발행위를 제한 또는 조정을 요구할 수 있도록 한다.

2) 행정지원

농업기술센터에 상근하는 공무원에게 고드래미 관리조직과 관을 연결하는 매개조직의 기능을 부여함으로써 민과 관이 합동으로 관리 운영에 적극적으로 참여할 수 있도록 유도한다. 홍천군청 및 남면사무소에 고드래미 관광마을 운영과 관련한 전담 공무원을 배정하여 운영상 정책적인 지원사항 및 상담창구로 활용한다. 농림부 및 홍천군에서 지역주민의 농촌휴양마을에 대한 긍정적인 시각의 고취 및 지원제도를 강화하고 마을 개발과 관련한 각종 행정규제 간소화 및 육성방안을 강구한다.

제5장 그린투어리즘 실용화 방안

(네트워크를 통한 홍보방안)

이 장에서는 그린투어리즘의 실용화 방안을 검토하고자 한다. 그린투어리즘의 실용화 방안은 두 가지로 나누어서 살펴볼 수 있다. 첫째는 정책적인 관점에서의 실용화이다. 즉, 그린투어리즘 시장규모를 확대하여 지속적인 수요를 창출하며, 동시에 그린투어리즘의 공급기반을 확충하고, 수요자와 공급자를 연계하는 지원 체제를 확립하는 것이다. 둘째는 시장적인 관점에서의 실용화이다. 즉, 그린투어리즘이 시장에서 자율적으로 작동되기 위한 환경을 조성하는 것이며, 이의 핵심은 그린투어리즘에 관한 정보가 공급자와 수요자 사이에 원활하게 유통되게 하는 네트워크 체제를 갖추는 것이다.

앞에서도 언급한바와 같이 이 연구에서의 주요 관심은 최근 일고 있는 마을 단위 그린투어리즘과 기존 관광농원의 접목 방안에 있다. 따라서 여기서는 그린투어리즘 전반에 관한 실용화 방안에 대해서는 가급적 간략하게 언급하고, 주로 네트워크 체제 구축을 통한 농촌관광의 실용화 방안을 중심으로 살펴보려고 한다.

제1절 그린투어리즘 실용화를 위한 정책 방향

1. 그린투어리즘의 수요 확보

농촌에서 휴가를 보내는 사회적인 분위기가 정착되지 않은 상태에서는 일정 기간 동안 도시민과의 지속적인 교류활동이 추진될 수 있도록 인위적 환경 조성이 필요하다. 교류를 통하여 양방향성, 반복성, 지속성을 확보함으로써 농촌관광이 일회성이 아닌 지속적인 경제활동으로 발전될 수 있기 때문이다.

현 단계에서 도시민과의 교류는 자연스럽게 발생하기보다는 정책적인 유인조치에 의해서 시작되는 경우가 많다. 따라서 교류의 시점을 정책적으로 제공해주는 노력이 필요한데, 그 하나의 방안으로 도시 주부 등의 농촌 방문을 알선하거나 어린이와 학생들의 농촌체험활동을 장려하는 등의 지원 프로그램을 추진하는 것을 들 수 있다. 예를 들면, 농림부에서 추진하는 농·소·정 협력사업과 같이 도시 주민(주부, 노령자)의 농촌방문 비용 일부를 지원해주는 것도 포함되며, 농협에서 추진하는 팜스테이 사업의 확대 추진도 바람직하다.

앞의 관광농원 경영주에 대한 설문조사에서도 살펴본 바와 같이 농촌관광은 학생들의 교육적 차원에서 이루어지는 경우가 많다. 이러한 점을 활용하여 농촌관광의 수요를 창출하는 정책적인 노력으로서 교육부와 협의하여 유치원생들의 「농촌체험활동촉진사업」을 추진하거나 초·중학교 수업의 일환으로 농어촌 현장체험활동 과목을 편성 또는 방학 숙제로 내주는 것을 추진할 수 있다.

한편 도시민의 수요를 창출하기 위해서는 도시민이 농촌관광에서 무엇을 원하는가를 지속적으로 모니터링할 필요가 있다. 즉, 도시민에 대한 시장 조사를 정례화하여 이를 농촌관광 경영에 활용케 하며 정책 수립의 기초 자료로 활용하는 것이다. 따라서 도시민의 농촌관광에 대한 관심, 농촌관광을 통해서 얻고자 하는 것, 각종 체험활동 경험 및 의향, 농촌에서의 숙박 경험 및 의향, 바람직한 농촌 모습 등을 정기적으로 조사하는 것이 필요하다.

2. 농촌의 환경 정비

농촌관광이 활성화되기 위해서는 우선 그것이 이루어지는 장소가 외지인들이 찾아오고 싶어하는 장소로 가꾸어져야 한다. 이는 농촌지역을 아름답게 그리고 농촌답게 정비하는 것을 의미한다. 농촌관광에서 도시민이 얻고자 하는 것은 조용함, 아늑함, 풍요로운 자연, 농촌지역이 가지고 있는 유·무형 문화자원 즐기기 등이다. 이러한 것들은 도시에서는 경험할 수

없는 농촌지역의 매력을 높이는 자원이다. 이러한 자원을 보존하고 상품화하는 노력이 농촌관광 활성화를 위해서 필수 불가결한 전제조건이다.

그러나 농촌은 단지 농촌관광만을 위한 장소가 아니다. 그 곳에 살고 있는 농촌주민들의 생활의 무대이며, 농업이라는 산업활동이 이루어지는 곳이기도 한 것이다. 따라서 농촌관광을 위한 농촌의 물리적 환경정비는 수요자들이 바라는 바람직한 농촌 모습과 함께 농촌주민들이 생활하면서 연출해내는 실제적인 농촌 모습과의 접점을 찾아 정비하는 것이라는 점이 간과되어서는 안 된다. 즉, 농촌주민들의 생산과 생활의 편리성을 확보하면서 경관과 환경 등을 배려한 농업·농촌 정비가 이루어져야 한다.

특히 농촌관광은 지역의 농업을 기반으로 이루어진다. 농사체험프로그램의 개발, 농산물 판매, 자연체험 등이 모두 지역의 농업에 기초하고 있으며, 농촌관광의 중요 요소를 구성하는 볼거리, 체험거리 그리고 살거리 등 역시 지역의 농업을 통해서 확보되는 것이다. 따라서 지역 농업을 친환경적으로 추진하는 것은 농촌관광 진흥의 토대를 만드는 작업이라고 할 수 있다³⁶⁾.

한편 농촌관광을 위한 농촌정비와 관련하여 강조되고 있는 것이 농촌경관을 체계적으로 가꾸는 것이다. 아름다운 농촌 경관이야말로 농촌이 가지고 있는 가장 훌륭한 자원이며 매력이기 때문이다. 농촌지역의 경관을 가꾸는 노력은 국가, 지방자치단체 그리고 주민들의 공동 노력으로 달성될 수 있다. 특히 지방자치단체 차원에서 지역의 경관을 지키고 보전하기 위한 노력을 다양하게 추진할 수 있다. 가장 대표적인 것이 「자연환경보전법」에서 지방자치단체에 위임하고 있는 “경관형성 및 자연경관보전조례”를 작성하는 것이다. 이 속에서 지방자치단체는 그 지역의 경관형성계획 및 자연경관기본계획을 수립하고 자연경관보전지역을 지정할 수 있다. 그러나 이런 종합적인 조례가 아니어도 다양한 행동들을 추진할 수 있는데, 예를 들어, 주택이나 공공건축물 설치시 경관 배려, 전통 돌담 또는 생울타리에

36) 이와 관련하여 화천의 신대리, 홍천의 명동리, 홍성의 문당리와 같이 환경농업지구로 지정된 마을 중에 농촌관광마을로 성과를 올리고 있는 마을이 많다는 점은 시사하는 바가 크다.

관한 조례 제정, 도로, 하천, 호안 등을 축조시 경관을 고려해야 하는 조례, 경관을 배려한 농업기반정비사업 실시, 경관에 관한 마을 주민과의 경관협약체결 및 지원 등과 같이 다양하다. 특히 주민과 행정과의 경관협약체결은 지역주민들이 자신이 살고 있는 마을의 경관을 어떻게 지키겠다는 구체적인 내용에 대해 관할 지자체와 협정을 체결함으로써 필요한 예산을 지원 받을 수 있거나 외지인의 무분별한 개발로부터 해당 지역을 지킬 수 있는 유효한 수단으로 작동할 수 있을 것이다.

경관을 가꾸는 일은 일상생활과 밀접하게 관련지어 일어나기 때문에 지방자치단체와 주민의 역할이 중요하지만 국가는 이를 조장하고 지원하기 위한 정책을 추진할 필요가 있다. 구체적으로 “농어촌경관정비사업(가칭)” 등을 신설하여 지역단위에서 경관을 유지 조성하는 데 보조금을 지급하거나, 경관을 배려한 “농촌정비사업실시 지침(가칭)” 등을 작성하여 각종 물리적인 정비사업 시행시 경관을 배려한 사업 시행을 유도할 수 있을 것이다. 농촌관광이 활성화되어 있는 선진국에서는 농촌경관을 유지하려는 노력을 다각도로 추진하고 있다.

[참고] 일본의 전원공간정비사업

이 사업은 도시민이 찾아 올 수 있는 전원공간을 조성하여 지역의 활성화를 꾀하는 것을 목적으로 농촌이 가지고 있는 풍부한 자연, 전통, 문화 등의 다원적 기능을 재평가하여 전통적 농업 시설이나 아름다운 농촌 경관 등을 보전, 복원하며, 이것들을 서로 연결하는 산책길 등을 정비하는 것을 내용으로 한다. 이는 기존의 편리성 추구의 농업·농촌정비사업에서 탈피한 것으로 농촌관광을 고려한 농업·농촌 정비사업이라 할 수 있다. 그 사례로 오이타현의 경우에는 10세기에 형성된 논두렁 모습을 그대로 살리면서 생산기반 정리를 하여 그린투어리즘과 농작업의 편의성을 확보하고자 하는 노력을 기울이고 있다.

농촌의 물리적 환경정비와 관련하여 강조해 둘 것은 정비의 주체로서 주민들의 역할 강화이다. 그 방안으로서 지역주민의 자발적인 마을가꾸기 노력이 중요하며 이를 조장하기 위한 다양한 정책적 노력이 필요하다. 마을가꾸기가 농촌관광을 활성화하는데 중요한 이유는 마을가꾸기 운동을

통하여 지역이 아름답게 가꾸어지고 지역주민의 자발적 개발역량이 길러지며 마을을 가꾸는 과정 및 그 결과가 수요자들에게 알려져 그 마을을 찾는 사람들이 증가하기 때문이다. 이처럼 마을가꾸기가 반드시 농촌관광만을 목적으로 하는 것은 아니나, 마을가꾸기를 통하여 농촌관광의 기반정비가 가능하며 농촌관광의 추진 역량이 길러질 수 있다.

앞에서 이미 소개한 마을들의 사례나 뒤에서 소개될 마을들의 사례를 통해서 지역주민들의 자발적인 공동 행동이 농촌관광의 성공에 얼마나 중요한 요인인가를 확인할 수 있다. 지역주민의 자발적인 개발의지와 역량이야말로 농촌을 아름답게 꾸미기 위한 필수 불가결한 요인이다. 따라서 경관을 보존하기 위한 주민과 행정간의 경관협정제도, 지역주민과 행정기관 그리고 외지 전문가와의 파트너십(partnership) 형성 등이 가능하기 위해서는 주민들의 자율적인 개발의지와 역량이 먼저 구축되어야 한다.

[참고] 영국의 ESA에 대하여

이 사업의 목적은 국가적으로 중요한 경관, 야생동식물, 역사적 유산을 가진 농촌지역을 집약적 농업의 폐해로부터 보호하기 위한 것이다. 농가가 농업을 계속하면서도 환경이 보호될 수 있도록 농가와 계약(10년간 5년 후에 재조정)을 통해서 보상금을 제공한다.

사례: PENN DALES 농장의 경우

- 1987년에 시작
- 보상액은 1단계로 목초지 140 파운드/헥터, 이외의 초지 70 파운드/헥터.
2단계로 목초지 200 파운드/헥터
- 계약 내용(채초지, 목초지(Meadow), 방목지(Pasture))
 - 1단계
 - ① 채초지(Grassland)를 지금대로 유지하며, 갈아엎거나, 파종을 하지 않을 것. 초지 관리에 체인 헤로우(Chain Harrow) 혹은 롤러(Roller)를 사용하지 않을 것
 - ② 초원으로 유지할 곳을 계약서의 지도에 표시하고, 계약기간 내는 기존의 방법으로 유지 관리할 것
 - ③ 초원에서 마른풀 또는 사료를 위한 첫 번째의 수확을 하는 7주 전(늦어도 6월 1일 까지)부터는 가축을 들이지 말 것
 - ④ 7월 8일 전에는 마른풀 혹은 사료용 풀의 수확을 하지 말 것. 모든 목초지에는 적어도 5년에 1회, 8월에 그 해 처음으로 풀베기를 행할 것. 또한 계약지도 중에 8월의 목초지 풀베기의 프로그램을 표시할 것
 - ⑤ 농장에서 생산한 비료만을 사용하며, 현재 사용량을 초과하지 말 것. 무엇보다도 1헥타 당 12.5톤을 넘지 않을 것
 - ⑥ 석회 등을 사용하여 토양의 산성화를 교정하지 말 것
 - ⑦ 살균제, 살충제를 사용하지 않을 것. 제초제는 특정의 풀에 한해서만 사용할 것
 - ⑧ 토양배수시설을 새롭게 설치하지 말 것
 - ⑨ 역사적으로 중요한 곳을 파괴하지 말 것

[참고] Countryside Stewardship 사업의 개요

1991년에 시작된 이 사업의 목적은 방치 혹은 과다 방목 상태로 두면 황폐위기에 처할 수 있는 지역의 경관 및 야생동식물의 보전, 레크레이션 기회 제공, 농가경제 지원에 있다.

○ 경관관리의 계약

경관의 형태	관리내용	연간지불액 (파운드/ha)
● 석회암의 초지경관	• 기존 영구초지의 관리	50
	• 영구초지의 재생	210
● 저지대의 히스 (heath)경관	• 기존 히스의 관리	50
	• 저지 히스의 재생	250
	• 기존영구초지의 관리	70
● 수변경관	• 전통적인 수변경관의 재생	225
	• 염수습지(salt marsh)의 관리	20
● 해안경관	• 벼랑녹지대 혹은 사구의 관리	50
	• 반자연식생의 재생	225
		15+50
● 고지대경관	• Enclosed Moorland에서 농민-식생의 성숙 촉진	(최초 5년간)
	• 농업목적으로 개량된 토지에서의 Heather Moor의 재생	50+50 (최초 5년간)
	• 전통적인 목초지 및 건초 목초지 (Hay Meadows)의 재생과 유지관리	50

주민에 의한 마을가꾸기를 조장하기 위한 방법으로 여러 선진국에서와 같이 마을가꾸기 경진대회 등을 개최하는 것도 하나의 방법이다. 이러한 대회를 통해 국민들이 농촌의 좋은 점을 인식하는 계기가 될 것이며 이는 궁극적으로 농촌관광의 시장확대로 이어지기 때문이다. 또한 경진대회의 우수마을이 정부 주도 각종 시범마을로 선정될 수도 있을 것이기 때문이다.

3. 도시·농촌 교류 시설의 정비

농촌관광이 활성화되기 위해서는 지역 단위의 각종 교류시설의 정비가 요구된다. 도시·농촌교류시설은 도시민이 농촌을 방문하여 농촌관광을 하는데 필요한 시설을 말한다. 그러나 이러한 시설은 단지 도시민만을 위한 것이어서는 안 된다. 제1차적으로 농촌에 살고 있는 주민을 위한 것이면서 동시에 도시민과의 교류시설로 활용될 수 있는 것이어야 한다.

지역 단위 도시·농촌교류시설의 종류로는 방문객 센터, 각종 체험시설 등이 있다. 방문객 센터는 농촌을 방문하는 도시민이 가장 먼저 방문하는 시설이다. 그 지역에 관한 정보를 얻거나, 농산물을 구입하거나, 경우에 따라서는 숙박도 가능한 시설이 되어야 한다. 최근 농촌관광을 실시하고 있는 지역에서는 마을회관을 마을회관 겸 방문객 센터로 활용하는 경우가 있다. 각종 체험시설은 농원, 산책로, 자연탐방로, 소공원 등 지역 단위에서 도시민의 체험장소로서 활용될 수 있는 시설을 말한다. 농원과 같이 개인 소유의 것을 공동으로 활용할 수도 있지만 산책로, 소공원 등은 지역 단위 공동으로 조성할 필요가 있다.

한편 외지인을 위한 마을 공동주차장, 공동쉼터, 공동야영장 등과 같이 평시에는 지역시설로 활용되면서 외지인의 방문시 방문객이 사용할 수 있는 시설들이 있다. 이러한 시설들의 공급을 위해서는 중앙정부 차원에서 신규 사업을 추진할 필요가 있다. 예를 들면, 「농촌관광기반정비사업(가칭)」 혹은 「도시·농촌 교류 기반시설정비사업(가칭)」이란 이름으로 일반 마을(지역)을 대상으로 관광 관련 공동시설을 정비하는 것이다. 이러한 사업들의 추진은 주말농원 조성, 폐교 등의 공동숙소로의 재활용, 자연탐방로 설치, 간이 스포츠시설 설치, 전통문화재의 유지 보수, 공동 체험장의 설치 등과 같이 농촌관광을 활성화하기 위하여 마을 단위 혹은 지역 단위로 필요한 공동시설을 정비하는 데 대해 사업비의 일부를 국비 보조하는 방식으로 추진할 수 있다.

제2절 네트워크 형성 방안

1. 사이버상에서의 네트워크 구축

제3장에서 살펴보았듯이 관광농원 경영자의 46.9%가 홈페이지를 운영하고 있으며, 방문객 중 인터넷을 통해 정보를 얻은 경우가 수위를 차지할 정도로 인터넷을 통한 홍보는 농촌관광을 활성화하는데 절대적인 위치를 차지한다. 제4장에서 제시한 테마 농원마을 모형이 활성화되기 위해서도 인터넷을 통한 홍보와 공급자·수요자간 네트워킹 형성이 적극적으로 모색되어야 할 것이다.

가. 현행 인터넷을 통한 네트워킹 현황

현재 농촌관광과 관련을 맺는 거의 모든 기관에서 인터넷 네트워킹 체제를 갖추고 있다고 할 수 있다. 대표적인 것으로 농림부, 농협, 한국관광농원협회, 한국관광공사 등에서 인터넷을 통한 홍보 활동을 수행하고 있다.

농촌관광에 관한 한 농림부의 홈페이지가 가장 잘 정보를 제공해주고 있다고 판단된다. 농림부 홈페이지에서는 농정 이슈로서 그린투어리즘을 소개하고 있는데, 여기에서는 그린투어리즘에 관한 최근의 정책 동향을 비교적 자세하게 설명해 주고 있으며 그린투어리즘이 대두하게 된 배경과 외국의 사례 등도 간략하게 설명되어 있다. 더불어 농림부의 2002년 사업계획이 수록되어 있으며 그린투어리즘에 관한 질문과 그에 대한 답변이 수록되어 있어 그린투어리즘에 관한 이해를 돕고 있다.

한편 농림부 홈페이지에는 “농촌자연환경과 문화자산(www.go2green.net)”, “어린이 농업교실”이란 웹페이지를 별도로 갖추고 있다. “농촌자연환경과 문화자산” 페이지에서는 전국의 관광농원, 팜스테이, 민속마을, 체험농장, 주말농장 등 국내 농촌관광의 자원에 대한 정보가 수록되어 있다. 다만, 정보가 아직 완전하지 않는 것이 단점이다. 예를 들면, 관광농원에 관해서는 전국의 일부 관광농원(68개소)만의 정보가 수록되어 있으며, 수록된 정보

는 소재지, 숙박시설, 부대시설, 주변 관광지, 연락처 등과 같은 것이다. 그런데 이러한 관광농원의 정보는 개별 관광농원에서 자체적으로 만든 홈페이지와는 링크가 되지 않고 있어 효율적 정보 제공 및 홍보에 제약요인으로 작용하고 있다. 즉, 이 사이트에서 제공하는 한정된 정보만을 수요자에게 전달하는 문제점을 가지고 있다. “어린이 농업체험교실”은 곤충체험코너, 관찰일기, 음식속의 농업, 주말농장, 도농교류사업에 관한 정보를 제공하도록 구성되어 있으며, 농촌관광에 대해 어린이들이 이해를 높이는데 기여하고 있다고 판단된다.

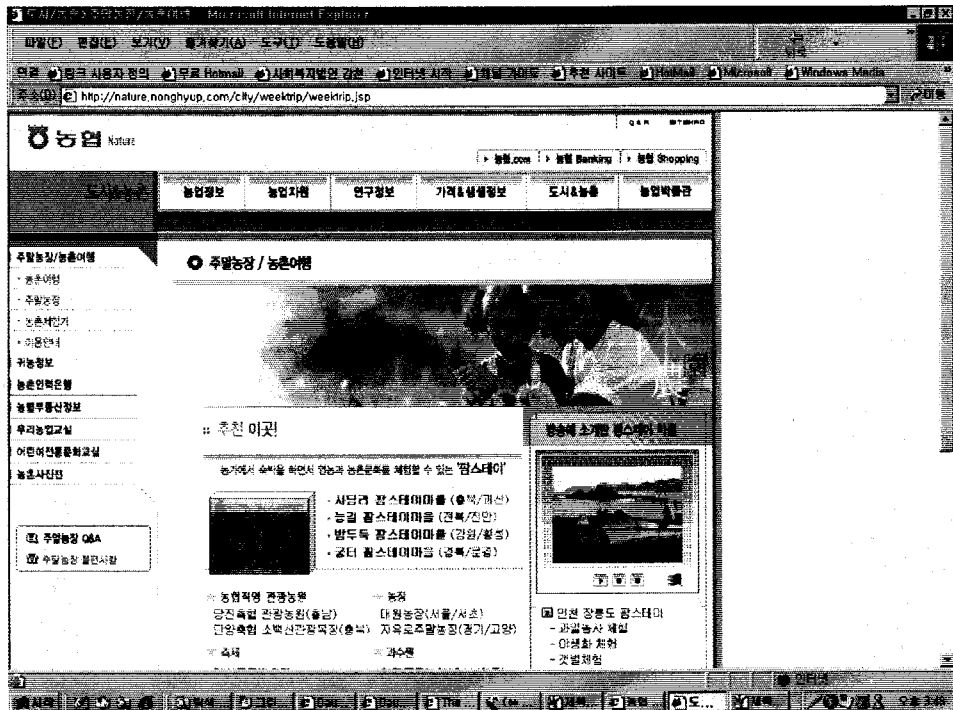
농림부 홈페이지에는 2002년 7월 발족한 농림부 농촌투자유치센터홈페이지(www.riic.co.kr)와 링크되어 있는데, 이 사이트에서도 농촌관광정보를 종합적으로 제공하고 있다. 이 사이트는 크게 농촌투자와 농촌관광으로 나뉘어진다. 농촌관광에는 최근 농림부에서 추진하는 녹색농촌체험시범마을을 비롯하여 관광농원, 자연휴양림, 주말농장, 지역축제 등이 소개되고 있다. 특히 관광농원은 지역별로도 검색이 가능하며 농협의 관련 사이트와도 링크되어 있어 비교적 정보 접근성이 높은 편이다.

< 표 5-1 > 인터넷을 통한 농촌관광 홍보 현황

중앙정부 및 관련기관	주요 사이트	주요 내용	링크된 사이트
농림부 http://www.maf.go.kr	농촌의 관광·문화 자산	· 농촌의 관광·문화 관련정보에는 관광농원·팜스테이 관련정보가 게재되어 있으며 농협중앙회와 링크되어 있음	농협중앙회 http://www.rda.go.kr
	어린이 농업교실	· 어린이 농업교실에는 주말농장, 도농교류사업, 곤충체험코너, 관찰일기, 음식속의 농업코너가 있음	농촌진흥청 http://www.rda.go.kr 산림청 http://www.foa.go.kr
농협 중앙회 http://www.nonghyup.com	농촌관광	· 각 지역별 자연, 문화, 숙박, 지역특산물, 향토음식(요리)수록	
	농촌체험	· 농협중앙회 농촌지원부 지역농업팀에서 도별로 운영되는 민박마을, 관광농원, 팜스테이, 농협 주말농장, 과수원, 목장 수록	
한국관광공사 http://www.knto.or.kr	관광	· 각 유형을 관광지유형별, 문화시설별, 스포츠레저시설별, 숙박별, 쇼핑별, 관광상품별, 교통별로 목록을 분류	서울문화관광홈페이지 http://www.visitseoul.net 와 각 지역별 여행사, 수목원등 관광정보와 관련한 사이트 링크
	농촌관광	· 관광지유형별 분류에서 각도별 관광농원, 체험농가의 경영농가의 상호명과 주소, 위치, 대표자, 개요, 교통안내등 다양한 정보가 수록되어 있음	관광농원별 개인홈페이지 링크
한국관광농원협회 http://www.ktfarm.or.kr	관광농원	· 각 지역별로 현장에서 이루어지는 정확한 경영상태를 위주로 우수 관광농원을 선정하여 소개	우수 관광농원의 개인 홈페이지와 링크

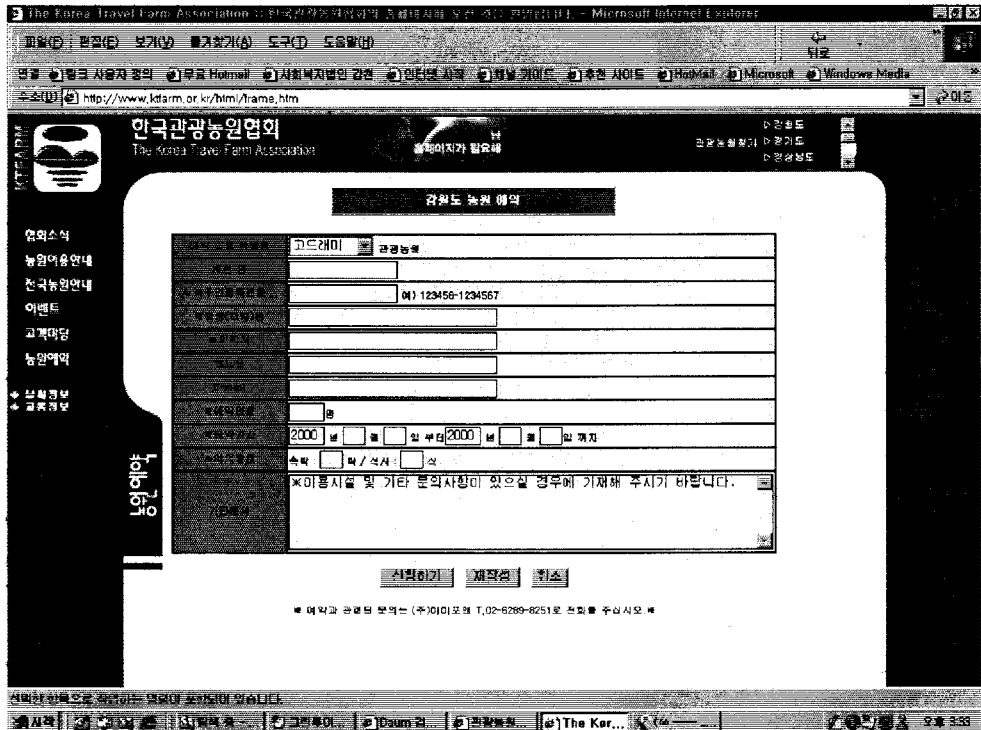
한편 농협중앙회에서 운영하는 사이트(<http://www.nacf.co.kr>)에서도 농촌관광자원이 소개되고 있다. 민박, 관광농원, 팜스테이, 농협주말농장, 농협과수원, 농협목장 등이다. 여기에서 소개되는 관광농원은 전국 관광농원 중 일부로서 관광농원이 위치하는 마을의 특징, 농원의 행사, 먹거리, 특산물, 볼거리, 교통편, 이용안내 등이 하나의 화면에 간략히 소개되어 있는 형식이다³⁷⁾.

37) 농협에서는 인터넷사이트 외에 「내고향 컴퓨터」라는 책자를 통해 농가민박(관광농원, 팜스테이, 일반 민박집 등)을 소개하고 있는데 2002년의 경우 30,000부의 책자를 발행하여 농협주요거래처와 고객에게 배포, 일반인에게 판매하는 등 활발한 홍보활동을 하고 있다.



<그림 5-1> 농협 그린투어 관련 홈페이지

한국관광농원협회에서는 회원들의 자발적인 비용부담 및 정보제공을 바탕으로 1998년에 자체 사이트(<http://www.ktfarm.or.kr>)를 제작하였다. 이 사이트는 관광농원협회안내, 전국관광농원이용안내, 농원예약 등으로 구성되어 있다. 이 사이트는 비교적 일찍부터 개설되어 관광농원을 소개하는데 많은 역할을 하였으나, 사이트에 소개된 관광농원은 우수관광농원 67개로 전국 관광농원의 1/5에도 미치지 못하고 있는 것이 약점이라 할 수 있다. 이 사이트가 다른 사이트와 다른 점은 사이트 내에 예약란을 갖추고 있다는 점이다. 그러나 문제는 실질적으로 이 사이트를 통한 예약 시스템이 작동되지 않는다는 점이다. 가장 큰 이유는 이 사이트와 관광농원 경영주가 개별적으로 운영하는 자체 홈페이지와의 링크 체제가 구축되어 있지 않기 때문이다. 만약 소비자가 한국관광농원협회 홈페이지의 예약 사이트에 예약을 하여두었다 하여도 중간에 누군가가 해당 관광농원에 이를 알려주지 않는 한 해당 관광농원 경영주는 예약 사실조차 모르고 있을 수가 있다.



<그림 5-2> 관광농원협회 예약사이트

한국관광공사의 홈페이지(<http://www.knto.or.kr>)는 국내 관광지 전체를 17개의 장르별(예: 국도립공원/명산, 폭포계곡/약수터, 해수욕장/섬 등)로 소개하고 있는데, 그 중 농촌관광과 직접 관련되는 장르의 하나가 「관광농원/체험농가」라는 사이트이다. 여기에는 전국의 주요 관광농원의 위치, 홈페이지 주소, 농원의 특징, 숙박 및 체험시설, 숙박료, 식사메뉴, 교통안내 등이 간략하게 소개되어 있다. 이 사이트의 가장 큰 장점은 한국관광농원협회의 홈페이지와는 달리 해당 관광농원의 홈페이지로 링크되고 있다는 점이다. 따라서 수요자들은 한국관광공사 사이트에서 검색을 하고 링크된 관광농원 홈페이지로 들어가 자신이 원하는 정보를 간편하게 얻을 수 있다. 이러한 점 때문에 한국관광공사의 홈페이지는 도시 소비자에게 가장 널리 알려져 있어 여행을 계획하고 있는 사람들을 중심으로 이용이 활발하다. 실제 개별 홈페이지를 운영하고 있는 관광농원 경영주의 말에 의하면 한국관광공사의 홈페이지를 통해서 알게 된 방문객들이 많이 방문하고

있다고 한다.

또한 광역지방자치단체에서도 자체 홈페이지를 통해서 관광 관련 정보를 제공하고 있다. 대부분 그 내용은 해당지역의 관광지, 특산물, 이벤트, 먹거리, 놀거리, 숙박시설 등을 소개하는 것이며, 지역 내의 관광농원이나 민박 등도 소개하고 있다.

<표 5-2> 민간단체 및 개인 농촌관광 홍보 현황

기 관	분류	주 요 내 용	링크된 사이트
민박넷 http://www.minbaknet.com	민박	· MT와 민박, 테마와 민박, 펜션검색, 민박리서치센터, 민박등록센터 운영	민박경영개인 홈페이지 다수 링크 http://www.logzip.com http://www.gangbyunterrace.com 외 다수
	농촌 숙박	· 바다와 해변이 있는 민박, 계곡을 끼고 있는 산속의 민박, 강변과 수상레저가 함께 있는 민박, 유원지와 함께하는 놀이형 민박, 나무를 소재로 한 전원형 테마민박으로 분류함 · 펜션의 경우 지역별, 여행지별, 테마별로 분류하여 검색할 수 있도록 함	
개인 홈페이지	생태· 자연 학습	· 그린지오, 투어월드, 파랑새열린학교, Geosesang, 에버교육여행이 운영	http://www.greengeo.com http://www.tourworld.com http://www.geosesang.com 외 다수
	농업· 농사 체험	· 모아에주테인먼트, 친환경마을, 백둔리 자연학교, 월악민속놀이학교, 무봉산청소년수련원, 들꽃을 사랑하는 사람들의 모임	

나. 사이버 네트워크 체계의 개선 방안

이상에서 살펴본 바와 같이 정부기관, 지방자치단체, 민간기관 등 농촌관광을 홍보할 수 있는 웹사이트는 현재 매우 다양하며 링크체제도 비교적 잘 구축되어 있는 편이다. 즉, 온라인 상에서 수요자와 경영자와의 네트워크가 어느 정도 이루어지고 있다고 할 수 있다.

그러나 대부분의 웹사이트가 공통적으로 현황을 소개하는 정도에 그치고 있으며, 아직까지 원-스탑(one-stop)으로 농촌관광에 관한 정보를 얻고

공급자와 직접 정보 교류를 할 수 있는 체제에까지는 이르지 못하고 있다. 대부분 실질적인 방문을 위해서는 오프라인 상에서 다시 경영주와 접촉을 통해 보다 구체적인 정보를 얻거나 확인을 해야 하는 상태이다.

또한 제공되는 정보의 양이 충분치 않은 것도 미비한 점이다. 예를 들어, 관광농원에 관한 정보를 제공한다고 하는 웹사이트에는 많은 관광농원이 누락되어 있으며, 정부에서 지원을 받은 민박마을에 관한 정보도 충분치 못한 편이다. 이러한 문제를 개선하기 위해서는 포털사이트 구축을 비롯하여 아래와 같은 노력 등이 이루어져야 한다.

1) 포털사이트 구축을 통한 네트워킹 강화

가) 기본 방향

관광농원을 포함하여 그린투어리즘에 관한 모든 정보를 종합적으로 제공해 주는 포털사이트를 구축하여 현재 각 관련 기관에서 개별적으로 구축한 사이트와 연결하여 정보를 이용할 수 있도록 하고 부족한 정보에 대해서는 새롭게 보완해 나가도록 한다. 먼저 그린투어리즘 관련 D/B를 구축하고 점진적으로 체험 민박 예약 시스템을 구축할 수 있다. 그리고 인터넷 네트워킹의 기본이 되는 개별 경영체 홈페이지 구축과 관리를 통해 포털사이트에 직접 연결시킬 수 있도록 하는 것이 필요하다.

나) 그린투어리즘 관련 D/B 구축

그린투어리즘과 관련한 정보를 종합적으로 소개하며, 새로운 정보를 별도로 제공하거나, 현재 각 기관에서 개별적으로 소개하는 정보를 링크할 수 있는 체제를 구축한다. 기존 정보의 링크는 지역별 관광자원 소개, 그린투어리즘 관련 경영체 소개, 정부 및 지방 자치단체, 기타 관련기관의 정책 및 사업 소개, 지역별 농특산물 소개 등일 것이며, 새로 작성해야 할 정보는 그린투어 관련법 및 규정 해설, 외국의 그린투어리즘 우수사례 소개, 그린투어리즘 관련 국내외 연구 및 정책 자료 소개, 그린투어리즘 관련자의 교육프로그램 소개와 전문가 소개 등일 것이다.

무엇보다 그린투어리즘 관련 D/B에서 가장 중요한 것은 그린투어리즘 경영체를 소개하는 것이다. 경영공동체는 지역 단위 혹은 개별경영체 단위 모두를 포함하여야 한다. 특히 각 경영체에서 제공하는 그린투어리즘 상품을 주제별, 지역별, 기타 여러가지 조건별로 쉽게 검색할 수 있는 체제를 갖추는 것이 중요하다. 예를 들어, 도시 수요자가 강원도 지역의 관광농원을 방문하여 농촌체험을 하고 싶다면, 먼저 강원도의 관광농원을 검색하고, 교통편을 알아보며, 어떠한 체험프로그램이 가능한지 등을 알고 싶어할 것이다. 또한 숙박시설의 형태나 이용금액에 관한 정보도 미리 알고 싶어할 것이다. 소비자는 이러한 정보를 종합한 뒤에야 비로소 본인이 방문하고자 하는 관광농원을 결정할 수 있을 것이다. 따라서 이러한 정보들이 체계적으로 제공되며 쉽게 검색될 수 있는 체제가 갖추어져야 한다.

지역별 검색의 경우라면 전국의 광역자치단체 → 기초자치단체 순으로 공간적 체계를 설정하고, 이는 전국지도 → 지역지도 등에 해당 경영체를 표시하여 소비자가 해당 장소의 개략적인 위치를 짐작할 수 있도록 하는 방식으로 구축할 수 있다. 또한 체험프로그램의 내용별 검색의 경우는 모심기, 농작물 수확, 농작물 가꾸기, 산채 채취, 낚시, 목장체험, 향토요리 만들기, 전통 특산물 만들기, 전통놀이체험, 생태탐방, 등산, 하이킹, 레프팅 등과 같이 다양한 형태의 검색이 가능할 수 있도록 해야 한다. 또한 이러한 프로그램을 계절별로도 검색할 수 있도록 하여야 한다. 기타 검색 조건으로는 외국인에 대한 서비스가 가능하도록 하는 것이 필요하며, 전문 자격증을 갖춘 사람의 지도가 가능한지 여부도 알 수 있어야 한다.

다) 체험 민박 예약 시스템 구축

그린투어리즘이 하나의 산업으로 자리잡기 위해서는 수요자와 공급자 모두에게 편리한 네트워크 예약 시스템이 구축되어야 할 것이다. 네트워크 예약 시스템이 구축되기 위해서는 다음과 같은 여건이 갖추어져야 한다.

먼저, 서비스 및 시설에 대한 구체적인 정보 제공이 이루어져야 한다. 숙소의 크기, 갖추어진 설비의 종류, 이용 가격, 제공 프로그램, 주변의 연계 가능한 관광지, 식사 등에 관한 정보가 상세하게 제공되어야 한다. 특히 시

설의 여건과 주변의 연계 가능한 관광지 등은 사진 혹은 동영상으로 제공될 수 있도록 한다면 보다 수준 높은 정보로서의 가치를 가진다.

둘째, 제공하는 정보에 대한 신뢰를 줄 수 있어야 한다. 이를 위해서는 각종 시설 및 서비스에 대한 객관적인 평가에 토대를 둔 등급제의 도입이 필요하다. 예를 들어, 호텔의 경우는 무궁화 5개 등급의 호텔과 3개 등급의 호텔이 어느 정도 시설을 갖추고 있는지를 소비자가 예측가능하고 신뢰할 수 있기 때문에 그 등급만으로도 기초 정보 제공이 이루어진다. 따라서 농촌관광도 시장에서 작동하는 산업이 되기 위해서는 소비자가 신뢰할 만한 객관적 등급제가 운영될 필요가 있다. 이와 관련해서는 이미 선진국들에서 운영중인 등급제를 참고할 만하다.

셋째, 경영자가 수요자에게 시설의 이용 상황 등을 실시간으로 제공할 수 있어야 한다. 이를 위해서는 개별 경영체의 시설 이용 현황이 네트워크 상으로 전산처리 되어야 한다.

넷째, 웹사이트상의 보안에 대한 대책이 마련되어야 한다. 특히 예약과 관련하여서는 많은 개인 정보 등을 보안 관리할 수 있어야만 한다. 이를 위해서는 예약 시스템을 통합적이고 전문적으로 관리할 수 있는 별도의 전문적 기구가 필요하고, 이 기구를 통해 결제처리, 개인정보관리, 예약서비스관리, 홈페이지 구축 및 운영을 지원해주는 서비스가 이루어질 수 있다.

그러나 현실적으로 이러한 조건을 충족하기 위해서는 상당한 어려움이 예상된다. 우선 경영자가 그린투어리즘 관련 업무를 네트워크상으로 전산처리할 수 있는 기반과 전문성이 부족하고, 더 나아가서는 시스템을 통합적이고 전문적으로 관리하는 기구의 작동에는 많은 비용이 들기 때문이다.

또한 농촌관광이 지향하는 바가 대면적 관계에서 오는 소박한 정감 등에 있다고 할 수 있는데, 네트워크를 통한 예약 시스템 운영에는 얻는 바도 있지만 잃는 바도 적지 않다고 판단된다. 따라서 네트워크를 통한 예약 시스템은 장기적인 관점에서 추진되어야 할 과제라고 판단된다.

라) 그린투어리즘 경영주체별 홈페이지 구축

종합 포털사이트가 구축이 되어도 방문객에게 특정 장소의 매력을 홍보하여 방문을 유도하는 것은 경영주체별로 작성한 홈페이지의 내용과 기초 정보가 크게 영향을 미친다. 따라서 그린투어리즘 공급의 주체들은 각자의 그린투어리즘 자원을 널리 알릴 수 있는 홈페이지를 인터넷상에 구축하여 방문자와의 네트워킹을 스스로 강화하는 노력을 경주할 필요가 있다.

홈페이지의 내용은 프로그램 안내 및 예약, 숙박시설 안내 및 예약, 마을 현황, 특산물 직거래코너 등을 포함하여야 한다. 홈페이지의 구축은 전문성을 요하기 때문에 전문가에 의뢰하거나 공공기관에서 작성해주는 것이 바람직하다고 본다. 따라서 여기에 소요되는 경비의 일부를 정부에서 지원해주는 것도 농촌관광 활성화를 위해서는 바람직하다고 판단된다.

홈페이지는 구축하는 것도 중요한 일이지만 충실하게 관리하여 실시간 정보가 제공될 수 있어야 한다. 다시 말하면 살아있는 홈페이지 되어야 한다는 것이다. 개별 경영체의 홈페이지는 경영주가 약간의 실무 기술을 익히면 충분히 관리가 가능하다. 그러나 마을 단위로 그린투어리즘을 추진하는 경우 주민들이 직접 관리·운영을 담당하는 것은 쉽지만은 않다. 따라서 다음과 같은 대안을 생각해 볼 수 있다. 홈페이지 관리에 있어 기술적인 부분은 테마관광마을이 있는 해당 시·군 또는 농업기술센터의 웹마스터가 담당토록 하며, 홈페이지상의 게시판과 같이 내용을 수시로 입력해야 할 부분은 마을 주민 중 인터넷 활용이 가능한 사람이 담당토록 교육하는 것이다.

마을 단위 그린투어리즘의 홈페이지 운영 사례로서는 화천군 간동면 용호리, 화천군 상서면 신대리, 양양군 서면 송천리 등의 경우를 들 수 있다. 특히 용호리 초록마을 홈페이지는 초록마을, 초록농장, 초록휴가, 초록모임, 초록글 등의 카테고리로 구분되어 있으며, 각 카테고리별 세부적인 정보를 제공함으로써 방문객들에게 실질적인 정보 제공이 이루어지고 있다. 물론 온라인상에서의 특산품 구매는 바로 이루어지고 있지 않으나, 홈페이

지를 통해 제공된 특산품 정보를 살펴보고 소비자들이 전화 등을 통해 주문하는 방식이 활용되고 있어 특산품 홍보의 기능도 큰 편이다.



<그림 5-3> 화천군 용호리 초록마을 홈페이지

2. 오프라인에서의 네트워크 구축

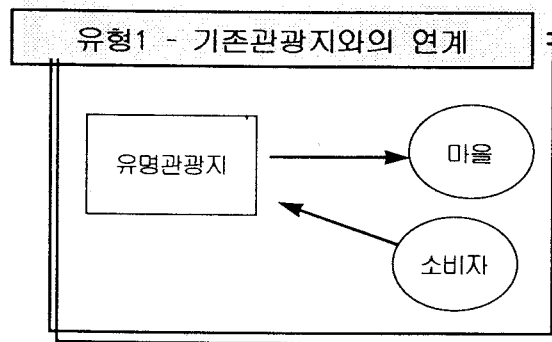
가. 오프라인 상의 네트워킹 유형³⁸⁾(마을 단위를 중심으로)

앞서 제3장에서 살펴본 마을 단위 그린투어리즘 경영 사례들의 경우를

38) 네트워킹이라는 용어는 생태학이나 정보학에서 쓰이는 용어라고 한다. 그러나 생명, 정보 등을 강조하는 시대적 분위기 속에서 농촌개발, 농촌 그린투어리즘에 관련하여 이러한 네트워킹이라는 용어를 사용하는 것은 용어의 엄밀성을 떠나 나름의 의미가 있는 일이라 생각한다.

떠올리면, 현재 우리나라 그린투어리즘의 네트워킹에는 이미 상당히 다양한 유형이 존재한다³⁹⁾. 특히 마을 단위에서 그린투어리즘을 추진함에 있어서 가질 수 있는 한계를⁴⁰⁾ 효과적으로 극복하는 수단으로서 네트워킹이 효과적으로 활용되기도 한다.

우선, 가장 일반적이고 초보적인 형태의 네트워킹을 상정할 수 있다. 대개의 농촌 마을에서 주말농장, 민박, 음식점 등을 운영하는 경우 소비자들이 관광지에 들렀다가 우연히 인근에 위치하여 있는 해당 마을에도 들르게 되는 것과 같은 의도하지 않은 초보적 수준의 네트워킹이다. 이 경우 거점이 되는 관광지에는 관광농원도 포함될 수 있다. 즉, 유명 관광지나 관광농원이 농촌지역의 그린투어리즘 활성화라는 측면에서 일정한 촉매 역할을 수행하는 경우이다.



<그림 5-4> 소비자 · 관광지 · 마을간 네트워킹

39) 네트워킹은 흩어져 있는 것을 체계화하고 연계하는 것이기 때문에 마을보다는 광역화된 의미를 담기가 쉽다. 가령 유럽이나 일본 등에서 시도하고 있는 청주시(2002)의 에코뮤지엄적 접근이나 정철모(2002)가 제안하는 녹색농원네트워크 등이 그 좋은 예이다. 특히 녹색농원네트워크는 기존의 시민농원, 주말농원, 팜스테이 등을 네트워킹을 통해 확대 발전시킨 개념으로서, 1~2개의 관광농원이나 농가 또는 주말농장에만 국한되는 형태를 벗어나 면 단위나 면 단위 규모 이상의 광역적 참여 방식을 제안하는 것이다. 따라서 그 주체 역시 개별 농가, 생산자단체, 농업기술센터, 농협, 자치단체 등으로 다양하며, 이는 한 개인이나 소수만의 그린투어리즘이 갖는 한계를 발전적으로 극복하기 위한 하나의 대안으로서 제시되고 있다.

40) 우리나라 농촌 마을 단위가 가지는 공간적 협소함의 한계, 마을 단위에 한정되는 농산물 수량 제한의 한계, 마을 단위에 한정되는 관광거점시설의 한계 등을 들 수 있다.

1) 용호리-신대리-해산관광농원의 네트워킹 시도 이유⁴¹⁾

강원도 새농어촌건설운동에서 2000년도 화천군 대상마을로 선정된 간동면 용호리의 마을개발 프로그램을 진행하였던 (주)이장에서는 용호리와 이웃한 마을인 상서면의 신대리, 역시 같은 화천군내 해산관광농원을 네트워킹하는 문제를 제안한 적이 있다.

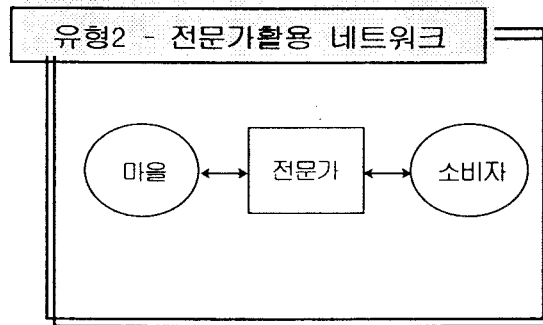
네트워킹 제안의 이유는 우리나라 자연부락이 가지는 규모의 문제였다. 우선, 용호리 마을 홈페이지를 개설한 후 꿀, 건고추 등의 마을 특산물을 대상으로 전화주문을 받아 팔아보았는데 국내에서 최초로 만든 마을 홈페이지라고 하는 점이 언론을 통해 소비자에게 소개되면서 홈페이지 방문자수가 보도 당일 4,000명을 넘어서면서 특산품 주문도 쇄도하여 결국 일주일만에 모든 상품이 동이 나고 말았다. 또한 택배가 가능한 특산물 이외의 일반 농산물은 마을에서 생산하는 생산량이 많지 않아 지속적으로 유통할 수 없는 한계도 드러났다. 또 다른 문제는 용호리 주변의 관광지라고 할 수 있는 파로호와 용화산을 이용하는 관광객을 마을에 유치하는데 있어 하나의 마을만으로 상품을 만드는 한계이다. 나름대로 가능한 여러 가지 패키지 관광상품을 준비하여 홈페이지 상에서 소개하기는 하였지만, 마을 내에서 제공될 수 있는 패키지 상품이란 것이 단조로와 소비자들은 외면하였고 단체 관광의 경우도 너무 한정된 지역에 관광자원이 몰려있어 지루해하기 쉽다는 것이 관광전문가들의 견해였다.

이러한 상황에서 화천군내의 상서면 신대리라고 하는 마을이 2001년도 새농어촌건설운동 참여를 추진하고 있는 터에 (주)이장에 마을개발 프로그램 진행을 의뢰하게 되었다. 신대리는 용호리와는 달리 관광자원은 빈약하지만 경작지 조건이 유기농업에 적합하고 이미 쌀농사의 경우 오리농법으로 전환하여 그 면적이 확대되고 있는 중이었다. 따라서 용호리와 유사한 방식으로 마을개발 프로그램을 진행하면서 서로 상이한 자원을 가진 두 개 마을을 상호보완적인 관계를 가지게 하면서 개발하자는 아이디어를

41) 이 시도는 그 성과를 평가하기는 어렵지만 왜 농촌 그린투어리즘에서 공급 단위간의 네트워킹이 필요한지를 보여준다.

갖게 되었다. 또한 두 개 마을과 함께 빈약한 관광자원과 숙박시설을 보완할 수 있는 추가적 방법으로 인근의 상업시설을 같이 묶어 보다 다양한 관광상품을 개발하고자 두 개 마을과 40km 정도 떨어진 해산관광농원을 이용하기로 하였다.

두 번째 유형으로 상정할 수 있는 것은 전문가를 활용한 네트워킹이다. 즉, 그린투어리즘을 추진코자 하는 마을을 객관적으로 분석함으로써 적합한 상품을 만들고 마을을 마케팅하고, 소비자의 취향을 파악하여 고객을 도와주는 중간자로서의 역할을 전문가(집단)가 수행하여 마을과 소비자를 네트워킹하는 것이다. 이 때 중간자에는 화천군 용호리와 신대리의 경험에 서처럼 (주)이장과 같은 민간 전문가집단, 이벤트 기획을 담당하는 그린지오와 같은 여행사 등을 비롯하여 팜스테이 사업에서의 농협의 역할 등이 포함될 수 있다.



<그림 5-5> 소비자·중간자·마을간 네트워킹

2) 화천군 상서면 신대리의 경험

(주)이장이 신대리를 객관적으로 살펴보아 첫 번째 사업으로 추진한 것은 오리입식행사였다. 오리입식행사는 마을 주민 전체가 참여하는 행사이고 도시민들을 대상으로 하는 행사이기 때문에 이 사업만으로 당장 소득이 발생되지는 않지만 마을 주민의 경험을 쌓는데 도움이 되고, 행사에 참여한 도시민을 대상으로 마을을 마케팅할 수 있고 지속적인 쌀 구매자로 만들 수 있다는 판단에서이다.

그러나 실질적 행사 추진과 진행은 생태관광 전문 여행사인 그린지오에 의해 주도되었다. 행사의 결과는 대단히 성공적이어서 화천군에서 해마다 여는 비목축제보다 성황리에 끝나게 됨으로써 마을 주민들은 자신감을 가지게 되었다. 또한 이를 통해 많은 도시민 회원가족이 생겨나 마을을 후원하게 되었는데, 별 다른 관광자원도 없는 이 마을에 2001년 11월말 현재 1,800여명의 도시민들이 다녀갔고 오리농업 쌀 구매자가 되어 마을에서 생산되는 모든 오리쌀을 유통경로를 거치지 않은 직거래로 팔 수 있게 되었다.

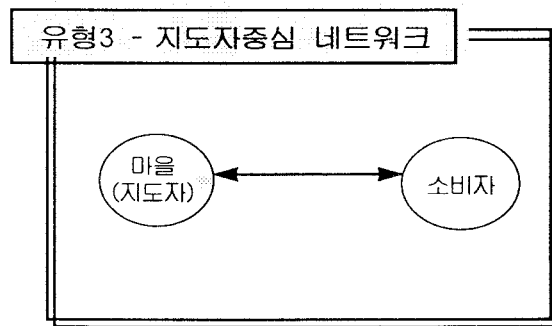
다음 사업으로 추진한 것은 폐교를 인수하여 마을 특성에 적합하게 도시민 대상 환경농업학교로 전환하는 것이다. 학교를 마을에서 인수하기 위해 일정 실적이 필요했기 때문에 2001년 여름에는 마을에서 한국 퍼머컬처 디자인 코스를 운영하였다. 호주에서 강사가 직접 방문하였으며 화천관내 농민뿐만 아니라 대학원생, 귀농인들이 참여하여 실로 2주 동안 마을이 북적거렸다. 물론 이 행사의 성과 덕분에 군청에서 마을을 환경농업학교로 전환하기 위해 예산을 신청했으며 화천군 농협도 이에 동참하게 되었다.

2002년 현재 신대리에서는 (주)이장도 아니고 그린지오도 아닌 마을 주민이 주체가 되어 도시민을 대상으로 환경농업학교를 운영하는 일, 오리농쌀을 판매하는 일, 다양한 체험 프로그램을 진행하는 일들을 직접 진행하고 있다. 이제 마을 주민과 마을의 회원이 된 도시민간의 신뢰를 바탕으로 한 공고한 네트워크가 형성된 것이다.

사실 주민 스스로 마을 일을 추진해야 한다고는 하지만 농사 이외에 아무런 경험도 없는 주민들의 역량에는 한계가 있기 마련이다. 그래서 주민들이 일정 경험을 토대로 자율적 개발역량을 발휘하기 전 단계까지는 (주)이장과 같은 역할을 하는 중간자의 역할이 요구된다⁴²⁾.

42) ... 전문가들이 마을주민들이 제대로 하지 못하는 역할을 보완해 주어야 한다. 그룹이 합리적인 아이디어를 창출하고 결정을 할 수 있는 방안을 제시한 영국의 에드워드 디보노(Edward de Bono)의 여섯 가지 모자이론에 따르면 그룹 내에 서로 다른 성향을 가진 여섯 개의 개인이나 소그룹이 필요한데 이는 낙관주의자(노란모자), 비판주의자(검정모자), 중립주의자(하얀모자), 감성주의자(빨간모자), 아이디어 창출자(녹색모자), 중재자(파란모자)가 필요하다는 것이고 만약 조직내에 이러한 모자를 쓴 사람이 없다면 이를 만들어야 한다고 하였다. 대개 마을 안에는 검정모자, 하얀모자,

세 번째 유형은 마을 내의 선도적인 지도자가 마을 밖의 소비자와 직접 네트워킹을 하는 경우이다. 가령, 홍성군 홍동면 문당리의 주형로씨나 서천군 마서면 합전리의 정의국·최애순씨와 같은 경우는 개인적 노력과 역량을 바탕으로 마을을 외부에 알리고 마을의 농산물을 판매하고 사람들을 마을로 찾아오게 하는 데 결정적 역할을 한 바 있다. 이 경우에는 마을 지도자의 사회적 인지도가 유효한 네트워킹 수단으로 활용되는 특징을 보인다.



<그림 5-6> 마을·지도자·소비자간 네트워킹

3) 홍성군 홍동면 문당리의 경험

문당리는 1994년 선도적인 마을 지도자 주형로씨가 오리농법 벼농사를 시작하면서, 면적의 확대와 참여농가의 확대가 이루어져 왔으며 나아가 도농교류를 추진하는 농촌마을의 모범으로서 자리를 잡게 되었다⁴³⁾. 이처럼 오리농법이 확대되고 도농교류가 확고히 자리잡는 데는 일단 이것을 하면 소득이 증가하고, 환경이 개선된다는 믿음을 보여 주고자 노력했던 지도자의 역할이 절대적이었다. 즉, 정부의 재정적 지원을 유치해야 했으며, 도시 소비자들과의 농산물 유통기반을 구축해야 했고, 마을 내에 도시민 방문객들을 위한 도농교류 시설 및 프로그램을 설치, 운영해야 했다. 이러한 일들

빨간모자가 많이 존재한다. 그래서 전문가 집단은 처음에는 마을안에 없는 모자를 쓰고 그 역할을 해야 하고 시간이 지남에 따라 그 모자를 마을주민에게 넘겨주어야 한다(임경수, 2001).

43) 2002년 현재는 문당리는 물론 홍동면 전체 벼 재배면적의 1/3이 오리농법으로 벼농사를 하고 있다.

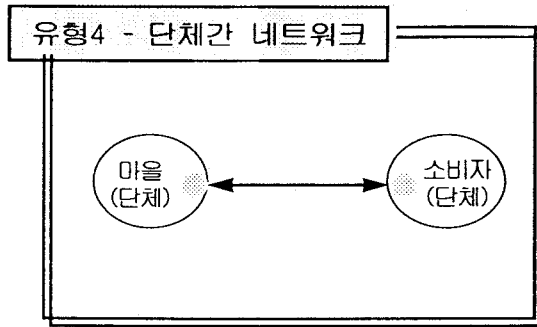
을 추진한 것은 마을 주민 모두라고 할 수 있지만, 주민의 동기를 이끌어 내고 정부, 소비자단체, 도시민 방문객과 마을 주민이 연결되도록 가교의 역할을 한 것은 바로 마을 내부의 선도적 지도자였다.

4) 서천군 마서면 합전리의 경험

합전리의 정의국, 최애순 부부는 소비자가 찾아오는 농업을 모색해야 한다는 취지아래 선천으로부터 물려받은 농장의 변신을 시도하고, 마을 주민을 설득하여 도시민이 원하는 농촌자원을 발굴하고 가꾸며, 홈페이지 운영 및 동백축제 개최를 통해 마을을 마케팅해 왔다.

마을을 찾아오는 도시민들에게는 마을의 자원과 마을 인근의 자원을 함께 활용하여 다양한 체험 프로그램을 제공하였으며, 마을 주민의 나이와 능력에 적합하게 두부 만드는 아주머니집, 새끼 꼬는 할아버지집과 같은 테마 있는 농가에서의 숙박도 조정해 주는 역할을 하였다. 마을 주민은 마을 내 선도 농가의 조력으로 찾아오는 도시민에게 숙박을 제공하고 농산물을 판매하며 체험 프로그램을 안내하는 등과 같은 활동에 익숙해져 가고 있다.

끝으로 네 번째 유형으로 상정해 볼 수 있는 것은 농촌의 생산자단체와 도시의 소비자단체가 자매결연 등을 맺거나 회원제를 운영함으로써 결과적으로 농촌 마을 단위의 그린투어리즘 활성화까지 연결되는 경우이다. 이 경우는 확실한 대표 농산물이 있는 경우에 가능하며, 친환경농산물일 경우 효과가 더욱 크고 지속적이다. 위에서 예로 든 문당리의 경험은 이러한 유형의 특징도 내포하고 있는데, 마을 내의 환경농업마을영농조합법인을 비롯 풀무 생활협동조합, 전농회와 같은 생산자단체가 한 축에 있고 도시 편에서는 민우회, 녹색연합과 같은 소비자단체와 환경단체가 또 다른 한 축이 되어 네트워크가 이루어졌다.



<그림 5-7> 마을생산자단체 · 도시소비자단체간 네트워크

나. 오프라인 네트워킹 강화 방안

마을 단위의 여러 사례들 중에서도 네트워킹의 필요, 네트워킹의 유형 등에 대하여 의미를 가지는 경우를 살펴보았다. 공통적으로 우리나라 농촌 마을 단위에서 자생적으로 그린투어리즘을 추진하는 데에는 많은 한계가 있고 따라서 외부와의 네트워킹이 중요하다는 것을 잘 보여 준다.

그런데 우선, 공급 단위와 소비자의 지속적 네트워킹을 위해서는 공급 단위간의 네트워킹이 토대가 되어야 한다. 아직 공급 단위의 조건이 성숙하지 않은 단계에서 선불리 소비자와의 네트워킹을 시도하는 것이 어찌면 위험부담이 높을 수도 있기 때문이다. 즉, 용호리의 경험에서 보듯이 어떤 마을이 어떤 행사 등을 계기로 소비자에게 알려지고 호황을 누리게 되는 상황은 사실상 많은 경우 일시적이기 쉬운데, 소비자의 재방문이나 지속적 교류를 유도해낼 만큼 다양한 장소, 다양한 상품, 다양한 프로그램을 계속적으로 제공하기 어려울 확률이 높기 때문이다. 따라서 특정 마을만으로는 부족하기 쉬운 다양성을 공급 단위간의 네트워킹을 통해 해소할 수 있다고 판단된다. 특히 기존 관광농원과 마을과의 네트워킹은 상호간의 단점을 상쇄할 수 있다는 점에서 매력적이고 큰 효과를 기대할 수 있다. 물론 서로 네트워킹하는데는 일관된 테마를 가지고 추진하는 것이 효과적이다.

둘째, 공급 단위의 역량 확대를 위한 교육과 훈련이 필요하다. 그러나 교실에 앉아 강의를 듣는다거나, 몇 군데 관련 현장을 방문하는 수준에 머무

는 경우가 대부분인 교육이나 훈련만으로는 공급 단위의 역량 확대에 실질적 도움이 되기는 어렵다. 그보다는 공급 단위의 수준과 관심에 따라 다양하고 유연한 공급자간 조직화를 조장함으로써 해당 조직 스스로의 필요에 부응하는 상담, 교육, 규율과 통제를 선택할 수 있도록 정책을 형성해 가는 것이 효과적이다. 이를 그린투어리즘 네트워크라고 칭할 수도 있는데, 그린투어리즘 네트워크는 실무자간의 효과적인 시설 건축 및 프로그램 창출 등에 대한 정보 수집이나 소비자 요구에 대한 귀중한 의견교환이 이루어지는 장으로서 큰 역할을 할 것이다. 그린투어리즘 네트워크는 작게는 읍·면 단위부터 시·군 단위에서 형성될 수도 있지만, 장기적으로는 전국적 조직망을 구축함으로써 보다 광범위한 역량을 갖출 수 있다.

셋째, 소비자와의 지속적 네트워크를 구축하기 위해서는 재방문자를 확보하는 것이 중요하다. 이는 우리나라 농촌 마을 단위나 관광농원 등에서 기업과 같은 수준의 막대한 마케팅 비용을 들여가며 늘 새로운 시장을 확보하기 어렵기 때문이기도 하거니와 그린투어리즘의 특성은 도시민과의 교류를 통한 농촌의 생태, 환경의 보전 및 문화적 이해 등을 또 다른 목적으로 삼고 있기 때문이기도 하다. 따라서 도시민과의 자매결연, 준주민제, 회원제 등과 같은 도농간 인연맺기 프로그램을 활성화하는 것이 중요하다.

끝으로, 공급 단위와 소비자를 연계할 수 있는 다양한 민간 조직을 양성, 지원하는 일이다. 아직 그린투어리즘 시장이 조성되지 않은 초기 단계에서는 적어도 전문가집단에 의한 네트워킹이 가장 빠르고 효과적이라는 결과를 보인다. 그 이유는 농촌 주민 대부분은 서비스, 경영, 마케팅, 시설 및 프로그램 창출 등을 위한 핵심 역량이 부족하므로 그들 독자적으로 사업을 추진하기보다는 다양한 분야의 외부 전문가로부터 도움을 받을 때 시행착오를 줄일 수 있기 때문이다. 따라서 농촌 주민을 그린투어리즘 시장에 진입할 수 있도록 도와줄 자문단이나 컨설턴트그룹을 구성하는 것이 요구되는데, 특정 전문가들의 자발성이나 희생을 요구하기보다는 혹은 용역업자로서의 위상으로 국한시키기보다는 어느 정도 기간에 공급 단위와 전문가가 네트워크를 형성할 수 있도록 정책적으로 조장할 필요가 있다.

제6장 요약 및 정책 제언

제1절 요약

1. 연구 배경 및 목적

이 연구의 목적은 새롭게 등장한 그린투어리즘(농촌관광)이란 개념속에서 기존의 관광농원을 활성화하는 수단으로 테마형 관광농원마을 모형을 정립하고 이를 실용화하는 방안을 제시하고자 하는 것이다. 구체적으로는 그린투어리즘의 개념, 특성, 동향 등을 살펴보면서 그것과 관광농원과의 관계를 설정하였다. 이어서 기존에 조성된 관광농원을 새로 등장한 그린투어리즘의 정책 방향에 맞게 활성화하는 방안으로 테마형 관광농원마을 모형을 제시하였다. 끝으로 테마형 관광농원마을을 포함한 그린투어리즘의 실용화 방안으로 몇 가지의 정책과제와 시장에서 작동 가능한 네트워크 체제 구축방안을 제시하였다.

최근에 정책화되고 있는 농촌관광(그린투어리즘)은 마을 단위의 프로그램을 중심으로 운영되나 관광농원은 개별 경영체에 의한 음식 및 숙박업이 중심이 되어 운영되어 왔다. 따라서 마을 단위의 농촌관광 정책은 개별 경영체가 시설 중심으로 운영하던 관광농원과는 별개의 정책으로 추진해야 하는 것으로 인식되었다. 그러나 이미 조성된 관광농원은 현재 농촌관광의 기반시설로 자리잡고 있으며 그간의 경험을 바탕으로 경영 노하우가 확보되어 있으므로 이를 새롭게 농촌관광을 추진하고자 하는 마을 단위와 연계함으로써 사업 효과를 높이는 것이 우리나라 농촌관광의 정착을 위해 보다 현실적이라는 견해도 대두되었다.

이러한 상황에서 이 연구에서는 후자의 입장을 지지하는 편에서 연구를 진행하였다. 이미 조성된 관광농원과 새로 대두하기 시작한 마을 단위 농

촌관광을 접목시켜 보다 효과적인 새로운 농촌관광 모형을 제시해 보고자 하는 목적에서이다. 이러한 목적하에 연구는 크게 네 부분으로 구성되었다. 첫 번째는 연구가 시작될 당시의 연구 수요를 반영하여 농촌관광의 개념 정립 및 도입 가능성을 살펴보았으며, 두 번째는 관광농원 정책과 최근의 움직임에 포함한 농촌관광개발 방식에 관해서 평가하였고, 세 번째는 관광농원과 마을을 연계한 테마형 농촌관광 모형을 제시하였다. 마지막으로 네 번째는 농촌관광이 활성화되기 위한 실용화 방안을 제시하고자 하였다. 주요 연구 결과를 요약하면 다음과 같다.

2. 그린투어리즘의 개념 및 특성

우리나라에서 그린투어리즘이 대두하게 된 배경을 농업소득과 관광에 대한 관심이라는 측면에서 살펴보았으며, 독일, 프랑스, 영국, 일본 등 선진국에서의 그린투어리즘 현황, 특성, 우리에게 주는 시사점을 살펴보았다. 특히 선진국의 그린투어리즘이 농가의 경영다각화, 농촌지역의 활성화, 농촌환경의 보전, 국민의 여가수요 충족 등과 같이 다양한 목적을 달성하기 위한 수단으로 위치하고 있다는 것을 주목하였다.

동시에 그린투어리즘과 관련한 이론적 논의가 어떻게 전개되어 왔는가를 살펴보았다. 이 과정에서 그린투어리즘과 혼용되는 지속가능한 관광(sustainable tourism), 대안관광(alternative tourism), 농업관광(agricultural tourism), 농촌관광(rural tourism), 생태관광(eco-tourism) 등의 정의를 살펴보아 용어들간의 다양성만큼 의미상의 본질적인 차이는 크지 않다는 것을 밝혔다. 결론적으로 그린투어리즘은 자연, 경관, 환경에 대한 중시에 무게가 주어지는 생태관광과 농촌지역의 자연, 문화 등을 보전하면서도 농업·농촌 활성화에 기여하는데 강조점을 두는 농촌관광의 중간적 개념 정도로 이해하는 것이 무방하리라고 판단하였다.

그린투어리즘의 일반적 특징을 정리하고 한 걸음 나아가 우리나라에서 그린투어리즘이 추진되는데 강조되어야 할 요소들을 도출하였다. 먼저 기존 농촌휴양자원개발사업에 대한 반성으로서 제기되고 있는 한국형 그린

투어리즘에서는 기존에 추진해오던 정책사업과 그 사업에 참여했던 공급단위들의 문제점을 수용하고 새로운 움직임에 합류할 수 있도록 변화시키는 것까지를 모두 포함할 필요가 있다는 점을 강조하였으며, 상대적으로 농가의 경영규모나 주택재고의 특징상 영세성과 협소성을 띠고 있는 한국형 그린투어리즘의 경우는 농가의 단위를 벗어날 만한 규모의 경제를 확보할 필요가 있으며, 공급자와 수요자를 연결시키는 네트워킹이 그린투어리즘의 핵심적 요소라는 점을 강조하였다.

3. 우리나라에서 그린투어리즘의 가능성

우리나라에서 그린투어리즘의 가능성을 관광이라는 큰 틀과 농촌관광에 대한 수요로 나누어서 살펴보았다. 관광에 영향을 미치는 요인으로 가장 중요한 것이 소득인데, 그 동안의 통계자료에 근거할 때 관광의 소득탄력성은 1보다 커서 향후 국민소득이 증가함에 따라 관광지출이 더욱더 늘어날 수 있다고 추론하였다. 또한 여가시간의 증대는 관광수요 증대에 적지 않은 영향을 미칠 것으로 예상하였다. 그리고 관광패턴에 있어서도 국내외 이론 연구, 한국관광공사의 국민여행실태조사 결과 등에 기초할 때 농촌관광과 같은 대안관광에 대한 수요가 증대할 것으로 전망하였다.

한편 관광에 대한 수요 증대와 더불어 라이프 스타일의 변화, 고속교통망의 발달, 안전한 농산물에 대한 수요 증대 등이 그린투어리즘의 수요로 이어질 수 있음을 살펴보았고, 실제 관광농원 경영 대상 조사에서도 최근 1~2년 사이에 농촌을 방문하는 관광객이 늘어나고 있음을 확인하였다. 이러한 여건을 고려할 때 우리나라 그린투어리즘은 수요의 확대가 전망된다고 할 수 있다.

4. 농촌관광개발 방식의 평가

그린투어리즘의 국내외 대두 배경과 개념적 정의, 그리고 가능성 모색 등에 이어 그간의 정책 변화를 개관하였다. 중앙정부의 정책에 대해서는

농림부의 농촌관광휴양자원 개발사업, 문화관광부의 관광개발사업을 중심으로 살펴보았으며, 지방자치단체들이 추진하고 있는 10개년 관광개발계획 내용 등을 분석하였다. 특히 농촌관광휴양자원 개발사업을 대표하는 관광농원 조성사업에 대해서는 보다 구체적으로 살펴보았다.

가. 관광농원 조성사업 평가

관광농원 조성사업에 대해서는 근거 법률 변천을 분석하였는데, 정책 목적의 변화와 정책 내용의 변화를 중심으로 살펴보았다. 정책 목적은 시기별로 농업과 농촌의 여건 변화에 따라 다소 차이가 있으나, 대체로 농가의 농외소득 증대 및 농촌 지역경제 활성화라는 일관된 흐름을 견지하고 있었다. 그러나 정책 내용은 많은 변화를 나타냈는데, 외지인 참여 제한, 숙박·식당시설 위주의 농원 운영 억제, 건실한 운영 유도, 현지주민(농업인)의 소득과 연계성 강화, 지원조건 개선 등에 관한 것이 주 내용이었다.

현재 운영중인 관광농원의 실상을 보다 자세하게 알기 위하여 경영주 대상의 설문조사를 실시하였다. 설문조사는 관광농원과 함께 팜스테이를 경영하는 경영주를 함께 조사하였으며, 관광농원 방문자에 대한 조사도 병행하였다. 경영주 조사 내용은 시설의 위치와 특징, 참여농가, 주변여건, 경영상 주력부문, 시설 및 프로그램 현황, 주요 방문객 행태, 경영 수지, 일반사항 등이며, 방문객 조사 내용은 연간 관광횟수, 동반형태, 교통수단, 체재일수, 방문이유 및 일반사항 등이다. 경영주나 방문객의 표본 수가 한정적이기 때문에 이 조사 결과만을 가지고 일반화하기는 어렵지만 관광농원의 특징과 현황을 파악하는데는 어느 정도 도움이 될 수 있다.

주요 조사 결과는 다음과 같다. 먼저, 관광농원 경영상 가장 주력하는 부분은 향토음식 판매와 숙박객 유치였으며, 시설은 화장실이 딸린 방과 샤워실이 딸려 있는 경우가 각각 60.6%와 75.9%로 높은 편으로 나타났다. 체험 프로그램은 야외스포츠체험, 농사체험, 자연체험의 순으로 이루어지고 있었지만, 팜스테이 농가의 체험 프로그램 운영에 비하여 적극적이지 않은 것으로 나타났다.

다음으로, 조사 대상 관광농원의 총 매출액은 연간 평균 8,027만 원으로

나타났다. 그 중에서 경비가 82%인 6,580만 원이며 순소득이 1,447만 원으로 소득율은 18% 정도로 나타났다. 관광농원의 소득율이 낮은 이유는 금융비용이 높은 탓이라 할 수 있다. 조사 대상 관광농원의 총 경비 중 금융비용이 차지하고 있는 비율은 약 30%에 달하고 있는 것으로 조사되었는데, 이는 관광농원을 조성할 때 자기자본 보다는 정부융자 또는 일반금융대출에 지나치게 의존하였기 때문인 것으로 판단된다.

한편, 관광농원의 홍보는 개인 홈페이지를 운영하고 있는 곳이 46.9%나 될 정도로 조사 대상 관광농원들이 매우 적극적인 현상을 보였다. 그러나 인근 마을과의 공동연계 프로그램을 실행하는 경우는 많지 않은 것으로 나타났다. 다만, 관광농원에서 마을 주민에게 민박을 소개해주거나 프로그램을 공동으로 운영하는 비율이 낮았지만, 과반수의 관광농원에서 주민들의 농산물을 판매해주거나 주민을 고용원으로 채용하는 방식으로 연계하는 것으로 나타났다.

나. 관광농원 평가 종합

관광농원의 경우 법률의 기준에 따라 시설이 설치되지만 그 활용도는 충분하지 않은 것으로 보인다. 이는 관광농원의 경영상 소득률과도 밀접한 관련을 지니는바, 활용도 낮은 시설을 형식적으로 설치함에 따라 초기 투자비용이 증가하며 그것이 관광농원의 경영을 악화시키는 요인으로 작용하는 것으로 판단된다.

또한 관광농원이 당초 정책 취지와는 달리 주변 마을과의 연계가 낮은 점이 이 연구에서 행한 설문조사 결과에서도 확인되었다. 그러나 한정적인 부분에 있어서는 마을과 어느 정도 연계를 하고 있기 때문에 기존의 비판 일변도의 평가는 왜곡된 측면이 있다. 더욱이 관광농원이 개별 경영체 중심으로 운영되기 때문에 마을과의 공고한 연계는 한계를 가질 수밖에 없음을 인정해야 한다. 따라서 관광농원이 본래의 취지대로 운영되면서 수익성을 높일 수 있는 방안 등이 다른 각도에서 모색되어야 할 것이다.

특히 관광농원이 농촌지역의 관광 인프라로서 기능할 수 있다는 점을 간과해서는 곤란하다. 최근 등장한 팜스테이 마을의 일부는 기존 관광농원

마을과 연계하여 새로운 형태로 거듭나고 있으며, 정부에서 지정하는 관광 시범마을도 기존 관광농원이 입지한 마을이 선정되는 경우가 많기 때문이다. 이처럼 관광농원의 긍정적 역할을 최대한 활용하면서 당초 정책 취지였던 마을 주민의 소득기회 창출에도 기여할 수 있는 방안으로 관광농원과 주변 마을 단위를 포괄하여 독특한 테마를 개발하여 농촌관광을 활성화하는 방안을 모색할 필요가 있다는 점을 강조하였다.

다. 최근 농촌 관광휴양자원 개발 방식의 변화

최근에는 중앙정부, 지방자치단체, 민간 단체 등을 중심으로 그린투어리즘이 논의되고 실천되고 있다. 우선, 중앙정부 각 부처별로 농촌개발정책의 한 형태로 그린투어리즘 관련 정책 사업을 적극 추진하는 추세인데, 이에 대해서는 농림부의 녹색체험시범마을, 행자부의 아름마을 가꾸기 시범사업, 농촌진흥청의 농촌전통테마마을조성사업, 환경부의 생태우수마을 등을 중심으로 살펴해보았다. 다음으로, 중앙정부의 정책 사업과 더불어 각 지방자치단체에서도 그린투어리즘과 관련되는 나름의 정책 사업을 채택하여 추진하고 있는바, 강원도와 순창군 등을 비롯한 지방자치단체의 관련 움직임에 대해서 살펴보았다. 그밖에, 민간 차원에서는 농협의 팜스테이사업, 전국농업기술자협회의 녹색교류대학 프로그램 운영, 녹색소비자연대나 녹색연합 등과 같은 민간단체의 그린투어리즘 현장 방문 및 소비자 모니터링 실시 등과 같은 사례가 있음을 소개하였다.

이러한 중앙정부 및 지방자치단체, 민간단체와의 관련성 속에서 혹은 독자적으로 농촌의 마을 단위에서 추진하는 국내 그린투어리즘 경영 사례도 다수 등장하고 있다. 여기에서는 충남 홍성군 홍동면 문당리, 강원 화천군 상서면 신대리, 양평군 서종면 명달리, 서천 아리랜드, 포천군 관인면 교동마을을 사례로서 살펴보았다. 이러한 여러 마을들의 크고 작은 그린투어리즘 경영 사례는 그 활동 내용의 강조점에 따라 크게 농산물판매형, 농업·농촌체험형, 농촌휴양형 등 3가지 유형으로 잠정 분류할 수 있다고 보았고, 각각의 시설 및 프로그램, 성공 및 실패의 요인 등을 주목하여 살펴보았다.

마을 단위 그린투어리즘 경영 사례들에서 공통된 요인은 첫째, 주체는 마을 주민이며, 확실한 리더가 존재하고, 둘째, 외부의 적절한 지원이 그 바탕이 되었으며, 셋째, 하드웨어와 소프트웨어 모두에서 농촌다움을 유지하려는 노력이 수반되었고, 넷째, 이벤트와 인터넷 등을 활용한 적극적 홍보가 이루어지고 있으며, 다섯째, 고정 회원 만들기를 통한 지속성 확보에 주력하고, 여섯째, 결국 주 수입원은 농산물 판매와 민박이며, 적어도 수입면에 있어 체험 프로그램과 이벤트는 농산물 판매와 민박을 촉진하기 위한 도구 정도로 활용되는 것으로 분석하였다.

라. 농촌 관광휴양자원 개발 방식의 변화 방향

현재 추진중에 있는 다양한 형태의 그린투어리즘의 장단점을 고려하고, 한국형 그린투어리즘의 제약요인을 상기해 볼 때 관광농원을 핵심 거점시설로 삼아 이웃한 팜스테이나 일반 마을이 특정 테마를 가지고 네트워크를 구축하고, 이 공급 단위가 외부와의 네트워크를 재구축하는 방식을 시도하는 것은 현 단계 우리나라 그린투어리즘 추진에서 상당한 의미를 가질 수 있으며 효과적인 방식이 될 수 있을 것으로 판단되었다. 즉, 관광농원에 부족한 농촌성의 테마, 다양한 농산물 등을 이웃한 마을에서 공급하고, 농촌 마을들에 부족한 관광경영의 거점시설로서의 편익, 경영자의 기업가정신이나 노하우 등을 상대적으로 경험을 갖춘 관광농원에서 제공하는 것이다.

5. 테마 농원마을 모형 개발 및 대상지 적용

관광농원과 마을과의 연계를 강화하는 하나의 방안으로 테마 농원마을 모형을 제시하였다. 먼저 테마파크 구성에 관한 이론적인 검토를 한 후에 이를 바탕으로 하여 농촌공간에 테마가 있는 마을을 조성하는 방법과 테마의 체험에 비중을 둔 테마 농원마을 모형 설정, 그리고 모형의 성공적 구현에 필요한 고려 사항을 도출하는 방식으로 진행하였다. 이렇게 개발된 모형은 3개 마을에 적용을 시도하였다.

가. 테마파크의 이론적 검토 및 사전 분석

먼저 테마파크의 개념 정의와 테마 및 프로그램의 개발방법, 테마의 현실화 방안 등에 대해서 살펴보았다. 특히 테마 농원마을 모형을 설정하기 위한 전 단계로 도시민의 농촌환경에 대한 이미지를 분석하였다. 여기에서는 강원도 정선군 아우라지 지역에서 2000년 1~2월에 실시한 「아우라지 겨울이야기」 관광상품 판매행사시 촬영한 사진 500여 매 중 농촌의 경관 사진 16매와 놀이활동 사진 16매를 선정하여 도시민들이 농촌에 어떠한 이미지를 가지고 있는가를 분석하였다.

이에 더하여 농촌경관에 대한 도시민들의 선호를 파악하기 위하여 농촌 경관을 자연경관과 인문경관으로 구분하고, 이를 다시 각각 4개씩 소분류하여 선호도를 조사하였다. 설문대상은 다양한 직업군으로 할당하여 서울시내 거주자들을 대상으로 실시하였다. 설문결과 390명의 유효표본 중 체험활동에 대한 선호는 전원감상(12.2%), 자연탐방(11.1%) 등의 순으로 나타났다으며 다양한 활동 및 이벤트가 이루어지기 위한 요구시설 분석을 행하였다.

나. 테마 농원마을 모형 설정 과정

테마 농원마을의 개념, 테마 농원마을 조성의 원칙 및 고려 사항 등을 살펴보고 모형 설정 과정으로서 SWOT 분석, 마을의 비전 도출, 마을 개발 목표 설정, 마을 개발 기본전략의 수립, 테마 시스템의 구축에 관한 방법 및 유의 사항에 대해서 검토하였다.

다. 사례마을 선정을 위한 유형화

모형을 적용할 사례마을 선정을 위해서는 마을에서의 관광농원의 위치와, 테마화할 수 있는 유무형의 고유한 소재의 존재여부로 유형을 구분하였다. 관광농원의 위치는 마을 범주내, 원격지로 이분하고 유무형 소재 여부는 별 다른 소재 없이 시설만 설치된 곳, 고유한 소재가 존재하는 곳으로 이분하였다. 이러한 기준으로 세 가지 유형의 사례마을을 선정하였다.

유형 A는 마을에 전설이나 설화 또는 산이나 봉우리 등의 지명이 독특한 의미를 지니고 있어서 테마 추출을 위한 고유한 소재가 존재하며 마을 내 관광농원이 위치하는 경우이다. 강원도 홍천군 남면 남노일리에 위치한 고드래미 관광농원이 여기에 해당된다.

유형 B는 평범한 마을로서 전통적인 농촌경관은 간직하고 있으나, 테마를 추출할 수 있는 독특한 유무형의 소재가 없는데, 인위적으로 시설을 도입함으로써 그 도입된 시설에 의해 마을 분위기가 독특성을 확보하게 된 경우이다. 그리고 관광농원이 마을내에 위치하는 경우이다. 포천군 일동면 유동1리의 마음밭 관광농원이 여기에 해당된다.

유형 C는 관광농원이 없어 본 과제의 기본 전제, 즉, 관광농원이 있으면서 사업을 하는 경우는 아니지만 테마 농원마을 개발의 후보로 적절한 경우이다. 홍천군 내촌면 서곡리 면사무소가 있는 마을이 여기에 해당된다.

라. 테마 농원마을 모형 사례1(홍천군 남면 고드래미 마을)

고드래미 마을의 컨셉을 금학이 나는 과수원 마을 고드래미로 설정하여 금학 마을 만들기 사업을 제안하였다. 이 일환으로 마을의 핵심 소재인 금학(金鶴)을 통해 마을의 고유이미지를 창출하고자 하였다.

고드래미 마을의 고유한 소재를 바탕으로 마을의 이미지를 만들고 프로그램 작성하는데 도움을 줄 수 있도록 테마 소재를 발굴하였다. 테마는 주테마와 부테마로 나누어 구성되었다. 주테마는 “고드래미는 황금학이 날으는 과수원 마을이다”로 설정하였으며, 부테마는 “고드래미에서는 과수원 일을 할 수 있다” 이외에 4개로 설정하였다. 고드래미의 다양한 소재들은 이야기라는 포장 속에 하나의 통일된 이미지를 가지도록 테마에 따른 해설의 구조화를 시도하였다.

한편 테마에 어울리는 시설의 도입을 예시하고, 이에 따른 체험활동 내지 이벤트 활동을 계획하며, 다시 추가 요구 시설을 제시하였다. 테마 농원마을이 하나의 시스템으로 기능할 수 있도록 공간시스템, 연출시스템, 환경시스템으로 나누어 구축한 것이다. 더불어 고드래미 마을의 관광마케팅을 위하여 표적시장 선정, 포지셔닝 설정, 상품전략, 홍보전략, 유통전략

등을 제시하였다.

끝으로 고드래미 마을이 마을 단위 관광경영 모형으로서 사업성이 있는지를 분석하였다. 이를 위해 방문 수요와 객단가 그리고 비용 등을 예측하였다. 또한 투자비 규모를 산정하였으며, 재원조달 방안 등을 검토하고, 고드래미 마을의 관리·운영 방안을 제시하였다.

제2절 정책 제언(그린투어리즘 실용화 방안)

이 연구를 통해서 정책 당국에 건의하고자 하는 내용을 그린투어리즘의 실용화 방안으로 정리하였다. 여기에는 정부가 직접 사업을 통해서 해결해야 하는 영역과 시장의 자율적인 기능에 의해서 해결되어야 하는 영역으로 나누어 정리하였다. 전자는 주로 물리적 시설 정비에 관련되는 내용이고, 후자는 그린투어리즘에 관한 정보가 공급자와 수요자 사이에 원활하게 유통되게 하는 네트워크 체제를 갖추는 내용이라고 압축하였다.

1. 실용화를 위한 정책 과제

가. 그린투어리즘의 수요 확보

농촌에서 휴가를 보내는 사회적 분위기가 정착되지 않은 상태에서는 일정 기간 동안 도시민과의 지속적인 교류활동을 조장하는 것이 중요하다. 이를 위해 도시 주부 등의 농촌 방문을 알선하거나 어린이, 학생들의 농촌 체험활동을 장려하는 등의 지원 프로그램을 추진하는 것이 필요하다고 보았다. 교육부와의 협의를 통해 유치원생들의 「농촌체험활동촉진사업(가칭)」을 추진하는 것도 하나의 예이다. 한편 도시민의 수요를 창출하기 위해서는 도시민이 농촌관광에서 무엇을 기대하는가를 지속적으로 모니터링하고 공급자에게 그에 대한 정보를 제공할 필요가 있는데, 이를 위해서는 도시민에 대한 시장 조사를 정례화하는 것이 반드시 필요하다.

나. 농촌의 환경 정비

농촌관광이 활성화되기 위해서는 농촌관광의 무대인 농촌지역이 찾아오고 싶은 장소로 가꾸어져야 한다. 이를 위해서는 농촌경관을 체계적으로 가꾸는 일이 매우 중요하다고 보았다. 중앙정부 차원에서 「농촌경관정비사업(가칭)」 등을 신설하여 지역단위에서 경관을 유지·조성하는 데 보조금을 지급할 수 있고, 지방자치단체 차원에서는 「경관형성 및 자연경관보전조례(가칭)」 등을 작성하는 한편 주민과의 경관협약체결을 유도하는 등의 노력도 필요하다. 특히 농촌의 물리적 환경정비와 관련하여 주민의 역할에 대해서는 재삼 강조될 필요가 있다. 결국 농촌주민의 생활 및 생산공간으로서 농촌경관이 의미를 지니기 때문에, 그 주체로서 주민의 자발적 마을가꾸기 등의 노력이 수반되어야 하며 이를 조장하기 위해서는 역시 다양한 정책적 지원이 필요하다고 하겠다.

다. 도시·농촌 교류시설의 정비

농촌관광 활성화를 위해서는 지역 단위의 각종 교류시설 정비가 요구된다. 교류시설의 종류로는 방문객 센터나 각종 체험시설 등을 들 수 있다. 이러한 시설들의 공급을 위해서는 중앙정부 차원에서 신규 사업을 추진할 필요가 있는데, 예를 들면, 「농촌관광기반정비사업(가칭)」 혹은 「도시·농촌 교류기반시설정비사업(가칭)」 등의 사업을 통해 농촌마을(지역)을 대상으로 관광 관련 공동시설을 정비할 수 있을 것이다.

2. 네트워크 형성 방안

가. 사이버 네트워크 체제 구축

이 연구에서 제시한 테마 농원마을 모형을 포함한 그린투어리즘 활성화를 위해서는 인터넷을 통한 네트워킹 방안도 적극적으로 모색되어야 한다. 온라인상의 네트워킹은 소비자와 공급자를 일차적으로 연결해 주는 중요한 역할을 하기 때문이다.

이미 농촌관광과 관련 있는 정부기관, 지방자치단체, 민간기관 등이 운영하는 웹사이트는 매우 다양하며 링크도 비교적 잘 되어 있는 편이다. 그러나 대부분의 사이트가 공통적으로 현황을 소개하는 정도에 그치고 있기 때문에, 아직까지 소비자 입장에서 원-스탑(one-stop)으로 농촌관광에 관한 정보를 얻고 공급자와 정보 교류를 할 수 있는 체제는 구축되지 못하고 있는 상태이다. 이러한 문제를 개선하기 위해서는 포털사이트 구축을 비롯하여 아래와 같은 노력이 이루어져야 한다.

1) 포털사이트 구축을 통한 네트워킹 강화

그린투어리즘에 관한 모든 정보를 종합적으로 제공해 주는 포털사이트를 구축하여 현재 관광농원을 포함하여 각 관련 기관에서 개별적으로 구축한 사이트를 포괄하고 정보를 통합적으로 이용할 수 있도록 하며 부족한 정보는 새롭게 구축해 나아가는 것이 필요하다.

첫째, 그린투어리즘 관련 D/B를 구축한 후 점진적으로 체험 민박 예약시스템 등의 포털사이트를 구축한다. 특히 그린투어리즘 경영체에서 제공하는 상품을 주제별, 지역별, 기타 여러 조건별로 쉽게 검색할 수 있는 체제를 갖추는 것이 중요하다.

둘째, 체험 민박 예약시스템 구축이 필요한데 이는 그린투어리즘이 하나의 산업으로 도약하기 위해 필요한 것이다. 그러나 이 시스템이 작동되기 위해서는 우선 경영자가 그린투어리즘 관련 업무를 네트워크상으로 전산화할 수 있는 기반과 전문성을 갖추어야 하고 더 나아가 시스템을 통합적이고 전문적으로 관리하는 기구가 있어야 한다. 따라서 이는 장기적 관점에서 추진되어야 할 과제라고 판단된다.

2) 그린투어리즘 경영주체별 홈페이지 구축

포털사이트가 구축되어도 수요자에게 장소에 대한 정보와 매력을 발신하는 기초는 경영주체별로 작성된 홈페이지의 내용이다. 따라서 그린투어리즘 주체들은 각자의 그린투어리즘 자원을 널리 알릴 수 있는 홈페이지를 인터넷상에 구축하여 수요자와의 네트워킹을 스스로 강화할 필요가 있다.

단지, 개별 경영체 홈페이지는 경영주가 약간의 실무 기술을 익히면 관리가 가능하지만, 마을 단위로 그린투어리즘을 추진하는 경우 주민들이 공동으로 관리·운영을 하는 것이 쉽지 않다. 따라서 마을 단위로 그린투어리즘 추진을 위한 홈페이지를 운영한다면, 그 기본 관리는 시·군 또는 농업기술센터에서 담당하되 홈페이지 게시판과 같이 내용을 수시로 입력하는 부분은 마을 주민 중 인터넷 활용 가능자가 담당토록 교육하는 것이 필요하다.

나. 오프라인에서의 네트워크 구축

1) 오프라인상의 네트워크 유형

오프라인상 마을 단위로 그린투어리즘을 추진하는 경우 발생하는 한계를 효과적으로 극복하는 수단으로서도 여러 가지 형태의 네트워킹이 이루어지고 있다. 가장 일반적이고 초보적인 형태의 네트워킹은 소비자들이 관광지에 들렀다가 우연히 인근에 위치하여 있는 해당 마을에도 들르게 되는 것과 같은 형태이다. 두 번째 유형으로 상정할 수 있는 것은 전문가를 활용한 네트워킹으로 공급 단위인 마을과 소비자 사이에 전문가가 매개체로서 개입하는 형태이다. 세 번째 유형은 마을 내의 선도적인 지도자가 마을 밖의 소비자와 직접 네트워킹을 하는 경우이다. 네 번째 유형으로는 농촌의 생산자단체와 도시의 소비자단체가 직접 자매결연 등을 맺거나 회원제를 운영함으로써 결과적으로 농촌 마을 단위의 그린투어리즘 활성화까지 연결되는 경우이다.

각각은 저마다 장단점을 가지고 있으며 어느 형태가 가장 효과적이라고 보기는 어렵다. 그러나 이러한 다양한 유형의 네트워킹 사례를 통해 농촌 마을 단위에서 그린투어리즘이 활성화되기 위해서는 어떠한 지원이 필요한지를 다시 한 번 확인하게 한다.

2) 오프라인상의 네트워크 강화 방안

공급 단위와 소비자의 지속적 네트워킹을 위해서는 첫째, 공급 단위간의

네트워킹이 강화되어야 한다. 둘째, 공급 단위의 역량 확대를 위한 교육과 훈련이 필요하다. 셋째, 소비자와의 지속적 네트워크를 구축하기 위해서는 재방문자를 확보하는 것이 중요하다. 마지막으로 공급 단위와 소비자를 연계할 수 있는 다양한 민간 조직을 양성하고 지원하는 일이다.

<부록 1> 경영주에 대한 설문조사

농업·농촌관광에 관한 설문조사(경영주)

안녕하십니까?

저희 한국농촌경제연구원은 농업·농촌에 관련된 정책연구를 수행하고 있는 정부출연 연구기관입니다. 이번에 저희 연구원에서는 농업·농촌관광에 관한 연구를 수행하고 있습니다. 농업만으로는 한계가 있는 농촌경제를 관광을 통해 활성화시켜 보자는 취지에서입니다.

이 설문지는 위와 같은 취지의 연구 수행을 위하여 작성된 것입니다. 바쁘시더라도 아래의 문항에 빠짐없이 응답해주시면 고맙겠습니다. 응답 내용은 연구 이외의 목적에는 절대 사용하지 않을 것임을 약속드립니다. 고맙습니다.

2001년 8월

한국농촌경제연구원 농촌발전연구부

● 마을/농원의 개요

1. 마을/농원의 위치

()도 ()시·군 ()동·읍·면 ()리

2. 관광 경영을 시작한 것은 언제부터입니까? (19 년 월)

3. 이 마을/농원은 다음 어디에 해당합니까?

- ① 정부가 지정한 관광농원 ② 농협이 지정한 팜스테이
③ 마을 주민이 공동으로 추진하는 관광업 ④ 개인이 경영하는 관광업
⑤ 기타 정부, 지방자치단체 혹은 단체가 추진하는 관광업
⑥ 기타 ()

※ 개인이 아니고 공동으로 추진하는 경우

3-1. 실질적인 참여농가수는? _____ 가구

4. 마을/농원의 주변 여건은 어떻습니까?

- ① 자연생태환경이 좋은 마을
- ② 주변에 유명 놀거리, 볼거리가 풍부한 마을
- ③ 농업이 강하고 좋은 농특산물이 있는 마을
- ④ 별 다른 자원이 없는 평범한 농촌마을
- ⑤ 도시로부터의 거리가 가깝고 접근성이 좋은 마을
- ⑥ 기타 ()

5. 이 마을/농원의 관광은 무엇을 중심으로 운영되고 있는 곳입니까?
 ① 체험학습 중심 ② 수련회, 회의 중심 ③ 주말농장, 임대농장 중심
 ④ 자연, 경관 감상 및 휴양 중심 ⑤ 농산물 가공 및 판매 중심
 ⑥ 숙박 중심 ⑦ 모든 것을 복합적으로 운영 ⑧ 기타 ()
6. 관광 경영을 하시면서 **경영상 가장 주력하는** 부분은 어떤 것입니까?
 ① 농촌다운 자연자원 보전 ② 농특산물 생산 및 판매
 ③ 숙박객 유치 ④ 식당 등에서의 향토 음식 판매
 ⑤ 특별한 프로그램 개발 ⑥ 기타 ()

● 마을/농원내 시설과 프로그램

1. 마을/농원에는 어떠한 시설이 갖추어져 있습니까?

시 설	(해당되는 곳에 ○표하거나, 숫자 기입)
숙박시설	방 수 : 총 수용인원 :
식당	총 수용인원 :
모임장 (회의나 모임을 가질 수 있는 곳)	있다 () 없다 ()
야외광장 · 운동장	있다 () 없다 ()
낙시터	있다 () 없다 () 특별히 조성하지 않았으나 가까운 주변에 있음 ()
농산물 판매장	있다 () 없다 () 참여농가 :
체험 등을 할 수 있는 논밭, 과수원	있다 () 없다 () 몇 평 :
동물원 · 식물원	있다 () 없다 ()
바베큐장	있다 () 없다 ()
산책로	있다 () 없다 () 특별히 조성하지 않았으나 가까운 주변에 있음 ()
기타	
마을에서 관광 경영을 위해 공동 이용하는 시설의 유무	있다 () 없다 () 무엇: _____

2. 숙박시설에 대해서 좀더 자세하게 대답하여 주십시오

2-1. 크기별 방수

- ① 소 (2인 1실 정도) () 개
 ② 중 (3~4인 1실) () 개
 ③ 대 (5인 이상 정도) () 개

2-2. 화장실

- ① 각 방마다 달려 있다
- ② 달려있는 방도 있고 그렇지 않은 방도 있다. 달려 있는 방은 () 개
- ③ 모든 방에 달려있지 않고, 공동화장실을 이용한다

2-3. 샤워실

- ① 각 방마다 달려 있다
- ② 달려있는 방도 있고 그렇지 않은 방도 있다. 달려있는 방은 () 개
- ③ 모든 방에 달려있지 않고, 공동샤워실을 이용한다

2-4. 취사시설

- ① 모든 방마다 주방시설 및 그릇 등이 마련되어 있다
- ② 모든 방마다 주방시설이 마련되어 있다.
- ③ 주방시설 및 그릇 등이 마련되어 있는 방이 () 개 있고, 주방시설만 있는 방은 () 개 있다.
- ④ 공동 취사장이 있는 정도이다.

3. 마을/농원에서는 시설 제공 이외에 어떠한 프로그램을 제공하고 있습니까?

구 분	있다	없다	프로그램 내용	비고
농사체험				상시적(), 한시적()
자연체험				상시적(), 한시적()
역사·문화체험				상시적(), 한시적()
건강·보양체험				상시적(), 한시적()
만들기 체험				상시적(), 한시적()
야외스포츠체험				상시적(), 한시적()
기 타				상시적(), 한시적()

● 방문객 특성

1. 작년 한 해 동안 마을/농원의 방문객수는 몇 명이었습니까?

숙박객수 (명), 식당이용자수 (명)

2. 주로 어떤 사람들이 방문하였습니까? (순서대로 2개 선택) _____, _____

- ① 가족단위 ② 학생단체 ③ 회사단체 ④ 모임(계) ⑤ 기타 ()

2. 작년 한 해동안 **총경비**는 대략 얼마였습니까? 각 항목별로 답해 주시고, 각각의 비중을 적어 주십시오.

내역	경비	비중
1. 인건비 (고용원 월급 등)	원	%
2. 재료비 (음식재료비 등)	원	%
3. 제 잡비/시설유지비	원	%
4. 금융비용 (원금 및 이자상환)	원	%
5. 기타	원	%
총경비 합계	원	100 %

3. 그렇다면 작년 한 해동안의 **순소득(총매출액-총경비)**은 어느 정도입니까?
 약 () 원

4. 투자비는 어느 정도였습니까?

투자비 내역
1. 토지구입비 ()원
2. 시설설치비 ()원
3. 기 타 ()원
투자비 총액 ()원

5. 투자비는 어떻게 조달하였습니까?

조달원
1. 정부정책자금융자 ()원
2. 일반금융융자(사채 포함) ()원
3. 자기자본 ()원
투자비 총액 ()원

● 기타 사항

1. 관광 경영을 하시는데 참여하는 가족 및 고용원수는 얼마나 됩니까?

	항상	임시
가족(본인 포함)	명	명
가족 이외의 고용인	명	명

2. 가족 이외에 고용원이 있는 경우, 고용원은 주로 어디 출신입니까?
 ① 마을 혹은 주변 마을(면내) ② 외지에서 ③ 가족 이외에 고용원 없음

3. 주변농가와 공동으로 수행하는 프로그램이 있습니까? 해당하는 모든 것에 ○표하여 주십시오.

- ① 민박을 소개해준다 ()
- ② 농사체험 프로그램을 공동으로 한다 ()
- ③ 농산물 판매를 알선해준다 ()
- ④ 주민을 고용원으로 채용한다 ()
- ⑤ 마을주민과 모든 일을 함께 한다 ()
- ⑥ 기타 () ()

4. 음식재료는 주로 어디에서 조달합니까? 총 재료 중 다음에서 조달하는 비율을 () 안에 적어 주십시오.

- ① 자기집 혹은 주변농가로부터 ()%
- ② 시장에서 구입 ()%
- ③ 공급해주는 업자로부터 ()%
- ④ 기타 () ()%

5. 마을/농원을 홍보하는 방법은 무엇입니까? 해당되는 곳에 모두 ○표해 주십시오.

- ① 홈페이지 운영
- ② 시·군, 농협 등에 협조 의뢰
- ③ 여행사에 의뢰
- ④ 지역내 별도 민간 단체 등의 협조
- ⑤ 팸플렛이나 홍보용 자료를 직접 제작
- ⑥ 기타 ()

6. 귀하의 관광 경영으로 인해 마을 전체에는 1년에 어느 정도의 경제적인 파급효과가 있다고 생각하십니까?

- ① 1년에 500만원 이하 정도 도움이 될 것이다
- ② 1년에 500~2,000만원 정도 도움이 될 것이다
- ③ 1년에 2,000~5,000만원 정도 도움이 될 것이다
- ④ 1년에 5,000만원 이상 도움이 될 것이다

6-1. 경제적인 파급효과는 구체적으로 어떤 형태입니까?

- ① 음식물 재료구입으로 1년에 ()원 정도
- ② 농산물 판매로 1년에 ()원 정도
- ③ 고용원 채용으로 1년에 ()원 정도
- ④ 숙박 알선으로 1년에 ()원 정도
- ⑤ 기타 ()

7. 관광 경영으로 인해 마을에 발생한 문제점을 지적한다면 어떤 것이 있겠습니까?

- ① 관광개발로 인해 자연환경이나 경관이 다소 손상된 것이 사실임
- ② 마을주민들 사이가 약간 소원해지고 갈등이 생기기도 하였음
- ③ 방문객 출입, 차량증가로 인해 약간 시끄러워지고 쓰레기 등 오염 발생
- ④ 문제점은 전혀 없음
- ⑤ 기타 ()

8. 관광 경영을 하시면서 애로사항은 무엇입니까?
- ① 경영교육, 서비스교육 등이 필요 (특히 무엇:)
 - ② 홍보를 공동으로 조직화 할 필요 (특히 무엇:)
 - ③ 금융 지원 (특히 무엇:)
 - ④ 시설 정비에 관련된 지원 (특히 무엇:)
 - ⑤ 프로그램의 개발에 관한 필요성 (특히 무엇:)
 - ⑥ 기타 ()
9. 끝으로 농업·농촌관광과 관련하여 하시고 싶은 말씀이 있으시다면 간략히 적어 주십시오.
-
-

● 경영주 인적사항

1. 귀하의 성별은?
 - ① 남성 ② 여성
2. 귀하의 연령은?
 - ① 20대 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대 ⑤ 60대 이상
3. 귀하의 학력은?
 - ① 고졸 이하 ② 대졸 ③ 대학원 이상 ④ 기타 ()
4. 귀하는 현재 관광 경영을 하시는 것 이외에 다른 직업을 갖고 계십니까?
 - ① 농사를 짓고 있다 ② 농업 이외의 자영업을 하고 있다
 - ③ 직장에 다니고 있다 ④ 없다
 - ⑤ 기타 ()
5. 경영주 부부 중 한 분이라도 이 마을에 연고가 있습니까?
 - ① 그렇다 ② 아니다

- 끝까지 응답해 주셔서 대단히 감사합니다 -

<부록 2> 방문자에 대한 설문조사

농업·농촌관광에 관한 설문조사(방문자)

안녕하십니까?

저희 한국농촌경제연구원은 농업·농촌에 관련된 정책연구를 수행하고 있는 정부출연 연구기관입니다. 이번에 저희 연구원에서는 농업·농촌관광에 관한 연구를 수행하고 있습니다. 도시민들의 여가수요를 흡수하고 동시에 농업만으로는 한계가 있는 농촌경제를 관광을 통해 활성화시켜 보자는 취지에서입니다.

이 설문지는 위와 같은 취지의 연구 수행을 위하여 작성된 것입니다. 바쁘시더라도 아래의 문항에 빠짐없이 응답해주시면 고맙겠습니다. 응답내용은 연구 이외의 목적에는 절대 사용하지 않을 것임을 약속드립니다. 고맙습니다.

2001년 8월

한국농촌경제연구원 농촌발전연구부

※ 아래 질문을 읽으시고, 해당하는 문항에 V표 해 주십시오.

1. 귀하는 관광/여행(국내·해외 포함)을 **1년에 몇 회** 정도 하시는 편입니까?
① 10회 이상 ② 5~9회 ③ 3~4회 ④ 1~2회 ⑤ 1회 미만
2. 귀하는 평소 주로 어떤 관광/여행에 관심을 가지고 계십니까?
① 놀이공원 방문 ② 주말농장 방문 ③ 스포츠 체험 위주
④ 이벤트·축제 참여 ⑤ 역사·문화 유적 탐방 ⑥ 조용한 곳에서의 휴양 ⑦ 유명 관광지 방문 ⑧ 기타 ()
3. 지금 이 곳을 방문하신 것은 몇 번 째입니까?
① 처음 ② 2번째 ③ 3번째 ④ 4번째 ⑤ 5번째 이상
4. 이 곳에는 누구와 함께 오셨습니까?
① 부부 ② 가족 ③ 친구 ④ 단체(학교, 회사 등) ⑥ 기타 ()
5. 오실 때 이용하신 주요 교통수단은 무엇입니까?
① 전세·관광버스 ② 대중교통(기차, 버스 등) ③ 자가용 ④ 기타 ()
6. 이 곳은 어디에서 알게 되었습니까?
① 주위 사람에게서 들었다 ② 텔레비전, 신문, 잡지 등에서 보았다
③ 인터넷을 통해 보았다 ④ 단체에 속해서 그냥 따라 왔다
⑤ 여행사를 통해 소개받았다 ⑥ 기타 ()
7. 이 곳에는 어느 정도 머무르셨습니까?
① 1시간~6시간 ② 무박 1일 ③ 1박 2일 ④ 2박 3일 ⑤ 3박 4일 이상

12. 이 곳에서 가장 인상 깊고 좋았던 프로그램(이벤트)/시설은 무엇이었습니까?
()
13. 이 곳에 있었으면 혹은 개선되었으면 하는 프로그램(이벤트)/시설은 무엇이었습니까?
()
14. 다시 이곳을 방문하고 싶으십니까?
① 꼭 오고 싶다 ② 기회가 되면 오고 싶다 ③ 잘 모르겠다 ④ 기타 ()
15. 다시 관광/여행을 계획하신다면 어떤 형태이면 좋겠습니까?
① 놀이공원 등의 위락시설 이용
② 주말농장 등에서의 농사체험, 자연체험
③ 스포츠를 즐길 수 있는 형태
④ 지역축제나 이벤트 등에 참여하는 형태
⑤ 역사·문화 유적지 탐방
⑥ 자연, 경관이 좋은 곳에서 며칠 쉬는 형태
⑦ 유명 관광지에 방문하는 형태
⑧ 기타 ()
15. 관광/여행을 계획하시는 경우, 숙박은 어떤 곳에서 하시겠습니까?
① 호텔 ② 여관 ③ 콘도 ④ 민박 ⑤ 기타 ()
16. 농업·농촌 관광과 관련하여 개선되어야 할 문제점을 지적하여 주십시오.
① 이대로 좋음 ② 농촌다운 환경, 경관이 손상되어 기대에 못 미침
③ 숙박시설 등 시설 면에서 불편 ④ 놀이공간 등 부대시설이 부족
⑤ 체험 프로그램 등이 부족 ⑥ 찾아오는데 교통편 등이 불편
⑦ 정보를 얻을 곳이 마땅치 않음 ⑧ 기타 ()
17. 끝으로 농업·농촌 관광과 관련하여 하시고 싶은 말씀이 있으시다면 간단히 적어 주
세요.

※ 다음은 일반사항입니다.

1. 귀하의 성별은? ① 남 ② 여
2. 귀하의 연령은?
 ① 20대 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대 ⑤ 60대 이상
3. 귀하의 학력은?
 ① 고졸 이하 ② 대학 재학/졸업 ③ 대학원 이상 ④ 기타 ()
4. 귀하의 직업은?
 ① 농림/어업자 ② 사무/생산직 회사원 ③ 전문직 ④ 자영업
 ⑤ 가정주부 ⑥ 학생 ⑦ 기타 ()
5. 귀댁의 연간 소득은?
 ① 2,000만원 이하 ② 2,000~3,000만원 사이
 ③ 3,000~4,000만원 사이 ④ 4,000~5,000만원 사이
 ⑤ 5,000만원 이상
6. 귀하는 농촌에서 거주한 적이 있습니까? ① 그렇다 ② 아니다
7. 귀하의 현 거주지는? () 시·도 () 시·군·구

- 끝까지 응답해 주셔서 대단히 감사합니다 -

<부록 3> 테마 농원마을 개발에 관한 설문조사 1

테마 농원마을 개발에 관한 설문조사

안녕하십니까?

본 조사는 농촌경관에 대한 기초자료를 수집하기 위한 것입니다. 조사결과는 연구목적 이외에는 사용하지 않을 것을 약속드립니다.

귀하의 성실한 답변을 부탁드립니다.

2000. 12.

연구책임자 : 관광개발학과 교수 박석희

☎ 031-249-9517

1. 사진을 보시고 연상되는 정도를 √ 표시해 주십시오.

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	그저 그렇다	약간 그렇다	매우 그렇다
할아버지, 할머니 생각이 난다	①	②	③	④	⑤
고향 친척들 생각이 난다	①	②	③	④	⑤
시골 생각이 난다	①	②	③	④	⑤
시골 풍경이 떠오른다	①	②	③	④	⑤
어릴적 생각이 난다	①	②	③	④	⑤
옛날 일들이 생각이 난다	①	②	③	④	⑤
고향 생각이 난다	①	②	③	④	⑤

2. 사진을 보시고 시골에 대한 이미지가 어떠한지 √ 표시해 주십시오.

형용사	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	그저 그렇다	약간 그렇다	매우 그렇다
지루한	①	②	③	④	⑤
시골스러운	①	②	③	④	⑤
재미없는	①	②	③	④	⑤
단조로운	①	②	③	④	⑤
정적인	①	②	③	④	⑤
토속적인	①	②	③	④	⑤
평화로운	①	②	③	④	⑤
전통적인	①	②	③	④	⑤

3. 사진을 보시고 연상되는 정도를 √ 표시해 주십시오.

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	그저 그렇다	약간 그렇다	매우 그렇다
할아버지, 할머니 생각이 난다	①	②	③	④	⑤
고향 친척들 생각이 난다	①	②	③	④	⑤
시골 생각이 난다	①	②	③	④	⑤
시골 풍경이 떠오른다	①	②	③	④	⑤
어릴적 생각이 난다	①	②	③	④	⑤
옛날 일들이 생각이 난다	①	②	③	④	⑤
고향 생각이 난다	①	②	③	④	⑤

4. 사진을 보시고 시골에 대한 이미지가 어떠한지 √ 표시해 주십시오.

형용사	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	그저 그렇다	약간 그렇다	매우 그렇다
지루한	①	②	③	④	⑤
시골스러운	①	②	③	④	⑤
재미없는	①	②	③	④	⑤
단조로운	①	②	③	④	⑤
정적인	①	②	③	④	⑤
토속적인	①	②	③	④	⑤
평화로운	①	②	③	④	⑤
전통적인	①	②	③	④	⑤

5-1. 시골에 가보고 싶은 정도는 어떠하십니까?

- ① 매우 가보고 싶다 ② 약간 가보고 싶다 ③ 그저 그렇다
④ 가보고 싶지 않다 ⑤ 전혀 가보고 싶지 않다

5-2. 가보고 싶으신 경우 누구와 함께 가시고 싶으십니까?

- ① 혼자 ② 가족 ③ 친지 ④ 친구 ⑤ 동료 ⑥ 기타

5-3. 여건이 주어진다면 얼마나 자주 가시겠습니까?

- ① 매주 ② 2주일 정도마다 ③ 1개월에 한 번 정도
④ 2~3개월에 한 번 정도 ⑤ 반년에 한 번 정도 ⑥ 1년에 한 번 정도

6-1. 시골에 가서 일시 머물고 싶은 정도는 어떠하십니까?

- ① 매우 머물고 싶다 ② 약간 머물고 싶다 ③ 그저 그렇다
④ 머물고 싶지 않다 ⑤ 전혀 머물고 싶지 않다

6-2. 가서 일시 머물고 싶으신 경우 얼마나 머물고 싶으십니까?

- ① 하루 ② 1박 ③ 1주일 정도 ④ 1개월 정도 ⑤ 1개월이상

7. 시골에 가서 살고 싶은 정도는 어떠하십니까?

- ① 매우 살고 싶다 ② 약간 살고 싶다 ③ 그저 그렇다
④ 살고 싶지 않다 ⑤ 전혀 살고 싶지 않다

■ 시골에서 할 수 있는 체험활동들입니다.

대(大)구분	소(小)구분	활 동 내 용
자연체험	① 자연학습	야외교실, 자연학습시설 방문 등
	② 자연탐방	트래킹, 하이킹, 야영, 래프팅, 뗏목타기, 산책 등
	③ 자연채취	버섯따기, 산나물 채취, 밤따기, 도토리따기 등
	④ 생태체험	조류관찰, 야생식물생태관찰, 야생화관찰 등
전원체험	⑤ 전원감상	시골길·꽃길·강변 산책, 실개천·야생화 감상 등
	⑥ 농경체험	보리밭기, 파종하기, 감자·고구마캐기, 김매기 등
	⑦ 생활체험	감자·고구마·옥수수 구워먹기, 모깃불피우기 등
역사·문화 체험	⑧ 지역의 이해	전설듣기, 전시관, 농요 배우기, 문화유적 답사 등
	⑨ 민속놀이 체험	자치기, 팽이치기, 스케이팅, 그네타기, 널뛰기 등
친수체험	⑩ 수변활동	야영, 산책, 돌탑쌓기, 강돌밟기, 모래찜질, 시낭송 등
	⑪ 친수활동	물싸움, 건지늑시, 수석줍기, 뗏목·줄배타기 등
건강·보양 체험	⑫ 이색건강 체험	토담집, 온돌방, 황토찜질방, 쑥·인삼탕·마늘탕 등
	⑬ 보양체험	표고버섯죽·황기백숙·민물고기매운탕 먹기 등
제작체험	⑭ 창작활동	도자기 빚기, 흙공예, 짚공예, 새끼꼬기, 한지뜨기 등
레포츠체험	⑮ 레포츠 활동	산악자전거 타기, 래프팅 등

8. 위의 소(小)구분 중에서 매우 해보시고 싶은 체험활동의 번호를 써 주십시오
(4가지 이내). (, , ,)

■ 다음은 시골에서 볼 수 있는 경관들입니다.

대(大) 분류	소(小)분류	내 용
자연 경관	① 마을경관	감나무, 돌담, 흙담, 우물, 초가지집, 한옥, 초가지붕 등
	② 농사경관	들판, 벼가 커가는 논, 들판의 소, 농노길, 벼집 등
	③ 정적 자연경관	오솔길, 겹겹의 산, 아릅드리 소나무, 저녁노을 등
	④ 동적 자연경관	뽕, 개구리, 들짐승, 철새, 우렁이, 참새떼, 잠자리 등
인문 경관	⑤ 공동 생활경관	농가, 마을회관, 버스정류소, 분교, 폐교 등
	⑥ 개별 생활경관	빨래하는 아낙네, 재래식화장실, 부뚜막, 광방 등
	⑦ 농사경관	방앗간, 소달구지, 외양간, 허수아비, 가을 수확 등
	⑧ 먼속경관	사당, 장승, 솟대, 무덤, 옷놀이, 나무그늘, 돌무덤 등

9. 위의 소(小)분류의 시골경관 중에 선호하는 경관의 번호를 써 주십시오(2가
지 이내). (,)

■ 다음은 농촌의 자연환경에 대한 태도에 관한 사항입니다.

10. 선생님께서 생각하시는 곳에 √ 표시해 주십시오.

환경에 대한 태도	전혀 그렇지 않다	그렇 지 않다	그저 그렇 다	약간 그렇 다	매우 그렇 다
농촌의 자연환경은 매우 예민해서 파괴되기가 쉽다	①	②	③	④	⑤
인간이 농촌의 자연을 파괴하면 비참한 결과가 일어난다	①	②	③	④	⑤
인간이 생존하기 위해서는 농촌의 자연환경과 조화를 이루고 살아야 한다	①	②	③	④	⑤
인류는 농촌의 자연환경을 심하게 해치고 있다	①	②	③	④	⑤
무조건적인 경제성장보다는 인간이 조절할 수 있는 경제를 발전시켜야 한다	①	②	③	④	⑤
지구가 수용할 수 있는 인구의 한계에 도달하고 있다	①	②	③	④	⑤
지구는 한정된 공간과 자원을 가진 우주선과 같다	①	②	③	④	⑤
우리의 산업화된 사회는 성장의 한계에 와있다	①	②	③	④	⑤
인간에게는 필요에 따라 자연환경을 변화시킬 수 있는 권리가 있다	①	②	③	④	⑤
인간은 인간의 욕구를 충족시키기 위해 자연환경에 순응할 필요가 없다	①	②	③	④	⑤
동·식물은 본래 인간에 의해 사용되기 위해 존재한다	①	②	③	④	⑤
인류는 자연을 통치하기 위해 창조되었다	①	②	③	④	⑤
인간에 의해 환경이 심하게 훼손되고 있다	①	②	③	④	⑤
농촌이 도시처럼 되는 것은 불가피하다	①	②	③	④	⑤
농촌환경을 모두 보존할 수는 없다	①	②	③	④	⑤

■ 다음은 향수 관련 지식정도에 관한 사항입니다.

11. 다음 농가 생활용품의 용도가 맞으면 ○표, 틀리면 ×표를 해 주십시오.

- ① 또아리는 머리 위의 짐을 피는 도구이다. ()
- ② 삼태기는 곡식을 쏘여 담거나 재나 거름을 담아 나르는 용구이다. ()
- ③ 먹서리는 농작물에 해를 끼치는 새를 쫓는 데 사용하는 도구이다. ()
- ④ 달걀망대는 깨지기 쉬운 달걀을 보관해 두는 바구니이다. ()
- ⑤ 짚베개는 짚으로 만든 베개를 가리킨다. ()
- ⑥ 누룩틀은 술을 빚을 때 스는 누룩을 만드는 틀이다. ()
- ⑦ 태는 곡식을 담아 놓거나 운반하는 데 쓰이던 도구이다. ()
- ⑧ 반진고리는 실·골무·형짚 등의 바느질 도구를 갈무리하던 그릇이다. ()
- ⑨ 부리망은 비가 올 때 어깨에 걸쳐 입는 우장이다. ()
- ⑩ 초분신은 갯벌에서 신는 짚신으로 발등이 깊어 잘 벗겨지지 않는다. ()
- ⑪ 이엉이란 초가지붕 전체를 덮어주는 짚 묶음을 가리킨다. ()
- ⑫ 맷방석은 맷돌질은 할 때 바닥에 까는 명석이다. ()
- ⑬ 섬은 마른 곡식을 담아 저장하는 용기이다. ()
- ⑭ 둥구미는 소꼴, 나무, 연장 등을 담는 지금의 가방과 같은 것이다. ()
- ⑮ 도롱이는 소가 풀을 뜯어먹지 못하게 하는 입막이이다. ()

■ 다음은 일반적인 사항에 관한 사항입니다.

12. 선생님의 성별은?

- ① 남 ② 여

13. 선생님의 연령은?

- ① 20대 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대 이상

14. 선생님의 학력은?

- ① 고졸이하 ② 전문대재 / 졸 ③ 대재 / 졸 ④ 대학원 이상

15. 선생님 닉의 월 평균 소득은 얼마정도입니까?

- ① 100만원 미만 ② 100만원~150만원 ③ 150만원~200만원 미만
- ④ 200만원~250만원 미만 ⑤ 250만원~300만원 ⑥ 300만원 이상

16. 선생님의 거주지는 어디십니까?

_____ (특별시, 광역시, 도) _____ (구, 시, 군)

*** 설문에 응해 주셔서 대단히 감사합니다 ***

<부록 4> 테마 농원마을 개발에 관한 설문조사 II

테마 농원마을 개발에 관한 설문조사

안녕하십니까?

본 조사는 테마 농원마을의 유형에 대한 기초자료를 수집하기 위한 것입니다. 조사결과는 연구목적 이외에는 사용하지 않을 것을 약속드립니다. 귀하의 성실한 답변을 부탁드립니다.

2001. 12

경기대학교 관광학부 교수 박석희

☎ 031-249-9517

1. 다음은 귀하가 생각하시는 농촌이 지닌 특성에 대한 문항입니다. 해당하는 곳에 V표 해주십시오.

항 목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	약간 그렇다	매우 그렇다
가족간의 유대관계가 두텁다					
사람들은 지역에 대한 소속감이 강하다					
사람들은 지역에 대한 애착심이 강하다					
사람들은 협동심이 강하다					
친절과 호의가 넘친다					
범죄와 폭력이 덜하다					
분위기가 평화롭다					
주위가 한적하고 조용하다					
마음의 여유를 찾을 수 있는 곳이다					
어린시절 추억을 떠올릴 수 있는 곳이다					
사람들은 대부분 서로에 대하여 잘 알고 있다					
우리 전통을 잘 지켜나가고 있는 곳이다					
사람들의 생각은 지역적이고 협소하다					
새로운 경험에 대한 기회가 거의 없다					
정보수집 및 활용이 어렵다					
사람들은 말투, 행동, 옷차림이 투박하다					
문화시설이 부족하다					
시설이 낙후되어 있다					
젊은 사람보다 노인이 많다					
교통이 불편하다					
돈보다 정이 우선이다					
생활은 경제적으로 윤택하지 못하다					
사람들은 소득수준이 낮다					
논과 밭, 과수원 등이 있다					
마을 주변에 산과 들이 있고 시냇물이 흐르고 있다					

항 목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	약간 그렇다	매우 그렇다
나즈막한 가옥들이 서로 떨어져 있다					
도로 폭이 좁고 비포장도로가 많다					
경운기가 다니는 모습을 종종 볼 수 있다					
집집마다 농기구, 농기계 등을 쉽게 찾아볼 수 있다					
소, 돼지, 닭, 개 등 가축들을 볼 수 있다					
흄냄새를 맡아 볼 수 있다					
계절감을 잘 느낄 수 있는 곳이다					
자연(새, 개구리, 풀벌레)의 소리를 들을 수 있다					
성황당이나 장승 등이 서 있는 모습을 볼 수 있다					

2. 다음은 테마 농원마을 유형입니다. 1번~9번까지 가보고 싶은 순서대로 빠짐 없이 번호를 기입하여 주시기 바랍니다.

Design	방문목적	거리	환 경	숙박시설유형	순위 표시
A	전원감상	근거리	산을 끼고 있는 마을	재래식숙박시설	
B	전원감상	근거리	들판에 있는 마을	재래식숙박시설	
C	전원감상	보통	강변에 있는 마을	재래식숙박시설	
D	전원감상	보통	들판에 있는 마을	개량식숙박시설	
E	전원감상	원거리	산을 끼고 있는 마을	개량식숙박시설	
F	전원감상	원거리	강변에 있는 마을	재래식숙박시설	
G	농촌생활체험	근거리	강변에 있는 마을	개량식숙박시설	
H	농촌생활체험	보통	산을 끼고 있는 마을	재래식숙박시설	
I	농촌생활체험	원거리	들판에 있는 마을	재래식숙박시설	

3. 귀하의 성별은? ① 남 ② 여

4. 귀하의 연령은? ① 30대 ② 40대 ③ 50대 이상

5. 귀하의 주된 성장 지역은? ① 농촌 ② 중소도시 ③ 대도시

6. 결혼 여부 및 가족 구성은? (해당하는 곳에 모두 V 해 주십시오)

A. 기혼 ㉠ 동거 자녀 있음

[① 유치원 이하 ② 초등학생 ③ 중학생 ④ 고등학생 이상]

㉡ 동거 자녀 없음

B. 미혼

7. 귀하의 학력은? ① 고졸 이하 ② 전문대졸 ③ 대졸 ④ 대학원 이상

8. 귀하의 가족 월총소득? ① 149 만원 이하 ② 150~299 만원 ③ 300만원 이상

9. 귀하의 직업은? _____

*** 설문에 응해 주셔서 대단히 감사합니다 ***

<부록 5> 관광농원마을 모델 적용 2: 건강 찾아주는 황토마을 유동 1리

■ 마을특성

- 포천군 일동면 유동리(柳動里)는 서울 청량리에서 일동으로 연결되는 국도 47번이 관통하는 마을로서 현재는 서울(상봉동)에서 버스로 70분이 소요되고 있으나, 2003년 신팔~일동간 도로가 확장된다면 접근성이 대폭개선 될 전망이다.
- 이 마을에 10분거리에 국내 최고의 유황 온천탕이 3개 자리잡고 있으며, 기타 스키장, 골프장, 콘도 다양한 형태의 숙박시설도 마을 주변에 위치하고 있음
- 이 마을에는 마음밭 관광농원이 입지하고 있음. 관광농원의 부지는 임야 9,000평, 밭 1,000평, 논 500평, 비닐하우스 50평 정도로 구성되며 숙박시설로는 5평, 16평 규모의 단체용 2실, 2평, 4평기준인 가족용 2실이 있고 찻집 겸 식당으로 한 채가 있으며 다른 부대시설로는 야외공연장 겸 독서실, 주차장, 가축사, 원두막, 캠프파이어장, 씨름장 등이 있음.

■ 마을의 SWOT 분석

강점(Strengths)	약점(Weaknesses)
<p>S1. 다양한 자원개발 잠재력</p> <ul style="list-style-type: none"> - 마음밭 관광농원, 술공장, 오성목장, 마을전설 <p>S2. 황토방의 독창성</p> <ul style="list-style-type: none"> - 전원적, 건강유지 <p>S3. 접근성 양호</p> <ul style="list-style-type: none"> - 서울에서 가까운 거리 <p>S4. 연계자원 패키지화 가능</p> <ul style="list-style-type: none"> - 온천6곳, 골프장, 베어스타운스키장 <p>S5. 농촌관광의 발전 가능성</p> <ul style="list-style-type: none"> - 적절한 마을공간, 풍부한 농촌자원 	<p>W1. 특화 주제 부각 미약</p> <ul style="list-style-type: none"> - 메인 어트랙션 부재 <p>W2. 도로의 차단으로 공간범위 불투명</p> <ul style="list-style-type: none"> - 마을이 도로로 인하여 분리 <p>W3. 메인시설 및 편익시설의 부족</p> <ul style="list-style-type: none"> - 이용수요에 따른 시설부족 <p>W4. 교통이용의 혼잡</p> <ul style="list-style-type: none"> - 주말 도로교통 체증 <p>W5. 마을내 기반시설의 미비</p> <ul style="list-style-type: none"> - 도로시설, 상하수도
기회(Opportunities)	위협(Threats)
<p>O1. 접근도로 4차선 확장</p> <ul style="list-style-type: none"> - 신팔~일동간 <p>O2. 농촌관광의 관심 집중</p> <ul style="list-style-type: none"> - 농사체험 농촌생활 동경 <p>O3. 여가 및 관광수요의 지속적 증대</p> <ul style="list-style-type: none"> - 여가여건 조성, 국내관광 회복 <p>O4. 관광시장의 틈새 공략</p> <ul style="list-style-type: none"> - 토속 생태농장 개발 <p>O5. 마을단위 개발의지 부각</p> <ul style="list-style-type: none"> - 생태마을, 황토방 민박농가 	<p>T1. 마을입구 시설의 부적합</p> <ul style="list-style-type: none"> - 아파트 단지 입지 <p>T2. 제한 법규 및 단속의 과다</p> <ul style="list-style-type: none"> - 인·허가 절차 복잡, 개발가용지 부족 <ul style="list-style-type: none"> - 민박시설 유형 단순 <p>T3. 경영주체의 경영마인드 부족</p> <ul style="list-style-type: none"> - 투자수익발생에 대한 불안 <p>T4. 유사시설(농촌관광시설)의 성장 둔화</p> <ul style="list-style-type: none"> - 관광농원의 경영실패, 민박시설 낙후

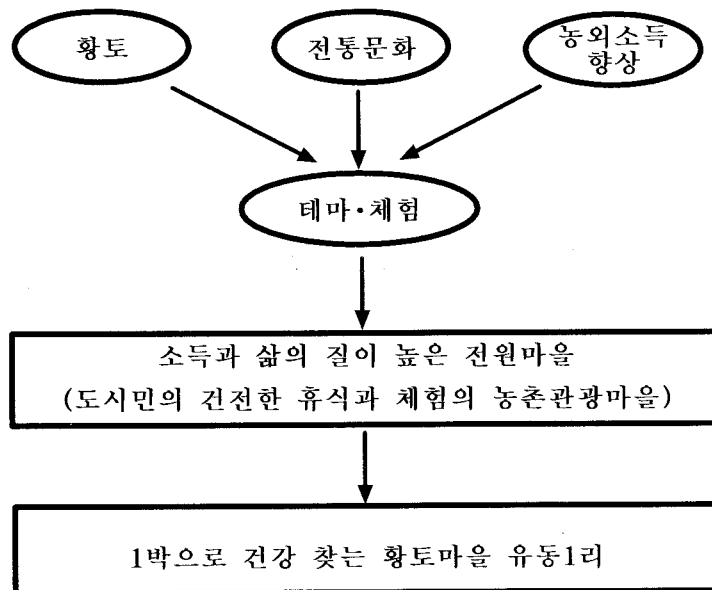
■ 키워드 설정

황토, 농촌, 전통문화, 환경개선, 농외소득향상, 환경, 농사, 체험,
토속, 전원, 황토방, 온천, 자원, 토속주, 목장

- 황토마을 (S2+S5+O2+O3+O4+O5+T2+T3) : 환경, 농사, 체험, 토속, 황토, 전원
- 민박마을 (S3+S5+O1+W3+W4) : 황토방, 온천
- 농산물 (S1+S5+W2+W5) : 자원, 토속주(酒), 목장
- 키워드 : 황토, 전통문화, 농사, 테마, 체험




■ 비전

○ 컨셉 :



○ 비전 :

■ 황토마을 이미지 만들기

1차		<ol style="list-style-type: none"> 1. 마을 모양 만들기 <ul style="list-style-type: none"> - 황토마을이라는 통일된 이미지 형성 2. 마을 진입로 및 탐방로 정비 <ul style="list-style-type: none"> - 마을 진입로 : 황토를 활용한 꽃길 및 토우 - 탐방로 : 황토길 조성 3. 옥려봉 정비 <ul style="list-style-type: none"> - 생태복원 - 옥녀봉의 유래 및 전설 복원
2차		<ol style="list-style-type: none"> 1. 황토관련 활동의 중심지 <ul style="list-style-type: none"> - 황토와 관련된 활동, 놀이, 정보 등의 다양한 구비 2. 생태보호 운동 <ul style="list-style-type: none"> - 도로 및 옥녀봉 보호 운동 전개
3차		<ol style="list-style-type: none"> 1. 황토마을 이미지 구축 <ul style="list-style-type: none"> - 마을 전체가 황토마을이라는 이미지로 자리잡음 2. 주변 관광지와 연계 <ul style="list-style-type: none"> - 주변 온천과 황토마을과 연계

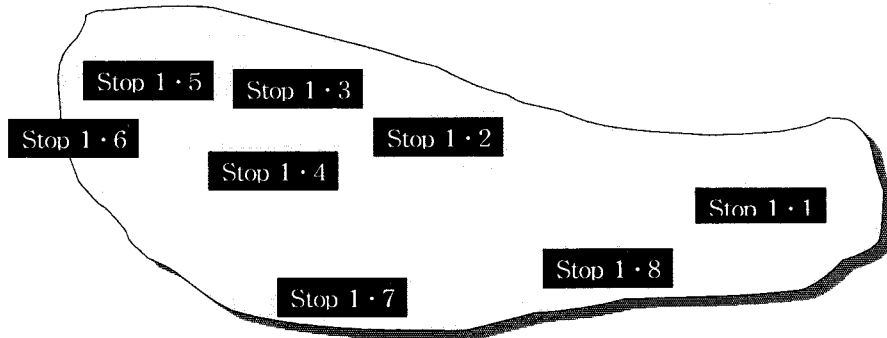
■ 테마의 설정

테마		이야깃거리	주요소재
주테마		건강과 향수를 되찾아 주는 황토마을, 유동1리 (황토의 신비가 숨어있는 건강마을, 유동1리)	
부테마	1	<p>황토 기운이 숨쉬는 농원</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 황토를 소재로 한 다양한 체험 <ul style="list-style-type: none"> - 황토를 이용한 음식만들기, 황토찜질, 잠자리 등 이색체험(황토체험방) - 황토집, 황토인형 등 황토를 이용한 공예품 만들기 (황토공예방) - 밤 시간을 이용하여 전통시, 노래, 그림, 문학 등을 만날 수 있는 공간 마련 (황토사랑방) - 황토와 어우러진 자연생태 (야생화꽃길) - 황토와 함께 하는 썰매놀이 	<ul style="list-style-type: none"> •농원 •황토공예방 •황토사랑방 •황토꽃밭 •야산 •논(겨울철) •숙박시설 •식당 •주차장 •안내소
	2	<p>굴뚝없는 시골공장</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 목장을 중심으로 한 농촌문화자원 이용 <ul style="list-style-type: none"> - 농촌의 주 생활인 영농체험 이용 - 자연농법에 의한 위생적인 축사에서 가축생활 관찰과 체험 - 농촌박물관을 중심으로 농경문화 체험 - 계절에 따른 다양한 농사일을 부각 - 시골길을 걸으며 마을의 정경을 맛보고 주변의 생태관찰 - 여러차례 실패한 공장을 방문하여 오늘날의 농촌을 이해하고 배움 	<ul style="list-style-type: none"> •비닐하우스/농기구창고 •한우/돼지목장 •산책로 •실패한 공장
	3	<p>옥려봉 산 기운에 농심이</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 옥려봉의 전설과 유래를 소재로 활용 <ul style="list-style-type: none"> - 옥려봉을 중심으로 한자연적 생태체험 - 옥려봉에서 내려다 본 마을정경 감상 - 옥려봉을 중심으로 산에 사는 야생 동식물 관찰 - 삼림욕과 등산을 통한 보양 효과 - 마을회관과 공터를 중심으로 전통민속놀이 체험 	<ul style="list-style-type: none"> •마을회관 •탐방로 •옥려봉 •안내시설 •정자 •공터

■ 테마구현을 위한 방안 예

● 부테마 1. 황토기운이 숨쉬는 농원

- 마을의 중심지역으로 황토마을(유동1리) 체험의 시작이자 마지막 지점
- 황토의 다양한 체험을 주제로 한 공간으로 안내시설, 숙박시설, 편의시설이 집중되어 있는 장소



멈춤지역		내 용
Stop 1.1	마을 입구	<ul style="list-style-type: none"> • 진입로에 가로수를 조성해 마을에 대한 기대감 증대와 외부와의 단절의 효과를 제공 • 마을을 상징하는 황토로 만든 조형물 설치 (예: 토우) • 진입로 및 표지판 정비를 통해 방문자들의 편의 제공
Stop 1.2	관광농원	<ul style="list-style-type: none"> • 마을의 핵심시설로 숙박시설과 식당 집중 • 마을의 안내 및 예약담당
Stop 1.3	황토생활체험방	<ul style="list-style-type: none"> • 황토로 만든 집에서 잠자기, 황토로 만든 음식먹기 등 생활 속에서 느끼고 접할 수 있는 황토체험
Stop 1.4	황토공예방	<ul style="list-style-type: none"> • 황토를 활용한 다양한 공예품을 제작하는 장소 • 방문자뿐만 아니라 주변지역민들의 취미생활의 장소로 활용 • 황토공예품 전시를 통해 볼거리 제공 및 직접 체험
Stop 1.5	황토사랑방	<ul style="list-style-type: none"> • 농촌과 예술의 만남의 장소 (시, 그림, 노래) • 야간시간의 다양한 프로그램이 이루어지는 장소
Stop 1.6	황토와 야생화	<ul style="list-style-type: none"> • 농원 안에 조성된 환경친화적 장소를 활용 • 농원의 기존 동식물과 연계 • 황토에서 자라는 야생화 관찰
Stop 1.7	황토와 물	<ul style="list-style-type: none"> • 마을 주변을 흐르는 내천 활용 • 옛 빨래터 재현 등 다양한 물과 관련된 체험 • 내천주변의 가로수 조성을 통해 산책로로 활용
Stop 1.8	황토와 놀이	<ul style="list-style-type: none"> • 겨울철 얼어있는 논을 활용

■ 주요 도입활동

- 황토에 대한 관심에 맞춰 자연요법, 활용방법, 생활용품 등 다양한 활동을 체험
 - 자연요법체험 : 황토방에서의 숙면, 맨발 황토길, 황토 찜질 등
 - 황토공예체험 : 황토 옹기 항아리 만들기, 황토베개 만들기, 황토찜질용팩 만들기, 토우 만들기 등
 - 황토바로알기 : 지장수를 이용한 다양한 먹거리 및 상식, 황토미용법, 건강법 등
 - 황토생활체험 : 황토를 이용한 음식만들기, 황토 차 만들기 등

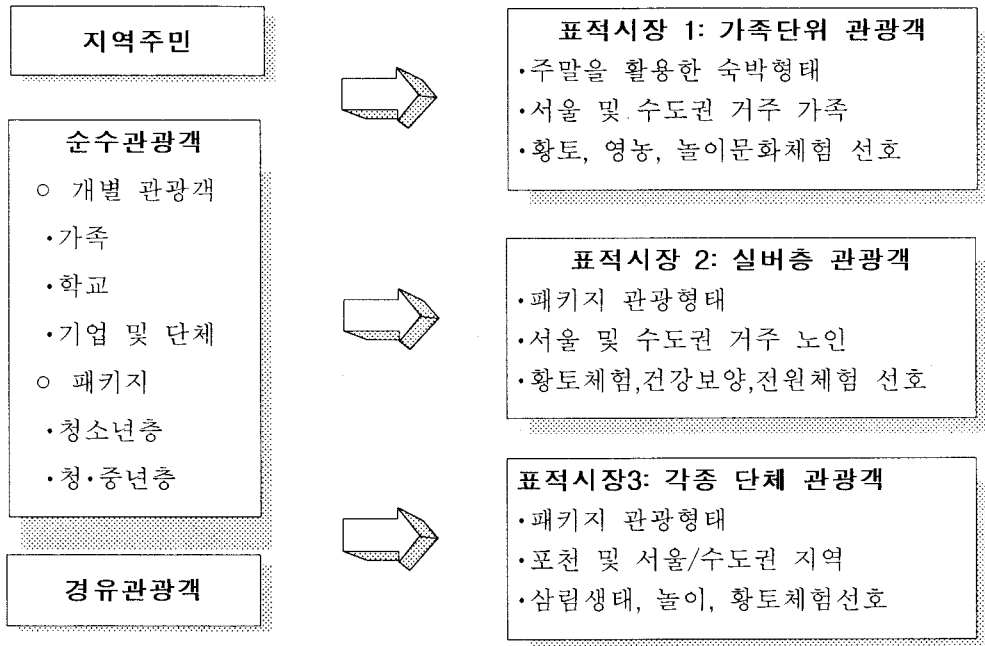
■ 체험활동을 위한 추가 요구 시설

부테마 지구	추가요구시설	비 고
황토체험공간	<ul style="list-style-type: none"> · 기반시설 : 주차장, 숙박시설, 식당, 화장실 · 기타지원시설 : 농원시설 배치도, 안내소 	<ul style="list-style-type: none"> · 황토마을의 입구 · 황토마을의 핵심 장소 · 숙박시설 및 편의시설이 집중
전원체험공간	<ul style="list-style-type: none"> · 기반시설 : 화장실, 주차장 · 기타지원시설 : 산책로, 원두막 	<ul style="list-style-type: none"> · 산책로 조성을 통한 전원감상 · 농촌생활 체험 · 휴식 공간 필요
자연체험공간	<ul style="list-style-type: none"> · 기반시설 : 화장실, 주차장 · 기타지원시설 : 전망대, 해설판, 놀이마당 	<ul style="list-style-type: none"> · 삼림생태 체험 · 마을을 조망할 수 있는 장소 · 놀이문화를 할 수 있는 장소

■ 마을 고유이미지 창출 관련 활동과 시설

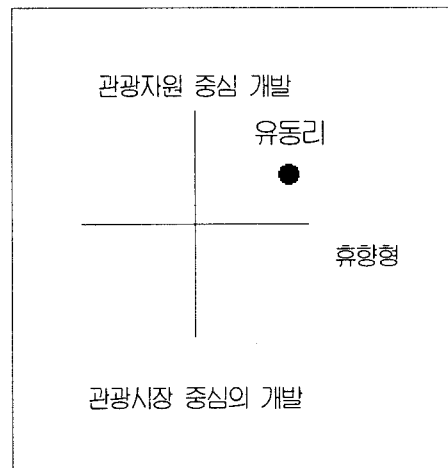
부테마 지구	이미지창출 시설	비 고
황토체험공간	<ul style="list-style-type: none"> · 황토학교 · 황토방 · 황토공예방 · 황토찻집 · 황토꽃밭 	<ul style="list-style-type: none"> · 황토라는 소재를 활용해 마을의 전체적인 이미지를 창출 · 직접적인 체험 위주의 공간 · 기존의 시설을 최대한 활용하고 관광농원을 중심으로 새로운 시설들을 분포시킴
전원체험공간	<ul style="list-style-type: none"> · 한우, 돼지 농장 · 비닐하우스 · 시골 공장 	<ul style="list-style-type: none"> · 영농체험을 중심으로 농촌의 전원적 이미지 창출 · 목장에서의 이색체험 활용 · 아픔이 깃든 공장을 이색체험의 소재로 활용
자연체험공간	<ul style="list-style-type: none"> · 전망대 · 휴식공간 · 탐방로 및 해설판 	<ul style="list-style-type: none"> · 옥녀봉을 중심으로 삼림에서의 자연적인 이미지 활용 · 옥녀봉에서의 다양한 체험을 이용하여 생태적인 활동 강조 · 옥녀봉에 얹힌 유·무형적인 소재 활용

■ 표적시장 선정



■ 포지셔닝 설정 예(관광공간 측면에서의 포지셔닝)

- 관광공간 개발 유형상 유동리는 한적한 전원, 아늑한 뒷산 등의 자연경관을 활용한 관광자원중심형에 해당되므로, 놀이시설 중심의 위락공간보다는 휴식 및 조용한 분위기를 제공할 수 있는 휴양형 관광공간으로 개발하여야 함.



관광공간개발 유형상의 포지셔닝

■ 계절별 상품화 소재

계절	구분	일시	내 용
봄	이벤트	3~4월	<ul style="list-style-type: none"> · 농사의 시작인 봄을 맞이하는 나물채취 이벤트 · 산나물관찰, 산나물요리대회, 두릅나무따기 등 다양한 이벤트 · 황토집 보수 및 지붕올리기 등
	놀이		<ul style="list-style-type: none"> · 황토를 이용한 다양한 제작 및 놀이 · 봄날의 작은 음악회, 전시회, 사생
여름	이벤트	6~8월	<ul style="list-style-type: none"> · 유동리의 깨끗한 자연환경에서 별자리를 감상하며 여름날에 별자리 감상하기 · 옥수수과 감자 구워먹기, 향토음식 만들기과 시식 대회
	놀이		<ul style="list-style-type: none"> · 유동리의 각종과일이 수확되는 때를 기념함 · 각종 과일로 만든 요리대회 및 1인1과수 회원들을 대상으로 우량과일 선발대회 등을 개최
가을	이벤트	9~11월	<ul style="list-style-type: none"> · 과일 및 농산물 수확해 보기, 코스모스 축제, 야생화 관찰 · 곡식을 이용하여 전통주 담구기 등 먹거리와 수확물을 이용한 다양한 이벤트 개최
	놀이		<ul style="list-style-type: none"> · 밤·도토리 따기, 단풍놀이 등 자연을 활용한 건강한 놀이 체험
겨울	이벤트	12~2	<ul style="list-style-type: none"> · 방문객 및 회원을 중심으로 하여 김장담구어 나누어 먹기 · 김장재료는 유동리에서 기른 채소 사용
	놀이		<ul style="list-style-type: none"> · 유동리에서 할 수 있는 다양한 놀이체험이 가장 활발한 겨울 · 썰매타기, 쥐불놀이, 얼음판에서 팽이치기, 벚짚놀이, 새끼꼬기, 짚신 만들기 등 전통적인 놀이체험

■ 관광상품의 예

○ 황토체험

- 상품명 : 유동 황토학교
- 목 적 : 황토를 주제로 일생생활에서 체험할 수 있는 다양한 경험을 만나고, 자연을 벗삼아 생활하면서 자연의 소중함을 느낌
- 일 시 : 4월 ~10월 매월 넷째 주 (토요일~일요일)
- 대 상 : 선착순 20 가족
- 참가비 : 가족 당 99,000원 (4인 가족 기준)

• 주요 프로그램

프로그램	내 용
황토의 변신	• 황토공예와 집짓기를 통해서 어른과 아이가 함께 즐길 수 있는 재미있고 흥미로운 프로그램을 제공함
황토와 미용	• 황토의 다양한 기능과 효과 중에서 황토를 이용한 미용용품으로 경험 할 수 있는 프로그램을 제공하여 흥미를 유발함 (직접제작한 상품을 가져갈 수 있도록 함)
황토와 하나되기	• 황토를 직접 몸으로 느낄 수 있도록 황토흙 밟기 등을 제고함 • 황토의 기능을 강조하여 황토찜질이 가능하도록 함
황토사랑방	• 황토로 만들어진 사랑방에서 주변의 예술인들과의 시간을 갖음 • 민요, 그림, 글씨, 전설이야기 등을 듣고 배움
옥녀봉의 정복	• 이른 아침 맑은 공기를 마시며 옥녀봉에서 삼림욕을 하며 트레킹과 아름다운 감상
토속주와의 만남	• 토속주 공장을 견학하여 제작과정과 재료를 보고 즐김 • 토속주를 직접 시음하고 구입할 수 있는 기회를 제공함
온천욕	• 유동리와 가까운 온천을 방문하여 온천욕을 통해 심신의 피로를 풀 • 온천을 마지막 프로그램을 구성하여 건강을 되찾는 느낌을 심어 줌

첫째 날	시 각	둘째 날
~08:30 집결지 집합 및 인원점검	06:00	~06:30 기상
08:30 서울출발 (전세관광버스)	07:00	~08:00 마을 산책하기
~10:30 마음밭 도착	08:00	~09:00 아침식사 (황토시골백반)
~12:00 황토학교 입학식 • 이장과의 만남 • 농원 관람 • 오리엔테이션/숙소배정	09:00	~12:00 (5교시) 옥녀봉 트레킹 • 옥녀봉 트레킹 • 옥녀봉 소원빌기 • 힘자랑하기
~13:30 점심식사 (황토된장국)	10:00	~13:00 점심식사 (산채비빔밥)
~15:30 (1교시) 황토의 변신 • 황토공예 • 황토집짓기강습	11:00	~14:00 배상면주 전통주 공장 견학하고 체험
~17:00 (2교시) 황토와 하나되기 • 황토찜질 • 황토밟기	12:00	~16:00 황토와 온천
~18:00 (3교시) 황토와 건강 • 황토미용법 • 황토건강법	13:00	16:00~ 마음밭 출발
~19:00 저녁식사 (황토쌈밥)	14:00	~18:00 서울 도착 및 해산
~20:00 모닥불놀이	15:00	
~21:30 (4교시) 황토사랑방 • 예술과의 만남	15:00	
21:30~ 자유시간 및 취침 (황토방)	16:00	
	17:00	
	18:00	
	19:00	
	20:00	
	21:00	
	22:00	

<부록 6> 관광농원마을 모델 적용 3: 콩이 만든 꼬마장수 마을 도관리

■ 마을특성

- 홍천군 내촌면 북서쪽에 위치한 곳으로 마을 주변에 가마봉(925m), 백암산(1099m), 매봉(865m), 백우산(895m)등 높은 산이 솟아 있는 전형적인 강원도 산간 마을임
- 서울과 설악산을 잇는 교통로 선상에 있어 많은 사람들이 마을을 통과함. 특히 홍천강과 주변 고산의 계곡, 폭포, 약수 등이 자연관광자원이 풍부하여 많은 관광객이 방문함
- 마을내에 관광농원은 위치하고 있지 않으나 마을에서 개인들이 민박을 하는 집이 있음. 다만 마을 주변에는 많은 관광자원으로 인해 호텔, 콘도, 여관, 관광농원 등 풍부한 숙박시설을 가지고 있음.

■ 마을의 SWOT 분석

강점(Strength)	약점(Weakness)
S1. 훼손되지 않은 자연경관 S2. 수변활동의 다양성 S3. 외부와 격리된 위치 S4. 농촌 자원의 풍부성과 다양성 S5. 수도권에서의 접근성 S6. 주변 연계 관광지의 다양성 S7. 전통적 농촌생활의 보존	W1. 특화 주제 부각이 미약 W2. 인구의 지속적 감소와 노령화 W3. 다양한 농산물의 활성화방안 미흡 W4. 기존 자원의 효율적 활용 미흡 W5. 경영 주체의 경영 마인드 부족 (투자와 수익발생에 대한 우려) W6. 주민들의 인식 부족으로 인한 참여 미비 W7. 관광객을 수용할 수 있는 기반시설 및 프로그램 부족 - 진입도로 협소, 화장실, 주차장 등의 편의시설 - 농촌 체험을 위한 프로그램의 부족
기회(Opportunity)	위협(Threat)
O1. 국내외적으로 농촌체험에 대한 관심 증가 O2. 접근도로의 확장 O3. 농촌관광에 대한 관심 증가 O4. 여가시간 증가에 따른 여가·문화활동의 중요성 부각(주 5일 근무) O5. 환경 보전의 중요성 부각 O6. 체험관광에 대한 관심 증대 O7. 행정의 중심이 지방정부로 이전 O8. 자연환경의 상품화 기회 확대 O9. 건강에 대한 관심 증대	T1. 관광객의 증가로 인한 성급한 개발 T2. 성급한 개발로 인한 환경파괴현상 T3. 유사시설의 성장 둔화 (관광농원의 경영실패, 민박시설 낙후) T4. 대체농지조성비(평당 만원), 용자 등 불합리한 제도 T5. 지역간 무한경쟁시대 돌입 T6. 지방의 재정부족 T7. 지방의 인재부족 T8. 지자체도 파산하는 시대 T9. 각분야의 최고만이 생존 가능

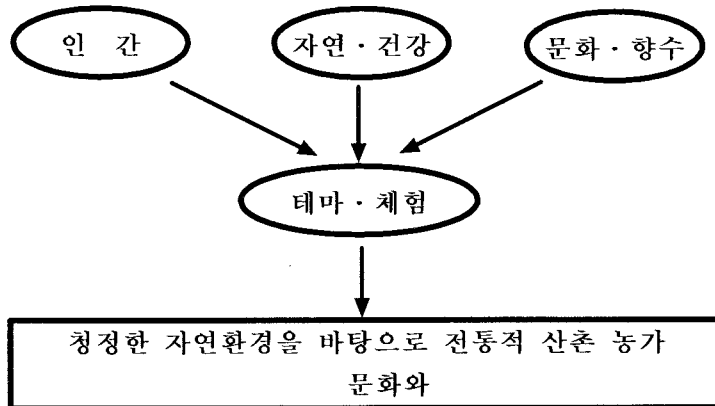
■ 키워드 설정

자연, 환경, 청정, 보존, 농심, 동심, 향수, 가족, 사랑, 건강, 생활, 전통, 문화, 풍요, 자원, 놀이, 즐거움, 다양함, 상품, 특화, 기대감, 체험, 문화

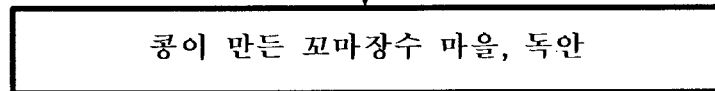
- 인간 (W3+W5+W6+O3+O9) : 농심, 동심, 향수, 가족, 사랑, 건강
- 자연환경 (S1+S3+S5+O2+O5+O8+T1+T2) : 자연, 환경, 청정, 보존
- 문화·역사 (S4+S7+W3+W4+O4+O7+T4) : 생활, 전통, 문화, 풍요, 자원
- 테마 (W1+T3+T5+T6+T7+T8+T9) : 상품, 특화, 기대감
- 체험 (S2+S6+W7+O1+O6) : 놀이, 즐거움, 다양함
- 키워드 : 인간, 자연환경, 건강, 문화, 향수, 테마, 체험

■ 비전




○ 컨셉 :



○ 비전 :



■ 꼬마장수 마을 이미지 만들기

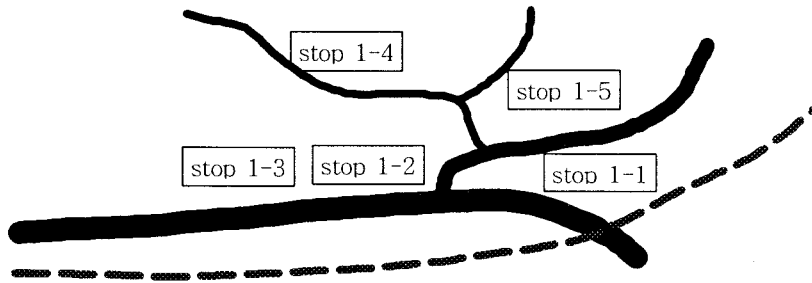
1차		<ol style="list-style-type: none"> 1. 마을 모양 만들기 2. 마을 진입로 및 탐방로 정비 <ul style="list-style-type: none"> · 마을 진입로 : 장독대 조성 · 탐방로 : 콩밭을 집적 조성
2차		<ol style="list-style-type: none"> 1. '백우산' 연계 방안 <ul style="list-style-type: none"> · '백우산의 아기장수' 전설에 관한 자료를 마을과 연계시키는 방안 모색 2. 생태보호 운동 <ul style="list-style-type: none"> · 도로 및 내촌천 보호 운동 전개
3차		<ol style="list-style-type: none"> 1. 아기장수 마을의 고유 이미지 정착 <ul style="list-style-type: none"> · '백우산의 아기장수' 전설과 몸에 좋은 '콩'을 연계시킴 · 콩이 가져다준 꼬마장수의 건강이 독안에 담겨있는 도관리의 고유이미지로 자리잡음

■ 테마 발굴

테마		아기기거리	주요소재
주테마		콩이 만든 꼬마장수의 체취가 담겨 있다.	
부테마	1	산촌 농가의 생생한 삶이 담겨있다. <ul style="list-style-type: none"> ○ 도관리의 전통적인 산촌 농가 문화 <ul style="list-style-type: none"> - 농기구, 생활도구를 이용한 농촌박물관 - 전통가옥의 구조와 생활모습 - 농가의 생활문화 체험 - 전통 민속놀이 제작 및 체험 - 농가생활과 관련된 전래 이야기 	농기구, 농촌생활, 재래식부엌, 아궁이, 장독, 짚신꼬기, 막걸리, 옛날 이야기, 학교, 마을회관, 면사무소, 우체국 연날리기, 팽이치기, 쥐불놀이, 서낭당
	2	꼬마장수의 기운을 체험할 수 있다. <ul style="list-style-type: none"> ○ 마을의 다양한 밭농사 전경 <ul style="list-style-type: none"> - 콩밭 농사의 체험과 학습 - 콩을 위주로 한 다양한 잡곡류의 관찰 - 시골길을 통한 전원풍경 감상 - 다양한 콩 음식 체험 	논밭, 텃밭의 다양한 채소들, 길가의 콩, 옥수수, 조, 수수, 메밀, 호박넝쿨
	3	유년시절의 추억이 되살아난다. <ul style="list-style-type: none"> ○ 산책로의 생태활동과 친수활동 <ul style="list-style-type: none"> - 어린시절의 소풍 추억 살리기 - 다양한 야생생물 관찰, 채집 - 강변에서의 수변활동 - 물을 이용한 친수활동 - 강을 건너기 위한 나무다리(겨울) 	학교, 산책길, 야생식물, 곤충, 산나물, 강변, 먹감기, 견지뉘시, 썰매타기, 나무다리

■ 테마구현을 위한 탐방로(스토리에 따른) 설계 예

● 부테마 1. 산촌 농가의 생생한 삶이 담겨 있다.

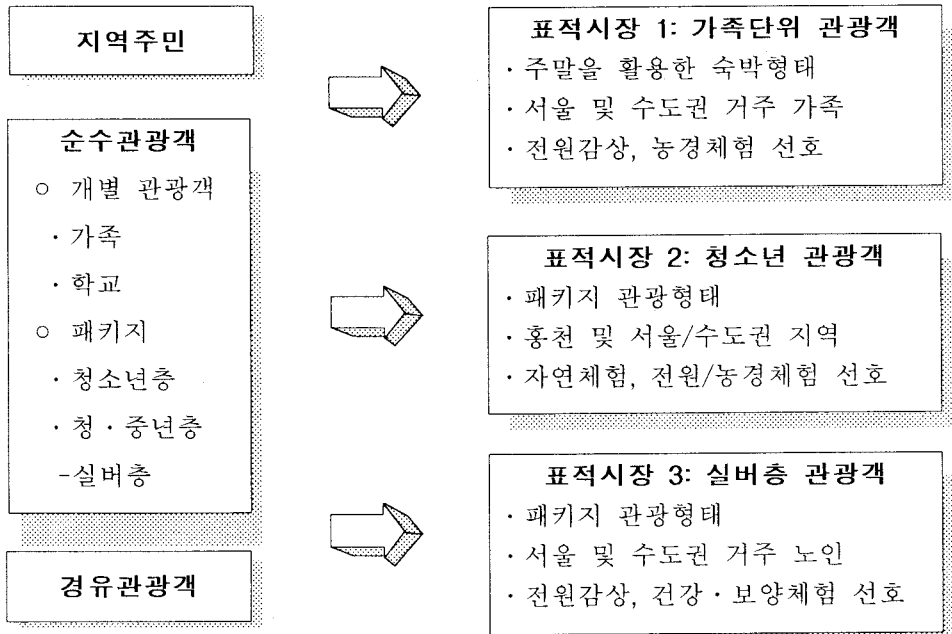


멈춤 지점		내 용
Stop 1-1	마을 입구	<ul style="list-style-type: none"> • 마을을 상징하는 옛 조형물 복원(큰나무, 장승 등) • 방문객의 호기심을 자극할 수 있도록 조성 • 마을 입구에서 느껴지는 과거와 현재의 조화된 분위기
Stop 1-2	마을문화 들여다보기 (면사무소 · 마을회관)	<ul style="list-style-type: none"> • 마을에 대한 기초 정보 제공 • 마을의 안내 및 예약 담당 • 마을만이 간직하고 있는 역사 · 문화적 소재 전달
Stop 1-3	농경문화 들여다보기 (학교 박물관)	<ul style="list-style-type: none"> • 농기구, 농촌생활과 문화를 소개 • 기존의 초등학교 교실 일부분을 이용 • 전시 · 전람 위주로 해설가와 해설판 설치
Stop 1-4	생활문화 들여다보기 (전통가옥)	<ul style="list-style-type: none"> • 싸리 나무문, 재래식부엌, 아궁이, 장작 더미, 우리 등 • 짚신꼬기, 옛날이야기 듣기, 다양한 간식거리 먹기 등 • 밤 활동이 이루어지는 장소
Stop 1-5	놀이문화 즐기기 (놀이 마당)	<ul style="list-style-type: none"> • 농가 주위 평평한 빈터를 이용 • 세시풍습에 따른 연날리기, 쥐불놀이 등 민속놀이가 이루어짐 • 야간 캠프화이어 장소

■ 마을 고유이미지 창출 관련 활동과 시설

부테마 지구	마을이미지창출 시설	비 고
문화·역사 체험공간	<ul style="list-style-type: none"> · 마을 회관 · 농촌 박물관 · 전통가옥 · 마을 입구의 장독 · 마을 입구의 장승 	<ul style="list-style-type: none"> · 도관리의 상징물 확보 · 문화와 역사 학습을 위한 공간 확보
전원체험공간	<ul style="list-style-type: none"> · 흙길 · 농경지 · 정돈된 콩밭 · 길가의 심어진 콩 	<ul style="list-style-type: none"> · 포장되지 않은 자연적인 흙길 · 낭만과 자연풍경을 만끽하게 할 있는 이동경로 필요 · 잘 정돈된 콩밭과 농가 주변 길가에 콩을 심어두어 자연스럽게 콩마을의 이미지 조성
자연체험공간	<ul style="list-style-type: none"> · 자연 학습장 · 삼림욕장 · 모래 경기장 및 모래놀이터 · 섣다리 및 줄배 선착장 · 물놀이장 및 썰매장 	<ul style="list-style-type: none"> · 생태공간 확보 · 휴식공간 확보 · 강을 건너게 하는 수단을 체험화 · 겨울놀이를 즐길 수 있는 공간 확보

■ 표적시장 선정



■ 콩재배 체험 소재

테 마	시기	일거리	체험거리
· 경지정리	3月	초	
		중	· 경지정리
		하	· 경지정리
· 밀거름 · 씨뿌리기	4月	초	· 밀거름 주기
		중	· 밀거름 주기
		하	· 씨뿌리기
· 제초작업	5月	초	· 뿌리혹 관찰하기
		중	· 중경제초
		하	· 제초
· 순치기 · 웃거름주기	6月	초	· 순치기(숙기)
		중	· 보식
		하	· 복주기(培土)
· 병충해 방지 · 개화	7月	초	· 병충해 방지
		중	· 병충해 방지
		하	· 콩꽃 관찰
· 열매 · 조기 수확	8月	초	· 조기 수확
		중	· 중기 수확
		하	· 콩 수확
· 수확 · 탈곡하기	9月	초	· 만기 수확
		중	· 탈곡하기
		하	· 탈곡하기(나무 도리깨)

■ 콩재배 농사 체험

- 상품명 : 콩이 만든 꼬마장수의 체취 느껴보기
- 목 적 : 우리가 먹고 있는 콩의 재배 과정을 실제로 체험해 봄으로서 농사의 중요성을 느끼게 하고 농촌 문화 체험을 통해 우리나라 농촌의 소중함을 알게 하는데 있음
- 일 시 : 4월 ~10월 매월 넷째 주 (토요일~일요일)
- 대 상 : 선착순 30 가족 · 참가비 : 가족 당 99,000원 (4인 가족 기준)

• 주요 프로그램

프로그램	내 용
<p>공 박물관</p> <p>공 퀴즈대회</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 참가자들이 공에 관련된 지식 습득 · 공의 영양가에 대한 설명 · 공의 다양한 이용 · 퀴즈를 통해 공에 대한 이해를 증진함과 동시에 친교의 시가를 가짐
공발매기	<ul style="list-style-type: none"> · 참가자들이 직접 밭에서의 공재배를 체험해봄 · 농사체험은 계절에 따라 변형하며 전문적인 일과 비전문적인 일로 나누어 전문적이 일은 참가자들에게 설명만 하고 비전문적인 일은 참가자들이 직접 체험해 볼 수 있도록 함 · 공박물관에서 배운 지식을 활용하여 비교 체험
공이벤트	<ul style="list-style-type: none"> · 공사랑(공예찬 글짓기, 밧돌갈아보기, 메주만들기, 비지팩해보기 등) · 내가 만약 꼬마장수라면...(자신의 건강을 확인할 수 있는 다양한 놀이 제공)
먹거리 장터	<ul style="list-style-type: none"> · 밧돌로 갈아 만든 전통 두부 요리 · 공으로 만든 응용요리 · 계절별 공요리
사랑방 이야기	<ul style="list-style-type: none"> · 고드래미 주변의 예술인들과의 시간을 가짐 · 민요, 그림, 글씨, 전설이야기 등을 듣고 배움
소풍가는 날	<ul style="list-style-type: none"> · 생태와의 친밀한 만남(자연학습장) · 산나물 김밥으로 소풍의 즐거움을 느낌 · 아름다운 경관을 감상하며 여유로움 만끽

첫 째 날	시각	둘 째 날
~08:30 집결지 집합 및 인원점검	06:00	~07:30 기상
08:30 서울출발	07:00	~08:00 아침식사 (시골백반)
~10:30 도관리 도착	08:00	~09:00 학교 소집
~12:00 마을 알기 - 이장과의 만남 / 농촌박물관 견학	09:00	~12:00 생태와의 친밀한 만남 - 야생 동·식물 관찰 - 곤충 관찰 및 채집 - 산나물, 나무 열매 채집
~13:30 점심식사 (보리밥)	10:00	~13:00 점심 도시락 (산나물 김밥)
~16:00 공 박물관 · 공 퀴즈 대회	11:00	~14:00 무릉도원(아름다운 풍경 감상)
~17:00 공발매기	12:00	~15:00 강변살자 - 견지늪시, 그물늪시, 물놀이, - 썰매타기, 강건너기(줄배, 나무다리)
~18:00 공이벤트 - 공사랑 - 내가 만약 꼬마장수라면	13:00	~16:00 마을로 돌아오기 - 자신에게 편지쓰기 (우체국)
~19:00 저녁식사 (먹거리장터-공요리) 및 숙소배정	14:00	~17:00 주변 관광지 방문
~20:30 하루의 피로를 썩~ - 가까운 온천이나 대중목욕탕 이용	15:00	~19:00 서울 도착 및 해산
~21:30 사랑방이야기 (공뿔아먹으며 옛날이야기)	16:00	
21:30~ 자유시간 및 취침	17:00	
	18:00	
	19:00	
	20:00	
	21:00	
	22:00	

참 고 문 헌

- 강신겸, 2002a, “농촌관광의 가능성과 발전방향”, 농촌진흥청 농촌생활연구소, 「농촌 생활과학」 제23권 제2호.
- 강신겸, 2002b, 「농촌관광의 가능성과 발전방향」, 삼성경제연구소 CEO Information 333호.
- 경남개발연구원, 1994, 「관광농원의 운영실태와 발전방향」, 연구보고서 94-15.
- 김규호 외, 2000, “지역산업연관모형에 의한 관광산업의 경제적 효과분석”, 「한국관광학회」, 제22권 제1호.
- 김남조·조광익, 1998, 「지속가능한 관광개발과 지역주민 참여」, 한국관광연구원.
- 김범수, 1999, “일본의 그린투어리즘”, 산림휴양학회.
- 김병률 외, 2000, 「도농교류 활성화를 위한 민관협력방안」, 한국농촌경제연구원.
- 김성일 역, 1999, 「생태관광(계획과 관리의 지침)」, 일신사.
- 김재민, 2001, 「관광자원개발론」, 대왕사.
- 김점수 외, 1996, “지역별 자원실태 및 성장잠재력 분석”, 강원개발연구원.
- 김정연·전영노, 2001, “서해안고속도로 개통과 영향권지역 개발”, 「한국지역개발학회지」, 제13권 제3호.
- 김종배, 2000, “콘도미니엄 이용고객의 시장세분화에 관한 연구”, 「한국관광학회지」, 제22권 제1호.
- 김철원, 2000, 「관광산업 경쟁력 평가모델 개발」, 한국관광연구원.
- 김한수 외, 2001, 「인터넷 마케팅」, 태성출판사.
- 농림부, 1997, 「1998년도 농림사업시행 지침서」.
- 농림부, 1997, 「농어촌정비법시행령 및 시행규칙(개정령)」.
- 농림부, 1998, 「1999년도 농림사업시행 지침서」.
- 농림부, 2000, 「2001년도 농림사업시행 지침서」.
- 농림부, 2001, 「농림업 주요통계」.
- 농림부·농촌정비과, 2000·2001, 「업무편람」.
- 농림수산부, 1994, 「농어촌정비법」.
- 농어촌진흥공사, 1995, 「유희·한계농지의 다목적 활용방안」.
- 농협중앙회, 2000·2001, 「팜스테이(Farm stay) 추진 평가회」.
- 류성호 외, 2001, “한국 관광농원 실태조사분석과 농촌관광 발전전략 연구”, 한국지역사회개발학회.

- 문화관광부, 1997, 「가족관광휴가촌모델개발연구」.
- 박광순, 1998, “일본의 중산간지역의 활성화와 그린투어리즘”, 「아시아태평양지역연구」 제1권 제1호, 전남대학교 아시아태평양지역연구소.
- 박석희 외, 1997, 「농산촌 수변공간의 관광자원개발 모형정립에 관한 연구」, 농림부.
- 박석희, 1999, 「나도 관광자원해설가가 될 수 있다」, 백산출판사.
- 박석희, 2000, “농산촌 전통문화의 관광상품화에 관한 연구”, 경기관광연구 제4호.
- 박석희 역(Ashworth, G. J. and Dietvorst A.G.J.), 2000. 「관광과 공간변형」, 일신사.
- 박석희, 2002, “녹색농촌관광의 개념과 육성기법”, 농촌생활연구소, 「농촌생활과학」 제23권 제2호.
- 박시현 외, 2000, 「관광개발을 통한 지역활성화 사례」, 한국농촌경제연구원.
- 박시현 외, 2001, “유럽 주요국에서의 그린투어리즘에 대한 행정적 지원”, 한국관광농업학회 「관광농업연구」 제8권 제1호.
- 박찬욱, 2000, 「데이터베이스 마케팅」, 연암사.
- 박효균 외, 2001, 「한국 관광농원 실태조사분석과 농촌관광 발전전략 연구」, 지역사회개발연구, 제26집 제1호.
- 배만규, 2001, “여행시간의 기회비용이 관광수요에 미치는 영향”, 「한국관광학회지」 제23권 제2호.
- 산림청, 1999, 「녹색관광과 산촌활성화」.
- 송미령, 2001, “관광과 농촌 활성화: 기대와 현실, 그리고 남은 문제”, 한국관광농업학회 「관광농업연구」 제8권 제2호.
- 송미령, 2002, “그린투어리즘과 주민참여”, 농촌생활연구소, 「농촌생활과학」 제23권 제2호.
- 송운강, 2000, “생태관광의 도입에 관한 연구”, 「경기관광연구」 제4호.
- 아산시, 1997, 「이충무공 역사관광 주제공원 개발계획」.
- 엄봉훈, 1999, “LISREL 구조방정식 모델에 의한 농촌 관광농원의 환경친화성 평가 모형 추정”, 「한국농촌계획학회」.
- 오순환, 2000, 「녹색관광의 시설 및 활동프로그램」, 농촌진흥청.
- 유승우·민상기, 1997, 「관광농원 개발사업의 평가와 개선방안」, 한국농촌경제연구원.
- 유승우·장면주, 1999, “한국의 관광농원과 일본의 그린투어리즘 정책비교연구”, 「농촌발전과 그린투어리즘」, 한국농촌사회학회 가을학술대회 발표자료.

- 유승우 · 장우환 · 염상철, 1998, 「자연휴양림과 관광농원의 연계개발 방안」, 한국농촌경제연구원.
- 유승우 외, 1998, 「자연휴양림과 관광농원의 연계개발 방안」, 한국농촌경제연구원.
- 이광희 · 김영준, 1999, 「체험관광상품 개발 활성화방안」, 한국관광연구원.
- 이미혜, 1999, 「관광개발론」, 대왕사.
- 이상문 외, 2001, 「농협의 농촌주택사업 참여 방안연구」, 협성대학교 도시환경계획연구소.
- 이인배 외, 2000, 「충남지역 역사문화관광자원 유형화에 관한 연구」, 「한국관광학회지」 제22권 제2호.
- 이종영, 1997, 「식품위생법의 개선방안(Ⅱ)」, 한국법제연구원.
- 이태희, 2000, 「관광객의 신기성 욕구수준에 따른 관광목적지 선호도 차이에 관한 연구」, 「한국관광학회지」 제22권 제1호.
- 이후석, 2000, 「교류형 관광어촌 모델 개발에 관한 연구」, 「한국관광학회지」 제22권 제2호.
- 임경수, 2001, 「주민자율적 마을 가꾸기의 과제」. 송미령 등, 「국토이용체계 개편에 따른 농촌계획의 위상과 방향 정립」, 한국농촌경제연구원.
- 장우환 외, 2000, 「산림도시 개발방법 및 실연기술 개발」, 한국농촌경제연구원.
- 전영철, 1999, 「사회교환이론의 적용을 통한 관광개발영향에 대한 지역주민 태도측정에 관한 연구」, 한국문화관광학회.
- 정기환, 2001, 「농촌지역 활성화를 위한 그린투어리즘 정책의 발전방향」, 「농촌경제」 제24권 제2호.
- 정승환 외, 2000, 「관광진흥법 및 주변관련 법령 개선방안에 관한 연구」, 「한국관광학회지」, 제22권 제2호.
- 정철모, 2002, 「녹색농원네트워크 구축방안에 관한 연구: 농촌 그린투어리즘 활성화를 위한 대안」, 「한국지역개발학회지」 제14권 제1호.
- 조록환, 2002, 「녹색관광 요구 분석」, 농촌진흥청 농촌생활연구소 「농촌생활과학」 제23권 제2호.
- 채서일, 1999, 「마케팅 조사론」, 학현사.
- 청주시, 2002, 「청주역사자료관 에코뮤지엄센터 건립기본계획연구」.
- 한국관광공사, 1995, 「지방화시대의 관광개발 기법」.
- 한국관광공사, 1996, 「농어촌 관광개발 활성화 방안연구」.
- 한국관광공사, 1997, 「관광정보」.
- 한국관광공사, 각 연도, 「국민여행실태조사보고」.

- 한국관광연구원, 2001, 「제2차관광개발기본계획」.
- 한국관광연구원, 2002, 「관광정책백서」.
- 한국농촌경제연구원, 2001, 「그린투어리즘 발전을 위한 정책방안」.
- 한국농촌경제연구원, 2001, 「농업전망 2000」.
- 한범수, 1996, “관광자원의 비시장가치와 그 결정요인: TCM과 CVM을 중심으로”,
경기대학교 박사학위논문.
- 한상열 외, 2001, “한국과 일본의 그린투어리즘에 대한 비교연구”, 「대한관광경영학
회」.
- 宮崎猛, 1998, 「グリーン・ツーリズムと日本の農村」, 農林統計協會.
- 農林漁業體驗協會, 2001, 「日本型グリーン・ーツリズム實態調査報告書」.
- 兵庫縣, 1994. 「ひょうグリーン・ツーリズム推進マニュアル」.
- 藤井信雄, 1972, 「観光農業への招待」, 富民協會.
- 山崎光博 外, 1997, 「녹색관광」, 강신겸·김정연 역, 일신사.
- 井上和衛 外, 1998, 「일본형 그린투어리즘」, 조계현 등 역, 도서출판 누리에.
- 横川洋, 1998, 「グリーン・ツーリズムの意義と可能性」, 「九州マーケティング・マイズ」
Vol. 6, 九州マーケティング協會.
- 横川洋 外, 1999, “日本における農業の多面的機能論とグリーン・ツーリズム”,
21C亞太地域地方政府の再創造と地域經濟の跳躍(국제학술심포지엄), 江原大地域開發
研究所.
- 21ふるさとと京都塾, 1998, 「人と地域をいかすグリーン・ツーリズム」, 學藝出版社.
- 21世紀村づくり塾, 2000, 「グリーン・ツーリズム推進事業報告書」.
- 21世紀村づくり塾, 2001, 「都市農村交流據點としての農家レストランと地域經營型
グリーン・ツーリズム」.
- Ashworth, G. J. and Dietvorst A.G.J., 2000, 박석희 역, 「관광과 공간변형」, 일신사.
- Assael, *Consumer Behavior*, South Western Publishing.
- Cohen, Erick, 1987, "Alternative Tourism-A Critique", *Tourism Recreation
Research* 12(2).
- Food & Fertilizer Technology Center(FFTC), 1998, *International Seminar on
Rural Tourism*.
- Goeldner, Charles R., Ritchie, J. R. Brent, and McIntosh, Robert W., 2000,
Tourism, John Wiley & Sons, Inc.
- Kotler, P., Bowen, John and Makens J, 1999, *Marketing for Hospitality and
Tourism*, Prentice Hall.

Sharpley, Richard and Sharpley, Julia, 1997, *Rural Tourism*, London:
International Thomson Business Press.

Klaus WEIERMAIR, 1998, "Threats and Opportunities of Information
Technologies", *Ministry of Culture & Tourism Korea*, November.

인터넷

농협중앙회 <http://www.nonghyup.com/index.jsp>에서 인용

한국관광농원협회 <http://www.ktfarm.or.kr/>에서 인용

한국민박협회 <http://indongcho.com/>에서 인용