

우리나라 농촌관광 발전 방향 및 방안

한국농촌경제연구원	박 시 현	(연구위원)
	송 미 령	(부연구위원)
	성 주 인	(연구위원)
	박 주 영	(초청연구원)
	장 면 주	(위촉연구원)
경기대학교	박 석 희	(교수)
충북대학교	신 원 섭	(교수)
경북대학교	김 태 균	(교수)

연구 담당

연구진	담당 분야
한국농촌경제연구원 박시현 송미령 성주인 박주영 장면주	연구 총괄, 한국형 농촌관광 장·단기 발전방향 외국의 농촌관광 관련 제도 정리 농촌관광 수요예측, 농촌관광 관련 법률 정리 관련 법률 및 자료 정리 자료 정리
경기대학교	박석희 농촌관광 자원 개발 및 상품화 방안
충북대학교	신원섭 농가 마을에 적용 가능한 농촌관광 모델
경북대학교	김태균 도시민 수요 조사

머 리 말

최근, 농업 여건이 어려워지면서 농업 외의 분야에서 농촌지역을 활성화 하는 방안들이 활발하게 모색되고 있습니다. 그 중의 하나가 농촌관광입니다. 농촌이 가지고 있는 농촌성과 쾌적성을 상품화시켜 도시민에게 팔고자 하는 것입니다.

그동안 농촌관광에 대해서는 많은 논의가 이루어졌습니다. 농촌관광의 필요성, 방향에 대해서는 어느 정도 의견이 일치되고 있다고 판단됩니다. 그러나 농촌관광정책을 실제로 집행하고자 할 경우 지금까지의 논의만 가지고는 부족한 면이 적지 않다고 생각합니다. 도시 쪽에서 농촌관광 수요를 증대하는 방안, 농촌 쪽에서 더욱 높은 품질의 농촌관광 서비스를 제공할 수 있는 방안, 농촌관광의 자율적인 성장을 위한 정보전달체계, 품질관리 시스템, 관련자의 조직화, 그리고 농촌관광 상품을 마케팅하는 방안 등이 더욱 구체적으로 논의되고 정책방안으로 가다듬어져야 합니다.

이 연구는 이러한 필요성에 바탕을 두고 있습니다. 이 연구를 수행할 수 있도록 기회를 주신 농림부 관계자에게 감사드립니다. 또한 설문조사에 응해 주신 도시민 그리고 농촌주민, 기타 관계자 여러분에게 이 자리를 빌어 감사드립니다. 아무쪼록 이 연구가 우리나라 농촌관광 발전의 초석이 되기를 바라마지 않습니다.

2003. 2.

한국농촌경제연구원장 이 정 환

빈

면

ABSTRACT

Directions and Strategies for the Development of Rural Tourism in Korea

I. Research Objectives

- The presentation of overall strategy to promote rural tourism suitable to the circumstances in Korea.
- The design of institutional legislative, administrative, and organizational improvement measures for rural tourism to expand continuously and to occupy a position as an industry.
- The drawing up of plans to find potentials of rural tourism suitable to the Korean circumstances and to commercialize it.
- The development of realistic rural tourism models in consideration of the conditions of rural communities.

II. Research Results

1. The circumstances of rural tourism in Korea

- Insufficiency of the infrastructures for rural tourism in spite of the rise of social awareness of the need for rural tourism.
- The rural tourism market is estimated to take between 8% and 10% of current domestic tourist market. If 5 day-work-week system comes to stay, the rural tourism market is expected to occupy a portion between 15% and 24% of the domestic tourist market in 2011.
- People who have experienced rural tourism set a high value on it, while most urban residents are unaware of rural tourism. But, as many urban residents come to know rural tourism hereafter, there is a lot of potential demands for taking lodgings at rural private houses.

- Those which are pointed out as problems are the conflicts among the residents in promoting joint projects, the inadequacy of the facilities to accommodate urban tourists, the shortage of human resources, and the lack of flexibility in using expenses in case of tourist village supported by government.
- The institutional systems need some improvements to enhance the level of rural tourism and to develop rural tourism as an independent industry in the long run.

2. The policies and the related institutions for rural tourism in developed countries

- While there are some differences in countries, the share of farm households taking part in rural tourism is between 2% and 4% of total farm households.
- The followings are commonly performed as concrete means for fostering rural tourism: farm household-oriented educational program, systematic public relations and marketings, financial support for improvement of facilities such as loan or financial aid, assessment by organizations, and strict quality control.
- Central government takes charge of education, training, consulting, research, public relations, institution and so on. Local governments take charge of direct investment support to farm households in France and Germany, and local offices of government take the duty in the United Kingdom.
- The private organizations work actively to promote the growth of rural tourism and to enhance the management ability of the people engaged in rural tourism.
- The regulations for rural tourism in comparison with those for general tourism are less rigid. But they are arranging the regulations which the managers of rural tourism should observe.

3. The development directions of Korean rural tourism in the long-term and in the short-term

- The policies and the intervention in the rural tourism market need to have

differences in grade based on the development levels of rural tourism, and the basis for the growth of rural tourism should be provided with various supports and the relaxations of regulations at the initial stage.

- The policies of rural tourism should be approached from three sections; the increase of demand and interest in rural tourism, the establishment of infrastructures in rural communities and the intermediation between urban and rural communities.
 - The demand of urban residents for rural tourism should be researched regularly, and their actual experiences in rural communities should be encouraged by means of such programs as 「Experience Study by Interchange between Urban and Rural Communities」 for students and teachers.
 - Government should enlarge the development project of rural tourist villages and carry out the improvement program of so-called "Improvement in Facilities for Interchanges Between Urban and Rural Communities" for rural tourist infrastructures such as small-scale theme park. The enhancement of support for individual management of rural tourism and the design of overall ways to improve rural landscape is also needed. The enforcement of education and training program for related people in rural tourism is also important.
 - It needs to enhance the transmission system of information such as construction of portal-site and to foster suppliers, organizations of rural tourism. To take a lodgings in private farmhouse should be legally institutionalized based on development stage of rural tourism.
- Marketing strategies of rural tourism should be differentiated based upon life span of tourist resorts.
- The strategies of rural tourism should be differentiated based upon the type of village.

빈

면

요약

우리나라 농촌관광 발전 방향 및 방안

I. 연구 목적

- 주목적으로 우리나라에서 농촌관광을 활성화하기 위한 정부의 정책 방안을 제시
 - 이를 위해 우리나라 농촌관광의 현황과 향후 여건 변화를 전망하며
 - 주요 선진국의 농촌관광 추진 현황과 관련 정책을 파악하고 시사점을 도출하며,
 - 정부 정책 방안으로 농촌관광 수요 활성화 방안, 농촌측에서의 수용태세 확립 방안, 농촌관광이 지속적으로 추진되며 하나의 산업으로 자리잡을 수 있기 위한 법령·행정제도·관련 조직 등의 정비 방안 등을 제시
- 부차적인 목적으로 실제 농촌관광을 추진하고자 할 때 농촌관광 자원을 발굴하고 이를 관광 상품화하는 방안, 그리고 마을 단위 농촌관광개발 모델을 제시

II. 연구 결과

1. 우리나라 농촌관광의 여건

- 농촌관광의 필요성에 대한 사회적인 공감대는 형성되고 있으나 농촌관광 인프라는 여전히 미흡
 - 정부 정책은 시설투자 위주의 공급 능력 향상에 중점을 두고 있음.

- 특히 농촌관광 업계 스스로 성장할 수 있는 산업화 시스템이 미흡
- 현재 농촌관광 시장은 국내관광시장의 8~10% 정도를 점할 것으로 추정되나 주5일근무제 등이 정착된다면 2011년에는 15~24% 정도로 늘어날 것으로 예상
- 도시민들의 농촌관광에 대한 인지도는 낮지만, 농촌관광 경험자의 농촌관광에 대한 평가는 비교적 좋은 편임. 또한 향후 농촌관광에 대한 의사는 매우 높은 편이며 특히 민박에 대한 잠재 수요가 높음.
- 현재 정부가 관광마을로 지원하고 있는 마을에서는 소득에 대한 기대로 다른 사업과 비교하여 볼 때 농촌관광사업에 대한 참여도가 비교적 좋은 편임. 그러나 공동사업 추진 과정에서 발생하는 주민 갈등, 농촌관광객을 수용할 수 있는 시설 미비, 인적자원 부족, 정부 지원 사업비 사용의 경직성 등이 문제점으로 지적되고 있음.
- 그동안의 규제완화로 농가가 농촌관광사업을 하는 데 제도적으로 장애가 되는 부분은 없음. 그러나 농촌관광 상품의 질을 한 단계 높이고 장기적으로 농촌관광이 독립된 산업으로 발전하기 위해서는 제도적인 틀을 정비할 필요가 있음.

2. 선진국의 농촌관광 정책 및 관련 제도

- 국가별로 약간의 차이가 있지만 농촌관광에 참여하는 농가 수는 전체 농가의 약 2~4% 수준임.
- 농촌관광을 육성하기 위한 구체적 수단으로는 농가에 대한 교육 프로그램, 체계적 홍보와 마케팅, 시설정비 지원(융자와 보조), 조직을 통한 평가와 엄격한 품질 관리 등이 공통적으로 이루어지고 있음.

- 중앙정부는 연수·교육, 컨설팅 업무, 조사·연구, 홍보, 제도 등을 주로 담당하고 농가에 대한 직접 투자지원은 지방자치단체(프랑스, 독일)나 중앙정부의 지방사무소(영국)가 담당하는 경우가 많음.
- 농촌관광이 하나의 산업으로 정착되어 있으며 농촌관광산업의 성장을 촉진하고 업계 종사자들의 경영 능력을 높이기 위한 민간조직 또는 단체 등의 활동이 활발한 편임.
- 농촌관광은 농업과 관광업의 중간에 위치하는 것으로서 일반 관광업보다는 그 규제 정도가 약하지만 농촌관광경영자가 준수해야 할 각종 규제 장치를 마련하고 있음.
 - 법률에는 가급적 최소한의 규제만을 규정하고 상세한 기준은 민간단체에서 작성하여 자율적으로 준수

3. 한국형 농촌관광의 장단기 발전방향

- 농촌관광의 최종목적은 농외소득의 증대에 있지만 이를 정책에서 다룰 때는 농외소득 외에 농촌의 다원적 기능 발휘, 도·농 교류 확대, 그리고 농촌관광산업 기반 구축도 목표로 삼아야 함.
- 농촌관광의 발전 정도에 따라 정부 정책 내용과 농촌관광시장 개입 정도를 차등화
 - 도입기에는 농촌관광 수요를 증대시키는 노력과, 농촌관광추진주체 육성, 농촌관광 시설 인프라 구축 등 농촌관광 기반 구축에 주력함.
 - 정착기에는 농촌관광이 독립된 산업으로 성장 할 수 있도록 관련 조직의 정비 및 품질관리체제를 구축함.
 - 성숙기에는 정부 개입을 가급적 축소하되 품질이 향상될 수 있는 시스템을 정비해 나감.

- 농촌관광을 추진하고자 하는 의사와 경영능력을 가진 주민을 지원하되, 지원 과정에서 주민과 행정과의 긴밀한 협조 체제를 유지. 특히 농촌관광에 대한 주민의 참여 의식을 고취하기 위해서 공모방식에 의한 지원 대상지역의 선정, 마을 리더의 교육·훈련 사업 등을 실시함.
- 농촌관광이 활성화되기 위해서는 아름다운 경관과 깨끗한 자연환경, 마을조경과 공공시설의 정비, 민박을 위한 농가 주택의 정비, 환경농업의 실천, 특산품의 개발 등이 필요한데 이러한 사업들은 기존 정책으로 추진되고 있기 때문에 기존 사업과 농촌관광 사업을 연계.
- 농촌관광과 관련하여 민간조직, 국가와 지방자치단체 간의 역할 분담을 명확히 함.
 - 국가(중앙정부)는 농촌관광 시범사업 추진, 홍보, 정보교환을 위한 네트워킹 체제 구축, 관련 제도 정비, 교육·훈련·연구 사업을 지원.
 - 지방자치단체는 지도자 육성 및 경영능력 개발, 지역 단위 농촌관광 자원 홍보, 실천 프로그램 개발 등에 주력함.
 - 민간(조직)은 공급자 조직 구성 및 네트워킹, 자율 규제를 통한 품질 관리(등급제 등 실시), 정보 교류 및 각종 교류활동을 추진함.
- 농촌관광 정책은 크게 도시민의 관심과 수요 증대, 농촌에서의 수용체제 확립, 도시와 농촌을 연결하는 매개 기능 역할이라는 세 부분에서 추진함.
 - 수요 측면에서는 농촌관광에 대한 도시민 수요 조사를 정례화하고, 유치원, 초·중학생의 「도농교류체험학습」 프로그램 도입과 같은 도시민의 농촌 체험활동 장려.
 - 공급 측면에서는 농촌관광마을 조성사업을 확대 실시하며, 소규모 테마파크와 같이 농촌관광기반정비(일명 도시농촌교류시설정비)사업을 실시함. 또한 농촌관광 개별 경영체에 대한 지원을 강화하며, 경관협약제를 포함한 농촌 경관정비방안을 강구함. 이와 함께 농촌관광 관련

- 자의 교육·훈련 사업을 실시.
- 수요·공급의 매개 및 지원 체계 확립을 위해서는 포털사이트 구축과 같은 정보전달 체계를 강화하며, 농촌관광 공급자 조직을 육성하고, 농촌관광 발전 단계에 따라 농가 민박업 등을 제도화하는 노력이 필요.

빈

면

차 례

제1장 과업의 개요

1. 연구 배경 및 필요성 1
2. 국내외 연구 동향 5
3. 연구 목적 7
4. 주요 연구 내용 7

제2장 우리나라 농촌관광의 여건

1. 농촌관광의 현황과 평가 11
2. 농촌관광의 여건 20
3. 농촌관광에 대한 도시민 선호 분석 37
4. 농촌관광의 공급 확대 제약요인 76
5. 국내 농촌관광 관련 제도 100

제3장 외국의 농촌관광 관련 제도

1. 농촌관광의 위치 117
2. 농촌관광에 대한 정책적 지원 122
3. 농촌관광 관련 조직과 활동 135
4. 농촌관광의 개별 경영체에 대한 각종 규제 및 지침 144
5. 외국 사례의 종합 154

제4장 한국형 농촌관광의 장단기 발전 방향

1. 우리 실정에 맞는 농촌관광 개념 정립 157
2. 정책의 기본 개념 166
3. 농촌관광 진흥을 위한 주요 정책 과제 177

제5장 요약 및 결론 217

- 부록 1. 농촌관광자원 개발 및 상품화 방안 227
- 부록 2. 우리나라의 농가, 마을에 적용 가능한 농촌관광의 모델 289
- 부록 3. 농촌관광에 대한 도시민의 선호도 조사표 및 패널 329
- 부록 4. 1차 마을 조사표 337
- 부록 5. 2차 마을 조사표 345

참고문헌 357

표 차 례

제2장

표 2- 1.	농촌휴양자원개발사업 현황	11
표 2- 2.	관광농원 운영 현황	12
표 2- 3.	각 부처 마을 단위 관광사업 추진 현황, 2002	16
표 2- 4.	관광여행 경험률 및 참가회수 추이	21
표 2- 5.	관광의 활동유형	21
표 2- 6.	국민국내관광 예측	22
표 2- 7.	전체 관광 수요 대비 농촌관광 비중 변화 추이	29
표 2- 8.	농촌관광 수요 및 시장 규모 예측	30
표 2- 9.	농촌관광의 장래 시장 규모 전망	32
표 2-10.	농가 민박사업의 변화 추이	33
표 2-11.	농촌 숙박업의 시장 규모 전망	34
표 2-12.	농촌 민박의 장래 시장 규모 전망	35
표 2-13.	농가 민박 수요 예측	36
표 2-14.	설문항목	40
표 2-15.	지역, 학력 및 자녀 수	42
표 2-16.	성별, 결혼 여부, 성장지역	43
표 2-17.	연령 및 단체가입 분포	44
표 2-18.	소득 및 직업 분포	45
표 2-19.	도시민의 계절별 농촌관광 횟수	46
표 2-20.	농촌관광 참가자의 농촌에 대한 가치	47
표 2-21.	농촌관광의 목적	47
표 2-22.	도시민의 농촌관광에 대한 만족도	48

표 2-23.	유형별 농촌관광 참가자 특성 (1)	49
표 2-24.	유형별 농촌관광 참가자 특성 (2)	50
표 2-25.	농촌관광 참가자의 동행자 현황	50
표 2-26.	유형별 농촌관광 부대 서비스 이용 실태	52
표 2-27.	농촌관광 참가자의 숙박 형태	53
표 2-28.	농촌관광 중 농산품 구입 경험 유무	53
표 2-29.	주요 농산품 구입품목(복수응답)	54
표 2-30.	향후 농촌관광에 대한 의향	55
표 2-31.	향후 1년간 농촌관광 계획 횟수	55
표 2-32.	연령계층별 농촌관광 의향	56
표 2-33.	소득계층별 농촌관광 의향	56
표 2-34.	그룹별 향후 농촌관광 참가 의향	57
표 2-35.	농촌관광 유형별 참가 의향	58
표 2-36.	농촌관광참가 희망 지역	59
표 2-37.	농촌관광 방문지 희망 소요시간	59
표 2-38.	농촌관광 서비스 이용 의향	60
표 2-39.	주5일근무제 실시 후 농촌관광 참가 계획	60
표 2-40.	숙박시설 이용 의향	61
표 2-41.	농산품 구입 의향	61
표 2-42.	체험활동 참가 의향	62
표 2-43.	농촌관광 서비스별 요금 지불 금액	63
표 2-44.	농산품 구입 결정식 추정 결과	65
표 2-45.	체험활동 참가 결정식 추정 결과	66
표 2-46.	농촌관광 시 숙박시설 선호도 분석 결과	68
표 2-47.	농촌관광 시 농산품 구입 선호도 분석 결과	69
표 2-48.	농촌관광 시 체험활동 참가 선호도 분석 결과	70
표 2-49.	농촌관광 서비스별 최대지불의사금액 결정식 추정결과	72
표 2-50.	조사 마을의 사업지정 형태	77

표 2-51.	대상마을 연령대별 인구구성	77
표 2-52.	주요 재배작물 현황	78
표 2-53.	농촌관광사업 참여동기	79
표 2-54.	농촌관광 차원에서 가장 주력하는 점	80
표 2-55.	마을공동으로 사업 추진 시 가장 어려운 점	81
표 2-56.	개별 농가별 사업 추진 시 가장 어려운 점	82
표 2-57.	방문객 주 체류시간	85
표 2-58.	방문객의 주 방문 목적(이용 목적)	87
표 2-59.	농촌관광사업 추진에 있어서 필요한 시설	89
표 2-60.	농촌관광사업 추진 시 어려운 점 및 정부지원 요구사항	90
표 2-61.	농촌관광 추진 시 관련되는 제반 법 규정 요약	112

제3장

표 3- 1.	영국의 주요 농촌관광 관련사업 요약	126
표 3- 2.	프랑스의 농촌관광 관련 조직과 역할	138
표 3- 3.	일본의 농촌관광 활성화를 위한 각 부처의 정책	141

제4장

표 4- 1.	그린투어리즘에 관한 정의	160
표 4- 2.	선진국 농촌관광의 특징과 국내적용에의 시사점	165
표 4- 3.	농촌관광 SWOT 분석	166
표 4- 4.	농촌관광 발전 단계별 정부정책	172
표 4- 5.	유럽 농촌관광시장의 단계별 특징	173
표 4- 6.	농촌관광의 추진 형태별 특성	176
표 4- 7.	연도별 농촌관광마을 조성계획	180
표 4- 8.	영국 농장경영다각화 사업의 '시설정비보조' 조건	187
표 4- 9.	교과 과정의 예	197
표 4-10.	농촌관광 관련 인터넷 사이트 현황	199

표 4-11. 기존 법률 정비와 새로운 법 제정의 비교 214
 표 4-12. 주요 정책 사업 단계별 추진 일정 215

부록 1

부표 1- 1. 농촌자원의 분류 231
 부표 1- 2. 공간이용에 따른 도입 가능한 시설 237
 부표 1- 3. 농촌지역에서 가능한 여가 활동 238
 부표 1- 4. 농촌관광 핵심편의 도출을 위한 요인분석 247
 부표 1- 5. 방문경험 유무별 농촌관광 핵심편의 248
 부표 1- 6. 재방문 여부별 농촌관광 핵심 편의 249
 부표 1- 7. 체재기간별 농촌관광 핵심 편의 250
 부표 1- 8. 동반 형태별 농촌관광 핵심 편의 250
 부표 1- 9. 전반적인 IP분석표 258
 부표 1-10. 방문경험 유무별 포지셔닝 268
 부표 1-11. 재방문 여부별 포지셔닝 268
 부표 1-12. 체재기간별 포지셔닝 269
 부표 1-13. 동반 형태별 포지셔닝 270
 부표 1-14. 세분시장별 농촌관광 속성에 대한 차이 272
 부표 1-15. 농촌관광 경험유무별 소요시간에 대한 선호도 272
 부표 1-16. 동반 형태별 숙박시설에 대한 선호도 274
 부표 1-17. 남해군 가천마을 컨셉 개발 277

부록 2

부표 2- 1. 접근성에 따른 방문객의 특성 및 활동 차이 290
 부표 2- 2. 조사 마을의 유형 구분 292
 부표 2- 3. 기준 지표에 따른 유형 구분과 사례지역 311
 부표 2- 4. 유형구분마을의 공통점과 차이점 315
 부표 2- 5. 유형 구분별 농촌관광 추진 방향과 사업 324

그림 차례

제1장

그림 1- 1. 관광 수요의 변화	3
--------------------------	---

제2장

그림 2- 1. 농촌관광 수요예측 절차	28
그림 2- 2. 가구당 월 평균 총 소득	44
그림 2- 3. 대상마을 연령대별 인구구성	78
그림 2- 4. 주요 재배작물 현황	78
그림 2- 5. 농촌관광사업 참여 동기	79
그림 2- 6. 농촌관광 차원에서 가장 주력하는 점	80
그림 2- 7. 마을공동으로 사업 추진 시 가장 어려운 점	81
그림 2- 8. 개별 농가별 사업 추진 시 가장 어려운 점	82
그림 2- 9. 방문객의 주 방문계절	84
그림 2-10. 방문객이 이용하는 주 교통수단	84
그림 2-11. 방문객 주 체류시간	85
그림 2-12. 방문객의 주 연령대	86
그림 2-13. 방문객의 동반 형태	86
그림 2-14. 방문객의 주 방문목적(이용 목적)	87

제3장

그림 3-1. 독일의 농촌관광 촉진을 위한 투자 구조	131
그림 3-2. 지트 드 프랑스 상징 로고	137
그림 3-3. “농가로의 환대” 가맹농가에서 제공하는 활동들에 대한 안내 표지들	137

제4장

그림 4- 1. 농촌관광의 주요 영역	170
그림 4- 2. 기구의 주요 기능	204
그림 4- 3. 농촌관광 전담 기구의 역할	205

부록 1

부도 1- 1. 관광자원화 및 관광 상품화 개념도	234
부도 1- 2. 농촌관광 인지도	253
부도 1- 3. 농촌관광 목적	253
부도 1- 4. 농촌관광 정보원천	254
부도 1- 5. 농촌관광 경험	255
부도 1- 6. 농촌관광 교통수단	255
부도 1- 7. 중요도-성취도 매트릭스	256
부도 1- 8. 전반적인 IP분석	258
부도 1- 9. 방문경험자에 의한 IP분석	260
부도 1-10. 비경험자에 의한 IP분석	260
부도 1-11. 최초방문자의 IP분석	261
부도 1-12. 재방문자의 IP분석	261
부도 1-13. 당일방문자의 IP분석	262
부도 1-14. 1박 2일 방문자의 IP분석	262
부도 1-15. 2박 3일 이상 방문자의 IP분석	262
부도 1-16. 혼자에 대한 IP분석	263
부도 1-17. 가족에 대한 IP분석	263
부도 1-18. 친구/친지에 대한 IP분석	263
부도 1-19. 기타에 대한 IP분석	263
부도 1-20. 농촌관광 포지셔닝 개념도	266
부도 1-21. 방문경험유무별 포지셔닝	268

부도 1-22.	재방문여부별 포지셔닝	269
부도 1-23.	체제기간별 포지셔닝	270
부도 1-24.	동반 형태별 포지셔닝	271
부도 1-25.	소요시간 선호도	272
부도 1-26.	농촌마을 환경 선호도	273
부도 1-27.	숙박시설 선호도	274
부도 1-28.	관광 할거리 선호도	275
부도 1-29.	농촌관광 컨셉	276

부록 2

부도 2- 1.	리더가 운영하는 석수농원	295
부도 2- 2.	석수농원 내 민박시설	295
부도 2- 3.	표고버섯체험을 위한 버섯재배사	295
부도 2- 4.	마을중앙에 설치한 놀이시설	295
부도 2- 5.	백운리 마을 전경	297
부도 2- 6.	마을에서 보이는 일몰광경	297
부도 2- 7.	황토길 조성 공사모습	298
부도 2- 8.	신대3리 상양농원전경	300
부도 2- 9.	메주만들기 체험 활동	300
부도 2-10.	가천마을 전경	303
부도 2-11.	가천마을 다랭이논(다랑논)	303
부도 2-12.	가정마을 입구	306
부도 2-13.	가정마을 전경	306

빈

면

제 1 장

과업의 개요

1. 연구 배경 및 필요성

■ 농촌 지역경제의 누적적 악순환

- 현재 농촌에서는 인구의 고령화와 과소화가 심각하며, 농업 및 농외소득이 감소하여 지역경제가 악화되고 이에 따라 다시 농촌인구가 유출되는 누적적 악순환이 반복되고 있다.
 - 농촌을 읍·면으로 정의하여 통계 수치로 살펴보면 전국 대비 읍·면 인구 비중이 1980년에는 43%에 이르렀으나 2000년의 경우 20%로 감소하였으며, 지금과 같은 인구 감소 추세가 계속 진행된다면 2011년에는 17.6%로 줄어들 것으로 예상된다(성주인, 2002).
 - 65세 이상 고령자가 차지하는 비율이 농촌은 1995년 11.8%에서 14.7%로 대폭 증가하고 있다. 이는 우리나라 전체 고령자 비율의 2배에 가까운 수치이다. 이러한 추세는 계속 유지될 것으로 전망되며 2010년 농촌지역의 고령자 비율은 20%를 상회할 것으로 전망된다.
 - 1985~1994년간 농가실질소득은 연평균 7.0% 증가하였는데 이는 농업소득과 농외소득 모두가 성장하였기 때문이다. 하지만 1995년부터는 농업소득의 정체와 농외소득의 감소 때문에 농가소득이 정체 상태로 들어섰고 1999년 이후 농가소득이 증가하고 있으나 도시가구에 비해 회복 속도가 뒤처지고 있다.

2 우리나라 농촌관광 발전 방향 및 방안

- 이처럼 농가소득이 감소한 결과 1990년대 중반 이후 도농 간 소득 격차가 빠르게 확대되고 있다. 그 예로서 도시근로자 소득과 비교한 농가소득의 비중은 1995년 95% 수준에서 2000년에는 80.6%로 감소하였으며 2001년에는 78.4%로 하락하였다.

■ 농촌지역 활성화 수단으로서 농촌관광 부상

- 전통적인 농업정책에만 의지해서는 농촌지역의 활성화를 기대하기 어려운 상황에서 농업소득의 감소분을 대체할 수 있는 새로운 소득원 개발이 필요한데 그 방안 중의 하나가 농촌관광이다.
- UR 이후 농어촌구조개선사업 등이 이루어졌지만 농촌의 자생적 성장은 한계에 이르고 있다. 농업의 규모화가 촉진되면서 전업농의 경쟁력 및 소득기반은 일부 확충되는 성과가 있었으나 다수의 영세농 증가, 농외소득원 창출 한계 등으로 농촌사회가 계속 위축되고 있다.
- 새로운 대체 소득원은 농촌의 잠재자원을 활용하되 농업과 관련을 맺음으로써 농가의 소득으로 직접 연계될 필요가 있다. 외지 자본에 의한 대규모 개발사업은 농촌의 자원만을 일방적으로 사용하면서 개발 이익은 외지로 유출시키며, 과다한 자원 사용으로 농촌사회의 지속성을 저해할 염려가 있기 때문이다. 그 방안으로 농촌관광에 대한 기대가 높아지고 있다.

■ 대안관광으로서 농촌관광에 대한 사회적 관심 확대

- 국내 관광의 주요 형태가 대중관광(mass tourism)에서 다양한 형태의 대안관광(alternative tourism)으로 변화되며, 그러한 맥락에서 농촌관광에 대한 양적 수요 증대와 더불어 질적 수요 다변화가 기대되고 있다.
- 소비자들의 가처분소득 및 교육수준이 향상될수록 여가에 대한 양적 수요 증대와 질적 다양화가 나타나는 것이 일반적 추세로서 국내 관광 형태는 1980년대 말 ~ 1990년대 초의 대량소비형 대중관광에서 벗

어나 보다 다양한 형태의 대안관광으로 변화되고 있다.

반 도시적 생활 혹은 전원적 삶에 대한 도시민의 동경, 안전한 친환경 농산물에 대한 소비자의 관심 증대로 농촌관광에 참여하고자 하는 인원이 지속적으로 증가하고 있다.

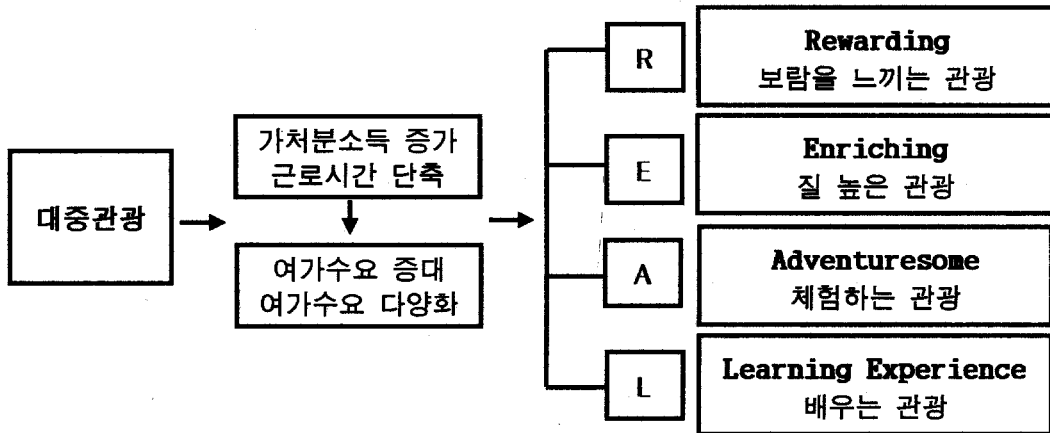


그림 1-1. 관광 수요의 변화: 대중관광에서 대안관광으로

■ 농촌관광과 관련한 다양한 움직임이 활발하게 진행

○ 1999년부터 농협의 팜스테이를 시작으로 기존의 관광농원 방식과는 다른 새로운 형태의 농촌관광사업이 중앙정부, 지방자치단체, 그리고 주민 사이에서 활발하게 진행되고 있다.

- 농촌휴양자원개발사업을 선도해 왔던 농림부는 기존 관광농원, 민박 마을, 휴양자원 개발사업 등에 이어 녹색농촌체험시범마을 조성사업을 2002년부터 시작하고 있다.

4 우리나라 농촌관광 발전 방향 및 방안

- 행정자치부에서도 마을 단위 종합개발사업이라 할 수 있는 아름마을 가꾸기 시범사업을 2001년부터 추진하였는데 시범사업 대상마을로 선정된 대부분의 마을에서는 생태·녹색관광을 주요한 추진 전략으로 채택하고 있다.
- 농촌진흥청 역시 농촌전통테마마을 조성사업을 2002년부터 추진 중이며, 환경부는 생태적으로 우수한 마을을 지정하여 홍보하는 자연생태우수마을을 지정하고 있다.
- 강원도는 새농어촌건설운동의 추진에 이어 강원도형 그린체험 농업육성전략을 수립하고 있다. 계획하고 있는 주요 내용은 친환경농업 생태·체험마을 조성, 우수농산물 특성화 마을 조성, 우수 가공식품 생산공장 현지체험 견학, 자연경관을 활용한 콘도형 민박시설 조성, 승마공원 조성, 농업 관련 축제의 관광 상품화 등이다.
- 농협에서는 기존의 농가민박에 다양한 농사체험과 문화체험을 결합한 팜스테이 사업을 1999년부터 추진해 오고 있다. 이 사업은 농사체험과 농산가공체험, 생태체험, 전통민속놀이, 단체 레크리에이션 등 농촌에서 제공 가능한 프로그램을 적극 연계하고, 농협이 홍보에 적극 힘써 상당한 성과를 거두고 있는 것으로 보인다.
- 외부의 지원 등에 힘입어 마을 단위로 농촌관광을 추진하고 있는 사례가 다수 등장하고 있다. 이들 마을은 출발 배경, 추진하는 사업 내용, 성과의 수준 등이 다양하지만 대체로 확실한 리더의 존재, 외부의 적절한 지원, 이벤트와 인터넷 등을 활용한 적극적 홍보, 고정회원 만들기를 통한 지속성 확보, 농산물 판매와 민박이 주 수입원이라는 공통적 특징을 가지고 있다.
- 한편 농촌관광을 간접적으로 지원하고 있는 움직임도 활발하다. 전국농업기술자협회에서는 도농교류 촉진을 위하여 농촌지역의 지도자나 주민, 혹은 유관 기관의 관련 업무 종사자 등을 대상으로 교육을 하고 있으며, 녹색소비자연대·녹색연합 등은 그린투어리즘 현장 방문 유도 및 소비자 모니터링 실시사업을 추진하고 있다. 또한 농

림부의 농·소·정 협력사업 지원을 받아 도시와 농촌의 교류를 앞선하는 새마을중앙회 등 각종 단체들도 농촌관광에 관여하고 있다.

■ 다양한 움직임이 통일된 방향으로 이끌 수 있는 정책 노력 필요

- 농촌관광 활성화를 위한 다양한 움직임이 활발하게 이루어지고 있지만 우리 실정에 맞는 농촌관광 발전 방향과 세부 정책 과제, 그리고 구체적 수단 등에 대한 통일된 견해는 아직 확립되지 못한 상태이다.
 - 도시민들이 농촌관광을 통해 기대하는 것이 무엇이며, 농촌 주민은 농촌 관광을 통해 어느 정도 그 기대를 충족시킬 수 있는지, 우리 실정에 맞는 농촌관광의 형태나 수익모델은 무엇인지, 정부가 농촌관광의 발전을 위해서 담당해야 할 역할은 어디까지인지 등에 대한 논의가 꾸준히 이루어지고 있지만 통일된 결론에 이르지 못하는 못하고 있다.
 - 농촌관광 발전 단계에 따라서 정부와 민간의 적절한 역할 분담, 농촌관광의 경영주체로서 마을 단위의 적실성, 개별 경영체에 대한 지원 방안 등에 대해서는 아직까지도 논의가 계속되고 있다.
 - 또한 농촌관광이 독립된 산업으로 자리 잡을 수 있는 기반 구축과 그과정에서의 정부 역할 등에 대해서도 확실하게 정리된 것은 없다 하겠다. 예를 들면, 농촌관광 경영에 종사하는 이들의 이익을 대변하는 단체 등이 조직되는 과정에서의 정부의 역할 등이다.

2. 국내외 연구동향

■ 농촌관광의 필요성과 기대효과, 외국의 사례 등을 중심으로 많은 연구가 진행

- 농촌관광에 관하여 거시적 방향에 대한 일치, 선진국의 경험에 대한 중요성은 참고할 만하나 구체적으로 어떤 부분에 대해 법제적 준비가

이루어져야 할 것인지 등에 대해서 아직까지 막연한 실정이다.

- 농업정책에서 농촌관광이 중요하다는 선언성 언급 이외에 어떤 맥락에서 어느 정도의 비중을 가지고 농정에서 농촌관광이 다루어져야 하는지 농촌관광에 대한 범위가 모호한 편이다.

■ 참고할 만한 관련 연구의 흐름은 몇 가지 형태로 유형화

- 주요 연구로는 농촌관광 개발의 형태별 연구(김창곤, 2000; 이후석, 1998; 박호균 등, 2001), 관광자원의 분류와 관리에 관한 연구(박석희, 2002; 이인배 등, 1998; 김재민, 2001), 관광개발에 따른 지역 주민 반응 및 경제적 영향에 관한 연구(김규호 등, 1998), 관광 수요자들의 행태 분석 및 선호도 조사(김남조 등, 1998), 관광농원의 정책 방향에 관한 연구(유승우 등, 1997), 외국의 농촌관광 정책 및 프로그램의 검토(김상윤, 2001; 한상열 등, 2001) 등이 있다.
- 관련 연구들에서는 주로 관광농원을 주요 소재로 다루고 있고 외국의 사례는 일본의 경우에 집중되는 경향이 있으며, 경영 주체, 소비자, 투자 목적 등이 일반 관광과는 상이한 농촌관광 고유의 특성을 감안하지 못하고 있다.
- 따라서 많은 연구에도 불구하고 농촌관광은 관광 연구 분야에서의 위상이 아직 확립되어 있지 않은 편이며, 농업정책 연구 분야에서의 위상도 불분명한 상태에 있다.
 - 농촌관광에 대한 자원 분류, 수요자 조사 및 분석, 경영자 조사 및 분석, 농촌관광 개발의 효과 등에 대한 보다 정교하고 세밀한 기초 연구가 지속적으로 이루어져야 할 것이다.
 - 또한 서비스 교육 및 소프트웨어 개발, 수요자에 대한 정보 제공 및 마케팅, 관련 법제도의 정비 등에 대한 세밀한 연구는 매우 부족한 상태에 있다.

- 위와 같은 기초 연구를 기반으로 농촌관광의 정책적 장단기 발전 방향을 모색하는 것이 바람직하다.

3. 연구 목적

- 주목적으로 우리나라에서 농촌관광을 활성화하기 위한 정부의 정책 방안을 제시한다.
 - 이를 위해 우리나라에서의 농촌관광 현황과 향후 여건 변화를 전망하며
 - 주요 선진국에서의 농촌관광 추진 현황과 관련 정책을 파악하고 시사점을 도출하며
 - 정부 정책 방안으로 농촌관광 수요 활성화 방안, 농촌측에서의 수용 태세 확립 방안, 농촌관광이 지속적으로 추진되며 하나의 산업으로 자리 잡을 수 있기 위한 법령·행정제도·관련 조직 등의 정비 방안 등을 제시한다.
- 부차적인 목적으로 실제 농촌관광을 추진하고자 할 때 농촌관광 자원을 발굴하고, 이를 관광 상품화하는 방안, 그리고 마을 단위 농촌관광 농촌관광 개발 모델을 제시한다(연구 논리상 이 부분은 부록에 수록한다).

4. 주요 연구 내용

① 한국형 농촌관광의 장단기 발전 방향

- 국내 관광 여건의 변화
 - 국내 관광 총량, 행태 등의 변화 양상을 분석

○ 도시민의 농촌관광 수요

- 도시민이 농촌관광에서 기대하는 바를 설문조사와 선진국의 동향 등을 통해 파악

○ 농촌관광의 공급 확대 제약요인

- 현장 사례 조사를 통한 제약요인 도출

○ 농촌관광의 발전 방향

- 수요자 측의 선호와 공급자 측의 제약요인 등을 기초로 삼아 농촌관광의 장단기 발전 방향을 모색

② 농촌관광의 효율적 추진을 위한 관련 법, 제도, 조직 정비 방안

○ 국내의 농촌관광 관련 법·제도·조직의 현황 분석

- 농촌관광에 대한 중앙정부의 정책 지원 내용, 농촌관광 관련 조직의 실태 및 법적 근거, 농촌관광 관련 개별 경영체의 영업 행위와 관련한 각종 규제 및 지침 등을 검토

○ 농촌관광 촉진을 위한 관련 제도 정비 방안

- 선진국과 우리나라의 비교 분석 결과를 바탕으로 우리 실정에 맞는 법, 제도 정비 방안을 제시

○ 농촌관광 지원을 위한 조직 설립 및 추진 체계

- 농촌관광 진흥을 촉진하며 관련 업계의 이익을 대변할 수 있는 조직의 설립 필요성, 조직의 구성과 지원 체계, 업무 내용 등을 제시

③ 농촌관광 자원의 체계적 수집·정리 및 마케팅 방안

○ 기존 농촌관광 자원의 파악 및 체계적 정리

- 농촌관광의 새로운 잠재자원 개발방안
- 농촌관광 자원의 마케팅 기법: 관광 상품화 방안, 홍보방안 등

4] 한국의 농가, 마을에 적용 가능한 「농촌관광 모델」 개발

- 농촌관광 마을의 유형화
- 마을 유형별 개발 전략 제시
 - 마을 유형별로 농촌관광 추진 전략과 행정에서의 지원 방향을 제시

빈

면

제 2 장

우리나라 농촌관광의 여건

1. 농촌관광의 현황과 평가

1.1. 농촌관광의 추진 현황

① '70년대

- 중앙정부 중심으로 성장잠재력이 큰 지역에 대규모 시설 투자를 집중시키는 거점개발식 광역적 관광개발정책이 추진되었다.
 - 농촌관광에 대한 인식이 부족한 상태로서 관광개발은 국립공원, 대규모 관광단지 개발에 집중되었다.

② '80-90년대

- 농가의 농외소득 증대와 농촌지역 활성화를 위한 목적으로 농림부에 의해서 농촌관광휴양자원개발사업이 시도되었다.
 - 관광농원, 휴양단지, 민박마을 조성 등이 이루어져 2002년 당시 339개소의 관광농원, 9개소의 휴양단지, 266개소의 민박마을 등이 조성되었다.

<표 2-1> 농촌휴양자원개발사업 현황

구 분	휴양단지	관광농원	민박마을	자연휴양림
계	13개소 지정 -3개소 운영, -5개소 조성중	491개소 지정 -339개 운영	275개 마을 조성 -2,878호 참여	90개소 조성 -국가 30, 지자체 46, 개인 14

■ **관광농원**

- 관광농원 조성사업은 농촌지역의 풍부한 관광휴양자원을 농업과 연계, 개발하여 증가하는 국민의 여가수요를 농촌공간으로 유치함으로써 도시와 농촌의 교류를 촉진하고 농업인 소득증대와 지역개발을 촉진하는데 그 목적을 두고 1984년부터 추진되었다.
 - 관광농원은 농어촌정비법을 근거로 삼아, 1년 이상 현지 거주 농업인과 기타 단체(지자체, 농협, 영농조합법인 등)가 영농체험시설과 숙박 및 식당 등의 편의시설을 갖추고 이용객에게 휴양을 제공하는 사업으로서 지정을 받으면 농원당 4억5천만원의 융자지원(연리 5.5%, 5년 거치 5년 상환)을 받을 수 있다.
 - 지금까지 491개소가 지정되었으나, 339('02. 9월말현재)개 만이 운영 중이며 그 중에서도 73%만 정상 운영되고 있다.

<표 2-2> 관광농원 운영 현황

농원수	정상운영	운영부실	경매·소송	휴업	공사중
339개소	247 (73%)	38 (11%)	33 (10%)	15 (4%)	6 (2%)

- 관광농원의 운영 형태는 음식물 판매 및 숙박을 제공하는 형태가 대부분이며(68.1%), 다음이 주말농원을 임대·분양 운영하는 형태(23.8%) 순이다.
- 관광농원은 농촌지역의 관광시설로서 큰 역할을 담당하고 있으며 관광농원 경영주는 농촌관광 경영능력 향상에 상당 부분 기여하고 있는 것으로 평가된다. 특히 IMF 등을 거치면서 살아남은 관광농원은 2000년 대부터 일고 있는 농촌관광에 대한 사회적인 붐을 타고 경영 여건이 호전되면서 농촌관광의 확산에 촉매제 역할을 수행하고 있다.

- 예를 들면, 기존 관광농원이 마을과 연계하여 팜스테이 마을로 거듭 나가거나, 정부 지정 농촌관광시범마을로 선정되는 경우가 있다.
- 그러나 마을과의 연계가 매우 낮으며 음식점 및 숙박업 위주로 운영되고 있어 당초 정책 취지인 도·농교류와 지역 활성화에 크게 기여하고 있지 못하다는 비판도 제기되고 있다.
 - 관광농원 운영이 음식물 판매와 민박 형태로 이루어지는 상황이며 마을과 연계하여 공동으로 프로그램을 운영하는 경우는 매우 적다.
 - 법률에 의해서 규정하고 있는 작목 입식 비율, 판매시설 설치 규정이 형식화되고 있으며, 오히려 이러한 조항이 관광농원의 투자비 상승을 불러일으키고 관광농원 경영을 부실화하는 요인으로도 작용하고 있다.

■ 민박마을

- 민박마을은 농어촌정비법을 기초로 삼아 '91년부터 시행되었다. 사업 시행주체는 농어민이다. 정부는 민박마을내에 거주하고 있는 농어가에 대해 민박을 목적으로 농어가 주택시설의 개보수 또는 증개축에 필요한 자금을 지원한다.
 - 대상 마을은 읍면장이 선정한 마을 내의 농어가로부터 민박사업 신청서를 받아 시장·군수에게 제출, 시장·군수가 농정심의회를 거쳐 선정한다. 선정된 민박 마을에 대해서는 마을당 3억 원, 농가당 1,500만 원의 융자금(연리 5%, 2년 거치 3년 상환)이 지원된다.
 - '01년 말 현재 275개 마을(2,878호 참여)이 조성되었으며 호당 내방객은 '01년의 경우 연간 190여 명으로 농가당 250만 원의 소득을 올리는 것으로 조사되었다.
- 관광농원 등에 비해 정책 내용이 매우 단조로운 편이며 지원 금액도 소액에 그치고 있어 농촌관광 활성화에 기여하는 부분은 한정적이라고 평가할 수 있다.

- 시설이 소규모로 노후화되고, 운영의 전문성이 부족하여 저급 숙박 시설로서 인식되며, 농촌관광에 대한 부정적인 이미지를 제공하는 원인이 되고 있다.
- 다만 민박마을은 농어촌정비법에 규정되어 있으며 공중위생법에서도 농어가 민박에 관하여 규정함으로써 관광지 주변 등지에서 농어가 부업의 합법성을 보장하는 수단으로 이용되는 경우가 있다.

■ 휴양단지

- 시장·군수, 농업기반공사, 농·산협 등이 일정 규모의 단지를 조성하여 분양하거나 임대하는 사업으로 정부로부터 25억원까지의 융자(연리 5%, 3년 거치 5년 상환)를 받을 수 있다.
 - '89년부터 시행하여 지금까지 13개소가 지정되었지만 그 중 4개소는 지정이 취소되었다. '02년 당시 3개소(도비도: 농업기반공사, 한산모시타운: 서천군, 낙단교: 상주시)는 운영 중에 있으며, 5개소(홍천, 정선, 청송, 군위, 의성)는 단지 조성후 분양 중이거나 분양 후 부분적으로 건축하여 시설 운영 중에 있다.
- 농어촌 휴양단지 사업은 1989년부터 시행되었으나 현재는 3개소만 운영되고 있는 것에서 알 수 있듯이 사업수요가 매우 적은 편이다.
 - 이는 농촌관광에 대한 사회적인 여건이 미성숙한 상태에서 정책이 추진되었기 때문이며, 추진 주체들이 융자금을 받아서까지 농촌관광 경영수익사업을 추진할 의사가 없었기 때문으로 판단된다.

■ 자연휴양림

- 산림법에 의해서 1989년부터 시행되었다. 사업주체는 국가, 지방자치단체, 개인이다. 지자체 자연휴양림에 대해서는 개소당 12억 원의 보조금이 지원되며 개인이 조성하는 경우에는 12억 원 한도 내의 융자금(연리 5.0%, 10년 거치 8년 상환)이 지원된다.

- 2002년 당시 운영 중에 있는 자연휴양림은 전국에 93개소로서 국가 30개소, 지자체 48개소, 개인 15개소이다.
- 휴양림 이용자 : ('95) 208만 명 → ('2001) 382만 명
- 자연휴양림에 대한 국민의 인식수준과 만족도가 크게 향상되어 가고 있으며 건전한 여가 시설로서 역할을 충분히 수행하고 있다. 그러나 시설이 한정되어 있어 늘어나는 수요를 충족시켜주지 못하고 있다.
 - 국민인지도 상승 : ('97) 52% → ('2001) 63%
 - 재방문 의사(88%) 및 이용만족도(67.8%)가 매우 높은 수준임
 - 1일 숙박 가능 인원은 7,000명에 불과하여 주말이나 성수기에는 절대적인 공급 부족 현상을 초래
- 그러나 자연휴양림은 초기투자비가 많고 공사기간이 길며 농지 및 진입로 등의 보상문제로 지역 주민과 잦은 마찰이 발생하기 때문에 민간이 추진하기에는 많은 제약이 뒤따른다.
 - 자연휴양림은 농촌관광 시설물보다는 공공주도에 의한 국민관광 시설물로서의 역할을 수행

■ 기타 농촌관광 정책

- 중앙정부 관광개발의 주무 부처라고 할 수 있는 문화관광부는 관광산업의 발전과 관광자원의 개발, 국민관광 및 국제관광의 진흥이라는 부문으로 나누어 관광개발을 추진하고 있으나 농촌관광에는 소홀한 실정이다.
 - 관광산업의 발전을 위한 지원이 숙박업, 여행업, 휴양시설업, 국제회의업, 카지노업, 유원시설업, 관광벤처업 등에 이루어지고 있지만 농촌관광의 활성화에까지는 이르지 못하고 있다.
 - 관광개발 차원에서 관광지 및 관광단지 지원, 7대 문화관광권 개발,

관광특구 개발 및 지원, 문화관광자원 개발 및 지원이 이루어지고 있으나 사업 내용을 살펴보면 농촌관광과는 관련을 갖기 어려운 것으로 보인다.

3] 2000년대

■ 중앙정부

- 농촌지역에서 농업 이외의 다양한 산업활동에 대한 필요성 증대와, 기존 농촌개발사업이 소득과 연계되지 않았다는 반성을 기초로 삼아 각 부처에서는 농촌개발정책의 한 형태로 농촌관광정책을 적극 추진하고 있다.
 - 특히 농림부는 2001년 5월 「농외소득증대증장기추진계획」을 수립하여 농촌관광을 향후 농외소득원 개발을 위한 중요한 정책수단으로 채택하고 그 일환으로 2002년부터 마을 단위 농촌관광개발사업을 시작하였다.
 - 행자부와 농진청, 환경부 등에서도 마을 단위 농촌관광시범사업 내지는 농촌관광과 관련되는 사업 등을 추진하고 있다.

<표 2-3> 각 부처 마을 단위 관광사업추진 현황, 2002

부처	사업명	사업특징	사업비(국비)
농림부	녹색농촌체험시범마을	공모방식, 농촌관광을 위한 마을기반 정비	2억(1억) 18개 마을
행정자치부	아름마을가꾸기	공모방식, 소득증대를 목표로한 마을 단위 종합개발방식	10억 이상(10억) 23개 마을
해양수산부	어촌체험마을	어촌관광을 위한 기반정비	10억(5억) 18개 마을
환경부	생태우수마을	공모방식, 생태 우수마을 홍보	사업비 없음 14개소
농촌진흥청	전통테마마을	공모방식,테마를 주제로 마을 단위 농촌관광 추진	1억(5천만) 9개 마을

- 마을 단위 농촌관광 사업들은 다음과 같은 특징을 가지고 있다.
 - 사업 대상 마을의 선정은 그 정도의 차이는 있지만 밑으로부터 신청을 받고 심사를 거쳐 대상지를 선정하는 이른바 공모방식을 취함으로써 일선 자치단체 내지는 마을 간의 경쟁을 유도하고 주민의 참여 의식을 고취한다.
 - 농촌관광 또는 소득과 관련이 있는 기반시설에 사업비를 사용하도록 권장하고 있다(개별 경영자에 대한 지원은 하지 않음).
 - 사업비를 일괄 보조(포괄 보조)하고 주민이 집행하도록 함으로써 마을 특성에 맞고 주민이 원하는 사업 추진이 용이하다.
- 그러나 이 사업은 사업 목적과 추진 방식이 비슷하기 때문에 한편에서는 중복성 시비를 불러일으키고 있다. 또한 주민 공동으로 사업을 추진하는 과정에서 발생하는 비효율성과 주민 간의 갈등도 지적되고 있다.

■ 지방자치단체

- 많은 지방자치단체에서도 농촌지역 활성화를 위한 주요 전략으로 농촌관광, 도농교류, 장소판촉 등을 채택하는 움직임이 증가하고 있지만 몇몇 지방자치단체를 제외하고는 제도적, 인적, 물리적 기반이 부족하여 가시적 성과를 얻는 단계에까지 이르지 못하는 경우가 많다.
 - 강원도는 마을 단위 소득증대사업이라 할 수 있는 새농어촌건설운동을 지속적으로 추진하는 한편 강원도형 그린체험농업육성전략을 수립하고 있다.
 - 전북 순창군의 경우는 1996년부터 군정의 기본 방향을 그린투어리즘으로 설정하여, 군에서 실시하는 모든 사업과 관광을 접목시켜 지역을 활성화하고자 하는 전략을 채택한 바 있다.
 - 기타 남해군의 스포츠마케팅, 양평군의 모토인 친환경 에코닥터타운, 함평군의 나비축제, 금산군의 인삼축제 등과 같이 도·농교류를 지역경영의 핵심 사업으로 추진하는 지방자치단체들이 크게 증가하고 있다.

■ 민간단체 차원

○ 중앙부처의 농촌관광 추진에 자극을 받아 농협을 포함한 여러 단체에서도 농촌관광을 추진하거나 교육·훈련, 컨설팅 등을 통해 농촌관광을 측면 지원하는 움직임이 활발하게 이루어지고 있다.

- 농협에서는 1999년부터 팜스테이 사업을 추진해 오고 있다. 농협에서 팜스테이 마을을 지정하여 프로그램의 개발 협조와 홍보, 그리고 관련자 교육·훈련을 지원하고 있다. 이는 기존에 개별적으로 추진하던 농가 민박 농사체험과 문화체험을 결합하여 마을 단위사업으로 변형한 형태이다.
- 전국농업기술자협회에서는 농림부의 지원을 받아 녹색교류대학이란 이름으로 농촌관광 관련자를 교육하는 프로그램을 운영하고 있다.
- 녹색소비자연대, 녹색연합, 새마을운동중앙회, 주부교실, 여성민우회 등에서도 농림부의 농·소·정 협력사업 일환으로 농촌관광 현장 방문 및 소비자 모니터링을 실시한 바 있다.
- 농촌관광시범마을이 확대됨에 따라 (주)이장, 농협교류센터 등 마을 컨설팅 전문 업체나 농촌관광 위주의 여행상품을 취급하는 여행사 등이 출현하고 있다.
- 건강에 대한 관심이 높아지면서 유기농산물을 생산하는 마을과 한살림, 생협, 민우회 등의 소비자 단체가 계약재배 형식을 통하여 도시 주민과의 교류사업을 추진하면서 자연스럽게 농촌관광이 이루어지는 사례가 증가하고 있다.

1.2. 평 가

① 농촌관광의 필요성 부각

○ 그동안의 정책적인 노력에 힘입어 농촌관광의 필요성에 대한 사회적인

공감대가 어느 정도 형성되었다고 평가된다.

- 특히 2002년부터 각 부처가 추진한 시범사업의 추진, 매스컴에서의 시범마을 소개, 각종 세미나 등은 농촌관광의 필요성을 인식시키는 데 나름대로 기여하였다고 판단된다.

② 농촌관광 인프라는 여전히 미흡

- 농촌에서 관광활동이 이루어지기 위해 필수적인 숙박시설, 대중교통편, 관광안내소, 안내판, 안내지도와 같은 부대시설 등이 열악하다. 또한 볼거리 면에서 선진국에 비해 매우 부족한 편이다.
 - 선진국과 달리 문화유산이 온전하게 남아 있지 못하며, 농촌공간도 아름답게 보존되어 있지 못한 실정이다.
 - 따라서 농촌이 관광 상품으로서 가치를 발하기 위해서는 추가적인 정비 노력이 필요하다.

③ 공급자 중심 정책이 주 내용

- 농촌관광은 수요 측면의 영향을 크게 받음에도 불구하고 그동안의 정책은 농어촌휴양자원개발, 마을 단위 농촌시범마을 조성 등과 같이 공급능력 향상에 중점을 두어 왔다.
 - 농·소·정 협력 사업이 추진되었지만 1회적인 이벤트 사업 위주로 추진되어 지속적인 수요확대에는 이르지 못하였다.
 - ▣ 농촌관광이 자발적으로 성장할 수 있는 단계에 이르기까지 농촌 관광 수요를 지속시킬 수 있는 제도적인 노력이 요구된다.

④ 시설투자 위주로 사업이 진행

- 기존 농촌관광정책은 시설투자 위주로 진행되었다. 관련자의 교육·훈련, 제도 정비, 연성적인 프로그램 개발, 농촌의 쾌적성 증진을 위한

노력은 미흡한 편이었다.

- 특히 관광농원의 경우 농원면적, 판매장, 입식비율 등을 법에 규정함으로써 과도한 시설투자를 유도한 측면이 없지 않았다.
- 서비스마인드, 비즈니스 노하우(홍보 및 관광객 유치 방법 등)를 갖춘 인력이 절대 부족한 편이다.

⑤ 농촌관광 산업화 시스템 취약

- 농촌관광이 업계 자율로 서비스를 개선하고 시장을 확대해 나가면서 스스로 성장할 수 있는 체계가 구축되어 있지 못한 편이다.
 - 예를 들면 농촌관광에서 제공하는 상품들에 대한 품질관리 시스템, 관련 당사자의 네트워크 시스템, 조직적인 홍보 시스템, 교육 훈련 시스템 등이 아직까지 갖추어지지 않은 편이다.

2. 농촌관광의 여건

2.1. 국내관광 시장 동향

① 관광객

- 국민 국내관광 경험률, 1인당 참가회수, 참가일수는 지속적으로 증가하다가 외환위기로 감소세를 보인 후 경제회복으로 다시 증가 추세에 있다.
 - 경험률: 2001년에 96.7%
 - 참가 회수: 2001년 6.1회/년

<표 2-4> 관광여행 경험률 및 참가회수 추이

단위: 회, %

구 분	1993		1997		2001	
	경험율	참가회수	경험율	참가회수	경험율	참가회수
당일관광	683.7	3.3	78.4	5.68	85.9	4.6
숙박관광	70.9	1.5	59.6	1.30	71.0	1.5
총 관광여행	93.2	4.8	87.9	6.99	96.7	6.1

자료: 한국관광공사, 국민여행실태조사, 각 연도.

② 관광활동 형태

- 한국관광공사에서 매년 실시하는 관광활동 형태에 있어서는 유흥 및 오락, 산업시설 구경, 낚시 등과 같은 형태는 감소하는 반면에 자연명승지·풍경 관람, 스포츠와 같은 활동 등이 약간씩 증가하는 것으로 나타났다.

<표 2-5> 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, 각 연도.

- 선호하는 관광 형태는 자연명승 및 풍경관람, 피크닉/등산/하이킹, 캠핑/오토캠핑, 온천, 낚시/사냥, 수상스키/래프팅, 해수욕, 크루즈/요트/스킨스쿠버, 고적/사적지 방문 순이다.
- 가족을 동반한 여가 문화 정착, 모험과 체험적 레저의 추구, 커뮤니티형 레저 증가, 테마여행의 증가 등이 향후 주요한 관광 형태로 자리 잡을 수 있을 것으로 전망된다.
- 다만, 표에서 농장·과수원의 방문 등은 아직은 그다지 많지 않으며 오히려 줄어드는 것으로 나타나고 있는데, 이는 농촌관광의 극히 일부분에 해당하는 것이므로 이를 근거로 농촌관광 수요가 줄어든다고 이야기할 수는 없을 것이다.

3] 관광수요

- 문화관광부에서 발표한 제2차관광기본계획에 의하면 국내 관광총량은 주5일근무제를 고려하지 않을 경우 연평균 4.6%씩 성장하며, 주5일근무제가 실시된다고 가정하면 추세 수요가 전년 수요 대비 2011년에는 10% 증가하여 2011년 국민 국내관광 총량은 6억597만 명에 달할 것으로 전망하고 있다.

<표 2-6> 국민국내관광 예측

단위: 천 명

구 분	2001 (실측치)	2002	2008	2011
국민국내관광 총량	327,928	404,648	536,876	605,968
당일관광 총량	171,289	241,822	327,948	370,193
숙박관광 총량	156,639	162,826	208,928	235,775

자료 : 문화관광부, 2001.

2.2. 농촌관광 시장 동향

① 농촌관광 시장 규모

- 농촌관광에 관한 정확한 통계자료가 없기 때문에 다음과 같은 방법을 통해서 농촌관광 시장 규모를 추측할 수가 있다.
 - 한국관광공사에서는 1995년 조사 자료를 바탕으로 전체 관광객 중 농어촌 관광지 참여율은 약 34%, 순수 농어촌 관광지 참여율은 7.4%라고 추정한 바 있다(한국관광공사, 1996).
 - 농어촌 관광지 : 순수 농어촌 관광지와 농어촌 지역에 있는 관광지 및 자연공원 등을 말한다.
 - 순수 농어촌 관광지 : 농어촌정비법상에서 말하는 관광농원, 민박마을, 휴양단지, 주말농원 등을 말한다.
 - 한국관광연구원이 조사한 결과에 의하면 1999년 국민 10명 중 1명 꼴(11.7%)로 철새도래지, 갯벌, 습지 등 생태관광자원을 방문하고 있다고 한다. 이 점유율이 지속된다고 가정하면 생태관광 총량은 2005년 5,900만 명, 2010년 6,800만 명까지 증가할 것으로 예측하고 있다(김성진, 2002).
 - 2002년 한국농촌경제연구원이 경북대와 공동으로 조사한 도시민 수요조사 결과에 의하면 2001년 농촌관광 총량은 총 3천93만 명/년으로, 2001년 국내관광 총량 3억2,793만 명/년(한국관광공사, 2001)의 9.4%를 차지하고 있다.
- 과거의 조사 자료, 관련 연구 등을 종합해 볼 때 현행 농촌관광 시장은 국내관광 시장의 8%~10% 정도를 점할 것으로 추측할 수 있다.
 - 이 연구에서는 2002년 한국농촌경제연구원 조사 자료를 기초로 9.4%라고 추정하였다.

② 농촌관광 전망

○ 전체적인 관광 패턴이 유흥 및 오락위주에서 체험관광 위주로 증가하는 것이 세계적인 추세이다.

- WTO(World Tourism Organizations) : 향후 관광의 형태를 기존의 단순한 여행 형태에서 자연밀착형, 모험추구형, 문화·추구형, 건강추구형, 체험관광 등으로 변화할 것으로 전망한다. 특히 1998년을 기준으로 생태관광이 전체 국제관광의 약 20%를 차지한다고 발표하였다.
- 세계자원기구(World Resource Institute) : 관광산업의 연평균 성장률은 4%이지만, 자연관광의 성장률은 10%를 상회한다고 주장하였다 (Amaro, 1999).

○ 주5일근무제는 농촌관광에 긍정적 요인으로 작용할 것이다.

- 주5일근무제 도입 시 '여행 및 관광'은 4.9%에서 25.6%로 증가할 것으로 전망된다(한국관광연구원, 2001).
- 실제로 도시민을 대상으로 실시한 이 연구의 조사 결과에서도 현재 주5일근무제를 실시하고 있거나 곧 실시할 예정인 직장에 근무하는 응답자의 경우 1인당 농촌관광에 연간 0.729회 참여한 것으로 나타난 반면에, 주5일근무제에 해당되지 않는 응답자들은 농촌관광 참여 회수가 연간 0.349회에 머무르고 있어 두 그룹 간에 큰 대비를 보인다.
- 여가 시간 확대로 실내 중심의 단순 여가활동에서 야외 중심의 동적인 여가 행태가 크게 증가할 것이다.
- 시간계약에서 탈피한 가족 중심의 여행 행태가 정착되며 1박2일 혹은 2박3일의 체류형 숙박여행이 증가할 것이다.

※ 그러나 여기에 대해서는 반대의 의견도 있다. 현대인의 바쁜 일상 때문에 여가 시간이 증대되어도 당일치기 여행이 증가할 것이라는 견해이다. 실제로 일본의 경우 주5일근무제가 도입된 이후 숙박여행객이 줄어들었다는 보고도 있다.

- 탐사 여행, 고고 유적 답사, 전통문화 탐구 등 문화·교양 창조형 등의 자기계발을 추구하는 관광·여가의 유형이 확대될 것이다.
 - 자연친화적 생태관광 및 건강 중심의 여가활동이 증가할 것이다.
 - 저비용의 계획적 여행 형태가 정착될 것이다.
 - 비용이 적게 드는 저가형의 문화·여가활동을 선호할 것이다.
- 안전 농산물에 대한 소비자의 관심은 그 농산물이 생산되는 현장방문 수요를 촉진할 것이다.
- 실례로 2002년 1월 SBS의 “잘 먹고 잘 살자”라는 프로그램이 방영된 직후 2달 만에 한 소비자 단체의 회원이 약 15% 증가하였다는 보고가 있다.

③ 농촌관광에 대한 수요 예측

■ 수요 예측 개요

- 전국의 관광수요 총량에서 농촌관광이 차지하는 비율의 변화 추이를 추정함으로써 장래 농촌관광에 대한 수요 예측이 가능하다.
- 전국의 총량적인 관광수요는 문화관광부의 제2차 관광개발기본계획(2002~2011)에서 제시하고 있는 예측치를 이용한다.
 - 수요 예측의 목표연도는 2011년으로 정한다.
 - 또한 농촌관광에 대한 수요는 여러 가지 외적인 여건 변화에 따라 유동적일 것이므로 다음의 두 가지 대안으로 구분하여 추정한다.
- 전체 관광수요 중 농촌관광이 차지하는 점유율을 추정하는 데는 1995년 한국관광공사 조사 결과¹⁾ 및 2002년에 이 연구를 위해 실시한 도시민 수요조사 결과의 데이터를 기초로 삼고자 한다. 즉, 두 시점 간 연평균 변화율 추이를 구한 후 이를 바탕으로 목표연도의 농촌관광 점유율을 추정한다(제1안).

1 한국관광공사, 1996, 「농어촌관광개발 활성화 방안 연구」.

○ 그런데 수요 예측을 위해 활용한 위의 조사 자료에는 주5일근무제의 전면 시행이라는 여건 변화가 충분히 반영되어 있지 않다. 수요 예측의 목표연도인 2011년에는 주5일근무제가 전면적으로 실시될 것이라 가정하고 이러한 변화된 여건에 맞추어 앞서 제1안의 추정치를 조정할 필요가 있다(제2안).

- 이 연구에서 도시민을 대상으로 조사한 결과에 따르면 주5일 근무를 하고 있는 응답자의 경우 그렇지 않은 응답자에 비해 농촌관광에 아주 적극적으로 참여하고 있음을 알 수 있었으며,²⁾ 이러한 조사 내용을 감안하여 제1안의 예측치보다 더욱 확대된 목표치를 구할 것이다.

○ 다음은 이와 같은 예측 작업에 도입된 산정식을 보여 주고 있으며, 또한 이상의 수요 추정 절차를 그림으로 제시하고 있다.

2 1인당 연간 농촌관광 참여 회수가 응답자 전체적으로는 연 0.464회로 나타났는데, 이러한 조사 결과를 주5일근무제 실시 여부에 따라 구분해 보면 집단간에 매우 큰 차이가 있음을 알 수 있다. 즉 앞서 본 바와 같이 주5일근무제를 실시하고 있거나 조만간 실시 예정인 응답자는 농촌관광에 연간 0.729회 참여한 것으로 조사되었음에 반해, 주5일근무제에 해당하지 않는 응답자의 경우 연 0.349회로 집계되었다.

<농촌관광의 장래 수요 산정식>

$$GT^t = NT^t \times S^t \dots\dots\dots ① \text{ (제1안)}$$

$$S^t = S^{01} (1+r)^{t-1}$$

$$r = \sqrt[5]{\frac{S^{01}}{S^{96}}} - 1$$

GT^t : t년도의 농촌관광 수요(제1안)

NT^t : t년도의 전국관광수요(제2차 관광개발기본계획)

S^t : t년도의 전국관광에서 농촌관광 점유율

S^{01} : 2001년도의 전국관광에서 농촌관광 점유율(한국농촌경제연구원 조사)

S^{96} : 1996년 전국관광에서 농촌관광 점유율(한국관광공사 추정)

r : 농촌관광 점유율의 증가율

$$Gt^t = Gt^t(1+a) \dots\dots\dots ② \text{ (제2안)}$$

Gt^t : t년도의 농촌관광 수요(제2안)

a : 주5일 근무제의 전면 시행에 따른 추가적인 농촌관광 수요의 증가율
(a 값의 구체적인 산정 방법은 이후에 논의)

■ 수요 예측 결과

- 목표연도의 농촌관광 수요 예측을 위해 우선 이 연구에서 실시한 수요 조사 결과를 포함한 기존 연구 자료를 바탕으로 전체 관광 수요 중 농촌관광이 차지하는 비중의 변화 추이를 살펴보고자 한다.

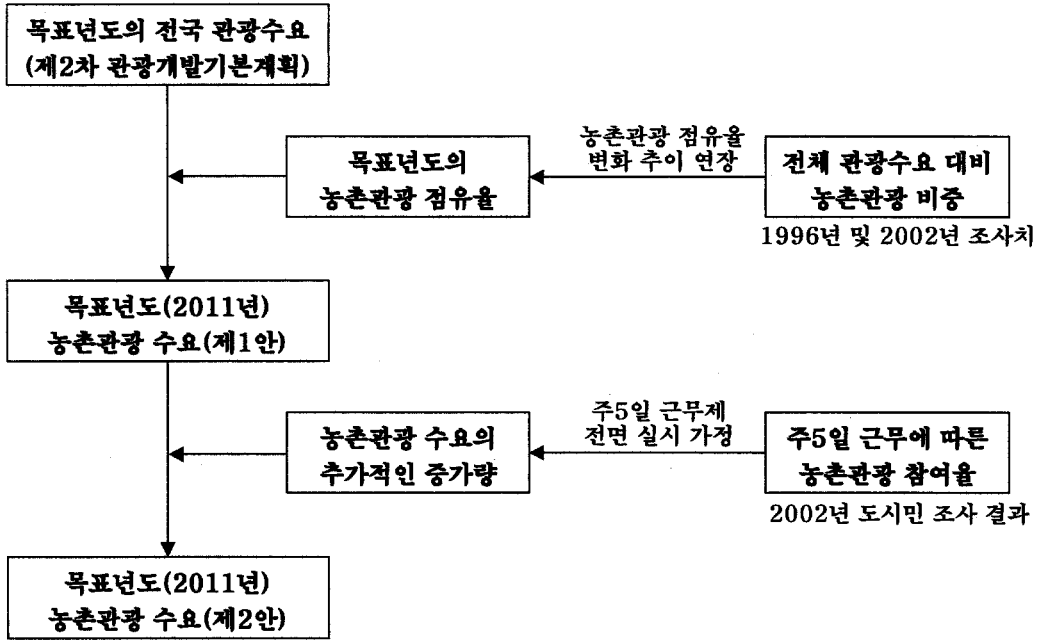


그림 2-1. 농촌관광 수요예측 절차

- 한국관광공사에서 1996년 조사한 자료에 의하면 당시의 전체 관광 수요에 대비한 농어촌 관광지의 관광 참여 비율은 7.4%로 나타나고 있다(한국관광공사, 1996).³⁾
- 한편 이 연구에서 도시민을 대상으로 실시한 설문조사 결과(자세한 사항은 제2절을 참고할 것)에 의하면 2001년 기준으로 전체 대비 농촌관광의 비중은 9.4%로 집계되고 있다.
- 이상의 두 시점 간 연구 결과를 종합해 볼 때, 전체 국내관광 대비 농촌관광 수요의 비중은 1996년에서 2001년에 이르는 5년의 기간 매년 약 5.0%씩 증가한 것으로 추정할 수 있다.⁴⁾

3 여기에서 말하는 농어촌 관광지란 농어촌정비법에서 규정하고 있는 관광자원으로서 농어촌휴양단지, 관광농원, 주말농원, 민박마을 등을 포함한다.

4 물론 조사의 대상 집단이 서로 다르고, 다루고 있는 농촌관광의 내용에도 약간의 차이가 있기 때문에 조사 결과를 완전히 동일선상에서 비교하는 데는 얼마간의 무리가 따른다는 점을 한계로 지적할 수 있겠다.

<표 2-7> 전체 관광 수요 대비 농촌관광 비중 변화 추이

연 도	농촌관광 참여율(%)	조사 구분	연평균 증가율(%)
1996년	7.4	한국관광공사(1996)	5.0
2001년	9.4	한국농촌경제연구원(2002)	

- 전체 관광수요에 대비한 농촌관광의 비중이 위에서 집계한 대로 연평균 5%씩 향후에도 지속적으로 늘어간다고 가정할 경우 목표연도인 2011년에 그 수요가 어느 정도에 이를지 예측할 수 있다.
 - 위의 가정에 따라 전체 관광에서 농촌관광이 차지하는 비중은 2001년 9.4%에서 향후 지속적으로 늘어나 2005년 11.5%, 2011년 15.3%로 성장할 것으로 전망된다. 이러한 연도별 비중 전망치를 전체 관광수요에 적용하면 농촌관광의 수요 규모를 예측할 수 있다.
 - 목표연도의 전체 관광시장 규모는 문화관광부의 제2차 관광개발기본계획에서 제시한 지표를 적용하였다.
- 이상의 방법을 따를 경우 농촌관광의 연간 수요량은 2001년 3천9십만 명 규모이던 것이 2011년에는 약 9천3백만 명으로 연간 약 11.6%씩 늘어날 전망이다(제1안).
- 한편 위에서 전망한 수치는 1996년과 2002년 두 시점간의 농촌관광 점유율에 바탕을 두고 산정한 것으로서 주5일근무제 실시로 인한 추가적인 농촌관광의 수요 증가량을 감안하고 있지 않다. 향후 2011년에는 주5일근무제가 전면적으로 실시될 것으로 가정하고 그에 따른 농촌관광 파급 효과를 예측하고자 한다.
- 앞서 잠시 살펴본 바와 같이 도시민 조사 결과에 따르면 주5일근무제를 실시하고 있느냐⁵⁾ 그렇지 않느냐에 따라 농촌관광 참여 회수에는 큰 차이가 나타나고 있다. 즉 농촌관광 회수가 전자에서는 연간 0.729

5 조만간 실시할 예정인 경우도 포함한다.

회로 조사되었음에 반해, 후자는 연 0.349회에 머물고 있어 큰 차이를 보인다.

- 설문조사를 실시한 2002년도의 경우 농촌관광 참여 회수가 평균 0.464회로 나타났는데, 이는 약 30.3%의 응답자가 주5일근무제를 실시(또는 실시 예정)하고 있는 상황에서 집계된 수치이다(제2절 참조).
- 이처럼 주5일근무제에 해당되는 응답자의 연간 농촌관광 회수(0.729회)는 전체 평균치(0.464회)에 비해 57.2%나 높게 나타나고 있다.⁶⁾ 그리고 이러한 차이는 바로 주5일근무제 시행으로 인해 추가적으로 늘어난 농촌관광 수요라고 해석할 수 있을 것이다.

○ 이상의 57.2%라는 비율을 앞서 제1안의 수요 예측치에 합산하게 되면, 주5일 근무의 전면 시행으로 말미암아 추가적으로 늘어날 농촌관광 수요량까지 감안한 새로운 예측값을 얻을 수 있다(제2안).

- 이러한 방식으로 제2안의 농촌관광 수요를 산출해 보면, 2001년에 연인원 3,090만 명이던 것이 2011년에는 1억4,600만 명으로 매년 16.8%가량 증가할 것으로 전망된다. 또한 국민 국내관광 총량에서 농촌관광이 차지하는 비율 역시 2001년 9.4%에서 2011년에는 24.1%로 급격히 늘어날 것으로 예상된다.

<표 2-8> 농촌관광 수요 및 시장 규모 예측

(단위: 천 명, %)

구 분		2001년	2005년	2008년	2011년	연평균 증가율
국내관광 총량		327,929	507,436	536,876	605,968	6.3
농촌관광 총량	제1안	30,930	58,113	71,120	92,851	11.6
	제2안	30,930	67,507	100,123	145,955	16.8
농촌관광 구성비	제1안	9.4	11.5	13.2	15.3	
	제2안	9.4	13.3	18.6	24.1	

주 1) 제2안의 경우 주5일근무제가 현행 30%에서 2005년에 50%, 2008년에는 80%로 확대된 후 2011년에는 100% 시행되는 것으로 가정하여 전망치를 구함.

2) 국내관광 총량은 문화관광부(2001)의 전망치임.

6 앞의 수요 산정식(제2안)에서 제시되었던 a 값이 바로 이 57.2%라는 수치이다.

■ 장래 농촌관광 시장 규모 예측

○ 농촌관광 수요량 전망을 바탕으로 향후 농촌관광 시장의 규모가 어느 정도로 성장할 것인지 예측코자 한다.

- 이러한 예측 작업에는 향후 수요 전망치, 이 밖에도 도시민 설문조사를 통해 구한 농촌관광 1회당 1인 최대지불의사액(93,551원) 및 1인당 농촌관광일 수(1.04일), 국민여행실태조사(한국관광공사, 2001)의 자료를 근거로 산출한 관광여행 1회당 일 수(1.44일/회), 13세 이상 도시민 인구 규모 등의 지표가 활용될 것이다.
- 다음 시장 규모 추정 절차에 대한 더욱 세부적인 절차에 대해 보여주고 있다.

<농촌관광 시장 규모 예측 절차>

① 도시민 1인당 연간 농촌관광 일 수(A)를 구하기 위해서는 앞서 예측한 농촌관광 총량을 도시민 수(B)로 나눈다. 향후 도시민 인구 규모(13세 이상)는 통계청(2002)의 장래 인구 추정치를 기초로 읍, 면 지역의 인구를 제외한 값의 연평균 증가율(약 1%)을 2001년도 실측치에 적용하여 예측한다.

$$\text{도시민 1인당 농촌관광 일 수(A)} = \text{농촌관광 총량치} \div \text{도시민 인구(B)}$$

② 도시민 1인이 1일 농촌관광에서 지불하고자 하는 금액을 구한다. 이를 위해 이 연구에서 직접 실시한 설문조사 결과를 따른다. 도시민 조사 결과에 따르면, 응답자들은 농촌관광 1회당 93,551원을 지출할 의향을 지니고 있는 것으로 나타났다. 한편 한국관광공사(2002)의 2001년 기준 국민여행실태조사 결과에 의하면 1회 여행 시 국민의 평균적인 여행 일 수는 1.44일로 집계되었는데, 앞서 1회당 지불의사금액을 1.44일로 나누면 농촌관광 1일당 지불의사금액(C)은 64,832원으로 집계된다(이 금액은 향후에도 동일하며 농촌관광 참여 일 수만 늘어나는 것으로 가정한다).

$$\begin{aligned} \text{도시민 농촌관광 1일당 최대지불의사금액(C)} \\ = \text{농촌관광 1회당 지불의사금액} \div \text{1회당 여행 일 수} \end{aligned}$$

③ 위의 결과들을 바탕으로 도시민 1인당 연간 농촌관광 최대지불의사금액(D)을 다음과 같이 구할 수 있다.

$$\begin{aligned} \text{도시민 1인당 연간 농촌관광 최대지불의사금액(D)} \\ = \text{농촌관광 일 수(A)} \times \text{농촌관광 1일당 지불의사금액(C)} \end{aligned}$$

④ 마지막으로 장래 농촌관광 시장 규모(E)는 도시민 1인당 최대지불의사금액(D)과 13세 이상 도시민 인구 규모(B)를 곱하여 예측할 수 있다.

$$\text{농촌관광 시장 규모(E)} = \text{1인당 최대지불의사금액(D)} \times \text{도시민 인구(B)}$$

- 연간 도시민 1인당 농촌관광 지불의사금액은 농촌관광 참여 일수가 늘어남에 따라 같이 늘어나게 된다. 즉 2001년에 6만7천여 원이던 도시민 1인의 연간 농촌관광 지불의사금액이 2011년에는 약 18만3천 원~28만8천 원으로 증가할 전망이다.⁷⁾
- 이상과 같이 1인당 농촌관광 최대지불의사금액과 도시민 인구를 감안하여 산출한 농촌관광의 시장 규모는 현재에 비해 크게 늘어나서 2011년에는 약 6조2백억 원 내지 9조4,630억 원에 달할 것으로 전망된다.
 - 참고로 2001년의 농촌관광의 시장 규모 추정치는 약 2조5십억 원으로 농업 부문 전체 부가가치액의 8.9%에 이르는데, 이 같은 성장세를 기록할 경우 2011년에는 농업 전체 부가가치에 대비할 때 농촌관광은 대략 27.6~43.5%의 비중을 차지할 것으로 보인다.⁸⁾

<표 2-9> 농촌관광의 장래 시장 규모 전망

구 분		2001년	2005년	2008년	2011년
1인당 연간 농촌관광 최대지불의사금액(원)	제1안	67,424	121,736	144,598	183,228
	제2안	67,424	141,414	203,568	288,020
13세 이상 도시민 인구(천 명)		29,741	30,949	31,887	32,854
연간 농촌관광 시장 규모(십억 원)	제1안	2,005	3,768	4,611	6,020
	제2안	2,005	4,377	6,491	9,463
농업 부문 연간 부가가치(십억 원)		22,651	22,296	21,947	21,774
농업 총부가가치 대비 농촌관광 비중(%)	제1안	8.9	16.9	21.0	27.6
	제2안	8.9	19.6	29.6	43.5

주: 농업 부문 부가가치는 한국농촌경제연구원(2002)의 전망치 참조

- 7 주5일근무제로 인한 수요 증가치 반영 여부에 따라 농촌관광 수요가 달라지므로 그에 따라 1인당 최대지불의사금액 또한 유동적으로 되는 것이다.
- 8 이와 같은 농촌관광 시장 규모 예측치가 지나치게 높게 평가되었다는 지적도 제기될 수 있겠으나, 여기에서 포괄하고 있는 농촌관광 주체를 반드시 기존의 농림어업 종사자로 한정하는 것이 아니라는 점을 상기할 필요가 있겠다. 즉 농촌관광의 시장이 이처럼 확대될 것으로 예측한 데에는 기존 농업인에 한정되지 않는 보다 다양한 주체가 이 분야에 참여하는 상황을 염두에 둔 것이다.

■ 농촌 민박시장 규모 전망

○ 농림부 집계에 의하면 2001년 농가 민박의 총 매출액은 110억8천만 원으로서 1997년에 비해 52%가 늘어났으며, 2001년의 민박 참여 가구 역시 1997년 규모보다 17% 정도 증가한 것으로 나타났다.

- 이에 따라 호당 매출액 역시 늘어나서 1997년 297만 원이던 것이 2001년에는 385만 원으로 지속적인 성장세를 보이고 있으며, 성장률은 연평균 약 3.7%를 기록하고 있다.

<표 2-10> 농가 민박사업의 변화 추이

구 분	1997년	2001년	호당 매출액 연평균 증가율
매출액(백만 원)	7,289	11,076	6.7% (3.7%)
민박 참여 가구 수	2,457	2,878	
호당 매출액(천 원)	2,967	3,849	

주: 농어촌정비법을 근거로 삼아 이루어지는 민박사업의 자료를 집계한 것이며, () 안은 연평균 물가상승률(3%로 가정)을 제외한 순수한 연평균 매출액 증가율을 의미함.

자료: 농림부 내부자료(2003)

○ 도시민 조사 결과의 지불의사금액을 기초로 했을 때 민박이나 관광농원 등 농촌을 무대로 한 숙박활동은 농촌관광 전체에서 약 18.9%의 비중을 차지하고 있다.⁹⁾ 이 비율을 앞서 산출한 농촌관광 시장 규모 추정치(<표 2-9>의 값)에 곱하면 민박, 관광농원 등 농촌 숙박업의 시장 규모를 산출할 수 있다.

9 앞서 살펴보았듯 도시민 1인의 농촌관광 1회당 최대지불의사금액은 93,551원으로 나타나고 있는데, 이 중 숙박시설에 대해서는 38.5%인 36,021원을 지출할 의향이 있는 것으로 조사되었다. 그리고 이러한 숙박시설 중 일반 여관이나 호텔 등의 숙박시설을 제외한 민박, 관광농원 등에 묵은 것으로 응답한 비율이 49%로 나타났는데, 앞서 38.5%에 이 비율을 다시 곱하면 18.9%의 수치를 얻게 된다.

- 이상의 과정을 따르면 2011년 농촌 숙박업의 시장 규모는 1조1,360억 원~1조7,850억 원으로서 2001년 규모(3,780억 원)에 비해 적게는 3배, 많게는 4.7배가량 성장할 것으로 보인다.¹⁰⁾

<표 2-11> 농촌 숙박업의 시장 규모 전망

(단위: 십억 원)

구 분	2001년	2005년	2008년	2011년
제1안	378	711	870	1,136
제2안	378	826	1,225	1,785

■ 향후 농촌관광 수요 증가에 대응한 농가 민박마을 육성

- 이상과 같이 추정된 농촌 숙박업 시장 규모와 수요 추정치 그리고 농촌관광 참여 농가의 매출액 전망 등의 지표를 감안하여 목표연도인 2011년에 대략 어느 정도의 가구가 농촌의 민박업 부문에 종사하게 될지 전망하고자 한다.

- 이러한 예측 작업은 다음의 절차로 이루어진다.

- 농촌의 민박 시장 규모는 관광농원을 제외하게 되면 2011년에 약 1조 70억 원~1조5,840억 원 규모가 될 것으로 전망된다.

- 이는 농촌 숙박업 수요 중 관광농원 부문이 차지하는 비중(농림부 집계에 따라 추정해 보면 약 11.3%로 예상됨)을 제외한 값이다.

- 민박 참여 가구당 매출액은 2001년 기준으로 약 385만 원(농림부 내부 자료의 수치를 집계하여 산출)으로 나타났는데, 추세치나 물가상승률

10 시장 규모가 이처럼 크게 산정된 것은 순수한 농가 숙박업만이 아니라 자연공원, 해수욕장 등의 보다 전문적인 민박업소들 역시 농촌관광의 범주에 포함시켜 수요 예측에 집계하였기 때문이다. 이는 아직까지 도시민 조사를 통해 순수한 의미의 농촌관광 관련 활동들을 가려낼 만큼 농촌관광 분야가 전문화되어 있지 않은 데다, 시장 여건 역시 충분히 성숙해 있지 않은 까닭이다.

등을 감안하면 2011년에는 약 555만 원이 될 것으로 예상된다.¹¹⁾

- 한편 이러한 액수를 전체 민박 시장 규모(제1안 및 제2안)에 적용할 경우 민박 참여 가구 수는 2001년 8만7천 호에서 크게 늘어나 2011년에는 18만2천 호~28만5천 호 가량이 되리라 예상된다.¹²⁾

<표 2-12> 농촌 민박의 장래 시장 규모 전망

구 분		2001년	2005년	2008년	2011년
농촌 민박 시장 규모 (십억 원)	제1안	336	630	772	1,007
	제2안	336	732	1,086	1,584
민박 참여 가구당 매출액(천 원)		3,849	4,454	4,971	5,547
민박 참여 가구 수(호)	제1안	87,195	141,543	155,231	181,615
	제2안	87,195	164,423	218,537	285,486

주: 민박 참여 가구 수는 농촌 민박 시장의 전체 규모액을 참여 가구당 매출액으로 나누어서 산출함.

- 농촌관광에 참여할 가구가 이처럼 늘어날 것으로 예상되며, 농촌관광에 대한 수요 또한 커질 것이므로 이에 대응하여 민박마을을 정책적으로 육성하는 사업이 필요할 것이다.

- 농촌관광에 대한 수요를 감안하여 대략 어느 정도의 마을들을 지원하는 것이 필요할지 예측하는 작업이 선행되어야 한다. 이에는 관광개발기본계획에서 제시된 숙박여행 관련 수치와 이 연구에서 실시한 설문조사 결과 등을 활용할 수 있겠다.

11 실측치(농림부 내부 자료)에 기반하여 집계된 1997년에서 2001년간 매출액의 연평균 증가율인 6.7%에서 연가 물가상승률(3%로 가정)을 뺀 3.7%의 증가율을 매년 적용하여 2011년의 호당 매출액을 구한다.

12 2011년 추정치가 이와 같이 최대 30만 호 가까이 이르고 있어 향후 예상되는 농가 수 전체 규모(2011년에 90만 호 가량)에 비추어 볼 때 1/3 가량을 차지할 정도로 과도하게 추정된 수치임을 지적할 만하다. 그러나 앞서도 언급한 바 있듯이 여기에서 전망한 민박 참여 가구 중에는 전통적인 농가가 아니지만 농촌에 거주하면서 농촌관광 관련 활동을 하는 비농가들도 포함되어 있는 것이다.

- 농가 민박의 수요는 2011년에 약 7백만 명에서 1천1백만 명 수준에 이를 것으로 전망된다.
 - 국내관광에 대해 「제2차 관광개발기본계획」에서 제시하고 있는 수치에 의하면 2011년도 전체 여행 수요 중 숙박여행은 약 38.9%의 비중을 차지하리라 전망된다.
 - 그리고 이 연구에서 실시한 도시민 설문조사 결과를 따르자면 농촌관광 시 농가에서 민박을 하는 비중은 숙박장소 전체 대비 약 19.5%인 것으로 집계되었다.¹³⁾
 - 이 두 지표를 종합해 볼 때 앞서 예측한 2011년 농촌관광 전체 수요에 대비해서 농가 민박이 차지하는 비중은 약 7.6%가 되리라 예상된다.
- 농가 민박을 위해 농촌 마을에 대해 정책적으로 어느 정도의 지원을 할 필요가 있는지는 정확히 답하기 힘든 문제이다. 그러나 농촌관광에 대한 폭넓은 수요를 감안할 때 앞으로 전국적으로 1천 개의 마을에 민박을 위한 기반을 갖추도록 지원하는 정책이 요청된다.

<표 2-13> 농가 민박 수요 예측

숙박여행 비중(A)		0.389	제2차 관광개발기본계획
숙박 장소 중 농가 비율(B)		0.195	도시민 설문조사 결과
C = A × B		0.076	
농촌관광 전체 수요(D)	제1안	92,851천 명	<표 2-3>의 예측 결과
	제2안	145,955천 명	
농가 민박 수요	제1안	7,045천 명	C × D
	제2안	11,074천 명	

13 도시민 조사 결과에 따르자면 농촌관광 시 숙박장소로는 농가 민박 이외에도 일반 민박, 관광농원, 호텔, 자연휴양림, 별장 등의 다양한 응답들이 제시되고 있다.

- 민박 마을에서 받아들일 수 있는 관광객 수는 마을 여건, 참여 농가 수, 시설의 수준, 대도시 접근성 등 여러 요인에 따라 달라지겠으나, 1천 개 마을을 육성할 경우 마을 당 평균적으로 연간 7천 명~1만1천 명 가량의 도시민이 들러서 숙박을 하고 가는 셈이다.
- 이 정도 규모의 방문객을 맞이하기 위해서는 마을을 현재 수준보다 더욱 쾌적하고 매력적으로 가꾸는 일련의 노력들이 주민에 의해서 이루어져야 할 것이며,¹⁴⁾ 지자체나 중앙정부 차원에서도 여러 가지 지원시책들이 펼쳐져야 할 것이다.

3. 농촌관광에 대한 도시민 선호 분석

3.1. 도시민 선호 분석의 배경

- 농촌관광 수요는 여건 변화에 의하여 양적 증가와 질적 다양화를 꾀할 것으로 예상된다. 예를 들면 다음과 같다.
- 소득수준과 교육수준의 향상 ⇒ 여가 활용에 대한 수요 증대

14 다음 표에 나와 있는 바와 같이 현재의 농촌 민박마을의 경우 마을 당 방문객이 연간 2천여 명 규모에 머무르고 있다. 농촌관광에 대한 잠재적인 수요를 농촌 마을에 효과적으로 끌어들이기 위해서는 마을의 관광 여건을 정비하여 현재보다 4~5배 이상 방문객들이 찾을 수 있도록 만드는 것이 필요하다.

농촌 민박마을 방문객 현황

구 분	1997년	1999년	2001년
민박마을 수	209	252	275
참여 호 수	2,457	2,750	2,878
내방객 수(천 명)	523,000	505,000	551,000
마을당 내방객 수	2,502	2,004	2,004

자료: 농림부 내부자료.

- 주5일근무제의 도입 ⇒ 국내 관광수요 증가 ⇒ 국내 관광 형태의 다양화
 - 정부(농림부, 행정자치부, 환경부) : 농촌관광과 관련된 여러 가지 정책을 도입
 - 지방자치단체 : 농촌지역 활성화 수단으로 농촌관광사업을 추진
 - 농가 및 마을 단위 : 농촌관광 상품을 개발
- 따라서 농촌관광의 발전 방향을 제시하기 위하여 도시민들의 농촌관광에 대한 선호, 시설이용 행태 등에 대한 조사 분석이 필수적이다.
- 그럼에도 불구하고 국내에서 도시민의 농촌관광에 대한 선호를 종합적으로 조사한 사례는 아직까지 없다. 유사한 연구 목적을 수행하기 위한 조사결과가 있긴 하지만(예를 들어 이광원 1991; 한국관광공사, 1996; 새마을운동중앙회, 2001), 최근의 상황과는 많은 차이가 난다.
- 이 연구에서는 소비자들의 의향을 객관적으로 파악하기 위하여 조사를 실시한다. 조사의 목적은 농촌관광에 대한 도시 소비자들의 선호를 조사·분석하여 농촌관광의 활성화를 위한 제반 조건을 유도하여 제시하고자 하는 것이다.
- 농촌관광 수요 및 시장 전망의 기초 자료 제공
 - 농촌관광 활성화를 위한 제반 조건 유도

3.2. 조사 및 분석 방법

Ⅰ 조사 개요

■ 조사 표본

- 농촌관광에 대한 도시민 선호 분석을 위한 표본조사는 전국의 도시소비자 가계를 대상으로 실시하였다. 총 표본 수는 1,000개이며, 수도권,

지방 광역시, 지방 중소도시의 인구에 비례하여 배분한다.

■ 조사 장소 및 시기

- 조사의 장소는 수도권, 지방 광역시, 지방중소도시로 나누어 실시한다.
 - 수도권 : 서울특별시, 인천광역시, 수원시, 안양시
 - 지방광역시 : 대구광역시
 - 지방 중소도시 : 전라북도의 전주시, 강원도의 춘천시, 충청북도의 청주시
- 조사의 시기는 2002년 9월 7일부터 9월 29일까지이다.

■ 조사 방법 및 내용

- 조사 방법은 설문지를 이용한 면접조사이며, 응답자들이 농촌관광에 대한 이해와 인식이 부족할 것에 대비하여 농촌관광에 대한 간략한 설명과 현재 시행하고 있는 농촌관광의 모습을 담은 사진을 실은 패널을 제공하였다(부록 3 참조).
 - 조사원들은 경북대학교에 재학 중인 대학생 8명을 선발하였으며 조사를 시작하기에 앞서 조사원들을 대상으로 조사의 목적과 조사 중에 반드시 숙지해야 할 몇 가지 주안점을 설명하는 교육을 실시하였다.
- 조사 내용은 농촌관광 경험에 관한 설문, 농촌관광 계획에 관한 설문, 응답자의 일반사항 등으로 구성하였다(부록 3 참조).

<표 2-14> 설문항목

조사 내용	주 내 용
농촌관광 경험	· 계절별 횟수 · 교통수단 · 농촌관광의 동기 · 농촌관광의 기간 및 장소 · 농산물 구입 여부와 종류 · 농촌관광에 대한 만족도 등
농촌관광 계획	· 농촌관광에 대한 의향과 목적 · 선호하는 지역과 교통시간 · 숙박시설과 마을 환경에 대한 선호 · 숙박, 농산물 구매, 체험활동 참가를 위한 최대지불의사 금액 등
응답자의 일반사항	· 성별 · 연령 · 결혼 여부 · 가족 구성 · 학력 · 소득 · 거주지역 · 직업 등

② 빈도 분석

- 도시 소비자들의 농촌관광에 대한 개략적인 선호도를 파악하기 위하여 조사 자료를 이용하여 빈도분석(frequency analysis)을 실시한다.

③ 주성분 분석

- 농촌에 대한 이미지를 연상하게 하는 주성분 변수를 추출한다.
 - 농촌에서는 '마음의 여유를 찾을 수 있다(z1)', '논이나 밭, 과수원이 많다(z2)', '마을 주변에 맑은 시냇물이 흐르고 있다(z3)', '새, 풀벌레 소리를 쉽게 들을 수 있다(z4)', '계절감을 잘 느낄 수 있다(z5)' 등의 설문 문항을 이용하여 주성분 분석을 실시한다.
- 분석 결과
 - 첫 번째 인자의 특성근(eigenvalue)은 2.2565로 나타나고 5개 관련변수들의 총 분산을 45% 설명한다. 또한 요인 적재값(factor loadings)

에서 첫 번째 값은 모두 양수로 개별 변수($z_1 \sim z_5$)들과 양의 상관관계를 가진다.

☞ 첫 번째 인자가 농촌이미지를 나타내는 척도임.

- 나머지 4개의 인자의 경우 요인 적재 값이 음의 부호 또는 양의 부호가 서로 혼재되어 있다.

- 일반적인 농촌에 대한 이미지를 산출하기 위하여 첫 번째 인자를 '농촌의 안락한 시골정취 제공 가치'로 명명하여 설명변수로 채택하였다.

4) 선호분석

- 농촌관광에 대한 형태별 선호 분석을 위하여 선호 분석모형을 개발하였다.
 - 프로빗 모형(probit model)과 순차적 프로빗 모형(ordered probit model)을 설정한다.
 - 모형의 추정은 최우추정법(maximum likelihood estimation)을 이용한다.

5) 최대 지불의사금액 결정식 추정

- 도시민 각자가 제시하고 있는 최대 지불의사금액이 어느 요인에 의해서 주로 결정되는가를 규명하기 위하여 최대 지불의사금액 결정식을 추정한다.
 - 토빗 모형(tobit model)을 채택하여 최우추정법에 의해 모수를 추정한다.

3.3. 조사 결과

Ⅰ 조사 자료의 일반 개황

■ 지역별 표본수

- 서울과 인천광역시를 포함한 수도권 지역의 표본 수가 50% 이상을 차지한다. 이는 서울 및 인천광역시, 경기도의 인구가 전국 동(洞)지역 인구의 53%를 차지하는 것에 비례한 것이며, 지방광역시와 지방도시의 표본 수가 각각 28.6%와 20.8%를 차지한다.

■ 학력 및 가족 구성

- 응답자들의 학력 분포는 57% 이상이 대졸 이상(전문대학 포함)의 교육을 받았고, 고등학교와 중학교 이하의 응답자는 각각 32.6%와 10%로 나타났다.
- 가족 구성원의 수는 3명에서 5명이 가장 많았고, 가족 구성원 중에서 유치원생의 자녀를 1명 이상 두고 있다는 응답자는 108명이었으며, 초등학생 134명, 중학생 82명, 고등학생 93명으로 각각 나타났다.

<표 2-15> 지역, 학력 및 자녀 수

항 목	세 부 사 항							
	서울		수도권		지방광역시		지방도시	
지역	289(28.9%)		217(21.7%)		286(28.6%)		208(20.8%)	
학력	중학교이하		고등학교		대학교		대학원이상	
	100(10%)		326(32.6%)		513(51.4%)		60(6.0%)	
중등학교이하의 자녀수	유치원생		초등학생		중학생		고등학생	
	1명	90(83.3%)	1명	92(9.2%)	1명	70(85.4%)	1명	77(82.8%)
	2명	16(14.8%)	2명	39(3.9%)	2명	12(14.6%)	2명	15(16.1%)
	3명	2(1.9%)	3명	3(0.3%)			3명	1(1.1%)

■ 성별, 결혼 여부, 성장 지역

○ 응답자 중 남성이 48%, 여성이 약 52%이다. 그리고 기혼인 응답자가 587명이었고, 미혼인 응답자는 413명이다. 농촌지역에서 주로 성장한 응답자는 360명이고 도시지역에서 주로 성장한 응답자는 638명이며, 나머지 2명은 응답하지 않았다.

☞ 점차 도시화되어가면서 농촌지역보다는 도시에서 성장하는 인구의 수가 늘어나고 있음을 알 수 있다.

<표 2-16> 성별, 결혼 여부, 성장지역

항 목	세 부 사 항	
	남	여
성 별	479(47.9%)	521(52.1%)
결 혼 여 부	587(58.7%)	413(41.3%)
성 장 지 역	360(36.0%)	638(63.8%)

■ 연령 및 단체 가입

○ 응답자들의 연령 분포를 보면 30대 이하가 약 60% 이상을 차지하였고 나머지 40대와 50대 이상이 약 40%를 보였다.

○ 시민연대, 참여연대와 같은 시민단체에 가입하고 있다는 응답자가 38명이며, 환경운동연합, 녹색연합 등의 환경단체의 회원이 52명이고 생활협동조합과 기타 다른 단체 회원이 약 50명으로 대부분의 응답자들은 관련 단체에 가입하고 있지 않은 것으로 나타났다.

<표 2-17> 연령 및 단체가입 분포

항 목	세 부 사 항				
	20대	30대	40대	50대	60대이상
연령	372(37.2%)	242(24.2%)	161(16.1%)	136(13.6%)	89(8.9%)
단체가입	시민단체	환경단체	생활협동조합	기타	없다
	38	52	15	35	870

■ 소득 및 직업

- 가구당 월 평균 총 소득은 100만 원에서 350만 원이 가장 높은 빈도를 나타냈으며, 500만 원 이상의 고소득 계층도 상당히 존재함을 확인할 수 있다.



<그림 2-2> 가구당 월 평균 총 소득

- 응답자들이 종사하는 직업에는 자영업, 판매/서비스직, 사무/기술직, 전문/자유직, 가정주부, 학생들이 대부분이며, 그밖에 기능/숙련공 23명, 일반 작업직 19명, 경영/관리직 62명, 무직 56명, 기타 34명이었으며, 농림어업의 종사자가 11명으로 가장 낮게 나타났다.

<표 2-18> 소득 및 직업 분포

항목	세 부 사 항										
	49만원 이하	50 ~ 99만원	100 ~ 149만원	150 ~ 199만원	200 ~ 249만원	250 ~ 299만원	300 ~ 349만원	350 ~ 399만원	400 ~ 449만원	450 ~ 499만원	500만원 이상
가구소득	36	52	152	145	190	105	115	57	52	20	74
	3.6%	5.2%	15.2 %	14.5 %	19.0 %	10.5 %	11.5 %	5.7 %	5.2 %	2.0 %	7.4 %
	농/어/임업	자영업	판매/서비스직	기능/숙련공	일반작업직	사무/기술직	경영/관리직	전문/자유직	가정주부	학생	무직
직업	11	101	121	23	19	117	62	113	166	177	56
	1.1%	10.1%	12.1%	2.3%	1.9%	11.7%	6.2%	11.3%	16.6%	17.7%	5.6%

2] 도시민의 농촌관광 실태

- 농촌관광에 대한 도시민의 인지도를 조사해 본 결과, 응답자 1,000명 중 484명이 농촌관광에 대해 전혀 모르고 있었으며, 432명의 응답자가 농촌관광 사업에 대해 들어본 적이 있다고 답하였다. 반면 현재 시행 중인 농촌관광 사업에 대해 잘 알고 있는 응답자는 1,000명 중 84명으로 8.4%에 불과하였다.
- 응답자 1,000명 가운데 201명 만 농촌관광을 해 본 경험이 있었다.
 - ☞ 농촌관광사업에 대하여 도시민에게 홍보가 미흡하였음을 알 수 있다.

■ 농촌관광 참가 실태

- 농촌관광 참가 경험이 있는 응답자를 중심으로 실태를 파악하였다.
 - 지난 1년 동안 농촌관광 참가 회수는 1~2회가 가장 큰 빈도를 보였으며, 계절별로 살펴보면 여름철에 50.2%를 나타냈으며, 봄과 겨울철에는 30%에도 못 미치고 있다.

<표 2-19> 도시민의 계절별 농촌관광 횟수

단위: 명(x)

	봄	여름	가을	겨울
농촌관광 참가경험 유	54 (26.9)	101 (50.2)	70 (34.8)	37 (18.4)
1~2회	42 (20.9)	87 (43.3)	63 (31.4)	32 (15.9)
3~4회	9 (4.5)	11 (5.5)	5 (2.5)	4 (2.0)
5회이상	3 (1.5)	3 (1.5)	2 (1.0)	1 (0.5)
농촌관광 참가경험 무	147 (73.1)	100 (49.8)	131 (65.2)	164 (81.6)
계	201 (100.0)	201 (100.0)	201 (100.0)	201 (100.0)

☞ 농촌관광에 대한 적극적인 홍보와 다양한 프로그램 개발이 요구된다는 것을 알 수 있다.

■ 농촌관광 평가

- 농촌관광 참가자의 경우 농촌의 가치를 높게 평가하고 있는 것으로 분석된다.
 - '농촌은 도시민에게 시골정취를 느끼게 하는가'에 대해 응답자의 84.4%가 긍정적으로 생각하고 있는 것으로 나타났다.
 - 응답자의 82% 정도가 농촌은 자연환경이 잘 보전되어 있고, 안전한 농산품을 생산하는 데에 중요한 역할을 담당한다고 인식하고 있다.

<표 2-20> 농촌관광 참가자의 농촌에 대한 가치

단위: 명, (%)

	안락한 시골정취	자연환경보전	안전한 농산품 생산
매우 그렇다	112 (55.7)	70 (34.8)	82 (40.8)
약간 그렇다	57 (28.4)	95 (47.3)	81 (40.3)
보통이다	25 (12.4)	33 (16.4)	35 (17.4)
그렇지 않다	7 (3.5)	2 (1.0)	3 (1.5)
전혀 그렇지 않다	0 (0.0)	1 (0.5)	0 (0.0)
계	201 (100.0)	201 (100.0)	201 (100.0)

■ 농촌관광의 동기

○ 농촌관광의 주된 목적은 전원감상이 39.3%, 자연 탐방이 18.4%이고, 농촌생활 체험이나 먹을거리 구입 등의 동기는 비교적 낮게 나타나고 있다.

☞ 농촌관광 개발을 위해 체험 프로그램 개발이나 먹을거리 판매 등도 중요하지만, 무엇보다도 입지적 특성이 중요하다는 것을 시사한다.

<표 2-21> 농촌관광의 목적

	빈도(명)	구성비(%)
자연탐방(야영, 하이킹 등)	37	18.4
자연채취(산나물 채취, 밤 따기 등)	19	9.5
전원감상(시골길, 강변 산책 등)	79	39.3
생활체험(감자, 고구마 구워먹기 등)	13	6.5
신선한 먹을거리 구입	8	4.0
단체관광에 동참하기 위해서	23	11.4
관광비용이 적게 들어서	3	1.5
기타	19	9.5
합 계	200	100.0

■ 농촌관광의 만족도

- 농촌관광 만족도는 전반적으로 높은 것으로 평가된다.
 - 만족하거나 매우 만족한다는 응답이 65.4%이다.
 - 불만족스럽다 또는 매우 불만족스럽다는 응답은 2.5%에 불과하였다.

<표 2-22> 도시민의 농촌관광에 대한 만족도

	빈 도(명)	구성비(%)
아주 만족한다	27	13.4
만족한다	103	51.2
그저 그렇다	63	31.3
불만족스럽다	3	1.5
매우 불만족스럽다	2	1.0
무응답	3	1.5
계	201	100.0

■ 농촌관광 참가자 인적 특성

- 농촌관광 참가자 인적 특성을 분석하여 농촌관광 수요개발을 위한 표적시장(Target Market)을 선정할 수 있다.
- 자연탐방과 전원감상을 위해 농촌관광에 참가한 각 계층들은 매우 유사한 인적 특성을 보이고 있다.
 - 자연탐방 활동에 참가한 경우 결혼을 한 20~40대 연령계층이 중심을 이루고 있으며, 또한 가구소득은 100~300만 원 수준 대의 계층이 가장 많고, 또한 어릴 때 도시지역에서 성장한 계층이 중심 계층이다.
 - 전원감상을 위해서 참가한 경우는 자연탐방과 마찬가지로 결혼을 한 20~40대 연령계층 중 가구소득이 100~300만 원대에 이르고 또한 어릴 때 도시지역에서 성장한 계층에서 비중이 높게 나타났다.
- 자연채취나 생활체험 목적으로 참가한 응답자들은 상대적으로 높은 연령층을 형성하고 있다.

- 자연채취를 위해 농촌관광에 참가한 응답자들의 경우 40~50대 연령계층 중 어릴 때 농촌에서 자란 계층이 높은 비중을 보이고 있다.
- 생활체험 참가자의 경우 결혼을 한 40~60대 연령계층 중 어릴 때 도시에서 자란 계층이 상대적으로 높은 비중을 보이고 있다.
- 자연채취의 경우 참가자의 가구소득 분포가 다양하였으나, 생활체험의 경우 참가자의 61.5%가 가구소득이 200만 원대에 집중 분포하고 있다.
- ☞ 신선한 먹을거리를 구입하기 위해서 농촌관광에 참가한 응답자들의 경우 연령 분포는 다양하지만, 기혼자로서, 가구소득이 200~300만 원 수준 대에, 그리고 어릴 때 도시지역에 성장한 계층에 집중되어 있다.

<표 2-23> 유형별 농촌관광 참가자 특성(1)

단위: 명, (%)

	자연탐방	자연채취	전원감상	생활체험	농산품구입	전체
연령						
20대	13 (36.1)	4 (21.1)	28 (35.4)	0 (0.0)	1 (12.5)	54 (26.9)
30대	8 (22.2)	2 (10.5)	23 (29.1)	2 (15.4)	3 (37.5)	47 (23.4)
40대	8 (22.2)	3 (15.8)	13 (16.5)	5 (38.5)	1 (12.5)	41 (20.4)
50대	5 (13.9)	8 (42.1)	9 (11.4)	3 (23.1)	3 (37.5)	39 (19.4)
60대	2 (5.6)	2 (10.5)	6 (7.6)	3 (23.1)	0 (0.0)	20 (10.0)
계	36 (100.0)	19 (100.0)	79 (100.0)	13 (100.0)	8 (100.0)	201 (100.0)
가구소득						
100만원 미만	3 (8.3)	2 (10.5)	6 (7.6)	2 (15.4)	1 (12.5)	15 (7.5)
100~199만원	6 (16.7)	6 (31.6)	14 (17.7)	1 (7.7)	1 (12.5)	42 (20.9)
200~299만원	14 (38.9)	5 (26.3)	32 (40.5)	8 (61.5)	4 (50.0)	75 (37.3)
300~399만원	6 (16.7)	2 (10.5)	16 (20.3)	1 (7.7)	2 (25.0)	35 (17.4)
400~499만원	2 (5.6)	0 (0.0)	4 (5.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	10 (5.0)
500만원 이상	5 (13.9)	4 (21.1)	7 (8.9)	1 (7.7)	0 (0.0)	24 (11.9)
계	36 (100.0)	19 (100.0)	79 (100.0)	13 (100.0)	8 (100.0)	201 (100.0)

<표 2-24> 유형별 농촌관광 참가자 특성(2)

단위: 명,(%)

	자연 탐방	자연채취	전원감상	생활체험	농산품 구입	전체
유년기성장지역						
농촌지역	11 (30.6)	11 (57.9)	28 (35.4)	5 (38.5)	1 (12.5)	76 (37.8)
도시지역	25 (69.4)	8 (42.1)	51 (63.3)	8 (61.5)	7 (87.5)	125 (61.7)
계	36 (100.0)	19 (100.0)	79 (100.0)	13 (100.0)	8 (100.0)	201 (100.0)
결혼여부						
결혼	22 (61.1)	14 (73.7)	53 (67.1)	13 (100.0)	6 (75.0)	143 (71.1)
미혼	14 (38.9)	5 (26.3)	26 (32.9)	0 (0.0)	2 (25.0)	58 (28.9)
계	36 (100.0)	19 (100.0)	79 (100.0)	13 (100.0)	8 (100.0)	201 (100.0)

○ 가구소득은 중간층이고, 어린 시절을 도시에서 자랐으며 기혼인 계층이 주류를 이루고 있다. 예외적으로 자연탐방이나 전원감상의 경우 고소득층 또는 20~30대의 저소득계층도 상당수 참가하고 있다.

☞ 다양한 계층을 겨냥한 농촌관광 사업 추진이 요구된다.

○ 농촌관광에 참가할 경우 동행자는 주로 가족과 친구·친지인 것으로 나타났으며, 특히 가족 단위의 농촌방문은 전체의 47.8%를 차지하고 있다.

<표 2-25> 농촌관광 참가자의 동행자 현황

	빈도(명)	구성비(%)
혼자	14	7.0
가족과 함께	96	47.8
친구나 친지와 함께	67	33.3
직장이나 친목계원과 기타	21	10.4
합계	3	1.5
합계	201	100.0

■ 농촌관광 참가자의 부대 서비스 이용 실태

- 교통수단의 경우 농촌관광 목적에 따라 다소 차이가 있으나, 자가용(66.7%), 대중버스(12.4%), 전세 버스(11.0%), 기차(8.0%) 순이다.
- 농촌관광 여행정보는 가족이나 친지를 통해서 입수한다고 응답한 계층이 가장 높은 비중(전체 참가자의 56.2%)을 차지하고 있다.
 - 자연채취의 경우 참가자의 84.2%가 주위 사람의 소개나 추천에 의존하는 것으로 나타났다.
 - 생활체험이나 농산품 구입에 참가한 경우 텔레비전, 신문, 잡지를 이용하고 있다.
 - 자연탐방이나 전원감상의 경우 인터넷 검색을 활용하고 있다.
 - ☞ 스스로 인터넷 검색이 가능한 20~30대 연령계층이 집중 분포되어 있기 때문으로 해석된다.
- 숙박기간은 농촌관광 유형에 따라 다소 차이를 보인다.
 - 농산품 구입 목적인 경우 숙박기간이 당일(50.0%), 1박 2일(25%), 2박 3일(25%), 자연탐방과 생활체험의 경우 1박2일, 2박3일, 당일 순으로, 자연채취와 전원감상은 1박2일, 당일, 2박3일 순으로 나타났다.

<표 2-26> 유형별 농촌관광 부대 서비스 이용 실태

단위: 명.(%)

	자연 탐방	자연채취	전원감상	생활체험	농산품 구입	전체
교통 이용 수단						
- 자가용	27 (75.0)	12 (63.2)	54 (68.4)	10 (76.9)	6 (75.0)	134 (66.7)
- 대중버스	3 (8.3)	5 (26.3)	11 (13.9)	1 (7.7)	0 (0.0)	25 (12.4)
- 전세버스	1 (2.8)	1 (5.3)	7 (8.9)	1 (7.7)	0 (0.0)	22 (11.0)
- 열차	4 (8.3)	1 (5.3)	7 (8.9)	0 (0.0)	1 (12.5)	16 (8.0)
- 기타	2 (5.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (7.7)	1 (12.5)	4 (2.0)
계	36 (100.)	19 (100.0)	79 (100.0)	13 (100.0)	8 (100.0)	201 (100.0)
여행 정보						
- 관광안내기관 문의	2 (5.6)	1 (5.3)	3 (3.8)	1 (7.7)	0 (0.0)	9 (4.5)
- 가족·친지 문의	19 (52.8)	16 (84.2)	41 (51.9)	6 (46.2)	4 (50.0)	113 (56.2)
- TV·신문잡지 참고	5 (13.9)	1 (5.3)	10 (12.7)	3 (23.1)	3 (37.5)	26 (12.9)
- 인터넷 검색	8 (22.2)	1 (5.3)	22 (27.9)	2 (15.4)	1 (12.5)	41 (20.4)
- 기타	2 (5.6)	0 (0.0)	3 (3.8)	1 (7.7)	0 (0.0)	12 (6.0)
계	36 (100.0)	19 (100.0)	79 (100.0)	13 (100.0)	8 (100.0)	201 (100.0)
숙박 기간						
- 당일	6 (17.7)	6 (31.6)	25 (31.7)	2 (15.4)	4 (50.0)	57 (28.4)
- 1박 2일	14 (38.9)	8 (42.1)	25 (31.7)	7 (53.9)	2 (25.0)	72 (35.8)
- 2박 3일	8 (22.2)	4 (21.1)	15 (19.0)	3 (23.1)	2 (25.0)	43 (21.4)
- 3박 4일	5 (13.9)	0 (0.0)	7 (8.9)	1 (7.7)	0 (0.0)	16 (8.0)
- 4박 5일 이상	3 (8.3)	1 (5.3)	7 (8.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	13 (5.0)
계	36 (100.0)	19 (100.0)	79 (100.0)	13 (100.0)	8 (100.0)	201 (100.0)

<표 2-27> 농촌관광 참가자의 숙박 형태

단위: 명, (%)

	자연탐방	자연채취	전원감상	생활체험	농산품구입	전체
농가 민박	3 (8.3)	7 (36.8)	12 (15.2)	6 (46.2)	0 (0.0)	34 (16.9)
일반 민박	6 (16.7)	1 (5.3)	22 (27.9)	2 (15.4)	2 (25.0)	40 (19.9)
모텔 · 호텔	5 (13.9)	3 (15.8)	7 (8.9)	0 (0.0)	1 (12.5)	18 (9.0)
자연휴양림	10 (27.8)	1 (5.3)	9 (11.4)	1 (7.7)	1 (12.5)	27 (13.4)
기 타	6 (16.7)	1 (5.3)	4 (5.1)	2 (15.4)	0 (0.0)	21 (10.4)
당일 관광	6 (16.7)	6 (31.6)	25 (31.7)	2 (15.4)	4 (50.0)	57 (28.4)
계	36 (100.0)	19 (100.0)	79 (100.0)	13 (100.0)	8 (100.0)	201 (100.0)

○ 숙박 형태는 일반 민박(19.9%), 농가민박(16.9%), 자연 휴양림(13.4%), 모텔 · 호텔(9.0%)순이다.

- 자연탐방의 경우 자연휴양림 이용률이 가장 높은 반면, 농가민박 이용률은 가장 저조한 것으로 나타났다.
- 농가민박 이용률이 높은 농촌관광 의도는 자연채취, 생활체험, 전원감상 순으로 나타났다.

<표 2-28> 농촌관광 중 농산품 구입 경험 유무

		빈도(명)	구성비(%)
구	입	144	71.3
미	입	58	28.7
합	계	202	100.0

■ 농촌관광에 따른 농산품 구입 실태

- 농촌관광 참가자의 71.3%가 농산품을 현지에서 구입한 경험이 있다.
- 주로 구입한 품목은 채소류(30%), 과일류(26%)이었으며, 식량작물이 13%, 건강식품(9%), 특용작물류(8%), 전통장류(5%) 순이다.

<표 2-29> 주요 농산품 구입품목(복수응답)

	빈도(명)	구성비(%)
식량작물(쌀, 감자 등)	32	13
채소류(마늘, 고추 등)	71	30
특용작물(땅콩, 깨 등)	19	8
건강식품(꿀, 약초 등)	21	9
과실류(사과, 포도 등)	62	26
축산물(쇠고기, 계란 등)	5	2
반찬류(장아찌 등)	8	3
전통장류(고추장, 된장 등)	13	5
주류(토속주 등)	8	3
합 계	239	100.0

③ 도시민의 농촌관광에 대한 의향 분석

■ 농촌관광 수요

- 2001년 9월부터 2002년 8월까지 1년 동안 농촌관광의 횟수는 총 464회로 1인당 평균 0.464회이다.
 - 이를 2000년의 만 13세 이상 도시민 전체 인구(2,974만 명)로 환산하면 (만 13세 이상 동(洞)지역 인구수 × 1인당 연간 평균 농촌관광

일수) 총 3,093만명·일/년으로 나타나며, 2001년 국내관광 총량 3억 2,793만명(한국관광공사, 2001)의 약 9.4%를 차지한다.

- 응답자의 농촌관광 기간은 당일 28.8%, 1박 2일 36.2%, 2박 3일 21.7%, 3박 4일 8.1%, 4박 5일 이상 5.1%이므로, 1인당 평균 농촌관광 일수는 1.04일 [= 0.464 × (0.228 + 0.362×2 + 0.217×3 + 0.081×4 + 0.051×5)]로 계산된다.

■ 농촌관광 의향

- 도시민의 농촌관광 잠재수요를 파악하기 위해서 도시민 1,000명을 대상으로 향후 농촌관광 참가 의향을 조사하였다.
- 향후 농촌관광을 가고자 하는 응답자는 전체 응답자의 64.6%이며, 향후 농촌관광에 대한 의향이 부정적인 응답자는 9.8%에 불과하다.

<표 2-30> 향후 농촌관광에 대한 의향

	빈도(명)	구성비(%)
전혀 가보고 싶지 않다	18	1.8
그다지 가보고 싶지 않다	80	8.0
보통이다	256	25.6
약간 가보고 싶다	406	40.6
반드시 가보고 싶다	240	24.0
합 계	1,000	100.0

- 향후 1년 동안 농촌관광 계획 회수는 1인당 평균 2.397회로 나타났다.

<표 2-31> 향후 1년간 농촌관광 계획 횟수

응답자수(명)	평균 계획 횟수	표준편차
1,000	2.3970	3.6459

■ 연령 및 소득 계층별 농촌관광 의향

- 연령별로 연간 농촌관광 회수는 30대 이하가 2.12회, 40대 2.66회, 50대 2.68회, 그리고 60대 이상은 3.40회로 나타나 연령층이 높아질수록 참가 회수가 많아지고 있다.
- 가구당 소득이 199만 원 이하인 가구의 가구원은 2.37회로 응답하였으며, 가구소득 200만원~449만원과 450만 원 이상인 경우는 각각 2.46회, 2.16회로 응답하여 가구소득이 중 또는 중하인 가구의 농촌관광에 대한 수요가 높은 것으로 나타났다.
 - ☞ 농촌관광의 단기적 개발은 소득계층상 중 또는 중하의 집단과 연령계층상 60대 이상 고령층을 주 대상으로 설정하는 것이 적합하다는 것을 시사한다.

<표 2-32> 연령계층별 농촌관광 의향

	30대 이하	40대	50대	60세 이상
평균	2.1189회	2.6584회	2.6838회	3.4045회
표준오차	0.1175	0.3702	0.2115	0.6757

<표 2-33> 소득계층별 농촌관광 의향

	199만원 이하	200 ~ 449만원	450만원 이상
평균	2.3662회	2.4624회	2.1596회
표준오차	0.1963	0.1612	0.1155

■ 그룹 별 향후 농촌관광 참가 의향

- 농촌관광 경험 여부가 향후 농촌관광 참가 의향에 차이를 보이는지 파악하기 위하여 분산분석을 실시하였다.

- 기존 농촌관광 참가자 201명 중 73.1%가 다시 농촌관광을 할 의향을 나타내고 있다.
- 농촌관광 비경험자 그룹의 경우 62% 정도만 참가의향을 보이고 있다.
- ☞ 농촌관광 참가자 그룹이 다시 농촌관광에 참가할 확률이 높다.

<표 2-34> 그룹별 향후 농촌관광 참가 의향

단위: 명, (%)

	농촌관광 경험자	농촌관광 비경험자	비고
전혀 가 보고 싶지 않다	0 (0.0)	18 (2.3)	$\chi^2 = 35.9^*$
그다지 가보고 싶지 않다	5 (2.5)	75 (9.4)	
보통이다	49 (24.4)	207 (25.9)	
약간 가 보고 싶다	71 (35.3)	335 (41.9)	
반드시 가 보고 싶다	76 (37.8)	164 (20.5)	
계	201 (100.0)	799 (100.0)	

* 1% 유의수준하에서 통계적으로 유의함을 의미.

■ 농촌관광의 목적(잠재수요)

- 전원감상이 51.2%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 자연탐방(15.0%), 생활체험(12.1%), 자연채취(10.1%), 신선한 먹을거리 구입(4.5%) 순으로 나타났다.
- 농촌관광 경험자와 비경험자를 구분하여 분산분석으로 검정해 본 결과, 두 그룹 간 차이가 없는 것으로 밝혀졌다.

☞ 앞으로 농촌관광 수요를 확충하기 위해서는 도시민의 농촌관광의 주된 의도에 합치될 수 있도록 관광자원을 개발해야 한다.

<표 2-35> 농촌관광 유형별 참가 의향

단위: 명, (%)

	농촌관광 참가자	농촌관광 불 참가자	비고
자 연 탐 방 (야영, 하이킹 등)	30 (14.9)	120 (15.0)	$x^2 = 6.38$
자 연 채 취 (산나물채취, 밤따기 등)	17 (8.5)	84 (10.5)	
전 원 감 상 (시골길, 강변 산책 등)	102 (50.8)	409 (51.2)	
생 활 체 험 (감자, 고구마 구워먹기)	21 (10.5)	100 (12.5)	
농 산 품 구 입 (신선한 먹을거리 구입)	10 (5.0)	35 (4.4)	
기 타	21 (10.5)	51 (6.4)	
계	201 (100.0)	799 (100.0)	

■ 농촌관광 희망지역 및 소요시간

○ 도시민들은 자연환경이 잘 보존되어 있거나, 환경농업을 체험할 수 있는 지역(54.5%)을 선호하고 있다. 교통이 편리한 근거리 농촌지역을 희망하는 사람들이 30.1%를 차지하며, 유명한 관광지 주변의 휴식처는 12.3%의 사람들이 희망하고 있다.

<표 2-36> 농촌관광참가 희망 지역

	빈도(명)	구성비(%)
유명한 관광지 주변 휴식처	123	12.3
근거리지역으로 교통이 편리한 지역	300	30.1
자연환경 보존지, 환경농업 체험 지역	544	54.5
기 타	31	3.1
합 계	998	100.0

- 농촌관광 참가를 위해 집에서 방문지까지 소요되는 교통시간은 1~2시간을 43.7%, 2~3시간을 34.5%, 3시간 이상을 15.8%의 사람들이 희망하고 있다.

<표 2-37> 농촌관광 방문지 희망 소요시간

	빈도(명)	구성비(%)
1시간 미만	59	5.9
1시간 ~ 2시간	437	43.7
2시간 ~ 3시간	345	34.5
3시간 이상	158	15.8
합 계	999	100.0

■ 농촌관광 서비스 수요

- 농촌관광 방문객의 대부분이 숙박을 할 것으로 나타나고 있다. 반면 농산품 구매나 체험활동 참가에는 소극적인 태도를 보이는 계층이 상대적으로 많은 것으로 나타나고 있다.

<표 2-38> 농촌관광 서비스 이용 의향

단위: 명, (%)

	자주 이용	조금 이용	이용 안함	합 계
숙박 시설 이용	316 (31.6)	602 (60.2)	82 (8.2)	1,000 (100.0)
농 산 물 구 매	231 (23.1)	636 (63.6)	133 (13.3)	1,000 (100.0)
체험 활동 참가	192 (19.2)	544 (54.4)	264 (26.4)	1,000 (100.0)

○ 주5일근무제의 효과

- 직장에서 주5일근무제를 실시하거나 계획하고 있는 응답자 중 주5일근무제 이후 농촌관광에 참가할 계획을 '많이 늘어났다(15.6%)'와 '조금 늘일 것이다(59.4%)'라고 응답한 경우가 전체의 75%를 차지한다.
- ☞ 주5일근무제 실시로 농촌관광 수요가 증가할 것으로 예상된다.

<표 2-39> 주5일근무제 실시 후 농촌관광 참가 계획

	빈도(명)	구성비(%)
많이 늘릴 것이다	48	15.6
조금 늘릴 것이다	183	59.4
변화 없을 것이다	72	23.4
조금 줄일 것이다	3	1.0
많이 줄일 것이다	2	0.6
합 계	308	100.0

- 주5일근무제 실시 그룹과 미실시 그룹으로 나누어 분산분석을 통해 검정해 본 결과 주5일근무제 실시는 농촌숙박시설 이용률을 높이는 것으로 나타나고 있다.

<표 2-40> 숙박시설 이용 의향

단위: 명, (%)

	주5일근무제 실시 여부		비고
	실시	미 실시	
자주 참가 할 것이다	117 (38.0)	199 (28.8)	$\chi^2 = 19.2^*$
조금 참가 할 것이다	181 (58.8)	421 (60.8)	
전혀 참가하지 않겠다	10 (3.3)	72 (10.4)	
계	308 (100.0)	692 (100.0)	

주: *는 1% 유의수준하에서 통계적으로 유의함을 의미.

- 주5일근무제 실시는 농산품 구입 의향에 영향을 주지 않는 것으로 검정된다(χ^2 값이 작아서 두 그룹간 차이가 없는 것으로 해석됨).

<표 2-41> 농산품 구입 의향

단위: 명, (%)

	주5일근무제 실시 여부		비고
	실시	미 실시	
자주 참가 할 것이다	85 (27.6)	146 (21.1)	$\chi^2 = 5.6$
조금 참가 할 것이다	188 (61.0)	448 (64.7)	
전혀 참가하지 않겠다	35 (11.4)	98 (14.2)	
계	308 (100.0)	692 (100.0)	

- 체험활동 참가의 경우 분산분석 결과 주5일근무제 실시로 인해 도시민의 참가율이 높아질 것으로 예상된다.

<표 2-42> 체험활동 참가 의향

단위: 명, (%)

	주5일근무제 실시 여부		비고
	실시	미 실시	
자주 참가 할 것이다	80 (26.0)	112 (16.2)	$\chi^2 = 15.5^*$
조금 참가 할 것이다	163 (52.9)	381 (55.1)	
전혀 참가하지 않겠다	65 (21.1)	199 (28.8)	
계	308 (100.0)	692 (100.0)	

■ 농촌관광 서비스별 지불의사금액

○ 향후 1년 간의 농촌관광 희망 횟수

- 농촌관광 경험 그룹은 연간 3.3회를 계획, 비경험 그룹은 연간 2.2회를 계획하고 있다.

○ 그룹별 서비스에 대한 지불의사금액

- 농촌관광 경험자들은 비경험자에 비해 숙박비와 농산품 구입비를 더 많이 지불할 의사를 가지는 것으로 나타났다.
- 농촌관광 경험자들은 숙박비로 3만8천 원, 농산품 구입에 4만3천 원을 지불할 의사를 보이고 있는 반면, 농촌관광 비경험자들은 숙박비로 3만5천 원, 농산품 구입에 3만5천 원을 지불할 의사를 나타냈다.
- 체험활동의 경우 2만 원~2만1천 원 정도를 참가비로 지불할 의사를 보이고 있으며 농촌관광 경험 유무와는 거의 상관이 없는 것으로 나타났다.

<표 2-43> 농촌관광 서비스별 요금 지불 금액

단위: 회, 원

	관광희망 회수	숙박비용 최대지불액	농산품구매 최대지불액	체험활동참가 최대지불액
전 평 체 균	2.39	36,021	36,561	20,969
농 촌 관 광 경 험 자 평 균	3.32	38,437	43,238	20,124
농 촌 관 광 미 경 험 자 평 균	2.16	35,413	34,881	21,181
주 5 일 근 무 제 실 시 자 평 균	2.56	39,564	36,672	22,775
주 5 일 근 무 제 미 실 시 자 평 균	2.32	34,443	36,511	20,164

3.4. 도시민의 농촌관광 선호 분석

Ⅰ 농산품 구입 및 체험활동 참가 요인 분석

○ 농촌관광 참가자(201명)를 중심으로 어떤 유형의 방문객이 농산품을 구입하였는가를 프로빗 모형(probit model)을 채택하여 최우추정법(maximum likelihood estimation)으로 규명하였다<표 2-44>.

- 결혼 여부(X3), 유치원 자녀 수(X4), 자가용 이용 여부(X7), 농촌에 대한 안전한 농산품 생산 가치에 대한 신뢰(X11) 등의 변수가 농산품 구입에 영향을 준 것으로 분석되었다.
- 농촌에서 생산한 농산품이 더욱 안전하다고 믿을수록 농촌관광 현지에서 농산품을 구입하는 데 陽(+)의 영향을 미치며, 결혼을 한 가 구이지만 어린 자녀에 의해 구매를 받지 않고 자유롭게 자가용으로 농촌관광에 참가할 수 있는 계층이 주로 농산품을 구입하는 것으로 해석되었다.

- 어린 시절 성장지역(X9)과 가구소득(X13)은 농산품 구입에 영향을 주지 않는 것으로 나타났다.

☞ 농촌관광 방문객에게 현지에서 생산된 농산품을 판매하고 또한 판매 수량을 늘리기 위해서는 우선 품질에 대한 소비자의 신뢰가 우선되어야 한다. 그뿐만 아니라 고소득 계층을 겨냥한 우편 통신판매 방식과는 차별화될 수 있도록 가격할인, 시식회, 전시회, 이벤트 개최 등의 다양한 판매 방식을 채택함으로써 지역 농산품의 홍보와 함께 현지 방문객을 대상으로 판매량을 늘려야 한다.

○ 같은 방법으로 농촌관광 체험활동 참가자의 특성을 규명하였다<표 2-45>.

- 유년기 성장지역(X9), 농촌의 자연환경 보전 가치(X10), 그리고 농촌의 안락한 시골정취 제공 가치(X12)가 농촌 체험활동 참가에 영향을 주는 요인으로 유의하다.
- 우리 농촌이 자연환경을 보전하는 데 중요한 역할을 담당한다고 생각할수록, 그리고 우리 농촌이 안락하고 여유로운 시골정취를 제공한다고 생각할수록 농촌 체험관광에 참가하는 데 정(+)의 영향을 미친다.
- 유년기 성장지역이 도시인 응답자에 비해서 농촌인 응답자의 경우 체험활동 참가 확률이 증가한다.
- 성별(X1), 연령(X2), 결혼(X3), 학력(X7), 유치원, 초등학교, 중·고등학교 재학 자녀 수(X4, X5, X6), 가구소득(X13) 등은 영향을 주지 않는 것으로 검정되었다. 이는 자연탐방, 자연채취, 생활체험 등의 다양한 농촌체험 활동이 추정식에 혼재되었기 때문으로 판단된다.
- ☞ 농촌관광 진흥을 위해서 농촌의 자연환경 보전 노력이 지속되는 가운데 농촌의 옛 정취가 살아 숨쉴 수 있는 공간 확보에 주력해야 한다.

<표 2-44> 농산물 구입 결정식 추정 결과

	D1 (농산물 구입=1, 미구입=0)
C 상수	3.3995 (2.64)*
X1 성별(남자=1, 여자=0)	0.3301 (1.38)
X2 연령	-0.0242 (-1.79)
X3 결혼(예=1, 아니오=0)	1.2469 (2.88)*
X4 유치원 자녀수	-0.7669 (-2.74)*
X5 초등학교 자녀수	0.0761 (0.28)
X6 중·고등학교 자녀수	-0.2345 (-1.08)
X7 교통수단(자가용=1, 기타=0)	0.8254 (3.45)*
X8 학력	0.0561 (0.33)
X9 유년기 성장지역(농촌=1, 도시=0)	-0.0325 (-0.13)
X10 농촌의 자연환경 보전 가치	0.0577 (0.34)
X11 농촌의 안전한 농산물 생산 가치	0.5594 (3.77)*
X12 농촌의 안락한 시골정취 제공 가치	0.1484 (1.19)
X13 가구소득	-0.4085 (1.92)

$R^2=0.2452$, $R^2 \log \text{likelihood}=-92.80$, no. obs.=195

*는 1%, **는 5%에서 통계적으로 유의하며, () 안은 점근적 t 값을 나타낸다.

<표 2-45> 체험활동 참가 결정식 추정 결과

	D2 (체험활동 참가=1, 불참=0)
C 상수	0.1465 (0.13)
X1 성별(남자=1, 여자=0)	0.0583 (0.27)
X2 연령	0.0186 (1.57)
X3 결혼(예=1, 아니오=0)	-0.4466 (-1.14)
X4 유치원 자녀수	-0.0785 (-0.30)
X5 초등학교 자녀수	0.2464 (1.16)
X6 중·고등학교 자녀수	0.1145 (0.60)
X7 교통수단(자가용=1, 기타=0)	0.4137 (1.84)
X8 학력	0.2017 (1.35)
X9 유년기 성장지역(농촌=1, 도시=0)	0.0614** (2.29)
X10 농촌의 자연환경 보전 가치	0.3022 (2.00)**
X11 농촌의 안전한 농산물 생산 가치	0.0576 (0.44)
X12 농촌의 안락한 시골정취 제공 가치	0.2343** (1.96)
X13 가구소득	-0.2409 (-1.25)

$R^2=0.0953$, $\log \text{likelihood}=-114.8$, no. obs=195

*는 1%, **는 5%에서 통계적으로 유의하며, () 안은 점근적 t 값을 나타낸다.

② 농촌관광 서비스 선호 분석

- 농촌관광객의 숙박시설 선호 유형을 분석하기 위하여 순차적 프로빗 모형(ordered probit model)을 설정하여 최우추정법(maximum likelihood estimation)으로 파라미터를 추정하였다<표 2-46>.
 - 주5일근무제를 실시하는 도시민 중 농촌관광 참가에 적극적인 의향을 보이고 있고 또한 농촌의 자연환경 가치를 중요하게 인식하는 계층일수록 숙박시설을 이용하는 확률이 높은 것으로 나타났다.
 - 고학력이며 가구소득이 높을수록 농촌 숙박시설을 이용하려는 경향이 높은 것으로 검정된다.
 - 결혼여부나 연령은 숙박시설의 이용에 영향을 거의 주지 않는 것으로 밝혀졌다.
- 같은 방법으로 농촌관광객의 농산품 구입 선호 유형을 분석하였다<표 2-47>. 다만 여기에서 종속변수는 도시민의 농산품 구입 여부를 나타내는 더미변수를 이용하였다.
 - 연령(X2), 농촌관광 참여 희망정도(X7), 유년기 성장지역(X9), 농촌의 안전한 농산품 생산 가치(X11), 주5일근무제 실시 여부를 나타내는 더미변수(X14)가 도시민의 농산품 구입 여부에 영향을 미친다.
 - 나이가 많을수록, 농촌관광 참가 욕구가 클수록, 그리고 어릴 때 농촌지역에서 자란 방문객일수록 농산품을 구입할 확률이 높은 것으로 해석된다.
 - 농촌 현지에서 생산한 우리 농산물이 안전하다고 믿을수록 농산품을 구입할 확률이 높으며, 또한 주5일근무제 실시로 인해 농촌 현지에서 농산품을 더 구입하는 것으로 검정된다.
 - 성별, 학력, 결혼 여부, 학년별 자녀 수, 가구소득 등은 농산품 구입에 거의 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 특히 가구소득이 농산품 구입 선호에 영향을 주지 않는다는 점에서 볼 때 앞으로 고소득층을 겨냥한 농산품 개발이 시급히 요구된다.

<표 2-46> 농촌관광시 숙박시설 선호도 분석 결과

	D3 (숙박시설 이용 의향)
C 상수	-2.1249 (-4.56)*
X1 성별(남자=1, 여자=0)	0.0444 (0.57)
X2 연령	-0.0007 (-0.16)
X3 결혼(예=1, 아니오=0)	-0.3299 (-2.48)*
X4 유치원 자녀수	-0.0677 (-0.64)
X5 초등학교 자녀수	0.1130 (1.37)
X6 중·고등학교 자녀수	0.0280 (0.24)
X7 농촌관광 참여희망	0.1896 (4.69)*
X8 학력	0.1333 (2.08)*
X9 유년기 성장지역(농촌=1,도시=0)	-0.1333 (-1.60)
X10 농촌의 자연환경 보전 가치	0.1378 (2.67)*
X11 농촌의 안전한 농산품 생산 가치	-0.0665 (-1.30)
X12 농촌의 안락한 시골정취 제공 가치	0.0283 (0.73)
X13 가구소득	0.1615 (2.20)*
X14 주 5일근무제 (실시=1,미실시=0)	0.1802 (2.09)*
DU 순차적 프로빗 더미변수	-1.4203 (-57.19)*

log likelihood=-813.4, no. obs=992

*는 1%, **는 5%에서 통계적으로 유의하며, () 안은 점근적 t 값을 나타낸다.

<표 2-47> 농촌관광시 농산물 구입 선호도 분석 결과

	D4 (농산물 구매의향)
C 상수	-2.3032 (-4.97)*
X1 성별(남자=1, 여자=0)	-0.0575 (-0.74)
X2 연령	0.0111 (2.41)*
X3 결혼(예=1, 아니오=0)	0.0863 (0.66)
X4 유치원 자녀수	-0.0062 (0.06)
X5 초등학교 자녀수	0.1532 (1.87)
X6 중·고등학교 자녀수	0.1113 (0.98)
X7 농촌관광 참여희망	0.1333 (3.35)*
X8 학력	0.0641 (1.02)
X9 유년기 성장지역(농촌=1,도시=0)	0.1700 (2.07)*
X10 농촌의 자연환경 보전 가치	-0.0552 (-1.09)
X11 농촌의 안전한 농산물 생산 가치	0.1342 (2.67)*
X12 농촌의 안락한 시골정취 제공 가치	0.0159 (0.42)
X13 가구소득	0.1137 (1.57)
X14 주 5일근무제(실시=1,미실시=0)	0.1918 (2.25)*
DU 순차적 프로빗 더미변수	-1.3983 (-61.80)*

log likelihood=-845.5, no.obs=992

*는 1%, **는 5%에서 통계적으로 유의하며, () 안은 점근적 t 값을 나타낸다.

<표 2-48> 농촌관광시 체험활동 참가 선호도 분석 결과

	D5 (체험활동 참가 의향)
C 상수	-1.3448 (-2.99)*
X1 성별(남자=1, 여자=0)	-0.0954 (-1.27)
X2 연령	-0.0125 (-2.75)*
X3 결혼(예=1, 아니오=0)	-0.0170 (-0.13)
X4 유치원 자녀수	0.1674 (1.63)
X5 초등학교 자녀수	0.0957 (1.21)
X6 중·고등학교 자녀수	-0.1252 (-1.09)
X7 농촌관광 참여희망	0.2591 (6.54)*
X8 학력	0.0010 (0.07)
X9 유년기 성장지역(농촌=1,도시=0)	0.0742 (0.93)
X10 농촌의 자연환경 보전 가치	0.0529 (1.07)
X11 농촌의 안전한 농산품 생산 가치	0.0090 (0.18)
X12 농촌의 안락한 시골정취 제공 가치	0.0928 (2.48)*
X13 가구소득	-0.0070 (-0.10)
X14 주 5일근무제(실시=1,미실시=0)	0.1670 (2.02)*
DU 순차적 프로빗 더미변수	-1.2714 (-56.2)*

log likelihood=-934.7, no.obs=992

* 는 1%, ** 는 5%에서 통계적으로 유의하며, ()는 점근적 t 값을 나타낸다.

○ 같은 방법으로 농촌 체험활동 참가를 어떤 유형의 도시민이 선호하는가를 분석하였다<표 2-48>. 여기에서 종속변수는 농촌 체험활동 참가 여부를 나타내는 더미변수이다.

- 농촌관광 방문객이 나이가 많을수록 농산품 구입을 선호하지만 체험활동 참가를 기피하고 있다.
 - 농촌이 안락한 시골정취를 제공하는 데 가치가 있다고 믿을수록 체험활동에 참가할 확률이 높은 것으로 밝혀졌다.
 - 가구소득이 높고 주5일근무제를 실시하는 계층일수록 체험활동에 적극적인 것으로 검정된다.
 - 반면 성별, 학력, 결혼 여부, 학년별 자녀 수, 유년기 성장지역 등은 체험활동에 거의 영향을 주지 않는다. 특히 유치원, 초등학교, 중·고등학교 재학 자녀 수와 체험활동 사이의 인과관계가 거의 없는 것으로 검정되었다는 점에서 볼 때 현재의 농촌관광은 부모와 자녀가 농촌생활을 통해서 농촌의 전통사회를 이해하고 또한 농사체험이나 자연환경의 가치를 느끼는 데에 상당한 제약이 있는 것으로 판단된다.
- ☞ 체험활동을 통해 자녀 교육을 향상시키기 위해서는 부모와 자녀가 함께 참여할 수 있는 다양한 체험활동 프로그램(생태체험, 문화체험, 모험체험, 생활체험 등)이 개발되어야 한다.

[3] 농촌관광 서비스 최대지불의사 금액 결정

○ 같은 방법으로 도시민들의 최대지불의사금액이 어느 요인에 의해서 주로 결정되는가를 분석하였다<표 2-49>.

- 최대지불의사금액이 '0'(서비스 이용의사가 없는 경우) 또는 양의 값(서비스 이용의사가 있는 경우)을 가지는 절단된 분포를 갖고 있기 때문에 단순 회귀분석(OLS)이 불가능하다.

<표 2-49> 농촌관광 서비스별 최대지불의사금액 결정식 추정 결과

	숙박시설 이용 지불의사금액	농산품 구입 지불의사금액	체험활동참가 지불의사금액
C 상수	-24906 (-2.15)**	-52991.3 (-1.95)**	-12826.0 (-0.87)
X1 성별(남자=1, 여자=0)	3226.9 (1.67)	5363.9 (1.17)	1735.1 (0.67)
X2 연령	-33.5 (-0.28)	653.1 (2.38)**	-275.7 (-1.84)
X3 결혼(예=1, 아니오=0)	618.9 (0.19)	4945.3 (0.64)	1719.2 (0.41)
X4 유치원 자녀수	1744.7 (0.66)	736.1 (0.12)	3043.9 (0.92)
X5 초등학교 자녀수	3664.2 (1.79)	3003.9 (0.63)	1058.2 (0.41)
X6 중·고등학교 자녀수	1063.6 (0.36)	16080.1 (2.31)**	-3409.7 (-0.88)
X7 교통수단(자가용=1,기타=0)	1802.6 (1.78)	1419.7 (0.59)	3082.9 (2.38)**
X8 학력	1411.6 (0.88)	1885.6 (0.50)	-2253.5 (-1.11)
X9 유년기성장지역(농촌=1,도시=0)	-5192.6 (-2.51)**	5539.8 (1.13)	-1338.9 (-0.51)
X10 농촌의 자연환경 보전 가치	2465.5 (1.95)**	4073.4 (1.34)	1188.5 (0.73)
X11 농촌의 안전한 농산품 생산 가치	1404.7 (1.11)	-3879.7 (-1.28)	1062.3 (0.66)
X12 농촌의 안락한 시골정취 제공가치	-559.9 (-0.58)	3314.3 (1.45)	-1450.4 (-1.18)
X13 가구소득	9399.8 (5.12)*	9828.9 (2.27)**	5340.9 (2.28)**
X14 주 5일 근무제(실시=1,미실시=0)	2813.8 (1.32)	2499.4 (0.50)	2397.8 (0.89)
SIGMA(δ)	29063.2 (41.67)*	67751.5 (40.48)*	35692.8 (35.37)*
	log likelihood=-10655.9 no.obs=992	log likelihood=-10756 no. obs=992	log likelihood=-8548.7 no. obs=992

*는 1%, **는 5%에서 통계적으로 유의하며, ()안은 점근적 t 값을 나타낸다.

- 숙박시설 이용의 경우 가구소득(X13)이 높을수록 비용 부담을 더하려는 경향이 있으며, 특히 어린 시절을 농촌보다 도시에서 자란 계층(X9)이, 그리고 농촌의 자연환경에 대한 가치를 중요하게 여기는 계층(X10)일수록 숙박시설 이용에 따른 비용 부담을 더 많이 한 것으로 나타났다.
- 가구소득(X13)이 높을수록, 그리고 나이(X2)가 많고 중·고등학생 자녀 수(X6)가 많을수록 농산품 구입에 관하여 비용 부담을 더하려는 경향이 있다.
- 농촌 체험활동 참가의 경우 가구소득(X13)이 높고, 자가용(X7)을 이용해서 농촌을 방문하는 계층일수록 요금을 더 많이 지불하려는 것으로 나타났다.
- 공통적으로 농촌관광에서 제공하는 서비스 요금(최대지불의사 금액)이 가구소득에 의해 영향을 받고 있다.
 - ☞ 앞으로 국민소득 증가와 함께 도시민의 지불 능력이 높아질 경우 농촌관광 수요는 확대될 수 있으며, 장기적으로 이에 부합하는 농촌관광 서비스 개발이 요구된다.

3.5. 농촌관광 잠재 수요

Ⅰ 농촌관광 잠재수요 (표본조사)

- 향후 농촌관광을 가고자 하는 응답자는 전체 응답자의 64.6%이며, 향후 농촌관광에 대한 의향이 부정적인 응답자는 9.8%에 불과하다.
 - ☞ 이러한 결과는 농촌관광에 대한 잠재적 수요가 충분히 존재하는 것을 의미한다.
- 향후 1년 동안 농촌관광 계획 회수는 1인당 평균 2.397회로 나타났다.

- 최근 1년간 농촌관광 소비 회수가 1인당 0.464회로 나타난 것과 비교하여, 농촌관광 여건이 수요자들을 충분히 만족시킬 수 있을 정도로 개발될 경우 수요가 약 5.16배로 증가할 가능성이 있다는 것으로 시사하고 있다.
- 도시민의 인적 특성을 중심으로 농촌관광 참가 의향을 분석한 결과 연령층이 높아질수록 참가 회수가 많을 것으로 예상된다.
- 가구소득이 중간 정도인 가구의 농촌관광에 대한 수요가 높은 것으로 나타난다.
 - ☞ 단기적으로 중년층 이상의 중산층이 농촌관광 수요의 중심을 이룰 것으로 판단되나, 장기적으로 소득층과 연령층을 다양화하여 농촌관광 수요를 활성화해야 한다.
- 주5일근무제 실시에 따른 농촌관광 수요에 대한 파급 영향이 클 것으로 예상된다. 앞에서 검증한 바와 같이 주5일근무제를 실시하고 있는 계층은 비실시 계층보다 숙박시설 이용과 농산물 구입, 그리고 체험활동에 더 많이 참가할 것이란 점에서 농가소득 증대는 물론 지역경제 활성화에 크게 기여할 것으로 예상된다.

② 농촌관광에 대한 지불의사 금액

- 1회 농촌관광의 최대지불의사 금액은 숙박시설 36,021원, 농산물구매 36,561원, 체험활동 참가 20,969원으로 나타나며, 총 합계는 93,551원이다.
- 2001년 9월부터 2002년 8월까지 1년 동안 농촌관광의 1인당 평균 회수 0.464회를 적용할 경우, 도시민 1인당 농촌관광에 대한 지불의사금액은 43,408원이며 1인당 잠재적 수요 2.397회를 적용할 경우 도시민 1인당 연간 농촌관광에 대한 잠재적 지불의사금액은 224,242원으로 분석된다.

3.6. 정책적 시사점

- 아직까지 농촌관광에 대한 인지도는 낮지만 농촌관광을 경험한 사람들의 만족도는 높은 편이며, 농촌관광에 대한 잠재수요가 높은 것으로 나타나 도시민의 요구에 맞도록 개발되었을 때, 농촌관광의 활성화 가능성이 높은 것으로 기대된다.
 - 농촌관광에 대한 인지도를 높이기 위해 인터넷, 대중매체(텔레비전/신문 등 매스컴), 공공기관(관광안내기관)을 통해서 농촌관광에 대해 지속적으로 홍보할 필요가 있다.
- 민박에 대한 경험 및 잠재수요가 비교적 높게 나타나고 있으나 만족도는 낮은 것으로 분석되고 있다.
 - 농촌관광객이 다른 숙박시설을 이용하는 것을 방지하기 위해 민박 농가의 숙박시설을 도시형으로 전환할 필요가 있다.
 - 특히 소득이 높고 자연환경가치를 중요하게 인식하는 계층이 숙박시설을 이용할 의사가 높으며 지불의사금액도 증가하기 때문에 환경 친화형, 고급형 민박을 확충할 필요가 있다.
- 자연환경 보존과 함께 편의 시설의 확충이 필요하고, 고소득층의 수요를 이끌 수 있는 방안이 요구된다.
 - 나이가 많고 가구소득이 중 또는 상하인 계층의 농촌관광에 대한 예상 수요가 높게 나타났기 때문에 폭넓은 농촌관광객의 유치 방안을 마련해야 한다.
- 환경보존의 가치를 포함하는 브랜드화된 지역 특산 농산품의 육성이 필요하다.
 - 농산품 구입에도 상당한 관심이 있으나, 아직 신뢰도가 낮은 것으로 나타난다.
 - 가구소득이 높을수록 산지 농산품 구입에 대한 지불의사 금액이 높으므로 고소득자를 겨냥한 고품질 농산품의 생산판매가 요구된다.

○ 안락한 휴식처 제공 및 전원감상 등의 체험활동 프로그램 개발이 중요하다.

- 농촌 체험활동에 영향을 미치는 요인으로서, 농촌이 안락한 시골정취를 제공하는 가치에 대한 비중이 큰 것으로 분석되고 있다.
- 따라서 도시민이 부담을 가질 수 있는 인위적이고 힘든 체험 활동보다, 누구나 쉽게 즐길 수 있는 전원감상 등의 체험활동 프로그램 개발이 필요하다.

4. 농촌관광의 공급 확대 제약요인

4.1. 농촌관광 추진 마을 사례 조사

① 사례조사의 개요

○ 조사 대상 마을은 농림부 녹색농촌체험시범마을, 행자부 아름마을, 농진청 전통테마마을, 환경부 자연생태우수마을, 농협 팜스테이마을, 산림청 산촌개발마을 등으로 지정되어 있거나, 기존에 농촌관광을 추진하고 있는 마을 중에서 지역적 안배를 고려하여 30개소를 선정하였다.

- 구조화된 조사표에 의한 현지 조사 및 마을 지도자 인터뷰 조사
- 조사된 자료의 분석에 의하여 현황 및 문제점 등 파악

② 조사 마을의 일반적 현황과 특성

○ 선정된 30개 마을 중, 2002년 수해로 진입 도로가 유실되어 접근이 불가능한 마을 2곳과 사업 지정이 취소된 1곳을 제외한 27개 마을을 대상으로 조사를 실시하였다

- 조사 마을의 정부 정책사업 지정의 형태는 농림부의 녹색농촌체험시범 마을이 14개소로 가장 많았고, 농진청 전통테마마을, 행정부 아름마을, 환경부 자연생태우수마을, 산림청 산촌종합개발마을 순이었다.

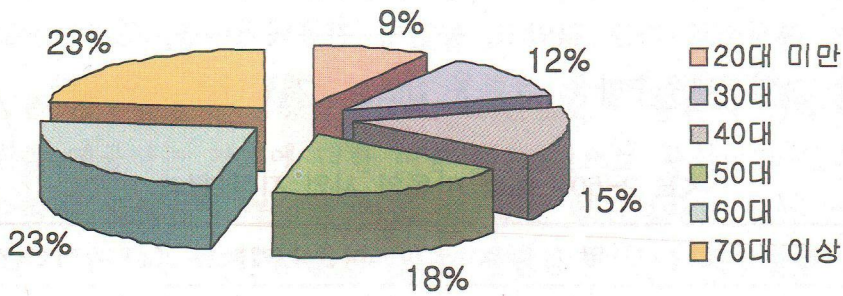
<표 2-50> 조사 마을의 사업 지정 형태

사 업 명	마을수(개)	비중(%)
농림부 녹색농촌체험시범마을	14	51.9
행정자치부 아름마을	4	14.8
산림청 산촌종합개발사업마을	2	7.4
환경부 생태우수마을	2	7.4
농촌진흥청 전통테마마을	5	18.5
합 계	27	100.0

- 조사 마을의 인구 특성을 살펴보면, 연령상 주민의 노령화 추세가 뚜렷하다. 경주 백운리 같은 경우, 전체 마을 주민 120명의 90% 이상이 70대 이상의 노령인구로 구성되어 있다.
- 주민의 노령화는 농촌관광 사업의 추진에서 심각한 인력 부족과 호응도에 막대한 지장을 주는 장애 요인이 될 것으로 보인다.

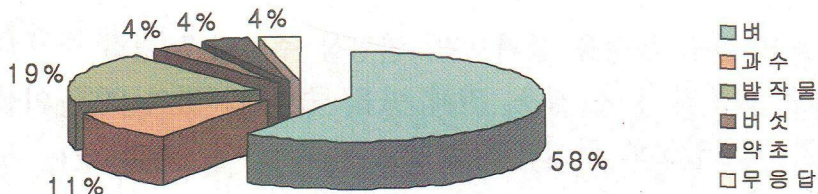
<표 2-51> 대상마을 연령대별 인구구성

	20대 미만	30대	40대	50대	60대	70대 이상	계
계(명)	275	353	446	558	710	711	3053
비율(%)	9.0	11.5	14.6	18.3	23.3	23.3	100



<그림 2-3> 대상마을 연령대별 인구구성

○ 조사 마을 주민의 주 소득원은 대체로 농업이었다. 재배 작목별로는 벼농사가 59.3%로 가장 많은 비중을 차지했으며 과수, 밭작물 순으로 비중이 높았다.



<그림 2-4> 주요 재배작물 현황

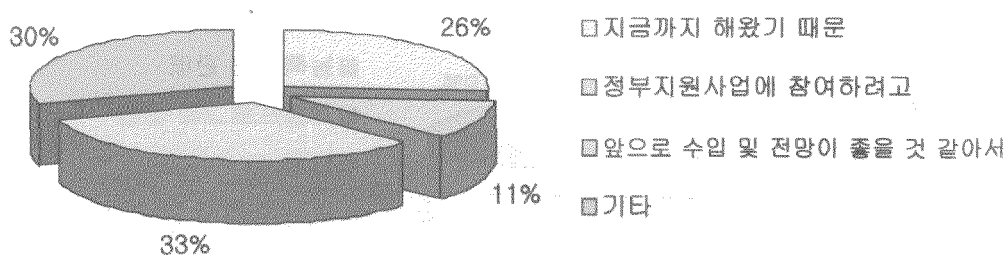
<표 2-52> 주요 재배작물 현황

내 용	응답자	비율(%)
벼	16	59.3
과수	3	11.1
밭작물	5	18.5
벼짚	1	3.7
약초	1	3.7
무응답	1	3.7
합 계	27	100.0

- 조사 대상 마을의 접근성(accessibility)은 가장 가까운 대도시를 기준으로 살펴보았는데, 가장 가까운 대도시로부터 각 마을까지의 접근 시간은 전체 마을의 77.8%가 1시간 이내에 위치하는 것으로 나타났다.
- 조사 대상 마을에서 농촌관광 사업에 참여하게 된 동기는 대체로 소득에 대한 기대 때문인 것으로 나타났다.
 - “앞으로 수입 전망이 좋을 것 같아서” 농촌관광 사업을 시작하게 되었다는 응답이 33.3%를 차지하고, “지금까지 해왔던 사업이기 때문”이라는 응답도 25.9%를 차지하고 있다.

<표 2-53> 농촌관광사업 참여동기

내 용	응답자	비율(%)
지금까지 해 왔기 때문에	7	25.9
정부지원사업에 참여하려고	3	11.1
앞으로 수입 및 전망이 좋을 것 같아서	9	33.3
기 타	8	29.6
합 계	27	100.0



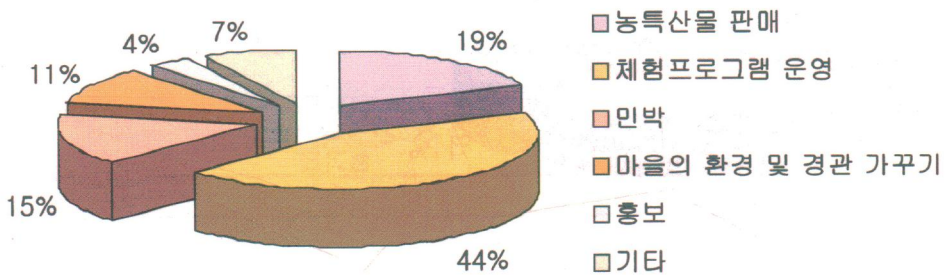
<그림 2-5> 농촌관광사업 참여동기

- 조사 대상 마을에서는 농촌관광 추진에서 가장 주력하는 점은 체험 프로그램 운영이라는 응답이 가장 높다.

- 조사 대상 27개 마을 중 12개 마을(44.4%)이 체험 프로그램 운영에 주력하며, 5개 마을(18.5%)이 농·특산물 판매, 4개 마을(14.8%)이 민박 등 숙박객 유치에 주력하고 있는 것으로 나타났다.
- 이채로운 것은 마을의 환경 및 경관 가꾸기에 주력한다고 응답한 마을도 전체의 11.1%를 차지하고 있다는 점이다.
- 그러나 가장 주력하는 체험 프로그램의 내용은 조사 대상 마을 대부분이 비슷하였는데, 마을의 특성에 따른 독특하고 다양한 체험 프로그램의 개발이 필요하다고 판단되었다.

<표 2-54> 농촌관광 차원에서 가장 주력하는 점

내 용	응답자	비율(%)
농·특산물 판매	5	18.5
체험 프로그램 운영	12	44.4
민박 (혹은 숙박객 유치)	4	14.8
마을의 환경 및 경관 가꾸기	3	11.1
홍 보	1	3.7
기 타	2	7.4
합 계	27	100.0



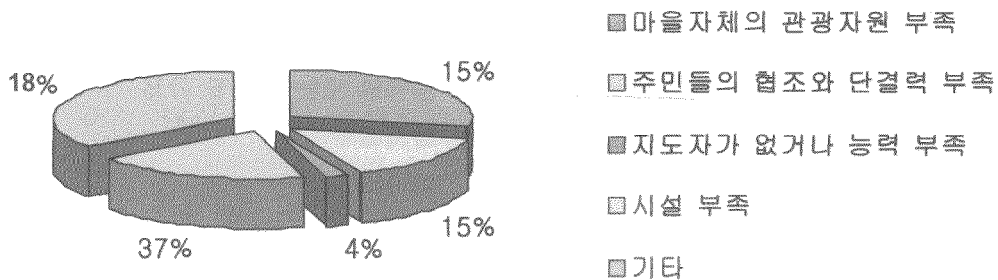
<그림 2-6> 농촌관광 차원에서 가장 주력하는 점

○ 현재 마을 공동으로 농촌관광 사업을 추진하는 데 가장 어려운 점은 시설 부족이라는 응답이 많았다.

- 조사 대상 마을 27개에서 10개 마을(37.0%)이 시설 부족을 들었으며, 마을 자체의 고유하고 독특한 관광자원 부족(14.8%)과 주민의 협조와 단결력 부족(14.8%)을 지적하였다. 지도자가 없거나 방문객 수가 부족하여 어려움을 겪고 있다는 응답도 각각 1개 마을씩 있었다.

<표 2-55> 마을공동으로 사업 추진 시 가장 어려운 점

내 용	응답자	비율(%)
마을 자체의 관광자원 부족	4	14.8
주민의 협조와 단결력 부족	4	14.8
지도자가 없거나 능력 부족	1	3.7
방문객 수 부족	1	3.7
시설 부족	10	37.0
기 타	5	18.5
무응답	2	7.4
합 계	27	100.0

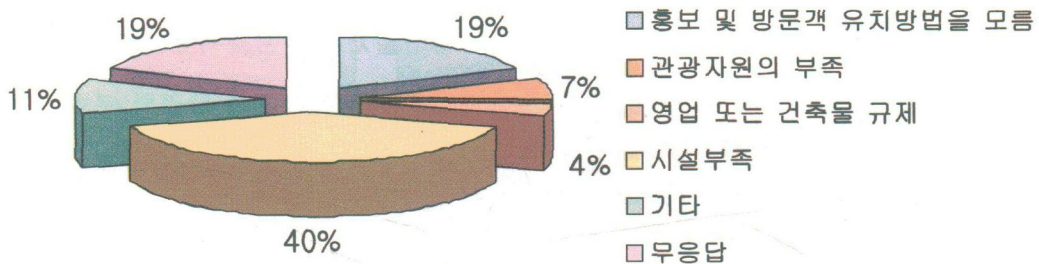


<그림 2-7> 마을공동으로 사업 추진 시 가장 어려운 점

- 현재 개별 농가 단위로 농촌관광 사업을 추진하는 데 있어 어려운 점 역시 시설 부족이라는 응답이 가장 높았다.
- 시설 부족이라는 응답이 가장 많았으며(40.7%), 방문객 대상 홍보와 유치 방법을 몰라서가 18.5%, 기초 자원 부족이 7.4%, 그리고 영업 또는 건축물 규제가 3.7%라고 응답하였다.
- 현재로서는 농가, 마을 단위 관광경영의 가장 큰 애로 사항이 시설 부족이라는 점을 알 수 있다.

<표 2-56> 개별 농가별 사업 추진 시 가장 어려운 점

내 용	응답자	비율(%)
홍보 및 방문객 유치방법을 모름	5	18.5
관광자원의 부족	2	7.4
영업 또는 건축물 규제	1	3.7
시설 부족	11	40.7
기 타	3	11.1
무응답	5	18.5
합 계	27	100.0



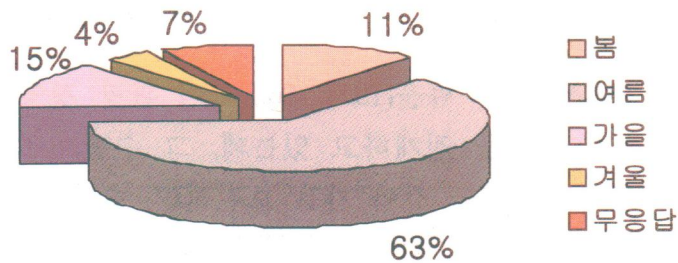
<그림 2-8> 개별 농가별 사업 추진 시 가장 어려운 점

- 조사 대상 마을에서 각 마을별 농가의 참여도는 상당히 높은 편이며, 참여 형태도 다양하게 나타났다.
 - 전체 농가가 농촌관광 사업에 참여하는 마을은 3개 마을(11.1%)이며, 농가의 참여 비율이 50% 미만인 마을이 12개로 44.4%를 차지하고, 나머지 55.6%는 전체 가구의 50% 이상이 마을의 농촌관광 사업에 어떤 형태로든 참여하고 있다.
 - 농가가 마을의 농촌관광에 참여하는 형태는 민박이 가장 많고, 음식물 판매, 체험 프로그램 운영, 농·특산물 판매 등의 순이다. 단, 이러한 참여 형태는 농가별로 엄격히 구분되는 것이 아니라 상호 혼재되어 있다. 즉, 민박을 하면서 음식도 팔고 또한 체험 프로그램도 함께 운영하는 형태가 대부분이다.
- 조사 대상 마을에서 추진하고 있는 홍보 활동은 인터넷 홈페이지 구축 및 운영이 가장 보편적이다.
 - 27개 마을 중에서 많은 마을(18개, 66.7%)이 관광 경영의 확대를 위해 나름의 홍보 활동을 전개하고 있는데, 그 수단으로는 인터넷 홈페이지를 구축·운영하는 것이 가장 보편적인 형태로 나타났다.
 - 그러나 홈페이지 운영은 제한적인 범위에서만 이루어지고 있으며, 홈페이지 운영 이외에는 별다른 홍보 활동을 하고 있지 못하다.
- 농촌관광 사업의 추진에서 마을과 외부와의 연계는 사업 성패를 좌우하는 중요 요인이다.
 - 조사 대상 마을 중 12개 마을(44.4%)이 농촌관광 사업과 관련하여 외부의 개인이나 조직과 협력하고 있으며, 이렇게 외부와 연계된 마을일수록 주민이 뚜렷한 목표와 방향을 인지하고 있고 호응도도 높은 편이었다.
 - 외부의 자극과 동기 부여가 농촌관광 추진에 매우 중요한 인자로 작용하는 것을 알 수 있었다.

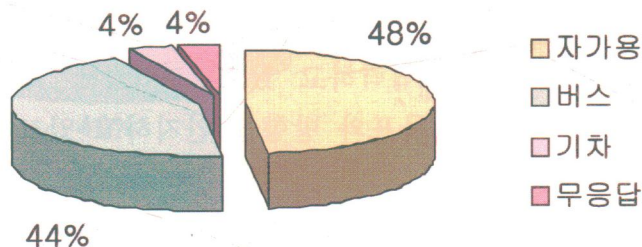
③ 마을의 방문객 현황과 특성

○ 조사 대상 마을은 대체로 방문객에 대한 기본적인 통계를 가지고 있지 않아 정확한 내용을 알 수는 없었으나, 개략적인 추산에 의한 연간 방문객 수는 3,000명이라고 응답한 마을이 6개(22.2%)로 가장 많았고 500명이라고 응답한 마을이 3개(11.1%)이다. 연간 10,000명 이상 방문객이 다녀간 곳도 4곳(14.8%)이나 된다.

- 방문객 대부분은 계절별로 여름철을 이용하여 주로 농촌 마을을 방문하고 있었고(63.0%), 그 밖에 가을(14.8%), 봄(11.1%), 그리고 겨울(3.7%) 순이었다. 계절별 편차가 매우 큰 것을 알 수 있다.
- 한편 방문객이 주로 이용하는 교통수단은 자가용(48.1%)과 버스(44.4%)였다.



<그림 2-9> 방문객의 주 방문계절

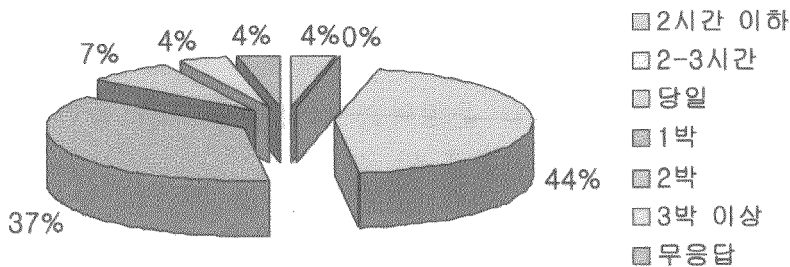


<그림 2-10> 방문객이 이용하는 주 교통수단

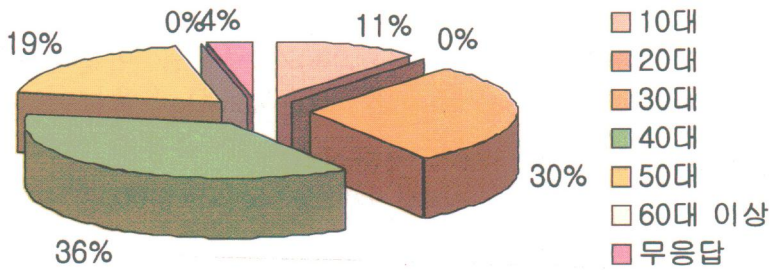
○ 농촌 마을 방문객의 연령대, 동반형태 및 체류기간을 살펴보았다. 방문객의 연령대는 30대(29.6%)와 40대(37.0%)가 주류를 이룬다. 동반 형태는 가족 단위(55.6%)와 단체 동반(40.7%)의 순이며, 체류기간은 당일이 가장 많았고(44.4%), 1박은 37.0% 정도이다.

<표 2-57> 방문객 주 체류시간

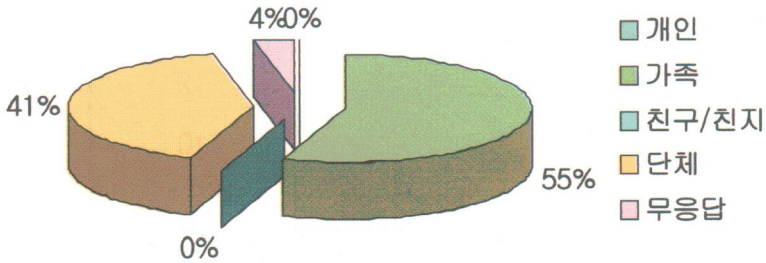
내 용	응답자	비율(%)
2시간 이하	1	3.7
2-3시간	0	0
당 일	12	44.4
1박	10	37.0
2박	2	7.4
3박 이상	1	3.7
무응답	1	3.7
합 계	27	100.0



<그림 2-11> 방문객 주 체류시간



<그림 2-12> 방문객의 주 연령대

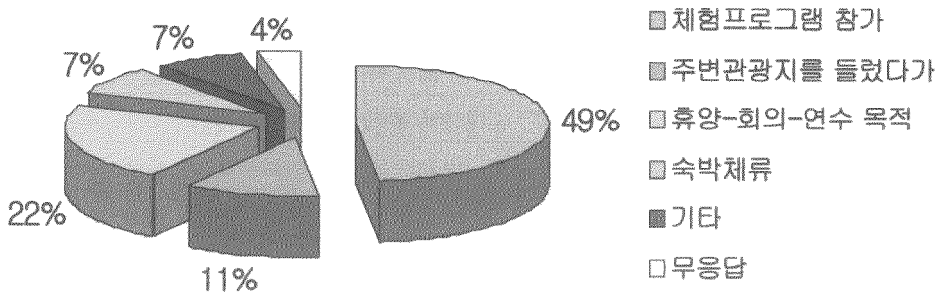


<그림 2-13> 방문객의 동반형태

- 방문객이 농촌 마을을 찾아오는 주목적은 “체험 프로그램 참여”가 전체의 48.1%, “휴양·연수” 등의 목적 방문이 22.2%, 주변 관광지에 들렀다가 우연히 방문하는 형태가 11.1%인 것으로 나타났다.
 - 마을에서 체험 프로그램을 운영하는 것이 방문객을 유인하는 데 일정 정도의 역할을 하고 있음을 알 수 있다.
- 마을을 방문한 경험이 있는 방문객이 그 마을을 다시 찾는 재방문 비율에 대한 질문에 “50% 정도가 재방문한다”라고 답한 마을이 5개(18.5%)로 가장 많았고, 20% 정도라고 답한 마을이 3개(11.1%)로 나타났다.

<표 2-58> 방문객의 주 방문목적(이용목적)

내 용	응답자	비율(%)
체험 프로그램 참여	13	48.1
주변관광지를 들렀다가	3	11.1
휴양, 회의, 연수 등의 목적으로 방문	6	22.2
숙박 및 체류	2	7.4
기 타	2	7.4
무응답	1	3.7
합 계	27	100.0



<그림 2-14> 방문객의 주 방문목적(이용목적)

- 아직 사업 초기 단계에 머물고 있는 마을이 많아 재방문 비율에 대한 응답을 얻지 못한 곳이 12개(44.4%)이다.

④ 조사 대상 마을의 경영 수지 및 사업 추진 방향

○ 농촌 마을 방문객 1인당 평균 지출액은 대체로 5천 원에서 7만 원까지로 편차가 크게 나타났다.

- 전체 조사 대상 마을 27개 중 7개 마을(25.9%)이 방문객 1인당 평균 지출액을 3만 원이라고 응답하였다.

- 농촌 마을의 가구당 농촌관광 경영을 통해 얻는 연평균 소득을 묻는 질문에서는 소득에 관한 정보가 공유되지 않기 때문에 정확한 액수를 알 수 없었으나 대체로 적게는 연간 20만 원에서 많게는 2천 5백만 원까지로 역시 다양한 분포를 보였다. 그러나 대부분 수입의 원천은 민박, 음식 판매, 특산물 판매 순으로 공통점이 있었다.
 - 체험 프로그램의 운영은 마을을 알리고 사람들의 방문을 유도하는데에는 효과적으로 작용하지만, 직접 수입으로 연결되는 것은 민박, 음식 및 특산물 판매임을 확인할 수 있다.
- 지금까지 농촌관광 사업 추진을 위하여 투자한 액수와 경영 실적을 묻는 질문에 27개 마을 중 11개 마을(40.7%)이 흑자도 적자도 아니라고 응답하였고, 확실하게 흑자라고 응답한 마을은 3개(11.1%)이다. 적자 또는 아주 적자라고 응답한 곳도 4개 마을(14.8%)이나 된다.
 - 아직 사업 초기 단계인 마을이 많아 이에 대한 질문에 응답을 하지 못하는 마을이 9개 마을(33.3%)이다.
- 향후 마을 공동으로 운영하고자 하는 농촌관광 사업 분야는 대부분 체험 프로그램 운영을 들었고, 볼거리 마련을 위한 시설 투자, 소득증대를 위한 특산물 생산 및 판매 등을 지적하였다.
 - 마을 공동 사업으로 체험 프로그램 운영이나 시설 설치 사업이 많이 지적된 것은 한 농가 단위로 투자, 추진하기에는 부적합한 경우가 많기 때문이다.
- 농촌관광 사업 추진을 위해 필요한 시설로는 공통적으로 주차장, 화장실과 같은 편의시설, 체험을 위해 필요한 시설, 농특산물 판매를 위한 시설 등이 언급되었으나 각 마을마다 그 종류는 매우 다양하였다.

<표 2-59> 농촌관광사업 추진에 필요한 시설

마을 명	시 설 명				
강원 양양 소래	떡공동작업장	소규모 공원			
강원 춘천 부귀	공동민박	공동화장실			
강원 화천 신대	농산물가공시설	원두막(쉼터)	밤나무조림지		
경기 양평 동오1	하천독방도로	야생화단지	공동민박	민속놀이시설	공동화장실
경기 양평 명달	오페수처리시설	공동민박	공동화장실	도로확충	
경기 양평 양수1	공동민박	생태교육장	주차장	공동화장실	공동세면장
경기 여주 상호	운동장	수영장	등산로	세탁시설	
경남 남해 가천	식당	슈퍼마켓	기념품판매점	주차장	이정표
경남 마산 평암	물놀이장	공동 황토방	주차장		
경남 함양 원산	화장실	주차장	공동민박	등산로	농산물직판장
경북 경주 옥산1	농산물직판장	저온저장고	전통혼례예식장		
경북 성주 백운	마을주택개량	돌담개량	주차장	공동화장실	공동세면장
경북 의성 교촌	민박개보수	정미소			
전남 곡성 두가					
전남 구례 위안	전망대	임도포장	황토방시설		
전남 장성 금곡	공동화장실	급수대	주차장	샤워장	
전북 순창 안정					
전북 완주 가천					
전북 진안 능금	물레방아 복원	마을박물관	주차시설		
충남 보령 신대3	복지회관	주차장	공동화장실		
충남 서산 오학					
충남 서천 합전					
충남 홍성 문당	공동민박	체험시설	황토찜질방		
충북 보은 구병	민박(황토집)	산나물제배장			
충북 보은 쌍암	폐교활용				
충북 영동 조동	체육시설	오페수처리시설			
충북 음성 용산					
충북 진천 보련					

5] 예로 사항 및 요구사항

○ 조사 대상 마을별로 농촌관광 사업을 추진함에 있어 어려운 점 및 요구 사항은 마을 사정에 따라 매우 다양하며, 각각 다음과 같이 요약할 수 있다.

<표 2-60> 농촌관광사업 추진 시 어려운 점 및 정부지원 요구사항

마을명	세 부 사 항	
강원 춘천 부귀	<ul style="list-style-type: none"> 주민의 사업에 대한 기대치는 높지만 그 결과가 빨리 나타나지 않을 것으로 우려 60%(30명)이상이 60대 이상으로 사업 추진에 필요한 인력이 부족 	<ul style="list-style-type: none"> 지원금이 조기에 지급되지 않아 계획 추진이 지연 마을에서 생산되는 농산물이 자급용으로만 소비될 정도로 양이 적음.
강원 화천 신대	<ul style="list-style-type: none"> 개별적인 홍보의 어려움(방법 및 비용, 시간의 문제) 농민이라는 직업상의 문제(공동활동 참여의 어려움) 시설비의 추가지원 문제 체험 프로그램 운영 미숙(인력부족, 사업 관련 교육 부족) 	<ul style="list-style-type: none"> 운영 방법과 사업과 관련한 교육의 필요 마을 공동으로 숙박시설과 체험시설을 운영하고 있으나 주민 전체의 참가에는 어려움. 주민 대부분이 전업농으로서 바쁜 농번기에 체험 프로그램 운영을 통한 소득이 거의 없는 상태에서 적극적인 참여가 어려움
경기 양평 동오1	<ul style="list-style-type: none"> 대규모 공공시설비의 지원 사업과 관련한 시설 및 투자의 인허가 문제 개인적인 투자의 어려움(열악한 농촌 환경 및 재정)으로 의지는 있으나 현실적으로 어려움 	<ul style="list-style-type: none"> 사업과 관련한 교육 및 견학의 필요(체험 프로그램의 개발 및 수행방법 등) 주민의 사업에 대한 인식과 교육 필요 사업과 관련한 체계적인 교육이 없어 일관적인 사업의 추진에 어려움
경기 양평 명달	<ul style="list-style-type: none"> 기본적인 공공시설의 설치 관련지식을 보유한 전문 인력의 부족 	<ul style="list-style-type: none"> 시설물 관련 인허가 문제 지원단체의 일관성 있는 사업처리 및 시설물의 기본지원
경기 양평 양수1	<ul style="list-style-type: none"> 지도자에 대한 정부지원(교육 등) 귀향 지도자에 대한 관의 비협조 	<ul style="list-style-type: none"> 주민의식 개혁·화합 질적 향상을 위한 보조금 확충
경기 여주 상호	<ul style="list-style-type: none"> 지속적인 교육, 평가, 홍보의 필요 소비자교육 및 홍보 (농촌실정 바로 알리기) 	<ul style="list-style-type: none"> 사업 참여자의 국내 및 해외우수지역의 견학 및 연수의 필요성 마을 정보화 교육(홈페이지 운영 능력)
경남 남해 가천	<ul style="list-style-type: none"> 시설개선을 위한 장기·저리 정책자금확대 전통테마마을에 대한 주민의 이해 부족으로 협조, 단절력 저하가 큰 문제 등산, 암수바위 관람 등 대부분 체류형 방문으로 마을에 경제적 도움이 안됨. 	<ul style="list-style-type: none"> 접안시설, 주차장, 편의시설 부족으로 대부분이 체류형 이용객 쓰레기문제 해결 시급(소각장, 생활오폐수 등 현재 바다로 유입) 고령화로 인한 휴경지 발생
경남 마산 평암	<ul style="list-style-type: none"> 민박시설 부족(체험 프로그램 참여 학생 수용하기에 부족) 농촌관광사업 참여율 저조: 전체 마을 주민의 30%에 불과 	<ul style="list-style-type: none"> 부재산방이라는 부녀회장(경남 팜스테이 도지회장) 집에서 대부분의 수익 차지 (민박, 음식물 판매, 농촌체험 등) 접근성과 주차시설이 부족

마을명	세 부 사 항	
경남 함양 원산	<ul style="list-style-type: none"> ■ 마을 입구에 조성된 민박집과 식당운영에서 대부분의 수입이 발생하며 진입로와 주차장이 설치되면 농촌 마을로서의 역할이 불투명하다고 판단 ■ 여름철 이용 집중으로 마을 앞 저수지 수질 오염 예상 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 현재 배정된 2억 원의 예산 집행이 지연되고 있으며, 녹색농촌체험마을에 관한 이해가 부족해 보였으며 추진되고 있는 사업 및 활동은 없음. ■ 주민요구사항: 건축물 신축, 개보수 절차 간소화, 빠른 예산 집행
경북 경주 옥산1	<ul style="list-style-type: none"> ■ 주민의 협조와 단결력 절대 부족 ■ 고령화로 체험 프로그램 수행, 전통 혼례 등 인적자원 절대 부족 ■ 마을에 골고루 이익 배분이 이루어지지 않으며 소수 주변 식당, 민박집이 이익 향유 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 농가소득 증대로 인한 젊은 층의 유입을 목적으로 테마마을 선정에 노력했으나 결과가 불투명. (현재 식당을 제외한 프로그램 운영을 통한 농가소득 없음)
경북 성주 백운	<ul style="list-style-type: none"> ■ 지역민의 고령화로 사업 추진 및 실행 여부가 의문 ■ 마을에서 계획하고 있는 사업은 2억 원의 지원금으로 충당하기에는 어려울만큼 방대 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 지역의 호텔과 연계한 산책로, 생수공장, 마을촌 개량 등이 이루어지면 소박한 산촌마을로서 존존하는 것이 가능할지 의문. (지나친 상업화 우려)
경북 의성 교촌	<ul style="list-style-type: none"> ■ 정부예산 지원 부족 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 하수구 정비, 도로 포장
전남 곡성 두가	<ul style="list-style-type: none"> ■ 농촌관광사업 지도자 및 마을 주민의 농촌관광에 대한 이해도가 매우 부족. 사업 지정으로 단지 시설물만 마을에 건설되는 것으로 오해 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 기존에 농촌관광 사업이 추진되고 있는 마을들 중 모범 선례가 없어 사업진행 방향을 결정하지 못함.
전남 구례 위안	<ul style="list-style-type: none"> ■ 많은 관광객이 다녀가는 이유(혼잡함)로 농촌다움이 사라지고 있음. ■ 마을진입로 확장시 특별한 토지보상 없이 주민희사만으로 공사 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 기존부터 활성화되어 있던 마을에 사업지정을 하여 다른 마을의 사업지정 기회가 박탈
전남 장성 금곡	<ul style="list-style-type: none"> ■ 주민이 아름마을로 지정된 것은 알고 있으나, 농림부 녹색농촌체험시범마을로 지정된 것은 잘 모르고 있음. - 영화촬영 이후 사업 지정 ■ 아름마을로 지정된 것에 관심과 기대가 크나 지금까지의 성과는 특별한 것이 없고 앞으로 계획 역시 구체적인 것이 없음. ■ 관과의 연계가 부족. 초기에 비해 교류가 현저히 줄어들음. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 마을 주민이 의욕은 있으나 전반적인 농촌관광에 대한 지식이 없으며, 마땅한 지도자가 없음. ■ 방문자들이 마을을 우회하여 등산을 즐김. 그래서 지금까지 발생하는 이익은 영화를 촬영하러 온 사람들의 식사 제공 정도로 그 수익이 적어 수입으로 생각하지 않음.
전북 완주 가천	<ul style="list-style-type: none"> ■ 지원금에 대한 시비도 있었으며, 특히 프로그램 개발에 관한 비용을 마을 주민이 이해하지 못하여 많은 부분 어려움이 있음. 	
전북 진안 능금	<ul style="list-style-type: none"> ■ 리더가 독단적으로 사업 진행 - 마을 주민 전체가 협동적으로 활동한다는 느낌은 받지 못하였음. 	
충남 보령 신대3	<ul style="list-style-type: none"> ■ 필요한 시설을 설치하려고 해도 보상문제가 제대로 이루어지지 않기 때문에 마을사람들이 꺼리고, 행정절차가 너무 까다로워 일을 처리할 인력이 없음. 	

마을명	세 부 사 항	
충남 서산 오학	<ul style="list-style-type: none"> ■ 마을이 길을 따라 넓게 산재되어 있어서 상하수도, 가로등 등 시설 설치에 어려움이 있음. ■ 사업과 관련된 행정 업무를 이끌 수 있는 인력자원이 부족 - 특히 관을 상대로 업무처리 능력이 있는 인사 없음. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 기본 지원금만으로는 시설 및 기타 필요한 사업에는 턱없이 부족 ■ 토지전용이 불가능하여 시설물 설치에 어려움
충남 서천 합전	<ul style="list-style-type: none"> ■ 표본으로 참고할 수 있는 모범적인 마을의 예가 없음. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 진입로에 이정표가 없어서 마을로 가는 길을 찾기가 어려움
충남 홍성 문당	<ul style="list-style-type: none"> ■ 주민의 사업 참여 의지가 높고, 단합 또한 잘 이루어지고 있으나 사업 추진에 필요한 자금 확보가 어려움. ■ 리더 이외에 사업을 이끌어 갈 수 있는 지식인의 부족 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 특이한 마을경관이나 오리농법으로 재배한 쌀 이외에 특산품이 없어 마을을 내세울 만한 특징이 없음.
충북 보은 구병	<ul style="list-style-type: none"> ■ 녹색관광에 대해 이해도가 낮고, 사업자체를 이끌 수 있는 인력의 부족 ■ 국립공원 내에 위치하여 개발이 제한 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 체험 프로그램을 운영할 수 있는 부지 부족 ■ 개별 농가 민박 개보수에 대한 용자 혜택 필요
충북 보은 쌍암	<ul style="list-style-type: none"> ■ 마을대표와 의견을 같이 하는 주민 수가 매우 적고, 주민의 사업에 참여하고자 하는 의지 또한 매우 낮음. ■ 주민은 민박에 대해 매우 부정적인 시각을 가지고 있고, 민박 희망 농가도 없음. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 마을에 있는 폐교는 이미 개인이 교육부로부터 임대하여서 단체 수련장으로 사용해 마을이 공동으로 활용할 수 없음.
충북 영동 조동	<ul style="list-style-type: none"> ■ 군에서 일방적으로 지정하였고, 현재 마을이장은 사업의 내용은 물론이거니와 목적도 확실히 파악하지 못하고 있음. ■ 시설물 설치 후 사후지원이 부족 - 파손·노후 시설물의 개보수 비용 지원문제 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 토지구제로 인한 필요시설물 설치의 제한 ■ 마을의 고령화로 인적자원의 부족 및 복지시설의 미비
충북 음성 용산	<ul style="list-style-type: none"> ■ 마을 주민 인식부족으로 참여 농가 부족 ■ 단체관광객 유치시 주차장부족 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 사업성취도에 따른 추가지원 필요 ■ 기반시설 확보 지원
충북 진천 보련	<ul style="list-style-type: none"> ■ 자부담으로는 시설 설치가 불가능하고, 추가 지원의 필요성, 지속적인 관리 필요 ■ 진입로 도로 확장(현재 콘크리트 포장의 농로) 및 계곡주변의 방갈로시설, 황토방 등의 숙박시설 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 체험 프로그램 운영의 어려움 - 전문 인력 부족, 주민 대부분이 고령자 ■ 홍보 및 사업 관련 교육 부족(향후 인터넷 전용선 개통 예정)

4.2. 농촌관광의 공급 확대 제약요인 도출

- 사례 마을 조사에서 나타난 현재 우리나라 농촌관광의 확대 제약요인은 다음과 같은 몇 가지 유형으로 대별할 수 있다.
 - 주어진 마을 여건, 시설의 문제, 운영의 문제, 홍보의 문제, 제도의 문제, 기타 등이다.

Ⅰ 마을의 여건

- “도시로부터의 접근성이 좋지 않다”, “주변의 관광 명소가 부족하다”, “뚜렷한 농특산물을 가지고 있지 않다” 등과 같이 해당 마을이 관광지로서의 조건 자체가 좋지 않다는 데 대한 어려움을 토로하는 경우가 많다.
 - 마을 선정 시 관광마을로서의 성장 가능성을 충분히 고려할 필요가 있으며, 마을 주민은 나쁜 여건을 프로그램이나 이미지 홍보 등을 통해 역전시키려는 노력이 요구된다.
- 한편 마을이 정책사업의 대상으로 선정된 이후 주민 간 갈등이 발생하는 사례가 있다. 이는 마을을 단위로 하는 정책지원사업이 가지고 있는 보편적인 문제가 사례마을에서도 나타나는 것이라 할 수 있다. 즉 지원금을 활용한 사업 이익의 배분이 공평하지 못하다고 느끼는 사람들이 존재한다.
 - 주민에게 농촌관광과 농촌관광 사업을 이해시킬 수 있는 노력이 중요할 것으로 판단된다.
- 특히 마을의 물리적, 내부적 여건과 관련하여 정책적으로는 다양한 여건의 국내외 마을들이 농촌관광을 추진하고 있는 많은 사례들의 정보에 접할 수 있도록 정보 접근 기회를 풍부하게 제공함으로써 주민 스스로 아이디어를 창출하고 갈등을 중재해 나가도록 유도할 필요가 있다.

2] 시설의 문제

○ 도시민 수용에 부적합한 농촌 주택 특성

- 우리나라 농촌 주택의 특성상 도시민이 농가주택에 숙박하기에는 부적합하다.
- 전통적 농가 주택은 목욕실, 화장실에 대한 접근이 불편하고 단열 효과가 낮은 등의 단점을 가지고 있어 관광객에게 매력적인 편이라고 하기는 어렵다.
- 개량된 주택인 경우도 대부분 폐쇄형인 터라 하나의 출입구, 하나의 거실, 하나의 화장실을 공급자와 소비자가 함께 사용해야 하는 특징을 갖고 있어 역시 관광객의 수용에는 부적합한 편이다.
 - ▣ 농촌관광 추진에 적합한 주택 모델을 개발하고 개량을 유도할 필요가 있다.

○ 마을 내 공동 이용시설의 부족과 획일성

- 대체로 마을 단위에서 필요하다고 이야기되는 시설들은 공동주차장, 공중화장실, 직판장(가판대 포함 농산물 판매장), 체험시설 가능공간(공방 등), 단체 방문객 숙박시설, 단체 방문객 교육시설, 효과적인 안내판 등이다. 그밖에 마을의 사정에 따라 전통적 외양간의 개조, 초가집과 같이 볼거리가 되는 전통적 시설물의 (재)설치, 등산로, 산책로, 하천변, 연못과 꽃길 정비 등이 거론되었다.
- 개별 농가 단위로 필요한 시설로는 민박을 위한 주택 개·보수, 식당 개·보수, 주말농장 운영, 특산물 판매시설 등의 순이다.
 - ▣ 아직까지는 농촌관광 추진을 위해 필요한 인프라에 해당하는 시설들이 전반적으로 부족하다고 토로하는 경우가 많고, 필요하다고 지적되는 마을 단위 공동 이용시설의 항목들도 대체로 유사한 편이다.
 - ▣ 신규 공동 이용시설 설치 필요시에 상대적으로 공공 성격이 강한 마을 단위 관광 인프라 정비사업에 대해서는 별도의 연계사업을 통

한 추가 지원이 필요하다.

③ 운영의 문제

○ 마을 내 인적자원 부족

- 주민의 노령화는 농촌관광 사업의 추진에서 심각한 인력 부족과 호응도에 막대한 지장을 주는 장애 요인으로 나타난다.
- 따라서 어떤 식으로든 마을 내 인적자원의 부족 문제를 해결할 방안이 필요하다.
 - 다양한 교육 및 훈련 기회를 마련하여 인재 양성을 위해 노력
 - 마을 내 인적자원 부족을 메워줄 외부 전문 인력과의 지속적 연계 방안 모색

○ 주민 간 갈등 발생

- 주민 간 갈등이 발생하는 주요 원인은 지원금을 활용한 사업 이익의 배분이 공평하지 못하다고 느끼는 데서 비롯한다. 어느 마을에서나 “이 사업으로 인해 이익 보는 사람은 누구뿐이다”는 식의 이야기가 보편적으로 등장하고 있는 것이 이를 잘 반영한다.
- 또한 많은 마을에서 마을 리더를 중심으로 농촌관광이 이루어지고 있지만 일부 마을에서는 리더에 대한 불신도 나타난다. 특히 지원 규모가 큰 사업일수록 마을 리더와 일반 주민 간의 마찰이 발생할 소지가 큰 것으로 보인다.
 - 마을 주민 간의 의견 교환 및 역할 분담(단, 이는 정책적 개입 영역이 아님)
 - 마을 리더와 그를 지원하는 세력(리더그룹)의 육성을 위한 교육, 견학 등이 중요

○ 대부분 농촌 마을에서 농촌관광을 주도해 나갈 경영주체가 명확하지 않고, 의식을 갖춘 지도자가 부족하다는 지적이 많다. 이는 여전히 농촌관광을 추진할 주민 및 지도자에 대한 교육과 훈련이 중요하다는 것

을 말해준다.

- 지속적 교육 및 훈련 프로그램 개설과 교육 대상자별·교육 내용별 세분화 모색, 계획 수립 및 시설 설치 이후 관광 경영에 참여할 운영 주체 확보 등이 요구된다.
- 마을에서 처음 농촌관광을 시작하고 운영해 나아가는 데 지속적으로 상담과 컨설팅 등을 해 줄 전담 창구가 없다.
 - 특정 사안에 대하여 필요한 질문을 하거나 다양한 조언을 구할 수 있는 전담 창구가 필요하다는 의견이 많다.
 - 농촌관광 창업, 경영 과정에서 상담, 교육, 컨설팅, 홍보 등을 도와 줄 상설 전담 창구를 설치할 필요가 있다.
- 외부 전문가와의 네트워크도 중요하게 다루어야 할 사항이다.
 - 농촌관광 사업과 관련하여 외부의 개인이나 조직과 연계되어 협력을 하고 있는 마을이 농촌관광에 대한 뚜렷한 목표와 방향을 인지하고 있었으며 주민의 호응도도 높은 편으로 나타난다.
 - 그러나 외부의 개인이나 조직과 어떤 경로로 협력이 가능한지 아는 것은 대부분의 농촌 마을 주민에게는 그리 쉽지 않은 일이다. 조사에서는 다양한 외부 전문가와의 네트워크 형성 및 지속적 네트워크 운영 체계가 대체로 미비한 것으로 나타났다.
 - 농촌관광 추진을 위해서는 다양한 분야 전문가의 지속적 조력이 필요하다. 현재와 같은 여건에서의 컨설팅 시스템은 마을에 따라 큰 도움이 되지 않는 경우가 있다.
 - 전문 분야의 한정성, 재원의 부족 등으로 컨설팅 효과가 감소
 - 외부 전문가와 지속적으로 마을을 연결해 줄 수 있는 시스템 구축이 필요한데, 특정 거점 조직을 마련하여 농가, 마을 단위에서 필요로 하는 상담, 전문가의 조력 등을 상시 제공함으로써 주민과 전문가의 연계를 용이하게 할 수 있다.
 - 다양한 분야의 전문가풀 형성과 이에 대한 적극적 네트워크 지원

○ 마을 단위 주력 사업을 다양화할 필요가 있다.

- 마을 공동으로 가장 주력하는 사업은 체험 프로그램 운영이고 실제로 개별 농가의 소득을 발생시키는 것은 민박, 음식물 판매, 체험 프로그램 운영, 농산물 판매 순이다.
- 즉, 체험 프로그램은 마을을 알리고 방문객을 유인하는 데 매우 중요한 역할을 한다. 그러나 대부분 경험 부족 및 아이디어 빈곤 등으로 전국에서 일률적 체험 프로그램이 행해지고 있고, 마을에서 판매되는 음식이나 농특산물도 마을 특성이 베어있지 않으며 단조로와 소비자들에게 식상함을 주기 쉽다.
- 마을 공동으로 비교적 규모가 큰 공동 이용시설에서 체험 프로그램을 운영하면서 외지인을 유치하고, 실제적 소득은 개별 농가의 민박, 음식 및 농특산물 판매 등과 같은 독자적인 경영을 통해서 발생하는 시스템 구축이 현실적이다.
- 이를 위해서 마을 단위로 외지인을 수용할 수 있는 다양한 시설 및 체험 프로그램 개발을 독려하면서 개별 농가의 시설 정비 및 농특산물 개발이 동시에 요구된다. 단, 전국적으로 다양성과 해당 마을의 특성을 충분히 살릴 수 있는 대표 시설, 대표 프로그램, 대표 농산물이 개발, 운영될 필요가 있다.

4] 홍보의 문제

○ 농촌관광의 홍보 수단은 대체로 인터넷, 유인물, 구전 등이며, 특히 인터넷을 통한 홍보의 비중이 높다.

- 인터넷을 통한 정보전달 시스템은 개별 농가 단위, 마을 단위, 시·군 단위 등으로 편제되어 있고, 정보내용 역시 다양한 수위로 공급되고 있어 소비자 입장에서 농촌관광에 대한 체계적 정보 습득이 어렵다.
- 공급자 편에서는 홈페이지 등을 전문적으로 관리할 수 있는 인적자

원이나 재원을 확보하지 못한 경우에는 지속적인 콘텐츠 변경, 적극적인 마케팅 수단으로써 활용 등에 제약을 가진다.

- 전체 조사 마을 중 67%의 마을이 관광경영의 확대를 위해 인터넷을 통한 외부 홍보활동을 하고 있는 것으로 나타났다. 그러나 홈페이지가 구축되어 있는 경우에도 그것을 운영할 수 있는 능력이 있는 주민은 소수에 불과하다.

- 이에 따라 홈페이지가 개설되었다 하더라도 운영을 위한 교육이 계속되었으면 좋겠다는 의견이 있다. 주민에 대한 지속적 정보화 교육이 이루어져야 할 것이다.

- 주민 스스로 인터넷을 통해서 정보를 제공할 수 있는 정도의 기술 교육이 필요하며, 그밖에도 마을의 특성에 맞는 홍보방법 개발 및 운영이 필요하다.

- 가령, 도시민 회원제, 준주민제를 운영하여 농산물 판매를 안정적으로 추진한다거나 방문을 유도하는 것도 한 방법이다.

- 농촌관광, 녹색농촌체험시범마을 등에 대한 소비자 인지도가 아직은 전반적으로 높지 않다.

- 범국민적 인지도 향상을 위한 붐 조성이 필요하다.

5] 제도의 문제

- 농촌관광 사업과 관련한 행정절차(사업소관 및 지원절차)의 복잡성이 지적된 바 있다.

- 건축물 인·허가 과정의 규제와 복잡성, 농가의 간헐적 음식판매가 제도적으로 불법인 점, 안내판 설치시 광고물 법규와의 충돌 등이 그 주요 내용이다.

- 정부 융자지원의 현실화 필요가 많이 지적되었다.

- 민박 개·보수와 관련하여 개별 농가에 대한 융자 혜택(장기저리)이 요구된다.

- 공동 이용시설 보수·설치와 관련한 마을 단위의 장기저리 용자 지원이 필요하다.
- 유치원, 초등학교 학생의 현장체험학습이 농촌 마을에서 공식적으로 이루어질 수 있도록 노력할 필요가 있다고 지적되었다.
 - 이를 위해서는 교육부 등과의 협의가 필요하다.
- 숙박, 요식, 소규모 가공, 농특산물 판매, 관광까지가 결합된 하나의 비즈니스로서의 농촌관광 체계로까지는 나아가지 못하고 있다.
 - 특히 소규모 가공에 대한 제도적 규제 완화가 필요하다.
- 현재로서는 마을 내, 마을 주변의 토지 및 경관 등의 보전, 형성이 손상 받을 수 있는 가능성이 매우 높다.
 - 토지소유자나 외지인이 마을의 토지 특성이나 경관과 어울리지 않는 건축물을 만들어 이미지를 훼손하는 현상이 관찰되나 현재 법제 상으로는 이를 규제할 방법이 별달리 없다.

6 기타

- 사업성취도 평가 및 평가 결과에 따른 추가 인센티브 지원이 필요하다.
 - 현재 진행 중인 농림부 녹색농촌체험시범마을의 운영을 건실하게 하기 위한 하나의 수단으로서 일정 시점에 사업성취도에 따른 평가를 하고 모범적인 마을에 대해서는 상당한 추가 지원을 할 수 있는 체제를 고려하는 것이 필요하다.
 - 대상 마을로 선정되어 지원을 받게 되면 그만이라는 식의 사고를 탈피하게 하며, 성취도가 높은 마을에는 인센티브를 주고 이를 다른 마을에 모범 사례로 홍보함으로써 전반적인 의욕을 고취시킬 수 있기 때문이다.
- 소비자 방문의 계절적 편차를 극복할 조치가 마련되어야 한다.

- 시범마을에 대한 정부 지원금의 조기 지원을 통해 사업 진행이 탄력적으로 추진될 필요가 있다.
- 보다 다양한 종류와 형태의 시범마을 육성을 고려해야 한다.
 - 마을에 따라서는 시설 설치 이외에 자원 조사, 프로그램 개발 및 운영, 홍보 및 마케팅만을 위해서 보조금 전체를 투입할 수도 있는 재량 부여를 고려할 수 있다.
 - 현재는 사업지침에 제시하고 있는 범위를 크게 벗어나지 못하므로 특징 없는 비슷비슷한 마을들이 만들어지고 있다.
- 장기적으로는 마을 단위의 공간적 제약을 극복할 수 있는 사업 아이템을 창출해야 한다.
 - 적어도 읍·면, 시·군 단위의 농촌관광 거점시설 설치
예) 농업공원, 방문자센터 등
 - 거점시설을 중심으로 마을 단위가 연계되는 에코 뮤지엄 방식의 시범지역을 육성

5. 국내 농촌관광 관련 제도

5.1. 농촌관광 관련 법률

㉠ 토지의 소유와 거래 시 관련 법규

■ 농지의 소유 제한 완화

- 그동안 진행되었던 각종 규제완화 조치의 결과로 토지 소유, 거래와 관련된 각종 장벽들이 상당히 해소된 상황이다.

- 2002년 12월의 법 개정으로 도시민의 농지 소유를 제한했던 기존 농지법의 조항은 폐지되었다.
- 즉 “농업인이 아닌 개인이 주말 등을 이용하여 취미 또는 여가활동으로 농작물을 경작하거나 다년생식물을 재배”하는 주말·체험영농을 목적으로 할 경우 1,000㎡ 미만의 농지를 소유할 수 있는 길이 열리게 되었다(농지법 제6조).
- 이에 따라 농촌관광의 시장이 지금까지보다 외형적으로 더욱 확대될 수 있는 토대가 조성되었다.

■ 농어촌관광휴양사업에 대한 토지거래의 허가 면제

○ 토지의 투기를 막기 위한 현행 법률의 토지거래 허가 규정

- 국토의계획및이용에관한법률 제117조에서는 국토의 이용 및 관리에 관한 계획의 원활한 수립 및 집행, 합리적 토지이용 등을 위하여 토지의 투기적인 거래가 성행하거나 지가가 급격히 상승하는 지역과 그러한 우려가 있는 지역으로서 대통령령이 정하는 지역에 대하여 5년 이내의 기간을 정하여 건설교통부장관이 토지거래계약에 관한 허가구역을 지정할 수 있다고 명시하고 있다.

○ 토지거래허가구역이라도 농어촌관광휴양사업을 비롯한 농어촌정비사업에 대해서는 토지거래 허가를 면제하고 있다.

- 국토의계획및이용에관한법률 시행령 제121조에서는 토지거래계약허가제에 관한 규정을 적용하지 아니하는 여러 경우들을 명시하고 있는데, 그 중 농촌과 더 밀접히 관련되는 조항으로 농어촌정비법의 규정에 의하여 사업 시행자가 농어촌정비사업을 시행하기 위하여 농지를 매입하는 것을 들고 있다.
- 이러한 농어촌정비사업에는 농수산업 생산 기반을 조성·확충하기 위한 농업 생산기반정비 및 수산업생산기반정비, 생활환경개선을 위

한 농어촌생활환경정비뿐만이 아니라 농어촌관광휴양자원개발 및 한계농지 등의 정비사업 등이 모두 포함된다(농어촌정비법 제2조).

- 따라서 관광농원 조성 및 주말농원, 농어촌민박사업 등을 위해 토지를 구입할 경우 토지거래에 대한 별도의 허가가 필요치 않다.
- 또한 농어촌관광휴양단지 개발의 경우 이전에는 그 주체를 농림어업인단체 등으로 제한하였으나 2002년 12월 법 개정으로 그러한 규정 역시 폐지되었다. 따라서 현재 농촌관광의 목적으로 이루어지는 토지거래에 대해서는 별도의 허가가 필요치 않은 상황이다.

○ 일정 규모 이하의 토지에 대해서는 토지거래 허가가 면제된다.

- 도시지역 이외의 지역의 경우 500제곱미터 이하, 농지의 경우는 1천 제곱미터 이하로 하고, 임야의 경우는 2천제곱미터 이하일 경우 토지거래 허가를 받지 않아도 된다(국토의계획및이용에관한법을 시행령 제118조).

② 농촌관광 관련 시설 조성을 위한 농지 전용에 관한 법규

■ 농지 전용이 허가 없이 신고만으로 가능한 경우

○ 농지를 전용하고자 할 때는 농림부장관의 허가를 받도록 농지법에서는 규정하고 있다. 그러나 농지전용 신고만으로 전용이 가능한 경우를 몇 가지 들고 있는데 이는 다음과 같다(농지법 제37조).

- 농업인 주택, 농업용 시설, 농수산물 유통·가공시설
- 어린이놀이터·마을회관 등 농업인의 공동생활 편의시설
- 농수산 관련 연구시설과 양어장·양식장 등 어업용 시설

○ 위의 농지법 조항에 따라 농가(농업인 주택)를 활용해서 소규모 민박 등을 하고자 농지를 전용하는 경우에는 별도의 허가가 필요치 않다.

- 그러나 이러한 농지법의 규정에 해당되지 않는 다양한 농촌관광 관

런 활동을 위해 농지 전용이 필요할 경우에는 농림부 장관의 허가를 받아야 하는 경우도 나타날 수 있다.

■ 농지 전용 시 납입해야 하는 농지조성비의 감면

○ 농지를 전용할 경우 농지조성비 납입 의무가 있으나, 농지법에서 규정한 몇몇 행위에 대해서는 농지조성비의 감면이 가능하도록 규정하고 있다.

- 농지 전용 허가를 받았을 때는 농지법 제40조에 따라 전용하고자 하는 농지에 상당하는 농지의 조성에 소요되는 비용(농지조성비)을 농지관리기금을 운용·관리하는 자에게 납입하도록 하고 있다.
- 그러나 농지법 제40조에서는 국가나 지자체가 공공의 목적으로 농지를 전용하는 경우 등에 대해 농지조성비를 감면할 수 있도록 하고 있다.
- 또한 법에서 규정한 농어업인 주택에 대해서나 농어업용 시설의 경우 그리고 농어촌정비법에서 규정한 생활환경정비사업, 한계농지의 이용(농어촌주택, 택지 및 부속농지, 공업, 문화 및 체육시설 등의 용도) 등에 대해서도 농업진흥지역 안/ 밖 공통적으로 농지조성비를 100% 감면하도록 하고 있다(시행령 별표2 참조).

○ 농촌관광과 관련된 농지조성비 감면

- 농어촌정비법 제66조의 농어촌관광휴양사업(관광농원사업, 농어촌휴양단지사업, 주말농원사업, 농어촌민박사업), 동법 77조에서 규정한 한계농지 정비를 통한 관광농원, 주말농원 등 농어촌휴양자원 이용에 대해서는 그것이 농업진흥지역 안일 경우 농지조성비를 50% 감면하도록 규정하고 있다.
- 농업진흥지역 밖에서 농지 전용이 이루어질 경우에는 농어촌관광휴양사업에 대해서도 농지조성비를 100% 감면하도록 하고 있다.

*참고: 농어촌관광휴양사업의 종류(농어촌정비법 제2조)

- 가. 농어촌관광휴양단지사업 : 농어촌의 쾌적한 자연환경과 농어촌특산물 등을 활용하여 농림어업전시관, 학습관, 지역특산물판매시설, 체육시설, 청소년수련시설, 휴양시설 등을 갖추고 이를 이용하게 하거나 휴양콘도 미니엄 등 숙박시설·음식 등을 제공하는 업
- 나. 관광농원사업 : 농어촌의 자연자원과 농림수산생산 기반을 이용하여 지역특산물판매시설, 영농체험시설, 체육시설, 휴양시설, 숙박시설, 음식 또는 용역을 제공하거나 그 밖에 부수되는 시설을 갖추어 이를 이용하게 하는 업
- 다. 주말농원사업 : 주말·체험영농을 목적으로 하는 이용객에게 농지를 임대하거나 용역을 제공하고 그 밖에 부수되는 시설을 갖추어 이를 이용하게 하는 업
- 라. 농어촌민박사업 : 농어촌지역에서 이용객의 편의와 농어촌소득증대를 목적으로 숙박·취사시설 등을 제공하는 업

③ 건축물을 신·개축할 때 고려할 법규

○ 개발행위에 대한 허가 규정

- 국토의이용및계획에관한법률 제56조에서는 건축물의 건축, 토지 형질 변경, 토석 채취, 물건 적치 등 각종 개발행위에 대해 특별시장·광역시장·시장 또는 군수의 허가를 받도록 규정하고 있다.

○ 다음의 경우들에 대해서는 별도의 허가 없이 신고로만 건축 행위가 가능하다.

- 도시지역, 제2종지구단위계획구역에 해당하지 않으면 연면적 200㎡ 미만이거나 3층 미만인 건물의 신·개축에 대해서는 시장·군수·구청장의 허가를 받지 않아도 된다(건축법 제8조).
- 또한 건축법 제9조에서는 위에서 규정한 조건에 해당하지 않아 허가를 받아야 할 대상이 되는 건축물인 경우에도 신고만으로 건축허가를

받은 것으로 간주하는 예외 조항을 두고 있는데, 여기에는 농어업을 영위하기 위해 필요한 소규모 주택, 축사, 창고의 건축이나 대수선이 포함된다.

- 더욱 구체적으로는 읍·면 지역의 연면적 100㎡(단독주택은 330㎡) 이하인 주택, 200㎡ 이하 창고, 400㎡ 이하의 축사와 작물재배사 등이 이에 해당한다.
- 제2종지구단위계획구역의 연면적 100㎡ 이하 건축물 역시 신고만으로도 건축행위가 허용된다.

○ 농가 민박 시 건축 허가 관련 규정

- 농가가 민박을 하기 위해 건물을 지을 경우에는, 단독주택이면 330㎡, 그 밖의 주택은 100㎡까지 신고만으로 건축을 할 수 있다.
- 건축법에서는 그 이외에 농촌관광과 관련해서 신고로 건축 행위를 할 수 있는 범위에 대해서는 분명히 명시하고 있지 않다. 따라서 현재의 규정에 의한다면 그러한 민박용 건축물을 제외하고는 관계자의 허가가 필요한 상황이다.

④ 각 용도지역에 따른 행위 제한에 대한 규정

- 용도지역이나 각종 지구, 구역 등에 따라 어떠한 개발 행위가 허용되고 어떠한 행위 제한이 있는지에 대해서는 국토의계획및이용에관한법률(이하 '국토법'으로 지칭)과 그 이외에 여러 개별법 등에서 규정하고 있다. 후자의 경우에 대표적으로 해당되는 것들로 수도법에서 정한 상수원보호구역이라든가 자연공원법에서 규정하고 있는 각종 용도지구를 들 수 있다.

■ 국토법의 용도지역에 따른 농촌관광 관련 규정

- 국토법에서는 도시지역, 농림지역, 자연환경보전지역 및 최근 도입된 관리지역 등 각 용도지역별로 어떠한 행위가 허용되고 금지되는지에 대해서 정해두고 있다.

- 보다 구체적인 행위 제한 내용에 대해서는 건축법시행령 별표1에서 구분한 여러 가지 건축물들의 종류를 기준으로 설명하고 있다.
- 용도지역에 따른 농촌관광 관련 허용 행위 (국토법 시행령 제71조 및 별표 참조)
 - 휴게음식점, 일반음식점 등 식품위생법상의 음식점객업소는 농림지역, 자연환경보전지역은 물론이고 보전관리지역, 생산관리지역에서도 입지가 허용되지 않는다.
 - 숙박시설 역시 일정 규모(바닥면적 660㎡ 및 3층 이하)로 제한되어 계획관리지역에서만 입지가 허용될 뿐 그 밖의 농촌지역에서는 들어설 수 없도록 규정되어 있다.
 - 자연취락지구에서는 상대적으로 규제의 정도가 약해 음식점 설립이 허용되며 또한 관광진흥법에 의해 관광지나 관광단지로 지정되었을 경우 숙박시설도 들어설 수 있다.
 - 수련원, 야영장 등의 수련시설의 경우는 관리지역 및 농림지역 입지가 대부분 허용되고 있으나, 자연환경보전지역에서는 제한되어 있다.
- 현행 제도하에서는 민박 등의 농촌관광 활동들은 사실상 용도지역에 따른 규제와 무관하게 이루어지고 있다.
 - 현재 농촌의 민박시설들은 대부분 기존의 농가를 활용하여 이루어지고 있다. 따라서 그에 필요한 시설들이 대부분 농가 주택으로 분류되기 때문에 농림지역, 자연환경보전지역까지 포함한 사실상 모든 용도지역에 자리 잡고 있다.
 - 또한 음식물을 판매하는 농가 역시 만약에 휴게음식점 또는 일반음식점으로 분류되었다면 농림지역이나 자연환경보전지역 뿐만 아니라 보전관리지역 및 생산관리지역에도 입지가 불가능했을 것이지만, 식품위생법의 적용을 받는 식품접객업소에서 제외되어(식품위생법 시행령 제7조 참조) 보다 자유로운 음식물 판매가 가능하다.

- 물론 농가의 음식물이나 농·특산물 판매, 숙박 등의 활동이 공식적인 영업행위의 위상을 가지는 것으로 격상될 경우에는 시설 입지에 있어 앞서 말한 것과 같은 일련의 제한들을 따라야 할 것이다.

■ 상수원보호구역, 공원구역 등에서의 농촌관광 관련 규정

- 상수원 확보와 수질 보전을 위한 상수원보호구역에서의 행위 제한
 - 환경부장관이 지정하는 상수원보호구역에서는 건축물 등의 신·증축, 개축, 이전, 변경, 제거나 토지 형질 변경 등 각종 개발 행위에 대해 관할 시장·군수·구청장의 허가를 받도록 하고 있다(수도법 제5조).
- 한편 수도법 시행령 제9조에서는 상수원보호구역의 지정 목적에 지장이 없다고 인정되어 허가할 수 있는 행위들에 대해 제시하고 있다. 이에는 여러 가지 행위들이 해당되나 특히 농촌관광과 관련해서 주목해 볼 조항들은 다음과 같은 것들이다.
 - 상수원보호구역 안에 거주하는 주민의 생활환경개선 및 소득 향상에 필요한 환경부령이 정하는 건축물 기타 공작물의 건축 및 설치
 - 상수원보호구역 안에 거주하는 주민이 공동으로 이용하거나 필요로 하는 환경부령이 정하는 건축물 기타 공작물의 건축 및 설치
 - 오염물질의 발생정도가 종전의 경우보다 높지 아니하는 범위 안에서 건축물 기타 공작물의 개축·재축
 - 상수원보호구역 안에서 환경부령이 정하는 부락공동시설·공익시설·공동시설 및 공공시설의 설치로 인하여 철거된 건축물 기타 공작물의 이전
- 농촌관광과 관련해서 상수도보호구역에서 허가할 수 있다고 직접 명시되어 있는 사항은 없다. 그러나 소규모 민박 등의 활동은 기존의 농가를 활용해서 제한적인 범위에서 이루어지므로 법적인 규제를 받지 않고도 가능한 상황이다.

○ 자연공원법의 용도지구에 따른 행위 제한

- 자연공원법에서는 자연보존지구, 자연환경지구, 자연취락지구, 밀집취락지구, 집단시설지구로 공원의 용도지구를 구분토록 하고 있으며, 각 용도지구별로 허용되는 행위에 대해 규정하고 있다(제18조).
- 이 중 자연보존지구에서는 인공적인 시설의 설치가 최소한의 수준으로 제한되며, 자연환경지구에서도 여러 가지 행위 제한들이 많은 편이다.
- 그러나 자연취락지구나 밀집취락지구, 집단시설지구에서는 상대적으로 규제의 강도가 약해 음식점, 숙박시설 등이 허용되고 있다. 물론 그 시설의 규모는 용도지구별로 다소 차이를 두고 있다.

○ 자연공원법에 민박에 대한 별도의 규정은 없으나 상수원보호구역에서와 마찬가지로 공원구역 내에서도 민박 등의 활동은 기존 농가를 활용하는 선에서 큰 제한 없이 이루어질 수 있다.

5] 음식, 주류, 농산가공품 판매 및 숙박 등의 영업행위에 관한 법률

■ 음식 및 농산가공품 판매

○ 음식 판매, 식품 제조 등에 관한 식품위생법의 규정

- 음식점 영업을 하기 위해서는 허가를 받는 것에서부터 시설 기준이나 위생 등의 사항에 이르기까지 식품위생법의 적용을 받게 된다. 또한 식품위생법에서는 음식점 이외에 식품 제조, 가공, 판매 등에 대해서도 규정하고 있다.
- 식품위생법 제21조에서는 ① 식품 또는 식품첨가물의 제조업·가공업·운반업·판매업 및 보존업, ② 기구 또는 용기·포장의 제조업, ③ 식품접객업에 대해 보건복지부령이 정하는 시설 기준에 적합한 시설을 갖추도록 규정하고 있다.
- 또한 해당 영업을 하기 위해서는 관할 기관에서 허가를 받아야 가

능토록 명시하고 있다(동법 제22조).

- 현행 제도하에서는 농가에서 소규모로 이루어지는 음식이나 농산가공품 제조와 판매 등이 사실상 특별한 규제를 받지 않고 사실상 이루어질 수 있다.
 - 농가의 민박집 등에서 손님들에게 소규모로 음식을 판매하는 행위는, 현행 제도에서 규정하고 있는 휴게음식점이나 일반음식점 등의 식품접객업으로 분류되지 않기 때문에 식품위생법의 제한을 받지 않는다.
 - 음식 이외에 농가가 자신이 생산한 농산물을 이용해서 가공품을 제조하고 판매하는 행위 역시 식품위생법의 규제를 받지 않는다.

■ 주류의 제조와 판매

- 한편 주세법에서는 주류의 제조와 판매를 위해서는 일정한 시설 요건을 갖추고 관련 면허를 받아야 가능토록 규정하고 있다(주세법 제6~8조).
 - 음식점 등록 등으로 식품위생법상에서 영업 허가를 받았을 때는 별도의 허가가 필요 없이 신고만으로 주류 판매가 가능토록 규정되어 있으나(주세법 제8조), 농촌관광에 참여코자 하는 대부분 농가들은 식품위생법상의 음식점에 해당하지 않기 때문에 그러한 법 적용을 받을 필요는 없다.
 - 또한 농가에서 곡물이나 각종 열매, 약초 등을 이용해서 소규모로 술을 빚고 판매하는 데 있어 주세법에서 정한 기준과 요건을 일일이 따르기는 무리가 있기 때문에 사실상 술의 제조, 판매가 주세법의 적용을 받지 않고 이루어지고 있다고 할 수 있다.

■ 농가를 이용한 숙박

- 농가의 민박업은 법적으로 규정된 숙박업의 조건에서 제외되므로 공중위생관리법의 적용 대상이 아니다.

- 공중위생관리법 제2조 및 공중위생관리법시행령 제2조에서는, 농어촌정비법에 의하여 농어촌에 설치된 민박사업용 시설(객실이 7실 이하인 경우에 한한다)과 산림법에 의하여 자연휴양림안에 설치된 시설 그리고 청소년 수련시설 등을 숙박업 분류에서 제외하고 있다.
- 이에 따라 공중위생관리법에서 숙박업소에 대해 요구하고 있는 시설 기준과 요건 등이 농촌의 민박농가에는 적용되지 않고 있다.

⑥ 안전이나 오염 방지 등 각종 시설 기준 관련 규정

■ 소방법의 시설 안전 관련 사항

○ 소방법에서 규정한 건축물의 신·개축에 대한 허가

- 연면적 400㎡ 이상 건축물 신·개축에 대한 허가를 위해서는 관할 소방본부장 또는 소방서장의 동의를 필요하다(소방법 제8조).
- 그러나 연면적 1천㎡ 미만인 건축물로서 소화기구·비상경보설비·누전경보기·피난기구·인명구조기구·유도등 또는 유도표지만을 설치해도 되는 경우는 건축 허가에 대해 소방서장의 동의가 필요하지 않다(소방법시행령 제4조).

○ 다중이용업에 대한 소방·방화시설의 설치 기준

- 대통령이 정하는 “다중이용업”의 관계인은 소방·방화시설 등을 행정자치부령이 정하는 기준에 따라 설치하고 유지토록 하고 있다(소방법 제8조의2).
- 이러한 다중이용업의 범위에는 휴게음식점 또는 일반음식점으로서 영업장 바닥면적의 합계가 100㎡(영업장이 지하층에 설치된 경우에는 66㎡) 이상인 것이 해당되며(소방법시행령 제4조의2), 행정자치부령에서는 찜질방 영업도 다중이용업으로 분류하고 있다(소방법시행규칙 제2조의2).

○ 농촌지역에 입지한다고 해서 이러한 시설 기준의 적용 대상에서 제외

된다는 규정은 없다. 따라서 농가 역시 일정한 규모 이상을 갖추고 숙박이나 음식점 영업을 본격적으로 하자면 소방법에서 제시하는 요건을 충족해야 한다.

■ 수질 보전을 위한 오수 처리 관련 규정

○ 오수처리대책지역의 설정

- 오수·폐수및축산폐수의처리에관한법률에서는 수질 보전을 위해 오수처리대책지역(법 제4조의3)을 설정하고 있다.
- 여기에는 수도법에 의한 취수시설 일정 거리 이내의 상류지역, 환경정책기본법의 상수원 수질보전을 위한 특별대책지역, 자연공원법에 의한 자연공원 등 다양한 법에서 정하고 있는 지역이 해당된다(시행령 제2조의2).

○ 동 법 제4조에서는 오수처리대책지역 내의 건물이나 시설물에 대해 오수처리시설을 설치토록 하고 있다.

- 이러한 오수처리시설 설치 대상으로 농촌관광 활동과 관련되는 것으로는 식품위생법에 의한 식품접객업, 공중위생관리법의 숙박업, 관광진흥법에 의한 관광숙박업 등이 해당된다(시행령 제2조의3).
- 그러나 현재의 규정으로는 민박이나 농가의 음식점 판매 등의 활동은 식품위생법이나 공중위생관리법 등에서 정한 영업행위에 해당하지 않기 때문에 오수처리대책지역에서 이루어진다 할지라도 법 적용 대상에서 제외된다.

⑦ 농촌관광 소득에 대한 소득세 과세와 관련된 법규

○ 농가부업소득에 대한 소득세 면제

- 소득세법 제12조 및 동법 시행령 제9조에서는 연간 1,200만 원 이하의 농가부업소득에 대해서는 소득세를 과세하지 않음을 명시하고 있다.
 - 이에 따라 농가에서 민박이나 음식 판매 등으로 얻는 소득은 사실상 과세 대상에서 면제되고 있다.
- 농어촌정비법의 농어촌관광휴양사업으로 만들어지는 관광농원이나 농어촌관광휴양단지, 주말농원 등의 시설에 대해 농어촌정비법을 제외한 타 법률에서는 달리 규정하고 있는 바가 없기 때문에 과세에 있어 별도의 적용을 받지는 않는다.

<표 2-61> 농촌관광 추진 시 관련되는 제반 법 규정 요약

구 분	관련 법	현행 법의 농촌관광 관련 규정
농지의 소유	-농지법	-도시민의 주말·체험 영농 목적에 대해서는 농지 소유를 허용(1,000㎡ 미만)
토지의 거래	-국토의계획및이용에관한법률	-농어촌정비사업, 농어촌관광휴양사업에 대해서는 토지거래 허가를 면제
농지의 전용	-농지법	-농가를 이용한 민박에 대해서는 농지 전용 허가를 면제 -농어촌관광휴양사업에 대해서는 농지조성비를 감면(진흥지역 50%, 진흥지역 외 100%)
각종 건축물 조성	-건축법 -국토의계획및이용에관한법률 -수도법 -자연공원법 -기타 개별 법	-(읍·면지역) 단독주택 330㎡, 기타 주택은 100㎡까지 신고만으로 건축 행위 가능 -휴게/일반 음식점(식품위생법), 숙박업소(공중위생관리법)는 용도지역에 따라 입지가 제한 -기존 농가주택을 활용한 민박은 상당 부분 허용
음식물, 주류 제조·판매	-식품위생법 -주세법	-식품위생법상 식품접객업소로 분류될 경우 허가가 필요 -주류 제조·판매도 일정 규모 이상은 주세법 적용 -사실상 관련 법 적용 받지 않는 소규모로 비공식적으로 이루어짐
농가 이용 숙박업	-공중위생관리법	-일정 규모(7실 초과) 넘을 때는 공중위생관리법 적용 -기존 농가를 활용하여 대개는 법 적용을 받지 않고 이루어짐
각종 시설 안전	-소방법	-다중이용업에 해당할 경우 소방·방화시설 필요 -농가 민박 규모일 경우 대개 법 적용 대상에서 제외
오·폐수의 처리	-오수·폐수및축산폐수의처리에관한법률	-식품접객업(식품위생법), 숙박업(공중위생관리법), 관광숙박업(관광진흥법) 등은 오수처리시설 설치 대상 -농가 민박은 법 적용에 해당 않음
소득세 과세	-소득세법	-민박 등 농가부업소득(연 1천2백만 원)은 과세 대상에서 제외

- 그런 까닭에, 관광농원의 경우를 예로 들자면 그에 대해 별도로 적용할 수 있는 세금 관련 규정이 있는 것이 아니라 시설에 부속되어 있는 음식점이나 숙박시설에 대해 세금을 부과하는 형식을 취하고 있다.

5.2. 현황 종합 및 현행 법률의 문제점

■ 농어촌정비법에서 규정하고 있지 않은 농촌관광사업에는 혜택 없음

- 농어촌정비법에서 규정한 농어촌관광휴양사업에 해당하지 않는 새로운 사업 분야(예: 농촌마을의 펜션사업)에 대해서는 농지 전용이나 토지거래 등에 있어 혜택이 주어지지 않을 수 있다.
 - 농어촌정비법에서는 농어촌관광휴양사업에 해당하는 것으로 농어촌관광휴양단지사업, 관광농원사업, 주말농원사업, 농어촌민박사업 등 크게 네 가지 부문으로만 제시하고 있다.
 - 국토법에서는 투기의 우려가 있어 지정된 토지거래허가구역의 경우에도 농어촌정비법상의 농어촌관광휴양사업에 대해서는 허가를 받지 않고 토지거래가 가능토록 보장하고 있으며, 농지법 역시도 이러한 농어촌정비법의 사업들의 경우 농지조성비 감면의 혜택을 주고 있다.
 - 그러나 최근 새로이 개발되고 있어 이러한 농어촌정비법의 규정에 들어가 있지 않은 사업들의 경우 이러한 혜택에서 제외될 우려가 있다.

■ 1차산업 생산 부문에 비해 농촌관광에 대한 혜택이 적음

- 지금까지의 농업·농촌 정책의 중심이 농수산업 생산 분야에 놓여 있었기 때문에 각종 규제 조치들을 완화해주려는 노력들도 그동안은 1차산

업 생산과 직결되는 부문에 집중되어 왔다. 농촌관광이 1차산업의 연장선상에서 이루어진다면 많은 규제를 받지 않고 사업 추진이 가능하다. 그러나 농촌관광이 1차산업에 머무르지 않고 서비스 산업으로서 활성화되는 데는 관련 조항들이 미비 되어 있어 결과적으로 제도적 뒷받침이 부족한 편이다.

- 이와 관련하여 대략 다음과 같은 문제들을 지적할 수 있다.

- 농지법에서는 농업인 주택, 농업용 시설, 농수산물 유통·가공시설 등에 대해서는 신고만으로 농지 전용이 가능하도록 규정하고 있다. 농가를 이용한 민박 차원이 아니라 보다 규모화된 농촌관광 관련 행위를 하는데 대해서는 이러한 혜택이 주어지지 않고 있다.
- 농지 전용 시의 농지조성비 감면 폭도 농촌관광 분야는 농·림·수산업 생산 부문보다 적은 상황이다(농촌관광을 위해 농업진흥지역 내의 농지를 전용할 경우에는 농지조성비를 100% 감면 받지 못함).
 - 물론 그 감면 대상은 농어업인으로 엄격히 제한할 필요가 있겠으나 농촌관광 부문도 마을 공동의 소득 증대와 생활환경 개선의 효과를 거둘 수 있으므로 이러한 차등이 불필요할 수 있다.
- 건축 허가와 관련해서도 문제를 지적할 수 있다. 농어업을 위해 필요한 축사, 창고 등의 시설은 건축 허가를 면제토록 하고 있는 데 반해 농촌관광 관련 활동에 대해서는 이러한 조항이 없다.
 - 즉 개발행위 허가 대상 범위가 농촌관광 관련 건축물에 대해서는 분명히 명시되지 않고 있는 상황이다.
- 수도법 조항에서도 상수원보호구역에서 허가할 수 있는 행위를 주로 농업생산 관련 부문으로 한정하고 있을 뿐, 농촌관광 관련 항목에 대해서는 분명히 명시하고 있지 않다.

■ 사업을 확대시키자면 현재보다 훨씬 많은 규제가 따라야 함

- 지금껏 농촌관광에 참여하는 대부분의 농가들은 소규모 민박과 음식 판매에 한정되는 경우가 많았기 때문에 각종 토지이용규제 또는 시설 기준에 관한 규정을 엄격히 적용 받지 않고 비교적 자유로이 사업을 해 온 편이다.
- 이들 농가가 농촌관광사업에 보다 본격적으로 뛰어들어 음식점이나 숙박시설 등으로 등록될 경우 식품위생법이나 공중위생관리법 이 밖에도 다음과 같은 매우 다양한 법적 규제들로 말미암아 시설 입지에 직접적인 제한을 받을 것이다.
 - 어느 용도지역에서의 개발행위 제한과 허용 여부를 다루고 있는 국토법과 건축법
 - 오염 유발이나 자연환경 훼손을 일으킬 수 있는 시설의 입지를 제한하는 수도법이나 자연공원법
 - 시설물의 안전에 관한 소방법, 오수·폐수및축산폐수의처리에관한법률, 주세법, 소득세법, 부가가치세법, 농지법 등
- 이처럼 수많은 법적 규제가 존재하는 것은 농촌관광이 지금의 수준보다 더욱 활성화되고 확대되는 데 일정 정도 걸림돌이 되는 면이 있다.
 - 국토법의 규정만 고려하더라도 자연환경보전지역과 농림지역은 말할 것도 없고 보전관리지역, 생산관리지역 역시 규제가 엄격한 편이어서 식품위생법의 적용을 받는 음식점의 경우 이들 지역에는 입지 조차 할 수 없는 형편이다.
 - 이와 같은 무수한 규제들을 피하고자 그동안 농가들은 민박 정도의 수준에서 소규모로만 농촌관광 활동에 참여해 온 면이 있다.

■ 서비스의 질적 수준을 높일 만한 장치가 부족

- 농촌관광 관련 활동이 농어촌정비법에서만 언급되어 있을 뿐 타 법률에서는 시설 기준이라든가 운영, 관리 등에 대한 아무런 규정을 하지 않고 있다.
 - 농가 입장에서는 별다른 법적인 규제를 받지 않는다는 면에서는 이러한 점이 유리하게 생각될 수도 있다. 그러나 반면에 농촌관광 시설과 서비스의 질적 수준을 소비자들이 만족할 정도로 유지시킬 수 있는 제도적 장치가 마련되지 않는다는 문제가 나타난다.
 - 그런 점에서 보면 현 농어촌정비법의 농어촌관광휴양사업에 대한 규정만으로 농촌관광의 질적 수준을 한 차원 끌어 올리는 데는 근본적인 한계가 따른다고 할 수 있다.

제 3 장

외국의 농촌관광 관련 제도

1. 농촌관광의 위치

- 외국(영국, 프랑스, 독일, 일본, 대만)의 농촌관광은 농업정책의 변화와 밀접한 관련을 가진다. 농업구조정책에서 소외된 농가 경영체 유지 및 농가의 농업소득 보정을 위한 경영 다각화 차원에서 농촌관광은 농업·농촌정책의 새로운 대안으로 위치하고 있다.
 - 주로 우리의 농림부에 해당하는 정부 부처에서 여러 가지 지원 제도를 운영한다.
 - 대체로 농업·농촌정책의 일환으로 접근하지만 관광정책에서도 농촌관광을 다루고 있으므로 농촌관광은 중간적 영역을 차지하는 것으로 볼 수 있다.
- 국가마다 그 무게중심은 다소간 차이를 갖고 추진되지만, 최근에는 농가경영 다각화·농촌지역 활성화·국민 여가기회 다양화·생태환경자원 보전 등의 목적을 달성하는 데 농촌관광 관련 사업이 유력한 정책수단으로 평가된다.

Ⅰ 영국

- 전원지역에서 여가를 즐기는 행태는 제2차 세계대전 이전부터 발달하였지만 오늘날과 같은 농촌관광이 시작된 것은 1970년부터라고 할 수 있다.

- 농촌관광의 한 형태로서 농가 민박사업은 1960대 당시 농산물 과잉으로 농가소득이 줄어들게 되자 일부 농가에서 경영 다각화의 일환으로 구체화되었다.
 - 1970년대 농촌관광은 농촌에 대한 향수를 강하게 가진 영국 도시민들의 여가수요를 흡수함으로써 상당한 성장 산업으로 부각하였다.
 - 특히 1983년 정부 지원에 의하여 농가휴가협회(Farm Holiday Bureau)가 설립되면서 농촌관광은 정책의 대상으로 자리잡는다.
 - 농촌관광에 대한 정부 지원은 1980년대 후반부터 1990년대 초에 걸쳐 집중적으로 이루어졌으며 이 시기에 수많은 농가 민박이 증가하였다.
- 영국의 농업은 대규모 경영농과 중소농으로 분극화되고 후자의 농가에서는 농업 이외의 비즈니스를 수행하지 않는 한 경영주체로서의 유지가 어려운 상황에서 농촌관광은 경영다각화의 주요 수단으로 인식되고 있다.
- 농촌관광과 관련되는 별도의 독립된 법률을 가지고 있지는 않으며, 농업·농촌정책의 큰 틀 내에서 다루어지고 있다.
 - B&B형의 숙박요식업, 농특산물을 직관하는 유통업, 농장에 방문하여 승마나 래프팅 등을 체험하는 활동 등이 모두 농촌관광의 범주에 포함된다. 가장 일반적 농촌관광은 농가에서 숙식을 제공하는 형태이다.

2) 프랑스

- 1939년 법률로 유급휴가 제도가 도입된 이래 일반 서민들이 값싸게 여가를 즐길 수 있는 방안으로 농촌관광에 대한 관심이 높아지면서 1950년대부터 정부 정책에 의해서 농촌관광에 대한 지원이 시작되었다.
- 1952년에 농업회의소에서는 「농업과 관광협회」를 설립하였으며, 1955년 지트 드 프랑스의 전신인 지트 루랄 드 프랑스라는 비영리

농촌관광네트워크가 조직되었다. 한편 농림부에서 농가가 민박을 경영하는 것을 장려하기 위해서 농업종사자가 농장의 주택을 개조하거나 부지 내에 주택을 신축하여 도시인에게 대여하는 민박사업에 대해서는 보조금을 지급하였다.

- 1963년부터는 정부가 5개년 경제계획에 농촌관광에 대한 지원을 명시하고 국토정비지방개발국(DATAR)을 통해 농촌지역에 대한 대규모 정비사업을 시행하였다.
 - 1988년부터 농업기본법(Code Rural) 개정을 통해 농업종사자가 운영하는 관광사업과 농산물 직매행위를 법률상 농업활동의 일부로 간주하기 시작하였다. 이 조치에 따라 다음이 가능해졌다.
 - 세제상의 우대 조치를 받을 수 있음
 - 농업관계금융기관에서 농촌관광 투자자금을 융자받을 수 있게 됨
- 프랑스에서 농촌관광은 단지 농가에서의 휴가만을 의미하지 않으며, 농촌지역에서 일어나는 관광활동 전반으로서 농촌지역의 호텔 숙박이나 유사한 휴가의 형태를 모두 포함한다.
- 가령 프랑스 농촌관광 조직의 상징으로 이야기되는 '지트 드 프랑스' 전국연맹에 등록된 민박의 경우 농가 참여율은 40% 미만이다.
 - 농촌관광에 대한 지원도 농가소득 증대 차원에 머무르지 않고 농촌의 개발과 활성화, 국민 복지로서의 여가활동 충실, 농업과 농촌의 가치를 높이는 일, 고용창출의 수단 등 다양한 정책 목표를 실현하기 위한 수단으로서 지원을 하고 있다.

[3] 독일

- 독일 농촌관광의 시작은 1960년대 후반 바이에른 주에서 시작한 「바이에른의 길」에서 비롯된 것이라고 할 수 있는데 이것이 연방정부 차원

의 사업으로 확장된 것이 바로 「농가에서 휴가를」 사업이다.

- 바이에른 주는 농업 조건이 불리한 인구과소지역으로 소규모 가족 농을 중심으로 농업을 유지할 수 있는 정책 수단으로 낙농, 축산과 관광을 연결하는 방안을 모색하였다.
- 독일에서는 농가의 경영 다각화를 통해 농업소득을 보충하는 부업으로서 농촌관광이 자리 잡고 있는데 최근에는 농촌의 자연과 문화적 보전이라는 측면이 강조되고 있는 추세이다.
 - 1999년 당시 통계에 따르면 전체 농가의 3% 정도에 해당하는 약 1만 5천 호 정도의 농가가 민박 경영에 참여하는 것으로 알려져 있으며, 민박은 크게 B&B형 및 자취형으로 양분되고 레저 시설 및 프로그램 운영 등이 농촌관광에 포함되고 있다.

④ 일본

- 일본에서 농촌관광이 정부 정책으로 도입된 것은 1995년 「농산어촌체재형 여가활동촉진법」 도입부터라고 할 수 있다.
 - 1992년 6월에 공표된 신정책에서 지역 전체의 소득 유지 및 확보를 도모한다는 관점에서 다양한 취업기회를 창출하기 위한 시책으로서 아름다운 농촌공간 형성에 기여하는 농촌관광의 진흥을 도모하고 있다.
 - 1995년 4월 「농산어촌체재형 여가활동을 위한 기반정비의 촉진에 관한 법률」 제정 : 농촌체재형 여가활동을 지원하기 위한 조치를 강구하면서 농업체험, 민박 등에 대하여 등록제도를 실시, 여가활동을 위한 기반 정비 등을 내용으로 하고 있다.
 - 1998년 12월 농정개혁대강에서, 농촌관광 등 도농교류가 국민적 운동으로서 정착하도록 소프트, 하드 양면에서 조건을 정비하기로 하였으며 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.

- 일본에서의 농촌관광은 시장에서의 자발적인 움직임보다는 정부 정책에 의해서 유인되고 있는 특징을 가진다. 정부는 농촌지역 활성화, 도시와 농촌의 교류라는 측면에서 농촌관광정책을 추진하고 있다.

5] 대만

- 농업 경쟁력 제고를 위한 새로운 돌파구 마련의 차원에서 농촌관광에 접근하고 있다. 유럽 국가들에 비해 농촌관광이 농업정책의 범주에 있음을 명시적으로 밝히고 있으며 독립된 법률 체계를 가지고 있다.
 - 대만에서는 휴한농업을 전원경관·자연생태 및 환경자원을 이용하고, 농림축수산물생산·농업경영활동·농촌문화 및 농가생활을 결합하여 국민에게 휴한활동을 제공하고 농업과 농촌에 대한 체험을 증진시키는 것을 목적으로 삼는 농업경영이라고 명시함으로써 농업정책의 일환으로 파악한다.
 - 관광농원, 시민농원, 휴한농장, 농업관광 등 4가지 부류를 농촌관광으로 볼 수 있다.
 - 관광농원 : 농민이 경영하는 농원을 국민에 개방, 농산물 수확 체험
 - 도시농원 : 도시 주변 농지소유주가 농지를 구획하여 도시민에게 임대
 - 휴한농장 : 관광농원, 농촌생활, 체험농업, 숙박과 음식 관련 서비스를 포함하는 형태
 - 농업관광 : 관광농원, 시민농원, 휴한농장 또는 기타 특수한 경영 형태를 지닌 농장을 모두 포함하는 형태

2. 농촌관광에 대한 정책적 지원

- 외국의 농촌관광에 대한 정책적 지원의 공통점은 정책사업의 틀, 방향, 지침, 예산, 평가 등은 중앙정부(우리의 농림부)가 제시하지만, 실행 과정에는 지방자치단체와 수많은 공공기관 및 민간조직이 주도적으로 참여한다는 것이다.
- 영국 환경·식료·농촌부, 프랑스 농림부, 독일 소비자 보호·영양·농업부, 대만 행정원 농업위원회가 농촌관광에 대한 지원을 하는 주무 부처이다.
- 지원 분야는 공통적으로 제도적 지원, 공공 인프라 투자, 개별 농가 시설에 대한 투융자, 교육 및 마케팅 등이다.
- 재정 지원에 있어서는 지원 받는 경영주의 경영 능력과 발전 가능성을 엄격히 평가할 뿐만 아니라, 중앙, 지방, 경영주간의 매칭 펀드 형식을 취하는 경우가 많다.

① 영국

- 영국에서 농촌관광에 대한 지원정책에는 일반적으로 3개 정부 부처가 주로 관련된다.
 - 환경·식료·농촌부(Department for Environment, Food and Rural Affair: DEFRA)
 - 문화·미디어·스포츠부(Department for Culture, Media and Sport: DCMS)
 - 통상산업부(Department for Trade and Industry: DTI)
- 이들은 정책의 수립, 예산의 지역별 배분, 평가 등 정책 수행의 전 단계에서 주도적인 역할을 한다.

- 정책 집행은 런던지역을 포함하는 총 9개 지역의 중앙정부 지역사무소(Government Regional Offices)가 담당하며, 지역사무소는 중앙부처와 지역단체들 간의 관계를 원활하게 하는 중간자 역할을 수행한다.
 - 농촌발전정책(England Rural Development Programme: ERDP)에 관련된 정책 사업은 10개로 나뉜 각 지역 지역발전청(Regional Development Agencies: RDA)을 중심으로 이루어진다.
 - 지역발전청은 유럽연합 세 가지 구조기금(ERDF, ESF, EAGGF)을 통괄하는 단체로서 설립되었다는 점에서 의미를 가진다.
- 영국의 농촌관광에 대한 정부 지원은 1980년대 후반부터 1990년대 초에 걸쳐 집중적으로 이루어졌으며 이 시기에 수많은 농가 민박이 증가하였다.
- 유럽연합의 일반적 농촌지역발전정책과 영국의 농촌발전정책(ERDP)을 근거로, 중앙정부는 각 지역에서 시행할 수 있는 정책적 지원의 범위나 방법들만을 언급하고 실행은 지역별로 지방정부와 단체 간의 파트너십을 통해 이루어지는 구조이다.
 - 현재는 시설 투자에 대한 지원보다는 기존에 지원을 받은 농가 민박의 경쟁력 강화에 초점이 맞추어지고 있다.
- 농촌관광에 대한 영국의 정책적 지원의 전반적 특징은 농촌관광 그 자체를 목적으로 하기보다는 농업경영의 다각화, 농촌의 환경보존 등을 목적으로 추진되는 각종 정책사업 중에서 농가가 농촌관광사업을 농장경영의 하나의 항목으로 선택하도록 하는 방식이라는 점이다.
- 그러나 중앙정부가 농촌관광 사업자에게 직접 보조금이나 지원금을 지급하지는 않고 지역단체나 그 파트너십을 통해서 지원을 하는데, 그 이유는 정책지원금이 지역발전에 협동적이고 광범위한 효과를

갖게 하기 위해서이다.

- 환경·식료·농촌부는 지방의 기술보급조직을 거점으로 농촌관광에 대한 지원을 한다. 특히 환경·식료·농촌부가 농가의 사업 성공 가능성을 충분히 분석한 뒤에 지원하는 것이 특징이다.
 - 농촌휴양지계획제도: 휴경 농지에 산책로 조성시 보조금 지급
 - 농촌 경관관리인제도: 보전할 가치 있는 농촌 경관을 활용하여 휴양 시설로 이용하고자 하는 농가와 계약을 맺어 보조금 지급
 - 농장경영다각화사업(Farm Diversification Grant Scheme): 농장경영 다각화를 위한 타당성조사, 시설정비, 마케팅 등 3단계에 지원금 지급
 - 타당성 조사: 기술보급조직 등의 컨설턴트에 의한 타당성 조사에 대해 50% 보조, 최고 3,000파운드까지 지원
 - 시설 정비: 숙박시설, 농장점포, 과일따기농원, 음식조리실, 스포츠 시설, 레크리에이션시설, 교육시설 등의 설치에 25% 보조, 최고 8,750파운드까지 지원
 - 마케팅: 전문가 인건비 혹은 대행기관 경비, 팸플릿 인쇄비, 농장 휴가협회 회원비 등
 - 농지임지화프리미엄사업(Farm Woodland Premium Scheme): 잉여 농지의 임지화를 통한 환경보전 및 레크리에이션 기회 증대
- 또한 환경·식료·농촌부에서는 EU의 5b지역 지원사업을 결합시켜 농촌관광 분야에 지원을 하는 것이 최근의 추세이다.
 - 농장관광활성화사업(Revitalizing Farm tourism): 기존 관광사업 활성화 및 서비스 질 향상
 - 건축물 및 주변 환경 정비시 사업비의 1/3, 최고 25,000파운드 보조
 - 농장관광2000사업(Farm Tourism 2000): 전체 산업 속에서 농촌관광의 경쟁력 확보를 위해 도입
 - 민박, 농장체험, 농식품 등을 결합한 브랜드 확립
 - 마케팅 전략이 사업의 핵심

- 농가, 지역 관광국 대표, 전문가간의 공동 작업
- 한편 국민공동유산(National Common Inheritance)을 보전하기 위한 각종 지원책을 통해 농촌관광을 간접적으로 지원하기도 한다.
 - 미이용건축보조사업(Redundant Building Grant Scheme): 미이용 건축물을 증개축하여 새로운 비즈니스에 이용하는 것은 고용 창출 및 경관 유지 도모
 - 고용 규모 15명 이하 소규모 사업이며 농촌개발위원회가 설정한 31개소 농촌개발지역 및 국립공원지역
 - 보조율은 총 사업비의 25%-30%
 - 농가 이외 일반 업자나 주민도 대상
- 결국 영국 중앙정부의 농촌관광 활성화 대책은 4가지의 축으로 구성되어 있는 것으로 파악된다.
 - 경영상의 조언 및 평가
 - 직업훈련 및 교육
 - 관련 비용의 100%-50% 보조
 - 시설 등에 대한 자본투자 보조
 - 마케팅 보조

<표 3-1> 영국의 주요 농촌관광 관련사업 요약

사업주체	사업명	사업목적	관광관련지원의 내용						
			가능성조사 의 실시	숙박시설 의 정비	레크리에이 션시설 정비	관광상품 개발	환경개선	조언·연수 제공	마케팅
환경·식료 ·농촌부	농장경영 다각화 사업	농장자원을 살린 농외 비즈니스 추진	●	●	●	●	●	●	●
	농장식림사업	잉여농지에서 식림진흥에 따라 임업진흥, 환경보전 및 레크리에이션의 진흥			●		●		
	환경보전우선 지역사업	주로 조건불리농촌지역에서 환경 및 경관보전, 레크리에이션의 진흥			●		●		
	전원지역 스튜워드십 사업	ESA 이외 지역에서 환경보전과 레크리에이션의 진흥			●		●		
	전원지역 접 근성 사업	휴경지를 일반시민의 레크리에이션 이용에 제공한다			●				
	농장환경보전 보조사업	농장의 전통적 경관·자연 환경의 보전과 농업에 의한환경오염의 방지					●		
농촌개발 위원회	미이용 건축물 보조사업	조건불리지역에서의 고용창출		●		●		●	●
EU연합 관련보조 사업	리더사업	불리조건하에 있는 농지 지역의 사회·경제의 활성화	●		●	●	●	●	●
	농장관광 활성화 사업	농가 관광의 경쟁력 강화와 틈새시장의 개척		●	●		●		●
	농장관광 2000사업	농장관광의 상품으로서의 브랜드화							●
농장에서 휴가협회	(사업명 없음)	농가의 어드바이스와 연수기회의 제공. 농장관광의 전국적 마케팅						●	●
관광국(문화· 미디어· 스포츠부)	관광개발법 제4조 보조사업	농촌지역의 농가관광의 기반정비		●				●	●

② 프랑스

○ 프랑스에서는 농촌관광만을 목적으로 수행하는 중앙정부의 독립된 정책사업은 없지만, 일반적 관광진흥과 농업경영 차원에서 농촌관광에 대한 지원이 상당한 수준으로 이루어지고 있다.

- 농촌의 개발과 활성화, 국민 복지로서의 여가활동 충실, 농업과 농촌의 가치를 높이는 일, 고용창출의 수단 등 다양한 정책 목표를 실현하기 위한 수단으로서 행정지원을 하며 이러한 지원이 농촌관광 활성화에도 이어지는 형태이다.

· 다만, 개인(이 경우 농가에 한정되지 않음)이 민박을 경영하고자 할 경우 보조금을 지원 받을 수 있는 제도는 갖추어져 있다.

- 예를 들면, 농가가 경영하는 관광사업에 대해서는 1988년에 제정된 농업적응법에 의해 “세계상의 우대(사회보험료 우대)”, “청년농업교부금(DJA)”, “시설개선을 위한 저리 융자(PAM)” 등의 프로그램을 통해 지원한다.

- 또한 국가와 자치단체의 계약체결(CPER)에 의한 지원, 1999년 7월에 제정된 농업기본법에 근거한 국가와 농업경영인과의 계약(CTE: Contrats Territoriaux d'Exploitation)에 의해서 새로운 형태의 보조금이 농촌관광을 추진하려는 농가에 지원될 수 있다.

· CPER의 지원 내용은 관광숙박시설의 질과 상품화를 개선, 관광경영의 전략수단을 조직화하고 실현하는 것, 관광산업을 시장의 변화에 맞추는 것, 국민이 모두 바캉스를 보낼 수 있도록 하는 것(경제적으로 혜택 받지 못한 젊은이, 장애자도 이용 가능한 숙박시설 등), 지속적 발전이 될 수 있도록 지역개발을 수행하는 것(현재보다 넓은 행정구분의 정책에 따른 관광개발, 관광사업을 수행하는 자를 전문가로서 키우는 것, 오래된 가옥의 활용 등) 등이다.

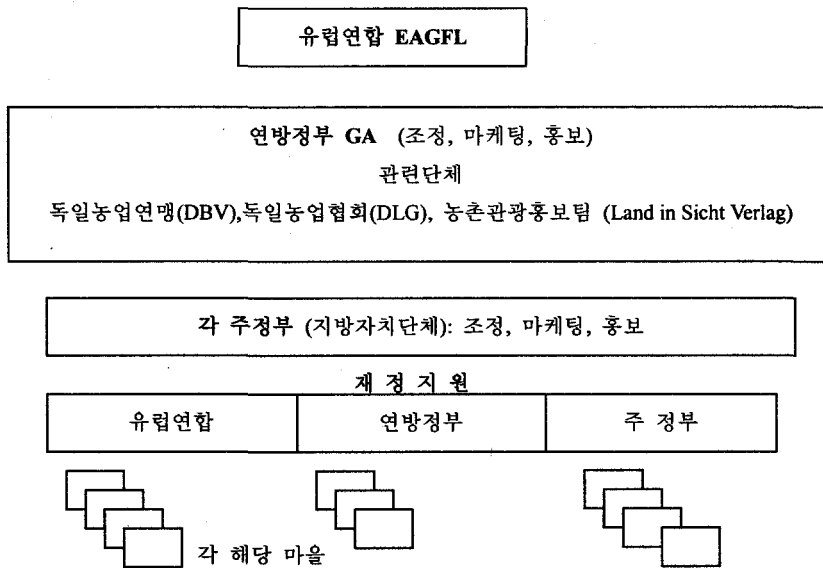
- CTE의 지원을 위해서는 농업을 고용 분야, 국토 및 농촌개발 분야, 환경 분야와 연계할 것이 조건 지워지는데 농촌관광은 여기에 가장 잘 부합되는 사업으로 평가된다.
 - 프랑스 정책지원의 특징적인 측면은 민간의 공급 네트워크들이 조직적으로 활동하는 가운데, 국가와 지방자치단체 간의 농촌관광을 둘러싼 역할 분담도 상당히 체계적으로 이루어지고 있다는 점이다.
 - 국가(중앙정부)는 국토정비정책을 통해서 농촌관광을 지원하는데, 국가가 농촌관광 진흥을 위해 지원하는 것은 주로 홍보, 연수, 조사·연구, 컨설팅, 호텔, 농촌의 문화재 등에 관한 사항이다.
 - 지방자치단체로서 레지옹(지역), 데파르트망(도), 꼬뮌(시·군) 등은 지방세와 국가교부금을 사용해서 각각 농촌관광에 대한 지원을 한다.
- 프랑스 중앙정부의 농촌관광 지원은 간접/직접 지원으로 분류해 볼 수 있다. 간접적 지원은 관광의 토대가 되는 환경, 역사, 문화적 보전을 도모하는 것인 반면, 자본 투융자, 제도 개선, 시설보급, 교육 등은 직접적 지원에 해당한다.
- 간접적 지원: CPER/CTE 등과 같이 자연보호구역, 농촌관광 중심지, 역사적 건조물이 많은 지역과 국가의 계약
 - 직접적 지원:
 - 농가의 관광사업에 대한 시설 투자의 보조 및 용자(시설개선을 위한 저리 융자(PAM))
 - 농가주택 개조 혹은 민박사업에 대한 보조금 지급
 - 관광 인프라가 되는 SOC 투자
 - 농산물 직매행위를 법률상 농업활동의 일부로 간주
 - 과세 대상 세분화로 농가에 유리한 견적과세신고제 운영
 - 농가의 관광 관련 교육 및 연수에 대한 비용 보조
- 한편 농촌관광업의 활성화를 위해서 프랑스 농림부는 농촌관광초보교육과정 및 성인농업관광과정 등을 운영하고 있다.

- 농촌관광초보교육과정은 400여 개의 기관에서 행해지고 있으며 150여 개 이상의 과정이 운영되고 있다.
- 성인농업관광과정은 기초과정, 장기관광개발프로젝트, 특별전문과정 등으로 나뉘어 운영되고 있다.

3 독일

- 독일의 농촌관광에 대한 정책적 지원은 별도의 독립된 법률 없이 농가에 대한 일반 보조의 틀 속에서 추진되며 유럽연합, 연방정부, 주정부, 기초자치단체가 공동으로 대응한다.
 - 대체로 국가 전체의 관광산업 진흥을 위한 정책은 경제·기술부와 건설부를 주축으로 이루어지며, 소비자 보호·영양·농업부는 농촌관광과 관련된 정책을 추진한다.
 - 연방정부와 각 주가 공동 추진하는 지역경제구조개선정책(GA Gemeinschaftsaufgabe von Bund und Ländern Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur)은 개인의 관광경영 촉진을 위한 대표적 정책이다. 이는 교육과 기반시설 투자에 주로 지원금을 사용하는데, 여기에는 숙박업에 대한 투자에 상당한 비중을 둔다.
- 연방정부 소비자 보호·영양·농업부에서는 농업구조와 산간지역보호 향상정책(GA Verbesserung der Agrarstruktur und Kuestenschutzes)의 틀 내에서 농촌관광 촉진정책을 추진하며, 독일농민연맹(DBV)과 독일농업협회(DLG) 등의 협조로 추진하는 “농가에서 휴가를(Urlaub auf dem Bauernhof)” 사업은 가장 대표적 사업이라 볼 수 있다.
 - 보조금과 저리 융자금 지원
 - 보조금은 개별 농가에 대한 투자촉진보조정책과 농업융자정책의 일환으로 지급

- 저리 융자금은 농업신용은행의 특별융자 프로그램으로 융자 대상은 겸업 추진 농가 및 지역경관보전과 이미지 향상을 위한 사업, 농촌 후계자 및 젊은이를 위한 공간정비사업
- 농업투자지원 프로그램(AFP: Agrarinvestitions Forderungs Program)
 - 지원대상: 전업 농가 및 겸업 농가, 소득세법상 농업경영자, 농업인고령보험법(ALG)에서 규정한 농업, 원예, 임업, 내수면 어업의 경영자, 공적기관 자본참여비율이 자기자본의 25% 미만인 자
 - 지원조건: 신용상태, 회수능력, 투자액 상한선 유지
 - 지원내용: 수입원 다각화(농가에서 휴가를 사업, 농산물 및 농산가공품 직매, 여가와 보양 분야)
- 농업후계자지원 프로그램(FVW: Forderung Vonjungglamd Writen): 젊은 농업인에 대한 지원금 우대 조치로 보조율도 높고 대출금 이자 할인율도 높은 사업
 - 젊은 농업인이 지원금 신청시 1전업 노동력당 25% 내지는 30% 보조율을 적용하여 우대
 - 지원 가능한 투자액을 초과한 경우 금융시장 대출금에 대한 5%의 이자 할인



<그림 3-1> 독일의 농촌관광 촉진을 위한 투자 구조

4) 일본

- 일본에서 농촌관광 육성을 위한 국가나 지방자치단체의 주요한 노력은 몇 가지로 요약된다.
 - 시정촌장의 인정을 받은 계획에 대해서는 농작업 체험시설 등을 정비하는 데 필요한 자금의 지원 또는 용자를 제공한다.
 - 시정촌 계획이나 농업인(단체)이 계획을 실행하는 데 필요한 조언이나 기술지도를 제공한다.
 - 도농 간의 이해와 공감을 도모키 위해서 관민 연계에 의한 농촌관광의 적극적인 홍보활동을 전개하고 정보시스템 구축을 통한 실천적 지원체제를 정비한다.
 - 가장 중요한 것은 기업, 은행, 소비자 단체, 노동조합, 생협 등과 도시와 농촌의 교류를 연계하기 위한 네트워크 체제를 정비하는 데 주력하는 것이다.

- 지원 정책은 크게 시설설치 지원사업과 소프트사업 그리고 제도 및 규제완화로 구분된다.
 - 시설설치지원사업 : 지방자치단체, 혹은 공공단체가 주체, 민간에 대해서는 용자, 로그하우스 농원정비 사업(시민농원 정비)/도시주민과 농촌주민의 교류 및 집회 시설 설치/농가민박시설 정비 사업/농가민박개업시 저리 용자 등이다.
 - 소프트 사업 : 인터넷을 통한 농가 민박의 정보 제공, 어린이의 자연농업체험에의 지원, 고령자 등의 농업 농촌체험에의 지원, 도시농촌 교류 스쿨에 의한 농가민박자 및 강사 등의 교육, 인재 풀에 의한 인재 활용 등이다.
 - 제도 및 규제 완화 : 농촌휴가법(1994년)제정, 식료 농업 농촌기본법에 의한 농촌관광의 강조, 농가민박에 관한 규제 완화(도시계획법, 농지법, 농진법, 건축기준법, 소방법, 여관업법, 식품위생법 상의 규제완화) 등이다.

5 대만

- 대만은 일찍이 휴한농업에 관한 근거 법을 마련하여 농촌관광에 대한 지원을 하고 있다.
 - 1990년 농업구조개선을 통한 농가소득 제고 방안 중, “농산어촌 휴한농업 및 관광농원을 발전시키는 계획” 심의 결정
 - 매년 9개 부락 선정, 사업 추진하여 50개 마을에 투자
 - 1992년 휴한농업지역의 설치 및 관리방침 결정
 - 개별 경영자가 휴한농업지구 설치 계획 및 신청하도록 규정
 - 면적이 50ha에 달해야 하므로 대부분 공동경영이나 위탁경영하는데, 경영 주체가 불분명하여 수요 충족에 미흡
 - 1993년 관계 법률 제정

- 휴한농업설치관리법, 휴한농업지도관리법, 휴한농업지구지정심사작업요점, 휴한농장경영계획심사작업요점 등으로 구성
- 휴한농업지구와 휴한농장의 개념 구분
- 지방정부가 휴한농업지구계획 수립, 설치조건 및 경영관리 지도
- 법률체계상 지위가 낮아 타 법령과 충돌하는 사례 발생
- 1999년 관계 법률 수정 및 위상 강화
 - 휴한농장 설치기준, 시설종류, 설립절차 및 설립 후 관리감독 등 사항
 - 토지관리상 수토보전법, 환경영향평가법 등과 충돌하는 경우 토지 변경편성 가능토록 개정
- 2000년 농업발전조례의 수정 공포 및 관계 법률 수정
 - 첫째, 숙박시설, 식당시설, 농산물과 농촌문물전시(판매) 및 교육해설센터 등 휴한시설이 없는 휴한농장 설립 면적 기준을 0.5ha로 완화
 - 둘째, 도시지역에 있는 휴한농장의 휴한농업시설 항목 수정
 - 셋째, 휴한농장 허가증 발급 절차, 수수료 기준 및 처벌규정 추가
- 매년 휴한농업지구(휴한농장)를 지정하고 전폭적인 재정적, 행정적 보조를 하고 있다.
 - 선정된 휴한농업지구에 대한 도로, 주차장 등 공공시설 지원
 - 개별 휴한농장에 대한 우대금리융자 제공
 - 휴한농장주의 경영능력 배양을 위한 전문기관 위탁 교육훈련, 해외 연구, 식당및숙박시설 운영을 위한 교육훈련 실시
 - 비용은 전액 정부 부담
 - 재정적 보조 지원
 - 보조 대상은 실제 농어업 경영에 종사하는 농어민과 농회(농협), 어회(수협), 농어업합작사, 합작농장 등 단체 등

- 보조 가능 분야는 농업경영시설, 공공성 설비, 관광 활동에 필요한 서비스성 시설. 개별 농가 경영자에게는 농업경영설비 70%, 공공 설비 50%, 서비스성 설비 30%를 상한으로 보조하고, 단체 경영자에게는 농업경영설비는 70%로 같지만, 공공성 및 서비스성 설비는 30%를 상한선으로 한다.
 - 보조는 대상지의 여건, 경영주의 경영 능력, 발전 가능성 등을 검토한 후 결정하는데, 평가를 근거로 삼아 일반지도지역과 중점지도 지역을 양분하여 관리한다.
- 여기에 더하여 중앙정부가 앞장서서 국민을 대상으로 농촌관광에 대한 적극적인 홍보를 하기도 한다.
- 농업위원회 홈페이지, 대중매체, 각종 판촉 활동 등을 통해 홍보 추진
 - 전국의 중학생들을 대상으로 “시골길을 걸으며 전원에서 느끼는 즐거움”에 관한 휴한농업 글짓기 및 그림대회 등을 개최하여 휴한농업을 보급
 - 농업전문 텔레비전채널 “우리들이 걸었던 길”이란 프로그램과 협조하여 관광농업 및 관광농원을 소개
 - 대만지역의 휴한농업 및 휴한농장시설의 정보를 수집하여 지도 및 관리에 활용
 - 책임 분담, 협조 관계 강화, 사업범위 구분 등을 통한 행정효율을 높이기 위하여, 행정원 농업위원회는 특히 “휴한농업 및 관광농원을 계획하는 권한과 책임의 구분 및 업무분담요점”을 연구하여 제정

3. 농촌관광 관련 조직과 활동

- 외국의 농촌관광 정책과 사업을 추진하는 데 있어 관련되는 조직은 중앙 정부의 지방조직, 정부의 예산을 받는 민간조직, 순수 민간조직, 상업적 민간조직 등으로 구분된다. 국가별 발전 단계에 따라서 조직의 수, 형태, 기능의 전문성에는 다소 차이가 있다.
 - 이 조직들의 주요 임무는 공통적으로 농촌관광 경영자를 위한 상담과 조언, 각종 교육, 정책사업 등에 대한 관련 정보 제공, 등급제 등을 통한 품질 관리, 공동 마케팅 등으로 요약된다.
 - 대만을 제외한 유럽 국가들의 경험을 참고하면, 공급자들 스스로 조직화를 통해 공동 브랜드를 만들고 공동 마케팅을 하는 것이 정부의 정책적 지원을 효과적으로 만드는 요체인 것으로 파악된다.
 - 영국의 경우는 지방의 관련 단체나 공급자 조직 등을 통하지 않고는 소규모 농촌관광 경영체가 정부 지원의 혜택을 얻기 어려운 구조이다.
 - 프랑스의 지프 드 프랑스 같은 조직은 법률 규율 이외에도 조직 나름의 건축 규정, 서비스 규정, 안전 규정 등을 회원에게 준수하도록 한다.

1) 영국

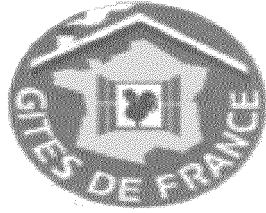
- 농촌관광과 밀접하게 관련되는 3개 중앙부처와 지방정부 및 지방정부 관할 각종 위원회 이외에, 영국에서 농촌관광과 직간접으로 관련되는 조직은 다음과 같이 세 부류로 분류할 수 있다.
 - 우선, 지역발전청(RDA), 잉글랜드관광협회, 영국관광협회, 지역관광협회, 전원관리청 등은 정부의 예산을 받아 지방에서 농촌관광과 관련된 사업을 실행하는 조직이다.
 - 둘째, 비즈니스링크, 농업경영컨설턴트, 농장관광협회(Farm Stay UK) 등은 민간조직으로서 농촌관광 경영자에 대한 각종 경영상담

및 조언, 정보 제공, 기술교육, 공동마케팅 등을 수행한다.

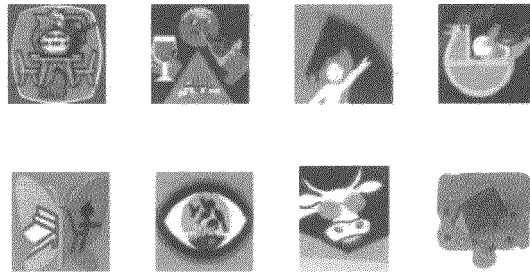
- 영국 최대 민박 네트워크인 농장휴가협회(Farm Holiday Bureau)는 공동 상표를 등록하고 공동으로 마케팅을 한다. 회원을 위해 각종 관련 정보 제공, 마케팅 전시회 기획, 연수 프로그램 제공, 안내책자 발행 등의 업무를 수행한다. 농업수입이 없는 농가의 참여는 배제하는 것이 특징적이다.
- 셋째, 그 밖에 직업훈련및기업위원회와 같이 일정 부분 정부 예산을 받아 교육 및 훈련 담당 업무를 대행하는 민간조직이나 여행보험회사, 자동차회사 등과 같이 관광 관련 민간기업의 마케팅도 중요한 비중을 갖는다.

② 프랑스

- 프랑스 농촌관광은 3개의 주요 공급 네트워크 조직에 의해서 주도되고 있다.
 - 우리나라에 가장 잘 알려져 있는 프랑스 최대 농촌관광 공급자 조직인 지뜨 드 프랑스(Fédération Nationale des Gîtes de France, 프랑스 민박연맹)에는 약 5만 여 명의 회원이 가입하고 있는데 그 중 농가는 약 40% 정도이다.
 - 농업회의소 및 농협 등에서 중심이 되어 네트워크를 구성하고 있고, 농가만이 가입할 수 있는 농가로의 환대(Bienvenue à la Ferme) 네트워크에는 3천 여 명의 회원이 확보되어 있다.
 - 관광 경영주의 소득보다는 도시민과의 교류, 농업성(rurality)의 회복 등을 보다 강조하는 농촌민박(Accueil Paysan) 네트워크는 63개 데파르트망에 걸쳐 소규모로 운영된다.



<그림 3-2> 지트 드 프랑스 상징 로고



<그림 3-3> “농가로의 환대” 가맹농가에서 제공하는 활동들에 대한 안내 표지들

- 이들 대표적인 3대 공급자 조직 이 밖에도 가족휴가촌협회, 농촌 소규모 호텔 연합인 룻지 전국연맹, 각종 식당업과 관련되는 공동 상표 조직들이 있다.
- 또한 농촌관광진흥센터는 위의 관련 조직들과 22개 레지옹관광위원회가 공동으로 설립하고, 관광부, 농업부, 유럽연합의 보조금으로 조사 및 연구활동, 관련 조직간 정보 교환 및 정책 제안 활동 등을 하고 있다.
- 한편 프랑스에서는 행정구역을 중심으로 지방 단위에 관광위원회가 설치되어 다양한 컨설팅, 연구, 교육, 조직화, 마케팅 등을 추진하고 있다.

<표 3-2> 프랑스의 농촌관광 관련 조직과 역할

조 직 명		역 할
레지옹	지역관광위원회	레지옹 내 관광관련업무의 조직화, 개발, 코디네이트
	지역관광대표단	정부의 관광정책을 레지옹 및 데파르트망 레벨에서 실행할 방안 제시, 관광개발 계획의 분석과 지자체에의 자문 등
	지역농림국	농업=관광협약, 오퍼레이터나 지자체에 대한 자문, 계획의 분석
데파르트망	데파르트망관광위원회	레저·관광 관계자의 조직화, 활성화, 코디네이트, 데파르트망 관광방침의 실시, 연수, 관광시설의 선전개발
	데파르트망 농림국	농업=관광협약, 오퍼레이터나 지자체에 대한 자문, 계획의 분석
	투어리스트오피스 지부	연수, 계획, 실시
꼼윈	투어리스트 오피스	관광객의 수용, 정보 제공, 상업활동
	녹색휴양지·눈(雪)의 마을	관광객이 체재하기 쉬운 꼼윈으로 만들기 위한 여러 활동
	프랑스의 가장 아름다운 마을	역사적 건조물이나 자연 등의 경관보호
	가족휴가촌협회	가족이 지낼 수 있는 휴양지 정비
행정 구역 이외	관광환대마을	같은 지방색을 가진 지역의 관광개발계획, 고장의 관광사업참여자의 코디네이트, 연수, 자연, 건조물, 문화의 가치를 향상시키는 관광개발
	지방자연공원	국가 및 지자체로부터 인가, 자연, 향토자산의 보호, 환경을 보호 하면서 수행하는 경제개발, 고장관계자의 코디네이트, 관광사업의 평가와 시장개발, 관광객 수용

③ 독일

- 독일 연방정부 차원에서 농촌관광을 담당하고 있는 조직은 소비자 보호·영양·농업부이며 주 정부 차원에서도 농업을 담당하고 있는 부처에서 농촌관광을 담당하고 있다.
- 관련 조직으로는 소비자 보호·영양·농업부의 정보서비스협회(AID), 독일농업협회, 독일농민연맹, 농업신용은행, 생활개량보급원 등을 들 수 있다.

- 정보서비스협회: 민박 경영 농가를 위해 교육 프로그램을 운영하고 정부의 보조정책 등에 대한 홍보
 - 독일농업협회: 민박 농가들의 등록 및 관리 업무, DLG 품질인증마크를 발행하는 등 민박 상품의 규격과 품질을 통일. 특히 DLG 품질인증마크가 바로 독일농업협회에서 발행하는 민박 등급의 표시인데, 이는 국립특허기관(RAL)이 인정한 'DLG점수' 마크에 관한 기본 규칙에 따라 각 지역별 담당위원회의 심사를 거쳐 부여되며 3년마다 재평가가 이루어진다.¹⁵⁾
 - 독일농민연맹: 독일농민연맹 산하에는 농가민박및농촌관광연방협의회(Die Bundesarbeitsgemeinschaft für Urlaub auf dem Bauernhof und Landtourismus in Deutschland e.V.)가 있다. 이는 주 정부나 기초자치단체 차원의 농촌관광 관련 기관 및 단체를 포괄한다.
 - 농가민박 촉진 및 홍보
 - 농촌관광 경영자 이해 대변
 - 주 정부 차원의 관련 단체의 마케팅 활동 지원 등
 - 농업신용은행: 민박 경영에 필요한 자금 지원을 비롯한 직간접적 지원
 - 생활개량보급원: 주로 농가 주부에게 새로운 여성경영자가 되기 위한 지도를 하는 것인데, 이 중 상당 부분이 민박 경영에 관한 내용
- 이외에 주별로 해당 주의 특성을 나타내는 민간조직이 있으며, 상업적 목적으로 운영되는 민간 조직으로서 농촌휴가센터의 활동을 주목할 만하다.
- 농촌휴가센터는 소비자와 공급자를 이어주는 온라인 서비스 및 잡지 발행을 주 업무로 하는데, 자체 등급화, 손님이 추천하는 최고 민박 선정, 공급자간 공동 마케팅 브랜드 조직 등과 같이 의욕적 활동을 함으로써 언론의 주목을 받은 바 있다.

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

④ 일본

- 중앙정부 차원에서 농촌관광은 주로 농림수산성과 농림수산성 산하 임야청과 수산청이 담당하고 있다. 그러나 자치성, 건설성, 통산성 등에서도 농촌관광 그 자체를 목적으로 하는 것은 아니지만 결과적으로 농촌관광을 활성화시키기 위한 여건 조성에 기여하는 정책들이 추진되고 있다.
 - 예를 들어 건설성의 도로변 휴게소 사업은 기초자치단체 행정구역 입구의 도로변에 휴게소 기능과 지역 농산물 집하장 및 농민시장, 직거래장터, 관광농원, 회의시설, 농림어업체험실습관을 갖추고 중소 규모 회의도 할 수 있는 시설을 만들어 도시민과 농촌주민의 교류의 장소로서 활용하고 있다.
- 지방자치단체에서는 우리나라의 경우와 비슷하게 중앙정부 보조금사업과 지방자치단체 자체사업으로 농촌관광사업을 추진하고 있다. 다만 우리나라에 비하여 일본의 각 지방자치단체에서는 농촌관광에 대한 나름대로의 전략을 마련하여 활발하게 추진하고 있다.
 - 예를 들어 각 광역지방자치단체에서는 농촌관광 매뉴얼, 농촌관광 정보지를 자체적으로 제작 배포하고 있으며, 최근에는 지역의 조례로서 농촌관광 경영자의 규제 등을 완화하는 사례도 발생하고 있다.
- 농촌관광과 관련한 대표적인 조직으로는 「도시농산어촌교류활성화기구」를 들 수 있다. 이 조직은 (재)고향정보센터, (재)21세기마을만들기학원, (재)농림어업체험협회 등 3개 기관이 통합된 조직으로 정부의 지원금을 받아 운영되고 있다.
 - 이 기구의 주요 사업은 농촌관광 진흥을 위한 조사 및 컨설팅업무, 농촌관광정보제공, 시설운영 지원 및 노하우 연수, 농가민박 등록제도 운영, 농촌관광인재육성, 홍보 등이다.
 - 이 기구의 총 예산 중 27%는 정부 보조금인데 이는 사업별로 주어지고 있다.

<표 3-3> 일본의 농촌관광 활성화를 위한 각 부처의 정책

부 처	사 업 명	주요사업내용
농림수산성	농림자원활용농업구조개선사업	지역 단위 체험농업생산시설, 교류시설정비
농림수산성	농산어촌에서 여유 있는 휴가를	농가민박경영상담, 연수 조직화 등을 실시
농림수산성	중산간 도시교류형 거점정비사업	대도시에 고향 플라자 설치
농림수산성	산촌진흥 등 농림어업특별대책사업	종합교류촉진시설, 부인교류촉진시설
임야청	자연휴양촌	관광농원 산책로 정비
임야청	임업지역종합정비사업	공영숙박시설, 산촌유학시설 정비
임야청	산촌에서 휴가를 특별대책사업	체재시설, 휴양삼림공간정비
임야청	푸름과 교류가 있는 마을 정비사업	도시와의 교류거점시설정비
수산청	연안어업구조개선사업	아름다운 어촌마을 가꾸기 사업비 지원
수산청	신마리노베이션교류거점시설사업	지정지역내에 교류거점시설 정비 지원
수산청	어항교류관광장정비사업	어항중심지에 교류관광장 설치 지원
환경청	자연휴양채재거점정비	국립공원내 캠핑장 설치
환경청	자연환경보조활동거점시설정비사업	자연센터,산책로, 체험시설정비
국토청	재충전고향추진모델사업	각종 교류 및 체험, 휴양시설 정비
국토청	고향 C&C모델사업	과소마을의 빈집을 활용한 숙박시설 정비
국토청	과소지역활성화추진모델사업	장기체재형 농산촌형 리조트 정비
국토청	산촌도시교류환경종합정비모델사업	산촌의 경관정비
자치성	마을 가꾸기 특별대책사업	마을 단위 대규모 시설정비사업
자치성	리딩프로젝트	지역 단위 종합정비사업
자치성	젊은이 정주촉진 등 긴급프로젝트	아름다운 자연을 활용하여 도시와의 교류를 촉진하기 위한 시설정비
건설성	도로 휴게소 정비사업	도로변에 농산물 판매장 및 교류시설을 정비
통산성	지역소규모사업활성화추진사업	지역특산품 및 관광자원개발사업

주: 이 자료는 1998년 자료이기 때문에 현재의 상황과 일부 맞지 않은 경우도 있음.

5 대만

- 우리의 농림부에 해당하는 행정원 농업위원회가 주축이 되어 농촌관광 정책을 추진한다.
 - 정책의 입안과 계획을 수립하여 추진하는 지도사항
 - 실시 지역의 사정과 계획보고서의 심의
 - 정책자문조직의 소집 및 관계있는 법령, 방안, 조치의 입안사항
- 지방에서는 현(縣) 또는 시(市)정부에서 중앙정부의 정책을 실현시키는 역할을 수행한다.
 - 계획의 추진 및 하청작업 주관 및 감독
 - 실시 지역의 최초답사, 기본 자료의 수집조사 및 계획설계의 위탁
 - 계획의 추진 및 협조, 경영조직의 지도 및 감독 등의 사항
 - 본 계획의 교육, 선전 및 인재 배양 등의 협조사항
- 각 향(鄉)과 진(鎭)지역의 행정기관에서도 정부 정책을 받아 농촌관광 정책을 추진한다.
 - 계획 추진에 협조하고, 경영조직 및 추진기구의 설립 지도
 - 실시 지역을 답사하여 문서로 보고하고 기본 자료를 수집하여 제공
 - 위탁하여 처리한 하청공정을 접수하여 감독
- 각 급의 농어민단체 혹은 농민, 농장조직과 연계한다.
 - 정부의 계획을 위탁 추진하고 경영조직, 선전교육 및 인재배양 등의 협조사항을 지도
 - 실시 지역을 조사하여 선정하고, 기본 자료를 제공하고, 농촌의 민속문화활동을 개발하는 등 업무 수행에 참여
 - 실시 지역에서 농민조직을 관리하고, 농민간부를 배양하며, 전문적인 대출을 지도하는 등의 업무를 처리

- 휴한농업과 관계있는 관광 서비스와 필요한 자료 제공 등 업무
- 자문조직을 설치하여 휴한농업 추진을 지원한다.
 - 행정원 농업위원회는 휴한농업 및 관광농원을 추진하기 위하여 특별히 휴한농업정책자문기관을 설치
 - 휴한농업정책자문기관의 임무
 - 휴한농업 및 관광농원을 실시하는 지역을 조사하고 답사하는 자문 역할
 - 휴한농업 및 관광농원을 저변으로 확대하는 사업인원의 훈련계획을 자문하고 지원하는 사항
 - 휴한농업 및 관광농원의 계획보고서 평가사항
 - 휴한농업 및 관광농원의 계획설계사항 및 설계원칙의 자문평가사항
 - 휴한농업 및 관광농원을 발전시키는 시설설치 및 정부보조기준의 자문사항
 - 휴한농업 및 관광농원을 발전시키는 조치, 방안, 법령 등 연구사항
 - 기타 휴한농업 및 관광농원의 교육, 지도, 협조 등을 추진하는 것과 관계 있는 자문사항

4. 농촌관광의 개별 경영체에 대한 각종 규제 및 지침

- 외국의 농촌관광은 대만 이외에는 독립된 법률이 없이 농업·농촌정책과 관광정책의 중간 성격으로 위치지워져 있기 때문에 영업을 하는 개별 경영체의 위상도 농업인과 관광경영인의 중간 즈음에 위치한다.
 - 독립된 법률을 가지고 있는 대만 이외에는 경영주가 행정기관에 신고하는 것만으로 자격을 획득하는 것이 가능하다.
- 세부 규정은 국가별로 다르지만 공통적으로 관광경영의 규모나 수준이 농업의 부업적 성격을 가지면 규제나 세금과 같은 의무 사항이 거의 따르지 않는 반면, 그 규모나 수준이 상당하면 그에 상응하는 규제나 세금에 대한 의무가 부과된다.
 - 토지이용이나 건축행위에 관련되는 규정은 관광경영의 규모나 수준에 관계없이 국가 전체의 통일된 규제를 따르도록 되어 있다.
- 민박업과 달리 식사를 제공하는 경우는 안전성에 대한 규제 내용이 공통적으로 까다롭게 적용된다.
- 법률적 규정 이 밖에도 공급자 조직에 의한 규칙들이 중요하게 작용한다.

Ⅰ 영국

- 농촌관광업은 농업과 관광업의 중간 즈음에 위치하나, 독립된 법률이 없기 때문에 규모가 작은 경우는 농업에 가깝고 규모가 큰 경우는 관광업에 가깝다. 농촌관광에 종사하는 경영자에게는 법률적으로 사전적 자격 조건이나 의무규정이 전혀 없으며, 단지 창업일로부터 3개월 이내에 국세청에 신고만 하면 된다.
 - 그러나 숙박업과 요식업 이외에 농촌관광 범주에 포함되는 레저활동의 경우는 안전관리자격증 획득을 의무조건으로 한다.
 - 한편 농촌관광업은 경영주 주택이 농가인가 여부에 따라 농장관광업(Farm Tourism)과 기타 관광업(Rural Tourism) 등으로 구분하고 있다. 이는 정부의 지원 대상을 명확히 하고자 함이다.

- 농촌관광 경영자에 대한 특별한 자격 조건이나 의무규정은 없으나 준수, 인지할 약 50여 가지의 규정들이 있다. 이 중 건축허가 및 건물용도 변경 규정 이외에는 모두 권장사항 정도로 볼 수 있다.

■ 건축허가 및 건물의 용도변경에 관한 규정

- “도시및농촌계획법(Town and Country Planning Act 1990)”에 근거하는 이 규정은 영국 전역에 적용되며 토지나 건물의 용도를 변경하거나 신축할 경우 각 지방정부 개발허가위원회(Planning Permission Committee)의 허가를 받아야 한다.
 - 농장내에 새로운 건물을 건축하는 경우
 - 농장의 건물 용도를 상업적 목적으로 변경하는 경우
 - 캠핑, 캐러반 장소 확보를 위해 토지 용도를 변경하는 경우

■ 식품안전에 관한 규정

- “식품안전에 관한 법(Food Safety Act 1990)”에 근거하는 이 규정은 B&B형의 농촌관광 경영을 하는 농민에게도 준수 의무가 있다.
 - 침실 3개 이상 B&B 운영자는 국세청 신고 이외에 지방정부의 보건환경부에 28일 전까지 신고의 의무
 - 모든 식사 제공 사업자는 식품위생의 의무를 지켜야 하는데, 예고 없이 지방정부의 보건환경부 직원이 식품관리상태, 음식조리절차, 직원 위생상태, 잔반처리, 샘플채취 등 검사시 대응

■ 소방시설에 관한 규정

- “소방법(Fire Precaution Act 1971)”에 근거하는 이 규정은 상업적 숙박업 개시 이전에 소방허가를 받도록 하는 것인데 면제 대상 및 허가 규정은 각 지방 소방위원회의 소관이다.

- 대개 6명 이하에게 숙소를 제공하고 지하에 침실이 없는 경우나 숙소만을 제공하는 형태는 면제 대상

■ 장애시설에 관한 규정

- "장애자 차별 금지법(Disability Discrimination Act 1995)"에 의거, 장애인들의 이용을 불편하게 하는 실질적 장애물을 제거하는 조치를 준수해야 한다.

■ 기타 규정

- 가스 및 전기시설의 설치 및 운영 규정
- 텔레비전 시청료 납부 규정
- 여행객 기록, 회계장부 기록 및 보존, 보험 가입, 식품 및 숙박가격 표시, 주류판매허가에 관한 규정 등

② 프랑스

- 농촌관광업의 위치는 경영자에게 부과되는 세금 체계를 통해서 파악할 수 있다. 대체로 프랑스에서는 관광 경영의 형태나 성격이 농업활동의 연장선에서 이루어지는 경우는 그 경영자가 농업 분담금을 내고, 상업 활동으로 간주되는 경우는 상업 분담금을 내고 있다. 따라서 영국과 마찬가지로 프랑스의 농촌관광은 농업과 관광업의 중간적 성격을 갖고, 농촌관광 경영자의 사회적 지위 역시 이중적인 것으로 보인다.

- 직접세는 부업으로 대실 민박을 하는 농가로 수입이 얼마 되지 않으면 면세가 되는 반면에, 숙식 제공이 본업인 경우라면 관광경영상 부담하는 세금 부과 대상이 된다. 물론 수입이나 서비스 제공 형태를 근거로 상업형 소기업 조세 부과 대상인지 실수익 조세 부과 대상인지 등이 결정된다. 그 밖에 농촌관광에서 승마, 래프팅 강사와 같은 사람에 대해서는 농업도 상업도 아닌 다른 형태의 세금을 부과하

고 있다.

- 부가가치세 역시 농촌관광업 내에서도 면제 대상과 부과 대상이 분류된다. 예를 들면, 지뜨나 뢰블레는 면제 대상이며, 농산물 판매, 소규모 식당 등의 영업 활동은 5.5% 부가 대상이고, 우편 엽서를 판매하거나 주류를 판매하는 경우는 19.6% 부가가치세를 내야 한다.
 - 지방세는 직업세, 토지세, 주거세 등으로 구성되는데, 직업세의 경우 농업은 면제되고 관광업에는 부과된다. 가령 꼬뮌 인구가 2,000명 이하인 지역, 연간 6개월 이하로 대실 민박을 하는 경우는 직업세가 면제된다. 그러나 토지세는 나지에 농가 캠핑이 있거나 지뜨나 뢰블레와 같은 민박건물에 대해 모두 적용되며, 주거세는 관광용 건물 대여자들이 내도록 되어 있다. 그 밖에 체류세, 쓰레기세, 텔레비전 시청료 등이 지방세의 구성 항목으로 되어 있다.
 - 주세의 경우는 알코올 도수에 따라 해당 면허를 받도록 하기 때문에 그에 적합한 세금을 별도로 내야 한다.
- 농촌관광 경영, 특히 숙박업을 시작하기 위해서는 개업 2개월 전에 도청에 신고를 하고, 심사를 거쳐 승인을 받으면 된다. 농촌관광 경영자가 준수해야 할 조건은 다음과 같다.

▶ 보험 가입

- 보험 가입은 거의 의무에 가깝다. 개인적으로 보험을 들지 않더라도 지뜨 드 프랑스와 같은 연합체에 가입하게 되면 자체적으로 이용하는 보험 형식이 있다.
- 농민용 보험 이외에 손님, 종업원, 가축 등에 대한 보험 가입이 필요하다.

▶ 건축 허가

- 농촌지역의 모든 건축물에 대한 신개축 행위는 “도시계획법” 및 경관과 유적 보호 관련 법률 적용을 받게 되어 있다.
- 세부적 규정은 꼬뮌마다 내용을 달리한다.
- 공공용 건축물 신축시에는 데파르트망의 장치설치국이 1차 심사한

후 안전위원회가 재심사하는 과정을 거친다. 그러나 숙박업 건축물 등에 대해서는 안전위원회 심사는 없다.

▶ 표지판

- 도로 표지판과 상충되지 않아야 하며 상세한 규율은 데파르뜨망별로 관리한다.

· 공유지의 표지판 설치하는 모두 데파르뜨망의 장치설치국에서 담당하며, 사유지에서의 표지판 설치하는 종류, 거리, 크기 등의 세부 내용을 준수하고 꼬핀의 허가를 받아 설치할 수 있다. 특히 설치된 표지판에 대해서는 세금을 내야 한다.

▶ 안전 수칙

- 숙박업 건축물 등의 안전을 위해 계단의 최소 폭, 비치 설비, 출구 폭, 방의 면적, 계단의 높이 등과 같은 법률적 규정이 지켜져야 한다.

- 법률적 규정 이 밖에도 지뜨 드 프랑스와 같은 민박 연합체에서는 자체 규정을 제안하고 있는데, 가령, 2인용 침실 면적은 최소한 12m² 이상이어야 하고 3인용 침실은 15m² 이상이어야 한다는 등과 같다.

▶ 안전 규제

- 건물의 안전성, 방화시설, 수돗물 사용, 음식물 영양, 14세 이하에 대한 주류 소비 금지, 세면기는 10명 당 1개 이상, 쓰레기 처리, 난방은 20도 이상, 방 1실 당 6개 이하의 침대 비치 및 침대 간격은 40cm 이상 확보 등과 같은 세세한 규칙들이 있다.

▶ 자연 탐구 프로그램

- 이 프로그램 수행을 위해서는 안전위원회의 검열이 필요하다. 또한 청소년체육부의 승인서 획득 후 검열관 방문하에 재검열이 이루어진다.

· 교실의 천장 높이, 최소 면적 등과 같은 기준이 있다.

▶ 농가 방문 프로그램

- 주차장, 놀이공원, 수영장, 승마 등에 관한 세세한 규정이 되어 있다.

▶ 위생 규제

- 주로 음식물 제공과 관련되고, 데파르뜨망의 위생및사회국에서 관리

한다.

- 농가 식당업은 상대적으로 철저하게 규칙을 지켜야 하지만, 따블르 도뜨와 같이 숙박업에 겸하여 제공되는 식사에 대해서는 적용 규칙이 약한 편이다.
- 손님에게 제공한 음식물의 일부를 만약의 검열에 대비하여 5일간 보관해야 한다. 그 밖에 부엌의 위생상태, 하수처리, 동물위생 등에 대한 세부적 규칙이 있다.

▶ 상업적 규칙

- 저작권: 음악 공연 등을 위해서는 저작자, 저작권협회로부터 15일 전에 신고하여 사전 허가를 받고 저작권료를 지급해야 한다.
- 상표: 상표 및 판매 제품에 대한 등록을 할 것이 요구된다.
- 체류 계약 및 영수증: 숙박객과 주인은 계약서를 작성하도록 한다. 여기에는 체류 조건이 명시되어야 하며 반드시 영수증을 주고받는 것이 의무사항이다.

○ 농촌관광업을 함에 있어 초기에 경영 신고·승인 및 위의 규칙 준수 이외에 특별한 자격조건은 없지만, 스포츠 활동을 지도하는 사람은 청소년체육부에서 발급하는 국가자격증을 획득해야 하고, 수영장 등의 안전감시요원은 그에 적합한 자격증을 소지해야 한다.

- 지프 드 프랑스와 같은 민박 연합체에서는 관련되는 자체의 규칙을 두고 운영한다.
 - 아동을 대상으로 영업하는 사람은 그에 적합한 자격증을 획득
 - 건축물 관련 규정 준수
 - 자체 보험 양식 가입 등

3] 독일

○ 독일 역시 농촌관광에 관한 별도의 법률은 없다. 농촌관광 경영자는 숙박업이나 음식판매업 등을 시작하고자 할 때 기초자치단체인 게마인

데의 인·허가를 받도록 되어 있다.

- 음식점 인·허가는 상대적으로 어려운 것으로 알려져 있다.

- 농촌관광 경영자는 연방정부의 공간계획 및 전문계획, 건축기본법 등에 의거하여 토지 및 건축물을 용도와 규정에 맞게 신·개축할 것이 요구된다. 또한 농촌관광 관련 법규로는 공업법(Gewerberecht), 음식업 종관련법(Gaststatterecht), 세금법(Steuerrecht), 노동법(Arbeitsrecht), 위생 관련 세부규정(hygienische Verordnung) 등이 있고 이 6개의 법률들에서 정하는 규칙을 준수할 것이 요청된다. 그러나 이들 법은 농촌관광업뿐만 아니라 모든 업종에 해당하는 법이다.

- 이에 더하여 지방자치가 발달한 독일에서는 지역별로 관광정책의 틀이나 규칙들이 다양하여 각각 해당하는 지역에서 정한 규칙들도 준수해야 한다.

- 법률적 규칙 이외에 독일관광연맹(DTV)이나 독일농업협회(DLG)는 정기적으로 농촌관광업의 핵심인 숙박시설에 대하여 평가를 실시하고 등급을 정하게 된다. 이는 법률적 규칙보다도 농촌관광업 경영자가 준수해야 할 강력한 기준으로 작용한다.

4] 일본

- 일본에서 농촌관광 경영주의 자격요건은 별도로 정해진 것은 없지만, 농가민박업 경영자는 농업종사자가 일반적이다.

- 일본에서 행해지는 농촌관광 종류는 크게 다섯 가지로 나누어진다.

- 농간민박, 농가레스토랑, 농산물 가공소, 농업·농촌체험학습을 위한 시설, 자연과 접할 수 있는 산책로, 자전거 전용도로 등이다.

- 일본에서도 농가가 민박사업을 하기 위해서는 여러 법률에서 요구하는 조건을 만족시키지 않으면 안 된다. 크게 다섯 가지 분야로 나뉠 수

있다.

- 입지장소 : 농지법, 농업진흥지역의 정비에 관한 법, 삼림법 등이 있다.
- 숙박시설의 형태 : 건축기준법, 소방법, 정화조법 등이 관계된다.
- 제공하는 서비스 : 여관업법, 식품위생법 등이 관련된다.
- 아이스크림 등 가공품 제공 : 식품제조판매행상등 위생조례, 낙농 및 육용우생산진흥에 관한 법률 등이 관련된다.
- 도난, 화재 등의 안전조치 : 손해 보험에 관련한 법률이 적용된다.

- 여러 법률 때문에 농가민박을 하기 위해서는 많은 투자비가 소요된다. 이러한 문제를 해결하기 위해서 최근에는 지방자치단체 차원에서 여러 법률을 새롭게 해석하여 규제를 완화하는 노력들이 이루어지고 있다.

- 일본 오이타현 아지무(安心院)정에서는 농가를 방문하는 손님에게 회원증을 발급하여 특정인에게 숙박시키는 것으로 하여 여관업법의 규제를 피해 감. 숙박비는 농촌문화체험료란 명목으로 아지무정 그린투어리즘 연구회가 받아 회원농가에게 돌려주는 형식을 취함.
- 또한 숙박객과 주인이 함께 조리하고 음식을 먹을 경우 소독을 한 개수대는 필요하지만 별도로 손님전용의 조리장을 설치하거나, 영업허가를 받지 않아도 될 수 있도록 함.
- 이러한 조치에 의해 농가는 기존 주택을 개축 하지 않고도 민박업을 할 수 있게 됨. 아지무정에서는 농촌민박이란 이름으로 14 농가에 영업허가증을 교부.
- 아지무정의 노력을 계기로 오이타현에서는 2002년 4월 회원제 농가민박이라는 개념으로 기존 법률을 새롭게 해석하여 농가가 쉽게 민박업을 할 수 있도록 현의 결정사항을 각 시정촌에 통지함.
- 농가민박은 여관업법의 간이숙소로 취급, 숙박객이 농가와 함께 조리·식사할 경우 조리장을 설치하거나, 영업허가를 받지 않아도 됨.

5 대만

○ 휴한농업지구의 구비 조건

- 풍부한 농업 생산 및 농촌문화자원, 풍부한 전원 및 자연경관, 편리한 교통, 가용 토지자원을 확보해야 한다.
- 토지가 모두 비도시지역에 속하여 있으면 면적은 50ha이상~300ha이하, 모두 도시지역에 속하여 있으면 10ha이상, 일부는 도시지역에 속하고 일부가 비도시지역에 속하여 있으면 25ha이상~200ha이하가 해당된다.
- 해당 지방자치단체(직할시 또는 현(시))의 주관기관이 기초 계획을 입안하여 중앙주관기관에 보고하고, 중앙주관기관의 심사를 거쳐 휴한농업지구로 확정한다.

○ 휴한농장의 설립과 경영

- 경영자가 신청(개설신청서 제출) → 농업 부문 관계자 심사 → 휴한농장개설동의문건 발급하는 방식이다.
- 경영자가 휴한농업시설의 사용허가를 취득한 후 3개월 이내에 행정기관에 실사를 요청하여 합격하여야 허가등록증이 발급된다. 이때 수수료가 부과된다. 면적 변경 등의 변경 사항이 있을 때도 새로 허가를 신청해야 한다.
- 휴한농장 설립을 위한 조건은 경영자가 아니라 주로 농장이 위치해 있는 토지와 관련된다. 즉, 농장 규모가 0.5ha 이상이고, 농장은 농업경영체험지구와 여행객휴식지구로 크게 용도를 구분한다.
- 휴한농장의 숙박, 식당, 자가 생산 농산물 가공(양조)장, 농산물과 농촌문화물전시관 및 교육해설센터 등 관련시설 및 영업항목은 법령에 의거 사용허가·등기를 해야 한다.

- 법률에 의거, 농민이 토지변경의 복잡한 절차를 거쳐 휴한농장 숙박경영을 하는 방식을 채택할 필요가 없게 됨으로써 농민이 새로운 농외소득을 획득할 수 있는 기회는 증가하였다.

○ 농업주관기관으로부터 경영허가등록증을 발급 받은 휴한농장 또는 농업주관기관이 계획 지정한 휴한농업지구 내의 농사(農舍)가 민박을 설치하여 객실수 15개 이하, 그리고 객실건물 건평 200㎡이하 규모로 경영하고자 할 경우 휴한농장 또는 휴한농업지구 내의 농사(農舍)는 민박관리규칙에 의거 민박경영을 신청할 수 있게 함으로써 휴한농업 숙박경영상의 문제도 해결하였다.

- 민박관리규칙의 실시에 따라 토지변경편성 절차 없이 기존의 농가를 이용할 수 있고, 농장면적도 0.5ha 이상이면 간이형 휴한농장 경영을 신청할 수 있게 된 것이다.

○ 시설 및 서비스 관련 규칙

- 도시지역에 위치한 휴한농장에 설치 가능한 휴한농업시설은 숙박시설, 식당시설, 농산물과 농촌문물전시(판매) 및 교육해설센터, 입장권 판매시설, 경비시설, 안전보호시설, 평면주차장, 오두막(정자)시설, 조망시설, 생태교육 및 해설표지판, 공중화장실, 등산 및 산책로, 수도보전시설, 환경보호시설, 농로, 기타 해당 지방자치단체가 자체적으로 정한 토지 사용관리규정에 부합하는 시설 등이다.

· 이 중 숙박시설, 식당시설, 농산물과 농촌문물전시(판매) 및 교육해설센터는 반드시 용도상 여행객휴식지구에 설치해야 하며, 그 총면적은 휴한농장 총면적의 5%, 최대 2ha를 초과할 수 없다.

- 비도시지역 토지에 위치한 휴한농장에 설치 가능한 휴한농업시설은 숙박시설, 식당시설, 자가 생산 농산물 가공(양조)장, 농산물과 농촌문물전시(판매)관 및 교육해설센터, 입장권판매시설, 경비시설, 안전보호시설, 평면주차장, 오두막(정자)시설, 조망시설, 생태교육 및 표지해설시설, 야영시설, 공중화장실, 등산 및 산책로, 수도보전시설, 환경보호시설, 농로, 기타 현(시)정부가 자체적으로 정하고 비도시토지사용관리규정에 부합하는 시설 등이다.

- 이 중 숙박시설, 식당시설, 자가 생산 농산물 가공(양조)장, 농산물과 농촌문물전시(판매)관 및 교육해설센터는 여행객휴식지구에 설치하여야 하며, 현행 토지 사용법에 따라 사용이 허용되는 것 이외에 상관규정에 따라 비도시토지 변경 수속을 하여야 한다. 토지변경의 총면적은 휴한농장 총면적의 5%를 초과할 수 없으며, 최대 2ha로 한정한다.

○ 세금 관련 규칙

- 휴한농장은 회사법, 상업등기법, 영리사업 통일증명발급규칙, 영리사업 등기규칙, 영업세법, 소득세법, 건물세조례 및 토지세법 등 관련 규정에 의거하여 각기 영업 등기와 세금 납부를 해야 한다.

5. 외국 사례의 종합

- 유럽에서는 국가별로 약간의 차이가 있지만 40년 이상의 농촌관광 역사를 가지고 있으나 국가에서 정책적으로 농촌관광을 진흥하는 것은 1980년대부터라고 할 수 있다. 농촌관광은 농업구조정책에서 소외된 소규모 농가의 농업경영 다각화 방안으로 농촌관광이 정책화되었다. 그러나 최근에는 조건불리지역의 농업정책, 농촌의 자연환경 및 경관 보존 노력과 연계 혹은 병행하여 추진되는 경우가 많다.
- 국가별로 약간의 차이가 있지만 농촌관광에 참여하는 농가 수는 전체 농가의 약 2~4%에 해당한다(독일: 약 1만5천 호, 영국: 약 1만4천 호, 프랑스: 약 2만 호).
- 농촌관광을 육성하기 위한 구체적 수단으로서는 농가에 대한 교육 프로그램, 체계적 홍보와 마케팅, 시설정비 지원(융자와 보조), 관련 조직을 통한 평가와 엄격한 품질 관리 등이 공통적으로 이루어지고 있다.

- 농촌관광에 관하여 중앙정부, 지방자치단체, 관련 단체 간의 역할 분담이 어느 정도 이루어지고 있다. 국가별로 약간씩의 차이는 있지만 중앙정부는 연수·교육, 컨설팅 업무, 조사 연구, 홍보, 제도 등을 주로 담당하고 농가에 대한 직접 투자지원은 지방자치단체(프랑스, 독일)나 중앙정부의 지방사무소(영국)가 담당하는 경우가 많다.
 - 지방자치단체는 중앙정부의 보조사업을 집행하는 것 외에 지역의 농촌관광객 진흥을 위한 제반 노력을 기울이고 있다. 이 과정에서 지방단위의 농촌관광 조직의 역할도 크다.
- 농촌관광이 하나의 산업으로 정착되어 있으며 농촌관광산업의 성장을 촉진하고 업계 종사자들의 경영 능력을 높이기 위한 민간조직 또는 단체 등의 활동이 활발한 편이다. 특히 농촌관광의 품질 관리, 홍보, 마케팅, 경영자의 교육 등은 민간 공급자 조직에서 담당하는 경우가 대부분이다.
- 농촌관광은 농업과 관광업의 중간에 위치하는 것으로서 일반 관광업보다는 그 규제 정도가 약하지만 농촌관광경영자가 준수해야 할 각종 규제가 있다.
 - 법률에는 가급적 최소한의 규제만을 규정하고 상세한 기준은 각 민간 단체에서 나름대로 작성하여 자율적으로 준수하는 경우가 많다.
 - 각종 규제를 통해서 농촌관광의 품질이 향상되며 소비자의 신뢰를 확보할 수 있다.
- 유럽과 달리 일본에서는 도시와 농촌의 교류라는 측면에서 농촌관광정책을 추진하고 있다.

빈

면

제 4 장

한국형 농촌관광의 장·단기 발전 방향

1. 우리 실정에 맞는 농촌관광 개념 정립

Ⅰ 농촌관광 관련 용어 정리

■ 지속 가능한 관광(Sustainable Tourism)

- 세계관광기구(1998)는 지속 가능한 관광이란 미래 세대를 위한 관광기회를 보호·증진시키는 동시에 현 세대 관광객 및 지역사회 욕구 충족을 위해 문화 보전, 생태계 유지, 생물다양성과 생명 부양 체계를 유지하고 경제적·사회적·심미적 욕구가 충족될 수 있도록 모든 자원을 관리하는 관광이라고 정의한 바 있다.

- 관광의 한 종류라기보다는 관광 분야의 패러다임(paradigm)이라 볼 수 있으며, 생태관광(ecotourism), 대안관광(alternative tourism), 농촌관광(green tourism)은 지속 가능한 관광의 한 형태로 보는 것이 적합하다(김남조·조광익, 1998).

■ 대안관광(Alternative Tourism)

- 지속 가능한 개발이라는 패러다임 아래에서 대중관광의 부정적 요소를 줄이기 위한 형태의 관광을 지칭한다(Cohen, 1987). 즉, 대중관광으로

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

- 모험관광(adventure tourism), 학습관광(educational tourism), 생태관광(ecotourism), 농촌관광(green tourism) 등 대중관광 유형과는 다른 특수관심(special interest) 분야의 다양한 관광 종류가 있을 수 있다.

■ 생태관광(Eco Tourism)

- 생태계 보전이라는 거시적인 개념적 틀 속에서 관광을 지속시키기 위한 하나의 방편으로 도입되었다. 기본적으로 자연에 기반한 관광(nature-based tourism)으로 자연을 향유함과 문화유산을 즐기기 위한 목적의 관광을 말한다.

- 생태관광지가 자연, 생태, 경관 등의 측면에서 인공적 간섭이 적은 농촌지역에 위치한다는 점에서는 농촌관광과 구분이 모호하다는 의견이 제시될 수 있다. 그러나 농촌관광이 농가 혹은 농촌주민이라는 추진 주체를 강조하고 있는 반면 생태관광은 관광목적(자연과 생태 그 자체에 대한 관찰, 학습과 교육, 보전 등을 목적)을 강조하고 있다고 할 수 있다.

■ 농촌관광(rural tourism)> 농업관광(agricultural tourism)> 농장관광(farm tourism)

- 농촌관광과 농업관광(agricultural tourism), 농장관광(farm tourism) 이란 용어는 각 국의 농촌사정, 정책이 지향하는 바 등에 따라 약간씩 다르게 사용되고 있지만 커다란 범주에서는 서로 혼재해서 사용해도 무방하다고 판단된다. 굳이 구분을 한다면 농촌관광과 녹색관광은 같은 개념으로 사용할 수 있고, 농업관광은 농촌관광의 한 부분이며 다시 농장관광은 농업관광의 한 부분이라고 정의 할 수 있다.

☞ 이 연구에서는 녹색관광과 동일한 의미로 농촌관광이란 용어를 사용하고 그것은 농업관광, 농장관광을 포함하는 것으로 한다.

- 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. 물론 농촌성 혹은 농촌다움에 대한 정의 역시 복잡하겠으나, 농업 생산이 이루어지는 공간, 도시와는 구별되는 독특한 자연, 생태, 경관을 보유한 공간, 오랜 기간 전해져 온 전통과 역사가 있는 공간, 농촌 주민의 생활 문화 등이 보편적으로 농촌다움의 대상으로서 인식된다.

- 여기에서 주의해야 할 점은 농촌관광은 농촌에서 이루어지는 대중관광까지는 포함하지 않는다는 점이다. 즉, 농촌지역에 있는 유원지에서의 놀이, 농촌지역에 있는 현대식 여관이나 러브호텔에서의 숙박, 농촌지역에 있는 갈비집에서의 식사 등과 같이 농촌성의 향유와는 거리가 먼 관광활동은 포함하지 않는다.

- 농업관광은 농가라는 개념을 강하게 포함하고 있다. 즉 농가가 농가나 농장을 방문하는 관광객을 대상으로 숙박을 제공하며 농산물을 판매하거나, 농사체험활동을 가능하게 하는 등 일련의 농업과 관련되는 활동을 상품으로 제공하는 관광의 유형을 말한다.

- 농업관광의 형태는 국가, 지역에 따라 다양한 특징을 보이기도 한다. 예를 들어, 같은 농업관광이라도 농가의 경영 규모가 큰 유럽 등에서는 승마 등이 보편적 농업관광의 한 가지 유형으로 포함되지만 우리나라와 같이 농가의 경영규모가 작은 경우는 보다 간단한 체험 활동이 주가 된다.

- 농업관광이 농장단위로 이루어지는 나라에서는 농장관광이라는 용어를 사용하기도 한다.

■ 농촌관광과 녹색관광(Green Tourism)은 같은 개념

○ 농촌관광과 녹색관광은 개념적으로 동일하다고 할 수 있다.

- 그린투어리즘이란 용어는 학문적 엄밀성을 가진 개념은 아니다. 프랑스에서 사용하기 시작한 말을 일본에서 1992년부터 농촌관광을 뜻하는 행정용어로 공식화하여 사용하자, 국내에서도 그대로 받아들여 사용하고 있다.

☞ 그러나 굳이 그린투어리즘이라는 외래어를 사용하기보다는 우리말을 사용하는 것이 더욱 알기 쉽고 이해하기 쉽다는 취지에서 행정적인 공식용어로서 「농촌관광」으로 통일하는 것이 바람직하다고 생각된다.

<표 4-1> 그린투어리즘에 관한 정의

구 분	그린투어리즘의 정의
프 랑 스	· 블루투어리즘, 화이트투어리즘, 그린투어리즘으로 구분 · 그린투어리즘은 주로 농촌의 전원공간에서 이루어지는 체류형·휴양형 관광
일본 농림성 그린투어리즘 연구회(1992)	· 풍요로운 자연을 가진 농산어촌지역에서 그 지역의 자연, 문화, 사람들과의 교류를 즐기는 체재형 여가활동
한국 농림부 (2001)	· 농촌의 풍부하고 깨끗한 자연경관과 지역의 전통문화, 생활과 산업을 매개로 한 도시민과 농촌 주민 간의 체류형 교류활동

② 농촌관광의 특성

■ 농촌지역에서 농촌성에 바탕을 둔 관광 활동

○ 농촌관광은 풍부한 자연 속에서 이루어지는 관광활동으로서 농촌성에 바탕을 두고 있다. 다만 농촌지역에서 이루어지지만 도시적이고 대중적인 관광활동인 대규모 리조트에서의 휴양, 대중숙박업소에서의 숙박 등은 포함하지 않는다.

■ 농촌지역의 잠재 자원을 바탕으로 하는 관광 활동

- 농촌관광은 농촌을 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 판매 등이 근간을 이루는 경우가 많다.

■ 농촌지역의 환경, 생태, 경관 등의 유지와 보전을 강조하는 관광 활동

- 농촌관광은 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 농촌관광을 발전시키기 위해서는 마을이나 지역을 가꾸는 노력이 요구된다.

■ 개발 방식의 소규모성을 지향하며 지역자본에 의해 추진되는 관광 활동

- 농촌관광은 외지 자본에 의한 대규모 개발사업을 가급적 지양하는 것을 특징으로 한다. 외지 자본에 의존하는 대규모 개발 방식은 농촌의 자원만을 일방적으로 내어 주고 개발로 인한 이익은 외지로 유출되는 부작용을 가짐으로써 농촌지역의 지속성, 관광의 지속성을 훼손하는 방식이기 때문이다.

- 지역자본에 의해서 소규모적으로 추진됨으로써 경영 이익이 지역에 유입되어 지역경제 파급 효과를 가져와 결과적으로 지역 활성화에 이바지할 수 있다.

■ 농업인 또는 농촌지역 주민에 의해서 이루어지는 관광 활동

- 농촌관광의 경영주체는 일차로 농가, 이차로 농촌지역에 거주하는 주민이다. 농촌관광은 도시민이 농촌을 방문하여 그곳에 살고 있는 농촌 주민들과의 교류를 바탕으로 그곳의 생활과 산업, 역사와 문화, 자연과

경관 등을 폭넓게 향유하는 관광 형태인 것이다. 따라서 농촌관광의 경영주체는 농가를 포함하여 농촌지역에 거주하는 주민이 되어야 한다.

- 이와 관련하여 농촌관광에서 도시자본의 유입을 허용해야 하는 문제가 발생할 수 있다. 프랑스의 펜션은 은퇴 도시민이 운영하는 농촌숙박시설이라 할 수 있다. 우리나라도 농촌관광의 경영주체를 귀향하는 도시민까지 확대할 필요가 있다.

■ 농가소득 증대 및 농촌지역 활성화와 연계되는 관광 활동

- 농촌관광은 농외소득의 증대활동과 농촌지역 활성화에 연계되어야 한다. 농촌지역이 활성화되기 위해서는 농업소득의 감소분을 대체할 수 있는 새로운 소득원 개발이 필요한데, 그러한 방안 중의 하나가 농촌관광이다. 새로운 대체 소득원은 농업과 관련을 맺음으로써 농가의 소득으로 직접 연계될 필요가 있다.

유럽연합(EU)의 농촌관광에 대한 지원 조건

- 농촌관광은 농가의 경제활동 다각화를 촉진하여 농가소득을 향상하며, 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 지속 가능한 사업이어야 하고,
 - 농촌지역의 역사, 경제, 환경의 다양성을 반영하는 사업이어야 함.

③ 선진국과 비교한 우리나라 농촌관광의 지향점

- 농촌관광에 관한 선진국(특히 유럽)의 경험은 우리나라의 농촌관광 정

책을 입안하는 데 참고가 될 수 있다. 그러나 우리와 매우 상이한 측면도 있기 때문에 그들과 우리의 차이점을 명확히 하여 우리 실정에 맞는 농촌관광 모델을 만들어야 한다.

- 농촌관광의 성패는 일차로 국민의 관광 수요 및 관광 여건이 좌우한다. 유럽의 경우 관광에 대한 오랜 전통과 상대적으로 긴 휴가 일수가 뒷받침되기 때문에 농촌관광산업이 발달하고 있으나 일본의 경우는 관광에 대한 국민의식 및 관광 여건이 유럽에 비해 낙후되었기 때문에 다양한 정책적 노력에도 불구하고 농촌관광산업의 발달이 더딘 편이다.
 - ☞ 농촌관광의 활성화는 정책적인 노력보다는 시장 여건이 중요하다는 것을 시사해 준다. 정책에 대한 지나친 기대 또는 정책으로 모든 것을 해결하려는 사고방식은 오히려 부작용을 초래할 수도 있다. 우리나라 관광농원이 당초의 정책취지보다 성과가 높지 않았던 것은 정책의 문제라기보다는 농촌에서의 관광 여건이 성숙되지 않았던 측면이 강하다.
 - 우리나라의 경우 사회 전반적으로 농촌에서 휴가를 보내는 분위기가 정착되지 않는 상태이므로 농촌관광의 확산을 위해서는 도시민과의 지속적인 교류가 중요하다. 따라서 농촌관광은 단순한 농촌관광보다는 범위를 확대하여 도시 농촌 교류 활동으로 인식되어야 한다. 도시층의 조직(소비자 단체, 유치원, 학교)과의 연계를 통한 지속적 교류활동이 중요하다.
 - ☞ 시장이 안정적 궤도에 오를 때까지는 공급자와 수요자를 연결하는 네트워킹체제, 수요자를 농촌으로 유인하는 정책 등이 추진되어야 한다. 이 점에서는 일본의 도시 농촌교류를 촉진하는 각종 정책을 벤치마킹할 필요가 있다.
- 유럽에서 농촌관광의 추진 주체는 개별 농장이다. 농장의 사용하지 않은 건물(축사, 창고)을 개조하여 숙박건물로 활용하고 농장 내에서 다

양한 체험활동 및 볼거리를 제공한다. 그러나 우리는 농가 단위로 농촌관광을 추진하는 데에는 한계가 있다. 농가 단위로의 개별적인 민박과 간단한 프로그램 제공 등은 가능하지만 농촌관광의 무대장치라 할 수 있는 농촌의 모습을 아름답게 가꾸고, 다양한 프로그램을 개발하는 데에는 농가 혼자 힘으로는 한계가 있다.

- 따라서 우리나라에서 농촌관광은 지역 단위로 추진하되 그 속에서 개별 농가의 수익을 찾을 수 있는 모델을 설정해야 한다.
- 예를 들어 단기적인 관점에서의 인위적인 체험 프로그램 개발보다는 장기적인 안목에서 농촌관광의 기반이 되는 농촌의 환경친화적 정비가 지속적으로 추진되어야 한다.

○ 우리의 여건상 단기적으로는 일본형이 맞을 수 있지만 실질적인 성과를 얻기 위해서는 장기적인 관점에서 유럽에서 추진하고 있는 정책을 참고할 필요가 있다.

- 특히 농촌관광이 지속적으로 추진되기 위해서는 산업으로서의 자생력을 확보하는 것이 중요하며 이 점에서 유럽의 사례가 많은 참고가 될 수 있다.
- 또한 농촌관광이 자생력을 가지고 발전해 나가기 위해서는 소비자들이 원하는 시설과 서비스를 제공할 수 있도록 제도적인 기반을 갖추는 것이 중요하다. 지금처럼 규제를 최소화하면서 농가 부업차원으로 농촌관광을 영위할 수 있겠으나 시설물의 표준화, 소비자의 안전성 및 신뢰 확보, 상거래의 편의성 확보라는 측면에서는 바람직하지 않다.

<표 4-2> 선진국 농촌관광의 특징과 국내적용에의 시사점

	관광 여건	농촌관광 형태	산업화 정도	정책의 특성
유럽	<ul style="list-style-type: none"> · 완전 주2일 휴가정착 · 주단위 장기 휴가 일반화 · 관광이 일상 생활화 	<ul style="list-style-type: none"> · 농가 민박 장기체류형 	<ul style="list-style-type: none"> · 일반적인 관광 산업의 틀 속에서 농촌관광도 활성화 · 등급제 등 실시 · 정책지원에 의존하지 않는 자생적인 산업화 노력 활발 	<ul style="list-style-type: none"> · 농업의 다원적 기능 강화 등과 연계 · 산업전체의 마케팅 및 개별 경영자의 경영 노력을 중시 · 개별 경영자에게 직접 지원하는 방식
일본	<ul style="list-style-type: none"> · 부분 주2일 휴가 · 주단위 장기 휴가 미발달 · 관광시장이 미발달 	<ul style="list-style-type: none"> · 도시-농촌 교류형/체험 활동형 '단기 체재형' 	<ul style="list-style-type: none"> · 공공 조직(농산어촌 활성화 기구) 등의 활동에 의존 · 자생적인 산업화 정도에까지 이르지 못함 	<ul style="list-style-type: none"> · 공공시설정비, 도시쪽의 수요 창조, 제도 및 규제완화 등이 주요 · 정책지원은 주로 공공을 대상 · 지역가꾸기, 도시 농촌 교류 등 차원에서 농촌 관광을 추진 · 지역단위로 지원, 개별 경영자에게는 융자 및 규제완화
국내 적용 시사점	<ul style="list-style-type: none"> · 일본에 비해 서도 관광여건 미성숙 	<ul style="list-style-type: none"> · 단기적으로 일본형 도시 농촌 교류 · 장기적으로 유럽의 체재형 농촌 관광 	<ul style="list-style-type: none"> · 산업화를 앞당길 수 있는 다양한 정책노력 요구(영업행위를 제도적으로 보장) 	<ul style="list-style-type: none"> · 지역단위 기반정비에 초점을 맞추되 개별 경제체의 경영 환경 개선 노력이 필요 · 수요자 확보 노력이 중요

2. 정책의 기본 개념

① 농촌관광 SWOT 분석

<표 4-3> 농촌관광 SWOT 분석

강점(Strength)	약점(Weakness)
<ul style="list-style-type: none"> - 다양한 관광 자원 보유 - 주민의 강한 의욕 - 지방자치단체의 관심 증가 - 도시민의 전원 지향 의식 강화 	<ul style="list-style-type: none"> - 농촌관광 기반 시설 부족 - 전문 노우 하우를 갖춘 인력 부족 - 산업화 시스템 취약 - 농촌관광에 대한 도시민 인식 부족
기회(Opportunity)	위협(Threat)
<ul style="list-style-type: none"> - 정부의 정책 변화 - 여가 시간 증대 및 여가 패턴 변화 - 고속 교통망 정비 - 인터넷, 택배 시스템의 발달 - 매스컴에서의 홍보 기회 증가 - 진짜·안전 농산물 소비 성향 증대 	<ul style="list-style-type: none"> - 추진 주체간의 경쟁 격화 - 농촌 어메니티 자원의 훼손 - 농촌주민의 노령화 - 기대에 못 미칠 경우 의욕 저하

■ 농촌관광의 강점요인

- 다양한 관광 자원 보유
 - 아름다운 경관 및 깨끗한 자연환경, 세시풍속 등 다양한 전통문화유산, 농·특산물 생산, 농사·생태·전통문화 체험 등 각종 먹을거리, 볼거리, 살거리, 놀거리, 배울거리, 실거리 등 관광 상품이 될 수 있는 다양한 자원을 보유하고 있다.
- 주민의 강한 의욕
 - 농업의 장래가 불투명하기 때문에 새로운 대안으로서 농촌관광에 대한 관심과 개발의지가 높다.
 - 최근 중앙정부 및 지방자치 차원의 각종 마을 가꾸기 사업 등이 추진되면서 마을 공동으로 사업을 추진하려는 분위기가 확산되어 가고 있는 추세이다.

○ 지방자치단체의 적극적인 태도

- 지방자치제이후 많은 지방자치단체에서 지역 활성화 전략으로 농촌 관광 사업을 추진하려는 움직임이 증가하고 있다.
- 강원도를 비롯한 광역자치단체와 일부 시·군에서는 농촌관광사업을 지역 활성화의 주요 전략으로 설정하고 있다.

○ 도시민의 전원 지향 성향 강화

- 은퇴 샐러러맨의 증가, 건강에 대한 관심 증대, 주5일근무제, 정보 통신의 발달 등으로 도시민의 전원 지향 성향이 갈수록 높아지고 있다(한국농촌경제연구원 도시민 조사에서도 농촌관광 희망자는 64.6%).

■ 농촌관광의 약점요인

○ 농촌관광 인프라 부족

- 관광객을 수용하기 위한 숙박 시설, 화장실 시설 등이 열악(숙박시설의 주류를 이루는 민박은 아직도 값싼 숙박시설이란 인식이 강함)하다.
- 대중교통편, 관광안내소, 안내판, 안내 지도 등 연성적인 관광 인프라도 구축되어 있지 않다.
- 농경문화박물관, 체험 공방 등 부수적으로 불만한 시설이 부족하다.

○ 전문 노하우(know-how)를 갖춘 인력 부족

- 홍보, 관광객 유치 방법, 서비스 기법 등을 습득하고 있는 전문 경영인이 부족하다.
- 특히 마을 단위 농촌관광 지도자의 전문 지식이 부족하다.

○ 산업화 시스템 취약

- 업계 자율로 서비스를 개선하고 시장을 확대해 나아갈 조직 체계가

구축되어 있지 않다.

- 숙박시설에 대한 등급제, 표준 요금제, 보험 등의 안전 조치, 세금체계 등이 확립되어 있지 않은 실정이다.

○ 농촌관광에 대한 인식 부족

- 농촌관광에 대한 소비자의 인식이 아직도 부족한 편이다(농촌관광에 대해 들어 본적 없다고 48.7%, 농촌관광 무경험자 79.9%).
- 농촌관광이 독립된 관광 분야로 확립되지 못하고 있다.

■ 농촌관광의 기회요인

○ 정부의 정책 변화

- 정부 부처에서 다양한 농촌관광개발정책을 추진하고 있다.
- 특히 각종 규제완화, 도시자본 유치 등 다방면에 걸친 제도 개선 추진이 이루어지고 있다.

○ 여가 시간 증대 및 여가 형태 변화

- 주5일근무제, 근로 시간 단축, 휴가 분산제 등으로 도시민들의 여가가 점차 증대하고 있다.
- 여가 시간의 증대에 따른 체류형, 자연밀착형, 문화·건강추구형 등 체험관광 여가 형태로 변화될 것으로 전망된다.
- 저비용이면서도 실리를 추구하는 여가 성향이 대두하고 있다.

○ 고속 교통망 정비

- 고속도로망의 확충으로 전국이 반일 생활권내에 진입하고 있다.
- 관광지 선택에서 거리적 요인은 영향력이 점차 감소하고 있다.

○ 인터넷, 택배 등의 발달

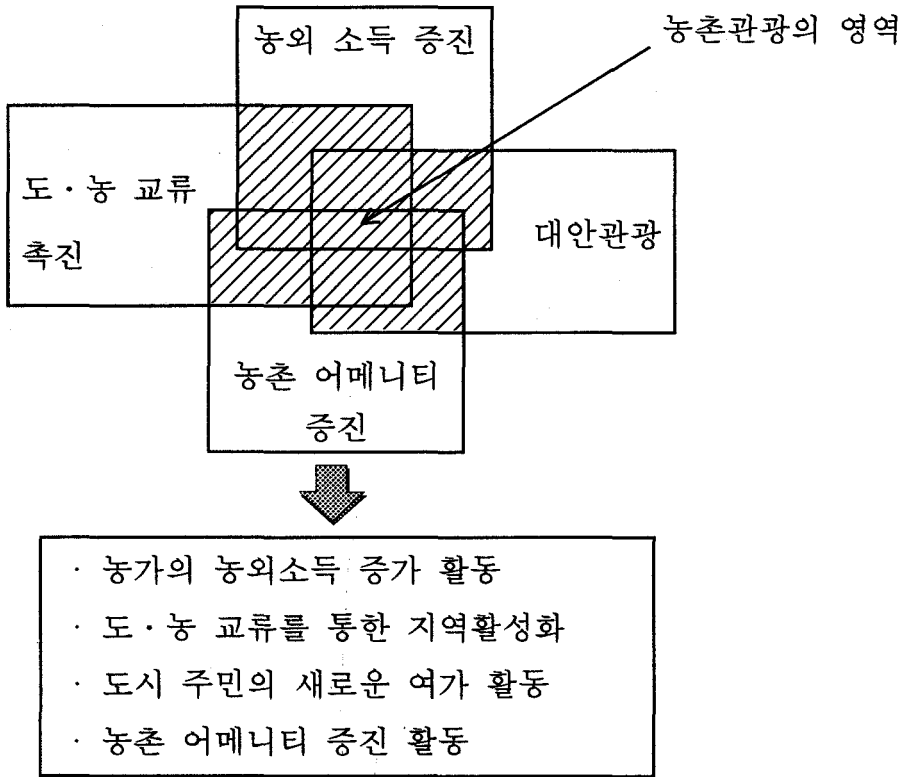
- 인터넷을 통하여 쉽고 편하게 관련 정보를 주고받을 수 있다.
- 전자 상거래와 택배를 통한 물류시스템이 정착되고 있다.

- 매스컴에서의 농촌 소개 프로그램 증대
 - 텔레비전, 신문 등에서 농촌 현장 소개 프로그램이 증가하고 있다.
- 진짜·안전 농산물 소비 성향 증대
 - 건강에 대한 관심이 증대됨에 따라 진짜이면서 안전한 농산물을 구매하려는 성향이 강화되고 있다.
 - 친환경·유기농산물의 수요 증대는 그것이 생산되는 현장에 대한 방문 수요 증대(예: 소비자 단체의 계약재배 현장 방문 수요 증대)로 이어지고 있다.

■ 농촌관광의 위협요인

- 추진 주체간 경쟁 강화
 - 시장 확대가 충분하게 이루어지지 않은 상태에서 지나친 시범마을의 증가 등은 오히려 추진 주체간의 경쟁 과열을 야기할 우려가 있다.
 - 펜션 사업과 같이 부동산 투자 대상으로 도시자본이 유입됨에 따라 농촌관광공급시장 경쟁이 더욱더 커질 전망이다.
- 농촌 어메니티 훼손 계속
 - 경관에 대한 배려 부족, 무분별한 건축물 입지 등은 농촌 어메니티를 훼손하여 농촌관광 상품의 질 저하를 초래할 염려가 있다.
- 농촌 주민의 노령화 진행
 - 농촌 주민이 노령화됨에 따라 마을 공동 농촌관광 사업 추진이 어렵다.
- 추진 주체의 의욕 저하
 - 농촌관광에 대한 기대감이 현실로 나타나지 않을 때 농촌관광 경영 주체들의 추진 의욕이 저하되고 활동이 위축될 가능성이 있다.

2 농촌관광의 주요 영역



<그림 4-1> 농촌관광의 주요 영역

3 농촌관광 정책의 목표

- ▶ 농어촌의 다원적 기능을 활용한 농어민의 소득 증대
- ▶ 도·농 교류를 통한 농촌지역 활성화 도모
- ▶ 농촌관광산업의 자발적 성장 기반 구축

■ 농어촌의 다원적 기능을 활용한 농어민의 소득 증대

- 농촌관광은 현행 농가의 투자 여력과 인적 자원을 감안할 때 가장 적은 자본과 고령 노동력으로도 농가소득을 증대할 수 있는 사업이다.

이를 위해서 농촌이 가지고 있는 잠재자원인 다원적 기능을 충분히 활용할 필요가 있다.

- 농촌관광은 농업과 농촌의 다원적 기능을 상품화함으로써 큰 자본을 들이지 않고도 소득을 향상시킬 수 있는 정책 수단이다.

■ 도농 교류를 통한 농촌지역 활성화 도모

- 지역 외로부터 지역 내로 수입이 발생하고, 그것이 지역 내에서 순환하며, 관련 산업에의 파급 효과가 발생함으로써 지역경제가 활성화된다.
 - 농촌관광의 주체가 지역 주민이기 때문에 발생하는 소득은 지역 내로 환원된다.
 - 특산품 가공, 농가식당 등 농산물을 원료로 하는 향토산업의 진흥을 촉진하여 틈새 농업을 활성화시킬 수 있다.
- 도시민과의 교류 증대는 농촌주민의 의식수준을 높여 주며, 도시민의 농촌에 대한 이해를 깊게 하고 더 나아가서는 도시민의 농촌 이주 계기를 제공한다.

■ 농촌관광산업의 자발적 성장 기반 구축

- 농촌관광이 관광의 주요 형태로 자리잡을 수 있는 토대를 마련한다.
 - 프랑스 농촌관광은 전체관광의 29% 수준
 - 서비스의 표준화, 등급제의 도입, 시설물의 정비, 관련 조직의 활성화 노력

④ 농촌관광정책 추진의 기본 전략

■ 농촌관광 발전 단계에 따른 정책 목표와 수단을 달리함

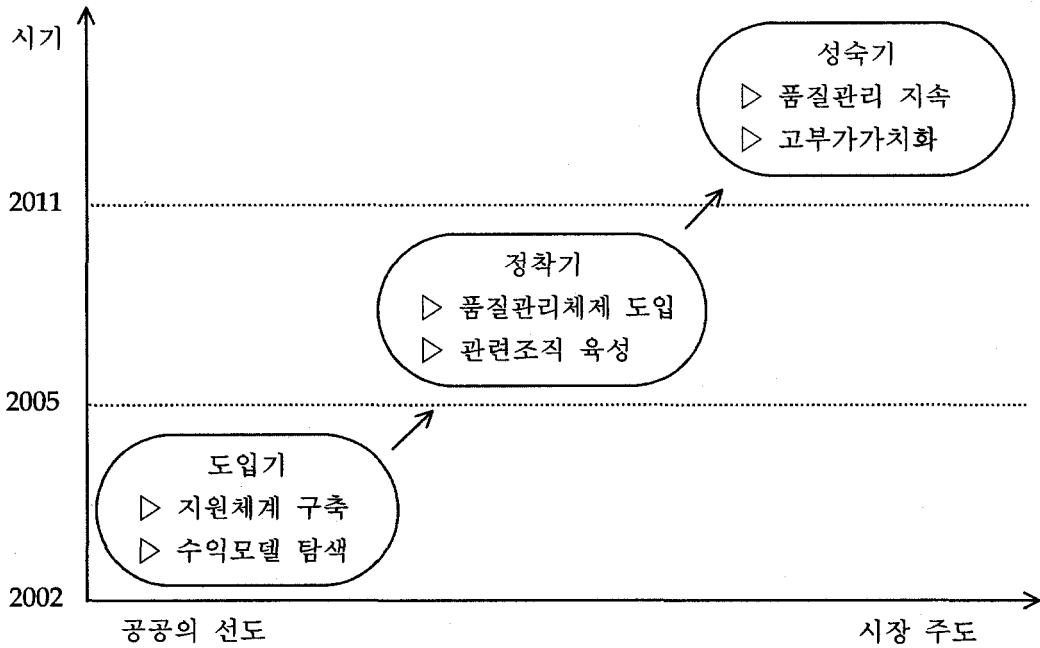
- 농촌관광의 발전 정도에 따라 정부 정책 내용과 농촌관광시장 개입을 차등화한다.

- 도입기 : 각종 지원 및 규제완화를 통해 농촌관광산업 추진 기반 마련
- 정착기 : 농촌관광이 독립된 산업으로 성장할 수 있는 기틀 마련
- 성숙기 : 가급적 정부 개입을 최소화. 고부가가치 창출을 위한 품질 관리 지속

○ 유럽의 경우에도 농촌관광을 둘러싼 수요 및 공급 여건이 변화함에 따라 정책 여건이 달라지고 있다. 농촌관광의 초기 도입단계에서는 농외소득과 농촌에서의 고용개발이 주요한 과제이지만 농촌관광이 질적으로 발전하는 단계에서는 그 밖의 관광 상품과의 경쟁에서 살아남기 위한 고품질, 고부가가치가 주요한 과제로 등장하고 있다.

<표 4-4> 농촌관광 발전 단계별 정부정책

단 계	특 징	주요 정부 정책
도입기 (2002-2005)	<ul style="list-style-type: none"> ▸ 농촌관광에 대한 사회적 인식부족 ▸ 농촌관광 방문객 소수 ▸ 농촌관광자원의 상품화 노력 미비 ▸ 농촌관광 개발 주체의 역량 미비 ▸ 다양한 경영전략 탐색 ▸ 수익모델 불확실 	<ul style="list-style-type: none"> ▸ 농촌관광추진 주체 육성 ▸ 관광시설 인프라 구축 및 시범 사업 추진 ▸ 농촌관광의 홍보체계 구축 ▸ 도시민 방문 유도 및 지원 ▸ 농촌관광 관련 규제 완화
정착기 (2006-2011)	<ul style="list-style-type: none"> ▸ 농촌관광에 대한 사회적 인식확산 ▸ 농촌관광 시장 형성 ▸ 농촌관광 공급자 네트워크화 ▸ 수익모델 정착 	<ul style="list-style-type: none"> ▸ 농촌관광 상품 개발 지원 ▸ 등급제 등 품질관리 체제 도입 ▸ 공급자 및 중계자 조직 육성 ▸ 관련자 교육·훈련 계속 실시
성숙기 (2012 -)	<ul style="list-style-type: none"> ▸ 안정적 농촌관광 시장 형성 ▸ 여타 관광 상품과의 경쟁 심화 ▸ 산업화 시스템 완비 	<ul style="list-style-type: none"> ▸ 정부 개입을 가급적 축소 ▸ 품질 관리 지속



<표 4-5> 유럽 농촌관광시장의 단계별 특징

농촌관광여건	농촌관광시장의 발전단계		
	시장형성초기	양적성장기	질적발전기
농업·농촌정책	<ul style="list-style-type: none"> 농업정책(시장접근) 후퇴 지역사회활성화를 위한 고용유지기능 강조 	<ul style="list-style-type: none"> 농업정책에서 농촌개발 정책으로의 이동 	<ul style="list-style-type: none"> 농촌개발정책의 강화와 각종 정책간 조율(농업, 농촌, 지역, 환경, 관광 정책 등)
수요여건	<ul style="list-style-type: none"> 여가시간의 부족 정보의 부재 농촌지역 접근성의 미비 	<ul style="list-style-type: none"> 여가시간의 확대 정보통신수단의 발전 농촌지역 접근성의 향상 	<ul style="list-style-type: none"> 타 부문 관광과의 경쟁 대두 농촌관광의 진정성 추구
공급여건	<ul style="list-style-type: none"> 농촌관광자원의 비조 직화 농촌관광상품 개발 주체의 미비 	<ul style="list-style-type: none"> 시장참여자 그룹의 확산 농촌관광공급자 조직의 네트워크화 	<ul style="list-style-type: none"> 네트워크화된 공급자 그룹을 중심으로 브랜드화 품질관리 시스템의 도입과 고품질화
정책접근	<ul style="list-style-type: none"> 농외소득 개발 고용유지 	<ul style="list-style-type: none"> 지역활성화를 위한 농촌관광시장의 조직화 수요, 공급 양면에서의 시장활성화 촉진 및 추진 기구 마련 	<ul style="list-style-type: none"> 농촌관광의 고부가가치화, 품질화 행정적 단위에서 역사, 문화적 단위로의 농촌관광의 추진

자료 : 지역아카데미(2002).

■ 주민과 행정의 파트너십에 기초한 사업의 추진

- 농촌관광을 추진하고자 하는 의사와 경영능력을 가진 주민을 지원하되, 지원 과정에서 주민과 행정과의 긴밀한 협조 체제를 유지한다.
 - 농촌관광은 서비스를 바탕으로 하는 사업이므로 사업의 주체인 주민 개개인의 경영 의사와 능력이 매우 중요하다.
- 주민과 지방자치단체가 자발적으로 참여하며 파트너십을 형성할 수 있도록 정책적으로 유인한다.
 - 지원 대상의 선정은 가급적 공모 방식을 선택한다. 또한 사업대상지가 확대될 경우에도 지방자치단체에서 공모방식에 의해 사업자를 선정할 수 있도록 유도한다.
 - 주민과 행정과의 파트너십을 조장할 수 있는 모임을 활성화한다. 이 방안으로 농촌관광 시범마을 사업비 중에 주민과 연구 모임 등에 소요되는 실질 경비 지원이 필요하다.
- 농촌관광에 대한 주민의 참여 의식을 고취하기 위한 다양한 방안 모색이 필요하다.
 - 마을 가꾸기 경진대회, 마을 리더의 교육·훈련, 선진지 견학 프로그램 등의 마련이 필요하다.

■ 기존 농촌정비사업과의 연계 강화

- 농촌관광이 활성화되기 위해서는 아름다운 경관과 깨끗한 자연환경, 마을조경과 공공시설의 정비, 민박을 위한 농가 주택의 정비, 환경농업의 실천, 특산품의 개발 등이 필요한데 이러한 사업들은 기존 정책으로 추진되고 있다.
- 따라서 농촌관광사업 대상 지역으로 선정된 마을 또는 지역에서는 기존 농촌정비 사업과 신규 농촌관광지원사업을 연계하여 사업의 시너지 효과를 얻을 수 있다.

- 주택개량사업, 문화마을 사업과 연계하여 민박용 주택을 정비한다.
- 정주권 개발사업 내용에 농촌 어메니티 증진 및 농촌관광 공동시설 정비사업 등을 포함시켜 농촌관광 물적 기반을 확충한다.

■ 농촌관광 관련 주체간의 역할 분담

- 농촌관광과 관련하여 민간조직, 국가와 지방자치단체 간의 역할 분담을 체계화할 필요가 있다.

① 국가(중앙정부)

- 농촌관광 기반 조성을 위한 농촌정책 개발(어메니티 중시)
- 농촌관광 활성화 중장기 계획 수립
- 농촌관광 시범사업 추진
- 농촌관광의 홍보, 정보교환을 위한 네트워킹 체제 구축
- 관련 제도 정비, 민간 조직 지원
- 교육·훈련·연구 사업 지원

② 지방자치단체

- 농촌관광에 적합한 농촌개발사업 시행(어메니티 증진 사업)
- 지도자 육성 및 경영능력 개발
- 지역 단위 농촌관광 자원 홍보
- 프로그램 개발 및 실천

③ 민간(조직)

- 공급자 조직 구성 및 네트워킹
- 자율 규제를 통한 품질 관리(등급제 등 실시)
- 자체 교육 및 훈련사업 시행
- 경영 능력 향상 노력 추진
- 정보 제공 및 각종 교류활동 추진

■ 다양한 사업 추진

- 어느 하나의 접근 방식(예: 마을 단위 접근)에서 탈피하여 추진 주체 및 사업 내용을 달리하는 다양한 사업들을 실시하여 빠른 시일 내에 농촌관광이 정착될 수 있도록 하여야 한다.

<표 4-6> 농촌관광의 추진 형태별 특성

추진주체	사업내용	관련 사례	비고
행정기관	물리적인 기반정비 수요 창출	테마파크·휴양림 조성, 주말농원 조성 농·소·정 협력사업	각각의 추진 형태가 서로 결합하는 형식으로 사업을 추진할 수 있음(예를 들어, 최근의 정부 시범사업은 행정주도형이면서 마을공동형이라 할 수 있음).
개별 가구	민박, 음식물판매, 특산품개발	관광농원, 민박펜션(제주), 농산물가공품 개발	
마을공동	마을공동사업추진	시범마을 조성 마을단위환경농업추진, 마을공동 민박시설	
관련 단체	도농교류사업, 주말농원조성사업	농협 팜스테이, 소비자단체주최 도농교류사업, 주말농원 등	

■ 세 가지 측면에서의 접근

- 농촌관광이 활성화되기 위해서는 도시민의 관심과 수요 증대, 농촌에서의 수용체제 확립, 도시와 농촌을 연결하는 매개 기능으로의 접근이 요구된다.

- 따라서 농촌관광정책은 세 가지 측면에서 종합적인 접근이 요구된다.

① 도시민의 관심과 수요 증대

- 소비자인 도시민의 수요를 창출하고 규모를 확대하기 위한 종합적인 노력이 필요하다.

- 소비자 욕구 파악, 방문 유도, 농촌관광에 관한 홍보, 온라인, 오프라인을 통한 농촌관광 정보의 유통 등이 필요하다.

② 농촌에서의 수용 체제 확립

- 농촌관광의 공급 기반을 확충하고 지속성을 유지하기 위한 다양한 노력이 요구된다.
- 물리적 시설 정비, 담당 인력 양성, 경영능력 향상 노력 등을 통해 농촌의 관광 수용체제를 확립해야 한다.

③ 수요·공급의 매개 및 지원 체제 확립

- 수요와 공급이 원활하게 연계될 수 있는 여건을 조성해야 한다.
- 양 방향 정보의 유통, 관련자의 조직 및 교류·협력, 법률 정비 등이 필요하다.

3. 농촌관광 진흥을 위한 주요 정책 과제

3.1. 도시민의 관심과 수요 증대 대책

① 수요 조사 정례화

■ 배경 및 필요성

- 농촌관광 도입기에서는 수요자의 요구가 시장에 반영되지 않은 상태이므로 시장조사 등을 통하여 수요자의 요구사항을 정확하게 파악하여 이를 농촌관광경영에 활용하는 것이 요구된다.
- 현재 농촌관광에 대한 조사가 거의 없어 농촌관광의 주 고객인 도시민의 요구사항을 체계적으로 파악하는 장치가 미흡하다.

■ 추진 방안

- 도시민의 의식 조사 및 시장 조사를 정례화하여 이를 농촌관광 경영에 활용케 하며 정책 수립의 기초 자료로 이용한다.
- 조사 내용: 도시민이 농촌관광에 대한 관심, 농촌관광을 통해서 얻고자 하는 것, 각종 체험활동 경험 및 의향, 농촌에서의 숙박 경험 및 의향, 바람직한 농촌 모습 등
- 조사 방법
 - 간이 조사와 본 조사로 구분하되 간이조사의 경우 구축되는 포털사이트에 조사란을 마련하여 연중 조사한다.
 - 본 조사는 2~3년에 한 번씩 조사표를 작성하여 면접조사한다.

② 도시민의 농촌 체험활동 장려

■ 배경 및 필요성

- 조사를 통해 농촌관광에 대한 도시민의 인식 및 방문 수요가 아직까지 충분치 않은 상태라는 것을 알 수 있다.
 - 농촌관광에 대해 들어본 적 없다는 응답이 48.7%이며, 농촌관광 무경험자가 79.9%를 차지한다.
- 따라서 농촌관광이 관광의 한 유형으로 정착되고 자발적인 수요층이 형성될 때까지는 다양한 유인 조치를 통하여 도시민을 농촌에 방문하게 하는 방안을 모색할 필요성이 있다.
 - 환경단체, 시민단체를 중심으로 도·농 교류 사업이 추진된 바 있으나, 비용부담 등으로 크게 확산되지 못한 반면, 정부 지원에 의한 농·소·정 협력사업은 도시 농촌 교류에 나름대로 기여한 것으로 나타나고 있다.

- 새마을운동중앙회에서 농·소·정 협력사업의 일환으로 도·농 교류에 참여한 경험자 조사 결과(새마을운동중앙회, 2000)에 의하면 59.6%가 앞으로도 도·농 교류 활동에 참여하겠다고 응답하였으며, 57.4%가 자녀에게도 권하겠다고 응답하고 있다.

■ 추진 방안

- 농·소·정 협력사업 일환으로 도·농 교류사업을 확대한다.
 - 청소년 생산현장체험·농촌문화 체험, 일손돕기사업, 도시 소비자 생산·유통 현장체험 또는 도시 소비자 농촌방문 촉진사업 등을 추진한다.
 - 이와 관련하여 농협에서 추진하고 있는 팜스테이 사업 등을 확대 추진한다.
- 유치원 초·중학생 및 교사의 「도농교류체험학습」 프로그램을 추진한다.
 - 초·중학교 수업의 일환으로 「도농교류체험학습」을 정규 수업과목에 편성하거나 방학숙제로 농촌 현장체험을 편입한다.
 - 특히 교사들이 도·농교류체험에 적극 참여하도록 유도하여 그 경험을 학생들에게 전달하고 교육할 수 있도록 한다.

3.2. 농촌측의 수용태세 확립

① 농촌관광마을 조성사업 확대 실시

■ 배경 및 필요성

- 2002년부터 녹색농촌체험시범마을, 전통테마마을 등 마을을 대상으로 하는 농촌관광마을이 조성되고 있지만 1년에 약 40개 미만의 마을이 지정되기 때문에 마을 단위 농촌관광 기반 조성 속도가 느리며 도시민의 수용태세를 갖추는 데도 미흡하다.

- 지금과 같은 소수의 마을개발은 농촌관광의 확산을 더디게 하며 선정되지 못한 많은 마을로부터의 불만을 야기할 우려가 있다.
- 한편으로는 농촌관광마을이 관광을 목적으로 하지만 마을정비의 다른 형태라는 측면에서 볼 때 대상마을의 확대가 기 지정된 마을과의 경쟁을 유발하는 부정적 측면보다는 농촌마을 정비를 앞당기는 긍정적 측면이 강하다고 할 수 있다.
- ※ 농촌관광마을 조성사업은 1980년대의 군 단위개발 → 1990년대의 면 단위 개발 → 2000년대의 마을 단위 개발이라는 농촌정비 과정의 한 부분에 있다고 할 수 있다.
- 따라서 녹색농촌시범마을의 지난 1년 간의 추진 과정에서 드러난 문제점을 개선하되 대상 마을을 점차 확대해 나가는 것이 요구된다.

■ 추진 방안

- 2011년까지 녹색농촌체험마을을 전국적으로 1,000개소 조성한다.
 - 농촌관광 수요 전망에서 살펴본 바와 같이 2011년 농촌관광 전체 수요에 대비해서 농가 민박이 차지하는 비중은 약 7.6%로서 7,045천명 ~11,074천 명에 달하는데 이를 한마을에서 7천 명 ~1만1천 명 정도 수용한다고 가정하면 전체 마을은 1,000개가 요구된다.

<표 4-7> 연도별 농촌관광마을 조성계획

연도	'03까지	'04	'05	'06	'07	'08	'09	'10	'11
마을 수	71	80	100	120	119	125	125	125	125

- 한편 농촌관광마을을 선정하기 앞서 미리 사업 추진 의지가 있는 마을을 예비마을로 선정하되 이 마을에게 마을지도자 교육, 문화마을사업 등을 우선 시행하며, 도농교류사업을 자체 추진하도록 유도한다.
 - 예비 마을은 기 지원된 민박마을, 팜스테이마을(농협) 등에서 선정한다.
 - 예비마을 중에서 사업 추진 실적이 우수한 마을을 녹색농촌체험마을로 선정한다.

을 등으로 선정하여 사업지원효과를 극대화한다.

- 공공사업 위주로 사업비를 집행하도록 하되 마을의 상황에 따라서는 사업비를 다양하게 사용할 수 있도록 사업비 집행 방법을 보다 유연화한다.
 - 현재는 사업시행 지침에서 제시하고 있는 사업 범위를 크게 벗어나지 못하므로 특징 없는 비슷비슷한 마을들이 만들어지고 있다.
 - 대부분의 마을에서 필요사업으로 공동주차장, 공중화장실, 직판장, 단체 방문객 숙박시설 등이 거론되고 있는데 이러한 사업은 그밖의 농촌정비사업에서도 추진 가능한 것들이다.
 - 마을에 따라서는 마을 공동으로 프로그램 개발 및 운영, 홍보 및 마케팅을 위해서 보조금을 사용할 수 있는 재량권 부여가 필요하다.
- 주기적으로 사업 성과평가를 통해 사업 추진방향을 재정립한다.
 - 농가소득의 변화, 도농교류 추진 실적, 주민의 선호사업 등을 평가하여 사업 추진방향을 지속적으로 보완한다.

② 농촌관광기반정비(일명 도시농촌교류시설정비)사업 실시 방안

■ 배경 및 필요성

- 현재 추진 중에 있는 농촌관광시범마을과 기존의 관광농원, 민박만 가지고 농촌관광 기반시설을 공급하는 데는 한계가 있다. 또한 농촌관광시범마을은 마을 단위로 조성되기 때문에 마을 단위가 아닌 지구 혹은 지점단위에서 농촌관광시설을 설치할 필요가 있을 때 적절하게 대응할 수 없는 문제가 발생한다.
 - 따라서 기존의 마을 단위 농촌관광사업과는 별도의 농촌관광시설을 공공이 공급하여 농촌관광의 시설 기반을 확충하며 농촌관광자원을 다양화할 필요가 있다.

- 수익성만을 따질 경우 좋은 시설을 갖추기 어렵기 때문에 농촌의 공익적 기능을 강화하며 도시농촌교류를 촉진하기 위한 공공투자사업으로 실시한다.
 - 단지에 주말농원, 소규모 숙박·레저·체육시설 등을 한곳에 입지시켜 도시민의 휴양시설뿐만 아니라 지역 주민의 복지 시설로서도 기능할 수 있도록 한다.

■ 추진 방안

- 정부 지원금을 받아 지방자치단체 또는 농협 등이 사업주체가 되어 숙박시설, 레저 및 체육시설, 체험농원시설, 판매시설, 기타 관련시설을 지역의 상황에 따라 종합적 혹은 개별적으로 설치한다.
 - 농촌테마파크형 : 일단의 단지 내에 농원 및 관련 휴양시설을 종합적으로 입지시킨다.
 - 주말 농장형 : 일단의 토지에 간이숙소가 딸린 주말농장을 설치하여 운영한다.
 - 기타 농촌관광기반시설 정비형 : 농촌관광안내소, 산책로, 폐교 정비, 문화재 보수 등 농촌관광자원으로서 기능할 수 있는 시설물을 정비한다.
- 추진 대상 사업은 부지 조성사업, 통나무집, 황토방 등과 같은 숙박시설조성, 관광안내소, 다목적 회의장, 소규모 공연장(경우에 따라서는 단체 숙박객의 숙박 장소로도 활용)과 같은 도시 농촌 교류시설, 퍼블릭 골프장, 간이 스키장, 테니스장, 게이트볼장, 썰매장, 간이 온천탕 등의 레저·스포츠 시설, 주말농원, 농산물 가공장, 도자기 공방, 양조장 등 체험시설 등의 체험 및 가공시설, 식당 및 판매시설 등이다.
- 중앙정부의 국고 보조사업으로 추진하되 사업 추진 주체는 지방자치단체를 원칙으로 한다. 다만 지방자치단체는 이 사업을 농협, 또는 주민협의체, 공공과 민간으로 구성된 제3섹터 등에 위탁할 수 있도록 한다.

- 사업 초기에는 시범사업을 실시, 사업의 효과가 좋으면 점차 전국적으로 확대 실시한다.
 - 이 사업은 시설 정비보다는 운영이 중요하므로 지방자치단체가 사업을 추진할 경우 운영을 위한 별도의 독립법인을 만들거나 일반 주민에게 임대하는 등 다양한 방식을 허용한다.
 - 농협 또는 주민협의체, 제3섹터가 추진 주체가 될 경우 운영까지 담당하도록 한다.
- 이 사업은 성격 면에서 기존 농어촌 휴양단지 조성사업과 유사하다. 기존의 농어촌 휴양단지 사업은 사업 추진 주체들의 농촌관광에 대한 인식이 부족하고, 사회적인 여건이 미성숙한 탓도 있었지만 정부의 자금 지원 부족 등으로 사업 수요가 적었다. 따라서 이 사업의 법률적인 근거 등은 농어촌 휴양단지 조성사업을 준용하되 예산사업으로 추진하는 것이 바람직하다.
- 이 사업은 농촌관광 시설 및 서비스 수준을 높여 농촌관광시장 확대에 긍정적으로 기여할 수 있다는 측면이 있는 반면, 기존 농촌관광 경영체(마을 단위 혹은 개별 단위)와의 경쟁을 유발할 수도 있을 것이다.
- 따라서 민간 경영체와의 경쟁을 피하기 위한 입지 선정 및 공동 프로그램 등을 개발하는 것이 필요하다.
 - 예를 들면 이 사업으로 설치된 시설지구 주변에 여러 개의 녹색농촌시범마을을 지정하여 지역 전체가 하나의 전원박물관(eco-museum)으로 기능할 수 있도록 하는 것 등이다.
- 이 사업과 같이 공공 주도의 농촌관광시설 정비사업은 일본에서 가장 보편적으로 이루어지고 있는 것이라 할 수 있다. 다음은 그 한 예이다.

공공 주도의 농촌관광기반시설 설치 사례

: 사과산업과 농촌관광의 접목

- 일본 사과의 주산지 아오모리 현 이타야나기 정에서는 사과의 생산과 가공, 판매, 휴식 등이 한곳에서 이루어질 수 있는 농촌관광시설을 설치(사과를 주제로 하는 농촌관광)하여 운영하고 있음.
 - 사과를 기반으로 하는 지역산업 진흥, 체험농업의 추진, 새로운 농업기술 제공이라는 3가지 목적을 가지고 1986년에 설립되었음.
 - 센터의 시설설치비로는 약 30억엔이 투자, 그 중 50%는 국가 보조(농림성의 구조개선자금), 나머지는 정의 자체예산 및 지방채 발행 등으로 조달
 - 당초에는 제3섹터를 만들어 운영하다가 현재는 재단법인을 만들어 위탁운영
- 세계 각국의 250여 종의 사과를 재배하는 품종견본원, 사과자료관, 사과가공공장 등이 갖추고, 외래객을 위한 숙박시설, 각종 체험시설, 기념광장, 온천 등의 각종 위락시설과 농산물 직매장, 사과가공집출하저장시설 등을 갖추으로써 “배우고 놀고 머무르는 사과의 고향” 이란 이미지를 창출. 주요한 시설은 다음과 같음.
 - 사과따기 체험농장 : 과수원을 방문하는 사람들이 신선한 사과를 따먹게 함.
 - 이벤트 광장 : 콘서트, 농산물전시 직판, 집회 등 다양한 이벤트를 개최
 - 농산물 직판장 : 현재 100여 명의 농가가 협의회를 조직하여 참가. 매출액의 15%를 수수료로 센터에 지불
 - 사과가공집하 저장시설 : 고품질 사과 주스나 잼 등을 가공
 - 숙박시설 : 방갈로 식의 6개동의 숙박시설
 - 온천 대목욕탕 : 마을 주민이 주로 이용. 숙박 손님은 자유롭게 이용
 - 레스토랑 「Ringo Work」 : 불고기 메뉴가 주
 - 각종 공방 : 도예공방, 사과과자 공방, 사과나무목공방, 사과나무염색공방 등
 - 생산제품 : 사과 주스, 사과잼, 사과드레싱 소스, 사과젤리, 사과쿠키, 사과염색실, 사과나무껍질로 만든 지갑

③ 개별 경영체 지원 강화

■ 배경 및 필요성

- 농촌관광의 최종 수익이 개별 경영체의 영업활동을 통해 발생한다는 점을 중시하여 개별 경영체의 경영조건 개선을 위한 지원을 강화할 필요가 있다.
 - 팜스테이 등 마을 단위로 농촌관광을 추진하는 사례에서 알 수 있듯이, 방문객 유치, 프로그램 운영, 음식물 제공 등은 마을 공동으로 추진할 수 있지만 숙박은 개별 농가에서 이루어지는 경우가 대부분이다.
 - 또한 마을 공동으로 프로그램을 운영하거나 음식물을 제공하는 경우에는 준비하는 측에서는 노력한 만큼 수익이 발생하지 않기 때문에 지속적으로 이루어지지 못할 가능성이 있다.
- 다만 개별 경영체가 설치하는 시설물에 대한 직접 보조는 타 농가와의 형평성 문제를 야기할 수 있으므로 가급적 융자 지원 등을 원칙으로 하되 필요에 따라서 소액을 보조하는 것으로 한다.

■ 추진 방안

- 지원 대상 사업은 농가가 농촌관광을 위해 설치하는 각종 시설정비 비용 보조, 교육 및 홍보비 지원, 기타 홈페이지 구축비용 등이다.
 - 예를 들어 민박 및 농가식당을 개설하기 위한 농어가 주택의 개보수, 정화조 등의 위생처리시설 등에 소요되는 비용의 일부를 소액 보조하거나 장기 저리 융자한다.
 - 농촌관광 경영능력 향상을 위하여 농가가 지출하는 교육·훈련비의 전부 또는 일부를 지원한다.
 - 농촌관광 경영주가 전문가에 의뢰하여 홈페이지를 구축하는 경우가

많은데 이 비용의 일부 또는 전부를 지원한다.

- 지원방법은 시설 정비비는 기존 읍자사업을 개선하여 활용하거나 새로운 보조사업을 신설한다.

- 그 예로서 시범관광마을에 속한 농가가 민박을 하기 위하여 기존 주택을 개축하거나 신축하고자 할 경우 농어촌 주거환경개선사업의 주택읍자금을 우선 지원한다. 단, 현행보다 지원 규모(현재 호당 2,000만원)를 늘리고 이자율은 하향 조정하며 지원이 가능한 주택 규모 상한(현행 30평)을 완화하여 농가의 민박사업을 지원한다.
- 민박용 화장실과 샤워실 설치 등을 지원하기 위해 소액보조사업을 신설한다.

- 교육·훈련비, 홍보비 등은 해당 사업을 운영하는 기관, 또는 지방자치단체에 지원하거나 아니면 해당 농가에 지원한다.

- 예: 농가가 농촌관광 교육기관에서 경영능력 향상 교육을 받을 경우 교육비의 일부 또는 전부를 교육기관에 지원한다.
- 예: 농촌관광 홈페이지 작성 기관에 개별 농가의 홈페이지 작성 비용의 일부를 지원한다.

- 보조 또는 읍자를 결정하기에 앞서 전반적인 사업계획, 지원금의 사용 계획 등을 면밀하게 검토하여 성공의 가능성을 사전에 판단한다.

- 이 점에서는 영국에서 행해지고 있는 농장경영다각화 사업의 지원 방법을 벤치마킹할 수 있다.

<표 4-8> 영국 농장경영다각화 사업의 「시설정비보조」 조건

실시기간(관광관련)	1988-1992년(5년간)														
보조액 및 최고 한도액	<ul style="list-style-type: none"> · 사업예산의 25% 이내. · 보조대상인 사업비의 최고액은 35,000파운드 · 사업비는 크더라도 상관은 없지만 일정 한도 이상의 사업은 보조대상이 되지 않음 														
특별보조율의 적용	40세 미만으로 최근 5년 이내에 취농한 사람은 보조율이 31.25%														
보조대상사업의 계속 기간 및 변경의 여부	<ul style="list-style-type: none"> · 사업계획은 최고 6년까지 계속가능 · 계획 변경은 1년간으로 1회만 가능하고 최고한도액까지 사업비를 증가하는 것도 가능 · 신청자는 복수의 사업을 신청할 수 있지만 동시에 보조금을 받을 수는 없음 														
대상자 조건	<ul style="list-style-type: none"> · 5년 이상의 취농 경험 혹은 적정한 농업 연수교육 수료자격을 가진자 · 소유(빌린땅)농지에서 연간 최저 1,100시간의 농업활동 · 가계소득의 반 이상을 농업이나 보도 신청 사업에서 얻을 것 · 신청자가 최저 750파운드를 해당사업에 투자할 것 														
신청자료	사업계획(투자계획, 예상 이익률, 고용계획, 마케팅계획 등)														
보조대상이 되는 설비	표 2-3 참조														
지원의 판단기준	<ul style="list-style-type: none"> · 건전한 비즈니스로서 성공 가능성 혹은 농가경영 전체의 경제적 공헌도 · 신청한 사업이 보조금 없이 성공할 가능성 · 사업에서 나오는 상품이 적정하게 팔릴 가능성이 있을 것 · 전원지역 경관이나 자연에 악영향을 미치지 않을 것 · 오염을 일으키지 않을 것 · 시설 디자인의 질이 높을 것 														
보조금의 지불	보조금은 순 비용에 대해 이루어짐(할인의 경우 할인후의 가격에 대해). 신청자는 영수증등의 증명을 받아 수시신청 신청의 근거가 되는 자료는 3년간 보존														
회계보존의 의무	해당사업의 회계결과를 사업종료후 2년간 보존														
보조금의 상환	<p>보조를 받아 설치한 시설이나 건물의 용도를 변경하거나 매각하는 경우, 다음의 비율로 반환되는 경우가 있음</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>완성으로부터의 월수</th> <th>반환율(%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>0-12</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>13-24</td> <td>80</td> </tr> <tr> <td>25-36</td> <td>60</td> </tr> <tr> <td>37-48</td> <td>40</td> </tr> <tr> <td>49-60</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>61개월 이상</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	완성으로부터의 월수	반환율(%)	0-12	100	13-24	80	25-36	60	37-48	40	49-60	20	61개월 이상	0
완성으로부터의 월수	반환율(%)														
0-12	100														
13-24	80														
25-36	60														
37-48	40														
49-60	20														
61개월 이상	0														

4 농촌 경관정비사업의 추진

■ 배경 및 필요성

- 도시민 설문조사에서 농촌관광을 가는 주된 이유는 전원감상(39.5%), 자연탐방(18.5%) 순이며 농촌관광 지역으로는 자연환경의 보존이 잘 되어 있거나 환경농업을 체험할 수 있는 지역(54.5%)을 가장 선호하는 것으로 나타났다.
 - 따라서 농촌관광의 정착을 위해서는 체험 프로그램 개발이나 먹을거리 판매 등도 중요하지만, 무엇보다 농촌다운 자연환경과 경관을 유지하고 보전하는 것이 중요하다.
- 농촌지역의 경관을 가꾸는 노력은 제도, 사업, 주민 참여 등이 연계되어야 하는데 아직까지 우리나라에서는 농촌 경관을 체계적으로 정비하는 노력은 부족한 편이다.
 - 건교부 소관의 「국토의계획및이용에관한법률」, 환경부 소관의 「자연환경보존법」, 「환경정책기본법」, 「환경·교통·재해등에관한영향평가법」 등이 있으나 농촌지역의 소규모 사업에서는 실질적으로 작동되고 있지 않다.
 - 농림부는 물리적인 경관정비 사업을 추진하며 주민의 참여를 유도하는 프로그램을 개발할 필요가 있다.

현행 경관 관련제도

- 국토의계획및이용에관한법률
 - “시·군기본계획”과 “시·군관리계획” 수립 시 경관계획을 부문계획으로 포함
 - 경관지구(경관을 보호·형성하기 위하여 필요한 지구)를 지정하여 토지이용규제 측면에서의 관리를 할 수 있음
 - 개발행위허가제을 근거로 삼아 개발행위를 심사할 때 주변경관과의 조화 여부를 중요한 심사 요소로 활용
- 자연환경보전법
 - 경관형성 및 자연경관보전조례 제정을 지방자치단체에 위임(그러나 제정한 지방자치단체 수는 많지 않음)
 - 경관형성 및 자연경관보전조례의 주요 내용은 (1) 경관형성계획 및 자연경관기본계획의 수립, (2) 자연경관보전지역의 지정, (3) 경관형성심의위원회 및 자연경관심의위원회 설치 등
- 환경정책기본상의 사전환경성검토제도와 환경·교통·재해등에관한영향평가법에 의한 환경영향평가제도 활용
 - 사전환경성검토제도는 국가·지방자치단체·공공기관 등이 시행하는 각종 행정계획, 개발계획, 개발사업에 대한 개발예정지구 지정, 기본계획 수립, 실시계획승인 과정에 있어서 미리 환경성을 검토하는 제도. 여기에서 검토 항목으로 경관이 포함.
 - 환경영향평가의 평가 항목 중 하나로 경관영향평가가 포함

■ 추진 방안

□ 농촌 경관정비사업의 추진

- 마을 주변에서 발견되는 농촌 경관요소를 유지 보수하는 사업부터 지방자치단체가 추진 주체가 되어 많은 예산이 투자되는 사업까지를 포함한다.

- 마을 단위사업으로는 예를 들면 마을 꽃길 조성, 경관작물 형성, 성황당 보수, 당산나무 주변 정화, 마을지붕색 조화, 마을 담장 정비, 산울타리 조성 사업 등이다.
 - 마을 단위 사업은 별도로 마을을 선정하는 방법도 있겠지만 기존에 농촌관광시범마을로 지정된 마을에 추가로 경관조성사업을 실시하여 시범효과를 높일 수 있다.
 - 일반 사업지구단위사업은 시·군 지방자치단체가 판단하여 사업지구를 선정한다. 이 경우에는 기존에 추진되고 있는 농촌 정비 사업 중에서 경관을 배려하여 실시하는 사업도 포함한다. 예를 들어 경관을 배려한 마을하천 정비, 경관을 배려한 농촌도로정비, 경관을 배려한 농업 생산기반정비 등이다.
- 사업 초기에는 마을 단위 소규모 사업을 실시하되 장기적으로는 일반 사업지구로 확대한다.
- 마을 단위 사업은 주민이 작성한 경관정비 계획을 기초로 삼아 사업비를 지원하는 방식을 취함으로써 경관협약제도가 자연스럽게 도입될 수 있도록 한다.

□ 경관협약제도와 경관보전 직불제의 도입

- 농촌 경관정비사업과 연계하거나 혹은 별도로 경관협약제도와 경관보전 직불제의 도입을 적극 검토한다.
- 경관협약제도는 주민의 자발적인 경관보전 노력을 이끌어내기 위한 수단으로 지방자치단체와 주민과의 경관보전에 관한 협약이다. 협약 체결을 유도하기 위해서는 지방자치단체 차원에서는 경관조례를 제정하고 중앙정부 차원에서는 경관정비사업비지원 또는 시범마을지원 등의 인센티브를 부여한다.
- 마을 단위 경관협약제도는 상황에 따라서 경관보전 직불제와 연계될 수 있다. 예를 들어 논농업직불제, 밭농업직불제 등의 지원 조건으로

마을 단위의 경관보전 노력을 명시하고 주민과 행정사이에 협약서를 작성하는 것이다.

- 또한 경관협약제도는 생산조정제와 연계될 수 있다. 생산조정 대상 농지에 관상수 등 경관작물 재배를 권장하는 형식이다.

- 경관협약을 도입함에 있어서 벤치마킹할 수 있는 것은 영국의 전원지킴이 사업(countryside stewardship scheme)이다.

**경관 협약 형태로서의 영국의 Countryside Stewardship 사업의 개요
(1991년 시작)**

- 목적 : 방치 혹은 과다 방목 상태로 두면 황폐위기에 처할 수 있는 지역의 경관 및 야생동식물의 보전, 레크리에이션 기회제공, 농가경제지원

○ 경관관리의 계약

경관의 형태	관리내용	연간지불액(파운드/ha)
석회암의 초지경관	· 기존 영구초지의 관리	50
	· 영구초지의 재생	210
저지대의 히스경관	· 기존히스의 관리	50
	· 기존 영구초지의 관리	250
수변경관	· 전통적인 수변경관의 재생	225
	· 염수습지(salt marsh)의 관리	20
해안경관	· 벼랑녹지대 혹은 사구의 관리	50
	· 반자연식생의 재생	225
	· Enclosed Moorland에서 식생의 성육촉진	15+50 (최초 5년간)
	· 농업목적으로 개량된 토지에서의 Heather Moor의 재생	50+50 (최초 5년간)
고지대경관	· 전통적인 목초지 및 건초 목초지 (Hay Meadows)의 재생과 유지관리	50

경관형성작물 식재

- 경관형성작물은 농촌의 아름다운 경관을 형성하는 것을 주된 목적으로 하여 재배하는 작물인데 벼, 보리, 과수 등과 같이 농가의 소득을 위해서 재배되지만 자연스럽게 우리나라 농촌 경관을 형성해 온 작물이 있는 반면, 코스모스, 튤립, 라벤더 등과 같이 아름다운 경관을 창출하기 위해 일부러 식재하는 경우도 있으며, 또한 메밀·유채와 같이 농가의 수익을 위해서 재배했지만 지금은 오히려 경관을 목적으로 재배하는 작물도 있음.
- 경관형성작물은 수익성이 없기 때문에 지금까지는 행정이 주체가 되어서 식재 관리해 왔는데(예를 들면 제주도의 야생화 꽃길, 아산시 하천부지의 튤립밭 조성, 제천시의 해바라기 길 조성 등), 행정이 주체가 되면 일시적인 이벤트성에 그칠 가능성이 높아 지속성이 떨어지며 특히 관리 및 운영이 문제가 됨.
- 따라서 주민에게 동기를 부여하여 스스로가 경관형성작물을 식재, 관리·운영하는 방안이 가장 바람직한데 그 방안으로 조건불리지역 직불제와 생산조정제 연계방안이 강구될 수 있을 것임.

5] 교육·훈련 사업 실시

■ 배경 및 필요성

- 농촌관광에 관한 사회적인 관심 증대와, 농촌관광 경영에 참여하고자 하는 농가가 늘어나면서 농협, 농업기술자협회 등 관련단체 주관의 교육 등이 비교적 활발하게 실시되고 있다.
 - 농업기술자협회 교육: 농림부의 교육지원비를 일부 받아 교육사업을 실시하고 있다. 2박3일 코스의 도·농녹색교류경영반(년2회 실시), 16주 코스의 도·농녹색교류대회최고지도자과정(년2회 실시) 등이 있다.
 - 관광농원협회: 1994년부터 매년 회원을 대상으로 1일간의 경영교육

을 실시하고 있다. 교육비는 전액 협회 및 회원이 부담하며, 교육내용은 정책 설명, 외국의 사례와 재무관리, 고객관리, 홍보 등과 같은 경영기법 등이다.

- 농협의 팜스테이농가 교육: 1999년부터 매년 1박2일로 2회 교육을 실시하고 있다. 매회 주제를 달리하며, 회원이 50%의 비용을 부담하는 해외견학프로그램(2002년 대만)도 실시하고 있다.
- 또한 농림부는 교육훈련사업비를 별도로 확보하여 시·도 단위로 교육프로그램을 개발 운영하도록 하고 있으며, 행자부, 농진청 등은 시범마을을 대상으로 하는 각종 평가대회, 설명회 등을 통하여 관련자들에게 교육기회를 제공하고 있다.
- 이러한 교육은 농촌관광 서비스 수준을 향상시키고 경영주의 경영능력 향상에 많은 기여를 하고 있는 것으로 나타나고 있다. 특히 마을 단위로 농촌관광을 추진하는 데 있어 가중 요소라 할 수 있는 리더십을 배양하고 주민 참여를 이끌어 내는 데 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다.
- 그러나 교육비 등의 부담으로 희망자 모두가 교육을 받기에는 한계가 있으며, 충실한 교육 프로그램 또는 경영매뉴얼 등이 아직 준비되어 있지 않다는 문제점이 발생하고 있다.

■ 추진 방안

□ 관련자의 교육·훈련 기회 확대

- 농촌관광마을지도자, 농촌관광 경영자, 지방자치단체 공무원 등에 대한 교육·훈련 기회를 확대한다.
 - 농촌관광사업계획수립, 경영기법, 리더십 배양, 관광 프로그램 개발 및 운영, 선진사례 등에 관한 교육을 실시하되 교육대상자에 따라

교육 내용을 다르게 하여 전문성을 높이도록 한다.

- 마을지도자, 담당 공무원 등을 대상으로 해외 선진지역 견학 기회를 제공한다(전업농 해외연수 프로그램 활용)

○ 교육·훈련기회의 확대와 함께 농촌관광 교육을 담당할 경험이 있는 농협교육원, 농업기술자협회 등 민간교육기관을 농촌관광 전문교육기관으로 양성한다.

- 정부 또는 지방자치단체가 마을지도자, 경영주 등을 민간교육기관에 위탁하여 교육·훈련 사업을 실시함으로써 이러한 기관들의 교육역량을 배양한다.
- 이러한 기관들이 주체가 되어 농촌관광 교육교재 개발, 선진사례 발굴을 할 수 있도록 지원한다.

□ 농촌관광 전문 인력 양성

○ 농촌관광을 추진하는 데에 있어서는 경영주 이외에도 지역의 관광명소 안내, 체험활동 지도, 스포츠 지도 등의 지도요원과, 컨설팅을 하는 사람에 이르기까지 다양한 분야의 전문가 등이 필요하다. 관련자들이 해당 분야의 전문 지식을 갖추는 것은 농촌관광의 성공적인 추진을 위한 전제 조건이 된다.

- 농촌관광 프로그램을 진행하거나 도움을 줄 수 있는 지도요원의 양성이 필요하다. 이를 위해 현존하는 연수 및 자격제도를 활용할 수 있다. 예를 들면, 지방자치단체 시행 문화유산 해설사 등에게 농촌관광 교육기회를 제공하여 농촌관광안내인으로 활용하는 것 등이다.
- 장기적으로 지도 요원 양성을 위한 새로운 교육 훈련과정을 설치한다. 예를 들면, 숲해설가, 생태관광 해설가, 체험활동 지도사, 레크리에이션 및 스포츠 지도자 등의 전문지도 요원 양성을 위해 소정의 교육 훈련과정을 설치하고 이를 이수한 자에게 자격증을 수여하는 제도 등을 검토한다.

- 농촌관광을 기획하고 실천하는 과정에서 도움이 될 수 있는 전문가를 양성한다. 예를 들면, 마을 단위 농촌관광을 계획하는 전문가, 그리고 이를 실천하는 과정에서 필요한 마케팅 전문가, 서비스 교육 훈련 전문가, 회계 전문가 등 다양한 분야의 전문가 등이 필요하다.
- 한 사람의 전문가가 모든 분야의 컨설팅을 담당할 수 없기 때문에 컨설턴터는 팀워크를 이를 필요가 있다. 따라서 컨설팅을 요구하는 수요자에게 그들이 요구하는 전문가를 곧바로 소개시켜 줄 수 있는 전문가풀 창구를 설정할 필요가 있다. 전문가 풀은 중앙정부 차원과 지방자치단체 차원에서 조직 가능하다.

□ 농촌관광 교육 프로그램 개발

- 농촌관광 추진 관련자가 농촌관광 전반을 이해하고, 실천 과정에서 발생하는 문제를 해결할 수 있는 방법을 알며, 경영 아이디어를 창출하는데 참고 자료로 활용할 수 있는 교육교재 작성이 필요하다. 작성된 교육 교재는 메뉴얼로서 이용될 수 있도록 한다.
- 농촌관광 교육 교재에서 담아야 할 주요 내용은 다음과 같다.
 - ① 농촌관광 가능성을 판단할 수 있는 여건: 농촌관광을 둘러싼 정책 변화, 시장 전망, 도시민의 수요
 - ② 농촌관광의 형태 및 각 형태별 상품 내용: 경영주가 선택할 수 있는 농촌관광의 형태, 각 형태별로 이용 가능한 프로그램 내용
 - ③ 농촌관광 관련 기관의 역할 및 지원 내용
 - ④ 농촌관광 관련 제도 해설: 토지이용, 건축행위, 영업 행위 관련 법 등 실제로 농촌관광을 추진할 때 당면하는 법적 문제를 해설
 - ⑤ 농촌관광의 계획과 실천 단계에서 결정해야 할 사항: 지역여건 분석, 농촌관광의 형태 및 사업 아이템 결정, 마케팅 전략 수립, 농촌관광을 위한 필요 시설 계획, 주민 혹은 관련자 조직화, 자금 조달 계획, 투자 수익성 분석

- ⑥ 농촌관광 관련 교육 프로그램 해설: 정부 및 지방자치단체가 제공하는 교육 프로그램 소개
- ⑦ 홍보 혹은 네트워킹 방안: 이용 가능한 포털 사이트 소개 및 이용 방법 안내, 도시민과의 지속적 교류 방안
- 교육 대상에 따라 차별적으로 적용될 수 있는 교육 프로그램을 개발한다. 특히 농촌관광형태 및 경험정도에 따라 교육내용이 달라질 수 있도록 다양한 코스를 개발한다.
 - 예를 들어, 마을 단위로 농촌관광을 경영하는 경우와 개별 경영체 단위로 민박 중심의 농촌관광을 경영하는 경우 교육 프로그램이 달라질 수 있으며, 민박경영자 교육은 다시 여성경영자반, 개업기초반, 경험자반 등으로 나눌 수 있다.

□ 사례: 민박경영자 반 교육 프로그램

- 목적
 - 농가가 민박을 개업하고자 할 때 민박영업에 관한 법 제도나 제반 절차에 대한 정보나 노하우를 제공하여 사업의 성공적인 추진을 지원하거나 기존 민박경영자의 경영능력을 향상시키는 것을 목적으로 한다.
- 코스
 - 개업기초 코스 : 개별적으로 농촌관광 특히 민박업을 개업하고자 하는 사람을 대상으로 농촌관광을 시작하고자 할 때 필요한 법률 제도나 제반 행정 절차, 사업계획작성, 주의해야 할 사항 등을 교육한다.
 - 경영능력 향상 코스 : 이미 개별적으로 농촌관광사업을 경영하고 있는 경영주를 대상으로 선진 경영기법이나 관련 지식 등을 교육한다.

※ 개업기초 코스와 경영능력 향상 코스 모두 선진지 견학 등을 실시하여 실천 가능한 전략을 수립할 수 있도록 한다.
- 교과 과정 예는 다음과 같다.

<표 4-9> 교과 과정의 예

개업기초코스		
항목	내용	담당 강사
I. 농촌관광 기초지식	① 농촌관광에 대하여. ② 도시 주민이 기대하는 농가민박 ③ 민박 경영자의 기본자세. ④ 기존 경영자와의 토론	농촌관광 전문가 기존 농촌관광 경영자
II. 민박 개업을 위한 기초 지식	1. 제반 법규, 행정절차 관련 지식 ① 개업 상담 창구. ② 민박개업에 관한 제반 법규 ③ 민박개업까지의 제반 절차와 비용 2. 정보수집 ① 정보통신을 이용한 정보 수집. ② 기존 경험자로부터의 정보 청취	법률 전문가 지방자치단체 담당 공무원 관련 분야 세무사 농촌관광 전문가 기존 농촌관광 경영자
III. 민박 개업을 향한 구체적인 방법	1. 사업 계획 수립 ① 개업까지의 사업 계획과 개업 2. 시설 설치와 각종 비용 ① 경영 규모의 검토. ② 경영 스타일의 검토 ③ 시설 스타일의 검토. ④ 각종 필요 비품 및 비용 ⑤ 모범 사례 분석 3. 자금 조달 계획이나 공공 지원자금 활용 방안 ① 각 형태별 자금계획. ② 정부 및 기타 지원제도	사업계획수립 전문가 기존 농촌관광 경영자 여행업 관련 컨설턴트
IV. 경영관리와 안전관리	1. 경영 관리 ① 장부관리 ②세무관리 2. 손님 안전 ① 이용 가능한 각종 보험의 소개. ② 비상시 조치 등	회계 전문가 세무사 보험전문가 등
V. 마케팅 및 서비스 기법	1. 마케팅의 기초지식 ① 민박의 세일즈 포인트 ② 손님 요구 파악 방법 ③ 적정 요금 설정 방법 2. 지역자원 활용 및 지역과의 연계 방법 ① 지역자원 파악 및 활용 방법. ② 지역 주민과의 유대 강화 방법 3. 서비스 제공 기법 4. 요리 방법 ① 지역자원을 활용한 요리 방법	서비스 마케팅 전문가 향토사학자 등 지역전문가 요리사 등
VI. 자유 토론	사업 구상 수립 및 토론 ① 개별 구상 ② 발표 ③ 그룹토의	
총 수강 시간 및 수강기간	2박 3일	

3.3. 지속적 추진을 위한 지원 체계 확립

1) 정보전달 체계 강화

■ 배경 및 필요성

- 농촌관광을 활성화하는 가장 유력한 수단은 농촌관광 수요자와 공급자, 관련 기관 종사자 사이의 네트워킹 체제를 강화하여 관련 정보가 쉽게 유통될 수 있게 하는 것이다.
 - 특히 인터넷망을 통한 공급자 정보의 소비자에게로의 전달은 실질적인 방문 수요를 결정하는 수단으로 자리잡아가고 있다.
 - 관광농원 경영자의 46.9%가 홈페이지를 운영하고 있으며, 방문객 중 인터넷을 통해 정보를 얻은 경우가 수위(38.7%)를 차지할 정도로 인터넷을 통한 홍보는 농촌관광을 활성화하는 데 절대적인 위치를 차지하고 있다(한국농촌경제연구원, 2002).
- 현재 정부기관, 지방자치단체, 민간기관 등에서 농촌관광을 홍보할 수 있는 웹사이트는 현재 매우 다양하며 링크체제도 비교적 잘 구축되어 있는 편이다.
 - 대표적인 것으로 농림부, 농협, 한국관광농원협회, 한국관광공사, 한국민박협회 등이 있다.
- 그러나 제공하는 정보의 양이 충분하지 않으며 공급자와 수요자가 인터넷상에서 직접 정보를 교류할 수 있는 체제에까지는 이르지 못하고 있다.
 - 예를 들어, 많은 관광농원, 민박마을이 소개되지 않고 있다.
 - 방문결정을 위해서는 오프라인 상에서 다시 경영주와 접촉을 통해 보다 구체적인 정보를 얻거나 확인을 해야 하는 상태이다.

<표 4-10> 농촌관광 관련 인터넷 사이트 현황

관련기관	사이트	주요 내용	링크된 사이트
농림부 http://www.maf.go.kr	농촌의 관광·문화자산	· 농촌의 관광·문화 관련 정보에는 관광농원·팜스테이 관련 정보가 게재되어 있으며 농협중앙회와 링크되어 있음	농협중앙회 http://www.rda.go.kr
	어린이 농업교실	· 어린이 농업교실에는 주말농장, 도농교류사업, 곤충체험코너, 관찰일기, 음식숙의 농업코너가 있음	농촌진흥청 http://www.rda.go.kr 산림청 http://www.foa.go.kr
	농촌투자유치센터	· 농촌투자유치와 농촌관광 코너로 구성. · 농촌관광코너에는 관광마을, 관광농원, 자연휴양림, 주말농장, 지역축제 등이 소개	한국관광농원협회 농촌진흥청(전통테마마을) 한국민박협회 산림청(자연휴양림)로
	농촌관광포털사이트 http://www.greentour.or.kr	· 농촌관광과 관련한 종합적인 정보를 제공하고 있는 국내유일의 포털사이트 · 농촌관광마을, 관광농원, 특산물장터, 자연휴양림, 농촌관광자원, 테마여행, 지역축제 등의 정보가 제공	농협, 산림청과 같은 정부기관, 농촌관광 및 일반 관광 관련 단체, 시·도의 관광정보제공사이트 등이 총망라되어 링크되어 있음
농협중앙회 http://www.nonghyup.com	농촌관광	· 각 지역별 자연, 문화, 숙박, 지역 특산품, 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 관광지 유형별, 문화시설별, 스포츠레저시설별, 숙박별, 쇼핑별, 관광 상품별, 교통별로 목록을 분류	각 지역별 여행사, 수목원 등 관광정보와 관련한 사이트 링크
	농촌관광	· 관광지 유형별 분류에서 각도별 관광농원, 체험농가의 경영농가의 상호명과 주소, 위치, 대표자, 개요, 교통안내 등 다양한 정보가 수록되어 있음	관광농원별 개인홈페이지 링크
한국관광농원협회 http://www.ktfarm.or.kr	관광농원	· 각 지역별로 현장에서 이루어지는 정확한 경영 상태를 위주로 우수 관광농원을 선정하여 소개	우수 관광농원의 개인 홈페이지와 링크

■ 추진 방안

□ 농촌관광 포털 사이트 구축

- 수요자와 공급자에게 농촌관광 정보를 종합적으로 제공하는 종합 포털 사이트를 구축하고 이를 지속적으로 관리해야 한다. 포털사이트에는 데이터베이스 기능과, 검색기능, 그리고 예약 기능, 더 나아가서는 전자 상거래가 가능할 수 있도록 한다.
- 데이터베이스 기능으로는 농촌관광 관련한 정보를 종합적으로 소개하며, 새로운 정보를 별도로 제공하거나, 현재 각 기관에서 개별적으로 소개하는 정보를 링크할 수 있는 체제를 구축한다.
 - 현재 농림부는 국내 최초로 농촌관광 포털사이트를 구축하고 있다 (<http://www.greentour.or.kr>). 이 사이트는 농촌관광과 관련하여 종합적인 정보를 제공하고 있는 국내 유일의 포털 사이트로서 농촌관광마을, 관광농원, 특산물 장터, 자연휴양림, 농촌관광자원, 테마여행, 지역축제 등의 정보가 제공된다. 그러나 포털사이트의 기능이 강화되기 위해서는 더욱 많은 정보가 추가되어야 하며 링크체제도 정비되어야 한다.
 - 새로 추가되어야 할 정보로는 그린투어 관련법 및 규정 해설, 국내외 우수 사례 소개, 농촌관광 관련자의 교육 프로그램 소개와 전문가 소개 등이다.
 - 기존 정보의 링크는 지역별 관광자원 소개, 농촌관광 관련 경영체 소개, 정부와 지방 자치단체 및 기타 관련 기관의 농촌관광 관련 사업 소개, 지역별 농특산물 소개 등이다.
- 한편 포털사이트는 농촌관광 경영체가 제공하는 상품을 다양한 조건으로 손쉽게 검색하여 소비자의 의사결정을 지원할 수 있어야 한다. 예를 들면, 관광시설 종류, 체험 프로그램 종류, 교통편, 이용 요금 등을 손쉽게 검색할 수 있어야 한다.

- 장기적으로 네트워크 상에서 예약이 가능한 시스템이 구축되어야 한다. 그러나 이 기능이 작동하기 위해서는 상세한 정보 제공, 시설이나 서비스 수준에 대한 사전 예측성 및 신뢰성(예: 등급제), 실시간 정보 제공, 웹사이트상의 보안장치 등이 선행되어야 한다.
 - 따라서 예약 시스템은 장기적인 관점에서 추진되어야 할 과제이다.

□ 농촌관광 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 농촌관광 공급 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 전문가에게 의뢰하거나 공공기관에서 작성해 주는 것이 바람직하다고 본다. 따라서 여기에 소요되는 경비의 일부를 정부에서 지원해 주는 것이 농촌관광 활성화를 위해서는 바람직하다고 판단된다.
- 홈페이지는 구축하는 것도 중요한 일이지만 충실하게 관리하여 실시간 정보가 제공될 수 있어야 한다. 개별 경영체의 홈페이지는 경영주가 약간의 실무 기술을 익히면 충분히 관리가 가능하다. 그러나 마을 단위로 그린투어리즘을 추진하는 경우 주민이 직접 관리·운영을 담당하는 것은 쉬운 일이 아니다.
 - 따라서 홈페이지 관리에 있어 기술적인 부분은 관광마을이 있는 해당 시·군 또는 농업기술센터의 웹마스터가 담당하도록 하며, 홈페이지상의 게시판과 같이 내용을 수시로 입력해야 할 부분은 마을 주민 중 인터넷 활용이 가능한 사람이 담당하도록 교육하는 방안도 고려할 수 있다.

□ 오프라인에서의 네트워크 구축

○ 아직까지 마을 단위 농촌관광의 성공은 외부와의 네트워킹에 많은 영향을 받고 있다. 외부와의 네트워킹은 온라인 상에서뿐 아니라 오프라인을 통해서도 강하게 구축되어야 한다.

- 오프라인 상에서의 네트워크는 먼저 공급자 조직간에 이루어져야 한다. 예를 들면, 일정 지역 내의 농촌관광마을, 관광농원, 민박경영자 등 농촌관광 사업자 등이 네트워크를 형성해서 네트워크화된 조직별로 동일한 브랜드를 가지고 마케팅을 전개하는 전략을 구사하는 것 등이다. 일정 지역 내의 공급자 조직간의 네트워크는 상품 및 서비스에 관한 정보 수집이나 소비자 요구에 대한 귀중한 의견교환이 이루어지는 장으로서 역할을 할 수 있을 것이다.
- 재방문자의 확보를 통해서 소비자와의 지속적 네트워크를 구축하는 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 도농 간 인연맺기 프로그램을 활성화하는 것이 중요하다.
- 네트워킹은 궁극적으로 조직을 통해 전국적으로 완성된다. 따라서 오프라인에서의 네트워크를 강화시켜 줄 민간조직의 육성이 필요하다.

② 농촌관광 전담 조직의 육성

■ 배경 및 필요성

○ 중장기적으로 농촌관광은 공급자 조직이 주도하는 것이 바람직하다.

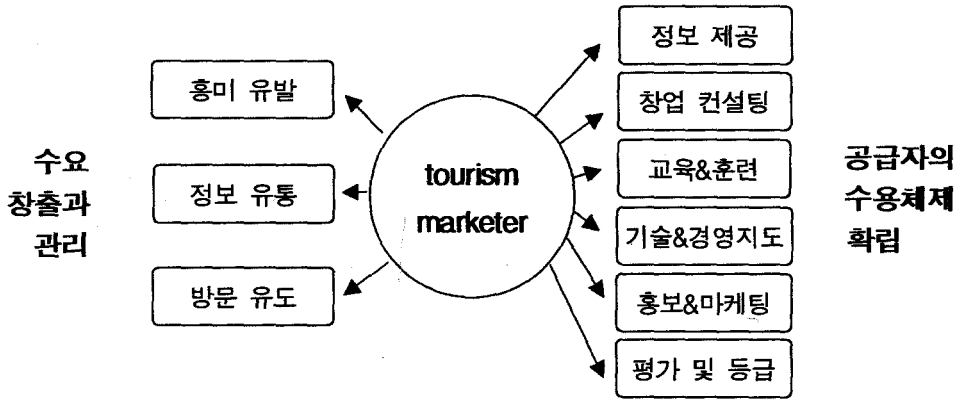
최근 농촌관광 공급자가 늘어나면서 느슨한 형태의 민간조직이 나타나고 있다. 이러한 각종 조직들이 농촌관광 활동을 스스로 강화할 수 있도록 지원하며 장기적으로 통일된 행동을 할 수 있는 기구를 설립하는 것이 요구된다.

- 현재 활동하고 있는 농촌관광 민간조직으로는 한국관광농업협회, 팜스테이션국협의회, 농촌관광마을협의회, 민박협회 등이 있다.
- 이들 조직은 아직 초보 단계로 농촌관광 시장의 체계적 수요 창출 및 공급자에 대한 종합적 지원 기구로서는 그 위상이 미흡하다.

■ 추진 방안

- 1단계 : 관광농원협회, 농촌관광마을협의회, 민박협회, 팜스테이션국협의회 등 기존에 조직되었거나 앞으로 조직하고자 하는 공급자 조직의 자발적인 활동을 유도하기 위하여 정부의 지원을 강화한다.
 - 공급자 조직별로 교육사업, 이벤트 개최, 기타 조사사업 등을 수행할 수 있도록 정부가 직간접으로 지원한다.
 - 공급자 조직별로 평가회를 개최하거나 선진지 견학 등을 하게 하여 조직의 결속력을 강화한다.
- 2단계 : 각각의 공급자 조직간의 네트워킹을 강화하여 농촌관광 시장 규모 확대를 위한 공동 행동을 유도한다.
 - 개별적인 공급자 조직의 연대조직으로서 『전국농촌관광추진협의회(가칭)』를 결성한다.
 - 『전국농촌관광추진협의회(가칭)』는 통일된 브랜드를 개발하거나, 공동의 홍보활동, 공동 세미나의 개최, 교육·훈련 프로그램 등 공동의 이벤트를 개최하여 농촌관광 시장 규모를 확대하기 위하여 통일된 전략을 구사한다.
- 3단계 : 공급자 조직간의 활동이 발전적으로 확대된 농촌관광전담기구 설치를 검토한다.

- 기구의 설립은 공급자 조직 연대의 자율적인 판단에 기초하되 설립 초기 단계의 운영과 빠른 시일 내의 정착을 위해 일부 자금을 정부에서 지원한다.
- 자금 지원 방법은 교육훈련사업비 보조, 포털사이트 운영비 보조 등과 같이 기구에서 운영하는 사업비에 대하여 정부에서 지원하는 형식을 취한다.
- 전담기구는 다음과 같은 역할을 수행한다.



<그림 4-2> 기구의 주요 기능

○ 소비자 수요의 창출 및 관리

- 농촌관광에 관한 대국민 홍보
- 온라인, 오프라인을 통한 농촌관광 정보의 유통
- 농촌관광 프로그램의 기획·보급, 원스톱 예약 서비스 등

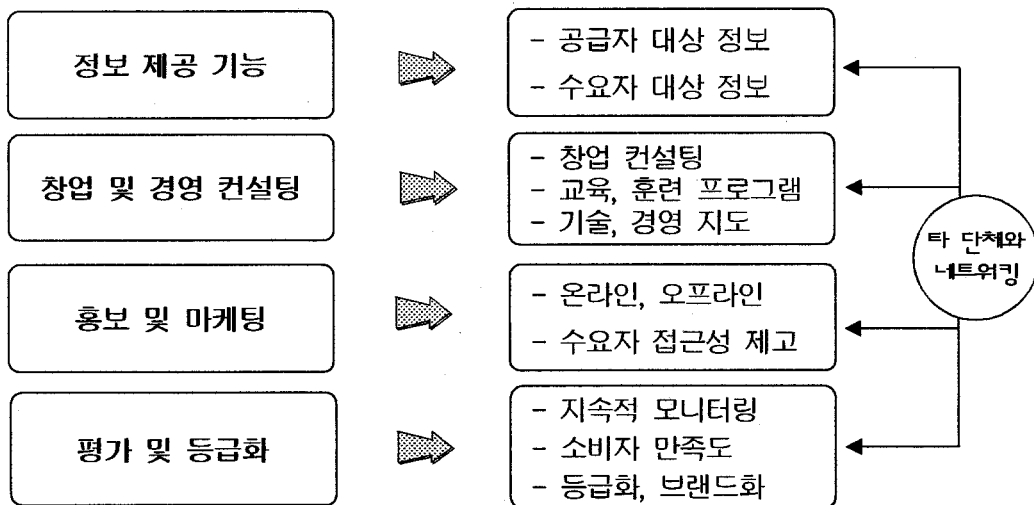
○ 공급자 편의 수용체제 확립

- 농촌관광 정보의 유통
- 농촌관광에 참여를 희망하는 농가·마을의 창업 준비, 등록 업무
- 농촌관광 경영에 필요한 상설 실무 교육·훈련 프로그램 운영
 - 일반 농가·마을 경영체에 대한 교육, 지도자 교육 및 전문가 양성 프로그램 운영 등으로 내용을 다차원화

- 농가·마을 경영체에 대한 기술 및 경영 지도
 - 경영관리, 재무관리, 회계 등 경영 지도
 - 주택의 개보수, 판매장 설치 등 표준 시설 설계도면 보급 및 상담
 - 정부·지자체의 지원제도·시책 안내, 금융·세제의 활용방법 지도 등
- 공동 홍보 및 마케팅 업무
- 공급자에 대한 정기적 평가 및 모니터링

○ 기타 수요·공급 매개 사업

- 농촌관광 동향에 관한 정기·비정기 조사 분석 실시 및 발표, 인쇄 및 출판
 - 소비자 조사, 농가·마을 경영사례 분석 등
- 농촌에서의 여가·체험 프로그램 기획·보급
- 농촌관광 봄 조성을 위한 다양한 이벤트와 시상 프로그램
- 농촌관광 정보 네트워크 구축·관리
- 외국 유사단체와의 교류·협력 업무
- 정부 시책이나 사업, 제도, 법령 등에 대한 개선 건의 등



<그림 4-3> 농촌관광 전담 기구의 역할

3.4. 관련 법률 정비

1) 필요성 및 추진 전략

■ 농가 부업 차원의 농촌관광이라면 현행 제도가 바람직

- 지금까지 농가의 부업 차원에서 이루어졌던 민박 등 농촌관광활동에 대해서는 별다른 법적 규제가 엄격히 적용되지 않았다.
 - 농가의 민박이나 음식 판매, 주말농원 운영 등이 식품위생법이나 공중위생관리법 등 그 밖의 법률의 적용을 받지 않고 개별 농가 단위에서 비공식적으로 이루어지고 있다.
 - 농가의 입장에서는 현행대로 각종 규제를 피할 수 있는 사각지대에 머무르면서 부업 차원에서의 농촌관광사업을 영위하는 편을 더 선호하고 있는 것이 사실이다.

■ 농촌관광 서비스 질 향상을 위해서는 법제 체계 구축이 바람직

- 그러나 장기적으로 농촌관광 부문에 더 많은 도시민을 유치하고 그 서비스의 질을 한 단계 높이기 위해서는, 소비자들이 만족할 만한 일정한 시설과 서비스 수준을 갖추고, 상거래를 편리하고 투명하게 하는 시스템을 갖추어서 농촌관광이 하나의 독립된 산업 부문으로 자리 잡을 수 있는 법적 체계를 마련하는 것이 바람직하다.
 - 지금과 같이 부업 형태의 농촌관광 시설에 대하여 시설의 표준화, 등급제 등을 도입할 경우 기존 숙박업자의 반발 등이 예상된다.
 - 농촌관광이 정착됨에 따라 신용카드 결제, 전자신용결제를 이용하는 인터넷 예약시스템 도입 등이 보편화될 것이므로 사업자 등록이 되어 있지 않으면 이를 이용하는 데 지장을 받을 것이다.

○ 다만 농촌관광에 대한 법적 규정은 비공식적인 영업행위를 공식화할 수 있는 정도에 그쳐야 할 것이다.

- 규제의 수준은 그 밖의 관광활동에 비해 완화하여 적용하되 비공식적인 영업행위를 공식화할 수 있는 최소한의 법률적인 장치를 마련할 필요가 있다.

■ 선진국의 경우 서비스 질의 향상을 위한 각종 규제 장치를 마련

○ 유럽의 경우 농촌관광을 총괄하는 법률이 있는 것은 아니지만 각종 영업 행위와 관련된 개별법으로 제공되는 시설과 서비스의 질을 통제하고 있다.

- 다만 우리와 같이 세부 사항을 개별법에 일일이 명시하기보다는 일반적인 원칙과 의무 등을 규정하고 나머지는 관련 업계의 자율적인 노력에 맡기고 있는 편이다.
- 유럽은 농촌관광 공급자 조직의 마케팅 능력이 탁월하기 때문에 공급자 조직에서 제시하는 서비스 질 향상을 위한 규칙이 회원에게는 마치 법적 효력을 가지는 것처럼 작동하고 있다.

○ 일본의 경우 우리와 법체계가 비슷하여 농촌관광을 하기 위해서는 많은 시설규제를 준수해야 한다. 우리의 농가민박과 같이 비공식적인 영업행위가 이루어지는 경우도 있는 반면에 사회적인 감시체계는 우리보다 더욱 엄격하나 일반적이지는 않다.

- 현행 법의 규제를 피하면서 많은 투자를 하지 않고 농가가 민박사업을 하기 위한 조치 등이 지방자치 차원에서 강구되고 있는데 그 하나로 오이타현의 아지무정에서 행한 사례가 유명하다.

일본 아지무町の 농촌관광활성화 노력(일명 아지무 방식)

- 일본에서도 농가가 민박사업을 하기 위해서는 여러 법률에서 요구하는 조건을 만족시키지 않으면 안 됨.
 - 민박이라도 불특정 다수에게 숙박을 제공하고 음식을 제공하기 위해서는 여관업법과 식품위생법에 규정을 만족시켜야만 함.
 - 여관업법: 연중 숙박객을 받을 경우 호텔과 여관의 시설기준을 만족해야함.
 - 식품위생법: 숙박객에게 식사를 제공할 경우 손님전용의 조리장을 설치해야 하며 영업허가를 받아야 함.
 - 이 때문에 복잡한 행정절차와 많은 투자비가 소요됨. 이는 농가가 쉽게 농촌관광에 뛰어들지 못하는 주 요인이 되고 있음.
- 이러한 문제에 대응하여 오이타현 아지무정에서는 관련 법률을 정 차원에서 새롭게 해석하여 많은 비용을 들이지 않고도 농가가 민박사업을 할 수 있도록 함.
 - 농가를 방문하는 손님에게 회원증을 발급하여 특정인에게 숙박시키는 것으로 하여 여관업법의 규제를 피해감. 숙박비는 농촌문화체험료란 명목으로 아지무정 그린투어리즘 연구회가 받아 회원농가에게 돌려주는 형식을 취함.
 - 또한 숙박객과 주인이 함께 조리하고 음식을 먹을 경우 소독을 한 개수대는 필요하지만 별도로 손님전용의 조리장을 설치하거나, 영업허가를 받지 않아도 될 수 있도록 함.
- 이러한 조치에 의해 농가는 기존 주택을 개축 하지 않고도 민박업을 할 수 있게 됨. 아지무정에서는 농촌민박이란 이름으로 14 농가에 영업허가증을 교부.
- 아지무정의 노력을 계기로 오이타현에서는 2002년 4월 회원제 농가민박이라는 개념으로 기존 법률을 새롭게 해석하여 농가가 쉽게 민박업을 할 수 있도록 현의 결정사항을 각 시정촌에 통지함.
 - 농가민박은 여관업법의 간이숙소로 취급
 - 숙박객이 농가와 함께 조리·식사할 경우 조리장을 설치하거나, 영업허가를 받지 않아도 됨.

- 대만에서는 일반 숙박업소보다는 규제를 완화하되 최소한의 시설 수준을 지키기 위해 민박관리 규칙을 제정하고 시행하고 있다.

대만의 「민박관리규칙(民宿管理辦法)」(2001년 12월 12일 공포) 주요 내용

- 민박의 정의 : 자가용 주택의 여분의 방을 이용하여 현지의 인문·자연경관·생태, 환경자원 및 농림축수산 생산활동을 결합하여 가정부업경영방식으로 여행객에게 향촌생활의 숙박장소를 제공하는 것
- 민박의 경영규모 : 객실수 5칸 이하, 객실주택 총 부지면적 150㎡이하
- 민박건축물의 시설, 소방안전설비, 경영설비 등을 규제
 - 내부 벽면과 천장의 장식재료, 방과 방사이 벽의 구조, 긴급조명설비 및 자동화재경보설비, 식수 수질 등을
- 기타 : 민박의 신청 등록, 민박의 관리 감독, 민박경영자의 책임보험 가입 등을 규정

■ 농촌관광 발전 단계에 따라 제도적 장치를 마련해 가는 것이 바람직

- 현재 농촌관광이 확산되고 있는 것은 아무런 규제가 없이 손쉽게 할 수 있기 때문이다. 따라서 지금 단계에서 농촌관광을 법적으로 공식화하는 것은 시기 상조라고 판단된다. 농촌관광이 어느 정도 정착되고 도시민의 요구가 한층 더 높아질 때 법적인 정비를 추진함이 바람직하다.

② 법률의 개선 방안

■ 농가숙박업의 제도화

- 농어촌정비법상에 규정되어 있는 기존의 농어촌민박사업을 발전시킨 개념으로 농가숙박업을 새로이 도입한다.
 - 농가숙박업이란 농어촌 지역에서 농어민이 7실 이하의 숙박시설을 갖추어 방문객에게 음식물을 제공할 수 있는 부업활동을 말한다(서양의 B&B개념).

- 농가숙박업이란 업종을 관련 세법에 추가하여 사업자 등록이 가능하도록 한다.
- 농가숙박업 등록은 우선 참여를 희망하는 농가로 한정한다.
 - 농가숙박업소 지정을 희망하지 않는 농가는 기존의 방식을 유지해도 무방한 것으로 하며, 희망 농가는 지방자치단체에 등록토록 한다.
 - 장기적으로는 현행 농어촌정비법의 농어촌민박사업 자체를 농가숙박업으로 통합하여 더욱 많은 농가의 참여를 유도한다.
- 농촌관광업의 공식화를 통해 기대되는 효과
 - 농가숙박업이 공식적인 영업 행위로 인정되도록 관련 법에 근거조항을 마련함으로써 무엇보다 시설의 안전이나 위생, 서비스의 수준 등을 높일 수 있어 소비자의 신뢰를 확보하는 데 도움이 될 수 있다.
 - 농촌관광 시설의 등급화와 연계할 경우 장기적으로는 도시민들을 유치하는 데 더욱 유리할 것이다.
 - 참여하는 농가의 입장에서 시설을 일정 규모 이상으로 확대하는 데 용이할 것이다.
- 농가숙박업 등록을 유도하기 위한 제도적 지원책
 - 위에서 언급한 효과에도 불구하고 농촌관광업소로 등록함으로써 이전에는 없던 여러 가지 새로운 규제를 받을 수 있기 때문에 많은 농가들이 등록을 기피할 우려가 있다. 이러한 문제에 대한 보완책으로 다음과 같은 방안들을 도입한다.
 - 농촌관광업소로 등록하는 데 요구되는 시설 기준을 그 밖의 음식점이나 숙박업소의 경우와 달리 지자체 재량에 맡기거나 최소한의 수준으로만 설정하여 기존 농가의 농촌관광업 참여에 대한 진입장벽을 낮춘다(영국의 예 참조).
 - 시설 등록 후 위생, 안전, 오수처리 등에 대해서도 그 밖의 관광·接客시설들과는 다른 별도의 조항을 마련하여 농가가 자율적으로 관리함을 원칙으로 하되 감독의 책임을 진 기관에서 필요한 경우 점검토록 한다.

- 농가숙박업소 등으로 등록된 곳은 지자체 홍보자료나 각종 관광 관련 인터넷 홈페이지 등을 통해 적극 소개한다.
- 세금도 일정 소득(예: 2천만 원) 이상에 대해서만 부과토록 하고, 시설 조성이나 유지, 관리에 필요한 비용에 대해 우선적인 융자의 혜택을 제공한다.
- 농가숙박업 관련 시설 조성 시 그 밖의 농촌관광활동에 대해서처럼 신고만으로 농지의 전용이 가능토록 하고 농지조성비 감면 대상에도 포함시킨다.

○ 농가숙박업의 제도화에 따른 관련 법규의 정비

- 농어촌정비법 상에서뿐 아니라 관련 법규에서도 농가숙박업이 공식적인 관광활동으로 자리 잡도록 하기 위해, 식품위생법, 공중위생관리법을 비롯한 제반 법령에 농가숙박업에 대한 조항을 명시한다.
- 농촌마을에서 농가숙박업소의 입지가 원활히 이루어질 수 있도록 국토법이나 건축법 등 특히 토지이용과 관련되는 법령들에 대해 각종 규제 조항들을 보완할 필요가 있다.
- 그 이외에도 시설이나 환경 관련 법령 등에도 농가숙박업에 대한 별도의 조항들을 마련한다.

<참고: 제주도의 휴양펜션업 관련 규정>

- 휴양펜션업의 근거법: 제주국제자유도시특별법 제53조
 - 휴양펜션업이란 → “관광객의 숙박·취사와 자연체험관광에 적합한 시설을 갖추어 이를 당해 시설의 회원, 공유자, 그 밖에 관광객에게 제공하거나 숙박 등에 이용하게 하는 업”
- 건축물 규모 및 객실 구비 요건
 - 층 수 및 객실 수: 2층 이하, 10실 이하
 - 객실당 면적: 25㎡(7.5평) 이상, 100㎡(30평) 이하
 - 가족 단위 관광객들의 이용에 불편이 없도록 최소 규모(25㎡)로 객실을 확보토록 하되, 농어촌의 난개발 방지를 위해 최대 규모는 100㎡까지로 제한
 - 모든 객실마다 1개 이상의 방과 거실, 욕실, 화장실, 현관 및 취사시설을 구비

- 농장 및 기타 부대 시설
 - 농장시설용 토지: 660㎡(200평) 이상
 - 목장: 10,000㎡(3,000평) 이상
 - 부대시설: 어린이놀이터, 간이골프장, 게이트볼장, 풀장, 바비큐장 등 농어촌 펜션의 특성을 살릴 수 있는 것으로서 2종 이상
- 휴양펜션업의 사업자 자격
 - 제주에 주소를 둔 자로서 농지법, 농어촌발전특별조치법 등에 의한 농어업인
- 펜션 입지가 가능한 부지
 - 도시계획구역 외 지역으로서 국토의이용및계획에관한법률상 숙박시설이 가능한 지역(보다 세부적인 사항은 시·군별 조례에서 규정)
- 분양 및 회원 모집
 - 회원 모집 범위: 1개의 객실당 2인 이상, 20인 이하
 - 연간 이용일 수: 공유자 또는 회원의 연간 이용일 수는 365일을 객실당 분양 또는 회원 모집계획의 인원 수로 나눈 범위

■ 농촌관광 활동의 제도적 지원을 위한 법률 보완

- 농가에 대한 정책적 지원이 지금까지는 1차산업 생산 분야에 주안점을 두었으나 앞으로는 농촌관광 관련 분야에 대해 지원 범위를 확대하는 것이 필요하다.
 - 농촌관광 활성화를 통해 농가소득 향상을 도모할 수 있다는 점을 감안할 때 그러한 과거의 접근법에서 벗어나 여러 가지 제도적 보완이 요구된다.
 - 이를 위해 법률에 있어서도 생산기반정비 부문만이 아니라 농촌관광 활성화를 위한 활동에 대해 혜택의 폭을 넓히고 농가의 관광활동 추진에 걸림돌이 되는 사항을 개선할 수 있도록 다음과 같은 관련 조항들을 보완하는 작업이 필요하다.
- 농촌관광 추진을 위한 농지 전용 시 농지조성비 감면 폭을 확대한다.

- 주민 공동의 차원에서 소득 증대의 일환으로 농촌관광을 추진코자 농지를 전용할 경우는 마을 전체적인 생활환경 개선 및 공동시설 설치 사업으로 볼 수 있다.
 - 따라서 농지조성비를 100% 감면해 주는 생활환경정비사업이나 공공 시설사업, 농·어업용 시설사업 등과 마찬가지로 농어촌휴양사업에 대해서도 같은 규정을 적용할 필요가 있다.
 - 현재 농어촌휴양사업에 대해 농업진흥지역 안에서는 농지조성비를 50%만 감면해주도록 규정하고 있는 농지법시행령 별표2의 개정이 요구된다.
- 건축 허가 면제 대상 건축물에 농촌관광 관련 시설을 포함시킨다.
- 건축법 제9조에서는 농·어업을 영위하기 위하여 필요한 소규모 주택·축사 또는 창고 등에 대해서는 별도의 허가 없이 신고만으로 건축행위를 할 수 있다고 규정하고 있으나, 농촌관광 관련 시설에 대해서는 그러한 언급이 빠져 있다.
 - 앞으로는 농어촌 주민의 생업 영위를 위해 농촌관광 활동의 중요성도 빼놓을 수 없으므로 이러한 필요성을 반영하여 건축법의 조항을 다음과 같이 개정하는 방안을 검토한다.
- “농·어업을 영위하기 위하여 필요한 소규모주택·축사 또는 창고 및 농가의 농촌관광 관련 시설로서 …(생략)…” (건축법 제9조)
- 농가의 농촌관광 관련 시설도 상수원보호구역에서 허가토록 명시한다.
- 수도법시행령 제9조에서는 주민의 생활환경 개선 및 소득 향상에 필요한 건축물과 시설에 대해 상수원보호구역에서 허가해 줄 수 있도록 명시하고 있다.
 - 이러한 조항을 보다 구체화하여 농가가 추진하는 농촌관광 관련 시설일 경우 일정한 시설 기준만 충족되면 입지가 가능토록 법안을 수정하는 것을 검토한다.

■ 농촌관광 활성화를 위한 독립된 법률 제정

- 당분간은 기존 법률을 보완하는 선에서 농촌관광 활성화를 위한 사업을 추진하되, 장기적으로 시장 규모가 확대되어 농촌관광이 독립된 관광 분야로 자리잡게 되면 그 원활한 추진을 위해 새로운 법 제정의 필요성이 대두될 것이다.
- “농어촌관광활성화를위한법률(가칭)”을 농림부 및 해양수산부 차원에서 제정하고 관광 관련 사항을 농어촌정비법에서 별도로 독립시킨다.
 - 농어촌관광휴양사업에 대해 규정하고 있는 농어촌정비법은 애초에 농수산업 생산기반이라든가 농어촌 생활환경 등 물리적인 시설 정비를 목적으로 만들어진 법률 성격이 강하다.
 - 그러므로 관광사업을 위한 연성적인 지원 프로그램을 제공한다거나 농촌관광 활성화를 위한 제도적 기반을 마련하는 데는 한계가 있다.

<표 4-11> 기존 법률 정비와 새로운 법 제정의 비교

구 분	기존 법률 정비	새로운 법 제정
내 용	① 농어촌정비법의 농어촌휴양사업에 농가숙박업 추가 ② 식품위생법이나 공중위생관리법 등 관련 법률 조항에도 이러한 농가숙박업 해당되는 영업행위들을 포함 - 다만 등록에 요구되는 시설 기준을 지자체 재량에 맡기거나 최소한의 수준으로만 설정 ③ 건축법이나 각종 토지이용 관련 법령, 시설 안전이나 환경 관련 법령도 이에 맞추어 수정	① 농어촌관광업의 종류 규정 - 농어촌정비법의 농어촌휴양사업 관련 규정 이관 및 농어촌휴양사업에 농가숙박업 추가 - 이와 함께 관련 법률 개정 ② 농촌관광에 대한 정부 및 지방자치단체의 노력 규정 - 정부 및 지방자치단체의 농촌관광진흥계획 수립의무 - 시범마을에 대한 지원 등 ③ 농촌관광진흥을 위한 민간 기구 설립 및 정부 지원 근거 규정(농촌관광센터 등)
추진전략	농촌관광이 정착되기까지는 현행 법률을 개정	농촌관광이 정착되면 신법을 제정

- 이러한 “농어촌관광활성화를위한법률”에는 농촌의 자원을 활용한 관광이 활성화되기 위해 필요한 각종 제도적 지원책, 농촌관광 시설 종류와 기준, 시설의 운영과 관리, 타 법률과의 관계 등의 내용이 포함되도록 한다.

3.5. 주요 사업의 단계별 추진 일정

<표 4-12> 주요 정책 사업 단계별 추진 일정

분야	사업명	사업대상	사업실시기간	비고
도입기 2002~ 2005	도시민수요조사사업	조사기관	2004년 ~ 2010	격년
	어린이농촌체험지원사업	유치원생	2004년 ~ 2010	교육부시행
	농촌체험현장학습지원사업	초중생	2004년 ~ 2010	교육부시행
	녹색농촌체험마을조성	마을	계속	대상마을 확대
	우리마을가꾸기 경진대회	농협	계속	
	농촌관광기반정비사업	지자체, 농협 등의 단체	2004년 ~	신규
	농촌관광교육·훈련사업	교육기관, 경영자, 마을대표	2004년 ~	교육훈련비 지원
	농촌경관정비사업	시·군	2004년 ~	신규
	마을 단위 농촌관광사업 평가	연구기관	2004	
정착기 2006~ 2011	농촌관광프로그램개발사업	연구기관	2006년 ~	
	농촌관광 관련법 정비 착수	농림부	2006년 ~	
	전국농촌관광추진협의회운영지원	협의회	2006년 ~	
	농촌관광전담기구 설립 및 지원 검토	농림부	2007년 ~	한시적지원
	등급제 도입	민간기구	2007~	
성숙기 2012이후	등급제 계속 실시	민간기구		지원규모 축소
	농촌관광전담기구 설립 및 지원 계속	농림부		지원규모 축소

빈

면

제 5 장

요약 및 결론

■ 농촌관광에 대한 기대가 높아지면서 나타나는 다양한 움직임들을 통일되게 이끌 수 있는 정책을 제시함이 연구의 목적

- 농촌의 활성화와 새로운 소득원 개발 수단으로서 농촌관광에 대한 기대가 높아지면서 중앙정부, 지방자치단체, 그리고 주민 사이에서 농촌관광 활성화를 위한 다양한 움직임이 활발하게 이루어지고 있지만, 우리 실정에 맞는 농촌관광 발전 방향과 세부 정책 과제, 그리고 구체적 수단 등에 대한 통일된 견해는 아직 확립되지 못한 상태이다.
- 이러한 배경에서 이 연구에서는 우리나라에서 농촌관광을 활성화하기 위한 정부의 정책 방안을 종합적으로 제시하는 것을 주요 목적으로 하였으며, 정부의 정책 방안을 크게 세 가지 측면, 즉 도시쪽의 수요 측면, 농촌쪽의 공급 측면, 그리고 이 둘을 매개해주는 측면으로 나누어 제시하였다.

■ 농촌관광 수요는 지속적으로 증가할 전망

- 한국농촌경제연구원 등의 조사 결과를 바탕으로 할 때 현행 농촌관광 시장은 국내관광시장의 8%~10% 정도로 추산되고 있다. 향후에도 농

촌관광이 국내 관광시장에서 차지하는 몫은 더욱 늘어나리라 예측된다.

- 이 연구의 예측 결과에 의하면 농촌관광의 연간 수요량은 2001년 3천9십만 명 규모에서 2011년에는 약 9천3백만 명으로 증가(제1안)하고 전체 국내관광 대비 비중은 2011년 15.3%에 이를 것이다. 그러나 주5일근무제 전면 실시를 가정할 경우(제2안) 2011년 농촌관광 수요는 제1안보다 크게 늘어나 1억4천6백만 명에 이를 것이다(2011년 국내관광 총량 대비 24.1%).

■ 도시민 조사 결과 농촌관광 인지도는 낮지만 향후 농촌관광 의향은 매우 높은 편

- 이 연구에서 도시민 1,000명을 상대로 농촌관광에 대해 조사한 주요 결과는 다음과 같다.
 - 정부에서 추진하고 있는 농촌관광사업에 대한 인지도가 낮으며(응답자의 8.4%), 농촌관광경험이 있다는 답변도 적었다(20.1%). 그러나 농촌관광경험자의 65.4%가 농촌관광에 대해 만족한 것으로 나타났다.
 - 농촌관광의 주된 목적은 전원감상(39.3%)이었으며, 숙박기간은 1박2일, 숙박 형태는 일반 민박이 주류이며 농촌관광에서 농산품 구입 경험이 높은 것으로 나타났다(71.3%).
 - 2002년을 기준으로 도시민 1인당 평균 농촌관광일수는 1.04일(국내관광 총량의 9.4%)에 머물렀으나 도시민의 64.6%가 앞으로 농촌관광을 하겠다는 의향을 가지고 있는 것으로 나타났다.
 - 향후 농촌관광의 목적으로는 전원감상이 주를 이룰 것이며, 자연환경이 좋으면서 3시간 이내의 거리를 선호하고 농촌관광 방문객의 대부분(91.8%)이 숙박을 할 것으로 나타나고 있다.
- 조사 결과에서 다음과 같은 정책적 시사점을 얻을 수 있었다.
 - 첫째, 농촌관광에 대한 잠재수요가 큰 것으로 나타나 도시민의 요구

에 맞도록 개발될 경우 농촌관광이 활성화될 가능성이 높다.

- 둘째, 농촌관광에 대한 인지도를 높이기 위해 인터넷, 대중매체, 공공기관 등을 통한 농촌관광에 대한 지속적인 홍보가 필요하다.
 - 셋째, 농촌관광 활성화를 위해서는 자연환경 보존이 중요하며, 친환경적인 숙박시설 및 지역 특산품의 육성이 필요하다.
 - 넷째, 도시민이 부담을 가질 수 있는 인위적이고 힘든 체험활동보다 누구나 쉽게 즐길 수 있는 전원감상 등의 체험활동 프로그램 개발이 필요하다.
- 한편 도시민 조사에 기초한 중요도-성취도(I-P) 분석 결과에 의하면, 농촌관광 요소들의 중요도-성취도 차이가 매우 큰 안내판, 화장실, 교통편, 여행정보, 숙박시설에 대해서는 중점적으로 개선을 위한 노력이 필요하다.

■ 마을 단위 농촌관광은 체험 프로그램 위주로 추진하나, 시설정비, 리더, 홍보 등 다양한 애로사항에 직면

- 기존에 농촌관광을 추진하고 있는 마을 조사에 의하면, 조사 대상 마을에서 농촌관광을 추진할 때 가장 주력하는 점은 체험 프로그램 운영이었지만, 실질적인 수입은 민박, 음식 및 특산물 판매 등에서 이루어지고 있었다.
- 조사 대상 마을의 대부분은 인터넷 홈페이지 운영 등 나름의 홍보 활동을 전개하고 있었다. 또한 상당수 마을(44.4%)이 농촌관광 사업을 위해 외부의 개인이나 조직과 협력하고 있었으며, 그러한 마을일수록 주민이 뚜렷한 목표와 방향을 인지하고 있고 호응도 높은 편이었다.
- 마을 단위 농촌관광을 추진하는 과정에서 나타나는 다양한 애로사항을 바탕으로 정책적으로 관심을 가져야 할 내용을 정리하면 다음과 같다.
 - 첫째, 사례 마을 상당수에서 마을 공동사업으로 인한 주민갈등이 나

타났는데, 이를 해결하기 위해서는 농촌관광사업에 대한 주민 이해를 높이고 많은 주민이 농촌관광사업에 참여할 수 있도록 해야 할 것이다.

- 둘째, 농촌관광 추진을 위해 필요한 시설들이 전반적으로 부족하다.
- 셋째, 마을 리더와 그를 지원하는 세력(리더 그룹)의 육성이 중요하다.
- 넷째, 농촌관광 창업, 경영 과정에서 상담, 교육, 컨설팅, 홍보 등을 도와줄 외부 전문가와 마을을 지속적으로 연결해 줄 수 있는 시스템 구축이 필요하다.
- 다섯째, 체험활동 일변도에서 벗어나 체험 프로그램을 운영하여 외지인을 유치하고, 실제적 소득은 개별 농가의 민박, 음식 및 농특산물 판매 등과 같은 독자적인 경영을 통해 얻어야 한다.
- 여섯째, 녹색농촌체험시범마을 등에 대한 소비자 인지도가 아직은 전반적으로 높지 않기 때문에 다양한 홍보 수단이 필요하다.

■ 농촌관광에 대한 법적 규제는 적은 편이나 서비스의 질적 수준을 높일 만한 법적 장치는 부족

- 지금과 같이 농가부업 형태의 농촌관광을 추진하는 데에는 법적 규제가 적은 편이다.
 - 토지의 소유, 전용, 건축, 용도지역에 따른 행위제한을 농가주택 또는 농업인, 영농행위에 준하여 적용 받는다.
 - 농가의 민박업은 법적으로 규정된 숙박업의 조건에서 제외되기 때문에 누구라도 원하면 자유롭게 농가 민박을 할 수 있으며, 농가에서 소규모로 이루어지는 음식이나 농산가공품 제조와 판매 등이 사실상 특별한 규제를 받지 않고 이루어질 수 있다.
 - 농촌관광을 하는 과정에서 주의해야 할 안전이나 오염 방지 등 각종 시설 기준 관련 규정도 농가에 준하여 적용 받는다.
 - 농촌관광 소득에 대한 세금도 농가부업소득으로 인정받아 과세를

하지 않는다.

- 그러나 농가를 이용한 민박 차원이 아니라 보다 규모화된 농촌관광 관련 행위를 하기 위해서는 식품위생법이나 공중위생관리법의 적용을 받아 입지 및 시설 설치, 영업행위 등에서 매우 까다로운 제한을 받는다.
- 농가 입장에서는 별다른 법적인 규제를 받지 않는다는 현행 제도가 유리하게 생각될 수도 있지만 농촌관광 시설과 서비스의 질적 수준을 소비자들이 만족할 정도로 유지시킬 수 있기 위해서는 제도적 장치를 마련할 필요가 있다.

■ 선진국에서는 농촌관광을 활성화하기 위한 정책지원과 품질관리를 위한 다양한 형태의 노력이 이루어짐

- 유럽 국가들에서 정책적으로 농촌관광을 진흥하는 것은 1980년대부터 라고 할 수 있는데 주로 농업구조정책에서 소외된 소규모 농가의 농업 경영의 다각화 방안으로 농촌관광을 추진하고 있다.
 - 국가별로 약간의 차이가 있지만 농촌관광에 참여하는 농가 수는 전체 농가의 약 2~4% 수준이다.
- 농촌관광을 육성하기 위해 중앙정부는 연수·교육, 컨설팅 업무, 조사 연구, 홍보, 제도 등을 주로 담당하고 농가에 대한 직접 투자지원은 지방자치단체(프랑스, 독일)나 중앙정부의 지방사무소(영국)가 담당하는 경우가 많다.
- 농촌관광산업의 성장을 촉진하고 업계 종사자들의 경영 능력을 높이기 위한 민간조직 또는 단체 등의 활동이 활발한 편이다.
- 농촌관광에 대하여 법률에는 가급적 최소한의 규제만을 규정하고 상세한 기준은 각 민간 단체에서 나름대로 작성하여 자율적으로 준수하며

각종 규제를 통해서 농촌관광의 품질이 향상되며 소비자의 신뢰를 확보한다.

- 선진국의 경험에서 우리 실정에 맞는 관광정책 방향을 설정한다.
 - 우리나라는 선진국과 달리 사회 전반적으로 농촌에서 휴가를 보내는 분위기가 정착되지 않았기 때문에 정책적인 지원에 의해 도시민의 수요를 창출하는 것이 중요하다. 이 점에서는 일본의 도시 농촌 교류를 촉진하는 각종 정책을 벤치마킹할 필요가 있다.
 - 유럽에서는 농장 단위로 농촌관광이 이루어지고 있으나 우리는 농가 단위로 제공할 수 있는 상품이 한정되기 때문에 지역 단위로 추진한다.
 - 농촌관광이 지속적으로 추진되기 위해서는 산업으로서의 자생력을 확보하는 것이 중요하며, 이 점에서 유럽의 사례가 참고가 될 수 있다.

■ 정책추진에 앞서 우리 실정에 맞는 농촌관광 개념을 정립

- 정책 대상으로서 농촌관광의 개념을 다음과 같이 설정한다.
 - 농촌지역에서 농촌성에 바탕을 둔 관광 활동
 - 농촌지역의 잠재 자원을 바탕으로 하는 관광 활동
 - 농촌지역의 환경, 생태, 경관 등의 유지와 보전을 강조하는 관광 활동
 - 개발 방식의 소규모성을 지향하며 지역자본에 의해 추진되는 관광 활동
 - 농업인 또는 농촌지역 주민에 의해서 이루어지는 관광 활동
 - 농가소득 증대 및 농촌지역 활성화와 연계되는 관광 활동

■ 농촌관광정책 추진의 기본전략을 설정

- 농촌관광의 발전 정도에 따라 정부 정책 내용과 농촌관광시장 개입을 차등화한다.

- 도입기에는 농촌관광 수요를 증대시키는 노력과, 농촌관광추진주체 육성, 농촌관광 시설 인프라 구축 등 농촌관광 기반 구축에 주력한다.
 - 정착기에는 농촌관광이 독립된 산업으로 성장할 수 있도록 관련 조직의 정비 및 품질관리체제를 구축한다.
 - 성숙기에는 정부 개입을 가급적 축소하되 품질이 향상될 수 있는 시스템을 정비해 나아간다.
- 농촌관광 추진 의사와 경영능력을 가진 주민을 지원한다. 특히 주민의 참여 의식을 고취하기 위해서 공모방식에 의한 지원 대상지역의 선정, 마을 리더의 교육·훈련 사업 등을 실시한다.
 - 아름다운 경관과 깨끗한 자연환경, 마을조경과 공공시설의 정비, 민박을 위한 농가 주택의 정비, 환경농업의 실천, 특산품의 개발 등이 필요한데, 이러한 사업들은 기존 정책으로 추진되고 있기 때문에 기존 사업과 농촌관광 사업을 연계한다.
 - 농촌관광과 관련하여 민간조직, 국가와 지방자치단체 간의 역할 분담을 명확히 한다.
 - 중앙정부는 농촌관광 시범사업 추진, 홍보, 정보교환을 위한 네트워킹 체제 구축, 관련 제도 정비, 교육·훈련·연구 사업을 지원한다.
 - 지방자치단체는 지도자 육성 및 경영능력 개발, 지역 단위 농촌관광 자원 홍보, 실천 프로그램 개발 등에 주력한다.
 - 민간(조직)은 공급자 조직 구성 및 네트워킹, 자율 규제를 통한 품질 관리(등급제 등 실시), 정보 교류 및 각종 교류활동을 추진한다.

■ 세 부분에서 구체적인 사업을 추진

- 농촌관광진흥을 위한 정책 사업을 크게 도시민의 관심과 수요 증대, 농촌에서의 수용체제 확립, 도시와 농촌을 연결하는 매개 기능이라는 세 부분에서 추진한다.

① 도시민의 관심과 수요 증대

- 도시민의 수요를 창출하고 규모를 확대하기 위한 종합적인 노력을 추진한다.
 - 이를 위해 도시민 수요 조사 정례화, 유치원, 초·중학생의 「도농교류체험학습」 프로그램 도입, 농·소·정 협력사업의 일환으로 도·농교류사업을 확대하는 것이 요구된다.

② 농촌에서의 수용 체제 확립

- 농촌관광의 공급 기반을 확충하고 지속성을 유지하기 위해 물리적 시설 정비, 담당 인력 양성, 경영능력 향상 노력 등이 필요하다.
 - 현재 추진하고 있는 농촌관광마을 조성사업을 확대 실시하며, 이와는 별도로 소규모 테마파크와 같이 농촌관광기반정비(일명 도시농촌교류시설정비)사업을 실시한다. 또한 농촌관광 개별 경영체에 대한 지원을 강화하며, 경관협약제를 포함한 농촌 경관정비방안을 강구한다. 또한 농촌관광 관련자의 교육·훈련 사업을 실시한다.

③ 수요·공급의 매개 및 지원 체계 확립

- 농촌관광의 수요와 공급이 원활하게 연계될 수 있는 여건을 조성한다.
 - 농촌관광 포털사이트를 구축하고, 농촌관광 경영주의 홈페이지 개설을 지원한다. 장기적으로 통일된 행동을 할 수 있는 도시-농촌교류센터와 같은 기구를 정부가 지원하여 설립한다.
- 농촌관광이 어느 정도 정착되고 도시민의 요구가 한층 더 높아질 때를 대비하여 농가민박 등에 대한 법적인 정비가 필요하다.
 - 기존에 농가에서 실시하던 민박을 농가숙박업으로 제도화한다. 농가

숙박업이란 농어촌 지역에서 농어민이 7실 이하의 숙박시설을 갖추어 방문객에게 음식물을 제공할 수 있는 부업활동(서양의 B&B개념)으로 정의하고 이를 행정기관에 등록케 한 후에 품질관리와 인센티브를 부여하는 것이다. 농가숙박업의 제도화를 위해서는 농어촌정비법 등의 관련 법률이 정비되어야 한다.

빈

면

부 록

빈

면

부록 1

농촌관광자원 개발 및 상품화 방안

1. 농촌자원의 개념과 분류

■ 농촌자원의 개념

- 농촌자원은 자연적 자원뿐만 아니라, 소박한 경관이나 생활 문화 등 인문 자원까지를 포함하는 광범위한 개념으로 파악될 수 있다. 이러한 자원은 그 자체로서 농촌관광 대상이 될 수 있으며, 관광자원화를 통하여 관광자원이 될 수 있는 잠재성을 가지고 있다.

■ 농촌자원의 분류 목적

- 농촌자원은 농촌관광의 근간이 되는 기본요소로서, 농촌자원의 조사 및 분류를 통하여 1차로 농촌지역에 산재한 유·무형의 자원을 파악할 수 있다.
- 농촌 주민에게는 사소하게 인식되는 자원이 농촌관광의 주요 참여자인 도시민에게는 값진 것이 될 수도 있다.
- 농촌관광상품을 개발하고 나아가 농촌관광을 활성화시키기 위해서는 지역 내에 잠재되어 있는 농촌자원을 체계적으로 조사하고 분류하는 것이 필수적이다.

■ 농촌자원의 분류 체계

- 농촌자원의 분류 기준은 관점에 따라 다양하게 나타날 수 있다. 그러나 농촌자원 분류에 대한 연구가 미흡한 관계로 체계적인 분류 기준이 정립되지 못한 상황에 있다.
- OECD(1999)에서는 농촌자원(엄밀한 의미에서 농촌어메니티자원)을 인간의 관여정도에 따라 3가지 유형으로 분류하고 있다.
 - 인간의 간섭이 배제된 원생에 가까운 자연적 자원:
원시림, 인간의 간섭이 배제된 산과 하천 등
 - 인간과 자연의 상호작용에 의해 생성된 자원:
농업경관, 마을 숲 등
 - 인간이 만들어 낸 인공적 자원:
역사유적 및 전통적 생산물, 마을축제 등
- 강경하·조순재(2002)는 OECD 분류 체계를 바탕으로 농촌자원을 자연적 자원, 문화적 자원, 사회적 자원으로 분류하였다.
 - 자연적 자원: 농촌지역의 자연환경과 생태계를 총괄하는 개념으로써 환경오염과 관련된 질적인 개념인 환경자원과 이용의 대상으로서 물, 녹지 등의 자연자원
 - 문화적 자원: 농촌마을이 지닌 고유한 역사자원과 경관자원
 - 사회적 자원: 농촌생활의 편안함이나 안락함을 제공하기 위한 시설자원과 인간의 활동이 중심이 되는 경제활동자원 및 공동체활동자원

<부표 1-1> 농촌자원의 분류

대분류	중분류	농 촌 자 원
자연적 자원	환경자원	대기질(깨끗한 공기), 수질(맑은물), 소음이 없는 환경
	자연자원	비옥한 토양, 미기후(눈, 안개 등), 지형(특이지형, 등산로 등), 동물(천연기념물, 보호 및 희귀동물 등), 수자원(하천, 저수지, 지하수 등), 식생(보호수, 노거수, 마을숲, 보호수림 등), 습지 혹은 생물서식지
문화적 자원	역사자원	문화재·사적 등 지정 전통건축물, 비지정 전통건축물(정자, 사당, 제각, 향교 등), 신앙공간(성황당, 돌무덤, 당나무 등), 전통주택(기와, 너와, 돌기와, 초가 등), 전통적인 마을안길(돌담, 토담 등), 마을상징물(마을안내석, 솟대, 장승 등), 유명인물(역사적인물, 시조 등), 풍수지리나 전설(마을유래, 설화 등)
	경관자원	농업경관(다락논, 마을평야, 밭, 과수원 등), 하천경관(갈대, 하천의 흐름, 하천변수림 등), 산림경관(산세, 배후 구릉지 등), 주거지 경관(건축미, 스카이라인 등)
사회적 자원	시설자원	공동생활시설(마을회관, 노인정, 마을마당, 어린이놀이터 등), 기반시설(방법등, 상수도, 하수도, 공동주차장 등), 공공편익시설(구판장, 슈퍼, 보건소, 학교 등), 환경관리시설(오폐수정화시설, 소각장, 공동퇴비장 등), 정보기반시설(인터넷, 컴퓨터 네트워크, 마을홈페이지 등), 농업시설(공동창고, 공동작업장, 집하장, 관정, 농로, 농배수로 등)
	경제활동 자원	도농교류활동(관광농원, 휴양단지, 민박 등), 특산물생산(유기작물, 수공예품, 도자기 등), 특용작물생산(특용작물, 임업작물 등)
	공동체 활동자원	생활공동체활동(관혼상제부조, 경로잔치, 친목계 등), 농업공동체활동(품앗이, 작목반, 판매·유통조직 등), 씨족행사(성묘, 제사 등), 마을문화활동(공연, 축제, 전시회 등), 마을놀이(명절놀이, 생산놀이, 주민단체관광 등), 마을관리 및 홍보활동(마을정비, 마을청소, 쓰레기 분리수거, 마을홍보·안내활동)

■ 농촌자원의 분류

① 형태별 농촌자원

○ 농촌의 자연, 문화, 사회적 자원은 크게 유·무형 형태로 분류 가능하다.

② 할거리별 농촌자원

- 농촌관광의 활성화를 도모하기 위하여 현실적으로 유용하게 적용할 수 있는 분류 방법인 할거리별(먹거리, 볼거리, 살거리, 놀거리, 배울거리, 쉴거리) 자원분류 방식을 채택하여 농촌자원을 구분·분류하였다.
- 농촌의 자원은 먹을거리, 볼거리, 살거리, 놀거리, 배울거리, 쉴거리 등과 같이 방문자의 활동과 관련하여 6가지의 “거리”로 분류 가능하다.
 - 먹을거리 자원은 크게 전통·향토음식과 농·수산물로 구분된다.
 - 볼거리 자원은 크게는 자연자원과 인문자원으로 구분될 수 있고 자연자원은 동·식물, 인문자원은 의생활·주생활·생활용품·농기구로 분류될 수 있다.
 - 살거리 자원은 농·수산물과 지역 토산품·기념품으로 구분된다.
 - 놀거리 자원은 놀이체험, 문화체험으로 분류되며, 계절별 다른 체험을 할 수 있다.
 - 배울거리 자원은 크게 농사체험과 문화체험으로 분류된다.
 - 쉴거리 자원은 야외와 실내로 구분된다.

③ 정책적 시사점

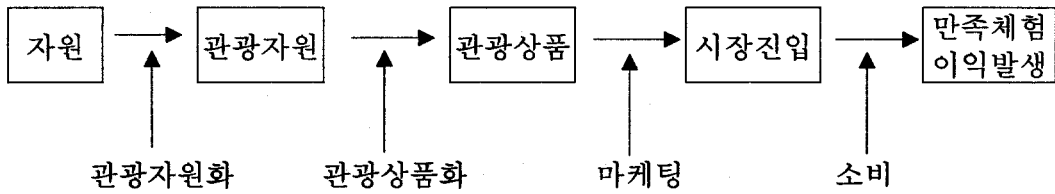
- 농촌자원은 농촌관광의 근간이 되는 기본요소임에도 불구하고, 농촌자원에 대한 통합적이고 체계적인 조사·분류가 이루어지지 못하고 있다.
- 또한 일부 조사·분류된 농촌자원에 대한 데이터베이스도 구축되어 있지 않아 농촌관광을 추진하는 사업주체 및 이용주체 모두 효율적으로 농촌자원을 관리·이용하지 못하고 있다.
- 따라서 개별 농촌자원에 대한 통합적인 D/B 구축 작업과 함께 이러한 정보를 소비자에게 제공할 수 있는 인터넷상의 포털사이트 구축이 요구된다.

- 부분적으로 농림부, 농협중앙회, 한국관광농원협회, 한국관광공사 등의 중앙기관 및 민간기관 그리고 개인이 만든 농촌관광 관련 사이트에서 농촌자원 및 농촌관광에 대한 정보를 제공하고 있지만 사이트간의 연계가 부족하여 농촌관광의 소비자들이 쉽게 필요한 정보를 찾기가 힘들다.
- 농촌관광에 대한 정보를 쉽게 찾고 이용할 수 있는 통합 시스템으로서의 포털사이트 구축이 필요하며, 농촌관광 사업을 추진하고 있는 개별 마을 단위의 홈페이지 또한 포털사이트 속에 포함되어 형식적인 홈페이지가 아닌 실제로 이용 가능한 홈페이지가 되도록 해야 한다.

2. 농촌자원의 관광자원화 방안

2.1. 관광자원화 개념

- 관광자원화는 자원이 관광자원이 되도록 하는 작업이다.
- 즉, 관광자원화는 자원에 숙박시설, 식음시설, 접근시설, 놀이시설, 공급처리시설 등의 시설과 안내 및 서비스 제공 체계를 구성하고 꽃, 수목, 돌, 물 등을 이용한 조경처리 시설 및 실내장식, 거리장식 등의 환경 등을 조성함으로써 자원이 지닌 관광잠재력을 현재화(顯在化) 시키는 작업 즉, 관광자원개발을 의미한다(협의의 개념).
- 한편 광의 개념의 관광자원화는 관광 상품화에 여행을 제외한 개념이다.



<부도 1-1> 관광자원화 및 관광 상품화 개념도

2.2. 관광자원화 방안

- 기존의 자원을 관광자원화하는 방법은 공간이용 여부, 관광자원 소재의 조합 여부, 관광자원 소재의 도입 여부, 관광자원 소재의 변형 여부 등에 따라 다양하게 구분될 수 있다.
 - 공간이용 여부: 새로운 공간구성형
 - 관광자원 소재의 조합 여부: 단일형, 조합형
 - 관광자원 소재의 도입 여부: 도입형, 원산지형
 - 관광자원 소재의 변형 여부: 무변형, 변형
- 전술한 관광자원화 방안 중 관광자원 소재의 변형 여부에 따른 관광자원화 방안을 세부적으로 기술하면 다음과 같다.

1 변형 여부에 따른 관광자원화 방안

■ 무변형 관광자원화 방안

- 개념
 - 무변형 관광자원화는 관광자원 소재의 장소, 규모, 내용, 구성 등에 변화없이 있는 그대로를 관광자원화하는 방법이다.
- 방법
 - 오감에의 노출을 통한 볼거리화
 - 있는 그대로의 관광자원 소재를 관광자의 오감(五感)에 노출시킴

으로써 불거리화하는 방법으로, 이것은 광고와 홍보를 통하여 그 전에는 알지 못했던 것을 알고 찾아오게 하거나 접근성이 나빠서 접근할 수 없었던 소재에 접근성 개선을 통하여 접하게 해 줌으로써 관광자에게 관광소재를 노출시키는 방법이다.

- 사례: 기존의 농촌마을이 '6시 내고향' 등 대중 매체에 소개됨으로써 이를 시청한 도시민들이 마을을 찾게 하는 방법
- 해석·설명을 통한 불거리화
 - 있는 그대로의 관광소재에 대하여 해석·설명을 가해 줌으로써 관광자의 주의를 집중케 하고 의미전달을 도움으로써 그전에는 무심히 지나쳐 버리던 것이 새삼 관광자원이 되게 하는 방법이다.
 - 사례: 농촌마을내에 자원 해설판 설치, 안내책자 비치, 지역 주민이 마을 자원해설사가 되어 마을의 전설 및 불거리 등 자원을 설명
- 재현을 통한 불거리화
 - 과거에 있던 그대로를 재현시킴으로써 불거리화하는 방법이다.
 - 사례: 전통 혼례, 전통적인 음식 제조 방법 시연
- 기구·시설 도입을 통한 놀거리화
 - 있는 그대로의 관광소재에 기구나 시설을 도입함으로써 관광자의 놀거리를 제공하는 방법이다.
 - 사례: 굴렁쇠, 팽이, 자치기 등 놀이기구 및 전통 그네와 같은 놀이 시설 도입
- 기술강습을 통한 놀거리화
 - 있는 그대로의 관광소재를 이용할 수 있는 기술을 강습하여 놀이 활동을 즐기게 하는 방법이다.
 - 사례: 민속전통놀이를 하는 방법을 가르쳐준다(이천의 장치기 놀이 등).

■ 변형을 통한 관광자원화 방안

○ 개념

- 변형을 통한 관광자원화는 관광자원 소재의 장소·규모·내용·구성 등을 분해·확대·축소시킴으로써 즉, 관광자원 소재의 변형을 통한 관광자원화 방법이다.

○ 방법

- 무대작품화를 통한 볼거리화
 - 일정한 무대에 올리기 위해 내용과 구성 등을 각색하는 일련의 무대작품화 과정을 거쳐 관객들에게 볼거리를 제공하는 방법이다.
 - 사례: 기존의 판소리 및 마을에서 전해 내려오는 동화 등을 현대화하여 무대 작품으로 변형하여 관객들에게 제공
- 기구 장비를 활용하여 관광자원 소재의 확대·축소를 통한 볼거리화
 - 기구나 장비 등을 이용하여 관광자원 소재를 확대 또는 축소하여서 볼거리로 만드는 방법이다.
 - 사례: 야간에 레이저 빔, 네온 등 불빛을 활용한 관광자원의 볼거리화
- 테마의 형상화를 통한 볼거리화
 - 역사유적이거나 전설 등 유무형의 관광자원 소재에서 일정한 테마를 얻어 낸 후 그 테마를 형상화시킴으로써 볼거리로 만드는 방법이다.
 - 사례: 기존의 농촌마을에 테마를 부여하여 농촌전통테마마을로 개발
- 테마의 추출을 통한 놀거리화
 - 역사유적이거나 전설 등 유·무형의 관광자원 소재에서 일정한 테마를 얻어 내고 이를 이용하여 놀거리로 만드는 방법이다.
 - 사례: 마당놀이
- 볼거리의 놀거리화를 통한 놀거리화
 - 원래는 볼거리인 것들을 부분동작으로 분해하여 놀거리로 만들어서 관광자가 참여하여 놀 수 있게 하는 방법이다.
 - 사례: 탈춤 공연을 본 후 탈춤 중 일부분의 동작을 방문객들이 배운다.
- 놀거리의 변형을 통한 놀거리화
 - 원래 놀거리인 것을 시대감각에 맞게 변형시켜 관객이 참여하여 놀게 하는 방법이다.

- 사례: 과거의 농촌 전통 놀이방법을 현대 방식으로 바꾸어 놀이로 이용(이천 군들마을의 장치기 등)

② 신규시설 도입에 의한 관광자원화 방안

■ 개념

- 기존 농촌공간에 농촌다움을 강화할 수 있는 신규시설을 도입하거나 과거에는 있었으나 현재에는 사라진 농촌 시설물 등을 복원함으로써 방문객들에게 볼거리, 놀거리, 배울거리 등 할거리를 제공하는 방법이다.

■ 관광자원화 방법

- 기존 농촌공간에 전혀 없었던 새로운 시설을 도입하여 관광자원화하는 방법으로 신규시설 도입으로 인하여 농촌다움이 증대될 수 있어야 한다.
 - 향토방, 농경유물 전시관, 방아박물관 등
- 과거에는 있었으나 현재에는 사라져버린 시설 등에 대해 복원을 통해 관광자원화하는 방법이다.
 - 과거의 물레방앗간, 디딜방아 복원

■ 농촌지역에 도입 가능한 시설

- 농촌지역의 공간이용에 따른 도입 가능한 시설을 살펴보면 <부표 1-2>와 같다.

<부표 1-2> 공간이용에 따른 도입 가능한 시설

공간 구분	도입 가능한 시설
생활공간	숙박시설(전통가옥 등), 토산품점(기념품점, 농산물 판매소), 향토음식점, 향토방
수변공간	섬다리, 뗏목, 나룻배
문화체험공간	농경박물관(농경유물전시관), 전통민속놀이 체험장, 사당, 초당, 예술활동체험장, 공연장, 마을 상징 조형물
농경체험공간	정미소, 방앗간, 원두막, 이동시설(소달구지, 경운기 등)
놀이공간	전통놀이체험장, 놀이시설
휴식공간	정자, 전망대, 산책로, 벤치 등 휴식시설

○ 농촌지역에서 가능한 여가 활동을 살펴보면 <부표 1-3>와 같다.

<부표 1-3> 농촌지역에서 가능한 여가 활동

구 분	세부 활동	활동에 따른 도입 시설
탐방활동	하이킹	탐방로, 등산로, 산책로, 전망대, 해설판(안내판), 벤치 등 휴식시설
	승마	승마장,
	캠핑카 등을 이용한 탐방	야영시설
	자동차, 오토바이 등을 이용한 탐방	탐방로, 도로
	크로스 컨츄리 스키타기	스키코스, 장비 대여시설
수변활동	낚시	낚시터
	수영	수영시설
	보트타기/보트경주	보트장, 보트
	카누/래프팅/윈트서핑	대여시설
	아쿠아랜드 등 시설관람	수족관,
항공활동	경비행기 타기	대여시설
	행글라이딩/미니비행기 타기	
	기구타기	
육상활동	테니스	테니스장
	골프	골프코스
스포츠 활동	암벽등반	산장
탐방활동	지역 산업, 농업, 수공업 기업시설 탐방	수공업 공장, 수공업품품전시관
문화활동	역사체험	사당, 농경유물전시관, 역사체험관,
	휴식활동	숙박시설, 정자,
	예술활동	예술활동체험장
	전원체험	농경유물전시관, 원두막
	전통문화 및 음식체험	놀이체험장, 향토음식점
보양활동	체력강화 운동	조깅코스, 자전거탐방로
	휴양 활동	황토방

자료: Sharpley and Sharpley(1997) 내용 재정리.

■ 사례

○ 사례 : 신규시설 도입 및 복원을 통한 관광자원화

구 분	내 용
사례 대상지	경기도 이천시 대월면 군량1리 '자채방아마을'
개요	<ul style="list-style-type: none"> · 경기도 이천시 군들마을은 농촌진흥청에서 추진하고 있는 2002년도 '농촌전통테마마을'로 선정되었음 · 농촌진흥청으로부터 사업 추진을 위한 자금 1억원을 받아 신규시설 도입, 과거에 있었던 시설물 등의 복원을 통하여 전통테마마을의 기반을 조성하고 있음
관광자원화 과정	<ul style="list-style-type: none"> · 사업추진 자금을 바탕으로 신규시설로 원두막, 방아박물관(정미소를 개조한 농경 유물전시관)을 설치하고, 마을의 이름에서도 알 수 있듯이 과거에 마을에 있던 물레방아를 복원하였고, 디딜방아, 절구 등을 설치하였음 · 또한 마을에서 내려오던 '장치기' 놀이를 복원하여 별도의 장치기장을 마련하여 마을 방문객들이 직접 체험할 수 있도록 하고 있음

③ 문화·예술활동 도입에 의한 관광자원화 방안

■ 개념

- 기존 농촌마을에 유명한 예술가가 들어와 자신의 예술세계를 구축하고 그러한 것들이 일반인에게 불거리가 되고 화제성을 갖도록 조성할 수 있다.
- 기존 농촌마을에 의도적으로 방문객들이 보고 들을 수 있는 음악회, 연주회, 전시회 등의 문화·예술 행사를 개최하거나, 농촌마을을 방문한 방문객들이 직접 무엇인가를 만들거나 체험할 수 있도록 문화·예술활동을 제공함으로써 관광자원화할 수 있다.

■ 방법

- 기존 농촌마을에 음악회, 연주회, 전시회 등의 문화·예술 행사를 개최한다.
 - 문화·예술 행사를 개최하기 위한 지역 예술인 모임을 활용한다.
 - 소규모 지역 문화 행사를 유치한다.
- 농촌마을에서 방문객들이 직접 무엇인가 만들고 배울 수 있는 문화·예술 활동 프로그램을 개발 및 운영한다.
 - 지역 특성에 맞는 활동 프로그램을 개발한다(이천의 경우 도자기 제작 체험 등).
 - 프로그램 개발을 위하여 지역 및 외부 전문가에게 자문을 구한다.

■ 농촌지역에서 가능한 문화·예술 활동

구 분	내 용
문화·예술 행사 개최	<ul style="list-style-type: none"> · 음악회(지역 예술인의 미니 음악회, 개인 독주회 등) · 작품 전시회(그림, 조각 전시회 등) · 백일장(지역사회: 초·중·고생) · 경연대회(시낭송) · 전통 관혼상제 시연(전통혼례, 전통제례 등) · 지역 축제와 연계된 행사 프로그램
문화·예술 활동 프로그램 운영	<ul style="list-style-type: none"> · 농경문화(만들기, 배우기 체험 등) · 전통놀이(민속놀이 배우기) · 기타(도자기 제작, 그림 그리기, 목공예, 전통악기 배우기 등)

■ 사례

○ 사례 1 : 문화·예술인의 지역거주에 의한 관광자원화

구 분	내 용
사례 대상지	강원도 정선군 임계면 가목리 '메주와 첼리스트'
개요	<ul style="list-style-type: none"> · 강원도 정선군 임계면 가목리에는 돈연 스님과 첼리스트 도완녀씨가 담근 무공해 된장의 맛을 보고, 도완녀씨의 첼로를 들을 수 있는 일명 '된장마을(메주와 첼리스트)'이 있음. · 이 마을에서 생산된 각종 장은 불티나게 판매되고 있으며, 많은 관광객들이 마을에서 생산된 된장을 구입하고 도완녀씨의 첼로 소리와 함께 마을을 구경하기 위해 방문하고 있음. · 이 마을은 지난 5월 강원도 관광농촌체험 시범마을로 선정되어 도비와 군비 등 2억원이 투입될 예정임.
관광자원화 과정	<ul style="list-style-type: none"> · 현재 7가구가 살고 있는 작은 산간 마을인 된장마을은 10년 전에 돈연 스님과 첼리스트 도완녀씨가 가목리에 10여 년이나 비워 둔 농가를 사서 수리를 하고 이곳에서 결혼을 하여 살면서 시작되었음. · 이곳은 자연 속에 묻혀 살기는 좋은 곳이나 마땅한 생계를 유지할 거리가 없어 대안으로 콩농사를 지으며 메주를 만들어 간장, 된장을 만들어 팔게 된 것이 계기가 되었음. · 스님과 첼리스트가 산골에서 된장, 고추장을 만든다하니 금새 소문에 소문이 퍼지게 되고 그들의 생활모습을 보고 된장을 구입하고자 많은 사람이 방문하게 됨 · 점차 사업이 번창하여 현재는 동네사람들과 메주공장을 지어 운영하고 있음. · 처음부터 재래식 된장을 고집하여 정선군에서 생산된 콩을 원료로 만들어 장독에 담갔는데 점점 독이 모자라 전국에서 옛 장독을 구하기 시작한 것이 지금은 약 2700여 개에 달하고 있어 장독만 하여도 관광객들에게 볼거리가 되고 있음. · 도완녀씨는 방문객에게 첼로 연주를 선사하고, 매년 결혼기념일(7월 6일) 및 8월 1일에 '메주와 첼리스트' 축전을 개최하고 있음. · 현재 국내 여행사(승우여행사) 등에 의해 패키지 상품화되어(숙박형, 당일형 등) 운영 중에 있음.

○ 사례 2 : 문화·예술 행사 개최를 통한 관광자원화

구 분	내 용
사례 대상지	경기도 양평군 서종면 '우리동네 음악회'
개요	<ul style="list-style-type: none"> · 경기도 양평군 서종면에서는 서종지역 주민으로 구성된 문화모임인 '서종사람들'과 '서종문화의 집', '서종면 주민자치위원회'가 주최하는 작은 동네 음악회인 '우리동네 음악회'가 2년 전부터 매월 마지막 주 토요일 저녁에 개최되고 있음. · 지역민을 위한 작고 소박한 음악회지만 내용 면에 있어서는 카를로스 타악기 앙상블의 '타악기와 함께하는 가을'(4회), 유진 현악 4중주단의 '세레나데가 있는 가을'(5회), 한국페스티벌앙상블 공연(10회), 우광혁 교수의 '세계 악기여행'(14회), '더 솔리스트 초청 아카펠라 음악회'(19회), '도깨비 스톱의 도깨비 난장'(20회), 일본 와라비좌 극단의 '일본 전통음악과 춤'(21회) 등 수준 높은 연주가 이루어지고 있음.
관광자원화 과정	<ul style="list-style-type: none"> · 북한강을 끼고 있는 양평군 서종면에는 문화예술인이 약 200여 명 거주하고 있으며, 이들 거주민 중 15명이 모여 2000년 1월에 '서종사람들'의 모임을 구성 · 지역 거주 미술가들과 동네 초·중학생들이 함께 전시회를 여는 '우리동네 그리기전(展)'을 열던 '서종사람들'은 작은 규모라도 문화소비자인 지역민이 주가 되는 음악회를 정기적으로 여는 것이 어떠냐는 아이디어를 냈. · 모임의 부회장(예술의 전당 현직 공연기획팀장)이 발 벗고 나서 저명한 연주자들을 섭외하기 시작하였고, 관객이 편하게 들을 수 있는 '해설이 있는 음악회'를 개최하고자 하는 취지에 공감한 예술인들은 자원봉사에 가까운 '원정공연'을 흔쾌히 수락하였음. · 행사 초기에는 마땅한 공간이 없어 인근 서종초등학교 강당 건물을 빌려 무대를 마련하고 회원의 회비를 걷어 운영을 하였으나, 작년에 양평군·한국문화예술진흥원·한국마사회로부터 연 1450만원의 문화진흥자금을 지원 받음. · 도와 군의 추가 지원으로 2001년 5월 면사무소 건물에 '서종 문화의 집'이라는 상설공연장을 개설하고 소방차고로 쓰이던 면사무소 앞 건물을 갤러리로 개조 하였음. · 처음에는 지역민만을 대상으로 한 음악회였지만 지금은 양평 카페촌 방문객뿐만 아니라 일부러 음악회를 찾아오는 매니아가 생길 정도로 발전하였음.

○ 사례 3 : 지역 문화행사 개최를 통한 관광자원화

구 분	내 용
사례 대상지	일본 오이타현 유후인 마을
개요	<ul style="list-style-type: none"> · 일본 규슈지방 오이타현의 유후인정은 20여 년간 지역 중심의 소규모 개발을 통하여 문화마을의 성공 사례지가 되었음. · 각국에서 많은 사람이 유후인의 노하우를 배우기 위하여 방문하고 있음.
관광자원화 과정	<ul style="list-style-type: none"> · 유후인 마을은 골프장 건설을 주민 모두가 반대하게 되는 것을 계기로 농업과 문화의 조화를 테마로 한 지역개발사업이 추진되었음. · 먼저 지역의 이미지를 구축하기 위한 전략으로 기존의 축산업을 배경으로 한 ‘소한마리 목장운동’과 ‘소고기 먹고 고함지르기 대회’ 이벤트를 개최함으로써 일약 전국적으로 유명해지게 됨. · 이후 유명세를 바탕으로 기차역을 건축작품으로 건축하고 대합실에 화랑을 유치하며, 유후인 영화제와 음악제를 개최하는 등 문화마을 조성에 전력하여 연 300만 명이 방문하는 명소를 만들게 되었음.

4 정 책 적 시 사 점

- 농촌자원의 관광자원화는 마을이 보유하고 있는 자원에 대한 이용 계획을 수립하여 시행하는 것이 바람직하며, 이를 위해서는 계획 수립 비용을 별도로 마련하거나 지원비용에서 지출할 수 있도록 해야 한다.
 - 충남 홍성군 문당리의 경우처럼 마을 자체의 돈을 들여 마을종합발전계획을 수립하거나, 농촌진흥청으로부터 농촌전통테마마을로 지정된 일부 마을의 경우처럼 지원금의 일부분을 마을 발전 계획 수립을 위한 연찬회 비용으로 활용하거나, 농촌생활연구소에서 농촌전통테마마을 장기발전을 위한 연구 과제를 발주하는 것처럼 유관 기관에서 지원하는 등의 마을 단위 계획 수립을 위한 지원이 필요하다.
- 관광자원화는 있는 그대로를 관광자원으로 활용하거나, 시설을 도입 또는 복원하거나 음악회·연주회·전시회 등 문화·예술 활동을 도입

하는 방안 등 다양하게 이루어질 수 있다. 그러나 현재의 농촌자원 관광자원화는 시설 부분에 많이 편중되고 있다. 따라서 지속 가능한 농촌관광을 위해서는 소프트웨어 측면의 문화·예술 활동의 도입을 통한 관광자원화에도 적극적인 관심과 지원이 필요하다.

- 문화활동을 도입함으로써 성공한 예로서 경기도 양평군 서종면의 '우리동네 음악회'를 들 수 있다. 처음에는 지역민을 대상으로 한 작은 음악회로 시작하였으나 지금은 양평 카페촌 방문객 뿐만 아니라 일부러 음악회를 찾아오는 매니아가 생길 정도로 발전하였다. 음악회를 위한 작은 공간 외에는 별도의 시설을 투자하지 않았지만 음악회를 통하여 마을이 특화되는 계기가 되었다.
- 결론적으로 마을의 농촌자원을 관광자원화하기 위해서는 각 마을별로 마을이 갖고 있는 자원을 우선 파악하고, 강점요인과 약점요인, 기회요인과 위협요인을 파악한 후 현실적인 관광자원화 방안을 모색해야 한다.
 - 이를 위하여 지역 농업기술센터 담당공무원 등 유관 기관 공무원, 농촌관광 관련 전문가 및 마을에 대해 관심을 갖고 있는 다양한 분야의 전문가 등이 참여할 수 있는 자문위원단의 구성과 이의 활용이 필요하다.

3. 농촌관광자원의 관광 상품화 방안

3.1. 관광 상품화의 개념

- 대상 지역이 보유하고 있는 자원이 관광자원이 되고 관광자원이 관광상품이 되는 것을 말한다. 즉 관광자원이 관광상품으로 되는 과정이 관광상품화이다.

- 관광 상품화는 자원이 관광자원으로 되는 과정인 관광자원화와 여행의 조합이다.
- 관광 상품화는 관광자원에 관광자의 시간을 투입하여 생산되는 서비스를 소비하는 과정 및 소비행위를 설계하고 여기에 적절한 가격을 결정하여 관광자원이 지닌 기호가치(이미지가치), 사용가치와 교환가치를 구현하게 하는 작업이다.
 - ☞ 관광 상품화 = 여행 + 관광자원 + (소비과정 및 소비행위 설계, 가격 결정) ⇒ 관광 상품이 되는 과정

3.2. 농촌관광 핵심편의

1) 핵심편의의 도출

- 농촌관광객은 자신의 지각을 바탕으로 농촌관광을 한다. 농촌관광객들의 지각을 분석하기 전에 농촌관광객의 니즈(needs; 관광객들이 필요로 하거나, 원하거나 또는 기대하는 핵심편의)를 면밀히 조사하여야 한다.
- 핵심편의분석은 현재의 농촌관광에 대한 해결책의 제시보다는 농촌관광의 핵심편의를 이해하여 향후 특정 농촌관광개발을 위한 창의력을 제한하지 않고, 관광객들의 정확한 핵심편의를 찾는 분석이다.
 - 현지조사 결과 해당 농촌의 주력 관광 프로그램은 대부분이 비슷하다. 마을의 특성에 따른 독특하고 다양한 관광 프로그램이 부족하고, 현존하는 프로그램 자체가 관광객의 편익에 초점을 맞춘 것이 아니라 공급자 측면에서 개발되어 있다.
 - 일부 농촌관광 개발 시 농촌이 지닌 고유한 농촌다움에 대한 이해가 선행되지 않고 무차별적 상품화가 이루어지고 있다.
 - 관광객들이 농촌에서 지불하고자 하는 것은 농촌다움에 대한 가치이다. 즉 농촌다움은 관광객들이 기꺼이 지불하고자 하는 핵심 편의

임을 인지하여야 한다.

- 핵심편익은 잠재적 편익으로서 관광객이 잠재적으로 가지고 있으나 표현되지 않는 니즈이다. 이러한 니즈가 충족될 때 관광객이 만족하게 된다.
- 요인 분석은 이러한 다수의 관광객 니즈가 담고 있는 정보를 소수의 전략적 핵심편익 차원으로써 파악해낼 수 있다.
- 농촌은 오감성, 안락성, 시설낙후성, 유대성, 입지성, 경제낙후성, 협소성이라는 농촌다움을 가진다.
 - '농촌다움'을 오감성은 23.98%, 안락성은 9.90%, 시설낙후성은 6.69%, 유대성은 5.89%, 입지성은 5.09%, 경제낙후성은 4.35%, 협소성은 3.92% 설명하고 있다.
- '농촌다움'으로부터 농촌관광의 핵심편익으로 오감성, 유대성, 안락성, 입지성이 도출되었다.
 - 오감성은 농촌에서 보고, 듣고, 느끼고, 향기를 맡을 수 있는 편익을 말한다.
 - 안락성은 범죄와 폭력이 없는 한적하고 조용하고 평화롭고, 어린 시절의 동심을 떠올릴 수 있는 심적 여유의 편익이다.
 - 유대성은 지역에 대한 애착심과 서로를 도우면서 가족 간의 유대가 돈독해지는 편익이다.
 - 입지성은 논이나 과수원이 많고 마을에는 시냇물이 흐르는 자연에 둘러싸인 농촌의 환경적 편익이다.
- 기존 농촌관광 투자는 관광객들에게 농촌다움이라는 핵심편익 제공보다는 직관적 '감'에 의해 시설을 투자하는 형태이다. 향후 농촌관광 시설에 대한 투자는 "이 시설은 관광객에게 어떤 편익을 어떻게 줄 수 있는가?"에 초점이 맞추어져야 한다.

<부표 1-4> 농촌관광 핵심편익 도출을 위한 요인분석

요인명	항 목	요 인 적재값	공통성	고유값	설명량 (%)
오감성 (요인1)	경운기 다니는 모습을 종종 볼 수 있다	.565	.531	6.24	23.98
	집집마다 농기구, 농기계 등을 가지고 있다	.504	.418		
	질은 흙냄새를 맡아볼 수 있다	.706	.604		
	계절감을 잘 느낄 수 있다	.768	.674		
	새, 풀벌레 등의 소리를 쉽게 들을 수 있다	.706	.605		
안락성 (요인2)	범죄와 폭력이 덜하다	.557	.369	2.57	9.90
	분위기가 평화롭다	.776	.680		
	주위가 한적하고 조용하다	.709	.622		
	마음의 여유를 찾을 수 있다	.755	.640		
	어린시절 추억을 떠올릴 수 있다	.553	.572		
시 설 낙후성 (요인3)	문화시설이 부족하다	.805	.708	1.74	6.69
	시설이 낙후되어 있다	.797	.723		
	젊은 사람보다 노인이 많다	.647	.503		
	교통이 불편하다	.680	.537		
유대성 (요인4)	가족 간의 유대가 두텁다	.640	.463	1.53	5.89
	사람들의 지역에 대한 소속감이 강하다	.820	.691		
	사람들의 지역에 대한 애착심이 강하다	.797	.670		
	사람들의 협동심이 강하다	.676	.541		
입지성 (요인5)	논이나 밭, 과수원이 많이 있다	.639	.508	1.32	5.09
	마을 주변에 맑은 시냇물이 흐르고 있다	.723	.627		
	집들이 자연에 둘러싸여 있다	.615	.605		
경제 낙 후성 (요인6)	생활은 경제적으로 윤택하지 못하다	.852	.800	1.13	4.35
	사람들의 소득수준이 낮다	.848	.791		
협소성 (요인7)	사람들의 생각이 지역적이고 협소하다	.628	.488	1.02	3.92
	새로운 경험에 대한 기획이 거의 없다	.769	.619		
	정보 수집 및 활용이 어렵다	.638	.563		

주: 추출된 요인들의 전체 설명력은 59.81임.

② 핵심편익의 추구성향

- 전반적으로 농촌에 대하여 오감성, 안락성, 유대성이 매우 중시되는 편익이고, 입지성 또한 상당히 중시되는 편익이다.

■ 경험유무별 추구성향 차이

- 농촌관광 경험유무에 따른 핵심편익은 집단간 차이 없이 모두 중요한 편익으로 느끼고 있다.
- 이는 핵심편익에 대하여 비경험자가 기대하는 정도가 방문시에도 비슷한 수준으로 경험할 수 있는 것으로, 일단은 기대에 부응하고 있어 다행스러운 상태이다. 그러나 향후 관광객의 요구가 까다로워질 것에 대비하여야 한다.
- 반면 안락성은 비경험자보다 경험자가 더 높이 평가하였다. 이는 경험자가 직접 농촌에서 느낄 수 있었던 경험에 의해서 편익이 증가된 것으로 판단된다. 따라서 중요한 핵심편익으로서 안락성은 기대 수준 이상임을 알 수 있다.
 - 즉, 농촌관광객이 추구하는 안락성은 농촌을 방문한 후 증가한다.

<부표 1-5> 방문경험유무별 농촌관광 핵심편익

구분 편익	전체	미경험자	경험자	t-검정(t값, p값)
사례수(명)	1000	799	201	
오감성	4.19	4.18	4.23	1.18, 0.24
안락성	4.14	4.11	4.24	2.54, 0.01
유대성	4.16	4.16	4.13	-0.52, 0.61
입지성	3.82	3.82	3.81	-0.11, 0.91

주: 각 핵심편익점수는 해당문항의 산술평균

■ 재방문여부별 추구성향 차이

- 경험자 중 핵심편의 추구정도는 최초방문자와 재방문자간에 차이가 없다. 오감성, 안락성, 유대성 등은 매우 중시되는 편의므로 두 집단이 모두 추구하였고, 입지성 편의도 중시되고 있다.
- 최초 방문자 재방문자간에 추구하는 편의의 정도에는 차이가 없다.
 - 이는 아직까지는 농촌관광에 대한 방문자 요구가 까다롭지 않은 상태를 나타낸다.

<부표 1-6> 재방문여부별 농촌관광 핵심 편의

편의 \ 구분	최초방문자	재방문자	t-검정 (t값, p값)
사례수(명)	65	90	
오감성	4.25	4.25	0.03, 0.97
안락성	4.26	4.27	-0.16, 0.88
유대성	4.12	4.13	-0.05, 0.96
입지성	3.84	3.83	0.08, 0.94

■ 체재기간별 추구성향 차이

- 체재기간별 농촌관광에 대한 핵심편의의 추구정도는 집단간에 차이가 없다.
- 농촌의 당일 관광객은 오감성, 안락성, 유대성을 매우 높게 추구하며, 입지성 또한 상당히 높게 추구하고 있다.
- 또한 1박2일과 2박3일 이상 농촌관광을 경험한 관광객은 오감성, 안락성, 유대성을 매우 높게 추구하며, 입지성 또한 상당히 높게 추구하고 있다.

- 체재기간에 따른 핵심편의 추구에 대한 차이가 없으므로 이러한 핵심 편의가 매우 강한 것으로 볼 수 있다.

<부표 1-7> 체재기간별 농촌관광 핵심편의

편의	구분	당일	1박2일	2박3일이상	분산분석 (F값, p값)
사례수(명)		57	72	70	
오감성		4.33	4.13	4.26	1.79 0.17
안락성		4.26	4.22	4.26	0.07 0.94
유대성		4.08	4.15	4.21	0.63 0.54
입지성		3.91	3.75	3.84	0.59 0.56

■ 동반 형태별 추구성향 차이

- 동반 형태별 농촌관광 핵심편의의 추구는 오감성, 안락성에서 집단간 차이가 있고(p<0.1), 유대성, 입지성은 집단간 차이가 없다.
- 농촌관광의 핵심편의인 오감성에 대하여 직장과 계모임 등 기타 동반 형태의 농촌관광객이 혼자나 친구/친지와 동행한 관광객보다 더 추구하는 경향이 있다.
- 안락성의 경우 친구나 친지보다 기타 농촌관광객이 더욱 더 추구하는 핵심편의로 나타났고, 유대성과 입지성 편의는 동반 형태별 차이가 없다.

<부표 1-8> 동반 형태별 농촌관광 핵심편의

편의	구분	혼자	가족	친구/친지	기타	분산분석 (F값, p값)
사례수(명)		14	96	67	24	
오감성		4.14(A)	4.23(AB)	4.14(A)	4.53(B)	2.46, 0.06*
안락성		4.36(AB)	4.23(AB)	4.13(A)	4.50(B)	2.12, 0.09*
유대성		4.09	4.18	4.07	4.20	0.49, 0.69
입지성		3.38(A)	3.91(B)	3.77(AB)	3.85(B)	1.90, 0.13

주: Duncan 다중비교 시 유의수준 10%에서 집단간 차이 있음.

3] 정책적 시사점

- 오감성, 안락성, 유대성, 입지성은 농촌다움에서 중요하고 농촌방문객들에게 강력한 편익임을 확인할 수 있으므로 향후 농촌관광에서는 이들 편익을 방문자가 체감할 수 있도록 초점을 맞추어야 한다.
- 현 시점에서는 농촌 현장에서 체감되는 편익이 비경험자에게 부응하고 있는데, 이는 농촌관광객들의 요구가 아직은 까다롭지 않은 데서 기인하는 것으로 볼 수 있다. 따라서 향후 농촌 관광객들의 요구가 까다로워질 것에 대비하여 농촌관광은 이러한 핵심편익을 지속적으로 발전시켜야 한다.
- 농촌관광을 위한 시설이나 프로그램 도입 시 농촌관광의 핵심편익인 오감성, 유대성, 안락성, 입지성 중 어떤 핵심 편익을 어떻게 제공할 수 있는가를 고려해야 한다.
 - 예를 들어 '산책로'를 설계하고자 할 때, 콘크리트 등 인공재료를 쓰지 않고 기존 농로에 과실수 등을 심고, 중간에 휴식 공간을 자연재료를 이용하여 주변 환경과 어울리게 설치하고 가족과 함께 걸어가면서 주변 농촌 경관과 마을 주민의 농경생활을 볼 수 있는 '안락성'과 '유대성'을 체감하게 해주고, 그 장소에서만 특유하게 느낄 수 있는 소리를 제공(장치 등을 이용)함으로써 '오감성'을 체감하게 해주는 방법을 생각할 수 있다.
- 이러한 농촌관광의 핵심편익을 제공하기 위해서는 먼저 농촌관광 사업을 하고자 하는 마을이 전문가들의 도움을 받을 수 있는 정책적 지원이 필요하다.
 - 마을의 농촌관광계획을 수립하고 그 계획하에서 농촌의 핵심편익을 제공할 수 있는 각종 시설이나 프로그램을 도입할 수 있도록 해야 한다. 이를 위해서는 전문가의 도움이 필수적이며, 이러한 전문가의 조언을 받을 수 있도록 마을에 지원되는 각종 정책 지원금 중 일부

를 배당할 필요가 있다.

- 전문가 조언의 대표적 예는 강원도 화천군 상서면 신대리 토고미 마을로서 E사에서 2001년 마을기본계획 수립하고 2001년 홈페이지 구축, 2002년 신대리 신평초교(폐교)를 리노베이션하는 등 지속적으로 한마을을 조언함으로써 성공하였다.
- 향후 농촌관광객에게 핵심편익인 입지성이 부족한 농촌은 오감성, 안락성, 유대성의 높은 편익을 제공할 수 있는 농촌관광상품과 프로그램을 제공하여야 하며, 입지성이 뛰어난 농촌은 입지성을 지속할 수 있게 유지하며, 오감성, 안락성, 유대성과의 연계를 고려해야 한다.

3.3. 농촌관광의 핵심성향 분석

① 농촌관광에 대한 관광객 성향 분석

- 도시민 1,000명을 대상으로 향후 농촌관광에 대한 의향을 파악함으로써 시장육구 분석 및 관광 상품화를 꾀하고자 한다.

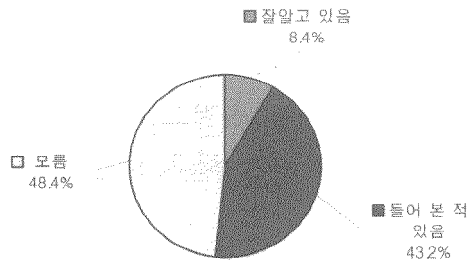
■ 농촌관광 인지도

- 농촌관광마을에 대한 인지도는 '잘 알고 있음' 8.4%, '들어본 적 있음' 43.2%, '모름'이 48.4%로 나타났다.
- 농촌관광에 대한 인지도가 낮아 잠재관광객의 농촌관광객으로의 전환을 낙관하기 어려운 실정이다. 따라서 향후 농촌관광마을에 대한 인지도를 향상시키는 것이 급선무이다.

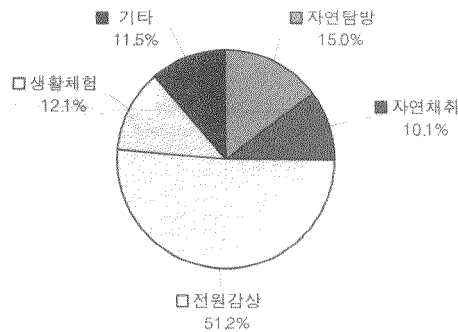
■ 농촌관광 목적

- 농촌관광 목적은 주로 전원감상 51.2%이며, 자연탐방 15.0%, 생활체험 12.1%, 기타 11.5%로 나타났다.

- 일반적으로 체험이 더 중요한 것으로 인식하고 있으나 현 상태에서는 전원에서 쉬면서 전원을 감상하려는 비율이 상대적으로 높다. 이러한 경향은 상당 기간 지속될 수 있으므로 지나치게 체험을 강조할 필요성은 없어 보인다.



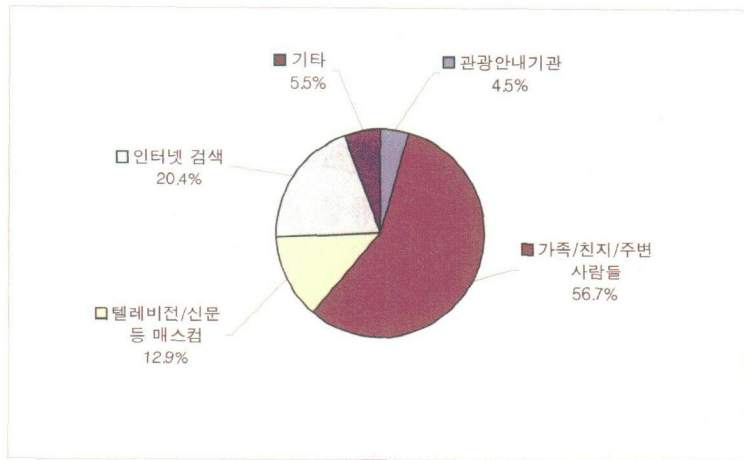
<부도 1-2> 농촌관광 인지도



<부도 1-3> 농촌관광 목적

■ 농촌관광 정보원천

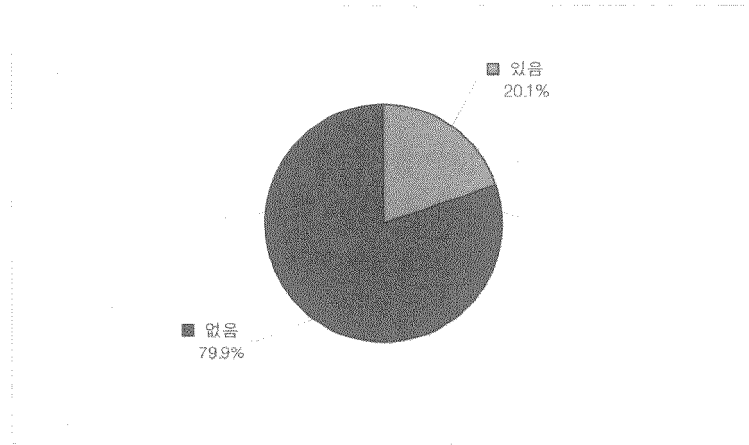
- 농촌관광에 대한 정보원천으로는 ‘개인원천’(가족/친지/주변사람들로부터)이 56.7%, ‘인터넷 검색’이 20.4%로 두 가지 정보원이 전체의 77.1%를 차지했다.
- 대중매체(텔레비전/신문 등 매스컴)는 12.9%이며, 공공기관(관광안내기관)은 4.5%로 나타났다.
- 대부분 농촌관광객들은 개인적 원천으로 농촌관광의 정보를 획득하고 있으며, 대중매체나 공공기관의 노력은 매우 부족한 것으로 나타났다.



<부도 1-4> 농촌관광 정보원천

■ 농촌관광 경험

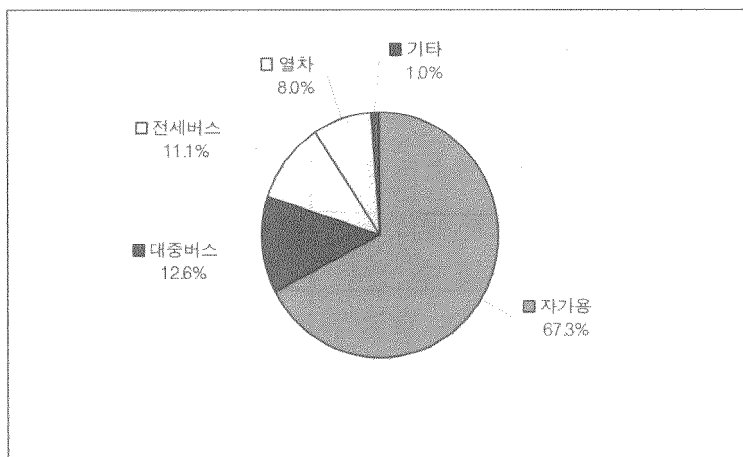
- 농촌관광에 대하여 20.1%만이 경험한 것으로 나타났고, 79.9%가 미경험한 것으로 나타나, 농촌관광 참여율은 낮은 수준이다.



<부도 1-5> 농촌관광 경험

■ 농촌관광 교통수단

- 농촌관광 교통수단은 자가용이 67.3%로 가장 높은 이용률을 보였다.
↳ 따라서 주차장 확충이 요구된다.
- 대중교통(대중버스 12.6%, 전세 버스 11.1%, 열차 8.0%)은 31.7% 이용하는 것으로 나타났다.



<부도 1-6> 농촌관광 교통수단

② 중요도-성취도 분석

■ 중요도-성취도 분석기법

- 농촌관광은 방문객이 중요하다고 평가하는 정도와 실제 이행(성과) 정도에 의해서 평가된다.
- 중요도-성취도 분석(Importance-Performance Analysis; IP분석)은 여러 가지 농촌관광 요소를 평가·등급화하고, 또한 필요한 조치를 확인·규명하는 데 사용된다.
- 농촌관광의 중요도-성취도 분석은 해당 농촌의 주 목표시장이 누구인가에 따라 그 중요도 및 성취도가 다르기 때문에 일률적으로 적용할 수 없다.
- 농촌관광 경험유무에 따라 잠재시장을 고려하여 재방문 여부, 체재 기간, 동반 형태에 따라 분석이 이루어져야 한다.
- 성취도측과 중요도측에 의해 형성되는 4개의 사분면에 포함되는 속성들을 <부도 1-7>과 같이 구분한다.

<부도 1-7> 중요도-성취도 매트릭스

매우 중요함	① 집중 노력필요	② 지속적 노력필요
중요하지 않음	③ 우선순위 낮음	④ 과잉노력
	매우 불량함	매우 양호함

주: 평가 항목 각각의 중요도-성취도 : 해당 응답자의 평균치를 사용

- 집중 노력 필요: 이용자들은 중요하게 생각하고 있지만 실제로는 만족스럽게 반영되어 있지 못한 속성들로서, 가장 먼저 시정되어야 할 속성들로서 중요시하는 서비스 요소이지만, 성과가 바람직한 수준에 도달하지 못하고 있는 상태이다.
 - 지속적 노력 필요: 이용자들도 중요하게 생각하고 있고 실제로도 만족스럽게 반영되어 있는 속성들로서, 현재와 같은 기업의 노력이 유지되어야 한다.
 - 우선순위 낮음: 이용자들도 중요하게 생각하지 않고 있지만 반영되어 있지도 않은 속성들로서, 현재 이상의 노력 투입은 불필요한 것들로서 별로 중요하지 않은 요소이며, 보통 수준으로 이행되고 있으므로, 더 이상의 주의를 기울일 필요 없다.
 - 과잉노력: 이용자들은 중요하게 생각하지 않고 있지만 반영되어 있는 속성들로서, 현재 투입된 노력을 다른 속성에 투입해야 할 것들로서 중요성이 낮은 서비스 속성들이다.
- 농촌관광에 대한 도시민 선호 분석을 위한 설문 조사된 자료를 분석한다. 농촌관광의 중요도와 성취도에 대한 대표값은 평균으로 측정한 후, 해석상의 용이성을 확보하고자 중요도-성취도를 지수화하여 실행격자에 위치시킨다.
 - 각 중요도-성취도 속성에 대한 위치화는 농촌관광 속성의 중요도와 성취도에 대하여 모든 관광객이 동일한 인식을 가지고 있지 않고, 시장에서 기업이 효율적으로 활동할 수 있는 특정한 부분이 존재하기 때문에 시장세분화라는 측면에서 전체 응답자, 방문경험 유무, 재방문 여부, 체제기간, 동반 형태별로 분석한다.

■ 전체적인 중요도-성취도 분석

- 전체적으로 안내판, 농산품의 품질, 자연환경의 질, 교통편, 화장실, 주

민의 친절 등은 개선을 위한 집중적인 노력이 필요하다.

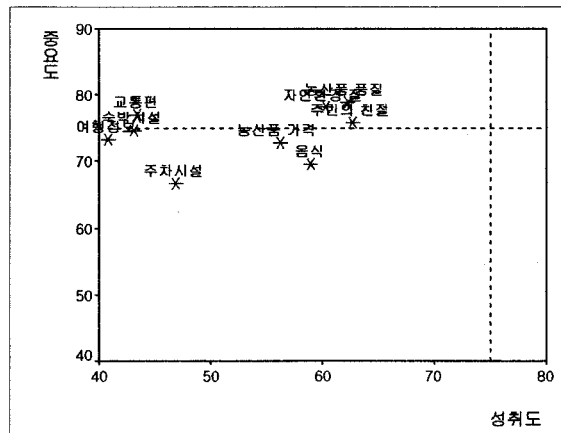
- 또한 농촌관광 요소들의 중요도-성취도 차이가 매우 큰 안내판, 화장실, 교통편, 여행정보, 숙박시설은 중점적으로 개선을 위한 노력이 필요하다.

<부표 1-9> 전반적인 IP분석표

단위: 평균, 환산점수평균, 환산점수

요 소	중요도	성취도	점수차이
1. 여행정보	3.93(73.35)※	2.63(40.86)	-1.30(-32.5)
2. 교통편	4.08(77.06)	2.74(43.46)	-1.34(-33.6)
3. 숙박시설	3.99(74.65)	2.73(43.17)	-1.26(-31.5)
4. 음식	3.78(69.62)	3.36(59.01)	-0.42(-10.6)
5. 자연환경의 질	4.12(78.11)	3.41(60.35)	-0.71(-17.8)
6. 주민의 친절	4.03(75.85)	3.51(62.76)	-0.52(-13.1)
7. 화장실	4.08(77.00)	2.52(37.91)	-1.56(-39.1)
8. 주차시설	3.67(66.63)	2.88(46.88)	-0.79(-19.8)
9. 안내판	4.17(79.13)	2.60(39.98)	-1.57(-39.2)
10. 농산품의 품질	4.15(78.82)	3.49(62.24)	-0.66(-16.6)
11. 농산품의 가격	3.91(72.85)	3.25(56.22)	-0.66(-16.6)

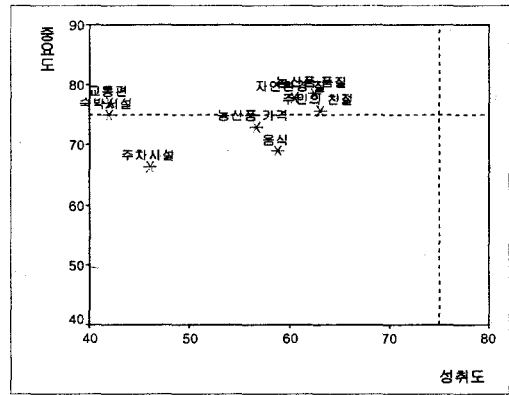
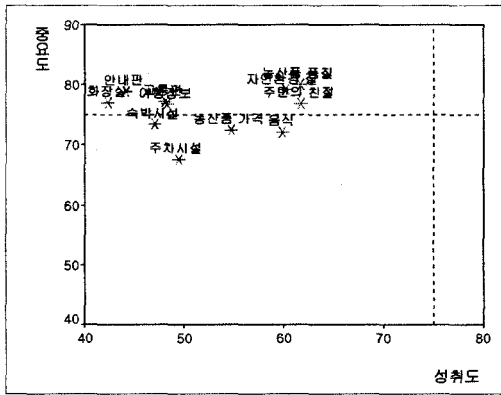
주: 중요도-성취도 환산점수 = (속성별 평균 - 1) × 100 / 4



<부도 1-8> 전반적인 IP분석

■ 방문 경험 유무별 중요도-성취도 분석

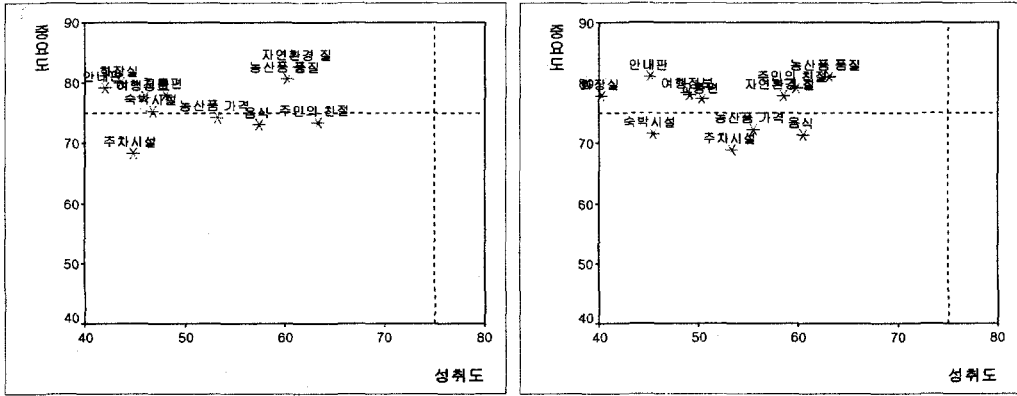
- 방문 경험자는 농촌관광의 실제 경험자라는 점에서, 비방문자는 향후 농촌관광의 잠재시장으로서 매우 중요하다.
 - 농촌관광 요소들이 적정 수준 이상으로 성취되지 못할 경우 경험자의 구전을 통한 확산이 이루어지지 않아 비경험자의 최초 방문을 기대하기 어렵다.
 - 또한 경험자들은 중요도에 비하여 성취도가 낮기 때문에 재방문을 기대하기 어려워 농촌관광의 활성화에 차질이 우려된다.
- 농촌관광 경험자들을 위해서는 농산품의 품질, 자연환경의 질, 안내판, 교통편, 주민의 친절함, 화장실, 여행정보 등에 대한 집중적인 개선 노력이 필요하다.
- 특히, 이 요소들 중에서 안내판, 교통편, 여행정보, 숙박시설은 농촌경험자들의 중요도-성취도 인식차이가 매우 크므로 중점적 개선 노력이 필요한 부분이다.
- 농촌관광 비경험자들의 중요도-성취도 분석 결과 농촌관광 요소들에 대한 농촌관광 경험자들의 인식과 유사함을 나타냈다.
- 이들이 최초방문을 하였을 시 농촌관광에 대한 인식 전환을 위해 안내판, 농산품의 품질, 자연환경의 질, 교통편, 화장실, 주민의 친절함, 숙박시설 등에 대한 집중적인 개선 노력이 필요하다.
- 특히, 이 요소들 중에서 안내판, 주민의 친절, 여행정보, 교통편, 숙박시설은 농촌 비경험자들의 중요도-성취도 인식차이가 매우 크므로 중점적 개선 노력이 매우 필요하다.



<부도 1-9>방문경험자에 의한 IP분석 <부도 1-10>비경험자에 의한IP분석

■ 재방문여부별 중요도-성취도 분석

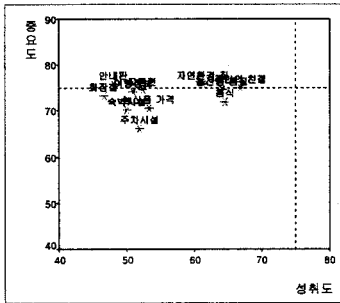
- 최초방문자를 위해서는 농촌관광을 위한 자연환경의 질, 농산품의 품질, 화장실, 안내판, 여행정보, 교통편, 숙박시설 개선을 위한 집중적인 노력이 필요하다.
 - 이 중 중요도-성취도 차이가 매우 큰 안내판, 화장실, 여행정보, 교통편, 숙박시설은 중점적으로 개선을 위한 노력을 기울여야 한다.
- 재방문자를 위해서는 안내판, 농산품의 품질, 주민의 친절함, 자연환경의 질, 화장실, 여행정보 개선을 위한 집중노력이 필요하다.
 - 이 중 중요도-성취도 차이가 매우 큰 여행정보, 교통편, 안내판은 개선을 위한 중점적인 노력이 필요하다.



<부도 1-11> 최초방문자의 IP분석 <부도 1-12> 재방문자의 IP분석

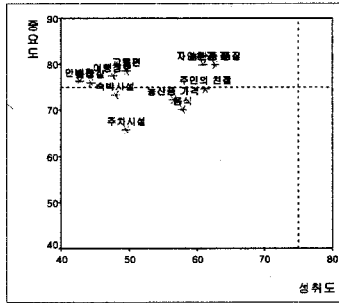
■ 체제기간에 따른 중요도-성취도 분석

- 당일 방문자들을 위해서는 자연환경의 질, 안내판, 주민의 친절함이 중점적으로 개선할 요소이다.
- 1박2일 방문자들을 위해서는 자연환경의 질, 농산품의 품질, 교통편, 여행정보, 안내판, 화장실을 중점적으로 개선하여야 한다. 특히 안내판, 화장실, 여행정보, 교통편, 숙박시설은 중요도-성취도간의 차이가 매우 커서 개선이 시급하다.
- 2박3일 이상 방문자들을 위해서는 농산품의 품질, 안내판, 주민의 친절함, 자연환경의 질, 화장실, 여행정보, 교통편, 숙박시설, 음식 등의 중점적인 개선이 필요하다. 특히 화장실, 교통편, 여행정보, 안내판에 대한 요소들은 중요도-성취도간의 차이가 매우 크므로 개선 노력이 시급하다.
- 따라서 장기 체재 관광객일수록 농촌 관광에서 요소들을 더욱 중요하게 인식하는 경향이 있어 체류형 농촌관광을 촉진하기 위해서는 지속적으로 이들에 대한 시정 노력이 요구된다.



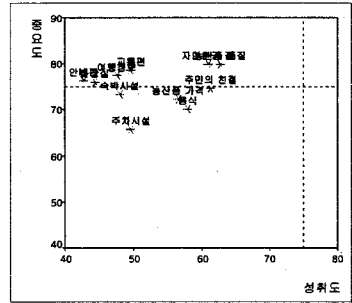
<부도 1-13>

단일방문자의 IP분석



<부도 1-14>

1박2일방문자의 IP분석



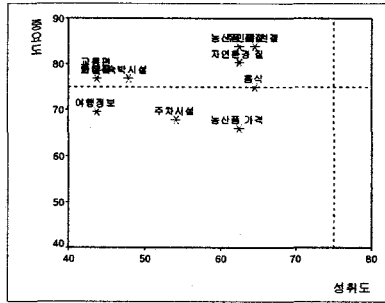
<부도 1-15>

2박3일이상 방문자의 IP분석

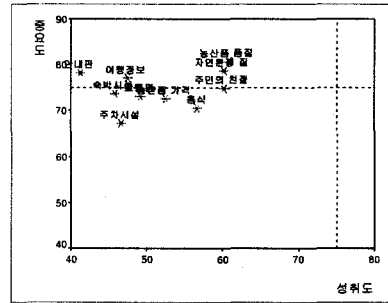
■ 동반 형태별 중요도-성취도 분석

- 혼자 농촌을 방문한 관광객을 위해서는 주민의 친절함, 농산품의 품질, 자연환경의 질, 교통편, 숙박시설, 화장실, 안내판, 음식에 대한 중점적 노력이 필요하다. 특히, 교통편, 숙박시설, 주민의 친절함, 안내판, 여행 정보에 대한 중요도-성취도간의 차이가 크므로 이 요소들에 대한 개선이 시급하다.
- 가족동반 농촌관광객을 위해서는 농산품의 품질, 자연환경의 질, 안내판, 여행정보, 화장실에 대한 중점적인 개선 노력이 필요하며, 특히 중요도-성취도간 차이가 큰 화장실, 안내판, 여행정보, 숙박시설에 대한 개선이 요구된다.
- 친지/친구동반 농촌관광객을 위해서는 교통편, 자연환경의 질, 안내판, 주민의 친절함, 여행정보, 농산품의 품질, 화장실에 대한 중점적인 개선 노력이 필요하며, 특히 중요도-성취도간의 차이가 큰 교통편, 안내판, 화장실, 여행정보에 대한 개선이 시급하다.
- 직장/계모임 등 기타 동반 형태의 관광객들을 위해서는 농산품의 가격, 여행정보, 음식, 교통편, 자연환경, 화장실, 주민의 친절함, 안내판, 농산품의 가격에 대한 집중적인 개선 노력이 필요하며, 특히 중요도-성

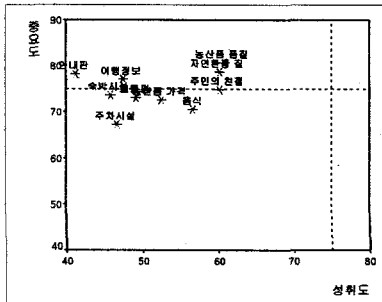
취 도간의 차이가 큰 안내판, 교통편, 여행정보, 화장실에 대한 개선에 주의를 기울여야 한다.



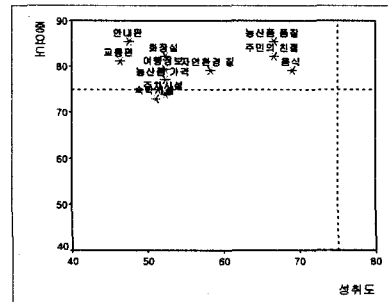
<부도 1-16> 혼자에 대한 IP분석



<부도 1-17> 가족에 대한 IP분석



<부도 1-18> 친구/친지에 대한 IP분석



<부도 1-19> 기타에 대한 IP분석

② 정책적 시사점

- 농촌 현지조사 결과 주민은 관광객을 대상으로 한 홍보와 유치 방안에 대한 방법을 잘 모르고 있고, 대부분이 인터넷 홈페이지를 운영하는 수동적 홍보만을 하고 있어 잠재관광객들의 농촌관광에 대한 인지도는 매우 낮은 실정이다. 따라서 홍보 강화를 통해 농촌관광 인지도 향상이 이루어져야 한다.

- 관광객들의 농촌관광 목적이 대부분 전원감상과 자연 채취 등으로 나타난 반면, 현재 농촌관광은 자연 채취와 농·특산물 판매에 주력하고 있는 상황이다. 앞으로의 농촌관광은 관광객들에게 체험활동보다는 전원감상을 제공하는 데 중점을 두어야 한다.
- 현재 농촌에서는 홍보활동으로서 인터넷 홈페이지를 운영하고 있지만, 관광객들의 농촌관광에 대한 정보원천은 주로 “가족/친지/주변사람들”로서 개인적 원천이며, 인터넷 홈페이지는 농촌관광을 인지하지 못한 잠재관광객에게는 정보 제공 능력이 제한되어 있다. 따라서 농촌관광의 홍보는 인터넷을 이용한 온라인 방법과 개인적 원천을 통한 구전 즉 오프라인 방법을 병행하여야 한다.
- 첫째, 인터넷을 이용한 농촌관광 홈페이지의 경우 가능한 통합 운영하고 통합된 홈페이지 내에 개별 농촌 홈페이지를 연결(link)시켜야 한다.
 - 이렇게 통합되어 연결된 홈페이지는 체험적 웹사이트로 제작되어야 한다.
 - 체험 웹사이트는 농촌관광객 각자에게 차별화된 체험을 제공하는 데 중점을 두고 홈페이지를 방문하는 사람들에게 관심 있는 농촌을 선택하고, 누구와 여행할 것인지 멋진 그래픽으로 선택할 수 있도록 하며, 농촌에 대한 많은 정보 제공과 특별한 패키지 상품, 날씨 정보 등을 제공하여 잠재관광객이 실제로 농촌관광을 예약하기 전에 미리 볼 수 있어야 한다. 여기서 마을을 클릭하거나 농촌활동 등을 클릭하면 이용할 수 있는 교통편 등 세부정보가 제공될 수 있어야 한다.
 - 홈페이지에서 정보 제공과 병행하여 온라인 상에서 농촌관광자들의 정보를 서로 교환할 수 있는 사이버 장소(동호회)를 제공해야 한다. 이는 사이버 상에서의 구전을 위한 필수 수단이며, 또한 해당 농촌관광객에게 관광 후 마을에 대한 소식을 전함으로써 ‘제2의 고향’이라는 인식을 형성하여 재방문으로 유도할 수 있다.
- 둘째, 오프라인 상에서 ‘구전’을 일으킬 요소를 찾아야 한다.
 - 이메일 등을 이용한 마을 소식의 전파는 지속적인 이야기거리와 농

촌에 대한 재연상을 통해 농촌경험자가 주변사람에게 전파할 수 있는 동인이 된다.

- 매체(TV, 라디오방송국 진행자, 신문기자 등 유명인사)와 일반대중(TV, 라디오방송국 시·청취자, 유치원, 초등학교 교사 등) 등 구전을 효과적으로 할 수 있는 대상에게 집중적으로 홍보/전파 활동을 하여야 한다.

- 현지조사 결과 농촌관광사업 추진을 위해 필요한 시설로 주차장 등이 요구되고 있으나 관광객 입장에서 농촌관광을 위해서는 여행정보, 교통편, 숙박시설, 화장실, 안내판, 농산품의 품질, 자연환경의 질의 유지/개선을 위한 집중노력이 필요하다. 소비자를 고려하지 않은 공급자 측면에서의 무분별한 투자는 경제적 비효율성만을 야기한다. 따라서 주차장 등 우선순위가 낮은 시설은 농촌관광객 수요를 보아가면서 단계적으로 보완하여야 한다.

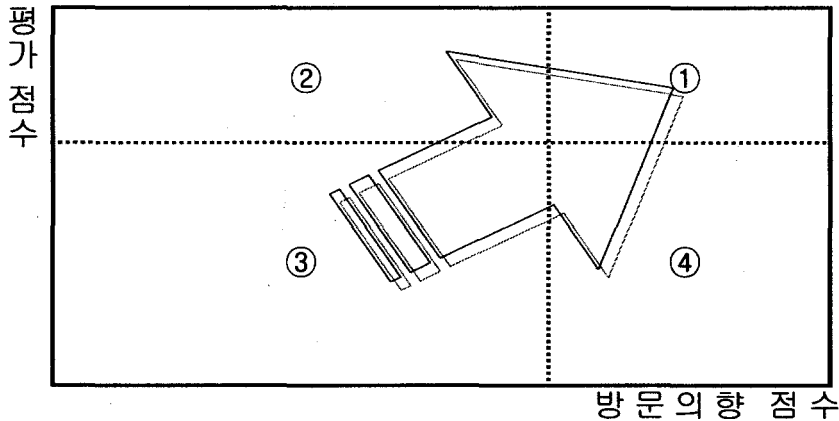
3.4. 농촌관광 포지셔닝 및 컨셉 설정

① 농촌관광 포지셔닝

■ 포지셔닝의 개념

- 포지셔닝(positioning)이란 용어는 '시장 내 고객들의 마음에 위치 잡기'이며, 농촌관광의 포지셔닝 전략은 표적 시장 내 전략적 위치 계획을 의미한다.
- 관광시장에 대한 농촌관광의 절대적 위치는 농촌관광의 현재 위치와 향후 농촌관광의 방향을 제시할 수 있다.
- 농촌관광이 <부도 1-20>의 네 개의 사분면 중 현재 어디에 위치하는가에 따라 가장 바람직한 ①의 위치에 가까워지기 위한 마케팅 전략이 다르다.

- 가장 이상적인 농촌관광은 전반적으로 '가보고 싶었고 갔더니 기대 이상으로 좋았던 관광지'로 방문의사와 그 평가 점수가 매우 높은 절대적 위치를 확보하여야 한다.
- <부도 1-20>은 '어느 정도 가고 싶은지'와 '실제로 가보고 어떠한지'를 조사하여 각각의 평균치를 취하고 그 평균치를 점수화하여 구성한 것이다. 가로축은 방문의향 점수(어느 정도 가고 싶은지?), 세로축은 평가 점수(실제로 가보고 어땠는지?)를 나타낸다.



주: 평가/방문의향점수: 해당 평가 및 방문의향의 평균점수 × 100

<부도 1-20> 농촌관광 포지셔닝 개념도

- 농촌관광 포지셔닝 개념도는 다음과 같이 해석할 수 있다.
 - ① 가보고 싶었고 갔더니 기대 이상으로 좋았던 관광지
 - ② 그다지 가고 싶다고는 생각하지 않았는데 가보았더니 기대했던 것보다 좋았던 관광지
 - ③ 그다지 가고 싶다고 생각지도 않았고, 갔더니 역시 좋지 않았던 관광지
 - ④ 가보고 싶었지만 기대 이하였던 관광지

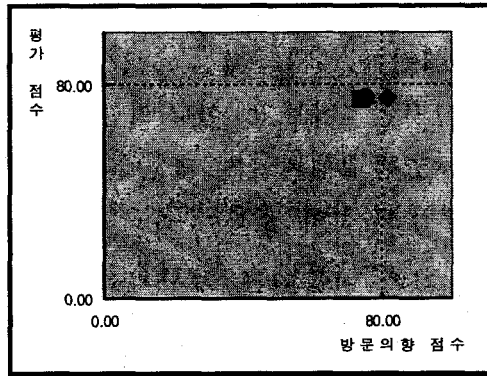
- 관광시장에 대한 농촌관광의 전략적 목표는 “① 가보고 싶었고 갔더니 기대 이상으로 좋았던 관광지”이다.

■ 전반적인 포지셔닝

- 농촌관광 경험자들은 ‘가보고 싶었지만 기대 이하였던 농촌관광’으로 평가하여 방문의향 점수는 높지만 농촌관광 경험 후 평가 점수가 낮아 재방문을 기대하기 어렵다.
 - 이런 인식이 높아지면 ‘가보고 싶다’라는 방문의향 점수도 낮아질 위험이 있으므로, 농촌경험자들이 농촌을 방문했을 때 그들의 평가 점수(만족도)를 높이는 것이 중요하다.
- 향후 특정 농촌관광지의 만족도를 향상시키기 위하여 ‘가보았더니 생각 이상으로 좋았던’ 그룹에 속하는 특정 농촌관광지의 특징이나 공통 사항을 고려하여야 한다.
- 반면 농촌관광 경험자들은 비경험자에 비해 방문의향점수가 높다.
 - 농촌관광을 하게 되면 방문의향이 높아짐을 알 수 있다. 따라서 비경험자에게 농촌관광을 경험하도록 하는 것이 필요하다.
- 현 상태에서 농촌관광의 위치는 두 관점에서 고려할 수 있다.
 - 첫째, 농촌관광 경험자 관점에서 농촌관광 경험자들의 평가를 높일 수 있는 제반요소들의 향상 없이는 농촌관광에 대한 관심이 단기에 그칠 가능성이 있다.
 - 둘째, 비경험자들은 향후 농촌관광의 잠재시장으로서 농촌관광 방문의향 점수가 낮아 적극적인 홍보 등의 촉진 없이는 그들의 방문을 기대하기 어렵다.

<부표 1-10> 방문경험 유무별 포지셔닝

구 분	전체응답자	농촌관광경험자		농촌관광비경험자
평가 점수	75.15(3.75)	75.15(3.76)	>	75.08(3.75)
방문의향 점수	75.40(3.77)	81.69(4.08)	>	73.82(3.69)



● 전체 ◆경험자 ■ 비경험자

<부도 1-21> 방문경험 유무별 포지셔닝

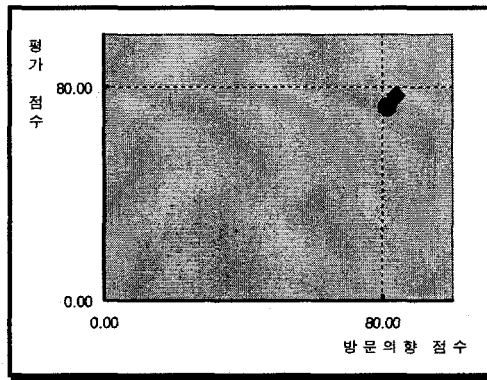
■ 재방문여부별 포지셔닝

- 재방문자의 방문의향 점수가 높아지고, 재방문자의 평가 점수도 높아지고 있어 당분간 농촌관광이 성장할 가능성이 있다.
- 그러나 재방문자의 경우 평가 점수가 그렇다(80점)는 수준에도 미치지 못하고 있어, 제반 농촌관광 환경의 개선 없이는 농촌관광의 성장을 기대하기 어렵다.

<부표 1-11> 재방문여부별 포지셔닝

구 분	최초방문자		재방문자
평가 점수	72.50(3.63)	<	76.85(3.84)
방문의향 점수	81.25(4.06)	<	83.78(4.19)

주: 농촌관광 비경험자에 대한 평가점수는 전체응답자의 평가점수를 이용함.



● 최초방문자 ◆재방문자

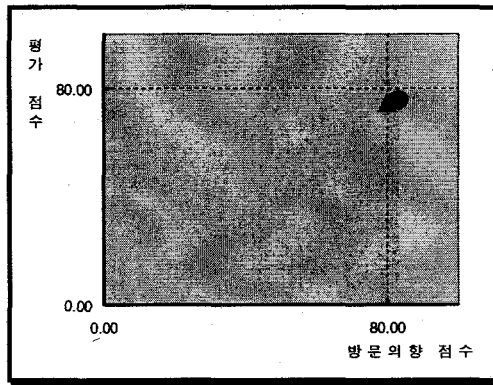
<부도 1-22> 재방문여부별 포지셔닝

■ 체재기간별 포지셔닝

- 농촌관광 경험자들은 체재기간에 따라 통계적으로 유의한 차이가 없이 농촌관광은 '가보고 싶었지만 기대 이하였던 농촌관광'으로 방문의향은 높지만 농촌관광 경험 후 만족도가 낮은 실정이다.
- 그러나 크기의 방향은 당일방문 관광객의 방문의향 점수도 높고 평가 점수도 가장 크며, 다음이 1박2일이고, 2박3일 이상은 상대적으로 방문의향 점수와 평가 점수가 낮다.
- 따라서 체재형 농촌관광을 위해서는 제반 농촌관광 환경의 적극적인 개선이 필요하다.

<부표 1-12> 체재기간별 포지셔닝

체재기간	당일		1박2일		2박 이상
평가 점수	75.44(3.77)	>	75.07(3.75)	>	74.57(3.75)
방문의향 점수	83.16(4.16)	>	83.06(4.15)	>	80.00(4.00)



● 당일 ◆1박이상 ▲2박이상

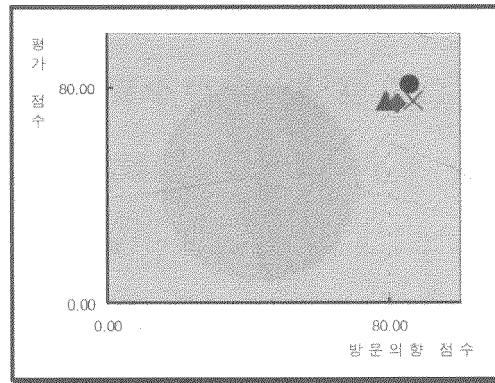
<부도 1-23> 체제기간별 포지셔닝

■ 동반 형태별 포지셔닝

- 농촌관광의 동반 형태가 혼자인 경우 '가보고 싶었고 갔더니 기대이상으로 좋았던 농촌관광'이 방문의향 점수와 평가 점수가 매우 높았다.
- 기타 동반 형태(가족동반, 친구/친지동반, 직장/계 등)는 '가보고 싶었지만 거의 기대한 대로였던 농촌관광'이 방문의향은 높지만 농촌관광 경험 후 만족도가 낮은 실정이다.
- 따라서 가족 단위 농촌관광, 친구/친지단위 농촌관광의 진흥을 위해서는 제반 농촌관광 환경의 개선이 역시 필요하다.

<부표 1-13> 동반 형태별 포지셔닝

동반형태	혼자	가족	친구/친지	기타
평가 점수	81.43(4.07)	74.26(3.71)	75.22(3.76)	75.24(3.76)
방문의향 점수	85.71(4.29)	82.08(4.10)	78.81(3.94)	86.67(4.33)



● 혼자 ◆ 가족 ▲ 친구/친지 ×기타

<부도 1-24> 동반 형태별 포지셔닝

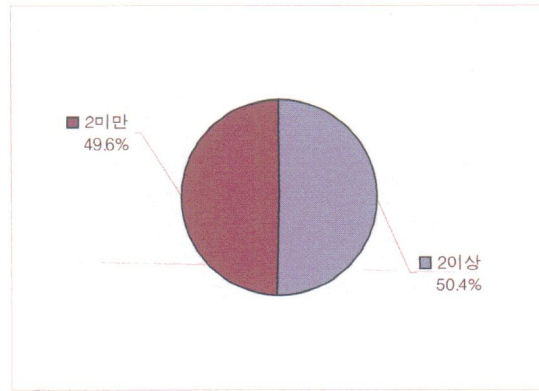
2 농촌관광 컨셉

■ 컨셉의 의미

- 컨셉이란 물리적 실체와 그로부터 파생, 또는 얻어질 수 있는 관광객의 이점(利點)을 합한 것으로 농촌관광의 컨셉은 농촌관광 속성들을 조합한 프로파일(profile)을 일컫는다.
- 농촌관광 컨셉은 소요시간, 농촌마을환경, 숙박시설, 관광할거리 속성으로 구분하여 제시할 수 있다.

■ 소요시간 속성

- 접근성은 매우 공통적으로 중시되는 관광지 속성으로서 관광지 선택에 있어 크게 영향을 미친다.
- 농촌관광 목적지까지의 소요시간에 대한 선호도는 2시간 미만의 단거리(50.3%)와 2시간 이상의 장거리(49.6%)가 비슷한 수준이다.



<부도 1-25> 소요시간 선호도

- 그런데 농촌관광 경험이 있는 사람은 목적지까지 2시간 이상 소요시간을 선호하고 있고, 농촌관광 경험이 없는 사람은 목적지까지 2시간 미만 소요시간을 더 선호하고 있다.
 - 따라서 일단 시장에서 가까운 농촌관광이 성장할 가능성이 더 크다.

<부표 1-14> 세분시장별 농촌관광 속성에 대한 차이

단위: χ^2 , p값

구 분	소요시간	마을환경	숙박시설	할거리
방문경험	9.76, 0.00*	3.38, 0.19	1.62, 0.44	1.68, 0.79
재방문여부	0.00, 0.93	1.49, 0.47	0.28, 0.87	7.32, 0.12
체재기간	0.51, 0.77	1.15, 0.89	1.44, 0.84	5.22, 0.73
동반형태	4.18, 0.38	6.44, 0.60	13.15, 0.04*	17.27, 0.37

주*: 5%수준에서 통계적으로 유의함.

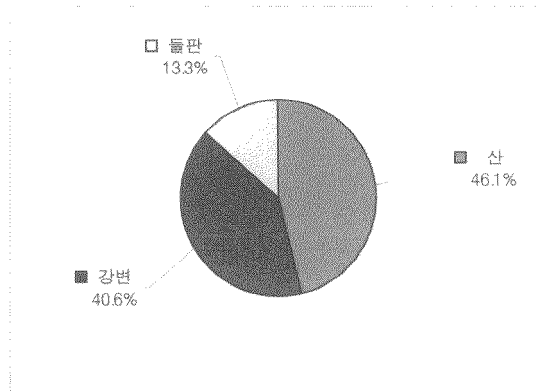
<부표 1-15> 농촌관광 경험유무별 소요시간에 대한 선호도

단위: %, 명

구 분		소요시간		
		2미만	2이상	전체
농촌관광 경험	있다	39.8	60.2	100.0(201)
	없다	52.1	47.9	100.0(798)

■ 농촌마을환경 속성

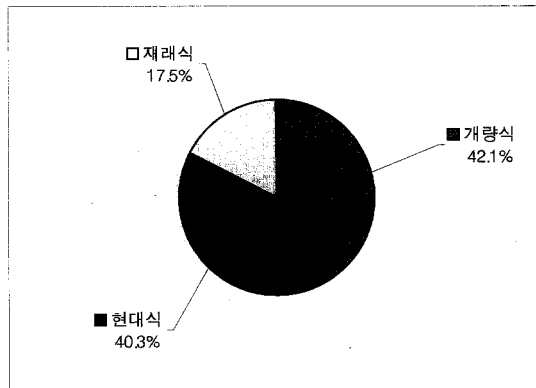
- 특히 현대 관광은 ‘이미지의 확인’이라 할 수 있다.
- 농촌관광의 이미지 구성에 있어 가장 중요한 하부 요소는 그 마을의 자연환경적인 지형에 있다.
- 농촌마을환경은 산을 끼고 있는 마을(46.1%)을 가장 선호하고, 강변이 있는 마을(40.6%), 들판에 있는 마을(13.3%)을 선호한다.
 - 따라서 산과 강을 끼고 있는 마을이면 대단히 관광객들에게 선호될 수 있다.



<부도 1-26> 농촌마을 환경 선호도

■ 숙박시설 속성

- 관광시 숙박은 비용, 편리성 등 관광객 경험에 중요한 영향을 미친다.
- 숙박시설은 현대식 숙박시설(40.3%)을 가장 선호하고, 다음이 개량식(42.1%)이며, 재래식(17.5%)에 대한 선호는 가장 낮다.



<부도 1-27> 숙박시설 선호도

- 동반형태별로 숙박시설에 대한 선호도에 차이가 있다.
 - 혼자인 경우는 현대식(78.6%)을 가장 선호한다.
 - 가족 단위인 경우는 개량식(45.8%)을 가장 선호하고, 다음은 현대식(39.6%)이 선호된다.
 - 친구/친지인 경우에도 개량식(43.3%)에 대한 선호가 가장 높고, 다음이 현대식(41.8%)을 선호하고 있다.

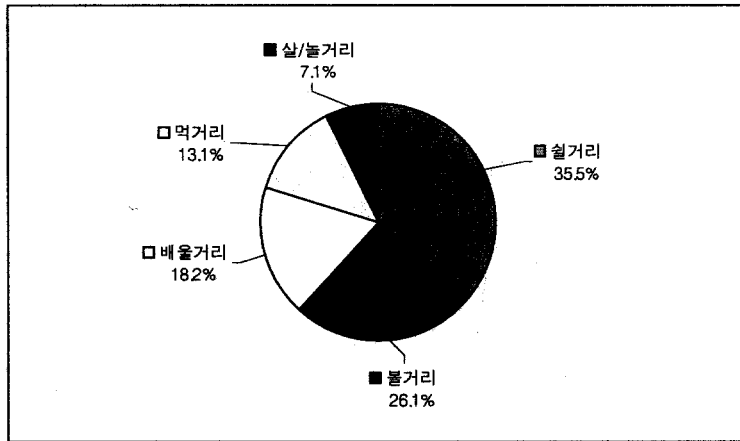
<부표 1-16> 동반 형태별 숙박시설에 대한 선호도

단위: %, 명

구 분		숙 박 시 설			
		재래식	개량식	현대식	전체
동반형태	혼자	14.3	7.1	78.6	100.0(14)
	가족과	14.6	45.8	39.6	100.0(96)
	친구/친지	14.9	43.3	41.8	100.0(67)
	기타	23.8	19.0	57.1	100.0(21)

■ 관광할거리 속성

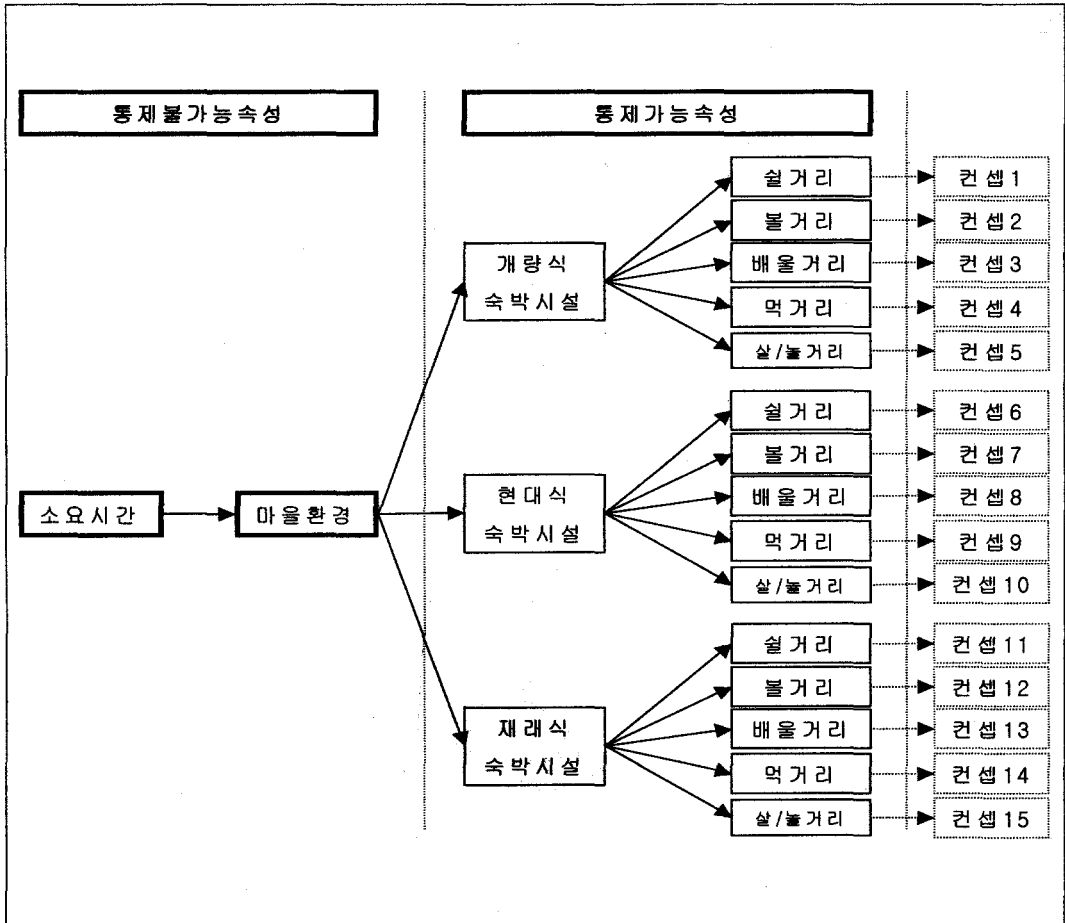
- 관광할거리는 다양하며, 관광객의 방문목적과 관광할거리의 관계는 매우 밀접하다.
- 농촌관광시 할거리는 썰거리(35.5%)를 가장 선호하고, 다음이 볼거리(26.1%), 배울거리(18.2%), 먹을거리(13.1%), 살/놀거리(7.1%) 순으로 나타났다. 따라서 체험 위주로 농촌 할거리를 꾸민다는 강박관념은 지양하여야 한다.



<부도 1-28> 관광할거리 선호도

■ 농촌관광 컨셉 제시

- 농촌관광의 컨셉은 가장 하부적인 농촌관광환경(통제 불가능한 속성)을 고려한 이미지(통제 가능 속성) 조성이 핵심이다.
- 농촌관광 컨셉이 일률적 양상일 경우 '의욕만 앞세운 획일적 개발'로 전략할 수 있으므로, 농촌관광사업을 시작하려는 농촌은 선택 가능한 속성을 조합하여 각기 특색을 살리는 것이 필요하다.



<부도 1-29> 농촌관광 컨셉

○ <부도 1-29>는 향후 농촌관광 개발 주체가 설정할 수 있는 기본적인 농촌관광 컨셉들로 이 컨셉은 단일 컨셉 또는 복합 컨셉을 추구할 수 있다.

- 1단계: 해당 농촌이 교통편을 고려하여 관광객들로부터 목표 관광시장까지의 이동소요 거리 확인
- 2단계: 농촌의 마을 환경을 분석
- 3단계: 통제 불가능한 속성인 1단계, 2단계를 확인 후 어떤 숙박시설(단일 또는 복합 숙박시설)을 도입할 것인가를 결정

- 4단계: 현재 해당 농촌이 관광객에게 줄 수 있는 관광활동은 무엇이고, 향후 추가할 수 있는 관광활동은 무엇인가를 결정
- 컨셉을 결정한 후, 컨셉에 맞는 해당 농촌관광상품을 개발한다.
- 남해군 가천마을을 사례로 하여 컨셉을 개발하면 <부표 1-17>과 같다.
 - 주요 시장(인근 주요 도시인 부산 대구 등)으로부터 원거리에 위치하고 있으며, 수려한 마을 풍경을 가진 바닷가에 위치한 전형적인 농촌마을이다.
 - 개량식 숙박시설을 도입하여 가족, 친지, 연인 등의 방문객들에게 숙박을 제공하고, 다양한 할거리 중 마을 앞에 펼쳐진 바다, 다랭이논, 설흘산, 미륵바위 등 자연적 볼거리가 마을의 강력한 매력물이기 때문에 이를 주컨셉으로 개발한다. 또한 쉼거리, 배울거리, 먹을거리, 살거리 및 놀거리 등 컨셉 1, 3, 4, 5를 주컨셉의 보조 컨셉으로서 부분적으로 개발하는 방안이 있다.

<부표 1-17> 남해군 가천마을 컨셉 개발

소요시간	마을환경	숙박시설	할 거 리	적용 컨셉
원거리	바닷가 마을	개량식	<ul style="list-style-type: none"> · 쉼거리: 전망대에서 바다 감상, 미륵바위 쉼터에서의 휴식 · 볼거리: 남해바다, 다랭이 논, 설흘산, 미륵바위 · 배울거리 : 탐방로상에서의 학습프로그램 · 먹을거리: 농촌토속음식, 바다먹거리(미역, 참게, 톳 등) · 살거리: 농산물 및 특산물 · 놀거리: 전원체험(다랭이논), 문화체험(미륵바위), 생태 및 자연체험(설흘산), 친수체험(몽돌 해변) 	주컨셉:2 보조컨셉: 1,3,4,5

3] 정책적 시사점

- 농촌관광 경험자들의 경우 '가보고 싶었지만 기대 이하였던 농촌관광'이 방문의향 점수는 높지만 농촌관광 경험 후 평가 점수가 낮아 이들의 재방문을 기대하기 어렵다. 따라서 향후 특정 농촌관광지의 만족도를 향상시키기 위하여 '가보았더니 생각 이상으로 좋았던' 그룹에 속할 수 있는 특정 농촌관광지의 특징이나 공통 사항을 고려하여야 한다.
- 농촌관광 경험자들은 비경험자에 비해 방문의향점수가 높으므로 일단은 잠재관광객들을 농촌으로 유인하는 것(최초방문객)이 시급하다.
- 현 상태로는 농촌관광경험자 관점에서 농촌관광 경험자들의 평가를 높일 수 있는 제반요소들의 향상 없이는 농촌관광에 대한 관심이 단기에 그칠 가능성이 있고, 비경험자들은 향후 농촌관광의 잠재시장으로써 농촌관광 방문의향 점수가 낮아 적극적인 홍보 등의 촉진 없이는 그들의 방문을 기대하기 어렵다.
- 재방문자의 방문의향 점수가 높아지고, 재방문자의 평가 점수도 높아지고 있어 당분간 농촌관광이 성장할 가능성은 있으나 재방문자의 경우 평가 점수가 그렇다(80점)는 수준에도 미치지 못하고 있어, 제반 농촌관광 환경의 개선 없이는 농촌관광의 성장을 기대하기 어렵다.
- 농촌관광 경험자들은 체재기간에 따른 차이 없이 농촌관광은 '가보고 싶었지만 기대 이하였던 농촌관광'으로 방문의향은 높지만 농촌관광 경험 후 만족도가 낮은 실정이나, 체재기간별 크기의 방향은 당일방문관광객이 방문의향 점수도 높고 평가 점수도 가장 크며, 다음이 1박 2일이고, 2박 3일 이상은 상대적으로 방문의향 점수와 평가 점수가 낮다. 따라서 체재형 농촌관광을 위해서는 제반 농촌관광 환경의 적극적인 개선이 필요하다.
- 농촌관광의 동반 형태가 혼자인 경우 '가보고 싶었고 갔더니 기대 이

상으로 좋았던 농촌관광'으로 방문의향 점수와 평가 점수가 매우 높고, 기타동반 형태(가족동반, 친구/친지동반, 직장/계 등)는 '가보고 싶었지만 거의 기대한 대로였던 농촌관광'으로 방문의향은 높지만 농촌관광 경험 후 만족도가 낮은 실정이다. 따라서 가족 단위 농촌관광, 친구/친지단위 농촌관광의 진흥을 위해서는 제반 농촌관광 환경의 개선이 역시 필요하다.

- 농촌관광 경험이 있는 사람은 목적지까지 2시간 이상 소요시간을 선호하고 있고, 농촌관광 경험이 없는 사람은 목적지까지 2시간 미만 소요시간을 더 선호하고 있으므로 일단 시장에서 가까운 농촌관광이 성장할 가능성이 더 크다.
- 농촌마을환경은 산을 끼고 있는 마을을 가장 선호하고, 강변이 있는 마을, 들판에 있는 마을을 선호함에 따라 산과 강을 끼고 있는 마을이면 대단히 관광객들에게 선호될 수 있다.
- 관광할거리는 다양하며, 관광객의 방문목적과 관광할거리의 관계는 밀접하다. 농촌관광시 할거리로는 쉼거리를 가장 선호하고, 다음이 볼거리, 배움거리, 먹을거리, 살/놀거리 순으로 나타났다. 따라서 체험 위주로 농촌 할거리를 꾸민다는 강박관념은 지양하여야 한다.
- 농촌관광 목적지로서의 마을 컨셉 개발은 잠재소비자의 거주지로부터 해당 농촌마을까지의 거리(접근성), 마을환경, 숙박시설 형태 그리고 제공되는 할거리의 조합에 따라 다양하게 나타날 수 있다. 따라서 마을의 여건분석을 통하여 강점요인을 강조하고 약점요인을 보완함으로써 마을의 특색을 살린 컨셉 개발이 이루어져야 한다.

3.5. 농촌관광 마케팅 전략

- 농촌관광은 현재 도입단계이며 향후 도입기를 거쳐 성장기, 성숙기 및 쇠퇴기로 전형적인 관광지 수명주기 형태를 따를 것으로 예상된다.

- 농촌관광 도입기에는 농촌관광이 관광시장에 도입되면서 관광객의 방문이 완만하게 증가하는 기간이나, 농촌관광 도입기에 가장 많은 비용이 소요되므로 이익은 거의 산출되기 어렵다.
- 농촌관광 성장기는 관광객 수용과 실질적인 관광이익 증가가 급속하게 증대하는 기간이다.
- 농촌관광 성숙기는 대다수 잠재관광객들이 농촌관광을 하게 되어 관광객방문이 둔화되는 기간이다. 또한 농촌관광지들간, 타 관광지들과의 경쟁이 증가하기 때문에 이익은 정체되거나 하락한다.
- 농촌관광 쇠퇴기는 관광객들의 방문과 관광으로 인한 이익이 급속하게 하락하는 기간이다.

1 도입기

- 관광시장에 농촌관광 상품을 내놓고, 농촌관광이 확산되는 데 많은 시간이 소요되므로 농촌관광 성장은 완만하다.
- 도입기에 농촌관광의 성장 속도가 완만한 이유로는 크게 네 가지가 있다.
 - 농촌관광 인프라 구축의 지연
 - 초기 농촌관광의 문제점 탐색 및 수정 발생소요
 - 농촌관광객들의 기존 관광행동유형 변경의 어려움
 - 초기 농촌관광을 할 수 있는 관광객의 수요의 부족
- 도입기에 농촌관광으로부터 이익은 극히 적어 손실 발생이 불가피하다. 그 이유는 다음과 같다.
 - 농촌관광객 내방이 적어 농촌관광을 위한 초기 투자비용과 홍보 등의 촉진비가 많이 소요되기 때문에 도입기에 적자가 불가피하다.
 - ☞ 그러나 농촌관광 상품의 소프트화로 이러한 적자를 최소화할 수 있다.
- 농촌관광 홍보 등 촉진비용은 관광객증가에 비해 증가율이 높는데, 그 이유는 다음과 같다.

- 새롭고 알려지지 않은 농촌관광을 잠재 관광객에게 알리기 위해,
- 농촌관광의 최초방문을 유인하기 위해 높은 수준의 촉진활동이 요구되기 때문이다.

■ 도입기의 마케팅 전략

- 농촌관광이 개발되면, 마케팅 관리자는 가격, 촉진, 경로 및 농촌관광 품질과 같은 각 마케팅 변수에 대해 높은 수준 또는 낮은 수준의 정도를 정할 수 있다.
- 농촌관광 가격(비용)과 촉진을 고려할 때 농촌관광이 취할 수 있는 전략은 '급속촉진-침투전략'과 '저속촉진-침투전략'이 있다.
- 급속촉진-침투전략은 농촌관광 비용을 낮게 하는 한편 홍보 등 촉진에 투자를 강화시키는 전략이다.
 - 이 전략은 현재 관광시장 규모가 크고, 관광시장에서 농촌관광의 인지도가 낮고, 국내 관광객들이 관광비용에 민감하며, 테마파크 등 국내 관광시장의 잠재적 경쟁이 강하고, 해당 농촌이 경험곡선에 의하여 농촌관광객 1인당 내방비용을 하락시킬 수 있기 때문이다.
- 저속촉진-침투전략은 농촌관광 비용을 낮게 하고 홍보 등의 촉진투자도 낮게 한다.
 - 이 전략은 현재 관광시장 규모가 크고, 국내 관광객들이 관광비용에 민감하며, 테마파크 등 국내 관광시장의 잠재적 경쟁이 강하기 때문이다.

■ 세부 마케팅 전략

- 농촌이 관광객에게 제공하는 농촌관광 상품은 하드웨어적 상품보다는 기존 농촌 보유 자원을 묶어 소프트화시킨 상품으로 한다.

- 국내 타 관광지 비용보다 현재 농촌관광이 비교적 저렴하므로 농촌관광 상품가격은 원가기준을 적용한다.
- 여러 광고매체를 통하여 농촌관광의 조기 수용층을 대상으로 농촌관광에 대한 인식을 강화시키고, 급속침투 목적으로 사용한다.
- 이때, 농촌관광 인지도 향상을 위한 공익성 광고는 해당 농촌이 독자적으로 실시하는 것보다는 농림부 등 정부기관 등에서 통합적으로 실시하고, 해당 농촌에서는 광고매체별 특성을 고려하여 할 수 있다.
 - 정보 제공적 고지(告知)광고: 농촌관광 초기 단계에서 농촌관광의 최초방문(1차수요)을 유도할 수 있다.
 - 브로슈: 신축성을 가지고 있으며, 완전 통제가 가능하고 농촌관광 메시지를 극화시킬 수 있는 반면에 과다생산으로 과다비용초래가 될 수 있으므로 주의해야 한다.
 - 인터넷: 높은 관광객 선별성을 가지고 있으며, 농촌관광 개발 주체와 관광객간 상호작용할 수 있고, 상대적으로 낮은 비용이 소요된다.
 - 대중잡지: 지리적 및 인구통계적으로 관광객 선별이 가능하고, 광고의 재현 가능성이 높고 광고 수명 길며 이전 독서력이 가능하다.
 - 설득광고: 국내 경쟁적 관광에서 효과적일 것으로 예상되며, 유명인사들의 농촌관광을 소개하는 방법 등으로 타 관광보다 농촌관광이 가족 특히 자녀에게 교육적으로 율등함을 확신시킬 수 있다.
 - 신문: 신축성이 있고 적시적이고, 지역시장 범위에 적용할 수 있어 광범위한 수용성과 높은 신뢰성을 가지는 반면, 낮은 재현 능력, 이전의 독자수가 적다. 유명인사의 보증·선전이 필요하다.
 - 전문잡지: 지리적 및 인구통계적 관광객 선별이 가능하고, 신뢰성

과 권위가 있다.

- 농촌관광 촉진전략은 단기적이며, 일시 광고와 동시에 사용해야 효과가 있다.
 - 농촌관광 참여에 대하여 할인혜택을 주는 방안은 농촌관광의 조기수용을 유발하는 데 효과적일 수 있다.
 - 농촌관광의 주변 상품들을 비교적 저렴한 가격으로 농촌관광을 유도하기 위한 인센티브로 제공한다(예를 들어, 숙박관광객에게 농촌특산품 제공 등).
 - 방문횟수나 단위방문자수에 따라 농·특산물 구매 혜택의 범위를 늘릴 수 있다.
 - 구입 시 도시에서 구입하는 것보다 값이 저렴하거나 품질에 차별이 있어야 한다.
 - 잠재 유망방문객들(예를 들어, 잠재시장의 협회나 단체장들 등 단체방문객을 선도할 수 있는 자)을 무료로 농촌에 초대한다.
 - 농촌관광상품의 품질을 보증하는 방안을 마련한다.
- 농촌관광상품에 대해 실제적 또는 잠재적으로 이해관계가 있거나 영향을 주는 집단 즉, 대중에게 농촌관광의 이미지나 농촌관광상품을 촉진하고 보호하기 위해 계획된 다양한 프로그램 홍보가 필요하다.
 - 언론사 관계: 농촌관광의 가장 긍정적인 면에 대한 뉴스와 정보를 제공한다.
 - 간행물: 농촌관광이 표적시장에 도달하여 영향을 주기 위하여 책자류(간행물)를 광범위하게 이용(기업의 사보 및 잡지 등)한다.
 - 특별행사: 특별한 행사를 마련하여 기자회견, 세미나, 견학, 전시회, 시연회와 시합, 기념회 그리고 운동경기와 표적고객에게 도달할 수 있는 문화적인 행사를 주관한다.
 - 뉴스거리: 농촌활동, 관광 상품 그리고 농정에 관한 흥미로운 뉴스거리를 찾아내고 만들어야 한다.

② 성장기

- 성장기는 농촌관광객이 대폭 증가하는 시기이다. 농촌관광 도입기에 내방한 관광객(초기수용자)이 농촌관광을 만족스럽게 생각하고, 새로운 농촌관광객들이 내방하기 시작하는 시기이다.
- 농촌관광시장의 성장을 가능한 한 장기간 지속시키기 위한 전략을 수립하여야 한다.

■ 농촌관광의 성장기에 예상되는 현상

- 새로운 국내 관광 경쟁상대가 시장에 진출한다. 경쟁상대가 새로운 관광형태나 기존 관광 형태를 변화시켜 관광객의 국내외 목적지 선택이 더욱 더 확대된다.
- 농촌관광 비용은 현 수준을 유지하거나 또는 수요가 급격하게 증가함에 따라서 약간 하락할 수 있다.
 - 농촌관광 개발 주체는 경쟁에 대처하고, 또한 관광시장을 계속 유지하기 위해 약간 높은 수준이나 동일 수준에서 홍보 등의 촉진비를 유지해야 한다.
- 농촌관광 내방객수는 촉진비용을 상회하여 촉진-판매 비율은 감소하게 된다.
- 농촌관광 촉진비가 증가하는 방문객에 의해 분산되므로 이익은 증가하고, 관광객 1인을 유치하기 위한 비용은 경험곡선 효과에 의해 가격 하락보다 빠르게 낮아진다.
- ▣ 농촌관광 성장률은 가속률에 의해 하락률로 변화하게 되므로 농촌관광 개발 주체는 새로운 전략을 준비하기 위해 하락률의 시작점(성장의 변곡점)을 주시해야 한다.

■ 성장기의 마케팅 전략

- 농촌관광 상품에 대한 품질, 특성 및 스타일을 개선시킨다.
- 농촌관광의 새로운 형태와 추가적인 관광 상품을 개발한다.
 - 농촌관광 상품을 보호하기 위한 상이한 형태의 관광상품
- 새로운 세분시장에 진출한다.
- 초기 인지도를 높이기 위한 광고/홍보에서 농촌관광 선호를 위한 광고/홍보로 전환하여야 한다.

③ 성숙기

- 농촌관광객 성장률 추세가 둔화될 때 농촌관광은 상대적인 성숙기이다. 이 단계는 일반적으로 도입기나 성숙기보다 장기간 지속될 수 있다.
- 농촌관광 마케팅 관리 면에서 어려운 문제가 다양하게 제기된다.

■ 성숙기의 3단계 구분

- 성장 성숙기: 관광객 성장률이 하락하기 시작한다.
- 안정 성숙기: 대부분의 농촌관광의 잠재 관광객이 농촌을 방문하여 시장포화가 이루어져 향후 농촌관광객은 인구성장과 대체 수요에 의해 좌우된다.
- 쇠퇴 성숙기: 농촌관광객의 내방이 절대수준으로 하락하고, 관광객들은 다른 관광 상품으로 전향한다.

■ 이 시기에 개개 농촌마을은 관광객 내방이 감소하게 됨으로써 잉여 수용 능력이 발생

- 농촌관광 개발 주체들간 경쟁이 격화되고, 경쟁 농촌들은 이윤을 줄이고, 농촌관광비용을 할인한다.
- 일부 취약한 농촌관광 상품들이 관광시장에서 퇴출되고 농촌관광 시장 점유율을 확보·유지하려는 기본적인 동인에 기반을 굳히고 확보한 경쟁사들만이 남게 된다.

■ 성숙기 때 농촌의 마케팅 전략은 차별성 강화를 통한 적소화 전략 추구가 필요하다.

④ 쇠퇴기

■ 향후 예상되는 농촌관광 쇠퇴원인

- 교통/통신 등 기술이 진보하고 관광객의 선호가 변화한다.
- 국내외 관광지(사업)간의 경쟁이 격화된다.

■ 쇠퇴기의 마케팅 전략

- 농촌관광 성장에 대한 불확실성이 해소될 때까지 관광 투자수준을 그대로 유지한다.
- 이익을 창출하지 못하는 농촌관광집단의 제거와 동시에 세분화된 적소 시장에 투자를 강화한다.
- 농촌관광 상품 중 경쟁적 장점을 가진 상품을 검토하여 선별적으로 축소시킨다.

5] 정책적 시사점

- 농촌관광 마케팅 전략은 해당 마을 주민 간의 단결과 마을과 관공서와의 유대 등을 포함한 적극적인 주민 참여를 전제 조건으로 한 것이다. 따라서 이러한 전제 조건이 우선 충족될 수 있어야 한다.
- 농촌관광은 현재 도입단계로서 하향식 개발이 주를 이루나 향후 장기적인 안목을 가지고 주민으로부터의 개발, 즉, 상향식 개발(bottom-up)에 정부가 지원을 하는 형태로 전환되어야 한다. 또한 일회성 계획이 아닌 농촌관광에 대한 지속적인 모니터링을 통하여 시장의 요구를 반영해야 한다.

빈

면

부록2

우리나라 농가, 마을에 적용 가능한 농촌관광의 모델

1. 농촌관광(마을)의 유형 구분

1.1. 유형 구분의 의의

- 농촌관광(마을)의 유형별 구분은 관련 부처가 제시하여야 할 정책을 선명하고 구체적으로 마련할 수 있게 하고, 농가와 마을의 경영 관리 측면에서도 보다 실천적 전략을 제시할 수 있게 한다.
- 농촌관광은 마을의 다양한 자원을 바탕으로 방문객에게 다양한 휴양 경험을 제공하여야 하며, 이러한 조건이 충족되어야만 방문객에게 휴양 만족을 가져다주어 농촌관광의 확대와 발전을 기대할 수 있다.
- 농촌관광의 공급자로서 농촌관광을 추진하는 마을은 각 지역에서 활용할 수 있는 자원 및 여건의 차이가 있으며, 이에 따라 각기 다른 방법과 추진 전략, 투자의 차별성, 그리고 다른 프로그램 적용이 이루어져야 효율적이고 성공적인 사업이 될 수 있다.
- 농촌관광의 수요자인 방문객의 입장에서 다양한 휴양 동기의 충족과 경험을 위하여 다양한 유형의 마을이 존재하는 것이 바람직하므로 농촌마을 유형별 경영 전략 구상이 필요하다.

- 농촌관광의 자원과 주민 특성, 제공되는 관광 상품의 주 형태, 농촌관광 추진 마을의 위치 등을 기준으로 한 구체적 유형 구분은 농촌관광에 대한 개념을 더욱 확고하게 할 것이다.

1.2. 유형 구분의 기준

■ 접근성(accessibility)

- 마을의 입지적 특성인 접근성은 많은 방문객이 존재하는 지역에서부터의 물리적(공간과 시간), 심리적 거리 및 접근 용이성을 의미한다. 특히 접근성은 해당 지역에서의 표적시장을 설정하고, 표적시장의 특성에 따라 도입 가능한 시설 및 수요를 가늠하는 데 매우 중요한 인자이다.
- 접근성에 따라 방문객의 체류 형태가 좌우되는데, 시장(대도시)으로부터 가까운 거리에 있는 마을의 경우 많은 방문객을 유치하기는 쉬우나 당일 방문객이 주 표적시장이 될 수 있다. 반면에 시장(대도시)으로부터 먼 거리에 있는 마을의 경우 주말이나 휴일을 이용하는 체류형 방문객이 주요 표적시장이 될 수 있다.

<부표 2-1> 접근성에 따른 방문객의 특성 및 활동 차이

구 분	접근성이 좋은 마을	접근성이 나쁜 마을
방문객 특성 및 활동	<ul style="list-style-type: none"> ■ 다수의 일반 방문객 ■ 당일 방문객 중심 ■ 대규모 시설 ■ 특산물 구매, 짧은 시간에 이루어지는 간단한 체험 활동 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 소수의 전문 방문객 ■ 숙박 체류형 중심 ■ 소규모이나 다소 전문적인 시설 ■ 여유 있는 장시간의 체험과 다양한 이벤트

■ 자연조건

- 자연자원은 방문객 유인에서 중요한 인자이며, 농촌마을의 자연자원은 그 구분 방법이나 개발 수준이 다양하다. 자연자원의 다양성에 따라 방문객의 활동도 다양하며, 이에 따라 그 경험도 다양해지므로 자연자원

은 매우 중요한 관광마을 유형 구분의 인자가 될 수 있다.

- 농촌관광마을이 가진 자체의 자연자원도 중요하지만 주변 지역과의 연계성 역시 마을 유형 구분에서 중요하게 고려되어야 한다. 특히 마을 주변에 국립공원이나 자연휴양림, 또는 유적지 등이 위치해 있을 경우 이를 연계한 개발 전략이 중요한 성공 요인으로 작용할 수 있다.

■ 주민의 호응도 및 참여의지

- 입지적 접근성이나 자연조건 상의 여건이 좋은 마을이라 하여도 사업의 수행 주체인 주민의 호응도 및 참여의지가 부족하다면 사업의 성공을 기대하기 어려우므로 주민의 호응도와 참여의지는 유형 구분의 인자로서 말할 나위 없이 중요하다고 판단된다.

- 주민의 호응도 및 참여의지는 농촌관광 운영 및 관리에 대한 지식의 습득에서도 큰 차이를 나타내며 사업의 성공적 수행에 있어서 매우 중요한 요소이다.

- 일반적으로 마을의 인구가 노령화되어 있을 경우 참여의식과 리더십(leadership)의 부재가 관찰되며, 연령 구성이 두터운 마을일수록 참여의식과 리더십이 상대적으로 높다.

- 현재 농촌관광을 추진 중인 마을 대상 조사 결과, 대부분의 농촌관광마을의 연령구조는 노령화되어 있으며 따라서 지역 주민의 호응도 및 참여의식이 낮다.

2. 유형별 대표 마을의 선정

- 제2장에서 1차로 조사된 27개 마을들을 위에서 설정한 유형 구분의 기준인 접근성, 자연자원, 주민의 호응도 및 참여의지 등 3개 인자에 따라 상·하로 구분하면 다음 표와 같이 나타낼 수 있다. 이를 기초로 삼

아 6개의 유형을 나누고 그 유형에 따라 1개의 대표 마을을 선정하여 2차 심층 조사를 실시하였다. 조사된 마을과 그 유형은 다음 표에서 음영과 굵은 글씨로 표시되어 있다.

<부표 2-2> 조사 마을의 유형 구분

마을명	접근성의 유리성 (도로·접근망 등)	자연자원의 여건 (자연경관, 주변의 자원 등)	지역 주민의 호응도 및 참여의지
구례 상위	상	상	상
성주 백운	상	상	상
양평 동오2	상	상	상
제천 옥전2	상	상	상
화천 신대	상	상	상
경주 옥산1	상	상	하
보은 구병	상	상	하
양평 양수	상	상	하
여주 상호	상	상	하
의성 고촌	상	상	하
진안 능금	상	상	하
보령 신대3	상	하	하
보은 쌍암	상	하	하
서산 오학	상	하	하
음성 용산	상	하	하
남해 가천	하	상	상
마산 평암	하	상	상
양평 명달	하	상	상
영동 조동	하	상	상
장성 금곡	하	상	하
서천 합전	하	상	하
양양 송천	하	상	하
춘천 부귀	하	상	하
곡성 두가1	하	하	하
완주 가천	하	하	하
함양 원산	하	하	하
흥성 문당	하	하	하

3. 유형별 마을조사 결과

3.1. 경기 여주군 금사면 상호리(녹색농촌체험시범마을, 팜스테이마을)

구 분	내 용
1. 마을 환경	<ul style="list-style-type: none"> ■ 골짜기를 따라 산을 넘는 도로 좌우로 펼쳐진 마을과 주변 산림에 잣나무 조림지가 분포하고 있으며 작은 계곡이 도로를 따라 흐름. 도로를 따라 현대식 민박시설과 식당(가든)이 있으며, 주로 버섯류와 밤이 주산물임.
2. 인문·사회적 환경	<ul style="list-style-type: none"> ■ 접근성: 서울에서 약 1~2시간 소요 ■ 시설: 민박 12호(15동 300명 수용), 식당 12호, 체험 프로그램 시설 8호 ■ 주 이용 형태: 체험 프로그램 위주의 민박 ■ 농·특산물의 더욱 적극적인 판로를 모색하기 위하여 농촌관광사업 참여. 표고버섯, 영지버섯, 밤, 관상수를 재배·판매(직거래)하여 소득을 얻음. ■ 주변 관광지: 1967년 폐광한 금광터를 비롯, 대령봉, 수리바위산, 호실령 등의 산과 계곡, 세종대왕능, 신특사, 명성왕후 생가, 파사성지, 불교목아 박물관, 도예촌 등 연계 가능한 관광자원이 마을주변에 흩어져 있음. 또한 주변에 많은 골프장이 있어 관광객의 방문수요가 꾸준히 증가하고 있는 추세임.
3. 사업추진 현황	<ul style="list-style-type: none"> ■ 투자 현황: 현재 정비된 주차장이 5개소(버스 10대, 승용차 80대), 동시 500명을 수용할 수 있는 식당이 5개소, 도자기만들기 체험, 두부만들기 체험 등을 할 수 있는 체험시설이 12개소(1000명 수용), 농·특산물 판매시설이 2개소임. ■ 투자계획: <ul style="list-style-type: none"> - 기존 마을회관 창고를 방으로 개조하여 단체 숙박 및 각종 체험·교육시설로 활용 - 하천 정비 및 나무심기, 꽃길 조성(1Km), 산책로 보수(2Km) - 안내 간판(대형 2개/소형 15개) - 소형 천문대, 캠프장 및 체육시설, 야외공연장 시설(음향시설 등) 보완 - 장애인 안전시설 설치 - 농산물 판매장 설치(농업기술센터 지원) - 도자기 가마(농협중앙회 팜스테이 지원)
4. 문제점 및 제안 (계속)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 사업 참여자의 국내 및 해외 우수지역 견학 및 연수의 필요성 ■ 숙박시설, 등산로, 삼림욕장, 하천(계곡) 등 마을 전체 관광자원 및 시설 부족 ■ 자연환경의 보존 및 기반시설(상하수도, 하천정비 등)의 정비 및 설치 ■ 시설 개선을 위한 장기저리 정책자금의 확대 ■ 사업 성취도에 따른 추가 지원

구 분	내 용
<p>4. 문제점 및 제안</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 체험 프로그램의 활성화(교육, 평가, 홍보)를 위한 지속적인 지원 ■ 소비자 교육 및 홍보(농촌 실정 바로 알리기) ■ 전문가(관련 지식인)의 직접적인 참여 ■ 농촌관광사업 관련 행정절차의 간소화 ■ 건축물 및 각종 인허가 관련 규제의 완화 ■ 주민의 의식전환·개혁-사업 이해도 및 운영능력의 부족 ■ 정보화시스템 구축 및 교육(홈페이지 자체 운영 능력의 부족) ■ 수도권에서 약 1시간 가량의 접근성 및 무난한 자연환경과 각종 방송매체를 통한 홍보로 인지도 높은 지역 - 대체로 지도자와 농협직원 등 소수의 사람들에 의해 운영 - 현재 민박이 한 곳(석수농원)에만 집중되고 그곳에서 수용하지 못하는 소수 방문객이 다른 민박을 이용하는 실정으로 주민 간 불화 발생 여지 ⇒ 마을 주민의 적극적인 참여 및 이익의 공동 향유를 위한 운영 방안의 개선이 필요할 것으로 보임. 농협으로 방문신청 접수 시 리더에게 연결을 해 주고 다시 리더가 재분배해 주는 운영 방식에서, 농협에서 직접 마을 내 농가별로 지정해 주는 등의 방식으로 운영 개선 고려도 필요 ■ 다양한 체험 프로그램의 운영으로 방문객의 증가와 호응이 높고 농특산물의 재구매가 지속적으로 이루어지고 있으나, 리더의 개인적인 프로그램으로 운영되어 다수의 주민은 체험 프로그램의 소품(버섯농장 개방 등)만을 제공하고 그 이외 민박 유치나 독자적인 프로그램 운영은 하지 못하기 때문에 실질적으로 농가들의 직접적인 참여가 이루어지지 못하고 있는 실정임. ■ 체험 프로그램이 다양하기는 하지만 어느 마을에서도 일반적으로 시행하고 있는 프로그램들만 있을 뿐, 상호리만의 특색이 있는 프로그램은 전무한 실정임. ⇒ 마을의 역사문화적인 조건을 이용한 역사체험이나, 금광(폐광)체험 등 보다 특성화되고 개성적인 체험 프로그램의 개발 필요 ■ 공동놀이터의 입지가 개인이 경영하는 농원 안에 위치하고 있어 실제 누구나 이용이 가능한 공간으로 활용할 수가 없어 공동시설로서의 실효성이 의심됨. ⇒ 마을을 찾는 방문객 누구나가 쉽게 이용할 수 있는 마을 중앙의 접근이 용이한 장소에 추가 설치로 인한 중복투자도 문제이므로 이에 대한 개선 필요



<부도 2-1> 리더가 운영하는 석수농원



<부도 2-2> 석수농원 내 민박시설



<부도 2-3> 표고버섯체험을 위한
버섯재배사



<부도 2-4> 마을중앙에 설치한
놀이시설

3.2. 경북 성주군 수륜면 백운리(녹색농촌체험시범마을)

구 분	내 용
1. 마을 환경	<ul style="list-style-type: none"> ■ 마을은 88고속도로를 빠져나와 해인사 방향으로 가던 지방도를 끼고 가야산자락에 자리하고 있음. 가야산국립공원 내에 위치하며 마을 뒤편으로 가야산이 병풍처럼 둘러져 있는 수려한 경치를 자랑하는 곳임. ■ 원래 경남 합천 해인사의 큰불상이 있었던 심원사를 발굴·복원작업을 진행 중임. 가야산국립공원의 많은 등산로가 백운리에서 시작하고 있어 연간 12만 명의 관광객이 마을을 거쳐가고 있음. ■ 도로변 식당 및 민박집은 현대식이나 본 마을은 흙집으로 유지 혹은 보수하여 보존할 계획임. 특산품으로 복조리, 도리깨 등이 있었으나 현재는 그 수요가 줄어 생산이 거의 되지 않고 있음.
2. 인문 사회적 환경	<ul style="list-style-type: none"> ■ 접근성: 성주에서 해인사 방향으로 가야산국립공원 내에 위치 ■ 시설 현황: 민박 5호, 식당 5호, 농·특산물판매점 1호 ■ 주 이용 형태: 가야산 이용객이 지나가다 식사 장소로 이용되는 곳 ■ 주변관광지: 지방문화재 제86호 법수사 3층석탑, 제87호 당간지주 가야산성 등 많은 문화재가 마을 곳곳에 산재. 그 밖에 동제, 탑돌이, 기우제, 전통생활용품 및 농기구 제작, 전통음식 만들기 등 문화체험 기회 제공 가능
3. 사업 추진 현황	<ul style="list-style-type: none"> ■ 사업계기: 불교의 성지이고, 가야산국립공원 내에 있는 지리적 특성상 연간 평균 12만 명의 많은 관광객이 다녀가고 있으나, 기반시설의 미비로 인해 마을 주민의 소득과 직결시키지 못하고 있어, 녹색농촌체험시범마을 사업에 참여하는 것을 계기로 기반시설을 확보함으로써 유희노동력의 생산력을 활성화시키고 농의소득 향상을 기대 ■ 마을공동사업: <ul style="list-style-type: none"> - 건강산책로 조성: 향토볼길-자갈길-계곡길-통나무길-산림욕길 1.5km 조성중 - 마을 입구에 해맞이공원 조성(새해맞이 행사 개최 예정) ■ 향후 추진계획: 등산객에 생수제공, 농가체험, 야생화박물관, 토종곡물 전시 등 - 농가민박 15호: 마을안내 및 마을전통을 소개할 수 있는 시설로 활용 - 체험농장 17호: 시기별 테마 체험 프로그램 운영 - 농가식당 15호: 토속음식 만들기 - 농산물 판매장: 농산물 직거래장터, 가야산 자생식물을 이용한 기능성식품 개발 - 폐교 부지(8,200평)에 청소년 캠프장, 강의실, 연회실, 간이취사장, 샤워실, 공동 화장실, 전통농기구 및 생활용품전시장 등 다목적시설 정비·활용 - 전통가옥의 보존과 초가 및 기와지붕 조성
4. 문제점 및 제안	<ul style="list-style-type: none"> ■ 책정된 지원금의 우선지원 및 추가지원 - 마을에서 계획하고 있는 사업은 2억 원의 지원금으로는 총당 어려움 ■ 농촌관광사업의 성공을 위해서는 지속적이고 집중적인 투자의 필요 ■ 지역의 호텔과 연계한 산책로, 생수공장, 마을농가 개량 등이 이루어지면 소박한 산촌마을로서의 잔존 의문 ■ 이 지역은 문화재가 산재한 국립공원지역으로 현재 문화관광부 정책상 개발이 어려운 실정 ■ 주변 토양이 모두 사암인 지역으로 농사체험이 어려워 주변 역사문화 유적을 이용한 역사·문화 교육장으로서의 역할 수행을 기대할 만함.



<부도 2-5> 백운리 마을 전경



<부도 2-6> 마을에서 보이는 일몰광경

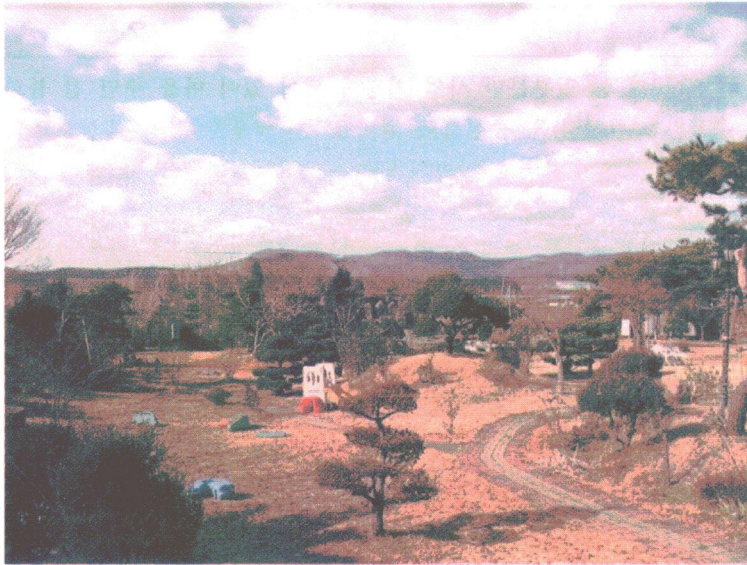


<부도 2-7> 향토길 조성 공사모습

3.3. 충남 보령시 주교면 신대3리(녹색농촌체험시범마을)

구 분	내 용
1. 마을환경	<ul style="list-style-type: none"> ■ 마을 주민의 고령화로 직접 농사를 짓기보다는 위탁영농을 하는 농가가 많으며, 보령화력발전소에 비정기적 노동력 제공을 하거나 다른 자영업을 통해 수익을 얻고 있음. ■ 30년 이상 된 벚꽃 나무, 벚꽃 축제, 가을철 전통방식의 메주만들기 체험 및 농작물 수확 체험행사, 겨울철 메주를 이용한 전통 장담그기 체험행사, 5월 그네뛰기, 조개잡이 체험행사, 농원 뒤편의 봉황산 등산 및 서해안 전경 감상 프로그램 등 추진
2. 인문 사회적 환경	<ul style="list-style-type: none"> ■ 접근성: 보령 시내에서 20여분 소요 ■ 시설 현황: 민박 4호(식사 제공 겸함) ■ 주 이용 형태: 대형 농원을 중심으로 한 1-2박 체류형 ■ 주변 관광지: 대천해수욕장, 성주산휴양림, 대천항, 보령화력발전소 등
3. 사업추진 현황	<ul style="list-style-type: none"> ■ 사업계기: 계획 중인 문화마을 조성사업과 관련하여 더욱 적극적인 관광객 유치로 수입 증가에 대한 기대와 더불어 마을의 자연환경 보존을 위해 녹색농촌체험시범마을사업에 참여 ■ 투자현황: <ul style="list-style-type: none"> - 가로등시설, 민박 개·보수, 기존 축제의 활성화(동백축제) - 마을회관 개·보수 및 비품 구입(자판기, 컴퓨터 등) ■ 투자계획: 공동민박, 특산물판매장, 복지회관건립, 꽃길조성, 주차장 등 ■ 프로그램: 동백축제, 죽염공장견학, 갯벌체험

구 분	내 용
<p>4. 문제점 및 개선 방안</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 신대3리 중 일부분만 사업 지정이 되어 있어 마을 주민 간 불화 소지 <ul style="list-style-type: none"> - 상양농원(신영)을 중심으로 한마을 중 일부가 사업 대상으로 지정되어 있고, 마을 이장은 사업에 관련된 내용을 전혀 알지 못하고 있음. ■ 필요한 시설 설치 시 보상문제가 제대로 이루어지지 않기 때문에 마을 주민 이 시설 설치를 꺼리고, 행정절차가 너무 까다로워 일을 처리할 인력 부족이 문제가 됨. <ul style="list-style-type: none"> - 녹색농촌체험시범마을 안내 표지판 설치에도 광고물 법규와 관련하여 규제 ■ 마을 자체의 관광자원 부족 <ul style="list-style-type: none"> - 신대리만의 독특한 자연·문화적 특성을 가진 관광자원이 부족 - 주변 관광지와 연계한 숙박시설만 제공 ■ 주민의 의식의 전환·개혁 <ul style="list-style-type: none"> - 마을 주민의 불신으로 인해 사업과 관련해서도 관련 기관, 지도자와의 신뢰관계가 구축되지 못하고 있으며, 보이지 않는 가치에 대한 주민의 이해가 부족 - 주민의 협조와 단결력 부족 및 적절한 관광객 유치·운영방법에 대해 정보 부족 ■ 전문가의 직접적인 농촌관광사업에의 참여 필요 ■ 지도자에 대한 정부의 교육 지원 <ul style="list-style-type: none"> - 개인적인 노력과 시간에 대한 금전적(업무추진비) 지원 ■ 현재 농촌관광이 활성화되어 있는 마을에 대한 사업 지정 및 지원보다는 농촌관광의 활성화가 되지 못하거나 조건이 열악한 오지마을을 대상으로 농촌관광이 성공할 수 있는 모범적인 사업 지정 및 지원이 필요 ■ 30년 전부터 자생력 배양을 위해 마을 자체적인 환경 개선사업을 진행해 오고 있었으며 그 일환으로 농촌관광사업에 참여. 하지만 리더 개인사업이 마을 전체의 사업인 것처럼 인식되고 있어 마을의 활성화라는 취지에 맞지 않는 등 문제점을 드러냄. 리더의 농원에서 감당하지 못하는 소수의 방문객만이 마을 주민에게 돌아가고 있는 등 전체가 참여할 수 있는 여건이 마련되지 않는 이상은 부익부 빈익빈 현상은 계속 지속될 것이고, 농촌관광사업 지정이 잘못되었다는 확신을 갖게 될 수 있음. ■ 상양농원(신영)에서 수용하지 못하는 관광객들을 나머지 농가에서 유치하는 형태로 운영. 마을에서 운영되고 있는 체험 프로그램도 상양농원을 중심으로 운영되고 있는 관계로 마을 주민의 참여 여부가 불확실. 리더 개인의 사업을 중심으로 관광사업이 진행되고 있고, 수입의 대부분은 리더의 사업수익이 되고 있음.



<부도 2-8> 신대3리 상양농원전경



<부도 2-9> 메주만들기 체험활동

3.4. 경남 남해군 남면 가천리 가천마을(전통테마마을, 자연생태 우수마을)

구 분	내 용
1. 마을환경	<ul style="list-style-type: none"> ■ 45도 경사 비탈에 석축을 쌓아 놓은 100층이 넘는 계단식 논이 주요 테마 ■ 어업이 아닌 마늘과 벼(2모작)가 주 소득작목으로, 해풍 영향으로 병해충 발생률이 낮아 친환경농법 가능 ■ 마을에서는 도자기굽기, 장담그기 등의 체험활동이 가능하고, 물메기탕·찜과 흑염소불고기 등의 먹을거리도 즐길 수 있음.
2. 인문사회적 환경	<ul style="list-style-type: none"> ■ 접근성: 남해군에서 약 20분(대중교통 이용은 어려운 실정) ■ 숙박시설: 민박 15호, 콘도 1호 ■ 주 이용 형태: 2-3시간 체류형, 등산, 암수바위 관람 ■ 생산되는 농·특산품: 다랭이쌀, 마늘, 김, 멥게, 톳, 홍합 등 ■ 주변 관광지: 마을 주변에는 구미숲, 홍현숲, 해수풀장, 사촌해수욕장과 같은 휴식처와 가천마을을 대표하는 특징인 다랭이논이 마을을 둘러싸고 있고, 암수바위, 겨울철에 국한되어 있지만 바다위에서의 일출·일몰 등의 볼거리도 있음. 그 이 밖에도 남해대교, 한려수도 등이 있음.
3. 사업추진 현황	<ul style="list-style-type: none"> ■ 사업계기: 가천마을이 농촌관광사업에 관심을 가지게 된 동기는 마을을 둘러싸고 있는 다랑논의 보존을 통해 마을 전통을 유지하고, 낮은 농가소득을 해결하기 위한 소득원 다양화에 대한 기대를 가지고 농촌유휴인력(노인, 여성)의 경제활동 기회를 부여하고자 함. ■ 투자실적: <ul style="list-style-type: none"> - 등산로 포장·정비(800m), 주차장(승강장-화장실) 1개소, 설출산주차장(300평) - 암수바위주변 토지매입·정비(800평) - 농로포장(300m) ■ 투자계획: 사업초기 단계로서 민박, 식당, 특산물판매장 등 대부분의 관광 기반시설이 마을 공동 혹은 개별 농가별로 투자 계획이 수립·진행되고 있는 상태 <ul style="list-style-type: none"> - 마을 주변에 치자나무(개화 4-7월)를 심어 천연의 자연경관을 최대한 활용 - 폐교활용: 국악인 손심심씨가 매입하여 1,180평 국악학교 건립 예정 - 염색 및 농산물가공 시설(20평), 영농체험장 조성(민속채소재배/1,000평) - 예약시스템운영 및 홍보활동(동영상 등)

구 분	내 용
<p>4. 문제점 및 제안</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 전통테마마을에 대한 주민의 이해·협조와 단결력 부족이 가장 큰 문제 <ul style="list-style-type: none"> - 고령화로 인해 많은 주민이 사업에 참여 어려움 - 소수의 인력으로 사업을 추진해야 하는 어려움 ■ 사업 초기 단계로 원활한 사업진행에 필요한 만큼의 지원 필요 ■ 접안시설, 주차장, 편의시설 부족으로 인해 대부분의 관광객들이 주변 관광지에서 마을에 들러 등산을 하거나, 암수바위 관람 등 둘러보기식 방문을 하고 있어 마을에 경제적으로 도움이 되지 않음. ■ 우리나라 최남단에 위치하고 있으며, 마을의 자연환경도 우수하지만 숙박시설의 부족 및 기타 관광객을 끌어들이기 위한 요소를 찾아보기 힘들고, 대중교통을 이용해서 접근하는 데 큰 불편이 있음. ■ 쓰레기문제 해결 시급(소각장, 생활오폐수 등 현재 바다로 유입) ■ 전통테마마을과 자연생태우수마을로 지정된 지역으로 아름다운 자연경관뿐만 아니라 천수답을 보전하고 현재 계획 중인 계절별 프로그램과 바다체험, 견학 및 교육 프로그램 활성화 방안 모색이 시급 <ul style="list-style-type: none"> ※ 주요 프로그램: 농사체험, 바다체험, 보릿대 염색, 풍물배우기, 짚공예, 솔뚜껑 빈대떡, 시골학교운동회(폐교: 영화 '인디언섬머' 촬영지) ⇒ 기본적 편의시설에 대한 예산 지원 필요(취사장, 화장실, 주차장 등)
<p>5. 기타</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 체험 프로그램 운영(1박3식: 3만 원)을 통해 발생하는 수익의 80%는 분배, 20%는 마을에서 공제하여 공동기금으로 운영하기로 합의



<부도 2-10> 가천마을 전경



<부도 2-11> 가천마을 다랭이논(다락논)

3.5. 강원 양양군 서면 송천리(아름마을)

구 분	내 용
1. 마을환경	<ul style="list-style-type: none"> ■ 농가소득원은 벼농사보다는 농외소득이 대부분을 차지 - 봄에는 산채, 여름에는 관광소득, 가을에는 송이버섯을 채취 - 연중 민속떡(수리취 인절미, 쑥인절미, 취개피떡, 취송편, 쑥몽생이, 찰몽생이 등)의 생산·판매가 주 소득원이 되고 있으며, 사업 진행에 있어 가장 주력하는 부분. 떡은 10여 농가(마을 부녀회 중심)가 함께 주문을 받아 생산하여 직거래(시장), 마을 입구 가판대, 택배 등을 통하여 판매
2. 인문 사회적 환경	<ul style="list-style-type: none"> ■ 접근성: 양양 시내에서 30분 소요 ■ 시설 현황: 민박 12호, 식당 1호(60명 수용), 주차장 5개소(승용차 300여대 수용), 떡만들기체험장 1개소, 민속떡판매소 2개소 등 ■ 주 이용 형태: <ul style="list-style-type: none"> - 민속떡의 구입 및 민속떡만들기 체험에 참여 - 여름철 휴가지 ■ 주변 관광지: 설악산 자락에 위치하고 있고, 인근에 낙산해수욕장, 공수전 마을휴양지, 오색관광단지 등 다양한 관광자원 분포
3. 사업추진 현황	<ul style="list-style-type: none"> ■ 사업계기: 20여 년 전부터 농지부족으로 소득이 낮은 벼농사를 대체하기 위하여 벼농사에 비해 고부가가치인 민속떡의 생산·판매가 시작되었고, 현재는 마스크 등의 홍보 효과로 인해 안정적인 판매가 이루어지고 있음. 이를 계기로 현재는 전통방식(손빰기)으로 만들고 있는 민속떡을 중심으로 마을 전통을 보전하고 소득도 높이기 위하여 사업에 참여 ■ 투자 현황: <ul style="list-style-type: none"> - 떡공통체험장 및 판매장 부지 확보 및 건축 - 논둑 산책로 정비 - 마을 홈페이지 구축 ■ 투자계획: <ul style="list-style-type: none"> - 마을의 앞으로 흐르는 개울을 이용 겨울철 눈·얼음 썰매장으로 활용 - 마을 입구에 썸지공원을 조성하여 떡가판장과 썸터 제공
4. 문제점 및 제안	<ul style="list-style-type: none"> ■ 농촌관광사업과 관련한 행정절차(사업소관 및 지원절차)의 간소화 ■ 민박 개·보수와 관련한 개별 농가에 대한 용자 혜택(장기저리) ■ 마을 입구에 외지인이 팬션을 만들어 마을이미지를 훼손하고 있는 것과 관련하여 사업진행에 있어서 적절한 조치가 필요 ■ 기존의 주변 관광자원을 바탕으로 많은 관광객들이 지속적으로 방문해 오고 있어, 방문객 유치보다는 '떡마을'의 이미지를 보다 뚜렷하게 드러내어서 지방문객들을 대상으로 마을을 각인시킬 수 있는 아이템 개발이 필요. 떡메치기 등 단순 체험이 아닌 재료의 준비부터 참여할 수 있는 떡만들기 체험이나, '민속떡축제'의 개최 등 다른 농촌관광마을에서 하고 있는 프로그램과는 차별화할 수 있는 것이 필요

3.6. 전남 곡성군 고달면 두가1리(녹색농촌체험시범마을)

구 분	내 용
1. 마을환경	<ul style="list-style-type: none"> ■ 마을 앞으로 섬진강이 흐르고, 섬진강 변을 따라 철길이 나있음. ■ 기차역이 없음에도 철로변에 관광객을 내려 주는 열차관광상품이 있음. ■ 주 소득원은 벼농사이기는 하나, 협소한 농지와 노령화로 인한 노동력 부재로 재배 농가는 많지 않은 편임.
2. 인문사회적 환경	<ul style="list-style-type: none"> ■ 접근성: 광주에서 1시간 미만 소요 ■ 시설 현황: 민박 1호(3동), 식당 2호, 주차장 2개소(150여대) ■ 주 이용 형태: 당일 단체관광 형태로 나룻배타기체험(철도관광연계) 등 ■ 농특산물: 벼
3. 사업추진 현황	<ul style="list-style-type: none"> ■ 투자 현황: <ul style="list-style-type: none"> - 자전거 하이킹코스 개발 - 마을 입구에 조성되어 있던 잔디밭을 야영장으로 활용 ■ 투자계획: <ul style="list-style-type: none"> - 기존의 철도관광을 연계한 나룻배타기체험 강화 - 폐교를 활용하여 교육·체험시설로 활용 - 계절별 유실수단지 조성
4. 문제점 및 제안	<ul style="list-style-type: none"> ■ 농촌관광사업의 추진 방향을 결정하지 못하여 사업 진행이 이루어지지 않고 있음. <ul style="list-style-type: none"> - 사업 방향을 정하지 못해 시설의 기본설계 계획만 진행 - 다른 마을의 프로그램 및 시설물을 그대로 옮겨 시행할 계획도 가지고 있음. ■ 마을 리더의 임기가 2년으로 사업 추진 기간 도중(2003년 2월) 새로운 리더로 교체되어 사업 진행 과정에서의 혼란이 예상 ■ 농촌관광사업의 지도자 및 마을 주민의 농촌관광에 대한 이해도가 부족. 사업 대상마을 지정으로 단지 시설물만 마을에 건설되는 것으로 오해 <ul style="list-style-type: none"> - 마을 리더와 마을 주민의 농촌관광사업에 대한 이해 부족 ■ 섬진강이 마을 앞으로 흐르고 있으나 정작 수심이 매우 얕아 연중 나룻배 체험이 가능한지 의구심이 들고, 섬진강 이외에는 관광객을 붙잡을 수 있는 특별한 요소가 없음. <ul style="list-style-type: none"> - 단, 기존의 열차관광상품으로 꾸준히 방문하는 많은 관광객들이 단지 철도 관광코스뿐만 아니라 스쳐 지나가지 않고 마을로 끌어들일 수 있는 아이템(숙박시설, 프로그램 등)을 확보한다면 오히려 손쉽게 농촌관광지로서 활성화될 소지도 있음.



<부도 2-12> 가정마을 입구



<부도 2-13> 가정마을 전경

4. 심층 마을 조사에 나타난 몇 가지 문제점

■ 마을 선정 및 지원 절차 관련 문제점

- 농촌관광마을 선정에 있어서 마을의 여건이 충분히 고려되지 못하고 있다. 특히 마을 주민의 호응도와 참여 의지가 사업 성공의 가장 큰 요인임에도 불구하고, 대부분 마을에서는 주민의 사업에 대한 이해나 적극적인 참여의지가 전반적으로 부족하다.
 - 양적으로 많은 마을을 선정하여 육성하기보다는 소수의 우수하고 성공 가능성이 큰 마을을 선정하여 집중 지원·관리함으로써 성공적인 모델을 보여줄 필요가 있다.
- 마을 자체에서 적극 농촌관광사업을 유치한 경우에 비하여, 정부나 자치단체에서 일방적으로 사업 대상을 지정한 경우 마을에서 자체적인 준비가 되지 못한 상태이기 때문에 시설 투자에만 지원금이 집중되는 경향을 보이며, 사업 진행에 대한 뚜렷한 의지도 갖지 못하게 된다.
 - 사업 대상 선정 전에 해당 마을만의 고유한 특성을 파악하여야 하고, 그 특성에 맞는 사업 진행 방향(유형의 구분을 통한 적절한 아이템의 도입)을 설정할 필요가 있다.
- 사업 대상 마을의 선정 및 사업의 시작 단계에서 사업 추진 지침상의 가이드라인에 지나치게 충실(예를 들면, 지정 기관에서 기준으로 제시해 둔 공통적인 기본시설 설치)하여 마을의 특성은 무시된 채 획일적으로 사업이 추진되고 있다. 더욱이 관 주도로 사업이 이루어지고 있는 곳의 경우 주민의 자발적 참여뿐만 아니라 그 관리운영 능력도 미흡할 수밖에 없다.
 - 마을별로 특성화되지 못하고 획일적인 시설 및 체험 프로그램을 시행하고 있으므로 대상 마을 선정 및 사업 진행 시 차별성이 명확하게 나타날 수 있도록 유도해야 한다.

- 사업 대상 마을로 선정되었으나 지원금이 조기에 집행되지 않아 사업을 수행하지 못하는 경우가 있다. 또한 지원금 집행에서의 회계 처리과정이 복잡하고 제약이 많다는 불만이 있다.

- 예를 들어, 자치단체와 주민 간에 예산 집행 방법에 대한 이견을 보이는 경우가 많은데, 사업지원금에 대해 자치단체는 마을 주민마다 일정하게 배분하여 빠른 처리(행정적 지원의 종료)를 원하고, 마을 주민은 지원금 배분 시 발생할 수 있는 주민 간 갈등과 액수가 분산되어 사업효과가 낮아짐을 방지하기 위해 무조건 공동시설에의 투입을 요구하는 것이다.

■ 제도상의 문제점

- 정책사업의 일환으로 농촌관광마을로 지정된 마을 중 일부는 토지이용에 있어 상당 부분의 토지가 농지전용이 금지되어 있다거나, 개발제한구역에 묶여 있어 시설 도입을 위한 토지의 이용, 음식점 운영 등과 같은 불편을 겪고 있다. 그러나 규제의 전면 해제시 외부의 대규모 자본에 의한 잠식을 우려하고 있는 상황이다.

- 자치단체의 조례 제·개정 등을 통한 농촌관광사업 관련 마을을 대상으로 혹은 일정(신청)기간을 두어 한정적인 허용을 하는 방법을 강구해야 할 필요도 있다.

- 마을의 입지 조건상 오지에 위치한 마을의 경우 장기 체류형으로 농촌관광사업이 추진되는 것이 유리하나 이러한 지역의 경우 법적으로 숙박이나 학습장 시설 등의 편의시설에 대한 설치가 제한되는 경우가 많다. 또한 입간판을 세우는 것조차 규제되고 있는 등 각종 사소한 규제에 묶여 기본적 시설 설치가 지연되는 경우가 있다.

- 기왕에 농촌관광을 추진할 대상 마을로 선정되었다면 개발로 인한 손상이 크지 않은 범위에서는 건축행위가 가능하도록 관련 법 개정이 필요하며, 관련 부서의 행정적 신속성과 협조가 필요하다.

■ 운영상의 문제점

- 지도자와 주민 간의 갈등은 심각한 운영상 문제로 나타난다. 대부분의 마을에서 지도자는 상대적으로 큰 규모의 농촌관광사업(관광농원, 식당, 민박 등)을 운영하고 있으며, 마을 주민은 지도자가 농촌관광사업을 자기에게 유리한 방향으로 끌고 가고 있다는 불만을 가지고 있다. 특히 민박의 경우 지도자는 마을의 대표이기 때문에 알선 의뢰가 지도자에게 집중되고 이를 적절히 분배하지 않는다는 불만이 크다.
- 인구 감소 및 노령화는 농촌관광 추진 인력부족의 요인이다. 조사 마을 대부분 노령인구가 농촌관광사업에 참여하지 못하고 소외층으로 남아 있다. 또한 노령인구는 농촌관광에 대한 인식 및 이해도가 낮은 편이기 때문에 창의적 아이디어와 경영 마인드를 갖게 하는 데 걸림돌이 되고 있다.
- 마을마다 고유의 특별한 상품을 개발하지 못하고 있다. 농촌관광의 큰 마케팅 부분인 특산물이 전국적으로 대동소이하기 때문에 그 마을을 특별히 방문할 매력을 갖추지 못하여 방문객 또는 재방문객을 끌어들이지 못하고 있다.
 - 이는 한 마을만의 문제가 아니라 농촌관광 전체 시장의 제약 요인으로 작용할 우려가 있다.
- 마을의 특성에 맞는 휴양 활동 요소나 체험 프로그램을 개발하여 시행하지 못하고 있다. 대부분의 마을이 다른 마을을 견학하여 얻은 지식이나 시설, 또는 프로그램을 도입하고 있으므로 방문객에게 다양하거나 고유한 휴양 기회를 주지 못하고 있다.
- 마을의 홍보가 인터넷 홈페이지에 주로 의존하고 있고, 다양한 홍보 자료가 마련되어 있지 못하다. 인터넷 홈페이지조차 마을에서 직접 운영하고 있는 곳은 드물고, 사업 지정 관련 기관의 포털사이트에 간단한 마을 소개만 올라가 있는 정도이다. 마을을 소개하고 각종의 시설 및

요금 등의 정보가 담긴 리프렛을 보유한 마을조차도 거의 없었다. 또한, 방송·신문매체의 취재 등을 통해서 알려지는 마을의 모습은 아직 사업 초기 단계이고 준비하는 과정에 있음에도 불구하고, 현실과 동떨어진게 아름답게만 그려놓아 방문객들에게 실망감을 안겨 줄 소지가 있다.

- 과학적인 방문객 관리와 자료가 전무한 편이다. 방문객이 와서 무엇을 원하는지, 불만은 무엇인지, 얼마나 만족하고 돌아가는지, 재 방문한 방문객 비율은 어떠한지 등에 대한 조사와 축적된 자료가 전무하므로 고객 중심의 농촌관광 사업이 이루어지지 못하고 있다.
- 단기적으로 수입이 보장되지 못해서 주민의 참여의지가 낮다.
 - 가시적 소득이 창출된다면 주민의 호응도와 참여의지를 높이는 데 기여할 가능성이 높다. 따라서 단기적인 수익 모델을 만들어 낼 필요가 크다.
- 장기적인 사업계획에 대한 충분한 이해가 필요하며 실제 관광객의 소비 욕구를 충족시킬 수 있는 숙박, 판매시설 등 기반시설이 미약하다.
 - 이로 인해 기반시설의 확보에만 총력을 기울이는 마을도 있어 특징 없는 마을을 만들어내고 있는 것이 현실이다.

5. 유형별 농촌관광 활성화를 위한 정책 개발

5.1. 마을 유형별 개발 전략

- 아래 표는 농촌관광에 영향을 줄 수 있는 접근성, 자연자원, 주민의 호응도 및 참여의지를 바탕으로 농촌관광 추진 마을을 유형화한 것이다.
 - 먼저, 배후 도시가 인접해 있고 도로 사정이 좋아 비교적 짧은 시간에 도달할 수 있는지 여부를 '접근성'으로 보았다.

- 둘째, '자연자원' 항목은 자원이 풍부하고 아름다운 숲과 수자원, 마을의 고유한 미 등과 같은 문화적 요소를 평가 기준으로 하였다.
 - 셋째, '주민의 호응도 및 참여의지'는 지도자를 중심으로 마을 주민이 얼마나 잘 화합하고 적극적 참여 의지를 보이는가를 평가하였다.
- 이러한 기준에 따라 다음과 같이 여섯 가지 유형을 구분해 볼 수 있다.
- ① 접근성(상) - 자연자원(상) - 주민 호응도(상)
 - ② 접근성(상) - 자연자원(상) - 주민 호응도(하)
 - ③ 접근성(상) - 자연자원(하) - 주민 호응도(하)
 - ④ 접근성(하) - 자연자원(상) - 주민 호응도(상)
 - ⑤ 접근성(하) - 자연자원(상) - 주민 호응도(하)
 - ⑥ 접근성(하) - 자연자원(하) - 주민 호응도(하)

<부표 2-3> 기준 지표에 따른 유형 구분과 사례지역

접근성	자원	주민 호응도	사례마을
상	상	상	경북 성주 백운 마을
상	상	하	경기 여주 상호리 마을
상	하	하	충남 보령 신대3
하	상	상	경남 남해 가천마을
하	상	하	강원 양양 송천마을
하	하	하	전남 곡성 두가1

■ 제1유형: 접근성(상)-자원(상)-주민 호응도(상)

- 모든 조건에서 유리한 점을 가진 이 유형의 마을은 성공의 잠재성이 매우 크며 전업적인 관광사업을 추진하기에 알맞다.
- 배후 표적시장과의 접근성이 좋으므로 방문객 유치가 비교적 수월하고 자연자원이 수려하므로 방문객을 끌어들이기 위한 유인요소도 풍부하다. 더불어 농촌관광사업 추진에 있어서 인적자원 요인인 주

민의 호응도가 높으므로 지도자를 중심으로 참여의지가 강하고 새로운 아이디어를 개발하고 수행하기에 적합하다.

- 이 유형에 속하는 것으로 분류할 수 있는 백운마을의 경우, 배후 도시인 대구의 도심에서 차량으로 1시간 이내에 이동이 가능한 지역이다. 그리고 가야산국립공원 자락에 위치하여 자연성이 높거나 전원적 미가 높으며 쾌적성이 보장되는 특징이 있다. 또한 국립공원관리공단에서 근무했던 경력의 리더가 마을을 이끌고 있으며, 특별한 소득원이 없어 주민은 농촌관광사업에 큰 관심을 가지고 참여하고 있다.

- 주 표적시장은 배후 도시에 거주하는 당일 관광객 위주로 설정할 수 있다.

■ 제2유형: 접근성(상)-자원(상)-주민 호응도(하)

- 주민의 호응도를 제외한 모든 조건에서 유리한 편인 이 유형의 마을은 성공의 잠재성이 있다. 만약 주민의 관심과 호응을 이끌어낸다면 전업적인 관광사업을 추진하기에 알맞다.

- 배후 표적시장이 가까이 있으므로 방문객의 유치가 비교적 수월하고 자연자원이 수려하므로 방문객을 끌어들이기 위한 유인요소도 풍부하다. 그러나 결정적으로 농촌관광사업 추진에 있어서 인적자원 요인인 주민의 호응도가 낮다.

- 주로 노령인구의 분포가 높아 사업에 관심이 없거나 관심은 있어도 참여할 능력을 갖추지 못하여 지도자를 중심으로 소수의 주민만이 참여하고 있다.

- 이 유형에 속하는 것으로 분류할 수 있는 상호리의 경우, 수도권에서 약 1시간 가량의 접근성 및 비교적 무난한 자연환경과 각종 방송매체를 통한 홍보로 인지도가 높은 마을이다. 그러나 주민이 리더의 농원을 중심으로 운영되고 있는 농촌관광사업에 대한 불만을 가지고 있어 마을 전체의 사업이 아니라 개인 중심으로 사업이 이루어지고 있는 실정이다.

- 리더와 일반 마을 주민 간의 갈등으로 주민 호응도가 낮다.

■ 제3유형: 접근성(상)-자원(하)-주민 호응도(하)

○ 접근성을 제외하고는 모든 조건이 열악한 유형이다. 배후 표적시장이 가까워 방문객의 유치는 용이한 조건을 갖추고 있으나, 관광 및 체류를 유인할 수 있는 자연자원이 별달리 좋지 않고, 주민의 호응도 역시 높지 못하다.

- 접근성이 좋은 점과 배후 도시의 시장이 크다는 점을 이용한 방문객 유치에 관심을 기울여야 한다.

- 방문객을 유치하기 쉬운 장점을 이용하여 특산물, 토속 음식, 단기 체험 등 당일 방문객을 중점적으로 유치하는 사업을 중점적으로 개발하여 추진할 수 있을 것으로 판단된다.

○ 이 유형에 속하는 것으로 볼 수 있는 신대3리는 서해안고속도로 보령 IC에서 불과 15분 거리(수도권에서 1~2시간)에 위치하고 있어 그 접근성이 매우 양호하다고 할 수 있으나, 유리한 접근성에 비해 특별한 관광자원이 매우 적고 상호리와 마찬가지로 리더의 개인사업을 중심으로 사업이 운영되고 있으므로 이로 인한 마을 주민의 사업에 대한 신뢰와 참여가 많이 부족한 실정이다.

■ 제4유형: 접근성(하)-자원(상)-주민 호응도(상)

○ 접근성은 좋지 않으나 자연자원과 주민 호응도에 있어서는 매우 유리한 상황에 있는 유형을 상정할 수 있다. 휴양의 유인요소인 자연자원이 수려하므로 이를 이용하여 장기 체류형 관광사업을 추진하기에 유리하다. 주민의 호응도도 높으므로 새로운 아이디어와 홍보 전략 등을 개발하면 성공할 가능성이 높다.

- 마을의 자연자원과 주민의 호응도를 최대로 이용하여 마을의 고정고객 또는 고정고객의 소개에 의한 방문객 유치에 중점을 두어야

할 것으로 판단된다.

- 가천마을이 이 유형에 속한다고 볼 수 있는데, 가천마을은 국토 최남단에 위치하고 있어 부산을 제외한 곳에서의 접근성이 매우 좋지 않다. 그러나 바다를 앞에 끼고, 독특하게 구성된 마을 전경만은 훌륭한 자연 자원으로 여겨지며, 자원의 활용가능성도 매우 높다. 특히 마을의 '다랭이논'의 전통을 지키려는 주민의 의지로 사업이 시작되었기 때문에 사업에 대한 주민의 열의와 참여도도 높은 편이다.

■ 제5유형: 접근성(하)-자원(상)-주민 호응도(하)

- 마을과 주변의 자연자원을 제외하고 접근성이라든지, 주민의 전반적 호응도에서 썩 좋지 않은 조건을 갖춘 유형이다. 따라서 자연자원을 이용하여 장기 체류를 할 수 있는 매력요인을 개발하여 방문객을 끌어들이거나, 다른 곳에서 흉내 낼 수 없는 독특한 상품을 개발하는 추진 전략이 필요하다.
- 송천리는 동해안 인접 도시(강릉, 동해 등)를 제외하고 수도권에서는 3시간 이상 소요되어 쉽게 접근하기 어렵고, 마을 주민 대부분은 농촌관광에 대한 이해 및 참여도가 높지 않다.
 - 상대적으로 마을의 자연경관이 수려하고 원시성이 높으며 전원성이 보장되어 있고 고적감이 확보된다. 또한 전통떡이라는 독특한 상품을 가지고 있는 것이 하나의 기회요인이다.

■ 제6유형: 접근성(하)-자원(하)-주민 호응도(하)

- 이 유형의 마을은 모든 조건에서 열악한 환경이다. 대도시에서의 접근성이 아주 떨어지며, 자연자원도 썩 좋지 못하고, 노령층의 인구 구성비가 높아 주민의 참여의지 및 호응도도 떨어진다.
- 가정마을은 이제 막 사업이 시작하는 단계로 섬진강을 제외한 특별한 자원이 없고 열차관광을 제외한 다른 수단의 접근성이 좋지 못한 편으

로, 이제까지 사업을 진행해 오던 리더가 2003년 2월 중 바뀌게 되어 사업진행에 혼란이 예상되며, 리더를 비롯한 마을 주민의 사업자체에 대한 이해도가 현저히 낮은 편이다.

☞ 여기서 접근성에 중점을 두고 본 조사가 수행된 이유는 아무리 풍부한 자원과 주민의 참여의지가 있더라도 하더라도 쉽게 접근하기 어려운 곳에 있다고 하면, 소수를 제외한 대다수 방문객들로부터 외면 받을 가능성이 크고, 그로 인하여 농촌 활성화의 취지를 가지고 시작한 농촌관광사업이 오히려 자본의 투입만 이루어진 채 사장되어버릴 가능성이 있다고 보기 때문이다. 따라서 초기에 농촌관광사업 대상 마을로 지정된 마을들 중 이 연구의 대상마을 선정 기준은 자연자원 및 사업 추진력을 바탕으로 하되, 접근성을 우선 선정 기준으로 두어야 한다고 판단된다.

<부표 2-4> 유형구분마을의 공통점과 차이점

(접근성 - 자원 - 주민호응도)

마을유형	공 통 점	차 이 점
1유형 (상-상-상)	- 도시근교형이므로 대규모 방문객을 위한 농촌관광 사업 가능	- 주민의 호응도가 높고 자연자원 조건도 좋으므로, 전업적 농촌관광 사업 추진 가능
2유형 (상-상-하)	- 다양한 집단을 방문 대상으로 설정 가능	- 주민의 호응도가 낮은 편이므로 주민의 관심을 이끌어 내고 교육을 통해 호응도를 높이면 성공 가능
3유형 (상-하-하)	- 유리한 접근성을 바탕으로 당일 방문객을 대상으로 한 도농교류, 체험 프로그램 시행 가능	- 자연자원 조건이 썩 좋지 않으므로 특별한 이벤트 및 전통음식과 같은 사업을 발굴
4유형 (하-상-상)	- 원거리 오지에 위치해 있으므로 채류형 사업에 중점	- 오지에 위치하지만 주민의 호응도가 높고, 자연자원 조건이 유리하므로 전업적 농촌관광사업 시행 가능
5유형 (하-상-하)	- 소수 전문성을 지닌 방문객을 대상으로 하는 사업	- 독특한 프로그램 및 마케팅 필요
6유형 (하-하-하)		- 주민의 호응도가 낮으므로 마을 전체가 참여하기보다는 관심이 있는 농가를 지원하여 성공 가능성을 보여줄 필요
		- 접근성, 주민의 호응도, 자연자원 조건 등 여러 측면에서 매우 열악하므로 특화된 사업이 필요

5.2. 마을 유형별 시설 도입

■ 제1유형: 접근성(상)-자원(상)-주민 호응도(상)

- 대부분의 경우 다수의 방문객을 수용할 수 있는 규모가 큰 시설이 필요하다. 시설의 규모가 상대적으로 크고 많은 방문객과 단체가 이용할 수 있는 시설을 갖추어야 한다.
- 그러나 당일 방문객 위주의 여가를 보장하는 시설이 주가 되어야 하며 대규모 주차 시설은 필수적이다.
 - 당일 방문객이 시간을 보내고 관람할 수 있는 소규모 박물관 등의 견학시설과 단시간 이용이 가능한 산악자전거와 같은 야외휴양시설 도입도 고려할 만하다.
- 접근성이 매우 좋으므로 이벤트를 효과적으로 개발하고 유치하면 호응을 얻을 수 있으며 이 경우 지속적인 이벤트가 이루어질 수 있는 시설이 도입되어야 한다.
- 농·특산물과 기념품을 판매할 수 있는 시설이 필요하며, 많은 사람이 방문 이용함으로써 생기는 환경보전을 위한 처리시설은 필수적이다.
- 요컨대, 이러한 유형의 마을은 많은 방문객을 수용할 수 있는 대규모 주차시설, 견학시설 및 야외휴양시설이 필요하며, 이들을 이용하여 농·특산물을 판매할 수 있는 판매장이 필요하다고 판단된다.
 - 자연 조건이 좋은 곳이기 때문에 주변 지역에 대형 시설(호텔급 숙박시설, 대형 음식점 등)이 이미 존재할 가능성이 높으므로, 경쟁력 확보를 위해서는 오히려 농촌다움을 강조한 숙박 및 부대시설의 설치 혹은 보수가 적극 권장되어야 할 것이다.
 - 초가지붕, 아궁이, 우물 등

■ 제2유형: 접근성(상)-자원(상)-주민 호응도(하)

○ 지역의 농·특산품 판매, 농가 레스토랑, 도·농 교류장, 체험 이벤트 시설 등 대부분의 경우 다수의 방문객을 수용하기 위한 대규모 시설이 필요하다.

- 그러나 주민 참여도가 낮다는 문제가 있으므로 농가별로 할당(분할)되는 민박·식당의 운영은 상대적으로 수용력이나 필요한 노동력 확보 면에서 어려운 점이 있기 때문에 자본 집약적인 시설이 필요하다. 그러므로 사업에 참여하는 소수의 인원만으로도 운영이 가능한 공동시설을 설치함으로써 일단 사업 성공의 가능성을 보여 주어 다른 농가의 참여 의지를 배양할 수 있도록 한다.

○ 위의 첫 번째 유형에 비하여 주민의 호응도가 낮으므로 전업적인 농촌관광사업을 위한 시설보다는 높은 접근성과 풍부한 자원을 위주로 한 부업적 농촌관광 시설이 필요하다고 판단된다.

- 예를 들어, 민박이나 체험시설의 경우 많은 종류보다는 호응도가 높은 주민 몇몇이 협심하여 이를 수 있는 시설과 사업을 집중 투자하여 성공의 가능성을 보이고, 따라서 마을 주민 전체가 호응할 수 있는 계기를 마련하는 것이 바람직하다고 판단된다.

- 굳이 모든 주민의 참여를 이끌어내야 한다는 관념을 버리는 것도 하나의 대안이 된다.

■ 제3유형: 접근성(상)-자원(하)-주민 호응도(하)

○ 자연자원 조건이 좋지 못하므로 자연을 이용한 휴양보다는 다양한 형태의 볼거리, 먹을거리, 특산물, 체험시설 등이 도입되어야 활성화될 수 있다고 판단된다.

- 특히 독특한 소프트웨어 중심의 프로그램(전통 놀이 등), 자연자원과 연계가 필요치 않은 종류의 프로그램을 중심으로 자원의 제한성을 극복하여야 한다.

- 특산물 판매 시설과 고유 음식 등을 판매하는 농가 레스토랑과 같은 시설은 당일 도심 방문객을 유치하는 데 도움이 될 수 있을 것이다.
- 가족 중심의 방문객을 위해 소규모의 공동 체험이 가능한 여가 시설(산책로, 자전거 타기) 및 체험·교육시설이 필요하다. 이러한 체험은 뛰어난 자연경관이 필요 없고 적당한 지리적 여건만 갖추면 가능하다고 판단되기 때문이다.

■ 제4유형: 접근성(하)-자원(상)-주민 호응도(상)

- 이러한 조건에 맞추어 소수의 특별한 이해를 가진 전문적 방문객을 위한 시설이 도입되어야 한다. 다양한 형태의 민박(자취형 또는 음식 제공)이 필요하고 소규모 단체를 위한 장소도 제공되어야 한다.
- 다양한 형태의 야외휴양시설(산책로 등), 특별한 휴양시설(낚시터, 계곡수영장 등), 다양한 형태의 자연 교육장 및 농림업 체험장 등이 고려될 수 있다.
- 자연과 일체감을 느낄 수 있고 프라이버시 및 고적감이 확보될 수 있는 시설의 도입이 요구된다.

■ 제5유형: 접근성(하)-자원(상)-주민 호응도(하)

- 현재 민박 또는 숙박시설을 경영하는 농가 이외에는 굳이 농가의 참여를 독려할 필요는 크지 않다.
- 마을 농가를 구성하고 있는 인구의 대부분이 노령층이므로 개별적 사업보다는 오히려 마을 공동의 사업을 추진할 수 있는 시설을 고려할 만하다.
 - 가령, 마을 공동으로 운영하는 농가 레스토랑, 지역 농산물 판매장 도입을 고려할 수 있다.

- 마을의 수려한 자연자원을 이용한 체류형 여가활동이 이루어질 수 있는 시설이 필요하다. 예를 들면, 등산로, 낚시, 산악 레포츠와 같이 시간이 장기간 소요되는 휴양 시설 설치가 가능하다.

■ 제6유형: 접근성(하)-자원(하)-주민 호응도(하)

- 무엇보다 노동력이 적게 들어갈 수 있는 시설이 필요하다.
 - 민박시설은 식사 제공을 하지 않는 자취형 스타일이 적합하며, 마을 주민 소수가 운영할 수 있는 농가 레스토랑 형태가 바람직하다.
- 소수의 전문가 집단을 대상으로 표적시장을 잡아야 하며, 특별한 이벤트나 장기 체류형 체험 시설이 필요하다. 예를 들면 국악학교, 예절학교 같은 프로그램의 운영에 의한 소수 장기 체류형 사업시설을 권장할 만하다.
- 자원의 배경이 그다지 중요하지 않으며 지역 특유의 경험을 할 수 있는 시설, 예를 들면, 장작으로 불을 때 온도를 높여 원시적 사우나를 경험할 수 있는 시설 등은 노동력도 많이 요구하지 않고 자원이 뛰어나지 않아도 가능할 것이다.

5.3. 마을 유형별 농촌관광 추진 전략

■ 제1유형: 접근성(상)-자원(상)-주민 호응도(상)

- 모든 면에서 여건이 좋은 위치에 있으므로 농촌관광의 추진에서 최적의 조건을 갖추고 있다. 배후 도시가 가까이 있어 도시민이 1시간 이내로 접근 가능하고 자연자원이 수려하여 휴양 유발 요인도 많다. 주민의 농촌관광에 대한 이해와 인식이 높고 참여 호응도 역시 높으므로 새로운 아이디어 개발에 적극적이고 경영 마인드가 있다. 따라서 전업적 농촌관광 사업 수행이 가능하다.

- 도시 근교에 위치하므로 방문객은 1박 이상의 체류보다는 당일 방문 형태가 많다. 따라서 모든 시설이 대규모 수용력을 고려하여 도입되어야 한다. 동시에 단기간 풍부한 자연자원을 배경으로 한 볼거리, 놀거리가 겸비되어야 하며 이들을 대상으로 한 농가 레스토랑, 특산물 판매를 통하여 수익을 창출할 수 있다.
- 특산물의 경우 대상 마을 독단적으로 공급하기에는 품목과 수량에서 제한적이기 때문에 다른 근처의 지역과 연계한 특산물의 개발 판매가 효율적이라고 판단된다.
- 도시 근교라는 좋은 접근성과 주민의 호응도가 높은 장점을 활용하여 도농교류 사업을 추진하여 농특산물을 판매하고 농촌 체험 프로그램을 활성화할 수 있다. 이 경우 주민과의 유대를 통하여 농특산물의 직거래선이 확보되고 재방문율을 높일 수 있다.

■ 제2유형: 접근성(상)-자원(상)-주민 호응도(하)

- 농촌관광에 대한 호응도를 높이기 위하여 주민에게는 지속적 교육이 필요하며 주민 조직의 구성 및 운영을 꾀하여야 한다. 선진국의 농촌관광이 활성화된 요인은 정부의 지원 못지않게 주민의 역할이 크다는 점을 타산지석으로 삼을 필요가 있다. 이 유형에 속한 마을은 대부분 인구의 노령화로 인해 지역 주민의 관심과 호응이 적으므로 주민 조직의 활성화가 중요할 것으로 생각된다.
- 주민의 이해와 참여 호응도를 높이기 위한 방안으로 모델 농가 또는 조직을 선정하여 육성할 필요가 있다. 이들의 성공 사례는 다른 주민의 참여를 유인할 수 있을 것이다.
- 접근성이 좋으므로 규모 및 수용력이 크지만 적은 노동력의 투입으로 가능한 사업, 예를 들면, 특화 체험 프로그램(버섯따기 등)의 운영과 같은 프로그램 도입이 바람직하다.

- 도시 근교의 좋은 접근성과 주민의 호응도가 높은 장점을 활용하여 이벤트 사업을 수행할 수 있다. 또한 건강 음식점, 건강 농산물과 같은 특화 전문 판매점으로 방문객을 유치함은 물론 적은 노동력을 가지고 운영할 수 있도록 하여야 한다.

■ 제3유형: 접근성(상)-자원(하)-주민 호응도(하)

- 접근성을 제외하고는 모든 조건이 열악한 유형으로 배후 표적시장이 가까워 방문객의 유치는 쉬우나 관광 및 체류를 유인할 수 있는 자연 조건이 좋지 않고, 주민의 호응도 역시 높지 못하다.
- 이 유형에 속하는 마을의 경우 접근성이 좋다는 장점을 최대한 이용하고 주민의 호응도를 높여 농촌관광 사업을 활성화시키는 방향으로 추진하여야 한다.
- 자연자원의 경우 인위적으로 개선이 되지 못하므로 농산촌 박물관과 같은 교육 및 견학 시설을 도입하여 볼거리를 제공하도록 한다.
- 주말농장과 같은 단기간 농사 체험이 이루어질 수 있도록 하는 프로그램을 통하여 관광보다는 체험과 이벤트가 주가 되는 사업이 바람직하다.
- ※ 접근성이 좋은 조건을 가지고 있는 유형의 마을들은 다양한 다수의 이용자 유치가 용이하지만, 오히려 장기 체류를 목적으로 하는 이용자에게 많은 이용자로 인한 고적감의 상실 및 소규모 프로그램의 참여 기회 감소 등이 불리하게 작용할 수 있다.

■ 제4유형: 접근성(하)-자원(상)-주민 호응도(상)

- 도심에서 떨어져 있어 접근성은 매우 낮으나 자연자원의 원시성이나 전원성은 뛰어난 마을 유형이다. 주로 전문가나 관심 있는 특수 계층이 표적시장이 된다.

- 단순하게 일반적인 당일 혹은 단기간의 휴양(관광)을 즐기는 집단보다는 특정의 목적을 가지고 장기간 머물며 실질적인 휴양활동을 원하는 집단의 유도가 바람직한 유형이다.
- 휴양 유인요소인 자연자원이 수려하므로 이를 이용하여 장기 숙박형 사업을 추진하기에 유리하다. 주민의 호응도도 높으므로 새로운 아이디어와 홍보 전략 등을 개발하면 성공할 가능성이 높다. 지역의 자연자원과 주민의 호응도를 최대로 이용하여 재방문객 또는 방문객의 소개에 의한 방문객 유치에 중점을 두어야 할 것으로 판단된다.
- 고적감과 원시성을 바탕으로 한 자연자원의 특성을 최대한 살려 특별한 휴양 활동이 이루어질 수 있는 시설이 도입되어야 한다. 예를 들어, 등산, 낚시, 암벽 등반과 같은 장시간의 기간이 요구되는 휴양 활동이 가능하다.
- 이 유형의 마을은 대부분 주변에 국립공원, 해안, 사찰, 자연휴양림 등 천혜의 자연 및 문화 유산이 산재하여 있으므로 이들 자원과 연계한 사업 추진이 이루어질 수 있도록 한다.
 - 예를 들어, 마을에서 숙박을 하고 주변 국립공원 탐방이 이루어지는 형태를 제안할 수 있다.

■ 제5유형: 접근성(하)-자원(상)-주민 호응도(하)

- 마을과 주변의 자연자원은 수려하나 접근성이 좋지 않고 마을 주민의 호응도가 낮은 유형이다. 이 유형의 마을은 주민의 호응도를 높이는 일이 무엇보다도 시급하다.
- 자연자원 혹은 다른 상품개발을 통하여 장기 체류를 할 수 있는 매력 요인을 개발하여 방문객을 끌어들이 수 있는 추진 전략이 필요하다. 또한 이 경우 주민의 적극적인 참여와 방문객을 만족시킬 수 있는 서비스의 제공이 중요하다.

- 소수 전문 방문객을 위한 자연자원을 이용한 특화 사업으로 사업 방향이 나아가야 한다. 예를 들어, 수려하고 고적한 장점을 이용한 명상 또는 수도원의 유치도 고려해 볼만하다.
- 고적감과 아름다운 자연이 어울린 프로그램, 예를 들면, 자연에서 홀로 지내기, 삼림욕, 자연에서의 다이어트 프로그램 같은 특색 있는 소수의 장기간 체험 프로그램 도입을 권장한다.

■ 제6유형: 접근성(하)-자원(하)-주민 호응도(하)

- 모든 조건에서 매우 열악한 조건을 보유한 마을 유형이므로 특별한 노력과 지원이 지속적으로 이루어지지 못하면 성공을 장담하기 어렵다. 접근성과 자연자원은 인위적으로 개선하기 어려우므로 주민의 호응과 관심을 높여 특별한 프로그램과 같은 사업으로 방문객을 유치해야 할 것이다.
 - 접근성도 좋지 못한 오지에 위치하고 자원의 유리한 점도 상대적으로 낮으며, 주민의 호응도도 낮아 조건 측면에서 매우 열악한 마을 유형이다. 특히 노령층의 인구비가 높아 노동력 및 사업 추진에 어려움을 겪는 마을이 이 유형에 속한다.
 - 특별한 노력과 지원이 지속적으로 이루어지지 못하면 성공을 장담하기 어렵다. 접근성과 자연자원은 인위적으로 개선하기 어려우므로 주민의 호응과 관심을 높여 특별한 프로그램과 같은 사업으로 방문객을 유치해야 할 것이다.
 - 열악한 자연자원을 극복할 수 있는 지역의 특산물을 특화시키거나 이벤트화하여 방문객을 유치할 수 있는 전략을 추진하는 것이 필요하다. 예를 들면, 뛰어난 자연조건은 필요 없지만 농산촌의 고적감이 필요한 국악학교, 예절학교 같은 장기간 체류할 수 있는 사업이 가능하다.
- ※ 접근성이 낮은 지역의 경우 주변 지역의 자연자원 뿐만 아니라 인문자원까지 최대한 활용할 수 있는지에 대한 연계 가능성을 먼저 타진해보고, 적극적이고 효율적인 연계 관광권 구축이 필요하다.

<부표 2-5> 유형 구분별 농촌관광 추진 방향과 사업

유형	방향	주요 사업 및 시설
접근성(상) 자연자원(상) 주민호응도(상)	근교 전업적 농촌 관광	당일 방문객을 주 고객으로 하는 농가 레스토랑, 아름답고 전원적인 자원을 바탕으로 단시간 이용 가능한 여가 및 휴양시설 가능, 다수의 방문객을 대상으로 한 농산물 판매 및 도농교류 사업, 배후 도시와 가까운 점을 이용한 이벤트 사업
접근성(상) 자연자원(상) 주민호응도(하)	근교 전업적 농촌 관광 가능성이 높 음	주민의 적극적 참여의지와 호응을 이끌어 내면 위 와 같은 사업 가능
접근성(상) 자연자원(하) 주민호응도(하)	근교 부업적 농촌 관광	배후 도시를 표적시장으로 하여 접근성의 장점을 최대한 살릴 수 있는 사업을 위주로 함. 특산물 판 매, 토속 음식, 단시간 체험 프로그램 등으로 당일 방문객 유치, 배후 도시와 가까운 점을 이용한 이 벤트 사업
접근성(하) 자연자원(상) 주민호응도(상)	오지 전업적 농촌 관광	전문적 장기 체류 방문객을 대상으로 한 특별 사 업 위주. 고적감과 원시성을 바탕으로 한 자원의 특성을 최대한 활용한 사업을 추진. 대규모 시설보 다는 소수 전문성 방문객을 위한 시설 위주. 국립 공원과 같은 수려한 자원이 가까이 있으므로 이를 연계한 사업 추진
접근성(하) 자연자원(상) 주민호응도(하)	오지 전업적 농촌 관광 가능성 높음	주민의 적극적 참여의지와 호응을 이끌어 내면 위 와 같은 사업 가능
접근성(하) 자연자원(하) 주민호응도(하)	오지 부업적 농촌 관광	특별 전문성을 지닌 이벤트, 체험 및 교육 프로그 램 위주의 사업

5.4. 행정 지원 방향

- 마을 유형에 따른 유의미한 차이를 발굴해내고 그에 맞추어 차별적 접근을 하는 것이 큰 의미를 가지기는 어려울 것이라 판단된다. 왜냐하면 여러 여건이 다름에도 불구하고 나타나는 문제점은 대체로 공통적이며, 더욱이 모든 문제점이 정책적 접근으로 해소될 수 있는 차원도 아니기 때문이다.
 - 다만, 시설 투자에 대해서는 지원금을 마을 특성에 맞추어 자유롭게 사용할 수 있도록 재량의 폭을 더욱 넓히는 접근을 함으로써 장기적으로 마을 간 차별성 확보를 유도할 수 있다. 또한, 시설 투자 이외에 주민 교육 및 훈련 프로그램 운영, 사업 추진상의 제도적 체계화 등에 대한 지원과 투자가 더욱 확대될 필요가 있다.
- 농촌관광 사업 추진의 성공은 주민의 참여 호응도와 열의에 달려 있다고 해도 과언이 아니다. 따라서 정책 프로그램의 대상 마을을 선정할 때 주민의 관심이 높은 마을이 우선 대상이 되어야 한다. 우리나라 농촌의 경우 노령인구의 비율이 높아 전반적으로 농촌관광에 대한 호응도 및 열의가 낮아지기 쉬운데 이를 극복하기 위한 하나의 방안으로서 관심 분야가 비슷한 주민 간의 조직을 육성하고 각 조직에 적합한 맞춤형 교육을 하는 행정지원이 가장 기본적이고 실질적인 도움이 될 수 있다.
- 농림어업에만 종사해 온 주민이 농촌관광을 이해하고 잘 운영하기는 쉽지 않다. 실제 오랜 기간 관광사업에 종사해 온 사람들조차도 농촌관광의 개념이나 특성을 제대로 파악하지 못하고 있는 실정이므로 농촌관광의 편익이나 발생 가능한 문제점 및 해결책, 환경 및 경관 보전의 중요성 등 농촌관광의 강조점들에 대해 전문가의 강연, 세미나 개최 등 교육·홍보 프로그램을 통해 보완할 필요가 있다.
 - 소규모 농가 민박이나 농가 레스토랑을 경영하는 농촌 주민을 대상

으로 경영, 회계 및 재무관리, 안전, 위생관리, 자원의 이해에 관한 구체적 실무 교육도 필요하다.

- 또한 공공시설과 숙박시설을 경영, 감독하기 위한 이론적 지식도 요구되므로 이런 측면의 교육 프로그램 지원이 필요하다.
- 한편 구체적인 성공 사례를 교육시켜 농민들에게 자신감과 참여 의지를 높여 주는 지원이 필요하다.

- 주민의 조직화는 농촌관광의 교육과 기타 정보의 교류에 매우 효과적이다. 이러한 주민 조직이 더 나아가 경영조직으로 발전할 수 있도록 하는 지원이 필요하다.
- 사업이 추진되어 나아가는 과정에서 지도자의 역할은 매우 중요하다. 그러나 현재 지도자의 활동에 대한 행정적, 재정적 지원은 전혀 없다. 농촌관광의 지도자가 열의와 지속성을 가지고 마을 공동 사업 추진 과정에 참여할 수 있도록 별도의 인센티브를 제공하는 것도 고려해야 한다.
- 농촌관광에 참여하는 방문객의 유치를 위한 공동 마케팅이 필요하다. 각 농가 또는 마을별로 홍보 및 정보를 제공하는 데는 비용도 많이 들고 노력에 비해 효과도 떨어지게 된다. 그러나 현재 농촌관광 마케팅의 경우는 너무 단순화되어 있고 각 마을의 특성을 제대로 살리지 못하고 있다.
- 농촌관광의 핵심이라 할 수 있는 농가에서의 민박이 활성화되기 위해서는 가격은 저렴하면서도 시설의 질을 유지하고 방문객의 만족을 높이는 관리가 요구된다. 이를 촉진하는 방법으로 등급 기준을 설정하고 등급 인정을 받도록 유도할 필요가 있다. 이는 일반 소비자들에게 농가 민박, 나아가 농촌관광의 시설과 서비스의 질에 대한 신뢰도를 높이는 방법이기도 하다.
 - 그러나 현재 농가 민박은 가격기준이 없고 시설과 서비스 차원에서 일관성을 유지할 수 없다. 따라서 방문객이 고품질의 시설과 서비스를 제공받기 위해서는 궁극적으로 품질 인증이 필요하다.

- 궁극적으로 정책 프로그램의 대상 마을로 선정되어 사업을 추진하게 되면 마을 환경 및 경관의 보전·관리보다는 소득증대에 우선적 목표가 맞춰지게 되고, 소득증대에 대한 기대가 없다면 주민의 사업 참여도 및 기여도도 낮아지게 되는 것이 현실이다. 그러나 농촌관광의 기초 자원이 마을의 좋은 환경 및 경관에 있음을 고려할 때 마을 환경 및 경관의 보전·관리를 위한 근본적 장치가 필요하다. 예를 들어, 마을의 전통성과 환경 및 경관 보전에 관련된 사업에는 추가적 인센티브를 주어 장려할 필요가 있다.

빈

면

부록 3

농촌관광에 대한 도시민의 선호도 조사표 및 패널

ID

농촌관광에 대한 도시민의 선호도 조사

안녕하십니까?

이 설문지는 농촌관광 사업을 정착시키기 위해 정부출연으로 도시민의 선호도를 조사하려는 것입니다. 이 설문의 대상은 만 18세 이상입니다. 여기서 농촌관광이란 회사일, 집안일, 친구간의 일 등이 아닌 휴가나 여가로 농촌을 방문하는 것을 의미합니다.

이 설문으로 인하여 귀하에게 어떠한 불이익이 일어나지 않을 것임을 약속드리겠습니다. 바쁘시더라도 아래 질문에 빠짐없이 응답해 주시기 바랍니다.

1. 귀하는 설명드린 것(패널)과 같은 농촌관광마을에 대해 알고 있습니까? ()
 ① 잘 알고 있다 ② 들어 본 적이 있다 ③ 모른다
2. 귀하는 과거에 농촌관광을 다녀온 경험이 있습니까? ()
 ① 있다 ② 없다 → I-9 번으로

I. 농촌관광 경험에 관한 설문

1. 귀하는 지난 1년(2001.9~2002.8)간 총 몇 번이나 농촌관광을 다녀오셨습니까?

지난 가을(9-11월)	지난 겨울(12-2월)	금년 봄(3-5월)	금년 여름(6-8월)	계
회	회	회	회	회

2. 귀하는 주로 누구와 같이 농촌관광을 가셨습니까? ()
 ① 혼자 ② 가족 ③ 친구/친지 ④ 직장/계 ⑤ 기타:

3. 귀하는 주로 어떤 교통수단을 이용하여 농촌관광을 가셨습니까? ()
 ① 자가용 ② 대중버스 ③ 전세버스 ④ 열차 ⑤ 기타:
4. 귀하가 농촌관광을 가신 주된 이유는 무엇입니까? ()
 ① 자연탐방(야영, 하이킹 등) ② 자연채취(산나물채취, 밤따기 등)
 ③ 전원감상(시골길·강변 산책 등) ④ 생활체험(감자·고구마 구워먹기 등)
 ⑤ 신선한 먹거리구입 ⑥ 단체관광에 동참
 ⑦ 비용이 적게 들어서 ⑧ 기타:
5. 귀하는 농촌을 여행하실 때 정보는 주로 어디에서 얻습니까? ()
 ① 관광안내기관 방문 또는 전화통화 ② 가족/친지/주변사람들에게 문의
 ③ 텔레비전, 신문 등 매스컴을 통해 ④ 인터넷 검색 ⑤ 기타:
6. 귀하가 가장 최근에 농촌을 방문했을 때 어느 정도 지내셨습니까?
 ① 당일 → 7번으로 ② 1박2일 ③ 2박3일 ④ 3박4일 ⑤ 4박5일 이상
- 6-1. 귀하가 농촌관광 중 주로 어떤 곳에서 숙박하셧습니까? ()
 ① 농가민박 ② 일반민박 ③ 관광농원 ④ 모텔/호텔
 ⑤ 자연 휴양림 ⑥ 본인의 별장(주말농장) ⑦ 기타:
7. 귀하가 농촌지역 여행 중 농산물을 구입하신 경험이 있습니까? ()
 ① 예 ② 아니오 → 8번으로
- 7-1. 귀하가 농촌지역 여행 중 주로 구입하신 농산물은 어떤 종류입니까? (2개이내)
 ① 식량작물(쌀, 감자 등) ② 채소류(마늘, 고추 등)
 ③ 특용작물(땅콩, 깨 등) ④ 건강식품(꿀, 약초 등)
 ⑤ 과일류(사과, 포도 등) ⑥ 축산물(쇠고기, 계란 등)
 ⑦ 반찬류(장아찌 등) ⑧ 전통장류(고추장, 된장 등)
 ⑨ 주류(토속주 등)
8. 귀하가 농촌지역을 관광하신 후의 느낌은 전반적으로 어떻습니까? ()
 ① 매우 만족한다 ② 만족한다 ③ 그저 그렇다
 ④ 불만족스럽다 ⑤ 매우 불만족스럽다

9. 다음은 농촌의 특징에 관한 문항입니다. 귀하가 생각하시는 정도에 V표 해주십시오.

농촌에서는	매우 그렇다	약간 그렇다	보통 이다	그렇지 않다	전혀 그렇지 않다
가족간의 유대가 두텁다					
사람들의 지역에 대한 소속감이 강하다					
사람들의 지역에 대한 애착심이 강하다					
사람들의 협동심이 강하다					
친절과 호의가 넘친다					
범죄와 폭력이 덜하다					
분위기가 평화롭다					
주위가 한적하고 조용하다					
마음의 여유를 찾을 수 있다					
어린시절 추억을 떠올릴 수 있다					
사람들은 서로에 대해 대부분 잘 알고 있다					
우리 전통을 잘 지켜나간다					
사람들의 생각이 지역적이고 협소하다					
새로운 경험에 대한 기회가 거의 없다					
정보수집 및 활용이 어렵다					
사람들의 말투, 행동, 옷차림이 투박하다					
문화시설이 부족하다					
시설이 낙후되어 있다					
젊은 사람보다 노인이 많다					
교통이 불편하다					
돈보다 정이 우선이다					
생활은 경제적으로 윤택하지 못하다					
사람들의 소득수준이 낮다					
논이나 밭, 과수원이 많이 있다					
마을 주변에 맑은 시냇물이 흐르고 있다					
집들이 자연에 둘러싸여 있다					
도로 폭이 좁고 비포장 도로가 많다					
경운기 다니는 모습을 종종 볼 수 있다					
집집마다 농기구, 농기계 등을 가지고 있다					
소, 닭, 돼지 등 가축들을 쉽게 볼 수 있다					
질은 흙 냄새를 맡아 볼 수 있다					
계절감을 잘 느낄 수 있다					
새, 풀벌레 등의 소리를 쉽게 들을 수 있다					
마을마다 성황당(서낭당)을 볼 수 있다					
마을 전체가 대단히 시골스럽다					

5. 귀하가 농촌관광을 가신다면 시간은 어느 정도 걸리는 것이 적당하겠습니까?
 ① 1시간 미만 ② 1시간~2시간 ③ 2시간~3시간 ④ 3시간 이상
6. 농촌에 가신다면 어떤 숙박시설을 가장 원하십니까?
 ① 재래식 숙박시설 ② 개량식 숙박시설 ③ 현대식 숙박시설
7. 농촌에 가신다면 어떤 환경의 마을을 가장 원하십니까?
 ① 산을 끼고 있는 마을 ② 들판에 있는 마을 ③ 강변에 있는 마을
8. 농촌에서는 다음 중 어떤 할거리가 가장 중요하다고 생각하십니까?
 ① 먹거리 ② 볼거리 ③ 살거리 ④ 놀거리 ⑤ 배울거리 ⑥ 쉴거리
9. 귀하가 농촌관광을 가신다면 다음 항목들을 얼마나 이용할 것이며 최대한 얼마까지 지불할 의향이 있습니까?

항목	이용 빈도			최대 지불 금액
	자주 이용할 것이다	조금 이용할 것이다	전혀 이용하지 않을 것이다	
숙박 (식사포함)				1일 원
농산물 구매				1회 원
체험활동 참가				1회 원

10. 귀하의 근무처는 주5일근무제를 실시하고 있거나, 실시할 계획이 있습니까?
 ① 예 ② 아니오 → III- 1 번으로
- 10-1. 주5일근무제 실시 후, 귀하는 휴가 또는 주말여행으로 농촌관광 횟수를 어떻게 변화시킬 것입니까?
 ① 많이 늘일 것이다 ② 조금 늘일 것이다 ③ 변화 없을 것이다
 ④ 조금 줄일 것이다 ⑤ 많이 줄일 것이다

III. 일반사항

1. 귀하의 성별은? () ① 남자 ② 여자
2. 귀하의 연령은? (만 세)
3. 귀하는 결혼하엿습니까? () ① 예 ② 아니오
4. 귀 가정의 가족 구성원은 몇 명입니까? (명)

5. 현재 같은 집에서 살고 있는 가족은 모두 V표해주세요(복수응답가능)
 ① 할아버지/할머니 () ② 어머니/아버지 ()
 ③ 남편/부인 () ④ 아들/딸()
6. 귀하의 가족 구성원 중 초·중·고등학교에 재학 중인 자녀는 몇 명입니까?
 (유치원 명) (초등학생 명) (중학생 명) (고등학생 명)
7. 귀하의 최종학력은? ()
 ① 중학교이하 ② 고등학교 ③ 대학교 ④ 대학원이상
8. 귀하의 가구당(가족포함) 월 평균 총 소득은 얼마입니까? ()
 ① 49만원 이하 ② 50 ~ 99만원 ③ 100 ~ 149만원
 ④ 150 ~ 199만원 ⑤ 200 ~ 249만원 ⑥ 250 ~ 299만원
 ⑦ 300 ~ 349만원 ⑧ 350 ~ 399만원 ⑨ 400 ~ 449만원
 ⑩ 450 ~ 499만원 ⑪ 500만원 이상
9. 귀하의 현재 거주지역은? () 시·도 () 시·구
10. 귀하의 주 성장지역은? ()
 ① 농촌지역(읍, 면부) ② 도시지역(동부)
11. 귀하는 다음의 단체 중 회원으로 가입한 곳이 있습니까? () - 복수응답
 가능 -
 ① 시민단체(시민연대, 참여연대 등) ② 환경단체(환경운동연합, 녹색연합 등)
 ③ 생활협동조합 ④ 기타: ⑤ 없다
12. 선생님의 직업은? ()
 ① 농/어/임업 ② 자영업 ③ 판매/서비스직 ④ 기능/숙련공
 ⑤ 일반 작업직 ⑥ 사무/기술직 ⑦ 경영/관리직 ⑧ 전문·자유직
 ⑨ 가정주부 ⑩ 학생 ⑪ 무직 ⑫ 기타:

— 설문에 답해 주셔서 대단히 감사합니다. —

농촌관광

- 현재 농촌관광의 형태는 농촌관광마을, 관광농원, 자연휴양림, 주말농장, 지역축제 등에 업무나 만남의 일 외의 휴가 또는 관광으로 방문하는 것을 말한다.

농촌관광마을

- 민박 및 다양한 농촌체험을 경험할 수 있으며 주변 경관을 관람할 수 있는 마을임. 녹색농촌체험마을, 전통테마마을, 민박마을, 생태마을, 아름마을, 팜스테이(FARM-STAY) 등이 있다.

① 농촌진흥청 선정 농촌테마 마을 모습(남해 다랭이 마을)



새참

도롱이 만들기

농사 체험

② 경주 안강의 옥산세심마을

이언적선생이 학문하던 독락당이 있는 마을임. 맑은 계곡이 흐르는 주변 경관과 흩어져 있는 문화 유적이 조화를 잘 이룬다. 종택에서의 종가음식체험, 역사 탐방, 각종 영농체험등을 경험할 수 있다.

③ 경기도 포천군 교동마을

교동마을은 한탄강, 지장산 등 수려한 자연경관과 조화를 이루는 전형적인 농촌마을이다. 교동마을에서는 고구마 등 농작물 수확체험, 두부 메주만들기, 연만들기, 인근 궁예성터탐방 등 프로그램을 운용하고 있다.

빈

면

부록 4

1차 마을 조사표

I. 마을의 일반적 현황 및 특성

1. 마을주소

2. 사업지정여부

 아니오 예 (사업명) _____

3. 이 마을의 자연적 특성은 무엇입니까?

(예: 마을 앞에 저수지가 있고 뒤로는 숲이 울창함 등)

4. 마을의 인구 구성은?

성 별		연령대 별					
남	여	20대 미만	30대	40대	50대	60대	70대 이상

5. 마을 주민의 주 소득원은 대체로 무엇입니까?

 농림어업 소득 숙박,음식 판매 소득 막노동 등의 소득
 기타 _____

5-1. 농림업의 주 재배 작목은 무엇입니까?

6. 가장 가까운 대도시에서 마을까지 소요시간은 얼마나 됩니까?

(대도시명 : _____)

- 1시간 미만 1-2시간 2-3시간 3시간 이상

7. 이 마을에서는 왜 농촌관광에 관심을 가지고 사업을 시작하게 되었습니까?

- 지금까지 해왔기 때문에 정부 지원사업에 참여하려고
 앞으로 수입이 좋고 전망이 있을 것 같아서 다른 마을을 보니 잘 되어서
 기타 _____

8. 마을 내 민박가능한 숙박시설은 얼마나 됩니까?

- 재래식 숙박 _____동 _____호 개량·증축한 건물의 숙박 _____동 _____호
 현대식 건물의 숙박 _____동 _____호

9. 마을에서 농촌관광 차원에서 가장 주력하는 점은 무엇입니까?

- 농특산물 판매 체험 프로그램운영 (_____)
 민박(혹은 숙박객 유치) 마을의 환경, 경관 아름답게 가꾸는 일
 홍보 기타 _____

10. 현재 마을에서 공동으로 운영하고 있는 농촌관광사업으로는 무엇이 있습니까?

11. 마을공동으로 농촌관광 사업을 하는데 가장 큰 걸림돌은 무엇입니까?

- 마을 자체의 관광자원부족 주민들의 협조와 단결력 부족
 지도자가 없거나 능력부족 방문객수 부족
 시설부족(부족한 시설명) _____
 기타 _____

12. 개별농가에서 농촌관광 사업을 하는 데 가장 큰 걸림들은 무엇입니까?

- 홍보 및 방문객 유치방법을 모름 관광 자원이 부족
 영업 또는 건축물 등의 규제(구체적으로) _____
 시설부족(부족한 시설명) _____ 기타 _____

13. 마을에는 농촌관광사업 추진을 잘 하기 위한 특별한 조직과 지도자가 있습니까?

- 아니오 예(조직명, 지도자명) _____

14. 마을전체가구 중 농촌관광사업에 참여하는 가구 비율은 얼마나 됩니까? _____%

14-1 다음과 같은 사업에 참여하는 주민은 얼마나 됩니까? (복수로 응답 가능)

- 민박 _____호 음식물관매 _____호 체험프로그램운영 _____호
 농특산물판매 _____호 기타(있는 대로) _____

15. 마을에서는 외부에 마을을 알리고 관광경영을 확대하기 위해 특별한 홍보를 하고 있습니까?

- 아니다 그렇다

15-1. 주로 어떤 방법을 이용하십니까? (예:인터넷홈페이지운영 등)

16. 마을의 농촌관광을 위해 관련을 맺고 있는 외부 조직이나 사람이 있습니까?
(공무원, 전문가, 민간단체 등 있는 대로)

17. 관광거리 관련 문화

구 분	봄	여 름	가 을	겨 울
먹거리				
볼거리				
살거리(농특산물)				
놀거리				

II. 방문객에 관한 사항

18. 연간 마을을 방문한 관광객 수는 평균 몇 명입니까? 약 _____명

18-1. 주로 어느 계절에 방문자 수가 많습니까?

봄 여름 가을 겨울

19. 방문객은 주로 무엇을 타고 옵니까?

자가용 버스 기차 기타 _____

20. 방문객의 주 연령대는?

10대 20대 30대 40대 50대 60대 이상

21. 주 방문객의 동반형태는?

- 개인 가족 친구/친지 단체

22. 방문객의 머무는 기간은?

- 2시간 이하 2-3 시간 당일
 1박 2박 3박 이상

23. 방문객은 주로 무엇을 하러 온다고 생각하십니까?

- 농특산물 구입 체험 프로그램 참여 주변 관광지에 들렀다가
 휴양, 회의, 연수 등의 목적을 위하여 음식물 섭취
 숙박 체류 기타 _____

24. 방문객의 마을에서의 주요 활동(예: 체험 프로그램 참여, 낚시, 등산 등)은 무엇입니까?

- ① _____ ② _____ ③ _____

25. 방문객들의 만족도가 높은 편인 것 같습니까?

25-1. 다시 마을을 찾아오는 방문객의 비율은 얼마나 됩니까? 약 _____%

25-2. 다시 찾아오지는 않지만 마을에서 생산한 농산물 등을 구매하여 먹는 경우는 얼마나 됩니까? _____가구

26. 마을을 방문한 사람 1인당 쓰고 가는 돈이 얼마나 되는 것 같습니까? (교통비를 제외한 순수하게 마을에서만 쓰는 돈) 약 _____원

III. 경영 수지에 관한 사항

27. 가구 당 방문객들로부터 얻는 연간 수입은? _____ 원

27-1. 방문객을 통해 수입이 주로 발생하는 부분은 무엇인가요?

- 숙박 음식 체험프로그램 참가료
 시설 이용료 농특산물 판매 기타 _____

27-2. 혹시 방문객들로부터 얻어지는 가구 당 연간 평균 수입을 다음과 같은 항목 별로 알 수 있을까요?

항 목	가구 당 평균 수입(만원)	항 목	가구 당 평균 수입(만원)
숙 박 료		프 로 그 램 참 가 료	
음 식 판 매		대 여 료	
이 용 료		주 차 료	
특 산 물 판 매		기 타	

28. 최근 3년간 농촌관광을 위하여 마을 공동으로 투자한 실적은 평균적으로 얼마나 됩니까?

시 설 명 (예: 주차장, 마을 공동민박건물 등)	투 자 액	재 원 (사업비명 또는 개인투자)

28. 최근 3년간 농촌관광을 위하여 개인 가구별로 투자한 실적은 평균적으로 얼마나 됩니까?

시 설 명 (예: 주차장, 마을 공동민박건물 등)	투 자 액	재 원 (사업비명 또는 개인투자)

29. 농촌관광을 위해 지금까지 투자한 것에 비해 경영이 어떻다고 판단하십니까?

- 아주 흑자 흑자 흑자도 적자도 아님
 적자 아주 적자

31. 현재 마을의 주요 시설 상황

구 분	개 수	총 수용량 또는 특성
정비된 주차장		
농가 레스토랑(식당)		
건강·교육·체험시설		
농특산물판매시설		
기 타		

IV. 향후 계획에 관한 사항

32. 앞으로 마을에서 공동으로 운영하고자 하는 농촌관광사업으로는 무엇이 있습니까?

33. 앞으로 마을에서 공동으로 투자하고자 하는 농촌관광사업 또는 시설로는 무엇이 있습니까?

344 우리나라 농촌관광 발전 방향 및 방안

34. 농촌관광을 위하여 마을 주민이 개별적으로 계획하고 있는 사업은 얼마나 됩니까?

계획 사업 또는 시설	사업 또는 시설량 (호)
민박의 개보수 또는 신축	
식당의 개보수 또는 신축	
주말농장의 운영	
특산물 판매장 운영	
기 타	

35. 이 마을이 농촌관광을 추진하는데 꼭 필요한 시설이 있다면 무엇입니까? (우선순위별)

- ① _____ ② _____ ③ _____
 ④ _____ ⑤ _____ ⑥ _____

36. 마을이 농촌관광을 추진함에 있어 타 지역에 비해 유리하다고 생각되는 점은? (우선순위별)

순번	자연자원의 유리한 점 (자연경관 등)	접근성의 유리한 점 (도로·접근망)	역사·문화소재	지역주민의 호응	기타
상					
중					
하					

37. 이 마을이 농촌관광을 추진하는데 어려운 점이나 정부 등으로부터의 지원 등이 필요하다면 자유롭게 말씀하여 주십시오.

부록 5

2차 마을 조사표

1. 마을의 일반적 현황 및 특성

1. 마을주소

2. 지정사업명

3. 이 마을의 자연적 특성은 무엇입니까?

구분	내용				
	계절	봄	여름	가을	겨울
자연경관	마을경관	(예 / 감나무, 돌담, 우물, 초가집 등)			
	농사경관	(예 / 들판, 황금들녘, 들판의 소, 논둑길, 벃집 등)			
경관	정적 자연경관	(예 / 오솔길, 아름드리나무, 저녁노을 등)			
	동적 자연경관	(예 / 각종 동물 및 곤충 등)			
인문경관	공동 생활경관	(예 / 농가, 마을회관, 버스정류소, 분교 등)			
	개별 생활경관	(예 / 재래식화장실, 부뚜막, 광방 등)			
경관	농사경관	(예 / 방앗간, 소달구지, 외양간, 허수아비 등)			
	민속경관	(예 / 사당, 장승, 솟대, 무덤, 민속놀이, 돌무덤 등)			

346 우리나라 농촌관광 발전 방향 및 방안

4. 마을의 인구 구성은?

성 별		연령대 별					
남	여	20대 미만	30대	40대	50대	60대	70대 이상

5. 마을 주민의 주 소득원은 대체로 무엇입니까?

- 농림어업 소득
 숙박·음식 판매 소득
 농·특산물 판매 소득
 기타 _____

6. 농림업의 주 재배 작목은 무엇입니까?

- 벼농사
 밭작물(콩, 무, 배추 등)
 농·특산물(장내삼, 인삼 등)
 과수류(사과, 배 등)
 기타(_____)

7. 마을에서 생산되는 특산물은 무엇이 있고, 특산물별 호응도는 어떻습니까?

특산물명	생산량/판매량/가격 (적정단위로 표기)	호 응 도		
		상	중	하
	/ /			
	/ /			
	/ /			

8. 마을에서 생산되는 특산물의 유형은 무엇입니까?

농·특산물 지역특산물 공예품 토속음식 기타 _____

9. 마을에서 하고 있는 특산물 판매방법은 무엇입니까

특산물판매소 직거래 정부수매 개별농가 기타 _____

10. 마을 내 민박이 가능한 숙박시설은 얼마나 됩니까?

재래식(온돌) 숙박 ____동(명) 개량·증축한 건물의 숙박 ____동(명)

II. 농촌관광사업 관련 현황 및 특성

11. 이 마을에서 농촌관광에 관심을 가지고 사업을 시작하게 된 동기는 무엇입니까?

지금까지 해왔기 때문에 정부 지원사업에 참여하려고
 앞으로 수입·전망에 대한 기대 때문에 마을의 자연환경을 보존하기 위해서
 마을의 전통을 살리기 위해서 기타 _____

12. 마을에는 농촌관광사업 추진을 위한 특별한 조직과 지도자가 있습니까?

아니오 예(조직명, 지도자명) _____

13. 마을전체 가구 중 농촌관광사업의 사업부분별 참여 가구의 수는 얼마나 됩니까?

348 우리나라 농촌관광 발전 방향 및 방안

구분		허가(등록)된 사업	미허가(미등록)된 사업	소계
민박				
음식물 판매				
농·특산물 판매				
체험프로그램 운영		프로그램	참여방식 (농지개방, 주변안내 등)	소계
기 타				

14. 농촌관광사업에 참여하고 있지 않는 가구의 수는 얼마이며, 그 이유는 무엇입니까?

_____가구

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 투자여력이 없어서 | <input type="checkbox"/> 지도자와의 관계가 좋지 않아서 |
| <input type="checkbox"/> 수익을 얻기 어려울 것 같아서 | <input type="checkbox"/> 사업에 관심이 없으므로 |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

15. 마을에서는 외부에 마을을 알리고 관광경영을 확대하기 위해 특별한 홍보를 하고 있습니까?

- | | |
|------------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 아니다 | <input type="checkbox"/> 그렇다 |
|------------------------------|------------------------------|

16. 마을홍보 방법으로는 주로 어떤 것을 이용하십니까?

- 인터넷 홈페이지를 통해서 출향인사를 통해서
 방송매체 취재를 통해서 방문객들의 홍보를 통해서
 기타 (_____)

17. 마을의 농촌관광을 위해 관심을 맺고 있는 외부 조직이나 사람이 있습니까?

(공무원, 전문가, 민간단체 등)

구 분	조직명 또는 인명	내 용
1		
2		
3		

18. 현재 마을에서 공동으로 운영하고 있는 농촌관광사업은 무엇이 있습니까?

구분	사 업 명	내 용
1		
2		
3		
4		
5		

23. 마을에 있는 계절별 관광 관련 문화거리는 무엇이 있습니까?

구 분	봄	여름	가을	겨울
먹거리				
볼거리				
살거리				
놀거리				

24. 체험프로그램과 관련된 질문입니다. 귀 마을에서 현재 시행중인 프로그램이나 앞으로 시행하고자 하는 프로그램이 있다면 해당 프로그램에 표시해 주십시오.

프로그램명	시행중	시행계획	프로그램명	시행중	시행계획
야외교실			농요배우기		
자연학습시설			문화유적 답사		
산책 (시골길/꽃길)			사물놀이		
등산			전통놀이(팽이치기/그네)		
레프팅			타기/널뛰기/자치기 등)		
헛목/줄배 타기			강돌 밟기		
산나물채취			돌탑 쌓기		
버섯따기			도담집 체험		
밤(도토리)따기/줍기			온돌방 체험		
고구마/감자 캐기			황도짚질방 체험		
두부/묵 만들기			흙밟기 체험		
메주/된장 만들기			도자기 빚기		
모깃불 피우기			흙공예		
보리밟기/김매기/타작			짚공예		
야생화관찰			새끼 꼬기		
야생동물관찰			한지뜨기		
곤충관찰					
전시관 방문					
마을전설 듣기					

32. 방문객의 주 방문 동기는 무엇이라고 생각하십니까?

- 농특산물 구입 체험 프로그램 참여 주변 관광지에 들렀다가
 휴양, 회의, 연수 등의 목적을 위하여 음식물 섭취
 숙박 체류 기타 _____

33. 방문객들의 만족도가 높은 편인 것 같습니까?

- 매우 만족하고 있다 만족하고 있다 보통이다
 만족하지 못하고 있다 매우 만족하지 못하고 있다

34. 다시 마을을 찾아오는 방문객의 비율은 얼마나 됩니까? 약 _____ %

35. 다시 찾아오지는 않지만 마을에서 생산한 농산물 등을 구매하여 먹는 경우
(직거래 비율)는 얼마나 됩니까? 약 _____ %

36. 마을을 방문한 사람 1인당 쓰고 가는 돈은 평균 얼마나 됩니까?
(교통비를 제외한 순수하게 마을에서만 쓰는 돈) 약 _____ 원

37. 방문객들이 주로 어떤 부분에 돈을 쓰고 가는지 항목별로 기입해주시시오.

항 목	금 액 (원)	항 목	금 액 (원)
숙 박 비		대 여 비	
식 사 비		주 차 비	
시설이용비		기 타	
특산물 구입			
프로그램 참가비			

354 우리나라 농촌관광 발전 방향 및 방안

III. 경영 수지에 관한 사항

38. 가구 당 방문객들로부터 얻는 연간 총수입과 항목별 연간 평균수입은 얼마입니까?
 약 _____ 원

항 목	금 액 (원)	항 목	금 액 (원)
숙 박 비		대 여 비	
식 사 비		주 차 비	
시설이용비		기 타	
특산물 구입			
프로그램 참가비			

39. 최근 3년간 농촌관광을 위하여 마을 공동으로 투자한 실적은 평균적으로 얼마나 됩니까?

시 설 명 (예: 주차장, 마을 공동민박건물 등)		투 자 액 (천원)	재 원
1			
2			
3			
4			
5			

40. 최근 3년간 농촌관광을 위하여 개인 가구별로 투자한 실적은 평균적으로 얼마나 됩니까?

시 설 명 (예: 주차장, 마을 공동민박건물 등)		투 자 액 (천원)	재 원
1			
2			
3			
4			
5			

41. 농촌관광사업에 지금까지 투자한 것에 비해 경영상태가 어떻다고 판단하십니까?

- 아주 흑자 흑자 흑자도 적자도 아님
 적자 아주 적자

42. 현재 마을의 주요 시설 상황

구분	개수	총 수용량 또는 특성
정비된 주차장		
농가 레스토랑(식당)		
건축·교육·체험시설		
농·특산물판매시설		
기 타		

IV. 향후 계획에 관한 사항

43. 앞으로 마을에서 공동 또는 개별농가별로 운영하고자 하는 농촌관광사업(시설)으로는 무엇이 있습니까?

계획 사업 또는 시설	사업내용 또는 시설량 (호)	주체	
		공동	개별
민박의 개보수 또는 신축			
식당의 개보수 또는 신축			
주말농장의 운영			
특산물 판매장 운영			
기 타			

44. 마을이 농촌관광을 추진함에 있어 타 지역에 비해 유리하다고 생각되는 점은?

구 분	접근성 (도로·접근망)	자연자원	역사·문화소재	주민 호응도
●	국도에서 _____ km 소요시간 _____ 분	국립/도립공원 내 위치	지정문화재 _____ 개소	참여희망자 _____ 명 실제참여자 _____ 명
●	진입로 포장상태 (포장 / 비포장)	자연환경 관련 우수마을 지정여부 (지정 / 비지정)	고유문화재 _____ 개소	참여자비율 _____ %
●	이용가능 교통수단 (자가용/버스/기차/비행기/배)			
기 타				

45. 이 마을이 농촌관광을 추진하는데 어려운 점이나 정부 등으로부터의 지원 등이 필요하다면 자유롭게 말씀하여 주십시오.

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 지원금의 우선지원 | <input type="checkbox"/> 전문가(관련 지식인)의 직접적인 참여 |
| <input type="checkbox"/> 지도자에 대한 정부의 교육지원 | <input type="checkbox"/> 농촌관광사업 관련 기반시설의 기본설치 |
| <input type="checkbox"/> 농촌관광사업 관련 행정절차의 간소화 | <input type="checkbox"/> 건축물 등 규제의 완화 |
| <input type="checkbox"/> 개별농가에 대한 융자해택 | <input type="checkbox"/> 사업성취도에 따른 추가 지원 |
| <input type="checkbox"/> 주민의 의식의 전환·개혁 | |
| <input type="checkbox"/> 기타 | |

- 감사 합니다 -

참 고 문 헌

- 강신겸. 2001. “여가시간의 확대와 농촌관광의 가능성.” 「2001 도농 녹색교류 토론회 발표논문」.
- 김규호 등. 1998. “지역산업연관모형에 의한 관광산업의 경제적 효과 분석.” 「관광학 연구」 22(1). 한국관광학회.
- 김남조, 조광익. 1998. 「지속가능한 관광개발과 지역주민 참여」. 한국관광연구원.
- 김병률 등. 2000. 「도농교류 활성화를 위한 민관협력방안」. 한국농촌경제연구원.
- 김상윤. 2001. “일본의 그린투어리즘 체험 프로그램의 효율적 운영에 관한 연구.” 「산림휴양연구」 5(2). 한국산림휴양학회.
- 김성진. 2002. “지속가능한 생태관광 활성화 방안.” 「2002년 상반기 관광정책연구 워크숍 자료집」. 한국관광연구원.
- 김재민. 2001. 「관광자원개발론」. 대왕사.
- 김창곤. 2000. “관광농원개발사업의 실태분석과 효율적 운영방안.” 「관광정보연구」 5. 한국관광정보학회.
- 농림부. 2001. 「농의소득 증장기추진계획」.
- 농림부 농촌정비과. 2000. 「업무편람」.
- _____. 2001. 「업무편람」.
- 농촌생활연구소, 한국농촌계획학회. 2002. 「농촌 어메니티 보전 및 관광자원화 방안」. 심포지엄 자료집.
- 농촌진흥청. 1997a. 「생활문화」. 전통지식 모음집.
- _____. 1997b. 「약용작물이용」. 전통지식 모음집.
- _____. 1997c. 「생산, 이용기술」. 전통지식 모음집.
- _____. 1997d. 「유전자원」 I. 전통지식 모음집.
- _____. 1997e. 「유전자원」 II. 전통지식 모음집.
- _____. 2002. 「농업, 농촌의 다원적 기능 활용 관련 자료집」.
- 농협중앙회, 2000. 「팜스테이(Farm stay) 추진 평가회」.
- _____. 2001. 「팜스테이(Farm stay) 추진 평가회」.
- 뉴스위크 (한국판). 2002. 7. 24. “평범한 휴가는 싫다.” 중앙일보사.

- 도완녀, 1997. 「매주와 첼리스트」. 도서출판 다음.
- 문화관광부. 2001. 「제2차 관광개발 기본계획」.
- 박석희. 2000. “농산촌 전통문화의 관광상품화에 관한 연구.” 「경기관광연구」 4.
- 박석희. 2002. 「신관광자원론」. 일신사.
- 박석희 (역). 2000. 「관광과 공간변형」. 일신사.
- 박시현 등. 2001. “유럽 주요국에서의 그린투어리즘에 대한 행정적 지원.” 「관광농업연구」 8(1). 한국관광농업학회지.
- 박시현 등. 2002. 「농촌지역의 활성화를 위한 그린투어리즘 개발모형 정립과 실용화 방안」. 농림부.
- 박호균 등. 2001. “한국 관광농원 실태조사분석과 농촌관광 발전전략 연구.” 「지역사회개발연구」 26(1). 한국지역사회개발학회.
- 배만규. 2000. “여행시간의 기회비용이 관광수요에 미치는 영향.” 「관광학연구」 23(2). 한국관광학회.
- 전국농업기술자협회. 2002. 「2002 도농녹색교류 심포지엄 및 관련자료」 I, II.
- 성주인. 2002. “농촌의 미래지표 전망.” 「농어업, 농어촌특별대책 자료집」.
- 송미령. 2002. “그린투어리즘과 주민참여.” 「농촌생활과학」 23(2). 농촌진흥청 농촌생활연구소.
- 엄서호. 2000. “관광명소만들기: 이론과 실제.” 「관광농업연구」 7(1). 한국관광농업학회.
- 엄서호 등. 2001. “그린투어리즘 실현을 위한 체험상품 개발방안: 양평군을 사례로.” 「관광농업연구」 8(2). 한국관광농업학회.
- 오내원 등. 2001. 「농외소득 증대의 방향과 전략」. 한국농촌경제연구원.
- 오현석·김정섭 (역). 2002. 「어메니티와 지역개발」. 새물결.
- 유승우·민상기. 1997. 「관광농원 개발사업의 평가와 개선방안」. 한국농촌경제연구원.
- 이광원, 1991. “지역불균형 타개를 위한 관광정책개발에 관한 연구.” 경기대학교 석사학위논문.
- 이미혜. 1999. 「관광개발론」. 대왕사.
- 이인배 등. 1998. “충남지역 역사문화관광자원 유형화에 관한 연구.” 「관광학연구」 22(2). 한국관광학회.
- 이태희. 1998. “관광객의 신기성 욕구수준에 따른 관광목적지 선호도 차이에 관한 연구.” 「관광학연구」 22(1). 한국관광학회.

- 이후석. 1998. “교류형 관광어촌 모델 개발에 관한 연구.” 「관광학연구」 22(2). 한국관광학회.
- 조계현. 2002. “녹색관광 요구 분석.” 「농촌생활과학」 23(2). 농촌진흥청 농촌생활연구소.
- 조선일보. 2002. 8. 20. A19면.
- 지역아카데미. 2002. “농촌관광과 어메니티 시장의 발전.” *Agroinfo Issue* 1.
- 통계청. 2002. 「지역별 인구 예측」.
- 한국관광공사. 1996. 「농어촌관광개발 활성화 방안 연구」.
- _____. 각 연도. 「국민여행실태조사보고」.
- 한국관광연구원. 2001. 「제2차 관광개발기본계획」.
- _____. 2002. 「관광정책백서」.
- 한국농촌경제연구원. 2000. 「관광개발을 통한 지역활성화 사례」. 연구자료 D147.
- _____. 2002. 「농업전망 2002」.
- _____. 2003. 「농업전망 2003」.
- 한범수. 1996. “관광자원의 비시장가치와 그 결정요인: TCM과 CVM을 중심으로.” 경기대학교 박사학위논문.
- 한상열 등. 2001. “한국과 일본의 그린투어리즘에 대한 비교연구.” 「관광연구」 16(1). 대한관광경영학회.
- Cohen, Erick. 1987. “Alternative Tourism-A Critique.” *Tourism Recreation Research*. 12(2).
- Kline, Jeffrey D. 2001. *Tourism and Natural Resources Management: A General Overview of Research and Issues*. USDA, Forest Service.
- Martilla, J.A. and J.C. James. 1977, “Importance Performance Analysis.” *Journal of Marketing* 41(1).
- Sharpley, Richard and Julia Sharpley. 1997. *Rural Tourism*. International Thomson Business Press: London.
- 兵庫縣. 1994. 「ひょうごグリーン, ツーリズム推進マニュアル」.
- 山崎光博. 小山善彦. 大島順子. 1993. 「グリーン, ツーリズム」. 家の光協會.
- 農林漁業體驗協會. 2001. 「日本型 グリーン, ツーリズム實態調査報告書」.
- 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」.
- _____. 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」.

井上和衛 등. 1998. 「일본형 그린투어리즘」. 조계현 등 (역). 도서출판 누리에.

농촌관광포털사이트 <http://www.greentour.or.kr>

농림부 홈페이지 <http://www.maf.go.kr>

농협중앙회 <http://www.nonghyup.com/index.jsp>에서 인용

한국관광농원협회 <http://www.ktfarm.or.kr>

한국민박협회 <http://indongcho.com>

행정자치부 홈페이지 <http://www.mogaha.go.kr>.

환경부 홈페이지 <http://www.me.go.kr>.

C2003-6

우리나라 농촌관광 발전 방향 및 방안

등 록 제6-0007호 (1979. 5. 25)

인 쇄 2003. 2.

발 행 2003. 2.

발행인 이정환

발행처 한국농촌경제연구원

130-710 서울특별시 동대문구 회기동 4-102

전화 02-3299-4000 팩시밀리 02-965-6950 <http://www.krei.re.kr>

인쇄처 (주) 문원사 02-739-3911~5

- 이 책에 실린 내용은 출처를 명시하면 자유롭게 인용할 수 있습니다.
무단 전재하거나 복사하면 법에 저촉됩니다.
- 이 연구는 본연구원의 공식견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.