

## 그린투어리즘과 관광마을 만들기 : 이론과 실제

이 정 록\* · 안 중 현\*\*

### Green Tourism and Tourism Village Building Strategy : Concept and Practices

Lee, Jeong-Rock · Ahn, Zong-Hyun

**요약** : 대중관광의 활성화로 관광활동이 경제부문의 중요한 요소로 등장하고 있고, 1980년 이후에는 그린투어리즘이 새로운 관광유형인 대안관광으로 기능하고 있다. 대안관광과 관련하여 관광개발에 따른 환경적·경제적·사회적·문화적 영향을 최소화하고, 지역주민의 일상적인 생활에 그대로 반영되어 지역민과의 일체성을 강조하는 친환경적 관광전략이 ‘관광마을 만들기’이다. 관광활동을 매개로 지역활성화를 도모하는 지역운동 차원의 관광마을 만들기 전략은 일본과 우리나라의 일부 지자체에서 성공적으로 전개되고 있다. 특히 우리나라의 화천군 토고미 마을과 남해군의 다랭이 마을은 대표적인 사례에 해당한다. 따라서 고유한 문화와 전통, 그리고 청정의 농촌환경과 아름다운 농촌경관을 보유한 전남지역은 관광마을 만들기를 지역관광의 진흥전략으로 수용할 필요가 있다.

**주요어** : 대안관광, 그린투어리즘, 토고미 마을, 다랭이 마을, 관광마을 만들기

**Abstract** : With the rapid growth of mass-tourism, tourism and leisure activities are growing significant components of economic sector, and alternative tourisms are functioned as new type of tourism since 1980. In addition, rural areas have long played as important role in tourism and leisure within the developed world. Among several travel and tourism activities, tourism village building strategy is appeared as the natural oriented tourism strategy related to alternative tourism, and it emphasis on some factors such as the sense of unity with community citizens, daily life of community, and environmental and cultural aspects of community as life space. Particularly it consider the useful tourism promotion strategy by means of local and regional development. In recent, tourism village building strategy contribute important roles for the promotion of local tourism in particular rural areas, and some of local villages of Korea have adopted this strategy in the dimension of population movement in order to advertise their tourism market and pull many tourists into their village. The typical successful cases are togomi-mawool(village) of Hwachon county of Gwangwon province and Darangi-mawool(village) of Namhae county of Geongnam province. Therefore, Chonnam province also have to concern about new community movement for tourism village building, and

\* 전남대학교 지리학과 교수 (Professor, Dpartment of Geography, Chonnam National University), jrlee@chonnam.ac.kr

\*\* 동신대학교 시간강사 (Lecture, Dongshin University), nickyahn@korea.com

to adopt about several strategies used the unique rural landscapes, physical and cultural resources, and rural lifes.

**Key Words** : Alternative Tourism, Green Tourism, Togomi-mawool(village), Darangi-mawool(village), Tourism Village Building

## 1. 서론

‘21세기는 관광의 세기’라는 말은 관광이 21세기의 핵심산업으로 기능한다는 것을 의미한다. 최근 세계관광이 급속히 성장하고, 관광산업이 국가 경제에서 중요한 비율을 차지함에 따라 관광의 중요성이 새삼 강조되고 있다. 세계관광기구(WTO)의 통계에 의하면, 세계의 국제관광객은 2001년 약 6억 9천명이었고, 2010년 약 10억명, 그리고 2020년에는 약 16억명에 달할 것으로 예측된다.<sup>1)</sup>

이러한 국제관광객의 이동은 국가와 지역경제에 중요한 영향을 미칠 것으로 예상된다.

국내의 관광 또한 대중관광(mass-tourism) 시대가 활짝 열렸다. 우리나라에서도 사회기반이 성숙되고 개인의 생활이 안정됨에 따라 여유롭고 쾌적한 생활을 추구하는 경향이 나타나고 있다. 이러한 경향에 의해 여가시간을 다양하게 소비하면서 관광과 여가의 의미와 중요성이 재인식되고 있다. 특히 최근 급속히 확대되고 있는 주5일 근무제의 도입, 고속철도의 개통 등에 의해 관광객의 관광목적지와 관광행태는 다양해 지고 있고, 여가시장은 급속히 재편되고 있다.

관광지의 개발과 그에 따른 관광의 소비행위는

본질적으로 사회·문화적 과정이다. 그런데 최근의 관광행태를 보면, 기존의 대규모 리조트 또는 관광단지에서 직장이나 거주지의 친밀성과는 먼 곳으로, 기존의 익숙한 관광행태에서 의도적·선택적 행태로 전환되고 있고(Williams, 1999), 이러한 과정에 의해 새로운 관광패턴이 출현하고 있다.<sup>2)</sup> 그리고 이러한 사회·문화적 과정의 결과로서 1980년 후반부터 매스투어리즘을 대체하는 대안관광(alternative tourism)이 등장하면서 관광산업의 지형을 변화시키고 있다.

이러한 사회적 여건의 변화는 지역의 관광산업에 새로운 도전과 기회를 동시에 제공하고 있다.

따라서 각 지역들이 이러한 변화에 어떻게 대응하느냐에 따라 지역의 관광산업은 물론이고 지역 경제는 커다란 영향을 받게 될 것이다. 이러한 측면에서 본 논문에서는 지역관광의 진흥을 위한 새로운 접근방법으로 최근 논의되고 있는 ‘지역과 주민이 협력하여 만드는 새로운 관광마을 만들기 운동(new-village movement)’ 개발전략을 소개하고, 이러한 개념을 원용하여 광주·전남지역의 관광 활성화를 위한 방안을 제시하려고 한다.

1) 2001년 내국인의 해외여행자수는 6,084,476명으로 사상 최초로 600만명을 넘어섰으며 이는 전년동기 보다 10.5% 증가한 수치이다.(문화관광부, 2002 국민관광연차보고서)

2) 새로운 관광 패턴이란 일반적으로 후기산업, 포스트모던, 포스트 포디스트(post-Fordist) 등 다양한 용어로 명명된 대안적 관광지리학이다(Williams, 1998).

## 2. 관광환경의 변화와 새로운 패러다임의 등장

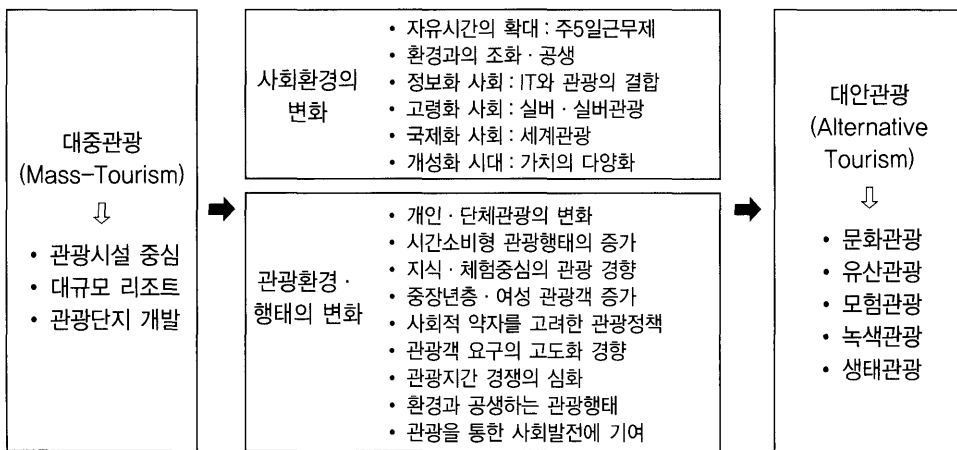
오늘날의 관광은 기존의 매스투어리즘 중심의 관광에서 새로운 관광유형의 관광이 모색되고 있다. 특히 지난 10년동안의 사회환경과 관광환경의 변화에 의해 최근에는 새로운 관광활동이 등장하고 있다(〈그림 1〉 참조).

사회환경은 변화에서 나타난 특징은 자유시간의 확대, 환경과의 조화·공생, 정보화 사회의 진전, 고령화 사회의 도래, 국제화 사회의 진전, 다양한 라이프스타일을 요구하는 개성화 시대 등이 그것이다. 특히 주5일 근무제의 정착과 새로운 휴가문화의 확대, 여가를 중시하는 국민의식의 증대, 여가시간을 많이 갖는 고령자 인구의 증대 등으로 자유시간의 사회로 진입하고 있고, 보편적이고 규격화된 관광에서 탈피하여 다양한 유형의 관광이 등장하고 있다.

한편 전술한 사회환경의 변화에 의해 관광환경과 행태 또한 다양하게 변화되고 있다. 그러한 변

화에는 개인·단체관광의 변화, 시간소비형 관광행태의 증가, 지식·체험중심을 중시하는 관광활동의 확산, 중장년층과 여성 관광객의 증가, 사회적 약자를 고려한 관광정책의 강조 등이 있다. 관광객의 주체적 관광경험이 풍부해져 요구수준이 고도화되는 경향이 있고, 관광정보의 다양안 접근성에 의해 관광시간 경쟁이 심화되고 있으며, 환경과 조화를 이루고 공생하려는 새로운 유형의 관광행태도 나타나고 있다. 그리고 관광을 통한 지역사회 및 국가발전, 예를 들어 관광을 통한 지역의 발전, 창조에 의한 지역의 활성화, 환경보존과 국제사회의 공헌 등이 나타나고 있다.

전술한 관광환경의 변화에 의해 시간소비형 관광행태와 자연환경을 중시하는 관광행태가 강조되고 있다. 즉, 관광경험이 풍부해 지고 자유시간 사회가 정착되면서 과거의 주유형 관광보다는 특정한 장소에서 여유롭게 체재하고, 그 지역의 자연과 문화를 이해하고 즐기는 시간소비형 관광으로 전환되고 있다. 또한 환경과 공생하고 조화를 이루려는 성향의 관광활동이 증가하면서 지역의 자



〈그림 1〉 사회 및 관광환경 변화에 의한 대안관광의 등장

연·역사·문화의 이해와 만남을 선호하고 요구하는 관광행태가 빠르게 확산되고 있다. 그리고 지역환경과 공생한 관광행동과 관광지 만들기가 주목되고 있으며, 지역환경과의 공생과 조화를 강조하는 녹색관광(green tourism), 생태관광(ecotourism), 생태박물관(eco-museum) 등에 기초한 관광지 만들기와 지역 만들기의 과정이 새롭게 관심을 집중시키고 있다.

이러한 사회적·관광행태적 변화에 의해 관광지 및 관광상품의 생산과 소비에 대한 비대증적인 선호가 증가하면서 1980년대 후반부터 매스투어리즘을 대체하는 대안관광(alternative tourism)에 대한 논의가 활발하게 전개되고 있다. 최근 새롭게 등장하고 있는 대안관광에는 문화관광, 유산관광(heritage tourism), 모험관광, 생태관광, 녹색관광 등 다양한 유형이 있다(Williams, 1998).

### 3. 관광마을 만들기 운동의 특징과 전략

관광환경과 여건의 변화, 그에 따른 관광소비 패턴의 변화 등에 의해, 관광의 유연성과 분절성, 관광객에 무한한 선택성을 강조하는 대안관광은 표준화되고 패키지화된 예전의 관광과는 확연히 구별되는 관광을 제공하고 있고 고객지향적인 새로운 형태로 발전하고 있다(Williams, 1999). 또한 대안관광에서는 외부의 자본이나 관광지 개발의 경제적 효과를 강조하는 경성관광(hard tourism)에서 탈피하여 지역의 자율성을 바탕으로 내발적(內

發的)으로 추진하는 연성관광(soft tourism)이 강조되고 있다. 연성관광에서는 관광개발이 지역의 자연환경과 지역문화, 주민의 생활에 미치는 영향을 최소화하고, 지역사회의 자율성을 중시하는 것이 특징이다(東徹外, 1999). 특히 대안관광에서는 지역과 주민의 입장에서 관광지를 만들어 가는 과정을 중시하기 때문에 관광대상지의 규모와 종류, 방법이 다양해지고 있다.

대안관광과 관련하여 관광개발에 따른 환경적·경제적·사회적·문화적 영향을 최소화하면서 지역주민의 일상적인 생활에 그대로 반영되어 지역민과의 일체성을 강조하는 친환경적 관광활동이 바로 '관광마을 만들기' 전략이다. 따라서 관광마을 만들기의 기본 개념과 전략, 그리고 국내외의 관련 사례를 살펴보려고 한다.

#### 1) 기본적인 사고와 개념

지역사회(community)의 성장과 발전을 위한 정책에서 강조되는 개념중의 하나가 지역주민의 자발적인 참여이고, 지역주민의 자발적 참여가 지역사회운동으로 확대된 사례가 '지역만들기 운동'이다. 지역만들기 운동이란 지금까지의 행해진 관 주도 개발에서 탈피하여 지역주민들이 주도적으로 지역을 새롭게 만들고 가꾸어 가는 일종의 주민운동<sup>3)</sup>이다(이정록, 2003a). 이러한 주민운동이 관광활동과 접목되어 새로운 지역활성화 전략으로 등장하고 있는 것이 바로 '관광마을 만들기 운동'이다.

일반적으로 농촌취락의 단위로서 '마을(village)'

3) 1980년대 미국의 중소도시에서는 '아름다운 도시 만들기 운동'을 전개하여 도시의 특성을 살린 소규모 주거공간이 많이 건설되었고, 영국에서도 '전원도시 운동'을 전개하여 도시지역의 주거환경을 크게 개선하였다. 일본에서도 1990년대 초기부터 농어촌과 산촌지역의 활성화전략 일환으로 지역만들기 운동을 전개해 커다란 효과를 거두었다(이정록, 2003a).

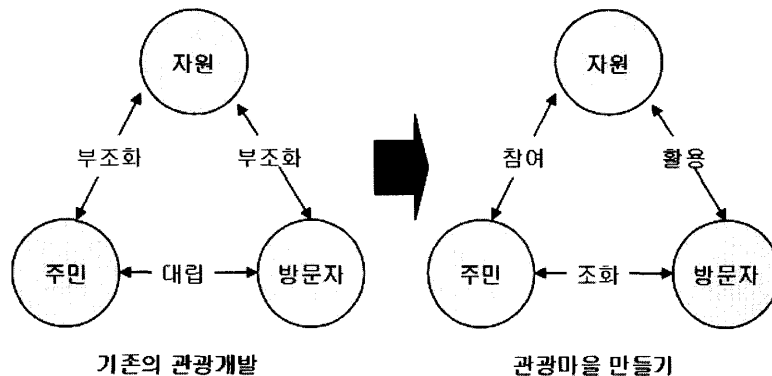
은 주민들의 삶의 터전인 장소라는 속성만 존재하는 하나의 생활공간(life space)이기 때문에 관광지도 아니고, 관광업자가 만들어 놓은 관광대상지로서의 관광상품 또한 없는 것이 특징이다. 그러나 관광마을 만들기에서는 지역활성화의 도구로서 관광활동을 수용하고, 동시에 관광이 지역사회의 일상으로 확대되었다는 점이다. 즉, 관광마을 만들기란 지역주민이 주체가 되어 지역이 보유한 자연·문화·역사·산업·인재 등의 모든 자원을 활용하여 지역간 또는 방문자와 거주자간의 교류를 증진시키고 나아가 지역을 활성화시키려는 주민들의 활동으로 정의할 수 있다.

지역주민이 주체가 된 관광마을 만들기는 지역활성화를 위한 새로운 시도이다. 왜냐하면 기존의 관광개발은 관광자본과 관광자원, 관광객이라는 관광활동의 3대 요소가 결합되어 나타나지만, 지역주민을 포함한 지역사회라는 요소는 결여되어 있다. 반면에 관광마을 만들기에서는 지역사회, 지역자원, 그리고 방문자(visitor)가 지역사회의

지속가능성(sustainability)을 보장하면서 관광활동을 매개로 지역을 활성화시키는 것이 차이점이다. 따라서 외부자본 또는 기업가 자본에 의해 지역환경이 이용·통제되는 것이 아니라 지역사회에 거주하는 지역주민이 주체가 되어 지역사회의 여건과 환경을 개선시켜 관광자원으로 활용하는 것이 관광마을 만들기의 기본적인 사고이다(〈그림 2〉 참조).

따라서 관광마을 만들기의 핵심은 지역주민, 지역자원, 방문자가 서로 조화를 이루면서 지역사회의 고유성과 정체성을 형성·발전시키는 것이다.<sup>4)</sup>

그러나 이들 3개 요소가 서로 조화를 이루는 것은 쉽지 않다. 예를 들어, 지역주민과 방문자간에는 종종 대립관계가 형성된다. 관광시즌에 발생하는 교통체증, 쓰레기 투기에 따른 환경오염, 관광객과 지역주민간의 문화적 충돌 등이 그것이다. 또한 관광객의 증대로 자연환경이 훼손되면 자원부양력(carrying capacity)에 문제가 발생하여 지역



〈그림 2〉 관광마을 만들기의 기본 개념

4) 지역주민과 지역자원, 방문자를 community, ecology, economy로 표현하고, 이들 3개 요소간의 조화를 이루는 것이 중요하다고 주장하고 있다.

주민들의 사용과 접근도 제한될 수 있다. 특히 관광객 활동과 지역주민이 서로 격리되면 관광지 주민들은 생활공간내에 존재하는 관광시설을 선호하지 않는다.

이와 같이, 관광활동과 관련하여 지역주민·자원·방문자 등의 3개 요소간 갈등과 대립구조가 발생할 수 있다. 그렇지만 이들 3대 요소간의 조화로운 관계가 형성된다면 상황은 달라질 수 있다(〈그림 2〉 참조).

예를 들어, 지역주민이 지역에 분포하는 자원<sup>5)</sup>에 대해 지역주민이 긍지와 자부심을 가지면, 이들 자원을 구경하기 위한 방문한 관광객에 대한 주민의 반응 또한 달라질 수 있고, 긍정적인 관계를 형성할 수 있다. 만약 순천시의 낙안민속촌, 광양시 다압면의 매화마을, 구례군 산동면의 산수유마을 등을 방문하는 관광객들은 지역주민과 조화를 이루면서 관광활동을 소비할 수 있고, 지역사회·지역주민간 갈등구조를 해소하게 된다. 그리고 이런 관계는 다른 지역과 주민과의 교류를 촉진시켜 결과적으로 지역주민이 참여하는 관광마을 만들기 운동으로 확대될 수 있다. 그리고 이들 장소적 영역에 의미를 부여하는 방문객이 증가함에 따라 새로운 관광명소 또는 관광마을이 등장하게 될 수 있다.

결론적으로 그러므로 관광마을 만들기의 핵심은 관광산업이 주도하는 관광지·관광시설·관광상품의 개발이 아니라 지역주민의 생활과 지역사회의 공동체를 유지하면서 관광을 생활에 접목시켜 지역을 발전시키는 새로운 유형의 지역활성화 전략이라는 점이다.

## 2) 관광마을 만들기의 주요 전략

관광마을(tourism village)을 만들기 위해서는 기본적으로 전술한 지역자원·지역주민·방문자 등의 3개 요소가 존재해야 한다. 그리고 이들 요소의 결합에 의해 마을에 관광활동적 요소가 형성되고, 외부의 방문자가 마을로 유입되어 관광활동이 가능한 새로운 공간으로 기능할 때, 관광마을은 만들어진다. 그러므로 거주공간으로서의 특정 마을이 관광마을로 기능하기 위해서는 시행의 주체, 주민·자원·방문자의 지속가능성, 그리고 이러한 시행이 가능한 지역사회의 구조가 필요하다.

### (1) 추진체계의 조직과 비전설정

마을운동을 시행할 추진체계의 조직과 비전설정이 전제되어야 한다. 주민이 주체가 되어 새로운 마을 만들기를 시도하기 위해서는 지역주민을 선도하는 추진체가 조직되어야 한다. 그러나 지역사회는 인적 구성이 다양하기 때문에 주민들을 하나로 통합시키는 것은 쉽지 않다. 그러므로 마을운동을 선도할 지도자 또는 추진조직이 구성되어야 하고, 이러한 추진조직의 구성이 가능한 사회적 환경 또는 분위기를 1차적으로 조성해야 한다.

또한 이러한 여건을 조성함과 동시에 주민운동을 통해 마을이 변화·발전할 수 있다는 미래의 청사진을 만들고, 이런 비전을 주민들이 공유해야 한다. 특히 비전의 공유와 추진체계의 조직화는 다른 마을 또는 도시와의 교류를 통해 강화될 수도 있지만, 지역사회가 위기에 처해 있다는 지역주민의 공감대에 의해 가능한 사례도 있다.

5) 수려한 자연경관과 자연환경을 비롯하여 고유한 문화유적, 역사적 전통, 유형의 문화재, 독특한 지역의 특성 등 다양하다.

(2) 지역주민·지역자원·방문자의 지속가능성 확립

관광마을 만들기를 위해서는 지역주민, 지역자원, 그리고 방문자가 지속가능성을 확보해야 한다.

첫째, 주민의 지속가능성이란 그 지역이 얼마나 살기 좋은가를 나타내는 척도이다. 일반적으로 지역의 생활환경이 향상되고 지역경제가 활성화되면 지역주민은 거주공간에 대한 만족도가 높다. 그렇지만, 인구가 감소하고 지역경제가 침체되어도 많은 주민들이 현재의 생활공간에 만족하는 경우도 있다. 또한 주민들이 지역의 자연환경·역사·문화 등을 잘 이해하고 있고, 이들 특성에 대해 자부심을 갖는 경우에는 주민이 주체가 된 새로운 지역(마을) 만들기 운동이 가능하다. 주민들은 마을을 방문하는 외부인에게 자랑스럽게 마을을 소개하고, 방문자를 위한 자원봉사활동(volunteer activity)도 수행한다. 또한 지역을 알리고, 외부인과의 교류를 확대하기 위한 개성있는 이벤트(events)도 개발하고 개최<sup>6)</sup>한다.

둘째, 자원의 지속가능성이란 이용과 보전의 조화, 자연자원의 파괴나 훼손의 방지, 지역자원의 가치성을 향상시키는 사회적 분위기, 마을에 분포하는 새로운 자원의 재발견과 재인식 등을 만들어내는 과정을 의미한다. 이런 과정을 거쳐 방문객은 물론이고 지역주민이 자원의 의미와 중요성을 인식하게 되며, 지역주민의 정체성도 새롭게 형성될 수 있다.

셋째는 방문자의 지속가능성을 축적하는 것이다. 방문자의 지속가능성은 방문자가 특정 마을을 방문하여 만족하는가 그렇지 못하는가에 달려 있다. 즉, 방문자에 대한 주민의 세심한 배려(hospitality)

뿐만 아니라 지역의 아름다운 자연경관, 독특한 음식, 고유한 지역문화 등에 의해 방문자는 높은 만족도를 갖게 되고, 재방문을 통해 마을과 지속적인 교류를 유지하는 것이 방문자의 지속가능성이다.

따라서 주민들은 방문자에게 마을의 고유하고 독특한 볼거리를 제공하고, 방문자는 마을에 호감을 갖고 마을이 제공하는 다양한 기회에 능동적으로 참여하면서 특정 마을과의 지속적인 교류와 접촉을 갖게 된다. 그리고 이런 방문자의 지속가능성의 담보를 통해 관광마을 만들기가 실현될 수 있다.

(3) 지속가능성을 위한 구조

관광마을 만들기의 실현을 위해서는 주민·자원·방문자가 각각의 지속가능성을 조화시키는 구조나 장치를 만드는 일이다. 보다 활발한 정보의 공유와 민간 협력체제의 정비, 관광마을의 조성에 의해 발생하는 이익의 공평한 분배, 지역환경의 모니터링과 지속적인 개선 등을 위한 구조(structure)를 확립하는 것이 중요하다. 예를 들어 경북 안동시의 하회마을에서는 지역협의회에서 운영하는 공용주차장에 모든 방문자의 승용차를 수용하고, 그 수익을 마을의 정비개선에 사용하고 있다. 방문자의 증가가 단순히 관광관련사업만을 윤택하게 하는 것이 아니라 그 지역 전반에 이윤이 동등하게 환원되는 장치인 것이다.

6) 마을 단위에서 행해지는 소규모 이벤트는 관광객을 대상을 시작된 것이 아니라 마을주민들의 꿈과 희망을 실현하기 위한 공동체 의식의 함양을 목적으로 실행되는 경우가 많다. 이런 경우에는 주민들의 적극적인 참여와 자원봉사를 통해 고유한 마을축제로 발전된다.

## 4. 그린투어리즘에 의한 관광마을 만들기 사례

관광마을 만들기를 적용한 대표적인 사례가 그린투어리즘(green tourism)과 에코투어리즘(ecotourism)이다. 이들 관광은 방문자의 욕구에 의해 관광지와 관광시설을 만드는 것이 아니라 그 방문지의 특성을 보존·유지하고 활용하는 의도를 방문자에게 보여줌으로 관광행위를 유도하는 방식이다. 왜냐하면 그린투어리즘은 주민과 주민이 거주하는 농촌 그 자체가 관광대상지이고 관광상품이기 때문이다(西村幸夫, 2002).

따라서 그린투어리즘에 근거한 관광마을 만들기를 시도하기 위해서는 다음과 같은 사항을 고려해야 한다. 첫째, 지역에서 생활하는 모두가 농촌에서의 일상생활을 즐기는 가운데 외부에서 온 손님을 따뜻하게 받아들이는 '풍요로운 농촌'을 목표로 하며 새로운 농촌경관을 추구하는 운동이다. 따라서 방문자에 대한 세심한 배려(hospitality)가 전제되어야 한다.

둘째, 방문자와 장소를 매개로 네트워크를 구축해야 한다. 그린투어리즘에서는 도시(소비자)와 농촌(생산자)이 대등한 교류를 통해 '지연(地緣)관계'를 형성하고, 이런 관계의 구축에 의해 방문자는 마을에 관심을 갖는 서포터즈(supporters) 역할을 할 수 있게 된다.

셋째는 주민간의 연대의식의 확립해 마을경관에 산업에 이르기까지 일체성을 추구하며, 이를 통해 지역경제의 발전과 마을전체의 활성화를 목표로

로 해야 한다. 넷째, 자연환경이 소중하게 보존되어야 하고, 쾌적한 자연환경에서 생활하는 주민 또한 자신의 거주공간에 대해 긍정적인 인식과 평가를 가져야 한다. 왜냐하면 마을에 대한 주민들의 긍지와 자부심은 방문자의 유인에 결정적인 영향을 미치기 때문이다. 다섯째, 부정적·비판적인 농촌생활의 이미지를 탈피하고, 새로운 마을을 만들려는 의식과 희망을 지역주민이 가져야 한다.

따라서 관광마을 만들기 성공하기 위해서는 사람들이 모여서 즐거워하고 지속적인 교류와 소통이 이루어져야 한다. 이를 위해서는 방문자의 관심을 집중시키고 방문을 유인할 수 매력적 요인(attractiveness), 방문자가 마을주민과 서로 조화되고 일체감을 형성할 수 있는 분위기(hospitality), 방문자에게 즐거움과 새로움을 제공할 수 있는 볼거리(entertainment)를 만들어야 한다(望月照彦, 2002). 이러한 3가지 요인이 관광마을 만들기의 성공요소라 할 수 있다. 실제로 위의 3가지 요소를 만들어 관광마을로 성공한 국내외의 사례는 매우 많다.

### 1) 일본 비에이마치의 사례

일본에서 관광마을 만들기 성공한 크고 작은 사례는 매우 많다. 일본에서 관광마을 만들기는 새로운 마을 만들기(마치 츠쿠리)에서 유래<sup>7)</sup>된 것이다. 농촌의 토지이용 경관을 관광상품으로 만들어 성공한 대표적인 녹색관광의 사례중의 하나가 홋카이도의 비에이마치(美瑛町)이다. 홋카이도의 중

7) 엔도야스히코(延藤安弘)에 의하면 '마을(街)만들기'라는 단어가 처음 사용된 것은 1962년 나고야(名古屋)시의 사카히가시지구의 도시개발시민운동이다. 그후 1970년대에 들어 도시(街)만들기, 마을(町)만들기라는 용어가 아파트 건설에 반대하는 일조(日照)권 운동에서 주로 많이 사용되었다. 그리고 마을만들기(마치츠클리)가 본격적으로 사용된 것은 1970년대 후반이다. 즉, 마을의 물리적 인 시설의 개발이나 정비 뿐만 아니라 지역사회(communitiy)의 생활환경을 개선하는 프로젝트나 주민운동의 의미로 확대되었다.



양부 가미가와(上川)지청에 속한 비에이마치(美瑛町)은 전체면적의 약 70%가 산림이고 경지면적은 17%에 불과하다. 비에이마치에서는 온천관광의 쇠퇴에 따른 침체된 지역경제를 극복하기 언덕(丘陵)과 차별적 작물재배의 토지이용 경관을 관광자원으로 활용하였고, 그 결과 오늘날에는 일본의 대표적인 농촌경관 관광지로 성장하였다(伊藤昭男, 1997).

비에이마치(美瑛町)가 '언덕의 경관관광지' 로 등장하게 된 것은 1987년 이후이다. 1980년 중반부터 히로야마(白山)온천을 방문하는 관광객이 감소하기 시작하였고, 1988년 十勝岳의 분화로 인하여 관광객이 급감하였다. 온천관광객의 감소로 지역경제가 침체되는 상황에서 농촌의 구릉지 경치를 촬영해 온 사진작가 前田眞三이 사진집「언덕의 세계」를 출판하였다. 그리고 척진관(拓眞館)을 건립하여 관련작품을 전시하면서 1989년부터 척진관을 방문하는 관광객이 급증하였다. 척진관을 방문한 관광객들은 비에이마치의 농촌경관에 매료되었고, 지자체에서는 구릉지의 경관을 잘 조망할 수 있는 지점에 조망공원(view point)과 산책로 등 관광객 편의시설을 설치하여 '언덕(丘)의 경관관광'을 상품화한 결과, 많은 일본인들이 방문하는 유명한 관광명소가 되었다. '언덕의 경관관광'이란 경사지에서 다양한 품종의 발농사 작물이 만들어 내는 일종의 농업적 토지이용 경치이다. 즉, 농경지를 인위적으로 구획하여 보리, 밀, 튜립, 유채, 두류 등의 작물을 파종하여 아름다운 농촌경치를 만들어 내는 것이다. 이를 위해 지자체에서는 경관조례

를 제정하고 경관을 보전하는 농가에 대한 보조금 지급 및 소득 보상제도 등을 실시하고 있다.

홋카이도의 일본의 시모가와마치(下川町)은 고향에의 귀속의식을 매개로 새로운 지역만들기를 추진한 사례이다. 시모가와마치(下川町)은 홋카이도의 북부 가미가와(上川)지청이 있는 인구 약 5,000명이 살고 있는 작은 지역이다. 지역의 주요 산업은 농업과 임업, 광업이었지만, 폐광과 이농, 철도(JR 名寄本線)의 폐쇄 등으로 인구의 과소화가 진행되면서 지역경제는 급속히 침체되었다. 1990년초에 지역경제의 침체를 극복하기 위해 출향한 주민들을 대상으로 가칭 '고향사랑운동'을 전개하여 도시와의 교류활동을 시작하였다. 회원들에게 지역의 특산물을 직송하는 '고향회원제도'와 고향에서 생산되는 유제품을 배달하는 '송아지 친구회원' 등의 프로그램을 시행하였다. 또한 마을의 남부에 위치한 '사쿠라가오카공원'에서 '萬里의 長城遊步道' 조성사업<sup>8)</sup>을 전개하였고, 시모가와마치의 돌로 만든 산책로는 '주민이 직접 만든 일본 최초의 관광자원'이 되었고, 많은 관광객이 방문하고 있다. 일본 북서부 아키타현(秋田縣)의 'A텐' 캠페인이나 가상의 성만들기(天鷲城)로 유명한 아키타현의 이와기마치(岩城町), 그리고 홋카이도의 시모가와마치(下川町) 등도 같은 사례에 속한다.

## 2) 화천군 토고미 마을의 사례

토고미 마을은 강원도 화천군 상서면에 위치한

8) 지역주민들은 높이와 넓이 3m, 길이 약 2km의 돌로 된 산책로를 만들기 위해 5월부터 10월까지 매달 네 번째 일요일을 '돌의 날'로 지정하여 돌쌓기 운동을 전개하였고, 8월 15일에는 귀성객이나 여행자를 대상으로 '고향 돌쌓기의 날'을 지정하여 많은 출향인사 및 관광객을 지역내로 유인하였다. 산책로 조성사업을 통하여 지역주민은 주민간 화합·협동하여 지역을 새롭게 만든다는 자긍심을 심어주었고, 출향인사와 외래 관광객의 지역방문을 통해 안정적인 관광객을 확보하는 효과를 거두었다.

신평리, 신대리, 구운리, 장촌리 등의 4개 리로 구성된 마을을 지칭하며, 중심적인 마을은 신대리이다. 토고미 마을은 88가구에 약 290명이 주민이 거주하는 전형적인 산골의 농촌마을이다. 그러나 토고미 마을은 청정한 자연환경을 자원으로 무농약 오리농산물과 무농약 고추, 콩, 고구마, 감자 등을 생산하면서 관광마을로 성공한 우리나라의 대표적인 모델이다(<http://togomi.invil.org>).

토고미 마을에서 환경농법에 의한 오리쌀의 재배는 1999년 귀농한 농민에 의해 처음 시도되었다.<sup>9)</sup> 환경농업은 처음에 4가구 3ha로 출발하였는데 2001년 9농가 15ha, 2002년 29농가 25ha로 확대되었다. 이 마을은 환경농업을 바탕으로 강원도의 새농촌우수마을, 농림부의 녹색농촌체험시범마을로 지정될 수 있었다(박시현, 2003). 환경농법에 의해 생산된 농산물은 '나눔의 농사가족'이라는 회원제 거래 시스템<sup>10)</sup>을 만들어 판매되었다. 그리고 마을에서는 도시회원들을 위해 매년 6월 6일에 오리축제를 개최하여, 회원들이 마을을 방문해 벼를 심은 논에 새끼오리를 풀어주는 행사를 갖는다.

또한 토고미 마을에서는 수려하고 쾌적한 자연환경을 자원으로 도시민을 유인하기 위한 다양한 체험 프로그램인 나물 캐기, 물고기와 다슬기 잡기, 허수아비 만들기, 장 담그기, 고구마 캐기, 전통두부 만들기, 소달구지 타기 등을 개발하였다.

2001년에 마을을 방문한 관광객은 약 1,200명에 달했고, 2002년에는 4,500명, 2003년에는 약 9,500여명이 마을을 방문하여 관광객이 계속 증가하고 있다.

토고미 마을의 친환경 농산물 판매액은 1999년 600만원에 불과하였지만, 2003년에는 약 4억 1,000만원으로 크게 증가하였다.<sup>11)</sup> 그리고 가구당 평균소득도 1999년 약 2,000만원에서 2003년에는 약 3,500만원으로 증가하였고, 강원도의 평균소득(2,500만원: 2003년말 현재)보다 높다(중앙일보, 2004년 4월 30일 기사 참조). 그리고 토고미 마을은 '우리 아이들의 미래 토고미 2031계획'이라는 마을 가꾸기 30년 계획<sup>12)</sup>을 수립해 경제적으로 자립하고 자연과 조화를 이루며 도시민들에게 고향이 되어주는 마을로 만들고 있다.

### 3) 남해군 다랭이 마을의 사례

다랭이 마을은 경남 남해군 남면 흥현리 가천에 위치해 있다. 다랭이 마을은 전형적인 농촌의 취락으로 남해군에서도 비교적 생활환경이 열악하다.

마을인구는 164명이고, 경지면적은 약 42ha(논 18ha, 밭 24ha)로 매우 작은 마을에 속한다. 그러나 독특한 마을의 자연경관을 자원으로 관광마을 만들기 성공한 사례에 해당한다. 마을의 가장 큰

9) 농협에 근무하다 귀농한 한상열씨(현재 이장, 토고미 나눔의 농사가족 가장)가 1999년 마을 주민 3명과 '토고미 환경농업작목반'을 구성해 직접 무농약 오리쌀 재배를 시작했다. 그리고 농산물의 안정적인 판매를 위해 '나눔의 농사가족' 즉, 도시회원을 모집했다.

10) 나눔의 농사가족은 회원제 직거래 시스템으로 마을 회원으로 가입한 뒤 마을에서 생산되는 유기 농산물을 선계약을 통해 직접 사가는 도시민들이다. 도시민 한 사람이 봄에 3만5000원(새끼오리 15마리에 해당)을 마을에 보내면 마을 주민들이 농사를 지은 무공해 오리쌀(8kg)을 가을에 추수해 보내준다. 2001년 6월에 약 150여명이 처음으로 '나눔의 농사가족' 회원이 되었고, 2003년 8월 현재 가족회원은 850명으로 성장하였다.

11) 토고미 쌀은 20kg 한 부대에 6만8000원에 회원들에게 팔려 나간다. 비회원은 7만1000원을 내야 한다. 20kg 쌀 한 부대의 시중가격이 4만~5만원인 점에 비춰 볼 때 상당한 가격이다(중앙일보, 2004년 4월 30일자).

12) 2031 토고미 마을계획은 스스로 결정하고 서로 돕는 마을, 푸른 자연과 풍요로운 삶이 함께하는 마을, 전통과 문화가 꽃피는 마을, 주변지역·도시의 이웃과 함께 농사지으며 공생하는 마을 등 4개 목표로 추진되고 있다.

자원은 급경사의 해안절벽과 '다랭이 논' 이 만들어 내는 아름다운 농촌의 마을경관이다 (www.go21vil.org).

이 마을은 계단식의 논을 제외하면 관광객을 유인할 수 있는 자원은 거의 없다. 마을제를 지내는 장소인 밥무덤(洞祭), 마을의 남쪽 바닷가에 위치한 암수바위(미륵불)가 대표적이다. 그러나 마을의 뒷편에 위치한 설흘산(482m)에서 바다로 이어지는 약 45° 경사의 산사면에 석축을 쌓아 108층이 넘는 계단식 논외의 경관, 해안의 절벽과 남해바다, 그리고 일출과 일몰의 경관은 관광객에게 독특한 볼거리를 제공하고 있다.

2001년부터 마을 주민은 자발적으로 새로운 마을 만들기 운동을 전개하였다. 농촌진흥청의 농촌전통 테마마을로 지정받아 마을을 정비하고 민박시설을 만들었고, 관광객을 위한 다양한 농촌체험 프로그램<sup>13)</sup>도 개발하였다. 그 결과, 농촌생활을 체험하고 한적한 마을의 경관을 감상하려는 가족단위의 관광객들이 많이 방문하고 있고, 다랭이쌀을 비롯하여 마늘, 전복·돔·홍합 등의 해산물이 마을의 특산물로 판매되면서 농가소득도 향상되었다.

또한 다랭이 마을을 방문한 관광객들이 다랭이 마을을 소개·홍보하는 역할도 하고 있다.

남해군의 다랭이 마을은 전술한 주민들이 새로운 마을만들기 운동의 일환으로 지역의 고유한 자원인 다랭이 논과 해안, 마을의 경관을 관광상품으로 개발한 성공적인 경우이다. 그리고 주민·자원·방문자의 지속가능성이 확립되면서 주민들의

농업활동을 포함한 마을이라는 생활공간 자체가 하나의 관광명소로 기능하고 있다.

## 5. 요약 및 결론

우리나라에서는 2000년 이후 다양한 주체들이 그린투어리즘에 기초한 관광마을 만들기 사업을 추진하고 있다. 그리고 2002년부터 농수산부는 녹색농촌체험시범마을 조성사업을 시작하였다. 행정자치부에서도 지난 2001년부터 마을단위 종합개발사업이라 할 수 있는 아름마을 가꾸기 시범사업을 추진하였다. 아름마을 가꾸기 시범사업 대상마을로 선정된 대부분의 마을에서는 생태 녹색관광을 주요한 추진전략으로 채택하고 있는데, 2002년에는 대상마을 선정시 9개 마을 중 6개 마을이 생태 녹색관광 마을 유형에 속한다.

한편 농촌진흥청은 '농촌전통 테마마을 조성사업'을 2002년부터 추진하였으며, 환경부는 생태적으로 우수한 마을을 지정하여 홍보하는 자연생태우수마을을 지정하고 있다. 자연생태우수마을의 경우는 대상마을로 지정된다고 하여 특별한 자원이 따르는 것은 아니나 우수한 생태자원은 곧 농촌관광의 상품이라는 점에서 농촌관광과 관련이 높다고 할 수 있다(박시현, 2003). 현재 전남지역에는 7개 마을<sup>14)</sup>이 농촌전통 테마마을로 지정되어 있다.

그러나 전남지역에는 지역의 고유하고 독특한

13) 몽돌바닷가 산책, 다랭이 샷갸배미, 농사체험, 새잡 맛보기, 연날리기 등 연중 다양한 체험 프로그램을 개발하였다. 특히 산비탈에 석축을 쌓고 다랭이 논을 만들었던 마을 사람들의 농심(農心)을 체험하기 위한 '다랭이 만들기'는 많은 관심을 끌고 있다.

14) 2002년에 지정된 광양도선국사마을(광양시 옥룡면 추산리), 2003년의 여수돌산갯장터마을(여수시 돌산을 울림리 대울마을), 구례다무락마을(구례군 구례읍 계산리), 2004년에 지정된 곡성하한마을(곡성군 죽곡면 하한리), 강진대월마을(강진군 성전면 대월리), 무안복용마을(무안군 무안읍 복용리), 장흥평화마을(장군군 장흥읍 평화1구) 등이 있다.

자연자원을 바탕으로 관광마을 만들기를 시도할 수 있는 잠재력을 가진 마을이 매우 많다. 마을의 장소성·역사성·자원성 등을 고려해서 가장 경쟁력을 가진 지역은 영암군 군서면 구림마을이다.

구림마을은 436년 전통의 대동계가 현존하며, 백제 왕인박사, 신라말 도선국사, 고려초의 최지몽선생 등의 유명한 역사적 인물의 탄생지이다. 또한 고려청자와 조선백자의 시원이 되는 황토자기의 발상지로서 마을내에 대규모의 가마터가 있고, '영암도기센터'도 위치해 있다. 문화적 자원인 회사정, 국암사, 담숙제 등의 12개 누정과 전통가옥, 당산제와 구림 대동계 등은 관광객을 유인하기에 충분한 매력적 요인이다.

함평나비축제를 통해 청정한 농업지역이라는 장소적 이미지의 마케팅에 성공한 함평군의 경우, 함평만에 면해 있는 손불면의 해안취락은 황도·갯벌·청정농업 등을 자원으로 관광마을 만들기를 시도할 수 있는 대상지이다.

장흥군의 경우, 600년간 장흥위(魏)씨가 살아 온 집성촌으로 마을 전체가 한옥으로 구성된 관산읍의 방촌마을, 청정해역 득량만의 청정해역과 서울의 정남진에 해당하는 해안도로를 포함한 안량면 수문리 일대, 소설가 한승원의 '물보라'와 '포구'의 무대인 회진읍의 회진포구 등지는 관광명소로 만들 수 있는 마을이다.

또한 1997년부터 친환경농업을 도입하여 마을활성화를 꾀하고 있는 강진군 움천면 영상리, 다윈의 농촌경관과 녹차를 자원으로 하는 보성군 회천면 일대, 소설 '대백산맥'의 무대로 전형적인 분지형 지세를 이루는 보성군 웅치면 일대, 염전을 자원으로 하는 영광군 염산면 봉남리 일대, 나주배를 자원으로 하는 나주시 금천면과 노안면 일대의 과수취락, 수려한 섬진강변에 위치한 우리나라

최대의 매실 생산지인 광양시 다압면 매화마을, 산수유 마을로 잘 알려진 구례군 산동면 상위마을 등지는 관광마을 만들기에 유리한 자원을 보유한 지역이다.

관광마을 만들기 전략은 지역주민이 주체가 되어 지역의 독특한 자원을 바탕으로 관광객을 유인하여 관광명소로 만드는 새로운 유형의 연성관광(soft tourism)이며, 국내외적으로 녹색 및 생태관광의 형태로 구현되는 사례가 많다. 따라서 고유한 문화와 전통, 그리고 청정의 농촌경관과 아름다운 농촌경관을 보유한 전남지역은 관광마을 만들기에 적합한 지역이다. 특히 관광마을 만들기가 추구하는 궁극적인 목표가 관광명소를 만드는 것이 아니라 과소, 침체되는 거주공간에 대한 주민들의 긍지와 자부심을 제고시키고 이를 통해 주민의 삶의 질을 향상시키는 것이다(延藤安弘, 1990). 따라서 과소화·노령화되는 전남지역의 농촌을 고려하면, 관광마을 만들기는 전남지역에서 적극 추진할 필요가 있는 지역활성화의 대안적 접근이 될 수 있다.

## 참고문헌

- 박시현, 2003, "농촌관광을 통한 지역경제 활성화", 국토 263, 18-30.
- 이정록 외, 1998, "지역문화의 문화관광 활성화 방안에 관한 연구", 현대사회과학연구 9, 315-336.
- 이정록, 1998, "광주·전남지역 관광자원 및 관광환경의 특성분석", 지리학연구 32(4), 67-86.
- 이정록·우연섭, 2003, "전남지역 문화관광축제의 공간적 전개과정과 특징", 한국지역지리학회지 9(3), 233-247.
- 이정록, 2003a, "지역발전을 위한 생태·녹색관광 전략:

- 전남 함평군을 사례로” 지역개발연구35(1), 전남대학교 지역개발연구소, 31-53.
- 이정록, 2003b, “함평나비축제 관광객의 행태적 특성: 제4회 축제를 사례로”, 한국경제지리학회지 6(2), 339-354.
- 東徹外, 1999, 持續可能な観光と地域發展へのアプローチ 泉文堂.
- 伊藤昭男, 1997, “持續的觀光開發と地域發展: 北海道上川郡美瑛町を事例として”, 北見大學論集 38, 北海學園北見大學, 85-100.
- 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.
- 西村幸夫, 2002, “まちの個性を活かした観光まちづくりを考えろ”, 新たな観光まちづくりの挑戦, ぎょうせい
- 延藤安弘, 1990, まちづくり讀本, 唱文社.
- 延藤安弘, 2002, “人々が喜んで集まり交流するまちづくり”, 新たな観光まちづくりの挑戦, ぎょうせい.
- (社)日本観光協會, 1999, 観光地づくりの實踐 1・2・3 丸井工文社
- 日本綜合研究開發機構, 1999, 協同を活かした地域づくり政策づくり, 地方シンクタンクフォーラム資料
- Williams, S., 1998, *Tourism Geography*, Routledge, London.