

일본관광 명소와 자원의 변천

-변화하는 사회적 욕구와 만들어지는 '명소'

김양주*

배재대학교

일본관광에 있어서 그 전통적인 대상지로서의 '명소'(名所)는 주로 주요 신사(神社)나 불사(佛寺)와 같은 종교 시설이었으며, 그 곳을 찾아가는 행위 즉 순례가 관광의 효시였다고 말할 수 있다. 그러나 역시 전통적 관광의 '명소'는 그 대부분이 자연이었다고 해도 과언이 아닐 것이다. 이를 '전통적'인 일본관광 명소는 현재도 여전히 중요한 관광지로 기능을 하고 있다.

그러나 다른 한편 '명소'는 고정불변한 것이 아니라 새롭게 만들어지기도 하는 것이다. 새로운 생활양식의 등장에 따라, 또 새로운 사회적 욕구에 맞추어 전혀 새로운 '명소'가 탄생할 수 있으며 실제로 20세기 들어서는 이러한 '만들어지는 명소'가 보편화되고 그 중요성도 증가하고 있다. 새로운 명소 출현의 주요 요인 중의 하나가 사회적 욕구의 변화라고 할 때 일본관광의 주요 명소들의 연구를 통해 일본관광의 성격뿐만 아니라 일본사회 전체의 중요한 변화상의 일면을 읽어낼 수 있을 것이다.

'관광자원', '관광명소'와 관련된 주제로 중요한 것은 정보산업으로서의 관광이 가지는 측면이다. 일본의 경우 에도시대 중반 무렵부터 여러 종류의 관광 가이드북이 나와서 각지의 명소에 대한 정보를 제공하고 있었다. 이런 의미에서 단순한 서비스업으로서의 관광뿐만 아니라 중요 정보산업·문화산업으로서의 관광이 갖는 측면은 중요하다.

이 글에서는 이러한 세가지 측면, 즉 1)일본의 '전통적' 관광명소와 '현대적' 관광자원 2)만들어지는 명소, 3)정보산업·문화산업으로서의 관광을 중심으로 살펴보고 있다. 우선 첫번 째 장에서는 전통적 관광명소의 기본이 되는 종교관광에서의 명소들, 그리고 일본인의 「모노미유잔」(物見遊山)적 전통에서 유래하여 일반적인 관광명소로 변화하는 과정에 대해 고찰하고 있다. 제 II 장에서는 제2차세계대전 후 특히 80년대 이후 부터 사회변화가 관광에 미친 영향에 대해 살펴보고 이에 따라 새롭게 등장하게 된 명소들에 대해 언급하고 있다. 마지막 제 III 장에서는 새로운 산업으로서 지역사회 레벨에서 국가적 레벨에 이르기까지 뜨거운 관심과 욕망의 시선을 받고 있는 관광의 정보·문화산업적 성격을 살펴보고 있다.

I. 서 론

일본관광에 있어서 그 전통적인 대상지로서의 '명소'(名所)는 주로 주요 신사(神社)나 불사(佛寺)¹⁾와 같은 종교 시설이었으며, 그곳을 찾아가는 행위 즉 순례가 관광의 효시였다는 점은 내외부자가 막론하고 공인하는 바 일 것이다 (Graburn 1983, Tokuhisa 1980, Vaporis 1991, 1994, Ishimori 1989, 神崎 1990, 1991). 한편 시대와 함께 발달해 온 교토(京

*이 논문은 1996년도 교육부 학술연구조성비(지역연구)의 지원에 의해 연구되었음.

¹⁾이하 이 둘을 합쳐 사사(社寺)로 표기하도록 한다.

都)나 에도(江戸), 이를 이은 현재의 토쿄(東京)와 같은 대도회지도 과거부터 현재에 이르기까지 변함없는 큰 관광대상지였다. 그러나 역시 전통적 관광의 ‘명소’는 자연의 아름다움과 웅대함을 갖춘 산악, 해안, 폭포, 하천 등이었고 많은 경우 이 아름다운 자연환경 속에 위치한 온천지등을 지칭하는 것이었다. 즉 관광자원이라면 그 대부분이 자연이었나고 해도 과언이 아닐 것이다. 그리하여 에도시대에 사사(社寺) 참배 등과 같은 ‘합법적인’ 여행 허락을 받은 시민들은 순례길에 이러한 경관이 수려한 ‘관광명소’를 거치는 것이 거의 보편화된 유형을 이루고 있었다. 이들 ‘전통적’인 일본관광 명소는 현재도 여전히 중요한 관광지로 기능을 하고 있다.

그러나 다른 한편 ‘명소’는 고정불변한 것이 아니라 새롭게 만들어지기도 하는 것이다. 새로운 생활양식의 등장에 따라, 또 새로운 사회적 욕구에 맞추어 전혀 새로운 ‘명소’가 탄생할 수 있으며 실제로 20세기 들어서는 이러한 ‘만들어지는 명소’가 보편화되고 그 중요성도 증가하고 있다. 새로운 명소 출현의 주요 요인 중의 하나가 사회적 욕구의 변화라고 할 때 일본관광의 주요 명소들의 연구를 통해 일본관광의 성격뿐만 아니라 일본사회 전체의 중요한 변화상의 일면을 읽어낼 수 있을 것이다. 예컨데 20세기 들어 국가적 차원 혹은 지방자치체 주도의 ‘박람회’는 지속적으로 주요 ‘관광명소’를 구성했고, 20세기 중반 후에는 ‘토쿄 디즈니랜드’ 등으로 대표되는 ‘테마파크형’ 관광명소가 나타났으며, 1960년대 후반 이후 일본사회의 복고 분위기²⁾와 결부된 역사적 유적지나 전통적 마을을 대상으로 하는 ‘후루사토 관광’이 등장하게 된다.

‘관광자원’, ‘관광명소’라는 주제와 결부되어 고찰되어야 할 또 다른 주제는 정보산업으로서의 관광이 가지는 측면이다. 일본의 경우 에도시대 중반 무렵이면 이미 여러 종류의 관광 가이드북이 나와서 각지의 명소에 대한 정보를 구할 수 있었다. 나아가 적극적으로 명소가 만들어지는 근·현대 이후에 와서는 특정 관광수요자들의 욕구에 맞추어 관광자원을 연출해 내고 이에 관한 정보를 체계화할 필요성이 더욱 중요해 진다. 이런 의미에서 단순한 서비스업으로서의 관광뿐만 아니라 중요 정보산업·문화산업으로서의 관광이 갖는 측면을 언급하지 않을 수 없다. 현재에도 일본의 관광 관련 정보산업은 세계 유수의 수준에 달한 것으로 평가되며 정보의 시스템화도 빠른 속도로 고도화되고 있다.

이 글에서는 이러한 세가지 측면, 즉 1) 일본의 ‘전통적’ 관광명소와 ‘현대적’ 관광자원, 2) 사회변화와 만들어지는 명소들, 3) 정보산업·문화산업으로서의 관광을 중심으로 살펴보기로 한다. 우선 첫번째 장에서는 전통적 관광명소의 기본이 되는 순례지, 그리고 일본인의 「모노미유잔」(物見遊山)³⁾적 전통에서 유래하여 일반적인 관광명소로 변화하는 과정에 대해 살펴보기로 한다. 제 II 장에서는 제2차세계대전 후 특히 80년대 이후부터 사회변화가 관광에 미친 영향에 대해 살펴보고 이에 따라 새롭게 등장하게 된 명소들에 대해 고찰해 보도록 한다. 제 III 장에서는 새로운 산업으로서 지역사회 레벨에서 국가적

²⁾ 특히 1980년대의 이른바 「레토로 부부」로 불리우는 회고(懷古)적 현상을 말한다. 「레토로 부부」의 「레토로」는 리트로스페티브(retrospective)이고 「부부」는 붐(boom)으로 일본식 조어이다.

³⁾ 「모노미」(物見)와 「유잔」(遊山)이 합쳐져서 된 말이다. 여기서는 일단 용어 그대로 ‘사물을 보면서 놀라 다니는 것’을 의미하는 말로 쓰기로 한다. 자세한 것은 神崎(1991)을 참조할 것.

레벨에 이르기까지 뜨거운 관심과 욕망의 시선을 받고 있는 관광의 정보·문화산업적 성격을 살펴보도록 하겠다.

II. '전통적' 관광명소와 명소관광

1. 종교순례지에서 관광명소로

일본인들에게 일본의 대표적인 관광지는 어디인가, 라고 질문했을 때 머리속에 떠올리는 곳에는 어떤 것들이 있을까? 또 휴가 등과 같이 시간적 여유가 났을 때 가고 싶은 곳 혹은 일반적으로 손쉽게 가게 되는 곳은 어떠한 곳일까? 그 중에서도 '오래전 부터 이른바 관광명소로 불리워지고 있는 곳'⁴⁾은 어떤 곳일까? 우선 이 물음에 대한 답을 끌어 내기 위해 통시적인 고찰을 통하여 일본의 전통적 관광명소의 실마리를 찾아 보도록 하자.

일본의 고대 및 중세의 귀족이나 관리들의 여행은 대부분 '순례'에 해당하는 것이었고 때문에 전통적인 관광은 바로 종교관광이었다는 점은 이미 앞에서 지적한 바이다. 따라서 전통적 관광명소는 우선 절과 신사와 같은 종교시설이었다. 11세기 경, 후지와라(藤原)씨 전성기의 헤이안(平安) 귀족들은 사사(社寺)를 참배하기 위하여 호화로운 순례 여행에 나섰던 것이다. 가장 오래된 것은 「남도칠대사」(南都七大寺) 순례인데, 『延暦御記』에 의하면 동대사(東大寺), 흥복사(興福寺), 대안사(大安寺), 원홍사(元興寺), 약사사(藥師寺), 서대사(西大寺), 법륭사(法隆寺)를 말한다고 한다⁵⁾. 뒤를 이어 교토(京都)의 백탑(百塔)순례, 비예산(比叡山) 연력사(延暦寺)의 삼탑(三塔)순례, 그리고 교토의 청수사(清水寺), 육파라밀사(六波羅密寺)나 육각당(六角堂) 등 이른바 칠관음(七觀音)사원의 참배가 그 뒤를 이어 오래된 순례코스가 되고 있었다 (前田卓, 1971:2).

헤이안시대 후기에 들어서면서 사사참배는 더욱 성하게 되는데 교토에서 가까운 석산사(石山寺), 장곡사(長谷寺), 사천왕사(四天王寺), 주길대사(住吉大社)부터 멀게는 금봉산(金峯山), 고야산(高野山), 나중에는 웅야 삼산(熊野三山)⁶⁾ 참배 등이 활발하게 되었다. 그중에서도 헤이안 말기의 원정(院政)시대에는 웅야 삼산에 참배하는 「쿠마노 마이리」(熊野詣)는 백하(白河)·조우(鳥羽)·후백하(後白河)·후조우(後鳥羽)에 이르는 4대의 법황(法皇) 혹은 상황(上皇) 시대를 중심으로 성행하여, 이 4대 약 100년간에 97회에 이르렀다고 한다 (足羽編 1994:25). 이 여행은 대규모로 편성되었기 때문에 가도가 정비되고 숙원(宿院)·숙방(宿坊)이라는 형태의 숙소도 발달하는 계기가 되었다. 이 시대에는 도오고(道後)나 아리마(有馬) 등과 같은 온천이 개발되어 이곳으로 여행하는 천황이나 귀족도 있었다. 장곡사의 덕도상인(德道上人)이나 화산원(花山院)에 의한 관음영장(觀音靈場) 순례는 나중에 「서국 33개소」(西國三十三所) 순례로 이어지게 된다⁷⁾.

⁴⁾이들을 '전통적' 관광명소라고 명명해 두기로 하겠다.

⁵⁾때로는 법륭사가 빠지고 당초제사(唐招提寺)가 추가되기도 한다.

⁶⁾熊野坐神社=本宮, 熊野速玉神社=新宮, 熊野夫須美神社=那智의 3사를 총칭하는 것이다.

⁷⁾「서국 33개소」는 교오토를 중심으로 한 킨카(近畿)지방 33개소의 관음순례 영장(靈場)을 말한

14세기 중반 무로마치(室町) 시대가 되면 관음순례는 무사나 승려로부터 점차 일반 서민들 사이로 퍼져 서국(西國)이나 판동(坂東)⁸⁾ 등의 순례여정에 나서는 사람이 많아진다. 해이안 시대의 「쿠마노 마이리」에 대신해서 무로마치 시대에는 「이세참궁」(伊勢參宮)이 성하게 되고 서민들도 「이세강」(伊勢講)과 같은 강조(講組), 즉 계조직을 만들어서 참배 여행에 나서게 된다. 이 중세에 보이는 서민 관광이 가능한 여행길이 열리는 원인(遠因)으로는 1)숙소의 발달, 2)화폐의 유통, 3)온시(御師)/센타츠(先達)/슈쿠보오(宿坊) 등으로 불리우던 사사족의 수용체제의 성립 등을 들 수 있다 (新城 1971:31). 서민들이 자신의 의지로 여행에 나서게 된 것은 이 시대의 사사 순례부터이지만 변성하기 시작하는 것은 에도시대에 들어서서이다.

17세기의 에도시대는 일본관광의 여명기라고 할만한 시대이다. 역제(驛制)가 발달하고 주요가도로서 오가도(五街道)⁹⁾를 중심으로 지선·가도 등도 정비되었다. 이정표로서의 도표(道標)나 「일리총」(一里塚)¹⁰⁾은 여행의 행정(行程)이나 안내에 도움을 주었고, 가로수가 심어졌으며, 도중에는 역참(驛站)에 해당하는 숙장(宿場)이 설치되어 인마(人馬)가 상비되는 등 여행의 편의가 다방면에 걸쳐서 펴졌다. 때문에 서민들의 여행은 폭발적으로 증가하게 된다¹¹⁾. 이 시대 서민들의 여행지는 주로 서국(西國)·판동(坂東)·칠부(秩父)의 관음영장, 사국(四國) 88개소 영장¹²⁾, 이세 등이었으며 이들 영향을 받은 다른 지역에서도 모방 축소판에 해당하는 「미니 서국」「미니 판동」「미니 사국」 등이 유행하였다.

그러나 막부나 각 번에서는 가도에 관소(關所)나 번소(番所)를 설치했으므로 그 통행에는 여행의 허가증과 신분증명서를 겸한 「왕래 수형」(往來手形)이 필요하였으며, 여성의 경우는 그 규제가 특히 심했다고 한다¹³⁾. 또 대부분의 하천에는 다리가 놓여지지 않았기 때문에 통행은 쉽지 않았는데, 이 시대 에도와 교토 사이는 순조롭게 걸어도 13~14일 걸리는 행정이었다고 한다.

다. 해이안시대 말기의 천태종(天台宗) 승려인 행존(行尊)이나 각충(覺忠)에 의해 이 무렵 설정되어 현재와 같은 형태로 된 것이라 생각되어지고 있다 (足羽 1994:25).

⁸⁾반도오(坂東)는 칸토오(關東), 즉 하코네(箱根) 이동 지방의 옛이름이다.

⁹⁾동해도(東海道)/ 중산도(中山道)/ 일광도중(日光道中)/ 갑주도중(甲州道中)/ 오주도중(奥州道中)이 그것이다.

¹⁰⁾전국의 가도에 10리마다 흙을 쌓아 올리고 팽나무 따위를 심어서 이정의 표식으로 한 것이다.

¹¹⁾1691년, 나가사키(長崎) 주재 네덜란드 상관장(商館長)이 에도 참부(參府)를 위하여 행한 여행에 수행한 켐펠은 “이 나라의 가도에는 매일 면을 수 없을 정도로 사람들이 있으며, 두 세 계절에는 주민들이 많이 사는 유럽 도시들의 길거리와 비슷할 정도로 사람들이 가도에 넘치고 있다” (ケンペル 1977:49)라고 쓰고 있다. 또 시볼트는 “일본과 같이 ‘출신과 신분이 낮을 수록 여행은 자유자재이다’라는 말이 어울리는 곳은 없다”(シボルト 1928:133)라고 쓴 것과 같이 에도시대 여행은 상당히 자유스러웠다고 할 수 있다.

¹²⁾시코쿠(四國)에 있는 88개소 영장 순례를 지칭한다. 동시에 순례자 그 자체를 가르키는 경우도 있다.

¹³⁾「關所通行手形の 制」가 1661년에 행하여졌다고 한다.

2. 「모노미유우잔」(物見遊山)에서 명소관광으로

이와 같은 종교관광의 성황속에서 그 동전의 뒷쪽 측면에 해당하는 이른바 「모노미유잔」(物見遊山)적인 위락여행도 점차 증가했다. 즉, 이세참궁이나 서국영장 순례가 성행했던 것은 그 도중에 교토·오사카에서의 오락이 포함되어 있었기 때문인데, 이는 현대 관광의 위안·위락적 측면이 당시의 종교관광 속에서도 보여지는 점이다 (神崎, 1991). 그러나 자연과 관련된 전통적 명소의 탄생은 사실 그보다 거슬러 올라간다. 흔히 일본인의 입에 곧잘 회자되는 이른바 「근강팔경」(近江八景)은 무로마치 시대에 중국문화가 유입 유행되면서 소상팔경(瀟湘八景)이 시가로 읊어지고 그 영향을 받아 만들어 진 것이라고 한다¹⁴⁾. 그 후 마츠시마(松島)·아마노하시다테(天の橋立)·이즈쿠시마(嚴島)(=미야지마(宮島))와 같은 「일본삼경」(日本三景)도 탄생했다. 이후 팔경이나 삼경에 명소를 벗대는 것이 유행하게 되는데 이것은 당시 널리 퍼진 관광선전의 한 방법이었다고 말할 수 있겠다.

또한 당시 여행 패턴으로는 순례 외에도 탕치(湯治)를 중심으로 한 온천요양도 상당히 보급되고 있었다. 이것은 서민에게 허락된 그다지 많지 않은 레크레이션의 하나이기도 하였는데¹⁵⁾, 이 탕치 여행은 며칠씩 체재하는 것이 보통이어서 이른바 ‘체재형 관광’의 시작이라고 말할 수 있겠다. 이 때문에 각지에 역사가 오래된 유명한 온천들이 새로운 명소로서 나타나게 되고 오랫동안 각광을 받게 된다. 이들 사사참배나 탕치에 보이는 공통 점은 일상을 떠나 다른 환경 속에서 자연이나 문화에 접하는 행동이고, 걸어서 목적지에 간다고 하는 점이다. 이러한 일반 명소관광의 발달 배경에는 여행 가이드북의 보급이 있었는데 이는 뒤에서 다시 자세히 고찰하기로 한다.

명치정부가 들어서고 1869년 태정관(太政官) 포고에 의해 관소가 폐지되면서 통행 수령 없이도 자유롭게 여행이 가능하게 되었다. 1872년 신바시(新橋)와 요코하마(横浜) 사이에 처음 철도가 개통된 이래 전국각지에 철도망이 확대되었으며, 1906년 명치정부는 전국의 주요 사철(私鐵)을 매수해서 철도 국유화를 단행했다. 이 철도의 등장으로 국내 관광지도 사사나 온천에서 그 영역이 넓어졌다. 1885년 오오이소(大磯)에서 시작된 해수욕장은 1900년대 들어오면서 쇼난(湘南) 일대에서 보오소오(房總) 해안까지 넓혀졌다. 또 1887년경 카루이자와(輕井澤)에서 시작된 피서지는 바다와 산에 입지한 리조트으로 확대되어 갔다.

명치 초기 방일한 서구인에 의한 일본 산악의 등산과 그 풍경의 찬미는 일본인의 풍경관을 크게 바꾸게 된다¹⁶⁾. 즉 그때까지 자연승배적인 감각을 가지고 보아왔던 풍경이

¹⁴⁾近江國 즉 현 시가(滋賀)현, 琵琶湖 남부 호반에 있는 8개의 명승을 가르킨다. 1500년 중국의 소상팔경에 벗대어서 近衛政家가 선정했다고 전해진다. 三井의 晚鐘, 唐崎의 夜雨, 墓田의 落雁, 栗津의 晴風, 矢橋(야바세)의 歸帆, 比良의 暮雪, 石山의 秋月, 濱田의 夕照가 그것이다.

¹⁵⁾1860년 외국인으로는 처음으로 후지산(富士山) 등산을 시도한 영국의 초대 주일공사 오르콕 크는 그의 저서 『大君の都』 속에서 “입욕(入浴)민족인 일본인은 목욕하기 위해서 대단히 멀리서부터 온다. 그것은 로마인의 목욕탕, 프랑스인의 카페와 같은 것으로 당당한 오락장이다”라고 기술하고 있다고 한다.

유럽인의 미적 감각에 자극되어 처음으로 자연속의 미를 의식하게 되었다. 즉 고대부터 숭배 대상으로 신성시되었던 산의 이미지가 자연미를 구하는 대상으로 바뀌게 된 것이다. 일본자연의 미를 발견한 일본인은 새삼스레 자연속의 백엽림(白燐林)이나 낙엽송에서 풍경미를 발견하게 되고 이어서 무사시노(武藏野)의 잡목림에서도 미를 인식하게 되어간다.¹⁷⁾ 이 무렵의 여행은 철도/배/인력기/마차 등과 같은 교통기관을 이용하고 있었는데 이들 저명인의 '산수'(山水)와 관련된 서서나 기행문을 계제한 여행안내서, 시각표 등이 관광지에의 매력을 자극하면서 국내여행 붐을 불러일으켰던 것이다.

이러한 철도의 발달과 산수 붐 속에서 1900년 『鐵道唱歌』 제1집인 「東海道線의 券」이 발행되었다. 이것은 전국 철도연번의 여행안내기라고 할 수 있는 것으로 철도여행 붐을 더욱 불러 일으켰다. 1894년에는 당시 사철이었던 「일본철도」(日本鐵道)가 토·일요일에 「닛코오(日光)회유철도(回遊鐵道)」를 운영하였으며, 1902년에는 국철이 신바시~쿄오토 사이에 최초의 단풍관광용인 「관풍열차」(觀楓列車)를 운행하였다. 한편 수학여행은 1886년 동경사범학교에서 보오소오(房總) 방면으로 이른바 장거리 소풍인 「장도원족」(長途遠足)을 실시하고 있는데 이것이 수학여행의 효시라고 한다 (日本修學旅行協會編 1987). 이렇게 확대되기 시작한 관광명소들은 1931년에 「국립공원법」이 제정되고, 1934년에 세토내해(瀬戸內海), 윤젠(雲仙), 키리시마(霧島)가 지정된 것을 시작으로 1936년까지 토와다(十和田), 닛코오(日光), 후지 하코네(富士箱根)등 12개 국립공원이 탄생되면서 새로운 국면을 맞게 된다.

III. 사회변화와 '만들어지는' 명소들

1. 관광명소와 사회변화

명소는 어떻게 만들어지는가? 일본에는 꽃구경인 「하나미」(花見), 달구경인 「츠키미」(月見)와 같은 「모노미유우잔」(物見遊山)적인 전통이 있다. 또한 「일본 삼경」에서 출발하

¹⁶⁾ W.가우란드는 오오사카 조폐국의 화학 겸 야금기사로서 중부 산야지방의 산들의 지질·광맥 조사를 행하였는데 「일본 알프스」라는 이름을 붙였다. 한편 1888년 방일한 웨스톤목사는 선교 활동을 하면서 일본 각지의 고산을 등산하였는데 귀국후 1896년 『일본 알프스』라는 책을 출판해 그 이름을 세계에 알렸다.

¹⁷⁾ 이것은 외국문학을 통해서 배양된 미적 감각이 자신들 주위의 평범한 미에 대한 자각과 감각 배양을 만들어간 것을 의미한다. 이것은 桂離宮의 미에 심취했던 B.타우트에 의해서 일본인 자신이 일본미의 문화적 가치를 자각해가는 과정과 닮아있다. 한편 자연미 붐의 배경에는 외국인에 이은 일본인의 활약과 관계가 깊다. 가령 1894년 시가(志賀重昂)에 의한 『日本風景論』이란 서적의 출판이 큰 역할을 하였으며, 뒤를 이어 大橋乙羽, 幸田露伴, 田山花袋, 大町桂月 등에 의해 '산수'(山水)와 관련된 출판물이 소속 나오게 된다. 일본사람들이 풍경을 어떻게 파악하고 어떻게 느끼어 왔는가 하는 일본인의 전통적 풍경관과 관광명소와는 밀접한 관계에 있다. 일본인의 풍경관은 문학/미술작품에 잘 나타나고 있고 그에 관한 논의도 많기 때문에 여기서는 별도로 언급하지 않기로 한다. 외국인에 의한 풍경론은 베르크(Berque 1986)를, 관광지와 관련된 경관과 풍경에 관한 개략적인 논의는 아시마(足羽 1994:90-91)를 참조할 것.

여 「관동 팔경」, 「소화(昭和) 신팔경」과 같은 자연적 자원들의 명소들이 계속적으로 만들어져 왔다. 이곳들은 역시 자연경관이 수려한 곳 장엄한 곳이 중심이 되었다. 이러한 새로운 명소들은 현재도 계속해서 만들어지고 있으며 이것들은 사회변화와 이에 따른 사회적 욕구의 변화와 무관하지 않다. 그러면 어떠한 곳이 관광지가 되는가?

관광지의 조건에 대해 ‘이론적으로 볼 때 관광지가 아닌 장소는 이 세상에 없다’고 지적하는 사람이 있다 (白幡 1991:2-3). 이 말이 의미하는 것은 보고 싶다거나 알고 싶다는 강한 흥미와 함께, 자신의 허용범위 이상으로 위험이 동반하지 않는 경우라면 어떤 곳이라도 관광의 대상이 된다는 것이다. 따라서 관광지란 그 때까지 거의 관광대상이라고 생각되어지지 않았던 지역이라도 비교적 안전한 여행루트가 개발되어 도달이 용이하게 되고 교통수단이 일정량 확보되면 당장에라도 관광의 목적지로 변신하게 된다. 관광이란 호기심의 충족이며 그것을 성립시키기 위한 조건으로서 이동을 동반한다. 정리하면 ‘이동을 동반한 호기심의 충족’이 되는 셈이다¹⁸⁾. 이와 같은 관점에서 보면 ‘관광지’라는 정해진 장소는 없어진다.

그러나 동시에 관광지라고 불리워지고 있는 장소, 이른바 「명소」라고 불리워지는 곳은 분명히 존재한다. 어떤 지역이 어느 시대에 특히 현저한 주목을 받는 경우에 이를 붙여지는 것이다. 특히 강력한 집객력(集客力), 흡인력을 가지는 장소가 명소나 관광지가 된다. 현재 사람의 흥미를 끄는 것이나 눈에 띄는 곳이 없기 때문에 관광지가 될 수 없다고 하는 일은 있을 수 없다. 실제로 어느 나라에나 흔히 널려진 것을 보고 싶다고 하는 사람도 있다. 한 사람의 관심은 관광지 성립의 첫걸음인 것이다. 관광지란 주목을 받는 지역, 사람들의 관심을 모으는 지역이다. 사람들의 시선을 특권적으로 획득할 때, 거기가 바로 관광지가 된다. 이러한 관광의 대상지 즉 관광명소가 변하고 만들어지는 그 중요한 요인의 하나는 바로 교통의 발전이라고 할 수 있다.

근대에서 현대에 걸쳐 관광교통은 철도의 스피드화에 힘입어 현저한 진보를 이루었다. 즉 배·자동차·비행기등과 같은 교통기관의 발전은 관광의 증대에 큰 효과를 올렸던 것이다. 동해도(東海道)선이 개통된 1889년, 신바시를 출발하여 고텐바(御殿場)를 경유, 오오사카를 18시간 52분에 잊던 철도는 1934년 「츠바메」가 8시간으로 달리게 되었다. 1964년 동해도 신간선 개통된 이래 시간이 획기적으로 단축되어 현재는 「노조미」가 토쿄-신오사카 사이를 2시간 30분에 잊고 있다. 도로나 항공로의 정비에 의해 철도수송의 장점이 감소되고, 또 1987년에는 국철이 민영화되기도 하는 등 변화는 있었으나 아직도 관광교통기관으로서의 철도가 행하는 역할은 크다.

자동차는 명치정부 말기에 일본에서도 등장했는데 대절버스를 이용한 단체여행이 본격화한 것은 1948년경부터라고 한다. 1952년에는 정기관광버스가 토쿄에서 운행되어

¹⁸⁾ 백과사전에 나와 있는 관광의 정의를 가능한 한 짧게 정리하면 ‘즐거움을 위한 여행’이다. 관광정책심의회(1970)의 정의는 “관광이란 자기의 자유시간(여가) 중에서 감상, 지식, 체험, 활동, 휴양, 정신의 고무 등 생활의 변화를 요구하는 인간의 기본적 욕구를 채우기 위한 행위(레크레이션) 가운데 일상생활권을 떠나서 다른 자연·문화등의 환경하에서 행하려고 하는 일련의 행동을 말한다”고 되어있다.

1950·60년대의 단체여행을 중심으로 한 대중관광 시대를 맞이하면서 버스여행은 최성기를 맞게 된다. 1963년 일본 최초의 고속자동차전용도로인 메이신(名神)이 개통된 이래 고속도로 건설이 계속되었다. 그러나 1959년 이후의 이른바 「모타리제이촌」으로 자가용차의 보급이 확대되면서 관광교통수단으로서의 자동차는 1960년대 후반에 들어서부터 급격하게 늘어 이것이 오늘날 관광의 대량화·대중화·광역화에 큰 역할을 하게 되었다.

항공기에 의한 관광이 본격화한 것은 1951년 일본항공이 설립된 후이며, 1954년에는 전후 최초로 국제선 운행도 개시되었다. 관광교통기관으로서의 항공기는 그 성능을 대형화·스피드화함과 동시에 국제선은 그 운행 범위를 전 세계로 넓히게 된다. 한편 국내에서도 공로·공항등이 정비됨에 따라 노선이 대폭 확장되었고, 근거리구간의 항공수송인 코뮤타항공노선에도 관광이용이 들어왔다.

배는 최근 주목되어온 관광교통기관이다. 1913년에 세계주유항로의 배로서는 처음으로 미국의 클리블랜드호가 코오베에 입항한 이래, 호화객선에 의한 이른바 「쿠루즈」는 일본인에게는 꿈의 세계가 되었다. 1975년 세계 최고의 호화여객선인 영국의 퀸 엘리자베스2호가 일본에 기항하면서 여객선 관광의 봄을 불러일으켰다. 스피드 일변도의 항공기에 비해 호화선은 선상에서의 생활을 즐기는 것 자체가 관광이고 해외여행에서의 크루즈에도 일본인의 모습이 많이 띠게 되었다.

일본도 전후 경제재건을 위하여 「관광입국」을 슬로건으로 하고 있다. 패전 직후인 1946년 총리대신의 자문기관으로 관광진흥국을 검토하는 「관광사업 심의회」가 설치되었다. 부역수지의 적자를 줄이기 위한 고육지책이 계속되던 시대이었기 때문에 「풍광(風光)의 수출」, 「풍광의 자본화」, 「국제관광」이란 말이 1940년대 후반에서 50년대에 걸쳐 크게 풍미하게 된다.¹⁹⁾ 1950년대 중반에 들어가면 대중관광 시대를 맞아 관광여행은 서민층에 퍼져 갔다. 그 근저에는 「여관업법」(1947), 「국제관광호텔정비법」(1949년, 1992년개정), 「여행알선업법」(1952년, 1972년 「여행업법」) 등의 제정이나 「국철 주유권」의 부활 등에 의해 관광 관련 기반정비가 행해지간 것을 들 수 있다. 또 「일본 유스호스텔 협회」의 설립(1951년), 「국민숙사」(1956), 「국민휴가촌」(1961) 등의 등장으로 찬값으로 안심하고 숙박할 수 있는 숙박시설이 증가한다. 1960년대부터의 급격한 경제성장시대의 물결을 타고 관광여행은 마이카붐, 고속자동차도의 건설, 국철 신칸센(新幹線)의 건설 등이 전개되는 가운데 국민대중의 손으로 넘어가고 있었다.

관광여행의 형태도 1950년대 중반 이후의 대형단체여행 시대에서 1960년대 중반 이후는 가족·친구 등 소그룹에 의한 것이 일반적으로 되었다. 그 무렵부터 정부도 『觀光白書』(1964)의 발행, 「관광기본법」(1963)의 제정 등을 통하여 관광문제에 적극적으로 임하는 한편, 토오쿄오 올림픽(1964)이나 오오사카 만국박람회(1970) 등과 같은 국제적인 이벤트 개최에도 힘을 쏟았다. 이와 같은 관광여행의 봄은 해외관광에도 미치는데 1964년

¹⁹⁾ 가령 정부등록/국제관광호텔/여관등이라고 하는 간판이 지금도 눈에 띠나 이것은 개인실에 세면대/화장실/목욕탕 등이 떨려있는 것을 운수성이 장려하는 기준에 합치하는 것에 감찰을 부여한 것이다. 이것은 국제관광이 슬로건이었던 시대의 여관개방운동에 힘을 빌린 여관 회일화의 유산이다.

해외여행자유화가 계기가 되어 1965년에는 최초의 팩케지투어인 「자루 팍쿠」(Jal-pack)가 발매되었다. 이후 이런 종류의 여행 형태는 일본인의 해외여행의 대중화에 큰 역할을 하게 된다.

운수성은 1987년 일본인의 해외여행자수를 5년 후에 배증하는 「해외여행배증계획」(the Ten Million Program)을 제정했는데 4년 후인 1990년에 이미 도항자 1,100만명을 넘어서었다. 1991년에는 21세기를 향한 관광교류의 확대와 질적 향상을 꾀하기 위한 관광진흥책으로서 「관광교류확대계획」(Two Way Tourism 21)을 낸다. 이로써 관광은 지금 까지의 경제성장을 위한 국책산업이란 주된 테마에서 자연환경과의 친화, 인간적 삶의 질의 향상, 인적 교류 등을 통한 새로운 시대의 지역만들기, 문화간 상호이해 등에 공헌하는 절호의 테마로 그 의미를 크게 변화시키고 있는 것이다.

2. ‘만들어지는’ 명소들

19세기 중엽 이후로 만들어지는 관광자원이 나타났다. 그 중 그 규모에 있어 단연 압도적인 것이 만국박람회이다. 만국박람회는 만들어지는 관광자원이었으며, 또한 제3차 산업으로서의 관광업, 여행업과 같은 새로운 업종이 만들어지는 기반도 제공하였던 셈이다. 일본의 경우 지금까지 박람회라는 명칭으로 열린 행사는 셀 수 없을 정도이다. 「전국과자박람회」 등과 같은 일종의 품평회와 같은 성격의 것을 더하면 그 수는 엄청나게 많아 질 것이다. 종합적인 박람회 행사만으로도 명치시대 이래 무려 800회 이상에 이른다고 한다²⁰⁾. 일본의 박람회들은 중앙정부나 지방자치체 등과 같은 공공기관이 중심이 되어 기획/진행되는 것이 많기 때문에 당연히 국위 선양이나 지역 선전을 겸하게 된다. 즉 각종 박람회는 관광자원 만들기이며, 화제성을 창출하여 지역의 지명도를 올리고 관광에 연결시키려고 하는 정보만들기의 역할을 해내고 있는 것이다.

박람회와 더불어 만들어지는 명소에 이른바 「테마파크」(theme park)가 있다. 테마파크는 하나의 테마에 기초해서 구성 연출된 유원지를 말한다. 일본에서는 1983년에 개업한 「토쿄 디즈니랜드」(TDL), 「나가사키 오란다촌」의 성공에 촉발되어 지역활성화의 꽃으로서 각지에서 계획/건설되어 현재 영업중인 것만해도 전국에서 약 50개소가 있다고 한다.

매스컴의 프로그램들과 관련된 관광명소들도 끊임없이 탄생하고 있다. 특히 텔레비전의 인기 프로그램의 무대들이 그 중요한 후보들이 된다. 1988년 4월부터 1년간 방영된 NHK의 대하드라마 「武田信玄」의 무대는 야마나시(山梨縣)과 나가노(長野)현이다. 이들 현은 자신들의 자치체 선전을 위하여 방영 전에 수천만원의 예산을 투입하기도 하였다 고 한다 (溝尾 1994:78-83). 이와 같이 시청자를 많이 확보하고 있는 텔레비전 프로그램이나 그 영향력이 큰 매스컴의 이벤트는 새로운 관광지를 만들어 내는 강력하고도 유력한 촉발제의 역할을 제공하고 있는 것이다.

역사의 현장이 새로운 관광지로 만들어 지는데 이는 일본사회의 고고학 발굴의 봄과

²⁰⁾ 그 내역은 명치시대 100회, 대정시대 150회, 소화시대전전 300회, 전후 250회를 넘고 있다.

무관하지 않다. 밸굴지는 큐우슈우에서 훗카이도오까지 일본열도 전역에 걸쳐 있는데, 그 대표적인 것의 하나로 들 수 있는 것이 큐우슈우의 요시노가리(吉野ヶ里) 유적일 것이다. 최근에는 아오모리(青森)현의 산나이마루야마(三内丸山) 유적의 밸굴로 죠오봉(繼文) 봄이 일고 있으며 이는 다시 이 밸굴지를 관광지로 만들고 있다. 전통이 남아있는 곳으로 기후(岐阜)현의 시라카와쿄오(白川郷)가 있다. 이곳은 갓쇼즈쿠리(合掌作) 지붕으로 유명하며 「후루사토 관광」의 예에 들 것이다. 특히 「세계문화유산」으로 지정받은 후에는 전통역사를 관광지로 각광받고 있는 곳의 하나이다. 역사와 관련하여 1988년 바쇼(芭蕉)가 「오쿠노호소미치」(奥ノ細道)를 걸은 지 300주년에 해당하는 해이었으며 동북지방의 각현은 이를 소재로 관광선전에 열을 올렸으며 또한 새로운 명소로서 부각되기도 하였다.

박물관은 전통적으로 관광명소의 하나였으나 종래와는 다른 새로운 형태의 박물관들이 새로운 명소로 만들어 지고 있다. 대표적인 것의 하나에 「에코 뮤지엄」이 있다. 이것은 에코로지(ecology)와 뮤지엄(museum)을 합한 조어인데, 1971년에 프랑스에서 처음 만들어졌다고 한다. 물건을 수집·보관·전시하는 종래의 박물관과 달리 그 지역의 자연이나 생활을 포함한 환경 전체를 현지에 그대로 보존해 이들의 전시를 통해서 지역 발전을 꾀하려고 하는 것이다. 이러한 밸상이 지역활성책인 「무라오코시」를 목표로 하는 사람들의 관심을 불러 전국에서 여러 시도가 행해지고 있다²¹⁾.

1980년대의 이른바 대도시 「워터 프론트 개발계획」 즉 해변 개발과 함께 성행했던 수족관 신설 봄은 여전하여 새로운 변화를 가미한 수족관들이 만들어지는 관광명소로서 등장하고 있다. 「돌파크」도 이러한 새로운 형태의 실태공간의 하나로 만들어진 명소의 하나이다. 반구상의 지붕을 만들어 기둥이 없는 넓은 내부공간을 만들어내는 건조물로 비나 바람 등과 같은 기상에 좌우되지 않고 스포츠나 이벤트스페이스를 확보할 수 있다는 점에서 새로운 관광명소로 부각된 곳이다. 1988년에 만들어진 「토오쿄오 돌」이 그 효시이며, 1993년에는 야구팀 다이에이호크스의 본거지로서 「후쿠오카 돌」이 오픈하였다²²⁾. 이들은 프로야구의 프란차이즈 구장을 메인으로 한 다목적형 공간이기도 하지만 그외의 이벤트 장소 및 각종 오락을 제공하는 공간으로서 관광명소화 되고 있다 하겠다.

그러나 이러한 관광명소의 다양화는 동시에 많은 문제점 또한 내포하고 있는 것이 사실이다. 앞에서 본 각종 박람회는 ‘알려지는 것’, ‘유명해지는 것’을 최우선 목적으로하게 되는 것은 어쩌면 당연한 일이다. 1988·89년 지방박람회의 난립상에서 전형적으로 보이는 지방자치체의 이벤트 지향성이 그것을 잘 말해 주고 있다 하겠다. 최근 토오쿄오 도의 「세계도시박람회」의 중지결정에서 보여지는 바와 같이, 이미 박람회의 시대는 끝났다고 하는 여론의 소리도 높으며 또한 개최에 따른 환경파괴의 영향을 염려하는 소리도

²¹⁾가령 치바(千葉)현 토미우라(富浦)정의 「토미우라초 에코뮤-체」, 이와테(岩手)현 산리쿠(三陸)정의 「후루사토 마루고토 박물관」, 아이치(愛知)현 아스케(足助)정의 「三州足助屋敷」등이 에코뮤지엄의 밸상을 도입한 「무라오코시」의 예라고 말할 수 있다.

²²⁾토오쿄오 놀이 내외의 기암의 차로 지붕을 지탱하고 있는 것에 대해, 후쿠오카 놀은 1매의 고정지붕과 2매의 가동지붕으로 천정을 개폐하는 것이 가능한 점이 차이점이라고 한다.

강하다.

한편 테마파크의 경우, 이들의 경영이 모두 순조로운 것은 아니어서 약 3분의 1은 채산이 맞지 않는다고 하며, 계획단계에서 거품경제의 붕괴로 계획이 공중에 떠버려 중단된 예도 있다²³⁾. 또 「스페이스 월드」가 최대커브 세계제일이라는 절규머신, 타이탄을 도입하는 등 당초의 「테마」 콘셉트와는 다른 테마를 가지고 '유원지적' 색채를 강하게 띠는 곳도 많다. 에코뮤지엄의 경우에도 그 이념을 실현하기에는 그 지역 주민들의 이해와 협력이 필수적인데 상업 혹은 산업적 논리만이 지배하는 현재의 경향성을 무시할 수 없는 것이다.

이러한 새롭게 만들어지는 시설에 의해 관광의 대상지는 다양화하고 있는데, 이와 함께 관광 형태의 다양화로 인하여 역시 관광명소들도 계속적으로 만들어지고 있다. 이러한 현상 속에서 중요하게 부상하고 있는 것의 하나가 「그린 투어리즘」(green tourism)이다. 이것은 도시생활자가 농촌에서 체재형의 여가를 지내려고 하는 여행 형태에서 출발하고 있다²⁴⁾. 이는 농림수산성이 농촌진흥책의 하나로서 제창한 것이다. 1995년 4월 「농산어촌 제채형 여가활동 촉진법」이 시행되었는데, 이 법률 속에는 농촌체재형 여가활동에 대해서 도도부현 기본계획과 시정촌 계획을 책정하는 것과 농림어업 체험 민슈쿠(民宿)의 등록제도를 만드는 것이 들어가 있다²⁵⁾. 일본의 「민슈쿠」는 1960년대부터 각지에서 발달했는데 현재는 거의 대부분이 미니 여관화하면서 「민슈쿠」 본래의 맛이 잃어가고 있는 것이 실정이다. 따라서 '일본의 전통적 농촌 풍경을 지키면서 고향을 잊은 도시생활자와 농촌과의 교류를 깊게하기 위한' 「그린 투어리즘」의 확산은 1980년대 이후의 「레토로붐」 혹은 「후루사토 관광」과 맞물려 새로운 관광형태의 영역으로 자리잡혀 가고 있는 것 중의 하나이다.

새롭게 부각되는 여행 형태의 하나에 「에코 투어리즘」(eco-tourism)이 있다. 이것은 이른바 「환경관광」으로 지구환경의 보호에 관심이 높아지는 가운데 여행을 통해서 환경보호와 지역경제발전의 양립을 목표하고 있으며 이러한 사고에서 기획된 여행을 「에코 투어」라고 부른다. 구미에서 성행하기 시작했는데 일본에서도 최근 주목받게 되었다. 종래의 「비경(秘境) 투어」나 「사파리 투어」 등과 달리 전문가가 동행한다던지 현지 자연보호 블런티어들과의 교류나 실천 활동을 행하는 등 환경문제를 고려하는 것에 중점이 두어진다. 일본 국내에서는 「세계자연유산」으로 지정된 야쿠시마(屋久島)에의 투어, 타테야마 쿠로베(立山黒部) 아르펜루트의 쓰레기줍기 투어 등도 기획되고 있다.

²³⁾ 1992년도에 입장자수가 전년도를 밀دون TDL은 1993년도에는 연간입장자수 1600만명을 회복하였으나 1994년도에 다시 1500만명대로 전락했다. 처음 400만명 돌파를 목표로 한 일본 최대의 테마파크인 「하우스텐보스」(나가사키현 사세보(佐世保)시)도 전년도를 깨다. 1994년도는 여름의 폭염, 서일본의 물부족, 세해 들어서의 한신(阪神)대진재 등 특수한 사정도 있었지만 전체로서 테마파크를 둘러싼 환경은 엄하다고 말할 수 있다.

²⁴⁾ 독일이나 프랑스에서는 장기에 걸친 바캉스를 농촌의 농가민숙에서 지내는 그린 투어리즘이 정착하고 있고 농가민숙을 측면에서 지원하는 민숙조직이나 농가의 조성과 농촌의 활성화를 꾀하기 위한 세제상의 우대조치등 제도면에서의 정비도 충실히 하고 있다.

²⁵⁾ 그러나 행정의 직접 보조나 세의 감면 제도등은 들어가 있지 않다.

또한 앞에서 본 자연관광에 더하여 연합형 개념으로서의 관광상품들이 만들어지고 있다는 점도 관광형태의 다양화에 한몫하고 있다. 가령 「삿포로 눈축제」는 팩케지 투어로서 홋카이도 오라는 지역, 그리고 이벤트에 온천을 연결시키고 있다. 이와 같이 자연명소에 이벤트를 연결시킨 복합형들이 많이 늘고 있는데, 가령 기차와 연계시키는 경우도 있다. 이는 관광지에 기차티켓을 프러스 하는 형태로 민영화된 철도회사들의 새로운 영역 확대 작업으로서의 관광산업에 일조하는 기획상품 발명의 예에 들 것이다.

한편 일본인 여행의 전형이라고 일컬어져 왔던 「파케지 투어」(package tour)가 「제2 브랜드」「SIT (special interest tour)」「FIT(free & independent travellers)」「1인 여행 투어」「장애인 투어」「의료개호동반 투어」「해외수학여행」「인센티브 투어」「페밀리 투어」「아이동반 해외투어」「해외체재형여가·롱스테이」²⁶⁾ 「시차 바캉스」「리프렛슈 휴가」 등으로 다양해지고 있다. 「오토 캠프」「머린 레저」「스카이 레저」의 빌딩과 함께 그 관광의 대상지도 종래의 영역에서 보다 넓은 영역으로 넓어지고 있으며, 이는 다시 새로운 개념들을 재생산해 내는 순환을 계속하고 있다고 말할 수 있겠다.

이와 같이 새로운 관광형태는 1980년대 이후의 「레토로 봄」 혹은 「노스탈지아 봄」 또는 '양에서 질로의' 사회적 인식의 변화 등에 따라 관광명소와 함께 다양하게 변화하고 있다. 그러나 이 다양한 형태의 뒤에는 동시에 다양한 문제와 과제들이 도사리고 있는 점 또한 간과할 수 없을 것이다. 가령 「에코 투어」라고 칭하는 상품의 내용은 사실상 천차만별로 본래의 환경보호·자연보호의 정신에 입각한 것인지 어떤지 모르게 상품화의 하나의 치닫는 경향도 보이고 있다. 같이 「에코 뮤지엄」의 경우도 이에 대한 해석은 매우 다양하며 그 접근 형태는 신중한 검토와 논의가 전제되어야 하른 것이다. 이러한 새로운 관광명소와 관광형태의 정착과정은 관찰과 분석의 대상이며 금후의 과제로 남는다고 하겠다.

IV. 정보산업·문화산업으로서의 관광

1. 정보산업으로서의 관광

일본관광에 있어서 명소를 만들어내는 것으로 가이드북의 존재를 빼놓을 수 없다. 일본에서 여행·관광 가이드북이 성립되게 되는 하나의 배경에는 「京雀」「江戸雀」과 같은 타이틀을 가진 「명소기」(名所記)가 있다. 아사이(淺井了意)의 『江戸名所記』, 카이바라(貝原益軒)의 『京城勝覽』 등과 같이 교오토·에도·오오사카 등의 대도시를 대상으로 한 대표작을 필두로 17세기 후반 경에 생겨나기 시작한 이 「명소기」는 18세기 중에는 많은 수

²⁶⁾여가를 목적으로 수주간에서 긴 경우는 수년간에 걸쳐서 해외의 일정지역에서 생활하는 것을 말한다. 관광 혹은 이주(移住)와도 다르며 부엌이 있는 맨숀등에 살며 현지인들과 교류하면서 어학 공부나 봉리티어 활동 등을 행한다. 이와 같은 새로운 타입의 해외체제 여가 방법이 제2의 인생의 보람을 모색하는 중노년층에 의해 주목받고 있다. 그 배경에는 경기하락이나 한신대진재등에 의해 이제까지의 경제우선/물건중시 가치관에 의문을 느낀 사람이 늘고 있는 것과 엔고(円高)로 인해 해외생활의 부담이 가벼워진 점이 영향하고 있는 것으로 생각된다.

에 이르게 되었다. 에도시대에는 특히 대도시와 관련된 가이드북 외에도 「賣物獨案內」라는 타이틀을 가진 유명상점의 정보를 포함한 쇼핑 가이드북이나 사원이나 신사 혹은 그 정원을 안내하는 개별 분야의 가이드북도 나타나게 된다(白幡 1991:11).

근세의 여행의 발전에는 「道中記」나 「名所圖會」「繪地圖」 등과 같은 그림안내책 종류들이 그 배후에 있다. 이들은 바로 현대 관광에서도 빼놓을 수 없는 관광안내서·여행가이드에 해당하는 것들이다. 그 중 「道中記」는 가도변에 발달한 숙소 간의 이정(里程)이나 인마(人馬)의 가격, 명소/고적/신사 불각의 유래, 물산 등에서 시작하여 여행의 주의 서에 이르기까지 거의 모든 항목이 계재되어 있으며 품속에 넣기 편한 형태로 만들어졌다. 에도시대 초기 “사랑스런 자식에게는 여행을 보내라는 말이 있으며, 만사를 생각하는데에는 여행보다 나은 것이 없다”,로 시작하는 『東海道名所記』(淺井了意)는 그 선구에 해당한다고 한다²⁷⁾. 이 밖에도 『廣驛道中記』(1717), 『岐蘇路安見繪圖』(1751), 『五海道中細見記』(1856) 등 다수의 「道中記」가 있다. 각지의 명소와 오래된 유적들의 그림이 안내기로서 출판된 「名所圖會」의 효시는 1780년에 만들어진 『都名所圖會』(秋里舜福)로, 제본이 따라가지 못할 정도로 많이 팔렸다고 한다. 그 후 『東海道名所圖會』(1797), 『攝津名所圖會』(1798) 등 에도시대 말기까지 다수의 「名所圖會」가 간행되었다.

이들과 함께 「가도행정도표」(街道行程圖表)나 보고 즐길 수 있는 「道中繪地圖」·「道中圖」와 같은 종류의 책도 가도 여행에는 빠질 수 없는 것들이었다. 1690년에 만들어진 菱川師宣의 『東海道分間繪圖』는 대형서적이었지만 나중에 소형으로 출판되어 대중화되었다. 앞에서 언급한 『岐蘇路安見繪圖』나 『五海道中細見記』는 「그림지도」(繪地圖) 방식을 도입한 「도중기」이다. 순례 여행에는 『西國三十三所巡禮緣記』(1683), 『西國三十三所觀音靈場記』(1726) 등과 같은 「영장기」(靈場記)·순례안내기나 『西國巡禮道中圖』(1734), 『西國巡禮獨案內圖』(1804) 등과 같은 지도가 애용되었다. 이들 여행 가이드북들은 명치정부에 의한 근대화 이후 철도 개통이 이루어지면서 여행안내기나 시각표로 이어져 오늘날의 여행가이드북의 전신으로서의 역할을 하고 있었던 것이다.

무로마치 시대에 중국문화가 유입되면서 「瀟湘八景」에 벗대어 만들어진 「오오미 팔경」(近江八景) 그리고 그 후에 만들어진 「일본삼경」은 이후 「팔경」이나 「삼경」에 명소를 벗대는 것이 유행되는 단초를 만들고 있다. 이것은 당시의 관광 선전의 하나의 방법이라고 할 수도 있을 것이다. 이 「오오미 팔경」이나 「東海道五十三次」의 가도풍경 등은 에도 중기 이후에는 우키요에(浮世繪)나 판화로 만들어져 현대의 그림엽서나 사진과 같은 역할을 하였으며, 주사위 놀이의 일종인 「그림 스코로쿠」(繪雙六)의 「도중쌍육」(道中雙六)이나 「명소쌍육」(名所雙六)에도 응용되었다. 『東海道五十三次道中雙六』, 『參宮上京道中一覽雙六』, 『新版漆栗毛道中雙六』 등은 모두 이 시대의 베스트셀러가 된 것들이다.

여행 중에 필요한 지식은 사원부설 교육기관이며 당시의 초등학교의 역할을 담당했던 테라고야(寺小屋)에서도 교육되었다. 『中山道往來(木曾路往來)』(1845)나 『東海道往來

²⁷⁾ 그 내용에는 1616년 羅浮子(=林羅山)의 간행이라고 전해지는 『內辰紀行』의 영향이 보여지는 것에서 에도시대의 꽤 빠른 시기부터 여행 가이드로서 중요한 역할을 행하고 있었다고 생각되어진다.

(都路往來), (1861)는 습자 교본이지만 이 소책자 속에는 가도의 여인숙인 「슈쿠바」(宿場)가 기재되어 있어 여행에 대한 흥미를 증진시켜주었다²⁸⁾. 한편 『旅行用心集』, 『旅行心得種』 등과 같이 여행 중의 주의사항에 대해 여러모로 언급한 것도 등장하게 된다²⁹⁾. 당시의 여행의 주의사항으로는 “숙소에 들고나서 문단속이나 불조심” 등과 같이 현대의 여행에 있어서도 통용되고 있는 여러가지 지식과 주의사항이 있어서 흥미를 끈다. 그것들은 서민 여행의 발전과 함께 여행에 필요한 예비지식이나 정보원의 역할을 하고 있었던 셈이다. 한편 1854년의 개국 이후, 외국인을 대상으로 만들어진 영문가이드북의 수는 1910년경까지 90권 이상에 이른다고 한다. 즉 연간 평균 두권을 넘는 발행 빈도수가 되는 셈이다. 관광객 수도 오늘날의 대중관광시대와 비교해서 그렇게 많지 않았음에도 불구하고 가이드북의 간행은 상당한 규모에 이르고 있었다고 할 수 있을 것이다.

이들 가이드북은 그냥 놔두면 단순한 천연자원에 지나지 않는 것에 정보를 부가하므로써 관광자원으로 전화시키는 매개체 역할을 하고 있었다. 이들 가이드북은 존재한다고 하기보다는 그야말로 ‘만들어지는’ 것이라고 말할 수 있다³⁰⁾. 즉 새로운 정보를 창조하면서 생산되어지며, 따라서 새로운 관광자원 만들기는 정보만들기이기도 한 것이다. 「일본삼경」, 「오오미 팔경」 등은 일본 지식인에 의한 풍경관에서 나온 것이며 동시에 한편으로는 서민의 상식이었지만 이것이야말로 관광의 자원화를 위한 최초의 선전 카피만들기였다고 할 수 있겠다. 「팔경」 혹은 「삼경」과 같은 풍경관이나 가이드북 등은 모두 관광자원화를 위한 정보창출의 기제로서 생각할 수가 있는 것이다.

현재 관광의 성쇠를 좌우하는 큰 전략은 관광자원 만들기에 있다고 할 수 있다. 아니 관광자원을 만들어내기 위한 정보만들기에 있다라고 하는 것이 정확할지도 모른다. 즉 정보를 어느 정도 손에 쥐고 있는가, 정보를 어느정도 만들어낼 수 있는가, 얼마나 제어할 수 있는가,로 관광의 동향은 크게 변한다. 오늘날 관광은 정보와 분리해서는 도저히 생각할 수 없으며 새로운 명소들은 바로 정보에 의해서 만들어지고 있다고 해도 과언이 아닐 것이다.

2. 관광관련 정보·문화산업의 현재

오늘날 일본의 관광관련 정보들은 최신 기술에 의한 시스템화에 박차를 가하고 있으며 동시에 이를 위한 기반만들기에도 힘을 쏟고 있다. 전자의 경우는 가령 인터넷 상의 홈페이지에 소개되는 관광관련 항목들이 상당수를 차지하는 점에서도 잘 알 수 있다. 만약 검색시스템에 의해 관광을 검색했을 때 나오는 결과 수만이 아니라 이와 연결된 사이트들을 감안할 때 관광과 관련된 정보량은 상상을 초월할 정도임을 추측하기에 어렵지 않다. 각종 여행관계 대형회사들은 관광산업을 정보산업으로 인식하고 정보시스템을 통한 관광홍보와 선전전략에 주력하고 있기도 하다. 한편 후자의 경우에도 새로운 구상

²⁸⁾ 그 수법은 당시 유행하던 노래인 「江戸日本橋」와 함께 나중에 1896년 橫江鐵石의 「汽車の旅」나 1900년의 人和田建樹의 「鐵道唱歌」에도 영향을 미치고 있다고 한다.

²⁹⁾ 1810년 八隅蘿庵이 편찬한 『旅行用心集』이 있다.

³⁰⁾ 이에 관해서는 쿠즈노(葛野 1996)를 참고할 것.

들이 빠른 속도로 만들어져 등장하고 동시에 사라지고 있다.

가령 「관광대학」은 이러한 것의 하나의 예에 불과하다. 이것은 호텔이나 여행회사등 관광관련 산업의 경영이나 지역진흥정책 전반을 연구하는 대학의 개념이다. 「관광대학」 구상은 처음 운수성으로부터 나와 관광 관련 대학의 설립, 유치열이 각지에서 높아지고 있다. 1995년 6월 관광정책심의회(운수대신의 자문기관)가 22년만에 낸 제언에 들어가 있는 이 관광대학 구상은 「관광산업은 21세기의 기간산업」이라는 인식에서 생겨난 것이다. 따라서 대학에서는 여행업이나 호텔·여관의 경영론에 머무르지 않고 리조트개발, 테마파크, 콘벤션 시설의 운영·경영 등 관광에 의한 지역진흥 전반을 망라하고 있다. 졸업생은 관광산업 관련 시설 업체의 간부를 비롯하여 지방자치체의 기획담당자가 되는 것도 염두에 두고 있다고 한다. 이러한 구상에 대해 이미 여러 개의 협이나 시가 유치 방침을 표명하고 있는 설정이다³¹⁾. 그러나 현재 관광학 관계 전공의 대학교원수가 매우 부족한 실정에서 이러한 구상이 난립할 경우 교원 부족으로 인한 계획 차질은 필지의 사실이라는 지적도 있다.

「국가별·해외안전정보 FAX서비스」, 「여가생활 레크레이숀 상담소」, 「레크레이숀 인스트럭터」, 「삼림 인스트럭터」, 「여행지리 검정」 등의 시스템도 관광과 관련된 정보·문화사업들의 모습인 것이다. 이러한 이름과 개념 조차 생소한 새로운 정보/문화 산업으로서의 관광관련 산업은 그 영역을 탐욕스럽게 개척하고 있다. 이에 대한 논의는 과거에 것에서 현재의 것으로의 발전 추이를 주의깊게 관찰함과 동시에 그 배경에 있는 사회적 변화와 이에 따른 인식의 변화 그리고 수요의 욕구 변화 등과 연결시켜 치밀한 분석이 따로 요구된다는 점만을 지적해 두기로 한다.

V. 과제와 전망

이상 앞에서 일본사회에 있어서 이른바 관광의 「명소」를 「전통적」인 것과 「현대적」인 것으로 나누어서 그 통시적인 변천을 중심으로 살펴봄과 동시에 공시적 측면에 대해서도 고찰하여 보았다. 전통적인 명소들은 언제, 어떻게 만들어지기 시작했으며 새로운 관광자원은 어떤 것들이, 언제 현대적 명소들로 만들어지게 되었는가를 언급하였다. 이러한 관광명소들은 예전부터 고정불변한 것이 아니고 시대의 변화에 따른 사회변화에 따라 변천과정을 거쳐왔음을 알 수 있었다. 즉 변화하는 사회욕구에 따라 다양하게 그리고 빠른 속도로 명소들이 새로이 만들어지고 또한 사라져 가고 있는 것이다. 한편 관광은 명소의 소개와 생산이란 측면에서 이미 그 내부에 이미 정보산업적 맹아를 가지고 있었으나, 후기산업사회에 들어오면서 그 정보산업·문화산업적 성격은 더욱 확대·재생산되고 있다고 하겠다. 이러한 것은 관광을 둘러싸고 이와 관련된 새로운 장치와 제도의 시스템들이 속속 발명되고 있음에 연유하는 것들이었다. 마지막 이 장에서는 관광과 그 생산물로서의 명소를 둘러싼 상황과 함께 어떠한 과제들이 연구대상으로 수행될 필요성이 있

³¹⁾ 가령 1997년 개설 예정으로 있는 미야기(宮城)현 현립의 「미야기 대학」(宮城大學)에서는 정원 290명 중 200명을 일본에서 처음으로 관광학부에 충당한다고 한다.

는가에 대해 그 연구테마의 전망과 과제를 언급하므로서 결론에 대신하기로 한다.

일본은 해외여행 1400만명 시대를 맞고 있다. 1990년에 1,000만명을 넘은 해외여행자 수는 걸프전의 영향으로 그 수가 감소했던 1991년을 제외하고 그 후로도 매년 증가를 계속하여 1994년에는 사상최고인 1,358만명을 기록했다고 한다. JTB(일본교통공사)의 조사에 의한 여행 전망으로는 계속적인 증가가 예상된다는 예측이다. 「한신대진재」에 의한 여행 자숙(自肅) 무드도 있었지만, 한때는 1달라=80엔대에 돌입한 엔고로 해외여행이 국내여행보다 싸다는 인식이 정착하게 되었고, 칸사이(關西) 국제공항(약칭 關空) 효과도 서로 맞물려 증가경향은 아직도 계속되고 있다고 보여진다. 그러나 해외여행 1회당 소비액은 1994년 실적으로 32만 9,900엔으로 전년도를 11.1% 하회하며 5년 연속의 전년도를 깨고 있다고 한다. 1995년 여행요금의 수준은 하강곡선에서 일단 멈춘 경향이 있지만, 전체적으로 호화사치여행이 줄고 있으며 엔고로 현지에서의 선불값들이 싸게 먹히는 덕분에 소비액의 감소는 1995년도 계속될 것이라고 한다.

한편 관광에 있어서 「安·近·短」이라는 경향도 나타나고 있다. 즉 싼 가격(安價)·가까운 거리(近距離)·짧은 기간(短期間)의 앞머리를 딴 말로 최근의 관광의 형태를 나타내는 말이라고 할 수 있다³²⁾. 이것은 바로 최근의 절약형 여행 경향을 나타내는 말로서 1980년대 전반부터 쓰여지고 있는데 거품경제 붕괴후 이 경향은 더욱 현저하게 나타나고 있다고 한다. 또한 여행·관광 부문에 한정되지 않고 레저활동 전반에 걸친 경향성으로서 정착해 오고 있다. 앞에서도 언급한 바와 같이 여행 1회당의 소비액이 투어 요금·항공 운임의 인하, 엔고의 영향등으로 5년 연속해서 전년도를 하회하게 된 것도 그 배경이 될 것이다. 여행지도 한국·팜·사이판 방면이 증가하고 있으며, 국내에서는 하루돌아오기 또는 1박2일 정도의 버스여행이나 거주지에서 가까운 지역을 탐색하는 이른바 '작은 여행'이 인기를 모으고 있다. 또 여행 이외의 레저 행동에서도 「가라오케 복스」나 게임센타의 성행, 파친코나 볼링 인기의 부활 등은 이러한 경향을 뒷받침하고 있다. 최근에는 「安·近·樂(오락중심)」이라고 하는 말도 생겨나고 있다고 한다.

영국의 관광학자 L.리코릿슈(Lichorish)는 관광이라고 하는 현상을 “1840년대에 있어서 교통과 통신망의 경이적인 발달에 의해서 비로서 비교적 대규모로 되는 것이 가능하게 된 근대의 특유한 현상”이라고 간주하고 있다. 그러나 일본의 에도시대에 있어서는 18세기 초두의 겐로쿠(元祿)기에 적어도 100만명정도의 사람이 1년간에 동해도를 왕래하고 있었다는 기록이 남겨져 있고 당시의 동해도는 유럽의 도시보다도 왕래하는 사람들로 붐비고 있었다고 말해지고 있다. 에도시대의 중기 무렵부터 서민에 의한 사사참배나 온천에서의 탕치 등의 관광이 성하게 되어 상당한 정도로 관광의 대중화가 실현되고 있다.

이와같은 「관광」의 대중화현상은 신사, 사원, 가도, 슈쿠바(宿場), 몬젠마치(門前町), 여롱옥(旅籠屋), 슈쿠보요(宿坊), 온시(御舎), 시바이코야(芝居小屋), 유녀옥(遊女屋) 등과 같은 장치와 함께 참배제도, 사단(師檀)제도, 코오(講)제도, 참근교대(參勤交代)제도, 여행 알선업, 여숙(旅宿)조합, 화물운송도매점(荷物飛脚問屋) 등과 같은 제도가 에도시대 중기

³²⁾ 경우에 따라서는 싸다·가깝다·짧다의 약칭으로도 쓰인다고 한다.

무렵부터 비약적으로 정비되므로써 가능하게 되었던 것이다. 그런 의미에서 에도시대의 일본은 세계 유수의 「관광 선진국」이었다고 해도 과언이 아닐 것이다. 그 때문에 관광이라고 하는 테마를 축으로 해서 여러 사회·문화와 비교 고찰하므로써 근대세계에 있어서 일본문화의 특질을 보다 명확하게 할 수 있는 것이다.

관광이라고 하는 현상은 지금까지 확실한 형태로 학술적인 연구대상으로서 취급되어 지지 않았었다. 그러나 21세기의 기간산업은 관광관련 산업이라고 하는 말이 과장이 아니게 되었듯이, 또 근래에 국제관광이 양적으로도 공간적으로도 비약적으로 확대되는 가운데에 관광을 축으로 해서 세계가 크게 움직이기 시작하였고 있다. 이러한 주변 상황 속에서 관광을 둘러싼 시스템을 장치와 제도의 양쪽 측면에서 조명해 볼 필요가 나오는 것이다.

우선 관광과 관련된 장치로서는 명소, 종교시설, 온천, 유적, 풍경, 문화재, 리조트, 가도, 숙박시설, 교통기관, 집객시설, 유원지, 테마파크, 공원, 해수욕장, 박물관, 미술관, 극장 등을 들 수 있을 것이다. 다른 한편 관광과 관련된 제도로서는 사사참배, 순례, 여행 알선업, 관광가이드, 휴일, 휴가, 만국박람회, 올림픽, 축제, 매춘, 접대, 예술, 코오(講), 출입국관리, 외국환교환, 광고, 출판, 콘벤션, 수학여행, 하니문등과 같은 테마들을 생각해 볼 수 있다. 이들 관광을 둘러싼 장치와 제도의 제요소들을 가지고 다른 사회의 여러 시스템과 비교·고찰하므로서, 일본사회·문화가 만들어낸 관광의 특질이 보다 명확하게 드러날 수 있을 것이며 동시에 그럴 필요가 충분히 있을 것이다.

관광명소 및 관광자원의 변천이라는 테마와 함께 연결해서 생각해야 할 과제 혹은 연구테마에는 일본 대중관광 발달의 인프라 스트럭쳐로서의 교통, 길, 숙박업소 등과 관련된 테마들이 있을 것이다. 도로는 교통의 장치라는 범주를 넘어서 각 시대마다 관광을 끌어내는 장치이기도 했다. '길'과 관련된 일본적 사고행위의 산물들인 『土佐日記』나 '四國88개소' 등과 같은 전통적 테마들 뿐만 아니라 현재 각 지방자치체들이 최대로 힘을 기울이고 있는 「길만들기작업」=도로사업들은 바로 관광이라는 산업의 부흥과 바로 연결되기 때문이다. 즉 관광의 기본이면서 동시에 부가가치를 붙이는 역할에 바로 '길'이 있으며 이는 교통장치로서 보다도 관광대상지로서의 역할 등이 잠재하고 있기 때문에 다름 아닌 것이다.

이와 관련하여 '자연에 대한 관념'에 대한 고찰과 규명도 명소의 연구와 관련하여 기본적이며 기초적인 과제가 될 것이다. 가령 자연이 아름다운 곳에는 신사나 사원이 마련되는 데 이러한 것들이 일본의 경우 어떻게 형성되어 어떻게 변화하여 왔는가, 또 다른 사회의 경우와는 어떻게 다른가 하는 테마들이 그러한 예에 들 것이다. 즉 일본인의 풍경관, 미적관념, 조경관 등에 대한 관광과의 관련에서의 고찰은 그 자체가 바로 일본사회·문화에의 기본적 이해로 연결될 수 있을 것이기 때문이다. 이 글은 이러한 논의들을 위한 기초적 작업에 하나이었음을 마지막으로 밝혀두며 진전된 논의와 과제는 별고를 통한 계속적 작업에 넘기기로 한다.

참 고 문 헌

- 권숙인, 1997, 「근세 일본에서 대중관광의 발달과 종교 - '이세마이리(이세신궁참배)'를 중심으로」, *교육부 해외지역연구 과제 『관광연구를 통한 일본문화의 분석·역사·문화인류학적 접근』*
- 문옥표, 1997, 「일본관광의 사회조직·단체여행의 역사와 문화」, *교육부 해외지역연구 과제 『관광 연구를 통한 일본문화의 분석·역사·문화인류학적 접근』*
- 황달기, 1997, 「관광대상으로서의 도시와 도시사람들의 관광욕구 - 근세 일본의 에도(江戸)를 중심으로」, *교육부 해외지역연구과제 『관광연구를 통한 일본문화의 분석·역사·문화인류학적 접근』*
- 足羽洋保(編), 1994, 『新觀光學概論』, ミネルウア書房.
- 井上万壽藏, 1940, 『觀光讀本』, 無何有書房.
- , 1989, 「旅から旅行へ」, 守屋毅 編 『日本人と遊び』 (現代日本文化における傳統と變容6), 92-112, ドメス出版.
- 加藤秀俊, 1982, 『新・旅行用心集』, 中央公論社.
- 神崎宣武, 1990, 『觀光民俗學への旅』, カワデ書房.
- , 1991, 『物見遊山と日本人』, 講談社現代新書.
- ケンペル, 1977(1779), 『江戸參府旅行日記』, 斎藤信 譯, 平凡社東洋文庫.
- 葛野浩昭, 1996, 「観光旅行の諸類型--疑似體験としての観光旅行」, 山下督司 編, 『觀光人類學』, 123-130, 新曜社.
- 前田卓, 1971, 『巡禮の社會史』, ミネルウア書房.
- 毎日新聞社・日本觀光地選定會議 (編), 1952, 『新日本觀光地案内』, 信行社.
- 中川浩一, 1985, 『觀光の文化史』, 筑摩書房.
- 能登路雅子, 1990, 『ディズニーランドという聖地』, 岩波書店.
- 日本修學旅行協會 (編), 1987, 『修學旅行のすべて』.
- オギュスタン・ベルク, 1985, 『空間の日本文化』, 筑摩書房.
- 白幡洋三郎, 1987, 「旅行の産業化--喜賓會からジャパン・ツーリスト・ビューロへ」, 『技術と文明』, 2-1, 79-96.
- , 1990, 「旅行業--もう一つの成長神話」『中央公論』 1990年 1月號.
- , 1991, 「觀光資源の情報學」財團法人 谷口工業獎勵會 45周年記念財團 文明學部門 第9回 國際심포지움, 「近代世界における日本文明・觀光の比較文明學」國立民族學博物館.
- 新城常三, 1971, 『庶民の旅の歴史』, 日本放送出版協會.
- , 1982, 『新稿社寺參拜の社會經濟史的研究』, 高書房.
- ジ・ボルト, 1928, 『江戸參府紀行』, 吳秀三譯, 駿南社異國叢書.
- 總理府編, 1995, 『觀光白書』, 大藏省.
- 高田公理, 1988, 「遊戲化社會の觀光資源」, 『月刊觀光』 263號, 15-19.
- 高田公理・石森秀三(共編), 1993, 『新しい旅のはじまり - 觀光ルネッサンスの時代-』, PHP研究所
- 津田昇, 1969, 『國際觀光論』, 東洋經濟新報社.
- 豊田武・兒玉幸多(編), 1970, 『交通史』(體系日本史叢書), 山川出版社.
- 溝尾良隆, 1994, 『觀光を讀む-地域振興への提言』, 古今書院.
- 山下督司 (編), 1996, 『觀光人類學』, 新曜社.
- Berque, Augustin, 1986, *Le Sauvage et L'artifice:Les Japonais Devant La Nature*, Editions Gallimard,
- 條田勝英(譯), 1988, 『風土の日本-自然と文化の通態』, 筑摩書房.

- Dennish Nash and Valene L. Smith, 1991, "Anthropology and Tourism," *Annals of Tourism Research*, vol.18, pp.12-25.
- Edwards, Walter, 1987, "Material Symbols in Japanese Domestic Tourism", In Daniel W. Ingersoll and Gordon Bronitsky, eds., *Mirror and Metaphor: Material and Social Constructions of Reality*.
- Graburn, Nelson, 1983, "To Pray, Pay and Play: the Cultural Structure of Japanese Domestic Tourism", Aix-en-Provence: Centre des Hautes Etudes Touristiques.
- Kelly, William W., 1986, "Rationalization and Nostalgia: Cultural Danamics of New Middle-class Japan", *American Ethnologist*, vol. 13:603-18.
- Ishimori, Shuzo, 1989, Population and Commercialization of Tourism in Early Modern Japan, in T.Umesao, N.Hata & M.Fruin (eds.), *Japanese Civilization in the Modern World: Comparative Studies of Economic Institution*. Senri Ethnological Studies, 26, National Museum of Ethnology
- Moeran, Brian, 1983, "The Language of Japanese Tourism", *Annals of Tourism Research*, vol.10, no.1.
- Tokuhisa, Tamao, 1980, Tourism within, from and to Japan. *International Social Science Journal*, vol. 32: 128-50.
- Vaporis, Constantine, 1991, The Early Modern Origins of Japanese Tourism, a paper presented at the symposium on [Japanese Civilization in the Modern World: Comparative Perspectives in Tourism] National Ethnological Museum, Osaka.
- , 1994, *Breaking Barriers:Travel and State in Early Modern Japan*, Cambridge: Council on East Asian Studies,Harvard University

The famous tourist attractions and resources and changes of the tourist resources in Japan

--The tourist places being invented
as a response to changes of social desire.

Yang Joo Kim

Paichai University

In Japanese tourism, the famous places in tradition are mainly a religious facilities such as Shin to shrine and Buddist temples. But it would not be an exaggeration to say that the traditional tourist attractions are mostly its natural environments. The Japanese traditional tourist attractions are still considered today as important tourist places.

On the other hand, the famous places are not fixed, but also can be invented, The new life styles and new social desires request new tourist places. In fact, in the 20th century, new tourist places are invented and the invented tourist places are generalized. Even more, it seems to becomes more important with time. If the invention of new tourist attractions is a response to

a change of social desire, the study about the important tourist attractions of Japan will give us an insight into not only the nature of Japanese tourism, but also an important changes the entire Japanese society goes through.

The most important fact in the study of the resources of tourism and tourist attractions is what the tourism can offer as an information industry. Japan, since the middle of Edo period, has published various kinds tourist guide books which furnished information on tourist attractions all across the country. In this sense, the tourism has a particular importance, not only as a simple service industry, but also as an information and cultural industry.

In the article, I researched about the three following aspects of what is mentioned above,

- 1) traditional tourist attractions and modern tourist resources of Japan
- 2) the famous places under the project of Japanese inventions.
- 3) tourism as an information and cultural enterprise.

In the first chapter, I examined the famous places of the religious tourism which constitutes the basics of traditional tourist attractions and the process of how the tourist attractions are invented and becomes famous, which is rooted in the Monomiyuzan tradition.

In the second chapter, I studied about the effects the social changes had on the tourism since the Second World War, particularly after the 80's. As a result, new places appeared as a famous tourist attraction, which I also mentioned in the same chapter. In the last third chapter I presented research about the nature of information and cultural enterprise that as a new industry tourism has under the not spot light as a new industry from a community level to the nationwide.