

‘유적’에서 ‘생활문화’로: 현대 일본사회에서 문화관광의 새로운 전개¹⁾

권숙인*

1. 서 론

1) 변화하는 관광양식

관광도 사회문화적 현상의 하나로서 그 양식이나 형태가 지속적으로 변화한다. 그러한 변화는 관광하는 측과 관광객을 받아들이는 측의 욕구, 관광을 둘러싼 환경의 변화와 밀접한 관계 속에 일어난다. 관광양식의 변화를 가져오는 주요 요인으로 지적되어 온 것에는 교통 및 수송양식, 지역 및 국가에 대한 접근가능성, 경제상태 등의 외적인 요인뿐 아니라 계급경쟁, 위세의 위계구조, 생활양식의 변화 등도 포함된다(Grabum 1983). 따라서 특정 맥락에서 관광양식과 형태를 둘러싸고 어떤 변화가 일어나고 있는지, 그러한 변화가 전체 사회의 변화와 어떠한 관련성을 갖는지는 관광 현상 자체에 대해서 뿐만 아니라 그것이 실천되는 사회에 대해서도 중요한 함의를 가진다. 이런 의미에서 관광양식은 관광을 둘러싼 보다 큰 사회에서 일어나는 변화를 반영해주는 한가지 의미 있는 지표라 할 수 있다.

*숙명여대 일본학과

1) 이 연구는 교육부지원 공동연구과제 〈관광연구를 통한 일본문화의 분석 — 역사적·문화인류학적 접근〉(1996-1999)의 3차년도 연구로 수행된 것이다.

4 권속인

일본의 경우, 국내관광 연인원 수는 1961년 3,700만 명이었던 것이 1970년 오사카 만국박람회를 계기로 1억 명을 돌파하고, 1994년에는 약 2억 200만 명에 달할 정도로 획기적으로 증가해 왔다(北川文美 1996). 이처럼 급속한 대중화 속에서 국내관광의 주요 목적으로는 온천이나 휴양, 자연감상, 음식, 쇼핑 등이 여전히 중요한 비중을 차지하고 있다. 그러나 과거에 비해 국내여행에서 젊은 여성층의 비중이 팽창히 증가했으며 가족동반도 늘었다. 아울러 최근에는 관광자원의 보호라는 시각에서 자연환경의 보전과 역사적인 마을이나 거리를 보전하려는 움직임이 활발히 전개되고 있다. 또한 빼어난 자연환경의 창조, 지역활성화와 결합된 관광형태가 모색되는 것도 최근의 주요 추세의 하나로 지적된다(윅글, 45).

본 연구에서는 우선, 현대일본사회에서 발견되는 문화관광을 둘러싼 변화와 그 의미를 고찰한다. 특히 관광의 생산과 소비라는 측면에 초점을 맞추어 문화관광 양식의 변화를 일본인 관광소비자들의 욕구가 특정 방향으로 전환하고 있음을 반영하는 것으로 해석하고자 한다. 나아가 관광의 대중화 과정에서 노정된 여러 부작용에 대한 하나의 '대안'으로서 문화관광이 갖는 가능성과 한계를 고찰한다. 그동안 관광과 관련해 대두되어 온 대표적인 문제는 '호스트'와 '게스트' 사이의 불균형 관계, 환경파괴, 호스트의 소외, 전통과 문화의 지나친 상업화 등으로 정리할 수 있다. 이런 상황에서 관광의 새로운 모습, 대안적 관광 모색 움직임이 전세계적으로 다양하게 시도되고 있고, 그 대표적인 형태로 생태관광(eco-tourism), 녹색관광(green tourism)과 더불어 문화관광(cultural tourism)이 제시되고 있다(前田 勇 1996).

2) 문화관광의 개념 및 새로운 전개

관광현상에 대한 인류학적 접근을 처음으로 시도한 학자 중 하나인 넬슨 그레이번(Nelson Graburn)은 문화관광을 아주 광범위하게 개념

화하였다. 그는 관광유형을 문화관광과 자연관광으로 대별하고, 문화관광을 다시 역사관광과 인종관광으로 구분하였다(Graburn 1989). 즉 생태관광과 환경관광처럼 자연을 대상으로 하는 형태 이외에, 기본적으로 인간의 문화적 산물을 대상으로 한 관광을 전부 문화관광으로 분류한 셈이다. 그레이번의 제안 이후에도 다양한 방식의 관광유형 분류가 시도되었다. 문화관광의 경우 학자들간에 그 개념정의에 대해 동의가 이루어지지 않은 상태에서, 역사적 유산이나 민족적·지역적 행사, 혹은 전통예술과 미술품 등을 찾고 감상하는 것으로 이해되어 왔다. 예컨대 유럽의 성당, 이집트의 피라미드, 고대의 궁궐 등을 돌아보는 것이 문화관광의 가장 일반적인 형태라고 할 수 있다.

1985년 WTO의 연구논문에서는 문화관광에 대해 정의를 하면서, "문화관광이란 협의로는 탐구여행, 예술문화여행, 축제 및 기타 문화행사 참여, 유적지 및 기념비 방문, 민속예술 연구 여행, 성지순례 등 본질적으로 문화적 동기에 의한 인간들의 이동이고, 광의의 문화관광은 개인의 문화수준을 향상시키고 새로운 지식이나 경험, 만남을 증가시키는 등 인간의 다양한 욕구를 충족시킨다는 의미에서 인간의 모든 행동을 포함하는 것이다"(원용희 1999에서 재인용)라고 하였다. 결국 문화관광은 어떤 하나의 단순한 유형이라기보다는 인간의 정신과 물질세계 전반을 포함하는 총체적 개념이라 할 수 있고, 이는 문화가 기본적으로 인간이 환경에 적응하기 위해 발달시킨 가치체계나 생활양식 등 매우 광범위한 영역을 포괄하는 개념이라는 점과 연결된다. 그러나 현실적으로 모든 인간적 산물(문화)이 관광대상으로서 동등한 가치를 누려 온 것은 아니다. 지난 수십 년 사이 관광이 대중화되면서 문화관광은 흔히, 유적지와 기념물을 찾아가는 것, 혹은 과거의 유물과 예술, 전통공예 등이 보전되어 있는 지역을 관광하는 것으로 이해되어 왔다.

이러한 점은 일본에서도 마찬가지이다. 일본에서 대표적인 문화관광의 목적지는 나라(奈良)나 교토 등 오래된 역사적 유물이 많이 남

6 권속인

아있는 고도(古都)이거나, 유명 사찰과 신사가 있는 곳, 전통예술이 있는 지역이었으며 이들 지역에서의 관광형태도 유명 유적지나 유물을 돌아보고 감상하는 것 중심이었다. 특히 수학여행, 회사여행, 위안여행 등으로 대표되는 각종 단체관광은 이런 유적지 중심의 '돌아보기 관광'의 대표적 형태이자 일본인들의 전형적인 관광양식이기도 하였다. 즉, 지금까지 이해되어 온 문화관광에선 주로 가시적인 것들이 보다 더 강조되는 반면, 문화를 구성하는 또 다른 중요한 요소들인 가치체계나 일반적인 생활양식 등은 상대적으로 경시되어 왔다고 할 수 있다.

다른 한편 일본인들의 관광을 연구·관찰하는 많은 사람들은 최근 문화관광에서 의미 있는 변화가 전개되고 있다고 지적한다. 예를 들어, 각 지역의 생활문화, 특히 그전까지는 아무런 관심을 받지 않고 지역주민들에게는 너무나 상식화 되어있던 일이나 행사 등이 새롭게 부각되며 관광대상으로 등장하고 있다. 혹은 지역 특산물의 경우, 그 제조품을 선물가게에 '토산품'으로 전시·판매하는 것에서 그치지 않고, 제조과정을 공개·시연(試演)하거나 이 과정에 관광객이 참여하기도 하면서 제조자와 관광객 사이의 (인간적인) '교류'와 '만남'이 강조되고 있다. 이러한 경향은 국내관광에만 국한되지 않고 해외여행에서도 현저하게 드러나, "미술관 순례, 역사여행은 물론 홈스테이나 어학연수, 후리마켓의 견학이나 시장에서의 물건구입 등 광의의 문화적 관광은 확실히 확대되고 있다"(內田州昭 1996: 134)고 지적된다.

유적지가 있어서 관광지로 각광 받아온 도시의 경우, 종래의 주요 관심사는 유적지의 보호와 홍보, 관광객을 직접 상대하는 관광업종 정비 등에 주로 국한되었다고 할 수 있다. 그러던 것이 관광객들의 관심이 바뀜에 따라 유적지가 위치한 지역의 전반적인 환경을 중시하고, 경관을 고려하며, 생활에 역점을 둔 '도시(시가지)만들기'가 강조되고 있다. 관광하는 측의 입장에선 종래 좁은 의미의 유적·명소에 국한된 관심에서 그것들이 위치한 맥락에 대한 관심, 즉 보다 총

체적인 문화에 대한 관심이 커졌다고 할 수 있으며, 관광객을 받아들이는 지역에서는 관광이 단순한 산업이 아니라 ‘지역성’ 자체, 지역 정체성과 보다 밀접한 관계를 맺게 되었다고도 할 수 있다.

문화관광에서 일어나고 있는 이러한 최근의 변화는 “유적중심에서 생활문화로”, “점에서 선으로”, 혹은 “구경에서 체험으로”라는 일련의 표현과 구호들로 정리할 수 있다. 또다른 각도에서 보면, 유물과 유적 중심의 문화관광에서는 무대의 “후면부”에 머물러 있던 것들이 “전면부”(MacCannell 1976)에 등장하게 되었다고도 할 수 있다. 아래에서는 일본에서 잘 알려져 있는 한 관광지를 사례로 문화관광의 최근 추이가 어떻게 반영되고 있는지 살펴보기로 한다.

2. 아이즈 지역의 사례

1) 아이즈 관광의 변화

후쿠시마현 아이즈 지방은 일본 국내에서 잘 알려진 관광지이다. 관광지로서의 아이즈 지방의 명성은 무엇보다도 과거의 역사와 문화 덕택이다. 즉 도쿠가와 시대를 통해 아이즈 번(藩)이 전국 유수의 번이었던 점과, 특히 메이지유신(明治維新, 1868) 미명에 경험한 보신전쟁(戊辰戰爭, 1868-1869)이라는 역사적 사건 덕택에 지난 수십 년간 관광은 아이즈지역의 가장 중요한 산업으로 등장할 수 있었다. 메이지유신 당시 아이즈 번은 쓰러져 가는 도쿠가와 막부 편에 서서 왕정복고를 내세우는 ‘신정부군’에 대항해서 끝까지 싸웠다. 아이즈는 여기서 참패하고 수개월간 지속된 전투는 수많은 비극을 발생시켰다. 130여 년 이상 세월이 지난 지금 보신전쟁으로 인한 아이즈의 비극은 이곳을 상징하는 가장 대표 상징이 되었으며, ‘사무라이 정신’의 정수를 보여준 것으로 간주되는 보신전쟁 관련 유적지는 아이즈 관광에 있어 가장 매력적이고 극적인 자원이 되어 주었다.

8 권속인

특히 도쿠가와 시대 줄곧 성하도시(城下町; 번정시대 영주의 성이 자리하고 있던 번의 중심지)였던 아이즈 와카마츠 시는 아이즈 관광에 있어서 중심지이다. 칠기제조업이나 양조, 농업 등 이 지역의 전통적 지방산업을 비롯해 다른 많은 산업들이 심각한 경기후퇴나 정체를 경험해 온 것과는 대조적으로 관광은, 적어도 90년대 들어 불황이 계속되기 전까지는, 지속적인 성장을 보여 왔으며 현재 이 도시의 가장 중요한 산업의 하나이다. 오랜 기간 아이즈번의 성하도시였던 점과 보신전쟁과 같은 극적인 역사 때문에 이곳에는 관광자원화 할 수 있는 유산이 풍부하며, 이로 인해 아이즈는 일본 내 주요한 문화관광 거점이 되었다.

1980년대 들어 장기간의 경제호황과 레저 붐 속에 와카마츠를 찾는 관광객도 꾸준히 증가하여 90년대 초에는 약 3백 8십만 명의 관광객이 찾는 등 관광산업이 피크에 달하였다. 그러나 1990년 초의 버블붕괴에 연이은 불황의 여파는 곧바로 나타나, 1992년을 피크로 1993년 이후 와카마츠를 찾는 관광객 수는 계속하여 감소하고 있으며, 행정당국을 비롯해 관련 업계에서는 이러한 상황에 대처하기 위한 여러 가지 시도를 하고 있다.

버블붕괴 이후에는 관광객 수가 감소했을 뿐만 아니라 관광유형 자체도 뚜렷한 변화를 보이고 있다. 그동안 아이즈 관광의 대표적인 형태는 전세버스로 단체관광을 오거나, 개인 혹은 소그룹의 관광객이 와카마츠에 도착한 후 '아이즈 버스 주식회사'가 운행하는 정기 관광버스로 관광지를 돌아보는 것이었다. 이 관광루트는 대개 2시간에서 4시간 짜리 코스가 있는데, 여기에는 보신전쟁과 아이즈 역사 관련 유적지가 압도적으로 많다. 이들 유적지 덕분에 인구 십만 남짓한 와카마츠는 연간 평균 300만 명을 훨씬 웃도는 유명관광지로서의 혜택을 누려왔다. 그러나 90년대 이후엔 대형버스를 타고 주요 관광지점을 짧은 시간 안에 둘러보는 스타일에서, 가족이 한가롭게 시간을 갖는 여행과 소그룹으로 취미와 관심사를 찾아 보는 방식으로 관광행태

가 뚜렷이 바뀌고 있는 것으로 나타난다. 실제 와카마츠 시 상공관광과 정책담당자나 관련업계의 통계자료를 보면, 최근 몇 년 사이 와카마츠를 찾는 관광객의 유형 중 가장 큰 폭으로 감소한 것은 대형버스 단체관광객으로 나타난다. 아울러 관광객들이 “보고·먹고·노는” 것을 중시하던 것에서, “듣고·알고·배우고·땀을 흘린다”라는 새로운 요소를 점점 더 추구하는 것으로 분석되고 있다(會津觀光協會 1997).

따라서 불황의 여파가 본격화된 1990년대 중반 이후 시 행정 차원에서 관광의 새로운 수요를 창출하기 위해 여러 시도를 하고 있다. 시의 공식정책을 담고 있는 <와카마츠 시 상공진흥정책>을 보면, 1995년부터 <폐점포 대책 사업>이란 프로젝트를 시작하여 현재까지 중점적으로 시행하고 있다. 이 정책은 다름 아니라 불황으로 어려움을 겪는 시내상점가를 활성화시키는 대책으로서, <시가지 내부 관광: 町中觀光>을 통해 과거에는 외곽의 관광명소만 보고 돌아가던 관광객들을 시내 안으로 끌어 들여 상점가의 부흥을 꾀하자는 것이다. <시가지 내부 관광>을 위해서 옛 정취가 많이 남아 있는 지역이면서 최근 관광객 감소로 불황에 시달리고 있는 곳을 성하도시의 면모를 보일 수 있는 방식으로 재정비하고, 관광객과 주민이 만나 교류할 수 있는 공간을 만드는 사업을 추진하는 것이다. 예를 들어 칠기제조공방 등이 관광객들이 들어와 관람과 체험을 할 수 있는 식으로 개조할 경우 개조비용의 일부를 지원한다든지, 전통경관을 간직한 상점가에 위치한 폐점포에 입주할 가게에 대해서 임대료를 보조해 주고, 복고풍으로 점포를 개조하는 비용을 부분적으로 지원하는 사업 등을 추진하고 있다. 나아가 특정 거리 전체를 연차적으로 정비하는 계획을 추진 중에 있다.

연구자와의 인터뷰에서 와카마츠 시 상공관광과 직원은, 시가 이렇게 '시가지 내부 관광'과 '만남과 교류 관광'을 중심으로 관광정책을 추진하게 된 것은 관광객들의 관광행태 변화와 최근의 관광부진 때문

이라고 답변하였다. ‘시가지 내부 관광’ 경향이 두드러진 것은 대략 1993년부터로, 와카마츠 시 상공관광과가 발행한 관광지도 중 〈시가지 내부 산책지도: 시내가 정말 흥미진진하다〉에 있는 문구는 다음과 같이 권유하고 있다.

시내 이곳저곳에 성하도시의 면모와 흔적을 볼 수 있습니다. 옛날 모습을 그대로 간직한 점포들을 둘러본다든지, 생각지도 않았던 사적을 만나기도 하고, 현지 주민들과 교류를 즐겨보기도 하고, 시가지를 걸으면 여러 가지 드라마에 만나게 될 것입니다. 자아, 지도를 한 손에 쥐고 걸어봅시다!

물론 행정당국만이 새로운 추이에 대한 대책을 세우고 있는 것은 아니다. 와카마츠 시내 곳곳에 있는 여러 주민단체도 불황을 타개하기 위한 자구책으로 “점보다는 선”, “지역의 개성과 문화”, “만남과 교류의 관광”을 기본 개념과 슬로건으로 삼아 경관을 복원·보존하고, 개성 있는 거리로 만들어 그 지역의 활성화를 시도하고 있다. 예를 들어 최근 수년사이 가장 두드러진 활동을 펼치고 있는 곳으론 〈바쿠로마치 경관보존회〉, 〈노구치히데요 청춘거리〉 사업, 〈나누카마치 경관협의회〉의 활동 등을 거론할 수 있는데, 이곳들은 모두 주민들이 주체가 되어 자신들이 살고 있는 지역의 경관을 정비하고 이벤트들을 기획하여 지역활성화와 관광객 유치에 힘쓰고 있다. 이 중 나누카마치의 사례에 초점을 맞추어 민간레벨에서 일어나고 있는 새로운 문화관광 거점 만들기 방향을 가늠해 보기로 한다.²⁾

2) 사실 아이즈 와카마츠에는 이미 오래 전부터 ‘지역 고유의 전통과 생활문화’를 관광자원화하여 문화관광의 목적지로 상당히 성공을 거둔 사례가 있다. 〈아이즈복고회: 會津復古會〉라는 와카마츠 시내 전통상점들의 조직이 그것인데, 이들은 1971년 창립 이래 당시의 주요 추세였던 “근대화”, “대형화”와는 반대의 전략을 취하면서 아이즈 지역의 개성과 전통의 파수꾼을 자

3) 새로운 관광거점 만들기: 아이즈 나누카마치(七日町)

나누카마치는 와카마츠시 나누카마치 역에서 시내 중심지인 오마치(大町)에 이르는 약 800미터 정도의 가로를 중심으로 한 지역이다. 이곳은 에도시대에는 와카마츠와 북쪽의 도시를 연결하는 주요 가도로, 많은 상점들이 늘어선 활기 넘치는 거리였다. 메이지, 타이쇼(大正), 쇼와(昭和) 시대를 거치면서도 아이즈의 가장 변화가였다고 하며, 메이지 시대나 타이쇼 시대에 지어진 건물들이 아직도 다수 남아 있어 상대적으로 옛 정취가 많이 느껴지는 곳이다. 그러나 1960년대와 70년대에 걸친 근대화과정 중에 와카마츠 시내의 중심 상권이 다른 곳으로 바뀌에 따라 활력을 많이 상실하였다. 결과적으로 얼마 전까지만 해도 별로 특별한 주목을 받을 일없는 그저 조용한 지역으로 남아있었다. 그러다가 최근 주민들을 중심으로 '도시 만들기'를 위한 여러 활동을 전개하기 시작하였고, 그 추이와 결과에 대해 와카마츠시 내외에서 주목을 받고 있다. 특히 최근의 관광형태 변화를 배경으로 해서 새로운 관광지역으로 등장한 곳이라고 시 행정관계자나 주민들이 자주 거론하는 곳이다.

나누카마치의 '도시 만들기' 활동의 주체는 1994년 결성되고 이곳 주민 31명이 회원으로 있는 <나누카마치 경관협의회: 七日町通り町

처해왔다. 그동안 이 단체는 지역 내외에 조용한 반향을 일으키면서 단체관광 중심의 대량관광시대(70-80년대)에도 상당한 성공을 거두었다. 그리고 이들이 성공할 수 있었던 배경에는 본 연구에서 강조하는 "지역의 생활문화", "손님과 주인의 인간적 교류" 등을 중시한 전략이 커다란 역할을 하였으며, 그런 면에서 최근의 문화관광의 핵심과 일치하고 있다(상세한 것은 권숙인 1998 참조). 그러나 이들이 성공하는 데에는 아주 탁월한 특정 지도자가 있었고, 이들의 활동은 시대의 '대세'를 반영하였다고보다는 오히려 시대의 흐름을 앞선 시도였다. 반면 본 연구에서 살펴보는 사례들은 문화관광을 둘러싼 최근의 '시대적 흐름'을 반영하는 움직임이며, 그런 면에서 보다 일반적인 변화를 보여주는 사례라 할 수 있을 것이다.

み協議會)라는 단체이다. 실질적으로 활동을 주도하고 있는 리더는 <시부카와튼야: 澁川問屋>라는 전통식 여관을 경영하고 있는 시부카와 토모오(澁川惠男)이다. 그가 여관업을 시작한 것은 1970년대 말이다. 그의 집안은 명치초기에 창업한 해산물 도매상인 <시부카와 상점>을 대대로 경영해 온 유서 깊은 상가(商家)이다. 이 상점의 최전성기 때는 같은 택지 안에 시부카와家 여섯 가족, 가게 종업원들, '식모' 등을 합쳐 50여 명이 함께 생활하고 있었다고 한다. 1970년대 말, 당시 집안에서 운영해 오던 가게가 다른 곳으로 상점을 옮겨가고 타이쇼 시대에 세워진 상가건물은 폐점상태로 방치되어 있었다. 시부카와는 이 전통상가의 건물 3채(도로변의 점포건물, 주거건물, 상품보관용 창고건물)를 그대로 활용하여 향토요리 전문점과 숙박시설로 개조하였다. 이후 이 전통여관과 식당은 독특한 개성을 지닌 곳으로 관광객들로부터 호평을 받아왔다.

연구자와의 인터뷰에서 시부카와는 <경관협의회>활동을 시작한 배경을 다음과 같이 이야기하였다.

현재 와카마츠 시내의 상점가는 전부 망해가고 있는데, 이는 일본의 다른 지방도시의 중심상가들도 마찬가지이다. 시내 상가가 폐쇄화되는 원인은 크게 두가지로, 경기불황과 최근 시 외곽에 급속도로 진출한 대형 유통점들 때문이다. 이런 상황에서 관료들은 대책을 제시하는 것이 불가능하고, 따라서 "우리를 자신이 무언가 하지 않으면 안되겠다"고 생각하게 된 것이 기본 출발점이었다.

와카마츠를 찾는 관광객은 대개 년 300만을 웃도는 숫자인데, 지금까지는 시내 외곽의 유적지만 돌아보고, 시내 안으로는 거의 들어오지 않았다. 이는 시가지 내부에 매력이 없기 때문이다. 여기서 아이즈에 오는 사람들은 무엇을 찾아오는 것일까라는 근본적인 질문을 시작했는데, 외부로부터 오는 관광객들은 거의가 와카마츠에 대해 '오랜 역사와 문화가 있는 곳'이란 이미지 갖고 들어오는 것으로 나타났다. 와카마츠는 오랜 역사를 지닌 성하도시이지만 보신전쟁으로 인해 에도 시대 것은 전

부 파괴된 형편이고, 대신 메이지, 타이쇼, 쇼와 초기의 것들은 많이 남아있는 상태이다.

아울러 현대 관광의 흐름은 '생활문화 중심'으로 바뀌고 있다. 여기서 키워드 두 개가 '개성'과 '현지사람들과의 교류'이며, 나누카마치를 그런 것이 실현될 수 있는 장소로 만들려는 것이 목표이다.

〈나누카마치 경관협의회〉는 새로운 도시 만들기의 주제를 “아이즈 낭만풍 거리 만들기”로 이름하고 활동을 추진하고 있는데, 이들이 강조하는 핵심적인 방침을 좀 더 구체적으로 살펴보면 다음과 같다(會津若松七日町通りまちなみ協議會 1997b). 첫째, “아이즈의 역사를 활용한 시가지 만들기”로 이는 경관정비와 관련된 기본 지침이다. 역사의 흐름을 느낄 수 있는 건물과 경관을 활용하고, 아이즈인 고유의 접대의 마음씨와 말씨를 소중히 하며, 아이즈 지역 특산물과 기술을 활용하는 것이 강조된다. 이를 위한 구체적 방법으로는, 메이지, 타이쇼, 쇼와, 헤세 등 시대의 흐름을 반영하는 다양한 건축물들을 활용하여 아이즈다운 분위기가 느껴지는 경관을 적극적으로 만들어 가는 것이다.

둘째, “걷기에 즐거운 시가지 만들기”로서 보도(歩道)를 정비하는 기본 지침이다. 여기선 가벼운 마음으로 느긋하게 걸을 수 있도록 하고, 밝고 안심하고 걸을 수 있는 환경, 녹음과 여유를 줄 수 있는 공간을 정비하는 것에 중점이 주어져 있다. 현재 나누카마치의 보도는 폭이 좁고, 걷기 힘들고, 도로와 보도의 포장소재가 주위 경관에 잘 어울리지 않는 것으로 진단되고 있다. 이런 문제점을 해소하는 방향으로 보도를 정비하고, 전선을 지하에 묻고, 신축·개축건물을 중심으로 보도에 면하는 부분에 작은 화단이나 ‘스트리트 퍼니처’를 설치하여 보행자들이 느긋하게 머물 수 있도록 하는 계획이 포함되어 있다.

셋째, “관광객이 오고 싶은 시가지 만들기”로서 주로 점포정비와 관련된 지침이다. 아이즈다운 개성을 지닌 가게를 늘리고, 방문한 사

람들에게 향수와 푸근한 느낌을 줄 수 있도록 하고, 여행의 즐거움을 다양하게 느낄 수 있도록 노력하는 것으로 되어 있다. 우선 폐점포 대책으로, 시의 보조를 받고 부동산소개소의 협조 하에 시가지 전체의 기본 방침에 맞는 가게를 적극적으로 유치하는 활동을 하고 있다. 아울러 기존에 있는 아이즈 고유의 명품, 명물 취급 가게에 덧붙여 시가지 전체가 명품 만들기를 시도하고, 나아가 직인들의 제조기술을 방문자들에게 보여주고 관광객들이 체험할 수 있는 방향으로 구조물을 개조하는 계획이 제시되어 있다. 그리고 건축물을 개축할 경우 외관을 어떻게 분위기 있게 개조·연출할 수 있는가에 대한 구체적인 예도 제시되어 있다.

넷째, “활기 있고 살기 좋은 시가지 만들기”로서 주로 환경정비와 관계된다. 아이들이 장래에 살고 싶은 시가지로 만들고, 매일 무언가 새로운 만남과 발견이 있도록 하고, 일터와 주거가 일체화되어 있는 생활의 냄새가 날 수 있게 하는 것으로 되어 있다. 위에 언급된 방향으로 시가지가 정비되지 않으면 주민들이 살기 좋은 곳이 될 수 없을 것이란 점이 강조되어 있다.

이런 방침 하에 <나누카마치 경관협의회>는 시 당국과 시의회에 적극적으로 지원요청을 하였으며, 시에서도 마침 시내에 속출하는 폐점포에 대한 대책이 시급한 터라 나누카마치의 지원요청에 대해 보조를 하게 되었다. 1998년 말 현재, 점포의 경관정비시 한 건물당 70만 엔을 지원하고 있는데 이는 대략 전체경비의 3분 1에 해당한다. 아울러 나누카마치에 새로 입주하는 가게들에 대해 처음 2년간 임대료의 50%를 지원해주고 있다. 1998년의 경우 외부로부터 세 점포가 이런 보조를 받고 들어와서 개점하고 있었다.

시부카와를 비롯해 핵심리더들은 일본국내의 여러 곳의 사례를 시찰하러 다니고, 경관정비 작업과 아울러 나누카마치의 역사에 관련된 자료집 발간, 관광지도 만들기, 이벤트 기획 등도 추진하고 있다. 특히 이들은 나누카마치의 ‘영광된’ 과거를 강조하지만 나누카마치의

활성화는 단순히 역사적 유산인 건물들을 보존하는데 그치는 것이 아니라고 주장한다. 경관 보전과 정비 과정을 통해 이 곳을 유서 있고 개성 넘치는 거리로 복원하고, 관광객과 주민 사이의 교류, 커뮤니케이션, 상호협력을 증진시키고자 한다. 따라서 단순히 경관 만들기뿐만 아니라 여행자를 따뜻하게 접대하는 ‘환대의 마음(hospitality)’이 중요하다고 덧붙인다. 나누카마치의 움직임은 현재 시 행정당국의 관심과 지원을 받고 있으며 지역의 일반인들도 그 추이를 주목하고 있다. 아직 준비 중인 단계라 관광객이 크게 많지는 않지만 그 방향이 현재 관광의 추이를 잘 반영하는 대표적인 사례로 간주되고 있으며, 향후 계획들이 달성되어 감에 따라 와카마츠의 새로운 관광거점이 될 것이라 기대하고 있다. 와카마츠 시내에는 나누카마치 이외에도 바쿠로마치의 옛날 경관과 분위기 살리기 운동, 오마치의 노구치히데오(野口英夫: 아이즈 출신의 세계적인 의학자)를 이용한 관광개발 등이 적극적으로 추진되고 있다. 이들은 모두 기본적으로 종래 유적중심의 대량관광의 시대에는 ‘별 볼 일 없는 배후지’ 노릇을 했던 곳이 스스로 관광목적지로 등장하려는 시도로 평가되고 있다.³⁾

3) 지역의 ‘생활문화’, 관광객과 현지주민의 ‘교류’, 나아가 관광객의 ‘체험’을 강조하는 최근 문화관광의 추이는 일본의 다른 유명관광지에서도 확인할 수 있었다. 예를 들어 고대일본문화의 중심지로 대표적인 문화관광지인 나라(奈良)시의 경우도, 기존의 유적지가 갖는 관광흡인력이 계속 떨어지고 있음을 인식하고, 전통적인 경관이 남아 있는 나라마치(奈良町)지역을 중심으로 ‘전통적인’ 생활문화를 체험할 수 있도록 정비·개발을 추진하고 있었다. 마찬가지로 이세신궁(伊勢神宮)으로 유명한 관광도시 이세시의 경우도, 이세신궁 자체가 갖는 흡인력 감소에 대한 대책을 마련하고 있었는데, 이 경우도 역시 ‘지역문화’, ‘체험’, ‘만남’ 등이 키워드로 활용되고 있었다. 이세신궁 주변의 새로운 문화관광전략에 대해선 권숙인(2000)을 참조할 수 있다.

3. 문화관광 변화의 배경과 함의

일본에서 전통적인 관광 명소는 역시 자연경관이 수려한 곳, 온천지, 유적지 등이었다(김양주 1997). 문화관광에 국한할 경우, 유명하고 거대한 문화유적과 역사적 유물이 위치한 곳이 관광의 거점이었다고 하겠다. 반면 본 연구에서 주목하고자 한 것은 전통적인 관광명소관(觀)에서는 다소 거리가 있는 곳으로 최근 새로 관광대상으로 주목받거나, 종래 관광목적지로서 별 관심을 끌지 못하던 곳들이 새롭게 관광지로서 도약을 시도하는 경우이다. 관광명소에 관한 전통적인 시각에 비추어보면 ‘별 것 없는 곳’으로부터 관광을 말 그대로 ‘생산’해내고자 하는 움직임이라 할 수 있다. 그러나 이 경우, 즉 예전엔 그저 평범하고 일상적인 생활의 일부가 관광의 대상으로 특별히 주목을 받게 되는 데는 당사자들의 ‘기획능력’과 그것이 전체 사회와 시대의 요구와 맞아떨어진 배경이 있기 때문이며, 이 점은 관광을 하나의 포괄적인 문화적 현상으로 고찰할 수 있는 중요한 이유이기도 하다.

이광희는 향후 유망한 관광상품을 전망하는 글에서 현재 관광수요의 동향을 다음과 같이 정리하고 있다. 우선 전반적으로 문화와 자연 환경이 보다 많은 사람들의 관심을 끌 것이다. 문화와 관련해서는 “인위적 요소가 가미되지 않은 현장, 순수 이벤트와 라이프스타일을 직접 관찰하거나 참여해 볼 수 있는” 관광상품에 대한 수요가 증가하고 있다. 아울러 가급적이면 단체 관광식 접근을 피하고, 보다 특화된 체험을 통해 개성적인 감수성을 추구해 가고 있다고 진단하고 있다. 그는 이러한 추이의 배경으로 소비자들의 생활의식이 과거의 “양적 소유 중시와 단순 소비” 패턴에서 “존재확인과 자기개발 지향”으로 바뀌고, 이에 따라 보다 특색 있고 풍요로운 여가활동을 중시하는 방향으로 전환되어 가기 때문으로 보고 있다(이광희, “21세기의 유망 관광상품 전망”, <관협>, 1996. 6. 원응희: 46에서 재인용). 위에서

살펴본 사례들도 기본적으로는 이런 전반적인 변화를 반영한다고 할 수 있다.

1) 문화관광 변화의 원인

그렇다면 문화관광에서 발견되는 이러한 변화의 원인과 배경은 무엇일까? 첫째, 일본 문화관광에서 나타나는 최근의 추이는 우선 관광 자체의 역학으로 설명할 수 있다. 현재 일본의 관광은 단계상 본격적인 대중화 시대를 지나 '성숙기'에 접어들었다고 할 수 있다. 지난 십수 년 사이 양적인 면에서는 큰 변화가 없는 반면, 질적인 변화가 착실히 진행되어 관광목적, 숙박시설, 관광지 형태 등에 있어서는 현저하게 다양화되어 왔다(溝尾良隆 1994). 일본에서 국내관광의 대중화 과정은 (회사의) 위안여행을 중심으로 한 환락적 여행, 일상노동에서의 휴식과 기분전환형 여행과 밀접한 관련 속에 이루어졌는데(内田州昭 1996), 이런 형태의 관광이 한 시대 동안 계속되었으나 근년에 들어 관광여행의 목적이 급속히 다양화되고, 또한 '체재형 관광'이 주목받게 됨에 따라 문화관광은 보다 중요한 의의를 갖기 시작하였다. 관광의 성숙화에 따른 관광 목적의 변화는 사람들의 관심을 점진적이긴 하지만 '물건'에서 '사람'으로 옮겨가게 하였으며, 이런 변화에 의해 종래 유적·유물 중심의 문화관광에서 질적인 변화를 불가피하게 만든 것으로 볼 수 있다.

대중화에 따른 관광양식의 다양화와 관련해 일본에서 중요한 '전환'을 가져 온 것 중 하나가 <디스커버 저팬> 캠페인일 것이다. <디스커버 저팬>은 1970년 10월부터 일본 국철이 대대적으로 전개한 캠페인으로, 새로운 개념에 근거한 관광양식의 창출을 적극적으로 시도한 경우였다. 이 캠페인은 그해 3월부터 9월까지 반년간 성황리에 개최되었던 <오사카 만국박람회> 이후에 감소가 예상되는 국내관광을 계속해서 유지시키고자 하는 목적으로 시작된 것이었다. 특히 주목표 대상을 대도시의 젊은 여성들에게 맞추고 단체관광으로부터 탈피하

여 개인의 창의와 궁리에 의해 풍부한 경험이 가능한 여행을 만들어 내고자 하였다. 이 캠페인은 ‘만남’, ‘교류’, ‘자기 발견’, ‘지역문화’ 등의 주제를 강조하면서 일본 국내 문화관광의 새로운 유형을 만들어 낸 것으로 평가받고 있다. 이런 맥락에서 보면 생활문화를 중심으로 한 문화관광 양식은 꽤 오래 전부터 실천되어 온 것으로, 단순히 경제불황에 따른 일시적 대응이라기보다는 관광이 성숙화와 함께 따라 필연적으로 나타나는 보다 장기적 변화로 파악할 수 있다. 그러나 이것이 하나의 ‘일반적인 추세’로 등장한 데에는 일본사회의 전반적인 변화가 또다른 중요한 배경이 되었다. 이런 상황에서 ‘전형적인’ 유적 중심의 문화관광지로 잘 알려져 있던 아이즈 같은 곳이 관광지로서 갖는 흡인력은 감소할 수밖에 없다.

둘째, 관광 외적인 환경변화인데, 우선 지적할 수 있는 것은 일본사회가 본격적인 후기산업사회로 접어들게 된 점이다. ‘성장’과 ‘생산’을 가장 중요한 목표로 삼아 매진하였던 근대화 과정을 거쳐, ‘소비’와 ‘스타일’이 강조되는 탈근대사회로 접어들면서 점점 많은 사람들이 몰개성적인 단체관광에서 탈피하여 자기만의 독특한 체험을 할 수 있는 형태의 관광을 선호하게 되었다. 아울러 사회 전반적인 분위기도 소위 ‘물질적 풍요’보다 ‘마음의 풍요’를 강조하게 되고, 인간적인 ‘교류’에 중점을 두는 쪽으로 바뀌어 왔다. 총리부의 여론조사에 의하면, “금후 생활의 역점을 어디에 둘 것인가”라는 질문에, 1980년대 전반에 ‘여가생활’이 ‘주생활’을 넘어서고, ‘마음의 풍요로움’이 ‘물질적 풍요로움’을 넘어 그 차이가 벌어지고 있다고 한다. 그리고 ‘마음의 풍요로움’을 가져올 수 있는 중요한 방법으로 사람과 사람 사이의 ‘교류’가 키워드로 이야기된다(内田州昭 1996).

일본사회의 탈근대화와 관련된 또 다른 측면으로, 근대화 이후 대중적 욕구가 과거의 삶의 방식에 대한 ‘향수’와 밀접히 관련되면서 이제까지 관심대상 밖이었던 지역의 생활문화나 전통들이 새롭게 주목을 받게 되었다. 즉 관광객들은 현지의 문화를 체험하고 현지주민

과 교류를 하는 것에서 관광의 진정한 의미를 찾고자 하며, 나아가 근대화 과정에서 상실한 것들에 대한 향수를 충족시키고자 한다고 할 수 있다. 일본 대도시에는 근대화에 따른 여러 문제가 생겨나고 사람들은 점차 시골과 과거 생활방식에 향수를 느끼게 되어 그런 대상을 찾아 나서게 되었다고 할 수 있다(문옥표 1991; Ivy 1995).

셋째, 보다 최근의 환경변화로 일본경제의 '거품붕괴'와 장기에 걸친 경기불황을 들 수 있다. 경제호황기와 달리 많은 사람들이 관광비용을 절약할 수 있는데 신경을 쓰고, 대규모 관광버스에 단체관광을 하는 형식보다는 소규모 그룹이나, 가족, 혹은 혼자 하는 배낭여행 등에 관심이 갖게 되었다. 실제로 경제불황 이후 관광형태 중 가장 큰 폭으로 감소한 것은 "회사관광", "위안관광" 등으로 대표되는 대형 단체관광으로 나타나고 있다.

넷째, 현대일본사회에서 지역사회 및 지역전통이 차지하는 위상의 변화를 지적할 수 있다. 일본사회의 중앙집권화와 획일화가 진전되면서 대부분의 지역사회는 '과소' (過疎)와 인구고령화, 후계자 부족 등으로 심각한 어려움을 겪고 있다. 다른 한편 그동안 지역사회가 생활양식으로 실천해 왔던 여러 전통들이, 소멸의 위기에 처하면서도 동시에 일본인 전체의 '민족적 전통'으로 자리매김 되면서 각지의 전통을 부활시키거나 다시 보려는 움직임이 진행되어 왔다. 지역적 전통에 대한 이런 '외부'의 관심은, 관광을 생산해내는 지역 차원에서도 지역활성화, '도시만들기'를 하는데 있어 지역의 전통과 개성을 활용하는 것을 매우 효과적인 전략으로 활용하게끔 만들고 있다. 따라서 아이즈 지역 같은 곳은 유적 중심의 전통적인 문화관광지로서의 매력은 상대적으로 감소하고 있으나, 현대 일본사회의 주변부로서 아이즈가 지니고 있는 다양한 지역적 전통과 관습은 또다른 형태의 문화관광을 위한 자원으로 부활·활용되고 있다.

2) 문화관광에서 소비되는 것

(1) '총체적' 문화, 생활문화

최근의 문화관광의 변화는 결국 관광을 통해 소비되는 것이 '진품'에서 '지역문화' 혹은 '생활문화' 쪽으로 바뀌어 가는 것을 의미한다. 유적이나 국보, 명승에 대해 흥미가 사라진 것은 아니지만, 그러한 것들이 위치한 지역의 사람들과 생활방식에 흥미가 넓혀져 가고 있다는 것이다. 종래에는 관광대상이 못되었던 농산촌, 혹은 어촌에도 자가용 관광객이 찾아올 수 있게 되었다는 것이다. 도심지 백화점에서 개최하여 온 관광물산전에 있어서도 근년에는 실연코너를 개설하여 인기를 모으고 있는 것이나, 공방에 간혀 제품을 만들면서 평생을 보내 온 '장인'들이 개방형 공방을 열어 관광객들에게 제조과정을 보여주거나 '체험' 할 수 있게 하면서 전통산업 불황을 타파하고자 시도하는 것도 같은 맥락에서 이해할 수 있다. 또한 지역사람들이 이미 전승을 포기한 듯한 축제나 향토예능도 주목을 받게 되어, 각지의 축제 개최일이 본래의 날자가 아니라 비슷한 시기의 주말로 바뀌고, 외래 관광객들에게도 적극적으로 공개, 관광행사화 하는 예도 적지 않다.

생활문화, 지역문화에 대한 관광적 시선의 변화로 인해 전에는 "아무 것도 없는 곳"이 현재는 "귀중한 문화유산을 간직한 곳", "일본의 고향"으로 등장하기도 한다(권숙인 1996). 반면 아이즈 와카마츠 시나 이세신궁 주변처럼 역사적 유적지만으로 관광산업을 '성공적'으로 운영해 온 곳에선 문화유적의 존재 그 자체가 갖는 흡인력이 급격히 떨어져 간다는 인식 하에 성하도시로서의 서정과 문화를 느끼고 체험할 수 있는 루트를 개발하고 과거 순례문화를 재발명하여 전시하게 된 것이다. 즉 문화관광에서 말하는 '문화'의 의미가, 고정된 문화유산으로부터 보다 총체적인 의미의 문화로 옮겨가는 것으로 설명할 수 있을 것이다. 이제는 단지 수동적으로 전시된 물건이나 유적보다는, 현지 사람들의 옛 삶의 방식 자체나 그 일부로서의 문화가 점점

더 강조된다. 따라서 점(點)으로 존재하는 '문화유산'에 대한 강조로부터 문화의 선(線)이 될 수 있는 거리경관이 강조되고, 그 안에서 만남과 교류를 가능케 하는 여러 장치들이 고안된다.

(2) 모형문화, 혹은 '분위기'와 '풍정'으로서의 문화

총체적 문화와 생활문화에 대한 관심에도 불구하고 문화관광을 통해 생산되고 소비되는 문화가 반드시 현대생활에 일상문화로서 실천적 의미를 갖는 것은 아니다. 이 점에 대해선 관광객들이나 현지주민들도 잘 알고 있다. 오히려 최근의 문화관광에서 소비되는 '생활문화'나 '총체적 문화'는 '현실문화'라기보다는 '분위기'나 '스타일'로서의 의미를 갖는 경우가 많다. 이런 의미에서 각 지역 '고유의 문화'를 강조하는 최근 문화관광의 추이는 '에스닉 투어리즘' (ethnic tourism)과의 여러 유사성을 가지고 있다. 어찌 보면 고도로 획일화되어 가는 현대일본사회 속의 지방과 지역은 그 자체로서 '에스닉'한 존재성을 부여받고 있다고도 할 수 있다.

문화관광의 한 종류로서 에스닉 투어리즘은 근대화에서 탈근대 사회로 이행하면서 등장한 관광형태로서, "근대에 중독 되어 있지 않은 원주민"의 생활이나 이국적 정서를 추구하는 동기에 근거해서 이루어진다(安村克己 1996). 특히 에스닉 투어리즘 분야에서도 관광의 부정적 여파를 최소화하며 민족문화를 전시하는 방법으로 채용되고 있는 방식이 '모형문화' (model culture)인데, 이는 관광이 지역사회에 가져오는 스트레스를 회피하는 방법으로 지역주민의 생활 자체를 관광객들에게 노출시키는 대신 그 민족의 문화를 대표할 수 있는 '모형문화'를 설치하여 관광객을 수용하는 방식이다. 대표적인 예가 하와이에 1963년에 세워진 <폴리네시아 문화센터 Polinesia Cultural Center>로서 이 곳은 모형문화 방식을 채택하여 성공한 대표적인 관광지로 여겨지고 있다(상세한 내용은 Stanton 1989). 와카마츠 시 나 누카마치 주변의 경관복원과 지역문화의 활용에서 강조되는 것도 '현

재' 살아있는 지역문화라기보다는 과거에 존재했던(혹은 존재했다고 가정되는) 생활양식을 재구성하는 것이다. 그런 의미에서 아이즈의 지역문화에 대한 일종의 '모형문화화' 작업이라고 볼 수 있을 것이다.

이처럼 모형문화 방식의 관광개발은 그 과정에서 불가피하게 '선택적 재구성'을 할 수밖에 없고, 그로 인한 '진위성' 문제가 제기된다(MacCannell 1976). 즉 지역의 '전통' 혹은 '문화'로 제시되는 것들이 어떤 시대, 누가 실천하던 문화를 나타내는 것인가 하는 질문이 중요해진다. 그러나 물론 대부분의 관광객들은 '심각하고 진지한 연구자'가 아니다. 엄밀한 의미의 '진위성'을 따지기보다는 모형문화화를 통해 만들어진 전반적인 분위기나 풍정에 잠시 젖어보고, 정형화된 이벤트에 잠깐 참석해보는 선에서 만족하는 경우도 적지 않을 것이다. 여기에는 마치 <폴리네시안 문화센터>를 찾는 관광객들이 여러 폴리네시아 사회의 토착민들조차 거의 보지 못했던 과거의 생활양식을 오후 한나절에 걸쳐 '경험'하고 돌아가는 것(Stanton, 윗글)과 같은 역학이 작용한다. 결과적으로 현재 문화관광에서 강조되는 것은 "현지문화"에 대한 "체험"과 "교류"이지만, "현지문화"와 "체험"의 진위성에는 다양한 정도의 차이와 위계가 존재할 수밖에 없다.

3) '대안'으로서의 문화관광

많은 경우 관광은 문화에 대한 설명의 장을 제공하고 있고, 그러한 설명에 의해 문화는 문화로서 테두리를 부여받는다. 그런 의미에서 관광은 현대사회에 있어 문화창조와 아이덴티티 창조의 가능성을 갖고 있으며, 또한 그런 계기를 동반하는 중요한 장면으로 존재하기도 한다(大橋健一 1996: 117). 위에서 살펴본 아이즈 지역의 사례는 이전엔 관광지와 거리가 멀거나 관광대상지 자체는 아니었던 곳들이다. 그러던 것이 주로 현지 주민들이 주체가 되어 새로운 관광수요를 만들어내려고 노력하거나 그런 시도에서 어느 정도 성공을 거둔 곳들이라고 하겠다. 물론 이런 시도가 가능했던 것은 문화관광을 둘러싼 최

근의 변화들이 이제까지 관광의 직접적인 관심지가 아니었던 곳들을 다시 볼 수 있게 만들었기 때문이지만, 결과적으로 관광개발을 통해 현지의 지역활성화와 지역주민들이 자신들의 지역과 역사를 되돌아볼 수 있는 계기를 제공한 측면도 크다. 그런 면에서 비록 관광개발의 계기가 '외부'의 변화에 의해 촉발된 경우라도, '체험'과 '교류'를 중심으로 전개되는 문화관광은 지역사회에 긍정적인 결과를 가져올 가능성이 크다고 하겠다.

그동안 관광이 가져올 수 있는 긍정적인 효과로 교류와 상호이해가 지적되어 왔지만 이것은 관광시스템이 갖는 불균형 문제에 의해 많은 경우 실현 불가능하였다. 이러한 관광의 불균형문제를 해결하려는 시도로 1990년대 들어 '대안적 관광'이나 '지속 가능한 관광'이 대중관광(mass tourism)을 비판하며 제기되어져 왔다(安村克己 1996). 다시 말해 현재 문화관광에서 일어나고 있는 변화란 일단은 관광을 통해 맺어지는 호스트와 게스트 문제, 양자의 역할과 권력 등에 있어서 패러다임의 전환 가능성을 내포하고 있는 것으로 해석할 수 있을 것이다.

그러한 이 대안적 관광이 실제적인 효과를 가져 오기 위해선 '위로부터'의 개혁이 아니고 지역주민들에 의한 '밑으로부터'의 문제제기와 실천이 요구된다. 관광객을 맞이하는 지역주민들은 먼저 자신들의 문화적 전통을 직시해보고, 자신들이 지니고 있는 '자랑스러운' 전통과 문화를 관광객들에게 제시하기 위해 우선 스스로가 지역의 전통과 역사에 대해 충분한 지식을 가지고 긍지를 가질 필요가 있을 것이다. 어쨌든 향후 관광을 논함에 있어서 중요한 것은 자원이나 환경과 조화된 지속 가능한 관광에 대한 인식이라고 생각되며, 이런 맥락에서 문화관광이 가지고 있는 '대안'으로서의 가능성을 적극적으로 키워갈 필요가 있을 것이다.

참고문헌

권숙인

- 1996 “현대일본사회와 전통(성)의 공간,” 『한국문화인류학』 29(1).
1998 “역사와 전통을 중심으로 한 관광의 생산 — ‘아이즈복고회’(會津復古會)의 사례를 중심으로,” 『국제·지역연구』 7(4).
2000 “이세신궁 참배의 성(聖)과 속(俗),” 『한국문화인류학』. 33집 1호.

김양주

- 1997 “일본관광 명소와 자원의 변천 — 변화하는 사회적 욕구와 만들어지는 ‘명소’”, 『지역연구』 6권 1호.

문옥표

- 1991 “후기 산업사회에서의 농촌의 위상”, 『농촌사회』 창간호.

원용희

- 1999 『관광과 문화』. 학문사.

전경수(편역)

- 1987 『관광과 문화: 관광인류학의 이론과 실제』. 까치.

前田 勇編

- 1996 『現代觀光學の展開』. 東京: 學文社(이선희역. 『현대관광학의 전개』. 대왕사).

溝尾良隆

- 1994 『觀光を讀む: 地域振興への提言』. 古今書院.

足羽洋保編

- 1994 『新・觀光學概論』. ミネルヴァ書房.

會津若松市商工觀光部

1997 『商工業振興施策のあらまし』

會津若松七日町通りまちなみ協議會

1997a 『七日町のいまむかし』

1997b 『會津浪漫調の街づくり』

山下晋司

1996 『観光人類學』, 『관광인류학의 이해』 황달기역, 일신사(1998).

安村克己

1996 “観光の不均衡問題とエスニック・ツーリズム運営の‘格率’”, 前田 勇編, 『現代觀光學の展開』.

大橋健一

1996 “模型文化・觀光文化・民族文化: 現代社會における觀光と文化の動態”, 前田 勇編, 『現代觀光學の展開』.

内田州昭

1996 “文化觀光再考 — ‘觀光的魅力’に関する試論”, 前田 勇編, 『現代觀光學の展開』.

橋本和也

1999 『觀光人類學の戰略: 文化の賣り方・賣られ方』, 東京: 世界思想社.

Cohen, Eric

1988 “Authenticity and Commoditization in Tourism”, *Annals of Tourism Research* 16: 371-386.

Graburn, Nelson

1983 “The Anthropology of Tourism”, *Annals of Tourism Research* 10(1).

1989 “Tourism: The Sacred Journey”, in *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism* (2nd ed). ed. by Valene Smith. Philadelphia: Univ. of Penn. Press.

MacCannell, Dean

1976 *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. New York: Schocken.

Ivy, Marilyn

1995 *Discourses of the Vanishing: Modernity, Phantasm, Japan*. Chicago: Univ. of Chicago Press.

Stanton, Max E.

1989 "The Polynesian Cultural Center: A Multi-Ethnic Model of Seven Pacific Cultures", in *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism* (2nd ed). ed. by Valene Smith. Philadelphia: Univ. of Penn. Press.

〈Key concepts〉: Cultural Tourism, Living Culture, Alternative Tourism

From ‘Monuments’ to ‘Living Cultures’: Transformation of Cultural Tourism in Modern Japan

Sug-In Kweon

This paper explores recent changes in cultural tourism in Japanese society. Many observers and researchers of Japan have suggested that cultural tourism is undergoing a meaningful shift which can be summarized into such related phrases and campaigns as “From Monuments to Living Cultures”, “From Dots to Lines”, or “From Sightseeing to Experiencing”. In this context, many local agencies and groups try to create various products that are allegedly geared to changing tastes and needs of tourists. A neighborhood organization in Aizu Wakamatsu City which has done various efforts to produce touristic attractions in their region is reviewed as a concrete example. As a concluding analysis, factors that bring about transformation in cultural tourism, meanings of the increased interest in ‘wholistic’ culture or living cultures, issues of authenticity and the so-called “model” culture, and possibilities of cultural tourism as “alternative” forms of tourism are discussed.