

## 관광콘텐츠를 이용한 도시브랜드 활성화

The revitalization of city brand for using tourism contents

지봉구, 이계희\*  
경희대학교\*

Jee bong-gu, Lee gye-hee\*  
Kyenghee Univ.

### 요약

지방자치제도의 실시에 따라 관광개발은 초기의 하드웨어 중심에서 소프트웨어 중심의 개발형태로 변화되었다. 최근 들어 각 지방자치단체는 지역의 고유한 문화와 환경을 대변할 수 있는 관광자원을 발굴하여 콘텐츠화 함으로써 도시브랜드로 활용하여 지역홍보에 적극적으로 활용하고 있다. 이에 본 연구는 도시지역인 청주시를 중심으로 관광콘텐츠를 활용한 도시브랜드를 도출하고, 도출된 브랜드를 활성화시킬 수 있는 방안을 모색하였다.

## I. 서론

21세기 무한경쟁시대를 맞아 지방정부의 경쟁력을 확보하고 변화하는 행정 환경에 대응해 나가기 위해 청주권역의 특성과 이점을 최대한 활용하면서 다른 지방자치단체와 차별화된 전략을 통해 특색있는 도시로 전환할 수 있는 방안을 강구할 시점에 직면해 있다. 그러나, 청주는 세계 최고의 금속활자본인 '지직심체요절'로 고인쇄문화의 고장임에도 불구하고, 도시의 자원특성을 뚜렷하게 반영하지 못하고 있다.

이런 차원에서 본 연구의 목적은 청주권역의 관광자원을 토대로 도시 브랜드 및 지역 브랜드화에 대한 전략적인 제고방안을 마련할 수 있도록 시사점을 제공하는데 있다.

## II. 현황분석

### 2.1 관광자원

관광콘텐츠는 관광자원의 분류 체계에 따라 자연관광자원, 문화관광자원, 사회관광자원, 위락관광자원으로 분석

하였다. 분석결과, 관광콘텐츠로 발굴하여 대외적인 경쟁력을 갖출 수 있는 관광자원은 직지 이외에는 부족한 것으로 판단된다.

### 2.2 도시브랜드

브랜드 요소는 브랜드 네임, 로고와 심벌, 캐릭터, 슬로건, 징글 및 패키지 등이 있으나, 본 도시브랜드 요소분석에서는 청주시와 청주직지축제의 CI와 슬로건을 평가하였다.

평가결과, 청주직지축제를 개최함으로써 교육·문화의 도시 청주에 대한 시민들의 자긍심과 애郷심을 고취시키는 계기가 되었다고 볼 수 있으며, 나아가 학습·체험형 축제의 대표적인 모델로 발전하여 보다 다양한 효과를 기대할 수 있다.

## III. 도시브랜드 인지도 분석

청주를 상징할 수 있는 상징어 가장 많이 떠올리는 것으로 나타났으며, 이에 교육, 직지, 역사, 문화, 양반 등

의 대상 또는 개념이 포함되어 있다.

청주지역주민들에게 연상되는 청주의 긍정적 이미지는 ‘깨끗한’, ‘살기좋은’, ‘조용한’, ‘관광자원이 많은’, ‘역동적인’, ‘행복한’, ‘친근한’ 등의 순으로 나타났다. 특히, 지명에서 나타나는 맑은 의미의 이미지가 ‘깨끗한’과 같은 긍정적인 이미지를 형성하였다.

#### IV. 도시브랜드 설정 방향

청주권역은 관광객을 직접적으로 유치할 만한 자연적인 관광콘텐츠가 부족한 상황에서 방문관광객들에게 문화 관광콘텐츠를 어떻게 소구하는가가 중요한 영향을 미칠 것이다. 따라서, 청주권역의 관광콘텐츠를 활용한 도시브랜드 개발의 기본 방향은 ‘전통적 가치와 현대성 조화’, ‘주변 시군과의 연계성을 강화’, 청주만의 차별화된 콘텐츠를 구축하여야 한다.

궁극적으로 청주권역의 관광콘텐츠를 중심으로 설정한 도시브랜드는 ‘문화체험관광의 중심, 청주’로 설정할 수 있다. 도시브랜드의 성공적인 결과는 빼어난 자연유산과 선조의 뛰어난 유물만으로 달성되는 것이 아니고, 시민의 협조, 지방정부의 체계적인 집행과 관리가 필수적인 요소이다[1]

#### V. 결론

지방의 경쟁력이 곧 국가의 경쟁력이라는 전제 하에서 지방이 새로운 패러다임에 능동적으로 대응해 나가야 하는 상황에 직면해 있다.

지방자치제도 실시 이후 각 지방자치단체는 고유한 역사, 문화, 자연 등을 관광콘텐츠로 인식하여 지역활성화 전략의 수단으로 활용하고 있다. 지역의 부정적인 이미지를 상쇄하고, 긍정적이고 매력적인 지역의 브랜드이미지를 창출함으로써 지역의 정체성 확보와 이를 통한 지역경제 활성화를 도모하고 있다.

이런 배경에서 본 연구는 청주의 관광콘텐츠 및 도시브랜드 이미지를 파악함으로써 청주의 브랜드가치를 확립하고자 하였다.

청주의 경우 직지라는 문화관광콘텐츠를 통해 체험관광의 중심도시로 주도적 이미지를 설정할 수 있다. 청주를

대표하는 도시브랜드를 설정하고, 적극적인 홍보활동, 각종 프로그램의 개발, 산학연관 활동을 통한 시너지 창출, 표적 관광시장의 고객욕구 충족 등을 개선하여야 한다.

#### ■ 참고 문헌 ■

- [1] 임성택 “관광 콘텐츠 개발을 위한 도시 브랜드화”, 한국콘텐츠학회논문지, 제8권, 제3호, 2008.