

관광에서의 지리학의 역할과 접근방법 모색

김종은* · 이승곤**

Geographical Approach and Perspective in Tourism

Kim Jong-Eun* · Lee Seung-Kon**

요약 : 관광지리 연구는 다른 학문에 비하면 그 연구가 미약하여 아직도 학문적 개척 여지가 많다. 선진국에 비하면 미개척 분야에 속한다고 볼 수도 있겠으나, 80년대 이후 상당수의 논문이 발표된 바 있어 이를 기초로 관광지리학 연구가 활발히 진행되고 있다. 최근 국정지표의 하나인 문화관광진흥에 의하여 국가의 전략사업으로 관광사업이 비약적으로 발전함에 따라, 관광에서의 지리학 역할이 큰 비중을 차지하게 되었다. 이에 따라 응용 학문적 시각에서 관광지리 연구가 활발히 진행되고 있는 경향으로 변하고 있다. 종래의 관광지 및 관광 형태에 관한 개별적 지역 연구에서 관광현상의 모태가 되는, 관광입지론적 연구가 활발해 졌다. 급변하는 세계화 속에서 시대에 부응하는 학문적 가치를 창출해 내기 위해서라도, 신속하고 정확한 관광환경에 대한 연구를 수행해야 한다. 관광지리학은 실증적 지역연구의 일환으로 그 방법론적 접근이 체계적으로 모색되어야 한다. 본 연구에서는 관광분야에서의 지리학 역할의 중요성을 강조하고, 체계적 접근방법에 따른 관광연구 방법론을 제시하였으며, 장소마케팅으로서의 지리학 연구방법도 제시하였다.

주요어 : 관광세력권, 관광흡인 중심지론, 관광권인력, 관광입지론, 관광루트, 성장거점관광개발, 장소마케팅

Abstract : It is very important to consider space and time in the study of tourism. In consideration of space, we have to study the history and tourism revenue and growth and development of tourism industry. Tourism Geographers are interested in general analysis of visitors, visiting purpose, visiting time, length of the visit, transportation, and origin of the tourist. Study of tourism geography is very important in developing evaluation techniques of tourist attractions and sound consciousness of recreation space and more interests should be paid it. The study of tourism geography will promote the quality of life and tourism.

Key Words : systematical approach of tourism area, theory of tourism location, growth pole development of tourism, place marketing

1. 서론

오늘날 지리학 분야는 다양화, 세분화되고 학문의 전문화가 더해 가면서 계통지리학 분야보다는 응용 사회과학적 분야로 크게 발전하고 있다. 따라서 그간 소홀히 취급되어 왔던 관광연구에 대한 수요가 늘어나면서 관광산업과 연계된 관광지리학에 대한 관심이 날로 높아지고 있는 것이 현실이다. 이에 따라 순수지리학의 고유성보다 응용 지리학으로서의 특성이라고 볼 수 있는 관광연구

의 접근 방법론이 활발하게 논의되고 있다.

관광분야에서 지리학의 역할은 관광지에 대한 개념적, 구조적, 체계적 연구, 그리고 관광주체, 관광객체, 관광매체에 대한 종합적 이해를 가미하여 지리학적 지역연구방법을 접근시켜 상호 연관성을 이해하는데 있다. 관광지리를 이해하기 위해서는 무엇보다도 지리적 관광환경과 관광세력권의 지리적 특성, 그리고 관광자원, 관광권과 관광루트, 관광산업 입지, 국토종합개발 등을 개념적으로 파악하고 이들의 상호 관련성과 이들에 대한 국

* 경희대학교 호텔관광대학 관광학부 교수(Professor, Dept. of Tourism Management, Kyunghee University)

** 경희대학교 호텔관광대학 관광학부 부교수(Associate Professor, Dept. of Tourism Management, Kyunghee University)

제적 추세를 이해해야 한다. 특히 관광지의 지역성은 관광지역을 둘러싸고 있는 관광환경의 변화와 지리적 지역 조사방법과 밀접한 관련이 있다.

관광산업은 외화가득율이 가장 높은 산업으로서 4차원적 산업으로 세계 3대 교역 상품이 되었을 뿐만 아니라 자국의 경제 성장을 위한 전략산업으로 대두되었다. 우리 나라는 '89 여행 자율화 이후 동북아의 관광 중심국으로 부상하여 관광선진국 진입단계에 있으나 도로, 철도, 항만, 공항 등의 기반시설과 관광지리적 지식 부족 등이 관광산업발전에 큰 장애 요인이 되고 있다.

그러나 오늘날 선진국의 관광동향이 다국적 산업으로서의 국경을 초월한 세계적인 영향력 증대로 하여금 관광환경을 새롭게 만들고 있을 뿐만 아니라 세계화 추세에 부응하기 위한 새로운 접근방법이 요구되고 있다. 즉 관광의 지리적 특성은 급변하는 관광환경을 이해하기 위한 새로운 지리적 정보 수집과 이를 분석하고 체계화하는 작업이 필요하다. 관광의 지리적 연구를 위한 관광지의 지역정보망을 구축하고 이를 토대로 관광지 특성을 규명하고 지표상에 나타나 있는 자연환경과 인문환경의 상호연계성과 조화를 밝혀 지역특성을 갖는 관광산업이 발달할 수 있도록 하는데 관광지리학은 크게 공헌할 수 있다.

본 논문의 연구 목적은 지리학에서 응용분야를 차지하고 있는 관광지리학의 연구방법론에 대하여 학문적 연구 동향을 파악하고, 세계화시대와 정보화시대에 있어서의 새로운 관광지리 연구의 접근방법을 모색하고자 하는데 있다.

연구방법으로는 선진화된 관광지리학과 연관된 분야의 논문 및 단행본을 중심으로 하여 공간개념의 지리적 접근방법을 모색하였다.

특히 관광에 있어서의 지리학의 역할을 인식시키기 위하여 입지론적 접근방법과 새로이 대두되는 장소마케팅적 접근방법으로 고찰하였다.

2. 관광과 지리학의 개념 정의

관광이란 말은 고대 중국의 주나라 『주역』에 있는 '他國之光華'를 본다는 내용 중 '觀國之光利用資于王'이란 문구에서 전래되었다. 서양에서는

1800년경부터 사용하기 시작하여 Tour, Tourist, Tourism으로 사용하고 있다. 관광은 레크리에이션을 위한 사람들의 이동이므로, 그것은 여행의 한 형태라고 볼 수 있다. 즉, 관광이란 개인의 여가시간 내에서 체험활동을 통하여 생활의 변화를 추구하려는 인간의 기본적 욕구 충족을 위한 행위이다.

이와 같이 관광은 일상생활권을 떠나서 미지의 자연이나 문화환경을 배경으로 이동하여 위락욕구 충족, 심신 피로회복, 인간성 회복의 수단으로 관광 대상을 감상하고, 관찰하려는 바람직한 행위라고 정의할 수 있다. 특히 현대관광이란 일시적으로나마 일상생활권을 떠나 타국이나 타 지역에서 체재하면서 그 지역 사람들의 생활, 습관, 문화, 자연 등을 관찰하며 즐기고 배우는 여가생활의 하나라고 정의할 수도 있다.

관광을 시간적 개념과 공간적 개념에서 보면 거주지를 떠나 목적지의 지표현상을 관찰하는 것을 의미하므로 지리적 관계와 깊은 연관을 가지고 있다. 따라서 '관광지리'는 관광지에 대한 지리적인 특색과 관광객의 동태를 파악하는 것을 본질적 연구대상으로 하고 있다.

지리라는 말은 중국 漢代의 역사를 기록한 漢書 地理志에 산천, 산물, 인물, 풍물 등을 기록하고 있어 여기서부터 전래되었다. 지리학은 일반적으로 一般地理學과 地誌 부분으로 구분할 수 있다. 일반지리학 부문은 지구 전체를 대상으로 하여 지표상의 자연, 인문 현상의 분포를 자연환경과 인간생활과의 사이에서 이루어지는 관계를 규명하는 원칙을 밝히는 것이며, 地誌는 지표상의 특정한 지역을 들어 그 지역에 나타나는 자연과 인문현상의 모든 특성을 밝혀내는 것이므로 이것이 훌륭한 관광의 대상이요 관광자원인 것이다.

그러므로 지리란 각 지역에 있어서의 景觀, 土地起伏, 氣候狀態, 動植物의 종류, 도시와 촌락 등 지표면에 관한 모든 현상을 기술함을 내용으로 하고 있으므로 이것은 관광지리의 개념상 Tourist Geography라고 말할 수 있다.

3. 관광지리학의 중요성

물질문명이 고도로 발달됨에 따라 인간은 기계

화의 일부로 전락하고 모든 노동은 단순작업으로 반복되어 가고 있다. 특히 도시인은 교통 혼잡, 소음, 대기 오염, 주택난 등 제반 악조건의 억압된 일상생활 속에서 육체 및 정신적인 피로가 더해가고 있다. 이러한 요인에 따라 발생하는 스트레스의 해소 방법은 레크리에이션을 수반하는 여행이 가장 이상적이다.

자본주의의 발달을 계기로 여가(leisure)를 즐기려는 여행인구가 점차 증가하게 됨에 따라 관광 여행자들을 유치하기 위한 각종 시설과 인력이 필요하게 되었으며 관광사업은 새로운 산업으로 각광을 받게 됨에 따라 관광의 3대 구성요소인 관광주체, 관광객체, 관광매체에 대한 관광지역과 관광입지 분야를 연구대상으로 하는 학문으로 중요시 되고 있다.

이와 같이 새로운 관광산업을 뒷받침하기 위한 학문으로서 관광지리학의 연구가 중요한 비중을 차지한다.

4. 관광지리학의 연구 방법

관광지리학의 연구대상은 관광의 3대 구성 요소에 대한 분석적 접근방법과 관광대상으로서의 관광자원에 대한 공간적 접근방법으로 연구하는 것이 중요하다. 또한 관광지역 연구조사는 관광지 개발을 위한 기초적 자원 조사와 지역성 규명을 위한 지리적 접근 방법이 중요성을 갖는다. 즉, 관광대상 분포상태, 형성요인, 특수성 등의 공간적 개념을 토대로 한 연구가 이루어져야 하며 특히 관광객 연구에 있어서는 관광주체인 관광객의 속성에 관한 실증분석 등 과학적인 접근 방법이 중



그림 1. 관광입지도

요하다.

1) 공간구조론적 접근방법

공간구조론적 접근방법은 관광지 개발에 중요하며, 이는 트립발생 효과와 경쟁효과와 관점에서 구명되어야 한다. 트립발생 효과는 관광공급 대상과 입지에 관련되므로, 관광공간의 관광공간 배치론적 접근요소의 기준이 된다. 특히, 관광공간의 배치론적 접근방법은 관광공급 대상지역의 수용력 범위 내에서 최대 개발효과를 얻기 위한 집중전략과 분산전략의 각 요소를 수용하는 기법으로 집중개발에 기초한 성장거점 개발의 확산효과를 가져온다.

2) 성장거점 개발과 거점관광지 개발론적 접근방법

성장거점 개발에서의 관광지 개발은 Smith의 관광중핵 모형 모델에서 찾아볼 수 있다. 관광지역은 관광자원과 관광시설을 보유한 중핵지구와 다양한 기능을 가진 직접지원 지구 및 간접지원 지구로 구성되며, 원심력과 구심력 관계가 적용되고, 관광공간에 대한 연계성을 갖는다.

또한, Miossec의 거점 관광개발 접근방법 모형은 4개의 권역으로 둘러싸인 중핵과 여러 중핵들

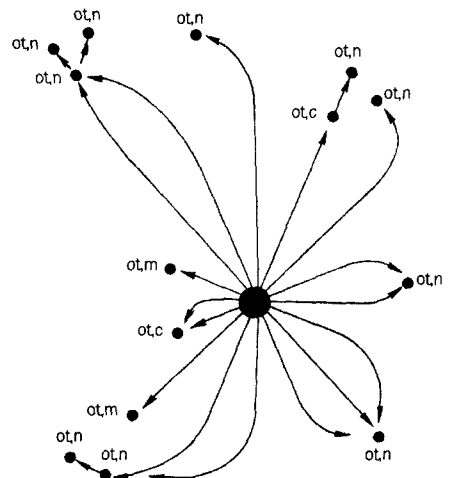


그림 2. 관광공간의 배치론적 접근²⁾

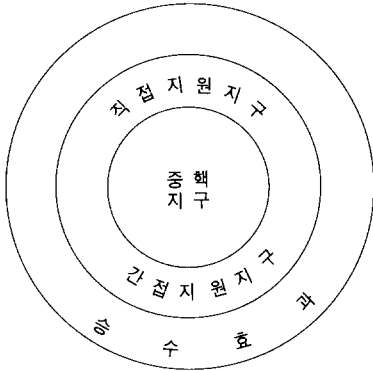


그림 3. Smith의 관광 중핵모형³⁾

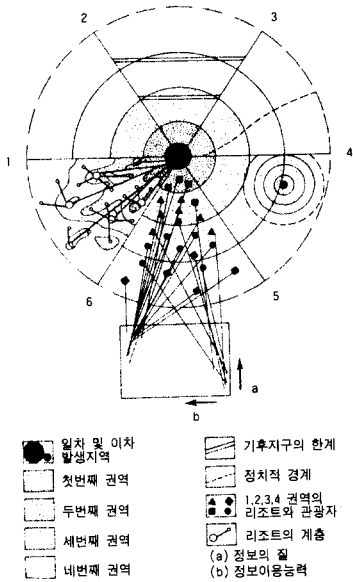


그림 4. Miossec의 관광거점모형⁴⁾

이 일치된 공간수요를 제공하게 된다. 따라서, 지리적 접근방법은 Mariotti의 관광흡인 중심지론이 적용된다.

5. 관광과 지리학의 역할

1) 관광지 개발에서의 지리학의 역할

관광지 조성은 토지 이용을 고도화하므로 관광 가치를 형성하여 觀光牽引力을 높이는 데 있다.

따라서 인구 집중을 가속화하여 관광취락을 발달 시키며 지역주민의 수입을 높여 주는데 기여한다.

그러나 관광조성을 위한 자연 개조가 무분별하게 이루어질 경우 자연환경 파괴는 물론 홍수 사태, 각종 공해를 유발시킬 가능성이 높기 때문에 지리학은 관광개발에 참여하여 그 지역의 실태를 분석하고, 현황을 밝혀 관광개발의 기초자료를 제공하는 역할을 한다.

2) 관광입지 결정 및 관광사업에서의 지리학의 역할

관광 입지결정에 가장 큰 영향을 미치는 것은 관광자원과 관광시장의 존재여부, 주민을 포함한 국토성, 지역성, 역사성, 국민성 등이다. 이러한 입지조건은 한 지역에 따라 또는 한 나라에 따라 큰 차이가 있다.

우리 나라의 지리적 위치로 보아 歐美의 관광시장과 접근성에 어려움이 있으며 국제항공로의 중추적인 요지가 되지 못하고 있기 때문에 많은 제약을 받고 있다. 특히 海洋民主勢力과 大陸共產勢力의 접이적 위치에 있으므로 국제분쟁의 위험이 도사리고 있을 뿐만 아니라 국제관광시장으로부터 시간적·공간적·거리적·심리적으로도 멀리 떨어져 있는 느낌을 줌으로써 외국관광객 유치에도 많은 어려움이 있어 관광사업 발전에도 큰 장애가 되고 있다.

그러나 우리 나라도 국토면적에 비하여 경관 변화가 다양하므로 이국적인 풍치가 관광자원으로서의 큰 가치를 지니고 있는데 이것은 각 지역마다 지형, 기후, 식생, 생활양식 등의 변화가 다양하다.

관광입지의 기초적 조건을 이루고 있는 곳은 관광지의 개성을 지니게 되며 이러한 개성미에 관광객은 많은 호기심을 가지게 된다. 따라서 관광사업은 복합성을 띤 산업이기 때문에 관광지리가 지닌 입지조건과 밀접한 관계를 갖고 발전한다.

관광지 입지조건으로 중요시되는 3요소인 기후, 교통, 대중성은 각각 지역성을 가지고 있어 이를 규명하는데도 지리학의 역할이 중요하다. 이와 같이 지리학은 관광입지와 관광사업 발전에도 큰 역할을 담당하고 있다.

표 1. 경제지리와 관광지리의 입지론 비교

| 경제지리학(농·공업입지론) | 관광지리학(관광입지론) |
|---|---|
| Thünen 농업입지론 | P. Defert 관광입지론 |
| Weber 공업입지론 | H. Todt 여행목적지 공간질서 실증연구 |
| ① 운송비 -대량생산물, 입지가 중요 (최소운송비, 노동비, 집 적이익) | ① 운송비 이외 telex, 전화료 가 중요(시간거리, 운송비, 관광집적이익) |
| ② 인문결정론 | ② 자연결정론 |
| ③ 거리 -농산물, 공산물, 종류입지 | ③ 거리 -「심리적 감가」 고려 |
| ④ 상품이동 | ④ 사람이동 |
| ⑤ 완전경쟁 | ⑤ 독점시장 형성 |

6. 관광지리학의 발달과 연구과제

1) 관광지리학의 발달

종래에 관광은 Leisure Class(유한 계급, 상층 계급)의 점유물이었으나 현대적 관광은 일반국민의 보건 향상과 생활의 한 분야로서 현대인의 필수적 생활의 일부분으로 성장하였다.

독일의 지리학자 Christaller는 관광지의 형성과 관련하여 현대적 관광의 발달과정을 5기로 구분하였다.

(1) 제 1기(1790~1840) : 프랑스 혁명(18C~19C중엽)에 의한 시민계급 형성으로부터 증기선박·철도 등에 의한 대량 운송수단이 확립되기까지의 시기를 말하며, 이때는 소수 특권층에 의하여 온천장과 경승지가 관광여행의 대상지가 되었다.

(2) 제 2기(1840~1870) : 휴가여행이 시작되었던 시기이며, 여행자들의 숙박은 농가의 兼業의 民泊形態를 이루었다.

(3) 제 3기(1870~1900) : 관광여행이 특권계층계급에서 중간계급층의 시민에게까지 보급되었던 시기이다. 이 시기에는 관광객을 상대로 하는 전업 관광호텔이 산악지역에도 출현되었으며 관광용 登山鐵道가 발생하여 관광산업의 성립을 보여주었다.

(4) 제 4기(1900~1930) : 대중 관광여행의 이행기로서 관광 대상지로 자연에 관심을 두었으며 스포츠 활동도 성행되었던 시기이다. 특히 등산의 보급으로 산악지역이 관광지로 급속히 변형하는

시기이다.

(5) 제 5기(1930 이후) : 관광이 일반국민 대중에게 보급되었던 시기이다. 이때의 관광형태는 자동차 여행이 일반화되고, 여행업자에 의한 대절버스, 특별열차에 의한 단체 여행, 관광지외의 관광도시화현상, 저렴한 건전한 휴가촌 캠프장 이용증대, 미개발지역의 관광지개발 진전 등이 활발히 진행되었다.

특히 한국 관광의 지리적 발달은 삼국시대부터 비롯되어 조선시대, 일제시대, 광복 이후 오늘에 이르기까지 학문적으로 크게 발달하였다.

2) 관광지리학의 연구

외국에서는 많은 지리학자들이 관광지리학에 대한 연구를 하였으나 타학계에 비하면 아직도 미개척 분야에 속하고 있으며 학계의 체계도 많은 과제를 남겨 놓고 있다. 그러나 종래의 상당수 논문이 발표된 바 있어 여기에 기초를 두고 관광지리학 연구의 방향을 정해야 할 것으로 본다.

지금까지 발표된 논문의 내용을 살펴보면

- 관광지 및 관광 형태의 개별적인 지역 연구
- 관광지의 立地論의 연구로 대별되는데 전자의 연구가 현저히 많다.

한국에 관광지리가 학문적으로 등장한 것은 국제조류에 따른 당국의 관광정책에 부응하여 관광전담기구가 생기면서부터라고 볼 수 있다. 그 후 시대성에 따라 교육기관에서도 관광학과를 설치하여 관광지리(tourism geography)를 강의하기 시작하였으므로 그 역사는 불과 20년 내외에 지나지 않는 짧은 기간이다. 관광선진국인 미국이나 일본에서는 눈에 띄일 정도로 관광지리연구가 활발히 진행되고 있는 것으로 보인다.

더욱이 한국의 경우는 주요 산업으로서의 관광사업이 새로운 분야로 발전하고 있으나 연구자료 수집이 용이하지 않은 점 등으로 큰 발전을 가져오지 못하였다고 볼 수 있다.

관광지리 연구의 목적은 관광객의 동태와 관광지의 특색을 분석하고 해명하는 것이라 하겠다. 이와 같이 관광지리연구의 대상은 관광지에 대한 지리적인 연구가 수반되어야 함은 당연하다. 그러한 함에도 불구하고 이에 관한 연구가 부진한 편이다.

3) 관광지리학의 연구 과제

중래의 관광지리학의 연구는 미개발 분야에 속하여 그의 체계화는 계속적인 연구과제라 할 수 있다. 지금까지 발표된 논문을 보면 대부분이 개별적 지역을 사례로 한 관광의 제반 형태, 觀光村落, 觀光産業, 觀光資源性 분석 등의 일면적 파악으로 되어 있어 그들의 상호 관련이나 관광지의 형성, 구조적 시점에서의 분석, 지역기반과의 관계 등을 논의한 것이 그렇게 많지 않다. 그러나 최근의 연구에서는 그와 같은 결점이 보완되는 연구가 시작되었다.

필자는 관광지리학적 연구에 있어서는 단순히 관광활동의 현상 파악만으로 국한하는 것이 아니라 관광지와 관광시장을 관련짓는 기본 요소로서 관광 유통 형태를 규명하고 관광입지, 관광자원성, 관광산업, 관광지형성, 기능, 구조 등의 분석을 통해서 관광지의 실태파악과 그 지역의 특성을 규명하는 방향으로 모색되어야 한다고 생각한다.

결국 관광지리학의 계통화는 앞으로 실증적인 지역 연구의 일환으로 그 방법론적 모색에 의하여 진전되지 않으면 안된다.

여기서 당면 과제에 관하여 논해 보고자 한다.

우선 관광지의 분포 및 관광자원, 관광시장, 관광산업구성, 관광유통 형태에서 본 관광의 성격 파악에 관한 분석을 보다 정확하게 하고 그들의 공간적 결합체로서의 관광지역의 구조를 명백히 하는 것이 중요하다고 본다. 특히 관광지의 제반 기능에서 본 유형화, 관광시장 및 그 주변 관광지와 의 관련성에서 본 광범위한 지역, 관광 루트 형성과 관광지의 기능과의 관계, 관광권의 설정 등 그 변화 실태를 근거로 한 보다 상세한 실증적 연구가 바람직하다.

7. 관광과 장소마케팅

1) 관광행태의 변화와 관광전략

현대 사회에 들어와 경제적 풍요와 함께 자신의 시간을 활용하고 자아를 발전시키려는 경향이 확대되고 있는데, 이것은 개인의 생활에서 여가가

차지하는 비중을 높이는 결과를 가져왔으며, 관광의 형태 또한 이전과는 다른 형태로 변화되고 있다. 즉, 예전에는 대규모의 관광단지를 조성하고 자연에 많은 인공의 힘을 가해 관광객들을 흡인하였다면, 현재는 일상에 지친 도시인을 겨냥해서 보존된 자연 그대로의 모습과 고급의 서비스를 제공하는 형태로 바뀌어가고 있다.

이러한 새로운 형태의 관광은 이미 그 지역에 현존하는 독특한 문화와 예술상품을 기초로 하고 있기 때문에, 상품개발 투자비와 투자기간이 짧으며, 예전과 같이 자연에 많은 인공의 힘을 가하는 형태가 아니기 때문에 현재 중요하게 대두되고 있는 지속가능한 관광의 욕구에도 적합한 형태라고 할 수 있다. 또 이용자의 특성에 따른 연출이 가능하기 때문에, 공급에 있어도 차별화가 가능하며, 빠르게 바뀌는 소비(수요)자들의 욕구에 빠르게 대처할 수 있다. 더욱이 이러한 관광상품의 다양성은 관광객들의 체재기간 연장에도 기여하므로 그 의의가 더 크다고 할 수 있다.

2) 지리학에서의 장소마케팅

지리학은 공간과 장소의 과학으로 이미 공간활동과 시장의 관계를 연구한 문헌들이 발표되어 있고, 이것들이 지리학의 발전에 중요한 기여를 한 것은 사실이지만, 아직까지는 장소마케팅이란 용어에 함축된 도시와 시장 사이의 포괄적인 관계에 대한 분석을 시도한 적은 거의 없었다.

포스트포디즘으로 대표되는 새로운 생산양식이 등장한 이후, 장소는 자유경쟁시장에서 자본의 유입을 위해 서로 경쟁하는 사회·경제적 기회로 여겨지게 되었으며, 이러한 이유로 장소의 특성과 이미지가 중요한 입지결정 요인으로 작용하게 되었다. 즉, 장소는 상품화되고 소비되며 광고될 뿐만 아니라 판매되는 대상으로 간주되고 있으며, 이러한 일련의 과정과 관련된 현상 가운데 하나가 도시나 장소를 마케팅하는 것이다. 이렇듯, 장소마케팅에는 많은 관광객들이 그 장소를 방문하도록 유도하거나 기업의 자본을 유치하려는 경제논리가 기본적으로 내재되어 있다.

우리 나라에서도 1990년대 들어 장소마케팅의 성격을 지닌 현상이 나타나기 시작했다. 우리 나라

에서 장소마케팅이 등장하게 된 배경으로는 세계화의 담론 속에서 세계 도시간의 경쟁증가와 관광 수요 증가, 관광형태의 변화 추세 및 지방자치제 실시 및 문화정책의 변화라는 특수상황을 들 수 있다. 즉, 이러한 여러 가지 요인으로 인해, 하나의 시대적 요구로서 장소마케팅이 도출된 것이다.

3) 관광과 도시마케팅의 연계

최근들어 경제적 풍요와 함께 문화나 여가생활, 그리고 주위 환경의 질을 중요하게 생각하게 되었으며, 이로 인해 도시의 문화·관광전략이 자극을 받아 그 중요성이 더욱 부각되게 되었다.

이런 의미에서 도시는 훌륭한 관광 목적지가 될 수 있다. 도시의 상징성과 고유성을 부각시켜서 관광객을 유인할 수 있는 인문·자연의 관광 자원이 다양하기 때문이다. 더욱이 도시내 휴식공간에 대한 시민의 욕구가 날로 증가하고 있는 현실에 비해 시민들이 일상적으로 이용할 수 있는 관광 및 여가시설은 양적으로나 질적으로 모두 부족한 실정이기 때문에 일상생활권인 도시내에 조성되는 이러한 시설들은 보다 큰 의의를 갖게 된다. 즉, 도시내의 관광 및 여가시설들은 시가지의 경관을 풍요롭게 할뿐만 아니라, 시민들이 일상적인 생활을 하는 가운데서 휴식을 취하거나 이웃과 교류를 할 수 있는 장소로서 역할하기 때문에 더욱 중요하다고 할 수 있는 것이다.

그러나 현재 우리 나라의 지리학에서 논의되고 있는 장소마케팅은 주로 도시문화전략에 초점을 맞춘 도시마케팅에 국한되어 있다. 더욱이 우리나라에서는 장소마케팅에 대해 관심을 갖기 시작한지 얼마 되지 않았기 때문에 이에 대한 연구가 아직 많지 않은 실정이다. 그렇기 때문에 관광학 분야에서 논의되고 있는 도시마케팅을 접목하여 이론적이고, 경험적인 연구를 통해 체계적 개념정리가 시급하다고 할 수 있다.

지역개발에서 논의되고 있는 장소마케팅 전략은 향후 관광개발전략과 접목시켜, 현재 우리나라에서 진행되고 있는 지역성장을 위한 관광자원 개발 분야에 적용할 수 있을 것이다. 또한 관광학 분야에서 장소마케팅을 접목시킨다면, 21세기 지속가능한 관광·맞춤관광·주문관광 등 다양한

관광형태의 변화에 대처할 수 있는 연구분야가 될 것이다. 이렇듯 장소마케팅에 대한 연구는 관광학 분야에서 지리학의 역할을 넓혀나갈 수 있는 좋은 기회가 될 수 있을 것이다.

8. 결론

관광에 관한 연구는 공간적 이동을 필수로 하는 것이기 때문에 공간(space)과 시간(time)을 고려하는 것이 가장 중요하다. 전자에 있어서는 지역의 史的 고찰과 관광수입 등 관광산업의 성장과 발달 및 전망을 고찰하고, 후자의 경우는 관광객의 일반적 분석, 관광 목적, 관광 시기, 관광 기간, 교통수단, 관광객의 지역구조 등을 고찰하는 것이다.

관광지리학은 국민의 건전 레크리에이션 공간 확보에 대한 문제의식과 함께 관광입지, 관광지 평가 기법 개발에 있어서 중요할 뿐만 아니라 관광개발 및 지역 연구에 있어서 동반자 역할을 하고 있으므로 관광 연구에 있어서 집중적인 관심이 필요한 분야이다.

특히 레크리에이션 지리학으로서의 공간적 연구가 활발히 이루어질 때 국민의 삶의 질은 높아질 수 있다. 왜냐하면 레크리에이션 공간은 생활변화를 추구할 수 있는 관광지로서의 역할이 크기 때문에 관광분야에는 지리학의 역할이 큰 비중을 차지한다.

註

- 1) 본 논문은 1999년 12월 3일 한국지리학 대회에서 발표된 논문임.
- 2) 자료: 除野信道, 1985, 73에서 재인용.
- 3) 자료: Smith, V.L. 1980, 20.
- 4) 자료: Mill, R.C. and Morrison, A.M., 1985, 121에서 재인용.

文獻

공자원·노시학, 1999, "관광지리학, 장소마케팅의

- 등장배경과 유형에 관한 고찰.” 한국관광지리학회, 11, 119-132.
- 김종은 · 길용현, 1988, 관광지리학, 집문당, 24-51.
- 김종은, 1999, 관광학개론, 형설출판사, 115-121.
- , 1997, 관광한국지리, 삼광출판사, 15-31.
- 김홍운 · 김사영, 1996, 관광개발론, 형설출판사
- 류우익, 1986, 현대지리학의 이론과 실제, 현대사회, 6(4), 246-260.
- 이장춘, 1995, 관광지리자원론, 대왕사, 32-45.
- 이희연, 1991, 지리학사, 범문사, 31-49.
- 山村順次, 1972, 관광지리학, 대명당(동경), 4-26.
- 西風之雄, 1963, “지리학과 입지론적 관광연구.” 일본관광학회(동경), 2, 10-23.
- 小池洋一, 1981, 관광개발과 지리학, 고금서원(동경), 18(3), 7-15.
- 岩田孝三, 1981, 관광지리연구, 고금서원(동경), 3-20.
- 除野信道, 1985, 觀光社會經濟學, 東京, 斗南印刷所.
- Gunn, C. A., 1991, *Tourism Planning*, Taylor & Francis, 5-11.
- Jackson, R., 1972, *The Geography of Recreation and Leisure*, Hutchinson Univ. Library, London, 21-24.
- Johnston, R. J., 1996, *Geography and Geographers, Anglo American Human Geography Since 1945*, 5th ed, Arnold, London.
- Mill R. C. and Morrison, A. M., 1985, *The Tourism System*, New Jersey, Prentice Hall, 121-125.
- Robinson, H., 1976, *A Geography of Tourism*, Macdonald, 18-42.
- Smith, V. L., 1980, “Anthropology and Tourism,” *Annals of Tourism Research*, 7(1), 20-27.
- Univ. of Canterbury Christchurch, 1987, *Tourism Today : a Geographical Analysis*, Douglas Pearce, New Zealand, 5-20.