
매력있는 관광지 만들기

- 일본의 '관광지 만들기 100선' 콘텐츠를 중심으로 -

Constructing Attractive Tourist Destination

- Case of Japanese 'Top 100 Tourist Destination' Contents -

임은미, 최인호
동신대학교 관광경영학과, 청운대학교 관광레저경영학과

Eun-Mi Lim(btlimem@dsu.ac.kr), In-Ho Choi(enochoi@chungwoon.ac.kr)

요약

세계화와 더불어 지역화가 가속화되면서 한국의 지방자치단체들은 지역진흥을 위해 다양한 정책 아이디어를 내놓고 있으며, 중앙정부에서도 국토의 균형적 발전을 위해 주민이 주체가 되는 지역만들기 사업의 지원에 많은 공을 들이고 있다. 지역만들기 사업은 중앙의 여러 부처에서 다각도로 진행되고 있는데, 사업 내용의 상당수가 관광콘텐츠를 활용한 지역만들기에 집중되어 있다. 이는 활발한 인적, 물적 교류를 유발하는 관광의 매력에 관심을 두었기 때문으로 해석된다. 본 논문에서는 일본의 관광지 만들기 사업의 사례연구를 통해 매력적인 관광지가 보유한 콘텐츠 특성을 분석함으로써 향후 한국의 관광지 만들기 사업에 정책적 시사점을 제공하고자 한다.

■ 중심어 : | 관광지 만들기 | 관광콘텐츠 | 국토교통성 |

Abstract

Korean local governments attempt to propose various ideas for regional development, and Korean central government give support to balanced regional development. Construction tourist destination is the most important item in regional development policy of Korean central government.

Because, tourism leads to human and material exchange, tourism contents is more concerned. The purpose of this paper will be to provide the suggestion for constructing tourist destination. To accomplish this, contents of attractive tourist destination was analysed through Japanese case study of constructing tourist destination.

■ keyword : | Constructing Tourist Destination | Tourism Contents | Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism |

I. 서론

현대의 관광객들은 획일적이고 대량으로 제공되는 체험보다는 개인에게 의미있는 감동적인 체험을 추구하는 경향이 강하다. 이러한 관광환경의 변화는 관광지로 하여금 새로운 변화를 요구하고 있다. 그동안 우리

나라 지방자치단체들이 추구해온 관광지 매력만들기 방식은 이러한 변화에 부응하지 못한 것이 사실이다. 대부분의 사업이 하드웨어 중심의 중복개발과 난개발에 집중되면서 재정부담이 가중되고 관광객들의 외면을 받으면서 어려움을 겪고 있는 현실이다.

이에 지방자치단체들은 새로운 시각으로 관광지의 매력을 증진시키려는 노력을 시도하고 있고, 중앙정부에서도 이러한 노력을 지원해주려는 의지를 보이고 있다. 우선 중앙정부에서는 국토의 균형적인 관리·발전 차원에서 살기좋은 지역만들기 사업을 다양한 측면으로 전개하고 있다. 즉, 국민 모두의 삶의 질이 향상되는 지역이 만들어져야 한다는 인식하에 살고싶은 도시만들기, 살기좋은 지역만들기, 살기좋은 농촌만들기, 살고싶은 어촌(섬)만들기 등의 형태로 나타나고 있다. 이와 같이 여러 형태로 진행되고 있는 지역 만들기 사업의 주요 방식 중에는 관광이 주요 원동력이 되는 경우가 많다.

또한, 지방자치단체에서는 그동안 관청 주도로 이루어져 왔던 관광지 만들기 방식을 지양하고 지역주민이 주도하는 관광지 만들기로의 전환을 적극적으로 모색하고 있다. 이는 지역의 민심을 반영하지 못한 수많은 관주도형 개발사업과 축제 등의 실패에서 교훈을 얻은 바가 크다. 이에 지역의 특성을 반영한 자원개발을 통한 장소성 형성과 잠재 관광시장의 수요에 부응한 마케팅의 전개가 눈에 띄게 증가하고 있는 것이 최근의 추세다. 관광지가 가진 독특한 스토리를 발굴하여 매력적으로 관광지를 만들고 관광객의 감성을 자극해 나가는 관광 스토리텔링 기법의 도입이 대표적인 사례라고 말할 수 있다.

본 논문에서는 이와 같은 관광환경의 변화를 인식하고, 어떻게 하면 매력있는 관광지를 만들 수 있는가에 대한 정책적 아이디어를 도출해보고자 한다. 이를 위해 일본 국토교통성의 '관광지 만들기 100선' 사례를 벤치마킹 대상으로 삼아 각 관광지 만들기 사업의 주요 관광 콘텐츠를 분석하고자 한다.

II. 매력있는 관광지 만들기의 정책적 배경

1. 매력있는 관광지에 대한 논의

관광지가 매력이 있는가 없는가에 대한 논의는 여러 갈래로 전개되어 왔으나, 학술적인 논의보다는 정책적 차원에서 더욱 활발하게 진전되었다. 국내에서는 국책

연구기관인 한국관광연구원(1999)에서 관광도시 육성을 위한 방안을 수립하면서 매력적인 관광도시 선정의 기준으로 도시의 매력성과 도시가 제공하는 경험을 제시하고 있다. 도시의 매력성 항목에는 도시 이미지, 문화 및 위락시설, 관광지, 관광자원 등이 있다. 도시가 제공하는 경험에는 이벤트 및 컨벤션, 여행상품, 쇼핑상품, 향토음식 등이 있다[1]. 그리고 문화관광부(1999)에서는 우리나라를 7대 문화권으로 구분하여 외래관광객 유치 목적의 거점지역을 개발하기 위한 선정지표를 제시하였는데, 매력적인 관광거점이 되기 위해서는 접근성, 시장성, 관광자원, 수용태세, 정책적 지원 등이 구비될 것을 제시하고 있다[2]. 한편, 한국관광공사(2004)에서는 지속적인 개발이 가능하고 통합적 관광마케팅 측면에서 육성이 필요한 지역을 관광명소라 칭하여 이를 선정하기 위한 기준으로 자원성, 시장성, 수용성, 발전 기여도, 참여도 등을 제시하였다[3]. 최근에는 인천관광공사(2007)에서 인천시내 문화재의 관광자원적 가치를 평가하면서 문화재의 문화재적 가치, 스토리텔링적 가치, 체험가치, 수용가치 등의 기준을 제시하였다[4].

일본에서는 일본운수정책연구기구(2001)에서 일본 내 주요 관광지의 매력도를 조사하였는데, 평가기준으로는 지역·문화재 자원, 활동 프로그램, 숙박시설, 공간의 쾌적도가 제시되었다. 이를 세부적으로 보면 지역·문화재 자원은 자원의 중요성, 자원 종류의 풍부함, 자원의 수량으로, 활동 프로그램은 프로그램 종류의 풍부함, 독창성으로, 숙박시설은 서비스의 질, 서비스 선택의 폭, 평판으로, 공간의 쾌적도는 경관과 환경, 청결함, 생활편의, 산책의 즐거움으로 평가하였다[5]. 이어 2004년에는 광고회사인 하쿠호도(博報堂)에서 체험가치, 정보가치, 인프라가치의 3가지 기준으로 관광지의 브랜드 파워를 조사하였다. 체험가치란 관광지에서 어떠한 체험을 기대하는가를 의미하며, 정보가치란 관광지를 평가하고 정보를 입수하는 경로가 용이한지를, 인프라가치란 관광지로의 접근성과 숙박, 위생 등의 시설이 제대로 구비되어 있는가를 말한다[6].

2. 지역만들기와 관광의 역할

한국에서 지역만들기 사업은 '살기좋은 지역만들기

사업'이라는 사업명으로 2007년 말 현재 총 96개의 사업이 진행 중이다. 이 사업들은 크게 공간의 질 제고, 삶의 질 제고, 도농상생형 복합생활공간 조성, 지역공동체 형성 및 복원, 지역별 특화브랜드 창출 등으로 구분할 수 있으며, 공간적으로는 도시지역 26개, 농촌지역 39개, 섬지역 1개, 공통지역 30개이다. 이를 다시 사업추진체계별로 구분하면 살고싶은 도시만들기, 살기좋은 지역만들기, 살기좋은 농촌만들기, 살고싶은 어촌(섬)만들기 등이 있다.

살고싶은 도시만들기 사업은 크게 '시범마을사업'과 '시범도시사업'으로 나뉘어 진행되고 있다. 시범마을사업은 주민이 주도하는 소규모 마을단위의 사업으로서 주민, 마을단위 소규모 연합회, 시민단체 등이 주체가 되어 마을가꾸기 및 만들기를 진행한다. 이에 반해 시범도시사업은 지방자치단체가 주도하는 중·대규모의 사업으로 도시가 보유한 역사와 문화 등을 기반으로 도시의 경쟁력을 강화함과 동시에 시민의 삶의 질 향상과 지속가능한 발전을 목표로 삼는다. 특히, 시범도시사업의 경우 10개의 시범도시 유형을 제시하고 있는데, 그 중 관광·레저형이 포함되어 있다. 관광·레저형 시범도시는 지역의 생태·환경자원, 역사·문화자원, 기타 자원을 활용하여 관광레저산업을 육성하고 이를 통해 주민 소득향상과 지역발전을 도모한다. 2007년 3월 현재 시범사업지역으로 시범도시 5개 지역과 시범마을 25개 지역이 선정되어 있으며, 시범도시사업 총 80억원, 시범마을사업 총 32억원의 지원금이 책정되어 있다.

살기좋은 지역만들기 사업은 행정안전부에서 2006년 말부터 추진하기 시작한 사업으로서, 지방자치단체와 지역주민이 협력하여 지역의 발전을 추진하고 중앙정부는 우수계획에 대한 평가를 통해 지원을 해주는 사업이다. 이 사업에 해당하는 살기좋은 지역만들기 모델 유형은 산업형, 교육형, 정보형, 생태형, 전통형, 문화형, 관광형, 건강형, 가족형, 기타의 10가지로 구분된다. 이러한 기준에 의거하여 2007년 2월 총 47개 지역이 사업대상지로 선정되었는데, 그 중 생태형 13곳, 문화형 10곳, 관광형 7곳, 가족형 3곳, 교육형 2곳, 기타 1곳 순이었다. 선정결과에서 보듯이 직접적으로 관광형을 지향한 곳이 7곳이며, 생태형과 문화형도 사업내용을 살펴

보면 궁극적으로 추구하는 목표가 관광을 통한 지역발전에 있어 관광의 중요성이 매우 높다고 말할 수 있다 [7].

살기좋은 농촌만들기 사업은 소프트웨어와 주민참여를 중심으로 전개되고 있으며, '농림어업인 삶의 질 향상 및 농산어촌 지역개발 촉진에 관한 특별법'에 의거하여 추진되는 사업들을 주로 의미한다. 이 사업들은 크게 복지, 교육, 지역개발, 복합산업 활성화의 4개 영역으로 나뉘어져 있으며, 대표적인 실천사업으로는 도농교류 활성화사업, 농촌체험관광 활성화사업, 농촌지역개발인력 육성사업, 농촌마을 종합개발사업, 경관보전 직불제, 농촌 생활환경 정비사업 등이 있다.

살고싶은 어촌(섬)만들기 사업은 산업위주의 어촌공간을 벗어나 친환경적인 사업전개를 통해 어촌의 어메니티(amenity)를 증진시킴으로써 도시민의 방문을 촉진시켜 어촌사회와의 교류를 활발하게 하고, 바다를 관광과 문화의 공간으로 변화시키려는 목적을 가지고 있다. 이와 같은 목적에서 보듯이 살고싶은 어촌(섬)만들기 사업의 주된 내용이 관광이 되고 있음을 알 수 있다. 현재 추진 중인 대표적인 실천사업으로는 '어촌관광모델 거점개발 사업'과 '가고싶은 섬 시범사업'이 있다. 전자는 크게 어촌어항 복합공간 모델, 다기능 어항 모델, 어촌 관광단지 모델로 구분되는데 3가지 모델 모두 관광잠재력이 높은 어항과 어촌을 대상으로 한다. 후자는 자연활용형 섬, 정주휴양형 섬, 관광방문형 섬, 관광경유형 섬 등으로 섬의 유형을 구분하여 섬문화의 발굴 및 보존, 관광콘텐츠화, 경관 및 건축 관리 등에 중점 지원을 한다. 현재 시범대상 섬으로 지정된 곳은 충남 보령시 외연도, 전남 완도군 청산도, 전남 신안군 흥도, 경남 통영시 매물도 4개 지역이다.

3. 일본의 매력있는 관광지 만들기

일본에서는 오래 전부터 매력적인 관광지를 만들기 위한 노력이 지속적으로 있었다. 특히, 최근 들어서는 방일 외래관광객 1,000만명 유치를 목표로 매력적인 국제경쟁력이 있는 관광지 만들기를 위해 다양한 관광정책이 모색되고 있는데, 그 중 국토교통성에서 추진하는 '관광지 만들기 100선'을 비롯하여 '관광지역 만들기 실

천플랜'이 주목을 받고 있다. 본 논문에서 주로 다루고자 하는 일본의 '관광지 만들기 100선'에 대해서는 다음절에서 세부내용을 설명할 것이며, 여기에서는 '관광지 만들기 실천플랜'의 내용에 대해서 언급하고자 한다.

'관광지 만들기 실천플랜'은 2005년부터 시행하기 시작한 '관광 르네상스 사업'의 주요 사업 중 하나로서 국제경쟁력이 있는 관광지를 만들기 위해 지방자치단체와 지역주민의 협조를 통해 진행되는 관광진흥사업을 지원해주는 것을 주요 내용으로 삼고 있다. 이 사업은 민관이 공동으로 추진하는 관광지 만들기 사업을 초기부터 지원하는 계획인 '관광지 만들기 실천플랜'과 국제경쟁력이 있는 관광지로 발전가능성이 높은 지역을 대상으로 민간에서 주체가 되어 진행되는 사업을 보조해주는 '관광 르네상스 보조제도'로 나뉘어 있다[8].

일반적으로 관광지역 만들기는 외국인 관광객 증대, 지역경제 활성화, 생활환경 향상, 국민의 관광 니즈에 대한 부응 등을 목표로 삼고 있다. 그리고, 이를 위해 지역의 특성에 기초한 관광전략을 수립하고, 다양한 지역자원을 활용하여 지역의 이해관계자가 일치단결하여 관광을 중심으로 한 지역만들기를 진행해 나간다. '관광지 만들기 실천플랜'이란 단일 또는 복수의 시정촌(市町村)이 매력있는 관광지역을 만들기 위해 행하는 노력을 국가에서 종합적으로 지원해주는 것을 주요 내용으로 삼는 계획이다. 현재 전국적으로 45개 지역이 이 계획에 의거하여 지원대상으로 선정되었다.

III. 일본 국토교통성 선정 100대 관광지 콘텐츠

1. 100대 관광지 선정 현황

본 논문에서 다루고자 하는 일본의 100대 관광지는 국토교통성(國土交通省)에서 2006년 선정한 일본을 대표하는 매력있는 관광지이다[9]. 선정기준은 일본 각지에서 널리 참고가 될만한 관광지로서 지역의 개성을 살려 그 지역에 뿌리를 둔 생활, 문화, 산업 등을 활용하거나 관광지 재생을 위한 노력이 기울여진 곳으로 특히 창의성(독창성)이 발휘되어 관광객 유치에 큰 성과를 거둔 사례가 선정되었다. 선정과정은 관광 르네상스 사

업 검토위원장(森地茂 정책연구대학원대학 교수) 및 위원들로 구성된 전문가들로부터의 의견과 추천을 거쳐 地方整備局, 地方運輸局, 北海道開發局, 沖繩總合事務局을 비롯해 지방 공공단체, 지역의 관광협회 등의 광범위한 협력을 받아 이루어졌다[10].

지역별 현황은 北海道 7개소, 東北地域 17개소, 關東地域 6개소, 中部地域 19개소, 近畿地域 10개소, 中國地域 15개소, 四國地域 6개소, 九州·沖繩地域 20개소로 분포되어 있다[표 1]. 선정된 곳이 한곳도 없는 도도부현(都道府縣)은 關東地域의 東京都, 茨城縣, 神奈川縣과 近畿地域의 大阪府 4곳이다.

표 1. '관광지 만들기 100선' 의 지역별 선정 현황

지역	개소	도도부현(都道府縣)별 선정 관광지
北海道	7	北海道(7): 函館, 小樽, 阿寒湖温泉, 帯広音更池田, 東オホーツク(オホーツク), 富良野·美瑛, 니세코(ニセコ)
東北	17	青森県(3): 八戸, 五所川原, 横浜 / 岩手県(3): 花巻, 遠野, 江刺 / 宮城県(3): 気仙沼, 登米, 鳴子温泉郷 / 秋田県(2): 田沢湖角館, 小坂 / 山形県(4): 小野川温泉, 酒田, 長井, 銀山温泉 / 福島県(2): 会津若松喜多方, 大内宿湯野上温泉
關東	6	栃木県(1): 栃木 / 群馬県(2): 四万温泉, 草津温泉 / 埼玉県(1): 川越 / 千葉県(2): 館山南房総, 佐原
中部	19	新潟県(3): 高柳, 村上, 安塚 / 富山県(2): 越中八尾, 白川郷·五箇山(富山県岐阜県) / 石川県(2): 能登半島, 山代温泉 / 福井県(2): 三国湊, 熊川宿 / 山梨県(1): 富士河口湖 / 長野県(3): 飯田, 白馬, 小布施 / 岐阜県(2): 飛騨高山, 飛騨古川 / 静岡県(2): 浜名湖, 熱海 / 愛知県(2): 足助, 日間賀島
近畿	10	三重県(2): 伊勢二見, 鳥羽 / 滋賀県(2): 長浜, 近江八幡 / 京都府(2): 舞鶴, 美山 / 兵庫県(2): 有馬温泉, 出石 / 三重県·奈良県·和歌山県(1): 熊野古道 / 和歌山県(1): 高野山
中国	15	鳥取県(2): 倉吉, 境港 / 島根県(4): 松江, 平田, 石見銀山, 隠岐 / 岡山県(3): 倉敷, 津山, 湯原温泉郷 / 広島県(3): 呉, 尾道, 西条 / 島根県·山口県(1): 萩津和野 / 山口県(2): 下関, 山口
四国	6	徳島県(1): 脇町 / 香川県(1): 小豆島 / 愛媛県(2): 松山, 内子 / 高知県(2): 四万十川, 馬路村
九州沖繩	20	福岡県(2): 門司港, 柳川 / 佐賀県(1): 大川内山 / 長崎県(2): 長崎, 佐世保 / 熊本県(3): 水俣, 阿蘇, 黒川温泉 / 大分県(6): 別府温泉, 日田, 直入, 豊後高田, 安心院, 湯布院温泉 / 宮崎県(2): 飫肥, 綾 / 鹿児島県(2): 知覧, 屋久島 / 沖繩県(2): 国際通り周辺, 竹富島

방문객수 규모(2005년 기준)는 1,000만명 이상인 곳이 2개소로 會津若松·喜多方(福島縣)가 1,600만명, 富士河口湖(山梨縣)가 1,260만명이었으며, 500만명 ~ 1,000만명 미만이 5개소(北海道 小樽, 秋田縣 田澤湖·

角館 등), 100만명 ~ 500만명 미만이 33개소(埼玉縣 川越, 青森縣 八戸 등)였다. 종합하면 100개소 중 방문객 수 100만명 이상인 곳이 총 40개소였다. 특히, 외국인 방문객수가 많은 곳으로는 熊本縣의 阿蘇(아소 칼데라 화산)가 27만명으로 가장 많았으며, 하우스템보스가 있는 熊本縣 佐世保 17만명, 大分縣 別府溫泉 16만명, 北海道 函館 13.5만명 순이었다. 그 외에는 대부분 4천명 ~ 10만명 미만 수준이었다.

2. 관광지 콘텐츠 분석

일본 국토교통성에서 선정한 100대 관광지 만들기 대상지의 유형을 분류하면, 크게 역사문화보존형, 체험교류형, 경관·미관형, 온천재생형으로 나눌 수 있다[표 2].

표 2. '관광지 만들기 100선'의 관광콘텐츠 유형

유형	개소	주요 내용	사 례
역사문화보존형	42	역사적 전통 건축물(창고, 상가, 주택 등), 운하, 문화 등의 보존 및 복원을 통한 관광지 만들기	五所川原(青森縣), 倉敷(岡山縣), 舞鶴(京都府), 会津若松(福島縣), 小樽(北海道) 등
체험교류형	23	농촌체험, 어촌·섬·눈스키체험, 문화체험(영상, 문학 배경지), 자연환경체험, 지역산업체험(가공산업, 식문화) 등을 통한 관광지 만들기	- 농촌체험: 安心院(大分縣), 飯田(長野縣) 등 - 어촌·섬·눈스키체험: 鳥羽(三重縣), 日間賀島(愛知縣) 등 - 눈스키체험: 니세코(北海道), 安塚(新潟縣) 등 - 문화체험: 酒田(山形縣), 遠野, 花巻(岩手縣) 등 - 자연환경체험: 館山(南房総, 千葉縣), 水俣(熊本縣) 등 - 지역산업체험: 氣仙沼(宮城縣), 八戸(青森縣) 등
경관미관형	22	자연경관 명승지, 도시경관을 통한 관광지 만들기	- 자연경관: 屋久島(鹿児島縣), 綾(宮崎縣) 등 - 도시경관: 長崎(長崎縣), 國際通り周辺(沖縄縣) 등
온천재생형	13	온천지 재생을 통한 관광지 활성화 지역	湯布院溫泉, 別府溫泉(大分縣), 草津溫泉(群馬縣), 熱海(静岡縣), 黒川溫泉(熊本縣) 등

역사문화보존형이 42개소로 가장 많이 차지하였으며, 주로 창고나 상가, 주택 등의 역사적 전통 건축물 및 운하, 전통문화의 보존을 통한 관광지 만들기에 해당된다. 체험교류형은 23개소로 주로 농촌이나 어촌, 섬, 눈(雪)·스키, 자연환경(교육관광), 지역산업 등의 체험을 테마로 하는 관광지 만들기에 해당된다. 경관·미관형

은 22개소로 세계자연유산에 등록되는 등 명승 자연관광이나 도시관광을 통한 관광지 만들기에 해당된다. 온천재생형은 13개소로 점점 쇠퇴해가는 온천지에서 이벤트 및 서비스 향상 등을 통해 관광지를 활성화시키는 지역이 해당된다.

특히, 최근 점점 활성화되고 있는 체험교류형 23개소 중에서는 영상이나 드라마 촬영지 및 TV 프로그램 방영, 문학작품의 배경지를 테마로 활용하고 있는 곳이 눈에 띄게 많았는데, 영화나 드라마 촬영 및 TV 프로그램 방영이 소재가 되고 있는 곳이 13개소, 소설이나 만화 등의 문학작품 배경지를 소재로 하고 있는 곳이 3개소였다[표 3].

표 3. 영상 및 문학 배경지 콘텐츠 활용 사례

구분	개소	사 례
영화, 드라마 촬영지 및 TV방영 프로그램의 배경지	13	NHK 連続 TV小説 '오싱'의 무대(山形縣 酒田), 映画 '海猿' '男たちの大和'의 촬영지(広島縣 尾道), NHK 大河드라마 '春日局' 촬영지(埼玉縣 川越), NHK 特集 프로그램 '日本最後の清流·四万十川' 방영(高知県 四万十川) 등
문학, 만화 등의 배경지	3	漫画作家 미즈키 시게루(水木しげる)의 요괴를 테마로 한 마을 만들기(鳥取縣 境港), 宮沢賢治의 文学背景地(岩手縣 花巻), 小説 '坂の上の雲' 마을 만들기 및 小説 '坊ちゃん' (愛媛縣 松山)

주) 체험교류형 23개 관광지 중 16개 관광지가 해당됨

그리고, 이들 100대 관광지 중 세계유산 등록 및 국가 지정 관광지나 문화재 현황은 총 28개소이며, 세계유산으로 등록된 곳이 5개소, 국가의 중요전통적건조물군보호지구로 지정된 곳이 15개소, 명승이나 공원, 문화재, 사적 등으로 지정된 곳이 8개소였다[표 4].

표 4. 문화재 및 특구 지정 현황

구분	개소	사 례
세계유산(자연유산, 문화유산)	5	白川郷·五箇山 合掌つくり 集落(富山縣·岐阜縣), 屋久島(鹿児島縣), 紀伊山地 霊場과 表指道(熊野古道 카타리베: 三重縣·奈良縣·和歌山縣) 등
국가지정 중요전통적건조물군보호지구	15	函館(北海道) 倉庫群, 近江八幡(滋賀縣), 大内宿·湯野上溫泉(福島縣) 카야부키(초가)지붕 마찌나미, 우타쓰노 마찌나미(德島縣 脇町) 등
국가지정 명승, 공원, 문화재, 사적	8	銀山廃坑跡(사적: 山形縣 銀山溫泉), 明治百年 거리(문화재: 秋田縣 小坂), 七庭園(명승: 鹿児島縣 知覽), 西海国立公園(長崎縣 佐世保) 등

주) 관광지 만들기 100선 대상지 중 문화재 및 특구 지정 지역 28개소를 대상으로 함

표 5. 축제 및 이벤트 테마 유형

유형	개소	주요내용	사례
전통 문화형	14	지역에 전해 내려오는 춤, 제례 등의 전통문화를 전승 활용한 축제	立佞武多 나쓰 마쓰리(青森県 五所川原), 히나 마쓰리(佐賀県 大川内山), 曳山祭(富山県 越中八尾), 川越마쓰리(埼玉県 川越), 内子座 이벤트(愛媛県 内子) 등
자연 자원형	10	지역이 갖고 있는 자연자원(꽃, 삼림, 눈, 곤충 등) 활용한 축제	사쿠라 마쓰리(島根県 隠岐), 스노 페스티벌(新潟県 安塚), 호타루 마쓰리(山口県 山口), 河口湖 허브 페스티벌(山梨県 富士河口湖), 尾花沢 유키 마쓰리(山形県 銀山温泉), 아카시아 마쓰리(秋田県 小坂) 등
지역 산업형	9	지역의 산업(농업, 어업, 상업 등)을 활용한 축제	소바 마쓰리(兵庫県 出石), 스탠드그라스 페스타(滋賀県 長浜), 사케 마쓰리(広島県 西条), 水曜市(岩手県 江刺), 유아게시+勝産 海産物페어(北海道 帯広외) 등
예술 문학형	7	음악제, 영화제, 문학배경지 등을 활용한 축제	草津夏季國際音樂 아카데미 & 페스티벌(群馬県 草津温泉), 湯布院映画祭(大分県 湯布院温泉), 鬼太郎 게타 날리기 대회(鳥取県 境港) 등
야경 문화형	7	빛, 등, 불꽃놀이 등을 활용한 야경 축제	후유노 일루미네이션 이벤트(北海道 函館), 長崎 랜턴 페스티벌(長崎県 長崎), 海峡花火大会(山口県 下関) 등
스포츠 레저형	5	스키, 보트, 워킹코스 등의 스포츠 및 레저활동을 활용한 축제	四万十川 水泳 마라톤·카누 마라톤(高知県 四万十川), 知床 雪壁워크(北海道 東オホーツク), 유카타 탁구대회(群馬県 四万温泉) 등
교류형	4	국제교류, 포럼, 초청회 등을 활용한 정기 이벤트	독일의 버트크로팅겐시와의 국제교류(大分県 直入), 여촌-산촌 지방-도시 교류(宮城県 気仙沼), 都市再生 포럼 in(千葉県 佐原) 등

주) 관광지 만들기 100선 대상지 중 지역축제 및 이벤트를 개최하는 56개소를 대상으로 함

또한, 100개 선정지 중 지역축제나 이벤트를 개최하는 곳이 56개소였는데, 유형을 분류하면 지역에 전해 내려오는 춤이나 음악, 제례 등의 전통문화를 전승 활용한 '전통문화형'이 14개소(25.0%)로 가장 많았으며, 지역이 갖고 있는 자연자원을 활용한 '자연자원활용형' 10개소(17.9%), 농업이나 어업, 상업 등의 지역의 전통 산업을 활용한 '지역산업형' 9개소(16.1%), 음악제나 영화제, 문학배경지 등을 테마로 한 '예술문학형'과 빛이나 불꽃놀이 등의 야경을 활용한 '야경문화형'이 각각 7개소(12.5%), 스키나 보트 등의 대회개최 등의 이벤트를 활용한 '스포츠레저형' 5개소(8.9%), 국제교류 및 도농교류 등의 '교류형' 4개소(7.1%) 순이었다[표 5].

3. 시사점

일본의 100대 관광지 만들기 사례의 관광콘텐츠 유형은 역사문화보존형이 가장 많은 점이 특징이라 할 수 있다. 주로 생활문화를 엿볼 수 있는 역사적인 전통 건축물로서 창고, 주택, 상가 등을 보존하거나 복원, 이와 더불어 전통 예술, 축제 등 지역의 전통문화를 보전·계승시켜 고유성이 확보된 관광자원화에 노력하고 있음을 알 수 있었다.

한편, 새로운 관광행동의 흐름을 반영하여 체험교류형도 활발하게 진행되어 농촌체험, 어촌·섬관광체험, 자연체험, 영상관광·문학체험관광, 교육관광 등 다양한 형태로 전개되고 있었는데, 이 중에서도 영화나 드라마 촬영지를 테마로 활용한 곳이 많은 것도 특징이라 할 수 있었다. 이는 미디어시대의 특성이 반영된 것으로도 볼 수 있을 것이다.

그리고 일본의 대표적인 관광자원이라고 할 수 있는 온천자원에 대해서는 소비자의 시대적 니즈 변화를 반영하여 다양한 이벤트 및 서비스를 향상시킴으로써 관광지 재생 활성화를 위한 노력을 꾸준히 기울이고 있었다.

또한, 100개소 중 세계유산이나 국가지정 관광지 및 문화재로 지정된 곳이 28개소로 약 3분의 1에 해당되어 꽤 많이 차지했다. 이는 한국의 경우 문화재보존지구로 지정될 경우 개발제한의 문제에 부딪치기 때문에 해당 지역주민들은 별로 반기지 않는 경향이 있는데, 이에 대한 정부의 지원책 등이 모색될 필요성이 있음을 시사한다.

축제 및 이벤트 유형의 경우 그 지역이 가지고 있는 전통문화를 계승하여 개최하는 '전통문화형'이 가장 많았으며, 이 외에도 자연자원형, 지역산업형, 예술문학형, 야경문화형, 스포츠레저형, 교류형이 있었다. 비교적 그 지역의 특색을 살려 다양하게 전개되고 있다는 점은 어느 지역이나 별반 차이를 느낄 수 없는 한국의 지역축제 콘텐츠 구상에 시사점을 전달해준다고 할 수 있다.

이상, 일본의 100대 관광지 만들기의 사례를 통해 일본의 관광지 자원 콘텐츠를 종합 정리하면, 그 지역이 가지고 있는 전통적 역사문화자원을 활용하여 고유성

이 확보된 가운데 시대적 흐름을 반영한 체험형 관광 및 쇠퇴해가는 온천자원 재생노력, 그리고 지역축제 또한 전통문화와 지역산업 및 지역자원을 활용한 차별화 전략이 이루어지는 등 다양한 형태의 관광지 만들기 사업이 진행되고 있음을 알 수 있다.

IV. 결론

다양해지는 관광소비자들의 욕구와 더불어 한국은 정부와 지방자치단체 차원에서 살기좋은 지역만들기, 살고싶은 도시만들기, 살고싶은 농촌만들기, 살고싶은 섬만들기, 그리고 녹색농촌체험마을사업, 전원마을 조성사업, 농촌전통테마마을 조성사업 등 각 부처별로 다각적으로 지역만들기 사업이 전개되고는 있지만, 사실 유사한 부분들이 많아 중복투자 및 차별성 면에서 비효율적으로 진행되고 있음을 부인할 수 없다.

이러한 시점에서 지역만들기 사업이 오랜 기간동안 활발하게 진행되어 오고 있는 일본의 선진사례 분석을 통한 벤치마킹 연구는 의미가 있다고 할 수 있다. 본 연구에서는 일본의 국토교통성이 선정한 100대 관광지 만들기 사업의 사례를 대상으로 관광콘텐츠를 분석하였다.

개발유형은 크게 역사문화보존형, 체험교류형, 경관·미관형, 온천재생형으로 구분되었으며, 지역축제 및 이벤트 개최 유형으로는 전통문화형, 자연자원형, 지역산업형, 예술문학형, 야경문화형, 스포츠레저형, 교류형으로 구분되었다. 특히, 개발유형의 경우 역사문화보존형이 많았으며, 축제 및 이벤트 유형 또한 전통문화형이 가장 많았는데, 이는 고유성이 확보된 관광자원 활용이라는 면에서 차별화 전략에 유효하다고 할 수 있을 것이다.

이 외에도 다양한 형태의 관광소비자 욕구를 반영한 체험교류형 및 쇠퇴해가는 온천지 재생형의 개발유형과 다양한 축제·이벤트 유형으로 획일적이지 않고 차별화된 관광지 만들기가 다각도로 이루어지고 있다는 점에서, 아직 초기단계에 있는 한국의 지역 관광지 만들기 사업에 유익한 교훈이 될 수 있을 것으로 기대된

다.

점점 세계화 추세로 흘러가는 현 시대야말로 지구촌 어디를 가나 볼 수 있는 글로벌형 자원이 아닌 그곳에 가야만 보고 느낄 수 있는 로컬형이 관광지 만들기에서 가장 중요한 관광자원 콘텐츠가 될 수 있음을 시사한다고 할 수 있다.

하지만, 한·일 양국의 지리적, 지역적 특성 및 역사적, 인문·사회적 환경의 사회적 구성에 따라서 관광자원의 활용방법에도 차이가 발생하기 때문에 이 점을 감안하여 일본 사례를 참조·적용해야 할 것이다. 이에 대한 구체적인 내용에 대해서는 향후 후속 연구 진행을 필요로 한다.

참고 문헌

- [1] 한국관광연구원, 한국의 관광도시 육성방안, 1999.
- [2] 문화관광부, 7대 문화관광권 진흥방안, 1999.
- [3] 한국관광공사, 관광명소 육성계획 수립, 2004.
- [4] 인천관광공사, 재미있는 인천의 문화재 기행, 2007.
- [5] 運輸政策研究機構, 관광지 조성을 위한 매력도 평가방법에 관한 조사보고서(觀光地づくりに向けた魅力度評價手法に関する調査), 배중남 역, 경기개발연구원, 2003.
- [6] 博報堂, 觀光地のブランド力を評価・診断するオリジナル手法—ブランドアナライザ, 2004.
- [7] 국가균형발전위원회, 살기좋은 지역만들기, 2007.
- [8] www.mlit.go.jp/sogoseisaku/kanko/create.html
- [9] www.mlit.go.jp/sogoseisaku/region/kanko100
- [10] www.mlit.go.jp/sogoseisaku/region/kanko100/setsume.html

저자 소개

임 은 미(Eun-Mi Lim)

정회원



- 1991년 2월 : 한국외국어대학교
일본어과(문학사)
- 2002년 3월 : (日本) 立教大學
觀光學硏究科(관광학석사)
- 2006년 2월 : 한양대학교 관광학
과(관광학박사)

▪ 2005년 10월 ~ 현재 : 동신대학교 관광경영학과 교
수

<관심분야> : 리조트 · 관광개발, 노스텔지어 마케팅

최 인 호(In-Ho Choi)

정회원



- 1996년 2월 : 한양대학교 관광학
과(문학사)
- 1999년 2월 : 한양대학교 관광학
과(관광학석사)
- 2005년 2월 : 한양대학교 관광학
과(관광학박사)

▪ 2006년 3월 ~ 현재 : 청운대학교 관광레저경영학과
교수

<관심분야> : 문화관광, 관광지 마케팅, 스토리텔링