

동굴관광지 리모델링 개발사례 연구 - 고씨동굴 관광지를 대상으로 -

박용순 · 박한식*

경기대학교 대학원 여가관광개발학과 · *(주)명소IMC

A Study on Tourist Destination Remodeling: Gossi-Cave in Yeong Wol

PARK Yong-Soon · PARK Han Sik*

Dept. of Leisure tourism development, Graduate school, Kyonggi univ.

**Myong So IMC co., Ltd*

ABSTRACT : Tourist destination remodeling project is the tourist destination activation program to promote underdeveloped tourist destination that the Ministry of Culture and Sports has been implementing as a pilot program since 2005. Since previous tourist destination development programs focused on developing facilities, they could not quite cope with the changes in the tourism paradigm. Especially for caves, they could not escape from the simple sightseeing for the characteristics of the resource were fit to the caves. These results failed to meet tourist demands to experience and participate that the number of tourists is continuously decreasing. To cope with the circumstances, the government introduced a pilot program, a comprehensive tourist destination reorganization plan designed to comprehensively promote the tourism contents development (software) that can differentiate the region such as the tourism activation programs, tourist destination management and operation system reorganization (humanware) along with the repair of facilities (hardware project). This study emphasized the participation of residents who are the actual subject of management and operation of tourist facilities and programs in the course of establishing the master plan for remodeling for Gossi Cave that it can be used as the reference for establishing remodeling plan based on resident participation in the future.

Key word : Gossi-cave, Place Marketing, Remodeling, Resident Participation, Tourist Destination

I. 서 론

1962년 관광진흥법이 제정된 이후 우리나라의 관광지 지정은 1969년에 부산 태종대를 시작으로 현재까지 전국적으로 226개소가 지정되어 개발되고 있다(윤양수, 2003). 이러한 관광지 개발은 국토의 균형적인 발전을 위한 전략산업으로(고종화, 2006) 지역의 자연, 문화 및 역사자원을 활용하여 지역경제 활성화를 이루기 위한 관광자원 개발사업의 대표적인 사례로써 정부 및 지방자치단체에서는 관광지 개발사업을 적극적으로 추진하고 있

다. 그럼에도 불구하고, 지정관광지의 경우 관광목적지로써 관광객에게 그다지 큰 호응을 얻지 못하고 있는데, 이는 관광지 개발사업이 시간이 지남에 따라 시설의 노후화와 빼어난 관광자원을 가지고 있음에도 불구하고 관광 패러다임의 변화에 따른 지역별 관광자원 개발의 특성화를 이룰 수 있는 관광 콘텐츠 등의 소프트웨어 개발의 부족에 기인한다고 할 수 있다.

이에 문화체육관광부에서는 관광지 개발의 이러한 문제점을 인식하고, 이를 개선하기 위해 지난 2005년부터 관광지 중 관광자원성과 매력도가 뛰어난 곳을 선정하여 시범적으로 관광지 리모델링사업을 추진하여 관광객들로부터 사랑받는 명소로 탈바꿈시키기 위한 노력을 기울이고 있다(문화체육관광부, 2006). 관광지 리모델링 사업의

Corresponding author : PARK Yong-Soon

Tel : 02-576-2417

E-mail : kkakkio@naver.com

기본방향은 기존 관광지에 대해서 관광지 특성에 맞는 시설정비(하드웨어), 홍보 및 관광 프로그램 개발(소프트웨어), 관리운영체계 정비(휴먼웨어)등을 아우르는 종합적인 정비계획으로 05년부터 현재까지 3개의 관광지를 지정하여 관광지 리모델링 사업을 추진 중에 있다.

한편, 고씨동굴 관광지는 지난 1971년 관광지로 지정된 이후 면적변경 2회, 조성계획 변경 9회를 통해 현재에 이르고 있는데, 관광지로 지정된 이후 35년 이상의 기간이 경과되어 고씨동굴 및 집단시설지구의 시설물의 노후화와 동굴생태계 훼손이 심각한 상황이며, 관광 패러다임의 변화에 대응할만한 콘텐츠 프로그램의 부재로 인해 지속적으로 관광객이 감소하고 있어 관광지로써의 매력도를 상실해 가는 실정이다. 이와 같은 상황에서 지난 2005년에 정부의 리모델링 시범사업 대상지로 선정되어 현재 사업을 추진 중에 있다.

이에 본 연구에서는 고씨동굴 관광지의 리모델링 개발사례를 통해 낙후된 관광지를 지속가능한 관광지로 거듭나기 위해서 시설물의 정비(하드웨어)와 콘텐츠 프로그램의 개발(소프트웨어) 및 관리운영(휴먼웨어) 측면에서의 개발계획을 종합적으로 검토하고, 방향성을 제시함으로써 향후 동굴관광지 및 기타 관광지 리모델링 개발 계획 수립의 기초자료로 활용될 수 있는 단초를 제공하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 동굴관광지에 대한 연구

동굴이란 지하의 발달된 공동으로서 인간에 의해 인위적으로 만들어지지 않고 자연현상에 의해 형성된 것을 지칭하는데(우경식, 2000), 학술적으로 동굴은 “자연현상에 의해 형성된 공동으로 지하수가 흘렀던 기점으로부터 끝나는 지점”이라고 정의될 수 있다(White, 1984).

동굴에 관한 연구를 살펴보면 개방이전과 개방이후로 나누어 볼 수 있는데, 전자의 경우는 동굴개발에 대한 타당성(김성길, 1995; 홍시환 외, 1997)에 대한 연구가 주로 이루어졌으며, 후자의 경우는 동굴의 환경보존 및 안전진단(한국동굴학회, 1998; 정선군, 1995; 동해시, 1996)에 대한 연구의 초점이 맞추어져 있다.

관광지라 함은 관광행위가 일어나는 모든 공간을 포괄하는 개념으로서 지정 및 비지정관광지를 통틀어 일컫는데(한국관광연구원, 2001), 관광진흥법 제 50조에 근거하여 관광지를 지정하고 있으며, 국민소득 증가와 관광 수요 증가에 맞추어 정부에서는 관광지를 특화하여 이름

답고 쾌적한 환경을 조성함은 물론 관광을 통하여 국민의 삶의 질을 향상시키는 복지관광정책의 일환으로 활용하고 있다(문화체육관광부, 2006).

동굴관광지라 하면 자연적으로 형성된 동굴에 관광진흥법의 법적근거를 기준으로 지정되어 일반인에게 개방된 동굴을 의미한다고 할 수 있으며, 개방된 동굴 전체가 천연기념물 또는 지방문화재로 지정되어 있을 만큼 생태·환경적 변화에 매우 민감한 관광자원이라는 특성을 지니고 있다(이희연·차승훈, 2004). 관광과 관련하여서는 주로 관광객의 동굴이미지와 관광행태(홍충렬·김원진, 2001), 동굴의 관광적 특성에 관한 연구(유영진, 2002)가 주축을 이루고 있으며(이희연·차승훈, 2004), 최근에 동굴관광과 관련된 자원관리 시스템에 대한 연구가 이루어졌다(최영희·이훈, 2006).

이상과 같이 국내에서 수행된 동굴관광지에 대한 연구의 경우 관광객의 행태적 특성에 중점을 두고 있으며, 관광지로 개방된 지 20~30년이 지난 동굴관광지에 대해서 관광패턴의 변화에 대비한 시설물 및 프로그램의 도입을 통한 동굴관광지 활성화에 대한 연구는 거의 전무한 실정이다.

2. 리모델링에 관한 연구

리모델링이란 시대·사회의 변화에 따라 성능·기능이 노후화된 상태에서부터 기능적 노후화를 극복하고 향상된 요구성능 기능의 상태로 고양시키는 것으로 건물의 수명 장기화를 위한 방법 중의 하나로써(윤정숙 외, 2006), 주로 노후화된 공동주택과 관련된 분야에서 많이 다루어져 왔다.

리모델링의 개념에 대해서는 전문영역 또는 전문가에 따라 그 의미나 적용범위 등에 있어서 약간의 차이가 나타나기도 하지만, 노후화 또는 진부화 된 건축물의 보수·수선·개수·증축·용도변경 등을 통한 노후화 또는 진부화 억제와 성능개선 등으로 건축물의 수명을 연장하는 것을 의미(대한주택공사, 2001)하는 것에 대해서는 대동소이하다. 이러한 리모델링은 운영·관리의 문제는 제쳐두고 시설물의 기존 성능을 그대로 유지하면서 시설물이 가지고 있는 본래의 가치를 물리적·사회적으로 향상시키는 하드웨어적인 특징을 지니고 있다(문화관광부, 2005).

리모델링이란 용어 자체가 건축과 관련된 분야에서 사용되어 왔기 때문에 관광개발이나 지역개발 측면에서는 다소 생소한 용어로 다가올 수 있지만 관광개발이나 지역개발분야에서도 노후화된 관광지 활성화를 위해서 관광지 재개발제도를 적용하고 있다. 재개발은 광의적으

로는 과거 인간의 손에 의해 개발된 지역을 새로운 시대에 적합한 이용형태로 다시 개조하는 작업을 의미하며, 협의적으로 슬럼화되거나 그 기능을 다할 수 없는 도시구역에 대하여 도시기능을 회복시키거나 새로운 기능으로 전환시키기 위한 도시개발 사업을 뜻한다(최승담·신정미, 2002)

3. 관광지 리모델링의 개념정의

관광지 리모델링은 관광진흥법 상의 관광지와 관련 유사관광지를 대상으로 하여 리모델링을 하는 것으로 기존의 관광지 재개발용어가 아닌 건축분야에서 쓰이고 있는 리모델링 용어를 도입한 관광지 리모델링 사업을 별도의 시범사업으로 추진하고 있는 바, 이와 관련하여 관광지의 특성을 고려한 리모델링의 개념적 정의가 필요하다(문화관광부, 2005).

즉, 기존의 관광지 개발사업이 주로 시설물 정비와 제도 개선에 초점이 맞추어져 있는 하드웨어형 사업으로 현실적으로 관광객의 다양한 욕구를 충족시키지 못하고 있기 때문에 시설물의 정비(하드웨어)외에 관광 활성화 프로그램의 개발(소프트웨어)과 관광지를 관리·운영하는 관리체계의 정비(휴먼웨어)를 포함하는 포괄적인 접근이 요구된다.

따라서 본 연구에서의 관광지 리모델링의 개념은 관광지의 시설 및 서비스, 프로그램 등을 새롭게 개선하여 관광지의 가치를 향상시키고, 이를 통해 관광지를 활성화시키고자 하는 활동으로 정의할 수 있다(문화관광부, 2005). 이를 위해 계획과정에서부터 시설조성에 이르기까지 경영마인드를 가지고 있는 총괄기획자(Master

Designer)를 두어 기존 관광지 개발사업과 대비하여 소프트웨어와 휴먼웨어를 강화하는 데에 중점을 두고 있다.

III. 연구방법

1. 대상지 선정

연구대상지는 2006년부터 문화체육관광부에서 관광지 리모델링 시범사업 대상지로 선정된 3개의 대상지인 고씨동굴, 영산호, 서포리 관광지 중에서 시범사업 초기년도에 선정되어 기본계획이 수립된 강원도 영월 고씨동굴 관광지를 본 연구의 대상지로 선정하였다.

지난 1971년 관광지로 지정된 영월군 고씨동굴 관광지는 남한강을 사이에 두고 고씨동굴과 집단시설지구로 구분되어 있으며, 남한강을 따라서 영월읍에서부터 봉화로 이어지는 국지도 88호선이 관광지를 지나가고 있다(영월군, 2006).

2. 연구절차

본 고씨동굴 관광지 리모델링 기본계획의 연구의 절차는 크게 세 가지로 구분할 수 있는데, 첫째 현장중심 연구와 분야별 전문가의 협력연구(co-work), 둘째 관광패러다임 전환에 따른 적극적인 대응, 셋째 주민참여형 계획수립이다. 각각의 내용에 대해서 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 현장중심연구와 분야별 전문가 협력연구는 대상 지역에 대한 철저한 현장자료 조사를 중심으로 비교우위

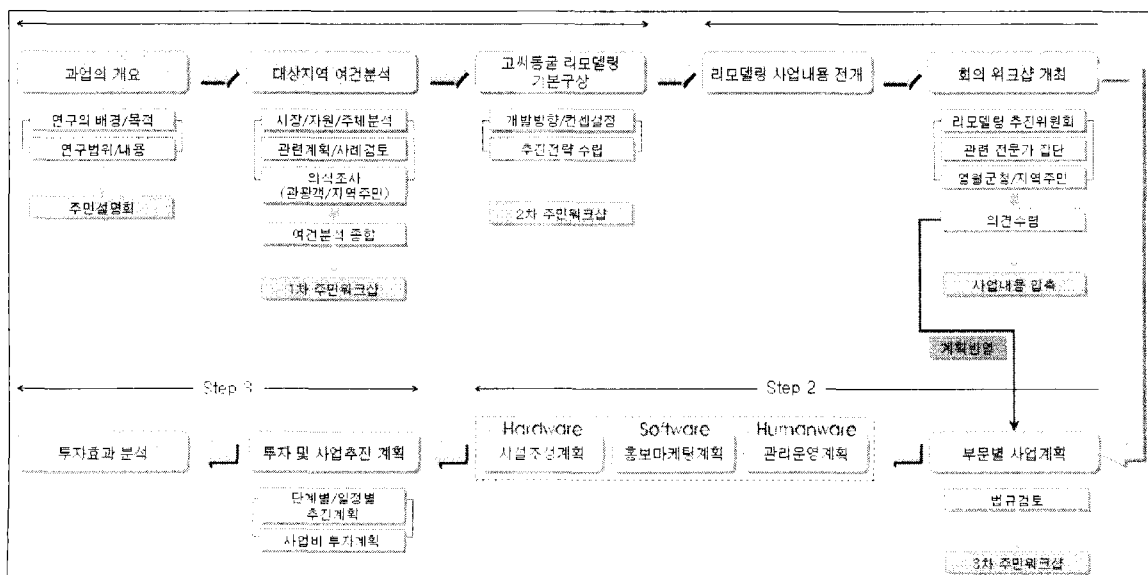


Figure 1 고씨동굴 관광지 리모델링 계획수립 절차.

자원을 발굴하고, 책임연구 분야별로 지속적인 상호보완 작업을 통한 분업형이 아닌 협업형 연구로 진행하였으며, 이를 통해 도출된 프로그램을 거시적인 공간구상과 미시적인 시설디자인에 결합하였다.

둘째, 관광 패러다임 전환에 따른 적극적인 대응은 시범사업 대상지로써 가지는 제도적, 정책적으로 도출되는 문제점에 대한 적절한 대안을 제시하고, 이를 통해 관광지의 공공성을 제고하는 방안을 제시하고 있다.

셋째, 주민참여형 계획수립은 고씨동굴 관광지 관리·운영에 있어서의 주체는 지역주민이기에 관광지내에 거주하는 주민들을 대상으로 주민설명회 및 연구협의회 등 계획수립기간 내에 총 5회에 걸쳐 연구진행과정에 참여시키고, 이해를 구하는 마을가꾸기 방식의 계획수립기법을 적용하였다(Figure 1).

IV. 동굴관광지 리모델링 사례

1. 현황조사 분석

고씨동굴 관광지의 현황조사 분석은 크게 관광지 현황분석, 관광여건 분석, 관광객 및 주민 의견조사로 구분하여 진행하였다.

1) 고씨동굴 관광지 현황분석

고씨동굴 관광지의 경우 인접지역에 온달동굴, 고수동굴의 경쟁동굴이 개장하고 동굴 자체적으로 체류를 유인할만한 시설의 부족으로 인해 지속적으로 관광객이 감소하고 있으며, 7-8월에 래프팅과 연계한 관광객 편중이 심한 편으로 방문하는 관광객의 유형도 경유형관광객으로 재방문율이 매우 저조한 것으로 파악되었다.

동굴관광지의 관리운영과 관련하여서는 주민참여가 전혀 이루어지고 있지 않고 있으며, 동굴의 경우도 임시직, 일용직이 근무하고 있어 동굴의 문제점을 인식하고도 적극적인 대책수립이나 개선에 어려움이 있는 것으로 파악되었다.

고씨동굴 내부의 경우 오랜 기간 개방으로 철제계단에 의한 흑색오염, 전등에 의한 녹색오염이 심각한 상태이며, 시설물의 노후화로 인한 안전사고의 위험이 높은 것으로 파악되었으며(Figure 2), 집단시설지구는 중심공간이 주변식당에 의해 주차장으로 사유화되어 있고, 중심상가 주변 또한 녹지공간이 턱없이 부족한 형편이다.

한편, 공간상의 문제도 있는데 관광지내 유일한 활용공간인 수변공간의 경우 도로에 의해 단절되어 활용성이 떨어지며, 단지 내 유일한 놀이시설인 고씨굴 랜드의 경우 높은 부지, 시설의 노후화로 인해 접근성과 관광객

흡인력이 매우 낮은 것으로 파악되었다.

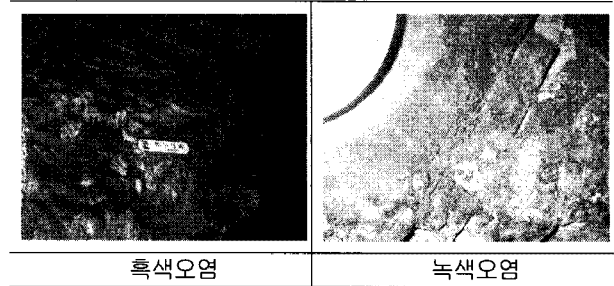


Figure 2 고씨동굴 오염현황.

관람지원시설인 진입교량은 조형물을 설치하였으나 조형적 효과가 크지 않은 반면 설치물의 하중으로 인한 교량구조에 무리가 염려되며, 동굴 진입광장에 있는 화장실은 경관을 훼손할 뿐만 아니라 냄새가 동굴 안으로 역류하는 문제점을 보이고 있다.

민간시설인 숙박시설은 급경사지 안쪽에 위치하고 있고 휴게공간이 전무한 독립된 시설로써 단지와 전혀 연계성이 없으며, 상가시설의 경우 관광진흥법 상의 지정용도제에 의해 식당으로 허가를 받아 숙박을 하지 못하게 되어있지만 현행 관광패턴의 경우 음식과 숙박이 동시에 해결되는 상황에서 제도상의 문제로 인해 숙박시설과 상가시설과의 갈등을 야기하는 원인으로 작용하고 있다(Figure 3).

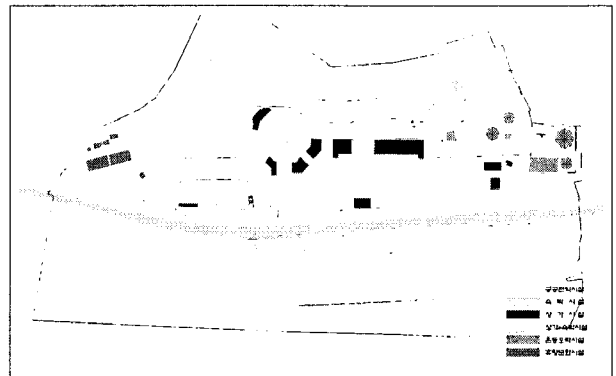


Figure 3 민간시설물 건물현황.

또한 관광지 조성이 과거에 이루어졌던 당시에는 건축행위에 대해서는 최대면적 중심제한 개념을 적용하였던 반면에 현재는 건폐율·용적률 개념으로 건축물의 관리체계와 맞지 않은 등의 토지이용의 형평성에 심각한 문제점으로 나타나고 있으며, 이로 인해 건축물에 대한 불법 증축이나 가적, 차양시설의 설치 등 경관훼손 상태가 심각한 수준이다.

기타 현황분석으로는 국지도 88호선의 확장으로 단지

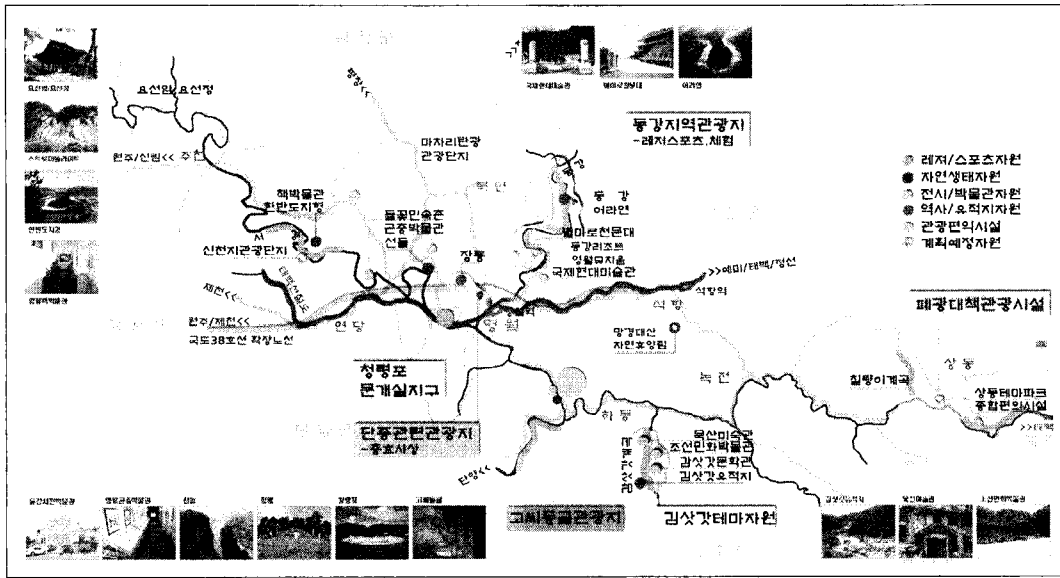


Figure 4 고씨동굴 관광지 주변 연계관광자원 현황.

뒤쪽으로 절개지 경사면이 100m에 달해 관광지 경관훼손은 필수적이며, 단지로의 진입이 수직적 접근으로 인해 전체적인 경관형성에 어려움이 있다. 한편 단지 전체적으로 보면 보행중심이 아니라 차량중심의 동선체계를 가지고 있고, 건축물이나 재료, 안내체계 등에 있어서 단지의 통일성이 결여되어있어 이에 대한 종합적인 접근이 필요하다고 판단된다.

2) 관광여건의 분석

고씨동굴 관광지의 자원성 분석은 고씨동굴 관광지뿐만 아니라 주변 환경을 포함하여 포괄적으로 분석하였는데(Figure 4), 박물관 도시를 지향하는 영월군의 연계 관광자원을 살펴보면 대부분이 영월읍을 중심으로 모여 있고, 지형적인 특성으로 인해 고씨동굴은 연계관광자원이 부족한 고립형 관광지로써 이를 탈피하기 위해서는 주변 마을과의 연계가 필수적이다.

고씨동굴 자체의 생명주기(PLC: product life cycle) 또한 쇠퇴기에 접어들었으며(Figure 5), 이로 인한 관광객의 감소는 내부경쟁으로 이어지는 공동체의식의 결여로 이는 관광지 전체의 저급한 이미지를 형성하여 관광지로서의 경쟁력은 매우 낮은 것으로 판단되었다.

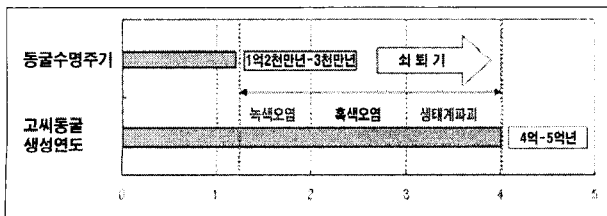


Figure 5 석회동굴로써의 고씨동굴의 PLC 분석.

시장성 분석에서 관광동향의 분석 결과 과거의 단순 관람형에서 레포츠, 체험형 관광을 선호하며, 동굴관광의 경우도 교육 목적, 체험 중심으로 변화하고 있어 고씨동굴의 단순관람 위주의 시설로는 주변에 단양, 태백, 정선 등의 경쟁력 있는 개방동굴과 경쟁이 불가능하며, 이로 인한 방문 관광객의 감소는 불가피한 상황이다.

이를 타개하기 위해 현재의 단순 관람위주의 정적인 관광행태에서 외국의 사례와 같이 교육중심의 목적형, 가족이나 단체가 적극적으로 참여할 수 있는 참여형 관광 프로그램의 개발을 통해 지속적인 수요를 창출해야 하는 상황이며, 또한 현재 지속적으로 증가하고 있는 래프팅 관광수요에 대해서도 래프팅 코스와 다변화를 통해 출발지가 아닌 도착지로 전환하고, 영월군의 다양한 관광행태와 연계를 통해 여름철에 집중되는 계절적인 편중을 극복하고 고씨동굴 관광지를 활성화할 수 있는 대책 마련이 필요하다.

3) 관광객 및 지역주민 의견조사

고씨동굴 관광지를 방문한 관광객을 대상으로 한 설문조사¹⁾ 결과 방문객의 62%가 20-30대의 젊은 층이 차지하고 있으며, 관광지에서의 주요 활동으로는 동굴관람(30.8%)과 래프팅(20.9%)이 주를 이루고 있으며, 이와는 별도로 관광지에서 프로그램을 진행할 경우 선호활동으로는 래프팅(18.9%)과 동굴탐험(14.9%)을 선호하는 것으로 조사되었다(Figure 6).

조사대상 방문객의 50%는 타 여행코스에 포함하여 방문하는 것으로 순수하게 고씨동굴만을 목적으로 방문하는 경우는 10% 이내이고, 이마저도 재방문율이 23%에

그치는 대표적인 경유형 관광지로 인식되고 있다. 이처럼 재방문율이 낮은 이유는 동굴관람과 래프팅을 제외하고는 이렇다 할 체험형 프로그램이 없다는 것과 관광객의 2/3이상이 체류형 관광객임에도 불구하고 관광지에서의 숙박이 12%만 이루어진다는 것은 기존의 숙박시설이 관광객의 취향과 맞지 않다는 것을 의미한다.

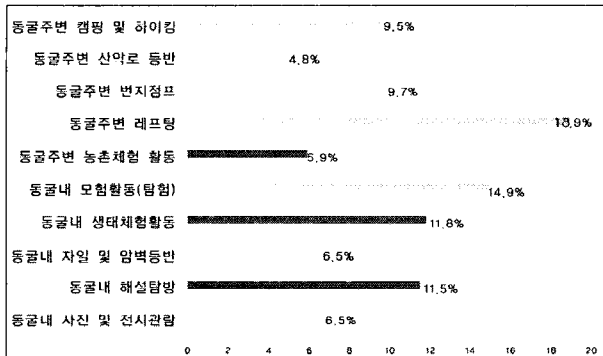


Figure 6 선호하는 관광프로그램.

조사대상 방문객의 50%는 타 여행코스에 포함하여 방문하는 것으로 순수하게 고씨동굴만을 목적으로 방문하는 경우는 10% 이내이고, 이마저도 재방문율이 23%에 그치는 대표적인 경유형 관광지로 인식되고 있다. 이처럼 재방문율이 낮은 이유는 동굴관람과 래프팅을 제외하고는 이렇다 할 체험형 프로그램이 없다는 것과 관광객의 2/3이상이 체류형 관광객임에도 불구하고 관광지에서의 숙박이 12%만 이루어진다는 것은 기존의 숙박시설이 관광객의 취향과 맞지 않다는 것을 의미한다.

한편, 관광객을 대상으로 한 설문조사 결과 시설에 대한 만족도는 높지 않으며 휴식시설의 설치를 우선적으로 개선하고, 리모델링의 방향과 관련하여서는 특색 있는 개발 및 이미지 확립과 지역과 연계된 관광상품 개발이 필요한 것으로 조사되었다.

지역주민을 대상으로 한 의견조사²⁾ 결과로는 관광객의 감소로 인한 소득감소로 상가운영에 대해서 60% 이상이 만족하지 못하고 있는 상황이며, 특히 대표상 주변상가와 래프팅 주변상가로 관광객이 양분화 되어 있는 상황, 고씨동굴 관광지가 위기에 처해있다는 현실을 인식하고 있으면서도 위기탈출을 위한 민-민, 민-관, 동굴-상인간의 논의가 이루어지지 않고 있는 것이 가장 큰 문제이다. 더군다나 고씨동굴 관광지를 관리 감독하는 행정의 경우 상가변영회에서 주관하는 상가주민모임에 관광지원담당이나 문화재관리담당이 참석하고 있어 고씨동굴 관광지 활성화와 관련하여 실질적인 대책을 마련하지 못하고 있다.

2. 고씨동굴 관광지 마스터플랜 수립

1) 기본방향 및 컨셉설정

기본방향 수립은 계획의 주체로서 주민역량 강화를 통해 지역주민이 관광지 운영주체가 되어 주도적으로 사업을 전개할 수 있는 주민참여형 마을가꾸기 개념과 고씨동굴 관광지에 낙후지역 활성화를 위한 장소마케팅 개념을 도입하여 관광지의 고유한 어메니티를 증진시키고, 내·외부 자원의 연계를 통해 지역의 명소로 자리매김할 수 있는 리모델링 계획을 수립하였다. 이를 위한 고씨동굴 관광지 컨셉 설정은 기존의 동굴관람과 래프팅의 단순한 관광활동을 탈피하여 교육과 체험 및 주변자원과의 연계 등을 통해 다양한 볼거리를 제공하는 체류형 관광지로의 전환을 위해 흥분 가득한 배움과 체험 (Excitement Through Education & Experience)을 제공할 수 있는 “고씨동굴 X-까브”로 컨셉을 설정하였다.

2) 목표 설정

고씨동굴의 목표설정은 경쟁관계에 있는 주변의 타 동굴관광지와 비교우위에 설 수 있도록 동굴관광지의 차별화를 위해 하드웨어와 소프트웨어 및 휴먼웨어의 분야별 접근방법을 도입하였다.

하드웨어의 경우 합의와 인센티브를 통한 시설정비와 관광지 경관관리방안 마련을 통한 쾌적한 공간 조성과 지역 어메니티의 증진을 통해 장소성을 도출할 수 있도록 추진하고, 소프트웨어의 경우 고씨동굴 관광지를 중심으로 주변자원과의 연계를 통한 X-네트워크형 프로그램 개발과 고씨동굴 관광지 명소화전략을 수립하는 등의 자원의 네트워킹을 통한 체류형 관광지로 조성하고자 하며, 휴먼웨어의 경우 기존의 상가변영회 조직의 재구성을 통해 관리운영 조직의 체계화를 이루고, 이를 통해 상가주민의 역량을 강화하는 공동협력을 통한 관리운영 주체로 기능을 수행할 수 있도록 하였다.

3. 고씨동굴 관광지 시설 리모델링 계획

1) 기본방향

관광지 시설 리모델링은 장소적 어메니티의 제고, 내적 역동성의 제고, 공공성의 제고를 통해 시설별 수요공급의 균형에 의한 관광지시설 전체의 최적화를 이루고, 최종적으로는 주민들에 의해 가꾸어지는 관광지를 만드는 것을 목적으로 하고 있다.

이를 위해 2020년 목표연도의 수용능력을 산정하였는데 이는 동시수용력에 의한 수요추정³⁾과 시장세분화에 의한 수요추정⁴⁾을 고려한 결과 연간 169,000명이 방문하

는 것으로 예측되었다.

이를 다시 이용객 평균체제시간에 의한 회전율로 4시간을 적용하고⁵⁾, 계절별 이용행태에 의한 최대일률은 4계절형을 적용하여 동시수용 연간이용객의 경우 169,000명을 산정하였다(Table 1).

Table 1 목표연도 이용객 지표

구분	이용객(인)	비고
연간이용객	169,000	2020년 추정치
최대일 이용객	3,380	최대일률: 1/50
최대시 이용객	2,888	회전율: 1/1.7
숙박객수	54,080	숙박률 ⁶⁾ : 32.0%
숙박연인원	64,896	평균 숙박일수: 1.2
일 귀객수	114,920	

2) 관리시설의 재배치계획

관리시설의 경우 기존 관리사무소는 철거한 후에 2층으로 신축하여 안내소와 현장상황실을 두고, 매표소의 경우는 정비하여 동굴과 전시관 매표기능을 통합하도록 하며, 현재 유명무실한 관리사무소의 기능은 동굴생태전시관에 두도록 한다(Figure 7).

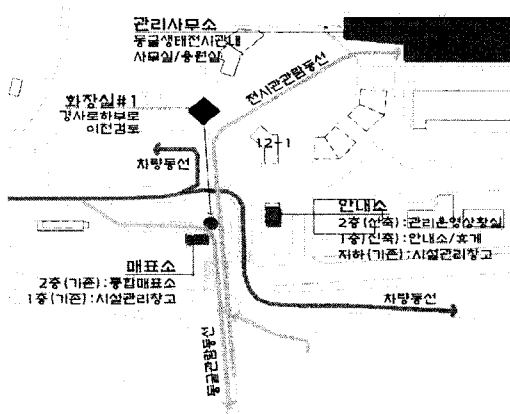


Figure 7 관리시설 재배치계획.

3) 민간상업시설의 용도조정 및 적정규모 산정

고씨동굴 관광지 상업시설의 용도를 살펴보면 기존 용도로 숙박시설과 상가시설로 구분되어 있는데, 이는 관광지 조성계획 시 관습적으로 필지마다 특정용도를 지정함으로써 주민들 간의 영업권과 관련된 갈등을 유발할 염려가 있다.

따라서 특정용도제에 대해서 관련법규가 허용하는 한 가급적 포괄적인 용도군제를 도입하여 시장변화에 상가 주민들이 능동적으로 대처할 수 있도록 용도를 재분류할 필요가 있으며(Table 2), 현재 가장 문제가 되고 있는 음식점과 민박을 겸하고 있는 상가시설에 대해서는 향후 법 개정 시 '음식점민박'이라는 별도의 용도를 도입하는 것도 고려해야 한다.

Table 2 시설지구별 용도 재분류

구분	기존용도	재분류 용도
숙박 시설	여관	여관
	유스호스텔	유스호스텔
	가족호텔	가족호텔
상가 시설	기념토산품점, 매점, 종합휴게소	매점
	향토음식점, 식당	휴게음식점, 일반음식점
	농산물 직판장	농산물 직판장

민간 상업시설의 적정규모 산정⁷⁾과정에서 가장 중요하게 취급한 것은 공급총량을 조절하는 것인데, 목표연도인 2020년을 기준으로 했을 경우 상가시설의 수요는 4,109㎡로 기존 상가시설의 규모인 11,130㎡의 36.9%에 불과하며, 이는 170%의 공급과잉 문제가 있는 것으로 나타났으며 현재 상가시설의 50% 이상이 감축하여야 함을 의미 한다(Table 3).

4) 토지이용계획의 검토 및 조정

토지이용계획에서 진입체계의 문제점 개선과 관련하여 기존의 경사지형에 따른 공간별로 분절시키고 있는

Table 3 상가시설 적정규모 산정

시설명	시설 연면적	매점	농산물 직판장	휴게 음식점	일반음식점	취미 오락	주거	주유소	편의 시설	상가 소계	음식점 민박	비고
기존시설	5,110.7	330.5	48.0	-	2,531.0	-	639.6	251.8	398.4	4,199.3	911.4	
최대수요	6,109.0	132.0	48.0	50.0	2,000.0	204.0	680.0	360.0	635.0	4,109.0	2,000.0	
과 부족	-998.3	+198.5	0	-50.0	+531.0	-204.0	-40.4	-108.2	-236.6	+90.3	-1,088.6	
증축가능	2,306.4			50.0	390.4	204.0	201.6	108.2	236.6	1,190.8	1,115.6	
매입철거	-333.5	-80.3			-92.0		-161.2			-333.5		
과 부족	+974.6	+118.2	0	0	+829.4	0	0	0	0	+947.6	+27.0	
가족호텔 상가시설	3,113.0	391.3			1,019.9	1,247.2			628.6			공유면적 포함

마디구조에 대해서는 직선 진입동선 신설을 통해 공간축과 시각축을 통합하고, 주차위주로 설정되어 있는 진입부에 대해서는 주차장을 축소하고 진입광장을 설치하며, 차량이 주차하고 있는 상가 앞 오픈공간에는 보행자의 안전과 쉴 곳을 확보하기 위해 보행자 전용공간인 소리의 정원을 도입하고 단지전체를 보행순환체계를 확보하도록 계획하였다(Figure 8).

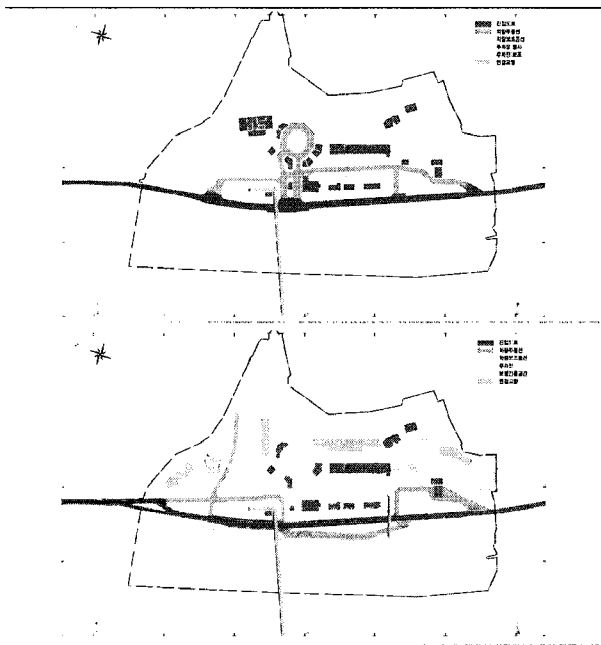


Figure 8 단지 공간구조변경(전후) 비교.

프로그램 수용력의 제고를 위해 기존 고씨굴 랜드를 가족단위 교육체험을 위한 까브 어린이 천국이라는 체험시설과 플레이 힐, 야외조각전시장으로 구성된 까브공원,

색의 정원을 조성하고 동굴생태 전시관 앞길을 따라서 유스호텔에서부터 까브 어린이 천국까지 이어지는 단지전체를 볼거리 벨트를 구축하도록 계획하였다. 또한 기존 주차공간으로만 활용되는 수변공간의 활용성을 높이기 위해 보행교를 신설하여 접근성을 보다 수월하게 하고, 수해로부터 시설과피해를 최소화할 수 있는 인라인스케이트장, 래프팅장 등의 활동성 있는 프로그램을 도입하여 종합적으로 관람과 어린이 놀이체험, 청소년 운동체험 및 관광객 휴식쉼터 등의 공간별로 프로그램을 차별화하고 재배치하는 계획을 수립하였다(Figure 9).

공공성과 공동성의 제고를 위해서 현재 무단으로 사용하고 있는 공공용지에 대해서는 기능을 회복시키고 사유지일 경우라도 공익성이 강조되는 토지일 경우 공개공지로 지정하는 등의 토지 공개념 도입을 통해서 공공시설물을 조성하도록 하는 등의 사유지의 공공성 증진방안을 도입하였으며, 불합리한 획지에 의해 합법적인 시설물관리나 배면을 노출하는 필지에 대해서는 담장이나 차폐시설 등을 설치하여 보완하는 방안을 강구하였다.

한편 민간시설물과 관련하여서는 단지 내에 14개 상업시설 중 13개가 불법건축행위를 하고 있는데 이에 대해서는 자부담으로 선철거를 유도할 수 있도록 철거할 경우 건축물의 외관 정비를 영월군에서 일정액을 지원해주는 인센티브제를 도입하였다. 또한 관광지의 지속적인 경관관리를 위해 관광지 경관관리협약을 마련하였다.

4. 고씨동굴 관광지 활성화전략

1) 기본방향

관광지 시설 재정비 계획과 더불어 활성화를 위해 정

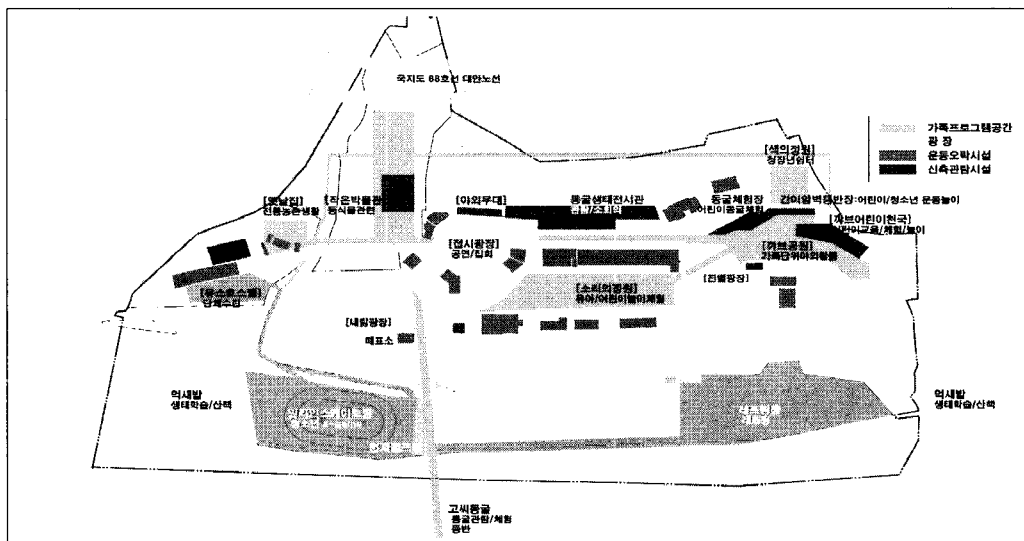


Figure 9 단지 내 프로그램 재배치계획.

확한 시장 및 지역현황 조사를 바탕으로 한 전략요소 (IPTCA: Image, Point, Target, Channel, Agent)들을 도입한 장소마케팅 전략을 도입하였다. 장소마케팅 전략이란 특정지역이 가지고 있는 문화·역사적 독특성을 활용하여 지역의 특성을 살리는 정책을 펴고, 그 이미지를 부각하여 홍보함으로써 도시재생을 위한 개발전략으로 지역경제고객을 유치하는 전략을 말하는데(계기석·천현숙, 2001), 이러한 장소마케팅은 1990년대 이후 세계화발전방화라는 급변하는 상황에서 도시의 퇴락한 이미지의 활성화와 지역주민의 사회적 통합과정에서 장소의 상품화, 차별화전략이 등장하게 되었다(이무용, 1997). 본 계획에서의 시설조성으로 구축된 이미지를 활성화하기 위한 방안을 마련함으로써 고씨동굴뿐만 아니라 영월군의 이미지를 강화하고, 지역 관광을 활성화하고자 계획하였다.

2) 관광지 활성화 추진전략

고씨동굴 관광지의 이미지 개발은 관광객 설문조사 내용을 토대로 차갑고 어두운 등의 부정적이고 정적인 이미지에서 체험과 교육을 위주로 한 활동적이면서 밝은 이미지로의 전환이 필요함에 따라 새롭게 고씨동굴의 브랜드를 개발하였는데, 브랜드의 개발은 의미전달이 어려운 단어보다는 설명적 표현으로 쉽고 친근하게 인지될 수 있도록 디자인하였다(Figure 10).

고씨동굴 관광지 체험프로그램 개발은 시설위주의 단순 관람형태에서 벗어나 고씨동굴과 주변마을 및 인근 관광자원을 X-자형으로 연계하는 포인트를 설정(Figure 11)하고, 각 장소에 적합한 프로그램을 개발하여 고씨동굴 관광지를 중심으로 한 영월군 전체의 방문매력도를 높여 전반적인 관광활성화를 유도할 수 있는 프로그램을 개발하였다(Table 4).

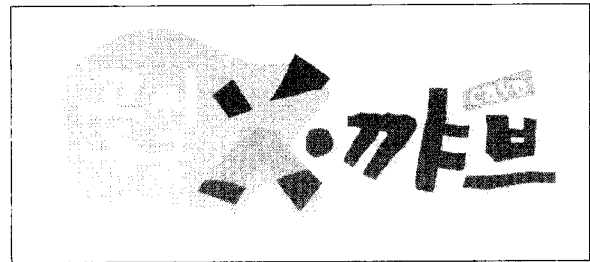


Figure 10 고씨동굴 관광지 브랜드 시안.

고씨동굴 관광지 목표시장 설정은 기존의 래프팅 관광과 관람위주의 협소한 관광시장에서 탈피하여 모험과 학습을 목적으로 관광형태(1차-어린이, 2차-청소년시장, 3차-일반관광객) 및 거리기준 (1차-영월군, 2차-강원도, 3차-수도권)으로 구분하였으며, 각각의 시장별로 추구하고자 하는 목적과 편익에 따른 마케팅 방안을 수립하였다(Table 5).

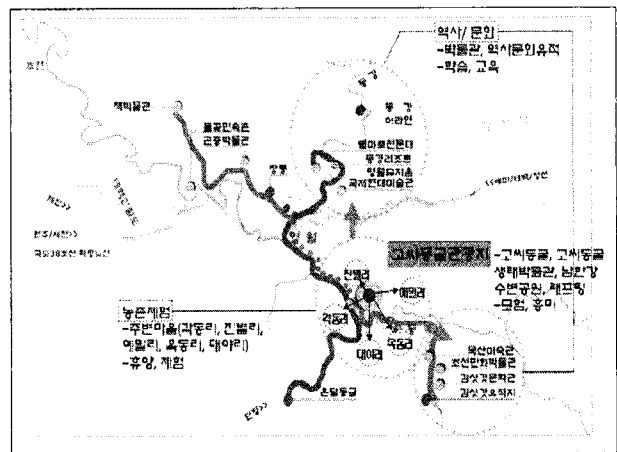


Figure 11 관광연계 포인트 설정.

Table 4 유형별 프로그램 개발

장소별	방문타겟	체험성격	실행 가능한 프로그램
고씨동굴	유치원/초등학교	탐구, 재미	종유석, 석순 등 동굴자원에 이름 짓기, 동굴 암흑체험, 동굴 보물찾기, 동굴 소리체험, 우리들만의 독특한 동굴지도 만들기 등
	청소년	모험, 탐험	Caveteering(동굴 지도를 가지고 목적지를 찾는 게임인 Orienteering의 합성어), 동굴 암흑체험, 동굴 소리체험, 미공개구간 동굴탐험 등
고씨동굴 관광지	어린이 및 가족단위	재미, 학습	마을에서 생산된 옥수수로 팝콘튀기기, 구연동화로 듣는 영월군 역사이야기, 과학캠프, 어린이 전통민속놀이 등
	청소년 및 모험단체	모험, 레포츠	청소년 아웃도어 레포츠 캠프, 뗏목 만들기 체험, 청소년 테마래프팅 등
주변 마을	가족	농작물 수확체험	마을 농사일정에 맞춘 농업체험, 포도/더덕/감자/옥수수 등 농산물 수확체험, 포도잼 만들기, 포도주스 만들기 등
		농촌문화 체험	수년생태체험, 농촌문화체험, 마을 농산물 구입 등
		전통생활 체험	마을 어르신과 함께하는 옛 이야기 및 장소 찾아가기, 디딜방아/땃틀 등 농기구 이용해 농촌생활상 체험, 아궁이에서 고구마/감자 구워먹기 등
영월군 내 관광지	전체	관람, 학습	영월 영화 촬영지 찾아가기, 고씨동굴-동굴생태체험관-곤충박물관-별마로천문대 연계를 통한 찾아가는 자연과학교실, 고씨동굴-역사유적을 연계한 역사관광

Table 5 관광형태별 마케팅 방안

구분	추구편익	마케팅 방안
어린이 (1차)	-동굴생태 학습 및 연계자원 관람(교육, 학습, 즐거움)	-생태 및 자연자원, 재미요소 부각
청소년 (2차)	-교육 및 모험 추구(휴식, 휴양, 자연, 즐거움) -남한강 래프팅 및 농촌 체험(모험, 학습)	-동적체험프로그램 및 생태학습 및 해설프로그램 등의 운영
일반 관광객 (3차)	-저렴하고 낭만적인 분위기 및 휴식휴양(맛, 즐거움)	-주변자원 연계 프로그램

거리기준과 유형별 목표시장을 설정한 후에 고씨동굴 관광지가 영월군의 관광거점으로써의 역할을 수행하기 위해서는 본 계획에서는 총 3단계에 걸쳐 단계별로 차별화된 마케팅 전략을 수립하였다(Table 6).

또한 단계별 홍보마케팅과 더불어 고씨동굴 관광지를 목적형 관광지로 변화시키기 위해 축제 및 이벤트 프로그램을 기획하였으며, 이러한 프로그램 개발의 경우 최근의 변화되고 있는 관광 트렌드와 관광지내의 자원을 최대한 활용한 관광객 체험중심과 지역주민의 소득 중심형 축제를 개발하여 체류형 종합관광 목적지로서 고씨동굴 관광지의 이미지를 제고하고자 하였다(Table 7).

이상과 같이 장소마케팅 개념을 도입한 관광지 활성화 계획은 추진주체의 관리운영 능력이 우선시 되어야 하

며 이를 위해 운영활성화를 위한 조직구성과 분야별 관리운영 계획이 필요하다. 고씨동굴 관광지 관리운영 조직의 구성은 기존의 영월군(공용시설)과 지역주민(상가번영회)으로 이원화 되어 있으면서 전문성이 결여된 느슨한 형태의 조직이 아닌 공공(행정)과 민간(지역주민), 전문가의 협력적 파트너십을 통한 다각적인 협력과 지원, 적극적인 참여형태의 조직을 구성하고, 각각의 주체별로 명확한 업무분장이 이루어져야 효율적인 관광지 관리운영이 이루어질 수 있을 것으로 판단된다(Figure 12).

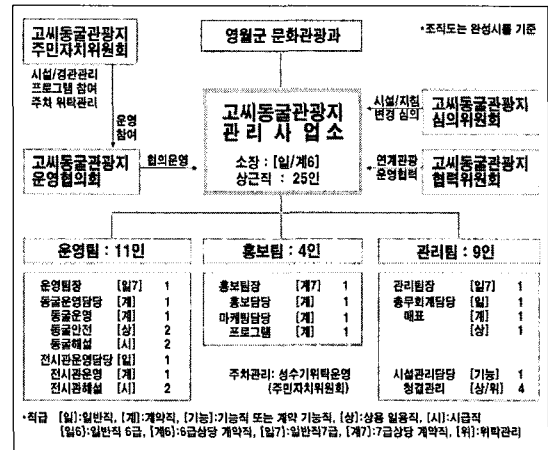


Figure 12 고씨동굴 관광지 관리운영 체계도.

Table 6 단계별 홍보마케팅 전략

목표	화제와 관심	확산과 수용	관리의 변화
	-잠재 관광객의 화제와 관심유도를 통한 목적형 관광	-주변관광지와 연계된 네크워크화	-영월군 내 관광거점
전략	-단기집중 홍보를 통한 영월군 주변시장의 단기 관광객 및 학생단체 집중 홍보	-주변마을 및 관광지와 연계한 가족형 관광객 및 숙박체험객 집중 홍보	-전국 잠재 관광객을 대상으로 영월 고씨동굴 관광객 관리와 재방문유치
주요마케팅 방법	-티저광고 -팸투어 -기업공동 마케팅	-언론홍보 -연계방문 쿠폰 -웹 이벤트	-연계홍보물 -뉴스레터 -웹사이트 구축

Table 7 고씨동굴 관광지 축제 및 이벤트 개발방향

관광 트렌드	축제 및 이벤트 프로그램 변화	축제 개발방향		
		테마	타겟층	주요내용
가족단위 여가수요 증대	가족단위형 관광/체험 프로그램	동굴	가족	천연동굴의 소리를 활용한
급전소비형 → 시간소비형	체험형 프로그램 수요 증가	소리축제	어린이	다양한 장르의 음악축제
자아실현 및 자기개발 추구	자기개발형 프로그램 수요 증가	트라이애슬론 축제	청소년, 모험단체	익스트림 스포츠 매니아를 위한 모험레포츠 축제
적극적 참여형 여가활동 선호	체험관광 등의 적극적 참여형 프로그램	강원도 토속 음식축제	4~50대 가족	주변마을 농산물을 활용한 음식 경연대회 및 장터

고씨동굴 관리운영의 주체인 관리사업소의 경우 리모델링 초기에는 별마로 천문대와 같이 직영체제로 운영하다가 리모델링 성과가 어느 정도 가시화되는 시점에서 독립적인 운영조직으로 전환하는 것이 바람직할 것으로 판단되며, 고씨동굴 관광지의 분야별 관리운영 또한 관리사업소가 중심이 되어서 시설물관리, 경관관리, 관광객 안전관리, 대고객 서비스관리 등의 관광지 관리운영 전반에 대한 책임을 지도록 하며, 한편으로는 지역주민의 역량강화를 위한 주민역량 강화교육, 동굴 생태해설가 교육 프로그램 등의 운영하도록 계획하였다(Table 8).

Table 8 관광지 관리운영 주체별 역할

구분	주요내용
영월군청 문화관광과	관광지 전체 행정 및 예산에 대한 지휘감독 시설물의 개보수
관광지 관리사업소	고씨동굴 관광지 관리운영 주체 관광지 운영전반, 주민교육, 홍보 등
관광지 운영협의회	주민대표, 사업소, 영월군, 전문가 등으로 구성 운영과정에서의 문제협의, 지원하는 의사결정기구
관광지 협력위원회	연계관광지, 유관단체의 실무자로 구성/지원조직 협력 및 지원방안 논의
주민자치 위원회	상가변영회로 구성 시설 및 경관관리, 프로그램 참여의 논의/실행
관광지 심의위원회	관련전문가(건축, 조경, 관광 등) 5-7명으로 구성 관광지내 모든 시설물 관련행위에 대한 심의

V. 결론 및 제언

고씨동굴 관광지 리모델링사업은 현재 실시설계가 끝나 시설조성공사가 진행 중에 있지만, 지역주민과 행정(영월군)과의 광장주변의 상가매입 등과 같은 사적인 토지의 매각, 사용에 대한 주민과 행정 간의 의견조율 등에 따라 기본계획에서 제시한 사업추진 일정의 진행이 원활하게 진행되지 않고 있다. 그럼에도 불구하고 계획 수립 당시 제시되었던 주민참여형 사업계획은 변함없이 추진되고 있는데, 이는 고씨동굴 관광지가 과거에 안주해서는 경쟁력이 없다고 판단하고 있으며, 변해야 한다는 데에는 행정이나 주민이나 의견차이가 없기 때문이다.

고씨동굴 관광지 리모델링사업을 통해 새롭게 발견된 점은 관광지를 이용하는 관광객은 체험 및 참여형태로 빠르게 변화하는데 비해 지속적으로 관광객이 감소하는 대부분의 관광지의 경우에는 여전히 20세기의 관광지 모델을 21세기에 그대로 유지하고 있다는 것이다. 고씨동굴 관광지를 포함한 이러한 관광지의 경우 시설과 프로그램 측면에서만 문제가 있는 것이 아니라 관광지를

실제적으로 관리하고 운영하고 있는 지역주민들에게서도 문제점이 발견되고 있는데, 이들은 과거의 장사가 잘 되어 높은 소득을 올리던 때만을 회상하고 있다는 것이다. 왜 관광객이 오지 않을까에 대해서는 고민을 하지 않으면서 자꾸 행정(영월군)만을 탓하면서 자구책은 마련하지 않고 있다는 것이다.

본 연구를 진행하면서 느낀 한계점으로는 관광지 활성화의 실질적인 주체인 상가변영회가 제대로 운영되지 않는다는 것이다. 고씨동굴 관광지의 경우도 2년 전에서야 비로소 구성되어졌지만, 그나마 조직의 운영도 유명무실한 실정으로 관광지 상가의 활성화를 위한 어떠한 대책도 어떠한 합의점도 내놓지 못하고 있다. 이러한 근본적인 원인으로는 상가주민들이 관광지라는 큰 틀에서 리모델링 사업을 접근하는 것이 아니라 본인이 소유하고 있는 상가의 활성화만을 위한 리모델링 사업을 원하고 있기 때문이다. 본 연구를 수행하면서 수차례 상가 주민들과 회의도 하고, 토론회도 하였지만 상가주민이 가지고 있는 개인적인 이해관계는 바꿀 수가 없었다.

그럼에도 불구하고 본 연구는 고씨동굴 관광지를 대상으로 하였지만, 낙후된 관광지를 지속가능한 관광지로 재탄생시키기 위해서 필요로 하는 것이 무엇인가에 대해서 시설과 콘텐츠, 관리운영측면에서 포괄적으로 접근하고 있으며, 아울러 관광지 내의 자원뿐만 아니라 주변마을과 영월군의 관광자원까지 검토하여 과거의 고립된 관광지가 아닌 열린 관광지로 거듭나기 위한 종합적인 계획을 수립하였다는 데에 의의가 있다고 할 수 있다.

따라서 본 연구는 관광지 리모델링사업의 시범적 성격의 사업으로써 기존의 낙후된 관광지 개발사업과 비교하여 시설물 정비와 더불어 지역별 관광자원 개발의 특성화를 이룰 수 있는 관광 콘텐츠 등의 소프트웨어 개발과 관광지 운영의 주체인 지역주민을 계획수립에 참여시켰다는 데에 있어서 향후 제2, 제3의 관광지 리모델링 계획수립에 있어서 기여를 할 수 있다고 판단된다.

- 주1) 관광객 의견조사는 2006. 8. 5일에 고씨동굴 관광지를 방문하는 관광객 250명을 대상으로 1:1 면담조사를 통한 자기기입 방식으로 실시하였으며, 분석은 SPSS 12.0 통계패키지 프로그램을 이용하였다.
- 주2) 지역주민 의견조사는 2006. 8. 1일에 고씨동굴 관광지에서 상가를 운영하는 20개 상가 지역주민을 대상으로 1:1 면담조사를 통한 자기기입 방식으로 실시하였으며, 분석은 SPSS 12.0 통계패키지 프로그램을 이용하였다.
- 주3) 동시수용력 = 연간이용자수 × 최대일몰 × 회전율 × 서비스율
 연간이용자수 = 1,791명 / (1/50 × (0.588 × 70%))
 동시수용력: 유원지 80m²/인 × 100,000m²,

청소년 수련시설 50m²×20,000m²
회전율 및 서비스율: 4시간 70%+8시간 70%
년간 적정수용력: 185,500명

주4) 1차(영월군내 초등학교), 2차(중·고등학교), 3차(일반관광객)로
시장세분화하여 개발완료시점과 홍보마케팅에 의한 변수를 설
정하여 방문수요를 추정 년간 방문수요: 169,000명

주5) 체류시간별 회전율

체류시간	1hr	2hr	3hr	4hr	5hr	6hr	7hr	8hr
회전율	1/4	1/2.5	1/2	1/1.7	1/1.5	1/1.4	1/1.3	1/1.2

주6) 숙박률의 산정: 40%×(1-20%)=32.0%
2005년 국민여행실태조사에 기초한 강원도의 관광객숙박률은
55.3%로 전국평균(37%)보다 높은데, 이는 숙박을 전제로 하는
동해안지역의 영향이 높다고 볼 때 고씨동굴관광지의 숙박률
은 연계성이 약하고 체류유인 요건이 약한 만큼 전국평균 보
다 조금 높은 40%로 가정하고, 여기에 인접 농촌관광마을이나
민박시설의 이용(20%가정)을 고려함

주7) 민간상업시설 수요산정: 최대일방문객(인)×시설이용률(%) ×1일
최대이용객×회전율×순간최대이용인수×단위면적(m²)

‘고씨동굴 관광지 리모델링 기본계획’을 바탕으로 해서
작성되었습니다.

참고문헌

1. 고종화, 2006, 관광지개발의 합리적 의사결정 모형
개발에 관한 연구, 관광학연구, 30(6), 156.
2. 김성길, 1995, 영월군 괴골굴의 개발타당성에 관한
연구, 동굴 40(41), 39-57.
3. 계기숙, 천현숙, 2001, 지방화시대의 도시정체성 확
립방안 연구, 국토연구원.
4. 동해시, 1996, 동해시 천곡동굴의 환경보존 및 안전
진단.
5. 우경식, 2000, 한국 자연동굴의 가치증대와 보존방
향, 동굴자원의 보존과 가치증대를 위한 한·중·
일 국제심포지엄, 137.
6. 유영진, 2002, 동굴자원의 체험관광 활성화 방안,
관광연구논총, 14, 119-140.
7. 윤양수, 2003, 우리나라의 관광지 개발실태와 개선
방향, 국토 Vol. 263, 7.
8. 윤정숙, 신수영, 김수정, 김석경, 앤드류 사이델,
2006, 공동주택의 생애주기를 고려한 단계별 리모
델링을 위한 거주자 의식조사 연구, 대한건축학회
논문집 22(8), 11.
9. 이무용, 1997, 도시개발의 문화전략과 장소마케팅,
한국공간환경학회, 공간과사회 8호, 197-231.
10. 이희연, 차승훈, 2004, 동굴관광지의 지속가능성 지
표설정과 적용방안, 관광학연구, 27(4), 331-352.
11. 최승담, 신정미, 2002, 낙후관광지 활성화수단으로서
재개발방식 적용에 관한 고찰, 관광학연구, 25(4),
34.
12. 최영희, 이훈, 2006, 동굴관광 영향관리 시스템의
구축과 적용, 관광학연구, 32(3), 231-254.
13. 홍시환 외, 1997, 삼척 월둔굴의 개발구상, 동굴 50,
45-76.
14. 홍충렬, 김원진, 2001, 관광동굴의 이미지 및 행태
특성, 호텔관광연구, 7, 135-153.
15. 대한주택공사, 2001, 리모델링에 대비한 벽식 공동
주택의 기준설정 연구, 18-19.
16. 문화체육관광부, 2006, 관광지 리모델링사업 보도자료.
17. 문화체육관광부, 2007, 2006 관광동향 연차보고서,
112.
18. 문화관광부, 2005, 관광지 리모델링 활성화 전략,
14.
19. 영월군, 2006, 고씨동굴관광지 리모델링 기본계획,
17.
20. 정선군, 1995, 정선 화암동굴의 환경보존 및 안전진
단 학술조사 연구보고서.
21. 한국관광연구원, 2001, 관광지 평가체계 개발 및 운
영방안.
22. 한국동굴학회, 2000, 전국자연동굴 조사지침서 작성
에 관한 연구보고서, 환경부.
23. White, W. B., 1984, Rate process: chemical kinetics
and karst landform development, In: R. G. La Fluer,
ed., Groundwater as a Geomorphic Agent, Allen &
Unwin, Boston, 227-248.
24. Gillieson, D., 1996, Caves: Process, Development,
Management, Blackwell Publishers, 324.

* 접수일 : 2008년 8월 5일

■ 3인 익명 심사필