

도시의 창조관광콘텐츠 개발 연구*

- 미야자키현 아야정(綾町) 사례를 중심으로 -

The study on 'Creative Tourism Contents' Development of Cities

- The Case Study of Aya-cho, Miyazaki Prefecture, in Japan -

이병민**
Lee, Byung Min

Abstract

This paper examines the concept of 'creative tourism contents' as a factor to produce meaningful result of creative tourism and to find the useful ways how they are used for urban planning and regional development. For this purpose, this paper discuss the characteristics of 'creative tourism contents' by comparing the components of 3 different tourism types: natural tourism, cultural tourism and creative tourism, and sought to derive specific success factors of certain areas. The case of Aya-cho in Japan is used for detailed analysis of 'creative tourism contents' to examine how Aya's regional strategy of creative tourism was considered successful and what was Aya's distinctive contents plan for regional development. Active participants as principal agent, Combination of nature and cultural resources like storytelling, Creative milieu, such as community center's circumstance which harmonize with systematic management system and agricultural resources, and Sustainability of local government administrative system are identified as characteristics of 'creative tourism contents' relating Aya-cho in Japan.

키 워 드 ▪ 창조경제, 자연관광, 문화관광, 창조관광콘텐츠, 아야정

Keywords ▪ Creative Economy, Natural Tourism, Cultural Tourism, Creative Tourism Contents, Aya-cho

I. 서 론

1. 연구배경 및 목적

최근 글로벌 시장과 경제, 사회전반에 걸쳐 급격한 패러다임의 변화가 나타나고 있다. 이러한 변화는 최근 산업의 문화화, 소프트화 현상으로 인해 더욱 부각되고 있는데, 이는 산업의 전반적인 요소들이 소프트화 되는 창의적 문화생산(cultural production)으로의 전환을 의미한다(이병민, 2011,

8). 지금까지 지식과 정보가 성장 동력의 변화를 주도하였다면, 창조경제(creative economy)라는 새로운 패러다임이 부상함에 따라 창조성(creativity)이 주목받기 시작하였다. 이러한 창조성은 다양한 분야의 성장 동력으로 작용하고 있으며, 관광분야에 있어서도 소위 '창조관광(creative tourism)' 이라고 하는 담론을 활성화시키고 있는 바이다.

창조경제라는 화두가 등장했듯이 우리나라의 관광사업도 지속적인 양적, 질적 성장을 위해서는 새로운 비전과 전략이 요구되는 상황이라고 볼 수 있

* 이 논문은 2013년도 건국대학교 학술진흥연구비 지원에 의한 논문임

** 건국대학교 문화콘텐츠학과 부교수(yurifin@konkuk.ac.kr)

다(김형곤, 2013, 8). 소비자들의 기호가 변화함에 따라 관광 트렌드의 변화에 따른 새로운 비전과 전략들은 창조관광 담론이 직면하고 풀어내야 할 과제라 할 수 있는 것이다.

이와 관련 창조관광에 대한 연구는 활발하게 이루어지고 있는 편이나, 주로 창조관광의 개념을 비롯한 정책적 접근 등의 거시적인 연구가 이루어지고 있으며, 실질적인 전략과 방향성, 그리고 핵심적인 내용에 해당하는 소위 '창조관광콘텐츠'에 대한 연구는 많이 이루어지지 않는 실정이다. 인바운드와 아웃바운드, 소비자 수요 등 다양한 주제가 논의되어 왔음에도 국토와 지역, 도시의 발전과 관련하여 실질적인 실행전략과 관련된 핵심동인에 대해서는 논의가 부족했던 것이다. 특히, 이전 관광 트렌드의 주요 이슈가 관광객 유입 및 이에 따른 지역경제 활성화였던 것에 비해 창조관광은 최근 회자되고 있는 도시재생 등과도 관련되며, 지역의 '지속가능한 발전'과 깊은 관련성을 맺고 있다는 점에서 더 중요한 의미가 있다고 볼 수 있다. 이에 단순 관광의 차원이 아니라, 문제해결안으로서 '콘텐츠'가 중요하다라는 점이 강조될 수 있다.

이때의 '지속가능한 발전' 개념은 단순히 생태학적인 개념이나 경제의 지속 가능성만을 의미하는 것이 아니고 자연자원을 포함한 총체적인 생태계의 원활한 흐름을 요구한다고 할 수 있다(최영국, 2000, 6). 생태계의 원활한 흐름은 지역의 자연자원 뿐만 아니라 다양한 구성요소들이 선순환을 이루는 것과 맥락을 같이 한다고 볼 수 있으며, 지역이 창조적으로 유지되는 일련의 과정이라 할 수 있기 때문이다. 이는 국토와 도시의 발전을 논하기 위한 창조적 환경(creative milieu)의 조성과의 관련된다(박은실, 2014, 46).

따라서 본 연구는 창조관광의 담론에서 머무르는 것이 아니라 실질적으로 창조관광의 성과를 창출하는 동인으로서의 창조관광콘텐츠의 개념적 정의를

제시하고, 이를 통해, 창조관광콘텐츠가 도시계획 및 지역발전에 어떻게 활용될 수 있는지 모색해보고자 한다. 이를 위해 지금까지 전통적으로 논의되어 오던 자연관광, 문화관광, 창조관광의 구성요소를 상호 비교해봄으로써 핵심 발전요인으로서의 창조관광콘텐츠의 구체적인 특성을 도출하고자 하였다.

이를 뒷받침할 수 있는 구체적인 분석을 위해 창조관광콘텐츠의 특성이 잘 나타나 있는 일본 미야자키현 아야정(綾町)의 사례를 문헌조사 및 현장 조사의 연구방법을 통해 분석하였다. 아야정에 관한 기존 선행연구에서는 주로 산림자원 및 유기농, 수공업을 활용한 지역발전 전략에 따라 산업관광, 환경보전형 지역발전 전략에 대해 초점을 맞추고 있는 편이다(박광서, 2001; 정근식, 2001; 정성일, 2001; 김윤정, 2005 참고).

그러나 이러한 접근방식으로는 반영하지 못하는 특수성이 있다고 판단하였으며, 더불어 국내에서 자발적 농촌형 마을 만들기의 벤치마킹 사례로 접근하는 경향이 확인됨에 따라¹⁾ 지속가능한 관광의 성공요인으로 창조관광콘텐츠로의 새로운 적용연계를 통해 지역발전과의 관련성을 파악해보고자 한다.

II. 관광발전 패러다임으로써 창조관광의 이론적 고찰

1. 창조관광의 배경

기본적으로 관광(觀光)이란, 주로 기분 전환이나 여가의 목적으로 떠나는 여행을 의미한다. 세계관광기구(UNWTO)는 관광객을 "여가, 사업, 방문 장소 안에 보답하는 활동에 무관한 목적을 위해 한 해를 넘지 않는 기간에 일반적인 환경 밖의 장소에서 머물러 여행하는 사람"이라고 정의하기도 하였다(wikipedia 참조: <http://www.wikipedia.org>). 관광

은 현대사회의 대표적인 여가활동의 한 종류로 오랫동안 자리 잡고 있으며, 사회 환경 여건에 따라 지속적으로 변화해왔다. 이는 자연관광, 대중관광, 문화관광, 도시관광, 생태관광, 의료관광 등의 다양한 개념에서 쉽게 확인가능하다.

이처럼 관광과 관련한 다양한 논의 속에서 관광 트렌드에 따른 주요담론의 변화는 크게 ①자연관광 → ②문화관광 → ③창조관광으로 구분할 수 있다.²⁾

자연관광이란 그 대부분이 유명 목적지 등 정적 소재를 주요 대상으로 하는 ‘보는 관광’중심이었다(이병철, 2000, 20). 자연은 대상에 불과하며, 관광객의 입장에서는 일차원적인 여가활동의 성격을 갖고 있다. 이에 일회성 경험에 초점을 맞추었으며, 지역의 다양한 문화자원과의 연계성은 낮은 편이라 할 수 있다.

그 다음으로 문화관광은 문화적 동기를 가졌거나 문화자원을 소재로 한 관광이지만, 활동내용 면에서도 ‘문화성’을 가져야하며, 기존의 ‘보는 관광’차원에서 한 걸음 나아가 적극적 접촉과 교류를 통해 ‘문화를 체험하는 관광’이 추가되면서 소프트웨어적인 측면이 강조되기 시작하였다(이정규, 2000, 10).

문화관광의 대표적인 사례는 지역축제라 할 수 있는데, 이때부터 관광의 트렌드가 지역발전 전략과 관련을 맺기 시작했다고 볼 수 있으며, 일종의 도시마케팅 관점에서 문화관광이 활발히 이루어졌다. 스토리텔링 마케팅을 통한 지역고유자원 활성화를 비롯하여(김지현·정장무, 2011), 관광지의 매력성에 의한 재방문이 중요해졌다고 볼 수 있다.

특히, 관광지에서 다른 곳에서는 대체될 수 없는 “고유의 체험”을 제공할 때 관광객들은 다른 관광지에 비해 많은 비용을 지불하고서라도 그 관광지를 방문한다는 것이다(조용현, 2003, 131). 자연관광에 비해 문화관광이 지역의 다양한 문화적 요소들을 개발 및 활용하는 관광의 형태이지만, 동시에 다양한 견해가 존재하고 있는 것도 사실이다(김상

빈, 2005 논의 참고).

이러한 흐름과 트렌드의 변화에 따라 2000년대 들어서서 그 다음으로 창조관광이 본격적으로 진행되었다. 창조관광이 등장하게 된 배경에서 두드러지는 두 가지 특징은 다음과 같다.

첫째, 도시재생과의 깊은 관련성이다. 새로운 뉴투어리즘은 새로운 관광자원의 탄생을 의미하기도 하지만 기존의 자원을 재활용해서 관광상품으로 탈바꿈시키기도 한다. 이러한 배경에 의해 최근 도시를 비롯한 많은 지역들은 창조성에 바탕으로 둔 지역 만들기 노력을 활발하게 진행하고 있다(조정윤·서현, 2013, 70). 도시재생이 화두로 등장하면서 원래의 것을 활용하는 도시가 가진 매력에 대한 이해가 급증하며 이에 대한 시각도 크게 변하고 있다(강동진, 2013, 254).

이는 문화도시에서 창조도시로의 변화와도 상응하며, 지역의 새로운 가치가 관광의 중요한 매개가 되어 지역의 고유한 자원과 어울려 창조적인 변화를 만들어내는 것을 의미한다. 특히, 이러한 배경을 통해 관광의 동력이 되는 관광자원의 변화를 파악할 수 있다.

한국관광공사(1983)의 분류에 따르면, 관광자원은 크게 유형 관광자원과 무형 관광자원으로 나뉘는데, 이때의 무형 관광자원은 국민성, 풍속, 관습, 예절 등과 같은 인적 관광자원과 고유종교, 사상, 철학, 역사, 음악, 가곡 등의 비인적 관광자원으로 다시 분류된다(박석희, 2012, 63). 그러나 창조관광에서 무형의 관광자원은 이미지(Image), 정체성(Identity), 라이프스타일(Lifestyle), 분위기(Atmosphere), 내러티브(Narratives), 창조성(Creativity), 미디어(Media) 등 매우 다양한 요소들에 해당된다(심원섭, 2013, 42).

이때 보다 유의미한 것은 글로벌 시대에는 수용과 체험이 콘텐츠를 중심으로 일어나는 복합적인 창조환경, 생태계의 변화로 이어지게 되면서, 융합적 현상이 활발히 일어나게 된다는 것이다(이병민·

이원호, 2014, 5). 따라서 관광자원의 개념도 기존 무형 관광자원의 범위에서 나아가 관광 요소의 다양성이 확보되고, 콘텐츠의 중요성이 강조되었다고 볼 수 있다. 즉, 지금까지 관광자원의 논의와는 다르게 지역의 '맥락(context)'에 대한 핵심동인이 적극적으로 반영되기 시작했다고 해석 할 수 있다.

둘째, 실질적인 경험의 주체인 관광객의 변화 측면이다. 스마트폰과 인터넷 등 기술발전에 힘입어 관광 정보 웹사이트 등을 통해 관광 매력물에 대한 사전정보를 입수하려는 관광객들은 그들이 관심을 가지는 관광 매력물 탐색에 많은 시간과 노력을 소비하게 된다(박유진·양위주·장근녕, 2005, 202). 결과적으로 새로운 관광형태는 과거 수동적이었던 행태에서 능동적이고 창의적인 방식으로 발전하면서 소비자가 주도하며, 개개인의 취향이 반영되는 창조관광에 대한 수요 증가를 가져오게 된 것이다(이무용, 2012, 242). 이때 중요한 것은 다양한 '콘텐츠'를 소비하는 소비자들이 능동성을 갖게 되면서, 자기만의 여행상품을 기획하고, 만드는 프로슈머의 단계에까지 이르게 된 것이다.

이와 같은 다양한 논의 속에서 이루어진 창조관광으로의 변화는 이전의 관광 트렌드를 보완하는 개념임과 동시에 지역발전의 새로운 방향을 제시한다는 점에서 의미가 크다.

2. 창조관광의 개념 및 구성요소

창조관광의 핵심적인 요인은 '창조성(creativity)'이라고 할 수 있으며, 도시 및 지역을 중심으로 창조성에 관심을 갖기 시작한 1990년대에 Pearce&Butler (1993)에 의해서 처음으로 언급되었다. 이러한 논의에서는 관광객이 지역의 자원을 창조적으로 경험할 수 있는 기회를 제공하는 것으로 정의되었다(Richards, 2011; 심원섭, 2013, 재인용).

Richards&Raymond는 창조관광을 "관광객들이 방문한 관광지의 수업과정과 체험학습에 참여하여 자신의 창조적 잠재력을 개발할 기회를 얻을 수 있는 형태의 관광"이라고 정의하였으며, 이러한 논의는 자발성을 강조하는 개념이라고 할 수 있다(Richards&Raymond, 2000, 18; 김형근 2013, 재인용).

관련하여 UNESCO의 Creative Cities Network 리포트에서는 "장소가 지닌 특성을 활용한 참여적 학습으로서 몰입과 진정성 있는 경험을 얻을 수 있으며 관광지의 일상적 문화를 만들어가는 주민들의 사회적 교류의 기회가 제공되는 여행"으로 창조관광을 정의하고 있다(김형근, 2013).

Lindroth et al.(2009)은 이와 관련하여 관광지 개발의 경쟁이 치열해지면서 향후 관광객 욕구에 대응한 전략으로 창조관광을 대안으로 제시한 바 있다(김도형, 2011, 360). 이와 같이 국외에서 논의된 창조관광의 개념은 관광의 실제 향유 주체에 해당하는 관광객의 경험변화에 초점을 맞추고 있는 것을 알 수 있다.

국내연구를 살펴보면, 창조경제라는 패러다임과 정책기조의 변화에 따라 창조관광에 대한 연구가 본격적으로 이루어졌으며, 이와 관련된 선행연구는 크게 ①창조관광의 개념 ②창조관광의 정책적 접근으로 분류할 수 있다.

국내에서는 문화관광의 보완차원에서 창조관광의 논의를 시작한 이무용(2007)의 연구가 있다. 문화중심도시 광주의 문화관광 전략을 다루는 가운데 문화중심도시의 관광비전으로서 창조관광 개념을 제시하였다. 창조관광의 5대 전략으로서 창조관광 시민, 창조관광 시설, 창조관광 지구, 창조관광 산업, 창조관광 행정 등을 제시한 바 있다. 이후 창조관광의 이론체계를 구체화하였으며, 개념 체계와 방법론 체계로 나누어 시론적으로 제안하였다(이무용, 2012). 정의체계에서는 도시의 창조성을 강화한다

는 의미의 ‘창조성의 관광화(tourism of creativity)’와 관광을 창조적으로 한다는 의미의 ‘관광의 창조화(creativity of tourism)’의 양 과정 결합을 통해 창조관광을 정의내릴 수 있음을 제시하였다.

강신겸(2010)은 지역의 고유한 가치를 높여 창조적인 환경을 정비하고 차별화된 상품과 서비스로 관광객을 유치하는 일련의 과정이라고 정의하였다. 창조관광의 개념과 더불어 창조관광의 발전방안을 도시재생의 대표적인 사례라 할 수 있는 벽화마을로 분석한 연구도 있다(조정윤·서현, 2013).

창조관광의 정책적 접근으로는 창조관광산업의 일환으로 관광 비즈니스 모델과 벤처창업의 중요성을 강조한 김배호(2013)의 연구가 있으며, 심원섭(2013)은 창조적 관광인재 육성, 창조적 관광지원 및 상품 공급, 창조적 관광산업 환경 조성, 융합적 관광추진체계 구축 등을 제시하였다.

이와 같이 국내에서 논의되는 창조관광의 개념은 국외의 논의와는 다소 차이를 보이고 있으며, 가장 두드러지게 나타나고 있는 동향은 산업간 융합을 통해 관광발전을 도모하고 있는 것으로 파악되었다. 이를 토대로 창조관광 개념에 대한 선행연구의 키워드를 정리하면 다음의 표 1과 같다.

창조관광에 대한 다양한 개념의 논의와 함께 창조관광을 이루는 구성요소 또한 제시되고 있으며, 이는 문화관광이 지역에 기존에 있는 요소들을 구성요소로 인식하는 것과는 차이점을 보이고 있는 것을 알 수 있다.

김형곤(2013)은 Richards, Tan, kung&Luh의 논의를 통해 창조관광경험의 핵심적 요소를 크게 5가지로 정리될 수 있다고 하였으며, 이는 ①능동적 참여 ②진정성 경험 ③관광객의 잠재력 실현 ④관광활동을 통한 기술과 지식습득 ⑤관광객과 지역주민의 동반자적 경험 창조에 해당한다. 관광객의 적극적인 참여와 몰입이 기본조건이 되며, 직접적인 기술과 지식을 축적하는 과정을 통해 진정성을 경

표 1. 창조관광 선행연구에 따른 주요 키워드
Table 1. Major Keyword from Literature review

구 분	주요 키워드
Richards&Raymond (2010)	-관광객 -참여 및 체험 -잠재력의 개발 -Tourist -Participation & experience -Develop potential power
UNESCO (2006)	-고유한 장소의 특성 -참여적 학습 -몰입과 진정성 있는 경험 -주민들과의 교류 -Indigenous traits of place -Participative learning -Immersion & authentic experience -Interaction with inhabitant
Lindroth et al. (2009)	-관광객의 욕구에 대응한 전략 -Strategies that respond to the needs of tourists
이무용 (2007) Lee, Mu-Yong	-도시의 창조성의 강화 -관광의 창조화 -Reinforcement of urban creativity -The creation of tourism
강신겸 (2010) Kang, Shin-Kyum	-지역의 고유한 가치 -관광객의 유치 -Characteristic value of region -Inducement of tourists
김배호 (2013) Kim, Bae-Ho	-관광 비즈니스 모델 및 벤처창업 -Business model development & venturing in tourism
심원섭 (2013) Shim, Won-Sup	-관광인재 육성 -관광자원의 상품 공급 -관광산업환경 조성 -융합적 관광추진체계 구축 -Training the tourism talents -Developing tourism products -Making tourism environment -Establishing integrated tourism promotion system

* 기존 선행연구를 필자가 재정리

험하고, 나아가 지역주민과 사회적 관계를 형성해야 된다는 것이다.

지역과 관련된 핵심요소를 알아보기 위해 관련요소들을 조금 더 들여다볼 필요가 있다. 심원섭(2013)은



그림 1. 관광트렌드의 변화에 따른 창조관광콘텐츠의 개념적 특징
Fig 1. Concept of Creative Tourism Contents from the Change of Tourism Trends

Richards(2011)의 4P를 응용하여 창조관광의 구성요소로 4P를 제시하였다. 창조적 관광인(creative tourism person), 창조적 관광상품(creative tourism product), 창조적 관광추진체계(creative tourism process), 창조적 관광기반(creative press)으로 나누는 것이다. 이때의 창조적 관광인은 관광객뿐만 아니라 관광산업 및 관광관련 사업에 종사하는 관광인력까지 포괄한다. 창조적 관광자원은 관광산업의 투입요소로서 자본, 자원에서부터 관광산업 및 관광기업, 관광상품 등을 의미한다. 창조적 관광추진체계는 관광 정책을 추진하고 있는 조직 및 조직간 관계, 관광정책 추진 방식 등에 대한 논의에 해당한다. 마지막으로 창조적 관광기반은 관광산업 생태계적 관점에서 관광산업의 환경을 조성하는 것을 의미한다.

하지만, 창조관광의 지역단위 적용 시 성공을 가늠하는 동인으로서의 '콘텐츠'에 대한 시각은 적극적으로 나타나 있지 않아 아쉬움이 있다. 이는 지금까지 관광의 행위주체가 실질적으로 구현된 지역과 쌍방향 소통하는 맥락으로서의 '콘텐츠'를 경험하는 구체적인 양상이 논의되지 않았다는 점에 기인한다. 주체의 향유에 대해 단방향성만이 강조되었기 때문이다.

이에, 지금까지 논의에서는 주로 창조관광이 이

루어지는 과정 및 창조관광산업의 관점에서 구성요소를 파악하였으나, 지역발전 전략에서 적용하기 위해서는 보다 구체적인 분류에 따른 쌍방향적 향후 방향성이 필요하다고 볼 수 있다.

Ⅲ. 창조관광콘텐츠와 지역발전의 관계

지금까지 정리된 창조관광의 개념 및 구성요소를 토대로 그 논의를 확장 및 재편하여 지역발전의 관점으로 유형화하면 주체 및 행위, 자원의 범위, 창조적 환경, 지속가능성의 네 가지 요소로 재편될 수 있을 것이다(표 2). 창조관광의 보다 분명한 특성을 제시하기 위하여 자연관광, 문화관광의 특성과 비교해보고자 하며 궁극적으로 이를 토대로 지금까지 다소 간과되었던 맥락적 관점에서의 콘텐츠 측면의 차이점을 도출하고, 창조관광콘텐츠의 개념적 정의를 제시하고자 한다.

첫째, 주체에 대한 부분이다. 자연관광과 문화관광에의 주체는 일반적으로 관광객에 해당한다. 관광객이 직접 장소를 방문하는 1차적인 행위와 더불어 직접 보고, 체험하는 2차적인 행위가 중요한 것이다. 이에 비해 창조관광에서는 넓은 의미로 방문객과 지역구성원이 관광의 주체가 될 수 있다. 실질적인 방문으로 인해

표 2. 자연관광-문화관광과의 비교를 통한 창조관광의 특성

Table 2. Characteristics of Creative Tourism from Comparison of Natural Tourism vs Cultural Tourism

구 분	자연관광 Natural Tourism	문화관광 Cultural Tourism	창조관광 Creative Tourism
주체 및 행위 Principal agents and action	-관광객 -단순 방문/ 보는 행위 중심 -단방향적인 향유 -Tourist -Normal visit / sightseeing -One-way enjoyment	-관광객 -지역구성원 일시적 참여가능 -단순체험 행위 중심 -일시적인 참여와 관계 -Tourist -Temporary participation of inhabitants -Normal experience -Transitory relationship	-관광객 -지역구성원 적극적 참여가능 -경험의 공유 중심 -Tourist -Active involvement of inhabitants -Sharing of experience
자원의 범위 Scope of resources	-자연자원 -건조환경이 아닌 그대로의 자원 -Natural/raw environment	-유형적 문화유산 중심 -문화유산을 활용한 축제 형태로 구현되기 용이함 -Cultural heritage -Realization of resource (ex. festival)	-지역의 유형·무형자원 포함 -특히, 지역의 역사성, 정체성 스토리가 중요하게 작용함 -Tangible & intangible resources of region -Specific history, identity, storytelling of region
창조적 환경 Creative environment	-단순성으로 인해 창조적 환경과는 거리가 멀 -Simplicity and normal environment	-하드웨어 인프라 중심이며, 소프트웨어 인프라가 약함 -축제 등 소프트웨어의 경우 이미 프로그래밍된 경우 많음 -Hardware infrastructure -Ready-made programs	-하드웨어 인프라와 소프트웨어 인프라의 조화 -소프트웨어 인프라가 강하게 작용 -Combination of hardware & software infrastructure -Accents of software infra.
지속가능성 Sustainability	-자연자원의 훼손가능성 높음 -Strong likelihood of natural resource damage	-일회성 성격으로 인해 지속가능성을 담보 할 수 없음 -Weak sign of sustainability	-지역의 다양한 요소들이 유기적으로 결합하여 지속가능성을 확보할 수 있음 -Organic combination of regional components and strong sign of sustainability

* 표 1과 표장 1, 2절의 논의를 토대로 정리하였음

관광객이 주체라 할 수 있지만 경험의 과정에서 지역 구성원이 적극적으로 개입하는 특성을 가지고 있기 때문에 확장성을 가질 수 있는 것이다. 기존에는 관광개발에 있어서 관광객과 지역주민을 분류하여 인식하는 경향이 강했으나, 지역주민과 관광객의 태도를 하나의 차원에서 동시에 논의할 필요(고동완·정승호, 2004, 178)가 강조되는 것은 이러한 확장성을 뒷받침 한다고

볼 수 있다.

둘째, 자원의 범위이다. 자연관광에서의 자원은 말 그대로 산, 강, 바다 등과 같은 자연자원을 포괄한다. 문화관광은 유형적 문화유산 중심으로 이루어지며, 이를 활용한 미술관, 박물관 등이 해당한다. 지역을 대표할 수 있는 랜드마크가 중요하며, 일정한 하드웨어-소프트웨어 중심의 자원으로 이루

어진다고 볼 수 있다. 그러나 창조관광은 지역의 유무형의 자원을 모두 아우른다. 앞에서 언급된 이전 관광 개념의 자원은 가시적으로 경험 가능한 자원이었으나, 창조관광에서의 자원은 지역의 역사성과 현재성, 지역구성원이 공유하고 있는 가치까지 향유할 수 있는 자원으로 대체될 수 있다. 지역을 인문학적 시각으로 볼 때의 맥락이 중요하게 인식되는 것이다. 이에, 지역이 일정한 맥락(context)하에 지역의 정체성을 창출하게 되면, 관광객은 정체성을 인식하여 방문하게 되고, 자신의 특화된 경험의 과정 속에서 자원을 인식하고 향유할 수 있게 되며, 이를 통해 쌍방향적인 교감이 가능해지는 것이다.

셋째, 창조적 환경(creative milieu)에 해당하며, 주로 창조도시 학자 제인 제이콥스(Jane Jacobs), 리처드 플로리다(Richard Florida), 찰스 랜드리(Charles Landry) 등에 의해서 논의되어져왔다. 창조적 환경은 창조적인 사람들이 집적하게 하는 요인으로써 하드웨어와 같은 인프라를 비롯한 다양한 상호교류의 장을 포괄한다고 볼 수 있다.

관광의 개념적 접근을 토대로 보았을 때, 자연관광은 자연관광이 지닌 단순성으로 인해 창조적 환경과는 다소 거리가 멀다고 볼 수 있으며, 문화관광은 하드웨어 인프라 중심으로 상대적으로 소프트웨어 인프라가 약한 편이라 할 수 있다. 이에 비해 창조관광은 사람들의 상호작용이 활발히 일어나는 특정한 장소가 관광 거점으로 작용할 수 있기 때문에 장소성 기반 특성을 반영하고 있어, 창조적 환경의 풍부한 생태계적 특성을 지니고 있다고 볼 수 있다.

넷째, 궁극적으로 지금까지 논의된 요소들이 선순환적인 조화를 이루어 지속가능성(sustainability)을 확보할 수 있는가와 깊은 관련성을 맺고 있다.

자연관광은 주된 자원이 자연자원이기 때문에 지역의 다른 요소와 결합이 낮은 편이다. 또한, 일정한 개

발로 인해 자연자원은 훼손되기 쉬워 지속가능성을 담보하기 어렵다. 문화관광의 경우 주로 하드웨어 중심이며, 지역과 시간과의 결합을 의미하는 축제가 이루어지므로 일회성 성격이 강한 편이라고 할 수 있다.

이에 비해 창조관광은 참여자의 공유되는 경험을 기반으로 하며, 지역의 다양한 요소들이 결합되는 형태를 보이기 때문에 단위지역이나 도시의 시너지효과를 창출하기 위하여 지속가능성이 확보된다고 볼 수 있다. 이상 논의된 내용을 정리하면 표 2와 같다.

지금까지 창조관광콘텐츠의 개념적 정의를 제시하기 위하여 자연관광, 문화관광, 창조관광의 비교를 시도하였다. 그 결과 창조관광은 주제 및 행위, 자원의 범위, 창조적 환경, 지속가능성 측면에서 이전 관광형태와 단절된 형태가 아니라 융합적 특성을 보이고 있었다. 궁극적으로 이러한 창조관광의 특성을 토대로 제시될 수 있는 '창조관광콘텐츠'란 자연관광, 문화관광을 모두 포괄하는 창조관광의 실질적인 콘텐츠로서 도시의 경쟁력을 높이는 동인(core)이라 정의 내릴 수 있는 것이다. 세부적으로 보고, 체험하는 행위를 포함한 관광객과 지역구성원간의 공유를 기반으로 한 쌍방향적 내용이 '콘텐츠'이며, 자연자원, 유·무형 문화자원 뿐만 아니라 지역의 역사적인 맥락(context), 정체성(identity), 이야기(story)가 지속적으로 학습되는 '콘텐츠'를 의미한다. 관광 트렌드의 변화에

특징에 따른 창조관광콘텐츠의 개념적 특징을 종합 정리한 것이 그림 1이다.

IV. 사례분석: 일본 미야자키현 아야정(綾町)

1. 일반현황

일본 규슈(九州) 남부에 위치하고 있는 미야자키현은 1873년, 미미쓰현과 미야코노조현이 폐지되고

미야자키현이 설치되었으나, 이 또한 1876년에 폐지되어 가고시마현에 합병되어 세이난 전쟁 시기에 전쟁터가 되기도 하였으나, 1883년 5월 9일, 헌분리 운동의 결과로 미야자키현이 다시 설치되어, 현재에 이르고 있다. 1960년대에는 신혼여행의 메카로서 전국적으로 유명하여 ‘관광 미야자키’로서 지역경제에 미치는 영향이 컸으나 그 후로 침체기를 겪다가 우수한 자연환경으로 관광의 새로운 메카로 자리 잡았다고 볼 수 있다.

미야자키현은 녹색 산과 아름다운 해안선 등 훌륭한 자연환경에 둘러싸여 있는 편이며, 자연환경 면적은 91, 919ha로 현의 토지면적의 12%를 차지하고 있으며, 105ha의 해양공원지구가 지정되어 있다. 일본에서 가장 먼저 제정한 연도경관미화조례 등에 따라 연도의 경관과 자연환경의 보전 및 창출에 힘쓰고 있다.

자연환경은 온난한 기후의 영향으로 평균기온이 높은 편이며, 강수량이 많아, 양질의 풍부한 수자원을 보유하고 있는 것이 특징이라 할 수 있다 (미야자키의 동향, 2013 참고).

아야정은 미야자키현의 중서부에 위치하는 히가시모로카타 군의 정에 해당한다. 면적은 95.21km² 이고 인구는 2010년 2월 1일 기준으로 7,312명이다. 자연조건으로는 3면이 산으로 둘러싸여 있고(임야 80%), 비교적 평탄한 곳에 시가지와 경작지가 집중되어 있으며, 평지의 남북을 강이 흐르고 있다.

중산간지대가 전통적으로 농업과 임업에 크게 의존하였다는 점에서 이러한 산업 및 이들 산업과 관련된 자원들을 현대의 흐름에 맞춰 어떻게 활용할 것인가 하는 문제를 공통적으로 고려하고 있다고 볼 수 있는데(박광순 외, 2001, 200), 특히, 아야정의 경우 지역 활성화를 자치단체주도형으로 시작하고, 지역의 내적 변화를 관광객이 실질적으로 향유할 수 있는 콘텐츠로 구현시켰다는 점에서 주목할 만한 사례가 되었다.

아야정의 지역활성화 모델은 크게 ① 난대 산림자원 보호를 통한 지역활성화 ② 장기종합계획을 통한 지역활성화 ③ 전통산업을 통한 지역활성화로 분류할 수 있다. 아야마을의 지역활성화는 지역 주민들로부터 출발하였는데, 1967년에 일본 정부가 아야정에 위치한 국내 최대 규모의 조엽수림(떡갈나무, 메밀잣나무, 동백나무 등의 상록활엽수)을 벌목할 계획을 세웠다. 이에 당시 고다 미노루 정장이 반대운동을 전개해 주민의 90% 반대서명을 받아 농림대신에게 전달하고 그 계획을 저지시켰다고 한다. 이를 계기로 1970년부터 국립공원 지정운동이 시작되었으며, 1974년에 “아야정의 자연을 보호하는 조례”가 제정되었다. 1982년에는 ‘규슈중앙산

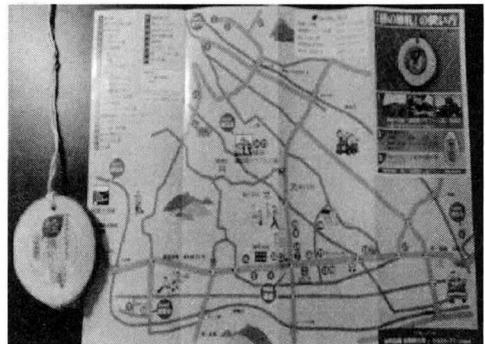


그림 2. 아야마을 여행패스
Fig 2. Travel Pass of Aya Town

지 국립공원’으로 지정되었고, 조엽수림에서 흘러나오는 물은 일본의 ‘명수백선’으로 선정되어 유명 관광지가 되었다. 이후 “제1차 장기종합 개발계획”을 수립하는데, 농촌사회는 단순히 농산물만 생산하는 장소가 아니라 사회전체의 인간성을 회복하는 장소로서 그 가치가 크게 변화할 것으로 예상된다고 지적하며, 공업은 지역의 고유자원을 활용한 공예품 산업 진흥과 경공업 및 농산물 가공업 도입으로 발전을 꾀하여야 한다고 주장하였다. 친환경 농업을 초월한 자연 생태계 농업을 처음부터 구상한 것으

로 파악된다(최태수, 2009, 143).

따라서 본 논문에서는 단순히 아야정(綾町)의 자연자원을 활용한 관광 전략에 초점을 맞추는 것에서 나아가 창조관광콘텐츠로의 적용을 시도해봄으로써 구체적인 국토 및 도시계획 발전과의 연관성을 파악하고자 하였다.

2. 창조관광콘텐츠로의 적용

1) 주체 및 행위

아야정에 방문한 관광객은 일차적인 자연경관을 감상하는 것과 더불어 그림 2의 '아야마을 여행패

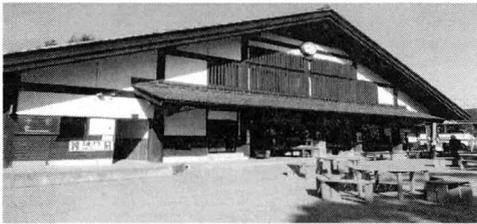


그림 3. 데즈쿠리 혼모노센터
Fig 3. Honmono Center of Aya Town

스(綾の旅札)'를 통해 적극적인 참여학습을 경험하게 된다. 아야정의 주요 관광지를 무료로 관람할 수 있는 단순 여행패스가 아니라 3장의 쿠폰을 실제 활용하여 지역의 온천, 공예점, 커피숍, 음식점, 승마공원 등에서 할인을 받거나 물건으로 교환받을 수 있는 특징을 지니고 있다. 관광객은 관광지 내에서 또 다른 관광을 향유할 수 있으며, 무엇보다 중요한 것은 이러한 적극적인 참여학습을 통해 지역의 삶의 방식을 자연스럽게 이해하고, 실제 거주하고 있는 지역 구성원들과 대면 할 수 있는 기회를 제공하는 다는 점이다. 특히, 지역구성원 입장에서 도 지역의 내부인 으로서만 존재하는 것이 아니라, 실질적인 관광에 적극적으로 개입함으로써 스스로 지역에 대한 애착심을 높일 수 있는 점에서 유

의미하다. 이러한 점에서 아야정의 주체는 적극적인 체험에 동참하는 관광객과 그러한 외지인들과 소통하며, 쌍방향적인 경험을 공유하도록 제공하는 지역 구성원들 모두가 해당되며, 그러한 주체들 사이에는 지역의 인문학적 경험의 공유라는 공통분모가 존재하고 있다.

2) 자원의 범위

아야정은 1970년대 초반에 시작된 아야마을의 지역활성화사업의 일부로 계획된 슈센노모리(酒仙の森)를 비롯하여 유기농 농산물, 공예품, 축제, 자연경관 등의 가시적인 자원을 확보하고 있다. 무엇보다 지역의 자연자원과 이를 기반으로 한 문화적 자원이 풍부하다.

특히, 이 지역은 예전에 농업과 함께 임업이 중심을 이루고 있었으나 농경지가 매우 적어 야반도주의 마을이라 불리울만큼 가난한 지역이었으나(박광순, 2001, 216) 지역활성화 전략으로 새로운 관광지로 변화한 과정이 하나의 스토리로 자리 잡고, 지역의 새로운 정체성(identity)을 만들어 냈으며, 이러한 정체성이 관광객을 유입하는 요인으로 작용하고 있음을 고려하였을 때, 무형자원이 보다 가치 있게 활용된다고 볼 수 있다. 이러한 점은 자연관광이나, 문화관광과 달리, 지역의 유형, 무형자원이 모두 포함되면서도 지역의 역사성, 정체성이 성공적인 지역 재생 스토리와 어우러지면서, 하나의 독특한 융합적 자원으로 작용하는 특성을 보인다고 할 수 있다.

3) 창조적 환경

아야정의 창조적 환경으로 가장 크게 기능 하는 곳은 데즈쿠리 혼모노센터(그림 3)에 해당한다. 이곳은 유기물농산물 판매 체제의 전개과정에서 1989년에 생겨났으며, 지역농산물 판매 거점으로 500여

농가가 농산물을 출하하고 있으며, 가공품도 300여 가구가 참여하는 규모이다.

여기에서 판매되는 유기농농산물은 등록 농가의 농산물만으로 한정하고 있고, 가격은 판매농가가 독자적으로 결정하는 공급자 결정 방식을 채택하고 있다. 아야정에서는 최초에는 자가소비용을 지역내에 판매하는 방식으로, 다음에는 소비자단체와 직거래하는 방식으로, 최근에는 이와 함께 대도시에서 백화점이나 소매점에서 일반인 상대의 판매 방식으로 확대되는 과정을 밟고 있어, 다른 지역에서와 같이 직거래에만 의존하는 방식을 벗어나고 있다(박광순, 2001:232-233). 농산물에는 금, 은, 동이라는 마크를 사용하여, 유기농산물에 등급을 부여하여 신빙성을 높이는 시스템을 활용하고 있다.

이러한 특징으로 볼 때, 데즈쿠리 혼모노센터의 경우는 단순히 물리적인 거점이라 할 수도 있지만, 아야정 유기농농산물의 상징성을 갖춘 곳으로 지역구성원들이 적극적으로 참여하고, 특히, 관리 또한 지역상공회의소에서 하고 있는 점은 관광객과의 상호작용을 촉진시킨다고 볼 수 있다.

데즈쿠리 혼모노센터에 방문한 관광객은 단순히 유기농 농산물을 상품으로 인식하고 구매하는 것에서 나아가 해당 지역에 대한 암묵적인 신뢰가 형성된다는 점에서 가치가 있기 때문이다. 이러한 센터의 환경과 생태계라는 측면에서 창조적 환경을 보자면, 지역민과 관광객, 농산물이 교류되는 하드웨어와 플랫폼으로서의 센터와 ‘유기농’과 ‘웰빙’이라는 브랜드로 관리되는 시스템과 소프트웨어, 농산물에도 금, 은, 동 등 브랜드와 스토리를 접목하고, 신뢰감을 높이며, 외지인까지도 끌어들이는 콘텐츠 전략들이 서로 균형을 이루는 조합이라고 볼 수 있다. 물론, 이러한 창조적 환경을 이루는 근간으로서의 지역민들의 자발적인 참여는 기반이 되는 필수 조건이다.

4) 지속가능성

앞서 언급한 아야정의 지역활성화 모델 속에서, 특히, 1973년 가구당 채소밭 1평 갖기 운동을 시작으로 하여 지속적으로 유기농업운동의 전개과정을 펼쳐왔다는 점이 유의미하다고 판단된다. 여기에는 주민들의 적극적인 참여와 함께, 행정적으로 뒷받침



그림 4. 데즈쿠리 혼모노센터 내부
Fig 4. Inside of Honmono Center (Aya Town)

이 되었던 지방정부의 정책적인 지원과 리더로서의 지역지도자의 역할도 중요한 요소이다.

특히, 추진체계 측면에서 지역구성원의 상호 이해와 교류가 뒷받침되었기 때문에 가능할 수 있었다. 이러한 과정에서 지역의 다양한 요소들이 결합되고, 새롭게 구현되어 관광객이 진정성 있는 경험을 하게 됨으로써 일종의 선순환 구조를 구축한다는 점에서 지속가능성을 확보하고 있다고 볼 수 있다. 이는 지역이 발전하기 위해 공간적인 특성 뿐 아니라 산업과 문화적인 속성이 결합하여 특정 공간에서 시너지를 내면서, 지역의 역사적 맥락에서 노력들이 끊이지 않고, 자발적인 합의 가운데 지속가능성을 담보해온 결과라 할 수 있다.

이러한 특성은 단순한 아야정의 자연경관을 보기 위해, 또는 축제 또는 랜드마크를 방문하기 위해 오는 문화관광과는 다른 양상을 보이고 있다. 아야정의 특성상 산림이 우거진 자연환경이 특성이 강하기는 하지만, 이러한 단순성을 극복하고, 주체의

표 3. 아야정의 창조관광콘텐츠 특성
Table 3. Characteristics of Creative Tourism Contents (Aya Town)

구분 Classification	아야정의 창조관광콘텐츠 특성 Characteristics of Creative Tourism Contents in Aya Town
주체 및 행위 Principal agents and action	-관광객의 경험의 형태는 자연경관 감상에서 아야마을 여행패스를 통한 적극적인 참여학습까지 확대됨 -경험의 과정에서 지역구성원들이 적극적으로 개입하는 구조를 띠고 있음 - From sightseeing to participative learning (ex. Aya town travel pass) - Active participation of inhabitants of Aya
자원의 범위 Scope of resources	-유기농 농산물, 공예품, 축제, 테마파크 등 가시적인 자원 포함 -가난한 지역에서 새로운 마찌쯔구리로의 전환이라는 정체성 확보와 브랜드 변화 -Tangible resources (ex. organic farm products, craft items, festival, theme-park -Brand renewal from poor region to creative region through community development
창조적 환경 Creative environment	-데즈구리 혼모노센터가 유기농 농산물 판매의 거점 뿐만 아니라 지역의 정체성과도 일치되며, 허브공간으로 기능 -Honmono center : organic farm products sales hub & information center for tourism -Regional identity establishment
지속 가능성 Sustainability	-지역 활성화 모델 안에서 주민의 자발적 참여, 지방정부의 정책적 지원이 조화롭게 구축되었으며, 거버넌스 구조가 잘 마련됨 -Harmonization of voluntary participation of inhabitants and policy support of local government

적극적인 ‘콘텐츠’개발을 통해 장소마케팅의 효과성을 이루고, 단순한 축제 등의 프로그램뿐 아니라, 지역의 스토리텔링과 역사적인 맥락, 지역주민의 공유된 의식이 지역의 ‘정체성’으로 반영되어 하나의 대표적인 ‘콘텐츠’이자 브랜드가 되었다는 점에서 창조관광을 가능하게 하는 다양한 성공요인을 나타내고 있다.

5) 아야정의 함의점

지금까지 미야자키현 아야정의 사례분석을 통해

창조관광콘텐츠의 특성을 파악하였다. 아야정은 우수한 자연환경으로 인해 한 때 관광의 거점이 되기도 하였으나, 지속적인 인구 감소 및 고령화 문제 등으로 위기에 직면하였다. 그러나 지역활성화 모델을 구축하면서, 지역의 내적 문제를 해결하였으며 나아가 새로운 관광형태를 구축함으로써 창조관광의 사례로 주목받게 되었다. 특히, 창조관광콘텐츠라는 측면에서 주체 및 행위, 자원의 범위, 창조적 환경, 나아가 지속가능성측면이 유기적으로 높은 관련성을 보이고 있었다(표 3).

특히, 자연자원을 토대로 체험적 요소를 강조하는 관광객과 지역구성원간의 공유·학습적 콘텐츠는 관광객과 지역구성원의 상호참여를 전제하고 있었다. 또한 지역이 지향하는 가치 및 정체성을 공유하고, 이러한 특성을 가장 잘 뒷받침하는 거점을 활용함으로써 지역에 대한 이해를 돕고, 지속가능한 발전을 만들어냈다는 점에서 창조관광콘텐츠의 특성을 확인할 수 있었다.

이와 같은 창조관광콘텐츠의 특성은 도시발전의 특성과 밀접히 연결되어 있다고 볼 수 있다. 우리나라 또한 그동안 도시의 내적·외적 문제를 해결하기 위한 방안으로 그린 투어리즘, 관광마을, 테마형 농촌관광의 형태를 다양하게 추진해왔다. 이러한 과정에서 일본의 다양한 사례를 벤치마킹 했으며, 어느 정도의 성과를 이루기는 했으나, 한정적 시각으로 인해 콘텐츠 라는 새로운 시각이 필요하다고 할 수 있다.

이러한 아야정의 사례를 콘텐츠라는 특성으로 비교해보면, 아야정의 사례가 새로운 접근으로 주목할 만한 사례라 판단된다. 표 4에서 보는 대로 대표적인 관광지의 사례인 설악산과 전주한옥마을과 비교해보면, 설악산의 경우 자연자원에 근거하여, 문화관광 등의 움직임이 있기는 하나, 문화상품으로서의 확장가능성이 매우 제한적인 것으로 나타난다. 또한, 전주한옥마을의 경우 문화관광의 대표적인 지역

표 4. 국내 사례와의 비교를 통한 아야정 창조관광콘텐츠의 특성
Table 4. Comparison of Creative Tourism Contents' Characteristics with Domestic Cases

구 분	설악산 Seorak Mountain	전주한옥마을 Jeonju the Hanok Village	아야정 Aya-town
주체 및 행위 Principal agents and action	-등산을 위한 방문객으로서의 관광객이 일방적인 관계에서 관람 (경유지의 목적 등) -Mountain climber / tourist	-특정장소 방문 대한 문화체험 프로그램과 창조관광 가능성 -시민생활예술가와 지역예술가 들의 네트워크 형성 가능성 -Possibility of specific cultural spot & experience -Possibility of network with local artist and inhabitants	-관광객과 지역구성원의 적극 적인 참여, 경험의 공유 -Active participation of tourist and inhabitants and sharing of experience
자원의 범위 Scope of resources	-자연자원 + 일부 문화자원 (경관, 동식물, 축제.이벤트 등 연계방문) -Natural resources with partial cultural resources	-유무형적 문화자원의 향유 · 한옥숙박 체험+전통문화체험 (음식, 한지공예, 예절, 음악, 다례 등), 현장학습(전주한옥 마을, 재래시장, 음식 등) -Diverse tangible & intangible resource enjoyment	-지역의 자연자원, 스토리, 다 양한 정체성이 결합, 브랜드 를 창출 (유기농 등) -Combination of natural resource, storytelling and diverse commodities leads to regional brand making
창조적 환경 Creative environment	-단순성으로 인한 자연 인프라 중심 -Mainly natural infrastructure	-특정공간(하드웨어 인프라)와 아카데미 등 소프트웨어 결합 -지자체 중심의 기존환경. 최근 사회적 기업 참여 움직임 -Combination of hardware and software infrastructure -Possibility of social enterprise participation	-하드웨어+소프트웨어+콘텐츠 의 조화 -참여자의 경험이 중요 -Harmonization of h/w, s/w and contents -Importance of participant's experience
지속가능성 Sustainability	-자연자원의 훼손가능성이 높 고, 한시적인 자원 성격 -Strong likelihood of natural resource damage	-상업화를 통한 문화공간의 변질과 계속성의 단절 우려 -Spoil of place from commercialization and severance with continuity	-지역의 다양한 요소들이 유 기적으로 결합 콘텐츠 생태 계를 구성 -Composition of regional contents ecology from fusion of diverse regional components
콘텐츠 Contents	-설악산이라는 자연자원과 브 랜드가 콘텐츠로 반영됨 -일부 문화관광 시도가 있으 나, 다양한 확장성이 제한됨 -Brand & content as Seorak Mt. (limited)	-'전통'이라는 문화자산이 브 랜드화 -브랜드확장성 (한식, 판소리, 한춤, 대동놀이 등) -Tradition and expandability of cultural commodities	-이야기거리+역사적 배경+주 민 의식 결합된 융합적 맥락 이 콘텐츠로 가시화 -스토리텔링에 입각한 다양한 문화상품화 가능 (농산물, 축 제, 테마파크, 관광상품 등) -Fusion contents making (storytelling+history+resident's consciousness -Possibility of cultural goods from creative storytelling

주: 강정길·이승곤(2011) 및 김형곤(2013)의 논의를 토대로 필자가 정리

으로 창조관광의 움직임이 일부 나타나고 있는 있으나, 최근 상업화에 따른 우려의 목소리도 있는 것이 사실이다. 이러한 사실을 아야정의 사례에 비추어 보았을 때, 타산지석으로 삼아 우리나라 관광정책 등에 반영할 여지가 있다고 보인다.

도시는 변화하는 가운데, 해당 도시만의 특성을 살린 관광모델을 끊임없이 개발하고자 하며, 이는 현재 관광 트렌드인 창조관광과 관련이 있다. 그러나 관련된 논의가 다소 광범위하게 진행되고 있으며, 구성요소 및 경쟁력 요인 등이 간과되는 경향

이 있다. 따라서 창조관광의 실질적인 전략으로 활용될 수 있는 창조관광콘텐츠를 구체적인 개발방안으로 적용시키고자 하는 노력이 요구되는 바이다.

V. 결론

글로벌라이제이션(globalization)이 도래함에 따라 관광의 트렌드가 본격적으로 변화하기 시작하였으며, 이른바 창조경제시대가 됨으로써 창조관광에 대한 논의 또한 활발히 진행 중에 있다. 창조관광이 다양한 부가 가치를 창출할 수 있다는 점에서 여러 분야에서 접근하고 있지만 아직 국내에서는 거시적인 논의 및 진단에서 그치고 있는 편이다.

따라서 본 논문은 도시계획 및 지역발전 전략에 적용될 수 있는 실현적인 방안을 모색하기 위하여 창조관광콘텐츠의 개념적 정의를 제시하였으며, 유용한 시사점을 도출할 수 있는 사례분석을 진행하였다. 창조관광이 지역재생과의 관련성, 관광객의 변화 측면에서 등장하게 되었고, 다른 분야와의 융합을 강조했다면, 창조관광콘텐츠는 보다 구체적인 개념으로 자연관광, 문화관광콘텐츠를 모두 아우르는 성격을 가지고 있으며, 관광객과 지역구성원간의 공유·학습적 콘텐츠를 중심으로 하여 이루어지는 지역의 선순환 구조연구에 집중한다고 볼 수 있다. 이러한 점에서 본 연구는 새로운 시각을 견지한 시론적 연구라 할 수 있다.

이를 통해, 도시활성화 전략에서 창조관광콘텐츠의 특성이 유용하게 활용될 수 있을 것이라 판단된다. 관광객을 일회성의 단순 외부인으로서만 인식하는 것이 아니라 지역의 가치를 함께 공유하고, 확산시킬 수 있는 참여자로 고려하기 때문이다. 동시에 지역구성원을 관광의 과정에서 배제하는 것이 아니라 생산자로 인식하여 적극적으로 프로그램에 참여시켜 정주의식을 향상시키는 것도 중요하다고 할

수 있다.

특히, 창조관광콘텐츠를 지역재생 전략과 매칭하여 통합적으로 접근해야 할 필요성이 있다. 지역재생 방식에 있어서 지역의 주민, 공간, 가치 등이 중요한 역할을 하고 있는 것을 고려하였을 때, 더 이상 창조관광콘텐츠는 별개의 전략이 아니라는 인식의 전환이 필요하다.

따라서 창조관광콘텐츠에 대한 논의를 보다 구체적으로 진행하기 위해서는 향후 구체적인 사례접근의 연구가 보다 활발히 이루어져야 할 것이다.

- 주1. 최근 진안군은 유기농업에 접목할 노후우를 벤치마킹하기 위한 사례로서 유기농벨리 조성사업에 접목할 목적에 따라 미야자키현 아야정과 협력관계를 강화하기도 하였다.
- 주2. 본 논문은 창조관광의 융합적인 측면을 파악하기 위하여 관광 트렌드를 크게 자연관광, 문화관광, 창조관광으로 구분하였다. 관련하여 문화관광이 등장하게 된 중요 배경에 대중관광이 있다. 대중관광은 통신과 교통의 지속적인 발달이 산업혁명으로 인하여 세계를 하나의 지구촌으로 변모시켰다는 점과 접근성의 증진을 통해 많은 사람들로 하여금 자신들과 상이한 문화 인종 환경과 접할 수 있게 하였다는 점에서 의미 있으나(김광근 외, 2001, 68 참조), 야기한 문제점도 많아 본 논문의 논의와는 조금 거리가 있다.
- 주3. 도시마케팅은 지리적으로 규정된 특정장소(도시)를 하나의 상품으로 인식하도록 이미지를 개발하고 도시의 상품가치를 높이는 다양한 방식의 노력을 의미하는데, 이는 한마디로 도시의 경쟁력을 높이는 것이라 할 수 있다(오동훈·임경수·소진광·김남조, 2008).
- 주4. 창조적 환경 대한 자세한 논의는 박은실, 2014 참고
- 주5. 아야정은 여타의 농산촌처럼 인구유출을 심하게 겪기 시작했다. 노년층 인구가 증가하는 고령화현상이 고령화현상에 따라 지속적으로 감소하기 시작하다가 종합적인 지역 활성화 전략에 따라 인구가 약간씩 증가하기 시작하였다(정근식, 2001, 166).
- 주6. 슈센노모리는 소주 견학공장, 와인 및 지역 맥주 공장, 아야 명주/도기/유리 등의 공예방 시설, 특산품 판매, 온천, 숙박시설 등이 하나로 통합 정비된 산업관광 테마파크에 해당한다. 이는 1970년대 초반에 시작된 아야마을의 지역 활성화사업의 일부로 계획되었다.

인용문헌

References

1. 강동진, 2013. “도시재생 관점에서의 도시유산 개념 정의에 관한 연구”, 「국토계획」 48(6): 253-267.
- K, D.J. 2013. "Exploring a Definition of Urban Heritage with focused on Urban Regeneration", *Journal of Korea Planners Association*, 48(6): 253-267.
2. 강신겸, 2010. “민선 5기, 창조관광의 시대를 열어야”, 「한국관광정책」, 40: 4-5.
- Kang, S.K. 2010. "5th Local Government need to Start the Creative Tourism Age", *Korea Tourism Policy*, 40. 4-5.
3. 김정길·이승곤, 2011. “CVM 기법을 적용한 국립공원 설악산의 관광자원 가치 측정에 관한 연구”, 「관광학연구」, 35(4): 51-73.
- Kang, J.K·Lee, S.K, 2011. "Valuation of natural resources for the National Seorak Park using a contingent valuation method: Value measuring on installation of cable cars", *Journal of Tourism Sciences*, 35(4): 51-73.
4. 고동완·정승호, 2004. “관광개발에 대한 지역주민과 관광객의 태도 차이”, 「국토계획」 39(2): 177-188.
- Ko, D.W·Jung, S.H, 2004. "The Differences of Host's and Guest's Attitudes Toward Tourism Development", *Journal of Korea Planners Association*, 39(2): 177-188.
5. 김광근 외, 2001. 관광학원론, 서울:백산출판사.
- Kim, K.K et.al, 2001. *Principles of Tourism*, Seoul: BAEKSAN PUBLISHING.
6. 김도형, 2011. 창조자원을 활용한 걷는 길 사업의 개선방안, 서울: 한국지방행정연구원.
- Kim, D.H, 2011. *The Improvement of Walk Way Project utilizing creative resources*, Seoul: Korea Research Institute for Local Administration.
7. 김상빈, 2005. “도시 관광을 통한 도시재생 전략: 동독 도시를 사례로”, 「국토지리학회지」, 39(3): 371-385.
- Kim, S.B, 2005. "A Strategy of Urban Regeneration through Urban Tourism: A Case Study of Eastern German City", *The Korean Association of Professional Geographers*, 39(3): 371-385.
8. 김윤정, 2005. “산업관광에 의한 지역활성화 사례연구:미야자키 아야초를 중심으로”, 경북대학교 대학원 석사학위논문.
- Kim, Y.J, 2005. "The Case Study of the Revitalization of the Local Community through Industrial Tourism: The Case Study of Aya-cho, Miyazaki Prefecture, in Japan", Master's Degree Dissertation, Kyungpook National University.
9. 김지현·정창무, 2011. “스토리텔링 마케팅 기법을 활용한 지역자원 활성화연구: 강원도 정선군을 대상으로”, 「국토계획」 46(5): 321-330.
- Kim, J.H·Jung, C.M, 2011. "A Study on the Vitalization of local Amenity Resources through the Storytelling Marketing Techniques: A Case of Jeongseon-gun, Gangwon-do in Korea", *Journal of Korea Planners Association*, 46(5): 321-330.
10. 김형근, 2013. “창조관광의 개념과 전략”, 「한국관광정책」 52: 8-21.
- Kim, H.K, 2013. "Concept and Strategy of the Creative Tourism", *Korea tourism policy*, 52: 8-21.
11. 류태창·변종규, 2013. “문화관광형 시장의 매력성이 관광만족 및 재방문 의도에 미치는 영향에 관한 연구”, 「국토계획」 48(3): 149-162.
- Ryu, T.C·Byun, C.G, 2013. "The Effect of Attraction of Cultural Tourism Market on Tourists' Satisfaction and Revisiting Intention", *Journal of Korea Planners Association*, 48(3): 149-162.
12. 박광순 외, 2001, 일본산촌의 지역활성화와 사회구조, 서울: 경인문화사.
- Park, K.S et..al. 2001, *The Case study of Japanese mountain village's Regional Revitalization and Social Structures*, Seoul: kyungin publishing Co.
13. 박석희, 2012. 신관광자원론, 서울: 대왕사.
- Park, S.H, 2012, *New Tourism Resources*, Seou: DAEWANGSA.
14. 박유진·양위주·장근영, 2005. “개인과 그룹 선호도 기반기법을 이용한 도시관광매력물 추천에 관한 연구”,

- 「국토계획」 40(4): 201-217.
- Park, Y.J·Yhang, W.J·Chang, K.N, "A Study on the Recommendation of Urban Tour Attraction Information Using Individual and Group Preference-scoring Technique", *Journal of Korea Planners Association*, 40(4): 201-217.
15. 박은실, 2014. "창조인력의 지역 선호요인에 관한 연구: 서울 연남동 창조환경 특성을 중심으로", 서울대학교 대학원 박사학위논문. P60
 16. 심원섭, 2013. "창조경제 실현을 위한 관광정책 방향", 「관광을 통한 창조경제 실현방안 토론회」 서울: 한국관광공사.
Shim, W.S, 2013. "Direction of Tourism Policy for realization of the Creative Economy", 「Available Practices through Tourism for Creative Economy Forum」, Seoul: KOREA TOURISM ORGANIZATION.
 17. 심원섭, 2013. "창조경제시대 관광정책의 패러다임 전환 모색", 한국행정학회 춘계학술발표논문집, 서울: 한국행정학회.
Shim, W.S, 2013. "Discovering New Tourism Policy Paradigm in Creative economy era", The Korean Association for Public Administration Proceeding of spring conference, Seoul: Korean Association for Public Administration.
 18. 오동훈·임경수·소진광·김남조, 2008. "도시마케팅 관점에서 본 해외 관광레저도시 사례 연구", 「국토계획」 43(1): 207-223.
Oh, D.H·Lim, K.S·So, J.K·Kim, N.J, 2008. "A Case Study of Oversea's Tour-Leisure City from the City Marketing Point of View", *Journal of Korea Planners Association*, 43(1): 207-223.
 19. 이무용, 2007. "문화중심도시 광주를 위한 문화관광 전략", 「한국지역지리학회지」 13(1): 18-31.
Lee, M.Y, 2007. "A Study on the Cultural Tourism Strategy for Culture-based City, Gwangju", *Journal of the Korean association of regional geographers*, 13(1): 18-31.
 20. 이무용, 2012. "창조관광의 이론 체계 개발에 관한 시론적 연구", 「동북아관광연구」 8(4): 239-251.
 - Lee, M.Y, 2012. "A Study on the Theoretical System of Creative Tourism", *Northeast Asia Tourism Research*, 8(4): 239-251.
 21. 이병민, 2011. "글로벌라이제이션과 지역발전에 대한 연구방법론 고찰", 「문화콘텐츠연구」 1: 7-32.
Lee, B.M, 2011. "A Study on the Methodology of Researches in Glocalization and Regional Development", *The Journal of Culture contents*, 1: 7-32.
 22. 이병민·이원호, 2014. "글로벌라이제이션 시대의 문화변동과 지역발전: 문화콘텐츠를 중심으로", 「한국경제지리학회지」 17(2): 215-230.
Lee, B.M·Lee, W.H, 2014. "Cultural Change and Regional Development in the age of Glocalization: Focused on Cultural Contents", *Journal of the Economic Geographical Society of Korea*, 17(2): 215-230.
 23. 이병철, 2000. "삶의 재창조와 체험관광", 「국토연구」 223: 20-28.
Lee, B.C, 2000. "Recreation of Ordinary Life and Experience Tourism", *Planning and Policy*, 223: 20-28.
 24. 이정규, 2000. "문화관광객의 구매행동특성에 관한 연구: 심리분석적 접근방법을 중심으로", 세종대학교 대학원 박사학위논문.
Lee, J.K, 2000 "A study on purchasing behavioral characteristics of cultural tourists", Ph.D. Dissertation, SEJONG UNIVERSITY
 25. 임상오 역, 찰스 랜드리, 2005, 창조도시, 해남, Landry, C., *The Art of City Making*, London: Comedia.
 26. 정근식, 2001, "중산간지역 지역활성화와 산업관광의 가능성-미야자키현 아야정을 중심으로", 「아시아태평양연구」 3(2): 163-185.
Jung, K.S, 2001, "Regional Revitalization and Possibility of Industrial Tourism - in case of Ayacho , Miyazaki", *Journal of Asia-Pacific Area Studies*, 3(2): 163-185.

27. 정성일, 2001. "자치공민관 활동을 통한 농산촌-도시간 교류와 지역활성화운동", 「아시아태평양연구」 3(2): 109-142.
- Jung, S.L, 2001. "Local Activism Movements through Communication between Rural - Mountainous Areas and Urban Areas in Aya , Miyazaki Prefecture , Japan", *Journal of Asia-Pacific Area Studies*, 3(2): 109-142.
28. 조용현, 2003. "관광에서의 지속성 개념변화에 따른 새로운 관광개발 전략에 관한 연구", 「국토계획」 38(6): 125-137.
- Cho, Y.H, 2003. "A Study on a Tourism Development Strategy Based on the new Concept of Sustainability in Tourism", *Journal of Korea Planners Association*, 38(6): 125-137.
29. 조정윤·서현, 2013. "창조 관광의 발전 방안에 관한 연구", 「관광·레저연구」 25(6): 69-83.
- Cho, J.Y·S, H, 2013. "A Study on Development Plan of a Creative Tourism", *Journal of Tourism and Leisure Research*. 25(6): 69-83.
30. 최영국, 2000. "지속가능한 관광의 개념 및 과제", 「국토연구」 223: 6-19.
- Choi, Y.K, 2000. "Concept and Task of Sustainable Tourism", *Planning and Policy*, 223: 6-19.
31. 최태수, 2009. "지역문화자원과 연계한 산림관광 프로그램에 관한 연구", 전남대학교 박사학위논문.
- Choi, T.S, 2009. "A Study on the Forest Tourism Program As Related to Local Cultural Resources", Ph.D. Dissertation, Chonnam National University.
32. Richard, G., Raymond, C, 2000. "Creative Tourism", *ATLAS News*, 23: 16-20.
33. Lindroth, K., Ritalahti, J. and Soisalon-Soininen, T., 2007. "Creative tourism in destination development", *Tourism Review*, 62 (3/4):53-58.
34. UNESCO Creative Cities Network, 2006. *Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism*. Discussion Report of the Planning: Meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism, Santa Fe, New Mexico, U.S.A., October: 25-27.

Date Received 2014-04-30
 Reviewed(1st) 2014-06-27
 Date Revised 2014-07-07
 Reviewed(2nd) 2014-07-07
 Date Accepted 2014-07-07
 Final Received 2014-07-15