

지역발전을 위한 향토자원의 개발 및 활용방안

Strategies for Utilizing Territorial Assets for Regional
Development

2004. 12.



연구진

김현호 (수석연구원)

한표환 (연구위원)

이 보고서의 내용은 본 연구진의 견해로서
한국지방행정연구원의 공식 견해와는 다를 수도 있습니다.

서 문

최근 지역발전을 위한 대안적 수단으로 향토자원이 부각되고 있다. 이같은 현상은 비단 우리나라에 국한된 것이 아니라 세계적인 현상이기도 하다. 향토자원의 가치증가는 세계화에 따른 지역경제의 책임성 강화와 함께, 중앙이 주도했던 종래의 하향적 지역발전 전략이 이렇다할 성과를 이룩하지 못했다는 반성에서 출발하고 있다.

향토자원에 기반한 지역발전 전략은 지금까지 '발전의 사각지대'로 남아 있었던 낙후지역의 발전전략으로서 유용성이 특히 크다. 낙후지역에는 세계화로 인한 공간적 동질화의 대상이 되지 못하는 지역만이 지닌 특수한 산업, 문화, 자연적 향토자원이 풍부하다. 향토자원을 활용한 지역발전전략은 바로 이들을 활용하는 내생적 전략이다.

그러나 많은 지역들이 시장성 있는 향토자원을 보유하고 있음에도 불구하고, 향토자원 활용에 대한 경험과 기술·정보가 부족하기 때문에 향토자원의 가치를 제대로 살리고 있지 못할 뿐 아니라 가치가 사장(死藏)되고 있는 실정이다.

이같은 문제의식에서 본 연구는 향토자원의 활용 및 개발에 대한 이론을 정립하고 다양한 각도에서 실천적인 방안을 제시하고 있다. 본 연구가 지역발전에 절치부심하고 있는 지방자치단체나 관련 연구자 등에게 도움이 되기를 기대하며 아울러 창의적인 연구를 수행한 집필진의 노고에 감사를 드린다.

2004년 12월

한국지방행정연구원 원장 김 홍 래

요 약

지역발전의 패러다임이 변화되고 있다. 패러다임 변화의 요체는 ‘영역혁신’(territorial innovation)에 기반한 내생적 발전이라고 할 수 있다. 이는 특정한 지역만이 보유하고 있는 향토자원의 경쟁력을 극대화시켜 지역발전을 도모하는 전략이다.

향토자원에 기반한 영역혁신적 지역발전전략은 지난 30여년 동안의 압축성장과정에서 이렇다할 발전을 이룩하지 못한 채 발전의 사각지대로 존재해 왔던 지역, 특히 낙후지역의 발전에 유용한 전략으로 부각되고 있다.

향토자원이 지역발전의 유용한 수단으로서 중시되는 데는 몇 가지 요인이 있다. 국외 요인으로는 세계화를 지목할 수 있다. 정보기술을 앞세운 세계화는 국경에 관계없는 경제활동을 가능케 함으로써 장소적 특성을 무력화시키는데 비해, 특정한 지역만이 지니고 있는 향토자원은 세계화로 인한 ‘공간적 동질화’의 대상이 되지 못하기 때문이다. 국내 요인으로는 지난 30여년 동안의 성장거점 전략이 지역균형발전 차원에서 이렇다할 성과를 달성하지 못했다는 반성 때문이다.

그러나 대다수 지역들은 경쟁력 있는 향토자원을 보유하고 있음에도 불구하고 이를 제대로 활용·개발하고 있지 못하고 있는 실정이다. 이같은 관점에서 본 연구는 지방자치단체의 향토자원 활용에 대한 실질적인 도움을 줄 수 있는 방안을 모색함에 연구의 목적을 두고 있다.

본 연구는 크게 이론연구와 실태 및 문제점, 해외사례, 정책대안을 강구하는 파트로 구성되어있다. 이론연구에서는 향토자원 활용 및 개발에 대한 이론이 제대로 정립되어 있지 않음을 감안하여 향토자원의 개념, 향토자원 활용의 유형화 및 향토자원 활용특성을 정초(定礎)했다. 실태분석에서는 대

표적인 사례를 선정하여 향토자원 활용실태를 분석했으며, 정책대안 파트에서는 지방자치단체의 관점에서 향토자원 개발 및 활용방안을 모색하고 있다.

보다 구체적으로 본 연구의 개관 격에 해당되는 제1장에서는 연구의 배경과 목적, 연구의 범위 및 방법, 연구의 구성을 제시하고 있다. 제2장에서는 향토자원의 개념을 정립하고 실태분석의 토대를 마련하기 위해 향토자원 개발 및 활용유형을 원형(原型)자원 관광화형, 관광화형, 관광·산업복합형, 산업화형 네 가지로 구분했다. 아울러 향토자원 개발 및 활용의 패턴을 향토자원 조사 및 발굴단계, 상품화 단계, 마케팅 및 관측으로 개략적으로 제시했다.

제3장에서는 향토자원의 개발·활용실태 및 시책을 분석하고 있다. 분석을 위해 향토자원 활용유형별로 대표적인 사례를 선정했다. 일정한 기준에 의한 통계적 분석기법을 적용하여 선정한 사례는 원형자원 관광화형은 안동 하회마을, 축제·이벤트형은 부천영화제와 무주반딧불 축제, 관광·산업복합화형은 이천도자기, 함평나비, 보령머드물, 산업화형은 안동 간고등어이다. 그리고 심층 인터뷰를 통해 유형별로 활용 단계별 특성과 문제점을 분석했다. 분석결과 모범사례의 공통점은 1) 창의적이고 독특성 있는 테마의 선정, 2) 향토자원 개발에 대한 지방자치단체의 리더십과 기획, 3) 주제와 일관성 있는 프로그램의 개발, 4) 지방자치단체 주도의 다양한 협력확보, 5) 향토자원의 특성에 적합한 전략선택 및 지원 등으로 밝혀졌다.

4가지 유형의 단계별 공통적인 활성화 요인은 향토자원 조사·발굴 단계에서는 향토자원의 잠재력 및 경쟁력 평가를 바탕으로 경쟁우위에 있는 자원을 선정하고 있으며, 개발육성 단계에서는 지방자치단체 주도로 선정한 자원의 경쟁력을 극대화시키기 위해 다양한 프로그램이나 상품을 개발하고 있다. 홍보관측단계에서는 개발한 상품의 특성에 적합한 입체적인 홍보·마

케팅을 시행하고 있다. 문제점으로는 조사발굴단계에서는 향토자원에 대한 체계적인 조사가 미비할 뿐 아니라 활용사례에 대한 교류가 부족하며, 개발 육성단계에서는 주제와 일관성 있는 연계 및 파생 상품의 개발이 부족했다. 홍보 및 판촉단계에서는 공동 브랜드 개발, 연계상품이나 관광에 대한 홍보가 부족했다. 아울러 세부 유형별 개선점도 단계별로 포착되었다.

시책분석에서는 국가균형발전특별법, 신활력지역사업, 향토지적재산활용 특화상품개발, 특화산업육성사업 등 향토자원활용과 직·간접적인 관련성을 지닌 시책을 분석했다. 분석결과, 향토자원개발 및 활용의 제도적 기반 구축미흡, 향토자원 개발 및 활용지원체계의 분산 및 비효율, 지방자치단체의 비즈니스 마인드의 부족, 지적재산권 보호 중심의 활용전략, 관광이나 문화적 자원의 활용에 대한 고려 부족, 향토자원 활용의 유형별·단계별 활용에 대한 고려 부족의 문제가 나타났다.

제4장은 향토자원의 활용에 대한 벤치마킹을 위해 일본, 유럽, 미국의 사례를 검토하고 있다. 일본 우키하정(浮羽町)의 계단식 논 상품화, 가나자와(金澤)의 전통공예품, 프랑스 망똥의 레몬 축제, 이태리 꼬모의 실크, 미국 아스펜의 폐광 상품화, 파크시티의 인디언 마을 등의 시사점은 1) 향토자원에 기반한 차별화된 특성화 전략시행, 2) 향토자원에 대한 면밀한 조사 및 평가, 3) 중앙차원에서의 향토자원 활용에 대한 컨설팅 제공, 4) 모범사례의 발굴 및 전파, 5) 지방주도의 향토자원 활용과 중앙의 지원 시스템 형성 등이었다.

제5장은 활용실태, 시책, 해외사례 분석을 토대로 향토자원의 개발 및 활용에 대한 정책방안을 모색하고 있다. 제5장은 기본방향, 향토자원 활용 유형 및 개발단계별 지원방안, 향토자원 개발 및 활용의 추진방안으로 구성되어 있다. 정책의 기본방향은 지방주도이며, 구체적으로 1) 비즈니스 마인드

에 의한 지방자치단체 주도의 향토자원 개발 및 활용, 2) 유형의 복잡성과 개발과정의 다단계성을 감안하여 본 연구에서 연구의 편의상 구분한 유형과 개발단계별로 정책방안의 제시, 3) 중앙정부와 지방자치단체의 역할분담을 토대로 한 정책방안의 제시, 4) 정책방안의 집행력을 보장하기 위한 제도적 기반구축 방안제시로 설정하고 있다.

향토자원 활용유형 및 개발단계별 방안은 유형에 관계없이 공통적인 것과 그렇지 않은 것이 있다. 유형에 관계없이 공통적으로 적용되는 방안으로는 1) 조사·발굴단계의 향토자원 데이터베이스 구축, 향토자원 시장성 평가, 2) 개발·육성단계에서는 컨설팅 기능의 강화, 3) 홍보마케팅 단계에서는 우수사례 발굴 및 확산을 제시하고 있다. 유형별로 세부단계별 방안에서는 원형자원 관광화형의 개발·육성단계에서 학습형 관광프로그램 개발, 축제·이벤트형에서 장소 및 계절적 제약성을 탈피하기 위한 주제에 부합하는 다양한 프로그램의 개발 및 연계화, 홍보·마케팅 단계에서의 참여형 기법의 개발 등을 제시했다. 산업·관광복합형에서는 산업을 지원하기 위한 협력시스템의 확보가 중요하며, 수주형 홍보관촉도 중요하다. 산업화형에서는 향토명품을 생산하고 이를 판매하기 위한 방안을 중요시책으로 제시했다.

앞서 제시한 방안을 효율적으로 추진하기 위한 제도지원 방안으로는 지역 주도로 향토자원개발 계획을 수립하고, 2) 향토자원개발협의회 및 향토자원개발조합 등의 전담기구설치를 제안하고 있다. 그 외 향토자원개발기금의 설치, 『향토자원개발촉진법(가칭)』 제정 등도 필요하다.

결론적으로 본연구가 제시한 경쟁우위에 있는 향토자원을 바탕으로 차별화된 기획에 의한 향토자원의 개발 및 활용방안은 이렇다할 소득과 일자리가 없는 농산어촌을 포함한 대부분의 낙후지역의 지역발전을 위해서 유용한 전략이 될 것이다. 물론 유용성의 크기는 전적으로 지방의 몫이라 하겠다.

목 차

제1장 서론	1
제1절 연구배경 및 목적	1
제2절 연구범위 및 방법	3
1. 연구범위	3
2. 연구방법	3
제3절 연구의 구성	5
제2장 향토자원과 지역발전	7
제1절 향토자원의 개념 및 특성	7
1. 향토자원의 개념	7
2. 향토자원의 특성	10
제2절 향토자원의 지역발전적 의의	12
1. 지역발전 패러다임변화와 향토자원	12
2. 향토자원의 지역발전적 의의	14
제3절 향토자원의 유형화	17
1. 기존의 유형화	17
2. 본 연구의 유형화	24
제4절 향토자원의 개발 및 활용 과정	28
1. 일반적 개발 및 활용과정	28
2. 단계별 개발 및 활용과정	29

3. 개발 및 활용과정의 특징	31
제3장 향토자원의 개발 및 활용실태	35
제1절 향토자원의 현황	35
1. 지역적 분포	35
2. 활용형태별 특성	45
제2절 향토자원의 개발 및 활용실태 분석	46
1. 분석의 개요	46
2. 사례분석의 실제	54
3. 종합 및 평가	96
제3절 향토자원의 개발 및 활용 시책	105
1. 현 황	105
2. 문제점	124
제4장 향토자원개발 및 활용 해외사례	128
제1절 일본	128
제2절 유럽	143
제3절 미국	153
제4절 시사점	160
제5장 향토자원의 개발 및 활용방안	163
제1절 기본방향	163

제2절 향토자원 활용유형 및 개발단계별 지원방안	164
1. 원형자원 관광화형	165
2. 축제·이벤트형	169
3. 관광·산업복합형	175
4. 산업화형	180
제3절 향토자원 개발 및 활용의 추진방안	186
1. 계획제도 도입	186
2. 전담기구 설치	192
3. 「향토자원개발기금」의 조성 및 운용	196
제4절 『향토자원개발촉진법(가칭)』 제정	197
제6장 요약 및 정책제언	199
제1절 연구요약	199
제2절 정책제언	201
【참고문헌】	202
【Abstract】	206

| 표 목 차 |

- <표 2-1> 자원의 내용에 따른 향토자원 구분 19
- <표 2-2> 국내의 향토자원 분류 22
- <표 2-3> 행정자치부 향토자원 분류 22
- <표 2-4> 문화관광부 향토자원 분류 23
- <표 2-5> 향토자원 활용의 잠재적 유형 26
- <표 2-6> 향토자원 활용의 유형화 27
- <표 3-1> 지방자치단체별 향토자원 현황 36
- <표 3-2> 활용형태별 향토자원 현황 42
- <표 3-3> 문화관광축제 선정현황 49
- <표 3-4> 향토자원 활용 축제·이벤트 및 복합형 사례선정 자료 50
- <표 3-5> 노력-성과도에 의한 축제 유형화 51
- <표 3-6> 활용실태분석 사례선정기준 52
- <표 3-7> 활용실태분석 선정사례 53
- <표 3-8> 무주 반딧불축제의 내용(2004년) 65
- <표 3-9> 경기도 중 이천의 도자기 업체 현황 71
- <표 3-10> 지원기관의 지원내용 75
- <표 3-11> 보령머드축제의 내용(2004년) 79
- <표 3-12> 지원기관의 지원내용 81
- <표 3-13> 함평나비대축제의 주요내용(2004년) 85
- <표 3-14> 지원기관의 지원내용 87
- <표 3-15> 지원기관의 지원내용 93

<표 3-16> 유형별·단계별 활성화 요인	101
<표 3-17> 유형별·단계별 개선점	104
<표 3-18> 『新활력지역』 발전구상의 향토자원개발 및 활용관련 시책	108
<표 3-19> 지적재산활용 시범사업을 위한 조사·발굴 현황	112
<표 3-20> 2001년 향토지적재산 18개 시범사업 현황	112
<표 3-21> 2002년 향토지적재산 28개 시범사업 추가 선정·추진 현황	113
<표 3-22> 2003년 향토지적재산 시범사업 추가 선정·추진 현황	114
<표 3-23> 지역특화산업 육성사업을 위한 지역특화상품 선정 현황	115
<표 3-24> 지역특화상품 선정기준	116
<표 3-25> 지역특화상품 지원내용	118
<표 3-26> 2002년도 지역특화상품 개발·육성 지원내역	119
<표 3-27> 농촌특산단지 육성사업 지원내역	120
<표 3-28> 농촌특산단지 지역별 현황(2002년)	121
<표 3-29> 향토산업 거점 전문대학 연도별·지역별 선정 현황	123
<표 4-1> 장려금 교부 내역	139
<표 4-2> 일본의 향토자원 활용사례	142
<표 4-3> 유럽의 향토자원 활용사례	152
<표 4-4> 아스펜의 문화예술 인프라	156
<표 4-5> 미국의 향토자원 활용사례	160

그림목차

〈그림 1-1〉 연구의 구성	6
〈그림 2-1〉 향토자원의 활용형태	26
〈그림 2-2〉 향토자원의 상품화	29
〈그림 2-3〉 향토자원 활용 프로세스	31
〈그림 3-1〉 전국의 향토자원 분포	39
〈그림 3-2〉 지역별 향토자원	40
〈그림 3-3〉 유형별 향토자원 현황	41
〈그림 3-4〉 전국의 축제(2004년)	48
〈그림 3-5〉 축제·이벤트형의 활성화 과정	58
〈그림 3-6〉 부천 판타스틱 영화제의 만족도	61
〈그림 3-7〉 무주반딧불 축제의 만족도	66
〈그림 3-8〉 관광·산업 복합화 전략의 개념	68
〈그림 3-9〉 관광·산업 복합화형의 향토자원 활용과정	69
〈그림 3-10〉 전국 도자기 업체 현황	71
〈그림 3-11〉 이천도자기 축제의 만족도	74
〈그림 3-12〉 지원기관의 상호작용 및 지원의 실효성	75
〈그림 3-13〉 보령머드 축제의 만족도	80
〈그림 3-14〉 지원기관의 상호작용 및 지원의 실효성	81
〈그림 3-15〉 함평나비 축제의 만족도	86
〈그림 3-16〉 지원기관의 상호작용 및 지원의 실효성	88
〈그림 3-17〉 산업화형의 향토자원 활용과정	90

<그림 3-18> 지원기관의 상호작용 및 지원의 실효성	93
<그림 3-19> 안동 간고등어 제조과정	94
<그림 4-1> 가나자와의 위치	134
<그림 4-2> 도자기 자원활용의 연계	135
<그림 4-3> 가나자와 지방정부의 지원조직	136
<그림 4-4> 꼬모기술연구센터 역할 개념도	150
<그림 4-5> 아스펜의 전경	154
<그림 5-1> 『향토자원개발종합계획』의 수립절차	189
<그림 5-2> 향토자원개발 및 육성 전담조직 체제	192

제1장 서론

제1절 연구배경 및 목적

우리나라는 지난 30여년의 압축성장 과정에서 ‘성장거점’(growth center) 전략을 지역발전의 주요한 도구로 사용해왔다. 부족한 자원을 특정한 지역에 집중적으로 투자함으로써 그것의 파급효과를 노리는 전략이었다. 그러나 파급효과는 기대치 이하였으며, ‘효율성’ 위주의 국토개발과정에서 대도시와 수도권권을 제외한 대부분의 지역은 ‘발전의 사각지대’가 되는 결과가 초래되었다. 특히 지방소도시나 농산어촌지역은 이렇다할 성장은커녕 인구가 감소하여 지역의 활력이 저하되는 결과가 초래되었다.

그간 이들 지역에 추진해온 개발사업마저도 최소한도의 국민생활수준(national minimum)을 위한 환경조성이라는 취지 하에 물적인 생활 인프라 구축에 치중되었다. 그러다 보니 소득이나 일자리 창출을 통한 자립적 지역 활성화에는 별로 도움이 되지 못했다.

그런 판단에서 종래의 하향적, 인프라 지원위주의 지역발전정책에 대한 대안으로서 지방주도의 상향적 발전전략, 이른바 영역기반 내생적 발전(territory-based endogenous development)이 주목을 받고 있다. 그 가운데서도 향토자원의 개발과 활용의 중요성에 대한 인식이 증가하고 있다. 발전의 사각지역의 성장을 도모하기 위해서는 이들 지역이 보유하고 있는 특성있는 자원을 발굴, 육성하여 지역의 경쟁력을 향상시킴으로써 지역의 발전을 도모해야 한다는 취지에서다.

최근 정부도 자립형 지방화를 통한 ‘통합적 균형발전’¹⁾을 실현하기 위한

핵심추진전략으로 농산어촌지역의 향토자원 개발과 활용을 정책과제로 선정하여 추진하고 있다. 행정자치부 등을 중심으로 향토자원개발촉진법(가칭)을 제정하려는 움직임도 일어나고 있다. 현재 계획, 시행하려고 하는 이른바 신활력 지역²⁾ 사업에서도 낙후지역의 발전을 위해서 향토자원의 활용 가치가 상당할 것으로 판단된다.

그러나 이들 낙후지역에는 지역경제를 활성화시킬 수 있는 내생적 동력이 되는 향토자원이 상당수 존재함에도 불구하고 이를 체계적으로 개발, 활용, 육성하기 위한 경험과 전문성이 부족한 실정이다. 또 이들을 체계적으로 육성, 지원하기 위한 정책적 노하우나 시책도 부족하다.³⁾ 이같은 사실은 지난 10여년간의 지방자치체의 경험에서도 명확히 드러나고 있다. 그러다 보니 지역발전의 잠재력이 사장(死藏)되고 있다.⁴⁾

이같은 관점에서 낙후지역 발전을 위한 향토자원의 활용과 개발방안을 모색함이 본 연구의 목적이라고 하겠다. 보다 구체적으로 우리나라 향토자원의 현황을 파악하고 국내사례 분석을 토대로 경쟁력 있는 향토자원을 개발, 육성하기 위한 정책적 방안과 제도적 기반마련을 모색함이 본 연구의 목적이다.

-
- 1) 국가균형발전의 축을 '통합적 균형'과 '역동적 균형'으로 잡고 있는데, 전자는 발전지역과 저발전지역의 균형성장에 초점을 둔 개념이며 후자는 지역의 혁신을 통해서 역동성의 창출에 무게를 둔 개념이라고 할 수 있다.
 - 2) 정부는 2004년 8월 전국의 70여개의 신활력 지역을 지정하여, 이들 지역에 3년동안 매년 2000여억원을 지원할 예정으로 있다.
 - 3) 대부분의 낙후지역이 속하는 군지역의 재정 자립도는 시도별 평균(56.2%)보다 훨씬 적은 18.8%에 머무르고 있다(김홍래, 2004).
 - 4) 심지어 향토자원 자체가 사장되는 경우도 있다. 영광 범성포 소주는 조선시대 3대소주로 알려졌으나 자원활용에 대한 관심이 부족하여 현재 지역민이 밀주로 판매하고 있는 형편이며, 민간전통문양인 '떡살무늬'와 '베갯모'는 고부가가치 창출이 예상되지만 현황파악 및 전승이 미비한 실정이다.

제2절 연구범위 및 방법

1. 연구범위

향토자원의 개발 및 활용방안을 모색하기 위해서는 향토자원의 개념 및 유형화가 중요하다. 일정한 기준에 의해 향토자원의 개념을 정의하고 향토자원의 조작적인 유형화를 바탕으로 이를 개발 및 활용하기 위해 요구되는 정책적 방안을 모색하며, 또 이를 제도적으로 뒷받침하기 위한 토대를 마련하는 것이 본 연구의 주요한 내용적 범위가 된다.

본 연구의 초점이 지방주도의 내생적 발전전략의 일환으로 향토자원의 개발 및 활용방안을 모색하는 데 있는 만큼 연구대상을 사례발굴과 현장적용이 강조되는 지방자치단체, 특히 서울과 광역시를 제외한 시·군·구로 국한할 것이다. 서울이나 광역시 차원보다 향토자원을 활용한 지역발전의 과제가 이들 지역에서 보다 긴요한 사안이라고 판단하기 때문이다.

따라서 개별기업에 의한 향토자원의 개발 및 활용보다는 지방자치단체의 지원이나 관여가 높거나, 지방자치단체가 향토자원의 개발 및 활용에 주도적인 역할을 하는 경우를 연구의 주요한 대상으로 할 것이다.

2. 연구방법

본 연구는 지방자치단체가 주도적으로 향토자원을 개발 및 활용하는 방안을 논의하고자 한다. 이를 위해 향토자원과 지역의 발전에 관한 논의를 검토한다. 그리고 국내 향토자원 활용의 현황과 문제, 활용시책의 실태를

살펴보고, 외국의 사례를 검토한 후 향토자원 활용방안을 모색하고자 한다. 이 연구는 크게 다섯 가지 방법에 의해 수행되었다.

첫째, 문헌연구를 통해 향토자원의 활용 및 개발에 관련된 이론적 배경을 검토하였다. 이론적 논의에 대한 검토에서는 향토자원이 지역발전에서 지니는 의의, 향토자원의 활용 및 개발과정의 특징과 함의에 주안점을 두었다. 지역발전에 대한 지방의 역할증가와 향토자원이 중요해지는 맥락을 세계화와 지방자치단체의 기업가주의 관점에서 규명했으며, 향토자원의 개념과 특성, 향토자원의 지역발전의 관련성, 향토자원의 활용 및 개발에 관한 논의들을 검토하였다. 이들은 주로 서적이거나 인터넷 자료 등을 활용하였다.

둘째, 심층적인 인터뷰 및 면접조사를 통해 향토자원의 활용실태를 분석하였다. 향토자원의 개발 및 활용이 통계적인 방법으로 포착하기 어려울 뿐 아니라 자원의 성격과 특성에 따라 각기 차별적인 패턴과 특성을 지니고 있어 이들을 분석하려면 밀착적인 서베이가 필요하기 때문이다. 향토자원의 활용에 대한 서베이는 향토자원의 활용 유형에 따른 수많은 사례를 모두 조사한다는 것이 불가능하기 때문에 유형별로 대표적인 사례를 선정하였다. 선정된 사례에 대해서는 현장 조사 및 관계자 심층면접을 통해 향토자원의 개발 및 활용 패턴과 프로세스를 분석하여 성공요건, 정책애로, 정책과제 등을 도출하였다. 사례조사의 대상이 된 향토자원 활용의 유형은 원형자원 관광화형, 관광화형, 관광·산업 복합형, 산업화형의 4가지이다. 인터뷰 및 면접조사 외에 2차자료도 향토자원 활용의 특성과 문제점을 분석하기 위해 활용하였다.

셋째, 향토자원 활용의 해외사례분석을 통해 정책적 함의를 도출했다. 정책함의를 도출하기 위한 벤치마킹의 사례로는 일본, 유럽, 미국의 지방자치단체를 선정했다. 사례분석의 자료는 주로 서적이거나 인터넷, 미디어 등 2차

자료를 활용하였다.

넷째, 국내의 향토자원 활용 및 개발의 현주소를 파악하기 위해 향토자원 활용에 관련된 시책들을 검토, 분석했다. 시책분석은 서적이거나 행정자치부, 농림부 등 해당시책을 주관하고 있는 중앙부처의 정책자료 및 인터넷 홈페이지, 관련법률 등을 활용하였다. 시책분석에서는 향토자원을 활용 및 개발하기 위한 법적, 제도적 지원 및 한계, 문제점 등에 초점을 두었다.

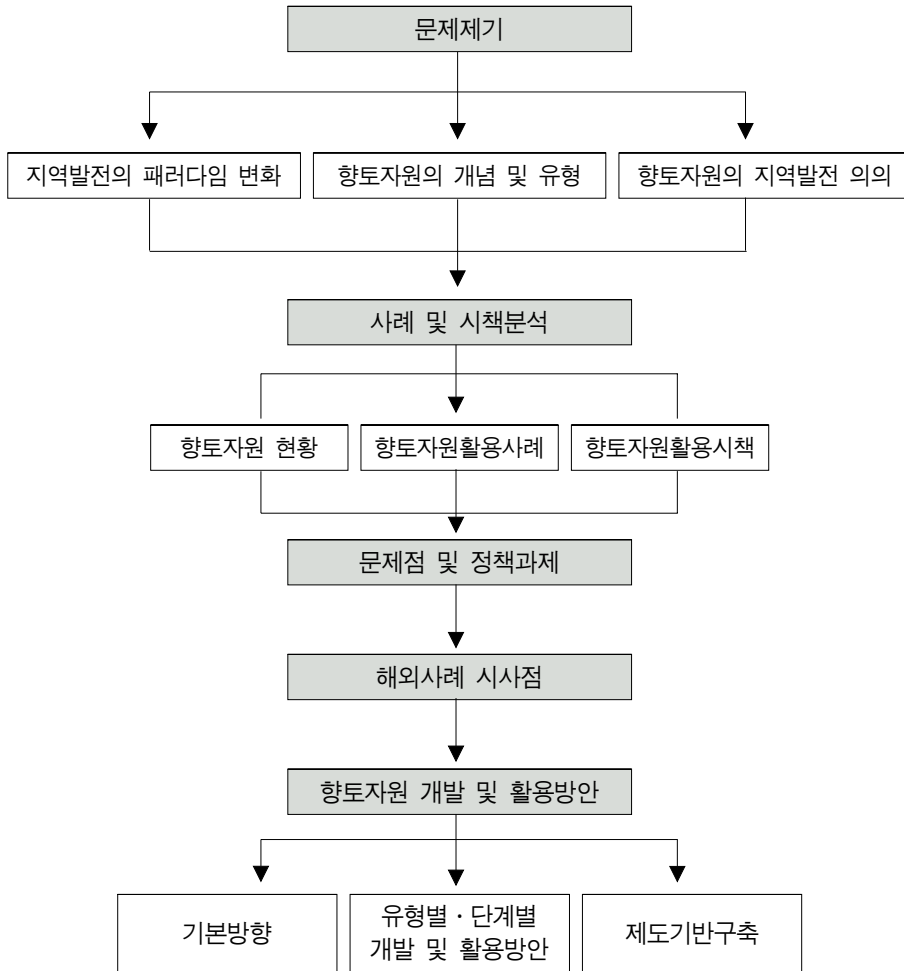
다섯째, 이같은 분석을 토대로 향토자원의 개발 및 활용을 위한 정책방안을 도출하였다. 정책 대안은 지방 주도의 향토자원 활용 및 개발에 주안점을 두고 중앙과 지방의 역할 및 지원방안을 제시하였다. 또 향토자원의 유형과 개발 및 활용 단계에 따른 정책방안을 제시하였다. 정책방안의 도출은 현실적이며 실현가능한 대안의 개발에 무게를 두었다.

제3절 연구의 구성

본 연구는 크게 이론연구, 향토자원 활용의 실태 및 시책분석, 해외사례 검토, 정책대안의 4 부문으로 구성되고 있다.

이론연구는 향토자원의 특성 및 유형화, 향토자원의 지역발전적 의의 등을 담고 있다. 실태분석은 향토자원 활용사례의 특징과 성공요인, 활용시책의 한계와 문제점 등으로 구성되어 있다. 해외사례는 유럽이나 일본, 미국의 사례를 분석하고 정책적 시사점을 도출한다. 정책대안 파트는 이들을 토대로 향토자원 유형별 활용 방안 및 제도기반구축을 포함한 향토자원 활용 및 개발방안을 모색하는 것으로 구성되어 있다.

<그림 1-1> 연구의 구성



제2장 향토자원과 지역발전

제1절 향토자원의 개념 및 특성

1. 향토자원의 개념

향토자원은 학술적인 용어라기 보다는 행정적인 용어라고 할 수 있다. 향토자원은 향토에 있는 자원으로 풀어 쓸 수 있는데, 그런 의미에서 향토는 개인의 정서와 생활체험이 가미된 주관적 의미를 지니는 용어라고 할 수 있다. ‘고향의 영토, 혹은 흙’이라는 의미를 지니고 있기 때문이다. 또 대도시와 대비되는 공간의 영역으로 통용되기도 한다. 그래서 이들 지역에 대비되는 소도읍 정도의 공간적 단위를 향토라고 할 수 있고, 향토자원은 그 정도 급의 지역이 보유하고 있는 자원이라고 할 수 있다.

향토자원은 관련 개념들을 고찰함으로써 개념을 보다 명확히 규정해 볼 수 있다. 먼저, 자원과 자산에 대한 개념 구분이 필요하다. ‘지역자산’이니 ‘장소자산’이니 하는 용어들이 쓰이고 있기 때문이다. 자산과 자원의 가장 큰 차이점은 인위성의 여부에 무게가 있다. 자산은 전통적으로 존재하지 않았더라도 필요에 의해 단시일 내에 생성할 수 있는 특징이 있다. 가령 특정 지역에서 관광객을 끌어들이기 위해 형성한 연극제라든지 이벤트는 그 지역의 자산이 된다. 이것을 보고 자원이라고는 하지 않는 것 같다. 이와는 달리 자원은 과거부터 존재해 오던 것을 지칭하는 측면이 강하다.

자원과 자산은 포괄하는 개념에 있어서도 차이가 있다. 자산은 특정한 지역의 정치, 행정, 협력 등 보다 포괄적인 소프트웨어까지 포함하는 측면이

강한 반면, 자원은 그렇지 못하다. 정치 및 제도까지는 자원으로 포함시키지 않는 경향이 많기 때문이다.

또 향토자원은 ‘장소자산’(place asset), ‘영역자산’(territorial asset), ‘영역배태적 자산’(territory-embedded asset), ‘지역부존 자원’, ‘향토지적자산’ 등으로 불리고 있으나⁵⁾ 이들 간에는 다소간의 개념적 차이가 존재한다.

이들은 특정한 지역의 배태성을 지니고 있는 공통점이 있다. 장소(place)나 영역(territory)의 개념이 물리적 실체만을 지칭하는 것이 아니라 제도나 정치적인 시스템, 문화까지를 포함하는 개념으로 인식되고 있는 점에서, 장소자산과 영역자산은 거의 같은 개념이라고 할 수 있다. 다만 영역자산에 비해 장소자산이 물리적 실체로서의 장소에 무게를 더 두는 것이 차이점이라고 할 수 있다. 또 영역 배태적 자산은 배태성에 무게를 더 둔다는 점에서 이들과 약간의 차이가 있다.

반면 지역부존자원은 인공이 가미되지 않고 전통적으로 특정한 지역이 지니고 있는 물리적 자원 내지 천연자원을 지칭하는 성격이 강하다. 이를테면, 특정한 지역이 석유나 가스 등의 천연자원을 보유하고 있을 때 그 지역은 부존자원이 많다고 한다. 또 지역부존자원은 문화 및 역사적 유산을 포함할 수도 있으나 주로 산업적 자원을 염두에 두고 이 개념을 사용하는 측면이 강하다.

향토자산과 유사한 의미로 행정자치부에서는 ‘선조의 지혜와 멋이 담겨있는 다양한 전통문화유산이나 지역의 고유한 특산물 등 현대사회에 맞게 재창조한 유무형의 자산’이란 뜻의 향토지적재산이란 용어를 사용하고 있기도

5) 일본에서는 행정적인 용어로 지역자원을 활용한 지역경제활성화의 관점에서 ‘지역자원’이라는 용어를 사용하고 있다.

하다. 그러나 이는 지적 재산권에 무게를 두고 있는 의미의 용어라 하겠다. 포괄하는 범위도 지적인 대상으로 좁다.

이처럼 지역자원을 지칭하는 용어들간에는 다소간의 개념적 차이가 존재하고, 나름대로의 특징이 있다. 그렇지만 향토자원에 대해서는 정형화된 개념정의가 없기 때문에 앞서의 논의를 토대로 연구의 목적을 달성하기 위해 조작적인 정의(operational definition)가 불가피하다. 장소자산이나 영역자산처럼 정치나 제도, 행정시스템까지 포괄하는 광의의 개념의 개념으로 사용될 수 있어 본 연구를 수행하는 데는 연구의 취지와 부합되지 않는 측면이 많기 때문이다. 향토자원을 지역의 부존자원으로 좁혀서 개념규정을 할 때는 지역의 이미지를 개선하고 지역의 발전을 도모하기 위해 인공적으로 고안한 자원을 포함할 수 없는 한계가 있다.

향토자원은 향토라는 의미가 내포하듯이 무엇보다 자원의 역사적 전통성과 지역적 차별성을 강조하는 개념이다. 또 지역의 배태성이 내재되어 있는 자원이어야 한다. 이런 관점에서 본 연구는 향토자원의 개념을 지역범위, 자원특성, 경제가치 측면에서 조작적으로 정의할 것이다.

지역범위 측면에서는 대도시를 제외한 시·군 지역, 자원의 특성측면에서는 전통성과 고유성을 지닌 자원, 경제적 가치측면에서는 부가가치를 창출할 수 있는 차별성과 상품성을 지닌 자원으로 규정할 수 있다. 향토라는 말이 고향의 땅이란 정서적 측면의 용어이기도 하지만 통상적으로 대도시 지역을 향토라고 부르지 않음을 고려할 때, 이같은 공간적 범위의 구분은 적실성이 있다고 하겠다.

자원의 특성 측면에서는 지역의 배태성을 띤 전통성과 특수성도 향토자원의 중요한 개념적 구성요소이다. 물론 이같은 속성이 전통적 요소의 현대적 가공 및 활용을 배제하지 않는 것도 사실이다.

경제적으로는 부가가치를 창출하여 지역의 발전에 기여할 수 있는 유용성을 지니고 있어야 한다. 본래 자원의 개념이 경제적 효용성을 염두에 둔 규정이지만 향토자원의 경우는 특히 더 그렇다고 할 수 있다.

결국, 이같은 관점에서 향토자원은 향토적 특성이 배태되어 있고 ‘부가가치를 창출할 수 있다. 특정한 지역 고유의 유·무형의 자원’으로 정의를 내릴 수 있겠다. 유무형의 자원이 지칭하듯이 향토자원의 범위와 종류는 건물이나 집, 사람, 장소나 역사 문화유적, 장인적 기술, 전통산업 등 실로 다양한 범위와 차원에 걸쳐 있다.

2. 향토자원의 특성

향토자원은 입지 비대체성, 배태성(embeddedness), 전통성 등의 특성을 지니고 있다. 입지 비대체성은 특정한 지역을 제외한 다른 지역에서는 존재하지 않는 속성, 즉 지역적 편재(偏在)성을 지칭한다. 다른 지역에도 무수히 존재하는 자원이라고 한다면 차별성이 사라져 가치가 떨어지기 때문이다. 향토자원이 다른 지역에는 존재하지 않고 특정한 지역에만 존재할 때 ‘완전히 영역화(fully territorialized)되었다’라고 하는데, 향토자원이 특정지역에 영역화될 수록 입지 비대체성은 커지게 된다.

배태성은 향토자원이 특정한 지역의 역사나 문화, 삶 등에 체화되어 있는 속성을 지칭한다. 이것은 향토자원이 특정한 지역에 뿌리내리고 존속되어 올 수 있는 착근의 근거로서 특정한 지역의 생활습관이나 전통기술, 삶 등 향토자원의 전승과 발전의 토대가 되는 특수한 지역적 환경이라고 하겠다. 특수한 지역적 환경에 체화된 배태성은 다른 지역이 그러한 자원을 지닐 수

없는 차별화 요인의 근거가 되기도 한다.

전통성은 특정한 지역사회에서 상당한 기간동안 체득, 계승되어 온 속성을 지칭한다. 즉, 독특한 생활양식이나 관습, 기술, 조업방식 등에 내재되어 전해내려 오는 역사적인 썸이다. 물론 향토자원에서 역사성이 전적으로 중요하지 않은 측면도 있다. 지역의 여건과 특성을 면밀히 검토한 후 비교적 짧은 시일 내에 그러한 자원을 창조하는 것도 향토자원에서 배제할 이유가 없기 때문이다.

앞서 언급한 특성에 따라 향토자원의 지역발전적 유용성이 달라진다. 향토자산의 입지 대체성이 작을수록, 배태성과 전통성이 강할수록 지역경제발전을 위한 유용성이 커지며, 반대로 입지 대체성이 크고, 배태성과 전통성이 약할수록 지역발전의 유용성은 떨어지게 된다.

향토자원 활용을 통한 지역의 경쟁력 향상 및 지역발전은 때때로 불활실성을 수반하기도 한다. 그래서 향토자원 활용에 있어 ‘경쟁적 경계’(competitive caution)의 속성을 보이기도 한다. 실패에 대한 부담과 그것으로 인한 비난의 두려움 때문에 성공한 사례를 모방하는 경향이 강하다. 성공한 모범사례를 모방하면 최소한 그런 부담에서 자유로울 수 있기 때문이다. 그러나 모방 및 동질화의 유인만 있는 게 아니라 차별화의 유인도 존재한다. 타 지역에 비해 두드러지고 주목받고자 하는 욕망이 있기 때문이다.

향토자원의 가치는 시대에 따라 변하는 특성을 보이기도 한다. 소득이 증가하고 경제수준이 향상됨에 따라 가치가 증가하는 자원이 많다. 향토자원의 속성이 바뀐 것이 아니라 그것에 대한 인식 또는 활용성이 바뀌었기 때문이다. 그래서 활용하지 않고 있던 미이용 자원에 대한 재평가도 이루어지게 된다.

가장 대표적인 경우가, 문화예술성, 기호성 가치를 지닌 자원이다. 이들은 소득이 증가함에 따라 수요가 증가하는 대표적인 소득의 우등재(superior goods)이기 때문이다. 향토의 공예품, 토속음식, 전통명주 등이 이들에 속한다.

자연·환경적인 자원의 가치도 높아지고 있다. 생계가 해결되고 환경오염이 악화됨으로써 재평가 되는 자원이기 때문이다. 수려한 경관이나 맑은 공기, 청정한 환경, 천연 기념물 등이 이들에 해당된다.

자연 및 환경적 가치에 대한 인식의 차이도 지역에 따라 달리 나타난다. 환경오염이 심한 대도시 거주민이 농어촌 거주민에 비해 환경 및 자연의 가치를 높이 평가하고 이에 대한 수요도 많다.

이와는 달리 사회의 여건이 변화됨에 따라 가치가 떨어지는 자원도 있다. 주 5일근무제의 실시와 고속철의 개통으로 도시에 있는 관광자원의 가치가 농산어촌에 있는 그것에 비해 상대적으로 떨어지는 경우가 여기에 해당된다고 할 수 있다.

제2절 향토자원의 지역발전적 의의

1. 지역발전 패러다임변화와 향토자원

향토자원의 중요성 증가는 경제환경의 변화에 따른 지역발전전략의 변화와 관련성이 많다. 경제환경 변화의 요체는 정보기술의 발달에 따른 세계화라 하겠다. 세계화는 경제활동에 있어 시간과 공간의 제약이 없는 경제의 지구적 통합이다. 그래서 세계화시대에는 과거와 같은 토지나 노동 등 전통적인 요소들의 가치가 떨어지고 있다.

또 고도의 입지자유성을 지닌 경제활동에 따라 경제활동에 대한 국가의 통제 및 조절권이 약화 내지 퇴조되고 있고, 그 반면 경제활동의 주체로서 지방의 역할이 증가되고 있다. 국민국가의 시대가 퇴조하고 ‘신중세’(新中世)에 비견될만큼 지방이 중요해지고 있다. 세계화에 따라 지방화가 심화되고 있는 셈이다.

이런 형편에서 고도의 이동성을 지닌 경제활동에 의해 ‘공간 동질화’ 내지 ‘공간 속비우기’(space-emptying)의 대상이 되지 못하는 특정한 지역만이 지니고 있는 특수한 자원의 가치가 증가하고 있다(권태준, 1994). 이들은 지역의 문화나 역사, 경험, 생활 속에서 오랜 시간을 두고 누적되어온 침전물이기 때문에, 고도기술에 의한 동질화가 쉽지 않을 뿐 아니라 다른 지역이 단시일 내에 모방하거나 창조할 수 없는 속성을 지니고 있다.

그래서 세계화 시대에는 향토자원에 기반한 지역발전의 중요성이 높아지고 있다. 향토자원이 경쟁이점이 되고 있다는 인식의 이면에는 로칼리제이션에 따른 경제의 지역화 경향도 관련성이 크다. 경제 지역화의 중심에 향토자원이 있기 때문이다.

지역발전을 위한 자구책을 마련해야 하는 지역들은 기업가주의(entrepreneurialism)를 표방하는 경향이 두드러지고 있다. 지방자치단체가 지역발전을 위한 기업가를 자처하게 됨으로써, 종래의 행정 마인드 대신 비즈니스 마인드를 배가시켜 지역의 소득 및 일자리를 창출하기 위해 발 벗고 나서고 있다. 그런 형편에서 비즈니스 마인드로 무장한 기업가적 지방자치단체에게 향토자원은 대단히 중요한 지역발전의 수단이자 잠재력이 아닐 수 없다.

이에 더해 지역발전정책에 대한 반성도 향토자원의 중요성을 인식하는 계기가 되고 있다. 종래의 지역발전정책은 성장거점을 필두로 하여 주변지

역으로의 파급효과를 노리는 것이 핵심이었다. 그러나 이 전략은 당초의 의도대로 지역의 균형발전을 가져오기는 커녕 배후지나 주변지역의 성장잠재력을 빨아들이는 결과를 초래하게 되었다. 파급효과 보다는 집중(集中)효과가 많았고, 지방의 특성과 잠재력에 대한 고려가 부족한 경향이 많았기 때문이었다.

2. 향토자원의 지역발전적 의의

지역경제를 활성화하기 위한 대안적 전략으로 ‘영역기반적 발전전략’(territory-based development strategy)이 주목을 받고 있다. 이 전략은 지역만이 지니고 있는 특수성, 즉 ‘향토자원’을 활용하는 전략이라고 할 수 있다. 영역기반적 발전전략은 다음과 같은 특성을 지니고 있다.

첫째, 내생적 발전전략의 성격을 띠고 있다. 내생적 발전전략은 지역이 주체가 되어 지역의 자원, 기술, 인재, 문화, 시장 등을 이용해 발전을 도모하는 전략이라고 할 수 있다.⁶⁾ 이 전략은 종래의 외생적 지역발전전략이 외부자본투자를 중심으로 지역의 자원, 인재, 전통, 문화, 역사를 무시한 채 중앙주도의 획일적인 발전전략을 추구한 데 대한 반성에서 출발했다. 그래서 지역의 내적인 성장 잠재력과 자율성을 중시한다.

둘째, 지방주도적인 속성을 지니고 있다. 중앙은 지방의 특성과 수요에 둔감하고 그러다 보니 지역발전에 대해서도 현실성 있는 전략을 구상, 시행하기에 적절하지 못하다는 판단 때문이다. 이 전략은 지역의 특수한 사정에

6) 이 전략은 1975년 UN경제특별총회에 제출된 다크 함마숄트재단 보고서에서 시발되었다.

민감하고 적시적인 전략을 펼칠 수 있는 장점이 있다.

셋째는 향토자원을 활용하여 지역발전을 도모하고 있다. ‘영역성’(territoriality)에 기반한 발전을 추구하고 있다고 할 수 있다. 영역성은 특정한 지역만이 지니고 있는 특이성이다. 영역성의 요체가 바로 장소자산(place asset) 혹은 영역자산(territorial asset)으로 일컬어지는 향토자원이라고 할 수 있다. 그래서 이 전략은 지역의 고유한 향토자원을 발굴하고, 그것을 상업화하려는 데 초점을 두고 있다. 보다 구체적으로 향토자원의 독창적이고 적극적인 활용을 통해 부가가치를 높이고 소득과 일자리를 창출하려는데 관심을 두고 있다.

넷째는 향토자원의 상품성과 경쟁력을 혁신적으로 향상시키는 전략을 선택하고 있다. 이를 위해서 다양한 협력 채널을 가동시키고 있는데, 협력 채널을 향토자원의 경쟁력을 향상시키기 위한 사업 발굴, 기획과 아이디어 창출, 사업 활성화 등에 활용한다. 이를 위해서 지방이 주도적으로 지역 내외의 출향인사를 포함한 다양한 주체들과 긴밀한 협력관계를 형성, 유지한다. 협력 네트워크는 향토자원의 개발에 필요한 정보 확보 뿐 아니라 지식과 노하우를 교류하는 창구의 역할을 한다.

특히 우리나라가 향토자원의 잠재력을 인식하고 이를 통한 지역의 발전을 도모하게 된 계기는 그동안에 시행해온 중앙주도의 지역발전전략이 지역의 고용과 소득을 창출하기 보다는 국가통합 차원에서 전국최저생활기준을 충족시키기 위한 생활환경 인프라 조성에 주안점을 두고 전개 되었다는 반성이 컸다고 할 수 있다. 수도권과 일부 대도시 지역 이외에는 이렇다할 발전을 이룩하지 못했기 때문이다.

이같은 인식과 맞물려 향토자원이 낙후지역의 침체된 경제를 소생시키고 지역을 활성화시킬 수 있는 유용한 수단이 되고 있다. 특히 향토자원의 개

발 및 활용전략은 신활력 지역의 발전사업과 같은 낙후지역의 지역경제 발달에 유용성이 클 것이다. '신활력 사업'의 대상지역들은 대부분이 향토자원 이외에는 이렇다할 지역발전의 잠재력이 부족한 지역들인데, 향토자원이 소득과 일자리를 창출할 수 있는 수단이 될 수 있기 때문이다.

그리고 지역에서 개발한 향토자원은 현재 정부가 추진하고 있는 정보화 마을 등을 통해 유통을 활성화시킴으로써, 판로를 개척할 수도 있다. 향토자원 개발을 정보화 마을과 연계시켜 마케팅과 판촉의 애로를 해소하고 지역의 소득을 올리는 지역이 다수 나타나고 있기도 하다.⁷⁾

그런 점에서 향토자원은 종래의 인프라에 기반한 생활환경 개선에서 나아가 지역의 소득과 일자리 창출을 통해 새로운 활력을 불어넣고 자생적 발전을 이룩하는데 도움이 되는 수단이라고 하겠다.

또 전통적으로 지역의 성장에 영향을 미치는 가장 중요한 요소 가운데 하나는 입지의 상대적 이점인데 수도권과 대도시 지역은 이런 이점이 축적되어 왔다.

그러나 농산어촌으로 대표되는 낙후지역의 경우는 이같은 입지여건을 개선시키는데 한계가 있기 때문에 지역발전의 활로를 다른 부문에서 모색해야 한다. 낙후지역으로서는 그들 지역만이 보유하고 있는 역사, 문화, 산업, 인력, 환경 등 고유한 자원의 활용을 통해 지역의 매력도를 높이고 부가가치를 창출하는 특성화 전략이 필요하다. 이런 관점에서 보면 향토자원은 낙후지역의 발전을 도모할 수 있는 가장 유용하고 실질적인 수단이라고 할 수 있다. 향토자원이 지니는 지역발전적 의의가 바로 여기에 있다.

7) 봉화 춘양의 송이마을과 정읍의 산내리, 화천의 신대리 등이 대표적인 경우에 속한다. 이들 지역은 향토자원을 개발하고 이것을 상품화하여 유통의 문제를 정보화 마을로 해결하고 있다(중앙일보, 2004. 12. 10; 조선일보, 2004. 12. 13일자 참조).

향토자원을 활용한 전략은 다양한 측면에서 지역발전의 실효성이 있다. 향토자원 활용으로 인해 지역의 정체성 형성과 애착심 향상 뿐 아니라 지역의 매력도 향상으로 인해 관광객이 몰려올 뿐 아니라 상품이 팔리고 기업이 성장하여 소득과 고용을 창출할 수 있다. 이점은 일본이나 유럽, 미국 등의 앞선 사례들이 경험적으로 보여주고 있다.

제3절 향토자원의 유형화

1. 기존의 유형화

가. 유형화 내용

그러면 이같은 지역발전적 의의를 지닌 향토자원에는 어떤 것들이 있는가. 향토자원은 자연자원으로부터 인문자원, 보이는 자원에서 보이지 않는 자원, 제품화 자원에서 관광화 자원 등 다양하다. 향토자원의 다양성만큼이나 많은 유형화가 가능하다. 자원의 형태, 내용, 개발주체, 산업화 패턴, 브랜드화 여부 등에 따라 다각적인 유형화가 가능하다. 그 중에서 대표적인 유형화를 소개하면 다음과 같다.

첫째, 자원의 형태에 따라 유형자원과 무형자원으로 나눌 수 있다. 유형의 향토자원은 실체를 눈으로 확인할 수 있는 물리적 자원이 해당된다. 역사·문화유적, 경관이 빼어난 장소, 유명 인사의 생가, 토종 동식물 등이 유형자원에 속한다. 반면 무형의 자산은 물리적 실체가 없는 기술이나 지식, 노하우, 풍속 및 민담, 지역축제, 음악 등이 해당된다.

유형의 자원과 무형의 자원은 상호 관련성을 지니고 있기도 하다. 무형의 자원은 유형의 자원을 생산, 활용하는 소프트웨어 및 모티브가 되기 때문이다. 또 유형의 자원을 생산, 활용하는 과정에서 무형의 자원이 축적, 계승, 발전되는 경향이 강하다. 유형의 자원 활용의 결과가 무형의 자원으로 귀결되는 경우가 많다고 할 수 있다.

둘째, 개발주체에 따라서도 향토자원의 유형화가 가능하다. 지방자치단체가 개발 주체가 되는 자원, 기업이 개발 주체가 되는 자원, 시민이 개발 주체가 되는 자원, 그리고 지방자치단체와 기업, 민간이 협력하여 개발하는 자원으로 나눌 수 있다. 지방자치단체 등이 개발의 주체가 되는 자원은 공공재적 성격이 강해 기업이나 시민이 주도적으로 개발 및 활용에 나서지 않는 경우가 주로 해당된다. 자연경관이라든지, 청정한 갯벌의 활용 등이 여기에 해당된다고 할 수 있다. 기업이 개발 주체가 되는 자원은 지역의 향토 음식이나 장인적 공예자원 등이 대표적이라고 할 수 있다. 시민이 개발 주체가 되는 경우는 자원의 자발적 활용에 대한 인식이 바탕이 되어 NGO, 여성단체 등 민간조직이 자원의 주체가 되는 경우가 많다. 안전한 먹거리에 대한 지역의 인식이 증가되어 자원을 활용하는 강원 신대리의 토고미쌀이라든지 주부들을 주축으로 한 일본 누카타정(額田町)의 유기농 상품화의 사례가 여기에 해당된다고 할 수 있다. 대부분의 축제, 그린 투어리즘 등도 여기에 해당된다.

물론 이들은 칼로 두부 자르듯이 명확하게 구분할 수 없는 경우도 많다. 특정한 지역의 향토자원 개발에 있어 기업이나 시민이 주도적으로 참여하지만 공공이 협력하는 경우가 허다하기 때문이다. 그런 점에서 주체에 의한 구분은 다분히 향토자원의 개발 및 활용을 주도하는 정도의 차이에 따른 구분이라고 할 수 있다.

셋째, 자원의 내용에 따라서는 산업적 자원, 역사·문화자원, 생태·자연 자원으로 구분할 수 있다<표 2-1>. 산업적 자원은 산업의 소재가 되거나 상품에 투입되는 등 상품으로서의 가치를 지니는 자원이다. 향토음식, 공예품, 민속음료, 장인 등이 해당된다. 역사·문화자원은 역사 및 문화의 소산이 되는 자원이라고 하겠다. 여기에는 문화유적, 사적(史蹟), 판소리, 문화·예술인사 관련 유적 등이 해당된다. 생태·자연자원은 생태 및 자연적 가치를 지닌 자원으로서 빼어난 경관을 지닌 하천, 갯벌, 바다 등의 장소, 희소가치가 있는 동식물 등이 해당된다. 이외에도 자원의 내용을 더욱 세분화하여 다양한 유형으로 자원을 구분할 수도 있다.

<표 2-1> 자원의 내용에 따른 향토자원 구분

유 형	세부유형	예 시
산업적 자원	공예자원	- 보석, 목기, 칠기, 화문석, 유기, 도자기 등
	향토주	- 홍주, 소곡주, 문배주, 법주 등
	향토식품	- 간고등어, 굴비, 고추장 등
	전통발효식품	- 김치, 된장 등
	민속음료	- 식혜, 수정과, 차 등
	장인, 명장	- 칠기, 유기 등
역사·문화 자원	문화유적	- 사찰, 유적지, 고인돌, 하회마을 등
	거처, 생가	- 허은, 추사, 이효석, 논개, 홍길동 등
	판소리, 영화, 연극	- 별신굿, 영화제, 연극제, 영상물 촬영지 등
	문화예술인사	- 박경리, 이육사, 이은상 등
생태·자연 자원	갯벌, 해양	- 머드, 갯벌 등
	동식물	- 반딧불이, 나비, 꽃 등
	원시자원	- 황토, 계단식 논 등
	경관	- 산, 바다, 기타 장관(spectacles)

넷째, 활용목적에 따라 향토자원을 구분할 수 있다. 활용 목적에 따라서는 경제활성화, 자원보존, 공동체 활성화 등의 구분이 가능하다. 경제활성화가 목적인 경우는 자원을 활용하여 소득 및 일자리를 창출하자는 취지인 경우가 되겠다. 향토산업의 발전을 위한 자원의 활용이라든지, 매력도를 증가시켜 관광수입의 증대를 도모하는 경우의 자원활용이 여기에 해당된다. 자원의 보전 및 재생이 목적인 경우는 상업적 마인드는 적지만 보전가치가 있는 자연환경이라든지 역사적 건물 등이 여기에 해당되는데 자원의 보전이 위협받는 경우가 해당된다. 공동체 활성화가 목적인 자원활용은 지역의 정체성과 주민화합을 겨냥하는 경우가 많다. 지역축제, 이벤트 등이 여기에 해당된다.

특정한 자원의 경우에는 활용목적이 중첩적으로 나타나기도 한다. 가령 지역축제의 경우는 지역경제 활성화를 도모하기도 하며, 지역공동체 활성화를 도모하기도 한다. 전통문화에 기반한 축제라면 자원보존의 목적도 지니고 있다. 참고로 일본 아이치현(愛知縣)의 경우는 활용목적에 따라 보전·재생, 비즈니스, 교류, 인재육성, 이벤트, 전승·문화창조, 기타의 7가지로 구분하고 있다.

그 밖에 상품화 정도, 산업화 패턴, 브랜드화 여부 등에 따라서도 향토자원을 구분할 수 있다. 상품화 정도에 따라서는 상품화가 약한 원재료 활용에서 제품 등으로 상품화가 강한 경우로 나눌 수 있으며, 산업화패턴에 따라서는 가공하지 않은 원형의 소재를 활용하는 1차 자원, 가공·제조한 2차 자원, 서비스를 제공하는 등으로 활용하는 3차 자원으로 나눌 수 있다. 브랜드화 여부에 따라서는 브랜드화 된 자원과 그렇지 않은 자원으로 구분할 수 있다.

국내외에서도 향토자원의 유형화에 있어 상당한 차이를 보이고 있다<표 2-2>. 행정자치부 및 한국지적재산관리재단, 문화관광부나 문화원 연합회,

일본 등에서는 관점과 시각에 따라 각기 달리 향토자원을 유형화하고 있다.

행정자치부 및 한국지적재산관리재단은 향토자원을 전통고유기술, 지역특산품, 관광문화상품, 지역적 특성과 결합된 포장 및 기타 등 4가지로 유형화하고 있다. 이는 향토자원을 지적재산으로 파악하고 지적재산의 권리화에 초점을 둔 구분으로서 향토자원 전체를 포괄하지 못하는 약점을 지니고 있다.

문화관광부나 문화원 연합회는 3부류로 향토자원을 구분하고 있다. 여기서는 향토자원을 문화자원, 자연 및 생태환경 자원, 관광장소 및 시설로 구분하고 있다.⁸⁾ 관광정책, 관광산업, 관광통계, 관광개발투자와 관련된 관광자원에 대한 기초정보를 제공하기 위한 취지의 구분으로 다분히 관광부문 지식관리를 위해 필요한 기초자료를 제공하기 위한 취지가 강하다.

일본은 지방자치단체의 특성에 적합하게 자원을 구분하고 있다. 아이치현의 경우는 향토자원을 보다 세분화하여 자연환경, 생활환경, 건조물, 산업, 역사, 축제, 문화, 교류, 교육·학습, 기타의 10개로 구분하고 있다.

행정자치부와 문화관광부의 향토자원 구분에 대한 내역은 <표 2-3>, <표 2-4>와 같다. 행정자치부의 향토자원 유형화는 유형화의 기준이 불명확하다. 그러다 보니 기술과 특산물 등의 상품이 혼합되어 있다. 또 4가지 유형화간에도 특정한 것이 여러 가지 유형에 중복되어 있는 특성도 있다. 가령, 전통고유 기술 가운데 전통주는 지역의 특산물에도 소속되어 있고, 문화관광상품의 향토음식에도 속해있다.

문화관광부의 향토자원 유형화는 주로 관광적 입장에서 유형화를 하고 있다. 그러다 보니 산업적 활용에 대한 향토자원을 포함하지 못함으로써 지역에 산재

8) 유형화의 체계는 대분류, 중분류, 소분류로 하고 대분류로 문화, 자연 및 생태환경, 관광장소 및 시설로 구분하고 그 각각의 하위에 중소분류로 유형화하고 있으며, 운영은 2002년 문화관광부가 한국문화관광정책연구원에 문화관광통계정보센터를 설치하는 형태를 취하고 있다.

해 있는 산업적 용도로 활용이 가능한 수많은 향토자원을 누락시키고 있다.

<표 2-2> 국내외 향토자원 분류

구 분	행정자치부	문화관광부	일본 아이치현
체 계	4개부류	대·중·소 3단계 분류	10개부류
내 용	<ul style="list-style-type: none"> - 전통고유기술 - 지역특산품 - 관광문화상품 - 지역적 특성과 결합된 포장 및 기타 	<ul style="list-style-type: none"> - 문화자원 - 자연·생태환경 자원 - 관광장소 및 시설 	<ul style="list-style-type: none"> - 자연환경 - 생활환경 - 건조물 - 산업 - 역사 - 축제 - 문화 - 교류 - 교육·학습 - 기타

<표 2-3> 행정자치부 향토자원 분류

유 형	내 역
전통고유기술	<ul style="list-style-type: none"> · 밥죽·탕·전골·찜·볶음·회 등 주, 부식류 · 김치 간장 된장 등 전통 발효식품 · 식혜 수정과 설류차 등 민속음료 · 독특한 맛의 전통주 · 전래 민간치료요법, 약제, 한방의료기기 · 온돌 난방기술 및 천연염료 및 신비의 옷칠 · 전통 도자기 용기 및 기타 전통 고유기술
지역특산물	<ul style="list-style-type: none"> · 한산모시와 안동포 · 농특산물(구례오이, 나주배, 거창딸기, 양구감자, 이천쌀 등) · 각종 지역명품(강화화문석, 전주부채, 안성유기, 이천도자기, 부산신발, 대구섬유·염색, 순창고추장 등) · 기타 지역을 대표할 만한 공산품
관광문화상품	<ul style="list-style-type: none"> · 민간전래 동요 및 설화·만화·탈·고분벽화 · 그 지역에만 존재하는 동·식물 · 그 지역이 낳은 역사적 인물 및 유품 · 그 지역을 나타낼 수 있는 독특한 산과 강 · 향토음식(전주비빔밥, 구례산채정식, 목포갈낙탕, 춘천닭갈비, 마산아구찜, 제주옥돔구이, 군산가시리매운탕 등) · 지방문화제 등 각종 축제
지역적특성과 결합된 포장 및 기타	<ul style="list-style-type: none"> · 각 지역의 상징물을 도형화한 표창(로고, 마크, 캐릭터 등) · 지역특색을 나타내는 고유상표(남원시: 지리산, 김해시: 비행장, 남해군: 남해대교, 속초시: 설악산, 포항시: 포항제철 등) · 기타 전통문화 및 고유기술을 가미한 고유상품

자료: 행정자치부, 지역경제과 내부자료, 2003

<표 2-4> 문화관광부 향토자원 분류

대분류	중분류	소분류
문 화	인물, 축제·의식, 민속·풍속, 마을, 유적·사적지, 민속, 조각, 회화·서예, 서적·활자·기기, 공예·자기(10부류)	인물: 인명, 생가(터), 영정 등 축제·의식: 축제, 세시풍속, 관혼상제 등 민속·풍속: 설화, 놀이, 전통주, 음식 등 마을: 민속마을, 도예촌 등 유적·사적지: 선사유적지, 고분, 능 등 건축: 누(정)·정원, 각, 열녀문, 서원 등 조각: 부도, 탑, 불상, 종, 장승·숫대 회화·서예: 불화·탱화, 산수화, 서예 등 서적·활자·기기: 원고본·전사본, 사경 등 공예·자기: 직물공예, 금속고예, 목공예 등
자연 및 생태환경	동·식물, 보호구역, 산악 및 평지자원, 수변 및 해양자원, 경승지(5부류)	동·식물: 희귀, 보호 동·식물, 식물자생지 등 보호구역: 천연보호구역, 습지 등 산악 및 평지자원: 산, 봉, 고개, 계곡 등 수변 및 해양자원: 강, 섬, 폭포, 연못 등 경승지: 대, 전망대, 5경·8경, 낙조 등
관광장소 및 시설	관광지구, 공원, 전시·관람시설, 스포츠·체육시설, 숙박·식음시설, 쇼핑시설, 유원·휴양·수련시설, 부대시설(9부류)	관광지구: 관광단지, 관광특구 등 공원: 국립·도립·군립공원 등 전시·관람시설: 박물관, 미술관 등 스포츠·체육시설: 체육관, 운동장 등 숙박·식음시설: 호텔, 콘도, 여관 등 쇼핑시설: 백화점, 재래장터 등 교통시설: 공항, 부두, 기차역 등 유원·휴양·수련시설: 테마공원, 유원지 등 부대시설: 종합병원, 외국공관 등

자료: <http://www.tour.go.kr/resource/>

나. 특징 및 한계

향토자원의 구분은 유형화의 목적에 따라 달라지게 된다. 그것이 정보제공을 겨냥하고 있다면 정보를 체계적으로 전달할 수 있는 유형화가 필요하

며, 자원활용의 주체를 밝히고자 한다면 주체에 따른 유형구분이 될 것이다.

그럼에도 불구하고 종래의 유형화는 두 가지 특징을 지니고 있다. 하나는 향토자원에 대한 정보제공이 목적이며, 다른 하나는 향토자원에 대한 소유권 확보가 목적이라고 할 수 있다. 전자는 주로 향토자원에 대한 데이터베이스 구축 등을 통해 향토자원에 대한 기초적인 인프라를 제공하는 역할을 담당하고 있으며, 후자는 향토자원을 파악해 이것을 지적재산권으로 배타적 권리화를 도모함을 염두에 두고 있다.

향토자원에 대한 정보제공을 위한 유형화는 기초자료로서의 가치는 있으나 지역발전의 활용성 측면에서는 한계를 지닐 수밖에 없다. 권리화를 염두에 둔 유형화는 지역의 향토자원의 보호 측면에서는 효용성이 있으나 향토자원을 활용하는 방안을 모색하는 데는 한계가 있는 유형구분이라고 할 수 있다. 둘 다 어떤 향토자원을 어떻게 활용해 지역발전을 도모할 것인지 등에 대한, 향토자원의 활용 및 개발을 위한 효용성에는 한계가 있는 유형화라고 할 수 있다. 이같은 점은 지역의 발전이 향토자원 등 지역의 특수한 자원을 활용하여 경쟁우위를 확보하는 등의 전략으로 변화되는 상황에서는 별로 실익이 없다.

2. 본 연구의 유형화

가. 기본방향

종래의 향토자원 유형화의 한계를 극복하고 본 연구의 목적에 부합하도록 정책적 활용성 및 유용성에 초점을 두어 향토자원을 유형화하고자 한다. 본 연구가 향토자원의 현황이나 특성 파악보다는 향토자원을 활용하여 지역

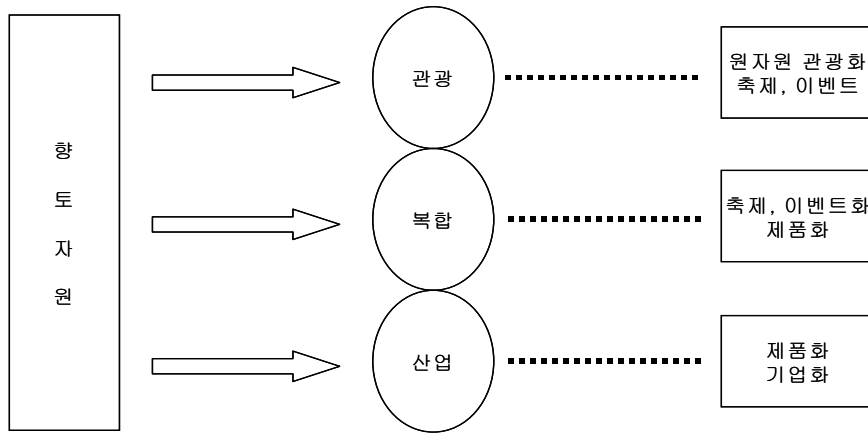
발전을 도모하기 위한 실용적 차원에서 국가나 지방자치단체의 정책지원에 초점을 두고 있기 때문이다. 이같은 유형화와 그에 따른 정책대안의 제시는 향토자원을 통해 지역발전을 도모하고자 하는 지방자치단체들에게 실질적인 도움을 제공할 수 있을 것이다.

나. 유형화 절차

지역발전을 위해 지역(혹은 지방)이 직면하는 가장 첫 번째 문제는 지역발전을 도모하고자 하는 지역이 과연 어떤 자원을 지니고 있는가 하는 것이다. 이렇게 보면 향토자원의 내용이 중요한 유형화의 토대가 된다. 이같은 관점에서 먼저 향토자원을 내용에 따라 산업적 자원, 역사·문화적 자원, 생태·자연적 자원으로 구분할 수 있다.

또 향토자원을 개발, 활용하는 형태는 관광객을 유치하는 전략, 제품화를 통해 기업의 발전을 도모하는 전략, 이들 양자를 동시에 고려하는 전략의 세 가지로 나눌 수 있다<그림 2-1>.

<그림 2-1> 향토자원의 활용형태



향토자원의 내용에 향토자원의 개발 및 활용 형태를 대응시키면, 향토자원의 내용을 고려한 향토자원의 활용유형을 추출할 수 있다. <표 2-5>와 같이 9개 활용형의 매트릭스가 추출되고 각 셀(cell)은 향토자원 활용의 잠재적 유형으로 간주될 수 있다. 그런데 향토자원은 활용형태별로 차별적으로 활용되고 있다. 즉, 산업적 자원은 주로 산업화를 통해, 역사·문화적 자원과 생태·자연적 자원은 관광화 또는 관광 및 산업화의 복합적 형태로 활용되는 특성이 있다.

<표 2-5> 향토자원 활용의 잠재적 유형

구 분		활용형태		
		관광화	복합화	산업화
자원형태	산업적 자원	a		
	역사·문화적 자원			b
	생태·자연적 자원			c

다. 유형화 결과

9개의 활용유형 매트릭스 가운데 국내에서 활성화되고 주요한 정책적 대상이 되는 사례는 검은 색의 6가지 유형이라고 할 수 있다. 그렇지 않은 유형(a, b, c)은 개념적인 유형화는 가능하지만, 국내에서 적용사례를 발견하기가 쉽지 않기 때문에 별로 의미가 없는 유형이라고 할 수 있다.

6가지 유형은 본 연구에서는 다시 정책적 유용성 및 현실 적용성을 감안하여 “원형(原形)자원 관광형”, “축제·이벤트형”, “관광·산업의 복합화형”, “산업화형”의 4가지로 정리할 수 있다<표 2-6>.

<표 2-6> 향토자원 활용의 유형화

구 분		활용형태			
		관광화		복합화	산업화
자원 형태	산업적 자원			관광·산업 복합화형	산업화형
	역사·문화적 자원	원형 자원 관광 화형	축제· 이벤트형		
	자연·생태적 자원				

4가지 유형은 활용하는 자원에 있어서 차별적 특성을 지니고 있다. 원형자원 관광화형과 축제·이벤트형은 역사·문화적 자원이나 자연·생태적 자원을 주로 활용하는 전략인 반면, 산업화형은 양질의 상품화가 가능한 산업적 자원을 주로 활용하고 있다. 관광·산업의 복합화형은 앞의 두 경우보다 활용하는 자원의 내용이 넓어, 산업적 자원, 역사·문화적 자원이나 자연·생태적 자원 모두를 활용하고 있다

원형자원을 관광으로 활용하는 경우는 고인돌, 공룡발자국, 갯벌, 계단식

논 등이 해당된다. 축제·이벤트화형은 탈춤제, 반딧불이 축제, 영화제, 연극제 등이 해당되며, 산업화형은 전통 공예품, 전통식품, 전통주류, 향토의류 등의 자원을 제품화, 기업화시킨다. 관광·산업 복합화형은 산업적 자원, 역사·문화적 자원, 자연·생태적 자원을 활용하는 패턴이 있을 수 있다.

제4절 향토자원의 개발 및 활용 과정

1. 일반적 개발 및 활용과정

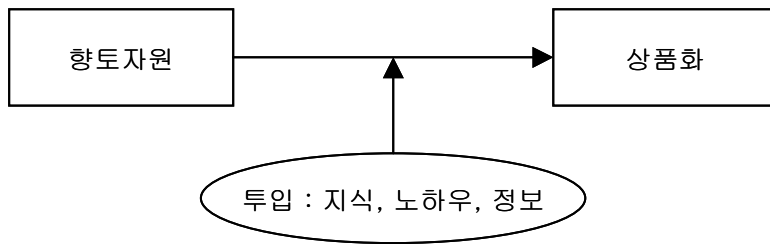
향토자원을 개발, 활용하는 목적이 지역발전에 있음은 재론의 여지가 없다. 지역발전을 위해 향토자원을 개발 및 활용한다는 것은 향토자원의 부가가치를 획기적으로 높이는 행위를 말한다. 이를 위해서는 향토자원에 지식이나 노하우, 정보 등을 가미시키는 의도적인 노력이 필요하다. 그래야만 향토자원의 매력을 향상시키고, 제품의 가치를 증가시킬 수 있기 때문이다.

가치를 향상시키기 위해 의도적인 노력의 투입대상이 되는 향토자원은 현재 활용하고 있지 않는 자원과 활용하고 있는 자원 모두가 해당될 수 있다. 활용하고 있지 않은 자원에는 잠재적 자원, 사장(死藏)된 자원, 미이용되고 있는 자원 등이 있는데, 이들의 가치를 새롭게 발견하거나, 사회경제적 여건이 변화되어 가치를 새롭게 인식하는 경우가 해당된다. 또 현재 활용하고 있는 자원이지만 경쟁이점이 약해 지역발전에 별다른 기여를 하지 못하는 경우도 많은데, 이들 양자가 부가가치 향상을 위해 추가적 투입이 필요한 경우라 하겠다.

향토자원을 활용하는 목적이 지역발전에 있기 때문에 향토자원을 개발하고 활용하는 주체는 주로 지방자치단체가 될 수밖에 없다. 그런 의미에서 향토자원의 부가가치를 높이기 위해 자원을 발굴하고 지식 및 노하우, 재원 등을 투입하는 노력은 상당부분 지방자치단체의 몫이다.

향토자원을 개발·활용하는 데 있어 정부나 국가는 일반적으로 지방주도의 향토자원 활용에 제도적인 기반을 마련하거나 지방이 부족한 지식이나 노하우, 인프라, 재원 등의 투입요소를 보완해주는 지역파트너로서의 역할을 담당하고 있다.

<그림 2-2> 향토자원의 상품화



2. 단계별 개발 및 활용과정

향토자원을 개발, 활용하는 과정은 향토자원을 활용하는 유형에 따라 각기 차별적인 특성을 보이고, 성공전략의 내용과 요건도 유형에 따라 차별적인 특성을 보일 수밖에 없다.

그러나 이같은 차별성에도 불구하고 향토자원을 활용하는 과정은 크게 사업화 이전 단계와 사업화 단계로 구분할 수 있는 공통점이 있다. 사업화

이전의 단계는 향토자원의 부가가치가 본격적으로 창출되기 이전의 단계로 아이디어와 기획력이 중요한 단계라고 할 수 있다. 향토자원의 가치를 발굴, 평가하고 이를 토대로 사업화의 방향을 결정해야 하기 때문이다.

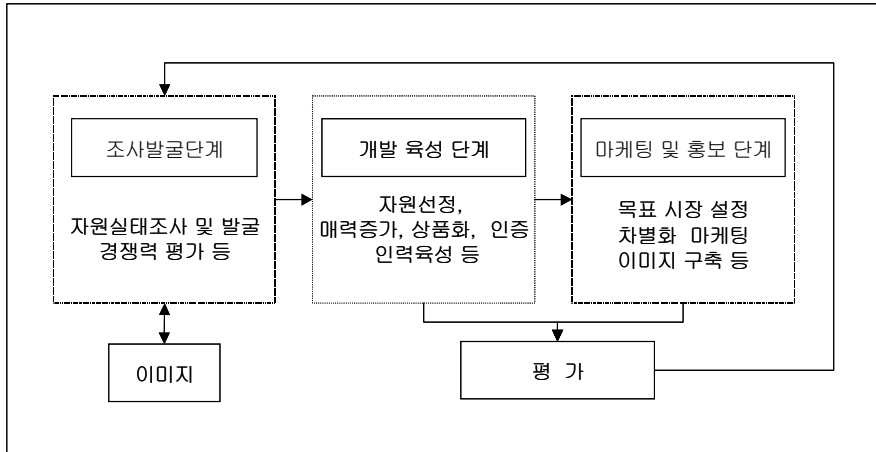
사업화 단계는 향토자원의 부가가치를 창출하는 단계이다. 발굴, 선정한 향토자원을 개발, 육성하며 상품화된 향토자원을 판매, 마케팅 하는 단계라고 할 수 있다.

사업화 이전과 사업화 단계는 보다 구체적으로 향토자원을 조사·발굴하는 과정, 개발·육성하는 과정, 그리고 판촉하는 과정으로 나눌 수 있다. 또 향토자원 개발을 통해 지속적인 경쟁력을 확보하기 위해서는 정책집행 결과에 대한 평가가 필요하다. 이를 바탕으로 전략의 수정 및 추가를 포함한 새로운 전략을 구상, 실행할 수 있기 때문이다.

향토자원을 개발 및 활용을 통하여 지역발전을 촉진하기 위해서는 이들 과정의 '선순환' 창출이 중요하며, 집행된 정책을 평가하고 이를 다시 정책에 반영하는 피드백 과정이 필요하다.

향토자원의 활용 및 개발은 지역이 지니고 있는 이미지와도 관련성이 많다. 그 유형은 세 가지로 나타난다(전영옥, 2004). 어떤 경우는 지역이 지니고 있던 긍정적인 이미지를 강화하는 전략을 구사하기도 하며, 어떤 경우는 새로운 이미지를 창출하기도 한다. 또 어떤 경우는 기존의 부정적 이미지를 긍정적 이미지로 바꾸는 전략을 동원하기도 한다.

<그림 2-3> 향토자원 활용 프로세스



3. 개발 및 활용과정의 특징

그러나 전술한 향토자원 활용의 유형은 일반적인 패턴에 불과하며, 보다 구체적으로는 향토자원의 활용유형에 따라 개발전략의 패턴과 특징 등이 달라질 수 있다.

향토자원을 활용하는 데 있어 가장 큰 차이가 나는 단계는 향토자원을 개발 육성하는 단계이다. 그 중에서도 축제·이벤트형의 경우와 산업화형의 경우가 차이점이 크다. 축제·이벤트형의 경우는 축제를 활성화하기 위한 상품화 전략이 중요하며, 산업화형의 경우는 향토자원을 토대로 한 산업의 발달과 제품의 부가가치를 향상시키기 위한 내용이 중요하다. 이와는 달리 복합화형의 경우는 축제·이벤트형과 산업화형의 개발 및 육성전략을 결합시킨 특성을 지니고 있다. 각 유형의 구체적인 특성은 사례를 심층분석함으로써 밝혀질 것이다.

향토자원을 활용하고 경쟁력을 증가시켜 지역발전을 위한 영역혁신을 도모하기 위해서는 일반적으로 다음과 같은 요건이 필요하다.

첫째, 창의적이고 차별성 있는 기획이다. 향토자원의 활용을 통한 지역발전 전략의 이점은 기본적으로 세계화가 재단할 수 없는 차별성에 기반하고 있기 때문이다. 그래야만 지역 비대체성에서 오는 경쟁우위를 확보할 수 있고 이것이 지역발전으로 연결될 수 있기 때문이다. 이 점은 향토자원의 관광화가 되었던, 산업화가 되었던 그 어떤 형태로 활용하든지 간에 공통되는 점이라고 할 수 있다.

둘째, 잠재력 및 경쟁력 평가를 바탕으로 한 향토자원 활용의 방향을 결정하는 것이 중요하다. 해당지역이 관광 매력을 증진시켜 지역을 발전을 도모할 수 있는 경쟁력 있는 자원을 보유하고 있음에도 불구하고 산업화 전략을 수립, 추진한다면 성공을 기대할 수 없기 때문이다. 경쟁력 있는 산업적 자원을 보유하고 있음에도 관광화 전략을 추구하는 경우도 마찬가지로 하겠다.

경쟁력 평가에는 향토자원의 입지비대체성, 부가가치성, 특이성 등이 평가되어야 한다. 또 향토자원의 다면적 활용 가능성에 대한 평가도 아울러 이루어져야 한다. 향토자원은 통상적으로 복합적으로 상품화 되는 ‘단원다용’(單源多用·one-source multi-use)의 속성을 지니고 있기 때문이다. 이들을 위해서는 지역의 향토자원에 대한 기초적인 데이터가 체계적으로 수집, 정리되어 있어야 함은 말할 나위도 없다.

셋째, 향토자원의 활용방향이 결정되었다면 향토자원의 가치를 혁신적으로 향상시키기 위한 노력이 필요하다. 차별성과 입지적 비대체성도 향토자원의 경쟁력을 확보할 수 있는 중요한 요소이기는 하지만 단순히 이것만으로 경쟁력이 확보되지는 않는다. 향토자원의 가치를 혁신적으로 향상시키기 위한 노력이 요구된다. 이를 위해서는 협력 네트워크를 활용하는 전략이 효

과가 크다. 협력 네트워크는 위기에 탄력적으로 대응할 수 있을 뿐 아니라 향토자원 활용 및 개발에서 부족한 기술 및 지혜, 아이디어를 빌릴 수 있는 이점이 있기 때문이다. 협력경제의 구축은 지식기반경제의 도래에 따라 급변하고 복잡한 기술과 지식을 활용하는 유용한 수단이기도 하다.

이를 위해서는 해당 지역 지방자치단체에 소재하고 있는 대학 및 연구소, 기업 등 향토자원 활용에 관련되는 주체들의 유기적인 협력 네트워크를 구축할 필요가 있다. 협력을 통해 시너지 효과를 발생시켜 향토자원의 혁신과 경쟁력을 증가시킬 수 있기 때문이다. 향토자원 활용에 필요한 지혜와 아이디어를 지역 외부에서 구할 수도 있다. 출향인사, 지역 외의 대학과 연구소, 기업의 힘을 빌리는 경우가 여기에 해당된다.

넷째, 지역주민의 참여를 활성화시켜야 한다. 지역의 이미지 및 매력을 향상시켜 지역발전을 도모하는 축제 및 이벤트 전략의 경우는 특히 지역주민의 적극적인 협력이 필요하다. 이를 통해서 지역 주민의 자부심을 고취시킬 뿐 아니라 지역에 대한 애착심과 공동체 의식을 함양시킬 수 있다. 특히 축제 등의 전략의 경우에는 지역 주민 하나하나가 지역에 대한 홍보 및 판촉을 담당할 뿐 아니라 지역의 매력을 향상시키고 이것을 판매하는 기업가 정부의 판매원 및 구성원 역할을 담당하기도 한다. 그래서 종래의 지방자치단체 및 행정 일방의 주도(one-way partnership)에서 자치단체와 기업 양자 협력(two-partnership)의 시대를 거쳐 지방자치단체, 기업, 주민 삼자 또는 다방의 협력이 요구되는 삼자 또는 다방의 파트너십(three-way or multi-way partnership)이 요구되고 있다.

다섯째, 지방자치단체의 리더십과 주제에 부합되는 상품화가 필요하다. 향토자원 활용 및 개발에 대한 경험과 노하우 등이 부족하다 보니 민간의 경우는 이에 대해 그렇게 적극적이지 않다. 축제나 이벤트 등의 경우는 특

히 그러하다. 이때 지방자치단체의 리더십이 향토자원 개발에 있어 중요한 관건이 된다. 향토자원의 중요성에 대한 인식제고는 물론이고, 향토자원 개발의 방향설정에서부터 다른 지역의 향토자원 개발에 대한 정보제공, 공무원의 기업가적 마인드 함양 등에 이르기까지 자치단체의 리더십이 중요하다. 그 중에서도 특히 자치단체장의 리더십이 향토자원 개발 및 육성에 중요한 역할을 한다.

아울러 향토자원의 상품화는 백화점식의 개발보다는 특성 있는 향토자원과 일관성을 지닌 개발 및 활용이 중요하다. 이것이 자원의 상품성을 높이고 나아가 지역의 이미지 향상에 기여하는 바가 많기 때문이다.

여섯째, 향토자원을 활용하여 경쟁력 있는 매력 및 상품을 만들었다면 이를 체계적으로 홍보, 마케팅 해야 한다. 상품에 값하는 마케팅 및 홍보 전략이 부재한다면 상품의 가치는 떨어질 수밖에 없다. 목표로 하는 시장을 설정하고 그에 적절한 전략을 구사해야 마케팅의 성과가 배가될 수 있는데 이를 위해서도 다양한 방법이 가능하다. 전문적인 기관의 도움을 받거나 민관합동으로 마케팅 및 홍보 조직을 구성하는 방법 등이 활용할 수 있는 전략에 해당된다.

그 밖에 향토자원의 성공적인 활용을 위해서는 지방자치단체 스스로가 연구소를 설립한다든지, 출향인사의 지혜를 빌린다든지, 지역 내외의 네트워크를 구축한다든지, 향토자원활용 지원센터를 건립한다든지 다양한 차원에서 다양한 방안이 있을 수 있다.

이와같은 일반적 요건에도 불구하고 향토자원의 활용 및 개발의 성공을 위해서는 향토자원을 활용하는 유형과 단계, 또 그것을 활용하는 지역의 사정에 따라 전략이 달라 질 수밖에 없는 것도 사실이다. 향토자원의 활용이 기본적으로 지역의 특수성에 기반한 전략이기 때문이다.

제3장 향토자원의 개발 및 활용실태

제1절 향토자원의 현황

1. 지역적 분포

향토자원의 수와 종류가 무수히 많고 또 사장되거나 잠재되어 있는 자원도 상당한 실정에서 향토자원의 현황을 온전하게 파악한다는 것은 사실상 불가능한 일이라고 할 수 있다. 그래서 가능한 범위 내에서 향토자원의 현황과 실태를 분석할 수밖에 없는 한계가 있다. 향토자원의 현황 및 실태를 분석하기 위한 자료는 선행연구는 물론 행정자치부, 한국지적재산관리재단, 대학 및 연구소, 민간조직 등에서 출간된 2차자료를 활용하였다. 그리고 추가적으로 필요한 자료는 지방자치단체 관련 공무원과의 전화조사 및 현장조사를 통해 보완하였다.

향토자원의 내용을 보면 지역적 특성이 가미된 농림어업 및 광업분야의 특산물, 지역특산자원을 활용하여 가공·제조한 농수산물 가공품, 공예품, 민속주, 전통음식, 그리고 향토적 특성으로 인해 지역내·외적으로 명성이 있거나 특이성이 존재하는 자연적 환경이나 문화적 특성이 가미된 자원 등으로 다양하게 구성되어 있다.

향토자원은 19개 시·도에 걸쳐 480여 종에 46,000여개 존재하고 있다 <표 3-1>.⁹⁾ 지역적으로는 전국의 어느 지역 할 것 없이 비교적 골고루 분

9) 문화관광부의 관광지식정보시스템 상의 자료로 향토자원에 대한 전수조사라고 볼 수는 없으나 그나마 전국적 현황이 잘 정리되어 있다. 여기서는 문화적 자원, 자연·생태 자원 등 관광자원에 초점을 두고 있기 때문에 산업적 자원이 배제되고 있어, 산업적 자원을 포함하면 전국의 향토자원은 이보다 훨씬 많을 것으로 추정된다.

포하고 있다.

향토자원의 지역적 분포는 <그림 3-1>과 같은데, 그 중에서 전남이 가장 많은 자원을 보유하고 있으며, 그 다음은 경북, 경남, 경기의 순을 보이고 있다. 상당수 낙후지역들이 이같은 특성을 보이는 점은 향토자원을 활용하여 지역발전을 도모할 수 있는 잠재력이 크다는 것을 시사한다고 해석할 수 있다.

<표 3-1> 지방자치단체별 향토자원 현황

경기도	고양시	고양 비모란 선인장, 꽃 박람회
	수원시	이동갈비
	파주시	통일촌장단콩, 감악산머루주
	이천시	도자기, 장류, 신루사, 영릉
	포천군	인삼, 버섯, 이동막걸리
	성남시	모란민속 5일장
	안산시	대부포도, 소래포구
강원도	춘천시	춘천닭갈비, 춘천옥, 겨울연가촬영지, 호반
	원주시	황골엿, 원주한지, 박경리생가, 원주웃칠기, 토속주
	강릉시	갈골한과, 관노가면, 진포배기, 오죽분재, 오죽헌, 모래시계촬영지, 경포대 객사문
	동해시	동해홍화, 동해다시마
	태백시	주목공예, 약초음료, 검용소, 갯도
	속초시	물치, 전통식품, 어라연계곡
	홍천군	민속주, 홍천갯, 옥수수전빵, 흑돼지, 홍천강수라쌀, 감자떡, 팔봉산
	횡성군	안홍진빵, 더덕
	영월군	래프팅, 전통주, 벌꿀, 참숯가공, 장릉, 청렴도
	평창군	고랭지채소, 화암약수, 봉평메밀, 참숯산업, 대관령 한우, 향토전통음식, 물운대
	철원군	철원쌀, 철원현무암
	화천군	재래메주, 산천어, 산야초, 버섯, 달래, 병배
	고성군	화진포, 김일성·이승만·이기봉 별장
	양양군	토고미마을, 전통한과, 수산물가공, 민속주, 인진쑥, 도토리가공, 소금강

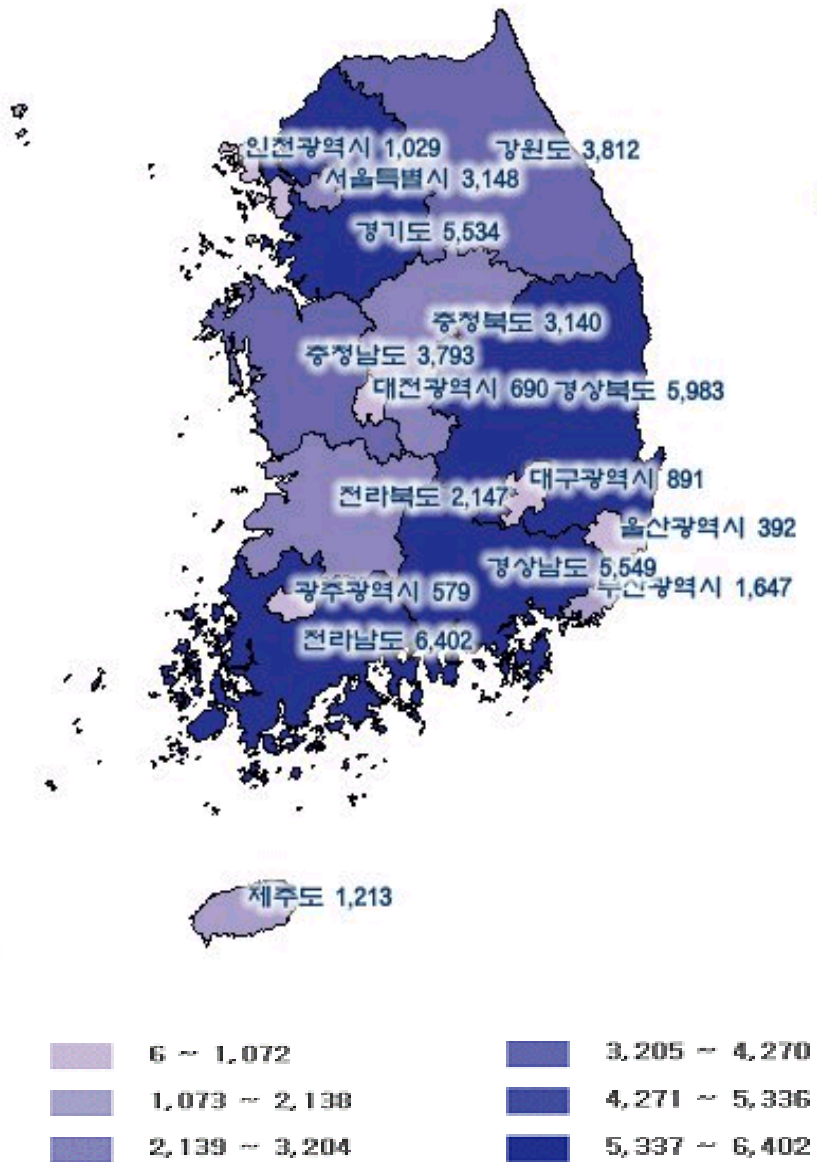
(계 속)

충청북도	청주시	공예, 전통떡, 가로수		
	충주시	사과, 청명주, 청풍명월		
	영동군	국악, 난계		
	진천군	관상어		
	괴산군	한지, 청결고추, 김치		
	음성군	음성고추		
충청남도	공주시	계룡산도예촌, 민속주, 김치, 전통장류, 공주밥		
	논산시	강경짚갈, 연산대추, 양촌곶감, 논산딸기, 가야곡왕주		
	금산군	인삼주, 인삼한과, 홍삼한과, 홍삼, 인삼차, 인삼정과, 홍삼액, 홍삼절편		
	연기군	단무지		
	부여군	낙화암, 고란사, 인동주, 문발, 토기		
	서천군	한산모시, 서천김(마른김), 한산소곡주, 서천자하젓		
	보령군	머드, 갯벌		
	청양군	구기자산업, 고추		
	예산군	공예산업, 전통식품산업, 수덕사		
	당진군	식품, 벽돌제조, 과자, 삼배, 약쭉, 짜리고추		
전라북도	전주시	비빔밥, 콩나물국밥, 한정식, 모주, 한지, 소리, 덕진공원연꽃		
	군산시	꽃 계 장, 흰찰쌀보리쌀, 울외장아찌		
	익산시	한과, 마국수		
	정읍시	공예품, 고인돌		
	남원시	목공예, 성춘향		
	김제시	지평선축제, 지평선쌀, 황토포도, 광활감자		
	완주군	생강가공, 감가공, 전통식품		
	진안군	인 진 쭉, 발효식품, 주류제조, 한과, 유과, 마니산		
	무주군	반딧불이, 올갱이, 청정환경, 덕유산		
	임실군	발효식품, 치즈, 계란식초		
	순창군	주류제조, 김치, 고추장		
	고창군	복분자주, 황토쌀, 전통자수, 복분자, 풍천장어, 전통공예		
	부안군	부안김, 짓갈, 죽엽류, 떡, 격포, 변산반도		
	목포시	인동주마을, 옥장 장주원, 유달산, 삼학도		
전라남도	여수시	동백, 돌산갯		
	순천시	차류, 단감장류제조, 전통주		
	나주시	나주배, 토하, 충주산방		
	광양시	매실, 백운산 작설차, 진달래		
	담양군	창평한과, 대나무공예, 대나무전통주		
	곡성군	한지, 부각 제조		
	구례군	노고단, 산동산수유, 우리밀, 한식기와		
	고흥군	고흥유자, 나로도	함평군	나비, 꽃무릇
	보성군	녹차, 보성녹차밭	영광군	굴비
	화순군	인진쑥즙, 갯도	장성군	솔잎차, 홍길동
	장흥군	표고버섯, 갯벌	완도군	김, 전복, 미역, 다시마, 톳
	강진군	청자, 청자골표고버섯, 다산초당	진도군	홍주, 진돗개, 윤립산방, 구기자
	해남군	땅끝마을	신안군	흑산홍어, 전장포새우젓, 비금섬초
	무안군	양파, 자색고구마 기능성음료		
	영암군	도기, 영암아리랑		

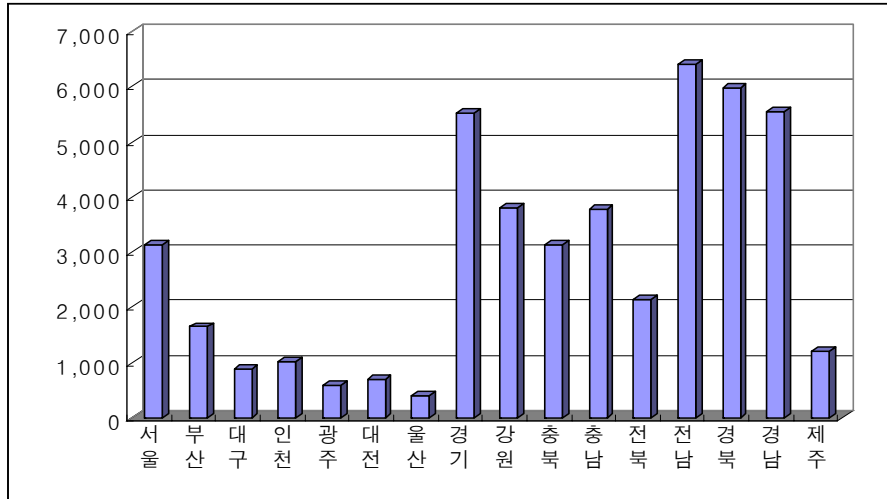
(계 속)

경상북도	포항시	과패기, 부추, 강정	
	김천시	전통주, 포도, 농악, 지레토종돼지, 직지사	
	안동시	화회마을, 안동포, 헛제사밥, 찜닭, 한지, 공예품, 목공예, 전통천연염색, 안동소주, 안동고추, 전통장류, 안동 간고등어	
	경주시	도자기(도예), 사찰, 양릉, 불국사	
	영주시	풍기인삼, 인견직, 부석사	
	영천시	영천한방, 전통장류, 영천양잠, 황토고구마, 공예품, 도예품	
	상주시	상주꽃감	
	문경시	전통도자기, 꿀즙, 갯도, 청국장, 절임식품, 문경한과, 문경새재 토종꿀, 태조왕건 촬영장	
	경산시	한장군놀이, 대추, 온천	
	군위군	능금주스, 표고버섯	
	의성군	마늘, 참붕어증탕, 백석, 풀의정, 전통주	
	영양군	영양고추, 영양초화주, 천마, 영양칠보석재	
	영덕군	영덕지품오친옹기, 영덕대게, 강구항	
	청도군	소싸움, 오지, 계단식 논	
	고령군	고령딸기, 메론, 도자기	
	예천군	메주, 참기름	
	봉화군	봉화담실전통한과, 머루주, 봉화장류, 봉화봉양삼배, 래프팅	
	울진군	울진대게, 울진홍게다리쌀, 울진매화장수쌀엿, 울진고포미역, 울진은멸치	
	울릉군	울릉오징어, 호박엿, 미역, 생태자원	
	경상남도	마산시	마산국화, 마산미더덕, 마산아구찜
진주시		진주단감, 논개, 비단, 장생도라지, 축석투	
진해시		군항제, 벚꽃	
통영시		멸치, 굴, 나전칠기, 목기, 충무김밥, 선진회센터, 서포전어, 서포석화, 서포조개, 전통차, 참다래, 피순대, 녹차, 마가공	
사천시		단감, 백골채, 정동황차, 코뚜레한우, 사천벌꿀, 조미가공업, 젓갈류, 건어포, 화어	
김해시		도자기, 조미김, 한과, 막걸리, 된장, 메주	
밀양시		얼음골	
거제시		거제유자향, 거제죽순가공(포장)식품개발 사업, 충무공	
양산시		양산박, 통도사	
의령군		음식, 한지	
함안군		도자기, 전통메주, 감식초	
창녕군		재래양파, 고추장, 농산물동결가공, 고춧가루	
고성군		공룡발자국, 멸치액젓, 고성청정, 해역굴	
남해군		금산, 창신대교, 유자주, 남해마늘, 멸치액젓, 멸치	
하동군		화개장터, 하동녹차, 도자기, 하동야생차문화축제산업	
산청군		꽃감, 흑 돼 지, 래 프 팅	
함양군		웃, 농월정, 민속주, 죽염류	
거창군		연극제, 금원산, 국악기 및 유기 화강석, 오미자, 위천수승대, 나체통문	
합천군		한과, 해인사, 도자기, 전통식품	
제주도		서귀포시	목공예, 갈옷제조, 정방폭포, 해녀, 산쭈부리, 선인장즙, 제주청정해산물
		북제주군	선인장가공산업
		남제주군	특산물가공, 문화관광특산물축제 (8개)

<그림 3-1> 전국의 향토자원 분포



<그림 3-2> 지역별 향토자원

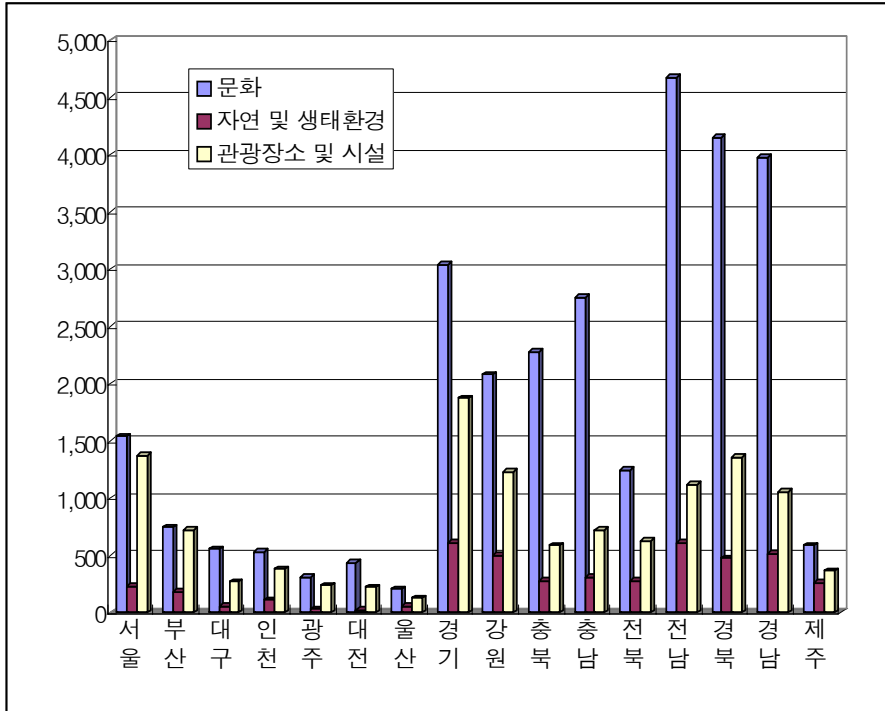


보다 구체적으로 문화 및 자연생태자원의 유형별 지역적 분포는 <그림 3-3>과 같다.¹⁰⁾ 유형별 지역적 분포도 전체 향토자원의 지역적 분포와 비슷한 패턴을 보이고 있다. 문화자원은 전체 향토자원처럼 전남이 가장 많고, 그 다음은 경북, 경남, 경기의 순을 보이며 광역자치단체 중에서는 전북이 가장 적다.

자연 및 생태자원의 경우는 강원, 경기, 전남의 지역의 점유율이 높다. 이와는 달리 도시지역의 경우는 자연 및 생태자원의 비율이 낮은 편이다. 관광장소 및 시설자원의 경우는 경기가 가장 많고 그 다음으로 강원, 경북, 전남 등의 지역적 분포를 보이고 있다.

10) 본 자료(문화관광부, 2004)는 향토자원 가운데 산업적 자원을 제외한 통계이다. 산업적 자원을 포함하면 이보다 훨씬 많을 것으로 추정하지만, 그래도 이것이 현재수준에서 향토자원에 대한 가장 포괄적인 자료에 해당되기에 본 연구는 이를 활용했다.

<그림 3-3> 유형별 향토자원 현황



자료: <http://www.tour.go.kr/resource/>

향토자원은 활용형태별로도 다양한 특성을 보이고 있다. 관광화, 산업화, 관광·산업복합화의 활용형태별 지역현황은 <표 3-2>와 같다. 세 가지 활용유형의 현황이 전국적으로 전반적으로 비슷한 점유율을 나타내고 있으나, 그 중에서도 산업적 활용의 경우가 다소 높게 나타나고 있다.

<표 3-2> 활용형태별 향토자원 현황

구 분	관광화	산업화	복합화
경기도	<ul style="list-style-type: none"> · 고양 비모란 꽃박람회, 행주대첩제 · 가평 북한강축제 	<ul style="list-style-type: none"> · 파주 감악산 머루주 · 양평 천주, 된장 · 광주 문형리새송이버섯, 도자기 · 양주 양주배 · 포천 인삼, 버섯, 포천 이동막걸리 · 안산 대부 포도, 소래 포구 	<ul style="list-style-type: none"> · 성남 모란민속 5일장 · 이천 도자기, 영릉
강원도	<ul style="list-style-type: none"> · 삼척 동굴, 종유석 · 속초 설악눈꽃축제 · 강릉 단오제 · 정선 아리랑제 · 철원 한탄강 여름축제, 래프팅축제 · 화천 얼음나라 화천 산천어축제, 물의나라 화천 쪽배축제 	<ul style="list-style-type: none"> · 원주 황골엿, 옷칠기, 박경리 생가 · 강릉 토종꿀, 토종 참다시마, 오죽헌 · 동해 동해홍화, 동해다시마 · 태백 갯도, 느타리버섯 · 속초 전통식품 · 홍천 민속주, 홍천강수라쌀 · 횡성 김치가공, 더덕가공, 팔봉산 · 영월 전통주, 벌꿀, 참숯가공, 래프팅 · 철원 철원쌀, 철원현무암 · 양구군 전통한과, 약초가공김치가공 · 고성 화진돌 · 양양 송이가공, 전통한과, 민속주 	<ul style="list-style-type: none"> · 춘천 국제연극제, 마임축제, 애니타운페스티벌, 겨울연가촬영지, 춘천 닭갈비 · 양양 낙산해맞이, 송이축제 · 인제 빙어축제, 하늘내린 인제레포즈축제, 명태덕장

(계 속)

구 분	관광화	산업화	복합화
충청 북도	<ul style="list-style-type: none"> · 단양 온달문화제 · 충주 수안온천제 · 영동 국악제, 난계 	<ul style="list-style-type: none"> · 청주 공예, 전통떡 · 충주 사과, 청명주 · 괴산 한지, 청결고추 · 음성 음성고추 	<ul style="list-style-type: none"> · 단양마늘5일장 한마당 · 제천 청풍명월제
충청 남도	<ul style="list-style-type: none"> · 공주 계룡산도예촌 · 부여 백제문화제, 낙화암 · 예산 수덕사 	<ul style="list-style-type: none"> · 부여 인동주, 한과 · 서천 한산모시 · 청양 고추구기축제 · 예산 공예산업 · 당진 파리고추, 삼배, 약숙 	<ul style="list-style-type: none"> · 논산 강경젓갈축제 · 보령 머드축제 · 서천 한산모시문화제 · 금산 인삼축제
전라 북도	<ul style="list-style-type: none"> · 정읍 고인돌축제 · 무주 반딧불축제, 구천동 철쭉제 · 남원 춘향제 · 전주대사습놀이 전국대회, 전주국제영화제, 전주세계소리제, 전주종이문화제, 덕진공원연꽃축제 	<ul style="list-style-type: none"> · 군산 꽃게장, 울외장아찌 · 익산 한과, 마국수 · 남원 목공예 · 완주 전통식품, 생강가공 · 진안 인삼 · 임실 발효식품 · 순창 고추장류제조업 · 고창 고창복분자주, 고창황토쌀 · 부안 부안김, 죽염류 	<ul style="list-style-type: none"> · 김제 지평선축제, 지평선쌀 · 익산 보석문화축제
전라 남도	<ul style="list-style-type: none"> · 목포 유달산꽃축제 · 해남 땅끝해넘이해맞이 축제 · 순천 낙안민속문화축제 · 영암 왕인문화축제 · 완도 장보고축제 · 신안 임자해변모래체험 축제 · 구례 산수유꽃축제 · 보성 다향제 	<ul style="list-style-type: none"> · 광양 광양매실, 백운자설 · 나주 나주배, 토하 · 곡성 부각제조, 한지 · 화순 인진쭈죽 · 장흥 표고버섯 · 영광 굴비 · 장성 솔잎차 · 진도 홍주, 진돗개, 운림산방, 구기자 · 해남 해남절임김치 · 완도 김, 전복, 미역, 다시다, 톳 · 무안 양파, 자색고구마 · 기능성음료 · 영암 영암도기 	<ul style="list-style-type: none"> · 여수 돌산갓 김치, 동백, 진남제, 향일암 일출제 · 함평 나비, 꽃무룻 · 강진 강진청자, 다산초당 · 담양 대나무축제 대나무 전통주, 대나무전통공예 · 고흥 우주항공축제

(계 속)

구 분	관광화	산업화	복합화
경상북도	<ul style="list-style-type: none"> · 포항 영일만축제 · 경주 신라문화제 · 경산 한 장군놀이 · 의성 작약꽃축제 · 청도 소싸움 · 예천 예천문화제 · 김천 직지사, 지례토종돼지 	<ul style="list-style-type: none"> · 영주 풍기인삼, 인견직 · 영천 한약축제, 영천양잠, 황토고구마 · 상주 상주꽃감 · 군위 능금주스, 표고버섯 · 영양 고추문화축제, 칠보석재, 천마, 초화주 · 고령 고령딸기축제, 메론 · 봉화 송이축제, 봉양삼배 	<ul style="list-style-type: none"> · 문경 영강문화제 · 영덕 영덕대게축제, 영덕해변축제 · 울진 대게축제 · 울릉도 오징어축제 · 안동국제탈춤페스티벌 · 민속축제, 공예품, 전통천연염색
경상남도	<ul style="list-style-type: none"> · 마산 국화박람회 · 진주 민속투우대회, 논개 · 진해 진해군항제, 벚꽃축제 · 창녕 부곡온천제 · 고성 공룡나라축제 · 산청 지리산평화제, 래프팅 · 거창 너럭바위 및 산수, 연극제 · 합천 해인사 팔만대장경축제 	<ul style="list-style-type: none"> · 사천 삼천포항 팔포전어축제 · 김해 분청도자기 축제 · 양산 양산박 · 의령 의령한지 · 함안 도자기 · 남해 유자주, 멸치, 멸치액젓, 정월대보름달맞이 축제 	<ul style="list-style-type: none"> · 통영 나전칠기축제 · 밀양 얼음골 사과축제 · 거제 고뢰쇠약수제 · 하동 야생차 문화축제, 화개장터 벚꽃축제
제주도	<ul style="list-style-type: none"> · 서귀포 여름음악축제, 별의축제 · 남제주 성산일출제 	<ul style="list-style-type: none"> · 서귀포 제주청정해산물 · 북제주 선인장가공산업, 고사리떡기 대회 	<ul style="list-style-type: none"> · 제주 감귤

2. 활용형태별 특성

지방자치단체의 향토자원 활용형태별 현황을 살펴본 결과 향토자원의 활용 및 개발이 대체로 저조한 특성을 보이고 있다. 지방자치단체의 향토자원 활용의 특성은 다음과 같다.

무엇보다, 향토자원 현황에 대한 자료가 체계적, 총괄적으로 구축되어 있지 않다. 이런 사정은 지역이라고 해서 별반 다를 바 없다. 향토자원의 중요성에 대한 인식이 결여되어 있었던 탓이 크다. 그러다 보니 일부 부처나 기관에서 산발적, 비체계적으로 향토자원에 대한 조사를 부문적으로 시행해 왔다.

향토자원의 활용에 대한 정보도 마찬가지로이다. 향토자원 활용에 대한 체계적인 정보가 없다. 그러다 보니 자연히 향토자원을 활용하는 방향이나 노하우, 기술, 상품화 방법 등에 대한 지식과 노하우가 축적되어 있지 않고 있다.

그러나 우리나라의 경우, 향토자원의 다양한 유형의 향토자원이 전국적으로 고른 분포를 보이고 있어 향토자원의 활용을 통한 지역발전의 잠재력 대단히 많음을 확인할 수 있다. 향토자원을 자립적인 지역발전 뿐 아니라 지역간의 균형발전의 수단으로 활용할 수 있는 여지가 많다.

특히, 세계적인 경쟁력을 지닐 수 있는 희귀한 자원을 지닌 지역도 있다. 도자기, 머드, 석회동굴, 하회마을, 탈춤, 운림산방 등이 그러한 예로 특이성을 지닌 자원에 해당된다.

그러나 이러한 가능성과 잠재력, 그리고 향토자원의 개발 및 활용의 유용성이 증가하고 있음에도 불구하고 대부분의 자원이 제대로 발굴, 활용되고 있지 못하다 보니 그 가치가 사장되고 있는 형편이다.

제2절 향토자원의 개발 및 활용실태 분석

1. 분석의 개요

가. 분석자료 및 방법

향토자원의 활용실태를 분석함에 있어 모든 사례를 분석한다는 것은 물리적으로 불가능하다. 그래서 향토자원 활용의 유형별로 대표적인 사례를 선정하여 활용실태의 특성을 분석하고자 한다. 유형별로 대표적인 사례는 성공 혹은 모범적인 사례를 중심으로 분석할 것이다.

그런데 실패사례에 대한 분석여부가 문제가 될 수 있다. 특정한 사례를 두고 성공이나 실패냐를 과학적으로 분석한다는 것은 여간 어려운 작업이 아닐 수 없다. 과학적이고 객관적이 기준이 없을 뿐더러 성공 혹은 모범적인 사례의 경우에서도 성공적인 요소만 있는 것이 아니라 문제점이나 개선점이 동시에 존재하고 있기 때문이다. 반대로 실패사례의 경우는 실패를 판단할 수 있는 합리적 근거를 설정하기가 곤란할 뿐 아니라 설령 그것이 가능하다 하더라도 성공적인 요소와 그렇지 못한 요소가 혼재되어 있는 경우가 대부분이다.

향토자원의 활용실태 분석에서 정책적 시사점의 도출은 성공사례의 대척점 또한 실패사례가 되기 때문에 성공사례 분석만으로도 연구목적의 달성에 충분하다고 판단하여 모범적인 사례를 실태분석의 대상으로 삼았다.

사례를 선정하기 위해 필요한 자료는 행정자치부, 문화관광부, 문화시민연대 등이 발간한 2차자료를 주로 활용하였다. 선정된 사례에 대한 실태분석을 위해서는 서적, 언론, 관련 연구기관 등이 발행하는 2차자료 뿐 아니라 전화 인터뷰 및 현지방문 대면조사를 통해 자료를 확보했다.

사례지역의 향토자원 활용 및 개발의 실태, 특성분석은 사회과학 방법론 중의 하나인 정성적(定性的) 분석(content analysis) 기법을 활용하였다. 사례의 특성에 대한 분석이 주로 심층면접 등의 필드 서베이를 통해 의미있는 결과가 도출되는 사안이 많기 때문이다.

나. 사례선정방법

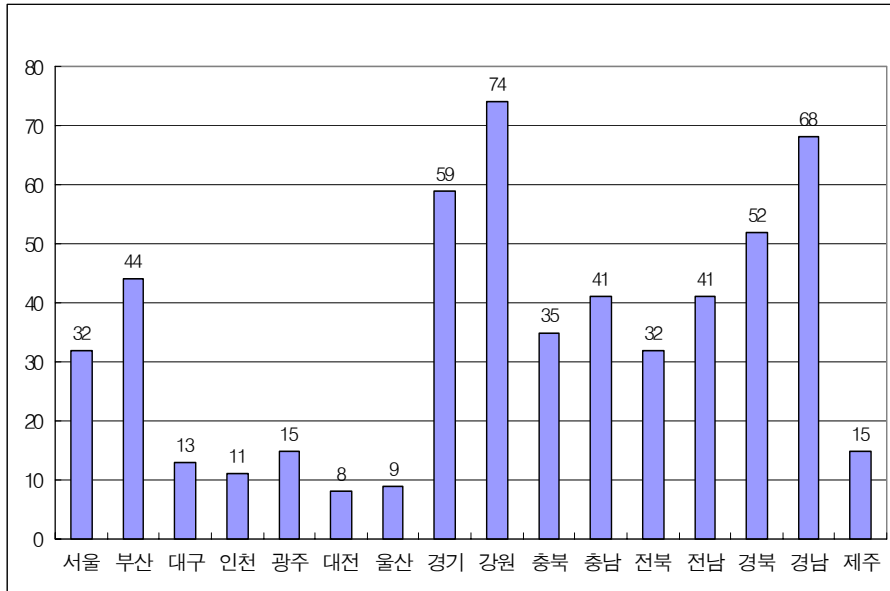
앞서 본 연구가 설정한 4가지 유형별로 대표적인 성공 혹은 모범 사례를 선정하여 활용실태를 분석하고자 한다. 그런데 유형별로도 대표적인 사례를 선정하기 위한 사례선정의 기준은 상이하다. 유형에 따라 겨냥하는 목표가 다르기 때문이다.

- (1) 원형자원 관광화형은 이에 대한 평가사례가 거의 없고 그래서 이를 평가할 수 있는 마땅한 기준이 없음을 감안하여, 메스컴 등을 통한 사회적 인지도¹¹⁾ 및 관광객의 규모를 고려하여 비교적 성공적인 경우를 선택하였다.
- (2) 축제·이벤트형과 관광·산업 복합형은 문화관광부가 평가하고 있는 기준을 원용하여 대표적인 사례를 선정하였다. 이 경우 사례선정의 모수(母數: population)는 2004년 1월 현재 전국에 걸쳐 개최되고 있는 549개의 축제·이벤트형 및 관광·산업 복합형으로 향토자원을 활용하는 축제이다.¹²⁾

11) 사회적 인지도를 평가하기 위해 동아, 중앙, 조선, 한국, 한겨레 일간지를 사용했으며 최근 3년간 5대 일간지에 소개된 회수를 통해 인지도를 평가했다.

12) 이들은 지역별로는 강원, 경남, 경기의 순이며, 계절적으로는 10월, 5월에 집중되어 있는 특성을 보이고 있다.

<그림 3-4> 전국의 축제(2004년)



문화관광부는 시·군이 신청한 축제를 대상으로 전문가로 구성된 ‘문화관광축제선정위원회’에서 일정한 선정기준에 따라 문화관광축제를 해마다 선정하고 있다.¹³⁾ ‘95년 이천도자기 축제와 금산인삼축제 선정을 시발로 ’96년에는 8개, ’97년에는 11개, ’98년에는 18개, ’99년에는 21개, 2000년 25개, 2001년 30개, 2002년 29개 2003년 30개를 선정·지원하고 있다.

13) 문화관광 축제의 육성에 초점이 있어 본 궤도에 올라있는 축제는 제외시키는 경향이 있다.

<표 3-3> 문화관광축제 선정현황

'95년	'96년	'97년	'98년	'99년	'00년	'01년	'02년	'03년
2개	8개	11개	18개	21개	25개	30개	29개	30개

자료: 문화관광부 내부자료, 2004

2003년에는 관광객 유치 가능성, 기획의 전문성, 주최기관의 육성 의지, 기반시설, 부가가치 창출효과 등을 고려하여 30개의 축제를 선정했다. 그러나 이는 관광객 유치 가능성 및 지역의 육성 의지 등 주로 노력도에 기반해서 평가하는 한계가 있다.

본 연구에서는 30개 축제를 토대로 노력도와 성과도를 평가하기 위해 9개의 항목에 걸친 자료를 구축하여 이들을 4개 그룹으로 유형화했다. 보다 구체적으로 9개의 항목을 요인분석(factor analysis)을 통해 노력도와 성과도의 두 가지 기준으로 축약하고, 이를 군집분석(cluster analysis)함으로써 노력-성과도가 가장 높은 사례를 판별하였다. 9개 항목은 선정회수, 운영주체, 축제홈페이지, 지역민 참여도, 축제의 짜임새, 문화적 적정성, 관광객유치실적 등이었다.

<표 3-4> 향토자원 활용 축제·이벤트 및 복합형 사례선정 자료

축 제	최근3년간 선정회수	운영 주체	축제홍 페이지	지역민 참여도	축제짜 임새	문화적 정체성	축제성	평가시 스템	관광객 (명)
경주술과떡잔치	5	이	유	C	C	C	C	유	502,965
영암왕인문화축제	5	관	유	B	A	A	B	유	960,100
팔만대장경축제	1	민	무	C	C	C	C	유	55,350
진도영등축제	5	관민	유	A	A	A	A	유	520,000
온양문화제	1	관민	유	A	A	B	B	무	130,000
한산모시문화제	5	관	무	A	B	B	B	무	450,150
함평나비축제	2	관	유	B	A	B	B	유	1,430,000
정읍민속투우축제	1	민	무	B	C	C	C	무	80,000
남원춘향제	5	민	유	B	B	B	B	유	932,000
산청지리산악초축제	1	관	유	C	B	C	C	유	316,145
대구약령시축제	3	관민	유	B	B	B	C	유	280,798
하동야생차축제	4	관	무	A	B	B	C	유	149,940
춘천국제미임축제	5	민	유	A	A	A	A	유	65,000
보령머드축제	5	관	유	B	A	B	A	유	1,363,000
강진청자문화제	5	관	유	B	A	A	B	유	724,000
대전사이언스페스티벌	2	민	무	C	B	C	B	유	377,209
무주반딧불축제	5	관	유	B	C	B	B	유	780,000
금산인삼축제	5	관민	유	A	A	B	B	유	881,430
안동국제탈춤페스티벌	5	관민	유	B	C	B	B	유	707,700
서귀포칠십리축제	2	관민	유	A	B	A	B	무	71,100
충주세계무술축제	5	관	유	B	B	B	C	무	810,716
양양송이축제	5	관	무	B	B	B	C	유	60,000
풍기인삼축제	3	관민	유	A	B	B	C	무	468,787
김제지평선축제	3	관	유	A	A	B	A	유	400,000
난계국악축제	5	관	무	A	B	B	A	유	358,800
광주김치대축제	2	이	유	A	C	C	C	유	605,000
부산자갈치축제	5	민	유	B	B	B	B	유	180,000
강경젓갈축제	2	관	유	A	C	B	A	무	550,160
진주남강유등축제	1	관민	유	C	C	B	C	유	2,033,000
이천햄쌀축제	1	관민	유	B	B	B	B	무	150,245

자료: 문화관광부, 2001; 문화개혁시민연대, 2003.

이런 과정을 통해 4개로 유형화했다. 노력도와 성과도가 높은 유형(A)에서부터 노력-성과도가 낮은 유형(C)형까지 4개의 유형이 추출되었으며, 그 가운데서 노력도와 성과도가 높은 A형에서 점수가 높은 경우를 사례연구의 대상으로 선정했다.¹⁴⁾

<표 3-5> 노력-성과도에 의한 축제 유형화

B형 : 노력 + 성과 -	A형 : 노력 + 성과 +
진도영등제, 금산인삼축제, 한산모시축제, 온양문화제, 서귀포칠십리축제(5)	보령머드, 함평나비, 무주반딧불이, 강경젓갈, 춘천국제마임, 김제지평선, 난계음악, 강진청자, 영암왕인, 부산자갈치, 남원춘향, 하동야생차(12) 이천도자기 축제*
C형 : 실행 - 성과 -	D형 : 실행 - 성과 +
풍기인삼, 안동탈춤, 대구약령, 충주세계무술, 이천햐쌀축제, 정읍투우(6)	양양송이축제, 광주김치축제, 대전사이언스, 경주술과떡잔치, 지리산한방축제, 팔만대장경축제, 진주남강유등제(7)

* 이천도자기 축제의 경우 문화관광부에서 이미 성숙된 축제라 판단하여 30개내에 포함되지 않지만 사례로 선정하였음

(3) 산업화형의 경우도 성공 혹은 모범적인 사례에 대한 평가에 있어서 어려움이 많다. 이에 대한 자료가 제대로 구축되어 있지 않기 때문이다. 그래서 불가피하게 사회적 인지도, 자원활용의 규모(사업체, 종사자), 매출액 등을 토대로 대표적인 사례를 선정했다.¹⁵⁾

14) 이들 모두를 사례연구의 대상으로 삼을 수 없는 점을 감안하여 그 가운데서 점수가 가장 높은 순위대로 사례를 선정했다.

15) 안동간고등어, 남원목기, 충무나전칠기, 안성유기 등 이들에 대한 자료는 해당업체, 언론보도 등을 참고하였다.

<표 3-6> 활용실태분석 사례선정기준

유 형	선 정 기 준
원형자원 관광화형	- 사회적 인지도 - 관광객수
축제·이벤트형	- 2003년 문화관광부가 선정한 축제를 토대로 9개 항목에 대한 실행도 및 성과도를 기준으로 선정
관광산업복합형	- 2003년 문화관광부가 선정한 축제를 토대로 9개 항목에 대한 실행도 및 성과도를 기준으로 선정
산업화형	- 사회적 인지도 - 자원활용규모(종사자, 사업체) - 매출액

다. 선정사례

이같은 기준에 따라 선정한 사례는 <표 3-7>과 같다. 원형자원을 관광화로 활용하는 유형의 대표적인 사례로는 안동 하회마을을 선정했으며, 축제 및 이벤트 활용형으로는 부천영화제와 무주 반딧불축제를 선정했다. 향토자원을 관광과 산업으로 복합적으로 활용하는 관광·산업 복합화형으로는 이천도자기, 함평나비, 보령머드 세 가지 사례를 선정했다. 그리고 향토자원을 산업적으로 활용한 산업화형의 대표적인 사례로는 안동 간고등어를 선정하였다. 이들은 전국적으로 향토자원 활용에 있어 지명도가 높고 향토자원의 활용을 통해서 지역발전의 파급효과가 큰 특성을 지니고 있다.

<표 3-7> 활용실태분석 선정사례

유 형	관광화형		관광·산업 복합화형	산업화형
	원형자원 관광화형	축제·이벤트형		
사 례	- 안동 하회마을	- 부천영화제 - 무주 반딧불축제	- 이천도자기 - 함평나비 - 보령머드	- 안동 간고등어

라. 사례분석 준거

향토자원의 활용 및 개발과 같은 정성적인 내용분석을 위해서는 분석의 준거(準據)가 필요하다. 무엇을 분석할 것인가가 문제가 되기 때문이다. 사례분석은 주로 2장에서 전술한 향토자원의 활용 프로세스에 기반하되, 자원을 활용하는 유형에 따라 분석을 시도하는 모양새를 취할 것이다. 이같은 분석의 프로세스가 향토자원을 활용 또는 개발하여 지역발전에 기여하는 중요한 측면들이라고 판단하기 때문이다.

분석의 준거가 전체적으로는 조사 및 발굴 단계, 활용 및 개발단계, 홍보 및 판촉 단계를 취하고 있지만 보다 구체적으로 향토자원 활용의 창발적 아이디어, 자원의 경쟁우위 및 경쟁력 평가, 리더의 역할, 개발 및 육성과정에서의 주체간의 협력, 애로기술의 해결, 중앙 및 지방정부의 지원, 홍보 및 판촉의 특징 등을 분석하게 될 것이다.

또 유형간에도 다양한 측면과 단계에서 세부적인 특징과 차이점을 노출시키는 등 구체적인 활용 프로세스와 그 내용에서도 차별성이 있을 것인데 이러한 점도 분석의 내용이 되겠다.

물론 이같은 분석의 궁극적인 목적은 특정한 유형은 어떠한 향토자원 활

용 및 개발의 매카니즘을 지니고 있고 그들의 성공요인과 장점은 어떤 것인가를 밝히는 과정이 될 것이다. 즉 모범적인 향토자원의 활용에 있어서의 주요한 요소가 무엇인지를 밝히는 것이 될 것이다. 또 전술했듯이 비교적 모범적인 사례에서도 문제점과 개선점이 있음을 감안하여 이것도 분석의 내용에 포함될 것이다.

2. 사례분석의 실제

가. 원형자원 관광화형

1) 안동하회마을

가) 향토적 자원

하회(河回)마을은 유성룡(柳成龍) 등 걸출한 유학자들을 배출한 풍산유씨 동족마을로 마을 전체가 중요민속자료(제122호)로 지정되어 있다. 이곳은 유교문화가 깃들여 있는 수많은 고택, 서원, 정사, 민속공예 등의 향토자원을 지니고 있다.

특히 국보가 2점, 보물이 4점, 사적이 1점, 중요민속자료가 10여점에 달하고 있으며 마을을 남북으로 가로 질러 북촌과 남촌으로 나누어 지는데, 북촌에는 양진당(養眞堂)과 북촌택(北村宅), 남촌에는 충효당(忠孝堂)과 남촌택(南村宅)이 쌍벽을 이루고 있다.

나) 자원 활용 및 개발전략

① 조사·발굴단계

향토자원 개발의 가장 앞 단계에 속하는 향토자원의 조사·발굴을 위해 노력을 기울이고 있다. 원형자원의 관광화의 경우는 향토자원의 보존이 중

요한 위치를 차지하는데, 국보급 보물을 포함하여 귀중한 문화유산이 많다 보니 원형자원의 발굴 및 보존에 국가, 지방자치단체, 하회마을 보존회, 주민 등이 협력하고 있다. 이와 동시에 하회별신굿 탈놀이 등 원형문화자원의 현대적 재현에도 공공과 민간이 협력하고 있었다. 정부, 안동시, 마을보존회 등이 하회마을의 보존과 상품화에 공동으로 협력하고 있었다.

② 개발·활용단계

원형자원의 관광화에는 특별히 주의해야 할 점이 있다. 한번 잘못 개발하고 훼손된 원형자원은 복원이 어렵기 때문이다. 그래서 원형자원의 활용은 상당한 제약을 받을 수밖에 없는 한계가 있다. 하회마을은 그럼에도 불구하고 하회마을은 하회별신굿탈놀이 등을 정기적으로 개최하는 등 다양한 측면에서 향토자원을 활용하기 위해 전략적 방안을 동원하고 있다.

첫째, 국가와 지방자치단체가 적극적으로 인프라를 정비하고 있다. 국가 보조금 및 지방비 지원을 통해 원형자원 관광화의 중요요소인 도로, 주차장, 지붕, 담장, 상하수도 등을 정비하고 있다. 이들은 관광객의 접근성 향상에 도움이 되고 있다. 또 체류형 관광의 인프라가 되는 140여개의 방(40채)을 확보하여 민박의 편의를 제공할 뿐 아니라 5만 4천평의 관광단지를 마을 밖 1.2Km 조성하여 관광객의 편의를 제공하기도 한다.

둘째, 정기적으로 하회별신굿탈놀이¹⁶⁾를 개최함으로써 민속을 재현하고

16) 하회의 2가지 놀이 중 ‘하회 선유불꽃놀이’가 선비들 놀이였다면, ‘하회별신굿탈놀이’는 서민들 놀이였다고 한다. 약 500년 전부터 10년에 한번 정월 보름날 또는 특별한 일이 있을 때에 서낭신에게 별신굿을 해왔는데, 굿과 아울러 서낭신을 즐겁게 하기 위하여 탈놀이를 하였으며, 우리나라의 탈춤 중에 가장 오래된 것이다. 탈놀이 중에는 탈을 쓴 광대가 양반을 향하여 평소의 잘못된 점을 지적하여 나무랄 수 있고, 양반에게 수작을 할 수도 있음에서 보듯이 양반이 서민에게 언로(言路)를 개방하기 위해 고안한 놀이라 한다(<http://www.hahoe.or.kr/korea/intangible/index.html>).

전통문화에 대한 이해와 매력을 증진시키고 있으며, 이를 통해 관광객에게 흥미를 제공할 뿐 아니라 참여를 활성화시키고 있다.

셋째, 유교문화와 관련된 다양한 프로그램 개발하는 기획력을 발휘하여 관광의 재미를 보태고 있다. 유교문화 체험 및 학습을 위해 하회탈춤 강습, 하회탈 만들기, 전통혼례 시연, 한지제작 등이 이들에 해당되는 대표적인 프로그램들이다. 그리고 나룻배를 운행하고 부용대 오르기 프로그램을 개발하여 하회마을의 경관 조망을 제공하고 있다.

③ 홍보·관측단계

하회마을의 홍보 및 관측에는 영국 여왕(Elizabeth II세)의 방문이 상당한 기여를 했다. 여왕의 방문을 통해 하회마을 국내는 물론이거니와 전 세계에 알려지는 계기가 되었기 때문이다. 이같은 점에 편승해서 각종 시정 홍보물, 인터넷 홈페이지를 구축하여 하회마을을 홍보하고 있다. 콘텐츠가 워낙 풍부하기 때문에 흔히 발생하기 쉬운 홍보와 실체가 괴리되는 ‘허풍 관측’이 발생하지 않는 점도 하회마을 홍보, 마케팅의 특징이라고 할 수 있다. 이것이 지속적 관광의 토대가 되기 때문이다.

다) 성과요인 및 개선점

1999년 영국 여왕 방문을 계기로 관광객이 100만명을 돌파한 후, 매년 그 수준의 관광객을 불러들이고 있다. 2003년에는 85만명의 관광객을 유치하여 음식, 숙박 등 관련산업은 물론이고 다른 산업에도 직간접적인 영향을 미치고 있다. 이같은 성과를 달성할 수 있었던 가장 큰 요인은 풍부한 원형의 전통자원이라고 할 수 있다. 그리고 인프라 지원을 통한 지방자치단체나 국가의 지원도 상당한 몫을 하였다.

이같은 성과에도 불구하고 관광객들에게 하회의 원형자원 문화유산에 대해서 심도있는 이해를 전달하기 위한 노력이 부족하다. 하회마을과 같은 유교적 자원은 방문객에게 내용을 상세히 설명하고 이해시킬 때 매력이 높아질 수 있기 때문이다. 원형자원에 대한 학습이 추가적이고 지속적인 재방문을 가능케 하고 가족을 동반한 가족 및 체류관광을 견인할 수 있다.

나. 축제 · 이벤트형

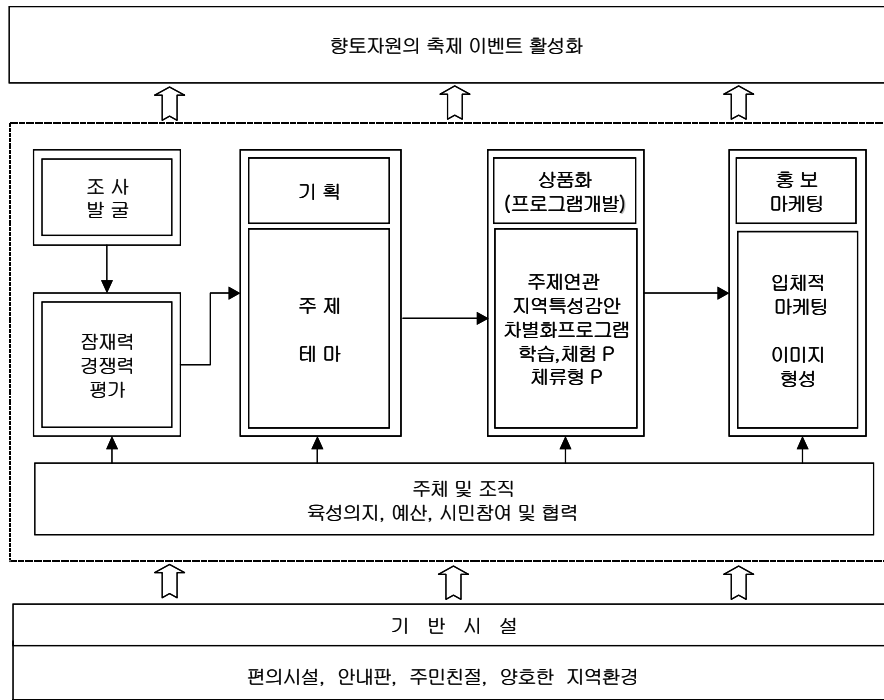
1) 활용 및 개발 매커니즘

축제의 근본적 취지는 지역문화의 보존과 지역주민의 화합에 있으나, 축제를 바라보는 세계적인 추세는 지역경제 활성화 쪽으로 방향이 전환되고 있다. 분석의 대상이 된 사례들도 그러한 특징을 보이고 있었다.

부천이나 무주의 경우, 향토자원의 축제 및 활성화 패턴이 조사·발굴, 육성개발의 상품화, 홍보마케팅의 프로세스를 거치고 있었다. 그리고 이들 과정을 활성화시키기 위해 지방자치단체의 육성·지원이라든지, 기반시설이 주요한 지원요소들이 되었다.

타 유형과 비교하여 축제 · 이벤트형의 가장 큰 특징은 상품화 과정이 관광매력의 증진을 겨냥하고 있다는 점으로 밝혀졌다. 이를 위해 주제와 연관되고, 지역특성이 가미된 프로그램 뿐 아니라, 학습 · 체험 프로그램과, 가족 · 체류형 프로그램을 개발하여 활용하고 있었다. 그런 관점에서 축제 · 이벤트형에서는 향토자원의 특성에 적합한 축제의 기획과 콘텐츠 개발이 중요한 요소로 밝혀지고 있다.

<그림 3-5> 축제·이벤트형의 활성화 과정



2) 부천 국제판타스틱 영화제 : 역사·문화자원 활용형

가) 향토적 요소 및 자원

부천은 공업적인 이미지가 강한 서울의 위성도시이다. 1970년대 서울의 공업분산정책에 따라 서울에 자리하고 있던 공장들이 대거 이전하면서부터 그렇게 되었다. 거기다 최근에는 인구가 급격히 증가하여 80만명에 육박하고 있다. 인구밀도(2002년)도 제곱킬로미터당 15,400여명으로 서울 다음으로 높다. 아울러 주변에 산이나 하천 등 자연경관자원이 적고 대부분의 지역이 시가지로 개발됨에 따라 비교적 열악한 도시환경을 지니고 있다. 인

구에 비해 문화가 없는 도시라는 부정적인 이미지가 부천의 향토적 유산이라고 할 수 있다.

나) 자원 활용 및 개발전략

① 조사·발굴단계

부천의 경우 조사·발굴단계의 특징은 지역의 이미지와 현실을 조합하는 방식이었다. 당초 형성되었던 부정적인 공단의 이미지를 개선하기 위해 고민하던 중 문화부재의 향토적 유산을 신도시 건설을 계기로 문화도시를 추구하기로 방향을 잡았다. 지역 이미지 개선과 지역의 발전을 도모하기 위해 향토자원을 조사하던 중 부정적 이미지의 대안으로 문화, 그 중에서도 영화제를 선택했던 것이다.

조사·발굴 단계에서 먼저 문화예술 전문가들의 의견을 청취했다. 여기서 영화제의 개최의 시장성을 평가했다. 영화제의 경향 뿐 아니라 잠재적 수요자가 많은 대도시 및 공항과 가까운 지리적 이점, 영화를 포함하여 문화예술에 대한 수요가 증가하는 현실을 고려하여 영화제 개최가 경쟁력과 시장성이 있다고 결론을 내렸다. 사업화 이전에 향토자원의 경쟁력에 대한 평가가 선행되었던 셈이다.

② 개발·활용단계

1998년 ‘시민과 함께 만드는 21세기 문화도시 부천’을 캐치프레이즈로 설정하고 타도시와 차별화된 전략을 펴하기 시작했다. 향토자원 육성 및 개발에 있어서는 전문가의 활용 등 다음과 같은 특성을 지니고 있다.

첫째, 사전 기획력을 발휘했다. 방향설정과 향토자원 개발에 부천시장 등 관계자가 영화 전문가의 의견을 청취함으로써 행정의 과도한 관여를 통제하

였다. 영화제 조직위원회 사단법인을 등록하였으며, 1998년에 제1회 부천 국제판타스틱 영화제를 개최했다.

둘째, 자치단체를 주축으로 일사분란한 집행체계를 구축하고 있다. 세트장(SBS ‘야인시대’) 유치에 놓고 자치단체장이 이를 유치하기 위해 리더십을 발휘하였다. 당초에는 제천, 인천 등이 부천과 경합했으나 부천시가 파격적인 조건을 제시하여 유치에 성공하였다. 이때 제시한 유치조건은 SBS에 세트장을 무료로 제공하고 20억원의 건축비를 보조하는 것이었다.

셋째, 지방자치단체가 인프라를 구축함과 동시에 재원을 조달했다. 1만여평의 부지에 70억원을 투입하여 1930-60년대 서울의 도심을 재현한 세트장을 건립하고 ‘판타스틱 스튜디오’로 명명하였으며, 걸인들의 집합소인 ‘수표교 다리밑’, 한국영화의 상징인 ‘우미관’, 일제시대 공포의 대상이었던 ‘종로경찰서’, 이미 사라진 ‘전차’ 등을 설치했다.

세계지향의 문화도시 구축을 위한 5대 문화사업¹⁷⁾의 전략화와 문화예술구반의 구축, 영상예술의 중심지라는 방향설정 아래, 만화정보센터, 자연생태박물관, 한국만화박물관, 유럽자기박물관, 물박물관 등의 건립도 영화제 활성화에 토대가 되었다. 박물관의 경우, 2001년 이후 모두 7개를 개관하였고, 자동차 박물관, 옹기박물관, 필벽기념관 등을 개관한 예정이다. 이들은 영화제 활성화에 직·간접인 인프라가 되고 있다.

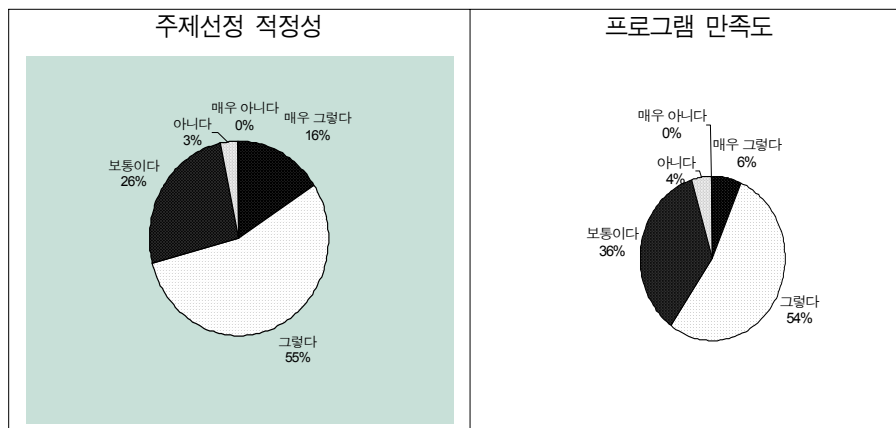
셋째, 연계관광을 개발했다. 판타스틱 스튜디오를 인근 ‘부천 영상문화단지’와 연계한 관광을 개발하고 있으며, 영화제 등을 지원하기 위해 부천 영상문화단지에서는 ‘동춘 서커스단’이 연극을 공연하고 있다.

17) 5대 문화사업은 부천 필하모닉 오케스트라의 활동영역확대, 부천판타스틱영화제(PiFan)의 세계적 전문영화제화, 부천국제대학애니메이션페스티벌(PISA)의 운영강화, 부천만화정보센터의 만화박물관화, 북사골예술제운영의 전문화이다(전영욱, 2004).

넷째, 다양한 프로그램을 공급했다. 그 중에서도 다양한 영화를 상영했다. 다른 해도 그렇지만 2004년에는 7월 15일에서 24일까지 10일간에 35개국 200여편의 영화가 상영되었다.

그 결과 관광객들은 부천 영화제의 주제 선정이나 프로그램에 대해서 비교적 높은 만족도를 보이고 있는 것으로 나타나고 있다.

<그림 3-6> 부천 판타스틱 영화제의 만족도



자료: 문화개혁시민연대, 『2003년 축제평가 보고서』, 2003

③ 홍보·판촉단계

홍보판촉에서도 기획력을 발휘하고 있다. 경연 영화제는 아니지만 홍보 효과를 고양시키기 위해 우수작품을 선정하여 시상을 하고 있다. 영화제 참가 활성화를 위한 인센티브 조치였다. 그리고 옥외광고물, 팸플릿, 카달로그, 이메일, 시정 홍보물 등 다양한 매체를 통해 다각적인 홍보를 펼치고 있으며, 특히 지방자치단체 주도로 외국의 영화제 등에 홍보사절단을 파견하여 부천 영화제를 홍보하고 있다.

다) 성과요인 및 개선점

1997년도 제1회 영화제 개최에서 113편의 영화를 상영하고 약 3만 8000여명의 유료관객을 유치하였고, 2000년에는 141편의 장·단편 영화를 축제에 올려 4만여명의 유료관객을 유치하였다. 2003년 판타스틱 스튜디오를 방문한 관광객은 88만명에 17억원의 입장료 수익을 올렸다. 이는 음식, 숙박, 교통 등에 직·간접적인 파급효과를 끼치고 있다.

또 향토자원의 상품화와 관련되어 있는 축제와 관련된 상표 등을 13개를 개발하여 특허청에 출원하고 있다.¹⁸⁾ 이는 향토자원 활용의 직접적인 결과물이라기 보다는 직간접적으로 관련되어 다양한 파급효과를 끼치는 성과물이라고 할 수 있다.

이같은 성과는 지역의 이미지 창출에 대한 고민, 영화제라는 차별적인 전략의 성정, 지방자치단체의 적극적인 지원과 단체장의 리더십, 전문 인력의 활용, 자치단체, 의회, 예술인 등의 협력이 주요한 요인이 되었다.

개선점으로는 발전의 섬으로서의 영화제가 아니라 지역경제와 보다 많은 관련성을 지닌 추가적 프로그램의 개발, 영화제를 보다 활성화하기 위한 인프라의 지원, 홍보의 강화 등으로 밝혀졌다.

3) 무주 반딧불축제 : 생태·자연자원 활용형

가) 향토적 요소 및 자원

무주는 덕유산 자락에 자리하고 있어 구천동을 포함하여 수려한 자연경관을 지니고 있다. 청정지역이기 때문에 천연기념물 322호인 반딧불이와 그 먹이인 다슬기가 서식하고 있기도 하다. 청정자연과 반딧불이가 이 지역

18) 영화제와는 직접적이지는 않지만 부천은 26개의 특허 및 상표 등을 출원하는 노력과 성과를 보이고 있다(특허청 홈페이지, 2004).

의 향토자원이라고 할 수 있다.

그래서 무주는 반딧불이라는 생태 및 자연자원을 활용하여 지역의 이미지를 고양시키고 지역발전을 도모하는 대표적인 지역에 속한다.

나) 자원 활용 및 개발전략

① 조사·발굴단계

무주는 향토자원의 조사 및 발굴에서 차별성이 있다. 하나는 지역의 침체를 인식하고 소득을 창출하고 지역을 발전시키기 위한 경쟁력 있는 자원에 대한 조사를 지방자치단체가 주도적으로 시행했다는 점이며, 다른 하나는 지역의 향토자원의 경쟁력을 비교적 주도면밀하게 평가했다는 점이다.

여타의 소도읍처럼 무주도 인구가 감소하고 쇠락의 길을 걸었다. 그러던 중, 무주는 무엇을 먹고 살며, 지역의 이미지를 어떻게 창출할 것인가를 고민하게 되었다.¹⁹⁾ 그 후 이같은 인식에서 지자체가 주도적으로 향토자원에 대한 전문가 컨설팅을 받았다.

그 결과 무주가 반딧불이 서식지 보호구역임을 포착하고 반딧불이를 지역발전을 위한 경쟁력 있는 자원으로 활용하기로 결정했다. 이런 판단의 배경에는 반딧불이가 다른 지역에서는 쉽게 찾을 수 없는 특이성과 차별성을 지닌 자원이라는 평가가 작용했다.

② 개발·활용단계

육성·개발단계의 가장 큰 특징은 세 가지로 정리할 수 있다. 첫째, 지역의 여건을 고려한 독특한 테마의 선정이다. 청정지역이기 때문에 다른 지역이 지닐 수 없는 반딧불이라는 향토자원이 있었고 이에 대한 가치를 평가했

19) 이같은 고민을 주도한 사람은 당시의 군수 김세웅이었다.

던 것이다. 이를 자연, 생명, 화합의 축제라는 테마에 근거한 반딧불 축제를 활용했다.

둘째, 민관합동의 추진체계 구축이다. 위원장, 부위원장을 포함하는 200여명의 민관인사로 구성되는 상설 축제준비 및 주관기구로 ‘반딧불 축제 제전위원회’를 구성²⁰⁾하였으며, 성공적인 축제의 개최를 위해 지원본부, 행사본부, 시설본부 등으로 구성되는 민관합동 지원기구인 반딧불축제 기획단을 운영하고 있다. 축제의 성공요건 가운데 하나인 협력적 추진체계를 구성하고 있는 특징을 보이고 있다.

셋째, 주제와 관련된 다양한 프로그램 개발의 기획력을 발휘하고 있다. 프로그램 개발을 위해 전북대, 출향인사 등의 전문가의 지혜를 빌리고 있다. 그래서 반딧불 신비탐사, 반딧불이 생태체험관 운영, 반딧불이 일대기 관찰, 형설지공 체험, 덕유산 서식곤충 전시관람, 봉숭아 물들이기 등 프로그램 개발, 제공했다. 이와 더불어 휴양림, 무주 리조트 등과 연계한 프로그램을 개발하여 ‘쿠시당고(串團子)식’ 연계관광²¹⁾도 활성화시켜 축제의 매력을 배가시키고 있다.

넷째, 학습관광을 활성화하고 있다. 반딧불이 학습관광화를 위해 반딧불이 생태관찰 관련 프로그램을 개발하고 있다. 반딧불이 학습관련 부대행사도 개최하고 있다. 학습관광은 어른들의 참여를 유도하게 되며, 어른들에게는 추억을 제공함으로써 학습관광과 연계된 가족관광을 활성화하는 특징이 있었다.

그 밖에 축제 활성화를 위한 인프라 제공에도 지혜를 발휘하고 있다. 가족 관광객의 숙식과 편의를 제공하기 위해 폐교를 개보수하여 숙박시설로 제공하는 것이 대표적이다.

20) 제전위원회는 각 분과별로 세부 추진계획을 수립하고 있다.

21) 후술하겠지만 이는 ‘경단(串團子)을 하나씩 먹어서는 양이 차지 않기 때문에 꼬치에 꿰어 먹듯이 다양한 볼거리를 연계하여 관광화를 도모하는 전략이다.

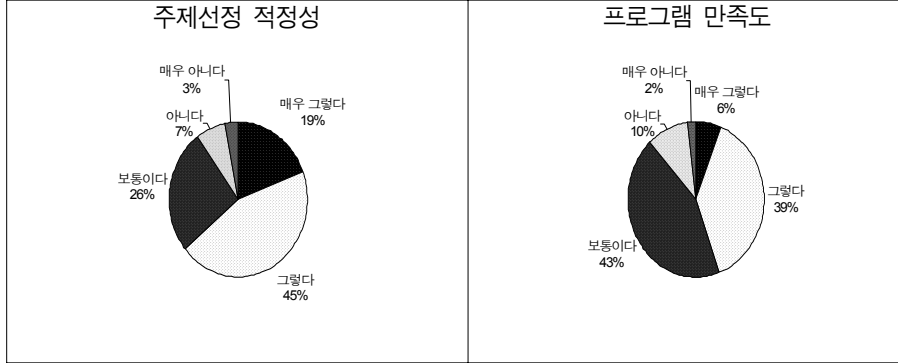
이렇게 개발한 축제의 주요 내용은 <표 3-8>과 같다. 반딧불이와 생태라는 데 프로그램을 특화시키는 특징이 있다. 그 결과 프로그램에 대해 방문객들의 만족도가 높게 나타나고 있다(문화개혁시민연대, 2003).

<표 3-8> 무주 반딧불축제의 내용(2004년)

구 분	주 요 내 용
메인이벤트	<ul style="list-style-type: none"> - 반딧불이 생태관찰코너 운영 - 반딧불이 관찰 - 형설지공 체험의장 - 덕유산 서식곤충 특별전시 - 금강 상류 민물고기 전시 - 생명평화의 꽃동산 - 전국농산물품평회 - 무주농특산품 홍보 - 체험추억현장,
특별이벤트	<ul style="list-style-type: none"> - 사랑의 다리 러브 페스티벌 - 궁합봐주기 - 사랑의 작명소 - 커플 케리커처 그려주기 - 타로점 - 가족줄넘기 - 사랑의 열쇠걸기
특별전시	<ul style="list-style-type: none"> - 제2회 무주 전통식품 한국대전 및 제3회 무주 전통공예 한국대전 - 전국 친환경 농산물 품평전시 - 도각을 통한 탁본전시 및 문화체험
참여마당	<ul style="list-style-type: none"> - 그때 그시절 그추억 체험장 - 먹거리 판매장 - 행운의 부적달기 - 어린이 나무곤충 만들기 체험교실 - 반딧불이 판화체험장 - 별자리 관측 - 반딧불 전통상품 직거래 장터 - 전통민속체험, 민속놀이 체험 장 - 페이스 페인팅 - 전통음료 체험장 - 봉숭아 물들이기 - 섣다리 재현 체험장
상설행사	<ul style="list-style-type: none"> - 반딧불 맛자랑 먹거리 장터 운영 - 팔도 농특산물 특관전 - 반딧불 토속주 무료 시음회 - 반딧불 시화전 - 반딧불이 기획상품 판매 - 반딧불 캐릭터와 사진찍기 - 추억의 민속장터 - 생명띠 이어주기 서명운동 - 환경사랑, 생명평화 표어전시 - 아나바다 시장운영 - KT 무주지점 인터넷 서비스센터

자료: 무주군청, 내부자료, 2004

<그림 3-7> 무주반딧불 축제 만족도



자료: 문화개혁시민연대, 『2003년 축제평가 보고서』, 2003

③ 홍보·관측단계

홍보관측에서의 특이점은 참여형 홍보를 펼치고 있다는 것이다. 인터넷을 통해 ‘반딧불이 카드 보내기’ 프로그램을 제공함으로써 흥미가 가미된 홍보전략을 채택하는 독특성을 보이고 있다. 그밖에 시정 홍보물, 안내 책자 등을 통해 지방자치단체가 반딧불축제를 홍보하고 있으며, 반딧불이 캐릭터를 개발하여 이미지 향상을 위해 노력하고 있다.

다) 성과요인 및 개선점

1997년 반딧불축제가 개최된 이래 매년 30만명 이상의 관광객이 증가하여, 1998년에 175만명에 불과하던 관광객이 2002년에는 310만여명으로 급증했다. 무주 반딧불이 캐릭터를 상표 및 업무표장으로 특허청에 등록하여 2002년 총 27건(업무표장 8건, 상표 16건, 서비스표 3건), 2003년에는 총 39건과 관련된 248개 상품도 개발했다(특허청 홈페이지, 2004). 이는 직·간접적으로 지역발전에 영향을 미쳤다. 또 홍콩, 중국, 폴란드, 러시

아, 인도, 독일 등에서 2천여명이 무주를 방문(2003년)하고 있다.

이같은 성과를 거둔 가장 큰 요인은 첫째, 수려한 자연을 바탕으로한 반딧불이라는 차별화된 자원의 발굴, 주제와 일관된 학습프로그램의 개발, 지방자치단체의 기획력, 참여형 홍보, 마케팅 기법의 개발이라고 할 수 있다.

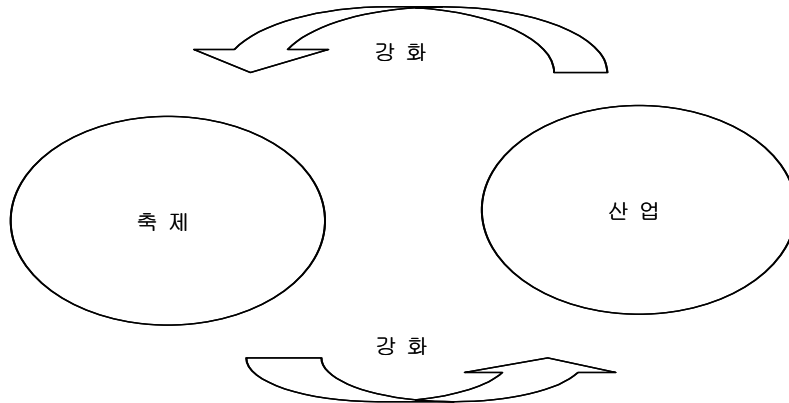
보다 매력적인 축제를 위한 가장 큰 과제로는 축제의 성격에 맞는 콘텐츠 및 프로그램의 추가적 개발이라고 할 수 있다. 특히, 반딧불이를 기반으로 한 생태축제가기 때문에 교육차원에서 찾아온 가족단위의 관광객이 많음을 고려하여, 영상물이나 모형, 매뉴얼 등을 포함한 흥미와 교육적 수요를 충족시킬 수 있는 프로그램의 추가적 개발이 필요하다.

다. 관광·산업 복합화형

1) 활용 및 개발 매카니즘

이 유형은 향토자원을 축제로도, 그리고 산업화로도 활용하는 전략이다. 물론 그것의 선후(先後)는 지역의 사정에 따라 달라질 수밖에 없다. 이 전략은 축제와 산업의 연계에 의한 시너지 효과를 창출함으로써 축제와 산업 발전을 동시에 도모하고 있다. 즉, 축제를 통해 지역의 이미지도 향상시키고 산업의 발전도 도모하고 있으며, 반대로 산업의 발전을 통해 축제를 활성화키기도 한다.

<그림 3-8> 관광·산업 복합화 전략의 개념



이 같은 개념 아래, 보다 구체적인 향토자원의 활용 과정은 잠재력 및 가치 발견을 위한 조사·발굴, 향토자원의 개발 및 육성, 그리고 이를 통해 창출한 부가가치를 홍보, 마케팅 하는 것으로 이루어져 있는 것으로 조사되었다.

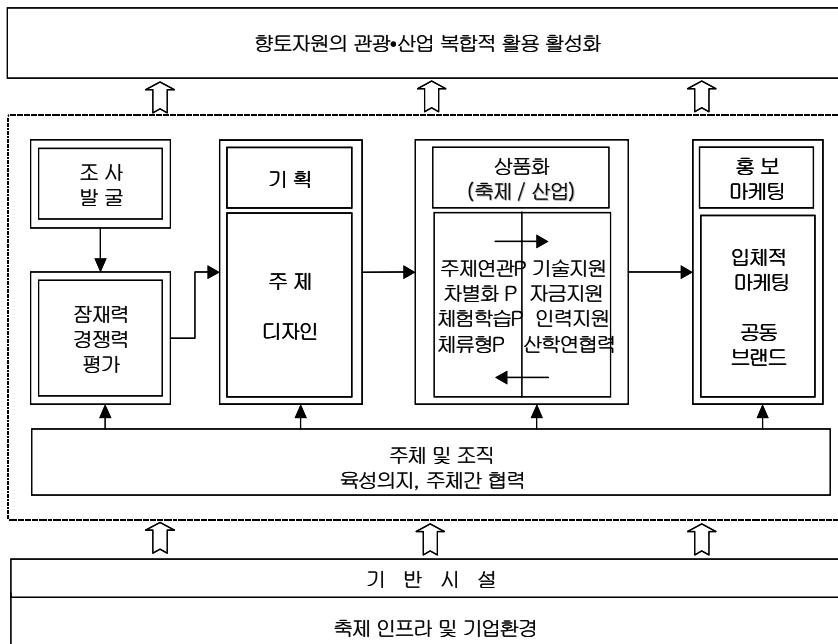
다만 이 유형에 있어 가장 특이한 점은 향토자원을 상품화 하는 과정에서 나타났다. 축제와 산업발전을 복합적으로 도모하고 있기 때문이다. 향토자원을 테마로 한 축제를 활성화하고 축제의 매력을 향상시키기 위해, 주제와 연관된 다양한 프로그램을 개발하고 체험 및 체류형 관광을 활성화시키기 위한 콘텐츠를 개발한다. 동시에 학습 및 가족관광을 도모하고 관광의 계절적, 장소적 제한성을 극복하기 위한 프로그램을 개발하고 있었다.

또 산업을 활성화시키기 위해 향토자원의 산업적 활용과정에서 직면할 수 있는 애로기술 지원, 신기술 개발, 인력 및 자금지원, 정보제공, 상품화 등국가 및 지방자치단체가 지원하고 있으며 산업화 과정에서 부족한 기술이나 지식 등을 대학 및 연구소, 기타 전문가 등과의 협력 네트워크를 활성화 함으로써 보완하고 있었다.

마케팅에 있어서는 축제가 지역민의 화합도 중요하지만 산업의 발전을 지원하는 방식으로 개최되고 있었다. 제품을 홍보하는 수주형 축제, 상품화에 필요한 지식과 정보를 교류하는 교류형 축제를 개최하고 있었다.

산업발전에 대한 지원도 그렇지만 특히 축제에 대한 지방자치단체의 지원은 대단한 것으로 확인되고 있다. 축제가 공공재적인 성격을 띠는 탓도 있지만 기업가적 마인드로 무장한 자치단체가 축제를 통해 지역경제 활성화를 도모하고 있기 때문으로 판단된다.

<그림 3-9> 관광·산업 복합화형의 향토자원 활용과정



2) 이천 도자기: 산업자원 활용형

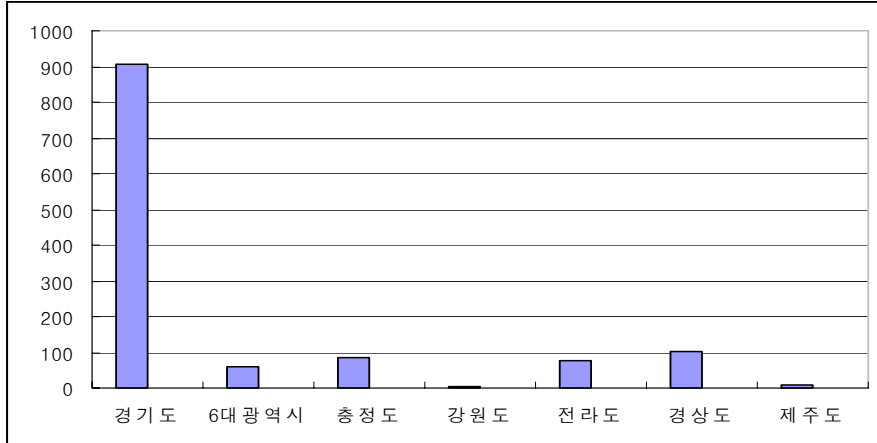
가) 향토적 요소 및 자원

이천 도자기는 관광·산업 복합화형 가운데 산업자원의 활용형에 속한다. 도자기(고령토)가 산업적 자원에 해당되기 때문이다. 조선시대부터 광주요(窯) 등이 있긴 하였지만,²²⁾ 이천 등의 지역은 한국전쟁으로 폐허가 된 1950년대 그릇수요가 급증하면서 도자기가 호황을 맞기 시작했고, 1960년대 일본인들의 도자기 구매 열풍이 불어 일본시장이 열리면서 판매망이 넓어지기 시작했다. 그리고 근대에 들어서는 발달된 교통망과 수도권 인근지역이라는 입지적 특성도 좋은 여건이 되고 있다.

그런 탓에 전국의 도자기업체(1,244개) 가운데 72.9%인 907개가 경기도에 집중되어 있고<그림 3-10>, 그 중에서 37.7%인 342개가 이천에 자리잡고 있다<표 3-9>.

22) 광주군이나 여주군에는 고려시대의 관요(官窯)가 있었으나, 이천은 고려시대의 자기제작을 뒷받침할만한 역사적 흔적이 발견되지 않고 있다. 다만, 중종 25년(1530년)에 간행된 『신증동국여지승람』을 보면, 이천 도호부의 특산품으로 백옥과 함께 도시를 꼽고 있어 조선시대에 와서 비교적 활발한 자기제작이 이루어졌음을 알 수 있다(신지원, 2004).

<그림 3-10> 전국 도자기 업체 현황



<표 3-9> 경기도 중 이천의 도자기 업체 현황

구분	이천	여주	광주	기타	계
업체수(개)	342	449	53	63	907
%	37.7	49.5	5.8	6.9	100

나) 자원 활용 및 개발전략

① 조사·발굴단계

이천은 지방자치단체 주도로 축제 및 산업화 자원으로서 도자기의 잠재력 및 경쟁력 평가에 남다른 노력을 기울인 것으로 확인되고 있다. 지방자치단체, 도자기 전문가, 마케팅 전문가, 산업전문가 등이 참여하여 향토자원의 지역발전에 대한 기여와 성장잠재력, 경쟁력에 대한 면밀한 평가를 시행했다. SWOT 분석을 통해 이천의 도자기는 기호성 소비의 증가, 서울이라는 거대시장 존재, 도자기 산지에서 축적된 경험과 노하우, 인근 대학으

로부터의 인력충원 등에서 잇점이 있는 것으로 나타났다.

그런 판단 하에 전술한 자원활용 전략 가운데 하나인 도자기 고장이라는 기왕에 형성된 이미지를 강화시키는 전략을 채택하였다. 이같은 평가를 주도한 것은 지방자치단체였으며, 자치단체가 산업과 축제를 연계시켜 지역발전을 도모하기 위한 기획력을 발휘했다. 그것은 축제와 산업의 연계를 통한 상호시너지 효과를 창출하는 전략으로서 수주형, 홍보형 도자기 축제의 개최였다.

② 개발·활용단계

이천이 도자기 자원을 개발하는 두 축은 축제의 활성화와 산업의 활성화이다. 이들은 지역의 발전이라는 동일한 목표를 겨냥하고 있지만 활용전략의 특징과 내용은 여러 가지 면에서 차이가 난다.

● 축제 활성화

이천 도자기 축제는 올해로 19회째를 맞고 있다.²³⁾ 축제 활성화에서 주도적인 역할을 담당하는 것은 지방자치단체이다. 축제활성화를 위해 이천시가 기울인 노력의 전략의 특징은 다양한 측면에서 포착되고 있다. 향토자원을 공유하고 있는 인근지역과의 연계, 인프라 공급, 다양한 프로그램의 기획 및 제공 등이 그것이다. 각각의 특성을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 축제를 활성화하기 위해 인근지역과 연계해서 엑스포를 개최하고 있다. 도자기 산지라는 동일한 특성을 지니고 있는 여주, 광주 등과 연계하여 2001년부터 ‘세계 도자기 엑스포’를 개최함으로써 이천의 도자기 이미지를 향상시키고 있으며, 행사의 부담이나 경비를 절감시키고 있다.

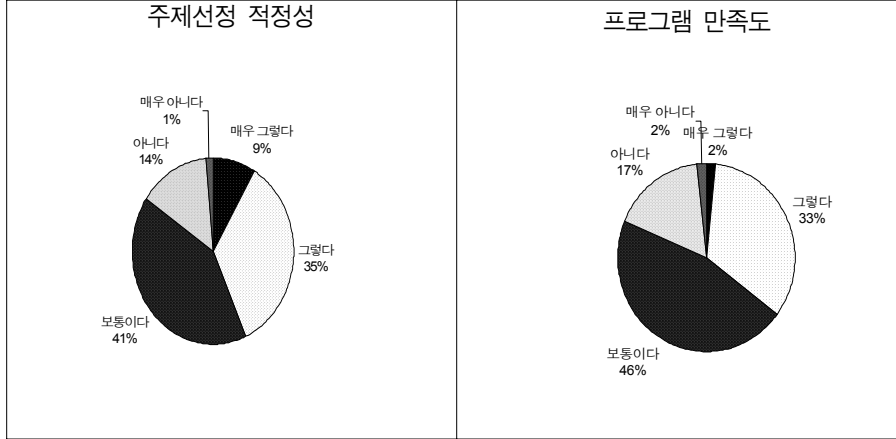
23) 이천 도자기 축제는 1986년부터 개최되기 시작했다.

둘째, 지방자치단체가 축제 활성화를 위해 막대한 인프라를 공급하고 있다. 이천의 도자예술의 변화 및 발전을 소개하고, 국제적인 네트워크를 구축하여 도자발전에 기여할 수 있는 ‘이천세계도자센터’ 건립했다. 여기에는 4개의 대형 전시실과 도자축제를 펼칠 수 있는 10여만평 규모의 행사장, 국제 워크샵을 열 수 있는 공방, 국제회의를 수용할 수 있는 대강당, 대가마 조형물, 토야랜드 등 테마파크를 설치했다.

셋째, 다양한 행사 및 프로그램을 통해 축제의 이미지를 향상시키고 있다. 이천의 탄탄한 기획력이 돋보이는 대목이다. 정보교류형 ‘세계도자비엔날레’를 개최함으로써 세계 예술도자의 다양한 정보 및 경향을 알려줄 뿐 아니라, 국내·외의 주요 작가들의 작품을 전시함으로써 교류채널을 마련하고 있다. 그리고 화기전, 전통 굽뚝전, 전국도자기명장 작품전, 분재전, 도자기 시화전, 학생작품전, 야생화전 등 전시행사를 열어 축제를 활성화시키고 있다. 체험행사로는 도예교실, 도자기제작과정, 플레이올림픽, 물레시연, 물레경연대회, 전통도예경영대회 등을 제공한다. 이외에 전통가마불지피기, 다도시연(茶道試演), 워크샵, 페스티벌, 도자기백일장, 미술대회 등의 프로그램을 편성하고 있다.

그 결과 축제참가자들의 상당수가 축제에 대해 만족을 나타내는 것으로 밝혀지고 있다. 2003년 축제 참가자 중 45%가 주제선정에 대해, 36%가 프로그램에 대해 만족하는 것으로 나타났다(문화시민개혁연대, 2003).

<그림 3-11> 이천도자기 축제의 만족도



● 산업 활성화

도자기 산업의 활성화를 위해 다양한 주체간의 협력을 활성화시키고 있다. 성숙한 클러스터라기 보다는 성장하는 클러스터적인 특징을 보이고 있다.²⁴⁾ 도자기 산업을 활성화시키기 위해 산·학·관 클러스터가 활성화되어 가고 있기 때문이다.

이천에 소재하고 있는 청강문화산업대학과 용인에 소재하고 있는 명지대학교는 인력, 디자인, 기술을 지원하고 있다. 중앙정부(문화관광부, 산업자원부)와 경기도, 이천시 등은 자금, 인력, 기술, 포상 및 인증제도, 판로개척 및 홍보 등을 지원한다. 민간조직인 이천도자기조합, 전국 도예가협회, 현대도예가협회 등은 인력 및 판로 정보를 공유하며, 원료를 공동으로 구매하는 등의 협력관계를 형성, 유지하고 있다.

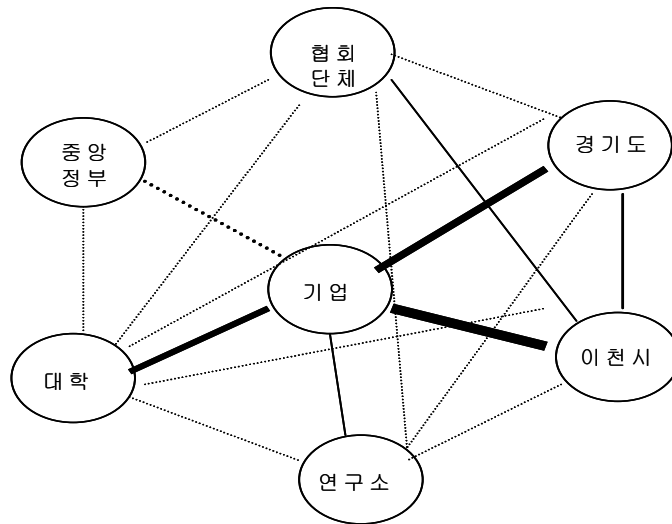
24) 성숙된 클러스터의 특성은 여러 가지 가운데서도 기업과 지원기관의 협력 가운데서도 기업의 수요의 현시와 그에 적절한 지원기관의 협력, 그리고 신뢰에 바탕한 기업간의 협력이라고 할 때, 이천의 경우는 성숙되지는 않았지만 성장하고 있는 클러스터라고 할 수 있다.

<표 3-10> 지원기관의 지원내용

주 체		지원내용
도자기 산업체		· 디자인, 기술, 인력, 홍보 등 지원 의뢰
대 학	청강문화산업대학	· 디자인, 인력지원
	명지대학교	· 기술, 인력지원
문화관광부, 산자부, 경기도, 이천시		· 홍보, 자금, 정보 등 지원
도자기 협회 및 단체		· 인력 및 판로 등 정보공유, 원료 공동구매

기업의 인터뷰 결과에 의하면,²⁵⁾ 이들 지원기관 중에서도 이천시, 경기도, 대학의 순으로 지원이 실효성이 있는 것으로 밝혀지고 있다. 반면, 중앙 정부의 지원은 실효성이 많지 않은 것으로 나타났다.

<그림 3-12> 지원기관의 상호작용 및 지원의 실효성



25) 이천 도자기 협회의 기업명단을 확보하여 2004년 9월 초에 30여개 업체를 인터뷰한 결과이다.

③ 홍보·판촉단계

이천은 다양한 채널을 통한 입체적인 전략으로 도자기 산업을 홍보하고 있다. 한편으로는 축제 및 세계 도자기 엑스포를 개최하여 도자기 산업을 홍보하고 있고, 다른 한편으로는 각종 시정 홍보물, 책자, 인쇄물 등을 통해 도자기 산업과 축제를 홍보하고 있다. 또 홍보전문 조직을 만들뿐 아니라 인터넷 홈페이지를 통해서도 홍보를 하고 있다

④ 성과 및 개선점

이같은 노력으로 축제와 산업측면 모두에서 상당한 성과를 거두고 있다. 2003년의 경우 축제 기간동안에 약 100만명의 국내외 관광객을 창출하였으며, 도자기업체의 연간 매출액은 18,412백만원에 이르고 있다.

향토자원의 활용성과와 관련된 특허 및 상표권과 관련해서 이천시가 특허청에 출원하고 있는 것은 16개에 달하고 있기도 하다(특허청 홈페이지, 2004).

그렇지만 개선점도 있다. 도자기 업체는 이천시로부터 가장 많은 도움을 얻고 있는 것으로 밝혀지고 있지만, 축제를 통해 ‘이천이라는 지역이 도자기로 유명하다’는 사실의 홍보에만 그치는 측면이 적지 않다. 정작 도자기를 생산하고 있는 업체들에게는 적합한 지원을 제공하고 있지 못하기 때문이다.²⁶⁾ 이는 제조, 홍보 및 판촉 등의 단계별로 적합한 지원이 제공되어야 함을 시사하는 점이다.

26) 실제 이천시 지역경제과 도예담당과 내부자료를 보더라도 “대표리더의 육성, 생산의 계열화 및 통합화, 공동제작 및 분업화의 강화, 유통 및 물류시스템의 현대화, 도자산업연구센터 조성” 등과 같은 방향만 설정해 두고 있는 형편이다.

3) 보령머드 : 자연·생태자원 활용형

가) 향토적 요소 및 자원

보령머드는 관광·산업 복합화형 가운데 자연·생태자원 활용형에 해당된다. 머드라는 자연자원을 활용하기 때문이다. 클레오파트라의 진짜 미모는 코가 아니라 머드팩이라 한다. 세계 최고의 품질을 자랑한다는 이스라엘 사해지역의 머드만을 고집했기 때문이다. 사해 머드와 비슷한 성분을 가진 게 바로 보령 대천해수욕장의 갯벌에서 볼 수 있는 진흙이다. 보령시는 사해 머드에 버금가는 5Km 해안에 걸친 동양에서 유일한 패각분인 양질의 바다 진흙이라는 향토자원을 보유하고 있다.

나) 자원 활용 및 개발전략

① 조사·발굴단계

머드 자원을 활용한 지역발전의 아이디어가 리더에서 나온 대표적인 경우가 보령이다. 94년 부임한 단체장은 어떻게 하면 보령을 잘 사는 지역으로, 그리고 특징있는 지역으로 만들 수 있을까를 고민했다. 그러던 중 어느 날 우연히 영화 속 주인공들이 머드 목욕을 하는 장면을 보고 머드 상품화를 떠올렸다.

그리고 나서 사업화 이전의 단계에서 머드의 경쟁력과 시장성을 철저히 평가했다. 자치단체 주도로 ‘머드팀’을 구성하여 연구를 시작했을 뿐 아니라, 연구기관에게 머드성분의 분석을 의뢰했다. 그 결과 유익한 원적외선이 다량 방출되고, 외국의 머드에 비해 게르마늄, 미네랄 등 피부미용에 탁월한 효과가 있는 성분을 함유하고 있음을 밝혀냈다.

그런 다음 미용에 대한 관심이 높아지는 추세를 활용하여 머드천연화장품 개발과 흥미와 미용효과를 가미한 축제를 개최함으로써 지역발전을 도모하기로 자원활용의 방향을 결정했다.

② 개발·활용단계

● 축제 활성화

1998년에 시작된 머드축제는 특별한 논리를 가지고 있음을 확인할 수 있었다. 보통은 축제가 열리면서 향토자원이 제품으로 생산, 판매되는데 비해, 보령의 경우는 반대의 길을 걸었기 때문이다. '96년 머드제품의 유통을 책임졌던 보령은 상품의 원활한 판매를 위해 축제를 고안해 냈다. 축제를 통해 보령을 머드의 고장으로 각인시키고 머드와 접할 수 있는 기회를 자연스럽게 만들어 주면 머드 화장품 판매에 도움이 되지 않겠느냐는 논리에서였다.

이렇게 시작한 축제는 두 가지 요인으로 인해 본 궤도에 오르고 있다. 하나는 다양한 프로그램 개발을 통해 흥미를 제공하고 있는 점이며, 다른 하나는 연계관광을 활성화시키고 있는 점이다.

첫째. 머드와 관련된 다양한 체험 프로그램을 개발, 제공하고 있다. 해수욕 및 머드마사지(해변셀프 마사지, 침단머드마사지체험) 체험행사를 개최할 뿐 아니라, 대형 머드탕, 머드씨름대회, 머드슬라이딩, 머드교도소, 인간마네킹, 캐릭터인형, 머드풍선 등을 설치하여 재미를 더하고 있다.

둘째는 머드해수욕과 연계해서 외연도를 비롯한 78개의 크고 작은 섬과 모세의 기적으로 유명한 무창포 신비의바닷길, 냉풍욕장, 석탄박물관, 낭혜화상백월보광탑비 등 문화유산을 함께 즐길 수 있는 연계관광을 개발하고 있다. 프로그램의 주요내용은 공개행사, 체험행사, 기획전시행사, 연계행사 등으로 구성되어 있다<표 3-11>.

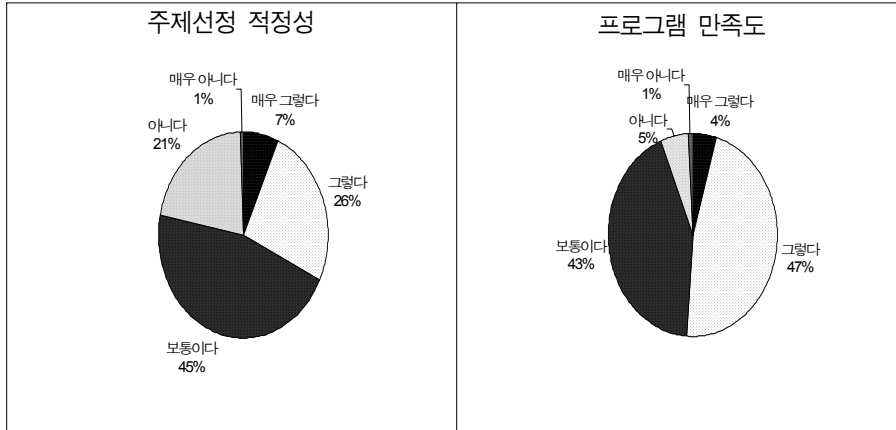
<표 3-11> 보령머드축제의 내용(2004년)

구 분	주요 내용
공개행사	<ul style="list-style-type: none"> - 거리퍼레이드 - 개막식 - 머드왕 선발대회 - 머드세계 불꽃경연대회 - 폐막식
체험행사	<ul style="list-style-type: none"> - 머드 대형탕 - 머드키드, 실버탕 - 머드 슬라이딩 - 머드 교도소 - 머드 소프트공놀이 - 머드 인간 마네킹(석조각 포토존) - 머드 씨름대회 - 해변 셀프마사지 - 갯벌 극기훈련 체험 - 제2회 보령갯벌체험 마라톤대회 - 첨단 머드마사지 (유료) - 보령머드체험 연애인 축구대회 - 머드 장애물
기획전시 행사	<ul style="list-style-type: none"> - 보령머드 홍보관 - 관광보령 홍보관 - 축제공모 사진전시 - 축제상품 전시판매 - 베틀제작 시연 및 전시판매 - 보령특산물 전시판매
연계행사	<ul style="list-style-type: none"> - 웰컴투코리아 연애인 팬 싸인회 - 머드 전국사진 촬영대회 - 우리가락 배워보기 코너 - 머드바디페인팅 코너 - 머드 댄싱팀 운영 - 관광지 순환이벤트 - 임해시군 머드축구대회 - 시낭송대회 - 인터넷 동영상 생방송 - 어린이 머드캐릭터 이름표 달아주기 - 거리퍼포먼스 (캐릭터인형) 운영
야간행사	<ul style="list-style-type: none"> - 해변국악공연 - 세계 머드피부 미용경진대회 - 바디페인팅 공연 - 클래식의 밤 - 머드 페스티벌 쇼 - 머드 미스터 선발대회

자료: 보령시 내부자료, 2004

축제에 참가한 사람들의 프로그램에 대한 만족도가 상당히 높게 나타난다<그림 3-13>. 참가자 51%가 축제 프로그램에 만족하는 것으로 밝혀지고 있다(문화개혁시민연대, 2003).

<그림 3-13> 보령머드 축제의 만족도



자료: 문화개혁시민연대, 『2003년 축제평가 보고서』, 2003

● 산업 활성화

머드의 산업화에 있어서는 지방자치단체의 기업가적 마인드가 두드러지는 특성을 보이고 있다. 그런 관점에서 경영사업팀을 구성하고 연계를 활성화하는 등의 노력을 보이고 있다.

첫째, 지방자치단체가 비즈니스 마인드를 발휘해 ‘보령 머드랑’이라는 브랜드를 개발하고, 머드사업을 총괄하고 있다. 화장품에 국한되었던 상품을 머드 원료판매²⁷⁾ 등으로 다각화시켜 수익모델을 다양화할 뿐 아니라, 보령시 홈페이지에 머드 홈쇼핑 공간을 개발하여 머드상품 판매공간을 마련하고 있다.

둘째는 머드 상품화를 위해 다양한 기관과 협력채널을 구축하고 이를 통해서 부족한 지식이나 기술을 빌리고 있다. 연구기관(태평양기술연구원, 한국화학연구소, 한국표준과학연구원) 등의 협력을 얻어 머드 상품화에 주력

27) 주요 고객은 애경산업, BYC 등으로 적잖은 수입대체효과를 달성하고 있음

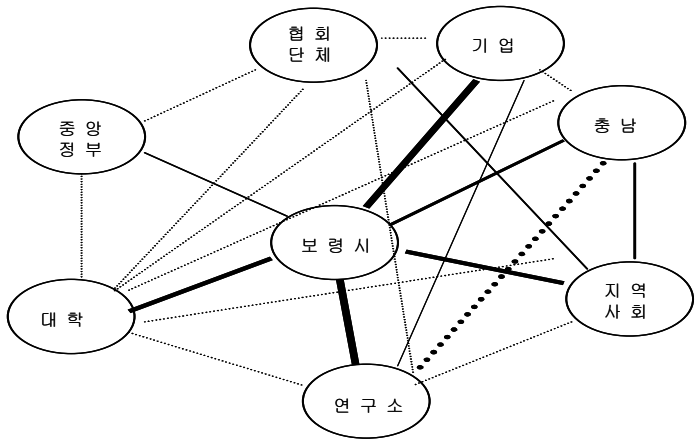
하고 있는데, 화장품 등 머드제품은 (주)태평양 화장품에서 위탁생산하고, 연구소, 대학 등을 통해서는 기술 및 디자인을 지원받고 있다<표 3-12>.

<표 3-12> 지원기관의 지원내용

주 체		지원내용
(주) 태평양 화장품		· 머드 상품화성 검증, 머드 상품 위탁생산
연구소	한국화학연구소	· 기술개발, 디자인지원
	한국표준과학연구원	· 기술개발, 머드 품질성 검증
보령시		· 축제 및 상품 홍보, 판촉
지역사회		· 축제에 대한 주체적 참가 및 지원

보령시 관계자와의 인터뷰 결과<그림 3-14>에 의하면 이들 지원기관 중에서 기업, 연구소, 대학 등의 순으로 머드의 상품화에 도움이 되고 있다고 한응답하고 있다(문화개혁시민연대, 2003).

<그림 3-14> 지원기관의 상호작용 및 지원의 실효성



③ 홍보·판촉단계

홍보 및 판촉의 특징은 다원화된 홍보, 판촉 루트를 개발하여 활용하고 있는 점이다. 유통은 지방자치단체가 직접 관장하고 있다. 지방자치단체는 시청이나, 읍·면·동, 교육청 및 수련원, 관광시설이나 화장품 코너 등에 판매망을 개발하고 있으며, 우체국 주문판매, 전자 상거래를 등의 통신판매를 통한 판촉의 활성화를 도모하고 있다. 콘도, 피부 마사지실 64개소 등을 통해서도 머드 화장품을 홍보, 판매하고 있다.

④ 성과요인 및 개선점

보령은 머드 화장품, 머드원료판매 등을 통해 15억원의 매출을 달성(2002년)하고 있으며, 외지 관광객이 93%를 차지할 만큼 여름의 대표적인 축제로 자리잡고 있다. 또 향토자원 개발과 직간접적으로 관련되는 특허 및 상표 등의 권리화도 11건에 이르고 있다(특허청 홈페이지, 2004).

이같은 성과를 달성한 요인은 첫째, 머드자원을 중심으로 축제와 머드산업의 상호 긍정적인 시너지 효과를 발생시킨 지방자치단체의 기업가적 마인드, 둘째, 기획, 상품화 등 향토자원 활용의 다양한 단계에서 협력채널을 형성하여 부족한 지혜를 빌리는 점이라고 할 수 있다.

이런 성과에도 불구하고 개선점도 있다. 그중에서도 가장 큰 과제는 축제를 위한 기반의 정비라 하겠다. 머드체험을 제공할 수 있는 전문시설의 확보 등이 가장 대표적인 경우이다.

4) 함평나비 : 자연·생태자원 활용형

가) 향토적 요소 및 자원

함평은 농업의 이미지가 강한 지역이다. 이점은 호남가(湖南歌)에서도

드러나고 있다. 호남가는 호남의 지역적 특성을 노래한 남도 전래민요인데, 그 첫 머리를 “함평천지 늙은 몸이”로 시작하고 있다. 그만큼 들이 넓고 태평스런 지역이 함평이라는 인식이 호남가에 배어 있다. 청정한 들녘이 함평의 대표적인 향토자원이라고 할 수 있다.

나) 자원개발전략

① 조사·발굴단계

함평은 농업 이외의 소득을 개발해 지역경제 발전에 기여하기 위해 청정 들녘의 생태적 자원을 경쟁우위 영역으로 설정했다. 환경이 살아 있는 지역이 함평이라는 것을 알리기 위해서는 효율적인 수단이 필요했다.

자치단체 리더²⁸⁾의 창의성이 계기가 되어 함평나비자원을 활용한 지역발전 모델을 탄생시켰다. 그것이 바로 나비축제였던 것이다. 나비축제는 지방자치단체가 주도가 되어 향토자원의 경쟁력에 대한 면밀한 평가를 통해 선정된 사업이다. 향토자원의 경쟁력과 시장성 평가를 위해 사업화 이전의 기획 단계에서 군수를 비롯하여 공무원, 민간으로 평가 조직을 구성했다. 여기서 판단한 결과는 유채를 통한 관광화는 차별성이 없고, 제주도에 비해 경쟁우위가 떨어진다고 판단했다. 그 대신 자운영을 심어 나비축제를 개최하기로 결정했다.

② 개발·활용단계

● 축제 활성화

함평은 축제를 통해 지역을 발전시키기 위해 인프라 정비, 전문인력의 확보, 다양한 프로그램의 개발, 주민참여 활성화 등 다각적인 노력을 기울이

28) 생태자원의 가치를 간파한 사람은 지방자치단체장 이석형 군수였다. 그는 ‘뱀장어의 신비’와 같은 다큐멘터리를 제작하는 등 진작부터 생태적 가치를 인식하고 있었다.

고 있다.

첫째, 함평천 정비 등 축제활성화를 위한 인프라를 정비, 조성하고 있다. 함평천 주변 1,000만평의 들판을 축제행사장으로 조성하는 한편, 자운영을 파종하고, 행사장 앞 6,000평 야산에 철쭉 10만 그루를 심어 나비를 형상화한 꽃동산을 조성하고 있다. 그밖에 함평교 난간에 나비문양을 설치하고, 함평천변에 나비형상 조형물 만들고, 수산봉에 이팝나무와 연산홍으로 거대한 나비형상을 설치했다. 영어, 독어, 불어, 중국어, 일어를 구사할 수 있는 안내원을 배치하여 관광객의 편의도 제공하고 있다.

둘째, 전문 인력을 확보하여 이를 활용하고 있다. 자치단체가 나비 부화생육 전문가를 초빙하여 나비생태에 대한 지식과 나비 부화 기술을 개발, 습득하고 있다.²⁹⁾ 또 군급 지방자치단체로는 보기 드물게 나비 및 곤충의 섭생과 생태를 전문적으로 연구하기 위해 석·박사를 초빙하여 ‘곤충연구소’를 설립³⁰⁾하기도 했다.

셋째, 다양한 프로그램을 개발, 공급하고 있다. 축제의 성공을 위해서는 목표시장의 설정과 그에 걸맞는 프로그램의 개발이 중요함을 인식하여, 학생과 이들을 동반하는 어른으로 목표시장을 설정하고 체류형 관광을 활성화시키기 위해 체험 및 학습프로그램을 개발, 공급하고 있다. 체험프로그램으로는 천연염색, 환경농업체험 차원에서 벗집 태우기, 달집 그슬리기 등이 있으며, 학습을 위해서는 나비 일대기 관람, 나비 애벌레 관찰, 환경 그림 및 글짓기 대회 등을 개최하고 있다. 학습관광은 가족관광이 되는 점을 활

29) 평생을 나비연구에 몸을 바친 이승모와 정현천이 대표적인 경우이다.

30) 지역의 혁신적 경쟁력을 강화하기 위해 소도읍이 자체적으로 축제 활성화를 위해 연구소를 설립한 사례는 세계적으로 흔치 않는 사례이다. 이 연구소는 왕오색나비 등 71종 5000마리의 나비자원을 보유하고 있으며, 연간 100,000마리 상당의 나비를 부화하고 있다.

용하여 장년층을 위한 창포물에 머리감기, 친환경 농자재 시연, 맞두레·무자위 체험 등의 향수 프로그램도 개발했다.

넷째, 자체적인 평가시스템을 운영하고 있다. 축제성과를 평가하기 위해 지방자치단체, 민간, 주민, 관련 전문가로 구성된 평가조직을 운영하고 있다. 이에 더해서 지역 사람들로 평가를 함으로써 자칫 빠지기 쉬운 주관적 오류를 체크하기 위해 전문기관에 평가를 의뢰하고 있기도 하다.

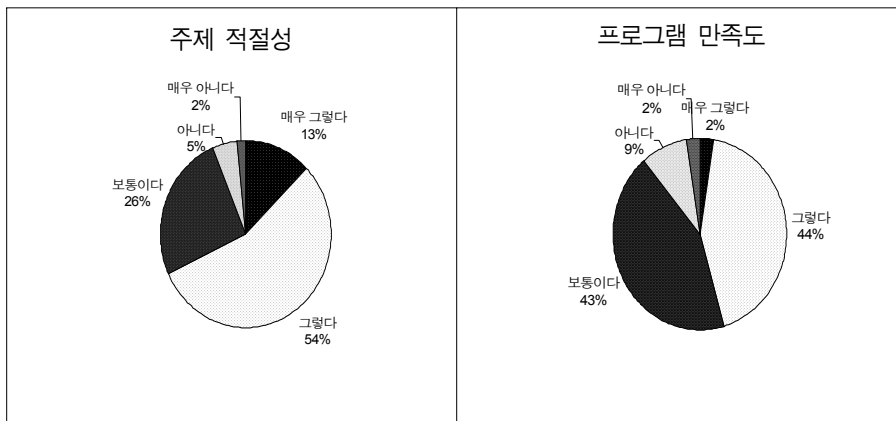
<표 3-13> 함평나비대축제의 주요내용(2004년)

구분	주요내용
종합생태 체험마당	<ul style="list-style-type: none"> - 나비생태관(나비일대기, 희귀나비 및 곤충표본 전시) - 표본전시관(북한나비 특별전, 국내에 서식 나비 곤충표본) - 허브원에 치료관(허브, 꽃을 이용한 볼거리 제공) - 천연염색 체험장 - 창포물에 머리감기 - 누에체험학습장(누에일대기 재현)
생태자연 학습마당	<ul style="list-style-type: none"> - 양서·파충류 자연학습장(자라, 동자개 부화과정, 물방개 표본 사진 전시) - 반달 가슴곰 전시장 - 투계장
친환경농업 체험마당	<ul style="list-style-type: none"> - 친환경 농산물체험장 - 친환경오리농법쌀 재배 소개 - 남도 노동요 시연 - 야생차제다시연장 - 연차, 뽕잎차 시연 - 친환경 농자재 제조법 시연 - 맞두레, 무자위 체험 - 친환경농산물재배관찰로 - 보리밭, 밀밭 걷기체험
추억·특별체험 마당	<ul style="list-style-type: none"> - 미꾸라지 잡기체험 - 나무곤충만들기 체험 - 보리·완두 그스름 체험 - 장승공예만들기 체험
문화·예술 행사	<ul style="list-style-type: none"> - 천연염색체험전시 - 환경그림·글짓기 대회 - 나비·환경사랑 표어공모전 - 나비·곤충조형물 전시

자료: 함평군청, 내부자료, 2003; <http://inabi.or.kr/hampyeong/korea>

그 결과 축제에 대한 만족도가 대단히 높은 것으로 나타나고 있다(문화개혁시민연대, 2003). 축제 참가자들은 주제의 적절성에 67%, 프로그램의 만족도에 46%에 가까운 사람들이 만족하는 것으로 밝혀지고 있다. 반면 프로그램에 만족하지 못하는 사람은 10%에 그치고 있다.

<그림 3-15> 함평나비 축제의 만족도



자료: 문화개혁시민연대, 『2003년 축제평가 보고서』, 2003

● 나비산업 활성화

기업가적 마인드를 발휘하여 나비와 관련된 산업을 활성화시키기 위해 전문기관의 협력확보, 수익모델 다양화 등의 조치를 취하고 있다. 각각의 특성은 다음과 같다.

먼저, 비즈니스 마인드를 발휘하여 나비와 관련된 캐릭터, 브랜드 등을 특허청에 등록하고 있다.³¹⁾ 또 이들과 관련된 다양한 제품을 생산, 판매하고 있기도 하다.

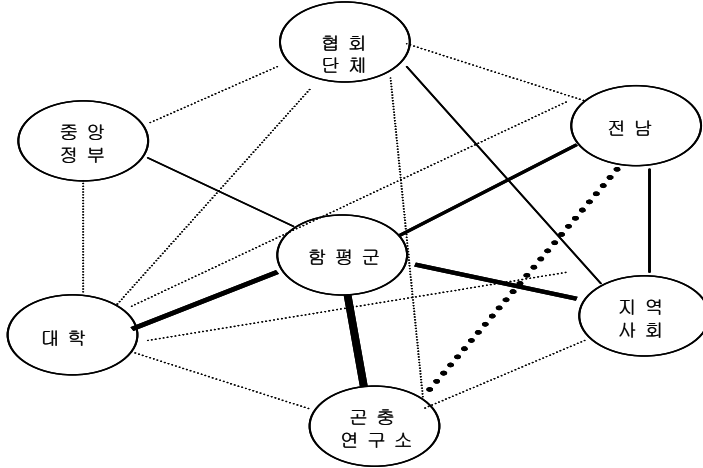
31) 특허청의 특허정보시스템에 지방자치단체가 등록한 특허 가운데 함평은 전체 중에서 2위를 차지하고 있다.

그리고 상품의 특성에 적합한 전문기관을 확보하여 이를 향토자원의 부가가치를 향상시키는데 활용하고 있다. 나비산업을 활성화하기 위해 캐릭터 개발 전문업체인 ‘누브티스’의 도움을 받아 ‘나르다’라는 공동브랜드를 개발했다. 나르다는 나비를 테마로 한 수건, 우산, 핸드백, 넥타이 등에 부착되고 있다. 지방자치단체가 설립한 곤충 연구소를 통해서도 나비사육 및 부화를 연구하고 있다. 목포대학교와 민간합동조직을 통해 축제 및 나르다 제품의 성과를 평가하고 있다. 인터뷰 결과에 의하면, 지원기관의 실효성은 곤충연구소, 지역사회, 대학 등으로 높게 나타나고 있다<그림 3-14>.

<표 3-14> 지원기관의 지원내용

주 체	협 력 내 용
곤충연구소	<ul style="list-style-type: none"> · 나비 생육과정 연구 -> 지역자산가치 향상 · 나비 부화 및 나비 보유
목포대학교	<ul style="list-style-type: none"> · 축제의 성과 평가 및 개선방향 건의
외부전문업체(누브티스)	<ul style="list-style-type: none"> · 나르다 브랜드 및 캐릭터 개발
함평군	<ul style="list-style-type: none"> · 아이디어 창안 · 축제 기획 및 연출력 발휘 · 축제 및 나르다 제품 홍보, 판촉
지역사회	<ul style="list-style-type: none"> · 기획단계부터 시민의 주체적 참가를 위한 다양한 소프트웨어 개발 -> 시민의 참여, 지원 활성화

<그림 3-16> 지원기관의 상호작용 및 지원의 실효성



다음으로 수익상품을 개발하여 소득을 창출하고 있다. 299품목으로 나비를 상징화한 나르다는 말할 것도 없고, 축제를 통해 무공해 청정이미지의 친환경 농법으로 ‘나비쌀’ 브랜드를 개발하여 수익을 창출하고 있다. 그리고 이에 더하여 상치, 양파 등 기능성 채소를 생산하는 ‘나비고을 영농법인’을 설립하여 소득을 창출하고 있다. 그 외 여행상품개발, 관람료, 부스 임대료 등을 통해 수익모델을 다양화하고 있다.

③ 홍보·판촉단계

입체적인 홍보전략을 구사하는 특성을 보이고 있다. 이를 위해 첫째, 대형 백화점을 순회하면서 나비를 전시하는 가하면, 서울시청 지하도 등에 대형 홍보판을 설치함으로써 공격적인 마케팅에 나서고 있다. 둘째, 일본 등 외국에 홍보단 파견, 주한 외국 대사관에 홍보 안내문 발송하고 있으며, 셋째 전국의 여행사, 신문·방송 등 언론사, 전국 초·중·고등학교, 자치단체에 홍

보 브로셔를 발송한다. 그리고 인터넷 쇼핑몰인 '아나비숍'(inabishop) 구축하여 함평을 홍보함과 동시에 상품을 판매하고 있다. 또 함평을 세계적으로 홍보, 마케팅하기 위해 2008년에는 '세계 나비·곤충 엑스포'를 개최할 예정이다.

④ 성과요인 및 개선점

2004년 150여만명의 관광객이 함평을 방문했다. 나비축제가 있기 전 함평의 관광객수는 연간 20만명에 불과했으나, 1999년 제1회 축제기간동안 63만명이 몰렸으며 2003년경엔 약 143만명이 함평을 찾았다. 또 농특산물 판매와 브랜드 홍보로 팔린 상품을 포함하여 약 100억원 이상의 경제적 효과를 발생시키고 있다.

향토자원의 활용성과와 직·간접적으로 관련되는 특허 및 상표권도 '나르다', '함평천지', '황금박지', '꽃무릇' 등을 포함해 무려 106건이나 특허청에 출원하고 있다(특허청 홈페이지, 2004).

이같은 성과를 거둔 요인에는 이렇다할 특산품이 없는 지역에서 차별적인 아이디어 하나로 지역을 상품화시켰기 때문이다. 그리고 선택한 테마를 중심으로 하여 일관된 주제 하에 철저하게 '단원다용'(單源多用: one-source multi-use) 전략을 구사한 점이다. 아울러 비즈니스 마인드에 입각한 지방자치단체 주도의 다양한 콘텐츠와 프로그램의 개발 및 인프라 등에 대한 지원도 이같은 성과를 거두는 데 밑거름이 되었다.

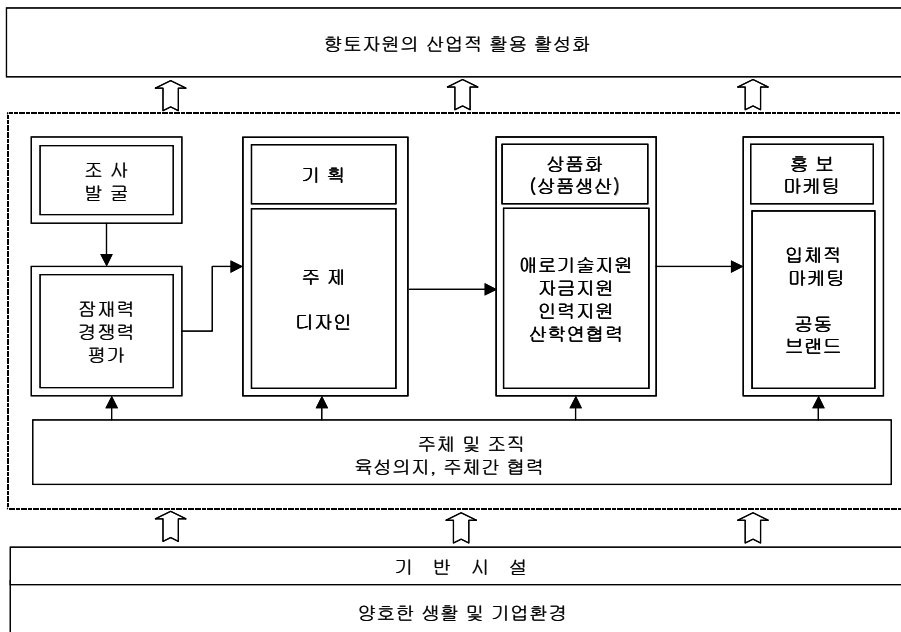
라. 산업화형

1) 활용 및 개발 매커니즘

향토자원을 산업적으로 활용하는 형태는 조사 및 발굴, 육성 및 개발, 홍보 및 마케팅의 단계를 거치지만, 타 유형에 비해 차별적인 특성은 상품화 단계가 기업활동을 중심으로 이루어 진다는 점이다.

이 과정이 제품의 부가가치를 향상시키는 가치체인활동을 중심으로 이루어지다 보니, 제품의 품질향상을 위해 필요한 기술지원, 신제품 개발, 자금 및 인력지원, 이를 위한 산·학·연 협력이 중요한 특성을 보이고 있다. 산업활동을 효율화하는 과정이 중요하기 때문이다.

<그림 3-17> 산업화형의 향토자원 활용과정



2) 안동 간고등어

가) 향토적 자원

향토자원은 간고등어이다. 간고등어는 바다에서 잡은 고등어를 안동까지³²⁾ 수송하는 동안 부패를 방지하기 위해 소금을 치던 전통에서 유래되었다. 생선의 저장방법 중의 하나인 염장(鹽藏) 풍습이 자원이라고 할 수 있다.

부패를 방지하기 위해 염장을 한 고등어를 바다에서 안동까지 수송하는 동안에 물기도 마르고, 생선에 간이 스며들어 고등어의 맛이 들던 저장풍습이 향토자원이 된 셈이다.

나) 자원개발전략

① 조사·발굴단계

안동 간고등어 개발에 대한 아이디어는 두 가지 루트를 통해 이루어진 것으로 확인되었다. 하나는 안동석빙고보존회와 안동간고등어보존회 모임이 주도가 되어 간고등어의 역사성과 전통성을 새롭게 발굴하여 전통의 상품화에 협력했던 측면이고, 다른 하나는 민간 사업자의 아이디어를 통해서였다.

전술 했듯이 1999년 영국 여왕이 안동을 방문하고 뒤이어 하회마을에 관광객이 쇠도하는 것을 보고³³⁾ 전통민속의 상품화를 착안하게 되었다는 것

32) 보다 정확하게는 영덕 '강구항'에서 안동 '젓거리 장터'까지이다.

33) 여기에는 안동탈춤에 근거한 영국여왕의 브랜드 효과가 컸다고 한다. "3년전에 영국 여왕이 다녀간 것이 기폭제가 되어 안동의 관광은 비약적으로 발전한다. 영국 현지에선 군주제에 대한 관심이 내리막길이라 하지만 아직도 여전히 대영제국의 영화를 기억하는 세계인은 많다. 그만큼 영국 여왕의 방문지는 탐방해 볼 만한 곳이라는 인식을 각인시켜주는 브랜드 효과가 탁월하다. 이를 테면, 미국의 요세미티나 캐나다의 밴프 국립공원에 가면 여왕이 묵었다는 호텔이 지금도 사람들의 이목을 끄는 것이 그런 연유에서다. 그런데 여왕이 안동을 다녀간 경우는 하회별신굿탈춤놀이가 한몫했다고 한다. 탈춤놀이의 영국 공연을 관람한 여왕 인척이 감명을 받고는 언젠가 여왕이 한국을 찾을 날이 오면 탈춤놀이의 고향을 직접 찾도록 추천

이다.³⁴⁾ 이런 점으로 보아 향토자원의 활용에 대한 체계적인 조사, 발굴에 의한 결과는 아니라고 할 수 있다.

아이디어의 시발이야 어쨌든 간에 향토자원의 산업화에 대한 경쟁력을 민간 뿐 아니라, 안동시도 면밀히 평가하여 간고등어의 독특성을 경쟁이점으로 식별하고 전통맛의 현대화를 경쟁우위 영역으로 설정했던 것이다.

② 개발·활용단계

향토자원의 육성 및 개발에서 가장 큰 특징은 세 가지이다. 산학연관의 긴밀한 네트워크 형성, 독특한 기술개발, 장인 등 인적자원의 확보와 활용이 그것들이다.

첫째, 제품개발 및 품질향상, 생산기술개발 및 애로기술 해결을 위해 산·학·연·관의 긴밀한 협력 및 네트워크를 형성하고 이를 활용하고 있다. 안동과학대학은 간고등어 포장용 비닐팩을 개발하였고, 로고와 디자인을 고안하였다. 안동정보대학은 마케팅 방안을 지원했다, 그리고 안동시는 기업의 제품 개발 및 사업화에 대한 자금지원 뿐 아니라 제품의 홍보를 지원하고 있다. 이같은 산학연의 유기적인 협력이 간고등어의 경쟁력을 향상시키고 있다.

하겠다고 약속했다는 것이다. 말하자면 안동의 춤꾼들이 여왕의 안동 방문에 다리를 놓았다는 것이다“(김형국, 문화일보 2002년 5월 16일자).

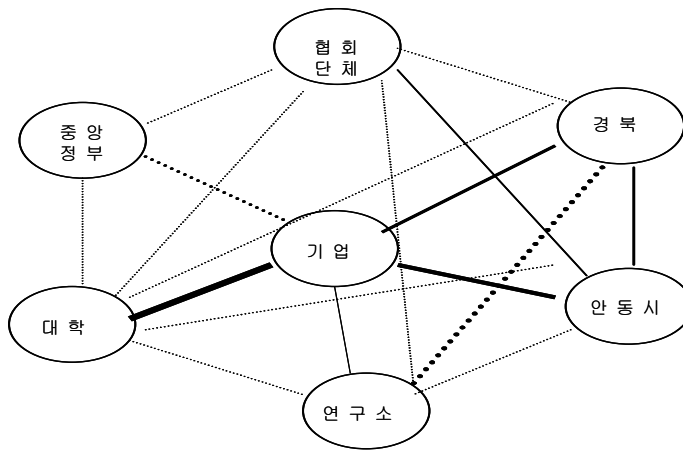
34) 창발적 아이디어의 제공자는 (주)안동 간고등어 사장 김영국인 데, 인터뷰에 의하면 김영국은 포항에서 IMF로 의류업을 부도내고 고향 안동으로 돌아와 마땅한 사업아이템을 몰색하던 중, 영국의 여왕이 안동을 방문하는 것이 세계적으로 화제가 되는 것을 보고 전통의 사업화를 착안했다고 한다.

<표 3-15> 지원기관의 지원내용

협력의 주체		내 용
기 업		· 대학에 제품 개발, 디자인, 마케팅에 대한 지원 요청 · 지방자치단체에 자금 지원 요청 · 지역사회에 상품화 및 상품의 경쟁력 검증 요청
대 학	안동과학대	· 간고등어 포장 비닐팩 개발 · 로고 및 디자인 고안 · 식품공학적 연구 통해 전통의 맛을 현대적으로 상품화
	안동정보대	· 마케팅 지원, 기술개발 지원
안 동 시		· 기업의 제품 개발 및 사업화에 대한 자금지원 · 지역특산품 1호로 지정 및 시정홍보물 통해 판촉지원
지역사회		· 세미나, 토론회를 통해 제품개발 및 품질향상에 조언

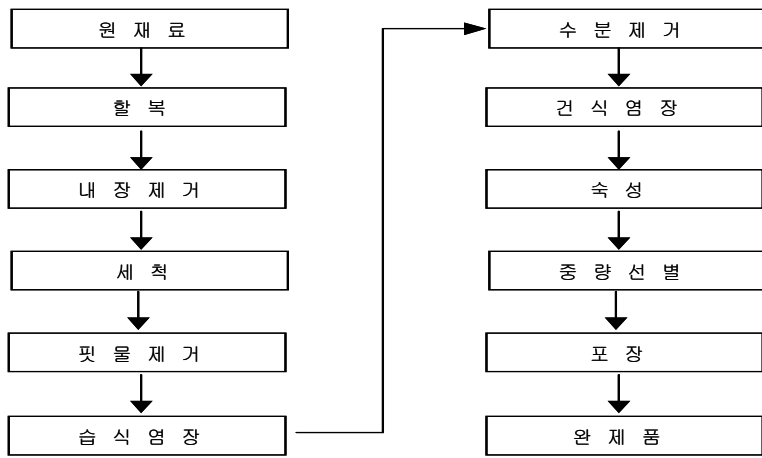
기업체에 대한 인터뷰 조사에 의하면, 이들 지원기관의 상호작용과 지원의 실효성에서도 차이가 있는 것으로 밝혀지고 있다. 간고등어 사업체는 대학, 안동시, 경북의 순으로 도움이 되고 있다고 한다.

<그림 3-18> 지원기관의 상호작용 및 지원의 실효성



둘째, 이같은 노력의 결과 간고등어 맛을 혁신적으로 향상시킨 독특한 기술을 개발하여 이를 활용하고 있다. 품질향상을 위해 ‘건식염장’과 ‘습식염장’³⁵⁾을 결합을 포함한 12단계의 상품생산과정을 거치고 있었다. 맛을 향상시키기 위한 기법으로 이 과정을 통해 수분과 육질의 쫄득함이 배가된다.

<그림 3-19> 안동 간고등어 제조과정



셋째, 간고등어 맛에 대한 전문적인 지식을 지니고 있는 장인(匠人)을 확보하여 기술을 활용하고 있다. 이점은 향토자원의 산업적 활용에서 특히 중요하다. 문서 및 기록 등으로 기술이 전수되지 않고 장인에게 체화되어 기술이 전승되는 특성을 지니고 있기 때문이다. 안동 간고등어의 경우는 ‘간잡이’ 이동삼의 기여가 크다.

35) ‘습식염장’은 소금물에 생선을 담가 둬으로써 고등어의 내부까지 간이 스며들게 하는 방법이며, ‘건식염장’은 물기를 제거함과 동시에 육질의 쫄득한 맛을 내기위한 과정이라고 한다(안동간고등어(주), 김영동 인터뷰).

③ 홍보·판촉단계

민간과 지방자치단체가 협력하는 홍보 및 판촉단계의 특성은 다음과 같이 정리할 수 있다. 첫째, 기업은 국제식품박람회 등에 적극적으로 참가하여 안동 간고등어를 세계에 홍보하고 있으며 이를 지방자치단체가 지원하고 있다. 둘째, 기업과 지방자치단체가 협력하여 백화점, 대형할인매장, 홈쇼핑 판매, 고속도로 휴게실과 철도청 열차판매에 이르기까지 판로를 다양화시키고 있는 점이다. 셋째, 안동시는 간고등어를 지역 특산품으로 지정하여 시정설명회 대외 행사, 시정간행물 등을 통해 홍보하고 있다. 또 지방자치단체가 주도적으로 먹거리 문화와 관련된 전통민속 행사를 재현함으로써 안동간고등어에 관련된 문화적 판촉을 지원하고 있기도 하다.

다) 성과요인 및 개선점

안동 간고등어는 2003년 현재 국내 고등어시장 3,000억원 중에서 170억원의 수익을 창출하고 있을 뿐 아니라, 북미지역과 일본, 호주 등으로 약 3만달러를 수출하고 있다. 아울러 향토자원의 활용과 관련하여 안동간고등어와 직접적으로 관련된 상표 등 특허권을 10여개를 출원하고 있으며 안동시가 지역발전을 위해 출원한 경우를 포함하면 이보다 훨씬 많다(특허청 홈페이지, 2004).³⁶⁾

이같은 성과를 달성한 주요한 요인은 역사와 전통문화를 현대에 맞게 새롭게 창조한 역발상적인 아이디어, 향토자원의 특성에 적합한 지원 및 협력 시스템을 구축하여 상품화에 필요한 도움을 확보하고 있는 점, 기술개발 및 마케팅에서의 지방자치단체의 적극적인 지원 등이라고 할 수 있다.

36) 안동시는 안동간고등어를 포함해서 하회마을, 별신굿 등 다양한 향토자원을 활용하기 위해 특허청에 무려 100개의 상표 및 특허권을 출원하고 있다(특허청 홈페이지, 2004). 이것도 안동의 지역발전을 위한 비즈니스적 마인드를 보여주는 대목이라 하겠다.

3. 종합 및 평가

가. 종합

지금까지 국내의 향토자원개발 및 활용과 관련된 모범적인 사례들을 분석했다. 사례의 다양성만큼이나 다양한 향토자원의 활용 메카니즘과 차별화된 특성이 밝혀졌다. 그런 차별성에도 불구하고 정책대안의 토대로서 활용할 수 있는 모범사례의 공통적인 특성을 정리하면 다음과 같다.

1) 창의적이고 독특성 있는 테마선정

향토자원을 활용하여 지역발전을 도모하기 위한 전략에서는 다른 지역과 차별화된 향토자원의 가치를 발굴하는 과정이 중요하며, 모범사례들은 여기에 상당한 고민과 노력을 기울이고 있는 것으로 밝혀지고 있다. 그래야만 입지 비(非)대체성에서 오는 경쟁우위를 확보할 수 있기 때문이다.

이를 위해서는 무엇보다 유망한 자원의 발굴과 선정이 필요하고, 해당지역이 지니고 있는 자원의 시장성과 경쟁력에 대한 면밀한 평가와 분석이 전제가 되어야 한다는 점을 보여주고 있다.

그런 다음 경쟁력 있는 향토자원을 토대로 이를 활용하기 위한 독특하고 특이성이 있는 테마를 선정하고 이를 사업화하기 위한 노력을 기울이고 있는 공통점을 보이고 있다. 그리고 이 점은 향토자원의 축제나 이벤트 등 관광화형의 경우에서 특히 중요함을 확인할 수 있었다.

2) 지방자치단체의 리더십과 기획력

대부분의 지역이 향토자원의 활용에 대한 기획력이 부족한 것이 현실이다. 그러나 앞서 분석한 사례들은 지방자치단체의 기획력이 돋보이고 있다.

그리고 지역발전에서 향토자원 활용의 중요성을 진작부터 간파하고 이를 활용하기 위한 지방자치단체의 리더십도 발휘하고 있다.

그 중에서도 특히 선각자적인 혜안을 지닌 리더가 중요한 역할을 하고 있다. 보령이 그렇고, 함평이 그러하며, 무주가 그렇다. 리더의 혜안을 포함하여 지방의 기획력은 활용방향 결정에서 홍보 및 마케팅 등의 향토자원 활용의 전(全)단계에서 중요한 역할을 하는 요소가 되고 있다.

지방자치단체의 리더십과 기획력은 향토자원의 4가지 유형 모두에서 향토자원 활용의 성패를 좌우할 수 있는 중요한 요건이지만, 산업화의 경우는 그 비중이 다소 약하다고 할 수 있다.

3) 주제와 일관성 있는 다양한 프로그램 개발

분석한 사례들은 주제와 일관성 있는 다양한 프로그램을 개발하고 있다. 주제와 관련없는 프로그램이나 상품들의 백화점식 나열은 주제의 선명성을 떨어뜨릴 뿐 아니라 지역의 이미지를 부각시키지 못하는 한계가 있다. 반대로 주제 및 테마와 일관성 있는 프로그램의 개발이나 상품화는 주제의 선명성을 높일 뿐 아니라 지역의 이미지를 향상시킬 수 있는 이점이 있다.

주제의 선명성은 부가가치 창출에 다양한 방식으로 기여를 한다. 첫째, 단원다용 전략을 활용할 수 있다. 선정된 주제를 관광으로도 산업화로도 활용할 수 있고, 캐릭터 개발로도 활용할 수 있다. 둘째는 연계관광을 활성화시킬 수 있다. 생태가 주제라면 청정한 자연환경도, 이를 활용한 축제도, 체험행사도 개최할 수 있기 때문이다. 무주가 그렇고, 보령, 함평이 그러한 특성을 보여 주고 있다. 부천도 마찬가지이다.

4) 지방자치단체 주도의 협력네트워크 활성화

대부분의 지방은 향토자원의 개발과 활용에 대한 경험과 노하우가 부족한 실정이다. 그러나 분석사례들 대다수는 다양한 주체들과 네트워크를 형성하여 부족한 경험과 노하우, 지혜를 보충하고 있었다.

지방자치단체 주도로 지역 내외의 기업, 대학, 연구소, 민간 등과의 협력 네트워크 구축을 통해 사업화 이전은 물론이고 사업화 단계에서 향토자원의 경쟁력 평가, 향토자원의 개발 및 육성, 제품의 품질향상, 홍보 및 판촉 등 다양한 분야에 걸쳐, 전문지식과 지혜를 보충하고 있었다.

그결과 향토자원 활용에 있어 혁신을 창출하고 향토자원의 활용 및 개발과정에서 직면하는 다양한 애로점들을 해결할 수 있는 대응력을 지니고 있다.

5) 향토자원특성에 적절한 전략선택 및 지원제공 및 확보

원형자원 관광화, 축제 및 이벤트, 관광·산업복합화, 산업화 등의 유형은 각기 차별적인 자원을 활용하고 있으며 활용과정도 차별적이다. 이런 형편에서 부가가치를 창출하기 위해서는 이들에 적합한 세부전략을 선택하고 지원을 확보해야 한다. 이를 테면 관광화를 위해서는 다양한 프로그램 개발이나 홍보에 대한 차별화된 지원이 필요하고 산업화라면 신제품 개발이나 기술개발, 포장, 디자인, 홍보 등의 기술지원이 필요하다.

분석한 사례들은 그들의 특성에 적합한 지원을 확보하고 있는 공통적인 특성을 보이고 있다. 향토자원 활용의 수요에 적합한 관련기관의 지원을 확보함으로써 활용의 성과를 높이고 있는 것이다.

6) 지방자치단체의 인프라 지원

또 향토자원의 모든 유형과 단계에서 공히 지방자치단체가 그에 필요한 인프라를 지원하고 있는데 이것이 향토자원 개발의 성공적 토대가 되고 있다.

관광형의 경우는 관광 기반시설, 산업화의 경우는 생산, 유통, 제품화 등에 대한 지원이 그런 경우에 해당된다고 하겠다.

나. 유형별·단계별 활성화 요인

그러나 이같은 공통점에도 불구하고 향토자원 활용 유형별, 단계별로 차별적인 활성화 요인을 추출할 수 있었다<표 3-16>. 이들의 특성을 유형에 관계없는 공통적 요인과 유형별로 차별적인 요인을 단계별로 정리하면 다음과 같다.

먼저 4가지 유형에서 단계별로 공통적인 활성화 요인은 다음과 같다.

첫째, 향토자원의 조사 및 발굴 단계에서는 지역 자원의 경쟁력에 대한 비교적 면밀한 평가를 선행하고 이를 바탕으로 경쟁우위 영역을 설정하고 있다.

둘째, 개발·육성 단계에서는 (1) 지방자치단체의 리더십과 기획력이 비교적 돋보이고 있으며, (2) 비교적 다양한 프로그램을 개발하고 있다. (3) 그리고 부족한 지혜를 네트워크를 통해 해결하고 있으며, (4) 지역주민의 참여와 협력을 확보하는 전략을 구사하고 있었다.

셋째, 홍보 및 판촉단계에서는 지방자치단체가 개발한 향토자원의 홍보에 주도적인 역할을 담당하고 있으며, 비교적 입체적인 홍보기법을 개발할 뿐아니라 향토자원 활용의 유형에 적합한 방안을 모색하고 있다.

다음으로 유형별로 차별적인 단계별 활성화 요인을 정리하면 다음과 같다.

첫째, 원형자원 관광화의 경우, 개발육성단계에서 원형자원에 대한 이해를 제고시키는 프로그램을 제공하고 있으며, 홍보판촉단계에서는 학습형 관

광 판촉의 정도가 비교적 높다.

둘째, 축제·이벤트형의 경우는 조사발굴단계에서 지역자산의 경쟁력을 평가하기 위해 비교적 과학적인 방법을 활용하며, 개발육성단계에서는 주제와 일관된 다양한 프로그램을 개발하며 연계관광을 도모하고 있다. 홍보판촉단계에서는 타겟을 설정한 맞춤형 홍보가 특징이다.

셋째, 산업·관광복합화형의 경우, 조사발굴단계에서는 축제와 산업의 연계성을 검토하여 기획하고 있으며, 개발육성단계에서는 축제와 산업의 시너지효과 창출을 염두에 두고 있다. 홍보판촉단계에서는 축제산업의 복합적 홍보방안을 개발·활용하는 특성이 있다.

넷째, 산업화형의 경우, 향토자원의 조사발굴단계에서 지역경제를 활성화할 수 있는 자원을 선택하고 있으며, 개발육성단계에서는 산학연관의 네트워크를 활용해 필요한 기술을 지원받는다. 홍보판촉단계에서는 공동브랜드를 개발하여 홍보하는 특징을 보이고 있다.

<표 3-16> 유형별·단계별 활성화 요인

구 분	조사·발굴단계	개발·육성단계	홍보판촉단계
원형자원 관광화	<ul style="list-style-type: none"> - 자산 경쟁력 인식 - 자산 발굴 	<ul style="list-style-type: none"> - 지방자치단체의 기획력 - 다양한 프로그램 개발 - 관광 기반시설 	<ul style="list-style-type: none"> - 타 향토자원과 연계된 마케팅 - 홈페이지 구축
축제· 이벤트	<ul style="list-style-type: none"> - 지역발전에 대한 자산 가치 인식 · 소프트경쟁력 수단 - 자산의 경쟁력 평가 · 전문인력, 전문조직 · SWOT, Place Audit 등 전문기법 사용 - 차별적이고 Cloning이 불가능한 자산 발굴 · 입지비대체적 자산선정 - 경쟁우위 영역설정 · 지역위상 평가 · 경쟁자산 선정 	<ul style="list-style-type: none"> - 탄탄한 기획력 · 목표시장의 설정 - 지방자치단체의 리더십 · 단체장의 리더십 · 공무원 축제숙지 및 열성 - 경쟁력 있는 프로그램 · 주제와 연관된 프로그램 · 체험·학습 프로그램 - 꾸시당교식 연계관광화 · 계절적 제한성 극복 · 장소적 연계화 - 파트너십 및 참여활성화 	<ul style="list-style-type: none"> - 다각적인 홍보전략 개발 · 홈페이지 구축 · 리더의 홍보,마케팅 주도 · 홍보 마케팅 전문조직 · 홍보판 설치, 홍보브로셔 발송 · 시정 홍보물 통한 홍보 - 미디어의 적극적 활용 · 신문, 방송 홍보 - 이미지 형성 - 대학, 외부전문가 도움 - 로고 및 엔블럼 개발
산업· 관광 복합형	<ul style="list-style-type: none"> - 지역자원 조사 - 자산의 경쟁력 평가 · 전문조직 및 인력 · 전문기법 활용 - 경쟁우위 영역선정 · 지역위상 평가 · 경쟁우위 영역선정 · 경쟁력 있는 자산선정 - 축제·산업 연계성 검토 	<ul style="list-style-type: none"> - 축제 활성화 · 축제특성에 부합되는 다양한 프로그램 개발 · 지방자치단체의 리더십 · 주민참여 활성화 · 체험, 학습, 가족관광화 도모 - 산업 활성화 · 대학, 연구소의 기술지원 · 지자체 연구기능 설립 · 지자체의 기업가적 마인드 - 축제, 산업의 시너지 	<ul style="list-style-type: none"> - 지방자치단체 축제홍보 · 인근지자체와 연계 홍보 · 다양한 매체 활용 · 지역 산업이미지 활용 · 캐릭터 개발 - 지방자치단체 산업홍보 · 축제를 통한 산업 홍보 · 박람회 개최(이천,함평) · 공동 브랜드 개발
산업화형	<ul style="list-style-type: none"> - 향토자원의 지역경제 발전에 대한 가치 인식 - 산업화 자원의 지역경제에 대한 위상검토 - 지역자원 실태조사 · 산업적 자원의 규모 	<ul style="list-style-type: none"> - 산학연관의 긴밀한 협력 · 대학 및 연구소의 기술, 제품개발, 디자인, 홍보지원 · 지방자치단체의 지원 · 기업의 수요 제시 - 기업과 지자체, 연구소간 다양한 협력채널 형성 · 토론회등 플랫폼 구축 - 장인 등 인재확보 	<ul style="list-style-type: none"> - 지방자치단체 홍보지원 · 지역특산품 지정 · 시정홍보물 통한 지원 - 인터넷 전자상거래 · 상품 소개 및 구매 - 마케팅 채널 다양화 · 지역문화 홍보 · 언론, 미디어 활용 - 공동브랜드 개발

다. 유형별·단계별 개선점

먼저 향토자원의 활용유형에 관계없이 모두에게 해당되는 공통적인 단계별 개선점을 정리하면 다음과 같다.

첫째, 조사발굴단계에서 지역의 향토자원에 대한 체계적인 조사가 이루어지고 있지 못하다. 체계적이고 정기적인 조사는 향토자원 데이터베이스를 구축할 수 있는 토대가 될 뿐 아니라 향토자원 활용의 귀중한 자료가 된다. 이를 위해서는 이 분야의 전문적인 지식을 지닌 조직을 구성하여 기초 및 전국단위의 조사, 발굴은 물론이고 이를 체계적으로 유형화하여 자료를 갱신할 필요가 있다. 또 전반적으로 향토자원의 경쟁력에 대한 SWOT, 자산실사(asset audit)³⁷⁾ 등 과학적인 기법을 활용하고 있지 못하다.

둘째, 개발육성단계에서는 (1) 대부분의 사례가 향토자원의 활용에 대한 지식과 이해가 깊지 못한 것으로 밝혀지고 있다. 물론 이점은 협력네트워크를 활용해 카바해 나가고 있지만 보다 전문적인 지식과 역량을 증가시킬 필요가 있다. (2) 그리고 활용방안이나 프로그램들의 주제와의 일관성을 보다 증가시킬 필요가 있다. (3) 또 중앙이나 지방의 컨설팅 기능이 부족한 점도 관측되고 있다.

셋째, 홍보 및 판촉단계에서는 홍보 판촉을 전시장, 박람회장 등 인프라 지원이 부족한 특징을 보이고 있다.

넷째, 모든 단계에서 중앙의 법적, 제도적 지원이 부족한 특징을 보이고 있다. 지방의 행정적, 제도적 지원도 마찬가지이다.

다음으로 유형별로 차별적인 단계별 개선점은 아래와 같다.

첫째, 원형자원 관광화형의 경우, 조사발굴단계에서는 경쟁력 평가, 개발

37) 자산실사는 자산이용으로 인한 손익을 따져 경쟁력을 평가하는 기법이라고 할 수 있다(Kotler, 2003).

육성단계에서는 학습관광화 전략의 부족, 홍보판촉단계에서는 연계관광에 대한 홍보가 부족하다.

둘째, 축제·이벤트형의 경우, 조사발굴단계에서는 현재보다 고도의 전문기관에 의한 평가를 활용할 필요성이 있으며, 개발육성의 단계에서는 보다 많은 선진 우수사례에 대한 벤치마킹의 필요성, 관주도의 개발의 완화 등이 필요하다. 홍보판촉단계에서는 축제의 실시간 동영상 제공, 참여형 홍보의 강화 등이 필요하다.

셋째, 산업·관광 복합화형의 경우, 조사발굴단계에서는 평가전문기관의 활용, 개발육성단계에서는 축제와 산업의 시너지 강화, 홍보판촉단계에서는 수주형 홍보강화가 필요하다.

넷째, 산업화형의 경우, 개발육성단계에서는 수요에 적합한 지원의 확대, 홍보판촉단계에서는 공공의 판로지원 등이 필요하다.

<표 3-17> 유형별 · 단계별 개선점

구 분	조사 · 발굴단계	개발 · 육성단계	홍보판촉단계
원형자원 관광화	<ul style="list-style-type: none"> - 향토자산에 대한 체계적 조사 필요 - 향토자산의 데이터베이스화 및 관리 필요 	<ul style="list-style-type: none"> - 원형자원의 다양한 관광 개발 필요 - 향토자원 활용에 대한 기획력과 아이디어 개발 - 숙박시설 등 기반시설공급 - 원형관광자원에 대한 이해 · 주제의 학습관광화 도모 	<ul style="list-style-type: none"> - 장소형성과 부합되는 홍보 부족 - 연계관광홍보 부족 - 다양한 홍보기법 개발 - 민관합동 홍보관측 - 우수사례전파
축제 · 이 벤트	<ul style="list-style-type: none"> - 축제로 활용가능한 자원에 대한 체계적 조사 및 발굴 필요 · 사라진 자원조사 · 잠재적 자원조사 · 현존 자원 조사 - 축제적 향토자산에 대한 유형화 및 데이터베이스화 필요 - 경쟁력 평가에 대한 지역 주민 및 전문기관의 추가적 활용 필요 	<ul style="list-style-type: none"> - 축제 기획에 대한 창의성 배가 필요 · 축제기획조직 및 위원회 · 외부 전문가의 도움 - 독창적이고 주제에 부합하는 프로그램 추가개발 · 주제와의 일관성 배가 · 체류, 가족관광형 프로그램 - 선진 우수사례 참조필요 · 벤치마킹, 컨설팅 - 전문인력 활용 및 확보 - 연계관광 활성화 	<ul style="list-style-type: none"> - 참여형 홍보기법개발 - 지역축제에 대한 홍보강화 · 동영상 홍보제공 · 전문조직 결성, 지원 - 주제에 적합한 타겟 마케팅 강화 - 참여형 홍보 강화 · 홍보의 주안점 파악 - 홍보전문인력 활용강화 - 우수사례 전파
산업 · 관 광복합형	<ul style="list-style-type: none"> - 향토자원의 관광과 산업의 복합화 발전 가능성, 시장성 평가 - 평가를 위한 전문조직 구성 및 전문인력 활용 	<ul style="list-style-type: none"> - 축제와 산업의 시너지 극대화 개발 - 축제 전문가와 산업전문가의 협력확보 및 활용 · 지역대학, 연구소의 협력 - 자치단체의 리더십 발휘 · 산업지원조직 강화 	<ul style="list-style-type: none"> - 축제를 통한 향토산업의 홍보 강화 · 수주형 축제 강화 · 박람회 개최의 내실화 - 공동 마케팅 강화 · 인터넷 · 공동전시 및 판매
산업화형	<ul style="list-style-type: none"> - 산업적 향토자원 데이터베이스 구축 · 산업적 자원의 관리 - 향토자원의 시장성에 대한 보다 면밀한 평가 	<ul style="list-style-type: none"> - 산업지원센터 등 전문지원 · 기업의 애로 제시 - 산학연 협력네트워크 강화 - 산업지원센터 활성화 - 수요공급 매칭형 지원 - 전문기업 지정 및 지원 - 사업장 등 인프라 지원 - 장인 등 전문인력 지원 	<ul style="list-style-type: none"> - 공동브랜드 홍보 부족 · 공동브랜드 품질 홍보 - 향토제품 판매 지원 · 공동 전시 및 판매장 - 전자상거래 지원 - 우수사례 전파

제3절 향토자원의 개발 및 활용 시책

1. 현 황

가. 『국가균형발전특별법』의 향토자원개발 및 활용시책

1) 개요

참여정부 출범이래 지역간 불균형을 해소하고 지역혁신과 특성에 부합하는 발전을 통하여 자립형 지방화를 촉진함으로써 전국이 개성있게 살고 잘 사는 사회를 건설하는데 이바지 할 목적으로 2004년 1월에 『국가균형발전특별법(이하 ‘특별법’이라함)』이 제정되었다. 특별법에서는 지역의 특성화 발전을 위해 지역혁신체계 구축, 지역전략산업 육성, 지방대학육성, 지역문화·관광 육성, 지역과학기술육성 등의 지역혁신시책을 추진할 뿐만 아니라 지역간 불균형 시정을 위해 낙후지역 및 농산어촌의 생활환경 인프라구축과 주민소득 창출기반확충 등의 시책을 병행하여 추진하고자 한다. 특히, 발전 수준이 매우 낮고 생활환경이 열악한 낙후 및 농산어촌에 대해서는 통합적 균형실현과 최소요건(national minimum) 충족이라는 측면에서 국가의 과감한 지원을 통하여 이들을 새로운 활력지역으로 탈바꿈하고자 적극적으로 대처한다는 것이다.

2) 주요 내용 및 추진현황

특별법 제16조에서 국가 및 지방자치단체는 낙후지역 및 농산어촌의 생활환경을 개선하고 지역의 특성있는 발전을 촉진하기 위하여 향토자원의 개발 및 활용에 관한 사항(제3항)을 추진할 것을 명시하고 있다. 동 조항에서

는 구체적인 시책 혹은 사업을 적시하지 않고 포괄적이고, 추상적으로 정의하고 있으나 특별법에 의거하여 설치·운영되는 「국가균형발전특별회계(제30조)」로부터 국가가 보조하는 향토자원개발 및 활용 관련사업이 일차적인 사업대상이 될 수 있다. 이를 열거해보면 다음과 같다.

- 문화관광자원개발
- 생태·녹색관광자원개발
- 지역특화사업 보조
- 화훼수출단지 조성
- 유교문화권 관광자원화
- 어촌체험관광마을
- 농촌전통테마마을조성
- 자연휴양림조성
- 생태숲 조성 등

이들은 광의의 향토자원개발 및 활용 관련사업들로 국가 및 지방자치단체가 관련사업을 추진하는 경우에는 「국가균형발전특별회계」로부터 자금보조를 받을 수 있다. 그리고 자금지원시 해당지역의 낙후정도에 따라 차등지원은 물론 국가 및 지방자치단체의 공동사업인 경우에는 투자협약을 체결하며, 특히 자치단체의 자금운용상 포괄적 사용을 할 수 있도록 규정하고 있다. 「국가균형발전특별회계」가 2005년부터 본격적으로 운영될 예정으로 되어 있어 동 특별회계로부터 자금지원을 받은 향토자원개발 및 활용 관련사업의 추진실적은 아직 없는 실정이다.

나. 『新활력지역』 발전구상 및 사업추진 공동지침

1) 개요

산업쇠퇴, 인구감소 등으로 소외되고 낙후된 지역을 지역혁신을 통하여 새롭게 활력지역으로 변화시켜 전국토의 경쟁력을 강화시킴으로써 국민소득 2만불시대 달성과 국민통합을 달성하기 위해 국가균형발전위원회가 『新활력지역 발전구상』을 2004년 7월 15일에 제시하였다. 지금까지의 낙후지역정책이 포괄적, 체계적인 지원프로그램의 부재, 중앙정부주도의 시혜적인 정책추진, 소규모 분산투자로 효과성 저하, 사업추진 담당조직의 분절·비연계로 인한 비효율성 등의 폐해로 낙후지역이 소외지역으로 전락함으로써 국토의 불균형을 초래함은 물론 심각한 사회경제문제로 대두되었음을 인식한데 기초하고 있다.

최근 발표된 참여정부의 『新활력지역』 발전구상은 주5일 근무제 시행, 삶의질과 환경가치중시 등의 시대적 여건, 초고속 교통·통신망 등 접근성 향상으로 낙후지역이 새로운 발전기회를 맞이했다는 판단아래, 농촌과 도시의 상생, 지역혁신역량 강화, 1·2·3차 산업의 융합이라는 정책비전을 설정하고 농산어촌형 지역혁신체계 구축, SOC 확충, 1·2·3차 산업의 융합, 도농상생을 위한 5都2村 활성화, 공공서비스향상이라는 정책과제를 추진할 예정이다.

2) 주요 내용 및 추진현황

『新활력지역』 발전구상을 토대로 향후 추진할 정책과제 가운데 향토자원 개발 및 육성과 직접적으로 관련된 것은 1·2·3차 산업의 융합, 도·농상생을 위한 5都2村 활성화이다. 이들과 관련된 사업들은 기존 재정지원 이외 낙후지역이 포괄적인 자율권을 가지고 실질적인 지역발전을 위하여 사용할

수 있도록 매년 2,000억정도의 특별재정지원을 통하여 시행하고자 하는 신규사업들이 상당수 포함되어 있다. 특히, 이들 관련사업들의 효율적 추진을 위하여 중앙정부차원의 「공동추진단」을 구성·운영할 예정이다.³⁸⁾ 新활력사업의 공동추진단에서 구상하고 있는 향토자원개발 및 활용과 직·간접적으로 관련된 사업과 지원방안을 열거해보면 다음과 같다.

「新활력지역」 발전구상을 통하여 구체적으로 제시된 향토자원개발 및 육성관련 사업들은 2005년부터 본격적으로 추진할 예정으로 아직까지 추진 실적은 나타나지 않고 있다.

<표 3-18> 「新활력지역」 발전구상의 향토자원개발 및 활용관련 시책

사업범주	개 별 사 업
농산어촌형 지역혁신체계 구축 및 혁신역량 강화	<ul style="list-style-type: none"> ○ 지역의 내생적 발전을 선도할 수 있는 혁신주체들의 사업계획, 사업관리 등 혁신역량 강화 프로그램 개발 <ul style="list-style-type: none"> - 지역별 RIS의 구축 및 신활력사업계획의 수립 - 혁신지도자 양성 프로그램 개발 - 주민 지역혁신 교육훈련 프로그램 - 지역농림어업 클러스터 활성화 - 영농기술교육, 정보화교육 등 혁신 프로그램 개발 - 재택교육·원거리 통신교육 프로그램 개발 - 농한기 주민교육 및 여가향유 프로그램 개발 - 직업훈련·자활훈련 교육프로그램 개발 - 농촌개발 컨설팅 전문가 양성을 위한 교육과정 개설 - 국내·외 성공지역 사례 견학 및 자매결연 추진 등

(계 속)

38) 중앙정부의 공동추진단은 국가균형발전위원회(기획단장)와 관계부처(행자, 문광, 농림, 산자, 환경, 건교, 해수, 예산처 등 담당국장)공동으로 구성하고 정례회의를 개최하여, 부처별 사업내용에 대한 정보공유, 공동기획, 조정을 통하여 사업간 연계방안 협의, 사업의 통합 및 전문화 등 중장기적 제도개선 방안 논의를 하는 것으로 계획되어 있다.

생산 및 소득 기반 조성	<ul style="list-style-type: none"> ○ 지역특화산업 육성 프로그램 개발 <ul style="list-style-type: none"> - 1차, 2차, 3차산업 융합 프로그램개발 및 사업모델 정립 - 지역 브랜드개발 및 지자체별 품질인증 - 1郡 3名(名人·名品·名所) 제도 육성 - 해외시장 판로개척 - 지역특화사업 창업 컨설팅 및 인큐베이팅 - 사업자간 네트워크 형성 및 공동이익집단 육성 - 지역·전국적 지역산품 직거래 판매망·물류망 구축 - 마케팅·홍보를 위한 홈페이지 구축 - 지역생산물 데이터베이스 구축 - 농어가부업 개발 및 참여촉진, 농공단지혁신클러스터화 - 지역내 유관업체·식당·숙박업소·관광업체간 협약체결 ○ 도농상생을 위한 5郡2村사업 및 향토자원 고부가가치화 <ul style="list-style-type: none"> - 도시민의 농산어촌 체험프로그램 개발 - 도·농·산·어촌간 자매결연 추진 - 생태·농어업·향토역사·문화관광 활성화 - 은퇴농장조성 및 농산어촌에 내집값기 운동전개 - 맞춤형 전원주택조성을 위한 전략수립 - 관광객을 위한 무료 Tour guide 육성 및 지원 - 지역전통문화의 보전과 개발 프로그램 마련 - 지역의 인문·사회·자연·역사 자원 조사 및 발굴 - 향토축제의 관광상품 육성 - 명소발굴 및 장소 판촉 프로그램 개발 등
------------------	--

자료: 국가균형발전위원회 신활력사업 공동추진단(2004.9), 『신활력사업 추진 공동지침』에서 발췌 정리.

다. 향토지적재산활용 지역특화상품개발 시범사업

1) 개요

행정자치부가 자치단체의 고부가가치화가 가능한 주요 향토지적재산의 발굴 및 육성을 통해 세계적인 특화상품개발을 촉진하여 지역경제활성화를 도모하기 위기 위하여 2001년부터 시행하고 있는 사업이다. 여기서 향토지적재산이란 각 지역에 존재하는 전통성과 지역성을 지닌, 그래서 타 지역이나 해외에는 존재하지 않거나 존재하더라도 차별적으로 존재하는 전통문화,

고유기술, 그리고 이에 의한 결과물들을 의미한다. 향토지적재산활용 지역 특화상품 개발 시범사업(이하 '시범사업'이라 함)은 이러한 전통성과 지역성 및 차별성을 지닌 지역고유의 유·무형 자원을 산업화함으로써 지역의 경쟁력을 제고하려는 것이 근본 취지이다.

2) 추진단계

향토지적자산을 활용하여 세계적인 특화상품개발을 촉진하기 위한 시범사업은 해당지역의 향토지적자산을 조사하는 것으로부터 시작하여 산업화된 향토지적재산의 유통체계를 확립하는 것까지 단계별로 체계적 추진전략이 필요하다. 즉, 향토지적재산의 시범사업 추진은 조사·발굴, 선정 및 권리화, 육성 및 개발, 유통체계확립이라는 단계별 전략에 따라 추진되어야 한다.

가) 조사 및 발굴 단계

- 기초자치단체를 단위로 하여 광역자치단체에서 일괄적으로 조사
- 지역별 향토지적재산의 내용, 상품화 및 권리침해 상황, 권리출연 현황 및 확보내용, 상품화 및 유통·판매 현황 등을 조사

나) 선정 및 권리화 단계

- 육성대상이 되는 향토지적자산을 지역내 전문가를 활용하는 방안 등을 포함하여 다양한 방안에 의거하여 지방자치단체가 직접 선정
- 지방자치단체가 직접 특허권, 실용신안권, 의장권, 상표권 등의 권리화를 추진하거나 변리사의 대행을 통해 권리화를 추진

다) 육성 및 개발 단계

- 육성을 위해 선정된 향토지적재산의 산업화 및 세계화를 추진하는 단계로, 권리주체가 지방자치단체이고 공공성이 높은 경우 지방자치단체 또는 지방공기업이 직접 개발하여 상품화
- 권리주체가 지방자치단체이나 직접 개발·육성이 곤란한 향토지적재산의 경우에는 지역연고 기업에 권리를 대여하거나 개발을 지원

라) 유통체계확립 단계

- 산업화된 향토지적재산의 성공적이고 지속적인 발전을 위해 유통체계를 확립하는 단계로 판매업체 및 대리점 알선과 직거래 방안을 마련
- 국내외 시장개척을 위한 유통채널 마련
- 향토기업 등과 판매법인 설립·운영

3) 추진현황

행정자치부가 추진하고 있는 향토지적재산활용 지역특화상품개발 시범사업은 현재 제1단계인 조사 및 발굴 단계를 마무리 한 상태이며, 이에 따라 산업화(상품화) 가능성이 높은 향토지적재산의 선정 및 권리화의 제2단계를 추진 중에 있다.

제1단계의 조사 및 발굴을 위한 조사는 2001년 4월 1일부터 동년 6월 30일까지 진행하여 총 6,151개의 향토지적재산을 발굴하였다. 발굴된 향토지적재산에는 전통고유기술 951건, 지역특산물1,241건, 관광문화상품 2,797건, 포장 등 기타 향토지적재산 1,162건이 포함되어 있다. 발굴된 항목들의 권리화 현황 및 그 가능성을 특허권, 상표권, 의장권, 실용신안권, 저작권 등으로 구분하여 검토해 보면 <표 3-19>와 같이 각각 323건, 4,027건, 796건, 684건, 321건에 해당된다.

<표 3-19> 지적재산활용 시범사업을 위한 조사·발굴 현황

년도	발굴조사건수	대상품목별				권리내용별				
		전통고유기술	지역특산물	관광문화상품	표장등기타	특허권	상표권	의장권	실용신안권	저작권
계	6,151	951	1,241	2,797	1,162	323	4,027	796	684	321
2000년	1,585	182	411	753	239	82	951	237	174	141
'99까지	4,566	769	830	2,044	923	241	3,076	559	510	180

자료: 광주전남발전연구원·한국지방행정연구원·(사)향토지적재산본부(2004), 「향토산업육성방안」, p.86.

향토지적자산을 활용한 지역특화상품개발 시범사업은 그 시행 첫해인 2001년도에 경남을 제외한 8개 도에 18개 사업을 선정하여 상품생산 공장 설치 및 생산라인 증설 등 이의 개발·활용을 위해 30억원의 특별교부세를 집중적으로 지원하였다<표 3-20>.

<표 3-20> 2001년 향토지적재산 18개 시범사업 현황

시도	지자체	사업명	시도	지자체	사업명
경기	수원시	수원 양념갈비 사업	전북	남원시	춘향전 등 활용, 관광상품 개발
	파주시	비무장지대 소재 관광상품 개발		무주군	반딧불이 생태관 설치·운영
강원	특화작목 시험장	감자 전분식품 첨가물 개발 사업	전남	진안군	마이용 관광상품 개발
	태백시	감자 식초 및 음료		영암군	영암도기 명품화 사업
충북	보은군	황토볼 활용 사업	경북	장성군	홍길동 캐릭터 개발
	영동군	난계 국악기 생산		청도군	청도 소싸움 활용 관광상품 개발
충남	보령시	머드 화장품 및 개발 상품	제주	안동시	유교 및 하회탈춤 관광 상품 개발
	금산군	금산 인삼 소재 관광상품 개발		제주시	탐라 문화상품 개발
	청양군	청양 고추, 구기자, 오이	북제주군	선인장 상품 개발	

자료: 광주전남발전연구원·한국지방행정연구원·(사)향토지적재산본부(2004.3), 「향토산업육성방안」, p.87.

한편, 2002년에는 시범사업을 더욱 확대 및 발전시키기 위해 2개 광역시, 9개 도에 28개 시범사업을 추가로 선정하여 향토지적자산을 활용한 상품생산, 공장설치 및 생산라인 증설 등에 50억원의 특별교부세를 포함한 총 226억원의 사업비를 투자하였다. 향토지적재산 개발·활용 시책사업은 지역의 특색을 살릴 수 있고 향후 사업확대시 산·학·연이 연계하여 세계적 상품개발로 지방재정확충은 물론 지역고용창출을 도모할 수 있는 사업을 중심으로 선정하여 지원하는 것을 원칙으로 하였다. 그리고 향토지적재산 시범사업의 성공적인 추진을 위해 『향토지적재산 육성 및 상품화전략』을 마련하여 각 사업추진 자치단체별로 해당사업에 대한 경제성, 파급효과, 사회변화, 향후 전망 등을 고려한 종합적인 사업추진계획을 수립·운영하도록 함과 동시에 지원사업비의 조기집행 및 이월방지 등을 통하여 사업을 철저히 관리하였다.

<표 3-21> 2002년 향토지적재산 28개 시범사업 추가 선정·추진 현황

시도	지자체	사업명	시도	지자체	사업명
인천	강화군	강화 고인돌 캐릭터 상품 개발	충남	서천군	한산 소곡주 및 한산 모시 육성
울산	시본청	울산 캐릭터 상품(해랑·해울이) 개발		금산군	관광기념품 개발
경기	안성시	안성맞춤 관광상품 개발	전북	익산시	호산춘(민속주) 개발 생산 판매
	김포시	평화통일 캐릭터 상품화	전남	함평군	나르다 상품 생산
	수원시	수원 갈비·냉면 상품화		구례군	야생화, 녹차 문화상품화
원주시	원주 옷칠기·한지·황골엿 육성 및 상품화	무안군		연근간(된)장, 초의 백련향 상품 개발	
강원	도봉청	식이섭유 가공식품 및 기능성 쌀 생산	경북	봉화군	한약우 명품화 사업
	양구군	조롱박·야생화·수공예품 개발		울진군	울진 소나무 브랜드 제품화
	속초시	장천골 옛날 장식 및 현미 재배, 상황버섯 명품화		울릉군	약소 유통시설
충북	괴산군	청결 고추 상품화 사업	경남	함양군	마천 옷 제품 상품화
	음성군	음성 진미 전통 고추장·된장		거창군	썩 먹인 한우고기 상품화
	보은군	향토불 사업	제주	제주시	탐라 순력도, 시 캐릭터 활용 상품화

자료: 행정자치부, 공기업과 내부자료, 2002

향토지적재산활용 지역특화상품개발 시범사업시행의 3차년도인 2003년에는 7개 도에 모두 10개의 향토지적재산 시범사업을 선정·추가하여 이의 지원을 위해 총 15억원의 교부세를 지원하였다. 그리고 4차년도인 2004년 7월현재까지 9개 사업을 선정하여 교부세 15억원을 지원하였다.

이러한 정부지원을 통하여 향토지적재산에 대한 자자체의 관심제고 및 이해증진 등 사업기반이 확충되었으며, 향토지적재산 상품화지원을 통하여 세외수입이 확충되어 지방재정을 보완하는 효과도 동시에 거두고 있다. 향후에는 향토자원의 체계적인 조사·발굴 및 육성을 위해 향토산업 관련 산·학·연 연계 지역혁신체계를 적극적으로 활용하고 『향토자원개발촉진법(가칭)』제정을 추진할 계획으로 있다.

<표 3-22> 2003년 향토지적재산 시범사업 추가 선정·추진 현황

지 역 별 (시도, 시군구)	비 고 (세부사업명)
강원 강릉	오죽상품화
충북 영동	난계 국악기 상품화
충북 음성	음성고추명품 및 상품화
전북 무주	반딧불이 캐릭터 상품화
전남 함평	함평 천지염색 상품화
경북 영양	분화용 꽃고추 상품화
경남 밀양	밀양아리랑 캐릭터 상품화
경남 함양	농산물포장재 디자인 개발
제주도	한라산 맑은공기 상품화
제주 제주시	돌이와멩이를 활용한 상품화

자료: 행정자치부, 공기업과 내부자료, 2004

라. 지역특화산업 육성사업

1) 개요

중소기업청이 주관하는 지역특화산업 육성사업은 지역적으로 기업집단을 형성하고 그 지역의 부존자원을 활용하여 생산·판매하는 중소기업제품 가운데 지역중심산업으로 육성할 만한 가치가 있는 제품을 선정하여 지역주민의 고용 및 소득증대와 지역경제 발전에 기여토록 지원하는 것을 목적으로 하는 사업이다.

지역특화산업 육성사업은 1998년 6월 「지역특화중소기업 집적·활성화 계획」을 수립하여 실시한 이후 1998년에 경기도 이천의 도자기 등 9개 품목을, 또 2001년도에는 경남 거창의 석재가공품 등 9개 품목을 선정하여 2003년 3월 현재 15개 시·도에 총 18개 지역특화품목을 선정·육성하고 있다.

<표 3-23> 지역특화산업 육성사업을 위한 지역특화상품 선정 현황

시·도	품 목	선정년도	시·도	품 목	선정년도
서울	인 쇄 (상업·산업인쇄)	2001	강 원	석공예품	1998
부 산	신 발	1998	충 북	전통 도자기	2001
	자동차부품	2001	충 남	인삼·약초가공품	2001
대 구	안 경(테)	1998	전 북	귀금속·보석	1998
인 천	라이터(고급품)	2001	전 남	청 자	1998
대 전	타 올	2001	경 북	인삼가공품	1998
울 산	용 기	2001	경 남	견 직	1998
경 기	도 자 기	1998		석재가공품	2001
	금 형	2001	제 주	관광토산품	1998

자료: 중소기업청, 지역특화산업넷.

2) 선정대상 및 절차

가) 선정대상 및 기준

중소기업청이 전략적으로 개발·육성을 하기위해 지역특화상품을 지역별 전통산업과 관련된 품목을 중심으로 그 지역의 중심산업으로 육성시킬 수 있도록 대상으로 지정하되 지역별 특성을 감안한 일부 제조업도 포함시켜 선정한다.

<표 3-24> 지역특화상품 선정기준

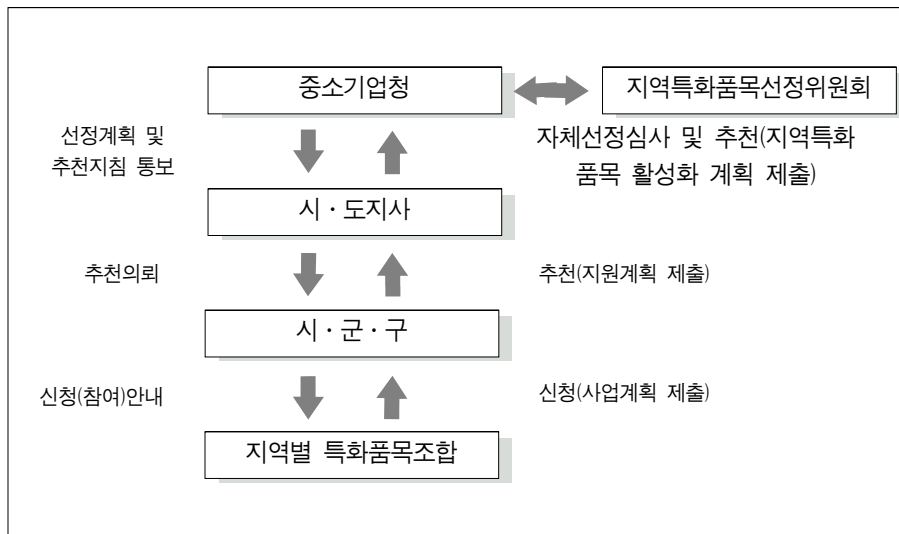
평가항목	평가내용	비교지수
지역입지우위성	자연적 우위성 및 수송비, 생산요소결합, 제도적 우위성	노동인구, 공업단지, 용수, 사회간접자본시설(도로, 항만, 철도, 항공등)
산업체밀집도	특정지역내 해당품목 중소기업체의 밀집도	품목(업종)별 업체수
산업경쟁력	노동생산성 및 단위노동비용 향후 성장가능성	노동생산성, 단위노동비용
지역경제기여도	소득, 고용창출 및 수출확대 효과	1인당 임금 및 부가가치액업체당 고용자수수출액 및 수출비용
산업발전방향과의 부합도	국가 및 지역산업정책에의 부합도	-

<표 3-24>에서와 같이 지역특화상품을 선정하는데 있어 구체적으로 적용되는 기준은 크게 지역입지 우위성, 산업체 밀집도, 산업경쟁력, 지역경제기여도, 산업발전방향과의 부합도의 5가지로 구분된다.

나) 선정절차

지역특화상품의 선정은 지역중소기업계(조합 및 단체 포함)와 시·군·구의 신청에 따라 광역자치단체가 심사·추천한 품목을 중소기업청에서 최종 심의·확정하는 절차를 밟는다. 일단 각 지역에 선정된 지역특화상품의 활성화 추진주체로서 특화품목조합을 결성하도록 하였으며, 조합(업계)에서 신청 후 시·군·구와 함께 사업계획서 및 지원계획서를 시·도에 제출하도록 하였다. 광역자치단체에서는 자체 선정심사후 이를 중소기업청에 지역특화품목으로 추천하고, 중소기업청에 추천된 품목에 대하여 중소기업청의 「지역특화품목선정위원회」에서 최종적으로 이를 심의한후 확정하게 된다. 중소기업청은 지역특화상품이 확정되고 나면 정부의 지원계획을 수립하게 된다.

<그림 3-20> 지역특화상품 선정절차



자료: 중소기업청, 지역특화산업넷.

중소기업청에서는 선정한 지역특화품목이 당해 지역의 해당품목(산업) 클러스터가 될 수 있도록 지원체계를 수립한다. 또한 타지역에 산재해 있는 중소기업이 해당품목을 지역특화품목으로 선정한 지역으로 이전하여 클러스터를 형성할 수 있도록 각종 다양한 인센티브를 마련한다. 지역특화품목의 추진주체와 전·후방산업 및 유관기관간의 네트워크화를 통해 지원효과를 극대화할 수 있도록 한다.

3) 지원계획 및 현황

가) 지원계획

중소기업청이 지역특화품목을 개발·육성하기 위하여 제공하는 지원은 자금지원, 수출지원, 판로지원, 기술지원으로 구분하여 살펴볼 수 있다.

<표 3-25> 지역특화상품 지원내용

구분	내 용
자금지원	<ul style="list-style-type: none"> · 시설투자자금 20억원까지 융자 <ul style="list-style-type: none"> - 공장,부지매입 및 건축, 시설개체, 공동전시판매장 건립 등 소요경비지원 · 운전자금 시·도지사가 필요하다고 인정하는 금액까지 융자 <ul style="list-style-type: none"> - 연구개발 및 사업화, 정보화 자금, 신기술신제품 디자인개발 사업 등에 소요되는 경비 · 지자체에서 조성한 자금의 범위내에서 시·도지사가 필요하다고 인정하는 금액까지 특화품목관련 조합(단체)에 지역특화품목 관련기술, 디자인, 소재 개발, 전시판매 등에 소요되는 자금을 출연 보조
수출지원	<ul style="list-style-type: none"> · 아리랑TV등을 통한 지역특화품목 홍보 추진 · 유망수출중소기업 선정시 우대 추진 · 수출용 홈페이지(인터넷중소기업관)에 제품무료 게재추진
판로지원	<ul style="list-style-type: none"> · 중소기업종합지원센터의 입점 지원 추진 · 중소기업청 홈페이지(지역특화품목사이트)에 특화품목 홍보·언론매체(한국경제,매일경제,아리랑TV등)에 광고지원 추진
기술지원	<ul style="list-style-type: none"> · 중소기업 생산현장 예로기술 지도사업업체 선정시 우대 · 중소기업 기술혁신개발사업(전략과제)평가시 우대 추진 · 산학연 지역권소시움사업 평가시 우대추진

자료: 중소기업청, 지역특화산업넷

나) 지원현황

중소기업청이 지역특화상품을 개발·육성하기 위하여 2002년도에 지원한 주요 내용을 살펴보면 아래와 같다.

<표 3-26> 2002년도 지역특화상품 개발·육성 지원내역

구분	내용
자금지원	<ul style="list-style-type: none"> · 지역특화품목 자금지원 규모 확대 <ul style="list-style-type: none"> - 당해연도 조성한 지방중소기업육성자금중 창업 및 경쟁력 강화사업비의 지자체 조성액의 30%범위내에서 지원제한 폐지 · 시설개체 및 운전자금 지원(시·도)
수출지원	<ul style="list-style-type: none"> · 아리랑TV등을 통한 국내의 제품 홍보 <ul style="list-style-type: none"> - 이천 도자기 등 5개 품목 · 해외전시, 박람회 참가지원(시·도) <ul style="list-style-type: none"> - 부산 신발생산업체 등 96업체 724백만원
내수판로지원	<ul style="list-style-type: none"> · 중소기업청 홈페이지내 지역특화산업넷에 제품 홍보 <ul style="list-style-type: none"> - 정선 석공예품 등 7개 품목 동영상 게시·내수 판로지원을 위한 전시회·축제지원(시·도) - 신발전시회, 용기, 도자기, 보석, 실크 축제등
기타	<ul style="list-style-type: none"> · 인터넷 「중소기업관」 홈페이지 구축사업, 언론매체 홍보지원사업 활용·홍보 등

자료: 중소기업청, 지역특화산업넷.

마. 농촌특산단지 육성사업

1) 개요

농촌특산단지 육성사업은 농촌지역의 부존자원과 유희노동력을 활용하여 지명도가 높고 향토성이 짙은 특산품을 생산하여 농촌지역의 고용창출 및 농외소득 증대를 목적으로 농림부에서 1967년부터 시행해온 사업이다. 육

성사업의 주관은 해당지역의 시장·군수(농정심의회 심의)가 되고, 사업대상자는 농업인과 3호이상의 농가가 참여시에는 비농업인도 가능하며, 사업지역에 거주하고 해당 분야의 경험, 기술, 경영능력이 있는 자로서 참여형태는 공동출자, 공동생산, 임가공, 취업의 형태로 참여할 수 있다.

농촌특산단지 육성대상 품목은 일반공산품 및 식료품을 제외한 민속공예품, 농산자재, 섬유직물, 석재분야 등의 분야로 지역부존자원을 활용하여 지역대표성과 전통성을 나타낼 수 있는 품목을 선정하여 육성한다. 지원기준(국고)은 154백만원 이내(시설비 98, 운영비 56)로 하며 지원조건은 다음과 같다.

<표 3-27> 농촌특산단지 육성사업 지원내역

구 분	재원별 내역	용자조건	비고
시설비	국고(용자) 70% 자부담 30%	3년거치 10년 균분상환연리 4%	-시설자동화 및 사업장 신축 등
운영비	국고(용자) 70% 자부담 30%	2년이내 상환 연리 4% (비농업인 5.5%)	-원료구입, 금형제작, 제품 및 포장디자인개발

자료: 농림부, 내부자료, 2003

2) 추진현황

농림부가 추진하는 농촌특산단지 육성사업은 1967년에 부업단지 조성사업으로 출발하여 1991년에는 특산단지 조성사업으로 전환 추진되었으며, 2002년 말 현재 1,525개소를 조성하여 673개소를 운영중으로 지금까지 총 1,888억원을 지원하였다.

<표 3-28> 농촌특산단지 지역별 현황(2002년)

(단위 : 개소, %)

구분	대구	인천	광주	울산	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주	계
단지	1	3	3	1	9	38	55	114	145	140	66	90	8	673
비율	0.2	0.5	0.5	0.2	1.3	5.6	8.2	16.9	21.5	20.8	9.8	13.3	1.2	100

자료: 농림부, 내부자료, 2003

현재 운영중인 특산단지 가운데 사업초기단계인 1967년부터 1990년에 걸쳐 조성된 부업단지는 951개소였으나 여건변화로 경쟁력이 약화된 단지가 대폭 퇴출되어 225개소인 24%만이 운영 중에 있다. 1991년 이후 2001년 현재까지 특산단지로 조성된 568개소 중에서 80%인 456개소가 현재 운영 중에 있다. 특산단지의 지역별 분포를 살펴보면 전북이 145개소, 전남이 140개소, 충남이 114개소 순으로 운영되고 있다.

농림부의 2002년도 농촌특산단지 운영실적 자료에 따르면 농촌특산단지의 업종별 분포는 민속공예품이 61.1%, 농산자재가 11.2%, 섬유직물이 12.3%, 석재가 8.3%, 그리고 일반공산품 7.1% 순으로 나타나고 있다. 전체 특산단지에는 5,555호가 참여(단지 당 평균 8호)하고 있으며 참여호수 중 농가수는 4,434호로 전체 참여호수의 79.8%를 차지하고 있다. 특산단지의 참여형태는 취업방식이 491개소로 가장 많고 다음이 공동생산 73개소이다.

특산단지의 총 매출액은 1,281억 원으로서 단지당 평균매출액은 190백 만 원에 달하고 있으며 수출은 37개 단지에 125억 원으로 단지당 337백 만 원에 달한다. 그리고 특산단지의 총소득액은 461억 원에 달하고 단지당 평균소득은 69백 만 원으로 호당 평균소득이 8.3백 만 원이다.

향후 농촌특산단지 추진대책은 신규단지의 지원은 가급적 억제하고, 기존단지의 시설현대화, 상품성제고 등 운영활성화를 중점 지원하여 경쟁력을 제고하는데 우선순위를 두고있다. 그리고 지역특산품의 판로확대를 위한 홍보·관측을 강화하기 위해 특산단지 전시판매장(전국 15개소)설치, 향토문화행사개최, 서울국제식품전시회개최, 지자체의 해외 농산물특판전 등과 연계하여 판매망 확충에도 역점을 두고 추진할 예정이다.

바. 향토산업 거점 전문대학 육성

1) 개요

교육인적자원부가 추진하는 향토산업 거점 전문대학 육성시책은 지역향토산업을 발전시키기 위한 기술개발, 상품화 및 판매망 구축의 지원 등을 통해 향토산업을 고부가가치 산업으로 육성하고 지역간 균형발전 및 지역경제 활성화의 중심센터로서 당해 지역내 대학의 역할을 강화하기 위한 목적으로 추진되고 있다.

2) 대상선정 및 지원현황

1999년부터 2003년까지의 사업기간 동안 총 32개 대학이 선정되어 지원을 받았다. 선정대학의 지역별 분포는 <표 3-29>와 같으며, 대구·경북지역이 7개 학교로 분포비중이 가장 높고, 부산·경남지역이 5개 대학으로 다음을 잇고 있다. 다만, 강원도의 경우에는 지원사업 첫해인 1999년에 동우대학을 제외하고는 선정된 대학이 전혀 없는 실정이다.

<표 3-29> 향토산업 거점 전문대학 년도별·지역별 선정 현황

구분	서울	인천 경기	부산 경남	대구 경북	광주 전남	대전 충남	전북	충북	강원	제주	계	지원 금액
1999	1	3	3	4	2	2	2	1	1	1	20	50억원
2000	1	3	5	5	3	3	4	1	-	1	26	60억원
2001	1	4	5	7	4	2	4	2	-	1	30	50억원
2002	1	4	4	7	4	2	4	2	-	1	29	60억원
2003	1	4	4	7	4	2	4	2	-	1	29	60억원

자료: 교육인적자원부, 내부자료, 2004

선정된 총 32개 대학 중 5년 전체 사업기간 동안 향토산업 거점 전문대학으로 선정되어 지정된 대학은 17개 대학이며, 4년 동안 선정된 대학은 6개 대학, 3년 동안 선정된 대학은 7개 대학, 2년 동안 선정된 대학은 1개, 그리고 1년 동안만 선정된 대학은 1개 대학이 해당된다.

한편, 향토산업 거점 전문대학에 대한 지원내역을 살펴보면, 1999년부터 2003년까지 5년간 총 280억원을 지원하였으며, 이는 거점대학으로 선정된 해당대학에 연간 평균 2억원씩을 지원한 것이 된다. 지원조건은 지원액의 30% 이상을 의무 대응투자를 하도록 하였다. 대학별 지원규모는 평가결과 및 사업규모를 바탕으로 차등적으로 적용하며, 전년도 사업계획 집행실적 평가에 있어 추진실적이 부진한 대학은 지원대상에서 제외하거나 지원규모를 감액하는 조치를 취하였다.

2. 문제점

지금까지 살펴본 바와 같이, 향토자원 개발 및 육성과 직·간접적으로 관련되어 행정자치부, 중소기업청, 농림부, 교육인적자원부 등의 중앙부처가 다양한 시책을 추진할 예정이거나 추진하고 있는 것으로 밝혀졌다. 이러한 정부시책들 가운데 그 효과가 본래 취지대로 발생하고 있는 것도 있지만, 상당수 시책들은 도입목적과는 달리 효과가 제대로 나타나지 않고 추진실적도 미흡한 측면도 간과할 수 없다. 여기서는 기존 향토자원 개발 및 육성시책들이 원활하고 효과적으로 추진되지 못하는 근본적인 문제점을 지적해보고 이를 개선하기 위한 정책방안을 마련하는데 있어 준거를 마련할 수 있도록 하고자 한다.

가. 향토자원개발 및 활용의 제도적 기반구축 미흡

향토자원의 개발과 활용을 체계적으로 지원하기 위한 계획제도, 전담기구, 자원조성 등 제도적 기반이 제대로 구축되어 있지 않아 일관성있는 시책추진이 불가능하였다. 개별 중앙부처가 나름대로 정책영역과 목표를 설정하고 이를 효과적으로 실현하기 위해 독자적인 시책기획, 자원동원과 조직구축을 해왔기 때문에 국가적 차원에서의 향토자원개발 및 육성의 거시적 제도 틀을 형성하지 않고 미시적이고 대중요법적 시책추진을 해왔다. 다시 말해, 기존에는 여건변화와 정책수요에 따라 정부시책이 견고한 제도적 기반을 마련하지 않고 수시로 변화함으로써 정책수요자의 입장에서 정부시책의 일관성과 영속성을 기대하기가 매우 어려운 실정이었다.

또한 향토자원의 정의 및 범위, 지원방식 및 내용, 추진체계 등이 시대적 상황과 관련부처의 입장에 따라 상이하게 규정되고 선정대상에 따라 가변적

으로 적용됨으로서 향토자원 개발 및 활용의 체계화가 취약하여 거시적 시책들이 형성되지 못할 뿐만 아니라 개발 및 육성시책의 내용 또한 일관적이지 못했다고 볼 수 있다.

나. 향토자원개발 및 활용의 지원체계 분산과 비효율성

앞서 지적된 바와 같이, 향토자원의 개발 및 육성과 관련하여 행정자치부, 중소기업청, 농림부 등 관련부처의 정책적 관심과 대상이 상이하며 주요 관장사업을 개별적, 분산적으로 추진하고 있다. 개별 분산되고 유사 중복된 시책들이 비효율적 운영을 극복하고 시너지효과를 최대한 발휘하기 위해서는 한단계 높은 차원에서 이들을 원활하게 조정·통합하는 메카니즘의 필요성은 인정되고 있으나 이를 제도적으로 수용하는 장치가 마련되어 있지 못하다.

이와같이 지원체계가 부처별로 분산됨에 따라 효율적이고 실질적인 향토자원개발 및 육성 지원이 이루어지고 있지 못하고 또한 정책적 지원대상에서 제외된 향토자원의 사장화를 초래하고 있는 실정이다. 특히, 관련부처별로 향토자원에 대한 정의가 불명확하기 때문에 지원과정에서 중복지원되거나 혹은 지원자격이 되면서 소외되는 향토자원이 발생할 소지가 매우 높다.

다. 공공(중앙)주도의 시책추진으로 민간(지방)참여/경영마인드 부족

향토자원개발과 육성을 위한 시책추진의 거시적 틀과 통합적 운영이 취약함에 더하여, 정부의 향토자원개발 및 육성시책이 대부분 관주도, 정책공급자 위주의 방식으로 추진되어 실질적 사업주체가면서 시책수혜자인 민간부문의 참여와 지방의 경영의식을 진작하는 측면이 활성화 되어 있지 못하다.

향토자원 개발과 활용의 최종적 목적이 사업화/상품화를 통하여 수익창

출 나아가 지역경제활성화라는 점을 감안할 때, 민간부문의 실질적이고 주도적 역할과 경영에의 적극적인 참여의식 제고는 필수적이다. 그런데 기존 지원시책은 사후조장/촉진적 특성이 강한 자금지원, 수출 및 판로지원 등으로 편중되고 이의 운영도 개별부처가 사전에 설정한 틀과 기준을 전국 획일적으로 적용함으로써 지역단위의 특수한 시책수요나 경영의식 고취를 위한 다양하고 지역부합적 프로그램이 매우 취약한 실정이다. 특히, 향토자원 개발과 활용에 있어 민간부문의 경영참여와 동기유발을 사전에 촉진할 수 있는 교육, 견학 및 연수, 현장체험, 컨설팅 등과 같은 민간의 기업가정신을 고취하는 수요자 프로그램이 제대로 제공되지 못하고 있다.

라. 권리화 등 지적재산권 보호 중심의 활용전략

기존의 정부시책은 향토자원의 개발 및 활용을 통한 지역경제활성화와 지역균형발전 보다는 특허, 의장, 상표권 등록 등 향토자원의 권리화라는 제한적인 부문에 상당부분 비중을 두고 있다. 그 결과 개발, 상품화, 홍보 및 마케팅, 기술 및 인력 등 향토자원 개발 및 활용의 단계별, 부문별로 적실한 지원방안이 강구되고 있지 못하는 형편이다.

향토자원의 권리화는 문화적·경제적으로 유용한 가치가 있는 유무형의 향토자산에 대하여 특정지역내의 권리주체에 의해 배타적으로 행사할 수 있는 권한을 부여받는 것이다. 권리주체의 보호도 중요하나 향토자원은 결국 개발과 활용을 통한 수익화와 재정적 경제적 기여가 정부지원의 실질적인 목적인 만큼 이들 측면을 보강할 수 있는 지원방안이 강구되어야 한다. 그러나 현재와 같이 권리화, 수익화를 동시에 확보할 수 있는 정책적 지원방안이 마련되어 있지 않은 여건에서는 향토자원개발과 활용을 통한 수익성을 기대하기는 어려운 실정이다.

마. 관광이나 문화적 자원 등의 활용에 대한 고려 부족

현재 우리나라의 향토자원개발 및 활용은 동·식물 등 1차적 자원의 활용에 치중한 나머지 문화유산이나 생태적 자원의 관광이나 문화적 이용에 대한 인식이 결여되어 있다. 정부지원 시책 또한 이러한 측면을 부각시키지 못하고 있는 실정이다. 대부분의 향토자원개발 및 활용이 산업을 통한 자원의 상품화에 치중하다 보니 관광화 등을 통한 자원의 가치를 증대시킬 수 있는 각종 다양한 소프트웨어나 프로그램개발이 미흡하고 이들에 대한 정책 지원이 제대로 제공되지 못하고 있는 실정이다.

바. 향토자원의 유형별, 단계별 개발 및 활용에 대한 고려부족

향토자원의 활용과 이에 대한 지원이 유용성을 지니려면 유형화에 따른 활용방안이나 지원방안이 모색되어야 한다. 그럼에도 불구하고 기존의 시책들은 향토자원의 유형화에 따른 차별적인 지원에 대한 고려가 부족하다. 그러다 보니 실효성 있는 활용 및 지원방안이 되지 못하는 한계가 있다. 향토자원에 적절한 개발이나 향토자원 활용에 필요한 지원을 제공하지 못하기 때문이다. 또 향토자원 활용의 유형에 따른 고려가 부족하다 보니 보다 구체적인 단계별 활용방안이나 지원에 대한 고려도 자연히 부족한 한계를 노출시키고 있다.

그러나 향토자원의 개발 및 활용은 유형에 따라 단계별로 차별적인 특성과 그에 따라 차별적인 지원 등을 필요로 한다고 볼 때, 이들을 고려한 시책이나 지원방안은 향토자원 활용을 통한 지역발전에 기여하는 바가 클 것이다.

제4장 향토자원개발 및 활용 해외사례

제1절 일본

가. 우키하정(浮羽町)

1) 개요

우키하는 후쿠오카현에서 승용차로 한 시간이면 도착할 수 있는 농촌으로 1만 8천여명이 거주하는 지역이다. 해발 500-800미터의 산간지대로 계곡, 폭포 등 자연경관이 빼어난 청정환경을 지닌 지역이기도 하다. 그렇다 보니 청정한 산악과 변변찮은 논 이외에는 이렇다할 지역의 자원이 없고 지역의 소득을 창출할 수 있는 거리도 없는 형편이었다. 농업의 침체가 계속되면서 지역경제가 위축되고 있는 형편이었다.

우키하에는 산촌이라는 지형적 특성으로 인해 일본의 다른 지역보다 계단식 논이 많이 만들어졌으며 1994년에는 전체 논 면적의 12%를 차지하고 있었다. 그런 의미에서 계단식 논은 '우키하의 피라미드'라 불릴 정도로 역사적 의미를 지니고 있었다. 그러나 젊은 층이 유출되고 인구가 고령화됨에 따라 평지에 비해 노동력이 많이 들어가는 계단식 논은 생산성이 떨어지고 황폐화될 지경에 이르게 되었다. 워낙 오지마을이라 경지정리도 만만치 않을 뿐더러 토심이 얇아 기계화도 마땅찮기 때문이다.

2) 향토자원활용

이같은 형편에서 우키하는 지역의 향토자원 발굴을 위해 노력을 기울이기 시작했다. 1994년 '농업활성화 추진위원회' 및 '지역자산조사위원회'를

구성하고 향토자원을 재발견하기 위해 ‘지역의 보물찾기 운동’, ‘우키하 보물 지도 작성운동’ 등을 전개했다.³⁹⁾

그러한 노력 끝에 오지마을이기에 남아있던 계단식 논에 시각을 돌리게 되었고 이를 활용하여 지역발전을 도모하기로 결정했다. 계단식 논은 문화적 가치와 경관적 가치를 상품화하기로 했던 것이다. 계단식논과 지역의 청정이미지를 관광자원화하기 위해 그린투어리즘에 입각한 향토자원 상품화 전략을 세우게 되었다. 때마침 우키하정이 1995년 농림수산성도 그린투어리즘 육성지구 우키하를 선정하여 제도적 지원을 제공하였다.

우키하는 계단식 논을 포함한 지역의 청정자원을 상품화하기 위해 다양한 전략을 구사하고 있다. 이를 위해 그린투어리즘에 의한 도시민과의 다양한 교류에 의한 ‘내발융합형’ 모델을 지역발전을 위한 정책기조로 설정하고 있다. 처음에는 관이 주도를 할 수 있지만 그린투어리즘을 통해 관광객과 교류하는 것은 결국은 한사람 한사람의 지역주민이기 때문에 주민의 적극적, 자발적 참여를 활성화하는 전략이었다.

먼저, 1998-2000년에 걸쳐 보전기금사업을 실시하고, 향토자원 보전위원회격인 ‘계단식 논 보전협의회’를 만들었다. 그리고 ‘계단식 논 탐방 이벤트’를 실시해 관광객을 끌어 들이고, ‘계단식 논 오너제’를 실시해 관광매력을 향상시킴과 동시에 지속적인 관광화를 도모했다. 계단식 논 탐방 이벤트의 하이라이트는 논두렁에 ‘피안화’(彼岸花)⁴⁰⁾가 붉게 피는 가을이라고 할 수 있다. 이즈음에는 붉은색의 피안화와 황금색 벼가 조화를 이루어 대단히

39) 참고로 보물찾기 운동은 일본에서 지역자원(향토자원)을 활용한 지역경제를 활성화하기 위해 대다수 일본 전역에서 전개된 지역자원 발굴운동이기도 했다.

40) 주민들은 논두렁에 피안화를 심어왔다. 피안화는 계단식 논에서 중요한 물의 유지에 중요한 역할을 하기 때문이다. 피안화의 뿌리에서 분비되는 독성물질이 논두렁에 구멍을 내는 두더지의 접근을 방지하기 때문이다.

아름다운 경관을 연출하기 때문이다. 계단식 오너제는 도시민들의 지속적인 방문의 고리기능을 한다. 도시민에게 논을 분양함으로써 절기마다 농사일을 위해 방문하여 농사체험을 제공하는 제도이기 때문이다. 1998년부터는 계단식 논 1구획 100㎡를 40만 원에 도시민에게 분양하는 계단식 논 오너 제도를 실시하고 있다. 첫 해에는 50구획의 오너를 모집하였는데, 213명이 응모하여 심사를 통해 선정하였고 매년 참여 희망자가 늘고 있다. 도시민들은 마을의 농가와 교류하면서 아이들과 함께 계단식 논에서 직접 전통적 방식의 쌀농사를 체험한다. 농가는 이 마을에서 생산된 농산물을 도시민들에게 직송해 주면서 소득을 올리고 있다.

그리고, 계단식 논외의 사계절과 생태, 그리고 체험을 테마로 하여 ‘반딧불이 축제’, ‘모내기 및 벼수확 체험프로그램’ 등도 추가하고 있다. 이를 통해 청정 환경과 그곳에서의 생태를 판매할 뿐 아니라 농사체험과 재미를 도시민들에게 판매하고 있다.

3) 발전요인

2003년에는 56만여명이 우키하정을 방문했으며, 60여억의 매출을 올리고 있다. 관광객의 증가율도 매년 5.3%를 기록하고 있다. 또 계단식 논을 분양하여 가구당 30만엔의 소득을 올리고 있으며, 농특산물 판매소는 500여 농가와 계약을 맺고 농가가 생산한 농산물을 판매하고 있다. 이같은 성과를 거둔 주요한 요인은 주민참여의 활성화를 포함한 다음의 몇 가지로 정리할 수 있다.

첫째, 차별적인 기획이다. 다랑이논은 전통적 농사행태의 유물로 보통은 경지정리도 할 수 없는 골칫덩어리로 간주되는 것이 통상적인 인식이다. 그런데 우키하는 역발상적인 마인드를 발휘하여 이처럼 불리한 점을 오히려

발전의 자원으로 활용하고 있다. 독창적인 차별화된 아이디어가 향토자원을 활용하여 지역발전에 기여하는 대표적인 사례에 해당된다고 하겠다.

참고로 역발상적인 아이디어가 중요하다는 것을 이와 비슷한 경우인 쓰나(津名) 마을에서도 포착할 수 있다. 1989년 다케시마 정부는 3240여개의 시정촌에 1억엔씩을 제공하면서 ‘고향창생’ 운동을 전개했다. 지역의 창의성을 발휘하여 지방발전을 위한 사업에 투자하라는 것이었다. 다른 고장들은 나름대로의 창의성을 발휘하여 사업을 벌이는 데 쓰나 마을은 마땅한 아이디어가 없었다. 그러다 본전까지 없어질지도 모른다는 불안감에 일단, 본전이라도 지키고 보자는 입장에서 1억엔 금액을 구입해서 마을 공터에 전시했다.

그러자 도대체 1억엔짜리 금괴는 어떻게 생겼고 얼마나 큰가 궁금해 하는 사람들이 많아졌고 이들이 쓰나 마을을 방문하게 되었다. 그래서 이것이 대박이 터져 일약 쓰나 마을은 관광명소가 되었고 음식, 숙박 등 전후방 관련사업이 발달하여 지역발전에 기여하게 되었다.

휴후인(湯布院町) 마을도 역발상적인 창의성이 얼마나 중요한가를 지적하는 사례라 하겠다. 휴우인 마을은 30-40여년 전의 시골정취를 재현함으로써 관광명소가 된 경우라 하겠다. 모텔이나 주유소 등이 없을 뿐 아니라 도로확장이나 포장을 하지 않는 시골마을을 만들었고 이것을 소비하기 위해 관광객이 찾아들어 지역발전을 기하게 되었다. 현대 문명과 다른 시간대의 삶을 체험하게 할 수 있게 하는 아이디어로서 지역의 발전을 도모하고 있는 경우라 하겠다. 이들은 모두 향토자원의 활용에 있어 창의성의 중요성을 지적하는 사례라 하겠다.

둘째, 향토자원의 발굴과 그것에 대한 평가이다. 우키하의 자치단체, 주민 등으로 구성된 ‘우키하정 보전위원회’를 주축으로 계단식 논이라는 차별화된 자원을 발굴하고 이것의 경쟁력을 확인했던 것이다. 이러한 일은 지역

자원조사위원회가 담당하고 있다. 지역자원조사위원회는 자치단체공무원, 대학교수, 향토자원 전문가, 지역개발 전문가 등으로 구성되는데 여기서는 지역의 자원에 대한 조사, 발굴 뿐 아니라 그 자원의 활용가치 및 시장성, 활용전략 등에 관한 정보 및 컨설팅을 제공하고 있다.

이같은 시스템은 주로 현 주도로 구성되고 있으며 현내 시정촌별로 지역의 자산을 조사발굴하여 이를 데이터베이스에 갱신하고 있으며 이에 대한 구체적인 활용전략도 제시하고 있다. 이를 통해 향토자원 활용에 대한 정보를 교류할 뿐 아니라 아이디어를 얻을 수도 있다.

그리고 중앙정부는 매년 향토자원 활용에 대한 모범사례를 선정하여 표창하고 그것을 공개할 뿐 아니라 『향토자원활용촉진사업』의 제도기반을 마련하여 지방자치단체들이 향토자원활용촉진계획을 수립하도록 하고 있다.

셋째, 향토자원관광전략의 과제인 연계관광의 ‘꾸시당고’(串團子) 이론에 충실한 전략을 구사하고 있는 점이다. 당고(떡)은 하나로 양이 차지 않아 꼬치에 끼워 먹어야 되는 원리를 원용한 전략인데, 계단식 논을 테마로 농산물 판매, 축제, 이벤트, 관광 등을 다양한 상품화를 도모하고 있다.

넷째, 중앙의 제도적인 지원과 지방정부의 활용이다. 농림수산성의 ‘그린 투어리즘 육성지구’사업은 우키하를 시범지역으로 지정하여 우키하의 지역 매력 향상에 토대가 되었다. 그리고 건설성의 미찌노에키, 즉 국도휴게소 사업도 우키하 향토자원 활용의 제도적 기반이 되었다. 이는 휴식공간 제공, 지역정보제공, 도시와 농촌을 연계시켜 농촌의 발전을 도모하기 위한 거점으로서 휴게소를 설치하는 사업이었다. 우키하는 마을마다 자원의 특성에 맞는 사업을 추진하되, 이를 연계시켜 시너지 효과를 창출하기 위해 ‘미찌노에키 우키하’사업을 시행했다. 미찌노 우키하는 농특산물 판매소, 관광안내소, 향토음식점, 문화재 전시관 등의 시설로 이루어져 있는데, 운영은

자치단체, 농협, 삼림조합, 상공회, 관광협회가 출자하여 설립한 제3섹터가 맡고 있다. 이를 통해 농가에서 생산한 안전한 먹거리를 관광객에게 판매하기도 한다. 또 하나 교류의 거점으로서 계단식 논을 분양받은 도시민들이 농사체험을 와서 묵을 수 있는 ‘사계절의 집’을 건립했다.

나. 가나자와(金澤)

1) 개요

가나자와는 이시카와현(石川縣)의 소재지이다. 오사카(大阪)나 교토(京都)와 가까워 오사카까지는 철도로 3시간 50분이면 다다를 수 있고, 도쿄는 인근 고마쓰(小松)공항에서 비행기로 1시간이면 갈 수 있다.

가나자와의 산업 및 문화적 기반은 에도(江戸)시대 가가한(加賀藩)에서 부터 조성되기 시작했다.⁴¹⁾ 막부에게 절대적 권력이 집중되던 막번체제(幕藩體制)에 들어서면서 막부에 의해 반역할 소지가 있다하여 해체될 것을 경계한 가가한은 재정의 상당부분을 무력보다는 문화육성에 투자하기 시작했다(金澤市役所, 1930: 84). 이것이 가나자와의 공예산업 발달의 초석이 되었다.

41) 가가한은 막부체제에서 막부의 지배하에 있는 독립적인 영토를 지닌 통치기관이다. 이를테면 막부는 중앙정치기구를, 한(藩)은 영주의 행정기구 또는 그 영토를 가르킨다.

<그림 4-1> 가나자와의 위치



2) 향토자원활용

가나자와에서 현재 계승되고 있는 전통공예품 산업은 26종이다. 중앙정부가 ‘전통공예품진흥에 관한 법률’의 규정에 의해 전통공예품을 지정⁴²⁾하고 있다. 가나자와의 경우는 도자기, 칠기, 박(箔), 가나자와 불단(金澤佛壇) 등 6종이다.

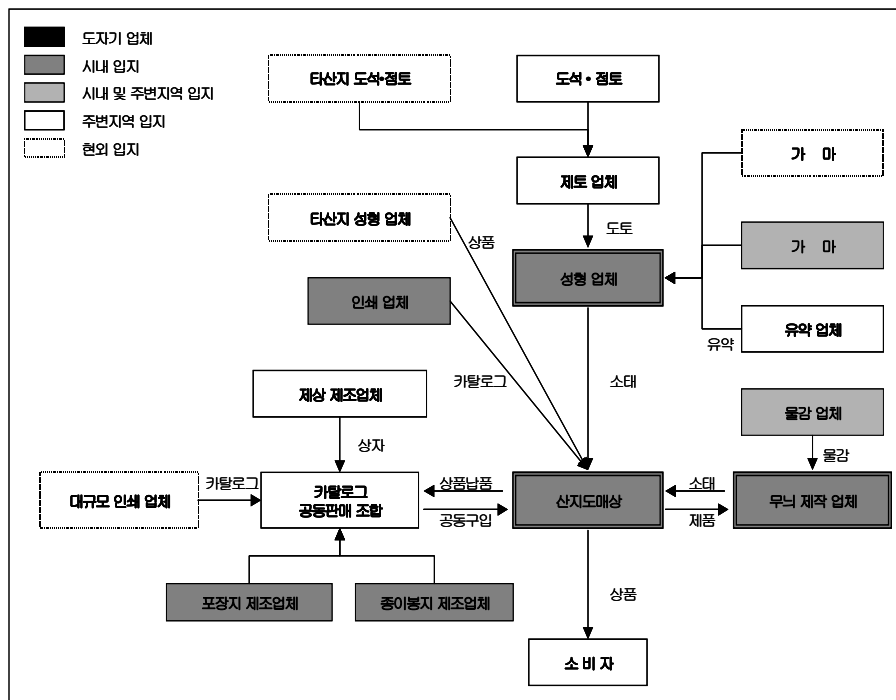
2001년 현재, 가나자와의 기간산업이라고 할 수 있는 전통공예품 산업과 연관된 제조업체는 약 800개로 종사자는 3,000여명에 달한다. 그 중에서

42) 1974년에 제정된 ‘전통공예품산업의 진흥에 관한 법률’에 의해 통산장관(通産大臣)이 현재 일본 전국에 192품목의 전통산업을 지정하고 있다. 지정기준은 (1) 일상생활에서 사용되는 것, (2) 제조과정의 주요부분이 수공업적인 것, (3) 전통기술 또는 기법에 의해 제조되는 것, (4) 주된 원료가 전통적으로 사용되어 온 것, (5) 일정한 지역에 산지가 형성되어 있는 것이다.

도 도자기 산업이 지역경제의 주축을 형성한다. 도자기 산업은 그림을 포함한 예술적 자질⁴³⁾과 생산기술을 포함하는 복합적인 과정을 거치며, 생산에 관계되는 산업적 연계나 주체들도 지역 내외를 포함하여 광범위하다.

그러나 최근 도자기 산업을 포함한 전통공예품 산업이 쇠퇴하고 있는데 후계자 양성, 제품개발, 판로개척 등이 주요한 과제로 인식되고 있다.

<그림 4-2> 도자기 자원활용의 연계



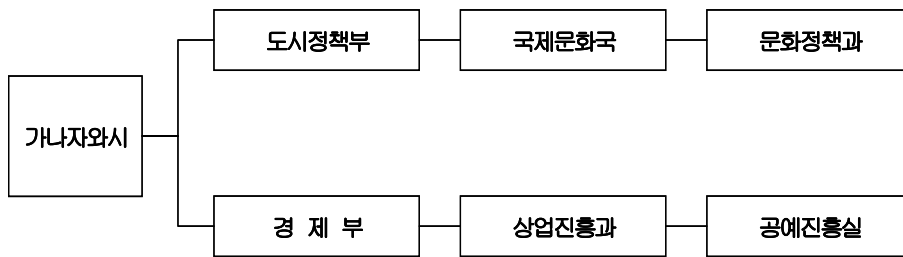
자료: 다카노 도시후미, 『일본 가나자와시의 지방발전연구와 그 한국적 함의에 관한 연구』, 2002.

43) 초별구이 다음의 밑그림 그리기, 재별구이 다음의 무늬 그려넣기 등이 여기에 해당된다.

가나자와는 도자기라는 향토자원 활용의 산업을 활성화시키기 위해 다양 지원을 제공하고 있다. 물론 도자기 산업의 발전을 주도하는 것은 도자기 업체가 주축이 된 조합임에는 틀림이 없다.

먼저, 도자기 산업에 대한 지원조직으로는 가나자와시와 주민의 자치조직인 구타니야키 조합이 있다. 가나자와는 문화정책과와 공예진흥실을 통해 도자기산업을 지원하고 있다. 문화정책과에서는 전통공예문화의 계승과 육성을 목적으로 ‘시 주관 문화예술행사’와 ‘문화재의 보존과 계승’ 업무를 추진하고 있으며, 공예진흥실은 전통공예산업의 계승 및 육성을 목적으로 ‘전통공예품의 판매촉진’과 ‘후계자 육성’ 등을 지원하고 있다.

<그림 4-3> 가나자와 지방정부의 지원조직



자료: 다카노 도시후미, 『일본 가나자와시의 지방발전연구와 그 한국적 함의에 관한 연구』, 2002.

그리고 민간의 조직인 구타니야키 조합은 구타니도자기 상공업협동조합 연합회를 정점으로 다양한 조합이 형성되어 있고 주로 정보교환 및 홍보, 판촉 업무를 지원하고 있다.

또, 도자기 산업을 활성화하는 과정에서 직면하는 기술 및 인재육성 등을 위해서도 다양한 지원을 제공하고 있다. 기술전수 및 교육을 위해 공방, 전

문학원 및 대학, 그리고 기술개발연구기관, 지장산업 지원센터를 운영하고 있다.

가) 기술전수교육기관

① 우다즈야마 공예공방

1989년에 설립되었으며, 전통산업에 관한 전문지식과 기술전수, 후계자 양성을 목적으로 설립되었으며, 희망자를 공모하여 3년간 무료교육을 제공하며, 기술연수자에게는 월 10-12만엔의 장려금을 지급하고 있다. 그리고 지도는 현직 장인이나 교수 등 지역 내외의 전문가 68명이 담당하고 있다.

② 전문학원

- 도자기 그림넣기 전문학원 외에, 자수전문학원, 상감(象嵌) 및 조금(彫金) 전문학원 등이 있음.
- 연수기간은 3년이며, 가나자와 시에서 지원을 하며 조합이나 재단법인 연구회 등이 운영함

③ 미술공예대학교

- 전통공예의 근대화를 통한 지역진흥이 목적
- 미술, 도자기, 칠공, 금공, 염직 등의 공예기술을 지원함
- 공예산업의 창업보육센터의 기능을 담당하고 있음

나) 기술개발연구기관

- 공예기능의 보존, 육성, 발전이 취지로 현립기관
- 지방기업에 대한 기술지도나 공동연구를 제공

- 이와 별도로 구타니아기술센터가 설치되어 소재, 기술, 생산관리 등에 관하여 제조업체와 긴밀한 협력을 통해 연구개발을 담당함

다) 지장산업지원센터

- 향토자원을 활용한 지장산업의 진흥이 주요한 목적
- 신상품, 신기술 등의 연구개발
- 향토상품의 홍보 및 판매, 마케팅 지원
- 지장산업의 진흥에 대한 조사 및 연구

그리고 도자기 상품이 제작을 지원하기 위해 장려금 교부, 인증, 공예품 경기대회 등의 지원을 제공하고 있다.

가) 장려금 교부

- 후계자 육성을 목적으로 전통산업에 관한 전문지식 및 기술을 습득하려는 사람에게 장려금 교부
- 장려금 교부기간은 2-3년 이내이며, 액수는 월 5만엔에서 12만엔으로 다양

<표 4-1> 장려금 교부 내역

구 분	교부대상자	장려금		
		교부기간	액 수	
전통산업 기술연수자	시내거주자 전통산업에 관한 지식 및 기술을 습득하고자 하는 자, 40세 이하	3년 이내	일반연수자	월 5만엔
		2년 이내	가나자와미술공 예대학연수자	월 6만엔
회 소 전통산업 후계자	가나자와시 회소전통산업에 관한 지식 및 기술을 습득하여 생업으로 하고자 하는 자, 40세 이하	3년 이내	월 12만엔	
전통산업 특정후계자 고용사업자	전통산업과 관련된 지식 및 기술을 습득하고자 하는 장애인 또는 고령자를 고용하려는 전통산업 사업자	3년 이내	장애자고용	1인당 월 10만엔
			고령자고용	1인당 월 8만엔
우다즈야마 공예공방 기술연수자	우다즈야마공예공방 기술연수자	3년 이내	부양가족이 있는 자	월 12만엔
			부양가족이 없는 자	월 10만엔

나) 표창 및 인증

- ‘전통산업공헌자표창’ 제도를 통해 전통산업의 기술 향상 및 후계자 양성에 기여한 장인(匠人)에게 매 4-6명을 표창
- 기업체의 협력 조직인 도자기 상공업조합에서 ‘전통적 공예품산업의 진흥에 관한 법률의 규정에 의해’ 전통증지’를 부착해 전통성과 품질성을 보증

다) 공예품 경기대회 활성화

- 1989년부터 전국단위의 ‘가나자와 공예컴피티션’을 개최하고 있으며, 1999년에는 국제적으로 확대하여 ‘세계공예컴피티션’을 격년제로 실시하여 기술개발 및 홍보, 판촉을 강화하고 있음
- 또한 1997년에는 ‘세계공예도시선언’을 통해 ‘세계공예도시회의’를 개최하기 시작했으며, 여기서 지식인과 전문가가 참여하는 포럼 활성화 뿐 아니라, 장인과 그 외 사람들이 참여하는 워크숍을 개최하여 지식을 교환하고 있음

향토자원 활용에 있어 또 하나의 중요한 과제인 유통 및 판매를 위해서는 다음과 같은 조치를 취하고 있다.

가) 전시회 및 직매장 제공

- 이시카와현, 가나자와시, 그리고 조합에서 도자기 전시회 및 직매장을 마련하여 판매를 촉진하고 있음

나) 위탁판매

- 도자기 산업을 포함한 전통공예품 산업의 판로를 확대하기 위해 시가 위탁판매를 실시하고 있음
- 현재 매장은 두개를 운영하고 있으며 다양한 상품을 취급하고 있음

3) 발전요인

가) 향토자원의 고도화 및 상업화

전통적 공정처럼 전 공정을 한 사람에 의해 완성하는 생산방식 대신, 분

업화된 산업적 생산방식을 채택했다. 산업적 생산방식은 소비자의 수요와 기호에 맞춘 것으로 판매가 목적이다. 유통업자가 얻은 시장정보를 토대로 상품이 기획되고, 이에 따라 제작이 이루어진다. 또 기획상품을 주문받는 과정에서 장인은 도자기 유통업자로부터 새로운 기술이나 디자인 그리고 시장에 대한 정보를 제공받는다.

또 기술연구소나 지원센터 등이 설립되면서 새로운 기술, 디자인에 대한 정보를 얻거나 공동연구를 수행하고 있다. 이같은 교류와 유기적인 협력⁴⁴⁾을 통해 기술의 고도화 및 신제품 개발 능력이 향상되고 이것이 향토자원 활용의 부가가치를 증대시키는 요인이 되고 있다.

나) 다양하고 일관성 있는 지원체계의 구축

지방자치단체, 조합에서 인프라, 제작, 유통 및 판매를 지원하고 있다. 우선 지방자치단체는 교육과 후계자 양성, 판촉에 주력하고 있다. 공예품산업 전반에 걸친 인프라 지원을 위해 기술교육전수기관인 공예공방, 전문학원, 미술공예대학교를 설치하고 있다. 그리고 제작지원을 위해 장려금 교부, 시상 및 경진대회를 개최한다. 유통 및 판매를 지원하기 위해 전시회나 위탁판매를 시행하고 있다.

조합은 인프라 지원책으로 기술연구개발기관을 설립하고 있다. 제작지원을 위해 경진대회를 개최하고 있으며, 유통 및 판매를 지원하기 위해 전시회와 직매장을 개설하고 있다.

전반적으로 지방자치단체 및 조합에서 행해지는 지원책들은 향토자원 활용의 활성화를 통한 지역발전을 겨냥하고 있으며, 특히 후계자 양성을 위한 교육, 기술개발 및 향상, 판매촉진에 초점을 두고 있다.

44) 유기적이란 의미는 긴밀한 협력 속에서 기업의 수요가 현시되고 이를 지원기관이 제공해 주는 것을 말한다.

<표 4-2> 일본의 향토자원 활용사례

지 역	자 원	개발 및 활용 특성	성과 및 성과요인
우키하 町	계단식 논	<ul style="list-style-type: none"> · 지역자산조사위원회 설치 · 계단식 논 직불제와 오너제 실시 · 계단식 논의 사계절과 생태를 테마로 체험프로그램 제공 · ‘쿠시당고’(串團子)이론에 의한 그린 투어리즘 사업을 개발·시행함 	<ul style="list-style-type: none"> · 2000년 55만명이 우키하町을 방문, 60여억원의 매출 · 계단식 논 분양으로 가구당 30만엔의 소득을 얻었으며, ‘사계절의 집’은 연간 2만명 방문에 3천만엔 이상의 수입을 올림 · 계단식논 상품화라는 창의적인 아이디어와 기획 · 오너제 등 지분설정형 판촉
가나자와시	구타니야키 (九谷焼) 도자기산업	<ul style="list-style-type: none"> · 문화적·지적 집적 고도화 · 인재양성과 유치 · 지역내생형 기업의 연계 고도화 · 소득잉여의 문화·지식에의 재투자 · 산업발전의 인프라가 되는 행정 및 법적, 제도적 지원 · 전통문화의 보존과 육성 	<ul style="list-style-type: none"> · 2001년 현재 구타니야키 사업체수는 425개 · 구타니야키에 종사자수는 2,000명 · 구타니야키의 총 생산액은 15,000백만엔 · 전후방 연관 산업의 클러스터 활성화 · 지방자치단체 중심의 일관성 있는 지원체계 구축

제2절 유럽

가. 프랑스 망똥(Menton)

1) 개요

망똥은 인구 3 만명에 불과한 프랑스 남부의 지중해에 자리한 소도시이다. 니스에서 동쪽으로 30킬로미터 거리에 있는 해안도시로 이탈리아와 국경을 맞대고 있다. 뒤는 산으로 둘러쌓여 북쪽에서 불어오는 찬바람을 막아 주고, 앞은 지중해의 쪽빛 해안(Cote d'Azur)을 바라보고 있다. 이같은 지형조건으로 인해 당도높은 오렌지와 강렬한 신맛의 레몬을 생산하고 있다. 이브가 낙원에서 레몬을 하나 훔쳐 심은 곳이 망똥이라 할 만큼 레몬재배에 적지(適地)라 한다.

그래서 이 지역사람들은 레몬에 대한 자부심이 대단하다. 주변의 이탈리아나 스페인, 그리고 코르시카의 그것과는 현격히 구별된다는 자부심의 밑바탕에는 이 지역 사람들이 레몬을 통한 지역발전에 기울여 온 정성이 깔려 있다. 망똥이 양질의 레몬을 생산할 수 있게 된 요인은 강렬한 태양이 내리쬐는 기후조건이 탓도 빼놓을 수 없지만, 레몬 재배자들을 포함하여 지역민들이 합심하여 연구 및 기술개발 등 향토자원의 활용에 열정을 쏟아부은 탓이 더 크다.

2) 향토자원활용

가) 조사발굴단계의 선각자 헤안

망똥은 축제 및 상품생산으로 향토자원을 활용하고 있다. 복합화 전략을 추구하고 있다고 할 수 있다. 향토자원의 고도화 및 상업화에서 중요한 것

이 선각자의 혜안이듯이 망똥의 향토자원 개발도 혜안을 지닌 선각자의 아이디어에서 시발되었다. 1929년 라비에라 호텔(Riviera Hotel)을 경영하던 호텔업주는 꽃과 감귤류를 이용한 전시회를 착안했고 이를 실행에 옮겼다. 그리고 이것이 사람들로부터 좋은 호응을 얻게되었고, 망똥 시 당국이 축제의 시장성을 면밀히 검토, 분석하여 레몬축제의 틀거리를 만들었다.⁴⁵⁾

이렇게 시발된 망똥축제는 71회째를 맞고 있다. 축제의 착안이 지역의 특색있는 자원의 활용에 있었듯이, 축제의 개최시기도 기획력을 발휘하여 지형적인 이점을 십분 활용하고 있다. 매년 2월에 축제를 개최하는데 2월은 두 가지 이점이 있다. 하나는 따듯한 지중해성 기후로 인해 피한객(避寒客)들을 불러 모을 수 있는 겨울 휴양지로서의 지역적 특성을 살릴 수 있는 점이며, 다른 하나는 프랑스 코뜨다쥐르 해변의 2대 축제 중의 하나인 니스 카니발을 구경 온 사람들을 불러 모을 수 있는 연계관광의 장점이 있다.

나) 주제와 일관된 협력적 자원개발

축제가 개최되면 망똥은 동화의 나라가 된다. 향토자원인 레몬을 활용하여 동화를 주제로 한 축제가 개최되기 때문이다. 1999년에는 럭키루키(Lucky Luke), 2000년에는 라퐁텐느 우화(les Fables de la Fontaine)에 나오는 토끼와 거북이, 개미와 베짚이, 여우와 황새가 레몬으로 제작되었다. 2001년에는 ‘신데렐라’, ‘잠자는 숲 속의 공주’, ‘장화신은 고양이’ 등으로 유명한 샤를르 페로(Charles Perrault)의 세계가, 2002년에는 ‘피노키오’(Pinocchio)가 축제의 주제였다. 작년과 올해는 월트 디즈니(Walt Disney)의 스튜디오가 주제로 등장하고 있다.

축제의 주제는 망똥시를 포함하여 축제 전문가, 지역주민, 망똥 관광 사

45) 1934년에 축제를 활용한 향토자원의 개발이 시작되었다.

무소 등이 참여하여 선정한다. 주제 선정은 가능한 많은 사람이 알고 있고 어린이들이 좋아하는 주제에 무게를 두고 있다. 어린이 뿐 아니라 어른들에게도 동심을 자극하고 흥미를 유발시킬 수 있기 때문이다. 이같은 주제선정은 자연스럽게 가족관광을 가능케 하는 유인이 되고 있다.

이렇게 해서 주제가 정해지면 다양한 방면의 사람들이 참여하여 축제준비를 한다. 오렌지 및 레몬 재배자를 비롯하여 정원사, 조형물 디자이너, 화가, 금속 가공업자, 망퐁시, 소방서, 시민 등 다양한 부류의 주체들이 협력하여 축제의 컨셉, 방향 등을 결정한다. 이들은 레몬공급 뿐 아니라 동화의 세계에 나오는 조형물 디자인 및 구조물 제작, 구조물에 대한 레몬을 이용한 장식, 관람석 제작 설치 등의 업무를 분담한다. 망퐁시 당국은 파리에 축제 홍보물을 설치할 뿐 아니라 관람석을 설치, 거리 정비 등의 지원을 한다. 오렌지를 통해 조형물을 제작하기 위해 자그마치 130여톤에 달하는 레몬과 오렌지가 들어간다고 한다. 이들은 망퐁과 인근의 지역들에서 재배된 것들이다.

그리고 나면 동화의 나라가 비오베(Bioves) 정원에서 펼쳐진다. 제작한 조형물들이 지중해를 바라보고 세로로 길게 펼쳐진 시내 중심부에 자리한 비오베 정원에 설치되기 때문이다. 뿐만 아니라 가로수, 구름다리, 조명, 꽃, 잔디 등 도시의 가구(urban furniture)들도 축제의 분위기를 고조시키기 위해 새롭게 단장을 한다. 때마침 레몬 가로수들도 황금빛 레몬을 주렁주렁 단다. 스토리가 시각화된 조형물들에는 자세한 안내판을 설치하는 세심한 배려도 잊지 않는다. 축제 참가자들은 사진도 찍고 조형물도 감상하면서 곧장 동심의 나라로 들어갈 수 있다.

다) 단원다용의 황금빛 스펙터클

망퐁은 움직이는 동화의 세계가 되기도 한다. 오렌지와 레몬으로 장식한 조형물을 앞세우고 거리 퍼레이드가 펼쳐지기 때문이다. 눈부신 태양이 내리쬐는 쪽빛 바다에 인접한 ‘태양의 산책로’(Promenade du soleil)가 퍼레이드의 주요한 무대이다. 비오베 정원이 정적인 스펙터클이라면 태양의 산책로를 따라 펼쳐지는 퍼레이드는 동적인 스펙터클인 셈이다.

동적인 스펙터클에는 다양한 종류의 프로그램이 보태진다. 애니메이션 조형물 사이에는 전통의상을 입은 민속악대나 무용단들이 흥겨운 춤마당을 펼치고, 마칭밴드는 신나는 음악을 연주한다. 축제의 주체로 나서는 데는 남녀노소의 구별이 따로 없다. 꽃과 레몬, 난초 등의 화초 전시회도 열려 볼거리를 풍성하게 한다. 망퐁은 야간도 놓치지 않는다. 밤에도 신비한 조명을 받은 프레이드가 펼쳐지며, 화려한 불꽃놀이가 밤하늘을 화려하게 장식한다. 환상의 세계가 열리는 것이다. 동화라는 주제를 바탕으로(one-source) 다양한 흥미와 볼거리를 제공하는(multi-use) 단원다용(單源多用·one-source multi-use) 전략을 구사하고 있는 것이다

단원다용전략의 축제마케팅이 지니는 유용성은 두 가지라고 하겠다. 먼저, 주제의 충실성을 통해 축제의 정체성을 확립하고 일관성 있는 이미지를 구축할 수 있다. 이에 더하여 주제의 일관성을 통해 다양한 연계프로그램을 개발, 제공함으로써 흥미를 배가시킬 수 있다. 궁극적으로 이 전략은 망퐁의 브랜드 가치를 높이는 데 중요한 역할을 하고 있다. 그 결과 망퐁은 ‘레몬의 도시’가 되었고, 레몬이 망퐁의 브랜드가 되고 있다. 브랜드 가치를 높이기 위해 도시 조형물은 물론이고 시정 홍보물 등에 레몬을 형상화하고 있다.

라) 주민화합과 신명을 만드는 축제

망똥은 어느 경우처럼 축제의 성과배분에 골치를 앓지 않는다. 축제 마케팅에서 흔히 발생할 수 있는 문제 중의 하나가 성과배분으로부터 특정계층의 소외문제이다. 축제를 통해 레몬이나 화초가 팔려나가는 것은 물론이고 숙박업, 호텔업 등 관광 및 관광관련 산업이 활황을 띤다. 축제의 연간 총 수입액이 대단하지만 대부분이 도시 및 거리 환경조성, 관람석 설치, 레몬장식 등 축제와 관련된 용도로 쓰이고 있다.

성과배분의 문제가 발생하지 않는 또 다른 이유는 문화적 자원에 기반한 지역발전이 빠지기 쉬운 함정에 망똥이 빠지지 않고 있기 때문이기도 하다. 축제는 축제를 통해 문화향수의 기회를 제공하고 이를 통해 삶의 질을 향상시킨다는 목적을 상실하기 쉽다. 축제 마케팅이 수익성에 치중하다 보니 축제 본연의 목적인 신바람을 제공하기도 전에 설익은 축제를 시장(market)에 오픈시키는 오류를 범하고 있기 때문이다. 망똥은 축제 마케팅에서 중요한 지역민에게 신명나는 놀이를 제공하고 있다.

3) 발전요인

망똥은 축제를 통해 인구보다 10배가 더 많은 30만명의 관광객을 불러모으고 있다. 그리고 유럽 제1의 레몬산지로 자리매김되고 있다. 축제와 레몬 판매를 통해 연간 8백5십만 프랑에 육박하는 수입을 올리고 있다.

굳이 70여년 전 케인즈의 인류가 생존의 기초적 문제를 해결하고 나면, 기분좋은 활동을 추구하는 시대가 온다는 말을 빌리지 않더라도 여가의 중요성은 점점 더 높아지고 있다. 먹고사는 문제를 해결하고 나면, 삶의 질을 추구하게 될 것이기 때문이다.

이런 측면에서 향후에는 문화 및 예술 향수에 대한 욕구가 증가할 것이라

는 판단이 있었다. 이런 관점에서 이를 충족시킬 수 있는 향토자원의 가치가 증가할 것인데, 망똥은 이같은 점을 적절히 활용하고 있다. 이것이 가장 큰 성공비결이다. 여가와 향토자원을 적절히 조화를 시켰던 것이다.

그리고 그 이면에는 발상의 전환도 주효했다. 레몬의 산지라는 지역적 특성, 레몬이라는 지역의 자원을 문화적 향수의 대상이 되는 예술품으로 승격시켰던 것이다. 레몬이라는 1차산업의 농산물이 재미와 돈벌이의 대상이 되는 3차산업의 예술품으로 자리를 옮긴 셈이다.

레몬이라는 향토자원을 단순한 먹거리에서 한걸음 더 나아가 이를 동화의 주인공으로 형상화하는 아이디어와 발상의 전환으로 향토자원의 가치를 획기적 향상시켰던 것이다.

나. 이태리 꼬모(Como)

1) 개요

꼬모는 밀라노에서 북쪽으로 1시간 거리에 있는 조그만 도시이다. 북쪽으로는 알프스 산맥이 있고, 수려한 자연경관을 지닌 꼬모 호수에 인접해 있는 실크가 전통적인 향토자원에 속하는 지역이다.

꼬모는 지리적으로는 사통발달로 뻗어있는 도시이기도 해서 남쪽으로는 가구산지인 Canturino, Varese와 접하고 있으며, 북쪽으로는 Lario and the Ceresio의 거대한 호수, 알프스의 수려한 계곡과 접하고 있다.

꼬모 호수를 배경으로 한 지역적 특성은 물의 제공을 통해 실크산업의 발전에서 중요한 역할을 가능케 하고 있으며, 호수를 끼고 있는 산악지방이라는 특성은 실크산업의 기반이 되는 뽕나무 재배를 가능케 하고 있다.

2) 향토자원활용

가) 지역적 이점을 활용

꼬모의 향토자원인 실크의 산업화는 꼬모가 소속되어 있는 롬바르디아 지역의 산업과의 연관성을 차지하는 지역적 특성에 뿌리를 두고 있다. 롬바르디아는 이태리 의류패션산업의 중추적 역할을 담당하는 밀라노를 중심으로 하는 지역이다. 밀라노를 중심으로 꼬모, 바레제, 프라토, 비엘라 등의 지역이 의류패션산업 집적지를 형성하여 유기적인 협력 하에 최적의 생산시스템을 가동시키고 있는 특성을 보이고 있다. 이러한 입지적 특성으로 인해 꼬모는 롬바르디아, 이태리 의류패션산업의 공간적 분업과 협력 상에서 실크산업의 집적지로서의 역할을 수행하고 있는 것이다.

나) 향토자원 개발에서 유기적 협력체계 활성화

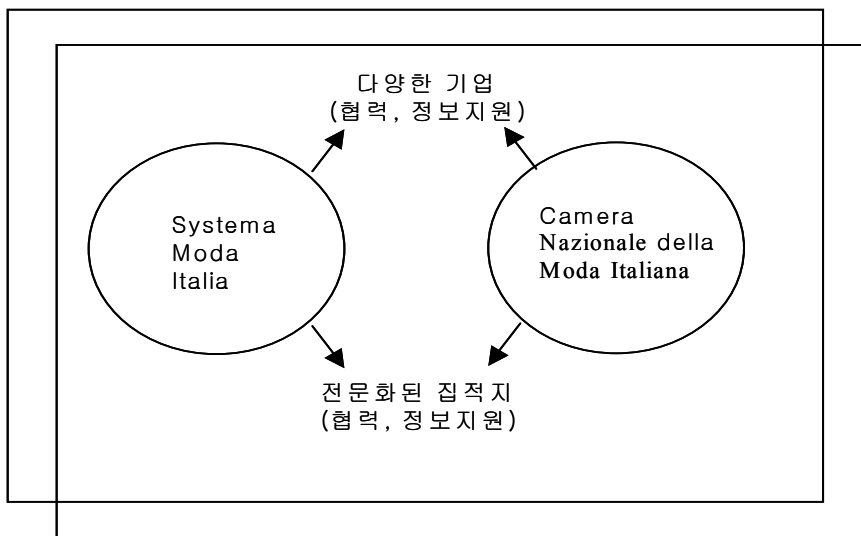
꼬모의 실크는 세분화된 기능을 가진 중소기업으로 꼬모 실크협회를 중심으로 유기적이고 긴밀한 분업 및 협력시스템을 구성하고 있다. 이런 시스템은 특수한 구조로 지역에 의한 업체간의 협력을 강화시키는 요소가 되며, 지역의 특성화를 통해서 경쟁력을 극대화시키는 시스템으로 작용하고 있다.

그래서 꼬모의 경우 실크에 관한 재료, 정보, 기술, 컨설팅 등의 모든 것을 꼬모 지역에서 찾을 수 있게 해 준다. 이러한 구심점에 꼬모 실크산업협회(Tessile di Como)가 있는데, 이는 1983년에 창립된 이래 1,200여개 실크업체로 구성되어 있다. 협회는 업체간 긴밀한 연계와 상호작용을 통해 기업활동의 다양한 애로를 해결해 줌으로써 실크산업의 경쟁력을 극대화시키고 있는 것이다.

또 하나의 협력 주체인 지방자치단체는 꼬모기술연구센터를 설립하여 연구개발, 정보 등을 지원하고 있다. 그리고 협회가 필요로 하는 수요를 지역

내외의 대학이나 연구소에 의뢰하여 애로기술을 해결해 주는 플랫폼의 역할을 담당하기도 한다. 중앙정부는 컬렉션 지원, 산업 인프라 등에 대한 지원을 통해 실크의 상품화에 기여할 하고 있다. 특히 디자인의 창의성 함양 등을 통해 디자인 산업의 전반적인 발달에 기여하고 있다.

<그림 4-4> 꼬모기술연구센터 역할 개념도



다) 공동 마케팅 및 홍보

꼬모 실크산업의 경쟁력을 극대화시키는 또 하나의 요소는 홍보 및 판촉 전략에 있다. 협회가 중심이 되어 ‘세리코’(Serico)라는 공동브랜드의 운영하면서 꼬모의 향토제품을 홍보 및 판촉하고 있다.

2001년부터 부착하기 시작한 공동 브랜드는 2002년 10월 현재 35개의 업체가 이 브랜드를 부착하고 있으며, 2002년 말까지 50개 업체 공동 브랜

드를 부착했다. 공동브랜드를 단 기업에 대해서도 지속적으로 품질관리 기준을 충족하는 기업에 대해서만 브랜드 부착을 허용함으로써 브랜드의 이미지 향상을 제고함과 동시에 품질향상을 도모하고 있다. 그 밖에 언론매체의 역할도 상당한 데, 언론매체는 꼬모의 패션을 세계화하는데 주도적인 역할을 담당하고 있다.

3) 발전요인

첫째, 뽕나무 재배에 유리한 산악지방이라는 지역적 여건 및 밀라노를 중심으로 한 이태리의 광역적 의류 클러스터 상의 지역적 위치를 실크라는 향토자원의 활용과 연계시키는 지역의 기획력을 발휘한 점이다.

산악지역이라 지역발전의 불리한 여건임에도 불구하고 지역 특성과 향토자원의 활용을 접목시키는 향토자원의 위상과 경쟁력에 대한 평가가 실크산업의 발전을 견인하는 촉발인자가 되었다. 지역의 특수한 자원을 지역이 국가에서 처한 산업적 위상과 적절히 매치를 시켰던 것이다.

둘째, 주체간의 유기적인 협력을 통해 향토자원의 가치를 극대화 하고 있다. 중앙정부, 지방자치단체, 협회, 기업, 연구소 및 대학 등의 유기적인 협력을 통해 기술을 개발할 뿐 아니라 지식과 정보교류를 통해 실크산업의 발전에 기여하고 있다. 특히 지방자치단체, 조합으로 구성된 컨설팅 조직을 가동시켜 향토자원의 활용 및 발전과정에서 겪는 기획, 생산, 기술 등의 애로점에 대해서 전반적인 도움을 제공함으로써 기업이 필요로 하는 수요의 거의 대부분을 모두 충족시키고 있다.

셋째, 향토자원의 개발 및 활용에서 대부분의 지역이 애로점을 겪고 있는 부문이 홍보 및 마케팅인데, 이 문제를 지역내에서 공동으로 해결하고 있는 점이다. 꼬모의 경우는 세리코라는 공동브랜드를 통해 브랜드 부착 기업간

의 정보교환은 물론이고 철저한 품질관리를 통해 제품을 홍보 마케팅하고 있다. 소재전시회나 패션쇼 등에도 공동 브랜드를 달고 나감으로써 브랜드의 가치를 높이고 있다.

<표 4-3> 유럽의 향토자원 활용사례

지 역	자 원	개발 및 육성 특성	성과 및 성과요인
프랑스 망똥 (Menton)	레몬과 오렌지	<ul style="list-style-type: none"> · 축제방문객의 흥미와 관심을 끌 수 있는 독특한 컨셉과 개발한 아이디어 개발 · 레몬의 주산지라는 지역적 특성을 활용한 농산물 축제구성 · 산업축제에서 그 상품이 갖는 상징성을 활용하는 방안을 모색 · 이웃지역에서 개최되는 축제와 연계전략 및 공동마케팅 전략 	<ul style="list-style-type: none"> · 망똥축제의 총 수입은 연간 약 8백만프랑(14억 4천만원)임 · 매년 약 100만프랑(1억8천만원)이상의 후자를 냄 · 또한 호텔운영자, 식당주인, 상인 등 주민들의 부수적인 수입 획득
이태리 꼬모 (Como)	실크	<ul style="list-style-type: none"> · 알프스산맥을 낀 전통적인 향토자원인 실크를 이용한 향토산업 육성 · 육성전략의 가장 큰 특징은 주체간의 협력 · 협력을 활성화의 구심점으로 ‘꼬모실크산업’ 협회를 구성 · 협회에서 실크의 생산에 관련된 업체간의 클러스터를 형성하여 상호협력 · 협력을 통해 기술개발, 애로기술해결, 공동 마케팅 및 품질관리 도모 	<ul style="list-style-type: none"> · 빈한한 농촌마을에서 세계적인 실크산업의 중심지로 도약 · 품질종기로 명성있는 ‘세리코’(Serico)라는 공동브랜드 보유 · 실크관련 전후방 연관산업의 활성화를 통한 지역경제발달에 기여

제3절 미국

가. 아스펜(Aspen)

1) 개요

아스펜의 도시 발달은 은광(銀鑛)개발이 텃자리가 되었다. 아스펜은 콜로라도주 Pitkin 카운티에 자리하고 있다.

로키산맥에 자리한 지리적 위치 때문에 원래 아메리칸 인디언의 취락이었던 아스펜은 서부개척시대에는 여름 사냥터로 유명했었다. 그뒤 19세기 말에 이곳이 세계에서 가장 큰 은광임이 확인되어 은광업이 발달했다(김형국, 2002). 1893년에는 인구 1만 2000명의 도시로 현대식 병원과 오페라 하우스까지 갖춘 도시였다.

하지만 금본위(金本位) 통화제를 위협한다 해서 은을 보조 통화로 사용하던 관행을 1893년 연방정부가 폐지함에 따라 아스펜의 운명은 곤두박질을 치게 된다. 은의 가치가 폭락함에 따라 은광은 쇠퇴할 수밖에 없었고 아스펜은 그만 농촌과 목장마을로 전락하고 만다.

아스펜의 몰락과 침체는 대단해서 인구가 700명까지 감소했다. 그러나 현재 아스펜은 6,000여명의 인구가 거주하고 있으며, 미국에서 각종 레크리에이션과 예술이 있는 가장 유명한 휴양도시 가운데 하나가 되고 있다.

<그림 4-5> 아스펜의 전경



2) 향토자원활용

가) 지역적 여건의 활용

아스펜이 은광의 경쟁력을 잃고도 오늘날과 같은 휴양도시로 발전할 수 있었던 요인은 지역의 여건을 치밀하게 활용한 탓이 컸다. 로키산맥에 자리한 지리적 여건은 자칫 지역발전에 불리한 여건으로 작용할 소지도 있었지만, 산악지방이라는 점을 지역발전을 위한 이점으로 활용하였다.

지역적 여건은 ‘실버러쉬’(silver rush)를 찾아드는 사람들이 봄비는 시절에 세운 오페라 하우스 등을 문화발전의 토대로 활용했다. 고산지대에 위치한 까닭에 누릴 수 있는 이점을 포착해 이를 사계절 활용하는 전략을 구사하고 있다. 여름철에는 시원하기 때문에 문화의 중심지가 될만한 잠재력을 지니고 있었고, 겨울철에는 눈이 많은 지역이기 때문에 스키 등을 활성화시킬 수 있는 잠재력을 지니고 있었다.

또 폐허가 된 은광지역도 오히려 지역발전을 위한 수단이 되었다. 은을 채굴하기 위해 개발해 놓은 길이라든지, 통로가 스키의 슬로프로 활용할 수 있었기 때문이다.

나) 해안을 지닌 리더의 자원활용

한미한 산촌으로 쇠락했을 아스펜의 재기에는 향토자원의 가치를 인식한 해안을 지닌 민간의 리더들이 중요한 역할을 하였다.

첫째, 파이퍼(Friedl Pfeifer)를 비롯한 스키어들이 고산지대의 은광지역에 대한 스키장의 활용성을 인식하고, 아스펜 스키클럽이 결성되어 두개의 리프트를 설치하고 스키 레이스를 시작했다. 그리고 이들에 뒤이어 추가적인 스키로프가 설치되었다. 이것이 계기가 되어 아스펜은 대표적인 스키 휴양지로 자리매김하게 되었다.

둘째, 페프케 부부(Walter and Elizabeth Paepcke)는 특히, 고산지대에 자리한 까닭에 여름철 문화의 중심지가 될 만한 아스펜의 잠재력을 착안했다. 그리고 시카고 대학의 후원을 얻어 세계적인 사회지도자, 예술가, 음악가들을 초청해 ‘괴테 200주년 기념회’(Goethe Bicentennial Convocation)을 개최했다. 이것이 문화 중심지로서 아스펜의 위상과 역할을 정립한 이정표가 되어 음악, 미술, 무용, 연극, 컨벤션 등이 이 지역의 연례행사가 되었다.

다) 복합적 활용방식의 채택

아스펜은 휴양지가 빠지기 쉬운 관광의 한계인 계절적 제약성을 탈피한 전략을 선택하고 있다. 이것을 해결하는 고리가 지역의 여건이라는 향토자원이 되고 있다. 여름에는 휴양지로서 다양한 문화행사 및 이벤트를 개최하

고 있으며 겨울철에는 스키 등으로 관광객을 불러 모으고 있다.

이같은 연계관광을 가능케 한 이면에는 아스펜의 풍부한 문화 및 여가 기반시설이 자리하고 있다. 아스펜에는 음악, 미술, 공연 등에 필요한 인프라는 물론이고 이와 관련된 다양한 단체나 조직이 가동되고 있다.

<표 4-4> 아스펜의 문화예술 인프라

문화·예술 인프라 및 지원 단체	

자료: <http://www.aspenchamber.org/exit.cfm?URL=city.aspenpitkin.com>

3) 발전요인

첫째, 지역의 불리한 여건을 장점으로 평가하는 향토자원에 대한 평가시스템이 작동하고 있었다. 물론 이것이 공공과 민간이 협동하거나 공동 주도로 이루어지지는 않았지만 향토자원의 가치와 경쟁력에 대한 인식이 중요한 요인이 되었다.

둘째, 향토자원의 가치를 인식한 헤안을 지닌 리더와 함께 지역의 적극적

인 지원이 있었다. 적극적인 지원에는 공공 뿐 아니라 민간도 주도적으로 참여함으로써 협력적 발전적 성격을 띠고 있다. 공공과 민간이 협력하여 다양한 문화예술 인프라를 제공하고, 스키와 관련된 지원을 제공하고 있다.

나. 파크시티(Park City)

1) 개요

파크시티는 유타주의 스미트 카운티(Summit county)에 속해 있는 소도시이다. 원래 인디언 마을이었던 이 지역은 2002년 현재 인구가 7,300명이며, 지역의 오래된 인디언 향토자원을 상품화해서 지역경제를 활성화시키고 있는 대표적인 지역에 해당된다.

그리고 2002년에는 동계 올림픽이 개최된 지역이기도 하다. 전통적인 향토자원이다 동계올림픽 개최가 남긴 현대적인 향토자원을 활용하여 겨울 스포츠를 활성화시킴으로써 지역의 발전을 도모하고 있는 지역이기도 하다.

2) 향토자원활용

파크시티의 향토자원에서 가장 두드러진 특징은 체계적으로 향토자원 활용하고 있는 점이다. 향토자원 활용의 체계성은 두 가지 점에서 현저하게 나타난다. 하나는 향토자원 활용에 있어 다양한 주체가 참여하여 지혜를 모으고 있는 점이며, 다른 하나는 향토자원 관광화에 체계성을 보이고 있다는 점이다.

먼저, 향토자원의 활용 위해 주민, 지방자치단체, 기업, 자원단체, 전문가 등이 참여하여 정기적으로 회의를 개최함으로써 문화유산의 활용방안에 대해 지혜를 모으고 있다. 토론을 통해 산출된 결정에 대해 역할을 분담해

서 향토자원의 가치를 극대화하기 위한 실행에 옮기고 있다. 향토자원의 활용전략의 결정은 전문가로 구성된 조직이 먼저 검토를 하고 대안을 제시하면 이를 주민, 기업, 공공, 자원단체 등으로 구성된 민관협동 조직이 다시 논의하는 두 단계를 거치고 있다.

다음으로 향토자원 어느 것 하나, 어느 단계 하나를 놓치지 않고 개발, 활용함으로써 상품화의 체계성을 기하고 있다. 인디언의 삶의 터전, 감옥 등의 유적과 유물은 물론이고, 인디언 시대의 특징이 있는 동물, 가죽, 깃털, 나무스키, 도구 등의 자연적 유물도 관광상품화하고 있다.

200년 전 감옥으로 쓰이던 곳을 그대로 보존하여 관광코스화할 뿐 아니라 그 위에 박물관을 짓고 있다. 동시에 지역의 특성을 살리고 이미지를 통일(city identity)하기 위해 거리와 가게들을 인디언 풍으로 정비하고 있다. 상점들은 인디언 시대의 특징을 살린 상품을 주로 전시하며, 동물의 깃털로 상징물을 만들어 의류나 잡화상품에 부착하기도 하고, 파크시티 로고를 개발하여 이것을 상품에 새겨 넣어 도시의 이미지를 단일화, 부각시키고 있다. 또 상당수 상점들은 갤러리를 운영함으로써 문화공간을 제공하고 식당은 지역의 전통과 특색을 살린 메뉴를 제공하고 있다.

마을의 집 모양도 향토자원을 통한 지역의 이미지를 향상시키기 위해 활용하고 있다. 마을의 집 모향, 배치, 내부장식에도 인디언적 예술적 요소를 가미하여 색다른 모습을 연출함으로써 매력을 보태고 있다. 또 오래된 집이나 물건을 테마로 박물관식 형태의 매장을 운영함으로써 인디언들이 오래전부터 사용해온 물건에서 최근의 기념품에 이르기까지 다양한 상품들을 전시, 판매하고 있다.

또 인디언의 생활을 재현하여 전시하고 있을 뿐 아니라, 다양한 관광코스를 개발하여 관광객들에게 제공하고 있다. 관광객의 편의를 제공하기 위해

자원조직을 활성화하고 있으며, 방문객 센터를 운영하고 있기도 하다.

향토자원 가운데 하나인 동계 올림픽 개최로 인한 자원들도 현대적으로 활용하는 지혜를 보이고 있다. 동계 올림픽 시설을 관광상품화하여 올림픽 스타디움, 봅슬레이 경기장, 스키장, 스케이트장을 겨울 관광의 주요한 코스로 제공하고 있다.

3) 발전요인

첫째, 인디언 향토자원 개발 및 활용에 있어서의 단일화된 이미지 향상 전략을 추구하고 있는 점이다. 이를 위해 ‘지역이미지 통일’(city identity) 전략을 활용하고 있다. 인디언 유물을 형상화한 심벌마크, 엠블럼, 캐릭터, 서식, 사인(sign) 등에 쓰이는 응용 디자인을 통일하고 지역의 상품가치를 향상시키고 있다. 상품도, 관광도 모두 하나의 이미지로 만들고 창출하고 있는 점이다.

둘째, 지방자치단체, 민간, 주민 등이 협력하여 향토자원을 상품화하는 점이다. 이를 통해 향토자원활용의 방향결정은 물론이고, 전략, 상품화 방안 등 구체적인 사항까지 논의한다. 지역의 협의에 의한 기획과 구상은 주민의 자발적인 협조를 확보할 수 있어 가게의 색이나 모양 등 다양하고 세밀한 부분까지 ‘인디언 품’의 지역 이미지를 창출하는데 도움이 되고있다.

셋째, 다양한 형태로 향토자원을 상품화하고 있다. 단원다용적 향토자원의 활용은 지역의 매력을 향상시키는데 중요한 수단이 되고 있다. 다양한 볼거리와 재미를 형성할 수 있기 때문이다.

<표 4-5> 미국의 향토자원 활용사례

지역	자원	개발 및 육성 특성	성과 및 성과요인
콜로라도 주 아스펜 (Aspen)	· 폐은광촌 (廢銀鑛寸)	· 페프케 부부가 시작 · 폐허가 된 은광지역을 스키리조트로 개발함 · 고산지대이라는 불리한 여건을 여름과 겨울 문화중심으로 개발	· 아스펜은 기후, 여가, 역사, 문화가 어루러진 여름 휴양관광지이자 문화도시의 명성을 얻음 · 국제 스키대회를 주최하면서 여름, 겨울을 망라한 연계관광전략 활용
파크시티 (Park city)	· 인디언의 샤프터전과 유물·유적 · 2002년 동계올림픽 개최지	· 인디언 시대의 유물인 향토자원을 상품화시킴 · 동계올림픽시설의 관광 상품화 · 로고의 브랜드화, 상품제작 · 식당과 갤러리 등도 지역 전통과 특색을 살림	· 인디언 유물과 역사상품 화하여 지역경제 활성화 · 지역의 이미지 통일 · 주제에 적합한 다양한 관광상품의 개발

제4절 시사점

지금까지 살펴본 해외사례는 다소간의 지역적으로 차별적인 특징이 존재하고 있다. 그러나 이같은 차이에도 불구하고 해외사례는 다양한 측면에서 향토자원의 활용 및 개발에 대한 시사점을 제공하고 있다.

첫째, 특성화 전략을 추구하고 있는 점이다. ‘다른 지역과 같으면 가짜’라

는 생각 아래 철저히 복제(cloning)를 배제하고, 차별화된 자원에 기반한 지역 고유의 장점을 살린 특성화 전략을 추구하고 있다. 이것이 경쟁력의 원천이 되고 있다.

둘째, 이를 위해 향토자원에 대해서 철저한 조사를 시행하고 있는 점이다. 일본은 지역단위에서, 그리고 전국단위에서 지역자원조사위원회가 설립되어 향토자원의 내용, 활용주체, 목적, 미용성 등을 고려하여 체계적인 향토자원을 조사, 발굴하고 있으며, 유럽의 경우도 이와 다를 바 없다. 그리고 이렇게 조사, 발굴한 향토자원은 데이터베이스를 구축하여 기초자료 및 활용자료로 제공하고 있다.

셋째, 향토자원활용에 대한 교육 및 컨설팅 기능을 강화하고 있는 점이다. 컨설팅의 범위는 향토자원 활용에 대한 기획, 활용과정에서 겪게 되는 애로, 마케팅 등 향토자원 활용전반에 걸쳐 있으며, 전문가 그룹으로 구성된 컨설팅 팀을 활용하고 있다. 그리고 향토자원 활용에 대한 강연회, 토론회 등을 활성화시켜 향토자원 활용에 필요한 지식도 아울러 제공하고 있다.

넷째, 정기적으로 모범사례 선정하여 이를 표창하고 있다. 평가 전문가 그룹이 작성한 객관성 있는 평가기준을 토대로 우수사례를 선정하여 그 기법을 소개할 뿐 아니라 활용기법을 전파하고, 교류의 채널로 활용하고 있다.

다섯째, 중앙은 향토자원 활용에 대한 체계화된 법적 지원을 제공하는 점이다. 일본의 경우 지역자원활용촉진사업, 그린투어리즘 육성지구, 미찌노에키 등의 제도기반이 이들에 해당된다. 전술했듯이 지역자원조사에 있어서도 체계성을 지니고 있다. 일본의 경우 지역경제활성화 및 지역의 역사·문화를 활용하여 지역자원활용촉진사업을 시행하고자 하는 경우, 지역자원활용촉진사업을 시행하고자 하는 지방공공단체는 지역자원활용촉진사업계획⁴⁶⁾을 작성하여 도도부현을 거쳐 총무성에 제출해야 한다. 물론 지방의

자율성이 최대한 존중되고 사업은 당연히 지역의 사정에 정통한 지방자치단체가 주도적으로 시행한다. 이때 국가는 지역활성화 사업채(75% 충당) 원리금 상환액의 30%에 대해서 후년 보통교부세의 기준 재정수요액에 산입함으로써 재정지원을 한다.

46) 계획의 내용은 사업의 개요, 재원, 사업 스케줄 등이 포함되어야 하며, 대상 사업은 지역경제 활성화 사업, 과학기술진흥사업, 지역의 인재육성사업, 지역 문화재 및 역사적 유산 활용사업 등을 포함해야 한다(총무성, '지역자원활용촉진사업 요강', 2004).

제5장 향토자원의 개발 및 활용방안

제1절 기본방향

경쟁성을 보유한 향토자원을 지역차원에서 자율적, 혁신적으로 개발하고 이의 체계적 육성을 촉진하기 위한 정책적 방안을 강구하는데 있어 기본적으로 고려되어야 할 몇 가지 중요한 사안을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 향토자원의 개발 및 활용을 위한 정책방안은 지역(혹은 민간)이 주도하여 향토자원개발을 통한 산업화/상품화가 가능하도록 가급적 비즈니스 마인드(business mind)를 제고하는데 초점을 맞출 필요가 있다. 종래와 같이 공공부문(중앙)이 일방적으로 주도하고 지역(민간)은 추종하는 개발 및 활용패턴은 지역(민간)의 자율과 창의를 억제하는 측면이 강조되었기 때문에 실패하는 사례가 빈번하였다. 향후 향토자원의 개발과 활용은 최종적으로 지역의 소득을 창출하기 위한 산업화 내지 상품화가 가능하도록 공공부문(중앙)은 촉진자적, 조정자적 역할을 담당함으로써 지방(민간) 주도의 운영이 효과적으로 이루어질 수 있도록 해야 할 것이다.

두 번째로, 유형이 매우 복잡하고 개발과정도 다단계로 구성되어 있는 것이 향토자원의 본질적 속성이나 본 연구에서는 연구편의상 채택한 향토자원 유형과 개발단계를 기초로 각 유형별, 개발단계별로 정책적 과제를 도출하고 이를 충족시키기 위한 구체적 방안을 제시하고자 한다. 이는 향토자원의 유형적 복잡성과 개발단계의 명확한 불가분성(indivisibility)에 수반되는 다양한 정책수요에 적절하게 대응하면서 구체적 실용성을 확보하기 위함이다.

세 번째로, 지방(민간)주도의 향토자원 개발 및 활용체계 구축을 촉진하고 정부부문의 지원·조정기능을 강화하기 위해서는 중앙정부와 지방정부 간 역할분담을 전제로 정책방안을 제시하고자 한다. 즉, 중앙정부는 향토자원개발 및 육성을 위한 전국적 차원의 거시적 틀 설정과 정책적 지원수단을 발굴하고, 지방정부는 공공과 민간부문이 협력하여 현장집행적 특성을 갖는 구체적 방안을 강구, 집행하도록 한다.

네 번째로, 향토자원 개발 및 활용과 관련된 정책방안들의 체계적 운용을 도모하고 실질적 이행력을 보장할 수 있도록 계획제도 도입, 추진시책 및 지원방안, 전담기구, 재원확보방안 등을 포함하는 관련 법제정을 통하여 제도적 기반을 마련하고자 한다. 종래의 향토자원 개발 및 활용과 관련된 시책추진은 법·제도적 기반없이 지역내·외적 여건변화와 수요변동에 따라 시책이 수시로 변경되어 일관성이 없었다. 이러한 정책적 시행착오를 최소화하고 예측 가능한 정책적 기대감을 제고하기 위해서 견고한 제도적 기반을 마련하여 일관성 있는 시책추진을 할 필요가 있다.

제2절 향토자원 활용유형 및 개발단계별 지원방안

본 절에서는 앞서 언급한 향토자원 활용실태의 성공요인과 개선점, 해외 사례의 함의, 우리나라 활용시책의 과제 등을 토대로 향토자원의 활용 유형별, 개발단계별 지원방안을 서술한다. 전반적인 체계는 본 연구가 구분한 원형자원 관광화형, 축제·이벤트 활용형, 관광·산업복합화형, 산업화형의 4가지 프레임으로 나누어 각각의 유형 내에서 향토자원의 개발단계별로 정책방안을 모색해 보겠다.

그리고 유형별, 개발단계별로 중앙정부가 지원해야 할 사안과 지방정부가 지원해야 할 사안의 구분은 해당되는 유형이나 단계에 따라 적절히 언급할 것이다. 또 향토자원조사위원회의 설치나 향토자원 활용의 경쟁력 평가와 같이 유형에 관계없이 공통적으로 해당되는 사항은 유형별 방안에서 따로 떼어내 서술함도 타당한 방법이지만 일부 중복하여 유형별 활용방안에서 언급하겠다.

1. 원형자원 관광화형

가. 조사·발굴 단계

1) 향토자원 데이터베이스 구축

관광으로 활용할 수 있는 지역의 원형자원에 대한 체계적인 조사가 이루어지고 있지 않는 실정에서 향토자원에 대한 조사 및 발굴은 중요한 과제가 된다. 이를 위해서는 자치단체 단위에서 지역의 향토자원에 대한 조사를 시행하고 잠재력이 있는 자원을 발굴해야 한다. 조사, 발굴한 자원은 활용형태, 자원 특성 등에 따라 체계화 하고 데이터베이스를 구축할 필요가 있다. 원형자원 관광화에 대한 기초자료로서의 가치를 지니기 때문이다.

향토자원조사는 정기적으로 이루어져야 하며 기초자치단체 단위의 향토자원 조사를 토대로 전국적인 향토자원 데이터베이스가 구축되어야 한다. 이렇게 구축한 자료는 수시로 갱신시키고 지역의 데이터베이스를 인터넷으로 연결시켜 자료를 체계적으로 관리함과 동시에 전국의 자료에 대한 접근성을 향상시켜야 한다.

조사, 발굴의 내용은 지역이 보유한 향토자원의 수와 유형, 잠재성은 물론

이고 활용실태, 권리화 등을 포함해야 한다. 일정한 범위에서 교육적 기능도 담당할 수 있도록 활용 및 개발실태에 대한 상세 정보도 수록하면 좋다.

이를 담당하기 위해 전문가를 주축으로 하는 기구를 전국적 차원과 함께 지역차원에서 구성하는 것이 바람직하다. 이와 병행하여 지역민의 향토자원에 대한 인식을 제고함과 동시에 향토자원 발굴의 효율성을 높이기 위해 ‘향토 보물찾기’ 대회를 활성화시키는 방안도 있다. 3장에서 언급했듯이 일본에서 활성화된 방안이다.

2) 향토자원의 개발정도, 경쟁력 및 시장성 평가

원형자원은 자원 그 자체가 소중한 가치를 지니고 있다. 그래서 관광화와 관련하여 개발 및 활용의 수위설정이 필요하다. 한번 파괴한 자원은 복원력이 없기 때문에 이에 대한 면밀한 평가가 요구된다.

평가에서는 조사·발굴한 향토자원의 잠재적 관광화 가치, 시장성, 사업화의 범위 등을 검토하여야 한다. 이 경우 이 경우에 지자체단위의 민간전문가, 관계공무원, 시민단체, 관계기관 등이 광범위하게 참여하는 협의체를 구성하여 운용하고, 경쟁력 및 시장성 평가는 전문적 기술과 노하우가 필요하기 때문에 자체적으로 수행하기 보다는 외부전문기관의 컨설팅을 받는 것이 바람직하다.

나. 개발·육성단계

1) 향토자원 인증제 도입

중앙 차원에서는 비슷한 원형자원의 활용으로 인한 시장의 중복성을 방지하고, 원형의 향토자원을 활용한 관광화를 촉진하기 위해 지역에 부존되

어 있는 향토자원의 내재적, 기술적 가치를 보장해 줄 필요가 있다. 향토자원 인증제는 이같은 취지에서 도입할 필요가 있다.

이때 중요한 것은 향토자원 활용에 대한 지방의 자율성을 침해하지 않아야 한다는 점이다. 그리고 특정한 지역의 자원만 손을 들어 줌으로써 발생하는 불만도 고려해야 한다.

이해관계를 떠나 객관적이고 전문적인 시각을 지닌 제 3의 기관이 이를 담당할 때 이러한 소지를 없앨 수 있다. 그래서 향토자원 인증은 ‘향토자원 개발조합’이 담당하는 것이 바람직하다. 물론 이때 가장 중요한 것은 향토자원의 지역적 특성을 존중하여 일률적인 기준이 적용되지 않도록 합리적이고 객관적인 기준을 마련하는 것이 전제가 되어야 한다.

2) 학습형 관광 프로그램 개발

원형자원 관광화의 경우, 안동의 하회마을이나 고성의 공룡발자국처럼 원형자원이 지니고 있는 역사·문화적, 생태·자연적 학습가치가 크다. 그렇기 때문에 학습형 관광프로그램의 개발이 필요하다.

‘학습형 관광프로그램’을 개발하기 위한 방안으로는 먼저, 향토자원에 대한 심도있는 연구를 담당하기 위한 전문조직을 구성할 필요가 있다. 이는 해당 자우원의 특성에 적합한 전문가 중심으로 구성되어야 한다. 그 다음으로는 연구를 토대로 흥미를 유발하고 호기심을 충족시킬 수 있는 콘텐츠를 개발해야 한다. 이를 위해서는 영상 홍보물, 모형 제작하고, 모형이나 홍보물에 대한 상세한 설명 등을 부착시켜 매력을 향상시켜야 한다. 캐릭터를 개발하는 것도 방안이 될 수 있다. 참여자들의 탐구결과를 발표케 하고 시상하는 것도 활용 가능한 방안이 된다.

3) 향토자원관련 전문인력의 양성·활용

향토자원의 발굴은 물론 이를 활용한 관광기획 및 프로그램개발과 관련된 전문 인력을 지역단위에서 체계적으로 양성·활용하기 위한 방안이다. 이를 위해서는 (1) 외부전문가 임용, (2) 지역대학 관련학과 및 실업계 고등학교와의 연계, (3) 인력양성기관의 지정, 그리고 (4) 민간 및 공공 교육기관의 관계공무원 교육·연수 위탁 등의 방안을 활용할 수 있다.

다. 홍보·마케팅 단계

1) 연계관광 홍보

원형자원 관광화는 주로 단일한 장소나 볼거리를 대상으로 하기 때문에 다양한 흥미를 유발시킬 수 없는 한계가 있다. 이를 보강하기 위해서는 원형자원과 관련성을 지닌 다양한 관광 프로그램을 연계해서 홍보할 필요가 많다. 연계마케팅을 활성화시키는 것이다. 그러면 수요자는 연계된 프로그램을 소비하기 위해 일정을 계획할 것이며, 이것이 관광 홍보효과를 배가시킬 수 있다.

2) 우수사례 확산

대표적인 중앙의 지원책에 해당된다. 정부와 민간단체가 주관이 되어 개발한 향토자원 관광화시책을 평가하여 창의적 아이디어와 소재를 가진 우수 사례를 발굴하여 표창하고, 이를 유사사례 추진지역에 전파하기 위함이 기본적인 취지이다.

경연대회, 세미나 등을 개최하여 우수사례를 평가·표창하고 우수사례의 노하우와 성공요인을 타지역 전파한다. 일본이 이 방안을 활성화시키고 있다.

2. 축제 · 이벤트형

가. 조사 · 발굴 단계

1) 향토자원활용 축제 · 이벤트 데이터베이스 구축

지역에는 축제 · 이벤트로 개발, 활용할 수 있는 향토자원이 존재하고 있다. 이들을 축제 및 이벤트로 개발 활용하기 위해서는 자치단체 단위에서 이들에 대한 체계적, 정기적 조사 · 발굴이 필요하다. 조사는 사라진 자원, 잠재적 자원, 현존자원 등의 자원의 존재형태 뿐 아니라 활용정도, 활용의 가치 등 다양한 측면에서 광범위하게 이루어져야 한다. 이를 바탕으로 체계적으로 유형화하는 작업도 필요하다.

특히 축제 및 이벤트의 경쟁력은 다른 지역에서는 존재하지 않는 복제(cloning) 불가능성에 있기 때문에 이에 기반한 자원의 발굴이 중요하다. 자원의 조사는 전문가, 지방자치단체, 민간 등으로 자원조사 조직을 구성 · 운영하는 것이 바람직하다.

축제 및 이벤트로 활용 가능한 향토자원의 데이터베이스는 지역단위와 전국 단위에서 구축되어야 하는데, 전국 단위는 지방자치단체의 기초자료를 토대로 통합적으로 구축하고, 구축된 데이터베이스는 체계적으로 관리되어 향토자원을 활용한 축제 및 이벤트 전략에 유용하게 활용되어야 한다. 또 지방과 전국 단위에서 구축한 데이터베이스를 연계시켜 데이터베이스 활용의 효용성을 배가시키는 방안이 바람직하다.

2) 향토자원활용 축제 · 이벤트의 경쟁력 · 시장성 평가 시스템 가동

조사 · 발굴한 향토자원이 타 지역의 자원에 비해 경쟁력이 떨어진다면 그것에 기반한 축제 및 이벤트 전략은 소기의 성과를 달성하지 못할 소지가

많다.

축제 및 이벤트 활용 향토자원의 경쟁력 평가의 중요성이 여기에 있기 때문에 전문인력을 활용하여 과학적인 방법으로 자원의 경쟁력과 시장성을 평가해야 한다. 평가방법으로는 SWOT 및 장소실사(place audit)기법⁴⁷⁾을 활용하는 것이 좋다.

평가시스템은 2단계로 구성할 필요가 있다. 한 부류는 지자체단위의 민간 전문가, 관계공무원, 시민단체, 관계기관 등이 광범위하게 참여하는 협의체이며 다른 부류는 향토자원의 경쟁력 평가 전문가들로 구성되는 조직이다.

두 단계로 평가 시스템을 구성하는 이유는 전자는 지역이라는 광범위한 단위를 놓고 축제적 활용과 지역발전에 대한 자원을 검토하며, 후자는 전문적 지식을 가지고 경쟁력, 시장성, 지역 비대체성 등을 평가한다. 이런 과정을 거쳐 최종적으로 경쟁력 있는 향토자원과 경쟁우위 영역을 설정한다.

나. 개발·육성단계

1) 컨설팅, 교육 기능의 활성화

향토자원을 축제 및 이벤트 활용의 경쟁력이 입증되더라도 지방자치단체가 직면하는 애로는 한두 가지가 아니다. 어떤 방향으로, 어떤 축제를, 어떻게 개최하는 가 등의 문제에 부딪히게 된다.

향토자원을 축제로 활용하는데 있어 기획력, 사업화 등에 대한 애로점을 해결해 주기 위해서 지방자치단체나 민간 등을 대상으로 한 컨설팅이나 강연회 등의 지원이 필요하다.

컨설팅이나 지역 순회 강연회 등이 겨냥하는 점은 다양하다. 먼저, 축제

47) 향토자원활용에 따른 지역의 손익을 따져 자원활용을 판별하는 기법이다(Kotler, 2003).

및 이벤트에 대한 전반적 이해 및 비즈니스 마인드를 함양할 수 있다. 둘째는 국내의 다른 지역이나 해외사례에 대한 소개를 통해 벤치마킹할 수 있는 정보를 제공할 수 있다. 셋째는 지역단위에서 봉착하는 애로를 컨설팅 전문가나 교육전문가들에게 조언을 구함으로써 실질적인 도움을 얻을 수 있는 점이다. 마지막으로 강연회 등에 참여하는 사람들간의 교류를 통해 정보를 교환할 뿐 아니라 학습효과를 발휘할 수 있다.

컨설팅이나 강연회는 축제 및 이벤트 전문가, 축제 및 이벤트적 지역발전을 담당하는 공무원, 그밖에 이 분야에 대해 전문적인 지식이 지닌 사람들로 구성할 수 있다.

2) 협력네트워크 구축

앞서 언급한 컨설팅 및 교육 기능의 활성화에 추가하여, 대학이나 연구소, 지방자치단체의 유기적인 협력네트워크를 구축하는 것이 필요하다. 향토자원을 활용한 축제 및 이벤트를 활성화하고 경쟁력을 높이기 위해서는 전문적인 지식을 빌릴 필요가 있기 때문이다.

그런데 협력네트워크를 구축함에 있어서 축제 및 이벤트의 특성에 적절한 주체들과의 협력관계를 형성해야 한다. 그래야만 3장에서 언급한 비교적 성공한 사례의 경우처럼 실질적인 도움을 받을 수 있기 때문이다.

협력관계를 맺는 주체는 지역내에서 찾을 수도 있고 지역 외에서 찾을 수도 있다. 중요한 것은 실질적이고 유용한 도움의 제공여부이다. 지역내외를 막론하고 실질적인 도움을 받을 수 있는 파트너를 찾기가 어려운 경우는 지방자치단체 스스로가 필요한 전문기관을 설립하여 축제 및 이벤트의 경쟁력을 향상시키는 방안도 가능하다.

3) 축제 성격과 주제에 부합하는 연계프로그램 개발

축제의 프로그램은 축제의 매력과 긴밀한 관계를 가지고 있다. 축제의 성격과 부합하고 주제와 일관된 프로그램이 많을 때 축제 및 이벤트의 매력은 증가하는 반면, 그렇지 않을 경우는 매력이 떨어진다. 이미지도 마찬가지이다.

이를 위해서는 두 가지 방안이 가능하다. 하나는 지방자치단체가 중심이 되어 관계 공무원, 지역주민, 전문가로 구성된 축제 프로그램 및 콘텐츠 개발 전담조직을 설치, 활용하는 방안이고, 다른 하나는 ‘지역향토자원개발협의회’를 활용하는 방안이다.

협의체의 성격을 띠는 후자보다 태스크포스 형태를 띠는 전자가 보다 밀도 있고 집중력 있는 프로그램을 개발할 수 있는 장점이 있다. 주제와 연관된 다양한 프로그램을 개발하기 위해서는 무엇보다 지역의 축제가 지니는 특성에 대한 이해가 전제되어야 한다. 지역에서 시행하는 축제가 학습축제의 성격을 지닌다면 교육적 기능을 할 수 있는 영상물, 모형 등의 콘텐츠가 개발되어야 하며, 미용축제라면 마사지 등 미용효과를 극대화시킬 수 있는 프로그램이 개발되어야 한다.

축제 및 이벤트가 지역발전에 도움이 되기 위해서는 체류관광이 되어야 한다. 체류관광이 되기 위해서는 주제에 부합하는 가능한 많은 수의 프로그램을 제공하고 학습관광이 되게 해야 한다. 학습관광은 부모가 동반하는 경우가 많으며, 기왕에 가족이 나선 여행은 체류, 숙박형 관광으로 이어지기 쉽기 때문이다. 체류관광을 활성화시키기 위해서는 장소적, 계절적 제한성을 탈피할 수 있는 지역 특성에 적합한 사계절 프로그램을 개발·제공해야 하는데, 이를 위해서는 앞서 언급한 두 가지 방안을 활용할 수 있다.

4) 축제·이벤트 전문인력의 양성·공급

축제·이벤트 기획 및 프로그램개발은 고도의 전문성과 노하우를 요구하기 때문에 전문인력을 지역단위에서 체계적으로 양성·공급하기 위한 방안을 마련해야 한다.

이를 위해서는 외부민간전문가를 채용하거나, 지역대학 관련학과 및 부설 연구소를 인력양성기관으로 지정하여 지원하거나, 한국관광공사 등의 공공기관 및 민간기업에 전문인력에 대한 교육 및 연수를 위탁하는 방안이 있다.

5) 지역주민의 참여 활성화

축제 이벤트 전략의 승패는 지역주민의 자발적인 참여에 달려있기도 하다. 주민의 화합 제고와 지역에 대한 애착심과 자긍심을 고취시킴으로써 축제의 본연적 속성에 부합할 뿐 아니라 축제의 활성화에 기여하기 때문이다.

지역 주민의 자발적이고 주도적인 참여와 협력을 위한 다양한 방안을 개발해야 하는데 (1) 다양한 차원의 발문터리 조직을 활성화, (2) 수익배분과 의사결정에의 참여확대, (3) 홍보 및 판촉대사로의 임명 등을 활용할 수 있다.

다. 홍보·마케팅 단계

1) 시민참여형 홍보 및 마케팅 전략의 개발·활용

공공이 주도하는 홍보 마케팅에서 발상을 전환하여 주민의 홍보 참여를 유도하여 축제 및 이벤트의 홍보효과를 극대화시키는 전략이다. 참여를 통한 홍보가 애착심 등의 함양을 통해 파급효과가 크기 때문이다.

이를 위해서는 첫째, 축제의 캐릭터나 브랜드를 활용한 홍보 활성화 방안이 가능하다. 캐릭터를 카드나 사진 발송의 기능과 연계시키는 방안이다.

무주 등에서의 성공적인 경우가 벤치마킹의 표본이라고 할 수 있다. 축제 홈페이지에 이와 관련된 프로그램을 제공해야 한다.

둘째는 ‘지분 설정형’ 홍보 및 판촉 방안이다. 축제와 관련된 상품에 회원제나 분양 등을 통해 지분을 맺어 줌으로써 애착을 가지고 재방문을 유도하는 전략이라고 할 수 있다. 일정한 지분을 맺은 사람은 그것을 자랑하게 되고 이것은 추가적인 회원을 확보하는 수단이 되기도 한다.

2) 실시간 축제 동영상 제작·발송

축제 및 이벤트를 실시간 동영상으로 제작하여 발송한다. 이는 축제 내용을 원거리에 있는 사람들에게 발송함으로써 정보제공을 통한 홍보역할을 강화하기 위한 전략이다.

제작한 동영상은 우선 축제 전문 홈페이지에 탑재를 하고 이것을 대중성 있는 국내외 홈페이지에 링크를 시키는 방안을 모색할 수 있다. 축제 참가자들의 명단이나 잠재적 고객들이 많은 국가나 기관등에 제작한 실시간 동영상 자료를 발송하는 방안을 병행함으로써 마케팅 효과를 배가시킬 수 있는 장점도 있다.

홈 페이지의 분량은 그리 많지 않은 5분 정도가 적당하며, 필요로 하는 경우는 더 많은 분량을 선택해서 시청할 수 있는 여지도 제공해야 한다. 내용은 축제를 홍보하는 것과, 흥미를 유발하는 것에 초점을 두어야 한다.

3) 정기적 평가와 우수사례 확산

정부와 민간단체 공동으로 향토자원을 활용한 축제 및 이벤트를 정기적으로 평가하여 우수사례를 선정하고, 전파함으로써 축제 및 이벤트의 경쟁력 확보를 위한 기초자료로 활용케 하자는 취지이다. 이는 중앙차원의 지원

방안에 해당된다.

반면 지방자치단체들은 자기 지역에서 시행하는 축제나 이벤트를 평가함으로써 향후의 방향설정이나 경쟁력 강화를 위한 기초자료로 활용할 수 있다. 이 경우는 자체평가보다 객관적 시각을 제공해 줄 수 있는 외부평가가 바람직하다.

창의적 아이디어와 소재를 가진 향토자원활용형 축제 및 이벤트 우수사례를 발굴하여 표창하고, 타지역이 벤치마킹할 수 있도록 자료나 시책내용, 추진특성 등을 공개하는 것은 축제 및 이벤트 전략에 실효성 있는 도움을 제공해 줄 수 있다.

3. 관광·산업복합형

가. 조사·발굴 단계

1) 향토자원조사기구 설치 및 향토자원 데이터베이스구축

관광·산업복합화형으로 개발할 수 있는 자원의 소재유무를 조사, 발굴하기 위한 취지의 방안이다. 향토자원조사기구를 설치하여 지역과 전국의 자원을 조사, 발굴하여 체계적으로 유형화 한 다음, 데이터베이스를 구축한다. 이같은 기능은 향토자원개발조합이 수행할 수 있다.

데이터베이스는 기초자치단체 단위로 해당지역의 관광·산업복합 활용형의 데이터베이스를 구축한 다음 이를 토대로 전국적인 데이터베이스를 구축한다. 이렇게 구축한 데이터베이스는 해당 기관이 정기적으로 갱신함으로써 지속적인 관리시스템을 구축한다. 해당 기관이 구축한 데이터베이스는 인터넷을 통해 전국의 자치단체 및 전국차원의 데이터베이스와 연계시켜 자료의

기반확대와 이에 대한 접근성을 향상시킨다. 동시에 정기적으로 전국 및 지방자원 도감을 발간하여 활용도를 제고시킬 수 있다. 지방자치단체나 국가는 이를 위해 필요한 재정, 인력 등을 지원해야 한다.

2) 관광 및 산업연계 향토자원의 경쟁력 및 시장성 평가

다른 유형과 마찬가지로 이 유형에서도 관광과 산업을 연계한 향토자원의 시장성과 경쟁력 평가가 조사, 발굴단계의 중요한 프로세스이다. 조사, 발굴한 향토자원의 잠재적 가치, 시장성, 개발·보존·전수에 대한 정부지원 등을 종합적으로 분석하여 축제와 산업의 연계가능성, 경쟁력 평가 등을 평가하여 전략을 수립하고, 그에 적합한 프로그램을 개발해야 하기 때문이다.

경쟁력과 시장성을 평가함에 있어 초점이 되는 고려요소는 자원의 특이성과 상품성은 물론이고 축제와 산업의 시너지 효과의 창출성이 된다. 이 경우 자치단체 단위의 민간전문가, 관계공무원, 시민단체, 관계기관 등이 광범위하게 참여하는 ‘지역향토자원개발협의회’를 구성·운영할 수 있으며, 향토자원을 활용한 축제 및 산업연계화와 관련된 차별성 및 시장성 평가는 전문적 기술과 노하우가 필요하기 때문에 평가작업을 자체적으로 수행하기 보다는 외부전문기관의 컨설팅을 받는 것이 바람직하다.

나. 개발·육성단계

1) 축제와 산업의 상호 시너지 효과 창출

관광·산업복합형의 관건이 축제와 산업의 시너지 효과의 창출에 있는 만큼 이들의 시너지 효과를 창출할 수 있는 방안을 개발, 활용하여야 한다.

축제가 산업을 홍보, 마케팅하고 산업의 부가가치 창출에 기여하고 이것

이 다시 지역의 이미지를 강화하여 축제를 활성화시키는 선순환의 상호작용 채널을 형성하여야 한다.

이를 위해서는 다음과 같은 방안을 활용할 수 있다. (1) 축제와 산업 양자에 전문적인 노하우와 지식을 지니고 있는 인재를 확보하여 이들로부터 정기적인 컨설팅 및 조언을 얻는 시스템인 '전문가 풀 시스템'을 개발, 활용할 필요가 있다. (2) 축제관계자와 산업관계자의 정기적 교류를 활성화시키는 방안인 '축제-산업 교류의 장'을 개발, 활용할 필요가 있다. 상호교류를 통한 이해 증진으로 성공적인 시너지 효과를 창출할 수 있기 때문이다.

2) 전문가에 의한 컨설팅 및 교육제공

지방자치단체의 기획력을 강화시키기 위한 중앙의 지원책이다. 대부분의 지방자치단체들의 기획·사업화·홍보 역량이 부족함을 보충하기 위한 취지의 방안이라고 할 수 있다.

중앙은 이 분야의 전문가를 확보하여 이 전략을 통해 지역발전을 추구하고자 하는 지방자치단체를 순회 방문하여 기획, 사업화, 사업화 과정에서의 애로, 홍보 등에 대한 실질적인 컨설팅을 제공함과 동시에 이 전략의 실무자나 관계자를 대상으로 한 강연회 등을 정기적으로 시행한다.

그리고 이 전략에 해당되는 다양한 유형의 '활용전략에 대한 교본'(敎本)을 발행하여 공급하는 역할도 수행할 필요가 있다. 이 분야에 참고할 만한 자료가 빈약하기 때문이다.

3) 관광 및 산업복합화형 지역혁신시스템 구축

이 유형의 전략은 축제와 산업을 포괄하다 보니 이를 조정, 통합할 수 있는 조정 및 기획 역량의 확보가 중요하다. 이를 위해서는 지방자치단체가

리더십을 발휘해야 한다. 공공과 민간영역을 포괄해야 하기 때문이다.

향토자원을 활용하여 관광 및 산업복합화의 포괄적 전략의 부가가치를 극대화시키기 위해서는 향토자원의 활용에 부합되는 산·학·연·관의 유기적 협력을 지방자치단체가 주도적으로 구축할 필요가 있다. 이천 등의 국내사례는 물론이고 해외의 성공적인 사례도 이점을 활용하고 있는 것으로 밝혀졌다.

이때 축제, 산업의 양 부문은 물론이고 부문들 내에서도 생산, 홍보, 디자인, 기술개발, 프로그램 및 콘텐츠 개발 등에 관련된 전문적 기관들과 협력네트워크를 형성하고 필요한 지원을 확보해야 한다.

이를 위한 방안으로 (1) 지역내외의 전문기관이나 출향인사 등과 네트워크를 형성하고, (2) 이들과의 정기적인 포럼 등을 상설화시켜, (3) 상시적인 협력채널을 가동하는 것이 가능하다.

4) 생산업체의 지원

이 유형의 하나의 축이 되는 향토명품을 생산하는 기업을 육성하기 위해 종합적이고 체계적인 지원방안을 마련하여 업체경쟁력을 향상시키고 고부가가치를 상승시킬 필요가 있다. 이들 기업에게 경영, 기술개발, 조사 및 마케팅 등에 자금지원을 지원하고, 경영 및 마케팅을 지원해야 한다.

다. 홍보·마케팅 단계

1) 수주형 축제개최

산업 활성화를 위해서는 상품자체의 품질향상은 물론이고, 추가적으로 산업에 도움을 주는 축제 설정이 중요한 과제가 된다. 이를 위해서는 학습

형 축제보다는 ‘수주형 축제’를 개최할 필요가 있다. 축제를 통해 산업을 홍보함으로써 시너지 효과를 창출할 수 있기 때문이다.

방안으로는 첫째, 엑스포나 박람회 등을 개최할 수 있다. 정부 및 지방자치단체를 이를 위한 박람회 장소 등 기반시설에 대한 재정적, 행정적 지원을 제공해야 한다. 이를 위해서는 향토자원개발기금을 조성하는 방안이 바람직하다. 둘째는 동일한 자원을 활용하는 경우 인근지역과 연계한 수주형 축제를 개최하는 것이 비용이나 홍보측면에서 보다 효율적인 방안이 될 것이다. 셋째, 해외의 박람회 등에 참가를 위해서는 국가나 지방자치단체가 이에 소요되는 경비의 적정분을 부담하는 방안도 가능하다.

3) 입체적 홍보 마케팅

복합적 활용의 특성에 적합한 입체적 홍보 마케팅전략을 활용해야 한다. 이를 위한 방안으로는 (1) 민관합동으로 구성되는 홍보단 파견, (2) 국내외 홍보 브로셔 발송, (3) 홈페이지 구축 및 활용, (4) 전시장이나 판매망 구축, (5) 신문이나 방송 등 미디어 활용 등을 활용해야 한다.

4) 정기적 평가와 우수사례 표창

정부와 민간단체가 공동주관이 되어 향토자원을 활용한 관광 및 상품화를 정기적으로 평가하여 우수사례를 선정한다. 선정한 우수사례는 언론이나 방송 등 미디어를 통해 전파하고 표창한다. 표창한 우수사례는 다른 지역이 벤치마킹할 수 있는 중요한 자료가 되기 때문이다. 우수사례는 매년 선정하는 것을 원칙으로 하며 우수사례 선정의 기준은 이를 주관하는 기관이 개발한다.

4. 산업화형

가. 조사·발굴 단계

1) 향토자원 데이터베이스 구축

지역에 부존되어 있는 향토자원을 산업화·상품화로 연결시키기 위해서는 지역의 자원조사를 바탕으로 산업화가 가능한 향토자원에 대한 데이터베이스 구축이 필요하다. 이를 위해서는 산업적 자원에 대한 체계적이고 정기적인 조사, 발굴이 선행되어야 한다. 그리고 조사, 발굴한 자원은 활용가치, 활용정도 등에 따라 체계적으로 분류해야 한다.

자원 조사 및 데이터베이스 구축은 자치단체, 국가 차원에서 구축되어야 한다. 이를 위해서는 우선, 자치단체가 보유하고 있는 유무형의 산업적 향토자원에 대한 조사 및 데이터베이스 구축이 선행되어야 한다. 이렇게 구축한 데이터베이스는 일본의 경우처럼 수시로 갱신함으로써 새로운 자원을 추가할 뿐 아니라 자원의 활용현황에 대한 정보를 제공해야 한다. 국가차원에서는 자치단체의 기초자료를 토대로 전국단위의 향토자원 데이터베이스를 구축하여 기초자료를 체계적으로 관리해야 한다.

향토자원 조사 및 데이터베이스구축은 지방단위에서는 지역의 향토자원 조사기구가, 전국단위에서는 향토자원개발조합이 담당함이 적절하다. 이들은 지역이나 국가의 산업적 자원활용 전문가들로 구성한다.

향토자원개발조합은 산업적 향토자원에 대한 조사, 발굴 뿐 아니라 향토자원의 품목 및 상품화실태, 상품화 유형, 유형별 사례, 권리화 실태, 자원활용 특산품의 생산 및 유통실태 등을 상세하게 조사해야 한다.

향토자원개발조합은 이같은 내용을 데이터베이스화시키는 것에 더하여 일정한 기간이 지나면 ‘산업적 향토자원 도감’ 등으로 발간하여 산업적 향토

자원의 기초 및 활용의 참고자료로 사용할 수 있게 해야 한다.

2) 향토자원의 경쟁력 및 시장성 평가

조사·발굴한 다양한 유형의 산업적 향토자원의 잠재적 상품가치, 시장성, 사업화가능성, 정부 상품화 지원 등을 종합적으로 분석하여 산업화의 가능성과 경쟁력을 평가해야 한다. 경쟁력 없는 산업을 선정, 육성한다는 것은 재정 등에서 낭비일 뿐 아니라 산업의 발달도, 그리고 지역경제의 활성화도 달성하지 못할 것이기 때문이다.

향토자원의 차별성 및 시장성 평가는 전문적 기술과 노하우가 필요함을 고려하여 자치단체가 자체적으로 수행하기 보다는 외부전문기관의 컨설팅을 받는 것이 바람직하다. 그리고 자치단체에서는 자치단체 단위의 민간전문가, 관계공무원, 시민단체, 관계기관 등이 광범위하게 참여하는 협의체를 구성하여 이러한 작업을 수행하는 것이 바람직하다.

나. 개발·육성단계

1) 향토자원개발조합 활용

향토기업이 겪는 애로점이 향토자원의 사업화, 기술개발, 정보부족 등임을 고려하여 이들에 대한 종합적인 서비스를 제공한 필요가 많다. 향토기업이 직면하는 이같은 애로점들을 해결하기 위해 향토자원개발조합을 활용한다.

향토자원개발조합에는 고도의 전문성을 지닌 사업화지원부서, 신기술개발 및 애로기술지원부서, 정보제공부서 등을 둔다. 이들은 자원의 특성에 따라 차별적인 사업의 방향설정 및 기획 뿐 아니라 생산과정에서 직면하는

애로기술이나 신기술, 신제품 개발, 그리고 관련 산업 및 제품에 대한 다양한 정보를 제공한다.

동시에 향토자원개발조합은 기업의 수요와 지원기관의 지원을 연결시켜주는 플랫폼 기능을 담당한다. 향토자원개발조합이 일본의 지장산업지원센터처럼 산업적 향토자원 활용에 대한 기술 및 정보, 마케팅 지원의 거점의 역할을 함으로써 기업의 수요에 밀착되고 실용성 있는 지원을 제공할 수 있기 때문이다. 지방은 향토산업의 발달에 필요한 애로를 향토자원개발조합에 제시하고 지원을 제공 받을 수 있다.

2) 산업지원 협력시스템 구축

실무지원형 향토산업지원센터와 달리 지역과 기업의 부족한 지혜를 외부에서 빌리기 위한 시스템이다. 이 시스템은 산업적으로 활용하는 향토자원이 요구하는 지원이 차별적이기 때문에 그에 적절한 산·학·연·관의 유기적 협력 및 연계체계를 구축하여 향토명품개발에 적합한 연구와 기술개발을 활성화시키자는 취지이다. 그리고 여기서 창출된 혁신적 성과를 상품화로 연결시켜 지역의 소득을 창출할 수 있다.

3) 장인(匠人)적 전문인력의 양성

향토자원의 산업적 활용에는 장인(匠人)적 기술이 중요한 역할을 담당하고 있다. 그런데 장인적 기술은 그 특성상 코드화되기 어려운 속성을 지니고 있어 장인의 손기술에 체화(體化)되어 있는 경우가 많다. 또 이들의 고령화 등으로 그러한 기술이 사장될 형편에 처해 있기도 하다.

이런 관점에서 장인적 전문인력의 양성·공급이 시급한 과제이다. 이 문제를 해결하기 위해 차지단체 단위에서 실업계 고등학교 등을 활용하여 향

토명품 생산과 관련된 전문인력을 양성하는 기관으로 지정할 수 있다. 이들 기관을 지역단위에서 선정함으로써 지역의 산업특성에 적합한 교육을 시킬 수 있는 이점이 있다. 이를 위해서는 장인을 발굴 관리하는 시스템의 구축도 추가적으로 병행되어야 한다.

4) 향토명품 전문기업의 지정·육성

향토자원의 산업화를 통해 향토명품을 생산하는 기업을 지정하여, 전통 기술의 전승발전 및 새로운 기술개발은 물론 지역의 부존자원을 활용한 명품생산을 유도하기 위한 취지이다. 이를 통해 지정된 기업이 지연산업과 지역발전의 견인차 역할을 담당하게 할 보육 시스템인 셈이다.

지정주체는 전문성과 기술성을 보유한 관련분야 외부기관이 담당하며, 지정기준은 전통성, 권리성, 시장성, 지역경제 발전성 등에 따라 지정하되 지역실정에 따라 기준을 삭제 혹은 추가할 수 있다.

향토명품을 생산하는 전문기업을 육성하기 위해 종합적이고 체계적인 지원방안을 마련하여 업체의 경쟁력을 향상시키고 고부가가치를 유발하며, 국가나 지방자치단체가 경영, 기술개발, 조사 및 마케팅 등에 대한 자금을 지원한다.

5) 향토명품 전문단지 지정·지원

향토자원 산업화를 통해 향토명품을 생산하는 전문기업의 영세성을 고려하여 사업장 및 부지 등의 인프라를 공동으로 지원하려는 취지의 방안이다. 전문기업에 대한 지원의 효율화를 도모할 수 있을 뿐 아니라, 이들 기업의 집적을 통해 시너지 효과 및 외부경제를 창출하고 기업의 경쟁력 제고와 지역경제를 활성화시키기 위한 거점역할을 전문단지가 담당할 수 있다.

전문단지의 지정주체는 지자체의 신청을 받아 광역지자체가 조정·취합한 후 중앙정부가 일정한 절차를 거쳐 지정할 수 있다. 전문단지 조성의 주체는 지자체 또는 민간, 공공과 민간의 협력에 의한 제3섹터가 될 수 있고, 지정기준은 전문기업 집적밀도, 기반시설 상태, 지역경제파급효과 등을 고려할 수 있다. 전문단지에 대한 지원은 도로, 전기, 사업장 임대 등의 공동인프라, 자금 및 세제, 지역주민 우선고용 등의 지원을 제공함이 전문기업의 육성에 바람직하다.

6) 향토명품 공동생산·공동판매법인 설립

향토명품을 생산하는 대부분의 전문기업들은 자사제품과 서비스를 제공하기 위한 유통경로로 공동판매 전시장, 대리점 등을 이용하고 있으나 지원이 효율적으로 이루어지지 않고 지원되더라도 전문성 부족과 중간상의 이익 폭리로 본래 목적을 실현하지 못하고 있다.

따라서 향토전문기업 또는 향토명품의 공동생산 및 공동판매를 통한 상용화를 촉진하기 위해 공동생산 및 공동판매법인을 설립하는 것이 가능하다. 이 법인의 설립유형은 상법에 근거하여 기업체 주도의 생산 및 판매법인의 형태나 지자체와 민간이 공동으로 출자하는 제3섹터 방식이 가능하다. 이들에 대한 지원은 공동생산 및 공동판매에 관련된 시설, 이를 위한 교육 및 홍보 등에 관련된 사항이 해당된다.

다. 홍보·마케팅 단계

1) 판로 개척 지원

어렵게 향토자원의 산업화에 성공하여 부가가치가 높은 상품을 생산했다

라도 대부분의 지방자치단체 영세기업이 직면하는 애로 가운데 하나는 판로이다.

판로에 대한 부담을 덜어주고 수요를 개척하기 위해 제품을 상설 전시할 뿐 아니라 전시회, 박람회 등을 개최하여 향토제품을 현지 소비자 뿐 아니라 외부 소비자들에게 PR한다. 그리고 소비자의 수요에 부응하는 상품을 전시, 판매하기도 한다.

이를 위해서는 지자체가 통상조직 등을 구성하여 통상활동을 통해 판로를 개척할 뿐 아니라 수주, 홍보형 전시 및 박람회를 개최하고 이를 위해 회의시설의 설치 및 임대 등 기반시설을 제공하는 방안이 있다.

2) 공동 브랜드 개발

공동브랜드는 향토에서 생산한 제품의 판매를 촉진하고, 저비용의 전략적 마케팅을 강화하기 위한 취지이다. 해외 사례에서 밝혔듯이 이태리 꼬모는 ‘세리코’(Serico)라는 공동브랜드를 개발하여 실크 향토산업의 인지도를 향상시키고, 제품을 홍보하고 있다.

공동 브랜드를 통해 품질의 향상과 기술개발도 도모할 수 있는 이점이 있다. 엄격한 품질심사를 통과해야만 공동브랜드를 부착할 수 있기 때문에 생산에게는 품질향상을 소비자에게는 제품에 대한 신뢰를 제공한다. 공동브랜드는 지방자치단체, 기업, 민간 전문가가 협력하여 개발하는 방식이 좋다.

이렇게 개발한 공동 브랜드는 전시 판매장, 전자상거래 등을 통해 공동마케팅을 추진하고, 인터넷이나 미디어 등을 통해 홍보함으로써 인지도를 향상시키는 전략을 모색한다. 전시 판매장의 경우 지자체별로 설치할 수도 있고 시·도별로 해당 시·군·구 공동브랜드 향토상품을 총괄한 전시장을 마련하여 지역내의 향토제품을 홍보할 수도 있다.

3) 전자상거래 추진

인터넷을 기반으로 하는 전자상거래는 전통적인 상거래와 비교할 때 다양한 이점을 보유하고 있다. 홍보 및 거래비용이 적게 들고, 시간이나 공간의 제약이 적다.

향토제품에 대한 인터넷 쇼핑몰을 구축하고 여기에 향토제품을 소개하고 인터넷상에서 거래가 이루어지게 함으로써 홍보 및 마케팅을 활성화시킬 수 있다.

이렇게 구축한 전자상거래망은 회원수가 많고 접속이 많은 홈페이지와 연계시킴으로써 광고 및 마케팅 효과를 극대화시킬 수 있다. 아울러 정보화 마을을 전자상거래로 활용할 수도 있다.

제3절 향토자원 개발 및 활용의 추진방안

1. 계획제도 도입

가. 「향토자원개발종합계획」의 수립

1) 도입취지

지역별로 특화된 향토자원을 체계적으로 개발·육성함으로써 지역경제를 활성화하고 나아가 국토균형발전을 도모하기 위해 국가와 지방자치단체가 적극적으로 추진해야할 시책과 사업을 하나의 계획적 틀속에 포함시켜 접근할 필요가 있다. 향토자원개발과 활용관련 시책이 개별 분산적으로 추진됨으로써 시책간에 연관성이 부족한 것을 방지하고 이들을 유기적으로 통합하

여 추진함으로써 시너지효과를 확보할 수 있기 때문이다. 단순화되고 체계화된 계획적 접근은 시책간의 유기성과 통합성을 확보할 수 있는 효과적인 수단이 될 수 있다.

지금까지 향토자원개발 및 활용은 이를 상위차원에서 포괄하는 국가 및 지역단위 계획이 전혀 수립되지 않고 개별부처의 단위 역점사업 정도로 추진됨으로써 장기적 개발구상과 육성전략이 부족하고 단기적 효과만을 추구하는 경향이 많았다. 그러나 최근 지역혁신과 특성화발전을 통한 자립형지방화로 국가균형발전을 구현하기 위해 제정된 『국가균형발전특별법』 제16조제3항이나 『新활력지역 발전구상(2004. 7.15)』에서 향토자원개발 및 육성은 국가균형발전 특히, 낙후지역 및 농산어촌지역개발의 핵심적 시책으로 자리매김을 하고 있는 실정이다. 이에 따라 『국가균형발전특별법』 제4조와 제6조에 의거하여 수립되는 국가차원의 『국가균형발전 5개년계획』과 시·도단위의 『지역혁신발전 5개년계획』에서 향토자원개발 및 활용은 매우 중요한 계획영역을 확보하고 있다. 이와같은 유사관련계획과 연계하여 향토자원 개발 및 활용시책을 중앙정부 및 지방자치단체가 중기적 안목에서 체계적이고 실효성있게 추진하기 위한 독자적인 계획적 틀 즉, 『향토자원개발 종합계획』을 수립할 필요가 있다.

2) 계획수립주체 및 절차

『향토자원개발종합계획』의 수립주체는 행정자치부장관이 되며 수립절차는 <그림 5-1>와 같다. 구체적으로, 행정자치부장관은 향토자원개발 및 활용을 위해 행정자치부, 농림부, 산업자원부, 중소기업청 등 관계 중앙행정기관이 추진하고자 하는 계획안과 시·도가 관할구역을 대상으로 추진하고자 하는 『지역향토자원개발계획』을 조정·총괄하여 『향토자원개발종합계획』

(안)을 작성하며, 범부처기구인 「향토자원개발위원회(가칭)」의 심의·의결을 거쳐 확정하도록 한다.

중앙행정기관이 소관별 계획안을 수립할 경우에는 계획내용에 대하여 해당시·도와 반드시 협의를 거치고, 시·도지사가 「지역향토자원개발계획」을 수립할 경우에는 관할 시·군·구와 협의하고 「시·도향토자원개발협의회(가칭)」의 심의를 거치도록 한다. 한편, 시·군·구는 시·도가 「지역향토자원개발계획」을 수립할 때에 원활한 협의를 위하여 관할구역을 대상으로 지역향토자원개발계획을 수립할 수 있으며, 이 경우에 「시·군·구향토자원개발협의회(가칭)」의 심의를 거치도록 한다. 결국 「향토자원개발종합계획」의 수립과정을 철저하게 공동생산적 과정을 거치게 함으로써 종래 중앙정부 주도로 일방적 계획수립-집행에 따른 폐해를 최소화해야 할 것이다.

3) 계획의 내용

행정자치부장관이 수립하는 「향토자원개발종합계획」에는 국가와 지방자치단체가 향토자원의 체계적 발굴과 개발·활용을 위해 역점적으로 추진해야 할 주요 시책과 이의 효율적 추진을 위한 투자재원 확보 방안 등이 포함된다. 동계획에 포함되어야 하는 주요 내용을 정리해 보면 다음과 같다.

- 향토자원개발 및 육성의 기본방향 및 목표에 관한 사항
- 향토자원의 조사 및 발굴에 관한 사항
- 향토자원의 연구발전 및 기술개발에 관한 사항
- 향토명품, 전문기업, 전문단지의 인증 및 지정, 육성에 관한 사항
- 향토자원활성 전문인력의 양성 및 교육에 관한 사항
- 향토자원 활용 상품의 마케팅에 관한 사항

나 사업이 관할구역을 넘어 연접자치단체에 까지 파급효과가 미치는 경우에는 다시말해, 2 이상의 특별시·광역시·도의 관할구역에 걸친 향토자원개발계획을 수립하는 경우에는 관할시·도지사가 협력하여 공동으로 수립 가능하도록 한다.

『지역향토자원개발계획』의 수립절차를 살펴보면, 우선 특별시장·광역시장·도 지사는 중앙(행정자치부장관)이 통보한 계획수립지침에 따라 관할구역을 대상으로 5년을 단위로 하는 계획을 수립한다. 앞서 언급된 바와 같이, 시·도 지사가 『지역향토자원개발계획』을 수립할 때에는 계획의 주요 사항에 대하여 관계 중앙행정기관의 장 및 관할 시장·군수·구청장과 반드시 협의를 거침으로서 종래 하향식 계획수립 패턴을 지양하고 상향적 계획으로 특성을 지니도록 한다. 시장·군수·구청장 역시 자체적으로 관할구역을 대상으로 지역향토자원개발계획을 수립할 수 있으며, 이 경우에 시·군·구에 설치된 『시·군·구향토자원개발협의회(가칭)』의 심의를 반드시 거치도록 함으로써 참여계획(participatory planning)으로서의 특성을 지니도록 한다.

한편, 시·도지사는 『지역향토자원개발계획』을 수립한 후에 『시·도향토자원개발협의회(가칭)』의 심의를 거쳐 이를 확정된 후 관계 중앙행정기관 및 『향토자원개발위원회(가칭)』에 제출하여야 하며, 수립된 『지역향토자원개발계획』을 변경하는 때에도 동일한 절차, 즉 『시·도향토자원개발위원회(가칭)』의 심의를 거쳐 이를 확정된 후 관계 중앙행정기관 및 『향토자원개발위원회(가칭)』에 제출한다.

여기서 『향토자원개발위원회(가칭)』는 시·도 『지역향토자원개발계획』간 조정이 필요하거나 보완이 필요한 경우에는 관계 시·도지사에게 해당계획의 수정 또는 보완을 요구할 수 있도록 하되, 수정·보완하여야 하는 사

항이 중요 사항에 해당하는 때에는 「시·도향토자원개발협의회의(가칭)」 심의·의결을 거치도록 한다. 특히, 시·도지사가 「지역향토자원개발계획」을 수정 또는 보완하는 경우에 다음 각호에 해당할 때에는 「시·도향토자원개발협의회의(가칭)」 심의·의결을 반드시 거치도록 하는 것이 바람직하다.

- 향토자원개발 및 활용의 목표 및 기본방향에 위배
- 향토자원개발 및 활용시책에 해당되지 않거나 우선순위가 매우 낮은 시책 혹은 사업
- 투자재원확보가 불가능한 사업
- 그밖에 「지역향토자원개발계획」의 효율적인 집행이 불가능한 사항

3) 계획내용

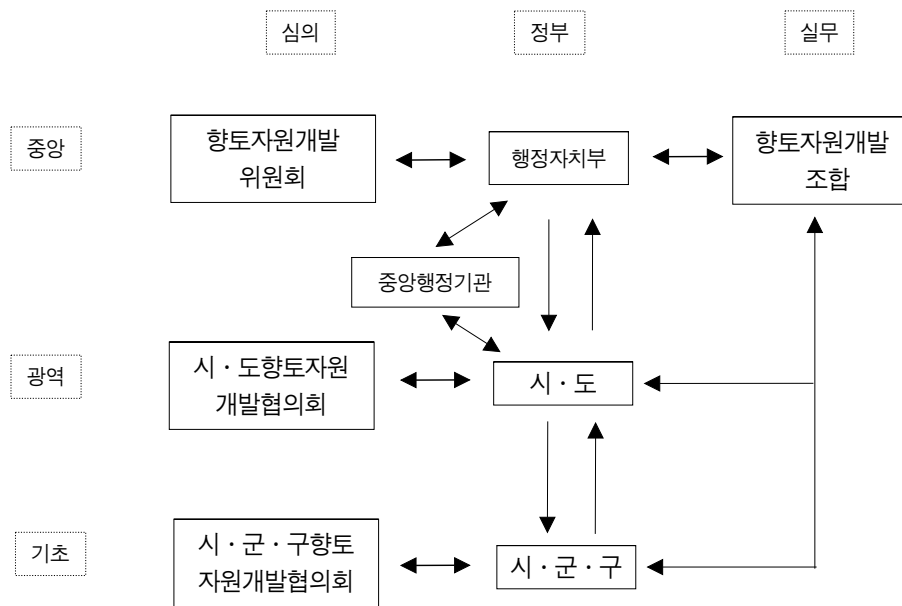
시·도지사가 수립하는 「지역향토자원개발계획」에는 지역이 향토자원개발 및 육성을 위해 자율적으로 추진하고자 하는 다음에 해당하는 시책 혹은 사업을 포함해야 한다.

- 지역향토자원개발 및 활용의 기본방향 및 목표에 관한 사항
- 지역향토자원의 조사 및 발굴에 관한 사항
- 지역향토자원의 연구발전 및 기술개발에 관한 사항
- 지역향토자원활용 전문인력의 양성 및 교육에 관한 사항
- 지역향토명품 전문기업, 전문단지의 지정 및 육성에 관한 사항
- 지역향토명품인정에 관한 사항
- 지역향토자원 활용상품(명품)의 마케팅에 관한 사항
- 투자재원의 조달에 관한 사항
- 기타 지역향토자원개발 및 육성을 위하여 필요한 사항

2. 전담기구 설치

향토자원개발과 육성을 위한 중앙 및 지역단위 계획의 수립·심의, 관련 시책의 개발 및 추진을 위한 전담기구의 설치가 필요하다. 전담기구는 중앙, 광역, 기초의 자치계층에 따라 정부기관, 심의기관, 실무지원기관 등으로 구분하여 설치하여 이들간의 역할분담을 명확하게 하고 그리고 이들 기관이 수평적, 수직적으로 상호연계되는 체제를 아래 <그림 5-2>와 같이 형성하는 것이 바람직하다.

<그림 5-2> 향토자원개발 및 육성 전담조직 체제



가. 「향토자원개발위원회」 설치

향토자원개발과 활용에 관한 중요 사항을 심의·의결하기 위하여 중앙단위에 범부처 기구를 구성·운영하고자 한다. 이는 향토자원개발과 관련된 시책들이 여러 부처가 관련되어 중복되어 사업추진이 이루어지고 있기 때문에 이를 상위차원에서 원활하게 조정·통합할 수 있는 기구를 설치 운영함으로써 시책간에 중복방지와 시너지효과를 거둘 수 있기 때문이다.

「향토자원개발위원회」는 범부처 심의·의결기구로 국무총리를 위원장으로 하고 행자부, 산자부, 농림부, 건교부, 중소기업청, 특허청 등 관계부처의 장과 지자체 대표 및 민간전문가로 구성할 수 있다. 이의 주요 기능을 살펴보면 다음과 같다.

- 향토자원개발의 기본방향과 관련정책의 조정에 관한 사항
- 향토자원 국가데이터베이스 구축에 관한 사항
- 향토자원개발종합계획 및 시행계획에 관한 사항
- 중앙 및 지방자치단체의 향토자원개발계획 수립지침에 관한 사항
- 향토자원개발시책 및 사업의 관리 및 평가에 관한 사항
- 향토자원개발기금의 운용에 관한 사항
- 향토자원개발조합의 설치운영에 관한 사항
- 향토자원개발시책 및 사업의 평가에 관한 사항
- 향토자원개발 기술이 보존 및 전승에 관한 사항
- 향토명품 지정 및 향토명인 지정에 관한 사항
- 향토자원 개발 컨설팅에 관한 사항
- 기타 위원장이 부의하는 사항

나. 「향토자원개발조합」 설치

향토자원을 효율적으로 개발하고 활용하기 위하여 국가 데이터베이스구축, 향토자원관련 연구·개발, 기술보급, 홍보 및 마케팅, 교육·연수 등 각종 지원업무를 실무적으로 전담할 기관을 설치할 필요가 있다. 특히, 향토자원개발과 관련된 전문적인 노하우와 기술이 부족한 관련 중앙부처 뿐만 아니라 지방자치단체를 지원하기 위하여 관료주의적 운영병폐를 방지하기 위하여 독립법인을 설치할 필요성이 높다.

「향토자원개발조합」은 지방자치법(제149조)상 지방자치단체조합 즉, 공법상 사단법인으로 설립하고, 그 운영재원은 정부출연금, 시·도 및 시·군·구 분담금, 기타 수익금 등으로 충당하도록 한다. 조합에 대한 지독·감독권은 향토자원개발 및 육성관련 주무부처인 행정자치부가 보유함으로써 실무적 지원이 원활하게 이루어 질 수 있도록 한다. 그렇지만 조합의 취지에 맞게 지방자치단체의 자발적 참여와 필요에 의해 조합을 운영한다. 특히 지방자치단체 조합원들은 향토자원 개발과 활용을 위한 수요를 제시하고, 이에 필요한 데이터베이스 구축 및 활용 등에 대한 기술개발 및 정보를 제공, 교류하는 거점으로 활용한다.

조합이 향토자원개발 및 육성을 위하여 수행할 수 있는 사업이나 지원사항을 살펴보면 다음과 같다.

- 향토자원의 국가 데이터베이스 관리
- 국내외 향토자원개발 사례 연구 및 개발·전파
- 향토자원개발종합계획의 수립 지원
- 향토자원 활용화사업의 단계별 사업화방안 개발·보급
- 향토자원의 재산적 가치 보장방안

- 향토자원활용 전문기업의 경영지원(기술, 마케팅, 판로개척 등)
- 향토명인 지정 및 인재육성 지원
- 향토자원 활용 모범사례 선정 및 표창
- 향토자원 활용 및 개발 기법 교재 발간
- 향토자원개발기금의 실무적 관리 및 집행
- 기타 향토자원개발 및 육성을 위하여 필요한 사항

다. 「지역향토자원개발협의회」의 설치

지역단위에서 향토자원개발 및 활용과 관련된 중요한 사항을 심의하기 위하여 시·도 및 시·군·구에 「지역향토자원개발협의회」를 설치하도록 한다. 종래와 같이 중앙 및 관주도를 탈피하고 지역과 주민주도 방식에 입각하여 향토자원을 개발·활용하는데 있어 지역거버넌스(governance)체제를 구축하기 위함이다. 즉, 관련기업 및 단체, NGO, 대학, 연구소 등을 위시한 다양한 지역소재 기관으로부터 선정된 대표자로 구성된 협의체로 지역단위의 향토자원개발계획을 심의하고 관련정책을 협의·조정하기 위함이다.

협의회는 의장 1인과 향토자원에 관한 학식과 경험이 풍부한 자중에서 시·도지사(및 시장·군수·구청장)가 위촉하는 위원으로 구성, 의장은 위원중에서 호선하는 방식으로 구성하고자 한다. 특히, 협의회의 효율적 운영을 위하여 분과협의회를 설치할 수 있으며, 협의회의 업무를 처리하기 위하여 사무기구를 둘 수 있도록 한다.

협의회는 지역단위에서 향토자원개발 및 활용과 관련되어 필요한 사업을 추진하거나 지원하는 역할을 하며, 이를 개략적으로 살펴보면 다음과 같다.

- 지역단위 향토자원개발의 중요사업의 조정에 관한 사항

- 지역단위 향토자원의 현황조사에 관한 사항
- 지역단위 향토자원개발계획의 수립에 관한 사항
- 향토명품 전문기업 지정 및 지원에 관한 사항(시·도에만 국한)
- 향토자원활용 상품의 공동생산 및 공동판매소 설치운영에 관한 사항
- 그 밖에 협의회의 의장이 부의하는 사항

3. 「향토자원개발기금」의 조성 및 운용

가. 조성 필요성

중앙정부 뿐만 아니라 지방자치단체가 추진하는 향토자원개발 및 활용과 관련된 시책과 사업에 대한 원활한 자금지원은 물론 특히, 재정력이 취약한 낙후지역을 적극적으로 지원하기 위하여 관련기금을 중앙단위에 설치한다. 「향토자원개발기금」을 중앙정부가 일정규모로 조성하여 중요 시책이나 사업추진에 필요한 자금을 안정적으로 확보할 수 있도록 지원하고 적시공급을 통하여 사업효과성을 제고할 수 있도록 하기 위함이다.

나. 조성재원 및 운영

「향토자원개발기금」의 조성재원은 정부출연금, 국가균형발전특별회계 전입금, 기타 기금 및 특별회계 전입금 등으로 이루어진다. 기금의 관리는 행정자치부장관이 하되, 다만 기금의 실무적 관리 및 집행은 「향토자원개발조합」에 위탁하여 처리한다.

기금을 운영함에 있어 통합적 혹은 포괄적 지원과 차등지원 원칙 반드시

고수토록 함으로써 기금운영의 지역내 효율성과 지역간 형평성을 확보토록 한다. 즉, 기금의 세출예산을 편성함에 있어 세분화되어 있는 다수의 유사 사업에 대한 예산을 하나의 사업으로 통합하여 포괄적으로 지원함으로써 시책추진의 신속성과 효율성을 제고토록 한다. 그리고 기금의 세출예산을 편성함에 있어 지방자치단체의 재정상황, 시책 및 사업평가 결과 등을 고려하여 일정한 기준에 따라 지원규모, 보조비율 등에 있어 차등지원함으로써 배분상 형평성을 확보토록 한다. 특히, 2 이상 지방자치단체의 관할구역에 효과가 미치는 사업을 당해 지방자치단체가 공동으로 추진하는 경우에는 해당 사업에 소요되는 경비를 예산편성시 우선적으로 반영토록 함으로써 사업의 효과성을 제고토록 유도한다.

제4절 『향토자원개발촉진법(가칭)』 제정

가. 제정배경 및 취지

향토자원을 활용하여 소득을 창출하는 등 지역발전을 제도적으로 지원하기 위한 『향토자원개발촉진법』 제정의 취지는 두 가지로 요약할 수 있다.

첫째는, 소득을 창출하고 지역발전을 도모하는 혁신주도형 지방발전전략의 핵심수단으로서 향토자원의 개발과 활용을 촉진하여 지역특성화발전을 통한 자립형지방화를 실현할 수 있도록 정부가 종합적인 지원방안을 마련하여 체계적으로 육성할 필요가 있다.

둘째, 향토자원의 조사·발굴, 재산적 가치보장, 상품화 및 사업화 등을 체계적으로 지원하기 위한 제도적 근거로서 향토자원개발 및 활용시책 및 지원에 관한 구체적 사항을 담은 향토자원개발촉진법(가칭)을 제정한다.

나. 제정목적

지역사회에 부존하는 향토자원을 체계적으로 개발·활용하여 지역특성화 발전을 촉진함으로써 지역의 소득창출을 통하여 지역간의 불균형을 해소하고 국가균형발전을 실현하는데 기여하기 위함이 제정의 목적이라고 할 수 있다.

다. 법안의 주요내용

- 총칙: 제정목적, 용어정의
- ‘향토자원개발 종합계획’ 수립
 - 기본계획 및 시행계획
 - ‘지역향토자원개발 종합계획’ 및 시행계획
- 향토자원개발 및 활용관련 주요 시책
- 향토자원개발 추진체계
 - 향토자원개발·육성협의회
 - 시도 및 시군구 향토자원개발협의회
- 향토자원개발기금의 설치·운영
- 부칙

제6장 요약 및 정책제언

제1절 연구요약

향토자원의 활용 및 개발이 지역발전 패러다임 변화의 요체가 되고 있다는 판단에서, 본 연구는 향토자원의 활용 및 개발을 통한 지역발전방안을 모색함에 연구의 목적이 있었다.

연구의 목적을 달성하기 위해 먼저 이론적 검토를 통해 향토자원이 지역발전의 새로운 수단이 되고 있음을 부각시켰으며, 향토자원의 개념정의를 토대로 활용측면에서 향토자원을 4가지로 유형화했다. 그리고 난 다음 향토자원 활용·개발의 과정과 특징을 고찰했다. 이는 본 연구의 이론적 배경구축과 실태분석의 준거를 마련하는 과정이었다.

이론검토를 토대로 향토자원 활용의 실태, 시책의 현황과 문제점을 분석했다. 활용실태 분석대상은 원형자원관광형, 축제 및 이벤트형, 관광산업복합화형, 산업화형에서 모범적인 사례들이었다. 분석의 결과 이들사례의 성과를 견인한 요인이 (1) 창의성과 독특성 있는 테마선정, (2) 지방자치단체의 리더십과 인프라 공급, (3) 주제와 일관된 다양한 프로그램의 개발, (4) 협력네트워크의 구축과 활용, (5) 향토자원 특성에 적합한 지원제공, (6) 유형별, 단계별 적절한 지원 등임이 밝혀졌다. 이같은 성과와 함께 향토자원 활용의 유형별, 단계별 개선점을 도출했다.

아울러 현재 우리나라의 향토자원 활용 및 개발에 대한 시책을 분석했다. 그결과 향토자원활용에 대한 제도기반 구축의 미흡, 지원체계의 분산과 비효율, 공공의 비즈니스 마인드 부족, 권리화 중심의 활용전략 등이 시책의

주요한 문제점으로 나타났다.

이에 더해 정책대안의 토대로 해외사례를 분석했다. 사례분석의 대상은 일본, 유럽, 미국이었으며, 해외사례의 시사점은 다음과 같았다. (1) “다른 지역과 같으면 가짜”라는 인식하에 철저하게 특성화된 활용전략 추구, (2) 기초자치단체, 전국차원에서 체계적인 향토자원의 조사 및 데이터베이스구축, (3) 향토자원활용에 대한 중앙의 컨설팅 및 교육 제공, (4) 모범사례선정 및 표창, (5) 향토자원 활용에 대한 체계화된 법제구축 등을 통해 향토자원을 활용, 개발하고 있는 점을 확인하였다.

이같은 토대위에서 우리나라의 향토자원 활용 및 개발에 대한 정책대안을 모색하였다. 정책대안은 기본방향, 유형 및 단계별 활용방안, 향토자원 개발촉진법(안) 마련의 체계로 구성했다. 정책대안의 기본방향은 지방이 주도적으로 향토자원을 개발하며 중앙은 이를 지원하는 체계, 행정주도에서 비즈니스마인드로서의 향토자원활용, 마련된 향토자원활용 정책들의 체계적 운용을 도모하기 위한 제도적 기반을 마련하는 것으로 설정했다. 기본방향 아래 제5장에서 제시된 향토자원 유형별, 개발단계별로 구체적인 대안을 개발했다.

본 연구의 한계는 향토자원의 활용 및 개발이 향토자원의 수만큼이나 다양함에도 불구하고 불가피하게 4개로 유형화하여 분석과 대안을 마련하다 보니, 본 연구에서 포괄하지 못하는 부분이 많았다는 점이다. 후속연구를 통해 보완되어야 할 점이라고 할 수 있다.

제2절 정책제언

본 연구에서 제시한 정책대안을 토대로 향토자원 활용 및 개발을 통해 지역발전을 도모하기 위해서는 발상의 전환이 무엇보다 중요하다. 지역발전의 패러다임 변화는 과거와 사뭇 다른 마인드를 요구하고 있기 때문이다.

마인드 전환의 핵심은 두 가지라고 할 수 있다. 하나는 공공영역에서의 비즈니스 마인드 내지 기업가주의의 함양이며, 다른 하나는 협력에 대한 인식의 증대이다. 종래와 같이 행정주도가 아니라 비즈니스 마인드 주도로 향토자원을 활용해야 한다. 그것은 행정적 마인드가 카마하기에 버거운 지역적 특성과 다양성을 내포하고 있고, 무엇보다 지역의 활력을 불어넣고 자생적 발전을 도모하기 위한 소득을 창출해야 하기 때문이다.

또 중앙, 지방, 지역사회의 수평적인 협력이 요구되고 있다. 향토자원의 경쟁력을 향상시키기 위한 혁신은 종래와 같은 수직적 관계가 아니라 수평적인 협력관계를 통해 창출되기 때문이다. 이제 중앙은 지방발전에 대한 하나의 파트너 역할을 담당해야 하며, 이를 위한 제도기반을 제공해야 한다. 지방은 향토자원 활용의 실질적인 주체로 다양한 주체들과 지역발전을 위한 지혜를 짜내야 한다.

본 연구에서 개발 제시한 정책대안들은 이같은 마인드의 전환 속에서 집행될 때 정책의 실효성이 한층 배가될 것이다. 공공영역의 정책마인드 전환과 동시에 향토자원의 가치에 대한 민간의 관심을 제고시켜야 한다. 이를 위해서는 일본과 같은 향토자원 발굴에 대한 시상제도가 좋은 참고가 될 것이다. 결국 이러한 마인드 향상은 지역경제 활성화와 함께 지역에 대한 정체성 향상에도 기여하는 바가 클 것이다.

【참고문헌】

- 강신겸, “농촌관광의 가능성과 발전방향,” CEO Information, 제333호, 삼성경제연구소, 2002.
- 권오혁·조기현 외, 「지역전략산업육성을 위한 지방자치단체의 역할」, 한국지방행정연구원, 2002.
- 권태준, “경제의 세계화에 대한 정치의 지방화,” 『환경논총』, 제32권, 1994.
- 김선기, 「향토자산활용 지역축제의 마케팅 전략」, 한국지방행정연구원, 2003.
- 김춘식·남치호, 『세계 축제경영』, 서울: 김영사, 2002.
- 김현호, “지역자산의 브랜드 마케팅,” 『지역경제 새싹이 돋는다』, 삼성경제연구소, 2003.
- 김형국, 『고장의 문화관측: 세계화시대에 지방이 살길』, 학고재, 2002.
- 김홍래, 『지방재정의 이론과 실재』, 박영사, 2004.
- 다까노 도시후미, 『일본 가나자와시의 지방발전연구와 그 한국적 함의에 관한 연구』, 서울대학교 석사학위논문, 2002.
- 박소연, 『생태환경축제를 통한 장소마케팅에 관한 연구: 무주 반딧불축제를 사례로』, 서울대 석사학위논문, 2003.
- 성주인, 『인사동의 장소상품화에 대응한 정체성 운동에 관한 연구』, 서울대학교 석사학위논문, 2000.
- 소진광, “사회적 자본형성을 통한 지방자치와 지역발전의 연계화방안,” 『지방행정연구』, 제18권 제2호, 한국지방행정연구원, 2004.
- 신지원, 『도자기산업의 특성화에 관한 연구: 경기도 이천시를 사례로』, 서울대학교 석사학위논문, 2004.

- 이소영, 「지역문화의 장소마케팅 전략수립에 관한 연구: 서울시 인사동을 사례로」, 서울대학교 석사학위논문, 1999.
- 전영옥, “문화자원 개발과 지역활성화 전략”, 이슈페이퍼, 삼성경제연구소, 2004.
- 전영옥 외, 「지역경제 새싹이 돋는다」, 삼성경제연구소, 2003.
- 정근식 외, 「일본 산촌의 지역경제와 사회정책」, 경인문화사, 2001.
- 문화관광부, 「한국의 지역이벤트」, 2001.
- 문화개혁시민연대, 「2003 축제평가 보고서」, 2003.
- 특허청, 「2004년 지식재산통계연보」, 2004.
- 한국지방행정연구원 외, 「향토산업 육성방안」, 전라남도, 2004.
- Amin, A., “Beyond Associative Democracy,” *New Political Economy*, Vol. 1, No. 3, 1996, pp. 309-333.
- Amin, A and S. Graham, “The Ordinary City,” *Trans. Inst. Br. Geography*, Vol. 22, 1997, pp. 411-429.
- Appadurai, A., “Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy,” *Theory, Culture and Society*, Vol. 7, 1990, pp. 295-310.
- Cox, K. and A. Mair, “Urban Growth Machines and the Politics of Local Economic Development,” *International Journal of Urban and Regional Research*, Vol. 13, 1989, pp. 137-146.
- Crang, P., “Cultural Turns and the (Re)Construction of Economic Geography,” R. Lee and J. Willes(ed.), *Geographies of Economies*, Aenold, 1997, pp.3-15.

- Dowling, R. "Planning for Culture in Urban Australia," *Australian Geographical Studies*, Vol. 35m No. 1, 1997, pp. 23-45.
- Fainstein, S. S., "Promoting Economic Development: Urban Planning in the United States and Great Britain," *Journal of the American Planning Association*, Vol. 57, 1991, pp. 22-33.
- Gold, J. R. and S. V. Ward, *Place Promotion: The Use of Publicity and Marketing to Sell Towns and Regions*, John Wiley and Sons, 1994.
- Hall. T., *Urban Geography: Routledge Contemporary Human Geography*, Routledge, 1998.
- Harvey, D., "From Managerialism to Enterpreneurialism: the Transformation in Urban Governance in Late Capitalism," *Geografiska Annaler*, Vol. 71B, 1989, pp. 3-17.
- Kearns, G. and C. Philo(ed.), *Selling Places: The City as Cultural Capital, Past and Present*, Pergamin Press, 1993, .pp. 1-8.
- Kotler, P. et als(ed.), *Marketing Asian Places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States and Nations*, John Wiley & Sons, 2002.
- Sayer, A., "The Dialectic of Culture and Economy," R. Lee and J. Willes(ed.), *Geographies of Economies*, Arnold, 1997, pp. 16-26.

Ward, S. V., "Time and Place: Key Theme in Place Promotion in the USA, Canada and Britain since 1870," *Place Promotion*, 1994, pp. 53-74.

Jessop, B., "Post-Fordism and State," A. Amin(ed.), *Post-Fordism: a Reader*, Oxford: Blackwell, 1994, pp. 251-279.

MacLeod, G. and M. Goodwin, "Space, Scale and State Strategy: Rethinking Urban and Regional Governance," *Progress in Human Geography*, Vol. 23, No. 4, 1999, pp. 503-527.

Zukin, S., *The Culture of Cities*, Cambridge, MA: Blackwell, 1995.

<http://kccf.or.kr>

http://region2001.kccf.or.kr/res/DATA/area_fr_16.htm

<http://www.tour.go.kr/resource>

<http://www.pref.aichi.jp/chiiki/LRDA/top.html>

<http://www.city.vonezawa.vamagatajp/reiki/honbun/am70004931.html>

http://chushinshigaichi-gojp/support/H14_3/soumu.htm

<http://www.parkcity.org/citydepartments/specialevents/index.html>

【Abstract】

Strategies for Utilizing Territorial Assets for Regional Development

Territorial assets have become an effective means to an alternative regional development strategy. Despite globalization, the importance and competitive advantages of territorial assets have increased because of their territorial embeddedness and character of 'not being substituted' .

There exist many local governments in Korea which are possessing competitive territorial assets enabling to create income and jobs. Unfortunately they are not acquainted with the way to develop and utilize territorial assets because they hardly have paid any attention to developing and utilizing them. Therefore a variety of territorial assets have not been utilized and their full potentialities of regional development have not been cultivated.

In this context, the purpose of this study is to search for policy recommendations and measures for developing and utilizing territorial assets. This study, especially, focuses on drawing some useful instruments with which local governments can apply to their regional peculiarities.

This study consists of six chapters where Chapter 1 describes the background, objectives, methodology, and scope of this study.

Chapter 2 discusses the theoretical bases upon which the development and utilization of territorial assets can found, composed of three parts. In the first part, the concept of territorial assets is defined and their characteristics are discussed in detail. The second part discusses the meanings and effectiveness of territorial assets in regional development. The four types of territorial assets development and utilization are operationally categorized in the last part, and their features and processes are described in a concrete fashion.

Chapter 3 attempts to analyze the status quo associated with territorial assets development and utilization of local governments in Korea, and to examine the institutional framework circumscribing territorial assets development and utilization. For those analyses, representative successful cases within each 4-types are selected from which common features - those exemplified by the selection of creative and originative territorial assets, leadership and delicate planning of development and utilization, the development of various programs and products for the selected territorial assets, and cooperation with partnership have been extracted out. On the contrary, there also exist some problems including an incomplete

investigation of territorial assets, the less adoption of one-territorial asset source with multi-use approaches, and the shortage of brand and artifacts development.

With regard to the effectiveness of policy and institution provisions for development and utilization, the following important problems turned out to be obvious; 1) no effective institutional means to support the utilization of territorial assets, 2) lack of entrepreneurship in local governments, 3) intellectual right protection-oriented utilization, 4) underutilization of cultural and environmental territorial assets, 5) no concerns about territorial assets utilization and development considering their category and procedure.

Chapter 4 investigates foreign cases including Japan, Europe, and the United States of America. Meaningful policy implications are drawn from them, encompassing the selection of differentiated strategy on the basis of place-specific assets, the close examination and competitive evaluation of territorial assets, the provisions of consulting with territorial assets utilization from central government, local government initiatives in territorial assets development and utilization.

Chapter 5 suggests policy directions and strategic measures for the development and utilization of territorial assets. This chapter consists of three parts, mainly in the respect of policy directions, policy measures basing upon the categories and

procedures related to the development and utilization of territorial assets, and the improvement of legal and institutional system. It is stressed here that four factors, including the creative development and utilization of territorial assets led by local governments and supported by central government, the detailed local and national survey of territorial assets as well as a close evaluation of their competitiveness, the database construction of territorial assets, the full-commodification of territorial assets, cooperation among various actors, and an enactment of the promotion of territorial assets development – would become most critical in utilizing territorial assets for regional development.

지역발전을 위한 향토자원의 개발 및 활용방안

발행일 : 2004년 12월 31일

발행인 : 김 홍 래

발행처 :

서울특별시 서초구 서초동 1552-13

Tel. 02)3488-7300

판매처 : 한국 행정 DB 센터

Tel. 02)2269-7206

<http://www.admindb.co.kr>

인쇄처 : 현대에드.컴

Tel. 02)2275-8125

E-mail: hprint@empal.com

* 출처를 밝히는 한 자유로이 인용할 수는 있으나 무단전제나 복제는 금합니다.
ISBN 89-7865-269-7 93350

