

## 그린 투어리즘 활성화 방안에 관한 연구\* -보성군 지역을 중심으로-

송 경 환\*\*

### A Study on Activation of Green Tourism - with an Emphasis on Boseong County -

Song, Kyung-Hwan

Green tourism is a stay-flow activity between people in urban and rural area, using a natural view, tradition, and life in agricultural area. And green tourism provides rest, recreation, and new experience for people living in urban area as well as opportunities to increase income for people in rural area. In recently, amenity is rapidly rising as a main factor for a regional competitiveness. Boseong county shows a typical agriculture industrial structure with a weak independent base, but has a beautiful tea fields in full seasons. Boseong county is making an effort to activate the regional economy, but the result fall short of one's expectation. Several methods to activate the green tourism of Boseong county are as follows: i) introduction of specialized theme relating Boseong green tea; ii) provision of information regarding tourist resort and development of experience-program related to green tea business; iii) establishment of a sales network of products through accommodations in private houses; iv) establishment of networks among regions to achieve systematic sales of tourist experience, accommodations in private houses, and local speciality simultaneously.

Key words : *greentourism, experience-program*

## I. 서 론

한·미 자유무역협정(FTA), WTO 도하개발아젠다(DDA) 농업협상 등으로 국내·외 농업·

\* 이 논문은 순천대학교 2005년도 학술연구비 공모과제로 연구되었음.

\*\* 순천대학교 농업경제학과 교수

농촌 환경이 급변하고 있다. 향후 관련 협상이 어떻게 전개되더라도 분명한 것은 농산물 시장개방이 확대되면서 농가소득 하락과 불안정성이 높아질 것으로 전망된다. 이처럼 농업 및 농촌에 대한 위기의식이 고조되면서 정부는 농외소득 증대와 지역사회 활성화를 해결하기 위한 하나의 수단으로 그린 투어리즘을 제시하고 있다.

농촌이 전통적인 농업생산만으로는 경쟁력을 유지할 수 없는 상황에서 농촌에 존재하는 다양한 어메니티를 활용한 농촌 관광은 농촌 활성화의 대안으로 주목받을 수밖에 없다. 우리나라와 유사한 농업환경을 경험한 유럽과 일본 등에서는 이미 오래전부터 농촌지역 활성화 전략으로 그린 투어리즘을 채택하여 성공적으로 정착시켜가고 있다.

최근 국내관광 여건도 주 5일 근무제 및 수업제의 정착 등으로 여가시간이 증가하고 국민연금시대가 도래함에 따라 관광에 대한 수요는 증가할 것으로 예상된다. 이와 더불어 국민소득의 향상, 자연환경에 대한 인식제고 등에 따라 농업·농촌의 체험형 여가활동으로 정의되는 그린 투어리즘도 비약적으로 발전하게 될 것으로 전망되고 있다. 한국관광연구원에서는 2010년에 총 국민 관광객 수가 606백만명으로 증가될 것으로 전망되며 이 중에서 60% 이상의 관광객이 농촌지역을 방문하게 될 것으로 추정<sup>1)</sup>하고 있다.

이처럼 그린 투어리즘은 도시인들의 인식전환 및 변화하는 수요에 부응하여 농촌을 재편성해 가는 과정을 통해 농촌은 이제 생산의 장소이기보다는 소비의 장소로, 놀이와 휴식, 체험의 장소로 새로이 재편되고 있으며 농촌주민들로 하여금 농업행위를 수행하면서 농촌이 지니고 있는 문화와 전통을 보전하고 동시에 도시 주민들과 사회적 접촉을 지속적으로 유지하게 하고 있다.

그린 투어리즘은 농촌 어메니티의 시장가치로의 전환 또는 시장 내부화과정이라 할 수 있으며 선진국 사례에서 볼 수 있듯이 농촌지역 활성화에 중요한 계기로 작용하였다. 최근에는 지역의 경쟁력을 결정하는 핵심요소로서 어메니티가 급부상하고 있으며 보성군 또한 자립기반이 취약한 전형적인 농어촌지역의 산업구조를 어메니티를 활용한 그린 투어리즘으로 극복하려 하고 있다. 그러나 정부의 관련 정책들이 각 부처별로 무분별하게 중복 집행되고, 프로그램 또한 대부분 비슷하게 진행되면서 과연 농촌 현장에서 정책적 효과를 거둘 수 있을 것인지에 대한 의구심마저 나타나고 있으며 보성군 또한 유사한 실정이다.

이와 같은 문제의식 하에 이 연구는 보성지역 관광객 조사를 통해 보성군 관광 여건, 관광객들의 실태 및 욕구와 문제점은 무엇인지를 분석하여 타 지역과 차별화할 수 있는 보성지역의 그린 투어리즘 활성화 방안을 강구하는데 목적을 두고자 한다.

1) 한국관광연구원(2001), 국민관광수요예측자료(내부자료), 한국관광연구원.

## II. 그린 투어리즘 의의 및 보성 지역의 여건 분석

### 1. 그린 투어리즘의 의의

지역개발이란 일정한 지역을 대상으로 그 지역이 지니고 있는 인적·물적 자원의 능력을 최대한 개발함으로써 그 지역의 경제적인 가치를 향상시키고 지역 또는 국가의 발전을 촉진코자하는 제 노력이라고 정의 된다.<sup>2)</sup>

과거의 농촌공간에 대한 농업중심적인 투자만으로는 농촌의 경제적인 어려움을 타개할 수 없다는 공감대가 형성되어 있고 농촌지역에 대한 새로운 이해를 바탕으로 보다 광범위한 개발방식이 논의되면서 그 실천적 방법으로서 그린 투어리즘이 각광을 받고 있다.

그린 투어리즘(Green Tourism)이란 개념은 사용하는 사람 및 국가에 따라서 반드시 일치하지 않으며 그 용어 또한 다양하다. 즉, 유럽에서는 그린 투어리즘과 같은 의미의 내용을 갖는 용어로서 농촌관광(rural tourism), 부드러운 관광(soft tourism), 대안관광(alternative tourism), 인간적인 관광(human tourism), 자연관광(nature tourism), 책임 있는 관광(responsible tourism), 생태관광(eco-tourism), 지속가능한 관광(sustainable tourism) 등 다양하게 사용되고 있다.<sup>3)</sup>

일본의 그린 투어리즘 연구회(농림수산성 구조개선국 자문기관)에서는 “푸르름이 충만한 농촌지역에서 그 지역의 자연, 문화, 예술, 사람들과의 교류를 즐기는 체재형 여가활동”으로 정의하고 있다.

우리나라 농림부는 그린 투어리즘을 “농산촌의 자연경관과 전통문화, 생활과 매개로 한 도시민과 농산촌 주민간의 체류 형 교류활동”을 말하며, 도시민에게는 휴식·휴양과 새로운 체험의 공간을 제공하고, 농촌지역에는 농산물 판매, 가공 특산품 생산·판매, 관광·음식물 판매 등 소득기회를 제공하여 지역의 활성화에 기여할 수 있는 활동이라고 정의하고 있다.

그린 투어리즘의 의의는<sup>4)</sup> 첫째, 농촌지역의 자연환경을 보전하고 창조한다. 즉 그린 투어리즘은 자연환경에 역행하는 것이 아니라 자연과 더불어 지역을 발전시키는 사업이다. 둘째, 그린 투어리즘은 지역자원의 개발, 활용, 지역성 창조를 촉진한다. 즉 농촌에 도시민을 위한 자연학습의 장을 제공하고 자연탐방, 생태교육, 체험학습, 산촌학습, 지역의 전문적인 자연 및 지역문화교육 프로그램을 개발하여 지역과 도시의 교류의 장을 확보하는 역할을 한다. 셋째, 그린 투어리즘은 농촌지역 주민의 소득증대에 도움을 준다. 민박을 통한 관광 수입뿐만 아니라 농가가 생산한 농산물을 방문객에게 판매하여 소득을 창출한다. 넷

2) 윤원근(2005), “농촌지역개발정책의 개선방향”, 한국농업정책학회.

3) 山崎光博外(1993), “グリーンツーリズム”, 家の光協會.

4) 유승우·최동주(2001), “일본 그린 투어리즘 정책의 특징과 시사점”, 농촌경제 제24권 3호.

째, 그린 투어리즘은 생활환경을 정비하고 국토의 균형적 발전을 도모한다. 즉 그린 투어리즘으로 지역기반 정비를 하는 과정에서 지역의 공공시설확충과 복지시설이 도입되고 이것은 지역민에게 안락과 삶의 질 향상을 자연스럽게 유도한다.

이처럼 그린 투어리즘은 단순히 농어촌지역의 소득증대만이 아니라 지역 정주권을 새롭게 진흥시키고 전 국토의 효율적 이용과 환경보전, 지역문화보전, 농촌 활성화 등에 있어서 경쟁력을 강화시키며 다양한 경제외적 효과를 창출하는데 기여한다.

## 2. 보성군의 지역 여건

보성군은 우리나라 최남단으로 전라남도 남부의 중앙에 위치하고, 동쪽으로는 순천, 서쪽으로는 장흥, 남쪽으로는 고흥, 북쪽으로는 화순과 접하고 있으며 면적은 663.36km로 전남의 약 5.5%를 차지하고 있다.

인구는 2005년 말 현재 53,145명이며, 이 중에서 65세 이상 노령인구는 13,473명으로 25.4%를 차지하고 있으며, 산업 구조를 보면 1차 산업에 약 70%, 2차 산업에 10%, 3차 산업에 20%가 종사하여 전형적인 농업지역임을 알 수 있다<sup>5)</sup>.

보성군은 국내에서 가장 많은 1,110ha의 차밭을 갖고 있으며 아울러 산비탈을 개간해 조성한 차밭이 대부분이기에 맛과 향이 야생차에 비해 조금도 뒤떨어지지 않는 고급차가 생산되는 곳이다. 특히 다원은 해발 350m의 활성산 자락에 위치하여 물 빠짐이 좋고 주야간의 온도차가 크며 안개가 많은데 이 같은 보성지방의 기후는 좋은 차를 생산하기에 더할 나위 없는 환경으로 천혜의 자연조건을 보유하고 있다.

이밖에도 울포 해수욕장, 녹차 해수 휴양타운, 제암산 자연휴양림, 일림산 철쭉군락지 등의 관광자원을 다수 보유하고 있다. 특히 보성군의 어메니티를 구성하는 주요소는 구룡지에 자리 잡은 다원이 연출하는 독특한 경관으로 사시사철 푸르른 모습은 도시민들이 어느 계절에 찾아오더라도 그 경관의 아름다움을 느낄 수 있다. 어메니티로서 다원은 농업 생산물의 부산물로서 이색적인 경관이라는 외부효과를 낳고 있는 전형적인 모델이라 할 수 있다.

## 3. 지역경제 속에서 보성 녹차산업의 위치

국민 소득수준의 향상과 더불어 건강과 삶의 질에 대한 관심이 높아지고 녹차가 우리의 건강은 물론 삶의 질을 높이는 하나의 테마로 인식됨에 따라 매년 녹차에 대한 수요는 증가하고 있다.

5) 보성군(2006), 보성군 통계연보.

보성 녹차는 1차 산업자원으로서 소득면에서 지역 내 타 산업보다 우위를 점유하고 있으며, 최근에는 녹차산업을 가공 및 관광산업의 중심의 2~3차 산업으로 확대함에 따라 고부가가치가 창출됨으로서 보성군의 주요 소득원으로 자리 매김하고 있다.

보성군 주요 산업의 품목별 생산액을 보면<sup>6)</sup> 녹차산업이 1,184억원으로 미곡생산액 1,104억원보다 높으며 그밖에 광업/제조업, 한우보다 높은 생산액을 나타내고 있다.

〈표 1〉 보성군 주요 산업의 품목별 생산액 비교

(단위 : 억원)

품목별	녹차	미곡	제조업	갑각류	한우	보리	전체
급 액	1,184	1,104	928	288	323	101	3,902

자료 : 오산원(2002), “보성 녹차산업이 지역경제에 미치는 영향”, 한국정보시장연구소

<표 1>에서 나타난 바와 같이 보성군의 녹차관련 연간 소득은 전체소득의 약 30%를 차지하고 있으며, 부문별 수입내역을 보면 연간 녹차수입액은 생엽 기준으로 130억 9천만원, 녹차 가공식품 527억 9천만원, 녹차관광수입 339억 8천만원, 녹차산업 고용효과 50억 1천만원으로 구성되어 있다.

〈표 2〉 보성 녹차 생산 추이

(단위 : ha, t, kg)

구 분	면적(ha)	생산량(ton)	kg/10a
2000	428	642	
2001	461	691	
2002	518	960	
2003	551	966	174
2004	646	1,131	175
2005	885	1,246	230

자료 : 보성군, 보성군 통계연보, 2006.

보성군 녹차 재배면적은 <표 2>에서 나타난 바와 같이 2000년 428ha에서 2005년 말 현재 885ha로 약 2.1배가 증가하였으며 생산량도 동 기간 동안 642t에서 1,246t으로 증가하였으며 10a당 수확량도 급격히 증가하는 추세임을 알 수 있다.

6) 오산원(2002), “보성 녹차산업이 지역경제에 미치는 영향”, 한국정보시장연구소.

〈표 3〉 연도별 관광객 수

구 분	내국인	외국인	합 계
1999(A)	1,032,584	12,180	1,044,764
2000	2,866,780	9,050	2,875,830
2001	3,424,229	14,139	3,438,368
2002	4,044,720	4,366	4,049,086
2003	5,583,597	9,137	5,592,734
2004	5,764,022	11,002	5,753,020
2005	5,979,992	8,460	5,971,532

자료 : 보성군, 보성군 통계연보, 2006.

보성군의 연도별 관광객 추이를 살펴보면, 1999년 1,044천명이던 것이 2000년에 2,875천명으로 1년 만에 2.76배가 증가하였으며, 2005년에는 5,971천명으로 1999년에 비해 5.7배가 증가하였다. 이와 같은 관광객의 증가는 무엇보다 웰빙에 대한 소비 트렌드의 변화와 TV 드라마를 통한 간접홍보 효과로 보성=녹차의 고장이라는 이미지가 국민들에게 깊게 인식되어 나타난 결과로 여겨진다.

### Ⅲ. 보성군 그린 투어리즘 실태 분석<sup>7)</sup>

관광객 실태조사는 2005년 보성다원과 녹차 해수당을 찾은 관광객 400명을 대상으로 실시되었다

〈표 4〉 방문 시 교통수단

(단위 : %)

구 분	자가용	대중교통	전세버스	기타	합계
구성비(%)	63.6	18.1	17.1	1.2	100.0

자료 : 송경환 외(2005), 보성 녹차산업의 지역 경제적 역할의 조사자료

방문 시 교통수단을 보면 자가용이 63.6%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 대중교통과

7) 송경환 외 3인(2005), “보성 녹차산업의 지역 경제적 역할”, 보성군 용역보고서.

전세버스의 순서로 나타났다. 학생들의 경우에는 대중교통 수단을 이용한 비율이 53.9%로 높은 편이었다.

〈표 5〉 여행지로 보성을 선택한 이유

(단위 : %)

구 분	자연경관	녹차이미지	다양한 볼거리	교통편리 및 저렴한 비용	기타	합계
구성비(%)	52.5	31.9	7.3	3.0	5.3	100.0

자료 : 이하 조사자료

여행지 선택시 고려 사항으로는 자연경관이 52.5%를 차지하여 가장 높았으며, 다음으로 “녹차이미지”가 31.9%로 높게 나타났다. 이 밖에 “다양한 볼거리”가 7.3%, “교통편리 및 저렴한 비용”이 3.0%로 나타났다.

〈표 6〉 보성에 대한 관광 정보 입수 방법

(단위 : %)

구 분	TV, 라디오	주위 사람	홈페이지	신문, 잡지	기타	합계
구성비(%)	39.2	32.1	17.0	8.2	3.5	100.0

보성에 대한 관광정보 입수방법으로는 “TV 및 라디오”를 통해서가 39.2%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 “주위 사람들의 추천”과 “홈페이지를 통해서”가 각각 32.1%와 17.0%로 높게 나타났다.

〈표 7〉 “보성”하면 연상되는 장소

(단위 : %)

구 분	다원	울포 녹차 해수탕	주암호 주변경관	제암산 휴양림	합계
구성비(%)	95.2	3.5	1.0	0.3	100.0

“보성”하면 연상되는 장소로는 다원이 95.2%로 절대적으로 높게 나타났으며, 연령별로는 50세 이상 층에서 울포 녹차 해수탕이 12.7%로 상대적으로 높게 나타났다.

〈표 8〉 보성에서 체류기간

(단위 : %)

구 분	3시간 이하	6시간 이하	1박 2일	기타	합계
구성비(%)	43.3	31.0	24.0	1.7	100.0

방문자의 보성 체류시간은 3시간 이하가 43.3%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 6시간 이하가 31%로 나타나 74.3%가 6시간 이하로 나타났다. 그러나 이것을 관광객의 거주지를 대상으로 분석해 보면 전라도권 이외에 거주하는 관광객은 약 40%가 1박 2일 정도 체류하고 있는 것으로 나타났다.

〈표 9〉 방문객 1인당 지출액

(단위 : 원)

구분	식사비	숙박비	특산품	기타 음식비	교통비	유흥비	입장료	주차료	기타	총액
금액	18,751	13,043	9,501	7,295	5,959	3,928	1,988	827	6,809	68,100

방문객 1인당 지출 총액은 68,100으로 조사되었으며, 지출 비용 중 식사비와 숙박비의 비율이 높은 것으로 나타났다. 연령별로 분석해 보면 40세 미만의 지출비용이 73,114원으로 가장 높게 조사되었으며, 60세 이상은 49,657원으로 상대적으로 지출액이 낮은 것으로 조사되었다.

방문객 1인당 지출액이 이처럼 낮게 나타난 것은 보성 관광은 다원의 경관을 감상하고 둘러 스쳐 지나가는 코스로 인식하고 있기 때문으로 판단된다. 이것은 다양한 관광자원의 홍보 부족이나 프로그램의 부재에도 기인한 것으로 보이며 관광객의 체류기간을 늘릴 수 있는 대안이 강구되어야 할 것이다.

〈표 10〉 관광객 만족도

(단위 : 명)

구 분	매우 만족	약간 만족	보통	약간 불만족	매우불만족	평균
응답자 수	48	185	135	18	4	3.67

“관광객 만족도”는 5점 척도법으로 조사하였는데 5에 근접할수록 긍정적인 응답이며 1에 가까울수록 부정적인 응답임을 알 수 있다. “관광객 만족도조사”에서는 평균 3.67로 긍정적인 것으로 나타났으며, 학생과 자영업의 직업군에서 만족도가 높은 것으로 조사되었다. 그러나 숙박시설이나 부대시설에 대한 만족도 조사에서는 2.87로 나타나 평균 만족도



에 비해 미치지 못하는 것으로 나타났으며 특히 회사원과 전문 직업군에서 부정적 응답의 비율이 높은 것으로 나타났다.

〈표 11〉 보성 관광의 재방문 의향

(단위 : 명)

구 분	매우 그렇다	그렇다	보통이다	그렇지 않다	매우 그렇지 않다	평균
응답자 수	81	208	91	17	3	3.88

관광객들에게 보성을 재방문할 의향이 있는가에 대한 설문에서는 <표 11>에서 나타난 바와 같이 보성 관광의 만족도 보다 약간 높은 3.88로 보성에 재방문 의사가 매우 높은 것으로 나타났다.

〈표 12〉 보성 관광산업 개선사항

(단위 : %)

구 분	프로그램 및 관광코스 개발	정보제공	숙박시설	네트워크의 부족	기타	합 계
구성비(%)	32.6	20.1	20.1	18.8	8.4	100.0

보성군 관광산업 발전을 위한 개선 사항으로는 “프로그램 및 관광 코스 개발”이 32.6%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 “정보제공”과 “숙박시설”이 각각 20.1%로 나타나 다양한 관광프로그램 및 자원 발굴에 노력해야 할 것으로 판단된다.

## IV. 그린 투어리즘의 활성화 방안

### 1. 보성지역 그린 투어리즘의 문제점

첫째, 관광 프로그램의 부족을 들 수 있다. 보성지역 관광의 문제점에서 가장 높게 나타난 것은 “관광코스 및 프로그램의 개발”로 32.6%의 관광객이 응답하여 현재 보성관광은 관광객들의 욕구를 충족시키지 못하고 있으며, 관광객의 체류시간도 74.3%가 6시간 미만으로 매우 짧게 나타나 이에 대한 대책이 요구되고 있다.

둘째, 관광객들의 다양한 관광 정보의 부족이다. 보성군은 다원뿐만 아니라 울포 해수욕장, 녹차해수탕, 제암산 자연휴양림 등 풍부한 지역 어메니티를 보유하고 있다. 그러나 보

성을 찾는 관광객들은 “관광정보의 부족”을 두 번째로 높게 응답하여 다원이외의 지역에 대한 관광 정보제공이 미흡한 것으로 나타났다.

셋째, 관광객을 위한 숙박시설의 미비를 들 수 있다. 관광객의 23.1%가 향후 보성관광에서 개선해야 할 문제점으로 “숙박시설의 부족”문제를 지적하고 있다. 보성지역의 관광은 다원을 활용한 농촌 경관형으로 분류할 수 있다. 따라서 체험을 주로 하는 체험형 유형에 비해 방문객의 체류기간이 짧을 수밖에 없는 실정이다. 그러나 2006년 한 해 동안 보성을 찾은 관광객 수는 600만 명이며, 매년 이 또한 증가 추세를 보이고 있음을 볼 때 이에 대한 대안이 필요한 실정이다.

넷째, 네트워크 구축 미비로 인한 관광자원의 비효율적 활용이다. 보성군은 지역 내 다양한 관광자원과 체험프로그램 등을 보유하고 있지만 관광객들에게는 단지 보성=녹차밭이라는 인식으로 인해 지역 내 다양한 어메니티에 대한 관심은 미약한 실정이다. 보성지역 관광의 문제점에서도 “네트워크 구축 미비”를 18.8%가 지적하여 보성지역의 관광자원의 효율적 활용을 위한 대책이 요구되고 있다.

## 2. 그린 투어리즘의 활성화 방안

첫째, 특화된 테마 발굴 및 이미지 상품화를 해야 한다.

그린 투어리즘의 추진은 도·농간 교류증진을 통해 도시민에게는 휴식을, 농촌지역은 소득의 증대를 가져온다. 이를 위해서는 지역이 지닌 개성과 자원을 유효하게 활용하여 그 매력을 어떻게 도시에 알리는가가 매우 중요한 문제이다. 결국 지역을 방문하는 도시민에게 그 지역의 매력 포인트를 어떻게 전달할 것인가의 문제이다.

현재 우리나라에서 행해지고 있는 농촌관광은 농촌지역의 생활체험, 농사체험 등과 더불어 각 지역 명승지를 패키지화시켜 관광 상품으로 운영하는 형태로 전국 어디를 가더라도 거의 비슷한 테마와 프로그램으로 운영되어 도시민들의 만족도는 매우 낮은 실정이다.

보성군의 관광산업 개선사항에서도 <표 12>에서 나타난 바와 같이 “프로그램 및 관광코스 개발”에 대한 요구가 가장 높게 나타났다. 따라서 보성군의 농촌관광 활성화를 위해서는 무엇보다 지역특성을 살릴 수 있는 사업계획의 수립과 추진방법으로 지역의 특화된 계획 수립과 이를 토대로 다양한 지역자원의 발굴과 차별화된 프로그램이 도입되어야 한다. 미국 미주리주 브랜슨시의 노인 가족 휴양 프로그램의 도입<sup>8)</sup>이나 일본 북해도 지역의 이케다초(地田町) 지역의 와인이미지 상품화, 구주 유후인의 가족 보양온천 상품개발 등의 좋은 사례<sup>9)</sup>에서 볼 수 있듯이 보성 또한 녹차와 연계된 이미지의 지역상품화를 도입하여야

8) City of Branson, Homepage

9) 류선무 외(2003), 「그린 투어리즘 이론과 실제」, 백산출판사.

한다. 결국 보성의 녹차이미지를 지역 사회와 연계하여 특화하고 사업을 추진해야 하는데, 사업의 효과를 극대화하기 위해서는 무엇보다 지역전체의 테마 조성과 더불어 전체 구성원의 자발적 참여가 선행되어야 할 것이다.

둘째, 관광객을 위한 다양한 체험프로그램을 개발해야 한다.

국민소득의 증대와 여가 시간의 확대 등으로 관광객의 수가 비약적으로 증가하고 있다. 이와 같은 추세에 따라 농업분야에서도 다양한 여가·체험·교류활동이 활발하게 진행되고 있으며 계속 증가하는 추세에 있다.

따라서 도시민들의 다양한 욕구를 충족시키기 위해서는 농촌 여가 체험프로그램을 다양하게 개발하여 보급할 필요가 있다. 체험프로그램의 도입은 자기 지역만의 독창성을 발휘하여 체류시간을 늘리고 부가가치를 증대시킬 수 있는데 이를 위해 농촌지역 주변의 생산 환경, 역사문화 환경, 자연환경을 활용하여 유인 요소를 창출해내는 것이다.<sup>10)</sup>

체험프로그램을 개발하기 위해서는 가장 먼저 지역 자원의 면밀한 분석, 이용과 운영가능성에 대한 검토가 선행되어야 하며 다음으로 다양한 고객층에 대한 욕구를 파악하는 것이 필요하다. 그래서 각 지역별로 지역 유형에 적합한 프로그램을 선택하여 사업을 추진, 적용시키는 것이 사업성공의 중요한 전략이라고 할 수 있다.

보성 지역을 찾는 관광객들도 3장의 <표 12>에 나타난 바와 같이 보성지역 관광의 문제점으로 “체험프로그램의 부족”을 지적하였는데 이것은 지자체 차원의 종합적이고 체계적인 홍보 전략이 필요할 것으로 판단된다. 또한 체험프로그램의 도입은 현장에 살고 있는 지역 주민들이 개발해야 하며, 보성의 지역자원과 연계된 프로그램 예를 들면 보성의 어메니티를 활용한 차 만들기, 다도 예절, 녹차 음식 만들기, 다기 만들기, 녹차 특산품 만들기, 녹차 탕 체험 등 녹차의 이미지와 연계하는 것이 무엇보다 요구된다.

셋째, 민박사업 활성화를 통한 생산물의 안정적 판매망을 구축해야 한다.

도시민이 농가에서 체재하고 농산촌의 일이나 생활을 체험할 수 있는 숙박시설이 체험민박이다. 농가체험민박은 풍부한 자연환경을 활용하여 도시민들에게 다양한 농작업 재배나 수확의 즐거움 등을 실제로 맛볼 수 있게 한다.

보성 관광객 중 25.7%인 약 150만 명이 1박 이상을 체류하고 있는 것으로 나타났는데 도시민의 농촌 민박은 단순한 민박수입 이상의 의미를 갖는다. 즉 민박 체험활동은 도시민과 농민, 지역 주민간의 상호이해를 통해 신뢰를 구축하고 이를 바탕으로 지역 주민이 생산한 생산물의 안정적인 판로 구축으로 농가소득증대와 지역경제 활성화에 기여할 수 있기 때문이다.

<표 11>에서 나타난 바와 같이 보성을 찾는 관광객들의 재방문 의향은 매우 높은 것으로 나타나, 이것을 지역 농가의 소득으로 연결시키는 것이 무엇보다 중요하다. 이를 위해서 보

10) 류선무(2003), 「농촌관광 성공전략」, 경북대학 청농관광농업연구소

성군은 관광객의 욕구를 충족시킬 수 있는 지역 농특산물을 갖추어야 하며 더 나아가 소비자 욕구에 부응할 수 있는 농업생산시스템으로 전환이 필요하다.<sup>11)</sup>

넷째, 그린 투어리즘 활성화를 위해 다양한 정보제공과 지역간 네트워크를 구축해야 한다.

관광이 활성화되기 위해서는 무엇보다 방문객들의 다양한 욕구를 충족시킬 수 있어야 한다. 예를 들면 그린 투어리즘에 참여하고자 하는 도시민들에게 그린 투어리즘을 실시하고 있는 마을, 농가, 지역에 대한 상세정보를 제공해 주고, 한편으로는 그린 투어리즘에 대한 도시민들의 수요 파악과 그린 투어리즘을 실시하는 주체간의 네트워킹으로 그린 투어리즘에 관련된 정보획득이 가능하도록 하는 종합적인 정보시스템의 구축이 요청된다. 이를 위해서 농가, 마을, 지역, 그리고 중앙단위를 하나로 묶어 그린 투어리즘 포털사이트를 구축할 필요가 있다.

즉 그린 투어리즘을 실시하는 마을과 농가, 지역에 대한 상세정보를 D/B화하여 정보관리 체계를 구축하고 이를 바탕으로 그린 투어리즘의 지원정책을 효율적으로 수행할 수 있는 방안을 모색할 필요가 있다.

<표 12>에서 나타난 바와 같이 “네트워크의 부족”은 결국 보성군 관광자원의 한계를 역설적으로 나타내고 있다고 할 수 있다. 따라서 이러한 한계를 극복하기 위해서는 지역 간, 농가 간 네트워크 구축이 필요하다.

## V. 요약 및 결론

최근 한·미 FTA 등 농업협상으로 인해 농업부문의 개방이 가속화될 것으로 보이며 농촌 지역은 농산물 가격하락에 따른 농가소득 감소로 지역경제의 어려움이 더욱 가중될 것으로 예상되고 있다. 이러한 농촌에 대한 위기의식이 고조되면서 정부는 농외소득 창출을 위한 다양한 정책대안을 제시하고 있다.

그린 투어리즘이란 “농산촌의 자연경관과 전통문화, 생활과 매개로 한 도시민과 농·산촌 주민간의 체류 형 교류활동”을 말하며, 도시민에게는 휴식·휴양과 새로운 체험의 공간을 제공하고, 농촌지역에는 소득기회를 제공하여 지역 활성화에 기여할 수 있는 활동을 의미한다.

최근에는 지역의 경쟁력을 결정하는 핵심요소로서 어메니티가 급부상하고 있으며 보성군 또한 지역경제의 어려움을 극복하기 위한 하나의 대안으로서 타 지역과 차별화된 어메니티를 활용한 농촌관광이 주목받고 있는 실정이다. 일본 북해도 이케다초(地田町)의 와인 이미지 상품화, 구주 유후인의 가족 보양 온천, 미국 미주리주 브랜슨의 가족 오락 프로그램

11) 유정규(2003), “우리나라 농촌관광정책의 주요내용과 개선과제”, (사)농정연구센터, 농정연구 8호.

램 도입 등은 어메니티를 활용한 대표적 성공사례라고 할 수 있다.

따라서 전형적인 농어촌지역인 보성군도 어메니티를 활용한 지역경제 활성화방안이 요구되고 있는 실정이다. 보성군의 그린 투어리즘 활성화를 위해서는 첫째, 보성 녹차와 연계한 테마 발굴 및 이미지 상품화, 둘째, 수요자 중심형 녹차 관련 체험프로그램 개발, 셋째, 민박사업 활성화를 통한 생산물의 안정적 판매망 구축, 넷째, 다양한 정보제공과 지역 간 네트워크 체계가 구축되어야 할 것이다.

[논문접수일 : 2007. 5. 2. 최종논문접수일 : 2007. 6. 18.]

## 참 고 문 헌

1. Kathleen Van Buskirk. 1998. Bringing Books to the Ozarks - A Branson Advanture - City of Branson, Homepage.
2. 山崎光博外. 1993. グリーーツーズム. 家の光協會
3. 국가균형발전위원회. 2006. 살기 좋은 지역 만들기. 제이플러스에드.
4. 농정연구센터. 2003. 농정연구 통권 8호.
5. 류선무. 2003. 농촌관광 성공전략, 경북대학 청농관광농업연구소.
6. 류선무 외. 2003. 그린 투어리즘의 이론과 실제. 백산출판사.
7. 보성군. 각 년도 통계연보.
8. 송경환. 2005. 보성 녹차산업의 지역경제적 역할. 보성군청 용역보고서.
9. 오산원. 2002. 보성 녹차산업이 지역경제에 미치는 영향. 한국정보시장연구소.
10. 오산원. 2004. 소비자 의식변화에 따른 한국 녹차산업 신 패러다임과 발전방안. 한국정보시장연구소.
11. 우경식. 2005. 관광마케팅. 기문사.
12. 유승우·최동주(2001), 일본 그린 투어리즘 정책의 특징과 시사점. 농촌경제 24(3).
13. 유정규. 2003. 우리나라 농촌 관광정책의 주요내용과 개선과제. (사)농정연구센터. 농정연구 8호.
14. 윤원근. 2005. 농촌 지역 개발정책의 개선방향, 한국농업정책학회.
15. 정기환. 2001. 농촌 지역 활성화를 위한 그린 투어리즘 정책의 발전방향. 농촌경제 24(2).
16. 천종은. 2005. 보성 녹차산업의 현황과 전망. 정문사.
17. 한국관광연구원. 2001. 국민관광 수요예측 자료(내부자료). 한국관광연구원.