CEO Information(제333호)
2002. 1. 30
내용문의 : 강신겸 연구원(3780-8269)
배포문의 : 3780-8189

CEO Information의 全文을
인터넷 포털사이트(http://www.seri.org)에서
보실 수 있습니다.
초기화면에서 Data Base → CEO Information

농촌관광의 가능성과 발전방향

2002. 1. 30

- 목 차 -

Ⅰ. 농촌관광이 농촌활성화의 대안으로 부상..... 1
Ⅱ. 농촌관광의 의미와 국내외 동향..... 5
Ⅲ. 국내외 성공사례..... 10
Ⅳ. 발전방향..... 21

Ⅰ. 농촌관광이 농촌활성화의 대안으로 부상

설 땅을 잃어 가는 농업과 농촌

□ 농업기반이 침하하면서 농가부채가 급증하고 도·농간 소득격차 확대

- 수입농산물 급증 → 국내 농산물 공급과잉과 가격하락 → 농가수지 악화 → 농업기반 침하의 악순환 고리가 작동

- 농가부채는 2000년말 기준 27조 9,500억원으로 가구당 2,020만원

- 1994년 농가소득이 도시가구의 99.5% 수준이었으나 2000년에는 80.5%로 소득격차가 확대
  · 일본의 경우 농가소득이 도시근로자 소득보다 20~30% 높음

가구당 농가경제

(천원)

	농가소득	농업소득	농외소득	농가부채
1997년	23,488	10,204	8,677(36.9%)	13,021
2000년	23,072	10,897	7,432(32.2%)	20,207

주 : ( )안은 농가소득에서 차지하는 농외소득 비중

□ 농가인구 감소 및 노령화로 생산활동이 위축되고 농촌사회가 공동화

- 농가인구 비율 : 55.1%(65년) → 15.5%(90년) → 9.7%(2000년)
  · 50세 이상 고령 농업인구가 전체의 75% 이상

- 희망을 잃은 농민들은 정부 대책을 요구하며 가두 시위에 나서는 중

□ 난개발로 농촌경관이 파괴되고 있고, 도시지역에 비해 생활여건과 복지 인프라가 취약

- 1994년 준농림지 제도가 시행된 이후 농촌에 고층아파트, 공장, 도로 등이 빠르게 확산되었고 무계획적인 개발이 지속

- 경관이 수려한 지역에는 러브호텔과 음식점이 들어서 농촌고유의 경관을 훼손

열악한 농촌생활환경과 복지기반(2000년)

▶ 수세식화장실 설치율 : 도시지역 84.2%, 농어촌지역 43.8%
▶ 인구 10만명당 병상수 : 도시지역 5,996개, 농어촌지역 2,545개
▶ 의사 1인당 인구 : 도시지역 614명, 농어촌지역 1,517명
▶ 전국 47,357개의 농촌마을 중 문화복지시설이 전혀 없는 곳이 52.2%
▶ 교육 및 정보화 기반에서도 도농간 격차 심화(정보화지수 격차 24%)

숨막히는 도시생활과 삶의 질 저하

□ 수도권에 인구와 경제활동이 과도하게 집중

- 70년대 이후 수도권 집중 억제와 지역균형 발전을 도모했으나 실효성 있는 대안을 찾지 못했음

- IT 등 첨단산업이 수도권에 입지하면서 非수도권과의 격차가 더 확대

□ 도시민의 생활은 편리해졌으나 전체적으로는 삶의 질이 악화

- 인구, 산업, 경제, 문화 등 모든 것이 도시에 집적되어 이에 따른 부작용이 심각
  · 녹지공간 부족과 만성적인 교통체증으로 대기환경이 크게 악화

- 서울은 인구밀도 1만 7,000명/㎢의 세계 최고의 과밀도시(국토면적의 0.6%에 인구의 22%가 거주)

▶ 서울에 살고 있는 외국인 대상 여론조사 결과, 응답자의 23%가 서울이 살기에 나쁘다고 응답
- 교통체증(26%), 환경오염(24%), 편견(16%), 비싼 물가(10%)

□ 직장인들은 장시간 노동에 종사하며 육체적, 정신적 스트레스가 누적

- 우리나라의 주당 실근로시간은 평균 55시간으로 세계 최고

- 성인 남자의 40대 사망률이 미국, 일본 등 선진국의 두배 이상

□ 식품첨가물, 잔류농약, 수입농산물 등의 안전성에 대한 불안도 확산

- 소득수준이 높아지고 건강에 대한 관심이 높아짐에 따라 유기농산물 등 안전한 먹거리를 선호

□ 2002년 7월 주5일 근무제가 도입될 예정이지만 이를 뒷받침할 수 있는 여가 문화와 관련 인프라가 아직 미흡

- 여가생활 1위는 TV 시청, 2위 휴식·수면, 3위 가사잡일 등
(통계청, 사회통계조사보고서, 2000)

- 도시민들이 여가를 즐기고 싶어도 교통, 숙박시설, 관광상품 등의 인프라가 불충분

농촌관광이 농업·농촌과 도시생활의 문제를 동시에 풀 수 있는 대안

□ 주5일 근무제 도입 등 본격적인 여가시대를 맞이하여 농촌이 새로운 관광지로 부상

- 농촌에 남아 있는 소박한 인정, 전통문화, 자연경관 등이 도시민들의 까다로와진 여가 욕구를 충족시킴

- 농촌사회는 도시민의 여가활동을 새로운 소득원으로 인식

□ 농촌관광은 도시와 농촌 모두에게 이익이 되는 윈-윈 게임

- 농촌은 도시민에게 휴식·휴양과 색다른 체험을 할 수 있는 공간을 제공

- 도시민은 민박, 농산물 구입 등을 통해 농가소득 증대에 기여하며 침체되어 있던 시골마을을 활성화시킴

□ 최근 농촌관광에 대한 관심이 높아지고 있고 일부 성공사례가 나타나기 시작

- 농업·농촌이 침체되는 가운데 농촌관광이라는 새 싹이 자라나는 중·농민들의 자각, 도시민의 여가의식 성숙, 정부의 정책적 지원 등이 농촌관광의 가능성을 여는 촉진제

- 농림부의 경우 작업팀을 구성, 도시자본 유입방안 등을 마련하는 중

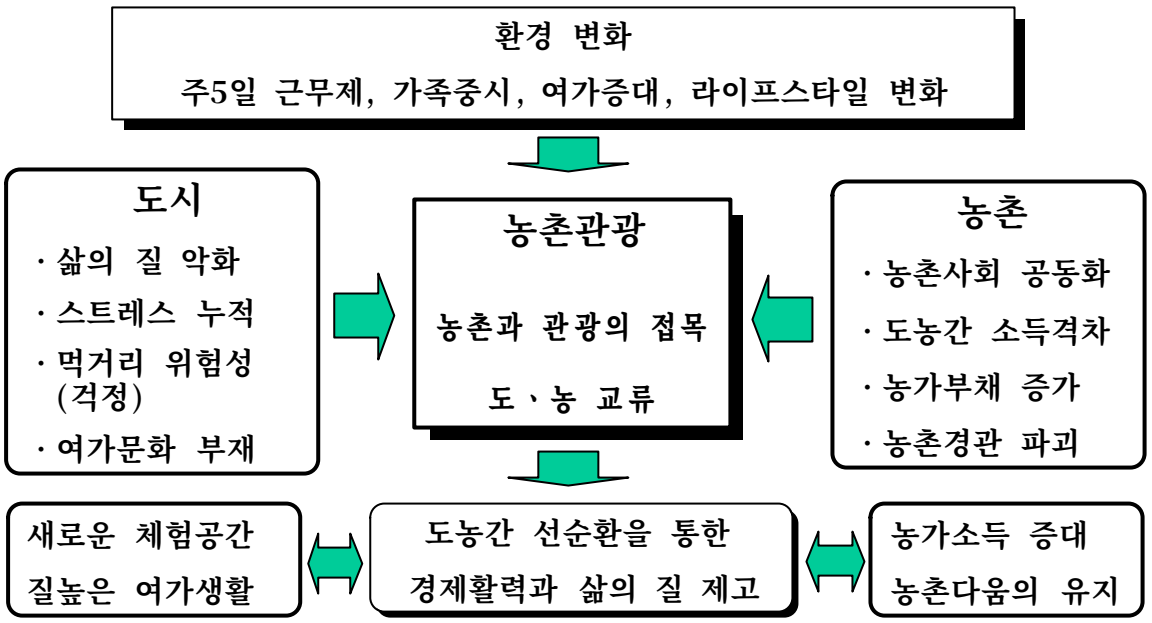
논의중인 도시자본의 농촌유입 방안 (농림부)

▶ 2002년 1월 24일 농촌개발국장을 팀장으로 하여 작업팀을 구성했고, 2월 중순 결과를 발표할 예정

▶ 검토 중인 내용들

- 도시민이 농지를 구입할 수 있도록 규제를 완화
- 도시자본의 농업·농촌 투자에 대해 각종 세금 및 부담금을 감면
- 주말농원, 펜션, 연수원 등 농촌관광을 활성화하고 도농교류를 확대
- 농촌인프라 정비, 한계농지 활용 등으로 지역개발을 촉진

농촌관광의 배경과 기대효과



Ⅱ. 농촌관광의 의미와 국내외 동향

농촌관광의 의미

□ 농촌관광은 도시민들이 농촌다움이 보존된 농촌에 머물면서 그곳의 생활을 체험하고 여가를 즐기는 것을 의미

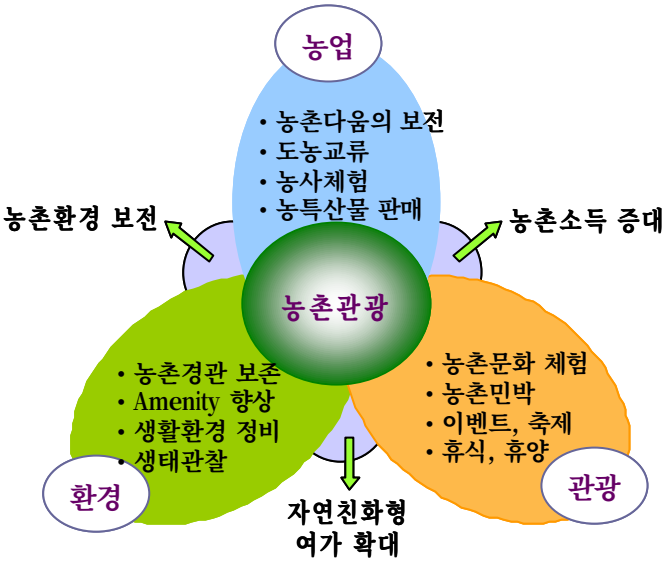
- 농촌관광과 유사한 개념인 녹색관광(green tourism)은 '환경친화적 체험관광'의 의미가 강함

녹색관광(green tourism)의 어원

프랑스에서 관광활동이 이루어지는 지역에 따라 푸른바다가 있는 해안에서의 관광을 청색관광(blue tourism), 눈덮힌 산악지역에서의 관광을 백색관광(white tourism), 녹음이 짙은 전원지역에서의 관광을 녹색관광(green tourism)이라고 명명

□ 농촌관광의 목표는 ▷농촌주민의 삶의 질 증대 ▷농촌환경의 보전 ▷관광객 만족의 균형있는 달성 등임

농촌관광의 의미



- 농촌관광은 농촌과 도시에 주는 부정적 영향을 최소화하면서 긍정적 편익을 극대화할 수 있는 지속가능한 개발전략

▶ 경제적 측면 : 차별화된 관광시장 형성과 농촌의 소득향상
▶ 사회적 측면 : 주민의 자발적인 참여를 통해 지속적 농촌지역 활성화를 유도
▶ 환경적 측면 : 농촌다움을 보전하고 차별화된 쾌적하고 아름다운 환경을 조성
▶ 제도적 측면 : 일회적인 자금 지원보다 필요한 제도와 기반을 갖추는데 중점

선진국의 앞선 경험

□ 농촌관광은 당초 휴가기간이 긴 유럽지역에서 저비용 여가행태로 출발

- 유럽에서 산업화가 상당한 수준에 이른 1960년대에 장기 휴가가 확산되었고, 이에 따라 저비용 숙박시설에 대한 수요가 급증

- 영국과 프랑스 등이 정책적으로 농촌민박을 육성
  · 농촌인구 유출로 인한 지역 쇠퇴를 방지하고 농촌에 남아 있는 건축물과 문화를 보존하는 것이 육성의 목적

- 전국적 조직망을 갖추고 품질관리 및 예약시스템을 도입
  · 프랑스의 지트(Gites), 영국의 Farm Holiday가 대표적인 조직

□ 일본에서는 90년대 경기침체가 장기화하자 낙후된 농촌의 활성화 대책으로서 농촌관광에 본격적으로 관심을 기울이기 시작

- 유럽이 숙박시설 중심으로 접근한 것과는 달리, 일본은 종합적인 지역 활성화 수단으로 인식

- 정부가 나서 농촌리조트 정비, 농가민박 육성 등을 추진
  · '농산어촌체재형 여가활동을 위한 기반정비 촉진에 관한 법률(1995)', 일명 「그린투어리즘법」을 제정

국내의 농촌관광 동향

□ 80년대부터 정부 주도로 관광농원, 휴양단지, 농촌민박마을, 주말농원 등 농촌관광 사업을 추진했으나 크게 활성화되지는 못함

- 1984년부터 추진된 관광농원은 2000년까지 1,340억원의 국고를 지원, 400여개소가 지정되었으나 절반 이상이 휴·폐업

- 양적으로는 성장했으나 운영주체의 경영능력 부족, 과다한 시설투자 등으로 경영이 부실화
  · 시설확충에 치우쳤고 체험프로그램, 마케팅 등 소프트웨어가 부족

농촌관광 시설 현황

(백만원, 개소)

연도	계 (지원액)	휴양단지		관광농원		민박마을	
		지구수	지원액	지구수	지원액	지구수	지원액
1998	152,432	8	14,600	379	116,759	235	21,073
1999	7,800	-	-	(33)	5,199	17	2,601
2000	4,715	1	2,000	10	11,720	14	1,543
계	164,947	9	16,600	389	133,678	266	24,217

주 : ( )는 신규 지정이 없이 계속 지원만 있었던 경우

□ 2001년부터 농업·농촌에 대한 위기의식이 고조되고 주5일 근무제 도입이 임박하면서 각 부처가 농촌관광 관련 시책을 경쟁적으로 도입

- 양평군, 순창군, 금산군, 함평군 등 자치단체들도 농촌관광을 지역활성화의 대안으로 선택
  · 양평군은 'Eco Doctor's Town(생태건강마을)'을 모토로 설정
  · 순창군의 군정지표는 '그린투어 순창'

부처별 농촌관광 관련 정책 (2002년)

◇ 행정자치부 : 아름마을 가꾸기 사업(8개소)
◇ 농 림 부 : 녹색농촌체험마을 사업(18개소)
◇ 농촌진흥청 : 농촌전통테마마을 사업(9개소)
◇ 농업기반공사 : 문화마을 조성사업(40개소)
◇ 산 림 청 : 산촌휴양마을 조성사업(17개소)
◇ 해양수산부 : 어촌체험관광마을 개발사업(5개소)

농촌관광의 성공패턴

□ 농촌관광은 여건수요와 행태의 변화에 따라 진화·발전하고 있음

- 도시민의 관광패턴이 체재형 및 체험형, 가족중심으로 변화하고 환경보전에 대한 관심이 증대

- 농업은 다수확에서 다품종 소량생산으로, 생산에서 판매로 이동

- 농촌관광의 사업모델도 네트워크형으로 변화하고, 하드웨어보다 감동이 있는 소프트웨어가 중시됨

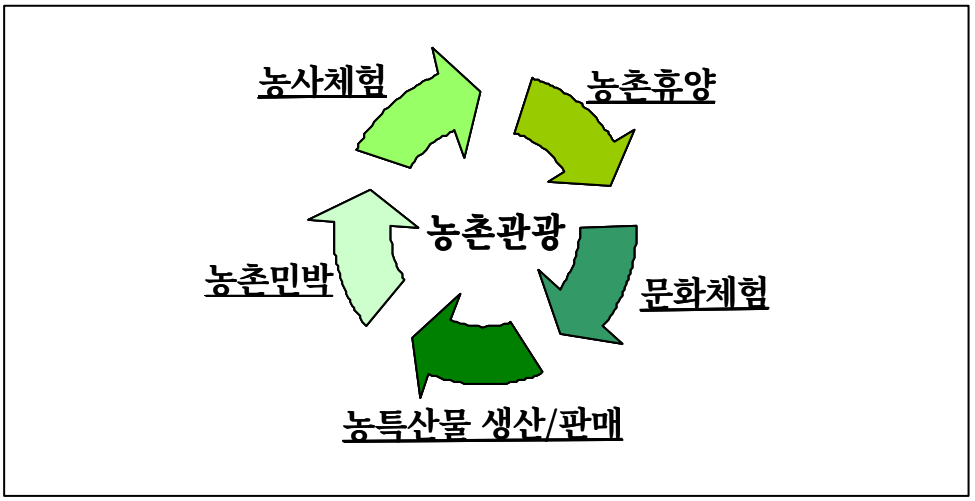
농촌관광을 둘러싼 여건 변화

	현 재	미 래
도시민의 관광패턴	이동형, 단체중심	체재형 및 체험형, 가족중심
농업방식	다수확, 생산중심	다품종소량생산, 판매중심
환경관점	환경 훼손	환경 보전
사업모델	개별 농가, 단독마케팅	네트워크 구축, 공동마케팅
관광상품	하드웨어 중심	소프트웨어 중심

□ 여건변화를 감지하고 앞서 변신하는 농촌들에서 성공사례들이 등장

- 농촌관광의 성공사례는 농사체험, 농촌휴양, 농촌문화 체험, 특산물 판매, 농촌민박 등 5가지 패턴으로 나타남

농촌관광의 성공패턴



Ⅲ. 국내외 성공사례

1. 농사체험

미국 래리랜드 농장 : 수확의 기쁨을 상품화

http://www.pickyourown.com

□ 메릴랜드 주 「래리랜드(Larriland)」농장은 워싱턴 D.C. 인근지역에서 가장 유명한 과일 및 채소농원

- 1963년부터 목장을 운영하던 래리 무어(Larry Moore)씨는 전망이 불투명하자 잔디를 재배하여 판매

- 잔디가 토양을 악화시킨다는 것을 알고서 1973년터 과수를 심기 시작해서, 현재는 280에이커의 과일 및 채소농장으로 발전
  · 4명의 자녀와 함께 가족이 가꾸고 운영하는 체험농장

□ 봄부터 늦은 가을까지 온갖 과일과 야채를 가꾸어놓고 워싱턴 인근의 도시민들을 유치

- 5월 하순 딸기가 익으면 문을 열어 크리스마스까지 농장을 개장
  · 조생종 딸기를 시작으로 6월 중순 체리, 7월 초 9월 중순 복숭아를 수확하고 12월에는 크리스마스 트리를 판매

□ 도시민들이 부담없이 싱싱한 농작물을 수확하고 쇼핑하도록 하는 것이 인기를 끄는 비결

- 과일뿐 아니라 시금치, 상추, 콩, 토마토, 브로콜리, 스콰시 등 신선한 야채를 재배 및 구매토록 함

- 고객들은 농장에 마련되어 있는 비닐봉지에 야채를 따서 담은 후에 계산을 함
  · 가격은 도시지역 슈퍼마켓의 절반 이하이며, 싱싱한 것이 최고의 장점

- 가족단위 도시민들이 주말에 주로 찾아오며, 평일에는 각급 학교에서 견학 및 체험학습을 오는 학생들로 만원을 이룸

포천 교동마을 : 농사체험 프로그램을 앞서 도입

□ 논농사 위주의 교동마을은 농산물을 단순 생산·판매해서는 미래가 없다고 보고, 체험민박(farm-stay)마을로의 변신을 추진

- 마을 리더격인 이수인씨가 1994년에 한 관광학 교수의 '보고, 듣고, 느끼는 예술적 농업을 하자'는 강의를 듣고 감명받은 것이 계기가 됨
  · 1995년 일본 농촌을 방문한 후 체험민박으로 방향을 설정

□ 1999년부터 6개 농가가 협력해서 체험민박 프로그램을 운영

- 한탄강, 제2땅굴, 궁예성 등 주변 관광자원을 연계

- 있는 그대로의 시골 모습을 체험상품으로 개발, 내·외국인을 유치
  · 옥수수밭 풀 뽑기, 고추따기 등 농사경험 외에 풀피리 연주, 한오백년 타령 공연, 풍물놀이, 소달구지 타보기 등 농촌문화를 체험하게 함
  · 자매결연을 맺은 도시의 부녀회원, 유치원생, 청소년 등을 유치

□ 현재 30가구 중 21가구가 참여하고 있고, 청정지역임을 내세워 농산물 직거래도 시작

- '토종마을'을 브랜드로 '정'을 상품으로 하여 마을 가꾸기를 계속

- 목화재배와 솜타기, 재래식 탈곡기로 벼수확하기 등 새로운 체험프로그램들을 개발

□ 2001년 2,300명의 관광객이 다녀가서 4,500만원의 소득을 올렸음

- 한국관광공사의 주선으로 200명의 외국인이 참가
  · 외국인들의 감사편지가 쇄도, 마을 사람들이 더욱 용기를 얻었음

- 40명 정도가 팀을 이루어 방문하는 경우, 팀당 120만원 내외의 농산물을 구입

2. 농촌휴양

일본 아야町 : 야반도주 마을에서 산촌휴양의 명소로

□ 아야(綾)町은 고도성장 과정에서 소외되어 개발이 안된 미야자키현 서북부의 오지마을

- 1960년대만 해도 빚을 못 갚고 도망치는 사람이 속출하는 '야반도주의 마을'이었음

□ 1966년 町長에 취임하여 24년간 재직한 고다미노루씨가 환경친화적인 지역발전을 일관되게 추구

- 맑은 공기와 물을 공급하는 상록수림의 가치를 인식하고서 중앙정부의 국유림 벌채 계획에 반대
  · 주민들은 처음에는 일거리가 생긴다고 하여 국유림 벌채에 찬성했으나, 町長의 설득으로 숲을 보존하는 방향으로 전환

- 「일본 有名水 100선」에 선정될 정도로 맑은 아야町을 홍보하여 운카이주조(雲海酒造) 공장을 유치

□ 아야町은 연간 150만 명이 찾는 산촌체험의 명소가 되었고, 큐슈 제일의 윤택한 마을로 변신

양평 명달리 : 숲이 아름다운 산촌휴양마을

□ 명달리는 90%가 산지이며 상수원보호구역으로 개발이 제한된 두메산골 마을

□ 양평군이 2000년부터 전문가들의 자문을 받아 생태산촌마을 프로젝트를 추진

- 주민들은 처음에는 개발을 제한하면서 소득을 올리는 데 대해 이해를 하지 못했으나, 착수한 지 1년이 지나자 마음을 열기 시작
  · 산촌에서 농업으로 소득을 올리는 데는 한계가 있고, 숲을 이용한 농촌관광이 새로운 소득원이라는 것을 이해하게 되었음
  · 외부 전문가들이 수십 차례의 마을회의 개최, 일본 교수의 초청 강연, 일본 현지 답사, 비디오 상영 등을 통해 주민들의 인식전환을 유도

- 2002년 행정자치부의 「아름마을가꾸기 사업」 대상지로 선정

□ 농촌의 자연과 문화를 지키면서 마을 사람들이 주체가 되어 추진하는 새로운 시도임

- 야생화와 잣나무 숲, 계곡, 소박한 산촌 풍경을 관광자원으로 활용

- 주민들은 민박을 중심으로 숲 체험, 식물과 곤충 탐구, 잣 수확과 더덕 채취, 야생화 체험코스 등의 프로그램을 운영

3. 농촌문화 체험

http://www.town.ukiha.fukuoka.jp

일본 우키하町 : 계단식 논을 상품화

□ 우키하(浮羽)町은 후쿠오카현 동남부에 위치한 4,800가구의 산촌지역으로, 특별한 관광자원이 없는 오지였음

- 면적의 60%가 임야이고 세대의 40%가 농가인데, 농업 침체가 가속되면서 지역경제가 위축

□ 1994년 「농업활성화 추진협의회」를 구성하고 지역자원 재발견을 위한 아이디어 발굴에 착수

- '지역의 보물찾기 운동', '우키하 보물지도 작성 운동' 등을 전개

□ 1996년에 오지 마을이기 때문에 남아 있던 계단식 논을 관광자원화하기로 결정

- 「계단식 논 보전협의회」를 만들고 '계단식 논 탐방 이벤트', '계단식 논 오너제(논을 도시민에게 분양)' 등을 실시

- 계단식 논의 사계절과 생태를 테마로 하여 '반딧불이 축제', '모내기 및 벼수확 체험프로그램'을 덧붙여 도시민을 유치

□ 이후 경관 가꾸기에 주력하면서 도농 교류 거점들을 확충

- 1997년 중앙정부의 「녹색관광 모델지역」으로 지정됨

- '경관 10년, 풍경 100년, 풍토 1000년' 이라는 주제로 아름다운 마을 가꾸기에 매진

- 농특산물의 선전, 판매, 소비를 촉진하는 교류거점들을 정비
  · 1998년 계단식 논을 분양받은 도시민들이 농사체험을 와서 묵을 수 있는 '사계절의 집'을 건립

□ 차별화된 테마의 발굴, 주민들의 자발적인 참여가 성공요인

- 2000년 우키하町을 방문한 관광객은 55만명(연평균 5.3% 증가), 관광 소비액은 10억엔

- 계단식 논을 분양하여 가구당 30만엔의 소득을 올리고 있으며, '사계절의 집'은 연간 2만명 방문에 3천만엔 이상의 수입을 올림

서천 합전마을 : 농촌문화를 상품으로 개발

http://www.ariland.net

□ 충남 서천의 정의국씨는 1997년부터 소비자를 찾아가는 농업이 아닌, 소비자가 찾아오는 농업을 본격 모색

- 선친이 1948년부터 조성한 아리랜드 농장의 변신을 시도

- 마을 주민들을 설득하여 영농조합법인을 만들고 도시민들이 원하는 농촌자원을 발굴하는데 주력

□ 2000년부터 주민들과 함께 '계절별 농촌문화체험 프로그램'을 운영

- 5,000평 규모에 조성된 동백나무, 목련, 왕벚나무, 수선화 등을 휴양자원으로 활용
  · 특히 60~70년생 동백나무를 테마로 매년 4월 동백축제를 개최

- 마을앞 갯벌에서 조개캐기, 게잡기, 바다낚시, 조개잡기 등을 실시

- 두부만드는 아주머니집, 새끼꼬는 할아버지집 등에서 보듯이 가구별로 나이와 능력에 맞게 테마를 발굴하고 민박을 유치

□ 체험프로그램을 매개로 하여 친환경 농산물도 판매

- 2001년 2,400명이 방문하였고 유기농 야채, 죽염제품, 토종 돼지, 오리농법 쌀 등을 판매하여 5천만원의 농외소득을 올렸음

4. 특산물 판매

프랑스 그라스 : 향수가 특산물인 산촌관광지

http://www.ville-grasse.fr

□ 남프랑스 지중해변에 위치한 그라스(Ville de Grasse)는 향수산업의 본고장

- 그라스는 기후가 따뜻하고 건조하여 향수의 원료인 허브들을 재배하는 최적지임

- 장미, 오렌지, 자스민, 바이올렛, 라벤더 등을 재배하고 있는데, 공급량이 부족하여 세계 각국으로부터 꽃잎을 수입

- 마을내 공장은 모두 향수 공장이며, 5만명의 주민이 대부분 향수산업으로 소득을 올림
  · 세계향수의 원액 60~70%를 공급(1,500가지의 원액을 생산)

□ 향수라는 차별화된 테마, 눈부신 태양과 자연풍광, 좋은 기후 덕분에 관광산업이 함께 발달

- 거리, 호텔, 박물관, 백화점, 컨벤션센터 등의 명칭과 기능이 모두 향수와 연관되어 있으며, 향수공장은 인기있는 관광코스임
  · 공장안에서 안내원이 원료로 사용되는 허브와 향수 제조과정, 향수제품 등에 대해 설명

화천군 신대리 : 무공해 오리쌀을 매개로 도농교류 추진

http://www.sindae.org

□ 화천군 신대리(일명 토고미)는 50가구가 살고 있는 산간 농촌마을

□ 1998년 위암수술을 받은 마을 출신 한상열씨가 무공해 농산물에 관심을 갖고 무농약 쌀을 재배하기 위해서 귀향

- 2년간 혼자서 재배방법을 연구한 후 2000년에 7가구로 오리농법 작목반을 결성

□ 2001년부터 오리쌀의 판로 확보를 위해 도시 회원을 모집하고 토고미 오리축제를 개최

- 도시 회원이 3만원을 내면(새끼오리 열다섯 마리에 해당) 추석에 무공해쌀 한 말을 보내주는 전략을 채택(현재 400가구가 가입)
  · 무농약 이미지를 강조하기 위해 광목과 한지로 쌀포장지를 제작

- 오리축제에는 마을이 생긴 이래 최대인 1,200명의 회원이 방문

□ 마케팅에 눈을 뜬 주민, 헌신적인 공무원, 외부전문가가 협력하여 성공사례를 만들어냈음

- 주민들이 아이디어를 내면 화천군 농업기술센터가 지원을 했고, 또한 20여명의 농촌관광 전문가들이 자문단으로 참여

서귀포 귤림성 : 최상의 서비스로 감동을 주는 민박

□ 서귀포에서 귤 농장을 경영하던 민명원씨는 귤 농사의 한계를 절감하고서 1996년 민박으로 전환 http://www.gyulimsung.com

- 도로변에서 농산물을 판매했었는데 관광객들이 민박을 선호한다는 것을 감지하고 귤 농장에 숙소동을 건립

- 객실 10개의 소규모 숙박시설이지만 일반 호텔에 식상한 관광객들의 인기를 끌었음
  · 특급 호텔에서는 느낄 수 없는 가족같은 따뜻함과 친절함으로 차별화

□ 단순히 방을 빌려주는 것이 아니라 농민의 따뜻한 정을 느끼도록 하는데 주력

- 10월~다음해 2월까지 5,000평의 귤 농원을 관광객에게 개방

- 유기농법으로 재배한 귤을 투숙객이 딸 수 있도록 하고 농원에서 만든 된장, 고추장, 젓갈, 야채 등을 서비스로 제공

- 신혼부부를 포함하여 연간 5천명의 숙박객, 4만명의 당일관광객이 농원을 방문하고 있으며, 3개월 이상 예약이 밀려 있는 상태

◇ 통나무집 내부의 아늑함은 물론이고, 각종 시설의 편리함, 그리고 무엇보다도 세세한 곳까지 신경쓴 부분이 우리를 감동시켰습니다. 싱크대 속의 맛소금, 왕소금, 식용유, 화장실의 여행용품, 바느질세트 게다가 구급약품까지, 우린 "세상에…"를 연발했습니다.

(이용자가 귤림성 홈페이지에 올린 글)

Ⅳ. 발전방향

농촌다움(rurality)을 보존하고 재창조

□ 농촌관광의 기본 자원이 농촌다움의 보전과 재창조에 있음을 명심

- 도시의 번잡함과 대조되는 조용함, 자유로움, 쾌적함 등을 느낄 수 있도록 경관 및 어메니티(amenity)를 정비
  · 자연성이 풍부한 경관과 맑은 물을 보전하는 동시에 건축물의 외관, 담장, 간판, 비포장도로 등 세세한 경관 구성요소들을 일관되게 통합

- 꽃길 조성, 건물외관 정비, 마을 숲 가꾸기, 자연친화형 하천정비 등의 사업을 추진
  · 충남 금산군은 1999년부터 '1000개의 자연공원' 조성 사업을 추진중

□ 도시민들이 농촌다움을 느낄 수 있도록 다양한 소프트를 개발

- 소비자가 농촌을 찾아와서 직접 체험을 하고 무공해 농산물도 구입할 수 있는 네트워크를 구축

- 도시민들이 안전한 먹거리의 구매, 자연체험, 휴양 등을 통해 농촌에 대해 관심을 가지도록 도농교류 프로그램을 확대 운영

주민주도로 지역자원을 발굴하고 관광 아이템을 개발

□ 주민의 의식 개혁 및 지역공동체 형성이 농촌관광의 성공을 위한 전제조건

- 농촌관광의 많은 시도들이 성공하지 못하는 것은 발전방향에 대한 비전이 없고 주민들의 열정과 참여가 부족하기 때문

· 거창한 비전보다는 작지만 구체적인 성공사례를 만드는데 주력

- 처음에는 주민 의식전환과 참여, 공감대 형성, 인재육성 등에 중점을 두고 점차 전문가 교육, 선진사례 벤치마킹 등을 실시

· 우선 주민들이 새로운 변화를 수용하고 자신감을 회복해야 함

- 마을 발전을 주도할 리더를 발굴하고 추진 조직을 갖추면서 대표 농가를 집중 육성

□ 외부 지원이 자칫 주민들의 자발성을 저해할 가능성이 있으므로, 정부는 생활인프라, 행정규제 완화 등 간접적 여건 조성에 주력

- 지역의 자체 역량을 축적하면서 자연경관 정비, 환경친화적 기반시설 건설 등을 장기적으로 추진

· 단발성, 전시성의 대규모 사업을 지양하고 지역컨셉에 맞고 매력창출이 가능한 사업에 자원을 집중 투입

· 지역주민, 지방공무원, 중앙공무원의 의식이 모두 바뀌어야 함

- 농지구입, 농가주택 임대, 농가주택 개조 등에 대해 규제와 세부담을 완화

- 농림부, 행자부, 문광부, 각 지자체가 정책네트워크를 구성하고 도시민과 지역주민을 고객으로 하는 시책을 구사

소프트 경쟁력을 강화하고 내외부 자원을 네트워킹

□ 주민의 전문지식 및 서비스 능력을 배양

- 농업생산에 익숙한 농업인들은 관광서비스업에 대한 마인드와 노하우가 부족하므로 이를 보완해 주어야 함

· 농촌관광은 상당한 지식기반이 요구되는 벤처비즈니스

□ 문화유산, 자연환경 등 지역이 보유한 유무형 자원을 최대한 활용하고, 지역의 소프트 자원을 축적

- 지역의 역사·문화 자원을 지적재산권으로 등록하거나 캐릭터와 이야기 등으로 변형시켜 가치를 제고
· 장성군의 '홍길동', 함평군의 '나비축제' 등이 소프트 자원의 예

□ 내외부 네트워크를 구축하여 해당 마을이 부족한 핵심역량을 보완

- 외부 전문가를 초빙하여 주민들에게 지역문화, 마케팅, 고객접대, 회계, 시설관리 등에 대한 교육을 실시

- 도시소비자 및 각종 단체와 도농교류 네트워크를 결성
· 자매결연, 회원제 사업, 이벤트 개최 등을 통해 의미있는 '인연'을 만들고 고정 고객을 확보

- 타 지역의 마을, 중앙 및 지방 행정기관들과 협력하여 사업아이디어를 발굴하고 필요시 행정지원을 획득

기업도 농촌관광에 관심을 갖고 발전에 기여

□ 농촌관광은 종업원의 삶의 질을 높일 수 있는 유력한 대안

- 기업이 농촌관광을 전략적으로 활용할 경우, 종업원의 스트레스 가중, 건강악화 등 생산성 저하요인을 극복할 수 있음
· 농촌관광은 저비용·미래형 여가행태로서 종업원에게 신체적·정신적 활력을 부여

- 종업원들은 농촌관광을 단순한 여가활동을 넘어서 자아실현과 재창조의 기회로 활용
  · 자연친화적인 생태관광, 농촌문화 체험 등은 새로운 경험의 기회를 제공함

□ 기업은 농업·농촌과의 상생발전을 추구

- 농업·농촌은 전체 경제사회의 안정을 지키는 버팀목
  · 기업 입장에서 농촌 활성화는 새로운 내수기반의 창출임
  · 농촌의 불안과 불만은 정치 불안정을 초래하며, 도농간 및 도시내의 갈등으로 확산

- 60 70년대에는 농업·농촌이 산업화를 지원하였으며, 이제부터는 기업이 농업·농촌의 활성화를 위해 아이디어와 자원을 제공

> 노벨경제학상 수상자인 쿠즈네츠 교수는 "후진국이 공업화를 통해 중진국으로 도약할 수는 있지만, 농업과 농촌의 발전 없이는 선진국에 진입할 수 없다"고 주장

□ 농촌관광을 마케팅과 이미지 제고 차원에서도 활용

- 농촌은 고향, 전통문화, 자연, 느림과 소박함 등 소비자의 감성을 자극할 수 있는 훌륭한 소재
  · 삼성전자의 '원두막' 등 농촌을 소재로 한 광고들이 히트하는 추세

- 기업철학에 맞는 지역과 협력을 하고, 농촌관광의 성공사례를 만들어 기업이미지 홍보에 활용
  · 유한킴벌리는 양평군 명달리의 녹색산촌마을 사업을 지원하고 있음

강신겸, 민승규
(serieco@seri.org)