

관광형 커뮤니티 비즈니스 활성화 방안

최근 커뮤니티 비즈니스에 대한 관심이 높아지고 있으며, 정부 각 부처에서도 커뮤니티 비즈니스를 통한 일자리 창출 및 지역활성화를 위해 관련 정책사업 및 지원 방안을 마련하고 있다. 이에 「한국관광정책」은 제46호 발간과 관련하여 “관광형 커뮤니티 비즈니스 활성화 방안”을 주제로 업계 및 학계 전문가들을 모시고 관광분야 커뮤니티 비즈니스의 실태와 문제점을 진단하고 대안을 모색하는 자리를 마련하였다.

일시 2011년 11월 14일(월) 15:00

장소 한국문화관광연구원 회의실

진행 강신겸 전남대학교 문화전문대학원 교수

참석자 김재현 건국대학교 환경과학과 교수

김현주 한국문화관광연구원 책임연구원

오형은 (주)지역활성화센터 소장

(참석자 가나다 순)

사진 양철모 사진작가

가

가

김현주

저는 커뮤니티 비즈니스에서 강조하고 있는 개념을 다섯 개로 구분하여 제시하였습니다. 첫 번째는 지역주민이 중심이 되어야 한다는 점입니다. 두 번째는 여기에 비즈니스 모델이 가미되어야 하며, 세 번째는 이러한 비즈니스 모델이 지역 현안을 해결할 수 있어야 합니다. 네 번째는 비즈니스 모델을 통해서 지역의 자원을 활용할 수 있어야 하며, 마지막으로 다섯 번째는

강신겸





김현주

커뮤니티 비즈니스를 통해서 발생하는 수익이 지역으로 환원되어야 한다는 것입니다. 이는 일반적인 커뮤니티 비즈니스에서 강조하고 있는 개념입니다. 일반적인 커뮤니티 비즈니스와 비교했을 때, 관광 커뮤니티 비즈니스가 갖는 차별적인 특징은 외부에서 유입되는 주체로서 관광객이 존재한다는 점입니다. 또한 관광객이 비즈니스 모델의 타겟시장이 됩니다. 사실 정부 정책사업과 관련해서 관광형 커뮤니티 비즈니스는 관광 기념품과 연계해야 한다, 공정여행상품과 연계되어야 한다는 식으로 사업 유형에 대한 선을 긋는 것은 많은 한계가 있습니다. ‘관광형 커뮤니티 비즈니스는 이런 것이다’라고 사업의 영역을 구분한다면, 지역에서 시행하는 창의적인 부분을 정부가 제한할 수도 있겠다는 판단에서입니다. 오히려 관광형 커뮤니티 비즈니스가 지향하는 원칙을 제시하고 이에 따른 지원체계를 세우는 것이 맞지 않나 생각합니다. 순서가 바뀌는 면이 있지만, 미리 모델유형을 정의하고 체계를 세우는 것보다는 지역에서 제안되는 사업모델을 보고 이것에 맞춰 정리하는 것이 현실적인 접근이라고 생각합니다.

강신겸

?

가

김재현

먼저 관광형 커뮤니티 비즈니스를 정의하기 전에, 왜 대중관광에서 관광형 커뮤니티 비즈니스로 전환할 필요가 있는가에 대해 명확히 짚어본다면, 일반적으로 이야기하는 커뮤니티 비즈니스와



김재현

관광형 커뮤니티 비즈니스의 차별성을 정리할 수 있다고 생각합니다. 일반적으로 커뮤니티 비즈니스가 가지는 특징에 대해 지역공동체가 주도하고, 지역자원들을 활용하는 그리고 그것을 통해 주민들의 지속적인 생산 활동이 있어야 한다고 이야기하고 있습니다. 이런 관점에서 보면 기존의 대중관광(mass tourism)이 가지는 폐해를 알 수 있고, 이를 보완하는 관점에서 관광분야 커뮤니티 비즈니스의 도입이 검토되어야 한다고 생각합니다.

강신겸

가

가

?

김재현

일반적인 측면에서 이야기하는 지역공동체와 관광영역에서의 지역공동체는 조금 성격이 다르다고 봅니다. 관광영역은 내부의 이해관계자 말고 관광객이라는 외부의 이해관계자가 상당히 대등한 위치를 차지하고 있다는 것이 큰 특징이 아닐까 생각합니다. 그러다보니 지역자원을 중심으로 한 네트워크라는 부분이 관광분야에서는 조금 더 강조가 되는 것이 아닐까 생각합니다. 관광형 커뮤니티 비즈니스 개념에 있어서는 그것을 주도하는 내부이해관계자뿐만 아니라 관광객들도 지속가능한 관광을 위한 인식의 전환이 갖추어지는 것이 중요한 요소가 될 것이라고 생각합니다. 관광형 커뮤니티 비즈니스는 조금 더 지속가능성이 전제가 되는 것이기 때문에 자원을 어떻게 절제해야



오형은

하고 어떤 자원을 지속적으로 이용해야 할 것인가에 대한 고민이 필요하다고 봅니다. 무작정 최대 만족이 아니라 적정만족이라는 개념이 도입되어야 한다고 봅니다.

제가 자주 사례로 들고 있는 일본의 미야마정(美山町)의 경우도 주민 스스로 많은 억제를 합니다. 여기에는 1년간 약 30만 명 정도가 방문하는데, 그곳에서 더 많은 수익사업을 할 수 있지만, 주민 스스로 그들의 자연경관을 유지하기 위해 절제합니다. 이렇게 자발적 규칙을 가지고 관광객들을 수용할 수 있는 태세를 갖추어야 지속가능한 관광이 현실적으로 가능하다고 생각합니다.

강신겸

오형은

관광객뿐만 아니라 관광을 생산하는 사람과 소비하는 사람 모두의 인식 전환이 기본적인 것이라고 생각합니다.

관광형 커뮤니티 비즈니스라는 것을 주민들에게 설명할 때 저희는 이렇게 설명합니다. 근대 이후에는 소비하는 사람과 생산하는 사람이 분리되어 있었는데, 최근에는 쌍방향소통의 시대가 되면서 생산자와 소비자가 모호해 지고 있습니다. 커뮤니티 비즈니스를 추구하고 실행하는 사람들은 대부분 소비자 이자 생산자가 되는 것을 추구하기 때문에 저는 관광콘텐츠를 이용한 커뮤니티 비즈니스도 관광객과 관광을 생산하고 공급하는 서비스를 구분해서 움직이는

것이 아니라 유입된 관광객이 관광요소를 스스로 창출해 내기도하고 반대로 관광요소를 생산하는 지역주민이 때로는 관광객의 입장이 되기도 하는 것이라고 봅니다. 즉 지역주민의 일상이 관광이나 여가에서 분리되는 것이 아니라 그들의 삶 속에 관광이 같이 묶여져야 하고 관광활동을 소비하기도 하며 생산하기도 해야 한다고 생각합니다.

또 하나 커뮤니티 비즈니스에서 정말 중요한 것 중 하나는 내부의 순환경제체계를 만들어 내자는 개념입니다. 많은 지역의 관광 담당자들은 항상 외부로 부터의 예산 지원이나 투자를 바라라고 이에 대해 고민합니다. 커뮤니티 내부에서 작은 규모더라도 지역주민이 관광산업의 콘텐츠를 생산하고, 그것들을 산업으로 이끌고, 비록 몇 백만 명이 몰려오지는 않지만, 소수의 사람들과의 소비와 재생산하는 순환과정이 필요합니다. 즉 커뮤니티 비즈니스는 외부 의존도를 없애고 내부에 순환경제를 강화시키는 것처럼 관광형의 커뮤니티 비즈니스도 외부로 부터의 지원이나 민자 유치의 틀을 벗어나고 안에서의 생산과 소비를 만들어 내는 것이 필요하지 않을까 생각합니다.

세 번째로 비즈니스 커뮤니티는 비시장 재화를 이용한다는 것입니다. 기본적으로 산업이라는 것은 시장에서 물건을 생산하고 판매하는 시장재화를 가지고 산업이 형성 되어야 되는데, 커뮤니티 비즈니스는 시장재화가 될 수 없는 것들을 일부 재화화하는 형태들이 있습니다. 커뮤니티 비즈니스의 성격을 띠고 있는 일반적으로 시장화 되지 않은 상품들이 시장재화로 나오는 특성들이 관광에서 이루어지는 여러 가지 형태들로 나타나는 경우가 있습니다. 커뮤니티 비즈니스의 많은 것들이 즉 관광에서 이야기하는 체험하고, 먹고, 농산물을 사고, 기념품을 사고, 잠을 자고, 여행을 하고, 문화관람을 하는 등 이러한 일들이 지역에서 많은 상품으로 만들어 지고 있는데, 이러한 콘텐츠를 보면 현재 커뮤니티 비즈니스에서 만들어 내고 있는 많은 부분과 지금 말하고 있는 관광에서의 커뮤니티 비즈니스는 같다고 봅니다. 굳이 관광형이라고 구분할 것은 아니라고 생각합니다.

김재현

만약에 관광을 특화시키겠다고 한다면, 녹색관광까지 범위를 확대하여 자원적 특성을 가진 일정지구를 관광지구로 지정하여 그 범위 안에서 일어나는 것을 관광형 커뮤니티 비즈니스라고 하는 것이 제일 이해하기 쉽지 않을까 생각합니다. 예를 들어 국립공원 지역이라든지 관광특구 지역 내에서 일어나는 커뮤니티 비즈니스를 관광형 커뮤니티 비즈니스로 정의한다면 대상범위가 한정되니까 이해하기 쉬울 것 같습니다. 그러나 수요자들을 전제로 한다면 어느 곳에서든 관광요소들이 포함되지 않는 곳이 없기 때문에 관광형 커뮤니티 비즈니스는 행정안전부나 농림수산식품부에서 하는 사업들과의 차별성을 가져갈 수 없다고 봅니다.

가

오형은

현장에서 본 사례를 소개하자면 얼마 전 영주 무섬마을에 다녀왔습니다. 하회처럼 물이 휘돌러가는 곳인데 그 안에 40가구가 한옥과 초가로 보전되어 있고 20가구 정도의 주민이 거주하면서 마을의 자원을 관리하고 상품화하는 일을 하고 있습니다. 그 안에 진흥청의 향토음식자원화사업(농가맛집)에서 지원을 받은 「무섬골동반」이라는 향토음식점이 있습니다. 이곳에서는 퇴계 이항이 풍기군수로 있던 시절의 밥상을 도태로 사람들에게 향토음식을 공급하고 이와 함께 음식의 유래와 의도 등에 대해 소개해주는 스토리를 가진 농가맛집입니다. 이렇게 먹는 것을 소재로 지역에서 생산하는 재료를 사용하고, 강릉의 서지초가뜰의 사례에서 처럼 종가에서 내려오는 요리법을 이용하며, 동네 주민들이 스스로 밥상을 만드는 지역의 농가맛집 사례들도 많이 있습니다.

또한 지역여행사는 지역의 작은 소재들을 엮어서 여행상품을 만들고 있으며 기념품의 경우도 지역에서 가공해서 지역숙소를 이용해 판매한다든지, 본인이 직접 작은 카페를 운영하면서 판매하고 있는 등, 다양한 활동들이 이루어지고 있으며, 다 아시는 것처럼 농촌관광사업에서도 폐교 등을 이용해서 숙박시설을 활용하고 있는 등 많은 비즈니스 유형이 있습니다.

그러나 고민이 되는 것은 과연 이것들이 커뮤니티를 기반으로 한다 했을 때 커뮤니티 비즈니스의 영역을 어디까지로 보아야 하느냐에 대한 고민입니다. 단지 지역 주민에게 일자리를 나눠준다는 것만이 커뮤니티 비즈니스냐, 아니면 지역의 자원을 얼마만큼 이용해야 커뮤니티 비즈니스냐에 대한 고민이 분명히 있는 것 같습니다. 또 하나의 이런 여러 지역사업들 중에는 아직도 정부보조금이나 공공기관, 종교단체에 의존하는 형태가 많이 있는데 이런 것들이 자립하는 비즈니스 모델이 무엇인지에 대한 고민이 있는 것 같습니다.

강신겸

?

김재현

요즈음 굉장히 많은 사례들이 생기고 있습니다. 결론부터 말씀드리면 아직은 굉장히 단편적 접근이 많은 것 같습니다. 얼마 전 영국의 '코츠월드'라는 마을을 다녀왔는데, 이곳의 경우는 국가의 역할과 지자체의

역할, 주민들의 역할이 구분되어 있고, 상당히 체계적으로 네트워킹이 잘 되어 있습니다. 우리나라의 경우 제주올레에서 하고 있는 '간세인형' 같은 경우가 일종의 커뮤니티 비즈니스인데 이 경우는 사단법인 제주올레라는 틀과 이것을 실행하는 조합과의 관계가 있고, 울진 소나무숲길에는 십이령 주막을 만들었는데, 이 경우에는 지원 있었지만 스스로 출자하고 지자체와 사단법인 '울진숲길'이라는 시민단체가 지원하는 등 1차적인 네트워킹이 만들어지고 있다고 봅니다.

그리고 강원도 정선에서는 탄광 기념품을 만드는 사업을 하고 있습니다. 이 사업을 추진함에 있어서 어려운 점은 주민들이 스스로 기획하고 마케팅 하는 데에 한계가 있다는 점입니다. 그래서 저희가 생각하는 대안은 기획과 마케팅은 전문가를 통해서하고 대신 지역의 상가에 부스를 마련해서 판매하는 방식으로 추진하려고 합니다. 이렇듯 주민들의 역량이 부족한 부분에 대해서는 지원시스템을 구축하여 지원하는 방식의 검토가 필요합니다.

또한 정선에서 준비하고 있는 또 하나의 사업 중에 '탄초콜릿'이라는 석탄을 테마로 한 초콜릿을 개발하고 있습니다. 공동육아를 했던 엄마들이 모여서 시작하였는데 그분들이 회사를 설립하도록 어떻게 지원할 것인지를 결정하기 위한 예비단계를 통해 회의하고 협의하는 단계를 가졌습니다. 실제로 지역 어머님들 스스로 굉장히 잘 실행하는 것을 볼 수 있습니다. 이처럼 커뮤니티 비즈니스 사업은 중간지원조직이라는 지원시스템을 통해 스스로 주도할 수 있는 잠재력이 있는 사람을 발굴하고 그들이 수용할 수 있도록 지원하는 방식이 있을 것입니다. 또한 기획력과 마케팅을 통해 사업을 만들어서 이윤을 배분하는 방식, 즉 참여를 독려하는 방식이 있을 것 같습니다.

일본의 사례를 보면 '구마노고도'라는 산티아고와 같은 순례길이 있습니다. 이곳의 경우는 시민사회가 30~40년 전부터 복원작업을 시작해서 상당히 체계를 갖추어 길을 복원하였습니다. 그곳에는 가이드



20여 명이 활동을 하고 있으며, 순례길이 지나는 다랭이논이 많은 마을에서는 아름다운 경관을 유지하고 많은 사람들이 찾아올 수 있게 하기 위해 여름철에 곤충포집과 같은 지역 축제를 개최하기도 합니다. 제가 드리고자 하는 이야기는 일본의 경우에는 광역지자체, 지자체, 시민사회, 주민조직 등의 다양한 운영주체가 상당히 유기적으로 결합되어서 활동하고 있습니다. 광역단위의 지원도 있고, '관광마을만들기 공사'라는 지원시스템을 설립하여 관광을 테마로 키우려고 노력하고 있습니다. 또한 '구마노고도 센터'를 만들어 민간에 위탁하여 운영하고 있으며, 교통회사와 연계해서 걷는 사람을 지원하는 등 민간이나 기업과의 협력체계도 잘 이루어지고 있습니다. 구마노고도 가이드 모임, 연구회 등 다양한 서브 그룹들이 존재하는 등 운영주체 간에 상당한 체계를 갖추어가고 있는 것 같습니다.

강신겸

1

김재현

가

가



강신겸

가
가 , 가

김재현

강신겸

가
가
?

김재현





가

가

강신겸

김현주

(incubating)

(別府)

가

()

가가

10

, 가

가

가

강신검

?

김재현

‘가

가

NPO

NPO

가

가

가

가

가

가

가

가

가

가

가

가

가



가 가

강신겸

?

김재현

가

강신겸

가 가

?

오형은

가

가



김재현

강신겸



김현주

강신겸



김재현

가 가

가 , 가
가

가 가

오형은

NPO

가

가 가

가 가

가

가

강신겸

?

김재현

가

강신겸

가

?

김재현

가

가

NGO

NGO

가

가

가

강신겸

김재현

NGO

NGO

가

가

1

가

강신겸

, 가 가 ?

오형은

가 가 .

. 가 ,

가 , 가

가

가

가

가

가

가

가가

가

가

가

가

가

가

가

가

가

가

가

강신겸

가가

가

가

가

