

토리텔링형 그린투어리즘 활성화 방안

- 충남 예산 '삼베길쌈마을' 사례 -

김예지 · 우윤미 · 이지연

목차

I. 서론

1. 문제 제기
2. 연구 목적

II. 이론적 고찰

1. 지역과 그린투어리즘의 필요성
2. 그린투어리즘의 전개 양상
3. 지역관광 발전의 新 패러다임 스토리텔링형 장소마케팅

III. 연구 방법

1. 연구 범위
2. 자료 수집
3. 분석방법

IV. ‘삼베길쌈마을’ 그린투어리즘의 실제

1. 일반현황
2. 운영현황
3. 주민참여

V. 사례분석

1. 충남 서천군 한산면 - 모시
2. 대구광역시 - 섬유
3. 모로코 페즈 - 천연 염색
4. 일본 가나자와시(市) - 실크염색공예

VI. 시사점

1. 사례지역 성공요인 분석
2. 사례지역 스토리텔링형 마케팅 전략 분석

VII. 삼베길쌈마을 스토리텔링형 장소마케팅 전략

1. 스토리 발굴 전략
2. 스토리 체험 전략
3. 스토리 공유 전략

VIII. 결론

참고문헌

I. 서론

1. 문제제기

우리나라에서는 1960년대 후반부터 경제성장을 목적으로 공업 분야 개발에 주력하여 도시화와 첨단산업화가 촉진되면서 현재에 이르고 있지만, 그 결과 환경파괴, 대도시의 인구 집중, 공해물질에 의한 질병발생, 농어촌·산촌의 과소문제, 바쁜 일상에 치우친 인간관계 단절 및 가족간의 대화 단절 등 심각한 사회문제로 나타나고 있으며, 물질의 풍요로는 대체할 수 없는 정신적 여유와 안정을 앗아 간 면도 적지 않다. 이러한 문제들에 사람들이 오래도록 노출된다면 많은 사람들은 일상생활에서 활력을 찾지 못하고 자신이 일을 하는 이유도, 자신의 삶에 의미도 자각하지 못한 채 무의미한 쳇바퀴 인생을 살게 될 것이다. 이런 이들에게는 푸른 자연이 어우러진 녹색의 공간에서 새로운 활력을 얻고 재충전하는 시간이 필요하다.

몇 해 전부터 정부에 의해 시행된 주5일 근무제는 국민들의 삶의 질을 높이는데 크게 영향을 주고 있으며, 주5일 근무제가 시작되면서 늘어난 여가시간을 자기 계발에 투자하거나 가족여행 등의 기회로 활용하는 직장인이 늘어나고 있으며, 이러한 가운데 농촌은 도시에서 경험할 수 없는 깨끗한 자연환경을 비롯하여 전통문화를 직접 체험할 수 있는 어메니티(Amenity) 공간으로 각광받기 시작하였다.

이에 발맞춰 농협중앙회에서는 ‘농외소득인 확보’를 목표로 한 팜스테이 마을을 운영 중에 있고, 행정자치부에서는 ‘농가 소득증대’를 목표로 한 마을단위의 종합개발을 시행중에 있고, 해양수산부에서는 어촌 체험장을 중심으로 어촌의 발전과 어업소득을 증대시키기 위하여 어촌체험마을을 운영 중에 있다. 또한 농림부에서는 ‘농촌관광을 위한 마을 기반 정비’라는 사업내용으로서 약 44개소의 녹색농촌체험마을을 운영하고 있으며, 농촌진흥청 또한 ‘테마를 주제로 마을단위 농촌관광 추진’이란 사업내용으로서 약 27개소의 농촌전통테마마을을 운영하고 있고, 문화관광부에서는 문화와 역사를 중심으로 한 마을에 관광마을을 추진 중에 있으며, 산림청에서는 산촌체험 위주의 활동을 통한 소득증대를 꾀하는 산촌체험마을을 운영하고 있다 (강신겸, 2007).

그러나 현재 우리나라 부처에서 진행 중에 있는 농촌관광체험마을에는 시행되고 있는 프로그램이 다양하지 못하고 정부에서 지원하는 사업내용 또한 중복된 것이 많은 실정이다. 이러한 이유로 각 마을의 특색을 가리기가 힘들며 결과적으로 농촌관광체험마을을 방문한 관광객들의 재방문을 유도해 내지 못하고 있다. 이처럼 일상에 찌든 사람들에게 활력과 욕구를 충족시켜 주고 재충전의 기회를 주는 관광임에도 불구하고 우리나라 그런 투어리즘은 적은 횟수의 경험을 하고 나면 다시는 찾아가지 않는 관광이 되어버리면서 그 의미를 제대로 수행하고 있지 못하는 것이다. 또한 농촌인구의 과소화와 고령화는 생활에 필요한 시설 및 서비스 공급에 있어 필수적인 최소인구를 확보하지 못하게 함으로써 농촌 전반의 질을 떨어뜨리고, 농촌의 지역경제를 쇠퇴하게 하며, 농촌에 남아 있는 소중한 생

태와 문화를 잘 관리하지 못하게 되는 요인으로 작용하고 있다. 농촌이 갖고 있는 문제점을 보완하기 위하여 여러 가지 대책이 마련되고 적용되었으나, 기대이상의 효과를 얻지 못한 채 농촌의 상황은 더 악화되는 듯하였다.

농촌은 도시화가 시작되기 전 인간들의 삶의 터전이었으며 삭막한 도시의 이미지와는 달리 사람의 감성을 자극 할 만한 오랜 역사와 전통을 가진 이야기 거리 즉, 스토리텔링적 요소를 갖추고 있으며, 관광분야에서도 하드웨어적인 눈에 보이는 요소가 아닌 소프트웨어적인 관광객의 감성을 자극시킬 수 있는 요소들이 크게 주목 받고 있다. 따라서 최근 크게 주목 받고 있는 장소마케팅의 개념에 의거하여 스토리텔링 등 감성적인 요소를 관광과 융합시켜 주민의 삶의 질 향상과 지역주민의 참여 및 지속가능한 스토리텔링형 마케팅전략이 필요하다.

2. 연구 목적

본 연구의 목적은 그린투어리즘의 현실을 파악함으로써 효과적인 그린투어리즘 활성화 방안을 제시하여 지역관광발전을 활성화하는데 있다. 구체적인 목적은 다음과 같다.

첫째, 그린투어리즘이 시행되고 있는 마을 중 한 곳을 선정하여 긍정적, 부정적 측면에서 분석하고자 한다. 이를 통해 긍정적 측면과 부정적 측면, 그리고 대안적 측면으로 세분화 시키고, 이것을 바탕으로 하여 구체적인 활성화 방안을 제시해 보고자한다. 둘째, 효과적 그린투어리즘 전개 방안을 제시하고자 한다. 효과적 그린투어리즘의 전개방안을 위해 최근 각광받고 있는 스토리텔링형 장소마케팅전략을 접목시킴으로써 체계적인 전개 방안을 제시할 수 있다.

Ⅱ. 이론적 고찰

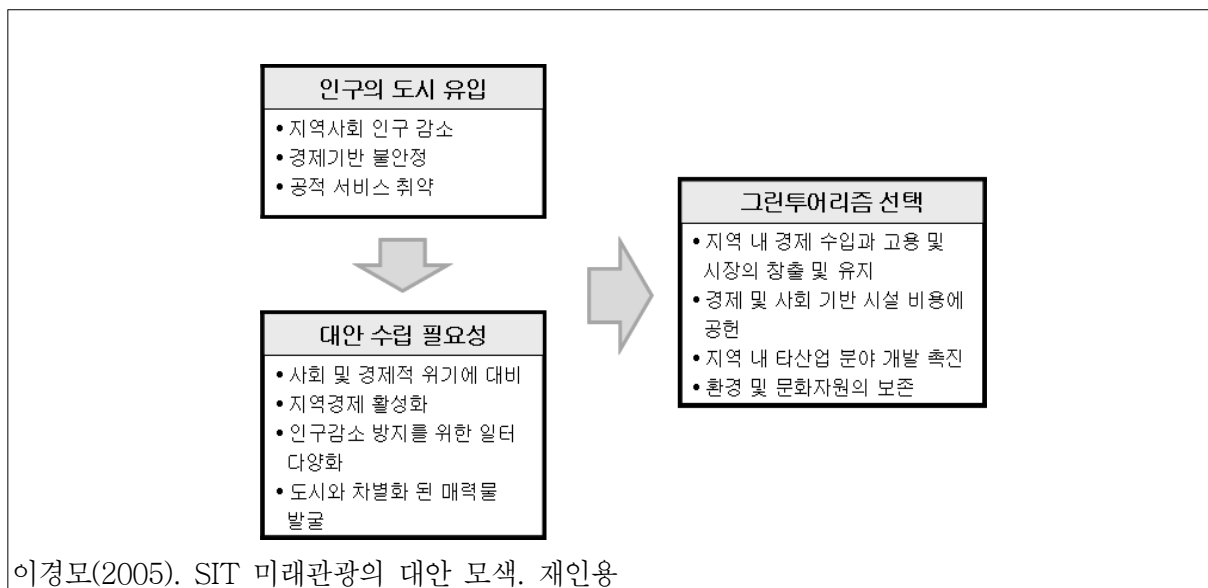
1. 지역 발전과 그린투어리즘의 필요성

그린투어리즘은 농촌지역이 스스로 경제적·사회적·정치적으로 새로운 세계적인 환경으로 재탄생되도록 할 수 있는 중심적인 방법 중 하나일 수 있다. 농촌의 개발은 농촌지역의 어메니티자원 활용과 주민소득 향상뿐만 아니라 농촌지역주민의 복지측면에서도 중요하다. 특히 농촌인구의 도시유입에 따라 농촌소득의 대안이 절실한 상황이며, 이에 대한 대안으로서 그린투어리즘이 주목 받고 있다.

고도의 산업화와 인터넷 확산으로 인하여 1차 산업에 속하는 농업대신 경제적 이점이 많은 공업화와 도시화가 시작되면서 생산력 있는 청년층의 감소로 인해 2003년에는 60세 이상의 노령인구가 농촌인구의 절반 이상인 57%를 넘어섰으며 이 수치는 해가 거듭 할수록 증가하고 있다. 따라서 그린투어리즘이라는 매개체를 통해 도농교류를 도시민들이

직접 농촌을 찾아 농산물을 구매할 수 있게 함으로써 농가는 농촌 활성화를 위한 농가소득 증대에 기여하고, 도시민들은 질 좋은 농산물의 구매와 더불어 농촌의 생활 및 문화·전통 등을 체험함으로써 정신적·육체적 휴식을 취하는 것이다.

결국 그린투어리즘은 지역의 자원·전통·문화 등의 특성을 활용한 친환경적인 관광개발의 형태를 나타내며, 도시주민과 농촌주민의 교류를 통하여 지역 활성화를 추구한다는 점에서 농촌관광과 동일하게 사용되기도 한다. 그린투어리즘은 아직은 관광산업이라는 큰 산업 안에서 상대적으로 작은 부분을 차지하고 있지만, 농촌경제에 큰 영향력을 끼칠 수 있는 가능성이 있다. 한 가지 예로 들어 영국에서 농촌관광은 연간 90억 파운드의 경제적 효과가 있는 것으로 알려져 있다 (Countryside Commission, 1995). 이 처럼 그린투어리즘은 농촌의 밝은 미래를 위해 꼭 필요한 소재라 해도 과언이 아닐 것이다.



<그림 1> 그린투어리즘 활성화의 필요성.

2. 그린 투어리즘의 전개 양상

정부는 경제적 어려움을 가진 농가의 농외소득 증대와 지역경제 활성화 그리고 삶에 지친 도시민들에게 하나의 탈출구적 대안으로서 농촌 활성화 방안을 추진하고 있다. 2000년대 이전까지 추진되어 온 그린투어리즘사업은 크게 관광농원·휴양단지·농촌민박마을·주말농원으로 구분되어진다. 1984년부터 추진된 관광농원은 농촌을 국민들의 여가수요공간으로 만들어 도시와 농촌의 교류촉진과 농가의 소득증대가 그 목적이 있었으나 본연의 특색과 매력을 살리지 못한 운영주체의 경영능력 부족과 그린투어리즘 시장의 미성숙적인 사회 환경에 의해 자리 잡지 못했다. 따라서 정부는 1999년부터 각 부처별로 그린투어리즘사업을 추진하기 시작하였고, 현재 전국적으로 약 500개에 달하는 그린투어리즘 체험마을이 형성되어 있다. 그러나 정책적으로 시설물에 속하는 하드웨어적 요소에 대한 지원에 편중되거나 대부분의 마을들이 일부 성공적인 마을을 모방하여 특색 없는 관광아

이템들을 가지고 운영되고 있는 실정이다.

<표 1> 각 부처별 그린투어리즘 사업 추진 현황

부처	사업명	추진년도	사업내용	사업비(국고)	마을 수
농협중앙회	팜스테이 마을	1999년~	농외소득원 확보가 목표	사업 지원 없음	2006년 243개 마을지정
행정자치부	아름마을 가꾸기	2001년~ 2004년	소득증대를 목표로 마을단위 종합개발방식	10억 지원 (230억)	2005년 - 23곳
해양수산부	어촌체험 마을	2001년~ 2013년	어촌 체험장을 중심으로 어촌발전과 어업소득 증대	5억(국고50%, 지방비45%, 자부담5%) (180억)	2005년 - 58곳 2013년까지 54곳 추가지정
농림부	녹색농촌 체험마을	2002년~ 2013년	농촌관광을 위한 마을기반 정비	2억(국고1억, 지방비1억) (123억)	2005년 - 123곳 2013년까지 727곳 추가지정
농촌진흥청	농촌전통 테마마을	2002년~ 2009년	테마를 주제로 마을단위 농촌관광추진	국고1억, 지방비1억 (56억)	2005년 - 66곳 2009년까지 94곳 추가지정
문화관광부	문화역사 마을	2004년~ 2008년	문화와 역사를 중심으로 한 마을 관광마을추진	국고20억, 지방비10억 (40억)	2005년 - 10곳 2008년까지 최소2곳 추가지정
산림청	산촌체험 마을	2006년~	산촌체험 위주의 활동을 통한 소득증대	-	2006년 5곳 대상으로 시범사업

자료 : 강신겸(2007). 농촌관광.

그린투어리즘은 농촌 어메니티자원을 활용한 농촌체험 활동이라고도 말할 수 있다. 강신겸(2007)은 그린투어리즘을 도시와 농촌이 교류를 통해 도시민의 여가 욕구를 충족시키는 한편, 농촌주민 스스로는 자신감을 회복하고 삶의 질을 높일 수 있는 종합적인 농촌 지역 활성화 전략으로 정의 내리고 있다.

그린투어리즘은 “농촌이나 어촌, 산촌 지역사회의 풍습이나, 일부 지역에서 행해지는 지역전통을 반영한 이벤트 참여 등이 중심이 되는 관광 활동”으로도 표현이 가능하며 농촌의 자연환경뿐만 아니라 문화와 전통을 체험하고, 관광객의 교육적 욕구도 만족시키며, 자연에 바탕은 둔 대부분의 관광이 그러하듯 환경보존을 지속적으로 유지시키면서 행해지는 관광의 형태중 하나라고 할 수 있다.

한 마디로 말해 그린투어리즘은 '도시와는 거리가 있는 산업화가 덜 진행되어 자연을 유지하고 있는 지역에서 행해지는 촌스러움이라는 도시와는 다른 매력을 갖고, 색다른 문화 체험 및 지역사회의 풍습을 익힐 수 있는 농촌을 대상으로 한 관광활동' 이라고 할 수 있겠다. 그린투어리즘(green tourism)을 국내에서는 녹색관광 또는 원어 그대로 그린투어리즘이라고 불리기도 하며, 이를 서유럽에서는 농촌관광(rural tourism)이라는 용어로도 불리고 있으며, 농촌 어메니티자원을 활용한 농촌체험 활동이라고도 말할 수 있다.

3. 지역관광 발전의 新 패러다임 스토리텔링형 장소마케팅

스토리텔링은(storytelling) '스토리(stoy)'와 '텔링(telling)'이라는 동사성 명사가 부가된 합성어로서 어떤 이야기를 만들거나 이야기를 남들에게 표현·전달하는 행위를 말한다. 따라서, 스토리텔링은 일종의 의사소통 행위로 볼 수 있으며, 사건이나 사물에 대한 물리적 속성이나 사실에 대한 보도가 아닌 사물이나 인물이 전해주는 의미를 화자가 의미를 부여하여 전하는 특징이 있다(류수열 외, 2007, 송정란, 2006). 이러한 스토리텔링은 각각의 역사적, 사회문화적 요소에 따라서 다양한 관광컨텐츠로 개발될 수 있다.

관광에 있어 스토리텔링을 최인호(2008)는 넓은 의미에서 스토리 발굴, 체험, 공유의 전과정을 통해 상호작용을 하면서 공유가치(새로운 스토리)를 만들어 가는 과정이라고 말할 수 있으며, 좁은 의미의 관광 스토리텔링은 스토리 체험의 과정 중에 스토리 테마를 어떻게 하면 효과적으로 구성하여 관광객에게 전달할 것인가라는 스토리텔러적인 관점에 무게를 두고 있다.

스토리텔링 마케팅 효과를 이끌어 내기 위해선 3가지 단계를 거쳐야 한다. 첫째, 문화, 자연, 산업, 장소·시설 매력적인 이야기거리를 찾아 스토리를 발굴하는 단계이다. 대표적 테마를 선정하기 전에 가능성있는 스토리를 목록화하고, 이 중 상징성이 강한 스토리를 발굴하여 테마를 추출한다. 둘째, 선정한 스토리를 체험 과정으로 가공하는 단계이다. 스토리의 체험 과정은 일관성있는 테마를 바탕으로 축제, 이벤트, 랜드마크 등과 같은 체험환경과 안내소, 홍보물, 지도, 안내전화 등의 정보환경이 제공되어야 한다. 이는 관광객들에게 체험을 통해 관광지의 스토리와 그 지역의 이미지를 일관성있게 유지 할 수 있게 한다. 셋째, 스토리를 공유하는 단계이다. 관광지의 사회, 문화, 자연 등의 요소들을 이용해 만들어 낸 스토리와 관광객이 체험하고, 느낀 감성적 스토리가 교류를 통해 공동의 스토리가 만들어지는 과정이다. 온라인 또는 오프라인 환경에서 커뮤니티 활동을 하거나 지역주민 및 방문객들을 리포터로 활용하는 적극적인 정보 공유 유형이 있다.

<표 2> 스토리텔링 개념을 활용한 장소 마케팅

구분	단계		
	장소마케팅	장소자산발굴 장소매력	장소성 형성 체험
스토리텔링	Story 이야기성	tell 현장성	ing 상호작용성
스토리텔링 개념을 활용한 장소마케팅	스토리 발굴	스토리 체험	스토리 공유
	스토리 목록작성 대표 스토리 발굴 스토리 테마 추출	체험환경 정보환경	커뮤니티
	공동스토리(공동가치) 창출		

자료: 최인호(2008). 스토리텔링 관점에서 본 장소마케팅. 대한관광경영학회 제31차 학술발표회 논문집. 35-42.

스토리텔링 마케팅은 관광객에게 일방적인 메시지를 전달하는 것이 아니라 이야기를 통해 관광객을 주체화하여 스토리에 대해 공감할 수 있도록 한다. 이러한 과정을 통해 관광객은 관광상품에 참여를 하고 이를 개발하는데 조언을 하는 프로슈머의 역할을 하면서 높은 만족감을 갖게되고, 스토리텔링을 활용한 관광지는 지역의 정체성과 브랜딩화와 같은 긍정적인 효과를 얻을 수 있다.

Ⅲ. 연구 방법

1. 연구 범위

본 연구의 공간적 범위는 충남 예산군 ‘삼베길쌈마을’이며, 국내외 사례지역 조사를 병행하였다. 국내의 사례는 한산모시마을, 대구광역시이고, 국외의 사례는 모나코에 위치한 도시인 페즈 및 일본의 가나자와시 지역이다.

연구조사대상의 시간적 범위는 ‘삼베길쌈마을’ 이 처음 체험관광형 그림투어리즘 사업을 시작한 2004년부터 현재까지이다. 또한, 연구활동의 시간적 범위는 2008년 4월부터 8월 까지 이다.

내용적 범위는 그린투어리즘 활성화를 통한 ‘삼베길쌈마을’ 의 발전 모색이다. 이를 위해 최신 관광 마케팅 기법인 ‘스토리텔링형 장소마케팅’ 전략의 개념체계를 이해하고 이를 적용한다.

2. 자료 수집

본 연구의 자료 수집 방법은 크게 네 가지 이다. 첫째, 문헌자료 수집이다. 문헌을 통해 지역관광의 발전을 위한 현재 시행되고 있는 우리나라 각 부처의 노력 및 그린투어리즘의 필요성 그리고 지역관광 발전의 새로운 패러다임으로 떠오르고 있는 스토리텔링형 마케팅에 대한 자료를 얻었다. 둘째, 인터넷 콘텐츠 내용분석이다. 활성화 된 지역의 관련 웹사이트나 관광관련 웹사이트에 접속하여 내용분석을 실시하였다. 셋째, 삼베길쌈마을 운영자와의 인터뷰이다. 인터뷰 대상자는 예산군 신흥리에 위치한 ‘삼베길쌈마을’ 에서 마을 관리 및 전반적인 운영을 맡고 있는 정경순 위원장이다. 인터뷰는 반구조화 된 질문지법을 활용하여 2008년 8월 25일 오후 6시부터 약 2시간에 걸쳐 해당 지역인 ‘삼베길쌈마을’ 의 마을운영 위원장 거처에서 진행하였다. 넷째, 체험기록 노트이다. 그 내용은 길쌈작업을 할 수 있는 도구가 마련된 위원장의 거처에서 삼베길쌈 체험을 직접 경험해 본 뒤 자료를 기록하고 분석한 것이다.

연구자들의 길쌈 체험 현장



3. 분석 방법

문헌자료 분석을 통해 ‘스토리텔링형 장소마케팅 전략’ 개념 체계를 수집하였으며, 예산군 관련 자료 및 콘텐츠 내용 분석을 통해 스토리를 발췌하였다. 또한 인터뷰를 통해 녹음된 자료는 녹취과정을 통해 텍스트로 옮긴 후 연구팀 중 1인의 연구자가 각기 내용을 정독하면서 문단 단위 분석을 통해 개념화하고 유사 개념을 통합하여 일반적인 범주를 도출하였다. 한편, 연구자들이 각각 직접 길쌈체험을 경험해 봄으로써 관광객의 시각에서 바라본 객관적인 삼베길쌈마을의 현재를 분석하였다.

IV. ‘삼베길쌈마을’ 그린투어리즘의 실제

1. 일반 현황

본래는 대흥군 이남면의 지역이었으나 1914년 행정구역 폐합에 따라 상산직리, 대계리, 소대리를 병합하여 신흥리라 명하고 광시면에 편입되었다. 삼베길쌈마을은 시내와 멀리 떨어진 지역에 있으며 조용하고 깨끗한 환경을 유지하고 있어 도시의 관광객들이 많이 찾는 마을이다. 산에는 다양한 나뭇이 많고 이를 개방시켜서 많이 사람들이 찾고 있는 마을이다.



또한 신흥리 마을에 위치한 대규모 저수지는 마을의 모습을 한 눈에 볼 수 있는 곳이며, 마을의 길이는 61.0km, 유역면적은 1,613.5km²이다. 또한 이곳은 독립운동가인 김한중 의사 기념관도 역사적인 교육 이외에도 농촌의 정과 맛을 보고 느낄 수 있는 곳이다. 삼베길쌈마을의 BI는, 마을의 전통삼베를 직조하는 모습을 간결하고 친근하게 시각화한 것으로 어디서나 최선을 다해 방문객을 맞

이하하고자 하는 마음을 표현한 것으로, 마을사람들의 단결의 도모와 고객과의 소통을 원활히 하고자 하는 목적으로 제작되었다. 이 마을은 40가구의 농가가 있으며, 남자 58명, 여자 52명으로 총 110명의 인구가 있으며, 40~50대의 젊은 인구는 20명 정도가 있으며, 이외의 주요 자원으로는 김한중의사 사당과 예당정수지 그리고 소루지가 있다.

<표 3> 마을 인구 현황

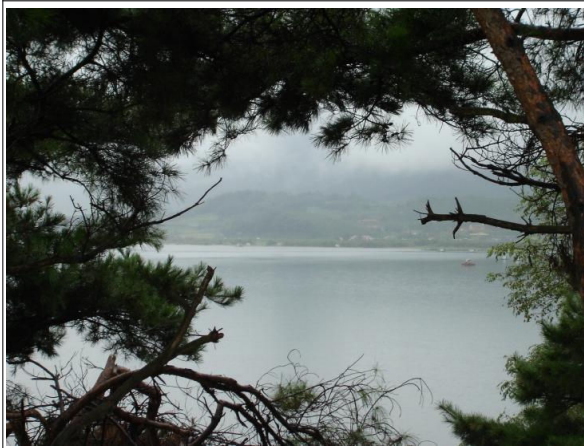
농 가구(호)			인구 수(명)		
계	농가	비농가	계	남	여
40	40	-	110	58	52

김한중 의사 생가

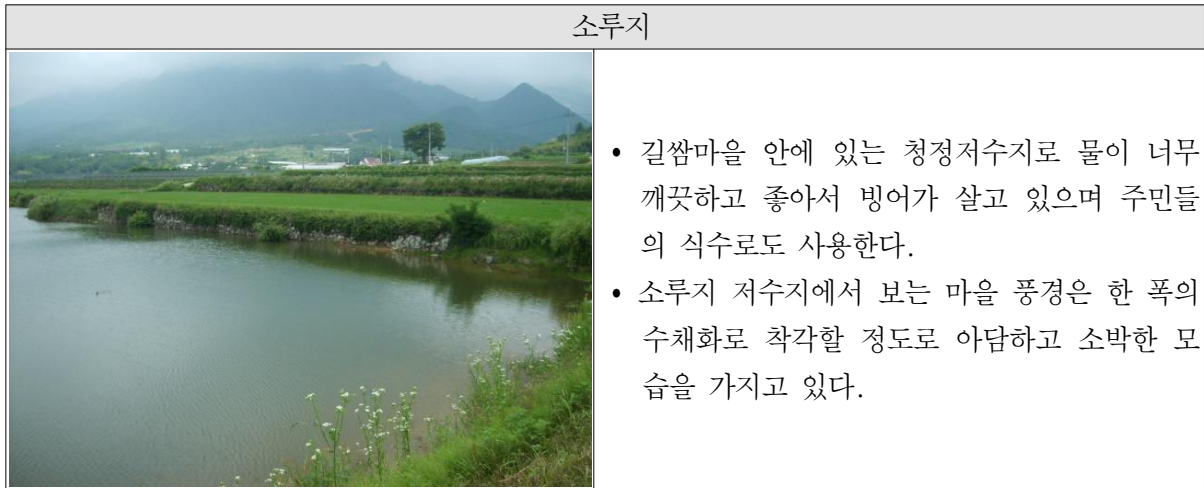


- 광복회를 이끌면서 독립운동을 전개하였던 사람이다.
- 기념관은 현재 2반에 위치한 김한중 의사 생가터 앞쪽으로 조성공사가 완성되었다.

예당저수지



- 중부권 최고의 낚시터로 알려져 온 곳으로 1962년에 만들어진 329만평에 달하는 대형 저수지이다.
- 붕어를 비롯한 잉어, 뱀장어, 가물치, 향어 등의 어종이 있으며, 1986년에는 국민관광지로 지정되어 휴양지 역할도 하고 있는 곳이다.



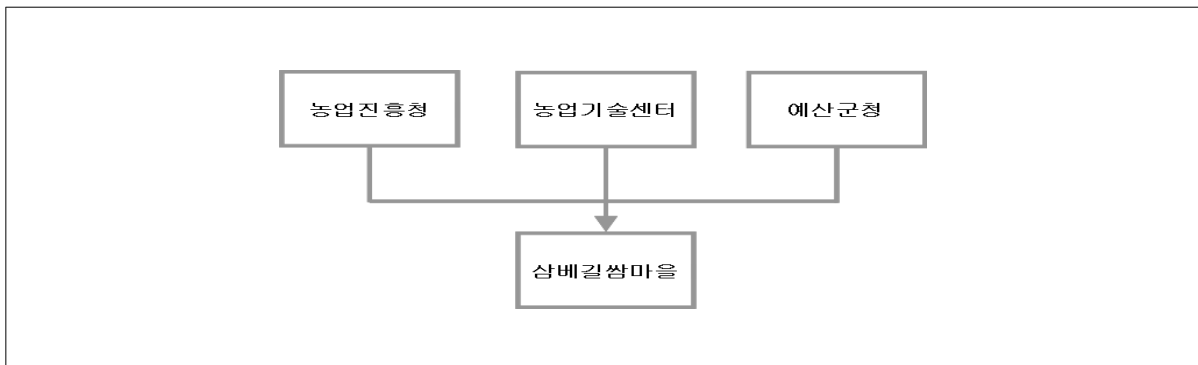
이외에 주변 체험거리로는 매현문화제, 추사문화제, 예산사과축제, 임존성, 가야산, 예당관광지, 이성만 형제 효자비, 수덕사 대웅전, 추사고택, 예산백송, 윤봉길의사 사적지 등이 있다.

길쌈마을을 찾아가기 위해서는 대중교통 보단 관광객 개인의 자가용을 이용하는 것이 편리하다. 대중교통을 이용할 경우에는 예산버스터미널에서 신흥리 방향의 시내버스가 있으며, 약 1시간이 소요된다. 그리고 자가용 이용 시에는 예당저수지를 여행목적지로 설정한 관광객 이라면 마을과 10분정도의 거리에 위치하고 있으므로 이동하는데 편리하다.

2. 운영 현황

1) 지원 체계

‘삼베길쌈마을’ 정부관련 기관으로부터 마을 안의 시설물 및 조형물 건설, 주변 환경 개선을 위한 기금 그리고 전반적인 농촌체험관광운영사업 비용을 매년 지원 받고 있다. 현재 삼베길쌈마을은 농업기술센터의 주관으로 관리 되고 있으며, 지원금의 경우에는 농업기술센터의 상위 기관인 농업진흥청으로부터 농업기술센터를 거쳐 예산군청을 통해 삼베길쌈마을에 전달된다.



<그림 2> 삼베길쌈마을의 지원 체계

또한 매년 군청에서 자체적으로 예산에 있는 마을들을 전체적으로 심사하여 그 기준에 통과된 상위 세 개의 마을에 일정 금액을 지원해준다. 마을 입구 쪽에 위치한 벽화나 삼베길쌈을 상징하는 물레 조형물도 농업기술센터의 지원으로 이루어진 것이다.



2) 체험 프로그램

<표 4> 체험 프로그램 현황

구분	종류
삼베길쌈체험	• 삼베를 찾아라, 삼골무지개/ 국화골 향기
수확체험	• 산채골 짜리골, 두레농사체험, 풍덩 내 통밭
만들기체험	• 삼굿 만들기, 짜리길쌈, 선향골 향기
놀이마당체험	• 가베놀이 한마당, 삼밭에 쭉대
먹거리체험	• 감자, 옥수수, 고구마 구워먹기, 빈대떡신사

현재 삼베길쌈마을에서 운영하고 있는 체험프로그램으로는 위의 표에서 나타내다시피 관광객들을 위해 다양한 프로그램을 마련하고 운영 중에 있으며, 이러한 프로그램들은 삼베길쌈마을을 방문한 관광객이면 남녀노소 구분 없이 누구나 눈으로 보는 것만이 아닌 직접 경험해보는 기회를 갖는다. 이는 관광객들의 호기심을 자극하는 동시에 체험욕구를 채워주는 동시에 큰 만족을 얻고 있다.

마을 이름이 '삼베길쌈마을' 이라는 이유로 당일 체험 관광객을 비롯하여 숙박 관광객 모두 체험프로그램 중 삼베길쌈에 대한 관심이 가장 높고, 바쁜 일정 속에서도 다른 체험 보다 삼베를 짜보거나, 길쌈의 과정에 있는 삼 삶기, 삼 꺾질 벗기기 등의 체험을 꼭 한 번 해보고자 하는 의견을 표하고 있으며, 마을 한 편에 위치하고 있는 삼베길쌈 전시관의 경우는 삼베를 잘 모르는 학생 및 젊은 세대에게 우리나라 조상들의 지혜로움을 알리는 교육적 효과도 주고 있다.

삼베 짜기 체험 (삼베길쌈 체험)



삼 삶기 체험 (삼베길쌈체험)



삼 껍질 벗기기 (삼베길쌈 체험)



삼베길쌈 전시관 관람 (삼베길쌈 체험)



통발에 된장 넣고 물고기 잡기 (수확체험)



호박 고구마 캐기 (수확체험)





3) 주민 참여

삼베길쌈마을은 총 40여 가구가 모여 살고 있다. 몇몇의 농촌체험관광사업을 전개하고 있는 마을들을 살펴보면, 체험관광사업 참여 가구와 비가구로 분리되어 있다. 그러나 삼베길쌈마을의 경우 마을 주민이면 누구나 일손이 바쁜 마을의 축제기간 및 관광객의 수가 많을 때에는 생업인 농업에 약간의 지장을 주게 되더라도 마을의 발전 및 개선을 위해 솔선수범하여 체험관광산업 운영에 참여한다.

길쌈이라는 작업 자체가 전문적인 기술이 없으면 하지 못하는 것으로 관광객을 대상으로 길쌈관련 체험을 할 때에는 마을 안에 길쌈의 과정에 대한 전문 지식 및 기술을 갖고 있는 어르신들이 직접 참여하여 학생들을 가르치고 설명을 해주며 프로그램을 진행해 나간다. 마을의 이장, 부녀회장, 운영위원장 등과 같은 마을의 지도자층에 있는 주민의 경우는 체험관광이 이루어지지 않는 날에도 체험관광사업 운영에 관한 책임감으로서 관광객들이 방문 할 때 불편함을 느끼지 않도록 인프라 시설 관리도 도맡아 하고 있다.



V. 사례분석

1. 충남 서천군 한산면 - 모시

모시는 과거 삼국시대부터 최고의 명성을 누려온 전통 직조기술로 생산하는 자연 섬유이며, 한산면 일대에는 질 좋은 모시가 많이 생산되고 있다. 한산모시의 생산소득이 이곳 생산소득의 17%에 해당할 만큼 경제적 기여도가 높다.

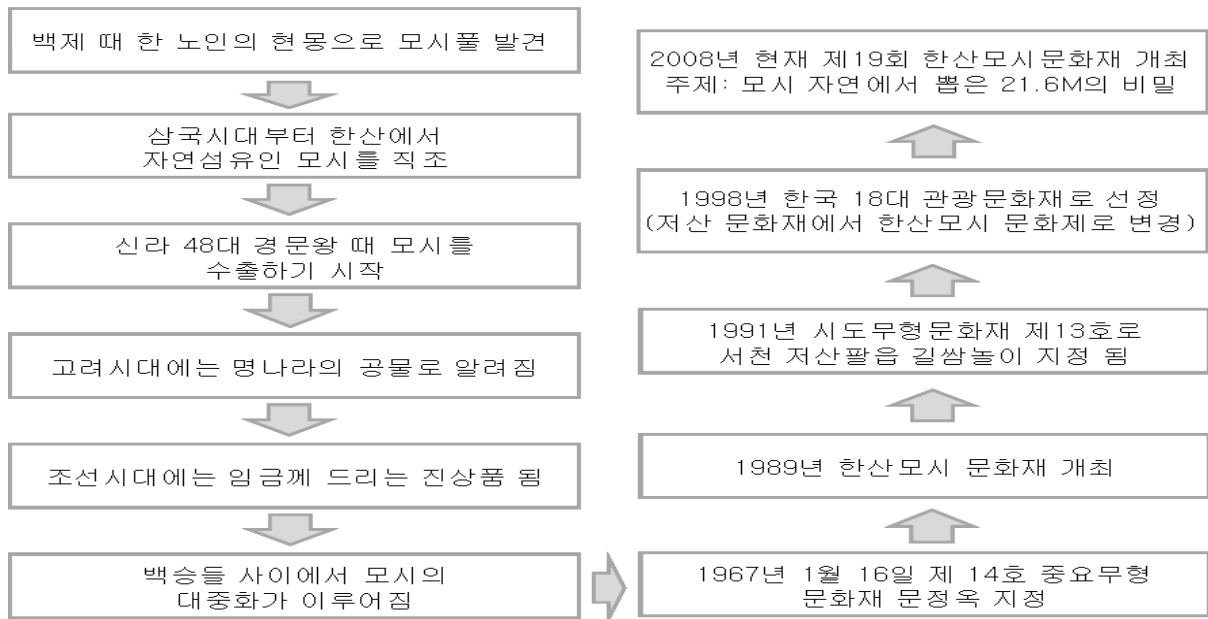
모시생산과정은 보통 부락마다 한 장소에 여럿이 모여 서로 협력하여 공동 작업을 하는 형태로 이루어져 왔다. 서로간의 협동심을 키우고 단조로운 노동을 흥겹게 하기 위하여 모시생산을 위한 놀이문화가 전해지고 있는데 서천군에 예로부터 전승되어온 민속놀이 중 ‘저산팔읍(葦山八邑)’ 길쌈놀이가 그것이다. 저산팔읍은 삼국사기에 한산, 서천, 비인, 홍산, 임천, 남포, 정산, 보령을 중심으로 모시를 장려하기 위해 길쌈 경연대회를 열렸으며, 후에 저산팔읍 길쌈놀이를 승화 되어 모시의 고장 한산면에서 저산팔읍 길쌈놀이가 계승되고 있다. 이 놀이는 한산모시문화제에서만 볼 수 있어 특색 있는 프로그램으로 그 희소성과 가치가 높게 평가되고 있다.



자료: 문화재청 www.cha.go.kr.

모시짜기 기능보유자 문정옥(중요무형문화재 제14호), 나상덕(충남무형문화재 제1호)등 전통직조기능 보유자를 지정하여 전통의 맥을 이어가고 있으며, 이 지역의 모시를 명품화 시켜 ‘한산모시’ 라는 브랜드를 만들었다. 또한 ‘한산모시문화제’ 를 개최하여 많은 관광객과 그 관계자들의 주목을 받고 있다. 이 축제는 1989년 처음 시작된 이래 현재까지 매년 개최되고 있으며, 1998년 제9회 대회를 맞아 전국 18대 관광문화제, 충청남도 3대 문화제로 선정되었다. 이에 따라 원래는 ‘저산문화제’ 였던 명칭을 ‘한산모시문화제’ 로 바꾸었으며 다채로운 프로그램 운영을 통해 군 단위의 행사에 그쳤던 것을 국제적인 행사로 발돋움하는 계기를 마련해 주었다. 그 내용으로는 모시옷 패션쇼, 저산팔읍 길쌈놀이, 모시 길쌈시연 등의 체험프로그램이 매년 실시되고, 행사기간 중에는 한산모시

를 행사장에서 직접 살 수 있고, 모시로 만든 다양한 먹거리들(모시냉면, 모시떡, 모시차 등)도 접해볼 수 있다.



<그림 3> 한산 모시마을의 생성 과정

위의 개념도에서 보여지듯 모시는 예로부터 우리나라의 미를 상징하는 여름 전통옷감으로, 백제 때 한 노인의 현몽으로 건지산 기슭에서 모시풀을 발견한 이래 1,000여 년 동안 나라의 진상품으로 이어져 온 서천군의 명물이다. 모시는 백옥같이 희고 우아하며 잠자리 날개처럼 섬세하고 가늘어 여름철 옷감으로는 으뜸으로 치고 있으며 고려시대에는 명나라 공물로, 조선시대에는 진상품으로 그 명성을 떨칠 정도로 그 역사적 가치가 높아 제작기술을 보호하고자 국가에서 중요무형문화재로 지정 관리하고 있다.

또한, 자연에서 채취한 천연염료로 염색한 모시는 동양의 5원색인 백, 청, 황, 적, 흑의 색들의 멋과 동양적인 매력을 가지고 있다. 이는 국·내외 방문자들에게 신비로움과 아름다움을 느끼게 해주는 동시에 다양한 체험프로그램으로 자녀의 교육을 위한 방문객이 많이 증가하고 있다.

2. 대구광역시 - 섬유

대구섬유축제는 지역 관계자들의 지역 활성화에 대한 열망 담은 축제이며, 대구섬유산업의 미래를 제시하는 동시에 동종업계의 의식 전환을 통해 화합 분위기를 조성하며, 해외관계자를 초청하여 지역섬유제품의 수출을 도모하는 등 적극적인 홍보가 이루어지고 있다. 또한, 이를 단순한 지역 축제가 아닌 누구나 참여하는 축제로 발전시킴으로 애郷심을 고취시키고 수출시장의 다변화와 제품의 차별화를 촉진시켜 대구섬유의 우수성을 국내 외에 홍보하고 있다.

이와 더불어 최근 대구는 아시아의 섬유중심지로의 발전을 위한 ‘밀라노 프로젝트’를 발표하면서 고급원자재 공급을 확대하며, 제직, 염색가공, 섬유기계 업계의 기술력을 향상시켜 제품차별화를 통한 고부가가치 제품중심으로 전환을 촉진하고자 노력하고 있고, 대구 시내에서는 다양한 체험상품들을 발굴해 많은 사람들에게 체험욕구를 자극시키고 있다.

<표 5> 대구 섬유 체험프로그램

당일체험	1박체험	5박체험
<ul style="list-style-type: none"> 패션쇼에 참여하는 모델 되어보기 	<ul style="list-style-type: none"> 웨딩스타일 알아보기 전통복식 입어보기 나만의 트렌디웨어 알아보기 자신만의 옷으로 모델 되어보기 	<ul style="list-style-type: none"> 10~20명으로 구성 약령시와 섬유시설 시찰, 수지침 배우기 등의 체험

체험프로그램은 5박 6일 동안 1회당 10명에서 20명으로 구성되며, 대구약령시와 섬유시설 시찰, 수지침 체험으로 구성되어 있다. 다른 체험상품으로는 대구 시내 호텔 숙박자에 한하여 원하는 사람이면 누구나 신청만 하면 패션모델로서의 무대에 설 수 있는 경험을 해볼 수 있는 패키지 형식의 대구패션뷰티체험으로 3~4시간 정도 소요되는 프로그램이 마련되어 있다. 이 프로그램의 구성으로는 아름다운 웨딩 스타일과 전통복식 및 나만의 트렌디웨어를 알아보는 관광객 개인의 개성과 멋스러움을 뽐낼 수 있는 기회를 제공하고 있다. 이러한 이유로 교육을 목적으로 방문하는 패션과 관련된 전공 학도 및 여성 그리고 패션관련 산업에 종사하는 이들을 비롯해 다양한 계층의 관광객을 확보 하고 있다.

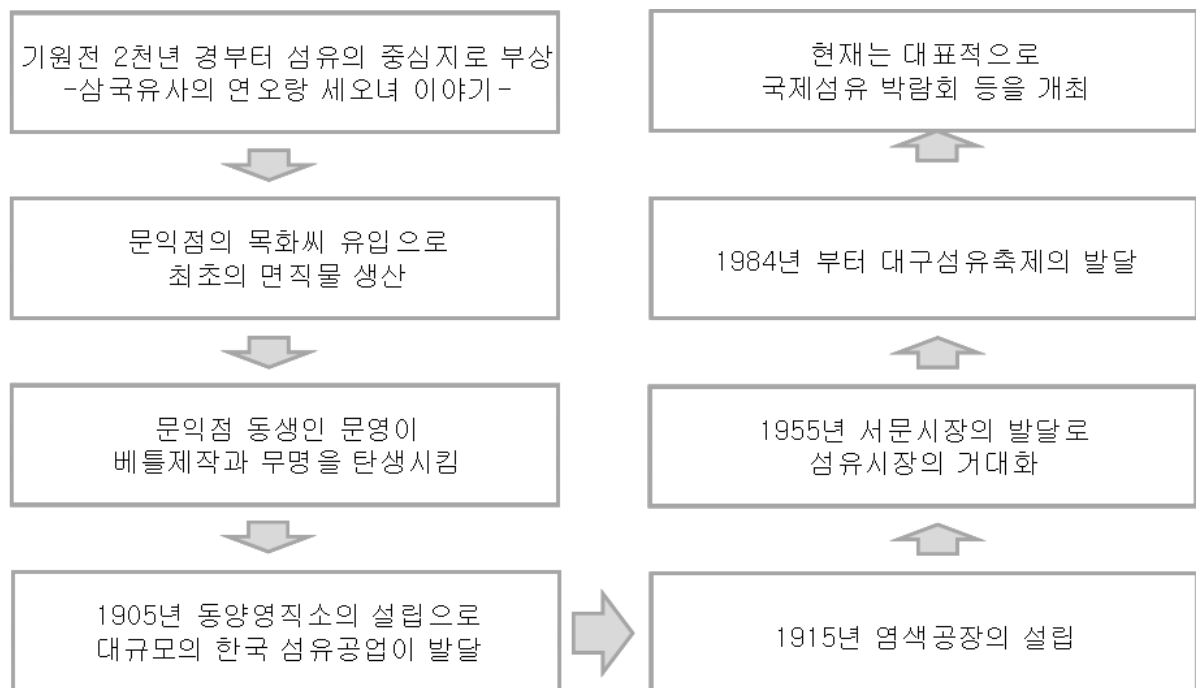


자료: 대구 관광역사 문화정보 시스템. www.tour.daegu.kr

영남 지방의 중앙부에 있는 광역시로 섬유 공업을 비롯한 각종 공업이 활발하며, 이렇게 섬유로써 이름을 알리게 된 데에는 기원전 2천년경전으로 거슬러 올라가게 된다. 세오녀가 짠 비단으로 하늘에 제사를 지내고 임금의 국보로 삼았다는 내용의 이 기록은 신라시대 비단의 품질이 우수함을 보여주는 것으로 삼국유사에 「연오랑 세오녀」 편에 ‘나의 아내가 짠 세초가 있으니 이것으로 하늘에 제사를 지내면 좋으리라 하고 비단을 주었다. 그 비단을 임금님이 사용하는 창고에 두고 국보로 삼았다.’ 고 전해져 내려오고 있다.

문익점에 의해 중국의 목화씨가 유입돼 우리나라 최초로 면직물이 생산됐던 곳이 경북 의성이며, 문익점의 손자 문래가 그 이름을 딴 물레를 만들어 실을 뽑았으며, 그의 동생 문영은 베틀을 만들어 베를 생산하고 자신의 이름을 따 무명으로 전하게 했다. 이와 같은 역사적 배경과 내륙지방의 풍부한 노동력, 풍부한 용수 등은 오늘날 섬유도시 대구를 이루게 한 배경이 되었다.

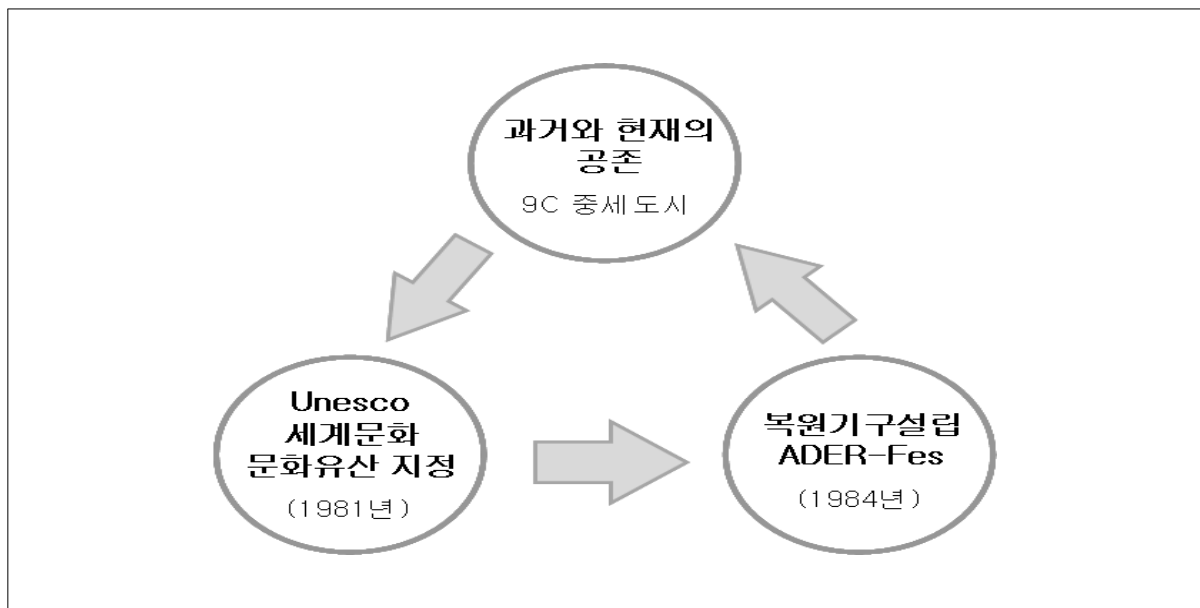
그리고 수공업 위주의 대구 섬유공업은 1905년 공장제 섬유공업시대를 맞이하면서 동양염직소가 설립되면서 대구 규모의 한국 섬유공업이 시작된다는 의미를 갖게 되었다. 1915년엔 염색공단의 설립, 1955년도에는 직물 도소매의 중심지인 서문시장이 활성화됨에 따라 섬유공업은 더욱이 발전되었다. 또한, 1984년부터 시작된 ‘대구섬유대축제’가 섬유산업을 육성하고 첨단 섬유패션도시로 발돋움하기 위해 열리는 산업축제로서 개최되기 시작했다. 이 축제는 매년 봄과 가을에 개최되며, 축제 기간에 시행되고 있는 행사로는 대구국제섬유포럼, 대구 컬렉션, 한복패션쇼, 대구국제 섬유디자인 교류 및 공모전, 천연염색전 등이 있다.



<그림 4> 대구지역의 섬유도시 생성과정

3. 모로코 페즈 - 천연 염색

모로코에서 가장 아름다운 지역이라 간주되는 페즈는 오래 전부터 종교, 학문, 문화의 중심지 역할을 해왔다. 또한 높은 명성을 지닌 대학과 가죽 공예품이나 놋쇠, 금속 공예품 등의 전통적 예술작품들 덕분에 페즈는 ‘아프리카의 아테네’ 라는 별칭으로도 불린다. 모로코 페즈의 구시가지에는 아랍도시의 올드타운(Old Town)을 뜻하는 메디나와 재래시장 수크 그리고 천연가죽염색공장 테너리가 있다. 페즈의 메디나는 9세기경 형성되어 지금까지 주거는 물론 상업적인 교류와 커뮤니티가 공존하는 중세의 도시구조를 그대로 간직하고 있는 생활터전이다.



<그림 5> 모로코 페즈의 도시 모형 흐름

이곳은 1981년 아랍세계에서는 최초로 유네스코 세계문화유산으로 지정되어 보호되고 있으며, 1989년 설립된 페즈 복원기구인 ‘ADER-Fes’ 에 의해 지역정보를 체계적으로 구축, 통합적인 복원사업을 벌이고 있다. 메디나 안에는 ‘수크’ 라고 불리는 재래시장이 있다. 약 9000개에 달하는 골목에는 라방(모로코의 전통의상)을 입은 여인들, 고깔모자 달린 두루마기를 입은 남자들, 짐 실은 당나귀들이 쉼 새 없이 오가는 중세시대의 풍경을 가지고 있다. 또한 수크의 골목에는 조그마한 식료품과 야채, 향료, 과일 가게, 전통 공예품을 파는 가게들과 이 나라의 주요산업인 수공업 직물가게와 재래식 가죽 공장들이 자리하고 있다. 재래식 가죽 공장인 테너리는 세계에서 가장 오래 된 곳이다. 기계는 하나도 없고 비둘기 똥과 소 오줌, 물고기 기름, 동물의 지방 같은 천연 재료를 사용한 색색의 천연 염색이 담긴 둥근 구덩이에 동물의 가죽을 넣고 일일이 장인들의 손을 거쳐 염색을 하고 다시 햇빛에 건조시키는 재래식 방법을 사용한다. 테너리에 양, 소, 낙타 등의 가죽이 도착하면 제일 먼저 가죽을 분류하여 하얀 석회물에 담궈 가죽을 삶고 부드럽고

넓어지게 한다. 그 후 염색을 위해 비둘기 똥을 이용해서 가죽을 탈색시킨다. 탈색을 마친 가죽은 주문된 대로 각각 천연치자나 아몬드 등을 이용한 천연염료를 푼 구덩이에 넣고 장인들이 직접 그 구덩이 속에 들어가 뱉아가며 염색을 한다.

모로코는 지금까지 수백 년 동안 이 같은 방법을 써오고 있고 그 가죽의 좋은 질과 부드러움은 세계적 널리 알려져 밀라노와 파리 등 유럽의 유명 브랜드 상품으로 팔리고 있다. 페즈로는 매년 전 세계에서 많은 관광객들이 모로코의 과거의 모습을 보기 위해 찾아온다. 이곳에는 많은 장인들이 가죽 공예품이나 낚시, 금속 공예품 등을 찾아볼 수 있으며, 모로코 관광청은 영어, 불어, 독어로 번역된 홈페이지를 통해 페즈로 찾아오는 관광객들에게 공식 가이드를 알선과 다양한 관광 정보를 제공한다. 페즈의 관광요소들은 인위적인 개발에 목적이 아닌 보존과 유지를 통해서 전 세계인들이 그곳에서 생활 속의 페즈를 체험할 수 있게 하면서 관광객들을 끌어 모으고 있다.



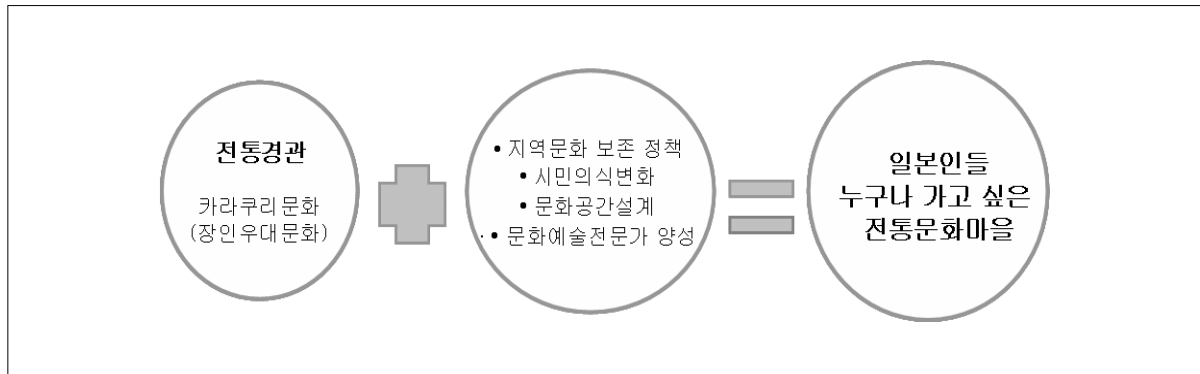
자료 : 월간 산 (2006. 12). 알랭 베르디에. 지구방랑자 베르디에의 세계 오지 여행, 모로코 페즈

4. 일본 가나자와시(市) - 실크염색공예

가나자와시는 400년에 가까운 역사, 문화 중심지로 지역의 고유 전통문화자원과 지역 내 문화 인력을 효과적으로 활용해 일본인들이 가장 살고 싶어 하는 전통문화마을이다. 지리적으로 바다와 산과 들에 둘러싸여 있어서 예로부터 음식산업, 다도문화 산업이 크게 발전하였고, 미술공예품, 정원수, 조경 등에 관한 심미안을 키움으로써 자기나 공예 산업도 아울러 발전했다. 또한 막부시대의 봉쇄정책 때문에 전국의 장인들을 불러 모아 장인에 의한 카라쿠리 문화가 형성 됐다. 이러한 문화적 환경은 가나자와시가 섬유산업과 섬유기계 산업을 독자적으로 발전시켜 성장 할 수 있게 하였다.

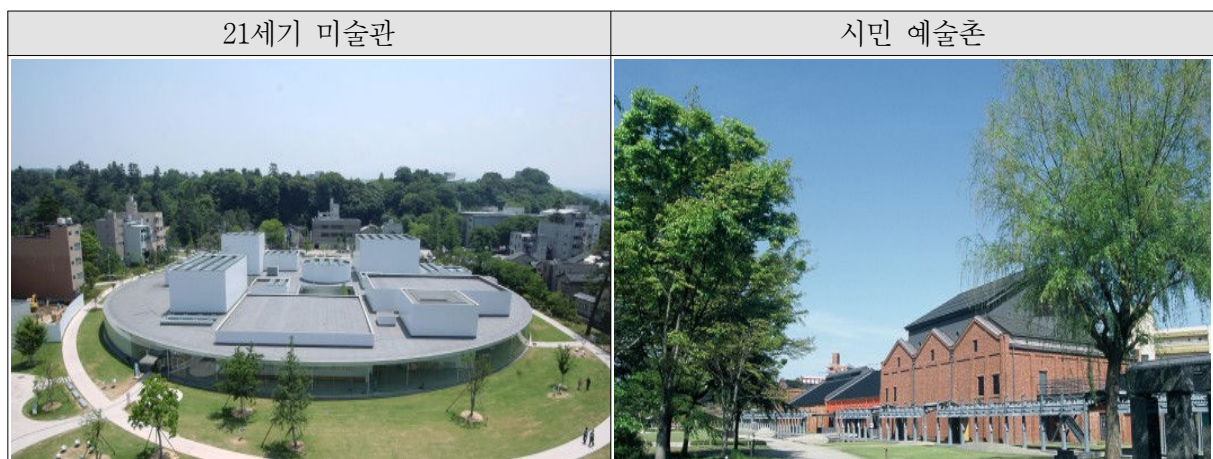
카가유젠(加賀友禪)이라고 불리는 실크염색공예를 바탕으로 섬유산업과 전통 염색, 수공업, 칠공예 등이 발달을 이용한 우타즈야마 공예공방, 시민예술촌, 유와쿠 창작의 숲, 가나자와 21C 미술관 등을 건립하여 문화예술가들과 시민들의 문화 예술 공간을 제공하고 있다.

‘보여주고, 교육하고, 참가하는 공간 만들기’ 를 모토로 건립된 우타즈야마 공예공방에서는 지역의 전통공예의 역사, 각종 공예기법과 소재에 대한 자료와 작품을 전시 공개하고 있으며, 주말마다 시민참가 프로그램을 실시하고 있다. 또한 젊은 공예작가들의 연수 공간으로도 제공하면서 시민들과 전문가의 만남을 제공한다. 시민예술촌은 멀티공방, 드라마공방, 뮤직공방, 오픈스페이스, 아트공방이 있고, 사또야마의 집(里山の家), 퍼포밍스퀘어, 다이와초(大和町)광장 등의 시설과 관련 프로그램을 통해 젊은이들의 다양한 창작활동을 장려해 시민 문화예술동아리 활동을 활성화 시키면서 새로운 문화를 육성에 기여했다.



<그림 6> 일본 가나자와시의 발전 모형도

2004년도에 건립된 21C 미술관의 경우 <21세기와 만남>이라는 주제로 시민들이 직접 느끼고, 만지고, 체험할 수 있는 새로운 개념의 전시방식을 활용과 함께 시민 자원봉사를 모집하여 미술관 내 외부의 안내, 어린이 프로그램 보조 전시기획 등에도 활발한 시민참여가 이루어지고 있다. 이러한 문화 공간과 프로그램의 역할로 가나자와시는 방문객들에게 긍정적인 지역 이미지를 심어주고 있다.



자료 : 가나자와시 관광협회. www.kanazawa-tourism.com/korean/main.

VI. 시사점

1. 사례지역 성공요인 분석

1) 한산모시마을

한산모시마을은 지역의 특산물인 '모시'를 소재로 하여 지역을 특화에 성공하였는데 이는 다음과 같은 요인에서 찾아볼 수 있다. 첫째, 전통직조 보유자를 지정하였다. 모시 짜기 기능보유자와 같은 전통직조기능 보유자를 무형문화재로 지정하여 관광객에게 한산 모시의 전통성과 상품에 대한 가치 보증의 역할을 하였다. 둘째, 지역상품인 '모시'를 명품 브랜드화 하였다. 이는 한산에서 생산되는 모시 자체가 전통성을 가지고 있다는 이미지를 바탕으로 두고 한산면에서 제작되는 모시에 '한산모시'라는 상표를 붙여 판매를 함으로 인해 타 지역의 모시와 차별성을 갖춘 하나의 명품 브랜드 상품을 갖게 되었다. 셋째, 한산모시문화제에 희소성 있는 프로그램을 구성하였다. 서천군에 전승되어 온 민속놀이인 '저산팔읍 길쌈놀이'를 시도무형문화제(제13호)로 지정을 하고, 계승되어져 온 방식 그대로 재연을 하여 프로그램의 가치를 높였다.

2) 대구광역시

대구광역시의 경우 섬유공업도시로서의 지역산업의 특성과 지역 관계자들의 다양한 노력에서 성공요인을 찾을 수 있다. 지역의 다양한 이해관계에 있는 기관과 관계자들은 정부의 지원을 받아 국내외의 섬유산업 관계자들을 초청하고 포럼, 공모전 등을 개최하여 대구 섬유의 수출의 기회를 확대 할 수 있는 적극적인 홍보를 하였다. 또한 섬유시설 시찰을 하는 팸투어와 대구패션뷰티체험 등을 제공하여 비즈니스 관광객이나 패션에 관심이 높은 다양한 계층의 사람들을 폭넓게 수용할 수 있는 계기를 만들고 활성화하고 있다.

3) 모로코 페즈

모로코 '페즈'는 9세기경의 중세 모습을 간직하고 있는 구시가지가 유네스코 세계 문화유산으로 지정 됨 으로서 도시 자체가 하나의 상징물로서의 가치를 가지게 되었다. 모로코 당국은 페즈가 가지고 있는 도시의 상징성과 희소성을 유지하기 위해 국내외에서 거둬드린 기부금을 활용하여 1989년에 전문복원기구인'ADER-Fes'를 설립하고, 체계적인 도시 복원과 유지에 힘쓰고 있다. 페즈의 이러한 성공사례는 역사적, 사상적, 제도적 영향을 받아 지속적으로 활용되고 체계화되어 다양한 문화, 사회, 행정적 환경의 중요성을 대변해주고 있다.

4) 일본 가나자와시

가나자와시는 전통문화를 단순 보존이나 복원, 육성의 대상이 아닌 새로운 문화와 결합시켜 현대적인 전통으로 재구성시킨다는 새로운 이해를 통해 지역 경관을 재구성했다. 이러한 과정은 가나자와시만의 확실한 자기정체성을 만들어 일본인들이 살고 싶어 하는 전통문화도시로 성장하였다.

또한, 가나자와시는 다양한 문화예술 공간을 설립하여 문화 예술전문가 양성 및 시민과 전문가와의 교류의 장 제공하고, 지역문화동아리 활성화와 같은 다기능적 문화 예술 활동을 활성화 하였다. 그 효과는 문화예술이 지역시민의 생활에 일상화될 수 있는 편의를 제공하여 시민들의 문화 예술적 감수성을 성장시키는 동시에 한편으로는 시 정책에 대한 동의와 이해의 수준을 높이고, 이 밖에도 문화예술을 지향하는 도시로서의 품격을 갖게 하는 긍정적인 효과를 거두었다.

<표 6> 사례지역 성공요인

사례지역	성공요인
한산모시마을	<ul style="list-style-type: none"> • 전통직조 보유자 지정 • 지역상품 '모시' 명품 브랜드화 • 한산모시문화제의 희소성을 가진 프로그램
대구광역시	<ul style="list-style-type: none"> • 적극적인 정부의 국내외 홍보지원 • 팸투어와 뷰티체험프로그램
모로코 페즈	<ul style="list-style-type: none"> • 유네스코 세계 문화유산 지정 도시로서의 상징성 • 전문복원기구 'ADER-Fes'
일본 가나자와시	<ul style="list-style-type: none"> • 경관의 재구성을 통한 지역정체성 창출 • 다기능적 문화 예술 활동 활성화

2. 사례지역 스토리텔링형 마케팅 전략 분석

1) 스토리 발굴

한산모시마을, 대구광역시, 페즈, 가나자와시는 스토리 발굴에 있어 지역의 역사문화적 이야기나 지역의 산업사의 발전과정 이야기를 소재로 채택하였다. 한산모시마을과 모로코 '페즈'의 경우 다른 지역에서는 보기 어려운 놀이문화와 지역생활상을 활용하여 지역의 상징성에 초점을 맞추었다. 반면에 대구광역시와 일본의 '사가나와시'의 경우 지역의 산업 현장의 발전사나 전통 문화예술 보존사를 다채로운 현대적 이야기로 창조시켰다.

2) 스토리 체험

사례지역에서 스토리 체험을 위해 제공하고 있는 체험환경은 축제 및 이벤트 참여를 통한 방문객들의 직접체험이나 지역을 방문하여 공연, 생활사, 산업관광과 같은 관람의 형태이다. 정보환경의 경우 축제의 로고 제작, 영상물 배포, 공식 홈페이지 링크 등을 통해 제공하고 있다.

3) 스토리 공유

대부분의 사례지역 스토리텔링 체험에 관한 정보 교류는 온라인상에서 관련 홈페이지 또는 방문객들의 블로그에 올려진 체험 후기와 사진들에 의해서 활성화 되고 있다. 오프라인상에서의 공유 사례에 관해서는 명확한 환경을 알 수 없다.

<표 7> 사례지역 스토리텔링형 마케팅 전략의 특성

지역	스토리 발굴	스토리 체험	스토리 공유
한산모시마을	<ul style="list-style-type: none"> 지역문화사 전통놀이 문화, 역사성 	<ul style="list-style-type: none"> 직접 체험 관람 설문지 양케이트 팸플렛 	<ul style="list-style-type: none"> 포털사이트 여행 커뮤니티
대구광역시	<ul style="list-style-type: none"> 지역 산업사 지역 산업의 발전사 	<ul style="list-style-type: none"> 직접 체험 관람 축제 홍보 홈페이지 	<ul style="list-style-type: none"> 한국관광공사 '3명' 소개 웹커뮤니티
모로코 페즈	<ul style="list-style-type: none"> 생활사 9세기 중세아랍국가의 생활상 	<ul style="list-style-type: none"> 관람 모로코 관광청 홈페이지 	<ul style="list-style-type: none"> 모로코 관광청 웹사이트를 통한 정보제공
일본 가나자와시	<ul style="list-style-type: none"> 지역전통문화사 전통 문화예술 보존사, 현대 문화사 	<ul style="list-style-type: none"> 직접 체험 일본 관광청 홈페이지 가나자와 관광협회 홈페이지 	<ul style="list-style-type: none"> 포털사이트 일본 여행 커뮤니티

VII. 삼베길쌈마을 스토리텔링형 장소마케팅 전략

1. 스토리 발굴 전략

1) 삼베 이야기

삼은 잎사귀부터 줄기까지 하나도 버릴 것이 없는 작물이다. 잎은 끓여서 낸 물을 무즙이 있는 사람에게 약으로 통하고 있으며, 줄기는 삼굿(삼을 찌는 과정)을 한 다음 말

리기 과정을 한 다음 바짝 마른 삼을 다시 물에 불려서 삼 삶기 과정을 통해 실을 만들어 낼 수 있다. 이를 베틀에 넣고 수의를 만들거나 음식을 찌 때 눌러 붙지 않게 하기 위한 천으로도 사용이 된다. 삼을 실까지 만들어 내는 과정을 보기 쉽게 정리를 해볼 수 있다.



<그림 7> 삼베를 이용한 실짜기 체계도

원래 삼은 우리나라에서 재배 역사가 가장 오래된 작물 중의 하나다. 신라 경순왕의 아들인 마의태자 그가 입었던 옷으로, 마의(麻衣=삼베옷)에서 나왔음은 삼의 역사를 알기에 충분하다. 하지만 삼베는 우리에게 그다지 반가운 역사를 가지고 있지는 않다. 일제시대에 죄수들의 의복을 만드는데 사용이 되었다는 사실이 있다. 마의태자가 나라를 빼앗긴 설움을 이기지 못하게 되었을 때, 백성들이 입었던 옷이며 부모를 잃은 경우 참회의 복장으로 이용되기도 했었다. 이전에는 습의와 염의로 구분되어 삼베의 좋은 효능을 더욱이 부각 될 수 있도록 하였었다. 습의는 시신에게 입히는 평상복, 염의는 그를 감싸는 여벌의 옷이라는 뜻이다. 일제시대 후에 이는 간소화되어 현재의 모습을 가지고 있는 것이다.

또한 삼의 줄기에서 나온 섬유는 베를 짜거나 로프·그물·모기장·천막 등의 원료가 되며, 열매는 향신료의 원료로 쓰인다. 한방에서는 열매를 화마인(火麻仁)이라는 약재로 쓰는데, 변비와 머리카락이 나지 않을 때 효과가 있다고 한다. 하지만 문제는 대마의 잎과 꽃이었다. 여기에는 테트라 히드로 카나비놀(THC)을 주성분으로 하는 마취 물질이 들어 있어 연기를 깊게 빨아들이면 환각 증세를 보인다. 이를 우리나라에서는 마약류로 분류되어 엄격하게 규제한다. 섬유의 원료인 삼으로서가 아니라 환각제로서의 대마초가

한국에 알려진 것은 1960년대 중반 주한미군 등을 통해서였다. 그 후 1970년대에 크게 번지다가 결국 1975년에 재배를 하기위해서는 관청에 필히 신고 해야 하는 부분이 되었다. 또한 요즘은 추려낸 잎 등의 부산물을 현장에서 모두 태움으로 삼이 대마초로 변하는 걸 막아내고 있다.

그리고 베틀을 짜면서 하는 노동요가 있는데, 이는 삼교읍에서 전해져 내려오는 것으로 노랫말은 다음과 같다.

강남 강남 강남 길을 잡어놓고/ 구름 잡어 잉어 달고/

사치미 때는 성제요/ 누리기 때는 독신이요/잉어 때는 삼형제요/

대추나무 북이다가/ 청배나무 바디/ 황배나무 바디집이/

와각대각 짜나라니/ 앞문이서 통부들와/ 뒷문이서 배짜다 받아보니/

어멈죽은 통분가(통부인가) 했더니 시앗죽은 통불새/ 에이 그년 잘두 죽었다

<출처> 예산군(2001). 예산군지(下)발췌.

또한, 광시면에서 전해지는 베틀가가 있다. 이는 유희요로 노랫말은 다음과 같다.

베틀을 놓세 베틀을 놓세 옥난간에다 베틀을 놓세

에헤 에헤야 베 짜는 아가씨 사랑 노래 베틀에 수심만 지누나

이 베 짜서 그 누굴 주랴 바디질 손 눈물이로다

에헤 에헤야 베 짜는 아가씨 사랑 노래 베틀에 수심만 지누나

춘포 저포 생당포요 길주 명성에 쇠북포로다

에헤 에헤야 베 짜는 아가씨 사랑 노래 베틀에 수심만 지누나

<출처> 예산군(2001). 예산군지(下)발췌.

이러한 노래들은 지역민들에 의해 불리우며 현재 삼베로 다양한 상품들이 만들어지고 있다. 중요민속자료 제117-12호(소색삼베관복), 제 118-1호(삼베적삼)로 지정됨을 보아도 삼의 역사는 오래되었음을 알 수 있다.

2) 예산 이야기

예산군은 많은 관광자원과 더불어 스토리를 만들어낼 다양한 지역관련 이야기가 있다. 아래의 표는 예산군의(예산군지, 2001) 하권 11편에 나오는 96편의 이야기(전설과 민담)를 정리한 것으로 대체적으로 각 마을의 사람들의 입에서 입으로 전해져오는 구전물이 많다. 대표적으로 대원이 대감이 후세까지 왕위를 지키기 위해 만인을 죽인 이야기, 형제간에 서로를 위해 벗가리를 가져다주는 이야기와 수덕사에 관련된 수덕각시와 덕송도령의 이야기가 있다.

<표 8> 예산군의 전설과 민담

구분	자연	풍수지리	역사적 사건	지명 유래	우애	효	열녀	권선징악	기타	합계
덕산면	1	2	4	-	-	-	-	-	1	8
삽교읍	5	-	-	-	-	1	-	4	2	12
예산읍	-	3	-	-	-	2	-	1	-	6
대산면	1	2	-	1	-	1	-	2	2	9
대흥면	2	-	1	-	1	3	-	-	1	8
신양면	1	2	-	3	-	-	-	4	-	10
광시면	1	1	2	2	1	2	3	6	8	26
응봉면	-	2	2	-	-	-	-	-	-	4
고덕면	1	3	1	-	-	3	-	2	1	11
오가면	-	-	-	-	1	1	-	-	-	2
합계	12	15	10	6	3	13	3	19	15	96

자료: 예산군(2001). 예산군지(下) 참조 재구성.

위의 표를 보면 광시면에는 다른 지역보다는 많은 이야기가 있음을 알 수 있다. 삼베길쌈마을은 이 지역에 속한 마을로써 숙박을 하는 관광객에게 이야기를 해 줌으로써 관심이 높아짐에 따라 그 만족도도 높아질 것이다.

또한, 예산은 예로부터 보부상의 발달지로 알려져 있다. 보부상중 보상들은 부피가 작고 가벼우며 비교적 값진 물품을 가지고 다녔다. 여기에는 삼베, 비단, 금 등이 있으며, 이들은 소자본의 상인이나 무산계급의 노동자로 부상에 비해서 자본계층의 상인이라 할 수 있었다. 후에 보부상은 예덕상무사라 불리게 된다. 이 기원은 여러 가지 구전되어 왔지만 확실한 것은 위기구제설이다. 1851년 접장이었던 한량 김상령을 선두로 오늘날까지 112대의 접장이 이어져 오는 내용이다.

이들은 행상을 업으로 하는 이익조직으로 전체 조직의 화합이 중요했다. 그리하여 보부상들의 여흥이 전해진다. 농악놀이와, 줄타기놀이, 요지경등이 있으며, 난전과 타령을 하면서 경쟁의 욕구를 이용하여 보다 많이 팔기 위한 노력을 했으며, 규율을 가지고 있었으며 나라의 위급한 상황을 전달해주는 봉사·통문을 함으로써 보부상은 일반 행상꾼이 아닌 그 당시에는 다른 사람의 눈과 귀가 되어 주는 기능을 하였다. 보부상들이 전승제가 끝난 뒤 부르는 노래가사 전해진다. 이를 보면 다음과 같다.

성수만세 성수만세/ 오늘장에 천냥이요/ 다음장에 천냥이요/
 한달육장 매장처도/ 수천냥씩 재수뵈요/
 가는길에 천냥이요/ 오늘길에 천냥이요/
 붓짐장수 등짐장수/ 간곳마다 짹짹하네/ 만세만세 성수만세

<출처> 예산군(2001). 예산군지(下)발췌.

2. 스토리 체험 전략

스토리 체험 전략은 관광객에게 체험환경 및 정보환경을 제공함으로써 방문객이 느끼는 해당 지역에 대한 감정과 인지정도를 통해 장소성을 높이는 효과가 있다. 또한 그 마을에 대한 이미지 전환의 기회를 제공해 주는 동시에 나이가 어린 관광객에게는 교육의 효과를 누릴 수 있게 해주며, 젊은 청년세대 그리고 어린 자식을 갖고 있는 부모세대 및 노년층 관광객에게는 어린시절에 한번쯤 들어 보았을 법한 친숙한 이야기에 대한 향수를 자극하는 요소로 작용하기도 한다. 한마디로 말해 스토리를 체험화한 이 전략은 남녀노소 누구나 즐길 수 있는 관광의 아이템이 인 것이다.

<표 9> 삼베길쌈마을 스토리 체험 전략 프로그램의 분류

체험환경 전략	정보환경 전략
<ul style="list-style-type: none"> • 민담공연 활성화 • 전설과 함께하는 재롱잔치 • 전래 이야기 테마체험 루트 	<ul style="list-style-type: none"> • 표지판 증설 및 개선 • 삼베길쌈마을 스토리 맵 제작 • 디지털 스토리 창고

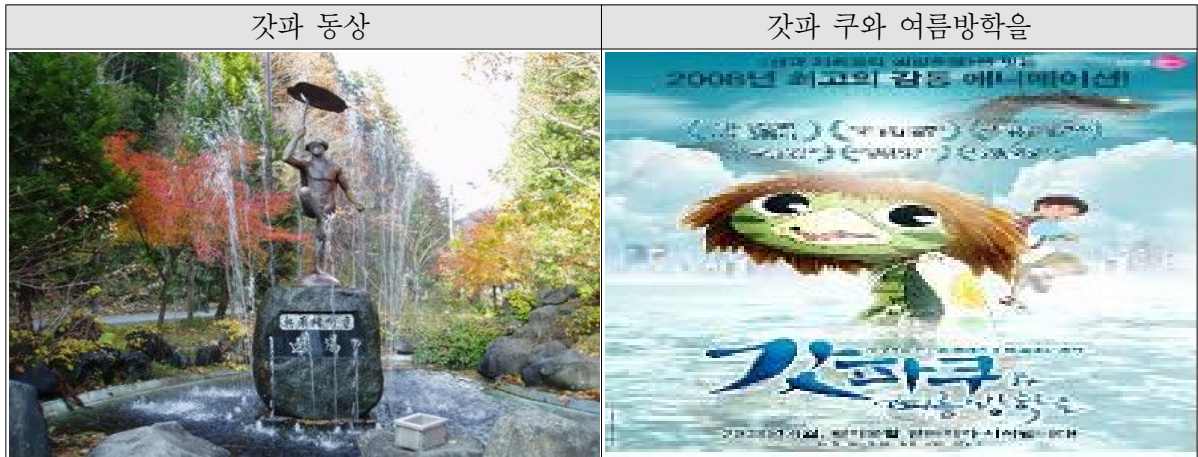
1) 체험환경 전략

(1) 만담공연 활성화

예산군지에 따르면 예산에는 96개 정도의 신화·전설·민담 등의 이야기가 전해 내려오고 있다. 이는 대체로 그 지역의 토박이로 또는 어린시절 그 지역에 살았던 어른들에 의해서 구전으로 전해 내려와 어떤 내용은 전래동화의 형태로 우리에게 익숙하거나 혹은 생소하고 다양한 장르의 이야기로 구성되어 있다. 옛이야기는 성인 방문객들에게는 어린시절의 향수를 느끼게 하고, 아이들에게는 신기하고 재미있는 하나의 놀이거리 혹은 관광 후에 기억에 남아 새로운 향수적 요인으로 역할을 한다.

일본의 경우 전통 만담가에 의해 예부터 내려온 만담들이 전해지고 이 공연은 관광 상품으로서 그 역할을 하고 있다. 또한 일본 이와테 현 토노 시의 경우 민간에 구전으로 전해 내려오는 많은 설화가 남아 있어 이를 활용해 지역 스토리텔링화를 이루었다.

토노 시에 전해오는 이야기 가운데 머리에 접시가 붙어있고 물속에 사는 상상의 요괴 ‘갓과’ 이야기가 가장 유명한데 이는 최근에는 하라 케이이치 감독의 ‘갓과쿠와 여름방학’이라는 애니메이션으로도 제작되기도 했다. 이런 이야기는 토노시 주변에 있는 “토노역” 주변 연못가 등에 개성 있는 “갓과”의 동상이나 “토노 시립박물관”을 통해 지역에서 전해 내려오는 설화와 풍속 등을 소개하는 관광자원으로 발전되었다.



이와 같이 예산 지역에 내려오는 이야기를 관광자원화 하기 위해 ‘이야기 공연’ 으로 재구성한다. 이야기 공연은 지역에 구전되어 온 이야기를 지역 어르신들이 만담가처럼 방문객에게 해주고 이를 들으면서 방문객들은 감자 캐기나 고구마 캐기 체험 등을 통해 얻은 먹거리를 장작불에 구워먹는 체험한다. 이야기 공연은 길쌈삼베마을 체험장 앞 공터에서 장작불을 피워놓고 진행을 하거나 길쌈마을체험장 실내에서 화롯불을 피워놓고 그룹을 지어 앉은 방문객들 앞에서 진행한다. 이야기 공연의 내용에 따라 만담가의 복장 및 소품을 다르게 하고 ‘별밤에 듣는 호랑이 이야기’ 와 같은 감성적인 공연명으로 홍보를 한다.



자료: 한겨레(2005). 박주희. 서울에서 일본 전통만담 '라쿠고'를 공연한 가쓰라회장.
<http://cafe.naver.com/japan24>.

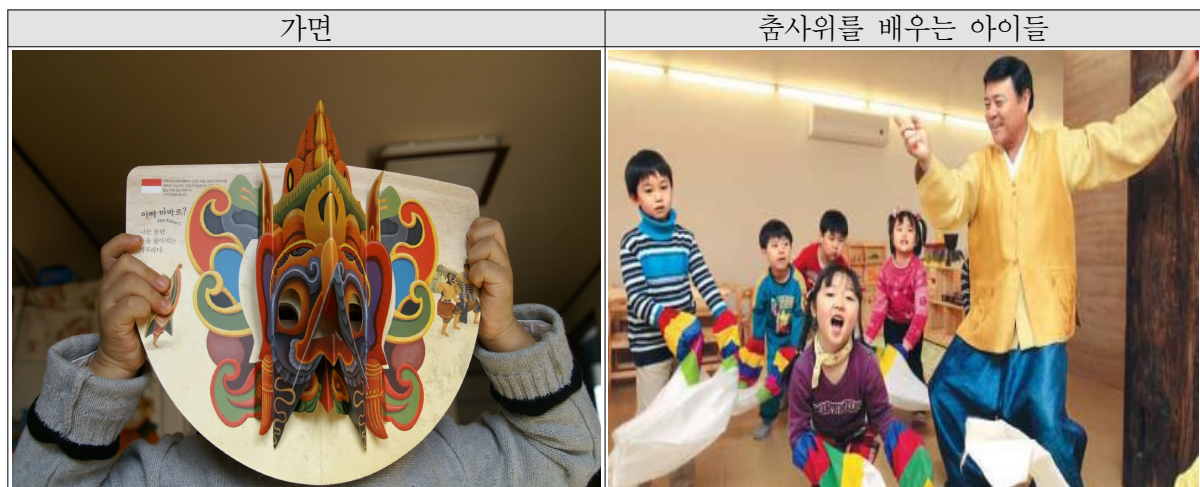
(2) 전설과 함께하는 재롱잔치

최근 초등학교에서는 ‘노는 토요일’ 에 현장체험학습이 가능한 장소를 방문하고 이를 기록으로 남겨 제출하는 형태의 수업을 한다. 따라서 초등학교에 다니는 자녀를 둔 부모들은 주말에 아이와 함께 현장체험학습을 할 수 있는 장소를 찾는다.

삼베길쌈마을의 경우 다양한 연령층의 그룹 방문객들의 수요가 높은 편이다. 이점을

활용하여 그룹을 대상으로 지역민과 방문객이 함께 즐길 수 있는 프로그램을 구성해 보았다. 프로그램의 대상을 세분화 하면 저학년의 아이가 있는 가족 및 초등학교 학생그룹이며, '전설'이라는 소재와 아이들의 '재롱잔치' 형태를 복합적으로 활용해 가면만들기와 가면극, 장기자랑 활동으로 구성한다. 가면극에서 사용할 가면은 종이로 인쇄된 가면을 사용하거나 주변의 천연재료를 이용해 직접 색칠한 가면을 가지고 이야기를 재연해 가족 및 학생그룹 모두가 이야기속의 주인공이 되어본다. 마지막으로 그룹에서 준비한 장기자랑을 함으로써 다른 그룹들의 박수 소리로 순위를 정해 마을에서 재배되는 농산물을 상품으로 제공한다. 프로그램은 지역 체험관에서 진행을 한다.

마을 운영자들은 프로그램에 참여한 아이들의 사진과 아이들이 가면극을 한 전설에 관한 사진을 제공해 아이들에게 학습적인 효과와 추억을 함께 남길 수 있도록 한다.

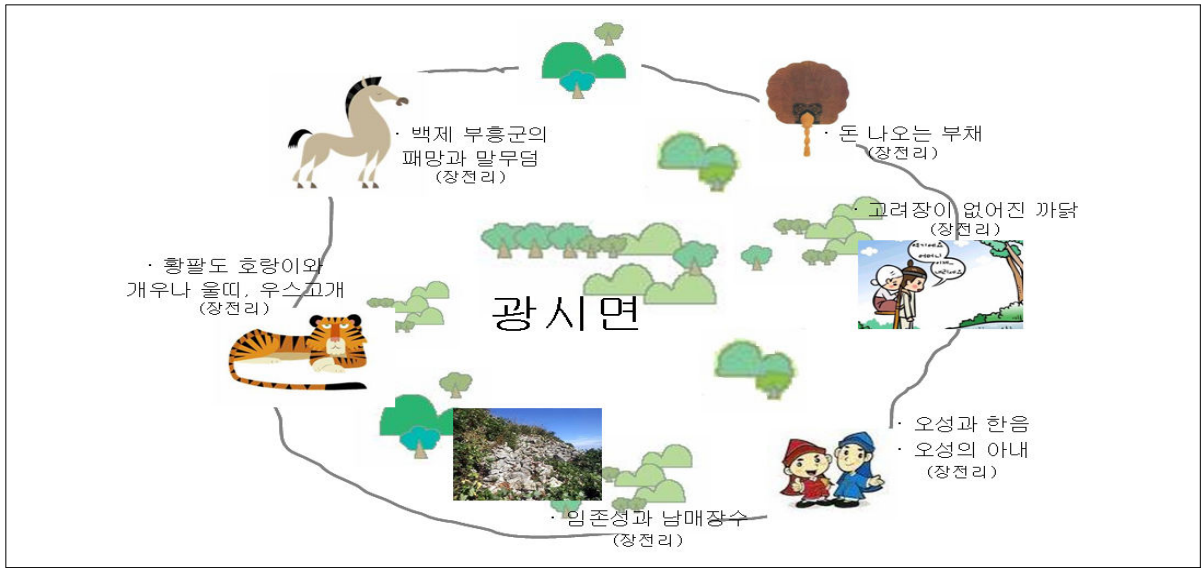


출처 : www.google.co.kr

(3) 전래 이야기 테마별 체험 루트: 이야기 속으로 빠져드는 여행기

삼베길쌈마을이 소재된 신흥리에는 26가지의 많은 전설이야기가 있다. 이를 관광루트로 만들어 본 것으로 대표적으로 '황팔도 호랑이와 개우나 울띠, 우스고개', '고려장이 없어진 까닭' 등의 재미있는 이야기와 교육적인 내용의 이야기를 가지고 있는 지역을 방문하면서 전설이야기의 매력의 발견할 수 있다.

이 곳을 방문하고자 하는 관광객은 아래의 지도를 자녀에게 주어 가고 싶은 곳을 선택하게 하면서 주도적인 관광의 기쁨도 느끼게 해줄 수 있다. 이 지도는 이야기 중에서도 그 의미가 있는 곳을 연구자들이 선택하여 만들어 본 것으로 이외의 내용에는 '얼굴과 몸이 뒤바뀐 남편 찾기', '마누라의 정절 시험' 등의 어린이 관광객들이 알기에는 교육적인 내용이 적다고 생각하여 해당 맵에서는 제외를 하였다. 하지만 많은 부분이 장전리에서 나온 이야기로 근교에 있어 방문하고자 하는 관광객은 이용할 수 있다.



<그림 8> '이야기 속으로 빠져드는 여행기' 맵

2) 정보환경 전략

스토리 체험을 위해서는 방문객에게 정보를 제공하는 정보환경도 중시된다. 정보환경은 팸플렛, 표지판, 로고, 지도, 안내소 등 정보 전달 요소를 가진 것들을 말한다.

(1) 표지판 증설 및 개선

표지판은 시각적인 효과 또는 정보성있는 내용을 통해 무언가를 알리는 안내 도구이다. 관광지의 표지판은 관광지의 위치, 방향, 지명 등을 관광객에게 알려주는 역할과 함께 관광객이 맨 처음으로 관광지에 대한 느낌과 이미지를 갖게하는 도구이다.

삼베길쌈마을 표지판은 '범죄없는 마을', '예산군농업기술센터에서 선정함' 이라는 다소 사무적인 표현을 사용하고 있다. 또한 관광객이 표지판을 통해 마을에 대해 알 수 있는 정보와 마을의 장소·테마적 이미지 생성 효과의 영향력이 낮다고 판단되어 다음과 같이 개선을 제안한다.



마을 입구 표지판의 경우, 마을의 주요 건물들의 방향을 안내할 수 있는 정보를 포함하면서 중복되는 정보를 제외해 방문객들에게 줄 수 있는 혼란의 요소를 최소화 한다.

체험관의 표지판의 경우 ‘이야기가 있는 삼베길쌈마을 사랑방’ 과 같은 감성적으로 표현해 방문객에게 따뜻한 이미지와 정겨운 이미지를 전달하는 효과를 얻을 수 있다.

(2) 삼베길쌈마을 스토리 맵 제작

스토리 체험을 위해서는 방문객에게 정보를 제공하는 정보환경도 중시된다. 정보환경은 팜플렛, 로고, 지도, 안내소, 안내전화 등 정보 전달 요소를 가진 것들을 말한다. 삼베길쌈마을의 경우 마을에 삼베길쌈마을의 체험장 뿐만 아니라 김한중의사의 생가지가 있는 곳에서 관리하는 체험장이 함께 있어 방문객이 삼베길쌈마을 관련 행사를 위해 방문하기 위한 장소들의 찾기가 어렵다. 또한 방문객이 주변에 있는 다른 관광지에서 삼베길쌈마을로 연계방문 할 수 있도록 돕기 위해 ‘스토리 지도제작’ 을 제안한다.

스토리 지도는 삼베길쌈마을 주변에 이야기와 관련된 장소 및 주변 관광지에 얽힌 이야기를 스토리 지도 위에 표시하고 삼베길쌈마을에서 이동방법을 알리고 삼베길쌈마을 방문객에 더 많은 체험공간을 제공하는 효과를 줄 수 있다. 또한 일반 관광지에 배포되어 있는 접이식 팜플렛의 크기로 제작하여 스토리지도에 표시되어 있는 지역들에 대한 짝막한 이야기 소개를 함께하여 해당 장소에 방문하였을 때 방문객이 장소에 대한 새로운 의미 부여를 할 수 있도록 돕는 작용을 할 수 있다고 본다.

<관련 사례 1> 폭풍의 언덕 브룬테 자매

- 스코틀랜드 관광청이 제작한 일본어판 문학기행 지도이다.
- 에밀리 브룬테가 쓴 ‘폭풍의 언덕’ 의 작품 속 배경지를 관광객이 직접 탐방할 수 있도록 제작 하였다.



<관련 사례 2> 마쓰야마시(市) 붓짱열차

- 일본 마쓰야마시(市)에서 제작한 마쓰야마 시내 중심부의 정보가 담긴 지도이다.
- 지역과 관련된 소설가 ‘나쓰메 쇼세키’ 와 ‘마사오 카시키’ 와 관련된 이야기가 있는 장소들에 대한 설명과 붓짱열차에 대한 설명이 나와있다.

松山市内中心部 坊っちゃん列車でまわる松山

子規や漱石、そして多くの人たちを乗せてガタコト、ガタコト。明治の昔から昭和半ばまで松山平野の人気者だった坊っちゃん列車が、21世紀の城下町に蘇ります。



現在の 運後温泉駅 昭和28年頃、横河原線石手川鉄橋を渡る坊っちゃん列車



坊っちゃん列車の撮影ポイントは？
 - 松山市駅では、珍しい車両の軌道が置かれたり、
 - 大手町駅は市内電車の線路と郊外電車の線路
 - が交差する全開でも珍しいスポット！



【坊っちゃん列車と夏目漱石】
 「坊っちゃん列車」という呼び名は、夏目漱石の小説『坊っちゃん』に由来しています。この小説は、漱石が、松山中学校の英語教師として赴任してきた時の体験談をもとにして書かれた物語とも考えられています。その中で、主人公の坊っちゃんが「マツ子嬢のような」小さな汽車に乗って赴任先の中学校に向かうシーンがあります。その汽車こそが今でいう『坊っちゃん列車』なのです。



9 子規堂
 伊予鉄道松山市駅から徒歩約9分、松山10から約8km
 松山市駅の南、末広町正覚寺境内にある子規堂は正岡子規の旧宅を築いて建てられました。子規家の内部には子規の遺愛や遺品が数多く展示され、境内には墓塔遺子規ゆかりの碑があり俳句の里松山ならではの風景…。また墓地に正岡家墓代の墓があります。



10 大観覧車「くるりん」
 伊予鉄道松山市駅すぐ、松山10から約9分
 いよてつ蒸気型の車上にある大観覧車。夏は松山市内を一望でき、夜はイルミネーションがとても綺麗。松山の新しいシンボルになっています。



坊っちゃん列車乗車券発券所
 ・SHOP坊っちゃん列車(運後温泉駅構内)
 ・いよてつチケットセンター(松山市駅構内)
 ・いよてつ観光トラベルセンター(松山駅前、伊予鉄道駅)
 ・松山市観光案内所(JR松山駅構内)



11 大街道・観天街
 松山市駅から松山城のロープウェイ乗り場近くまで続く、西日本でも有数の獲物の商店街です。



12 一茶庵
 松山10から約8km
 放浪の自由俳人、種田山崎火(たねださんとうか)の終えんの地である。彼は、運後温泉の湯と酒を愛しました。

13 ロシア人墓地
 伊予鉄道本郷駅から徒歩約15分、松山10から約8km
 日露戦争の捕虜の多くが松山市に収容され収容所跡の軍醫保養の地、市民が僅く世話をしました。

(3) 디지털 스토리 창고

‘디지털 스토리 창고’는 지역의 정보를 온라인 상에 데이터베이스화 하여 다양한 이야기를 주제별로 또는 문서의 형식별로 손쉽게 찾아 볼 수 있는 온라인 시스템이다. 디지털 스토리 창고는 글의 형식은 만화와 설명문 두가지를 제시하여, 다양한 연령층이 개인의 취향 또는 개인의 이해정도에 따라 선택을 할 수 있게 한다. 스토리 창고에는 지역과 관련 있는 이야기들을 테마별로 분류하여 게시한다.

<관련 사례 3> 서울 600년사 디지털 도서관



자료 : <http://seoul600.visitseoul.net/>

3. 스토리 공유 전략

스토리 공유 전략은 온라인과 오프라인 환경을 제공하여 지역민들과 방문객들의 자연스러운 커뮤니케이션 공간을 제공함에 그 목적이 있다. 이에 따라 스토리 공유 전략을 크게 온라인 전략, 오프라인 전략으로 분류해 구체화 하였다

1) 온라인 전략: 길쌈마을 웹 커뮤니티

길쌈마을 웹 커뮤니티는 삼베길쌈마을 사람들이 마을에서 있었던 일들이나 자신들의 감상, 마을에 일상 모습 등의 내용을 웹 커뮤니티에 올려 방문객들이나 방문을 고려하는 고객들에게 마을의 정겨움을 전하면서 서로간의 사진 또는 사후 커뮤니케이션의 장이 되도록 한다. 웹 커뮤니티의 구성은 마을사람들이 찍은 사진, 웹사이트가 마을사람들과 방문객들의 체험프로그램 활동 모습을 담은 UCC, 어르신들이 손글씨로 남긴 이야기들을 스캔한 것 등의 감성적인 소재로 한다.



2) 오프라인 전략 : 지역 체험 전문가 양성

만담 또는 삼베짜기와 같은 체험프로그램을 경험한 방문객들 또는 지역 학생들 중 이에 대한 관심이나 또는 삼베짜기에 대해 전문성을 가지고 싶은 사람들을 대상으로 지역의 체험 전문가(운영 위원장 또는 체험프로그램 진행자)들과 교류를 할 수 있는 양성소를 구축하여 지역의 전통 이야기와 전통 삼베짜기 등을 계승 할 수 있는 공간을 제공해 활성화되길 제안한다. 지역 체험 전문가 양성소의 형태는 동아리 형태 또는 체험장 시설에 교육 프로그램을 생성하여 교육하는 형태를 가진다. 그리고 이와 더불어 삼베길쌈마을 축제와 같은 행사에서 자원봉사단으로 활동을 하는 기회를 부여하여 마을과 방문객, 그리고 주변 지역민들과의 스토리 공유를 할 수 있도록 한다.

<표 10> 스토리 공유 전략

전략	내용	사례
온라인 전략	<ul style="list-style-type: none"> • 운영자 블로그 	<ul style="list-style-type: none"> • 정보화마을 포항 호미곶 http://homigot.invil.org • 홍성군 http://blog.naver.com/hsg1455?Redirect=Log&logNo=30024205427
오프라인 전략	<ul style="list-style-type: none"> • 지역 체험 전문가 양성 	<ul style="list-style-type: none"> • 일본 가나자와시

VIII. 결론

그린투어리즘은 농촌과 도시간의 교류를 증진시키는 것이 그 목적이다. 그러나 농촌진흥청과 농업기술센터의 지원은 ‘밑 빠진 독의 물 붓기’ 식의 형식적인 것으로 농촌마을의 지역적, 문화적 환경 요소가 고려되지 않아 지역의 개발에 있어 특색있는 그린투어리즘의 모습은 거의 찾아보기 힘든 상황이다. 이러한 문제점을 해결하고자 최근 각광받고 있는 스토리텔링형 장소마케팅전략을 활용하여 농촌의 발전에 도움을 주고자 연구를 수행하였다.

본 연구는 ‘삼베길쌈마을’ 대상으로 그곳의 운영위원장과 인터뷰, 문헌조사, 그리고 연구자들의 직접체험을 통해 마을의 자원을 알아보고 그 활용도를 높이고자 하였다. ‘삼베길쌈마을’은 충남 예산 신흥리에 위치하고 있으며, 오래전부터 삼을 이용하여 길쌈을 해온 마을이다. 2004년 농업기술센터의 권유로 길쌈을 소재로 한 전통테마마을로 지정되었다.

또한 국내/외 사례인 한산모시마을과 대구의 섬유, 모로코 페즈, 일본 가나자와시를 분석하고 그곳의 장점을 활용하여 스토리텔링적 요소를 가미한 삼베길쌈마을만의 체험프로그램으로 재구성해 보았다. 체험환경전략으로는 체험루트를 만들고 전래동화 구연을 통

해 마을의 이야기와 정보를 알려준다. 정보환경전략으로는 마을의 스토리 맵과 온라인 도서관 ‘디지털 스토리 창고’를 만들어 이용하는 관광객에게 지역의 이해를 돕고 그 수요를 촉진시키고자 한다.

삼베길쌈마을은 그곳의 유희자원을 활용하는 것이지만 장소의 협소함과 전문 인력의 부재라는 한계점을 갖고 있다. 또한, 관광 인프라 시설의 미흡함으로 구체적인 요소를 제시하자면, 화장실의 부족 및 안내 표지판과 같은 시설물 관리의 소홀함 등과 같은 체험장에서 느끼는 문제점을 들 수 있다. 앞으로 정부의 적극적인 지원과 홍보 그리고 마을자원의 효과적인 운영을 통한 삼베길쌈마을의 발전이 기대해보는 바이다.

참고문헌

1) 학술 자료

- 강신겸(2005). 농촌관광과 감성마케팅, 삼성경제연구소.
- 강신겸(2007). 『농촌관광』, 대왕사.
- 강신겸(2007). 농촌관광과 국제화 전략, 삼성경제연구소.
- 국가균형발전위원회(2006). 『살기좋은지역만들기: 한국 사회의 질적 발전을 위한 구상』, 제이플러스에드.
- 류수열·유지은·이수라·이용옥·장미영·주경미(2007). 『스토리텔링의 이해』. 글누림.
- 문윤걸(1994). 문화전략을 통한 지역활성화 성공 사례연구 : 일본 가나자와시를 중심으로. 선진국 산업클러스터 재생 성공사례연구.
- 박주희(2005). 서울서 일본 전통 만담 '라쿠고' 공연한 가쓰라 회장. 한겨레.
- 송정란(2006). 『스토리텔링의 이해와 실제』. 문학아카데미.
- 알랭 베르디에(2006. 12). 지구방랑자 베르디에의 세계 오지 여행, 모로코 페즈. 월간 산.
- 야미시타 신지(2001). 노스텔지어와 전통문화의 재구성:일본 토노지방의 민화관광. 『관광인류학의 이해』, 일신사.
- 예산군(2001). 『禮山郡誌(下)』, 금오인쇄사.
- 이경모(2005). 『SIT 미래관광의 대안모색』, 대왕사.
- 최인호(2008). 스토리텔링 관점에서 본 장소마케팅. 대한관광경영학회 제31차 학술발표 논문집. 35-42.
- Countryside Commission(1995). *Sustainable Rural Tourism: Opportunities for Local Action, Cheltenham*: Countryside Commission.

2) 인터넷 자료

- 가나자와시 관광협회: www.kanazawa-tourism.com
- 대구 관광역사 문화정보 시스템: www.tour.daegu.go.kr
- 대구 밀라노 프로젝트: www.milanoproject.daegu.kr
- 모로코 관광청: www.tourism-in-morocco.com
- 문화재청: www.cha.go.kr
- 일본관광청: www.welcometojapan.or.kr
- 정보화마을 포항 호미곶: homigot.invil.org/
- 한산모시: www.hansanmosi.kr
- 한산모시 문화제: mosi.seocheon.go.kr
- 홍성군 정보화 블로그: <http://blog.naver.com/hsg1455?Redirect=Log&logNo=30024205427>