



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

碩士學位論文

6차 산업으로서의 지역문화관광
콘텐츠 융합에 근거한 농어촌형
승마시설 모델 방향 고찰



濟州大學校 産業大學院

馬産業學科

金暢溢

2014年 12月

6차 산업으로서의 지역문화관광 콘텐츠 융합에 근거한 농어촌형 승마시설 모델 방향 고찰

指導教授 康珉秀

金暢溢

이 論文을 理學 碩士學位 論文으로 提出함.



金暢溢의 理學 碩士學位 論文을 認准함.

審査委員長 _____ (인)

委 員 _____ (인)

委 員 _____ (인)

濟州大學校 産業大學院

2014年 12月

Rural Village Horse Riding Facility Models Based
on Community Culture Tourism Contents
Convergence of The 6th Industry

Chang-il Kim

(Supervised by Professor Min-Soo Kang)

A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF
MASTER OF NATURAL SCIENCES

2014. 12.

THIS THESIS HAS BEEN EXAMINED AND APPROVED

DEPARTMENT OF HORSE INDUSTRY
GRADUATE SCHOOL INDUSTRY
JEJU NATIONAL UNIVERSITY

목 차

I. 서론	1
1. 연구배경 및 목적	1
2. 연구의 기대효과	4
II. 연구사	6
1. 일본의 6차산업과 모델	6
2. 한국의 6차산업과 모델	12
3. 지역문화관광 콘텐츠	16
4. 말산업의 6차산업 및 운영 모델	22
5. 농어촌형 승마시설의 현황과 사례	26
III. 재료 및 방법	37
1. 연구대상	37
2. 연구범위	37
3. 연구방법	38
IV. 결과 및 고찰	44
V. 요약	53
ABSTRACT	54
참고문헌	55

표 목차

표 1. 전국 승마시설 현황(2012년)	30
표 2. 지역별 전국 승마시설 현황(2013년)	30

그림 목차

그림 1. 일본의 6차산업화 사업 촉진을 위한 농상공 연계사업	9
그림 2. 6차 산업 배경	13
그림 3. 6차 산업 모델	13
그림 4. 우리나라에서 6차 산업화의 유형	15
그림 5. 말 콘텐츠 중심으로 8대 분야 110여개의 카테고리	20
그림 6. 국제 승마관광 홈페이지 예	26
그림 7. 봉좌마을 홈페이지와 안내서	33
그림 8. 봉좌마을 농촌형 승마시설	34
그림 9. 제주도 가시리 마을의 조랑말 체험공원 전경 및 안내서	36
그림 10. 연구 진행 절차	38
그림 11. 지역 문화콘텐츠 개발환경 분석	45
그림 12. 지역문화관광 콘텐츠 융합화	46
그림 13. 농어촌형 승마시설 운영	47
그림 14. 농어촌형 승마시설 모델 다이어그램	49

I. 서 론

1. 연구배경 및 목적

한반도에서 말의 역사를 찾아 거슬러 가다보면 문헌상으로 고조선 시대부터 공물, 특산물로서 말을 활용한 기록이 전해지며, 삼국시대를 이어져 고려시대에는 몽고의 영향으로 말들의 수입과 생산이 본격적으로 이루어지기 시작했다. 고려 태조 때 8개의 국립목장을 설치한 것을 시작으로 말을 관리하는 조직이 따로 생겨났으며 원나라 시기에는 원나라와의 교류를 통하여 제주도에 몽고식 목장이 설치되기도 하였다.

조선시대에는 고려시대의 전통을 이어받고 발전시켜 본격적인 마정(馬政)기에 들어섰다고 할 수 있다. 경국대전 완성 이후 200여개의 목장을 운영했으며, 체계적인 말 관리방법이 정착되어 마의(馬醫)가 양성되어 치료법과 약제조법이 전수되었다. 조선시대에는 말을 비롯한 말에서 나오는 다양한 부산물과 그 활용가치를 통한 2,3차의 수요가 확대되어 역대 왕들은 마정의 중요성 강조하였으며 국가 중요정책의 하나로서 전국 각 지역의 특히, 동남해안의 연안지역 및 도서(島嶼)에 다수의 목장성(牧場城)을 축조하여 오늘날 까지 유구한 지역 문화적 자원으로 현존하는 곳이 다수가 있다.

이는 1678년 허목(許穆)이 지은 『목장지도(牧場地圖)』에 입지형태 및 공간구조에 대해서 잘 나와 있으며, 조선시대의 말 목장은 거의 섬이나 바닷가의 뽕족하게 내민 땅인 곳(串)에 설치되었다. 지역적 분포를 봤을 때 전라도가 제일 많았고 이어 경기도, 경상도 순 이였고, 섬 중에서는 제주도가 제일 많고, 강원도에는 한 곳도 없었다고 전해진다. 시대가 흘러 임진왜란을 겪은 후 많은 수가 사라졌으며, 그것이 일제강점기까지 이어져 오늘날엔 그 흔적만이 모진세월의 흔적들을 남기고 있다.

이렇게 한반도 내에서 일어났고 지금까지 남아있는 일례의 마정사(馬政史)를 보더라도 한민족과 말(馬)의 관계는 말 문화 콘텐츠로써 무궁무진한 스토리텔링을 이어나갈 수 있는 기초 자료가 될 것이다(김 등 2011).

선진국의 말 산업이 국가경제에 상당한 부분을 차지하고 있으며, 한국만의 독특한 말 산업 구조인 경마의 일변도에서 벗어나 승마의 부분에서도 상당하고 다양한 분야에 파급효과를 줄 수 있는 6차 산업-농촌 주민의 주인이 되어 농촌에 존재하는 모든 유·무형의 자원을 바탕으로(1차 산업)으로 식품 또는 특산품 제조·가공(2차 산업) 및 유통·판매, 문화체험, 관광서비스(3차 산업)를 복합적으로 연계, 제공함으로써 새로운 부가가치를 창출하는 활동으로서의 기반위에 기초한 융·복합 사업으로 발전방향을 모색함이 마땅할 것이다.

농업의 6차 산업화 방향을 바탕으로 말산업의 6차 산업화 비즈니스 모델을 다음과 같이 제시하고 있다. 1차 산업인 말 사육, 말 훈련, 말 수출 등을 지역농가에서 이뤄지게 되면 2차 산업인 가공 사업을 통하여 말 부산물들을 활용한 다양한 가공품들 재생산과 3차 산업인 서비스가 주된 관광 사업으로서의 승마장, 테마파크, 체험·판매·숙박시설, 관광객 유치 등으로 부가가치를 높일 수 있게 된다(이 등, 2013). 이런 유기적이고 체계적, 종합적인 벨류 체인 시스템의 적용으로 말 관련 콘텐츠의 수출과 지역문화관광 콘텐츠 자원의 발굴과 발전을 도모하여 관광 상품으로서 내·외국 관광객들을 상시 유치할 수 있을 것이다.

승마관광 수요 예측을 통한 첫째, 잠재 수요에 대응한 승마관광 기반 구축을 통해 인프라 및 소프트웨어 측면의 상품 및 프로그램의 다양화가 필요하다. 둘째, 승마시설의 질적 향상 정책 요구로서 양적인 공급 확충 정책 보다 수요를 증대시킬 수 있는 기존 시설의 관광자원화, 다양한 프로그램의 개발과 같은 경영 다각화 유도 등이 필요하다. 또한 기존 승마시설을 활용하되 주변 관광자원과의 연계 및 다양한 프로그램 개발을 통한 수요에 대응해 나가는 전략이 요구 된다(문화체육관광부, 2013).

한국문화관광연구원(2012)의 연구에서는 영국, 아일랜드, 프랑스, 미국, 스페인 등에서는 승마관광이 휴양관광과 생태관광의 한 형태로 발전하고 있다. 한국에서 승마는 귀족 스포츠라 불리며 일반인들에게는 다소 생소하고 거리감이 있었으나 국민소득의 증가와 여가시간의 증대로 인해 승마에 대한 관심과 수요가 크게 증가 하였다(김 등, 2012).

각 지역 및 지자체 축제와의 연계를 통한 관광자원의 인식을 가지며 테마파크를 통한 문화적 정체성 수립을 통한 대안도 있다(홍, 2011). 기존의 유·무형의 지자

체 지역문화관광 콘텐츠 자원이 존재하고 있으며 이를 활용하여 연간 수만에서 수백만의 관광객들의 발걸음을 옮기는 축제도 많다. 이 중에는 무에서 유를 창조해내어 아이디어 하나만으로 지역을 살리는 축제도 우리는 목도하고 있다.

문화콘텐츠 개발전략은 첫째, 지역 문화자원 데이터베이스 통합 관리체계의 구축과 스토리텔링의 발굴 및 창조적 활용으로 ‘문화자원 활용기반 구축’ . 둘째, 지역 정보를 활용한 생활콘텐츠 개발과 지역적 가치의 대중적 병용을 통한 문화콘텐츠 개발의 ‘소비자 지향 문화콘텐츠 개발’ . 셋째, EIP (Exhibition / Ivent Identity Program)발굴을 통한 브랜드형 문화콘텐츠 개발, 문화자원과 지역 공간의 연계성 강화를 위한 실행방안으로 공간자원의 브랜드가치 확대 ‘가 필요하다(설, 2012).

말산업의 6차 산업화 비즈니스 모델을 제시하여 1·2·3차 각 산업 핵심 사업의 경영 및 관리를 하는 핵심조직과 정책적 지원, 기술개발, 마케팅 등을 지원하는 지원기관의 역할이 중요하다. 비즈니스 모델의 과제로 첫째, 수요자 층에 가치제안을 새롭게 정립, 타 산업과의 협력과 융복합 상품 개발 필요. 둘째, 말산업과 지역자원의 연계 필요. 셋째, 관련 기관의 종합적 컨설팅과 소요자금의 지원 필요. 넷째, 전문인력의 양성과 리더의 양성이 중요하다(이, 2013).

6차 산업은 2014년 6월 농촌융복합산업 육성 및 지원에 관한 법률이 제정되어 내년에 시행될 것으로 이미 각 도의 여러 농어촌 지역에서 성공적으로 사업을 일구어 나가는 개인, 법인, 단위, 지자체들의 사례가 많다. 6차 산업과 기존 축산업계의 돌파구가 될 수 있고, 정부의 강력한 의지로 통과된 말산업육성법과 말산업육성중합계획은 농어촌과 각 지자체의 기존의 지역문화관광 자원과 연계하여 시너지를 효과를 발휘할 수 있다.

기존 선행연구 자료들과 동향들을 보면 말 산업에서 기인한 1·2·3차를 융합한 6차 산업화를 보는 시각이 많았다. 그러나 본 연구에서는 각 지자체별, 지역별 특화된 지역문화관광자원들이 존재하는 현실을 반영하여 지역 맞춤형의 농어촌형 승마시설에 대한 모델 고찰을 하는 당위성을 주장하고 싶다.

따라서 본 연구는 6차 산업의 관점으로서 농어촌 공간 유형화 연구를 기반으로 지역문화관광 콘텐츠와의 융합을 통한 이상적인 농어촌형 승마시설의 표준 모델 방향성을 제시하는데 목적이 있다.

2. 연구의 기대효과

지역문화관광 콘텐츠 융합에 의한 6차 산업을 기반으로 말 산업을 세 가지(기반 산업, 소비산업, 연관산업)로 구분 지었을 때 소비산업으로써의 농어촌형 승마시설의 성공적 모델을 볼 수 있다(서, 2013).

농어촌 어매니티(Rural amenities :농촌 특유의 전원풍경, 역사적 기념물, 지방고유의 축제나 문화적 전통, 토속음식, 야생동식물 등 관광이나 특산품으로 활용할 수 있는 경제적 자원인 어매니티 자원을 브랜드화 하고 관광 및 체험프로그램을 개발한 마을)를 바탕으로 콘텐츠화된 관광·체험 상품으로서의 농어촌형 승마시설은 말 산업을 단일 축종으로는 유일한 법령으로 만든 정부의 역동적이고 파워풀한 지원에 힘입어 농촌경제 활성화와 도·농간의 역학적이고 지속적, 다차원적인 연계성을 지닌 지역적 관광체험문화 자원으로 까지 승화시킬 수 있다.

관광산업 측면의 승마관광 매력모형 중심의 활성화 방안으로 첫째, FEI 세계 승마 선수권 대회 유치 둘째, 남북한 친선 승마대회 개최 셋째, 관광자원이 집중된 곳을 중심으로 승마를 통한 관광상품 개발 넷째, 승마 목적지의 매력도의 효율성을 높이기 위한 방법으로 마사와 말이 활동하는 공간의 이원화 다섯째, 단순한 승마장이 아닌 말과 관련된 다양한 것을 체험할 수 있는 테마파크의 개발 여섯째, 지속가능한 자연친화적 승마장 개발을 통한 매력도를 높일 수 있는 활성화 방안을 제시했다(김 등, 2012).

농촌어매니티 정책으로 기존 정책의 시급한 전환의 필요, 토목사업 위주의 하드웨어 개발의 탈피, 농촌자원에 대한 재평가와 정책지표의 개선, 새로운 시장창출을 위한 정책지원수단의 다변화가 요구된다(삼성경제연구소, 2003).

거시적으로 보아 말 생산·육성목장은 목가적인 풍광과 더불어 목장체험과 승마를 자연에서 손쉽게 즐긴다면 농업이 지닌 다면적인 가치 중에 하나일 것이고 말산업을 농어촌지역에 줄 수 있는 최대의 수혜일 것이다.

단적인 예로 강원도 평창의 양떼목장, 삼양목장, 최근에 민간에 개방을 결정한 하늘목장은 평창의 대표적인 축산체험관광상품인 동시에 퀄리티 높은 지역문화관광 콘텐츠 융합 상품이다.

농촌형승마장 조성을 위한 체험활동 복합화 방안은 첫째, 물리적 복합화를 통해

공간과 시설을 함께 구성하여 농촌의 시설을 중심으로 활용시설, 연계·대체시설, 도입시설, 공간 및 시설의 요구도로 구분하여 복합화. 둘째, 기능적 복합화를 통해 선호 프로그램들과 연계한 승마 프로그램을 계절에 맞추어 농촌체험활동과 함께하는 프로그램 도출. 셋째, 운영복합화를 통한 운영주체, 운영방식, 홍보·마케팅의 복합화를 연구했다. 승마를 농촌관광에 유입시킴으로서 다양한 체험프로그램 개발에 대한 가능성을 제시한다(김, 2014).

말 문화 콘텐츠로서의 지역문화관광 창조의 방향성을 가지고 과거에는 없었던 새로운 방향성을 모색하며 물리적, 기능적으로 낙후되어 가는 농어촌에 일자리 창출을 통한 생산적·자생적 복지혜택과 더불어 지역의 문화관광 자원의 콘텐츠를 융합한 스토리텔링의 보고로서 관광객의 유입을 통한 지역의 측면에서는 경제적 발전과 자립을 통해 공유경제의 장을 제공하며, 관광객의 측면에서는 현대의 삶에서 힐링과 여가를 누릴 수 있는 쉼이 있는 제2의 대안적 터전으로서의 역할을 꿈꾸어 본다.

농어촌 이라는 공간적 터전과 이 물리적 공간 안에 내재되어 있거나 잠재되어 미처 발견하지 못한 무궁한 지역문화관광 콘텐츠를 말산업의 시각으로 활성화 시켜 보고자 하는 대안으로 연구를 시작하게 되었다. 도시민의 여가 패턴의 변화와 더불어 농어촌의 공동화 현상이 점점 가속화 되어가고 있는 시점에 농어촌 이라는 공간적 유용성과 잠재성, 대안성에 주목하여 이들의 상생을 도모 하고자 하는 의도가 있는 연구이다.

각 지역의 축제와 같은 유·무형의 관광 콘텐츠들과 정부차원의 다양한 지역개발 차원의 일환으로 진행 중인 농어촌 관광 상품들과의 연계와 더불어 가치를 공유하여 공유경제의 활성화 차원의 농어촌 경제 번영, 일자리 창출 등의 결과로 이어지게 될 것이다.

II. 연구사

1. 일본의 6차 산업과 모델

1) 개념

(1) 이론적 배경

6차 산업은 1차(농업), 2차(공업), 3차(서비스)를 곱셈하여 그 상승효과로서 부가가치를 늘리고 농산물의 수요를 확대시키고자 하는 개념에서 시작되었다. 6차 산업화의 개념의 보급자로 알려진 일본의 이마무라 나라오미 교수(1988)는 “농업이 1차 산업에만 머물지 말고, 2차 산업(농축산물의 가공식품 제조)과 3차 산업(도소매·정보서비스·체험관광 등)에까지 영역을 확장함으로써 농촌에 새로운 가치를 불러일으키고, 고령자나 여성도 새로운 취업 기회를 스스로 창출하는 사업과 활동”이라 정의 내렸으며 이들 산업의 유기적, 종합적 결합으로 곱셈의 의미를 지니고 있다.

일본 농림수산성의 식료 농업·농촌 기본계획(2010.3)에서는 6차산업화의 의의를 “농업인에 의한 생산, 가공, 판매의 일체화와 농업과 제2차 산업, 제3차 산업의 융합으로, 농·어촌에서 생산되는 농림수산물 및 바이오매스와 풍경을 비롯한 주민들의 경험과 지혜에 이르는 모든 자원과 식품산업, 관광산업, IT산업 등을 결합시켜 지역 비즈니스의 전개와 새로운 업태의 창출을 촉진하는 농업·농촌의 6차 산업화를 촉진 하는 것”이라 정의 했다. 이러한 6차 산업화의 추진으로 새로운 부가가치를 지역 내에서 창출하고 고용과 소득을 확보하면서 젊은이와 어린이도 농·어촌에 정주할 수 있는 지역사회를 구축하는 것을 목표로 한다고 했다.

2009년 민주당의 주요 공약으로 주목을 받게 되었으며 농림수산분야의 성장산업화의 주축으로 농업·농촌의 지역자원을 활용한 6차산업화 추진에 대해 적극적인 자세를 보였고 결과, 2010년 12월에 『지역자원을 활용한 농림어업자등의 신사업 창출 및 지역 농림수산물의 이용촉진에 관한 법률』이 공포되었다. 기존의 ‘지산지소’와 농상공연계를 포괄하고 있으며 2011년 3월부터 관련 시책이 시행되었다.

이 법을 목적은 첫째, 농림어업자의 가공·판매사업으로의 진출 등 6차산업화에

관련된 시책. 둘째, 지역 농림수산물 이용을 촉진시키기 위한 지산지소법 등에 관련된 시책을 종합적으로 추진하기 위한 것이다.

주요 내용은 농업경영의 다각화, 농상공연계와 직매소 지원, 바이오매스 이용촉진, 지산지소 촉진 등이다. 지원 대상으로는 농업영역 뿐만 아니라 자연·문화 등 지역자원을 활용한 농업·농촌의 지역 활성화를 위한 다양한 활동을 지원하도록 명시 되어 있다. 즉, 일본 농정에서 농업·농촌의 6차산업화의 개념은 종업종사자가 생산한 농산물의 가공-유통-판매를 기반으로 지역의 특성을 살린 상품을 개발하여 소비자에게 판매함으로써 소득향상을 도모하는 사업과 지역 내 다양한 관계자가 연계관계를 이루어 지역의 문화, 고유 가치를 살린 부가가치화와 지역의 고용 창출을 위한 사업을 포괄하는 개념이다. 결국, 6차산업화의 목적은 농업·농촌이 주체성을 가지고 지역의 자원을 활용한 다양한 비즈니스 활동을 통해 농산어촌 지역 내의 수요를 창출하고 가능한 지역 안에서 경제가 순환되는 구조를 구축하여 지역경제의 진흥을 목적으로 하는 사업이다.

2011년 정책사업의 초기에 중앙정부의 위탁사업으로 민간조직을 원칙으로 6차산업화 서포트센터를 공모·설치하도록 했다. 그 결과 각 현별로 농업진흥공사, 중소기업진단사회, 농업단체, 상공회단체, 상공업 관련 민간 컨설팅회사 등 사업주체 기관이 다양하게 설립되었다.

2013년 중앙정부가 6차산업화 관련 네트워크 교부금을 각 현에 배부하고 현은 관리 위탁하는 형태로 전환되었다. 서포트센터에는 플래너(Planner)가 상주하고 있고 종합화사업계획의 창구 역할을 한다. 사업계획의 신청부터 인정 후의 지원까지 담당하며 상담 내용에 따라 6차산업화 플래너를 파견한다. 플래너는 농림어업자를 대상으로 6차산업화 사업에 관련된 안건의 발굴, 신상품 개발, 경영관리, 판로확대에 관한 컨설팅 업무를 맡고 있다. 또한 발렌터리 플래너 (Volunterly Planner)를 지정하여 6차산업화와 관련된 사업의 선도적 실천자, 관련 실적 보유자, 관련 주체 간 연결이 가능한 네트워크 능력 보유자, 정보발신 능력 보유자로서 실무 관련 조언자 역할을 담당해 내고 있다.

2012년 말 기준 일본 내 플래너는 612명, 발렌터리 플래너는 409명이며 직업별로는 컨설턴트가 전체의 72%, 나머지는 행정·공적지원기관 소속이 4%, 식품 도·소매 종사자 3%, 농림수산업 종사자 3% 등의 순이다.

(2) 이론의 변화

초기 6차 산업 개념이 농업·농촌이 가지고 있는 문제를 극복하는 소극적 취지로써 농가소득 감소 현상, 고령화되고 있는 취업농, 정체되고 있는 신규 취농자 등의 문제들을 사업 다각화를 통한 극복을 추구하는 것이었다면, 2010년도 이후 논의되고 있는 6차 산업은 농산물 재배 이후의 103조엔 규모의 유통·가공식품산업을 지역에 유입하고 농업을 성장 동력화 하자는 보다 적극적인 취지가 포함되어 있다. 특히 소비자 니즈(Needs)가 높은 새로운 상품의 개발, 젊은 층의 취업 등 새로운 고용 창출, 프로 농업 경영법인 육성 등을 피하고 이를 통한 지역 이노베이션을 촉진시킨다는 구상이다.

이는 경제산업성과 농림수산성이 공동으로 추진하는 ‘농상공 연대 사업’으로 6차 산업 정책을 촉진시킨 배경이 되었다. 경제산업성은 농상공 연대 사업을 추진하기 이전부터 신연계산업(2005), 지역자원활용사업(2007)을 전개하고 있었다.

농림수산성의 6차산업화 사업은 농림어업자 단독으로 사업 추진하는 것을 허용하고 농림어업 경영 개선을 목적으로 하고 있다. 이는 지역별 산업 제휴 네트워크와 이를 총괄하는 산업 제휴 네트워크를 통하여 농림어업의 개선을 위한 타 산업의 노하우 흡입을 지속하겠다는 것이다(그림 1).

실제로 일본의 6차 산업화는 농업 부문에서의 경영 다각화 노력과 농업 부문과 상공업자의 연대 융합에 의한 노력을 모두 포함하는 것으로 6차 산업화를 전개하고 있고 한편으로 지역 개념과 산업 전개의 지역적 확산도 중요시 한다.

일본의 농업·농촌 6차산업화 정책의 완성도를 높이기 위해서는 첫째, 6차산업화 활동 주체 육성. 둘째, 6차산업화 지원 주체 역량 강화. 셋째, 서포터의 안정적 지원 체계 마련. 넷째, 6차산업화 활동 코디네이터 육성. 다섯째, 농협 참여 활성화가 필요하다.

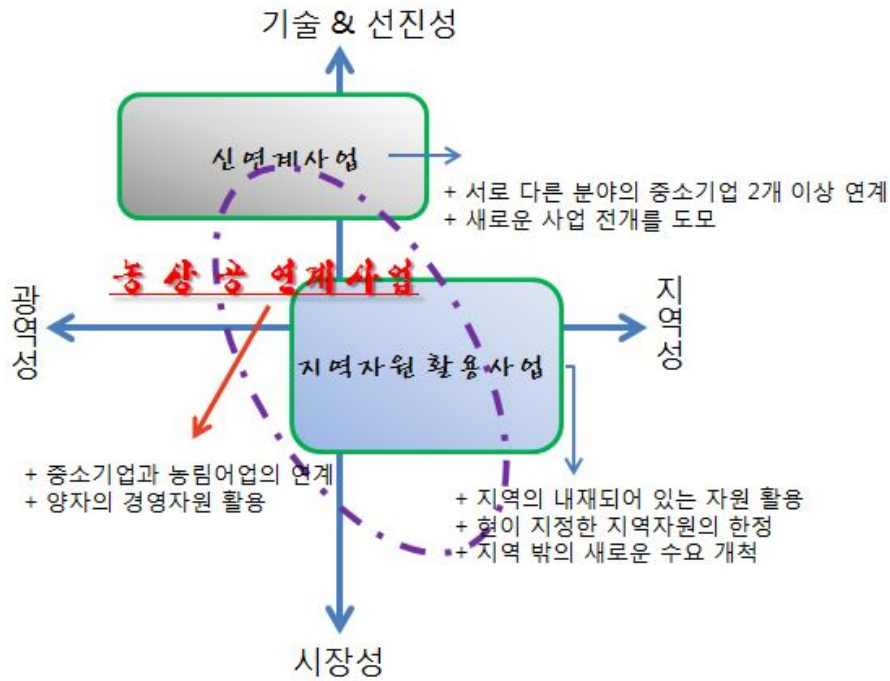


그림 1. 일본의 6차산업화 사업 촉진을 위한 농상공 연계사업



2) 모델

(1) 오오야마농협

6차 산업의 효시이자 발상지로서 오오야마 농협은 1NPC (New Plum and Chestnuts)운동 으로써 1961년 시작되어 매실·밤나무를 심어서 농가 경제를 부흥시키자는 운동이다. 2NPC (Neo Personality Combination)운동은 새로운 인격의 결합체를 만들자는 것으로 소득만이 아니고 정신적인 여유와 풍요로운 인간을 만들고, 이벤트나 각종 행사를 통해서 서로가 격려하고 온화한 인격의 결합체를 만들자는 운동이다. 3NPC (New Paradise Community)운동은 오오야마를 낙원으로 만들자는 것으로 이 지역에 사는 주민 모두가 여유와 삶을 즐길 수 있는 지구 환경과 생명체를 배려한 사랑의 네트워크를 만들자는 운동이다.

1990년에 개업한 농가 레스토랑과 직매장, 숙성및 가공품 판매장을 만들어 ‘고

노하나 가르덴' 단지라고 명명했다. 또한 농협이 운영하는 유기농 식당 경영은 전국 각지는 물론 일본 총리까지 둘러보고 갔을 정도다. 농산물 직매장을 대도시에 오픈하였으며 후계 조합장을 양성하는 시스템도 갖추었다. 끊임없이 새로운 사업과 신제품을 개발하며 45년간 이 지역의 농가 수는 변함이 없다. 주변 농협의 자기 자본 비율이 4% 정도인데 반해 오오야마 농협은 26%를 유지하며 조합원 600명의 탄탄한 조직으로 성장했다.

(2) 후나가다 종합 농장

후나가다 종합농장은 농산물의 생산하는 1차산업, 농산물 가공의 2차산업, 판매 시스템과 농장 개방 체험 활동 등 도시와 농촌의 교류 사업을 하는 3차산업의 융합의 결과이다. 낙농 비육우를 축으로 원예, 벼농사, 퇴비, 과수, 시설원예 등 종합적인 농산물을 생산하는 체계를 갖추었다.

후나가다 종합농장의 특징은 첫째, 산간지역에서도 조직적 농업을 전개함으로써 농업의 핵심은 물론 농촌의 핵심도 형성, 농업과 지역 사회의 안정화에 공헌할 수 있다는 점을 보여 주었다. 둘째, 농업의 범위를 농산물 생산과 같은 협의의 생산 중심 농업 영역을 벗어나 광의의 시각으로 도시 소비층 영역에서 요구되는 가공, 판매, 교류, 체험 등 폭넓은 시야에서 농업을 발상하고 행동으로 전개한 최초의 사례였다. 셋째, 농업 농촌이 갖는 자원과 능력을 생산, 유통, 판매, 서비스로 사업화해 농업 농촌의 6차 산업화를 구체적으로 보여준 효시였다. 이를 벤치마킹하여 여러 관광농원이 나왔으며 대표적으로 히로시마의 히라다 관광농원으로 꼽힌다. 넷째, 그린투어리즘 등 도시 농촌 교류를 하며 무료 농장 개방을 통하여 처음부터 이를 사업화 했다는 것이다. 후나가다 종합농장은 광의의 농정으로 농업 분야에 새로운 이정표를 세운 것으로 기억 되고 있다.

(3) 사이보쿠 농업 공원

1975년 돼지고지 판매점으로 출발한 이곳은 농업계의 디즈니랜드로 알려져 있으며, 연간 4백만 명이 찾는 명소이다. 푸른 목장에서 식탁까지라는 슬로건으로 생산

에서 판매까지 일관 시스템을 갖추고 있으며, 돼지고지 직매장과 식당의 경영으로 ‘미트 토피아’ (meat topia: 고기와 이상향의 신조어)의 구상을 실천하고 있는 곳이다. 최근엔 ‘아그리 토피아’ 를 선언하여 고기 중심의 일관 공급 체제를 농업 전 부문에 확대하여 지역의 농림 공원을 만드는 등 생산, 판매, 서비스까지 제공함으로써 낙농의 관점에서 여유로움과 평안함을 제공하는 이상향을 실천하려고 한다.

사이보쿠가 일본 농업계에 던지 의의는 첫째, 매출액의 배가 증가이다. 농산물 생산에서 그치지 않고 가공하여 부가가치를 높이고 이를 판매하고 서비스한것이다. 둘째, 취업자 수의 배가이다. 셋째, 지역 주민들의 활력을 회복시켰다. 넷째, 농업을 쇠퇴의 길에서 발전으로 전환을 시켰다.

결국, 농업을 발전 전망이 있는 산업으로 전환시킬 수 있는 요소들이 되어준 동기가 되었다. 나아가 사이보쿠는 농업과 음식문화와 더불어 생활문화를 통한 ‘라이프 토피아’ 를 제창한다. 방문한 고객들에게 농산물에 대한 올바른 선택 가이드 라인을 제공하고 ‘心友(심우)’ 라는 월간 정보지를 10만부씩 발행하여 무료 배부 하고 있다.



(4) 하코네 목장

북해도에 위치한 하코네 목장은 230마리 소를 260 ha의 초지를 조성해서 유기 축산을 실천 중인 체험형 관광 목장이다. 체험 행사는 20여 가지로 승마, 소타기, 젓 짜기, 각종 유기농 제품 만들기, 농산물 수확 체험 등을 경험할 수 있다. 연간 관광객은 6만 정도이며 이 중 60%가 학생이다. 안전한 사료를 먹인 안전한 쇠고기와 우유를 생산하는데 전력을 하며, 5종류의 소를 사육하여 용도에 맞는 고기와 우유, 치즈, 버터 등 생산한 낙농·육가공 제품들을 관광객들에게 판매한다.

초지를 확보하고 사료 곡물을 생산하여 건초와 기름진 먹이를 90%정도 자급하는 체제를 갖추었으며 수입 쇠고기에 대응키 위해 목초지에 8년의 윤작과 유기재배를 시작했다.

(5) 우마지무라 농협

유자를 식용으로 하는 식문화 창조가 이 마을의 중요한 포인트 이다. 1,000명의 주민이 살고 있는 산골에 우마지무라 농협 중심으로 유자를 30여종 가공 판매하여

연간 30억 엔의 매출을 올리는 곳이다. 택배회원은 35만 명으로 이들이 고정고객으로 매출액의 50%를 차지한다. 이들을 관리하기 위한 농협만의 콜센터와 발송센터를 별도로 운영 중이다. 농협의 예금액은 67억 엔, 가공공장 등 관련 부서 직원 70명, 신공 및 공제 등 기타 부서 직원 16명이다.

이 마을은 원래 임업으로 생계를 꾸려나가던 곳이었으나 시대가 변함으로 임업이 어려워지자 고온다습한 경사지를 이용하여 유자를 재배하게 되었다. 그러나 농가 대부분이 고령이고 겸업농가여서 품질 좋은 유자 생산이 불가능한 현실이었다. 자연스럽게 유자 가공품으로 진로를 틀 수 밖에 없었다.

1980년대부터 유자가공제품을 생산했으나 주변 지역에 경쟁제품들이 많았다. 그래서 아이디어를 낸 것이 백화점 특판 행사였다. 이를 통하여 조금씩 고객층을 확보하던 중 농·산촌 경제 활성화가 국가의 중요한 과제로 부상했고 1촌1품 운동이 주목받게 되었다. 대도시의 백화점에서 특산물전시회를 통하여 최우수상을 받게 되고 대대적인 언론의 홍보까지 보도되자 지역 주민들의 의식까지 바뀌게 됨으로써 주민들은 마을 전체를 상품으로 개발하기에 이르렀다. 게다가 연간 10만 명의 관광객이 연어낚시와 풀코스 마라톤 대회로 찾는다.

우마지무라 농협은 지역 활성화 운동이 높이 평가되어 1995년 아사히 농업상을 받았으며 곧 유자 화장품 및 테마파크도 조성하게 관광객들을 유치할 계획이다.

2. 한국의 6차 산업과 모델

1) 개념

(1) 이론의 배경

농림축산식품부의 6차 산업화 우수사례집의 개관에서 언급된 배경은 다음과 같다. 크게 환경적 요인과 농업·농촌 내부 요인으로 나누어 살펴볼 수 있다. 6차 산업화의 개념은 농촌 주민이 중심이 되어 농촌에 존재하는 모든 유·무형의 자원을 바탕으로 식품 또는 특산물 제조·가공(2차 산업) 및 유통·판매, 문화·체험·관광 서비스(3차 산업) 등을 복합적으로 연계·제공함으로써 새로운 부가가치를 창출하는 활동을 의미한다.

농업기술 회보의 농업의 6차 산업 활성화를 위한 방안(이, 2013)에서 주장된 배경으로는 내생적 발전론(지역발전), 경영 다각화(소규모 경영체) 및 농공상 융합(소규모 및 선도 경영체), 경영혁신론(선도 경영체), 네트워크론(관계 마케팅, 연결의 정제)으로 나뉘볼 수 있다.

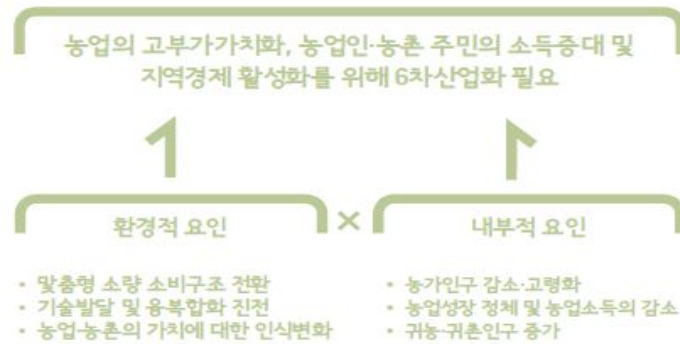


그림 2. 6차 산업 배경



그림 3. 6차 산업 모델

(2) 이론의 변화

농촌 관광과 함께 시작된 6차 산업의 태동은 농촌관광이 본격적으로 논의되면서 주목받기 시작한 개념이다. 농촌 체험 사업을 중심으로 1차 산업인 농업, 2차 산업인 특산물을 이용한 다양한 재화의 생산, 3차 산업인 관광 프로그램 등의 각종 서비스를 창출하며 융합한 것을 농촌관광으로 이해했다. 이를 통해 농촌을 복합산업 공간으로 변화시키려는 시도가 본격화되었다. 이때부터 지역자원 즉, 어매니티를 활용한 사례와 많은 시도가 있어왔다.

2005년부터 신활력사업(지역이 주체가 되어 자생적 발전 역량을 키우고 강점을 발굴, 특화·사업화하여 지역 발전을 유도하는 새로운 개발방식)으로 지역 혁신 역량 강화, 고부가가치 6차 산업 창출, 도·농간 활발한 교류·협력이 주요 목표이자 수단이 된다.

도시와 농어촌 간의 교류촉진에 관한 법률에 의해 '도시와 농어촌 간의 교류를 촉진하여 농어촌의 사회·경제적 활력을 증진시키고 도시민의 농어촌생활에 대한 체험과 휴양 수요를 충족시킴으로써 도시와 농어촌의 균형발전과 국민의 삶의 질 향상에 이바지하는 것을 목적'으로 규정되어 있다. 또한 여기서 도시와 농어촌 교류는 농어촌체험·휴양마을사업, 관광농원사업 등을 통하여 도시와 농어촌 간에 이루어지는 인적 교류와 농림수산물 등의 상품, 생활체험·휴양서비스, 정보 또는 문화 등의 교환·거래 및 제공 등을 말한다.

이러한 향토산업은 2007년 농어촌에 존재하는 유무형의 향토자원을 발굴하여 1·2·3차 산업이 융복합된 산업으로 육성하기 위하여 추진된다. 이때부터 '융복합'이라는 단어가 지역에서 자연스럽게 자리매김 하게 된다.

향토산업은 1·2·3차 산업이 연계된 복합산업으로 육성하여 지역경제 활성화 및 소득기반을 확충하며, 농어촌지역의 사업 역량 제고 및 지속 가능한 사업체계를 구축하는것을 기본 목적으로 한다.

2010년 농림축산식품부와 중소기업청이 공동으로 2012년까지 농공상 융합형 중소기업 300개 육성, 서민층을 위한 직간접 일자리 5000여개 창출을 목표로 '농공상 융합형 중소기업' 육성 전략을 확정했다. 농어업을 IT·BT·NT등 첨단기술과 접목하고 종자·제약·의료 등 전후방 산업과 융합하여 국가 미래의 핵심 산업으로 육성하는 것을 기본 골자로 하여 정책 금융시스템 개편, 농식품산업 입지제도 도입,

연구개발 투자 강화, 창업 촉진 및 규제 완화를 그 주요 방법으로 제시하고 있다.

‘농어촌 정비법’에서 농어촌 산업은 농어촌의 특산물, 전통문화, 경관 등 유무형의 자원을 활용한 식품가공 등 제조업, 문화관광 등 서비스업 및 이와 관련된 산업으로 정의 내린다. 이런 농어촌 산업은 2010년부터 도입된 포괄보조체계 안에서의 농어촌자원 복합산업화를 통해서 각 지역에 따라 특성에 맞게 세련되어지고 있고 광역지방자치단체의 자율과 의사에 따라 사업을 설계할 수 있도록 되어 있다. 또한 그 지역 특성에 맞는 사업을 정립해 나가고 있다.

6차산업화의 유형으로 형식적으로는 개별 경영체 등이 경영을 다각화 하는 방식과 주체 간 제휴·연대 등을 통해 추진하는 방식으로 구분할 수 있다. 경영을 다각화 하는 방식은 경영체가 1,2,3차로 경영을 다각화 하거나 다른 경영체에 대한 출자, 독립법인 설립 등의 형태로 추진하는 것이다.

주체간 제휴·연대 등을 통한 방식은 주체의 범위에 따라 지역 내 연대, 지역 외 연대, 지자체간 연대로 나눌 수 있는데, 주체 간의 장기계약, 기능분담, 공동사업 추진 등의 형태로 추진하는 것이다.

형식상으로는 경영체의 6차 산업화와 지역산업 6차화로 구분해 볼 수 있다. 개별적인 경영체가 스스로 1,2,3차 산업을 융합하는 것을 추진하는 것에 비해 지역산업의 6차산업화는 지방자치단체 또는 지역조직이 중심이 되어 지역자원을 중심으로 경영다각화, 경영체간 연대, 공동사업추진 등을 통해 지역산업으로 육성하는 것이 특징이다.

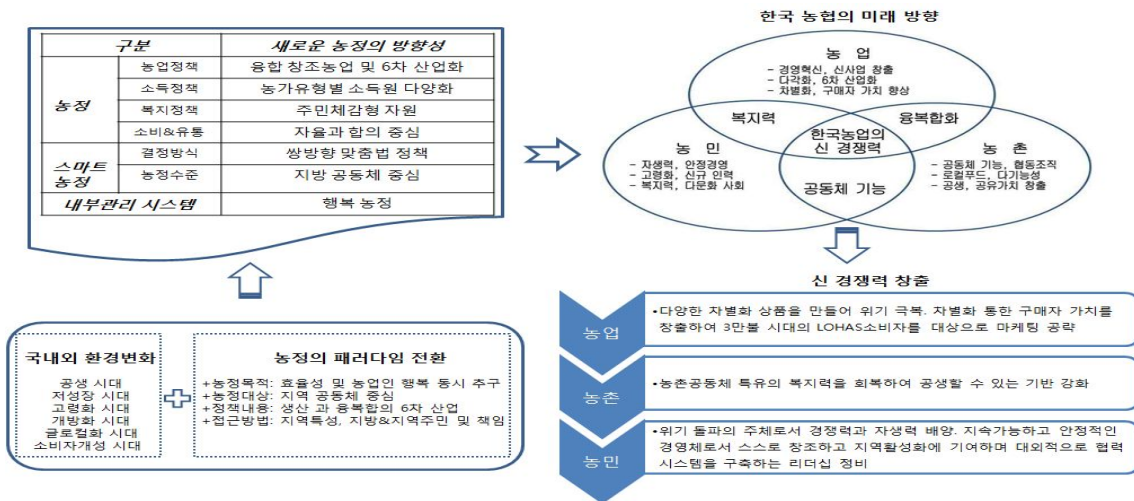


그림 4. 우리나라에서 6차 산업화의 유형

2) 모델

농림축산식품부의 ‘6차 산업화 우수사례집’ 을 참고하면 1-2-3차 중심형으로 분류, 주도방식에 따라서 농가, 마을, 법인, 지역단위의 주도형이 있다.

농업기술회보(2013)의 ‘농업의 6차 산업 활성화 방안’ 을 참고하면 생산중심형 / 가공중심형/ 유통중심형/ 관광·체험중심형/ 외식중심형/ 치유중심형 등이 있다.

6차 산업 융복합혁명(서, 2013)의 사례에는 지역밀착의 지산지소형/ 시장 창출의 농·공·상 협력형/ 고부가가치 창출형/ 음식중심 향토 외식산업형 등이 있다.

(주)정앤서컨설팅(2011)의 농업·농촌 6차 산업화를 통한 농촌활성화 사례 및 과제 ‘ 자료를 보면 비즈니스 마인드를 가진 모델이 핵심주체가 되는 조직으로서 중핵기반이라 일컬으며 이를 중심으로 사업 다각화 기반, 교류 기반, 강소농 육성 기반을 조성한다고 했고, 유형으로 공간 밀집형과 공간 분산형으로 나뉜다.

농업의 6차 산업화의 실태와 발전방안(변, 2013)연구에 의하면 생산중심형/ 가공중심형/ 유통중심형으로는 관광·체험중심, 외식중심, 치유농업중심, 생산·가공에서 유통·체험·숙박의 연결형으로 나뉜다.

농업의 6차산업화와 부가가치 창출방안(한국농촌경제연구원, 2011) 연구보고에 의하면 첫째, 1차 산업인 농업 진흥을 기점으로 2·3차 산업의 순차적 확산의 유형(특산품개발 등). 둘째, 2차 산업의 진흥을 통해 그 원료 공급기반인 1차 산업을 활성화시키는 동시 3차 산업을 다루는 유형. 셋째, 3차 산업을 기반으로 교류인구를 끌어들이어 1·2차 산업의 진흥을 도모하는 유형. 넷째, 활동주체의 성격에 착안한 유형 등이 있다.

3. 지역문화관광 콘텐츠

1) 개념

(1) 지역문화관광의 정의

먼저 지역문화와 문화자원, 문화산업, 문화유산, 문화관광, 콘텐츠 등으로 다양하게 표현될 수 있는 용어의 정의 부문에서 ‘지역문화관광 콘텐츠 융합’ 로 주제의 방

향성을 가지게 된 개념적 정의와 이론적 단계를 보고자 한다.

지역문화의 개념은 공통적인 요소로 연계된 일정한 공간의 생활양식 전체이며, 지역문화자원은 지역의 고유성과 정체성을 지닌 문화적 요소로서 유·무형의 모든 문화적 산물이자 새로운 것을 창조해서 만들어내는 다양한 유·무형의 결과물이다. 여기서 자원의 경제적 측면을 고려한 문화산업적 관점 중심으로 이해한 시각도 있다. 이들 자원의 새로운 면을 부각시키고 가치를 발굴하여 경제적 활용도를 높이는 대표적 사례로 문화콘텐츠를 들 수 있다.

문화콘텐츠는 지역 문화자원을 경제적·문화적 관점으로 접근할 수 있는 지역 문화콘텐츠의 근간으로 주로 활용되며 다양한 경제적 가치를 높이는 수단으로 이해할 수 있다(설, 2012).

지역문화진흥법의 ‘지역문화’란 지방자치법에 따른 지방자치단체 행정구역 또는 공통의 역사적·문화적 정체성을 이루고 있는 지역을 기반으로 하는 문화유산, 문화예술, 생활문화, 문화산업 및 이와 관련된 유·무형의 문화적 활동으로 정의 내렸다.

문화산업진흥 기본법의 목적으로 문화산업의 지원 및 육성에 필요한 사항을 정하여 문화산업 발전의 기반을 조성하고 경쟁력을 강화함으로써 국민의 문화적 삶의 질 향상과 국민경제의 발전에 이바지함을 한다고 명시되어 있으며 문화상품의 기획·개발·제작·생산·유통·소비 등과 이에 관련된 서비스를 하는 산업으로 정의하고 있다.

콘텐츠란 부호·문자·도형·색채·음성·음향·이미지 및 영상 등의 자료 또는 정보를 말한다. 여기에 콘텐츠산업이란 진흥에 필요한 사항을 정함으로써 콘텐츠산업의 기반을 조성하고 그 경쟁력을 강화하여 국민생활의 향상과 국민경제의 건전한 발전에 이바지함을 목적으로 한다.

문화재청의 정의에 따르면 문화유산의 활용은 역사적, 예술적, 학술적, 경관적 가치나 기능, 능력을 살려 훼손하지 않는 것을 전제로 하여 효율적으로 사용하고 이를 통해 민족문화를 재발견하고 새로운 문화 가치를 창출하여 다양한 부가가치를 창조해 내는데 그 목적이 있다.

우리나라의 각 지역에는 대표하는 유무형의 다양한 문화자산이 존재하고 있으며 이를 활용한 문화콘텐츠로서 활발한 지역사회의 자량과 하드웨어, 소프트웨어적인

면에서 그 지역의 가치와 무궁한 성장잠재력을 내제하고 있다. 이는 단편적인 지역의 일회성 이벤트로서 그치는 홍보나 걸치레의 미화가 아닌 그 당시의 생활상과 지혜를 볼 수 있으며 전통을 계승하고자 하는 선조들의 슬기의 미학을 느낄 수 있다. 이런 지역문화의 특수성과 유일성은 자칫 시대의 흐름과 역사의 수레바퀴 속으로 쉽사리 퇴색되어 그 존재 자체를 문헌으로나마 명맥을 유지할 수 있다. 이는 우리 후손들의 과오이다. 그러나 지금 동시대에 살고 있는 우리들의 그 문화유산의 가치에 대한 관심을 비롯한 보존을 넘어 전 세대가 어울려 오감으로 느끼고 공감할 수 있는 문화적 콘텐츠로서의 대승적 활용에 사명감을 가져야 할 것이다. 이는 다른 선진국 사례에서도 살펴볼 수 있듯 여러 형태로 다방면으로 현존하는 지역전통문화를 기반으로 사업화 한다면 지역발전은 물론 국가경쟁력을 높이는데 일조를 할 것이다. 이는 세계화 속의 우리 지역전통문화들이 그 대열에 합류할 수 있는 하나의 방법론일 수도 있다.

우리나라의 각 지자체들의 지역 정체성과 내제한 지역 문화자원들을 활용하여 제조, 생산, 가공, 체험, 서비스에 이르기 까지 경쟁력 있는 문화 콘텐츠 상품으로 재생산해 낼 수 있다. 이는 외국관광객들에게 지역을 비롯한 한국을 알리기 위한 좋은 아이디어가 될 것이며 각 지역의 지역문화 전문가와 기관 단체 들이 중지를 모은다면 일자리 창출을 비롯한 관광자원으로서 또 다른 지역적 우수성을 세계에 알릴 수 있는 기회가 될 것이다.

유네스코에서는 역사적, 예술적, 과학적 관점에서 뛰어난 인류의 전 지구적 가치를 지니고 있는 기념물, 건축물, 지역을 포함하는 것이라고 정의 내린다.

지역문화유산을 활용하는 방법론을 본다면 문화유산 보호 및 보존, 문화유산원형의 자료화, 문화유산의 역사적 고증에 의한 재현, 공인된 역사 기록에 상상력을 추가한 픽션 문화콘텐츠 개발, 역사 기록으로 확인되지 않은 문화유산을 소재로 한 문화콘텐츠 개발, 창작 지역문화유산을 활용한 새로운 문화콘텐츠개발 등이 있겠다.

시야를 넓힌다면 지역마다의 특별하고 소소한 일상 같은 마을 공동체의 놀이문화 혹은 잔치, 축제가 존재한다. 볼거리, 먹거리, 놀거리가 존재하는 복합적인 콘텐츠의 보고이다. 이는 마을과 지역마다 오랫동안 지역색을 띄고 자연스럽게 오늘날 까지 이어져 왔다. 현재에도 이 마을 저 동네에 가면 함께 보고, 느끼고, 즐기고, 맛볼 수 있는 우리네 삶의 이야기 터전들이 산재해 있다. 이것들에 대한 가치와 전통을 공

유하며 장래의 후손들에게 물려줄 수 있는 자랑스런 문화유산의 콘텐츠가 재현될 수 있을 것이다.

(2) 융합

융합이란 정의에 앞서 세계화의 트렌드 속에서 한국은 최근 몇 년간 연평균 국민 1인당 국내총생산(GDP) 성장률 1%대 가 유지되며 성장의 정체시기가 이어지고 있다. 결국, 정부가 신성장동력으로 ‘융합 연구개발(융합 R&D)’에 대한 패러다임을 마련, 이를 통해 성장동력으로 삼아야 한국 미래가 발전 전망이 있다고 본 것이다. 한국의 GDP 대비 R&D 투자는 세계1위 규모이지만 산업화는 43위, 산업적 가치는 20위에 그치고 있다. 기존의 R&D의 한계를 느끼고 융합 R&D 정책의 발판을 마련한 것은 2005년이다.

2014년 산업융합촉진법의 제정 이유로는 세계경제 패러다임은 통신기술과 IT인프라에 기반한 정보화시대를 지나 기술과 산업 간의 창조적 결합으로 새로운 가치를 창출하는 융합의 시대로 급속히 재편 중이다. 스마트폰, 하이브리드 자동차 등 혁신적인 융합 제품이 새로운 블루오션을 창출하며 세계 시장을 주도하고 있는데 융합시장의 규모는 급팽창하고 있으며 델트로이트는 시장규모를 2018년엔 681조 달러로 전망치를 내놨다. 이는 산업화 시대를 지나 정보화 시대에 이른 융합시대에 이르게 된 것이다.

융합산업은 녹색성장과 더불어 경제 성장 동력과 일자리 창출의 보고로 인식되며 융합산업은 포화상태에 이른 주력산업의 지속적인 경쟁력을 확보하기 위한 고부가가치 핵심 수단이자 창의적인 아이디어들을 활용할 새로운 사업화 기회를 제공하는 돌파구로 주목받고 있고 법적 인프라로서의 역할을 하게 될 것으로 본다.

결론적으로 세계의 트렌드이자 한국 내에 법적 기반 위에 세워진 산업계 전반에 퍼지고 있는 융합의 물결에 농업·농촌·농촌을 비롯한 말 산업 또한 예외가 없다고 할 수 있다. 이는 시대의 요구이자 당위성이다. 한편으로 농생명의료융합 산업, 농산임업융합 생산기술 혁신, 농생명융합 제약 기술, 농생명융합 에너지소재 산업 등 농업 농촌의 기술력 향상 및 생산성 향상의 많은 분야에 이미 융합은 들어와 있고 진행형이다.

2) 모델

강원도 평창군의 인구수는 4만 여명이다. 이 소도시에 찾아오는 관광객은 2013년 통계를 보면 910만 명이고, 이 지역의 대표적인 체험관광 상품 중 하나인 양떼목장 관광객은 41만, 삼양목장 33만 명이다. 게다가 올해 9월 근거리에 대관령 하늘목장(舊,한일목장)이 민간인에게 개방을 시작했다. 하늘목장 목장장의 인터뷰 기사를 보면 “산지생태축산은 산업 간의 연계를 통해 생산에서 소비까지 해결할 수 있는 6차산업화를 의미합니다. 동물복지까지 고려한 사육관리를 통해 건강한 소를 기르고 이를 도시민과 소비자에게 직접 보여줌으로써 축산물에 대한 안전성을 인식하도록 해 소비촉진을 유도하는 방향으로 추진되어야 합니다” .

대관령 하늘목장은 1970년대 국토의 70%에 이르는 고지대에 목장을 조성하여 국민들에게 보다 좋은 먹거리를 공급해야 한다는 범국가적 과제를 수행하기 위해 시작되었다. 2014년 1월 정부로부터 평창올림픽을 대비한 자연 순응형 휴향 체감지구로 선정된 대관령 하늘목장은 정부 방침과 뜻을 같이하여 목장의 자연을 몸으로 느낄 수 있는 자연 순응형 체험목장 시스템을 국내 최초로 도입하였다. 이로써 목장 내 관람객 편의 시설을 제외하고는 가능한 인공적인 구조물 등의 설치를 최소화 하여 관람객들이 목장의 자연과 직접 접촉할 수 있는 환경을 마련하였다. 자연을 몸으로 체험하는 건강한 목장이라는 캐치프레이즈로 많은 관람객들을 유치하고 있다.

단순히 농어촌에 승마시설이 하나 들어선다고 되는 문제는 아니다. 관련 지역문화관광 자원의 상품화를 통한 콘텐츠로서의 집적화, 융합화가 관건이다. 無에서 有를 창조해낸 대표적 사례가 ‘얼음나라 화천산천어축제’ 이다.

2003년도 첫해 22만 명으로 시작한 축제는 2014년 9년째 100만명의 관광객을 유치했다. 축제예산은 7여억 원에 불과하지만 경제적 파급효과는 1000억을 넘는 것으로 조사되었으며 문화체육관광부 비정 대표축제로 지정, 2011년 미국 CNN방송에서 세계 겨울의 7대 불가사의로 소개, 4대 겨울축제(중국 하얼빈 빙등축제, 일본 삿포로 눈축제, 캐나다 윈터카니발)중의 하나로 손꼽히고 있다.

강원도 화천은 10년 전만 하더라도 지역적 낙후성과 군사지역이라는 독특성과 함께 지역경제의 열악화, 인구 고령화와 출산율의 감소 등 총체적 난국의 형편이었

다. 그러나 국민의 여가패턴 변화와 더불어 수도권 인근에 위치한 지정학적 위치의 장점, 농촌체험형 관광채류상품성을 간파하여 각종 규제로 묶였던 자연경관을 바탕으로 활용한 ‘산천어’를 축제의 콘텐츠로 삼았다. 아이러니한 것은 화천 내에서 생산되는 비율은 30%도 안되며, 현재까지 타 지역의 양식장에서 조달하는 방식으로 축제기간 동안 연간 80~90여 톤의 산천어가 소비되고 있다.

아이디어 하나로 관광객을 유치하여 지역경제 부흥은 물론 일자리 창출, 이미지 개선, 대한민국의 대표적 겨울 관광 축제로서의 명실상부한 자리매김을 하게 되었다. 회를 거듭할수록 연관 산업과 각종이벤트의 정착화로 법인을 설립하여 운영할 정도로 건실한 축제가 되었다.

위의 사례를 보더라도 지역적 단점을 강점으로 활용할 수 있는 창조적 아이디어의 활용과 역발상, 개인이든 단체이든 지자체든 개척자적인 기업인의 마인드와 결단력이 필요함을 보여주고 있다.

4. 말 산업의 6차 산업 및 운영 모델



1) 개념

(1) 정의

말 산업 육성법에 따르면 ‘말의 생산업·사육업·유통업·말 이용업·말 조련업·장제업·재활승마지도업·경마운영업 등 말을 이용, 매개로 한 서비스업과 말의 산물 또는 부산물을 이용한 식품·약품 또는 향장품의 제조업·판매업, 말의 사육 또는 이용 등에 필요한 물품의 제조업·판매업, 기타 위에 열거한 산업에 필요한 부대산업 등을 포함 한다.’ 라고 정의 한다.

1차 산업(생산)은 말 생산 및 사육, 말 훈련, 말 수출.

2차 산업(가공)은 말 부산물의 활용, 말고기, 마분 비료, 말 캐릭터 상품.

3차 산업(관광)은 승마장, 테마파크, 체험시설, 박물관, 판매·숙박 시설, 식당, 외국인 관광객 유치(이 외 2013).

말 산업을 첫째, 말의 생산·조련을 목적으로 하는 사업. 둘째, 승마체험·말 트레킹·재활승마 등 말을 이용한 서비스·용역을 제공하는 사업. 셋째, 말의 식육 및 부산물을 이용하여 식품·건강기능식품·약품 및 향장품 생산과 유통을 목적으로 하는 사업. 넷째, 말의 사육에 필요한 물품의 제조나 서비스를 제공하는 것을 목적으로 하는 사업. 다섯째, 그 밖의 말과 관련된 농림수산식품부령으로 정하는 사업으로 보고 있다. 말과 관련한 모든 경제적 활동을 포괄하는 사업으로서, 말의 활용 단계별로 생산, 육성, 유통, 소비까지 말을 매개로하는 1·2·3차 산업의 집합체 곧, ‘말을 중심으로 파생되는 제반산업’으로 규정한다(김 등, 2011).

(2) 관련 연구 사례

말 산업 육성법 제정 의미와 향후 말 산업 발전방향에 대한 연구(류, 2013)에서는 말산업의 육성법 제정의 긍정적 효과로서 첫째, 지속발전 가능성 제고 둘째, 농촌 경제 새로운 활력과 일자리 창출 셋째, 새로운 패러다임 구축 넷째, 국민적 관심 유도를 꼽았다. 그러나 한계로서 첫째, 관련법령과의 통합·조정 부족 둘째, 발전방향 제시 미비 셋째, 말과 사람에 대한 고찰 부족 넷째, 자원마련 한계 다섯째, 종합 계획 이행 담보부족 여섯째, 전문 인력 육성 한계를 지적했다.

결론으로 하나, 말산업의 미래상. 둘, 관련법령 통합을 포함한 말 산업 육성법 개정방안. 셋, 말 산업 관련 법제 개선을 제언했다.

산업연관분석을 활용한 말산업의 경제적 파급효과분석(김 등, 2011) 연구에 따르면 말을 중심을 파생되는 제반 산업으로서의 성격을 규정하였다. 연관 산업에 대한 파급효과가 매우 큰 산업으로서의 말산업의 비전을 그리고 있는 것이다. 이 연구는 국민경제적 차원에서의 위상 및 경제성장의 기여도를 산술적으로 측정하여 결과는 다음과 같다.

거시적인 산업단위에서의 분석으로 보면 2009년 기준 말산업의 전체 산출규모는 약 2조1,747억 원이다. 산출규모는 절대액 기준으로 경마부문이 단연 압도적이지만 유발효과가 낮은 서비스 부문이다. 상대적 의미에서 파급효과를 볼때 승마부문이 가장 큰 경제적 파급력을 내장하고 있는 것으로 조사되었다. 또한 승마부문이 고용 및 취업유발 효과가 타 부문보다 커서 승마부문에 산출액 10억 원 증가 시

마다 46.2명의 고용(62.7명의 취업)을 유발·창출할 수 있을 것으로 기대 되었다.

이는 말 산업 육성지원을 위한 전략수립에서 승마부문에 집중적으로 투자확대가 우선적으로 고려하여야 함을 시사하고 있고, 이 부문을 집중 육성할 경우 국민경제 전반에 상당한 파급효과가 클 것으로 예상되며 현재 말산업이 경마에 치중되어 있는 불균형을 조정할 수 있는 기회로 볼 수 있다.

다음은 말산업의 산출유발효과이다. 마필생산부문에서는 주로 사료 관련에서 발생한다. 마주·경마부문에서는 사업서비스 관련에서 많이 발생하는데 이는 마사회의 경마장 운영과 관련된 분야의 다양한 종류의 서비스로 인한 발생 효과 이다. 승마부문에서는 마필의 진료와 사료, 장제 분야의 유발액이 컸다.

다음은 위와 같이 추정된 산출유발효과를 바탕으로 부가가치유발효과 및 취업·고용유발효과를 추정한 것이 다음과 같다. 직접간출과 간접산출 총액은 2조8,623억 원이다. 이로 창출된 부가가치 총액은 2조 842억 원이며 이는 2009년 국가 전체명목상 GDP에 0.2%, 농림어업 GDP에 7.8%, 축산업 GDP에 53.1를 차지하는 것이다. 직·간접 고용인원은 17만 명에 이르며, 직·간접 취업인원은 20만 명으로 추정하였다.

미시적 시각으로서 경주마 혹은 승용마로서의 '말'인 개별 산출물에서 대해서도 경제적 가치를 산출하였는데 더러브렛 1두의 생산성이 지닌 국민경제적 차원에서 위상을 추정하면 다음과 같다.

더러브렛이 수태되어 육성되어 24개월 후 판매되어 경주마로 활용, 퇴역 후 승용마로서 활용이 된다. 더러브렛이 생존기간 동안 직접적으로는 소유주에게 간접적으로는 국민경제를 구성하는 구성원 전체에 매출을 발생시킬 수 있는 자산으로 평가할 수 있다. 말의 생애기간 동안 발생한 매출과 이로 파생되는 국민경제 전체로 파급되어 유발된 산출 및 부가가치 규모를 추정할 수 있다. 3단계의 구분으로 기대소득을 산정하는 방식으로 매출의 기대치를 구할 수 있다.

수태시점에서 평가한 더러브렛 1두는 국민경제 차원에서의 경제적 기여도와 경제적 자산가치 등을 다음과 같이 평가할 수 있다.

더러브렛 1두 생산으로 약 1억 2천만 원의 경제적 기여도가 산출되며, 1두당 연평균 490만원이 25년간 발생하는 효과이다. 또한 6천만 원의 부가가치가 발생되며, 25년간 총4명의 취업유발과 2.5명의 고용유발을 일으킨다.

또한 경주마 육성에 따른 경제적 파급 효과(박찬황 외 경영교육저널)연구에 따르면 농가 당 실질 소득 증가는 연간 1,700만 원 이상, 경매를 통해 매년 약 68억 원, 2014년 이후에는 약283억 원의 소득 증대 효과가 있는 것으로 나타났다.

2) 모델

■ 영국: 넬슨파크승마센터(Nelson park riding centre Ltd)

영국 남동쪽에서 가장 큰 승마 센터로서 영국승마스쿨협회(ABRS)와 영국승마협회(BHS)에서 최우수 승마 센터로 인증된 곳. 또한 승마 시험 센터, 승마&도로 안전 교육 시험 센터의 역할도 하며 국가직업자격증과 영국승마협회의 교육과정을 제공. 마장마술, 크로스컨트리, 점핑쇼, 외승, 해변승마가 가능하며 기타 다양한 승마 프로그램을 운영 중이며 센터 이용 장려를 위한 기프트 바우처를 판매하고 있다.

■ 호주: Yarrabin Guest Property

호주 최초의 숙박시설을 갖춘 목장. 3대에 걸쳐 운영 중이며 드넓은 초지 위에서 승마를 즐기며 각종 부대시설을 이용하며 프로그램에 따른 다양한 체험이 가능한 곳이다.

■ 미국: Kentucky horse park

켄터키 말공원은 켄터키주 렉싱턴에 위치하며 146만평 부지에 관광 및 승마 경기 시설을 갖추고 국제적 수준의 승마 대회를 개최. 일반인에게 공개된 1978년부터 연중 내내 개방하며 말공원의 면모를 그대로 보임. 각종 부대시설의 활용으로 다양한 체험 프로그램과 행사가 이루어 짐. 말관련 세미나 개최와 승마 저변화를 위한 노력들을 다양하게 전개하고 있다.

■ 산악관광의 시각으로 본 승마관광은 미국 쿠알로아랜치 산악레포츠 공원에서 좋은 모델로 찾을 수 있다. 하와이 와이키키에서 북쪽으로 약 40 km 에 위치하며 오하우에서 가장 크고 오래된 목장이며 직원은 200여명이다. 1일 평균 방문객 수 300백 명을 기록하며 계절 영향에 구애없이 단체관광투어가 대부분이다. 산을 활용

한 승마투어, ATV투어, 정글투어, 익스트림 스포츠, 해양탐험 등 다양한 산악 레포츠 체험 등 관련 인프라와 관광 프로그램 등이 있다.

승마관광으로 유명한 요세미티 국립공원과 몽골 테렐지 국립공원의 사례에 비추어 자연경관을 활용한 외승이 발달하였다.

▣ 온라인 모델

<http://www.hiddentrails.com/> 는 전 세계를 아우르는 승마관광 체험 상품의 정보 확인 및 예약이 가능한 사이트이다. 목적지, 프로그램, 승마 수준에 따라 400개가 넘는 승마관광 상품을 선택할 수 있고 기타 야외 레저활동 등도 예약이 가능하다. 승마관광의 테마별로 10개의 카테고리로 구성되어 있으며, 특적 계층의 관광객들을 대상으로 한 8개의 프로그램이 있다.

<http://www.equinetourism.co.uk/> 는 영국을 비롯한 세계의 각 나라별 지역별 승마관광 정보를 제공한다. 승마와 관련된 다양한 전문 지식을 제공하며 승마관광 상품의 검색과 예약이 가능하다.

<http://www.duderanch.com/> 는 2010년 만들어진 미국, 캐나다, 멕시코의 목장 투어 네트워크 사이트이다.



그림 6. 국제 승마관광 홈페이지 예

5. 농어촌 승마시설의 현황과 사례

1) 개념

(1) 승마

승마는 몸과 마음을 위한 수련운동이며, 건강 유지, 행복한 삶의 영위, 정서적인 편안함과 즐거움, 성취감, 역사적으로 최상위 계층에서 문무를 초월한 심신수련 이었다. 웰니스 문화, 새로운 라이프스타일, 선진국 같은 건전한 문화 코드, 진지한 여가활동 역할과 노블레스 오블리주 리더십 함양에 중요한 가치가 된다(김, 2008).

관광객의 승마체험 동기가 만족도 및 지속의도에 미치는 정도를 분석하여 기술습득이 주된 요인으로 승마 교육의 프로그램화 승마코치의 중요성을 입증 하였고, 일상탈출 요인으로 역동적인 프로그램을 요구했다.

승마관광은 인구통계학적 분석으로 40대 이상의 고학력자들과 높은 월수입을 가지는 대다수의 사람들로 아직은 부유층의 전유물로 시사된 점, 일주일에 한 번 가족과 즐기는 사람들이 주되어 타겟 마케팅이 요구 된다. 승마를 시작한 사람은 대부분이 1년 미만이어서 승마문화의 저변화가 덜 되었다는 것을 보여준다(한, 2013).

아일랜드의 국가관광발전위원회는 승마관광을 말과 관련한 다수의 활동을 포함하는 용어로서, 방문객이 직접 말을 타는 활동과 승마 경기를 관람하는 활동, 다른 방식으로 승마 문화를 체험하는 활동을 포함하는 개념을 설명한다.

승마관광은 말을 타고 자연경관과 말 문화체험을 통한 또 다른 시각의 볼거리를 제공하고, 승마 자체로서의 레저 활동을 보유하며 말 농장 또는 지역의 다양한 숙박시설을 통해 체류시간을 증대하며 마필산업과 관련된 먹거리와 살거리 및 승마 비즈니스 및 서비스를 제공하면서 정주생활을 영위케 함으로서 체류형관광과 승마산업의 복합적 관광활동이다(송, 2012).

(2) 농어촌형 승마시설 개념

농촌에 농어촌 승마시설을 조성해 일반 승마장이 아닌 장소에서 승용말의 임대, 말 트레킹, 승마체험, 말과 관련한 여러 활동들(축제 및 관람, 말 관련 문화 체험, 휴양) 등 말을 이용한 용역(서비스)을 제공하는 사업장을 농촌형승마장이라 조작적 정의를 내린다(김, 2014).

농어촌형 승마시설은 지역과 연계할수록 체험 고객수가 증가하는 것으로 운영방법의 모색에 중요한 단초가 된다. 또한 운영방식은 승용말의 생산과 육성·조련, 소비의 유통체계 안에서 고려되어야 하고 농어촌지역의 특성을 고려한 차별화된 회원 유형별 승마프로그램 개발로 수익을 창출해야하며 승마시설 자체의 특성과 주변지역의 장점을 고려한 효율적인 경영을 실천해 나가야 한다.

농어촌형 승마시설의 자체 자구 노력 위에 말산업전담육성기관의 역할과 정부·지자체의 역할에 대한 요구가 대두되며 특히 지자체의 역할에 있어 해당 지역사회의 문제 인식 차원의 접근이 요구된다. 승마시설을 찾는 이들은 주변의 역사와 문화, 경관, 축제 등의 다양한 어매니티 자원을 경험하기 위한 관광 목적이 크다. 따라서 농어촌형 승마시설은 주변의 관광자원들과의 연계를 통한 소득창출의 가능성을 열어두고 있다. 또한 지역 학교와 연계를 통한 유소년 승마의 활성화와 지역 관광자원의 결합을 통한 지역브랜드 이미지 제고, 지역 특산물 판매촉진에 기여할 것으로 예상된다. 이를 활성화 시키기 위해서는 지자체 차원의 관광프로그램 제작 및 홍보강화가 실천되어야 한다(서, 2013).

농어촌지역의 부존자원과 수면자원을 재활용하는 사업, 친환경적이며 농어촌친화적인 사업이다. 도·농교류를 활성화하고 농촌지역경제 역시 활성화하는 사업이어서 고소득 축산 농외소득을 창출하는 사업이다(나 등, 2013)

말산업육성법 제2조 7항에 농어업·농어촌 및 식품산업 기본법 제3조 제5호에 따른 ‘농어촌 지역에서 말의 위탁관리, 승용말의 생산·육성 등의 사업과 승용말 임대, 말트레킹, 승마체험 등의 말 이용업을 겸영하는 시설’ 로 정의한다.

이는 농어촌 경제 활성화와 국민의 삶의 질 향상에 기여하는 동시에 농어촌의 또 다른 소득 창출과 국민들의 다변화된 여가 활동에 기여하는 동시 도·농간의 활발한 교통과 교류 증진에 유일이 될 것이다.

(3) 농어촌형 승마시설 설치 기준

△ 체육시설의 설치·이용에 관한 법률에 준한 승마장의 설치기준 보다 완화된 농어촌형 승마시설은 행정구역상 읍과 면지역에 설치가 가능. 이들 지역이 아닌 기타지역에 대한 예외지역도 있으며 이는 국토의 계획 및 이용에 관한 법률시행령에 따라 도시지역의 녹지지역 중 보전녹지/생산녹지/자연녹지 지역, 관리지역의 보전관리/생산관리/계획관리 지역, 농림지역, 자연환경보전지역, 자연취락지구에 설치 가능.

△ 농지 내 승마시설의 설치 가능 여부는 녹지, 관리, 농림 및 자연환경보전지역을 대상으로 하며 농업진흥구역과 농업보호구역으로 구분되어 농업진흥지구역은 설치 불가, 농업보호구역은 원칙은 불가하지만 관광농원과 주말농원의 사업지에 한해 설치가 가능.

△ 법적 시설의 기준은 필수시설로서 면적은 마사, 관리사 등 기타 부속건물과 마장(가축운동장 등을 포함)을 합친 면적이 500제곱미터 이상, 실외마장이 있는 경우 높이0.8미터 이상의 목책(또는 펜스) 필요, 승용마 두수는 등록기관(한국마사회)에 등록된 승용말 3두 이상 보유.

△ 말의 사육 및 관리에 필요한 마사, 안전요원 배치는 ① 말 산업 육성법에 따른 말조련사 또는 재활승마지도사, ② 국민체육진흥법에 따른 체육지도자(승마 체육지도자만 해당), ③ 그 밖에 말 산업 전문인력 양성기관으로 지정된 기관 또는 단체가 실시하는 교육과정을 수료한 자.

- 말이 10마리 이상일 경우, 상기 ①, ②항 자격 보유자 1명 이상
- 말이 10마리 미만일 경우, 상기 ①~③항 자격 보유자 1명 이상

2) 현황

◎ 2012년 기준 한국마사회의 주관 하에 한국꺾립연구소가 조사한 전국 승마시설 가운데 응답한 247개 승마시설 중 68개의 농어촌 승마시설이 현존한다. 개인사업체의 비중(80.9%), 전남 14개소, 경북 12개소, 충남 11개소로 분포했다(서,2013).

표 1. 전국 승마시설 현황(2012년)

단위: 개소

구분		승마시설 (체시법)	농어촌형 승마시설	일반 사업자	미신고	모름/ 무응답
조직 형태	개인사업체	65	55	31	29	3
	회사법인	24	6	3	3	0
	회사외법인	4	2	2	0	0
	비법인단체	7	5	2	6	0
지역	강원	6	3	0	0	0
	경기	32	9	14	16	1
	충북	2	3	0	2	0
	충남	4	11	1	1	0
	전북	6	1	0	2	0
	전남	6	14	4	1	0
	경북	14	12	8	6	0
	경남	13	8	5	5	0
제주	16	7	6	5	2	

◎ 승마시설의 수익성에 관한 연구(김,2014)에 의한 분석은 다음과 같다.

표 2. 지역별 전국 승마시설 현황(2013년)



단위: 개소

구분	체육시설	농어촌형	일반사업	미신고	계
내륙권	78	64	34	65	241
수도권	50	12	37	16	115
제주권	27	10	10	7	54
계	155	86	81	88	410

농어촌형 승마시설을 기준으로 재분석 결과 다음과 같았다. (단위: 평균)

△ 사업체 조직형태별 현황 : 개인사업체 70개소, 회사법인 11개소, 회사의 법인 3개소, 비법인단체 2개소 총 86개소.

△ 보유부지면적 : 5,279평.

△ 마장 면적 : 마사- 171.6평/ 실외- 838평/ 실내-314평/ 원형-143.4평/
외승로-22.5 km.

△ 보유두수별 : 13.9두. 두당 필요 부지 면적은 357평.(말의 생산과 사육 등 승마 시설 외의 시설 소요 포함)

△ 고용인원 현황 : 279명.

△ 사업체 조직형태별 현황 : 개인사업체 70개소, 회사법인 11개소, 회사의 법인 3개소, 비법인단체 2개소 총 86개소. 자격증 현황은 말조련사 1명, 재활승마지도사 13명, 경기지도자 13명, 생활체육지도자 57명, 기타 21명.

△ 보험가입 현황 : 영업배상 53곳, 말상해보험 2곳, 기타보험 6곳, 미가입 25곳으로 가입률 70.9%.

△ 연간 이용자 수 현황 : 정기회원 중 자마회원 264명, 월회원 1,263명, 쿠폰회원 1,406명이며, 1일회원 중 체험승마 136,592 재활승마 1,917명으로 총 141,442명.

△ 이용요금 현황 : 자마회원 72만 원, 월회원 51만 원, 쿠폰회원 4만 원, 체험승마 2만 원, 재활승마 4만 원, 강습비(시간당)5만 원.

◎ 한국마사회(2010)의 국내승마산업실태조사는 다음과 같다.

- 소규모 농어촌 승마장(표본39개소, 평균 부지규모 44,905 m², 평균 고용인력 1.09명, 평균 승용마두수 7두) : 예상수익증가율 도달시 125백만 원.

- 중규모 농어촌 승마장(표본26개소, 평균 부지규모 10,761 m², 평균 고용인력 2.58명, 평균 승용마두수 17두) : 다양한 프로그램의 도입이 가능하도록 투자확대를 통한 대형화로의 전환이나 운영비용 절감 등을 통한 내실화로 수익성 개선이 요구된다.

- 대규모 농어촌 승마장(표본13개소, 평균 부지규모 35,881 m², 평균 고용인력 5.61명, 평균 승용마두수 47두) : 2,931백만 원.

3) 사례

㉠ 봉좌마을

◎ 현황

경북 포항시 북구 기계면에 위치한 봉좌마을은 봉황이 내려 앉았다는 전설이 있는 봉좌산 자락 아래에 있는 문성리, 고지리, 봉계리이다. 왕의 스승인 삼태사를 배출한 선비의 고장이자 한국 농촌의 발전을 주도한 새마을운동의 발상지이기도 하다. ‘철든농부’라는 실천목표로 자연과 함께하고 사람과 사람의 마음을 공유하는 마을을 가꾸려는 목표가 있다. 옛 기남초등학교 부지를 주민들이 투자하여 농촌체험센터로 만들었으며 농촌문화와 아시아 쌀문화를 체험하고 교육하는 철기농경문화테마공원도 조성하고 있다. 법인을 설립한 (주)봉좌마을(www.bjmu.kr)은 2011년에 설립된 회사로 자본금 5000만, 매출액 1억5천만, 사원수 10명 규모의 중소기업으로 농촌체험, 승마장, 기업연수, 식당사업을 하고 있다. (주)봉좌마을은 컨셉을 Healing(힐링)으로 가지고 있는 6차산업 농업법인회사로서 각종농산물을 생산하여 판매하기도 하며 또한 힐링코스로 자연휴양림산책+힐링강의+기체조(단수련, 운동치료)+피톤치드 숙박+유기농식사를 할수 있는 곳이며 말타기, 물놀이, 물고기 잡기, 고추잠자리 잡기, 과일따기, 농사짓기, 고구마 감자캐기, 우리밀 칼국수 요리등 많은 체험을 할 수 있는 곳으로 홍보하고 있다. 특히 유독 외관적으로 눈에 띄는 것은 승마체험인데 이곳의 승마장은 서포항IC에서 10분, 포항시청에서 30분 거리에 위치한다. 1,200평의 대마장, 40개의 마방규모를 갖춘 마사, 초보자 연습용 원형 마장 3개, 200평 규모의 실내마장, 휴게실, 사무실, 라커룸, 세미나실 등 최신식의 현대적 시설로 투자되어 조성되었고, 10 km의 외승코스, 50여대의 주차공간이 있다. 일일 기승료 3만 원, 자마회원 월60만 원, 월회원 60만 원, 쿠폰제 회원 40만 원, 기승시간은 40분이다.

◎ 현장모습



그림 8. 봉좌마을 농촌형 승마시설

◎ 분석

봉좌마을의 승마장을 중심으로 위치한 자연적 경관과 유산들, 역사적 건축물들과 산림을 활용한 트레킹 코스, 숙박시설, 여러 체험형 관광상품, 지역 특산품들의 체험코스과 농산물 판매 및 구매로 인한 관광객들의 발길을 유도하고 있다.

그러나 아쉬운 것은 전형적인 농어촌 승마시설의 한계이자 현실적 문제가 이 곳에서도 발견 되었다. 휴먼웨어적으로 보면 승마장에 전반적인 인력의 부족과 코치의 자질검증이 확보되지 않았으며, 운영상의 미흡함이 보였다.

하드웨어적으로 보면 이는 경험의 미숙함과 예초에 승마장과 관련 부속시설을 건축시 전문적인 컨설팅을 안 받은 것이 겉으로 드러났다. 승마장 조성 후 1년 남짓 지나지 않은 시점이지만 마사의 마방 곳곳은 말의 악벽으로 인한 나무 벽들이 파손이 심했으며 제대로 수리하지 못하여 총체적인 관리부실이 보였다. 농어촌이라는

지역적 특수성에 비해 승마 비용이 체감적으로 비싸며 결정적으로 말의 관리상태가 부실했다. 영양부족으로 느껴짐은 앙상한 뼈대가 드러나 보이고 윤기가 없는 것이 보는 이로 하여금 호기심 보다는 동정심을 유발케 했다.

소프트웨어적으로 승마의 교육프로그램이 체계화 되어 있지 않았으며, 초보자든 숙련자든 지속적으로 승마를 할 수 있게 하는 동기유발의 소재가 없었다.

결국, 관광객이든 승마 애호가이든 일시적이고 일회성의 승마체험을 할 수 밖에 없고 체계적이고 지속적인 승마를 할 수 있는 요소가 전무하며 말과 마사의 부실관리, 운영진의 미흡함, 농어촌형 승마시설로서 장점을 잘 살리지 못하며 과도한 투자만 한 셈이다.

㉔ 가시리 마을

제주도 표선면 가시리 마을(www.jejugasiri.net)에 위치한 조랑말체험공원(www.jejuhorsepark.com)은 (주)이어도사나(사회적 경제를 지향하는 예비 사회적 기업)에 의해 설립되었다.

(주)이어도사나는 자연과 문화를 존중하고 지역의 건강함을 지키며 관광객과 지역주민이 다 같이 즐겁고 지역의 발전과 사회 발전에 도움 되고자 문화 예술인 및 단체 지원사업과 마을개발 관련 컨설팅을 진행, 다양한 지역문화 체험 프로그램들을 기획하고 있다. 이로서 콘텐츠 개발을 통해 지역발전을 위해 성공적인 커뮤니티 비즈니스 모델을 제시함으로써 사회적 경제 실현을 미션으로 하고 있다. 또한 사업 영역으로 공정여행사, 마을사업 컨설팅 및 교육, 문화기획 및 축제기획, 아트상품 개발 및 유통, 조랑말체험공원 등을 추진하고 있다.

말문화 역사적으로 조선시대 최고의 말을 사육했던 갑마장이 있었던 가시리 마을 한켠에 600년 목축문화의 역사를 고스란히 담아내고 있다. (전)농림부가 지원하는 신문화공간 조성사업의 일환으로 조성된 ㄹ리 조랑말박물관은 마을회의 노력과 수고로 승마장을 비롯하여 캠핑장, 체험장 등을 조성한 복합 문화공간으로 확대되어 오늘까지 이르고 있다. 마을에서 설립한 국내 최초의 전문 박물관이자 마을의 역사와 문화를 주제로 삼은 문화공간으로서 새로운 형식의 커뮤니티 비즈니스 모델로서 큰 의미가 있다.

가시리 마을은 한마디로 정의하기 어려운 콘텐츠 융합의 보고이자 산실이다.

‘가시리 이야기’로 시작되는 카테고리에는 각 마을마다의 역사와 이야기, 특산물, 나아가 가시리 마을 자체를 브랜드화 하여 스토리텔링의 소재로 삼고 있다. 가시리의 문화지도(오름, 10경 등), 체험프로그램, 맛집 과 숙박, 문화학교(문화교실과 동아리), 문화공간(문화센터, 조랑말체험공원, 창작지원센터, 유채꽃프라자), 장터, 나눔마당의 카테고리에 무궁한 이야기가 소개되어 있다.



그림 9. 제주도 가시리 마을의 조랑말 체험공원 전경 및 안내서

Ⅲ. 재료 및 방법

1. 연구 대상

본 연구는 주제에 언급된 키워드를 중심으로 주로 문헌연구를 통한 정부의 유관된 단체와 산하기관의 각종 연구발표 자료들과 법령, 연구자들의 게재 논문, 학회의 발간지, 단행본, 분야별 연관된 서적, 세미나 자료, 통계자료 등, 각종 언론 매체들의 기사를 취합, 비교, 분석하여 전반적이고 개괄적인 정의를 규정, 고찰한다.

2. 연구 범위

본 논문은 말산업 육성법의 목적인 ‘말산업의 발전 기반을 조성하고 경쟁력을 강화하여 농어촌의 경제 활성화와 국민의 삶의 질 향상에 이바지함’ 에 다양한 관점으로 관련 문헌들과 자료들을 검토하였다.

선행 연구 및 관련 논문들의 주요 키워드(Keyword), 컨셉(Concept), 카테고리(Categories), 결론(Conclusion) 내용을 중심으로 데이터를 확인한다.

1) GTM 이론

Ground Theory Method (이하 GTM)는 1967년 Galser와 Strauss의 저서 The Discovery of Grounded Theory에서 자료 분석과 이론개발을 묘사하기 위해 만들어진 기법이다. GTM은 이론검증이 아니라 이론창출에 있고 사회적 환경과 맥락이 자료를 조직화하여 주제나 본질을 얻고, 주제는 서술, 모델, 이론의 형식으로 나타난다. 질적·귀납적 연구접근법으로서 자료에 근거나 가설, 범주 및 이론을 자료로부터 출현하도록 하여 개념과 관계적인 진술의 내용을 서술적 자료에서 생성됨으로 추상적 의미를 제시한다.

GTM은 연구과정을 통해 체계적으로 수집되고 분석된 자료에서 나오는 이론으로 자료수집, 분석, 최종적인 이론이 서로 밀접한 관계를 갖는다. 연구결과는 자료에서

도출된 것으로 직관력을 제공, 이해를 강화하고 행동하는데 의미있는 지침을 제공한다. Georgieva and Allan (2008)은 여러 가지 프로젝트는 서로 다른 문화적 환경에서 나타나기에 다른 문화적 방법 및 사고와 프로젝트 관리운영이 실행된다. 그러나 문화가 다른 어떤 환경에도 연구는 분석, 디자인, 이행, 시스템 등 프로젝트 과정 및 관리가 전반적으로 통합적인 가치가 있어야 한다. 이에 콘셉과 카테고리에 따른 체계를 인식/ 동기/ 지식공유/ 경영/ 고객관리/ 의사소통/ 이해관계자 이상 7가지로 분류하여 개념 전달모델로 제시하고 있다.

3. 연구 방법

Galser & Strauss (1967)의 GTM의 콘셉과 가설을 결합하는 방법론으로 논문들의 결론에 이르는 과정들의 이론들과 데이터 분석을 통한 5가지 방법론으로 입수된 관련 연구자료 및 연구 문헌들을 체계적으로 적용하여 일관성있고, 정확하게, 심층적으로 분석하다.

- ㉠ 개념이해를 위한 데이터 오픈 코딩.
- ㉡ 데이터에서 만들어진 코드/ 콘셉/ 카테고리의 비교.
- ㉢ 개념 확립을 위한 메모.
- ㉣ 선택한 코딩을 중심으로 카테고리 구성
- ㉤ 카테고리간의 연결성을 중심으로 한 이론적 유형화 작업.

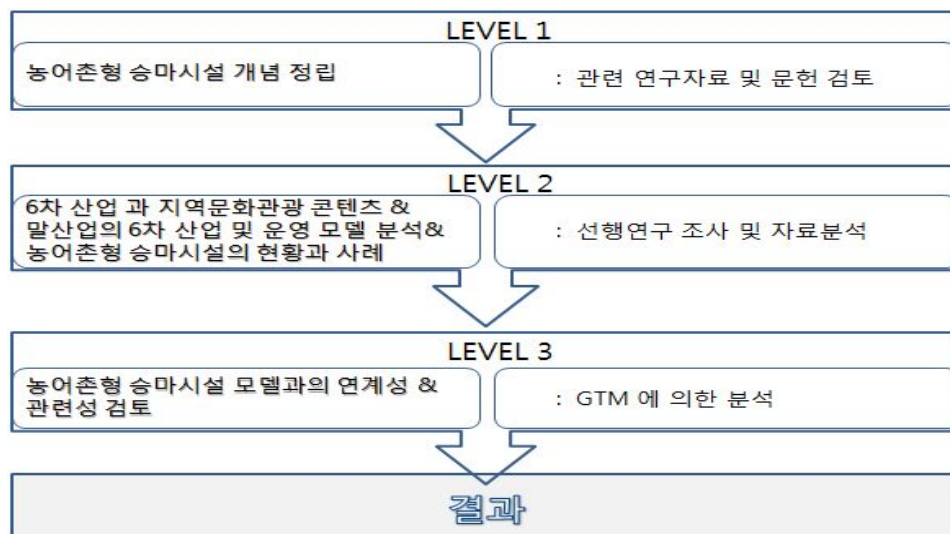


그림 10. 연구 진행 절차

1) 공간 데이터 유형화 모델

(1) 농어촌 공간

◇ 2010년 농림어업총사의 지역조사에서 도농교류활동에 초점을 두어 도농교류활동의 실태를 공간적 측면에서 다루었다.

농어촌 도농교류 활동의 공간적 측면에 따른 구분으로 ‘인적교류형’ (자매결연을 통한 교류), ‘물적교류형’ (도시와 농촌간의 농림수산물의 교류로 직거래나 직판장을 통한 교류), ‘교육문화교류형’ (농촌문화를 체험할 수 있는 기회의 농어촌체험관광), ‘휴양여가교류형’ (주말·휴가를 이용한 농촌휴양인 숙박제공 및 주말농원 체험) 으로 유형화 하고, 각 유형별 분포를 통한 클러스터화 혹은 분산분포화 인지 구분한다.

◇ 농촌 정주공간은 도농간 인적 교류, 일자리 구조, 공공서비스 이용의 편의성, 도농교류활동내용 등에 따라 세 가지 유형으로 진행되어 ‘도시·농촌 혼합지역’, ‘농업·농촌 중심지역’, ‘인구과소 낙후지역’ 으로 구분될 수 있다.

◇ 농촌지역개발사업 분석 및 유형화 작업을 통한 농업·농촌정책 및 사업의 매뉴얼을 토대로 세 공간의 유형화 작업을 하였다.

‘환경공간’ 은 모두 지켜나가야 할 공간으로 생태계 보전, 마을소공원, 등산로 및 산책로, 환경관리시설, 지역경관시설 등으로 분류한다.

‘생산공간’ 은 농산물유통시설, 지역특산물, 전시장 및 판매시설, 생산기반시설, 농어업문화 체험시설, 지역특화산업 등으로 주민들이 소득을 창출할 수 있는 공간으로 분류한다.

‘생활공간’ 은 주민들의 주거·복지와 사회간접자본(SOC) 등의 공간으로 공동생활시설, 생활기반시설, 생활서비스시설, 공동체 활동공간, 개인생활시설 등으로 분류한다.

◇ 농촌자원의 현황 분석에 따라 자연자원(환경자원 / 수자원 / 동물자원 / 자연경관 / 식물자원), 역사문화자원(역사자원인물 / 전설·설화·지명유래자원 / 문화경관 및 문화자원), 경제자원(농·축산물 / 향토음식·가공품 / 체험프로그램 및 교류형축제/ 생산시설자원 / 휴양시설자원), 공동체활동자원(복지시설자원 / 마을조직자

원 / 연계조직자원 / 인적자원 / 마을활동·행사자원 / 브랜드)으로 나눈다.

위 4가지 농촌지역자원의 분류에 근거 요인 분석의 결과 농촌관광자원, 특용작물자원, 농촌경제자원, 농촌전통문화자원 으로 재편할 수 있다.

◇ 스포츠 관광매력 모형에 적용한 승마관광 활성화 방안으로 승마이벤트매력, 승마목적지매력, 승마시설매력으로 나눌 수 있다.

◇ 농어촌형 승마장 조성을 위한 농촌체험활동과 승마체험활동의 연계·협력적 관계 유지를 위해 체험활동 복합화 방안을 수립한다. 물리적 요소의 공간과 시설, 기능적 요소의 프로그램과 운영에 대한 각각의 복합화 요소 도출 후 이를 토대로 복합화 구축. 물리적 복합화, 기능적 복합화로 프로그램 복합화와 운영 복합화로 나눈다.

(2) 농어촌형 승마 시설

마사회의 승마시설 설치에 대한 표준모델 개발 연구를 기초로 하여 지역별 맞춤 설계를 한다. 현재까지 말과 관련한 축사 표준설계도는 공고된바 없다. 승마시설의 현황을 조사한 결과 대부분이 한국의 기후에 적합하지 않은 건축자재를 사용하며, 마필의 안전과 마사의 통풍을 고려하지 않고 입지조건에 따라 주먹구구식의 마사가 설치되어 있다.

승마장 설계를 위한 필요조건 분석 결과, 대전제는 말에 대한 충분한 기본 정보와 전문 지식을 습득해야 한다.

◇ 승마장의 설계: 말의 생활 안전, 관리의 효율성 측면에서는 승마장 크기, 규모, 내부 공간이 고려되어야 한다.

◇ 승마장의 부지조건: 바람의 방향과 경사도는 입지조건상 매우 중요하게 고려되어야 한다.

◇ 승마장 공간계획과 규모: 주변 환경과의 호환성을 고려한 자연환경과의 조화를 최대한 고려.

◇ 동선계획: 사람과 말, 운동공간으로 나뉘며 관리자는 마필의 이동경로와 중복되면서도 교차되지 않아야 할 곳은 부리가 되도록 고려한다.

◇ 배치계획: 경제성에 영향을 미친다. 부지의 유효이용 계획의 좋고, 나쁨이 경영

에 크게 영향을 미친다.

◇ 입지조건: 승마장의 규모와 관계없이 기후, 풍토 등 주변의 자연환경을 보다 좋은 상태로 받아들이며 자연재해를 피할 수 있는 동시에 주변과의 조화를 유지할 수 있는 입지조건을 고려하여 선정하여야 한다.

◇ 기타조건: 승마장의 가축분뇨처리시설에 대한 현재 법률의 해석과 적용 및 적정 기준 등이 적합하지 않다. 외국의 사례를 참고하여 국내에 적합한 관련 연구진행 및 현장 조사가 필요하며 표준모델이 요구 된다.

◇ 설계자·시공자 : 말에 대한 전문적이고 체계적인 지식과 정보를 보유한 설계 및 시공 업체가 드물다. 이를 보완하기 위해 관련 전문 교육을 받은 인력들의 육성이 시급하고, 외국의 사례를 참고하되 국내의 말 전문가 혹은 집단과의 협력과 연계를 통한 표준 설계·시공의 모델 안이 요구된다.

2) 농어촌형 승마시설 비즈니스 모델

(1) 농어촌형 승마시설의 운영 역량



◇ 핵심역량 : 역량의 정의는 운영하는 조직 및 단체, 개인 따라 차이가 있다. 여기서는 조직역량과 개인역량, 지식역량 등으로 구분할 수 있으며, 기능별로는 일반관리, 인사관리, 재무관리, 마케팅 및 판매관리, 시장조사, 연구개발, 유통관리, 법률관리, 기술관리, 생산관리, 자재관리, 정보관리, 경영자의 리더십과 자질, 조직관리, 상품개발 및 서비스 관리 등이 있다.

◇ 경쟁전략 : 원가우위전략(시설에 투입되는 자본, 자원, 인력, 기술 등에 대한 요인으로서 원가관리, 통제 및 관리보고체계, 조직적 구조와 책임소재 명확화, 인센티브제도 등), 차별화전략(마케팅 능력, 창의성, 기초조사 연구능력, 융합의 아이디어, 상품과 프로그램 개발능력, 복지환경, 인센티브제도 등), 집중화전략(해당 농어촌 지역의 유·무형적 강점을 살린 특정 전략에 대한 목표와 추진 전술)이 있다.

◇ 경영성과 : 재무적경영성과 와 비재무적경영성과로 나뉜다. 재무적경영성과는 시설의 매출액, 이익목표 추구가 경영성과평가로서 측정하기 쉽고 가시적으로 표현되어 계량화된 자료로서 잘 나타낼 수 있으나 재무적인 외의 요인 즉, 시설의 잠재적

인 가능성을 평가하기 어렵고 단기적이며 과거 지향적인 평가 요소를 벗어나 장래 성과 복합해진 시장 환경의 변화에 대한 측정도 관심을 가져야 한다. 비재무적경영 성과는 객관화되기 어렵고 범위가 넓어 단기적 성과를 나타내기엔 부적합하다. 그러나 시설과 관련된 이들의 자체 기준에 의해 성과가 측정되어 종합적, 포괄적으로 볼 수 있다.

(2) 경영성과 검증 시스템 구축

◇ 품질경영: 농어촌형 승마시설의 인적 및 물적 자원의 총체적 요소가 상호보완적 작용을 통한 가치의 극대화된 상태를 의미한다. 외형적 품질(농어촌 승마시설의 부대시설 등과 주변의 인프라 등)과 내형적 품질(시설을 이용함에 따른 프로그램의 다양성과 고객에 대한 충성도 등), 서비스 품질(인적 및 물적 서비스)로 나뉜다.

◇ 지식경영: 농어촌 승마시설과 관계된 인적자원의 지식을 극대화하여 적극적으로 활용하는 경영이다. 지식경영을 통한 일관적인 경영을 유지하여 지속가능한 성장을 위한 방안 모색과 동시 조직 활동의 목표 지향적 가치를 달성하기 위한 농어촌 승마시설의 효과성, 효율성, 혁신성 등을 전략으로 만들고 활용하는데 필요하다. 농어촌 승마시설의 운영에 필요한 인적자원의 업무지식을 구체화하고 이를 활용할 수 있는 프로세스를 구축한다. 리더는 인적자산을 체계화하고 구성들이 수행할 업무 능력을 개별화 하여 구성원 간의 커뮤니케이션을 유기적으로 할 수 있게 하는 인간관계 형성의 리더십이 요구된다.

◇ 서비스경영: 농어촌 승마시설에서 다양하게 제공되는 서비스의 만족에 관계요인들을 세부적, 체계적으로 분석하여 경영전략이 수립되어야 한다. 사용자들의 니즈를 적기에 파악하고 합당한 서비스를 제공하며 만족과 감동의 요소가 시설 곳곳에 미치도록 하는 기초 자료가 된다. 인적 자원이 투입되는 무형의 제품으로서 서비스의 질은 시설의 활성화와 홍보효과를 가져다준다. 더불어 이들이 고정 고객층으로 형성되어 충성 고객들이 될 수 있다.

◇ 문화경영: 관광산업, 문화산업, 레저스포츠산업을 융합한 접근 방식의 인식과 대중화로서의 경영철학으로 이에 대한 적절한 방안마련과 정책적 역량집중이 필요하다. 문화산업적·경영적 측면의 문화적 체화를 통한 문화자본 확충 즉, 말에 대한

호의적인 인식을 학교교육과 대안교육을 통한 청소년기와 청소년기에 집중적으로 확산시켜나가거나 미래의 승마수요에 대한 귀중한 자산으로 활용하는 등 다양한 계층의 잠재된 수요층의 니즈와 호기심에 대한 다각도의 전략적 접근이 요구된다.

◇ 경영성과 검증 시스템: 농어촌 승마시설의 운영에 필요한 인적·물적 자원의 효과적이고 효율적인 관리를 통한 조직 구성원들의 품질, 지식, 서비스, 문화 경영에 대한 검증과 목표성과를 통합하는 광의적인 것을 의미한다. 경영성과를 측정하는 기준과 지표를 구체화하여 품질성과의 지표를 만드는 것이다. 경영성과의 총체적, 통합적 성과의 지표가 재무적 성과지표를 개발하고 이를 활용하는 전문 시스템을 개발하여야 한다.

(3) 마케팅 시스템 구축

농어촌 체험관광의 명소화를 위한 마케팅의 요소는 자원성, 시장성, 정통성으로 이루어진다.

◇ 자원성: 어느 장소도 명소화될 수 있는 소재를 가지고 있다는 지리적 잠재성에 대한 안목을 지니고 발굴해 내는 능력이 요구된다.

◇ 시장성: 모든 장소는 명소화될 수 있지만, 그 수준과 인식의 문제로서 철저한 시장분석을 통한 적합한 소비자를 확보하기 위한 제반조치를 강구하는 능력이 요구된다.

◇ 정통성: 명소는 시간에 따라 변화한다는 시대성을 간파하고 지속적인 노력을 경주하여 전국적인 명소로서의 자리매김을 확고히 하는데 능력이 요구된다.

IV. 결과 및 고찰

1. 농어촌 공간 유형화 단계

6차 산업으로서의 지역문화관광 콘텐츠 융합을 위한 사전적 조사에서는 우선 농어촌 공간에 대한 카테고리화와 유형화 작업을 통한 계량적 평가 항목이 요구된다. 단계별로 농어촌 공간에 대한 평가 작업을 진행하게 된다. 해당 농어촌의 물리적 및 공간적 평가 요소와 환경영향평가, 문화관광 콘텐츠 등을 고려한 입체적, 체계적인 평가요소들을 배경으로 종합분석 및 활용자원들을 도출한다.

1단계: 농어촌 도농교류 활동의 공간적 측면에 따른 구분.

2단계: 농어촌 정주공간별 유형에 따른 지역 구분.

3단계: 농촌지역개발사업 분석 및 유형화를 통한 농업·농촌 및 사업매뉴얼 구분.

4단계: 농어촌자원현황분석에 따른 구분 후 다시 네 유형으로 구분.

5단계: 스포츠관광 모태에 대입한 승마의 매력에 따른 구분.

6단계: 복합시설 기반의 농어촌 공간 구분.

2. 지역 문화콘텐츠 개발환경 분석

정부는 문화산업진흥 기본법을 중심으로 문화산업 전반에 걸친 진흥 정책 외에도 문화콘텐츠 인프라를 구축하기 위한 단위사업을 추진하였다. 정부에서 시행한 대표적인 문화자원 중심의 인프라 구축사업은 ‘지식정보자원관리사업’, ‘문화원형디지털콘텐츠사업’, ‘한국향토문화전자대전사업’이 있다. 문화자원 인프라의 구축의 파급효과가 지방의 농어촌에까지 미쳐야할 필요성과 당위성이 요구된다.

지역 문화콘텐츠 개발 환경 분석을 통해 기존의 프로젝트 및 기관들이 다수가 존재한다. 예를 들어 지역의 크고 작은 축제들이 연간 진행되고 있다. 각 지방이 자체 단체들은 연중 축제의 홍보에 많은 노력과 자본 등을 투자하는 실정이다. 이는 지방경제 활성화와 더불어 일자리 창출의 보고이기 때문이다. 이들을 네트워크화 하여 농어촌의 문화자원의 현장조사와 분석, 더불어 발굴과 비즈니스에 이르기까지

통합하여 프로젝트를 수행할 센터의 역할이 중요하다. 다수의 관련 데이터베이스화 된 자료들을 활용한 개발환경 분석 플랫폼을 구축하고 체계적으로 프로세스화된 평가방식을 통하여 지역의 문화콘텐츠의 융합에 근거한 농어촌형 승마시설의 모델링에 적합한 비즈니스 모델을 전개시킬 수 있다.

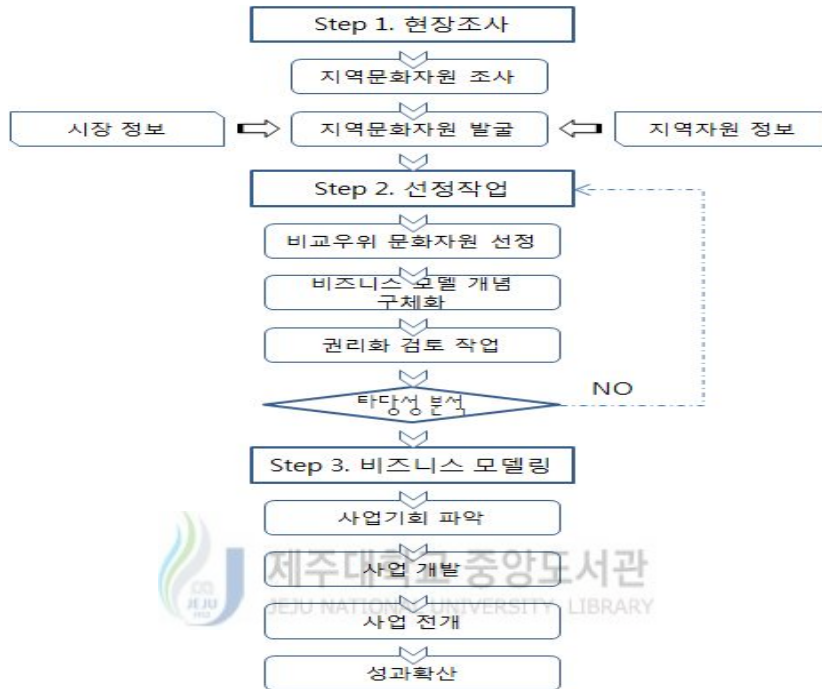


그림 11. 지역 문화콘텐츠 개발환경 분석

3. 지역문화관광 콘텐츠 융합화

콘텐츠는 지역자원발굴, 개발, 활용의 3단계를 거치며 해당 지역의 지역적 특성이나 문화적 이미지에 따라 개발 유형을 달리 설정할 수 있고 완성된 결과물의 형태나 서비스 방식도 달라진다. 지역자원 개발을 통한 문화적 부정적 이미지는 개선하며, 긍정적 이미지는 강화시키고, 뚜렷한 이미지에 대한 평가가 없다면 차별화된 이미지의 부재로서 새로운 이미지 창출을 위한 지역문화자원의 개발과 창출이 요구된다. 지역문화관광 콘텐츠 융합화의 단계는 다음과 같다.

첫째, 지역문화콘텐츠 개발환경 분석에 의한 평가지표의 체크과 검증, 프로세스를 통하여 해당 지역의 콘텐츠에 대한 명확한 가치측정과 수요와 공급, 비즈니스 모델

화, 농어촌형 승마시설과의 연계와 적용방안에 이르기까지 전반적인 융합에 대한 모델링의 사전작업에 차질이 없도록 계획하는 단계가 필요할 것이다. 이는 하나의 플랫폼 구축을 통한 차별화된 지역의 문화자원 콘텐츠 조사, 발굴, 개발 추진함으로써 활용도 증진을 꾀할 수 있다.

둘째, 사전작업의 데이터베이스 위에 지역문화관광 콘텐츠 융합을 위한 테스트 베드(TEST-BED) 모델을 만든다. 지역문화자원들에 대한 이미지가 부정적 혹은 긍정적으로서 개발 유형의 강화 혹은 개선의 모델이 아니라면 창출로서 지역의 특성을 반영한 테스트 베드 모델에 적용을 시켜 적합성을 살펴야 한다.

셋째, 지역문화관광자원의 소프트웨어적인 측면과 농어촌형 승마시설의 하드웨어 측면의 연계 시스템을 통해 휴먼웨어적인 측면의 인적자원들의 효과적, 효율적인 방법으로 시너지효과를 일으킬 다양한 관련 승마체험 프로그램 및 관련 행사, 축제 등을 개발, 구축, 적용, 비즈니스화 하는 일련의 체계를 구축시켜 한다.

넷째, 정부주도형의 마사회, 농협 혹은 지역의 민간단체, 협동조합, 법인·개인 사업자 등 어느 형태의 주춧돌이든 이들이 단독으로 추진하는 형태가 아닌 지속적인 네트워크 체계를 구축한 상호보완적인 관계 속에서 계획과 프로젝트가 추진되어야 한다.



그림 12. 지역문화관광 콘텐츠 융합화

4. 농어촌형 승마시설의 운영 모델

(1) 농어촌형 승마시설

마사회의 승마장시설 설치 표준모델을 기초로 한다. 이는 표준화된 승마장 모델 적용을 통한 승마장의 쾌적한 환경 조성, 효율적 운영 관리 시스템을 제공하며 이를 통한 경영 환경을 개선, 말의 복지와 산업화 측면의 발전을 위한 기반을 조성한다. 또한 콘텐츠 상품으로서 한국형 승마 시설 모델을 수출하는 계기가 될 수 있으며 문화 전파의 수단으로서 도구가 될 수 있다. 승마산업에서 말산업, 레저산업에

이르기까지 규모의 경제를 확대시킴으로 현대인에게는 제2의 레저의 장소, 농어촌 주민들에게는 삶의 활력과 경제력을 배가 시켜줄 수 있는 일터로서 상생의 장이 될 것이다. 농어촌형 승마시설의 장소적 특수성에 외승코스의 다변화가 이루어 질 수 있다. 이는 관광체험상품 가치로서의 최대치를 이끌 수 있는 요소이다. 다양하게 변형하여 활용할 수 있는 외승코스에 대한 지리적환경적 분석과 관련 법적·제도적 조사가 요구된다.

(2) 농어촌형 승마시설 운영

농어촌형 승마시설을 조성하게 되면 다음으로 중요한 것은 이와 관련된 모든 것들에 대한 운영과 점검, 경영성과에 대한 피드백, 고객들을 유치하여 지속적인 활성화를 시킬 수 있는 운영의 시스템에 성패가 달려있다.

농어촌형 승마시설의 운영 부분에 있어 센터와 승마시설이 보유한 유·무형의 자산을 효율적으로 잘 활용하여 운용의 미를 살려야 한다. 핵심역량, 경쟁역량, 경영성과의 각 부분에 대한 총체적인 점검을 통하여 세 분야에서 시너지 효과를 내야 한다. 또한 지속적인 경영성과 검증 시스템의 피드백을 받으며 시장의 변화에 적절히 대응할 수 있는 마케팅적 시스템의 역할에도 소홀히 해서는 안된다. 승마시설의 운영은 농어촌의 미시적인 장소에서 일어나는 이벤트가 아닌 스토리텔링의 장이 될 것이다.

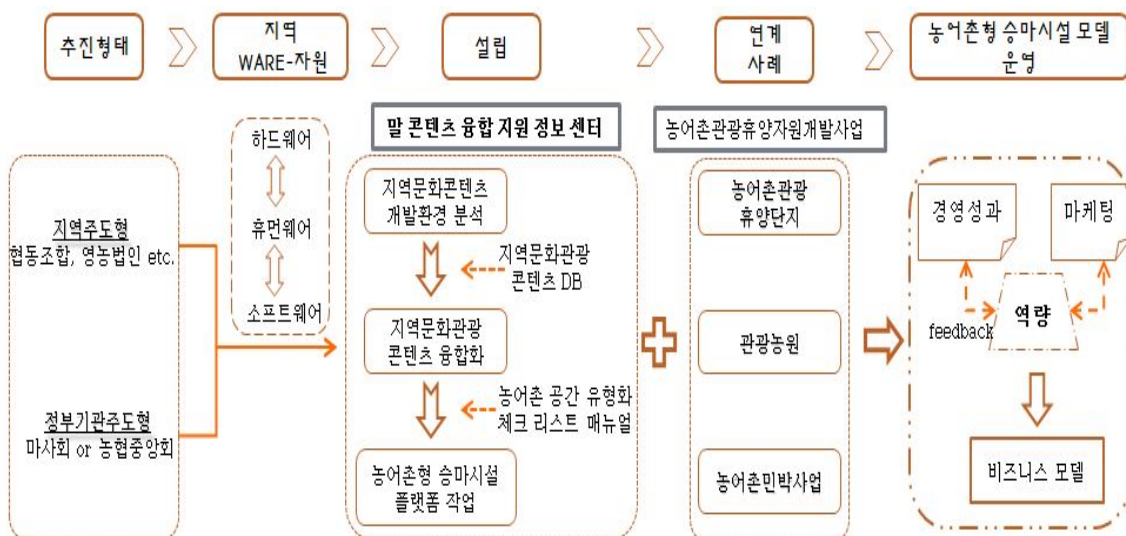


그림 13. 농어촌형 승마시설 운영

(3) 농어촌형 승마시설 운영 역량

핵심역량, 경쟁전략, 경영성의 3분야에서 운영 역량의 기반을 쌓아야 한다. 이미 농어촌의 공간 유형화 단계를 거쳐 지역 문화콘텐츠 개발환경 분석의 결과를 토대로 지역문화관광 콘텐츠 융합화에 대한 비즈니스 모델이 발생된다. 이를 토대로 농어촌형 승마시설과의 지속적인 네트워킹과 발전방향에 대한 프로젝트를 추진할 수 있다. 시설의 운영 역량을 자체 분석하여 삼대 분야에서 서로 시너지 효과를 발휘할 수 있게 하여야 한다.

농어촌형 승마시설을 조성하게 되면 다음으로 중요한 것은 이와 관련된 모든 것들에 대한 운영과 점검, 경영성과에 대한 피드백, 고객들을 유치하여 지속적인 활성화를 시킬 수 있는 마케팅 전략에 성패가 달려있다.

농어촌형 승마시설의 운영 부분에 있어 전략, 마케팅, 재정, 활용, 인사 등의 차원에서 하나의 기업을 운용한다는 기업가적 마인드로 임해야 한다.

(4) 경영성과 검증 시스템 구축

품질경영, 지식경영, 서비스경영, 문화경영을 아우르는 경영성과 검증 시스템의 구축이 요구된다. 농어촌 공간과 승마시설의 운영으로 인한 대내외적 환경에 대응하여 인적, 물적, 자원의 효과성, 효율성, 혁신성을 제공하는 경영성과 검증 시스템은 목표달성의 극대화를 추구할 수 있다. 이는 상호간의 지속적인 피드백을 통한 시장의 반응과 수요에 민감히 반응하며 수익창출에 지속성을 추구한다.

(5) 마케팅 시스템 구축

농어촌형 승마시설의 모델에 있어 관건은 지속적인 고객층의 확보에 모델의 성패가 달려있다. 농어촌 공간의 심도 있는 고찰에 이어 승마시설 모델 안을 작성하는 등 모든 인프라의 구축 뒤 운영자는 마케팅을 통한 시장분석을 해야 한다. 지역관광자원 수요의 동향과 요인을 분석하고 승마시설의 상품 가치의 위치를 고찰, 예측한 뒤 시장의 니즈에 충족할 수 있는 상품화된 승마시설을 조성해야 한다.

첫째, 승마관광 시장 세분화를 통한 지리적/ 인구통계학적/ 사회심리학적/ 행동분석학적 등으로 나누며, 고객지향의 지역적 차별성이 강조된 차별화된 전략과 프로그램을 설정하여 소프트웨어 측면의 맞춤형 승마시설이 조성이 필요하다.

6. 설립 주체별 센터의 건립

농어촌의 공간과 농어촌형 승마시설 모델의 최적화를 위한 인적 교류의 산실이자 콘텐츠 융합의 아이디어뱅크로서의 구심점 역할을 해야 하는 농어촌의 거점별 혹은 지역별 센터 즉, (가칭)말 콘텐츠 융합 지원 정보 센터를 건립한다. 농어촌의 공간에 대한 심도 있는 조사와 연구를 통해 지역문화관광자원들을 콘텐츠 융합화 하여 해당 지역의 농어촌공간에 적합한 맞춤형의 승마시설이 조성될 수 있도록 하여야 한다. 적합하고 합리적인 지역문화콘텐츠 개발 환경 분석을 통한 콘텐츠 융합화의 기반의 농어촌형 승마시설의 설립 추진시 모범적이고 표준적인 가이드라인을 적용시킨 시설모델이 나와야 한다.

센터의 설립 주체가 지역주도형 혹은 정부기관주도형의 유형에 따라 모델의 운영과 역할이 다를 수 있다.

◇ 지역주도형은 농어촌 지역 주민들의 자발에 의한 센터의 상향식 개발로서 협동조합, 마을기업 형식의 단체를 통한 지역주민들이 살고 있는 곳의 향토자원, 지역 자원, 축제 등에 대한 충분한 고찰과 인식을 통해 농어촌형 승마시설을 설립하여 충분한 시너지 효과를 낼 수 있는 컨트롤타워 역할을 할 수 있는 지역 리더자 혹은 조직 및 단체의 존재가 필요하다.

◇ 정부기관주도형은 말산업전문기관인 마사회 혹은 농협중앙회의 통제아래 지역 농협을 센터로 하는 각 지자체의 읍·면 지역에 지역 맞춤형 1모델 설립을 지원하되 말 콘텐츠 융합 지원 정보 센터와의 협조를 통한 하향식 개발이다.

마사회 혹은 농협중앙회는 이미 농촌과 말산업의 전문기관으로서 역할을 굳고히 하고 있다. 이 기관들의 융합적 거취는 농어촌 발전과 비전에 훌륭한 대안을 제시할 수 있을 것이다. 이들 기관들이 보유한 자본과 정보력, 기타 추진력은 민간에서 하지 못하는 부분에서 상당한 시너지 효과를 낼 수 있을 것이다.

7. 농어촌형 승마시설의 플랫폼 구축작업

센터의 역할로서 농어촌 공간 유형화 매뉴얼에 따른 농어촌형 승마시설의 유·무형의 플랫폼 구축작업이 요구된다.

말 콘텐츠 융합 지원 정보 센터의 주된 역할로서 단계별 공간 데이터 유형화 작업을 통한 체계적이고 세밀한 농어촌의 공간에 대한 현장 및 자료 조사와 더불어 단계별 체크 리스트에 의한 매뉴얼화 작업을 통한 농어촌형 승마시설 모델의 기초 자료가 될 수 있는 표준을 만들어야 한다. 일정한 형식과 기준에 맞춘 자료상의 통계를 근거로 하여 해당 대상지의 지역문화관광 자원 및 콘텐츠 융합을 위한 기반적 데이터를 마련할 수 있다.

센터의 역할에 대한 유형으로서 휴먼웨어, 하드웨어, 소프트웨어 측면에서 본다면 다음과 같다.

1) 지역 휴먼웨어 (humanware) 유형에 의한 모델

농어촌 공간과 말산업, 승마산업 및 승마시설에 대한 문화적 가치를 이해하는 전문적인 식견과 지식을 겸비한 현장형 인재의 문화적 가치제안과 가치 네트워크 고려가 요구된다. 이는 인적자원의 활용을 통한 휴먼웨어적인 모델의 유형화로서 국내외의 모범 사례들을 교육 및 전수 받고 해당 농어촌 공간에 적용 시킬 수 있는 리더자의 역할로서 기대가 된다. 또한 리더 양성의 요람으로 농촌 전문가 혹은 말산업 전문가의 등용문이 될 수 있는 모델이다.

농어촌 승마장 시설의 설계, 시공 등 토털 서비스 인력의 양성화를 통한 체계적인 교육습득을 통해 표준 모델 지식 전파에 나설 수 있다.

2) 지역 하드웨어 (hardware) 유형에 의한 모델

농업의 형태별로 나뉘지는 생산형, 정치형, 경영형, 문화형 분류에서 말산업의 농어촌 승마시설의 거시적 측면에서 재해석 한다면 말산업 생산형(말 생산에 중점을 두는 형태), 말산업 정치형(집단의 힘으로 말 생산 조건 개선과 판매처 개발을 요구하는 형태), 말산업 경영형(기업적 마인드로 말의 상품 기획, 판매, 경영하는 형태), 말산업 문화형(말의 다원적인 기능을 사업화 하는 형태) 으로 분류할 수 있다. 이는 말과 관련한 6차 산업화의 모든 과정을 체험할 수 있는 체험의 장으로서 접근을 할 수 있다.

◇ 저렴한 비용과 정부지원 및 지자체의 지원을 통한 승용말 소유의 공유 경제화를 통한 1인 1馬정책을 통한 말에 대한 관심과 호응을 일으키어 지속적인 승마에 대한 취미를 유발하게 한다.

◇ 국내 700여곳의 관광휴양단지, 465개소 관광농원을 활용한 지역의 특화된 산업과 연계된 관광형태의 승마시설 개발을 통한 산악, 해변, 숲길 등 다양한 농어촌 승마 시설을 체험할 수 있다.

◇ 현재 골프장업계는 대·내외적으로 경영악화의 요인들로 둘러싸여 있다. 반대로 승마인구의 확대에 비추어 생활권 주변엔 승마장의 시설은 부족하거나 열악한 실정이다. 발상의 전환을 한다면 골프장의 활성화 승마인구 저변화 확대를 위해서는 골프장의 유희면적부지 혹은 기존의 여유부지에 승마장 혹은 승마외승코스를 개발하여 잠재적 승마 고객들을 끌어들이게 된다면 충분한 시너지 효과를 볼 수 있으리라 생각한다.

3) 지역 소프트웨어 (software) 유형에 의한 모델

역사와 전통을 자랑할 수 있는 말 관련의 고전 및 문헌들과 자료들을 통한 말산업 콘텐츠의 데이터베이스화가 필요하다. 또한 승마산업과 지역연고 향토자원과의 연계성 강화를 통한 콘텐츠 확보를 함으로써 원소스 멀티유즈(One-Source Multi-Use: 하나의 콘텐츠로 여러 상품 유형을 전개 시켜 상품화 하여 부가가치를 극대화 하는 방식)의 스토리텔링 장소가 될 수 있다.

말 문화 콘텐츠 확대를 위해서는 말에 대한 흥미유발 요소의 확대를 추구하고 관련된 내용들을 향시 언론매체 등을 통하여 광고, 드라마 및 오락 프로그램의 노출, SNS를 활용한 홍보 강화로 이어지게 할 수 있다.

고객 유형별, 지역별 승마 프로그램의 다변화 구축을 통해 체계적이고 전문적인 교육을 받을 수 있도록 교육 인프라의 구축이 요구된다. 일일체험과 정기회원 및 쿠폰회원들의 맞춤형 프로그램 제공을 통한 상품화가 요구된다.

농어촌형 승마 관광 온라인 플랫폼 사이트 구축을 통한 전국에서 지자체의 농어촌 곳곳에 이르기 까지 예약에서 결제까지 해외사례를 참고한 다양한 상품 개발을 할 수 있다.

V. 요약

본 연구는 6차 산업으로서의 지역문화관광 콘텐츠 융합에 근거한 농어촌형 승마 시설 모델 방향에 대한 고찰이다.

농어촌 공간의 유·무형 자원에 대한 분석과 연계를 통한 지역 맞춤형 승마시설의 표준 모델 안의 과정과 말 콘텐츠 융합 지원 센터의 건립을 통한 컨트롤 역할의 당위성, 운영모델을 통해 비즈니스화의 로드맵을 제시하고자 한다.

지역문화관광 콘텐츠 지속적인 발굴과 더불어 농어촌형 승마시설의 적절한 법적 규제와 가이드라인을 기반으로 매뉴얼 중심의 표준적 농어촌형 승마시설의 설치를 유도하여야 한다. 시설에 대한 유형적 상품의 이미지의 가치를 증진 시키는 동시 승마인구의 저변 확대를 통한 지역의 유소년 층의 지속적인 관심 유도, 청·장년층의 말산업 인력 수요를 통한 일자리 확충, 노년층의 재활건강의 장소성 제공 등 다방면의 가치 네트워크적 교류의 유무형적 이벤트 공간으로서 자리매김을 할 것이다.

따라서 농어촌형 승마시설에 대한 표준 모델의 정립이 요구되는데 이를 위해서는 첫째, 해당되는 농어촌의 공간 데이터 유형에 대한 분석이 필요하다. 이를 위해 농어촌 공간에 대한 카테고리화, 유형화 작업을 통한 계량적 평가 작업이 요구된다. 둘째, 지역 문화콘텐츠 개발환경 분석을 한다. 이를 위해 다수의 관련 데이터베이스화된 자료들을 활용하여 개발환경 분석 플랫폼을 구축하고 체계적으로 프로세스화된 평가방식 따른다. 셋째, 지역문화관광 콘텐츠 융합화를 추진한다. 이를 위해 평가 플랫폼의 구축, 테스트베드 모델 구축, WARE-융합, 네트워킹 구축 및 프로젝트 추진 단계가 진행된다. 넷째, 농어촌형 승마시설의 운영 모델의 정립이 필요하다. 이를 위해 농어촌형 승마시설 자체에 대한 고찰과 검증을 통한 지역 맞춤형 표준 시설 모델의 정립이 필요하다. 다음엔 시설의 운영 역량 강화, 경영성과 검증 시스템 구축, 마케팅 시스템 구축 등이 요구 된다. 다섯째, 위 단계의 주체는 말 콘텐츠 융합 지원 정보 센터이다. 센터의 설립 주체에 따라 지역주도형과 정부기관주도형으로 나뉜다. 센터의 역할로서 농어촌형 승마시설에 대한 유·무형의 플랫폼 구축 작업이 진행되며 휴웨어, 하드웨어, 소프트웨어 측면의 자원 투입이 요구된다.

ABSTRACT

Rural Village Horse Riding Facility Models Based on Community Culture Tourism Contents Convergence of The 6th Industry

Chang-il Kim

(Supervised by Professor Min-Soo Kang)

This study investigated rural village horse riding facility models based on community culture tourism contents convergence of the 6th industry.

Rural village horse riding facility should establish community customized model:

First, investigation into spacial data type of rural village was needed. Making category and types of rural village space should be made to do quantitative analysis.

Second, investigation into community cultural contents development environment was needed. Many database materials should be used to build up development environment analysis platform and to follow systematic process rating system.

Third, community cultural tourism contents should be converged by rating platform, test bed model, WARE-conversion, and networking and project promotion.

Fourth, rural village horse riding facility should establish operation model. Investigation into rural village horse riding facility should be done to set

up community customized standard facility models. And, facility managing ability, management outcome test system and marketing system should be made.

Fifth, horse contents convergence support information center supported aforementioned stages. The center was divided into two, that is to say, community oriented and government agency oriented depending upon establishment sponsor. The center should build up tangible and/or intangible platform of the facility to invest human ware, hardware and software.



참 고 문 헌

강민수(1997) 제주지역 말 산업의 발전방향 -1997년도 국제화, 지방화시대의 제주지역의 축산발전 방향

강민수(2000) 국내 경주마 생산 실태 및 마산업이 국가경제에 미치는 영향. -말산업 활성화를 위한 국제심포지엄 자료집

삼성경제연구소(2003) 농촌활성화를 위한 농촌어메니티 정책의 방향.

소순열 외(2006) 경주마 산업 클러스터와 지역경제의 활성화. 농업경영·정책 연구 제33권 제1호

김갑수(2008) 말을 통한 농촌 체험농장 활성화 방안. 농업기술회보

김운영(2008) 승마운동 참여자의 라이프스타일과 진지한 여가활동으로서 승마의 역할. 경희대 체육대학원 박사논문

김휴현(2008) 말 산업 육성정책. 농업기술회보

축산경제기획부(2009) 축산업의 새로운 가치와 소득원 창출을 위한 말산업 발전 추진계획.

구협(2009) 승마장의 건축계획을 위한 기초 조사연구. 전남대 산업대학원 석사논문

강태훈(2009) 승용말 육성센터 설치 타당성 연구. 대구경북연구원

김명희(2010) 농촌지역 활성화를 위한 승마산업 도입방안 연구. 농촌지도와 개발 제17권 2호

이범재(2010) 축제방문객의 체험동기에 따른 시장세분화 연구. 관광연구 제24권 제6호

최영완(2010) 농촌지역개발사업의 유형화 및 지역활성화전략. 경상대 농공학과 석사논문

김재경(2011) 산업연관분석을 활용한 말산업의 경제적 파급효과분석. 농업경제연구 제52권 제4호

김문영(2011) 기존 축산업의 대체 산업으로써 말산업 육성의 타당성 여부 고찰. 동서언론 제14집

임채욱(2011) 기계산업통계월보 2011권 4호



강민수(2011) FTA시대 제주특별자치도 말 산업 성공전략. - 제주발전포럼 제 37호 제주발전연구원

김성철 외(2011) 조선시대 목장성 연구.

홍석진(2011) 화천 산천어축제의 활성화를 위한 산천어테마파크 조성계획에 관한 연구. 강원대 산업대학원 석사논문

정앤서컨설팅(2011) 농업농촌의 6차 산업화를 통한 농촌활성화 사례 및 과제. 농업진흥청

김태곤(2011) 농업의 6차 산업화와 부가가치 창출방안. 한국농촌경제연구원

강민수(2012) 제주특별자치도 말산업 특구 지정. - 제주발전포럼 제43호 제주발전연구원

김종민 외(2012) 말산업과 군. 강원발전연구원

강민수 승마를 통한 농촌체험 활성화 방안 : 제주·일본사례를 중심으로 농업기술회보. 제46권 제2호 통권 521호

김학준(2012) 국내 승마관광 활성화 방안 : 개념적 접근. 한국관광·레저학회 관광레저연구 제24권 제5호

차재만(2012) 국내·외 승마산업 현황에 따른 한국레저승마 활성화 방안. 박사학위

박주영(2012) 승마관광 활성화 방안. 한국문화관광연구원

송성인(2012) 체류형 승마관광산업과 환경인식의 관계성 연구. Tourism Research 제34호

설연수(2012) 지역 문화자원을 활용한 문화콘텐츠 개발 전략 연구. 전남대 문화전문대학원 석사논문

김시범(2012) 지역문화유산을 활용한 문화콘텐츠사업화 방향에 대한 담론. 인문콘텐츠 제27호

윤형석(2012) 골프장 운영의 핵심역량과 경제전략간의 적합성이 경영성과에 미치는 영향

서재량(2013) 말산업 육성법 제정 의미와 향후 말산업 발전방향에 대한 연구. 연세대 법무대학원 석사논문

이영수 외(2013) FTA시대 말 산업의 6차산업화에 관한 연구. 무역연구제9권제6호

이영수 외(2013) FTA와 말산업 육성과제. 한국무역상무학회지 제57권

조길재 외(2013) 국산 승용마를 활용한 농촌 관광 승마 강소농 모델 개발. 경북대학교

한동성(2013) 관광객의 승마체험 동기가 만족도 및 지속의도에 미치는 영향 연구

박광무(2013) 승마관광 수요 예측 및 특성 분석. 한국문화관광연구원

서울과학기술대학교 산학협력단(2013) 승마시설 설치 표준모델 개발 연구 결과보고서. 한국마사회

박창현 외(2013) 친환경 생태탐방을 위한 승마탐방로 설치 연구 - 국립공원지역을 중심으로. 한국과학예술포럼

이병오(2013) 농업의 6차 산업 활성화 방안. 농업기술회보

변우정(2013) 농업의 6차 산업화의 실태와 발전방안. 경북대 행정대학원 석사 논문

김두순 외(2013) 농촌활성화지원센터의 업무 중요도 설정에 관한 연구. 농촌지도와 개발 제20권 4호

김홍주(2013) 도농교류의 공간분포 및 결정요인 분석. 한국지역개발학회지 제25권 제1호

김나영(2014) 농촌형승마장 도입을 위한 농촌체험활동 복합화 방안 연구. 서울시립대학교 석사논문

김종민 외(2014) 말산업의 새로운 길, 마사 콘텐츠. 강원발전연구원

김흥기(2014) 승마시설의 수익성에 관한 연구. 건국대 부동산대학원 석사논문

이영수 외(2014) 우리나라 말산업의 수출활성화 방안. 통상정보연구 제16권 제2호

이병민 외(2014) 글로벌라이제이션 시대의 문화변동과 지역발전: 문화콘텐츠를 중심으로. 한국경제지리학회지 제17권 제2호

김창현 외(2014) 도농교류시대의 농촌지역 유형별 정책대응방안 국토정책 Brief No.455

이유경(2014) 일본 농업 6차산업화 정책 현황과 과제. 세계농업 제162호

박찬황 외 경주마 육성에 따른 경제적 파급 효과, 경영교육저널 제18권



법제처(2014) 말산업육성법.

농림축산식품부(2014) 6차 산업화 우수사례집.

농림축산식품부(2014) 6차 산업화 지원정책매뉴얼.

나항주(2013) 말산업 문화 경영론. (주)도요

서운정(2013) 6차 산업 융복합 혁명. INCOM

현의송(2014) 6차 산업을 디자인 하라. 책녕쿨

감사의 글

어느덧 2년 반이라는 시간이 흘렀습니다. 문득 미국 시인 Robert Frost의 ‘The road not taken’ 이 머리 속에서 한 영화의 마지막 엔딩 자막처럼 올라옵니다.

‘I took the one less traveled by, And that has made all the difference.’
마지막 시구처럼 덜 다닌 길을 선택하여 저의 삶에서 달라진 것들이 참 많았습니다. 두렵고 떨리는 마음으로 다시 경주로에 들어선 기수 심정입니다.

우연히 취미로 시작한 승마를 통해 새로운 길과 학문을 여정을 걷게 되었습니다. 함께 동행 하여 주시며 늘 스스로 깨닫게 해주시고 학문의 나이테를 만들 수 있게 권면해주신 강 민수 교수님께 엮드려 가슴깊이 감사의 인사를 드립니다. 자질이 안 되는 저를 제자로 받아주시고, 육지에서 제주도도 올 수 있었던 학문의 원동력은 교수님의 형언할 수없는 따뜻한 사랑과 관심 때문이었습니다. 더불어 부족한 논문을 꼼꼼히 챙겨주시며 다정하게 매번 저의 이름을 불러주신 황 규계 교수님께 짧은 인연이지만 따스한 사제의 情을 느꼈습니다. 귀한시간 허락하시어 논문을 세세히 검토해 주시고 조언을 아끼지 아니해주신 윤 영민 교수님께 감사드립니다.

어느 날 예상치 않았던 첫눈처럼 느닷없이 찾아온 권 태준 박사님, 배 재호 부팀장님과 조우로 인해 많은 도움을 받으며 벅찬 환희를 느꼈습니다. 수고로움과 헌신, 배려에 깊은 감동을 받았습니다. 대학원 업무를 조력해 주신 황 조교님, 센터에 갈 때 마다 말벗이 되어주신 장 정희 원우님, 함께 동고동락 했던 대학원 4기 동기 원우들의 따뜻한 배려와 관심, 선배님들의 이끌어 주심과 후배님들의 밀어 주심이 없었다면 오늘 이 논문은 없었습니다. 진심으로 감사합니다.

오늘날까지 인생의 여정을 함께 걸어왔고, 또한 앞으로 나아가게 될 든든한 버팀목이자 후원자인 우리 가족들의 큰 배려와 희생에 경의를 표합니다. 멘토 윤호형, 죽마고우 진후군, 옛 연구실 동료 승철씨 감사합니다.

제 2의 고향이고 모교인 제주도에서 발길 닿는 곳에서의 그 걸음마다 많은 추억과 감동, 지식의 한 페이지를 다 작성한 후 다음 장을 넘겨야 할 것 같습니다.

저의 학문의 당위성과 존재의 이유는 당신들입니다. 사랑합니다.

「In lumine tuo videbimus lumen.」 - 그대의 빛으로 우리가 빛을 보리라.