

# 성읍민속마을 명소화 방안에 관한 연구

(A Study on the Revitalization of Sung-Up Folk Village)

이진희\* · 고경실\*\* · 오창현\*\*\*  
(Lee, Jin-Hee · Ko, Kyung-Sil · Oh, Chang-Hyeon)

## 목 차

- I. 서론
- II. 이론적 고찰
- III. 성읍민속마을의 현황
- IV. 성읍민속마을의 명소화 방안
- V. 결론

## I. 서론

국토의 균형발전과 관련해서 나타나는 하나의 문제는 같은 지역 내에서도 상대적으로 성장이 집중되는 곳과 반대인 곳이 발생함으로써 지역 내 불균형 발전이 유발되는 현상이다. 문제 지역의 유형으로는 낙후지역, 침체지역, 과밀지역이 있다. 낙후지역과 침체지역은 개발의 부진으로 인한 낮은 소득수준, 높은 실업률, 과도한 인구유출 등이 문제인데 과밀지역은 과도하게 인구와 산업이 집중되고, 지나친 성장이 문제이다. 침체지역은 과거에는 산업활동이 활발했으나 현재는 경제적으로 쇠퇴하고 사양화하고 있는 지역이다. 지역적 원인으로는 중심시장이 쇠퇴하거나 이동할 경우, 과거에는 중심시장에 대한 입지적 우위로 인해 번성하던 지역이 중심시장의 주변지역으로 전락함으로써 침체하게 되는 경우이다. 낙후지역은 농업, 임업, 어업, 광산업 등 1차 산업에 주로 의존하고, 산업은 생산성이 낮으며, 자원의 고갈, 기술의 낙후 등의 요인들로 인해 어려움을 겪고 있다. 실업문제, 저소득, 저 성장률과 그에 따른 높은 인구유출이

\* 제주대학교 경상대학 관광개발학과 교수  
\*\* 제주대학교 경상대학 관광개발학과 박사과정  
\*\*\* 제주대학교 경상대학 관광개발학과 박사과정

일반적인 현상이다(이진희, 2005c).

장소 마케팅은 도시전체, 도시의 일정구역, 관광명소 등과 같은 장소도 팔 수 있다는 생각이다. 한 장소의 주인이 다른 주인으로 바뀌는 소유권이전의 문제가 아니라 경제·사회활동과 관련되어 장소를 관리하는 지방정부 또는 지방기업이 기업가·관광객·지역주민에게 장소가 매력적으로 보이게 하기 위해 지리적으로 한정된 특정 '장소'의 이미지를 팔고자 노력하는 다양한 방식이다(이진희, 2006c).

장소 마케팅은 장소의 이미지 팔기와 연관하여 어떤 장소에 내재해 있는 자원을 파는 것으로 시장계획이 공간관리에 적용될 때 장소 마케팅이 된다. 도시가 제공하는 서비스의 효율적인 분배에 마케팅적 접근법을 적용하는 것이 도시 마케팅이고, 관광명소가 제공하는 마케팅적 접근법이 관광명소 마케팅이다.

장소 마케팅에 있어서 중요한 점은 우리 사회의 모든 분야가 관광과 접목될 수 있다는 것이다. 우리 문화의 모든 부문이 관광이라는 모자를 쓰고 자기만이 가지고 있는 영역을 체험상품으로 개발할 수가 있다. 원래 하고 있는 일을 상품화하여 일반인들에게 개방하고, 관광상품의 목적을 달성한 후에는 모자를 벗고 본래의 모습으로 다시 돌아올 수가 있는 것이다(이진희, 2007).

성읍민속마을은 산업화 이전에는 정치경제의 중심지이었고, 농업을 주로 하는 농촌마을이었다. 급속한 산업화·도시화 과정을 거치면서 농촌마을은 변화·해체 되어갔고, 이 과정에서 마을이 지니고 있는 유형·무형의 역사 문화자원도 함께 소실되거나 박제(剝製)화 되기도 하였다.

이러한 전통농촌마을의 급격한 변화와 해체에 대한 비판과 역사 환경 보호에 대한 관심이 표출되면서 마을의 역사문화자원을 보호하면서 활성화를 도모할 필요성이 제기되었다. 이에 따라 마을 자체의 역사적 보존가치가 큰 성읍민속마을의 경우 문화재보호법에 의해 전통민속마을로 지정하여 보존·관리되었고, 1990년부터 1998년까지 문화관광부에서 실시한 전통문화마을 조성계획이나, 문화역사마을 만들기 등에 의해 지정·지원되고 있다(김연진, 2003).

제주지역의 대표적인 문화유적 관광지라 할 수 있는 성읍민속마을은 현재 단순한 관람위주로 일정이 짜여져 있어 체류시간이 짧은 편이다. 이는 서부지역에 비해 관광매력물이 상대적으로 적어 여행상품을 구성함에 있어 동부지역을 반나절 관광코스로 구성되게 됨으로써 지역경제활성화에 도움을 주지 못하게 하는 원인이기도 하였다. 따라서 체류시간의 연장과 관광객만족의 증대를 위해 성읍민속마을을 거점지역으로 명소화할 필요성이 제기되고 있다.

본 연구의 목적은 제주도내에서 풍부한 역사문화자원을 가지고 있는 마을이지만 대표적 낙후지역인 성읍민속마을의 바람직한 명소화 방향을 제시하여 풍요롭고, 살기 좋은 고장이 되기 위한 해법을 모색하고자 한다.

## Ⅱ. 이론적 고찰

### 2.1. 명소의 의미

Destination을 어원학적(philological)으로 보면, 경험을 통한 소생의 원칙이 잘 나타나 있다. 여행의 행선지를 의미하는 Destination은 'Destino'라는 라틴어에서 파생되었는데, 어원에서 운명이란 의미의 'Destiny'와 여행목적지라는 'Destination'이란 말이 동시에 분화되어져 나왔다. 결단과 분리의 의미를 가진 동사로 인도유럽어족의 문화권에 있어서 여행과 운명이란 동일한 상징구조를 가지는 것이었다(나운중, 2000).

관광은 명소(destination)라는 공간의 존재와 함께 시작하며, 그 안에서 지속되고, 그 곳을 벗어남으로써 끝난다. 현실적인 삶의 현장과 명소(tourism destination)의 물리적 구조는 다르지 않다. 위락시설과 같이 물리적 시설이 공간 자체에 새로운 성격을 부여하는 경우도 있지만, 물리적 차이가 공간적 차이의 전체를 대변할 수는 없다. 물리적 공간인 동시에, 심리적·상징적 공간으로 인간의 삶이 담기고, 삶의 차이가 나타나게 된다(이진희, 2006c).

명소는 관광객을 끌어들이는 일정한 임계점 이상의 흡인력과 상품적 가치를 가지고 있어야 한다. 자연적·문화적·인위적 매력물(attraction) 이외에도 교통에 의한 접근성이 양호하고, 관광객을 수용할 수 있는 충분하고 다양한 시설이 필요하다. 명소는 각각의 명소가 지닌 속성에 따라서 성격이 부여된다(이진희, 1996).

### 2.2. 명소의 확보

#### 2.2.1. 명소의 장소성

##### 2.2.1.1. 장소의 의미

장소란 공간에 특정한 활동이 지속적으로 장기간 발생하였을 때 형성되는 개념이다

(Relph, 1976).

공간은 움직임이고, 개방적이며, 자유롭다. 장소는 인간이 부여하는 가치가 있는 곳이며, 안전과 애정을 느낄 수 있는 곳이다. 장소는 공간이 지니는 물리적 속성 이외에 특정한 활동과 상징성을 포함하는 사회문화적인 성격이 강한 개념으로 사용되어 왔다. 장소는 가치가 개재된 공간 또는 의미가 부여된 공간 등으로 해석된다(한상일, 2002). 명소로서의 장소는 관광객의 가치가 개재된 공간이며, 관광객이 의미를 부여하는 공간이 될 수 있다. 명소로서의 장소는 관광객의 인식체계를 통해 특정한 이미지와 가치를 지니고 인지된 공간을 의미한다.

#### 2.2.1.2. 장소성의 의미

공간을 장소로 만들고 특정장소를 다른 장소와 구별되게끔 하는 총체적인 특징을 '장소성'이라고 할 수 있으며, 이는 장소의 정체성과 장소에 대한 애착 등을 토대로 형성된다(최막중·김미옥, 2001).

외부환경에 같은 활동이 반복되고 활동과 연관된 경험들이 누적되면서 '이 곳은 어떠한 곳이다'라는 장소에 대한 인식이나 의미인 장소성이 형성되며, 장소성은 특정 환경을 다른 환경들로부터 구별하는 기준이 된다. 특정한 물리적 특질을 갖추고 그에 부합되는 활동과 경험이 기대되는 곳을 장소라고 한다. 따라서 명소는 관광객의 욕구를 충족시킬 만한 특질을 갖추고, 그에 부합되는 관광활동과 경험이 기대되는 장소가 되어야 한다.

장소성이 독특한 장소를 만들어 가려는 노력과 동시에, 장소 마케팅의 노력도 병행되어야 한다. 장소 마케팅은 많은 관광객들이 장소를 방문하도록 유도하거나 기업의 자본을 유치하려는 경제논리가 기본적으로 내재되어 있다. 이런 목표와 더불어 지역을 위해 많은 일들이 이루어지고 있다고 홍보함으로써 지역주민들로 하여금 지역에 대한 정체성을 갖게 하는 수단으로 이용되기도 한다(이진희, 2006c).

#### 2.2.2. 명소의 확보

특정장소의 방문에 대한 요구가 다른 경쟁할 만한 장소와 비교하여 경쟁우위에 있거나 경쟁하지 않고 바로 체험하려 하는 목적지를 명소라 할 수 있다. 특정장소를 명소로 규정할 수 있는가의 여부는 다른 경쟁할 만한 대상의 존재 여부와 명소를 방문하고자 하는 방문자의 선택 과정이 명소화과정의 요체이다.

유명하다고 알려진 많은 장소들은 물리적·사회적이든 무엇인가 자랑할 만한 요소가 있어 사

는 사람들이 자부심을 느낄 뿐만 아니라 방문객으로 하여금 감탄과 찬사를 보내게 하는 곳이다(이진희, 2006c).

어떤 지역이 명소로 인정받고 있다는 것은 방문의사결정에서 다른 지역보다 장소선택의 경쟁적인 우위를 확보하고 있다는 것이다. 경쟁적 우위확보란 방문대상지역의 관광자원이나 이벤트가 풍부하여 방문의도가 현실화되었다는 것을 말한다. 주어진 지역이 명소가 되려면, 다른 지역보다는 일상에서 벗어나 체험할 만한 곳이라는 공감대가 형성되어 있어야 한다.

### 2.3. 명소화의 절차

장소 마케팅에 있어서 중요한 점은 우리 사회의 모든 분야가 관광과 접목될 수 있다는 것이다. 우리 문화의 모든 부문이 관광이라는 모자를 쓰고 자기만이 가지고 있는 영역을 체험상품으로 개발할 수가 있다. 원래 하고 있는 일을 상품화하여 일반인들에게 개방하고, 관광상품의 목적을 달성한 후에는 모자를 벗고 본래의 모습으로 다시 돌아온다는 것이다.

장소 마케팅의 구체적인 추진과정을 나열하면, 사업주체나 자원의 특성을 도출하는 여건분석, 시장이 원하는 바를 찾아내는 시장분석, 경쟁대상이 무엇이고 그들의 강점과 단점은 무엇인가를 파악하는 경쟁분석(유사사례의 시행착오를 조사), 분석을 종합하여 새로운 포지셔닝컨셉을 설정, 컨셉을 구체화하기 위한 마케팅 4P 믹스, 마케팅전략을 실제로 시행하기 위한 사업추진전략으로 구성된다(이진희, 2006c).

<표 2-1> 장소 마케팅의 추진과정

과 정	구 성 항 목
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 여건분석</li> <li>· 시장분석</li> <li>· 경쟁·유사사례분석</li> <li>· 포지셔닝 컨셉설정</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 자원의 특성파악</li> <li>· 소비자의 욕구분석</li> <li>· 경쟁대상과의 차별화와 유사사례의 벤치마킹</li> <li>· 자원의 특성을 파악하고, 소비자의 욕구를 분석하며, 경쟁대상과의 차별화되는 컨셉으로 결합</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 마케팅 믹스</li> <li>· 사업추진전략</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 컨셉을 구체화하기 위한 마케팅 믹스 개발</li> <li>· 성공적인 관리운영을 위하여 체계적인 사업추진계획 수립</li> </ul>

자료 : 이진희(2006), 제2판 장소마케팅, 대왕사, p. 40

여건분석에서는 장소의 활성화를 위한 전략이 대두되게 된 추이와 특성을 살피고 현재 장소의 현황 및 문제점을 파악한다. 분석된 자원조사내용을 통해 자원이용의 제한점·문제점 및 잠재력을 도출하고, 자원조사 분석내용이 어떠한 측면에서 적용될 수 있는가에 대한 착안점을 도출해내는 것이 필요하다.

시장분석에서는 마케팅 전략수립을 위해 관광객을 대상으로 시장조사를 실시한다. 마케팅이란 근본적으로 고객이 원하는 상품을 제공하는 것을 의미하므로 장소를 이용하는 고객의 기호를 파악한다. 시장세분화는 상품에 대한 소비자집단의 상이한 선호도에 대응하여 이질적인 시장을 다수의 동질적인 소규모의 시장으로 나누는 것이다. 소비자의 다양한 욕구를 보다 정확하게 충족시키고자 하는 열망에서 비롯된다(Morden, 1985).

경쟁·유사사례 분석에서는 시장구조의 상세한 조사를 통하여 주변의 경합관계를 파악하고, 대상관광명소와 주변관광명소와의 차별화를 위한 분석이다.

포지셔닝(positioning) 컨셉에서는 자기상품이 경쟁상품과는 다른 차별적인 특징을 보유하여 표적시장 내의 소비자욕구를 잘 충족시킬 수 있다는 것을 소비자에게 인식시켜 주는 과정이다. 소비자분석과 경쟁상품 포지션분석에 의한 정보를 근거로 하여 경쟁자에 비하여 소비자의 욕구를 더 잘 충족시킬 수 있는 적합한 자기상품의 포지셔닝전략을 결정한다(이진희, 1996).

마케팅 믹스에서는 컨셉을 구체화하는 단계로 시장구조분석을 통해 관광시장의 욕구에 맞는 상품·가격·유통·촉진을 추진하는 것이다. 마케팅 믹스전략은 관광명소의 특성을 고려하여야 하며, 상품은 유사상품과 내용 및 영업전략 등의 차원에서 차별화되어야 한다. 또한 비수기 타개를 위한 전략이 고려되어야 한다. 기존시장 침투 및 신규시장 창출전략을 위한 마케팅 믹스가 이루어져야 한다.

사업추진단계에서는 관광명소의 성공적인 관리운영을 위하여 지속적인 재투자를 가능하게 하고, 관광객의 만족을 제고시킬 수 있도록 사업추진계획이 체계적으로 이루어져야 한다. 우수한 경영진을 확보하여 확고한 경영이념을 세우고 항상 새로운 시장을 개척하는 적극적인 경영전략을 실시하는 것이 필요하다.

#### 2.4. 민속명소마을의 사례

전국의 민속마을분포는 문화재보호법에서 지정한 '전통민속마을'과 문화관광부가 1990년부터 한민족의 전통문화계승 차원에서 지정하기 시작한 '전통문화마을' 및 한국관광공사와 한국문화예술진흥원이 '문화관광코스개발'에서 제시한 민속마을이 있다. 문화재청에서는 전통민속

마을의 효율적인 보존과 전통의 계승을 위하여 문화재보호법에 의해 전국적으로 전통민속마을을 6곳에 한정하여 지정한 바 있다.

<표 2-2> 문화재로 지정된 전통민속마을 현황

민속마을	지정별	지정일	소재지
안동하회마을	중요민속자료 제122호	1984. 1	경북 안동시 풍천면 하회리
경주양동마을	중요민속자료 제189호	1984. 12	경북 경주시 강동면 양동리
낙안읍성마을	사적 302호	1983. 6. 14	전남 순천시 낙안면
제주성읍마을	중요민속자료 제188호	1984. 6	제주 남제주군 표선면 성읍리
고성왕곡마을	중요민속자료 제235호	2000. 1. 7	강원 고성군 죽왕면 오봉리
아산외암마을	중요민속자료 제236호	2000. 1. 7	충남 아산시 송악면 외암리

자료 : 최영화, 전통민속마을의 문화관광상품화 방안, 순천대학교 경영행정대학원 석사학위 논문, 2001

#### 2.4.1. 안동 하회민속마을

안동의 하회는 오랜 역사를 지닌 마을이다. 고대 삼한시대 진한(1-3세기)의 12개 부락국가의 하나로서 고타지군(古陀地郡)에서 시작하여 그 후 여러 가지 명칭으로 바뀌어 발전하다가 처음으로 안동이라 불리게 된 것은 고려 태조 5년(922)부터이다. 공민왕 10년(1361)에는 명칭이 정식으로 안동대도호부로 되었고, 조선조 세조 때 진을 설치하고 부사겸마절도부사를 두었으나 곧 파하였다. 고종 32년(1895)에 승격되어 관찰사를 두었다가 4년 만에 군으로 개칭하여 군수를 두게 되었으니 이때부터 안동군이라 불리게 되고 현재는 안동시로 승격되었다(경상북도 안동시, 1994).

하회마을은 행정구역으로 보면 경상북도 안동시 풍천면 하회리에 속한다. 지리적 위치로는 안동시내에서 27km지점, 풍산면에서 8km지점에 떨어져 있으며 풍천면은 동으로 풍산읍, 서쪽으로 예천군 지보면, 남으로 의성군 신평면, 북으로 예천군 호평면에 각각 접하고 있다. 마을 후면에 이룬 산들이 구룡지대를 거느리고 있으며 전면에는 낙동강이 가로놓여 있다. 교통이 나쁜 지리적 여건은 하회가 하회로 일컬어지는 까닭이다(최영화, 2001).

하회마을의 지형은 동쪽으로 태백산맥 지맥인 해발 271km의 회산이 있고, 부용대의 절벽이

낙동강 상류 폭 200-300m의 화천을 동에서 서로 흘러와서 다시 동으로 역류하였다가 서쪽으로 굽이치게 하여 동류수. 서류수의 별칭을 같게 하고 태극형, 연화부수형, 다리미형이니 하는 하회마을의 독특한 지형을 이루게 하였다.

하회민속마을을 관리하고 있는 관리사무소는 1996년 건물을 신축하고 홍보관을 건립한 후 매 30분마다 VTR을 상영하고 있다. 소장 1명과 직원 6명이 근무하고 있으며, 1991년에 설치되어 현재까지 하회민속마을의 자체 홍보물 제작과 민속마을의 홍보와 선전을 하고 있다. 하회민속마을내에 위치하는 관광편의시설은 3,625평의 주차장과 화장실, 홍보관이 있다.

#### 2.4.2. 경주 양동민속마을

양동마을은 조선시대 중기인 15-16세기에 형성된 전통적인 반촌(班村)으로 조선 18현의 하나인 손중돈과 조선 5현의 하나인 회재 이언적을 배출한 곳이다. 경주손씨와 여강이씨가 마을주민 구성의 대다수를 차지하고 있다. 이들 두 성시의 씨족마을이며, 총 가구 수는 1986년에 134가구였으며, 1990년에는 129가구가 거주하고 있었으며, 이중 손씨가 17가구, 이씨가 77가구로 나타났고 1993년의 경우에는 128가구 중 손씨는 변함이 없었고 이씨가 1가구 늘어난 78가구를 나타내고 있다. 인구추이를 보면 1914년의 자료에 1,253명이었던 것이 1930년에 1,588명으로 늘어났고, 90년에는 509명, 93년에는 476명으로 타 지역과 같이 전형적인 이농현상을 보임으로서 지속적인 인구하락세를 나타내고 있다(경상북도 경주시, 1994).

양동마을은 행정구역상 경북 경주군 강동면 양동리에 속한다. 지리적 위치로는 경주시에 서 북으로 21Km지점, 포항시에서 남서쪽으로 2Km떨어져 있으며, 주변 마을인 인동리, 안계리와 접하고 있다. 북서쪽으로 해발 163m의 설창산, 동남쪽으로는 해발 109m의 성주봉이 있다. 서쪽은 안락천과 면하는 설창산의 줄기가 절벽을 이루고 있으며 안락천 너머로 안강평야와 이어져 있다. 동남쪽 외부로부터의 진입로쪽은 경사가 급한 산으로 시선이 차단되어 있다.

북쪽의 문봉을 주봉으로 하는 설창산은 마을의 뒷배경이 되며, 줄기가 뺨어내려 물자형의 능선을 이루고 있는데 능선이 흐르는 사이사이로 폭이 약 150m에서 400m정도의 골짜기가 네 곳이 있으며 골짜기에 주거지가 형성되어 있다(홍창식, 1996).

관광시설로는 600평 규모의 주차장과 인근 안강읍에 여관과 민박 등의 숙박시설이 있으며, 관람료는 별도로 징수하지 않고 있다. 운영관리는 지방자치단체의 비용으로 5-6억원 정도를 투자하여 경주시의 관리직원이 순회하며 관리하고 있으며, 각 중학교나 단체 등에 수시로 홍보



및 선전을 하고 있다.

### 2.4.3. 순천 낙안읍성민속마을

낙안에 대한 기록은 세종실록지리지, 동국여지승람, 여지도서, 대동지지에 마한의 옛터로서 부족국가 시기부터 고을이 있었을 것으로 추측된다. 백제때에는 과지성으로 분차(分槎), 분사(分沙)라고도 불렀다. 7세기에는 분차주(分槎州)라고 했다가 서기 757년(신라 경덕왕 16)에 분령군(分嶺郡)이라고 고쳐, 940년(고려 태조23)에 지금과 같은 낙안으로 개칭하였고, 1018년(현종 9)에는 나주에 소속시켰다. 1172년(명종2)에는 감무(監務)를 두었다가 다시 지군(知郡)으로 승격시켰다. 읍성은 예전에 토축(土築)이었는데 조선조에 석축(石築)으로 고쳤다. 건물은 객사, 방허루, 쌍청루, 향교 및 아사, 향사당, 훈련청, 사창, 군기고, 석교가 있었다. 1455년 전라도 관찰사를 지낸 이석형의 기문에 의하면, 왜구가 자주 침입하여 편안할 겨를이 없어서 수군절제사 김윤길(金允吉)이 1937년 토성을 쌓았고, 군수 신원절이 옛터를 따라 관사를 지었다. 이 후 건물이 퇴락하여 1450년 군수 이인이 객사를 새로 지었다. 방허루는 1468년에 동헌의 모퉁이 객사 동쪽에 4칸으로 지었으나 조선 후기에 없어졌다. 쌍청루는 남문루로서 이보다 늦게 지어졌으며, 향교는 문래 郡 북쪽에 있었으나 1658년 현 위치에 이전했다. 군 서쪽 5리에는 사직단이 있고, 남쪽 15리에는 성황사가 있으며, 북쪽 2리에는 여단이 있었다. 성황사는 군 북쪽 2리로 옮겼다. 개운산에 봉수가 있었는데 조선후기에 없어졌다(전라남도 송주군, 1985).

전라남도 순천시에 속해 있는 낙안은 광주로부터 약 77km, 순천시내로 부터는 35km에 위치한다. 낙안은 순천만 내부 깊숙이 해발 약 50m에 위치하여 읍성의 뒷산인 금전산 기슭으로부터 비교적 앞 경사를 이루며, 500~600m정도 내려와 좌우의 백이산과 오봉산이 감싸는 곳에 위치하여 위요공간을 형성하고 있다.

낙안읍성은 총면적이 67,490평으로 성내에는 관아, 낙민루, 낙풍루 등의 누각, 장터, 난전 및 민가 108동이 소재하는 조선시대 대표적인 민속마을이다. 동쪽으로 용성이 하나 있으며, 남문터는 마을 골목길에 위치해 있고, 네모진 바위를 3단으로 쌓아 올린 성문벽이 길가에 그대로 남아있다.

### Ⅲ. 성읍민속마을의 현황

#### 3.1. 제주도의 공간구조 변천

조선시대 초기부터 제주도를 제주대정·정의의 삼현으로 나누어 통치하도록 하였다. 북쪽지역은 제주목을 두었고, 남쪽지역은 두 지역으로 나누어 서쪽지역에는 대정현, 동쪽 지역에는 정의현을 두어 통치하였다(나미영·최종희·김용기, 1998).

정의현청은 태종 16년(1416) 안무사(安撫使) 오식(吳湜)의 건의에 따라 성산면 고성리에 정의성을 축성하였으나, 현청이 너무 동쪽에 치우쳐 행정상 불편할 뿐 아니라 태풍의 피해가 잦고, 왜적으로부터 침입이 빈번하였으므로 안무사 정간(鄭幹)이 건의하여 세종 5년(1423), 당시의 진사리(현 표선면 성읍리)로 현청을 옮기게 되었다(제주도 남제주군, 1995).

제주도의 공간구조가 현재 모습을 드러낸 것은 일제의 영향이 크다. 일제 당시에는 3개의 주요 도로와 해안선을 따라 각 마을을 잇는 간선도로가 있었으나 미약한 상태였으며, 도로상대는 곳곳에 바위가 튀어나와 있었으며, 화산석이 도처에 쌓이고 막혀 수레나 보행이 곤란하였다. 도로마다 배수시설이 없어 비가 온 후에는 하천으로 변했으며 제주-서귀포 간 도로는 겨울에는 눈 때문에 통행이 제대로 이뤄지지 않았고, 해안선이 단조롭기 때문에 좋은 항구가 발달할 수 없었다. 일제는 제주도를 생산기지로 만들고 제주의 목재, 소와 말, 해산물 등 각종 생산물을 외부로 반출할 수 있도록 해안 일주도로 사업을 추진하였다.

<표 3-1> 일제의 해안일주도로사업

시 기	정 비 내 용
1912~1913년	기존 도로에 대해 정비작업 실시
1914~1916년	3개년 계획(총 연장 181km, 너비 6m로 도로 확장공사) 착수
1932년	너비 10m의 도로로 재 단장

자료 : 제주일보(1999). 되돌아 본 제주 20세기 : 해안일주도로의 개설내용

해안 일주도로는 제주사회에 커다란 영향을 미쳤다. 그전까지는 해안으로부터 5-10km 떨어

진 내륙지역이 행정과 경제의 중심지 역할을 담당해 왔고, 해안지역은 해녀작업 자체가 천박하게 인식된 데다 교역의 부진으로 해산물의 경제적 가치가 낮아 내륙지방의 유림들로부터 차별을 받아왔다. 도로가 개설됨에 따라 중심지 역할이 교통의 요충지인 해안마을로 넘어가게 됨으로써 행정기관들이 해안도로변 마을로 이동하기 시작했고, 행정기관의 이동은 인구의 이동과 사회적 부의 이동을 수반했다(조성윤·신행철, 1995).

<표 3-2> 해안일주도로 개설에 따른 취락구조의 변동

변화	마을명	내용
면소재지 이동	성읍리→표선리	성읍리 : 도로개설 이전까지 군청 소재지로 정의군내 최대의 마을
	서흥리→서귀리	서흥리 : 기존 면 소재지 서귀리 : 미약한 어촌에 불과했으나 호구수로나 인구수로 손꼽히는 마을로 발전
	명월리→한림리	명월리 : 구우면(舊右面 : 현 한림읍과 한경면) 면소재지였음

자료 : 제주일보(1999), 되돌아 본 제주 20세기

제주도의 행정체제는 일제시대 일본인들이 정의현·대정현을 폐지하고 산남과 산북으로 나누었다가 1946년 제주도로 승격한 이후 제주읍과 북군·남군으로 이어져오고 있다.

### 3.2. 성읍민속마을의 일반현황

세종 5년(1423) 정의현청을 성산읍 고성리에서 이곳으로 옮긴 이래 1914년 군현제가 폐지될 때까지 약 500년 동안 현청 소재지였던 마을이다.

1980년 5월 6일 지방민속자료로 지정 보호되다가 1984년 6월 7일 마을전체가 국가지정 중요민속자료 제188호로 지정되었으며 가옥으로는 조일훈 가옥(중요민속자료 제68호), 고평오 가옥(중요민속자료 제69호) 등이 있다. 마을 민가는 육지와는 다른 독특한 건축기법을 사용하고 있어 제주도 민속·문화를 연구하는데 귀중한 자료가 되고 있다.

정의현 관청건물이었던 일관헌을 비롯하여 느티나무와 팽나무(천연기념물 제161호)·정의향교·돌하루방·초가 등 많은 문화재가 있어, 소박하면서도 옛마을 풍경과 함께 제주도의 고유

한 생활풍습을 엿볼 수 있는 곳이다).

종 목	중요민속자료 제188호
명 칭	성읍민속마을(城邑民俗마을)
분 류	유적건조물 / 주거생활/ 주거건축/ 마을
수량/면적	790,747㎡
지 정 일	1984.06.07
소 재 지	제주 서귀포시 표선면 성읍리
시 대	조선시대
소 유 자	국유,사유
관 리 자	서귀포시

자료 : 문화재청 홈페이지(<http://www.cha.go.kr>)

■ 위치



■ 기본정보

입장료	이용시간	관람시간	주차장
무료	년중	약 60분	개별 주차장. 무료

1) 국립문화재연구소(<http://www.nricp.go.kr/>) 자료 참조

### 3.2.1. 마을의 인구현황

성읍민속마을이 위치한 성읍1리의 인구분포는 다음과 같다.

<표 3-3> 성읍 1리 인구분포

세대수	인 구			비 고
	계	남	녀	
501	1306	659	647	2007년 12월

자료 : 성읍민속마을 홈페이지(<http://www.seongeup.net/>)

### 3.2.2. 산업구조

감귤, 당근, 감자, 콩등 밭작물이 주로 재배되고 있으나 관광업소(식당, 토산품판매, 건강보조식품판매등)경영 및 종사로 비교적 높은 소득을 올리고 있는 편이다.

2001년에 단무지 공장을 유치하면서 많은 농가들이 계약재배를 하여서 보다 높은 소득을 올리려고 힘쓰고 있다.

### 3.2.3. 주요 기관시설

교육기관으로는 성읍초등학교와 병설유치원이 있으며, 보육기관으로 사회복지법인 성읍어린이집이 있다. 성읍초등학교의 학생수는 모두 144명(남 71명, 여 73명)이며, 병설유치원의 원아는 13명(남 6명, 여 7명)이다. 교직원은 초등학교 교사 9명, 유치원 교사 2명, 사무원 등 모두 15명이다.

금융기관으로는 표선농협성읍지점과 표선신협성읍지소, 표선농협 하나로마트 성읍지점이 있다. 이밖에 성읍민속마을관리사무소, 성읍보건진료소, 성읍 119지역센터, 해양경찰청 제주수련원이 있다.

### 3.2.4. 상업시설 현황

성읍민속마을 내 상업시설은 음식점, 특산품점, 토산품점이 운영 중이다.

〈표 3-4〉 성읍민속마을 상업시설 운영현황

구 분	개 소	내 용
음 식 점	51	흑돼지 두루치기, 옥돔정식, 좁쌀막걸리 등
특산품점	44	오미자차, 동충하초, 조랑말빵 등
토산품점	14	목석토산품, 석공예토산품 등

자료 : 성읍민속마을 홈페이지(<http://www.seongeup.net/>)

### 3.3. 성읍민속마을의 관광자원 현황

#### 3.3.1. 주요 문화재

〈표 3-5〉 성읍민속마을 내 문화재 현황

명 칭	소 재 지	건립시기	종 별	지정일
성읍민속마을	성읍리 일대	1423년	국가지정 중요민속자료 제188호	1984.06.07
조일훈 가옥	성읍리 872	1901년	국가지정 중요민속자료 제68호	1979.01.22
고평오 가옥	성읍리 859	19C초	국가지정 중요민속자료 제69호	1979.01.22
이영숙 가옥	성읍리 790	19C초	국가지정 중요민속자료 제70호	1979.01.22
한봉일 가옥	성읍리 928	19C 중반	국가지정 중요민속자료 제71호	1979.01.22
고상은 가옥	성읍리 862	19C 말	국가지정 중요민속자료 제72호	1979.01.22
제주민요	성읍리	미상	국가지정 중요무형문화재 제95호	1989.12.04
느티나무 및 팽나무	성읍리 881-2외 3필지	미상	국가지정 천연기념물 제161호	1964.01.31
정의향교	성읍리 820-1	1423년	제주특별자치도 유형문화재 제5호	1971.08.26
일관현(日觀軒)	성읍리 809-1	조선 1443년 (세종 25)	제주특별자치도 유형문화재 제7호	1975.03.12
오메기술	성읍리 673-1	-	제주특별자치도 무형문화재 제3호	1990.05.30
고소리술	성읍리 673-1	-	제주특별자치도 무형문화재 제11호	1995.04.20

자료 : 성읍민속마을 홈페이지(<http://www.seongeup.net/>)

3.3.2. 주요 유물유적

<표 3-6> 성읍민속마을 유적유물 현황

명 칭	소재지	건립시기	비 고
정의현 관아지	표선면 성읍리	조선	보호구역 내
정의현 객사	표선면 성읍리 875	조선	보호구역 내
정의현성	표선면 성읍리	조선	보호구역 내
리사무소 비석군	표선면 성읍리 664-3	일제시대~1973년 (이기선홀공비 제외 5기)	보호구역 내
정의향교 비석군	표선면 성읍리 820-1	미상	보호구역 내
열녀송씨지묘 (烈女宋氏之墓)	표선면 성읍리 1392	1732년	보호구역 밖500m
열녀송씨지묘 고비(古碑)	표선면 성읍리 1392	1917년	보호구역 밖500m
군수채공수강청덕비	표선면 성읍리 809-1	1908년	-
군수강공우진불망비	표선면 성읍리 809-1	1893년	보호구역 내
참봉이기선홀공비	표선면 성읍리 664-3	1908년	보호구역 내
안할망당	표선면 성읍리 808	미상	보호구역 내
남문말방앗간	표선면 성읍리 858	미상	보호구역 내
노더리방죽	표선면 성읍리 866-1	미상	보호구역 내
원님물통	표선면 성읍리 905	미상	보호구역 내
자니 루 일렛당	표선면 성읍리 1332-14	미상	보호구역 밖500m
문호당	표선면 성읍리 1525	미상	보호구역 밖500m
포제단(醕祭壇)	표선면 성읍리 1534	미상	보호구역 밖500m
시거니못	표선면 성읍리 3292	미상	보호구역 밖500m
올라니못	표선면 성읍리 3292	미상	보호구역 밖500m
정소암	표선면 성읍리 3292	미상	보호구역 밖500m
성읍교회	표선면 성읍리 901	1908년	보호구역 내
일관도 성읍지부	표선면 성읍리 1650-5	1960년대	보호구역 밖500m
김씨효부정려비	표선면 성읍리 974-4	1891년 (고종 28)	보호구역 내

명 칭	소재지	건립시기	비 고
유인깁씨지묘	표선면 성읍리 713	1943년	보호구역 내
향교훈장홍공중위지묘	표선면 성읍리 738-2	1976년	보호구역 내
어사심공동신에사선정비	표선면 성읍리 823-1	승정후(崇禎後) 233년(1860년)	보호구역 내
효열각(孝烈閣)	표선면 성읍리 1024 (속칭 '건천리 동산')	1971년	보호구역 밖500m
숙부인여산열녀정려비 (淑夫人礪山宋烈女旌閭碑)	표선면 성읍리 1024 (속칭 '건천리 동산')	1772년(영조 48) 정표(旌表) (1971년 재건립)	보호구역 밖500m
전력부위강효자정려비 (展力副尉康孝子旌閭碑)	표선면 성읍리 1024 (속칭 '건천리 동산')	1780년(정조 4) 정표(旌表) (1971년 재건립)	보호구역 밖500m
통덕랑고공만형지묘 (通德郎高公萬衡之墓)	표선면 성읍리 1530	1972년	보호구역 밖500m
남양홍씨휴휴당파 제주종조묘역원(陽洪氏休休堂派 濟州宗祖墓域苑)	표선면 성읍리 1660	미상	보호구역 밖500m
숙부인깁씨지묘 (제주종조묘역내)	표선면 성읍리 1660	미상	보호구역 밖500m
절충장군침지중추부사남양홍공 묘(折衝將軍僉知中樞府事南陽洪 公墓)	표선면 성읍리 1660	미상	보호구역 밖500m
원주후인변공지묘 (原州後人邊公之墓)	표선면 성읍리 1081	미상	보호구역 밖500m
사직단 터	표선면 성읍리 798	조선	보호구역 내
남산봉수	성산읍 신평리 1657-1	조선	보호구역 밖500m
새마을운동기념비	표선면 성읍리 762-1	1972년	보호구역 내
법성사	표선면 성읍리 1386-9	1964년	보호구역 밖500m
갈매못	성산읍 신평리 1671	미상	보호구역 밖500m
성황단(城隍壇)	표선면 성읍리 1534	미상	보호구역 밖500m

자료 : 성읍민속마을 홈페이지(<http://www.seongeup.net/>)



3.3.3. 민속문화 및 설화/전설

<표 3-7> 성읍민속마을 민속문화 및 설화·전설

구분	내용
민속문화	정의팔경, 민속품, 민간신앙, 포제, 세시풍속, 민속놀이, 민속음악, 접(接), 우마에 대한 풍속, 가신제(家神祭), 민간신앙(당), 정소암 화전놀이 등이 있다.
설화/전설	개무덤, 천년수 팽나무, 어진 고행방, 고부윤, 영주산과 무선들 등이 있다.

자료 : 성읍민속마을 홈페이지(<http://www.seongeup.net/>)

3.3.4. 축제 및 이벤트 현황

<표 3-8> 축제 및 이벤트 현황

행사명	행사일정	주최
조발볼리기 등 전통농경재연	매주 토요일 1시	성읍민속마을보존회
정의현감 부임행차	월 1회	
정의골 민속한마당 축제	10월중	
정의 양로연	11월중	

자료 : 국립문화재연구소(<http://www.nricp.go.kr/kr/press/content.jsp?id=944>)

■ 정의골 민속 한마당 축제

- 축제 개요

- 기간 : 2007.10.08 (월) ~ 2007.10.08 (월)
- 장소 : 서귀포시 표선면 성읍민속마을 남문광장
- 주최·주관 : 성읍1리 마을회

제주도의 전통 민속문화가 생생하게 살아 숨쉬고 있는 성읍민속마을에서 매년 10월에 남문 앞 광장을 무대로 초가집줄놓기, 전통혼례식 등 다양한 문화예술행사를 개최한다. 1994년부터 정의골민속마당축제로 승화시켜 주민화합도모와 관광발전, 전통문화의 계승발전에 이바지 하고

있을 뿐만 아니라, 관광객들에게는 풍성한 볼거리와 전통을 체험할 수 있는 기회를 제공하고 있다.

- 행사 내용

전통민속 재현행사 : 조밭볼리기, 검질매기, 출베기, 마당질, 달구질, 방애짚기, 고래끌기

전통문화 체험 : 집줄농기, 갈옷만들기, 옷놀이, 오메기술 및 고소리술 빚기

전통음식 재현 : 모물범벅, 정기떡, 모물죽, 오메기떡, 무물만디, 상위떡, 돌래떡

### 3.3.5. 주변관광자원

<표 3-9> 주변관광시설 현황

시 설 명	주 소	면 적	내 용
제주민속촌박물관	표선면 표선리 40-1	157,100㎡	제주민속가옥을 재현하여 민속, 농기구 전시 등
제주허브동산	표선면 표선리 2608	20,000여평	18여종의 허브와 250여종의 야생화 공원으로 감귤농장체험, 웰빙체험관 등 운영
제주화석박물관	포선면 하천리 357-1	-	다양한 화석을 종류, 시대별로 구분하여 전시
탈과 도깨비 박물관	표선면 성읍리 2425-1	-	제주 가면, 한국 가면을 전시
해비치리조트	표선면 표선리 40-69	2,6258㎡	리조트
샤인빌릭서리리조트	표선면 토산리 17	155,690㎡	리조트
사이프러스골프&리조트	표선면 성읍리 3129	1,886,000㎡	골프 리조트

자료 : 각 관광시설 홈페이지 참조

## IV. 성읍민속마을의 명소화 방안

관광객에게는 즐거움과 배움의 기회를 제공하고, 마을 주민에게는 소득향상과 함께 마을에

대한 자긍심을 고양하여, 젊은이들이 돌아오는 활기찬 마을이 될 수 있도록 성읍민속마을의 명소화 방안을 제시한다.

많은 관광객들은 성읍민속마을과 관광농원의 판매형태에 대해 매우 잘 알고 있는 상태이다. 여행사나 관광농원, 성읍민속마을에서는 신뢰를 받을 수 있는 판매행위를 하여야 관광객이 몰려오고, 제주관광의 이미지가 한 단계 올라간다는 것을 인식해야 할 것이다. 만두 파동이나 농약독차 등의 사례에서 보았듯이 한사람의 실수는 많은 유사상품의 가격폭락을 유도하는 인터넷 시대에서 살고 있다는 것을 인식해야 한다. 제주도내의 단 한곳의 관광농원이나 성읍민속마을 안의 많은 판매점 중 한 곳, 또는 제주 여행을 담당하는 여행사 중 한 곳이라도 큰 오류를 범한다면 동종업체의 몰락을 갖고 온다는 위기의식을 갖고 스스로 노력하지 않으면 안되는 시대인 것이다. 이제는 서로를 감시하고 도와주어야 한다. 그렇게 하기 위해서는 성읍민속마을내에서 판매하고 있는 제품들에 대해 공동구매, 공동판매 방식으로 전환할 필요가 있다. 또한 상인 스스로 엄격한 품질관리를 통해 가격이 저렴하면서 우수한 제품을 대량 구매계약을 통해 구입하여 판매하는 방식을 도입해야 할 것이다. 이러한 제품들은 현재처럼 각각 판매하는 것이 아니라 공동판매장을 마을 중앙에 만들어서 협동조합과 같이 공동판매, 공동수익을 올릴 수 있도록 하는 방안이 필요하다. 여기서 판매하는 제품들은 제주도가 인증한 제품이거나 전국적으로 널리 알려진 감귤 등 다양한 제주의 명품들을 대량구매를 통해 저가로 판매하는 전략을 구사한다면 충분히 수익을 창출할 수 있을 것이다.

또한 성읍민속축제를 1년에 1회 실시하는 것 보다는 매달 또는 매주 행사를 개최하여 제주의 전통 민속을 보여주고, 정의현감 행차 재현 등 반별로 돌아가면서 전통 재현행사를 보여줌으로써 진정한 민속마을로서의 역할을 담당할 때이다. 이러한 행사 및 축제에 대해서는 초기에는 제주특별자치도의 지원이 필요하며 향후 말뚝에 대한 상품화가 이루어졌을 때는 그 수익금으로 행사를 진행할 수 있도록 할 필요가 있다.

그리고 현재와 같이 똑같은 형태의 집과 구조를 설명하는 마을이 아니라 집집마다 돌아가면서 전통 혼례, 제사 및 차례 등을 재현하고 성읍민속축제와 같이 제주만의 전통 떡을 판매하거나 갈찬 및 갈옷 체험을 통해 수익을 올릴 수 있도록 해야 할 것이다.

#### 4.1. 주민주도의 마을 만들기

명소 만들기의 목표는 주민의 삶의 질 증대, 관광객 만족, 깨끗한 지역환경의 유지라는 세 가지 목표를 동시에 달성하는 것이다. 숙박중심의 단순한 관광사업에서 명품 농수산물의 생산

과 판매로 연결되는 복합경영으로 전환해야 한다. 주민의 자발적인 참여 속에 생활환경과 생산 활동을 체험상품으로 개발하여 도시민을 유치하는 것이다.

풍부한 자연과 문화가 남아있는 성읍민속마을에서 즐기는 녹색관광은 지역 활성화의 새로운 가능성을 제시할 것이다. 대규모 개발을 하지 않고 지역자원을 최대한 활용하여 사람간의 교류를 증시하는 것이다. 지역주민이 주체가 되어 사람과 지역이 공생하는 농촌을 지향하는 것이다. 이렇게 함으로써 주민에게는 소득증대뿐만 아니라 지역에 대한 애착심을 갖도록 하고 생활의 향상을 기대할 수 있다. 도시주민에게는 일과성 즐거움이 아니라 농어촌의 생활과 문화를 맛보고 이해를 넓히는 동시에 자연과 접촉함으로써 인간성을 실현하는 자기실현 여행이 될 수 있을 것이다.

1차 산업과 연계한 농촌의 활성화를 위한 방안의 하나로는 고철 덩어리, Seat, 유리, 타이어 등의 부품을 조립하여 고급 자동차를 만들어 비싸게 파는 원리와 같이 독특하고, 특색이 있으며, 관광객만족이 극대화되도록 감자, 당근, 황토마늘, 감귤, 소고기, 흑돼지고기 등을 가공하여 잡자고, 먹는 것, 즐기는 것 등과 함께 포장하여 비싸게 판매하는 방안을 강구 하여야 한다(이진희, 2007).

#### 4.1.1. 추진내용

##### 4.1.1.1. 지역산업과 관광의 연계방안

지자체간의 경쟁이 점차 가속화되어 地域性을 살린 차별화된 명소 만들기와 서비스가 제공되지 않으면 경쟁에서 뒤진다. 어느 지역이건 고유한 매력을 발굴하고 창출하는 것이 중요하다. 많은 돈과 전문적인 지식이 없더라도 타 지역과의 경쟁에서 성공할 수 있는 고유한 관광자원을 찾아내는 것이 중요하다.

관광은 지역내 다른 산업의 발전에 기여할 수 있으므로 명소 만들기는 지역산업과 연관성을 가지고 추진할 필요가 있다. 관광산업이 고부가가치 산업이라고는 하나 지역의 경제적 토대위에서 이루어지지 않고 무리하게 추진될 경우 역효과나 지역산업과의 마찰을 불러일으킬 수 있다.

농업과 수산업 등 1차 산업에 관광이라는 3차산업적 요소를 연계함으로써 지역경제의 자생력을 높일 수 있다. 도시인들이 농수산물의 생산현장을 방문해 과일, 야채, 농산물의 채취를 체험하거나 레저를 즐길 수 있도록 시설과 서비스를 제공하는 것이다. 단순히 체험하는 것에서 벗어나 독특한 매력을 만들어 나가는 것이 중요한데 지역에서 생산되는 농산물과 농산물을 이용하여 관광상품을 개발하고 이벤트를 통하여 부가가치를 높여 나가야 한다(이진희,

2005a).

관광산업과 지역산업, 관광개발과 지역정비, 관광시설과 지역내 편익시설의 복합개발, 관광 시설과 지역문화시설 등을 다양한 방식으로 결합하여 자원부족을 극복하고 개발효과를 극대화할 수 있다. 즉 공간을 다기능적으로 활용(mixed use)하여 새로운 시설 투자를 최소화하여야 한다.

#### 4.1.1.2. 지역주민 주도의 차별화된 명소개발 방안

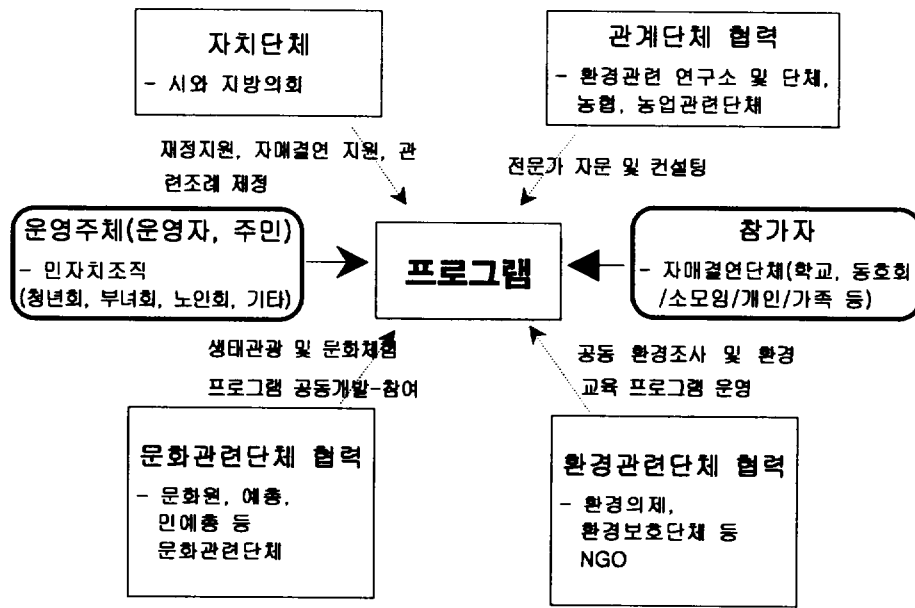
상품과 시설을 세상에서 하나뿐인 것으로 만들기 위해서는 발상의 전환이 필요하다. 남들과 달라야 한다는 말이다. 차별화는 농가, 마을이 가진 잠재자원과 능력을 극대화하는 것이며, 주민들의 안목에서 출발해야 한다. 벤치마킹은 필요하지만 베끼기와 복제품이 늘어나면 함께 망하는 길이다.

지역주민이 주체가 되어 명소 만들기를 함으로서 소득향상에 기여하고 생활환경을 개선한다. 관광객과 지역주민과의 교류, 지역문화 체험기회를 갖기 위해서는 명소 만들기의 공간적 단위를 마을로 설정할 필요가 있다. 마을은 지역 공동체로서의 유대감, 정체성이 강하며 지역 생활권의 최소생산단위이다. 따라서 주민이 주체로 추진할 수 있는 가장 효율적인 단위이며, 관광객이 명소(destination)로 인지하는 실질적인 단위이다.

명소 만들기에 있어 문제가 되는 것은 재원과 전문인력의 부족이다. 지역주민의 참여를 유도하기 위해서는 주민의 의식을 전환시키고 조직화하는 일이며, 이를 위해 지역내 시민단체와 민간조직의 육성이 필요하다. 명소 만들기에 있어서 중요한 것은 누가 하느냐이다. 각 역할 담당자별 참여와 역할 분담이 중요하다. 주민들은 되살아난 마을에 대한 자부심으로 명소 만들기에 중심적 역할을 담당하고, 행정기관은 전폭적인 지원을 아끼지 말아야 하며, 관련분야 교수 및 전문가 들은 사업 전반에 대한 자문과 컨설팅을 지원하여야 한다.

또한 지역사회에 적합한 운영체계를 구성하여 상품의 개발과 운영에 참여하여야 한다. 상품 개발은 지역에 관광시설이나 여가공간을 조성하는 것에 그치는 것이 아니다. 지역의 자연 및 문화경관, 농수산물의 생산 및 유통판매, 농어촌의 일상생활, 문화활동, 지역이미지 등 다양한 요소와 주민들의 활동을 결합하여 관광자원화하는 것이다(이진희, 2005a).

장기적인 안목에서 인재를 육성해야하는데, 젊은층의 인구유출로 어려움을 겪고 있는 낙후 지역인 경우에는 지역내 젊은층의 유출을 막으면서 지역발전의 주체로서 역할을 할 수 있도록 인재육성에 노력을 기울여야 한다(이진희, 2007).



<그림 4-1> 명소 프로그램 참여자간 협력체계

자료 : 박은식 외(2003). 농촌지역 활성화를 위한 전통생활문화 프로그램 개발, 농촌생활과학, 23(2).

마을가꾸기를 통해 마을이 아름다워지고 찾고 싶은 곳이 되어서 방문객을 만족시킬 수 있을 때, 이를 통한 주민의 소득증대는 자연스럽게 동반된다. 따라서 성읍민속마을 활성화 전략은 민속마을이미지 차별화, 지역경관조성이라는 2가지 축으로 진행한다.

#### 4.1.1.3. 민속마을이미지 차별화 방안

성읍민속 마을의 부정적 이미지를 쇄신하고, 특색있는 제주 민속마을의 이미지를 구축하여야 한다. 이를 위해서는 독특한 섬의 기후와 제주의 삶을 함축적으로 살펴 볼 수 있는 제주 가옥의 전통적 이미지를 잘 살리고, 민속마을 주민들의 관광 수익 증대를 위한 기념품상점, 향토 음식점, 전통찻집, 전통숙박시설 등의 상업시설을 재정비한다. 또한 음악공연장, 민예촌 등의 체험활동을 위한 시설을 도입하여 관광객들에게 다양한 볼거리, 즐길거리를 제공해야 한다. 방문객 시장을 세분화하여 방문객의 특성에 맞춘 시설 및 프로그램을 도입하여 방문객의 만족도를 극대화 시키며 타 지역에서는 체험할 수 없는 제주의 이미지를 조성하여 타지역 민속마을과는 차별화시켜 경쟁력을 높여야 할 것이다.

#### 4.1.1.4. 지역경관 조성 방안

성읍민속마을의 지역경관 만들기는 첫째, 민속자원의 보호, 둘째, 경관정비 및 경관관리를 위한 조례제정 등을 시행하여야 한다.

기존의 제주 전통초가를 개보수하는 과정에서 사업비 절약을 위해 조잡한 재료로 지어진 건물들은 정비하고, 여기저기 방치되어있는 폐가 및 공가(空家)들은 철거 또는 보수하여 붕괴의 위험을 없애고, 경관을 개선해야 한다. 또한, 주요도로를 중심으로 난립하고 있는 지저분한 광고물들과 간판, 안내판 등을 지역색에 맞게 정리해야 한다.

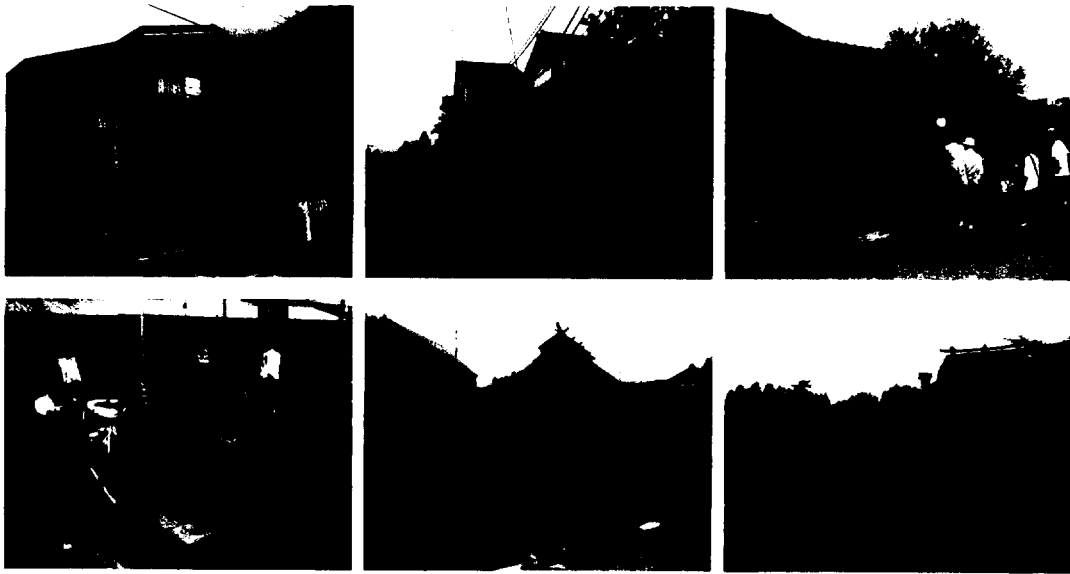
음식점 및 기념품점 등은 지역성을 나타내는 건물로 디자인하고, 안내표지, 간판 등은 규격을 통일화시키고 지역적인 재료를 사용하여 보다 쾌적하고 깔끔하게 정리한다.

자연경관을 지키기 위하여 자연환경보호조례, 상가와 숙박업소 등 건축관련 조례 등을 제정하며, “민속마을만들기 조례” 등을 제정하여 성읍민속마을의 전통적 경관창출의 기반이 될 수 있도록 한다.

다음은 성읍민속마을과 일본 유후인 마을의 현황사진이다. 성읍민속마을은 건물외벽에 저가의 재료로 난잡하게 간판과 가격표들이 붙어있고, 어울리지 않는 광고판들이 서있는 반면, 일본 유후인 마을의 경우 지역의 특색을 살린 재료로 만든 광고판과 잘 정비된 가로 및 경관들이 비교된다.



<그림 4-2> 성읍민속마을 현황



<그림 4-3> 일본 유후인 현황

#### 4.1.2. 마을자원 활용방안

##### 4.1.2.1. 정의향교

성읍민속마을에 문화재로 지정되어 보호되고 있는 정의향교를 학생들의 교육장소로 활용한다. 정의향교의 관람과 병행하여 예절교육과 정치·역사교육 등을 실시하고, 전통초가에서는 제주민속문화체험이 이루어지도록 한다.

또, 예절교육을 희망하는 수학여행단 및 관광객들을 위한 전통교육코스를 개발하여 현청, 정의향교, 민속마을과 연계하여 운영하도록 한다.

##### 4.1.2.2. 정의현성

정의현 관아지와 정의현성을 중심으로 정의현감 부임식, 근위병 교대식 등의 이벤트를 정기적으로 실시하고, 관광객들이 사진을 찍을 수 있도록 현감 및 근위병 복장의 사람들이 마을 내를 순회하도록 한다.

또, 정의현감의 직무자료를 전시하고 전문 해설사를 활용하여 정의현감이 어떤 일을 하였었는지에 대해 알 수 있도록 한다.

#### 4.2. 쇼핑관광의 활성화 방안

관광에서 쇼핑은 필수적이지만 성읍민속마을은 옛 제주의 생활상을 소개하면서 오미자와 말



때, 조릿대, 동충하초 등을 판매하는 데 많은 시간을 소요하고 있다. 성읍민속마을의 판매방법은 예전처럼 강매나 비싸다는 느낌은 없었지만 관광객들의 감성에 호소하고 있다. 출입구가 하나인 곳에 관광객들을 모아놓고 설명하기 때문에 중간에 나가고 싶어도 못나가는 형편으로 관광객들의 자율성을 제한함으로써 심리적 부담을 준다.

그러므로 판매시설은 외부로 공개된 장소에서 판매할 수 있도록 행정적으로 유도하고 '면세를 받아서 싸다', '전국 최초', '우리만의 비법' 등의 상술에 대해 실태점검을 통해 인증해 줄 것은 인증해주고 그렇지 않은 것에 대해서는 수시로 점검하는 체계를 마련해야 할 것이다. 또한 여행사의 패키지 관광에서 관광특산품을 판매하는 곳에 대한 명확한 법적 승인장치가 마련되어 법적으로 승인받은 곳만을 관람하도록 하는 조례 및 제도를 마련할 필요가 있다. 인증받지 않은 관광지를 방문하는 여행사에 대해서는 강한 행정적 조치를 통해서 질 높은 관광을 유도해야 한다. 또한 장기적으로 성읍민속마을에 대해서는 패키지 관광객만을 대상으로 한 판매에서 벗어나 인터넷이나 마트 등에 판매할 수 있도록 유통 및 홍보에 대해 지원해주는 체계를 마련해야 할 것이다.

홍콩과 싱가포르 같은 쇼핑관광국의 경우 국가의 관광수입 중 50 ~ 60%가 쇼핑을 통해 이루어지고 있으며, 우리나라도 이미 30% 정도가 쇼핑관광수입인 것으로 나타나고 있다. 쇼핑환경의 변화는 향후 관광객이 관광목적지를 선택할 때 중요한 요인으로 작용할 것이다.

내국인 관광객이 즐겨 찾을 수 있는 특산품매장을 정비 또는 신설하여 타국의 특산품이나 기념품과 차별화할 수 있도록 경쟁력을 강화하고, 주민들과 기존 영세사업자들을 보호하기 위해 참여를 유도하고, 지원방안을 적극적으로 마련해야 한다. 또한, 년중 쇼핑관련 이벤트를 개최하여 경쟁력을 높여야 한다(제주시, 2005).

#### 4.3. 향토음식의 개발 및 판매방안

토속 음식의 맛에 대한 이미지가 떨어지는 것 중의 하나는 향토음식에 대해 과장되게 홍보되었다는 점이다.

음식과 요리에 대하여 전문가들에게 평가를 실시하여 '전문가가 선정한 맛집'을 선정하여 제주도에서 적극적으로 홍보하는 방안을 마련할 필요가 있다. 이를 통해 제주의 향토음식이 관광객 입맛에 맞는 음식으로 자리잡을 수 있을 것이다.

'제주의 제철 음식' 책자를 발간하여 관광객들이 제철이 아닌 음식을 먹어서 이미지를 하락시키는 일을 방지하고 제철 음식을 시식함으로써 제주의 향토음식에 대한 이미지를 상승시킬 필요가 있다.

또한 성읍민속마을 식당이 대부분 패키지 관광에 의존하는 식당으로서 많은 패키지 관광객이 같은 시간에 몰리게 된다. 이에 따라 종사원의 친절도가 떨어지고 불결, 비위생, 혼잡 등의 문제가 발생하게 되는 것이다. 따라서 주인의식을 고취시키고 ‘친절 캠페인’, 불시 위생 감사 등을 실시하여 항상 친절과 청결을 유지할 수 있도록 한다. 그리고 음식점간 네트워크를 구성하여 혼잡시간대에는 인근 음식점으로 안내할 수 있도록 체계를 구성한다.

추가적으로 음식점에도 재료에 대한 생산지 표시제를 도입하여 제주산이 아닌 재료로 만든 돼지고기, 고등어, 갈치 등에 대한 관리 감독체계를 마련해서 관광객의 제주음식에 대한 이미지가 하락을 방지할 필요가 있으며 제주산으로 속이면서 높은 가격을 받는 것을 차단시키는 효과를 얻을 수 있을 것이다.

#### 4.3.1. 현황분석 및 기본과제

제주 방문 관광객 총 소비액의 약 20%가 식사비용에 지출되고 있는 점을 감안할 경우, 2004년 관광수입 1조 6,787억원의 1/5인 3천 357억원에 달해 관광객들에 의한 잠재적 소득 효과가 크다. 제주의 외식업 시장규모가 성장하면서 도민생활, 관광산업, 지역경제 등에 차지하는 비중이 날로 높아지고 있으나, 영세한 생업형 경영이 대부분을 차지하고 있다. 성읍민속마을의 식문화는 지형적인 요소와 전통적인 식문화 및 산업구조에 의한 식문화 등 다양한 요소가 가미된 지역 특유의 독창성을 갖고 있어 문화관광 상품으로써의 가치가 크다.

<표 4-1> 성읍민속마을 외식산업의 SWOT분석

강 점(Strength)	약 점(Weakness)
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 풍부한 지역 식문화 유산 자원 보유</li> <li>· 청정식재료를 브랜드화한 프랜차이즈 외식사업화 가능</li> <li>· 1차산업과 관광산업 연계 효과 극대화 가능</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 지역 외식업의 근대화, 조직화, 경영합리화, 진흥 등을 추진할 수 있는 ‘외식업진흥 관련법’ 부재</li> <li>· 제주전통음식 개발 및 전승을 위한 제주전통음식에 대한 정보 데이터베이스 구축 미비</li> <li>· 식자재 유통구조의 전근대성</li> </ul>
기 회(Opportunity)	위 험(Threat)
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 지역적 특산을 기반으로 한 민족요리(ethnic foods)의 수요 증가 추세</li> <li>· 환경친화적 농수축산물을 식재료로 한 건강메뉴에 대한 관심고조</li> <li>· 삶의 질향상에 따른 제주 청정 브랜드 가치상승</li> <li>· 장수지역과 음식문화를 연계한 보양식의 관심고조</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 외식업의 잠재적 시장성의 간과에 따른 예산확보의 어려움</li> <li>· 식재료 자원의 고갈화 및 고물가</li> <li>· 시장내 표적 고객의 취향 변화</li> <li>· 토속문화의 개발지연 및 급속한 외래식문화의 유입에 따른 제주 토속전통식문화의 소멸</li> </ul>

자료 : 제주시, 제주시 지역혁신발전 5개년 계획, 2005 참조 재구성

4.3.2. 기본전략 수립

법과 제도의 정비를 통한 성읍민속마을 외식산업의 혁신기반을 구축하고, 식문화 유산의 보전 및 육성을 통한 문화유산을 창달하며, 친환경 농수산물의 외식 소재화를 통한 1차-3차 산업의 연계 및 지역경제 활성화를 도모한다.

4.4. 4계절 이벤트의 개최방안

봄(Spring)	여름(Summer)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 외국인의 축제</li> <li>- 제주방언 경연대회</li> <li>- 어린이·청소년 축제</li> </ul> (연극, 시낭송, 글짓기, 그림그리기 대회 등)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 성읍민속마을 여름캠프</li> <li>- 한여름밤의 축제</li> </ul>
가을(Autumn)	겨울(Winter)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문화유산 축제</li> <li>- 노래자랑 대회</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 바람축제 및 연날리기 축제</li> <li>- 전통차 시음회 및 사진전</li> </ul>

4.4.1. 봄(Spring)

4.4.1.1. 외국인의 축제

외국인들이 성읍마을 고유의 전통문화 및 생활양식에 관심을 갖도록 하기위해 축제를 기획하는데 주목적이 있다. 직접 체험할 수 있는 다양한 프로그램을 제작하여 성읍민속마을을 문화 축제의 장으로 거듭날 수 있도록 유·무형의 다양한 콘텐츠를 확보하여 외국인 관광객들에게 보는 관광이 아닌, 직접 체험하는 관광이 될 수 있도록 한다.

전통주인 고메기술을 발효시키는 과정부터 상품으로 만들기까지의 과정을 직접 체험해 보고, 자신이 만든 술을 기념으로 제공하는 등 전통문화를 체험하고 이를 상품화하여 기념품으로 제공하는 축제의 장이 되도록 한다.

4.4.1.2. 제주방언 경연대회

제주도만이 가지고 있는 독특한 방언들을 듣고 배울 수 있는 프로그램부터 각기 다른 지역에서 사용되고 있는 방언들을 이용해 사투리경연대회, 주어진 시간 안에 문제많이풀기 등 온가

족이 함께 참여하는 마을축제가 될 수 있을 것이다.

#### 4.4.1.3. 어린이·청소년 축제

연극, 글짓기, 시낭송, 그림그리기 대회 등 어린이 및 청소년을 대상으로 축제를 개최하여 깨끗하고 아름다운 자연에서 자신들의 꿈과 열정을 마음껏 표출할 수 있는 기회를 제공해준다. 또한 부모님과 자녀들이 함께 체험할 수 있는 다양한 시설과 프로그램을 계획하여 가족단위 관광객을 끌어들이 수 있도록 하여 교육적인 측면 외에도 단란한 시간을 보낼 수 있는 축제로 거듭날 수 있도록 해야 한다.

#### 4.4.2. 여름(Summer)

##### 4.4.2.1. 성읍민속마을 여름캠프

성읍민속마을에서는 어린이 및 청소년들을 위해 여름캠프를 개최하여 인사예절, 식사예절, 생활예절, 다도예절 등 다양한 프로그램을 체험할 수 있도록 한다.

인사예절 프로그램에는 웃어른께 인사하기, 동료에게 인사하기, 큰절, 평절 등의 인사법을 자세히 알아보고 습득하는 시간을 가져본다. 식사예절 프로그램에는 식사시간에 지켜야 할 바른 예절과 편식하는 습관을 바로잡고 음식을 남기지 않고 먹는 습관을 배우는 시간을 갖는다. 생활예절 프로그램에는 일상생활에서 지켜야할 기초예절 등을 알아보고 습득하는 시간을, 다도예절 프로그램은 손님접대시 차를 나누며 즐거운 담소를 나눌 수 있는 다례, 체험으로 도구의 이름과 절차를 습득하는 시간을 가져볼 수 있다.

이밖에 전통놀이체험, 한문교육, 극기와 체력단련 등 다양한 프로그램을 즐기면서 우리 전통 문화를 체험할 수 있는 배움과 즐거움이 있는 교육의 장이 되도록 한다.

##### 4.4.2.2. 한 여름밤의 축제

별을 관측하며 다양한 우주세계를 관찰하는 체험인 기상·천문 축제를 개최할 수 있다.

상대적으로 다른 지역보다 자연환경이 깨끗하고 우수하기 때문에 기상관측 하기에는 최적의 장소라 할 수 있다. 어린아이들에서부터 어른에 이르기까지 다양한 연령층을 흡수할 수 있고, 국내외 기상을 연구하는 학자들에게까지 흥미를 제공할 수 있도록 프로그램을 개발한다.

또한 자연의 소리(종소리, 파도소리, 바람소리, 다양한 곤충들의 소리 등)를 들을 수 있는 센터를 마련해 자연을 직접 체험하는 프로그램도 계획할 수 있다.

#### 4.4.3. 가을(Autumn)

##### 4.4.3.1. 문화유산 축제

옛민가, 향교, 옛관공서, 돌하루방, 연자방아, 성터, 비석 등의 유형 문화유산과 중산간 지대 특유의 민요, 민속놀이, 향토음식, 민간공예, 제주방언 등의 무형 문화유산이 아직까지 전수되고 있다. 판소리, 서예, 백일장 등 다양한 경연대회 등을 개최하여 우리문화의 중요성과 우수성에 대해 소개하고, 전승 및 유지·발전 방안 등에 대해 지속적인 관심을 가질 수 있는 계기가 될 것이다.

##### 4.4.3.2. 노래자랑 대회

인근에는 국민관광지인 표선해수욕장과 신양해수욕장이 있어서 해마다 여름이 되면 많은 관광객이 찾는다. 또한 주변에 산굼부리, 일출랜드 등이 위치하고 있어서 관광객의 관심과 이목을 집중시키고 지역주민과 하나될 수 있는 장이 필요한데, 노래자랑과 장기 경연대회 등을 열어 단순히 마을 축제가 아닌 한경면의 축제가 될 수 있도록 해야 하겠다.

민속마을에 대한 자부심이 있는 주민과 개발에 대한 거부감이 있는 주민 또한 있기 때문에 이분들과 같이 하나되어 어울릴 수 있는 축제가 되어야 하며, 이 지역 주민들에게 우선적으로 참여하고 다양한 혜택이 돌아갈 수 있도록 하는 배려 역시 필요하다고 할 수 있다.

#### 4.4.4. 겨울(Winter)

##### 4.4.4.1. 바람 축제 및 연날리기 축제

점점 잊혀져 가고 있는 연날리기 축제, 어린이들에게는 재미와 즐거움을, 어른들에게는 추억을 되새겨줄 우리 고유의 민속놀이이다. 성읍민속마을 일대에는 바람이 강하게 불기 때문에 연날리기에는 적합한 장소가 아닐까 싶다.

점점 서구의 문화에 의해 사라져가는 우리 전통민속놀이의 우수성에 대해 일깨워주며, 자연과 인간은 뗄 수 없는 사이라는 것을 알려주어 친환경적인 마인드를 심어줄 수 있도록 한다.

##### 4.4.4.2. 전통차 시음회 및 사진전시회

제주전통 민속초가안에 제주지역에서 자생하는 전통차와 사진들을 전시하여 차한잔의 여유와 함께 즐거운 시간을 보낼 수 있는 분위기와 낭만을 제공한다.

#### 4.4.5. 수시 이벤트

##### 4.4.5.1. 제주전통문화체험 팜스테이

농촌·문화·관광이 결합된 프로그램으로 농사체험과 성읍민속마을의 목장문화체험을 할 수 있도록 제공한다.

휴양펜션을 활용하여 체류형 프로그램으로 확장이 가능하도록 하고, 제주지역축제와 같은 문화이벤트 등 다른 문화체험프로그램과 연계활용이 될 수 있도록 한다.

##### 4.4.5.2. 아토피 캠프

아토피 캠프는 아토피(알레르기)성 피부염 어린이를 위한 캠프이다. 합숙형식으로 행해지고 웰빙식단을 중심으로 청정환경속에서 제주의 전통문화를 체험할 수 있도록 한다. 캠프는 하계 방학과 동계 방학 시즌에 맞춰 연간 2회 개최한다.

##### 4.4.5.3. 사진/그림 콘테스트

매년 봄, 여름, 가을, 겨울에 한 번씩 전통 문화를 소재로 한 작품사진, 그림 콘테스트를 개최하여 우수작품을 선정, 시상하고 그 작품들을 대상지의 홍보자료로 활용한다. 또한 그림엽서, 키홀더, 손수건, T셔츠 등 기념상품으로 제작하여 관광객에게 판매한다.

#### 4.5. 미찌노에키의 도입방안

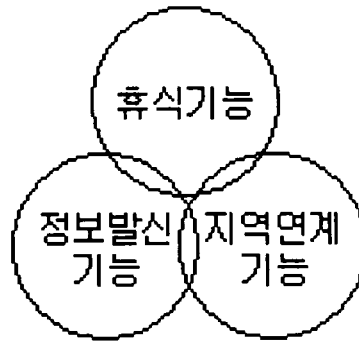
##### 4.5.1. 미찌노에키의 개념

미찌노에키를 우리말로 표현하면 도로의 역이라고 할 수 있다. 고속도로 휴게소의 개념을 일반국도에 적용시킨 것으로 지자체와 지역기업이 운영주체가 된다.

국도변에 24시간 화장실과 전화를 사용할 수 있고, 일정한 주차장을 확보하고 있다. 미찌노에키와 연계한 직매장, 체험시설 등이 지역 활성화에 이바지하고 있다<sup>2)</sup>.

미찌노에키에는 이용자에게 도로정보, 지역문화와 역사, 특산물, 관광정보 등을 제공하고, 지역주민과 통행자의 교류장소로서 기능을 수행한다.

2) 한국농어민신문 2007년6월28일 김현철 기자



<그림 4-4> 미찌노에키의 기능

#### 4.5.2. 미찌노에키 사례

일본의 미찌노에키는 농특산물 판매의 요지로 자리매김하였고, 지역의 교류공간으로 활용하여 경제적 활성화, 경기부양을 할 수 있는 프로그램을 작성하여 지역주민의 참여 속에 음식, 농산물, 지역예술품, 특산물 등을 생산·판매하고 있다(道路保全技術センター, 2002).

미찌노에키사업은 농림수산성에서 구조개선사업으로 1993년 103개소를 설치하면서 시작되었다. 관광안내소와 함께 물산관, 농산물가공 직매소, 고향요리점 등이 있다. 2003년에 약 555,000명(평일 평균 1,300명)이 방문하여 1년간 6억 엔의 매출을 올렸다<sup>3)</sup>.

미찌노에키에는 많은 이용객이 방문하여 지역의 문화와 상품을 접하게 되어 지역문화 및 상품의 홍보효과는 매우 크다. 도로이용자에게는 정보전달과 휴식처가 제공되고, 커뮤니케이션과 물품판매 등을 통해 지역에는 경제적 파급효과가 전달된다.

관리운영의 주체는 주로 지역주민협의회에 의해 추진되나 시정촌이 주도하는 경우에도 시정촌은 행정적인 지도 및 지원을 할뿐 실질적으로는 주민협의체에 의해 자치적·창의적으로 운영되고 있다. 운영수입이 지역 또는 주민에게 환원되는 체계로 되어 있어, 주민의 적극적인 참여가 이루어지고 있다. 주민자치의 원동력은 지역특성을 고려하는 제도적 틀과 수익이 주민에게 귀속되는 운영체계에 있다고 볼 수 있다.

#### 4.5.3. 미찌노에키 도입방안

미찌노에키를 도입하여 민속마을의 관람이 보다 용이하고 편리하게 운영되도록 하고, 지역

3) <http://blog.naver.com/happynep/130001489610> 내용 참조

주민의 소득등대에 기여할 수 있도록 한다. 성읍초등학교 남쪽의 공터를 활용하여 미찌노에키를 조성한다.

넓은 공터에 관광안내소, 화장실, 주차장, 공원 등의 휴게시설, 음식점, 홍보관, 종합센터 등을 설치하고, 중심시설인 종합센터를 통해 지역교류 및 지역특산물 판매가 이루어질 수 있도록 한다.

토산품 및 특산물의 가격은 생산자는 경매가보다는 비싸지만 소매점보다는 싸게 가격을 매겨 소비자와 생산자가 서로 이득을 보도록 한다. 성읍의 토산품 및 특산품은 성읍민속마을 고유상표를 사용하여 판매가 되도록 하고, 농민들은 아침에 특산물을 출하하고 저녁에 재고를 회수하도록 하여 항상 최고의 신선도와 품질을 유지할 수 있도록 한다.

#### 4.6. 관광서비스의 개선 및 마케팅 지향적 운영 방안

마을은 상품이고, 마을도 브랜드(brand)이다. 마을을 상품으로 인식하고 팔아야 하는데 판다는 것은 지역을 좀더 매력적인 곳으로 알리는 것이다. 장소마케팅(place marketing)이란 게 있다. 어떤 지역을 하나의 상품으로 인식하고, 기업과 주민, 관광객이 선호하는 이미지와 제도, 시설을 갖추어 더 많은 사람들이 찾고 기업이 찾도록 지역의 상품가치를 높여 활성화하려는 전략이다. 중요한 것은 차별화이다. 찾는 장소마다 취급하는 상품이 비슷하고 분위기 또한 크게 차이하지 않는다면 소비자들에게 외면 받을 수밖에 없다(강신겸, 2003).

마을의 차별화된 이미지와 브랜드(brand)로 상품을 만들었다면 시장에 어떻게 다가갈 것인가? 도농교류를 위한 고객을 어떻게 확보할 것인가? 홍보는 어떻게 할 것인가? 표적시장(target market)을 어떻게 설정하고, 공략할 것인가가 필요하다.

좋은 서비스와 프로그램, 감동적인 체험이 핵심 상품이고 경쟁력이다. 내가 먼저 가슴 설레지 않으면 남을 감동시킬 수 없다. 남을 불태우려면 내가 먼저 불타야 한다. 행복한 사람은 다른 사람에게도 행복을 줄 수 있다. 이것이 바로 명품·명소화하는 것이다.

명품·명소의 상품이나 프로그램의 운영에는 시장중심적인 발상이 필요하며, 사전에 철저한 시장조사를 토대로 하여 주 이용고객층(target market)을 설정하고 이들의 요구(needs)를 충족시킬 수 있도록 상품(product), 촉진(promotion), 가격(price), 유통(place)전략을 수립할 필요가 있다. 관광객을 위한 시설 및 프로그램뿐만 아니라 관광상품을 개발하는 경우에도 경쟁상품의 유무와 판로의 개척, 소비자의 요구를 충분히 파악해야 한다(이진희, 2007).

시장규모나 성격에 따라 차별화전략, 집중전략 등을 채택하여 시장의 유리한 위치를 확보하고, 새로운 사업분야를 추가하는 사업다각화 전략이 요구된다. 관광시설과 상품을 개발함에 있

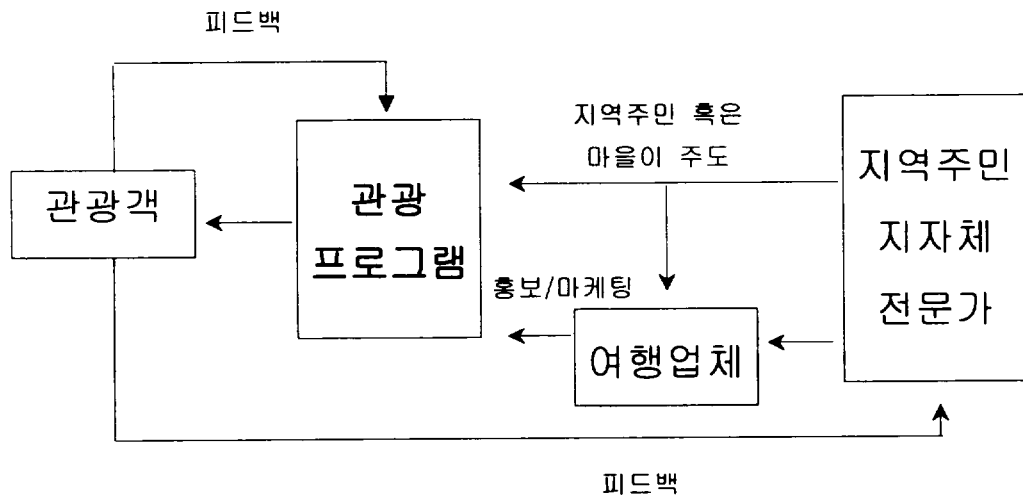


어 차별화의 원칙이 적용되어야 한다. 이를 위하여 지역이 보유하고 있는 자원중에서 고유한 특성을 발굴하며, 지역의 저이용 자원을 관광자원화하고, 위기를 기회로 이용하려는 발상의 전환이 요구되며, 대규모 시설정보보다 각종 프로그램개발(특산물, 향토음식의 관광자원화, 지역 이벤트 창출 등이 강조되어야 한다.

또한 지역이미지를 높일 수 있는 전략을 수립해야 한다. 지역특산물의 개발, 지역진흥을 위한 관광상품의 개발시 지역의 독특한 이미지를 만들어 명확하게 인식시킬 수 있도록 한다.

명품·명소의 프로그램 계획 시 여행사, 지역주민, 지자체, 전문가, 관광객 등이 참여하여 관광상품화가 가능한지에 대하여 타진하고, 상품을 기획하고 관광객을 유인한다(이진희, 2006d).

홍보와 마케팅인 경우 모든 관광 참여 담당자들이 공동으로 기획하고 진행해야 할 것이다. 명소의 관광상품을 기획하고 판매하는 여행업체는 주민과 함께 마을의 친환경 농산물을 구입하고, 마을의 관광코스과 같은 상품을 소개하고, 파트너십을 구축하는 방안을 고려해야 한다.



<그림 4-5> 참여자간 상품 개발과정

자료 : 이진희(2006), 제주 생태자원을 활용한 체험자립형 생태관광 활성화 연구, 제주지역환경 기술개발센터, p. 126을 참고로 제작성

제주사람들이 무뚝뚝한 것은 오랜 역사와 문화 때문이라는 말은 이제 쓰지 말아야 한다. 제주도민 뿐만 아니라 관광종사원에 대한 친절도가 나쁘게 나타나는 것은 관광객에 대한 종사원 교육이 이루어지지 않고 있기 때문이다(제주시, 2005).

관광서비스 수준의 향상은 체류형 관광을 진흥시키기 위해서는 필수적인 과제이며, 제주도 관광에서 정보 제공, 안내, 접대 등의 관광서비스는 전반적으로 미흡한 수준으로 장기적인 서비스 개선방안이 마련되어야 할 것이다. 국제자유도시 건설과 개방화에 따른 국제관광시장의 확대가 불가피하므로 서비스의 국제화 수준을 수용할 수 있어야 한다.

관광은 사람산업이다. 그만큼 사람과 사람의 접점관리가 필요하며 그 첩병이 가이드들이다. 이러한 측면에서 체험성을 강화시키려면 문화와 매력물을 해당언어로 풍부하고 정확하게 설명해 줄 수 있는 안내인력의 확보는 필수적이다. 특히 보고 체험하는 것 이외에 해설기능의 강화와 같은 듣는 것을 통해 이루어지는 경험의 입체화는 관광객을 유치하기 위한 관광상품개발에 필수불가결한 요소이다.

## V. 결론

관광객에게는 즐거움과 배움의 기회를 제공하고, 마을 주민에게는 소득향상과 함께 마을에 대한 자긍심을 고양하여, 젊은이들이 돌아오는 활기찬 마을이 될 수 있도록 성읍민속마을의 명소화 방안을 제시하였다.

첫째, 주민주도의 차별화된 마을만들기이다. 마을가꾸기를 통해 마을이 아름다워지고 찾고 싶은 곳이 되어서 방문객을 만족시킬 수 있을 때, 이를 통한 주민의 소득증대는 자연스럽게 동반된다. 따라서 성읍민속마을 활성화 전략은 민속마을이미지 차별화, 지역경관조성을 제안하였다. 성읍민속마을에 문화재로 지정되어 보호되고 있는 정의향교와 정의현성의 활용방안을 제안하였다.

둘째, 쇼핑관광의 활성화이다. 내국인 관광객이 즐겨 찾을 수 있는 특산품매장을 정비 또는 신설하여 타국의 특산품이나 기념품과 차별화할 수 있는 방안을 제안하였다.

셋째, 향토음식 개발 및 판매방안의 강구이다. 음식과 요리에 대하여 전문가들에게 평가를 실시하여 '전문가가 선정한 맛집'을 선정하고, 제주의 제철 음식 책자를 발간할 것을 제안하였다.

넷째, 4계절 이벤트의 개최이다.

다섯째, 미찌노에키의 도입이다. 지역주민의 소득증대에 기여할 수 있도록 성읍초등학교 남쪽의 공터를 활용하여 미찌노에키를 조성을 제안하였다.

여섯째, 관광서비스 개선 및 마케팅 지향적 운영이다. 마을은 상품이고, 마을도 브랜드 (brand)이므로 마을을 상품으로 인식하고 팔아야 하는 방안을 제안하였다.

## 참고문헌

- 경상북도 경주시(1994.), 「양동민속마을 정비계획조사보고서」, 경상북도 경주시.
- 경상북도 안동시(1994), 「안동하회민속마을 종합계획조사보고서」, 경상북도 안동시.
- 김연진(2003), 해남 연동 역사문화마을 가꾸기 계획, 서울대학교 환경대학원 환경조경학과 석사학위논문.
- 나미영·최종희·김용기(1998), 제주 민속마을의 입지와 공간구조에 관한 연구, 한국정원학회지, 16(3), pp. 1-11.
- 나운중(2000), Destination의 새로운 해석, 한국공원휴양학회지, 2(1).
- 이진희(1996), 동계형 리조트의 포지셔닝에 관한 연구, 성균관대학교 대학원 박사학위논문.
- \_\_\_\_\_(2000a), 북제주군의 지속가능한 지역개발에 관한 연구, 사회발전연구, 16, pp. 111-151.
- \_\_\_\_\_(2000b), 제주관광개발의 방향설정에 관한 기초연구, 제주대학교 관광과경영경제연구소 산경논집, 14, pp. 203-228.
- \_\_\_\_\_(2001a), 장소 마케팅전략을 통한 중문관광단지의 활성화방안에 관한 연구, 관광학연구, 25(2), pp. 217-236.
- \_\_\_\_\_(2001b), 제주관광자원의 개발방향, 한국관광정책, 10.
- \_\_\_\_\_(2002), 녹색농촌체험관광, 제주도.
- \_\_\_\_\_(2005a), 1·3차 산업을 연계한 지역경제 활성화 방안, 21세기 비전 남제주군민대토론회, 남제주군, pp. 19-66.
- \_\_\_\_\_(2005b), 관광산업과 연계한 남제주군 어촌의 발전방향, 경제개발연구, 7(1), pp. 113-134.
- \_\_\_\_\_(2005c), 서귀포항 활성화를 위한 라이프 스타일 유형에 따른 관광상품개발에 관한 연구, 관광학연구, 28(4), pp. 173-191.
- \_\_\_\_\_(2006a), 서귀포시 생태관광마을조성에 대한 주민의식에 관한 연구, 농촌계획 vol 10, no 2, 한국농촌계획학회, , pp. 17-25.
- \_\_\_\_\_(2006b), 서귀포시 생태관광 활성화 방안에 관한 연구, 관광연구저널, 20(2), pp. 251-264.
- \_\_\_\_\_(2006c), 제2판 장소마케팅, 대왕사.
- \_\_\_\_\_(2006d), 제주 생태자원을 활용한 체험자립형 생태관광 활성화 연구, 제주지역환경기술

개발센터.

\_\_\_\_\_(2007), 관광을 활용한 농촌 주도의 경제 활성화 방향, 07 농촌관광 전문인력육성 1차 워크숍, 서귀포농업기술센터 농업인교육관, pp. 1-30.

\_\_\_\_\_(2007), 장소마케팅을 활용한 제주시 관광활성화 방안, 제주시 관광정책 자문단 포럼, 제주시 열린정보센터, pp. 1-50.

\_\_\_\_\_(2008), 제주도의 명품·명소 추진전략에 관한 연구, 제주대학교 관광과경영경제연구소 산경논집 23.

이진희·김구(2007), 시티투어를 활용한 제주시 구도심권 활성화 방안에 관한 연구, 탐라문화, 30, pp. 179-216.

이진희·송재호(2007), 서귀포시 보목동 생태관광마을 조성에 관한 연구, 제주대학교 해양과 환경연구소 연구논문집, 31(1), pp. 95-109.

전라남도 승주군(1985), 낙안읍성민속마을 세부현황 종합조사보고서, 전라남도 승주군.

제주도 남제주군(1995), 성읍민속마을 종합정비계획 보고서, .제주시 남제주군

제주시(2005), 제주시 50년사, 제주시.

조성윤·신행철(1995), 제주도 도시개발의 기본구조, 제주사회론, 도서출판 한울.

최막중·김미옥(2001), 장소성의 형성요인과 경제적 가치에 관한 실증분석: 대학로와 로데오거리 사례를 중심으로, 국토계획, 대한국토·도시계획학회지, 36(2), pp. 153-162.

최영화(2001), 전통민속마을의 문화관광상품화 방안, 순천대학교 경영행정대학원 석사학위 논문.

홍창식(1996), 傳統民俗마을의 文化觀光商品化方案에 관한 研究, 경기대학교 대학원 석사학위 논문.

Morden, A. R.(1985), Market Segmentation and Practical Policy Formulation, The Quarterly Review of Marketing, Winter pp. 1~12.

Relph, E.(1976), Place and Placelessness, London: Pion.

(財)道路保全技術センター内 全國"道の驛"連絡會(www.hpzen.or.jp/michieki), (2002).

■ 인터넷 사이트

국립문화재연구소(<http://www.nricp.go.kr/kr/press/content.jsp?id=944>)

문화재청 홈페이지(<http://www.cha.go.kr>)

성읍민속마을 홈페이지(<http://www.seongeup.net/>)