

지역인프라의 관광자원화 방안 연구*

Study on the Strategies for Utilizing Regional Infrastructures as Tourist Attractions

심원섭**

Shim, Won-Seop

김혜원***

Kim, Hye-Won

심창섭****

Shim, Chang-Sup

Abstract

As a growing number of people participate in tourism activities, the scope of tourism attractions have been continually extended. In particular, tourists tend to experience local culture and everyday life of the region they visit. In this regard, the current study aims to provide the strategies for utilizing regional infrastructures, which are originally built not for recreational purposes, as tourism attractions. This study conceptualized this new approach of tourism development, introduced similar cases, and suggested step-wise strategies for each different types of regional infrastructures, including strategies for improving tourism contents, service environments, and promotions. It also suggested that success of infrastructure tourism requires shifting paradigm in tourism development, systematically calculating the value of regional infrastructure as tourist attractions and the effective collaboration between different fields.

.....
색인어 : 지역인프라, 관광자원, 관광개발, 관광지, 방문자경제

Keywords : Regional Infrastructure, Tourism Resource, Tourism Development, Tourism Attraction, Visitor Economy

* 이 논문은 2020년도 가천대학교 교내연구비 지원에 의한 결과임 (GCU-202002620001)

** 목포대 관광경영학과 부교수 (주저자: wsshim@mokpo.ac.kr)

*** 가천대 일반대학원 관광경영학과 석사과정 (공동저자: 1970312@naver.com)

**** 가천대 관광경영학과 부교수 (교신저자: cshim@gachon.ac.kr)

I. 서론

지속적인 인구감소로 인한 '지방소멸' 위기는 최근 우리 사회에서 가장 심각하게 논의되고 있는 이슈 중 하나이다. 이를 해결하기 위해 중앙정부도 다양한 지방소멸 대응 정책을 제시하고 있고 각 지방도시 스스로도 정주인구 증가를 위한 정책적 노력을 해오고 있지만 가시적인 성과는 나타나지 못하고 있는 상황이다(국토연구원, 2022). 이에 따라 많은 지방도시는 최근들어 정주인구 증가에서 유동인구 증가로 정책의 무게중심을 이동하고 있으며 지역을 방문하는 관광객 증가를 핵심전략으로 추진하고 있다. 특히 지역이 지닌 자연환경적, 역사문화적 매력을 관광자원으로 조성하는 것 이외에도 지역의 모든 요소가 지역주민뿐만 아니라 관광객 등 방문자에게 친화적인 '방문자경제(Visitor economy)'를 실현하는 것에 관심이 높아지고 있다(강신겸, 2019; 한국지방행정연구원, 2021).

한편 관광활동 참여가 늘어나고 관광유형이 다양화되면서 관광객이 찾는 관광대상은 역사유적, 자연경관, 리조트, 테마파크 등 전통적인 범위를 넘어갈수록 확장되고 있다. 특히 단체여행에서 개별여행으로 관광의 방식이 급변하면서 관광객을 위해 연출된 관광지에서는 경험하기 힘든 지역의 살아있는 일상적 요소를 경험하고자 하는 욕구가 늘어나면서 관광개발의 대상과 방식에도 큰 변화가 요구되고 있다(UNWTO, 2020; Uriely, 2005). 변화하는 관광시장의 트렌드에 부합하고자 관광산업 및 지자체는 관광객이 찾고 싶은 지역이 되기 위한 지역의 매력을 발굴하고 관광자원화하기 위해 계속 노력하고 있다(문화체육관광부, 2020).

지역을 방문한 관광객이 경험하고자 하는 대상은 계속 확장되고 있지만 본래 관광목적적으로 조성되지 않은 장소나 시설은 관광객이 이용하는 과정에는 어려움이 따를 수밖에 없다. 실제로 전 세계 많은 도시에서 일상공간에 관광객 방문이 늘어나면서 기존 기능 및 지역주민과의 갈등이 발생하는 과잉관광(Overtourism) 문제는 일상공간이 관광자원으로 이용되는 과정에서 더욱 심각하게 노출되고 있다(이훈 · 심창섭, 2018; 한국문화관광연구원, 2018). 현대사회에서 관광의 영역이 확장되고 관광이 지닌 경제적 · 사회문화적 비중이 늘어나는 상황에서 향후 이러한 문제는 더욱 심화할 것으로 보이며 도시의 기존 기능과 관광 기능의 조화로운 공존에 대한 고민이 필수적으로 요구되고 있다. 그러나 지금까지의 관광에 대한 산업적, 학술적 접근은 관광이 주목적인 공간을 조성, 운영, 마케팅하는 데에 주로 집중되어 있어 타 목적으로 조성된 공간을 관광자원화하기 위한 논의는 충분히 진행되지 못하고 있다(문화체육관광부, 2020; Ashworth & Page, 2011).

이런 상황에서 2013년부터 일본에서 추진되고 있는 '인프라투어리즘'은 우리나라의 현실에 필요한 의미있는 시사점을 제공한다. 일본관광청은 새로운 매력을 통해 지역을

방문하는 관광객을 유치하는 목적으로 댐, 도로, 터널 등 공공인프라를 관광객이 체험할 수 있도록 하는 ‘인프라투어리즘’ 정책을 추진하고 있다. 2020년 현재 367개 공공인프라가 관광자원으로 활용되고 있으며 연간 약 50만 명의 관광객이 방문해 지역경제에 기여하고 있다(한국문화관광연구원, 2020). 비관광 목적으로 조성된 공공 및 민간인프라를 관광자원으로 성공적으로 활용하고 있는 사례는 일본 이외에도 여러 국가에서 상당수 찾아볼 수 있으며 인프라의 유형과 활용방식은 우리나라의 지역관광에서 중요한 함의를 지닌다.

따라서 본 연구는 우리나라의 지역이 지닌 공공 및 민간인프라가 관광자원으로 활용되기 위한 구체적인 방안을 모색하는 것을 목적으로 한다. 본 연구의 세부적인 목적은 다음과 같다. 첫째, 선행연구를 바탕으로 지역인프라 관광자원화의 개념 및 의의를 고찰한다. 둘째, 일본 및 세계 각국에서 지역인프라를 관광자원으로 활용한 사례를 분석하고 우리나라에 적용을 위한 시사점을 도출한다. 셋째, 지역인프라의 관광자원화를 위한 단계별, 유형별 전략을 제시하고자 한다.

II. 지역인프라의 관광자원화 개념 및 의의

1. 지역인프라의 관광자원화 개념

관광자원화는 자원에 인간의 기술, 인력, 자본 등을 투입하여 자원이 지닌 관광잠재력을 현재화시켜 관광목적으로 이용될 수 있도록 하는 것으로 자원에 관광편의시설을 설치하고 안내 및 서비스 제공체계를 구성하는 것을 의미한다(김병국 외, 2019). 관광학에서는 인간은 누구나 관광욕구를 갖고 있다고 전제하고 있으며 이를 충족시키기 위해 관광자원이 필요하다고 설명한다. 관광자원의 대상은 과거에는 산이나 바다 등 자연 자원 또는 역사유적이거나 전통문화 등 문화자원으로 주로 한정되는 경우가 많았지만, 관광 참여가 늘어나고 관광의 유형과 방식이 다양화되면서 우리 사회의 유·무형의 요소가 모두 관광자원의 잠재적 대상으로 이해되고 있다(조광익·심창섭, 2022; Munt, 1994).

이런 관점에서 관광자원화의 대상이 될 수 있는 지역인프라는 본래 관광객의 방문이 아닌 다른 목적으로 기 조성되었거나 조성이 계획된 시설이지만 관광객에게 매력적일 수 있는 요소를 지니고 있어 관광자원으로서의 잠재력을 지닌 공공 및 민간시설을 의미할 수 있다. 세부 유형으로는 토목시설(도로, 터널, 교량, 댐 등), 건축시설(건축물, 발전소, 군사시설 등), 산업시설(산업단지, 공장, 사업장 등), 문화시설(각급 학교, 종교시설, 체육시설 등), 농어업시설(농장, 목장, 과수원 등), 공공기관(시청, 공기업, 방송국 등)이 포함될 수 있다. 관광자원화의 가능성이 있는 지역인프라의 범위가 매우 넓고 유형

별로 요구되는 관광자원화 과정의 고려사항이 다를 수 있으므로 각 유형의 특징을 고려한 관광자원화 방안의 정립은 필수적이라고 할 수 있다.

관광자원화의 관점에서 지역인프라는 관광자원으로 활용되고 있는 수준에 따라서 다음과 같이 네 단계로 구분될 수 있다. 첫째, 인프라 조성단계로 시설이나 서비스에 대한 계획 과정이나 개발 단계인 경우가 있을 수 있다. 둘째, 관광기능 도입 단계로 시설이나 서비스가 운영 중이나 관광기능은 아직 본격적으로 도입되지 않은 단계인 경우이다. 셋째, 관광기능 강화단계로 시설이나 서비스의 본래 기능에 추가로 관광 기능이 일부 도입된 경우이다. 넷째, 관광지 전환단계로 시간의 흐름과 사회의 변화에 따라 시설이나 서비스의 본래 기능이 쇠퇴하고 관광자원으로서 가치를 보다 적극적으로 활용하려고 하는 경우이다. 각 지역인프라가 겪고 있는 관광자원화의 단계에 따라 요구되는 관광자원화의 방안이 상이할 수 있으므로 각 지역인프라의 단계에 대한 정확한 진단과 단계에 따라 보편적으로 요구되는 필수적인 전략을 도출해 활용하는 것이 필요하다고 할 수 있다.

관광개발 및 관광경영 분야에서 주로 활용되는 관광자원화의 수단을 고려할 때(한국관광공사, 2017) 지역인프라를 관광자원화 하기 위해서는 다음의 세 가지 수단이 활용될 수 있다. 첫째, 관광콘텐츠의 강화가 필요하다. 지역인프라를 소재 또는 배경으로 관광콘텐츠를 구성하기 위해서는 프로그램 및 콘텐츠개발, 디자인 등을 활용한 매력강화, 먹거리 및 살거리 등의 구매유도, 공연 및 전시 등의 이벤트 마련 등이 가능하다. 둘째, 관광기반여건 구축이 필요하다. 다른 목적으로 조성된 지역인프라가 관광기능을 하기 위해서는 관광기반여건의 구축이 필요하며 관광코스개발, 안내·해설 제공, 외국어 표기, 교통접근성 강화, 직원서비스 향상 등이 요구된다. 셋째, 관광홍보마케팅이 필요하다. 관광기능을 수행하게 된 지역인프라가 잠재고객인 국내·외 관광객 및 지역주민에게 관광매력을 전달하기 위해서는 관광홍보마케팅이 필요하며 브랜딩, 온·오프라인 홍보활동, 여행사연계를 통한 상품개발 등이 포함될 수 있다. 따라서 기존의 관광산업에서 활용되어 온 다양한 수단을 지역인프라의 유형과 관광자원화 단계를 고려해 체계적으로 활용하는 것이 지역인프라 관광자원화의 핵심이라고 볼 수 있다.

이러한 논의를 바탕으로 본 연구에서는 지역인프라의 관광자원화를 ‘공공 및 민간영역에서 기 조성되어 있거나 조성이 계획된 지역의 다양한 인프라가 관광객이 방문해 즐길 수 있는 관광자원으로 활용될 수 있도록 관광콘텐츠, 관광기반시설, 관광홍보마케팅 등의 확충을 지원하는 것’으로 정의하고자 한다.

표 1. 지역인프라 관광자원화의 주요 요소

구분	내용	
인프라 유형	토목시설	도로, 터널, 교량, 댐, 항만, 공항, 방재시설, 제방, 저수지 등
	건축시설	건축물, 발전소, 군사시설, 하수처리장, 쓰레기처리장, 등대 등
	산업시설	산업단지, 공장, 사업장, 오피스 등
	문화시설	각급학교, 종교시설, 체육시설, 도서관, 아트센터 등
	농어업시설	농장, 목장, 과수원, 어항 등
	공공기관	시청, 공기업, 방송국, 언론사 등
자원화 단계	인프라 조성단계	인프라가 아직 조성 전으로 계획 또는 조성 과정인 경우
	관광기능 도입단계	인프라는 운영 중이나 관광기능은 도입되지 않은 경우
	관광기능 강화단계	기존 기능 이외에 관광기능이 일부 도입된 경우
	관광지 전환단계	기존 기능이 쇠퇴하여 관광지로 전환이 필요한 경우
자원화 수단	관광콘텐츠	관광프로그램, 먹거리/살거리, 스토리 발굴, 경관디자인, 이벤트 등
	관광기반여건	코스개발, 접근성 강화, 안내정보 제공, 서비스 강화 등
	관광 홍보마케팅	온/오프라인 홍보, 브랜딩, 관계마케팅, 관광연계, 상품개발 등

2. 지역인프라 관광자원화의 의의

관광자원화의 일반적인 의의는 관광욕구를 충족시킬 수 있는 공간을 제공하고 지역 경제에 기여하는 동시에 관광객에 의한 자원의 무분별한 훼손을 방지하는 것이라고 할 수 있다(김병국 외, 2019). 관광자원화가 일반적으로 지니는 의의를 넘어서 지역인프라가 체계적인 관광자원화를 통해 관광객의 방문을 이끄는 지역의 매력이 된다면 다음과 같은 의의를 지닐 수 있다.

첫째, 다채로운 지역관광 매력의 확충에 기여할 수 있다. 지역인프라의 관광자원화는 일상의 관광화라는 변화하는 관광트렌드를 고려할 때(서울관광재단, 2019) 국내·외 관광객에게 현재의 관광자원의 범위를 넘어서 지역의 다양한 일상적 요소를 경험할 기회를 제공할 수 있다. 특히 자연경관이나 역사유적으로 이미 잘 알려진 관광목적지가 아니더라도 각 지역의 특색 있는 지역인프라가 지역의 일상을 경험하고자 하는 현대관광객에게 다채로운 지역관광매력으로 인식된다면 관광객의 수도권 집중을 완화할 수 있는 계기가 될 수 있다.

둘째, 살아있는 현장교육의 장으로 활용할 수 있다. 지역인프라는 우리 국민의 삶과 밀접하게 관련된 기능을 하고 있지만, 일부 인프라를 제외하고는 평소 접근성이 떨어지거나 실제 운영과정을 경험하기 힘든 경우가 많다. 지역인프라의 관광기능을 확대하여 관광객 및 지역주민의 체험기회가 늘어난다면 관광목적지로서 뿐만 아니라 견학, 답사, 실습 등의 형태로 살아있는 현장교육의 장으로 활용될 수 있다.

셋째, 지역인프라의 사용가치가 증대될 수 있다. 지역인프라가 본래 조성된 목적 이

외에 관광 목적으로 활용될 수 있도록 기능이 추가된다면 인프라 조성을 위해 투입된 비용 대비 사용가치가 증가하여 지역이 충분한 인프라를 보유할 수 있는 계기가 될 수 있다. 특히 인구감소 등으로 현재 활용이 저조한 지역인프라가 관광객을 통해 활용이 늘어나 유지될 수 있다면 주민의 삶의 질에 긍정적 영향을 미치게 된다(김민지 · 나인수, 2019; 김다혜 · 양승우, 2021).

넷째, 인프라강국으로서의 우리나라 국가브랜드 가치 제고에 기여할 수 있다. 우리나라의 지역인프라가 관광자원으로서 잠재적 가치를 갖고 있는 이유는 세계 10위권의 경제수준을 갖고 있는 선진국으로서 전 세계에 내놓아도 손색이 없는 수준의 다양한 지역인프라를 보유하고 있는 단계에 이르렀다는 사실에 기반한다(아시아경제, 2011). 따라서 산업, 토목, 농수산업, 문화, IT 등 다양한 분야의 지역인프라의 관광자원화를 통해 내국인의 자부심을 고양하고 외국인 관광객에게는 국가브랜드를 높일 수 있는 기회가 될 수 있다.

요컨대, 지역인프라의 관광자원화는 지금까지 개인의 여가·소비활동 또는 지역 및 국가 경제에 기여하는 산업으로서 개인적·산업적 측면에서만 주로 접근되어 온 관광이 더욱 다양한 우리 사회에 영역과 결부되어 공적 가치를 창출하는 확장된 역할을 하는 과정으로 이해될 필요가 있다.

Ⅲ. 지역인프라 관광자원화 사례 분석

1. 사례분석 절차

본 연구의 목적인 지역인프라의 관광자원화를 위한 방안을 도출하기 위하여 본래 비관광 목적으로 조성된 시설을 관광 목적으로 적극적으로 활용하고 있는 국내 및 국외 사례를 분석하고 시사점을 도출하고자 한다. 사례연구(Case study)는 특정 현상과 관련된 다양한 자료를 수집하여 깊이있게 분석함으로써 충분한 맥락적 이해를 바탕으로 현상을 이해하기 위한 수단이다. 본 연구에서는 Creswell(1998), 심원섭(2010)의 관점을 반영하여 사례 선정 과정에서 유효성(Validity), 신뢰성(Reliability), 시사성(applicability), 접근성(accessibility)의 네 가지 원칙을 적용하였다.¹ 이 과정에서 국내 및 국외 사례 총 24개가 선정되어 전반적인 내용이 검토되었으며 본 논문에서는 대표적인 사례 7개를 소개

1 유효성(validity)은 연구목적에 잘 부합하는 사례인가, 신뢰성(reliability)는 정확하고 믿을 수 있는 사례인가, 시사성(applicability)은 실제 적용 가능한 시사점을 제공할 수 있는 사례인가, 접근성(accessibility)은 충분한 정보를 확보할 수 있는 사례인가를 의미함

하였다. 사례분석은 본 연구의 주제의 측면에서 모든 사례를 관통하는 보편성과 사례별 특수성에 초점을 맞춰 분석이 이루어졌고 분석결과는 우리나라의 관점에서 필요한 시사점으로 정리되었다.

2. 국외 사례

1) 일본 : 인프라투어리즘²

일본은 2013년 「관광입국 실현을 위한 액션프로그램」을 시작으로 2017년 발표된 「내일의 일본 관광비전」 등을 통해 지역에 있는 공공시설 인프라를 관광객에게 개방하는 ‘인프라투어리즘’ 정책을 추진하고 있다. 지금까지 일반인에게 개방되지 않았던 아카사카, 교토영빈관 등을 포함해 각 지역의 황궁, 총리관저, 화폐공장, 방수로, 지하참호 등을 개방하여 2020년 기준 367개 공공인프라가 관광 목적 방문이 가능하게 되었다. 관광객의 편의를 위해 관광수용여건을 향상하고 서비스의 개선 및 홍보 강화, 부처 간 협력체계 구축 등을 지속적으로 진행하고 있다. 세부적인 운영방식으로는 시설의 운영 주체가 자체적으로 실시하는 ‘현장견학’ 및 민간여행사가 기획해 위탁운영하는 ‘민간주최투어’ 등이 있으며 전용 웹사이트를 개설하고 전문여행사 모집, 학생공모전 등도 실시해 활성화를 추진하고 있다. 또한, 시설의 조성단계에 따라 ‘운영 중인 인프라’와 ‘공사 중인 인프라’로 구분될 수 있다. 일본 ‘인프라투어리즘’의 매력으로는 거대한 구조물의 동적 경관을 체험하고, 평소 체험할 수 없는 인프라 내부를 경험하거나 지금 단계에서만 경험할 수 있는 공사장면 등 비일상적인 체험이 가능하고 인프라의 역할이나 배경 등을 이해함으로써 발생하는 학습효과 등을 제시하고 있다. 연간 1천명 이하 방문하는 수준인 인프라가 대부분인 86%를 차지하고 있지만 1만명 이상 방문하는 시설도 10개소(3%) 정도 있는 등 연간 약 50만명 정도가 방문하고 있는 것으로 나타났다.

2) 프랑스 : 페르라셰즈 묘지투어³

나폴레옹 집권기인 1804년 파리 시내에 문을 연 페르라셰즈 공동묘지(Cimetière du Père-Lachaise)는 44ha의 면적에 30만구가 넘는 시신이 안치된 거대한 공동묘지로 파리에서 가장 큰 규모의 묘지이다. 이 묘지에는 프랑스의 건축가 부로니아르가 설계한 최초의 정원식 묘지로 음악가 쇼팽, 소설가 알퐁스 도데, 영화감독 짐모리슨, 시인 오스카 와일드, 작곡가 조르주비제 등 세계적 예술가의 묘가 위치해 있다.

일반적으로 부정적인 이미지의 공동묘지가 아닌 경건하고 고즈넉한 분위기에 공원처

2 문화체육관광부(2020), 일본관광청 홈페이지(jnto.go.jp), 한국문화관광연구원(2020)

3 페르라셰즈 묘지 홈페이지(pere-lachaise.com)

림 울창한 숲 속에 잘 정돈된 산책로를 가지고 있어 파리 시민들이 많이 찾는 공간이며 예술작품 같은 다양한 묘비조각과 조형물을 돌아볼 수 있다. 매년 200만 명이 방문하고 있는 파리의 명소로 자리매김하였으며 엄청난 면적 탓에 묘지관리소에서는 지도를 제작해 배포하고 있고 여행업체가 다양한 유형의 묘지투어를 출시해 운영하고 있다.

3) 스페인 : FC바르셀로나 홈구장 투어⁴

스페인 제2의 도시 바르셀로나를 연고지로 1899년 창단된 FC바르셀로나는 세계에서 가장 잘 알려진 축구클럽 가운데 하나로 프리메라리그를 총 26번 우승했으며 요한 크루이프, 리오넬 메시 등 유명 축구스타들이 거쳐 간 명문클럽이다. FC바르셀로나의 홈구장 ‘캄노우(Camp Nou)’는 수용인원이 약 10만명으로 세계에서 11번째로 크고 유럽에서는 가장 큰 축구경기장이다. FC바르셀로나의 홈구장 ‘캄노우’는 투어가 가능한데 요금은 성인기준 25유로이며 외부에서 설명을 듣고 이후 개별적으로 경기장에 입장해서 투어 하는 형태이며 2시간 정도 소요되는데 박물관, 선수대기실, 입장터널, 라커룸, 샤워실, 프레스룸, 커멘터리박스, 멀티미디어 스페이스 등을 관람할 수 있어 FC바르셀로나의 전통과 역사를 한 눈에 경험할 수 있다. 주요 경기가 있는 날에는 운영하지 않으며 온·오프라인 티켓팅을 통해 관람이 가능하고 오디오가이드, VR장비 등을 활용해 재연된 경기를 관람할 수도 있으며 경기장의 잔디, 골대 그물 등을 기념품으로 활용하고 있다.

4) 포르투갈 : 코임브라 대학교⁵

포르투갈 중부의 역사도시 코임브라에 위치한 코임브라대학교(Universidade de Coimbra)는 1290년 설립되어 전 세계에서 가장 오래된 대학의 하나로 알려져 있으며 7세기에 걸친 대학도시의 발전과정의 역사적 가치를 인정받아 지난 2013년에 유네스코 세계문화유산으로 지정되었다. 코임브라 대학교의 건축방식은 13세기의 역사적, 예술적, 이념적 특성을 반영하고 있으며 특히 100만권의 장서를 보유한 조아니나 도서관은 세상에서 가장 아름다운 도서관에 선정될 정도로 아름답고 고풍스러운 느낌을 갖고 있다. 코임브라 대학교를 방문하는 관광객들은 도시의 주요 수입원으로 자리매김 하고 있다. 코임브라 대학교는 대학교를 배경으로 관광 상품을 만들어 판매하는 관광 사업자들을 위한 별도의 거래플랫폼을 운영하고 있으며 가이드 등록제를 통해 가이드투어를 관리하고 있다. 대학캠퍼스는 구대학과 신대학으로 나누어지는데 철의문, 시계탑, 라틴회랑, 모자의 방, 도서관 등의 볼거리가 위치한 구대학을 들어가기 위해서는 포함사항에

4 FC바르셀로나 홈페이지(fabarcelona.com)

5 UNESCO 세계문화유산 홈페이지(whc.unesco.org)

따라 5~12.5유로의 입장권을 구매해야 하며 관광객을 위한 서비스와는 별도로 학생들을 위한 방문프로그램을 운영하고 있다.

3. 국내 사례

1) 아트센터 투어⁶

국내의 일부 아트센터, 문화예술회관 등은 공연관람객이 평소 진입하기 어려운 백스테이지를 해설과 함께 돌아볼 수 있는 투어프로그램을 운영하고 있다. 세종문화회관은 2005년 이후 백스테이지투어인 세종투어를 진행하고 있는데 투어매니저에 의한 ‘역사자료관 투어’ 및 무대기술팀장이 이끄는 ‘공연장 투어’ 등으로 구분되어 운영된다. 세종문화회관 건물의 주요 공간 및 예술품의 의미 및 3개 공연장별 특징 등에 대해 해설되며 단체 참여 시에는 맞춤형 설명도 진행되게 된다. 예술의전당은 2006년부터 20명 정원의 SAC투어를 월 1회 진행하고 있는데 로비와 객석을 관리하는 하우스매니저에 의해 분장실, 출연자 휴게실, 악기보관소, 의상보관소 등을 둘러보며 공연장 별 특성을 비교해설하고 있다. 명동예술극장은 1936년 건립된 후 현재 리모델링되었지만 과거의 외관이 일부 남아있는 등 역사적인 의미를 지닌 공간으로 알려져 있다. 월 1회 20명 정원으로 60분간 진행되는 백스테이지 투어에서는 참가자는 분장실, 연습실, 조명실 등 직접 공연장 시설을 체험할 수 있고 극장의 다양한 위치에서 역할을 수행하는 극장 스태프와 직접 만날 수 있는 기회를 제공하고 있다. 부산아트센터는 2014년부터 월 1회 독특한 테마로 투어를 진행하고 있는데 백스테이지 투어뿐만 아니라 건축투어, 직업체험투어, 청소년투어, 할로윈 투어 등이 진행되어 왔다. 세부 시설인 연강홀, Space111, 부산갤러리 등의 루트를 통해 직접 무대를 밟아보는 것은 물론 조명 및 음향 시연을 볼 수도 있다.

2) 대법원 투어⁷

대법원은 전시관 설명프로그램을 운영하고 있는데 주 3회 90분으로 진행되는 단체 관람객을 위한 프로그램과 매일 2회 30분으로 진행되는 개인관람객을 위한 프로그램으로 구분된다. 단체관람은 20명 이상 50명 이하로 신청 가능한데 대법원 홈페이지를 통한 사전예약을 통해 운영되며 대법원 1층 대강당에서 사법부 홍보동영상 관람 후 법원 전시관, 소법정, 대법정, 정의의 여신상 관람, 판사와의 대화 또는 모의재판 체험 순으로 진행된다. 별도의 투어프로그램에 대한 예약 없이 가족단위 등 개별방문도 가능하

6 더뮤지컬(2018), 세종문화회관 홈페이지(sejongpac.or.kr) 예술의전당 홈페이지(sac.or.kr)

7 대법원 홈페이지(www.scourt.go.kr)

며 설명프로그램이 운영되는 시간에는 단체관람에 방해가 되지 않는 선에서 담당직원의 해설을 함께 참여할 수 있다.

3) 서울올림픽 주경기장 투어⁸

서울시는 2017년부터 체육시설관리사업소가 주관해 서울올림픽 주경기장 투어를 비정기적으로 진행하고 있다. 1회 30명까지 참가할 수 있으며 인솔자의 인솔 하에 90분간 진행되는 투어에서는 서울올림픽전시관, 올림픽스타의 길, 뮤직스타존, 육상트랙 및 잔디체험, 락커룸, VIP실, 성화대 등을 견학하게 된다. 투어는 서울시 공공서비스예약 시스템을 통해 예약제로 운영된다. 코로나19 발생 이후인 2020년 11월에 주경기장 미니투어의 방식으로 마지막으로 진행되었으며 유튜브 영상을 통한 온라인 미니투어도 별도로 제공하기 시작하였다. 현재는 해당 지역이 국제교류복합지구로 지정되어 인근에 시민참여관이 설치되었으며 주경기장을 포함한 전체 사업지역과 관련하여 다양한 시민과 관광객이 참여할 수 있는 체험프로그램을 제공하고 있다.

4. 시사점

관광 이외의 목적으로 조성된 지역인프라를 관광자원으로 활용하고 있는 국내·외 사례를 통해 아래와 같은 시사점을 제시할 수 있다.

첫째, 인위적 연출이 아닌 인프라 고유의 기능이 기반이 된 관광자원화가 요구된다. 지역인프라가 성공적으로 관광자원으로 활용되고 있는 국내·외 사례를 살펴보면 관광매력의 원천은 지역인프라가 본래 조성된 목적으로 운영되고 있는 고유의 기능이며 관광객만을 위한 과도하고 인위적인 연출이나 시설은 많지 않다. 또한, 성공적으로 운영되는 개별사례의 경우에도 관광자원화 자체가 관광매력 향상의 중요한 요인이 되었다기보다는 고유의 목적이 충실히 운영되고 관광기능이 보완될 때 효과적인 관광자원화가 이루어진 것으로 판단된다.

둘째, 인프라의 주제별 유형 및 관광자원화의 단계에 따른 전략이 요구된다. 지역인프라는 지역이 지니고 있는 모든 요소를 의미하는 광범위한 개념으로서 토목시설, 건축시설, 산업시설, 문화시설 등 매우 다른 특징을 지닌 시설 및 장소들의 집합이므로 일관된 관광자원화 공식이 존재할 수 없고 주제별 유형화를 통해 각 특징에 따라 필요한 관광콘텐츠, 관광기반여건, 관광홍보마케팅 전략을 도출해야 할 것이다. 또한 많은 지역인프라는 관광기능이 전무하지만 일부 지역인프라의 경우에는 이미 관광자원으로서 기능을 시작하고 있는 곳도 있어 관광자원화의 단계별로 필요한 지원방식과 발전전략

8 서울특별시 체육시설관리사업소 홈페이지(stadium.seoul.go.kr)

을 세분화할 필요가 있다.

셋째, 예산지원·하드웨어 보강보다는 콘텐츠 확충 및 홍보마케팅에 초점을 맞추어야 할 것이다. 일본의 인프라투어리즘 정책은 각 지역인프라가 관광자원으로 활용될 수 있도록 예산지원이나 기반시설을 설치해주는 형태의 사업이 아니라 지역인프라가 매력적인 관광자원일 수 있다는 사실을 적극적으로 인식시키고 전국에 있는 인프라관광지를 홍보하는 포털사이트를 운영하는 등의 홍보마케팅에 집중하고 있다. 성공적으로 운영하고 있는 개별 인프라관광 사례에서도 관광객을 위한 하드웨어 보강보다는 콘텐츠 확충, 관광프로그램 운영 등을 통해 관광매력을 높이고 이에 따라 자연스럽게 민간 여행사가 관련 상품을 출시하는 형태로 발전하고 있음을 알 수 있다.

IV. 지역인프라 관광자원화 방안

1. 관광자원화 방안의 구성

본 장에서는 2장에서 진행된 지역인프라 관광자원화의 개념화를 통해 도출된 핵심요소를 중심으로 3장에서 진행된 국내·외 사례분석을 통해 도출된 시사점을 반영하여 우리나라의 지역인프라가 체계적인 과정을 통해 관광자원으로 거듭나기 위한 방안을 제시하고자 한다. 세부적으로는 관광자원화의 일반적인 과정을 기준으로 한 ‘관광자원화 절차’, 관광자원화 수준에 따른 ‘구성 단계별 전략’, 그리고 자원의 유형별 특징을 고려한 ‘인프라 유형별 전략’으로 구분된 관광자원화 방안을 제안하고자 한다. 이 과정에서 관광콘텐츠 전략, 관광기반여건 전략, 관광홍보마케팅으로 구분된 세부 전략을 포함하여 적용가능한 구체적 방안으로 제시되었다.

2. 관광자원화 방안

1) 관광자원화 절차

지역인프라의 관광자원화는 다음의 절차에 따라 진행될 수 있다. 첫째, 관광자원화 단계의 파악과 목표 및 전략방향의 설정이다. 즉 현재 어느 정도 수준으로 관광자원화가 진행되었는지를 파악하여 관광자원화 단계를 결정하는 것이다. 인프라 조성단계, 관광기능 도입단계, 관광기능 강화단계, 관광지 전환단계 등으로 구분될 수 있다. 이어서 파악된 관광자원화의 단계에 따라 목표설정이 필요하며 이를 위해서는 해당 인프라를 기존 기능이 아닌 관광자원의 관점에서 전반적으로 내·외부 환경을 분석하는 것이 필요하다. 이 과정에서 SWOT분석을 통한 환경분석 및 기존/관광기능의 비율, 목표 방

문자수, 목표 관광매출 등을 설정할 수 있다.

둘째, 관광자원화 공동사업 및 유형별 세부사업의 도출이 필요하다. 앞선 내·외부 환경분석 및 목표설정을 바탕으로 인프라 유형에 관련 없이 관광자원화를 위해 기본적으로 적용되어야 할 공동사업을 관광콘텐츠, 관광기반여건, 관광홍보마케팅의 영역별로 검토하고 필요한 사업을 도출해야 한다. 이어서 인프라 유형별 세부사업의 도출이 필요한데 기존의 기능에 따라 다양한 유형으로 구분될 수 있는 지역인프라는 기본적인 공동사업 이외에도 유형의 특수성에 따른 별도의 세부사업 도출이 필요하다.

마지막으로 사업의 실행이 필요하다. 도출된 공동전략 및 유형별 세부전략에 따라 미리 설정된 목표 및 전략방향을 달성하기 위한 사업의 우선순위를 설정하고 예산을 고려하여 중요한 사업을 우선하여 단계적으로 실행할 필요가 있다. 관광기능을 수행하기 위해 필수적으로 갖추어야 할 사항이 가장 단기적으로 실행될 수 있으며 필요하지만 예산이 소요되는 경우는 중기적으로, 관광기능 고도화를 위해 사업진행을 통해 추가적 실행여부를 결정해야 할 것은 장기적으로 실행되어야 한다.

2) 조성 단계별 전략

지역인프라의 관광자원화는 인프라의 조성단계에 따라 인프라 조성단계, 관광기능 도입단계, 관광기능 강화단계, 관광지 전환단계 등으로 구분될 수 있다.

첫째, 아직 조성이 완료되지 않았거나 계획 중에 있는 지역인프라에 대해서는 본래 조성 목적뿐만 아니라 관광자원으로 활용될 수 있도록 관광객의 방문을 고려해 시설을 조성하고 수정된 운영방안 및 조직구성으로 개장하는 것이 필요하다. 이를 위해서는 유사 선행사례를 참고해서 해당 지역인프라의 운영과 관련된 유관기관과의 유기적 협력을 통해 조성계획의 수정이 필요하며 수정된 조성계획을 수행하기 위한 예산증액을 어떻게 부담할 것인지에 대한 논의가 필요할 수 있다.

둘째, 이미 조성되어 본래 목적을 위해 운영되고 있는 지역인프라가 관광자원으로서의 잠재력을 활용하기 위해 새롭게 관광기능을 도입하는 경우 시설의 어떤 측면이 관광객에게 매력이 있을 수 있는가에 대한 분석을 바탕으로 관광콘텐츠를 발굴하는 것이 우선되어야 한다. 관광자원으로서의 시장성에 대한 검증이 부족한 상황에서 관광객을 위한 대폭적인 시설변화나 조직변화를 시도하기보다는 발굴된 관광콘텐츠를 바탕으로 시범적인 소규모 운영 및 파일럿프로그램을 통해 가능성을 점검한 후 단계적으로 기반 시설 확충 및 홍보마케팅이 진행되어야 한다.

셋째, 지역인프라가 본래 조성목적 이외에 이미 관광자원으로서 일정 수준 활용되고 있는 경우에는 현재 상황에 대한 명확한 진단과 확장 가능성에 대한 검토를 통해 전반적인 지원보다는 예산투입이 필요한 영역에 대한 집중적인 강화가 필요하다. 예를 들

어, 방문을 원하는 수요에 비해 수용력이 부족할 경우 관광기반시설에 대한 증축이 필요하며 충분한 수용능력에 비해 수요가 부족한 경우에는 관광콘텐츠의 강화 또는 관광홍보마케팅을 통한 수요창출이 필요하다.

넷째, 일부 지역인프라의 경우 사회 환경의 변화로 인해 기존보다 본래 목적의 사용 가치가 현격히 줄어들어 시설축소나 폐쇄의 상황에까지 이르는 경우가 있는데 이 경우 시설의 기본골격은 유지한 채로 관광지로의 기능을 대폭 강화하여 관광지로 전환하는 전략이 필요할 수 있다. 이 경우 관광자원으로서 매력에 대한 진단 및 기존 업무기능과 관광기능의 적절한 비율에 대한 검토를 바탕으로 관광콘텐츠, 관광기반시설, 관광홍보 마케팅의 전 영역에서 전문가의 컨설팅을 바탕으로 시설 리모델링에 준하는 수준의 종합재생계획이 수립되어 진행될 필요가 있다.

3) 인프라 유형별 전략

지역인프라는 토목시설, 건축시설, 산업시설, 문화시설, 농어업시설, 공공기관 등의 유형으로 구분될 수 있으며 각각의 유형에 따라 관광자원화를 위해 차별화된 전략이 필요하다.

첫째, 도로, 터널, 교량, 댐 등의 토목시설에 대한 관광자원화의 목표는 선진기술과 압도적 스케일의 공간경험을 창출하는 것이라고 볼 수 있다. 관광콘텐츠 측면에서는 압도적인 스케일과 비현실감에 대한 경험을 위해 전체조망이 가능한 포토스팟을 설치하거나 특별한 분위기를 활용한 문화예술이벤트가 가능할 수 있다. 관광기반여건 측면에서는 안전을 고려한 별도의 탐방로 및 전망대, 시설조망을 위한 외부시설, 조명 및 야간관광 인프라가 요구된다. 관광홍보마케팅의 전략으로는 관광자원으로서 인지도 향상이 우선되어야 하며 특별한 공간경험이나 시설이 지닌 국내·외적 위상 등을 강조하는 것이 필요하다.

둘째, 건축물, 발전소, 군사시설 등 건축시설을 관광자원화하기 위한 목표는 진입하기 어려운 백스테이지의 희소한 경험을 제공하는 것이 될 필요가 있다. 관광콘텐츠 측면에서는 접근이 제한된 백스테이지의 운영공간에서 해설을 통한 소규모투어를 구축하는 것이 필요하다. 관광기반여건 향상을 위해서는 업무방해가 없는 동선설정과 사전교육을 위한 공간마련, 직원 서비스교육이 필요할 수 있다. 관광홍보마케팅을 위한 전략으로는 현장학습을 위한 견학장소로의 홍보나 관련 주제의 협회 및 동호회 등과 연계하는 전략도 효과적일 수 있다.

셋째, 기업본사, 공장, 산업단지 등의 산업시설을 관광자원화하기 위한 목표는 민간 기업에도 이익이 될 수 있도록 관광기능을 추가하는 것이 될 필요가 있다. 관광콘텐츠 측면에서는 해당 산업의 역사를 보여줄 수 있는 콘텐츠 및 기업의 이미지를 홍보할 수

있는 굿즈개발 등이 가능하다. 관광기반여건 측면에서는 쇼룸 및 전시관을 1층이나 입구 인근에 설치에 누구나 부담 없이 접근가능하도록 해야 하며 브랜드 포토존의 설치, 생산공정 투명유리화, 산업보안을 고려한 동선 등이 필요하다. 관광홍보마케팅 측면에서는 유명브랜드 및 차별화된 기술 홍보나 유사업종의 산업관광지와의 연계홍보 등이 가능할 수 있다.

넷째, 각급 학교, 종교시설, 체육시설, 도서관 등의 문화시설을 관광자원화 하기 위한 목표는 현지인의 일상적인 삶을 직접 경험할 수 있도록 하는 것에 초점을 맞출 필요가 있다. 시설의 전체 기능을 돌아보고 설명을 들을 수 있는 해설투어프로그램이나 주민과 직접 교류하거나 일반적으로 접근이 어려운 운영공간에 진입할 수 있도록 하는 것도 가능하며 해당 시설을 상징할 수 있는 기념품 판매도 필요하다. 관광기반 여건 측면에서는 다른 시설유형과 비교해서는 방문자를 위한 여건이 확보된 경우가 많으므로 시설의 종합적 기능 및 역사를 볼 수 있는 전시관, 기념품 판매시설, 외국어 안내 등이 필요할 수 있다. 홍보마케팅 전략으로는 현지에서 ‘살아보기’ 콘텐츠로 인식되도록 할 필요가 있으며 외국인을 대상으로 한 단체관광상품이나 당일투어로 개발되는 것도 필요하다.

다섯째, 농장, 목장, 과수원, 어항 등 농어업시설을 관광자원화 하기 위한 목표는 농·어촌관광의 기존 틀을 벗어나 자생력있고 시장성있는 웰니스관광콘텐츠로 도약하는 것이 되어야 한다. 관광콘텐츠 측면에서는 자연체험, 음식체험, 직거래 등을 포함하여 도시민들이 웰니스관광 목적으로 선택할 수 있는 다양한 가격대의 고부가가치 콘텐츠를 제공하는 것이 필요하다. 관광기반여건 측면에서는 체험공간 및 장비제공, 한달살기 등이 가능하도록 공유숙박 플랫폼을 연계하거나 캠핑 등 아웃도어스포츠가 가능한 시설을 구비하는 것도 가능하다. 관광홍보마케팅 측면에서는 각 지역의 대표적 농수산물을 경험할 수 있고 고품격 웰니스관광지로서 인식시키는 것이 요구된다.

여섯째, 시청, 관공서, 공기업, 방송국 등 공공기관의 관광자원화를 위한 목표로는 공공기관이 지닌 세계적인 선진시스템을 홍보함으로써 국가브랜드를 제고하는 것이 될 수 있다. 관광콘텐츠로는 다른 나라에서 벤치마킹하고자 하는 선진시스템 및 기술을 단시간에 압축적으로 관람할 수 있도록 하는 것이 필요하며 구내식당이나 구내카페 등을 이용할 수 있도록 하는 것도 가능하다. 관광기반여건 향상을 위해서는 해설프로그램이 필수적이며 업무방해 없는 동선설정 및 쇼룸, 전시관, 역사관 등도 설치될 수 있다. 관광홍보마케팅 측면에서는 학생의 현장학습 및 다른 국가의 관계자가 현장을 견학하기 위한 코스라는 측면에서 국가별 관심사를 파악해 맞춤형 홍보하는 것이 필요하다.

V. 결론

본 연구에서는 지역인프라의 관광자원화라는 새로운 유형의 관광개발에 대해 논하였다. 관광목적으로 조성되지 않은 다양한 공공 및 민간인프라를 관광자원화하는 것은 관광의 방식과 대상이 갈수록 확장되는 최근의 관광트렌드 및 최근 많은 지역이 요구받고 있는 방문자경제로의 전환이라는 시대적 흐름을 반영하는 과정으로 이해될 수 있다. 따라서 본 연구는 지역인프라의 관광자원화의 개념 및 의의를 도출하고 국내·외 선행사례 분석을 통해 드러난 시사점을 반영해 지역인프라의 관광자원화를 위한 절차 및 단계별·유형별 전략을 제시하고자 하였다. 본 연구의 결과를 바탕으로 향후 지역인프라의 관광자원화가 보다 활성화되기 위해 고려해야 할 정책적 제언은 다음과 같다.

첫째, 지역인프라 관광자원화에 대한 인식 개선 및 편익에 대한 분석이 필요하다. 즉 지역관광 활성화를 위하여 관광자원으로서 지역인프라가 지닌 의의, 특성 및 효과성에 대한 긍정적 인식을 확산시키기 위해 체계적인 연구, 활용 계획 수립 등의 지역인프라 관광자원화의 정책적 체계를 만들어가는 것이 요구된다. 세부적으로는 관광자원 활용의 가치재로서 지역인프라에 대한 인식 변화를 이끌어내기 위해서는 지역인프라가 지역관광 활성화에 얼마나 기여하는지, 사회적 및 경제적 효과와 편익은 얼마나 있는지 등에 대한 연구 추진이 필요할 수 있다.

둘째, 관광자원으로서 활용가치가 있는 지역인프라 현황 및 실태조사 분석이 필요하다. 지역인프라는 지역의 공공 및 민간 인프라를 포함하는 것으로서 범위가 넓고 다양하기 때문에 어디까지를 관광자원화 측면에서 활용가치가 있는 지역인프라 범위에 포함할 것인가를 파악하는 것은 매우 중요한 과제가 된다. 본 연구에서는 지역인프라의 유형을 토목시설, 건축시설, 산업시설, 문화시설, 농어업시설, 공공기관 등으로 구분해 제시한 바 있다. 이처럼 지역인프라 관광활용 실태 조사와 함께 관광자원으로서 활용가치가 있는 지역인프라 현황 및 실태를 조사 분석하는 것이 필요하다.

셋째, 지역인프라 대상으로 하는 분야 간 사업 연계 및 공감대 형성이 필요하다. 지역인프라와 관련된 분야의 다양성을 고려하여 상호 협력적으로 관광자원화 사업을 추진하도록 하는 것이 필요하다. 정부 부처도 국토부뿐만 아니라 문화체육관광부, 산업통상자원부, 농림축산식품부, 해양수산부 등 다양해 관광자원화의 수준과 부처 간 협력의 범위를 설정하는 것이 중요하다. 이를 위하여 지역인프라 관광자원화에 대한 공감대를 형성하고 협력체계를 구축하고 지역인프라 특성에 따라 관광자원화 사업을 추진할 수 있는 체계를 갖추도록 해야 할 것이다.

본 연구는 변화하는 관광트렌드 및 지역관광의 환경을 반영한 지역인프라의 관광자원화라는 새로운 방식의 관광개발 방안을 제시했다는 의의를 지니고 있지만 다음과 같은

연구의 한계를 지닌다. 해당 주제에 대한 탐색적, 개념적 연구로서 관련 선행연구가 부족해 이론적 고찰에 한계를 지니며 국내·외 유사사례 검토 이외에 실증분석이 포함되지는 않아 연구결과의 일반화에는 어려움이 있다. 또한, 지역인프라의 특성상 매우 광범위한 유형의 공간 및 시설이 포함될 수 있어 본 연구의 내용에서 다루지 못한 유형이 존재할 수 있으며 향후 실제 실행과정에서는 각각의 유형별 특성을 고려한 관광자원화가 필수적일 것으로 판단된다. 마지막으로 다양한 유형의 시설이나 서비스가 포함될 수 있는 지역인프라의 개념적 범위에 따라 관광자원화의 필요성에 대한 다양한 층위의 의견이 존재한다는 점도 본 연구의 근원적 한계로 볼 수 있다. 따라서 본 연구의 결과를 기초자료로 활용하여 다양한 방법론을 적용한 실증분석 및 유형별 시설에 관한 후속연구 및 지역인프라 관광자원화의 필요성을 뒷받침할 수 있는 학술적 기반의 축적이 요구된다.

정책적 시사점

본 연구는 관광 목적으로 조성되지 않은 지역의 다양한 공공 및 민간인프라를 관광자원으로 활용하기 위한 방안을 제시하는 연구이다. 지역인프라의 관광자원화를 공공 및 민간영역에서 기 조성되어 있거나 조성이 계획된 지역의 다양한 인프라가 관광객이 방문해 즐길 수 있는 관광자원으로 활용될 수 있도록 관광콘텐츠, 관광기반시설, 관광홍보마케팅 등의 확충을 지원하는 것으로 정의된다. 지역인프라의 관광자원화는 다채로운 지역관광매력의 확충, 살아있는 현장교육의 장으로서의 활용, 지역인프라의 사용가치 증대, 분야간 협업모델 창출, 인프라 강국으로서의 국가브랜드 가치 제고 등의 의의를 지닐 수 있다. 지역인프라의 관광자원화를 위해서는 인프라 조성단계, 관광기능 도입단계, 관광기능 강화단계, 관광지 전환단계에 따른 단계별 전략 및 토목시설, 건축시설, 산업시설, 문화시설, 농업시설, 공공기관 등의 유형에 따른 전략이 필요하다.

참고문헌

1. 강신겸(2019) “방문자 경제와 관광정책 방향”. 『한국관광정책』 76: 18-25.
2. 국토연구원(2022) “지방소멸 대응 정책 방향과 추진전략”.
3. 고동완(2012) “일상의 관광화 관광의 일상화”. 『한국관광정책』 49: 8-14.
4. 김다혜·양승우(2021) “일본 도쿄도 철도고가 하부공간의 활용실태 연구”. 『도시정책연구』

- 구」 12(1): 67-88.
5. 김민지·나인수(2019) “유휴시설을 활용한 문화기반 도시재생의 특성 및 유형별 전략분석 연구”. 「도시정책연구」 10(2): 59-76.
 6. 김병국·김재호·박석희(2019) 신관광자원론. 대왕사.
 7. 문화체육관광부(2020) “지역인프라 관광자원활용제도 연구”.
 8. 서울관광재단(2019) “서울 생활관광 개념정립 및 정책방안 연구”.
 9. 심원섭(2010) “관광학연구의 접근방법으로서 사례연구의 방법론적 고찰: 관광학연구지 논문 분석을 중심으로”. 「관광학연구」 32(2): 193-211.
 10. 아시아경제(2011. 5. 2) ‘한국 전자정부 시스템’ 열풍, 개도국 잇따라 방문. <http://www.asiae.co.kr/news/view.htm?idxno=2011050210254453573>(2022년 5월 15일 접속)
 11. 이훈·심창섭(2018) “오버투어리즘 현상의 이해와 향후 과제”. 「한국관광정책」 73: 70-78.
 12. 조광익·심창섭(2022) 문화관광론. 백산출판사
 13. 한국관광공사(2017) “외국인 관광활성화를 위한 전략수립 연구”.
 14. 한국문화관광연구원(2018) “오버투어리즘 현상과 대응방향”.
 15. 한국문화관광연구원(2020) “생활SOC의 관광활용방안 연구”.
 16. 한국지방행정연구원(2021) “관계인구를 활용한 인구유입방안”.
 17. Creswell, J. W.(1998) *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Tradition*. Thousand Oaks, California: Sage Publication Inc.
 18. UNWTO(2020). *UNWTO Recommendations on Urban Tourism*. Madrid: UNWTO.
 19. Uriely, N.(2005). “The tourist experience: Conceptual developments”. *Annals of Tourism Research*, 32(1): 199-216.
 20. 대법원 홈페이지 www.scourt.go.kr
 21. 서울특별시 체육시설관리사업소 홈페이지 stadium.seoul.go.kr
 22. 세종문화회관 홈페이지 sejongpac.or.kr
 23. 예술의전당 홈페이지 sac.or.kr
 24. 일본관광청 홈페이지 jnto.go.jp
 25. 페르라셰즈 묘지 홈페이지 pere-lachaise.com
 26. FC바르셀로나 홈페이지 fabarcelona.com
 27. UNESCO 세계문화유산 홈페이지 whc.unesco.org

논문접수: 2022.04.07

1차심사완료: 2022.05.25

2차심사완료: 2022.06.27

게재확정: 2022.06.28