

어메니티를 활용한 지역발전 방안

Amenity-driven Regional Development

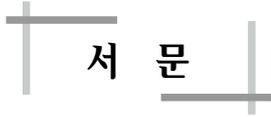
2007. 12.

연구진

김 현 호 (수석연구원)

오 은 주 (수석연구원)

이 보고서의 내용은 본 연구진의 견해로서
한국지방행정연구원의 공식 견해와는 다를 수도 있습니다.



서 문

토지, 수송비 등 전통적 지역발전 요소 대신, 어메니티 등 장소 특수요소의 중요성이 높아지고 있다. 요즘 주목받고 있는 연성요소적 지역발전이니, 창조 도시니 하는 수사(修辭)들은 이런 흐름을 집약적으로 보여주고 있다.

문화, 어메니티 등 소프트 요소가 중요해지는 것은 이들이 지식기반경제의 지식 노동자에게 여가와 휴식, 볼거리를 제공함으로써 아이디어와 창의성의 토대가 되기 때문이다. 그 중에서도 어메니티의 중요성이 높아지고 있다. 이제 어메니티가 지역경제 활성화의 핵심수단이 되고 있기 때문이다.

우리나라의 각급 지방자치단체들도 시책의 방향이나 사업의 대상공간에 있어서는 다소간의 차이가 있지만, 어메니티를 활용하여 지역경제를 활성화하기 위한 다양한 형태의 시책을 추진하고 있다.

그러나 어메니티를 활용한 지역발전에는 한계가 많다. 중앙정부 차원에서는 지방자치단체를 효율적으로 지원해 줄 수 있는 정책기반이 제대로 구비되어 있지 못하며, 자치단체 차원에서는 어메니티를 활용한 지역발전의 경험과 노하우가 부족하다.

이같은 판단에서 본 연구는 어메니티를 활용한 지역발전 방안을 모색하고 있다. 본 연구가 제시하는 정책대안이 향후 보다 심화될 지역의 경쟁력 강화에 도움이 되기를 바라며, 어려운 주제의 연구를 수행한 집필진의 노고에 감사를 드린다.

2007년 12월

한국지방행정연구원 원장 **김 주 현**



요약

창조성이나 어메니티 등의 요소들이 지역발전이나 지역의 주요한 경쟁기반으로 등장하고 있다. 이는 경제의 세계화 과정에 대한 지방정부와 지역사회의 대응에 의한 것이다. 정보통신의 발전과 금융의 자유화로 인한 투자자본의 초국적 이동이 용이해지는 경제의 세계화가 진행됨에 따라 지역들은 무차별적인 경쟁의 시대에 들어서게 되었다. 지역들간 무한경쟁시대에 효율적인 교통하부구조의 제공이나 저렴한 노동력의 육성 등과 같은 종래의 지역 활성화 수단은 더 이상 안정적이고 효과적인 수단으로서 역할하지 못하고 있다. 이에 따라 다른 지역들이 쉽게 모방하고 갖출 수 없는 지역의 특수한 환경, 지식, 어메니티(amenity) 등이 새로운 지역발전의 핵심요소로 부각되고 있다.

특히, 공간을 균질화시키는 세계화 과정 속에서 어메니티는 장소 특수적인 속성을 지니고 있어 한 지역이 다른 지역에 비하여 지역의 매력과 부가가치를 창출할 수 있는 기반으로 인식되고 있다. 실제로 어메니티가 지역발전에 미치는 긍정적인 효과에 대하여 OECD나 Gottlieb (1994, 1995) 등의 학자들에 의하여 설명되고 있다. 이들 연구에 따르면 어메니티가 풍부한 지역은 그렇지 못한 지역에 비하여 더 높은 발전수준을 보이고 있으며 첨단산업이나 고차산업의 활동들이 활성화되고 있다는 것이다. 즉, 어메니티가 풍부한 지역들은 저렴한 노동비용을 기초로 기업을 유치하는 것이 아니라 어메니티를 향유하고자 하는 지식노동자들과 전문직 종사자들의 주거이동을 촉발시켜 궁극적으로는 고부가가치를 창출하는 첨단산업과 고차산업을 유치하여 지역발전을 도모한다.

이 때문에 유럽이나 일본 등의 상당수 국가가 어메니티를 지역발전의 수단으로 적극적으로 채택하고 있다. 또한 우리나라의 일부 지역들은 어메니티를 지역발전의 핵심적인 자원으로 간주하여 어메니티를 활용한 지역발전전략을 수립하

거나 이미 추진하고 있다. 그러나 어메니티를 활용한 지역발전전략은 우리나라에서 아직 시작단계에 머무르고 있어 어메니티 활용의 경험 및 노하우가 부족하다.

이 같은 문제의식 하에서 본 연구에서는 어메니티를 단순히 시민 삶의 질을 개선하는 요소로 파악하는 것이 아니라 지역발전전략의 핵심적인 자원의 하나로 간주한다. 이에 본 연구의 목적은 어메니티자원의 활용실태와 문제점을 진단하고 성공적인 어메니티 활용 사례를 파악하여, 어메니티를 활용한 지역발전방안을 도출하는데 연구목적을 두고 있다.

본 연구는 크게 이론연구, 실태 및 문제점 분석, 성공사례로 간주되는 해외사례 검토, 정책 대안을 강구하는 절로 구성되어 있다. 이를 위하여 본 연구는 문헌연구와 설문조사 분석, 제도 검토 등을 수행하였다. 문헌연구를 통해 어메니티의 개념과 활용전략의 유형을 검토하여 어메니티 활용전략의 과정 및 특성을 검토하였다. 또한 지방자치단체의 어메니티 활용 실태 분석을 위하여 설문조사를 실시하였으며, 정책검토를 위하여 중앙부처와 지방자치단체의 어메니티 관련 계획안, 인터넷 홈페이지 자료 등을 이용하였다.

제1장에서는 연구의 배경과 목적, 연구 범위 및 방법, 연구의 구성을 제시하고 있으며, 본 연구의 내용이 지역경제 활성화 수단을 위한 어메니티 활용 전략에 한정함을 명확히 하였다. 제2장에서는 어메니티 활용 전략의 분석틀을 정립하기 위하여 선행 연구들을 검토하였다. 선행 연구 검토를 통하여 어메니티의 개념 및 특성, 지역발전적 의의, 어메니티를 활용한 지역발전전략의 특성 등을 서술하면서, 어메니티 활용 전략 과정을 어메니티 자원의 존재, 어메니티 조사 및 선정 단계, 주민 참여 등의 전략 추진 과정, 홍보 및 마케팅 과정 등으로 개략적으로 제시하였다.

제3장에서는 어메니티 자원과 관련된 시책 및 활용실태를 분석하고 있다. 어메니티 활용시책 분석에서는 중앙정부와 지방정부의 사업들과 제도적 기반을 살펴보았다. 지방자치단체의 어메니티 활용 실태에 대한 설문조사 분석결과를 보면 다음과 같다. 첫째, 설문에 응답한 126개 지자체 가운데 지역발전을 위하여

어메니티를 활용하거나 계획 중에 있는 지방자치단체가 약 67%로 어메니티에 대한 지자체의 인식이 높음을 알 수 있다. 그러나 여전히 33%의 지자체들은 직접적인 성과가 나올 수 있는 사업의 우선 추진이나 재원 부족을 이유로 어메니티 활용 전략을 중요시하지 않고 있었다. 둘째, 현재 지자체들의 어메니티 활용 전략은 단기적이고 획일적인 면이 있음을 알 수 있다. 우리나라 지자체가 인식하고 있는 어메니티 활용전략의 기대효과는 “관광수익 증대”와 “지역 이미지 향상”으로, 어메니티 증진을 통하여 지역 외부의 인구와 기업을 유치한다는 장기적인 시각이 부족하다. 셋째, 대부분의 지자체들이 경쟁력이 있는 어메니티로 환경·생태 어메니티와 역사·문화 어메니티로 대답하고 있으나, 아직까지 경쟁력 있는 어메니티 발굴 과정이 존재하지 않음을 알 수 있었다. 넷째, 어메니티가 단체장의 개인적 결정에 의해 추진되고 있어서, 계획 수립과 집행에 있어서 주민과 전문가의 참여가 미약한 것으로 드러났다.

제4장에서는 이상적인 또는 성공적인 어메니티 활용전략을 살펴보기 위하여 해외 사례(망퐁, 투스카니, 유후인, 우키하)와 국내 사례(서천군, 함평군, 청계천)를 살펴보았다. 이들 사례들이 주는 시사점은 다음과 같다. 첫째, 지역의 차별적인 강점과 전통성에 기반하여 경쟁력 있는 어메니티를 발굴하고 선정하였다. 둘째, 핵심적인 어메니티를 이용한 활용전략이 성공함에 따라 해당 어메니티의 영역을 점차 확장시키는 동시에 일관성을 유지하였다. 함평 사례처럼 생태어메니티를 강조하는 나비축제의 성공을 시작으로 생태와 일관성을 유지하면서 나비 곤충마을과 친환경 농수산물의 지역브랜드화 등으로 확장시켰다. 셋째, 어메니티 활용에 있어서 지역주민과 전문가 양자를 모두 활용하는 유기적인 협력시스템을 구축, 활용하였다. 어메니티의 발굴 및 기획에 있어서 전문가들의 조언과 주민들의 합의가 이루어질 있게 됨에 따라, 어메니티 활용전략이 성공적으로 추진될 수 있었다.

제5장은 시책, 활용실태, 국내외 성공사례 분석을 토대로 어메니티를 활용한 지역발전전략을 지원하기 위한 정책방안을 모색하고 있다. 여러 정책방안들이 논의되었으며 그 중 핵심적인 방안은 다음과 같다. 첫째, 지역의 어메니티 자원

에 대한 DB화, 둘째 어메니티를 활용한 지역발전계획의 수립, 셋째, ‘생활환경 개선-지역경제 활성화 선순환 시스템’의 개발, 넷째, 중앙-지방의 협력적 사업체계 구축, 다섯째 사업추진에 대한 주민과 전문가 참여 활성화, 여섯째 직거래 등 다양한 루트를 통한 수요 지향적 감성 마케팅, 일곱째, 중앙정부 사업들 가운데 어메니티와 관련된 사업의 적극 활용, 여덟째, 어메니티 활용에 대한 관련 법률 정비 등이 그것이다.

목 차

제 1 장 서 론	1
제1절 연구목적	1
제2절 연구범위 및 방법	3
1. 연구범위	3
2. 연구방법	4
제3절 연구의 구성	5
제 2 장 어메니티 활용의 지역발전 이론검토	6
제1절 어메니티의 개념 및 특성	6
1. 어메니티의 개념	6
2. 어메니티의 특성	11
3. 어메니티의 유형	13
제2절 어메니티의 지역발전적 의의	17
1. 지역발전에 대한 어메니티의 중요성	17
2. 어메니티 지역발전의 의의	21
제3절 어메니티 활용 지역발전의 특성	23
1. 활용전략의 유형	23
2. 활용전략의 프로세스	27
3. 활용전략의 특성 및 동향	30
제4절 분석의 틀	33
제 3 장 어메니티 활용시책 및 실태분석	36
제1절 어메니티 활용시책 분석	36
1. 중앙정부 시책	36
2. 지방정부 시책	48

제2절	어메니티 활용실태 분석	49
1.	실태분석의 개요	49
2.	활용내용 분석	51
3.	활용체계 분석	61
4.	정책수요 분석	65
제3절	활용실태의 문제점	68
1.	활용특성 측면	68
2.	활용체계 측면	70
제 4 장	국·내외 어메니티 활용사례	73
제1절	국외사례	73
1.	유 럽	73
2.	일 본	84
제2절	국내사례	94
1.	서천군	95
2.	함평군	102
3.	청계천	106
제3절	정책적 시사점	110
제 5 장	어메니티 활용의 지역발전 방안	114
제1절	기본방향	114
1.	정책의 기본방향	114
2.	발전방안의 구성	115
제2절	핵심전략 및 추진방안	116
1.	활용유형별 방안	116
2.	프로세스 단계별 방안	129
제3절	추진체계 정비	135
1.	어메니티 관련 계획 정비	135
2.	협력적 사업체계 구축	138
3.	추진기구 정비	139

제4절 지원기반 구축	140
1. 관련사업의 연계적 추진	140
2. 자원지원	141
3. 법제정비	142
제 6 장 요약 및 정책제언	144
제1절 요약	144
제2절 정책제언	145
참고문헌	148
Abstract	152
부 록	156

표 목 차

〈표 2-1〉 어메니티의 개념정의	9
〈표 2-2〉 어메니티의 특성	13
〈표 2-3〉 OECD의 복합적 관점에 의한 구분	14
〈표 2-4〉 농촌진흥청의 존재형태에 의한 구분	14
〈표 2-5〉 국토연구원의 지역별 존재형태에 의한 구분	15
〈표 2-6〉 사카이 겐이치의 활용형태에 의한 구분	15
〈표 2-7〉 어메니티 활용형 유형화	16
〈표 2-8〉 전통적 지역발전전략과 어메니티 지역발전전략	22
〈표 2-9〉 어메니티 활용형태에 따른 전략유형	25
〈표 2-10〉 지향가치에 의한 어메니티 활용유형	26
〈표 2-11〉 어메니티 형성정책 유형	27
〈표 2-12〉 어메니티 활용의 분석항목	34
〈표 3-1〉 살기좋은 지역만들기 지정현황(국가지정, 도지정)	37
〈표 3-2〉 유형별 개별항목 평가지표	39
〈표 3-3〉 중앙정부와 지자체의 어메니티 활용 시책	47
〈표 3-4〉 설문조사 응답자	50
〈표 3-5〉 어메니티 기반 지역발전전략의 기대효과	54
〈표 3-6〉 어메니티 지역발전전략의 성공요건	67
〈표 3-7〉 어메니티 활용전략 수행을 위한 정책적 지원	67
〈표 3-8〉 어메니티 활용실태의 문제점	71
〈표 4-1〉 어메니티 활용 촉제의 주제	75
〈표 4-2〉 서천의 어메니티 활용 전략	98
〈표 4-3〉 함평의 어메니티 활용전략	103
〈표 4-4〉 청계천복원시민위원회의 위원회별 소관사항	110

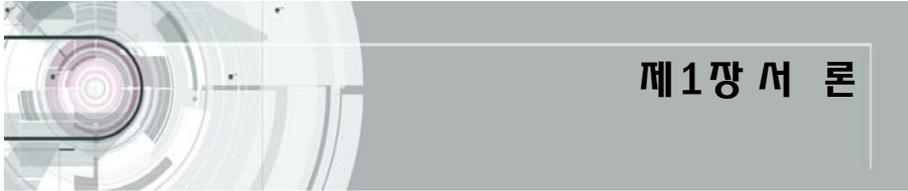
〈표 5-1〉 일본 유후인, 우키하의 지역자산조사위원회	118
〈표 5-2〉 어메니티 활용 연계상품 개발의 다양화 방안	123
〈표 5-3〉 어메니티 활용 평가 시스템 구축	134

그림목차

〈그림 1-1〉 연구의 구성도	5
〈그림 2-1〉 어메니티 수준과 지역발전의 차이	19
〈그림 2-2〉 전통적 지역발전 패러다임과 어메니티 지역발전 패러다임	21
〈그림 2-3〉 도시 및 농촌의 어메니티 전략	24
〈그림 2-4〉 어메니티 활용프로세스의 개략적 형태	28
〈그림 2-5〉 어메니티 활용의 세부 프로세스	29
〈그림 2-6〉 어메니티활용의 분석틀	34
〈그림 3-1〉 어메니티 활용 유형에 따른 중앙정부 정책	46
〈그림 3-2〉 어메니티 활용 여부 (N=126)	52
〈그림 3-3〉 어메니티를 도입, 활용하지 않는 이유(N=41)	52
〈그림 3-4〉 어메니티의 활용단계(N=127)	55
〈그림 3-5〉 지역의 어메니티 보유현황(N=127)	56
〈그림 3-6〉 경쟁이점이 있는 어메니티(1순위, N=127)	57
〈그림 3-7〉 어메니티 증진을 위해 수행한 활동(중복응답, N=168)	58
〈그림 3-8〉 어메니티 도입 시기 (N=71)	59
〈그림 3-9〉 어메니티의 도입, 활용 목적(N=70)	59
〈그림 3-10〉 어메니티 활용의 세부 목표 (N=70)	60
〈그림 3-11〉 어메니티의 활용 분야(중복응답, N=252)	61
〈그림 3-12〉 어메니티 활용사업 추진의 지원 (비인적 요소)	62
〈그림 3-13〉 어메니티 활용사업 추진의 지원 및 협력 (인적 요소)	64
〈그림 3-14〉 어메니티 활성화를 위한 정책지원의 필요성 (N=125)	65
〈그림 3-15〉 어메니티 지역발전전략의 추진상의 애로사항	66
〈그림 4-1〉 망쫑의 지형적 여건	74
〈그림 4-2〉 어메니티를 활용한 조형물	76

〈그림 4-3〉 어메니티 상품화 추진주체	77
〈그림 4-4〉 망동 어메니티 활용전략	78
〈그림 4-5〉 투스카니의 위치	80
〈그림 4-6〉 투스카니의 어메니티 활용 와인루트	81
〈그림 4-7〉 투스카니 어메니티 활용전략	82
〈그림 4-8〉 유후인 위치	84
〈그림 4-9〉 어메니티 상품화 가케보시	85
〈그림 4-10〉 어메니티 상품화 와라코즈미	86
〈그림 4-11〉 유후인 농촌경관 어메니티의 활용 개념도	87
〈그림 4-12〉 유후인 어메니티 활용 전략	88
〈그림 4-13〉 우키하의 위치	90
〈그림 4-14〉 다랑이 논 어메니티의 풍경	91
〈그림 4-15〉 우키하의 피안화	91
〈그림 4-16〉 우키하 어메니티 활용 전략	93
〈그림 4-17〉 어메니티 활용 유형과 지방자치단체	94
〈그림 4-18〉 어메니티 서천의 개념 및 목표	96
〈그림 4-19〉 어메니티 자원 발굴 방법	97
〈그림 4-20〉 서천 어메니티전략의 구체화	101
〈그림 4-21〉 함평 어메니티 활용 전략	104
〈그림 4-22〉 청계천복원사업의 추진배경	107
〈그림 4-23〉 청계천복원사업의 다층적 목표체계	108
〈그림 5-1〉 어메니티 활용 지역발전방안 구성도	116
〈그림 5-2〉 생활환경 개선형 어메니티 DB화	118
〈그림 5-3〉 전략적 어메니티계획의 요소	119
〈그림 5-4〉 어메니티 쿠폰제 및 어메니티특구 토지이용규제	120
〈그림 5-5〉 어메니티 활용 지역경제활성화 전략의 구성	122
〈그림 5-6〉 어메니티를 활용한 관광상품화 프로세스	124
〈그림 5-7〉 수요지향적 마케팅 프로세스	126

〈그림 5-8〉 생활환경개선-지역경제활성화 선순환 시스템	128
〈그림 5-9〉 어메니티 계획수립의 절차	137
〈그림 5-10〉 중앙-지방의 협력체계 구축	138



제1절 연구목적

지역발전에 있어 신조류라고 할 만한 키워드들이 등장하고 있다. 창조성이나 문화니, 소프트 요소니 하는 것들이 이들에 해당된다. 그리고 그런 키워드들은 “창조도시”, “문화적 회귀(cultural turn)에 의한 지역발전”, “장소 마케팅”(place marketing), “신활력 사업” 등으로 구체화되어 시책에 적용되고 있다.

이같은 현상은 지역발전의 패러다임이 변화되고 있음을 의미하는 징표들이다. 지역발전 패러다임의 변화를 의미하는 이들은 종래의 ‘경성요소’(hard factor)를 중시하는 것에서 ‘연성요소’(soft factor)를 중시하는 것으로 변화되고 있음으로 파악할 수 있다(Hummel, 1990; Funck, 1999).

비용최소화 원리에 의한 지역발전에서 핵심적인 위치를 차지해왔던 토지, 물적 자본, 교통비 등의 전통적 지역발전 요소는 정보기술의 비약적 발달에 따른 거리마찰(distance friction) 극복비용이 감소함으로써 지역발전의 핵심적 요소에서 밀려나고 있다. 대신 특정한 장소나 지역만이 지니고 있는 창조성, 어메니티(amenity) 등의 지역 특수적 요소가 지역발전의 핵심적 요소로 부각되고 있다(Funck, 1999; Brenner, 2002).

아울러 지식, 창의성 등이 중시되는 지식기반경제로 전환됨에 따라 종래와 같은 물리적 요소 보다는 문화, 어메니티 등 연성요소의 중요성이 증가하고 있으며, 소득증가에 따른 여가수요 등 라이프스타일의 변화도 연성요소의 중요성을 부각시키고 있다.

연성요소 가운데서도 최근 어메니티의 지역발전적 중요성이 높아지고 있으며, 이런 경향은 어메니티를 활용한 지역발전전략으로 구체화되고 있다. 개별 공간의 특성을 표준화, 균질화시키는 세계화와 달리, 어메니티는 장소 특수적 속성을 지니고 있으며(Diamond & Tolley, 1982), 경제의 지식기반화·소프트화와 맞물려 지역의 매력과 부가가치를 창출할 수 있는 기반이 되고 있기 때문이다.

특히 어메니티는 산업 및 주거 등으로 입지요소가 확연히 구분되었던 산업시대와 달리, 경제의 지식기반화 등에 따라 입지나 수요 등에서 이들의 구분이 사라지고 산업 및 주거의 공통의 요소가 되는 공공재적 역할을 함으로써 지역발전에 기여하고 있다.

어메니티가 지역발전에 미치는 영향도 다양한 채널을 통해 실증분석되고 있다. OECD(1999)는 어메니티가 풍부한 지역이 그렇지 못한 지역에 비해 3배나 높은 지역발전수준을 보이고 있음을 밝히고 있으며, Gottlieb(1995), Grange(1994)는 어메니티가 풍부한 지역에 고차 및 하이테크 산업활동이 활성화되고 있음을 입증하고 있다.

프랑스, 영국, 일본 등의 상당수 국가나 지역에서 어메니티를 지역발전의 수단으로 적극적으로 채택, 시행하고 있기도 하다.¹⁾ 이러한 경향은 우리나라도 예외가 아니다. 어메니티를 지역 전체의 발전원리로 도입, 적용하고 있는 지역이 있는가 하면, 부분적으로 활용하고 있는 지역도 있다. 전자(前者)의 지역에는 서천, 진안, 무주 등이 해당될 수 있고, 후자(後者)에는 청계천 등이 해당된다.

그런데 우리나라의 경우, 어메니티를 활용하여 지역발전을 도모하고 있는 지역이 증가하고 있음에도 불구하고 지역발전을 위한 어메니티 활용 경험 및 노하우가 부족하다. 그러다 보니 어메니티를 지역발전에 제대로 활용하지 못하고 있을 뿐 아니라 어메니티 활용에 대한 정책지원의 적실성(適實性)도 떨어지고 있다. 그래서 중앙정부는 물론이고 지방자치단체 입장에서도 어메니티 활용에 대해 어려움을 겪고 있다.

이같은 문제인식에서 본 연구의 목적은 지역발전을 위한 지방자치단체의 어

1) 이들 국가의 어메니티 활용추세는 생활환경개선 차원에서 지역경제 활성화를 위한 부가가치 창출의 수단으로 옮겨가고 있는 특성이 있다. 보다 상세한 특징은 4장에 언급되고 있다.

메니티 활용실태 및 시책분석을 토대로 어메니티를 활용한 지역발전방안을 모색하는데 있다.

제2절 연구범위 및 방법



1. 연구범위

본 연구는 자치단체의 어메니티 활용실태분석을 토대로 어메니티 활용방안 모색을 주요한 내용으로 하고 있다. 그런데 어메니티를 활용하고 있는 자치단체 현황이 제대로 파악되어 있지 않은 상태에서 특정한 자치단체만을 연구의 대상으로 한정하기에는 무리가 있다.

따라서 본 연구는 자치단체 전체를 대상으로 하여 어메니티 활용의 실태분석을 하되, 보다 정밀한 실태분석을 위하여 특정한 지역을 대상으로 한정하는 이원적 방식으로 접근할 것이다. 전자의 자치단체에 대해서는 활용실태 전반에 대한 사항이, 후자의 자치단체에 대해서는 보다 심층적인 활용실태가 주요한 분석의 범위가 된다.

내용적 범위는 가급적 어메니티 활용의 특정영역에 초점을 둘 것이다. 본 연구가 어메니티 자원을 활용한 지역발전방안을 모색함에 초점을 두고 있는 만큼, 자치단체 실태분석 및 국내외 사례분석, 발전방안의 모색에 있어서도 어메니티를 활용한 지역경제 활성화에 무게를 두고 내용을 전개할 것이다. 이러한 부문에 초점을 두는 이유는 자치단체가 어메니티를 ‘경제 활성화’나 ‘생활여건 개선과 경제 활성화의 복합적 유형’으로 활용하고 있는 현실을 반영한 것이기도 하다.

주체적 관점에서는 개별기업이나 개인 등이 어메니티를 활용하여 경제적 수익을 올리는 경우가 있을 수 있는데, 이들은 본 연구의 대상에서 제외하고 자치단체 차원의 활용에 국한할 것이다. 개별 주체에 의한 활용특성 파악이 용이치

않을 뿐 아니라, 정책지원의 적실성에 대한 문제가 있기 때문이다.

2. 연구방법

본 연구는 연구목적을 효율적으로 달성하기 위해 문헌연구, 설문조사, 현지사례조사 등의 방법을 활용하고 있다.

첫째, 문헌연구를 통해 어메니티 활용전략에 대한 이론적 배경을 검토하였다. 연구의 취지에 합당하게 어메니티 개념 및 유형을 조작적으로 정의한 다음, 어메니티 활용실태 분석을 위한 어메니티 활용전략의 주요 요소를 추출, 규정하는데 주안점을 두었다. 이를 위해 어메니티 지역발전전략의 등장배경과 특성을 검토하고 어메니티 활용전략의 프로세스 및 주요특성을 검토하였다.

둘째, 자치단체의 어메니티 활용실태를 분석하였다. 구조화된 설문지를 자치단체에 배부하여, 어메니티 활용관련 담당자가 설문에 응답하는 형식으로 실태 조사를 진행하였으며, 설문지 회수율이 낮은 지역은 회수율을 높이기 위해 전화 접촉을 추가했다. 조사의 주요내용은 자치단체의 어메니티 기반, 어메니티 활용의 특성, 활용의 애로 및 문제점, 정책수요 등이었다.

셋째, 국내의 어메니티 활용의 제도적 기반을 파악하기 위해 어메니티 활용과 관련된 시책들을 검토, 분석했다. 시책분석은 서적이거나, 중앙부처의 정책자료, 인터넷 홈페이지, 관련법률 등을 활용하였다. 시책분석에서는 어메니티 활용을 지원하기 위한 법적, 제도적 특성분석 및 이들의 한계에 초점을 두었다.

넷째, 어메니티의 국내외 사례분석을 통해 정책함의를 도출했다. 국외사례로는 일본, 유럽의 대표적인 지역을 선정했으며, 한국사례는 어메니티를 활용하여 지역발전을 도모하고 있는 소수의 대표적인 지역을 추출했다. 해외사례 분석자료는 발간자료, 인터넷, 미디어 등을 활용했다. 국내사례에 대해서는 밀착적 서베이를 위해 현지출장을 시행하여 면접조사를 통해 어메니티 활용현황 및 특성, 사업애로 및 지원 등에 관한 심층자료를 확보했으며, 관련 발간자료나 인터넷 등의 자료도 아울러 참고했다.

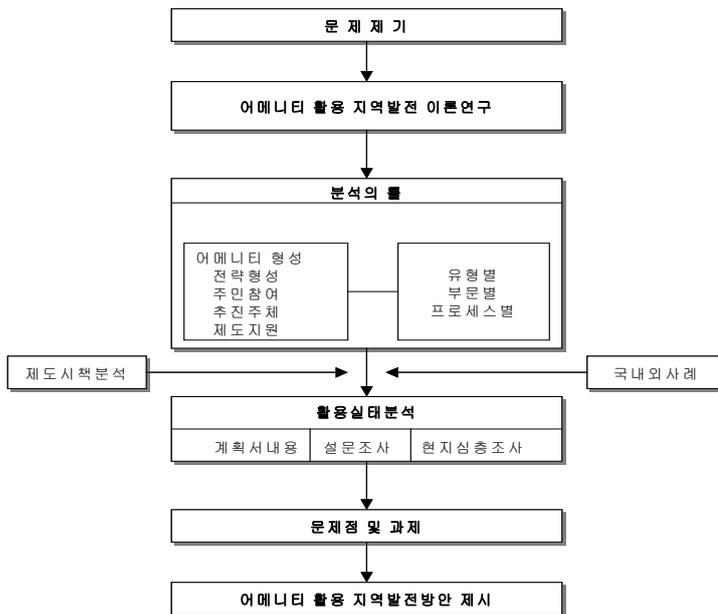
제3절 연구의 구성

본 연구는 크게 이론연구, 어메니티 활용의 시책 및 실태분석, 국내외 사례검토, 발전방안 모색의 네 부문으로 구성되어 있다.

이론연구에서는 어메니티의 지역발전에 대한 중요성 부각의 요인, 어메니티를 활용한 지역발전전략의 특징, 어메니티를 활용한 지역발전전략의 중요요소를 언급하고 있다. 시책 및 실태분석에서는 시책의 한계에 대한 리뷰에 이어 추진실태의 특징, 한계와 문제점, 정책수요 등을 파악하고 있다.

국내외 사례에서는 유럽이나 일본, 한국의 추진사례를 분석하고 정책적 시사점을 도출한다. 발전방안 파트는 실태분석과 국내외 사례의 시사점에 근거하여 향후 국가나 자치단체의 추진방안을 모색하는 것으로 구성되어 있다.

〈그림 1-1〉 연구의 구성도





제 2 장 어메니티 활용의 지역발전 이론검토

제1절 어메니티의 개념 및 특성

1. 어메니티의 개념

가. 어메니티의 기원

‘어메니티’는 영어 ‘amenity’의 외국어 표기이다.²⁾ 외국어 표기를 우리말로 적절하게 옮기려 해도 마땅치 않은데, 어메니티를 굳이 한국어로 옮기려고 하면 어메니티가 포함하고 있는 다의성(多義性)이 상실되는 측면이 많기 때문이다. 그래서 어메니티라는 말이 통용되고 있다.³⁾

어메니티의 다의성은 어메니티가 태동, 도입되어 지금까지 사용되어 오면서 개념이 확대된 결과이기도 하다. 어메니티는 19세기 산업혁명으로 인해 주거환경이 악화되자 도시환경의 질, 특히 산업도시의 공중위생 및 보건, 생활환경의 질을 개선하기 위한 도시계획의 원리로 적용되기 시작하였다. 특히, 매연에 찌들린 공업도시에 반해 주로 중산층의 이상향적인 도시욕구를 충족시키기 위한 차원이 강했다.

2) amenity의 어원은 ‘쾌적한’, ‘기쁜’ 감정을 뜻하는 라틴어 아모에니타스(amoenities) 또는 ‘사랑하다’라는 의미를 가진 아마레(amare)에서 파생되었다 한다(이재준, 황기원, 1998).

3) 어메니티의 한국어 표기에 대한 논쟁(서울시정연구원, 1994)에서도 보통사람들의 이해의 편의와, 실천적 차원에서 한국어로 쾌적성 등이 언급되었지만 본래의 의미나 뉘앙스가 상실된다는 점에서 종래의 ‘어메니티’라는 말로 적기로 결론을 내린 경험이 있다.

어메니티란 용어가 본격적으로 등장하기 시작한 것은 영국의 ‘도시계획법’(Town and Country Planning Act) 부터이다. 하지만 이 법은 도시 전역을 대상으로 열악한 지역의 환경개선을 겨냥하기 보다는 교외주택지의 주거환경개선을 겨냥하는 한계가 있었다. 그 후 1967년 ‘공중 어메니티법’(Civic Amenities Act)과 1974년 ‘도시·농촌 어메니티법’(Town and Country Amenities Act)이 제정됨으로써 도시공간의 질을 개선하기 위한 보다 포괄적인 공간계획의 원리이자 수단으로 어메니티가 활용되기 시작하였다.

이렇게 도시계획에 법률적 용어로 본격 등장하기 시작한 어메니티는 근대 도시계획에 애용되기 시작하였고, 구미와 한국, 일본, OECD 국가들로 그 개념이 파생, 확대되어 도시 및 주거환경, 도시행정, 지역개발 등의 주요한 원리로 정착되어 가고 있으며, 이들 분야에서 다양하게 활용되고 있다.

나. 어메니티의 개념

그러면 어메니티는 도대체 무엇인가? 어메니티에 관한 정의는 말하는 사람의 수만큼 많다. Cullingworth와 같은 사람은 ‘어메니티는 정의하는 것보다 인식하는 것이 쉽다’라고까지 언급하고 있다.

이처럼 합치되고 정형화된 개념정의를 존재하지 않지만, 어메니티는 어원적 측면, 사전(辭典)적 측면, 존재 및 형태적 관점, 경제·행정적 활용 관점 등에서 다양하게 정의되고 있다. 사람의 관심과 입장에 따라서도 다양하게 정의되고 있다.

어원적으로 어메니티는 ‘사랑’, ‘쾌적함’, ‘기쁨’, ‘좋아함’ 등의 의미를 내포하고 있다. ‘사물이나 환경이 지니고 있는 긍정적인 성상’(性狀)으로 어메니티를 파악함으로써 심미적 효과 측면에 상당한 비중을 두고 있다. 또 사전적 측면에서는 ‘쾌적한 질로서 장소, 상황, 국면, 기후’나 ‘편리, 즐거움, 안전을 위해 제공되는 것’ 등으로 어메니티가 정의되고 있어 쾌적성이나 편리, 안전, 즐거움에 보탬이 되는 환경이나 서비스로 이해되고 있다.

존재 및 형태적 관점에서는 ‘긍정적 감흥이나 매력을 불러 일으키는 환경의

총체' 정도로 이해되고 있다. '있어야 할 것이 있어야 할 곳에 있는 것'(the right thing in the right place)으로서의 총체적인 환경의 질로 어메니티를 개념화한 Hall Ford(1959), '사람이 사물이나 환경에 대해 긍정적으로 느끼는 쾌적성'의 삼성경제연구소(2003) 정의, '자연경관의 창조와 관련된 쾌적한 환경', '생활환경의 쾌적함' 등의 일본 환경청과 사카이 겐이치(酒井憲一, 1998) 등의 개념정의를 이 부류에 속한다. 이들은 어메니티를 긍정적 심미감을 주는 생활환경의 총체라는 종합·환경성을 중시하고 있다.

경제·행정적 활용의 관점에서는 부가가치 창출이나 경제활성화를 통한 지역발전의 자원 내지 서비스 등으로 어메니티를 정의하고 있다. 이 부류에는 어메니티 자원을 농촌발전의 수단으로 인식하고 있는 OECD, 어메니티를 기업이나 주거의 입지요소가 됨으로써 지역발전의 중요한 요소가 된다고 인식하고 있는 경제, 행정학적 관점의 사람들(Diamond, Tolley, 1982; Gottlieb, 1995; Grange 1994; Boarnet, 1998; 이승중, 2005)이 해당되고 있다. 이들은 어메니티를 '지역발전을 위한 자원, 장소 특수적 가치(location-specific good), 장소 특수적 재화나 서비스, 공공 및 행정서비스' 등으로 정의하고 있다.

이상의 논의들은 초점에 있어서는 다소간의 차이가 있으나, 어메니티에 대한 공통적인 정의의 추출이 가능하다. 어메니티는 '쾌적함, 즐거움, 아름다움, 편리함, 활기 등 긍정적 감흥을 주는 환경의 총체'로 정의할 수 있다. 그리고 여기에는 어느 하나의 특성이 아닌 종합적인 환경의 질, 기분좋은 느낌을 주는 물리적 상태, 경제·정치·문화·사회의 발전수준과 구성원의 가치관에 따라 변할 수 있는 상대성, 심리적 매력과 동시에 경제적 가치성 등을 포함하고 있다.

〈표 2-1〉 어메니티의 개념정의

구분	정의	비고
Oxford, Cobuild, 2006	<ul style="list-style-type: none"> ○ 쾌적한 질로서 장소, 상황, 국면, 기후 등을 말함 ○ 사람의 편리, 즐거움, 안전을 위해 제공되는 것 	- 여건으로 인식
OECD, 2002	<ul style="list-style-type: none"> ○ 경관, 역사, 문화적 요소를 포함해 자연, 인위적인 것이든 지역에 존재하는 모습들(features)로 사회, 경제적인 가치를 지니며 효용을 제공하는 것 	- 자원으로 인식
대한국토도시계획학회, 2001	<ul style="list-style-type: none"> ○ 인간이 기분 좋다고 느끼는 경제적 가치를 지닌 사회의 발전수준에 따라 달리 정의되는 총체적인 환경 	- 총체성
삼성경제연구소, 2003	<ul style="list-style-type: none"> ○ 사람이 사물, 환경에 대해 긍정적으로 느끼는 쾌적성 	- 환경측면
농촌경제연구원, 2006	<ul style="list-style-type: none"> ○ 맛, 소리, 향기, 촉감, 시각 등 오감관련 가치창출 농촌자원 	- 농촌발전자원
강원발전연구원, 2004	<ul style="list-style-type: none"> ○ 소비자에게 즐거움이나 기쁨을 제공하여 효용을 창출하는 가치자원 	- 효용창출자원
황기원, 1995	<ul style="list-style-type: none"> ○ 욕망, 욕구를 충족시키는 행복, 복지와 유사 개념 	- 욕구충족
일본 환경청	<ul style="list-style-type: none"> ○ 자연경관의 창조와 관련된 쾌적한 환경 	- 물리적 환경중시
Hall Ford, 1959	<ul style="list-style-type: none"> ○ 있어야 할 것이 있어야 할 곳에 있는 것으로서 총체적인 환경의 질(the right thing in the right place) 	- 어메니티 종합성
Cullingworth, 1964	<ul style="list-style-type: none"> ○ 정의하는 것 보다는 인식하는 쪽이 쉬운 것 	- 보존, 활용중시
Diamond, Tolley, 1982	<ul style="list-style-type: none"> ○ 장소 특수적 효용, 가치(location-specific good) 	- 공공재, 효용
Gottlieb, 1995	<ul style="list-style-type: none"> ○ 장소 특수적 재화나 서비스(good or service) 	- 공공재
Boarnet, 1998	<ul style="list-style-type: none"> ○ 지역내, 지역간 입지요소(inter or intra regional location factors) 	- 경제활동입지요소
酒井憲一, 1998	<ul style="list-style-type: none"> ○ 생활환경의 쾌적함 	- 사는 기분 전체
Clark, 2002; 이승중, 2005	<ul style="list-style-type: none"> ○ 쾌적재(快適財), 공공서비스 	- 행정서비스 관점

다. 본 연구의 어메니티 정의

어메니티의 개념은 고정불변한 것이 아니다. 어메니티는 시대에 따라 포함하는 범위나 영역이 변화하고 있으며 초점도 변화되고 있다. 또, 개념도 확장되어

오고 있다.

초기에는 환경가치가 핵심을 이루었으나 점차, 문화가치, 경제가치 등이 어메니티의 개념에 포함되거나 중요해지고 있다. 특히 산업혁명기에는 공중 위생적 깨끗함에 어메니티의 가치를 두었으며, 그러다 정주환경의 매력적인 요소나 편의성 등으로 가치의 외연이 확대되었다. 20세기에는 문화가치 등으로 어메니티 개념이 확장되었고, 현재는 지역발전의 토대가 되는 경제가치에 대한 비중이 추가되고 있다.

앞서 살펴본바와 같이 관심영역에 따라서도 어메니티의 중시요소가 달라지고 있다. 공간계획 관점에서는 주거환경의 질적인 측면으로, 경제나 부가가치 창출 쪽에서는 공공재나 가치나 효용을 지닌 재화와 서비스 측면으로 인식하고 있었다. 그리고 행정 측면에서는 공공서비스 요소로 인식하고 있었다.

본 연구에서는 이같은 어메니티 개념의 확장과 중시요소의 변화를 감안하고 지역발전을 위한 어메니티 활용의 발전방안 모색이라는 연구주제와 맥락을 같이하여 지역발전에 대한 활용성 측면에 초점을 두어 어메니티 개념을 조작적으로 정의할 필요가 있다. 특히 본 연구에서는 어메니티의 개념정의가 공간계획의 원리가 되는 ‘생활환경의 쾌적성’에서 지역발전의 수단이 되는 ‘경제성’ 추구 쪽으로 강화되고 있음을 고려하여, 지역발전을 위한 정책적 활용측면에서 어메니티를 바라볼 것이다.

이같은 관점에서 본 연구에서는 ‘심미적 효과 뿐 아니라 정(혹은 부)의 경제 효과를 발생시키는 특정한 장소적 여건이나 환경’으로 어메니티를 정의하고자 한다. 생산활동에 긍정적인 영향을 주는 장소적 요건 및 환경요소로 어메니티를 조작적으로 정의하는 것은 매력적인 환경요소의 총체로 정의되는 광의의 어메니티 개념 정의에 비해, ‘경제적 활용성’이나 ‘기능성’에 초점을 둔 보다 좁은 범위의 어메니티 정의에 해당된다.

어메니티의 경제적 역할에 초점을 맞춘 정의를 생활환경 조성에 초점을 둔 개념정의와 명확히 구분하기 어려운 측면도 있다. 가령, 어메니티의 경제적 역할을 적극적인 전략과 소극적인 전략으로 구분할 때, 어메니티를 활용한 상품개

발, 산업화, 기업입지 등은 적극적 전략에 해당되지만, 양질의 어메니티가 주거 만족도나 효용을 증가시켜 거주자를 끌어들이 지역발전을 가져오는 소극적인 전략의 경우가 그러한 경우이다. 그러한 한계가 있지만, 여기서는 주로 전자의 관점에서 어메니티를 해석하기로 한다.

2. 어메니티의 특성

이렇게 정의되는 어메니티는 환경, 생태 등 자연적인 것은 물론이고 문화, 역사, 교육 등 인위적인 것 모두를 포함한다. 어메니티는 개인이 공급할 수도 있고 공공이 공급할 수도 있다. 정부나 지방자치단체가 통제, 관리 가능한 것도 있고 그렇지 못한 것도 있다. 계층적으로는 상층이 수요하는 어메니티가 있고 그렇지 못한 사람들이 수요하는 것이 있으며, 지역적으로는 도시 어메니티와 농촌 어메니티가 있을 수 있다. 주체측면에서는 기업 어메니티가 있을 수 있고, 주거 어메니티가 있을 수 있다.⁴⁾

하지만 이렇게 다양한 차원의 어메니티는 ‘장소정책’(place policy)의 대상이 되고 정책활용의 토대가 되는 일련의 특성을 지니고 있다(Gottlieb, 1995; Boarnet, 1998). 장소 특수성, 비배제성·비경합성, 비가역성 등을 포함한 주요한 특성을 간추리면 다음과 같다.

첫째, 어메니티는 장소 특수성을 지니고 있다. 특정한 지역의 어메니티는 다른 지역과 구별되는 그 지역만의 독특성을 지니고 있다. 장소나 지역간의 대체 불가능성이 높아 동일한 어메니티를 다른 지역에서 생산, 창출하는 것이 불가능하거나 설령 가능한 경우라해도 엄청난 비용을 필요로 한다. 따라서 이같은 장소 특수성 때문에 어메니티를 소비하거나 효용을 얻기 위해서는 특정한 장소나 지역으로 이동하거나 입지, 방문해야 하는 문제가 발생하게 된다. 그래서 어메

4) 물론 산업의 지식기반화에 따른 용도분리의 감소에서부터 입지요소의 공통성 증가 등으로 인해 양자의 구분이 없어지고 있기도 하다. 교통, 범죄, 교육, 하천 등은 주거와 기업 모두에게 필요한 공통적 어메니티 요소가 여기에 해당된다.

니티가 장소정책의 대상이 된다.

둘째, 어메니티는 비경합성(non-rivality)을 지니고 있다. 어메니티는 일반적인 시장재와 달리 사회구성원 어느 누구도 전유할 수 없는 공공재의 속성을 지니기 때문이다. 가령 특정한 지역의 경관이 주는 아름다움은 이곳을 방문한 사람들이 마음껏 소비한다고 해서 다른 사람의 소비에 아무런 영향을 미치지 않는다. 동시에 한 사람의 소비가 다른 사람의 추가적 소비를 배제하지도 못하는 소비의 비배제성(non-excludability)을 지니고 있다.

셋째, 어메니티는 무임승차(free-rider)의 대상이 되는 속성을 지니고 있다. 어메니티가 소비의 비배제성이 있다는 것은 대부분의 어메니티가 가격차별화가 불가능한 공공재라는 것이며, 대가를 지불하지 않고도 편익을 얻을 수 있음을 의미한다. 어메니티의 이같은 속성 때문에 형성이나 창출 측면에서 사회적으로 필요로 하는 것보다 과소공급될 소지가 많으며, 그래서 공공이 정책적으로 공급, 창출, 조성하는 등의 정책개입이 필요하다.

넷째, 어메니티는 비가역성(非可逆性)을 지니고 있다. 사람의 간섭이나 소비에 의해 일단 파괴되거나 훼손된 어메니티는 초기상태로 복원시키기 어려운 속성을 지니고 있다. 설령 회복이 된다 하더라도 막대한 비용이 든다. 이같은 속성 때문에 어메니티의 활용이나 개발에 신중한 접근이 필요하다.

다섯째, 어메니티는 소득에 대한 정상재(正常財)적 속성을 지니고 있다. 대부분의 어메니티는 생활수준의 향상이나 소득이 증가함에 따라 수요가 증가하는 속성을 지니고 있다. 양질의 환경가치, 문화가치를 지닌 어메니티일수록 더욱 그러하다.

여섯째, 어메니티는 부가가치 창출성을 지니고 있다. 생활환경 개선을 통한 삶의 질 향상에 더해, 부가가치를 창출하는 수단 및 인프라의 역할을 담당한다. 적극적으로는 어메니티를 활용한 상품화, 관광 등을 통해, 소극적으로는 기업입지 등을 통해 지역의 부가가치를 창출하게 된다. 어메니티의 부가가치 창출과 관련해서는 영토적 외부효과(territorial externality)의 문제가 발생하기도 한다. 어메니티가 자산가치로 자본화되는 경우, 특정한 지역의 어메니티 편익발생 모두

에 대한 가치를 현실화시키기 어렵기 때문이다. 물론 가치실현의 영토적 외부효과를 방지하고 내부화시키는 문제는 어메니티의 유형에 따라 달라질 수 있다.⁵⁾

〈표 2-2〉 어메니티의 특성

구분	특성
장소 특수성	○ 장소나 지역간 비대체성, 소비하기 위해서는 현장으로의 이동이 필요
비경합성, 비배제성	○ 무임승차로 인해 지역적 편익이나 부가가치창출보다 과소공급, 활용으로 인해 '장소정책' 필요
비가역성	○ 훼손되거나 파괴된 어메니티 회복 어려움, 개발 및 활용에 대한 신중 필요
소득의 정상재	○ 생활수준 및 소득향상에 따라 수요가 증가하는 속성을 지님
부가가치 창출	○ 경제적 가치를 지닌 자원으로 지역발전 요소

3. 어메니티의 유형

어메니티 유형화를 위해서는 기존연구에 대한 비판적 검토가 필요한데 개념적 다의성만큼이나 어메니티의 유형이 다양하다. 어메니티의 유형은 지역, 인위성, 내용, 향유주체 등 연구자의 관심과 초점에 따라 다르다.

지역 측면에서는 도시어메니티, 농촌어메니티, 어촌어메니티 등의 구분이 가능하며, 인위성 측면에서는 자연 어메니티 및 인공 어메니티, 내용에 따라서는 문화어메니티, 자연어메니티, 사회어메니티, 향유주체에 따라서는 주거어메니티, 산업어메니티 등으로 구분할 수 있다.

또 생성의 기원, 존재형태, 재산권 주체 등 복합적 관점(OECD, 1999), 존재형태 관점(농촌진흥청, 2004), 지역별 존재형태(국토연구원, 2006), 활용형태(사카이젠이치, 1999; 농촌자원개발연구소, 2004) 등에 따라 다양한 유형으로 어메니티

5) 어메니티의 가치가 국제적인 범위에 걸쳐 있을 수도 있고, 이와는 달리 관광의 경우처럼, 또 다른 경우에는 국가 또는 지역주민에게 어메니티의 가치가 우선적으로 부여되기도 한다. 통상 어메니티 가치의 실현은 어메니티가 있는 장소에서 멀어질 수록 감소하는 '거리조락'(distance decay)의 특성을 보인다(Clark, 2002).

를 구분하고 있다.

OECD는 복합적 관점에서 생성기원, 존재형태, 재산권 주체에 따라 어메니티를 구분하며, 농촌진흥청은 존재형태에 따라 자연적 어메니티, 문화적 어메니티, 사회적 어메니티로 구분하고 있다.

〈표 2-3〉 OECD의 복합적 관점에 의한 구분

기 준	내 용
생성기원	- 자연적으로 형성된 것 - 자연과 인간의 상호작용으로 형성된 것 - 인위적으로 형성된 것
존재형태	- 점 어메니티 - 비점 어메니티
재산권 주체	- 사유재 어메니티 - 공공재 어메니티

〈표 2-4〉 농촌진흥청의 존재형태에 의한 구분

구 분	내 용
자연적 자원	- 대기질, 수질, 소음이 없는 환경, 기후, 수자원, 식생, 토양, 지형, 동물
문화적 자원	- 전통건축물, 전통주택, 문화시설, 역사, 제반 경관
사회적 자원	- 놀이, 공동생활시설, 기반시설, 생활공동체, 특산물 생산 등

자료: 농촌자원개발연구소(2004) 재구성

최근 국토어메니티 창출과제를 수행하고 있는 국토연구원(2007)은 지역별 존재형태에 따라 어메니티를 열두 가지로 구분하고 있다. 일본 시민환경단체의 사카이 겐이치(酒井憲一, 1998)는 존재와 향유의 관점에서 생명·안전어메니티 등 여섯 가지로 구분하고 있다.

〈표 2-5〉 국토연구원의 지역별 존재형태에 의한 구분

구 분	자연자원	문화자원	사회자원
도시	- 기후, 공기, 공원, 하천, 도시경관 등	- 축제, 조명, 문화시설, 광장 등	- 건축물, 가로, 공공서비스, 안전, 정보 등
농·산촌	- 논, 밭, 임야, 구릉지, 마을숲, 경관 등	- 축제, 전통주택, 역사, 지명, 교류활동 등	- 특산물, 농업시설, 녹색관광, 정자나무 등
어촌	- 바다, 방풍림, 갯벌, 해안 등	- 축제, 명승지, 전통문화, 전설, 지명 등	- 항만, 포구, 수산물, 해수욕장 등
기타지역	- 도로경관, 댐경관, 녹지, 수변 등	- SOC, 갤러리, 역사문화 전시관 등	- 휴게소, 교량 등

〈표 2-6〉 사카이 겐이치의 활용형태에 의한 구분

구 분	내 용
생명·안전 어메니티	- 환경오염, 재해예방, 도시기반정비, 도로, 주택
자연 어메니티	- 동식물, 풍토와 자연
역사·문화 어메니티	- 문화재 보전, 미술관, 도서관, 컨벤션홀, 번화가
미적 어메니티	- 도시설계, 녹음, 물
편리 어메니티	- 개발억제, 기술개발
개성·종합 어메니티	- 디자인, 복합정비지구, 교육활동

그러나 이들은 거의 모두가 존재형태적 관점에서 어메니티의 양적현황을 파악하고, 어메니티를 생성, 창출하기 위한 토대로 어메니티 유형화를 접근하고 있는 공통점을 보이고 있다. 이같은 어메니티 분류는 어메니티 분류와 실태파악에는 장점이 있지만, 본 연구와 관련하여 지역발전에 대한 어메니티의 기능성과 활용성을 파악하는 데는 한계를 지니고 있다. 또, 생성기원 등 너무 포괄적 관점에 의해 어메니티를 구분하여 구분된 어메니티 상호간의 배타성도 부족하다.

그런데 삼성경제연구소(2003)는 이보다 조금 다른 관점, 효용성 추구관점에서 어메니티를 구분하고 있다. 어메니티를 편리성 추구 어메니티, 환경성 추구 어메니티, 심미성 추구 어메니티, 문화성 추구 어메니티로 구분하고 있다. 그러나 삼성경제연구소의 분류는 지역경제 활성화 수단으로 활용되고 있는 어메니티의

경제성 추구를 간과하고 있다.

따라서 본 연구는 어메니티의 활용측면에 비중을 두는 연구주제에 합당하게 삼성경제연구소의 어메니티 분류에 경제성을 가미한 것으로 어메니티를 분류하는 방식을 채택하고 있다.⁶⁾ 아울러 어메니티 활용의 궁극적 목적은 삶의 질 향상이지만, 보다 세부적으로는 생활환경의 정비차원과 상품화 측면으로 나눌 수 있음에 주목하여 편리성, 환경성 추구는 생활환경정비에 관계되는 것으로, 심미성, 문화성, 경제성 추구는 상품화 측면과 관련성이 높은 것으로 인식한다.⁷⁾

이러한 토대 위에서 본 연구는 어메니티를 생활환경개선으로 활용하는 경우, 경제활성화의 수단으로 활용하는 경우, 이들 양자를 복합적으로 활용하는 경우로 구분한다. 물론 이러한 구분은 전적으로 상호배타적인 구분이라기 보다는 활용에 비중을 둔 구분이기도 하다.

〈표 2-7〉 어메니티 활용형 유형화

유형		특징	사례
복합화	복합성 추구형	- 지역발전의 기초가 어메니티 - 어메니티 창출 및 공급, 활용 관련 시책 추진	- 서천, 포천, 유후인(湯布院町), 우키하(浮羽町) 등
생활환경 개선	환경성, 편리성 추구형	- 생태축, 녹지축 등을 환경성을 강화하여 삶의 질 향상 및 도시발전 도모	- 부산, 안산, 안성, 성남, 대구, 독일 하노버 등
경제 활성화	심미성 추구형	- 경관의 아름다움 추구 관련 시책 추진	- 양평군, 뉴욕 등
	문화성 추구형	- 도시개발에서 문화성을 가미하거나 문화자원을 이벤트 등의 상품화 시책 추진	- 전주, 인사동, 부천, 빌바오, 로테르담 등
	경제성 추구형	- 어메니티 자원을 제품 등으로 상품화, 판매 시책추진	- 보성, 김해, 망똥(Mention) 등

6) 기존의 관점이 어메니티를 ‘도시계획의 원리’로 파악하는 관점이라면, 본 연구는 활용의 측면에서 경제성을 추구하기 위한 ‘자원’으로 파악하는 관점이라고 할 수 있다.

7) 여기서 물론 전자는 거주자 및 기업유입이라는 보다 간접적인 방식으로 후자는 보다 직접적인 방식으로 지역발전에 기여한다고 볼 수 있다.

제2절 어메니티의 지역발전적 의의

1. 지역발전에 대한 어메니티의 중요성

왜 하필이면 이즈음에서 지역발전에 있어 어메니티의 중요성이 부각되고 있는가? 어메니티를 활용하거나 기반으로 하는 지역발전에서 어메니티가 중요해지는 이유는 세계화에 의한 장소의 중요성 증대 측면, 경제의 지식기반화 측면, 양질의 어메니티에 의한 수요증가 측면, 거주요소와 기업요소의 상합 측면 등 다양한 관점에서 파악해 볼 수 있다.

가. 세계화에 따른 장소특수성 중요성 증가

지역발전에 대한 어메니티의 중요성 증가는 세계화(globalization)라는 경제환경의 변화와 관련성이 크다. 세계화의 요체는 정보기술의 비약적 발달에 따른 ‘경제의 지구적 통합’이다. 세계화에 따라 고도의 입지자유성을 지니게 된 정보기술(IT)에 의해 시간과 공간의 제약이 사라짐에 따라 비용 최소화 원리에 기반한 토지나 노동 등 전통적인 요소들의 가치가 떨어지고 있다.

또 고도의 입지자유성을 지닌 경제활동에 대한 국가의 통제 및 조절권한이 약화 내지 퇴조되고 있고, 상대적으로 지역발전에 대한 국가 하위지역의 역할이 증가되고 있다.⁸⁾

이런 형편에서 고도의 이동성을 지닌 경제활동 등 발전주체에 의한 ‘공간 동질화’ 내지 ‘공간 속 비우기’(space-emptying)의 대상이 되지 못하는 특정한 지역이 지니고 있는 특수한 자원이나 어메니티 등의 가치가 상대적으로 증가하고 있다(권태준, 1994; Brenner, 1999). 이들은 장소 특수성을 지니고 있기 때문에 세계

8) 혹자는 세계화에 따른 특정한 지역의 중요성을 ‘신중세’(新中世)라고 하며(Jessop, 1999), 어떤 사람은 ‘다투는 장소나 지역들의 폭발’이라고 하기도 한다(Haider, 1994).

화를 추동한 고도기술에 의해 동질화가 되지 않을 뿐 아니라, 다른 지역이나 장소가 단시일 내에 모방하거나 창조할 수 없는 특성을 지니고 있기 때문이다. 이처럼 보다 거시적 맥락에서는 세계화라는 장소 동질화 요인이 그 대극(對極)에 있는 어메니티란 장소 특수적 요소의 지역발전적 중요성을 강화시키고 있는 것이다. 특정한 지역만이 제공해 줄 수 있고 이것을 매력적으로 상품화시킬 수 있는 어메니티의 가치가 높아지고 있기 때문이다.

나. 지식기반경제화에 의한 어메니티 수요증가

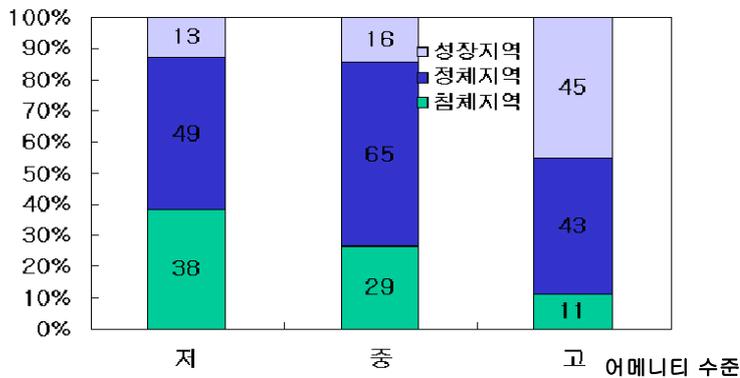
세계화를 추동한 경제의 패러다임이 지식기반화되고 있다. 지식기반경제로의 경제패러다임 변화가 어메니티의 지역발전적 중요성을 부각시키고 있다.

제조업 시대에는 물류비, 교통비, 거래비용 등을 절감시킬 수 있는 물적자본, 인프라 등이 지역발전에서 중요했다. 그래서 삶에 질에 관련된 어메니티 등은 부차적인 요소였으며, 어메니티는 산업화시대의 병폐인 환경악화로 인한 ‘공중보건관리’의 수단정도에 머무르는 형편이었다.

그러나 산업의 지배적 패러다임이 지식, 창의성, 아이디어 등을 기반으로 하는 지식기반경제에서는 전통적인 지역발전요소들의 가치는 하락하는 대신, 어메니티 등 삶의 질에 관련된 요소의 가치가 높아지고 있다. 지역발전 및 지역경쟁의 원리가 ‘비용최소화 원리’, ‘하드이점 원리’에서 ‘장소이점 원리’, ‘소프트이점 원리’로 변하고 있으며, 어메니티 등 삶의 질 요소가 도시나 지역의 핵심적인 경쟁요소가 되고 있기 때문이다(Funck, 1994). 보다 구체적으로 지식노동자의 창의성, 아이디어 등에 문화, 환경, 휴식 등 어메니티 요소가 중요해지기 때문이다.

실증적으로도 어메니티가 지역발전의 주요한 요소임이 밝혀지고 있다. OECD는 어메니티가 높은 지역이 그렇지 않은 지역에 비해 성장지역이 세 배나 많음을 실증분석하고 있다.

〈그림 2-1〉 어메니티 수준과 지역발전의 차이



자료: OECD(2002)

지식기반경제에서 어메니티가 지역발전에 기여하는 것은 환경 측면, 지식 노동자의 인프라 측면, 활용 측면에서 파악이 가능하다. 환경 측면에서는 특정한 장소나 지역이 어메니티를 구비하여 양질의 여건을 구비하고 있으면, 지역발전에 효과가 큰 하이테크 기업이나 이들에 종사하는 거주민을 유치하는 매력으로 작용한다. 그러한 매력은 다시 기업이나 거주민을 끌어들이 양호한 지역 이미지, ‘장소위신’(place status)을 형성하여 추가적이고 누적적인 발전을 견인하게 된다. 지식기반 노동자 인프라 측면에서는 어메니티가 지식노동자의 여가, 휴식 제공은 물론 감수성, 아이디어, 창의성의 토대가 됨으로써 지역발전에 기여하게 된다고 할 수 있다. 활용 측면에서는 어메니티를 제품이나 관광 등으로 상품화하는 경우이다.

다. 소득증가로 인한 양질의 생활환경 수요증가

앞서 언급했듯이 어메니티는 소득의 정상재이다. 어메니티는 소득이 증가함에 따라 어메니티에 대한 수요가 증가하는 속성이 있다.

거주민의 소득수준이 전반적으로 향상됨에 따라 삶의 질적 발전을 도모할 수 있는 양질의 생활환경 및 거주환경, 여가문화 환경 등에 대한 수요가 증가하고 있다. 이런 점 때문에 어메니티가 주민, 특히 고소득자의 수요를 충족시켜 지역

을 발전시킬 수 있는 요소가 되고 있다.

생활수준 및 소득수준의 향상과 함께 가치관도 변하고 있다. 변화의 요체는 사람들의 가치관이 종래와 달리 여가, 어메니티 등 삶의 질을 중시하는 쪽으로 변화되는 것이다. 이처럼 보다 질적으로 고양된 생활로의 가치관 변화도 어메니티의 중요성을 배가시키는 요인이 되고 있다.

라. 주민과 기업의 입지요소 공유성 증가

제조업시대에는 산업입지 요소와 거주민의 주거입지 요소가 엄격히 분리되어 있었다. 산업은 주거에 대해 외부 불경제(external diseconomy)를 발생시키는 요소로 간주되었고, 이를 차단하기 위해 기업은 주거지와 분리해서 입지했다. 그 결과가 상호간 토지이용의 용도분리로 나타났었다.

그러나 산업이 지식기반화되고, 소프트화됨에 따라 종래의 산업측면의 외부 불경제가 외부경제(external economy)가 되고 있다. 그에 따라 주거입지와 기업입지 요소간의 구별이 없어지게 되었고 어메니티 등의 삶의 질 요소가 이들의 공통적인 입지요소가 되고 있다.

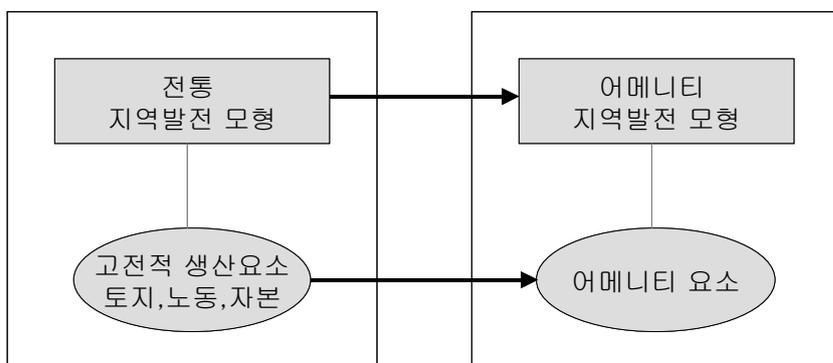
이점은 특히, 지역발전에 중요한 하이테크 산업 및 골드칼라 거주민의 입지에 어메니티의 중요성이 증가하고 있음에서 확인되고 있다. 반대로 하이테크와 골드칼라 등이 입지해 지역의 발전을 구가하고 있는 경우라도, 어메니티 상황이 나빠지면 기업이나 거주민의 입지에 부정적인 영향을 미쳐 지역발전에 위기가 되었던 사례⁹⁾가 어메니티의 지역발전적 중요성을 보여주고 있다.

9) 2001년 실리콘 벨리의 경우 혼잡이 증가하고 지가가 상승하고, 오염 등으로 환경이 나빠지면서 어메니티가 악화되자 기업 및 거주자에게 부정적 영향을 끼쳐 지역에 위기가 되었던 사례가 있다(중앙일보, 2001, 5. 22일자 참조)

2. 어메니티 지역발전의 의의

앞서 언급한 요인들에 의해 지역발전에 대한 어메니티의 중요성이 증가하고 있다. 지역발전에 대한 어메니티의 중요성은 종래의 전통적인 지역발전모형과 달리, 어메니티가 지역발전의 주요한 경쟁이점 요소로 부각되는 패러다임의 전환을 촉발하고 있다.

〈그림 2-2〉 전통적 지역발전 패러다임과 어메니티 지역발전 패러다임



어메니티 이점에 기반한 지역발전 전략은 종래의 양적성장에 기반한 발전전략과 달리 ‘질적 발전’(quality-based development) 전략의 위상을 차지한다. 어메니티에 기반한 질적발전 전략은 기존의 전통적 지역발전전략과 전략의 배경이 상이함을 물론 다양한 측면에서 차이가 난다.

우선, 양적인 가치 대신 질적인 가치를 추구하며, 발전의 중시원리로는 효율성이나 비용최소화 보다는 환경 및 역사문화 가치 등에 무게를 두고 있다. 무엇보다 생활환경이나 어메니티 창출 및 공급에 있어 종래의 부차적, 국가평균적 공급에서 주요한 요소이며, 지역 최상의 공급을 겨냥하고 있는 점에서도 차이가 있다.

또 발전의 방식이나 주체에 있어서도 상이한 양상을 보이고 있다. 종래에는

중앙주도의 정책활용이나 지원이 주류를 차지했음에 견주어, 어메니티 지역발전전략에 있어서는 지역의 사정에 정통한 자치단체 위주로 시책을 추진하는 특성이 있다. 이를테면 하향적 발전방식의 추진과 달리 상향적 발전방식을 취하고 있다. 이렇게 보면 어메니티가 지역주도에 의한 내발적 발전의 토대가 되고 있는 셈이다.

결국 이같은 특성을 지닌 어메니티 지역발전전략은 종래의 양적 성장 대신 지역의 내발적 발전에 기반한 질적 성장으로의 패러다임 전환적 의의를 지니고 있으며, 경제의 지식기반화와 맞물려 현재 및 향후의 지역발전의 주요한 수단으로서의 위상을 지니게 될 것이다.

어메니티가 지역발전에 대한 영향은 직접적 혹은 ‘적극적 전략’과 간접적 혹은 ‘소극적 전략’으로 나눌 수 있다(Gottlieb, 1994). 적극적 전략은 어메니티를 경제발전의 수단으로 활용하는 것이며, 소극적 전략은 공간계획의 맥락에 사용하는 것이다.

적극적 전략은 어메니티를 상품화하여 제품으로 판매하거나 관광객을 끌어들이는 방식이 있다. 이는 어메니티를 보다 직접적으로 상품화하는 경우라 하겠다. 이보다 덜 직접적인 방식은 기업활동에 유리한 어메니티를 정책적으로 조성하는 것이다. 이를 통해 지역발전에 대한 파급효과가 큰 기업을 유치할 수 있기 때문이다.

〈표 2-8〉 전통적 지역발전전략과 어메니티 지역발전전략

구 분	전통적 지역발전전략	어메니티 지역발전전략
배 경	- 제조업기반 경제	- 지식기반경제
가 치	- 양적 성장	- 질적 성장
중시원리	- 효율성, 비용최소화	- 환경성, 역사문화성, 심미성
접 근	- 직접적	- 어메니티를 통한 직·간접적
수 단	- 노동, 자본 등	- 어메니티, 삶의 질
추 진	- 정부주도	- 주민참여
생활환경	- 부차적, 국가평균적 공급	- 주요, 지역최상의 공급

소극적인 전략은 어메니티를 공간계획에 적용하는 것이다. 공간계획에 어메니티를 적용해 거주민의 만족도를 향상시킴으로써 주거입지 등을 통해 지역발전을 가져오는 데 기여하는 방식이다.

제3절 어메니티 활용 지역발전의 특성

1. 활용전략의 유형

전통적으로 어메니티는 농촌이나 자연환경보다는 주로 도시나 주거 등 인공 환경과 관련되었다(황기원, 1994). 그러다 저발전 지역에 해당하는 농촌지역의 회생이나 활력수단으로 어메니티가 거론되면서 농촌의 어메니티에 대해서도 관심을 가지게 되었고, 이를 기화로 어메니티가 지역발전의 수단으로 부각되게 되었다. 특히 어메니티의 지역발전에 대한 수단적 가치로서의 중요성을 지니게 된 것은 OECD가 농촌의 자원을 어메니티로 인식한데서 비롯되었음은 부인할 수 없는 사실이다.

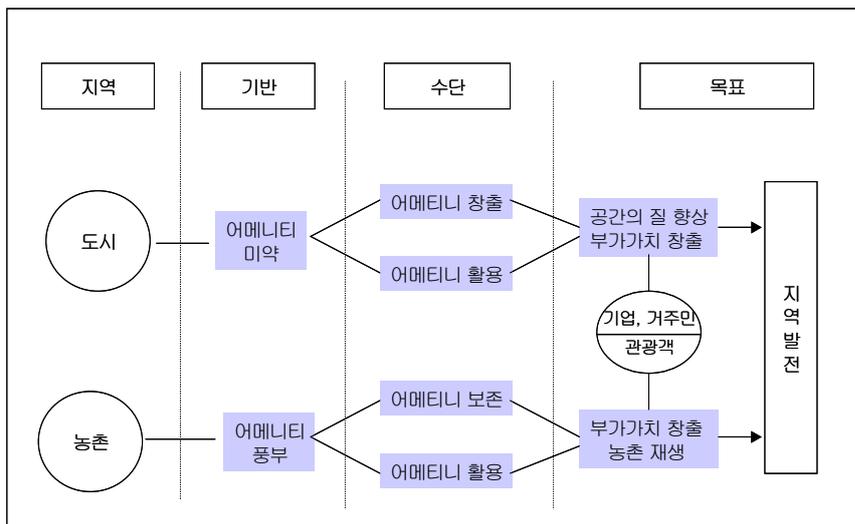
그러나 어메니티의 활용에 대한 지평과 인식이 이렇게 확산되었음에도 불구하고 선후진국을 막론하고 어메니티에 대한 인식은 발전지역과 그렇지 못한 지역에서 차이가 있다. 도시와 농촌에 있어서는 더욱 그러하다. 그렇지만 그러한 차이에도 불구하고 어메니티 지역여건을 포함해서 어메니티 활용전략은 전략형태, 지향가치, 활용내용 등에 따라 다양하게 구분할 수 있다.

첫째, 지역의 어메니티 여건을 감안해서는 발전지역(도시)형과 낙후지역(농촌)형으로 나눌 수 있다. 발전지역에 해당되는 도시는 산업화 과정에서 어메니티가 소실되었거나, 제대로 보존되지 못해 어메니티 기반이 열악한 것으로 인식하고 있다. 반면 농촌 등 저발전지역은 도시에 비해 상대적으로 어메니티가 적게 소실되고 제대로 보존되어 있어 어메니티가 풍부한 것으로 인식하고 있다.

이런 인식의 차이는 어메니티 활용유형에 대한 차이를 가져오고 있다. 도시

등 발전지역은 어메니티 창출 및 형성을 중시하거나 간과할 수 없는 정책요소로 인식하고 있는 반면, 농촌 등 저발전 지역은 보존 및 활용에 정책초점을 두고 있다. 도시는 어메니티를 창출, 형성하여 삶의 여건이 좋은 지역을 형성하거나 어메니티를 활용하여 도시 이미지를 개선하거나, 이를 이벤트 등으로 활용하여 부가가치를 창출하는 전략에 무게를 두는 경향이 많다. 어메니티로 인해 삶의 질이 향상되면 고급두뇌의 유치, 거주민의 만족도가 높아져 경쟁력이 강화되는 메카니즘 때문이다. 반면 농촌 등 저발전 지역은 지역회생의 중요한 수단으로 어메니티 활용전략을 추진하고 있으며, ‘관광’이나 어메니티 자원의 ‘제품화’를 통한 부가가치 창출의 형태로 구체화되고 있다.

〈그림 2-3〉 도시 및 농촌의 어메니티 전략



둘째, 활용형태에 따라서는 ‘장소 마케팅’, ‘도시재생’(urban regeneration), ‘기함전략’(flagship strategy)등으로 활용되고 있다.

장소 마케팅은 생태, 문화 등 어메니티 요소를 매력적인 것으로 상품화하여 지역의 발전을 도모하는 전략이다. 주요한 대상은 기업과 사람이며 그 결과는

입지와 관광, 제품판매의 형태로 나타난다. 어메니티를 상품화하는 ‘장소형성’(place making) 단계와 관측하는 ‘장소 마케팅’(place marketing) 단계로 구성된다. 공간적 영역에서는 산업, 문화, 자연 어메니티를 활용한 장소 마케팅이 가능하며 지역적 영역에서는 발전지역과 저발전 지역에 관계없이 어메니티를 활용한 장소관측이 가능하다.

도시재생전략은 도시, 특히 도심지역의 어메니티인 생태를 복원하고 문화활동이나 이벤트를 공급함으로써 경제활동을 활성화시킴과 동시에 거주민을 유치시키는 전략이다. 도시발전의 단계나 도시구조 상 교외화 등으로 인해 산업활동이나 인구가 공동화되어 활력이 저하된 지역을 어메니티를 활용하여 지역의 발전을 도모할 수 있다. 국내의 경우, 청계천 복원 전략이 대표적인 사례에 해당된다.

기함(旗艦)전략은 특정지역에 상징성 높은 어메니티를 활용하여 기함처럼 지역발전을 창출한 다음 주변지역의 발전을 도모하는 전략이다. 문화, 생태, 환경 등의 어메니티를 활용해 선도적 지역발전을 도모하는 형태로 구체화될 수 있다.

〈표 2-9〉 어메니티 활용형태에 따른 전략유형

구분	활용내용
장소 마케팅	- 문화, 생태자연, 산업요소 등의 어메니티요소를 상품화하여 사람, 기업에게 마케팅
도시 재생	- 문화, 생태자연 등 어메니티 요소 통한 지역재개발을 통한 지역재생
기함전략	- 어메니티에 의해 특정지역 선발전 후 발전을 파급

셋째, 지향가치에 따라서는 생활환경개선을 목표로 하는 전략, 경제활성화 및 부가가치 창출을 목표로 하는 전략, 양자의 목표를 절충한 복합형 전략이 가능하다. 생활환경개선을 목표로 하는 유형은 어메니티를 공간계획의 원리로 적용, 활용하고 있는 방식이다. 부가가치 창출을 목표로 하는 유형은 어메니티를 제품화, 관광, 상품화 이미지 등으로 활용하는 전략이라고 할 수 있다.¹⁰⁾ 생활환경개

선과 부가가치창출을 절충한 복합형은 통상 어메니티에 기반한 발전을 표방하면서 공간계획 및 생활환경조성은 물론이고 어메니티의 상품화도 동시에 활용하고 있다.

하지만 이들 전략 모두는 중국에는 어메니티를 통한 지역발전을 도모하는 점에서 동일하다. 공간계획에 의해 어메니티로 인해 삶의 질이 높아지면 기업, 거주민이 유입될 뿐 아니라 어메니티 활용 제품 등으로 지역의 경쟁력이 높아지고, 지역의 경쟁력 높아지면 삶의 질이 높아지는 선순환 과정을 그치기 때문이다.

〈표 2-10〉 지향가치에 의한 어메니티 활용유형

구분	활용내용
생활환경개선형	- 어메니티를 공간계획 원리로 활용
부가가치 창출형	- 어메니티를 상품화하여 부가가치 창출 및 지역발전에 활용
복합형	- 어메니티를 생활환경을 개선함과 동시에 부가가치 창출로 활용

넷째, 어메니티의 활용보다는 어메니티의 창출에 있어서도 다양한 전략이 제시될 수 있다. 공공재적 속성을 지니는 어메니티 자원의 관리문제에 초점을 두고, 시장기제에 의해 자동적으로 형성, 보전되지 않는 어메니티를 어떻게 정책적으로 내부화할 것인가에 정책의 초점을 두어, 메니티 공급자와 수혜자 간의 직접적인 조정을 초진하도록 하는 정책과 어메니티 공급을 유지 또는 증가시키는 개인적 행위들을 촉진하기 위한 정책이 가능하다(OECD, 1999). 전자에는 ‘시장거래촉진’, ‘집합행동지원’ 정책의 활용이 가능하며, 후자에는 규제(재산권 행사 제한), 인센티브(사회적 비용의 내부화)의 정책이 활용가능하다.

10) 어메니티를 통해 지역의 발전을 도모할 수 있는 기업유치전략도 원거리 혹은 소극적 부가가치 전략이라고 할 수 있다.

〈표 2-11〉 어메니티 형성정책 유형

정책유형	의의	정책 사례
어메니티 시장거래 촉진	어메니티 직간접 시장거래가 어메니티 공급자와 수혜자 간에 발생하도록 촉진	- 이용, 입장료 등 이용시장 형성 - 어메니티 라벨부착상품 인증 - 어메니티 상업적 개발 기업지원 - 토지 소유권에 대한 상품화 지원
집단행동 촉진	어메니티의 공급 및 수요와 련되는 행위자들의 집단적 활동을 촉진하고 지원	- 집단행동 법률적, 제도적 틀 제공 - 집단행동촉진 인센티브 정책 - 어메니티 제공단체 집단행동 지원
규제정책	기존 소유권을 더욱 정교하게 규정하거나 제한	- 보호지역 지정 - 토지이용계획 - 용도제한 - 토지유보 등
인센티브 정책	어메니티 공급에 대한 보상과 부정적 영향을 주는 행위 과세	- 어메니티 공급위해 직접지불 - 어메니티 생산 경제활동유지 지원 - 생산자들에게 정부의 지원에 대한 대가로 어메니티 관리 요구
기타 정책		- 어메니티 행위자간 협조 위한 조정 - 어메니티 정보제공 및 홍보 - 어메니티 가치증대 기술연구

자료: OECD, 1999, pp.79-173; 송미령·성주인(2003)

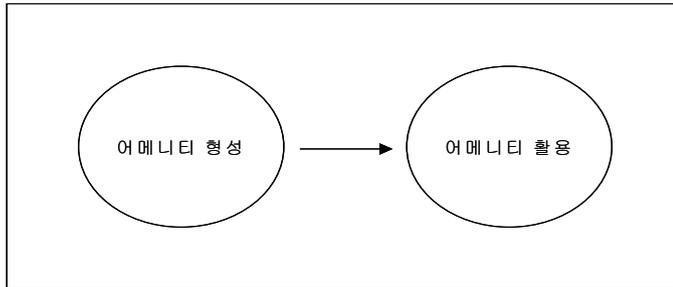
2. 활용전략의 프로세스

어메니티는 소비자의 효용가치를 향상시켜 줌에도 불구하고 외부성(externality)이 강한 시장실패 영역에 존재하는 공공재적 성격을 지니고 있기 때문에, 시장실패로 인한 자원배분의 왜곡문제를 치유하고 내부화(internalization)시킬 수 있는 방안이 중요하다. 이를 위해서는 어메니티를 활용한 편익이나 부가가치를 창출하고 이때의 시장실패를 치유하기 위해 공급자나, 창출자에게 보상하기 위한 활용전략이 필요하다.

어메니티 활용전략의 프로세스는 앞서 언급한 다양한 유형의 전략에 따라 다

소간의 차이가 있을 수 있다. 전략이 강조하는 측면이나 요소가 다를 수 있기 때문이다. 하지만 어메니티 활용의 프로세스는 어메니티를 창출하는 단계와 그것을 활용하는 단계로 나눌 수 있다.

〈그림 2-4〉 어메니티 활용프로세스의 개략적 형태



어메니티가 존재하지 않는 경우는 어메니티 창출과 어메니티 활용의 두 단계 모두가 중요하지만, 잠재력 있는 어메니티가 이미 존재하는 경우에는 어메니티 창출단계가 별로 중요하지 않고 그 대신 활용단계가 중요하다. 모든 지역이 두 가지 단계 모두가 포함된 전략 프로세스를 따르지 않고 지역의 여건이나 실정에 합당하게 특정한 단계에 초점을 두는 경우도 많다.

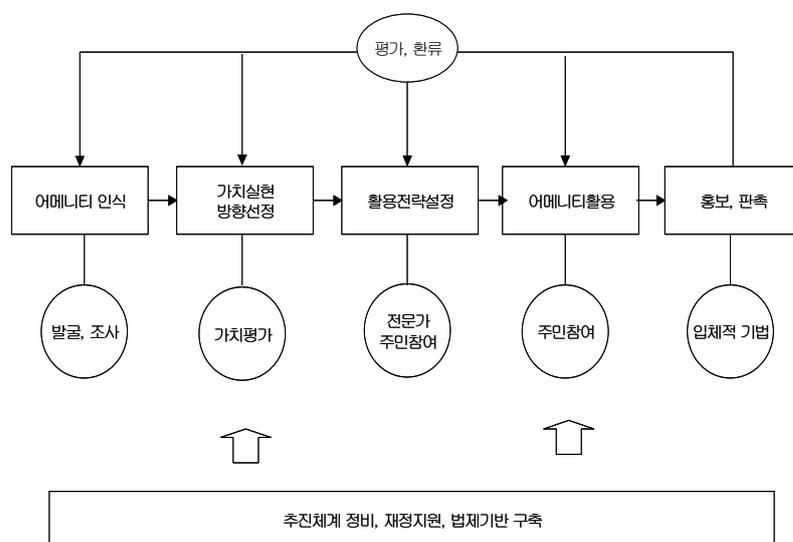
보다 구체적으로 어메니티 활용전략은 지역의 어메니티 인식에 기반해서 전략을 형성하고, 활용결과를 평가, 그 결과를 다시 정책에 반영하는 일련의 과정을 거친다고 할 수 있다.

어메니티를 활용하기 위해서는 먼저, 지역의 어메니티 실태인식을 바탕으로 어메니티의 잠재력, 강점을 발굴하고, 필요한 경우 어메니티를 창출, 형성을 해야한다. 그 다음 어메니티의 가치실현 방향을 설정하고 선정한 어메니티의 장점과 매력을 강화시킬 수 있는 활용전략을 개발해야 한다. 그리고 나서 실행에 따라 부가가치 창출 전략 등을 추진해야 하며, 매력이나 상품을 홍보 및 마케팅을 통해 알려야 한다. 마지막으로 추진이나 집행결과를 평가하고, 개선점을 정책에 환류하여 보다 나은 결과를 다시 창출해야 한다.

어메니티 활용 프로세스에서 주민참여 등 협력체계의 형성이 중요하다. 어메니티 형성을 포함해서 어메니티 활용전략이 기본적으로 지역주민의 참여와 협조가 필수적인 속성을 지니고 있을 뿐 아니라 자치단체의 비전제시나 사업추진, 중앙정부의 시책지원이나 협력이 중요하기 때문이다.

이를 위한 추진체계 정비도 어메니티 활용의 목적달성과 효과창출에 중요한 요소이다. 추진체계의 정비는 어메니티 활용을 추진하기 위한 조직 등의 ‘경성제도’(hard institution) 뿐 아니라 이를 지원하기 위한 ‘연성제도’(soft institution)의 정비가 필요하다. 경성제도 차원에서는 중앙과 지방단위에서 어메니티 활용을 효율적으로 집행, 지원할 수 있는 조직의 정비가 필요하며, 연성제도 차원에서는 중앙의 어메니티 활용 관련 법제, 지방자치단체의 조례, 규칙 등 관련 법제 등에 대한 정비가 필요하다. 주민차원에서도 어메니티 활용이 주민의 적극적이고 자발적 참여를 통해 사업효과가 극대화될 수 있는 점에 착안하여, 자치규약 등의 기반구축이 중요한 요소가 된다.

〈그림 2-5〉 어메니티 활용의 세부 프로세스



보다 큰 차원에서 가치영역의 질적지향, 정책형성 영역의 환경성, 역사문화성, 경제성 등이 중시되기도 한다(윤원근, 2003). 아울러 어메니티 기반(삼섬경제연구소, 2003), 어메니티 활용에 대한 지역사회의 인식(이재준, 2001), 계획 및 전략형성(국토연구원, 2006), 상품화 전략(농경연, 2005) 등의 중요성을 지적하기도 한다.

이상의 논의를 종합하면, 어메니티를 활용한 지역발전전략에 어메니티 인식에서 정책시행, 평가결과의 환류에 이르는 다양한 부문에 걸쳐서 중요요소가 유기적으로 연계되어야 정책목표를 달성할 수 있는 어메니티 활용이 가능함을 알 수 있다.

3. 활용전략의 특성 및 동향

가. 활용전략 특성

어메니티 활용전략의 특성은 발생배경, 사업형태, 추진과정 등 다양한 측면에서 논의될 수 있다. 하지만 여기서는 활용전략의 전반적 경향, 활용전략의 범위, 활용의 주체측면에 제한해서 특성을 제시해 보고자 한다.

첫째, 어메니티 활용전략의 추세는 종래의 생활환경 개선의 수단에서 부가가치 창출의 수단으로 옮겨가고 있는 특성을 보이고 있다. 어메니티의 환경가치보다는 부가가치를 창출하기 위한 수단으로서의 경제적 가치를 중시하게 되었기 때문이다. 그 결과 어메니티를 지역회생은 물론이고 지역의 발전을 위한 수단으로 활용하고 있다.

장소 마케팅, 도시 재생 및 회춘 전략은 말할 것도 없고, 관광과 연계된 부가가치 창출 등의 어메니티 상품화, 기업유치를 통한 부가가치 창출 등의 전략도 이런 추세를 반영한다고 볼 수 있다.

둘째, 활용전략의 범위 측면에서는 도시나 지역의 특정한 공간을 대상으로 하는 경우와 도시 전체를 대상으로 하는 경우 등으로 나뉘는 특징이 있다. 특정

한 공간이나 지역을 대상으로 하는 경우는 비교적 하나의 어메니티 테마를 선정하고 이를 활용하고 상품화시키는 전략을 추진하고 있다. 청계천의 어메니티 상품화 경우가 대표적인 사례에 해당된다.

도시 전체를 대상으로 어메니티 활용시책을 전개하는 경우는 어메니티 활용 범위가 포괄적인 특징이 있다. 이 경우는 일반적으로 어메니티를 생활환경 개선의 수단으로 사용함과 동시에 부가가치 창출의 수단으로 활용하고 있다. 이 경우는 도시 전체를 대상으로 하다 보니 어메니티 시책에 대한 지역 주민의 광범위한 참여와 협력이 필수적이다.

셋째, 어메니티의 중요성에 대한 지역의 인식이 상대적으로 더 중요하다. 어메니티는 중앙정부가 지방자치단체가 제공해 줄 수 있는 것이 아니라 주민의 자발적 참여를 통해서 창출되고 활용할 수 있는 속성을 지니고 있기 때문이다. 그러나 이처럼 주민의 참여가 절대적이면서도 공공재적 속성으로 인해 중앙이나 지방자치단체의 정책관여 및 주도가 필요한 아이러니적 특징을 동시에 지니고 있다. 주민주도와 참여가 그 어느 사업보다도 필요하면서도 정책적 지원이 동시에 필요한 점이 어메니티 활용시책의 특성인 셈이다

나. 활용전략의 동향

다양한 측면 가운데, 지배적인 특징을 중심으로 어메니티를 활용한 지역발전의 동향은 국내와 국외로 나누어 살펴볼 수 있다.

국내는 자치단체를 중심으로 어메니티 사업에 대한 관심이 증가하고 있으며, 이를 반영하여 관련 시책들을 추진하고 있다. 특히, 그 중에서도 지역 전체 혹은 부분적으로 어메니티를 지역발전을 위한 수단으로 채택하여 사업을 추진하는 경우가 증가하고 있다.¹¹⁾ 대도시의 경우에서도 청계천이나 양재천을 비롯해 대구 등에서 어메니티를 활용한 지역발전 전략을 추진하고 있다.

11) 지역 전체에서 어메니티적 발전을 표방한 서천, 함평에 이어, 제천, 진안 등이 어메니티를 활용한 발전을 시도하고 있으며, 화천 신대리 등도 어메니티에 의한 지역발전을 추진하고 있다.

중앙정부 차원에서도 국토 어메니티 창출 전략을 모색하는가 하면, 지역의 어메니티 자원을 활용한 지역발전 시책들을 추진하고 있기도 하다. 건교부에서는 국토 어메니티 창출을 위해 어메니티 평가, 조사, 창출전략을 마련하고 있으며, 행자부는 생활서비스 개선계획 및 어메니티 활용 관련 살기좋은 지역만들기 사업을 추진하고 있다. 농림부도 삶의 질 개선 및 농촌활성화 차원에서 어메니티를 활용한 전략을 추진하고 있다.

국외에서도 어메니티를 활용한 지역발전에 상당한 관심을 기울이고 있으며 관련시책들을 추진하고 있다. 기업차원에서는 어메니티가 기업의 생산성을 강화시킨다는 판단에서 사무환경을 예술, 어메니티 환경으로 전환하고 있는 빌게이츠의 사례가 여기에 해당된다.¹²⁾ 또 독일의 칼스루헤시는 어메니티가 도시의 고용, 일자리 등을 창출한다는 판단에서 ‘문화-기술지구’를 형성하여 어메니티를 활용한 지역발전 전략을 시행, 추진하고 있다(Funck, 1999).

그 외에도 유럽의 투스카니, 망똥, 일본의 유후인, 우키하, 토야마 등의 지역은 물론이고 상당수 지역에서 어메니티를 활용한 지역발전 전략을 질적 지역발전 측면에서 활발히 추진하고 있다.¹³⁾

이러한 새로운 추세와 조류는 지역의 질적 발전이 향후 지향해야할 지역개발의 과제이고, 이를 위해서는 어메니티를 활용한 발전이 효과적이라는 인식이 확산되고 있기 때문이며, 특히 우리의 경우, 민선 지방자치제 실시가 본격화됨에 따라 단체장이 이 분야에 관심을 갖게 되면서부터 더욱 활성화되고 있다.

12) 빌게이츠는 기업의 생산성이 사무환경의 어메니티 강화와 관련성이 크다는 판단에서 사무실을 예술문화가 풍부한 어메니티 환경으로 전환시키고 있다고 한다. 어메니티 강화가 기업발전에 관건이 되는 창의성 향상에 도움이 된다는 판단에서 과천현대미술관 5,900여 점에 버금가는 4,500점의 작품으로 사무공간을 꾸미고 있다고 한다(중앙일보, 2007년 6월 14일자 참조)

13) 이들은 지역주도, 주민주도라는 공통적인 특징을 보이고 있다.

제4절 분석의 틀

지금까지 검토한 이론적 논의를 바탕으로 어메니티를 활용한 지역발전사업의 추진실태를 분석하기 위한 분석의 틀을 정립할 필요가 있다. 분석의 틀은 어메니티를 활용한 지역발전전략의 매카니즘과 특성, 중요 요소를 바탕으로 조작적으로 구축할 수 있다. 분석의 주요한 관점은 어메니티를 활용하여 지역발전을 도모함에 있어, ‘활용단계의 중요요소’에 초점을 두었다. 지역 어메니티 활용정책의 추진은 일정한 정책 프로세스를 따르며, 정책 프로세스별 중요 요소가 어메니티 활용의 승패를 판가름하는 요소가 되기 때문이다.

따라서 어메니티 활용전략의 목표가 부가가치 창출 및 지역경제활성화를 통한 지역발전이라고 할 때, 이를 효율적으로 달성하기 위한 부문별 중요 요소를 분석하기 위한 분석틀을 구성하였다. 이론논의에서 확인된 바와 같이 어메니티 활용전략은 어메니티 형성 및 창출(발굴), 활용전략 형성, 상품화를 포함한 전략의 추진, 홍보 및 마케팅, 어메니티 관리 등으로 구성되며, 이를 추진하기 위한 제도기반이 주요한 부문을 형성하고 있다. 이를 고려하여 분석 틀에서는 어메니티 기반, 활용전략 형성, 활용전략 추진, 마케팅 및 홍보, 추진체계, 제도기반 등을 중요한 부문으로 추출했다. 그리고 부문별로는 하위 측면의 분석내용을 포함하고 있다.

결국 이렇게 구성되는 분석의 틀은 목표를 달성하기 위한 부문, 부문별 분석요소, 분석내용으로 구성되고 있다.

〈그림 2-6〉 어메니티활용의 분석틀



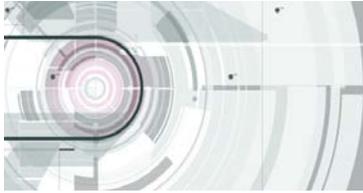
부문별 분석항목은 부문의 분석요소 가운데 가장 핵심적인 내용들로 구성되어 있다. 가령, 어메니티 기반 가운데 어메니티 인식에서는 주민이나 단체장의 인식이 분석항목에 포함되어 있으며, 어메니티 실태에서는 어메니티의 양과 종류 등을 분석항목으로 제시하고 있다. 다른 부문도 이와 다르지 않다.

〈표 2-12〉 어메니티 활용의 분석항목

부 문	분석요소	분석내용
어메니티 기반	어메니티 인식	- 지역주민 인식 - 단체장의 인식
	어메니티의 실태	- 어메니티의 양, 종류 - 사장, 잠재 자원
	어메니티 발굴·선정/ 유지	- 어메니티 조사 - 어메니티 개발, 창출

〈표 계속〉

부 문	분석요소	분석내용
활용전략 형성	어메니티 선정	- 어메니티 평가, 선정 - 주민의사 반영
	전략방향 결정	- 전략결정 개방성 - 전략결정 주민의사반영
	어메니티와 합치	- 전략방향과 어메니티 합치 - 어메니티 경쟁력 강화
활용전략 추진	전략추진 여부	- 주체의 선명성 - 어메니티 활용여부, 강도
	주민참여	- 전략추진의 주민참여
	매력, 부가가치 창출	- 상품의 매력성 - 매력창출의 성과
홍보, 마케팅	마케팅	- 마케팅 조직 및 주체 - 마케팅 수단
	보전, 관리	- 보전, 관리 조직, 방법 - 보전, 관리의 실효성
추진체계	계획	- 시책의 존재 - 시책의 적절성
	중앙	- 지원부처간 연계, 협력 - 중앙의 추진조직
	지방	- 지방의 추진조직 - 주체간 협력
법제지원	관련 법	- 중앙의 법적 지원 - 지역의 조례 지원
	재원	- 중앙, 지방의 재원



제3장 어메니티 활용시책 및 실태분석

제1절 어메니티 활용 시책 분석

1. 중앙정부 시책

도시와 농촌 지역 등의 어메니티 증진 및 활용에 대한 중앙정부 시책은 부처별로 어메니티의 특성들 중에서 서로 다른 포커스를 가지고 시행되고 있다. 어메니티라는 개념 아래에 일관되게 하나의 시책이 추진되지 않고 관련 부처인 행정자치부, 건설교통부, 농림부 등이 개별 사업으로 추진하고 있기 때문이다.

우선 균형위를 중심으로 행자부, 건교부, 농림부 등 범 부처 차원의 형식을 띠고는 살기좋은 지역만들기 관련 정책이 추진되고 있다. 이 시책은 명시적으로 어메니티정책을 표방하고 있지는 않지만 과도한 산업화로 인하여 피폐화된 국토(도시어메니티의 저하, 농촌지역의 피폐화 문제)를 회복하여 주민들이 살기 좋고 기업을 유인하고 인구유입을 촉진하기 위해 시행되고 있다. 따라서, 살기좋은 지역만들기 시책은 어메니티를 활용한 정책의 기본 원리를 따르고 있어 어메니티 관련 정책이라고 할 수 있겠다.¹⁴⁾ 살기좋은 지역만들기에서 ‘살기좋은’의 의미에 대하여 편리한 시설과 접근성, 깨끗한 자연속의 삶, 이웃공동체, 경제적 성장 가능성이 있다고 제시하고 있어 어메니티 개념 구성 요소인 쾌적성, 환경성

14) 정책의 구체적인 사업 목적과 비전은 자연환경의 복원과 삶의 질을 개선하고 지역공동체의 복원하여 “아름답고, 쾌적하고, 특색있는 지역공동체”로 발전시키는 목표를 지향하고 있다. 즉, 삶의 정주공간으로서 안락하면서 경제적 경쟁력 있고 사회적으로 역동적인 지역으로 발전하도록 하는 내생적 지역발전 전략을 추구하고 있다.

등을 포함하고 있기 때문이다.

그러나 어메니티 관련 정책을 시행하고 있는 개별부처들은 상당히 공통적인 목표를 위해 정책을 추진하고 있음에도 불구하고 다수간의 차이도 있다.

행정자치부는 살기좋은 지역만들기를 통하여 지역내 종합적인 삶의 질 개선과 궁극적으로는 지역경제활성화를 도모하고 있다. 건교부는 행자부와 유사하게 살고싶은 도시만들기 정책을 추진하면서, 한편으로는 도시계획적 원리로서의 어메니티 개념(즉, 쾌적성, 안전성, 편리성, 친환경성 등)에 초점을 두어 도시화 과정에서 감소되었던 도시 및 국토어메니티 차원에서의 정책이나 제도를 강구하고 있는 상황이다. 농림부는 농촌의 회생수단 측면에서 농산어촌에 보편적으로 존재하고 있는 환경자원이나 농수산물자원 등을 어메니티 자원으로 파악하고 이를 어떻게 활용하여 농촌 경제와 농촌마을을 활성화시키려는 노력을 경주하고 있다.

가. 부처별 주요시책 현황

1) 행자부 : 살기좋은 지역만들기, 생활여건 개선

행자부의 살기좋은 지역만들기는 9가지 유형(산업형, 교육형, 생태형, 문화형, 복지형, 정보형, 전통형, 건강형, 가족형)으로 구분하여 지자체 대상으로 우수계획공모전을 추진하고 있으며, 2007년에 국가지정 30, 도지정 17개의 살기좋은 지역만들기 대상지역을 선정하여 정책을 추진하고 있다.

〈표 3-1〉 살기좋은 지역만들기 지정현황(국가지정, 도지정)

구분	생태형	문화형	관광형	산업형	가족형	교육형	전통형	건강형	기타형	계
국가	9	6	5	2	3	1	2	1	1	30
도	3	4	2	6	0	1	0	1	0	17
계	12	10	7	8	3	2	2	2	1	47
(%)	(25.5)	(21.3)	(14.9)	(17.0)	(6.4)	(4.3)	(4.3)	(4.3)	(2.1)	

그리고 살기좋은 지역만들기 외에 균특법 시행령 제38조의 규정에 근거하여 234개 기초 및 16개 광역자치단체의 교육, 의료, 복지, 환경, 주거, 문화 등 생활 서비스 어메니티를 개선하기 위한 사업을 추진하고 있다. 현재는 생활서비스에 대한 실태조사를 추진 중이다.

2) 건교부 : 살고싶은 도시만들기, 국토 어메니티 창출

건교부는 살고싶은 도시를 10가지 유형으로 구분하여 살고싶은 도시만들기 ‘시범마을’사업과 ‘시범도시’사업을 추진하고 있다. 10가지 유형은 지역내 삶의 질 향상을 위해 변형할 수 있는 여러 차원들을 기준으로 구분되었다. 10가지 유형은 생태·환경형, 경관·미관형, 건축문화형, 역사문화형, 정보·과학형, 녹색교통형, 관광·레저형, 방재·안전형, 교육·학습형, 도시정비형 등으로, 어메니티의 각 구성요소들을 특화발전시키는 것을 목적으로 하여 추진되고 있다.

살고싶은 도시만들기사업의 유형별 평가기준을 살펴보면 사업의 구체적인 목표를 파악할 수 있는데, 평가기준에 따르면 살고싶은 도시만들기사업은 두 가지로 구분된다. 예를 들어 생태환경형은 자연성의 복원이나 생태환경 개선 등의 지역내 주민의 복리증진과 관련된 항목이 주요 평가지표이자 사업목적이고 경관미관형이나 도시정비형 등도 도시기반시설이나 건축물의 정비를 통한 지역내 어메니티 증진을 도모하고 있는 것으로 나타난다. 이에 반해 정보과학형은 입지 특성 및 지역의 역량, 디지털콘텐츠의 우수성 등에 대한 평가항목이 있어 지역 산업 발전을 위한 지원사업을 의미하는 것으로 지역경제활성화 사업에 해당된다.

〈표 3-2〉 유형별 개별항목 평가지표

유형	평가지표
생태·환경형	① 자연성의 복원, 환경 오염저감 효과 ② 자연생태계의 순환 조성 ③ 생태 및 환경보전 노력
경관·미관형	① 시각적 아름다움 제고효과 ② 경관자원 활용·창출효과 ③ 주변환경과의 조화
건축·문화형	① 지역 건축자원의 활용·창출 ② 지역 고유 이미지 향상 ③ 조형물의 예술성
역사·문화형	① 정체성 확보 ② 역사·예술자원의 확충효과 ③ 보전·정비프로그램
정보·과학형	① 입지특성 및 지역의 역량 ② 콘텐츠의 우수성 ③ 지역기관 및 전문가와의 유기적 협력 정도
녹색교통형	① 보행자·자전거등 대중지향적 교통체계 구축 ② 사회적 약자에 대한 배려 ③ 편리성 및 안전성
관광·레저형	① 관광자원 및 기반시설의 역량 ② 차별화 전략 ③ 지속가능한 관광프로그램
방재·안전형	① 사회적 약자 배려 ② 도시재난 및 안전관리 효과 ③ 재해 및 범죄예방 프로그램
교육·학습형	① 프로그램의 내실성 ② 기존 교육시설 및 지역공동체와의 연계성 ③ 지역 교육자원의 창출
도시정비형	① 불량한 환경의 개선 ② 생활 편의시설의 공급 ③ 개성있고 독특한 공간(시설) 제공

건교부의 살고싶은 도시만들기 사업은 지역규모에 따라 시범마을사업과 시범도시사업으로 구분된다. 시범마을사업은 동 또는 그 이하 마을단위의 소규모 지역을 대상으로 하며 주민주도형 발전을 강조하고 있어 동장(주민협의체 구성), 이장 등을 마을대표로 하는 주민협의회 또는 연합회(상인 등), 시민단체 등이 사업주체가 된다. 시범도시사업은 시·군·구 행정구역 전역 또는 일부지역을 대상으로 지역내 어메니티자원의 특화발전이나 개선을 목표로 하고 있으며 사업은 시장·군수·구청장이 공공연구기관, 지방대학·연구소, 시민단체와 주민이 참여하는 거버넌스체계를 구축하여 추진하도록 되어 있다.

시범마을과 시범도시는 공간적 범역과 사업의 규모의 차이는 있을지언정, 사업대상은 도시내 시설이나 부존자원의 개선이라는 측면에서 동일한 성격을 지닌다.

이와 동시에 건교부 산하 국토연구원이 중심이 되어 국토어메니티의 조사, 발굴을 통한 국토어메니티 생성, 구축을 위한 시책개발을 위한 관련연구를 수행하고 있다.

3) 농림부 : 살기좋은 농촌만들기(전원마을), 삶의 질 개선 관련사업

농림부는 도시에 비해 상대적으로 풍부하게 남아있는 농촌자원을 어메니티 자원으로 규정하고 이를 구축, 활용하기 위한 정책을 추진하고 있다. 이는 무역자유화를 거스르기 힘들다는 판단 하에 1990년대 후반부터 북미나 유럽에서 나타난 농촌개발정책의 변화를 수용하기 시작하면서 시도되었다. 북미와 유럽의 농촌지역은 국제적 농업환경 변화 속에서 종래의 농업생산 방식에서 벗어나 농촌 지역의 자연적, 사회적, 문화적 유산들을 보호하고 이들 지역유산들을 이용한 농촌관광, 생태관광, 그리고 유기농산물 수출로 선회하기 시작하였다(OECD, 1993, 1999)

(1) 전원마을조성사업

전원마을조성사업은 농촌지역에 도시민들을 위한 주거공간을 마련하여 농촌지역을 활성화시키는 것을 목적으로 하고 있다. 즉 농촌에 존재하는 어메니티를 이용하거나 도시민 수요에 맞게 변용시켜 농촌의 장소적 가치를 증가시킴으로써 농촌 활성화를 도모하는 것으로 볼 수 있다. 장소고착적인 어메니티를 이용하여 도시민의 유입을 유도하는 정책으로 이해할 수 있다.

따라서 사업의 주요 초점은 농촌 주민을 대상으로 하기보다는 주로 도시민, 은퇴자 등의 농촌 정주 유도를 위한 전원주거단지 또는 영농체험이 가능한 농장 등을 조성하는 것이다.

개발형태에 따른 사업유형을 살펴보면 첫째 맞춤형 전원주거단지, 둘째 체제형 주말농원, 셋째 은퇴농장 등이 있다.

- ◇ 맞춤형 전원주거단지 : 수요자의 요구에 맞추어 입지조건이 양호한 지역에 원지형을 활용한 20호 이상의 전원주거단지 조성
- ◇ 체재형 주말농원 : 주말을 이용하여 전원생활을 즐기고자 하는 수요자의 취향에 맞추어 소규모농장과 체재시설을 갖춘 주말농원 조성
- ◇ 은퇴농장 : 노령자와 은퇴자의 농촌거주 유도를 위해 일자리가 있는 농장 및 주거시설을 조성

(2) 농촌마을종합개발사업

□ 개요

농촌마을종합개발사업의 목적은 농촌마을의 경관개선, 생활환경정비 및 주민 소득기반시설 확충 등을 통해 살고 싶고 찾고 싶은 농촌정주공간을 조성하는 것이다. 즉, 농촌 지역내 주거 어메니티를 향상시킴으로써 인구유입을 유도하여 농촌사회를 유지하는 것이다.

농촌마을종합개발사업의 경우 어메니티 증진을 통한 궁극적인 목적은 크게 두 가지로 이해될 수 있다. 첫째, 어메니티 증진을 통하여 현재 지역주민인 농민의 거주환경 개선과 소득 창출, 둘째, 어메니티 증진을 통하여 도시민과 은퇴도시민 등 외부 인구 유입을 촉진이 바로 그것이다. 이를 위하여 마을 기반 정비 사업을 추진하는 것이 주 내용이다.

사업의 법적 근거는 농어촌정비법, 삶의질특별법(「농림어업인의 삶의 질 향상 및 농산어촌지역개발 촉진에 관한 특별법」)이다. 따라서 사업 대상 지역은 농어촌정비법에 의한 농어촌의 면지역이면서 국토의계획및이용에관한법률, 자연환경보전법, 농지법, 산림법, 자연공원법 등 타법에 의하여 개발에 제약요인이 없는 지역이어야 한다.

□ 지원내용

지원내용은 생활권으로 구획된 마을의 종합적인 개발사업을 지원하고 있으며, 구체적으로는 마을의 경관개선, 기초 인프라 구축, 그리고 지역산업 발전과

인구 유치를 위한 소프트웨어적 사업까지 포함하고 있어 정책수단이 물리적인 기반시설 뿐만 아니라 지역 공동체의 활성화까지 포함하고 있다.

- 마을경관개선 : 마을소공원, 담장정비, 마을숲 정비, 빈집 철거 등
- 기초생활시설 : 마을내도로, 주차장, 상·하수도, 주택신·개축 등
- 소득기반시설 : 소규모 공동 농산물가공, 유통시설 등
- 인구유치계획 : 마을재개발·재정비, 빈집 및 주택용지공급계획 등
- S/W관련사업 : 마을기획, 컨설팅, 홍보, 리더육성, 주민교육 등

종합마을사업은 2004년 36개 마을 선정을 시작으로 2006년 현재 96개 마을이 선정되어 있으며, 3~5년에 걸쳐 권역당 총 70억원 범위 내에서 국고 80% 지방비 20%로 지원되고 있다.

□ 추진체계

선정기준은 ① 생활권으로 묶여있는 마을, ② 주민의 자발적 참여와 개발의지가 높은 지역(지역리더 또는 마을개발협의회의 구성 여부 등), ③ 농촌 고유의 어메니티 보유 여부(자연경관이 수려하고, 환경·생태자원, 유무형 유적·풍습 등이 잘 보존되어 있어 농촌 고유의 어메니티 보존·유지가 가능한 지역), ④ 향후 지역발전의 주도적 역할이 예상되는 중심지역으로 인근지역에 파급효과가 큰 지역 등이다.

마을단위의 강조와 농촌 고유의 어메니티 보유 여부 등이 주요 선정기준임을 알 수 있으며, 이러한 요소들은 선정과정에서도 면밀하게 평가되고 있다. 요컨대 사업 신청에서도 주민이 참여하여 주민과 시·군이 공동으로 공동으로 예비계획서를 작성하여 농림부에 신청하고 한국농촌공사가 예비타당성조사를 수행하고 있다.

(3) 녹색농촌체험마을사업

□ 개요

녹색농촌체험마을사업의 목적은 주40시간 근무제 등으로 증대되고 있는 도시

민의 여가수요를 농촌으로 유치하여 농외소득증대 등 농촌지역 활력 증진을 도모하는 것으로 명시되어 있다. 농촌마을종합개발사업과 달리 녹색농촌체험마을 사업이 제기된 정책적 외부 환경이 도시민의 여가시간 증대에 있는 것으로도 알 수 있듯이, 녹색농촌체험마을은 도시민을 대상으로 농가수익을 증대시키는 것을 기본 목표로 설정하고 있다.

구체적인 목표는 첫째 친환경 농업, 자연경관 등을 활용한 농촌체험관광 활성화를 통해 농업부가가치를 증진시키고 농촌지역공동체 형성 및 복원, 둘째 도시민의 다양한 수요에 맞는 휴양·체험공간으로 녹색농촌체험마을을 조성하여 농촌체험관광 및 도농교류 거점으로 자리잡는 것이다.

이 체험마을사업은 농업농촌기본법 제38조(농촌지역산업의 진흥 및 개발), 농어촌정비법 제66조(농어촌관광휴양의 지원·육성), 농림어업인 삶의 질 향상 및 농산어촌지역개발촉진에 관한 특별법 제35조(도시와 농산어촌의 교류 확대) 등을 법적 근거로 하고 있다.

녹색농촌체험마을사업의 특징은 세 가지로 요약될 수 있다. 첫째, 자연경관, 농업, 생활문화 등 농촌의 특성을 살린 마을로 조성하여 유흥·위락 위주의 기존 대중관광과는 차별화된 여가 서비스를 제공한다. 둘째, 농촌에 내재되어 있는 자연경관 어메니티, 생활문화 어메니티 등의 상업화를 통하여 체험관광 자원을 발굴하고 도시민에 의한 관광수익을 창출한다. 셋째, 어메니티 상업화와 관광수익 창출에 있어서 마을협정과 마을-사무장, 마을-자문가 간 협정이 활성화되도록 지원하고 있어, 전문성과 주민자치가 증진되도록 하는 것이다.

□ 지원내용

도시방문객 유치를 위하여 필요한 마을 공동의 농촌체험기반시설, 생활편의 시설, 마을경관 및 컨설팅 등 S/W 관련분야 등에 자금지원을 하고 있으며, 마을당 2억원이 지원되고 있다. 지난 3~5년에 걸쳐 권역당 총 70억원 범위 내 지원되고 있으며, 2002년~2005년까지 전국에 123개 녹색농촌체험마을 조성되었으며 2006년 67개 마을이 조성 중에 있다.

- 농촌체험기반시설 : 체험농장 조성, 산책로, 캠핑장 등
- 생활편의시설 : 마을안길 정비, 마을회관 개보수, 민박, 정자, 주차장 등
- 마을경관조성 : 화단·꽃길, 흙담·돌담 조성, 빈집정비 등
- 기타 S/W관련분야 : 컨설팅, 설계비, 주민교육훈련, 홍보물 제작 등

□ 추진체계

농촌마을종합개발사업과 유사하게 마을협정 체결이 사업지정을 위한 필수 요건으로, 지역주민이 생각하는 지역정체성을 확보하도록 하고 있다. 마을에서는 먼저 주민들간의 마을협정 체결 및 사업계획 수립을 완료하여 시·군을 거쳐 시·도에 승인 요청을 하여 사업을 시·군과의 협조 하에 추진한다.

이 과정에서 사업의 효율적 추진을 위하여 농림부는 추진체계 상에서 마을사무장 제도와 1인1촌 전문가자문지원시스템의 두 가지 지원을 수행하고 있다. 마을사무장제도는 마을의 사업계획 수립과 추진에 있어서 전담요원을 구비하고자 시행된 제도로서, 농산어촌체험관광 프로그램을 운영하고 있는 마을을 대상으로 신청을 받아 한시적(최대 3년간)으로 마을사무장 채용비용의 일부를 지원하는 것이다. 한편, 1인1촌 전문가 자문지원 시스템은 마을컨설팅, 주민교육 등 경험이 풍부한 관광, 지역개발, 건축 등 다양한 분야의 전문가(교수, 컨설팅업체 대표 등) 등의 인력풀을 구성하고 마을과 전문가를 매치시켜 전문가가 전반적인 자문활동을 수행하도록 지원하는 것이다.

나. 제도기반

중앙부처 차원에서 수행되는 어메니티 관련 사업들은 사업마다 그 때 개별법에서 명시한 지역들을 차용하여 사용하고 있거나 하나, 개별사업이 아니라 어메니티의 증진 및 활용을 주요 내용으로 하는 법률이나 규칙 등이 거의 마련되어 있지 않다. 다만, 건교부는 도시계획법이나 국토의 계획 및 이용에 관한 법률에서 제시하고 있는 법률에 기반하여 도시계획 원리로서의 어메니티를 차용하고 있으며, 농림부는 삶의 질 법에서 어메니티 자원의 활용에 대한 부분적인 법적,

제도적 기반이 형성되어 있는 정도라 할 수 있다. 이에 따라 어메니티 관련하여 부처별 파편적이고 단편적인 법률적 기반의 문제를 시정하기 위하여 입안된 「경관기본법」이 2007년 4월 국회에서 통과되었다.

□ 경관기본법

자연경관 및 역사·문화경관을 보전하고 도시·농산어촌의 지역특성을 고려한 경관을 형성함으로써 아름답고 쾌적하며 지역특성을 나타내는 국토환경 및 지역환경을 조성할 수 있도록 경관계획의 수립과 사업추진을 위한 제도적 근거(경관협정 체결, 경관사업추진협의체 등)을 마련하는 목표로 제정되었다.

그 주요 내용은 경관계획의 목표와 추진체계(공청회, 지방의회, 경관위원회의 심의 등), 경관사업의 내용(야간경관의 형성, 걷고 싶은 거리 조성 등), 경관지구의 설정, 경관사업추진협의체(지역주민·시민단체·전문가 등으로 구성), 경관사업¹⁵⁾의 재원조달 방안 등이다.

경관계획이 법적인 근거를 가지고 경관협정의 법적 효력 등이 발생함에 따라, 도시어메니티의 증진이라는 측면에서는 성과라고 할 수 있으나, 경관사업의 주요 대상이 도시계획의 어메니티 개념 가운데 미관적인 부분에 치우쳐 있다는 한계가 존재한다.

다. 시책 및 제도기반 종합

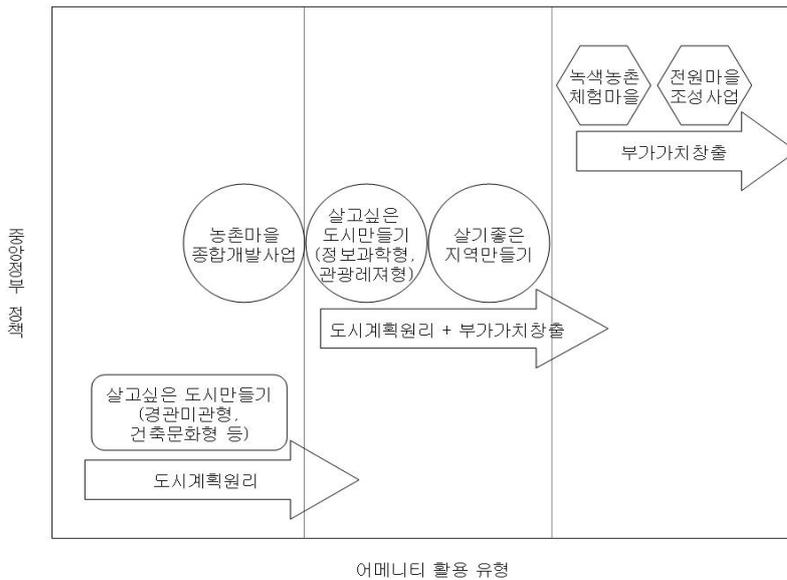
중앙부처 시책은 경제활성화라는 실용적 입장에서 어메니티의 자원화 여부, 즉 어메니티를 경제개발의 한 자원으로 즉 화폐적 가치를 창출하는 데 기여하는 자원으로 파악하느냐 아니냐에 따라 중앙정부 시책을 구분할 수 있다. 이 기준에 따르면 중앙정부의 어메니티 관련 시책은 크게 세 가지로 구분될 수 있다

15) 경관기본법에서의 경관사업의 대상: ① 건축물의 의장·색채 및 옥외광고물에 관한 사항, ② 건축물의 대지 및 옥외에 설치되는 건축설비의 위치에 관한 사항, ③ 건축물 및 시설물의 외부공간에 관한 사항, ④ 토지의 보전 및 이용에 관한 사항, ⑤ 기타 대통령령에서 정하는 사항 등

(<그림 3-1> 참조).

① 도시계획적 측면의 어메니티 계획: 지역 주민의 정주·여가공간으로서 도시공간이 자연환경적, 문화적 어메니티 등을 복원, 증진시키는 것을 목적으로 한다. 즉, 어메니티를 어떤 상업적 목적이나 화폐가치 창출의 목적에서 바로보는 것이 아니라 순수하게 공공재적인 성격으로 지역 주민의 복리 증진을 위주로 본다. 물론 이 정부 정책의 입장도 일차적인 목적은 도시민의 삶의 질을 향상시키는 것이나, 부수적으로 기업 종사자들의 복지 수준을 증가시킴으로써 기업이 위치하고 싶은 도시로 전환되어 도시경쟁력이 강화되는 효과를 가진다. 건교부의 살고싶은 도시만들기 정책 중에서 정보과학형이나 관광레저형을 제외한 나머지 8개 유형이 이에 해당되는 정책이다.

<그림 3-1> 어메니티 활용 유형에 따른 중앙정부 정책



② 부가가치 창출 측면에서의 어메니티 활용 정책: 지역경제발전의 패러다임이 바뀔에 따라 친편일률적인 상품을 판매하는 것이 아니라, 지역에 내재되어 있는 어메니티적인 요소(전통문화, 자연환경을 이용한 전원주택, 농업·생태체험 등)를 이용하여 지역경제를 활성화시키고자 하는 전략이다. 도식적으로 보면, 일차적인 목표는 지역경제활성화로서, 이 경우 어메니티 복원 및 증진은 지역경제 활성화를 위한 수단적인 위상을 갖는다고 할 수 있다. 대표적인 중앙부처 사업으로는 지역 어메니티를 체험관광의 자원으로 간주하는 녹색농촌체험마을이나 지역의 전반적인 환경 어메니티를 이용하여 도시민의 정주공간을 마련하고자 하는 전원마을조성사업이 해당된다.

③ 복합형: 복합형은 상기 두 유형의 종합적 형태로서 자원으로서의 어메니티와 순수공공재로서의 어메니티를 차등없이 강조하고 있는 어메니티 활용전략을 의미한다. 대표적으로 살기좋은 지역만들기, 살고싶은 도시만들기(정보과학형, 관광레저형) 등이 존재한다.

중앙부처는 상이한 목적과 포커스 하에서 어메니티 관련 사업을 추진하고 있는데 그에 따라 지역의 관점에서는 서로 상이한 개별사업들이 동시다발적으로 진행되어 사업들 간 연계성을 지역 차원에서 충족시켜주지 못하는 문제점을 낳고 있다.

〈표 3-3〉 중앙정부와 지자체의 어메니티 활용 시책

사업명	사업 성격	사업내용	추진주체	지역 범위
살기좋은 지역만들기	복합형	- 산업형, 교육형, 생태형, 문화형 등 9가지 유형에 따른 마을만들기사업	행자부	마을
살고싶은 도시만들기	복합형 또는 도시계획형	- 생태·환경형, 경관·미관형, 건축문화형, 역사문화형 등 10가지 유형	건교부	시범도시, 시범마을
농촌마을 종합개발사업	복합형(농촌정주 공간 개선 + 인구유입)	- 경관개선, 기초생활환경개선, 소득기반 확충 등 마을 활성화 종합적 시책	농림부	생활권역 (3~5개 법정리)

〈표 계속〉

사업명	사업 성격	사업내용	추진주체	지역 범위
전원마을 조성사업	부가가치창출형 (인구 유입)	- 전문화된 전원마을(맞춤형 정원주거단지, 체제형 주말농장, 은퇴농장 등) 건설 후 도시민·은퇴민 인구유입 유도	농림부	유형에 따라 단지규모 차등
녹색농촌체험 마을	부가가치창출형 (체험관광)	- 농촌체험기반시설, 마을경관조성 등 사업지원	농림부	-

2. 지방정부 시책

가. 주요시책 현황

지방자치단체의 어메니티 관련 시책 역시 중앙정부 시책과 마찬가지로 도시계획적 측면의 어메니티 계획과 지역경제 차원의 어메니티 계획, 그리고 복합형으로 구분할 수 있다.

일반적으로 대도시나 중소도시에 해당되는 지자체는 주민 삶의 질 향상을 위하여 도시계획적 측면의 어메니티 계획을 수립하는 경향이 있다. 특히, 1990년대 후반 이후 도시 전체 차원에서 도시민의 삶의 질 향상을 위하여 종합적인 어메니티 플랜을 추진하기 시작하였는데(이재준, 2006), 부산은 1984년에 시작하였고 1998년에 의정부, 부천, 안양, 수원, 성남, 안산 등 경기도의 6개 시가 어메니티 플랜을 수립, 추진하고 있다.

어메니티 플랜은 도시계획 차원의 어메니티 효과, 즉 쾌적성, 심미성, 안전성 등에 강조점을 둔 반면에 농촌지역이나 소도시들은 기업 및 인구 유입을 유도하여 지역활성화시키려는 목적 하에 지역내 존재하는 어메니티를 개발, 활용하려는 시도를 보이고 있다. 지역경제 활성화의 대표적인 사례로 서천, 함평 등을 들 수 있다.

나. 제도기반

1990년대 후반 이후 어메니티 관련 계획들이 지방자치단체에 의해 도입되고 종종 적극적으로 추진되어오고 있음에도 불구하고, 제도적인 정비가 미약한 편이다. 서천 등 몇 개 지방자치단체만이 어메니티를 지원하는 조례를 지정하여 제도적인 기반을 구축하고 있을 뿐이다. 대체로 단체장의 결정에 의해 어메니티 관련 시책이 추진되고 있다. 또한 조례 역시 법적 기속력이 강하지 못하여 어메니티 조례가 선언적인 형태에서 그칠 개연성이 많다.

그러나 2007년 제정된 경관기본법이 적용, 시행되기 시작하면 지방자치단체가 추진하는 어메니티 활용 지역발전전략이 일정 부분 제도적 기반을 지닐 것이다. 그럼에도 경관기본법은 앞서 언급하였듯이 심미적이고 건축적이고 거리조성차원 등 특정 지구(경관지구와 같은)의 사업 추진에 적용될 수 있을 뿐 경관의 개선이나 경관 조성 등과 무관한 어메니티 전략(어메니티 홍보나 상업화를 위한 축제 및 관광 사업 추진)의 추진에 대한 제도적 기반을 제공해 줄 수 없는 한계가 존재한다.

제2절 어메니티 활용실태 분석



1. 실태분석의 개요

실태 분석의 목적은 어메니티 활용 전략의 내용상의 특징과 추진상의 특징을 파악하여, 어메니티 활용 전략의 성공을 제고시키기 위한 정책 방안을 제안하기 위한 토대를 구축하는데 있다.

이를 위하여 지방자치단체를 대상으로 설문조사를 시행했다. 설문조사의 내용은 어메니티를 활용한 지역발전전략에 대한 지방자치단체의 인식 파악, 실제 도입하고 있는 어메니티 발전전략에 대한 현황파악, 그리고 어메니티 발전전략

을 도입하고 있지 않은 이유와 어메니티 발전전략을 위한 정책적 지원 등으로 구성되어 있다. 설문조사 결과는 어메니티를 활용하는 지역에 대한 사례 조사 분석과 함께 어메니티 활용 전략에 대한 정책적 지원 방안을 모색하는 토대로 활용된다.

설문조사는 구조화된 설문조사표를 전국 기초자치단체(232개)에 배포하여 2007년 9월 17일에서 2007년 10월 31일 기간 동안에 131부가 회수되었다. 그 중 작성이 미흡한 4부를 제외하고 유효설문지 127부를 대상으로 분석하였다. 회수 응답율은 총 232개 지방자치단체를 기준으로 볼 때 56.5%였다.

설문조사 응답자 분포를 살펴보면 광역시급에서는 대구 광역시의 1개 자치구, 경기도 2개 기초지자체가 응답하고 서울 등 다른 광역시의 자치구들은 응답하지 않아서, 서울 등 수도권과 광역시가 아닌 지방의 응답에 기초하여 설문조사가 분석되었다. 이에 따라 어메니티 활용 전략의 특성에 대한 응답 역시 도시계획적인 어메니티보다는 지역활성화 수단으로서의 어메니티적인 측면이 많이 강조되었을 것으로 파악된다. 한편, 시부와 군부로 구분하였을 때 응답한 시부는 50개 지자체, 군부는 73개 지자체로 각각 약 40%, 57%로 비슷한 분포를 보이고 있다.

〈표 3-4〉 설문조사 응답자 (단위: 명, %)

구 분	응답자	응답률
강원	18	14.17
경기	2	1.5
경남	20	15.75
경북	26	20.47
대구	1	0.79
전남	22	17.32
전북	12	9.45

〈표 계속〉

구 분	응답자	응답률
충남	15	11.81
충북	8	6.30
무응답	3	2.36
계	127	100.0

설문조사표는 어메니티에 대한 개념 설명이 먼저 이루어진 연후에 다른 질문들이 제기되었다. 조사표에서 어메니티는 “장소적 여건이나 쾌적성의 총체로 정의되며, 환경, 생태 등 자연적인 것은 물론이고, 문화, 역사, 경관, 교육 등 인위적인 것 등을 포함하며, 지역발전을 위한 거주나 기업의 여건 및 쾌적성, 상품화 및 제품화 등으로 활용되고 있음”으로 설명되었다.

2. 활용내용 분석

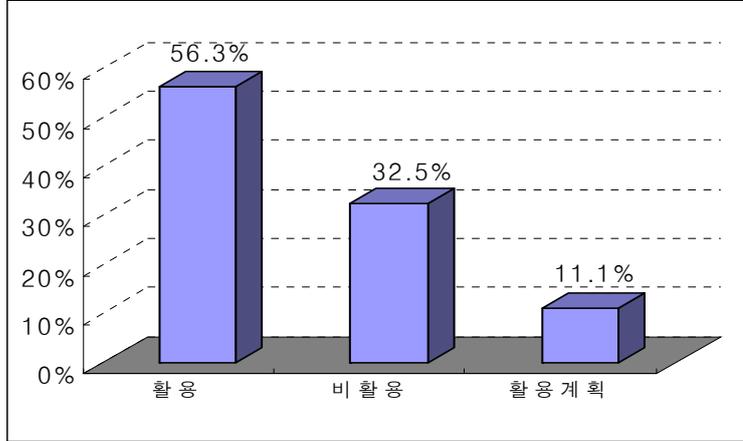
가. 어메니티 활용 여부와 활용전략에 대한 인식

1) 어메니티 활용여부

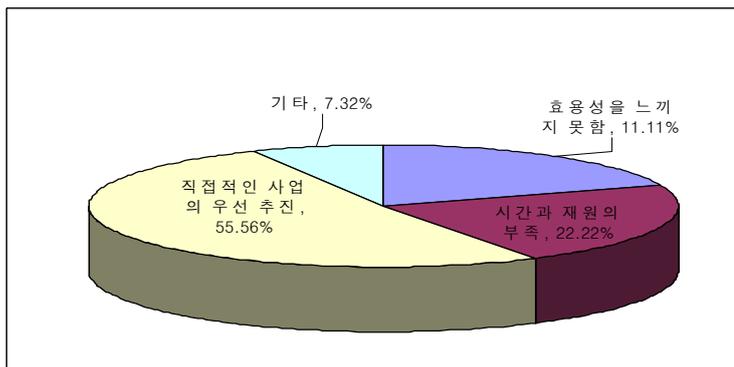
자치단체 가운데, 현재 지역발전 전략을 위해 어메니티 개념을 도입한 지자체가 71개(56.4%)로 과반수를 넘어 어메니티를 활용한 지역발전전략이 상당히 많이 도입되고 있다. 2007년 현재 아직 도입하고 있지 않지만 도입할 계획에 있는 지자체는 14개(11.1%), 활용계획이 없는 지역은 41개(32.5%)로 응답하였다 (<그림 3-2> 참조).

현재 과반수의 기초지방자치단체가 어메니티활용 전략을 사용하고 있고 향후 몇몇 지역은 추가적으로 도입할 계획에 있으나 여전히 약 33%에 해당되는 41개 지역은 어메니티 활용 전략을 사용할 계획에 없다고 응답하고 있어 어메니티 활용 전략의 필요성을 느끼지 못하고 있는 지자체도 상당수 존재하는 것으로 나타난다.

〈그림 3-2〉 어메니티 활용 여부 (N=126)



〈그림 3-3〉 어메니티를 도입, 활용하지 않는 이유(N=41)



어메니티를 활용한 지역발전전략을 도입할 계획이 없는 41개 지자체를 대상으로 어메니티 활용 전략을 도입, 활용하고 있지 않은 이유에 대하여 조사하였다(〈그림 3-3〉 참조). 약 51%에 해당되는 21개 지자체가 어메니티보다 지역소득 창출을 위한 직접적인 사업을 우선적으로 추진할 필요가 있다고 응답하여 어메니티 활용 전략 도입에 있어서 장기적인 시야가 필수적인 요건으로 파악된다.

낙후지역일수록 단기적인 성과가 나올 수 있는 사업들에 더 매력을 느끼는 것을 감안한다면 그리고 성급한 산업화나 개발이 국토의 어메니티를 피폐화시키는 것을 고려한다면 어메니티 활용 전략이 낙후지역에 도입될 수 있도록 지원하는 방안을 모색해야 할 것이다.

2) 활용의 기대효과

어메니티를 이용한 지역발전 전략이 가져올 기대효과에 대하여 지역의 문화성, 쾌적성, 심미성, 경제성, 주민의 삶의 질 제고, 인구유입, 기업활동에 기여, 지역이미지 향상 등의 8개 항목에 대하여 리커트 척도(1~5점)으로 질문하였다.

이 8개 항목의 평균점수가 모두 “보통”인 3점 이상으로 전반적으로 어메니티 활용 전략의 유효성에 대하여 인정하고 있음을 알 수 있다 (<표 3-5> 참조). 지방자치단체들이 가장 높은 기대효과를 보인 영역은 “지역 이미지 향상”(3.98점)이었으며 그 다음으로 환경 및 경관 개선 등으로 인한 “지역의 쾌적성 증대”(3.70), 관광 및 어메니티 상품화를 통한 부가가치 창출이라는 “지역의 경제성 증대”(3.70) 등이었다.

어메니티 활용 전략이 지역 이미지 향상과 함께 지역 내외 사람들로 하여금 지역의 매력을 증진시켜 외부 인구로부터는 관광수익 등의 향상, 지역내부 인구로부터는 인프라 향상 등을 통한 삶의 질 향상에 일정 부분 기여하고 있음을 알 수 있게 한다.

그러나 어메니티 활용 전략의 장기적이고 2차적인 효과인 “인구 유입 유도”(3.20), “기업활동에 기여” (3.13) 등에 대한 기대효과는 상대적으로 낮게 응답되었다. 사실상 기업활동에 기여 부분은 설문조사에서 가장 낮은 평균 점수를 보이고 있다.

이는 달리 바라보면 현재 어메니티를 활용하는 전략을 사용하고 있는 지방자치단체의 경우에도 ‘지역 이미지 향상’이나 ‘관광수익 증진’ 등의 직접적인 효과만을 바라보고 어메니티 활용 전략을 사용하고 있음을 암시하는 것이며, 이에 따라 어메니티 활용 전략의 범역이 향후에도 협소하게 진행될 개연성을 내포하

고 있다. 즉, 장소마케팅이나 지역 관광수익 차원의 어메니티 증진에 지방자치 단체의 노력이 집중되는 동시에 인구와 기업의 유입을 위하여 타겟화된 어메니티 증진 노력은 미약할 수 있으리라 본다.

〈표 3-5〉 어메니티 기반 지역발전전략의 기대효과 (단위 : %)

구 분	매우 낮음	낮음	보통	높음	매우 높음	평균	표준 편차
① 지역의 문화성 증대	0.79	5.56	34.92	50.00	8.73	3.60	0.76
② 지역의 쾌적성 증대 (환경, 경관개선)	0.79	12.60	19.69	49.61	17.32	3.70	0.93
③ 지역의 심미성 증대	0.00	9.45	33.86	47.24	9.45	3.57	0.79
④ 지역의 경제성 증대 (관광, 상품화 부가가치 창출)	0.79	7.09	27.56	50.39	14.17	3.70	0.83
⑤ 주민의 삶의 질 제고	0.81	9.68	26.61	55.65	7.26	3.59	0.80
⑥ 인구유입 유도	0.79	18.90	44.88	29.92	5.51	3.20	0.84
⑦ 기업활동에 기여	2.36	16.54	51.18	25.98	3.94	3.13	0.82
⑧ 지역 이미지 향상	0.00	7.94	13.49	51.59	26.98	3.98	0.85

주: 응답자 수는 ①과 ⑧은 126개, ⑤은 124개, 그 외 응답자 수는 127개임

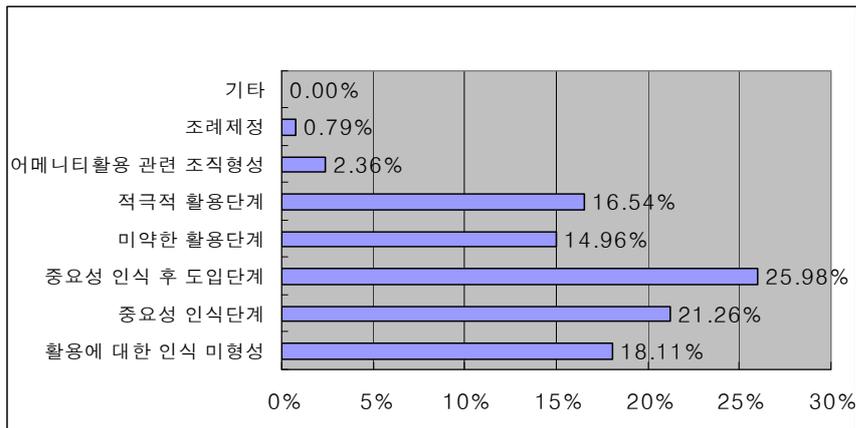
3) 어메니티 활용단계

지역발전을 위한 어메니티 활용단계에 있어서는 인식확산과 함께 활용이 확장되는 특성을 보이고 있다. 어메니티 활용 단계에 대한 건물에서, 33개 지자체(26%)가 “중요성 인식 후 도입단계”에 있다고 응답하였으며, 중요성을 인식한 단계라고 응답한 지자체가 27개(21%), 활용에 대한 인식이 형성되어 있지 않다고 응답한 지자체가 23개(18%)였다 (<그림 3-4> 참조). 앞서 언급한대로 현재 어메니티 활용 전략 계획이 없는 지자체는 41개였으나 중요성을 인식하지 못하고 있다고 자기진단한 지자체는 23개에 머물러서 향후에 어메니티를 활용한 지역발전전략의 도입이 확장되리라 기대할 수 있다.

하지만 어메니티활용과 관련된 조직을 구성하고 있는 지방자치단체는 127개

지자체 가운데 오직 3개 지자체였으며 조례를 제정한 지자체는 1개로 아직까지 어메니티 활용 전략을 위한 제도적인 장치 마련은 아직 미흡한 것으로 나타나고 있다.

〈그림 3-4〉 어메니티의 활용단계(N=127)

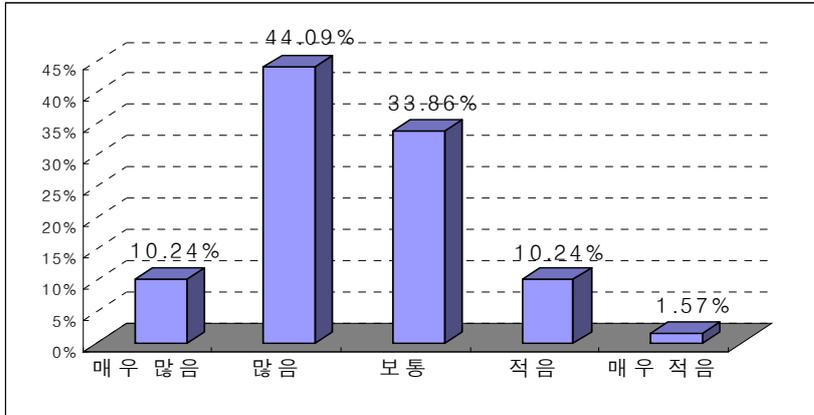


나. 어메니티 자원 현황 및 창출활동

1) 어메니티 자원 보유현황

지방자치단체에게 자신의 지역에 어메니티 자원은 어느 정도 존재한다고 생각하는지에 대하여 조사하였다. 해당 지역의 어메니티 보유 정도에 대해서 56개(44%) 지자체가 많다고 응답하였으며, 43개(34%) 지자체가 보통이라고 응답하였으며, 적거나 매우 많다고 응답한 지자체는 각각 13개(10%)에 이르렀다(<그림 3-5> 참조). 즉, 해당 지역내 어메니티 보유 정도에 대하여 많거나 매우 많다고 응답한 지자체가 약 54%로 과반수를 넘고 있어 자신의 지역이 소유한 어메니티에 대한 자신감을 보이고 있다.

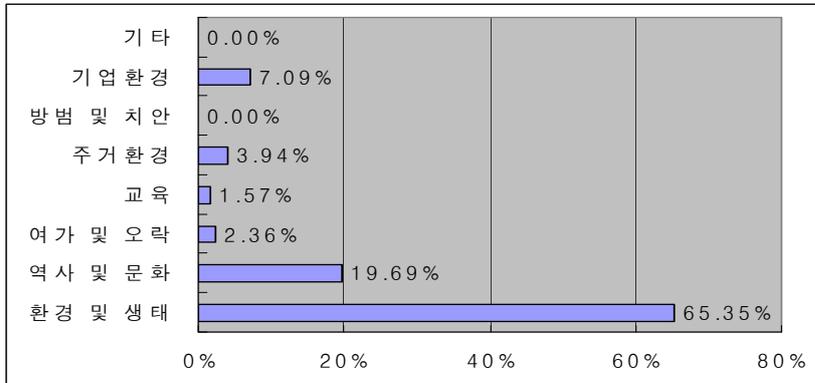
〈그림 3-5〉 지역의 어메니티 보유현황(N=127)



한편, 다른 지역과 비교할 때 해당 지역이 경쟁력을 갖고 있는 유형의 어메니티 자원은 무엇인가에 대한 질문에서 특정 어메니티가 지역경쟁력이 있다는 압도적인 응답을 보였다. 과반수가 넘는 지자체(83개, 65%)가 환경 및 생태 어메니티라고 응답하였으며 그 다음으로 25개(20%) 지자체가 역사 및 문화 어메니티라고 응답하였다. 그 외에 지역경쟁력이 있다고 응답되어진 기업환경 어메니티, 주거환경 어메니티나 여가 및 오락 어메니티 등은 전체 지자체의 약 15%에 머무르고 있다.

즉, 환경·생태 어메니티와 역사·문화 어메니티로 개발과 상관없이 지역에 주어진 것으로 수동적인 형태의 어메니티를 지역 경쟁력이 있는 것으로 응답되어졌다. 물론 현실에서 구체적으로 살펴보면 환경·생태 어메니티가 지역별로 고유하고 상이한 특성을 갖고 있어 천차만별이므로 일면 합리적인 응답이라고 볼 수도 있겠으나, 실제로 다른 어메니티가 전혀 개발되어 있지 않거나 그 효용을 인식하지 못하고 있어 응답되어진 것으로도 해설될 수 있을 것이다.

〈그림 3-6〉 경쟁이점이 있는 어메니티(1순위, N=127)



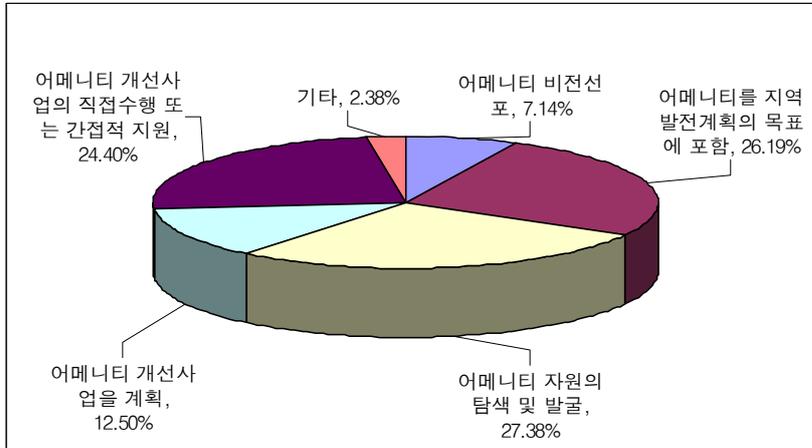
2) 어메니티 자원 창출 및 증진 활동

환경 및 생태 어메니티 등 지역내 주어진 어메니티를 다른 어메니티에 비해 지역경쟁력을 갖고 있다고 응답하였다. 이러한 수동적인 어메니티 역시 지역내 주민이건 외부 인구이건 그 수요자에 맞게 변형, 개발되었을 경우, 그 상업적 가치가 증가할 것이다. 또는 상업적 가치가 증가하지 않더라도 그로 인한 비화폐적 효용이 증가하게 된다.

현재 어메니티 활용 전략을 수행하고 있는 70개 지자체를 대상으로 지역내 어메니티 자원을 창출하고 증진시키기 위한 활동으로 무엇을 하였는가에 대하여 조사하였다. 조사 결과, 지역내 어메니티 증진 활동을 위하여 “어메니티 자원의 탐색 및 발굴(46개, 27.4%)”, “어메니티를 지역발전계획의 목표에 포함”(44개, 26.2%), “어메니티 개선사업의 직간접적 수행 또는 지원”(41개, 24.4%)의 순으로 응답하였다.

현재 어메니티 기반 지역발전전략의 초기 단계이므로 어메니티 자원의 발굴 및 탐색과 지역계획 목표에 포함 등의 활동이 실제 사업수행보다 약간 낮게 채택되고 있다.

〈그림 3-7〉 어메니티 증진을 위해 수행한 활동(중복응답, N=168)



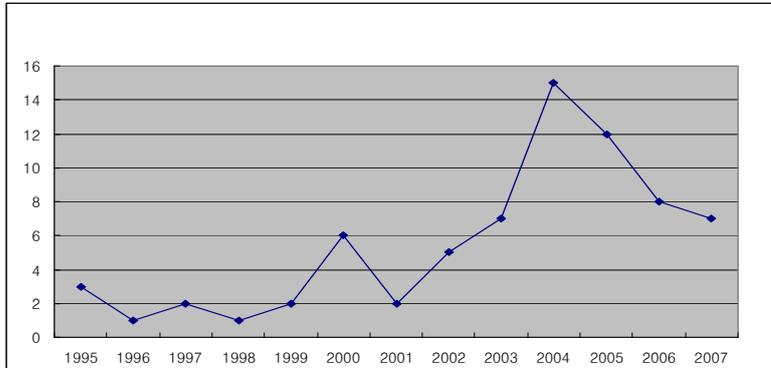
다. 어메니티 활용 특징

2007년 현재 어메니티를 활용한 지방발전전략을 도입하고 있는 지방자치단체는 127개 가운데 71개였다. 이들 지방자치단체를 대상으로 어메니티를 활용한 지방발전전략의 활용 형태 및 목적 등에 대하여 분석한 결과는 다음과 같다.

1990년대 후반부터 삶의 질에 대한 관심과 아울러 도시계획차원에서의 어메니티 개념이 대중적으로 인식되어 어메니티 플랜이 수립되기 시작하였다면, 지역 발전 차원에서 어메니티를 활용한 전략이 도입되기 시작한 것은 2000년대 들어서인 것으로 나타난다. 즉, 어메니티 발전전략의 도입은 도시계획적 차원보다 약간 늦게 도입되기 시작하였다.

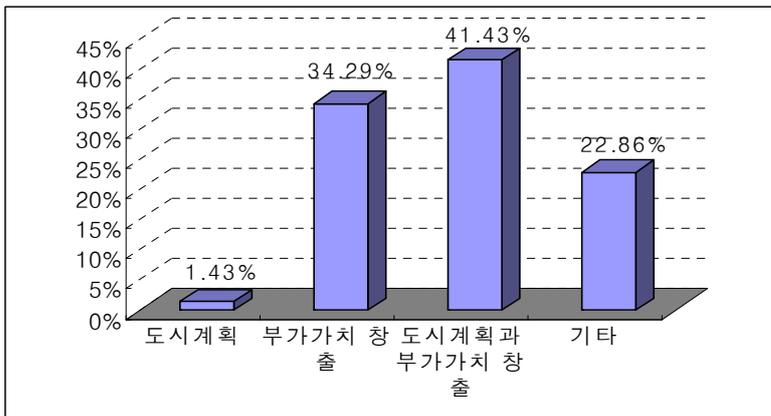
설문조사 결과, 어메니티 활용 전략이 최초로 도입된 시기는 1995년이나, 이 경우는 선도적인 경우로 대부분의 지자체들(61개, 87%)은 2000년 이후 어메니티 개념을 도입하기 시작하였다. 2004년에 가장 많은 지자체(15개 지자체, 21.1%)가 어메니티 활용 전략을 추진하기 시작하였다.

〈그림 3-8〉 어메니티 도입 시기 (N=71)



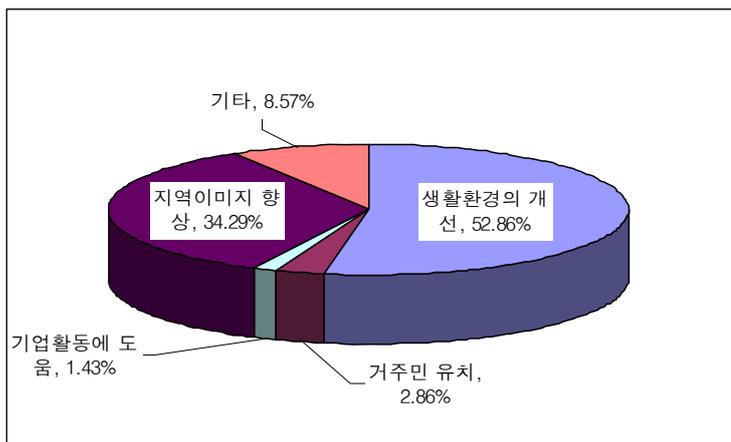
일반적으로 1990년대 후반 도시계획 분야에서 언급되고 적용되었던 어메니티 전략이 전국 지방자치단체에서 늦게 도입되기 시작한 것은 어메니티를 활용한 지방발전전략의 이중적 목적 때문일 것이다. <그림 3-9>은 어메니티의 도입 및 활용 목적의 분석결과이다. 도시계획적 차원에서 어메니티를 활용하는 지자체는 1개에 그치고 있으며, 부가가치 창출이라는 단일 목적에 응답한 지자체가 24개(34%), 도시계획과 부가가치 창출의 이중목적 달성에 응답한 지자체가 29개(41%)였다.

〈그림 3-9〉 어메니티의 도입, 활용 목적(N=70)

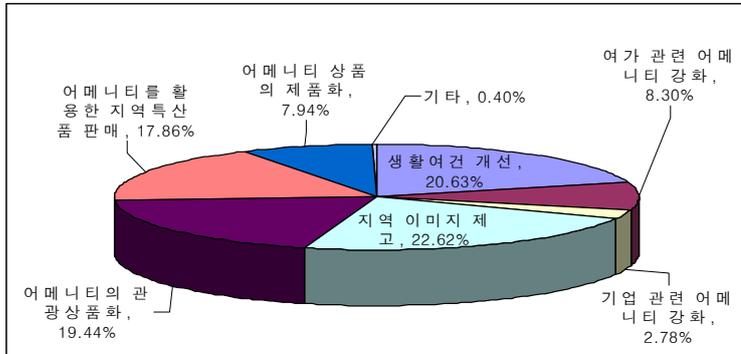


어메니티 활용 전략이 수도권이나 광역시가 아닌 지방에서 갖는 의미는 도시 계획적 측면보다 부가가치 창출 측면이 매우 중요함을 알 수 있다. 그런데 어메니티 활용 전략의 세부 목표를 살펴보면, 부가가치 창출이라는 궁극적인 목표에도 불구하고 여타 세부 목표 가운데 “생활환경의 개선”이 1순위 목표라고 응답한 지자체가 37개(53%)로 가장 많았고 그 다음으로 “지역이미지 향상”(24개, 34%)으로 나타났다(<그림 3-11> 참조). 한편, 거주민 유치나 기업활동 유치 증진 등에도 거의 답변이 없는 것으로 나타나 앞서 살펴보았던 어메니티 활용 전략의 기대효과 결과와 상응하게 나타나고 있음을 알 수 있다. 즉, 지방자치단체들이 어메니티 활용전략의 기대효과로 인구 유치 등을 낮게 평가하는 인식이 실제 어메니티 전략에도 반영되고 있다.

〈그림 3-10〉 어메니티 활용의 세부 목표 (N=70)



〈그림 3-11〉 어메니티의 활용 분야(중복응답, N=252)



어메니티 세부 목표에 따라 어메니티 전략의 구체적인 도입 및 활용 영역 역시 기업 관련 어메니티나 어메니티 상품의 제품화 등에는 낮게 나타나고 있었다(<그림 3-11> 참조). 어메니티요소의 도입이 가장 많은 분야는 “지역 이미지 제고”(57개 지자체, 23%), “생활여건 개선”(52개, 21%), “어메니티의 관광상품화”(49개, 19%)의 순으로 응답하였다. 이는 앞서 어메니티 도입 목표로 생활여건 개선과 지역이미지 향상이 첫 번째와 두 번째로 많이 나타났던 분석결과와 일관성이 있다.

3. 활용체계 분석

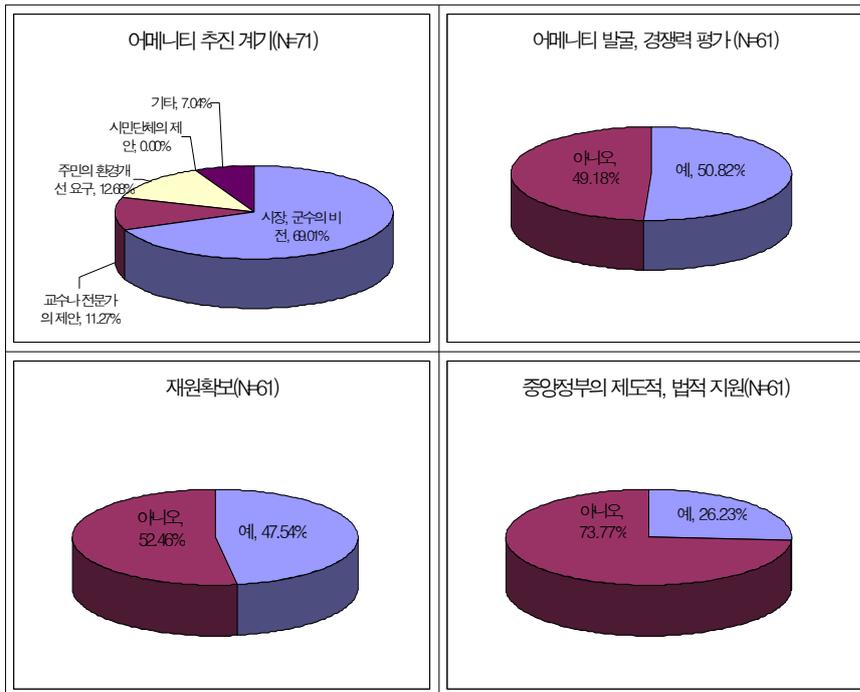
어메니티 활용 전략의 추진체계는 사업추진 프로세스에서 인적 자원의 모집 및 강화 측면 그리고 비인적자원의 지원 측면에서 살펴보도록 한다.

먼저, 비인적 요소의 지원 여부를 살펴 보면 지원체계 상의 특성을 살펴보면 <그림 3-12>와 같다. 시장·군수의 전략적 선택에 의해 어메니티 활용 사업이 추진되었다고 응답한 지방자치단체가 가장 많았으며(49개 지자체, 69%), 그 다음으로 주민의 환경개선 요구에 의해 시작된 지자체가 9개(13%), 교수나 전문가의 제안에 의해 시작된 지자체는 8개(11%)로 나타났다.

시민단체의 제안에 의해 어메니티 전략이 시작된 것은 하나도 없었고 교수나 전문가의 제안도 11%에 머물러서 어메니티 활용 전략은 민선 시장·군수의 지역 살리기, 지역회생 전략으로 등장하기 시작하였음을 보여주고 있다.

비록 지방자치가 진행됨에 따라 민선 시장·군수가 선출되었고 그에 따라 관 주도적인 발전전략이 지역사회에 완전히 유리되어 있다고 할 수는 없지만, 어메니티 전략의 태생으로 인하여 일정 부분 관 주도적인 어메니티 전략이 진행되고 있다고 할 수 있겠다. 이러한 특징은 어메니티 활용사업을 추진하는데 있어서 지역내 주민과 인적자원의 동원과 협력에도 어느정도 영향을 미치는 것으로 보인다 (<그림 3-13> 참조).

<그림 3-12> 어메니티 활용사업 추진의 지원 (비인적 요소)



현재 어메니티 활용사업을 추진하기 위하여 50.8%의 지자체(31개 지자체)가 어메니티 발굴 및 경쟁력 평가를 수행했다고 응답하였으며, 어메니티 활용사업을 위한 재원을 47.5%의 지자체가 확보하였다고 응답하였다. 이는 어메니티 발굴 및 경쟁력 평가에 비하여 약간 낮은 수준으로 어메니티 발굴 및 경쟁력 평가와 재원확보가 비슷한 시기에 추진되고 있음을 보여줘, 어메니티 활용전략을 추진의 실현가능성에 있어서 긍정적인 상태라고 보여진다.

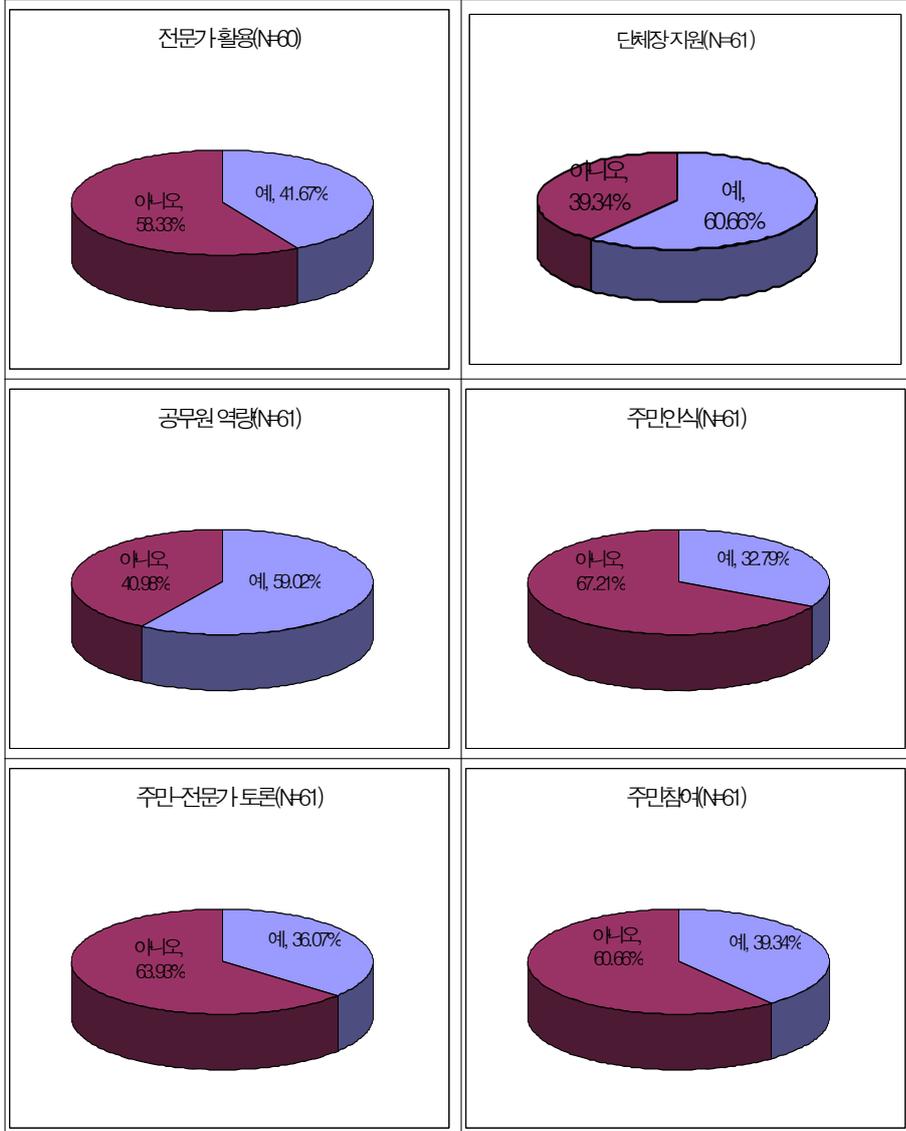
그럼에도, 중앙정부의 제도적, 법적 지원을 어메니티 활용 사업을 추진하는데 사용하고 있다는 지자체는 오직 26%(16개 지자체)에 머물러, 중앙정부에서 지원하는 여타 어메니티 관련 시책들이 지역에 제대로 연계되어 도입되고 있지 않음을 알 수 있게 한다.

한편, 어메니티 활용 사업의 제안이 관 주도적으로 이루어짐에 따라 주민의 인식이나 참여, 전문가 참여 등의 수준은 상대적으로 낮은 것으로 나타났다(<그림 3-13> 참조). 어메니티 활용사업의 추진에 단체장이 지원을 하고 있다고 응답한 지자체는 61%였다. 이에 반하여 어메니티에 대한 주민 인식을 제고시키는 사업을 수행하고 있는 지자체는 오직 33%에 머무르고 있어서 어메니티 활용사업 추진에 있어서 주민의 낮은 협력을 초래할 가능성이 높다.

주민 인식을 제고시키는 사업은 활발히 이루어지고 있지 않음에도 불구하고 어메니티와 관련하여 공무원 역량을 강화시키는 사업은 60%의 지자체에서 수행하고 있어, 주민과 공무원에 대한 매우 상반된 모습을 보이고 있음을 알 수 있다.

더욱이 어메니티 활용 사업을 추진하기 위하여 전문가를 활용하고 있는 지자체는 42%에 이르고 있으며, 주민-전문가간 지속적인 토론을 활성화시키는 지자체는 36%, 주민참여를 유도하고 있는 지자체는 39%에 이르고 있어, 전문가와 주민의 참여와 협력을 유도하는 지자체가 적은 것으로 나타났다. 즉, 어메니티 활용사업이 대체로 관 주도적이고 단체장을 중심으로 공무원들이 추진하고 있는 양상을 띠고 있는 것으로 나타났다.

〈그림 3-13〉 어메니티 활용사업 추진의 지원 및 협력 (인적 요소)

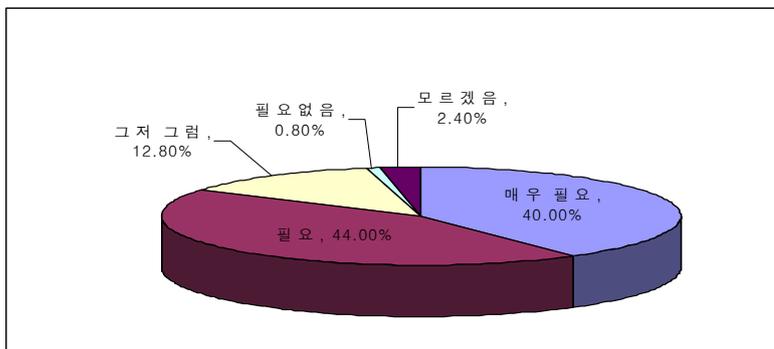


4. 정책수요 분석

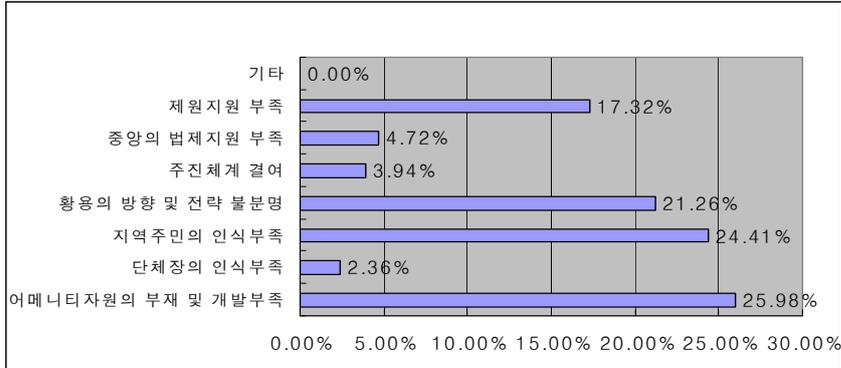
어메니티의 촉진 및 활성화를 위한 정책적 수요를 파악해본 결과, 약 40%의 지자체가 정책적인 지원이 매우 필요하다고 응답하였으며 44%의 지자체가 매우 필요하다고 응답하여, 정책적 지원에 대한 수요가 매우 높은 것으로 나타났다 (<그림 3-14> 참조).

한편, 어메니티 활용 전략을 추진하는데 있어서 애로사항에 대하여 26%의 지자체가 어메니티 자원의 부족 및 개발 부족이라고 가장 많이 응답하였으며, 24%의 지자체가 지역주민의 인식부족, 21%의 지자체가 활용 방향 및 전략의 불분명을 들고 있다(<그림 3-15> 참조). 이에 반하여 지자체 사업 추진에 있어서 일반적으로 많이 지적되는 애로사항인 재원 지원은 상기 4가지 항목보다 낮은 17%의 지자체가 응답하였으며 약 5%의 지자체만이 법적, 제도적 지원 결여가 애로사항이라고 응답하였다.

<그림 3-14> 어메니티 활성화를 위한 정책지원의 필요성 (N=125)



〈그림 3-15〉 어메니티 지역발전전략의 추진상의 애로사항



이는 어메니티 활용 전략은 물리적인 인프라 구축과 달리 프로그램적인 성격이 강하기 때문으로 보이며, 특히 어메니티 자원 발굴 및 경쟁력 평가, 전반적인 어메니티 기본방향 설정 등과 관련하여 계획이 지역 특수적이고 지역에 적합한 사업프로그램에 따라 그 성패가 달려 있기 때문으로 보인다.

그런데 어메니티 사업 추진상의 애로사항에 대한 인식과 어메니티사업의 성공요인과는 상당한 괴리가 존재하는 것으로 나타났다. 금방 언급한 것처럼 애로사항은 주로 지역 주민의 참여나 방향 설정, 어메니티 자원 개발 등의 문제가 지목되고 있음에도 불구하고, 전문가나 주민참여는 어메니티 사업 성공의 가장 중요한 요건에 들어가지는 못하고 있다(<표 3-6> 참조). <표 3-6>은 어메니티를 활용한 지역발전전략의 성공요건의 중요도를 보여주고 있다. 성공요건의 중요성 평가 결과를 보면, 여러 요소 가운데 단체장의 인식(평균점수 3.90점)이 가장 높게 나타났으며 그 다음으로 공무원의 역량(3.68점), 어메니티 발굴(3.59점), 재원확보(3.50점) 순으로 높게 나타났다. 이에 반하여, 전문가 활용은 3.47점으로 10개 항목 중 5위를, 지역주민 인식제고는 7위, 주민-전문가간 토론은 8위의 순으로 나타나고 있다.

한편, 어메니티와 관련하여 선호되는 정책적 지원방안은 42.6%가 “어메니티 보전, 증진을 위한 재정지원”이라고 응답하였으며, 그 다음으로 약 30%가 “어메

니티의 상업적 가치향상 지원”으로 나타났다(<표 3-7> 참조). 어메니티 보전에 대한 관심이 상대적으로 높은 것으로 나타나, 어메니티 보전과 관련된 토지이용규제에 대해서는 유효하지 않은 전략으로 고려되고 있음을 암시하고 있다.

〈표 3-6〉 어메니티 지역발전전략의 성공요건 (단위 : %)

항 목	중요도							응답수
	매우 낮음	낮음	보통	높음	매우 높음	평균	표준 편차	
어메니티 발굴, 경쟁력 평가	0.0	10.3	32.5	45.2	11.9	3.59	0.83	126
어메니티 전문가 활용	0.8	15.3	30.7	42.7	10.5	3.47	0.91	124
어메니티 활용 중요성 단체장 인식과 지원	1.6	4.0	26.4	38.4	29.6	3.90	0.93	125
공무원의 역량	0.8	6.5	26.6	56.5	9.7	3.68	0.77	124
어메니티에 대한 주민인식	3.2	20.8	29.6	28.8	17.6	3.37	1.10	125
활용전략 주민-전문가간 지속적 토론	2.4	19.4	30.7	37.9	9.7	3.33	0.98	124
사업추진 주민참여	1.6	20.0	25.6	36.0	16.8	3.46	1.04	125
사업추진 재원확보	7.3	13.7	26.6	26.6	25.8	3.50	1.22	124
중앙의 제도적, 법적 지원	8.0	18.4	33.6	27.2	12.8	3.18	1.12	125
조례가 아닌 법정계획 위상 부여	4.1	26.0	35.8	27.6	6.5	3.07	0.98	123

〈표 3-7〉 어메니티 활용전략 수행을 위한 정책적 지원 (단위 : 명, %)

구 분	응답자수	비율
어메니티 상업적 가치향상 지원(예: 관련상품 개발지원)	36	29.51
어메니티 창출·보전·증진 위한 지자체, 단체 활동지원(예: 협약)	30	24.59
어메니티 보전·증진 위한 토지이용규제	4	3.28
어메니티 보전·증진 위한 재정지원(예: 직접지불보증금제)	52	42.62
계	122	100.0

제3절 활용실태의 문제점

지금까지 어메니티 활용전략의 추진실태를 어메니티 활용 전략에 대한 인식, 활용 특성, 활용체계 측면에서 살펴보았다. 여기서는 앞의 실태 분석에서 드러난 어메니티 활용 전략의 문제점은 활용특성 측면과 활용체계 측면에서의 문제점을 정리할 것이다.

1. 활용특성 측면

127개 지자체의 약 56%가 어메니티를 활용한 지역발전전략을 도입하고 있으며 향후 11%의 지자체가 도입할 계획에 있다고 응답하여 어메니티 활용 전략이 지방의 지역활성화 전략의 새로운 패러다임으로 등장하고 있음을 알 수 있었다. 그럼에도 어메니티 활용 전략에 대한 인식, 어메니티 자원 선정, 어메니티 활용 전략 선정 등에서 몇 가지 문제점이 나타났다.

가. 지자체의 인식 제고 필요

어메니티 발전전략을 도입할 계획이 없는 지자체의 경우 당장 경제적 이득을 낼 수 있는 사업을 추진해야 하기 때문인 것으로 응답하였으며, 이는 어메니티 활용 전략의 불분명성 등과도 결부되는 것으로 파악할 수 있다. 또한 낙후지역일수록 당장의 이득에 맞추어 장기적인 시간프레임을 갖고 접근해야 할 어메니티 발전전략이 부담스러울 수도 있을 것이다. 그러나 피폐화된 농촌지역일수록, 그리고 낙후지역일수록 어메니티 발전전략을 도입할 필요가 있다. 예를 들어 관광수입을 얻기 위해서라도 지역내 어메니티의 수준을 지역 외부, 도시민의 안목에 맞출 필요가 있는 것이다. 따라서 지자체의 어메니티 발전전략의 필요성에 대한 인식을 제고할 필요가 있다.

나. 단기적인, 획일적인 어메니티 활용 접근

어메니티 발전전략은 1차적으로는 지역내 어메니티 증진을 통하여 관광수입 창출 뿐만 아니라 더 나아가 2차적으로는 지역 외부의 인구와 기업을 유치함으로써 장기적인 시간지평에서 부가가치를 창출하는 것이라 할 수 있겠다. 그럼에도 불구하고, 우리나라 지자체가 인식하고 있는 어메니티 활용 전략의 기대효과에서 “인구 유입 유도”나 “기업활동에의 기여” 등은 매우 낮게 인식하고 있다. 이러한 인식은 나중에 지자체의 활동 분야를 국한시키는 결과를 낳고 있는 것으로 보인다. 즉, 지자체의 어메니티 활용 전략에 있어서도 “지역 이미지 향상”이나 “관광수익 증대” 등과 관련된 분야에서 중점적으로 나타나고 있다.

다. 경쟁력 있는 어메니티 발굴 선정의 불분명성

어메니티 발전전략에 있어서 가장 중요한 부분은 다른 지역과 비교할 때 경쟁력 있는 어메니티 자원을 발굴하고 증진, 활용시키는 것일 것이다. 대부분의 지자체들은 현재 환경·생태 어메니티나 역사·문화어메니티를 경쟁력 있는 어메니티로 응답한 것에 반하여, 여가 어메니티 등 2차적으로 가공된 어메니티에 대하여서는 응답이 적은 것으로 나타났다.

그런데 환경·생태 어메니티와 역사·문화 어메니티는 지역내 역사적으로 내려와서 주어져있는 성격이 강하여 수동적인 어메니티로 간주할 수 있는데, 이들을 지역발전전략의 목표와 수요자에 맞게 변형, 개발하기 위한 절차가 불분명하다. 예를 들어 실제로 어떤 것이 경쟁력이 있는 어메니티 자원인가에 대하여 선정문제가 제기된다.

라. 단체장의 결정에 의한 어메니티 활용 전략

어메니티 활용 전략은 대부분 단체장의 제안이나 결단에 의해서 시작된 것으로 나타나고 있다. 즉, 주민이나 시민단체, 그리고 전문가들의 요구나 제안에 의

해서 시작된 것이 아니므로, 민선 시장·군수의 정치적 판단에 맞추어 어메니티 전략이 수행될 가능성이 높다. 요컨대 단기간에 가시적인 성과를 보일 수 있는 사업들이 어메니티 활용 전략으로 추진될 가능성이 높으며, 이러한 가능성은 관 주도적인 사업 추진 체계로 인하여 더욱 증폭된다.

2. 활용체계 측면

가. 계획 수립·집행에 대한 주민, 전문가의 참여 미약

어메니티 전략이 주로 단체장에 의해 제안되었다고 하더라도 교수나 전문가, 그리고 시민단체 등과의 협력이 부족한 것으로 나타났다.

실제로 지자체는 어메니티 활용 전략의 성공 요건으로도 전문가의 참여나 주민 인식 제고 보다는 공무원의 역량강화를 더 높게 평가하고 있어, 지자체가 프로그램적인 성격이 강한 어메니티 발전전략의 특성을 무시하고 있음을 알 수 있었다.

나. 중앙정부 지원 사업의 연계성 부족

앞서 건교부, 농림부, 행자부 등이 지역내 어메니티를 활용한 사업을 추진하고 있음에도 불구하고 이들 사업들이 서로 다른 포커스를 갖고 추진되고 있음을 지적하였다. 이러한 문제점은 설문조사 결과를 통해서도 확인되었는데, 오직 26%의 지자체만이 중앙정부의 지원을 어메니티 활용 사업에 이용하고 있다고 응답하고 있어 여타 어메니티 관련 시책들이 연계성이 없이 추진되고 있음을 알 수 있었다. 따라서, 지역내 어메니티 증진을 위하여 관련 시책들이 연계되어 패키지로 제공될 수 있는 가능성을 열어놓을 필요가 있다.

다. 제도적 기반 미흡

중앙정부 차원에서 어메니티 관련 제도적 장치는 현재까지는 경관기본법만 존재하고 있으며, 도시계획법에 어메니티 관련 규정이 존재하기는 하나 추상적으로 규정되고 있는 실정이다. 따라서 어메니티 자원을 발굴하고 증진시키기 위한 활동이 어떤 일괄적인 제도나 법률에 의해 촉진되고 있지 못하고 있는 실정이다. 한편, 지방자치단체 역시 단체장의 결단에 의해서 추진되고 있는 상황이며 설문응답 지자체 가운데 오직 1개 지자체만 조례를 제정하고 있어서 제도적인 기반이 미흡하다. 이에 따라 단체장을 바뀔 경우 종래에 추진해오던 어메니티 활용 전략이 백지화될 가능성이 매우 높으므로, 제도적인 안정성을 확보할 필요가 있다.

〈표 3-8〉 어메니티 활용실태의 문제점

구분	문제점
어메니티 활용 전략에 대한 인식	<ul style="list-style-type: none"> - 28%의 지자체가 중요성 인식 후 활용, 도입단계 - 직접적 소득창출을 우선하여 어메니티 토대구축계획 부족 - 어메니티 활용전략의 장기효과인 인구유입, 기업활동에 기여 부정적인 인식 보유 - 단기·가시적 효과만 예측한 사업계획수립 위험 존재
어메니티 자원 선정	<ul style="list-style-type: none"> - 대부분 경쟁력 있는 어메니티로 환경·생태 어메니티를 지목 - 경쟁력 있는 어메니티 자원 선정문제가 제기 (어메니티 경쟁력 평가, 선정 프로세스 등) - 서천의 경우 어메니티 자원발굴을 전문가가 조사, 선택
어메니티 활용 전략선정	<ul style="list-style-type: none"> - 활용계기 시장·군수의 개인적 결단, 주민주도 어메니티 전략 미흡 - 교수나 전문가의 어메니티전략 제안 등 협력적 전략형성 결여 - 전략목표는 복합형, 실행목표는 생활환경개선, 지역이미지 향상 다수 - 기업유입, 인구유입 등 장기적 어메니티 활용목표 미약
활용전략 추진	<ul style="list-style-type: none"> - 주민과 전문가 토론 등 협력 부족 - 어메니티 활용사업추진에 대한 주민참여 부족(68.8%) - 중앙, 지방, 주민, 전문가의 협력적 사업추진 결여 - 평가 및 모니터링 시스템 미구축 - 어메니티의 경제적 가치추구 활용의 부족

〈표 계속〉

구 분	문제점
제도기반	<ul style="list-style-type: none"> - 소프트한 측면의 어메니티 활용 전략 특성을 충분히 살릴 수 있는 정책 프로세스 필요 - 국가 전체적인 체계적 어메니티 사업계획 및 법적지원 필요 - 어메니티 창출의 내부화 조치 필요
재정지원	<ul style="list-style-type: none"> - 어메니티 사업에 대한 재정지원 부족 - 어메니티 사업에 대한 재정지원의 필요(85%)
기타	<ul style="list-style-type: none"> - 어메니티에 대한 지역 내·지역 외 시각의 차 존재 - 어메니티 수요자, 공급자 결정시 갈등소지 - 어메니티 활용으로 인한 어메니티 보존, 훼손문제



제 4 장 국·내외 어메니티 활용사례

제1절 국외사례

1. 유 럽

가. 프랑스 망똥

1) 개요

망똥(Menton)은 프랑스 남부 지중해에 자리한 인구 3 만명의 지역이다. 니스에서 동쪽으로 30킬로미터 거리에 있는 해안도시로 이탈리아와 국경을 맞대고 있다. 뒤는 산으로 둘러쌓여 북쪽 알프스에서 불어오는 찬바람을 막아주고, 앞은 지중해의 쪽빛 해안(Cote d'Azur)을 바라보고 있다. 이같은 지형조건으로 인해 당도높은 오렌지와 강렬한 신맛의 레몬을 생산하고 있다. 이브가 낙원에서 레몬을 하나 훔쳐 심은 곳이 망똥이라 할 만큼 레몬 등의 어메니티 자원이 풍부한 지역이다.

이 지역 사람들은 어메니티에 대한 자부심이 대단하다. 주변의 이탈리아나 스페인, 그리고 코르시카의 그것과는 현격히 구별된다는 자부심의 밑바탕에는 이 지역 사람들이 레몬을 포함한 지역의 양호한 어메니티를 활용한 지역발전에 기울여 온 정성이 깔려있다. 이 지역이 어메니티 자원을 활용하여 지역발전을 달성한 이면에는 기후조건도 있었지만 어메니티 활용의 창발적인 아이디어, 활용에 대한 지역주민의 적극적인 참여, 어메니티에 적합한 활용전략 등이 있었다. 그결과 지역인구의 10배나 되는 관광객을 불러들이고 있다.

〈그림 4-1〉 망똥의 지형적 여건



2) 활용특성

망똥은 지역의 어메니티는 지중해의 맑은 공기와 온화한 날씨, 빼어난 자연 풍광, 쪽빛 바다, 그리고 휴양도시란 지역의 이미지, 상품화가 가능한 오렌지와 레몬, 깨끗하게 정돈되어 도시경관 등이라고 할 수 있다.

이같은 심미성을 제공하는 어메니티 요소를 다양한 방법으로 시장가치 실현을 통해 부가가치를 창출하고 있다. 어메니티 자원의 상업화를 통한 지역경제 활성화의 초석은 선각자의 혜안이었다. 1929년 라비에라 호텔(Riviera Hotel)을 경영하던 호텔업주는 지역의 어메니티 자원인 꽃과 감귤류를 이용한 전시회를 착안했고 이를 실행에 옮겼다. 그리고 이것이 사람들로부터 좋은 호응을 얻게 되었고, 망똥 시 당국이 어메니티를 활용한 축제의 시장성을 면밀히 검토, 분석하여 레몬축제의 틀거리를 만들었다.¹⁶⁾

이렇게 시발된 망똥축제는 74회째를 맞고 있다. 축제의 착안이 지역의 특색 있는 어메니티 자원의 활용에 있었듯이, 축제의 개최시기도 기획력을 발휘하여

16) 1934년에 축제를 활용한 어메니티자원의 개발이 시작되었다.

어메니티 지형을 십분 활용하고 있다. 매년 2월 축제 상품화는 두 가지 이점이 있었다. 하나는 따듯한 지중해성 기후로 인해 피한객(避寒客)들을 불러 모을 수 있는 겨울 휴양지로서의 지역적 특성을 살릴 수 있는 점이며, 다른 하나는 프랑스 코뜨다쥐르 해변의 2대 축제 중의 하나인 니스 카니발을 구경 온 사람들을 불러 모을 수 있는 연계관광의 이점이었다.

어메니티를 활용한 축제는 주제를 달리하여 개최되고 있다. 2002년에는 피노키오(Pinocchio)가, 2003년은 이상한 나라의 엘리스, 2004년은 월트 디즈니(Walt Disney) 스튜디오, 2005년은 비바 에스파냐(ViVa Espana), 2006년에는 슈렉이 주제였다.

〈표 4-1〉 어메니티 활용 축제의 주제

연 도	주 제
2000	라퐁텐느 우화 (Les Fables de La Fontaine)
2001	페로 동화(Les Contes de Perrault)
2002	피노키오(PINOCCHIO)
2003	Alice au pays des Merveilles
2004	월트 디즈니 스튜디오
2005	VIVA ESPANA
2006	슈렉

망똥은 어메니티 자원을 상품화하기 위해 전략적 마케팅을 시행하고 있기도 하다. 어메니티를 동화의 나라와 연결시켜 아이들을 고객으로 특화시키고 있는 상품화 전략을 추진하고 있다. 동화의 나라 주인공을 지역의 어메니티 자원을 활용하여 형상화하고 있다. 아이들이 고객일 경우, 가족관광이 되며 체류관광이 되는 루트를 부가가치 창출로 활용하고 있는 셈이다.

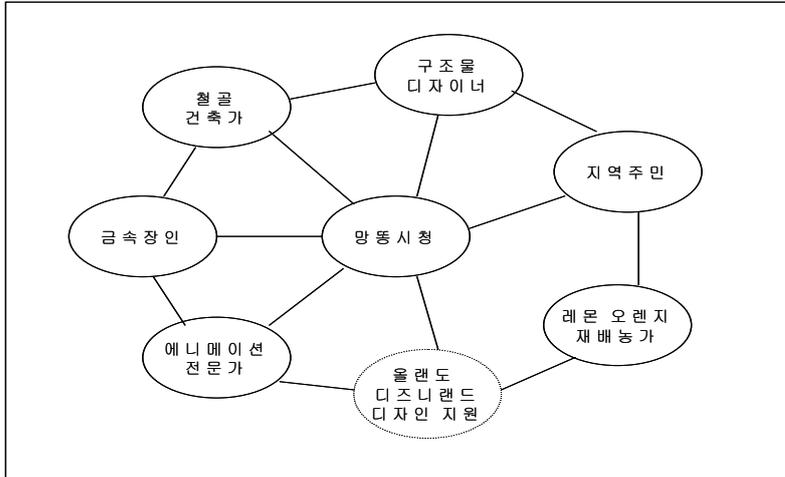
〈그림 4-2〉 어메니티를 활용한 조형물



어메니티 활용전략의 선정은 물론이고 추진에도 다양한 주체가 참여하여 협력한다. 망퐁시를 포함하여 축제 전문가, 지역주민, 망퐁 관광 사무소 등이 참여하여 활용전략을 선정한다.

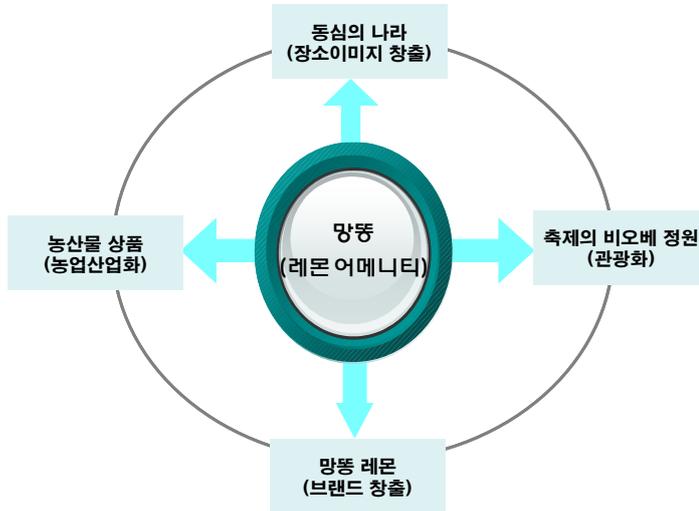
이렇게 해서 어메니티를 개발할 주체가 정해지면 다양한 방면의 사람들이 어메니티 상품화를 도모한다. 축제준비에는 오렌지 및 레몬 재배자를 비롯하여 정원사, 디즈니랜드의 조형물 디자이너, 화가, 금속 가공업자, 망퐁시, 소방서, 시민 등 다양한 주체들이 효율적인 역할분담을 통해 협력한다. 이들은 레몬공급 뿐 아니라 동화의 세계에 나오는 조형물 디자인 및 구조물 제작, 레몬장식, 관람석 제작 설치 등의 업무를 분담한다. 망퐁시 당국은 파리에 축제 홍보물을 설치할 뿐 아니라 관람석을 설치, 거리 정비 등의 지원을 한다. 오렌지를 통해 조형물을 제작하기 위해 자그마치 130여톤에 달하는 레몬과 오렌지가 들어간다. 이들은 망퐁에서 재배된 것들이다.

〈그림 4-3〉 어메니티 상품화 추진주체



망똥은 어메니티의 축제 상품화를 통해서 여기에 소비되는 레몬과 오렌지를 참여자들에게 팔고 있다. 그리고 가로수, 정원수로 오렌지 레몬 등을 심어 황금빛 레몬의 경관 어메니티를 창출할 뿐 아니라, 구름다리, 조명, 꽃, 잔디 등 도시의 가구(urban furniture)의 어메니티도 향상시켜 주거환경을 개선하고 있다. 이들은 걷기체험이나 야간관광의 볼거리 상품이 된다. 동시에 동화의 나라 지역이미지도 형성하여 이를 판촉하고 있다. 꽃과 레몬 등의 전시회도 개최한다. 아울러 축제 조형물을 캐릭터 상품으로 개발하기도 하고 카 퍼레이드로도 어메니티를 활용하여 부가가치를 창출하고 있다.

〈그림 4-4〉 망뚱 어메니티 활용전략



3) 발전요인

첫째, 지역의 장소 특수적인 어메니티를 차별화된 전략을 통해 상품화하고 있다. 지역의 어메니티 자원인 오렌지와 레몬을 동화의 나라 캐릭터 주인공을 형상화하는 역발상을 통해 어메니티 활용의 부가가치를 고도화하고 있다. 아울러 오렌지와 레몬이 창출하는 어메니티와 관련성이 높은 꽃, 정원, 가로수 등 연관성이 높은 경관 어메니티를 창출해 이것을 추가적인 부가가치 창출로 연결시키고 있다.

둘째, 지역의 어메니티를 생활여건 개선과 상품화의 상호 시너지 효과를 창출시키는 복합화 전략을 추구하고 있는 점이다. 지역이 구축하는 양질의 어메니티는 주변의 어메니티와 연계되어 매력을 창출하고 있다.

셋째, 다양한 파생상품을 개발하고 있다. 축제에 쓰였던 오렌지와 레몬을 직접거래를 통해 판매하고 있을 뿐 아니라 전시회를 상품화시키고, 야간경관, 거리경관, 캐릭터 상품 등 다양한 어메니티 파생상품을 개발하고 이를 지역의 경제발전으로 활용하고 있다.

나. 이탈리아 투스카니

1) 개요

투스카니는 이탈리아 중북부 지방에 자리하고 있다. 지역의 어메니티 자원인 포도밭을 상품화시키고 있으며, 어메니티를 다양하게 활용함으로써 지역의 부가가치를 증대시키고 있다.

특히 고급 포도주 뿐 아니라 포도와 관련된 포도 재배 농가, 음식점, 판매점 등으로 다양하게 파생상품을 개발하고 있다. 특히 지역의 어메니티를 활용한 관광은 포도 주산지들을 중심으로 이루어지며 ‘와인루트(wine route)¹⁷⁾’라는 이름의 탐방코스(trail)로 갖가지 볼거리를 제공하고 있다.

2) 활용특성

투스카니는 이태리 중북부 지역 특유의 기후 때문에 포도경관의 어메니티를 보유하고 있다. 아울러 이 지역의 어메니티 기반은 양호한 기후, 넓게 펼쳐지는 평원, 유서깊은 역사적 정취 등이 포함되고 있다.

이들 어메니티를 투스카니는 관광 상품화를 통해 활용하고 있다. 특히 포도밭을 중심으로 한 수려한 공동체 어메니티를 ‘와인루트’로 상품화시키고 있다. 이는 일련의 포도경관 탐방코스인데, 어메니티 활용을 1996년에 제정된 투스카니 지역법이 지원을 했다.

17) 이러한 와인루트를 이탈리아 현지에서는 La Strada del Vino, 즉 “포도의 길”이라 이름하고 있다.

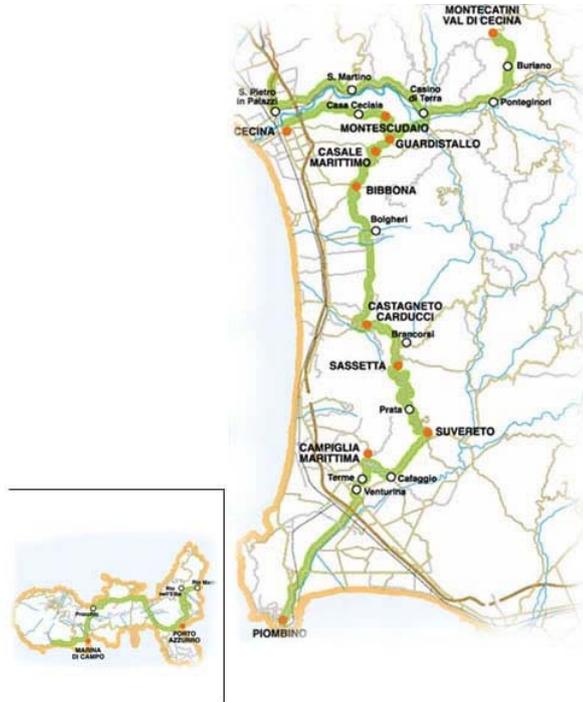
〈그림 4-5〉 투스카니의 위치



지역법에 따르면 포도주 생산업체, 지방조직, 포도주 제조 기술자, 농가 등이 참여하는 위원회에서 어메니티 탐방로를 고안하고 관리토록 되어 있다. 아울러 와인루트 어메니티 탐방로에 속한 농가들이 균일하고 질 높은 포도주를 생산하도록 법적으로 가이드라인을 제시하고 있다.

현재 투스카니에는 14개의 코스가 와인루트로 개발되어 있는데, 코스마다 재배되는 고유의 포도가 있으며, 생산되는 포도주도 다르다. 방문객들이 생산농가나 포도주 창고를 방문하여 포도주를 맛보고 구입할 수도 있도록 하고 있다. 아울러 와인루트를 알려주는 도로 표지판을 마련하고 지역의 어메니티를 다양하게 활용하기 위해 와인 박물관을 조성하고 있으며, 방문객의 체험도 제공하고 있다.

〈그림 4-6〉 투스카니의 어메니티 활용 와인루트



그 중에서도 가장 성공적인 사례로 꼽히는 것이 리보르노 지방(Province of Livorno)의 “Costa degli Etruschi”라는 이름의 와인루트이다. 리보르노 지방은 플로렌스(Florence)나 피사(Pisa) 등 투스카니의 여타 지방과 달리 널리 알려진 문화유산 어메니티를 지니고 있지는 않으나 건축미가 빼어난 중세의 마을들인 공동체 어메니티가 남아 있다. 경관이 아름다울 뿐만 아니라, 뛰어난 음식들이 많아 관광객들이 즐겨 찾는 고장이다. 이같은 어메니티 공동체 자원을 활용하여 이 지역은 농업 외에도 관광 등 다양한 경제활동을 통해 부가가치를 창출하고 있다.

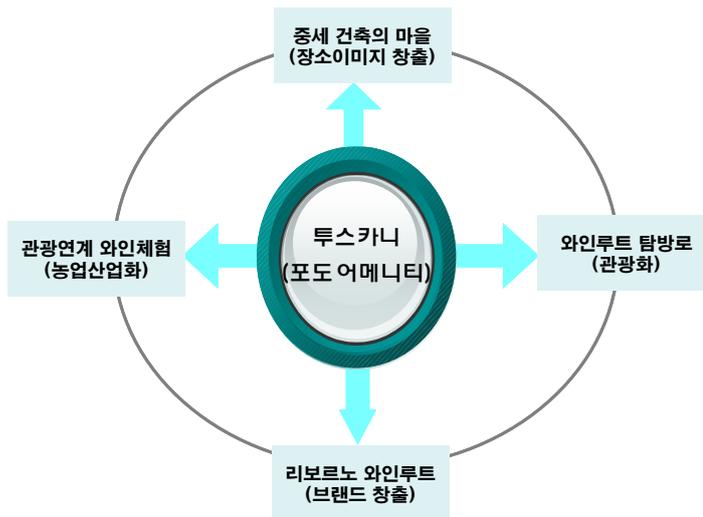
이 고장의 와인루트 어메니티는 리보르노 전체 면적의 80%에 걸쳐서 펼쳐지고 있는데, 파급효과가 참여 농가들에서 다양한 양상으로 나타나고 있다.¹⁸⁾

18) 이러한 파급효과를 세분해서, ① 가격(price effect), ② 판매방식(selling effect), ③ 생산방

우선 양질의 어메니티를 지닌 와인루트에 소속되어 있는 농가의 경우, 포도 주나 올리브 등을 일반 농가에 비해 높은 가격으로 판매한다. 특히 농가를 방문하는 도시민들을 상대로 자신이 제조한 와인을 직접판매(direct selling)하는 사례가 늘어나면서 추가적인 부가가치 창출에 기여하고 있다. 추정치에 의하면 와인루트 어메니티 활용에 참여함으로써 주민이 올릴 수 있는 수입은 그렇지 않았을 때에 비해 30~40%가 높다고 한다.

어메니티 활용을 통한 부가가치 창출의 수단인 와인루트를 조성한 결과, 파생적으로 방문객을 위한 시설의 필요성이나 경관의 어메니티의 중요성을 깨닫게 되면서 숙박시설이나 주차장, 놀이터 등을 매력적으로 꾸미는 일에 보다 많은 관심을 갖게 되었고, 여기에 적극적으로 투자하고 있다.

〈그림 4-7〉 투스카니 어메니티 활용전략



식(production effect)의 세 가지 면에서 살펴볼 수 있다. 첫째로, 가격 면에서 와인루트에 참여함으로써 제품 가격을 더 높게 받을 수 있게 되었으며, 둘째로, 제품 판매를 도매에 의지하다가 직접판매 방식으로 바꾸게 되었다. 마지막으로 와인을 병입(bottling) 방식으로 생산하게 되었으며, 농업관광활동이 늘어나고, 고부가가치 제품의 생산 비중을 높이게 된 것 등이 생산방식 면에서 나타난 변화라 할 수 있다(Brunori & Rossi, 2000: 415).

이 지역의 어메니티 활용의 협력적 주민조직으로는 와인루트 컨소시엄이 있다. 이는 포도재배 농가, 꿀이나 오일 생산업자, 와인 바 및 상점, 레스토랑, 자연공원, 호텔 등 와인루트 관련되는 주체들로 구성된다. 여기서는 어메니티를 활용한 상품과 서비스의 질을 관리하고 각종 행사 주관이나 홍보 등의 역할을 담당한다. 아울러 어메니티 상품을 홍보 마케팅하기 위해 정보센터를 설립하여 관광객들을 안내하고 필요한 정보를 제공하는 등 다각적인 노력을 기울이고 있다.

3) 발전요인

투스카니는 포도 및 포도경관, 역사적 지역 공동체 등의 어메니티를 활용하여 심미성 추구에만 한정하지 않고 경제성을 추구하여 지역발전을 도모하고 있다. 투스카니의 어메니티 활용지역발전의 발전요인을 간추리면 다음과 같다.

첫째, 지역의 풍부한 어메니티 기반이 형성되어 있었다. 건조하고 따듯한 기후 후 때문에 역사적으로 포도재배에 적지였으며, 그런 연고로 포도경관 어메니티 기반이 진작부터 형성되어 있었다. 동시에 이같은 조건은 지역의 어메니티 인지도와 이미지를 향상시키는 요소가 되었으며 이것이 어메니티를 활용한 상품의 매력도를 향상시키는 원인이 되기도 했다.

둘째, 어메니티 활용에 대한 다양한 주체의 적극적인 참여가 있었다. 포도재배 농가, 꿀이나 오일 생산업자, 와인 바 및 상점, 레스토랑 등 모두가 지역의 일관되고 통일된 어메니티를 창출하기 위해 어메니티 규제와 관리에 협력했다. 이같은 협력적 추진체계를 통해 인지도와 매력도 높은 어메니티를 창출하고 경제성 있는 어메니티 활용 제품을 만들 수 있었다. 특히 와인루트 매력형성에서 개별 가구가 조성할 수 없는 경관, 전원적 분위기의 어메니티, 방문객에게 제공할 제품의 다양성 확보, 정보센터 등과 같은 집합적 서비스의 공급편익도 이를 수 있었다. 이러한 어메니티를 활용의 공동활동이 결과적으로 지역의 경쟁력 확대에 다시금 이어지고 있다.

셋째, 와인루트의 특화에 맞추어 지역이 통일된 어메니티를 지닐 수 있도록 유도하기 위한 행동규범을 마련하고 어메니티 활용을 지원하는 법제를 구축한 점이다.

2. 일본

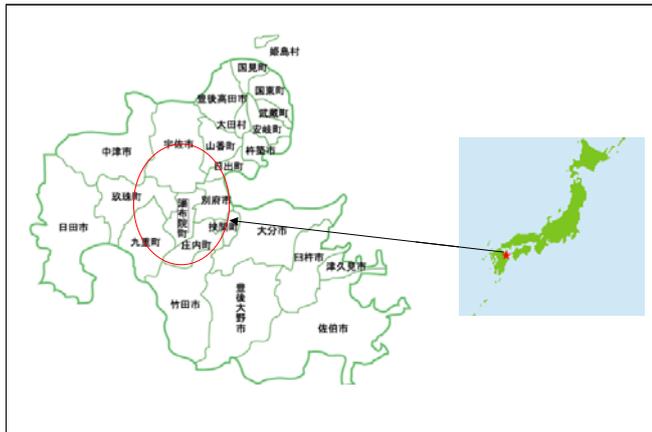
가. 유후인

1) 개요

유후인(湯布院町)은 일본 남부 기타큐슈 지역의 오이타현 중심부에 위치하고 있는 128km²의 면적에 인구 약 11만 명에 불과한 소도시이다. 일본 지역활성화 운동의 대표적 성공사례로 자주 예시되는 지역으로, 전통적인 농촌 풍경의 어메니티와 일반적인 온천 관광지와 차별화 되는 체류보양지 온천을 지역자원으로, 이를 지역 어메니티화에 성공함으로 연간 400만 명이 넘는 관광객이 찾는 농촌 마을 관광지이다.

또한 지역 어메니티를 문화산업과 연계하여 관광객 유치에 성공한 지역으로도 유명한데, 원래 온천지로만 유명했던 이 지역을 ‘유후인 영화제’나 ‘유후인 음악제’와 같은 장소 마케팅(place marketing)으로 세계적인 이벤트 장소로 만들어, 독특한 박물관과 미술관 등의 문화시설을 건립하며 문화산업으로까지 지역 어메니티를 확대하게 되었다.

〈그림 4-8〉 유후인 위치



2) 활용특성

이 지역 어메니티 기반은 대표적으로 밭상의 전환에 의해 창출한 인공적 어메니티라고 할 수 있다. 농촌 경관과 지역 고유의 관습, 생활양식 등이 온천과 융합되어 50년전의 어메니티를 형성하여 일상적인 전원생활이 관광객에게 비일상적인 매력과 감동을 주어 타 지역의 전형적인 온천관광지와는 차별된다. 특히 전통적인 농작법인 벼단말리기(가케보시)와 벼짚쌓기(와라코즈미)는 유후인의 겨울 경관을 구성하는 주요 요소로 지역경제에 기여하는 이 지역의 개성을 창출한다.

〈그림 4-9〉 어메니티 상품화 가케보시

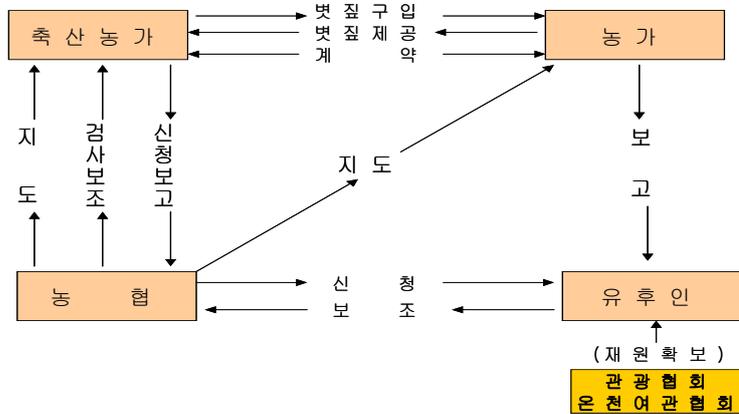


〈그림 4-10〉 어메니티 상품화 와라코즈미



과거 유후인의 겨울 전원풍경은 농촌지역에 기계화가 보급되면서 점차 상실되었으나, 1991년 전통적 경관을 유지하기 위해 대책위원회를 구성하여 ‘농촌경관보존벚꽃확보대책사업’을 실시하여 농촌 어메니티에 대한 인센티브제도를 실시하였다. 이 정책은 아래의 개념도와 같이, 자연 건조 및 보존 관리 되어온 벚꽃을 이용하는 축산농가에 대해서 기초지자체가 보조금을 지급하는 제도이다. 이는 기초지자체에서 농협에 보조금을 주고, 농협은 축산농가에 대한 실태조사를 통하여 보조금을 교부하는 것이다. 벼농사 농가는 벚꽃을 관리하고 축산농가는 벚꽃을 구입하여 가축에 사용한다. 사업에 필요한 재원은 관광협회 등의 기부금으로 충당한다.

〈그림 4-11〉 유후인 농촌경관 어메니티의 활용 개념도



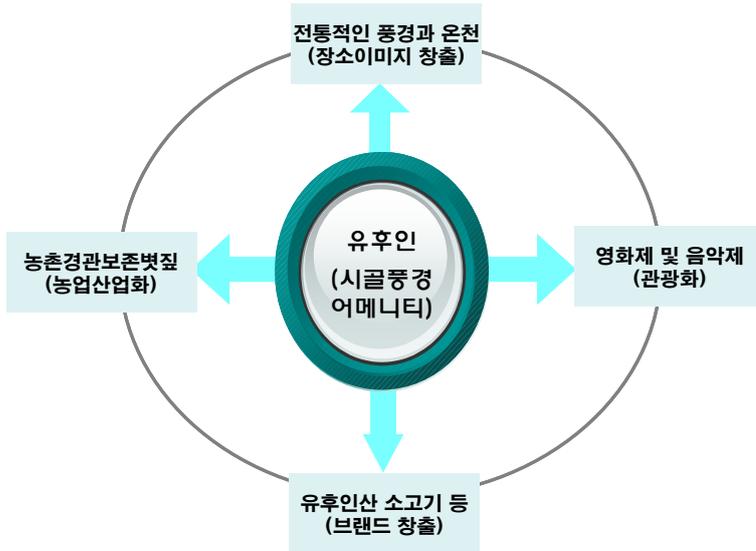
인근 세계적인 온천 관광지로 유명한 벳푸시와 비교해 보면 비슷한 지역 크기이지만 인구는 유후인이 벳푸에 비해 1/10의 수준이며, 두 지역 간 이미지는 대조를 이루는데 활기차고 환락가가 많은 이미지의 벳푸시에 반해 유후인은 네 온사인을 찾아보기 힘든 시골의 풍경으로 여성들과 고령자들이 안심하고 찾을 수 있는 정서적 이미지를 준다. 이는 주민주도의 차별적인 지역이미지 만들기료 농촌 어메니티를 지역관광자원에 연계함에 중요한 요인으로 작용한다는 것을 보여준다.

과거 1964년 동경올림픽과 1970년 오사카 만국 박람회를 계기로 이벤트가 국가 및 지역사회 발전을 위해 중요한 산업임을 인식한 후, 지역단위의 이벤트를 국가정책화 하였다. 이때부터 유후인의 지역 어메니티를 활용한 다양한 이벤트는 지역이미지를 대외적으로 홍보하고 지역문화의 진흥과 지역경제 활성화에 상당 부분 기여하기도 했다.

유후인은 이 지역이 속한 오이타현의 평균 산업별 취업자 구조와 비교해 보았을 때, 건설업과 제조업의 경우는 오이타현의 평균치를 훨씬 하회하지만, 서비스업의 경우는 약 15%나 그 비중이 상회하며, 특히 서비스업 중에서도 관광산업부문의 비중이 높게 나타난다. 이는 많은 낙후지역들이 제조업을 중심으로

한 기업유치를 통해 고용을 창출하고 지역활성화를 도모하려는 전통적인 정책과 다르며, 유후인은 서비스업 중심의 관광산업을 지역진흥특화산업으로 육성하고 있다는 것을 보여주는 예이다.

〈그림 4-12〉 유후인 어메니티 활용 전략



3) 발전요인

이처럼 유후인은 공공투자나 기업유치에 의존하는 과거 지역경제 진흥책에 머무르기보다는 지역의 전통적 농촌 풍경 어메니티를 온천 관광을 포함한 다양한 경제활동에 연계시켜 부가가치를 끌어올리는 등 성공적인 지역 어메니티 전략으로 발전하였다. 발전요인을 추출해 보면 다음과 같다.

첫째, 유후인 지역 내 ‘일촌일품운동’과 ‘마을만들기 운동’ 등은 대부분 지역에서 행하여지는 관주도형이 아닌 민간주도형으로 추진하여 내발적 발전으로서 어메니티를 지역발전으로 활용한 점이다.

둘째, 농촌 경관과 지역 고유의 관습 및 생활양식 등과 관광 요소인 온천의

융합은 전통적인 시골 풍경의 어메니티를 형성하며 유후인의 일상적인 생활이 관광객에게 비일상적인 매력과 감동을 주어, 타 지역의 온천관광지와 어메니티 활용전략을 차별화시킨 점이다. 특히 전통적인 농작법인 벼단말리기(가케보시)와 벼짚쌓기(와라코즈미)는 이 지역의 겨울 경관을 구성하는 주요 요소로 유후인의 고유한 개성을 창출한다.

셋째, 지역 어메니티를 문화산업과 연계하여 온천지로만 유명했던 지역을 ‘유후인 영화제’나 ‘유후인 음악제’와 같은 세계적인 이벤트를 만들어 지역발전의 도모한 점이다. 또한 과거 올림픽과 만국 박람회를 계기로 이벤트 산업에 대한 정책적 지원을 활용하여, 지역 어메니티를 널리 알리고 지역경제를 활성화시키는데 기여하였다.

나. 우키하

1) 개요

우키하(浮羽町)는 후쿠오카현에서 승용차로 한 시간이면 도착할 수 있는 해발 500-800미터의 산간지대로 계곡, 폭포 등 자연경관이 빼어난 청정 환경 지역이다. 그렇다 보니 청정한 산악과 변변찮은 논 이외에는 지역 어메니티가 없고 지역 소득을 창출할 거리도 없는 형편이어서, 농업의 침체가 계속되면서 지역경제가 위축되는 형편이었다.

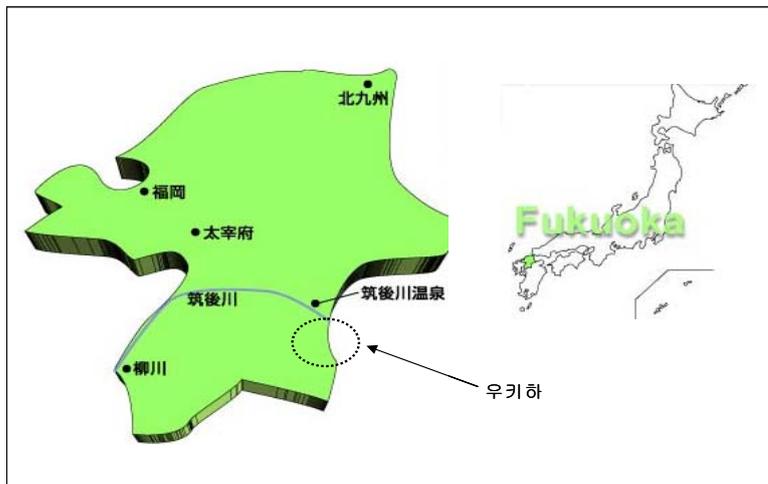
산촌이라는 지형적 특성으로 ‘우키하의 피라미드’라 불리는 다랑이 논이 많이 만들어졌으나, 인구 고령화와 생산성저하로 다랑이 논이 황폐화 될 지경이었다. 이 같은 형편에서 우키하는 지역의 어메니티 발굴과 개발을 위해 노력을 기울였다.

우키하에서는 오지마을이기에 남아있던 다랑이 논에 시각을 돌려 이를 활용하여 지역발전을 도모하기로 결정하였다. 다랑이 논이라는 어메니티를 관광자원화하기 위해 그린투어리즘에 입각한 어메니티 상품화 전략을 세웠고, 때마침 1995년도에 농림수산성도 그린투어리즘 육성지구로 우키하를 선정하여 제도적

지원을 제공하였다.

우키하는 전통적 농사형태의 유물로 경지정리도 할 수 없던 골칫덩이로 간주되었던 다랑이 논에 역발상적인 마인드를 발휘하여 단점을 오히려 지역 발전의 어메니티로 활용하였다. 이는 차별적인 기획과 독창적인 아이디어로 어메니티를 활용하여 지역발전에 기여하는 대표적인 사례에 해당된다고 하겠다.

〈그림 4-13〉 우키하의 위치



2) 활용특성

이 지역 어메니티 기반은 발상의 전환에 의해 생산성 저하로 황폐화 될 지경의 열악한 어메니티이었던 다랑이 논이다. 초기에 우키하는 보전기금사업을 실시하며, 어메니티자원 보전위원회 격인 ‘다랑이 논 보전협의회’를 만들었다. ‘다랑이 논 탐방 이벤트’로 관광객을 끌어 들이며 ‘다랑이 논 오너제’로 관광매력을 향상시켰다. 동시에 쌀 농사의 체험과 농산물의 직송을 통한 방문의 고리기능을 강화하여 지속적인 관광화를 도모하였다. 논두렁에 ‘피안화’가 황금빛 벼와 조화를 이루어 아름다운 경관을 연출하는 가을은 다랑이 논 탐방 이벤트의 하이라이트라 할 수 있다.

〈그림 4-14〉 다랑이 논 어메니티의 풍경



〈그림 4-15〉 우키하의 피안화



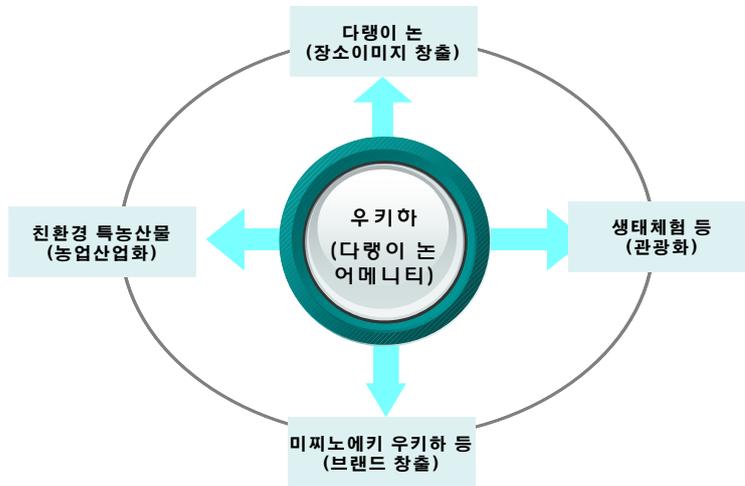
다랑이 논이라는 차별화된 어메니티를 발굴한 ‘우키하정 보전위원회’를 주축으로 하여 어메니티 개발이 추진되었다. 공무원, 대학교수, 어메니티자원 전문가, 지역개발 전문가 등으로 구성된 ‘지역자원조사위원회’는 지역 어메니티에 대한 조사, 발굴, 컨설팅 등을 제공하였다. 이와 같은 시스템은 어메니티 자원 활용에 대한 정보교류와 아이디어 획득하여 ‘어메니티자원활용촉진사업’의 제도적 기반 마련하였다.

농가에서는 마을에서 생산된 농산물을 도시민에게 직송해 주면서 소득을 올리고 있다. 또한 다랑이 논을 사계절과 생태, 체험을 테마로 하여 ‘반딧불이 축제’, ‘모내기 및 벼 수확 체험프로그램’등도 추가하고 있다. 이를 통해 청정 환경과 그곳에서의 생태를 판매할 뿐 아니라 농사체험과 재미를 도시민들에게 판매하고 있다. 이는 다랑이 논을 테마로 농산물 판매, 축제, 이벤트, 관광 등 다양한 상품화를 도모한 ‘꾸시당고’이론(하나로 양이 차지 않아 꼬치에 끼워 먹어야 되는 원리)에 충실한 전략으로, 연계관광을 추구하여 어메니티자원 관광전략을 세운 것이다.

지역의 어메니티를 상품화하기 위해, 그린투어리즘에 의한 도시민과 다양한 교류를 위한 ‘내발용합형’모델을 지역발전을 위한 정책 기조로 설정하였다. 그린투어리즘을 통해 관광객과 교류하는 것은 결국 각각의 지역주민의 몫이기 때문에, 주민의 적극적이고 자발적인 참여를 활성화함은 전략적 결정이었다.

우키하는 농림수산성의 ‘그린투어리즘 육성지구’, 건설성의 국도휴게소 사업인 ‘미찌노에키’ 등 중앙의 제도적 지원과 지방정부의 어메니티 활용을 기반으로 하였다. 우키하는 마을마다 특성에 맞는 사업을 추진하되, 이를 연계시켜 시너지 효과를 창출하기 위해 농특산물 판매소, 관광안내소, 향토음식점, 문화재 전시관 등의 시설로 이루어진 ‘미찌노에키 우키하’사업을 시행하였다.

〈그림 4-16〉 우키하 어메니티 활용 전략



3) 발전요인

이처럼 우키하는 지역단체를 중심으로 단점이었던 전통적 농사형태를 역발상적인 마인드를 가지고 지역 발전의 어메니티로 활용하였다. 이는 독창적인 아이디어로 향토 어메니티를 제품판매 뿐만 아니라 다양한 경제활동에까지 연계한 성공적인 지역 어메니티 활용 전략이라 하겠다. 발전요인은 크게 다음과 같다.

첫째, ‘우키하정 보전위원회’, ‘지역자원조사위원회’ 등 지역민들을 주축으로 한 지역 어메니티 기반조성에 대한 다양한 제도적 장치를 마련하고, 이를 활용하였다.

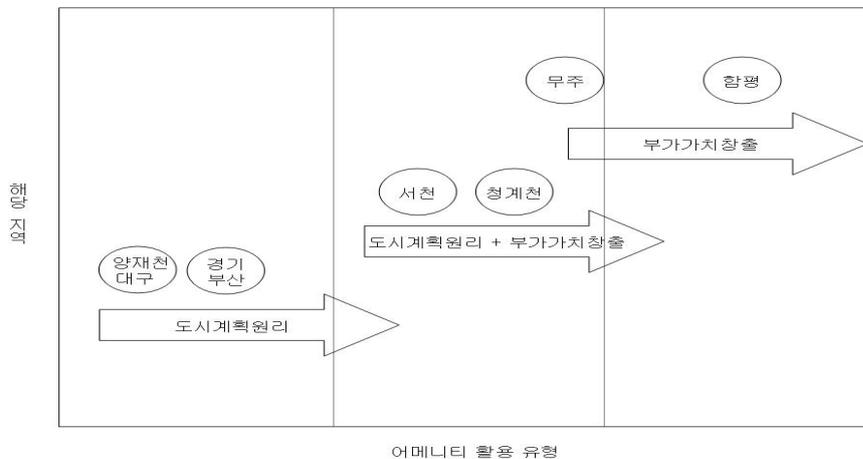
둘째, 다랭이 논 등의 생태, 농업 어메니티 자원을 생태체험이 가능한 ‘반딧불이 축제’, ‘모내기 및 벼 수확 체험프로그램’ 등의 다양한 상품화 전략을 통해 지역의 지역 어메니티를 활용한 상품을 판매함으로써 부가가치를 창출하고 있다.

셋째, 지역 어메니티를 상품화하기 위해 도시민과의 교류에 의한 ‘내발음합형’ 모델을 지역발전 정책기조로 설정하였다. 이를 통해 어메니티 활용에 대한 지역 주민들의 자발적 참여, 광범위한 참여를 확보할 수 있었다.

제2절 국내사례

중앙정부 시책과 마찬가지로 지방정부의 어메니티 활용 전략 역시 ① 도시계획원리, ② 부가가치창출형, ③ 복합형 등의 세 가지로 구분될 수 있다. 도시계획적 차원에서의 어메니티 활용 시책의 사례로는 서울 양재천 공원화사업, 대구의 도시녹화사업인 “푸른 대구 가꾸기 사업” 등의 특정 지역에 한정된 어메니티 증진사업이 있으며, 부산어메니티 플랜(1994), ‘경기어메니티플랜’(1998)에 의한 6개 도시(부천, 성남, 수원, 안산, 안양, 의정부) 어메니티플랜 등 도시 전체를 대상으로 하는 어메니티 플랜이 있다. 부가가치창출형 어메니티 활용 전략으로는 서천군의 어메니티 선포나 함평군의 나비축제 등이 있다. 마지막으로 도시계획원리로서의 어메니티 증진과 이를 통한 지역활성화를 추구하는 복합형의 대표적인 사례로 서울시의 청계천복원사업이 있다.

〈그림 4-17〉 어메니티 활용 유형과 지방자치단체



어메니티 활용 유형

여기에서는 지역활성화의 새로운 패러다임으로서 어메니티를 활용하는 전략을 살펴보고 있으므로, 구체적인 사례분석은 서천과 함평, 그리고 청계천을 살펴보고자 한다.

1. 서천군

가. 개요

서천군은 서해안과 금강을 접하고 있으면서 인근에 산지를 보유하고 있어 농산어촌의 특징을 모든 갖춘 지역으로 다양한 먹거리와 음식문화가 발달해 있는 지역이다. 전체 면적의 40%인 평지에서는 쌀을 비롯한 각종 곡물 등 농산물이 생산되고 전체 13개 읍면 가운데 6개 읍면이 바다와 맞닿아 있어 수산업 등 해양수산 자원이 풍부한 지역이다.

그러나 서천군은 풍부한 해양수산 자원을 보유하고 있음에도 불구하고 지속적인 인구 감소를 보이고 있다. 2006년 현재 산업별 종사자 현황은 경제활동인구를 기준으로 1차산업(51.5%), 2차산업(9.8%), 3차산업(33.4%)로 나타나 1차산업에 지역의 인력과 생산체계가 집중되어 있다. 그에 따라 우리나라 전반적인 경향인 농촌 공동화 등으로 인해 인근도시로의 진출이 늘고 있어, 2006년 12월 현재 서천군 인구는 62,629명으로서 지난 10년간 연평균 2.6% 수준으로 감소하고 있다.

이러한 지역경제의 침체와 지역발전이 정체된 것에 대응하기 위하여 서천군은 우리나라에서 최초로 2003년에 ‘어메니티서천’이라는 비전은 공식적으로 선포하면서 새로운 지역발전패러다임을 추구하기 시작하였다.

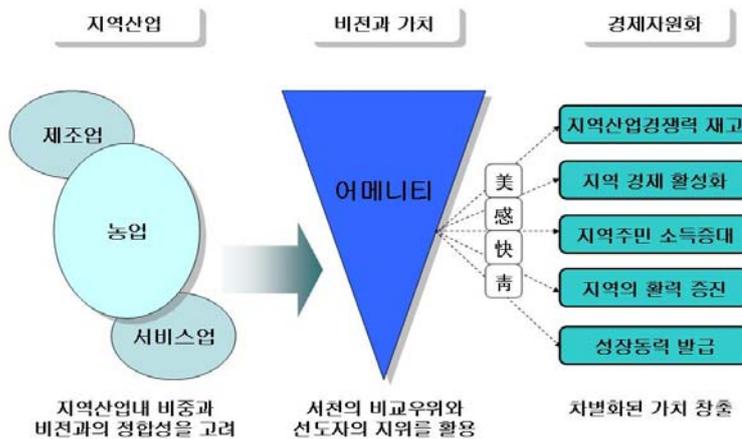
나. 활용특성

서천은 ‘어메니티 서천’이라는 비전을 공식적으로 표방하면서 지역내에 존재하는 자연자원, 문화자원, 농수산자원들에 어메니티 개념을 접목시켜서 지역 경

제활성화와 지역내 쾌적한 환경을 지향하는 것을 장기적인 발전전략으로 잡고 있다.

서천군은 「서천군경제사회발전5개년계획(2003)」과 「어메니티 서천만들기 종합계획(2005)(이하 종합계획)」을 수립하고 어메니티자원을 발굴하고 증진시키는 계획을 수립하여 추진하고 있다. 종합계획안에 따르면 서천군 어메니티는 크게 ① 자연생태자원, ② 역사와 문화경관을 의미하는 문화자원, ③ 농특산물, 축제 등의 사회자원으로 구분하여 발굴하기 시작하여 총 13개 읍면에서 총 204개 어메니티 자원을 도출하였으며 이에 대한 증진 전략과 부가가치 창출 전략을 수립하였다.

〈그림 4-18〉 어메니티 서천의 개념 및 목표

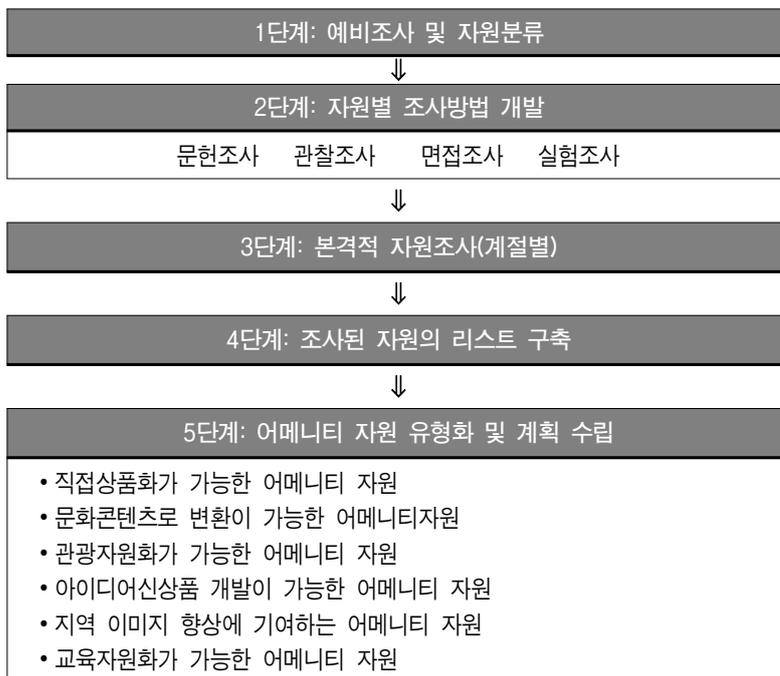


서천군 어메니티 자원의 조사 및 선정은 ‘종합계획’수립과정에서 이루어졌으며, 다음의 4단계를 통하여 이루어졌다. 관찰조사는 조사원이 현장에 나가서 자원의 특성, 관리상의 문제점 등을 기술하고 촬영, 녹음하여 조사하였으며, 면접조사는 지역주민이나 관련 공무원들에게 문헌조사나 관찰조사로 찾아내기 힘든 전설이나 자랑거리 등을 조사하기 위해 행해졌으며, 실험조사는 대기질이나 수질오염도, 그리고 서천군의 대표적인 어메니티 자원인 송림이 가지고 있는 음이

온 등을 측정하기 위해 행해졌다. 이러한 조사는 예비조사를 포함하여 2004년 11월부터 2005년 7월에 모든 어메니티 자원을 확인하기 위하여 계절별로 이루어졌다.

조사된 어메니티 자원은 경제활성화 및 지역의 쾌적성, 환경성 확보 등을 위하여 각각의 잠재력과 활용가능성에 의해 분류되었다(<그림 4-19> 참조).

〈그림 4-19〉 어메니티 자원 발굴 방법



자료: 어메니티서천 만들기 종합계획(2005), 23쪽 수정

활용가능성이라는 실용적인 관점에서 분류된 어메니티 자원은 ①직접상품화가 가능한 어메니티 자원 (한산소곡주, 한산모시 등 농특산물) ②문화콘텐츠로 변환이 가능한 어메니티자원 (고인돌, 돼지고개와 청상과부 등 스토리텔링이 가능한 문화역사자원)이나 송정산, 해지는 풍경 등 시각 자원 등), ③관광자원화가

가능한 어메니티 자원 (갯벌체험장, 해수욕장 등 장소를 가장 적극적으로 상품화할 수 있는 자원) ④아이디어신상품 개발이 가능한 어메니티 자원 (음이온처럼 아직 상품화되지 않은 송정산 자원의 상품화) ⑤지역 이미지 향상에 기여하는 어메니티 자원 (서천의 브랜드인 ‘미감쾌청’ 등) ⑥교육자원화가 가능한 어메니티 자원 (지역 청소년들을 대상으로 귀감이 될만한 역사나 역사문화 경관의 자원화) 등으로 파악되었다.

〈표 4-2〉 서천의 어메니티 활용 전략

구분	계획내용
기본 방향	<ul style="list-style-type: none"> 어메니티는 지역활성화를 위한 전략적 수단으로 규정. 주민 및 기업 환경의 편리성, 쾌적성, 심미성 등을 확보하여 지역이미지를 제고하고 경제활성화를 도모
어메니티 자원 도출	<ul style="list-style-type: none"> 총 13개 읍면에서 총 204개의 어메니티자원 도출 자연생태자원, 문화자원, 사회자원 등의 세가지 유형으로 분류
부문별 계획 (5부문)	<ul style="list-style-type: none"> 자원의 보전 및 이용부문 <ul style="list-style-type: none"> - 디지털사업, 어메니티 갤러리조성, 서천갈대체험마을 조성 정주환경 부문 <ul style="list-style-type: none"> - 장항 어메니티 문화특구, 별장개발 및 렌트사업 등 경제자원화 부문 <ul style="list-style-type: none"> - 유기육묘장 건립, 어메니티 서천브랜드의 내실화, 어메니티 김밥마케팅, 친환경농산물 급식사업 등 사회문화 부문 <ul style="list-style-type: none"> - 한산모시클러스터 조성, 웰빙테마마을, 프리미엄 음악회, 어메니티 자원의 지리적 표시제 등록대비 등 체험관광부문 <ul style="list-style-type: none"> - 어메니티 체험상품, 천연 섬유엑스포 및 익스트림게임이벤트 개최, 어메니티 해설사 교육, 어메니티모험 테마파크 등
권역별 계획	<ul style="list-style-type: none"> 서천군 13개 읍·면을 6개 권역으로 구분하여 권역별 어메니티 계획 구상 - 6개 권역: 해안권, 하천권, 문화권, 내륙권, 행정권, 지원권

이 각각의 자원에 맞추어 ①자원의 보전 및 이용부문, ②정주환경부문, ③경제자원화부문, ④사회문화부문, ⑤체험관광부문, 그리고 ⑥권역별 어메니티에

대하여 종합계획이 제시되었다(<표 4-2> 참조). 특히 경제자원화 부문은 주로 농산물과 관련된 계획으로 서천이라는 지역브랜드와 서천 고유의 산업인 농업을 결합시키켜 부가가치를 창출하는 것을 목표로 하고 있다.

다. 발전요인

첫째, 서천군의 어메니티 전략의 가장 큰 특징은 브랜드화를 통한 차별화된 가치 창출을 발전전략의 근간으로 두고 있다는 점이다(<그림 4-20> 참조). 브랜드자산이란 동일한 제품이라도 브랜드력이 있는 상품의 경우 추가적인 이득을 창출시키는 것을 의미한다. 서천의 경우 ‘어메니티서천’이라는 브랜드력을 바탕으로 일차적으로 쾌적하고 풍요로운 지역으로서의 서천 이미지를 제고시킴으로써 추가적인 이득인 +0.5를 모든 산업과 활동에 발생시키는 것을 목표로 하고 있다.

이에 따라 지역에 실제로 존재하지 않지만 인위적으로 새로운 영역자산을 만드는 노력을 2003년 이래 지속적으로 추진하여 「서천」 브랜드를 창출하는 성과를 낳았다. 실제로 군수의 ‘어메니티 서천’이라는 비전선포식과 여타 다른 포럼이나 행사에 군수가 활발하게 활동하면서 어메니티 서천을 홍보하고 다짐에 따라 서천=어메니티라는 브랜드가 형성되었다. 실제로 서천군 어메니티기획과의 공무원과의 인터뷰에 따르면, 이러한 노력이 성과를 거두어서 이제는 서천이라고 하면 대부분 어메니티를 떠올려 서천에 대한 인지도를 높였다고 한다. 또한 그 결과 2007년 9월에는 제천이 “천”자 돌림이 있는 군지역이 어메니티 공동사업을 추진하자는 제안을 하면서 공동창립대회를 제안하기도 하였다.

둘째, 서천 어메니티 활용 전략은 군수의 개인적인 결단에 의해서만 추진된 것은 아니다. 어메니티 활용 전략의 채택은 군수의 개인적인 결단에 의해서 이루어졌지만 실제로 어메니티 자원의 발굴과 구체적인 사업프로그램 개발 및 추진체계 정비 등은 전문가와 지자체 공무원들 간의 협력과 상호학습과정에 의해서 이루어졌다는 점이다.

서천군수가 어메니티 비전을 선포식(2003. 6)은 삼성경제연구소의 연구결과인 「서천군 경제사회발전 5개년계획」을 반영한 것이었다. 이 계획안은 새로운 발전 전략을 도입하기 위해서는 종래의 지역발전패러다임이 아니라 발전이 정체됨에 따라 보존되어 있는 우수한 환경, 생태, 문화 어메니티 등을 활용하여 지역발전을 도모해야 한다는 역발상을 제시하고 있다. 이에 따라 제안된 개념이 어메니티 서천이었고 어메니티 서천의 브랜드자산화였다.

또한 ‘(주)이장’이라는 전문가 컨설팅그룹이 어메니티 서천을 구체화하는데 일조하였다. (주)이장은 환경과 내생적 지역발전전략, 주민참여 등을 모토로 설립되고 마을만들기나 지역사업과 관련하여 컨설팅을 수행하는 전문가집단이다. (주)이장은 2001년 아름마을사업 컨설팅을 계기로 서천군청과 인연을 맺기 시작하였으며, 비전선포식 1년 후인 2004년에 군수 비서실장과의 면담 등을 통하여 어메니티 개념이 무엇인가에 대하여 자문 역할을 담당하기 시작하였다. ‘종합계획’ 수립 이후에 (주)이장은 종합계획에서 제시된 프로그램 추진을 위하여 충남도 지원 신활력사업 선정을 위한 계획을 수립하였으며 중앙정부 지원사업을 유치하였으며, 2007년에는 중앙정부 지원 신활력사업 계획을 수립 유치하였다.

○ (주)이장의 서천군 착근

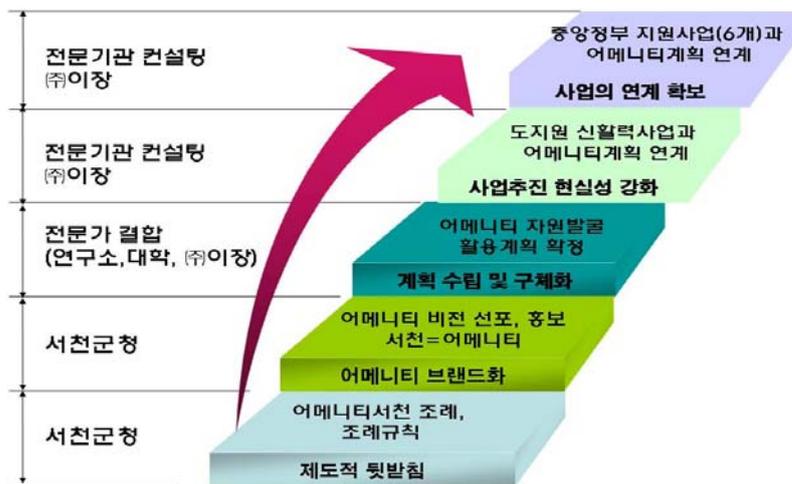
- 2001년 아름마을 사업 관련 컨설팅
- 2004년 군수 비서실장과 면담. 어메니티 개념과 새로운 패러다임 설명
- 2005년 군청 공무원 역량 강화 교육.
- 충남도 지원 신활력사업 ‘어메니티 서천 혁신마케팅 사업(2005~2007)’ 계획 및 공모
- 2005년 8월 지사 설립
- 2006~2007년 중앙정부 지원사업 유치 (농촌마을종합개발사업 2개 지구, 면소재지 활력화 사업, 농업농촌테마공원조성사업, 전원마을조성사업, 문화역사마을만들기, 신활력사업 ‘어메니티서천 씨푸드 클러스터 구축사업’ 등)

셋째, 어메니티 서천에 대한 제도화가 지자체 차원에서 이루어졌다는 점이 어메니티 활용 전략의 지속성을 담보할 수 있는 계기가 되었다. 어메니티서천 비전 선포식이 있던 1년 후인 2004년 ‘어메니티서천 지원에 관한 조례’(2004. 4.

20), ‘어메니티서천 지원에 관한 조례 시행규칙’(2004. 9. 30)이 있었다. 이러한 제도화가 어메니티서천이 공허한 문구로 끝나는 것을 막는 장치로 작용하였다.

넷째, 확실한 비전, 계획 수립, 전문가의 결합, 조례의 뒷받침은 중앙정부에서 지원하는 어메니티 관련 사업들을 지역의 관점에서 연계시켜나갈 수 있도록 하였다. 비전선포식 이후 구체적인 어메니티 발굴작업과 프로그램 개발을 위하여 ‘종합계획’이 2005년 수립되고, 종합계획안에 있는 내용을 연계시키 충남도에서 지원하는 신활력사업인 ‘어메니티 서천 혁신마케팅 사업’에 선정되었으며, 중앙 정부 차원에서 신활력사업에 ‘어메니티서천 씨푸드 클러스터 구축사업’이 2007년 선정되었다.

〈그림 4-20〉 서천 어메니티전략의 구체화



2. 함평군

가. 개요

함평군은 전형적인 농업지역으로 1990년에서 2004년 사이에 63,081명에서 40,205명으로 감소하고 있으며(함평군 내부자료, 2005) 지역발전의 잠재력이 풍부하지도 않으며 풍부한 부존자원을 갖고 있지도 못한 침체하는 전형적인 농촌 지역의 하나라고 할 수 있다. 그런데 이 함평군이 일반 대중에게 함평나비대축제를 통하여 널리 알려지기 시작하였다. 함평나비대축제는 장소이미지를 인위적으로 창출하여 새로운 영역 자산을 만든 사례이기는 하나, 근본적으로 따져보면 함평나비대축제의 출발점은 종래의 전통적인 “농촌이미지”와 산업화의 시각 지대로서 오염이 되지 않은 “환경 어메니티”의 결합이라고 볼 수 있다. 여기에서는 함평군의 장기발전계획과 어메니티 발전전략의 하나로서 함평나비축제와 이에서 파생된 농업산업화, 관광이벤트화 전략을 살펴보도록 한다.

나. 활용특성

함평군은 전형적인 농촌마을로서 1990년대 중후반부터 시작된 농산물의 시장자유화에 따라 한국농업 발전의 한계를 극복하기 위한 획기적인 전략을 필요로 하였다. 90년대 말부터 환경농업이나 저공해 또는 무공해 농산물에 대한 관심이 고조되기 시작하면서 함평군은 환경을 상품화하기로 방향을 정했다(<표 4-3> 참조).

이를 위해서는 종래의 지역 이미지를 극복하면서 함평군이 보유하고 있는 환경 어메니티 자원을 최대한 내세울 방법을 수립할 필요가 있었다. 함평군의 종래 이미지는 전래 민요인 “함평천지 늪은 몸이...”에서도 알 수 있듯이 늪은 들을 지닌 농업마을이라는 이미지였다. 이러한 이미지만으로는 다른 농업지역과의 차별성을 가질 수 없었고 특히 친환경 농산물 또는 유기농산물이라는 이미지를 가질 수 없게 되었다.

그에 따라 종래에 방치되어 있던 함평천이라는 하천자원을 개발하기로 결정

하였다. 처음에는 잡초가 무성했던 6km의 하천부지에 유채꽃을 심으려고 하였으나, 제주도와 건주어볼 때 경쟁력이 없다는 판단 하에 자운영을 함평천을 포함하여 양쪽 농경지 500만평에 파종하였으며, 이 함평천과 그 들판의 시각적인 경관자산을 기반으로 나비대축제가 1999년에 처음으로 개최되었다. 2007년 8월 현재 나비대축제에는 관광객 171만명, 직간접 수익 123억원의 성과를 낸 것으로 추정되고 있어, 약 300여개로 추산되는 지역축제 가운데 성공적인 축제로 손꼽히고 있다(함평군청 웹사이트, 2007). 함평나비대축제는 해마다 다양한 프로그램을 개발, 시행하고 있으며 학습과 체험을 위주로 개최되고 있어 2004년에는 ‘종합생태체험마당’, ‘생태자연학습마당’, ‘친환경농업체험마당’, ‘추억·특별체험마당’, ‘문화·예술마당’ 등이 개최되었다.

〈표 4-3〉 함평의 어메니티 활용전략

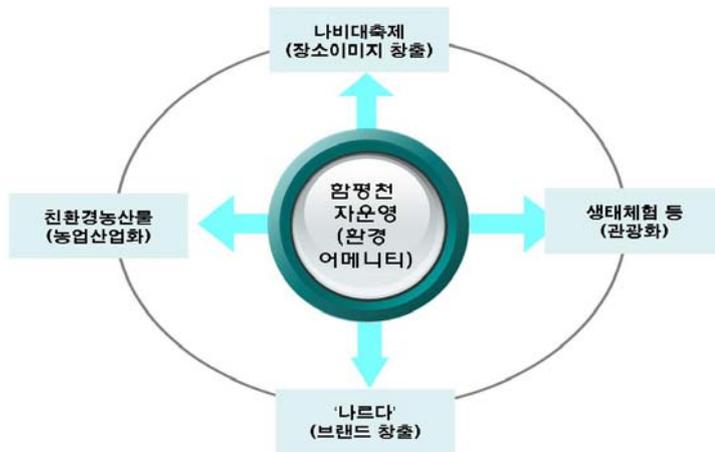
구분	계획내용
기본 방향	<ul style="list-style-type: none"> • 농업산업화와 관광이벤트화의 결합 • 지방화시대의 함평 이미지메이킹 전략 → 지역이미지 창출을 통해 친환경농업 지역이자 생태환경보전지역임을 어필
어메니티 자원 도출	<ul style="list-style-type: none"> • 역사적·지형적 경관 등 자연자원을 활용한 것이 아니라, 주민의 농업생산방식과 농촌형 주거생활 속에 스며들어 있는 생활방식 등 사회공동체자원을 활용
부문별 계획	<ul style="list-style-type: none"> • 아름다운 농촌경관 조성 <ul style="list-style-type: none"> - 함평천수변공원조성, 유채꽃·자운영 꽃단지 조성, 아름다운 친수·녹지공간 조성, 나비의 고장 랜드마크 형성 • 농촌과 생태체험 프로그램 개발 <ul style="list-style-type: none"> - 함평나비대축제, 갯벌생태체험학습, 농촌문화체험프로그램 개발, 생태체험 학습프로그램 개발 • 지역경제와 주민소득증대 촉진 <ul style="list-style-type: none"> - 농산물 브랜드 가치 제고, 나비상품 브랜드 가치제고, 나비 응용산업 발달 촉진, 전국 최고의 생태체험 관광지 부상

자료: 이재준, 2006, 55쪽, 이석형, “함평군 농촌 어메니티 개발·활용사례 -나비와 꽃으로 가꾼 농촌 어메니티”(http://www.rrdi.go.kr, 농촌자원개발연구소), 나소열, “어메니티 서천만들기 어프로치”

그런데 나비대축제는 함평이 보유하고 있는 환경 어메니티를 활용한 전략의 결과로만 끝나지 않는다. 나비대축제는 환경어메니티에서 기인한 것이었으나 또다시 인위적이고 가상적인 환경어메니티를 증진시키는 효과를 낳게 되었다.

나비대축제의 생태적 기반인 ‘자운영’은 토양오염에 민감한 식물로 환경의 지표식물이며, 자운영의 이러한 특징은 함평이 얼마나 환경 차원에서 안전하고 쾌적한 곳인지를 알리는 좋은 매개 역할을 수행한다. 이에 따라 ‘친환경’이라는 장소이미지가 창출되는데 나비대축제가 많은 부분 기여하게 되었다. 이러한 친환경적 장소이미지 창출은 결국 함평=나비=친환경이라는 등식을 성립하게 하여, 어메니티 자원의 브랜드화를 성공시키는데 일조하였다. 이에 따라 ‘나르다’라는 브랜드를 개발하고 ‘이나비숍’(inabishop)이라는 인터넷 쇼핑몰을 통하여 나르다 상품과 환경 농산품을 전시, 소개하고 있다. 이에 따라, 나비대축제는 친환경농업 및 가상적인 어메니티 상품화를 통한 특산물 판촉을 강화시키고 있다.

〈그림 4-21〉 함평 어메니티 활용 전략



다. 발전요인

함평의 어메니티 활용 전략은 3단계의 발전전략을 보이고 있다는 특성이 있다. 일차적으로 함평천 복원과 자운영 파종 등을 통하여 환경어메니티의 발굴 및 증진을 도모하였으며, 이렇게 증진된 환경어메니티를 바탕으로 함평나비대축제라는 2단계 지역발전전략이 추구되었다. 함평나비대축제의 성공은 제3단계 지역발전전략을 원활히 추진할 수 있도록 하는 계기가 되었는데, 함평나비대축제로 ‘환경’ ‘농업’의 이미지가 성공적으로 홍보됨에 따라 ① 친환경농산물의 판로를 개척하고 ② 함평천 관광프로그램이나 농촌체험프로그램이 개발되어 관광화가 이루어지고, ③ ‘나르다’라는 지역자산 브랜드가 개발될 수 있었다.

함평의 발전전략이 성공할 수 있었던 데는 다음의 요인들이 있었다. 첫째, 차별적인 어메니티를 발굴하였다는 점이다. 앞서 언급하였듯이 유채꽃으로는 제주도 등과 경쟁할 수 없었고 그에 따라 자운영을 파종하고 자운영·나비를 중심으로하는 축제를 기획하게 된 것이다. 이 아이디어를 주도한 사람은 민선 2기 군수 이석형으로 공영방송에서 환경관련 프로그램을 제작한 프로듀서의 이력을 갖고 있었다. 둘째, 기획능력의 강화와 확대이다. 처음 차별적인 어메니티의 발굴은 이석형 군수 개인의 아이디어에 기초하였다면 그 후에는 축제의 기획력을 강화하기 위해 토론회 및 기획회의를 개최하였다. 기획에 필요한 아이디어를 인터넷이나 유선, 공모 등을 통해 제공받는 동시에 3단계 평가시스템을 운영하여 기획 아이디어를 검증하였다. 3단계 평가시스템은 공무원의 자체평가, 외부 전문가 평가, 민간·주민·전문가 평가 등으로 구성되었다. 그러나 이러한 이벤트적인 아이디어 이외에 나비의 생태를 제대로 파악하기 위하여 ‘나비곤충연구소’가 설립되었으며 광주과학기술원, 전남대, 고려대 등의 전문가가 참여하는 ‘곤충산업지원연구회’가 운영되고 있다(함평군 웹사이트, 2007).

셋째, 축제공간의 확대와 동시에 주제의 일관성이다. 축제공간은 함평천에서 둔치 및 인근 농경지, 함평자연생태공원, 나비곤충마을 등으로 확대되어가서 물리적인 인프라 측면에서는 확대되어가고 있다. 그럼에도 불구하고 ‘생태’라는

주제에 일관성을 유지함으로써 축제의 인지도와 선명도를 높이고 있다. 한편, 주제의 일관성은 생대로 국한시키고 있으나 그 쓰임의 범위는 관광에서부터 농수산물까지 확대되어가고 있어, 하나의 어메니티를 중심으로도 지역발전전략을 경제적인 성과 측면에서 성공적으로 수립, 추진해갈 수 있음을 보여주고 있다.

3. 청계천

가. 개요

청계천복원사업은 2002년 지방자치단체장 선거과정에서 이명박 서울시장 후보가 ‘청계천복원사업’을 자신의 제1공약으로 제시하면서부터였으나, 실상은 청계천살리기연구회가 1999년부터 주도해온 일련의 연구활동에서부터 시작되었다(서울시, 2006, p.17).

서울시에서 수행한 청계천복원사업의 사업 개요는 다음과 같다(서울시 청계천 홈페이지)

- 사업기간 : 2003년 7월 ~ 2005년 9월
- 사업의 공간적 범위 : 청계천로(태평로 시점 ~ 동대문 ~ 신답철교) 및 삼일로와 그 주변 5.84km
- 사업비 : 2005년 현재 386십억원이 소요

청계천복원사업은 단순한 토목공사가 아니라 도시계획적 측면에서 그리고 지역활성화 측면의 다차원적인 목적 하에 구상되었다(<그림 4-22>, <그림 4-23> 참조).

도시계획 차원에서의 안전성과 소음·공해 등의 환경상의 문제를 해결하는 차원에서 단기적인 목적은 청계천을 깨끗한 물이 흐르는 하천으로 복원하고 그 주변지역을 개발하는 전형적인 수변공간 개발이었다.

(그림 4-22) 청계천복원사업의 추진배경



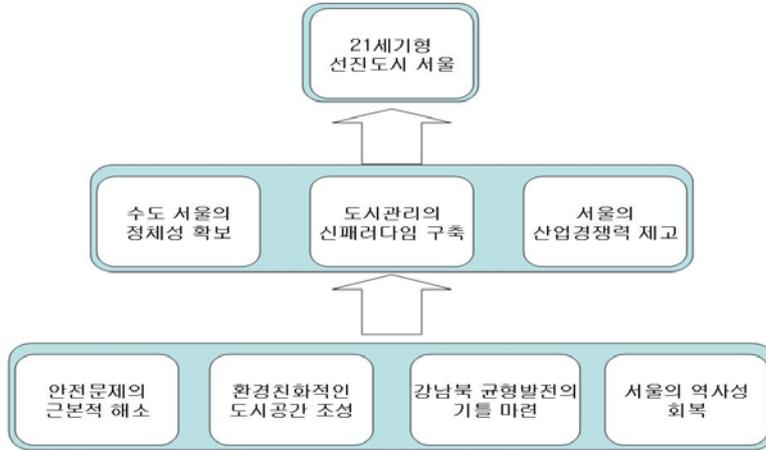
자료: 서울시, 2006, p.17

그러나 궁극적인 목적은 서울 시민의 삶의 질 향상과 정체성 확립을 통한 이미지 메이킹, 그리고 이를 통한 동북아 거점도시로서의 위상 정립¹⁹⁾ 등으로 다층적인 목표체계를 가지고 있었다. 즉, ① 생태공간의 제공, ② 청계천지역에 존재하는 유적의 발굴·복원을 통하여 역사문화공간의 제공, ③ 청계천복원과 함께 외국기업 활동여건의 완화, 기업하기 편리한 환경 조성 등을 목적으로 하는 복합형 어메니티 활용 전략의 일환으로 청계천 복원 작업이 추진된 것이다.

이러한 다차원적인 목적을 실현하기 위하여 서울시는 ‘서울 도심부 관리 기본계획’, ‘서울시 도심재개발 기본계획(2001)’ 등을 수정·통합하는 ‘도심부 발전 계획(2004)’을 수립하였다. 도심부발전계획은 청계천과 도심부 지역을 지역특성을 고려하여 4개 지구(가회동·인사동 등 특성보존지구, 자율갱신지구, 재개발지구, 종합정비지구 등)로 구분하여 이들 지구에 대한 개발밀도규제, 스카이라인 규제, 종각공원화사업 등을 추진하였다.

19) 손정목(2003)에 따르면, 이명박 시장은 2002년 취임식에서 청계천 복원공사에 대해 강한 의지를 비추었다고 언급. “일하는 시장, 이명박의 첫 번째 약속은 맑은 물이 흐르는 아름다운 청계천을 시민 여러분께 돌려드리는 것입니다. 역사의 청계천, 문화의 청계천, 환경의 청계천, 경제의 청계천이 복원되는 날, 서울은 동아시아의 중심도시로 거듭날 것입니다.”(손정목, 2003: 111)

〈그림 4-23〉 청계천복원사업의 다층적 목표체계



자료: 서울시, 2006, p.19

나. 활용특성

청계천복원사업은 인간주의적이고 환경친화적인 도시공간을 마련하고 문화역사 관련 랜드마크와 유적지 등을 복원하여 서울의 하나의 상징공간으로 자리매김시킴으로써 서울의 위상을 높이는 것을 주목적으로 하였다.

따라서, 환경 부문의 어메니티, 문화역사 부문의 어메니티, 경관상의 어메니티 등 각 부문별 어메니티 발굴 및 개발 노력이 진행되었다.

환경 부문의 설계 방향은 자연성이 풍부한 친환경적 생태 공원 도입, 소극적이거나 일상적으로 이용할 수 있는 소규모공간으로 조성, 자연학습 및 체험을 할 수 있는 공간으로 조성, 안정적인 생태계 천이가 이루어질 수 있도록 유도 등이었다. 이를 위하여 환경 어메니티의 증식을 위하여 버들습지, 생태둔치, 조류서식처, 어류서식처, 여울과 소 등이 인공적으로 설계되어 제공되어졌으며 이에 대한 접근성을 높이기 위한 산책로 등이 추가적으로 설계되었다.

한편 문화역사부문의 어메니티는 주로 문화재 중심으로 발굴과 복원을 유도하였는데, (재)중앙문화재연구원에 의해 발굴조사가 실시되었으며 6개 문화재

(양안석축, 광통교, 수포교, 하랑교, 효경교, 오간수문)가 발굴되었다.

또한 도시상징공간으로 자리매김하기 위하여 대표적인 랜드마크가 외국의 미술가에게 의뢰하여 제작되었으며(올덴버그 조형물), 벽화가 청계천의 가로벽이 그려졌다. 이와 더불어 화려한 조망권을 고려하여 신축되기 시작한 주상복합아파트들이 랜드마크로 자처하면서 속속들이 건립되기 시작하였다.

다. 발전요인

청계천 복원사업에 대한 경제적인 효과는 단언하기는 아직 시기상조이나 많은 사람들이 청계천을 방문하면서 인근 상권의 매출이 증가하여 지가가 상승하고 있다. 다만 서울과 서울 도심을 대표하는 상징공간으로서 쾌적하고 친환경적이고 역동적인 서울의 이미지를 잘 표현해주고 있다는 평가를 받고 있다.

그럼에도 불구하고 어메니티 활용 전략에 있어서 청계천 사업이 주는 시사점은 명백하다. 청계천 복원사업이 환경부문, 문화부문, 교통부문 등에서 종합적으로 추진되고 복원에 따른 변화에 대응해야 하는 대규모 사업임에도 불구하고 단시간에 이루어질 수 있었던 점은 소위 ‘불도저’식 사업추진에만 근거한 것은 아니라 본다. 실제로 청계천 복원사업과 관련된 갈등을 효율적으로 관리하였다는 점일 것이다.

청계천복원사업의 추진체계는 ①청계천복원지원연구단에 의한 타당성조사 및 기본계획 수립, ②전문가 자문 및 시민의견 수립, ③기본설계 및 실시설계, ④철거 및 복원공사의 순으로 진행되었다. 그런데 여기서 중요한 특징은 시민의견의 수립이 단순한 수립에서 그치는 것이 아니라 청계천복원시민위원회라는 기구의 심의·의결을 거쳐야 한다는 것이다.

청계천복원시민위원회는 시장과 민간위원의 위원장 2인, 부위원장 3인, 각계각층의 시민대표 31명 이내로 구성된 본위원회와 부문별 이슈를 해결하기 위한 분과위원회의 2층 구조로 조직되었다. 이러한 청계천복원시민위원회는 분과별로는 해당 분과의 전문가들과 이해당사자들이 참여하여 전문성과 시민의 의견수렴을 동시에 보장하는 기능을 담당하였다. 비단 이러한 기능 뿐만 아니라, 청

계천시민위원회는 갈등이 첨예하게 될 경우, 즉 청계천에서 생계를 꾸려나가던 상인들과 서울시 간의 대화가 중단될 경우 제3자로 개입하여 연계기능을 수행하였다(나태준, 2007).

〈표 4-4〉 청계천복원시민위원회의 위원회별 소관사항

구분	소관사항
본위원회	<ul style="list-style-type: none"> • 위원장 부의사항 • 기획조정위원회 상정사항
기획조정위원회	<ul style="list-style-type: none"> • 분과위원회 부의 및 분과위원간 이견이 있는 사항 • 기획조정위원장 부의사항
분과위원회	<ul style="list-style-type: none"> • 문화유적복원 등에 관한 사항(역사문화) • 생태 및 환경조성 등에 관한 사항(자연환경) • 구조물 철거 및 도로, 교량건설 등에 관한 사항(건설안전) • 교통영향 및 대책 등에 관한 사항(교통) • 도시계획 등에 관한 사항(도시계획) • 여론수렴, 홍보 등에 관한 사항(시민의견)

자료: 서울시, 2006, 29쪽

제3절 정책적 시사점

지금까지 지역의 어메니티를 활용하여 지역발전을 도모하고 있는 대표적인 국내 및 국외사례를 살펴보았다. 국내사례의 경우, 어메니티를 활용하여 지역전체 차원의 발전을 도모하고 있는 지역인 서천, 생태환경 어메니티 가치를 활용하여 지역발전을 도모하고 있는 함평, 도심의 환경, 문화적 어메니티 가치를 활용하여 생활환경개선 뿐 아니라 일자리 창출 등 지역의 발전을 도모하고 있는 청계천 복원사례를 살펴보았다.

국외사례의 경우, 지역의 농산·환경·경관 어메니티를 축적, 민박, 야간경관, 캐릭터 상품 등으로 활용하여 지역의 부가가치를 창출하고 있는 프랑스의 망똥,

역사문화 및 포도원을 중심으로 한 농촌경관 어메니티를 다양한 이해관계자의 협력에 의해 부가가치 높은 상품으로 활용하여 지역발전을 도모하고 있는 이태리의 투스카니 사례를 살펴보았다. 일본의 경우, 역발상에 의해 50년 전의 시골 정취의 환경·향수 어메니티를 부가가치 창출의 상품으로 활용하고 있는 유후인, 지역의 역알한 전통·환경 어메니티 자원을 경쟁력 있는 체험, 농산품 등으로 활용하고 있는 우키하의 사례를 고찰했다.

이들 지역은 어메니티 기반은 물론이고, 어메니티를 활용하여 부가가치를 창출하는 방법에 있어서도 차이가 있다. 그럼에도 불구하고 어메니티를 활용하여 지역발전을 도모하고 있는 이들 모범지역들은 일정한 공통점을 보이고 있다. 그러한 공통점은 어메니티를 활용한 지역발전방안 모색에 시사하는 바가 많다. 공통점을 중심으로 정책대안 마련의 토대가 되는 국내·외 사례의 시사점을 정리하면 다음과 같다.

첫째, 지역이 지니고 있는 강점이나 지역성, 전통성에 기반한 경쟁력 있는 어메니티 발굴, 그에 기반한 차별화된 활용전략 선정이 중요하다. 어메니티 활용 전략은 차별화가 가능한 것일수록 지역발전의 경쟁이점이 커진다. 타 지역의 모방을 불가능케 함으로써 시장가치를 증가시키기 때문이다. 망퐁과 유후인이 그러하며, 우키하와 투스카니, 함평이 그러하다.

또 어메니티 및 어메니티 활용전략 선정이 중요한 것은 이것이 향후의 부가가치창출 사업을 추진하는데 중요한 영향력을 끼치기 때문이다. 활용전략이 잘못 선정되면 사업의 진척도, 지역발전도 기대할 수 없다.²⁰⁾

둘째, 어메니티를 다양한 방식으로 매력을 창출하고 상품화하는 전략의 활용이 중요하다. 어메니티 활용에 대한 단원다용(one-source multi-use) 전략인 셈이

20) 어메니티 활용 테마 및 전략선정의 중요성은 일본 효고현(兵庫縣) 쓰나(津名)의 사례가 잘 보여주고 있다. 다케시타 정부 때 고향창생운동의 일환으로 3,000여개의 시정촌에 1억 엔씩 나누어 주면서 독창적인 아이디어에 의해 지역발전사업을 추진하라고 했다. 쓰나 마을은 마땅한 아이템이 떠오르지 않던 차에 일단 본전이라도 지키고 보자는 생각에서 1억엔 짜리 금괴를 구입해, 마을 공터에 배치했다. 그러자 1억엔 짜리 금괴는 얼마나 되는지 궁금해하는 사람들이 생겨났고 이것이 대박으로 연결되었던 것이다.

다. 선정된 어메니티를 통해 매력적인 생활환경 및 경관창출은 물론이고, 체험 및 이벤트, 축제, 상품, 캐릭터 상품 등 다양한 차원으로 파생적인 상품을 개발하고 있다. 앞서 언급한 국내외 사례의 거의 모든 지역이 이러한 방식으로 지역 발전을 위한 부가가치를 창출하고 있었다. 망쑹은 오렌지 농산물 직거래, 축제 이벤트, 야간 및 거리경관, 캐릭터 상품을 개발하고 있었으며, 함평은 청정 농산물, 축제, 체험 이벤트, 나르다 캐릭터 상품 등으로 어메니티를 상품화하고 있었다. 그 밖에 다른 지역도 마찬가지이다.

셋째, 어메니티 기반- 부가가치 창출의 선순환 시스템을 구축, 가동하고 있는 점이다. 지역의 경쟁력 있는 어메니티가 지역의 부가가치를 창출할 수 있는 여건이 되고 이를 바탕으로 경쟁력 있는 어메니티 상품과 매력을 개발하게 된다. 이렇게 개발된 상품과 매력은 추가적인 고객과 제품판매를 유발시키고 이것은 다시 지역의 어메니티 강화로 이어지게 된다. 더 많은 고객을 끌어들이고 더 많은 제품을 팔아야 할 유인을 충족시켜 주어야 하기 때문이다. 이런 과정을 통해 지역의 어메니티의 선명성이 부각됨은 물론이고, 어메니티 이미지도 강화되어 이것이 추가적 부가가치 창출로 다시 연결된다.

넷째, 어메니티 활용에 지역주민은 물론이고 다양한 주체들의 적극적이고 유기적인 협력이 이루어지고 있다. 어메니티 활용에 있어서는 지역주민의 참여가 특히 중요하다. 어메니티 활용하여 부가가치를 창출하는 실질적인 주체는 지역의 기업이나 농민, 재배자, 생산자이기 때문이다. 지역 발전을 추구하는 어메니티 사업이 행정차원에서 머물러서는 사업추진의 탄력은 고사하고, 지속성을 담보할 수도 없다. 아울러 어메니티 기반 조성은 물론이고 활용전략의 선정, 활용사업의 추진 등 어메니티 활용의 제반 과정에 지역주민 뿐 아니라 자치단체, 지역 내외의 전문가, 시민단체 등이 자발적 참여와 협조가 필요하다. 앞서 언급한 사례 모두가 그러하지만 특히 투스카니와 유후인 사례가 이를 가장 명확히 보여주고 있다.

다섯째, 조례나 법적 지원 등 어메니티 활용에 대한 제도지원도 중요하다. 어메니티 관련 법제는 투스카니처럼 중앙정부가 관련 법제를 제도적으로 지원하

는 경우도 가능하며, 유후인이나 우키하처럼 지역주민의 자발적 의사에 의해 지역의 경쟁력을 강화시키기 위해 지역구성원들이 지켜야할 어메니티 활용 행동 규범으로서의 조례 등을 제정하는 것도 중요하다.

이 외에도 지역의 어메니티 상품에 대한 적극적인 홍보 및 마케팅, 지역 단위에서 투스카니나 유후인과 같은 어메니티 활용의 지속성을 담보할 수 있는 자발적인 추진시스템 및 조직의 정비, 지역 어메니티 창출 조직의 가동 등도 어메니티 활용에 있어 중요한 점들임을 앞서 언급한 사례들이 시사하고 있다.



제 5 장 어메니티 활용의 지역발전 방안

제1절 기본방향

1. 정책의 기본방향

지금까지 어메니티 활용전략에 대한 이해를 바탕으로 어메니티 활용시책, 활용실태의 특성 및 문제점, 국내외 사례의 시사점 등을 검토했다. 어메니티 활용을 통한 지역발전전략은 종래의 양적 개발정책과 달리 질적 발전을 통해 지역 발전을 도모하는 전략이었다. 그리고 그러한 전략은 창의성, 아이디어 등이 중요시 되는 지식기반경제의 발전요소와 맞아 떨어지는 발전전략이었으며, 지역 특수적인 어메니티를 활용하는 내발적 발전전략의 위치를 점하고 있었다.

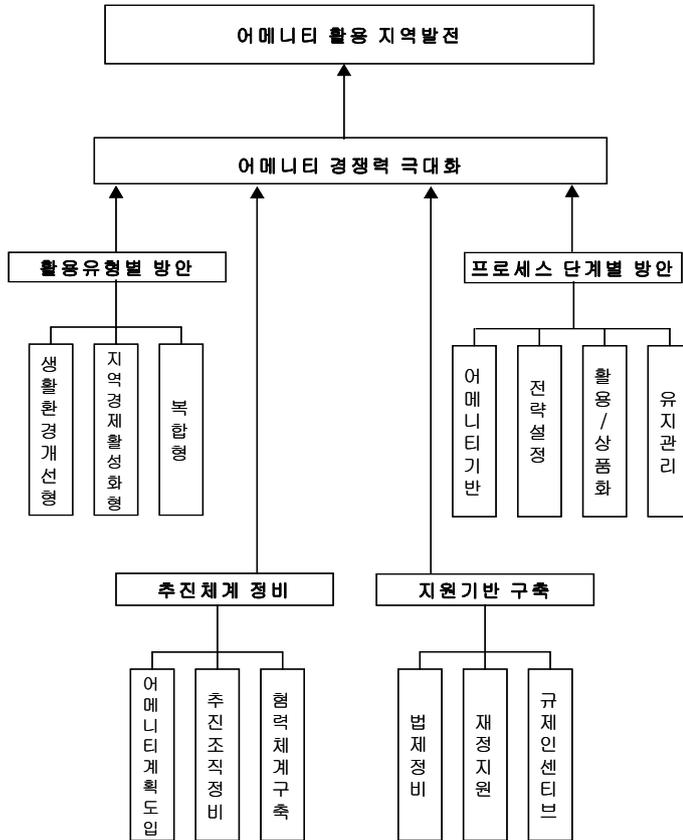
따라서 여기서는 이같은 어메니티 활용전략의 취지와 위상을 충실히 반영하여 지역의 내발적이고 질적인 발전을 도모할 수 있는 방안에 초점을 두어 정책대안을 모색해 볼 것이다. 특히 여기서 개발하는 어메니티를 활용한 지역발전 방안은 자치단체가 어메니티를 활용하여 지역의 가치를 향상시킬 수 있는 정책추진을 지원하거나, 가이드할 수 있는 방안의 개발에 초점을 둘 것이며, 어메니티가 기반하고 있는 질적발전의 취지를 살리고, 어메니티 본래의 장소 특수성에 기반한 내발적 발전을 강화, 지원하는 측면에서 지역발전 방안을 개발할 것이다. 아울러 발전방안이 어메니티를 활용하여 지역 발전을 도모하고자 하는 자치단체에게 실질적인 도움을 제공할 수 있는 측면에서 방안을 모색할 것이다. 이를 위해 어메니티 활용유형 및 활용 프로세스 단계, 주체별 방안도 동시에 제시할 것이다.

2. 발전방안의 구성

어메니티를 활용한 지역발전을 지역의 어메니티 요소를 부가가치 창출의 수단으로 활용하여 지역발전을 도모하고 하는 전략이다. 이같은 소기의 목적을 달성하기 위해서는 어메니티 활용유형별, 프로세스 단계별로 중시되는 요소가 개발되어야 하고, 추진주체별 역할과 협력방안도 모색되어야 한다. 아울러 추진체계 뿐 아니라 재정, 법제를 포함한 지원기반 등의 정비 등 다각적인 측면에서 발전방안이 제시되어야 한다. 따라서 여기서 개발하는 발전방안은 위와 같은 측면에서 구성될 것이다.

첫째, 활용유형 측면에서는 생활환경 개선형, 부가가치 창출형, 이들 양자가 혼합된 복합형의 추진방안이 거론되고 있다. 여기서는 유형별로 중시되는 요소가 집중적으로 제시되고 있다. 둘째, 프로세스 단계별로는 어메니티 기반조성에서부터 활용시책의 추진, 평가 등 일련의 과정에서 필요한 방안을 개발, 제시할 것이다. 여기서도 단계별로 필요한 모든 방안의 개발보다는 사업목표 달성에 효과적인 수단을 중심으로 선택과 집중에 의해 방안을 제시할 것이다. 셋째, 주체별 역할에서는 어메니티를 활용한 지역발전방안을 추진하기 위해 필요한 역할을 중앙정부, 지방정부, 민간의 측면에서 제시하고 이들간의 협력체계 구축방안 등을 제시할 것이다. 어메니티가 종합성을 띠고 있어 부처간, 주체간 협력이 사업을 성공시키는데 중요하기 때문이다. 넷째, 추진체계 정비는 추체간 역할분담과 일정한 관계가 있지만, 특히 추진체계 정비에서는 어메니티 관련 계획의 연계적 추진과 실효성을 제고하기 위한 방안을 제시할 것이다. 다섯째, 지원기반 구축 측면에서는 어메니티 관련법제 정비, 재정지원, 규제 및 인센티브 등에 대한 개선방안을 제시할 것이다.

〈그림 5-1〉 어메니티 활용 지역발전 방안 구성도



제2절 핵심전략 및 추진방안

1. 활용유형별 방안

활용실태분석처럼 우리나라 자치단체는 어메니티를 도시계획 원리에 의한 환경개선을 위해 활용하는 경우, 부가가치를 창출하여 지역경제를 활성화하기 용도로 활용하는 경우, 이들 양자를 결합하여 복합적으로 활용하는 경우로 나타나

고 있다. 어메니티를 생활환경 개선을 위한 용도로만 활용하는 경우는 극히 소수(1.6%)에 불과했지만 그런 자치단체의 활용전략을 배제할 수 없기 때문에 3가지 유형 모두에 대해 핵심적 방안을 제시하면 다음과 같다.

가. 생활환경 개선형

1) 어메니티 자원 DB화

이 전략은 어메니티를 통한 생활환경의 질 개선을 겨냥하고 있기 때문에, 지역이 보유하고 있는 어메니티에 대한 정확한 실태파악이 중요하다. 지역의 어메니티 실태를 파악하기 위해서는 사회, 문화, 자연, 생태 등 인공적이고 자연적인 어메니티 자원 전체에 대한 체계적인 종합조사가 필요하다. 이를 위해서는 지역의 어메니티에 대한 관심제고 뿐 아니라 전략시행에 대한 주민의 협조와 참여를 확보하기 위한 포석차원에서 주민의 참여를 활성화하는 시책의 개발이 필요하다.

어메니티 조사에 대한 주민협조를 확보하기 위해서는 ‘오픈 채널’을 가동할 필요가 있다. 오픈 채널로는 일본의 ‘보물찾기’와 같은 시책을 도입하는 것이 가능할 것이다. 어메니티를 발굴한 사람을 시상함으로써 어메니티에 대한 관심과 애착을 유발시킬 수 있는 장점이 있기 때문이다. 아울러 인터넷 등을 활용하여 상시로 주민의 참여를 확보하는 방안도 활용이 가능하다.

또, 사업이전에 보다 철저한 지역 어메니티 조사를 위해 투스카니나 일본사례와 같은 채널을 차용하는 방안도 가능하다. 앞서 보았듯이 이들 지역은 지역 주민, 전문가, 자치단체 등이 참여하는 ‘지역자산조사위원회’를 설립, 운영하고 있다. 생활환경 개선형 사업을 추진하는 자치단체는 ‘지역어메니티 위원회’를 설립, 운영하여 지역의 어메니티 조사, 발굴에 대한 지역주민의 참여를 확보할 수 있을 것이다.²¹⁾

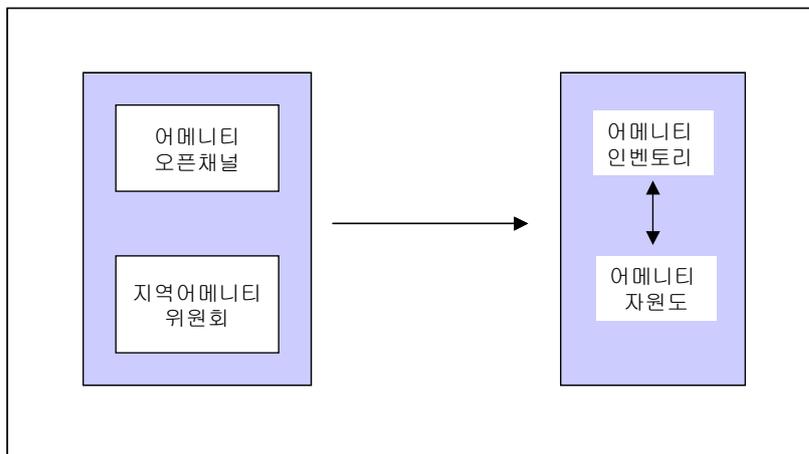
21) 후술하는 것처럼 지역 어메니티 위원회는 지역어메니티의 조사 뿐 아니라 평가, 활용전략수립, 활용 등에 관계하는 전문화된 분과를 두어 운영하는 방안이 효율적일 것이다.

〈표 5-1〉 일본 유후인, 우키하의 지역자산조사위원회

- 구성 : 지역주민, 전문가, 자치단체 공무원
- 역할 : 지역자원 전수조사, 경쟁력 있는 자원선정 주제선정

그런 다음 어메니티 자원의 인벤토리 뿐 아니라 보전관리 자원, 가치창출 자원 등 어메니티 자원의 유형화, DB 정보화하고, 어메니티 자원평가를 통해 사장, 잠재자원 뿐 아니라 지역 어메니티 자원 전체에 대한 ‘어메니티 자원도’(資源圖)를 작성해야 할 것이다.

〈그림 5-2〉 생활환경 개선형 어메니티 DB화



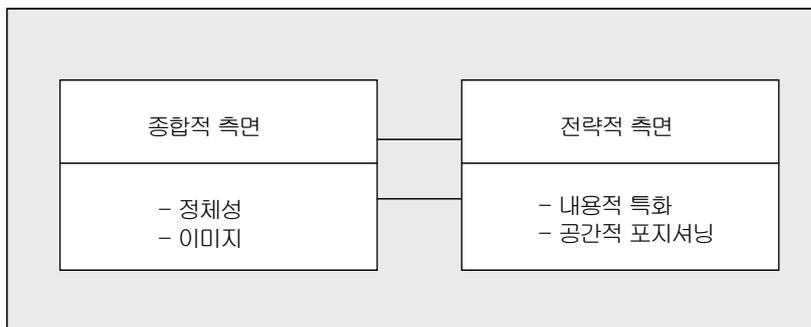
2) 전략적 어메니티 계획수립

생활환경 개선형이 공간계획 측면의 어메니티 계획을 통해 거주민의 정주, 여가, 환경 어메니티 등의 수요를 충족하여 삶의 질 향상을 겨냥하고 있음을 고려하여, 이들 목표를 달성하기 위해 어메니티의 보전, 창출 등에 대한 ‘전략적인 어메니티 계획수립’이 필요하다.

여기에는 생활환경 개선에 의해 지역 거주민이 지향하고 또 도달하고자 하는

지역의 비전과 정체성, 이미지를 담은 종합적인 내용을 포함하고 있어야 한다. 그리고 가능하다면 “공원화”, “푸른지역” 등의 경우처럼 전략적 가치에 대한 특화를 도모해야 할 것이다. 이는 지역의 정체성 형성 뿐 아니라 사업추진에 대한 거주민의 협조를 확보하는데 수월하기 때문이다. 특히, 사업추진이 지향하고 있는 환경성, 자연성, 문화성, 심미성 등의 가치에 대한 특화를 도모함이 바람직하다. 전략시행의 공간적 단위도 명확히 제시하는 것이 효율적이다. 도시 전체를 대상으로 환경개선 어메니티를 창출할 것인지, 특정한 지역을 대상으로 할 것인지, 아니면 특정한 지역을 시범적으로 시행한 다음 도시 전체로 확산할 것인지 등의 방향이 설정되어야 한다.

〈그림 5-3〉 전략적 어메니티계획의 요소



3) 어메니티 특구지정

앞서의 실태분석에서 어메니티 활용의 어려움으로 어메니티 자원의 개발부족이 23.8%로서 비중있는 애로사항으로 나타났다. 이 전략의 효과를 배가시키기 위해서는 어메니티 창출을 집중화하는 시책의 개발 및 추진이 필요하다. 이를 위해서는 토지이용계획 상 미관지구나 풍치지구와 같은 개념의 용도지역의 도입이 가능할 것이다.

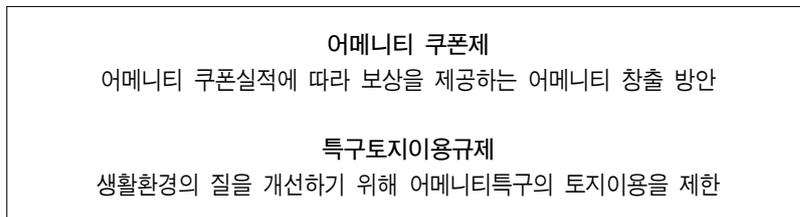
보다 구체적으로, 어메니티 창출의 집중성을 높이기 위해 ‘어메니티 특구’(가칭)의 지정, 운용이 가능할 것이다. 지정의 단위는 자치단체 전체나 자치단체 중

의 일부지역이 가능하며, 현실적용에 있어서는 문화, 생태 등의 단일한 가치 또는 복수의 가치를 지향하는 어메니티 특구의 다양한 유형의 도입이 가능할 것이다. 지역의 여건과 사정이 차별적인 상황에서 단순히 복수만을 지정, 육성하면 지역의 여건을 감안하지 못하는 방안이 될 소지가 많기 때문이다.

여기서 물론, 어메니티 특구의 방향은 지역의 어메니티 여건과 거주민, 기업의 어메니티 수요를 조사하고 이에 기반해서 설정되어야 할 것이다. 그런 다음 이들에게 필요한 어메니티를 창출, 공급하기 위한 세부시책을 마련해야 한다.

이때 어메니티 창출 등에 지역주민의 자발적 참여를 유도하기 위한 시책의 활용이 가능하다. 이를 위해서는 ‘어메니티 쿠폰제’의 개발, 활용이 유효할 것이다. 이는 어메니티를 창출, 공급하는 거주민이나 기업에게 어메니티 쿠폰을 발행하고 그 실적에 대해서 인센티브를 주는 방식이다. 다른 한편으로 필요한 경우에, 특구에 대한 토지이용 규제도 병행해서 제공해야 할 것이다. 인센티브와 규제를 통해 정책효과를 배가시킬 수 있기 때문이다.

〈그림 5-4〉 어메니티 쿠폰제 및 어메니티특구 토지이용규제



4) ‘어메니티 활용 전과정 주민참여제’ 시행

앞서 언급한 어메니티 쿠폰제는 주로 어메니티 창출단계의 주민참여를 활성화시키기 위한 시책에 해당된다. 다른 유형의 전략에서도 주민 참여는 중요하지만 특히 어메니티의 생활환경에 있어서는 중요성이 더 높다고 할 수 있다. 이 경우는 환경개선이 궁극적인 목적이기 때문에 부가가치 창출과 같이 상품개발 등에 대한 리더십 발휘나 촉발의 여지가 거의 없기 때문이다.

이른다면 이 전략은 생활환경의 질 개선의 속성상 지역주민의 적극적이고 자발적이 참여가 성공요건이라고 할 수 있다.

이를 위해 ‘어메니티 활용 전과정에 걸친 주민참여제’를 시행할 필요가 있다. 어메니티 자원의 발굴, 전략수립, 집행, 평가 등의 전 과정에 지역주민을 참여시키는 방안이다. 보다 구체적으로는 지역에서 선정된 대표가 참여하는 방안이 보다 합당할 것이다. 동시에 어메니티의 중요성에 대한 인식 뿐 아니라, 창출 등에 대한 이해를 배가시키기 위해 지역주민을 대상으로한 교육 및 홍보 프로그램을 개발, 제공할 필요가 있다.

나. 지역경제 활성화형

1) 어메니티 활용 지역경제 활성화 전략수립

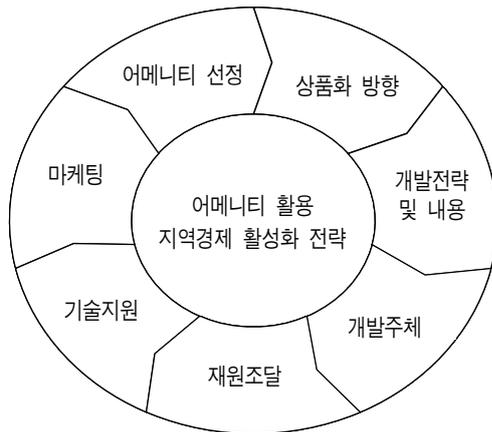
실태분석에서와 같이 지역경제 활성화 전략을 추진하고 있는 자치단체는 전체 가운데 36.5%로 상당한 비중을 차지하고 있다. 그러나 어메니티 활용을 통해 지역경제 활성화를 도모하는 경우 목표와 전략의 선명성이 부족한 것으로 확인되고 있다.

이같은 문제를 해결하기 위해서는 어메니티의 부산물로서 소극적 차원의 어메니티 상품화가 아닌 지역의 경쟁력을 강화시키기 위한 보다 적극적인 수단으로서의 어메니티 상품화에 대한 명확한 인식이 필요하다. 이를 통해 목표와 수단의 뚜렷한 연계화가 가능하기 때문이다.

이 전략의 성공을 위해서는 ‘어메니티를 활용한 지역경제 활성화 전략’ 수립이 우선시 되어야 한다. 전략의 내용에는 상품화 대상 어메니티 선정, 어메니티를 활용한 제품·관광 등의 상품화 방향, 개발전략 및 내용, 개발주체, 재원, 상품화를 위한 기술지원, 마케팅 및 홍보방안 등이 포함되어야 할 것이다. 이를 위해서는 어메니티를 활용한 상품화를 통해 부가가치를 창출하고, 지역발전을 도모하고 있는 모범적인 사례에 대한 벤치마킹이 필요하며, 아울러 상품화를 지원해 줄 수 있는 전문가나 기업과 연계를 통한 필요한 지원을 확보해야 할 것이다.

이를 통해 자치단체들이 부족한 이 분야에 대한 경험과 지식, 노하우 등을 보충할 수 있기 때문이다.

〈그림 5-5〉 어메니티 활용 지역경제활성화 전략의 구성



2) 어메니티 활용상품 개발 다양화

어메니티를 활용한 상품화를 통해 보다 많은 부가가치를 창출하기 위해서는 다양한 상품의 개발이 필요하다. 이를 위해서는 경쟁력 있는 어메니티 선정이 우선되어야 한다. 경쟁력 있는 어메니티는 단수일 수도 있고 복수일 수도 있다. 그것이 단수이든 복수이든 지역의 통일성 있는 어메니티 정체성과 이미지를 지남과 동시에 시장성 있는 상품이 개발되어야 한다. 시장성 있는 상품의 개발은 지역의 어메니티 가치를 향상시킬 수 있도록 다양한 제품을 개발하는 것이 바람직하다.

다양한 제품의 개발을 위해서는 어메니티를 활용한 1차, 2차, 3차 부문에 걸친 파생상품을 개발하는 방안을 모색해야 한다. 화천, 우키하, 투스카니 등의 사례가 대표적인 경우에 해당된다. 국내외 사례와 같이 지역이 선정한 어메니티를 중심으로 다양한 연계상품을 개발해야 한다. 여기에는 관련 제품도 가능하며, 체험, 이벤트 등의 관광화 상품의 개발도 가능하다.

또, 자치단체가 활용가능한 상품화 방식을 검토하여 지역에 적합한 방법을

선정해야 한다. 여기에는 어메니티 자원을 직접거래하는 방식과 응용하거나 활용하는 두 가지 방식이 가능하다. 그리고 이들은 자연물의 판매와 같이 원형거래를 통한 시장가치화에서 전원주택 임대를 통한 부가가치 창출처럼 어메니티 주거환경이라는 파생적인 부가가치의 창출이 가능하다. 이때도 가능한 다양한 방식을 채택하는 것이 어메니티의 시장가치를 높일 수 있는 방안이 된다.

연계상품이나 파생상품의 개발에 대한 노하우와 전문성이 떨어짐을 감안하여 연계상품 개발조직을 설립, 활용하는 방안도 가능하다. 여기에는 ‘내부화 방안’과 ‘외부화 방안’이 가능하다. 내부화 방안은 자치단체가 해당 지역의 어메니티를 상품화시킬 수 있는 파생상품 개발조직을 설립하여 활용하는 방안이며, 외부화 방안은 자치단체 외부의 어메니티 연계, 파생상품 개발 전문기관이나 조직을 활용하는 방안이 되겠다. 전자는 후자에 비해 밀착적 지원의 장점이 있으나 비용측면의 부담이라는 단점이 있다.

〈표 5-2〉 어메니티 활용 상품개발의 다양화 방안

구 분	상품화 방식		예 시
직접 거래	원형거래	어메니티자원 시장직접 거래	- 공예품, 자연물 등
	요소투입	어메니티자원 생산요소 일부투입	- 황토주택, 해수사우나 등
	관광	어메니티 지역방문 구매, 체험	- 공원, 사찰 입장료 등
응용 및 활용	속성가공	어메니티 속성 가공, 지식추가 상품생산	- 드라마 촬영지 등
	이미지첨가	유통과정에서 상품속성과 연관된 이미지 차용 상품화	- 청정 이미지 농산물 등
	파생가치	시장에서 거래되지 않지만 자원의 파생 가치 상품화	- 전원주택 임대사업 등

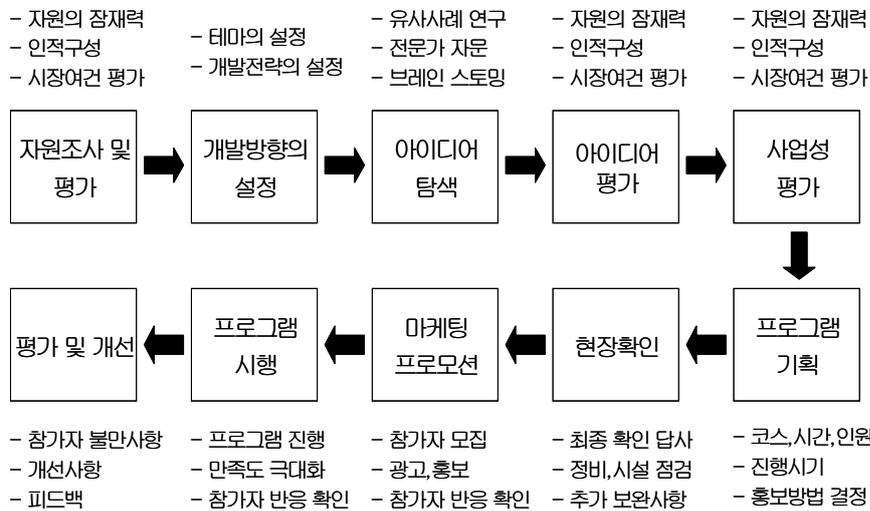
3) 체계적 어메니티 관광상품화 개발

현실적으로 어메니티를 활용한 부가가치 창출 가운데 관광을 통한 상품화의 비중이 높다. 관광화를 통한 부가가치 창출의 극대화를 위해서는 다음과 같은 방안의 활용이 필요하다.

먼저, 어메니티 자원을 중심으로 ‘단원다용’(one-source multi-use) 전략과 ‘꾸시당꼬’(串團子) 원리를 상품화에 접목시켜야 한다. 단원다용 전략은 선정한 어메니티를 다양한 용도로 상품화 시키는 것이다. 체험으로, 이벤트, 축제, 스토리, 캐릭터 및 브랜드 상품으로 어메니티를 개발하는 식이다. 꾸시당고 원리는 관광객에게 연계적인 다양한 볼거리를 개발하여 제공함으로써 체류관광이 되게 하는 대표적인 원리이다. 꼬치구이(串團子)를 하나씩 먹어서는 양이 차지 않기 때문에 알맹이 여러 개를 꼬치에 꿰어 먹듯이 다양한 볼거리를 연계적으로 제공하여 더 많은 부가가치를 창출하는 전략이다. 이때 어메니티의 훼손을 방지하는 지속가능성, 체험가치 및 재미 부여, 지역고유 어메니티의 속성가미 등이 중요하다. 그렇지 않으면 수익창출의 지속성을 담보할 수 없기 때문이다.

아울러 단계적 접근에 의한 어메니티 자원을 활용한 관광프로그램의 개발이 필요하며, 보다 구체적으로는 어메니티 자원조사에서 개발방향의 설정, 마케팅 타겟설정, 프로그램 시행, 평가에 이르는 일련의 과정에 의해 관광상품화를 시행해야 한다. 이것이 이 전략의 합리성을 배가시킬 수 있기 때문이다.

〈그림 5-6〉 어메니티를 활용한 관광상품화 프로세스



4) 직거래 등 수요지향적 감성 마케팅 시행

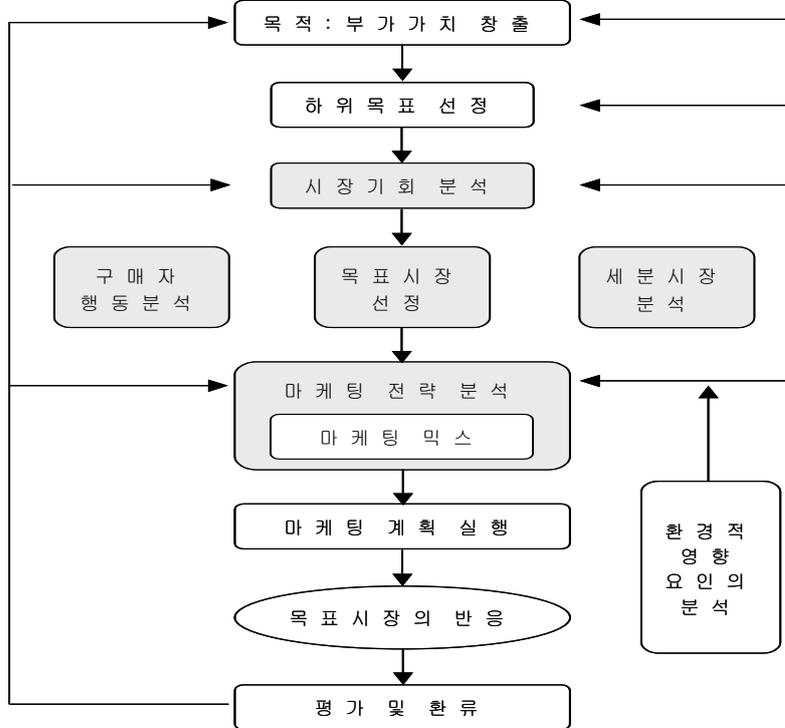
이렇게 개발한 상품은 소비자에게 팔려야 비로소 부가가치가 현실화 된다. 이점은 어메니티를 활용한 상품에 대한 마케팅의 중요성과 필요성의 실태분석에서도 인식하고 있었다.

이를 위해서는 먼저 수요지향적 마케팅 방안을 개발, 적용할 필요가 있다. 수요지향적 마케팅은 고객이 원하는 제품을 구매하도록 만드는 활동이기 때문이다. 여기서는 일련의 전략적 고려가 필요하다. 전략적 고려에서 가장 중요한 것은 수요자에게 판촉할 수 있는 상품선정과 매력있는 상품의 생산이 선행되어야 한다. 그렇지 않고 내용없는 마케팅을 시행한다면 ‘허풍 마케팅’이 되어 지속성을 지닐 수 없기 때문이다. 그 다음은 시장분석을 토대로 목표집단을 선정해야 한다. 그런 다음 마케팅 믹스에 의해 핵심제품, 확장제품 등을 선정하고, 제품기호 조사를 바탕으로 목표시장별로 차별적인 마케팅을 시행해야 한다. 중국에는 마케팅 시행에 대한 평가를 통해 계획을 수정, 환류하고 새로운 전략으로 마케팅을 수행해야 한다. 아울러 어메니티 활용의 가치를 향상시킬 수 있는 로고 및 브랜드, 캐릭터를 개발하는 것도 필요하다.

이렇게 수립한 어메니티 활용 마케팅계획은 지역 전체 마케팅계획의 부문계획으로 위치시켜 마케팅의 통합성을 기하는 것이 바람직하다. 아울러 자치단체의 마케팅 조직정비도 필요하다.

조직정비는 현재 대부분의 자치단체에서 마케팅을 홍보부서가 관할하고 있는데, 홍보보다 상위의 개념인 마케팅에 적합하게 홍보부서를 마케팅 부서의 하위조직으로 개편하고 그 하위부서 중의 하나로 홍보 파트를 두어야 할 것이다. 더하여 이같은 전략적 마케팅을 위해서는 전문가의 도움도 필요하다.

〈그림 5-7〉 수요지향적 마케팅 프로세스



또, 어메니티가 감성적 요소란 점에 착안하여 ‘감성 마케팅’, ‘인연 마케팅’, ‘직거래 마케팅’ 등을 활용할 필요가 있다. 이를 위해서는 ① 어메니티 활용 상품에 대한 파일이나 동영상, 사진 등의 정보발송, ② 어메니티 오너제 및 지분제 시행, ③ 자매결연 조직, ④ 방문 및 체험 조직화 등의 시책을 개발, 활용하는 것이 유용하다. 직거래 마케팅에는 인터넷 거래, 현지 직거래, 정보화 마을의 연계적 활용 등이 가능할 것이다.

다. 복합적 활용형

1) 생활환경개선-지역경제활성화의 선순환 시스템 창출

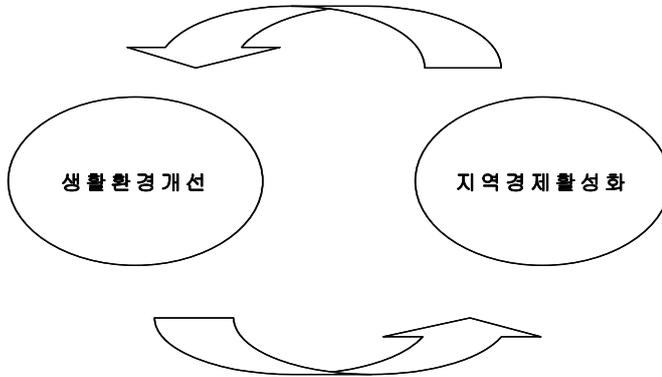
지방자치단체의 어메니티 활용형 가운데 복합적 활용형이 41.3%로 가장 많은 비율을 차지하고 있었다. 복합적 활용형의 지역발전적 효과를 배가시키기 위해서는 어메니티 활용의 기본방향을 설정하는 것이 필요하다.

이 유형의 기본적 방향은 생활환경개선과 지역경제활성화 두 가지가 기능적으로 연계되어 상호간의 시너지 효과를 발생시키게 하는 방식이어야 한다. 이를 위해서는 두 가지 방안이 필요하다.

첫째, ‘생활환경개선-지역경제활성화의 선순환 시스템’ 창출과 운용을 활성화시킬 필요가 있다. 이는 생활환경 개선이 삶의 질을 향상시키고 이것이 매력요소가 되어 기업이나 거주민, 방문객을 끌어들이는 뿐 아니라 제품판매 등을 강화시키고, 이것이 다시 생활환경개선이나 삶의 질을 향상시키는 순환구조로 형성, 운용되는 것을 지칭한다. 여기서는 생활환경 및 지역경제 활성화 양자로 활용될 수 있는 어메니티의 선정이 중요하다.

둘째, 생활환경개선, 지역경제활성화 통합조직을 형성해야 한다. 통합시스템을 활성화하기 위해서는 생활환경개선과 경제활성화를 연계시키는 방안이 필요한데, 자치단체 단위에서 양자의 전문가로 구성되는 ‘어메니티 선순환 위원회’(가칭)를 설립하여 이에 대해 집중적으로 대처할 필요가 있다. 통합적 어메니티 활용 위원회는 생활환경개선 및 부가가치 창출에 관계되는 산학연 전문가의 파트너십 형태로 구성하고 이들간의 정보교류와 상호학습을 활성화시킬 필요가 있다. 그 밖의 협력채널로 정기적, 비정기적 포럼, 회의 등을 개최하는 것도 효율적일 것이다.

〈그림 5-8〉 생활환경개선-지역경제활성화 선순환 시스템



2) 생활환경 어메니티 형성기반 강화

복합형 전략을 추진하고 있는 상당수 자치단체가 어메니티 형성 및 개선 보다 경제적 활용만을 중시하는 문제점을 노출시키고 있었다. 그러나 이런 방식의 부가가치 창출전략은 지속성을 담보하기 어려운 취약점을 보유할 수밖에 없다. 이 전략의 토대가 되는 어메니티가 없기 때문이다.

따라서 생활환경 및 지역 이미지, 정체성과 관련된 어메니티 토대가 중요함을 인식하고, 어메니티 기반을 강화시킬 수 있는 전략의 선행이 필요하다. 이때의 어메니티는 상품화와 연관성을 지닌 것이어야 함은 물론이다.

보다 구체적인 방안으로는 생활환경 개선과 지역경제 활성화의 토대가 되는 어메니티에 대한 이른바 ‘어메니티 밸런스 체크 툴’을 개발하는 것이다. 어메니티 형성과 지역경제 활성화의 균형을 맞추는 취지의 방안이다. 어메니티 조사를 구축해 놓은 어메니티 인벤토리와 개발한 어메니티 상품을 연동시킴으로써 양자의 활용성을 극대화시키는 방향의 시책인 셈이다. 이때 어메니티 밸런스 체크 항목은 양적, 질적인 내용 뿐 아니라 이를 상품화한 제품까지를 포함시키는 것이 바람직하다.

2. 프로세스 단계별 방안

어메니티 활용은 어메니티 조사, 어메니티 경쟁이점 평가, 전략설정, 어메니티 활용, 평가 및 개선 등으로 이루어지는 일련의 프로세스이다. 어메니티 활용의 프로세스 단계별 핵심적인 전략에 초점을 두어 추진방안을 제시하면 다음과 같다.

가. 주제 선명적 어메니티 기반형성

1) 어메니티 조사 및 평가시스템 구축

어메니티를 활용하기 위해서는 먼저, 지역의 어메니티에 대한 체계적이고 합리적인 조사를 시행해야 한다. 이를 위해서는 ‘지역 어메니티 위원회’(가칭)를 구성하는 것이 필요하다. 지역 어메니티 위원회는 어메니티와 밀접한 관련이 있는 지역주민, 어메니티 전문가, 자치단체 공무원 등으로 구성하는 것이 바람직하다.

아울러 지역 어메니티 위원회 산하에 ‘지역 어메니티 조사분과’ 및 ‘지역 어메니티 평가분과’ 등 복수의 분과를 두어 이들의 역할을 전문화시킬 필요가 있다.²²⁾

지역 어메니티 분과가 수행해야 할 주요한 역할은 지역의 어메니티를 체계적으로 조사하는 것이다. 어메니티 조사의 체계성을 강화하기 위해, 사장(死藏)되었거나 잠재적인 어메니티, 활용하고 있는 어메니티, 잠재력은 있으나 이용하고 있지 않는 등 기능이나 활용측면에서 어메니티를 분류하고, 분류에 따라 지역의 양적, 수적인 실태를 상세하게 조사해야 한다. 조사결과는 지역의 어메니티 인벤토리 DB로 정보화시켜 지속적으로 관리해야 한다.

지역 어메니티 평가분과는 어메니티의 경쟁력과 잠재성 등에 관련된 전문가

22) 이외에 어메니티 활용전략 수립 분과, 어메니티 활용분과 등의 분과를 설치, 운영할 수 있을 것이다.

나 열정이 있는 지역주민, 자치단체 관계 공무원으로 구성함이 바람직하다. 여기서는 지역의 어메니티 자원의 가치를 평가하는 역할을 주로 수행해야 한다. 이를 위해서는 평가부문, 평가항목, 평가지표 등의 개발이 선행되어야 할 것이다.

이렇게 구성되는 지역 어메니티 위원회는 지역의 어메니티 기반강화와 경쟁력 평가를 목적으로 전략적, 단계적으로 활동해야 한다. 이를 위해 지역의 어메니티를 정기적으로 조사하고 경쟁력을 평가하여, 어메니티 창출의 단계적 목표를 제시하고 관련 시책을 개발해야 할 것이다.

2) 지역의 특성에 적합한 어메니티 형성 및 관리

앞서 제시한 어메니티 조사, 평가와 연계하여 지역의 특성에 적합하고 지역의 인지도, 어메니티 활용에 기반이 되는 어메니티를 형성, 창출시키는 전략의 수립, 추진이 필요하다.

이를 위해서는 첫째, 어메니티를 활용한 지역발전의 패러다임 전환과 그에 따른 어메니티의 중요성을 지역주민에게 홍보하고 교육시킬 수 있는 채널의 개발이 필요하다. 정기적으로 브로셔를 발간하거나 주민을 대상으로 한 어메니티 교육 프로그램을 개발하여 제공하는 방안의 활용이 가능할 것이다.

둘째, 국내의 모범적인 어메니티 활용지역은 명확한 주제나 컨셉에 기반해서 어메니티를 설정하고 지역발전을 위해 이를 강화하고 있었다. 이처럼 지역의 어메니티 여건을 면밀히 검토하여 어메니티 컨셉을 설정하고 이를 강화시킬 필요가 있다. 청정, 푸르름, 재미, 편안함, 지역경제의 이점 강화 또는 이들의 복합에 의한 컨셉의 설정이 가능할 것이다. 이를테면, 편리성, 환경성, 문화성, 경제적 가치성 등의 컨셉을 설정하는 것이다. 그런 다음 이를 달성하기 위한 보다 구체적인 시책을 수립하고 주민의 협조를 얻기 위해 홍보, 교육, 마케팅 등을 시행해야 할 것이다.

셋째, 어메니티 형성과 동전의 앞뒷면에 해당되는 어메니티 유지 및 관리에 대한 시책도 개발, 활용해야 한다. 어메니티는 소비의 비경합성과 비배제성을

지닌 공공재적 특징으로 인해 어메니티의 소비에 대한 댓가를 지불하지 않는 ‘무임승차’(free rider) 문제가 발생한다. 지역발전에 필요한 어메니티 보다 과소공급되는 시장실패가 발생한다. 이를 방지하기 위해 금전적 보상, 인센티브 등의 ‘가치창출 내부화 시스템’을 구축, 가동시킬 필요가 있다.

다음으로는 ‘디스어메니티’(disamenity)를 규제해야 한다. 지역의 어메니티 가치를 떨어뜨리거나 저해하는 개발행위 등에 대한 규제를 통해 어메니티 불경제 요소를 제거하거나 저감시키기 위한 취지의 시책이라고 할 수 있다.

나. 다양한 주체에 의한 활용전략 수립

1) 협력계획에 의한 활용방향의 설정

어메니티 활용은 어메니티의 주민밀착적 속성으로 인해 지역민의 참여와 다양한 주체의 지원이 필수적이다. 이를 위해서는 어메니티 활용전략수립에 대한 ‘협력계획’(negotiated planning)적 접근이 필요하다. 협력계획의 가동을 위해서는 지역주민, 전문가, 자치단체, NGO 등이 활용전략의 수립에 참여하는 ‘오픈 계획 시스템’ 과 ‘멀티 파트너십’(multi-partnership) 을 가동시켜야 한다.

오픈 시스템은 특장(特長)과 전문성을 지닌 다양한 주체의 참여를 활성화시키는 개방형 계획시스템이며, 멀티 파트너십은 다양한 주체의 참여하에 전략수립의 합리성, 민주성, 전문성을 강화시키게 하는 다주체 협력시스템이라고 할 수 있다. 이를 통해 자치단체는 행정 및 재정지원, 민간은 경제성 지원, 주민의 어메니티 창출, 전문가의 지식 및 노하우 등이 유기적으로 결합될 수 있기 때문이다.

2) 전략적 활용방안의 개발

앞서 언급한 계획접근과 시스템을 통해 수립되는 활용전략은 전략적으로 구성되어야 한다. 우선, 지역의 어메니티를 생활환경 개선형, 지역경제 활성화형, 복합형 가운데 어떤 방식으로 활용할 것인지를 설정해야 한다. 그런 다음 설정

한 전략을 구체화, 현실화시킬 수 있는 사업 우선순위 등이 포함된 보다 세부적인 실행계획을 수립해야 한다.

실행계획이 수립되었으면, 그 다음은 실행계획을 달성하기 위한 보다 세밀한 수단을 개발하여 ‘목표-수단의 고리’(ends-means chains)를 강화하여 완결된 계획이 되게 하고, 지역의 어메니티 현황이나 전략수정 등 상황변화에 부합할 수 있는 탄력을 부여해야 한다.

다. 활용전략 시행 및 상품화

1) 자치단체 사업추진 역량강화

어메니티 시책추진, 특히 자치단체의 활용전략의 추진에 대해 부분적으로 일부 중앙의 정책지원이 제공되고 있다. 그러나 어메니티 활용전략의 추진은 어메니티의 장소 특수적인 성격을 고려하여 자치단체가 사업을 주도적으로 추진하는 것이 타당성이 높다.

그러나 78.2%의 자치단체가 2000년 이후부터 어메니티를 지역발전에 활용하기 시작하여 대다수 자치단체가 어메니티 활용에 대한 경험 및 노하우, 사업역량이 부족한 형편이다.

자치단체의 사업추진 역량을 강화하기 위해서는 다각적 접근이 필요하다. 실태분석에서처럼 어메니티 활용문제의 상당한 비중을 차지하고 있는 자치단체장과 공무원, 주민의 인식과 역량을 제고시키기 위한 방안이 필요하다.

첫째, 단체장 및 공무원의 인식과 노하우를 제고시키기 위한 어메니티 교육프로그램의 개발 및 공급이 필요하다. 공무원을 대상으로 한 교육프로그램의 제공은 광역자치단체 및 중앙 공무원의 교육과정에 편성하는 방안이 보다 효율적일 것이다. 단체장을 대상으로 해서는 어메니티 포럼, 세미나, 토론회 등을 활성화시키는 방안이 가능하다.

둘째, 지역주민의 역량을 제고시킬 수 있는 채널의 개발이 필요하다. 이를 위해서는 시정 홍보물을 활용하거나 어메니티 브로셔, 책자 등을 개발하여 공급할

수 있을 것이다. 어메니티 활용에 대한 지역리더 양성 프로그램의 개발 및 공급도 효과적인 방법이 될 것이다.

2) 지역 밀착적 지원의 제공

자치단체 지역 밀착적인 사업역량을 강화하기 위해서는 ‘어메니티 지역 협력단’(가칭)을 설립, 운영할 필요가 있다. 어메니티 지역 협력단은 중앙 및 지역단위의 전문가로 구성할 수 있다.

어메니티 지역 협력단의 운영은 전문가로 구성되는 협력단이 광역단위 자치단체와 협약을 체결하여 지원을 하는 방안과 어메니티 발전을 도모하는 기초자치단체와 협약을 체결하여 운영하는 방안이 가능하다. 전자는 광역의 정책지원이 제공될 여지가 있는 장점이 있는 반면, 지역 특수적 수요에 둔감할 수 있는 단점이 있으며, 후자의 경우는 이와 반대의 장·단점이 있다.

라. 정책 모니터링 및 평가

1) 모니터링 조직의 설립 · 운용

어메니티 활용정책의 신뢰성을 확보하고 정책의 효과성을 강화하기 위해서는 모니터링이 필수적이다. 이를 위해서는 어메니티 모니터링 조직을 형성하여 이것이 어메니티 발굴, 전략선정 등 어메니티 활용시책 전반에 대해 모니터링을 시행하는 것이 바람직하다.

모니터링 조직은 2단계로 구성할 수 있다. 중앙과 지방차원에서 관계 전문가, 자치단체 관계자, 지역주민 등으로 모니터링 조직을 구성하여, 이들이 중앙의 정책개발이나 자치단체의 시책시행에 대해 모니터링을 제공할 뿐 아니라, 그 결과를 인터넷이나 지상에 공개함으로써 양자의 조직을 운용할 수 있다.

이때 중앙 및 지역단위에서 가측적인 모니터링 목표를 설정하고, 이에 기반해서 활용시책의 지역발전에 대한 성과를 향상시키기 위해 정책기획, 정책형성, 정책집행, 평가 및 개선의 전 단계에 대해 모니터링 시행하는 것이 바람직하다.

2) 중앙 및 지방단위 평가시스템 구축

모니터링과 동시에 어메니티 활용에 대한 평가도 활성화시켜야 한다. 모니터링과 마찬가지로 평가도 ‘중앙평가’와 ‘자체평가’로 이원화하는 것이 효과적인 방안이 될 것이다.

중앙평가는 중앙단위에서 전문가, 공공 등으로 구성하고, 정기, 부정기적으로 자치단체의 사업추진을 평가한다. 평가의 주안점은 사업을 모범적으로 추진하는 자치단체를 선정하여 시상 등 인센티브를 부여함에 두는 것이 사업의 취지에 부합한다.

자체평가는 지방단위에서 시행하는 평가이다. 지역의 전문가, 지역주민, NGO, 자치단체 공무원 등으로 광역단위와 기초단위의 평가조직을 구성하는 것이 자체평가의 취지에 합당하다. 광역은 광역차원의 지원, 협력 등을 제공할 수 있으며, 기초는 기초단위에서 사업에 대한 자체평가가 가능하기 때문이다. 평가는 정기, 부정기적으로 시행하고 그 결과를 인터넷 등에 공유하는 방식으로 추진한다. 평가지표는 투입, 산출, 결과, 성과 부문에서 개발, 활용할 수 있다. 아울러 평가결과를 정책시행에 환류시켜 어메니티 활용 정책을 개선하고, 효과를 배가시킬 수 있도록 활용해야 할 것이다.

〈표 5-3〉 어메니티 활용 평가 시스템 구축

구분	중앙평가	자체평가
대상	- 중앙 차원 구축	- 자치단체 차원 구축(광역/기초)
조직	- 중앙단위 전문가, 관련부처, NGO 등	- 지역단위 전문가, 자치단체, 지역 주민, NGO 등
방향	- 활용지원, 인센티브	- 추진성과 자체점검
운영	- 정기, 비정기	- 정기, 부정기
지표	- 투입, 산출, 결과, 성과	- 투입, 산출, 결과, 성과
활용	- 인터넷 결과공유, 모범사례 표창 등	- 인터넷 결과 공유

제3절 추진체계 정비

1. 어메니티 관련 계획 정비

가. 어메니티 관련 계획의 연계성 강화

어메니티 관련 계획은 국토의 계획 및 이용에 관한 법률, 건축법, 경관보호법, 농림어업인 삶의 질 향상 및 농산어촌지역 개발촉진에 관한 특별법, 생활환경개선관련 균특법 등의 법률에 어메니티 관련 규정이 산재되어 있다.

따라서 어메니티 사업시행에 대해 중앙의 집중적인 지원을 받을 수 있는 근거가 빈약하다. 그러나 산발적인 관련규정들도 체계적인 지원보다는 규제에, 지역발전을 위한 적극적인 활용보다는 소극적인 전략에 의한 어메니티 창출 및 형성에 무게를 두고 있는 형편이다. 설령 도시전체가 어메니티 지역발전을 표방하고 지역발전을 위한 어메니티 사업을 추진하는 경우조차도, 체계적인 지원을 받을 수 없다.

이같은 문제를 해결하기 위해서는 개별법에 산발적으로 규정되어 있는 어메니티 관련계획을 연계적으로 활용하는 방안이 가능하다. 관련계획의 연계적 활용은 두 가지 목적을 겨냥하고 있다. 하나는 어메니티 활용계획의 실천성을 강화하는 측면이 있고, 다른 하나는 어메니티 활용을 보다 집중적, 효율적으로 추진할 수 있는 체계를 형성하는 측면이 있다.

관련계획의 연계적 활용은 어메니티 계획에 의해 지역발전을 도모하고자 하는 자치단체에 관련법을 패키지로 지원함으로써 계획주체의 분산, 재원 등 지원의 산발성을 방지하는 효과가 있다. 아울러 자치단체는 어메니티 사업의 종합성을 도모할 수 있는 장점도 동시에 지니게 된다.

나. 어메니티 계획제도 도입

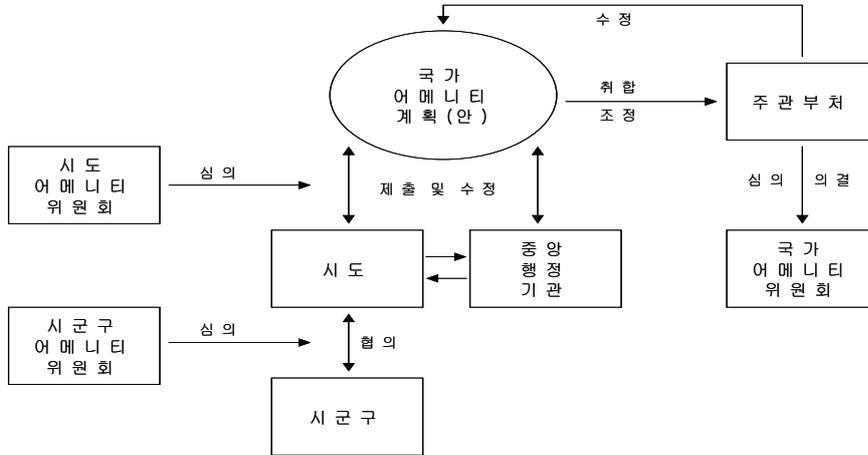
관련계획의 연계적 활용이 단기적 방안이라면, ‘어메니티 계획제도’의 도입은 장기적 방안에 해당한다. 어메니티 관련규정이 관련 법률에 산재하고 있음에도 불구하고 ‘어메니티 계획제도’를 도입하고자 하는 이유는 두 가지이다. 하나는 자치단체가 향후 지역발전의 대세가 될 질적 발전에서 뒤처지지 않게 하기 위함이며, 다른 하나는 보다 적극적인 어메니티 활용전략을 통해 국가 및 지역발전에 앞서 나가기 위함이다.

이를 위해서는 어메니티를 중앙 및 자치단체 차원에서 하나의 계획적 틀 속에서 체계적으로 접근하는 것이 필요하다. 중앙 차원에서는 부처별로 단편적으로 개발, 지원되고 있는 어메니티에 대한 체계적 활용과 지원을 위한 종합계획이 필요하며, 자치단체 차원에서는 지역의 어메니티 자원의 합리적 활용을 통한 지역발전에 대한 통합적인 계획이 필요하다.

어메니티 계획은 중앙단위에서 수립되는 ‘국가 어메니티 계획’(가칭)과 지역단위에서 수립되는 ‘지역 어메니티 계획’(가칭)으로 구성할 수 있다. 그리고 중앙행정기관이 ‘국가 어메니티 계획’을 수립할 경우에는 계획내용에 대해 해당 시·도와 협의하고 범 부처로 구성되는 ‘국가 어메니티 계획 위원회’(가칭)의 심의를 받아야 한다. 이를 위해서는 주관부처를 지정하는 것도 가능하다.

시·도지사가 ‘지역 어메니티 계획’을 수립할 경우에는 ‘시·도 어메니티계획 위원회’의 심의를 받아야 할 것이다. ‘국가 어메니티 계획’이 중앙정부와 지역의 공동생산적 과정을 거치게 함으로써 종래의 부분적이며, 중앙정부 일방적 계획 수립의 폐해를 최소화하고, 어메니티 계획에 대한 자치단체의 자율성을 최대한 보장해야 한다.

〈그림 5-9〉 어메니티 계획수립의 절차



이같은 취지와 방식으로 수립되는 국가 어메니티 계획 및 지역 어메니티 계획의 내용에 포함되어야 할 사항은 다음과 같이 정리할 수 있다.

- ‘국가 어메니티 계획’의 주요 내용
 - 어메니티 보전 및 활용의 기본방향 및 목표에 관한 사항
 - 어메니티의 조사 및 발굴, 창출에 관한 사항
 - 어메니티의 활용에 관한 사항
 - 투자재원의 조달에 관한 사항
 - 기타 어메니티 보전 및 활용을 위해 필요한 사항
- ‘지역 어메니티 계획’의 주요 내용
 - 지역 어메니티 보전 및 활용의 기본방향 및 목표에 관한 사항
 - 지역 어메니티의 조사 및 발굴, 창출에 관한 사항
 - 지역 어메니티의 활용에 관한 사항
 - 투자재원의 조달에 관한 사항
 - 기타 지역 어메니티 보전 및 활용을 위해 필요한 사항

2. 협력적 사업체계 구축

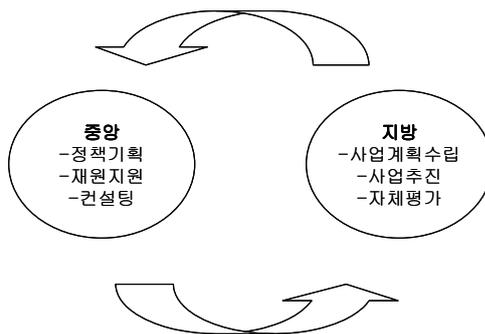
지역발전을 위한 어메니티의 활용이나 사업추진에서는 상품의 다양화, 복합적 활용이 필요하다. 이를 위해서는 중앙정부, 자치단체, 지역주민, 전문가 등 다양한 주체의 참여와 협력이 요구된다.

협력체계 구축의 방향은 자치단체의 기획과 아이디어에 의한 지방주도의 어메니티 사업추진을 가장 효율적으로 지원할 수 있는 형태로 구성되어야 한다. 이 같은 전제 아래 중앙과 지방의 상호협력에 의해 정책의 시너지 효과를 창출해야 한다. 이를 위해서는 중앙과 지방의 협력계획에 의한 정책형성과 사업추진이 필요하다.

‘중앙-지방의 협력적 사업체계’ 형성은 중앙과 지방의 전문화된 역할에 기반해야 한다. 그리고 이때의 방향은 장소 특수적인 어메니티의 활용취지에 합당하게 지방의 자율성을 극대화시키는 방향이어야 한다.

중앙정부는 정책기획, 컨설팅, 재정지원, 법제지원, 평가 등을 통해 자치단체의 사업활성화를 지원하고 자치단체는 사업계획수립, 재원의 효율적 집행, 자체평가 등을 통해 지역발전을 창출하는 어메니티 사업을 추진해야 한다. 이때 중앙정부는 지방의 자율적 사업추진을 지원하고 도와주는 지방사업의 ‘중앙적 파트너’의 역할을 담당하는 것이 중요하다.

〈그림 5-10〉 중앙-지방의 협력체계 구축



특히, 중앙은 사업계획수립 및 추진에 대한 지방자치단체의 자율성을 강화해 주기 위해 어메니티 활용사업 추진에 도움이 되는 정보와 지식을 제공해 줄 뿐 아니라, 자문, 컨설팅 등을 보다 활성화해야 한다.

지방자치단체는 어메니티 활용사업의 지방적 논의와 참여를 보다 활성화하기 위해 지역주민, 전문가, NGO 등 폭넓은 주민참여방안을 개발, 시행해야 한다. 이때 특히, 단체장의 어메니티 활용에 대한 주민참여의 중요성 인식과 적극적인 지원이 중요하다.

3. 추진기구 정비

가. 중앙단위 추진기구

실태분석에서 확인된 바와 같이 관련법에 의해 부분적으로 어메니티 사업을 담당하는 중앙부처의 조직이 구성, 운용되고 있다. 하지만 이같은 조직은 단기적으로는 운용상의 묘를 살릴 수 있을 지 모르지만, 어메니티 지역발전의 중요성이 보다 증가할 향후에는 지원의 한계를 노출시킬 수밖에 없다. 이에 대처하기 위해서는 이원적 접근이 가능하다.

단기적으로는 어메니티 사업의 다면성을 고려하여 현재와 같은 조직으로 사업을 주무부처를 지정하고, 주무부처를 중심으로 ‘어메니티 공동추진단’ 등을 구성, 활용하는 방안이 가능하다.

아울러 국무총리 산하에 국가 어메니티 사업을 심의·자문하기 위해 국가 어메니티 위원회의 자문기구를 설립, 운용함으로써 중앙정부 지원의 종합성을 보다 강화시킬 필요가 있다. 다양한 부처에서 체계성이 없이 산발적, 파편적으로 시행하고 있는 어메니티 지원을 보다 효율적으로 시행하기 위함이다.

장기적으로는 자치단체의 어메니티 활용사업의 자율성을 침해하지 않은 방식으로 어메니티를 총괄하는 부처조직의 설립도 가능할 것이다. 하지만 여기에 대해서는 보다 신중한 접근이 필요하다. 결국 어메니티 사업도 자치단체의 고유한

사업의 속성을 지니기 때문이다.

나. 지방단위 추진기구

단기적으로는 현재의 어메니티 업무 관련부서가 어메니티 사업을 관리, 운영 하는 것이 바람직하다. 단위사업 마다 새로운 조직을 형성하면 행정비용이 막대 할 뿐 아니라 행정조직의 합리성이 떨어지기 때문이다.

그렇지만 국가 및 중앙단위에서 제도나 조직이 정비되는 장기의 시점에서는 시·도 차원의 광역 어메니티 추진기구를 설립·운영하여 시군구의 어메니티 활용을 효율적으로 지원하는 방안의 활용이 가능하다. 시군구 기초자치단체 차원에서는 문화, 교육, 환경 등 생활환경서비스를 담당하는 관련부서가 어메니티 업무를 관장하는 것이 업무의 효율성을 제고하고, 행정비용을 절약하는 방안이 될 것이다.

제4절 지원기반 구축



1. 관련사업의 연계적 추진

3장의 시책분석에서 살펴본 바와 같이 현재 어메니티 시책은 다양한 관련 부처에서 추진하고 있다. 어메니티 사업은 어메니티 활용과 직접적으로 관련되는 사업과 간접적으로 관련되는 사업으로 나눌 수 있다.

직접적으로 관계되는 사업은 국토의 계획 및 이용에 관한 법률, 건축법, 경관 보호법, 농어촌 주민의 삶의 질 관련 법이 규정하고 있는 어메니티 사업들인데, 건교부, 농림부 등에 관계되는 사업들이 여기에 해당된다. 간접적으로 어메니티 활용에 관계되는 사업은 질적 발전을 겨냥한 행정자치부의 살기좋은 지역만들기 사업, 문화·교육·의료·복지·주거·환경 등 지역의 생활서비스를 개선하기 위

한 생활환경개선 사업이 해당되고 있다. 그리고 건교부가 추진하고 있는 살기좋은 도시만들기 사업, 농림부가 살기좋은 농촌만들기 사업의 일환으로 추진하고 있는 전원마을 만들기 사업 등이 여기에 속한다. 문화관광부, 해수부, 산림청 등에서도 가고싶은 섬 만들기 등의 어메니티 관련 사업을 추진하고 있다.

이처럼 직·간접적으로 어메니티 활용과 관련되는 유사한 사업을 다양한 부처에서 중복·분산적으로 추진하다 보니 중앙단위 사업의 체계성 뿐 아니라 지원의 실효성도 떨어지고 있다. 자치단체 차원에서는 통합적 사업을 추진하는데 어려움이 있을 뿐 아니라 사업효과 창출에도 애로가 발생하고 있다. 이같은 문제를 해결하기 위해서는 몇 가지 방안의 활용이 가능하다.

첫째, 물론 가장 이상적인 방법은 통합적인 법률 제정을 통해 사업의 원천적 통합을 추진하는 것이지만, 현실적으로 이것이 여의치 않음을 감안하여 중앙단위에서 사업의 연계적 추진이 필요하다. 특히 질적 발전을 추구하는 점에서 공통점을 지니고 있는 어메니티 활용사업들과 살기좋은 지역만들기, 생활환경개선 사업 등을 연계적으로 추진하는 방안이 가능할 것이다.

둘째, 이들 관련 사업을 자치단체가 통합적으로 추진할 수 있는 재량권을 자치단체에게 부여해야 한다. 관련사업을 자치단체 단위에서 통합적으로 추진함으로써 투자의 집중성을 통해 사업의 효과성을 배가시킬 수 있기 때문이다. 중앙부처는 부처 공동으로 자치단체의 사업추진 패키지화를 지원하고 컨설팅이나 평가를 통해 자치단체의 통합적 사업추진에 도움을 주어야 한다.

2. 재원지원

전통적인 양적 지역발전사업과 달리 어메니티를 활용하는 질적 지역발전사업은 어메니티 사업의 속성상 가시적인 성과가 단시일 내에 드러나지 않을 수 있다. 하지만 가시적인 성과가 단기간에 창출되지 않더라도 인내심을 갖고 사업을 지속적으로 추진해야 하며, 이를 위해서는 자치단체에 대한 재정지원의 안정성이 확보되어야 한다.

첫째, 어메니티 활용사업에 대한 안정적인 재원지원을 위해서는 단기적으로는 어메니티 사업 공모제를 실시하여, 소수의 지역에 재원을 집중적으로 지원할 필요가 있다. 이를 통해 선정지역의 사업추진 실효성을 증대시켜, 조기에 성과를 창출하도록 유도하는 것이 바람직하다.

둘째, 현재 어메니티 관련 사업에 적은 규모의 재원이 지원되고 있다. 하지만 자치단체의 어메니티 사업추진을 활성화시키고 지역발전의 탄력을 제공하기 위해서는 보다 큰 규모의 재원을 지원할 필요가 있다. 확대된 재원은 인센티브 배정과 기본배정으로 이원화하여 운영하는 방안이 가능하다. 자치단체에 대한 재원지원에 인센티브 방식을 도입하고, 공모를 통해 선정된 우수 자치단체에 대해서는 인센티브 배정을 확대하여 사업추진의 유인동기를 강화할 필요가 있다.

셋째, 보다 근본적으로는 모든 어메니티 관련사업을 자치단체 차원에서 통합적으로 운영하는 대신, 이에 필요한 국가재원을 포괄적으로 지원하는 방식의 제도개선이 필요하다. 대부분의 지역개발사업과 마찬가지로 현재 어메니티 활용사업도 부처별로 다각화되어 추진되고 있으며 재원도 분산적으로 지원되고 있다.

사정이 그러하다 보니 자치단체 차원에서는 어메니티 사업추진의 통합성이 부족하고, 사업성과를 창출하기도 어려운 실정이다. 이를 위해서는 어메니티 창출, 활용에 지원되는 관련 사업들을 가능한 통합, 연계하고, 어메니티 지원예산을 연계, 통합하여 자치단체에 포괄적으로 지원하는 방안이 요청된다. 또 재원을 포괄적으로 지원함으로써 자치단체에게는 지역이 필요로 하는 사업선택권을 부여하고 동시에 필요한 사업에 대해서는 안정적으로 재원을 확보할 수 있도록 하는 제도개선이 이루어져야 한다.

3. 법제정비

앞서 언급했듯이 현재 우리나라는 국토의 이용 및 계획에 관한 법률, 경관보호법, 건축법, 삶의 질법 등 다양한 법령에서 어메니티와 관련된 내용을 규정하

고 있다. 개별법에서 산발적, 부분적으로 어메니티 관련 내용을 규정하다 보니 어메니티 활용에 대한 법적 기반이 취약한 형편이다.

그렇지만 현실적으로 당장에 어메니티 관련법을 정비하는 것은 용이치 않은 문제점이 있다. 어메니티 관련 법 제정의 필요성에 대한 사회적 인식수준이 낮기 때문이다. 이런 점을 고려하여 단계적 접근이 필요하다.

먼저 자치단체 차원에서 어메니티 사업을 추진하는 경우 조례 등의 제정이 필요하다. 중앙차원에서는 어메니티 규정을 자치단체의 어메니티 활용에 대한 지원의 실효성을 강화시키는 방향으로 어메니티 관련 법제 개정을 병행해야 한다.

그런 다음 어메니티의 지역발전적 실효성이 여러 곳에서 속속 검증되고 지역 발전을 위한 어메니티 관련 법제지원의 필요성에 대한 사회적 인식이 증가할 때, ‘어메니티 창출 및 활용에 관한 지원법’(가칭)의 제정이 가능할 것이다. 여기서는 어메니티 창출 및 어메니티 활용에 대한 추진체계, 재원, 지원내용 등을 포함한 제반사항을 규정하는 것이 바람직하다.



제6장 요약 및 정책제언

제1절 요약

지역발전의 신조류라고 할 수 있는 새로운 경향이 일어나고 있다. 종래와 같은 비용최소화 원리에 의한 토지, 자본 등의 경성요소 대신 연성요소가 지역발전의 토대가 되고 있기 때문이다.

연성요소 가운데서도 어메니티의 지역발전적 중요성이 높아지고 있으며, 그러한 경향은 어메니티를 활용한 지역발전전략으로 구체화되고 있다. 어메니티가 공간의 특성을 표준화, 균질화시키는 세계화와 달리, 장소 특수적인 속성을 지니고 있으며, 경제의 지식기반화·소프트화와 맞물려 지역의 매력과 부가가치를 창출시킬 수 있는 기반이 되고 있기 때문이다.

그런데 우리의 경우, 어메니티를 활용하여 지역발전을 도모하고 있는 지역이 증가하고 있음에도 불구하고 어메니티 활용의 경험 및 노하우가 부족하다 보니 어메니티를 지역발전에 제대로 활용하지 못하고 있다.

이같은 문제인식에서 본 연구는 지역발전을 위한 어메니티 활용전략 검토를 토대로, 어메니티 활용실태를 분석하고 문제점을 진단하여, 어메니티를 활용한 지역발전방안을 도출하는데 연구의 목적을 두고 있다.

연구목적과 범위 및 방법, 구성을 서술한 제1장에 이어 제2장에서는 어메니티를 활용한 지역발전에 대한 이론을 검토했다. 여기서는 기존의 어메니티 개념과 유형을 비판적으로 고찰한 다음, 본 연구에 합당한 어메니티를 조작적으로 개념 정의하고 유형화했다. 그런 다음 어메니티를 활용한 지역발전전략의 중요

성 증가의 배경과 의의를 규명했다. 또 실태분석의 기반이 되는 어메니티 활용 전략의 프로세스와 특징, 동향을 제시한 다음, 앞의 이론적 검토를 토대로 본 연구의 실태분석의 준거를 마련했다. 실태분석의 준거들은 어메니티 활용에 중요 시되는 부문과 그 하위요소를 중심으로 구성하는 방법론을 채택했다.

제3장은 어메니티 활용시책과 실태를 분석했다. 어메니티 활용 시책분석에서는 어메니티 사업추진의 중앙 및 지방의 제도기반과 그에 따른 부처 및 지방자치단체의 시책을 개관했다. 어메니티 활용실태분석에서는 현재 자치단체가 추진하고 사업에 대한 설문조사를 바탕으로, 어메니티의 기반, 활용전략의 선정, 선정한 전략의 추진, 전략 추진의 애로 및 문제점, 정책수요 및 제도기반 등을 분석했다. 아울러 설문분석에서 밝힐 수 없는 보다 심층적인 내용들은 심층면접 조사를 실시했다. 분석결과를 활용내용, 활용체계, 정책수요 등으로 제시했으며, 여기서의 문제점을 추출하고 있다.

제4장은 어메니티를 활용하고 있는 국내외 사례를 소개하고 있다. 유럽과 일본, 국내의 대표적 사례를 추출하여 2장에서 개발한 분석의 틀에 기반해서 핵심 사안을 중심으로 분석하고 있다. 그 결과를 어메니티 상업화 유형을 포함한 어메니티 활용특성, 어메니티 활용의 성공요인으로 제시하고 있다. 아울러 국내외 사례의 정책적 시사점을 정리하고 있다.

제5장은 앞에서 검토한 이론적 논의, 어메니티 시책 및 활용실태 분석, 국내외 사례연구 등을 토대로 어메니티를 활용한 지역발전의 정책대안을 개발, 제시하고 있다. 여기서는 향후 지배적인 지역발전전략으로 부상할 어메니티 활용시책의 추진방안을 세부시책 및 이를 지원하기 위한 제도개선 등의 측면에서 제시하고 있다.

제2절 정책제언



본 연구에서는 어메니티 활용유형별, 프로세스 단계별, 추진체계 및 지원기반 등 중시 부문별로 다각적인 방향에서 정책대안을 개발했다. 여기서는 그 중에서

도 어메니티를 활용한 지역발전전략 시행에 토대가 되고 우선순위가 높은 핵심 사안에 한정해서 정책제언을 제시하고자 한다.

첫째, 지역의 어메니티 자원에 대한 DB화를 신속히 추진해야 한다. 어메니티에 기반한 질적발전전략이 기본적으로 지역의 어메니티에 기반하고 있어 어메니티를 활용한 시책시행의 근간이 되기 때문이다. 어메니티에 대한 정확한 실태 파악은 활용성에 초점을 두어 어메니티의 잠재성, 경쟁성 등을 면밀히 검토하고 지역 ‘어메니티 인벤토리’를 구축하고 이를 정보화해야 할 것이다. 여기서 어메니티에 대한 지역주민의 관심과 참여를 제고시키는 어메니티 보물찾기 방식을 추천할만하며, ‘지역 어메니티 위원회’를 활용해야 할 것이다.

둘째, 자치단체는 ‘어메니티를 활용한 지역발전계획’을 수립해야 한다. 전략의 내용에는 지역발전을 위한 핵심적 어메니티의 선정 및 발굴, 어메니티 전략, 어메니티를 활용한 제품·관광 등 상품화 방향, 개발주체 및 재원확보 방안, 상품화를 위한 전문적 지원의 확보방안, 마케팅 및 홍보방안 등을 포함하고 있어야 한다.

셋째, ‘생활환경개선-지역경제활성화 선순환 시스템’을 개발, 운용해야 한다. 상당수 자치단체가 어메니티를 생활환경 개선과 부가가치를 창출하기 위한 방안을 병행해서 복합적으로 활용하고 있음을 감안하여, 지역이 보유하고 있는 어메니티가 생활환경개선과 부가가치 창출의 두 가지 목적을 달성할 수 있게 활용할 필요가 있기 때문이다. 이를 위해서는 이들 양자를 감안한 어메니티 활용계획을 수립하고 양자의 전문가로 구성되는 ‘어메니티 선순환 위원회’를 조직, 운용할 필요가 있다.

넷째, ‘중앙-지방의 협력적 사업체계’ 구축이 필요하다. 주거하다시피, 현재는 중앙의 제도적 기반이 미약한 상태에서 어메니티 활용사업을 자치단체가 추진하고 있다. 그러다 보니 다양한 측면의 어려움이 있다. 이를 해소하기 위한 현실적인 방안이 중앙과 지방의 협력적 사업체계의 구축이다. 중앙과 지방의 전문성을 바탕으로 지방의 자율적 사업추진을 최대한 지원하는 방향에서 중앙정부는 정책기획, 컨설팅, 재정지원, 법제지원 등을 통해 자치단체의 사업 활성화를 지

원하고, 자치단체는 사업계획, 재원의 효율적 집행, 주민협력 확보, 자체평가 등을 통해 성과를 창출할 수 있게 사업을 추진해야 한다.

다섯째, 사업추진에 대한 주민참여를 활성화해야 한다. 기본적으로 어메니티를 활용한 사업은 사업의 대상공간이 지역주민의 생활현장이고 주체가 주민이기 때문에 주민의 자발적 참여 없이는 소기의 성과를 달성할 수 없는 장소 밀착적이고 장소 특수적인 특성을 지니고 있다. 따라서 이같은 점을 고려하여 ‘어메니티 전략 전 과정 주민참여제’나 ‘어메니티 쿠폰제’ 등의 시행을 통해 어메니티 사업에 대한 지역주민의 자발적 참여를 활성화시켜야 할 것이다.

여섯째, 직거래 등 다양한 루트를 통한 ‘수요지향적 감성 마케팅’의 추진이 필요하다. 어메니티의 감성요소적 비중이 높은 점에 착안하여 어메니티를 활용한 상품이나 매력을 수요자 관점에서 마케팅 해야 한다. 이를 위해서는 수요자나 방문자의 기호를 면밀히 파악하여 정보화할 필요가 있으며, 소비자의 감성을 자극할 수 있는 ‘방문자 파일 작성’을 통한 메일발송, ‘오너제나 지분제’, ‘직거래 마케팅’ 등을 활용해야 한다.

일곱째, 살기좋은 지역만들기 등 ‘관련사업과의 연계적 사업추진’이 필요하다. 현재 어메니티를 활용한 사업과 살기좋은 지역만들기, 지역주민의 생활서비스 개선사업 등이 중앙부처의 칸막이식 사업기획과 관리로 인해, 자치단체 단위에서 통합, 연계되어 추진되지 못하고 있다. 그러다 보니 사업추진의 비효율성이 발생하고 있다. 이를 위해서는 순차적 접근이 가능한데 일차적으로 어메니티 활용시책과 살기좋은 지역만들기를 통합해서 추진하고, 이차적으로 관련사업의 통합추진에 대한 사회적 인식이 증가하면 관련사업의 통합추진을 보다 확대해야 한다.

마지막으로, 어메니티 활용에 대한 관련법률을 정비하고, 재원지원을 확대해야 한다. 관련법률의 정비는 단기적으로 어메니티 활용 지원법의 개정이 용이치 않음을 고려하여 어메니티 활용에 대한 지원의 실효성을 강화하는 쪽으로 ‘관련조항’을 개정해야 한다. 또, 어메니티를 적극적으로 활용하고 있는 자치단체에 대한 인센티브도 보다 강화해야 한다.



참고문헌

- 권용우, 이재준, 김세용(2001), “도시쾌적성을 위한 어메니티플랜 계획지표의 개발”, 「지리학연구」, 통권 35권 4호, pp.351-361.
- 기우경, 박두희(1997), “경제 및 어메니티 수준에 의한 한국의 지역격차연구,” 「경영경제연구」, 97-3, pp.151-181.
- 김선희(2006), “국토어메니티의 개념과 정책과제”, 「국토」, 통권 298권, pp.6-16.
- 김성훈(2006), “녹색 어메니티의 창출과 지속가능한 국토관리”, 「국토」, 통권 298권, pp.2-3.
- 김세용외(2003), “어메니티플랜의 제도화 방안에 관한 연구”, 「대한건축학회논문집」, 통권171호, pp.175-182.
- 김창현(2006), “국토공간 상의 농촌지역 변화트렌드와 정책적 시사점”, 「국토정책 Brief」, 제104호.
- 김현호, 조순철(2004), “축제마케팅과 지역발전 -함평나비축제의 특성과 과제”, 「한국지역개발학회지」, 제16권, 제4호, pp.209-232.
- 김현호, 한표환(2004), 「지역발전을 위한 향토자원의 개발 및 활용 방안」, 한국지방행정연구원.
- 나태준(2007), “청계천 복원사업을 통해 본 도시개발 갈등관리”, 「도시정보」, 제307호.
- 박창석, 전영옥, 조영국(2002), “농촌어메니티에 기초한 농촌자원 중요도 평가 및 순위적 관계 분석”, 「국토계획」, 제37권, 제6호, pp.21-35.
- 백선희, 나도삼, 백승만(2006), 「청계천 지역의 시민문화 행태연구」, 서울시정개발연구원.

- 산업연구원(2003), 「OECD 국가의 지역발전정책 동향과 사례」.
- 삼성경제연구소(2003), 「서천군 경제사회발전 5개년계획」, 서천군.
- 서울시정개발연구원(1994), 「도시어메니티」, 워크샵 자료.
- 서울특별시(2003), 「청계천복원 타당성 조사 및 기본계획 -역사·문화부문」.
- 서울특별시(2006), 「청계천복원에 따른 도시구조·형태변화 모니터링」.
- 서울특별시(2003), 「청계천복원 타당성 조사 및 기본계획 -도심부관리 기본구상 산업부문」, 서울시정개발연구원 청계천복원지원연구단.
- 엄서호(1998), “생태·문화자원을 활용한 농촌어메니티 상품화 전략.”
- 엄영숙(2006), “국토어메니티와 삶의 질 향상”, 「국토」, 통권 298권, pp.36-44.
- 윤원근(2003), “우리나라 농촌어메니티 개발정책과 과제,” 「한국지역개발학회지」, 제15권, 제2호, pp.1-22.
- 윤윤정(2007), “미래 삶의 질 개선을 위한 국토어메니티 발굴과 창출전략 연구 워크숍”, 「국토」, 통권 307권, pp.133-137
- 이재준(2006), 국내외 어메니티 정책 및 계획사례, 「국토」, 통권 298호.
- 이재준, 황기원(1998), “계획원리로서의 어메니티 개념에 관한 연구”, 「국토계획」, 제33권, 제 5호, pp.17-33.
- 이재홍(2006), “살고싶은 도시와 어메니티”, 「국토」, 통권 298권, pp.17~25
- 임형백(2001), “어메니티의 개념, 기원과 역사, 분류에 관한 연구”, 「한국농촌지도학회지」, 통권 제8권, 제2호, pp.191-199
- 장원호, 이승중(2005), “지방의 혁신과 어메니티 정치문화: 엔터테인먼트 기구로서의 지방정부,” 「행정논총」, 제43권, 제2호, pp.154-180.
- 전성군(2006), “지역혁신을 위한 농촌어메니티 향상”, 「국토」, 통권 298권, pp.26-35.
- 전영옥(2003), 「농촌활성화를 위한 농촌어메니티 정책의 방향」, 삼성경제연구소.
- 전영옥(2003), 「도시 어메니티의 개선과 기업의 대응」, 삼성경제연구소.
- 정환영 외(2004), 「농촌경제활성화를 위한 지역혁신사례연구-어메니티 서천을 중심으로-」, 공주대학교 지역개발연구소.

조상필(2004), 「농촌 어메니티를 활용한 농촌 활성화방안」, 광주전남발전연구원.
 지경배(2006), 「강원도 농촌어메니티 자원실태 및 활용방안 연구」, 강원발전연구원.
 협성대학교(2005), 「2005 어메니티서천 만들기 종합계획」, 서천군.
 함평군 웹사이트, <http://www.hampyeong.jeonnam.kr/>
 서울시 청계천홈페이지 <http://cheonggye.seoul.go.kr/>

Clark, T. N. et als(2002), "Amenities Drive Urban Growth," *Journal of Urban Affairs*, Vol. 24, No.5, pp.493-515.

Diamond, D.B. and G. S. Tolley(1982), *The Economics of Urban Amenities*, Academic Press.

Dziembowska-Kowalsk, D and R. H. Funck(1999), "Cultural Activities: Source of Competitiveness and Prosperity in Urban Region," *Urban Studies*, Vol.36, No.8, pp.1381-1398

European Communities(2000), "Commission Guidelines for Regional Development Programmes 2000-2006", Inforegio Fact Sheet: January 2000.

Freedmann, J. and Weaver, C.(1979), *Territory and Function: The Evolution of Regional Planning*, Berkeley; University of California Press

Gottlieb, P. D.(1995), "Residential Amenities, Firm Location and Economic Development," *Urban Studies*, Vol. 32, No, 9, pp.1413-1436.

_____, (1994), *Amenity-oriented Firm Location*. Ph. D thesis, Princeton Univ.

_____, (1994), "Amenities as an Economic Development Tool: Is There Enough Evidence?" *Economic Development Quarterly*, Vol. 8, No. 3, pp. 270-285.

Granger, M. D.(1994), *Evaluating the Influence of County-level Amenities on the location of Manufacturing Establishments*, Ph.D. Dissertation, Univ. of Kentucky.

- Florida, R.(2002), "Competing in the Age of Talent: Quality of Place and the New Economy," Report prepared for Mellon Foundation.
- Inglehart, R.(1990), *Culture Shift*, Princeton: Princeton University Press.
- OECD, 1999, *Cultivating Rural Amenities: A Economic Development Perspective*.
- Rogerson, R. J.(1999), "Quality of Life and City Competition," *Urban Studies*, Vol. 36, Nos. 5-6, pp..965-985.

Abstract

Amenity-driven Regional Development

Some non-traditional factors such as creativity or amenity become recognized as core competitive base and possibility for regional development. This is the response of local governments and regional societies to economic globalization. Regions entered the period of brutal competition each other due to further progress of the globalization promoted by the IT development and financial liberalization since the late twentieth century. Efficient transportation infrastructure or low labor costs do not contribute to the stability of regional economy. However, regional-specific factors such as knowledge and amenity become appeared as one of core regional development elements since those hinder or disable easier imitation of other regions.

In particular, amenity among region-specific factors as a counteractive force to the globalization enables a region more attractive to high-value added economy. OECD or a group of scholars like Gottlieb (1994, 1995) explain the positive relationships of amenity with regional development. According to the research, amenity-abundant regions report higher degree of growth and involve in the activities of more high-tech and advanced industries than other regions. Amenity-abundant regions successfully attract the industries by promoting the residential immigration of knowledge workers and professional workers rather than by lower costs of labor.

Over the last decade some countries and regions in Europe or Japan have aggressively begun to introduce amenity for regional development. Likewise, several local governments in Korea also begun to recognize amenity as a core resource. They started to establish or carry out amenity-driven regional development plans and

programs. However, amenity-driven development in Korea is in an initial stage yet and has short history, thus experiences of local governments with and the know-how of amenity utilization is not sufficient.

In this context, the purpose of this research is to search for policy recommendations and measures for promoting successful amenity-driven strategies after analyzing the problems of current strategies of local governments related to amenity and exploring the success stories of some regions in Korea and foreign countries.

For the purpose, this research conducts literature review, questionnaire survey analysis, examination of current policy. Through literature review amenity is conceptually identified and amenity-driven strategies are categorized based on their concrete goals. In this research, amenity is limited to as a resource for regional economic development. In addition, the feature and process of amenity-driven strategies are discussed. To examine the plans and actions of local government in relation to amenity, questionnaire survey is utilized.

Chapter 1 addresses the background, objectives, methodology, and scope of this research. This chapter states clearly the focus of this research that is the amenity-driven strategies for economic development among other purposes. Chapter 2 discusses existing literatures to formulate the analytic framework for amenity-driven strategies. The framework is constructed by the viewpoint of process: existence of amenity resources, selection of competitive amenity, establishment and implementation of the strategies including citizen participations, public relations and marketing of region's amenity-based product or features.

Chapter 3 analyzes the current programs and institutional bases of central and local government. Questionnaire survey results of local governments can be summarized as follows. First, the recognition of local governments towards amenity-driven strategies is pervasive. Out of 126 respondents, sixty-seven percent of

local governments reported introduction of or planned introduction of amenity strategies. However, still 33 percent of local governments do not consider amenity strategies as important. Rather than that, their priority is on direct economic supporting programs or lack of finance. Second, current amenity strategies are short-sighted and not various. Most frequently recognized expectations about amenity strategies are "sales growth in tourism" and "improvement of regional image", which is not combined with far-sighted expectations that improved amenity will attract population and industries from outside. Third, most local governments are not equipped with search and selection process of competitive amenity resources although most of the local governments answer similar amenity as their owns such as environment amenity and historic, cultural amenity. Forth, participations of residents and experts are ignored in the establishments and implementations of amenity strategies. Current amenity strategies are initiated by personal decisions of the presidents of local governments.

Chapter 4 discusses the case studies of Europe (Menton, Tuscany, Yuhuin, and Wokiha) and Korea (Seocheon, Hampyeong, and Cheonggyecheon) to identify successful elements of their amenity strategies. The elements are as follows: (1) selections of amenity based on region-specific advantages and traditions, (2) spiral expansion that centered on core amenity after the success of core amenity strategies, and (3) coherent cooperative system involving progressive participations of citizens and experts.

Chapter 5 suggests policy directions and measures for amenity-driven strategies based on the analysis of current policy frameworks, current strategies of local governments, and cases studies. Among several policy measures, core measures are as follows: (1) the construction of amenity resources database, (2) the inducement of comprehensive regional economic development plans focused on amenity, (3) the development of positive feedback between 'betterment of living conditions' and

'regional economic growth', (4) the development of cooperative implementation system between central and local governments, (5) incentives for participations of citizen and experts, (6) the development of demand-oriented marketing such as direct transaction, (7) the coupling of regions' amenity programs to programs of central governments, and (8) integrative institutional bases for amenity strategies.



어메니티를 활용한 지역발전현황 설문지

안녕하십니까?

최근 어메니티가 지역발전의 중요한 요소가 되고 있습니다. 한국지방행정 연구원은 행자부의 도움을 받아, 지방자치단체의 어메니티를 활용한 지역발전전략의 실태를 연구하고 있습니다. 어메니티 발전전략에 대한 선생님의 고견은 정책개발에 많은 도움이 될 것입니다. 수고스럽지만 시간을 할애해 주셔서 설문에 응해 주시면 대단히 감사하겠습니다.

※ 업무담당(살기좋은 지역만들기, 지역진흥) 관련 부서에서 응답해 주시거나 불가피한 경우 기획실에서 응답해 주시면 됩니다 ※

문의: 한국지방행정연구원 김현호(02-3488-7344), 오은주(02-3488-7338)

- ④ 기업활동에 도움 ⑤ 지역 이미지 향상
 ⑥ 기타 ()

6. 지역의 어메니티를 증진시키기 위해 수행한 활동은 다음 중 무엇입니까? 해당 사항에 모두 체크(√)하여 주십시오.

① 어메니티 비전 선포	()	② 어메니티를 지역발전계획의 목표에 포함	()
③ 어메니티 자원의 탐색 및 발굴	()	④ 어메니티 개선사업을 계획	()
⑤ 어메니티 개선사업의 직접수행 또는 간접적 지원	()	⑥ 기타()	()

7. 귀 지역의 어메니티 도입 및 활용수준은 어떠합니까?

- ① 매우 높음 ② 높음 ③ 보통 ④ 미약 ⑤ 매우 미약

8. 귀 지역에서 어메니티 도입 및 활용내용은 무엇입니까? 해당 사항에 모두 체크(√)하여 주십시오.

① 생활여건 개선	()	② 여가 관련 어메니티 강화	()
③ 기업 관련 어메니티 강화	()	④ 지역 이미지 제고	()
⑤ 어메니티의 관광상품화	()		
⑥ 어메니티를 활용한 지역특산물 판매 (예: 청정수역인 ○○군의 미역)			()
⑦ 어메니티 상품의 제품화 (예: 함평 “나르다” 캐릭터 상품)			()
⑧ 기타 ()			

※ 9번 항목은 현재 어메니티를 도입, 활용하고 있지 않은 자치단체만 응답해 주시기 바랍니다 ※

9. 어메니티를 도입, 활용하지 않는 이유는 무엇입니까?

- ① 어메니티의 지역발전에 대한 효용성을 느끼지 못함
- ② 어메니티를 증진, 활용하기 위한 시간과 재원의 부족
- ③ 어메니티 보다 지역소득창출을 위한 직접적인 사업(예. 산업단지 개발)의 우선 추진
- ④ 기타 ()

※ 10-11번 항목은 어메니티를 도입 및 활용할 계획이 있는 자치단체만 응답해 주시기 바랍니다 ※

10. 언제부터 어메니티 개념을 도입할 계획에 있습니까? () 년

11. 지역의 어메니티를 증진시키기 위해 도입하기로 한 활동은 다음 중 무엇입니까? 해당 사항에 모두 체크(√)하여 주십시오.

① 어메니티 비전 선포	()	② 어메니티를 지역발전계획의 목표에 포함	()
③ 어메니티 자원의 탐색 및 발굴	()	④ 어메니티 개선사업을 계획	()
⑤ 어메니티 개선사업의 직접수행 또는 간접적 지원	()	⑥ 기타()	()

18. 어메니티 도입, 활용과 관련한 활동에 대한 질문입니다. 다음의 사업을 추진하고 있습니까? 추진 여부와 상관없이, 어메니티 도입, 활용의 성공적 추진을 위해 다음 요소들은 중요성은 어떠합니까? 각 항목의 해당 사항에 체크(√)해 주십시오.

항 목	사업 수행 여부	중요도				
		매우 낮음	낮음	보통	높음	매우 높음
① 어메니티 발굴, 경쟁력 평가	① 예 ② 아니오	()	()	()	()	()
② 어메니티 전문가 활용	① 예 ② 아니오	()	()	()	()	()
③ 어메니티 활용의 중요성에 대한 단체장의 인식과 지원	① 예 ② 아니오	()	()	()	()	()
④ 공무원의 역량	① 예 ② 아니오	()	()	()	()	()
⑤ 어메니티에 대한 주민인식	① 예 ② 아니오	()	()	()	()	()
⑥ 어메니티 활용전략에 대한 주민-전문가간 지속적인 토론	① 예 ② 아니오	()	()	()	()	()
⑥ 어메니티사업추진의 주민참여	① 예 ② 아니오	()	()	()	()	()
⑦ 사업 추진을 위한 재원확보	① 예 ② 아니오	()	()	()	()	()
⑧ 중앙의 제도적, 법적 지원	① 예 ② 아니오	()	()	()	()	()
⑨ 어메니티 조례가 아닌 법정계획으로서의 위상 부여	① 예 ② 아니오	()	()	()	()	()

19. 귀 자치단체 내 자원의 어메니티화 촉진 및 활성화를 위한 정책적 지원에 대해서는 어떻게 생각합니까?

① 매우 필요 ② 필요 ③ 그저 그렇 ④ 필요없음 ⑤ 모르겠음

20. 정책적 지원이 필요하다면, 어떠한 유형의 정책적 지원이 가장 필요하다고 생각하십니까?

- ① 어메니티의 상업적 가치향상 지원(예: 관련상품 개발지원)
- ② 어메니티의 보전·증진을 위한 지자체나 단체의 행동 지원 (예: 협약)
- ③ 어메니티의 보전·증진을 위한 토지이용규제
- ④ 어메니티 보전·증진을 위한 재정지원 (예: 직접지불보증금제)
- ⑤ 기타 ()

♣ 설문에 응답해 주셔서 대단히 감사합니다 ♣

어메니티를 활용한 지역발전 방안

발행일 : 2007년 12월 31일

발행인 : 김 주 현

발행처 : **한국지방행정연구원**

서울특별시 서초구 서초동 1552-13

Tel : 02)3488-7300

판매처 : 정부간행물판매센터

Tel. 02)394-0337

<http://www.gpcbooks.co.kr>

인쇄처 : 크리홍보주식회사

Tel. 02)737-5377

*출처를 밝히는 한 자유로이 인용할 수 있으나 무단전제나 복제는 금합니다.

ISBN 978-89-7865-310-7