

강화도 지역문화자원의 디자인 산업화 전략 연구

결과 보고서

주관기관



서경대학교

참여기관



상원미술관



강화도 지역문화자원의 디자인 산업화 전략 연구

결 과 보 고 서

연구기간 : 2004. 8. 1. ~ 2005. 07. 31

주관기관 : 서경대학교

참여기관 : 상원미술관

산 업 자 원 부

한국디자인진흥원

제 출 문

한국디자인진흥원장 귀 하

본 보고서를 “강화도 지역문화자원의 디자인 산업화 전략 연구 ”
(사업기간 :2004. 8. ~ 2005. 7.) 과제의 결과보고서를 제출합니다.

주관기관명 : 서경대학교

참여기업명 : 상원미술관

총괄책임자 : 정혜정

실무책임자 : 남현우

연구원 : 이재익

” : 박혜신

” : 서인숙

” : 김연주

” : 윤석진

” : 남상교

” : 남영우

” : 김예림

” : 양연경

요 약 서 (초 록)

사 업 명	강화도 지역문화자원의 디자인 산업화 전략 연구		
주 관 기 관	서경대학교	총 괄 책 임 자	정 혜 정
총 사업기간	2004. 8. 1. ~ 2005. 7. 31. (1년)		
총 사업비(천원)	정부출연금 : 62,000 민간부담금 : 11,220 계 : 73,220		
참 여 기 간	2004. 8. 1. ~ 2005. 7. 31.		

1. 최종(당해) 개발목표

- 강화도 지역문화자원을 기반으로 디자인 산업화 전략을 제안하여 지역경제 활성화를 수립할 수 있는 기반을 마련한다.

2. 연구개발의 목적 및 중요성

- 강화도는 우리나라에서 낙후도가 높은 지역이지만, 자연환경자원, 역사문화자원, 생산자원, 생활자원의 가치성이 높고, 산업화를 시킬 수 있는 자원이 풍부하다. 따라서 강화도의 지역문화자원을 조사, 분석하고 주민들의 디자인 의식을 분석하여, 강화도의 지역개발에 필요한 디자인 산업화 기반을 구축한다.
- 강화도를 타지역과 차별화 시키기 위한 이미지를 재정립하고, 이러한 이미지를 기반으로 강화도 지역관광 개발 및 문화상품 개발, 축제 및 이벤트 개발시 필요한 디자인 개발의 기초 데이터를 마련한다.
- 인천시의 국가균형발전계획 및 강화도 지역개발에 필요한 연구자료로 활용할 수 있는 기반을 마련하고, 강화도 지역디자인 정책 수립 및 디자인 개발에 필요한 기초데이터를 구축한다.

3. 연구개발의 내용 및 범위

○ 강화도의 일반적 현황 및 분석

강화도의 환경적, 경제적, 정책적 특성과 문화유산, 특산품 및 특산물, 지역축제, 전설 및 설화, 인물 등의 조사결과를 제시하였다. 또한 강화도 디자인 개발 현황과 문제점을 제시하였다.

○ 강화도 지역주민의 디자인 의식조사

지역주민의 강화도 개발 현황 및 이미지, 디자인 의식조사를 설문조사 방법을 통해 실시하였다. 조사항목은 강화도 지역문화에 대한 인식도 조사, 강화도 시설물, 디자인, 정책관련 만족도 조사, 강화도 문화자원 인지도 등이며, 결과 값을 제시하였다.

○ 지역문화자원의 평가

지역문화자원의 분류를 위하여 선행연구를 고찰하였으며, 이를 기반으로 강화도의 지역문화자원을 자연환경자원, 역사문화자원, 생산자원, 생활자원으로 분류하였다. 자원평가 기준을 장래성, 경제성, 독창성, 내용성, 포괄성으로 나누었으며, 자원평가를 실시하여 강화도를 대표할 수 있는 문화자원을 선정하였고, 제시하였다.

○ 지역문화자원의 디자인 산업화 전략

전략을 수립하기 위한 강화도의 비전과 목표를 설정하였고, 특화 전략산업을 선정하여 전략과 과제를 도출하였다.

4. 연구개발 결과

○ 강화도의 비전을 역사박물관의 도시, 호국평화의 도시, 로하스의 도시로 제안하였고, 목표설정으로 강화도의 이미지 강화와 자원의 경쟁력 강화를 제안하였다.

○ 강화도를 대표할 수 있는 특화산업으로는 관광산업과 건강식품산업을 선정하였고, 세부전략으로 역사문화관광 클러스터 구축을 위한 선사유적, 성지유적, 해양, 호국평화 관광벨트를 제안하였으며, 건강식품산업 육성전략은 인삼, 순무, 사자발약쑥의 특화마을 지정, 건강식품통합브랜드 개발, 온.오프라인 홍보, 유통체계 확립을 통한 시장확대화, 제품다각화와 우수품종 생산을 위한 연구개발을 제안하였다. 완초공예산업 육성전략은 완초공예브랜드 개발 및 육성, 완초공예보존사업강화, 완초공예 주무부서 체계화, 생산/유통/연구 기반 마련, 완초공예 교육시스템 구축을 제안하였다.

○ 이러한 연구개발의 결과를 학술대회에 발표하였고 연구논문집에 게재하였다.

□ "지역 아이덴티티 구축을 위한 문화자원 평가 모델 연구", 한국디지털디자인학회 2005 춘계학술대회 발표(디지털혁신+디지털산업), 한서대학교 인곡관, 2005

□ "지역문화자원 평가모형을 활용한 강화도 아이덴티티 구축 연구", 디지털디자인학연구(한국학술진흥재단 등재후보지) Vol. 10, 2005.08.25

□ "강화도 지역문화자원의 디자인 산업화 전략 연구", 디지털디자인학연구(한국학술진흥재단 등재후보지) Vol. 11, 2006.02.25

5. 기대효과 및 활용방안

- 정책적 측면으로 인천시 국가균형발전 대책의 일환으로 강화도 지역개발 디자인 관련 정책 및 사업전개 및 장기적인 강화발전계획의 기반이 될 것이다.
 - 경제적 측면으로는 강화도 전략산업 설정으로 인하여 지역문화상품의 경쟁력을 높이고, 지역 경제 활성화를 도모할 수 있을 것이며, 지역의 대표 브랜드 상품을 개발할 수 있는 기반이 될 것이다.
 - 사회 문화적 측면으로는 지역주민의 디자인 마인드 개선에 도움을 줄 것이며, 다양한 디자인 학문적 연구 자료로서 또는 지역경제 활성화의 기초자료로 활용이 예상된다.
 - 건의사항으로는 디자인 주무부서 체계화, 생산/유통 체계 강화, 연구체계확립, 디자인기술투자 확대, 성공요건을 제안하였다.
-
- 강화도는 제주도만큼이나 문화유산과 관광자원이 많은 곳이며, 강화 지역주민의 문화적 자긍심과 발전의지가 강한 지역이라 할 수 있다. 따라서 관광산업, 건강식품산업, 완초공예산업의 육성엔 타 지역에서 가지지 못하는 경쟁력을 가질 수 있을 것이다. 이를 위해서는 강화도의 체계화된 개발이 필요하고, 기반이 될 수 있는 인프라 구축을 위해 개발의 보유 경험과 통계 자료가 다양하게 개발되어야 할 것이다.

목 차

제 1 장 연구의 개요	1
제 1 절 연구배경 및 필요성	1
제 2 절 연구목표 및 내용	4
1. 연구목표	4
2. 연구내용 및 방법	5
제 3 절 용어의 정의	8
제 2 장 지역개발 연구 현황	11
제 1 절 지역개발 연구 현황	13
1. 국내 문헌연구 현황	13
2. 지역개발 전략 이론 검토	16
제 2 절 지역개발 정책 현황	21
1. 국내 지역개발 정책의 추이	21
2. 국가균형발전5개년계획	24
3. 인천시의 국가균형 발전 5개년 계획	29
제 3 절 사례 분석	32
1. 국내 지역개발 사례	32
2. 국외 지역개발 사례	37
제 3 장 현황조사 및 분석	45
제 1 절 일반적 현황	47
1. 일반적 특성	49
2. 산업현황	60
제 2 절 자원적 특성	66
1. 자연환경적 특성	66
2. 역사, 문화적 특성	69

3. 생산자원적 특성	80
4. 생활자원 현황	83
제 3 절 디자인 개발 현황	86
1. 디자인 개발 현황	86
2. 종합의견	92
제 4 장 지역주민의 디자인 의식조사	95
제 1절 디자인 의식조사	97
1. 조사방법	97
2. 지역문화에 대한 인식도 조사	99
3. 시설물, 디자인, 정책 관련 만족도 조사	102
4. 대표 문화자원 인지도 조사	114
5. 지역문화자원 디자인 산업화 의식 조사	130
제 5 장 지역문화자원의 평가	147
제 1 절 지역자원 요소의 분류	149
1. 방향설정	149
2. 지역자원 요소의 분류	150
3. 강화도 지역자원 요소의 제안	157
제 2절 지역문화자원 평가	159
1. 자원평가 방법	159
2. 예비평가	165
3. 자원평가	168
4. 대표문화자원 선정	170
5. 대표문화자원의 산업화 프로세스	174
6. 종합의견	177
제 6 장 비전 및 전략	179
제 1절 전략방향	181
1. 전략수립 프로세스	181

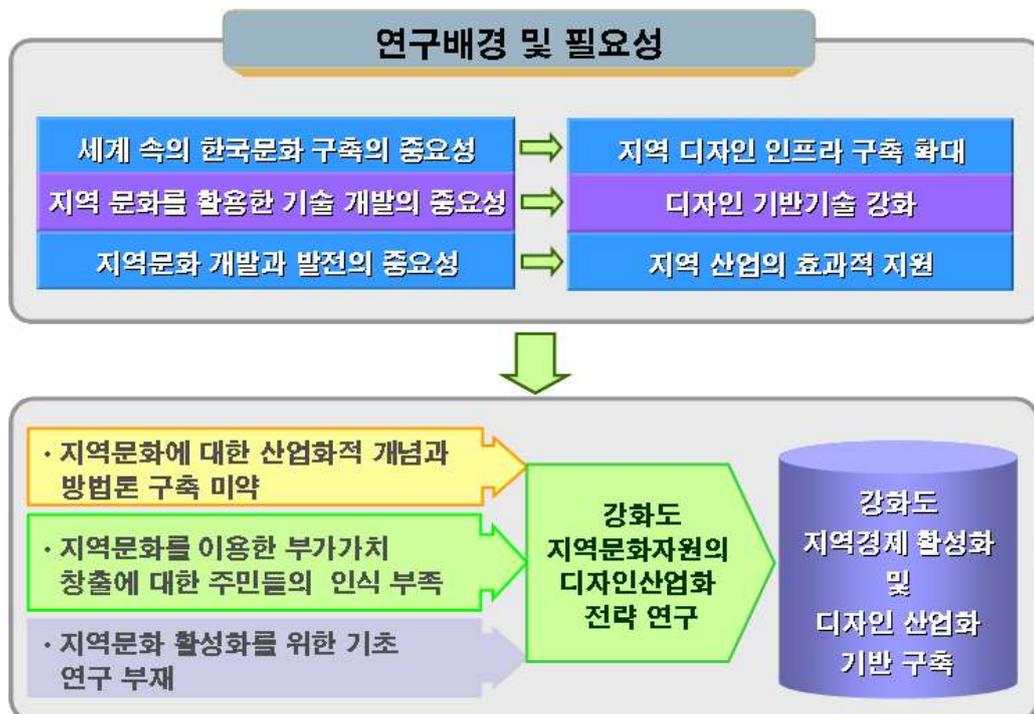
2. SWOT 분석	182
제 2절 비전 및 목표	186
1. 비전 설정	186
2. 목표설정	189
제 3절 전략제안	192
1. 전략체계	192
2. 특화전략산업 선정	193
3. 관광자원클러스터 구축 전략	194
4. 건강식품산업 육성 전략	226
5. 완초공예산업 육성 전략	234
제 7 장 종합결론 및 건의사항	239
제 1절 기대효과와 활용방안	241
1. 정책적측면	241
2. 경제적측면	241
2. 사회문화적측면	242
제 2절 건의사항	243
1. 디자인주무부서 체계화	243
2. 생산/유통/연구시스템 체계 강화	244
3. 기타제언	246
참고문헌	249
부록	251
1. 기초자료 설문지	253

제 1 장 연구의 개요



제 1 절 연구배경 및 필요성

- 21세기를 맞이하여 지역개발은 핵심 키워드로서 문화에 대한 새로운 시각과 접근 방법이 필요한 시점이라 할 수 있으며, 지역과 결합된 문화, 문화적 이미지에 대한 가치창출, 문화소비 단계에서 상품가치 극대화의 필요성이 대두되고 있다. 이러한 점에서 지역이 가지는 문화자원이란 지역이미지를 고급화시키고 사람들을 단시간에 끌어 모을 수 있는 최고의 매개체라고 할 수 있다. 그러나 지역 활성화를 추진하기 위해 필요한 자원과 인력을 확보하기 어렵고 개발과정에서 소외된 지방은 상대적으로 낮은 재정자립도, 인구의 감소와 노령화, 지역경제의 낙후, 지역산업의 불균형 등 많은 문제가 발생하여 활력이 매우 저하되었다. 또한 지역개발 정책 발굴 능력이나 주민의 참여도 또한 높지 않는 지자체의 현실은 지역개발의 큰 문제점으로 지적되고 있다. 또한 환경오염과 개발이익의 지역외 유출, 지역간 소득불균형 심화 등 부작용 노출이 적지 않았으며, 획일적인 공업화 도시화 과정에서 지역고유의 특성과 잠재력이 무시되는 경우가 없지 않았다. 이외에도 지역경제와 문화, 디자인 영역에서 전문적인 서비스를 제공 할 수 있는 지적 인프라 구축이 되어있지 못하며, 이에 대한 인식 또한 절대적으로 부족하며, 전문 인력의 부족과 취약한 지방재정 등으로 지역차원에서의 독자적인 지역문화 발전과 특색 있는 특상품 개발의 다양화를 행하지 못하고 있다.
- 아래 [그림 1-1]은 본 연구의 배경을 제시한 것이다.



[그림 1-1] 연구 배경

○ 이 같은 절실한 필요성에도 불구하고 세계화시대를 맞아 지역문화를 어떻게 활용 관리할 것인가에 관한 연구는 아직 기초 상태에 있다. 따라서 지역문화의 정체성을 기반으로 한 디자인 전략을 도출은 지역경제 활성화 및 디자인 산업화에 기반을 구축하는 일이라 하겠다. 이러한 관점에서 본 연구의 배경과 필요성을 제시하면 다음과 같다.

○ **첫째, 세계속의 한국문화 구축의 중요성**

과거 우리나라는 역사의 격동기에서 우리의 고유 민족정서와 문화가 배제된 상태에서 일방적으로 외국의 문화를 수용할 수밖에 없었고, 창조보다는 모방의 습관으로 말미암아 주체성을 상실하고 뿌리 없는 미아가 되고 말았다. 이러한 관점에서 문화의 시대로서 지역과 결합된 문화, 문화적 이미지에 대한 가치창출, 문화소비단계에서 디자인 산업의 필요성이 대두되고 있으며, 우리나라에는 많은 지역문화가 존재하기 때문에 각 지역마다 독특한 지역적 특색과 문화적 특성의 개발이 된다면, 동북아 디자인 중심국가의 실현과 세계 디자인 리더 기반 구축이 요원한 일만은 아닐 것이다.

○ **둘째, 지역문화를 활용한 디자인 기술 개발의 중요성**

본격적인 지방화시대를 맞아 각 지방자치 단체에서는 지역경제 발전과 주민소득 증대 및 고용창출 효과를 높이기 위하여 갖가지 사업을 계획 중에 있다. 그러나 전문인력의 부족과 취약한 지방재정 등으로 지역차원에서의 독자적인 지역문화 발전과 특색 있는 특산품 개발의 다양화를 행하지 못하고 있다. 특히 지역의 디자인 산업은 지역의 이미지를 구축하고 고부가가치 산업으로서 개발방식에 따라 고용증대 효과, 소득유발 효과, 지방세수 증대 등의 경제적 효과와 함께 지역 생활환경의 개선 등 경제외적 효과가 다른 어느 분야 보다 뛰어난 산업이다. 또한 개발가능한 자원이 특정자원에 한정되는 것이 아니라 모든 자원을 대상으로 하기 때문에 대규모 자원조달이 어렵고 우수한 인력이 부족한 낙후지역에서도 지역산업으로 추진할 수 있다는 장점이 있다. 이러한 관점에서 지역문화의 디자인 기술개발은 문화외교에도 중심 역할을 할 것이다. 하지만 핵심이 되는 지방의 디자인 혁신역량 강화와 지역산업의 효과적 지원은 미비하며, 그에 따른 디자인 인프라도 부족한 것이 현 실정이다.

○ **셋째, 지역문화 보존과 발전의 중요성**

우리 문화의 정신적 근원과 진수를 찾아 이를 디자인 산업에 접목시키는 것은 상당히 중요하다. 따라서 지역의 문화적 자원은 문화적 부가가치가 높은 아이디어와 기술이 집약된 디자인 산업으로 개발 할 수 있는 자원이며, 미래의 부가가치를 보유하고 있는 경제적 자원이라 할 수 있다. 따라서 이러한 지역의 문화자원을 적절하게 활용할 수 있는 산업화적인 개념이나 방법론이 개발된다면, 국가산업 및 지역경제에 큰 보탬이 될 것이다. 결론적으로 지역이 가지는 문화자원의 개발을 새로운 각도로 접근하여 우리나라 지역 활성화 전략 수립에 적극적으로 활용해야 할 시점이 된 것이다.

- 이러한 연구배경과 필요성을 기반으로 본 연구에서는 강화도 지역문화자원을 대상으로 선정하고, 디자인 산업화의 전략을 제안하였다.
- 본 연구대상인 강화도는 강화도는 멀리 국조 단군성조의 개국과 그 역사를 함께하며, 도서 특유의 지정학적 숙명으로 고금을 통해 왕실의 흥망성쇠가 곧 강화도의 역사를 이루고 있으며 많은 문화유산과 특산품 및 특산물에 많아 다른 지역에 비해 자원 경쟁력 면에서 충분한 조건을 가지고 있다. 이외에도 한국 고유의 문화적 정체성을 내포하고 있는 문화유산이 많으며, 산업화시킬 수 있는 자원과 소재가 풍부한 지역이다. 또한 우리나라 5대 섬 중의 하나로 제 1차 국가균형발전계획에서 인천시 발전계획의 핵심지역이며, 7대문화권이며, 소도읍육성도시사업 등이 전개되는 다양한 지역개발 정책의 핵심대상지역이라고 할 수 있다. 또한 선사시대부터 근대에 이르기까지의 문화재가 고루 분포되어 있어 고고학적 관점에서 한국의 야외 박물관의 성격을 띠고 있다. 단군성조의 유적과 수많은 외침에도 불구하고 국가를 지킨 역사성과 고려조 39년의 왕도, 서구제국의 개방 압력에 얽힌 한민족 현대역사의 현장이며 우리나라의 개항이 강화도 조약에 의하여 시작되었다는 점에서 강화도는 한강, 임진강, 예성강 진입로로서 한반도의 중심에 위치한 역사적으로 중요한 곳임을 알 수 있다. 특히 남북통일이 되는 미래에는 물류, 유통, 관광 등 산업전반에 발전하기 좋은 위치에 있기 때문에, 경제적으로도 중요한 위치라고 할 수 있다.
- 그러나 현재, 강화도 지역은 고유문화 특성을 반영한 관광 상품 및 특산품의 개발이 현저히 부족하고, 강화도 지역을 대표할 수 있는 아이디어 상품과 지역 특성이 집약된 차별화된 디자인 산업화가 되어 있지 못한 실정이다. 따라서 강화도 지역 산업의 경쟁력 제고를 위한 지역의 문화 이미지와 지역 특화상품의 다양한 디자인적 개발지원이 절실히 요구되는 지역이라고 할 수 있다. 이러한 관점에서 강화도의 체계화된 개발이 필요하고, 기반이 될 수 있는 디자인 인프라 구축을 위해 개발의 보유 경험과 통계 자료를 제공하고, 그에 맞는 자원의 디자인 산업화 전략을 제안한다.
- 따라서 본 연구는 강화도 일대의 종합적 발전방안을 제안하는 구상계획에 집중되어 있다. 또한 산재해 있는 강화도의 지역문화자원의 발전 및 활성화를 도모하기 위한 방향 등을 모색함으로써 향후 강화도 지역 발전 방향의 틀을 제시하는 성격을 지니고 있다.

제 2 절 연구목표 및 내용

1. 연구목표

- 강화도의 지역사회에는 크게 다음과 같은 문제점들을 발견할 수 있다. 1) 생활환경, 자연환경의 파괴와 난개발, 2) 지역의 경제적 쇠퇴와 인구의 감소, 3) 지역문화와 다양한 개성의 상실 등이다. 이러한 문제점들은 해결하기 위해서는 다음과 같은 노력이 필요하다.

첫째, 강화도 지역문화자원에 대한 산업화적인 개념이나 방법론에 대한 기초 연구가 수행되어야 한다.

둘째, 강화도 지역의 경제 활성화를 위해서 지역에 맞는 특화전략 산업이 선정되어야 하며, 육성시킬 수 있는 방법을 연구해야 한다.

셋째, 행정부서 및 사회단체가 집행할 수 있는 체계화된 지역문화 개발에 대한 전략을 수립해야 된다.

넷째, 강화도 지역문화를 이용한 부가가치 창출에 대한 주민들의 인식이 개선되어야 한다.

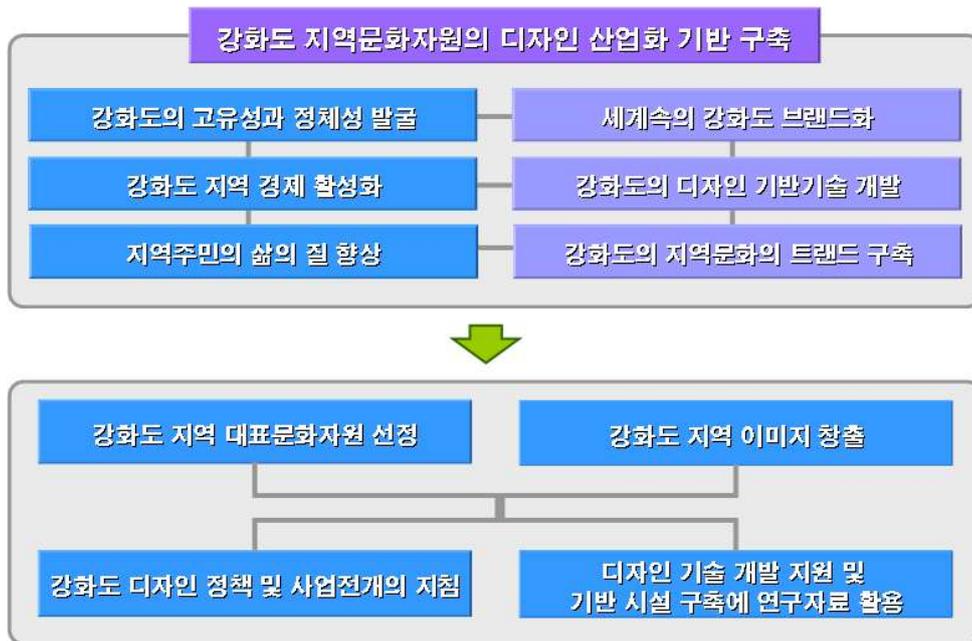
- 따라서 본 연구의 목적은 강화도의 정체성을 발굴하고 개발하여 강화도 지역경제를 활성화시키고, 지역주민의 삶의 질을 향상하는 데 있다. 이러한 관점에서 본 연구는 지역문화의 대상 영역을 강화도 지역으로 선정하여 강화도의 지역문화자원을 어떻게 디자인적 측면에서 산업적으로 육성시킬 것인가? 라는 기본 방향을 설정하였고, 강화도의 지역개발에 필요한 디자인 산업화 기반을 구축하기 위한 전략을 수립하는데 연구목표를 설정하였다. 세부적인 연구목표는 다음과 같다.

첫째, 강화도는 우리나라에서 낙후도가 높은 지역이지만, 자원의 가치성이 높고, 산업화를시킬 수 있는 자원이 풍부하다. 따라서 강화도 지역문화자원의 고유성과 정체성을 기반으로 글로벌+로컬(글로벌)의 세계적 브랜드로 구축할 수 있는 산업화 전략을 제안한다.

둘째, 인천시의 국가균형발전계획에 필요한 강화도만의 디자인 기술 개발 지원 및 기반시설 구축에 필요한 연구자료로 활용할 수 있는 기반을 마련하고, 강화도 지역디자인 정책 수립 및 디자인 개발에 따른 사업 포트폴리오에 대한 기초데이터를 마련한다.

셋째, 강화도 지역주민들의 디자인 의식을 조사, 분석하고, 강화도의 지역문화자원의 평가시스템을 제안하여 강화도의 대표문화자원을 선정한다. 선정된 대표문화자원을 육성시킬 수 있는 방법을 제안한다.

- 본 연구의 수행은 이런 상황인식에서 출발하였으며, 강화도 지역에서 성공할 수 있는 자원이 무엇인지 정확하게 파악하고(Know Yourself), 경쟁지역의 전략, 사업내용 등을 철저히 파악, 고려하여(Know Your Competition) 진행하였다.



[그림 1-2] 연구목표

2. 연구내용 및 방법

- 본 연구에서는 강화도 지역경제 활성화를 위해서 디자인적으로 어떻게 접근되어야 할지에 대한 방향을 모색하였다. 이를 위하여 강화도 지역주민의 디자인 의식조사와 지역문화 현황과 실태분석이 시행되었다. 이를 바탕으로 강화도 지역문화자원의 자원평가를 시행하였다. 자원평가에서 가중치와 우선순위가 높은 강화도의 대표문화자원을 선정 후 디자인 전략을 기반으로 강화도의 이미지를 재정립하고 나아갈 방향에 대한 전략을 제안하였다.
- 본 연구의 최종 개발 목표 달성을 위한 연구내용 및 방법은 아래 [표 1-2]와 같다.

[표 1-2] 주된 연구내용 및 방법

영역	연구내용	연구방법
2장	국내외 기술분석(성공사례)	문헌연구, 사례연구
3장	강화도 일반적, 디자인적 현황	문헌연구, 현장실사
4장	강화도 지역주민 디자인 의식 조사 및 분석	설문, 통계분석(비율, 가중치, 척도)
5장	강화도 대표문화자원을 선정하기 위한 자원평가	평가기준 및 항목 고찰
6장	강화도 지역문화자원의 디자인 산업화 전략 제안	SWOT 분석, 전략 이론 고찰

○ 2장 : 국내외 기술개발 현황

지역문화와 관련된 선행연구와 관련 자료 등을 분석하여 이론적인 배경과 현황을 제시하였고, 체계화된 디자인 전략 수립을 위하여, 국내외에서 성공한 지역디자인 개발 현황을 제시하였다. 이를 통해 강화도 지역문화자원의 디자인 산업화 전략을 수립하기 위한 기반 연구를 마련하였다.

○ 3장 : 강화도의 일반적 현황 및 분석

국내외 선행된 지역디자인 개발 현황을 토대로 강화도와 관련된 모든 데이터를 조사, 수집, 분석하였다. 문헌조사와 현장실사 조사로 진행되었으며, 1차 접근 방법은 강화도의 환경적, 경제적, 정책적 특성을 조사하였고, 지역문화자원인 문화유산, 특산품 및 특산물, 지역축제, 전설 및 설화, 인물 등의 조사를 실시하였다. 2차 접근은 기존에 강화도에서 개발된 브랜드, 캐릭터, 웹사이트 등 디자인 개발 현황과 문제점을 중심으로 조사, 분석하였다.

○ 4장 : 강화도 지역주민의 디자인 의식조사

강화도 행정기관, 미술관, 박물관, 협동조합 등의 기관과 협력하여 지역주민의 강화도 개발 현황 및 이미지, 디자인 의식조사를 설문조사 방법을 통해 실시하였다. 조사된 값은 전산통계 처리하였으며, 비율분석, 가중치 분석, 척도분석을 이용하여 분석하였다. 이를 통해 강화도 지역 자원의 개발 가능성과 강화도 지역주민의 디자인 의식을 고찰할 수 있었다.

○ 5장 : 지역문화자원의 평가

3, 4장에서 조사된 데이터 값을 바탕으로 자원평가를 실시하였다. 이를 위하여 문화자원의 특성별로 지역자원요소를 구분하여, 세부 정밀 자원 분석을 시행하였다. 이렇게 조사, 분석된 강화도의 지역문화자원 144개를 세부 자원평가를 실시하여 중요도와 발전가능성이 높은 대표문화자원을 선정하였다.

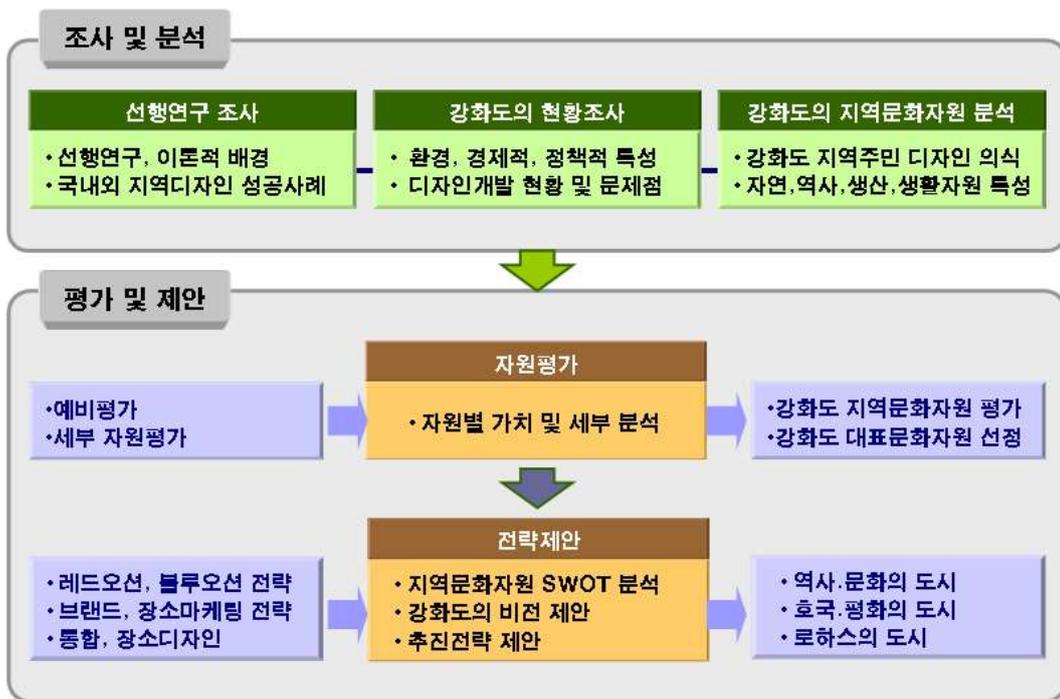
○ 6장 : 지역문화자원의 디자인 산업화 전략

선정된 대표문화자원을 가지고, 디자인 전략의 방향을 설정하기 위하여 우선, 인천시의 국가 균형발전계획을 분석하였다. 또한 강화도의 SWOT 분석을 시행하였고, 전략을 제안하였다. 강화도의 비전은 역사박물관의 도시, 호국평화의 도시, 로하스의 도시이며, 전략은 강화도의 이미지의 강화와 관광과 건강의 특화전략산업 육성, 자원의 스토리 개발과 장소의 명소화, 명품화, 생산, 유통, 연구체계 확립의 기본전략을 제안하였고 이에 따른 강화관광클러스터 구축(선사유적관광, 성지유적관광, 해양관광, 호국평화관광)을 제안하였으며, 실행과제를 제안하였다.

○ 7장 : 결론

본 연구결과의 정책적, 경제적 기대성과와 본 연구의 결과 값의 활용방안을 제시하였다.

○ 아래 [그림]은 최종 개발 시점까지의 연구 개발 프로세스를 나타낸 것이다.



[그림 1-3] 연구개발 프로세스

○ 본 연구의 체계적인 연구 진행을 위해서는 많은 시행착오가 필요하다. 따라서 영역별로 피드백 체크리스트를 시행하여 연구의 체계성을 확립하였다.

[표 1-3] 피드백 체크리스트

영역	체크리스트
지역문화자원 조사 및 평가	<ul style="list-style-type: none"> • 선행연구의 이론적 고찰 및 국내외 기술의 벤치마킹 • 합리적인 지역문화자원의 평가와 대표문화자원의 선정 • 조사, 분석 과정에 객관적인 방법 및 프로세스 적용
지역문화자원의 디자인 산업화 전략	<ul style="list-style-type: none"> • 강화도 지역 문화의 특성화 및 지역경제 활성화를 위한 디자인 정책 제안 • 지역생산자 단체와 공동으로 강화도의 대표 브랜드 개발 가능성 • 강화도 특화전략산업과 연계된 디자인 개발 프로젝트의 추진기반 마련

제 3 절 용어의 정의

○ 지역(Regional)

지역은 일반적으로 생산하고 생활하는 인간 활동의 장이자, 경제적·사회적으로 일정의 자율적, 개성적인 통합을 이룬 지리적 공간이라고 규정할 수 있다. 또한 지역의 개념은 「생산하고 생활하는 인간 활동의 장이자, 경제적·사회적으로 일정의 자율적, 개성적인 통합을 이룬 지리적 공간」이라고 규정할 수 있다.¹⁾ 이외에도 지역의 정의는 행정구역상 수도권인 서울, 경기, 인천 등 수도권 지역을 제외한 지방으로서, 지방 중에서도 도청소재지와 광역도시를 제외한 중소도시와 군, 읍, 면단위의 기초자치단체로 정의한다.

○ 문화(Culture)

문화란 라틴어 *cultra*에서 나온 말로 '경작'이라는 말에서 유래한다. 이것은 학문 활동, 예술 활동, 종교 활동 및 그 산물을 가리키기도 하고, '야만'과 대립되는 인간의 활동과 그 산물로서의 제도들을 통틀어 지칭하기도 한다. 또한 모든 인간 활동의 기반이 되는 의식주의 일상생활을 가리키는 말로 쓰이기도 하며, 이런 인간 활동의 기반 위에서 전개되고 누리게 되는 여가 활동을 가리키기도 한다. 이런 개념들에 의하면 결국 문화란 인간다운 삶을 누리기에 가치 있는 것을 실현하는 모든 형식과 활동 및 그 결과물을 통틀어 문화라고 지칭할 수 있다.²⁾ 따라서 문화의 개념은 「사회 구성원인 인간에 의해 습득된 무형의 총합체로서 지식, 신념, 기술, 도구, 도덕, 법, 관습 및 관련 능력」을 나타내고 있다. 이러한 관점에서 지역문화(Regional Identity)는 "지역 구성원인 주민에 의해 창출된 유·무형의 총합체로서 그 지역의 자연, 역사, 생산, 생활 등과 지식, 신념, 기술, 도구, 도덕, 법, 관습 및 관련 능력까지도 포함"하고 있으며, 그 지역만의 고유한 정체성을 담고 있으며 자원은 지역문화의 개발을 추진하는데 있어 경쟁력을 높일 수 있는 중요한 요소라고 할 수 있다.

○ 자원(Resources)

자원의 사전적 의미는 고블어의 “resourdre”에 어원을 갖는 것으로서 “re”는 새롭게 생긴다 (to arise anew)는 뜻이고 “sourdre”는 물처럼 솟다(to spring up as water)의 의미이다.³⁾ 가장 넓은 의미로는 인간이 물질적·정신적 욕망을 만족하고 인류의 사회생활을 유지·향상시키기 위한 원천이며,⁴⁾ 좁은 의미로는 자연에 의해 주어지는 것인데,⁵⁾ 자연적인 상태에

1) 祖田修 外編, 持續的農村の形成, 財團法人富民會館, 1996, p14

2) 한국철학사상연구회, 문화와 철학, 동녘, 1999, p126~131

3) Webster's New International Dictionary, G. & C. Merriam Co.

4) 동아일보, 브리태니커 공동출판, 1993, 브리태니커 세계대백과사전

인공적인 압력이나 힘이 가해져 유익하게 되었을 때 자원이라고 말할 수 있다.⁶⁾ 자원이란 원래 상대적 개념의 것으로 어떤 사물이 자원이 될 것인지 아닌지는 사람이 어떻게 생각하고 활용하느냐에 따라 달라진다. 따라서 지역의 자원은 넓은 의미의 자원으로 규정되어진다.

○ 지역브랜드(Regional Brand)

브랜드의 사전적 의미는‘상표, 제품의 이름, 품질, 품종 그리고 소유주 등을 표시하는 소인, 각인 등’이라고 되어 있다. 그러나 학문적인 정의로서의 브랜드는 ‘특정 판매자 혹은 판매 집단의 제품 및 서비스를 다른 경쟁자의 것과 구별해서 표기할 수 있도록 하기 위하여 사용하는 단어, 문자, 한 무리의 단어 및 문자, 디자인 혹은 이들의 결합체’라고 규정하고 있다. 따라서 지역 브랜드란 지역의 문화적, 산업적, 환경적인 ‘네임(name), 색채(color), 징글(jingle), 심벌(symbol), 슬로건(slogan) 등과 같은 언어적·비언어적 요소를 모두 포함하는 포괄적 개념으로 타 지역과 구별시켜 줄 뿐만 아니라 그 지역의 고유성을 나타내며 제품의 차별화를 통해 지속적 경쟁우위를 획득할 수 있게 하는 전략의 한 부분’이라고 할 수 있다. 따라서 지역 브랜드는 단순한 제품명이 아니라 문화와 감성에 소구할 수 있는 모든 요소들에 의해 형성된다.

○ 지역 콘텐츠(Regional Contents)

콘텐츠는 원래 서적, 논문 등의 내용이나 목차를 일컫는 말이었지만, 현재는 각종 유무선 통신망을 통해 제공되는 디지털 정보를 통칭하는 말로 자주 쓰인다. 예를 들어, 인터넷이나 PC 통신 등을 통해 제공되는 각종 프로그램이나 정보 내용물, CD-ROM 등에 담긴 영화나 음악, 게임 소프트웨어 등이 모두 이에 속한다. 따라서 콘텐츠란 디지털콘텐츠 뿐 아니라 실제 공연이나 작품과 같은 Offline 콘텐츠를 포함하여 공간과 주변 환경의 영향권을 포함한 문화산업 자체를 총괄적으로 의미한다고 할 수 있다. 즉, 지역문화 개발에서 콘텐츠 영역의 확대를 위해서는 일반적인 문화콘텐츠라 칭할 수 있는 영상물(영화, 비디오, DVD 포함), 방송, 음악, 게임, 애니메이션, 캐릭터, 출판(만화포함), 모바일 등을 의미하지만 이러한 개념은 디지털 콘텐츠⁷⁾로 제작할 수 있는 분야를 중심으로 분류한 것이고, 지역문화개발에서의 문화콘텐츠라 할 때에는 지역공간과 지역의 정체성을 나타낼 수 있는 모든 것을 의미한다.

○ 문화콘텐츠 기술(Contents Technology : CT)

우리나라 정부에서는 미래유망 신기술의 전략적 선택과 집중 개발을 위한 과학기술기본계획

5) 신기철, 신용철편저, 새우리말 큰사전, 삼성출판사, 1984

6) 윤원근, 한국지역개발학회지 27, 28호, 한국지역개발학회, 2001

7) 부호, 문자, 음성, 음향, 이미지 또는 영상 등으로 표현된 자료 또는 정보로서 전자적 형태로 제작된 것을 의미

을 수립하면서 정보기술(IT, Information Technology)과 더불어 생명공학기술(BT, Bio Technology), 나노기술(NT, Nano Technology), 환경·에너지기술(Environment/Energy Technology), 항공우주기술(ST, Space Technology), 문화콘텐츠기술(CT, Culture Technology) 등을 국가전략 분야로 선정하고 대대적인 투자를 하기로 결정하였다. 이 분야들이 21세기의 중심적 기술이고 국가의 경쟁력을 결정할 핵심이기 때문이다. CT라는 용어는 문화기술을 영문으로 번역한 Culture Technology의 첫 글자를 따서 줄여 쓴 것으로 외국에서는 널리 쓰이지 않는 말이다. CT라는 용어에 대해서 아직 정확히 정의된 바가 없다. 앞서 설명한 바와 같이 CT라는 용어 자체가 우리나라의 정책입안 과정에서 만들어졌기 때문이다. 다만, 정부가 의도한 바에 따라 CT의 정의를 내린다면 문화기술은 디지털미디어를 기반으로 하여 방송, 영화, 음반, 애니메이션, 캐릭터, 만화, 게임, 음악 등 문화예술 산업을 첨단산업으로 발전시키기 위한 기술을 총칭한다고 할 수 있다. CT의 정의를 학문적인 관점에서 본다면 좁은 의미로 CT란 문화예술 산업의 발전을 위한 디지털 기술을 의미하고, 넓은 의미로는 문화예술분야와 인문사회분야 그리고 과학기술분야 등 이들 3분야가 융합된 새로운 개념의 학문이라고 할 수 있을 것이다. 따라서 문화기술은 인터넷의 활성화와 디지털기술 등 IT기술의 발전으로 디지털 콘텐츠의 수요가 급증하여 향후 성장 가능성이 큰 고부가가치 산업으로 주목 받고 있다. 미국, 일본 등 기술선진국은 자국의 문화산업을 육성하고 보호하기 위한 노력의 일환으로 디지털 콘텐츠 제작, 저작권보호 솔루션, 문화가치성 증대 등 각종 기술 개발을 선도적으로 지원하고 있다.

○ 문화산업(Culture Industry)

문화산업 분야는 인간의 창조와 지식이 집약된 분야인데, 인터넷과 디지털기술은 바로 이러한 창조와 지식분야에 있어 무엇보다도 큰 영향을 미치고 있다. 문화의 범주는 음악, 미술, 전시, 영화, 문학, 드라마 등이며, 문화는 콘텐츠(미디어), 이벤트, 축제, 광고, 디자인 등으로 전달된다. 이러한 문화산업의 세계적인 시장규모는 8천 840억 달러(2001년 기준)이며, 2005년까지는 1조 1천 7백억 달러로 추정된다. 한중일 3국의 문화콘텐츠산업 경쟁력 지수는 80점 만점 기준으로 일본 68.15, 한국 57.21, 중국 36.44로 아시아에서는 2위를 차지하고 있다. 가령, 우리나라 전 지역에서 문화콘텐츠산업이 10% 성장한다고 가정할 경우 지니계수가 2005년 기준 0.1058에서 0.1055로 감소하고, 30% 정도 성장할 경우에는 지니계수가 0.1047로 줄어들 것으로 예측되기 때문에 이는 지역문화를 기반으로 국가 경쟁력이 강화된다는 것을 의미한다. 따라서 지역문화의 정체성을 기반으로 디자인 특성을 파악하고 특화모델 및 발전전략을 개발하여 산업적으로 활용 하는 것은 중요하다. 그러나 첨단산업과 문화·관광산업의 인프라가 절대 부족한 지방에서 콘텐츠 분야를 경쟁력 있는 지역특화산업으로 발전시키는 것은 쉬운 일이 아니다.

제 2 장 지역개발 연구 현황



제 1 절 지역개발 연구 현황

- 21세기를 맞이하여 지식문화국가를 지향하는 문화정책의 패러다임이 발표되고 있으며, 지역 문화자원을 미래의 국가기간산업의 주된 원천으로 활용하기 위한 대규모 사업이 모색되고 있다. 이에 지역문화자원을 기반으로 하는 디자인 특화산업의 추진 및 이에 따른 디자인 기반기술의 개발을 위한 다양한 시도의 필요성이 점차 증대되고 있다.
- 현재 우리나라 지역문화의 자원화기술, 응용기술의 발전 형태는 선진외국과 비교하면 열악한 환경에 처해 있다. 이는 우리나라의 정책은 개발지향적인 보호정책이고, 선진외국은 개발에서 산업화까지의 개방정책이라는 점에서 찾아볼 수 있다. 이러한 지역문화에 대한 연구는 많은 관심을 가지고 있는 분야이기는 하지만, 지역문화의 기술개발은 선진외국에 비해 상대적으로 열악하다. 특히 지역특산품, 지역 문화관광상품의 디자인 기술개발의 어느정도 연구가 진행되고 있지만, 지역의 문화를 테마로 한 연구는 많은 부족한 형편이다.
- 본 연구에서는 1차적인 접근 방법으로 국내뿐만 아니라 세계 여러 나라의 지역개발에 대한 현황을 조사 분석하였다. 또한 다양한 국내외 성공사례를 통해 지역혁신을 가져온 다양한 성공요인을 파악하고 그것을 적용할 수 있는 가능성을 탐색하였다. 사례연구는 문헌자료와 논문, 보고서 등의 종합적인 연구를 통하여 진행되었다.

1. 국내 문헌연구 현황

- 국내에서는 각 지역문화에 대한 연구가 지속적으로 진행되고 있다. 선행 연구 및 국내 연구 현황을 살펴보면 다음과 같다. 최근 국내 학계에서 진행되어온 7년 동안의 연구결과를 보면 논문은 30여편 이내이며, 보고서는 50여 편 정도이다. 이러한 지역문화의 산업화에 대한 선행연구는 크게 지역, 학계보다도 정부기관의 연구소 또는 각 지역행정기관에 의해서 진행되어져 왔다.
- 지역의 디자인 특성 및 특화모델에 대한 연구는 주로 산업자원부 산하 한국디자인진흥원을 전담기관으로 하여 산업디자인.포장기술 개발 사업으로 진행되어왔다. 또한 지역디자인센터를 건립하고, 지역 특화산업의 효율적 지원과 지방 디자인 혁신을 유도하기 위하여 노력하고 있다.
- 디자인 기반기술의 일환으로 진행되어온 선행연구로서 최근 7개년(1998-2004년)을 기준으로 한국디자인진흥원에서 진행되어온 한국 전통 문화 또는 지역문화와 관련이 있는 연구를 살펴보면 아래와 같다.

[표 2-1] 국내 디자인산업화 관련 선행연구

연구제목	연구내용	연구기간
한국의 전통 문화요소의 시각적 상징화에 관한 연구	<ul style="list-style-type: none"> ○ 한국전통 문화요소를 현대적 시각으로 상징화함으로써 우리의 독특한 「한국적 캐릭터」를 개발하고 이를 현대 산업디자인에 창의적으로 활용할 수 있는 방안을 제시함. ○ 상징화 디자인 청동, 캐릭터화 디자인, 상품화 디자인 개발 결과물 제시 	1997-1998
전통문화와 산업디자인 접목에 관한 연구	<ul style="list-style-type: none"> ○ 한국의 전통 문화재인 고건축, 공예, 생활용구, 회화에 나타난 디자인 요소를 제품화 시킬 수 있는 디자인 사례연구로 제안함 	1997-1998
문화상품디자인 기술개발에 관한 연구	<ul style="list-style-type: none"> ○ 우리나라 과학문화재를 소재로 세계적인 문화상품을 만들기 위한 디자인방법론을 제시하는 것으로서, 연구과정은 디자인 중심의 관련기술을 단계적으로 정립하고 최종적으로는 통합적인 방법론적 접근과 대안을 제시함 	1997-1999
한국전통문양의 현대적 표현을 위한 디자인 개발	<ul style="list-style-type: none"> ○ 우리 전통 문화의 고유하고 독특한 시각적 특성을 띤 대상을 선정하여, 새로운 감각.기법으로 디자인하여 중소기업 제품 개발에 활용할 수 있는 디자인군을 개발한 연구임 ○ 탈, 길상문자, 12지, 글씨그림, 태극, 책거리 그림, 기하학적 문양 디자인 개발 결과물 제시 	1997-1998
우리 제품 문화의 산업디자인적 분석을 통한 객관적 고유성 발견과 적용방안에 관한 기초연구	<ul style="list-style-type: none"> ○ 우리 제품과 관련 문화를 시대적, 장르별로 산업디자인 측면에서 400여점을 조사, 분석하고, 결과물을 DB화 한 연구임 	1997-1999
전통소재에 의한 한국문화상품 특성화 연구	<ul style="list-style-type: none"> ○ 한국의 전통소재를 탐구하여 소재 유형별 데이터베이스 구축, 현대적인 디자인 소재 개발, 문화상품 조사에 의한 유형화, 개발된 디자인 소재를 적용한 문화상품 디자인 제안함. 	1999-2000
한국문화관광축제 기념품의 시장분석을 통한 디자인 혁신방안과 마케팅 전략 연구	<ul style="list-style-type: none"> ○ 지역문화의 관광축제 기념품의 구매행동과 선호도 분석, 재료와 소재 분석, 디자인 혁신과 마케팅 전략, 이를 위한 정책적 제언으로 구성된 연구임 	2001-2002
광주 지식기반 신산업 육성을 위한 디자인특화전략 연구	<ul style="list-style-type: none"> ○ 디자인 연구개발(R&D), 생산, 판매기능이 통합된 지역특화형 디자인산업 Cluster 비즈니스 콤플렉스 모델 개발을 위한 전략을 모색한 연구결과임 ○ 광주 RIS기반 디자인산업 클러스터 모델개발 및 발전전략 제시 	2003-2004
지역개발 디자인을 위한 지역의 대표자원 추출과 평가체계 연구	<ul style="list-style-type: none"> ○ 디자인분야에서의 활용을 위하여 우리나라 지역의 대표자원 추출과 평가체계를 연구하기 위하여 수행된 연구임 ○ 대표자원을 추출방법과 디자인을 통한 활용방안을 제시 	2003-2004

- 한국 디자인진흥원에서 진행되어온 선행연구는 한국문화 고유의 정체성과 이를 활용한 개괄적인 연구라 할 수 있다. 대부분이 한국의 문화재를 대상으로 문화상품 개발에 필요한 조사, 분석, 제안에 대한 연구였으며, 디자인 개발 결과물이 일부 제시되었다. 따라서 지역 디자인 특성과 특화모델을 적용시킬 수 있는 기반은 되었다고 할 수 있으나, 지역문화에 대한 구체화된 연구사례는 아직까지 부족하다고 할 수 있다.
- 다음은 국내 지역 활성화 관련 선행연구 현황을 나타낸 것이다.

[표 2-2] 국내 지역활성화 관련 선행연구

연구제목	연구기관	연구일시
주민참여 계획모델에 의한 농촌 어메니티자원 발굴 및 설계기술 현장적용 연구	농촌경제연구소	2001-2004
농촌 어메니티를 활용한 마을 개발 모형	농업과학기술원	
환경시대 농촌정비 방향과 과제	농촌경제연구원	1996
농촌어메니티 보전 및 관광자원화 방안	농촌생활연구소	2002
생태. 문화자원을 활용한 농촌어메니티 상품화 전략	경기대학교	
문화관광축제 기념품의 시장분석을 통한 디자인혁신 방안과 마케팅 연구	디자인진흥원	
Green Event의 농촌경제 자원화 활용방안	경희대학교	
농촌관광의 가능성과 발전방향	삼성경제연구소	2003
안산시 어메니티 플랜	안산시	1998
농촌 어메니티에 기초한 농촌자원 중요도 평가 및 순위적 관계분석	대한국도 도시계획 학회	2002
외국의 농촌어메니티 정책동향, 농촌어메니티 보전 및 관광자원화 방안 심포지움	한국농촌계획학회	2002
우리나라 농촌어메니티 개발정책과 과제	한국지역개발학회	2003
21세기 농촌 신성장동력으로서 어메니티 경제권 구상	농촌생활 연구소	2003
DDA이후 농촌대안 경제구현을 위한 어메니티자원개발	농촌생활연구소	2003
도시어메니티의 개선과 기업의 대응	삼성경제연구소	2002
어메니티를 이용한 농촌활성화 방향	한국농촌지도학회	2002
농촌어메니티에 기초한 농촌자원의 중요도 평가 및 순위적 관계 분석	농촌어메니티 워크샵	2002
지방화 시대에서의 지속가능한 관광개발 전략	남도문화관광	2002
함평군 농촌 어메니티 개발 활용사례	농촌생활연구소	2003

- 강화도 지역개발에 대한 문헌연구 자료는 인천광역시에서 2001년에 국토개발연구원에 위탁 연구한 강화발전계획서(2001년-2020년)가 전부이며, 강화군보, 정책입안서, 사업계획서 등이 행정자료로 제공되고 있는 상황이다. 이외에 관광책자의 형태나, 소책자의 단행본 형태로 10여종이 출간되어 있는 상황이고, 강화도 관련 디자인 사례연구는 전무한 상태이다.

2. 지역개발 전략 이론 검토

가. 레드오션전략과 블루오션전략

- 지방자치시대에 대부분의 지역에서는 지역의 경제 활성화를 위해서 자원의 산업화를 위해서 노력하고 있다. 이러한 시점에 기존의 지역전략에서 새로운 여러 가지의 방법론을 요구하고 있는데, 본 연구에서는 레드오션전략과 블루오션전략을 고찰하였다.
- 레드오션전략에서는 산업 경계가 이미 정의되어 있고 이를 수용하고 있어서 게임의 경쟁 법칙이 잘 알려져 있다. 따라서 기존에 레드오션전략을 이용한 기업 또는 지역들은 존재하는 시장 수요의 점유율을 높이기 위해 경쟁사 또는 경쟁지역보다 우위에 서려고 노력을 하고 있다. 그러므로 시장에 경쟁사들이 많아질수록, 수익과 성장에 대한 전망은 어두워진다. 결국 제품들은 일용품으로 전략하고, 무자비한 경쟁에 의해 시장은 핏물로 가득 찬 레드오션이 되어버리고 만다. 그래서 본 연구에서는 현재 경영학에서 많은 논의가 되고 있는 ‘레드오션전략’이라는 단어를 사용했다. 즉, 레드오션전략은 기존의 시장에서 어떻게 경쟁자를 앞지를 수 있는가에 대한 ‘시장경쟁전략’이다.
- 블루오션전략은 현재 존재하지 않아서 경쟁에 의해 더럽혀지지 않은 모든 산업을 의미한다. 또한 차별화와 비용절감의 양자택일 구조를 깨뜨려, 회사와 고객 모두에게 비약적인 가치를 창출하게 함으로써 경쟁을 무의미하게 만드는 체계적 접근을 말한다. 이러한 블루오션전략에서 시장 수요는 경쟁에 의해 얻어지는 것이 아니라 창조에 의해서 얻어진다. 이곳에는 높은 수익과 빠른 성장을 가능케 하는 엄청난 기회가 존재한다. 그리고 게임의 법칙이 아직 정해지지 않았기 때문에 경쟁은 무의미하다. 따라서 블루오션전략은 경쟁을 피하기 위해 이미 설정된 시장 경계를 어떻게 벗어날 수 있는가에 대한 ‘시장창조전략’이다. 시장창조전략을 수행하기 위한 가치혁신이란 새로운 수요를 창출하기 위해 혁신적인 가치를 창조하는 것을 말한다. 따라서 지역 디자인에서의 블루오션 전략은 치밀한 시장 방법론을 제시하며, 거대 신시장을 창출할 수 있게 해주는, 다음 세대를 위한 전략이라 할 수 있다. 블루오션 전략은 지역 전체의 성공 전략이며, 자원의 미래전략으로도 손색이 없다고 할 수 있다. 요컨대 블루오션전략은 지역이 가지고 있는 기회를 최대화시키고 사업을 진행할 때 발생할 수 있는 리스크를 최소화시키는 전략이다.

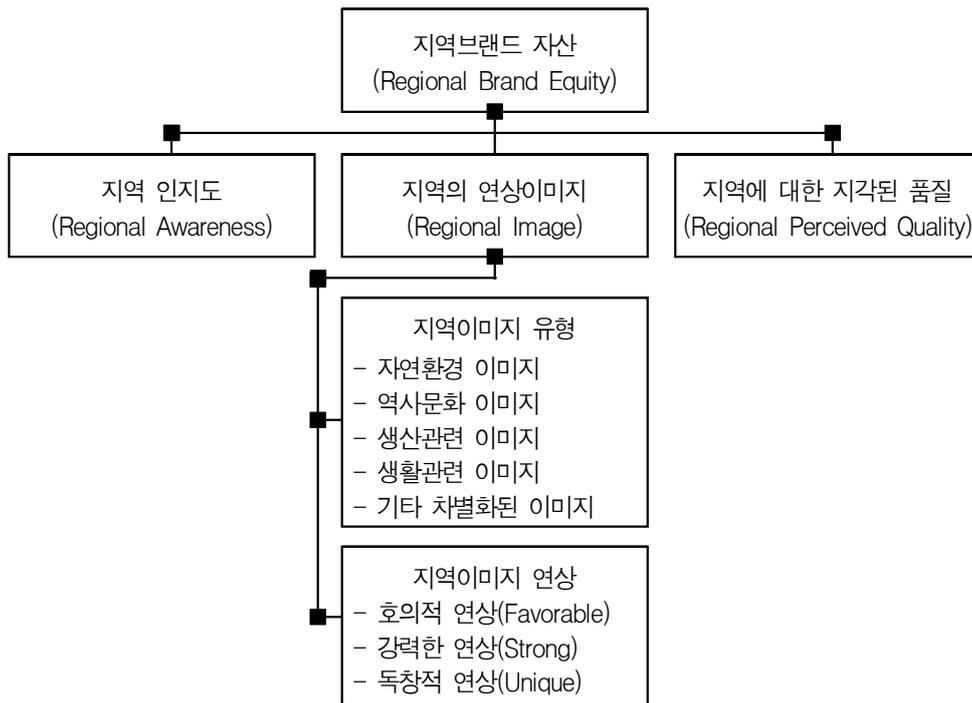
[표 2-3] 레드오션전략과 블루오션전략의 차이점

레드오션 전략	블루오션 전략
기존 시장공간 안에서 경쟁	경쟁자 없는 새로운 시장공간 창출
경쟁자 이기기	경쟁을 무의미하게
기존 수요시장을 공략	새로운 수요 창출 및 장악
가치-비용 가운데 양자택일	가치-비용 동시 추구
차별화나 저가 전략 가운데 하나를 택해 지역 전체 활동체계를 정렬	차별화나 저가 전략을 동시에 하도록 지역 전체 활동체계를 정렬

- 현재 강화도에는 무수한 자원들이 있다. 이러한 자원들은 레드오션전략과 블루오션전략을 동시에 접근해야만 성공의 가능성을 높힐 수 있을 것이다. 또한 리스크를 받아들이는 것이 아니라 리스크를 최소화하는 전략을 사용해야 될 것이다. 물론 리스크가 없는 전략이란 존재하지 않는다. 레드오션전략이든 블루오션전략이든 항상 리스크를 포함하고 있다. 따라서 이 전략들은 강화도 대표문화자원의 가치를 수평적, 수직적으로 연결시키고, 통합적으로 운영되었을 때 성공할 수 있을 것이다. 또한 대표문화자원의 통합디자인, 장소디자인, 지역주민을 위한 공공디자인의 성격으로 접근되었을 때 강화도의 비전을 성공적으로 완성시킬 수 있을 것이다.

나. 브랜드 전략

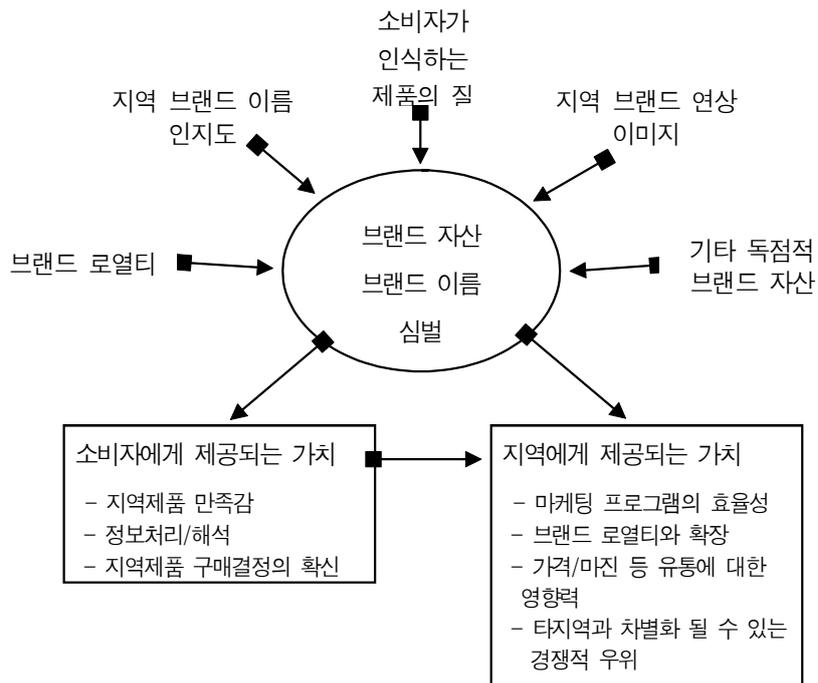
- 지역의 브랜드라는 것은 단지 지역 특산물이나 특산품의 상표만을 일컫는 것이 아니라 지역의 명칭, 기호, 디자인에 관한 통칭으로 상당히 포괄적인 개념을 내포하고 있다. 따라서 지역의 주민이 인식할 수 있는 그 지역만의 아이덴티티를 명확하게 설정하는 동시에 이를 외부에서 인식하고 있는 이미지와 일치시킴으로써 보다 독창적이고 호의적인 지역의 브랜드 자산을 구축할 수 있을 것이다.
- 지역의 브랜드 자산은 다음의 [그림]에서 나타난 바와 같이 지역의 인지도, 지역의 연상이미지, 지역에 대한 지각된 품질로 구분될 수 있다. 여기서 지역 인지도와 지역에 대한 지각된 품질은 소비자 또는 외부인과 관련되며, 이는 궁극적으로 지역브랜드 이미지에 영향을 미치는 요인이라고 할 수 있다.



[그림 2-1] 지역브랜드 자산 체계

○ 여기서 통합디자인이란 단순한 심볼마크, 캐릭터, 시설물디자인, 문화상품 디자인 등의 단일 디자인이 아닌 지역문화자원이 가지는 통합적 이미지의 디자인을 의미한다. 따라서 강화도를 연상시키는 이미지를 도출하여 전략으로 설정하고, 이를 육성시키는 방법을 찾는 것을 의미한다. 이러한 이유로 강화도 지역의 연상이미지는 지역브랜드 자산을 구성하는데 핵심적인 위치를 차지하고, 전략적 위치에서 매우 중요하다고 할 수 있다. 강화도의 이미지는 본 연구 5장에서 사용된 자원분류 방법을 이용해 자연환경, 역사문화, 생산, 생활관련 연상 이미지로 대별할 수 있으며, 그에 따른 강화도의 지역브랜드 이미지 연상은 강화도를 쉽게 접근할 수 있으며, 친근하고 호의적 연상을 나타내는 이미지, 문화가 가지는 가치성으로 생성된 지역고유의 강력한 연상 이미지, 타지역에는 없는 강화도만의 독창적 연상 이미지 등으로 구분할 수 있을 것이다. 이러한 지역의 이미지는 지역의 독특한 관광명소나 특산물, 특산품의 상표가 아니라 지역의 문화가 가지는 과거, 현재, 미래의 가치나 의미까지도 포함된다는 것을 의미한다. 가치나 의미에는 소위 명품이 가지는 고급스러운 이미지도 있지만 지역의 자원들이 생성되고 발전되는 과정에서의 대내외적인 신뢰도와 인지도까지도 포함한다. 따라서 이 모든 것들이 결합되어 지역의 이미지를 생성하고, 브랜드 가치를 만드는 것이다. 이러한 자원에 대한 안정성과 신뢰도, 인지도가 높아질수록 지역의 자원브랜드 가치도 올라간다. 이렇게 한번 생성된 강화도의 지역이미지는 쉽게 사라지지 않으며, 변화되어 발전된다.⁸⁾

8) 김유경, 2002, 조동성, 2003, 브랜드닥터, 2003: 5, [재편집]



[그림 2-2] 지역브랜드 자산의 전략적 관리⁹⁾

다. 장소마케팅 전략

- 전 세계적으로 1970년경부터 탈산업화 시대가 밀려들자 제조업 중심의 지역들이 황폐해져가는 지역경제를 되살려보려고 시도했던 주된 방법 중에서 지역문화예술 자원의 적극적 활용을 들 수 있다. 기존의 산업은 쓰러져가고 다른 산업으로 대처할 것도 없는 난감한 현실 속에서 그들이 사용할 수밖에 없었던 것은 지역이 보유한 기존의 문화자원이었으며, 문화생활에 대한 욕구 증대와 삶에 질의 향상에 대한 관심의 증대는 독특한 특성을 지닌 지역의 역사와 문화를 지역재생을 위한 지역개발 전략의 핵심적 수단으로 인식하게 만들어주었다. 이를 통해 새롭고 활기찬 지역이미지를 구축해서 새로운 주민, 투자자, 기업, 관광객을 유치하려는 전략을 세웠다. 결국 이것은 장소마케팅의 문화전략¹⁰⁾으로 이해할 수 있다. 장소마케팅(Place Marketing)은 그 지역의 공공과 민간이 협력하여 쇠퇴한 도시를 하나의 상품으로 인식하고 상품 수요자인 기업과 주민 그리고 관광객이 선호할 제도, 시설과 이미지를 개발하려는 전략이다. 단순히 기존 장소를 판매하는 것이 아니라 수요자의 구미에 맞는 장소를 만들어가면서 가치 있는 상품으로서의 지역을 판매하는 것이다.¹¹⁾
- 강화도의 자연환경자원과 역사문화자원의 특성을 분석해보면 강화도는 장소성이 매우 높다고

9) D. A. 에이커, 마케팅커뮤니케이션연구회 역, “브랜드자산의 전략적 관리”, 나남, 1992, p.37. [재편집]

10) 장소마케팅의 유형으로는 크게 통합모델(integration model), 문화산업모델(cultural industries model), 판촉(소비자중심주의)모델(promotion or consumerism model)로 나눌 수 있다(Griffiths, 1995: 254).

11) Kearns & Philo, 1993: 2-3; Philip et al., 1993 [재편집]

할 수 있다. 첫째로 자연환경자원인 갯벌의 경우 특이 철새와 수많은 생물이 터전을 잡고 있어 어른들에게는 향수를 불러일으켜 주고 어린아이들에게는 낯선 풍경이지만 새롭고 재미있는 천연의 놀이장소가 될 수 있다. 둘째로 역사문화자원의 경우 그 장소자체가 하나의 박물관이며 보고 만지고 느낄 수 있는 체험교육의 장소이다. 따라서 강화도 문화자원의 주류를 이루고 있는 역사문화자원과 자연환경 자원은 이러한 장소적인 특성을 살려서 개발하는 것이 가장 효과적인 개발 방법이며, 장소성 또한 매우 높아 장소마케팅을 펼치기에 매우 적합한 장소라고 할 수 있다. 강화도의 장소 마케팅이 성공하기 위해서는 강화도만이 가지고 있는 스토리를 기반으로 장소를 경험하고 회상할 때 느끼는 연계감을 확대해야 될 것이다. 가령 강화도의 고인돌이나 참성단을 방문했을 때 느껴지는 원시적인 느낌, 성스러운 느낌, 민족적 자긍심의 느낌 등 자원이 가지고 있는 스토리를 최대한 부각시켜 방문객에게 특별하고 잊혀지지 않는 경험을 제공해 주어야 할 것이다.

- 따라서 본 연구에서 사용한 장소마케팅의 방향은 대표문화자원의 장소 디자인이다. 여기서 장소 디자인이란 단순한 시설물 디자인이 아닌 장소가 가지는 컨셉을 바탕으로 형성된 장소 통합디자인을 의미한다. 따라서 지역디자인을 단순히 홍보나 시설물 디자인으로 보지 않고 전체를 디자인하는 것을 의미한다.

제 2절 지역개발 정책 현황

1. 국내 지역개발 정책의 추이

- 한국의 지역개발 사업은 주로 공공부문에 의해 주도되고 있다. 국내의 경우 ‘지역 정체성 확립을 통한 지역 사회의 통합’이라는 목적이 서구보다 더 많이 나타나고 있는데 이것은 지역개발의 배경이 서구와는 매우 다르기 때문이다. 서구의 경우는 주로 구 산업지역을 중심으로 탈산업화된 지역경제를 살리기 위한 방법으로서 주로 이용되었지만, 국내의 경우는 이러한 경제적 배경 보다는, 1990년대 들어 세계화·지방화라는 지방자치 시대의 등장 속에서, 지역의 독특한 정체성 확보를 통해 지역정책을 효율적으로 추진하고자 하는, 지방정부들의 정치적 목적이 그 주 배경이 되고 있다. 이러한 지역활성화 과정은 산업 환경에 따라 변화되었는데 60~70년대에는 산업화 과정에서 경부축과 동남권이 산업 및 지역발전의 핵심 거점을 형성되었고, 80~90년대에는 국토의 발전 축을 다양화 하고 낙후지역의 활성화를 위한 정책들의 추진되었다. 그리고 90년대 초에는 첨단산업, 기술혁신의 중요성을 고려하여 첨단산업단지 등이 조성되었으나 성공하지 못하였으며, 90년대 중반이후 산업의 지식화가 급전진되면서 지역 활성화 정책도 변화되었다. 이러한 변화로 공업단지 건설, 낙후지역 인프라 조성 등의 양적 투자는 어느 정도 달성되었으나 부분별 투자, 하드 인프라, 중앙정부 주도의 자원배분형 지원 등으로는 역부족으로 나타났다. 현재 지역활성화 정책의 급증으로 국가균형발전 5개년 계획, 행정정 권한의 지방분권, 공공기관의 지방이전 등을 시행하고 있으며, 국가균형발전을 위하여 2008년까지 국비 44.5조원, 지방비 14.4조원, 민자 7.6조원 등 총 66조원을 투입할 예정으로 나타나 있다.

[표 2-4] 시기별 지역활성화 정책의 추이

구 분	~70년대	80년대~90년대 중반	외환위기 이후	참여정부
기 조	고전적 공간정책 (Top-down)		신 공간정책의 등장 (Bottom-up)	
기본전략	경부축 중심의 사업벨트, 산업입지 공급 주축	수도권 입지규제, 산업단지의 지역별 배분	지식기반산업의 대도시 집적, 지역별 특화산업 전략	공간정책의 소프트, 프로그램 강조
공간정책 특징	대규모 산업단지 (동남해안, 구미, 반월 등)	중소규모 산업단지의 전국적 공급, 지방의 국가공단, 농공단지	경제특구, 벤처기업전용단지, 문화산업단지 등	산업 클러스터 형성, 지역혁신체계 구축, 지역특구 지정 등

- 참여정부 또한 국가균형발전을 국정의 핵심 의제로 채택하고 글로벌 특구조성, 지역산업진흥, 낙후지역개발, 농어촌지원 등의 목적을 가지고 다양한 지역 활성화 정책들을 시행하고 있으며 세부적으로는 아래와 같이 추진되고 있음을 볼 수 있다.

[표 2-5] 지역활성화를 위한 주요 정책의 목적별 추진현황

구분	정책명	주요 목적
글로벌 특구조성	제주국제자유도시	국내·외 투자 유치 및 관광개발
	경제자유구역	외국인 투자 유치
	대덕연구개발특구	외국 기업 및 R&D기관 유치
지역산업진흥	지역산업진흥사업	지역전략육성사업
	지방문화산업클러스터	지역문화산업 육성
	벤처기업육성촉진지구	벤처기업 집적지 조성
	지역소프트타운	지역 S/W산업 육성
	혁신클러스터	산업단지의 혁신클러스터화
	기업도시	기업투자유치 통한 도시개발
	혁신도시	공공기관 지방이전 활용 도시개발
낙후지역개발	개발촉진지구	낙후지역 개발
	소도읍육성	소도읍을 지역사회의 중추도시로 육성
	신활력지역	낙후지역 개발
농어촌지원	정보화마을	정보격차 해소 및 지역정보기반 구축
	농어촌체험마을	도농교류 통한 농가소득원 확보
	지역특화발전특구	지역특성에 따른 규제 특례

- 정부부처별로 지역을 대상으로 한 디자인 관련 사업 내역을 분석해 보면 환경디자인과 관련된 개선사업이거나 디자인 인프라를 구축하기 위한 사업내용으로 볼 수 있다. 아래 [표]는 정부부처별 지역개발사업과 디자인 기반 인프라와 관련이 있는 사업들만 정리한 것이다.

[표 2-6] 정부 부처별 지역디자인 관련 개발사업 현황

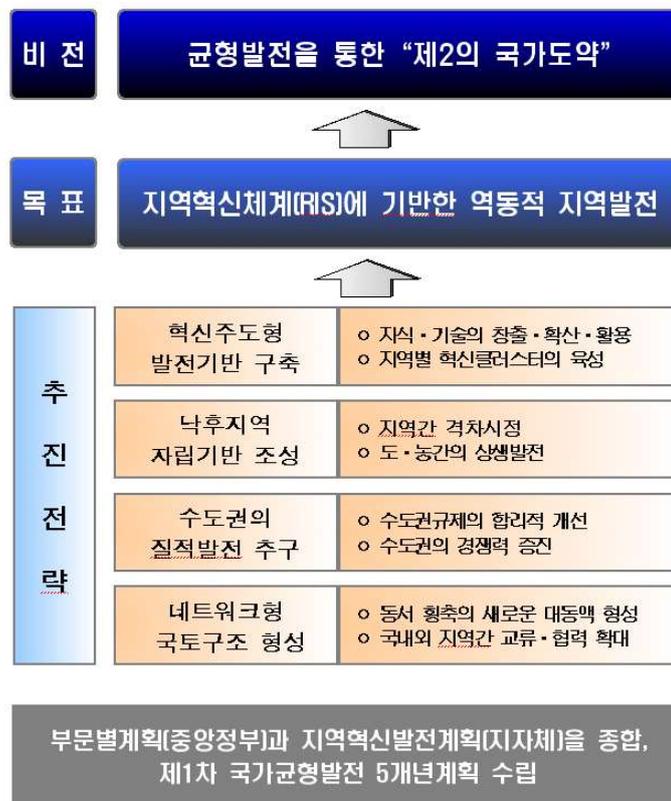
주관 부처	사업명칭	근거법령 및 기타	사업기간
행정자치부	패키지마을조성사업	농어촌주택개량촉진법(1995.12.29)	1995-현재
	소도읍육성도시사업	지방소도읍육성지원법(2001.1.8)	2001-현재
	오지종합개발사업	오지개발촉진법(1988.12.31) 1차 10개년 계획(1990-1999) 2차 5개년 계획(2000-2004)	1990-2004
	도서종합개발사업	도서개발촉진법(1986.12.31) 1차 10개년 계획(1988-1997) 2차 10개년 계획(1998-2007)	1988-현재
	정보화 시범마을	2001년 정보통신부에서 행자부로 이관	2000-현재
	아름마을 가꾸기시범사업	상향식 마을단위종합개발사업	2001-2004
농림부	정주권개발사업	농어촌정비법(1994.12.22)	1990 -현재
	문화마을조성사업	농어촌정비법	1991-현재
	녹색농촌체험시범마을사업	농업농촌기본법(1999.2.5) 상향식 마을단위종합개발사업	2001-현재
농진청	농가주거환경개선사업	농촌진흥법(1995.12.6) 부엌, 목욕실, 화장실 개량 1997부터 행자부에서 농진청사업 이관	1983-현재
	농촌 전통테마마을 육성	농촌진흥법	2002-현재
산림청	산촌종합개발사업	산림기본법(2001.5.24)	1995-2004
산림부	학교숲 조성 사업 (생명의 숲) 도시숲 만들기, 목재산업 육성 산림휴양시설 조성	지역내 녹지량 확보 및 관광자원 개발 산림휴양시설을 이용한 여가활용의 증가	1999-현재
해양수산부	어촌종합개발사업	농어촌정비법(1994.12.22)	1995-현재
건설교통부	개발촉진지구개발사업	지역균형개발 및 지방중소기업육성에 관한법률(1994.1.7)	1996-현재
산업자원부	산업디자인 진흥종합계획 산업디자인의 육성 및 개발사업	산업디자인진흥법(2001.2.3)	2003-현재
문화관광부	문화역사 마을만들기 지방문화산업기반조성 문화관광자원 개발 국제관광행사, 축제 육성 자연친화적 생활체육공원 조성 지방문화산업지원센터	문화예술진흥법 관광진흥법 체육시설의 설치 및 이용에 관한 법률	2002-현재 2001-현재

- 이러한 지역 활성화 정책은 정부의 각 부처별로 매우 다양하게 추진되고 있다. 하지만 부처 중심으로 정책이 수립되어 정책간 중복이 발생하고 연계가 부족하여 유사한 사업들이 소관부처에 따라 별도 정책으로 실시되고 있다. 또한 정책수립을 담당하는 중앙부처와 실제사업을 집행하는 자치단체와의 연계성 부족, 지역 안배 차원의 분산투자로 인한 효율성 저하, 민간의 참여 부족, 공공부문의 비효율적 예산 계획 등이 문제점으로 지적되고 있다.¹²⁾ 그러나 일부

지역 및 분야에서 지역활성화 성공사례가 나타나고, 이것을 타 지역에 전파하는데 주력하는 등 지역 분위기를 바꿔나가고 있다. 하지만 개발 사례는 극히 제한적이며 이러한 개발 사례들은 지역문화의 정체성 보다는 외형과 기능적인 면에서 적용되고 연구되어져 왔다는 한계가 있다.

2. 국가균형발전5개년계획

○ 우리나라의 지역자치단체와 지역주민들은 자체적으로 지역 전략산업을 도출하기 위해 많은 노력을 기울이고 있다. 참여정부는 지역간 불균형발전의 폐해를 극복하기 위해 요소투입위주의 발전에서 기술, 인재 및 문화가 성장의 동력이 되는 혁신주도형 지역발전으로의 정책전환을 추진하고 있다. 이는 지역혁신체계 구축을 통한 ‘혁신주도형 경제발전모델’을 국가균형발전정책으로 구현하기 위해서이다. 2004년 8월에 참여정부의 국가균형발전정책을 구체적으로 실현하기 위해 제1차 국가균형발전 5개년 계획을 수립하였다. 아래 [그림]은 국가균형발전 5개년 계획의 비전과 목표를 나타낸 것이다.



[그림 2-3] 국가균형발전 5개년계획 비전과 목표

12) 송영필, 박용규, 지역활성화 정책의 현황과 발전방안, 삼성경제연구소, 2005.4

○ 추진전략을 살펴보면 다음과 같다.

□ **혁신주도형 발전기반을 구축한다.**

세계화, 지식정보화·문화의 시대에 경제발전의 관건은 투입요소 증대가 아닌 혁신을 통한 성장동력 창출이며, 선진국들은 공통적으로 혁신주도형 발전전략을 추구하고 있다. 혁신주도형 발전의 핵심은 지식·기술의 창출·확산·활용과정의 시스템화, 교육·훈련을 통한 인적자본의 축적 및 효율적 활용이며, 양적 성장 모델과는 달리 모든 경제주체들의 참여와 협력, 상호학습을 통해서만 달성 가능하다.

□ **낙후지역의 자립기반을 조성한다.**

인적·물적 자원의 부족으로 낙후지역 스스로의 역량으로는 낙후상태를 극복하고 악순환의 고리를 끊는 데 한계가 있다. 낙후지역의 발전기반 구축은 지역간 격차시정뿐만 아니라 도농간의 상생발전을 통해 사회적 통합에 기여하고, 환경적 가치를 고려한 국토의 미활용 잠재력의 재발견을 통해 전 국민이 살기 좋은 환경을 조성하는 데도 크게 기여하는데 있다. 이를 통해 시혜적 성격의 배분이 아닌 낙후지역의 혁신역량을 강화하고 혁신기반을 구축하여 장기적으로 낙후지역의 발전 잠재력을 제고한다.

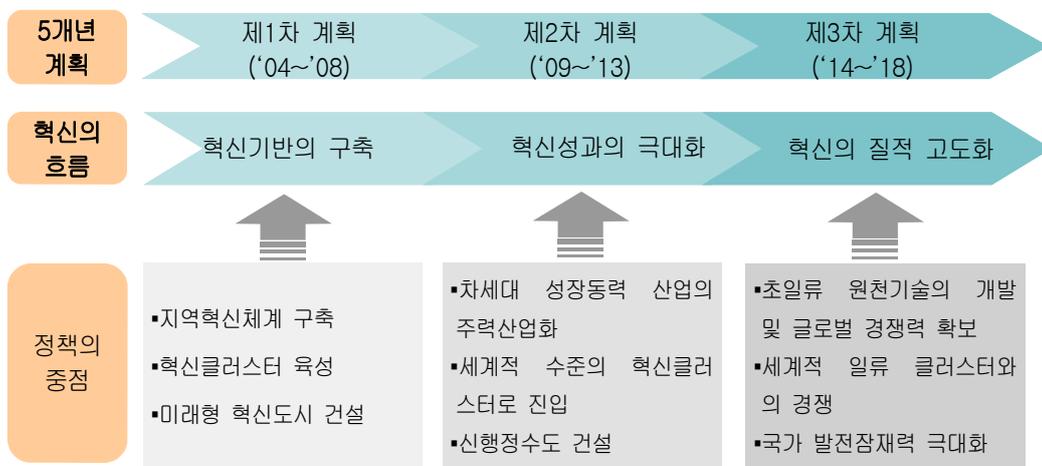
□ **수도권의 질적 발전을 도모한다.**

수도권과 지방이 상호차별적인 특성을 확보하고 서로 의존하며 서로 돕는 상호의존과 상보(相補)의식을 공유한다. 수도권의 경우 글로벌경쟁체제에서 수도권이 아니면 우위를 점할 수 없는 분야 및 기능 강화에 역점을 두고, 지방은 각 지역의 실정에 적합한 지역혁신체계를 중심으로 특성화 발전을 할 수 있도록 유도한다. 또한 수도권의 계획적 관리를 통하여 양적 성장에서 질적 발전으로의 전환과 경쟁력 강화를 도모한다. 지방에 대한 역류효과(backwash effect)가 적은 분야의 경우 수도권의 경쟁력을 과도하게 저해하는 규제 개선 등을 우선적으로 추진한다.

□ **네트워크형 국토 구조를 형성한다.**

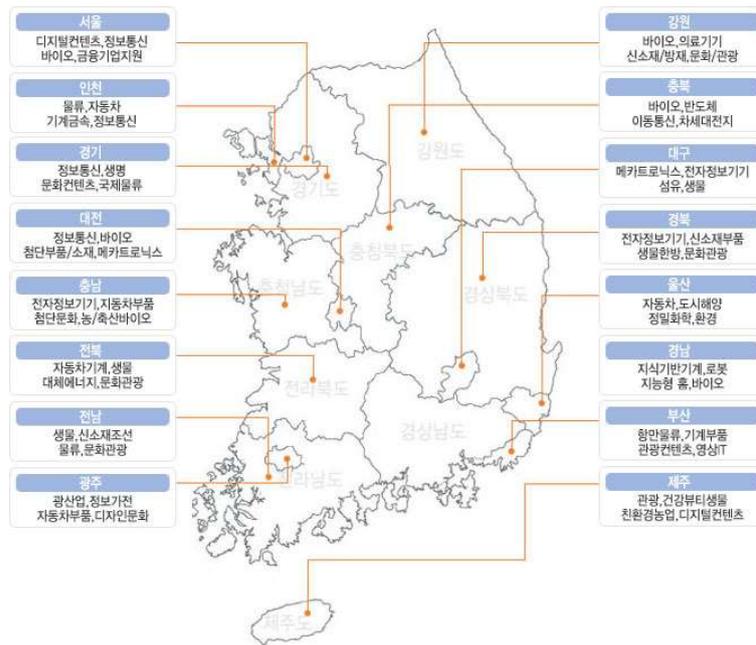
전국 어디서나 2시간 이내에 신행정수도에 접근가능한 도로망을 구축한다. ㄱ자형 국토 순환도로망을 완성하고 상대적으로 부족한 동서 횡축을 확충하여 종축과 횡축 및 순환 도로망이 네트워크화 되는 국토골격을 형성한다. 국토의 발전 잠재력을 극대화하고 균형발전에 기여하며, 네트워크형 도로망 완성으로 지역 간의 교류협력을 획기적으로 증진하여 낙후지역의 발전을 촉진한다. 또한 국제교류·개방거점 개발로 주변국과의 네트워크를 강화하고 궁극적으로 동북아 물류중심국가의 토대를 구축한다.

○ **중장기 국가균형발전정책의 방향**을 살펴보면, 제1차 국가균형발전 5개년계획(2004~2008)은 지역혁신체계 구축, 혁신클러스터 육성, 공공기관 지방이전 및 미래형 혁신도시 건설 등 혁신 기반 구축으로 지역특성화발전의 기반을 조성하고, 2차 국가균형발전 5개년계획(2009~2013)에서는 차세대성장 동력산업의 주력산업화, 세계적 클러스터로의 진입 등 혁신성과의 극대화를 추구한다. 제3차 국가균형발전 5개년계획(2014~2018)에서는 혁신의 질적 고도화 단계로 초일류 원천기술의 보유와 글로벌 경쟁력의 확보, 명실상부한 세계적 일류클러스터와의 경쟁을 통해 국가의 발전 잠재력을 극대화시키는 것으로 설정하였다. 아래 [그림]은 중장기 국가균형발전정책의 방향을 나타낸 것이다.



[그림 2-4] 중장기 국가균형발전정책의 방향

- 이러한 추진전략을 기반으로 지역혁신체계 구축, 지역혁신역량 증대, 산.학.연 네트워크 강화, 지역별 혁신클러스터 육성을 추진과제로 설정하고, 세부적인 지역혁신발전계획을 수립하여 지역 전략산업을 선정하였다. 아래 [그림]은 16개 광역지자체는 지역내 의견수렴과 지역혁신협의회의 심의를 거쳐 자율적으로 각각 4개씩의 전략산업을 선정한 현황을 나타낸 것이다.
- 지역 전략산업의 주요특징은 지역별 강점 및 특성과 연계하여, 미래 신산업 등 차세대성장동력산업(로봇산업, 디지털콘텐츠, 차세대전지, 스마트 홈 등 9대분야)이 전체의 45%를 차지하고 있으며, 기존 제조업을 지식기반주력산업 중심으로 고도화하여, 전자정보기기산업(대구, 경북), 조선산업(부산, 울산), 자동차산업(울산), 지식기반기계산업(대구, 경남)을 선정하였다. 또한 자연경관과 지역의 어메니티 자원을 활용하기 위하여 바이오산업(강원, 제주, 전남), 건강뷰티·생물산업(제주) 등을 선정하였고, 동북아허브 등 대외지향적 발전전략을 추구하기 위해서 금융·국제비즈니스(서울), R&D허브(대전), 교통물류(부산, 인천, 전남), 국제자유도시(제주)를 선정하였다. 이외에도 지자체간 중복되는 전략산업은 중점분야를 차별화하기 위하여 바이오(또는 생물)산업과 전자(정보)·정보통신산업은 각각 12개 지자체, 10개 지자체가 전략산업으로 선정되었다.



[그림 2-5] 지역 전략산업의 현황

□ 이러한 지역전략산업의 특징을 기반으로 16개 광역지자체별로 각각 10개의 지역연고산업을 선정하였다. 선정된 지역연고산업을 유형별로 보면 식품관련 산업의 비중이 가장 높으며, 다음으로 관광, 문화, 농림어업(축산포함) 및 섬유산업의 비중을 나타내고 있다. 또한 광역지자체는 기초지자체와의 협의를 통해 혁신중심의 지역연고산업 육성전략을 마련하고, 지역연고산업은 지역특화발전특구와의 연계성을 통해 육성전략을 마련하는 기본 골격을 마련하였다.



[그림 2-6] 지역전략산업의 주요특징

- 이외에도 지역의 고유자원을 활용하고 기초지자체 단위의 지역혁신체계(예 : 마을발전 종합 시스템)를 구축하여 경쟁력 있는 지역상품을 개발하기 위하여 농산어촌지역의 어메니티를 활용하여 지역 문화를 창출하고 이를 관광문화상품화 하는 등의 전략을 도출하였다. 아래 [표]는 시·도별 주요 지역연고산업 현황을 나타낸 것이다.

[표 2-7] 시·도별 주요 지역연고산업 현황

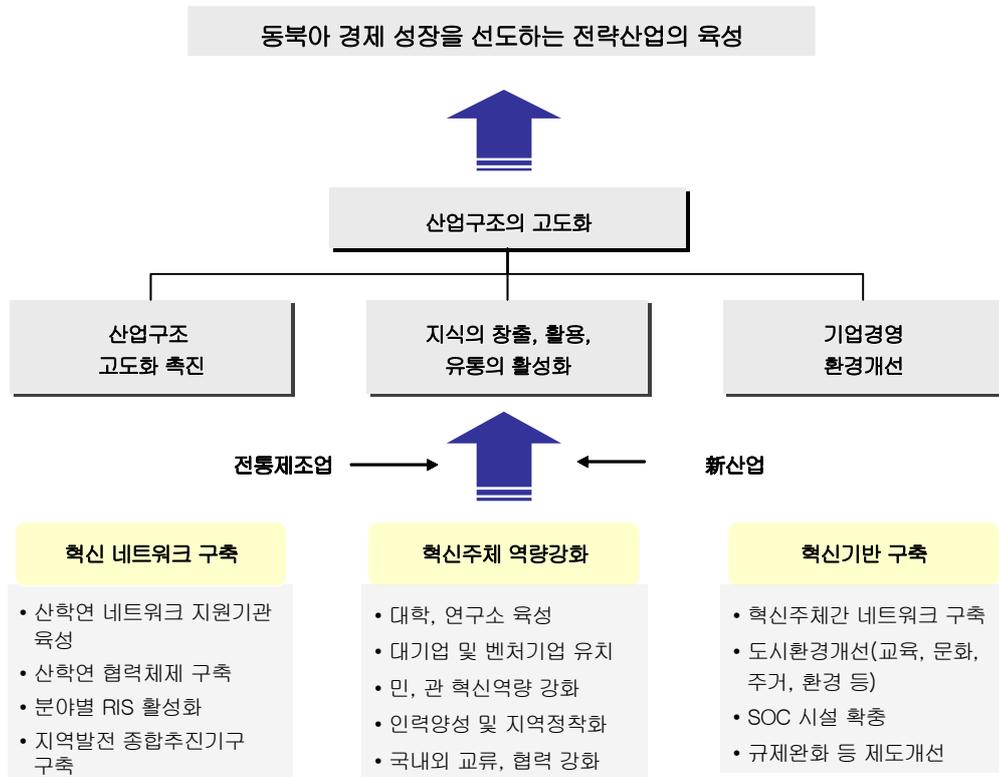
지역	주요 지역연고산업
서울	인쇄산업, 문화.관광산업 등
부산	범천동귀금속산업, 기장해조류 가공.유통산업, 자갈치시장, 미니토마토 유통산업, 화훼부류 유통산업 등
대구	문화콘텐츠산업, 비즈니스서비스업, 안경산업, 소프트웨어산업, 전시.컨벤션산업, 출판.인쇄산업 등
인천	강화도새우젓, 완초공예산업, 수산자원조성사업, 강화인삼명성되찾기사업, 강화사자발약쑥 특산품 등
대전	영상.게임산업, 웰빙산업(실버벤처산업), 대덕구공예산업, 동구포도주가공산업, 첨단섬유소재산업 등
광주	감치산업, 한복패션산업, 전문특화상업거리 육성, 양동재래시장 문화거리조성사업, 화훼.원예산업 등
울산	울산농산물, 울산축산업, 산악.산업.해양관광산업 등
경기	경기북부가구산업, 이천도자기산업, 양주회암사지종합개발사업, 수동관광지종합개발사업, 도라산평화공원조성사업 등
강원	생명농어업, 건강채소.화훼산업, 토종동물산업, 목재.산림산업, 유기농업, 한방.약초산업 등
충북	바이오농업, 석회석신소재산업, 옥천요목산업, 에코세라피건강산업,보은문화산업 등
충남	금산인삼산업, 보령머드산업, 공주자카드섬유산업, 계룡군문화엑스포, 청양칠갑산 그린투어 등
전북	익산귀금속.보석산업, 익산니트산업, 남원꽃칠산업, 순창장류산업, 임실유가공산업 등
전남	기능성식품산업, 토종약초생산.가공업, 나비디자인.천연염색산업, 도자기(삼강청자)산업, 전통애견(진도개) 산업 등
경북	섬유기계산업, 한방산업, 인삼가공산업, 문화축제 이벤트산업, 농산물가공.시설채소산업 등
경남	Silk산업, 석재가공산업, 축산사료유통산업, 하동녹차가공산업, 약초.자연건강식품산업 등
제주	축산업, 수산업, 스포츠산업, 향토음식산업, 화훼산업 등

3. 인천시의 국가균형 발전 5개년 계획

- 제1차 국가균형발전 5개년계획에서 인천은 시민과 함께하는 동북아의 관문도시를 표명했다. 국내외 지정학적 이점을 최대한 활용하고, 인천국제공항, 인천경제자유구역 등과 연계하여 국제비즈니스 허브도시로의 발전을 도모하기 위해서 서해안 전진기지로서의 역할 수행에 필요한 동북아 물류혁신센터 구축 등 물적·인적 인프라를 조성하고, 신기술과 전통기술의 융합과 주력성장산업의 혁신능력 제고를 통한 기존 산업의 구조고도화 및 신산업을 창출하기 위한 동북아의 관문도시를 표명했다. 아래 [표]는 전략산업별 주요사업을 나타낸 것이고, 아래 [그림]은 신기술과 전통기술의 융합과 주력성장산업의 혁신능력 제고를 통한 기존 산업의 구조고도화 및 신산업 창출을 위한 인천시의 지역혁신 목표를 나타낸 것이다.

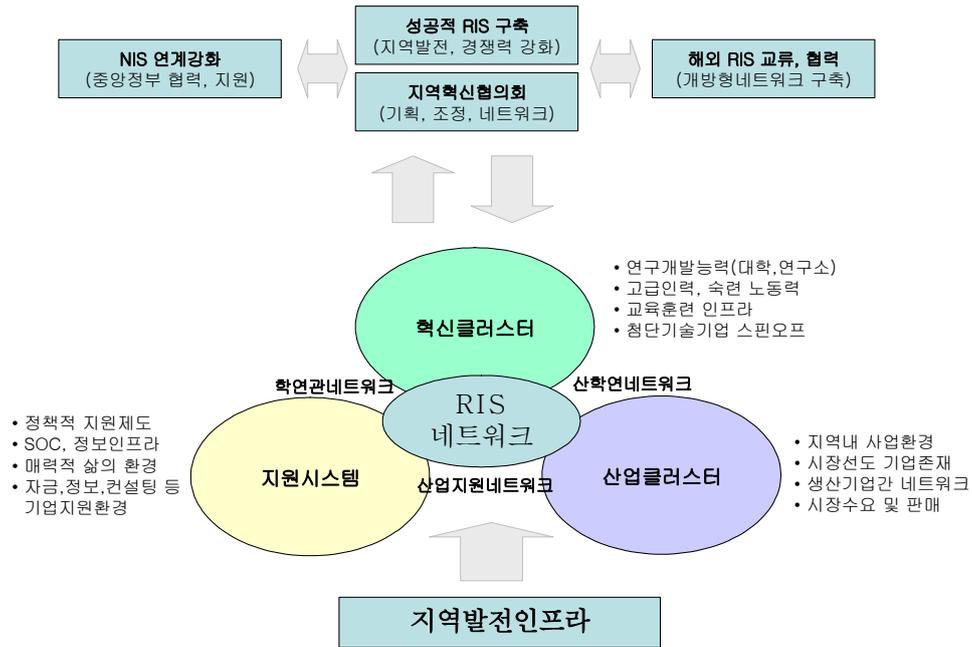
[표 2-8] 인천시 전략산업별 주요사업

전략산업	주요사업
물류산업	동북아 종합물류 시스템 구축 / 물류·수송 관련 전문인력 양성
자동차산업	자동차부품 클러스터 구축 및 연계 / 미래형·친환경 자동차관련 기술개발
기계·금속산업	기계·금속산업 클러스터 구축 및 연계 / 신소재(철강, 나노) 관련 기술개발
정보통신산업	디지털컨텐츠관련 기술개발 및 인력양성 / 임베디드 S/W 지원센터 구축



[그림 2-7] 인천시의 지역혁신 목표

○ 인천시의 추진전략으로는 첫째, 산학연 네트워크 지원기관 육성 등의 혁신 네트워크 구축, 대학·연구소 육성 및 민·관 혁신역량 강화 등 혁신주체별 역량 강화와 혁신기반을 구축한다. 둘째, 신산업과 전통제조업간의 유기적인 접목, 지식의 창출·활용·유통의 활성화 도모 및 기업경영환경개선을 통해 인천지역 내 산업의 구조고도화를 추구한다. 셋째, 동북아 경제성장을 선도할 수 있는 전략산업을 육성한다.



[그림 2-8] 인천시 지역혁신체계 구축방안

○ 이러한 인천시의 전략 중에서 지역연고 산업으로서 총 10개를 선정하였는데, 그중에서 강화군의 '완초공예 산업육성'외 8개 사업이 선정되었다. 인천시의 80%를 차지하는 것이다. 아래 [표]는 인천시의 제1차 국가균형발전 5개년계획에서 강화군의 지역연고산업을 요약한 것이다.

[표 2-9] 인천지역에서 강화군 지역연고산업 선정결과

분 야	주 요 내 용 (세부분야)
한방·약초 산업	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 강화군 “인삼가공사업” ◦ 강화군 “인삼명성되찾기 사업” ◦ 강화군 “사자발 약썩 특산품화 사업”
향토식품 산업	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 강화군 “새우젓 명품화 추진 사업” ◦ 강화군 “전통주류(인삼약주, 가시오가피주) 가공 사업” ◦ 강화군 “순무 특산품화 사업”
관광공예 산업	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 강화군 “완초공예(화문석) 산업 육성 사업”
수산업·인쇄산업	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 강화군 “수산자원 조성사업”

[표 2-10] 인천지역에서 강화군 지역연고산업 육성 전략

사업	육성 전략
새우젓 명품화 추진사업	<ul style="list-style-type: none"> 전국 최고의 품질인 강화도 새우젓의 명품화를 위한 저온저장시설 및 건조시설 건립, 유통, 가공개선, 새우젓축제 개최, 규격용기제작 등
완초공예(화문석) 산업 육성 사업	<ul style="list-style-type: none"> 현대 감각에 맞는 신도안 개발사업 용역 및 공모전 개최 수요자 위주의 제품다양화와 직판장 운영 등 효율적인 판매망 구축
수산자원 조성 사업	<ul style="list-style-type: none"> 지역특성에 맞는 어종의 방류를 통한 연안수산자원의 증대 및 양질의 수산물 획득과 기르는 어업으로 전환 유도
강화 인삼명성 되찾기 사업	<ul style="list-style-type: none"> 인삼재배의 연작 장애요소 해소를 위한 처리약재 및 유기질 비료를 지원하고 새 기술의 보급을 통한 인삼재배 활성화 추진
강화 인삼 가공산업 육성 사업	<ul style="list-style-type: none"> 공장신축 및 제조.가공설비의 현대화 신제품연구개발 및 상품화 지원을 통한 고급 브랜드의 이미지 구축
전통주류 가공 사업	<ul style="list-style-type: none"> 전통주류(인삼, 가시오가피)의 고급 브랜드를 위한 마케팅 실시 및 지속적인 신기술개발을 통한 수요자 기호에 적합한 다양한 양질의 전통주 생산 및 제공
사자발약쑥 특산품화 사업	<ul style="list-style-type: none"> 강화사자발약쑥의 재배.저장.기능성 상품 개발 등의 지원을 통한 약쑥의 경쟁력 제고 약쑥의 부가가치 증대를 위한 시험연구와 유통구조 개선을 통한 지역 경제 활성화 도모
순무 특산품화 사업	<ul style="list-style-type: none"> 강화 순무의 재배.저장.가공상품 개발 등의 지원을 통한 순무의 경쟁력 제고 및 소비기반 확대 유희지 및 휴경지를 이용한 지역 특산물 재배 확대로 토지 이용률 향상 도모

[표 2-11] 인천시에서 강화군 지역 특화발전특구 조성

특구 유형	주요 특구	특구 개요
관광	제적봉망향동산특구	망향의 장소제공을 통한 안보의식고취 관광지 조성
환경	갯벌생태특구	강화남단 갯벌 및 주변지역에 대한 체계적 개발
레저, 스포츠	삼산해양온천 특구	서울 최인접 온천을 활용한 종합 레저관광단지 개발
문화	고려문화공원 특구	문화유적과 자연경관을 활용한 교육공원 개발
	영상단지 특구	역사유적지.자연경관을 활용한 영상문화공간 조성
기타	통일대비전략마을 조성	생태적 가치 보존 및 자연 친화형의 기반시설 확충

제 3절 사례 분석

1. 국내 지역개발 사례

- 국내에서 성공한 지역특화 산업 사례를 분석해 보면, 지역특화 산업을 이용한 장소마케팅, 지역이 보유한 콘텐츠를 이용한 브랜드마케팅으로 요약할 수 있다. 이를 위해 지역문화자원의 활성화, 지역축제 활성화, 지역연구산업의 활성화 방법 등을 활용하였다.

가. 전남 함평군 - 나비 축제

- 전남 함평군의 나비 축제는 이벤트 전략을 통한 지역 장소마케팅 성공 지역이라고 할 수 있다. 전라남도 서북부에 위치한 함평은 5만 명의 주민이 농업에 종사하며, 유명 관광지 하나 없는 전형적인 농촌 낙후 지역이었다. 이렇듯 기존의 하드웨어 위주의 경영 수입사업 한계와 국내 미개척 분야인 나비상품의 잠재적 시장가치를 인식하고 오염되지 않은 자연을 중심으로 친환경적인 나비를 테마로 지역 활성화가 추진되었다.
- 추진 방향으로 나비 브랜드 개발과 라이선싱 사업으로 정보지식 기반 사회의 지적재산권을 선점하였으며, 행남자기 무한타월 등 디자인 사용에 따른 로열티 협약을 체결하는 등의 고부가가치 마케팅 전략으로 경영수입을 확충하였다.
[나비브랜드 개발: “나르다”, 상품디자인 및 브랜드 개발비 투자: 155백만원, 디자인업체-시제품 생산비 투자: 229백만원, 나비상품 통합브랜드 “나르다” 상표등록, 출원품목: 14개류 22품목(약세사리, 팬시, 의류 등), 디자인 개발 및 시제품 제작 (디자인 개발: 30품목 120종, 시제품 제작: 27품목 72종)]
- 또한 1999년부터 나비축제의 개최와 더불어 미개발된 농촌 환경의 장점을 환경친화적 축제로 연결하기 위하여 농업기술센터에 곤충연구소를 설치하는 등의 친환경 농업, 생태학습관광과 연계하여 시너지 효과를 창출하였다. 함평나비축제와 갯벌생태학습장이 조성되었으며, 오리 환경농법 등 생태를 이용한 사업으로 지역 이미지를 환경 친화적으로 개선하는데 일조하였다. 2회째 개최된 나비축제는 75만 명의 관광객을 유치하였고, 관람료, 나비표본과 기념품, 식품 등을 팔아 총 81억 원의 매출이 발생되었다. 또한 국내시장의 공격적 마케팅 활동을 통해 롯데, 신세계, 현대, 테크노마트 등 10개소 상설판매소: 디자인업체 보유매장(전국10개소), 군 민원실, 곤충연구소 등으로 지역 디자인 브랜드의 활성화의 가능성을 제시하였다. 또한 지역 홈페이지 제작으로 직거래 농산물 판매정보, 그린투어리즘 등 농가 활성화가 되었고 홈페이지의 제작을 통해 지역의 인지도가 상승되고 경쟁력이 강화되고 있는 상황이다.

[표 2-12] 전남 함평 상품개발 및 디자인 활용 분야

 <p>함평나비브랜드 “나빌레라”</p>	 <p>나비 캐릭터 디자인</p>
 <p>나비축제 홈페이지 디자인(http://www.inabi.or.kr)</p>	 <p>나비를 테마로 한 문화상품디자인</p>
 <p>테마파크, 공원디자인</p>	 <p>랜드스케이프 디자인</p>
 <p>농산품 브랜드디자인</p>	 <p>건축 및 이벤트디자인</p>

나. 경기도 이천시 - 도자기

- 경기도 이천 도자기 마을은 고려청자와 조선백자의 맥을 잇는 한국 전승 도자기의 대표적인 지역으로 세계 도자 업계에서 높은 인지도를 유지하고 있는 지역이라 할 수 있다. 도자기 마을은 50년대 말 서울 지역의 도자기 업체들이 이천으로 이주해오면서 형성되기 시작하였다. 하지만 1980년대 초반 도자업체들의 덤핑, 과다경쟁으로 인한 가격인하와 품질저하로 인해 불황 위기를 가져왔다. 이를 해결할 방법으로 도자기의 잠재적 시장가치를 인식하고, 지역 활성화에 클러스터 전략을 사용하여 추진하였다.
- 이러한 추진결과로 인하여 도자기 산업의 네트워크 형성이 추진되었으며, 전국 도자 산업체

의 67%가 밀집되어 뚜렷한 도자기 산업단지가 형성되었다. 또한 대형업체, 도자기조합, 지역 대학, 지방자치단체 등이 네트워크를 이루어 기술·소재 연구와 상품개발이 활성화되어가고 있는 상황이다. 경기도 이천의 도자기 클러스트는 다음과 같이 구성되어 있다.

[표 2-13] 경기도 이천 도자기 클러스트 현황

클러스터 구성주체	
핵심	도자기 업체(도요, 식기 생산업체)
공적 지원기관	중앙정부(문화관광부와 국립중앙박물관 등)와 지방정부(경기도청과 이천시청, 여주군청, 광주군청), 대학(미술의 공예 도예나 요업 관련 학과 및 연구소를 보유하고 있는 전국의 대학)
민간 자원기관	도자기 관련업체(재료, 설비, 판매 담당)와 일종의 마케팅 윈도우역할을 하는 정보, 체험 교류 기관(조합, 협회, 각종 도예교실과 문화센터) 그리고 인접 관련산업(위생도기, 요업, 건축자재)이 포진됨

- 이천시는 도자산업 육성 지원을 위하여 도자 기술개발 사업에 11억원을 지원하였으며, 신소재 개발이 91종, 디자인 232종 개발과 기술지도 156업체의 성과를 도출하였다. 이외에도 요업기술연구센터 건립[도자연구지원센터 건립(2005. 2)정보자료실, 시험분석실, 디자인실 등 요업기술원 분원 설치(2006)], 도자기개발자료 DB화 관리[유약 97,000종, 소지 420종 등], 도자기 소지유약, 디자인 제조기술 전문교육[542명], 도예업체 중소기업육성자금 지원[19억 2천 3백만 원(59업체)], 경기도 무형문화재 및 전수교육자 지정[년 4,000만원] 등의 지원이 이루어졌다.
- 또한 도자기 산업을 관광, 축제로 연결시키기 위해 이천도자기 축제, 세계도자비엔날레를 추진하였으며, 도자기 캐릭터인 토야(TOYA)가 개발되어 설치와 판매를 통해 경영수입을 확충하였으며, 다양한 체험 및 관광 프로그램을 개발하여 관광객을 유치하였다.
 [체험 행사현황 - 공식행사(도자불씨봉송, 식전, 식후 축하공연), 전시행사(화기전, 다도구전, 다도 시연, 이천도자기 변천사), 참여행사(도예교실, 도자기 제작과정 체험, 클레이 올림픽, 도자기 경매), 공연행사(기획공연, 인기가수공연, 문화교류단체 참여공연), 기타행사(전통가마 불지피기, 한중일 도예가 워크샵, 조각공연대회, 조각시연 및 체험, 물레시연), 테마공원(곰방대가마, 토야랜드, 옹기전, 조각공원)]
- 이러한 활성화로 안정적인 판매경로가 조성되었으며, 산업직접지로서의 토대가 구축되어 국내, 국외 관광객으로 인한 수익창출과 157개 도자업체에서 58억원(내수55, 수출3)의 판매소득을 실현하였으며, 한국을 대표하는 도자기 예술촌이자 산업집적지로 거듭나게 되었다.

[표 2-14] 경기도 이천 상품개발 및 디자인 활용 분야

 <p>도자기 캐릭터 디자인 '토야(TOYA)'</p>	 <p>토야를 테마로 한 문화상품디자인</p>
 <p>이천도자기축제 홈페이지</p>	 <p>다양한 체험 행사</p>
 <p>이천도자기축제 행사장</p>	

다. 전남 완도 - 장보고 : 콘텐츠 개발을 통한 지역 마케팅

- 전라남도 완도는 대도시와의 접근성이 어렵고 홍보 및 투자가 열악하여 지역발전이 관광객 유치의 어려움이 있었다. 이를 해결할 방법으로 장보고라는 콘텐츠를 기반으로 지역 마케팅을 선택하였다.
- 최근 [2004~2005] 장보고라는 인물을 통하여 역사드라마가 제작·방영되었으며, 방송사와도, 군의 지원[150억원(방송사 100, 도비 25, 군비 25)]으로 통일신라시대의 황궁, 저자거리,

포구시설, 신라방 등이 복원되고 건립되었다. 또한 청해진 역사공원 조성 및 성역화사업[669억원]으로 청해진유적지와 연계한 대표적인 해양관광명소로 개발되었고 장보고를 축제화하였다.

- 이러한 콘텐츠 개발은 21세기 신 해양시대 해상왕 장보고의 위업계승과 전 국민에게 알리는 산교육장이 되었고 역사드라마‘해신’을 통하여 관광명소화 구축을 통해 지역주민 소득증대 및 지역경제 활성화에 기여하였다.

[표 2-15] 전남 완도 상품개발 및 디자인 활용 분야 사례

 <p>신라방, 소세포 등 세트장건립</p>	 <p>장보고축제 홈페이지디자인</p>
 <p>장보고 PC게임</p>	 <p>방송매체 장보고드라마 제작</p>

라. 전북 부안 - 이순신 : 콘텐츠 개발을 통한 지역 마케팅

- 전라북도 부안은 전남 완도와 같이 대도시와의 접근성과 홍보가 열악하여 투자환경이 열악하고, 관광객유치가 어려워서 지역발전이 낙후되어가고 있었다. 역사드라마 ‘이순신’의 현지 제작을 통한 관광의 명소화를 이용하여 관광객을 통한 지역주민 소득증대 및 지역경제 활성화에 크게 기여하였다.
- 이순신 역사드라마 제작으로 조선군진지, 왜군진지, 전라좌수영, 선박건조 등이 [350억원(방

송사 300, 도비 35, 군비15) 건립되었으며 이후 ‘불멸의 이순신, 방송미술대전’등 이순신의 위업계승을 전 국민에게 알리는 산교육장화가 되었다. 또한 모바일 게임 등을 이용하여 디지털 콘텐츠 산업에 활용하였으며, 이순신이라는 트렌드를 만들게 되었다. 이로 인해 관광객이 늘어났으며, 궁극적으로 지역경제 활성화가 이루어졌다.

[표 2-16] 전북 부안 상품개발 및 디자인 활용 분야 사례

 <p>세트장건립 및 문화재복원</p>	 <p>불멸의 이순신 홈페이지디자인</p>
 <p>이순신 모바일 게임</p>	 <p>방송매체 이순신드라마 제작</p>

2. 국외 지역개발 사례

- 선진국 및 개발도상국에서 추진하고 있거나 현재 진행 중인 지역문화를 기반으로 한 특화전략 현황 및 동향은 지역 특성에 부합되는 유·무형 문화유산을 근대화 이후부터 자연스럽게 일관성 있게 특성화, 디자인화, 산업화하여 경제적 가치를 높여 왔다. 특징을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 근대화 이후부터 축적된 문화산업의 노하우와 첨단 정보통신 기술을 결합하여 유·무형 문화 자산의 고품질, 초정밀 디지털 자료를 구축하고 첨단 디자인기법을 사용하여 다양한

문화자원의 디자인 상품을 개발하는 기반을 조성하고 있다. 또한 문화자산을 시각자료화하고 첨단 디자인 기법으로 캐릭터화하여 영화, 방송 영상, 음반, 게임, 애니메이션, 테마파크, 상점, 이벤트행사 등의 제작과 디자인에 체계적으로 활용하도록 함으로써 시너지효과를 극대화하고 있다.

둘째, 특산물을 중심으로 기념품을 개발하고 자연과 특징있는 도시 경관을 조성하여 자원화하고 있다. 싱가포르와 홍콩은 오랜 동서양 문화가 접목된 역사를 바탕으로 도시전체를 관광지화하여 지역경제 부흥에 성공적 사례를 보여주고 있다.

셋째, 지역문화자원의 개발과 산업화를 위해 정부차원의 지원제도를 마련하고 있으며, 지역별 특성에 따른 축제 또는 이벤트를 자원화하여 지역경제의 활성화를 도모하고 있다.

[표 2-17] 지역문화 활성화를 위한 국외사례

사례지역		주체	방법
영국	런던 도클랜드	-London Docklands Development Corporations	-역사적 건물 보존,문화시설물 -축제개최
	브리스톨	-Bristol Cultural Planning Ltd	-예술·오락지구 flagship
	글래스고우	-Glasgow's Mills Better -Glasgow Action/Glasgow Development Agency/Scottish Development Agency/Scottish Enterprise(의원+관료+기업)	-이벤트 -홍보캠페인
	셰필드 돈밸리	Sheffield Economic Regeneration Committee	-스포츠행사
미국	피츠버그	-민관합동	-홍보물을 통한 캠페인
	클리블랜드	The Greater Cleveland Growth Association(캠페인조직: The New Cleveland Campaign)	-홍보물을 통한 캠페인 -문화시설건축
네덜란드	로테르담	지방당국(Water City'도심 재활성화 계획, 슬로건: 'Manhattan on the Maas')	-문화·오락시설 -홍보물이용
일본	노보리베츠시 등	지방당국(스포츠이벤트/박람회/축제 등)	-장소마케팅,이벤트행사 등

가. 영국 - 런던 도클랜드(Docklands) : 이벤트 개발을 통한 문화공동체 구축

- 영국 도클랜드는 1960년대 이래 런던에서 가장 낙후된 지역이었다. 그러나 낙후되고 과밀한 도시주변 지역을 1980년대 초반부터 1990년 초반까지 단기간에 상업 및 업무지구로 개조하여 런던의 전반적인 경쟁력이 향상된 지역이다. 기존의 공공부문 중심으로 개발하는 전통적인 도시계획 기법에서 탈피하여, 민간부문 중심의 시장원리를 기반으로 하는 신자유주의적 도시계획 기법으로 [약14조원(공공부문 2조원, 민간부문 12조원)이 투입] 재개발되었다. 경전철, 런던시티공항 개발 등의 완벽한 교통망의 인프라 구축으로 대규모 민자유치와[81년 이후 1천 4백여 개의 국내외기업이 진출] 4만여 개의 일자리 창출로 국제적 무역 중심지로 성장하였다.

또한 지역적인 특성을 살린 주택이 개발[1만6천여 호의 주택신축]되었으며 인구가 10년 사이 약 4만에서 6만4천여 명으로 56% 증가되었다.

- 템즈강을 중심으로 한 런던항의 도클랜드는 7곳(West India, East India, Millwall, London & St. Katharine, The Royal, Surrey Commercial, Tilbury)으로 구성되어 있다. 이 지역들은 부두시설이라는 공통점을 지니고 있지만, 부분적으로 지역의 역사성과 Landmark적 특성을 각기 달리하고 있어, 이를 보전하면서도 재개발을 추진하는 전략이 실행되었다
 - 1) 역사적 건물의 보존 (예, Tower Bridge) : 역사교육의 장, 관광장소, 이곳을 중심으로 각종 축제 개최
 - 2) Dock 구조물과 Crane : 지역의 상징물로 보존
 - 3) 도클랜드 박물관
 - 4) 도클랜드 경전철
 - 5) 런던시 공항
- 도클랜드 개발의 경우는 광범위한 주민조직의 저항이 일어나면서 차이의 정치, 대항담론이 형성된 대표적인 사례이기도 하다. 예컨대 Joint Docklands Action Groups, Docklands Forum, The Docklands Community Poster Project 등의 대항 조직을 통해, 다양한 홍보물 제작 및 이벤트(예컨대, The People's Armada to Parliament라는 강변 이벤트)들이 이루어졌고, 이들은 다양한 지역주민의 차이가 인정되고, 서로간의 커뮤니티가 형성되는 새로운 문화공동체를 추구함으로써 지역 정체성을 확보하고자 하였다.¹³⁾

나. 영국 - 브리스톨(Bristol) : 예술지구 형성을 통한 경제 활성화

- 1980년대 후반 시작된 경제 불황으로 새로운 서비스부문 직종들이 심한 타격을 받게 되자, 브리스톨은 투자와 일자리 경쟁에서 뒤처지게 되었다. 이러한 위기에 대응하기 위하여 TBI(The Bristol Initiative: 상층의 기업 인사들로 구성된 전국적 지방기업조직)라는 조직이 결성되었다. 이들 회원들은 지방경제를 뒤흔드는 사람들로 구성되었으며, 거대 다국적 기업과 금융 및 부동산 서비스 기업들과 민영화된 시설업체들의 대표들이다. 이들은 문화전략에 관심을 가져서, 시의회 및 남서부 지역예술이사회와 공동으로 도시의 새로운 문화전략을 기획하는 컨설턴트 팀에 기금을 제공하였다. 이 팀의 최종보고서는 브리스톨이 연극, 현대미술, 사진, 오디오-비주얼 산업, 박물관에서 강세임을 밝히면서, 예술이 지역사회 발전에 기여함을 강조하였다. '브리스톨 문화계획 주식회사(시의회+기업+예술분야 대표의 합작회사)'가 전략주체로 구성되었고, 지역 문화의 장소마케팅은 본격화되었다. 마케팅의 주요 방식은, 도시 도크의 재개발과 연계된 새로운 '예술/오락지구(Arts and Entertainment Zone)'와 같은 여러 선봉(flagship) 프로젝트로 진행되었다.¹⁴⁾

13) Goodwin 1993; Dunn & Leeson 1993 참조, 재구성

14) Basset 1993 참조, 재구성

다. 영국 - 글래스고우(Glasgow): 이미지 캠페인과 도시 재개발의 결합

- 글래스고우는 마케팅 전략의 가장 유명한 사례로, 'Glasgow's Mills Better'라는 캠페인을 통해 시작되었다. 특정한 유형의 시장·관광·서비스산업을 겨냥하였고, 도시경제를 촉진하는 수단으로서 상징적 이벤트들과 예술에 대해 관심을 보였다. 한편 외부적 도시이미지의 개선과 더불어, 지역주민의 애향심을 부추기는 내부적 소비에도 관심을 지녔다. 이러한 캠페인과 더불어 중심지역의 강화와 공항 등의 도시하부구조 개선에 초점을 둔 개발전략을 결합시킴으로써 마케팅 효과를 극대화하였다.¹⁵⁾

라. 미국 - 피츠버그(Pittsburgh) : 홍보물을 통한 지역 이미지 재구축

- 피츠버그의 마케팅 주요 방식은, 마케팅 캠페인 조직을 통한 홍보물 즉, 매력적인 브로슈어, 정보 패키지, 비디오 등의 제작이었다. 그 내용은 사업과 주거생활을 위한 이 도시의 자산들이 무엇인가를 설명하는 것이었다. 1985년 피츠버그는 '미국에서 가장 살기 좋은 도시' 1위로 선정되었다. 피츠버그 공항에는 대문짝만한 현수막들이 들어섰고, 선물상점에는 "우리는 #1"이라고 새겨진 일상용품들(티셔츠, 머그잔, 열쇠고리)이 진열되었다. 한편, "피츠버그에서 사는 까닭, 즉 풀이 더 푸르고 하늘이 더 파란 101가지의 이유; 공기가 맑다, 범죄로부터 안전하다, 새 집을 구하는데 비용이 싸다, 미국에서 1인당 골프코스가 제일 많다...", "피츠버그는 미국에서 현관이 있는 유일한 도시다. 피츠버그에는 영광과 드라마라는 현관을 통해 들어간다"(New York Times) 등의 전형적인 선전문구가 제시되었다.¹⁶⁾

마. 미국 - 클리블랜드(Cleveland): 지역 이미지의 재구축

- 클리블랜드 주요 신문인 Plain Dealer의 발행인은 '新 클리블랜드 캠페인(The New Cleveland Campagin)'을 만들어 기금을 모집하였다. 이 단체의 역할은 도시마케팅과 지역 이미지의 개선이었다. 주요 PR기업들 또한 캠페인의 역할을 맡았고, 화려하고 세련된 판촉자료들이 만들어져 미국 전역에 보내졌다: '클리블랜드의 전망(The Cleveland Perspective)'이라는 패키지 광고물, '문명화된 도시들이 남아 있는가? 클리블랜드의 견해'(클리블랜드시의 문화/레크레이션 시설에 대해 상술), '미국은 1990년에도 세계를 이끌 것인가? 클리블랜드는 힘차게 그렇다고 말한다'(클리블랜드의 경제환경과 사업 잇점에 대해 기술) 등, 이러한 클리블랜드 캠페인의 혁신적 측면은 시장을 세분화하여 도시로 끌어들이고자 하는 특정한 집단들(예컨대 여피용 혹은 여성용)에게 호소하는 것이다. 이러한 마케팅의 결과, 1984년 클리블랜드는 PR Society of America 로부터 최고상을 받는다. 88년 여론조사에서도 응답자의 82%가 이미지가 향상되었다고 말했고, 76%는 클리블랜드의 미래가 낙관적이라고 대답했다.

15) Paddison 1993 참조, 재구성

16) Holcomb 1993 참조, 재구성

한편, 이러한 이미지 향상 전략과 더불어, Playhouse Square(미국 최대 극장 복구사업), 록 크롤 명예전당, 돔구장 등의 클리블랜드 도심재개발이 수행되었고, 이로 인해 클리블랜드의 도시이미지는 중공업중심에서 기업본사의 중심지로 변화되었다.¹⁷⁾

바. 네덜란드 - 로테르담 : 도심 재활성화

- 네덜란드는 '물의 도시(Water City)'라는 주제를 가지고 광범위한 도심 재활성화 계획을 추진하였다. 이는 텅빈 해안지역(water front)을 문화적·오락적인 어메니티를 지니는 장소로 재이용할 뿐만 아니라, 'Manhattan on the Maas'라는 슬로건 하에, 공업도시 이미지를 개선하는 것을 주목표로 하였다. 도시정부가 마케팅전략을 주도적으로 행사하고 있고, 특히 마케팅 조직에 있어 새로운 조직을 만들기 보다는 기존 도시정부의 조직체계를 활용하여 마케팅 전략을 추진하고 있다.¹⁸⁾

사. 프랑스 : 미술관, 박물관을 통한 아이덴티티 전략

- 프랑스는 예술과 패션의 나라로 널리 알려지고 인식되어있다. 프랑스는 예술의 나라에 걸맞게 미술·음악·문학 등 다양한 방면에서 많은 명작을 찾아볼 수 있고 프랑스에는 약 2,500여 개의 크고 작은 미술관과 박물관이 있으며, 해외 프랑스 화원을 중심으로 외국인에게 볼거리를 보급하는 동시에 프랑스의 음악, 미술, 공연, 영화 등 다양한 프로그램과 행사를 경험할 수 있는 기회를 제공함으로써 '예술의 나라', '패션의 나라'라는 국가브랜드 아이덴티티를 지켜가고 있으며, 많은 사람들의 마음속에 프랑스는 자유와 낭만이 넘치는 나라로 이해된다. 이렇게 지역이 가진 문화를 미술관 박물관으로 옮겨 정착시킨 대표적 성공사례라고 할 수 있다.

아. 일본 - 노보리베츠시, 아사히가와, 오타루 : 지역 장소마케팅 및 이벤트 마케팅

- 노보리베츠시는 인구 54,993명 (2003년), 24,249가구로 구성되어 있으며, 시의 중심이 되는 산업은 관광산업이다. 지금부터 약 210년 전 생겨난 화산온천 관광지로써 2002년도 통계에 의하면 3,449,277만의 관광객이 찾아온 온천 관광지로 유명하다.

17) Holcomb 1993 참조, 재구성

18) Ashworth & Voogd 1990 참조, 재구성

[표 2-18] 노보리베츠시 지역개발디자인 사례

 <p>거리환경디자인</p>	 <p>랜드마크디자인</p>
 <p>관광안내소 건축물 디자인</p>	 <p>캐릭터 문화관광 상품디자인</p>
 <p>문화관광 상품디자인</p>	 <p>문화관광 상품디자인</p>

○ 다음으로 일본해의 이시키리 만의 오타루는 인구 146,717명의 중소도시이다. 청어잡이로 번창했던 곳으로 그 이후에는 삿포로의 외향으로서 외국선이 정박하는 항구도시로 발전되었다. 오타루 시 박물관 주변에는 유리공예와 오르골의 미니 갤러리 등의 가게가 밀집되어 있다. 오타루가 유리의 거리로서 알려진 것은 19세기 후반이며, 석유램프와 어망부이의 제조로 번성하였으나 한때는 수요의 감소와 함께 쇠퇴, 다시 주목을 받은 것은 1970년의 일이며, 지금은 인테리어 소품과 식기 등이 인기를 끌고 있다.

[표 2-19] 오타루시의 지역개발디자인 사례

 <p>오타루운하의 옛 모습</p>	 <p>오타루운하의 개발 후 모습</p>
 <p>시가지 정비 및 거리환경디자인</p>	 <p>역사적 건축물 리디자인</p>
 <p>관광안내소 디자인</p>	 <p>유리공예를 소재로 한 문화관광 상품디자인</p>
 <p>유리공예 디자인</p>	 <p>오르골을 이용한 문화관광 상품디자인</p>

○ 다음으로 아사히가와 시는 인구 363,205명의 홋카이도에서 2번째로 큰 도시이며 주요자원인 나무를 바탕으로 지역 경제성장을 위해 목재산업을 택하였고 목제품 매출액이 도시 전체 매출의 23%를 차지하고 있다.

[표 2-20] 아사히가와시의 지역개발디자인 사례

 <p>목재를 소재로 한 문화관광 상품디자인</p>	 <p>목공예 디자인</p>
 <p>목재를 소재로 한 문화관광 상품디자인</p>	 <p>목가구 디자인</p>

○ 또한 일본의 여러 도시들은 ‘이벤트의 천국’이라 할 만큼 이벤트 행사를 통한 장소마케팅이 활발히 이루어지고 있다. 이러한 전략들은 주로 ‘세계도시화’ 전략의 이름으로 최근 많이 행해지고 있다. 한 예로 札幌市의 경우는 국제스포츠 이벤트, PMF(Pacific Music Festival), 札幌 국제건본 시장, 21세기 국제 박람회, 札幌 국제디자인상, 札幌 눈축제 등의 다양한 행사를 벌이고 있다. 이러한 이벤트 행사는 도시정부 당국이 주도하고 있고, 지역경제의 활성화를 주목표로 하면서 지역이미지 창출을 통해 독특한 지역정체성을 확립하고자 하는 목적을 지니고 있다. 札幌市 외에도 거의 모든 도시들이 이러한 이벤트 전략들을 활용하고 있다.¹⁹⁾ 또한 1987년부터 시작된 고향 만들기 사업을 통해 <니꼬에도 빌리지>, 후쿠호카의 <카넬시티>, 이와테현의 <그랜드-에코디자인> 등은 대표적으로 일본의 지역문화를 기반으로 디자인 특성을 특화모델로 개발된 좋은 사례라고 할 수 있다. <그랜드-에코디자인>의 사례의 이와테현은 이야기가 있는 고향만들기 프로젝트를 추진하면서 지역 전문가들이 보유하는 전통공예기술을 이용하여 질 높은 상품을 개발하기 위한 ‘이와테 고향학(故郷學)’ 프로그램을 개설하고, ‘이와테지역 전체를 에코 박물관화’하자는 구상으로 환경보존과 창조를 위한 정책을 추진해 나갔다. 이외에도 총체적인 일본의 지역개발은 농림 수산업의 가공품으로부터 지역공예품, 관광·이벤트 산업, 환경관련 산업에 이르는 다양한 분야에 풍족한 자연과 역사·풍토를 접목시켜 세계적으로 고급화된 지역브랜드를 만들어 나갔으며 천해의 조건인 산과 바다와 온천 그리고 눈의 축복을 받은 지역으로 사계를 관광 상품화하고 있다.

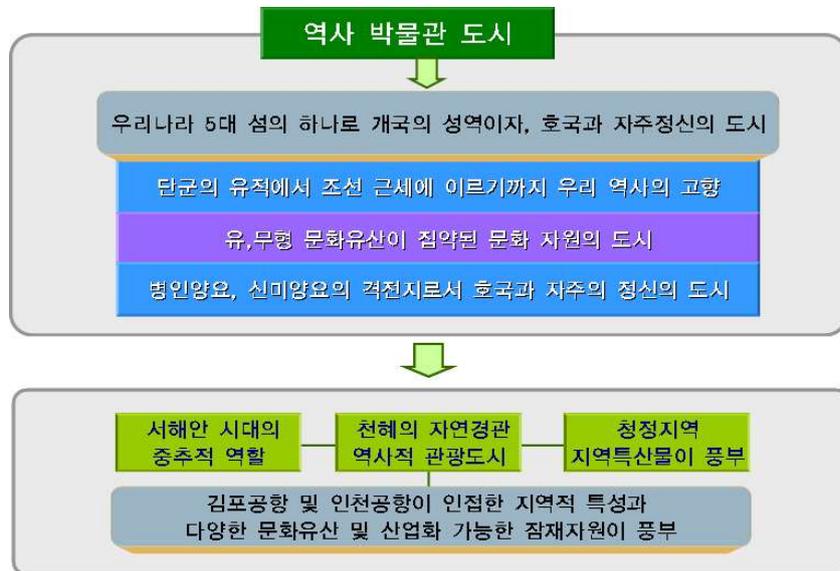
19) 일본 국토청 지방진흥국, 1995 참조, 재구성

제 3장 현황조사 및 분석



제 1 절 일반적 현황

- 강화도는 우리나라 5대 섬 중의 하나이며, 선사시대부터 근대에 이르기까지의 문화재가 고루 분포되어 있어 고고학적 관점에서 한국의 야외 박물관의 성격을 띠고 있다. 단군성조의 유적과 수많은 외침에도 불구하고 국가를 지킨 역사성과 고려조 39년의 왕도, 서구제국의 개방 압력에 얽힌 한민족 현대역사의 현장이다. 우리나라의 개항이 강화도 조약에 의하여 시작되었다는 점에서 강화도는 한강, 임진강, 예성강 진입로로서 한반도의 중심에 위치한 역사적으로 중요한 곳임을 알 수 있다. 특히 남북통일이 되는 미래에는 물류, 유통, 관광 등 산업전반에 발전하기 좋은 위치에 있기 때문에, 경제적으로도 중요한 위치라고 할 수 있다.



[그림 3-1] 강화도의 특성

- 강화도 지역문화자원의 디자인 산업화 전략을 위한 사전조사를 위하여 강화도의 모든 여건을 두 가지 영역으로 나누어 조사하였다. 1차 조사 영역은 강화도의 전반적인 환경에 대한 조사 내용이다. 지리적 특성, 인구, 문화시설 등이 해당된다.

1. 일반적 특성

- 강화도의 일반적 환경의 특성을 파악하기 위하여 강화도의 지형, 지세와 대도시와의 접근성, 배후 농어촌과의 연결성 등을 포함한 지리적 특성을 분석하였고, 성장엔진의 밑받침이 될 수 있는 인구규모, 인구수 변화추이, 강화도 지역별 인구분포도 등과 교육, 문화 등의 주거생활과 문화 수준을 조사, 분석하였다.

가. 지역적 특성

- 강화도는 우리나라 5대 섬 중의 하나로서 강화군은 강화도를 비롯하여 교동도, 석모도, 볼음도, 주문도 등 유인도 11개 섬과 무인도 18개 섬으로 이루어져 있다. 1995년부터 인천시에 편입되어 있으며, 경기도 서쪽에 자리 잡고 있다. 동쪽은 김포군과 서쪽은 연평 바다와 남쪽은 영종열도와 북쪽은 연백, 개풍군과 마주하고 있으며 동경 128°2'에서 128°30'사이와 북위 37°31'에서 37°48' 사이의 타원형의 섬으로 본도 이외에 26개의 크고 작은 섬으로 이루어져 있다. 본도의 북쪽은 해안까지와 거리가 28Km이고 동서는 16Km(40리)이며 주위는 112Km(287리)이다. 주위의 섬은 각각의 거리를 합하면 동서가 15,700m 남북이 27,490m. 해안선의 총 연장이 247,070km이며 본도와 섬의 총 면적은 406.65km² 이다.



[그림 3-2] 강화도의 행정구역

- 강화도는 도서지역이 갖고 있는 환해성, 격절성, 협조성 등 자연적 특수성으로 인하여 오지의 형태를 벗어나지 못하고 있으며 특히 수도권과 접경지역 범위에 속함으로서 수도권정비계획법 및 군사시설보호법 등에 저촉을 받아 지난 30여 년간 개발이 억제되어 왔다. 따라서 전국 시·군 중 강화군의 낙후도는 1985년 조사대상 전국 192개 시·군 중 75위였으며, 1998년에는 조사대상 170개 시·군 중 127순위로 지역의 낙후도가 타지역에 비해 상대적으로 더욱 낮아지는 결과를 초래하고 있는 실정²⁰⁾이다.
- 강화도는 북쪽의 별립산, 봉천산에서 고려산, 진강산을 거쳐 남단의 마니산, 길상산까지 자연경관의 축을 이루고 있으며, 강화본도의 서, 남단해안은 경관적 가치와 생태학적 가치를 동

20) 인천광역시, 강화종합발전계획 요약보고서, 2001, p11

시에 갖춘 해안경관축을 형성한다.

- 강화군의 지형 구조는 해수면의 상승과 육지의 침강에 의해 형성된 것으로 표고 20m이하가 약 57.7%를 점하고 있고, 산지는 250m~470m의 낮은 표고로 형성되어 있어 개발가능지가 전체의 약 76.6%를 점하여 있다. 또한 경사도 5% 이하의 지역이 전체의 약 62.9%로 교동면, 삼산면에 많고 도시 발전계획 차원에서 개발 가능한 경사도 15% 이하인 지역은 전체의 72.5%에 달하고 있으나 실제 토지이용 차원에서는 문화재보호구역, 군사시설보호구역, 성산(聖山) 및 우량농경지 등 개발에 제한적 요소가 많다.²¹⁾

[표 3-1] 강화지역의 가용토지자원 분석

행정구역 면적	내 용			개발불능지	개발억제지
	소계	기개발지	미개발지		
410.59	135.25	29.35	105.90	138.21	137.11

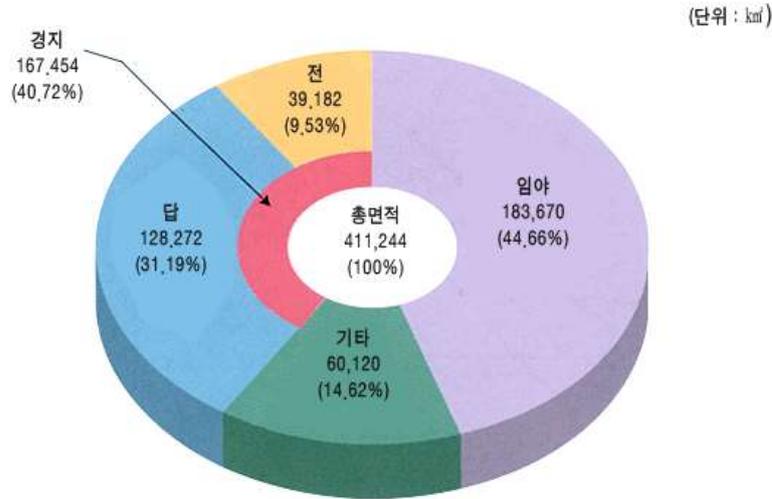
나. 토지 및 기후

- 강화군의 토지이용 구조는 임야가 45%, 농경지가 41.4%로 산림이 발달한 가운데 평야지대 대부분이 농경지로 이용되고 있다. 특히 농경지 중 76.5%가 논으로 미작중심의 토지이용이 이루어지고 있으며, 산과 농경지 그리고 그 하단부에 취락이 형성되어 있는 전형적인 농어촌 지역으로 형성되어 있다.

[표 3-2] 강화군의 토지이용 현황 1

구 분	내 용
총면적	441km ² (인천광역시의 42%)
부분면적	농경지 167km ² (41%) / 임야 183km ² (44%) /기타 61km ² (15%)

21) 인천광역시, 강화종합발전계획 요약보고서, 2001, p8



[그림 3-3] 강화도 지역의 토지이용 현황 2

○ 강화도는 해양성 기후의 특징을 띠며 같은 위도의 내륙지방보다 따뜻해 농작물이 잘 자랄 수 있는 환경이다. 연평균기온은 11.2도C, 1월 평균 기온은 -4.7도C, 8월 평균기온은 25.9도C 이며 연 강수량은 1143mm 이다. 주위에서 염기가 섞인 바닷바람이 많이 불어 나쁜 공기를 항상 깨끗하게 해주며 섬이기 때문에 바다로 빗물을 흘려보내야 데 물이 빠지는 거리가 짧아 큰 비가 와도 홍수 피해가 거의 없다. 강화도의 특산품 중에 하나인 인삼 등은 기후, 토양 등 환경 조건이 무척 까다롭지만 강화도의 천혜의 자연조건 덕분에 재배가 매우 적합하며 용이하고 그 우수성을 세계적으로 인정받고 있다.

[표 3-3] 강화도의 일기일수(2003년 기준)

구분	내용											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
월												
강수량 (0.1mm이상)	5	5	8	10	4	12	15	15	8	6	10	2

자료 : 인천기상대

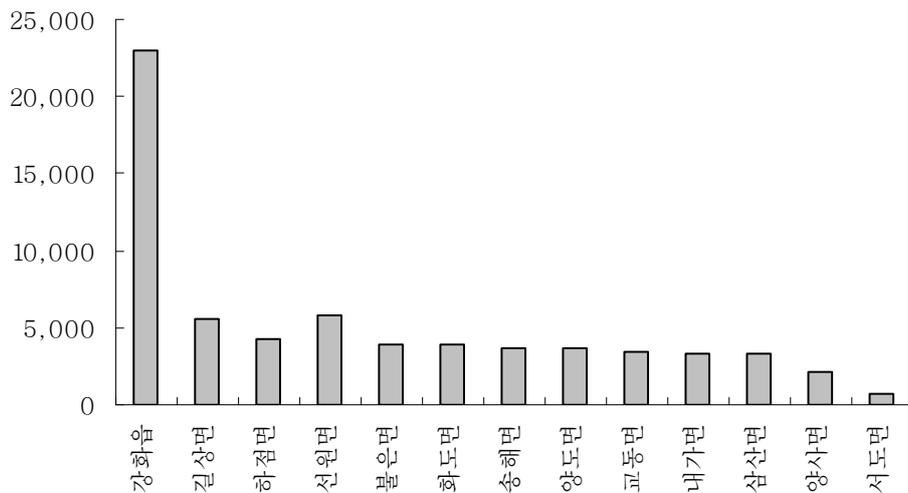
[표 3-4] 강화도의 기상개황

년도	기온(°C)					강수량 (mm)	상대습도		일조 시간 (h)	이슬 점온 도	바람	
	평균	평균 최고	극점 최고	평균 최저	극점 최저		평균	최소			평균 풍속	최대 풍속
2000	10.6	15.6	33.8	6.16	-14.6	1,117.2	67	14	1,726.8	4.3	1.8	12.7
2001	10.8	17.5	33.6	9.36	-22.1	1,144.5	64	13	3,357.7	3.7	1.5	9.1
2002	10.8	15.9	34.3	6.2	-15.8	1,156.5	64	13	2,650.6	3.9	1.9	10.4
2003	12.5	17.0	9.1	31.0	-14.1	1,702.2	69	14	1,963.6	6.6	2.4	13.1

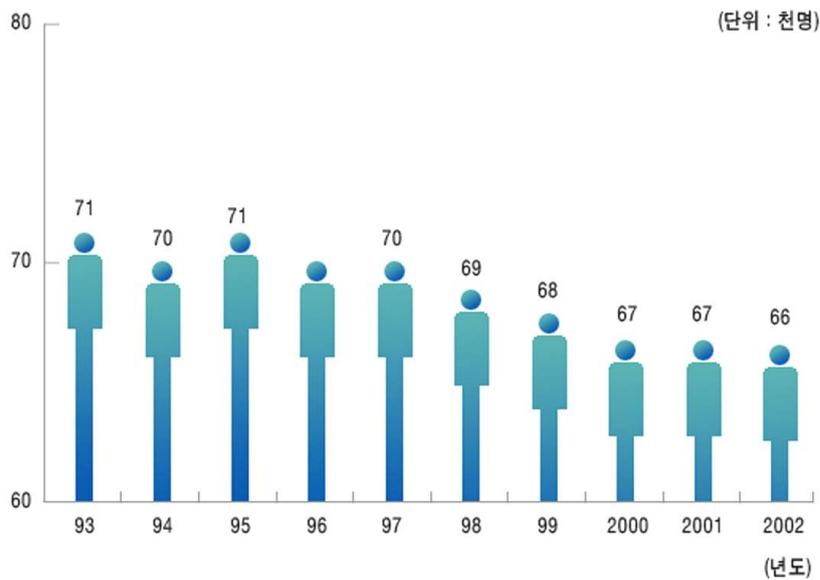
자료 : 인천기상대

다. 인구

- 강화군의 인구는 총 65,698명으로 남자 32,667명, 여자 33,031명이고 강화읍에 35%가 넘는 인구가 분포되어 있으며 그 외 지역은 10%가 안 되는 것으로 나타났다. 또한 인구 증감 추이를 살펴보았을 때 전년대비 0.7% 정도 인구가 감소되고 있음을 볼 수 있다. 인구감소에 대한 이유로는 여러 가지가 있으나 급격히 변하는 현대 사회에 대한 지방지역의 전형적인 현상이 포함된 것으로 보여 진다.(단위 : 명)



[그림 3-4] 강화군 인구분포도 (2004년도)



[그림 3-5] 강화군 인구추이

라. 교육 및 문화

- 강화도 내의 대학은 인천가톨릭대학교, 가천의과대학, 안양대학교 강화캠퍼스가 있다. 인천가톨릭대학교와 가천의과대학은 대학의 특성화를 통해 한 가지 분야에 대한 전문적인 대학으로 자리매김 하고 있다. 현재 안양대학교 강화도캠퍼스의 학과 중 강화도 지역문화 자원의 산업화에 관련된 학과가 관광경영학과를 제외하고는 없다. 이러한 상황을 살펴볼 때 강화도 내의 대학 중에서 디자인 산업화에 접근할 수 있는 대학의 부재는 강화도 디자인 인프라반에 큰 문제점으로 지적되고 있다.

[표 3-5] 대학교 (2004. 단위: 개, 명, 1000㎡)

대학별 및 연별	대학수	단과 대학수	학과수	학생수			교수수		
				계	남	여	계	남	여
가천의과대학	1	1	2	256	172	84	180	148	32
인천가톨릭대학	1	1	2	322	198	124	24	20	4
안양대학	1	1	4	261	168	93	24	18	6
2004 합계	3	3	8	839	538	301	228	186	42

자료: 가천의과대학, 인천가톨릭대학, 안양대학

- 아직 발전 단계의 학교이지만 농업기술센터 안에 강화군 농업대학이 자리 잡고 있다. 아래의 표는 농업대학에 대한 현황이다.

[표 3-6] 강화도 농업대학

구 분	세 부 현 황
교훈	진취하는 농민 활기있는 농촌 경쟁하는 농업
교육방향	품목별 이론강의 및 실기, 선진지 현장견학 등 전문 교육 실시 농업기술의 기초이론 및 전문기술교육으로 분야별 전문농업인 양성 타 성공한 농업인의 접촉기회 제공으로 경영의 합리화 도모
교수부	식량작물학, 원예학, 재배학, 토양비료학, 특화작목, 작물보호학(해충학/병리학), 관광농업, 원예학 각론, 농업기계, 농업정보화
강의실	제 1, 2, 3 강의실
부속실	전산실, 조직배양실, 기본예찰실, 가축질병진단실, 농기계임대은행, 농산물가공교육장, 약썩가공실, 농업도서관

- 강화군의 지역 문화시설 현황은 문화단체 12개, 복지시설 19개, 교육시설 69개, 여행·숙박·레저 86개로 나타났다.

[표 3-7] 강화도 지역 문화시설 현황

구분	분류	내용	합계
문화단체	미술관	더리미미술관, 전원미술관, 심은미술관	3
	박물관	곤충박물관, 강화은암자연사박물관, 강화역사관, 강화군농경 문화관	4
	도서관	강화군립도서관	1
	화랑	갤러리프랑스인, 갤러리한마당, 코스모스갤러리	3
	공공 공연장	-	1
복지시설	복지회관	노인복지회관, 여성복지회관, 우리마을, 성안나의 집, 계명원, 강화정신요양원	11
	군민회관	강화문예회관	1
	청소년회관	강화청소년수련관, 강화학생체육관	2
	문화원	문화의집, 강화문화원, 문예회관	3
	군민체육시설	강화공설운동장, 길상공설운동장	2
여가시설	숙박시설	민박 및 여관, 모텔, 호텔 등 다수	84
	야영장	인천광역시학생종합수련원국화리학생야영장, 함허동천시범야영장	2
교육기관	유치원	국립, 공립	23
	초등학교	국립, 공립	22(1)
	중학교	국립, 공립	10(1)
	고등학교	국립, 공립 일반계/실업계	8
	대학교	인천가톨릭대학교, 가천의과대학, 안양대학교 강화캠퍼스	3
	대학원	인천가톨릭대학원	1
언론매체	메스미디어	중계유선	4
	인쇄 및 기록매체	서적출판업	2
	상업인쇄업	-	4

마. 교통

○ 강화도의 교통 현황은 육상교통과 해상교통으로 나누어지고, 육상교통은 일반교통과 대중교통으로 나눌 수 있다. 일반교통은 48번국도(강화-제1대교-김포-서울)와 84번 지방도(강화-제2대교-북항)가 있는데, 99% 이상 도로 포장으로 육상교통이 잘 발달되어 있다. 강화도는 급증하는 관광객 수용과 지역 간 교통수요의 도심 진입 억제 및 외곽 처리를 목적으로 국도 48번국도 강화 진입부를 개발하고 있으며, 48번 국도와 84번 국도의 확충 계획을 가지고 있다. 도로경관은 국도 48호선 강화 진입부를 제외하고는 자연경관, 농촌경관이 양호하게 조성되어 있다. 대중교통으로는 인천과 부평 등 강화도 인접지역 뿐 아니라 계산, 안양에서 강화도로 연결되는 버스가 운행 중이며, 또한 서울지역인 신촌, 영등포와 연결된 대중교통도 운영 중에 있다. 그러나 강화도는 자가용 없이 대중교통으로 관광을 하기에는 매우 힘이 들며 어려운 상황이다. 또한 강화도 전문 안내센터도 부족한 실정이다. 이런 점을 고려해 볼 때 물론 점점 개선이 되고 있기는 하지만 강화도 내에 기차나 지하철이 연결되지 못하는 점을 고려해 교통시설환경 개선과 주차시설 등에 대한 정비에 많은 관심이 요구된다.

[표 3-8] 주차장 시설 현황

연별	합계						노상	
	계		공영		민영		공영	
	개소	면수	개소	면수	개소	면수	개소	면수
2000	286	8,524	50	2,896	236	5,628	1	232
2001	318	6,786	50	2,896	268	3,890	2	276
2002	357	6,730	15	1,641	342	5,089	1	222
2003	427	7,671	18	2,099	409	5,572	2	352

자료 : 강화군청 경제교통과

강화도 해상 교통은 육상교통의 발달로 예전에 비해 활용 폭이 줄었으나, 강화도는 해상교통의 확충을 위해 연안항의 선착장 및 물양장 시설확충 계획을 계획하고 있으며, 월미도~영종도~강화항로 등 새로운 항로개설을 계획하고 있다.

바. 강화군 행정 현황

- 강화군은 한 개의 읍에 총 12면으로 구성되어 있으며 공무원은 총 647명으로 집계되었다. 강화군의 개괄적인 행정 현황은 다음 표와 같다.

[표 3-9] 강화군의 행정 현황

구 분	내 용
행정구역	1읍 12면 183리
행정조직	공무원 정원 : 647명(본청300, 직속.사업소141, 의회13, 읍면193)
지방의회	군의원 13명(3개 상임위원회)

강화군청에는 공식적으로 총 12개의 실과가 분포하고 있으며 각 과내에 부서를 세분화하여 업무를 분담하여 행정을 운영하고 있다. 읍별 공무원 현황을 살펴보았을 때, 강화도 행정의 중심인 강화군청을 제외한 각 읍에는 약 13~15명의 공무원이 고르게 분포하고 있다. 아래 [표]는 2003년 12월 31일 기준 강화군청 실과별 공무원 현황이다. 진하게 칠해진 문화관광과와 경제교통과 도시개발과는 강화도 지역문화자원의 디자인산업화와 가장 밀접한 관계를 가진 부서라 할 수 있다.

[표 3-10] 강화군청 공무원 현황 (2003. 단위 : 명)

연별 및 실과별	합계	정무직	별정직	특정직	연구사	지도관	지도사	기능직
2003	297	1	3	-	2	-	-	68
기획감사실	26	-	-	-	-	-	-	4
문화관광과	20	-	1	-	2	-	-	3
행정지원과	25	1	1	-	-	-	-	7
재무과	46	-	-	-	-	-	-	20
민원허가과	35	-	-	-	-	-	-	7
사회복지과	20	-	1	-	-	-	-	2
환경녹지과	26	-	-	-	-	-	-	4
농수산과	30	-	-	-	-	-	-	10
경제교통과	19	-	-	-	-	-	-	5
건설과	28	-	-	-	-	-	-	3
도시개발과	14	-	-	-	-	-	-	3
주민자치과	8	-	-	-	-	-	-	-

자료 : 강화군청 기획감사실

○ 현재 강화도 문화자원의 통합적인 발전과 개발, 디자인사업을 추진할 주무부서가 체계화 되어있지 못한 것은 강화도 지역 발전에 큰 장애 요인이라 할 수 있다. 아래의 [표]는 디자인 관련 주요 업무만 제시한 것인데 각부서의 업무량이 많고 주요 업무 이외에 관련 없는 업무도 상당량 존재한다. 이러한 문제들 때문에 현재 각부에 나누어져 진행되고 있는 강화도의 디자인 관련 사업은 효율성이 매우 떨어지고 있다고 할 수 있다.

[표 3-11] 강화군청 디자인 관련 부서별 업무

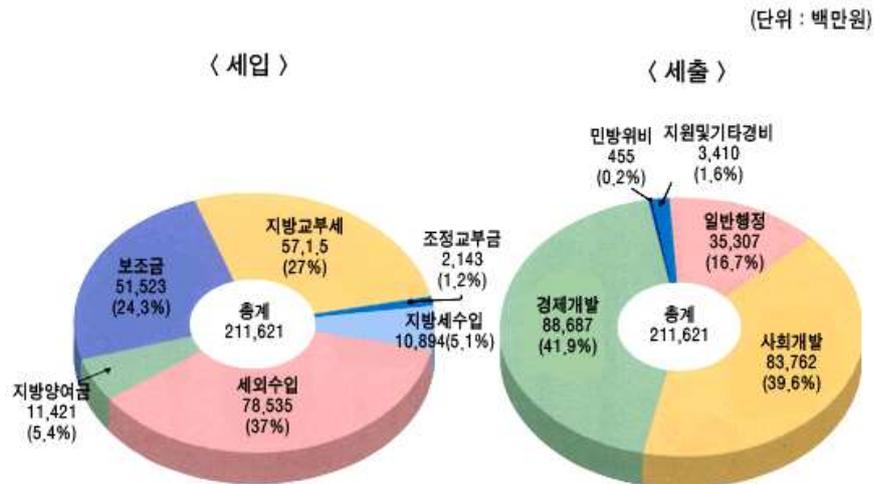
부서별	팀별	주요 업무
문화관광과	홍보팀	사회단체관리, 과내 예산, 도서관 관리업무, 군정의 홍보 및 보도, 강화소식지, TV.유선방송관리 등
	문화재	문화재 종합개발계획 수립 및 개정, 문화재 보호, 보수 사업, 문화재 안전관리 소방훈련 등
	관광기획	관광기획업무 총괄, 지역문화축제 지원, 관광안내판 유지관리, 자연사박물관 사업추진 등
	관광진흥	관광진흥업무 총괄, 관광자원 조사통계, 관광종합계획 수립 및 운영, 갯벌센터 관리 및 운영 등
	문화체육	체육회, 체육행사 관련 업무, 성화채화, 민원처리, 체육시설 설치, 지방문화예술의 진흥 등
경제교통과	지역경제팀	지역경제활성화 종합대책 수립, 고인돌캐릭터 업무, 화문석, 공예, 특산품 관리, 토산품판매장관리 등
	기업지원팀	중소기업육성 및 진흥관리, 공공근로사업, 에너지안전관리, 공산품 원산지표시 업무 등
	교통행정	교통행정 업무 총괄 교통수송대책택시 및 버스관련 업무 등
	교통지도	교통지도업무 총괄, 노상.노외 공영주차장 설치 및 관리
도시개발과	도시관리과	도시관리업무 총괄, 도시관리계획 지구단위계획, 온천개발, 국토이용확인원발급, 개발행위허가
	도시정비과	도시정비업무 총괄, 소도읍 육성 사업, 광고물 가로등 관리, 주택용자금
	그 밖에도 상하수도, 건축을 담당하는 부서가 있음	

사. 재정 현황

- 강화군의 재정 현황을 보면 사회개발비, 경제개발비에 많은 비중을 둔 것을 볼 수 있다. 강화군 역시 강화도의 개발과 발전을 위해 많은 노력을 기울이고 있음을 알 수 있는 부분이다.

[표 3-12] 강화군청 재정 현황 (2004, 단위 : 백만원, %)

구분	내 용	
예산규모	총계 161,205	
일반회계	세입	총계 158,505
	세출	일반행정비 35,217 사회개발비 61,287
		경제개발비 59,226 민방위비 291 지원 및 기타 2,484
특별회계	총계 2,700 (주택사업, 의료보험기금, 주민소득 및 생활안정기금, 주차장관리, 경영수익사업)	



[그림 3-6] 강화도의 예산 규모

아. 추진사업 현황

- 강화도에서 2003년도에 완료된 관광자원의 확충 사업은 농촌 전통테마(용두레) 마을, 마니산 상징조형물 설치, 농경문화관, 강화 갯벌센터 조성, 동막 유원지 정비, 강화산성(동문복원) 등이 축성되었다. 또한 문화 체육진흥사업은 지역축제개최(강화고인돌 문화축제, 개천대제, 고려산 진달래 축제, 강화새우젓축제, 삼랑성 역사문화 축제, 논두렁연꽃축제)와 전국규모의 체육대회가 유치되었다. 농·어업 경쟁력 제고 사업으로는 강화성쌀의 포장재 지원과 순무의 품종고정화 사업, 사자발약썩의 지적재산권 출원 및 상품개발, 강화인삼의 인삼배면적 확대와 강화인삼 명성 되찾기 사업, 길상 및 삼산권역 여촌 종합개발사업 등이 추진되고 있다. 현재 강화군에서 2005년도에 추진될 사업은 31개로 아래 [표]에 제시되어있다.

[표 3-13] 2005년 강화군 개발사업

구분	내용	지역
도로건설	국도 48호선 확장, 포장	하점면 신봉리~강화읍 갑곶리
	강화 해안순환도로 개설	강화군 해안 일원
	인천도심~온수간 도로 개설	인천도심과 강화 직접연결도로 개설 (국가지원지방도 84호선)
	강화읍 도시계획 도로개설	신문.관청지구 도시계획도로 확장, 포장
	교동로 연륙교 건설	양사면 인화리~교동면 봉소리
관광시설	관광농업타운 조성	농업기술센터 내 (농산물 전시장, 판매장, 가공시설, 식물원, 체험학습장)
	강화 고인돌공원화사업 추진	하점면 부근리 317번지 일원 (학술조사, 토지매입, 주차장, 휴게시설 및 조경)
	강화 영상단지 조성	선원면 연리 산4-1번지 (오픈스튜디오, 방송박물관, 해양박물관, 자동차박물관)
	강화 화문석문화관 건립	송해면 양오리 630-1일원 (완초공예 전시관, 공동작업장, 체험학습장, 영상홍보관)
	통제영 학당지 복원	강화읍 갑곶리 1045-1번지 일원 (1893년 설립된 우리나라 최초 해군학교 복원)
	강화 역사박물관 건립	하점면 부근리 일원
	제적봉 안보관광지 조성	양사면 북성리 제적봉 일원 (전망대, 전시시설, 주차장)
문학관건립	강화 문학관 건립	강화읍 관청리 일원 (수장고, 사무실, 문학.언론.정치인 조경희 전시실, 소장품전시실, 세미나실, 북카페)
어린이집 및 청소년 문화시설 확충	공공보육시설 확충	선원면 선행리, 길상면 초지리
	청소년 문화공원 조성	강화읍 신문리 일원
지역개발사업	강화 중앙시장 주차장 설치	강화읍 강화중앙시장 A,B동 일원
	신활력 사업추진	강화군 일원 (특화작목사업 선정 개발)
	강화읍 소도읍 육성사업	강화읍 일원 (강화 민속장 명소화 사업, 용흥궁 주변 공원화 사업, 강화역사탐방로 조성사업, 주민참여형 지역 가꾸기 사업)
	삼산온천 휴양지 조성	삼산면 매음리 (온천장, 호텔, 상가)
	강화 아일랜드스파 휴양지 조성	길상면 초지리 해안 일원 (해수사우나, 전망대, 갯벌체험.놀이.숙박시설)
	해강리조트(스키장) 건설	길상면 선두리 일원 (스키장, 하우스, 휴게소, 숙박시설)
체육시설확충	인조잔디구장 조성	길상공설운동장
	강화 궁도장 조성	강화군 일원 (사래, 사정, 주차장, 부대시설)
	인천 시립승마장 조성	양사면 인화리 산 195번지 일원
	강화 농어민 문화.체육센터건립	강화읍 신문리 일원
환경기초시설 확충	축산폐수 공공처리시설 설치	선원면 냉정리 일원
일거리창출	용정리 무공해 공업용지 조성	강화읍 용정리 일원
군편익사업	광역상수도 확대 공급	강화군 전역
	도시가스 공급	강화군 전역
	농업대학 운영	농업교육(식량작물학과, 원예학과, 완초공예학과)
	여성교양대학 운영	기초이론 및 전문기술교육, 자격증 취득

- 강화도는 2000년 이후부터 소도읍 육성사업을 조성하는 계획을 발표하여, 자연생태·역사와 문화가 있는 박물관 도시로서 집중 육성하겠다는 목표를 설정하고 있다. 강화도의 소도읍 육성지원사업의 간략한 개념은 다음과 같다. 강화도의 종합적인 발전과 지역주민의 질적인 삶의 향상을 도모하고 궁극적으로는 살기 좋은 역사, 문화, 관광 도시 구현을 위해 소도읍 육성지원 사업을 추진하고 있다. 소도읍 육성사업의 목적은 다음과 같다.
 - ① 강화군 종합발전의 거점도시기능을 위해 강화읍을 전략적으로 육성
 - ② 역사/문화/생태관광자원의 상품화를 통한 새로운 개념의 City Marketing
 - ③ 거점지역과 배우지역의 기능적인 차별화로 지역간 균형성장 유도



[그림 3-7] 소도읍 육성사업의 기본 골격

- 소도읍육성사업의 부분별 사업에 대한 세부추진계획은 다음과 같다. 용흥궁 주변 정비 및 공원화 사업의 일환으로 고려공지와 성공회 강화성당의 정비도 함께 이루어 질 것이며 강화읍 구도심부 환경개선 및 상가활성화 도모도 추진 중이다. 전통한옥 생활문화 재현 등의 체험 프로그램의 개발을 계획하고 있으며 강화도의 문화자원별 특징을 활용해 고려문화 탐방로, 역사문화 탐방로, 문화의 거리, 근대사 탐방로의 추진계획을 가지고 있다. 탐방로를 따라 이미지를 홍보하고 강화브랜드를 상품화 하여 민족수호의 얼과 연계한 역사교육의 장으로의 사업 또한 추진 중이다.
- 이외에도 강화도는 국조 단군유적-고려 항몽유적-금속활자 전통 등 유구한 역사의 뿌리를 갖고 있는 역사도시로서 도시이미지를 재구축하려고 계획을 세우고 있으며, 근대화의 시발점이자 21세기 세계화 관문으로서의 상징성을 살리기 위해 역사박물관 건립을 현재 추진중에 있다. 이외에도 제적봉 망향마을은 북한 개풍군과 마주보는 강화군 양사면 철산리 제적봉 일대 3000여평에 전망시설을 설치하는 사업으로, 현재 실시설계에 들어가 있다. 강화군은 이곳

에 47억원을 들여 내년까지 3층짜리 전망관을 세워 1, 2층에는 '통일로 가는 길', '강화도와 국방', '끝나지 않은 전쟁', '오늘의 북한' 등을 주제로 한 전시관을 열고 3층은 옥외 전망대로 쓸 계획이다. 강화농촌체험마을은 붙으면 삼성리 일대 1만7500여평에 농촌체험형 관광농업타운을 조성하는 사업이다. 강화군은 2003년 6월 이곳에 농경 문화관을 개관한 데 이어 2006년까지 전체 사업비 96억여원을 들여 농업 체험장, 농산물 전시판매장, 농산물 가공공장과 쇼핑, 체육시설 등을 마련할 계획이다. 강화군은 이곳을 중심으로 농가체류형 관광과 테마농촌마을, 강화갯벌센터 관광 등을 활성화할 계획이다. 아울러 강화도의 국방유적-마니산 등을 복원, 대규모 역사교육의장이자 문화관광지로 개발하려는 계획을 추진하고 있다.

2. 산업현황

가. 농업

- 강화도는 전반적으로 비옥한 평야가 많고 기후 역시 온난하여 농사짓기에 적합하다. 강화도 내 평야는 대부분 바닷물을 막아서 생긴 것이며, 고려 고종18년 (1231년) 강화도로 천도했을 때 권신이던 최우는 고종 25년에 일품군을 징발하여 강화도 연안을 수축하고 북방의 유민들을 이주시켜 왔다. 그로부터 강화 일대에서는 간척사업이 꾸준히 지속되어 온 것이다.

[표 3-14] 강화도의 평야 현황

평야명	면적 ha	평야명	면적 ha	평야명	면적 ha
조산 평야	230	동주 농장	270	망월 평야	600
가능 평야	580	대산 평야	321	홍왕 편야	300
황산 평야	240	교동 평야	621	송가평야(삼산)	530

- 강화도 송해면은 농업생산기반이 양호하고 쌀농사 중심지대로서 대북경계지역이라는 특성때문에 보존이 잘 되어 있어 친환경농업이 가능한 곳이다. 특히 연간 5만 톤 정도 생산되는 향토지적재산인 “강화성쌀”은 전국적으로 인지도가 높은 편이며, 1등급 쌀로 평가받고 있는 상황이다. 또한 전체 농지 중 1/4을 차지하고 있는 밭작물은 인삼, 순무, 콩, 배추 등을 생산한다. 강화도 특산물로는 순무, 인삼, 약쑥, 쌀 등이 있으나 인삼의 경우 중국으로부터의 수입 등으로 인하여 가격 경쟁력이 점차 약화되고 있으며, 다른 특산물 또한 차별성이 부각되지 않고 있는 실정이다.

[표 3-15] 식량작물 생산량

연별	미곡		맥류		잡곡		두류		서류	
	면적	생산량	면적	생산량	면적	생산량	면적	생산량	면적	생산량
2000	12,097	58,309	3.0	7.0	35.8	123.0	528.5	609.3	110.0	2,028
2001	12,090	58,274	15	40	46	127	730	788	50	1,036
2002	12,070	56,849	17.3	43	23	81.4	612	663	54	1,117
2003	11,999	59,995	-	-	-	-	550	595	-	-

자료 : 농수산과

- 현재 주민의 대다수가 농업에 종사하고 있으며, 일부는 축산업에 종사하거나 겸업을 하고 있는데, 옛날 강화의 돼지는 전국에서도 이름 있는 특산물이었다. 일제 강점기에는 가축으로 제 1위를 차지했으며 그 수효도 상당수에 달하였고 그 후, 농가에서 부산물을 이용하여 부업정도로 생산하다가 현재는 대단위 축산 농가들이 한우와 양돈을 하고 있는 실정이다.

나. 상업

- 상업은 신라 소지왕 12년에 시작되었고 상설 점포를 갖는 시장의 개설은 고려 희종 때 개성에서 비롯된 것이다. 강화도에는 전통 5일장이 1950년대부터 운영되다가 중도에 폐쇄된 후 최근 다시 부활 운영하는 5일장이 있으며, 양도시장(1, 6일장), 강화읍 시장(2, 7일장), 내가시장(3, 8일장), 온수시장(4, 9일장), 화도시장(5, 10일장)이 운영중이다.
- 체계화된 현대 유통 체계로는 농협 하나로마트, 강화 토산품판매장, 강화 인삼센터, 만남의 광장, 강화 풍물시장, 해태마트, LG 마트, SK 유통, 중앙시장, 터미널 의류센터, 하이마트 등의 대형 마켓 또는 소규모 마켓이 형성되어 있다. 특히 강화도에서는 상품의 규격화 및 고급화는 물론, 유통구조 개선과 구매편의 제공, 생산자와 소비자를 보호하기 위하여 지역특산물을 전시판매, 홍보하고 있는데 1985년에 토산품 판매장이 개장되었고, 그밖에 인삼센터인 강화인삼 협동조합 강화인삼센터, 강화고려인삼영농조합이 있으며 강화읍내와 길상·화도·내가면에서 강화5일장을 개설하여 지역 특산물을 판매하고 있다. 강화 특산품은 강화 특산품 전시 판매장, 강화 화문석 특산단지, 강화 완초공예 농업협동조합에서 전시판매를 하고 있다.²²⁾

22) 강화군청 <http://www.ganghwa.incheon.kr>, 강화특산품 판매장 <http://kanghwado.net>

[표 3-16] 강화 전시.판매장 현황

판매장	품 목
강화도산품판매장	완초 제품, 인삼, 약쑥 가공제품
강화특산품전시판매장	인삼, 홍삼, 영지 버섯, 약쑥
강화인삼협동조합 강화인삼센터	인삼
강화고려인삼영농조합	수삼, 건삼, 인삼제품류, 영지버섯, 꿀,마,황기등
강화풍물시장	천연산물, 농산물, 공산물, 해산물, 강화주요특산물
농산물 직판장	농산물
강화 5일장	강화장날, 길상장날, 내가장날, 화도장날
강화완초공예농업협동조합	화문석, 화방석, 꽃삼합, 모자
강화화문석특산단지	화문석, 화방석, 꽃삼합, 접자리, 벼게, 자동차시트
고려산업	화방석, 가정용 매트, 거울용 방석

다. 사업체

- 강화도의 산업별 사업체 수의 변화수를 살펴보면 1차 산업 중심의 사업체수와 제조업, 전기, 가스, 수도 사업 산업체 수가 점점 감소 추세를 보이거나 수에 변화가 없는 것을 볼 수 있다. 반면에 음식 및 숙박업과 건설업, 운수업은 점점 증가 추세를 보이고 있다.

[표 3-17] 산업별 사업체수(단위 : 개)

지역	년도	합계	농업 및 임업	어업	광업	전기,가스, 수도	제조업	건설업	도소매업	숙박 및 음식점업	운수업
인천광역시	2000	142406	22	7	43	58	18931	2604	39406	28849	12803
	2001	146852	18	5	30	58	20434	2782	39000	29807	14783
	2002	153534	18	4	39	62	21159	3315	39515	30834	17287
	2003	156020	21	3	35	64	20554	3517	39101	31153	19234
강화군	2000	4880	10	-	5	4	368	76	1694	1223	250
	2001	4735	10	-	5	4	359	89	1629	1144	305
	2002	4732	7	-	4	4	353	115	1547	1169	333
	2003	4783	10	-	3	4	340	113	1528	1213	324
지역	년도	금융 및 보험업	부동산 및 임대업	사업 서비스업	공공행정, 국방, 사회보장	통신업	교육 서비스업	보건 사회복지 사업	오락,문화 운동관련 서비스업	기타 공공,수리 서비스업	
인천광역시	2000	1346	5356	2492	422	279	4507	3060	6227	15994	
	2001	1424	5682	2532	462	300	4544	2937	5998	16056	
	2002	1474	6341	2690	449	310	4823	2899	6063	16252	
	2003	1374	6709	2724	459	322	4933	3034	6317	16466	
강화군	2000	59	107	47	45	19	133	147	106	587	
	2001	53	96	48	54	20	139	94	108	578	
	2002	57	103	44	53	19	140	95	112	577	
	2003	58	140	46	54	19	134	96	108	593	

- 문화자원 주변의 숙박업 등은 지역문화자원을 산업화에 꼭 필요한 기반시설 중 하나로서 환경디자인적 요소와 결합되어 정비되고 개발된다면 강화도 지역경제 활성화에 많은 도움이 될 것이다. 그러나 오락, 문화, 서비스업 분야의 사업체가 감소하는 것으로 보아 주변시설에 비해 지역문화자원을 기반으로 한 개발과 콘텐츠가 부족하다는 것을 알 수 있다. 그 외에 직업별 사업체수는 증감을 반복적으로 하고 있으나 수가 크게 변하진 않았다.
- 공업지역으로는 하점 지방산업단지 1개소 (0.06m²)가 있으나, 고인돌 등 문화재 지역에 연결하여 있을 뿐만 아니라 입지 환경이 양호하지 못하며, 미개발상태의 준공업지역 0.08m² 1개소가 강화읍에 지정되어 있는 형편이다.
- 다음의 표는 강화도 산업별 종사자수에 관련된 도표이다. 강화도의 산업별 종사자수를 보면 전체적으로 산업종사자수가 감소추세인 것을 볼 수 있다. 특히 농업 및 임업인구는 큰 폭으로 줄었으며 운수업, 사회복지사업 종사자 수도 눈에 띄게 줄었음을 알 수 있다. 반면 숙박 및 음식점업, 부동산 임대업, 오락, 문화 및 운동관련 등 관광관련 산업은 큰 증감 폭 없이 현상을 유지하고 있다. 또한 제조업은 입지조건의 불리로 지난 8년간('90~'98) 전체공장의 56%에 해당하는 73개 업체가 폐쇄되었고 현재도 10인 이하의 공장이 91.4%에 달하고 있다.

[표 3-18] 산업별 종사자수(단위 : 명)

지역	년도	합계	농업 및 임업	어업	광업	제조업	전기·가스·수도사업	건설업
인천광역시	1999	641990	225	116	715	231319	2420	17223
	2000	666896	179	81	615	236835	3066	17144
	2001	693983	191	28	611	238753	3420	19012
	2002	723081	206	23	714	231552	3596	26541
	2003	721256	211	11	1015	231307	3184	23278
강화군	1999	16225	103	-	152	1737	94	771
	2000	16106	75	-	93	1811	95	604
	2001	14094	65	-	61	1772	70	791
	2002	13559	34	-	44	1598	87	678
	2003	13601	61	-	45	1437	87	526
지역	년도	도소매업	숙박 및 음식점업	운수업	통신업	금융 및 보험업	부동산 및 임대업	
인천광역시	1999	95766	65957	36124	3335	24185	16159	
	2000	100145	69544	38806	4193	23162	16652	
	2001	102768	77460	43942	4110	20730	17270	
	2002	113112	82118	50982	4393	24364	19172	
	2003	108945	79930	51005	4140	22981	19911	
강화군	1999	2888	2629	976	132	742	256	
	2000	2825	2731	742	192	774	185	
	2001	2677	2560	564	200	866	162	
	2002	2640	2642	538	197	703	165	
	2003	2576	2661	459	181	627	256	
지역	년도	사업 서비스업	공공행정, 국방, 사회보장행정	교육 서비스업	보건 및 사회복지사업	오락, 문화 및 운동관련 서비스업	기타 공공, 사회, 개인 서비스업	
인천광역시	1999	13371	24621	40724	21295	13253	35182	
	2000	17592	22663	41303	24149	13975	36792	
	2001	21089	26368	45858	22162	13781	36430	
	2002	22860	21258	47545	22855	14133	37657	
	2003	23463	23813	49075	24604	15360	39023	
강화군	1999	166	906	1324	2052	218	1079	
	2000	234	919	1102	2279	212	1233	
	2001	146	1181	1232	536	210	1001	
	2002	155	1053	1275	510	224	1016	
	2003	155	1400	1341	529	218	1042	

라. 관광객

- 강화도의 경우, 문화관광에 대한 잠재력이 높지만 문화자원을 이용한 관광개발 등이 아직 미약한 수준이고, 외지인을 유치하기 위한 노력이 부족한 것으로 분석되었다. 한편으로는 문화자원을 관광자원화 하는데 대한 거부감 또한 없지 않은 것으로 조사되었다. 최근 6년간의 주요관광지 관광객 수를 보면 큰 증가가 없는 것으로 나타났다.

[표 3-19] 관광객 수(단위 : 천명)

연 별	합 계 (Total)	관 광 객 (명)Tourists							
		역사관	고려궁지	광성보	덕진진	초지진	전등사	보문사	마니산
1998	1,881	172	65	132	50	91	498	567	306
1999	1,876	224	69	163	54	111	533	387	335
2000	1,835	238	73	229	54	114	545	246	336
2001	1,241	252	88	219	48	90	-	242	302
2002	983	270	69	220	47	110	-	-	267
2003	2,149	284	79	226	56	151	580	357	416

자료 : 강화군청 기획감사실

[표 3-20] 국내관광 여행횟수(단위 : %)

2004 년	15세이상인구	국내관광여행자	숙박여행자	당일여행자
서울	100.0	59.3	47.0	39.1
부산	100.0	51.0	34.5	37.0
대구	100.0	61.4	39.1	47.9
인천	100.0	56.3	40.7	36.7
광주	100.0	57.7	37.6	44.9
대전	100.0	63.4	42.3	47.8
울산	100.0	55.7	38.7	40.1
경기	100.0	59.3	44.9	38.8
강원	100.0	51.9	33.6	37.4
충북	100.0	60.2	39.1	45.3
충남	100.0	64.5	37.1	52.4
전북	100.0	59.9	33.5	48.7
전남	100.0	56.6	32.8	44.2
경북	100.0	61.3	33.2	51.2
경남	100.0	60.6	35.9	45.6
제주	100.0	33.1	25.7	12.0

제 2절 자원적 특성

- 강화도는 지정학적으로나 역사적으로 민족정신을 계승하고 있는 곳이라고 할 수 있을 만큼의 중요한 역사의 장이 되는 지역이다. 또한 과거에 동서 문화의 중심지로서의 역할을 수행하고 있으며, 민족의 성지인 마니산을 중심으로 민족정신을 계승하고 있는 곳이기도 하다. 또한 개국의 성지인 국조단군의 "홍익인간" 이념과 외침에 맞서 끝까지 항쟁하였던 호국의 고장이다. 이러한 강화지역에는 선사시대부터 근대에 이르기까지의 전통적, 역사적 문화재가 고루 분포되어 있으며 고고학적 관점에서 한국의 야외 박물관의 성격을 띠고 있다. 또한 생산자원인 특산물, 특산품이 풍부하며, 지역축제와 관련된 이벤트 자원이 풍부한 지역이다.
- 이러한 관점에서 2차 조사영역은 강화도의 자원현황에 대한 조사이다. 자연환경자원, 역사문화자원, 생산자원, 생활자원으로 구분하여 조사를 실시하였다. 조사방법은 강화군보, 정책보고서 등의 문헌조사와 연구기간 동안의 현장실사를 통해서 이루어졌다.

1. 자연환경적 특성

가. 천연기념물 현황

- 천연기념물은 오래전부터 국민정서상 문화재로 인식되어 왔고, 지역적으로는 향토애의 상징으로서 예로부터 지역주민들의 구심점 역할을 해오고 있다는 점에서 역사적 가치에서도 중요하다. 특히 우리민족은 자연에 대한 경외심으로부터 자연에 인격을 부여하고 일상생활과 조화를 이루며 자연에 순응하는 자연관을 지니고 있기 때문에 천연기념물은 원생적 문화유산으로서 인식되고 있다.²³⁾
- 천연기념물의 종류에는 동물(그 서식지·번식지·도래지를 포함)과 식물(그 자생지를 포함)·광물(동굴·지질·생물학적 생성물 및 자연현상)으로서 역사적·경관적 또는 학술적 가치가 큰 것을 천연기념물이라고 한다.²⁴⁾ 천연기념물은 단순한 자연물을 넘어서 기념성, 원생성, 향토성, 역사성, 학술성 등을 포함하고 있는 중요한 자원이다. 천연기념물의 지정현황을 조사·분석한 결과를 보면, 총 336건(2004년 12월 31일)으로 식물 219건, 동물 63건, 지질·광물 37건, 천연보호구역 10건이다.²⁵⁾ 지역별로는 서울특별시가 10건 그리고 수도권 주변 지역인 경기도가 13건, 인천광역시가 10건으로 나타났다.

23) 문화재청, “천연기념물 백서”, 2003.9, p13-p15

24) 문화재청, “천연기념물 백서”, 2003.9, p9

25) 문화재청 통계자료 “<http://www.ocp.go.kr/index.jsp?mfl=5&mur=/statistics/body.html&num=>”

[표 3-21] 우리나라 천연기념물 통계

지역	식물	동물	광물	천연보호구역	합계
서울	9	1	0	0	10
부산	5	1	1	0	7
대구	1	0	1	0	2
인천	5	2	3	0	10
광주	0	0	0	0	0
대전	0	0	0	0	0
울산	2	0	0	0	2
경기	7	4	2	0	13
강원	14	4	9	3	30
충북	18	2	3	0	23
충남	12	2	1	0	15
전북	23	1	2	0	26
전남	34	6	3	1	44
경북	47	3	5	1	56
경남	24	4	6	0	34
제주	18	3	8	5	34
기타	0	30	0	0	30
합계	219	63	44	10	336

- 천연기념물의 학술적 가치는 자연사적 자료이면서 우리 민족의 숨결이 깃든 자연유산이고, 역사와 민속신앙, 전설의 가치를 가지고 있다. 또한 진귀하고 특유한 동·식물 및 그 서식지·도래지·자생지·북한계지 등이 있고 귀중한 생물진화자료인 수억 년 된 화석과 그 흔적 등은 학술상 가치가 크다.
- 천연기념물의 문화적 가치는 국가 또는 지역에만 존재하는 고유성과, 다른 지역에서는 찾아보기 어려운 희귀성을 갖고 있으며 지역문화에서 특히 역사적 인물, 사건, 민속, 신앙 등과 직접 관련되어 있기도 하다. 또한 천연기념물은 심미성과 상징성, 진귀성, 고유성 등 문화적 요소가 뚜렷한 특징이 있다. 예를 들면, 천연기념물로 지정된 식물로서 노거수(老巨樹)들은 단순한 나무이기 보다는 신목, 성황목, 정자목과 같은 명목들로, 정령송배, 자연송배, 조상송배와 같은 원시종교 또는 민간신앙에 뿌리를 이루고 있어 자연송배사상과 더불어 향토애와 긴밀히 연관되어 있기도 하다. 따라서 국가와 지방차원에서 낯선 외래문화를 막아내고 고유한 향토문화를 지키려는 사명감에서 문화재 보존차원의 문화재생 운동의 일환으로 천연기념물 보호가 이루어지기도 한다. 그렇기 때문에 천연기념물은 단순히 자연물로만 볼 수 없고 자연과 문화가 조화를 이루는 민족의 유산으로서 가치가 있는 것이다.
- 강화도의 천연기념물은 인천광역시의 총 10건 중 4건(갑곶리 탱지나무, 사기리 탱자나무, 서도 은행나무, 저어새번식지)으로 40%에 해당된다.

[표 3-22] 강화도의 천연기념물 현황

명칭	소재지	지정사항
갑곶리 탱자나무	강화군 강화읍 갑곶리 1016번지	국가지정문화재 천연기념물 제 78 호
사기리 탱자나무	강화군 화도면 사기리 135-10	국가지정문화재 천연기념물 제 79 호
서도 은행나무	강화군 서도면 불음도리 산 186	국가지정문화재 천연기념물 304 호
저어새번식지	강화군 서도면	국가지정문화재 천연기념물 419 호

나. 강화 갯벌 현황

- 강화갯벌은 아마존, 지중해, 일본해와 더불어 세계 4대 갯벌 중 하나로 손꼽히는 곳으로 강화의 남부지역과 석모도, 불음도 등 주변의 섬 사이에 자리하고 있으며, 규모가 약 1억 3천 6백 만 평으로 단일 문화재 지정구역으로는 가장 넓다. 우리나라에서 보존 상태가 양호한 몇 남지 않은 갯벌로 경제적 생산성은 물론 자연 정화능력, 해양생태계의 보물창고로서 아주 중요한 곳이다. 또한 철새가 이동하는 중 먹이를 먹고 휴식을 취하는 중간 휴게소에 해당하는 곳으로 세계적인 희귀종인 저어새가 번식하고 있다.
- 현재 갯벌센터조성사업의 일환으로 강화군 화도면 장화리에 해양탐구수련원이 설립되었고, 동막해수욕장을 중심으로 활발한 개발이 이루어지고 있으며 강화갯벌장어축제, 갯벌망둥어축제도 개최하고 있다.

[표 3-23] 강화도 갯벌센터조성 사업 현황

구 분	내 용	
해양탐구수련원	위치	* 강화군 화도면 장화리
	수용인원	* 최대 740명
	시설	* 관리연구동, 전시관, 강당, 야영장, 공동급수취사장, 야외세탁장, 화장실 등
	프로그램	* 탐구지점1~7을 지정해 갯벌에 사는 생물들을 관찰 및 단충, 습곡, 절리에 의해 생긴 여러 종류의 지질 구조를 관찰 * 천제투영실에서 별자리 찾기 * 토의 및 야영
축제	갯벌장어축제, 갯벌 망둥어축제	
	* 매년 8~9월에 개최 * 장어 및 망둥어 잡기, 시식행사 등의 다양한 행사와 갯벌체험행사를 병행하고 있음	

2. 역사, 문화적 특성

가. 역사적 특성

- 강화도는 고대시대의 거석문화를 기반으로 한 고인돌이 있는데, 현재 세계문화유산으로 지정되어 있다. 개국설화의 기반이 된 단군설화는 우리민족의 자긍심을 일깨우는 대표적인 역사문화유산이고, 이외에도 호국유산과 인물자원이 풍부하여, 그에 얽힌 스토리가 많은 곳이다. 이렇듯 강화도는 풍부한 역사유산을 가지고 있다. 또한 수많은 외침에도 불구하고 국가를 지킨 역사성과 고려조 39년의 왕도, 서구제국의 개방 압력에 얽힌 한민족 현대역사의 현장이며 우리나라의 개항이 강화도 조약에 의하여 시작되었다는 점에서 역사적으로 매우 중요한 의미를 갖고 있다.
- 강화도는 관광지이기 전에 단군의 성지(聖地)이며 동시에 호국의 성전이고, 우리 역사의 교훈과 안보의식을 고취할 수 있는 곳이기도 하다. 이렇듯 별도로 또는 요새지로서의 중요한 임무를 지녔던 강화인 만큼 당시의 왕궁을 중심으로 한 고적과 유적이 전도에 산재해 있을 뿐 아니라, 도처에 승경이 있어 어디를 가나 왕도를 찾는 기분이 충만해 있다.
- 강화도는 역사적으로 한강, 임진강, 예성강 진입로로서 한반도의 중심에 위치한 중요한 곳임을 알 수 있다. 삼국시대에도 백제(4C), 고구려(5C), 신라(6C 후반)의 순으로 한강유역을 점유한 왕조가 한반도 패권이 되고 삼국경쟁의 중심역할을 하였다. 한강유역은 농경에 적합하였고 여러 지역의 문화가 합쳐지며, 중국과 교류하기에 적합한 지리적 이점을 가지고 있었기 때문에 삼국은 안으로 국가체제를 정비하면서 영토 확장을 벌이는 가운데 한강유역을 다투어 차지하려고 하였다. 신라는 진흥왕 때 한강유역을 확보하여 고구려와 백제의 연결을 끊었고 중국과 교통로를 개척하였다. 이로써 신라는 인적, 물적 자원이 크게 증가하게 되었으며 황해를 거쳐 중국과 직접 연결됨으로써 외교적인 공세가 강화할 수 있는 유리한 발판을 마련하여, 결국 삼국통일을 이루게 되었다. 이후로도 고려시대의 남경, 조선시대 이후론 국도(國都)로서 한반도의 중심으로서의 역할을 한 곳이기 때문에 이와 같은 역사기록과 문화재들이 자리 잡고 있는 것이다. 또한 강화도는 시대별로 정치 중심지의 관문으로서 중요하게 작용하였다. 고구려·백제시대의 강화도는 최대 격전지로서 고구려 장수왕의 공격으로 한강유역을 완전히 차지하여 고구려에 귀속되었고 그 후 백제와 신라가 동맹을 맺어 한강을 차지함으로써 강화도는 신라의 영역에 들어가게 된다. 즉 강화도는 고대의 쟁패 중심지로 작용한다.
- 강화군의 옛 명칭은 상고시대에는 갑비고차, 고구려 광개토왕 때는 혈구군, 신라 경덕왕 때는 해구군, 고려 태조 때에는 강화현으로 불렸으며, 조선 고종시 현재의 이름인 강화군으로 개칭되었고 1995.3.1일 인천광역시와 통합하였다.

[표 3-24] 강화도의 성장과 변천과정

시대	연대	주요사항
고대	상고시대	갑비고차라고 불리어짐
	400	참성단(마니산), 삼랑성(길상면) 고구려, 혈구군으로 군제 편입 백제, 교동도를 고북군으로 칭함
	742	신라 경덕왕 16년, 해구군으로 개칭
	790	신라 원성왕 6년, 혈구진 설치
고려	939	태조 23년, 강화현으로 개칭
	1018	현종 9년, 현령 임명
	1232	고종 19년, 강화천도, 군으로 승격
	1250	고종 37년, 중성 축조
	1251	고종 38년, 팔만대장경 완성
	1270	원종 11년, 개경 환도, 삼별초의 난
	1360	공민왕 9년, 왜구 침입
1377	우왕 3년, 강화부로 승격	
조선	1413	태종 13년, 강화도호부로 개칭(교동현감 임명)
	1618	광해군 10년, 부윤 임명
	1627	인조 5년, 강화유수부로 승격
	1629	인조 7년, 교동현을 도호부로 승격, 경기수영 설치
	1633	인조 11년, 교동부에 삼도수군통의영 설치
	1636	인조 14년, 병자호란, 봉림대군 등 피난
	1637	인조 15년, 강화성 함락, 김상용 순절
	1656	효종 7년, 광성보 설치
	1679	숙종 5년, 53톤대 설치
	1692	숙종 18년, 강화외성 축조
	1710	숙종 36년, 강화내성 축조
	1743	영조 19년, 외성을 벽돌로 개축
	1866	고종 3년, 병인양요, 강화성 함락, 이시원 형제 순절
	1871	고종 8년, 신미양요, 초지, 덕진, 광성보 함락
	1874	고종 11년, 강화포대 설치
	1875	고종 12년, 운양호 사건
1876	고종 13년, 강화조약 체결(연무당)	
근대	1896	건양 1년, 강화부로 강등
	1900	광무 4년, 진위 제1연대 제1대대 설치
	1914	대정 4년, 교동군을 강화군에 편입
현대	1973	강화면을 읍으로 승격
	1983	양오리를 송해면으로 편입
	1995	강화군이 인천광역시로 편입

나. 문화재 특성

- 강화도의 문화적 특성은 다른 지역에 비해 많은 문화재를 보유하고 있다는 것이다. 강화군 관 내에는 선사시대.고려시대.조선시대를 일체로 하는 역사의 보고로서 확인된 문화재만도 560 점에 달하고 있다. 유네스코(UNESCO, 국제연합교육과학문화기구)에서는 인류를 위해 꼭 보호해야 할 가치 있는 유산을 세계유산으로 지정하고 있다.
- 세계유산은 문화유산.자연유산.복합유산으로 구분할 수 있으며 2004년 기준으로 129개국 582건의 문화재가 세계유산으로 등록되어 있다. 문화유산 582건, 자연유산 149건, 복합유산 23건이 있으며, 국가별로는 스페인 37건, 이태리 36건, 중국 29건, 독일, 프랑스 각 27건, 영국 25건, 멕시코 23건, 인도 24건, 미국 18건, 러시아 17건, 그리스, 브라질 각 16건, 호주 15건, 포르투갈, 스페인, 체코 각 12건, 일본, 캐나다 11건 그리고 우리나라는 7건이 세계문화유산으로 지정되어 있으며, 강화 고인돌이 세계문화유산으로 등록되어 가치성이 국제적으로도 매우 높게 평가되고 있다.

[표 3-25] 유네스코 세계 문화유산 현황 - 한국

명칭	특징	
해인사장경판전	위치	대구 서쪽, 부산 북서쪽의 해인사
	의의	대승불교의 삼장경 가운데 가장 오래되고 가장 완전한 판본의 보관처
석굴암과 불국사	위치	경주 남동쪽 토함산 기슭과 인근
	의의	종교적으로 뛰어난 가치를 지닌 동아시아 건축 문화의 걸작
종묘	위치	서울 종로구 훈정동
	의의	왕실과 공자를 모시던 현존 최고(最古)의 묘
수원 화성	위치	경기 수원시 장안구 연무동 190
	의의	경기도 수원시 장안구에 있는 조선 후기의 성벽
창덕궁	위치	서울 종로구 와룡동 2-71
	의의	15세기 극동지역 건축문화와 정원 조형의 역사를 엿볼 수 있는 유적
경주 역사지구	위치	경상북도 경주시
	의의	신사시대의 유적을 지구(地區) 단위로 분류한 역사유적지구
고창, 화순, 강화 고인돌 지역	위치	전라북도 고창군, 전라남도 화순군, 인천광역시 강화군
	의의	아시아 전역에 유일하게 펼쳐있는 다양한 고인돌 유적

○ 우리나라의 각 지역별 지정문화재 현황과 강화도 지정문화재의 현황을 비교해보면, 강화도의 문화유산은 119점(세계문화유산 1, 국가지정 29, 지방지정 55, 향토유적 20, 국방유적 14)으로 인천지역의 대다수를 차지하고 있으며, 문화재로 지정되지 않은 문화유산까지도 포함한다면 560여종에 이르기 때문에 문화특화 지역이라 하여도 손색없을 만큼 많은 문화재를 보유하고 있음을 알 수 있다. 아래 표는 우리나라의 지정 문화재 총괄 통계이다.²⁶⁾

[표 3-26] 국내 지정문화재 총괄 통계 현황

구분	강화도	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주	기타	합계	해제	총계
(국가지정문화재)																					
국보	0	119	3	3	1	2	0	2	41	8	13	27	7	17	53	10	0	0	306	1	307
보물	8	357	14	26	13	6	2	5	174	56	71	85	89	134	259	100	2	0	1401	24	1425
사적	16	66	4	6	2	2	1	4	56	12	17	42	31	38	96	47	5	0	445	13	458
사적 및 명승	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	3	3	1	0	0	9	0	9
명승	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2	0	0	2	3	2	1	0	0	12	2	14
천연 기념물	4	10	7	2	7	0	0	2	13	30	23	15	26	44	56	34	34	30	336	105	441
중요무형 문화재	1	36	3	0	3	1	0	0	4	1	2	4	2	13	7	9	4	19	109	7	116
보유자	0	58	19	1	11	3	0	0	25	5	2	10	9	24	12	28	5	0	212	155	367
중요민속 자료	0	48	0	4	0	3	0	1	8	11	21	20	13	33	59	11	8	0	240	4	244
소계	29	636	31	41	38	14	3	14	297	120	148	194	170	285	535	213	53	49	2858	156	3014
(시도지정문화재)																					
유형 문화재	16	154	53	50	30	26	31	13	143	135	197	146	184	208	303	367	17	0	2073	237	2310
무형 문화재	1	31	10	15	14	14	14	3	36	15	14	34	22	28	26	27	15	0	319	36	355
기념물	29	21	47	11	19	26	39	43	156	78	104	152	106	190	126	228	53	0	1428	180	1608
민속 자료	1	28	4	4	1	7	2	0	10	4	14	16	34	36	121	20	7	0	309	16	325
소계	47	234	114	80	64	73	86	59	345	232	329	348	346	462	576	642	92	0	4129	469	4598
문화재자료	8	13	26	34	12	26	48	17	107	110	41	296	149	212	423	335	2	0	1859	172	2031
합계	84	883	171	155	114	113	137	90	749	462	518	838	665	959	1534	1190	147	49	8846	797	9643

26) 문화재청, "지정문화재총괄통계", 2004. 12. 31, 인천지역과 강화도 구분 재구성

[표 3-27] 강화도 문화재 지정 현황

종류		수량
세계문화유산		1건
국가지정문화유산	보물	8건
	사적	16건
	천연기념물	4건
	무형문화재	1건
지방지정문화유산	유형문화재	16건
	무형문화재	1건
	기념물	29건
	문화재자료	8건
	민속자료	1건
향토유적	향토유적	20건
국방유적	국방유적	14건
합 계		119건

- 강화도의 면별 문화재 현황은 강화읍 -> 길상면 -> 화도면 -> 하점면 순으로 분포되어 있다. 이러한 강화도의 문화재 조사 및 정비 사업은 1978년~1999년간 국비 359백만원 (4.4%), 지방비 7,802백만원(95.6%)등 총 8,161백만원이 기투자 된 바 있다. 강화의 문화재 정비는“전적지 보수정화사업”으로 호국의 성지, 관광의 명소로 부각하는데 기여한 바 있으나 지역전체에 대한 조사의 미비 및 문화재 종합정비계획 등이 수립되지 못함으로써 체계적인 정비가 미흡한 실정이다. 특히 문화재의 정비는 그 의미, 기능, 형식 등이 함께 고려되어야 함에도 불구하고 강화유적지의 보수정화사업은 이를 고려한 문화재 복원, 보존, 정비 차원보다 외형에 치중한 사업이었다. 강화도의 문화재 정비에 사용된 건축자재가 콘크리트, 철재 등 현대식 자재로 문화재의 고유성과 역사성을 저하시키고 있으며, 정비 프로그램 자체도 장기적이고 체계적이지 못하다는 평가를 받고 있다. 또한 유적의 원형이 훼손되고 있으며, 후손이 조상을 현양하는 차원에서 본래 없거나 원형과 다르게 치장하는 등 문화재 본래의 가치를 보존하는데 문제가 있는 것으로 조사되었다.

다. 고인돌 유적

- 고인돌은 인류가 농경문화를 시작한 이래 남긴 거석문화²⁷⁾ 유산으로 유럽, 아프리카, 아시아

27) 거석문화는 인간이 어떤 목적의식을 가지고 자연석 또는 가공한 돌로 구조물을 축조하여 숭배의 대상물이 나 무덤으로 이용한 문화를 의미한다. 거석(Megalith)이란 하나의 구조물이나 기념물 또는 그 일부로 사용 된 돌을 말하며, 거석물은 인간 행위에 의해 직접적인 대상물 즉, 돌로 만든 구조물을 뜻한다. 거석문화의 공통적인 특징을 태양숭배와 관련짓기도 하고, 주로 큰 바다 인근에 분포하고 있어 해양문화의 소산으로 보는 측면도 있다. 하지만 거석은 풍작과 수확물에 대해 하늘에 감사하는 마음에서 세운 기념 물, 주변 집단과의 투쟁에서 전승을 기념하기 위한 개선적 기념물, 존경하는 지도자를 추모하기 위한 거석 비 등으로 세워진 것이라 할 수 있다.

등 전 세계에서 확인된 고인돌 수는 약 55,000 여기에 이르며 그 중 26,000여기가 우리나라 전국에 분포되어 있다. 이는 전 세계 지석묘의 50% 이상을 차지하고 있어 우리나라가 지석묘의 중심 국가로 대단히 중요한 위치에 있음을 보여준다. 세계유산으로 등록된 고창·화순·강화 고인돌유적은 밀집분포도, 형식의 다양성으로 고인돌의 형성과 발전과정을 규명하는 중요한 유적이며 유럽, 중국, 일본과도 비교할 수 없는 독특한 특색을 가지고 있다.²⁸⁾ 또한 고인돌은 선사시대 문화상을 파악 할 수 있고 나아가 사회구조, 정치체제는 물론 당시인들의 정신세계를 엿볼 수 있다는 점에서 선사시대 연구의 중요한 자료가 되는 보존가치가 높은 유적이다.

- 강화도 고인돌 유적은 대체로 120여기의 지석묘가 분포하고 있는 것으로 알려져 있으며, 상석형태 등 형태를 기준으로 삼은 분류법에 따른 탁자식, 기반식, 개석식이 있으며, 탁자식이 72기, 개석식 48기가 분포하고 있다. 또한 각 형식은 어느 정도 차별적인 분포양상을 보이고 있어서 평지 분포형군에 개석식이 많고, 산상 분포형군에는 탁자식이 더 많은 것으로 나타나고 있다. 또한 지면을 기준으로 매장부의 위치를 기준으로 분류한 북방식과 남방식 중 북방식 지석묘가 44기, 남방식 지석묘가 35기 확인되고 있으며, 그 밖에는 형식을 알 수 없거나 파괴 또는 매몰되어 형태를 알 수 없는 것들이 있다.

[표 3-28] 강화도 고인돌 분포 현황

명칭	소재지	지정사항
강화 지석묘	강화군 하점면 부근리 317	국가지정문화재 사적 137 호
내가지석묘	강화군 내가면 오상리 산 125	지방지정문화재 지방기념물 16 호
대산리 지석묘	강화군 강화읍 대산리 1189	지방지정문화재 지방기념물 31 호
부근리 점골 지석묘	강화군 하점면 부근리 743-4	지방지정문화재 지방기념물 32 호
부근리 고인돌군	강화군 하점면 부근리 317번지 일원	지방지정문화재 지방기념물 44 호
삼거리 고인돌군	강화군 하점면 삼거리 산 120번지 일원	지방지정문화재 지방기념물 45 호
고천리 고인돌군	강화군 내가면 고천리 산 115번지일원	지방지정문화재 지방기념물 46 호
오상리 고인돌군	강화군 내가면 오상리 산 125번지 일원	지방지정문화재 지방기념물 47 호
교산리 고인돌군	강화군 강화읍 갑곶리 1045-1, 1045-2, 1048, 1061, 1062	지방지정문화재 지방기념물 48 호

28) 문화재청, “http://www.ocp.go.kr/l_treasure/dom_goin.html”

라. 단군 관련 유적

- 우리나라에서 처음 등장하는 정치적 사회는 고조선인데, 고조선은 단군에 의해 건국된 것으로 전한다. 단군은 고조선의 개국시조로 전할 뿐, 인류의 조상이나 민족의 시조란 언급은 없다. 그러나 혈연공동체·역사 공동체로서의 단일성을 오랫동안 유지해온 한국적 특수성은, 단군을 매개로 민족적 정체성을 확인해 왔다. 즉 19세기까지는 역사공동체 의식의 근거로, 20세기 이후에는 민족공동체 의식의 근거로 삼았다. 이러한 단군 인식은 민족이 어려움에 처했을 때마다 강하게 분출되었다. 이런 의미에서 단군은 민족의식의 소장(消長)을 파악하는 데도 관건이 되는 존재라 할 수 있다. 현재 강화도에는 개국설화를 기반으로 한 삼랑성의 전설과 참성단, 참성단 중수비, 천제암 궁지가 등의 단군 관련 유적이 있다.

[표 3-29] 단군관련 유적 현황

명칭	소재지	지정사항
강화참성단	강화군 화도면 흥왕리 산 2-2번지	국가지정문화유산 사적 136 호
삼랑성	강화군 길상면 온수리, 선두리 일원	지방지정문화유산 유형문화재 46 호
참성단중수비	강화군 화도면 흥왕리 산 2-1번지	지방지정문화유산 문화재자료 13 호
천제암궁지	강화군 길상면 길직리 산 115번지	지방지정문화유산 기념물 24 호
봉천대	강화군 하점면 신봉리 산 63번지	지방지정문화유산 기념물 18 호

마. 호국관련 유적 현황

- 강화도는 시대별로 정치 중심지의 관문으로서 나라를 지키는 중요한 요새였다. 삼국시대에는 백제의 서울인 위례성(한성)의 관문에 자리 잡은 요새였고 고구려와 교류를 하거나 바다를 통해 중국 등지의 대외로 진출하기 위한 전초 기지가 되기도 하였으며, 서해대도로 알려지기도 했다. 396년 고구려 광개토대왕은 백제의 서울을 공격하기 위해 수군을 거느리고 한강 어귀인 강화 부근에 와서 크게 싸웠던 것으로 보이며 당시에 최대 견적 지었던 것으로 알려진 관미성이 한강 유역일 것이라는 추측이 있다. 고구려는 강화해협을 뚫고 백제의 서울인 한성을 함락시키고 강화도는 고구려에 귀속되었다. 그 뒤 551년 백제는 한강 유역을 되찾았으나 553년에 신라에게 다시 내주고 말았고 신라는 한강유역을 장악하면서 풍부한 물적 자원과 인적 자원을 확보하여 도약의 발판을 마련했다. 한강 어귀는 서해를 거쳐 중국과 직접 통교할 수 있는 거점이며 이때 신라의 대외 교통로의 첫 번째 관문은 강화였을 것이다.
- 특히 고려시대에는 강화도에서는 고종 18년(1231) 몽고의 침략을 당했고, 다음해인 1232년 고

중은 왕실 귀족을 비롯한 조정 관료들과 함께 모두 강화도로 천도하여 원종 11년 (1270)에 개성 왕도(개경)으로 다시 돌아오기까지 39년 동안 몽고 군사와 대치하면서 나라를 지켰다. (<이러하여 강화도에는 고려시대 별도인 강도의 왕궁 터와 몽고와 항쟁하던 흔적들이 성곽 곳곳에 남아 있게 된 것이다. 이렇게 고려가 몽고와 항쟁하는 와중에 강화도에서 팔만대장경의 조판이 이루어졌지만 조판하던 장소가 기록되어지지 않았다. 또한 고려청자 중에서도 가장 훌륭한 작품으로 꼽히는 국보 제 113호 ‘청자진사연화문표형주자’가 최항묘에서 도굴되었다. 이시기 고려 사람들은 강화 남쪽 마니산 꼭대기에 참성단을 다시 쌓아 하늘과 단군에게 제사를 지냈다.>)

- 조선시대에는 인조 임금이 1627년 금나라 3만 군사의 침입을 받고 강화도에 피신하였던 정묘호란이 일어났고 1636년 청나라가 쳐들어 왔을 때 인조가 미처 강화로 피난한지 못하고 남한산성으로 퇴각하고 항복한 사건인 병자호란이 일어났다. 그 뒤 효종은 인조 때의 치욕을 씻기 위해 강화 해안에 월곶진, 제물진, 용진진, 광성보 등과 같은 방어 시설을 새로 쌓거나 고쳤다. 또한 숙종 때 강화도 해안 전역의 돌출부에 톱니바퀴 모양인 53개의 돈대를 설치하여 강화도 전 지역을 요새화 하였다.
- 조선 후기에는 서양 세력이 조선을 넘보기 시작하였고 1866년 프랑스 함대가 먼저 한강 어귀 강화에까지 쳐들어온 병인양요와 1871년 미국 함대가 강화를 침략한 신미양요가 일어났다. 그때마다 강화의 백성들은 외세에 대항하여 나라를 구했으나 1875년 일본 군함이 강화에 침입하여 운양호 사건을 일으켰고 다음해(1876년)에 병자수호조약인 강화도 조약이 강요되어 그로부터 35년 뒤 1910년 조선은 일본에 의해 완전히 병합되고 말았다.²⁹⁾
- 병자호란 후 강화 해안 전 지역을 요새화 하여 나라를 지키던 초지진, 덕진진, 광성보 등과 같은 방어시설을 구축하였으며, 호국유적의 현황은 다음과 같다.

29) 이형구, '빛깔있는 책들 강화도', 대원사, p17-p22

[표 3-30] 호국관련 유적 현황

명칭	소재지	지정사항
초지진	강화군 길상면 초지리 624번지	국가지정문화유산 사적 225 호
덕진진	강화군 불은면 덕성리 846번지	국가지정문화유산 사적 226 호
용진진	강화군 선원면 연리 435-1번지	지방지정문화유산 기념물 42 호
광성보	강화군 불은면 덕성리 23-1	국가지정문화유산 사적 227 호
갑곶돈대	강화군 화도면 흥왕리 산 42-2번지	국가지정문화유산 사적 306 호
택지돈대	강화군 길상면 선두리 954번지	지방지정문화유산 유형문화재 33 호
삼암돈대	강화군 내가면 외포리 산 223-4	지방지정문화유산 유형문화재 35 호
분오리돈대	강화군 화도면 사기리 산 185번지	지방지정문화유산 유형문화재 36 호
선수돈대	강화군 화도면 내리 1831 번지	지방지정문화유산 문화재자료 10 호
망월돈대 및 장성	강화군 하점면 망월리 2107 번지	지방지정문화유산 문화재자료 7 호
화도돈대	강화군 선원면 연 리 54번지	지방지정문화유산 문화재자료 17 호
무대돈대	강화군 하점면 창후리 산151-4번지	지방지정문화유산 문화재자료 18 호
장곶돈대	강화군 화도면 장화리 113 번지	지방지정문화유산 기념물 19 호
계룡돈대	강화군 내가면 황청리 282 번지	지방지정문화유산 기념물 22 호
망양돈대	강화군 내가면 외포리 680번지	지방지정문화유산 기념물 37 호
건평돈대	강화군 양도면 건평리 산39 번지	지방지정문화유산 기념물 38 호
굴암돈대	강화군 양도면 하일리 산 98번지	지방지정문화유산 기념물 39 호
미루지돈대	강화군 화도면 여차리 170-2번지	지방지정문화유산 기념물 40 호
북일곶돈대	강화군 화도면 장화리 1209번지	지방지정문화유산 기념물 41 호
고려궁지	강화군 강화읍 관청리 734-1번지	국가지정문화유산 사적 133 호
강화산성	강화군 강화읍 일원	국가지정문화유산 사적 132 호
연미정	강화군 강화읍 월곳리 242번지	지방지정문화유산 유형문화재 24 호
강화전성	강화군 불은면 오두리 563번지	지방지정문화유산 기념물 20 호
교동읍성	강화군 교동면 읍내리 577번지	지방지정문화유산 기념물 23 호
갑곶나루 선착장석축로	강화군 강화읍 갑곶리 1087번지	지방지정문화유산 기념물 25 호

바. 종교유적 현황

- 우리나라에서 불교는 삼국시대부터 신봉되기 시작되었으며 삼국 통일 후에는 지방 행정 조직이 정비되고 각처의 사원들이 문화 중심지 역할을 하였다. 또한 통일신라와 고려시대에 이르기까지 국교의 역할을 하였으며, 조선시대에 와서 배척되었으나 한국의 문화유산의 중요한 부분을 이루고 있다. 불교는 우리 역사의 학문과 지성의 전통을 이어오는데 기여했으며 우리나라의 어려움을 극복하는데 이바지 하였고, 그로 인한 문화유산을 많이 남기게 되었다. 또한 천도교는 인권평등, 계급타파, 민족해방 등 한국 근대사회 건설에 공헌을 했다.
- 강화도에는 불교유적인 탑, 부처상, 전통 사찰 등이 있으며, 종교유산 중에서도 특히 천주교와 관련된 성당은 초기의 천주교가 정착하는 과정이 잘 나타나 있는 유산이며, 성지순례로서 현재 많이 방문하고 있는 상황이다. 성공회 유적인 성공회 성당들은 사찰처럼 한식 교회 건물을 사용하는데 건축학적으로 큰 의미가 있으며, 종교학적으로도 큰 의미를 부여하고 있다.

[표 3-31] 종교관련 유적 현황

명칭	소재지	지정사항
동종	강화읍 갑곶리 강화역사관내	국가지정문화유산 보물 11~(8)호
정수사 법당	화도면 사기리 467-3번지	국가지정문화유산 보물 161 호
전등사 범종	길상면 온수리 635번지	국가지정문화유산 보물 393 호
전등사 대웅전	길상면 온수리 635번지	국가지정문화유산 보물 178 호
전등사 약사전	길상면 온수리 635번지	국가지정문화유산 보물 179 호
강화 하점면 오층석탑	하점면 장정리 산 193번지	국가지정문화유산 보물 10 호
석조여래입상	하점면 장정리 산 584번지	국가지정문화유산 보물 615 호
보문사 석실	삼산면 매음리 629-1번지	지방지정문화유산 유형문화재 27 호
보문사 마애석불좌상	삼산면 매음리 629-1번지	지방지정문화유산 유형문화재 29 호
보문사 멧돌	삼산면 매음리 629-1번지	지방지정문화유산 민속자료 1 호
철아미타불좌상	하점면 부근리 231번지	국가지정 문화유산 보물 994 호
강화 선원사지	선원면 지산리 692-1번지 일원	국가지정문화유산 사적 259 호
향허대사부도	화도면 사기리 산 86번지	향토유적 19 호
적석사 사적비	내가면 고촌리 산74번지	지방지정문화유산 유형문화재 38 호
보만정지	강화읍 국화리 282번지	향토유적 5 호
강화온수리 성공회사제관	길상면 온수리 505-7번지	지방지정문화유산 유형문화재 41 호
성공회 강화성당	강화읍 관청리 422번지	지방지정문화유산 사적 424 호
강화 온수리 성공회 성당	길상면 온수리 505	지방지정문화유산 문화재 자료 15호
강화서도 중앙교회	서도면 주문도리 718	지방지정문화유산 문화재 자료 14호

사. 인물자원

- 우리나라에는 대표적인 인물들이 많다. 즉, 스토리가 많다는 것이다. 외세의 침략이 많았고, 수난이 많았던 강화도에도 역시 많은 인물 자원들이 있다.
- 국조 단군성조의 개국과 그 역사를 함께하며 도서 특유의 지정학적 숙명으로 고금을 통해 왕실의 흥망성쇠가 곧 강화군의 역사를 이룬 것이라고 하겠다. 고구려의 호족공화정치를 타파하고 국권을 통일하였으며, 동족과의 전쟁을 지양하고 이민족(당)과는 과감히 맞싸워 국위를 선양한 지략을 겸비한 용장이었으며 배달겨래가 배출한 불세출의 걸출이었던 연개소문이 태어났으며, 고려의 문신. 재상이며, 동국이상국집을 지은 이규보, 조선조 인조때의 문신이며 병자호란때 강화성 남문루에서 순절하여 충신의 본보기가 된 김상용, 최초의 서양 국가와의 싸움으로 승전보를 울렸던 조선 말기의 양헌수 등 무수한 인물 자원들이 있다. 또한 정묘호란, 병자호란, 병인양요 신미양요 등이 일어난 역사적 중심부로서 강화도를 수호하던 충신 및 학자 등의 인물 자원이 풍부하다. 이러한 인물자원의 유형은 문화재 또는 문화자산으로 연결되어 있다.

[표 3-32] 인물관련 역사유적 현황

명칭	소재지	지정사항
철종외가	선원면 냉정리 264 번지	지방지정문화유산 문화재자료 8호
철종외가묘	선원면 냉정리 산70-46번지	향토유적 7호
이규보묘	길상면 길직리 산 115번지	지방지정문화유산 기념물 15호
허유전묘	불은면 두운리 297번지	지방지정문화유산 기념물 26호
이건창묘	양도면 건평리 655-1번지	지방지정문화유산 기념물 29호
이건창생가	화도면 사기리 167-3번지	지방지정문화유산 기념물 30호
총렬사	선원면 선행리 371번지	지방지정문화유산 유형문화재 21호
김상용순절비	강화읍 관청리 416번지	지방지정문화유산 기념물 35호
양헌수승전비	길상면 온수리 산 42번지	지방지정문화유산 기념물 36호
가능	양도면 산16-2	국가지정문화유산 사적 370호
석릉	양도면 길정리 산 182번지	국가지정문화유산 사적 369호
곤릉	양도면 길정리 산75	국가지정문화유산 사적 371호
홍릉	강화읍 국화리 산 180번지	국가지정문화유산 사적 224호
운집택지	강화읍 월곳리 615-1	향토유적 1호
황형택지	강화읍 월곳리 242 번지	향토유적 3호
황형묘 및 신도비	강화읍 월곳리 665-1	향토유적 6호
석주권필유허비	송해면 하도리 892 번지	향토유적 27호
연산군적거지	교동면 읍내리 270번지	향토유적 28호
홍익한택지	화도면 흥왕리 산30-2 번지	향토유적 17호
쌍충비	불은면 덕성리	향토유적 10호
연개소문	고구려 시대의 장군	없음

아. 향토유적 현황

- 강화도의 향토유적은 교동 및 강화 향교, 강화통제영희당지, 강화유수부동헌, 강화석수문 등이 유형문화재 및 기념물로 지정되어 있으며, 이외에도 자체적인 향토유적이 상당수 있다. 지역에는 향토문화유적이 항상 존재하고 있다. 이는 지역주민들의 생활상을 그린것이고, 얼과 정서가 깃든곳이다. 비록 도시화로 인하여, 많은 향토유적들이 사라져가고 있지만, 보존하고 발전시켜야 될 문화자원이고 역사자원이다.

[표 3-33] 강화도의 향토유적 현황

명칭	소재지	지정사항
교동향교	교동면 읍내리 148번지	지방지정문화유산 유형문화재 28 호
강화향교	강화읍 관청리 938-2번	지방지정문화유산 유형문화재 34 호
강화통제영희당지	강화읍 갑곶리 1045-1,2, 1048, 1061,2	지방지정문화유산 기념물 49 호
강화유수부동헌	강화읍 관청리 743-1	지방지정문화유산 유형문화재 25 호
강화석수문	강화읍 국화리	지방지정문화유산 유형문화재 30 호
강화중성	강화읍 선원면 일원	향토유적 2 호
경고비	불은면 덕성리 836번지	향토유적 9 호
정족산 가곶지	길상면 온수리 산48번지	향토유적 11 호
선원보각지	길상면 온수리 산 48번지	향토유적 12 호
고려이궁지	화도면 흥왕리 404-1 일원	향토유적 13 호
분청사기요지	화도면 사기리 산 178번지	향토유적 18 호
봉가지	하점면 부근리 420-2번지	향토유적 25 호
교동봉수대	교동면 고구리 233번지	향토유적 29 호

3. 생산자원적 특성

- 특산물 및 특산품은 그 지역의 고유 생산물을 바탕으로 지역 브랜드화 할 수 있는 자원으로서 지역민들의 삶과 문화의 질을 향상시키고, 그 지역만의 독특함을 외부인에게 알릴 수 있는 자원이다.
- 강화도의 생산자원 현황은 총 13개이고, 현재 계속적으로 개발 중에 있다. 생산자원은 특산물과 특산품으로 구분할 수 있다. 특히, 인삼과 화문석은 예전부터 널리 알려져 있는 강화도의 대표적 특산물, 특산품이다.

[표 3-34] 생산자원 현황

분류	내용
특산품	화문석, 꽃삼합, 화방석
특산물	인삼, 순무, 사자발약썩, 섬쌀, 노랑속고구마, 뽕덩이, 새우젓, 참게 및 꽃게, 버섯류, 포도

가. 특산물 현황

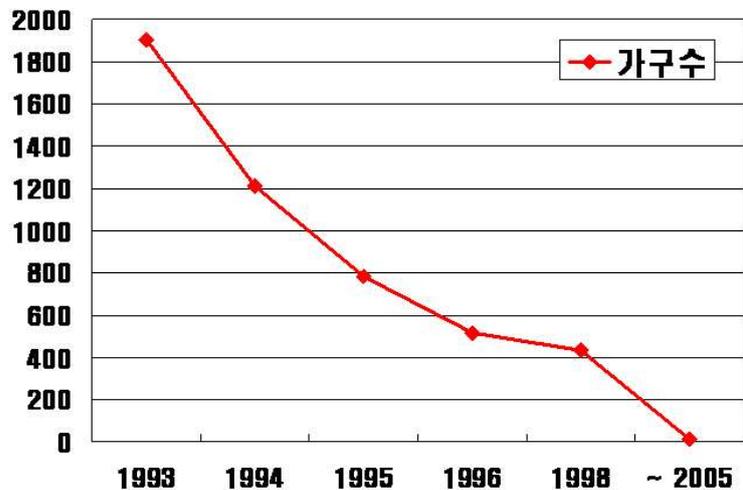
- 강화도의 대표적인 특산물은 인삼, 순무, 섬쌀, 사자발약썩 등이다. 자체 조사 및 지역주민 설문조사 결과 인삼의 브랜드 특성은 상당히 뛰어나며, 판매 현황도 타 지역에 비해서 많은 매출을 보이고 있었다. 개성인삼에서 유래되어 그 효능이 뛰어나며, 외국인에게도 선호하는 특산물 중에 하나였다. 순무는 강화도에서 유일하게 재배되는 빨간무로서 독특한 특산물이지만, 브랜드 가치측면에서는 중간적 평가를 받고 있다. 음식으로서의 가치성은 높지만, 다양하게 개발이 되어있지 못하고, 홍보가 부족하여, 외지인에게도 인지도가 낮은 실정이다. 강화섬쌀은 기후조건과 일조시간, 청정지역의 자연적 특혜를 받아 품질 면에서는 좋은 점수를 받을 수 있었지만, 타지역에서도 재배되는 농작물인 관계로, 브랜드 포지셔닝이 낮은 상황이다. 독자적인 브랜드 포지셔닝과 마케팅 전략이 필요할 것이다. 강화사자발 약썩은 현재 강화군청에서 특화작물로 육성시키고 있는 특산물 중에 하나이다. 전국적으로 약의 효능 면에서는 최고의 가치를 받고 있는 특산물 중에 하나이다.

[표 3-35] 특산물 현황

명칭	특성
인삼	한국의 대표 인삼, 6년근 인삼의 주생산지
순무	허준 동의보감 기록, 자적색, 겨자향의 인삼맛
섬쌀	기후조건(태양-해풍건조, 일조시간과 기온차 큼 깨끗한물), 청정지역, 토양에 미네랄과 마그네슘 풍부, 친환경농법
사자발약썩	삼국유사 단군신화, 동의보감에 기록
포도	주야간 급격한 온도차이로 다른 지방 포도보다 약 3도 이상 높음
노랑속 고구마	당도가 높고 다이어트 건강식 식품
새우젓	천일염으로 염장하여 토굴에 숙성
뽕덩이	자연산이며 알을 낳는 4~6월에 잡힘
가시오가피 술	낙엽성 활엽관목으로 근피와 수피에서 추출된 엘루데로사이 B, E 등이 있어 근육강화, 지구력 향상 피로회복의 목적의 자연발효 약주로 개발

나. 특산품 현황

- 강화도의 대표적인 특산품인 화문석은, 세계 어디에서도 재배가 힘든 왕골의 재배가 되고 있는 지역적 특성을 가지고 있지만, 디자인의 개발 부족, 유통체계 등 여러 가지 이유로 인하여 급격한 판매 감소를 가져왔다. 한때 강화도 전 지역에서 대부분의 주민들이 화문석 제작에 몸담고 있었으나 현재는 생산량과 종사자가 현격히 줄어 소멸위기에 처해있는 특산품이다. 그러나 한국의 민속공예 중 완초공예의 영역으로 문화의 보존과 발전 측면에서 개발되어야 할 영역이기도 하다. 자체적으로 화문석 디자인 공모전도 개최를 하기도 하지만, 화문석을 엮는 과정과 디자인의 접목성 불일치로 인하여, 생산되기 힘든 디자인이 출품되는 등 많은 문제점을 내포하고 있었다. 또한 브랜드 포지셔닝도 낮으며, 성공적인 전략으로서의 마케팅도 부족하여, 많은 개선책이 요구된다.
- 과거 강화 특산품인 화문석 생산으로 농가소득에 보탬이 되었으나 최근 들어 중국산 제품의 다량 수입과 화문석의 대표적인 브랜드 미개발, 화문석 재료인 완초의 생산량 감소 그리고 원료 및 제작 인건비가 높고 유통통로가 제한되었기 때문에 화문석에 대한 수요자들의 인식이 생필품보다는 사치품으로 전략 변화하여 화문석에 종사하는 주민이 감소하고 농업에만 종사하여 생계를 유지하고 있는 실정이다.³⁰⁾



[그림 3-8] 화문석 생산 종사자 (화방석, 꽃삼합의 완초제품 생산종사자 포함)

- 화문석의 생산 종사자가 과거 1993년도의 1,904가구에서 2005년 현장 실사결과 약 36가구가 종사하는 것으로 파악되었다. 따라서 생산량, 생산액이 줄어들고 지역을 대표하는 강화의 특산물이 점점 사라져 가고 있는 것을 알 수 있다.

30) 이현식, "강화 화문석 문화마을 조성방안 연구" 1999.12, p5-6

4. 생활자원 현황

- 강화도의 생활자원은 크게 전승민요, 축제, 전설 및 설화로 구분할 수 있으며, 서울시와 인접해 있기 때문에 별도의 방언이나 생활적 독특함은 타지역에 비해 다소 떨어지는 편이다. 그러나 문화자원에 얽힌 다양하고 재미있는 스토리가 풍부하다.

[표 3-36] 강화도 생활자원의 현황

분 류	내 용
전승민요	특유민요, 용두래질노래, 성다지는 소리, 시선뱃노래
축제	고인돌 축제, 삼랑성 역사문화축제, 고려산 진달래축제, 선원사 논두렁 연꽃축제, 새우젓 축제, 정월대보름 민속놀이
전설 및 설화	손돌의 여울, 각시바위, 전등사 은행나무, 추녀밑에 앉은 나녀상, 보문사 나한, 세 사람 왕자가 쌓은 삼랑성, 고려산 오련지, 쪽실방죽, 운씨의 기원, 살창리이야기, 선행리 박정승덕

가. 전승민요 현황

- 민요는 예부터 일반 백성들 사이에서 구전되어 오는 서정적이고, 전통적인 우리 고유의 성악 곡이라 할 수 있다. 누가, 언제, 어디서, 만들었는지는 정확히 알 수 없으나, 오랜 민족의 역사 속에서 민중의 사랑을 받으며 불려지고, 다듬어지면서 그들의 사상, 생활, 감정이 첨가되어 계승, 발전되어 왔다. 민요 중에는 노동요가 많은 부분을 차지하고 있으며, 동요나 의식요인 상여소리 등도 있다. 불리는 지역에 따라 지역적인 특징을 지니고 발달되었다.
- 강화도의 전승민요는 특유민요, 용두래질 노래, 성다지는 소리 등으로 공통점은 호국의 성향이 강한 민요들이 많은 것이 특징이다. 나라가 어지러운 시기나 힘이 집중되어야 하는 시기에 노래를 통해 민족의 단합을 꾀하려고 했던 조상들의 지혜가 담겨져 있다. 현재 지역축제와 연계하여 전승민요를 많이 알리고자 노력하고 있으나 점점 사람들의 기억 속에서 잊혀져가고 있는 추세이며, 몇몇의 사람들에게 의해 그 명맥을 간신히 이어가고 있다.

[표 3-37] 전승민요 현황

명칭	특성
특유민요	뱃노래, 상여메기, 무덤 다지기, 상여메기(산염불), 감매기(개성 난봉가), 하관식, 상을 당하고 발인 할 때, 강화도 처녀민요, 성터댈기 노래, 성쌓기 노래, 성돌이 노래
용두래질 노래	이농기를 앞둔 농민들이 물푸기를 하며 부르던 소리
성다지는 소리	민속놀이로 성을 쌓기 전에 지반을 굳게 다지는 작업과정에서 노동력을 집중시키기 위한 소리

나. 축제 현황

- 강화도의 행사 및 축제는 고인돌, 삼랑성의 역사문화유산을 기반으로 한 축제와 지역주민의 생활상을 반영하는 특산물, 농산물 등 농업과, 어업에 종사하는 민간신앙을 기반으로 한 축제가 존재하고 있다. 이러한 축제를 기반으로 많은 관광객들을 유치하려는 노력이 많았으며, 지역주민들도 자부심을 갖는 축제였다. 그러나 아직 축제의 소재나 기획, 전문가와 관련 기관 사이의 문제, 주민의 자발적 참여, 축제의 내용적인 측면 등 개선되어야 하는 부분이 많이 남아있다. 아래 [표]는 강화도의 문화유산 중 축제 현황을 나타낸 것이다.

[표 3-38] 축제 현황

명칭	특성
강화고인돌문화축제	강화도의 대표적인 지역축제로 선사시대의 역사와 전통을 부각시키며, 개천대제와 함께 개최되고 있음
고려산 진달래축제	진달래 군락지와 낙조 등을 관광자원으로 대외에 홍보하며 특산물, 농산물 등을 동시에 널리 알리는 축제
삼랑성역사문화축제	삼랑성의 역사적 중요성과 약탈된 외규장각 도서반환을 범국민적 운동으로 승화시키기 위한 축제
정월대보름 민속놀이	대보름날은 대표적인 세시명절의 하나로서 대 보름날의 각종 풍속을 경험해보는 축제
곶창굿 시연	어업, 농업에 종사하는 주민들이 마을의 태평과 번영을 기원하는 도당굿의 일종

다. 설화자원

- 강화도의 설화자원은 대부분 문화유산과 연결되어 각자원에 신비함과 흥미를 더해주는 요소 중 하나이다. 또한 강화도의 지역문화자원이 산업화에 있어서 콘텐츠화 시킬 수 있는 매우 좋은 소재이기도 하다. 강화도의 설화자원의 현황은 다음과 같다.

[표 3-39] 강화도의 대표적 전설

명칭	특징
전등사의 은행나무	조선에 들어오면서 전등사에 있는 은행나무 두 그루에서 수확하는 은행을 공물로 바치도록 명령했는데 턱없이 많은 양의 은행을 요구하자 주지스님은 은행나무에 향후 천년만년 은행이 열지 않게 해 달라고 기원을 했음. 그 후 벼락과 뇌성이 울리면서, 은행나무에 달렸던 은행 알은 모조리 떨어지고 은행나무에는 은행이 열리지 않게 됨
추녀밑에 앉은 나녀상	광해군 때 대웅전의 공사를 맡았던 도편수가 절 아랫마을에 사는 주모에게 돈과 집물을 맡겨 두었는데, 공사가 끝날 무렵 주모는 그 돈과 집물을 가지고 행방을 감춤. 도편수는 울분을 참지 못해 그 여자를 본뜬 형상을 나체로 만들어 추녀를 들고 있게 함
손돌의 여울	병란으로 배를 타고 피난길을 서둘러야 하는 인조(1623-1649)의 적으로 의심하여 총심어린 손돌이라는 뱃사공을 죽였는데 그 후 손돌의 제삿날이 되면 반드시 거센 바람이 불어 추워지고 바다는 험준하여 배 타려는 나그네들은 배질하기 전에 사당에서 빌어 손돌의 원망하는 혼을 달래주어야만 했다는 전설
고려산 오련지	인도고승은 고구려 장수왕의 명을 받아 절터를 찾고 있었는데 꿈에 백발노인이 나타나 고려산으로 올라가 보라는 말을 듣는다. 그 후 고려산 산정으로 올라가 보니 신기하게도 5개의 연못이 있었으며, 각각의 연못마다 오종의 련(五種蓮)을 꺾어서 정상에서 내려다보아 절터를 지을 만한 명당에 도력(導力)으로 허공에 날렸더니 신기하게도 적련, 황련, 흑련, 백련은 원하는 절터에 연꽃이 떨어졌으나 부득 청련만은 조사가 원하지 않는 곳에 떨어져 절터로 원하던 위치에는 너무나도 원통한 나머지 절의 이름을 "원통암"이라 명명하여 절을 짓게 하고 청련이 떨어진 곳에 청련사를 지었다함
각시바위	고려 말 원나라의 한 한림학사(翰林學士)가 정수사에서 수도 중이었다. 현대 곧 돌아온다던 남편은 도를 닦기 위해 더 머물러야겠다는 말만 되풀이하였고 산에서 내려온 아내는 치마폭에 얼굴을 가린 채 바다에 몸을 던졌는데 그 자리에 괴석 하나가 불쑥 솟아올랐다. 그 후 사람들은 그 바위를 각시바위라 불렀고 한림학사를 함허로 바꾸고, 각시바위를 함허의 처라고 얘기되는 설화

제 3 절 디자인 개발 현황

○ 3차 조사영역은 강화도에서 현재 개발된 디자인 개발 결과물과 강화도의 디자인 문제점에 대한 내용이다.

1. 디자인 개발 현황

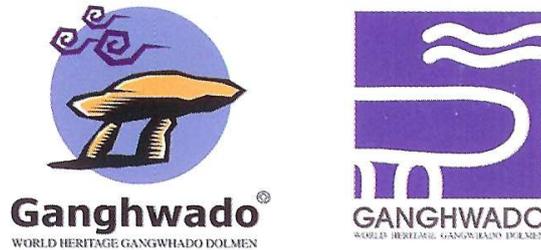
가. 강화군 심벌 현황

○ 강화군에서 지정한 상징물은 아래와 같다. 강화도의 상징물은 크게 기, 나무, 새, 꽃으로 분류되어 개발되어 있으나, 활용도가 높은 편은 아니다.

[표 3-40] 강화군의 심벌현황

심볼	의미	
	황색·적색	성화로서 개국의 성역임을 나타내며 훗날 타오르는 햇불과 같은 강화군민을 상징
	청 색	사면이 바다로 둘러싸인 도서를 상징
		강(江)자를 나타냄
		임진·예성·한강의 줄기찬 물줄기를 상징한 것이며 부지런한 강화군민의 무궁무진한 발전을 뜻함
	군화	백일홍 (Crape-myrtle), 백일홍은 본군에 널리 자생하고 있어 주민과 친숙하며 지조, 성숙, 끈기, 인내를 상징함
	군목	감나무 (Persimmon tree), 감나무는 군내 유실수이며 씨 없는 감은 예부터 임금에게 진상하던 진품으로 정평이 있음
	군조	종달새 (Skylark), 종달새는 부지런하고 성실함을 상징함

○ 아래 [그림 3-7]은 현재 강화도에서 가장 많이 사용하고 있는 심벌마크이다.



[그림 3-9] 강화도 심벌마크

나. 특산물 브랜드

○ 강화도의 브랜드 특성을 살펴보면 강화특산, 강화섬쌀, 강화인삼, 강화토종순무, 강화사자발약쑥, 강화도 새우젓, 강화속노랑 고구마, 강화오이, 강화청결고추, 강화마늘, 강화섬포도, 강화섬배의 12개의 브랜드와 심볼이 개발되어있다.

[표 3-41] 강화도 특산물 브랜드 개발 현황

<p>강화특산</p> <p>대표적 특산물</p>	<p>강화섬쌀</p> <p>강화섬쌀</p>	<p>강화인삼</p> <p>강화인삼</p>	<p>강화토종순무</p> <p>강화토종순무</p>
<p>강화사자발약쑥</p> <p>강화사자발약쑥</p>	<p>강화도새우젓</p> <p>강화도새우젓</p>	<p>강화속노랑고구마</p> <p>강화속노랑고구마</p>	<p>강화오이</p> <p>강화오이</p>
<p>강화청결고추</p> <p>강화청결고추</p>	<p>강화마늘</p> <p>강화마늘</p>	<p>강화섬포도</p> <p>강화섬포도</p>	<p>강화섬배</p> <p>강화섬배</p>

○ 아래표는 강화도의 특산물 패키지개발현황이다.

[표 3-42] 강화 특산품 패키지 개발 현황

순무	
	
강화 섬쌀	
	
사자발 약썩	
	

다. 캐릭터 현황

- 현재 강화도의 캐릭터를 살펴보면 강화동자, 등실이, 누리빛, 강돌이를 비롯해 몇 개의 서브 캐릭터가 존재한다.



[그림 3-10] 강화도의 캐릭터

- 현재 강화도의 주요 캐릭터인 강돌이는 기본형, 응용동작, 엠블럼 등 응용디자인이 많이 나와 지역캐릭터로서는 비교적 개발이 많이 된 상태이다.

[표 3-43] 강돌이 캐릭터 개발 현황

강돌이	
기본형 응용	 방향표시 환영 인사 최고 사랑
응용동작	 환경보호 금지 산불조심 주차안내 청사안내 관광안내
엠블럼	

○ 다음 표는 강돌이 이외에 강화도에서 개발되어진 서브 캐릭터들과 강화도의 명소를 일러스트로 보여주는 테마비주얼이다.

[표 3-44] 서브 캐릭터 개발 현황

서브 캐릭터 1	 <p>강화동자 칠선녀 순무 고인돌</p>
서브 캐릭터 2	 <p>강화동자 Ganghwa-Dongja 등실이 누리빛</p>
테마비주얼	 <p>강화대교 광성보 고려궁지 서해낙조 선착장 강화산성 강화고인돌 전등사 미애석불좌상 참성단</p>

라. 웹콘텐츠 개발 현황

○ 강화도 홈페이지는 약 103개가 개발되어 있다. 주로 숙박과 주변관광지를 소개한 상업적 목적을 가진 부류의 홈페이지가 다량으로 개발되어있으며 홍보, 관광의 홈페이지는 10곳이다. 현재, 강화도를 나타내는 대표적 웹 콘텐츠는 고인돌을 제외하고는 개발되어 있지 않은 상황이며 연개소문, 동국이상국집을 지은 이규보 등의 인물이나, 팔만대장경, 외세침략에 의한 호국보훈, 전설 및 설화 등 다양한 콘텐츠가 있지만, 개발되어 있지 못하고 있다.

[표 3-45] 강화도 웹사이트 개설 현황

분류	명 칭	사이트 주소	합계
연구소	강화역사문화연구소	www.kanghwado.org	2
	강화농업기술센터	www.ganghwa.go.kr	
단체	강화완초공예협동조합	www.kanghwahwamunsok.com	2
	강화도시민연대	www.ghpn.or.kr	
유적지	적석사	www.juksuk.or.kr	3
	보문사	bomunsa.net	
	선원사	www.seonwonsa.com	
미술관 및 박물관	심은미술관	www.simeun.org	3
	전원미술관	www.junwon-art-museum.com	
	강화역사관가상체험	www.inpia.net/INPIA2000/T/02EM/kanghwa	
홍보. 관광안내 (역사,문화, 교통,여행 정보)	강화군청	www.ganghwa.incheon.kr	10
	강화로닷컴	www.ganghwaro.com	
	강화여행	www.kanghwatour.net	
	강화도114닷컴	www.road114.com	
	강화도닷컴	www.kanghwado.net	
	강화도사랑	www.kanghwago.co.kr	
	강화도 사진	www.kangwhado.co.kr	
	섬으로 가자	www.islandgo.co.kr	
	방방곡곡	www.gokgokmada.co.kr	
	강화로와	www.ganghwarowa.com (안양대학교 주관)	
쇼핑몰	강화마트	www.ghmart.com	9
	강화도도박이	www.ghdodagi.com	
	강화순무골	www.soonmoo.co.kr	
	강화인삼	www.insamcenter.co.kr	
	강화섬쌀	www.sumssal.com	
	강화특산쇼핑몰	sam.www.freesell.co.kr	
	산애들애	www.sajassuk.com	
	털보네 바다네	www.털갈.kr	
	황포돛대	www.hpdd.co.kr	
체험	체험아이(갯벌체험)	www.chehumi.co.kr	4
	강화도자연체험농장	www.naturalfarm.net	
	강화도새우젓축제	www.jutgal.co.kr	
	강화고인돌문화축제	www.ghgoindol.com	
숙박	펜션, 민박 등		700이상

[표 3-46] 강화도 웹사이트 디자인 현황

<p style="text-align: center;">강화군청</p> 	<p style="text-align: center;">강화농업기술센터</p> 
<p style="text-align: center;">강화도닷컴</p> 	<p style="text-align: center;">강화여행</p> 
<p style="text-align: center;">강화마트</p> 	<p style="text-align: center;">강화도닷컴</p> 

2. 종합의견

○ 지역의 이미지를 전달하기 위해서는 지역의 캐릭터부터 문화상품에 이르기 까지 통합된 이미지 구축이 필요하다. 진정한 의미의 통합 디자인 체계가 구축되기 위해서는 웹사이트에도 캐릭터와 마찬가지로 강화도의 역사적, 평화적 이미지를 전달할 수 있는 디자인이 이루어 져야 한다. 그래야만 강화도의 문화정체성을 확립할 수 있기 때문이다. 기 개발된 디자인 현황에서 몇가지의 문제점을 나열하면 다음과 같다.

- **첫째**, 장소에 대한 디자인이 체계적으로 개발되어 있지 못하다. 고인돌의 경우만 하더라도, 훌륭한 관광자원이며, 문화유산이지만, 실질적으로 고인돌이 위치한 곳을 찾아갔을 때는 제대로 된 표지판, 안내판이 갖추어있지 않았고, 그냥 발굴한 상태 그대로 보존되어 있었으며, 고인돌 옆에 전혀 상관없는 그네가 있었고, 씨름장이 있었다. 장소에 대한 별도의 디자인이 개발되어 있지 않은 상황이다.
- **둘째**, 강화도를 나타낼 수 있는 문화상품이 없다. 강화도를 나타내는 문화상품은 고인돌 관련 캐릭터 상품들과 완초공예 핸드폰 고리가 일부 기념품판매점에서만 판매되고 있는 상황이다. 현재 강화도의 문화상품 개발은 고인돌 캐릭터를 기반으로 한 문화상품이 일부 개발되어 있으며, 완초공예를 중심으로 문화상품 개발이 진행중에 있다. 그러나 문화상품을 판매하는 기념품 판매장의 경우에는 전혀 상관없는 제주도의 돌하루방, 서양의 대포 등이 판매되고 있었다.
- **셋째**, 강화도의 상징성을 나타낼 수 있는 개발 결과물이 혼용적으로 사용되고 있다. 강화군에서 지정한 상징물 크게 기, 나무, 새, 꽃으로 분류되어 개발되어 있으나, 활용도가 높은 편은 아니다. 또한 현재 개발된 캐릭터 중 강돌이와 칠선녀만이 강화도의 문화자원의 특징을 조금 반영했을 뿐 동실이나 누리빛은 무엇을 상징하고 있는지 한번에 알아보기 힘들며, 강화도의 이미지와도 잘 연결 되지 않는다. 강돌이는 강화도의 고인돌이라는 역사문화유산을 반영하기는 했지만 강화도의 이미지를 함축적으로 담아냈다고 할 수는 없다. 사용성에 있어서도 많은 문제점이 있다. 동실이나 누리빛은 개발만 된 상태이지 거의 사용되고 있지 않으며 가로등이나 홈페이지에는 특산품 캐릭터가 사용되고 있다. 그밖에 활용도가 낮은 서브캐릭터들이 많이 산재해 있으며 중복 캐릭터가 많고 적재적소에 캐릭터를 제대로 사용하지 못하고 있는 것도 문제점이다. 서브캐릭터 1을 살펴보면 전체적으로 캐릭터와 관련된 자원이 많이 반영된 편이지만 대부분 활용도가 낮은 상황이다. 칠선녀는 스토리가 많이 내재되어 있고 참성단과 연계하여 활용 가능성과 콘텐츠 개발 가능성이 매우 높은데도 불구하고 개발이 멈춰져 있는 상태라 매우 안타까운 실정이다. 강화동자는 같은 이름으로 또 다른 모습의 캐릭터가 중복 사용되어 보는 이로 하여금 혼란을 불러일으키고 있으며, 고인돌 캐릭터 또한 강돌이와 성격이 중복되는 캐릭터이다. 서브캐릭터 2를 살펴보면 동실이는 구름을 상징하고 누리빛은 참성단에 사용하는 성화를 이용하여 캐릭터화 하였는데 동실이의 경우 강화도와 별 연계성이 없으며 누리빛 또한 전달력이 약해 두 개의 캐릭터 모두 사용성과 함축성이 모두 떨어지는 것으로 파악되었다. 또한 테마 비주얼은 강화도의 명소를 일러스트를 통해 쉽게 전달하려고 했던 의도는 좋았으나 깃털 및 축제 등의 중요자원이 제외되어있어 표현 대상의 선정에 미흡한 부분이 있다. 이러한 문제를 해결하기 위해서는 강화도의 대표 이미지나 문화자원이 포함된 강화도의 이미지를 함축적으로 전달할 수 있는 대표캐릭터를 개발해야 할 것이며, 현재 개발 되어진 캐릭터에 대한 정리가 필요하다. 또한 개발 한 후에 어디에 사용할 것인지를 생각하지 말고

개발 전 단계부터 활용도를 고려해 기획과 개발이 함께 이루어져야 할 것이다.

- **넷째**, 강화도는 그 지역을 대표하고 상징할 만한 브랜드 상품이 다양하게 개발되지 못했다는 결과를 나타내고 있다. 그럼에도 불구하고 현재 대부분의 지역 브랜드 생산업체들은 영세하고 디자인, 유통, 제작 등 관련 업체, 기관간의 협력체계가 부실하기 때문에 새로운 상품의 개발이 미약한 실정이다. 강화도 지역은 브랜드 측면에서 ① 문화자원의 브랜드상품화 부족, ② 지역 브랜드 상품의 다양성 및 차별화 부족, ③ 디자인 기술 및 문화관광상품의 디자인 부족, ④ 브랜드 정보 및 홍보체제의 부실 등을 들 수 있다. 또한 정책적 측면에서 ① 디자인 관련 주무부서 혼재, ② 디자인 관련 공무원 부족, ③ 문화자원의 디자인 정책 및 개발, 운영 실천에 필요한 중심기관 부족, ④ 타 지역에 비해 디자인 진흥정책과 시스템 부족 등을 들 수 있다. 이외에도 강화도의 브랜드의 경우 브랜드 사후관리가 부실하게 이루어지고 있으며, 소규모 생산자조직 및 개별농장별로 브랜드를 개발하고, 개발한 브랜드도 상표등록을 하지 않아 법적보호를 받지 못하거나 브랜드에 대한 인지도가 낮아 특산품 및 특산물의 브랜드의 이미지 제고 및 확대에는 아직까지 미흡한 점이 많이 발견되었다.
- **다섯째**, 강화도에는 많은 행사가 존재하는데, 화문석 및 인삼, 순무 등의 특산품과 특산물을 홍보하는 이벤트가 있었고, 지역 소규모별도 문화축제가 열리고 있었다. 다만, 전략적 홍보나, 전문가가 참여한 제휴 관계에 의한 마케팅 기법을 사용하고 있는 것이 아니라, 지역주민들의 자부심이나, 관광객에게 호소하는 정도의 소극적 마케팅 기법을 사용하고 있었다. 대부분의 주민들은 지역축제를 통해 지역경제 활성화를 바라고 있었으나, 체계적인 접근방법을 모르고 있었고, 군이나 정부에서 나서서 행해주시기를 바라고 있는 것이 조사되었다. 그러나 축제는 군, 민, 단체가 모두 합동하여 진행될 때에 성공적으로 개최될 수 있다. 지역의 역사와 전통과의 직접적인 관련성 속에 공감대가 설정되어 지역민이 함께 호흡할 때 의의가 있는 것이다. 그래야만 지역축제는 말 그대로 '지역의 역사와 전통을 바탕으로 지역주민이 주체가 되어 연출하는 지역의 자존과 화합의 행사'로써 지역문화의 계승·발전에 기여할 수 있다. 그러기 위해서는 강화도의 지역 축제는 그 지역 그 행사만의 특징이 주요 매력요소가 될 수 있는 소재를 중심으로 계획되어야 한다. 다시 말해서 그 축제에 참여하지 않고는 경험할 수 없는 독특한 매력이 있어야 한다는 것이다. 과시적인 일회성 축제, 지역주민은 없고 뜨내기 관광객만 넘치는 주체가 불분명한 축제, 장삿속으로만 부풀려진 채 쓰레기만 양산하는 축제가 되지 않도록 해야 할 것이다. 현재 강화도의 축제나 행사는 다른 지역에 비해서 평균수준을 가지고 있으나 고인돌 축제와 참성단에서 이루어지는 행사를 제외하고는 대체적으로 소재가 불분명한 것들이 많았다.

제 4장 지역주민의 디자인 의식조사



제 1절 디자인 의식조사

- 4장에서는 설문조사를 통해 강화도 지역주민의 의식 및 개발현황에 대한 만족도를 조사, 분석하였다. 강화도 주민의 디자인 인식, 주민입장에서 바라본 디자인 산업의 문제점과 잠재력, 주민이 바라는 강화도 디자인 산업의 발전방향과 중점추진대상 사업 등을 심층 면접을 통해 조사하였다. 이외에도 조사 시 일반주민과 지역 Leader, 학계 등 전문가 그룹, 상공인 단체 등 지역단체와 NGO 등 다양한 계층의 의견을 수렴하였다. 이러한 종합의견을 수렴하여 방향을 강화도 지역문화자원의 디자인 산업화 방향을 설정하였다.

1. 조사방법

- 본 연구에서는 현재 강화도 지역을 대상으로 문화자원의 만족도 및 디자인 발전 방향을 모색하기 위해서 정량적 분석을 위해 설문조사와 통계처리 방법을 이용하였다.
- 설문조사 방법으로는 2005년 2월부터 4월까지 60일간 설문지 배포 방법으로 진행되었고, 설문대상은 강화도 지역주민 또는 강화도를 잘 알고 있는 전문가들을 대상으로 조사하였으며, 배포한 설문지는 343부에 회수 설문지는 277부이다. 1인당 설문시간은 20분 내외였다.
- 본 조사에 참여한 응답자는 총 277명으로 여성이 51.6%, 남성이 48.4%이며, 연령에 따라서는 20대가 27.1%, 30대가 20.6%, 50대 이상도 23.8%로 나타났다.
- 지역은 강화도 주민이 50.5%로 가장 많았고, 인천광역시 27.8%, 서울시 11.9%로 나타났다.
- 거주 경력은 20년 이상이 47.3%, 15년-19년 17.3%, 10-14년은 13.0%, 5-9년은 10.5%로 나타났다.
- 직업은 기타가 20.9%, 교육직이 15.5%, 회사원과 무직이 11.6%, 대학생도 11.2%로 나타났다.

[표 4-1] 응답자의 일반적 특성

구분	설문대상	빈도	퍼센트
성별	남	134	48.4%
	여	143	51.6%
연령	10대	38	13.7%
	20대	75	27.1%
	30대	57	20.6%
	40대	41	14.8%
	50대 이상	66	23.8%
지역	서울시	33	11.9%
	경기도	24	8.7%
	인천광역시	77	27.8%
	강화도	140	50.5%
	기타	3	1.1%
거주 경력	1-2년	16	5.8%
	3-4년	17	6.1%
	5-9년	29	10.5%
	10-14년	36	13.0%
	15-19년	48	17.3%
	20년 이상	131	47.3%
	합계		277
직업	공무원	29	10.5%
	농업기술	23	8.3%
	판매서비스	13	4.7%
	회사원	32	11.6%
	교육	43	15.5%
	전문직	16	5.8%
	대학생	31	11.2%
	무직	32	11.6%
	기타	58	20.9%
합계		277	100.0%

가. 통계처리 방법

- 첫째, 조사대상자의 일반적인 특성과 강화도에 대한 인식을 알아보기 위하여 빈도분석 (Frequency Analysis)을 실시하였다.
- 둘째, 교차분석 $\chi^2(p)$ 을 통해 강화도의 개발에 대한 인식의 연령별 차이와 개발의 우선순위를 살펴보았다.
- 셋째, 본 조사에 대한 분석은 모두 유의수준 $p < .05$, $p < .01$, $p < .001$ 에서 검증하였으며, 통계 처리는 SPSSWIN 12.0 프로그램을 사용하여 분석하였다.

나. 용어정리

○ 5점 척도

강화도 문화자원 개발 또는 디자인에 대한 만족도를 살펴보기 위하여 매우 불만은 1점, 불만은 2점, 보통은 3점, 만족은 4점, 매우 만족은 5점으로 점수를 부여하는 리커트 5점척도를 이용하여 평균을 구하였다. 평균값이 1점에 가까울수록 불만족하는 경향이 강하며, 3점 내외이면 보통의 만족도, 5점에 가까울수록 해당 사항에 대한 만족 수준이 높아지는 것을 의미한다.

○ 표준편차

설문에 응한 조사대상자들의 응답이 평균값으로부터 얼마나 떨어져있느냐를 의미하며 예를 들어 평균값이 2.88점이고 표준편차가 .692라면, 시설물의 만족도에 대하여 $2.88 - .692$ 에서 $2.88 + .692$ 의 범위에 응답자들의 응답이 분포하는 것을 의미한다.

○ 가중치 부여 값

각 문항에 대하여 응답자들이 선택한 우선순위에 대하여 순위별로 가중치를 부여한 점수를 구한 뒤, 그 가중치 합계로 각 항목별 순위를 구하는 방식을 채택하였다.

다. 조사항목

아래와 같은 조사항목으로 나누어 질문 내용 구성하였다.

- 조사응답자 일반 특성 파악
- 강화도 지역문화에 대한 인식도 조사
- 강화도 문화자원 개발 또는 디자인에 대한 만족도 조사
- 강화도 지역문화 자원에 대한 조사
- 강화도 지역문화 자원 디자인 산업화 전략에 대한 조사
- 연령별 순위별 세부 만족도 조사

2. 지역문화에 대한 인식도 조사

Q1 : 강화도 문화 인지도 조사

- 강화도의 문화에 대해 알고 있는 정도에 대해 보통이라는 응답이 51.6%로 가장 높게 나타났고 잘 알고 있다는 응답이 23.1%, 매우 잘 알고 있다는 응답이 6.9%로 잘 모른다는 응답과 전혀 모른다는 응답이 총 18.4%인 것에 비해 잘 알고 있거나 매우 잘 알고 있다는 응답이 총 30.0%로 잘 모른다는 응답보다 잘 알고 있다는 응답이 많은 것으로 나타나 응답자들은 강화도의 문화에 대해 잘 알고 있다고 인식하는 경향이 높은 것으로 보인다.

[표 4-2] 강화도의 문화에 대해 알고 있는 정도

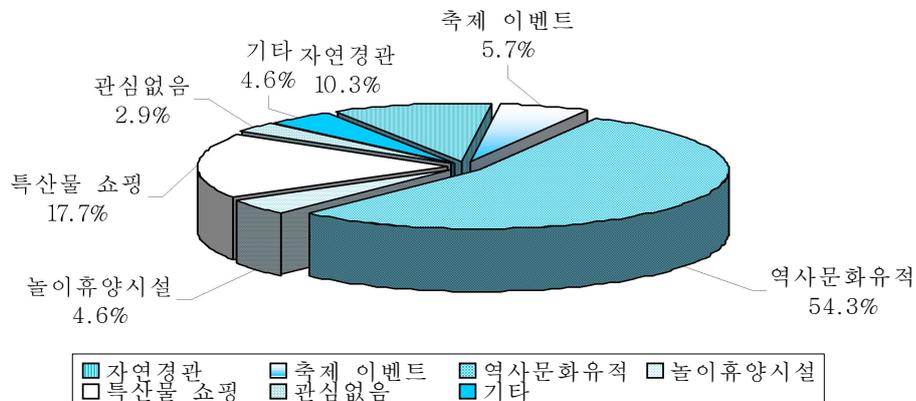
	빈도	퍼센트
매우 잘 알고 있다	19	6.9%
잘 알고 있다	64	23.1%
보통이다	143	51.6%
잘 모른다	47	17.0%
전혀 모른다	4	1.4%
합 계	277	100.0%

Q2 : 방문객이 강화도를 찾는 이유

○ 방문객이 강화도를 찾는 이유는 역사문화 유적 때문이라는 응답이 53.4%로 강화도 방문객의 과반수이상인 강화도의 역사문화유적을 보기 위해 방문하는 것으로 나타났다. 또한 자연 경관이라는 응답도 28.2%로 강화도의 역사문화유적과 뛰어난 자연경관이 방문객들이 강화도를 방문하는데 가장 큰 요인이 되는 것으로 보인다.

[표 4-3] 방문객이 강화도를 찾는 이유

순위	변수	빈도	퍼센트
1	역사문화유적	95	53.4%
2	자연경관	18	28.2%
3	특산물 쇼핑	31	9.2%
4	축제 이벤트	10	3.0%
5	놀이휴양시설	8	2.4%
5	기타	8	2.4%
7	관심없음	5	1.5%
	합계	337	100.0%



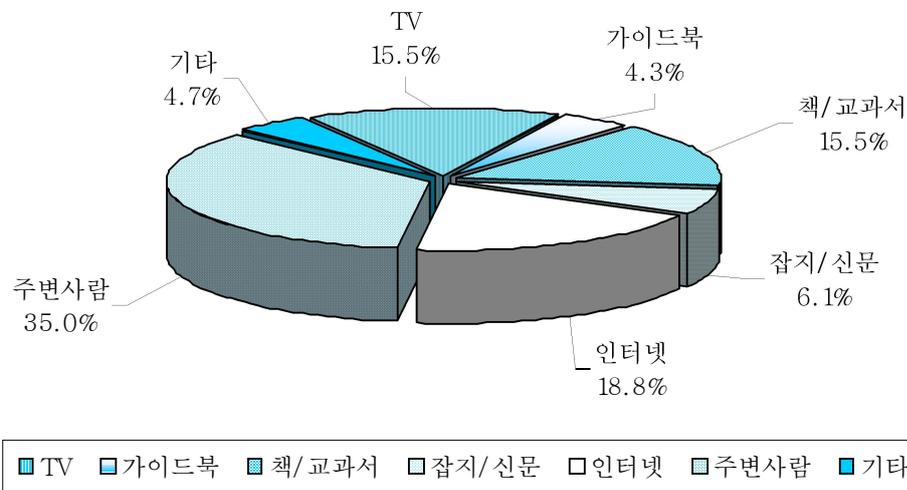
[그림 4-1] 방문객이 강화도를 찾는 이유

Q3 : 강화도 관련 정보 습득 경로

○ 강화도에 관련된 정보를 얻는 방법은 주변 사람들을 통해 얻는다는 응답이 35.0%로 가장 높게 나타났고 인터넷도 18.8%로 높게 나타났다, TV와 책, 교과서 등도 각 15.5%인 것으로 나타나 강화도에 관련된 정보는 주변사람으로부터 얻는 경우가 많아 강화도를 한번 방문한 관광객이 다시 찾을 수 있도록 구전효과를 높이는 것이 중요한 것으로 판단된다.

[표 4-4] 강화도에 관련된 정보를 얻는 방법

순위	습득경로	빈도	퍼센트
1	주변사람	97	35.0%
2	TV	43	15.5%
2	책/교과서	43	15.5%
4	인터넷	52	18.8%
5	잡지/신문	17	6.1%
6	기타	13	4.7%
7	가이드북	12	4.3%
합계		277	100.0%



[그림 4-2] 강화도에 관련된 정보를 얻는 방법

Q4 : 강화도의 매력 포인트

○ 강화도의 매력에 대해서는 유적 관광지가 매력적이라는 응답이 52.3%로 가장 높은 비율을 보였고 자연 경관이라는 응답도 35.0%로 높게 나타났다. 기타 응답들이 10% 미만인데 비해 자연경관과 유적관광지에 대한 매력이 높다는 응답이 높아 강화도의 자연경관과 유적관광지가 관광객들에게 가장 큰 매력으로 다가오는 것으로 보인다.

[표 4-5] 강화도의 매력 포인트

순위	매력포인트	빈도	퍼센트
1	유적 관광지	145	52.3%
2	자연경관	97	35.0%
3	특산품 쇼핑	20	7.2%
4	모름	8	2.9%
5	음식	4	1.4%
6	축제 이벤트	1	.4%
6	오락시설	1	.4%
6	기타	1	.4%
합계		277	100.0%

3. 시설물, 디자인, 정책 관련 만족도 조사

Q1~Q4 강화도 시설물 개발 상태 만족도 조사

Q1 : 강화도의 휴양, 레저시설, 공원의 개발 상태에 대한 만족도

Q2 : 강화도 미술관, 박물관 등 문화시설 개발 상태에 대한 만족도

Q3 : 강화도 판매장, 쇼핑센터, 시장 등의 개발 상태에 대한 만족도

Q4 : 축제 및 이벤트 개발 상태에 대한 만족도

[표 4-6] 강화도 문화자원 시설물 개발에 대한 만족도 조사

만족도 항목	N	최소값	최대값	평균	표준편차
휴양시설 개발상태	277	1	4	2.49	.725
문화시설 개발상태	277	1	5	2.55	.781
쇼핑시설 개발상태	277	1	5	2.58	.792
이벤트 개발상태	277	1	5	2.70	.826

○ 강화도 문화자원 개발 만족도 중에서 가장 낮은 항목은 휴양시설, 문화시설, 쇼핑시설 개발상

태 및 이벤트 개발상태가 각 각 2.49점, 2.55점, 2.58점으로 가장 낮은 점수를 보여 휴양, 문화 쇼핑시설에 대한 보완이 이루어져야 할 것으로 사료된다.

Q5~Q9 강화도 디자인 개발 상태 만족도 조사

Q5 : 강화도 시설물(도로표지판, 안내표지판, 옥외광고)에 만족하십니까?

Q6 : 강화도 관련 홈페이지/방송매체 개발에 만족하십니까?

Q7 : 홍보용 인쇄물(카탈로그, 안내책자) 디자인에 대해 만족하십니까?

Q8 : 인삼, 순무, 약쑥, 섬쌀 등 특산물 디자인에 대해 만족하십니까?

Q9 : 화문석 디자인에 대해 만족하십니까?

[표 4-7] 강화도 문화자원 디자인 개발에 대한 만족도 조사

만족도 항목	N	최소값	최대값	평균	표준편차
시설물 디자인	277	1	5	2.88	.692
홈페이지 개발상태	277	1	5	2.75	.774
홍보용 인쇄물 디자인	277	1	5	2.79	.780
특산물 디자인	277	1	5	3.15	.907
화문석 디자인	277	1	5	3.13	.908

○ 강화도 시설물디자인의 만족도는 2.88점으로 비교적 높은 점수를 나타냈으나 부정적인 응답에 가까운 것으로 나타났다. 홍보에 대한 만족도를 보면 홈페이지 개발상태가 2.75점, 홍보물 디자인이 2.79점으로 나타나 만족한다는 경향보다는 만족하지 않는다는 경향이 강한 것으로 나타났다. 가장 만족도가 높은 항목은 특산물 디자인이 3.15점이며, 다음으로 화문석 디자인도 3.13점으로 나타났다.

Q10~Q14 강화도 주민의식 및 정책 관련 만족도 조사

Q10 : 강화도 지역발전을 위한 주민들의 개발의식에 대해 만족하십니까?

Q11 : 인천시의 자연, 역사문화자원 개발에 대해 만족하십니까?

Q12 : 강화군청의 자연, 역사문화자원 개발에 대해 만족하십니까?

Q13 : 강화군 소도읍 육성 사업에 대해 만족하십니까?

Q14 : 강화도 문화자원 개발에 대한 정책 및 법률에 대해 만족하십니까?

[표 4-8] 강화도 문화자원 개발에 대한 의식 및 정책 만족도 조사

만족도 항목	N	최소값	최대값	평균	표준편차
주민 개발의식	277	1	5	2.70	.777
인천시 자원 개발	277	1	5	2.69	.859
강화군청 자원 개발	277	1	5	2.76	.874
소도읍 육성 사업	277	1	5	2.80	.805
문화자원 개발 정책 및 법률	277	1	5	2.67	.770

○ 각 기관의 자원 개발에 대한 만족도를 살펴보면 주민 개발의식이 2.70점, 인천시 자원개발이 2.69점으로 가장 낮은 점수를 나타냈고 강화군청 자원개발이 2.76점으로 인천시 자원개발에 대한 만족도가 강화군청의 자원개발에 대한 만족도 보다 낮은 점수를 나타냈다. 이에 따라 인천시 및 강화 군청, 주민 개발의식에 대한 만족도도 부정적인 경향이 높은 것으로 나타났다. 문화자원의 개발 정책 및 사업에 대한 만족도는 소도읍 육성사업에 대한 만족도는 2.80점 문화자원 개발 정책 및 법률에 대한 만족도는 2.67점으로 강화군 소도읍 육성사업에 대한 만족도가 비교적 높은 점수를 보였다.

○ 연령별로 살펴본 강화도 세부 만족도 조사는 다음과 같다.

[표 4-9] 연령별 강화도 시설물 만족도

연령	매우불만	불만	보통	만족	매우만족	전체	$\chi^2(p)$
10대	3 7.9%	7 18.4%	21 55.3%	6 15.8%	1 2.6%	38 100.0%	
20대	2 2.7%	10 13.3%	52 69.3%	11 14.7%	0 .0%	75 100.0%	
30대	2 3.5%	16 28.1%	34 59.6%	5 8.8%	0 .0%	57 100.0%	
40대	0 .0%	6 14.6%	24 58.5%	10 24.4%	1 2.4%	41 100.0%	
50대 이상	3 4.5%	13 19.7%	46 69.7%	4 6.1%	0 .0%	66 100.0%	
전체	10 3.6%	52 18.8%	177 63.9%	36 13.0%	2 .7%	277 100.0%	

○ <표>와 같이 강화도 시설물 만족도를 살펴보면 보통이 63.9%로 가장 많았고, 만족과 매우 만족이 각각 13.0%와 .7%로 긍정적 인식이 약 13.7%로 나타난 반면 불만족하는 편이라는 응답은 약 22%로 부정적인 인식이 더 강한 것으로 나타났다.

- 연령별로 살펴보면, 강화도 시설물의 만족도는 40대의 약 26% 정도가 만족하는 편이라는 응답을 보여 가장 긍정적인 인식을 보인 반면 부정적인 인식은 30대가 약 31%, 10대가 약 26%, 50대 이상이 약 24%의 순서로 나타났다.

[표 4-10] 연령별 강화도 휴양, 레저시설, 공원 개발 상태에 대한 만족도

연령	매우불만	불만	보통	만족	매우만족	전체	$\chi^2(p)$
10대	2	16	18	2	-	38	
	5.3%	42.1%	47.4%	5.3%	-	100.0%	
20대	2	35	34	4	-	75	
	2.7%	46.7%	45.3%	5.3%	-	100.0%	
30대	6	29	19	3	-	57	
	10.5%	50.9%	33.3%	5.3%	-	100.0%	
40대	3	18	14	6	-	41	
	7.3%	43.9%	34.1%	14.6%	-	100.0%	
50대 이상	4	30	26	6	-	66	
	6.1%	45.5%	39.4%	9.1%	-	100.0%	
전체	17	128	111	21	-	277	
	6.1%	46.2%	40.1%	7.6%	-	100.0%	

- <표>와 같이 강화도의 휴양, 레저시설, 공원 개발 상태에 대한 전체 조사대상자의 만족도를 살펴보면 보통이다가 40.1%로 나타났으며, 매우 불만과 불만은 각각 6.1%와 46.2%로 부정적인 인식이 약 50%로 나타났다. 즉 50% 정도의 응답자들이 강화도 휴양, 레저시설, 공원 개발 상태에 대하여 불만족하는 것을 알 수 있다.
- 연령별로 살펴보면 연령이 상대적으로 높은 40대와 50대 이상 집단은 각각 14.6%와 9.1%로 30대 이하 집단에 비하여 긍정적인 인식이 높은 수준이었다. 한편 불만족스럽다는 인식은 30대가 약 61%로 강화도 휴양, 레저시설, 공원 개발 상태에 대하여 가장 불만족스러운 것을 알 수 있다.

[표 4-11] 연령별 강화도 미술관, 박물관 등 문화시설 개발 상태 만족도

연령	매우불만	불만	보통	만족	매우만족	전체	$\chi^2(p)$
10대	7 18.4%	13 34.2%	11 28.9%	7 18.4%	0 .0%	38 100.0%	
20대	4 5.3%	29 38.7%	38 50.7%	4 5.3%	0 .0%	75 100.0%	
30대	2 3.5%	24 42.1%	25 43.9%	5 8.8%	1 1.8%	57 100.0%	
40대	3 7.3%	20 48.8%	16 39.0%	2 4.9%	0 .0%	41 100.0%	
50대 이상	6 9.1%	20 30.3%	35 53.0%	4 6.1%	1 1.5%	66 100.0%	
전체	22 7.9%	106 38.3%	125 45.1%	22 7.9%	2 .7%	277 100.0%	

- <표>와 같이 강화도의 미술관과 박물관 등 문화시설 개발 상태에 대한 만족도를 살펴보면 보통이 45.1%로 가장 많았고, 만족과 매우 만족은 각각 7.9%와 .7%로 긍정적 인식이 8.6%로 나타난 반면 불만족하는 편이라는 응답은 약 45%로 부정적인 인식이 훨씬 강한 것으로 나타났다.
- 연령별로 살펴보면 강화도의 문화시설 개발 상태의 만족도는 연령이 가장 낮은 10대의 18.4% 정도가 만족하는 편이라는 응답을 보였으나 부정적인 인식은 30대와 40대가 각각 약 45%와 56%로 부정적인 인식이 타 연령대에 비하여 높은 것으로 나타났다.

[표 4-12] 연령별 강화도 판매장, 쇼핑센터, 시장 등의 개발상태에 대한 만족도

연령	매우불만	불만	보통	만족	매우만족	전체	$\chi^2(p)$
10대	6 15.8%	7 18.4%	17 44.7%	8 21.1%	0 .0%	38 100.0%	
20대	3 4.0%	28 37.3%	35 46.7%	9 12.0%	0 .0%	75 100.0%	
30대	6 10.5%	22 38.6%	25 43.9%	4 7.0%	0 .0%	57 100.0%	
40대	2 4.9%	18 43.9%	18 43.9%	3 7.3%	0 .0%	41 100.0%	
50대 이상	5 7.6%	26 39.4%	30 45.5%	4 6.1%	1 1.5%	66 100.0%	
전체	22 7.9%	101 36.5%	125 45.1%	28 10.1%	1 .4%	277 100.0%	

- <표>와 같이 강화도의 판매장, 쇼핑센터, 시장 등의 개발 상태에 대한 만족도를 살펴보면 만족과 매우 만족의 긍정적 인식은 약 10%로 나타난 반면 불만족하는 편이라는 응답은 약 44%

로 부정적인 인식이 매우 높은 것을 알 수 있다.

- 연령별로 살펴보면 강화도의 판매장, 쇼핑센터, 시장 등의 개발상태 만족도는 연령이 가장 낮은 10대가 21.1%로 가장 긍정적인 인식을 가지는 것으로 나타났다. 부정적인 인식은 30대, 40대, 50대 이상 집단이 각각 약 49%와 48%, 47%로 20대 이하의 집단들보다 부정적인 인식이 높은 것으로 나타났다.

[표 4-13] 축제 및 이벤트 개발 상태에 대한 만족도

연령	매우불만	불만	보통	만족	매우만족	전체	$\chi^2(p)$
10대	4 10.5%	6 15.8%	17 44.7%	9 23.7%	2 5.3%	38 100.0%	
20대	2 2.7%	23 30.7%	43 57.3%	7 9.3%	0 .0%	75 100.0%	
30대	7 12.3%	19 33.3%	22 38.6%	8 14.0%	1 1.8%	57 100.0%	
40대	1 2.4%	14 34.1%	20 48.8%	6 14.6%	0 .0%	41 100.0%	
50대 이상	7 10.6%	21 31.8%	33 50.0%	5 7.6%	0 .0%	66 100.0%	
전체	21 7.6%	83 30.0%	135 48.7%	35 12.6%	3 1.1%	277 100.0%	

- <표>와 같이 강화도의 축제 및 이벤트 개발 상태에 대한 만족도를 살펴보면 보통이 48.7%로 가장 많았고, 만족과 매우 만족이 각각 12.6%와 1.1%로 긍정적 인식이 약 13.7%로 나타났다. 한편 불만족하는 편이라는 응답은 약 37%로 부정적인 인식이 강한 것으로 나타났다.
- 연령별로 살펴보면, 강화도의 축제 및 이벤트 개발 상태에 대한 만족도는 10대가 약 29%로 가장 긍정적인 인식을 보였으며 반면 부정적인 인식은 30대와 50대 이상 집단이 약 45%, 10대가 약 42%로 높은 응답을 보였다.

[표 4-14] 연령별 강화도 관련 홈페이지/방송매체 개발 만족도

연령	매우불만	불만	보통	만족	매우만족	전체	$\chi^2(p)$
10대	7 18.4%	6 15.8%	20 52.6%	5 13.2%	0 .0%	38 100.0%	
20대	4 5.3%	22 29.3%	42 56.0%	7 9.3%	0 .0%	75 100.0%	
30대	3 5.3%	13 22.8%	32 56.1%	9 15.8%	0 .0%	57 100.0%	
40대	0 .0%	10 24.4%	23 56.1%	8 19.5%	0 .0%	41 100.0%	
50대 이상	6 9.1%	13 19.7%	41 62.1%	5 7.6%	1 1.5%	66 100.0%	
전체	20 7.2%	64 23.1%	158 57.0%	34 12.3%	1 .4%	277 100.0%	

- <표>와 같이 강화도의 관련 홈페이지 및 방송매체 개발에 대한 만족도를 살펴보면 보통이 57.0%로 가장 많았고, 긍정적 인식은 약 12%로 나타났으며 불만족스럽다는 응답은 약 30%로 긍정적 인식보다 부정적인 인식이 강한 것을 알 수 있다.
- 연령별로 살펴보면 강화도의 관련 홈페이지/방송매체 개발의 만족도는 40대가 19.5%, 30대가 15.8%, 10대가 13.2%의 순서로 긍정적인 인식을 보였으며 불만족스럽다는 부정적 인식은 10대와 20대 집단이 각각 약 34%로 가장 높은 것을 알 수 있다.

[표 4-15] 연령별 홍보물 인쇄물 디자인에 대한 만족도

연령	매우불만	불만	보통	만족	매우만족	전체	$\chi^2(p)$
10대	4 10.5%	7 18.4%	20 52.6%	7 18.4%	0 .0%	38 100.0%	
20대	2 2.7%	19 25.3%	46 61.3%	8 10.7%	0 .0%	75 100.0%	
30대	2 3.5%	15 26.3%	31 54.4%	9 15.8%	0 .0%	57 100.0%	
40대	1 2.4%	8 19.5%	21 51.2%	11 26.8%	0 .0%	41 100.0%	
50대 이상	7 10.6%	21 31.8%	30 45.5%	7 10.6%	1 1.5%	66 100.0%	
전체	16 5.8%	70 25.3%	148 53.4%	42 15.2%	1 .4%	277 100.0%	

- <표>와 같이 강화도의 홍보물 인쇄물 디자인에 대한 만족도를 살펴보면 만족과 매우 만족의 긍정적 인식은 약 15.9%로 나타난 반면 불만족하는 편이라는 응답은 약 31%로 부정적인 인식이 더 강한 것을 알 수 있다.

- 연령별로 살펴보면 40대의 경우 강화도의 홍보물 및 인쇄물 디자인에 대하여 만족스러운 편 이다라는 응답이 26.8%로 가장 긍정적인 것으로 나타났으며, 불만족스럽다는 응답은 연령이 가장 높은 50대 이상 집단이 약 42%로 가장 불만족스러운 것을 알 수 있다.

[표 4-16] 연령별 인상, 순무, 약쑥, 섬쌀 등 특산물 디자인 만족도

연령	매우불만	불만	보통	만족	매우만족	전체	$\chi^2(p)$
10대	2	2	16	15	3	38	
	5.3%	5.3%	42.1%	39.5%	7.9%	100.0%	
20대	2	11	36	25	1	75	
	2.7%	14.7%	48.0%	33.3%	1.3%	100.0%	
30대	2	11	24	18	2	57	
	3.5%	19.3%	42.1%	31.6%	3.5%	100.0%	
40대	0	4	18	16	3	41	
	.0%	9.8%	43.9%	39.0%	7.3%	100.0%	
50대 이상	8	15	25	16	2	66	
	12.1%	22.7%	37.9%	24.2%	3.0%	100.0%	
전체	14	43	119	90	11	277	
	5.1%	15.5%	43.0%	32.5%	4.0%	100.0%	

- <표>와 같이 강화도의 인상, 순무, 약쑥, 섬쌀 등 특산물 디자인의 만족도를 살펴보면 보통이 43.0%로 가장 많았고, 만족하는 편이다라는 긍정적 인식은 36.5%로 나타난 반면 불만족하는 편이라는 응답은 21.6%로 긍정적인 인식이 더 강한 것으로 나타났다.
- 연령별로는 인상, 순무, 약쑥, 섬쌀 등 특산물 디자인의 만족도에 대하여 10대와 40대 집단의 약 47% 응답자들이 만족하는 편이라는 긍정적 인식이 가장 높은 반면, 연령이 가장 높은 50대 이상 집단은 불만족스러운 편이다라는 응답이 약 34%로 가장 부정적인 것을 알 수 있다.

[표 4-17] 연령별 화문석 디자인에 대한 만족도

연령	매우불만	불만	보통	만족	매우만족	전체	$\chi^2(p)$
10대	1	5	19	9	4	38	
	2.6%	13.2%	50.0%	23.7%	10.5%	100.0%	
20대	5	7	36	26	1	75	
	6.7%	9.3%	48.0%	34.7%	1.3%	100.0%	
30대	1	10	23	21	2	57	
	1.8%	17.5%	40.4%	36.8%	3.5%	100.0%	
40대	0	8	16	15	2	41	
	.0%	19.5%	39.0%	36.6%	4.9%	100.0%	
50대 이상	7	15	26	16	2	66	
	10.6%	22.7%	39.4%	24.2%	3.0%	100.0%	
전체	14	45	120	87	11	277	
	5.1%	16.2%	43.3%	31.4%	4.0%	100.0%	

- <표>와 같이 화문석 디자인 만족도를 살펴보면 보통이 43.3%, 만족이 31.4%, 불만이 16.2%, 매우 불만이 5.1%, 매우 만족이 4.0%의 순서로 나타났으며 만족하는 편이다라는 인식이 약 34%로 부정적 인식보다 높은 것으로 나타났다.
- 연령별로 살펴보면 화문석 디자인의 만족도는 20, 30, 40대가 10대와 50대보다 높은 만족도를 보였다.

[표 4-18] 연령별 강화도 지역발전을 위한 주민들의 개발의식에 대한 만족도

연령	매우불만	불만	보통	만족	매우만족	전체	$\chi^2(p)$
10대	3	8	20	6	1	38	19.748 (.232)
	7.9%	21.1%	52.6%	15.8%	2.6%	100.0%	
20대	2	15	49	9	0	75	
	2.7%	20.0%	65.3%	12.0%	.0%	100.0%	
30대	4	21	26	5	1	57	
	7.0%	36.8%	45.6%	8.8%	1.8%	100.0%	
40대	2	12	22	4	1	41	
	4.9%	29.3%	53.7%	9.8%	2.4%	100.0%	
50대 이상	7	25	31	3	0	66	
	10.6%	37.9%	47.0%	4.5%	.0%	100.0%	
전체	18	81	148	27	3	277	
	6.5%	29.2%	53.4%	9.7%	1.1%	100.0%	

- <표>와 같이 강화도 지역발전을 위한 주민들의 개발 의식에 대한 만족수준을 살펴보면 보통이 53.4%로 가장 많았고, 불만족스러운 편이다라는 응답은 약 35%로 만족스러운 편이다의 약 10%보다 매우 높았다.
- 연령별로는 대체적으로 연령이 낮은 집단일수록 강화도 지역발전을 위한 주민들의 개발 의식에 대한 만족도가 높은 것으로 나타났고, 연령이 가장 높은 50대 이상 집단은 불만족스럽다는 인식이 약 48%로 가장 부정적인 인식을 가졌다.

[표 4-19] 연령별 인천시의 자연, 역사문화 개발에 대한 만족도

연령	매우불만	불만	보통	만족	매우만족	전체	$\chi^2(p)$
10대	3	5	17	10	3	38	38.565*** (.001)
	7.9%	13.2%	44.7%	26.3%	7.9%	100.0%	
20대	3	21	43	7	1	75	
	4.0%	28.0%	57.3%	9.3%	1.3%	100.0%	
30대	3	19	26	9	0	57	
	5.3%	33.3%	45.6%	15.8%	.0%	100.0%	
40대	2	16	17	5	1	41	
	4.9%	39.0%	41.5%	12.2%	2.4%	100.0%	
50대 이상	11	27	24	4	0	66	
	16.7%	40.9%	36.4%	6.1%	.0%	100.0%	
전체	22	88	127	35	5	277	
	7.9%	31.8%	45.8%	12.6%	1.8%	100.0%	

*** p<.001

- <표>와 같이 인천시의 자연, 역사문화 개발에 대한 만족도를 살펴보면 보통이 45.8%로 가장 많았고, 불만족스러운 편이다라는 응답은 약 39%로 만족스러운 편이다의 약 13%보다 매우 높았다.
- 연령별로는 가장 어린 20대 집단이 인천시의 자연, 역사문화 개발 만족도가 가장 높은 것으로 나타났으며, 대체적으로 연령이 높을수록 불만족하는 수준이 높은 것을 알 수 있었다 (p<.001).

[표 4-20] 연령별 강화군청의 자연, 역사문화자원 개발에 대한 만족도

연령	매우불만	불만	보통	만족	매우만족	전체	$\chi^2(p)$
10대	3	5	16	7	7	38	47.002*** (.000)
	7.9%	13.2%	42.1%	18.4%	18.4%	100.0%	
20대	2	25	39	8	1	75	
	2.7%	33.3%	52.0%	10.7%	1.3%	100.0%	
30대	2	20	25	10	0	57	
	3.5%	35.1%	43.9%	17.5%	.0%	100.0%	
40대	4	12	18	6	1	41	
	9.8%	29.3%	43.9%	14.6%	2.4%	100.0%	
50대 이상	7	22	33	4	0	66	
	10.6%	33.3%	50.0%	6.1%	.0%	100.0%	
전체	18	84	131	35	9	277	
	6.5%	30.3%	47.3%	12.6%	3.2%	100.0%	

*** p<.001

- <표>와 같이 강화군청의 자연, 역사문화자원 개발에 대한 만족수준을 살펴보면 보통이 47.3%

로 가장 많았고, 불만족스러운 편이다라는 응답은 약 37%로 만족스러운 편이다의 약 15%보다 높은 것으로 나타났다.

- 연령별로는 강화군청의 자연, 역사문화 자원 개발에 대하여 만족스럽다는 긍정적 인식은 10대가 약 36%, 30대와 40대가 각각 17.5%와 17%, 20대가 12%, 50대 이상이 6.1%의 순서로 나타났다. 불만족스럽다는 인식은 10대가 약 21%로 타 연령집단에 비하여 매우 낮은 것으로 나타났으며, 50대 이상 집단은 약 44%가 불만족스러워 하는 것으로 나타나 가장 부정적인 인식이 높았다($p < .001$).

[표 4-21] 연령별 강화도 소읍군 육성 사업에 대한 만족도

연령	매우불만	불만	보통	만족	매우만족	전체	$\chi^2(p)$ 28.097* (.031)
10대	2 5.3%	9 23.7%	17 44.7%	7 18.4%	3 7.9%	38 100.0%	
20대	4 5.3%	15 20.0%	46 61.3%	10 13.3%	0 .0%	75 100.0%	
30대	1 1.8%	14 24.6%	34 59.6%	6 10.5%	2 3.5%	57 100.0%	
40대	1 2.4%	9 22.0%	23 56.1%	7 17.1%	1 2.4%	41 100.0%	
50대 이상	6 9.1%	28 42.4%	27 40.9%	5 7.6%	0 .0%	66 100.0%	
전체	14 5.1%	75 27.1%	147 53.1%	35 12.6%	6 2.2%	277 100.0%	

* $p < .05$

- <표>와 같이 강화도 소읍군 육성 사업에 대한 만족 수준을 살펴보면 보통이 53.1%로 가장 많았고, 만족스럽다는 응답은 약 14%로 불만족스러운 편이다라는 응답의 약 32%보다 낮은 것으로 나타났다.
- 연령별로 살펴보면 강화도 소읍군 육성 사업에 대한 만족도는 10대가 약 26%로 가장 긍정적인 인식을 보였으며 타 연령 집단에 비하여 높은 수준이었다. 강화도 소읍군 육성 사업에 대한 불만족 수준은 연령이 가장 높은 50대 이상 집단이 약 51%로 50대의 반정도의 응답자들이 강화도 소읍군 육성사업에 대하여 불만족스러워 하는 것을 알 수 있었다($p < .05$).

[표 4-22] 연령별 강화도 문화자원 개발에 대한 정책 및 법률에 대한 만족도

연령	매우불만	불만	보통	만족	매우만족	전체	$\chi^2(p)$
10대	3 7.9%	7 18.4%	21 55.3%	6 15.8%	1 2.6%	38 100.0%	
20대	7 9.3%	15 20.0%	47 62.7%	6 8.0%	0 .0%	75 100.0%	
30대	3 5.3%	21 36.8%	26 45.6%	7 12.3%	0 .0%	57 100.0%	
40대	2 4.9%	10 24.4%	25 61.0%	4 9.8%	0 .0%	41 100.0%	
50대 이상	8 12.1%	20 30.3%	36 54.5%	2 3.0%	0 .0%	66 100.0%	
전체	23 8.3%	73 26.4%	155 56.0%	25 9.0%	1 .4%	277 100.0%	

- <표>와 같이 강화도 문화자원 개발에 대한 정책 및 법률에 대한 만족도를 살펴보면 보통이 56.0%로 가장 많았고, 만족스럽다는 의견은 약 9%로 매우 적었다. 한편 불만족스러운 편이라는 응답은 약 34%로 긍정적 인식에 비하여 부정적 인식이 더 강하였다.
- 연령별로 살펴보면 연령이 가장 낮은 10대 집단의 만족도가 가장 높은 수준으로 나타났으며, 불만족스럽다는 인식은 50대 이상 집단이 가장 높은 수준으로 나타났다.

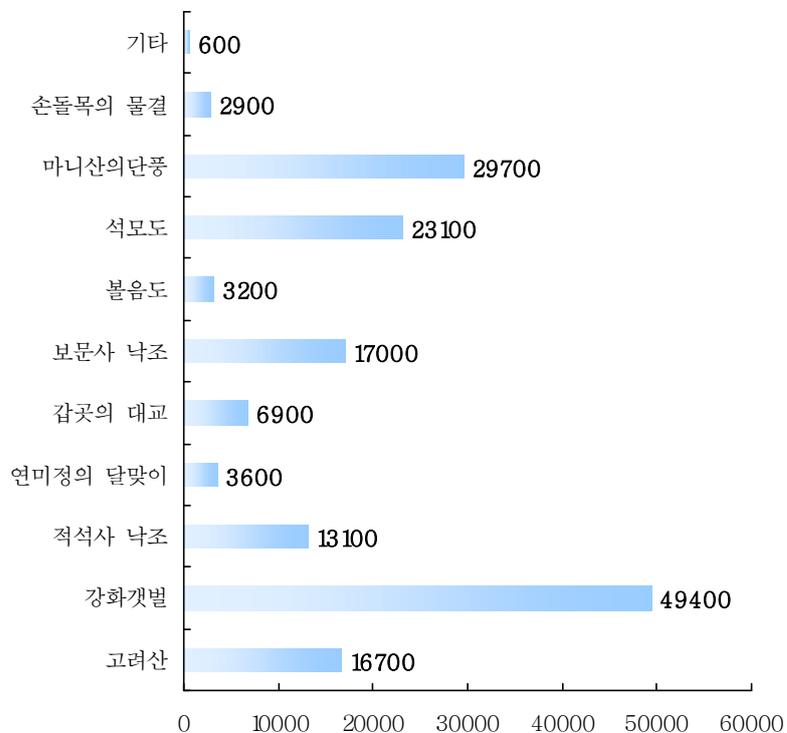
4. 대표 문화자원 인지도 조사

C-Q1. 강화도의 자연환경자원 중 순위별 우선개발 대상

○ 강화도의 아름다운 자연경관 중 우선적으로 개발해야 하는 순위는 가중치를 부여해 분석한 결과 강화갯벌이 49400점으로 가장 높은 점수를 나타내 1순위로 나타났고 마니산의 단풍이 29700점으로 2순위로 나타났다. 강화갯벌과 마니산 단풍에 대한 집중적 개발이 요구되는 것으로 나타났다. 반면 불음도와 손돌목의 물결은 3200점과 2900점으로 각각 9순위와 10순위로 나타나 불음도와 손돌목의 개발에 대한 요구는 상대적으로 낮은 것으로 나타났다.

[표 4-23] 강화도 자연환경자원 중 우선개발 대상 순위표

순위	자연환경자원	점수	순위	자연환경자원	점수
1	강화갯벌	49400	7	갑곶의 대교	6900
2	마니산의단풍	29700	8	연미정의 달맞이	3600
3	석모도	23100	9	불음도	3200
4	보문사 낙조	17000	10	손돌목의 물결	2900
5	고려산	16700	11	기타	600
6	적석사 낙조	13100			



[그림 4-3] 강화도의 자연환경자원 중 우선적 개발 대상

○ 강화도의 자연환경자원 중 우선적 개발대상 1순위부터 3순위까지 교차분석을 시행하였다. 교차분석 결과 값은 아래와 같다.

[표 4-24] 강화도의 자연환경자원 중 우선적 개발 대상 _ 1순위

	10대	20대	30대	40대	50대 이상	전체	χ^2
고려산	3	3	6	6	12	30	44.121 (.302)
	7.9%	4.0%	10.5%	14.6%	18.2%	10.8%	
강화갯벌	16	30	23	16	21	106	
	42.1%	40.0%	40.4%	39.0%	31.8%	38.3%	
적석사 낙조	1	3	4	3	5	16	
	2.6%	4.0%	7.0%	7.3%	7.6%	5.8%	
연미정의 달맞이	0	0	1	0	0	1	
	.0%	.0%	1.8%	.0%	.0%	.4%	
갑곶의 대교	1	3	1	1	2	8	
	2.6%	4.0%	1.8%	2.4%	3.0%	2.9%	
보문사 낙조	3	5	5	4	5	22	
	7.9%	6.7%	8.8%	9.8%	7.6%	7.9%	
볼음도	0	1	2	1	2	6	
	.0%	1.3%	3.5%	2.4%	3.0%	2.2%	
석모도	2	16	8	3	3	32	
	5.3%	21.3%	14.0%	7.3%	4.5%	11.6%	
마니산의 단풍	12	14	6	6	16	54	
	31.6%	18.7%	10.5%	14.6%	24.2%	19.5%	
손돌목의 물결	0	0	1	0	0	1	
	.0%	.0%	1.8%	.0%	.0%	.4%	
기타	0	0	0	1	0	1	
	.0%	.0%	.0%	2.4%	.0%	.4%	
전체	38	75	57	41	66	277	
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

○ 강화도의 아름다운 자연경관 중 우선적으로 개발해야 하는 대상에 대해 1순위로 응답한 응답은 강화 갯벌이 38.3%로 가장 높게 나타났고 마니산 단풍 19.5%, 석모도 11.6% 고려산 10.8%순으로 나타났다.

○ 이에 대해 성별에 따라서는 통계적으로 유의미한 차이는 나타나지 않았으나 10대의 경우 마니산 단풍이라는 응답이 31.6%로 다른 연령대 응답자들에 비해 높게 나타났고 20대는 석모도라는 응답이 21.3%로 다른 연령대에 비해 높게 나타났다. 또한 50대 이상은 고려산이라는 응답이 18.2%로 다른 연령대에 비해 높게 나타났다.

[표 4-25] 강화도의 자연환경자원 중 우선적 개발 대상 _ 2순위

	10대	20대	30대	40대	50대 이상	전체	χ^2
고려산	2	3	3	4	10	22	49.986 (.134)
	5.3%	4.0%	5.3%	9.8%	15.2%	7.9%	
강화갯벌	9	18	12	10	18	67	
	23.7%	24.0%	21.1%	24.4%	27.3%	24.2%	
적석사 낙조	4	4	5	8	7	28	
	10.5%	5.3%	8.8%	19.5%	10.6%	10.1%	
연미정의 달맞이	1	3	3	1	4	12	
	2.6%	4.0%	5.3%	2.4%	6.1%	4.3%	
갑곶의 대교	1	1	7	4	2	15	
	2.6%	1.3%	12.3%	9.8%	3.0%	5.4%	
보문사 낙조	2	11	4	3	7	27	
	5.3%	14.7%	7.0%	7.3%	10.6%	9.7%	
불음도	0	0	2	0	1	3	
	.0%	.0%	3.5%	.0%	1.5%	1.1%	
석모도	9	15	13	4	7	48	
	23.7%	20.0%	22.8%	9.8%	10.6%	17.3%	
마니산의 단풍	10	18	6	7	7	48	
	26.3%	24.0%	10.5%	17.1%	10.6%	17.3%	
손돌목의 물결	0	2	2	0	2	6	
	.0%	2.7%	3.5%	.0%	3.0%	2.2%	
기타	0	0	0	0	1	1	
	.0%	.0%	.0%	.0%	1.5%	.4%	
전체	38	75	57	41	66	277	
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

- 강화도의 아름다운 자연경관 중 우선적으로 개발해야 하는 대상 2순위는 강화갯벌이 24.2%로 가장 높게 나타났다. 다음으로는 석모도와 마니산의 단풍이 각 17.3%로 높게 나타났고 적석사 낙조와 보문사 낙조가 각각 10.1%, 9.7%로 높게 나타났다.
- 이에 대해 연령에 따라 통계적으로 유의미한 차이는 나타내지 않았으나 20대의 경우 보문사 낙조라는 응답이 14.7%로 다른 연령대에 비해 높은 응답률을 나타냈고 50대 이상은 강화갯벌이라는 응답이 27.3%로 다른 응답자에 비해 높은 비율을 보였다.

[표 4-26] 강화도의 자연환경자원 중 우선적 개발 대상 _ 3순위

	10대	20대	30대	40대	50대 이상	전체	χ^2
고려산	10	3	6	5	9	33	44.524 (.287)
	26.3%	4.0%	10.5%	12.2%	13.6%	11.9%	
강화갯벌	4	12	9	10	7	42	
	10.5%	16.0%	15.8%	24.4%	10.6%	15.2%	
적석사 낙조	3	6	6	3	9	27	
	7.9%	8.0%	10.5%	7.3%	13.6%	9.7%	
연미정의 달맞이	0	5	1	0	3	9	
	.0%	6.7%	1.8%	.0%	4.5%	3.2%	
갑곶의 대교	5	4	3	0	3	15	
	13.2%	5.3%	5.3%	.0%	4.5%	5.4%	
보문사 낙조	6	12	10	12	10	50	
	15.8%	16.0%	17.5%	29.3%	15.2%	18.1%	
볼음도	0	3	1	2	2	8	
	.0%	4.0%	1.8%	4.9%	3.0%	2.9%	
석모도	5	13	7	4	10	39	
	13.2%	17.3%	12.3%	9.8%	15.2%	14.1%	
마니산의 단풍	4	12	11	4	8	39	
	10.5%	16.0%	19.3%	9.8%	12.1%	14.1%	
손돌목의 물결	1	5	2	1	5	14	
	2.6%	6.7%	3.5%	2.4%	7.6%	5.1%	
기타	0	0	1	0	0	1	
	.0%	.0%	1.8%	.0%	.0%	.4%	
전체	38	75	57	41	66	277	
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

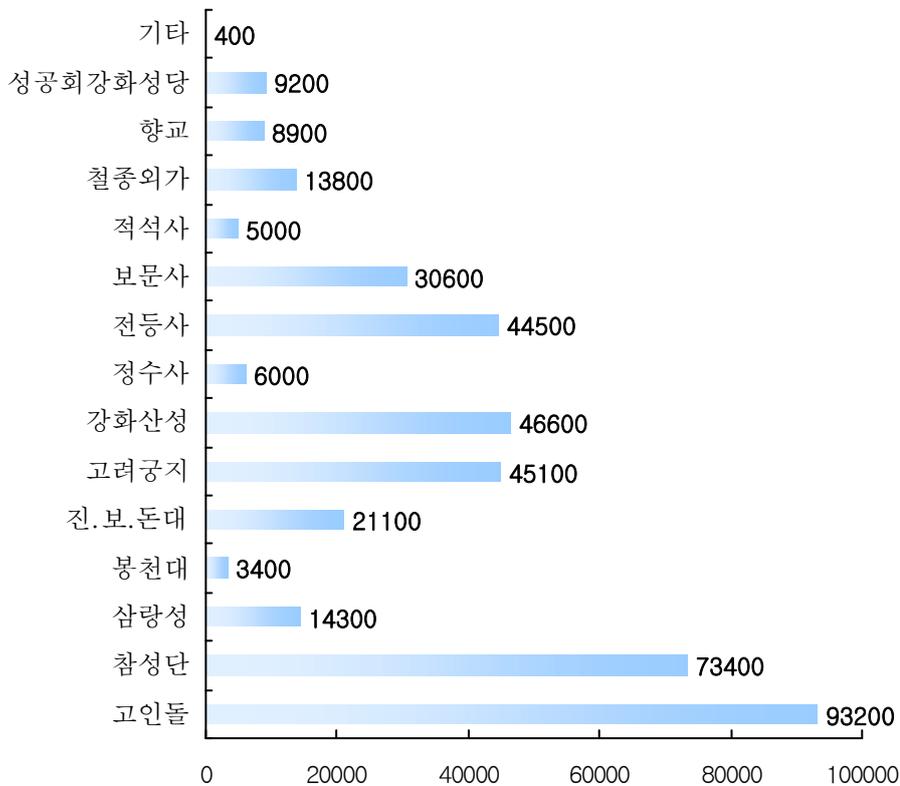
- 강화도의 아름다운 자연경관 중 우선 개발해야 하는 대상 3순위는 보문사가 18.1%로 가장 높게 나타났고 강화갯벌이 15.2%, 석모도와 마니산의 단풍이 각 14.1%로 높은 비율을 보였다.
- 이에 대해 통계적으로 유의미한 차이를 나타내지는 않았으나 40대의 경우 보문사 낙조라는 응답이 29.3%로 다른 응답자들이 20%대 미만인 것에 비해 높은 비율을 보였고 40대의 경우 강화 갯벌이라는 응답이 24.4%로 다른 연령층보다 높은 비율을 나타냈다. 또한 10대의 경우 고려산이라는 응답이 26.3%로 다른 응답자들이 15% 미만인 것에 비해 높은 비율을 보였다.

C-Q2. 강화도의 역사문화자원 중 순위별 우선개발 대상

○ 강화도의 역사가 담긴 문화재중 우선 개발해야하는 순위는 고인돌이 93200점으로 가장 높게 나타나 1순위를 차지했고, 참성단도 73400점으로 높게 나타나 2순위를 나타냈다. 반면 적석사는 500점 봉천대는 3400점으로 각 각 낮은 점수를 나타내 13위와 14위를 나타내 고인돌과 참성단에 대한 개발 요구는 높은 반면 적석사와 봉천사에 대한 개발요구는 낮게 나타났다.

[표 4-27] 강화도의 역사문화자원 중 우선 개발 대상 순위표

순위	역사문화자원	점수	순위	역사문화자원	점수
1	고인돌	93200	9	철종외가	13800
2	참성단	73400	10	성공회강화성당	9200
3	강화산성	46600	11	향교	8900
4	고려궁지	45100	12	정수사	6000
5	전등사	44500	13	적석사	5000
6	보문사	30600	14	봉천대	3400
7	진.보.돈대	21100	15	기타	400
8	삼량성	14300			



[그림 4-4] 강화도의 역사문화자원 중 우선 개발 대상 순위

○ 강화도의 역사문화자원 중 우선적 개발대상 1순위부터 3순위까지 교차분석을 시행하였다. 교차분석 결과 값은 아래와 같다.

[표 4-28] 강화도의 역사가 담긴 문화재 중 우선 개발 대상 _ 1순위

	10대	20대	30대	40대	50대 이상	전체	χ^2
고인돌	14	27	18	14	24	97	55.532 (.343)
	36.8%	36.0%	31.6%	34.1%	36.4%	35.0%	
참성단	11	18	15	8	16	68	
	28.9%	24.0%	26.3%	19.5%	24.2%	24.5%	
삼량성	1	1	1	1	0	4	
	2.6%	1.3%	1.8%	2.4%	.0%	1.4%	
봉천대	0	1	0	0	0	1	
	.0%	1.3%	.0%	.0%	.0%	.4%	
진.보.돈대	1	2	0	1	4	8	
	2.6%	2.7%	.0%	2.4%	6.1%	2.9%	
고려궁지	2	8	5	6	3	24	
	5.3%	10.7%	8.8%	14.6%	4.5%	8.7%	
강화산성	1	4	5	3	7	20	
	2.6%	5.3%	8.8%	7.3%	10.6%	7.2%	
정수사	0	0	1	0	0	1	
	.0%	.0%	1.8%	.0%	.0%	.4%	
전등사	2	6	5	5	3	21	
	5.3%	8.0%	8.8%	12.2%	4.5%	7.6%	
보문사	2	7	2	0	2	13	
	5.3%	9.3%	3.5%	.0%	3.0%	4.7%	
적석사	1	0	0	0	0	1	
	2.6%	.0%	.0%	.0%	.0%	.4%	
철종외가	1	0	1	2	6	10	
	2.6%	.0%	1.8%	4.9%	9.1%	3.6%	
향교	2	0	1	0	0	3	
	5.3%	.0%	1.8%	.0%	.0%	1.1%	
성공회 강화성당	0	1	3	1	1	6	
	.0%	1.3%	5.3%	2.4%	1.5%	2.2%	
전체	38	75	57	41	66	277	
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

○ 강화도의 역사가 담긴 문화재 중 우선 개발해야 하는 대상 1순위는 고인돌이 35.0%로 가장 높게 나타났다. 참성단도 24.5%로 높게 나타나 고인돌과 참성단에 대한 개발이 가장 필요한 것으로 보인다.

○ 이에 대해 연령에 따라서는 통계적으로 유의미한 차이는 없었으나 40대의 경우 고려궁지와 전등사라는 응답이 각각 14.6%, 12.2%로 다른 응답자들에 비해 고려궁지와 전등사의 개발이 필요하다고 느끼는 비율이 높은 것으로 나타났다.

[표 4-29] 강화도의 역사가 담긴 문화재 중 우선 개발 대상 _ 2순위

	10대	20대	30대	40대	50대 이상	전체	χ^2
고인돌	7	16	9	7	15	54	54.169 (.392)
	18.4%	21.3%	15.8%	17.1%	22.7%	19.5%	
참성단	7	12	5	10	8	42	
	18.4%	16.0%	8.8%	24.4%	12.1%	15.2%	
삼량성	0	6	4	1	4	15	
	.0%	8.0%	7.0%	2.4%	6.1%	5.4%	
봉천대	1	0	0	1	2	4	
	2.6%	.0%	.0%	2.4%	3.0%	1.4%	
진.보.돈대	1	5	4	6	3	19	
	2.6%	6.7%	7.0%	14.6%	4.5%	6.9%	
고려궁지	6	8	3	3	11	31	
	15.8%	10.7%	5.3%	7.3%	16.7%	11.2%	
강화산성	4	9	10	4	7	34	
	10.5%	12.0%	17.5%	9.8%	10.6%	12.3%	
정수사	1	0	1	3	1	6	
	2.6%	.0%	1.8%	7.3%	1.5%	2.2%	
전등사	9	8	10	2	6	35	
	23.7%	10.7%	17.5%	4.9%	9.1%	12.6%	
보문사	0	6	6	2	6	20	
	.0%	8.0%	10.5%	4.9%	9.1%	7.2%	
적석사	1	0	1	1	1	4	
	2.6%	.0%	1.8%	2.4%	1.5%	1.4%	
철종외가	1	1	1	1	2	6	
	2.6%	1.3%	1.8%	2.4%	3.0%	2.2%	
향교	0	2	1	0	0	3	
	.0%	2.7%	1.8%	.0%	.0%	1.1%	
성공회 강화성당	0	2	2	0	0	4	
	.0%	2.7%	3.5%	.0%	.0%	1.4%	
전체	38	75	57	41	66	277	
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

- 강화도의 역사가 담긴 문화재 중 우선 개발해야 하는 대상의 2순위는 고인돌이 19.5%로 가장 높게 나타났고 참성단 15.2%, 전등사 12.6%, 강화산성 12.3% 고려궁지 11.2%로 각각 높게 나타났다.
- 이에 대해 연령대 별로는 통계적으로 유의미한 차이를 나타내지 않았으나 10대의 경우 전등사라는 응답이 23.7%로 다른 연령대에 비해 높게 나타났고 40대는 참성단이라는 응답이 24.4%로 높게 나타났다.

[표 4-30] 강화도의 역사가 담긴 문화재 중 우선 개발 대상 _ 3순위

	10대	20대	30대	40대	50대 이상	전체	χ^2
고인돌	3	10	2	3	2	20	58.527 (.383)
	7.9%	13.3%	3.5%	7.3%	3.0%	7.2%	
참성단	3	8	8	6	4	29	
	7.9%	10.7%	14.0%	14.6%	6.1%	10.5%	
삼랑성	1	2	2	3	3	11	
	2.6%	2.7%	3.5%	7.3%	4.5%	4.0%	
봉천대	1	0	0	0	1	2	
	2.6%	.0%	.0%	.0%	1.5%	.7%	
진.보.돈대	0	3	5	4	5	17	
	.0%	4.0%	8.8%	9.8%	7.6%	6.1%	
고려궁지	6	5	11	8	8	38	
	15.8%	6.7%	19.3%	19.5%	12.1%	13.7%	
강화산성	4	11	8	7	14	44	
	10.5%	14.7%	14.0%	17.1%	21.2%	15.9%	
정수사	0	1	1	1	3	6	
	.0%	1.3%	1.8%	2.4%	4.5%	2.2%	
전등사	8	13	6	4	5	36	
	21.1%	17.3%	10.5%	9.8%	7.6%	13.0%	
보문사	7	12	5	3	5	32	
	18.4%	16.0%	8.8%	7.3%	7.6%	11.6%	
적석사	2	1	1	0	2	6	
	5.3%	1.3%	1.8%	.0%	3.0%	2.2%	
철종외가	3	2	3	0	4	12	
	7.9%	2.7%	5.3%	.0%	6.1%	4.3%	
향교	0	4	3	1	6	14	
	.0%	5.3%	5.3%	2.4%	9.1%	5.1%	
성공회 강화성당	0	3	1	1	4	9	
	.0%	4.0%	1.8%	2.4%	6.1%	3.2%	
기타	0	0	1	0	0	1	
	.0%	.0%	1.8%	.0%	.0%	.4%	
전체	38	75	57	41	66	277	
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

- 강화도의 역사가 담긴 문화재중 우선 개발해야할 대상 3순위는 강화산성이 15.9%로 가장 높게 나타났고 고려궁지 및 전등사도 13.7%, 13.0%로 높은 비율을 나타냈다. 또한 보문사는 11.6%인 것으로 나타나 강화 산성에 대한 개발이 시급하다는 인식이 강한 것으로 나타났다.
- 이에 대해 연령대에 따라 통계적으로 유의미한 차이를 나타내지는 않았으나 10대의 경우 전등사라는 응답이 21.1%로 높은 비율을 나타냈고 40대의 경우 강화산성이라는 응답이 17.1%로 다른 응답자들에 비해 높은 비율을 나타냈다. 또한 20대의 경우 고인돌이라는 응답이 13.3%로 높은 다른 연령층 보다 높은 비율을 보였다.

C-Q3. 강화도의 생산자원 중 순위별 우선개발 대상

○ 강화도의 특산물 및 특산품 중 우선 개발해야 할 대상에 대한 순위는 강화인삼이 51300점으로 가장 높게 나타나 1순위로 나타났고 화문석도 30500점으로 2순위를 나타냈다. 반면 버섯류는 900점으로 강화도의 특산물 및 특산품 중 버섯에 대한 개발의식은 매우 낮은 것으로 보이며 강화인삼과 화문석 및 강화 순무(29800점, 3순위)에 대한 개발 의식은 높은 것으로 나타났다.

[표 4-31] 강화도 생산자원 중 우선 개발 대상 순위표

순위	생산자원	점수	순위	생산자원	점수
1	강화인삼	51300	7	젓갈류	5500
2	화문석	30500	8	참게,꽃게	4700
3	강화순무	29800	9	포도	2400
4	강화섬쌀	23300	10	버섯류	900
5	사자발 약쑥	10500	11	기타	500
6	노랑속고구마	6800			



[그림 4-5] 강화도 생산자원 중 우선 개발 대상 우선순위

○ 강화도의 생산자원 중 우선적 개발대상 1순위부터 3순위까지 교차분석을 시행하였다. 교차분석 결과 값은 아래와 같다.

[표 4-32] 강화도 특산물 및 특산품 중 우선 개발 대상 _ 1순위

	10대	20대	30대	40대	50대 이상	전체	χ^2
강화인삼	19	39	25	18	24	125	45.956 (.124)
	50.0%	52.0%	43.9%	43.9%	36.4%	45.1%	
강화순무	7	8	2	5	6	28	
	18.4%	10.7%	3.5%	12.2%	9.1%	10.1%	
사자발 약쑥	1	2	3	2	2	10	
	2.6%	2.7%	5.3%	4.9%	3.0%	3.6%	
강화섬쌀	6	7	10	3	15	41	
	15.8%	9.3%	17.5%	7.3%	22.7%	14.8%	
노랑속고구마	0	1	0	2	1	4	
	.0%	1.3%	.0%	4.9%	1.5%	1.4%	
화문석	3	12	11	11	17	54	
	7.9%	16.0%	19.3%	26.8%	25.8%	19.5%	
젓갈류	0	1	3	0	1	5	
	.0%	1.3%	5.3%	.0%	1.5%	1.8%	
참게,꽃게	1	4	0	0	0	5	
	2.6%	5.3%	.0%	.0%	.0%	1.8%	
버섯류	0	0	0	0	0	0	
	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	
포도	1	1	2	0	0	4	
	2.6%	1.3%	3.5%	.0%	.0%	1.4%	
기타	0	0	1	0	0	1	
	.0%	.0%	1.8%	.0%	.0%	.4%	
전체	38	75	57	41	66	277	
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

- 강화도 생산자원(특산물, 특산품)에서 우선 개발해야하는 대상 1순위는 강화인삼이 45.1%로 가장 높은 것으로 나타나 강화인삼에 대한 개발 의식이 가장 높은 것으로 보인다. 또한 화문석도 19.5%로 높은 비율을 보였다.
- 이에 대해 연령에 따라 통계적으로 유의미한 차이를 나타내지는 않았으나 50대 이상인 경우 강화섬쌀이라는 응답이 22.7%로 다른 응답자들이 16%미만인 것에 비해 높은 비율을 보였고 10대는 강화순무라는 응답이 18.4%로 다른 연령대에 비해 높은 비율을 보였다. 또한 40대와 50대 이상인 경우 화문석이라는 응답이 각각 26.8%와 25.8%로 40대 미만인 응답자들이 20% 미만의 응답률을 나타낸 것에 비해 높은 비율을 보였다.

[표 4-33] 강화도 특산물 및 특산품 중 우선 개발 대상 _ 2순위

	10대	20대	30대	40대	50대 이상	전체	χ^2
강화인삼	8	13	14	9	14	58	45.883 (.125)
	21.1%	17.3%	24.6%	22.0%	21.2%	20.9%	
강화순무	14	13	15	15	20	77	
	36.8%	17.3%	26.3%	36.6%	30.3%	27.8%	
사자발 약쑥	4	4	3	1	6	18	
	10.5%	5.3%	5.3%	2.4%	9.1%	6.5%	
강화섬쌀	2	11	6	6	7	32	
	5.3%	14.7%	10.5%	14.6%	10.6%	11.6%	
노랑속고구마	3	7	4	0	3	17	
	7.9%	9.3%	7.0%	.0%	4.5%	6.1%	
화문석	2	17	9	7	14	49	
	5.3%	22.7%	15.8%	17.1%	21.2%	17.7%	
젓갈류	1	5	2	1	2	11	
	2.6%	6.7%	3.5%	2.4%	3.0%	4.0%	
참게,꽃게	2	5	2	1	0	10	
	5.3%	6.7%	3.5%	2.4%	.0%	3.6%	
버섯류	2	0	0	0	0	2	
	5.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	.7%	
포도	0	0	2	1	0	3	
	.0%	.0%	3.5%	2.4%	.0%	1.1%	
전체	38	75	57	41	66	277	
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

- 강화도 생산자원(특산물, 특산품)에서 우선 개발해야하는 대상 2순위는 강화순무가 27.8%로 가장 높은 것으로 나타나 강화순무에 대한 개발 의식이 높은 것으로 보인다. 또한 강화인삼도 20.9%로 높은 비율을 보였다.
- 이에 대해 연령에 따라 통계적으로 유의미한 차이를 나타내지 않았으나 20대 이상과 50대 이상인 경우 화문석이라는 응답이 각각 22.7%와 21.2%로 다른 응답자들에 비해 높은 비율을 나타냈다. 또한 30대는 강화 인삼이라는 응답이 24.6%로 높은 비율을 보였고 10대와 40대는 강화 순무라는 응답이 각각 36.8%와 36.6%로 높은 비율을 보였다.

[표 4-34] 강화도 특산물 및 특산품 중 우선 개발 대상 _ 3순위

	10대	20대	30대	40대	50대 이상	전체	χ^2
강화인삼	4	4	4	4	6	22	50.972 (.115)
	10.5%	5.3%	7.0%	9.8%	9.1%	7.9%	
강화순무	5	18	17	8	12	60	
	13.2%	24.0%	29.8%	19.5%	18.2%	21.7%	
사자발 약쑥	3	7	4	11	14	39	
	7.9%	9.3%	7.0%	26.8%	21.2%	14.1%	
강화섬쌀	5	15	11	4	11	46	
	13.2%	20.0%	19.3%	9.8%	16.7%	16.6%	
노랑속고구마	4	4	1	5	8	22	
	10.5%	5.3%	1.8%	12.2%	12.1%	7.9%	
화문석	6	11	13	5	10	45	
	15.8%	14.7%	22.8%	12.2%	15.2%	16.2%	
젓갈류	6	6	3	1	2	18	
	15.8%	8.0%	5.3%	2.4%	3.0%	6.5%	
참게,꽃게	1	6	1	2	2	12	
	2.6%	8.0%	1.8%	4.9%	3.0%	4.3%	
버섯류	2	2	1	0	0	5	
	5.3%	2.7%	1.8%	.0%	.0%	1.8%	
포도	2	2	2	0	0	6	
	5.3%	2.7%	3.5%	.0%	.0%	2.2%	
기타	0	0	0	1	1	2	
	.0%	.0%	.0%	2.4%	1.5%	.7%	
전체	38	75	57	41	66	277	
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

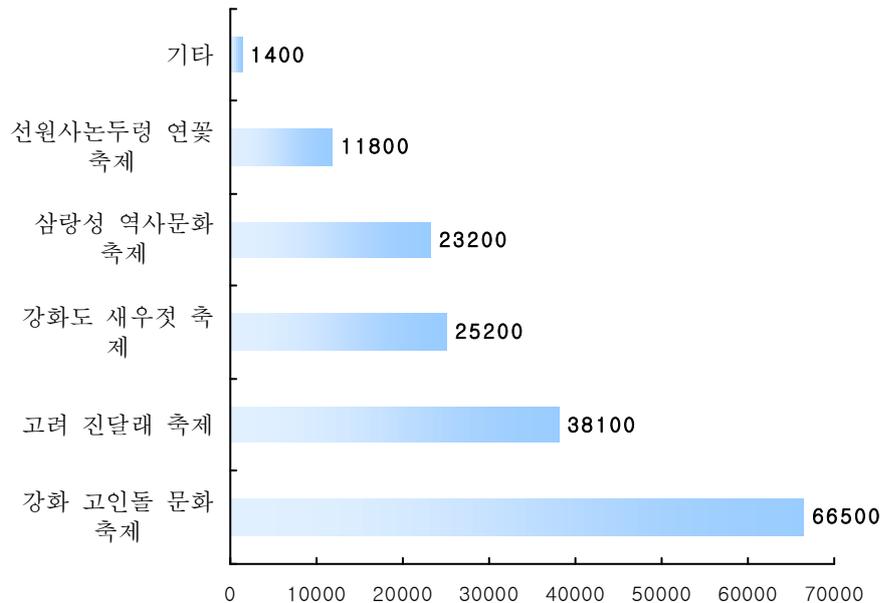
- 강화도 생산자원(특산물, 특산품)에서 우선 개발해야하는 대상 3순위는 강화순무가 21.7%로 가장 높은 것으로 나타나 강화순무에 대한 개발 의식이 높은 것으로 보인다. 또한 강화섬쌀과 화문석도 각각 16.6%와 16.2%로 높은 비율을 보였다. 또한 사자발 약쑥도 14.1%로 높은 비율을 보였다.
- 이에 대해 연령에 따라 통계적으로 유의미한 차이를 나타내지 않았으나 30대의 경우 화문석이 22.8%로 높게 나타났고 40대의 경우 사자발 약쑥이라는 응답이 26.8%로 높은 비율을 보였다. 또한 30대는 강화순무라는 응답이 29.8%로 다른 연령대에 비해 높은 것으로 나타났다.

C-Q4. 강화도의 축제 및 이벤트 중 순위별 우선개발 대상

○ 강화도의 축제 및 이벤트 중 우선 개발해야할 대상에 대해서는 강화 고인돌 문화축제가 66500점으로 1순위로 나타났고 고려 진달래 축제가 38100점으로 2순위 강화도 새우젓 축제가 25200점으로 4순위 삼랑성 역사문화 축제가 23200점으로 4순위로 나타났다. 반면 선원사 논두렁 연꽃축제는 11800점으로 낮은 점수를 보여 5위에 그쳤다. 따라서 강화도의 축제 이벤트 중 강화 고인돌 축제에 대한 개발 의식은 매우 높은 반면 선원사 논두렁 축제에 대한 개발 의식은 매우 낮은 것으로 보인다.

[표 4-35] 강화도 축제 및 이벤트 중 우선 개발 대상 순위표

순위	축제 및 이벤트	점수
1	강화 고인돌 문화축제	66500
2	고려 진달래 축제	38100
3	강화도 새우젓 축제	25200
4	삼랑성 역사문화 축제	23200
5	선원사논두렁 연꽃 축제	11800
6	기타	1400



[그림 4-6] 강화도 축제 및 이벤트 중 우선 개발 대상 순위

- 강화도의 생산자원 중 우선적 개발대상 1순위부터 3순위까지 교차분석을 시행하였다. 교차분석 결과 값은 아래와 같다.

[표 4-36] 강화도 축제 및 이벤트 중 우선 개발 대상 _ 1순위

	10대	20대	30대	40대	50대 이상	전체	순위	χ^2
강화 고인돌 문화축제	20	51	41	30	44	186	1	29.659 (.076)
	52.6%	68.0%	71.9%	73.2%	66.7%	67.1%		
고려 진달래 축제	7	4	3	4	13	31	2	
	18.4%	5.3%	5.3%	9.8%	19.7%	11.2%		
강화도 새우젓 축제	4	13	5	4	3	29	3	
	10.5%	17.3%	8.8%	9.8%	4.5%	10.5%		
삼랑성 역사문화 축제	3	4	5	3	4	19	4	
	7.9%	5.3%	8.8%	7.3%	6.1%	6.9%		
선원사논두렁 연꽃 축제	2	3	3	0	1	9	5	
	5.3%	4.0%	5.3%	.0%	1.5%	3.2%		
기타	2	0	0	0	1	3	6	
	5.3%	.0%	.0%	.0%	1.5%	1.1%		
전체	38	75	57	41	66	277		
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%		

- 강화도 축제 및 이벤트 중 우선 개발해야하는 대상 1순위는 강화 고인돌 축제가 67.1%로 가장 높은 비율을 나타냈고 고려 진달래 축제와 강화 새우젓 축제도 각각 11.2%와 10.5%로 높은 비율을 보였다.
- 이에 대해 통계적으로 유의미한 차이를 나타내지 않았으나 20대의 경우 강화도 새우젓 축제라는 응답이 17.3%로 다른 연령대에 비해 높은 비율을 나타냈고 50대 이상은 고려 진달래 축제라는 응답이 19.7%로 높은 비율을 나타냈다.

[표 4-37] 강화도 축제 및 이벤트 중 우선 개발 대상 _ 2순위

	10대	20대	30대	40대	50대 이상	전체	χ^2
강화 고인돌 문화축제	10	10	5	8	9	42	20.584 (.422)
	26.3%	13.3%	8.8%	19.5%	13.6%	15.2%	
고려 진달래 축제	13	27	28	16	34	118	
	34.2%	36.0%	49.1%	39.0%	51.5%	42.6%	
강화도 새우젓 축제	4	12	10	4	10	40	
	10.5%	16.0%	17.5%	9.8%	15.2%	14.4%	
삼량성 역사문화 축제	6	19	12	9	8	54	
	15.8%	25.3%	21.1%	22.0%	12.1%	19.5%	
선원사논두렁 연꽃 축제	5	6	1	4	5	21	
	13.2%	8.0%	1.8%	9.8%	7.6%	7.6%	
기타	0	1	1	0	0	2	
	.0%	1.3%	1.8%	.0%	.0%	.7%	
전체	38	75	57	41	66	277	
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

- 강화도 축제 및 이벤트 중 우선 개발 대상 2순위는 고려 진달래 축제가 42.6%로 가장 높게 나타나 고려 진달래 축제에 대한 개발 의식이 높은 것으로 나타났다. 또한 삼량성 역사 문화 축제가 19.5%, 강화 고인돌 문화축제 15.2%, 강화도 새우젓 축제 14.4%순으로 높은 비율을 보였다.
- 이에 대해 연령에 따라 통계적으로 유의미한 차이를 나타내지 않았으나 10대의 경우 강화 고인돌 문화축제라는 응답이 26.3%로 다른 연령층에 비해 높은 것으로 나타났고 50대 이상은 51.5%가 고려 진달래 축제라고 응답해 50대의 과반수 이상이 고려 진달래 축제가 우선 개발해야 할 대상이라고 인식하고 있는 것으로 나타났다.

[표 4-38] 강화도 축제 및 이벤트 중 우선 개발 대상 _ 3순위

	10대	20대	30대	40대	50대 이상	전체	χ^2
강화 고인돌 문화축제	4	9	4	1	5	23	17.306 (.633)
	10.5%	12.0%	7.0%	2.4%	7.6%	8.3%	
고려 진달래 축제	9	17	11	9	6	52	
	23.7%	22.7%	19.3%	22.0%	9.1%	18.8%	
강화도 새우젓 축제	9	19	21	15	21	85	
	23.7%	25.3%	36.8%	36.6%	31.8%	30.7%	
삼량성 역사문화 축제	11	17	12	7	20	67	
	28.9%	22.7%	21.1%	17.1%	30.3%	24.2%	
선원사논두렁 연꽃 축제	5	13	9	9	13	49	
	13.2%	17.3%	15.8%	22.0%	19.7%	17.7%	
기타	0	0	0	0	1	1	
	.0%	.0%	.0%	.0%	1.5%	.4%	
전체	38	75	57	41	66	277	
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

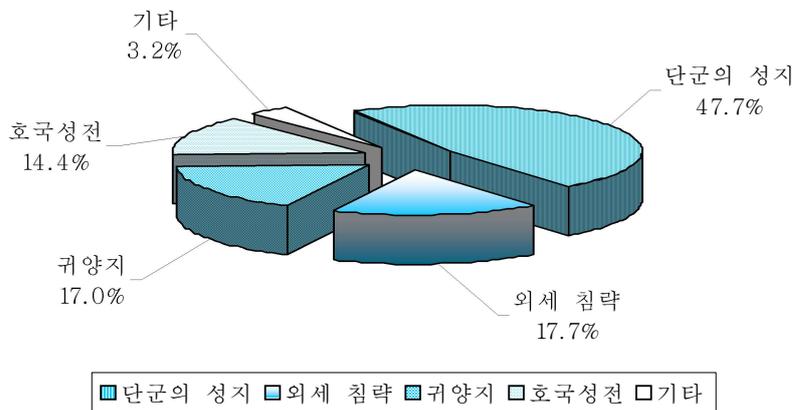
- 강화도 축제 및 이벤트 중 우선 개발해야 할 대상 3순위는 강화도 새우젓 축제가 30.7%로 가장 높은 비율을 나타내 강화도 새우젓 축제에 대한 개발의식이 높은 것으로 나타났다.
- 이에 대해 연령에 따라 통계적으로 유의미한 차이를 나타내지 않았으나 30대와 40대의 경우 강화도 새우젓 축제라는 응답이 36.8%와 36.6%로 10대와 20대가 30% 미만인 것에 비해 높은 비율을 보였다. 또한 10대와 20대는 강화 고인돌 문화축제라는 응답이 10.5%와 12.0%로 다른 연령층에 비해 강화 고인돌 문화축제에 대한 개발의식이 높은 것으로 나타났다.

C-Q5 : 강화도 핵심 이미지 조사

○ 강화도 하면 떠오르는 이미지에 대해서는 단군의 성지라는 이미지가 47.7%로 가장 높게 나타나 강화도의 이미지 중 단군의 성지라는 이미지가 가장 강한 것으로 나타났다. 또한 외세 침략과 귀양지라는 응답도 각각 17.7%와 17.0%로 높은 비율을 보였고 호국 성전이라는 응답은 14.4%인 것으로 나타났다.

[표 4-39] 강화도 핵심 이미지

	10대	20대	30대	40대	50대 이상	전체	χ^2
단군의 성지	18	37	24	20	33	132	20.451 (.201)
	47.4%	49.3%	42.1%	48.8%	50.0%	47.7%	
외세 침략	10	15	12	5	7	49	
	26.3%	20.0%	21.1%	12.2%	10.6%	17.7%	
귀양지	6	7	8	8	18	47	
	15.8%	9.3%	14.0%	19.5%	27.3%	17.0%	
호국성전	4	11	11	6	8	40	
	10.5%	14.7%	19.3%	14.6%	12.1%	14.4%	
기타	0	5	2	2	0	9	
	.0%	6.7%	3.5%	4.9%	.0%	3.2%	
전체	38	75	57	41	66	277	
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	



[그림 4-7] 강화도 연상 이미지

○ 이에 대해 연령에 따라 통계적으로 유의미한 차이는 나타내지 않았으나 10대의 경우 외세 침략이라는 응답이 26.3%로 다른 응답자들에 비해 높은 것으로 나타났다. 50대 이상의 경우 27.3%가 귀양지의 이미지가 떠오른다고 응답해 50대 이상인 응답자들은 강화도에 대해 단군 성지 이미지 외에 귀양지의 이미지를 많이 가지고 있는 것으로 나타났다.

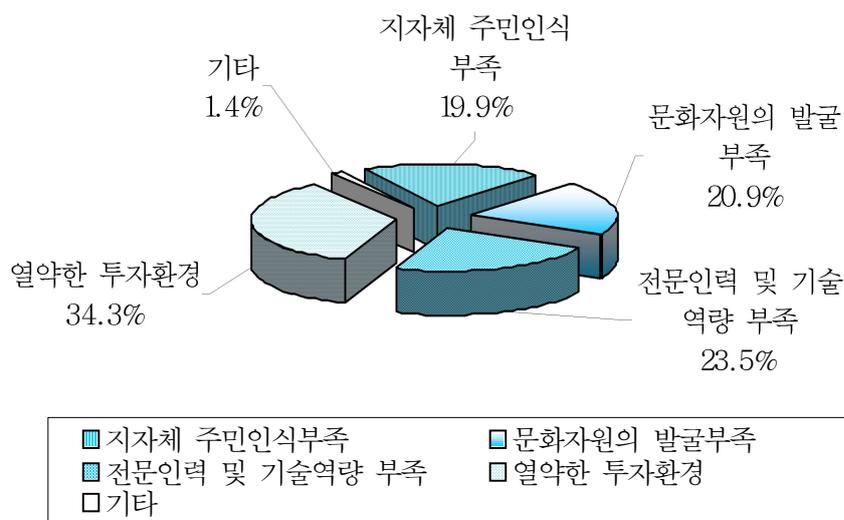
5. 지역문화자원 디자인 산업화 의식 조사

D-Q1. 강화도 지역문화산업 발전 장애요인

○ 강화도 지역문화산업 발전에 가장 큰 장애요인은 열악한 투자환경이라는 응답이 34.3%로 가장 높게 나타났고 전문인력 및 기술역량 부족이라는 응답도 23.5%로 높게 나타났다. 또한 문화자원의 발굴 부족이라는 응답과 지자체 주민인식 부족이라는 응답도 각각 20.9%와 19.9%로 나타났다. 이에 따라 응답자들은 열악한 투자환경이 강화도 지역문화산업 발전에 가장 큰 장애요인으로 인식하고 있는 경향이 높은 것으로 나타났다.

[표 4-40] 강화도 지역문화산업 발전 장애요인

	10대	20대	30대	40대	50대 이상	전체	χ^2
열악한 투자환경	12	30	17	13	23	95	15.148 (.514)
	31.6%	40.0%	29.8%	31.7%	34.8%	34.3%	
전문인력 및 기술역량 부족	9	19	13	8	16	65	
	23.7%	25.3%	22.8%	19.5%	24.2%	23.5%	
문화자원의 발굴부족	10	13	11	6	18	58	
	26.3%	17.3%	19.3%	14.6%	27.3%	20.9%	
지자체 주민인식부족	7	11	15	14	8	55	
	18.4%	14.7%	26.3%	34.1%	12.1%	19.9%	
기타	0	2	1	0	1	4	
	.0%	2.7%	1.8%	.0%	1.5%	1.4%	
전체	38	75	57	41	66	277	
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	



[그림 4-8] 강화도 지역문화산업 발전에 큰 장애요인

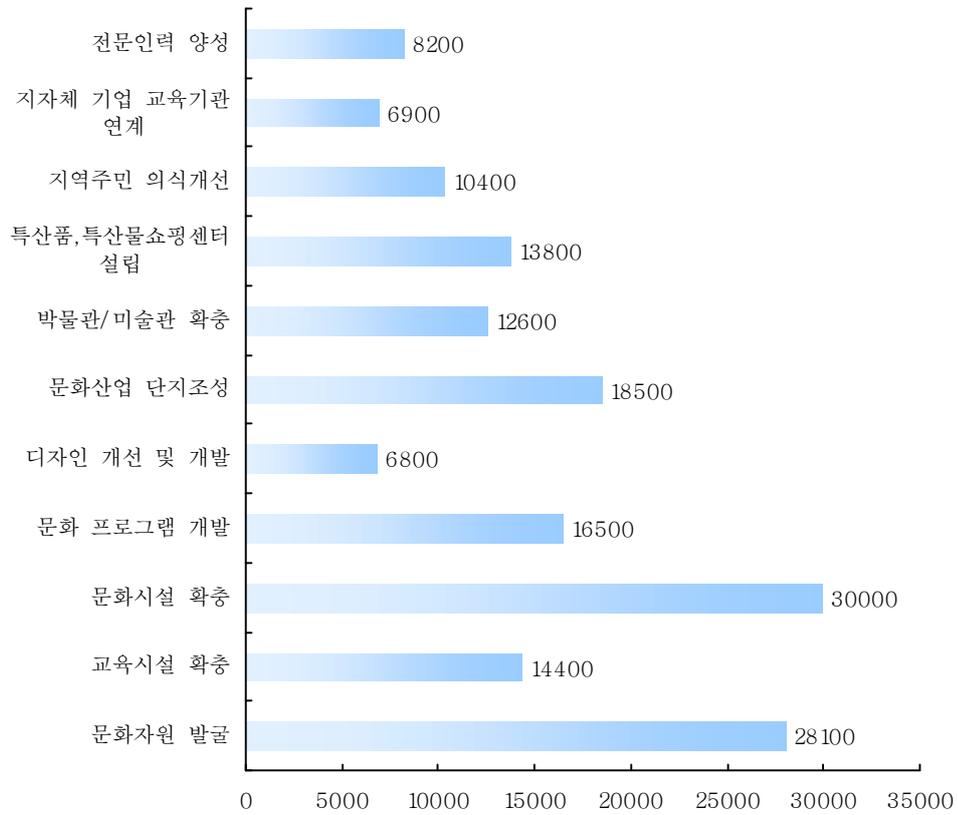
○ 이에 대해 통계적으로 유의미한 차이는 나타나지 않았으나 20대가 열악한 투자환경이라는 응답이 40.0%로 다른 연령대가 35% 미만인 것에 비해 높은 비율을 보였고 40대는 지자체 주민인식부족이라는 응답이 34.1%로 다른 응답자들이 30%미만인 것에 비해 월등히 높은 비율을 보였다.

D-Q2. 강화도 지역문화 발전을 위해서 필요한 순위별 개발사업

○ 강화도의 지역 문화 발전에 필요한 사업에 대한 순위는 문화시설확충이 30000점, 문화자원발굴이 28100점으로 높게 나타나 각각 1, 2순위를 나타냈고 문화산업단지 조성도 18500점으로 높은 점수를 보여 3순위를 나타냈다. 반면 지자체 기업교육기관 연계와 디자인 개선 및 개발은 각각 6900점과 6800점으로 10순위와 11순위를 나타내 문화시설 확충과 문화자원발굴사업에 대한 필요 욕구는 높은 반면 지자체 기업 교육기관 연계와 디자인 개선 및 개발에 대한 필요 욕구는 낮은 것으로 나타났다.

[표 4-41] 강화도 지역문화 발전 위한 필요사업 순위표

순위	사업 종류	점수
1	문화시설 확충	30000
2	문화자원 발굴	28100
3	문화산업 단지조성	18500
4	문화 프로그램 개발	16500
5	교육시설 확충	14400
6	특산품, 특산물쇼핑센터 설립	13800
7	박물관/미술관 확충	12600
8	지역주민 의식개선	10400
9	전문인력 양성	8200
10	지자체 기업 교육기관 연계	6900
11	디자인 개선 및 개발	6800



[그림 4-9] 강화도 지역문화 발전 위해 필요한 사업에 대한 우선순위

○ 강화도의 지역문화 발전을 위해서 필요한 순위별 개발사업 1순위부터 3순위까지 교차분석을 시행하였다. 교차분석 결과 값은 아래와 같다.

[표 4-42] 강화도 지역문화 발전 위한 필요사업 _ 1순위

사업종류	10대	20대	30대	40대	50대 이상	전체	χ^2
문화자원 발굴	10	16	17	15	17	75	63.040* (.012)
	26.3%	21.3%	29.8%	36.6%	25.8%	27.1%	
교육시설 확충	5	4	5	4	9	27	
	13.2%	5.3%	8.8%	9.8%	13.6%	9.7%	
문화시설 확충	10	17	10	4	9	50	
	26.3%	22.7%	17.5%	9.8%	13.6%	18.1%	
문화 프로그램 개발	3	9	4	1	3	20	
	7.9%	12.0%	7.0%	2.4%	4.5%	7.2%	
디자인 개선 및 개발	3	1	0	0	1	5	
	7.9%	1.3%	.0%	.0%	1.5%	1.8%	
문화산업 단지조성	1	15	4	4	4	28	
	2.6%	20.0%	7.0%	9.8%	6.1%	10.1%	
박물관/미술관 확충	2	2	2	2	5	13	
	5.3%	2.7%	3.5%	4.9%	7.6%	4.7%	
특산품, 특산물 쇼핑센터 설립	2	3	5	3	11	24	
	5.3%	4.0%	8.8%	7.3%	16.7%	8.7%	
지역주민 의식개선	1	3	3	3	4	14	
	2.6%	4.0%	5.3%	7.3%	6.1%	5.1%	
지자체 기업 교육기관 연계	0	1	2	5	2	10	
	.0%	1.3%	3.5%	12.2%	3.0%	3.6%	
전문인력 양성	1	4	5	0	1	11	
	2.6%	5.3%	8.8%	.0%	1.5%	4.0%	
전체	38	75	57	41	66	277	
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

*p<.05

- 강화도 지역문화 발전을 위해 필요한 사업 1순위는 문화자원 발굴이 27.1%로 가장 높은 비율을 나타내 문화자원 발굴이 강화도 지역문화 발전을 위해 시급히 필요한 것으로 나타났다. 또한 문화 시설 확충이라는 응답도 18.1%로 높은 응답률을 나타냈다. 반면 디자인 개선 및 개발이라는 응답은 1.8%에 그쳤다.
- 연령에 따라서는 10대와 20대의 경우 문화시설 확충이라는 응답이 각각 26.3%, 22.7%로 다른 연령대에 비해 문화시설확충이 강화도의 지역문화 발전을 위해 시급히 필요하다고 인식하고 있는 것으로 나타났고 또한 20대는 문화산업단지 조성에 대한 응답도 20.0%로 다른 연령대 응답자들이 10%미만의 응답률을 나타낸 것에 비해 높은 비율을 보여 문화산업 단지 조성에 대한 인식이 높은 것으로 나타났다. 반면 40대는 문화자원발굴이라는 응답이 36.6%로 높게 나타나 40대는 문화자원발굴이 강화도 지역문화 발전을 위해 가장 필요한 사업이라고 인식하고 있는 것으로 나타났다(p<.05).

[표 4-43] 강화도 지역문화 발전 위한 필요사업 _ 2 위

	10대	20대	30대	40대	50대 이상	전체	χ^2
문화자원 발굴	4	6	1	3	5	19	65.728** (.006)
	10.5%	8.0%	1.8%	7.3%	7.6%	6.9%	
교육시설 확충	5	3	5	7	5	25	
	13.2%	4.0%	8.8%	17.1%	7.6%	9.0%	
문화시설 확충	8	14	16	6	15	59	
	21.1%	18.7%	28.1%	14.6%	22.7%	21.3%	
문화 프로그램 개발	1	13	12	6	8	40	
	2.6%	17.3%	21.1%	14.6%	12.1%	14.4%	
디자인 개선 및 개발	3	8	0	1	4	16	
	7.9%	10.7%	.0%	2.4%	6.1%	5.8%	
문화산업 단지조성	4	13	3	2	5	27	
	10.5%	17.3%	5.3%	4.9%	7.6%	9.7%	
박물관/미술관 확충	6	6	8	2	7	29	
	15.8%	8.0%	14.0%	4.9%	10.6%	10.5%	
특산품, 특산물쇼 핑센터 설립	4	5	0	4	8	21	
	10.5%	6.7%	.0%	9.8%	12.1%	7.6%	
지역주민 의식개선	0	2	8	6	4	20	
	.0%	2.7%	14.0%	14.6%	6.1%	7.2%	
지자체 기업 교육기관 연계	0	4	4	1	1	10	
	.0%	5.3%	7.0%	2.4%	1.5%	3.6%	
전문인력 양성	3	1	0	3	4	11	
	7.9%	1.3%	.0%	7.3%	6.1%	4.0%	
전체	38	75	57	41	66	277	
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

**p<.01

- 강화도 지역문화 발전을 위해 필요한 사업 2순위는 문화시설 확충으로 21.3%의 응답률을 보였다. 또한 문화 프로그램개발과 박물관 및 미술관 확충이라는 응답도 각각 14.4%와 10.5%로 높은 비율을 보여 문화시설확충이 강화도 지역문화 발전에 필요한 사업이라는 인식이 강한 것으로 나타났다.
- 이에 대해 연령에 따라서는 30대의 경우 문화시설 확충과 문화 프로그램 개발이라는 응답이 각각 28.1%와 21.1%로 다른 연령대에 비해 높은 비율을 보였고 40대의 경우 교육시설 확충이라는 응답이 17.1%로 다른 연령대에 비해 교육시설의 확충에 대한 인식이 강한 것으로 나타났다(p<.01).

[표 4-44] 강화도 지역문화 발전 위한 필요사업- 3순위

	10대	20대	30대	40대	50대 이상	전체	χ^2
문화자원 발굴	3	3	4	5	3	18	32.029 (.811)
	7.9%	4.0%	7.0%	12.2%	4.5%	6.5%	
교육시설 확충	1	2	6	2	2	13	
	2.6%	2.7%	10.5%	4.9%	3.0%	4.7%	
문화시설 확충	6	9	6	4	7	32	
	15.8%	12.0%	10.5%	9.8%	10.6%	11.6%	
문화 프로그램 개발	5	8	2	4	6	25	
	13.2%	10.7%	3.5%	9.8%	9.1%	9.0%	
디자인 개선 및 개발	2	7	4	1	7	21	
	5.3%	9.3%	7.0%	2.4%	10.6%	7.6%	
문화산업 단지조성	4	12	7	8	16	47	
	10.5%	16.0%	12.3%	19.5%	24.2%	17.0%	
박물관/미술관 확충	6	10	3	5	5	29	
	15.8%	13.3%	5.3%	12.2%	7.6%	10.5%	
특산품, 특산물쇼 핑센터 설립	5	5	7	3	4	24	
	13.2%	6.7%	12.3%	7.3%	6.1%	8.7%	
지역주민 의식개선	3	6	6	2	5	22	
	7.9%	8.0%	10.5%	4.9%	7.6%	7.9%	
지자체 기업 교육기관 연계	0	4	6	3	6	19	
	.0%	5.3%	10.5%	7.3%	9.1%	6.9%	
전문인력 양성	3	9	6	4	5	27	
	7.9%	12.0%	10.5%	9.8%	7.6%	9.7%	
전체	38	75	57	41	66	277	
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

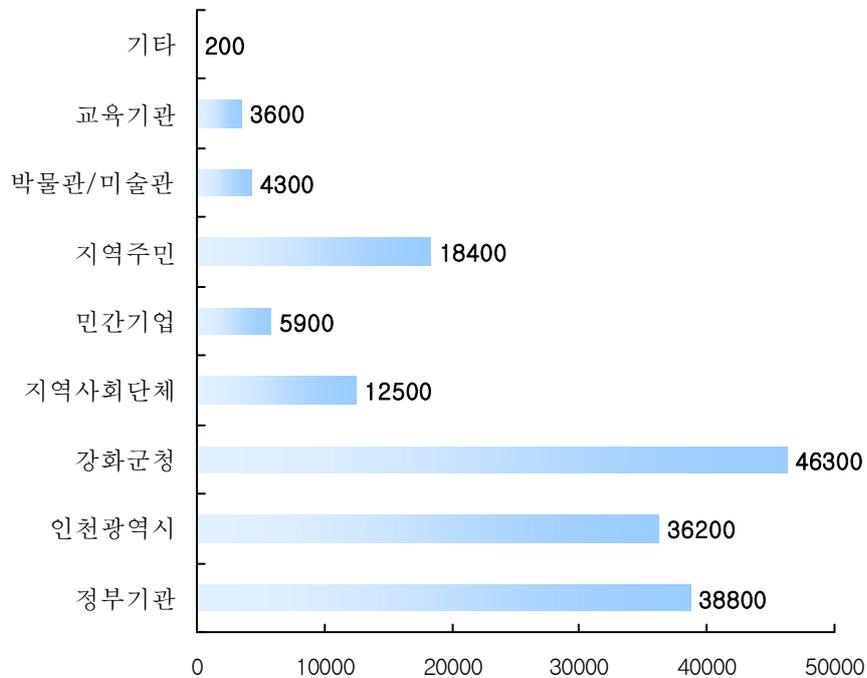
- 강화도 지역문화 발전을 위해 필요한 사업 3순위는 문화단지 조성이라는 응답이 17.0%로 가장 높은 비율을 나타냈고 문화시설 확충과 박물관 및 미술관 확충이라는 각각 11.6%와 10.5%로 높게 나타났다.
- 이에 대해 연령에 따라서는 통계적으로 유의미한 차이는 나타나지 않았으나 50대 이상의 경우 문화산업단지조성이라는 응답이 24.2%로 다른 연령대에 비해 높게 나타났고 10대의 경우 문화 시설 확충이라는 응답이 15.8%로 다른 연령대에 비해 높은 것으로 나타났다.

D-Q3. 강화도 지역의 문화자원 육성을 위해 가장 노력해야 할 대상

○ 강화도 지역문화자원 육성을 위해 노력해야 할 대상은 강화군청이 46300점으로 가장 높은 점수를 나타냈고 정부기관 38800점 2순위 인천광역시 36200 3순위로 나타나 강화 군청의 노력이 가장 필요하다고 느끼는 것으로 나타났다. 반면 민간기업, 박물관 및 미술관, 교육기관은 각각 6,7,8순위로 낮은 인식을 나타냈다.

[표 4-45] 강화도 지역문화자원 육성을 위해 노력해야 할 대상 순위표

순위	대상	점수
1	강화군청	46300
2	정부기관	38800
3	인천광역시	36200
4	지역주민	18400
5	지역사회단체	12500
6	민간기업	5900
7	박물관/미술관	4300
8	교육기관	3600
9	기타	200



[그림 4-10] 강화도 문화자원 육성을 위해 노력할 대상 우선순위

○ 강화도의 지역문화자원 육성을 위해 노력해야 할 대상의 1순위부터 3순위까지 교차분석을 시행하였다. 교차분석 결과 값은 아래와 같다.

[표 4-46] 강화도 지역문화자원 육성을 위해 노력해야 할 대상 _ 1순위

	10대	20대	30대	40대	50대 이상	전체	χ^2
정부기관	8	28	22	12	32	102	33.238 (.227)
	21.1%	37.3%	38.6%	29.3%	48.5%	36.8%	
인천광역시	7	17	13	4	11	52	
	18.4%	22.7%	22.8%	9.8%	16.7%	18.8%	
강화군청	16	13	12	18	13	72	
	42.1%	17.3%	21.1%	43.9%	19.7%	26.0%	
지역사회단체	0	5	2	2	3	12	
	.0%	6.7%	3.5%	4.9%	4.5%	4.3%	
민간기업	0	1	1	1	1	4	
	.0%	1.3%	1.8%	2.4%	1.5%	1.4%	
지역주민	5	9	7	3	4	28	
	13.2%	12.0%	12.3%	7.3%	6.1%	10.1%	
박물관/미술관	2	1	0	1	2	6	
	5.3%	1.3%	.0%	2.4%	3.0%	2.2%	
교육기관	0	1	0	0	0	1	
	.0%	1.3%	.0%	.0%	.0%	.4%	
기타	0	0	0	0	0	0	
	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	
전체	38	75	57	41	66	277	
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

○ 강화도 지역 문화재 육성을 위해 노력해야 할 대상 1순위는 정부기관이 36.8%로 가장 높은 것으로 나타났고 강화군청이라는 응답도 26.0%로 높게 나타났다. 인천광역시라는 응답은 18.8%로 나타나 정부기관, 강화군청, 인천광역시의 순으로 나타났다.

○ 이에 통계적으로 유의미한 차이를 나타내지는 않았으나 50대 이상의 경우 정부기관이라는 응답이 48.5%로 50대 미만의 응답자들이 40%미만의 응답을 나타난데 비해 월등히 높은 비율을 보였다. 또한 10대와 40대의 경우는 강화군청이라는 응답이 각각 42.1%와 43.9%로 다른 연령대가 25%미만인 것에 비해 압도적으로 높은 수치를 보였고 20대와 30대는 인천광역시라는 응답이 22.7%와 22.8%으로 다른 연령대에 비해 높은 수치를 보였다.

[표 4-47] 강화도 지역 문화재 육성을 위해 노력해야 할 대상 _ 2순위

	10대	20대	30대	40대	50대 이상	전체	χ^2
정부기관	5	10	2	2	4	23	29.410 (.392)
	13.2%	13.3%	3.5%	4.9%	6.1%	8.3%	
인천광역시	14	19	18	17	25	93	
	36.8%	25.3%	31.6%	41.5%	37.9%	33.6%	
강화군청	10	30	19	9	23	91	
	26.3%	40.0%	33.3%	22.0%	34.8%	32.9%	
지역사회단체	3	8	5	5	3	24	
	7.9%	10.7%	8.8%	12.2%	4.5%	8.7%	
민간기업	0	1	7	2	3	13	
	.0%	1.3%	12.3%	4.9%	4.5%	4.7%	
지역주민	4	4	4	3	7	22	
	10.5%	5.3%	7.0%	7.3%	10.6%	7.9%	
박물관/미술관	1	1	1	1	0	4	
	2.6%	1.3%	1.8%	2.4%	.0%	1.4%	
교육기관	1	2	1	2	1	7	
	2.6%	2.7%	1.8%	4.9%	1.5%	2.5%	
전체	38	75	57	41	66	277	
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

- 강화도 지역 문화재 육성을 위해 노력해야 할 대상 2순위는 인천광역시가 33.6%로 가장 높게 나타났고 강화군청도 32.9%로 높게 나타나 인천광역시와 강화군청이 문화재 육성을 위해 노력해야한다는 인식이 높은 것으로 나타났다.
- 이에 대해 연령에 따라 통계적으로 유의미한 차이를 나타내지는 않았으나 20대의 경우 강화군청이라는 응답이 40.0%로 다른 응답자들에 비해 높게 나타났다. 또한 40대는 인천광역시라는 응답이 41.5%로 다른 연령층에 비해 높은 비율을 나타냈다.

[표 4-48] 강화도 지역 문화재 육성을 위해 노력해야 할 대상 _ 3순위

	10대	20대	30대	40대	50대 이상	전체	χ^2
정부기관	8	7	5	6	10	36	35.770 (.296)
	21.1%	9.3%	8.8%	14.6%	15.2%	13.0%	
인천광역시	2	7	3	4	4	20	
	5.3%	9.3%	5.3%	9.8%	6.1%	7.2%	
강화군청	7	15	16	7	20	65	
	18.4%	20.0%	28.1%	17.1%	30.3%	23.5%	
지역사회단체	1	20	10	4	6	41	
	2.6%	26.7%	17.5%	9.8%	9.1%	14.8%	
민간기업	3	4	3	5	6	21	
	7.9%	5.3%	5.3%	12.2%	9.1%	7.6%	
지역주민	10	14	13	8	11	56	
	26.3%	18.7%	22.8%	19.5%	16.7%	20.2%	
박물관/미술관	2	6	1	4	4	17	
	5.3%	8.0%	1.8%	9.8%	6.1%	6.1%	
교육기관	5	2	5	3	4	19	
	13.2%	2.7%	8.8%	7.3%	6.1%	6.9%	
기타	0	0	1	0	1	2	
	.0%	.0%	1.8%	.0%	1.5%	.7%	
전체	38	75	57	41	66	277	
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

- 강화도 지역 문화재 육성을 위해 노력해야 할 대상 3순위는 강화군청이 23.5%로 가장 높은 비율을 보였고 지역주민도 20.2%로 나타났다. 이에 따라 강화도 지역 문화재 육성을 위해 노력해야 할 대상 3순위에서는 강화군청과 지역주민이 노력해야 한다는 의식이 높은 것으로 나타났다.
- 이에 대해 성별에 따라서는 통계적으로 유의미한 차이를 보이지 않았으나 50대의 경우 강화군청이라는 응답이 30.3%로 다른 응답자들에 비해 높은 비율을 보였고 20대는 지역사회단체라는 응답이 26.7%로 높은 비율을 보였다. 또한 10대의 경우 지역주민이라는 응답이 26.3%로 다른 응답자들에 비해 높은 비율을 보였다.

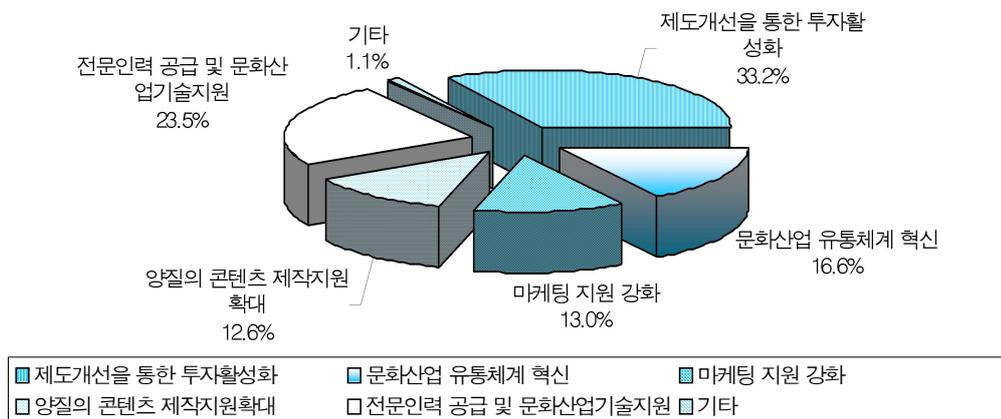
D-Q4. 강화도 지역문화산업 발전을 위해 가장 시급히 추진해야 될 정책

○ 강화도 지역문화산업 발전을 위해 시급히 추진해야할 정책은 제도개선을 통한 투자활성화 33.2%로 가장 높은 비율을 나타냈다. 전문인력 공급 및 문화산업기술 지원이라는 응답도 23.5%로 높은 비율을 보였다.

[표 4-49] 강화도 지역문화산업 발전 위해 시급히 추진해야할 정책

	10대	20대	30대	40대	50대 이상	전체	χ^2
제도개선을 통한 투자활성화	4	22	23	16	27	92	43.641 ** (.002)
	10.5%	29.3%	40.4%	39.0%	40.9%	33.2%	
문화산업 유통체계 혁신	13	6	9	5	13	46	
	34.2%	8.0%	15.8%	12.2%	19.7%	16.6%	
마케팅 지원 강화	6	10	10	4	6	36	
	15.8%	13.3%	17.5%	9.8%	9.1%	13.0%	
양질의 콘텐츠 제작지원확대	3	20	5	4	3	35	
	7.9%	26.7%	8.8%	9.8%	4.5%	12.6%	
전문인력 공급 및 문화산업기술지원	11	17	10	11	16	65	
	28.9%	22.7%	17.5%	26.8%	24.2%	23.5%	
기타	1	0	0	1	1	3	
	2.6%	.0%	.0%	2.4%	1.5%	1.1%	
전체	38	75	57	41	66	277	
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

**p<.01



[그림 4-11] 강화도 지역문화산업 발전 위해 시급히 추진해야할 정책

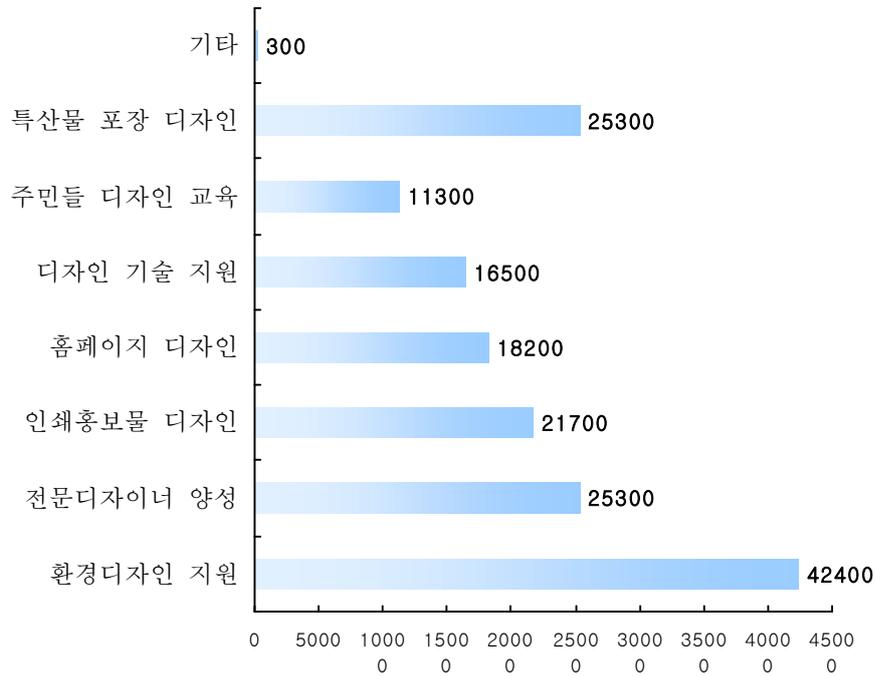
○ 제도개선을 통한 투자활성화라는 응답은 연령에 따라서 30대, 40대, 50대가 각각 40.4%, 39.0%, 40.9%로 10대와 20대가 각각 10.5%와 29.3%인 것에 비해 높게 나타났다. 반면 10대는 문화산업 유통체계혁신이라는 응답이 34.2%로 20대 이상인 응답자들이 20% 미만의 응답을 보인데 비해 높은 비율을 보였다. 또한 20대는 양질의 콘텐츠 제작지원 확대라는 응답이 26.7%로 다른 연령대 응답자들이 10%미만인 것에 비해 월등히 높은 것으로 나타났고 이는 통계적으로도 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다(p<.01).

D-Q5. 강화도의 지역문화산업의 디자인 발전을 위한 "강화도 지역디자인센터(가칭)" 설립시 우선적으로 시행되어야 할 디자인 사업 분야

○ 강화도 지역 디자인센터의 설립시 우선적으로 시행되어야 할 디자인 사업분야는 환경디자인 지원이 42400으로 1순위, 특산물포장 디자인과 전문디자이너 양성이 각 25300점으로 각 2순위로 높은 점수를 보였다. 반면 디자인 기술지원과 주민들을 위한 디자인 교육은 각각 16500, 11300점으로 6,7순위로 나타나 환경디자인과 전문디자이너 양성, 특산물 포장 디자인에 대한 정책이 시급하다는 인식이 높은 반면 주민들의 디자인 교육이나 디자인 기술지원에 대한 인식은 낮은 것으로 나타났다.

[표 4-50] 강화도 지역디자인센터(가칭) 설립시 우선 디자인 사업 분야 순위표

순위	정책	점수
1	환경디자인 지원	42400
2	전문디자이너 양성	25300
2	특산물 포장 디자인	25300
4	인쇄홍보물 디자인	21700
5	홈페이지 디자인	18200
6	디자인 기술 지원	16500
7	주민들 디자인 교육	11300
8	기타	300



[그림 4-12] 강화도 지역디자인센터(가칭) 설립시 우선 디자인 사업분야 순위표

○ 강화도 지역디자인센터(가칭)이 설립된다면 우선적으로 시행될 디자인 사업분야에 대한 1순위부터 3순위까지 교차분석을 시행하였다. 교차분석 결과 값은 아래와 같다.

[표 4-51] 강화도 지역디자인센터(가칭) 설립시 우선 디자인 사업 분야 _ 1순위

	10대	20대	30대	40대	50대 이상	전체	χ^2
환경디자인 지원	18 47.4%	32 42.7%	21 36.8%	11 26.8%	18 27.3%	100 36.1%	42.164* (.042)
전문디자이너 양성	4 10.5%	10 13.3%	14 24.6%	6 14.6%	11 16.7%	45 16.2%	
인쇄홍보물 디자인	8 21.1%	3 4.0%	2 3.5%	3 7.3%	3 4.5%	19 6.9%	
홈페이지 디자인	1 2.6%	8 10.7%	6 10.5%	8 19.5%	10 15.2%	33 11.9%	
디자인 기술 지원	2 5.3%	11 14.7%	4 7.0%	4 9.8%	4 6.1%	25 9.0%	
주민들 디자인 교육	1 2.6%	4 5.3%	4 7.0%	2 4.9%	5 7.6%	16 5.8%	
특산물 포장 디자인	4 10.5%	6 8.0%	6 10.5%	7 17.1%	15 22.7%	38 13.7%	
기타	0 .0%	1 1.3%	0 .0%	0 .0%	0 .0%	1 .4%	
전체	38 100.0%	75 100.0%	57 100.0%	41 100.0%	66 100.0%	277 100.0%	

- 강화도 지역디자인센터(가칭)이 설립된다면 우선적으로 시행될 디자인 사업분야에 1순위에 대해서는 환경디자인 지원이라는 응답이 36.1%로 가장 높은 비율을 나타내 환경디자인 지원이 조속히 이루어져야 할 것으로 사료된다. 또한 전문디자이너 양성과 특산물 포장디자인, 홈페이지 디자인이라는 응답도 각각 16.2%, 13.7%, 11.9% 순으로 나타났다.
- 이에 대해 연령대 별로 살펴보면 10대와 20대가 환경디자인 지원이라는 응답이 각각 47.4%와 42.7%로 높은 비율을 보였고 50대 이상인 경우 특산물 포장디자인이라는 응답이 22.7%로 다른 연령대에 비해 높은 비율을 보여 50대 이상의 경우 다른 응답자들보다 특산물 포장디자인에 대한 의식이 높은 것으로 보인다(p<.05).

[표 4-52] 강화도 지역디자인센터(가칭) 설립시 우선 디자인 사업 분야 _ 2순위

	10대	20대	30대	40대	50대 이상	전체	χ^2
환경디자인 지원	5	12	7	7	11	42	35.421 (.062)
	15.2%	17.1%	13.5%	17.1%	17.2%	16.2%	
전문디자이너 양성	12	9	7	6	14	48	
	36.4%	12.9%	13.5%	14.6%	21.9%	18.5%	
인쇄홍보물 디자인	6	18	11	7	8	50	
	18.2%	25.7%	21.2%	17.1%	12.5%	19.2%	
홈페이지 디자인	3	6	7	2	5	23	
	9.1%	8.6%	13.5%	4.9%	7.8%	8.8%	
디자인 기술 지원	1	8	3	11	5	28	
	3.0%	11.4%	5.8%	26.8%	7.8%	10.8%	
주민들 디자인 교육	1	5	5	1	10	22	
	3.0%	7.1%	9.6%	2.4%	15.6%	8.5%	
특산물 포장 디자인	5	12	12	7	11	47	
	15.2%	17.1%	23.1%	17.1%	17.2%	18.1%	
전체	33	70	52	41	64	260	
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

- 강화도 지역디자인센터(가칭)이 설립된다면 우선적으로 시행될 디자인 사업분야 2순위에 대해서는 인쇄 홍보물 디자인이 19.2%로 가장 높게 나타났고 전문 디자이너 양성도 18.5%로 높은 비율을 보였다.
- 이에 대해 연령에 따라서는 통계적으로 유의미한 차이를 나타내지 않았으나 10대의 경우 전문디자이너 양성이라는 응답이 36.4%로 다른 연령층이 25%미만의 응답을 보인데 반에 10% 이상의 나타났다. 또한 20대와 30대는 인쇄 홍보물 디자인이라는 응답이 각각 25.7% 및 21.2%로 높은 비율을 보였다.

[표 4-53] 강화도 지역디자인센터(가칭) 설립시 우선 디자인 사업 분야 _ 3순위

	10대	20대	30대	40대	50대 이상	전체	χ^2
환경디자인 지원	4	12	7	7	10	40	29.691 (.195)
	12.1%	17.1%	13.7%	17.1%	15.6%	15.4%	
전문디자이너 양성	2	4	9	1	6	22	
	6.1%	5.7%	17.6%	2.4%	9.4%	8.5%	
인쇄홍보물 디자인	6	17	10	10	17	60	
	18.2%	24.3%	19.6%	24.4%	26.6%	23.2%	
홈페이지 디자인	8	11	7	4	7	37	
	24.2%	15.7%	13.7%	9.8%	10.9%	14.3%	
디자인 기술 지원	7	11	6	1	9	34	
	21.2%	15.7%	11.8%	2.4%	14.1%	13.1%	
주민들 디자인 교육	3	5	5	3	5	21	
	9.1%	7.1%	9.8%	7.3%	7.8%	8.1%	
특산물 포장 디자인	3	10	7	15	10	45	
	9.1%	14.3%	13.7%	36.6%	15.6%	17.4%	
전체	33	70	51	41	64	259	
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

- 강화도 지역디자인센터(가칭)이 설립된다면 우선적으로 시행될 디자인 사업분야에 3순위에 대해서는 인쇄 홍보물 디자인이 23.2%로 높은 비율을 나타냈고, 특산물 포장디자인도 17.4%로 높은 비율을 보였다.
- 이에 대해 연령에 따라서는 통계적으로 유의미한 차이를 나타내지 않았으나, 10대의 경우 홈페이지 디자인과 디자인 기술지원이라는 응답이 각각 24.2%와 21.2%로 다른 연령층에 비해 높은 비율을 보였고, 50대의 경우 인쇄 홍보물 디자인이라는 응답이 26.6%로 가장 높게 나타나 다른 연령대에 비해 높은 비율을 나타낸다. 또한 40대는 특산물 포장디자인이라는 응답이 36.6%로 다른 연령대 응답자들이 20% 미만의 응답을 보인데 비해 월등히 높은 응답률을 나타냈다.

제 5 장 지역문화자원의 평가



제 1 절 지역자원 요소의 분류

1. 방향설정

- 우리나라의 각 지역이 단순한 생존이 아니라 살아있는 생명체로서 지속적으로 성장하고 발전하려면, 남들이 가지지 못한 지역만의 독특한 기술을 보유하고 있어야 한다. 지역의 기술 경영은 지역의 경제 활성화라는 목표달성과 기술경쟁력 배양을 위한 문화자원이 가지고 있는 기술적 기능의 유기적 통합과정으로 볼 수 있을 것이다. 따라서 지역 차원에서 보면 세부 조직이 수행하고 있는 부문별 고유기능을 기술적 관점에서 상호 의존적·유기적으로 연동되도록 하여 지역 경영 활성화 및 경영혁신을 이루어 나가는 하나의 통합과정으로 인식해야 될 것이다. 이러한 인식 후에는 지역이 보유하고 있는 기술 및 경영 노하우 등 제반지식을 지역의 특정제품, 서비스 생산에 적용하는 과정을 효율적으로 관리하기 위한 체계적 기법이 필요하다. 체계적인 기법이란 핵심기술이 무엇인지 파악해야 되고 이를 바탕으로 전략적인 개발과 관리 기법을 의미한다. 따라서 지역의 디자인 전략과 특화모델을 설정할 때는 체계적인 기법을 이용하여 개발해야 될 것이다.
- 강화도의 지역문화자원의 자원평가 방향은 문화적 정체성에 따라 다른 기준이 적용될 수 있는 단점이 있다. 따라서 강화도의 지역문화자원의 가치성은 높지만, 인지도가 낮은 상황이기 때문에, 객관적 평가 작업이 선행되어야 할 것이다. 객관적인 분석은 현재 또는 과거에 강화도 지역에서 보유하고 있는 문화자원이 산업적으로 활용 가능한가? 즉, 기술적 구현 가능성이 있는가를 점검하고, 산업화되기 위해서는 어떠한 대안들이 있는가를 분석하는 것이다. 이러한 대안은 아이디어가 있다 하더라도 기술적으로 구체화가 불가능할 경우에는 산업화가 어렵고 또한 기술적으로 가능하다 해도 여러 가지 대안 중에서 최적의 방법을 찾아 최대의 이익을 창출할 수 있도록 하여야 할 것이다. 여기서 최적의 방법이란 결국 현재 가지고 있는 강화도 지역의 문화자원을 활용하여 최선의 개발 프로세스를 구축하고, 산업화시키는 것을 의미한다.
- 본 연구에서는 강화도 지역문화자원 경쟁력 분석의 방향을 다음과 같이 설정하였다.
 - 첫째, 강화도 지역에서 보유한 문화자원의 총괄적 조사를 시행한다.
 - 둘째, 보유한 문화자원이 산업화시킬 수 있는 것인지를 파악하고 분류한다.
 - 셋째, 산업화시킬 수 있는 자원이 있다면, 타 지역과 차별성이 있어야 되고, 동일성이 있다면 대체할 수 있는 방법이 있는가를 모색한다.
 - 넷째, 산업화시킬 수 있는 문화자원이 개발 가능하고 유통시킬 수 있는지를 파악하고, 기술 개발에 따른 위험요소와 대책을 마련될 수 있는지 모색한다.
 - 다섯째, 자원의 산업화 이후 지속적이고 추가적인 개발이 가능한지를 파악한다.

○ 강화도 지역문화자원의 개발디자인은 지역주민의 기초수요의 충족을 우선적으로 하면서, 해당 지역의 자연, 인간, 기술 등 그 지역의 자원을 최대한으로 활용하는 것을 기본으로 해야 한다. 따라서 강화도에서의 자원은 지역개발디자인을 추진하는 데 있어 가장 중요한 요소라고 할 수 있다. 왜냐하면 많은 선행연구를 살펴보면, 자원을 이용하고 개발하는 과정에서 지역사회가 발전되기 때문이다. 따라서 지역개발디자인에서는 전체 문맥(context)을 읽어 내는 능력이 무엇보다도 필요하다. 결론적으로 지역고유의 자원을 장기적인 디자인 전략 하에서 유기적으로 조직화하여 종합적으로 가치를 높이는 것이 지역개발 디자인의 중심내용이라고 말할 수 있다.

2. 지역자원 요소의 분류

가. 선행연구

○ 본 연구에서는 합리적인 평가체계 구축을 위해서 기존에 지역 자원평가에 대한 선행연구를 조사하고, 분석하였다.

[표 5-1] 지역 자원평가 선행연구

연구제목	연구내용	장단점 파악
농촌계획지원용 지역자원 평가 시스템 구축	지역자원을 중요도평가기법(AHP :계층화 분석기법)을 활용하여 지역의 농업과 관련된 제반 자원의 중요도를 평가	· 무형자원평가의 어려움
지역자원활용을 고려한 농촌경관 평가모델 작성 및 계획기법 개발	농촌경관의 평가모델 작성과 경관 계획기법을 개발. 주민의식조사와 사진평가법, GIS자료 분석을 활용한 경관자원 평가	· 무형자원평가의 어려움 · 사진판독에 의한 평가로 객관성 결여
농촌어메니티에 기초한 농촌자원 중요도 평가 및 순위적 관계 분석	전문가 회의에 의해 농촌대표자원 37개 선정하고, 정주가치와 관광가치 측면에서 중요도 순위를 산정하고 순위 상관관계를 분석.	· 무형자원평가의 어려움 · 자원활용방안에 대한 제시 미비
지역개발 디자인을 위한 지역의 대표자원 추출과 평가체계 연구	자원분류 기준 설정 및 분류 6개의 자원평가 항목 추출 대표자원추출방법'랜덤단어연상법'개발 대표자원 추출체계 확립 대표자원 및 주요자원의 활용안 제시	· 무형의 자원까지 평가대상 · 평가자가 전문가들과 지역주민으로 평가의 신뢰성 확보 · 자원의 디자인적 활용 제언

나. 자원구분 사례

- 자원의 구분에 대한 논의는 토지경제학 측면, 자원경제학 측면, 환경적 측면, 디자인적 측면에서 연구가 진행되고 있다. 그러나 디자인적 측면에서는 한국디자인진흥원 디자인 기반기술 과제로 수행된 “지역개발 디자인을 위한 지역의 대표자원 추출과 평가체계 연구” 연구가 전부이다. 이러한 상황내에서 미국의 자원위원회와 일본의 자원조사회, 우리나라의 과학기술처의 자원에 대한 구분 사례를 살펴보면 다음과 같다.

[표 5-2] 지역자원요소의 구분사례 1

구분자	분류	항목	
미국 국가자원 위원회	욕구를 충족시키기 위해 소비되는 자원	천연자원(토지, 광물, 산림, 수자원, 야생조류, 어류) 인공설비(공장, 주택, 댐, 발전소, 기계설비, 토지개량 등 자연을 개조하는 것) 인적자원(노동력, 기술, 숙련도, 노동자의 사기)	
	비소비적 자원	기후, 지형(생산의 자연환경을 결정짓는 것) 생산기술(과거로부터 발달한 것으로서 현재의 생산활동이 그에 의존할 수 있는 것) 제도, 조직(조직적인 생산의 기초가 되고 생산과 소비를 연결시 키는 것)	
일본 자원 조사회	잠존자원	기후적조건	강우량, 온도, 바람, 조류
		지리적조건	지질, 지세, 위치, 강, 바다
		인간적조건	인구의 분포와 구성, 활력, 재생산력
	잠재적 자원	천연자원	생물, 무생물 자원
		문화적자원	자원, 기술, 제도, 조직
		인적자원	노동력, 사기
한국과학 기술처	에너지자원	광물자원(핵, 화석연료), 임산연료자원, 수력자원 신에너지자원(신에너지 변환기술, 신에너지)	
	광공업자원	공산자원(농림수산물, 요업재료, 기초화학공업재료, 고분자 재 료), 광물자원(금속, 비금속광물)	
	해양자원	해양공간 (해안, 해중, 해상공간) 해수자원(해수의 담수화, 해수용존물, 해양에너지) 해양생물자원(해양미생물, 해조류, 어패류) 해저광물자원(무기광물자원, 화석연료)	
	농산자원	사료자원(에너지사료, 단백질사료) 식량자원(동물류, 식물류)	
	산림자원	풍치림자원, 임산자원(연료림, 목재용 임목)	
	토지자원	농경지, 수원지, 목초지, 산림지, 기타	
	수산자원	해양생물, 해수어족	
	폐자원	농축산폐기물(농산폐기물, 축산폐기물) 산업폐기물, 기타폐기물	

○ 토지경제학 측면에서 주봉규는 “자원은 인간이 자연과의 관계에서 조화되어 행복하게 살 수 있는 환경조건의 조성이라는 관점에서 분석되어야 한다”는 기초하에 광의의 자원은 물론 물적, 인적, 문화적 자원으로, 협의의 자원은 천연, 식량, 토지, 노동자원으로 구분하고 있다. Vink는 토지이용을 농업용 토지이용으로 한정시킬 경우 토지자원의 구분은 황폐화와 개량을 결과로 하는 인위적 작용에 대한 저항의 감소, 형성시기에 따라 토지자원의 안정성이 결정된다고 보고, 매우 안정적인 자원, 안정적인 자원, 비교적 불안정한 자원으로 구분하고 있다. 황한철은 농촌취락토지 이용의 합리적 책정을 위한 토지분급 기술의 개발을 위해 농지의 성격을 기능적으로 분화시켜 경제적 이용을 중시하는 산업용지와 기타의 비산업농지로 나누고 비농지는 생태계, Amenity용지와, 시설용지로 구분하여 각각에 대한 자원평가항목을 고려하였다. 여기서는 관련 평가요소를 필지 특성적 요소, 자연입지적 요소, 사회입지적 요소, 속인적 요소로 대구분하였다.

[표 5-3] 지역자원요소의 구분사례 2

구분자	분류	항목
주봉규	물적자원	천연자원, 식량자원, 토지자원
	인적자원	인구수, 교육수준, 과학기술수준
	문화적자원	제도, 관습, 환경(관광자원포함)
Vink	매우 안정적인 자원	기후(온도, 강수, 일사, 풍속, 상대온, 습도, 증발, 산, 서리, 한풍, 건조열풍, 태풍, 우박, 미세기상) 지질(응용, 수문, 환경지질적 측면)
	안정적 자원	토양(분류, 토양구성, 토심 및 토양수분, 지형 및 표면특성, 경반의 유무, 비옥도) 수자원(관개용수, 음료수, 침윤상태) 인공적자원(하천제방, 인공수로, 간척지, 도로, 철도, 기타구조물 등)
	비교적 불안정한 자원	목재나 임산물을 생산하는 천연림, 자연목초지 자연적, 반자연적 임산 및 목초지 Gene-Center로서 역할을 수행하는 자연적, 반자연적 식생 특수한 생태학적 기능을 만족시키는 자연적, 반자연적 식생 위락적 기능을 수행하는 식생
황한철	토지특성적 요소	토지구모, 토성(유효토심, 유효토층의 구조 및 조밀도), 표토의 성질(깊이, 부식함량, 고결성, 건습 등) 투수성, 보수성, 지내력, 풍화도, 표토의 pH, 표토의 탄소율, 토양생산성, 현황지목 등
	자연입지적 요소	토지형상, 단지성, 경사도, 사면의 방위, 기복량, 표고, 각종피해, 일조시간, 기온(연평균, 최고, 최저), 강수량, 미기후구, 식생자연도, 육수역자연도, 해역자연도, 현존 및 잠재 식생자연, 야생동물분포, 초양동물분포, 방풍성, 광역생태계 기여도, 수생생태계 기여도
	사회입지적 요소	용수상황, 점도상황, 수질, 동작거리, 최기가옥거리, 장애물, 지역경관 요소성, 역사적 자연환경
	속인적 요소	영농형태, 장래 토지이용의향, 농업기계보유량, 토지소유자 연령 및 성별 등

- 자원경제학 측면에서 신의순은 통상 자원이란 생산 활동에 사용되는 생산요소를 지칭하며, 광의의 자원은 노동, 자본 그리고 자연자원을 모두 포함시키는데 자원경제학에서 사용하는 개념은 인간에게 유용성을 제공하는 자연자원으로 재화를 생산하기 위한 요소와 미적가치를 제공함으로써 소비활동에 직접 영향을 미치는 것까지 포함한다. 이에 근거하여 토지가 제공하는 자원, 물, 자연환경, 기타로 자원을 구분하고 있다.

[표 5-4] 지역자원요소의 구분사례 3

대분류	중분류	소분류
신의순	토지가 제공하는 자원	농산자원
	물	광물자원(에너지자원, 비에너지자원), 산림자원
	자연환경	자연미를 포함한 각종 옥외 위락자원(국립,도립공원, 명승지, 수렵, 낚시, 수영, 보트, 스키 등)
	기타	폐기물의 자연정화와 수용처의 제공 등

- 환경적 측면에서는 Leopold 환경항목은 환경관련 자원 항목으로 물리화학적 특성, 생물학적 특성, 문화적 요소, 생태학적 관련성으로 구분하고 있으며, Batelle 환경영향평가 모델은 수자원개발에 사용하기 위해 바텔 연구소에서 개발한 환경평가시스템의 평가체계로서 자연환경관련 자연요소를 생태계, 환경오염, 심미성, 인간복지로 구분하고 있다.

[표 5-5] 지역자원요소의 구분사례 4

구분자	분류	항목
Leopold 환경항목	물리화학적 특성	육지(광물자원, 토양, 지형 등) 물(지표수, 지하수, 바다, 수질, 수온, 눈, 얼음 등) 대기(대기의 질, 미기후, 기온 등) 지질학적 과정(홍수, 침식, 퇴적작용, 용해작용 등)
	생물학적 특성	식물상(교목류, 관목류, 초본류, 작물, 미생물, 수서식물, 멸종위기종 등) 동물상(조류, 파충류 등 육상동물, 어류 및 조개류, 저서동물, 곤충류 등)
	문화요소	토지이용, 레크리에이션, 심미성 및 인간복지, 문화상태, 인공시설 및 활동
바텔 환경영향 모형	생태계	종과 개체군 육상(가축, 작물, 자연식생, 유해종 등) 수생(상업적 어업, 자연식생, 유해종, 낚시용 어류, 물새 등)
		서식처 /군락 육상(먹이망, 희귀 또는 멸종위기의 종, 종의 다양성 등) 수생(먹이망, 토지이용, 희귀 또는 멸종위기의 종, 종의 다양성 등)
	환경오염	수질오염(BOD, 용존산소, ph, 대장균, 수온, 혼탁도, 질소, 인산염, 유독성물질 등) 대기오염(일산화탄소, 탄화수소, 산화질소, 아황산가스, 기타 등) 토지이용(토지이용, 토양침식 등) 소음(소음정도)
	심미성	토지(지질학적 표면물질, 토지의 기복과 지형적 특성, 도로의 배열 등) 대기(냄새 및 시각적 영향, 소리 등) 물(물의 외관, 악취와 부유물, 물의 표면적, 해안선) 생물군(가축, 야생동물, 식생형태의 다양성 등) 인공구조물, 종합적 효과
인간복지	교육, 과학적 측면(고고학적, 생태학적, 지질학적, 수문학적 등) 역사적 측면(건축과 양식, 사건, 인물 등) 분위기(경외, 영감, 신비, 자연과의 일체성 등) 생활양식(고용기회, 주택, 사회적 상호작용 등)	

○ 디자인적 측면에서는 한국디자인진흥원 디자인기반기술과제로 수행된 지역개발 디자인을 위한 지역의 대표자원추출과 평가체계 연구를 살펴보면, 자원평가방법으로 랜덤단어연상법을 개발하여 사용하였으며, 중요도, 인지도, 활용도, 경제가치도, 특이도, 상징도의 6개 평가항목을 선정하여 평가하였다. 각 자원별 해당분야의 대표성 순위를 산정하고 순위상관관계를 분석함으로써 지역자원의 개발방향을 도출하고자 지역의 대표자원 추출 방법과 평가체계에 대한 기본틀을 제시하고 있다.

[표 5-92] 지역자원요소의 구분사례 5

대분류	중분류	소분류
정량적 자연자원	기상, 기후자원	지질, 표고, 접근성(거리), 위치, 지열, 풍수, 해수, 강수량, 강우량, 적설량, 조류 등
	산림, 수산자원	임야, 하천, 저수지, 지하수, 염전, 간석지, 양식장, 낙시터, 숲, 수렵지 등
	동, 식물자원	조류서식지, 천연식물 군락지, 천연기념물, 교목, 관목, 수생, 동.식물, 어패류, 어종, 집단군락 등
	경관자원	보호수, 마을경관, 전통농경지, 녹지보존지구, 풍경, 경관수려지구, 일출 일몰 경관지구, 오솔길, 물레방아, 해수욕장 등
정량적 문화자원	역사유형문화자원	각종 문화재, 문화시설(역사공원, 역사유적지, 민화, 역사적 건조물, 향교, 사당, 전통가옥, 촌락 등
	사회경제문화자원	미술관, 전시관, 박물관 등
인공시설자원	일반시설자원	주택형태, 학교, 시민회관, 관광안내소, 사회복지시설, 스포츠센터, 댐, 교량, 여항, 공항, 터미널, 공원(국립, 도립, 군립), 테마파크, 온천, 휴양시설, 수련, 야영, 수련원 등
인적자원	정량인적자원	유명인사배출 수, 평균수명(장수마을), 지역인구수, 평균교육수준, 성별구성비, 예술가 등 전문 집단 등
산업자원	지역산물	농림수산물, 토산품, 관광기념품, 전통공예품, 지역특산품, 지역가공품 등
정성적 자연자원	기후자원	바람, 습도, 온도 등
정성적 문화자원	지역성자원	지역축제, 이벤트, 전통예술, 전통공예, 마을 공동행사, 언어(사투리, 방언), 인심, 민간신앙, 인정, 풍속, 설화, 제도, 관습 등
정성적 인적자원	정성적 인적자원	무형문화재, 인간문화재, 달인, 직인, 역사적 인물, 지역출신 유명인사 등
정보자원	지역정보자원	사이버 정보자원, 쇼핑몰, 농축산 포털사이트 등

다. 유형별 지역에서 파악되는 자원요소

- 다음의 지역에서 파악되어진 자원요소는 농어촌진흥공사에서 조사한 데이터로서 농촌, 산촌, 어촌지역으로 유형을 구분한 후 지역에서 파악되어진 자원을 정리한 자료이다.

[표 5-93] 유형별 지역에서 파악되는 자원요소

지역	구분		자원요소
농촌	시설	공업시설	농공단지, 자유입지형 공장, 소규모 부업, 가내수공업단지, 레미콘 및 아스콘 농장
		광업시설	채석장, 골재 채취장
		산업별 생산 능력	작물별 생산량, 임산물, 부산물 생산량, 내수면어업 생산량, 공업생산량, 서비스부문 생산액
	자연환경	자연적 조건	지리적 위치, 행정구역, 지형, 경사, 토양, 지질, 기후, 수문
		토지이용	용도별 토지이용 현황 및 잠재력(농경지, 공업용지, 공공시설용지, 취락용지, 임야, 기타)
		토지이용규제	농업진흥지역, 자연환경보전지역, 개발제한구역, 도시계획지역 등의 지정
		관광, 휴양	국(도, 군)립공원, 마을공원, 관광지, 휴양지, 집단시설지구, 레크리에이션시설, 관광농원
		문화재 및 사적	국가(지방)지정 문화재, 보물, 종교사적, 전적지, 유적지
		자연생태	동식물상, 천연기념물, 희귀종, 집단서식지, 철새도래지, 생물타리
		전통, 민속	전통기능, 전통놀이, 민속, 토속신앙, 마을공동행사
	환경보전	하수, 분뇨, 쓰레기 처리수준, 소방 및 산불방지시설	
	광역지역시설	도시형오시설	개사육, 훈련장, 동물농장, 양계장, 양돈장, 레미콘공장, 건설장비, 격납고, 벽돌공장, 쓰레기처리, 소각장, 위생 매립장, 정신병원
		대면적 소요시설	영농장비 격납고, 목재야적장, 석재가공공장 및 판매점, 중고차거래점, 기름 및 가스저장시설, 다세대주택, 대학, 민속마을
		교통관련시설	모텔, 식당, 휴게소, 주유소, 차량정비소
		외부 지향자원 시설	잔디농장, 화훼, 야채재배원, 우물, 지하수원, 골재 채취장, 채석장
	어촌	취락	인구 및 가구
어촌조직			전통 및 자생조직, 어촌계
어촌공공시설			수협출장소, 지역어업개발관리
어촌편의시설			간이비행장, 간이해변 운동시설, 어민회관
난지성 작물경작지			유자, 더덕, 산초, 약초, 금굴, 대추, 매실, 양다래, 동백재배지

지역	구분	자원요소	
어촌	취락	관광휴양시설	민박, 숙박업소, 횃집, 낚시도구판매점, 수족관, 해수욕장, 유람선, 유어선, 낚시터, 해안경관, 방갈로, 보양식품업소, 임해수련시설, 탈의, 샤워장, 특산물 판매점, 해수풀장, 해변, 수상활동시설, 관광어업, 탐방로
		교통시설	정기 부정기 항로(취항횟수, 선박의 규모, 실적)항공편, 무선중계시설, 연육, 연도교, 행정선
		자연환경보전	난대림 (동백, 후박나무 등) 천연기념물, 수원목, 쓰레기, 하수종말처리시설, 정자목
		전통민속	풍어제 등 수산업 관련 민속, 어촌의 전통 취락구조 및 가옥
		무공해 농수산물	자연산 해조류, 방목된 토끼, 염소
	어항	어항	어항종별(1-3종), 완공항여부, 최접근 항간거리, 어선수용능력, 어선 세력
		어항기능시설	위판장, 급유, 급수시설, 정유, 저유시설, 냉동, 냉장시설, 어선수리소, 어업용 창고, 폐유, 폐선 처리시설, 종선, 관리선, 어업가상시설, 수산폐기물 처리시설, 공동작업장, 선원후생시설
		어항시설	방파제, 방사제, 방조제, 쇠파시설, 물양장, 선착장, 안벽, 항로, 박지, 호안, 도로, 계선분포, 잔교, 부잔교, 수문, 시호조명시설
	어장	어장	어장종별면적 (공동, 연안, 근해어업)
		천해양식어업	어류, 패류, 해조류, 기타, 육상수조식, 패류투석식, 패류 살포식, 기타
		자원 조성	중요배양장, 인공어초, 암반제거
		해수	수질, 수산미생물, 적조발생, 조석, 조류, 수온, 해저지형, 해양생물상, 해조류 번식지
		가공유통지원시설	어업용창고, 공동작업장, 사료저장고, 김포자배양장, 냉동망 저장고, 패류축양장, 저온저장고
		염전	소금생산량, 면적
		간석지	표고, 개발가능 면적
산촌	취락	인구 및 가구	임가인구, 임업전업, 겸업가구수, 임업 취업자수, 임업후계자수
		산림조직	산림계, 조림계
		산림공동시설	산림조합출장소, 영림서 출장소
		산림편의시설	헬리콥터, 대피소, 휴게소
		전통민속	산신제등 산악승배관련 민속, 전통적인 산촌취락구조 및 가옥, 전통유적, 사찰, 암자, 산악유적촌, 산악전적지, 물레방아, 토속음식점 및 약재보급소
		용도별 행위제한	취락, 경지, 산림보전, 자연환경보전, 관광휴양, 수자원보전, 개발촉진지역 등
	산업 시설	임업지원	양묘장, 벌목장, 집목장
		임산물 가공,유통	임산물 건조장, 제재소, 목각공예단지, 특산물판매점
		휴양편의시설	건강원, 식당, 방갈로, 보양식품원, 야영장, 수렵장, 골프장, 별장, 행글라이더장, 산악철도, 휴양림, 스키장, 눈썰매장, 관광수목원, 자연휴양촌, 청소년 수련원, 종합산림레크리에이션 지역, 자연학습장, 전망대, 전시장, 사격장, 유희스텔, 궁술장, 극기훈련장, 케이블카, 리프트카, 세미나 하우스
	산림	자연림, 인공림	조림면적, 임목축적량, 수종
		지형물	급류계곡, 폭포, 동굴, 호수
		시설물	수원지, 저수지, 임도, 소수력발전소, 등산로, 산책로, 산악자전거로

3. 강화도 지역자원 요소의 제안

○ 자원이란, 자연적인 상태에서 인공적인 압력이나 힘이 가해져 인간 삶에 유익하게 되었을 때 자원이라고 말한다. 따라서 사람의 판단기준에 따라 달라진다. 지역자원은 지역에 존재하는 모든 것을 지역자원이라 할 수 있지만, 사례 연구에서 고찰해 본 바와 같이 자원은 지역의 특성에 따라 그 기준이 달라진다. 형태로 보았을 경우에는 크게 눈에 보이는 자원, 눈에 보이지 않은 자원 등으로 구분할 수 있지만, 워낙 지역에 따라 자원에 대한 분류가 모호해질 수 있기 때문에 본 연구에서는 강화도만의 지역 정체성과 자원이 가지는 경제성과 문화적 가치를 기준으로 6가지의 자원으로 분류하였다.

첫째, 자연환경자원이다. 조류서식지, 천연식물 군락지, 천연기념물, 교목, 관목 수생, 동, 식물, 어종, 어패류, 집단군락 등의 동, 식물자원, 임야, 하천, 저수지, 지하수, 염전, 간석지, 양식장, 낚시터, 숲, 수렵지 등의 산림·수리자원, 보호수, 마을경관, 전통농경지, 녹지보존지구, 풍경 수려 지구, 일출 일몰 경관지구, 오솔길, 물레방아, 해수욕장 등의 우수경관자원, 지질, 표고, 접근성(거리), 위치, 지열, 풍수, 해수, 강수량, 강우량, 강설량, 적설량, 조류 등의 지리적 자원 등으로 구분할 수 있다.

둘째, 역사문화자원이다. 정량적인 각종문화재, 문화시설, 역사공원, 역사유적지, 민화 역사적 건조물, 향교, 사당, 전통가옥, 촌락 등과 정성적인 무형문화재, 인간문화재, 달인, 직인, 역사적 인물, 지역출신 유명인사 등으로 분류된다.

셋째, 생산자원이다. 농림수산물, 지역특산물, 지역가공품 등의 특산물 자원과 토산품, 관광기념품, 전통공예품의 특산품 자원으로 구분할 수 있다.

넷째, 생활자원이다. 지역축제, 이벤트, 전통예술행사(전시회), 마을공동행사, 전설, 설화, 민간신앙, 풍속, 관습, 인심 등으로 분류된다.

다섯째, 시설자원이다. 학교, 시민회관, 관광안내소, 사회복지시설, 댐, 교량, 어항, 공항, 터미널, 주택형태, 미술관, 전시관, 박물관, 문예회관, 테마파크, 공원(군립, 도립, 국립), 스포츠센터, 온천, 휴양시설, 수련, 야영, 수련원 등으로 분류된다.

여섯째, 기타자원이다. 사이버 정보자원, 사이버 쇼핑몰, 지역포털사이트 (특정적 지역 홈페이지, 지역홍보, 광고 등) 등 정보자원으로 분류된다.

[표 5-8] 강화도 지역문화자원의 자원분류표

대분류	중분류	소분류
자연환경자원	동, 식물자원	조류서식지, 천연식물 군락지, 천연기념물, 교목, 관목 수생, 동, 식물, 어종, 어패류, 집단군락 등
	산림, 수리자원	임야, 하천, 저수지, 지하수, 염전, 간석지, 양식장, 낚시터, 숲, 수렵지 등
	우수경관자원	보호수, 마을경관, 전통농경지, 녹지보존지구, 풍경 수려 지구, 일출 일몰 경관지구, 오솔길, 물레방아, 해수욕장 등
	지리적 자원	지질, 표고, 접근성(거리), 위치, 지열, 풍수, 해수, 강수량, 강우량, 강설량, 적설량, 조류 등
역사문화자원	정량적자원	각종문화재, 문화시설, 역사공원, 역사유적지, 민화 역사적 건조물, 향교, 사당, 전통가옥, 촌락 등
	정성적자원	무형문화재, 인간문화재, 달인, 직인, 역사적 인물, 지역출신 유명인사 등
생산자원	특산물	농림수산물, 지역특산물, 지역가공품 등
	특산품	토산품, 관광기념품, 전통공예품,
생활자원	축제,이벤트	지역축제, 이벤트, 전통예술행사(전시회), 마을공동행사,
	전설, 설화	전설, 설화, 민간신앙, 풍속, 관습, 인심 등
시설자원	공공시설	학교, 시민회관, 관광안내소, 사회복지시설, 댐, 교량, 어항, 공항, 터미널, 주택형태
	문화시설	미술관, 전시관, 박물관, 문예회관, 테마파크 등
	레저시설	스포츠센터, 공원(군립, 도립, 국립), 온천, 휴양시설, 수련, 야영, 수련원 등
기타자원	정보자원	사이버 정보자원, 사이버 쇼핑몰, 지역포털사이트(특징적 지역 홈페이지, 지역홍보, 광고 등)

○ 그러나, 본 연구에서는 위에서 거론된 6가지의 자원중에서 시설자원과 기타자원은 평가대상에서 일부 제외되었다. 왜냐하면, 강화도는 타지역에 비해 낙후도가 크고 시설자원과 기타자원으로서의 경제적 가치나 문화적 가치가 떨어지기 때문이다.

제 2절 지역문화자원 평가

1. 자원평가 방법

- 지역의 자원을 평가하는 것은 지역을 나타낼 수 있는 아이덴티티와 지역이미지 형성에 기초가 된다. 이는 지역의 스타급 자원이 무엇인지를 파악해서 집중적으로 육성시켜, 지역의 이미지를 만드는 전략에 필수적으로 꼭 필요한 요소이다. 이러한 스타급 자원을 선정하는 것은 객관적인 자원평가에서 시작된다. 자원평가에는 앞에서 고찰해본 바와 같이 많은 연구가 선행되었지만, 본 연구에서는 기존의 평가방법을 보완한 새로운 평가체계를 제안한다.

가. 자원평가 프로세스

- 본 연구에서 설정될 자원평가의 목표체계구축을 위해서는 단계별 구성자원 구분과 단계별 구분범위에 포괄되는 하위요소의 파악이 전제적으로 필요한데 이를 위해서는 강화도 지역 전체가 보유하고 있는 모든 자원요소를 현장조사에 의해 파악하여 이를 근거로 세부자원요소를 단계별로 그룹핑하는 작업이 이루어지는 것이 바람직하지만 현실적으로 거의 불가능하다.
- 강화도의 지역문화자원 평가 프로세스는 아래 표와 같이 진행되었다.

[표 5-9] 자원평가 프로세스

단계	항목	방법
1단계	환경적 특성	지리적 분석, 역사적 특성 분석
2단계	산업적 특성	주변환경 분석, 산업적 분석
3단계	자원적 특성	자연환경적 특성, 역사문화적 특성, 생산자원, 생활자원 분석
4단계	지역문화자원 평가	강화도의 자원중 자원평가시스템을 이용한 대표문화자원 선정
5단계	대표문화자원의 가치	대표문화자원 정밀분석(산업적, 디자인적 가치 분석)

나. 평가대상 선정

- 강화도의 지역문화자원 평가대상의 유형은 자연환경자원, 역사문화자원, 생산자원, 생활자원으로 구분한다. 자원평가 대상영역은 아래 표와 같다. 1차로 144개의 자원을 조사하였고 이중에서 자원평가시스템을 통해 대표문화자원을 선정하여 세부적으로 조사를 시행하였다.

[표 5-10] 강화도 지역문화자원의 자원분류표

대분류	중분류	소분류	갯수
자연 환경 자원	천연기념물	서도은행나무, 갑곶리 땃자나무, 사기리 땃자나무, 저어새 서식지	4
	우수경관	강화갯벌, 고려산, 적석사 낙조, 연미정의 달맞이, 갑곶의 대교, 보문사의 낙조, 볼음도, 석모도, 마니산의 단풍, 손돌목의 물결	10
역사 문화 자원	거석문화	강화 지석묘, 내가 지석묘, 강화 대신리 지석묘, 강화 부근리 점골 지석묘, 부근리.삼거리.고천리.오상리.교산리 고인돌군	9
	개국설화	참성단, 봉천대, 참성단 중수비, 천제암 궁지, 석조여래입상, 오층석탑, 교동봉수대, 삼량성	8
	호국유산	강화산성, 고려궁지(강화동중, 강화유수부동헌, 이방청, 외규장각), 진.보.돈대(초지진, 덕진진, 용진진, 광성보, 갑곶돈대, 택지돈대, 삼양돈대, 분오리돈대, 선수돈대, 망월돈대 및 장성, 화도돈대, 무태돈대, 장곶돈대, 계룡돈대, 망양돈대, 건평돈대, 굴암돈대, 미루지돈대, 북일곶돈대) 경고비, 쌍충비, 정족산 가곶지, 충렬사, 연미정	31
	종교유산	전등사(대웅전, 약사전, 범종), 보문사(석실, 마애석불좌상, 맷돌), 적석사, 적석사 사적비, 오련사(철아미타불, 보만정지, 오련지터), 정수사 법당, 함허대사부도, 강화성공회성당, 강화 온수리 성공회사제관, 강화 온수리 성공회성당, 강화 서도 중앙교회, 강화선원사지	19
	인물	용흥궁(철종외가, 철종외가묘), 이규보묘, 연개소문, 황형(황형묘 및 신도비, 황형택지), 김상용순절비, 양현수 승전비, 허유전묘, 이견창묘, 이견창 생가, 가성, 석릉, 곤릉, 흥릉, 윤집택지, 석주권필유허비, 연산군적거지, 홍익한택지	19
	향토유적	교동향교, 강화향교, 교동읍성, 강화통제영학당지, 강화 석수문, 분청사기요지, 갑곶나루 선착장 석축로, 선원보각지	8
생산 자원	특산품	화문석, 꽃상합, 화방석	3
	특산물	강화인삼, 강화순무, 강화사자발약쑥, 강화성쌀, 강화속노랑고구마, 뽕대이회, 뽕대이 젓, 참게 및 꽃게, 버섯류, 강화성 포도	10
생활 자원	축제	고인돌 축제, 삼량성 역사문화축제, 고려산 진달래축제, 선원사 논두렁 연꽃축제, 새우젓 축제, 정월대보름 민속놀이	6
	전승민요	용두래질노래, 성다지는 소리, 시선뱃노래	3
	전설	손돌의 여울, 각시바위, 전등사 은행나무, 추녀밑에 앉은 나녀상, 보문사 나한, 세사람 왕자가 쌓은 삼량성, 고려산 오련지, 쪽실방죽, 운씨의 기원, 살창리이야기, 선행리 박정승댁	10
	이벤트	강화5일장 (강화장날, 길상장날, 내가장날, 화도장날)	4
합계			144

다. 평가체계 기준 설정

- 기존에 선행된 연구들의 살펴보면 자원평가 항목은 지역자원의 경제적 가치와 경관가치 평가를 주 대상으로 하였다. 대표적인 자원평가 방법인 AHP(Analytic Hierachy Process 계층화 분석기법 : 중요도 평가법)³¹⁾, CVM(Contingent Valuation Method 가상시장 평가 : 자원의 금전적 평가)³²⁾, GIS, 사진 촬영기법 등이 사용되고 있다.
- 따라서 기존의 연구가 경제성과 경관평가라면, 본 연구에서의 주제가 디자인이기 때문에 기존의 방법과는 차별화된 평가방법, 평가항목이 필요하게 되었다. 무수히 많은 자원 중에서 대표자원을 추출하려면 단순히 주민의식에 의한 단답형의 조사로는 큰 오류를 범할 수 있다. 왜냐하면 지역의 대표자원은 지역활성화의 기본이 되며, 주체가 되기 때문에 신중하고, 정확성을 요구하게 된다. 예를 들어 지역자원을 잘못 선정하여 지역의 이미지가 크게 달라지며, 많은 경제적 손해를 볼 수도 있기 때문이다.
- 선행된 연구중에 대한국토.도시계획학회, 경실련 도시개혁센터, 중앙일보에서 주관한 “지속가능한 도시대상 시행방안.평가항목.평가지표” 연구를 주목할 필요가 있다. 이 평가는 지방자치 시대의 바람직한 도시계획 및 관리 방향의 제시하고, 지속가능한 개발과 특성있는 도시조성을 유도하고, 주민들을 위한 도시행정과 건전한 도시경영정책의 유도하고, 시민들의 도시행정에 대한 관심과 참여 유도하기 위해서 2002년 시행한 사업이다. 평가방법은 친환경, 주민참여, 도시관리, 정보화, 녹색교통, 문화 등 6개 부문으로 구분하여 평가를 진행하였고 종합점수 산정 시 부문별 가중치를 다음과 같이 반영하여 총 100점 만점으로 평가한 방법을 사용하였다.

[표 5-11] 평가기준표

부 문	점 수	가 중 치	총 배 점
친환경	100	25%	25
주민참여	100	15%	15
도시관리	100	15%	15
정보화	100	15%	15
녹색교통	100	15%	15
문화	100	15%	15
종합점수			100

31) Analytic Hierarchy Process의 머리말로써 '계층적 분석 과정/방법'이라고 해석될 수 있다. 즉 의사결정의 전 과정을 여러 단계로 나눈 후 이를 단계별로 분석 해결함으로써 최종적인 의사결정에 이르는 방법이다.

32) 조건부 가치 평가법으로 가상적으로 설계된 시장에 기초하여 그 시장이 존재한다는 조건하에서 설문에 대한 응답을 이용하여 환경재화의 가치를 측정하는 방법이다.

- 따라서 본 연구에서는 이러한 선행연구를 기반으로 전략형 평가기준을 도출하는데 방향을 맞추었다. 따라서 대표자원을 객관적으로 평가하고, 평가체계의 실효성을 높이기 위해 강화도 지역전문가 집단(강화군청 담당 공무원, 미술관 관장, 기업체 대표, 단체 운영위원)을 통해 의견수렴을 이루어졌으며, 본 연구 참여연구원 전원의 집단토의를 거쳐 수정, 보완하여 자원평가를 객관적으로 실행할 최종 평가항목을 설정하였다.
- 본 연구에서는 앤소프 매트릭스(Ansoff Matrix)³³⁾을 참고 모형으로 사용하여, 지역문화자원의 브랜드 개발에 맞게 적용하였다. 이 평가기준은 지역의 문화자원을 산업화시킬 때 어떤 전략을 채택할 수 있는가에 활용할 수 있는 기준을 설정하기 위해서 사용될 수 있고, 또한 지역의 문화자원이 산업화시킬 때 시장이 새로운 시장이냐 아니냐, 제품이 신개념 제품이냐 아니냐에 따라 어떤 전략을 채택해야 하는지를 행렬로 정리한 것으로 지역문화자원의 평가시 전략내용에 부합되는 기준을 설정하기 위해서 재구성한 것이다.



[그림 5-1] 앤소프 도표를 이용한 전략 도출

- 시장침투(Market Penetration) 전략은 기존 시장에서 기존 제품으로 승부할 수 있는가?에 대한 전략을 의미한다. 마케팅 전문가들이 집계한 시장 침투 전략의 평균 성공률은 약 75% 정도인 것으로 알려져 있으며, 일반적으로 시장 침투의 목적은 기존의 시장에서 추가적인 매출을 올리는 데 있으며 가장 보수적인 성장 전략이라고 할 수 있다. 이 방법은 단기 또는 중기적으로 볼 때, 가장 안정적이고 수익률이 높은 대안이기는 하지만 끊임없이 변화하는 소비자의 욕구를 고려하여 반드시 지속적인 '혁신 노력'이 따라야 성공할 수 있다.
- 신상품개발(Product Development) 전략은 기존 시장에서 신제품을 출시하는 전략이다. 이 전략 대안은 정보통신 등의 하이테크 산업에서는 기업의 미래를 결정하는 핵심적인 생존 공식으로서 평균 성장률은 대개 약 45% 정도이며, 산업별로 편차가 심한 편이다.

33) 앤소프는 경기에 따라 기업이 선택할 수 있는 행동 대안을 네가지로 구분하여 제시한 도표이다. 1. 기존시장에 대한 기존 제품 판매, 2. 기존제품을 새로운 시장으로 확대, 3. 기존시장을 위한 신제품 개발, 4. 시장 신장을 위한 신제품 개발

- 신시장 진입(Market Development) 전략은 기존 제품으로 새로운 시장을 창출하는 시장 개발 전략이다. 1990년대 이후 맥도날드의 성장은 대부분 기존의 햄버거 제품을 중국, 러시아, 한국 등 새로운 시장을 개척하면서 이루어졌다. 여기서 중요한 것은 새로운 시장 진출은 같은 회사라 하더라도 어떤 지역으로 진출하느냐에 따라 사업의 성패의 확률이 달라지며, 같은 진출국에서도 진출 시기에 따라서 제품의 성공 확률이 다양하게 나타날 수 있다는 점이다. 시장 개발 전략의 성공 확률은 약 35% 수준으로 알려져 있다.
- 다각화(Diversification) 전략은 새로운 시장에 새로운 제품을 출시하여 시장을 개척하는 전략이다. 다각화는 4가지의 대안 가운데서 가장 리스크가 높은 방법이지만 특정 기간에 특정 회사에는 가장 적합하고 가장 논리적인 성장 전략이 될 수도 있다. 마케팅 학자들의 통계에 따르면, 다각화는 신제품으로 새로운 시장에 진출하여 기존 조직이 새로운 시장에 진출하는 조직 다각화의 25% 정도의 성공률을, 현지 시장에 있는 기존 조직을 활용하는 다각화의 경우에는 35% 정도의 성공률을 가지고 있는 것으로 평가되고 있다.
- 이러한 4가지 전략을 사용하여, 전략적으로 발전시킨다는 전제하에,
 1. 자원이 얼마나 미래적 가치가 있는가?(장래성)
 2. 자원이 경제적, 산업적 가치가 있는가?(경제성)
 3. 자원이 타지역과 비교할 수 있는 독창적인 차별성 및 상징성을 가지고 있는가?(독창성)
 4. 자원이 스토리가 있으며, 인지도가 있는가?(내용성)
 5. 통합적으로 배포 가능하고, 자원이 주변산업을 발전시킬 수 있는가?(포괄성)
- 따라서 평가항목을 장래성, 경제성, 독창성, 내용성, 포괄성의 5가지 항목을 선정하였다. 평가배점은 자원별 개발 가능성 등의 장래성을 20점, 수익구조의 유무, 산업적 활용성을 포괄하는 경제성을 20점, 타 지역의 동질문화유산과 비교되는 차별성 및 문화의 보존학적인 가치성을 포괄하는 독창성을 20점, 자원의 인지도와 스토리 개발건수를 20점, 통합적으로 배포 가능하고 공유할 수 있는 특성인 포괄성을 20점으로 분류하여 합계 100점 만점으로 처리하였다.
- 본 연구에서 제안된 자원평가의 기준은 아래 [표]와 같으며, 제시한 평가기준은 자원의 분류 방향과 중요도가 높은 대표 자원의 선별기준을 제시하고, 산업적 활성화의 테마와 컨셉이 될 수 있는 대표적인 자원평가 방법의 모델이 될 것이다.

[표 5-12] 강화도 지역문화자원 평가 기준

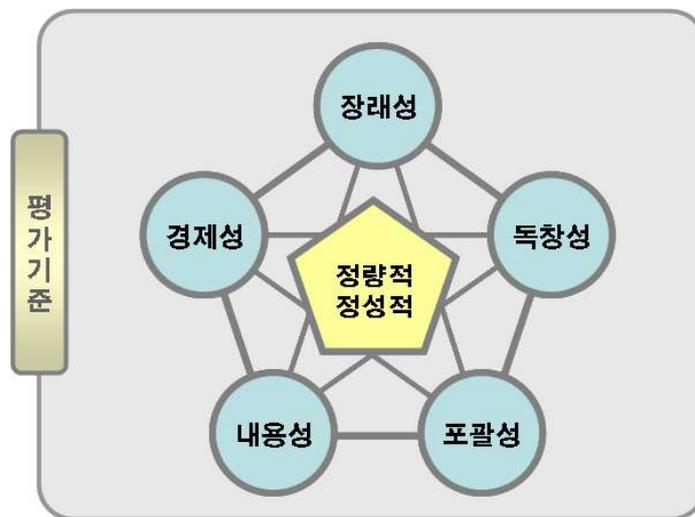
평가 기준	평가내용		평가자료	평가방법	배점	
장래성	발전가능성	주민의견 정책유무	주민의식, 군보,정책서	정성적 정량적	10	20
	자원별 개발 실행 계획	계획건수	군보, 실행계획서	정량적	10	
경제성	수입 및 수익구조 유무	건수	군보, 정책입안서	정량적	10	20
	산업적 활용성	수요 예측 시장환경 예측	조례, 군보, 정책입안서	정량적 정성적	10	
독창성	타지역의 자원과의 차별성	주민의견, 타지역 현황	주민인지도, 벤 치마킹	정성적	10	20
	문화재 등 지정사항 독창적 가치성	건수 가치성	군보, 통계청 자료, 자체조사	정량적 정성적	10	
내용성	스토리(제품개발) 개발가능 건수 내용적 가치성	건수 예측	자체조사, 문헌자료	정성적	10	20
	지역주민, 관광객 인지도	주민의견, 관광객수	자체조사, 문헌자료	정성적 정량적	10	
포괄성	연계자원의 분포	건수	자체조사	정량적	10	20
	자원의 활용 및 타산업 확산 가능성	예측	자체조사	정성적	10	
종합점수					100	

A : 10-9점, B : 8점, C : 7점, D : 6점, E : 6점 이하

- **장래성**은 지역의 총체적인 발전과 미래지향적인 방향에 대한 지역문화의 비전 제시를 위한 자원의 발전가능성, 자원의 지역개발 실행 계획의 건수를 평가하는 것을 의미한다. 평가자료는 주민의식, 군보, 실행계획서, 정책입안서, 조례, 자체조사를 통해서 정성적, 정량적으로 평가한다.
- **경제성**은 지역문화자원이 가지는 경제적 가치성 평가를 의미한다. 자원의 수익구조 유무 건수, 산업적 활용성을 평가하는 것을 의미한다. 평가자료는 군보, 정책 입안서 및 기타 통계자료를 통해서 정성적, 정량적으로 평가한다.
- **독창성**은 지역문화자원이 타 지역의 동질의 자원과 비교될 수 있는 차별성을 기반으로 한 문화재 등의 지정사항에 대한 평가이다. 평가방법은 차별성을 측정하기 위해서 주민 인지도 조사가 필요하고, 타지역의 벤치마킹을 통해 정성적, 정량적으로 평가를 시행해야 한다. 또한 문화재 등의 자원만이 가지고 있는 보존학적인 가치를 평가하기 위해서는 군보나 통계청 자

료의 세계문화유산, 국가지정문화재, 지방지정문화재, 향토유적 등의 지정사항을 정량적인 평가자료로 활용한다.

- **내용성**은 지역문화자원이 스토리 개발 가능 건수 및 가치성, 지역주민, 관광객 인지도를 평가하는 것을 의미한다. 자체조사와 문헌조사의 값을 바탕으로 정성적으로 평가한다.
- **포괄성**은 지역문화자원이 어느정도 시장에 진출해서 포괄적으로 진출할 수 있는지에 대한 평가로서 연계자원의 분포, 자원의 활용도, 타산업 확산 가능성 등을 평가한다. 미래에 대한 예측이라고도 할 수 있기 때문에 자체조사, 현장실사, 인터뷰 등을 평가자료로 활용한다. 정성적 평가방법을 사용한다.



[그림 5-2] 평가기준 상관관계도

- 결론적으로 본 연구에서 제시된 평가기준은 타지역에서도 적용할 수 있는 기준모델이 될 수는 있을 것이다.

2. 예비평가

- 자원평가기준을 바탕으로 1차에서 중요도가 높은 대상을 선정하여 예비평가를 시행하였다. 정량적 분석을 위한 예비평가는 본 연구팀에서 시행하였으며, 실질적인 자원평가에 앞서 예비평가를 시행해 본것이다. 이러한 예비평가는 현재 강화도에 500여개의 자원이 분포하고 있으나 전체를 분석하기에는 무리한 점이 있기 때문에 중분류를 기준으로 대략적인 예비평가를 실행한 것이다. 평가방법은 5점 척도법을 사용하였으며, 아래 [표]에서는 ★ 중요(+3.5이상), ● 보통(+3.5~2.5), △ 미약(+2.5이하) 으로 단순화시켜 표시하였다.

[표 5-13] 1차 예비 자원평가

대분류	중분류	장래성	경제성	독창성	내용성	포괄성
자연환경자원	천연기념물	●	△	●	●	△
	우수경관	★	★	★	★	●
역사문화자원	거석문화	★	★	★	★	●
	개국설화	★	★	★	★	★
	호국유산	★	●	●	★	△
	종교유산	●	●	★	★	★
	인물	●	△	●	●	△
	향토유적	△	△	●	●	△
생산자원	특산물	●	★	★	★	●
	특산품	●	★	★	★	★
생활자원	행사 및 축제	●	★	●	★	●
	전설 및 설화	●	●	●	★	△
	전승민요	△	△	△	●	△
	풍습	△	△	△	●	△

★ 중요(+3.5이상), ● 보통(+3.5~2.5), △ 미약(+2.5이하)

- 1차 예비평가 결과에서는 개국설화와 관련된 참성단이 가장 높은 점수를 받았다. 또한 거석문화의 고인돌과 강화도의 우수경관인 강화팔경, 전등사, 성공회 성당 등의 종교유산, 완초공예품인 화문석 등이 높은 결과 값을 나타냈다. 예비평가를 기준으로 하면, 강화도의 대표문화자원은 다음과 같다.

개국설화 -> 우수경관, 거석문화 -> 종교유산 -> 특산물, 특산품 -> 행사 및 축제

- 이를 자원별로 대입하면 다음과 같다.

참성단 -> 강화갯벌, 고인돌 -> 전등사 -> 인상, 완초공예 -> 고인돌 축제

- 다음으로 2차 예비 평가를 시행하였다. 영역은 환경디자인, 제품디자인, 시각디자인, 콘텐츠 디자인으로 구분하고, 디자인 개발 중요도에 대한 평가를 실시하였다. 이 평가는 현재 강화도 지역문화자원에서 디자인 개발이 얼마나 필요한지에 대한 평가이다.

[표 5-14] 지역문화자원의 디자인 중요도 예비평가

대분류	중분류	환경디자인				제품디자인		시각디자인				콘텐츠디자인		
		단지 조성	공공 시설	복원	이벤트	문화 상품	제품 개발	BI	홍보 물	패키 지	캐릭 터	홈페 이지	영상	게임
자연 환경 자원	천연기념물	△	△	●	●	●	●	●	★	△	●	★	★	△
	우수경관	★	★	★	★	●	△	●	★	△	●	●	★	△
역사 문화 자원	거석문화	★	★	★	★	★	●	●	★	●	★	●	●	★
	개국설화	★	★	★	★	★	●	★	★	△	★	★	★	★
	호국유산	●	★	★	★	●	●	●	●	△	★	★	★	★
	종교유산	●	★	●	●	△	△	△	★	●	★	●	△	△
	인물	△	△	★	★	△	△	△	●	△	★	●	●	★
	향토유적	△	●	★	●	●	●	●	★	△	●	●	●	△
생산 자원	특산품	★	●	△	●	★	★	★	★	★	●	★	★	△
	특산물	★	●	△	★	△	★	★	★	★	●	★	●	△
생활 자원	풍습	△	△	●	●	△	△	△	△	△	△	△	●	△
	전승민요	△	△	●	●	△	△	△	△	△	△	●	●	△
	축제	●	★	★	★	●	△	★	★	△	★	★	●	●
	전설/설화	△	△	★	★	△	△	△	△	△	△	★	★	★

★ 중요(+3.5이상), ● 보통(+3.5~2.5), △ 미약(+2.5이하)

○ 평가결과 다음과 같은 결과 값을 도출할 수 있었다.

[표 5-15] 디자인 개발이 필요한 우선순위 자원

디자인분야	자원
환경디자인	고인돌, 강화산성, 용흥궁, 연미정, 강화팔경
제품디자인 (문화상품)	화문석, 고인돌, 정수사, 전등사, 갯벌, 인상, 섬쌀 등
시각디자인	참성단, 강화산성, 정수사, 오련사, 강화성공회성당, 이규보묘, 화문석 섬쌀등
콘텐츠디자인	용흥궁, 진보돈대, 강화성공회성당, 이규보묘, 연개소문, 연미정, 손돌목, 갯벌등

○ 1, 2차 예비평가를 통해서 강화도 지역문화자원의 개괄적인 부분을 파악할 수 있었다.

3. 자원평가

- 강화도의 지역문화자원 144개의 문화자원 중 평가대상자원 47개를 선정하기 위해서 본 연구에서는 객관적인 평가를 위해서 정성적, 정량적 방법을 이용하였다. 정성적인 결과를 도출하기 위해서 강화도 지역전문가들로 구성된 교수, 교사, 기업체 대표, 시민단체, 협회 및 강화군청 공무원들의 면담과 회의를 통해서 정성적 결과를 도출하였다. 정량적인 방법은 주민들의 설문조사를 통해 결과값을 얻었으며, 이러한 데이터값을 바탕으로 대표문화자원의 가치를 극대화하고, 강화도의 이미지를 강화하기 위한 결과값을 도출할 수 있었다.
- 선정된 자원들을 대상으로 1차 평가에서는 강화도 지역주민에게 설문조사를 실시하였다.(본 연구 4장에 제시) 이 평가에서는 비율 분석에 의한 순위도 평가를 실행하였다. 다음으로 2차 평가에서는 장래성, 경제성, 독창성, 내용성, 포괄성의 5개 항목을 기준으로 자체적인 평가를 실행하였다. 이 평가에는 주민들의 단순한 설문조사만으로는 정확한 결과값을 얻을 수 없어, 강화도에 대해서 객관적인 시각을 가진 본 연구팀이 평가에 임하였다. 앞에서 제시된 평가기준에 의해서 100점만점으로 평가하였다.

[표 5-16] 강화도 자연환경자원 평가표

분류	주요자원	장래성	경제성	독창성	내용성	포괄성	점수
천연 기념물	서도은행나무	14	11	16	14	12	67
	갑곶리 탕자나무	12	11	18	14	12	67
	사기리 탕자나무	12	11	18	14	12	67
	저어새	16	14	20	18	14	82
우수경관	강화갯벌	18	17	18	18	16	87
	고려산	15	16	14	18	18	81
	적석사 낙조	16	18	14	17	17	82
	마니산의 단풍	17	18	14	18	18	85
	갑곶의 대교	12	14	14	15	14	69
	보문사의 낙조	15	16	14	19	16	80
	불음도	14	13	12	15	15	69
	석모도	18	18	16	18	16	86
	연미정의 달맞이	14	11	12	16	15	68
	손돌목의 물결	12	11	12	15	15	65

[표 5-17] 강화도 역사문화자원 평가표

분류	주요자원	장래성	경제성	독창성	내용성	포괄성	점수
거석문화	고인돌	20	14	18	20	16	88
개국설화	삼랑성	10	10	15	13	17	65
	참성단	14	16	18	18	18	84
	봉천대	11	10	13	13	14	61
호국유적	강화산성	11	10	14	16	15	66
	고려궁지	17	15	17	16	16	81
	진·보·돈대	18	16	17	16	18	85
종교유적	전등사	13	14	18	18	14	77
	보문사	14	16	15	15	13	73
	적석사	11	10	12	13	14	60
	정수사	12	10	16	11	11	60
	성공회강화성당	11	11	14	11	12	59
인물	용흥궁	13	10	11	12	15	61
	연개소문	10	10	10	11	10	51
	김상용순절비	10	10	11	12	13	56
향토유적	교동향교	11	10	13	12	11	57
	강화향교	11	10	12	12	11	56

[표 5-18] 강화도 생산자원 평가표

분류	주요자원	장래성	경제성	독창성	내용성	포괄성	점수
특산품	화문석	19	15	19	16	16	85
특산물	강화인삼	19	20	16	15	15	85
	강화순무	18	18	17	16	18	87
	강화사자발약쑥	17	16	17	17	17	84
	강화섬쌀	12	18	14	13	14	71
	강화속노랑고구마	12	14	13	13	12	64
	젓갈류	16	13	10	11	15	65
	참게 및 꽃게	15	12	10	10	11	58
	버섯류	11	11	10	10	11	53
	강화성 포도	11	11	10	11	10	53

[표 5-19] 강화도 생활자원 평가표

분류	주요자원	장래성	경제성	독창성	내용성	포괄성	점수
지역축제	고인돌 축제	18	16	17	17	17	85
	고려산 진달래축제	16	14	13	14	16	73
	삼랑성 역사문화축제	15	12	18	11	15	71
	선원사 논두렁연꽃축제	11	11	11	10	12	55
	새우젓 축제	13	15	14	13	13	68
	정월대보름 민속놀이	10	10	10	12	10	52

○ 평가결과 대표문화자원으로 선정된 자원들은 강화도를 발전시킬 수 있는 스타급 자원들이며, 산업화시킬 수 있는 자원이다.

4. 대표문화자원 선정

○ 강화도 지역문화자원의 평가점수를 기준으로 대표문화자원을 선정하였다. 아래 [표]는 1차, 2차 예비평가와 3차 본평가에 의해서 선정된 강화도의 대표문화자원이다.

[표 5-20] 강화도 대표 자연환경자원

순위	내용	순위	내용
1	강화갯벌	4	저어새, 적석사 낙조
2	석모도	5	고려산
3	마니산의 단풍	6	보문사의 낙조

[표 5-21] 강화도 대표 역사문화자원

순위	내용	순위	내용
1	고인돌	7	강화산성
2	진.보.돈대	8	삼랑성
3	참성단	9	봉천대
4	고려궁지	9	용흥궁
5	전등사	10	정수사
6	보문사	10	적석사

[표 5-22] 강화도 대표 생산자원

순위	내용	순위	내용
1	강화순무	5	젓갈류
2	강화인삼	6	강화속노랑고구마
2	화문석	7	참게 및 꽃게
3	강화사자발약쑥	8	버섯류
4	강화섬쌀	8	강화성포도

[표 5-23] 강화도 대표 생활자원

순위	내용	순위	내용
1	고인돌 축제	4	새우젓 축제
2	고려산 진달래축제	5	선원사 논두렁연꽃축제
3	삼랑성 역사문화축제	6	정월대보름민속놀이

○ 아래 표는 자원별로 장래성, 경제성, 독창성, 내용성, 포괄성이 우수한 자원들을 순위로 표시한 것이다.

[표 5-24] 장래성이 우수한 자원(1순위 ~ 5순위)

구분 \ 순위	1순위	2순위	3순위	4순위	5순위
자연환경자원	강화갯벌	석모도 마니산의 단풍	저어새 적석사 낙조	고려산 보문사의 낙조	서도은행나무 볼음도 연미정의 달맞이
역사문화자원	고인돌	진.보.돈대	고려궁지	참성단 보문사 용흥궁	전등사 정수사
생산자원	화문석 강화인삼 강화순무	강화사자발약썩	젓갈류	참게 및 꽃게	강화성쌀 강화속노랑고구 마
생활자원	고인돌축제	고려산 진달래축 제	삼랑성 역사문화 축제	새우젓 축제	선원사 논두렁연 꽃축제

[표 5-25] 경제성이 우수한 자원(1순위 ~ 5순위)

구분 \ 순위	1순위	2순위	3순위	4순위	5순위
자연환경자원	적석사 낙조 마니산의 단풍 석모도	강화갯벌	고려산 보문사의 낙조	저어새 갭곳의 대교	볼음도
역사문화자원	진.보.돈대 보문사	고려궁지참성단	강화지석묘	전등사	강화성공회성당
생산자원	강화인삼	강화순무	강화성쌀	강화사자발약썩	화문석
생활자원	고인돌축제	새우젓 축제	고려산 진달래 축제	삼랑성 역사문 화축제	선원사 논두렁연 꽃축제

[표 5-26] 독창성이 우수한 자원(1순위 ~ 5순위)

구분 \ 순위	1순위	2순위	3순위	4순위	5순위
자연환경자원	저어새 강화갯벌	갭곳리탱자나무 사기리탱자나무	서도은행나무 석모도	고려산 적석사 낙조 마니산의 단풍 갭곳의 대교 보문사의 낙조	볼음도와 연미 정의 달맞이 손돌목의 물결
역사문화자원	참성단 전등사	고인돌 고려궁지 진.보.돈대	정수사	삼랑성	강화산성 성공회강화성당
생산자원	화문석	강화순무	강화사자발약썩	강화인삼	강화성쌀
생활자원	고인돌축제	삼랑성 역사문 화축제	새우젓 축제	고려산 진달래 축제	선원사 논두렁 연꽃축제

[표 5-27] 내용성이 우수한 자원(1순위 ~ 5순위)

구분 \ 순위	1순위	2순위	3순위	4순위	5순위
자연환경자원	강화갯벌	보문사의 낙조 석모도	고려산 마니산의 단풍 저어새	적석사의 낙조	연미정의 달맞이
역사문화자원	고인돌	참성단	전등사	강화산성 진.보.돈대	고려궁지 보문사
생산자원	강화사자발약쑥	화문석 강화순무	강화인삼	강화섬쌀 강화속노랑고구마	젓갈류 강화섬포도
생활자원	고인돌축제	고려산 진달래 축제	새우젓 축제	정월대보름 민속놀이	삼랑성 역사문화축제

[표 5-28] 포괄성이 우수한 자원(1순위 ~ 5순위)

구분 \ 순위	1순위	2순위	3순위	4순위	5순위
자연환경자원	강화갯벌 고려산 마니산의 단풍	적석사 낙조 석모도	보문사의 낙조	볼음도 연미정의 달맞이 손돌목의 물결	저어새 갑곶의 대교
역사문화자원	진.보.돈대	삼랑성 참성단	고인돌 강화산성 고려궁지 용흥궁	봉천대 적석사	전등사
생산자원	강화순무	강화사자발약쑥	화문석	강화인삼 젓갈류	강화섬쌀
생활자원	고인돌축제	고려산 진달래 축제	삼랑성 역사문화축제	새우젓 축제	선원사 논두렁 연꽃축제

○ 이러한 결과 값을 바탕으로 대표문화자원의 세부 분석을 시행하였다. 이 시행된 값들은 부록2 대표문화자원분석에 게재되어 있다.

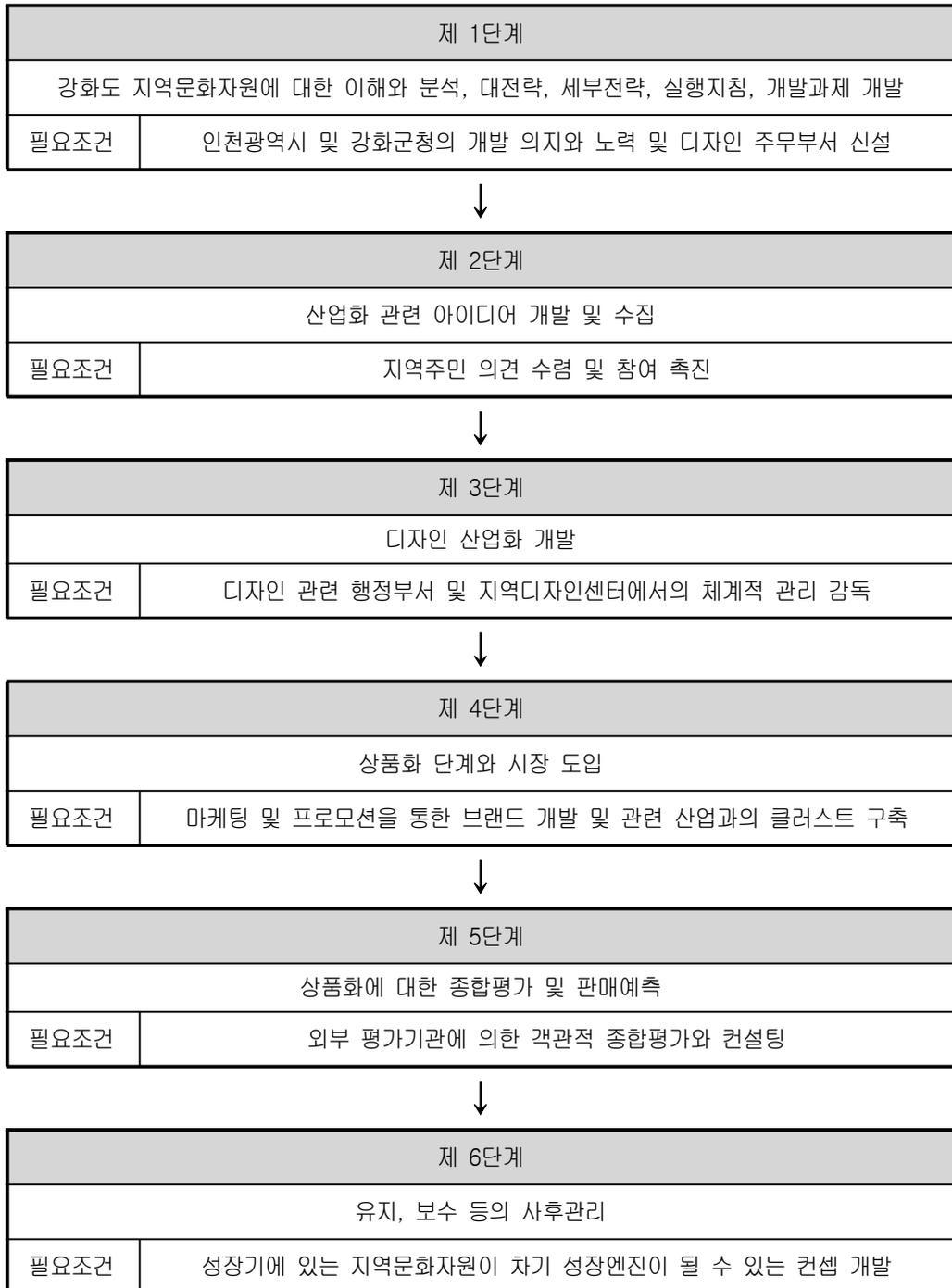
[표 5-29] 대표문화자원 세부 분석 내용

분야	세부 분석 내용
분류	* 대분류, 중분류, 소분류, 명칭, 규모, 소재지, 지정사항 등
활용 및 연계자원	* 활용가능하고, 연계시킬 수 있는 자원
특성	* 개요, 특성, 상징성, 문제점
전략 및 개발과제 제안	* 목표 제안, 전략 제안, 개발 과제 제안

5. 대표문화자원의 산업화 프로세스

- 대표문화자원을 산업화 시키 위해서는 처음 아이디어 개발 단계에서부터 사후관리에 이르기 까지 철저히 마케팅적인 사고와 접근이 필요하다.

[표 5-30] 대표문화자원의 산업화 프로세스



○ 지역문화자원에 대한 이해와 분석

첫 번째 단계는 풍부한 문화자원을 보유하고 있는 강화도 지역에서도 핵심요소를 추출하고 개발하기 위해서는 강화도 지역의 경제적, 산업적 가능성과 주변 환경의 일반적인 특성을 조사하고, 지리적인 분석, 인구, 교육, 문화의 자연환경적인 특성과, 역사와 문화 속에서 발생된 유·무형의 문화유적의 특성 분석, 특산물·특산품의 생산자원적 특성, 축제·민요·전설 및 설화 등의 생활상에서 발생할 수 있는 특성을 분석하고 이해하는 작업이 필요하다. 이러한 이해를 바탕으로 전략을 수립하여 이에 따른 실행지침을 세우고 개발과제를 도출한다.

○ 산업화 관련 아이디어 개발 및 수립

두 번째 단계는 타 지역과 차별화된 특징을 도출하기 위해 강화도에 거주하는 지역주민이나 강화도 지역을 잘 알고 있는 전문가와의 의견 수렴을 통해 창조적 사업과제 등의 아이디어를 심층적으로 도출한다. 아이디어 수립은 현재 대표문화자원에 대해 느끼고 있는 인지도, 만족도, 불만도, 개선점의 열거 등의 경험적 지식을 바탕으로 새로운 지역 이미지 관련 요소에 대한 의견이나 개선점을 추출해야하며 아이디어 공모전을 촉진하여 아이디어를 도출해야 한다. 이를 위해서는 대표문화자원의 이해과정은 물론이며 체계화된 아이디어 개발을 위해서는 주관단체로 강화군청과 시민단체가 진행을 해야 될 것이며, 아이디어 채택에 따른 아이디어 보상 제도와 개발에 따른 인센티브 제도는 필수적이다. 이러한 프로세스를 통해서 대표문화자원 개발에 관한 아이디어 बैं크가 구축되고, 이는 전문가 집단에 의해서 수평 또는 수직으로 나열되어 단계별로 전략을 구축할 수 있을 것이다. 또한 이러한 아이디어 개발은 지역주민의 식 개선에도 많은 도움을 줄 수 있을 것이다.

○ 디자인 산업화 개발 단계

세 번째 단계는 전 단계에서 추출된 대표문화자원의 특징을 누구나 정확히 이해할 수 있도록 간단명료하게 표현한 컨셉의 도출으로 디자인을 개발하는 것을 목적으로 한다. 이러한 디자인 개발은 강화도 고유의 지역이미지 형성과 통합을 위해 매우 중요한 역할을 수행하므로 도출된 컨셉을 일반인, 지역주민, 전문가들의 선호도 조사 등의 점검을 통해 정확한 이미지의 도출이 요구된다. 이렇게 확정된 컨셉을 바탕으로 브랜드, 홍보물 등의 시각디자인 개발, 기념품 등의 문화상품디자인의 개발, 시설물 디자인 및 사인유도 시스템 등의 환경디자인 개발, 스토리 제작을 통한 애니메이션, 방송 드라마, 영화제작 등의 콘텐츠디자인 등의 개발 또는 재정비가 이루어질 수 있다. 이를 위해서는 디자인 관련 행정부서의 지원이 필요하며 디자인을 정확하게 반영하는가에 대한 위탁개발 및 지역디자인센터에서의 체계적인 관리와 감독이 필요하다. 이는 장기적인 안목에서 출발하여야 하며 담당부서 및 디자인주무부서가 주관기관이 되어 통합적 관리 또는 개발해야 한다.

○ 상품화 단계와 시장 도입 단계

네 번째 단계는 전 단계에서 확립된 자원의 이미지를 바탕으로 마케팅 및 프로모션을 통하여 상품화 또는 시장으로 도입한다. 지금까지 개별적인 기본 인프라의 개발에 주력하여 막대한 투자에도 불구하고 기술혁신의 성과는 미흡할 수밖에 없었다. 또한 산학협력을 위한 정부지원이 집중되지 않고 사업간 통합 및 조정이 이루어지지 않아 산학협력의 시너지 효과가 부족하였으므로 시장으로 도입하기에 매우 미흡하였다. 따라서 관련 산업체와 네트워크를 통해 클러스트 구축에 목적을 두어야 하며 체계적인 시장 구축을 위해서는 자원의 특성화를 뒷받침 해줄 수 있는 인증제도 및 브랜드화 체계로 시장의 활성화 구축의 기반을 마련해야 한다. 이를 위해서 동질의 문화자원들이 모여 있는 일정지역의 문화공간의 복합화인 장소마케팅과 문화시설의 기반이 구축되어야 할 것이며, 지역의 실상을 가장 잘 알고 있는 현지인들과 인천광역시, 강화군청, 대학, 기업, 연구기관 등의 네트워크 구축이 요구된다. 또한 체계적인 정책의 수립으로 강화도 디자인 진흥을 위한 DIC, RDC, CRC 및 디자인위원회 등이 조성되어 활동해 나가야 할 것이다. 이러한 단계를 통해서 산업형 지역혁신체계, 지역인재 고용, 연구성과의 확산 등이 기대될 것이며 디자인 기술 창출과 효율성이 높아질 것이다.

○ 상품화에 대한 종합평가 및 판매예측 단계

다섯 번째 단계는 개발 완료 후 브랜드나 디자인 등이 미치는 이미지의 영향력을 종합평가하여 향후 강화도의 디자인 산업화의 발전기간 및 방향을 예측한다. 평가예측은 그 지역에 얼마나 많은 신 기업이 창업되고 있는가? 관광객은 얼마나 늘었는가? 등의 추세를 통해서도 파악할 수 있다. 정확한 평가와 예측을 위해서는 외부 평가기관에 의한 객관적 종합평가와 컨설팅으로 이루어지는 것이 바람직하며, 이는 전략의 보완 및 개선을 수행할 수 있는 지표가 될 것이다.

○ 유지, 보수 등의 사후관리 단계

여섯 번째 단계는 개발된 대표문화자원의 지속적인 유지 및 보수 및 산업화 될 수 있는 자원의 지속적인 발굴과 개발이 요구된다. 이를 위해서는 성장기에 있는 대표문화자원이 차기 성장엔진이 될 수 있도록 컨셉 개발 및 통합적 접근을 통한 세부적인 개발전략이 요구된다. 또한 지속적인 홍보 및 광고를 통하여 시장정착을 더욱 견고히 할 수 있는 지속적인 관리가 필요하다. 사후관리를 위해서는 지속적인 자금 지원과 전달체계, 시설 및 인적체계 등을 통해 홍보체계를 더욱 더 강화해야 할 것이다. 이러한 대표문화자원의 가치 극대화 및 산업적 응용 또는 활용을 통해 강화도 지역을 디자인 산업화시킬 수 있을 것이다.

6. 종합의견

- 문화산업은 21세기의 대표적인 산업이다. 문화산업은 높은 부가가치를 지닌 환경 친화적인 산업, 정보통신혁명을 가장 잘 이용할 수 있는 산업, 파급효과가 막대한 산업, 자국문화의 상품 이미지 제고 및 외래전파에 크게 기여하는 산업 등 문화산업의 많은 장점이 있다. 그러나 국내의 상황은 아직까지도 문화산업에 대한 개념조차 성립되어 있지 않은 지역이 많으며, 자원의 활용방법에 대한 연구도 상당히 부족한 실정이다. 물론 각 지역에서는 그 지역의 고유문화를 외부에 소개하고 지역문화의 우수성을 알린다는 소박한 생각에서 여러 가지의 문화행사를 개최하고, 전통 공예품을 관광객들에게 판매하는 수준으로 활용하고 있다. 그러나 향후에는 지역 자체의 브랜드와 콘텐츠를 가지고 글로벌 시장에 맞는 전략적 프로세스를 통해 접근해야 될 것이다. 이러한 상황에서 지역의 문화자원을 평가모형을 구축하는 것은 의미 있는 일이라 사료된다.
- 강화도의 지역문화자원을 6개월간 조사, 분석한 결과 강화도가 제주도나 강원도에 못지않은 훌륭한 자원이 풍부하지만 산업적으로, 디자인적으로 개발이 되어있지 않은 부분이 많다. 군이나 인천시에서도 전략적으로 발전시키려고 많은 노력을 기울이고 있지만, 현재는 부분적인 개발로 인하여, 큰 성과를 얻지 못하고 있다. 본 연구에서 제시된 대표문화자원을 기반으로 체계화된 전략을 수립하여 산업적 자원으로 활용해야 될 것이다.

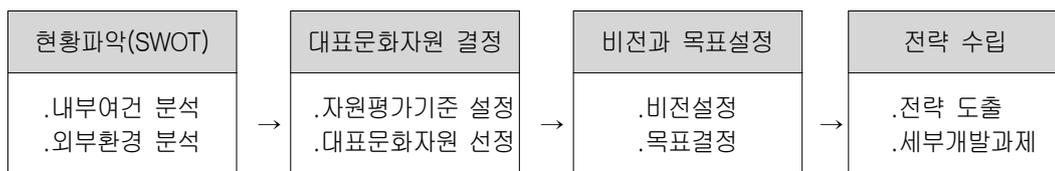
제 6 장 비전 및 전략



제 1절 전략방향

1. 전략 수립 프로세스

- 21세기에 맞이하여, 신 성장엔진. 신 성장 동력. 최근 신문 경제면을 펼치면 가장 쉽게 접할 수 있는 단어 중 하나다. 이러한 조류를 반영하듯 언론에 등장하는 모든 CEO들은 한결같이 차세대 성장 엔진을 찾기 위해 고심하고 있다고 말한다. 지방 자치체가 시행되면서 각 지역에서도 이러한 고민을 지속적으로 하고 있다. 지역 경제 활성화라는 목표를 두고, 서로 노력하고 있는 것이다. 문제는 성장 엔진을 찾는 일이다. 지역의 성장엔진은 그 지역이 가지고 있는 특성을 찾아내야 한다. 그리고 기술적으로 발전시킬 수 있는 인프라를 구축하는 것이다. 또한 성공적인 지역 혁신은 상당한 비용 및 자원과 더불어 지역의 문화, 시스템이 뒷받침 될 때만 성공을 보장 받을 수 있으며, 핵심 전략을 수립하고 시행할 때 성공할 수 있을 것이다.
- 따라서 강화도의 디자인 산업을 활성화시키기 위해서 해야 할 가장 우선적인 과제는 기본방향과 전략을 수립하는 일이다. 전략방향은 강화도의 비전과 목표를 기반으로 지역개발산업을 계속 유지, 성장시키기 위한 관리과정으로 이해할 수 있다. 이러한 기본 방향과 전략을 바탕으로 어떤 산업, 어떤 서비스 또는 어떤 시장은 더 개발하고 어떤 부분은 현상유지하고, 어떤 부분은 축소하든지 폐쇄하여야 하는가를 결정해야 될 것이다. 이러한 전략 수립과정은 강화도의 특성이나 규모에 따라 달라지겠지만 대체로 강화도의 현황파악→ 대표문화자원 결정→ 비전과 목표설정→ 전략 수립의 단계를 거치게 된다.



[그림 6-1] 강화도의 디자인 전략 수립과정

- 먼저 강화도의 일반적 현황 및 문화자원의 현황을 파악한다. 현황파악은 내부여건분석과 외부환경분석으로 나눌 수 있다. 내부의 강점/약점과 외부여건의 기회와 위협요인을 분석함을 의미한다. 다음 단계는 목표의 달성이 가능하도록 최적의 대표문화자원(지역을 대표할 수 있는 스타급 자원)을 선정해야 한다. 대표문화자원 선정이란 지역산업을 구성하는 각 분야들 중 어느 분야를 중점적으로 육성 지원하고 어느 분야는 상대적으로 포기하는 것이 바람직한 것인가에 대한 결정이다. 대표문화자원에 대한 결정이 이루어지면, 비전과 목표를 수립한다.
- 이러한 비전은 강화도 전체의 지역개발 마케팅 노력을 이끌 구체적인 목표로 전환된다. 다음 단계는 각 사업단위의 경쟁우위를 확보하기 위한 전략을 도출하고, 개발과제를 제안한다.

2. SWOT 분석

- 강화도 산업 SWOT³⁴⁾ 분석을 보면, 강화도는 타 지역과 비교하여 상당한 경쟁력을 보유하고 있다는 것을 알 수 있다.

[표 6-1] 강화도 SWOT 분석

강점(Strength) 요인	약점(Weakness) 요인
<ul style="list-style-type: none"> * 서울시, 인천남동공단 등 경제적 발전 위치이며, 남북통일시 최우선 개발 가능 지역 * 인천국제공항, 김포공항에 인접, 문화관광 접근 유리 * 뛰어난 자연환경과 세계문화유산 등 문화자원 풍부 * 화문석, 인삼, 순무 등 특산물, 특산품 풍부 	<ul style="list-style-type: none"> * 적은 인구와 도로 등의 기간산업 부족 * 지역주민의 마케팅, 디자인 의식 부족 * 농가의 영세성 * 원천기술 및 기반 기술 부족 * 문화상품, 특산품 개발 부족
기회(Opportunity) 요인	위협(Threat) 요인
<ul style="list-style-type: none"> * 인천시 국가균형발전계획의 지역연고산업 * 수도권 육성도시의 기간시설 인프라 구축 * 남북통일시 발전 가능성 * 내외국인 관광객을 통한 시장규모 발전가능 * 한국문화찾기, 녹색운동 등의 국민요구 증가 * 전국7대문화권 계획 선정 	<ul style="list-style-type: none"> * 문화재보호구역, 군사보호지역, 환경보호지역이 많아 지역개발의 난항 * 택지, 용지 등 개발 수요 미비 * 연구개발업체, 상업 공간 부족 * 디자인 개발의 주무 부서 혼재

가. 강점(Strength) 요인

○ 경제적 발전 위치

강화도는 지역적으로 서울시, 인천남동공단 등 경제적 발전 위치에 있으며, 김포공항, 인천공항에 인접하고 있고, 특히 남북통일이 되는 미래에는 물류, 유통, 관광 등 산업전반에 발전하기 좋은 위치인 수도권에 위치하여 향후 통일을 대비한 남북 디자인 협력 토대 구축을 위한 기반 마련과 통일 후에도 북한이 가지고 있는 문화적 자원 가치를 산업화 시킬 수 있는 좋은 지리적인 조건으로 경제적으로도 중요한 위치라고 할 수 있을 것이다.

○ 인천국제공항, 김포공항에 인접, 문화관광 접근 유리

연구 환경 분석에서 조사된 바와 같이 강화도는 제주도나 강원도에 못지않은 풍부한 자연환경

34) SWOT 란 강점(Strengths), 약점(Weaknesses), 기회(Opportunities), 위협(Threats)의 머리말로 외적환경요인과 내적인 환경요인으로 크게 나눌 수 있는데, 외적인 환경요인은 기회와 위협요인으로 내적인 환경요인은 강점과 약점요인으로 구분된다.

과 지리적인 강점이 있다. 강화도는 섬이지만, 강화대교, 초지대교가 개통되어 있고, 해안도로 및 국도가 잘 개발되어 있어 접근이 유리한 강점을 가지고 있다. 또한 김포공항, 인천국제공항이 가까이 있고, 인천시가 국제도시로서 관문에 해당되는 역할을 하고 있기 때문에 발전 가능성이 높은 지역이다.

○ 자원의 다양성

강화지역에는 선사시대부터 근대에 이르기까지의 전통적, 역사적 문화재가 고루 분포되어 있으며 생산자원인 특산물, 특산품이 풍부하며, 지역축제와 관련된 이벤트 자원이 풍부한 지역이다. 또한 강화군은 우리나라 7대 문화권의 하나로 560여점의 역사문화자원이 풍부하게 분포되어 있으며, 아름다운 자연경관과 해양관광자원이 갖추고 있다. 따라서 오랜 전통과 풍부한 문화자원이 많아 강화도만의 독창적이고 고유한 디자인을 개발할 수 있는 디자인의 소재가 많다. 리소스가 많다는 것은 산업화 시킬 수 있는 자원이 많다는 것을 의미하고, 이러한 자원을 통해 강화도의 지역 경제 활성화를 이룩할 수 있다는 것을 의미한다.

○ 특산물, 특산품의 다양성

전국 생산량의 99%를 차지하는 한국의 민속공예품인 완초공예품과 건강 및 약초 제품인 전국 최고의 품질을 자랑하는 인삼, 약쑥, 청정지역에서 생산되는 섬쌀, 포도, 노랑속 고구마 등의 천연특산물이 풍부하다.

나. 약점(Weakness) 요인

○ 기반 인프라 구축 부족

내부공간구조는 강화군 전체면적의 6.1%에 해당하는 강화읍에 34.8%의 인구가 집중되고 일부 관광지를 중심으로 기초생활권을 형성하고 있으나 대부분이 인구의 과소화와 함께 지역적 불균형 현상을 초래하고 있다. 또한 관광지 조성 및 산업화를 위한 광역체계의 불비로 지역개발의 한계성을 나타내고 있다. 따라서 지역전략에 기반이 되어야 하는 인구의 확충과 도로 등의 확충이 시급하며, 그에 따른 인프라도 구축되어야 한다.

○ 지역주민의 마케팅, 디자인 의식 부족

자치단체나 지역의 기업들이 디자인 경영이나 디자인 투자의 중요성에 대하여 깊이 인식하고 있지만, 방법론에 대해서 모르고 있기 때문에 디자인 관련 주무부서가 혼재되어 있으며, 지역주민들의 경우 디자인의 중요성에 대하여 인식하고 있지만 좋은 디자인을 분별할 수 있는 안목이 높지 않은 형편이다.

○ **농가의 영세성**

강화도는 산업구조가 농업현태로서 기반시설이 부족하여 인구의 감소되고 있는 상황이다. 현재 65,000명으로 젊은이들의 도심이전에 따른 농가의 영세성이 나타나고 있으며, 또한 사업체 및 연구기반시설이 부족해서 농가의 영세성은 더욱더 커지고 있는 상황이다.

○ **원천기술 및 기반 기술 부족**

강화도내에 연구를 할 수 있는 기반시설이 부족하고 그에 따른 원천기술도 부족하기 때문에 타지역에 비해서 낙후도가 매우 심한 편이다.

○ **문화상품, 특산품 개발 부족**

생산자원은 풍부한 편이지만, 지역의 고유문화 특성을 반영한 관광 상품 및 특산품의 개발이 현저히 부족하고, 강화도 지역을 대표할 수 있는 아이디어 상품과 지역 특성이 집약된 차별화된 디자인 산업화가 되어 있지 못한 실정이다.

다. 기회(Opportunity) 요인

○ **인천시 국가균형발전계획의 지역연고산업**

산업자원부에서 시행하는 국가균형발전계획중에서 인천시에 균형발전정책에 강화도가 차지하는 비중이 매우 높으며, 그에 따른 지역연고사업이 진행될 계획이다.

○ **소도읍 육성도시의 기간시설 인프라 구축**

정책적으로 소도읍 육성 도시와 전국 7대문화권 계획 등 다양한 지역문화개발에 강점요소를 가지고 있다. 이는 디자인 기반 인프라 및 수요가 많다는 것을 의미한다.

○ **남북통일시 발전 가능성**

남북통일이 되는 미래에는 물류, 유통, 관광 등 산업전반에 발전하기 좋은 위치에 있기 때문에, 경제적으로도 중요한 위치라고 할 수 있다.

○ **내외국인 관광객을 통한 시장규모 발전가능**

인천국제공항의 개항과 강화 제2대교의 건설 등 지역내외의 새로운 여건변화와 지리적 특수성을 활용한 국제적 문화교류의 장으로서의 기능제고와 함께 국제적 관광특구화를 통하여 새로운 전환기를 마련할 필요성이 제기되고 있다.

○ 한국문화찾기, 녹색운동 등의 국민요구 증가

국민들의 한국문화찾기 운동과 환경에 대한 녹색운동이 진행되어가고 있으며, 많은 관심과 지원이 행해지고 있다. 이러한 상황에 강화도가 주는 이미지를 강화하면 이러한 사회운동에 일조와 더불어 지역경제에도 큰도움이 될 수 있을 것이다.

○ 7대문화권 계획 선정

강화도는 제4차 국토종합계획 (2000~2020)상의 신라, 가야, 중원, 백제, 강화, 안동, 지리산 등 전국 7대 문화권 계획에 있다.

라. 위협(Threat) 요인

○ 지역개발의 난항

도서지역으로서 환해성, 격절성, 협소성으로 공간적 제약성을 갖고 있으며 전지역이 군사시설 보호구역으로 지정되어 있을 뿐만 아니라 지난 10여 년간(1984년~1994) 수도권정비계획상 개발유보구역으로 설정됨으로서 지역발전을 제약받아 왔다.

○ 택지, 용지 등 개발 수요 미비

지역산업을 유치하기 위하여서는 용지, 용수, 교통 등 지역의 기반시설이 확충되어야 하나, 강화지역은 각종 토지이용의 규제와 아울러 문화재 및 자연환경의 보호라는 차원에서 대규모 용지확보가 곤란한 실정이다.

○ 연구개발업체, 상업 공간 부족

강화도는 이러한 주무부서와 인프라가 부족하기 때문에 디자인 클러스트 산업으로 육성시키기 위한 연구시설이나 대학들이 부족하고, 상업화시킬 수 있는 기업들도 부족하다. 또한 상업 공간의 혁신도 이루어지지 못하고 있는 형편이다.

○ 디자인 개발의 주무부서 혼재

행정적인 지원을 하고 있는 강화군청에서는 지역경제과, 도시개발과, 문화관광과, 경제교통과에서 제각기 다른 디자인 관련 정책들을 펼치고 있고, 담당공무원의 체계성도 부족한 상황이다.

제 2절 비전 및 목표

1. 비전설정

- 현재 강화도는 인천시의 제1차 국가균형발전 5개년 계획을 비롯하여 소도읍 육성도시로서의 계획이 진행되어가고 있지만, 하드웨어적인 사업의 형태로 추진되고 있기 때문에 장기적인 관점에서의 비전을 재정립할 필요가 있다.
- 강화도의 비전을 도출하기 위해서 강화도 지역전문가들로 구성된 교수, 교사, 기업체 대표, 시민단체, 협회 및 강화군청 공무원들의 면담과 회의를 통해서 결과를 예측하였으며, 이렇게 얻은 결과를 통해서 강화도를 나타낼 수 있는 이미지를 크게 세가지로 요약한다면, 한민족 역사박물관의 이미지, 외세침략에 방비한 호국과 남북통일의 평화이미지, 강화도의 생태환경과 인삼, 순무, 사자밭약썩, 화문석이 주는 건강상품의 이미지로 축약할 수 있다.
- 강화도의 비전을 역사박물관의 도시, 호국평화의 도시, 로하스의 도시로 제안한다. 이러한 강화도의 비전은 자연환경, 역사와 문화, 생산 및 생활과 관련된 유형 또는 무형의 정보와 경험을 활용하여, 강화도 지역주민과 관광객들에게 의도적으로 심어주고자 기획된 상징체계라고 할 수 있다.
- 아래 [그림]은 본 연구에서 제시한 강화도의 비전을 제시한 것이다.

[표 6-2] 강화도의 비전 제시

비전	대표문화자원	내용
역사박물관의 도시	고인돌	세계 고대 거석문화의 중심지
	참성단, 전등사, 성공회 성당	한민족의 성지, 불교의 성지, 천주교의 성지
	완초공예	한국 민속공예의 교두보
호국평화의 도시	강화산성, 고려궁지, 진보돈대	호국의 성지
	남북통일	평화의 소중함을 일깨우는 도시
로하스의 도시	강화갯벌, 석모도	천혜의 생태·휴양·레저 도시
	인삼, 약썩, 순무, 섬쌀	건강이 숨쉬는 도시

가. 역사박물관 도시로서의 당위성

- 강화도는 동서 문화의 중심지로서의 역할을 수행하고 있으며, 민족의 성지인 마니산을 중심으로 민족정신을 계승한 개국의 성지이며, 한민족의 시조로 받들어지는 고조선의 첫 임금인 국내유일의 단군의 유적과 "홍익인간" 이념이 자리잡고 있으며, 선사시대부터 근대에 이르기까지의 전통적, 역사적 문화재가 고루 분포되어 있으며 고고학적 관점에서 한국의 야외 박물관의 성격을 띠고 있다. 또한 고대시대부터 조선 말기까지의 역사문화 유산이 풍부하며 외세의 침략이 많았던 시대에 가장 피난을 많이 갔던 곳이기도 하고, 전략적 요충지로서도 매우 중요한 지역이기도 하였다. 고대시대에 거석문화를 기반으로 한 세계문화유산 고인돌이 있으며 개국설화의 기반이 된 단군설화는 우리민족의 자긍심을 일깨우는 대표적인 역사문화유산이고, 이외에도 고려조 39년의 왕도, 서구제국의 개방 압력에 얽힌 한민족 현대역사의 현장이며 우리나라의 개항이 강화도 조약에 의하여 시작되었다는 점에서 역사적으로 매우 중요한 의미를 가지고 있으며, 선사시대, 고려시대, 조선시대를 일체로 하는 역사의 보고로서 확인된 문화재만도 560점에 달하고 있다. 이렇듯 강화도는 풍부한 역사유산을 가지고 있다. 이는 개발할 수 있는 소재가 많다는 것을 의미한다. 풍부한 스토리가 있고, 세계적인 브랜드로 키울 수 있는 잠재요소가 많다. 이러한 점이 강화도를 역사유산으로 브랜드화시키고 관광자원으로 또는 콘텐츠 자원으로 개발할 수 있는 좋은 요소들이며, 이러한 요소들은 바로 산업적 자원으로 연결시킬 수 있는 부분이라 할 수 있을 것이다.
- 강화도 지역주민들의 설문조사 결과를 살펴보면(4장에 제시), 강화도 하면 떠오르는 이미지에 대해서는 단군의 성지라는 이미지가 47.7%로 가장 높게 나타나 강화도의 여러 이미지 중 단군의 성지라는 이미지가 가장 강한 것으로 나타났다. 이러한 결과는 국내에서 유일한 단군의 유적인 참성단과 그와 연계된 문화유산인 마니산, 삼랑성 등이 존재하기 때문일 것이다. 이러한 관점에서 강화도는 한민족의 지붕 없는 박물관이라 불릴 만큼 한민족 역사박물관도시로서의 가능성을 충분히 내재하고 있기 때문에 타지역과 차별되는 특성이 충분하며, 이는 전략적 이미지로서의 잠재성을 충분히 내재하고 있다는 것을 의미한다.

나. 호국평화 도시로서의 당위성

- 강화도는 역사적으로 볼 때 한강, 임진강, 예성강의 진입로이며 한반도의 중심에 위치한 중요한 곳임을 알 수 있다. 삼국시대에도 백제(4C), 고구려(5C), 신라(6C 후반)의 순으로 한강유역을 점유한 왕조가 한반도 패권이 되고 삼국경쟁의 중심역할을 하였다. 이후로도 고려시대의 남경, 조선시대 이후론 국도(國都)로서 한반도의 중심으로서의 역할을 한 곳이기 때문에 많은 역사기록과 문화재들이 자리 잡고 있는 것이다. 또한 강화도는 고려시대에 몽골의 침략에 맞선 삼별초와 평화의 상징으로 팔만대장경이 판각되었으며, 조선시대에는 병자호란과 병인양요, 신미양요, 강화도 조약의 다양한 문화유산과 스토리가 있는 곳이다. 이렇듯 강화도는 외

세침락과 호국성전과 관련된 풍부한 스토리와 문화자원의 역사적 배경이 충분하고 다양하다. 또한 강화도는 지역적으로도, 김포공항, 인천공항에 인접하고 있고, 특히 남북통일이 되는 미래에는 물류, 유통, 관광 등 산업전반에 발전하기 좋은 위치인 수도권에 위치하여 향후 통일을 대비한 남북 디자인 협력 토대 구축을 위한 기반 마련과 통일 후에도 복원이 가지고 있는 문화적 자원 가치를 산업화 시킬 수 있는 좋은 지리적인 조건으로 경제적으로도 중요한 위치라고 할 수 있을 것이다.

- 본 연구에서 조사된 강화도 지역주민들의 설문조사 결과를 살펴보면, 강화도하면 떠오르는 이미지에 대해서 단군의 성지라는 답변 외에 외세 침략과 귀양지라는 응답도 각각 17.7%와 17.0%로 높은 비율을 보였고 호국 성전이라는 응답도 14.4%인 것으로 나타났다. 이에 대해 연령에 따라 통계적으로 유의미한 차이는 나타내지 않았으나 10대의 경우 외세침략이라는 응답이 26.3%로 다른 응답자들에 비해 높은 것으로 나타났다. 50대 이상의 경우 27.3%가 귀양지의 이미지가 떠오른다고 응답해 귀양지의 이미지를 많이 가지고 있는 것으로 나타났다. 결론적으로 강화도는 '외세침략, 귀양지, 호국성전'이라는 이미지가 많이 내포되어 있다.

다. 로하스 도시로서의 당위성

- 로하스(LOHAS:Lifestyle of Health and Sustainability)는 개인의 건강 이외에도 환경보호 측면까지 고려한 것으로, 무너진 생태계의 회복을 기원하고 다음 세대에도 풍요로움을 물려준다는 의미이며, 「건강과 지속 성장성을 추구하는 라이프스타일」을 뜻한다.³⁵⁾ 실제 우리나라에서도 로하스족에 대한 관심은 상당히 긍정적이다. 물론 로하스가 국내시장에서 메가트렌드로 자리 잡을 수 있을지는 선불리 단정 짓기 어렵지만 사회적 성숙도에 따라 니치마켓(틈새시장)으로 만들어질 수 있을 것이다. 특히, 국내 기업들 사이에서도 로하스를 앞세운 마케팅이 유행처럼 번져 나가는 중이다. 다소 진부해진 '웰빙³⁶⁾'의 뒤를 이을 마땅한 후계자를 물색 중이던 기업들에게 로하스는 안성맞춤의 마케팅 요소가 되고 있다. 이에 따라 로하스를 표방한 제품도 쏟아지고 있다. 의식주와 관련된 것은 물론이고 웬만한 생활용품은 모두 로하스 깃발 아래 모여든다고 해도 과언이 아닐 정도다.
- 이러한 관점에서 강화도는 훼손되지 않은 천혜의 자연환경인 강화팔경과 희귀새 및 수많은 해양생물이 번식하고 있는 생태환경을 보유하고 있다. 또한 강화도의 천혜의 자연환경을 기반으로 무공해의 인삼, 순무, 사자발 약쑥, 화문석 등의 특산물과 대표생산자원을 보유하고

35) 대한무역투자진흥공사(KOTRA)에 따르면 로하스와 관련된 소비경향은 미국 유럽 등 선진국에서 이미 하나의 커다란 추세로 자리 잡았다. 또한 대한상공회의소가 발간한 '미래상품의 특성과 기업의 대응방안 연구'에 따르면 기후변화협약 등 환경에 대한 관심 증가와 주요국의 환경규제 강화로 인해 로하스 상품이 미래 새로운 소비 트렌드를 형성할 것이라고 분석했다.

36) 웰빙(well-being)은 나를 잘(well) 존재(being)하게 하는 것이란 뜻으로 해석할 수 있으며, 우리나라의 2004년, 2005년의 초기까지 소비의 하나의 트렌드로 정착 되어가고 있는 상황이다. 이러한 상황에서 웰빙과 반대개념이 네오웰빙이 부각되고 있으며, 웰빙은 개인에 국한된 소비 패턴이라 할 수 있다.

있다. 이외에도 군사보호지역, 문화재보호지역, 환경보존지역 등으로 지정된 곳이 많기 때문에 미개발의 상태로 놓여져 있다. 어떻게 보면 낙후된 형태를 보이고 있지만, 이러한 단점을 장점으로 부각시켜 로하스를 테마로 관광, 특산물, 특산품을 연계시킨다면, 성공 가능성은 매우 높다고 볼 수 있다.

2. 목표 설정

- 각 도시나 국가는 나름대로 이미지를 가지고 있다. 긍정적인 이미지를 가진 도시도 있고 부정적인 이미지를 가진 도시도 있으며 긍정적 이미지와 부정적 이미지를 동시에 가지고 있는 도시도 있다. 따라서 특정 지역의 이미지는 방문객이나 시민 그리고 기업체들이 그 지역에 대한 반응을 결정짓는 매우 핵심적인 결정요인이다. 따라서 지역은 자기 고장의 이미지를 관리하는 데 상당한 노력을 기울여야 한다. 그러므로 전략적 이미지 관리가 필요하다.³⁷⁾
- 강화도의 지역 이미지 강화는(Regional Identity)는 강화도의 대표문화자원과 지역 대표 이미지를 통해 형성되어지는 개념으로 “A지역은 B로 유명한 지역이다”라는 식의 지역정체성이 형성되는 것으로 정의될 수 있다. 이렇게 얻은 강화도의 이미지는 강화도의 상징성이 될 수 있다. 따라서 강화도의 상징물은 강화도의 첫인상이며 그 첫인상이 호감도와 여행 목적지로서의 선택으로 연결된다. 그러나 현재 강화도의 인지도는 제주도나 강원도에 비해서 상대적으로 너무나 낮을 뿐 아니라 강화도를 알고 있다 하더라도 강화도와 구체적으로 연결되는 상징물의 부재로 강화도에 대한 이미지 형성이 매우 미약한 실정이다.
- 따라서 강화도의 비전을 역사박물관, 호국평화, 로하스 도시 세가지로 설정하고 이미지 강화를 목표로 설정하였다. 이러한 강화도의 이미지 강화는 타지역과 구분된 지역연상이미지의 도출과 차별화에 있으며 대표문화자원의 기반으로 한 특화산업의 육성을 바탕으로 틈새시장(니치마케팅)으로 접근해야 될 것이다. 이를 통해서 강화도의 이미지를 높이고, 궁극적으로 강화도 지역 브랜드 선호도가 증대되어 강화도의 자원 경제적 가치를 향상시키고 지역경제 활성화를 이룩할 수 있을 것이다.

가. 역사박물관도시로서의 이미지 강화

- 강화도는 한민족 역사도시로서의 비전을 완성시키기 위해서는 스토리 기반하의 역사문화에 대한 체계를 구축하고, 대표적 역사문화자원의 관광, 콘텐츠 브랜드화를 통한 통합된 장소디자인을 지원하여 한민족 역사박물관도시로서의 이미지를 강화해야 할 것이다.

첫째, 세계문화유산으로 지정된 고인돌을 기반으로 우리나라가 고대 거석문화의 중심지였다

37) 전략적 이미지 관리란 사람들이 가지고 있는 특정 고장에 대한 이미지가 무엇인가를 확인하고, 기존의 이미지를 강화하거나 혹은 새로운 이미지를 창출하기 위하여 고장의 편익을 포지셔닝하고 또 표적시장을 대상으로 이러한 편익을 커뮤니케이션하는 지속적인 과정이다.

는 스토리 개발을 통해 한민족의 역사박물관도시로서의 이미지를 강화한다.

둘째, 한민족의 시조로 받들어지는 고조선의 첫 통치자인 단군의 유적 개발 등을 통해 관광 콘텐츠 산업을 육성하여 한민족 역사박물관도시로서의 이미지를 강화한다.

셋째, 다양한 시대의 문화재가 밀집되어 분포되어 있는 장점을 극대화하기 위해 역사문화자원의 통합된 장소디자인을 강화하고 활용하여 한민족의 역사박물관도시의 이미지를 강화한다.

나. 호국평화 도시로서의 이미지 강화

- 강화도는 어느 지역보다 평화의 이미지가 호소력이 있으며, 더 나아가 남북한이 평화통일을 이루었을 경우에는 평화가 공존하는 지역으로 이미지를 정립할 수 있을 것이다. 이러한 평화 이미지를 기반으로 경제적 차원에서 강화도를 평화의 성지라는 이미지로 지속적으로 강조하고 육성시킬 수 있을 것이며, 이미지를 강화해야 할 것이다.

첫째, 나라를 수호하기 위한 선조들의 호국정신과 전쟁의 잔혹함을 일깨워 우리가 당연시 여기며 누리고 있는 평화의 소중함을 느낄 수 있는 국제평화도시로의 이미지를 강화한다.

둘째, 인천공항과 매우 가까운 거리에 위치하고 있으며, 초지대교의 건설 등 편리해진 교통 환경과 남북통일이 되는 미래에 물류, 유통, 관광 등 산업전반에 발전이 유리한 입지조건을 활용해 국제 평화관광 명소화를 추진하여 국제평화도시로서의 이미지를 강화한다.

셋째, 강화산성, 진보돈대의 연계된 자원들의 통합된 장소디자인의 강화와 지원을 통해 국제 평화도시로서의 이미지를 강화한다.

다. 로하스 도시로서의 이미지 강화

- 강화도는 서해안 지역의 특성과 섬의 특징이 결합되어 도시인들에게 새로운 로하스의 경험을 선사할 수 있을 것이다. 이외에도 서해의 다른 섬에 비해 규모가 커 교통이 발달되었기 때문에 로하스의 브랜드 개발과 체계를 강화한다면 성공 가능성은 매우 높을 것이다. 이처럼 강화도는 생태, 건강이 결합된 로하스의 도시로서 잠재된 가능성이 충분히 내재되어 있으며 질 높은 삶과 건강에 대한 관심이 지속적으로 높아짐에 따라 로하스 도시로서의 개발은 강화도의 이미지나 지역발전에도 큰 기여를 할 것으로 예상된다.

첫째, 훼손되지 않은 천혜의 자연환경인 강화팔경과 희귀새 및 수많은 해양생물이 번식하고 있는 강화 갯벌의 체계적 개발을 통해 로하스 도시로서의 이미지를 강화한다.

둘째, 강화도 지역특산물인 강화인삼, 강화순무, 강화사자발약썩 등의 약초산업 육성과 강화도 아름다운 생태환경자원과 레저산업을 결합하여 로하스 도시로서의 이미지를 강화한다.

라. 자원의 경쟁력 강화

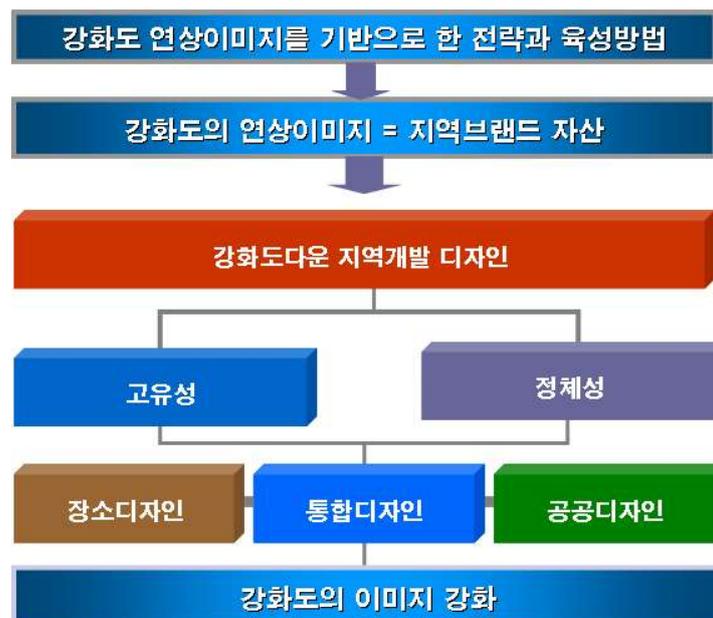
실질적으로 지역문화자원의 디자인 산업 활용에 있어서는 지역경제나 지역산업에 잘 반영되고 있지 못한 것이 우리나라의 현실이다.

- **자원의 연계, 융합** : 강화도의 비전에 대한 목표가 확립되기 위해서는 자원이 연계, 융합되어야 하며 일 방향으로 흐르지 않고 상호작용 되어야 한다. 즉, 한가지 자원이 성공되기 위해서는 통합적으로 진행해야 하며, 처음의 아이디어 개발부터 개발 후 유지, 보수 등의 사후관리까지 마케팅적인 사고와 접근이 필요하다. 결론적으로 강화도의 자연환경, 역사문화, 축제, 특산물, 특산품 등 어메니티 자원을 체계적으로 연계, 융합하여 지역경제 활성화를 도모해야 될 것이며, 강화도 지역의 주요 전략산업인 관광, 건강산업 등을 체계적으로 연계, 융합하여 강화도 지역의 경제기반의 다양화를 추구해야 될 것이다.
- **강화도의 특화 전략산업 육성** : 강화도의 이미지가 하나의 발전방향으로 연결시키기 위해서는 특화전략산업을 육성시켜야 될 것이다. 단일 전략산업의 육성도 단기적으로는 가능하지만, 장기적 관점과 통합적 관점에서 접근하고 시행되어야 할 것이다. 따라서 비전 혁신을 이루기 위해서는 한 가지 부분만을 중점적으로 개발하는 것보다 보유하고 있는 개발조건의 장점들을 최대한 높이고 각각의 부분들을 결합하여 통합적으로 개발되어야 할 것이다. 따라서 특산물 제조업의 고부가가치화 추진(인삼, 순무, 약쑥 등 전통 특산물의 네트워크 구축을 통한 고부가가치화)해야 될 것이며, 궁극적으로 강화도 지역문화자원의 산업기반 구축 및 인프라 확충을 통한 지역문화자원의 경쟁력을 강화해야 될 것이다. 결론적으로 강화도 지역 곳곳마다 산재되어 있는 역사문화유적, 천혜의 자연경관, 특산물, 특산품 등 관광자원을 최대한 활용하고 제주도, 강원도를 연결하는 삼각축이 될 수 있도록 수도권 최인접 역사문화 관광도시로 개발하여 육성시켜야 될 것이다.

제 3절 전략 제안

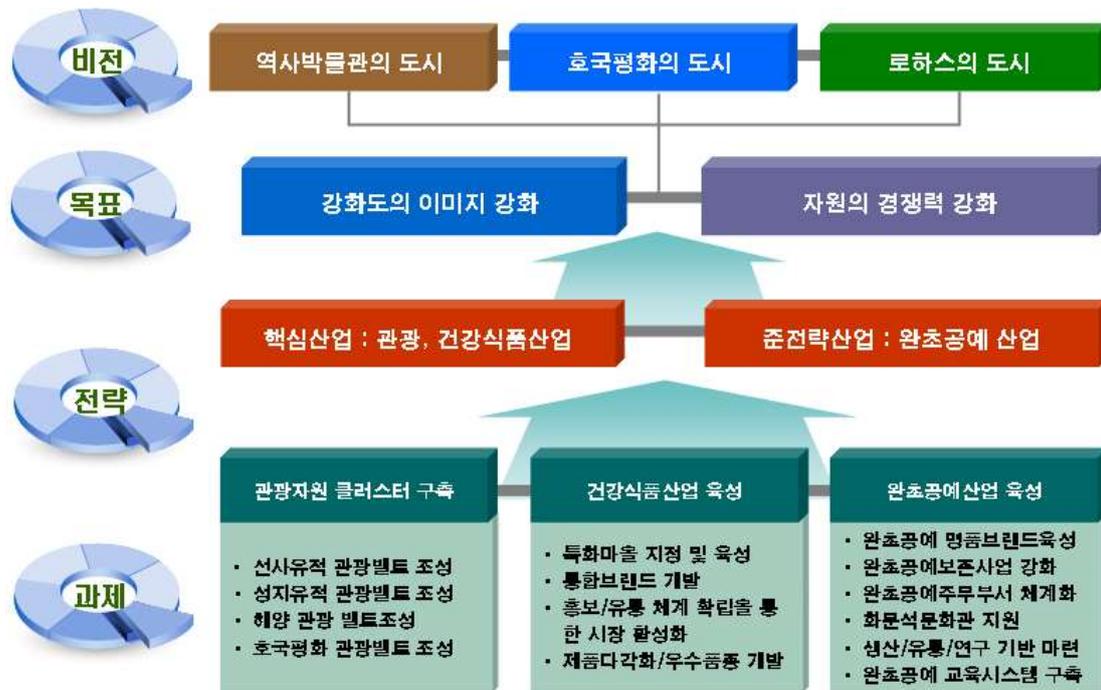
1. 전략 체계

- 전략의 기본방향은 강화도의 고유성과 정체성을 최대한 살리는 지역개발 디자인이다. 즉, 디자인, 관광, 콘텐츠 등 소프트웨어 산업을 중심으로 하여 지역의 문화, 자연, 환경을 고려하는 통합적이며 균형 있는 지역개발을 의미한다. 따라서 강화도 디자인에 대한 장기적인 마스터플랜이 필요하므로, 도시기본계획처럼 디자인에 대한 종합적이고, 체계적인 기본계획이 먼저 수립되어야 하고, 해당 분야별 개선사업을 순차적으로 집행해야 될 것이다.
- 강화도에 대한 여러 가지 사업이 시행되고 있지만, 전체적인 강화도의 정체성과 고유성에 바탕을 두지 않고 개별적으로 진행되었기 때문에 그 개선효과가 제한적이었으며, “강화 디자인”을 창출하지 못한 단점이 있었다. 특히 문제점으로 파악된 것이 확실적인 디자인이었다. 역사적 특성과 장소의 성격에 맞지 않는 거리와 지역성격에 대한 고려없이 디자인이 되었기 때문에 장소의 성격이 부여되지 못했다. 따라서 비전에서 제시한 강화도다운 도시디자인을 만들기 위해서는 분야별로 진행되는 디자인 방식이 아니라 도시-건축-시각-제품-콘텐츠디자인 전문분야의 통합디자인(total design)이 필요하며, 장소의 성격을 부여하는 장소디자인(place design)이 필요하다. 또한 개인이익을 추구하는 디자인 대신 공공적인 디자인(communal design)이 필요하다. 이러한 강화도 디자인의 대상은 경관, 광장과 길, 역사문화유산, 녹지, 물길, 해양, 콘텐츠 등으로 나눌 수 있다.



[그림 6-2] 전략방향 수립 체계도

- 총체적으로 본 연구에서 제시된 전략은 강화도의 이미지를 강화하는데 초점을 맞추었다. 따라서 강화도 환경에 합당한 특화전략산업을 선정해서 육성 시켜야 될 것이다. 그리고 이러한 기본전략을 바탕으로 구체적 전략 및 과제도출을 통해 강화도 지역경제 활성화의 목표를 완성시킬 수 있을 것이다.



[그림 6-3] 총체적 전략 체계도

2. 특화전략산업 선정

- 강화도의 전략산업의 도출은 인천시 국가균형발전계획과 강화도 현지조사와 지역주민의 의견을 고려하여 제안되었다. 이는 강화도의 지역문화자원인 자연환경자원, 역사문화자원, 생산자원, 생활자원을 기반으로 도출된 것이다.
- 본 연구에서는 강화도의 핵심특화전략산업으로 관광산업, 건강식품산업을 선정하였고, 준특화전략산업으로 완초공예산업을 선정하였다. 관광산업중에는 콘텐츠산업, 이벤트산업, 복원산업을 포함되며, 건강식품산업중에는 약초산업, 건강기능성식품산업을 포함된다.

[표 6-3] 강화도의 특화 전략산업

종류	세부산업	대상 자원	내용
관광산업	콘텐츠산업	자연환경, 역사문화 자원	역사유적지, 문화유산 등의 게임, 애니메이션, 영상, 캐릭터
	이벤트산업	역사문화, 생활자원	지역축제, 문화축제, 체험관광, 이벤트, 레저 휴양
	복원산업	자연환경, 역사문화 자원	경관복원, 문화재 복원
건강식품산업	약초산업	생산자원	인삼, 사자발약쑥 등 약초제품
	건강기능성 식품산업	생산자원	순무쌀 등 기능성 건강식품, 음식
완초공예산업	문화상품산업	생산자원	문화상품, 제품개발

○ 강화도의 특화 전략산업을 육성하기 위해서는 무엇보다도 강화도의 특성과 강점을 살리는 권역별 전략산업의 진흥을 이루어내야 한다. 과거 전략산업의 선정과정에서는 정치적 고려가 우선시되고 사전에 충분한 기획을 거치지 않은 상태에서 사업이 착수되면서 많은 비효율성이 양산되었다. 특히 전략산업 선정이 해당 권역별 강점과 비교우위, 참여 기업의 경쟁력 등이 충분히 검증되지 않은 경우가 많았다. 이러한 문제점을 극복하기 위해서는 권역별로 상호 긴밀히 협력하는 가운데 전략산업의 육성이 이루어져야 한다. 특히 권역별 수준에서 전략산업 육성계획을 수립하고 효율성에 근거하여 지원사업을 결정함으로써 지역의 기획능력 및 자율성을 배양해 나갈 필요가 있다. 아울러 산업의 단순한 지방분산정책에서 벗어나 지역의 자생적인 발전기반을 조성하는 방식으로 지역 전략산업을 육성해야 될 것이다.

3. 관광자원 클러스터 구축 전략

□ 비전

- 강화 관광클러스터 구축을 통한 지역경제 활성화

□ 목표

- 관광클러스터 구축을 통한 관광 경쟁력 강화(선사유적, 역사유적, 해양관광, 호국평화 관광벨트를 구축하여 강화군 관광산업 발전의 새로운 전기 마련)

□ 필요성

- 강화도는 지정학적으로나 역사적으로 민족정신을 계승하고 있는 곳이라고 할 수 있을

만큼의 중요한 역사의 장이 되는 지역이다. 또한 과거에 동서 문화의 중심지로서의 역할을 수행하고 있으며, 민족의 성지인 마니산을 중심으로 민족정신을 계승하고 있는 곳이기도 하다. 또한 개국의 성지인 국조단군의 "홍익인간" 이념과 외침에 맞서 끝까지 항쟁하였던 호국의 고장이다. 이러한 강화지역에는 선사시대부터 근대에 이르기까지 전통적, 역사적 문화재가 고루 분포되어 있으며 고고학적 관점에서 한국의 야외 박물관의 성격을 띠고 있다. 또한 생산자원인 특산물, 특산품이 풍부하며, 지역축제와 관련된 이벤트 자원이 풍부한 지역이다. 또한 강화군은 우리나라 7대 문화권의 하나로 560여 점의 역사문화자원이 풍부하게 분포되어 있으며, 아름다운 자연경관과 해양관광자원이 갖추고 있다. 세계문화유산인 고인돌이 있으며, 각종 축제 및 이벤트를 활성화할 경우 인천국제공항과 초지대교의 개통으로 인하여 국내외 관광객이 많이 방문할 것으로 전망되고 있다.

- 강화도의 경우, 문화관광에 대한 잠재력이 높지만 문화자원을 이용한 관광개발 등이 아직 미약한 수준이고, 외지인을 유치하기 위한 노력이 부족한 것으로 분석되었다. 한편으로는 문화자원을 관광자원화 하는데 대한 거부감 또한 없지 않은 것으로 조사되었다. 최근 6년간의 주요관광지 관광객 수를 보면 큰 증가가 없는 것으로 나타났다. 그러나 관광객수는 210만명(2003년 기준: 인구 6만 5천명)이며, 제주도(관광객수 : 약 500만명, 인구 55만명)에 비해 관광경쟁력이 매우 강한 것으로 나타났다. 따라서 강화도의 지역문화자원을 이용한 관광상품 개발의 필요성은 첫째, 강화도 지역의 소득수준의 향상, 수도권 도시민들의 여가의 확대, 생활양상의 변화와 관광욕구의 다양화, 개성화에 따라 이에 부응하는 다양한 강화도만의 관광상품의 적극적인 개발이 요청되며, 둘째, 점차 복잡해지고 선택성이 증가하는 시장을 위하여 다양한 휴가경험을 지속적으로 찾는 관광산업은 문화적 다양성에서 다양한 잠재적 관광상품을 개발할 수 있기 때문에 강화도의 역사성.문화성.향토성을 반영한 고유상품개발이 요청되고 있다. 이러한 지역문화자원의 고유상품개발을 통한 지역전략산업의 발전모델이 발전할 수 있을것으로 예측된다.
- 현재 인천시에서는 “동북아 국제관광관문 도시”의 육성을 표명하고 있으며, 소래포구와 웅진, 강화를 역사문화.해양관광 클러스터로 지정하여 발전시킬 계획을 가지고 있다. 물론 타지역의 경우를 살펴보면, 부여.공주지역 “백제문화권” 관광개발, 새만금의 친화경적 관광개발, 광주 “아시아 문화 중심도시” 조성, “영산강 고대문화권” 관광개발, 제주 국제자유도시 관광개발, 부산 “동남권 해양관광 중심도시”육성, 경주 “신라고도역사문화 관광거점”육성, 안동“전통유교문화 관광거점” 육성, 설악권 관광개발 등을 중심으로 종합적으로 관광산업을 발전시켜 나아갈 계획을 세우고 있다.

□ 전개방향

- 강화도 관광상품의 개발은 관광상품의 성격, 활동유형, 시설유형, 참가형태, 참가규모, 체류형태, 기획주체, 공간규모 등 관광상품의 성격에 따라 다양하게 분류할 수 있다.

[표 6-4] 관광상품의 종류

종류	내용
유람 관광상품	볼거리 관광상품으로서 종래의 보는 활동이 추가되는 유람성 상품을 가리키나 유람선 등을 이용한 유람관광
유희 관광상품	유희시설 이용이 추가 되는 유희성 관광상품으로서 디즈니랜드와 같은 시설집약형 개발에 의해 생산
탐구관광상품	호기심 충족을 위해 만들어지는 탐구성 상품으로서 근간에 대두되는 생태관광상품
연예 관광상품	음악.춤.재담 등의 연예활동에 관광객을 직접 또는 간접 참여시키는 연예성 관광상품, 각종 이벤트
보양 관광상품	심신의 건강에 직접적으로 도움이 되는 음식이나 약재 등을 활용한 보양성 관광상품
기념 관광상품	관광현자의 만족과 즐거움을 추억거리로 만들기 위해 구입되는 기념성 상품으로서 각종 기념물 및 토산품

- 관광클러스터의 전개방향은 본 연구 3~5장에서 논의된 강화도의 특성과 지역주민의식, 대표문화자원을 중심으로 강화도의 유관기관의 전문가들과 본 연구팀의 현장조사로 통해서 강화도 지역을 크게 4개의 선사유적관광, 성지유적관광, 해양관광, 호구평화관광으로 나누어 해당되는 지역의 영역을 제시하고, 이를 전개할 비전 및 목표, 전략 및 과제 순으로 제안하였다. 이러한 관광클러스터의 구축은 강화도의 이미지를 강화할 수 있을 뿐만 아니라 지역경제력 행상에도 큰 도움을 줄 수 있을 것으로 사료된다.

□ 기존 사업 현황

- 현재, 관광진흥을 위해서 강화군에서 추진되고 있는 사업현황을 살펴보면 다음과 같다.

[표 6-5] 기존 관광사업 계획 및 추진현황 1

사업	내용
강화 역사 박물관 건립	<ul style="list-style-type: none"> ○ 위 치 : 강화군 하점면 부근리 350-4번지 일원 ○ 면 적 : 2,785m²(842평)/지상 2층, 지하 1층 ○ 사 업 비 : 134억원 (국비 30%, 지방비 70%) ○ 사업기간 : 2004 ~ 2008년 ○ 주요내역 : 토지매입(8필지-15,449m², 건물 1동-33.6m²), 역사 박물관 건립공사 등 ○ 기대효과 : 문화유산의 효율적인 보존관리 및 학술조사 연구 사업의 활성화 도모, 역사의 고장에 걸 맞는 수준 높은 박물관 조성으로 관광강화 이미지 제고
강화 자연사 박물관 건립	<ul style="list-style-type: none"> ○ 위 치 : 강화군 일원 ○ 규 모 : 부지 51,587m²(15,605평), 연면적 3,986m²(지상2층) ○ 사 업 비 : 90억원 (시비 60, 군비30) ○ 사업기간 : 2005 ~ 2007년 ○ 주요내역 : 박물관, 자연학습체험관, 공룡공원, 수변공원, 피크닉존, 옥외광장, 주차장, 편의시설 등 ○ 기대효과 : 귀중한 자연사 자료의 효율적 관리와 지역주민은 물론 강화를 찾는 관광객들에게 새로운 관광명소 자리잡을 수 있는 관광자원 활용
강화 문학관 건립	<ul style="list-style-type: none"> ○ 위 치 : 강화군 관청리 (현)심도직물 일원 ○ 규 모 : 624.8m²(189평)/지상 2층 ○ 사 업 비 : 1,200백만원 (국 360백만원, 시 420백만원, 군 420백만원) ○ 사업기간 : 2004 ~ 2006년 ○ 주요내역 : 1층-수장고, 사무실, 문학.언론.정치인으로써의 조경희 전 시실, 2층-소장품전시실, 세미나실, 북카페 등 ○ 기대효과 : 한자리에서 각 장르별 국내.외 중견작가의 작품을 관람할 수 있는 기회제공, 우수 작품의 전시를 통한 문화.예술의 도시로서의 위상 제고 및 관광객들에게 다양한 볼거리 제공
강화 영상단지 조성	<ul style="list-style-type: none"> ○ 위 치 : 강화군 선원면 연리 산 4-1번지 ○ 면 적 : 27,340m²(8,270평) ○ 사 업 비 : 80억원 (국비 30, 민자 50) ○ 사업기간 : 2002 ~ 2010년 ○ 주요내역 : 오픈스튜디오, 방송박물관, 해양박물관, 자동차박물관 ○ 기대효과 : 새로운 관광자원 조성으로 관광객에게 다양한 볼거리 제공, 영상산업을 통한 지역발전 및 경제 활성화 도모

[표 6-6] 기존 관광사업 계획 및 추진현황 2

사업	내용	
통제영학당지 복원	<ul style="list-style-type: none"> ○ 위 치 : 강화군 갑곶리 1045-1번지 일원 ○ 면 적 : 6,381m²(1,930평) ○ 사 업 비 : 1,480백만원 (국비 50%, 지방비 50%) ○ 사업기간 : 2004 ~ 2007년 ○ 주요내역 : 토지매입 및 발굴조사 등 ○ 기대효과 : 국난극복의 현장을 보여줌으로써 교육의 장으로 활용, 강화역사관-갑곶돈대와 연계하여 관광수입 증대 	
관광농업타운 조성	<ul style="list-style-type: none"> ○ 위 치 : 강화군 불은면 삼성리 1027-42(농업기술센터내) ○ 면 적 : 부지 113,145m², 건물 7,767m ○ 사 업 비 : 9,577백만원 ○ 사업기간 : 2004 ~ 2006년 ○ 주요내역 : 농산물전시장, 판매장, 가공시설, 식물원, 체험학습장 등 ○ 기대효과 : 테마 종합관광 장소로 부각시켜 관광소득 증대, 농특산물 전시 홍보 및 가공판매로 농산물 부가가치 증대, 강화의 관광지와 연계한 관광농업 육성 	
삼산 온천 휴양지 조성	해명온천	용궁온천
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 위 치 : 강화군 삼삼면 매음리 ○ 면 적 : 99,580m²(약30천평) ○ 사업비 : 26,211백만원 ○ 기 간 : 2000 ~ 2007년 ○ 내 역 : 온천장,호텔,상가 등 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 위 치 : 강화군 삼산면 매음리 ○ 면 적 : 305,000m²(약92천평) ○ 사업비 : 108,694백만원 ○ 기 간 : 2001 ~ 2008년 ○ 내 역 : 온천장,호텔,콘도,상가 등
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 기대효과 : 온천개발을 통한 종합휴양지 건설로 역사관광지와 연계한 관광지 조성, 지역경제 활성화와 관광수입 증대 도모 	
해강리조트 (스키장)조성	<ul style="list-style-type: none"> ○ 위 치 : 길상면 선두리 일원 ○ 면 적 : 646,000m²(195천평) ○ 사 업 비 : 746억원 (민자) ○ 사업기간 : 2003 ~ 2007년 ○ 주요내역 : 스키장, 스키하우스, 휴게소, 숙박시설, 주차장 등 ○ 기대효과 : 레저시설의 조기 완공으로 체류형 관광객 유치 및 지역경제 활성화, 지역균형 발전 및 특산물 판매로 주민소득 증대 기여 	

□ 전략

○ 본 연구에서는 SWOT 분석을 통해 관광 전략산업의 전반적인 전략을 도출하였다.

[표 6-7] 관광자원의 SWOT 분석

강점(Strength) 요인	약점(Weakness) 요인
<ul style="list-style-type: none"> * 중국, 일본, 북한 등과 인접하여 대외교역이 용이하며, 한반도의 중심에 위치하여 역사적, 지형학적으로 중요한 위치이며, 미개발 지역이 많기 때문에 천혜의 자연환경과 풍부한 생태자원을 보유하고 있음 * 천연기념물인 갯벌은 세계 4대 갯벌중 하나로 단일 문화재 지정구역으로 가장 넓은 지역이며, 천연기념물로 지정된 자원이 풍부하며 보존학적, 생물학적 연구자원으로 가치가 높음 * 선사시대부터 근대에 이르기까지의 전통적, 역사적, 호국적 문화재가 고루 분포하여 소재개발 용이함. * 천혜의 자연환경과 풍부한 생태자원을 보유하고 있으며, 휴양과 레저가 가능함. * 다양한 문화관련 축제와 이벤트가 개최되고 있음. 	<ul style="list-style-type: none"> * 관광과 관련된 기반시설이 부족하고, 관광 안내판, 표지판 등의 시설디자인이 미비함 * 주민들의 고령화로 인한 인구의 감소로 인하여 주민들의 개발의식이 떨어짐 * 연구 개발업체, 상업 공간 등 클러스터를 구축할 수 있는 여건이 부족함. * 관광자원의 자원요소의 브랜드 구축 미흡과 홍보 체제의 부실하며, 디자인 산업화에 대한 인지도 부족 * 소재, 기획 등 스토리 및 콘텐츠 개발 부족 * 장기적 사업이 아닌 단타성 사업전개
기회(Opportunity) 요인	위협(Threat) 요인
<ul style="list-style-type: none"> * 수도권 지역과 김포공항, 인천국제공항과 인접하여 경제적, 지리적 여건이 좋음 * 일부지역의 군사시설통제 해제와 문화재 보호구역 면적 축소로 규제완화로 개발가능성이 높음 * 강화도 관련 소도읍 육성사업, 지역개발사업 등 다양하게 계획 또는 전개되고 있음 * 국토종합계획상 7대 문화권의 하나로 지정되고 지속적 개발이 가능함 * 주 5일제, 여가 생활 증가, 대중교통의 발달로 관광객의 지속적 유입이 예상됨 	<ul style="list-style-type: none"> * 토지이용차원에서 문화재보호구역, 군사보호구역, 성산(聖山) 및 우량농경지 등으로 인한 지역개발의 난항 * 개발과 관광 등 산업화에 따른 환경오염 등의 부작용 우려되며, 일부 환경단체와 시민단체들의 자연환경 관광자원화에 대한 거부감이 높음

○ 아래 [표]는 관광산업 산업화 전략을 제안한 것으로 장소마케팅 강화, 홍보체계 강화, 스토리 발굴 및 개발, 지역 이미지 강화를 전략으로 도출하였다. 그러나 통합적 관점에서 보면 강화도의 관광산업을 육성시킬 수 있는 관광벨트를 조성해야 될 것이다.

[표 6-8] 관광자원 산업화 전략 제안

구분	전략	실천과제
SO	관광벨트 조성	<ul style="list-style-type: none"> * 테마별 관광, 문화 기반시설 및 단지 조성 * 테마공원 및 특화 거리 조성 및 환경 개선 * 테마별 문화상품 개발 및 콘텐츠 개발
ST	홍보 체계 강화	<ul style="list-style-type: none"> * 테마별 브랜드 개발 및 이미지 홍보 * 단위별, 통합적 홍보프로모션 실행 * 홈페이지, 방송국과의 홍보 협력 체계 강화
WO	스토리 발굴 및 개발	<ul style="list-style-type: none"> * 자원에 내재 되어있는 스토리 개발 및 DB 구축 * 미발굴된 자원의 개발과 체계적 관리 * 관광 연계자원 체계 강화를 통한 체험 소프트웨어 개발 * 게임, 애니메이션, 방송, 영화 등의 콘텐츠 협력 체계 강화
WT	자원이미지 강화	<ul style="list-style-type: none"> * 역사박물관도시로서의 이미지 개발 및 관리 * 관광문화시설인 박물관, 미술관 확충 * 환경디자인 개선 및 기반시설 강화 * 지역축제의 아이덴티티 확립과 체험 마케팅 활성화 * 자원의 체계적 관리 체계 개발 * 주무부서의 체계화 및 주민 의식 강화

○ 관광산업벨트 조성

관광산업벨트란 강화도의 관광산업의 플랫폼을 구축하는 것을 의미한다. 강화도의 지역문화자원의 전달매체 역할을 하는 관광 콘텐츠, 디지털콘텐츠, 문화원형복원 등을 포함하며, 문화시설로서 체험관, 전시장, 박물관, 공원, 연구소, 공연장 등도 포함된다. 더 넓은 범위로 본다면 앞서 언급한 문화시설의 환경을 이루는 공공의 교통 인프라, 쾌적한 자연환경 및 인공 환경의 기반을 구축하는 것을 의미한다. 따라서 장소디자인을 고려한 관광시설의 리뉴얼이 요구되며, 관광 연계자원 체계 강화를 통한 체험 소프트웨어의 개발이 이루어져야 한다. 또한 문화시설인 박물관, 미술관의 네트워크를 강화하고 이를 통해 관광 콘텐츠, 디지털콘텐츠, 문화원형복원을 개발해야 한다. 특히 자원 개발시 관광자원 네트워크, 플랫폼, 터미널, 클러스터 발전모델을 수립하여 발전적으로 접근해야 될 것이다. 여기에서는 강화도를 4개의 권역별로 나누어서 관광벨트를 제안하였다. 이러한 관광벨트는 관광자원의 장소마케팅으로 접근해야 될 것이다. 따라서 장소마케팅의 강화는 장소의 특성을 기반으로 한 장소디자인과 이와 연계된 관광이벤트와 관광서비스 개선 등을 통해 '관광소프트웨어의 경쟁력'을 강화하는데 큰 도움을 줄 것이다. 관광객들의 취향이 단순한 관광위락시설이나 박물관의 전시물을 보는 정적인 형태를 벗어나 동적인 체험관광으로 개발하고, 장소를 최대한 활용하고 그 장소 안에 기반시설의 설치, 환경디자인 등이 결합되어 개발되어야 할 것이다.

○ 선사유적관광벨트 구축

- 고인돌 테마파크 지정과, 양사면, 하접면, 내가면 일대의 선사시대에 유적을 관광할 수 있는 관광벨트의 구축

○ 성지관광벨트 구축

- 마니산, 참성단의 민족성지, 전등사, 보문사, 적석사의 불교성지, 강화성공회성당 등의 천주교 성지 등 강화읍, 길상면, 화도면, 삼사면을 연결하는 성지관광벨트 구축

○ 해양관광벨트 구축

- 석모도를 해양관광 특구로 지정
- 삼사면, 교동면, 서도면을 연결하는 해양관광벨트 구축

○ 호국평화 관광벨트 구축

- 강화산성, 고려궁지, 진보돈대의 자원특성을 기반으로 강화읍, 붙은면, 길상면을 연결하는 호국평화 관광벨트 구축

○ 홍보체계 강화

대표문화자원을 서로 연계시켜 홍보 프로모션 계획을 설립하고 추진해야 될 것이다. 이러한 공동 홍보는 관광연계자원 강화를 통해 산업적 활성화를 도모할 수 있을 것이다. 이러한 홍보체계 강화는 자원에 내재되어 있는 역사성과 보유한 스토리의 비중, 장소마케팅의 활용도 등 산업화시켰을 때 강화도 지역의 발전에 기여하고 주민소득 증대에 기여하여 수익을 창출 할 수 있는 부분이 포함된다. 따라서 강화도에서 기존에 개발된 문화유적 또는 자연경관의 테마별 관광 아이템을 개발하고 단지를 조성해야 한다. 또한 자원의 가치는 고유성과 정체성을 바탕으로 테마공원 및 특화거리를 조성해야 한다.

○ 관광테마에 맞는 테마별브랜드 개발

○ 통합적 홍보 프로모션 실행

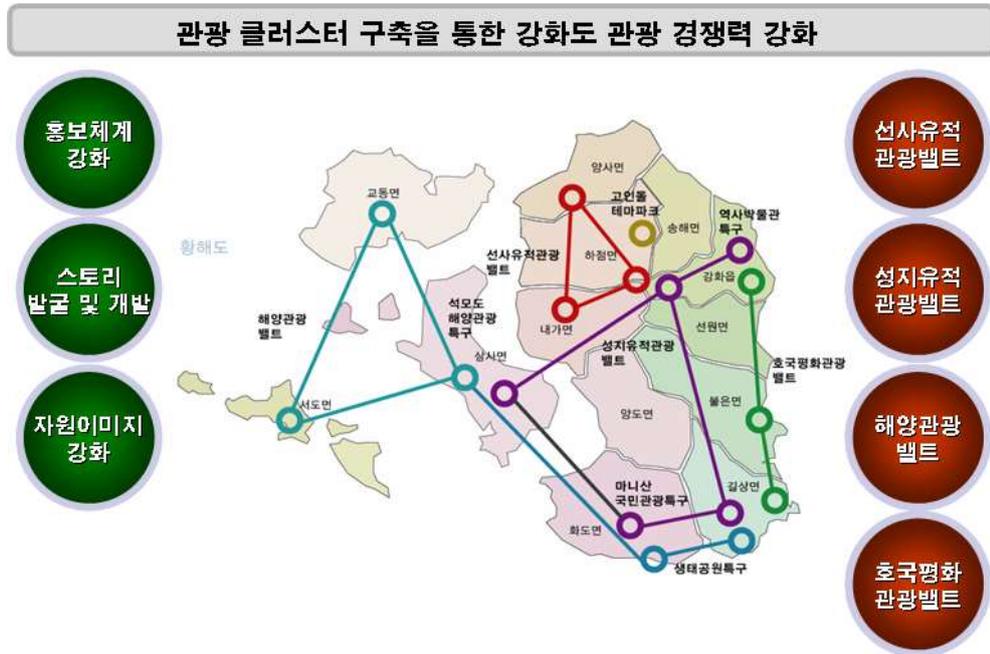
○ 홈페이지, 방송국과의 홍보 협력 체계 강화

○ 스토리 발굴 및 개발

강화도의 지역 개발 사업은 하드웨어적인 측면에서 그동안 강화도에서 꾸준히 추진했던 내용이었으나 크게 효과를 거두지 못했다. 강화도의 문화유산은 저마다 독특한 스토리를 가지고 있다. 이것은 타 지역의 문화유산과 차별화되면서 강화도만의 특징을 흥미롭게 어필할 수 있는 중요한 요소이다. 따라서 스토리 개발을 통한 지역개발의 강화는 지역민들의 삶과 문화의 질을 향상시키고, 나아가 각 지역의 독특한 정체성과 이미지를 창출시킬 수 있을 것이다. 특히 지역이 갖는 독특한 매력요인과 관광자원성은 지역 내

특정 장소로 외부 관광객들을 끌어들이는 지역경제의 활성화라는 차원으로 확대시킬 수 있을 것이다. 이와 같이 관광객의 관광활동을 자극하고 유인하는 요소로서 스토리 개발은 그 지역의 독특한 문화 역사적 매력을 관광자원화 할 수 있는 중요개발 요소인 것이기 때문에 지역문화자원이 보유한 잠재된 능력과 가능성, 수익성을 생각해 볼 때 다양한 스토리 개발이 필요하다. 이러한 스토리 개발체계를 강화하기 위해서 자원의 정체성을 기반으로 한 스토리 개발 및 발굴이 요구되며, 데이터베이스화와 관리체계를 수립하여, 다양하게 활용되어야 할 것이다. 향후 강화도의 지역개발 사업의 하드웨어적 부분인 복원, 공원화, 명소화 사업에 스토리의 개발과 스토리와 관련된 모든 개발결과물을 통합 디자인하여 통일성을 부여한다면 위에서 제시한 강화도의 비전에 맞는 도시로서의 위상을 떨칠 수 있을 것이다.

- 자원에 내재 되어있는 스토리 개발 및 DB 구축
- 미발굴된 자원의 개발과 체계적 관리
- 관광 연계자원 체계 강화를 통한 체험 소프트웨어 개발
- 게임, 애니메이션, 방송, 영화 등의 콘텐츠 협력 체계 강화



[그림 6-4] 관광 클러스터 구축(안)

- 이러한 관점에서 강화도의 관광산업의 전략은 다양한 문화자원 요소의 총체적인 결합과 역사성, 전통의식을 바탕으로 개발되어야 할 것이다. 또한 위에서 제시된 전략을 기반으로 각각의 문화자원을 관광브랜드화 시키고 통합 디자인하여 개발한다면 시장 확

보가 유리해지고, 가치가 증대되어 강화도 지역경제 활성화를 도모할 수 있을 것으로 예측되며, 관광시설과 이벤트 등 고유의 산업적 기능과(관광소득 창출 기능) 도내 제조업 근로자와 도민의 휴식처 제공에 의한 기능(간접 생산성 제고 기능)이 매우 높다고 할 수 있다.

가. 선사유적관광벨트

□ 위치

- 인천광역시 강화군 양사면, 하점면, 내가면 일대

□ 비전

- 고인들의 세계적 명소화(영국의 스톤헨지, 이집트의 피라미드와 같은 거석문화 및 선사유적에 대한 세계적 명소화 구축)

□ 목표

- 고인돌을 활용한 선사유적 관광 벨트 구축(양사면, 하점면, 내가면 일대 선사유적에 대한 “선사유적 명소화 사업”전개를 통한 관광 네트워크 구축)을 통한 이미지 강화

□ 필요성

- 선사시대의 대표적 유적인 고인돌은 인류가 농경문화를 시작한 이래 남긴 거석문화³⁸⁾ 유산으로 유럽, 아프리카, 아시아 등 전 세계에서 확인된 고인돌 수는 약 55,000 여기에 이르며 그 중 26,000여기가 우리나라 전국에 분포되어 있다. 이는 전 세계 지식묘의 50% 이상을 차지하고 있어 우리나라가 지식묘의 중심 국가로 대단히 중요한 위치에 있음을 보여준다. 세계유산으로 등록된 고창·화순·강화 고인돌유적은 밀집분포도, 형식의 다양성으로 고인돌의 형성과 발전과정을 규명하는 중요한 유적이며 유럽, 중국, 일본과도 비교할 수 없는 독특한 특색을 가지고 있다.³⁹⁾ 또한 고인돌은 선사시대 문화상을 파악 할 수 있고 나아가 사회구조, 정치체제는 물론 당시인들의 정신세계를 엿볼 수 있다는 점에서 선사시대 연구의 중요한 자료가 되는 보존가치가 높은 유적이다.

38) 거석문화는 인간이 어떤 목적의식을 가지고 자연석 또는 가공한 돌로 구조물을 축조하여 숭배의 대상물이 나 무덤으로 이용한 문화를 의미한다. 거석(Megalith)이란 하나의 구조물이나 기념물 또는 그 일부로 사용 된 돌을 말하며, 거석물은 인간 행위에 의해 직접적인 대상물 즉, 돌로 만든 구조물을 뜻한다. 거석문화의 공통적인 특징을 태양숭배와 관련짓기도 하고, 주로 큰 바다 인근에 분포하고 있어 해양문화의 소산으로 보는 측면도 있다. 하지만 거석은 풍작과 수확물에 대해 하늘에 감사하는 마음에서 세운 기념 물, 주변 집단과의 투쟁에서 전승을 기념하기 위한 개선적 기념물, 존경하는 지도자를 추모하기 위한 거석 비 등으로 세워진 것이라 할 수 있다.

39) 문화재청, “http://www.ocp.go.kr/l_treasure/dom_goin.html”

- 고인돌은 청동기시대의 우리나라 풍습을 알 수 있는 중요한 자료로 많이 알려져 있어 교육용으로도 효과적이며 홍보와 마케팅을 잘 펼친다면 국제적인 브랜드로 콘텐츠화 시킬 수 있는 가치가 매우 높은 자원이며 자연·역사박물관인 강화의 지역적 특성을 살려 함께 개발할 수 있다. 또한, 자연탐험과 선사시대의 유적 및 역사기행을 할 수 있는 관광 이벤트를 마련하여 선사시대의 유산과 체험을 할 수 있는 기회를 제공해야 한다.

□ 특성 및 현황

- 강화도에는 약 120기의 고인돌이 분포해있으며 아시아 지역 중 우리나라가 중심 분포지이다. 상석형태 등 형태를 기준으로 삼은 분류법에 따른 탁자식, 기반식, 개석식이 있으며, 탁자식이 72기, 개석식 48기가 분포하고 있다. 또한 각 형식은 어느 정도 차별적인 분포양상을 보이고 있어서 평지 분포형군에 개석식이 많고, 산상 분포형군에는 탁자식이 더 많은 것으로 나타나고 있다. 또한 지면을 기준으로 매장부의 위치를 기준으로 분류한 북방식과 남방식 중 북방식 지석묘가 44기, 남방식 지석묘가 35기 확인되고 있으며, 그 밖에는 형식을 알 수 없거나 파괴 또는 매몰되어 형태를 알 수 없는 것들이 있다.

[표 6-9] 강화도 고인돌 분포 현황

명칭	소재지	지정사항
강화 지석묘	강화군 하점면 부근리	국가지정문화재 사적 137호
내가지석묘	강화군 내가면 오상리	지방지정문화재 지방기념물 16호
대산리 지석묘	강화군 강화읍 대산리	지방지정문화재 지방기념물 31호
부근리 점굴 지석묘	강화군 하점면 부근리	지방지정문화재 지방기념물 32호
부근리 고인돌군	강화군 하점면 부근리	지방지정문화재 지방기념물 44호
삼거리 고인돌군	강화군 하점면 삼거리	지방지정문화재 지방기념물 45호
고천리 고인돌군	강화군 내가면 고천리	지방지정문화재 지방기념물 46호
오상리 고인돌군	강화군 내가면 오상리	지방지정문화재 지방기념물 47호
교산리 고인돌군	강화군 강화읍 갑곶리	지방지정문화재 지방기념물 48호

- 특히, 강화지석묘는 세계문화유산, 국가지정문화재 사적 137호로 지정되어 보존학적 가치가 매우 높으며, 우리나라 중부지역에서 드물게 보이는 거대한 북방식(탁자식) 지석묘로 남한에서는 가장 큰 규모이며, 네 개의 꺾돌로 되어 있었으나 두 개의 돌은 현존하지 않으며 동쪽으로 조금 기울어 있는 상태. 타원형, 오각형, 장방형의 형태로 전체 높이는 260cm, 덮개돌은 길이 650cm, 너비 520cm, 두께 120cm 정도의 화강암 계통의 고인돌로 구성되어 있음.
- 고인돌은 정치적 권력과 경제력, 힘을 상징하며, 거석송배사상, 내세에 대한 사상이 내재되어 있음, 대표적 청동기시대의 농경문화 나타내고 있음(주생활 : 움집을 짓고 거주, 식생활 : 농업의 발달, 농기구의 발달(단단한 나무로 만든 농기구, 반달돌칼, 맷돌로 곡물 가공, 민무늬 토기), 농경지를 넓히고 생산량을 늘림), 또한 난생설화와 세골장 풍습(계층 사회의 설립과 제정일치 사회가 되면서 탄생한 왕이나 군주를 신격화하는 것으로 군장이 죽은 후 거대한 고인돌이나 돌널무덤을 만듦)이 내재되어 있음.
- 강화고인돌문화축제는 강화군이 자랑하는 고대문화를 주제로 한 이색관광축제로 1998년 처음 열렸으며, 매년 10월 개천대제와 함께 개최되고 있으며, 세계거석문화축제로 시행되고 있음. 수많은 고인돌이 분포한 강화도지역은 고인돌 축제를 개최하기에 더할 나위 없이 좋은 장소이며, 축제 등의 이벤트와의 연계성이 있어 개발하기가 용이하며, 축제기간 동안 관광객들이 참여해 고인돌 축조, 석기 및 토기 만들기, 원시 불피우기, 움집 만들기, 돌도끼 던지기, 원시 사냥대회 등 다양한 원시생활을 체험할 수 있음.(원시인 복장을 한 20명이 나와서 고인돌 축조 과정을 족장의 죽음에서부터 고인돌 축조, 장례의식까지 재현하는 '고인돌 축조 재현'은 어느 지역에서도 볼 수 없는 강화도 고인돌 축제만의 독특한 행사이며, 책에서만 보던 원시인의 생활을 직접보고 놀고 즐기는 행사 위주로 계속 개발한다면 어린아이 뿐 아니라 어른들도 함께 참여할 수 있는 강화도만의 재미있고 독특한 지역문화 축제가 될 수 있음)

연계자원 : 고인돌 축제, 연계 고인돌 8기	
 <p data-bbox="544 669 660 701">강화지석묘</p>	 <p data-bbox="1018 669 1193 701">고천리 고인돌군</p>
 <p data-bbox="544 1072 660 1104">내가지석묘</p>	 <p data-bbox="1002 1061 1209 1093">강화 대신리 지석묘</p>
 <p data-bbox="469 1469 735 1500">강화 부근리 점골 지석묘</p>	 <p data-bbox="1018 1469 1193 1500">부근리 고인돌군</p>
 <p data-bbox="517 1850 692 1881">삼거리 고인돌군</p>	 <p data-bbox="1002 1850 1209 1881">강화고인돌문화축제</p>

[그림 6-5] 강화군 선사유적 현황

□ 기존사업 현황

○ 현재, 고인돌 관광진흥을 위해서 강화군에서 추진되고 있는 사업현황을 나타낸 것이다.

[표 6-10] 고인돌 사업 현황

사업	내용
강화고인돌 공원화사업	<ul style="list-style-type: none"> ○ 위 치 : 강화군 하점면 부근리 317번지 일원 ○ 면 적 : 72,724m²(22,000평) ○ 사 업 비 : 4,500백만원 (국비 50%, 지방비 50%) ○ 사업기간 : 2003 ~ 2005년 ○ 주요내역 : 학술조사, 토지매입, 주차장, 휴게시설 및 조경사업 등 (토지매입, 시굴조사 완료, 2005년도 조경, 휴게시설 등 사업추진) ○ 기대효과 : 고인돌 유적, 유물의 효율적인 보존·관리로 국민현장학습 및 휴식공간으로 제공, 세계문화유산에 걸 맞는 국제적인 관광지 조성 및 지역균형 발전도모
고인돌 캐릭터 디자인 개발 및 전시판매장 건립	<ul style="list-style-type: none"> ○ 고인돌 캐릭터 디자인 개발 및 시제품 제작 : 11개 유형 100종 ○ 전시판매장 건립 개장 : 2004. 9월 (14종 47개품목 판매) ○ 캐릭터 조형물 제작 설치 : 3개소 ○ 2004년도 판매금액 : 30백만원
강화고인돌 문화 축제	<ul style="list-style-type: none"> ○ 위 치 : 고인돌광장, 마니산, 강화군 일원 ○ 사 업 비 : 350백만원 (국비 300, 시비 50) ○ 추진기간 : 2005. 9. 30 ~ 10. 3(4일간) ○ 주최/주관 : 주최-강화군, 주관-강화고인돌문화축제추진위원회 ○ 주요내역 : 고인돌관련 행사(고인돌축조재현, 고인돌 원시체험, 원시인 퍼포먼스 등), 전통문화행사(성돌이행사, 개천대제, 철종임금등극행렬퍼레이드 등), 기타행사(관광투어 및 교육프로그램, 각종 공연, 농특산물홍보관 등) ○ 기대효과 : 세계문화유산인 고인돌을 대내.외에 널리 알리고 많은 관광객 유치로 지역경제 활성화 도모

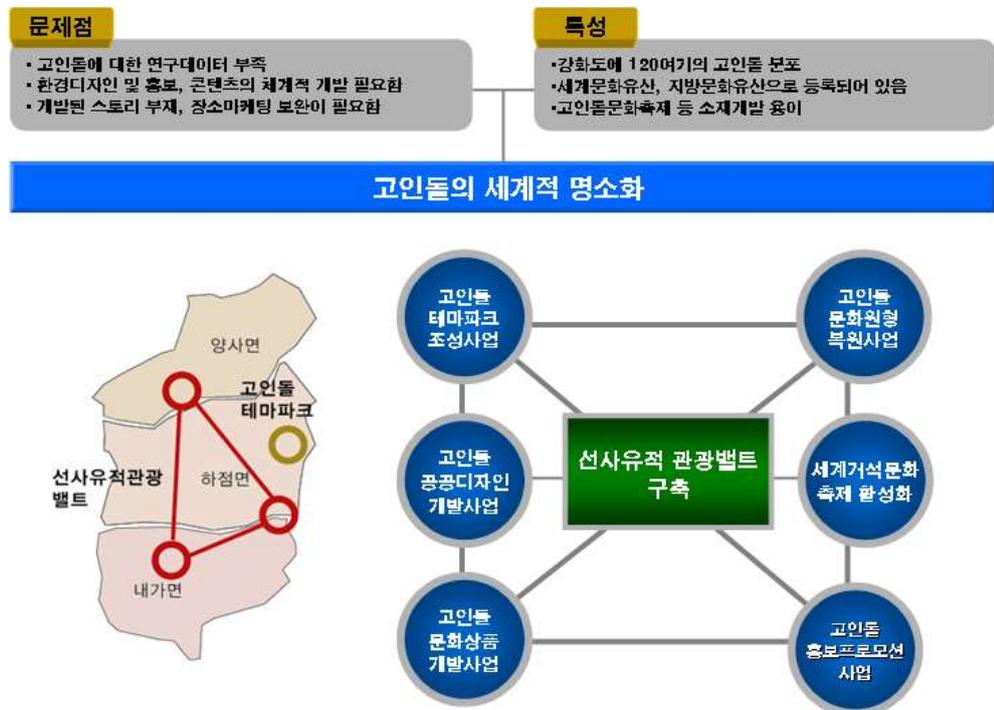
□ 문제점

- 고인돌에 대한 자료는 방대하나 방치된 고인돌의 유실로 인해 정확한 연구와 분류 데이터 구축이 어려운 실정
- 고인돌과 부합되지 않는 환경디자인 및 홍보, 콘텐츠의 체계적 개발 필요함
- 브랜드 포지셔닝이 약하고, 높은 개발 가능성에도 불구하고 현재 개발된 스토리가 없기 때문에 마케팅적인 측면에서의 연구와 보완이 필요함

□ 전략 및 과제

- **고인돌 테마파크 조성 사업의 강화**
 - 강화지석묘를 중심으로 고인돌 테마파크 조성화 사업
 - 선사유적박물관 조성 사업

- 선사유적 체험관광 개발사업
- **고인돌 공공디자인 개발 사업**
 - 고인돌 관광을 위한 주변 도로, 문화시설 기반 인프라 확립 및 사인유도시스템 등의 환경개선 사업
- **고인돌 문화상품 개발사업**
 - 청동기시대의 농경문화, 세골장풍습, 난생설화 등의 문화요소의 컨셉이 담긴 제품 개발사업
- **고인돌 홍보 프로모션 사업**
 - 다양한 체험관광 소프트웨어 개발, 홍보 책자 및 웹콘텐츠 개발 사업
- **세계거석문화축제 활성화**
 - 현재 개최되고 있는 고인돌문화축제의 활성화와 이벤트 아이덴티티 구축을 통한 거석문화축제의 활성화
- **고인돌 디지털 문화원형 복원 사업**
 - 고인돌의 정체성과 고유성을 기반으로 한 영상 콘텐츠(애니메이션) 개발
 - 청동기시대와 고인돌이 가지는 힘의 상징성을 기반으로 한 역사 시뮬레이션 게임 개발



[그림 6-6] 선사유적관광 벨트 전략 및 추진과제

나. 성지유적관광벨트

□ 위치

- 인천광역시 강화군 강화읍, 길상면, 화도면, 삼사면 일대

□ 비전

- 성지화 기반 구축 및 역사의 이미지 재정립

□ 목표

- 강화도의 성지 어메니티 자원을 활용한 성지유적관광벨트 구축

□ 필요성

- 강화도에는 불교유적인 탑, 부처상, 전통 사찰 등이 있으며, 종교유산 중에서도 특히 천주교와 관련된 성당은 초기의 천주교가 정착하는 과정이 잘 나타나 있는 유산이며, 성지순례로서 현재 많이 방문하고 있는 상황이다. 성공회 유적인 성공회 성당들은 사찰처럼 한식 교회 건물을 사용한하고 있는데 건축학적으로 큰 의미가 있으며, 종교학적으로도 큰 의미를 부여하고 있다. 또한 민족성지인 참성단, 마니산 등이 있으며, 곳곳의 자연환경이 성지의 분위기를 잘 나타내주고 있다. 이러한 성지자원의 산업적 필요성을 세 부적으로 살펴보면 다음과 같다.
- 마니산 : 마니산은 마식령산맥의 한줄기이며 한라산 백록담과 백두산 천지를 직선으로 연결한 중간지점에 위치하고 마니산 정산에 민족의 성지인 참성단이 위치하고 있어 마니산의 가치와 잠재성이 더욱 증대됨
- 고려산 : 고려산의 아름다운 절경과 진달래 축제 등으로 인해 사람들에게 쉽게 다가갈 수 있는 이점이 있으며 강화읍과 가까운 거리에 위치하고 있어 이동이 용이함. 해풍과 풍부한 일조량, 깨끗한 환경 등 천혜의 조건을 가진 고려산의 진달래는 타 지역보다 더욱 화려한 색상을 자랑하고 있으며, 전설과 함께 눈길을 끄는 많은 볼거리들이 산재되어 재미를 더해주고 있음.
- 참성단 : 참성단은 한민족의 정신적 종교적 구심적 역할을 하였으며, 우리 민족 정서의 대부분에 깔려 있는 근원적인 사상을 기반으로 하기 때문에 거부감 없이 접근 할 수 있다는 장점이 있음. 따라서 브랜드 포지셔닝 접근이 용이하며 환경을 고려한 디자인으로 접근하면 성공전략으로 펼칠 수 있는 자원임. 콘텐츠 자원이 많이 내재 되어 있으며, 축제 등의 이벤트와의 연계성이 있어 개발하기가 용이함

- 전등사 : 정족산 삼랑성 안에 위치한 전등사는 연계문화유산이 풍부하여 스토리가 많이 내재되어 있으며, 고조선시대부터 근대 시대에 이르는 다양한 유적들이 함께 자리하고 있으며, 사람들에게 쉽게 다가설 수 있는 친근하고 재미있는 스토리들이 많이 내재되어 있어 콘텐츠개발과 접근이 용이함

□ 자원현황

- 현재, 강화군에 있는 성지화 관련 종교 유적현황을 나타낸 것이다.

[표 6-11] 성지관련 자원 현황

종류	자원
불교유산	동종, 정수사 법당, 전등사 범종, 전등사 대웅전, 전등사 약사전, 강화 하점면 오층석탑, 석조여래입상, 보문사 석실, 보문사 마애석불좌상, 보문사 맷돌, 철아미타불좌상, 강화 선원사지, 향허대사부도, 적석사 사적비, 보만정지,
천주교 유산	강화온수리 성공회사제관, 성공회 강화성당, 강화 온수리 성공회 성당, 강화서도 중앙교회,
단군 유산	강화참성단, 삼랑성, 참성단중수비, 천제암궁지, 봉천대

- 마니산 : 국민관광지로서의 마니산은 해발468m의 높이로 세 봉우리가 나란히 서있으며, 남쪽으로 서해의 여러 섬과 북쪽으로 개성의 송악산이 보여 절경을 이룬다. 또한 민족의 성지인 참성단이 세 봉우리 중 중간 봉우리에 위치하고 있으며, 산세가 좋고 특히 '마리단풍'이라 불릴 만큼 가을 단풍이 매우 빼어나 강화팔경에 속한다. 단군이 제사 드린 산의 명칭은 대부분 두악, 머리 산이라 불리었고 이후 마니산으로 통일되어 사용되어지고 있으며 동국여지승람에는 단군이 평양에 도읍한 후 황해도에 있는 구월산으로 옮겨 산신이 된 후에 이 마니산에서 지냈다는 기록이 있음. 마니산은 옛부터 특정 국가의 제단이 아니라 한반도에 살고 있던 모든 사람들의 한울님에게 제례를 드리는 공공의 제단이었음. 마니산은 전국에서 기가 가장 센 곳이라고 하며, 봄 부터 가을까지 많은 등산객이 찾는 곳임.
- 참성단 : 강화군 화도면에 위치한 국가지정문화유산 사적 136호인 참성단은, 마니산 상봉(468m)에 자리 잡고 있으며, 정확한 축성연도는 알 수 없으나 세종실록지리지, 고려사 지리지 기록에 의하면, 단군 기원전 51년(BC2282)에 단군왕검께서 민족만대의 영화와 발전을 위하여 하늘에 제사 올리기 위해 쌓은 제단이며, 높이는 10척, 석단 위의 네면은 각각 6.6척, 아래 너비는 15척이다. 해마다 음력 10월 3일 개천절에 하늘에 제사를 지내고 있으며 전국체육대회 때마다 대회장에 타오르는 성화는 7선녀에 의해 성화

가 채화장을 밝히고 있으며, 조선시대에 기우제, 해괴제(불길함을 해소), 초제(도교적 종교행사)를 지냈음. 북쪽으로는 백두산, 남쪽으로는 한라산까지의 거리가 똑같은 한반도 중앙에 민족성지 마니산에 위치하고 있으며, “하늘은 둥글며 땅은 네모나다”라는 천원지방사상(네모진 형태는 땅을 의미하고 둥근형태는 하늘을 의미로 하늘위에 땅을 올려놓은 형상은 땅을 하늘만큼이나 존중하라는 뜻)에서 유래된 옛 가옥이나 궁전 전반에 깔려 있는 건축형태를 가지고 있음. 따라서 하늘과 땅을 이어주는 곳으로 선조들의 천지인 조화를 중시했던 사상을 엿볼 수 있음.

연계자원 : 참성단 중수비, 천제암 궁지, 삼랑성 [양현수 승전비, 삼랑성 역사문화축제]		
		
참성단중수비	천제암궁지	
명칭	소재지	지정사항
삼랑성	길상면 온수리, 선두리일원	지방지정문화유산 유형문화재 46 호
참성단	화도면 흥왕리 산 2-2번지	국가지정문화유산 사적 136 호
참성단중수비	화도면 흥황리 산 2-1번지	지방지정문화유산 문화재자료 13 호
천제암궁지	길상면 길직리 산 115번지	지방지정문화유산 기념물 24 호
봉천대	하점면 신봉리 산 63번지	지방지정문화유산 기념물 18 호
<p>* 개국설화</p> <p>우리나라에서 처음 등장하는 정치적 사회는 고조선인데, 고조선은 단군에 의해 건국된 것으로 전한다. 단군은 고조선의 개국시조로 전할 뿐, 인류의 조상이나 민족의 시조란 언급은 없다. 그러나 혈연공동체·역사공동체로서의 단일성을 오랫동안 유지해온 한국적 특수성은, 단군을 매개로 민족적 정체성을 확인해 왔다. 즉 19세기까지는 역사공동체 의식의 근거로, 20세기 이후에는 민족공동체 의식의 근거로 삼았다. 그리고 이러한 단군 인식은 민족이 어려움에 처했을 때마다 강하게 분출되었다. 이런 의미에서 단군은 민족 의식의 소장(消長)을 파악하는 데도 관건이 되는 존재라 할 수 있다. 현재는 삼국유사의 개국설화와 제왕운기의 개국설화가 있다.</p>		

- 고려산 : 오련산이라는 옛 명칭을 가지고 있는 고려산은 높이 436m로 강화읍내에서 5 km쯤 떨어져 있으며, 진달래 군락지가 봄마다 절경을 이루며, 역새발, 낙조봉 부근 고인돌 군락지, 소나무군락지, 솔밭살림육장, 연개소문이 살았다고 전해지는 집터 등 연계 문화 자원이 많이 내재되어 있는 자원이며, 고려산에 위치한 적석사의 낙조는 강화 8경중 하나로 꼽히고 있으며, 고구려의 연개소문이 태어났다는 전설이 전해지는 산이

다. 연계자원인 적석사 낙조가 있으며 적석사 축대 밑에서 왼쪽으로 올라가면 낙조대를 거쳐 낙조봉으로 갈 수 있는 등산코스(산행:15분가량)가 이어져 있으며 낙조봉으로 가는 능선에는 억새밭이 넓게 펼쳐져 있음. 서쪽능선에 인천광역시 기념물 제36호로 지정된 3기의 고인돌이 있으며, 낙조대에는 작은 해수관음보살상이 있음.

연계자원 : 보만정지, 고려산진달래축제, 억새풀 군락, 솔밭산림욕장, 고인돌군락	
	
적석사 낙조	보만정지(황련사터)
<p>* 고려산 진달래 축제 진달래 군락지와 낙조 등을 관광자원으로 개발하여 강화군을 대외에 홍보함은 물론 특산물, 농산물 등을 동시에 널리 알리는 축제. 천년의 전설과 구전으로 내려오는 고려산의 오련지와 오련사, 연개소문과 집터, 고려 산성, 고려 산맥을 중심으로 발달된 세계문화유산 고인돌군들과 고려산이 강화도 3대 높은 산으로 중심부에 위치하고 있음</p>	
<p>* 전설 및 설화 : 고구려 장수왕 때인 416년경 동진에서 온 천축국(인도)의 스님이 절 지을 땅을 물색하러 강화도의 한 산에 올라갔는데 산 정상에 한 연못에 오색의 연꽃이 피어있는 것을 발견하고는 그 꽃을 꺾어 공중에 날림. 마침 서해 바다로부터 산 위로 불어올라 오는 바람이 오색 연꽃잎을 공중 높이 올려 다시 땅위의 여기저기에 흩뿌렸음. 스님은 연꽃잎이 떨어진 땅마다 절을 세움. 청련사(파란연꽃), 백련사(하얀연꽃), 적련사(붉은연꽃), 황련사(노란연꽃), 흑련사(검은연꽃). 다섯 개의 연꽃에 관련되어 오련산라 불리웠음</p>	

- 전등사 : 국가지정 문화유산 보물 178호로 지정된 전등사는 고구려 소수림왕 11년(381) 아도화상이 창건하였다 전하며, 1916년 수리시 발견된 양간록에 의하면 선조 38년(1605) 건물 일부 및 광해군 6년(1614)에 또다시 불이나 소실되었던 것을 재축하여 광해군 13년(1621)에 완공, 전등본말사지의 기록에는 철종 6년(1855) 규영화주가 중건하였다는 기록이 전해짐. 백제시대에는 진중사로 불렸으나 고려에 와서 전등사로 개명. 고려 충렬왕의 비인 정화공주가 1282년 진중사에 옥등을 헌납하였다고 전해짐. 조선시대 인문지리서인 동국여지승람에 1282년 승려를 송나라에 보내어 대장경을 인쇄하여 가지고와 이 절에 보관하도록 하였다고 기록됨. 웅전 내부의 천정은 용궁의 모습을 아름답게 표현 했고, 천정 주위를 둘러싸고 있는 9마리의 용과 용의 혀끝의 방울은 국난이 있을 때 울렸다고 전해지고 있으며, 지붕의 검은색 기와와 어울리도록 기왓골마다의

끝에는 줄지어 백자 연꽃 봉오리를 장식하였고, 안정감을 주기 위해 과학적인 민흘림 두리기등을 세운 특징이 있음. 옥일승천(떠오르는 아침 해처럼 세력이 성대해짐)의 정신이 다시 한반도에 살아나기를 기원하는 옛 선조들의 염원이 담겨 있음.

연계자원 : 약사전, 범종, 정족산 가곶지, 선원보각지, 은행나무 전설, 나녀상 전설	
 <p>약사전</p>	 <p>전등사 범종</p>
 <p>정족산 가곶지</p>	 <p>선원 보각지</p>
<p>* 전등사 은행나무 전설 : 조선에 들어오면서 전등사에 있는 은행나무 두 그루에서 수확하는 은행을 공물로 바치도록 명령했는데 턱없이 많은 양의 은행을 요구하자 주지스님은 은행나무에 향후 천년만년 은행이 열리지 않게 해 달라고 기원함. 그 후에 벼락과 뇌성이 울리면서, 은행나무에 달렸던 은행 알은 모조리 떨어지고 그 후 이 두 그루의 은행나무에는 은행이 열리지 않게 되었다는 전설</p>	
<p>* 추녀 밑의 나녀상 전설 : 전등사 대웅전 네 귀퉁이 기둥 위에는 여인의 형상이라고 하는 나녀상. 광해군 때 대웅전의 공사를 맡았던 도편수가 절 아랫마을에 사는 주모에게 돈과 집물을 맡겨 두었는데, 공사가 끝날 무렵 주모는 그 돈과 집물을 가지고 행방을 감춤. 이에 도편수는 울분을 참을 길이 없어 그 여자를 본뜬 형상을 나체로 만들어 추녀를 들고 있게 했다는 전설</p>	

- 보문사 : 신라 선덕여왕 4년(635)년에 회정대사가 금강산에서 수행하다가 절을 창건하였는데, 관세음보살이 상주한다는 산의 이름을 따서 산의 이름을 낙가산이라고 하였고, 중생을 구제하는 관세음보살의 원력이 광대무변함을 상징하여 절의 이름을 보문사라고 하였다. 보문사는 석모도 낙가산 중턱에 위치해있으며 보문사 마애석불에서 내려다보는 낙조는 시야가 넓어 서해의 드넓은 바다를 한눈에 바라 볼 수 있는 절경이라 할 수 있으며, 새벽 동틀 무렵에 듣는 절 앞바다의 파도소리와 눈썹바위의 마애관음보살상은

예로부터 강화 8경에 드는 명승으로 사시사철 절경을 자랑하고 있다.

- 적석사 : 낙조대 적석사는 태고의 신비스러움을 간직하고 있는 관음기도 도량으로 1600여년 전인 고구려 장수왕 4년(AD416년)에 창건된 전통사찰이다. 고려 시대에는 선원사에서 팔만대장경을 제작하여 적석사에서 봉안했었다고도 하는데 몽고의 침입으로 인한 강화천도시에는 이곳 적석사가 일시적으로 임금의 거처가 되기도 하였고 정명 공주가 난을 피해 이곳에서 살았다고 한다. 적석사 대웅전 아래에 자리한 사적비는 1714년(숙종 40년)에 세워진 것이다. 글씨는 백하 윤순 선생의 작품인데 조선시대에 있었던 절의 중건중수 내용이 기록되어 있다. 당대의 명필이었던 백하선생의 작품인 적석사 사적비는 금석학의 명품이라고 말할 수 있다. 삼성단은 낙조대 오르는 길목인 범바위 아래에 있으며, 석조 치성광여래와 산신, 독성을 모시어 산신각이라고도 한다. 이러한 이유로 현재에도 치병, 사업발전 등을 발원하는 기도객들의 발걸음이 끊이지 않고 있다. 적석사 낙조대는 해질 녘의 일몰이 대단히 아름다워 강화8경중 제1경으로 일컬어지며 점점이 깔린 섬들 사이로 떨어지는 낙조는 가히 선경으로 불리우며, 낙조대에 모셔진 해수 관음보살상은 관음기도 도량인 적석사의 상징이다. 적석사 뒷산은 낙조봉이라 불리우며, 해발 365m의 정상에 자연 조성된 1만여 평의 억새밭은 또 하나의 절경이다. 산 정상에서는 맑은 날에는 북한을 향해 해를 바라볼 수 있고, 북녘땅을 가장 넓게 관망할 수 있어 통일교육의 현장으로 활용되기도 한다. 또한 낙조봉에서 억새밭을 지나 10여분을 걸어가면 넓게 펼쳐진 솔밭이 있어 삼림욕장이 되기도 하며, 선사시대의 유적인 30여 기의 고인돌군이 있어 이를 찾는 이들에게 역사교육의 장이 되고 있다.
- 강화성공회성당 : 1890년 성공회가 우리나라에 처음으로 전파된 후 1893년 영국인 왕란도 신부가 강화 갑곶나루를 통해 들어와서 1900년 강화읍 관청리로 교회를 옮기고 현재의 한식중층 건물을 지었다. 이 성당은 한국성공회에서 가장 오래된 교회 건물로 정면에 서서 교회를 바라보면 104년의 세월을 지켜내고 있는 건물이라고는 생각할 수 없게 잘 보존되어 있다. 건물의 걸모습은 전통한옥을 본떠 지어졌는데, 정면 5개의 주련은 불교 사찰의 것과 흡사하게 보인다. 한자로 쓰여 있지만 내용은 성경문구를 따온 것이다. 지붕 용마루 끝에 치마기와 대신 십자가를 올려놓은 것이 기독교 건물임을 나타내는 유일한 표시이다.

□ 문제점

- 문화유산에 대한 훼손 및 안내판, 시설물 및 홍보 체계의 미비함.
- 디자인 개발 범위가 광범위하여 중점적으로 개발할 디자인 포인트를 선정해야 함. 특히 종교와 깊이 관련되어 있어 자칫 종교개념이 다른 사람들에게 거부감을 줄 수 있기 때문에 체계화된 기획이 필요함. 또한 축제의 경우 내용면에서 중복되거나 축제의 성격에

부합되지 않는 행사가 대부분이기 때문에 체계화된 기획이 필요함.

- 학문적 연구와 민족 성지화 의식 필요함. 또한 문화상품, 콘텐츠가 미개발된 상태임

□ 전략 및 과제

○ 성지관광 환경개선사업

- 마니산 등산로와 주변 환경 기반시설 정비사업
- 민족성지의 이미지 구축을 위한 축제의 아이덴티티 개발 사업
- 하늘과 땅을 연결해주는 이미지를 담은 안내판, 사인, 스트리쳐퍼니처 등의 환경개선사업
- 마니산, 고려산, 참성단, 전등사, 적석사, 보문사, 강화성공회성당 등 주변의 기반시설 확충 및 안내판, 사인유도 시스템 및 환경 개선사업

○ 종교문화재 복원 및 개선 사업

- 오련사 문화원형 복원 사업
- 강화성공회성당 복원사업

○ 성지스토리 기반하의 콘텐츠 개발 사업

- 강화도의 역사문화유산을 기반으로 한 디지털콘텐츠 육성을 통해 지역경쟁력 강화
- 성지화 장소디자인 개발 및 콘텐츠 브랜드 개발을 통한 영상, 애니메이션, 게임, 음반 등 문화콘텐츠 산업을 중심으로 창조산업 클러스터 구축
- 칠선녀를 이용한 캐릭터 및 플래쉬 게임 개발사업
- 3D를 이용한 참성단 문화원형 복원사업
- 단군부족연합, 제정일치군장이 사상을 기반으로 한 교육 콘텐츠 개발사업
- 전등사 및 강화도의 전설을 이용한 플래시 애니메이션 개발사업

○ 성지 문화상품 개발사업

- 천지인(하늘, 땅, 인간과의 조화를 중시), 홍익인간(인간을 널리 이롭게 함)의 사상을 담은 문화상품 개발사업
- 고려산의 진달래, 적석사, 역새발을 이용한 자연문화상품 개발 사업
- 전등사 은행나무와 나녀상, 보문사 등 불교성지를 주제로 한 문화상품 개발
- 성공회 성지 순례와 관련된 문화상품 개발



[그림 6-7] 성지유적관광벨트 전략 체계도

다. 해양관광벨트 구축

□ 위치

- 인천광역시 강화군 교동, 삼사, 서도면 일대, 길상면, 화도면 일대

□ 비전

- 해양관광벨트 구축(교동, 석모도, 서도를 연결하는 생태+웰빙의 로하스 휴양.관광기능 확충으로 관광경쟁력 강화)

□ 목표

- 석모도 해양.휴양관광특구, 강화갯벌 지역발전특구 지정
- 친환경 농업과 휴양, 관광기능을 연계하여 웰빙.휴양 벨트 조성(주5일 근무제, 교통인프라 확충, 수도권 주민의 여가 수요 등을 고려하여 친환경 농업과 휴양, 관광자원을 연계하여 수도권의 웰빙.휴양 공간 구축)

□ 필요성

- 수도권 관광지로서 이점을 살린 휴양, 레저시설의 개발을 통하여 세수의 증대와 고용

창출로 강화도 지역경제 활성화와 균형발전 도모할 수 있기 때문에 관광·휴양 자연의 적극적인 개발이 필요함.

- 석모도 : 석모도를 오가는 여객선을 따라오는 '새우깡 갈매기' 때의 볼거리와 해안도로를 따라 자전거로 하이킹할 수 있는 색다른 여행이나 경험을 제공할 수 있음(관광브랜드), 지역 특산물로 섬쌀·순무·뱅대이젓갈·새우젓 등과 천일염전으로 유명함(웰빙 특산물), 시월애, 취화선 등의 영화촬영장소로 유명한 곳임(장소의 명소화 가능)
- 강화갯벌 : 세계 4대 갯벌로서 보존학적 가치와 자원적 가치가 매우 높으며, 강화의 남부지역과 석모도, 불음도 등 주변에 산재한 대규모의 갯벌은 넓이가 1억 3천 6백만 평으로 여의도의 52.7배에 달하는 단일 문화재 지정구역으로는 가장 넓은 지역임. 또한 철새의 이동경로상 시베리아, 알래스카 지역에서 번식하는 철새가 일본, 호주, 뉴질랜드로 이동하는 중 먹이를 먹고 휴식을 취하는 중간휴게소에 해당하며, 갯벌 보전과 환경 측면에서도 중요한 의의를 가지고 있음. 세계적으로 희귀종인 저어새(천연기념물 205호) 뿐 아니라 다수의 희귀조류가 서식하고 있어 해양생태계 보호 지역으로 가치가 높음(한국산 계 17종 중 13종 서식, 희귀종 갑각류와 38종 어류 서식, 30여종의 해안식물이 군락을 형성, 그밖에 다수의 곤충 서식) 천연기념물로 지정된 저어새는 숟가락처럼 생긴 부리를 좌우로 저어가며 먹이를 찾는 모습이 특이해 저어새라 하며 보존학적, 생물학적 연구자원으로 가치가 높음. 즉, 생태 관련 교육용 콘텐츠 자료가 풍부하며, 생태공원으로의 가치성 높음

□ 자원특성 및 현황

- 강화갯벌 : 천연기념물 419호로 지정된 강화갯벌은 우리나라에서 보존 상태가 양호한 몇개 남지 않은 갯벌로 아마존, 지중해, 일본해와 더불어 세계 4대 갯벌 중 하나이며, 경제적 생산성은 물론 자연 정화능력, 해양생태계의 보물창고로서 아주 중요한 곳이다. 특히 썰물 때면 무려 1천8백만평의 갯벌이 펼쳐지고 물이 빠지면 직선거리로 4km까지 갯벌 지대로 변한다. 또한 겨울철에는 장봉도 너머로 해가 떨어질때 이 낙조를 보기 위하여 전국에서 몰려드는 관광객과 전문 사진사들이 줄을 잇고 있으며, 세계적으로 희귀종인 저어새의 번식지이다.

[표 6-12] 강화갯벌센터 사업현황

사업	내용
강화갯벌센터	<ul style="list-style-type: none"> ○ 위 치 : 강화군 화도면 여차리 934-6 ○ 면 적 : 부지 28,204m², 건물 704m²(213평)/지하1층, 지상2층 ○ 사 업 비 : 2,467백만원 (국비 970 시비 710 군비 787) ○ 사업기간 : 2002 ~ 2005년 ○ 주요시설 : 철새 생태 조망전망대, 전시실, 실내교육장, 탐방로 등 (2004.11 건축물 준공, 2004.12 진입로 정비 및 조경공사 완공) ○ 기대효과 : 자연환경의 중요성 인식과 철새조망 등 지역을 찾는 관광객에게 자연학습의 장소로 제공, 지역주민과 함께하는 친환경적인 관광자원 개발로 주민소득 증대 및 지역경제 활성화 도모

○ 석모도 : 해명산, 상봉산, 상주산의 3개의 산이 있어 삼산면이란 지명이 생겼으며, 인천광역시 강화군 삼산면에 딸린 섬으로, 면적은 42.841km², 해안선길이 41.8km으로, 고려시대 말엽까지는 석모도·송가도(松家島)·어류정도 사이에 조수(潮水)가 드나들어 선박이 왕래하였는데, 주로 예성강과 한강을 드나드는 화물을 수급하였다. 1895년 행정구역 개편 때 교동군에 속하였다가 1910년 강화군에 편입되었음. 산과 바다가 조화를 이루어 경치가 좋으며, 석모도 서남쪽에서 보이는 서해낙조가 유명함. 또한 자연학습장으로 이용 가능한 민머루해수욕장, 보문사 등이 있으며, 보문사는 남해 보리암, 양양 낙산사 흥련암, 여수 돌산도 향일암과 함께 우리나라 4개 관음기도도량이며, 6백여년의 향나무, 바다에서 건져 올렸다는 23개의 '나한' 석상, 높이 10m, 폭 3m의 마애석불좌상, 거대한 동굴들의 연계자원이 풍부함. 연계자원으로는 민머루 해수욕장, 해안도로, 염전, 저수지, 특산물, 보문사 석실, 나한석상, 보문사 마애석불좌상, 보문사 맷돌, 천인대, 보문사 눈썹바위 등이 있음.

□ 기존 사업현황

○ 현재, 강화군에서 진행되고 있는 사업현황을 나타낸 것이다.

[표 6-13] 강화 아일랜드스파 휴양지 조성 사업현황

사업	내용
강화 아일랜드스파 휴양지 조성	<ul style="list-style-type: none"> ○ 위 치 : 길상면 초지리 해안 일원 ○ 면 적 : 138,900m²(42,017평) ○ 사 업 비 : 300억원 (민간자본) ○ 사업기간 : 2005 ~ 2007년 ○ 주요내역 : 해수사우나, 전망대, 갯벌체험.놀이.숙박시설 등 ○ 기대효과 : 관광진흥을 위한 체류하며 즐길 수 있는 종합레저.휴양시설 개발로 지역경제 활성화 도모

[표 6-14] 강화 어촌체험 관광마을 조성사업현황

사업	내용
어촌체험 관광마을 조성	<ul style="list-style-type: none"> ○ 위 치 : 길상면 동거리 일원 ○ 면 적 : 부지 113,145m², 건물 7,767m ○ 사 업 비 : 500백만원 ○ 사업기간 : 2004 ~ 2006년 ○ 사 업 량 : 1개소(진입로, 산책로, 전망대, 화장실 등) ○ 기대효과 : 어촌 체험관광마을 조성으로 관광어촌과 어업인 소득증대 기여

□ 문제점

- 석모도는 교통의 불편함과 섬이라는 특성 때문에 개발이 용이하지 않으며, 유적의 훼손상태가 심하며, 거의 보호받지 못하고 있는 실정임.
- 기반시설의 부족, 홍보체계 부족, 시설물디자인, 스토리 미개발 및 보완 필요함. 또한 개발시 환경단체, 지역주민들과의 마찰이 예상되며, 문화재보호구역, 군사보호지역으로 체계적 개발의 난항이 예상됨

□ 전략 및 과제

○ 생태환경+웰빙 이미지 재정립

- 석모도 해양관광특구 지정(보문사낙조, 민머루해수욕장, 해안도로에 대한 환경개선 사업이 시급하며, 휴양과 레저를 즐길 수 있는 해양관광도시로서의 다양한 콘텐츠가 마련되고 기존시설의 재개편이 요구됨)
- 강화갯벌지역발전 특구 지정(강화갯벌내에 관람하고 체험할 수 있는 생태공원을 조성하고, 송해면에 위치한 은암자연사 박물관(사립)을 이전한 후 운영에 대한 전폭적 지원이 요구됨)
- 환경개선사업, 환경개발 사업, 소프트웨어 및 홍보 개발 사업(강화갯벌 및 장화 1리, 장화 2리의 낙조마을 환경 개선사업을 시행하고, 지속적 홍보가 요구됨)

○ 강화갯벌, 교동, 석모도, 서도의 네트워크 구축

- 웰빙형 휴양체험 관광 소프트웨어 개발(길상면, 회도면, 삼사면, 교동면을 잇는 휴양 체험관광 네트워크를 구축하고, 휴양시설 및 관광소프트웨어의 개발)
- 강화갯벌 축제화 사업의 지원 및 확대(세계적 갯벌이라는 명성을 구축화 할 수 있는 갯벌 축제 사업을 통한 관광연계)
- 강화도 특산물을 이용한 건강식품 산업과의 연계(웰빙형 체험관광과 인삼, 순무, 약쑥 등의 건강식품과의 연계 강화)



[그림 6-8] 해양관광벨트 전략 체계도

라. 호국평화 관광벨트 구축

□ 위치

- 인천광역시 강화군 강화읍, 선원, 불은, 길상면, 화도면, 양도면 일대

□ 비전

- 호국의 성전을 기반으로 한 평화의 이미지 재정립

□ 목표

- 호국평화 관광벨트 구축(역사적 기반하의 호국 이미지 강화, 남북통일의 평화이미지 강화)

□ 필요성

- 강화도는 호국의 성전으로서 우리 역사의 교훈과 안보의식을 고취할 수 있는 곳이다.

강화는 천혜의 요새로써 나라에 어려움이 닥치면 왕이 이곳으로 피신을 했으며, 고려궁지가 이곳에 자리 잡음으로 인해 당시 이 지역이 강화의 종주적 역할을 하게 되었다. 따라서 강화산성 및 진보돈대의 시설이 설치되고 많은 역사적 사실을 내재하고 있다. 대몽항쟁의 본거지이며, 끊임없는 외세의 침략에 저항한 우리 민족의 자주정신과 국난극복의 역사적 교훈을 안겨주는 곳이기 때문에 이러한 호국문화유산을 기반으로 관광객들에게 나라를 지키는 호국의 정신과 평화의 소중함을 일깨우는 관광 벨트의 구축이 필요하다. 세부적인 유산별 필요성은 다음과 같다.

- 강화산성 : 39년간 대몽항쟁을 위한 고려궁지를 둘러싼 도성이며, 조선 후기 병인양요·신미양요와 일본 침략에 의한 강화조약을 체결한 수많은 외세 침략의 역사적인 현장으로서 대몽항쟁 및 그 밖의 끊임없는 외세침략 등 국토수호에 대한 민족의 염원을 담고 있음. 강화도 호국유산 중 가장 많은 스토리가 내재되어 콘텐츠 개발이 용이하며, 강화읍, 강화대교와 근접한 위치성을 활용한 장소마케팅의 효과를 볼 수 있음. 또한 성 다지는 소리의 민요와 연계시켜 개발이 가능
- 진보돈대 : 전략적 요충지인 강화도의 영하에 위치함으로써 고려 때부터 외성을 쌓아 둘 만큼 자연지형이 험준한 요새로서 강화해협과 맞닿아 아름다운 자연경관과 강화도 전지역에 골고루 분포됨. 애운이 담긴 신미양요와 운요호 사건의 역사적 장소이며, 나라를 지키기 위해 목숨을 바친 수많은 사람들의 이야기와 우리 역사와 관련 깊은 전쟁과 스토리가 많이 내재되어 있어 다양한 콘텐츠로 개발하여 사람들의 공감을 얻을 수 있으며, 강화해협과 맞닿아 있어 아름다운 자연경관을 자랑하며 넓은 터가 있어 역사문화축제의 장으로 활용 가능성이 높음
- 고려궁지 : 고려시대부터 조선시대까지의 병자호란, 병인양요, 신미양요 등의 침략에 맞서 싸운 호국유산이기 때문에 강화읍을 대표하는 문화유산이 될 수 있도록 유지 보수에 신경을 쓰고 있으며, 주변에 연계할 수 있는 관광자원이 풍부하게 자리 잡고 있음. 또한 다양하고 폭넓은 스토리가 깊게 내재되어 있으나 충분한 포괄성을 가지려면 공감대가 필요함.

□ 자원현황

- 강화산성 : 인천광역시 강화군 강화읍에 있으며, 국가지정문화유산 사적 132 호 지정되어 있는 강화산성은 1232년에 축성되어 39년간 대몽항쟁을 위한 강화읍을 둘러싼 도성으로 고려 원종 11년(1270)에 개경으로 수도를 다시 옮기면서 몽골과 강화조약의 조건으로 성을 모두 헐게 되어, 조선 전기에 내성이었던 강화성을 축소하여 다시 지었음. 규모가 매우 광대하여 강화읍 선원면 일대를 돌려 쌓았으나 몽고군의 강요로 헐리었고 이후 조선 초에 이르러 토성을 석성으로 개축하였으나 병자호란 시 일부 파손되어 효종

3년(1652)에 보수하였으며 강화도 조약이 체결된 곳임. 1637년 병자호란 때 청군에 의해 다시 파괴당하였고, 숙종 3년(1677)에 성을 보수하면서 모두 돌로 쌓고 넓혀 지음. 높은 곳에서 망을 보기 위한 장대와 성 위에서 몸을 감추기 위한 여장 등의 방어시설도 갖추고 있었으나 여장은 모두 무너졌음. 동문인 망한루(望漢樓), 서문인 첨화루(瞻華樓) 남문인 안파루(晏波樓) 북문인 진송루(鎭松樓)가 남아 있으며 비밀 통로인 암문 4개와 수문이 2개 남아 있음. 결론적으로 강화도가 지역적 위치적으로 수도 방위를 위해 중요한 요충지였음을 수많은 내, 외성을 통해 알 수 있음

* 연계자원	
 <p>충렬사</p>	 <p>김상용 순절비</p>
<p>* 성 다지는 소리</p> <p>우리고장의 민속놀이로 성돌이 또는 성밟기라 하며 성을 쌓기 전에 지반을 굳게 다지는 작업과정에서 노동력을 집중시키기 위한 소리. 음력으로 윤달이 드는 해 4월 8일을 기하며 각 마을에서 농악을 선두로 부녀자들은 음식물을 만들어 머리에 이고 뒤따라가면서 성곽을 밟고 돌았다함. 근세에 까지 성을 도는 행렬을 볼 수 있는데 이는 무병장수를 빈다는 뜻과 만년대길의 의미가 함축됨</p>	

- 진보돈대 : 강화도 외곽에 위치하여 강화도 전체를 지키는 전략적 요충지이며, 해상으로 침입하는 외적을 막기 위하여 조선 효종 7년(1656)에 구축한 요새이며, 고종3년(1866) 천주교 탄압을 구실로 침입한 프랑스군 극동함대와 격전지이고, 고종 8년(1866) 통상을 강요하며 내침한 미국아세아 함대가 처음 상륙한 곳이며, 고종 12년(1875) 8월 침공한 일본군함 운양호와 치열한 격전을 벌였음. 또한 일본군함 운양호의 침공으로 강화도에 의한 강화도 수호조약(병자수호조약)을 맺어 인천, 원산, 부산항을 개항하게 되고 또한 우리나라의 주권을 상실하게 되는 계기가 되었던 곳임



- 고려궁지 : 고려궁지는 지금으로부터 760여년전 몽고의 침입을 방어하기 위해 강화로 천도해온 고종은 약 2년에 걸쳐 연경궁을 본궁으로 궁궐과 관아를 지어 건물의 명칭을 전부 개성의 궁궐과 똑같이 하고 궁궐뒷산도 송악산이라 불렀다고 한다. 1231년에는 몽고의 침략을 당하게 되는데 고종은 다음해에 왕실과 조정 관료와 함께 모두 강화로 천도하였다. 그 후 1270년 개성으로 환도할 때까지 39년(1232~1270) 동안 몽고군과 대치하는 투쟁의 역사를 경험하였고 고려 무인 정권의 군사적 배경이 되어 몽고와 항쟁했던 삼별초가 개경 정부와 대립하였다. 이때의 역사적 업적은 고려가 몽고와 항쟁하는 와중에 남긴 팔만대장경 조판이며, 국보 제133호 청자진사연화문표주자로 고려청자 가운데 가장 훌륭한 작품으로 평가되고 있다. 또한 남쪽 마니산 정상에 참성단을 쌓았다. 병자호란과 병인양요 때 프랑스군에 의해 거의 불타 없어졌고 지금은 동헌과 이방청만이 남아있으며 남아 무너진 것을 유수부로 개축하였고, 이름은 고려궁지이지만 현재의 건물은 모두 조선 후기에 지어진 것이다. 정문은 승평문이었고 양쪽에 삼층루의 문이 두 개가 있었으며 동쪽에 광화문이 있었다.

연계자원 : 강화동종, 유수부동헌, 유수부이방청, 외규장각, 홍릉	
 강화유수부동헌	 강화동종
 홍릉	
<p>* 외규장각 1781년 정조가 왕실 관련서적을 보관할 목적으로 강화도에 설치한 도서관으로, 왕립도서관인 규장각의 부속 도서관의 역할을 하였음. 설치이후 왕실이나 국가 주요행사의 내용을 정리한 의궤를 비롯해 총 1000여권의 서적을 보관하였으나 병인양요 때 프랑스군이 일부 서적을 약탈하고 나머지는 불타 없어졌음. 약탈해간 도서 가운데 프랑스 국립도서관에 보관되어 있는 도서는 191종 279권에 달하며 이 중에는 한국에 필사본이 없는 유일본이 포함되어 있음. 1993년 프랑스에서 돌려준다고 했으나 아직까지 돌려받지 못함</p>	
<p>* 강화유수부이방청 강화유수부 안에 있는 이방·호방·예방·병방·형방·공방 6방의 건물 중 이방청으로 조선 중기의 관청 건물. 조선 효종 5년(1654)에 유수 정세규가 세웠고, 정조 7년(1783)에 유수 김노진이 건물 내부를 고쳐 궐흘당이라고 불렀음. 나무로 된 1층의 기와집으로 ㄷ자형이며, 지붕 옆면이 여덟 팔(八)자 모양인 팔작지붕집. 명위헌에 없는 뒷마루가 이방청에 있는 점이 특이함. 조선시대 지방의 이방청을 알 수 있는 귀중한 자료</p>	

□ 기존 사업현황

- 현재, 호국평화의 이미지를 구축하기 위해 강화군에서 추진되고 있는 사업현황이다.

[표 6-15] 재적봉 전망대 조성사업 현황

사업	내용
제적봉 전망대 조성	<ul style="list-style-type: none"> ○ 위 치 : 양사면 북성리, 철산리 제적봉 일원 ○ 면 적 : 9,920m²(3,000평) ○ 사 업 비 : 80억원 (국비 30, 민자 50) ○ 사업기간 : 2004 ~ 2006년 ○ 주요내역 : 전망대, 전시시설, 주차장 등 ○ 기대효과 : 안보관광지 개발로 다양한 관광객의 욕구충족 및 관광객 수요 증대, 낙후된 민북지역의 지역경제활성화 및 지역균형발전 도모, 강화와 북한의 특산물 판매로 주민소득 증대 기여

□ 문제점

- 진, 보, 돈대의 성질이 비슷하기 때문에 각각의 장소에 대한 특징이 없으며, 시각적인 볼거리가 부족함으로 랜드마크적 장소디자인 개발 필요.
- 강화산성 : 남북쪽 산자락은 잘 보존되어 있으나 현재 성의 동쪽 부분은 없어지고 전체적인 보존상태가 매우 좋지 않아 개발에 어려움이 있으며 많은 비용이 예상됨
- 진보돈대 : 대부분의 진보돈대의 보존상태가 나쁘기 때문에 돈대의 터와 성의 기초만 남아 있어 예전의 모습을 찾아보기 힘들
- 고려궁지 : 고려궁지 안에 문화유산들의 복원으로 인한 고전적인 멋의 감소, 훼손, 이전으로 인해 장소디자인과 스토리의 연결에 어려움이 있음

□ 전략 및 과제

○ 호국관광 명소화 사업

- 호국평화박물관 건립사업(광성보, 초지진 부근에 호국평화를 교육하고 체험할 수 있는 박물관을 건립하고, 호국평화와 관련된 축제도 개최함, 전쟁의 역사를 가지고 있기 때문에 고대전쟁기념관으로 사업전개도 가능함)
- 강화산성, 고려궁지 공원화 사업(소도읍육성사업의 추가적 개발을 지원하고 스토리 발굴을 통해서 운영할 수 있는 소프트웨어를 개발함)
- 홍보 브로슈어 및 웹사이트 개발(호국유산을 체계적으로 홍보할 수 있는 브로슈어의 개발과 단편적 정보 제공의 형태로 구축되어 있는 기존의 홈페이지를 대폭적으로 개편하여 역사적 사실 및 전설, 의미를 구체적 스토리로 제공함)

○ 장소디자인 강화 사업

- 진, 보, 돈대의 통합적 장소디자인 개발 사업(호국과 평화의 상징성을 가장 잘 나타낼 수 있는 진보돈대의 장소디자인을 위하여 안내판, 사인유도시스템을 정비하고, 랜드마크 조형물의 설치, 기타 기반시설의 확충)
- 호국유산 복원사업(현재 일부 유실된 진보돈대 내부의 무기고, 창고 등 관련건물과 문루 등을 복원함)

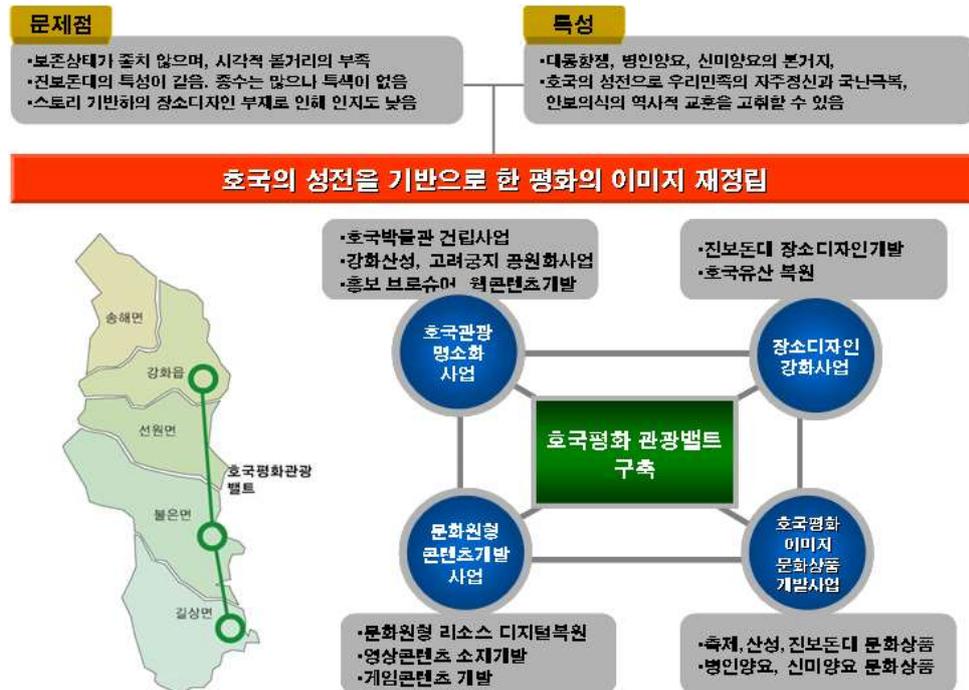
○ 문화원형 콘텐츠 개발 사업

- 강화산성, 고려궁지, 외규장각 문화원형 디지털 복원사업(호국에 대한 교훈과 역사적 스토리를 바탕으로 3D 복원개발, 2D 기반의 플래시 애니메이션 개발, 성 다지는 소리의 사운드 콘텐츠 개발 등 디지털콘텐츠산업에 활용 가능한 리소스 개발 사업의 전개)
- 영상콘텐츠 소재 개발사업(총렬사, 순절비 등 주변 문화유산 애니메이션, 시나리오 개발을 통한 영화용 소재 개발)

- 게임 콘텐츠 개발사업(강화외성, 고려궁지, 진보돈대, 병인양요, 신미양요를 기반으로 한 전략시뮬레이션 게임 개발)

○ 문화상품 개발 사업

- 문화상품 개발(축제 및 산성과 관련 있는 문화상품 개발, 진보돈대, 병인양요, 신미양요 등 스토리와 관련 있는 문화상품 개발)



[그림 6-9] 호국평화관광벨트 전략 체계도

4. 건강식품산업 육성 전략

□ 위치

- 인천광역시 강화군 일대

□ 비전

- 강화의 건강식품산업의 브랜드 개발 및 강화

□ 목표

- 청정 강화에서 생산되는 건강식품산업의 브랜드 개발을 통한 신시장 진입과 시장확대를 통한 농가소득 증대도모

□ 필요성

- 건강증진에 유효한 식품의 총칭(자연 식품, 순정(純正) 식품, 강화 식품 외에 기능성 제품도 포함됨)을 의미한다. 건강식품산업이라는 분야는 국내에서는 웰빙 신드롬으로 인하여 폭발적인 수요를 불러일으키고 있으며, 특히 건강기능성식품산업⁴⁰⁾의 경우는 보건복지부와 식품의약품안전청 등 관련 부처는 물론 한국보건산업진흥원 등 산하 연구기관 등도 건강식품산업 활성화에 적극 나서고 있는 상황임. 강화도의 특산물은 대부분이 건강식품 관련 제품으로 총 10개(인삼, 순무, 사자발약쑥, 섬쌀, 노랑속고구마, 밴댕이, 새우젓, 참깨 및 꽃게, 버섯류, 포도)이고, 현재 계속적으로 개발 중에 있음. 특히, 인삼, 사자발약쑥은 예전부터 알려져 있는 대표적 약초 특산물이며, 순무, 섬쌀, 속노랑고구마, 포도 등은 대표적 건강식품임.
- 인삼 : 인삼은 효능이 탁월하여 지역경제 발전과 농가 소득증대에 충분한 산업성을 부여할 수 있음. 타지방의 인삼보다 탁월하고 원기를 보호하고 혈액 생성을 왕성하게 하며 폐 기능을 강화시키고 체내에 독을 제거하는 영약이며, 다른 나라의 삼보다 그 효능이 우수하여 외국을 상대로도 경쟁력이 있으며 산업성이 높으며, 현재의 트렌드인 웰빙에 잘 부합되는 생산자원이라 할 수 있음.
- 순무 : 순무는 맛이 좋을 뿐더러 몸에도 좋기 때문에 다양한 종류로 개발하여 독특한 향과 맛을 살린다면 다른 김치류와 차별화되어 모든 사람들에게 구매되어 질 수 있기 때문에 브랜드에 대한 인지도를 높이고 홍보와 아이덴티티 구축을 한다면 강화도의 특산품으로써 산업성은 충분하며, 체계적인 홍보와 아이덴티티를 구축한다면 강화에서 주 소득원으로써 지역경제 활성화에 도움이 되는 특산품이라 할 수 있음. 현재 기능성 쌀인 순무쌀 등이 시판되고 있음.
- 강화섬쌀 : 섬쌀이란 브랜드는 강화 전 지역의 농가에서 수매한 벼 중에서 고품질의 벼만을 모아 가지고 강화농협에서 고유의 상표로 개발한 것이며, 개별 브랜드로 교동도청 동오리 강화쌀, 송해 믿음맛쌀, 이화의 월백하고, 해풍쌀 등이 있음. 강화지역 토양의 특성은 카드늄, 구리, 납, 아연 등 중금속에 오염되지 않아 친환경 농산물 생산에 유리한 지역이기 때문에 강화도 지역 주민의 주요 수입원이 되고 있음. 따라서 강화의 지형적, 기후적 특성을 잘 반영해 주는 양질의 섬쌀로써 연구 개발한다면 지역경제 발전과 농가 소득증대에 충분한 산업성을 부여할 수 있음. 현재 유통되는 가격은 타지역의 제

40) 건강기능성식품은 1984 ~ 1986년에 일본의 문부성 특정연구사업의 하나인 「식품기능의 계통적 해석과 전개」에서 처음 거론되어, 영양성(1차)과 기호성(2차)에 식품의 생체조절성(3차기능)을 강조하여 3차 기능을 주 기능으로 한 식품을 「기능성 식품(Physiologically Functional Food)」이라는 용어로 칭함. 생체방어, 신체리듬 조절 등의 기능이 생체에서 충분히 발현될 수 있도록 설계되고 일상적으로 섭취 가능한 식품을 말하며, 일본 보건후생성에서(1991년)는 특정 보건용 식품 (FoSHU: Food for Specified Health Use)이라는 법적인 용어를 만들고, 2001년 4월 보건기능식품(Health Function Foods)으로 제품형태의 범위를 확대하여 개정하였음. 특히 1994년 제정된 Dietary Supplements Health Education Act (DSHEA) 법이 미국 의회에서 통과됨으로써 형성이 되어 현재 대략 산업시장 규모는 200억불 시장으로 발전되고 있음.

품에 비해 1.5배정도 높은 수준이며, 패키지 디자인의 주민 만족도는 높은 편이나, 대부분이 포장에 신경을 쓰지 않고 판매를 하고 있음. 이에 대한 장기적 대책이 필요한 상황임.

- 강화 사자발약쑥 : 잎과 뿌리, 줄기에 각각 다른 효능을 가진 약액성분을 함유되어 있으며, 잎에는 비타민 A, B, C가, 뿌리에는 아르데모즈라는 성분이 함유되어 있어 각종 질병 예방과 치료제로 널리 사용되고 있음. 효능이 탁월하여 연구 개발한다면 지역경제 발전과 농가 소득증대에 충분한 산업성을 부여할 수 있음

□ 자원현황

- 인삼 : 강화의 대표적인 특산물로 6년근 인삼의 주산지이며, 강화의 특산품일 뿐 아니라 우리나라를 대표할 수 있는 좋은 수출품으로 개성을 중심으로 재배되던 고려 인삼이 한국 전쟁이후 피난민(개성인)들이 강화에 이주하면서 개성인삼의 전통을 이어왔음. 수삼, 홍삼, 백삼, 태극삼으로 분류되며, 사람의 형태를 닮았다 하여 인삼이라 함. 강화도 경지면적의 10%인 400ha에서 재배되고 있으며, 사계절이 뚜렷한 기후와 토양조건이 품질 좋은 인삼을 재배하는데 매우 적절함. (제품 : 수삼, 홍삼, 백삼, 태극삼, 인삼차, 인삼엑기스, 인삼젤리의 형태로 개발되어 있음)
- 순무 : 유럽과 시베리아의 반온대지방이 원산지이며 우리나라에서는 중국에서 도입되어 삼국시대부터 재배하였다는 재배설이 있으며, 강화도에서 1천년 이상 재배되어온 대표적 특산물임. 고려 향약구급방(1236~1251)에 종자가 약재로 쓰였다는 기록과 조선 중엽 허준선생의 동의보감에 순무에 관한 기록이 있으며, 강화도에서의 순무재배 역사는 조선 중엽 무렵에 재배하였다는 문헌이 전해오며 순무로 담은 김치는 임금님께 진상하였다고 함. 특히 「95 광주비엔날레 김치대축제」에서 최우수상 수상, 「97 김치박람회」에서 농림부장관상 수상할 만큼 숙취해소, 치질과 만성변비, 침침한 눈을 밝게 해주며, 소변을 잘 통하게 하고 배에 물이 가득 찬 증세, 비만증에 탁월한 효과가 있으며, 동의보감에 의하면 순무는 오장을 이롭게 하여 간기능 증진에 도움을 주어 간장 질환에 이롭고 종기를 치료하는 우수한 특산품임. 강화지역에서는 오늘날까지 김치의 재료로 가장 보편화된 채소의 일종으로 맛과 영양 면에서 우수하고, 형태와 회백색 또는 자백색, 자적색의 특이한 색상을 지니고 있으며, 다른 무와 달리 겨자향의 인삼맛이 감미로우며 강화순무의 생김새는 독특한 팽이모양의 둥근형임.(생순무, 순무 석박지, 순무미용비누, 순무쌀, 순무김치, 순무죽국수 등 가공식품으로 개발되어 있음)
- 강화섬쌀 : 강화지역은 사면이 바다로 둘러싸여 있고, 일조시간이 길(인근지역대비 일조시간 8,9월의 일일평균시간)며, 토양 중 미생물과 토양 양분의 균형이 적당하며, 사시사철 해양성 기후의 영향을 받고 있고 토양에 마그네슘 함량이 많으며, 밤낮의 기온

차 또한 전국 어느곳보다 뚜렷하여 곡식의 품질이 우수함. 따라서 섬쌀은 밥 알갱이가 희고 통통하며 기름지고, 윤기가 흐르며, 밥맛이 뛰어나 옛부터 임금이 드셨다는 강화 쌀은 밥맛과 영양이 매우 뛰어난 우수한 품질 보유하고 있음. (석모도 해풍쌀, 향(香)기 능성 골드 미, 순무쌀, 설화, 아끼바리쌀 등으로 판매되고 있음)

- 강화 사자발약쑥 : 한의약계에서는 강화의 사자발약쑥의 효능이 세계 제일이라 평할 정도로 효능이 좋으며, 약재 외에도 다양한 상품 등으로 상품화되어 판매되고 있음. 여성들의 각종 부인병, 성인병 예방효과 및 지통, 각종 난치병에 효험이 있음. 쑥의 잎의 생김새가 사자발 모양이며 뒷면에 흰털이 나있는 강화의 토종약쑥으로 은은한 박하향기가 나는 것이 특징임. 삼국유사 단군신화, 동의보감기록 (마니산과 해안가를 중심으로 줄은 약쑥이 자생), 신증동국여지승람 : 강화의 토산품에 “사자족애” (獅子足艾)로 기록, 방약합편(方藥合編) : 습초(濕草)중 약쑥을 “사자발쑥”으로 기재되어 있으며, 쑥의 신성한 효험은 이미 단군시화에 웅녀가 마늘과 강화약쑥을 먹어 오래 전에 입증되었음. 동의보감에는 이 쑥을 두고 '각종 부인병에 특효약'이라고 칭하기도 함. 현재 강화의 약쑥 재배농가는 모두 96농가, 재배면적은 10ha임.



[그림 6-10] 강화도의 특산품 현황

□ 기존 사업현황

[표 6-16] 특산물 진흥사업 현황

사업	내용
농촌전통 테마마을 육성	<ul style="list-style-type: none"> ○ 사업장소 : 내가면 황청리 용두레마을 ○ 사업비 : 200백만원(2003~2004) ○ 사업내역 : 옛날장터 재현(옛원두막외 10종), 민박농가 육성(8가구 16실), 주민 의식교육(28회), 농산물 포장지 개발(3종) 등 ○ 기대효과 : 지역 농특산물의 명물명품화로 농가소득 증대 도모, 도.농교류를 통한 도시민의 농업에 대한 이해 및 농촌자원 상품화
지역 특화작목 육성	<ul style="list-style-type: none"> ○ 유망 작목 재배면적 확대 : 찰쌀보리(40→80ha), 고구마(130→186ha) ○ 딸기 재배기반 조성을 위한 우량묘 생산 보급 : 32,600본 ○ 강화약썩 명품화 육성 : 재배면적 확대 및 가공상품 개발 (10품목 23종) ○ 강화순무 품종 고정화사업 추진 : 모본선발(3종), 움 저장(2,500본) ○ 인삼 해가림시설 지원 : 34천칸, 204백만원
강화섬쌀 명품화사업 추진	<ul style="list-style-type: none"> ○ 강화섬쌀 포장재 지원 : 360천매 (60백만원) ○ 인지도 제고를 위한 홍보 : TV CF(4개방송 676회), 지하철 광고 등 ○ 토양개량사업 추진 : 5,684톤 425백만원
신 활력지원 사업	<ul style="list-style-type: none"> ○ 사업명 : 특화작목의 브랜드 파워 창출 및 시제품개발사업외 4개 사업(강화한육우 브랜드 육성사업, 군민을 위한 사이버 교육, 농어촌 지역혁신체계 구축 및 관광농업 체험 프로그램 개발사업, 강화군 새우젓 명품화 사업) ○ 사업비 : 72억원(년차별 지원) ○ 사업기간 : 2005 ~ 2007년 ○ 주요내역 : 지역 특화사업 연구, 개발비 등 ○ 기대효과 : 지역혁신을 통해 새롭게 활력을 회복하는 계기 마련, 농촌과 도시가 더불어 잘사는 균형발전사회 실현
강화 농특산물 인터넷 쇼핑몰 운영	<ul style="list-style-type: none"> ○ 도메인 : 강화장터, http://www.ghmart.com (2004. 2. 12개장, 2004년 11말 매출액 누계 : 68,098천원, 회원수 : 2,500명) ○ 사업비 : 40백만원(홈페이지 제작 25, 장비 구입 및 임차료 15) ○ 위탁 관리업체 : (주)강화마트 ○ 상품등록 : 40개류 130품목 ○ 향후 추진계획 : 저온저장 및 직배송시스템 도입을 통한 매출 확대, 소량 다품종 농산물 판매를 위한 공동포장.판매 시범사업 추진, on.off-line을 통한 지속적인 홍보 ○ 기대효과 : 영세농가에 대한 농.특산물 생산.판매 지원 확대, 우리군의 농.특산물과 관광.서비스 상품에 대한 공신력 증대, 지역 이미지 제고 및 정보화 마인드 확산에 따른 지역개발 촉진

□ 문제점

- 가격 경쟁력이 우수한 외국산 농산물의 수입과 농촌 노동력의 부족 및 과다한 인건비로 수요가 맞지 않아 재배 면적 확보가 어려운 실정이며, 건강기능식품에 대한 대국민 홍보 부족과 초기 시설투자비의 과다지출, 인력 및 전문성의 부족 등의 문제점이 있음.
- 현재 강화도의 특산품과 특산물은 별도의 인증제도가 없다. 물론 강화특산물이라는 로고를 사용할 수 있지만, 이는 누구나 사용할 수 있기 때문에 인증제도 표시로서의 의미가 없다. 따라서 소비자들에게 품질인증제의 브랜드 인지도가 낮은편이며 특히, 지역 주민의 디자인 의식 미비로 인한 홍보 프로모션 전략의 어려움이 있음.

[표 6-17] 강화도 특산물 심벌마크

심 볼	내 용
	강화도의 대표적 특산물에 사용되는 심벌마크이지만 특별한 허가나 인증 없이 강화도에서 생산하는 생산자는 누구나 사용할 수 있다. 따라서 대내외적인 신뢰도나 인지도를 형성하기 힘든 단점이 있다.

□ 전략

- 본 연구에서는 SWOT 분석을 통해 건강식품자원의 전반적인 전략을 도출하였다.

[표 6-18] 건강식품자원 SWOT 분석

강점(Strength) 요인	약점(Weakness) 요인
<ul style="list-style-type: none"> * 비옥한 평야가 많고 기후가 온난하여 친환경 농작물 재배에 적합하며, 타 지역과 차별화 되는 순무, 사자발약쑥, 섬쌀 등 건강자원 풍부 	<ul style="list-style-type: none"> * 기반시설 및 인프라가 구축되어 있지 못하여, 타지역과의 차별화 포인트가 없음 * 개별브랜드의 산재로 인한 마케팅, 홍보 부족하여 시장확대 및 신시장 진입이 어려움 * 생산농가의 감소로 인하여 생산자원의 재배 면적이 감소되고 있음
기회(Opportunity) 요인	위협(Threat) 요인
<ul style="list-style-type: none"> * 인천시, 서울시 등 수도권의 대규모 소비 시장과 접근이 매우 용이함 * 21세기 시대적 흐름인 웰빙, 로하스의 관심증대(웰빙, 몸짱 열풍)와 주 5일제 근무와 관련된 휴양, 레저 시장의 급상승 및 건강식품의 관심이 증대됨 	<ul style="list-style-type: none"> * 중국 등 해외의 값싼 수입 농수산물로 인하여 인한 가격 경쟁력이 저하되고 있으며, 강화도 자체의 노동력 부족으로 생산성이 저하되고 있음.

- 아래 [표]는 건강식품자원의 디자인 산업화 전략을 제안한 것으로 특화마을 지정 및 육성, 건강식품산업의 통합브랜드 개발, 홍보, 유통체계 확립을 통한 시장확대화, 다양한 제품개발과 우수품종 연구개발을 실천전략으로 도출하였다.

[표 6-19] 건강식품산업 디자인 산업화 전략

구분	전략	실천과제
SO	특화마을 지정 및 육성	<ul style="list-style-type: none"> * 건강식품 특화마을 지정 및 육성 * 특화작목 재배 농가 지원 * 재배단지 체험 학습장 건립
ST	건강식품산업 통합브랜드 개발	<ul style="list-style-type: none"> * 건강식품산업 브랜드개발 * 품질인증제 도입을 통한 품질향상
WO	홍보, 유통체계 확립을 통한 시장확대화	<ul style="list-style-type: none"> * 아이덴티티 확립을 통한 브랜드 인지도 향상 * 통합패키지, 통합홍보체계 구축 * 웹마켓플레이스 지원 확대
WT	다양한 제품개발과 우수품종 연구개발	<ul style="list-style-type: none"> * 건강기능성식품의 제품 다각화 * 건강기능성식품산업 강화

○ **인삼, 순무, 사자발약썩 특화마을 지정 및 육성**

- 건강식품 특화마을 지정 및 육성(대표생산자원인 인삼, 순무, 사자발약썩의 특화마을을 지정하고 환경개선사업을 시행하여 인삼, 순무, 사자발약썩의 랜드마크의 이미지를 강화하고, 특화마을 운영에 대한 마케팅 지도가 이루어져야 함)
- 특화작목 재배 농가 지원(특화마을 생산농가에게 저리로 자금 융자 및 지원을 통해 생산성 향상 및 품질 향상을 도모하고, 생산단지로서의 확대 필요)
- 재배단지 체험 학습장 건립(생태형+레저형+건강형 관광 상품화를 위하여 재배단지 체험 학습장을 건립하고 체험학습 소프트웨어를 개발하고 지원함)

○ **건강식품산업 통합 브랜드 개발**

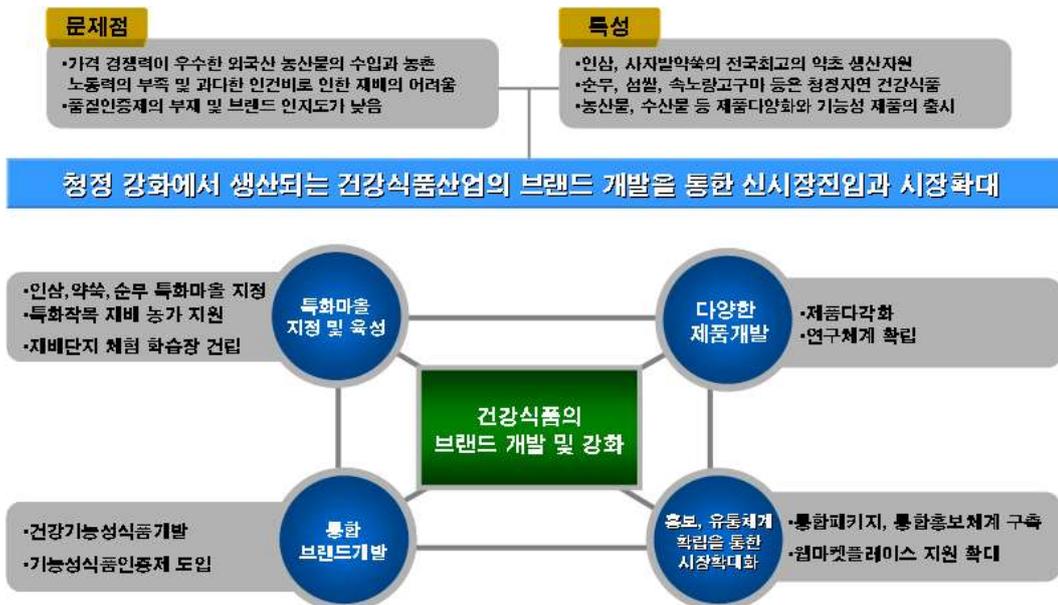
- 건강식품산업 브랜드 개발(순무, 섬쌀, 새우, 포도, 속노랑고구마 + 강화인삼, 사자발약썩 = 건강기능성식품 개발로 브랜드 인지도 향상시키고, 로하스 마케팅을 강화)
- 기능성식품인증제 도입을 통한 품질향상(특산물, 특산품의 가치와 특수성, 품질을 인정받기 위해서는 품질을 높이기 위한 연구와 개발을 병행, 기존의 강화특산물 로고의 사용도 품질인증제에 맞추어 사용)

○ 온, 오프라인 홍보·유통체계 확립을 통한 시장확대화

- 통합패키지, 통합홍보체계 구축(생산자와 강화군청, 전문 홍보프로모션 업체와의 컨소시엄을 통한 제품 통합패키지를 개발하고 광고프로모션을 통해 제품의 인지도를 향상시킴)
- 웹마켓플레이스 지원 확대(강화군청에서 지원되고 있는 (주)강화마트를 집중 육성시키고, 기존의 특산품과 특산물의 쇼핑센터 확대 및 전통 재래시장의 웹마켓플레이스를 지원하고 활성화를 도모함)

○ 다양한 제품개발과 우수 품종 생산을 위한 연구 개발

- 건강기능성식품의 개발을 통한 제품 다각화(타 지역과 차별성과 특이성을 지닌 순무와 세계적으로 가장 효능이 좋은 사자발약쑥 등을 결합시킨 기능성 식품 개발이 요구됨, 현재 개발되어 있는 제품들을 좀더 다양화하고 기능적으로 향상시킴)
- 건강기능성식품 연구체계 확립(생산자, 강화군청, 농업기술센터와의 협력체계를 구축하여 연구체계를 확립함, 외부기관과의 협력체계도 필요함)



[그림 6-11] 건강식품산업 육성전략 체계도

5. 완초공예산업 육성전략

□ 비전

- 완초공예산업 육성을 통한 강화지역경제 기반 활성화 및 전통공예 보존

□ 목표

- 완초공예 산업특구 지정(송해면 일대를 완초공예산업 특구로 지정하여, 산업혁신기반을 마련하고 클러스터 형태로 발전시켜 지역경제 활성화를 유도)

□ 특성 및 필요성

- 강화지역에서만 생산되는 왕골(완초)로 제작되는 대표적인 민속공예품으로 고려시대와 조선시대에 왕실에서 주로 사용한 예술적 가치를 인정받은 진귀품이며, 중국에 보내는 증여품 및 외국과의 중요한 교역품으로도 활용되고 있음.



[그림 6-12] 완초공예 생산품 현황

- 강화도의 입지적 자연환경에서 생산되는 모든 초경재료 중 재질의 특질이 가장 우수한 재료인 반면 완초껍질(완피)이 주는 광택의 빛은 다른 초경재 제품과 비교할 수 없는 우수한 제품이며, 한국의 민속 공예품으로 예술적 가치를 인정받은 진귀품이기 때문에 경쟁력을 가지고 있으며, 무형문화재 완초장(이상재)으로 지정되어 있음.
- 전국 화문석 생산량은 전라남도 나주, 함평에서 1%, 인천광역시 강화군이 99%를 차지하고 있음. 인천광역시 강화군의 대표적인 특산품으로 20년전만해도 4300가구가 화문석, 화방석, 꽃삼합, 기타 등을 한해 10만점 넘게 생산하였음. 그러나 90년대 들어 카펫, 등나무, 대나무, 나무(용제) 등의 자리가 인기를 끌면서 쇠퇴, 생산량과 농가가 크게 줄고 있는 상황이며, 2005년도 기준으로 생산농가는 158가구, 생산량은 2955점으로 파악되고 있음, 가구당 한해 20점 안팎의 화문석이나 화방석을 생산했음.
- 평조직의 화문석(규격:1500x2100) 제작은 보통 2~3인이 1조가 되어 엮으며, 3~4일이

소요됨. 또한 재료가 다루기 쉬운 성질 덕분에 거의 대부분의 형태를 만들 수 있으며, 일반적으로 한국전통문양을 사용하고, 염색과 굵기의 조절이 용이하며 특별한 도구 없이도 다양한 기물을 창작할 수 있음. 따라서 입체조각의 집물(꽃삼합)의 경우 각 개인의 손에 의한 ‘기’와 ‘예’의 소산물이며, 시설과 생산비 부담이 적음으로 농가에서 쉽게 접근할 수 있음.

- 계절을 초월하여 선물하였던 역사깊은 전통공예품으로서 우리의 정서 및 감정에 맞으며, 자연 친화적 제품이라 몸에도 좋아 건강을 지향하는 로하스 트렌드와 잘 부합됨

□ 기존 사업현황

[표 6-20] 강화화문석문화관 사업 현황

사업	내용
강화 화문석문화관 건립	<ul style="list-style-type: none"> ○ 위 치 : 강화군 송해면 양오리 630-1번지 일원 ○ 규 모 : 부지 9,884m²(2,990평), 건물 1,047m² ○ 사 업 비 : 2,300백만원 (국비 1,000, 시비 700, 군비 600) ○ 사업기간 : 2003 ~ 2005년 ○ 주요시설 : 전시관, 공동작업장, 체험학습장, 판매장, 영상홍보관 등 (실시설계 완료 및 사업착공, 2005. 6월 개관 계획) ○ 기대효과 : 전통문화의 계승 발전과 문화체험 및 교육의 장으로 활용, 전통공예품 이미지 제고로 지역경제 활성화 및 농가소득 증대 도모

□ 문제점

- 외국산 초경 및 유사성 제품의 다량 수입으로 인한 제품 감량으로 생산성 저하
- 홍보부족으로 인한 제품의 우수성에 대한 인지도가 낮으며, 유통경로가 제한되어 있음
- 최근 10년동안 개발된 디자인이 없으며, 왕골 재배 면적의 현격히 감소되고 있음

□ 전략 및 과제

○ 완초공예 브랜드 개발 및 육성

- 완초공예품의 디자인 개발(현재 진행되고 있는 완초공예디자인 공모전을 폐지하고, 강화완초공예전통보존회, 강화군청, 외부디자인 전문기관이 컨소시엄을 맺어 신시장을 개척하기 위한 화문석의 다양한 디자인 개발이 이루어져야 함. 또한 패키지 디자인과 완초공예 안내책자 및 홍보물 개발에 많은 노력을 기울여야 함)
- 완초공예품 디자인의 데이터베이스(DB)화(외부에 위탁개발된 화문석 문양디자인(최소 500개)의 데이터베이스화를 통해 완초공예품 생산농가에게 디자인을 지원)
- 품질 인증제 도입(완초공예품은 수공예 제품이며 제품 가격이 고가인 관계로 명품브

랜드로 육성시키기 위해서는 품질을 향상시켜야 되며, 이에 따른 품질인증제 제도의 도입과 기술개발이 이루어져야 함. 이를 위해서는 1차적 생산체제를 2.3차 생산체제로 전환하여야 함)

- 문화상품 개발지원을 위한 기술연구 지원(농업기술센터와 협력하여 왕골의 활용기술이 개발되어야 하며, 다양한 아이디어 문화상품개발이 개발되어야 함)

○ **완초공예 보존 사업 강화**

- 완초공예 관련단체 지원 강화(강화완초공예전통보존회 및 화문석협동조합의 운영지원과 사업에 따른 지원체계를 강화해야 함)
- 왕골생산 농가의 확대를 위한 자금지원(왕골생산농가의 축소로 인하여 왕골생산량이 감소되고 있기 때문에 왕골생산농가에게 저리로 자금을 지원하여 생산농가의 확대 필요)

○ **완초공예 주무부서 체계화**

- 완초공예 전담부서 설치(현재 강화군청의 1인 공무원 체계를 확대하여, 완초공예 관련 전담팀을 설립하여 체계적으로 개발, 관리)
- 담당공무원의 업무 연속성 강화(완초공예품의 장기적인 지원을 위해서는 전담공무원이 디자인을 전공하지 않은 이상 최소 4년이상 담당업무를 진행하여야 함)

○ **화문석 문화관 소프트웨어 개발 및 지원**

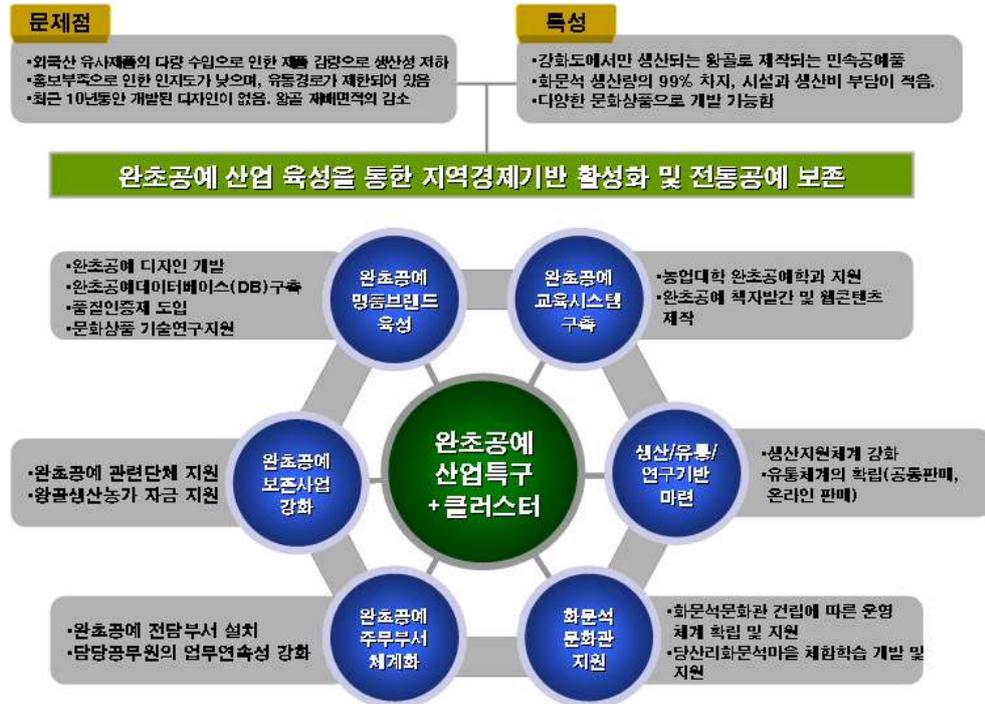
- 화문석 문화관 건립에 따른 운영체계 확립 및 지원(완초공예품이 고가이며, 한국의 전통공예품이기 때문에 완초공예와 관련된 다양한 전시개발과 작가 양성, 주민들 및 관광객의 홍보 및 교육, 완초공예품의 연구에 대한 지원체계를 확립해야 됨)
- 당산리 화문석마을 체험학습 등의 소프트웨어 개발 및 적극적 지원(당산리 화문석마을 지정에 따른 랜드마크 조형물 설치와 왕골재배의 체험학습, 화문석 역기의 체험학습, 문화상품 개발 체험학습 등의 교육 프로그램을 마련)

○ **생산/유통/연구 기반 마련**

- 생산지원체계 강화(왕골생산과 완초공예품 생산 농가에게 생산자금 지원사업 시행)
- 유통체계의 확립(유통은 개별적 판매단계에서 공동판매를 강화하여 기존의 토산품 판매장과 강화마트 등 온라인 전문쇼핑몰을 적극적으로 지원하여 유통경로의 체계화 시키고 홍보프로모션 이용하여 시장을 확대 운영함)

○ 완초공예 교육시스템 구축

- 농업대학 완초공예학과 지원(강화군 농업기술센터에서 운영하는 농업대학 완초공예 학과의 지원과 강화 인근 대학과의 협력체계를 구축함)
- 완초공예 책자 발간 및 웹콘텐츠 개발(현재, 국내에 완초공예 책자는 전무한 상태임. 따라서 책자와 웹콘텐츠를 개발하여 완초공예품의 보존 및 홍보에 활용함)



[그림 6-13] 완초공예산업 육성전략 체계도

제 7 장 종합결론 및 건의



제 1 절 기대효과와 활용방안

- 지금까지 강화도 지역문화자원의 디자인 산업화 전략을 제안하였다. 즉, 강화도 이미지 강화를 위해 역사문화자원을 기반으로 한 한민족의 역사박물관의 도시, 호국유산의 역사적 배경 및 남북통일을 고려한 호국평화의 도시, 생태와 웰빙의 트렌드를 기반으로 한 로하스의 도시로 비전을 설정하고, 관광산업, 건강식품산업, 완초공예산업을 지역발전 특화전략산업으로 설정하고, 이를 육성시킬 수 있는 전략 및 과제에 대해서 제안하였다.
- 본 연구에서 진행된 강화도 지역문화자원의 디자인 산업화 전략을 통해서 얻어지는 가장 큰 기대효과는 강화도 지역문화자원의 브랜드 가치를 상승시켜 정책적, 경제적, 사회문화적인 기대성과를 누리는 것을 의미한다.

1. 정책적 측면

- 첫째, 강화도 지역문화자원의 체계적인 조사와 지역주민의 디자인 개발 인식도를 기반으로 강화군청, 기업, 지역주민들이 디자인 산업에 활용할 수 있는 기초 자료로서의 활용이 예상되며, 이를 통해 디자인 관련 정책 및 사업전개에 큰 도움이 될 수 있을 것이다.
- 둘째, 인천시의 국가균형발전 대책의 일환으로 강화도의 균형발전을 도모할 수 있을 것이다. 또한 장기적인 강화도의 디자인 마스터 플랜이 수립되어, 이를 기반으로 다양한 세부 전략을 수립할 수 있는 기초가 마련될 것이다. 이를 통해, 강화도 지역의 위상이 상승될 것이며, 강화도 지역의 대내활동이 원활하게 되어 디자인 산업의 기반이 다질 수 있을 것으로 예측된다.
- 셋째, 본 연구에서 제안될 방법론을 활용한다면 타지역에서도 적용 가능한 디자인 산업화 모델의 개발 방법론이 가능해질 것이다. 또한 지역문화의 정체성을 기반으로 다양한 자원의 디자인 산업화와 연관된 세부전략 도출 및 디자인 개발 예상 결과물의 창출이 가능하리라 예측된다.
- 이외에도 강화도의 소재, 표면처리, 색채연구, 트렌드 개발 등의 디자인 기초 기반기술 및 선도 기술 개발의 기초 연구가 될 것으로 예상된다.

2. 경제적 측면

- 첫째, 강화도 지역 경제의 활성화에 도움을 줄 수 있는 연구가 될 것이다. 강화도는 역사, 박물관 도시로서의 문화관광 산업의 성장 잠재력이 매우 크므로, 지속적인 디자인 기술 개발 지원 및 기반 시설 구축이 이루어진다면, 강화도 지역문화 상품의 경쟁력을 높이고, 다양한 사업전개를 통해 강화도 지역의 산업적 잉여 및 일자리 창출이 자연스럽게 가능해질 것이며,

이는 강화도 경쟁력 강화의 기초가 될 것이다. 이외에도 산업적 효과를 즉각적으로 발현하지는 못할지라도, 적어도 지역 경제의 인프라 구성에 큰 역할을 할 것으로 기대된다.

- 둘째, 본 연구 데이터를 통해서 강화도 지역별 특화 산업과 연계된 디자인 개발 프로젝트 추진이 가능해지며, 생산자 단체와 공동으로 지역의 대표 브랜드 상품을 개발할 수 있는 기초 데이터의 활용이 예상된다. 따라서 강화도의 관광 브랜드, 특산품 브랜드, 문화유산 브랜드의 개발의 기초자료로 활용 가능할 것이다. 또한, 강화도 지역의 상징성 및 아이덴티티, 문화상품의 외관 디자인, 문화재의 문양, 이미지, 색상, 지역민들이 사용한 생활용품, 놀이 문화 등을 기반으로 사업 포트폴리오를 적용시킬 수 있는 기반이 될 수 있을 것이다.
- 셋째, 강화도 지역문화자원에서 발견된 콘텐츠 기반의 시나리오 및 스토리텔링 개발로 인하여 게임개발과 캐릭터개발, 애니메이션의 문화원형 리소스 연구에 좋은 자료가 될 것으로 예측된다.

3. 사회문화적 측면

- 첫째, 강화도 지역의 고유문화를 자원화하여 산업화함으로써, 문화가 산업이라는 강화도 지역민들의 마인드가 생성될 것이며, 이를 바탕으로 자체적으로도 많은 문화자원을 자체적으로 개발하여, 응용할 수 있는 다양한 시도가 나타날 것이다.
- 둘째, 지역경제와 국가경제에서 문화의 키워드를 어떻게 풀 수 있을까하는 과제에 도움이 될 것이며, 또한 문화자원의 산업화, 유형별 디자인 전략모델의 기반 기술로 활용될 수 있을 것이다. 또한 지역문화를 세계화시킬 수 있는 기반이 될 것이며, 향후 디자인 기반기술 개발의 연구 자료로 활용 가능할 것이다.
- 셋째, 디자인 학문적으로 지역문화자원 디자인 개발에 대한 기초 기반 연구가 될 것이며, 지역의 가치 창출(value creation)과 지역문화자원의 브랜드 전략의 기초 연구가 될 것이다.

제 2절 건의사항

1. 디자인 주무부서 체계화

- 강화도 지역의 주민들을 면대면 조사한 결과 문화자원에 대한 인식은 뛰어나지만, 이를 전략적으로 브랜드화시킬 수 있는 방법에 대해서는 잘 모르고 있었으며, 강화군이나 정부에서 행해주기를 바라고 있었다. 결론적으로, 디자인 관련 사업에 대한 투자액이 크게 증가하는 시점에 강화도 주민 의식의 개선이 필요하고, 체계적인 디자인 지원을 위한 디자인 주무부서 체계화의 구축이 요구된다.
- 현재 강화도의 디자인과 관련이 있는 부서는 문화관광과, 경제교통과, 도시개발과 등이다. 문화관광과에서는 문화재의 홍보를 주 업무로 하며, 경제교통과의 지역경제팀은 특산품인 화문석을 관리하고 기업지원팀은 상품의 품질을 증명해 주는 공산품 원산지 표시 업무를 담당하고 있다. 그리고 도시개발과에서는 소도읍 육성 사업을 담당하고 있다. 결론적으로 디자인 관련 사업을 전담할 부서가 없다고 할 수 있는 상황이다. 따라서 강화도의 문화유산의 통합적인 발전과 개발, 디자인과의 접목을 위한 주무부서가 없다는 것은 강화도의 발전에 큰 장애 요인이다. 이러한 상황에서 본 연구에서는 다음과 같은 새로운 부서를 제안한다. 강화도 지역문화자원의 디자인 산업을 효과적으로 수행하기 위해 분산된 디자인 업무를 한 부서에 집중시키는 전략이다. 아래 [표]는 강화군청의 디자인 관련 주무부서를 제안한 것이다.

[표 7-1] 디자인 주무부서 제안 1

부서별	팀별	주요 업무
문화관광과	문화재	문화재 종합개발계획 수립 및 개정, 문화재 보호, 보수, 관리
	관광기획	관광기획업무 총괄, 지역문화축제 지원, 관광안내판 유지관리, 자연사박물관 사업추진, 화문석,공예,특산품 관리 등
	디자인팀	군정의 홍보 및 보도, 강화소식지, 고인돌캐릭터 업무, 지역문화축제 디자인, 화문석 및 공예, 문화상품 디자인
	관광진흥	관광진흥업무 총괄, 관광자원 조사통계, 관광종합계획 수립 및 운영, 갯벌센터 관리 및 운영 등
	문화체육	성화채화, 민원처리, 지방문화예술의 진흥 등

[표 7-2] 디자인 주무부서 제안 2

부서별	팀별	주요 업무
디자인과	홍보팀	홍보 및 보도자료, 소식지, 디지털 콘텐츠 관리, 지역문화축제
	도시환경	도시환경시설 디자인
	문화상품	고인돌캐릭터, 화문석, 문화상품 디자인, 특산물 디자인

- 현재의 도시경제과, 문화관광과, 경제교통과 등의 행정부서에서 단타성으로 하는 디자인 관련 사업을 디자인과를 신설하여 추진하고, 강화도 디자인 관련기관들의 관리와 여러 민간단체들의 사무국 기능을 동시에 수행하는 역할을 한다. 이를 통해 지역디자인 산업 중심으로 급변하는 지역경제 활성화 시책을 뒷받침할 수 있는 디자인 전담조직 및 인력의 확보가 예상될 수 있을 것이다.

2. 생산/유통/연구 시스템 체계 강화

가. 생산-유통 체계 강화

- 현재 강화도의 제조업 생산기반은 다른 부분과 비교해 보았을 때 비교적 잘 갖추어져 있지만 유통과 시장관련 기반은 매우 미흡한 실정이다. 유통의 경우 온라인상으로는 강화군에서 지원하는 강화마트(<http://www.ghmart.com>)를 중심으로 특산품을 홍보하고 판매할 수 있는 온라인마켓이 형성되어 있으며, 오프라인 상으로는 특산물 판매장과 마트, 재래시장 등이 형성되어있다. 문제는 유통체계가 체계적이지 못하며 강화도내의 시장이 좁을 뿐더러 더 이상의 시장 확보가 어렵다는 것이다. 결국 지역주민의 소득 증대와 강화도 지역의 경제 활성화를 이루기 위해서는 강화도 내의 시장 활용만으로는 힘들기 때문에 시장 확보 및 확대가 불가피한 실정이다. 가령, 강화도의 특산물인 보라색의 독특한 순무와 사자발약쑥, 화문석등의 생산품은 강화도 지역의 특징을 잘 반영한 특산물과 특산품이다. 그러나 이 특산물들은 중소규모의 영세한 생산업체에서 각기 다른 상표와 패키지를 가지고 같은 제품을 생산해 내고 있는 실정이다. 생산업체들은 생산비와 인력에 중복투자를 하고 있으며, 질적인 향상을 높이기 위한 연구 활동이 활발하지 못한 실정이다, 또한 유통 경로를 확대하지 못했으며, 그 효능 면에서도 우수하고 디자인 면에서도 크게 떨어지지 않는데도 불구하고 인지도가 낮은 상황이다. 총체적으로 분석해 보았을 때 강화도는 내부에 생산, 유통구조가 어느 정도 갖추어졌다고는 하나 시장이 좁고 유통구조와 경로가 체계적이 못하며 강화도 내의 디자인 산업과 지역문화자원의 활성화를 위한 연구 단체와 대학의 관련 학과의 부재는 강화도 지역활성화의 큰 걸림돌

이 될 수 있는 상황이다.⁴¹⁾

- 특히, 기존의 재래시장과 특산물 판매점에서 행해지면 유통채널을 웹마켓플레이스로 확대해야 될 것이다. 이를 위해서 강화군에서 지원하는 강화마트(<http://www.ghmart.com>)를 적극적으로 지원해야 될 것이다. 또한 물류센터, 냉장시설 등의 시설확충도 이루어져야 할 것이다.

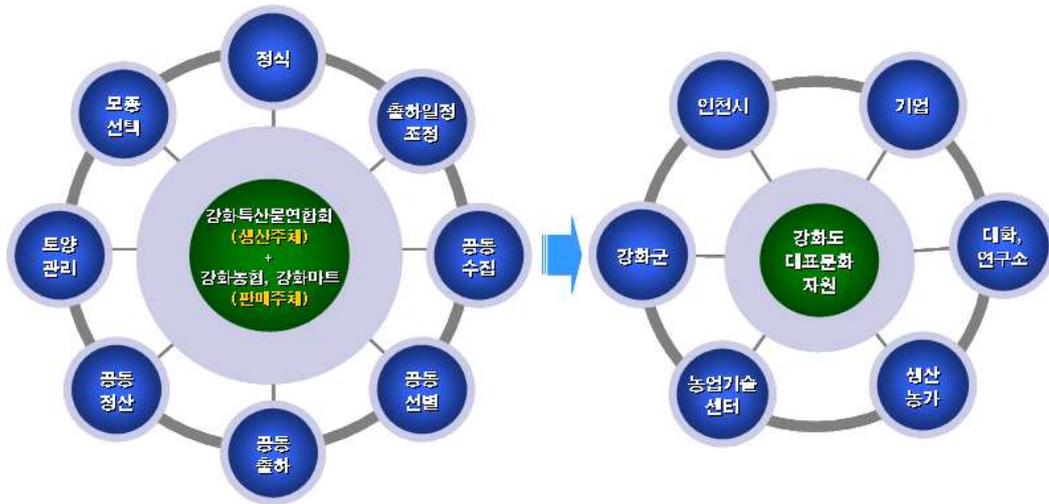
나. 연구체계 강화

- 본 연구의 궁극적인 목표가 강화도 지역의 디자인 산업의 경쟁력을 높임과 동시에 지역 주민의 삶의 질을 향상시키기 위한 기반 연구이기 때문에 때로는 몇 년이 걸릴 지 알 수 없는 지루하고, 힘든 여정이다. 또한 상당히 많은 비용과 자원이 투입되더라도 이를 뒷받침 할 수 있는 창의적인 문화와 시스템이 구비되지 않으면 실패 할 수 있는 위험요소도 가지고 있다. 현재 강화도에는 체계화된 연구시스템이 확립되어 있지 못하다. 따라서 강화군청, 농업기술센터, 강화발전연구원, 대학, 외부연구기관 등 다양한 연구시스템을 연결시켜 운영해야 될 것이다. 물론 행정체계가 인천시 소속으로 되어 있기 때문에 강화군 자체적 자율성에 많은 어려움이 있지만, 이는 장기적으로 풀어나가야 될 문제점으로 사료된다.
- 이외에도 강화발전연구원에 디자인팀을 구성하고, 디자인 종합계획, 디자인 관련기금 등의 내용을 연구하고, 또한, 강화군청에서는 디자인 진흥체제를 강화하기 위하여 정책전문가, 산학연 관계기관, 관계 공무원, 디자인 및 법률전문가로 구성되는 디자인심의기구를 설치하여 강화도의 지역혁신정책을 뒷받침할 수 있는 디자인 관련 법적근거인 지역 디자인 혁신조례 제정을 마련해야 될 것이다. 이를 통해서 디자인에 대한 마인드를 확산하고, 디자인 정책 및 산업진흥정책의 거시적 틀을 제시할 수 있으며, 지역 연구개발 전담기구의 설치로 연구개발 관리의 전문성 제고 및 사업 중복을 사전에 조정할 수 있고, 지역의 전략산업 및 특화산업 지원에 필요한 R&D사업과 지역의 기술력 향상을 도모할 수 있을 것이다.
- 본 연구는 과업의 성격상 강화도에 대한 상당한 구체성이 포함되어 있지만, 종합적인 골격을 제시하는데 그치고 있는바, 사업의 구체화된 실천을 위해서는 좀더 정밀한 세부 조사와 측정, 고증, 의견수렴, 연구 등이 수반되어 사업시행기본계획이 추가로 수립되어야 할 것이다. 또한 본 연구가 단계별 추진전략 및 시간에 따른 장단기 계획이 포함되어 있지 못하고 있는바 이에 따른 세부 연구도 추진되어야 할 것이다. 이를 위해서는 지역주민과 연구단체의 공동연구로 지속적인 결과가 나와야 되며, 이러한 데이터값이 정책에 반영되어야 할 것이다.
- 결론적으로 강화도 내부의 생산, 유통 체계를 확립하고 근접지역의 유통, 연구와 관련하여 활

41) 미국의 캘리포니아주 샌프란시스코반도의 샌타클래라 일대는 첨단기술 연구단지인 실리콘밸리가 형성되어 있다. 실리콘밸리의 가장 큰 장점의 재료, 유통, 연구개발, 생산 활동 등 첨단기술을 생성하기 위한 일련의 과정과 필요조건들이 모두 근접 지역에 밀집해 네트워크 되어 있어 시간과 유통에 드는 자원을 최소화 할 수 있고 함께 연구를 해나갈 수 있다는 장점이 있다. 그 장점은 단지 장점으로 그치지 않고 어마어마한 수익창출과 기술혁신을 이루어 나가는 원동력이 되었다.

용도 높은 시설과 네트워크를 구축하여야 하며, 지역 전략산업에 필요한 고급 디자이너 인력의 양성 및 배출로 지역 경제 활성화와 국가경쟁력 제고할 수 있을 것이다. 이를 위해서는 내부적으로 디자인 발전위원회(가칭)⁴²⁾ 등을 설립하여, 강화도 디자인 관련 연구를 지속적으로 해야 될 것이다. 세부적인 생산-유통-연구 Pooling System 구축에 대한 제안은 아래와 같다.

[그림 7-1] 생산-유통-연구 Pooling 시스템 구축

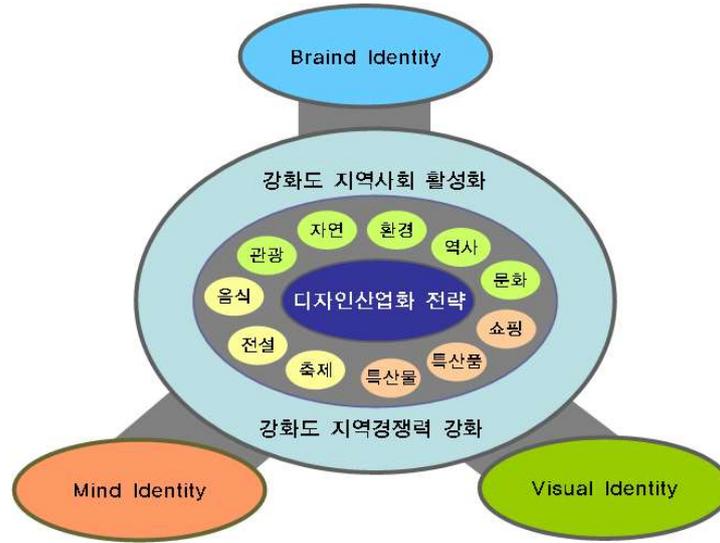


3. 기타 제언

- 강화도 지역개발 사업이 성공적으로 수행되기 위해서는 여러 가지 요건이 필요하겠지만, 디자인 기술 투자의 확대가 이루어져야 할 것이다. 현재 소프트웨어에 해당되는 디자인산업은 투자가 소극적으로 이루어지고 있기 때문에 디자인기술 발전을 위하여는 무엇보다도 디자인 투자가 증대되어야 할 것이다. 따라서 디자인기술 예산을 연차적으로 증액하고, 연구개발 및 전문 디자인 개발에 집중 투자해야 할 것이다. 이러한 지역디자인 기술투자 확대로 디자인 인력양성, 연구기반강화, 지역전략화산업 육성 등의 디자인발전과 지역경제 활성화가 유도될 수 있을 것이다.
- 이외에도 인천시 국가균형발전계획의 강화도 지역연고산업 디자인 지원 강화해야 될 것이며, 소도읍육성사업의 소프트웨어 개발에 공공디자인을 지원해야 된다. 또한 지역주민, 주무부서의 디자인 마인드를 체계적으로 강화시켜야 하며, 모든 지역개발시 디자인 역량을 확대할 수 있는 영화, 게임, 애니메이션, 캐릭터, 방송영 영상물, 음향 등의 첨단문화산업 분야와의 네트워크 강화방안이 요구된다.

42) 산업자원부에서 주관하고 있는 지역디자인센터(DIC)나 문화관광부에서 주관하고 있는 지역문화센터(CRC)가 있지만, 현실적으로 강화도내에는 이러한 기반 인프라를 구축하기에는 미비한 사항들이 많다.

- 강화도 지역문화자원의 디자인산업화 전략이 성공적으로 수행되기 위해서는 지역주민의식 (M: Mind Identity), 지역문화자원의 브랜드(BI: Brand Identity), 시각화 아이덴티티 (VI: Visual Identity)가 상관관계를 가지며, 발전하였을 때 성공할 수 있을 것이다. 또한 앞서 언급한 산업인프라가 구축 되어야 하며 꾸준히 디자인 연구기술개발에 정진해야 될 것이다. 이외에도 강화도 지역주민들의 적극적인 참여와 강화군의 지속적인 개발 의지도 매우 중요하다.



[그림 7-2] 성공요건

- 본 연구에서 제안된 강화도의 지역개발디자인은 국가공업단지계획, 관광특구 지정과 같은 국토이용계획상의 지역개발이 아니다. 또한 디자인계획이나 지역환경디자인(Urban Design)과 같은 환경디자인에서 거론되는 범주의 것도 아니다. 하나의 개체로서의 단품을 디자인하는 프로젝트를 말하는 것도 아니다. 지역의 경제를 일시적으로 활성화시키는 이벤트성 사업을 말하는 것도 아니다. 이상의 것들을 부분으로 하는 전체를 의미하는 것이다. 디자인을 통해서 지역개발을 지원하는 방법은 각각의 지역의 특성에 의해서 여러 가지 형태를 나타낼 것이며, 결코 획일적인 방법론이 존재하지 않는다. 또 즉효성의 면에서 당장 눈에 띄는 성과를 생각하기 어려울 것이다. 장기적인 안목에서 접근되어야 할 것이다.
- 이러한 관점에서 강화도의 지역문화자원의 디자인 산업화 전략은 연계된 자원과 모든 상황, 이를테면 입지조건, 도로교통 상황, 숙박시설 등 모든 기반시설 육성이 함께 뒷받침 되는 통합디자인, 장소디자인, 공공디자인으로 발전되어야 할 것이다. 또한 강화도의 디자인 산업화 전략은 체계화된 전략과 주민들의 의지를 바탕으로 장기적인 비전을 가지고 진행되어야 할 것이다. 또한 세계 어디를 가나 ‘강화도’하면 한국을 대표하는 역사박물관의 도시, 호국평화의 도시, 로하스의 도시로서 명성을 높이도록 정부, 지역, 기업, 주민들이 노력해야 될 것이다.

- 궁극적으로 본 연구 결과가 강화도의 정체성을 기반으로 발굴된 대표 지역문화자원들을 산업적으로 활용하는 방안을 모색함으로써 강화도의 지역경제 활성화의 기초자료로서 활용되기를 바라며, 조상이 물려준 훌륭한 문화유산을 단지 박물관에서 관람하고, 감탄하는데 그치는 것이 아니라, 이를 지역경제의 활성화에 적극적으로 이용하는 것이 오히려 선조들의 위업을 빛내는 일이라 사료되기 때문에 이를 위해서는 더욱 더 깊은 연구가 요구된다.

참고문헌

[단행본]

- 김준태, “20세기 말과 지역문화”, 1997, 나남신서 558
- 구분영, “현대지역사회개발의 이해”, 2004, 형설출판사
- 국가균형발전위원회, “한국의 지역전략산업”, 2004, 폴리테이아
- 김진우 외, “DIGITAL CONTENTS @ HCI Lab”, 2002, 영진닷컴
- 데이비드 아커, “브랜드 포트폴리오 전략”, 2004, 비즈니스북스
- 레오나드 호일, “이벤트 마케팅”, 2005, 경문사
- 문병근, “지식기반경제와 지역발전전략”, 2004, 부산대학교출판부
- 박동 외, “세계의 지역혁신체계”, 2004, 한울 아카데미
- 서중석 외, “동북아 문화공동체의 동아시아 지역 확대방안을 위한 기초연구”, 2004, 통일연구원
- 이경수, “역사의 섬 강화도”, 2002, 신서원
- 이동연, “강화도 미래신화의 원형”, 2003, 푸른세상
- 이형구, “강화도”, 1994, 대원사
- 정근식 외, “지역전통과 정체성의 문화정치”, 2004, 경인문화사
- 최운식 외, “전설과 지역문화”, 2002, 민속원
- 피터 체버튼, “브랜드 관리기술”, 2003, 미래와경영
- D. A. 에이커, 마케팅커뮤니케이션연구회 역, “브랜드자산의 전략적 관리”, 1992, 나남
- 祖田修 外編, 持續的農村の形成, 財團法人富民會館, 1996

[논문 및 보고서]

- 과학기술부, “충남과학기술 중장기 진흥방안”, 2002
- 국가브랜드 경영연구소, “문화를 통한 국가브랜드가치 제고전략 보고서 요약본”, 2003
- 건국대학교조형연구소, “지역개발 디자인을 위한 지역의 대표자원 추출과 평가체계 연구”, 한국디자인진흥원, 2004
- 경기개발연구원, “경기도내 지역.산업브랜드 제고를 통한 특화산업 육성방안 기초 연구”, 2001
- 강신겸, “지역활성화를 위한 지역관광개발 전략”, 삼성경제 제 61호, 1997

- 김명자, “지역축제의 방향을 위한 시론”, 비교민속학연구 Vol. 12, 1995
- 김용웅 외, “유럽의 지역개발 성공사례와 동향”, 국토연구원, 2000
- 김홍식, 경기개발연구원, “경기도 관광 종합개발계획”, 2001
- 김병욱 외, “지역 특성화 방안으로서의 디자인 가치와 역할에 관한 연구” 한국패키지디자인학회 논문집 Vol.11 , 2002
- 김도경, “지역 이미지의 상징성 표현을 위한 가로환경시설물 디자인 개발 연구”, 한국디자인학회 디자인학연구 51호 Vol.16, 2002
- 김남훈, “지역 특화 공동브랜드 디자인 개발 연구”, 한국디자인포럼 9호, 2004
- 김형길 외, “문화관광축제 기념품의 시장분석을 통한 디자인혁신 방안과 마케팅전략 연구”, 2002
- 문화재청, “지정문화재총괄통계”, 2004
- 박노석 외, “지역특성화를 위한 디자인적 접근방안”, 한국디자인학회 디자인학연구 논문집 34호 Vol 13, 1999
- 삼성경제연구소, “문화마케팅의 부상과 성공전략”. CEO Information 372호, 2002
- 삼성경제연구소, “문화자원 개발과 지역활성화 전략”, Issue Paper, 2004
- 삼성경제연구소, “문화마케팅의 부상과 성공전략”. CEO Information 372호, 2002
- 삼성경제연구소, “지역활성화 정책의 현황과 발전방안”, Issue Paper, 2005
- 이현식, “강화 화문석 문화마을 조성방안 연구”, 1999.12
- 인천광역시, “강화종합발전계획 (2001년-2020년) 요약보고서”, 2001
- 이현식, “강화 화문석 문화마을 조성방안 연구”, 1999.12
- 임관혁, “지역축제의 관광상품화 방안에 관한 연구”, 경기대학교 서비스경영전문대학원, 2000
- 이광호, “지역개발 디자인의 기본 개념”, 건국대학교 조형연구소 8집, 2002
- 이원섭 외, “지역의 특성화 발전을 위한 산업별 수위도시 육성방안”, 국토연구원, 2004
- 추명희, “전남지역 이벤트관광의 특성과 변화과정에 관한 연구”, 전남대학교, 1999
- 최수명 외, “농촌계획지원용 지역자원평가시스템 구축(I)”, 농촌계획 Vol.3, 1997
- 최수명 외, “농촌계획지원용 지역자원평가시스템 구축(II)”, 농촌계획 Vol.4, 1998
- (재)한국공예문화진흥원, “2003 문화관광상품 개발전략 세미나 종합보고서”, 2003
- 하상오, “지역진흥을 위한 디자인개발 프로그램”, 한국디자인학회 디자인학연구 45호 Vol.15, 1999

부 록 - 기초조사 설문지



강화도 지역문화자원의 디자인 산업화 전략 연구

기초자료 설문지

안녕하십니까?

서경대학교와 상원미술관에서는 산업자원부, 한국디자인진흥원 의뢰하에 「강화도 지역문화 자원의 디자인 산업화 전략」을 연구하고 있습니다. 본 설문지는 강화도에 거주하신 주민 또는 강화도를 잘 알고 계시는 분들을 대상으로 합니다. 귀하께서 답변해 주신 설문지는 강화도 지역 발전과 국가 발전에 큰 도움이 될 것이며, 설문문항의 통계 값들은 강화도의 발전 및 학술적인 연구목적으로 사용할 것을 약속드립니다. 귀하의 성실한 응답을 부탁드립니다. 감사합니다.

P. 다음 질문의 해당란에 V표 또는 기입 해 주십시오.

1. 귀하의 성별은? ① 남자 ② 여자
2. 귀하의 나이는? (만 세)
3. 귀하의 거주 지역은?
 ① 서울시 ② 경기도() ③ 인천광역시 ④ 강화도(군) ⑤ 기타()
4. 강화도에 거주하신 기간이나 알고 계신 기간은?
 ① 1-2년 ② 3-4년 ③ 5년-9년 ④ 10년-14년 ⑤ 15-19년 ⑥ 20년 이상
5. 귀하의 직업은?
 ① 공무원 ② 농업.기술 ③ 판매.서비스 ④ 회사원 ⑤ 교육 ⑥ 전문직
 ⑦ 대학생 ⑧ 무직 ⑨ 기타()

A. 다음은 강화도 지역문화에 대한 인식도 조사 질문입니다. 해당란에 V표 또는 기입해 주십시오.

1. 강화도의 문화에 대해 얼마나 알고 계십니까?
 ① 매우 잘 알고 있다 ② 잘 알고 있다 ③ 보통이다 ④ 잘 모른다 ⑤ 전혀 모른다
2. 방문객이 강화도를 찾는 이유는 무엇일까요?(해당사항에 모두 V표)
 ① 자연경관 ② 축제, 이벤트 ③ 역사문화유적 ④ 놀이휴양시설 ⑤ 특산물 쇼핑
 ⑥ 관심 없음 ⑦ 기타()

2. 강화도의 역사가 담긴 문화재 중에서 가장 우선적으로 개발해야 되는 것은 무엇입니까?
 1순위부터 3순위까지 기입해 주십시오. (1순위 : 2순위 : 3순위 :)
- ① 고인돌 ② 참성단 ③ 삼량성 ④ 봉천대 ⑤ 진,보,돈대 ⑥ 고려궁지
 ⑦ 강화산성 ⑧ 정수사 ⑨ 전등사 ⑩ 보문사 ⑪ 적석사 ⑫ 철종외가
 ⑬ 향교 ⑭ 성공회강화 ⑮ 기타()
 성당
3. 강화도 특산물, 특산품 중에서 가장 우선적으로 개발해야 되는 것은 무엇이라 생각하십니까?
 1순위부터 3순위까지 기입해 주십시오. (1순위 : 2순위 : 3순위 :)
- ① 강화인삼 ② 강화순무 ③ 사자발약쑥 ④ 강화섬쌀 ⑤ 노랑속고구마 ⑥ 화문석
 ⑦ 젓갈류 ⑧ 참게, 꽃게 ⑨ 버섯류 ⑩ 포도 ⑪ 기타()
4. 강화도의 축제 및 이벤트 중에서 우선적으로 개발해야 되는 것은 무엇입니까?
 1순위부터 3순위까지 기입해 주십시오. (1순위 : 2순위 : 3순위 :)
- ① 강화 고인돌 문화축제 ② 고려산진달래 축제 ③ 강화도 새우젓 축제
 ④ 삼량성 역사문화 축제 ⑤ 선원사 논두렁 연꽃축제 ⑥ 기타()
5. 강화도하면 떠오르는 이미지는 어떤 것입니까?
 ① 단군의 성지 ② 외세 침략 ③ 귀양지 ④ 호국성전 ⑤ 기타()

D. 다음은 강화도 지역문화 자원 디자인 산업화 전략에 대한 질문입니다. 해당 정도를 V표 해 주십시오.

1. 강화도 지역문화산업 발전에 큰 장애요인은 무엇이라고 생각하십니까?
 ① 지자체, 주민 인식 부족 ② 문화자원의 발굴 부족 ③ 전문인력 및 기술역량 부족
 ④ 열악한 투자환경 ⑤ 기타()
2. 강화도 지역문화 발전을 위해서 필요한 사업은 무엇이라고 생각하십니까?
 1순위부터 3순위까지 기입해 주십시오. (1순위 : 2순위 : 3순위 :)
- ① 문화자원 ② 교육시설 ③ 문화시설 ④ 문화 프로그램 ⑤ 디자인 ⑥ 문화산업
 발굴 확충 확충 개발 개선 및 개발 단지 조성
 ⑦ 박물관/미 ⑧ 특산품, 특 ⑨ 지역주민 ⑩ 지자체, 기업, ⑪ 전문인력 ⑫ 기타()
 술관확충 산물 쇼핑 의식 개선 교육기관 연계 양성
 센터 설립
3. 강화도 지역의 문화자원 육성을 위해 가장 노력해야 할 대상이 누구라고 생각하십니까?
 1순위부터 3순위까지 기입해 주십시오. (1순위 : 2순위 : 3순위 :)
- ① 정부기관 ② 인천광역시 ③ 강화군청 ④ 지역사회단체 ⑤ 민간기업 ⑥ 지역주민
 ⑦ 박물관/
 미술관 ⑧ 교육기관 ⑨ 기타()

4. 강화도 지역문화산업 발전을 위해 가장 시급히 추진해야 될 정책은 무엇이라고 생각하십니까?
① 제도개선을 통한 투자활성화 ② 문화산업 유통체계 혁신 ③ 마케팅 지원 강화
④ 양질의 콘텐츠 제작지원확대 ⑤ 전문인력 공급 및 문화산업기술지원 ⑥ 기타()
원
5. 강화도의 지역문화산업의 디자인 발전을 위해 "강화도지역디자인센터(가칭)" 이 설립된다면,
우선적으로 해야 될 것은 무엇이라고 생각하십니까?
1순위부터 3순위까지 기입해 주십시오. (1순위 : 2순위 : 3순위 :)
① 환경디자인 지원 ② 전문디자이너 양성 ③ 인쇄홍보물 디자인 ④ 홈페이지 디자인
⑤ 디자인기술 지원 ⑥ 주민들 디자인 교육 ⑦ 특산물 포장디자인 ⑧ 기타()
6. 강화도 지역문화에서 디자인의 발전을 위해 당부(건의사항, 불만사항, 개선점)하고 싶으신
말씀은?
()

수고하셨습니다. 끝까지 설문에 응답해 주셔서 감사드립니다.

디자인 기반기술 개발사업

강화도 지역문화자원의 디자인 산업화 전략 연구

결 과 보 고 서

발행처 산업자원부·한국디자인진흥원·서경대학교·상원미술관

한국디자인진흥원

주 소 경기도 성남시 분당구 야탑동 344-1번지

전 화 031-780-2114

주관기업 서경대학교

주 소 서울시 성북구 정릉동 16-1

전 화 02-940-7178

참여기업 상원미술관

주 소 서울시 종로구 평창동 456-5

전 화 02-396-3185

Copyright © 2006. 산업자원부·한국디자인진흥원·서경대학교·
상원미술관 All Rights Reserved.

[본 보고서의 내용을 무단 전재·복제를 금합니다.]