

한일대학생들의 도심 스트리트 투어 이용에 관한 실증조사연구*

- 도시 중심상업지역의 관광맵 구성을 위한 기초연구 -

박구원**
parkfor@cju.ac.kr

<目次>

- | | |
|----------------------|--------------------------|
| 1. 서론 | 3.2 조사 및 연구방법 |
| 2. 이론적 고찰 | 4. 연구결과 |
| 2.1 도심 스트리트 투어 | 4.1 스트리트 투어의 이용범위 및 행태 |
| 2.2 도심 스트리트 투어의 구성특성 | 4.2 스트리트 투어활동에 대한 평가요소 |
| 2.3 도시관광의 이용특성 | 4.3 스트리트 투어의 특성적 기능과 문제점 |
| 3. 연구방법 | 5. 결론 및 시사점 |
| 3.1 조사항목 | |

主題語: 도시관광(Urban Tourism), 중심상업지역(Central Commercial Area), 도심 스트리트 투어(Urban Street Tour), 한일대학생(Korea and Japan Collegian), 청주시 성안길(Chongju Seungan-gil), 관광맵(Tourist Map)

1. 서론

최근 도시관광의 규모는 상당히 커지고 있다. UNWTO에 따르면 현재 도시관광은 유산관광(heritage tourism), 생태관광(eco tourism)과 함께 세계 3대 관광시장으로 발전하고 있고, 관광 단일시장으로는 가장 성장이 빠른 것으로 나타난다(UNWTO, 2013). 도시관광이 이처럼 발전하고 있는 것은 도시가 갖고 있는 다양성과 독특한 매력, 그리고 관광이 도시재생을 위한 장소마케팅 등의 수단으로서 강력히 인식되기 때문인 것으로 나타난다(都市觀光でまちづくり編集委員会, 2003; 김홍렬·장윤정, 2013).

* 이 논문은 2012-2013학년도 청주대학교 경영경제연구소가 지원한 학술연구조성비(특별연구과제)에 의하여 연구되었음

** 청주대학교 경상대학 관광경영학과 부교수

그런데 이러한 도시관광 중에서도 가장 중심적인 역할을 하는 것은 도시의 다운타운이라 불리는 중심상업지역이라 볼 수 있다. 중심상업지역은 가장 변화하고 다양한 문화와 상품 등이 밀집되어 있기 때문에 도시관광의 주된 활동영역이 되는 경우가 많다. 예컨대 Jansen-Verbeeke(1986), Burtenshaw, Bateman & Ashworth(1991), Getz(1993)은 일찍이 이러한 도시중심지역의 관광적 기능에 주목해, 중심상업지역 등을 도시관광을 발전시키는 중요한 요소로 보고 그 발전모델을 제시한 바 있다(Hayllar et al., 2008). 또한 현실적으로도 도시관광을 즐기는 사람들의 대부분은 이들 중심상업지역을 방문하는 경우가 많기 때문(이유림, 2011; 신나탈리아, 2012)에 도시관광을 개발하거나 홍보(관광맵 등)하는 데 있어서는 중심상업지역을 다루는 경우가 많다. 그리고 중심상업지역은 도시의 침체나 경쟁력과도 밀접한 관련을 갖고 있기 때문에 많은 지역에서는 관광을 이러한 도시재생 및 마케팅을 위한 중요한 수단으로 활용하고 있다(김향자, 2008; 大村 茂, 2011). 따라서 중심상업지역이라는 것은 도시관광의 실체로서, 또한 도시재생 및 마케팅의 수단으로서 상당히 중요한 의미를 갖고 있다고 볼 수 있다.

그러나 도시 중심상업지역을 이용하는 관광이 실제적으로 어떠한 형태로 이루어지고 있는지에 대해서는 아직 명확히 밝혀지고 있지 않다. 도시관광에 관한 연구는 국내외를 막론하고 1990년대 후반부터 활발히 추진되고 있지만, 이들 대부분의 연구(도시관광 정책, 도시관광의 이미지와 만족도 및 재방문과의 관계 등)는 도시 전체를 대상으로 하는 경우가 많다. 또한 도시 중심상업지역과 관련해서는, 테마 관광거리에 관한 연구(공자원 외, 2001; 이장춘·박숙진, 2003; 한범수 외, 2008; 박구원, 2010), 시티투어 코스와 연계한 도보 관광공간에 관한 연구(김준연 외, 2013), 자원 변화에 대한 연구(여경진·주영민, 2013), 관광맵 구성 및 디자인에 관한 연구(김경옥 외, 2013) 등이 일부 진행되고 있지만, 중심상업지역을 이용하는 관광객의 이용 행태 및 특성 등을 실증적으로 조사한 연구는 아직 발견되지 않는다. 도시 중심상업지역의 관광은 도시관광에서 중요한 부분을 점할 뿐만 아니라, 도시 재생 및 마케팅 측면에서도 상당히 중요한 의미를 갖고 있다. 또한 이들 중심상업지역의 관광은 일반 도시지역과는 달리 도보를 통해 이동하는 경우가 많고, 또한 그의 이용에 있어서는 외국인의 비중도 높다. 따라서 도시관광을 보다 효과적으로 발전시키기 위해서는 이러한 중심상업지역 관광에 대한 보다 심층적인 연구가 필요하고, 특히 이들 연구에 있어서는 도보활동 및 이용계층 등에 따른 특성을 파악하는 것이 중요할 것으로 판단된다.

본 연구는, 도시 중심상업지역의 관광개발 및 관광맵 구성을 위한 기초연구로서, 도심 스트리트 투어(도시 중심상업지역의 거리관광)에 대한 보다 실질적인 이용특성을 밝히는데 목적이 있다. 구체적으로는 한일대학생들을 대상으로 한 실제적인 체험(실험)을 통해, 그들

이 느끼는 도심 스트리트 투어의 실질적 이용범위와 평가요소 등을 비교검토해 보고자 한다.

2. 이론적 고찰

2.1 도시 중심상업지역의 관광(도심 스트리트 투어)

도시관광은 도시 자체를 관광목적지로 하여 행해지는 일련의 활동이며, 좀 더 구체적으로 말하면, 도시 범위 내에서 포함하고 있는 다양한 관광자원 및 매력물, 편의시설을 관광객에게 제공하여 이를 통해 발생하는 도시관광 구성(관광자, 관광자원, 관광기업 및 정부, 도시주민)의 상호적인 작용과 현상의 총체라 볼 수 있다(Pearce, 2001). 도시 중심상업지역의 관광은 이러한 도시관광의 한 분류로 볼수 있으나, 몇 가지 차별적 요소를 갖고 있다.

도시 중심상업지역은 해당 도시의 다양한 문화와 상품이 밀집되어 있는 곳이다. 따라서 그의 기능과 이용의 종류도 다양하다. Hayllar et al.(2008)에 따르면, 중심상업지역은 그 기능 및 구성적 요소가 다양해, 레크리에이션·관광사업지역, 관광쇼핑지역, 역사·유산지구, 미관지역, 문화지역, 엔터테인먼트지역, 흥등거리 및 보헤미안 지역, 워터프론터지역, 페스티벌 마켓 지역 등으로 구분할 수 있는 것으로 나타나며, 그 방문자도 어떤 특수한 목적을 갖고 찾아드는 탐험자(explorers)로 부터, 그들의 이동스케줄에 따라 단순히 지역을 방문하는 단순방문자(samplers)까지 그 유형이 다양한 것으로 나타난다.

그리고 도시 중심상업지역을 이용하는 사람들은 주로 도보로 통해 이동하고, 가장 변화하거나 특이한 문화나 상품이 밀집되어 있는 흥미로운 거리를 중심으로 움직이게 된다(여경진·주영민, 2013). 따라서 중심상업지역의 관광에 있어서는 「관광거리」나 「관광루트」와 같은 선적인 관광지가 발전하게 되며, 관광실무에서는 이 공간을 관광코스 등으로 설정해 시티투어의 한 프로그램으로 운영하는 경우가 많다.

따라서 도시 중심상업지역의 관광은 도시의 다양한 문화와 상품이 결합되어 있는 복합적인 구조를 갖고 있으며, 형태적으로는 도보활동에 기초한 거리관광의 성격이 강하다고 볼 수 있다. 때문에 중심상업지역의 관광은 도시의 기능적 관광공간(functional tourism districts, urban tourism precincts)이나, 도보관광(walking tour) 또는 관광거리(tourist street) 등으로 표현되는 예가 많다. 그러나 이러한 개념이 중심상업지역 관광을 충분히 설명하는 것은 아니다. 예컨대

도보관광은 테마길 사업이 본격화 되면서 도시보다는 전원지역에서 더 많이 사용되고 있고, 그 의미도 역사적 도심지구의 활동(심진범·손주동·황희정, 2008)과 전원지역에서의 활동(최병길·이영관, 2011) 등으로 분화되고 있는 실정이다. 또한, 관광거리나 도시의 기능적 관광지구도 도시 중심상업지역을 포함하는 경우가 많지만, 그 대상은 관광적 테마 등에 따라 변하는 것에 있어 반드시 중심상업 지역만을 대상으로 하지는 않는다. 따라서 실질적으로 도시 중심상업지역의 관광을 적절히 설명하는 용어는 아직 없다고 볼 수 있다. 이에 본 연구에는 도시 중심상업지역 관광을 「도심 스트리트 투어」라는 용어로 규정해 사용하고자 한다. 중심상업지역의 관광은 엄밀히 말해 도시의 다양성이 밀집되어 있는 특성적 거리를 도보로 통해 선적으로 즐기는 행위다. 따라서 본 연구에서는 「도심 스트리트 투어(street tour)」를 “도시 중심상업지역에 위치한 특성적 거리를 도보로 즐기는 관광 형태”로 규정해 사용하고자 한다.

2.2 도심 스트리트 투어의 구성특성

도시 중심상업지역 관광의 기본적인 구성 및 기능에 있어서는 Getz(1993)와 Hayllar et al.(2008) 등의 연구가 있다. Getz(1993)에 따르면 중심상업지역의 관광적 진흥을 위해서는 핵심 매력(core attractions), CBD기능(CBD functions), 서비스(essential services)가 필요한 것으로 나타난다. 핵심 매력물은 자연, 유산, 문화, 이벤트, 쇼핑, 컨벤션과 같이 관광객을 직접 끌어들이 수 있는 유인자원 및 활동을 말하고, CBD기능은 오피스, 소매점, 행정체계, 미팅과 같이 상업업무활동에 필요한 고유한 기능을 말한다. 그리고 서비스는 외부로부터의 교통, 내부 접근성, 음식 공급, 숙박, 정보와 같이 관광활동에 필요한 지원 서비스를 말한다. Getz(1993)은 이들이 보행자의 액세스를 토대로 상호 유기적으로 조합될 때 하나의 관광목적지(tourists' mental map)로서 기능할 수 있고, 또한 이들이 주변지역의 매력 및 서비스 등과 상호 연계될 때 보다 효과적인 관광목적지로 기능할 수 있다고 보고, 이러한 조건을 토대로 관광사업지구(tourism business district) 발전모델을 제시하고 있다. Hayllar et al.(2008)은 이러한 기존의 연구를 토대로, 도시 공간 중 관광 장소로서 기능할 수 있는 지역을 도시관광지역(urban tourism precincts)로 규정해 그 사업모델을 제시하고 있다. 그에 따르면 Getz(1993)의 이러한 모델(도시관광지역에 대한 보다 큰 공간적, 기능적 통합을 이루는 관광매력 및 관광시설의 클러스터) 등은, 도시의 특수한 기반여건, 공간에 대한 수요(Jansen-Verbeeke, 1986: 특별하고 흥미로운 것, 오락적 요소, 음식과 숙박시설, 문화적인 흡입요소와 관광요소)와 내부투자, 고도화된 이미지 등과 결합될 때, 보다 효과적인 사업지구로 발전할 수 있는 것으로 나타난다.

한편 도보관광에 대응하는 선적인 관광지를 통상 관광거리(tourist street) 또는 관광루트

(tourist routes) 등으로 부르는데, 이들은 장소마케팅과 관련되어 있다. 장소마케팅은 특정장소나 도시의 문화, 역사, 자연적 특성을 바탕으로 좋은 이미지를 부각시킴으로서 기업, 지역주민, 관광객들을 유치하기 위한 모든 전략을 일컫는 것으로(공자원 외, 2001), 관광분야에서도 장소마케팅이 활발히 연구되어 왔다. 특히 테마 관광거리는, (공간상의 다양성이 존재할 지라도) 한 테마를 통해 관광상품권을 보다 효과적으로 구획 지을 수 있도록 일련의 장소와 지점들을 선형으로 상호 연결시키는 역할을 한다는 점에서 장소마케팅의 중요한 수단이 된다(Becker, 1994; 박구원, 2010 재인용). 따라서 테마 관광거리나 관광루트의 조성은 특성화와 차별화가 가능한 일련의 자산들을 공간적인 연계를 통해 하나의 관광목적지로서 기능하게 만드는 것으로서, 주로 장소를 판매할 수 있게 하는 장소마케팅의 전략에서 출발한다(한범수 외, 2008). 때문에 여기에는 장소적 특성을 살릴 수 있는 특성적 문화와 테마적 관리 등이 중요하게 거론되고 있다. 예컨대, 박구원(2010)에 따르면, 테마 관광거리가 발전하기 위해서는, 명확한 주제와 그에 따른 공간적 연속성, 그리고 독특한 생활문화 및 양식 등에 기초한 체험활동 및 특별한 서비스 기반이 필요한 것으로 나타난다.

또한 인간이 걷는데 필요한 길이라는 것은 항상 어떤 방향성과 목적성을 갖게 된다. 따라서 여기에는 시작과 끝이라는 것이 필요하고, 그를 통해 그 공간적 범위가 형성된다(박구원, 2011). 때문에 도심 스트리트 투어나 이를 위한 테마 관광거리 등의 정비에 있어서는 그의 시점과 종점을 고려한 공간적 이용범위를 결정하는 것이 중요할 것으로 판단된다. 그러나 이러한 공간적 이용범위에 대해서는 아직 구체적인 연구가 발견되지 않는다.

2.3 도시관광의 이용특성

기존 연구를 통해 보면, 도시관광의 이용에 있어서는 관광의 매력과 이미지가 중요한 것으로 나타난다. 관광의 매력은 사람들을 관광지로 오게 만드는 동기를 제공하는 것으로서, 김홍렬·장윤정(2013) 등에 따르면 이것은 관광객을 끌어들이 수 있는 관광지의 유인요인(pull-factor)에 해당한다. 구체적으로는 기후나 자연경관, 자연미와 같은 자연적 요소와, 문화적 고유성(originality), 이국적 신기성(novelty), 이질성(heterogeneity)과 같은 인문적 요소 등이 여기에 포함된다. 한편 도시관광의 이미지는 관광객이 대상지에 갖는 전체적인 느낌이나 선호도에 관한 것으로, 관광매력을 포함하는 포괄적인 개념이다. 이들은 관광활동에 대한 의사결정 뿐만 아니라, 관광지에 대한 만족 및 재방문을 결정하는 중요한 요인으로서 기능한다(박석희·부소영, 2002; 박정아, 2010). 따라서 이에 대한 연구가 최근 활발히 추진되고 있는데, 관련연구를 통해 보면, 이러한 도시관광의 이미지는 각 이미지 요소의 복합적 결합을 통해 형성되는

것으로 나타난다. 예컨대, Baloglu and McCleary(1999)에 따르면 도시관광 이미지는 인지적 이미지(cognitive image), 정서적 이미지(affective image)로 구분된다. 이중 인지적 이미지는 어떤 대상에 대해 자각된 평가를 의미하며, 정서적 이미지는 어떤 대상에 대하여 개개인의 느낌이나 감점을 의미하는 것으로, 도시관광의 전체적인 이미지는 이러한 요소의 조합에 의해서 이루어진다(Baloglu and McCleary, 1999; 박석희·고동우, 2002 재인용). 또한 최승담·박경렬(2005)은 그의 연구결과를 토대로 도시관광의 이미지는 이들 양자가 통합되었을 때 비로써 이미지에 대한 정확한 이해가 가능하다고 보고, 도시관광의 이미지 구성요소를 보다 구체화시키고 있다. 그에 따르면 인지적 구성요소로는 환경성, 관광매력성, 경제성, 접근성, 상징성 및 구조성이, 정서적 이미지로는 역동성, 전통성, 독특성, 쾌적성 및 시각성 등이 제시될 수 있는 것으로 나타난다. 또한 정용문·변재상(2005)은 도시이미지의 측정요소를 물리적인 것과 비물리적인 것으로 구분해, 물리적인 오염이나, 바가지 등의 요소도 도시관광의 이미지 및 만족도에 관련하는 것으로 밝히고 있다.

즉 도시관광에 대한 이미지는 하나의 요소로 이루어지는 것이 아니라 인지적 이미지와 정서적 이미지 또는 물리적 요소와 비물리적 요소 등이 상호 복합적으로 이루어지는 것으로 볼 수 있다. 따라서 도심 스트리트 투어 이용에 있어서는 이러한 서로 다른 요소가 보행자들에게 실질적으로 어떻게 인식되고 있는지를 밝히는 것이 중요할 것으로 판단된다.

단지, 도심 스트리트 투어는 주로 도보를 중심으로 이루어지고 있게 때문에 이를 고려할 필요가 있는데, 관련연구에 따르면, 이들 도보관광의 특성으로는 해당 지역 및 장소에 대한 접촉과 교류가 많고(都市觀光でまちづくり編集委員会, 2003), 또한 안전 및 정보 등에 대한 불안이 존재(이영식·정덕영, 2008; 이재곤 등, 2010)하기 때문에 이에 대한 대책이 필요한 것으로 나타난다.

한편 지금까지 도시관광에 있어서는 외국인관광객의 이용 및 소비특성을 규명하려는 연구들이 있었는데, 이중 일본인관광객에 관한 연구를 보면 다음과 같은 특성이 발견된다. 일본인관광객이 한국 방문 동기 중 가장 중요하게 여기는 것은 한국 음식, 쇼핑, 물가와 함께 관광의 안전성, 청결과 위생 등으로 나타나고(이재곤·고선희, 2010), 관광목적 대상으로는 명동, 면세점 등과 같은 현대적인 상업거리(다운타운)가 많은 것으로 나타난다(송영민·이영진, 2011). 또한 일본인관광객의 공간적 이용특성을 연구한 김영래·구본기(2012)에 따르면, 강북의 명동과 남대문을 중심으로 형성된 중심지역과 강남의 롯데월드와 코엑스를 중심으로 형성된 지역을 중심으로 이동패턴이 형성되고, 이 두 지역을 중심으로 최초방문자보다 재방문자가 공간을 확산하면서 관광을 하고 있는 것으로 나타난다.

3. 연구방법

3.1 조사 항목

본 연구에서는 이러한 이론적 고찰을 통해 나타난 특성과 문제점 등을 토대로, 조사항목을 크게 3가지로 설정해 그 이용특성을 분석하고자 한다. 첫 번째는 스트리트 투어의 전체적인 이용범위와 행태다. 도심 스트리트 투어는 주로 도로를 중심으로 선적인 관광이 추진되고, 이러한 선적인 관광은 어떤 장소적 특성이 있는 일정한 구간을 토대로 형성되는 것에 있어, 그 공간적 이용범위를 결정하는 것은 중요할 것으로 판단된다. 또한 도심 스트리트 투어는 도보로 중심으로 많은 관찰과 체험이 이루어지기 때문에 관광대상(구간)에 대한 관심과 집중도 등은 시간에 따라 변할 것이 예상된다. 따라서 여기서는 스트리트 투어에 적합한 이용범위와, 이용시간에 따른 관심 및 집중도의 변화를 관찰해 보고자 한다.

두 번째는 스트리트 투어 구성요소에 대한 평가다. Getz(1993)에 따르면 중심상업지역이 관광적으로 발전하기 위해서는 핵심 매력요소, CBD기능, 서비스가 필요하지만 이들은 보행자의 액세스를 중심으로, 또한 관광객의 수요를 기반으로 상호 유기적인 조합이 필요한 것으로 나타나고, 도시관광의 이용에 있어서는 이미지가 중요하지만 이러한 이미지는 각 구성요소(인지적이미지와 정서적이미지, 물리적인 것과 비물리적인 것)의 복합적인 결합을 통해 이루어지는 것으로 나타난다. 또한 개인 도보관광에 있어서는 교류와 안심 및 정보기능이 중요하고, 특히 일본인들의 관광에 있어서는 관광의 안전성, 거리의 위생 및 청결성 등이 중요한 것으로 나타난다. 따라서 여기서는 투어활동에 필요한 요소 등을 몇 가지 타입(직접적인 관광활동에 필요한 매력요소, 관광활동을 위한 지원서비스, 거리에 대한 정서적 느낌 등)으로 나누어, 이들의 상대적인 중요성을 조사해 보고자 한다.

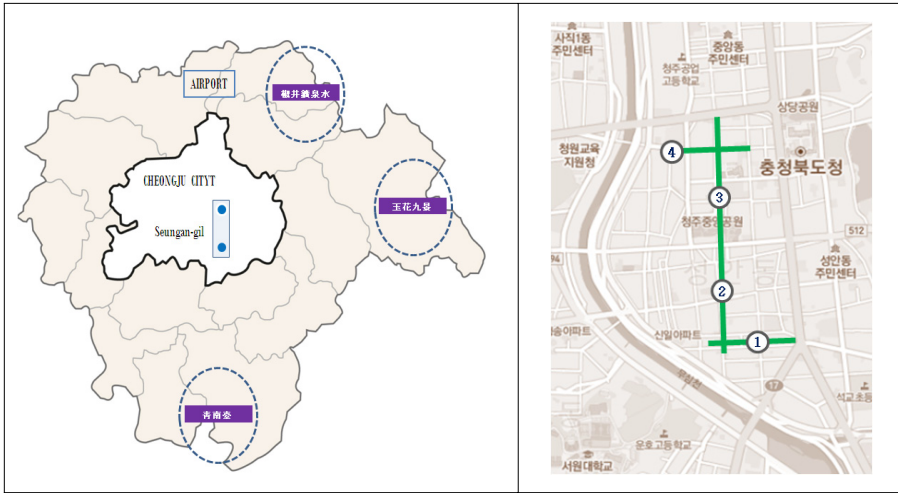
한편 도심 스트리트 투어는 스트리트 투어만이 갖는 기능적 특성이나 문제점 등이 있을 것으로 판단된다. 따라서 마지막 항목에서는 스트리트 투어의 전체적인 기능과 역할, 그리고 문제점을 조사해 그 특성을 밝히고자 한다.

<표 1> 조사항목

구 분	조사항목
스트리트 투어의 이용범위와 행태	스트리트 투어에 적합한 이용범위
	이용시간에 따른 관심 및 집중도의 변화
스트리트 투어활동에 대한 평가요소	스트리트 투어 활동에 필요한 구성요소 및 저해요소
	스트리트 투어 활동에 대한 긍정적 요소와 부정적 요소
스트리트 투어의 특성적 기능과 문제점	스트리트 투어의 특성적 기능과 역할
	스트리트 투어의 문제점

3.2 조사 및 연구방법

연구는 청주시 성안길을 대상으로 했다. 청주시 성안길은 청주시 중심지에 있는 중심상업거리로서 행정구역상으로는 청주시 상당구 남문로에 위치한다. 이 지역은 본래 관광적으로 크게 유명한 지역은 아니었으나, 최근 청주공항과 청남대 이용이 점차 활성화되고, 청주공예비엔날레와 드라마 김탁구 등을 촬영한 수암골 등이 크게 발전하면서 상당한 인파가 몰리고 있는 곳이다. 성안길은 원래 성안(城內)에 있는 마을로서 육거리시장이라 불리는 재래시장과 근대화 과정에서 형성된 현대적 개념의 쇼핑상업지역이 발달해 있다. 그리고 이들 현대적 쇼핑상업지역은 영화거리, 삼겹살거리, 교류광장 등으로 점차 확대발전하고 있는 추세다. 본 연구는 이중 사람들의 왕래가 많은 성안길 4구역(육거리시장-쇼핑거리1-쇼핑거리2-영화거리)을 대상으로 했다. 이들 4구간의 총길이는 약800m에 이른다(그림 1).



<그림 1> 대상지 위치도

조사는 「한일4대학 교류회」에 참가하고 있는 한일4대학(한남대학, 와카야마대학, 긴키대학, 청주대학)의 학생들을 대상으로 했다. 이들 4대학 학생들은 매년 청주지역과 간사이지역을 오가며 지역관광을 연구하는 대학생 연구조직으로서 관광관련학과 학생들로 구성되어 있다. 단 참여멤버는 매년 바뀌기 때문에 일본인 학생들은 모두 청주지역을 처음방문 한 것으로 나타난다.

조사는 예비조사, 본 조사로 이루어 졌다. 「예비조사」는 코스이동과 조사항목에 대한 사전 점검을 하기 위한 것으로서, 2012년 여름 청주교류회에 참석한 54명(한국 24명, 일본 30명)을 대상으로 했다. 코스이동과 조사항목을 검토한 결과, 코스이동에 있어서는 한일대학생들이 함께 이동할 경우 큰 문제는 없는 것으로 나타났으며, 조사항목에 있어서는 거리의 친밀감 및 친절, 관광객의 안전과 교통, 뜨거운 태양에 대한 활동장애 등이 생각보다 큰 것으로 나타났다. 따라서 이런 결과를 토대로, 본 조사에 필요한 이동방법과 세부적인 조사항목을 설정했다.

「본 조사」는 스트리트 투어에 대한 실질적인 체험과 그를 통한 조사항목에 대한 반응체크로서, 2013년 여름 청주교류회(8월 22일, 8월 23일)에 참석한 한일대학생 49명을 대상으로 조사했다. 조사방법은 ①스트리트 투어방법에 대한 사전교육, ②현장 투어 체험, ③체험 이후의 설문조사 및 토론의 형태로 진행되었다. 방문첫날(8월 22일)에는 프로그램에 참가한 49명을 대상으로 투어 코스 및 이용방법에 대한 예비교육을 실시하고, 방문 둘째 날(8월 23일)에는 4개 팀으로 팀을 구성해, 팀별로 성안길에 대한 스트리트 투어를 체험했다. 조건은 같은 코스를 정해 진 방향(육거리시장→ 1, 2, 3코스)으로 이동하고, 그 외의 모든 활동은 팀별로 자율적

으로 행하는 것으로 했다. 조사 후, 저녁에는 참가자를 모아 놓고 미리 작성한 조사표를 이용해 설문조사를 실시했고, 이후 자유토론시간을 갖고 스트리트 투어의 특성적 기능 및 문제점 등에 대한 구체적인 의견을 수렴했다.

<표 2> 조사 대상자

구분	조사대상	합계	남자	여자	비고
본 조사 (2013년 8월 22-23일) 맑음, 때때로 흐림	한국팀	15	5	10	Cheongju
	일본팀	34	10	24	Hannan A, Wakayama, Kinki, Hannan B
	합계	48	15	34	4대학 5연구실

<표 3>은 본 조사의 조사방법 및 결과를 나타낸 것이다. 성안길 투어는 4개 팀으로 나누어 조사했는데, 이용시간은 대체로 2시간 5분부터 2시간 30분이 소요된 것으로 나타난다.

설문조사에는 성안길 투어를 경험한 참가자 49명 전원이 참여해, 스트리트 투어의 이용범위와 형태, 그리고 스트리트 투어활동에 대한 평가요소 등에 대해 응답했다. 자유토론시간에는 총23명의 학생이 토론에 참가해 스트리트 투어의 특성적 기능과 역할, 그리고 문제점 등에 대해 각자의 의견을 제시했다.

분석은, 이번 조사가 질적인 조사의 성격이 강하고, 조사대상자의 수도 적기 때문에, 주로 빈도분석과 내용분석을 통해 이루어 졌다.

<표 3> 조사방법 및 결과

구분	조사내용	결과
예비교육 (22일 오후)	· 투어 코스 및 이용방법에 대한 설명	· 동일한 투어 코스 및 방향으로 이동 · 기타 체험 및 먹거리 등은 자유롭게 이용
스트리트 투어 (23일 오후)	· A그룹 : Hannan A+ 청주대 · B그룹 : Wakayama + 청주대 · C그룹 : Kinki + 청주대 · D그룹 : Hannan B +청주대	· 2시간 25분 · 2시간 05분 · 2시간 10분 · 2시간 30분
설문조사 (23일 저녁)	· 한국팀 : 15명 전체 · 일본팀 : 34명 전체	· 스트리트 투어의 일반적인 이용속성 · 스트리트 투어의 이용범위 및 형태(성안길) · 스트리트 투어활동에 대한 평가요소(성안길)
자유토론 (23일 저녁)	· 한국팀 : 5명 참가 · 일본팀 : 18명 참가	· 스트리트 투어의 특성적 기능과 역할(68건) · 스트리트 투어의 문제점(75건)

주 : 자유토론 참가자 23명은 토론에 자유롭게 참가한 학생들임. 각 팀을 대표한다고 볼 수 있음

4. 연구결과

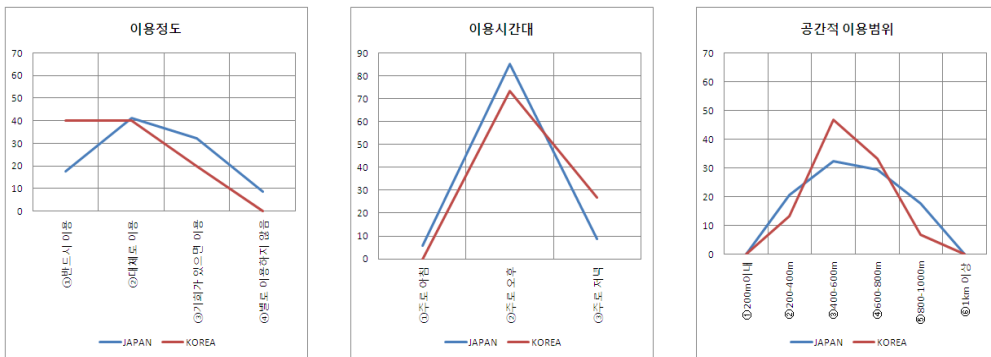
4.1 스트리트 투어의 이용범위와 행태

(1) 스트리트 투어의 일반적인 이용속성

<그림 2>은 우선 대학생들이 평소 중심상업지역을 투어의 대상으로서 어떻게 이용하고 있는지 그 속성을 알아보기 위해, 도심 스트리트 투어의 일반적인 이용정도, 이용시간대, 그리고 공간적 이용범위를 조사해 나타낸 것이다.

도시에서 머물거나 시티투어를 할 경우, 중심상업지역을 여행하는 스트리트 투어의 이용 정도를 조사한 결과, 한국과 일본 모두 스트리트 투어의 이용 참여율은 대체로 높은 것으로 나타났다. 일본학생들의 경우는 반드시 이용하거나 대체로 이용하는 비중이 전체의 58.8%를 차지하고, 기회가 있으면 이용한다는 비중도 32.4%에 달하는 것으로 나타났다. 또한 한국학생들의 경우는 반드시 이용하거나 대체로 이용하는 비중이 전체의 80%를 점하고, 기회가 있으면 이용한다는 비중도 20%에 이르는 것으로 나타났다. 대학생들의 경우 도심 스트리트 투어를 이용하는 비중은 상당히 높다는 것을 알 수 있고, 특히 한국학생의 경우 그 이용강도가 상대적으로 높다는 것을 알 수 있다.

스트리트 투어의 이용 시간대는 한일 양쪽 모두 “주로 오후”시간에 가장 많이 이용하는 것으로 나타나며(한국 73.3%, 일본 85.3%). 스트리트 투어의 공간적 이용범위는 두 집단간 다소의 차이가 있지만 대체로 400-600m 및 600-800m정도의 범위에서 집중되는 것으로 나타났다(한국 80%, 일본 61.8%).

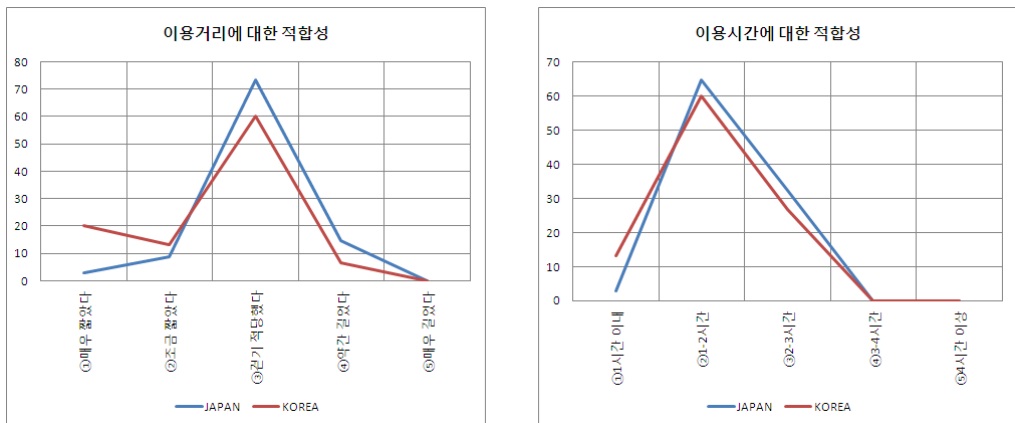


<그림 2> 도심 스트리트 투어의 일반적인 이용속성

(2) 성안길을 대상으로 한 스트리트 투어의 실제적인 이용특성

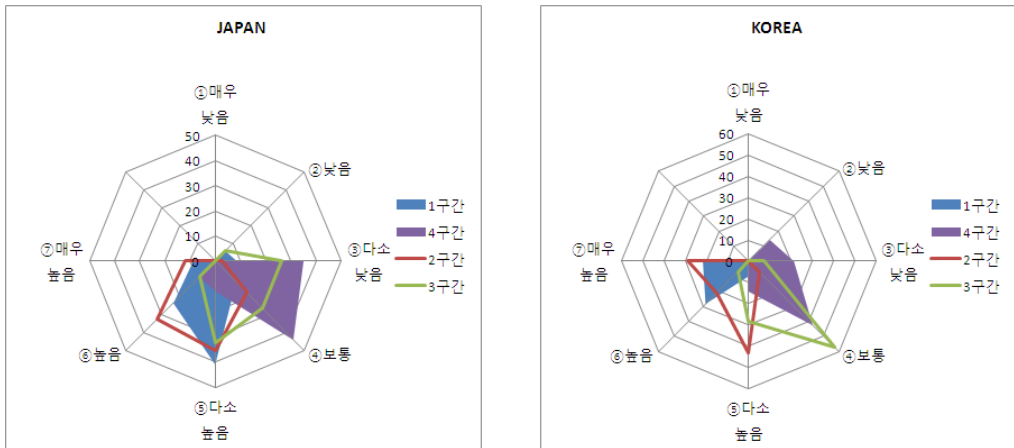
<그림 3>와 <그림 4>은 실질적으로 성안길을 이용한 상태에서의 공간적 이용특성을 알아보기 위해, 각각 이용코스에 대한 길이와 시간, 그리고 이용코스의 구간이동에 따른 관심 및 집중도의 변화를 나타낸 것이다. 우선 <그림 3>를 통해 스트리트 투어의 코스 길이와 시간적 적합성을 보면, 한일 양측 모두 스트리트 투어의 코스 길이와 시간에 대해서는 대체로 일치하는 것으로 나타난다. 즉 성안길 투어의 길이는 대체로 “이용하기 적당”한 것(한국 60%, 일본 73.5%)으로 나타났으며, 최적의 투어시간은 양쪽 모두 1-2시간이 60-64%, 2-3시간이 27-32%로, 약2시간 전후가 가장 많은 것으로 나타난다. 따라서 스트리트 투어 코스로서의 성안길(800m)은 대체로 이용하기 적당한 코스로 인정되며, 약2시간 정도의 이용범위(3시간 이내)는 이용자가 실제로 이용하기 적당한 규모로 인식된다.

관련연구를 통해 보면 통상 남녀노소가 손쉽게 쾌적하게 걸을 수 있는 거리는 0.5-0.8km, 이들 남녀노소가 즐겁게 걸어서 도달할 수 있는 최대거리는 약1km(약30분 정도)로, 이를 중심으로 초등학교와 지구공원 등의 배치거리가 결정되는 것으로 나타난다(朴九遠, 1998; 日本公園綠地協會, 2005). 따라서 이러한 약0.8km정도의 거리를 즐기며 이동한다고 하는 것은 인간의 생체리듬의 측면에 있어서도 큰 무리가 없을 것으로 판단된다. 또한 1km를 약30정도에 걷는 습성을 토대로 보면, 도보관광자의 경우는 일반보행 시간보다 약4배 정도의 시간이 더 소요되는 것을 알 수 있다.



<그림 3> 성안길 스트리트 투어의 투어코스로서의 적합한

그러나 <그림 4>을 통해 구간에 따른 관심도 또는 집중도를 보면, 한일 양측 모두 시간이 지날수록 대상에 대한 관심 및 집중도는 모두 떨어지는 것으로 나타난다. 성안길의 4개 구간을 시간대로 보면, 1구간(육거리시장)과 2구간(쇼핑1구간)에서는 관심 및 집중도가 높은 것으로 나타나지만, 3구간(쇼핑 2구간)과 4구간(테마거리)에서는 코스에 대한 관심 및 집중도가 확실히 떨어지는 것으로 나타난다. 투어시간은 약2시간 정도(3시간 이내)에 불과한 것에 있지만, 대상물에 대한 관심 및 집중도는 이용자가 느낄 만큼 떨어지는 것에 있다. 따라서 스트리트 투어의 관심을 높이고 보다 활기 있는 투어를 하기 위해서는 적당한 구간의 설정과 구간이용에 따른 적당한 휴식과 즐거움을 위한 장치 등이 필요할 것으로 판단된다.

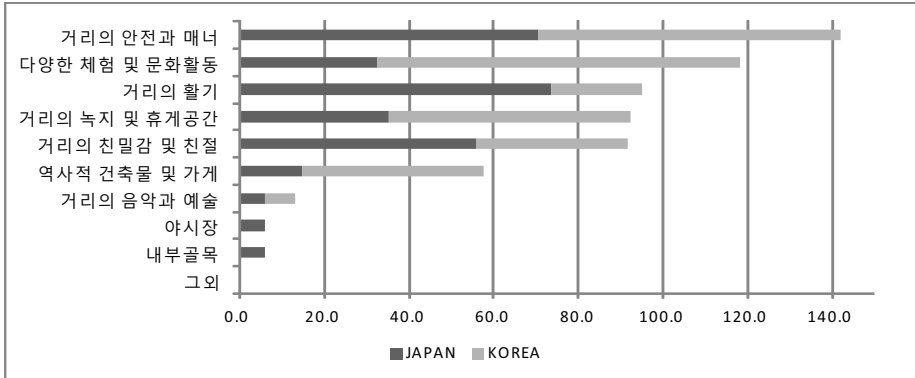


<그림 4> 각 구간 또는 이용시간에 따른 관심도 및 집중도 변화

4.2 스트리트 투어활동에 대한 평가요소

(I) 스트리트 투어의 전체적인 구성 및 장애요인

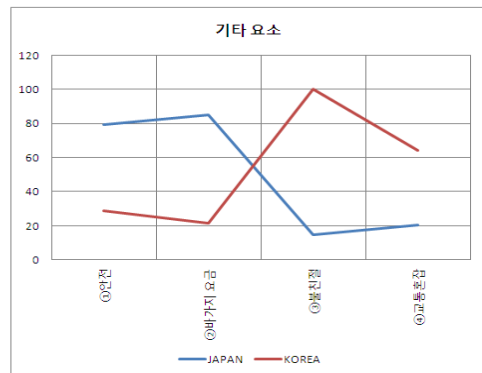
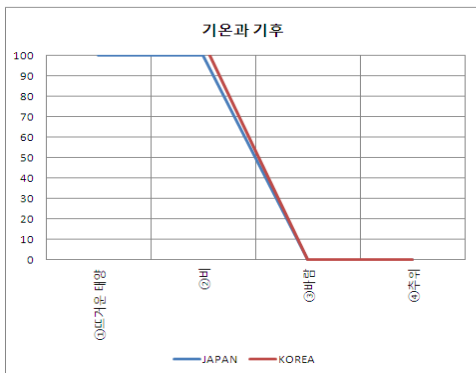
<그림 5>는 스트리트 투어에 필요한 구성요소의 상대적인 중요성을 알아보기 위해, 기존연구 등을 토대로 도심 스트리트 투어의 구성요소를 11개 설정한 다음, 이 중 가장 중요하게 생각되는 요소를 3가지씩 선정하게 하여 그 결과를 정리해 나타낸 것이다.



<그림 5> 도심 스트리트 투어에 꼭 필요한 구성요소

<그림 5>를 통해 보면, 보행자가 스트리트 투어를 할 경우 가장 중요하게 생각하는 요소로는 거리의 안전과 매너, 다양한 체험 및 문화활동, 거리의 활기, 거리의 녹지 및 휴게공간, 역사적 건축물과 가게 등의 순으로 높게 나타난다. 다양한 체험과 문화활동, 역사적 건축물이나 가게 등과 같이 관광활동에 필요한 실제적인 매력요소 뿐만 아니라, 의외로 거리의 안전과 매너, 거리의 활기와 친밀감 등과 같이 거리의 성격 또는 활동을 지원하는 요소가 상당히 중요한 요소로 인식되고 있다는 것을 알 수 있다.

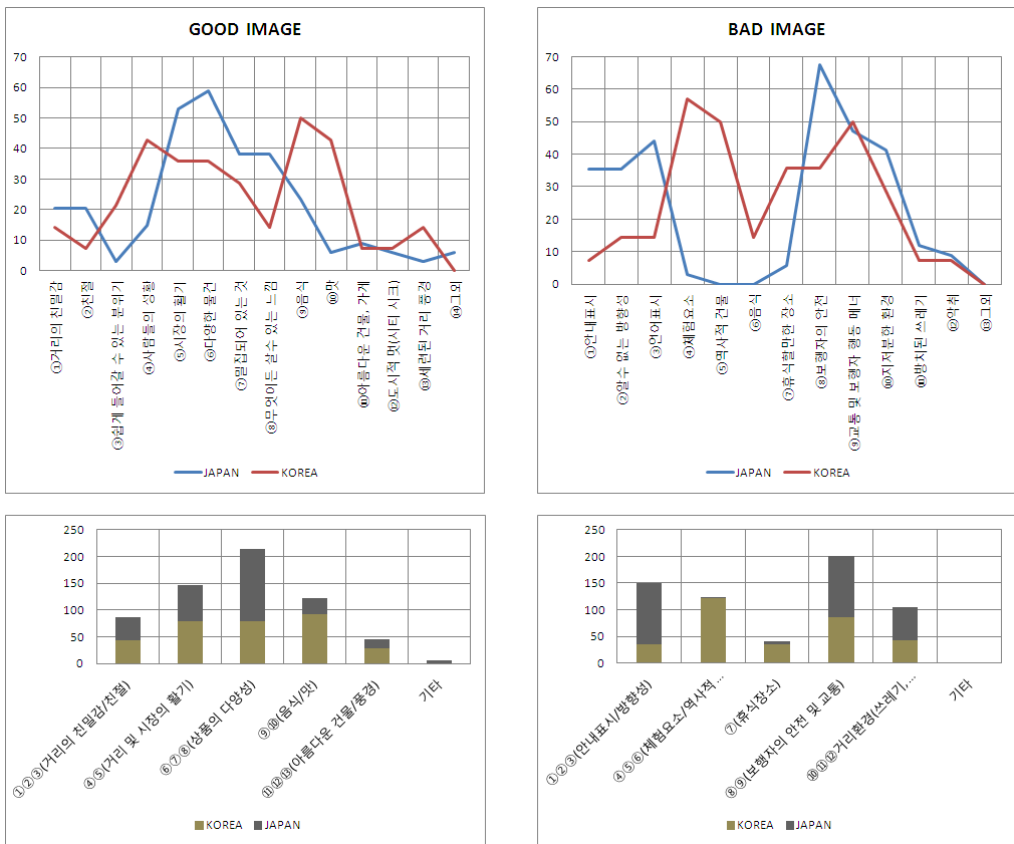
한편 <그림 6>는 예비조사와 기존연구에서 나타난 관광활동의 장애요인 등을 토대로 스트리트 투어의 활동 장애요인을 조사해 나타낸 것이다. 이를 통해 보면, 스트리트 투어활동의 장애요인으로는, 기후적인 측면에서는 뜨거운 태양과 비가 압도적으로 큰 것으로 나타나며, 기타 항목에서는 일본학생들의 경우는 안전과 바가지요금이 상대적으로 큰 반면, 한국학생들의 경우는 불친절과 교통혼잡이 상대적으로 높은 것으로 나타난다.



<그림 6> 도심 스트리트 투어의 활동 장애요인

(2) 성안길 투어를 통해 느낀 좋은 점과 나쁜 점

<그림 7>은 이러한 인식을 보다 구체적으로 알아보기 위해 성안길 투어를 통해 느낀 좋은 점(긍정적인 요소)과 나쁜 점(부정적인 요소)을 조사해 나타낸 것이다. 이를 통해 보면, 「시장의 활기」와 「상품의 다양성」은 양측 모두 스트리트 투어를 좋게 느끼게 하는 긍정적인 요인으로 작용하는 것으로 나타난다. 또한 「보행자의 안전」과 「교통 및 보행자의 매너(문제)」는 스트리트 투어를 부정적으로 느끼게 하는 저해요인으로 나타난다.



<그림 7> 성안길 투어를 통해 느낀 좋은 점과 나쁜 점

그러나 각 항목을 세부적으로 보면 몇 가지 중요한 차이를 발견하게 된다. 긍정적인 요소를 보면, 한국학생들의 경우는 시장의 활기와 함께, 음식, 거리풍경이 중요하게 취급되고 있는 반면, 일본 학생들의 경우는 시장의 성황과 함께 상점의 밀집정도, 무엇이든 살 수 있는 느낌

같은 구성적 형태와 이미지에 대한 느낌이 보다 중요하게 인식되는 것으로 나타난다. 또한 좋지 않은 점 또는 부정적인 요소에 있어서도 한국 학생들의 경우는 보행자의 안전이나 교통과 함께 다양한 체험요소와 역사적 건물 등이 중요하게 인식되고 있는 반면, 일본 학생들의 경우는 알 수 없는 방향성과 같은 안내표식(또는 표시인식)과, 보행자의 안전이 상당히 중요하게 취급되는 것으로 나타난다.

스트리트 투어의 구성에 있어서는 다양한 요소들이 모두 중요하겠지만, 한국 학생들의 경우는 음식, 체험요소와 건물 등과 같이 관광활동 행위와 관련된 보다 실질적이고 가시적인 것이 중요한 반면, 일본학생들의 경우는 장소적 특성과 안전 등 보다 근본적인 것에 보다 민감한 것을 알 수 있다. 따라서 외국인의 관점에서 본다면 좀 더 장소적 특성(활기, 특성), 보행자의 안전 및 정보안내, 거리 환경 등에 대한 배려가 필요한 것으로 판단된다. 보행자의 안전과 환경 등과 같은 것은 실질적인 관광활동 요소라기보다는 기본적인 전제조건에 해당할 것으로 판단되지만, 이것이 스트리트 투어의 흥미 또는 이미지를 저해시키는 중요한 요인으로 부가되고 있다는 것은 그만큼 기본에 충실할 필요가 있다는 것을 시사 하는 것이라 볼 수 있다.

4.3 스트리트 투어의 특성적인 기능과 문제점에 대한 고찰

(1) 스트리트 투어의 특성적인 기능과 역할

<표 4>은 자유토론에 참가한 23명의 의견을 토대로, 성안길 투어가 갖는 스트리트 투어로서의 특성적인 기능과 역할을 정리한 것이다. 이를 통해 보면, 도심 스트리트 투어의 특성적 기능 및 역할로서는 ①그 지역의 자원과 사람과 만날 수 있다는 것과, ②짧은 시간 내에 이러한 임팩트한 관광이 가능하다는 점이 가장 큰 특성 및 매력으로 밝혀진다. 그리고 ③특히 청주시 성안길의 경우는 전통시장이 존재함으로써 전통과 현대문물이 공존해 있다는 것과 구간별로 특성 있는 테마가 있어 이해하기 쉽다는 것이 또 다른 기능 또는 매력으로 지적되었다. 그리고 이러한 것은 공간의 흥미를 높이고 3세대가 함께 이용할 수 있는 장점이 될 수 있는 것으로 나타난다. ④또한 전통시장 등에서 생선 및 생닭 등을 동체로 판매한다든지 하는 것은 새로운 흥미요인으로 작용하고 있는 것으로 나타난다. 이것은 주로 이문화의 체험이라는 것이 가능할 것으로 판단된다.

따라서 그 지역의 다양한 문화 및 사람들과 쉽게 만날 수 있고, 또한 짧은 시간에 이러한 임팩트한 관광이 가능하다는 것은 스트리트 투어가 갖는 중요한 매력 또는 기능이라 볼 수

있으며, 전통과 현대문화가 조합한다든지, 또는 그 지역만이 갖고 있는 특이적 문화 및 거래방식 등이 있다는 것은 스트리트 투어의 매력을 한층 높이는 요소라 볼 수 있다.

<표 4> 도심 스트리트 투어 및 성안길 투어의 특성적 기능 및 역할

(단위: 건수)

구분	특성적 기능 및 역할	일본	한국
지역의 문화와 사람 등과의 만남	<ul style="list-style-type: none"> 지역사람들이 살아가고 있는 모습을 그대로 볼 수 있어 좋았음 (7) 지역사람들과 쉽게 접촉할 수 있고 생활과 밀착한 관광이 가능함 (5) 가공되지 않은 청주의 문화를 그대로 느낄 수 있었음(3) 	15	-
관광하기 좋은 집약적 공간	<ul style="list-style-type: none"> 좁은 지역 내에서 쇼핑과 관광을 동시에 즐길 수 있어, 시간이 한정되어 있는 관광객에게 매우 좋다고 생각 (5) +1 1개소에 다양한 종류의 구매가 가능한 장소가 모여 있기 때문에 단시간에 구매를 하는 것이 가능함 (4) 물건 및 사는 것이 정리되어 있어 관광하기 좋음 (3) 	12	1
성안길의 특성적 기능과 매력 (시장의 활기) (전통과의 공존) (구획)	<ul style="list-style-type: none"> 시장이 활기가 있어 좋았음 (12) +3 과거와 미래의 쌍방을 즐길 수 있어 매우 흥미로웠음 (10) +1 = 현대적 시설이 있음에도 불구하고 전통시장이 붕괴되지 않고 있음 = 새로운 문화와 옛날부터의 문화가 같이 있기 때문에, 각각의 역할을 도모해 공존해 나갈 수 있음 = 세대별 이용이 가능 (3세대 여행의 가능성이 높음) 생선이나 생닭을 통째로 쌓아놓고 파는 것이 놀랐고 신기로웠음(4) 용도에 의해 지역이 나뉘지고 있어 좋았음(음식, 쇼핑, 영화) (3) 	28	4
기타	<ul style="list-style-type: none"> 교통이 좋고, 택시 가격도 싸기 때문에 좋다고 생각함(1) 교통의 이편성이 좋음 (1) + 3 영화, 드라마의 로케이션이 있다고 하는 매력이 있음 현재 강점이 이해되지 않았기 때문에 답을 하기 어려움 	4	3
합계		60	8

주 : 의견건수는 중복됨. ()안은 일본학생들의 의견건수, ()밖은 한국학생들의 의견건수임

(2) 스트리트 투어의 특성적 문제점

<표 5>는, 위와 같은 방식으로, 성안길 투어가 스트리트 투어로서 갖는 특성적 문제점 등을 정리한 것이다. 이를 통해 보면, 스트리트 투어의 가장 큰 문제는 위치정보와 교통의 안전성이 가장 큰 것으로 확인된다. 그리고 이러한 위치정보는 자기 자신의 위치 파악과 함께 찾아가야 할 정보가 부족하다는 것으로 나타나며, 안전성의 문제는 오토바이와 경 차량의 갑작스러운

진입과 보행자의 매너와 관련되고 있다는 것이 확인된다. 따라서 그의 대안도, 위치정보 등을 알기 쉽게 표현하는 관광맵의 구성이나 차량통제와 같은 것이 제시되고 있다. 이것은 관광의 체험요소보다 통행에 따른 안전 등의 기본적 문제가 외국인의 입장에서는 더 중요하다는 것을 의미(또는 확인)하는 것이라 볼 수 있다.

또한 스트리트 투어의 중요한 문제로는 구경은 좋았지만 사고 싶은 생각이 안 든다는 것과, 다른 하나는 내가 왜 여기까지 와야 하는 지(청주 성안길을 선택해야 하는 지)에 대한 명쾌한 해답을 얻을 수 없다는 점이다(14건). 이것은 관광의 목적성 또는 차별성을 채울 만한 특성적 요소가 빈약하다는 것을 의미하는 것이라 볼 수 있다. 예컨대 청주시 성안길 투어를 “리틀 서울”과 같이 표현하는 사례도 있었다. 따라서 보행자 입장에서 보면, 방문지를 선택할 만한 차별적 테마나 구체적인 소스 등이 필요한 것에 있고, 관광활동이 소비 및 구매로 이어지는 구체적인 장치가 필요하다고 볼 수 있다.

<표 5> 성안길 스트리트 투어의 문제점과 개선방안

(단위: 건수)

구분	문제점 및 개선방안	일본	한국
위치 정보 와 안내 표식	<ul style="list-style-type: none"> • 내 위치를 잘 모르겠음 (12) • 안내표시의 문제(일본어 등이 병기되어 있지 않음) (7) +4 • 화장실이 어디 있는지, 어디를 가면 좋은 것인지 잘 모르겠음 (5) • 관광맵과 간판 등 안내기능 부족 (5) = 자기 위치 등을 알 수 있는 관광맵 필요 = 다언어로 된 안내표식 등의 설치 필요 	29	4
보행자의 안전	<ul style="list-style-type: none"> • 갑자기 바이크와 자동차 등이 뛰어들어 매우 놀라웠음(매우 위험) (12) • 사람들이 부딪혀도 전혀 이야기가 없음 (4) +2 = 교통안전을 완화시키는 룰을 만들면 좋겠음 = 자동차의 통행 등을 금지시킬 필요가 있음 	16	2
독특한 상품	<ul style="list-style-type: none"> • 청주에만 있는 지역상품이 있었으면 좋겠음 (7) + 4 • 구경은 좋았지만 일부로 사고 싶다는 생각은 느끼지 못했음 (7) + 2 = 살만 한 물건이 없는 것 + 시식 등을 할 수 없는 것이 원인 = 사람들이 물건을 살 수 있게 하는 상인들의 몸짓이 없음 • 청주에 찾아 올 수 있는 소스가 부족 (4) = 리틀 서울 	18	6
기타	<ul style="list-style-type: none"> • 가끔 아케이드가 없음 • 이야기 캐릭터 등을 이용해 지명도를 높여야 함 	2	-
합계		65	10

주 : 의견건수는 중복됨. ()안은 일본학생들의 의견건수, ()밖은 한국학생들의 의견건수임

이상에서 보면, 스트리트 투어의 실질적인 구성에 있어서는 정보와 안내에 대한 보다 세밀한 구성, 보행자 안전에 대한 특별한 장치, 전체적인 목적성 및 구매와 연결될 수 있는 구체적인 테마 및 상품구성이 요청된다 할 수 있다.

5. 결론 및 시사점

최근 도시관광이 크게 발달하고 있지만, 이러한 도시관광의 중심축이라 볼수 있는 도심 스트리트 투어에 관한 연구는 의외로 적고, 특히 스트리트 투어의 구체적인 이용 형태 및 특성 등을 밝힌 실질적인 연구는 아직 없는 것으로 나타난다. 본 연구는 도시 중심상업지역의 관광개발 및 관광맵 구성을 위한 기초연구로서, 한일대학생들의 실질적인 체험(실험)을 통해 도심 스트리트 투어의 실질적인 이용특성을 분석한 것에 있다. 청주시 성안길을 대상으로 실제 이용특성을 조사한 결과 다음과 같은 결과를 얻을 수 있었다.

첫째, 한국과 일본 대학생 모두 도시관광에서 스트리트 투어에 참여하는 비중은 상당히 높은 것으로 나타난다. 그리고 성안길 체험을 통해 보면 스트리트 투어 코스로 적합한 이용범위는 약2시간 정도(3시간 이내)인 것으로 나타나고, 구간에 따른 관심도 및 집중도는 시간의 경과에 따라 떨어지는 것으로 나타난다. 따라서 스트리트 투어코스 구성에 있어서는 무한적인 연장보다는 이러한 시간적 단위를 고려한 임팩트한 구성이 필요하고, 또한 관광활동에 대한 이용자의 관심도 및 집중력을 높이기 위해서는 구간에 따른 적당한 휴식과 즐거움 등과 같은 요소가 필요한 것으로 판단된다.

둘째, 스트리트 투어의 실제적인 이용에 있어서는 다양한 체험과 문화활동, 도시환경 등에 못지않게, 보행자의 안전과 거리의 활력 등이 중요한 것으로 확인된다. 특히 일본학생들의 경우는 다양성과 함께 보행자의 안전 및 거리의 위생 등 보다 근본적인 것에 민감한 것을 알 수 있다. 따라서 도심 스트리트 투어의 구성에 있어서는 직접적인 관광활동에 필요한 요소뿐만 아니라 이러한 기반적 요소에 대한 배려가 필요하고, 특히 외국인관광객에 대응해 가기 위해서는 보행자의 안전과 정보안내 등에 대한 배려가 필요한 것으로 판단된다.

셋째, 스트리트 투어의 전체적인 특성적 기능과 역할에 있어서는 ①그 지역의 다양한 문화 및 사람들과 쉽게 만날 수 있고, ②또한 짧은 시간 내에 이러한 임팩트한 관광이 가능하다는 것이 스트리트 투어가 갖는 중요한 매력 또는 기능으로 나타나며, 전통과 현대문화가 조합된 다든지, 또는 그 지역만이 갖고 있는 특성적 문화 및 거래방식 등이 있다는 것은 스트리트

투어의 매력을 한층 높이는 플러스요인이 되는 것으로 나타난다. 한편 스트리트 투어의 특성적 문제에 있어서는 보행자의 위치정보와 안전 등은 상당히 중요한 문제로 나타나며, 공간에 대한 특이한 매력 및 상품구성 등이 부족해 관광활동이 상품구매까지는 이르지 못하는 것으로 나타난다. 따라서 스트리트 투어의 구성에 있어서는 보행자의 위치정보와 보행자의 안전성을 담보할 수 있는 장치가 필요하고, 관광객(소비자)의 활동을 상품구매 등으로 유도할 수 있는 장치가 필요하다고 볼수 있다.

본 연구는 한일대학생들의 실제적인 체험을 토대로 도심 스트리트 투어의 실질적인 이용특성을 분석한 것에 있다. 따라서 본고에서 조사된 도심 스트리트의 이용범위와 평가요소 등은 도심 스트리트의 관광개발 및 그 홍보를 위한 관광맵 구성에 있어서 상당히 중요한 의미를 가질 것으로 판단된다. 그러나 본 연구는 하나의 실험적 연구에 있어, 그 조사자의 수나 분석에 있어서 정량화 되지 못한 문제를 갖고 있고, 또한 개별적인 관광행태에 대한 관찰도 깊이 있게 다루지 못하고 있다. 이러한 것은 본 연구의 한계로 볼수 있으며, 추가 연구가 필요한 부분이라 할 수 있다.

【參考文獻】

- 공자원·이승곤·한진수(2001)「문화관광거리 대학로의 장소마케팅에 관한 연구」『관광학연구』25(1), pp.79-99
 김경욱·이태희·정삼권(2013)「외국인관광안내지도의 속성 및 사용속성에 관한 연구」『한국사지리지학회지』23(2), pp.75-86
 김영래·구분기(2012)「외래관광객 이동네트워크의 공간적 특성 분석-일본인 최초-재방문 관광객의 특성을 중심으로-」『관광연구』27(1), pp.37-53
 김준연·한영호·오상민(2011)「도보여행의 관광공간에 관한 사례연구-종로구 20코스를 중심으로-」『한국공간디자인학회논문집』6(4), pp.49-56
 김향자(2008)「도시관광의 새로운 전개-우리나라 도시 관광의 과제와 전망-」『도시문제』11-20
 김홍렬·장윤정(2013)「도시관광의 관광매력성과 도시이미지 관계 연구-서울 외래방문객을 대상으로-」『관광연구저널』27(3), pp.173-188
 박구원(2010)「구룡포 일본인 가옥과 역사적 테마가도에 대한 고찰」『동북아관광연구』6(2), pp.125-141
 박구원(2011)「테마길 사업에 대한 고찰」『2011년 한국녹지환경디자인학회 한중일 국제학술대회 발표논문집』pp.62-64
 박석희·고동우(2002)「관광지의 정서적 이미지 척도개발-순정서적 이미지와 준정서적 이미지-」『관광학연구』25(4), pp.13-32
 박석희·부소영(2002)「관광 후 이미지와 만족도와의 관계성」『관광학연구』26(1), pp.47-62
 박정아(2010)「도시이미지와 도시관광의 인식에 관한 연구」『관광연구』25(5), pp.231-248
 송영민·이영진(2011)「관광안내체계평가를 통한 일본 개별관광객 만족도 영향요인 분석」『일본근대학연구』31집, pp.269-288
 신나탈리아(2012)「문화예술관광의 발전 요건에 관한 연구-상트페테르부르크 사례를 중심으로-」청주대학교

대학원 석사학위논문, pp.5-104

심진범·손주동·황희정(2008)『인천시 개항장 도보관광 안내체계 방안』인천발전연구원

여경진·주영민(2013)「도시관광 자원 변화에 관한 연구-1920년대 이후의 도교를 대상으로-」『일본근대학연구』40집, pp.259-274

이영식·정덕영(2008)「치안환경과 관광객의 안전인식에 관한 연구」『한국경찰학회보』16, pp.171-196

이유림(2011)「도시관광의 구성 및 이용체계 분석」청주대학교 대학원 석사학위논문, pp.5-101

이장춘·박숙진(2003)「문화관광거리 비교모형에 관한 연구」『관광정책학연구』9(1), pp.19-40

이재곤·고선희(2010)「일본관광객의 한국관광지 선택속성의 중요도-성취도 분석」『한국콘텐츠학회논문지』10(9), pp.338-347

이재곤·이규상(2012)「도시관광 외래관광객의 언어권에 따른 정서적 이미지가 방문만족 및 재방문의도에 미치는 영향」『관광경영연구』16(2), pp.157-183

이재곤·한금희·이승연(2010)「길 찾기 행동에 있어서 관광지 환경정보, 인지도, 관광지 만족도의 영향관계에 관한 연구-테마파크를 중심으로-」『관광경영연구』14(2), pp.133-158

정용문·변재상(2005)「시민의식에 기초한 공주시 도시이미지 분석-도시와 랜드마크의 형용사 이미지 포지셔닝-」『한국조경학회지』33(3), pp.18-30

최병길·이영관(2011)「도보관광지 이미지와 지각된 가치가 관광지만족에 미치는 영향-제주올레길과 지리산 둘레길을 중심으로-」『관광학연구』35(7), pp.299-321

최승담·박경렬(2005)「관광목적지로서의 도시관광이미지 측정척도 개발」『서울도시연구』6, pp.93-106

한범수·김희영·박상훈(2008)「관광상품화를 위한 테마관광벨트 구축 가능성 탐색」『경기관광연구』11, pp.54-68

大村 茂(2011)『集客まちづくりの技術』学陽書房, pp.11-180

都市観光でまちづくり編集委員会(2003)『都市観光でまちづくり』学芸出版社, pp.17-226

朴九遠(1998)「都市域における緑の配置理論に関する研究」九州大学博士学位論文, pp.23-134

日本公園緑地協会(2005)『平成17年度版 公園緑地マニュアル』 pp.77-121

Getz, D.(1995)「Planning for tourism in business districts」『Annals of Tourism Research』20, pp.583-600

Hayllar, B., Griffin, T. and Edwards, D.(2008)『CITY SPACES, TOURISM PLACES, URBAN TOURISM PRECINCTS』Elsevier Ltd. pp.3-182

Jansen-Verbeke, M.(1986)「Inner-city Tourism: resources, Tourists and promoters」『Annals of Tourism Research』13, pp.79-100

Pearce, D.G.(2001)「An integrative framework for urban tourism research」『Annals of Tourism Research』28, pp.926-946

논문투고일 : 2013년 12월 10일
 심사개시일 : 2013년 12월 20일
 1차 수정일 : 2014년 01월 09일
 2차 수정일 : 2014년 01월 15일
 게재확정일 : 2014년 01월 20일

 <要旨>

한일대학생들의 도심 스트리트 투어 이용에 관한 실증조사연구

- 도시 중심상업지역의 관광맵 구성을 위한 기초연구 -

본 연구는, 도시 중심상업지역의 관광개발 및 관광맵 구성을 위한 기초 연구로서, 청주시 성안길을 대상으로 도심 스트리트 투어의 실질적인 이용특성을 분석한 것에 있다. 한일대학생들의 실질적 실험을 통해 도심 스트리트 투어의 실제적인 이용범위와 평가요소 등을 조사한 결과, 다음과 같은 결과를 얻을 수 있었다.

첫째, 도심 스트리트 투어 코스로 적합한 이용범위는 약 2시간 정도로 나타나며, 구간에 따른 관심도 및 집중도는 시간의 경과에 따라 떨어지는 것으로 나타난다. 따라서 스트리트 투어의 코스구성에 있어서는 무한적인 연장보다는 이러한 시간적 단위를 고려한 임팩트한 구성과, 이용자의 관심도 및 집중도를 높이기 위한 방책이 필요한 것으로 판단된다.

둘째, 도심 스트리트 투어의 실제적인 이용에 있어서는 다양한 체험과 문화활동 못지 않게 거리의 안전과 위생상태, 활기, 정보안내 등이 중요한 것으로 확인되며, 특히 일본학생들의 경우는 이러한 거리의 안전 및 관광정보 등에 보다 민감한 것으로 나타난다. 따라서 도심 스트리트 투어의 구성에 있어서는 직접적인 관광활동에 필요한 요소뿐만 아니라 거리의 안전, 위생, 활기, 친절과 같은 보다 근본적인 요소에 대한 배려가 필요하고, 특히 외국인관광객에 대응해 가기 위해서는 보행자의 안전과 정보안내 등에 대한 배려가 필요한 것으로 판단된다.

An Empirical Research Study on Korean and Japanese Collegians' Use of Urban Street Tours

- A Basic Study to Compose Tourist Maps of Urban Central Commercial Areas -

This is a basic study to develop tourist attractions and to compose tourist maps of urban central commercial areas. For the study, an analysis was conducted about characteristics of actual use of downtown street tours focused on Cheongju Seungan-gil. A survey of the actual use range and assessment factors of downtown street tours through Korean and Japanese college students' practical experiments produced following results.

First, about two-hour courses were proper for downtown street tours and the interest level and concentration depending on sections dropped following time passages. Therefore, in composition of street tour courses, it is necessary to make effective composition considering such time units, instead of unlimited lengthening, and to prepare plans to raise users' interest and concentration.

Second, in actual use of downtown street tours, street safety, high levels of hygiene, liveliness and information are as important as various experiences and cultural activities. Japanese students, in particular, were highly sensitive about street safety and tourism information. In consequence, fundamental factors, such as street safety, hygiene, liveliness and kindness, should be taken into account, as well as factors directly necessary for tourism activities, in composition of downtown street tours. In addition, there should be consideration for pedestrians' safety and tourism information to handle foreign tourists.