

③ 베네세 홀딩스 및 나오시마 현지답사

□ 일시 및 장소: 2016. 9. 8(목), 베네세 홀딩스 부회장실

□ 면담자: Kenjiro Kaneshiro(베네세 아트사이트 나오시마 부대표)

□ 베네세 홀딩스와 나오시마 현지답사

○ 추진배경 및 목적

- 1980년 베네세그룹의 후쿠다케 소이치로 회장이 당시 어린이캠프장으로 이용하던 나오시마섬에 “예술”을 가미하여 기업의 새로운 브랜드 구상과 연계하면서 착수
- 민간기업의 CSR(기업의 사회적 공헌활동)이나, 처음에서 “예술” 구상이 없이 앞으로 일본의 도시민의 미래에 대한 고민. “도시민들은 과연 행복한가?” 아름다운 풍경과 자연이 행복을 가져다주지 않을까 하는 생각을 함.
- 현재 후쿠다케 회장이 섬과 인연을 맺은 건 후쿠타케 서점(베네세 그룹 전신) 창업자였던 아버지 때문임
“나오시마에 어린이를 위한 국제캠프장을 만들다 돌아갔어요. 아버지 대신 캠프장을 짓고 섬을 드나들면서 '행복이란 과연 무엇인가'란 화두에 빠져들었죠.” 도쿄에서 나고 자란 그의 눈에 세토내해의 풍경과 섬 사람들의 소박하고도 자급자족적인 삶은 '충격'이었다. "누가 제일 강하고, 누가 돈을 제일 많이 버느냐에만 관심 있는 도쿄에서는 결코 누릴 수 없는 행복이었죠”
<http://cafe.daum.net/bluepinetreaserior/9T4P/160?q=%BA%A3%B3%D7%BC%BC%CS%A6%B5%AF9%BD%BA>
- 문제는 일본 최초의 국립공원이었던 세토내해 섬들이 산업폐기물로 황폐화돼가고 있다는 사실이었음. 폐허가 된 구리제련소 부지를 사들인 뒤 주민들과 머리를 맞대고 섬을 되살릴 궁리를 했으며, 유명 건축가인 안도 다다오가 합류하게 됨
- 베네세의 명칭은 good+being로서, 기업의 이념을 바꾸는 계기가 됨

○ 개발과정 및 추진전략

- 처음부터 지역활성화에 대한 관심은 없이, 기업의 사회적공헌활동 차원에서 접근하였음
- 당시 동경에 빌딩을 투자할 정도의 자금을 투자하여 관광회사 토지를 매수하여 추진함
- 연간 25억엔의 수입이 창출(예술제가 있을때는 70만명, 없을때는 40만명이 내방하며 50여개 국으로부터 내방. 내방객 중에서 외국인이 차지하는 비중은 40% 정도임)
- 현재 나오시마 전체의 10-20%에 해당하는 토지를 소유하고 있음
- 현재 지중미술관, 베네세하우스 모두 흑자를 창출하고 있음



〈 나오시마 안의 예술작품 배치도 〉

○ 주요 성공요인

- 나오시마 성공요인의 하나는 30년 이상 나오시마정을 관리해온 町長을 들수 있음
- 기존자원의 업그레이드를 통해 새로운 가치 창출에 관심을 가졌음. 또한 국립공원 지역으로서 건물을 짓거나 개발행위 제한이 존재하여 자연경관을 훼손하지 않도록 건축물을 신축하게 되었고, 그 결과 건축물들이 명소화하여 내방객을 유치하는 상태임. 규제로 인해 아무것도 할수없다는 관행적 인식의 전환을 요구하며, 규제로 인해 오히려 새로운 가치를 창출할 수 있다는 사례를 보여주고 있음
- 지중미술관은 지상2층 및 지하에 전시관을 자연광을 활용하여 배치
- 베네세하우스(호텔)는 지상2층 및 지하1층 건축물로 객실 60실 규모임
- 해안선 도로는 경관을 고려하여 전봇대, 간판 등을 설치하지 않음
- Site Place Work(공간 입지를 최대한 활용하여 건축물 및 예술품 배치)

○ 최근 동향 및 향후 계획

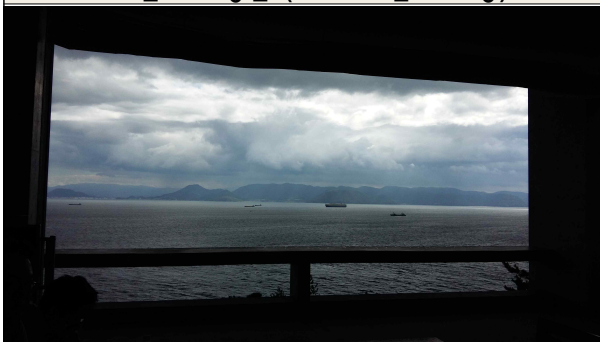
- 나오시마의 성공 스토리에 대한 관심이 높아지면서, 최근에는 중국 연안지역에 관심을 보이고 있고, 금년 10월중 쇼도시마에서 중국, 유럽 관계자들과 포럼을 개최할 예정임
- 미술과 예술(Art)를 통한 지역활성화가 테마
- 섬 개발시, 민간기업이 들어와 아름다운 경관을 훼손하는 사례가 발생함. 이를 예방하기 위해 정부의 규제가 매우 중요함. 또한 고령화가 가속화되면서 시설의 유지관리를 위한 인재 확보가 향후 중요한 과제로 예상됨



▲ 인터뷰 장면 (베네세그룹 부회장)



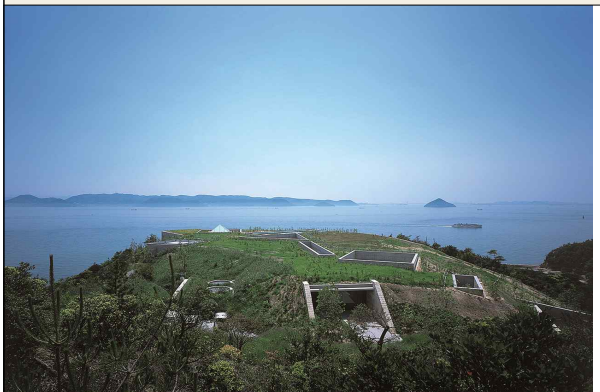
▲ 베네세 하우스 전경(세토내해 조망)



▲ 사무실 장면 (세토내해 조망)



▲ 베네세 하우스(호텔 전경)



▲ 나오시마섬 현지 (지중미술관)



▲ 나오시마 현지 (쿠사마 야오이, 호박)



▲ 나오시마섬 현지 (이에 프로젝트)



▲ 나오시마 현지 (베네세하우스)

④ 세토우지 국제예술제 트리에날레 추진위원회

□ 일시 및 장소: 2016. 9. 8(목), 세토내해 국제예술추진과 사무실

□ 면담자: KISIYAMA Naruhito(카가와현 문화예술국 세토내해 국제예술추진과 과장), YATOUJI Hiroyuki(주임), Tesyuki IMATAKI(과장보좌)

□ 섬 트리에날레 국제예술제 추진위원회 운영 사례

○ 추진배경 및 목적

- 나오시마 “예술섬”의 성공을 주변 섬으로 확산하기 위해 2010년부터 개최, 매3년 주기로 개최하여 2016년 제3회 예술제를 운영 중임
- 세토내해국제예술제는 무대가 되는 각 섬들이 지닌 생활, 역사에 초점을 두고, 아트를 매개로 주민, 특히 노인들의 원기를 재생하는 기회를 만들고자 하며, 국내 및 세계 각지역으로부터 내방객을 모으고, 섬에 사는 사람들과 교류하고 협동하면서 세토내해의 미래를 개척하는 원동력으로 삼아 섬과 세토내해의 재생 기회를 창출하는데 목적이 있음

“있는 것을 살리고, 새로운 가치를 창출한다”

○ 추진경위 및 과정

- 국제예술제의 콘셉트: Native(장소 고유성), Local(지역주도성), Community(공동체 협력)
- 제1회 예술제(2010년)에서는 “아트와 바다를 둘러보는 100일간의 모험”을 주제로 하여 7월부터 10월까지 105일간 나오시마를 비롯해 7개 섬에서 개최되었음
 - 내방객수는 938,246명이며, 경제적 파급효과는 111억엔임
- 제2회 예술제(2013년)에서는 “아트와 바다를 둘러싼 세토내해의 사계절”을 주제로 하여 봄(3-4월간 33일), 여름(7-9월간 44일), 가을(10-11월간 31일)로 나누어 108일간 개최하였음
 - 내방객수는 1,070,368명이며, 경제적 파급효과는 132억엔임
- 제3회 예술제(2016년)에서는 “바다의 復權”을 주제로 하여 “세토내해의 음식을 맛보는 음식프로젝트, 아시아.세계와 교류하는 세토내해 아시아촌, 분재.사자무 등 지역문화의 발신 등 프로젝트”를 전개하고 있음
 - 봄(3-4월간 29일), 여름(7-9월간 49일), 가을(10-11월간 30일) 총 108일간 개최됨

- 나오시마를 비롯하여 12개 섬에 걸쳐 운영
 - 34개국 226개 작품을 섬에 배치(고정작품 100개 정도, 나머지는 가설작품)
- 〈2016년 세토우찌 국제예술제 개최장소 및 일정〉

개최기간에 관하여 About Each Session

봄: 3월 20일 | 일 · 춘분의 날 | - 4월 17일 | 일 | Spring: Mar 20th | sun | - Apr 17th | sun |
 여름: 7월 18일 | 월 · 바다의 날 | - 9월 4일 | 일 | Summer: Jul 18th | mon | - Sep 4th | sun |
 가을: 10월 8일 | 토 | - 11월 6일 | 일 | Autumn: Oct 8th | sat | - Nov 6th | sun |

계절의 변화를 즐기며 느긋한 기분으로 섬들을 돌아보실 수 있도록 봄, 여름, 가을의 세 시즌으로 나누어 개최합니다.
 The Setouchi Triennale has been divided into three separate sessions, spring, summer and autumn, so that you can enjoy the beauty of each season while traveling leisurely around the islands.

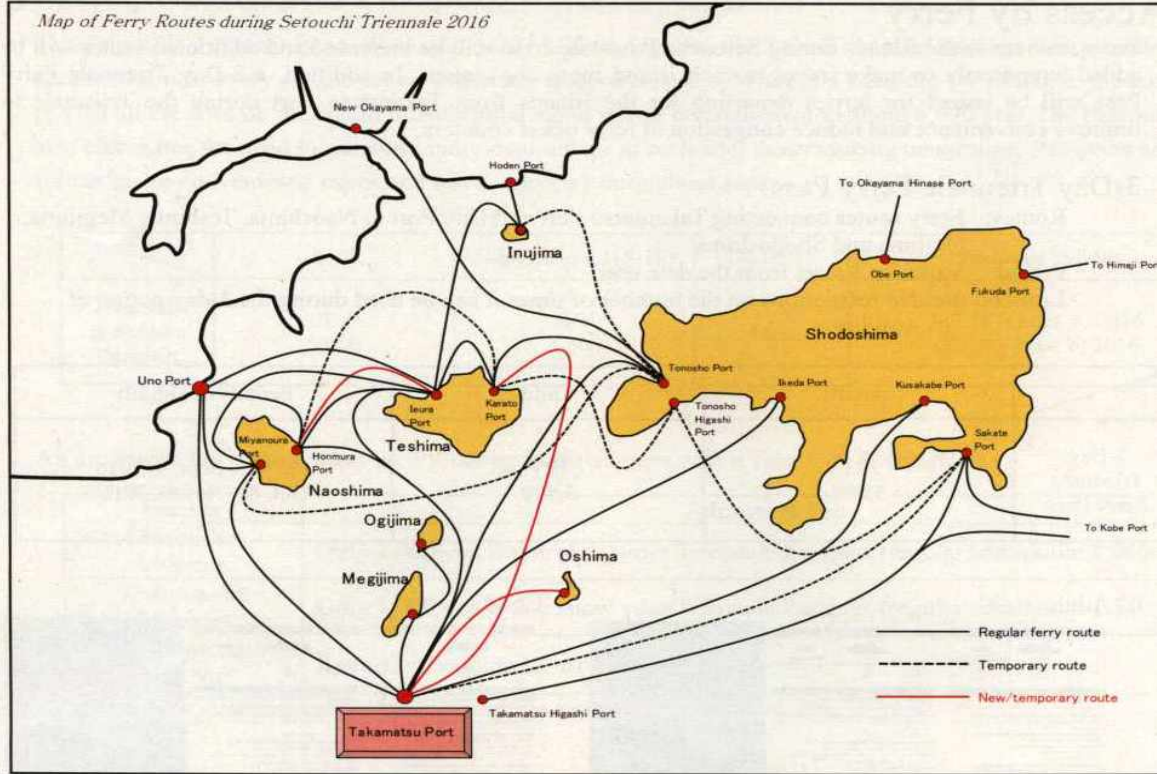
섬들을 돌아볼 때의 9가지 마음가짐
 Nine Points for Enjoying the Triennale

1. 작품을 언제 감상할 수 있는지 확인할 것	1. Double check the viewing times for each art site.
2. 밝고 시원시원하게 인사할 것	2. Greet people you meet.
3. 자기 쓰레기는 반드시 섬 밖으로 가져가 버릴 것	3. Take your garbage home with you.
4. 매너를 지키며 감상할 것	4. Be considerate of others when visiting the islands and viewing the art sites.
5. 교통규칙을 지킬 것	5. Observe traffic rules.
6. 돌아오는 배의 시각을 항상 확인할 것	6. Be sure to check the ferry schedule.
7. 날씨에 맞춰 행동할 것	7. Plan your visit in advance, taking into consideration the characteristics of each island and the weather.
8. 화장실을 발견했을 때 불임을 볼 것	8. Take advantage of restroom facilities when you can.
9. 섬에 자동차를 타고 가는 것은 자제할 것	9. Don't bring your car to the islands.

공식 정보 톨
 Official Information

공식 웹사이트 Official Website | <http://setouchi-artfest.jp/>
 공식 Facebook 페이지 Official Facebook page | <https://www.facebook.com/ArtSetouchi>
 공식 Twitter Official Twitter | https://twitter.com/setouchi_art_jp
 공식 Instagram Official Instagram | www.instagram.com/artsetouchi
 세토우찌 국제예술제 2016 공식 가이드북 Setouchi Triennale 2016 Official Guidebook | 1400엔

Map of Ferry Routes during Setouchi Triennale 2016



Map of Ferry Routes for West Kagawa during Setouchi Triennale 2016 Autumn Session (not yet finalized)



○ 추진성과

- 나옴시마의 성공사례를 토대로, 현대미술을 빌려 주변 섬의 지역재생을 도모하기 위해 기획
- 나옴시마의 성공 포인트: 협력 (베네세기업, 아트 디렉터, 지방행정)
 - *실행위원회 회장: 카가와현 지사, 종합프로듀서: 후쿠다케 소이치로(후쿠다케재단 이사장), 종합디렉터: 기타가와 후라무(아트 디렉터)
- 지역주민들과 협력해서 현대미술 작품을 만들어가는 과정을 관광객에게 보여주는 것, 그것이 성공 포인트라고 생각함
- 내방객 실태: 여성 70%, 남성 30%/ 현외 61.3%(관동 17.8%, 관서 16.5%) / 현외 내방객 체류일수 평균 2.48일, 2박 이상은 45.9%를 차지 (외국인 13%) / 재방문 비율이 절반 수준에 달하며, 예술제 등을 계기로 섬지역으로의 이주자 및 교류인구 증가(휴교중인 학교 재개 등 성과 도출)
- 나옴시마 성공 및 국제예술제 개최이후, 쇼도시마는 인구가 당초 3만명이었는데 2015년 한해동안 300명이 증가하였으며, 카가와현 전체로는 1000명 정도 인구증가 초래

5 시코쿠 투어리즘 창조기구(Tourism Shikoku)

○ 기관 소개

- 2009년 7월31일, 시코쿠 관광입현추진협의회를 발전적으로 해체하고, 시코쿠 투어리즘 창조기구로 설립함
- 본 기구의 설립이념: ①민간조직력의 활용 ②민간지식의 활용 ③민간자본의 활용
- <http://www.shikoku.gr.jp> (카가와현 다카마츠시 심볼타워 3층)

□ 일시 및 장소: 2016. 9. 8(목), 시코쿠 투어리즘 창조기구 사무실(다카마츠시 심볼타워 3층)

□ 면담자: Shoji Manabe(본부장), Yuka Tokunaga(과장), Eri Ikeda(매니저), Yuri Doi(국제관광객유치담당)

□ 주요 논의내용

○ 추진배경

- 시코쿠 지역은 4개 현으로 구성되어 있으며, 타 지역에 비해 협력적인 여건이 어느정도 형성되어 있었음
- 그동안 현별로 각자 관광 프로모션 및 유치 등을 했으나, 이를 4개 현이 함께 하게 된 것은 최근에서야 시작되었음. 중앙정부로부터 광역루트로 지정된 이후에 4개 현이 공동 및 협력이 시작되었음

○ 설립이념 및 전략

- 시코쿠 지역의 활성화를 목표로 2009년 설립되었으며, ①민간조직력의 활용 ②민간지식의 활용 ③민간자본의 활용을 기본이념으로 설립함
- 추진전략: ①국내 대도시로부터의 관광객 유치전략 ②인바운드 관광객 유치전략 ③시코쿠의 매력을 높이는 전략 등임
- 중앙정부에서 7-9일에 걸친 광역관광주유루트 계획을 요청하여 설정하였으나, 실제로 관광객들은 루트 중에서 선호에 따라 선택적으로 여행하고 있음
- 광역관광주유루트사업은 주로 프로모션 및 관광지 정비사업 위주로 추진되고 있음. 시코쿠 지역은 섬 지역으로서 간사이공항과 연계 및 시코쿠 전역을 관통하는 신간선 신규개설을 오래 전부터 제안하고는 있으나 상당기간 소요될 것으로 예상됨

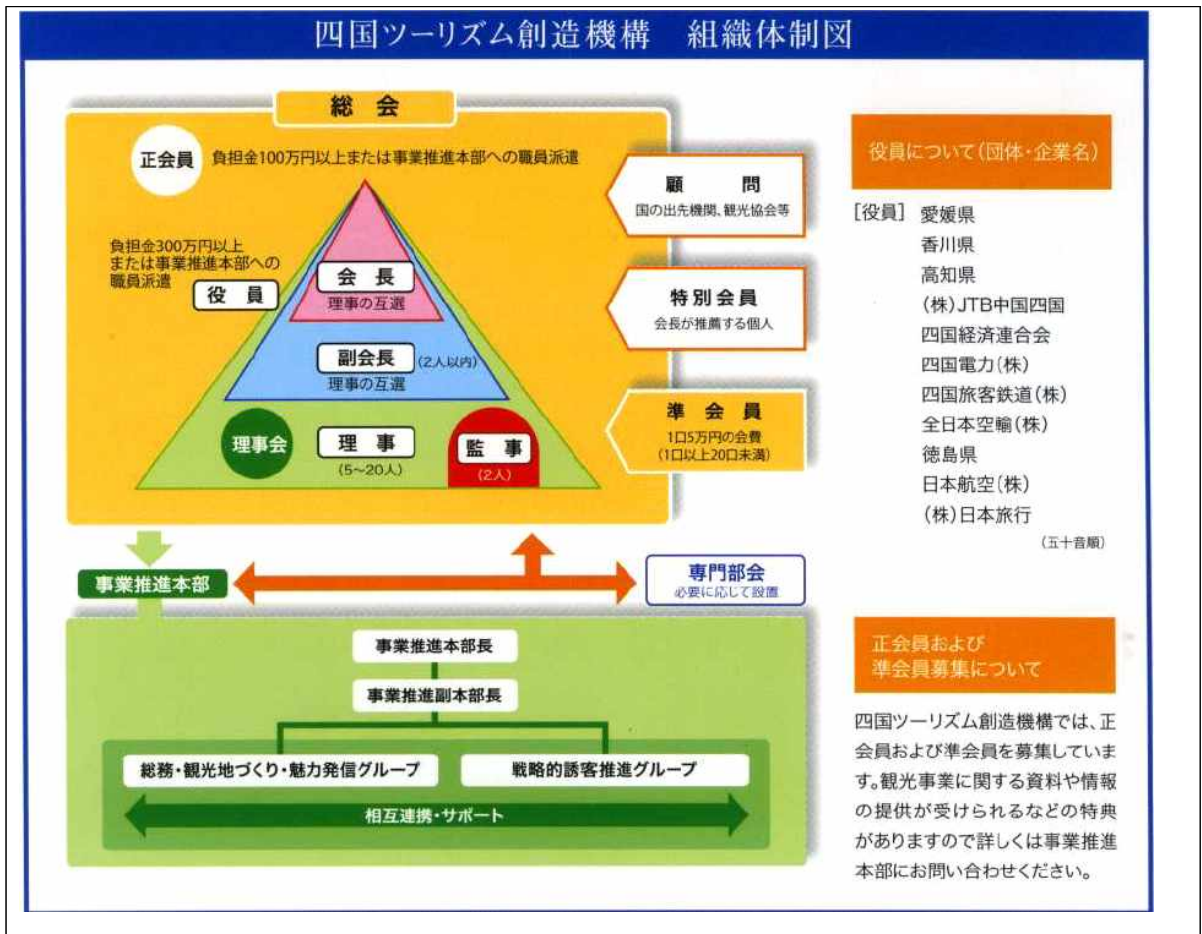
- 제3차 시코쿠관광교류전략(2016-2018년)에 의거하여 설정한 수치목표
 - 시코쿠 외부로부터 방문하는 숙박관광객수: 1068 만명(2014년 보다 68.6만명 증가)
 - 해외로부터 방문하는 외국인 숙박객수: 65.5만명(2014년 보다 37.3만명 증가)

〈 시코쿠지역내 외국인 숙박여행자수 추이 〉

2012년	2013년	2014년	2015년
184,470명	219,980명	281,360명	441,550명

▷ 외국인관광객의 국가별 분포 비중은 대만(111,720명), 한국(67,950명), 홍콩(45,010명), 중국(37,110명)의 순임(2015년 기준). 동아시아 4개국 이 전체의 73%를 차지하고 있으며, 전년대비 157%가 증가한 수치임

- 시코쿠 투어리즘 창조기구의 조직체계
 - 회원(이사) 16명, 회원 123명



○ 시코쿠 투어리즘 창조기구의 업무

- 시코쿠를 하나의 필드로-시코쿠 4개 현을 연계하여 시책을 추진
- 시장특성의 파악.분석 + 시코쿠의 인지도 향상 + 시코쿠 주유의 촉진
- 시코쿠 투어리즘 창조기구는 중앙정부(시코쿠 운수국), 시코쿠 4개 현정부, JR 시코쿠와 연휴하여 ① Visit Japan 사업(사업비의 1/2은 국가지원) ②광역관광주유루트형성사업(국비로 사업을 추진) ③시코쿠 4개 현이 연계한 사업 등을 추진

전략	추진시책
전략1: 국내 대도시 등으로부터 관광객 유치전략	①JR관광개발프로젝트 ②항공회사 등과 제휴캠페인 ③도로.해로와의 연휴 ④시코쿠 상공계 회의 개최 ⑤여행회사에 세일즈 ⑥개인여행자 유치 ⑦시코쿠DC를 활용한 관광객 유치 및 종료후 지속적인 유치
전략2: 인바운드 관광객의 유치 전략	①광역관광주유루트 형서계획 등의 추진 ②시코쿠의 브랜딩 ③개인여행자의 유치, 시코쿠 주유의 촉진 ④시장에 테마를 설정하여 사업전개
전략3: 시코쿠의 매력을 제고하기 위한 전략	①새로운 관광소재 발굴 및 광내기 ②지역별/테마별로 브랜딩화 ③시코쿠 내의 지역교류 촉진 ④효과적인 정보발신 ⑤산학관 연계에 의한 인재육성

○ 시코쿠 광역관광주유루트형성계획(2015-2019년)

- 광역관광주유루트

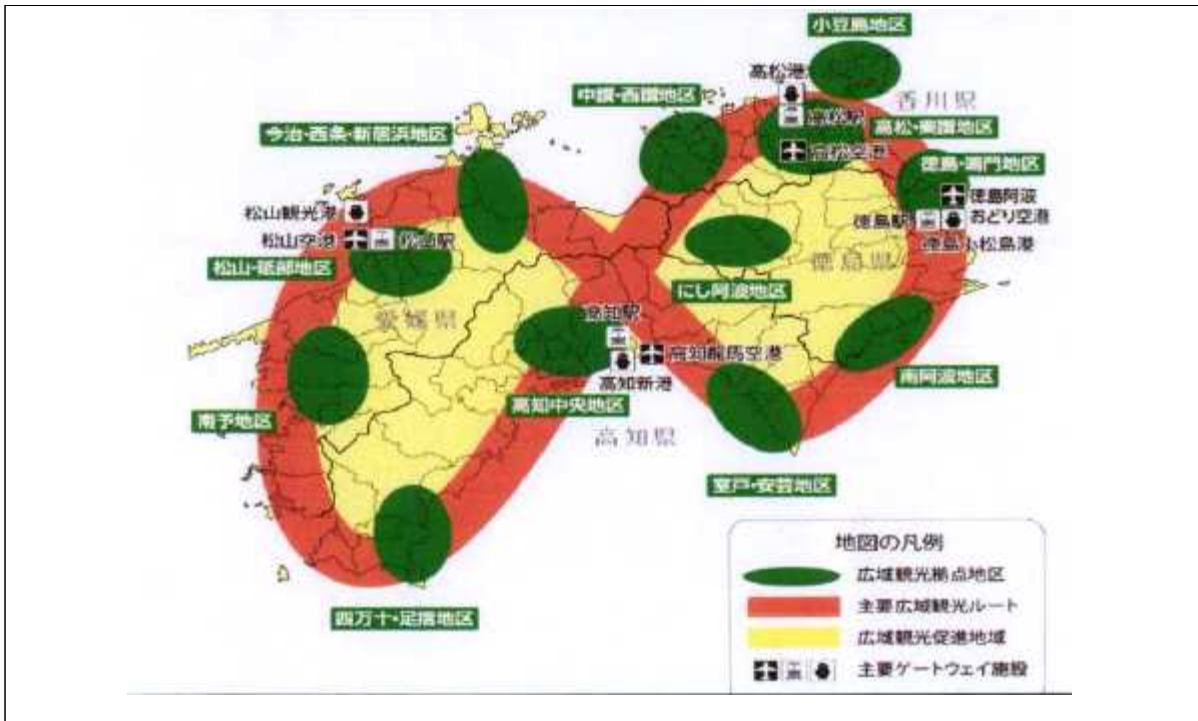
- 주제: 스피리츄얼한 섬- 시코쿠 헨로-

“1200년의 역사와 문화를 접하는 여행”

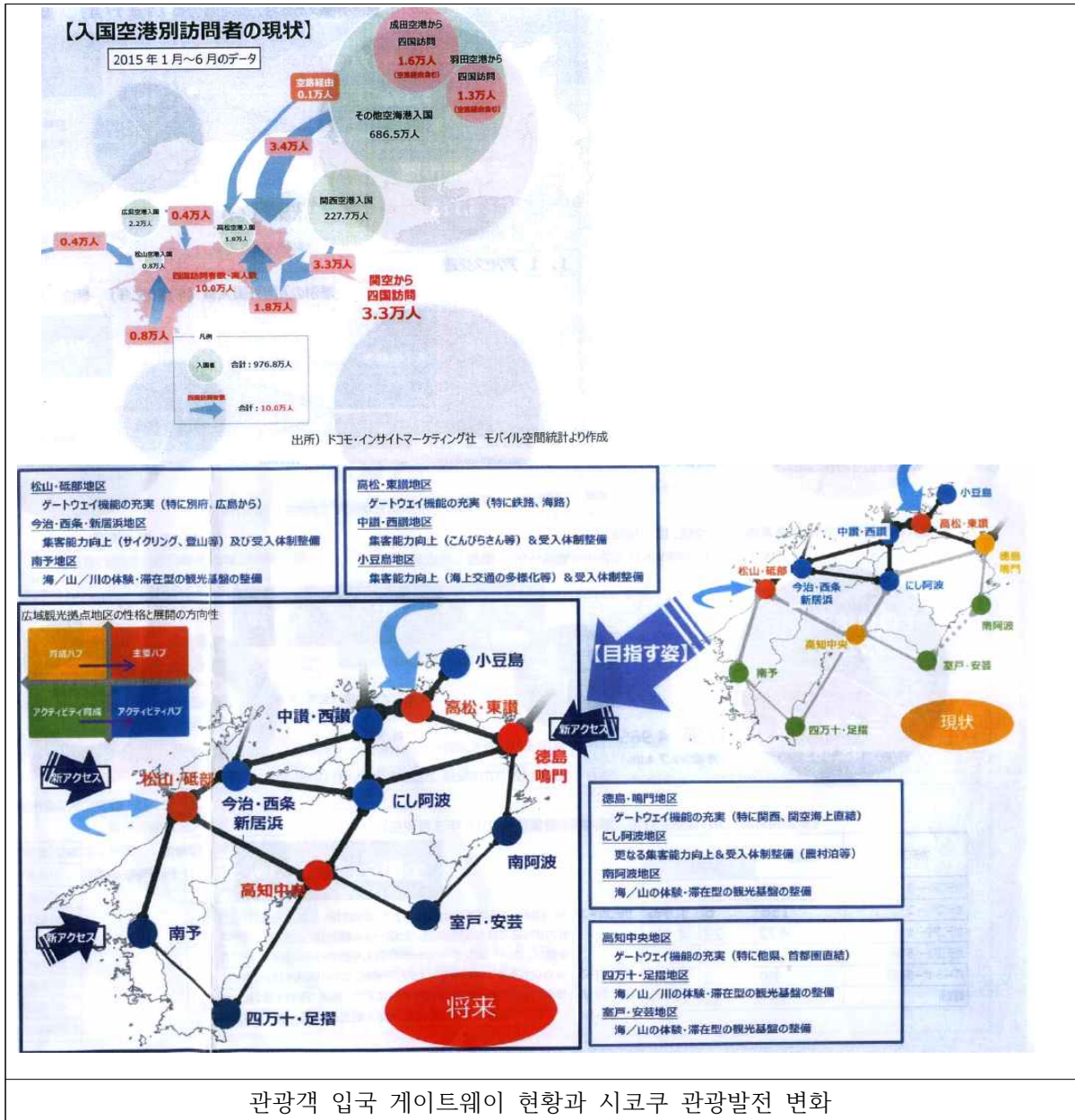
- 콘셉트: ①시코쿠 순례길(헨로)와 접대하는 마음의 문화 ②일본의 옛품경이 남아있는 미지의 관광지 ③1200년의 역사와 문화에 접하는 여행

- 시코쿠 강점: ①섬 전체에 통일적인 역사와 문화가 현존 ②일본의 원 풍경이 밀집되어 있는 지역에 응축 ③섬을 둘러보는 즐거움을 제공(주유형 관광이 가능)
- *순례자를 접대하는 문화가 남아있는 섬에서 바다, 산, 하천을 둘러보는 다채로운 ‘마음의 여행’을 제안, 개인여행자(FIT)

〈 시코쿠 광역관광주유루트 구상도 〉



〈시코쿠 광역관광주유루트 형성계획 종합전략: 광역관광거점지구의 성격과 전개방향〉



관광객 입국 게이트웨이 현황과 시코쿠 관광발전 변화

- 3개의 모델코스를 개발·홍보
 - 시코쿠 Spiritual Course
 - 시코쿠 철도클래식 코스
 - 시코쿠 대자연 드라이브 코스

<시코쿠 스피리츨컬 코스>

【モデルコース名】四国スピリチュアル・コース
(SHIKOKU Spiritual Course)



【スピリチュアルな島～四国遍路～】四国スピリチュアル・コース

日次	日程	航空機	JR	私鉄	駅	フェリー	港	バス	バス停	タクシー	レンタカー	徒歩	宿泊
0	[IN] 各国 → 羽田空港 → 国内線 or 関西空港 → リムジンバス等 or 四国直行便												
1	徳島 → 28分 → 板東 → 12分 第1番札所雲山寺(旧運路体験) → 90分 板野 → 42分 → 鳴門 → 徳島ラーメン(昼食) → 徳島市内												
2	鳴門公園 → 5分 → 藍染体験 → 10分 → 徳島 → 10分 阿波おどり会館 → 徳島市内												
3	徳島 → 68分 → 高松 → 3分 高松港 → 60分 → 土庄港 → 25分 → 小豆島八十八ヶ所霊場 → 高松市内												
4	高松 → 5分 → 栗林公園北口 → 栗林公園 → 栗林公園北口 → 5分 → 高松 → 40分 → 普通寺 → 5分 → ことひら温泉郷												
5	第75番札所 普通寺 → 5分 → 普通寺 → 4分 → 琴平 → 15分 金刀比羅宮参拝 → 琴平 → 15分 → うどん作り体験 → 15分 琴平 → 42分 → 大歩危 → 3分 → 大歩危峡観光遊覧船 → 30分 → 東祖谷												
6	落合集落展望所 → 15分 → 祖谷のかずら橋 → 10分 → 大歩危 → 49分 → 高知 → 30分 → 竹林寺前 → 高知市内												
7	第31番札所 竹林寺(パワースポット・写経体験) 竹林寺前 → 30分 → 高知 → 15分 高知城 → ひろめ市場(夕食) → 高知市内												
8	高知 → 104分 → 中村 → 10分 → 佐田沈下橋 → 60分 → 第38番札所 金剛福寺 → 10分 足摺岬 → あしずり温泉郷												
9	足摺岬 → 40分 → 竜串海岸 → 50分 → 柏島 → 80分 → 外泊石垣の里 → 60分 → 宇和島城 → 鯛めし(夕食) → 宇和島市内												
10	真珠加工体験 → 15分 高光 → 73分 → 内子 → 10分 内子の町並み → 10分 内子 → 28分 → 松山 → 道後温泉												
11	JR松山駅前 → 10分 → 道後温泉駅前 → 15分 第51番札所 石手寺 → 15分 道後温泉本館 → 道後温泉												
12	道後温泉駅前 → 10分 → 大街道 → 5分 松山城 → 5分 大街道 → 10分 → 松山 → [OUT] 国内線 → 羽田空港 or リムジンバス等 → 関西空港 or 四国直行便												

※1) 2日目～6日目はALL SHIKOKU Rail Pass 5日間使用を想定 ※2) 8日目・9日目は、四国outの方法によって、ALL SHIKOKU Rail Pass 2日間の使用を想定

<시코쿠 철도 클래식 코스>

【モデルコース名】 四国鉄道クラシカル・コース
(SHIKOKU Railway Classical Course)



【スピリチュアルな島～四国遍路～】四国鉄道クラシカル・コース

日次	日程	航空機	JR	私鉄	駅	バス	バス停	タクシー	レンタカー	徒歩	宿泊先
0	IN 各国 → 四国直行便 or 関西空港→リムジンバス等 or 羽田空港 → 国内線										
1	高松 → 玉藻公園 → 高松 → 5分 → 栗林公園北口 → 栗林公園 → 栗林公園北口 → 5分 → 高松 → 24分 → 丸亀 → 10分 → 丸亀 → 10分 → 丸亀 → 12分 → 普通寺 → 5分 → 第75番札所 普通寺(戒壇巡り) → 5分 → 普通寺 → 4分 → 琴平 → 徒歩										こんぴら温泉郷
2	→ 徒歩 → 金刀比羅宮 → 徒歩 → さぬきうどん作り体験 → 15分 → 琴平 → 42分 → 大歩危 → 3分 → 大歩危 → 5分 → 大歩危峡観光遊覧船 → 5分 → 平家屋敷民俗資料館 → 10分 →										大歩危・祖谷温泉郷
3	→ 5分 → かずら橋 → 10分 → 祖谷そば そば打ち体験 → 20分 → 大歩危 → 49分 → 高知 → JR高知駅 → 30分 → 牧野植物園正門前 → 牧野植物園 → 竹林寺前 → 20分 → 桂浜 → 桂浜・坂本龍馬記念館 → 桂浜 → 60分 → JR高知駅 → 徒歩										高知市内
4	高知 → 11分 → 伊野 → 10分 → 紙の博物館(紙すき体験) → 10分 → 伊野 → 36分 → 土佐久礼 → 5分 → 久礼大正町市場(かつおのタタキ) → 5分 → 土佐久礼 → 52分 → 中村 → 5分 → 四万十川遊覧船 → 5分 →										四万十市内
5	中村 → 35分 → 窪川 → 30分 → 海洋堂ホビー館 → 30分 → 窪川 → (海洋堂ホビー特レイン) → 83分 → 松丸 → 30分 → 滑床渓谷(散策) → 30分 → 松丸 → 45分 → 宇和島(鯛めし)										宇和島市内
6	宇和島 → 10分 → 宇和島城 → 10分 → 宇和島 → 60分 → 伊予大洲 → 20分 → 臥龍山荘 → 20分 → 伊予大洲 → 10分 → 内子 → 10分 → 内子の町並み(内子フレッシュパークから) → 10分 → 内子 → 28分 → 松山 → 35分 → 砥部町陶芸創作館(絵つけ体験) → 20分 → 第51番札所 石手寺 → 徒歩										道後温泉
7	道後温泉駅前 → 10分 → 大街道 → 5分 → 松山城 → 5分 → 大街道 → 10分 → 松山 → OUT 四国直行便 or リムジンバス等 → 関西空港 or 国内線 → 羽田空港										

<시코쿠 대자연 드라이브 코스>



【スピリチュアルな島~四国遍路~】大自然ドライブ・コース

日次	日程	航空機	駅	港	レンタカー	フェリー	徒歩	宿泊先
0	IN 各国 → 四国直行便 or 関西空港→リムジンバス等 or 羽田空港 → 国内線							
1	徳島 → 20分 → 第1番札所 霊山寺 → 30分 → 大塚国際美術館 → 5分 → 鳴門公園(渦の道)							徳島市内
2	阿波十郎兵衛屋敷 → 15分 → ひょうたん島クルーズ → 60分 → 第23番札所 薬王寺 → 5分 → 日和佐うみがめ博物館カレッタ → 30分							海陽町内
3	→ 50分 → 室戸ジオパークセンター → 5分 → 御蔵洞 → 45分 → モネの庭 → 40分 → 馬路村 → 50分							安芸市内
4	→ 60分 → 仁淀川(土佐和紙工芸村くらうど) → 60分 → マイントピア別子 → 60分 → 亀老山展望公園 → 20分							今治市内
5	→ 30分 → 大山祇神社・しまなみ海道サイクリング → 120分 → 高松港 → 20分 → 土庄港							小豆島
6	→ 小豆島ふるさと村 → 15分 → 寒霞溪 → 20分 → エンジェルロード → 5分 → 土庄港 → 20分 → 高松港 → 3分 → 玉藻公園							高松市内
7	→ 50分 → 第88番札所 大窪寺 → 50分 → 高松 OUT 四国直行便 or リムジンバス等 → 関西空港 or 国内線 → 羽田空港							

○ 시코쿠 광역관광주유루트형성사업 내용(2015-2016년)

구분	추진시책	세부 추진사업
2015년 (국비사업 41,000천엔)	사업계획 수립 및 마케팅 (시코쿠 광역관광주유루트 시장조사.전략책정사업, 국비 15,000천엔)	-시코쿠 인바운드에 관한 현상과 과제 정리 (방일외국관광객 동향조사, 워킹그룹 운영) -기본전략의 책정(콘셉트 구체화) -종합전략의 책정 -5년간 로드맵 작성 등
	관광수용환경정비.교통접근 원활화, 체재콘텐츠의 충실 (외국인관광안내소의 기능강 화 및 관광관계자 연수등 사 업, 국비 12,000천엔)	-시코쿠 관광안내소 연락협의회 개최 -관광관계자(호텔,여관 등) 연수회 개최 -외국인여행자 수용 매뉴얼 작성 -시코쿠 관광모델코스의 작성(시코쿠 주유 및 12개 거점의 착지형 등)
	대상시장을 향한 정보발신, 프로모션 (스피리츄얼한 섬; 시코쿠 헨로 프로모션 사업, 국비 14,000천엔)	-다국어 프로모션 동영상 작성 등 -다국어 팸플렛 작성 -해외여행박람회 출전
2016년 (국비사업 1,538천엔)	사업계획 책정 및 마케팅 (형성촉진사업계획 추진사업, 국비 7500천엔)	시코쿠 광역관광주유루트 형성계획사업에 관한 시장조사 심층화, 분석 및 시코쿠 4개현 관계자간 연락조정 등 수행
	관광수용환경정비 및 교통접 근 원활화	-광역관광거점지구 계발 세미나 등 개최사업 (광역 관광거점등에서 계발세미나 개최, 국비 4800천엔) -관광정보제공사업(관광앱1을 활용해서 시코쿠 관 광정보를 다언어로 제공하여 여행자 만족도 향상, 국비 11,500천엔) -2차교통을 활용한 주유촉진 실증조사사업(숙박지 와 관광지를 연결하는 2차교통 시험운행 및 주유 촉진, 해안으로부터 접근실태 조사, 고속버스 프 리패스통행권 이용촉진사업 등, 국비 26,000천엔)
	체재콘텐츠의 충실	-모델코스 여행상품화 모니터 조사등사업(외국인에 의한 모델코스 모니터 조사, 시코쿠 순례길에 관 한 책자 작성, 국비 13,500천엔) -전원체험콘텐츠 발굴사업(농업체험, 농가민박 등 의 데이터베이스화, 관광소재집 작성, 체험 매뉴 얼 작성 등, 국비 18000천엔)

	<p>해외로 정보발신 및 프로모션 사업</p>	<ul style="list-style-type: none"> -해외여행박람회 출전 및 여행회사 등 초청사업 (MAP 출전, Japan Travelers Cate 출전 등, 국비 32,600천엔) -프로모션 동영상 및 팸플렛 제작사업(국비 8000천엔) -FIT에 대한 인지도 향상사업(대만에서 인기있는 웹사이트의 정보발신, 한국,중국으로부터 영향력 인물 초청, 간사이공항 등에서 방일외국인여행자에게 시코쿠를 PR, 국비 16,100천엔) -음식,농산어촌 프로모션 사업(해외잡지사 초청, 해외 TV드라마 초청 등, 국비 15,800천엔)
--	---------------------------	--

IV. 시사점 및 벤치마킹 요소

- 인구감소시대에 대응한 새로운 지역발전 정책수단으로서 “관광”과 “광역적 연계협력”을 강조하고, 이를 활용한 관광권 및 광역관광주유루트 정책을 도입·추진
 - 2010년이후 일본은 본격적인 인구감소시대에 진입하였으며, 인구감소에 따른 지역경제 위축 문제에 효과적으로 대응하기 위해 “관광”의 중요성을 인식하고 정책적 활용 모색
 - 관광을 통한 교류인구 증대로 인구감소에 따른 지역경제 감소문제를 해소 노력
 - 정주민구 1인당 연간소비액이 125만엔인데, 여행자의 소비로 환산해보면, 외국인 여행자 8인분, 국내여행자(숙박) 25인분, 국내여행자(당일) 80인 분에 해당한다는 실증적 논거 제시
 - 복수의 지자체로 구성된 광역관광주유루트를 11개 지정(2016년 현재)하고, 중앙정부 관계부처의 시책을 통합적 내지 우선적으로 지원하는 한편, 지자체간 연계와 협력을 주요 정책수단으로 하여 공동발전 방안을 모색하고자 함
 - 기존 지역자원의 활용과 관광자원 “광내기(가치창출)”에 초점을 두며, 기존 인프라의 연계융합 등을 초점을 두어 기존의 신규인프라 추진의 발전전략 전환을 시사

[**시사점**] 해안권 발전거점(관광형) 추진전략의 시의적절성과 정책적 유용성에 대한 벤치마킹 정책사례로서 의미가 높으므로, 일본의 향후 광역관광주유루트 추진과정 및 성과에 대한 모니터링 필요

[**벤치마킹 요소**] 인구감소와 저성장시대에 부합하는 새로운 지역발전 정책수단 모색이 필요한 시점에 임박하고 있는는 점과 “관광”과 “지역간 연계·협력” “신규 개발 보다는 기존자원의 현명한 이용과 효과적인 활용”을 강조하고 있는 점은 향후 해안권 발전거점 시범사업 기본구상 계획 수립시 고려할 요소임

- 지역발전 성공모델(나오시마, 예술섬)을 토대로 그 효과를 주변지역으로 확산시키기 위해 중앙정부 및 지자체 차원의 지역발전 지원시책을 통해 가시적인 성과와 시너지 창출 노력
 - 일본 나오시마는 1988년 이후 민간기업인(베네세 그룹)의 아이디어와 지속적인 투자(베네세 아트 프로젝트)를 통해 전세계 관광객들을 끌어모으는 “예술섬”으로서 지명도를 높이게 되었으며, 중앙정부는 광역관광주유루트 지정(세토우찌 아트 루트-바다의길, 시코쿠 광역관광주유루트) 및 지자체의 세토우찌 국제예술제 추진(2010년부터 3년마다)을 통해 성공효과를 주변 섬지역으로 확산시키고자 적극적으로 지원 노력하고 있음

- 국토의 버려진 땅 “섬”에 대한 관심 촉구와 관광자원화를 통해 관광매력도(attraction) 증진을 모색할 필요
- 중앙정부, 지자체, 민간기업의 협업구조를 마련하여 “섬”의 활용가치 극대화 강구
- 일본의 “섬”의 잠재력 및 관광매력도 증진 전략
 - 첫째, 개발에서 “이용과 활용”으로 전환(무인도 보다는 유인도를 대상으로 활용)
 - 둘째, 연육교, 연도교 등 인프라 요구에서 교통수단 다양화 등 소프트시책 요구의 증대(교통을 이동수단에서, 관광위락수단으로 인식)
 - 셋째, 관광객의 체험 및 주민참여형으로 관광프로그램 발굴 강화
 - 넷째, 공간최적화 예술자원 배치방식을 통해 예술과 지역경관을 융합하고 조화시킴으로써 지역 자체를 상품화 유도(나오시마 사례)
 - 다섯째, 일률적인 규제완화 추진 보다는 선별적 규제 유자합리화(규제로 인해 지중미술관 건립 및 경관유지로 섬 명소화)
 - 여섯째, 성공모델 마련 및 주변확산 전략 채택(세토우찌국제예술제 개최)
 - 일곱째, 숙박시설 집적지를 기반으로 한 체제촉진지구와 교통거점(역, 항만, 공항 등)을 기반으로 게이트웨이(Gateway) 재생을 통해 도시 전반의 재생과 지역경제 활성화 촉구

[시사점] 기존 관광자원 활용 및 버려진 국토자원(섬)의 광내기를 통해 지역재생 창출 및 성공모델의 주변지역 연계·확산 도모

[벤치마킹 요소1] 관광자원화에 있어서 공간최적화경관 유지와 지역특성을 최대한 살리면서 광역적인 관광루트를 설정하고, 통합 브랜딩(Branding), 홍보(PR)를 통해 관광객을 유치를 촉진

[벤치마킹 요소2] 규제완화 지상주의를 탈피, 오히려 규제를 통해 예상 못한 새로운 관광명소를 창출한 나오시마 지중미술관, 베네세하우스 건축물 사례 등을 참조하여, 조급한 민자유치와 규제완화에 따른 경관훼손 가능성을 최소화

□ 광역관광주유루트의 효율적이고 효과적인 추진을 위해 민간분야 조직력, 지식, 자본력 등을 적극적으로 활용

- 일본 카가와현에 지정되어 있는 세토우찌 광역관광주유루트 사업을 효과적으로 추진하기 위해 시코쿠 4개현이 참여하는 ‘시코쿠 투어리즘 창조기구’를 설치하여 운영
 - 플랫폼으로서 추진주체간 전략회의 및 워킹그룹(관광매니저, 워킹그룹) 활용
 - 각 루트별로 추진주체가 다양하게 구성되어 운영 중임

〈광역관광주유루트별 추진주체와 모델코스〉

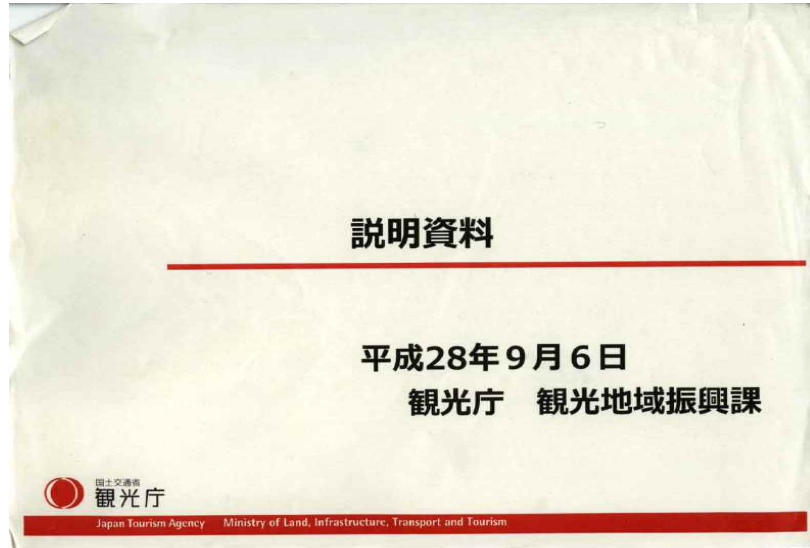
루트명	실시 주체명	모델코스명	
		개소	명칭
아시아의 보석, 유구의 자연 미로의 길, 히가시 북해도	프라임 로드 東 북.해.도 추진협의회	2	① Explore the Wonderland in Summer ② Explore the Wonderland in Winter
일본의 오키노인.토호쿠 탐방루트	동북관광추진기구	3	① 사계절이 담겨있는 동북의 보석 코스 ② 삼릉지역의 풍요로움과 부흥 코스 ③ 일본해의 아름다움과 전통코스
승룡도 루트	중부 광역관광추진 협의회	4	① Dragon 코스 (전통공간으로 유인) ② Nostalgic 코스 ③ Great Nature 코스 ④ 사무라이문화.전통기술 리얼체험코스
미의 전설 루트	관서광역연합, 관서경제연합회, 관서지역진흥재단	2	① 간사이-세계유산과 절경 전통과 자연의 아름다움 경연장 ② 간사이-일본의 정신문화 성지, 미의 계승
세토우찌, 바다의 길 루트	세토우찌관광추진기 구, 세토내해 관광루트유치촉진 협의회	3	① 신 골든루트: 새로운 서일본 발 견 여행 ② 시코쿠 철도 클래식 여행 ③ 하늘과 섬과 바다가 융합된 사이클링 코스
스피리츄얼한 섬 -시코쿠 헨로	시코쿠투어리즘 창조기구	3	① 시코쿠 스피리츄얼 코스 ② 시코쿠 철도 클래식 코스 ③ 시코쿠 대자연 드라이브 코스
온천 아일랜드, 큐슈 루트	큐슈관광추진기구	3	① 철도.버스로 돌아보는 큐슈의 매력만끽 코스 ② 큐슈의 역사.자연을 렌터카로 돌아보는 코스 ③ 화산의 섬, 큐슈 일주코스
7개 루트, 20개 모델코스		20	

[시사점] 일본은 광역관광주유루트 형성촉진계획에 따라 중앙정부 지원 및 지자체 연계사업을 추진하기 위해 모델코스 개발 및 이를 기반으로 사업 실행을 위해 지역여건을 고려하여 협의회 및 광역연합, 민간주도 관광기구 등을 구성하여 운영하고 있음

[벤치마킹 요소] 우리나라는 현재로는 지방자치법에 의해 행정협의회와 조합을 추진 주체로 주로 고려하고 있음. 관광시책의 특성(다양화, 융복합연계, 소프트, 전문성)에 맞게 적절하게 추진할수 있는 추진체계 및 플랫폼 구성.운영방안을 유연하게 검토할 필요

[부록 1] 출장 취합자료(파일)1)

□ 국토교통성 관광청 관광지역진흥과 설명자료(2016.9.6.)



□ 카가와 세토우치아트 관광권: 관광지역 브랜드 전략 설명자료(공익사단법인 카가와현 관광협회)



1) 방문기관의 발표자료로서, 파일(pdf) 형태로 취합

「香川せとうちアート観光圏」平成28年度事業計画について

1 平成28年度の事業計画について

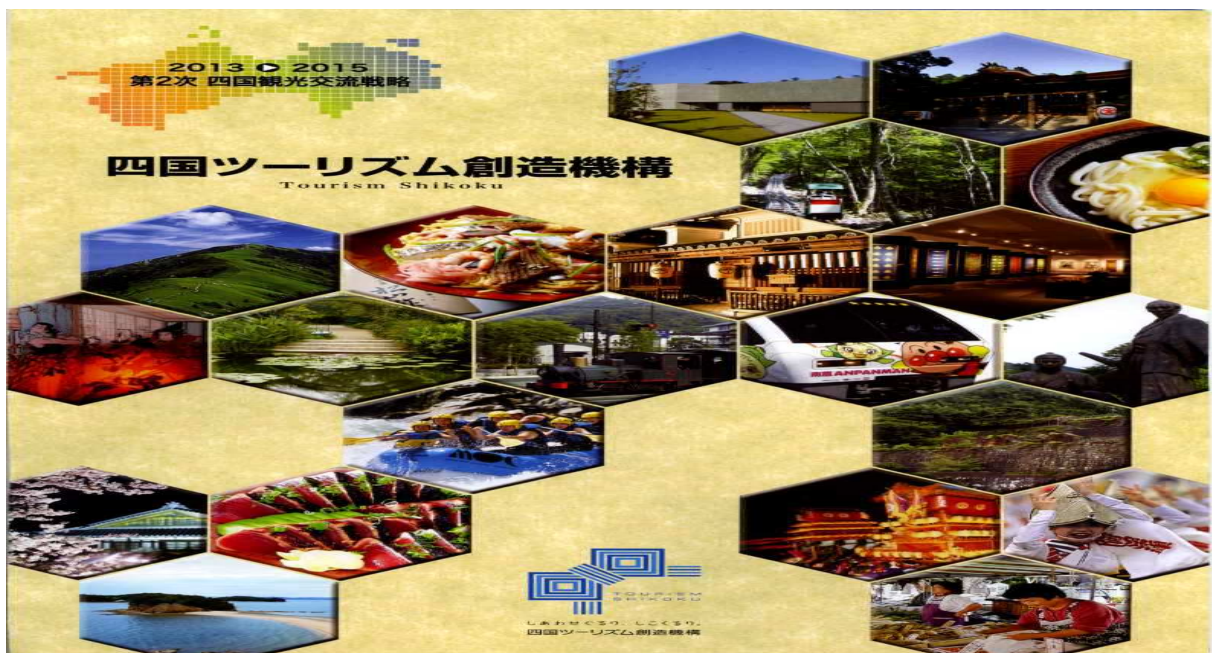
国土交通省の平成28年度観光地域ブランド確立支援事業に係る補助金を活用し、本県の強みである瀬戸内海や圏内に点在するアート・文化資源等を独自の価値として確立するとともに、圏域内での周遊・滞在の促進、来訪者への情報発信等に取り組む。

2 平成28年度観光地域ブランド確立支援事業に係る補助金を活用し実施する事業

事業番号	個別事業名
1-1	周遊型・体験型旅行商品（滞在プログラム）造成事業
1-2	「てくてくさぬき」商品化支援事業
1-3	教育旅行受入可能性調査研究事業
2-1	観光品質認証制度研究事業
2-2	地域塾開催事業
2-3	観光ボランティアガイド育成研修事業
2-4	せとうちアートクルーズ事業
2-5	旅行会社等向け観光素材集作成事業
2-6	旅行者向け観光ガイドブック作成事業
2-7	“せとうちアート”の魅力探訪ガイドブック作成事業
2-8	圏域内観光案内所機能向上事業
3-1	マーケティング調査事業
3-2	観光地域づくりプラットフォーム人材育成事業
3-3	四国2観光圏ブランド発信事業
3-4	香川せとうちアートブランド発信事業
4-1	全国観光圏推進協議会事業

□ 시코쿠투어리즘 창조기구 설명자료(2016.9.9.)

- 시코쿠 광역관광주유루트형성계획: 스피리츄얼한 섬, 시코쿠순례길 종합전략 골자





□ 세토우찌 트리에날레 2016 홍보자료



[부록 2] 면담자 리스트

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

