제4회 울산콜로키움

‘울산의 걷는 길 조성방안’

일　시 : 2010. 6.18(금) 14:00~16:00

장　소 : 울산중소기업지원센터 5층 소회의실

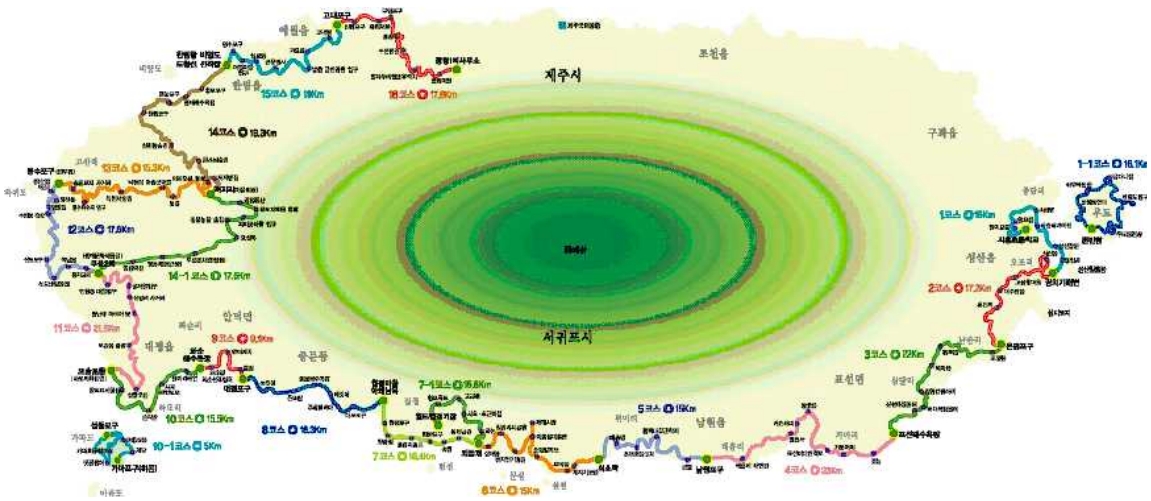
주　최 : 울산발전연구원

행복의 올레, 평화의 올레, 치유의 올레가 보여준 결실

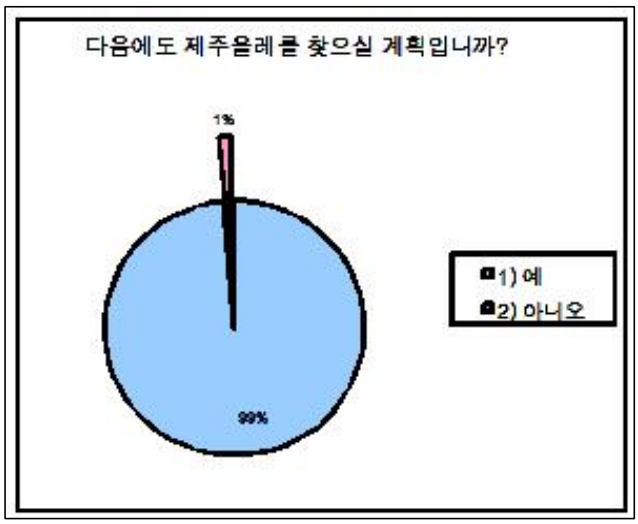
글쓴이: 사단법인 제주올레 기획실장 안은주

세상에서 가장 평화롭고 아름다운 도보여행 코스, 제주올레는 2009년 한 해 동안 선풍적인 인기를 끌었다. 20km 안팎의 한 코스를 온전히 걷고 간 관광객만 25만 명이 넘고, 경험 삼아 '토막 올레(코스 일부만 걷는 것)'를 한 사람까지 헤아리면 백만 명을 훌쩍 넘는다. 선풍적인 인기 덕에 제주올레는 삼성경제연구소가 선정한 '2009 10대 히트상품' 가운데 하나로 꼽혔고, 2010년 1월 초 한국관광공사가 조사한 '가장 가고 싶은 여행지 1위'로도 조사됐다.

2010년 5월말 현재 제주올레는 20개 코스(1~15코스와 알파 코스인 1-1코스, 7-1코스, 14-1코스가 있다), 총 320여km에 이른다. 제주의 바다와 오름, 돌담, 문화를 넉넉하게 품은 이 길은 제주의 속살을 온 몸으로 체험하며 걷는 길이자, 평화와 치유의 길이다. 제주도 해안의 절반 이상을 이어 제주올레 길을 이은 (사)제주올레는 해안을 따라 제주도를 한 바퀴 다 돌 수 있도록 길을 계속 개척할 예정이다. 제주도 한 바퀴를 모두 잇게 되면 적어도 30개 이상의 코스에 5백여km가 될 전망이다.



제주올레 개장 첫 해였던 2007년 한 해 동안 제주올레를 찾은 사람은 3천 명, 그 이듬해인 2008년에는 3만 명에 불과했다. 그러나 2009년 한 해 동안 제주올레를 방문한 사람은 전 년보다 7배나 늘었다. 다녀간 사람들의 입소문과 추천을 통해 점점 많은 사람들이 찾게 된 것이다. 이 추세대로라면 2010년에는 더 많은 사람들이 제주올레를 다녀갈 것으로 보인다. 제주올레를 한번 경험한 사람은 재방문율이 매우 높기 때문이다. 지난해 5월 서귀포 시청이 올레꾼 1천 명을 대상으로 실시한 설문조사에 따르면 제주올레를 다녀간 사람 99%가 제주올레 길을 다시 찾겠다고 응답했다.



경험 삼아 또는 촉박한 여행 스케줄 때문에 한두 코스 맛만 보고 돌아간 사람들의 경우, 제주올레 전 코스를 완주하겠다는 목표를 세우고 제주올레를 다시 찾는다. 2010년 1월부터 시행된 '제주올레 패스포트' 제도는 제주올레 재방문율을 더욱 높일 것이다. '제주올레 패스포트'는 일종의 '여행증명서'로서 제주올레 각 코스에서 완주 스탬프를 받을 수 있는 '여권'이다(아래 사진 참조). 또 이 패스포트 소지자는 제주올레 여행 중 항공과 숙박 할인을 받을 수 있다. '제주올레 패스포트'에 완주 스탬프를 모두 받기 위해서라도 제주올레 전 코스를 완주하는 여행자들이 꾸준하게 늘어날 것이다.



*제주올레 패스포트 표지(왼쪽)와 스탬프 사진

제주올레 코스는 한 코스당 20km 안팎이어서 하루에 한 개 코스만 여행할 수 있다. 지금까지 개척된 코스만 모두 완주하려 해도 17일이 걸린다. 따라서 전 코스에서 완주 스탬프를 받으려면 제주도에 17일 동안 체류하든지, 17일 만큼 방문해야 한다. 제주올레의 이런 특성 때문에 '2박3일 렌터카 여행지'로 상징되던 제주도는 '장기 체류형 여행지', '반복해서 찾고 싶은 여행지'로 바뀌고 있다. 실제로 올레꾼 가운데는 열흘 이상씩 제주도에 체류하는 이들이 상당히 많고, 올레를 걷기 위해 매달 제주도를 방문하는 이들도 적지 않다. 제주올레 패스포트 시행 보름 만에 제주올레 전 코스에서 완주 스탬프를 받은 이들이 여럿 나올 정도다.

'올레 붐'은 한국에서만 일고 있는 것이 아니다. 홍콩, 일본, 중국에서도 '올레 붐'이 일어날 기세다. 지난해 봄, 제주올레 답사를 다녀갔던 홍콩 여행사 팀은 지난해 10월부터 고객을 모집해 제주올레 길에 풀어놓고 있다. 일본 여행사 상품 기획자들도 지난해 가을부터 일본 여행객을 제주올레로 끌어들이기 위한 상품을 앞 다퉈 내놓고 있다. 지난해 가을부터 제주올레를 찾는 일본인 올레꾼의 발걸음이 줄을 잇고 있다. 지난 해 11월, 한국관광공사는 중화권(중국, 홍콩, 대만) 국가 여행사 상품기획 담당자들을 초청해 제주올레 답사를 하게 했다. 당시 제주올레 10코스와 7코스를 걸었던 중화권 여행사 직원들은 하나같이 감탄하며, 많은 관광객을 제주올레로 보내겠다고 약속했다. 중국 상해 여행사의 기획자는 "제주도를 새롭게 느끼고 경험할 수 있는 이런 여행 상품이 있는데 그동안 왜 소개하지 않았느냐"며 한국관광공사와 정부를 질책할 정도였다.

서귀포시청에 따르면 올레꾼들이 지난 한 해 서귀포시에서 쓰고 간 돈만 190억 원(항공료 제외)이 넘는다. 제주올레로 인한 제주도 홍보 및 광고 효과까지 계산한다면 1조원이 넘는다. MBC, KBS를 비롯한 중앙 방송은 물론이거니와 전국 일간지

마다 제주올레를 소개하지 않은 매체가 없을 정도로 제주올레 홍보 및 광고 효과는 폭발적이다. 그러나 이런 숫자가 표현하는 성과보다 더 주목해야 할 변화들이 있다. 제주도가 제주올레를 만나면서 얻은 가장 큰 결실은 제주가 가진 자연과 문화라는 가장 핵심적인 가치를 살리면서 세계적인 여행지로 거듭나고, 그 혜택이 지역 사회에 고루 돌아가고 있다는 점이다.



*제주올레 3코스 통오름을 걷고 있는 올레꾼들.

사실 사단법인 제주올레 서명숙 이사장이 제주올레 1코스를 낼 때만 해도 이렇게 빠른 속도로 성장하리라 예상한 사람은 많지 않았다. 그 비결은 따로 있다. 제주올레가 가진 가장 강력한 경쟁력은 '제주'에서 출발했다. 세계에서 가장 아름다운 자연 자원, 들과 바다에서 나오는 싱싱한 먹을거리, 제주인들의 다채로운 열정과 문화…. 그러나 '구슬이 서 말이어도 꿰어야 보배'라는 말처럼 제주는 제주올레를 만나기 전, 서명숙 이사장을 만나기 전에는 그 진가가 충분히 발현되지 않았다.

제주에 트레킹 코스를 만들 수 있다는 발상은 누구라도 할 수 있을는지 모른다. 그러나 누구나 걷고 싶고, 한번 걸으면 그 길의 매력에 흠뻑 빠져들 만큼 아름다운

길을 디자인할 만한 사람은 많지 않다. 또 이 그 길을 이렇게 빠른 시간 안에 내국인은 물론 외국인에게까지 효과적으로 알릴 수 있는 사람은 드물다. 서울에서 23년 동안 언론인 생활을 하며 방대하고 탄탄한 인맥을 다졌던 그녀이기 때문에 손석희, 양희은, 한비야, 김훈, 조정래 선생 같은 쟁쟁한 명사들이 제주올레 길을 걷고, 자발적 '홍보 대사'가 되도록 했던 것이다. 제주올레를 시작한 서명숙 이사장은 말한다. "산티아고 길은 내게 가르쳐 주었다. 의심과 불안, 걱정과 근심을 떨치고 일단 길 위에 서라, 그리고 한발을 내디뎌라, 언젠가는 목적지에 닿을 터이니. 그 길을 처음 떠날 때처럼 설레는 마음으로 제주올레를 열었다"라고.

도시에서 누구보다 바쁘고 팍팍한 생활을 해 본 서명숙 이사장이기 때문에, 어느 날 갑자기 언론사를 그만두고 800km가 넘는 스페인 산티아고 길을 걸었던 그녀이기 때문에, 현대인이 가장 원하는 것이 무엇인지 알 수 있었던 것이다. 그녀는 스페인 산티아고 길이 자신에게 위안과 행복을 주었던 것처럼, 제주도에 걷는 길을 내서 많은 사람들이 그 길 위에서 위안과 행복을 얻게 하고 싶었다. 그런 서명숙 이이사장이기 때문에 성산항에서 모슬포까지 이어지는 길을 샅샅이 훑으며 아름다운 길을 찾아 낼 수 있었다. 인적 없는 중산간 들판을 헤매다 버려진 창고에서 자기도 했던 그녀는 한 때 간첩으로 오인받기도 했고, '제주올레가 뭐냐? 우린 관심도 없고 알 바도 아니다'라며 손 사레 치는 마을 사람들을 몇 번씩 찾아가 설득하기도 했다. '한번 꽂힌 일은 죽어도 하는' 서명숙 이사장이기 때문에 친정 엄마로부터 수없이 '미친 년' 소리를 듣고, 돈 한 푼 생기지 않는 길을 제 통장을 헐어가며 낼 수 있었던 것이다.

제주도에 걷는 길을 내겠다는 확신을 가졌던 2007년, 그녀는 뜻을 같이하는 사람들을 모아 길을 내고 알리는 역할을 할 수 있도록 (사)제주올레를 설립했다. 그리고 제주도 해안을 따라 걷는 길을 내며 그 길의 이름을 '제주올레'로 불렀다. '올레'는 집 대문에서 마을길까지 이어지는 아주 좁은 골목을 뜻하는 제주어다. 서명숙 이사장은 집에서 마을로, 개인에서 사회로, 제주에서 세계로 이어지는 길을 낼 계획이었기 때문에 그 길의 이름을 '제주올레'로 지었다. 건축가이자 현역 국회의원인 김진애씨가 제안해 준 이름이었다. 제주올레가 선풍적인 인기를 끌면서 '올레'는 원래의 의미에서 확장돼 도보 여행길을 뜻하는 보통명사로 자리 잡고 있다.



*제주올레 11코스를 걷고 있는 올레꾼들

서명숙 이사장과 (사)제주올레는 사람들에게 위안과 행복을 줄 수 있는, 세상에서 가장 아름답고 평화로운 길을 내기 위해 몇 가지 원칙을 세웠다. 우선 옛 제주인들이 걸어 다녔던 길을 찾아낸다는 원칙이다. 자동차 문화가 발달하면서 사람들에게 잊혀졌던 제주의 옛 길을 찾아내 복원하겠다는 것이었다. 그 길이 사유지일 경우 사들이는 대신 통과권만 얻었다. 제주올레 길이 통과하는 모든 땅을 산 뒤에 길을 내려고 했다면 제주올레는 지금까지 단 한 코스도 열 수 없었을지 모른다. 또 '맨땅에 헤딩'하듯 제 통장과 주머니를 헐어가며 길을 내던 서명숙 이사장으로서는 감당할 수도 없는 사업이었을 것이다. 그러나 서명숙 이사장은 도보여행자들이 걸어 다닐 수 있도록 사유지 일부를 개방해달라며 목장 주인, 밭 주인 등을 설득했다. 자전거도 다니지 않는 오로지 걷는 길로만 쓰이게 하겠다, 이 길이 완성되면 많은 사람들이 제주도를 더 찾고 사랑하게 될 것이라는 그녀의 약속을 믿고 많은 사유지 주인들이 흔쾌히 땅을 내주었다.

사람들이 걷기 좋은 길이 되려면 되도록 아스팔트길은 피해서 낸다는 원칙도 세웠다. 오래 걷기 좋은 길은 부드러운 흙길이거나 자연 그대로의 돌길이기 때문이다. 서명숙 이사장과 (사)제주올레는 끊어진 길을 이어 새로운 길을 만들 때는 반드시 친환경적인 방식을 사용했다. 포클레인 같은 기계의 힘에 기대지 않고 오로지 삽과

곡괭이만으로 한 두 사람만이 지나갈 수 있는 폭 1m 미만의 좁은 길을 내고, 가능한 그 길의 잡목 하나라도 베지 않으려고 노력했다. 또 새로운 길을 만들거나 보수할 때는 군, 민 등 다양한 인력을 참여시켰다. 크고 작은 돌을 움직여 걷기 편한 길을 내야 할 때는 해병대 수백 명이 찾아와 도왔다. 수풀이 우거져 한 치 앞도 나아가기 힘든 숲길을 내야 할 순간에는 특전사 부대원들이 자원해 길을 내주었다. 제주올레 코스가 늘어나면서 마을 주민들도 길을 내는 데 동참하기 시작했다. 제주올레 길의 콘셉트를 담은 마을길을 미리 내놓고 기다리는 마을도 늘고 있다.

그래서 (사)제주올레 서명숙 이사장은 제주올레의 성공이 결코 그녀 혼자 이룬 성과라고 주장하지 않는다. 오히려 그녀는 '올레지기와 제주도민 그리고 올레꾼 모두가 가장 제주다운 가치를 발굴하고 가꾼 덕에 이룬 기적'이라고 강조한다. 서명숙 이사장은 "올레꾼들은 처음에는 제주올레에서 만나는 자연풍광에 반해 이 길을 좋아하게 되지만 나중에는 이 길에서 만나는 음식과 문화, 사람으로부터 깊은 인상과 매력을 얻는다. 사단법인 제주올레에서 아무리 멋진 길을 디자인하면 무슨 소용이 있겠는가. 그 길을 명품 길로 업그레이드하는 행정의 안목과 지원이 없었다면 한계에 부딪혔을 것이다. 또 그 길의 음식이 형편없고, 그 길에서 만나는 지역 주민이 불친절해 다시는 찾고 싶지 않은 여행지가 된다면 이렇게 많은 사람들이 올레 길을 찾지는 않았을 것이다"라고 말한다.

예컨대 서귀포시는 올레 길을 명품 길로 만들기 위해 제주올레에 가장 적합한 지원 방식을 선택했다. '길은 (사)제주올레가 내고, 행정은 지원만 한다'는 원칙 아래 (사)제주올레의 의견을 존중하면서 가장 제주올레다운 방식으로 길을 업그레이드하는 일을 도왔다. 서귀포시는 올레 길에 새 화장실을 우후죽순 설치하고 쉼터를 짓는 대신 기존 건물을 활용한 열린 화장실과 쉼터를 만들어 올레길의 풍광을 지키면서도 올레꾼의 편의를 도왔다. 민간단체의 창의성과 자율성을 최대한 살려주면서 지원을 아끼지 않은 서귀포시와 (사)제주올레의 협업은 다른 지역의 모범 사례가 될 만큼 선도적이라는 평가를 받고 있다.

또 올레 길의 주민 대다수는 서귀포를 찾은 손님을 내 손님인양 반갑게 맞아주고 친절하게 대해준 덕에 올레꾼들이 제주올레에서 더 깊은 인상과 매력을 느끼게 하고 있다. 올레꾼들은 "제주도는 불친절하고 바가지요금이 많다고 들었는데, 올레 길에서 만난 제주도민들은 하나같이 친절하고 인심이 후했다"라고 평가한다. 시외버스 기사들은 정류장이 생기기도 전에 올레꾼들을 올레코스 시·종점에 내려주고, 택시 기사들은 올레꾼들에게 여행 정보를 나눠주고 있다. 또 마을 사람들은 마을 회

관을 올레꾼 쉼터로 꾸며 내놓고, 미숫가루 한 잔 팔면서 빈 물병에 생수를 채워주고, 마른 수건 적셔주며 도란도란 제주 이야기를 들려주고 있다. 밀감 철에는 밀감 밭마다 올레 길에 밀감을 내놓고 올레꾼들이 무료로 맛보게 하고 있다.

올레 길의 숙박업소도 친절하고 따뜻한 올레 문화 만들기에 동참해 왔다. 해비치 호텔&리조트와 풍림리조트는 올레꾼들의 편의를 위해 올레 길 무료 셔틀버스를 운행하고 있다. 두 리조트 덕에 올레꾼들은 보다 편리하게 1코스~10코스 시·종점에 접근할 수 있게 됐다. 둥지 황토 민박을 비롯한 펜션, 민박 업소들은 투숙객이 올레 여행을 보다 쉽게 할 수 있도록 올레꾼 픽업 서비스를 하는가 하면, 올레꾼들의 사랑방 문화를 정착시켜 올레꾼끼리 정보를 공유하고 소통할 수 있도록 돕고 있다. 올레 길 주변의 식당들은 홀로 여행하는 올레꾼도 저렴하고 편안하게 식사할 수 있도록 올레꾼 전용 메뉴를 개발해 내놓고, 음료와 차를 무료로 대접하기도 한다. 올레 길은 (사)제주올레가 내고 있지만, 서귀포시와 주민 모두가 새로운 올레 문화를 창조하며 올레 길을 진화시키고 있는 것이다.

제주올레의 성공에서 눈여겨봐야 할 또 다른 점은 올레 길의 결실이 지역민 모두에게 고루 돌아가고 있다는 점이다.

영국의 공정여행 관련 단체인 투어리즘 컨선에 따르면, 여행객이 여행에서 쓰는 돈의 70~85%는 외국인(또는 대기업) 소유 호텔이나 관광 관련 회사들에 돌아가고 현지의 공동체에 돌아가는 것은 단지 1~2%뿐이라고 한다. 세계적인 휴양지로 유명한 몰디브나 네팔, 태국의 경우만 해도 그렇다. 몰디브의 경우, 인구의 83%는 관광업에 종사하고 있다. 그러나 유엔 인권보고서에 의하면 몰디브 인구의 42%가 하루 1달러 이하로 삶을 견디고 있다. 한 해에도 수십만 명의 여행객이 몰디브에 와서 돈을 쓰지만, 정작 몰디브 사람들에게 돌아가는 수익은 거의 없기 때문이다. 제주도 역시 크게 다르지 않았다. 골프 관광이 늘어나면서 제주도를 찾는 관광객은 늘었지만, 그 혜택이 지역민에게 돌아가기는 쉽지 않은 구조였다. 비행기 타고 골프장으로 직행해서 골프 리조트에 머물다 골프 치고 돌아가는 형태였기 때문이다.

그러나 제주올레로 인한 서귀포의 관광 수익은 거의 대부분 서귀포 지역 주민의 소득으로 이어진다. 관광객은 '관광명소'만 흘낏 보고 지나가고, 골프 여행객은 골프장만 슬쩍 왔다 가지만, 올레꾼은 작은 마을 구석구석까지 찾아가고 그 마을의 아름다움과 문화를 가슴에 담아 간다. 올레꾼은 지역민이 운영하는 민박이나 게스트하우스에서 잠을 자고 지역민이 운영하는 식당이나 점포에서 먹을거리를 해결한다.

이동할 때는 지역 택시나 버스를 이용한다. 여행을 마치고 돌아갈 때는 지역 농민이나 어민이 수확한 농수산물을 구입하거나 택배로 부친다. 제주올레를 찾는 올레꾼이 늘수록 제주다운 문화와 가치를 더 많이 알리고, 제주도민의 소득도 높아지는 구조인 것이다. 그래서 택시 기사를 비롯한 지역 주민들은 서명숙 제주올레 이사장을 만날 때마다 “제주올레 덕분에 택시 손님이 많아지고, 지역 식당들이 활성화 됐다. 제주올레가 서귀포 서민들을 먹여 살리고 있다”라며 고마움을 표한다.

올레 길이 활성화되면서 올레 길에는 올레꾼을 대상으로 한 민박이나 노점이 계속 늘고 있다. 올레 길 주변에 새로 문을 열거나 성업기를 맞이한 식당만 250개나 된다. 또 홀로 사는 할망들이 남은 방을 이용해 올레꾼 대상의 민박업을 하는 할망숙소, 소일거리 삼아 파전과 막걸리를 파는 할망, 봄 내내 뜯어다 말린 고사리와 정성스레 빚은 솔잎 주스를 팔러 나온 할망 등 민박집과 노점도 증가하고 있다. 지난해 여름부터 문을 열기 시작한 올레 길의 할망숙소는 여름철 내내 방이 모자라 손님을 못 받을 정도로 올레꾼이 넘쳐났다고 한다. 올레 길에서 노점이나 할망숙소가 늘어나는 것은 그야말로 누이 좋고 매부 좋은 일인 것 같다. 할망들은 올레꾼들과 교류하며 소일거리로 용돈벌이까지 할 수 있으니 좋고, 올레꾼들은 제주의 인심과 맛을 제대로 즐기는 진짜 속살 여행을 할 수 있으니 말이다.

(사)제주올레는 지역민과 함께 올레 길의 문화를 진화시키고 지역민들이 직접적인 소득을 올릴 수 있도록 ‘제주올레 아카데미’도 기획했다. 제주올레는 누구나 가이드 없이 자유롭게 여행할 수 있는 길이지만, 비용을 지불하더라도 가이드를 필요로 하는 단체나 그룹들도 있게 마련이다. 그런 이들과 함께 길을 걸으며 제주에 대해, 제주올레 대해 상세하게 설명해줄 수 있는 ‘길동무’를 배출하겠다는 목표를 세우고, (사)제주올레는 2008년 말부터 매달 ‘제주올레 아카데미’를 열었다. ‘제주올레 아카데미’에서는 제주올레는 물론 제주의 역사와 문화, 제주의 자연, 제주음식과 제주어 등에 대해 전문적인 지식을 교육했다. 지금까지 배출된 ‘제주올레 아카데미’ 수료자만 3백 명이 넘는다. 이들은 길동무로 활동하면서 수입을 얻고, 여행자들은 제주올레와 제주도에 대한 더 해박한 지식을 얻고 돌아간다.

이밖에도 (사)제주올레는 올레 길로 인한 혜택이 더 많은 지역 주민들에게 돌아갈 수 있는 방법을 끊임없이 모색해 왔다. 1사 1올레 마을 맺기 사업을 시작한 것도 그런 의도였다. 올레꾼을 대상으로 장사하는 주민뿐 아니라 모든 주민들이 올레 길의 혜택을 볼 수 있도록 하기 위해 올레 길이 통과하는 마을과 기업들을 연결해주고 있는 것이다. 현재 13개 기업과 마을이 결연을 맺고 서로 돕는 사업을 벌이고

있다.

서울 세브란스 병원과 자매결연 한 1코스 시작점 시흥리 주민들은 이미 그 혜택을 상당히 누리고 있다. 세브란스 병원은 시흥리 주민 가운데 형편이 어려운 이를 대상으로 무료 시술을 시행한 바 있으며, 지난해 여름에는 마을 주민 모두와 올레꾼을 대상으로 무료 검진을 실시했다. 시흥초등학교에는 수백 권의 장서를 기증하기도 했다. 11코스 종점인 무릉2리의 경우에도 올레로 인한 자매결연 혜택을 톡톡히 보고 있다. 무릉2리와 자매결연 한 공기 청정기 회사 벤타코리아는 '무릉 외갓집'이라는 무릉2리 마을 브랜드를 만들어 주고, 마을에서 생산되는 농수산물을 전국으로 판매하는 온라인 유통망(http://www.murungdowon.net)을 구축해주었다. 지난겨울 오픈한 '무릉 외갓집'은 무릉리 주민들이 생산한 농수산물을 전국으로 판매해 무릉 주민들이 판로 걱정 없이 농사에만 전념할 수 있도록 돕고 있다. '무릉 외갓집'은 판매 시작 한 달여 만에 4천만 원 이상의 매출을 올렸다. '무릉외갓집' 브랜드가 성공적으로 안착할 경우, 올레길 마을에서 생산되는 모든 농수산물은 유통망을 걱정하지 않은 채 판매될 가능성이 높다.



이만하면 제주올레는 꽤 성공했다고 자부할 수 있다. 모두의 노력으로 제주올레는 자연과 문화, 지역민과 여행자 모두 행복해지는 새로운 여행 문화 트렌드로 자리 잡아 가고 있기 때문이다. 관광객은 구경하기 위해 여행하는 사람일 뿐이지만 여행자는 만남과 배움을 위해 여행하는 사람이다. 올레 길을 찾는 여행자들은 구경하기 위해 제주를 찾는 관광객이 아니라 제주의 자연과 문화, 제주인을 만나고 그 속에서 많은 것을 배우기 위해 제주를 찾는 여행자이다. 이는 제주를 더 깊이 이해하고 사랑하는 사람들을 늘리는 일이기 때문에 당장의 관광 소득보다 더 큰 결실이 될 수 있다.

그러나 서명숙 이사장과 올레지기들은 '아직도 갈 길이 멀다'고 생각한다. 제주올레는 몇 년 유행하다 시들해지는 그렇고 그런 여행지가 되어서는 안 되기 때문이다. 애당초 사단법인 제주올레가 가졌던 비전은 백년, 천년이 가도 사람들이 걷고 싶어 하는, 세상에서 가장 아름답고 평화로운 길을 만들고 가꾸는 것이다. 그러자면 아직도 할 일이 많다.

우선 제주올레 코스를 계속 이어나가는 일이다. 제주도 한 바퀴를 다 돌 수 있게 연결하려면 아직도 많은 코스를 개척해야 한다. 그러나 (사)제주올레는 2010년부터는 새로운 코스를 개척하는 속도를 조금 늦추고 기존 코스를 업그레이드하고 관리하는데 더 많은 노력을 기울일 예정이다. 사람이 아무리 많이 찾아도 처음처럼 깨끗하고 아름답게 지키는 일이 매우 중요하기 때문이다. 일각에서는 올레꾼이 늘어나면서 올레 길에 쓰레기가 늘고 있다는 지적이 나오고 있다. 대부분의 올레꾼은 자기가 만든 쓰레기를 되가져 가지만, 일부 올레꾼들이 생수 병이나 휴지를 아무데나 버리는 것도 사실이다. 그러나 올레 길에, 해안에 더 많은 쓰레기를 버리는 사람은 지역민들이다. (사)제주올레가 새로운 길을 낼 때마다 가장 먼저 하는 일은 지역민들이 수년 동안 버린 쓰레기를 치우는 일이다. 코스 개장 전에 치우는 쓰레기양만 몇 트럭 분량이다. 밭에서 사용하고 버린 폐비닐에서부터 생활 쓰레기까지...

(사)제주올레는 길을 열기 시작한 초창기부터 '올레꾼 에티켓'을 만들어 캠페인과 올레꾼 교육을 실시해왔다(아래 표 참조). 쓰레기 함부로 버리지 않기, 남의 농작물에 함부로 손대지 않기, 길가 나무나 꽃을 함부로 꺾지 않기 등을 강조해 왔다.

제주올레 길에 나선 당신이 반드시 기억해야 할 몇 가지

- 내가 먹고 쓰다 남긴 쓰레기는 꼭 챙겨가기
- 과일 껍질도 길가에 버리지 않기
- 올레길 옆에 매달린 귤이 탐스럽다고 욕심내지 않기
- 길가에 핀 꽃, 나뭇가지를 꺾지 않기
- 길가에서 마주친 가축이나 야생동물들을 괴롭히지 말기
- 탁 트인 오름 정상에 올라 소리치지 않기
- 사유지 농장을 드나들 땐 내 집 대문인양 문단속하기
- 올레길의 풍광을 놀멍 쉬멍 여우롭게 즐기며 걷기
- 오며가며 만나는 올레꾼과 주민에게 정다운 미소, 눈인사라도 한번 건네기
- 자동차가 다니는 도로변을 지날 때에는 길가로 다니기
- 코스를 벗어난 가파른 계곡이나 절벽 등으로의 모험은 피하기

그 때문에 올레꾼이 급격하게 늘어도 올레꾼들이 쓰레기를 함부로 버리는 일은 많지 않았다. 실제로 2010년 1월 2일부터 제주올레 전 코스를 돌며 '클린 올레' 활동을 매일 벌였던 (사)제주올레 서명숙 이사장은 "올레 길에서 발견한 쓰레기의 90% 이상은 여전히 지역민들이 버린 생활 쓰레기였다. 올레꾼들이 벌인 쓰레기라고는 생수 병 일부와 귤껍질이 전부였다"라고 말했다. 서명숙 이사장은 "올레 길을, 제주도를 깨끗하게 지키고 가꾸려면 지역민부터 쓰레기를 함부로 버리거나 소각하는 행위부터 자제해야 한다"라고 강조했다. (사)제주올레는 올레꾼들을 대상으로 한 '클린 올레' 활동을 지속적으로 펼치는 동시에 행정과 손잡고 지역민들에 대한 계도 활동도 강화할 예정이다.

그 일환으로 2010년부터 '제주올레 어린이 아카데미'를 운영할 계획이다. 제주도와 제주올레의 미래를 책임질 어린이들부터 교육해 깨끗하고 아름다운 제주도와 제주올레의 문화를 만들어야겠다는 판단이다. 환경과 제주 문화에 대한 교육을 제대로 받은 어린이들이 제주도 환경과 제주올레 길의 지킴이가 되어 감시한다면, 쓰레기 문제도 차츰 해결될 것으로 내다보고 있다.

깨끗하고 아름다운 올레 길 가꾸는 일과 함께 올해 역점을 둘 제주올레의 사업은 그동안 돈 없고 사람 없어 어쩔 수 없이 포기해야 했던 흙길을 더 많이 늘리고 복원하는 일이다. 올레꾼들이 늘어날수록 '흙길'에 대한 요구는 점점 높아지고 있다. 도심 공원처럼 잘 포장되고 단장된 산책로가 아니라 자연 그대로의 길을 걷기 위해

제주올레를 찾는 것인데, 제주올레 길에도 구간구간 시멘트 길이 포함돼 있기 때문이다. 처음 1, 2년 동안에는 서명숙 이사장과 자원봉사자들 중심으로 길을 내야 했기 때문에 공정이 복잡하고 품이 많이 들어가는 길을 내는 데는 한계가 있었다. 제주도도 구석구석 개발이 많이 되었기 때문에 자연 그대로의 흙길이나 돌길을 찾기가 쉽지 않다. 아스팔트길을 피해 자연적인 길을 내려면 울퉁불퉁한 바닷가 바로 옆길을 고르는 작업이 필요한데, 전문적인 일꾼을 고용할 돈도 없고 자원봉사자도 많지 않았던 초창기에는 엄두 내기 어려웠다. 다행히 지난해부터 서귀포시가 제주올레 길을 업그레이드 하는 작업에 적극적인 지원을 하면서 7코스 일강정 바당올레 길을 비롯한 흙길, 돌길을 찾아내고 만들 수 있었다. 서귀포시청은 2010년에는 이용자가 많지 않은 시멘트 포장된 농로 올레 길을 흙길로 되돌리는 사업을 계획하고 있다. 주민들의 협조와 동의를 받은 뒤 주민들이 이용하기에도 불편하지 않으면서 올레꾼들이 보다 편안하게 걸을 수 있는 흙길로 만들어 주겠다는 것이다. 여전히 국내외적으로 흙길을 시멘트나 아스팔트로 포장하는 추세지만 서귀포시에서는 반대로 이미 포장됐던 길을 흙길로 돌려 자동차가 아닌 인간에게 돌려주는 역사적인 일을 최초로 시도해 보는 것이다. 인간과 자연의 공존이 최대 이슈인 요즘 흙길 복원은 매우 실험적이고 의미 있는 작업이 될 것으로 기대된다.

또 올레꾼들이 길을 보다 쉽게 찾아갈 수 있도록 대중교통 체계화를 활성화해야 한다. 올레꾼은 주로 대중교통을 이용하는데, 현재 제주도 대중교통 체계는 지역민 중심으로 짜여 있어 관광객에게 불편을 주는 것이 사실이다. (사)제주올레는 제주도청 및 대중교통업체들과 손잡고 보다 편리한 대중교통 시스템을 보완해 나갈 계획이다.

올레꾼들의 길잡이 노릇을 하는 올레길 표식도 보완해야 한다. 파란색 화살표와 주황 파랑 리본으로 길 안내 표식을 하고 있지만, 시종점이나 갈림길, 뷰포인트에 대한 설명을 해놓은 표지판이 부족하다는 지적을 받아 왔다. 이를 보완하기 위해 지난해부터 현대카드 디자인실의 도움을 받아 올레 안내 표지판을 기획하고 있다. 제주 조랑말을 모티브로 한 제주올레 마크(이름은 간세)를 활용한 안내 표지판이다. 올 봄이면 제주올레 길에는 보다 상세한 안내 표지판이 적절하게 들어설 예정이다. 화살표와 리본을 주요 표식으로 하는 원칙은 지키되 꼭 필요한 시종점이나 갈림길, 뷰포인트에는 '간세' 모양의 표지판을 세울 예정이다. 올레 길을 자연 그대로 지키고 가급적이면 인공 설치물을 들여놓지 않겠다는 원칙을 훼손하지 않는 범위에서 꼭 필요한 위치에만 안내 표지판이 세워진다.

(사)제주올레는 이 간세를 활용한 '착한 프로젝트'를 기획하고 있다. 간세가 제주올레를 상징하는 마크가 되어가고 있으므로, 이 간세를 인형으로 제작해 기념품으로 판매할 계획을 가지고 있다. 그러나 화석연료를 펑펑 소비하면서 인형을 해외에서 제작하고 또 다시 석유를 쓰면서 제주도로 들여오는 공정은 일체 배제할 예정이다. 제주도에서 버려지는 헌 옷이나 이불 등의 천을 재활용해서 간세 인형을 만들 계획이다. 지역 주민들의 손을 빌려 수작업으로 인형을 만들어 올레꾼들에게 판매할 계획인 것이다. 이 과정을 통해 버려지는 헌 천을 재활용할 수 있고, 지역민들은 간세 인형 만들기로 또 하나의 수익 모델을 창출할 수 있게 될 것이다.

제주올레만의 독특한 스토리와 문화 콘텐츠 개발도 과제다. 제주올레 길이 더 많은 사람들에게 감명을 주고 오래 기억되게 하려면 이 길의 스토리와 제주의 문화를 함께 전해야 한다. 올레 길이 들어서면서 일부 마을에서는 마을 고유의 문화 콘텐츠와 제주올레를 접목하는 사업들을 벌이기 시작했다. 9코스 시작점에 있는 대평리에서는 '해녀공연'을 기획해 올레꾼들을 상대로 매주 주말 공연하고 있다(겨울철 제외). 마을 해녀들이 모여 해녀 춤과 노래를 연습해 올레꾼들에게 선보이고 있는 것이다. 13코스 중간 지점에 있는 낙천리는 마을 주민들이 함께 만든 '의자테마파크'에서 올레꾼을 위한 다양한 이벤트를 하고 있고, '보리빵' '냉수제비' 같은 제주 전통 먹을거리를 개발해 올레꾼들에게 선보이고 있다. 이처럼 마을 스스로 고유의 콘텐츠를 개발하고 운용할 수 있도록 (사)제주올레는 지원하고 독려할 예정이다.

더불어 스토리와 콘텐츠 개발을 본격화하는 작업도 할 계획이다. (사)제주올레는 서귀포시청과 손잡고 지난해 말 이미 스토리텔링 1차 조사 작업을 벌인 바 있다. 제주올레 길과 길이 지나가는 마을에 숨어 있는 온갖 설화와 스토리를 찾아내 보고서로 작성했다. 2010년에는 이를 토대로 스토리텔링 작업을 진화시키고, 다양한 문화 콘텐츠를 만들어 낼 것이다.

2010년에는 아시아권 중심으로 알려지기 시작한 제주올레를 더 많은 세계인들에게 알리는 것도 큰 과제 가운데 하나다. (사)제주올레는 서귀포시청과 문화체육관광부의 도움을 받아 지난 해 이미 한글 홈페이지뿐 아니라 영어, 일어, 중국어 홈페이지를 개설했다. 영문 가이드북과 일어 가이드북도 제작, 배포하고 있다. 해외에 제주올레를 알리고, 제주도를 찾은 외국인 관광객이 보다 편리하게 제주올레 길을 여행할 수 있도록 준비한 것이다.



*제주올레 7코스를 걷고 있는 중국, 일본 여행사 직원들

(사)제주올레는 제주도와 문화체육관광부, 한국관광공사와 손잡고 이런 해외 마케팅을 2010년에는 보다 본격적으로 전개할 계획이다. 예컨대 해외 유명 인사를 제주올레로 초청해 제주올레의 자발적인 홍보대사를 맡게 하고, 외국의 여행 상품 기획자들이나 여행 작가, 언론인들로 하여금 제주올레를 직접 경험하게 한 뒤 상품을 만들 수 있도록 독려할 예정이다. 제주올레를 걸어본 많은 사람들은 '제주올레야말로 세계에서 가장 아름답고 평화로운 길'이라고 평가한다. 외국인들도 마찬가지다. 2008년 말, 제주올레 7코스를 걸었던 60여개국 주한외국인사절단은 한결같이 "세계에서 가장 아름다운 길"이라고 평가하고, 자국으로 돌아가면 제주올레 길을 소문내겠다고 약속한 바 있다. 제주올레는 스페인 산티아고 못지않은 경쟁력으로 세계 도보 여행자들을 제주도로 불러들일 것이다. 그 가능성을 내다본 한국방문의 해 조직위원회는 2010년부터 시작된 한국 방문의 해에 세계에 가장 역점적으로 알릴 한국 상품으로 '제주올레'를 선정했다. 다양한 방법으로 제주올레를 세계에 알리는 작업을 적극적으로 하겠다고 나선 것이다. 행정 기관과 (사)제주올레가 손잡고 다양한 해외 홍보 및 마케팅 활동을 펼친다면 2010년은 '제주올레 세계화'의 원년으로 기록될 것으로 보인다.

제주올레

사단법인 제주올레



스페인의 길 위에서
제주를 보다



스페인 Camino De Santiago

구간	소요시간	주요특징
• 프랑스 국경마을 '생 장 피드포르' 시작 • 스페인 '산티아고 데 콤포스텔라' 종점 • 총 800Km	• 2006년 09월 10일에 출발 •2006년 10월 15일에 도착 •총 36 일 소요	• 성 야곱의 전도길이자 중세 이후 천주교 신자들의 순례코스 •전세계 도보여행자들의 가장 사랑하는 구간





제주, 올레
그리고 제주올레

제주올레, 제주에 걷는 길을 내다

제주올레는 도보여행자를 위한 길이다.

사단법인 제주올레가 평화의 섬 제주에 만드는 이 길은 세상에서 가장 아름답고 평화로운 길, 자연의 길, 행복의 길이다. 온전히 걷는 사람들만을 위한 길, 걷고 싶은 만큼 걸을 수 있는 긴 길이 이 아름다운 땅 제주에 꼭 필요하다고 생각했다. 그리하여 끊어진 길을 잇고, 잃혀진 길을 찾고, 사라진 길을 불러내어 제주올레가 되었다.

제주의 바다와 오름, 돌담, 문화를 넉넉하게 품은 이 길은 제주의 속살을 온 몸으로 체험하며 걷는 길이자, 평화와 치유의 길이다.

제주올레는 2007년 9월 첫 번째 코스를 개장한 이래 동안 2010년 4월 현재 20개 코스, 329km의 길을 개척했다. 제주올레는 누구에게나 열려있으며, 제주올레 길 이용료는 따로 없다.

제주올레 | 제주올레 코스



• 총 20개 코스(1~16코스, 1-1코스, 7-1코스, 10-1코스, 14-1코스) 329km

제주올레 | 제주, 올레 그리고 제주올레

올레, 세상을 향해 열린 길

'올레'는 집 대문에서 마을 길까지 이어지는 아주 좁은 골목을 뜻하는 제주어.

집에서 마을로, 개인에서 사회로, 제주에서 세계로 이어지는 길이다.

제주올레의 눈부신 성공으로 인해, '올레'는 원래의 의미에서 확장돼 도보여행길을 뜻하는 보통 명사로 자리잡았다.





제주올레 | 올레 코스 개척

올레길을 만드는 원칙

- 되도록 아스팔트 길은 피한다.
- 사라진 옛길을 찾는다.
- 새로운 길을 만들 때는 반드시 친환경적인 방식을 쓴다.
- 새 길의 폭은 1m를 넘지 않는다.
- 새로운 길을 만들거나 보수할 때는 군, 민 등 다양한 인력을 참여시킨다.
  (해병대, 특전사, 제주해안경비대 등이 자발적으로 제주올레 길 조성에 참여)
- 사유지는 올레가 소유하지 않되, 통과하도록 조율한다.

제주올레 | 올레 코스 개척

올레길을 만드는 원칙

- 되도록 아스팔트 길은 피한다.
- 사라진 옛길을 찾는다.
- 새로운 길을 만들 때는 반드시 친환경적인 방식을 쓴다.
- 새 길의 폭은 1m를 넘지 않는다.
- 새로운 길을 만들거나 보수할 때는 군, 민 등 다양한 인력을 참여시킨다.
  (해병대, 특전사, 제주해안경비대 등이 자발적으로 제주올레 길 조성에 참여)
- 사유지는 올레가 소유하지 않되, 통과하도록 조율한다.

제주올레 | 1. 되도록 아스팔트 길은 피한다

일강정 바당올레(7코스) 조성 작업



제주올레 | 1. 되도록 아스팔트 길은 피한다

완성된 일강정 바당올레



제주올레 | 2. 사라진 옛길을 찾는다

대평포구 박수기정(물질)/가마리 해녀올레/배고픈다리(제주의 옛문화)





제주올레 | 3. 새로운 길을 만들 때는 반드시 친환경적인 방식을 쓴다





제주올레 | 4. 새 길의 폭은 1m를 넘지 않는다



제주올레 | 5. 새로운 길을 만들거나 보수할 때는 군, 민 등 다양한 인력을 참여시킨다





해병대길/특전사숲길/낙천잣길



제주올레 | 5. 새로운 길을 만들거나 보수할 때는 군, 민 등 다양한 인력을 참여시킨다



의자마을 낙천리



제주올레 | 6. 사유지는 올레가 소유하지 않되, 통과하도록 조율한다

사유지 통과 예 – 말미오름과 알오름 (1코스)



제주올레 | 6. 사유지는 올레가 소유하지 않되, 통과하도록 조율한다

사유지 통과 예 – 바다목장 (3코스)



제주올레 | 6. 사유지는 올레가 소유하지 않되, 통과하도록 조율한다

사유지 통과 예 – 밭길(11코스)



제주올레 | 올레사인이 있는 풍경



제주올레 사업을 간략:
옥수수 원료로 제작된 친환경
특수소재.
제주에서 버려진 돌과 나무를
응용한 설치.
무릎 높이의 작은 크기.





제주올레 | 올레사인이 있는 풍경





제주올레, 제주를 다시 디자인하다

제주올레가 만든 길은 단순한 길이 아니다. 올레길을 따라 제주에 많은 변화가 찾아 들었다. 제주의 여행 문화가 바뀌었고, 제주 관광에서 소외되었던 마을의 경제가 살아났으며, 제주올레를 걷는 사람들을 일컫는 '올레꾼'이라는 단어가 생겨났다.

많은 이들이 제주올레를 걷기 위해 제주도를 방문하는 것을 꿈꾸고 있으며, 지금 이 순간에도 육지의 많은 사람들이 '올레꾼'이 되기 위해 제주행 비행기에 오른다.

제주올레 | 제주, 올레 그리고 제주올레

제주올레, 간세다리 슬로라이프 여행

1. 간세 이야기

제주의 돌 푸른 초원에서 흔히 볼 수 있는 제주 조랑말은 말에 비해 체구가 작지만 체질이 강건하고 성격이 돌갑하다. 간세는 제주올레의 상징인 조랑말의 이름.
느릿느릿한 게으름뱅이라는 뜻인 제주어 '간세다리'에서 따왔다.
제주올레를 제대로 즐기려면 제주의 초원을 꼬닥꼬닥(느릿느릿) 걸어가는 간세처럼,
늘멍, 쉬멍 간세다리로 천천히 가는 것이 좋다.

2. 평화의 올레, 행복의 올레, 치유의 올레

제주의 아름다운 바다와 오름, 돌담, 유자밭, 사시사철 푸른 들, 평화로운 마을을 품고 있는 제주올레는 세상에서 가장 아름답고 평화로운 길이다. 이 길에서 사람들은 평화를 찾고, 행복을 누리고, 치유를 경험한다.

그래서 제주올레의 슬로건은 평화의 올레, 행복의 올레, 치유의 올레.



1. 행복의 올레, 바다 코스



2. 평화의 올레, 중산간 코스



3. 치유의 올레, 제주올레







제주올레,
제주를 바꾸다







제주올레 | 길 위에 사는 사람과 길을 걷는 사람들이 만들어 내는 제주올레의 색깔

제주 여행 문화

- 단기 관광 → 장기 체류 여행
- 단체 관광 → 개별 여행
- 렌터카 관광 → 택시, 버스, 렌터카 등 이용 여행
- 수수료 관광 → 자유 공정 여행
- 관광지 관광 → 마을, 재래시장 등 제주 곳곳 여행
- 일회성 관광 → 코스 증가, 계절 변화에 따라 지속적으로 다시 찾는 여행

제주 여행객

- 여행자들에게 새로운 모습의 제주, 새로운 형태의 여행지로 각광
  - 기존 제주 관광을 체험한 여행자들, 해외로 떠나는 여행자들에게 제주 재방문의 강력한 동기 제공
- 신혼부부, 중산층 이상 고소득층, 기업인 등이 다시 찾는 제주

제주올레 | 제주올레, 제주를 바꾸다

제주 마을

"여행자에게 마음을 열다..."

- 친절하고 인심 좋은 제주민들
  - 글, 무우, 당근 등 수확물을 나누는 지역민들
  - 마을 회관을 올레꾼 쉼터로 내놓고, 열린 화장실 개방

- 손님을 위한 특별 이벤트 마련
  - 올레길에서 각종 문화 예술 콘텐츠가 자생적으로 생성
  - 대평리 해녀공연 탄생
  - 올레길이 지나는 마을을 꾸미는 아트 올레
  - 올레길에서 관악 축제 공연 - '밴드 온 올레'
  - 낙천리 마을의 보리수제비와 미숫가루
  - 제주 전통 뗏목 테우의 변신

마을 컨텐츠의 창조와 혁신 그리고 진화/
6코스 쇠소깍 테우의 재발견,



제주올레 방문자 대상 설문조사

- 제주올레 다시 오겠다 - 98.6%
- 제주올레 때문에 제주도를 재방문 했다 - 20.3%
- 제주올레 코스 3~4개 이상 체험하겠다 - 58.2%
- 제주올레 전 코스 체험하겠다 - 10.7%
- 제주올레 체험시 주요 교통수단 - 버스 57.9%, 택시 22.8%

  - 2009년 4월 제주올레 체험자 926명 대상

- 제주올레 다시 오겠다 - 95.7%
- 방학올레 참가 위해 제주도를 방문했다 - 51.2%
- 제주올레 전 코스 체험하겠다 - 46.4%

  - 2009년 7월~8월 방학올레 참가자 286명 대상 설문조사 결과

제주올레 | 잘 키운 브랜드 하나가 지역을 먹여 살린다

숙박시설





- 게스트하우스 문화 확산
- 제주 합망숙소 등장
- 운영난 겪던 민박, 펜션, 중급 호텔 등 성업
- 특급 호텔 및 리조트의 올레 상품 개발
  - 예) 롯림리조트, 해비치호텔&리조트는 게스트하우스, 올레 셔틀버스, 바닷가 우체국 운영 등 제주올레 길을 적극 활용. 그 결과 투숙객 증가로 공항리무진 버스 경유 등 제2의 전성기를 맞음

올레 점방과 식당,
그리고 재래시장

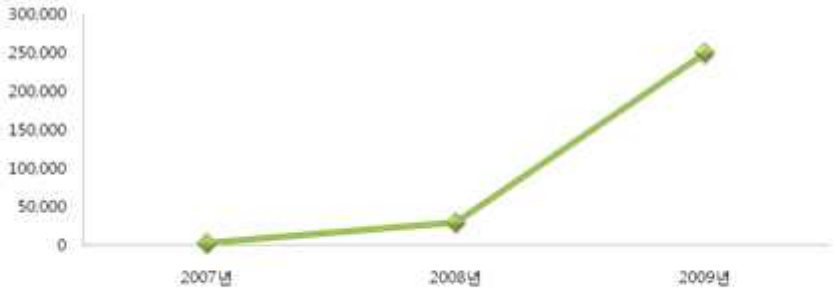
- 인적 드물던 마을 점포 활성화 및 확산
- 아침 영업 식당 및 올레꾼 정식 메뉴 등장
- 해산물, 제주 전통음료 및 간식거리 판매 노점 증가
- 서귀포 재래시장 올레 시장으로 개명

제주올레를 찾는 사람들

2007년 제주올레 방문자 수 : 약 3천명 – 경제효과 약 2억원

2008년 제주올레 방문자 수 : 약 3만명 - 경제 효과 약 80억원

2009년 제주올레 방문자 수 : 약 25만명 – 경제 효과 약 190억원



제주올레 방문자 추이

제주올레 효과

- 재래시장 매출 : 17% 증가
- 올레꾼 대상 음식점으로 변모 : 250개소
- 여관에서 게스트하우스로 탈바꿈 : 12개소
- 버스 이용객 : 400% 증가
- 적자로 일관했던 시외버스터미널 흑자로 전환
- 폐점했던 상점 재개업 : 20개소
- 택시 이용객 : 300% 증가
- 신종 직업 출현: 올레길 길동무, 올레길 옮김이, 게스트하우스 픽업 전문 기사, 매니저

(서귀포시 조사, 2009년 말 현재)

* 숙박, 식당, 여행사 등 서비스업 활성화와 신종 직업 출현으로 고용 창출 확산

제주올레가 해온 일


제주올레 | 제주올레가 해온 일
제주올레 아카데미
• 제주의 역사, 문화, 자연 등에 대한 이해를 높이기 위해 '제주올레 아카데미' 운영
• 2일에 걸쳐 총 18시간 교육
• 2008년 12월 20일 제1회 아카데미 개최
• 총 6회에 걸쳐 300명의 수료자 배출
• 교육 내용 : 곶자왈의 생태, '탐라순력도'를 보면 옛 제주가 보인다', 올레길의 식생, 제주사람의 정신문화, 제주의 무속, 제주어를 하는 즐거움, 소통의 길, 제주올레
• 수료자에 한해 올레 길동무 활동 가능
허니문 올레
• 제주도를 다시 허니문 명소로 만들기 위해 '허니문 올레' 진행
• 2009년 5월 11일~12일
• 소설가 조정래 선생의 부부학 특강, 소설가 윤희경 부부, 시인 이문재 부부 등 구혼여행 참가
• 홍인지에서 올레꾼 '차광석·조은경 부부' 실제 결혼식 올려


제주올레 | 제주올레가 해온 일
제주올레 안내소
• 제주올레 안내소 설치 운영
• 2009년 9월 5개소 개설
• 1코스 : 시흥초등학교 인근
• 3코스 : 표선해수욕장 입
• 5코스 : 남원포구
• 6코스 : 외돌개 주차장 입
• 11코스 : 하모체육공원 옆
• 12코스 : 무릉생태학교 내
방학올레
• 여름과 겨울 방학 시즌에 맞춰 올레를 걷는 '방학올레' 행사 개최
할망 숙소
• 숙소가 많지 않은 코스에 할망집 숙소 오픈 지원 (서귀포시 지원)
• 지역민에게는 수익 증대, 올레꾼에게는 제주도민의 삶 체험할 수 있는 기회.
• 1코스 , 2코스 , 3코스, 5코스, 6코스, 11코스, 12코스에 총 11개소
올레 화장실
• 기존에 사용하던 관공서, 식당, 포장 등의 화장실을 올레 화장실 신청 받아 제주올레 올레 화장실로 지정.
• 화장실이 부족한 올레코스에 친환경 자연발효 화장실 8개소 설치

제주올레 | 제주올레가 해온 일/1사1올레 마을 결연 사업

1사 1올레마을

- 제주올레 코스가 지나는 마을과 기업간 1사1올레마을 결연
- 성산읍 시흥리(1코스) & 연대 세브란스병원
  성산읍(1코스) & KT
  표선면(3, 4코스) & 현대기아자동차그룹
  남원1리(5코스) & 금호리조트
  대천동 (7코스) & 롯데그룹
  중문동 (8코스) & 코카콜라㈜
  예래동 (8코스) & LG생활건강
  화순리(10코스) & 한국전기안전공사
  송산동(6코스) & 대한항공
  대정읍(11코스) & 가톨릭 성모병원
  대정읍 무릉2리(11코스) & ㈜벤타코리아



제주올레 | 제주올레가 해온 일

올레길 스토리텔링

- 제주올레 코스가 지나는 마을과 사람에 대한 숨겨진 스토리 발굴
- 제주의 문화와 사람 이야기를 만나는 올레길 여행 제공

나무그늘 만들기

- 그늘이 없는 구간에 인공 조형물 대신 커다란 나무를 심어 자연 그늘 만들기

올레 갤러리

- 소라의 성 1층을 리모델링해 올레 갤러리 및 올레꾼 정보센터로 운영

올레길 의자

- 국내외 유명 디자이너의 의자 작품을 올레길에 설치
- 올레길을 더 특별하고 아름답게 만드는 쉼터 조성
  (진행 예정 프로젝트)

제주올레 | 제주올레를 플래폼으로 한 사회적 기업과 고용 창출

1. (사) 제주올레의 직접 고용





인력: 탐사국/사무국
수익 모델: 브랜드 컨텐츠를 활용한 비즈니스 모델
발급: 제주올레 패스포트
후원 회원(날개 간세)





제주올레 | 제주올레를 플래폼으로 한 사회적 기업과 고용 창출

2. 제주올레를 기반으로 한 사회적 기업/ 디자인 회사







스카프
버프
풍경의 자리
사진엽서
비옷

제주올레 | 제주올레를 플랫폼으로 한 사회적 기업과 고용 창출

2. 제주올레를 기반으로 한 사회적 기업/ 간세 인형 제작사

-지역에서 버려지는 헌 천을 활용한 제주올레 인형
-CO2를 줄이는 기념품
-지역민에 의한 지역과 지구를 위한 비즈니스 모델







제주올레 | 제주올레의 미래

제주올레의 미래

제주올레 | 2010년

제주올레의 2010년

1. 코스 개장

- 3월. 가파도와 16코스 개장/4월 14-1코스/6월 추자도/9월 17코스/12월 18코스

2. 문화와 컨텐츠 보강

- 11월 9일~11월 13일 제주올레 걷기 축제 개최.
- 사인물 정비(5월 중 완료)
- 올레 갤러리 초대전 정기 개최. 하반기 사진. 동영상 공모전. 제주올레 아카데미.
  제주올레 어린이 아카데미 정기 개최. 기념품 확장.

3. 해외 홍보 및 마케팅

- 한국 방문의 해와 결합한 해외 홍보
- 시코쿠 사찰 순례길과 함께 하는 코 마케팅
- 스위스 관광청과 결합한 코 마케팅

제주올레 | 비전

제주올레의 비전

• 동양의 '산티아고'

- 전 세계 도보 여행자들이 가장 사랑하는 도보 트레킹 코스인 산티아고를 뛰어넘는 제주올레
- 산티아고는 연간 15만명 방문. 제주올레는 연간 25만명 방문(2009년 기준).

• 제주도 해안을 따라 한바퀴 도는 제주올레 코스 완성

- 2012년 경. 총 450km 이상. 30개 코스 나올 예정.
- 제주올레 길을 완보하려면 적어도 한 달 이상 체류해야 함.

• 그린컬쳐 투어리즘의 세계적인 명소로 도약

- 제주의 자연 경관과 문화. 풍습 등을 총체적으로 보여줄 수 있는 여행지

제주올레 | 세계인이 찾는 제주올레

제주올레 영어, 일어, 중국어 홈페이지 오픈



제주올레 | 세계인이 찾는 제주올레

제주올레 영어, 일어, 중국어 홈페이지 오픈

