

강원관광재단 설립 타당성 연구용역

2020년 01월



제1장

과업의 개요

제1절. 과업의 배경 및 목적

제2절. 과업의 범위

제3절. 과업추진절차

제1장. 과업의 개요

제1절 과업의 배경 및 목적

1. 과업의 배경

- 대외적으로 강원도는 올림픽 개최 이후 개선된 인프라와 이미지를 바탕으로 거점관광 목적지로서의 경쟁력을 유지해나가는 것이 관건임
 - 문화체육관광부가 발표한 「2019 국내여행 트렌드 전망」에 따르면, 평창동계올림픽으로 인해 심리적·물리적으로 가까워진 강원도 여행이 6대 전망 중 하나
- 최근 광역지방자치단체들이 지역관광을 실행하는 방식에 있어 민간전문가들의 적극적 역할을 강조하고 있는 추세이므로 강원도의 경우에도 현재 공공부문 중심의 지역관광 실행구조를 벗어날 필요성이 증대되고 있음
 - 서울관광재단은 2018년 공익성/공공성 중심으로 기능을 재편하였으며, 현재 공사나 재단의 형태를 띤 각 광역지방자치단체의 관광실행조직들도 기능 및 역할 변화 검토 중
- 또한 빠르게 변화하는 소비자 니즈와 관광시장 환경의 변화에 따라 정책적으로 다뤄야 할 관광분야가 급증하고 있어 이에 대응할 수 있는 전문적인 실행조직이 필요한 상황임

2. 과업의 목적

- 기존 강원도해양관광센터, 국제회의센터, 해외관광마케팅팀, 의료관광사업팀 등이 각자 다른 형태로 운영되고 있어 기존 관광기능들의 합리적·유기적 결합방안을 모색하고자 함
 - 그동안 여러 부서에서 분산적으로 추진되어 왔던 관광마케팅 기능의 통합적 모색을 통해 보다 효율적인 강원관광 마케팅 시너지 효과를 높여야 하는 과제 검토
- 강원도와 통합관광진흥기구의 역할과 연계성을 검토하여 효율적인 정책기획과 실행이 이뤄질 수 있는 구조를 제시하고자 함
 - 강원도는 정책기획을, 통합관광진흥기구는 정책실행을 전문화하는 구조 필요
- 기구 설립을 위해 사업영역 설정, 조직구성 및 인력 검토, 재정규모 및재정확보 방안 등을 검토하고자 함

제2절 과업의 범위

1. 시·공간적 범위

- 공간적 범위 : 강원도
- 시간적 범위 : 목표연도 2020년

2. 내용적 범위

- 통합관광진흥기구의 설립 여건과 필요성, 방향성 등
- 도와 통합관광진흥기구와의 역할 및 기능 조성
- 통합관광진흥기구의 사업범위, 조직 및 인력, 자본금 규모
- 통합관광진흥기구 설립 및 운영 기본계획(안) 제시

제3절 과업 추진 절차

- 과업 추진 절차를 도식화하면 아래와 같음



<그림 1-1> 연구수행절차

제2장 강원도 일반현황

제1절. 일반현황

제2절. 전문가 의견 및 도민 의견 조사

제2장 강원도 일반현황

제1절 일반현황

1. 인문·지리적 현황

가. 자연환경

1) 강원도 위치

- 강원도는 한반도 중앙부의 동측에 태백산맥을 중심으로 영동과 영서로 크게 구분되어 있음
- 위도상으로는 북위 37도 02분에서 38도 37분에 걸쳐고 경도상으로는 동경 127도 05분에서 129도 22분에 걸쳐 있으며 북위 38도선은 본 도의 거의 중앙부를 통과하고 휴전선은 고성군 현내면 북위 38도 45분 근처에서 서남하하여 향로봉, 문등리 및 김화읍의 북방을 연결하는 북위 38도 20분선 부근에서 145km에 걸쳐 그어져 있음
- 강원도 동서의 길이는 약 150km, 남북은 약 243km에 달하며, 동쪽은 약 314km에 걸쳐 해안선을 이루면서 이어져 있고, 서방은 황해도 및 경기도와 접해 있고 남쪽은 충청북도 및 경상북도, 북쪽은 함경남도 및 황해도와 접하여 경계를 이루고 있음

<표 2-1> 강원도 경·위도 상 위치

도청 소재지			강원도 춘천시 중앙로1(봉의동15번지)	
경·위도상 위치			연장 거리	면적(km ²)
구분	지명	경·위도		
동단	삼척시 원덕읍 월천리	동경129도22분	동서간 150km 남북간 243km	16,873.51km ² (휴전선 이남 면적) 천 : 1,041.99(6.2) 답 : 583.23(3.5) 임야 : 13,783.68(81.7) 하천 : 377.63(2.2) 도로 : 246.07(1.5) 기타 : 833.79(4.9)
서단	철원군 철원읍 대마리	동경127도05분		
남단	영월군 김삿갓면 내리	북위37도02분		
북단	고성군 현내면 송현진리	북위38도37분		

출처 : 강원도청 홈페이지

2) 강원도 면적

- 강원도의 총 면적은 20,569km²이며 이 가운데 휴전선 이남이 82%인 16,873.51km²로 남한 면적의 16.8%에 해당하며, 총 면적 중 81.7%인 13,783.68km²가 임야이며, 농경지는 9.7%에 해당하는 1,625.22km²이며, 기타는 8.6%인 1,457.49km²로 구성되어 있음
- 경지 면적은 밭 1,041.99km², 논 583.23km²로서 논·밭의 비율은 논이 35.9%, 밭이 64.1%이며, 농가 호당 면적은 1.48ha임

3) 강원도 지세

- 강원도는 면적의 대부분이 산지로 형성된 산악도(山岳道)이며, 한반도의 척추인 태백산맥을 분수령으로 동쪽은 영동, 서쪽은 영서 지방으로 크게 구분되어 있음
- 태백산맥 동쪽은 경사가 급하여 해안평야의 발달이 취약하고, 태백산맥 서쪽은 경사가 완만하여 남·북한강의 대하천이 발달하고, 산지가 여러 곳에 분포되어 있음
- 그러므로 100m 이하의 저지대가 강원도 총 면적의 5.6%에 불과하여 함경남도의 9.6%보다 적고, 100m에서 500m까지 저 산야 지대가 43.1%, 500m에서 1,000m까지의 중산야 지대가 43.4%로 전국에서 가장 그 비율이 높고, 1,000m 이상의 고산지대가 7.7%로 형성되고 있음
- 평야는 동해안 지방의 강릉 및 북평 근처와 영북 지방 철원을 비롯하여 춘천, 원주 등 大小의 분지가 산간지역에 분포할 따름이고, 각 하천유역 북방은 협곡 상태를 나타내고 있음
- 영동은 가파른 산자락이 동해와 맞닿아 평지가 협소하지만 대관령, 미시령, 진부령, 한계령 등 많은 영과 계곡이 산재하고 있어 그 경관이 빼어남
- 영서는 산악과 분지가 완만하게 서쪽으로 퍼져 있어 서울·경기 지방까지 흘러내리고 대부분 고원으로 되어있어 논보다 밭이 많은 것이 특징이고, 도내 산촌에서 솟아 오른 작은 샘물은 그 줄기가 모여 맑은 시냇물을 이루고, 우리 국토의 젖줄인 한강과 낙동강의 발원지가 되고 있음
- 북한강 상류는 한국 특산종을 비롯한 각종 어류가 다양하게 서식하고 하천 생태계가 잘 보존된 청정지역으로 화천의 평화의 댐, 화천·춘천댐, 소양강 다목적댐, 의암댐 등이 있어 산업 및 식수의 공급원이 되고 있음

4) 강원도 기후

- 강원도 지방은 북위 37°와 38° 사이의 중위도 온대성 기후대에 위치하여 이 위도 차에 의한 주요 기후 특성이 나타나는데 여름에는 고온·다습하며, 겨울에는 한랭·건조한 대륙성 고기압의 영향을 받아 춥고 건조함
- 강원도는 태백산맥이 남북으로 길게 뻗어 있어 이 산맥을 중심으로 영동지방과 영서지방으로 나뉘어지고, 이들 지역의 기후 또한 매우 다른 특성을 보이고 있음
- 일반적인 기상 특성을 보면 산맥의 급한 경사면을 따라 내려와 바다로 연결되는 영동지방은 해양성기후에 가까운 기상 특성을 많이 보이고 있는 반면, 영서지방은 한반도의 중앙내륙에 위치해 있어 대륙성기후에 가까운 특성을 보이고 있음
- 또한 산맥의 정상부를 중심으로 한 산악지방은 산악기후의 특성을 가지고 있어 복잡한 기상 현상을 나타내고 있음
- 영동지방은 산맥의 급경사면이 바다와 접해있어 평야 지역은 거의 없으며, 해안선을 따라 좁고 길게 형성되어 있다. 이러한 지형적 여건에 따라 영동지방은 위도에 비하여 겨울철은 온난하고 여름철은 비교적 시원한 편이어서 연 기온의 교차가 적은 편에 속함
- 기온은 영동지방이 영서지방보다 2°C가량 높은 분포를 나타내며, 강수량은 영동·영서지방의 평년값은 각각 2,058.5mm, 1,690.3mm로 영동(강릉, 속초, 삼척)이 영서(춘천, 원주, 철원)보다 약 370mm 많은 편임
- 겨울철과 봄철에 강풍 현상이 자주 있으며, 평균 풍속도 다른 지역에 비하여 강한 편이며, 또한 겨울철에는 눈이 많이 내리는데 영동지역은 영서지방이나 서해안 지방보다 1, 2월에 많은 양의 눈이 내리고 북동기류 유입 시 더욱 많이 내림

나. 인문환경

1) 강원도 행정구역

- 행정구역 : 18시군(7시11군) 187읍면동 4,315통리 22,712반 시(7) : 109읍면동(5읍 30면 74동) 2,766통리 15,591반 군(11) : 78읍면(19읍 59면) 1,549리 7,121반
- 시(7) : 109읍면동(5읍 30면 74동) 2,766통리 15,591반
- 군(11) : 78읍면(19읍 59면) 1,549리 7,121반



출처 : 강원도청 홈페이지

<그림 2-1> 강원도 경·위도 상 위치

<표 2-2> 강원도 행정구역 현황

구 분	읍	면 (행정)	동 (행정)	읍면 출장소	리 (행정)	통	반	면적 (km ²)
합계	24	89	74	6	2,269	2,046	22,712	16,875.17
시계	5	30	74	1	720	2,046	15,591	4,802.07
춘천시	1	9	15		209	503	3,821	1,116.36
원주시	1	8	16		201	413	4,066	868.27
강릉시	1	7	13		149	346	2,794	1,040.79
동해시			10			262	1,428	180.20
태백시			8			183	944	303.53
속초시			8			225	1,133	105.76
삼척시	2	6	4	1	161	114	1,405	1,187.16
군계	19	59	0	5	1,549	0	7,121	12,073.1
홍천군	1	9			198		1,054	1,820.18
횡성군	1	8			176		779	998.06
영월군	2	7		1	181		791	1,127.43
평창군	1	7		1	191		736	1,464.05
정선군	4	5		1	183		966	1,219.77
철원군	4	2		1	114		657	889.47
화천군	1	4			85		378	908.92
양구군	1	4			84		349	705.88
인제군	1	5		1	85		410	1,645.18
고성군	2	3			128		561	664.07
양양군	1	5			124		440	630.09

출처 : 강원도청 홈페이지

○ 미 포함 내역

- 주민 미거주 면(5) : 철원(근동·원동·원남·임남면), 고성(수동면)과 그에 속한 29개리
- 면장 미실시 면(1) : 철원(근북→김화읍에서 관할)과 그에 속한 4개 리 중 3개리
- 면적은 지역과 휴전선이남 지적공부 미등록(양구,고성 43.73km²) 포함

2) 강원도 인구 및 세대

- 강원도 총 인구는 2018년 12월 31일 기준 남자 786,364명, 여자 774,949명으로 총 1,561,313명 임
- 원주시가 강원도 각 시·군 중 149,166명으로 가장 많은 인구를 차지하고 있으며, 그 다음 순으로 춘천시 120,190명, 강릉시 96,859명, 동해시 40,784명 순임

<표 2-3> 강원도 시·군별 세대 및 인구

구 분	세대수	인구(외국인 포함)		
		계	남자 (명)	여자 (명)
강원도	707,245	1,561,313	786,364	774,949
시지역	501,051	1,136,720	565,581	571,139
춘천시	120,190	285,002	140,527	144,475
원주시	149,166	347,421	172,838	174,583
강릉시	96,859	215,239	106,867	108,372
동해시	40,784	92,137	46,756	45,381
태백시	21,832	45,112	22,694	22,418
속초시	37,993	82,694	40,867	41,827
삼척시	34,227	69,115	35,032	34,083
군지역	206,194	424,593	220,783	203,810
홍천군	32,760	70,898	36,227	34,671
횡성군	22,411	47,340	24,189	23,151
영월군	21,011	39,998	20,580	19,418
평창군	21,172	43,021	21,938	21,083
정선군	19,761	37,965	19,673	18,292
철원군	21,451	47,138	24,854	22,284
화천군	12,564	25,342	13,713	11,629
양구군	11,058	23,666	12,561	11,105
인제군	15,550	32,455	17,504	14,951
고성군	14,763	29,118	15,468	13,650
양양군	13,693	27,652	14,076	13,576

출처: 강원도 통계정보, 2018.12.31.

2. 강원 관광자원 현황

- 강원도는 관광객을 유인할 수 있는 수많은 관광자원을 보유하고 있음
- 자연 및 인공자원에서 산이 84개소, 폭포가 67개소, 계곡이 123개소, 댐이 10개소, 석호가 12개소, 향·포구가 58개소, 온천이 33개소, 동굴이 21개소가 있음

<표 2-4> 강원도의 자연 및 인공자원

[단위 : 개소]

구 분	산	폭 포	계 곡	댐	석 호	향·포구	온 천	동 굴
계	84	67	123	10	12	58	33	21
운영중	84	67	123	9	12	58	30	6
미운영	-	-	-	1 (운영중단)	-	-	3	15 (미공개)

※ 산·폭포·계곡 : 관광객이 주로 찾는 지역

- 국가지정문화재가 196점이 있으며, 그 중 국보가 11점임. 도지정문화재는 276점으로, 유형문화재가 162점, 무형문화재가 30점 있음
- 국가지정문화재와 도지정문화재가 아닌 문화재로 강원도문화재자료 144점, 등록문화재로 40점이 있음

<표 2-5> 강원도 문화재

[단위 : 점, 명, 개소]

총 계	국 가 지 정 문 화 재								도 지 정 문 화 재					강원도 문화재 자료	등 록 문화재
	소 계	국 보	보 물	사 적	천 연 기 념 물	명 승	중 요 민 속 문 화 재	국 가 무 형 문 화 재	소 계	유 형 문 화 재	기 념 물	무 형 문 화 재	민 속 문 화 재		
잘못된 계산식	0	11	82	18	45	25	11	4	0	162	80	30	4	144	40

- 기타 관광자원으로 문화·관광축제 108건, 박물관·미술관 62개소, 전통사찰이 48개소가 있음

<표 2-6> 강원도 기타 관광자원

[단위 : 건, 개소]

문화·관광축제						박물관·미술관				전통사찰			
계	관광특산	문화예술	전통민속	생태자연	기타	계	국립	공립	대학	계	조계종	태고종	기타
108	35	22	17	13	21	0	3	54	5	0	44	2	2

3. 강원 관광산업 현황 및 여건

가. 관광사업체

나. 관광객수

1) 강원도 지역별 관광객 현황

- 최근 5년간 강원도를 찾은 관광객은 꾸준히 증가추세를 보였으며, 특히 춘천, 원주, 강릉, 속초, 삼척 같은 도시지역은 연간 200만 명 이상의 관광객이 방문한 것으로 나타남
- 군 지역에서 평창, 정선, 양양을 찾은 관광객 수는 200만 명 이상으로 확인되는 반면, 접경지역은 해마다 관광객수의 변화가 크며 전반적으로 감소하고 있음
- 2018년에는 춘천, 태백, 홍천, 횡성을 제외한 강원도내 시·군의 관광객수가 전년도에 비해 크게 감소한 것으로 나타났으며, 춘천은 2018년 기준 783만 명 이상이 찾아 강원도 내에서 가장 많은 관광객이 방문하는 곳으로 확인됨

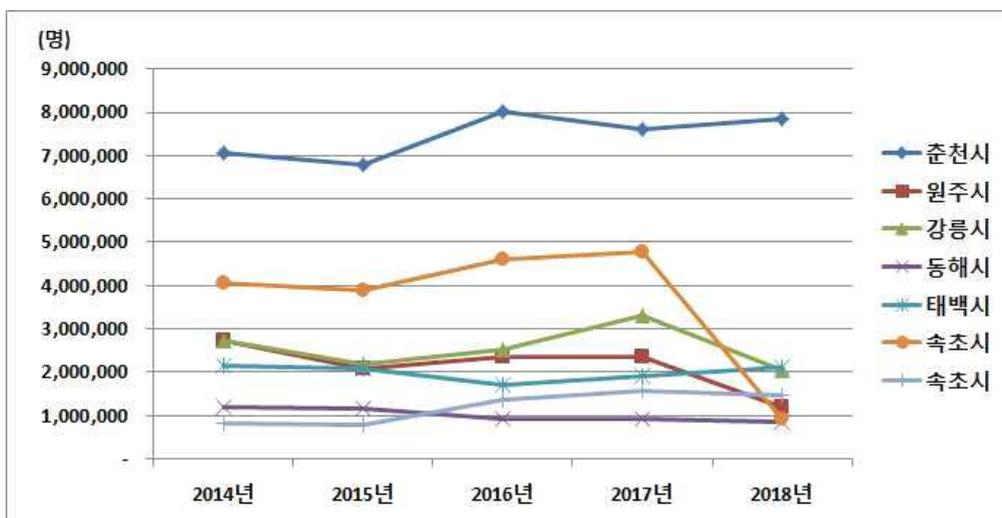
<표 2-7> 강원도 지역별 관광객수 변화 추이

[단위 : 명]

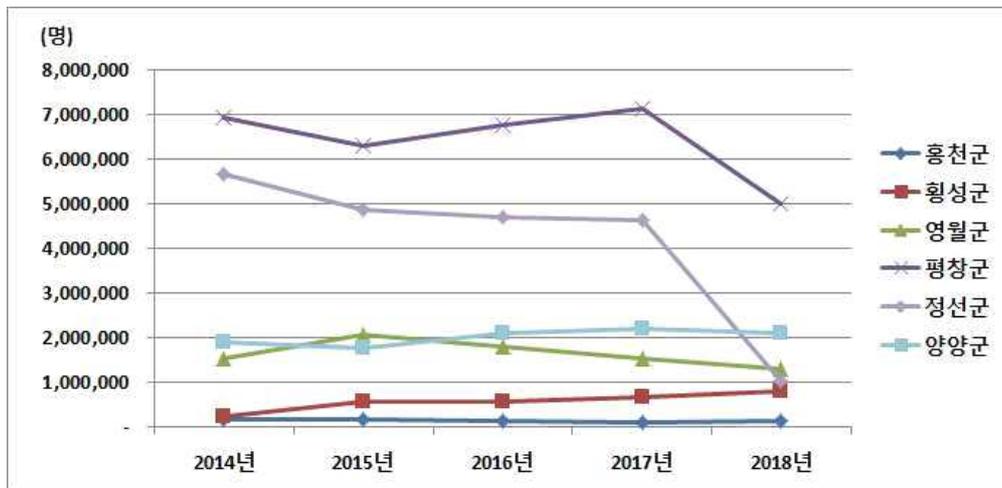
지역	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
춘천시	5,926,668	7,069,139	6,792,175	8,004,071	7,597,088	7,838,908
원주시	2,076,316	2,732,330	2,070,122	2,368,723	2,365,411	1,188,850
강릉시	2,827,080	2,736,750	2,183,316	2,514,908	3,317,487	2,044,878
동해시	1,166,194	1,180,313	1,164,617	924,003	927,420	857,739
태백시	2,214,616	2,155,054	2,070,162	1,704,968	1,896,584	2,124,861
속초시	3,506,459	4,069,484	3,882,254	4,596,179	4,763,073	926,967
삼척시	-	821,343	781,726	1,377,136	1,556,564	1,459,346
홍천군	-	169,258	154,062	146,622	118,892	145,882
횡성군	-	250,005	557,541	566,383	669,120	789,702
영월군	1,401,118	1,523,690	2,070,368	1,793,571	1,530,116	1,301,971
평창군	7,250,992	6,923,302	6,303,951	6,746,499	7,112,762	4,988,042
정선군	5,547,697	5,656,406	4,850,975	4,710,370	4,615,741	1,040,559
철원군	1,205,803	1,110,070	767,377	2,018,386	2,260,319	157,069
화천군	-	-	-	-	-	-
양구군	297,707	351,977	367,233	406,229	378,001	392,879
인제군	-	901,156	982,394	1,258,548	1,244,695	589,754
고성군	-	579,251	599,174	1,398,398	1,338,702	1,372,363
양양군	1,836,225	1,890,499	1,768,436	2,091,930	2,216,047	2,088,790
강원도	35,256,875	40,120,027	37,365,883	42,626,924	43,908,022	29,308,560

자료 : 관광지식정보시스템

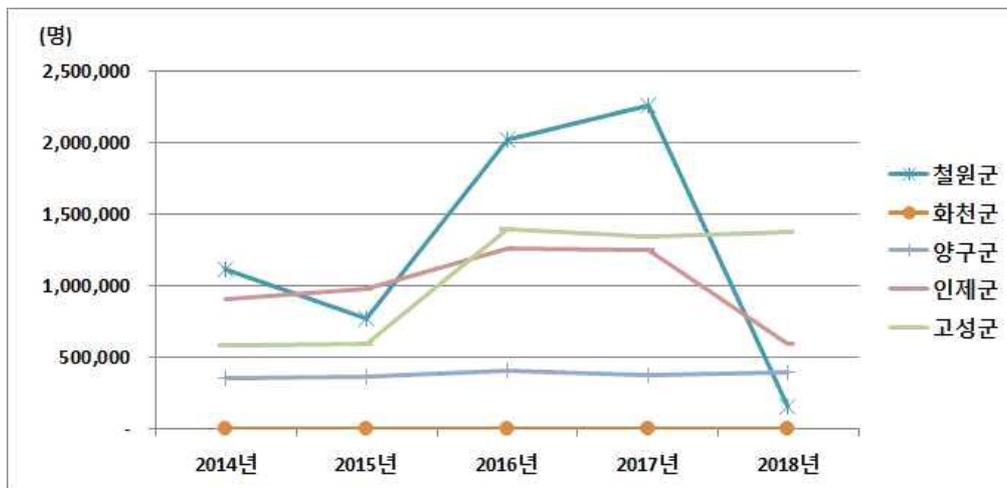
주) 관광객수 = 내국인 + 외국인



<그림 2-2> 강원도 지역별 관광객수 변화 추이(도시지역)



<그림 2-3> 강원도 지역별 관광객수 변화 추이(군지역)



<그림 2-4> 강원도 지역별 관광객수 변화 추이(접경지역)

2) 외래 관광객 현황

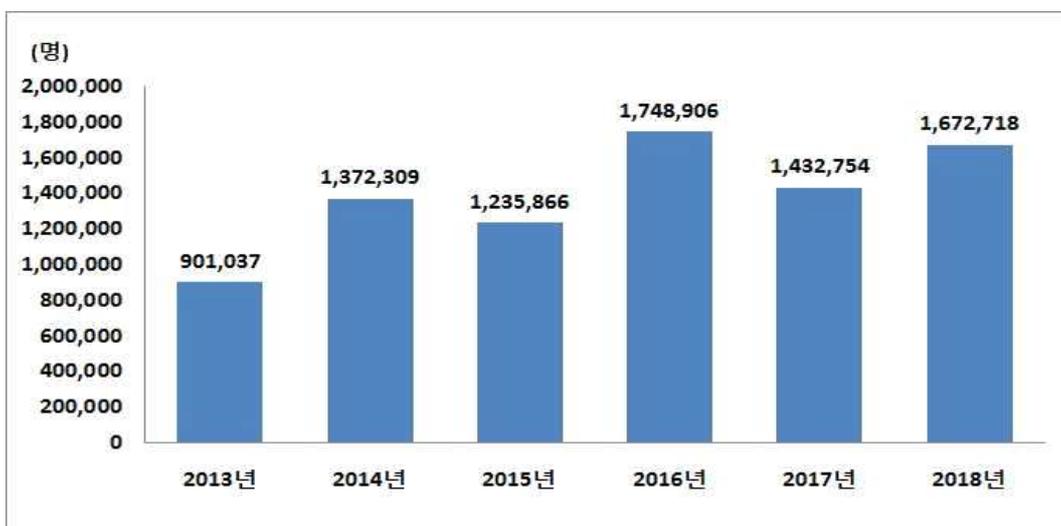
- 최근 5년간 강원도 외래 관광객수를 살펴보면 2014년을 기점으로 100만 명 이상이 꾸준히 강원도를 찾은 것으로 확인되나, 대부분이 춘천 남이섬유원지의 방문객 수치로 나타나 강원도 외래관광객 유입을 확대할 수 있는 전략 모색이 필요한 상황임

<표 2-8> 강원도 지역별 외래 관광객수 변화 추이

[단위 : 명]

지역	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
춘천시	693,243	1,001,979	957,077	1,516,816	1,300,910	1,457,823
원주시	-	31,792	62,742	15,548	3,620	13,249
강릉시	82,735	52,249	29,323	25,293	18,555	83,098
동해시	17,554	26,579	25,637	24,124	14,348	12,290
태백시	1,781	-	1,596	887	3,689	851
속초시	24,058	96,749	62,128	91,928	45,053	53,571
삼척시	-	-	2,035	3,850	648	151
홍천군	-	44	70	95	107	27
횡성군	-	24	-	-	-	-
영월군	1,530	68	2,845	3,410	612	-
평창군	16,608	69,313	34,497	21,506	5,199	6,898
정선군	34,602	37,818	37,488	40,234	34,919	35,142
철원군	25,313	20,437	465	878	248	592
화천군	-	-	-	-	-	-
양구군	-	-	1118	1592	2000	3301
인제군	-	1243	1009	-	16	136
고성군	-	7714	1808	1827	2310	5585
양양군	3,613	26,300	16,028	918	520	4
강원도	899,437	1,348,023	1,221,853	1,750,004	1,434,251	1,674,732

자료 : 관광지식정보시스템



<그림 2-5> 강원도 외래관광객 현황

- 「2018년 외래관광객실태조사」에 따르면 여전히 서울 중심으로 외래관광객이 집중되어 있는 가운데, 강원도는 전체의 9.7%를 차지함
- 강원도는 동남아시아 관광객의 비중이 높은 가운데, 중국과 일본 관광객의 비중은 약 3.0% 정도로 낮음
 - 필리핀(42.9%), 인도네시아(38.3%), 말레이시아(33.5%), 베트남(33.3%), 싱가포르(19.8%), 태국(19.0%) 순으로 높게 나타났으며, 영국(11.2%), 프랑스(9.4%), 독일(10.0%) 등 유럽 관광객이 약 10.0% 내외, 북미 관광객이 약 9.0~16.0% 수준으로 나타남

<표 2-9> 외래관광객 국적별 방문지 비중(2018)

[단위 : 명]

구분	서울	경상	경기	강원	제주	인천	충청	전라
전체	79.4	17.5	14.9	9.7	8.5	8.3	4.0	2.6
일본	73.0	18.6	8.9	3.0	2.4	3.2	3.3	1.3
중국	79.1	9.5	11.0	3.4	13.3	8.2	3.7	2.1
홍콩	85.1	14.0	10.1	13.5	5.9	4.7	1.4	1.7
싱가포르	91.0	25.6	18.4	19.8	16.2	4.7	3.9	3.6
대만	75.3	27.7	17.3	15.3	3.4	12.5	2.2	1.6
태국	84.5	18.8	21.6	19.0	7.7	12.6	4.4	1.8
말레이시아	79.3	22.5	21.4	33.5	23.7	7.7	2.6	1.8
호주	87.5	22.1	18.1	13.1	7.2	9.1	2.9	5.9
미국	83.5	21.3	24.2	9.2	5.5	10.9	7.4	5.4
캐나다	85.0	19.8	18.6	16.1	9.3	8.8	5.1	6.8
영국	81.0	27.1	15.2	11.2	7.6	7.7	5.9	4.4
독일	74.3	30.5	17.7	10.0	6.2	10.2	7.6	5.1
프랑스	89.1	30.0	13.5	9.4	9.4	7.1	4.9	7.8
러시아	75.8	31.3	11.6	8.9	3.9	14.3	5.9	6.1
중동	85.5	25.9	17.9	9.1	6.5	17.3	6.8	3.7
인도	75.8	20.5	35.5	6.9	2.4	13.5	8.3	7.4
필리핀	85.9	17.6	35.1	42.9	4.1	10.9	5.7	2.3
인도네시아	91.0	16.2	22.9	38.3	12.9	10.3	5.6	4.0
베트남	82.7	18.7	38.2	33.3	8.4	8.3	3.7	1.6
몽골	89.4	25.3	23.5	8.9	7.9	26.2	14.0	7.8
기타	82.3	27.0	14.6	8.4	11.0	11.6	5.7	5.6

자료 : 한국관광공사, 2018외래관광객실태조사
주) 방문지 중복응답

다. 관광사업체 현황

1) 관광지식정보시스템

- 관광지식정보시스템에서 2018년도 강원도 관광사업체 현황을 살펴보면 여행업 559개, 관광숙박업 147개, 관광이용시설업 517개, 국제회의업 18개, 카지노업 1개, 유원시설업 101개, 관광편의시설업 149개, 총 1,492개로 확인됨
- 전국에서 강원도 관광사업체가 차지하는 비중은 여행업 2.5%, 관광숙박업 7.0%, 관광이용시설업 12.4%, 국제회의업 1.9%, 카지노업 6.3%, 유원시설업 4.1%, 관광편의시설업 3.6%로 전국 관광사업체 중 4.1%를 차지하는 것으로 나타남

<표 2-10> 강원도 관광사업체 현황

대분류	구분	전국 (개)	강원 (개)	강원/ 전국(%)	대분류	구분	전국 (개)	강원 (개)	강원/ 전국(%)
	소분류					소분류			
여행업	국외여행업	9,648	221	2.3	국제회의업	국제회의시설업	14	3	21.4
	국내여행업	7,699	249	3.2		국제회의기획업	921	15	1.6
	일반여행업	5,197	89	1.7		소계	935	18	1.9
	소계	22,544	559	2.5	카지노업	카지노업	16	1	6.3
관광숙박업	관광호텔업	1,048	46	4.4	유원시설업	유원시설업	2,469	101	4.1
	수상관광호텔업	-	-	-		소계	2,469	101	4.1
	한국전통호텔업	8	1	12.5	관광편의시설업	관광유희음식점업	8	0	0.0
	가족호텔업	162	14	8.6		외국인전용유희음식점업	375	5	1.3
	휴양콘도미니엄업	227	75	33.0		관광식당업	1,654	29	1.8
	호스텔업	627	9	1.4		관광순환버스업(시내순환관광업)(16년 명칭변경)	51	5	9.8
	소형호텔업(14년 신설)	33	2	6.1		관광사진업	17	0	0.0
	소계	2,105	147	7.0		여객자동차터미널시설업	2	0	0.0
관광객이용시설업	전문휴양업	94	9	9.6		관광펜션업	559	70	12.5
	종합휴양업	27	7	25.9		관광극장유희업	143	4	2.8
	자동차야영장업	429	81	18.9		관광캐노(삭도)업	13	3	23.1
	관광유람선업	49	11	22.4		한옥 체험업	1,307	32	2.4
	관광공연장업	6	1	16.7	관광 면세업(16년 신설)	39	1	2.6	
	외국인전용관광기념품판매업(15년 삭제)	-	-	-	외국인 관광도시 민박업(12년 신설, 16년분류변경)	-	-	-	
	일반 야영장업(15년 신설)	1,760	359	20.4	기타관광편의시설업(제주)	4	0	0.0	
	외국인 관광도시 민박업(16년 분류 변경)	1,811	49	2.7	소계	4,172	149	3.6	
	소계	4,176	517	12.4	총계	36,417	1,492	4.1	

자료: 관광지식정보시스템(<https://www.tour.go.kr>)

2) 관광산업특수분류

- 강원도 관광산업 관련 사업체는 2017년 기준 약 8만 개 정도로 파악되는 가운데, 전국 대비 4.3%정도의 비중을 차지하고 있음
 - 강원도 핵심관광산업 중 전국대비 비중이 큰 산업은 관광숙박업(12.1%)이며, 사업체 수가 가장 많은 산업은 관광 음식점 및 주점업으로 23,207개가 확인됨
 - 상호의존관광산업에서 전국대비 비중이 큰 산업은 레저장비업(9.6%)이며, 사업체수가 가장 많은 산업은 관광 및 레저용품 소매업으로 1,523개임
 - 부분적용관광산업에서 전국대비 비중이 큰 산업은 부분관광 숙박업(7.0%)이며, 사업체수가 가장 많은 산업은 관광 비인증 쇼핑업으로 25,230개임
 - 관광지원산업은 관광연구개발업, 관광공공기관, 관광교육서비스업, 관광단체를 지칭함

<표 2-11> 강원도 관광산업 사업체 현황

[단위: 개, %]

관광산업특수분류		2016			2017		
		강원도	강원/전국	전국	강원도	강원/전국	전국
핵심 관광 산업	관광쇼핑업	5,792	4.4	30,781	5,929	4.4	134,707
	관광운수업	118	4.3	2,773	118	4.3	2,761
	관광숙박업	4,441	11.7	38,099	4,651	12.1	38,589
	관광 음식점 및 주점업	23,034	4.8	79,232	23,207	4.8	483,948
	여행사 및 여행보조 서비스업	260	2.5	10,273	265	2.5	10,538
	국제회의업	120	3.5	3,431	120	3.6	3,331
	문화, 오락 및 레저 스포츠산업	673	6.5	10,334	797	6.0	13,328
카지노업	-	-	-	-	-	-	
상호 의존 관광 산업	관광 건설업	719	5.4	13,295	711	5.5	12,995
	관광 및 레저용품 소매업	1,455	3.9	37,114	1,523	4.1	37,289
	관광 보험 및 금융서비스업	202	3.7	5,519	203	3.6	5,715
	레저장비업	513	9.5	5,397	515	9.6	5,349
부분 적용 관광 산업	관광 비인증 쇼핑업	25,090	3.8	63,741	25,230	3.8	672,216
	부분관광 운송업	4,905	2.9	67,583	4,954	3.0	166,501
	부분관광 숙박업	1,644	6.9	23,850	1,661	7.0	23,655
	부분관광 음식점 및 주점업	7,491	3.9	90,018	7,817	4.0	194,836
	부분관광 공연장업	24	4.6	519	22	4.1	541
부분관광 기타 서비스업	699	3.3	20,982	720	3.4	20,991	
관광 지원 사업	관광 연구 개발업	38	3.3	1,153	42	3.6	1,167
	관광 공공기관	236	6.0	3,901	234	6.0	3,901
	관광 교육서비스업	812	3.2	25,005	838	3.3	25,650
	관광단체	994	5.0	19,963	1,120	5.3	21,098
전체		79,260	4.3	1,852,963	80,677	4.3	1,879,106

자료 : 국가통계포털(<http://kosis.kr>)

주) 관광산업특수분류에 해당하는 한국표준산업분류

라. 관광만족도

1) 2017국민여행실태보고서

- 강원도 관광 만족도는 자연경관, 문화유산, 숙박시설의 경우 4점 이상으로 높은 만족도를 보인 가운데, 식당/음식, 쇼핑, 관광정보/안내, 친절성, 관광지 물가 만족도를 포함해 전국평균보다 강원도 관광 만족도가 높은 것을 확인할 수 있음
- 가구여행보다 개인여행의 경우 교통·편의시설·체험프로그램·혼잡도에 대한 만족도가 전국평균보다 낮게 나타나, 개별여행객을 위한 관광서비스 환경 및 콘텐츠의 질적 개선이 요구되고 있음

〈표 2-12〉 국민여행실태보고서의 강원도 여행객 부문별 만족도

구분	방문지역	가구여행			개인여행		
			숙박여행	당일여행		숙박여행	당일여행
자연경관 만족도	전체	4.15	4.23	4.07	4.11	4.18	4.07
	강원	4.31	4.34	4.20	4.24	4.27	4.18
문화유산 만족도	전체	4.02	4.10	3.95	4.01	4.08	3.97
	강원	4.14	4.17	4.00	4.05	4.09	3.97
숙박시설 만족도	전체	4.05	-	-	3.93	-	-
	강원	4.11	-	-	4.07	-	-
교통 만족도	전체	3.91	3.93	3.89	3.95	3.96	3.94
	강원	3.89	3.92	3.78	3.92	3.94	3.88
식당/음식 만족도	전체	3.92	3.96	3.89	3.92	3.91	3.93
	강원	3.99	4.03	3.88	3.95	4.01	3.87
쇼핑 만족도	전체	3.79	3.86	3.73	3.81	3.81	3.81
	강원	3.93	3.96	3.85	3.88	3.95	3.78
관광정보/ 안내	전체	3.89	3.94	3.86	3.88	3.90	3.88
	강원	3.92	3.95	3.79	3.90	3.98	3.78
편의시설 만족도	전체	3.90	3.96	3.86	3.90	3.93	3.89
	강원	3.92	3.97	3.79	3.88	3.96	3.75
친절성 만족도	전체	3.90	3.95	3.86	3.88	3.90	3.87
	강원	3.92	3.95	3.86	3.90	3.96	3.81
체험 프로그램	전체	3.89	3.95	3.84	3.88	3.91	3.86
	강원	3.98	4.01	3.83	3.86	3.92	3.75
관광지 물가	전체	3.65	3.69	3.62	3.68	3.63	3.71
	강원	3.70	3.71	3.66	3.68	3.69	3.67
혼잡도 만족도	전체	3.72	3.77	3.68	3.77	3.76	3.77
	강원	3.78	3.79	3.73	3.73	3.74	3.72

자료 : 2017 국민여행실태보고서

주) 전체 만족도는 5점 척도를 기준으로 하며, 17개 지역 전체 만족도를, 강원 만족도는 강원지역 방문객의 만족도를 의미함

- 전국 17개 지역의 세부평가 항목별 관광 만족도를 비교해 강원도 만족도의 순위를 살펴보면, 특히 교통, 편의시설, 체험 프로그램, 관광지 혼잡도 항목에서 개인여행자의 만족도가 가족여행과 비교해 낮게 나타나는 것을 확인할 수 있음

<표 2-13> 강원도 관광 만족도 세부평가 항목별 현황

구분		1위	2위	3위	4위	5위	6위	7위	8위	9위	10위	11위	12위
자연경관	가구여행		●										
	개인여행			●									
문화유산	가구여행			●									
	개인여행					●							
숙박시설	가구여행			●									
	개인여행			●									
식당 /음식	가구여행				●								
	개인여행					●							
쇼핑	가구여행		●										
	개인여행						●						
관광정보/ 안내	가구여행				●								
	개인여행							●					
친절성	가구여행						●						
	개인여행					●							
관광지 물가	가구여행				●								
	개인여행							●					
교통	가구여행									●			
	개인여행										●		
편의시설	가구여행							●					
	개인여행												●
체험 프로그램	가구여행					●							
	개인여행									●			
관광지 혼잡도	가구여행					●							
	개인여행												●

자료 : 2017 국민여행실태보고서
주) ●는 강원도 만족도 순위

2) 컨슈머인사이트

- 컨슈머인사이트의 「지역관광 활성화를 위한 기초환경분석」결과를 통해 확인할 수 있는 강원도 여행객 만족도는 다음과 같음

여행객 만족도는 여행자/현지 여행지 평가·추천 조사(2017년 6월조사, 표본규모 63,949명) 결과로 5개 영역(종합만족도, 추천의향도, 재방문의향도, 자원풍족도, 환경쾌적도)로 구성

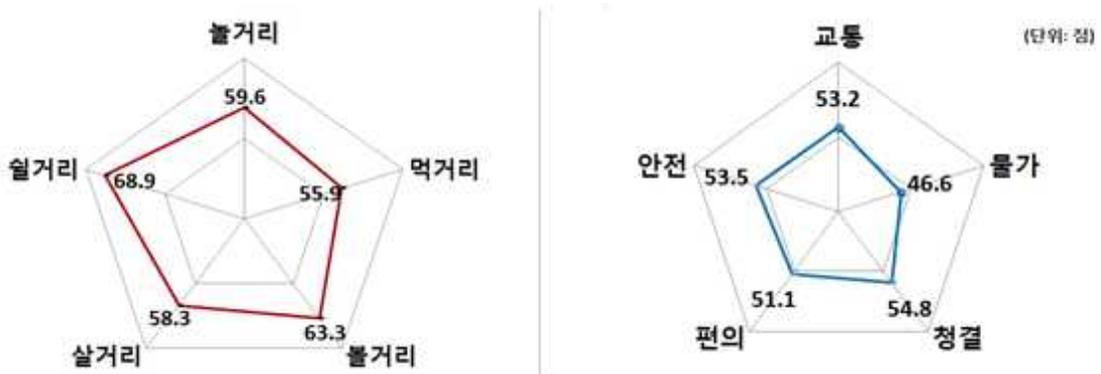
- 강원도의 여행객 만족도는 5개 영역 모두 전국 평균점수보다 높은 것으로 조사되었으며, 재방문의향도는 전국 1위, 종합만족도와 추천의향도, 자원풍족도는 2위, 환경쾌적도는 10위로 나타남
- 자원풍족도는 모두 전국 평균(50점)보다 높게 나타났으며, 설거리(68.9점)와 불거리(63.3점)의 경우 60점 이상으로 높게 나타남
- 환경쾌적도는 전국 평균인 50점에 근접한 수치를 보이는 가운데, 물가 부문에서는 46.6점으로 전국 평균보다 낮게 나타남

<표 2-14> 컨슈머인사이트의 강원도 여행객 만족도

[점수: 1,000만점]

구분	강원도		전국 평균 점수	전국	
	점수	순위 (17개 시도)		1위	2위
종합만족도	681	2	637	제주도	강원도
추천의향도	683	2	632	제주도	강원도
재방문의향도	703	1	662	강원도	제주도
자원풍족도	625	2	575	제주도	강원도
환경쾌적도	583	10	578	광주시	세종시

자료 : 컨슈머인사이트, 지역관광 활성화를 위한 기초환경분석



<그림 2-6> 강원도의 자원풍족도와 환경쾌적도

주) 전국평균 점수는 229개 기초자치단체의 점수를 평균 50, 표준편차 16으로 표준화함

마. 관광경쟁력

1) 문화체육관광부 : 지역관광발전지수

- 2017년 지역관광발전지수를 통해 살펴본 강원관광 경쟁력은 광역자치단체 1등급을 포함해 기초자치단체 단위에서는 강릉, 고성, 속초, 평창이 1등급 지역으로 분석되었으며, 해당 지역들은 관광수용력, 관광소비력, 관광정책역량 면에서 모두 우수한 것으로 평가되었음

<표 2-15> 2017 지역관광발전지수 종합결과

구분	광역자치단체 (17)		기초자치단체 (152)		주요 등급경향		
	2015	2017	2015	2017	관 광 수용력	관 광 소비력	관광정책 역 량
1등급	1 (제주)	4 (강원, 경기, 전남, 제주)	4 (경주, 속초, 울릉, 평창)	9 (강릉, 거제, 경주, 강원 고성, 단양, 속초, 순천, 울릉, 평창)	우수	우수	우수
2등급	1	2	10	15	우수	-	우수
3등급	5	2	30	32	1개 지수가 상대적으로 우수		
4등급	1	3	25	34	모든 지수 평균수준		
5등급	2	1	31	33	1개 지수가 현저히 낮음		
6등급	7	5	52	29	2개 지수가 현저히 낮음		

자료 : 문화체육관광부(2018), 2017 지역관광발전지수 동향분석

주) 2017년 지역관광발전지수는 전국 17개 광역 및 152개 기초지방자치단체를 대상으로 실시되었으며, 그 결과 광역자치단체에서는 4개 시도가, 기초자치단체에서는 7개 시군이 1등급 지역으로 분석되었음

- 광역지자체의 지역관광발전지수 분석종합에서 종합지수(지역관광발전지수) 1위, 대분류 중 관광수용력지수와 관광정책역량지수, 중분류 중 관광자원분포, 지역홍보, 소분류 중 자연생태자원, 관광시설, 관광축제, 홍보정책, 매체홍보 항목에서 1위로 분석되었음
 - 2015년 지역관광발전지수에서 강원도가 1위였던 중분류의 관광인프라, 소분류의 관광축제는 2017년에는 모두 경기도가 1위를 차지한 것으로 나타남
 - 2017년 분석결과 새롭게 강원도가 1위를 차지한 부문은 종합지수, 중분류의 관광정책환경, 소분류의 홍보정책임

<표 2-16> 지역관광발전지수 분석종합(광역지자체) : 2015년 vs 2017년

구분	분류	2015		2017	
		1위	1등급 수(비율)	1위	1등급 수(비율)
종합지수	지역관광발전지수	제주도	1개 지역(5.88%)	강원도	4개 지역(23.53%)
대분류	관광수용력지수	강원도	1개 지역(5.88%)	강원도	5개 지역(23.53%)
	관광소비력지수	제주도	1개 지역(5.88%)	제주도	1개 지역(5.88%)
	관광정책역량지수	강원도	0개 지역(0)	강원도	7개 지역(41.18%)
중분류	관광자원분포	강원도	2개 지(11.76%)	강원도	7개 지역(41.18%)
	관광인프라	강원도	0개 지역(5.88%)	경기도	5개 지역(29.41%)
	지역관광효과	제주도	2개 지역(5.88%)	제주도	0개 지역(0%)
	지역민관광활력	제주도	1개 지역(5.88%)	제주도	2개 지역(11.76%)
	관광정책환경	전라남도	1개 지역(5.88%)	강원도 외 3	7개 지역(41.18%)
	인적역량	전라북도	3개 지역(17.65%)	강원도	2개 지역(11.76%)
	지역홍보	제주도	2개 지역(11.76%)	경기도	8개 지역(47.06%)
소분류	자연생태자원	강원도	2개 지역(11.76%)	제주도	2개 지역(11.76%)
	역사문화자원	서울특별시	4개 지역(23.53%)	강원도 외 2	3개 지역(17.65%)
	관광(단)지	제주도	2개 지역(5.88%)	강원도	5개 지역(29.41%)
	관광시설	경기도	2개 지역(5.88%)	제주도	11개 지역(64.71%)
	관광축제	강원도	4개 지역(23.53%)	경기도	5개 지역(23.53%)
	숙박	제주도	3개 지역(17.65%)	경기도	3개 지역(17.65%)
	안내	경상북도	4개 지역(23.53%)	세종시	6개 지역(35.29%)
	교통	서울특별시	2개 지역(11.76%)	경기도	5개 지역(29.41%)
	안전	세종시	2개 지역(11.76%)	제주도	4개 지역(23.53%)
	관광객 수	경기도	5개 지역(29.41%)	제주도	5개 지역(29.41%)
	관광만족도	제주도	3개 지역(17.65%)	제주도	1개 지역(5.88%)
	관광지출액	제주도	1개 지역(5.88%)	경기도	0개 지역(0%)
	관광산업	제주도	1개 지역(5.88%)	제주도	3개 지역(17.65%)
	인구구조	세종시	3개 지역(17.65%)	경기도	2개 지역(11.76%)
	관광활동여건	제주도	3개 지역(17.65%)	제주도	2개 지역(11.76%)
	관광정책사업	경상남도	3개 지역(17.65%)	전라남도	7개 지역(41.18%)
	관광예산	서울특별시	0개 지역(0%)	서울특별시	2개 지역(11.76%)
	정책인력	전라북도	4개 지역(23.53%)	전라북도	11개 지역(64.71%)
	관광교육	전라북도	3개 지역(17.65%)	제주도	1개 지역(5.88%)
	홍보정책	제주도	4개 지역(23.53%)	강원도 외3	8개 지역(47.06%)
매체홍보	강원도	5개 지역(29.41%)	강원도 외 13	13개 지역(76.47%)	

자료 : 문화체육관광부(2018), 2017 지역관광발전지수 동향분석

문화체육관광부(2016), 2015 지역관광발전지수 동향분석

- 기초지자체의 지역관광발전지수는 평창동계올림픽 개최의 영향으로 강릉, 정선, 평창의 지수가 이전보다 높게 분석된 가운데, 분석항목에 있어서도 높은 순위를 나타냄
 - 종합지수(지역관광발전지수) : 평창 2위(2015)→평창 1위(2017)
 - 관광수용력지수&관광소비력지수 : 속초 · 평창 2위(2015)→평창 2위(2017)
 - 관광정책역량지수 : 담양 2위(2015)→강릉 2위(2017)
 - 관광자원분포 : 속초 2위(2015)→강릉 2위 · 춘천 3위(2017)
 - 관광인프라 : 무주 2위(2015)→평창 2위(2017)
 - 지역관광효과 : 강원 고성 2위 · 평창 3위(2015)→평창 2위(2017)
 - 관광정책환경 : 화천 2위(2015)→정선 1위(2017)
 - 인적역량 : 화천 1위(2015)→강릉 2위(2017)
 - 자연생태자원 : 강릉 2위(2015)→속초 2위 · 강릉 3위(2017)
 - 관광(단)지 : 평창 1위 · 속초 2위 · 원주 3위(2015)→원주 2위(2017)
 - 숙박 : 강원 고성 1위 · 평창 2위 · 정선 3위(2015)→평창 1위 · 정선 2위 · 속초 3위(2017)
 - 관광산업 : 평창 1위(2015)→평창 1위 · 양양 2위(2017)
 - 관광정책산업 : 안동 2위(2015)→정선 2위(2017)
 - 관광예산 : 화천 3위(2015)→화천 3위(2017)
 - 정책인력 : 화천 1위(2015)→화천 1위 · 삼척 2위 · 강원 고성 3위(2017)
 - 관광교육 : 평창 1위(2015)→강릉 1위(2017)

<표 2-17> 2015 지역관광발전지수 분석종합(기초지자체)

구분	분류	1위	2위	3위	1등급 수(비율)
종합지수	지역관광발전지수	경북 경주시	강원 평창군	경북 울릉군	4개 지역(2.63%)
대분류	관광수용력지수	경북 경주시	강원 속초시	경남 창원시	9개 지역(5.92%)
	관광소비력지수	경북 울릉군	강원 평창군	경기 용인시	9개 지역(5.92%)
	관광정책역량지수	충북 단양군	전남 담양군	경북 고령군	7개 지역(4.61%)
중분류	관광자원분포	경북 경주시	강원 속초시	경남 창원시	9개 지역(5.92%)
	관광인프라	경북 경주시	전북 무주군	전남 여수시	15개 지역(9.87%)
	지역관광효과	경기 용인시	강원 고성군	강원 평창군	15개 지역(9.87%)
	지역민관광활력	경북 울릉군	충남 태안군	전남 신안군	16개 지역(10.53%)
	관광정책환경	경북 안동시	강원 화천군	전남 구례군	6개 지역(3.95%)
	인적역량	강원 화천군	전남 담양군	전남 진도군	26개 지역(17.11%)
	지역홍보	경기 고양시	경북 포항시	충북 단양군	26개 지역(17.11%)
소분류	자연생태자원	경북 울진군	강원 강릉시	경북 청송군	19개 지역(12.5%)
	역사문화자원	충북 청주시	경북 안동시	경북 경주시	16개 지역(10.53%)
	관광(단)지	강원 평창군	강원 속초시	강원 원주시	15개 지역(9.87%)
	관광시설	경남 창원시	경기 용인시	경북 경주시	21개 지역(13.82%)
	관광축제	충남 공주시	전북 남원시	강원 동해시	25개 지역(16.45%)
	숙박	강원 고성군	강원 속초시	강원 정선군	15개 지역(9.87%)
	안내	전남 순천시	경북 경주시	경북 안동시	30개 지역(19.74%)
	교통	경기 가평군	강원 춘천시	전북 무주군	15개 지역(9.87%)
	안전	경북 울릉군	충남 아산시	강원 화천군	13개 지역(8.55%)
	관광객 수	경기 용인시	경기 과천시	경기 고양시	21개 지역(13.82%)
	관광만족도	경기 경주시	경기 용인시	강원 속초시	36개 지역(23.68%)
	관광지출액	경북 울릉군	강원 고성군	경남 남해군	26개 지역(17.11%)
	관광산업	강원 평창군	전남 구례군	경기 화성시	15개 지역(9.87%)
	인구구조	충북 청주시	경기 수원시	경기 김포시	19개 지역(12.5%)
	관광활동여건	경북 울릉군	전남 신안군	충남 태안군	33개 지역(21.71%)
	관광정책사업	충북 제천시	경북 안동시	전북 정읍시	18개 지역(11.84%)
	관광예산	경북 청도군	충북 단양군	강원 화천군	12개 지역(7.89%)
	정책인력	강원 화천군	강원 태백시	전남 진도군	31개 지역(20.39%)
	관광교육	강원 평창군	전남 담양군	전남 보성군	16개 지역(10.53%)
	홍보정책	경기 고양시	전남 여수시	경북 포항시	30개 지역(19.74%)
매체홍보	경북 포항시	충북 단양군	전남 완도군	48개 지역(31.58%)	

자료 : 문화체육관광부(2016), 2015 지역관광발전지수 동향분석

<표 2-18> 2017 지역관광발전지수 분석종합(기초지자체)

구분	분류	1위	2위	3위	1등급 수(비율)
종합지수	지역관광발전지수	강원 평창군	경북 경주시	전남 순천시	9개 지역(5.92%)
대분류	관광수용력지수	경북 경주시	강원 평창군	전남 여수시	18개 지역(11.84%)
	관광소비력지수	경북 울릉군	강원 평창군		2개 지역(1.32%)
	관광정책역량지수	경남 통영시	강원 강릉시	전남 곡성군	28개 지역(18.42%)
중분류	관광자원분포	경북 경주시	강원 강릉시	강원 춘천시	33개 지역(21.71%)
	관광인프라	경북 경주시	강원 평창군	전남 순천시	19개 지역(12.50%)
	지역관광효과	전남 여수시	강원 평창군	경북 경주시	7개 지역(4.61%)
	지역민관광활력	경북 울릉군	전북 장수군	전남 신안군	16개 지역(10.53%)
	관광정책환경	강원 정선군	경북 고위군	전남 곡성군	8개 지역(5.26%)
	인적역량	전북 진안군	강원 강릉시	강원 영월군	45개 지역(29.61%)
	지역홍보	전남 구례군	경남 통영시	전남 곡성군	59개 지역(38.82%)
소분류	자연생태자원	경북 울진군	강원 속초시	강원 강릉시	19개 지역(12.50%)
	역사문화자원	경북 경주시	충북 청주시	경북 안동시	15개 지역(9.87%)
	관광(단)지	경북 경주시	강원 원주시	전남 당양군	27개 지역(17.76%)
	관광시설	경북 경주시	강원 원주시	강원 평창군	80개 지역(52.63%)
	관광축제	강원 화천군	전남 영광군	전남 곡성군	31개 지역(20.39%)
	숙박	강원 평창군	강원 정선군	강원 속초시	16개 지역(10.53%)
	안내	경기 고양시	경북 경주시	전남 순천시	31개 지역(20.39%)
	교통	전남 순천시	충북 충주시	경기 여주시	30개 지역(19.74%)
	안전	충남 계룡시	경북 울릉군	전남 보성군	29개 지역(19.08%)
	관광객 수	경기 용인시	전남 여수시	경기 고양시	25개 지역(16.45%)
	관광만족도	경기 가평군	경북 문경시	경기 과천시	22개 지역(14.47%)
	관광지출액	경북 울릉군			1개 지역(0.66%)
	관광산업	강원 평창군	강원 양양군	경기 가평군	22개 지역(14.47%)
	인구구조	경기 하남시	경기 화성시	경기 수원시	19개 지역(12.50%)
	관광활동여건	경북 울릉군	전남 신안군	전북 장수군	39개 지역(25.66%)
	관광정책사업	전남 곡성군	강원 정선군	전북 순창군	12개 지역(7.89%)
	관광예산	경남 거제시	경북 군위군	강원 화천군	18개 지역(11.84%)
	정책인력	강원 화천군	강원 삼척시	강원 고성군	58개 지역(38.16%)
	관광교육	강원 강릉시	충북 제천시	경북 예천군	16개 지역(10.53%)
	홍보정책	경남 통영시	전남 구례군	경북 문경시	60개 지역(39.47%)
	매체홍보	경남 통영시	전남 구례군	전남 곡성군	75개 지역(49.34%)

자료 : 문화체육관광부(2018), 2017 지역관광발전지수 동향분석

2) 한국관광공사 : 지역관광경쟁력지수⁴⁾

- 2018년 지역관광경쟁력지수를 통해 살펴본 강원관광 경쟁력은 종합지수에 있어 전체 및 상위 30% 평균 이상의 성적표를 받음
- 그러나 상위 30% 평균인 타 광역자치단체들과 5개 대분류 각각(관광정책, 관광자원집적, 관광수요촉진, 포용적성장, 관광성과)에 대해 비교했을 경우 관광정책에서만 평균값을 상회하였음

<표 2-19> 2018 지역관광경쟁력지수 산출 결과 : 강원도

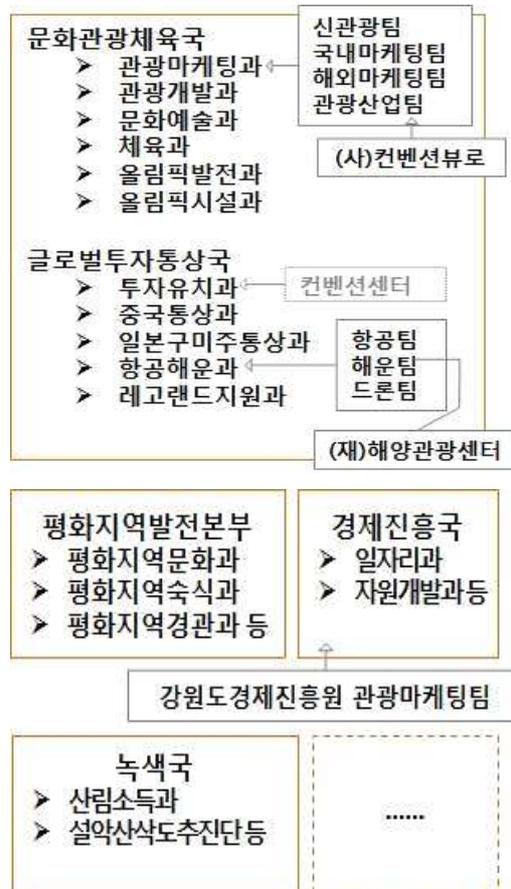
대분류	관광정책	관광자원집적	관광수요촉진	포용적성장	관광성과	종합지수
강원도	118.88	112.56	114.01	111.21	114.35	115.06
상위 30% 평균	108.54	118.16	116.04	114.70	117.62	111.75
전체 평균	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00



<그림 2-7> 2018 지역관광경쟁력지수 산출 결과 : 강원도

바. 관광진흥조직 여건

- 강원도는 관광분야의 진흥을 도모하기 위해 관광마케팅과 내 국내마케팅팀과 해외마케팅팀을 구분하고 있으며, 관광객 유치라는 동일 목적 하에 유사 업무가 중복 운영되면서 업무의 비효율성이 커지고 있음
- 특히 강원도가 주목해야할 고부가가치 관광산업 분야인 MICE, 크루즈, 의료관광의 경우 문화관광체육국 외에도 글로벌투자통상국, 강원도경제진흥원 등에서 해당 업무를 담당하고 있어 관광진흥을 위한 정책기획, 사업기획, 사업실행, 사업지원과 모니터링의 업무 구분과 이에 따른 전반적인 재구조화가 필요한 시점임
 - MICE : 문화관광체육국 내 관광산업팀에 소속
 - 컨벤션센터 : 글로벌투자통상국 내 투자유치과 추진 중
 - 크루즈 : 글로벌투자통상국 내 해양팀에 소속
 - 의료관광 : 강원도경제진흥원 관광마케팅팀에서 운영



<그림 2-8> 강원도 관광관련 조직구조

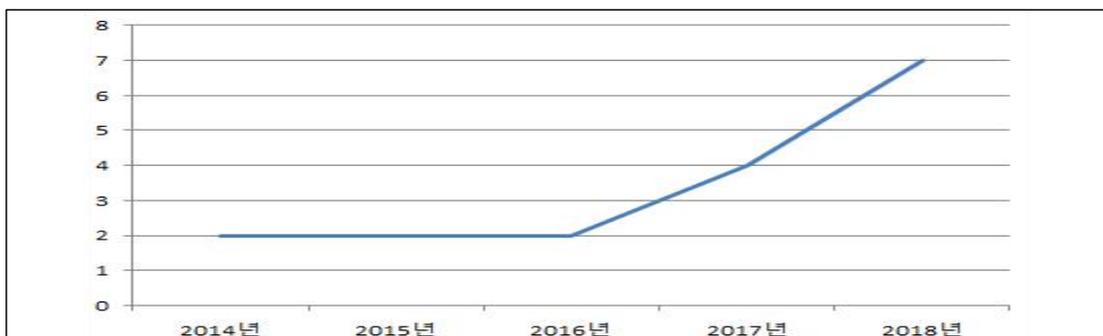
4. 강원 관광객수 및 관광만족도(관광경쟁력)

- 한국관광문화연구원에서 2009년부터 매년 실시하는 국민여행 실태 조사에서 17개 광역시도별 여행지별 관광여행 만족도 조사(가족 기준)에서 강원도는 2014년 ~2016년 2위 이었으나, 2017년 4위, 2018년 7위로 추락함
- 제주도는 2017년 까지 1위를 지키다가 2018년 2위를 차지하였고, 전남이 꾸준히 3위를 기록함

<표 2-20> 여행지별 전반적 만족도(관광여행)

	2014년		2015년		2016년		2017년		2018년	
	점수	순위								
서울	80.2점	8	80.2점	9	80.4점	7	80.6점	9	78.1점	13
부산	79.2점	14	78.8점	14	81.8점	5	81.8점	5	78.2점	12
대구	78.4점	16	78.4점	15	71.4점	17	78.4점	14	79.7점	3
인천	80.4점	11	81.4점	5	82.0점	4	81.4점	6	77.0점	15
광주	82.0점	17	79.4점	13	79.2점	16	78.2점	15	78.3점	11
대전	78.8점	15	80.6점	7	79.2점	14	79.0점	13	79.1점	5
울산	77.2점	11	80.2점	9	80.8점	6	81.4점	6	76.1점	17
세종	69.0점	7	77.2점	17	79.6점	12	83.8점	2	81.1점	1
경기	80.0점	11	80.4점	8	80.0점	11	80.6점	9	76.7점	16
강원	81.6점	2	82.2점	2	82.2점	2	82.4점	4	78.6점	7
충북	79.4점	4	80.2점	9	80.2점	9	77.2점	17	78.5점	8
충남	77.0점	9	77.8점	16	79.2점	14	77.6점	16	78.5점	8
전북	80.2점	3	81.4점	5	80.4점	7	80.4점	12	79.0점	6
전남	80.6점	4	82.0점	3	82.2점	2	83.2점	3	79.7점	3
경북	81.4점	6	81.8점	4	79.6점	12	80.6점	9	78.4점	10
경남	80.4점	10	80.2점	9	80.2점	9	81.2점	8	77.3점	14
제주	89.2점	1	88.8점	1	86.8점	1	86.4점	1	80.7점	2
강원 순위	2		2		2		4		7	

주) 2017년~2018년 점수는 원래 5점 만점이었으나, 20점을 곱하여 100점화 시켰음



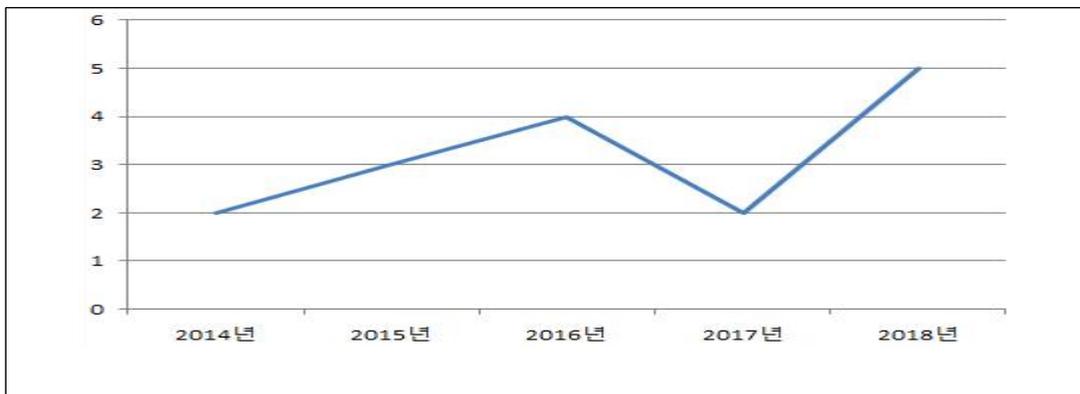
<그림 2-9> 여행지별 전반적 만족도(관광여행)

- 여행지별 재방문 의향에서 제주도가 지속적으로 1위를 유지하고 있으며, 강원도는 2017년 2위이었으나 2018년에는 5위로 밀려남

<표 2-21> 여행지별 재방문 의향

	2014년		2015년		2016년		2017년		2018년	
	점수	순위								
서울	79.6점	4	78.4점	12	78.6점	12	77.6점	15	76.5점	7
부산	77.6점	13	78.4점	12	81.4점	4	81.4점	4	75.7점	8
대구	77.8점	12	78.4점	12	71.8점	17	78.6점	12	75.7점	8
인천	77.4점	14	80.4점	5	82.4점	2	79.0점	11	73.8점	15
광주	76.8점	16	82.0점	2	76.8점	16	80.8점	6	77.1점	2
대전	76.6점	17	78.8점	11	78.8점	10	77.8점	14	74.5점	13
울산	77.0점	15	77.2점	15	81.0점	6	82.0점	3	72.7점	16
세종	79.6점	5	69.0점	17	77.0점	15	79.8점	8	72.3점	17
경기	78.0점	9	80.0점	9	79.6점	7	79.6점	9	74.3점	14
강원	81.4점	2	81.6점	3	81.4점	4	82.4점	2	76.2점	5
충북	80.2점	4	79.4점	10	78.4점	13	77.4점	16	75.9점	6
충남	78.4점	9	77.0점	16	77.8점	14	76.8점	17	75.1점	10
전북	78.6점	8	80.2점	8	79.0점	9	78.2점	13	74.9점	11
전남	79.0점	7	80.6점	7	81.6점	3	81.0점	5	76.9점	3
경북	80.8점	3	81.4점	4	78.8점	10	80.0점	7	75.8점	7
경남	78.0점	10	80.4점	5	79.4점	8	79.6점	9	74.9점	11
제주	86.0점	1	89.2점	1	87.4점	1	86.2점	1	79.3점	1
강원 순위	2		3		4		2		5	

주) 2017년~2014년 점수는 원래 5점 만점이었으나, 20점을 곱하여 100점화 시켰음



<그림 2-10> 여행지별 재방문 의향 점수

5. 관광관련 조직 현황

가. 관광마케팅과

- 강원도 관광마케팅과는 신관광팀, 국내마케팅팀, 해외마케팅팀, 관광산업팀 4팀으로 구성되며, 구체적인 담당사무는 <표 2-22>로 정리됨
 - 신관광팀은 관광정책에 관한 기획·조정, 권역별 관광개발계획 수립, 관광진흥 포럼 및 대외 협력, 관광동향 등 분석·관리, 관광진흥개발기금 관리 운영, 관광사업체 지원·관리 및 관광 유관단체 지원·육성, DMZ박물관·국제관광정보센터 지도·감독, 광역두만강개발(GTI) 관광분야 협력, 관광객 수용대세 개선 교육·평가, 광역권 관광진흥협의회 운영, 강원도해양관광센터 법인 지도·감독에 관한 사항, 관광인재 육성 등 업무를 다룸
 - 국내 마케팅팀은 국내 관광 홍보 종합계획 수립 추진, 관광안내소 설치·관리 및 관광안내원 교육, 관광안내표지판 설치 및 정비, 국내 관광홍보 광고 계획 수립 추진, 국내관광홍보물(지도, 책자, 영상물 등) 제작·관리, 국내 관광설명회 개최 및 관광박람회 참가 홍보, 국내 관광홍보대사 관리, 문화관광해설사 양성·배치, 강원관광사진공모전 및 기획전시 운영, 문화관광축제 및 도 지정 우수 지역축제 발굴 육성, 관광객 유치 관광상품(프로그램) 개발 및 운영, 콘텐츠융합형 관광상품 및 관광협력 사업 추진, 철도, 교육여행 등 신규 관광상품 개발 육성, 음식테마거리 지정·육성, 관광불편 신고센터 설치·운영 업무를 맡고 있음
 - 해외마케팅팀은 해외 홍보마케팅 종합계획 수립 추진, 해외관광박람회·판촉전·교역전 등 참가 홍보, 해외 관광설명회, 세일즈 콜, 여행업체 간담회 실시, 외국인 관광객 유치관광상품(프로그램) 개발 운영, 해외 언론 및 여행업체 등 상품개발 팸투어 실시, 해외관광홍보에 관한 사항(광고, 홍보물 등), 외국인 유치 인바운드 여행업체 관리, 해외강원관광사무소 운영 및 지도, 동아시아 지방정부 관광포럼(EATOF)운영 업무를 담당함
 - 관광사업팀은 동계올림픽 계기 강원관광 활성화 사업, 동계올림픽 특구 관광개발사업총괄, 동계올림픽 개최 전후 연계 전 시군 특별마케팅, 올림픽 개최도시 관광특성화 및 관광효과 도 전역 확산사업, 동계올림픽 강원관광 종합안내시스템 구축 및 웹 개발, 동계올림픽 관련 유관기관 협력 및 공동협력사업 발굴, 관광올림픽 관련 정부, 의회, 조직위, 타시도 등 협력사무, 4대 올림픽 및 행정지원단, 지원협의회 등 관련 업무를 다룸

<표 2-22> 관광마케팅과 업무분장

구분	담당 사무	
신관광팀	<ul style="list-style-type: none"> · 시도 유관기관 간 관광 협력 사무 · 관광홍보대사 위촉관리 · 강원도 관광협회 등 민간위탁 협력사무 · 강원도 관광 통계 총괄 관리 · 2017~2018 강원방문의 해 관련 업무 · 관광진흥조례, 관광 관련 법·제도관리 · 국제레저스포츠박람회 개최 추진 · 강원 투어패스 도입 운영 추진 · 주요당면 현안(역점, 핵심과제)사항 관리 · 실국장 회의자료, 언론 인터뷰·대화자료 작성 · 관광정책 관련 주요현안, 전문가 워크숍 개최 	<ul style="list-style-type: none"> · 금강산 관광 재개 추진 등 · 정부합동평가업무 및 균형성과관리(BSC) · 국비 및 기금, 사회공헌기금 확보 지원 총괄 · 강원관광인대회, 강원관광포럼 운영 · 강원관광실태조사 연구용역 · GTI 국제관광협력, 수도권·동해안권 관광협의회 운영 · 한국관광공사(KTO) 상생협력업무 · 강원관광 기본현황, 통계 관리 지원 · 관광사업자 및 관광단체 관리, 대내외 동향관리 등
국내 마케팅팀	<ul style="list-style-type: none"> · 국내마케팅 관련 주요 시책 개발·계획 수립 · 도 의회 업무보고 작성 · 세계불꽃대회 추진 · 한국철도공사 협력 여행상품 공동개발 추진 · 단체관광객 유치마케팅 추진 · 「대한민국 테마여행 10선」 사업 추진 · 올림픽 관광순환열차 연구용역 및 레인보우시티 추진 · 국내마케팅 관련 주요현안 업무처리 · 문화관광축제 및 우수지역축제 육성지원 및 평가컨설팅 · 전통 상설문화관광프로그램 육성지원 · DMZ관광 활성화 업무추진 · 국내개최 관광전 및 박람회 등 주요행사 참가 홍보 · 교육여행 유치 활성화 추진 · 야간 문화관광 콘텐츠 개발(호수별빛축제 등) · 음악여행 버스킹 상설공연 추진 	<ul style="list-style-type: none"> · 강원관광기념품 통합브랜드 마케팅 추진 · 문화체험 관광상품(템플스테이) 관리 및 운영 · 관광 홍보물(지도, 가이드북, 홍보물품 등) 제작·배포관리 · 강원도 여행주간 대표프로그램 기획 운영 · 유관기관 홍보마케팅(캠페인 등) 추진 · 정부합동평가 업무 및 균형성과(BSC) 관리 · 온라인 강원관광(홈페이지, SNS) 관리운영 · 각종 홍보·광고(전광판, 인터넷, 언론 등) · 도SNS(페이스북 등)를 활용한 수시관광홍보 · 강원도 여행 일정짜기 홈페이지 운영 · 관광사진공모전 운영 및 포토뱅크 관리 · 강원관광 브랜드 마케팅 추진 <ul style="list-style-type: none"> - 강원관광 30선, 한국관광100선, 관광의 별, 음식테마거리, 관광품질인증제 등 · 관광상품 공동개발(호수문화권, 설악권) 및 활성화 추진

관광마케팅과 업무분장 계속

구분	담당 사무	
<p>해외 마케팅팀</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 해외마케팅 관련 주요 시책 개발 및 계획 수립 · 해외마케팅 관련 주요현안 업무 등 · 해외마케팅 공모사업 육성·운영 관리 · 동아시아관광포럼(EATOF) 및 국제 관광교류 · 포스트 올림픽 연계 해외 홍보마케팅 행사 · 스노우 페스티벌 운영 · 강원국제신관광협의회 운영 · 도의회 업무 지원 · 외국인 개별관광객 유치 셔틀버스 운영 (G-페스티벌, K-트래블, 고토치 셔틀 등) · 외국인 관광객 유치 웰니스·의료관광 연계 업무 추진 · 포스트 올림픽 레거시 관리 및 관광명소화 사업 추진 · 정부합동평가업무 및 균형성과관리(BSC) 총괄 · 해외 강원관광사무소 총괄 관리 · 행정사무감사 및 해외마케팅 수시 현안 업무 · 동남아구미주 시장 홍보마케팅 계획 수립 및 업무 <ul style="list-style-type: none"> - 팸투어, 설명회, 박람회 참가, 세일즈 콜, 간담회 - 현지 시장 관광동향 파악·분석·관리 - 시장별 개별관광객 유치 확대 - 시장별 대상 관광상품 개발·육성 등 · 쿠알라룸푸르 강원관광사무소 운영 및 지도 · 포스트올림픽 헬로평창 글로컬 관광상품 지원 · 한류 관광상품 육성·운영 관리 · 해외마케팅팀 행사 지원 및 업무 추진 등 	<ul style="list-style-type: none"> · 중화권 시장 홍보마케팅 계획 수립 및 업무 <ul style="list-style-type: none"> - 팸투어, 설명회, 박람회 참가, 세일즈 콜, 간담회 - 현지 시장 관광동향 파악·분석·관리 - 중화권 개별관광객 유치 확대 - 중화권 시장 대상 관광상품 개발·육성 등 · 기업체 인센티브단체 유치사업 추진 · 동계 페스티벌(뽕, 고고, 비바스키) 및 동계 상품 추진 · 중국 강원관광사무소 운영 및 지도 · 해외마케팅팀 행사 지원 및 업무 추진 등 · 일본시장 홍보마케팅 계획 수립 및 업무 총괄 <ul style="list-style-type: none"> - 팸투어, 설명회, 박람회 참가, 세일즈 콜, 간담회 - 현지 시장 관광동향 파악·분석·관리 - 일본시장 개별관광객 유치 확대 - 일본시장 대상 관광상품 개발·육성 등 · 외국인 개별관광객 유치 온라인마케팅(SNS, 여행사이트) 추진 · 일본 강원관광사무소 운영 및 지도 · 해외마케팅팀 행사 지원 및 업무 추진 등 · 외국어 관광홍보물 및 관광홈페이지 제작·관리 · 해외마케팅 포럼 업무 추진 · 해외 관광홍보대사 위촉·관리 · 외국인 유치관련 관광동향 파악, 분석, 관리 · 팀 소관 예산 및 사무업무 · 해외마케팅팀 행사 지원 및 업무 추진 등
<p>관광 산업팀</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 관광산업관련 주요 시책 개발·추진 · 국제회의산업(MICE) 육성 · 도내 국제회의산업(MICE) 유치 및 개최 · 국제회의 및 행사 개최 지원 및 홍보 마케팅 · 강원국제회의센터 운영·관리 · 평창포럼 관련 업무 추진 · 피스위크 추진 · 관광컨텐츠 개발 스타트업 · 산업관광, 스포츠관광산업 육성 추진 · 무장애 관광도시 조성사업 추진 · 문화관광해설사 운영·관리 	<ul style="list-style-type: none"> · HDC신라면세점 강원도관 운영 활성화 · 도내 관광면세점 관리 · 산업관광, 스포츠관광산업 육성 추진 · 관광안내소, 관광안내 표지판, 관광불편 신고 센터 운영 · 사후면세점 특화거리 조성 및 활성화 · 관광안내원 및 관광사업체 종사자 교육 · 관광서비스 경진대회 추진 · 전통한옥 체험 숙박시설 운영 지원 · 강원관광아카데미 운영 · 관광앱 「투어강원」 운영 활성화

○ 관광마케팅과에서 2019년 추진 중인 사업은 다음과 같음

<표 2-23> 강원도 관광마케팅과 2019년 추진사업

구분	사업명
신관광팀	<ul style="list-style-type: none"> · (가칭)재단법인 강원관광재단 설립 추진 · 강원국제신관광협의회(GITAB) 활성화 · 강원관광진흥조례 개정 · 2022평창국제레저스포츠박람회 개최 추진 · 강원투어패스 운영
국내마케팅팀	<ul style="list-style-type: none"> · 철도 연계 여행상품 개발 및 관광활성화 · 상설 문화관광 프로그램 활성화 · 경쟁력있는 우수축제 육성 지원 · 대한민국테마여행10선 사업 추진 · 교육여행단 유치 특별 마케팅 · 신관광 상품 육성을 통한 국내마케팅 강화 · 국내 단체관광객 유치 마케팅 강화 · 강원관광20선 브랜드 마케팅 · 특색 있는 여행주간 확대 운영 · 국내 주요 관광전 참가 등 오프라인 홍보 · 각종 매체를 통한 광고 홍보 · 강원관광 쇼핑몰 구축 및 온라인 홍보
해외마케팅팀	<ul style="list-style-type: none"> · ‘Again평창’ 외국인 동冬통통스노우페스티벌 개최 · 「Hello!평창」 글로벌관광상품 확대 육성 · 동계 관광상품 운영 · ‘1MORE’ 외국인체류 상품 확대 · 기업체 포상 관광단체 유치 확대 · 포스트 평창 해외로드쇼 개최 · Beauty of Gangwon 한류마케팅 · 외국인 관광객 유치 웹투어 추진 · 외국인 관광택시 시범운영 · 외국인 관광객 셔틀버스 확대운영 · FIT관광객유치온라인마케팅 · 강원도형 의료관광 활성화 추진 · 해외 강원관광사무소 운영
관광산업팀	<ul style="list-style-type: none"> · 미디어 파사드 구축 및 야간 포토존 운영 · 투어강원 앱 활용 관광 홍보 · 문화관광해설사 양성 배치 · 관광안내소 및 관광안내사 운영 · 찾아가는관광편의센터운영 · 관광편의 증진을 위한 안내표지판 정비 · 관광객 수용태세 확립 추진 · 포스트평창 대규모 MICE 지속유치 및 개최 · 남북강원도 PEACE WEEK · 2019평창포럼 · HDC신라면세점 강원도관 운영 · 강원도 관광콘텐츠 스타트업 · 강원도 무장애 관광도시 조성사업 추진

나. 관광개발과

- 관광개발과는 관광개발팀, 관광시설팀, 관광자원팀, 관광인허가지원팀 4팀으로 구성되며, 업무의 세부내용은 <표 >를 통해 확인 가능함
 - 관광개발팀은 설악권 관광개발 현안사업 추진, 설악동 집단시설지구 관리 및 재개발 추진, 금강산 관광재개 및 설악·금강권 연계 관광자원 개발사업 추진, 폐광지역 종합관광개발계획 수립 및 추진, 탄광지역 생활현장 보전·복원사업, 관광특구 지정 및 관리, 종합유원시설업 및 그 밖에 유기장업 관련 사무, 해안권 및 내륙권 시범·선도사업 등의 업무를 담당함
 - 관광시설팀은 관광분야 투자유치에 관한 총괄계획 수립 시행, 관광투자시책 수립 및 추진, 관광분야 투자유치에 관한 사항, 관광분야 투자유치 유관기관과 협의 및 정보수집, 관광분야 투자유치관련 홍보물 제작 및 배포, 관광숙박업 육성 및 지도에 관한 사항, 관광(단지) 지정승인·변경·취소 및 개발사업 추진, 관광(단지) 조성계획 승인·변경 고시에 관한 사항, 관광(단지) 환경·재해·교통영향평가·산지·농지전용 등 협의, 관광(단지) 인·허가 관련 민원처리, 관광(단지) 재해복구사업, 기반시설 예산 지원, 시설물 안전점검에 관한 사항, 관광개발사업의 인·허가 One-stop 처리 지원, 그 밖에 관광(단지) 및 관광분야 투자유치사업 인·허가 등 행정지원에 관한 사항을 다룸
 - 관광자원팀은 관광개발 종합 기획 및 조정, 관광 취약지 개발, 소규모 관광개발계획 수립 및 추진, 관광특구 지정 및 관리, 생태녹색·문화관광 자원 개발사업 추진, 종합유원시설업 및 그 밖에 유기장업 관련 사무, 동해안 및 중부내륙권 광역 관광개발사업, 올림픽 특구 관광개발사업, 올림픽 배후 관광도시 육성에 관한 사항, 호수·문화 관광권 개발사업, 안보관광지 개발계획 수립 및 추진관리, 관광지내 식도·궤도에 관한 사항, 평화·문화광장 운영·관리 및 활성화 추진, 길 관련사업 추진 및 관리, DMZ 관광자원 개발 및 관리, 관광개발 공모사업 추진 업무를 맡고 있음
 - 관광인허가지원팀은 관광시설 인허가지원, 관광시설 투자유치, 향토동물원 관련 투자유치 업무 등을 다룸

<표 2-24> 관광개발과 업무분장

구분	담당사무	
관광개발팀	<ul style="list-style-type: none"> · 관광개발사업 평가 및 추진상황 종합 관리 · 오대산 자연명상센터 조성 · 중부내륙권 광역관광개발 사업 · 도유재산 관리 및 활성화 · 지역전략 관광산업 육성(도 자체사업 등) · 해안권 발전 선도사업 · 관광지내 식도·궤도 · 동해안권 광역관광개발 사업 · 강원권 관광개발계획 수립 · 폐철도 관광자원화사업 · 문화관광·생태녹색관광 자원개발 사업 	<ul style="list-style-type: none"> · 권역별 관광개발계획 수립 · 균형발전특별회계(생활분야) 사업 총괄 관리 · 관광개발 데이터베이스 구축 및 관리 · 올림픽 관광활성화 연구용역 추진 · 소규모 관광자원개발 사업 / 관광두레사업 · 공모사업(올해의 관광도시, 산업관광, 수상레저 등) · 길 관련 업무 전반 · 관광특구 관리·운영 · 마을관리휴양지 관리
관광시설팀	<ul style="list-style-type: none"> · 팀 내 현안관리 및 지시사항 처리 · 국민여가캠핑장 조성사업 · 캠핑장 운영개선 활성화 사업 · 야영장 안전·위생 개보수 사업 · 야영장 활성화 프로그램 사업 · 야영장 안전관리 등 야영장 관련업무 · 야영장 사업자 안전교육 · 관광지 지정 및 조성계획(변경) 승인 	<ul style="list-style-type: none"> · 관광지인허가 관련 통합건설팀지원 업무 · 관광지 개발 사업 지원 · 관광지 관련 법규정 및 제도개선 · 소규모 관광자원개발 사업 - 시군 보조금 교부·정산 및 사업추진 현황 관리 · 관광펜션업 안전점검 등 관리 업무 · 유원시설업(유기시설) 안전점검 등 관리
관광자원팀	<ul style="list-style-type: none"> · 폐광지역 관광자원화사업 추진 <ul style="list-style-type: none"> - 폐광지역 관광상품개발 사업 - 폐광지역 후속사업 추진(용역) - 탄광지역 생활현장 보존 복원사업 (1단계 완료사업 현황관리) · 탄광문화촌 환경개선사업 및 징수교부 추진 · 폐광지역 자원화사업 현안사항 관리 및 점검 	<ul style="list-style-type: none"> · 관광자원팀 주요시책(업무보고 등) 작성 · 백두대간 문화철도 연계협력 사업 · 신규사업 등 국비확보 추진 · 설악~금강산 관광자원 개발사업 추진 · 설악권 관광개발 현안사업 추진 · 내륙권 발전사업
관광인허가 지원팀	<ul style="list-style-type: none"> · 관광시설 인허가지원 추진 · 피노디아 테마파크 조성 추진 · 향토동물원 부지정비 추진 · 관광시설 투자유치 추진 	<ul style="list-style-type: none"> · 향토동물원 부지 투자유치 추진 · 투자유치 대상지 발굴 및 현황 관리 · 관광시설 투자사업 추진현황 관리 · 관광시설 투자유치 홍보물 제작 및 홍보

다. 강원도해양관광센터

1) 조직 및 인력현황

- 강원해양관광센터는 센터장, 사무국장 아래 크루즈정책팀, 마케팅팀, 대외협력팀 3개 팀을 두고 운영 중이며, 인력은 현재 9명임



<그림 2-11> 강원도해양관광센터 조직도

<표 2-25> 강원도해양관광센터 인력현황

구분	계	일반직				전문직					일반·전문직 6급(상당)· 9급상당
		5급	6급	7급	8급	센터장	6급상당	7급상당	8급상당	9급상당	
정원	10	1	1	3	-	1	1	2	-	-	1
현원	9	1	1	1	1	1	-	1	1	2	1
과부족	△1	-	-	△2	+1	-	△1	△1	+1	+2	-

※ 현원 9명(센터장 1, 공무원 파견 4, 전문직 4)

- 크루즈정책팀은 기관협력 체계 구축, 입·출항 행사계획, 조사연구 등의 업무를 주로 다룸
- 마케팅팀은 국내외 크루즈 유치마케팅, 컨퍼런스 행사개최, 마케팅 대상 시장별 마케팅진행(중국, 일본 등), 기항지 관광상품 개발 등을 주요 업무로 함
- 대외협력팀은 크루즈운항 관련 업무지원과 대외협력 업무를 처리함

<표 2-26> 강원도해양관광센터 업무분장

부별	주요 업무	
<p>크루즈 정책팀</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 크루즈 정책팀 업무 · 크루즈 및 국제항로 추진 기관 간 협력 네트워크 · CIQ(세관, 출입국관리, 검역) 등 입출항 편의 지원 · 크루즈산업관련 조사·연구 사업 및 연구용역 전 반 · 크루즈 입·출항 행사 계획 · 지자체의 국제항로(크루즈 등) 관련 지원 및 지원절차 협의조정 	<ul style="list-style-type: none"> · 각종 센터 제규정 관련 제개정 등 법무관리 · 센터 직원 채용, 인력충원 등 인사관리, 전문직 · 구축 급여 지급 및 관리 · 법인 예산 편성, 법인 예산 결산 · 센터 시설물 관리 및 물품 수급관리, 재물조사 · 크루즈 입·출항 행사 실행 · 크루즈 정책팀 업무 보조
<p>마케팅팀</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 크루즈 유치 및 마케팅 업무 · 국내 크루즈 컨퍼런스 등 행사 업무 추진 · 국내 크루즈 선사 및 여행사 마케팅 업무 총괄 · 해양수산부, 한국관광공사 등 유관기관 업무 협의 · 크루즈 모항 및 기항 유치 마케팅활동 추진 · 미주, 유럽, 일본권 크루즈 입항 유치 마케팅 <ul style="list-style-type: none"> - 미국, 유럽, 러시아, 일본 등 · 해외 크루즈 선사 대상 홍보 마케팅 추진 · 해외 크루즈 터미널 관련 업무협의 추진 · 국내 주재 크루즈 선사 대상 유치업무 추진 · 해외 크루즈 관계자 대상 크루즈 팸투어 추진 	<ul style="list-style-type: none"> · 선사대상 속초항 입항관련 항만 시설 개선 업무협의 · 강원도 크루즈 홍보 Facebook 및 홈페이지 운영 · 기항지 관광상품 개발 등 마케팅 업무 · 중국권 크루즈 입항 유치 마케팅 추진 <ul style="list-style-type: none"> - 중국, 홍콩, 대만 등 · 중국권 크루즈 선사 및 여행사 대상 홍보 마케팅 추진 · 중국권 크루즈 관계자 팸투어 추진 · 국내 크루즈 터미널 및 관계자 업무 협의 추진 · 강원도 크루즈 홍보물품 및 브로슈어 제작
<p>대외 협력팀</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 대외협력팀 업무 총괄 · 크루즈관련 관광상품 개발 지원 · 크루즈유치 다변화 방안강구 <ul style="list-style-type: none"> - Fly Cruise 상품개발 추진, 크루즈 인·아웃바운드 관광객 유치방안 모색 · 속초항 크루즈 관광객 관련제도와 개선방안 제시 · 크루즈 속초모항 운영관련 업무 <ul style="list-style-type: none"> - 모항운영방안 제시, 선용품 공급방안 제시, 크루즈 인력양성 및 산학협력 	<ul style="list-style-type: none"> · 크루즈포럼 국제행사유치 · 크루즈 운항관련 업무지원 <ul style="list-style-type: none"> - 크루즈 입출항 관련 기관·사업자 대상 대외 협력 · 수익사업 발굴 추진 · 중국권 크루즈선사 선용품 공급 등에 관한 업무

- 강원해양관광센터가 2019년 올해 추진 중인 사업은 다음과 같음

<표 2-27> 강원도해양관광센터 2019년 추진사업

<ul style="list-style-type: none"> · 정부, CIQ 등 유관기관 협력 강화 · 국제행사 등 활용 지속적 크루즈 네트워크 구축 · 속초모항 2만톤급 크루즈 유치 · 한·러·일신항로크루즈페리유치 · DMZ 연계 및 설악산-금강산-백두산 관광지 연결 평화크루즈 운영 · 독특한 지역콘텐츠를 활용한 MICE 유치 · 크루즈 주요행사 참가 및 유치 마케팅 전개 · 크루즈 선사 및 여행업체 초청 관측활동(팸투어/세일즈콜/간담회) 실시 · 한·러·일 크루즈 항만도시와의 맞춤형 네트워크 형성 및 협력체계 강화 · 크루즈 홍보물 제작 및 관광홈페이지 운영 · 한국크루즈 포럼 회원 기간 관 상생 네트워크 구축 · 국내 크루즈 용선 여행사 유치 · 국적 모항크루즈 운항대비 국내기항지 특화 콘텐츠 개발 · 한류 콘텐츠 및 기항지 특화 관광상품 개발 및 판촉 · 기항지 팸투어 진행 및 공동 홍보마케팅 추진 · FIT를 위한 국내연안 기항지 관광안내, 홍보 책자 제공 · 기념품 및 특산물 개발 · 강원도 음식/문화/자연 등 연계한 체험 프로그램 개발 지원 확대 · 지역여행사 활용 기항지 프로그램 운영 · 크루즈 관련 분야 고용창출 및 취업알선 · 크루즈 모항/기항 운영시 터미널 및 편의시설 개선 · 입출항 환영 공식행사 개최 · 지역특산물 코너 운영 지원 · 시군 연계 관광안내 및 정보 제공, 통역 자원봉사자 배치
--

라. 강원국제회의센터(MICE)

1) 조직 및 인력현황

- 강원국제회의센터 조직은 센터장, 사무국장 아래에 경영지원팀, 마케팅팀, 지역특화팀 3개 팀을 두고 운영 중임
- 조직체계 : 총회(회원 41명), 이사회(10명), 센터 직원(13명)
- 센터정원·현원 : 일반직 11명, ※ 강원도파견 2명 (총 13명)
 - 센터장 1명, 사무국장 1명, 경영지원팀 3명, 마케팅팀 4명, 지역특화팀 4명
- ※강원도 인사 파견: 사무국장(5급), 경영지원팀장(6급)



<그림 2-12> 강원국제회의센터 조직도

- 강원국제회의센터의 구체적인 업무내용은 <표 2-28>을 통해 확인가능함
 - 경영지원팀은 뷰로운영기본계획수립부터 급여, 인사, 회계, 예산편성, MICE동향파악, 홈페이지 관리 등 업무를 다룸
 - 마케팅팀은 MICE Alliance 운영 및 지원업무를 총괄하고 MICE 유치 활성화, MICE부가가치 제고를 위한 기획 추진, 국내외 홍보, 광고지원 등을 진행 중임
 - 지역특화팀은 지역특화 네트워크 관리 및 지역특화위탁사업 지원, MICE Alliance 지원, 팸투어 기획 및 유치답사지원 등 업무를 수행함

<표 2-28> 강원국제회의센터 업무분장

구분	분 장 업 무	
경영 지원팀	<ul style="list-style-type: none"> · 뷰로운영 기본계획 수립, 시책보고, 협약 등 · 급여, 4대보험, 연말정산, 각종 수당 관리 · 인사업무 지원(직원채용, 연봉책정, 근무성적평정 등) · 복무, 평가, 도의회, 의전 관련 업무 · 유관기관 대외협력 업무(강원도 및 시·군 등) · 회계·지출, 회계서류 편철 및 관리 · 예산편성, 추가경정예산, 결산 · 전담기구 운영지원 예산 관리 · 사업변경 승인요청 및 보조금 교부신청 등 · 공인관리, 각종대장관리, 문서수발, 관용차량관리 · 계약업무 	<ul style="list-style-type: none"> · 국제회의산업 육성 예산 관리 · 공무원 대상 MICE 교육, 워크숍, 포럼 등 개최 · MICE 유치업무 지원(중앙부처, 공공기관 등) · MICE 관련 동향, 자료과약(보도자료, MICE관계기관 등) · MICE 유치업무 지원(중앙부처, 공공기관 등) · 홈페이지 운영·관리, 물품관리, 보안업무, 정보공개 · 총회 및 이사회 운영 · 정관개정에 따른 등기변경, 고유번호증·법인설립증 관리 · 사무실, 회의실, 창고 등 환경정비
마케팅팀	<ul style="list-style-type: none"> · 마케팅, 지역특화(평창포럼) · MICE 유치 활성화 관련 주요 사업 기획 · MICE 연계 프로그램 개발, 실행계획 수립 · 한국관광공사 MICE 공모(지원)사업 · MICE Alliance 운영 및 국내외 네트워크 구축 · MICE Alliance 지원 · MICE 관광기반 조성 및 사업 · MICE 부가가치사업 제고 · 국내외 MICE 도시홍보마케팅, 유치네트워크 · 국내외 MICE 유치 및 지원 · MICE Alliance 사업발굴 및 운영 · 해외박람회/로드쇼 바이어 기획관리, 개최지홍보 · 웹투어 기획(언론인&바이어), 유치답사, 지원 <ul style="list-style-type: none"> - 영동, 영서지역 · 한국마이스대전(KME) 기획관리 	<ul style="list-style-type: none"> · 해외광고 홍보 및 마케팅팀 홍보물 제작지원 · 국내광고 · KTO 국비사업공모기획 · 뉴스레터 점검 · 국내외 MICE 유치 및 지원 · MICE산업 부가가치 제고 <ul style="list-style-type: none"> - 관광상품 운영 및 체험관 기획관리, 지역상권연계서틀버스기획운영 · MICE 명예대사관리 · 마케팅팀 홍보물/기념품관리 · 마이스설명회 : 영동/영서지역 · 통역/번역지원 · 유치/홍보/개최 인센티브지원 기획관리 · 국내 학회협회 바이어관리 · 서포터즈사업 및 인력양성 · MICE 경제적 파급효과 통계관리
지역 특화팀	<ul style="list-style-type: none"> · 지역특화사업발굴 및 총괄 <ul style="list-style-type: none"> - 국제수소포럼, 탄소포럼, 블록체인, 지역이벤트 등 · 웹투어 기획(학회, 협회). 유치답사지원 <ul style="list-style-type: none"> - 국비기획관리/도비기획관리 - 전구/해외/영동/영서지역 답사지원 · 지역특화 위탁사업 진단, 자문 및 네트워크 관리 · 지역특화 네트워크 관련 유치 MICE 발굴 · 지역특화위탁사업지원 · 지역특화 기획관리/지역특화글로벌네트워킹 · MICE 협회관리 및 APMBF 운영, 지원 	<ul style="list-style-type: none"> · MICE 위탁사업 관리(탄소, 수소, 경제) · MICE R&D 경제적파급효과 · MICE산업 통계관리 · MICE KIT 기획관리(KIT요원운영) · MICE 사무국 유치 관리(KGU 등) 기획관리 · 강원MICE신기술개발사업 지원 · 통역/번역지원 및 인센티브 투어 지원 · MICE Alliance 운영지원 · 온라인 SNS 관리(마이스얼라이언스) · 뉴스레터 정보 취합 관리 · 서포터즈 사업 및 인력양성 지원

- 강원국제회의센터의 2019년 주요 사업은 다음과 같음

<표 2-29> 강원국제회의센터 2019년 추진사업

<ul style="list-style-type: none"> · 강원도 타깃형 국내외 MICE행사 유치 · 현장답사 팸투어 · 타깃 MICE행사별 맞춤형 홍보물 제작 및 활동 지원 · 전차대회 홍보관 운영(AOGS 2019) · 국내외 박람회&로드쇼 참가 · 도내 개최 인센티브 지원 · 국내 주요 MICE행사 참가 · 강원 MICE Alliance 운영 활성화 · 강원 MICE Alliance 공동해외 마케팅 및 협력사업 추진 · 제6기 강원 G-MICE KEY, 서포터즈 운영 · 강원도 지역특화MICE행사 지원 · 한국관광공사 지역특화MICE 지원사업 응모·선정 추진 · 강원전략산업연계 특화MICE 콘텐츠 및 네트워크 지원 · 2019년 MICE산업통계조사 및 개최실적 조사 실시 · 개최지 기반 지역 상권연계 관광프로그램 운영 · 강원도 문화 체험 프로그램 운영 · 강원 관광프로그램 홍보물(백월, 리플렛, 홍보영상 등) 제작 · 강원 MICE KIT사업(MICE 쿠폰북 참여 업체 확보 및 제작) · 강원 MICE 행사 홍보 팝업부스 운영 · 지역상권 및 리조트 연계 셔틀버스 운영 · 2020 평창지구인류포럼 개최 및 프로그램 개발·의제 발굴

강원도내 18개 시·군 관광관련 조직

지자체명	조직명	인원수	업무
춘천시	관광과	27	<ul style="list-style-type: none"> • 관광기획 • 관광마케팅 • 관광지원 • 관광개발
원주시	관광정책과	14	<ul style="list-style-type: none"> • 관광 진흥종합 계획수립 • 관광 상품 개발 • 지역축제 총괄지원
	관광개발과	23	<ul style="list-style-type: none"> • 관광분야 민간투자 유치 및 지원 • 관광개발
강릉시	관광과	22	<ul style="list-style-type: none"> • 관광기획, 콘텐츠 개발 • 관광지도 • 관광시설 • 관광축제 • 국내외 관광마케팅
동해시	관광과	16	<ul style="list-style-type: none"> • 관광진흥 • 관광상품 개발 및 관광객 유치 • 관광지 조성사업 • 관광지 및 망상오토캠핑리조트 관리 및 복구
태백	관광문화과	25	<ul style="list-style-type: none"> • 관광 정책 및 현안 시책 업무 • 관광 축제 업무 • 관광시설 및 용연동굴 관리
속초시	관광과	24	<ul style="list-style-type: none"> • 관광기획 • 관광개발 • 설악동 개발 • 관광홍보 • 관광축제 • 해양레저
삼척시	관광정책과	14	<ul style="list-style-type: none"> • 관광기획 • 관광홍보 • 관광자원 • 관광개발
홍천군	관광과	26	<ul style="list-style-type: none"> • 관광정책 업무 총괄 • 관광마케팅 • 관광자원시설 운영관리 • 관광개발 • 위생관리

지자체명	조직명	인원수	업무
횡성군	기획감사실-관광개발담당	5	<ul style="list-style-type: none"> • 관광개발계획 • 관광사업 마케팅 • 관광지 조성 및 관리
영월군	문화관광체육과	11	<ul style="list-style-type: none"> • 관광마케팅 • 관광개발
평창군	문화관광과	14	<ul style="list-style-type: none"> • 관광마케팅 • 축제지원 • 관광개발
정선군	문화관광과	10	<ul style="list-style-type: none"> • 관광기획 • 관광개발
철원군	관광문화체육과	14	<ul style="list-style-type: none"> • 관광홍보 • 종합관광개발계획 • 관광축제
화천군	관광정책과	44	<ul style="list-style-type: none"> • 관광기획 • 관광홍보 • 글로벌마케팅 • 관광개발
양구군	문화관광과	25	<ul style="list-style-type: none"> • 관광정책 • 관광개발 • 관광지 운영 • 지역축제
인제군	문화관광과	12	<ul style="list-style-type: none"> • 관광마케팅 • 관광자원 • 관광개발
고성군	관광문화과	20	<ul style="list-style-type: none"> • 관광정책 • 관광개발 • 관광지원 • 관광레저 • 해중경관
양양군	문화관광체육과	12	<ul style="list-style-type: none"> • 관광기획 • 관광마케팅 • 관광개발

마. 자체 중요도 평가 자료

강원도 관광 마케팅 업무를 담당하고 있는 실무담당자를 대상으로 각 부서별 업무분장 내용을 중심으로 업무특성과 중요도를 자체검토

- 대상 : 국내마케팅팀, 해외마케팅팀, (재)강원도해양관광센터, (사)강원국제회의센터 실무자
- 업무내용&특성 : 기획·사업·지원 中 택1
- 업무 중요도 : 상·중·하 中 택1

■ 국내마케팅

- 정책기획 업무가 거의 부재한 상황으로 대부분 사업(실행) 업무가 집중된 가운데, 사업 기획 업무도 부족한 것으로 봄
- 업무 중요도에 대해서 ‘상’이라고 응답한 비율(24%)보다 ‘중’이라고 응답한 실무자의 비율(76%)이 높게 나타남

상 24%	기획	국내마케팅 관련 주요 시책 개발·계획 수립
	사업	DMZ관광 활성화 업무 추진
		강원도 여행주간 대표프로그램 기획 운영
		철도 연계 관광상품개발 및 국내여행 활성화
		문화관광축제및우수지역축제육성지원및평가건설팅
중 76%	사업	국내개최 관광진 및 박람회 등 주요행사 참가 홍보
		교육여행 유치 활성화 추진
		단체관광객 유치마케팅 추진
		관광홍보물(지도, 가이드북, 홍보물품 등) 제작·배포 관리
		「대한민국테마여행10선」 사업추진
		관광사진공모전 운영 및 포토뱅크 관리
		온라인 강원관광(홈페이지, SNS) 관리 운영
		각종 홍보·광고(전광판, 인터넷, 언론 등) 업무추진
		도SNS(페이스북 등)를 활용한 수시 관광홍보 추진
		강원도 여행 일정짜기 홈페이지 운영
		강원관광 브랜드 마케팅 추진
		전통 상설문화관광프로그램 육성지원
		야간문화관광콘텐츠 개발(호수별빛축제 등)
		음악여행 버스킹 상설공연 추진
		문화체험관광상품(템플스테이)관리 및 운영 지원
관광상품 공동개발(호수문화권, 설악권) 및 활성화 추진		

■ 해외마케팅

- 업무의 대부분이 사업기획과 사업실행 위주이며, 해외홍보마케팅 계획과 행사·포럼·올림픽, 연계 행사, 인센티브 지원 등을 중요한 업무로 판단하고 있음
- 해외마케팅팀은 언어권별로 업무가 구분되어 있는 가운데, 포스트올림픽 레거시 관련 사업과 단체 외국인관광객 유치사업이 큰 비중을 차지하고 있음
- 업무의 66%가 중요도 '상'이라고 응답하였음

상 66%	기획	해외홍보마케팅종합계획 수립 및 조정
		해외 관광관련 유관기관 등 업무 협의·조정
		일본시장 홍보마케팅 계획 수립
		동남아·구미주 시장 홍보마케팅 계획 수립
		중화권 시장 홍보마케팅 계획 수립
	사업	해외마케팅공모사업육성·운영 관리
		강원국제신관광협의회 운영
		해외 특별 홍보마케팅 행사 추진
		동아시아관광포럼(EATOF) 및 국제관광교류 운영
		포스트 올림픽 연계 해외 홍보마케팅 행사 추진
		포스트 올림픽 레거시 관리 및 관광명소화 사업 추진
		기업체 인센티브단체 유치사업 추진
		스노우 페스티벌 운영
		동계페스티벌(편, 고고, 비바스키) 및 동계상품 추진
		외국인 개별관광객 유치 셔틀버스 운영(G-페스티벌, K-트레블, 고토치셔틀 등)
		외국인 관광객 유치 웰니스·의료관광 연계 업무 추진
		포스트 올림픽 헬로 평창 글로벌 관광상품 지원
		한류관광상품 육성·운영 관리
		월모어 외국인 체류상품 확대 운영(전담여행사 제도)
중 34%	기획	해외 강원관광사무소 관리
	사업	해외마케팅 포럼 업무 추진
		외국인 개별관광객 유치 온라인 마케팅(SNS, 여행사이트) 추진
		외국어 관광홍보물 및 관광홈페이지 제작·관리
		해외관광홍보대사 위촉·관리
		중국 강원관광사무소 운영 및 지도
		쿠알라룸푸르 강원관광사무소 운영 및 지도
	일본 강원관광사무소 운영 및 지도	
	지원	외국인 유치관련 관광 동향(언론, 여행업계) 파악, 분석, 관리
		해외마케팅팀 행사 지원 및 업무 추진 등

Ⅰ 크루즈

- 크루즈 관련 업무로 특화되어 있는 가운데, 업무 중요도가 ‘상’이라고 응답한 비중이 76%로 높은 편임

상 76%	기획	크루즈 입·출항 행사 계획
	사업	크루즈 입·출항 행사 실행
		크루즈 모항 및 기항 유치 마케팅활동 추진
		미주, 유럽, 일본권 크루즈 입항 유치마케팅
		해외 크루즈 선사 대상 홍보 마케팅 추진
		국내 주재 크루즈 선사 대상 유치업무 추진
		해외 크루즈 관계자 대상 크루즈 팸투어 추진
		기항지 관광상품 개발 등 마케팅 업무
		중국권 크루즈 입항 유치 마케팅 추진 - 중국, 홍콩, 대만 등
		중국권 크루즈 선사 및 여행사 대상 홍보 마케팅 추진
		중국권 크루즈 관계자 팸투어 추진
		크루즈포럼 국제행사유치
		수익사업 발굴 추진
		해외 크루즈 터미널 관련 업무협의 추진
		중국권 크루즈선사 선용품 공급 등에 관한 업무
		크루즈 속초모항 운영관련 업무
	국내 크루즈 컨퍼런스 등 행사 업무 추진	
	지원	지자체의 국제항로(크루즈 등)관련 지원 및 지원절차 협의 조정
		선사대상 속초항 입항관련 항만 시설 개선 업무협의
		CIQ(세관, 출입국관리, 검역)등 입출항 편의 지원
국내 크루즈 터미널 및 관계자 업무 협의 추진		
크루즈관련 관광상품 개발 지원		
중 21%	기획	크루즈산업 관련 조사·연구사업 및 연구용역 전반
		크루즈 유치 다변화 방안 강구
		속초항 크루즈 관광객 관련제도와 개선방안 제시
	사업	강원도 크루즈 홍보 Facebook 및 홈페이지 운영
		강원도 크루즈 홍보물품 및 브로슈어 제작
지원	크루즈 운항관련 업무지원	
하 4%	지원	크루즈 정책팀 업무 보조

■ MICE

- MICE 관련 업무로 특화되어 있음
- 업무 중요도에 대한 응답이 '상'과 '중'의 비중 차이가 크지 않은 편임
- 외국인 관광객 유치 목표가 해외마케팅 부서와 중복됨

상 47%	기획	MICE 유치 및 활성화 사업분야 기본계획 수립, 협약 등
	사업	MICE 인센티브 지원(국제회의 유치 및 개최, 포상관광 등)
		MICE 연계 프로그램 개발 및 실행계획 수립
		국내외 박람회, 로드쇼 참가 및 홍보관 운영
		지역특화컨벤션 발굴 및 육성
		Youth Convention 발굴 및 육성
		한국관광공사 MICE 공모(지원)사업 신청 및 정산
		지역특화 포럼업무 지원
중 53%	사업	MICE KIT 사업추진 (프로그램 개발, 홍보물 제작 등)
		공무원대상 MICE교육, 워크숍, 포럼 등 개최
		MICE 서포터즈 선발 운영 관리
		MICE 전문가 자문단 운영
		바이어 및 언론사 팸투어 지원
		MICE 유치업무 지원(중앙부처, 공공기관 등)
		MICE관련 동향, 자료 파악(보도자료, MICE 관계기관 등)
		MICE Alliance 운영 및 네트워크 구축
		KTO, CVB, KME 등 협력관계 구축

마. 관광관련 부서간 중복성 검토

- 2019년 주요 추진사업을 중심으로 강원 관광마케팅 관련 부서별 업무간 중복성 검토한 결과, 강원도 관광마케팅과, (재)강원도해양관광센터, (사)강원국제회의센터, (재)강원경제진흥원 관광마케팅팀 추진사업의 중복업무는 크게 4가지로 구분됨

국내 관광객 유치, 매체별 홍보 및 관측, 관광콘텐츠 활성화
외래관광객 유치를 위한 홍보 및 마케팅, 연계 서비스
관광홍보 및 정보안내, MICE&포럼, 인력양성 및 청년창업
지역특화 MICE행사 및 유치 지원

- 해외마케팅 업무의 일부는 모든 부서에서 수행 중임
- 관광마케팅과·해양관광센터·국제회의센터에서는 관광홍보 및 안내, 마케팅, 인력양성, 청년창업, MICE 관련 업무가 중복적으로 나타남
- 관광마케팅과·국제회의센터는 국내외 관광객 유치와 연계 프로그램 운영 측면에서 유사한 업무를 다루고 있음

<표 2-30> 부서별 관광마케팅 관련 업무 중복성 검토

강원도 관광마케팅과		기업체 포상 관광단체 유치 확대	해외 마케팅팀
(가칭)재단법인 강원관광청 설립 추진	신관광팀	포스트 평창 해외로드쇼 개최	해외 마케팅팀
강원국제신관광협의회(GITAB) 활성화	신관광팀	Beauty of Gangwon 한류 마케팅	해외 마케팅팀
강원관광진흥조례 개정	신관광팀	외국인 관광객 유치 팸투어 추진	해외 마케팅팀
2022 평창국제레저스포츠박람회 개최추진	신관광팀	외국인 관광택시 시범운영	해외 마케팅팀
강원투어패스 운영	신관광팀	외국인 관광객 셔틀버스 확대운영	해외 마케팅팀
철도 연계 여행상품 개발 및 관광활성화	국내 마케팅팀	FIT 관광객 유치 온라인 마케팅	해외 마케팅팀
상설 문화관광프로그램 활성화	국내 마케팅팀	강원도형 의료관광 활성화 추진	해외 마케팅팀
경쟁력 있는 우수축제 육성 지원	국내 마케팅팀	해외 강원관광사무소 운영	해외 마케팅팀
대한민국 테마여행 10선 사업 추진	국내 마케팅팀	미디어 파사드 구축 및 야간 포토존 운영	관광산업팀

교육여행단 유치 특별 마케팅	국내 마케팅팀	투어강원 앱 활용 관광 홍보	관광산업팀
신관광 상품 육성을 통한 국내마케팅 강화	국내 마케팅팀	문화관광해설사 양성 배치	관광산업팀
국내 단체관광객 유치 마케팅 강화	국내 마케팅팀	관광안내소 및 관광안내사 운영	관광산업팀
강원관광 20선 브랜드 마케팅	국내 마케팅팀	찾아가는 관광편의센터 운영	관광산업팀
특색 있는 여행주간 확대 운영	국내 마케팅팀	관광편의 증진을 위한 안내표지판 장비	관광산업팀
국내 주요 관광전 참가 등 오프라인 홍보	국내 마케팅팀	관광객 수용태세 확립 추진	관광산업팀
각종 매체를 통한 광고 홍보	국내 마케팅팀	포스트 평창 대규모 MICE 지속 유치 및 개최	관광산업팀
강원 관광 쇼핑몰 구축 및 온라인 홍보	국내 마케팅팀	남북 강원도 PEACE WEEK	관광산업팀
‘Again 평창’ 외국인 동동통통 스노우페스티벌 개최	해외 마케팅팀	2019 평창포럼	관광산업팀
‘Hello!평창」 글로벌 관광상품 확대 육성	해외 마케팅팀	HDC 신라면세점 강원도관 운영	관광산업팀
동계 관광상품 운영	해외 마케팅팀	강원도 관광콘텐츠 스타트업	관광산업팀
‘1MORE’ 외국인 체류상품 확대	해외 마케팅팀	강원도 무장애 관광도시 조성사업 추진	관광산업팀
(재)강원도 해양관광센터			
정부, CIQ 등 유관기관 협력 강화	강원도 관광협회		
국제행사 등 활용 지속적 크루즈 네트워크 구축	관광마케팅과 상당수 사업 대행		
속초모항 2만톤급 크루즈 유치	(사)강원국제회의센터		
한·러·일 신항로 크루즈페리 유치	강원도 타깃형 국내외 MICE행사 유치		
DMZ 및 설악산·금강산·백두산 관광지 연결 평화크루즈 운영	현장답사 팸투어		
독특한 지역콘텐츠를 활용한 MICE유치	타깃 MICE행사별 맞춤형 홍보물 제작 및 활동 지원		
크루즈 주요행사 참가 및 유치 마케팅 전개	전차대회 홍보관 운영(AOGS 2019)		
크루즈 선사 및 여행업체 초청 관측활동(팸투어/세일즈콜 등)실시	국내외 박람회 & 로드쇼 참가		
한·러·일 크루즈 항만도시와의 맞춤형 네트워크	도내 개최 인센티브 지원		

형성	
크루즈 홍보물 제작 및 관광홈페이지 운영	국내 주요 MICE 행사 참가
한국 크루즈 포럼 회원 기간 관 상생 네트워크 구축	강원 MICE Alliance 운영 활성화
국내 크루즈 용선 여행사 유치	강원 MICE Alliance 공동해외 마케팅 및 협력사업 추진
국적 모항크루즈 운항대비 국내기항지 특화 콘텐츠 개발	제6기 강원 G-MICE KEY, 서포터즈 운영
한류콘텐츠 및 기항지 특화 관광상품 개발 판촉	강원도 지역특화MICE 행사 지원
기항지 팸투어 진행 및 공동 홍보마케팅 추진	한국관광공사 지역특화 MICE 지원사업 응모·선정 추진
FIT를 위한 국내연안 기항지 관광안내, 홍보 책자 제공	강원전략산업연계 특화 MICE 콘텐츠 및 네트워크 지원
기념품 및 특산품 개발	2019년 MICE산업통계조사 및 개최실적 조사 실시
강원도 음식/문화/자연 등 연계한 체험 프로그램 개발 지원 확대	개최지 기반 지역 상권 연계 관광프로그램 운영
지역여행사 활용 기항지 프로그램 운영	강원도 문화 체험 프로그램 운영
크루즈 관련 분야 고용창출 및 취업알선	강원 관광프로그램 홍보물 제작
크루즈 모항/기항 운영시 터미널 및 편의시설 개선	강원 MICE KIT사업(MICE 쿠폰북 제작)
입출항 환영 공식행사 개최	강원 MICE 행사 홍보 팝업부스 운영
지역특산품 코너 운영 지원	지역상권 및 리조트 연계 셔틀버스 운영
시군 연계 관광안내 및 정보 제공, 통역 자원봉사자 배치	2020 평창지구인류포럼 개최 및 프로그램 개발·의제발굴
(재)강원경제진흥원(관광마케팅팀)	
동동통통 스노우 페스티벌 운영	
1 MORE 외국인 체류상품 확대	
기업체 포상관광단체 유치 확대	
블록체인경제포럼 및 한중포럼 운영	
의료관광지원센터 운영	

제2절 전문가 의견 및 도민 의견 조사

1. 전문가 의견

가. 조사 개요

- 조사목적 : 강원도 관광정책과 사업을 진단하고 향후 정부의 정책 프레임에 맞는 관광진흥사업을 추진할 수 있는 관광여건을 마련하기 위한 전문가 의견 청취
- 조사방법 : 직접설문 작성, 델파이 기법
- 조사대상 : 강원도내 관광전문가 15인
- 조사내용 : 강원도 관광진흥정책과 사업에 대한 실행만족도와 중요도, 업무추진 주체(공공-협업-민간), 문화체육관광부의 정책 프레임에서 강원도 정책이 중점을 두어야 할 과제의 중요도

나. 현재 강원관광 진흥사업 진단

1) 현재 강원도 주요 관광사업의 실행만족도와 중요도

- 사업실행 만족도는 7점 척도 기준으로 4점 미만으로 나타났으며, 현재 추진 중인 강원도 주요 관광사업의 중요성에 비해 실제 사업의 실행결과에 대한 만족도는 높지 않음을 확인할 수 있음
- 전문가들이 평가한 강원도 관광마케팅 부서별 사업의 중요도 평균점수를 살펴보면 관광산업팀에서 다루고 있는 사업을 우선적으로 중요하게 평가하고 있음
 - 관광산업(5.24점) > 국내마케팅(5.12점), (사)강원국제회의센터(5.01점) > (재)강원도 해양관광센터(4.97점) > 해외마케팅(4.79점)

〈표 2-31〉 강원도 주요 관광사업의 실행만족도와 중요도

구분	중요도 높은 사업	중요도 낮은 사업
국내 마케팅	만족도 평균 : 3.88점(7점 기준) / 중요도 평균 : 5.12점(7점 기준)	
	<ul style="list-style-type: none"> • (가칭)재단법인 강원관광청 설립 추진(5.80) • 강원관광진흥조례 개정(5.80) • 신관광 상품 육성을 통한 국내마케팅 강화(5.73) • 철도 연계 여행상품개발 및 관광활성화(5.67) • 상설 문화관광프로그램 활성화(5.67) • 경쟁력 있는 우수축제 육성 지원(5.27) • 특색 있는 여행주간 확대 운영(5.27) 	<ul style="list-style-type: none"> • 강원국제신관광협의회(GITAB) 활성화(4.07) • 교육여행단 유치 특별 마케팅(4.40) • 국내 주요 관광전 참가 등 오프라인 홍보(4.60) • 2022 평창국제레저스포츠박람회 개최 추진(4.73) • 강원투어패스 운영(4.80) • 국내 단체관광객 유치 마케팅 강화(4.87)
해외 마케팅	만족도 평균 : 3.55점(7점 기준) / 중요도 평균 : 4.79점(7점 기준)	
	<ul style="list-style-type: none"> • FIT 관광객 유치 온라인 마케팅(5.67) • Beauty of Gangwon 한류 마케팅(5.33) • 동계 관광상품 운영(5.20) • 외국인 관광객 유치 팸투어 추진(5.07) • 「Hello!평창」 글로벌 관광상품 확대 육성(4.80) • 기업체 포상 관광단체 유치 확대(4.80) 	<ul style="list-style-type: none"> • 동동통통 스노우 페스티벌 개최(4.33) • '1MORE' 외국인 체류상품 확대(4.40) • 외국인 관광객 셔틀버스 확대운영(4.47) • 강원도형 의료관광 활성화 추진(4.47) • 포스트 평창 해외로드쇼 개최(4.53) • 외국인 관광택시 시범운영(4.60) • 해외 강원관광사무소 운영(4.67)
관광산업	만족도 평균 : 3.81점(7점 기준) / 중요도 평균 : 5.24점(7점 기준)	
	<ul style="list-style-type: none"> • 관광객 수용태세 확립 추진(6.27) • 관광편의 증진을 위한 안내표지판 정비(5.80) • 포스트 평창 대규모 MICE 지속 유치 및 개최(5.67) • 관광안내소 및 관광안내사 운영(5.60) • 강원도 관광콘텐츠 스타트업(5.40) • 문화관광해설사 양성 배치(5.33) • 강원도 무장애 관광도시 조성사업 추진(5.27) 	<ul style="list-style-type: none"> • HDC 신라면세점 강원도관 운영(4.07) • 2019 평창포럼(4.80) • 찾아가는 관광편의센터 운영(4.80) • 남북 강원도 PEACE WEEK(4.93) • 미디어 파사드 구축 및 야간 포토존 운영(5.00) • 투어강원 앱 활용 관광 홍보(5.13)
(재)해양 관광센터	만족도 평균 : 3.88점(7점 기준) / 중요도 평균 : 4.97점(7점 기준)	
	<ul style="list-style-type: none"> • 강원도 연계 체험프로그램 개발지원(5.80) • DMZ 및 설악산-금강산-백두산 관광지 연결 평화크루즈 운영(5.60) • 독특한 지역콘텐츠를 활용한 MICE 유치(5.47) • 국적 모항크루즈 운항대비 국내기항지 특화 콘텐츠 개발(5.33) • 국제행사 등 활용 지속적 크루즈 네트워크 구축(5.27) • 정부, CIQ 등 유관기관 협력 강화(5.13) • 한·러·일 신항로 크루즈페리 유치(5.13) 	<ul style="list-style-type: none"> • 입출항 환영 공식행사 개최(3.73) • 국내 크루즈 용선 여행사 유치(4.47) • 크루즈 홍보물 제작 및 관광홈페이지 운영(4.67) • 크루즈 관련 분야 고용창출 및 취업알선(4.73) • 한류 콘텐츠 및 기항지 특화 관광상품 개발 판촉(4.73) • 한·러·일 크루즈 항만도시와의 맞춤형 네트워크 형성(4.73) • 지역여행사 활용 기항지 프로그램 운영(4.87)
(사)강원 국제회의 센터	만족도 평균 : 3.68점(7점 기준) / 중요도 평균 : 5.01점(7점 기준)	
	<ul style="list-style-type: none"> • 강원도 타깃형 국내외 MICE행사 유치(5.73) • 강원전략산업연계 특화MICE 콘텐츠 및 네트워크 지원(5.67) • 개최지 기반 지역 상권연계 관광프로그램 운영(5.40) • 강원도 문화 체험 프로그램 운영(5.33) • 국내 주요 MICE행사 참가(5.20) • 강원 MICE Alliance 운영 활성화(5.20) • 2019년 MICE산업통계조사 및 개최실적 조사 실시(5.13) 	<ul style="list-style-type: none"> • 전차대회 홍보관 운영(AOGS 2019)(4.27) • 강원 MICE KIT사업(MICE 쿠폰북 제작)(4.27) • 2020평창지구인류포럼 개최 및 프로그램 개발·의제 발굴(4.27) • 강원 MICE 행사 홍보 팝업부스 운영(4.47) • 강원 관광프로그램 홍보물 제작(4.73) • 지역상권 및 리조트 연계 셔틀버스 운영(4.87) • 타깃 MICE행사별 맞춤형 홍보물 제작 및 활동 지원(4.93)

주) 7점 척도 기준

2) 공공 vs 민간의 역할 구분

- 부서별 추진사업이 공공 영역의 사업인지 민간 영역의 사업인지를 1점을 공공영역으로, 7점을 민간영역으로 설정하고 점수를 체크하도록 함
 - 국내마케팅(신관광포함)
 - 공공은 조례제정, 각종 사업지원 및 국내관광 홍보 중심
 - 민간은 협의회 활성화, 국내마케팅 강화, 박람회 추진 등 주요 사업실행 중심
 - 해외마케팅
 - 공공은 해외 강원관광 사무소 운영
 - 그 외 사업부분은 민간 추진 중심
 - 관광산업, 크루즈, MICE
 - 전체적으로 공공의 역할 강조

2. 도민 의견 조사

- 강원도민에게 강원관광재단 설립에 대한 의견, 주민복지 증진 측면에서의 효과 등 다양한 각도에서 질문을 하여 그 결과를 반영하기 위함
- 강원관광재단 설립에 대한 도민을 듣기 위한 설문지 설계개요는 다음과 같음

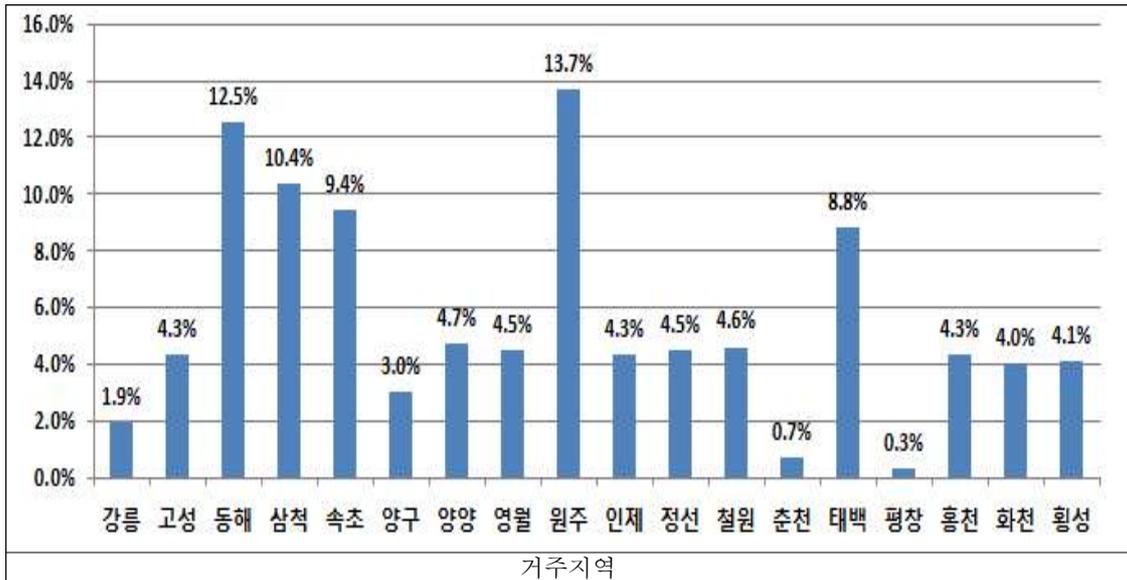
<표 2-32> 강원관광재단 설립 의견 설문조사 개요

구 분	주 요 내 용	비 고
조사기간	■ 2019년 10월 21일 ~ 10월 30일(10일간)	
조사지역 및 대상	■ 강원도 18개 시·군	
조사방법	■ 면대면면접법(FFI, Face to Face interviews) → 구조화 된 설문조사지를 이용한 1대1 설문조사. 표집범위를 정하고 그 안에서 불특정 다수를 대상으로 설문응답 실시	
표본추출방법	■ 편의추출방법(Convenience Sampling)	
분석방법	■ 통계프로그램을 활용한 통계분석 ①빈도분석 ②교차분석 ③기술통계	
표본의 크기	■ 1,000명(유효표본 1,000명, 신뢰도 95% 표본오차 ±3.1%)	
설문조사 주요항목	■ 강원도 관광서비스 ■ 강원관광재단 설립 ■ 강원관광재단 설립 시 기대효과 ■ 응답자의 기본사항	

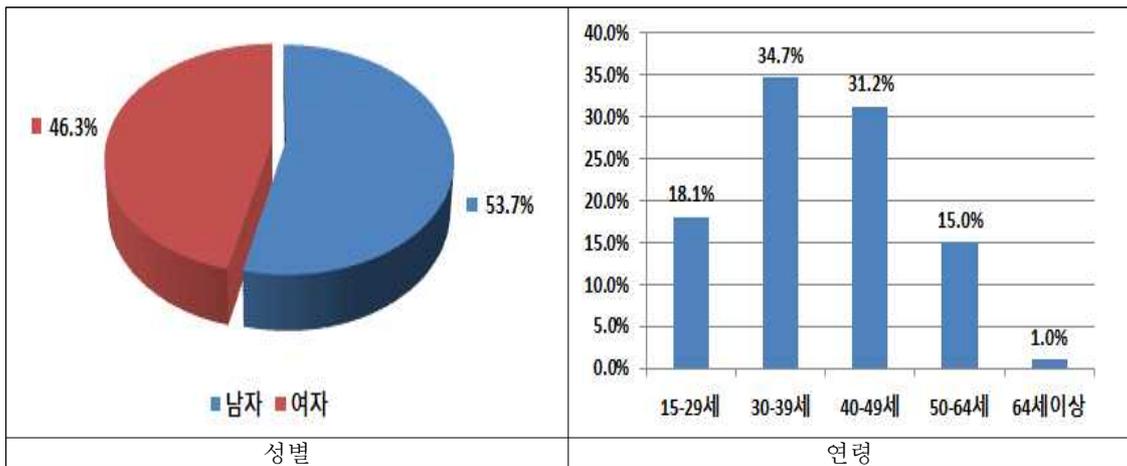
가. 응답자 일반현황(총 응답자 :1,000명)

- 설문조사 응답자의 지역은 '원주시'가 13.7%로 가장 높고, 성별은 '남자'가 53.7%, '여자'가 46.3%, 응답 연령은 '30~39세'가 34.7%로 가장 많은 비중을 차지함

<표 2-33> 응답자 거주지역



<표 2-34> 응답자 성별, 연령



- 설문조사 응답자의 직업은 ‘회사원’이 18.4%로 가장 높게 나타났으며, ‘자영업’ 13.4%, ‘학생’ 12.9%순으로 나타남

<표 2-35> 응답자 직업

[단위 : 명, %]

구분	빈도	비율	그래프
자영업	134	13.4	
학생	129	12.9	
회사원	184	18.4	
서비스직	92	9.2	
기술직	82	8.2	
공무원	100	10.0	
주부	105	10.5	
프리랜서	23	2.3	
무직(정년퇴직 등)	45	4.5	
기타	106	10.6	
합계	1,000	100.0	

나. 강원도 관광서비스에 대한 질문

1) 관광과 관련한 강원도 정책 관심정도

- 전체 응답자 중 관광과 관련한 강원도 정책 관심정도는 “다소 있음”이 39.4%로 가장 높은 비중을 차지하였으며, “그저 그렇다”가 29.6%의 순으로 나타남

<표 2-36> 관광과 관련한 강원도 정책 관심정도

[단위 : 명, %]

구분	빈도	비율	그래프
전혀 없음	16	1.6	
다소 없음	91	9.1	
그저 그렇다	296	29.6	
다소 있음	394	39.4	
매우 있음	203	20.3	
합계	1,000	100.0	

2) 강원도 관광사업의 유치정도

- 강원도 관광사업의 유치정도에 대한 생각은 ‘보통이다’가 58.0%로 가장 높게 나타났으며, ‘잘 이루어졌다’가 24.6%, ‘잘 못 이루어졌다’가 12.5%의 순으로 나타남

〈표 2-37〉 관광과 관련한 강원도 정책 관심정도

[단위 : 명, %]

구분	빈도	비율	그래프
매우 잘 못 이루어졌다	24	2.4	
잘 못 이루어졌다	125	12.5	
보통이다	580	58.0	
잘 이루어졌다	246	24.6	
매우 잘 이루어졌다	20	2.0	
기타	5	0.5	
합계	1,000	100.0	

3) 강원도 관광사업이 추진되기 위해 필요한 사항(중복체크)

- 강원도 관광사업이 추진되기 위해 필요한 사항은 “관광에 종사하는 분들의 의식 전환”이 21.3%로 가장 높게 나타나며, ‘전문적으로 실행하는 관광관련 조직’이 19.0%의 순으로 나타남

〈표 2-38〉 강원도 관광사업이 추진되기 위해 필요한 사항(중복체크)

[단위 : 명, %]

구분	빈도	비율
관광관련 기관들 간 연계	209	14.7
관광관련 공무원들의 전문성	229	16.1
도·시·군 간 협조와 역할 분담	174	12.3
공공기관과 지역 민간기관 간 협력	228	16.1
전문적으로 실행하는 관광관련 조직	270	19.0
관광에 종사하는 분들의 의식 전환	303	21.3
기타	7	0.5
합계	1,420	100.0

다. 강원관광재단 설립에 대한 질문

1) 강원관광재단 설립 추진에 대한 인지도

- 강원관광재단 설립 추진에 대한 인지도 중 “몰랐다”가 47.8%로 가장 높게 나타나며, ‘전혀 몰랐다’25.8%, ‘알고 있다’24.2%의 순으로 나타남

<표 2-39> 강원관광재단 설립 추진에 대한 인지도

[단위 : 명, %]

구분	빈도	비율	그래프
매우 잘 알고 있다	22	2.2	
알고 있다	242	24.2	
몰랐다	478	47.8	
전혀 몰랐다	258	25.8	
합계	1,000	100.0	

2) 강원관광재단 설립에 대한 찬반 여부

- 강원관광재단 설립에 대한 찬반에 대한 생각은 ‘설립에 찬성한다’가 78.6%가 가장 높게 나타났으며, ‘설립에 반대한다’가 21.4%로 나타남

<표 2-40> 강원관광재단 설립에 대한 찬반 여부

[단위 : 명, %]

구분	빈도	비율	그래프
설립에 찬성한다	786	78.6	
설립에 반대한다	214	21.4	
합계	1,000	100.0	

3) 강원관광재단 설립 찬성/반대 이유

- 찬성 이유는 “강원도 관광 활성화”가 30.7%, “관광사업의 연속성 및 지속성 보유”가 28.4%, “강원도 관광 특화사업 가능”이 20.1%의 순으로 나타남
- 반면, 반대 이유는 “설립의 효과성 미비”가 39.0%, “예산 낭비”가 33.6%의 순으로 나타남

<표 2-41> 강원관광재단 설립 찬성/반대 이유(중복체크)

[단위 : 명, %]

찬성이유(중복체크)			반대이유(중복체크)		
구분	빈도	비율	구분	빈도	비율
관광사업의 연속성 및 지속성 보유	322	28.4	현행 방식으로 충분	14	4.4
기관 통합에 따른 예산 절감	82	7.2	예산 낭비	107	33.6
강원도 관광 특화사업 가능	228	20.1	설립의 효과성 미비	124	39.0
강원도 관광 활성화	348	30.7	관련 기관 간 업무 중복	62	19.5
업무 담당자의 전문성 발휘	152	13.4	강원도청의 업무 축소	10	3.1
기타	0	0.0	기타	1	0.3
합계	1,132	100.0	합계	318	100.0

구분	비율
관광사업의 연속성 및 지속성 보유	28.4%
기관 통합에 따른 예산 절감	7.2%
강원도 관광 특화사업 가능	20.1%
강원도 관광 활성화	30.7%
업무 담당자의 전문성 발휘	13.4%
기타	0.0%

구분	비율
현행 방식으로 충분	4.4%
예산 낭비	33.6%
설립의 효과성 미비	39.0%
관련 기관 간 업무 중복	19.5%
강원도청의 업무 축소	3.1%
기타	0.3%

라. 강원관광재단 설립 시 기대효과에 대한 질문

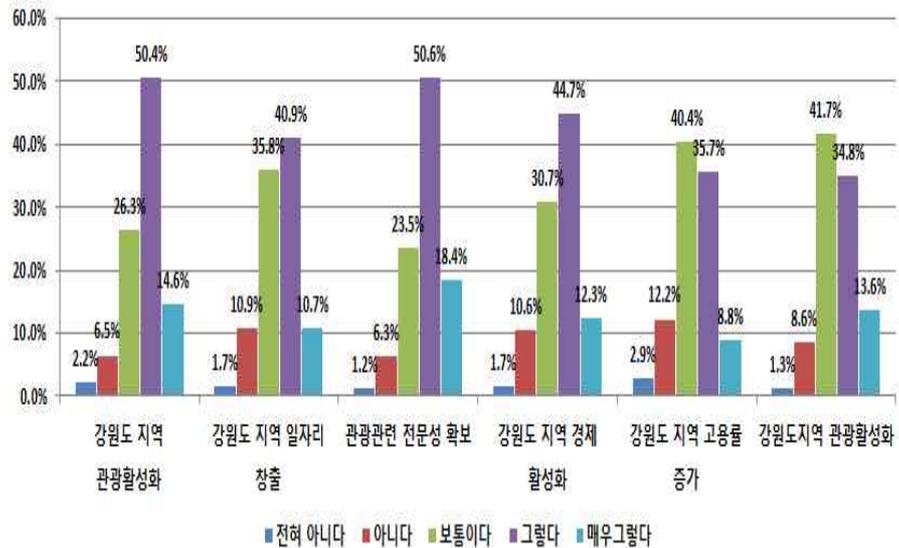
- 강원도 관광재단 설립 시 기대효과에 대한 생각중 ‘강원도지역 관광활성화’, ‘강원도지역 일자리 창출’, ‘관광관련 전문성 확보’, ‘강원도지역 경제 활성화’는 ‘그렇다’가 가장 높은 비중을 차지하였으며, ‘강원도지역 고용률 증가’, ‘강원도 지역 관광활성화’는 ‘보통이다’가 가장 높게 나타남

<표 2-42> 강원관광재단 설립 시 기대효과

[단위 : %]

구분	전혀 아니다	아니다	보통이다	그렇다	매우그렇다	합계
강원도지역 관광활성화	2.2	6.5	26.3	50.4	14.6	100.0
강원도지역 일자리 창출	1.7	10.9	35.8	40.9	10.7	100.0
관광관련 전문성 확보	1.2	6.3	23.5	50.6	18.4	100.0
강원도지역 경제 활성화	1.7	10.6	30.7	44.7	12.3	100.0
강원도지역 고용률 증가	2.9	12.2	40.4	35.7	8.8	100.0
강원도지역 관광활성화	1.3	8.6	41.7	34.8	13.6	100.0

그래프



제3장

관련 법률 및 계획 검토

제1절. 관련 법률 검토

제2절. 상위계획 검토

제3장 관련 법률 및 계획 검토

제1절 관련 법률 검토

1. 출자·출연기관법

- 동법은 지방자치단체가 설립하고 행정자치부 장관이 지정, 공시한 출자기관 또는 출연기관에 대하여 적용함
- 지방출자출연기관에 대하여 다른 법률에 특별한 규정이 있는 경우를 제외하고 동법을 적용하며, 적용 제외 대상 범위를 규정함
 - 출자기관의 경우 지방자치단체의 지분이 10% 이상인 기관만 적용
 - 지방공기업법 제2조에 해당하는 지방직영기업, 지방공사 및 지방공단과 공운법 제6조에 따라 기획재정부 장관이 지정한 기관, 민법에 따른 사단법인 등은 동법의 적용 대상에서 제외됨을 명시
 - 또한, 지방자치단체와 소속 공무원을 회원으로 하면서 지방자치단체 간 발전과 지방자치단체 소속 공무원의 복리증진 등을 목적으로 설립된 기관도 동법이 적용되지 않음
- 지방자치단체의 지분이 100분의 50 미만인 출자기관에 대해서는 일부 규정을 적용하지 않음
 - 다만, 지방자치단체가 최대지분을 보유하고 지분의 분산도로 보아 기관 지배가 가능한 경우, 기관장 또는 이사회 구성원의 과반수의 임명에 관여하는 경우, 기관의 예산 또는 사업계획을 승인하는 경우에는 적용 제외 규정이 없음
- 동 법상 출자기관 및 출연기관에 대한 법령상 정의 규정이 없으나 행정자치부는 해설서를 통해 개념을 정의하며 동법 제5조에 의해 대상기관을 매년 고시하고 있음
 - ‘출자기관’이란 지방자치단체가 지역경제의 발전과 주민 소득증대 등의 목적을 위해 개별법령에 따라 설립하고 출자하여 그에 해당하는 지분을 갖는 기관을 말함
 - ‘출연기관’이란 지방자치단체가 문화, 예술, 장학, 자선 등의 목적을 위해 개별법령 또는 조례에 따라 설립하고 운영에 필요한 자금을 제공하는 기관을 말함

제2절 상위계획 검토

1. 문체부 계획

가. 추진배경¹⁾

1) 지역관광의 중요성

- 주52시간 근무 등 노동시간 단축 및 일과 삶의 균형을 중시하는 소비 흐름으로국민들의 여행수요가 확대될 전망이나, 최근 추세와 같이 국민해외여행이 큰 폭으로 증가 시 여행수요증가 효과가 국내 지역으로 확산되지 못할 우려가 있음
- 민7기 지자체 출범 등에 따라 지방분권의 중요성이 강조되고, 지역관광 발전 요구가 증대되는 분위기 속에서 관광을 통해 지역 경제가 살아나는 동시에 관광객도 만족할 수 있도록 지역사회 중심으로 내실 있는 정책 추진 필요
- 지역 제조업 등의 성장률이 정체되고 고용 증가율이 둔화됨에 따라 지역경제 성장 동력으로서 관광산업의 중요성이 부각되고 있음
- 관광은 지역에 새로운 인구를 유입시켜 숙박업, 음식업, 소매업 등을 활성화시킬 뿐 아니라 고용창출 효과가 높아 지역경제 활력을 제고할 수 있음(취업유발계수('14. 한은/산업연구원) : 제조업 8.8, 서비스업 17.3, 관광산업 18.9)

1) 지역관광 활성화 방안, 관계부처합동, 2018.7

2) 지역관광의 현실

○ 지역관광 편중 현상 지속

- 서울·제주 외 국제적 인지도 있는 관광지의 부재로 내·외국인 관광객의 특정 지역 (서울, 경기, 부산, 제주) 방문 집중 현상 지속
- 관광사업체도 수도권 및 제주, 부산 등 특정지역에 집중되어 있어 관광을 통한 지역 간 균형적인 일자리 창출에 한계
- 업계는 '원하는 인재' 부족, 취업자는 '원하는 일자리 부족' 등 지역관광 일자리 수요·공급 간의 불균형 지속

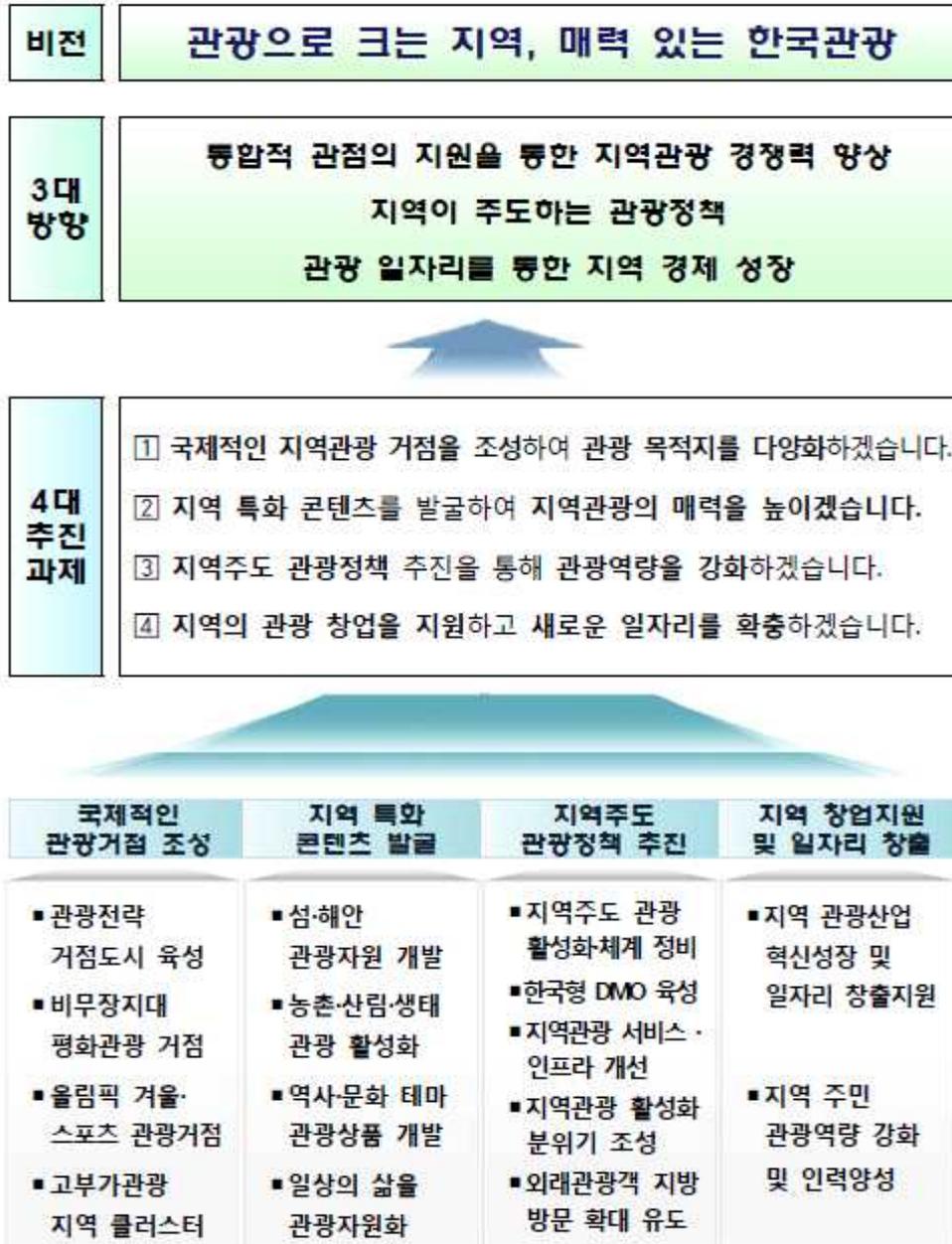
○ 국제 경쟁력을 갖춘 콘텐츠·인프라 부족

- 주요 도시 외에는 그 지역 고유의 매력적인 콘텐츠 및 국제 수준의 관광인프라·서비스 부족 문제 지속 제기
- 기술 발전에 따라 모바일 등을 활용한 개별관광객이 증가하고 있으나, 접근성·언어 소통 등의 측면에서 지역방문이 어려움

○ 지역관광 역량 및 체계적인 지원 부족

- 지역관광발전지수 동향 분석 결과, 전반적으로 등급이 향상되었으나, 4등급(평균수준) 이하로 평가된 지자체가 여전히 96개로 지역관광 역량 강화 필요성을 시사함
- 여러 부처에서 지역 관광 관련 업무를 추진하고 있으나, 개별적인 지원에 그쳐 지역 전반의 관광역량 강화로 이어지지 못하는 문제

나. 추진방향



<그림 3-1> 문화체육관광부 중장기 수행 체계도

다. 세부추진 과제

1) 국제적인 지역관광 거점 조성

- 관광전략 거점도시 육성
 - 세계적인 관광목적지를 조성하고, 도래하는 한반도 신경제 시대와 지역상생발전을 위하여 관광전략 거점도시를 육성
- 평화 관광도시(파주, 속초 등)를 연계하여 'DMZ-평화관광벨트'를 조성
- (양양/ 베트남) 양양공항 한시적 무비자 활용 춘천·강릉 방문 전세기 방한상품 (4박5일)
- 비무장지대를 국제적인 평화관광 거점으로 육성
 - 비무장지대 본연의 평화적 기능을 복원하고 생태·역사문화 자원을 활용하여 세계 유일의 평화관광지로서의 브랜드 구축
- 양구DMZ 조이나믹 체험장, 파주 캠프그리브스 등 관광자원 개발
 - (콘텐츠 및 서비스 확충) 비무장지대를 활용한 다양한 평화관광 콘텐츠를 확충하고, 쉼터 설치 등 서비스 인프라 개선
- 올림픽 개최지를 겨울·스포츠 관광의 거점으로 조성
 - 평창 동계올림픽 개최로 인해 높아진 한국관광 인지도를 활용하여 관광목적지로서 브랜드 강화 및 지속가능한 관광유산 창출
- (스포츠 관광 확대) 평창 올림픽을 잇는 스포츠 관광지 육성
- 올림픽 개최지 명성을 활용하여 국내·국제 스포츠 경기, 국제회의, 이벤트 등 유치 확대
- (교통연계 상품 개발) 고속철도(KTX) 경강선, 양양공항, 속초항 등 개선된 교통인프라를 활용한 관광상품 개발
- 지역의 우수한 자연환경과 고부가 관광자원 및 시설을 연계하여 새로운 관광시장 창출 및 지역 관광산업 수익성 제고

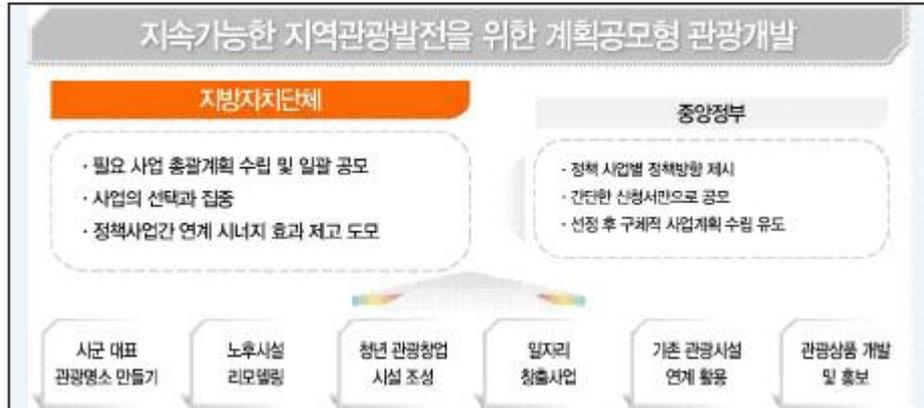
- (마이스) 국제회의복합지구 지정 확대('18년 3개소 → '22년 12개소) 등 지역강점 활용 및 연관시설(숙박·쇼핑·공연 등) 집적화를 통한 부가가치 창출
- 국제회의시설(컨벤션센터/'18. 15개소 → '22. 17개소) 확대, 지역의명소를 '코리아 유니크 베뉴'로 브랜드화('17. 20개 → '20. 50개)
- 5대 크루즈관광 기항지(제주·부산·인천·여수·속초)의 역사 문화자원을 활용한 기항지 관광 활성화 추진

2) 매력적인 지역특화 관광 콘텐츠 확충

- 섬·해안을 특색 있는 관광자원으로 개발
 - 섬, 바다, 갯벌, 어항 등 잠재력을 가진 다양한 해양관광자원을 활용하여 새로운 해양관광·레저 수요 창출
- 농촌·산림·생태관광 활성화
 - 농촌·숲·산림 등을 새로운 생태·휴양·체험 관광지로 개발하여 지역 활성화 자원으로로서 가치 제고
- 일상의 삶과 비공개 장소의 관광자원화
 - 잘 알려지지 않은 장소와 일상의 삶을 새롭게 관광자원화 하여 다양한 시각의 지역 관광코스 개발
- (전통시장 관광자원화) 지역 전통시장의 특색 있는 먹거리·즐길거리·볼거리·살거리와 주변 관광지를 연계, 주요 관광지로 육성 : 강원 정선아리랑시장

3) 지역 관광역량 강화 및 서비스 품질 향상

- 지역 주도 관광 활성화 및 체계 정비
 - 지속가능한 지역관광발전을 위해 지역주도 관광개발로 전환하고, 정책 수립을 위한 정확한 정보 제공 추진
- (계획 공모형 관광개발) 기존 지원방식과 다른 '계획 공모형' 지역관광개발 사업 발굴 및 통합 지원



<그림 3-2> 지속가능한 지역관광발전을 위한 계획공모형 관광개발

- 지역주도 관광 추진체계 정비(한국형 DMO)
 - 지역사회 스스로 관광 사업을 추진해 나갈 수 있도록 제도를 개선하여 지역경제 활성화로 연결될 수 있도록 유도
- (한국형 DMO 설립) 지역 간 또는 생활권 기반 기초 단위의 한국형DMO 설립, 지역주도형 관광사업 확산
- * DMO(Destination Marketing Organization) : 지역 관광 사업에 연계된 지자체 및 민간 기관, 지역주민이 유기적으로 연계되어 마케팅, 관광지 경영 등 추진



<그림 3-3> 한국형 DMO(지역관광추진기구)

- 지역관광 서비스·인프라 개선
 - 국내외 관광객이 쉽게 지역을 방문하고 만족할 수 있도록 교통·숙박 등 관광 인프라 확충 및 서비스향상
- 지역관광 활성화 분위기 조성
 - 근로시간 단축, 여가 활성화 등 사회 환경 변화에 따라 늘어난 관광 수요를 국내 관광으로 유도하는 분위기 조성
- 외래관광객 지방 방문 확대 유도
 - 외래객의 실질적인 지역 분산을 유도하고 지방관광 만족도를 제고할 수 있는 외국인 여행특성별 관광 콘텐츠·서비스 확충

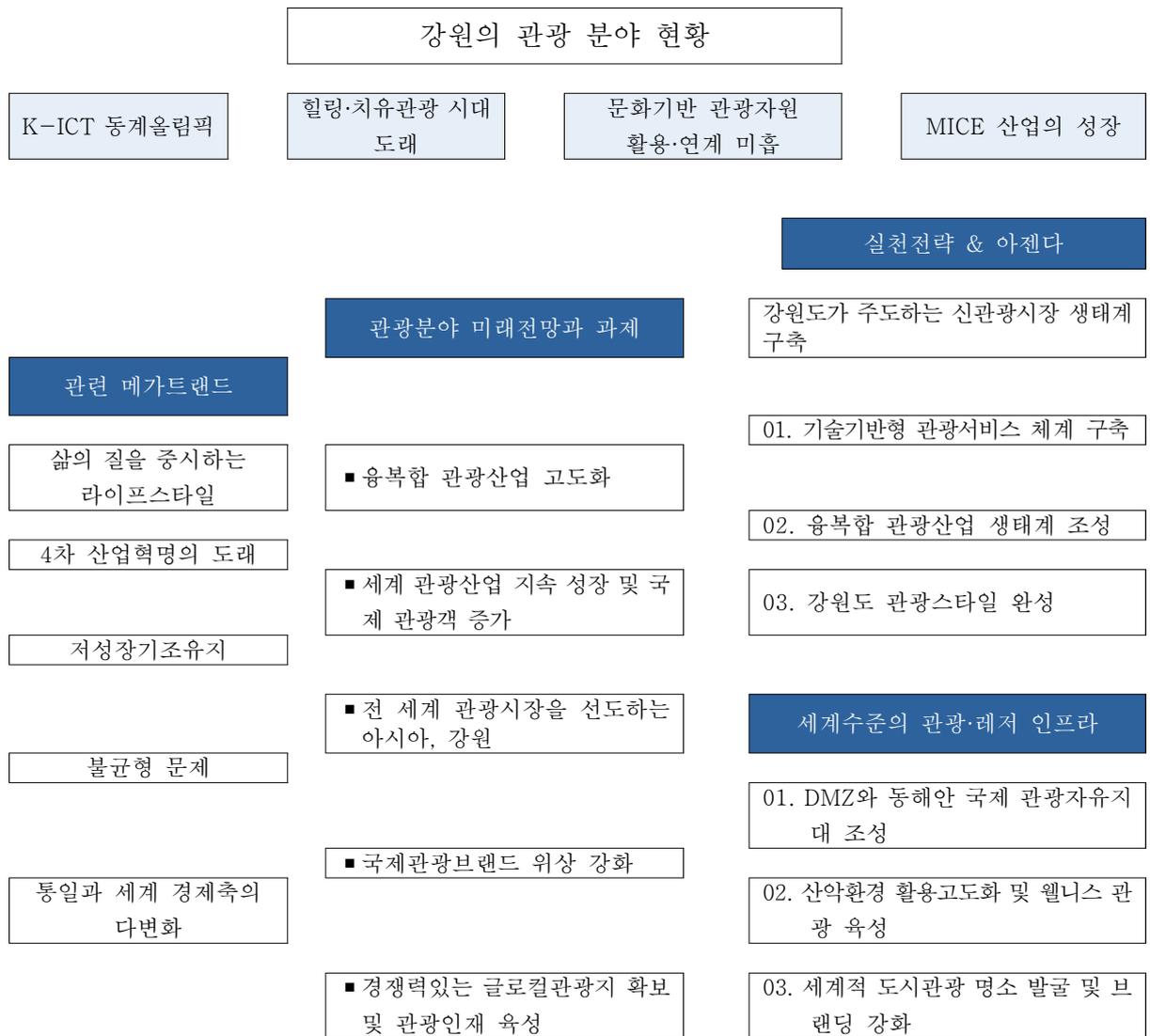
4) 지역관광 일자리 창출을 통한 경제 활성화

- 지역 관광산업 혁신 성장 및 일자리 창출 지원
 - 지역 관광산업 혁신동력 확보, 산업계의 역량강화 지원 등 산업의 체질개선과 함께 지역 관광 일자리 발굴 확대
- (지역관광 혁신성장) 지역기반 관광 중소기업의 체계적 육성을 위해 지역관광 혁신성장 전략 수립 및 지역 지원기능 강화
- 지역 주민 관광역량 강화 및 인력양성
 - 실무 능력을 갖춘 경쟁력 있는 지역관광인력 양성을 통해 지역관광 일자리 창출 및 서비스 경쟁력 제고

2. 강원도 중장기 발전계획²⁾

가. 실천전략¹ : 강원도가 주도하는 신 관광시장 생태계 구축

- 강원도 관내의 관광자원 및 미래 관광산업을 활용하여 관광분야 실천전략과 아젠다를 도출하면 아래의 <그림2-17>과 같음



<그림 3-4> 관광분야 실천전략과 아젠다의 도출

2) 강원비전 2040, 강원연구원, 2017.10

1) 아젠다1 : 기술 기반형 관광서비스 체계 구축

- 개인 맞춤형 관광을 통한 삶의 질 제고
 - 4차 산업혁명에 따른 혁신적인 기술발달에 따라 빅데이터를 통해 개인 맞춤형 관광 정보를 적기에 제공하고 관광객이 원하는 관광 상품을 만들고 경험할 수 있도록 신뢰할 수 있는 직거래 시스템 등 도입
 - 청정 자연환경에서 머물면서 휴양을 즐기는 소극적인 형태에서 벗어나 스마트 헬스케어에 비롯한 의료관련 첨단기술을 리조트와 연계 추진. 체계적인 건강관리가 가능한 새로운 형태의 리조트 도입(기존 리조트 재생)으로 국민건강 증진 기여
- 스마트관광 인프라 구축
 - IoT Street, 5G, VR 콘텐츠, AI 기반형 안내체계 등 2018평창 동계올림픽을 위해 구축되는 올림픽 ICT 신(新)기술의 적극적 활용을 통한 스마트관광시티 조성 및 강원도 확대 추진
 - 차별화된 관광상품 개발을 위해 지역 특화산업에 기반한 관광상품을 개발하며 생산할 수 있는 산업관광 콘텐츠를 간접적으로 체험을 할 수 있도록 다양한 첨단기술 도입
- ICT기술 도입을 통한 관광기회 확대 및 적극적 동기 부여
 - 기대와 경험의 불일치 가능성에 따른 불안 및 정보부재로 인한 여행의 제약요인을 해소하기 위한 다양한 ICT기술을 도입
 - 빅데이터를 통해 잠재 관광객의 욕구를 파악하고 이를 해소 할 수 있는 기회를 제공하기 위한 ICT 콘텐츠를 개발하며, 나만의 관광 기념품을 만들 수 있는 3D프린팅 등을 통해 추억의 기억과 실용성을 모두 만족시킬 수 있는 공간 조성

2) 아젠다2 : 융복합 관광산업 생태계 조성

- 산업관광 기반 구축
 - 지역을 대표하는 산업을 활용한 산업관광 콘텐츠를 개발하고 활성화시켜 관광객들에게 배움과 더불어 재미가 있는 새로운 볼거리와 체험거리 제공
 - 차별화 된 관광콘텐츠 발굴로 지역 대표 관광브랜드 육성이 가능하며 지역 산업의 홍보.마케팅과 함께 다양한 채널의 판로 개척 가능
- 관광산업과 타 산업의 융복합 추진
 - 관광산업과 타 산업과의 융복합 추진을 통해 새로운 관광콘텐츠 확보는 물론 부가가치 제고를 통한 관광객 객단가 증대로 지역 경제 활성화를 효율적으로 견인
 - 의료관광의 경우, 강원도의 자연환경을 활용한 단순 휴양에서 벗어나 원격 진료시스템 중심의 첨단 의료산업과의 융복합화를 통해 적극적인 체험형 의료관광산업으로 활성화 추진

- U-Health 컨버전스 리조트 벨트 조성
 - 기존의 휴양형 리조트에 스마트 헬스케어 시스템을 도입하여 체계적인 건강관리가 가능한 새로운 형태의 리조트 및 벨트 조성
 - 스마트관광 체험기회 확대
- ‘미리 가보는 강원도’ 가상체험관 조성 및 이벤트 개최
 - 미리 체험이 불가능하였던 관광상품을 다양한 ICT 기술을 통해 미리 체험할 수 있는 기회 제공. 동기 제공 및 기대 수준 제공을 통한 강원도 관광기회 증대
- 3D프린터를 활용한 ‘나만의 추억만들기 체험관’
 - 나만의 관광 기념품을 만들 수 있도록 3D프린팅 기술을 활용한 체험관 조성
- 미래 지향적 지역 관광인재 육성
 - 관광활동은 우리나라 국민이 원하는 여가(레저) 희망 1순위로서 향후에는 지금처럼 자연자원을 활용한 경관 관람, 단순 체험을 벗어나 자원의 고도화, 타 산업과의 융복합 등 복잡화되고 빠른 변화가 지속적으로 일어날 것으로 예상됨
 - 미래 관광산업에 대한 꾸준한 연구를 통해 강원도 관광의 위상 정립(한국 관광 1번지), 지속가능성 확보, 지역 주민 직접 소득 확대 등을 통한 지역의 성장과 발전을 견인할 수 있는 인재를 육성해야 함

3) 아젠다3 : 강원도 관광스타일 완성

- 강원 관광의 차별성 및 고유성 확보
 - 강원도만 가지고 있는 자원 또는 강원도가 비교우위를 가지고 있는 자원을 적극적으로 발굴하고 관광 콘텐츠화 추진
 - 경관 관람 중심의 청정 자연자원을 적극적으로 활용하여 다양한 체험 프로그램과 연계하여 자연자체를 드라마틱하게 체험할 수 있는 환경 조성
 - 강원도는 DMZ와 한국전쟁의 흔적이 남아있는 역사적 장소가 접경지역을 중심으로 많이 위치하고 있음. 기존의 안보 일변도의 안보관광을 벗어나 평화 및 생태와 함께 다양한 역사적 사실을 스토리텔링화 하여 관계있는 국가들의 관광객을 유치할 필요가 있음
 - 다크투어리즘은 그 동안 활용이 미흡했던 어두운 과거 역사를 관광콘텐츠로 개발하는 것으로 과거의 전쟁의 흔적에서 미래의 평화를 찾는 방향으로 활성화되고 있음. 이를 통해 내국인 관광객은 물론 과거 한국전쟁 파병국(UN군, 중공군 등)의 관심 유도를 통한 외국인 관광객 유치가능성도 높음
 - 문화관광해설사를 활용한 다양한 스토리 기반형 관광콘텐츠를 개발하고 유료 콘텐츠화하여 지역주민의 직접 소득원으로 활용

- 국내 최고의 국민여가 지대 조성
 - 급속도로 변하는 도시환경에서 벗어나 청정자연환경에서 문명으로부터 오는 부작용을 해소 할 수 있는 새로운 개념(디지털 디톡스 등)을 도입한 여가지대 조성
 - 가족 구성원과 사회 계층, 세대 간의 소통과 화합을 할 수 있는 생애주기 개념을 도입한 공감형 여가지대 조성
 - 단순 관람형 수학여행에서 벗어나 다양한 체험을 적극적으로 즐길 수 있도록 ICT 기술을 활용한 체험 프로그램 및 콘텐츠 활성화
- 강원도 관광의 세계적 인지도 확립 및 브랜드 파워 형성
 - 올림픽 개최 이후 국가 브랜드와 연계한 강원관광 이미지 강화 프로젝트 실행 필요
 - 강원관광의 글로벌 경쟁력 강화를 위해 기존 관광이미지를 강화시키거나 강원도의 정체성을 반영한 신규 관광 브랜드화 작업을 병행 : 특히 강원도의 아름다운 자연 환경과 정치적 분단현실에 대한 해외 관광객들의 관심을 중점적으로 검토
 - 10대 글로벌 강원관광 명소화를 추진하여 외국인 관광객들이 즐겨찾는 국제적인 관광목적지들을 육성
 - 유명한 주요 글로벌 관광브랜드 지수에 진입할 수 있는 환경 조성

나. 실천전략2 : 세계 수준의 관광·레저 인프라

1) 아젠다1 : DMZ와 동해안 국제 관광자유지대 조성

- 동북아시아 글로벌 관광거점 조성
 - 강원도가 가지고 있는 DMZ, 백두대간, 동해안을 효율적으로 연계하여 국제관광거점지대로 추진. 향후 북극항로 개설, 유라시아 네트워크 활성화, 주변 정세 안정화 등 주변 국가 환경변화에 따라 글로벌 거점지역으로 단계적 발전 모색
 - 철원~고성 간 「Real DMZ」의 이미지를 강화시켜 국내외 관광객들의 새로운 관심을 유발시키는 관광 네트워크 전략 수립. 강원도 DMZ가 지닌 다양한 매력을 구체적으로 상품화하여 수요자들의 DMZ접근성을 높이는 전략 추진
- 국제수준의 해양관광지대 조성
 - 광역교통망과 인접한 크고 작은 관광도시의 서비스 기능을 고도화시켜 강원도 동해안 관광의 위상과 역할을 재정립할 필요가 있음. 각 도시마다 독특한 자원을 발굴하여 랜드마크화하고 유기적으로 연계하여 동해안 전체 관광경쟁력을 강화시켜야 함
 - 향후 예상되는 북극항로 개설에 맞춰 활성화시킬 수 있도록 속초·동해 크루즈 관광 여건을 개선시켜야 함. 크루즈 관련 인프라는 물론 기항지 관광환경 조성, 다양한 교통수단과의 연계 등을 통해 환동해권 국제관광시장으로의 접근성 다양화 추진
 - 단순 해수욕에서 벗어나 경관을 자원화 시킬 수 있는 다양한 경관 관람시설을 도입하고 향후 지구 온난화로 인해 바뀌게 될 동해안지역을 사계절 내내 다양한 해양 레저활동을 즐길 수 있도록 단계적인 해양레저 관련 인프라 확충과 프로그램 확보 추진

2) 아젠다2 : 산악환경 활용고도화 및 웰니스 관광 육성

○ 국민 건강지대 조성

- 국내 최고 청정자연환경을 보유하고 있는 백두대간을 체험하고 즐길 수 있는 다양한 형태의 연계 관광지 조성. 도시화된 현대사회에서 발생하는 학교폭력, 우울증, 자살 등의 문제들로부터 산림체험을 통한 심신치유, 인성교육 등의 산림교육서비스를 통해 육체적 건강과 함께 정신적 건강 증진 효과 극대화
- 단순한 등산에서 벗어나 청정 산림환경에서 아웃도어를 적극적으로 즐길 수 있는 아웃도어레저 콤플렉스 조성, 아웃도어 아카데미 스쿨 운영 등을 통해 건강증진과 함께 삶의 질 제고 기회 제공

○ 산림자원 이용 고도화 및 부가가치 증대

- 산림치유관광지, 산림자원 상품화, 산촌마을투어 등 위계별·수준별 활용방안을 종합적으로 계획하여 추진. 경관관람, 목재 및 약초 재배 및 판매 등의 단순 활용에서 벗어나 다양한 산악스포츠 활동과 휴식·휴양, 명상 등을 모두 즐길 수 있는 다목적 공간으로 개발
- 기존의 산림자원 체험시설 및 생산시설을 관광자원화 하는 6차 산업 개념 도입

○ 산악형 슬로우 관광상품 개발

- 일정의 불편함을 감수하는 대신 산악환경 자연의 본질을 느끼고 생태형 산악관광의 질을 향상시켜 고가의 가격을 유지할 수 있는 기반을 조성. 이를 통해 관광객 규모 제한을 통한 쾌적성 확보, 관광지 오염 및 훼손 최소화, 생태계 보전 등 산악관광의 지속가능성 확보
- 첨단 문명을 배제하여 오롯한 자연 그대로의 품에서 진정한 치유를 얻을 수 있는 산림치유 프로그램을 다양하게 개발하고 활성화 추진

3) 아젠다3 : 세계적 도시관광 명소 발굴 및 브랜딩 강화

○ 올림픽 개최지로서의 글로벌 관광경쟁력 확대

- 우선 올림픽 개최도시들을 대상으로 올림픽 개최기간 형성된 글로벌 인지도를 적극적인 관광활동으로 전환시킬 수 있는 계기 마련
- 올림픽 개최 경험의 축적을 통해 형성된 각종 글로벌 서비스 관련 인프라와 소프트웨어, 휴먼웨어 등을 전략적으로 활용할 수 있는 방안 검토

- 다양한 도시서비스를 바탕으로 글로벌 도시관광 확립
 - 기본적인 도시서비스를 바탕으로 외국인 맞춤형 편의서비스를 고도화시키는 과제 선결 필수 : 숙박, 음식, 교통 및 여행서비스에 대하여 향후 관련 서비스 트렌드를 전망하고 이를 서비스 고도화 작업에 적극 반영
 - 다양한 마케팅 채널들을 이용하여 앞서 언급한 10대 글로벌 관광명소와 연계한 도시관광 브랜드화 작업도 함께 추진
- 강원도 도시관광 이미지 창출을 위한 새로운 관광 패러다임 구상
 - 익히 잘 알려진 강원도 관광을 강화시키는 노력과 아울러 새로운 관광 패러다임을 구성하고 이를 체계적으로 프로모션하는 방안도 병행 필요
 - 특히 강원도의 취약점인 문화예술 관광, 야간관광, MICE 등의 상품 경쟁력을 특화시켜 관광브랜드 지수 진입의 수월성 도모

다. 강원도 관광분야 미래상

1) 가고 싶고 머물고 싶은 글로벌 관광 목적지

- 자연기반형 융복합 관광생태계 정착으로 체류형 국민여가 지대 중심지
 - 슈퍼에이지 시대 진입으로 전 연령에 걸쳐 건강한 삶에 대한 욕구 증대
 - 도시에서 오는 문명질병을 치유할 수 있는 치유관광 시장(문명 디톡스) 급속 성장
 - 강원도의 자연환경을 기반으로 다양한 산업과의 융복합을 통한 새로운 형태의 여가 지대 조성
 - 강원도내 해변/해양을 활용한 다양한 체류형 여가공간 조성은 기후변화(지구 온난화)에 따른 최고의 친수형 여가공간으로 전국 해양레저 관광을 선도 가능
- 제약 없고 체류하기 쉬운 글로벌 관광목적지
 - 빅데이터 기술을 활용하여 개인별 선호하는 여행의 형태와 선택요소들을 맞춤형 정보를 제공하여 강원도를 찾는 여행 동기를 확대시키고(Mind Tourism) 이를 FIT 시장으로 확대
 - 전 세계인들을 대상으로 도내 10대 관광 명소화와 글로벌 브랜드 인지도 제고에 따른 지역 관광산업의 긍정적 방향으로 변모 기대
- 북극항로의 동북아시아 허브
 - 북극의 해빙으로 인해 북극을 통한 크루즈 운항이 가능해 질 것으로 예상
 - 유럽~동북아시아, 북미~동북아시아 등 다양한 노선이 구축되며 크루즈 시장이 활성화 될 것이며 강원도 동해안 및 동해안 국제관광자유지대(설악-금강권 관광벨트)가 동북아 크루즈 허브로서 각광을 받게 됨

- 전국 최고의 복합레저중심지로 자리 매김⇒ 글로벌 레저메가 시티
 - 평균수명연장으로 건강수명이 요구되는 2040년에는 건강을 통한 삶의 질 향상 추구로 강원도 관내의 산과 바다의 가치가 극대화될 것으로 예상
 - 해안지역의 재개발에 의한 마리나 공간 확충으로 해양·해저에서의 레저활동 최적으로 부상
 - 양양공항, 크루즈 항만을 기반으로 환동해권 국가의 해양레저와 2018 평창동계올림픽 레저시(빙상경기장 시설, 설상경기장 등)를 활용한 동계레저 중심지로 위상강화

2) 관광지 조성 방향

- 사계절 체류형 관광환경 조성

<p>필요성 및 목표</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 하절기에 집중되는 관광패턴 극복 및 사계절 관광유도를 통한 관광산업 고도화 ○ 차별화 된 숙박관광 환경 조성 ⇒ 체류시간 증대를 통한 관광소득 증대 및 안전화 도모 	<p>사계절 맞춤형 관광환경 조성</p> <ul style="list-style-type: none"> • 숙박관광 비용 제고(당일 관광 2배 이상) • 전국 숙박관광객 총량 1위 <p>랜드마크육성 자연자원활용 산업관광활성화</p> <p>지역축제 레저활동 산업관광</p>
<p>주요 내용</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 축제를 통한 지역 관광 브랜드화 및 랜드마크 발굴 ○ 사계절 맞춤형 관광환경 조성을 통한 계절성 극복 ○ 국내외 관광객 체류시간 증대 ○ 지역밀착형 관광콘텐츠 발굴 	

○ 강원관광 브랜드 파워업

<p>필요성 및 목표</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 평창올림픽 이후 국제적 수준의 강원관광 위상 제고 ⇒ 강원관광 브랜드 파워 향상 ○ 외국인 관광객 수용태세의 글로벌 스탠다드 확립 ⇒ 관광 서비스 고도화를 통한 부가 가치 확대 	
<p>주요 내용</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 강원관광 글로벌 브랜딩 실시 (주요 글로벌 관광브랜드 지수 진입) ○ 10대 글로벌 강원관광 명소화 (외국인 맞춤형 편의·서비스 완비) (다양한 채널을 이용한 홍보·마케팅) 	

○ DMZ·동해안 르네상스 관광지대 조성

<p>필요성 및 목표</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 강원도 DMZ 및 동해안 연계를 통한 차별성 및 고유성 확보로 글로벌 관광경쟁력 강화 ○ 계절성 극복을 통한 사계절 관광지화 ⇒ 강원도 관광브랜드 이미지 구축 및 계절성 극복을 통한 관광객 증대 	
<p>주요 내용</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ DMZ 평화생태관광벨트 조성 ○ 글로벌 해양관광지대 조성 ○ 크루즈 관광 활성화 ○ 해양레저시설 고도화 	

○ 힐빙(Heal-being) 산악관광지 조성

<p>필요성 및 목표</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 강원도 면적의 82%를 차지하고 있는 산림자원의 적극적 활용 ○ 산림자원과 첨단 기술(스마트 헬스케어) 등의 융복합 추진 ⇒ 차별화 된 산악관광 모델 도입을 통한 글로벌 산악관광목적지 조성 및 지역주민 직접소득 제고 	
<p>주요 내용</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 융복합형 산악관광지 조성 ○ 차별화된 관광테마 도입 ○ 국내 최고의 자연치유 관광지 조성 ○ 새로운 형태의 산악관광 모델 도입 	

○ 글로벌 도시관광 육성

<p>필요성 및 목표</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 올림픽 개최지로서의 글로벌 관광경쟁력 확대 필요 ⇒ 도시관광 글로벌 스탠다드 확립 ○ 강원도 도시관광 이미지 창출을 위한 새로운 관광 패러다임 구상 ⇒ 도시관광 특화요소 발굴 및 육성 	
<p>주요 내용</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 도시 기반의 외국인 맞춤형 편의·서비스 완비 (온라인 숙박, 로컬푸드, 철도관광등) ○ 매력적인 신규 관광상품과 자원 발굴 및 육성(아트 투어리즘, 강원도 야간관광 10선, Young & Smart MICE 산업육성) 	

제4장

유사사례 분석

제1절. 전국 관광전담기구 설립 현황
요약

제2절. 서울관광재단

제3절. 전북문화관광재단

제4절. 전남문화관광재단

제4장 유사사례 분석

제1절 전국 관광전담기구 설립 현황 요약

<표 4-1> 전국 관광전담기구 설립 현황 요약

기관명	조직 및 인원	세출예산액(2018년 기준)
서울관광재단('18. 5월) * 서울관광마케팅(주) ('08. 2. 4.)	(조직) 2본부 1실 10팀, 2TF (현원) 143명(정규 53, 기간제90)	362억 원 (출연금 360, 협찬수익 2)
부산관광공사 ('12. 11월)	(조직) 1본부 2실 9팀 1사업단 (현원) 131명	486억 원
인천관광공사 ('15. 9월)	(조직) 1본부 3실 1단 14팀 (현원) 107명	421억 원 (보조금90)
대전마케팅공사 ('11. 11월)	(조직) 1본부 1실 10팀 1원 1단 (현원) 78명	323억 원
경기관광공사 ('02. 5월)	(조직) 2본부 8팀 (현원) 78명	378억 원 (출연금 및 보조금 200)
전북문화관광재단 ('15. 12월)	(조직) 1처 1부, 1단, 6팀 (현원) 34명	211억 원 (보조금175, 출연금31 등)
전남문화관광재단 ('09. 5월)	(조직) 1처(6팀, 1연구소), 1단(1팀) (현원) 32명	237억 원 (보조금185, 출연금24 등)
경북문화관광공사 ('12. 6월)	(조직) 2본부, 6실, 1지사, 1단, 19팀 (현원) 119명	962억 원 (잉여금 및 출연금 208)
제주관광공사 ('08. 6월)	(조직) 1본부 4처 1단 (현원) 162명	1,173억 원 (도 대행사업, 경상전출금, 국책사업 등 161억)
※ 출범예정 : 울산관광재단('21년) : 조직 및 인원(2본부 8팀, 49명)/ 출연금 39억 (출범시) 경남관광재단('19년 말) : 조직 및 인원(2실, 1단 6팀, 25명)/ 출연금 12억 (출범시) 충남관광재단('21년) : 조직 및 인원, 출연금 등 미정(타당성 연구 용역 중) 전남관광재단('19년 말) : 조직 및 인원(2실, 1단 4팀, 25명)/ 출연금 20억(출범시)		

제2절 서울관광재단

가. 사업목적 및 근거

1) 사업목적

- 관광시장 변화에 선제적으로 대응 가능한 전담기관 필요
 - 서울관광의 양적 성장, 관광수요 다양화에 따라 관광 품질관리 중요성 증대
 - 市대행사업 의존구조에서 벗어나 자율성과 책임성을 발휘할 수 있는 조직형태로 전환 필요
- 수익보다는 관광진흥에 중점을 둔 관광전담조직 필요
 - 민간과 경쟁구조에서 벗어나 협력을 통해 관광기업 성장 및 국내 관광산업 경쟁력을 견인하는 공익적 기구 필요
 - 수익형 기구보다는 지원형 조직으로의 전환하여 관광의 선순환구조 창출 견인 필요

2) 사업근거

- 지방출자출연법 제20조(재정지원)
- 서울관광재단 설립 및 운영에 관한 조례 제11조(출연금 및 기금)

나. 주요사업(범위)

- 관광자원 개발 및 상품화 등 관광콘텐츠 확충
- 국내외 관광홍보 및 마케팅
- 기업회의, 인센티브관광, 국제회의, 전시회 등 육성 지원
- 관광정보 및 관광안내서비스 제공
- 관광객 편의 및 관광여건 개선
- 관광시장 조사·연구·컨설팅 및 정보 제공
- 국내외 유관단체 간 관광교류협력 지원
- 관광 전문인력 양성 및 역량 강화
- 관광기업 육성 및 지원
- 관광진흥 목적의 수익사업 발굴 및 운영
- 국가 또는 지방자치단체가 위탁한 업무
- 그 밖에 재단의 설립목적과 관련되는 업무

다. 연혁

- 2018.01 서울관광재단 설립 및 운영에 관한 조례 제정 및 공포
- 2018.04 서울관광재단 창립 총회
- 2018.04 서울관광재단 설립 등기 및 초대 이재성 대표이사 취임
- 2018.05 서울관광재단 업무개시
- 2018.06 3년 연속 세계3위 MICE 도시 달성(2017년 UIA기준)
- 2018.07 서울섬머세일 개최
- 2018.11 서울빛초롱축제 개최
- 2018.12 「한국관광의 별」 ‘비짓서울’ 문체부장관상 수상
- 2018.12 「웹어워드 코리아 2018」 ‘원모어트립’ 웹서비스 대상 수상
- 2019.01 서울관광재단-서울교통공사, 내외국인 관광객 유치증대 MOU

라. 비전 및 목표



<그림 4-1> 서울관광재단의 비전 및 전략

1) 추진사업

- 서울관광재단에서 2019년에 추진하는 주요 사업은 관광시민이 행복한 생활관광 실현, 서울관광콘텐츠 홍보 및 관광생태계 지원, 고부가가치 MICE산업 육성, 글로벌 R&D를 통한 부가가치 기반 강화 사업으로 구분되어 추진되며 총 사업비는 약 266억 원 규모임

<표 4-2> 서울관광재단 추진사업(2019)

(단위: 백만원)

구분	사업명	사업비	
관광시민이 행복한 생활관광 실현	디스커버 서울패스 활성화 지원	1,180	4,643.6
	관광시민정보 제공 (신규)	640	
	서울시민관광 아카데미 (신규)	470	
	무장애관광도시 조성	2,353.6	
서울관광콘텐츠 홍보 및 관광생태계지원	서울관광설명회 개최 및 해외관광교역전 참가	514	6,983.383
	서울관광 다국어 홈페이지 및 모바일 서비스 운영	1,657	
	서울관광 해외디지털 통합마케팅	1,800	
	서울관광 대표지도(안내서) 제작	500	
	2019서울빛초롱축제	833.383	
	서울체험관광 육성 및 활성화 지원	970	
고부가가치 MICE산업 육성	개별관광객 편의개선 및 활성화 지원	709	4,000
	MICE 유치 및 개최 지원	1,100	
	MICE 해외홍보 및 프로모션	1,400	
	MICE 관광지원 및 민관협력	850	
글로벌, R&D를 통한 부가가치 기반강화	MICE 전문인력 양성 및 브랜드 활성화	650	10,995
	서울글로벌 마케팅	9,023	
	관광·MICE 통계분석	420	
	서울시민·외국인 관광실태분석	567	
	관광도시 조성 및 신규사업 타당성 분석 (신규)	985	
합 계			26,621.983

- 주요 사업의 내용을 살펴보면 시민 밀착형 관광편의 서비스를 비롯해 다양한 소셜미디어와 매체를 활용하는 전략과 해당 매체별 특성에 맞는 콘텐츠 구성에 노력을 기울이고 있음

- 서울다누림관광센터 : 무장애 관광과 관련된 모든 편의 서비스를 한 곳에서 받아볼 수 있는 '서울다누림관광센터'의 개관하였으며, 관광정보 안내를 받을 수 있는 상담 공간, 자료 및 정보 검색 공간, 휴게 공간, 휠체어, 코인락커 등 편의서비스 대여 공간으로 구성함
- 가락물 관광명소화 : 외국인 서울관광홍보단 '글로벌 서울 메이트(Global Seoul Mate)' 초청 가락물 식자재 체험 및 쿠킹클래스, 시장해설투어의 운영 및 소셜미디어 채널을 통해 확산함
- 유튜브 VisitSeoul 채널 : 서울의 주간날씨, 날씨에 맞는 옷차림 제안, 서울의 숨겨진 명소, 서울에서 개최되는 계절별, 테마별 다양한 주제의 이벤트 정보를 제공하거나 여행 인플루언서를 활용한 한류콘텐츠를 제공하고 서울문화를 소개함
- 런던아시아국제영화제 : 제4회 런던아시아영화제를 한국영화 100주년 기념 '서울이야기 특별전'으로 기획하여 유럽 관객들에게 서울에 대한 호기심과 동경을 유발하고 관광객들이 자연스럽게 서울을 느낄 수 있도록 영화제 홍보와 연계하여 서울관광홍보를 추진함



서울다누림관광센터 운영



외국인 서울관광홍보단 가락물 식자재 체험 (가락물 관광명소화 사업 일환)



유튜브 VisitSeoul 채널 운영

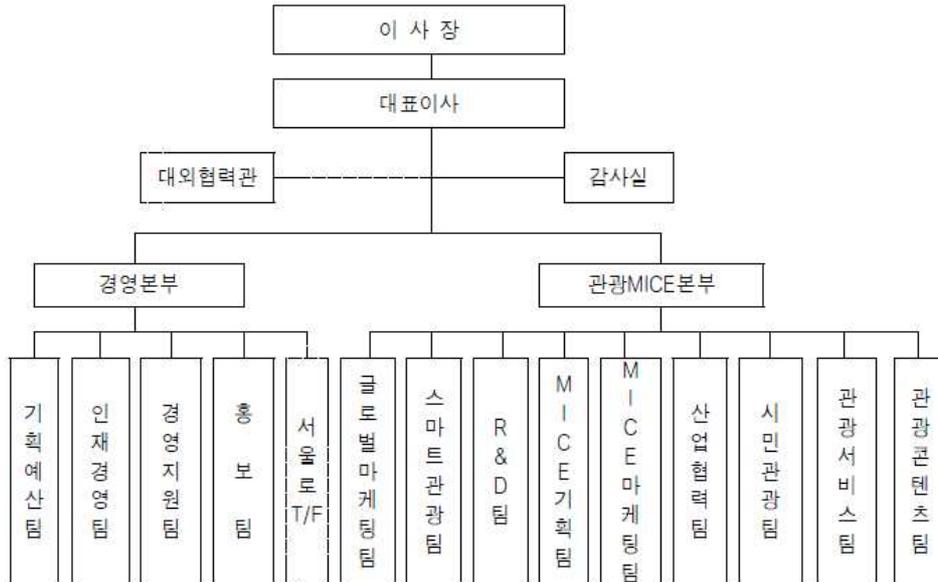


런던아시아국제영화제 개최

<그림 4-2> 서울관광재단의 주요 사업

2) 조직구성과 인력

○ 조 직 : 2본부 1실 13팀 1TF



<그림 4-3> 서울 관광재단 조직도

○ 인 력 : 정원 132명, 현원 57명(기간제근로자 제외)

<표 4-3> 서울관광재단 인력현황

[단위: 명]

구분	상임 임원	일반직							전문 직	기간 제	파견	합계
		1급	2급	3급	4급	5급	6급	소계				
정 원	1	5	12	15	18	21	24	95	36	-	-	132
현 원	1	1	12	14	8	17	4	56	-	74	3	134

주) 2019년 1월 기준 현황

○ 부서별 업무현황

- 서울관광재단은 경영본부는 기획예산, 인사/노무, 재무/세무/회계, 전사 홍보 및 언론 관련 업무 등을 담당하며, 관광MICE본부는 9개의 전문팀을 구성하여 서울시의 글로벌 마케팅부터 관광객 실태조사 및 기타 통계분석, MICE 및 개최지원, 프로모션 및 홍보, 관광객 편의개선 및 시민을 위한 관광도사 조성, 관광콘텐츠 확충 등 다양한 업무를 수행하도록 함

<표 4-4> 서울관광재단 부서별 업무현황

구분		담당업무
경영 본부	기획예산팀	· 전사계획, 조직, 예산, 규정 등 기획조정 업무
	인재경영팀	· 인사, 노무, 복무(출장) 관리, 내부평가
	경영지원팀	· 대표이사 보좌, 재무, 세무, 회계 및 결산, 공사, 용역, 물품계약
	홍보팀	· 전사 홍보 및 언론 관련 업무
관광 MICE 본부	글로벌마케팅팀	· 서울글로벌 마케팅, 서울관광설명회 및 관광교역전 참가 등
	스마트관광팀	· 서울관광 해외디지털 통합마케팅, 홈페이지 및 모바일 서비스
	R&D팀	· 외래관광객 실태조사, 관광MICE 통계분석, R&D지원체계 구축
	MICE기획팀	· 기업회의 유치 및 개최지원, 해외프로모션 및 홍보, 민관협력 강화
	MICE마케팅팀	· 국제회의/전시회 유치 및 개최지원, MICE 인력양성 및 고용촉진
	산업협력팀	· 개별관광객 편의개선 및 도시민박, 스타트업 지원
	시민관광팀	· 무장애관광도시 조성, 시민관광 아카데미
	관광서비스팀	· 체험관광(원모어트립) 육성 및 디스커버서울패스 활성화
	관광콘텐츠팀	· 서울관광대표지도(안내서)제작, 서울빛초롱축제
감사실	· 감사업무, 청렴 및 윤리경영제도 시행 점검, 공식기강 확립	

3) 재정규모 : 2019년 예산

- 서울관광재단의 2019년 총 예산은 약 362억 원 규모로 전년도에 비해 349억원 정도가 증액되었음

<표 4-5> 서울관광재단 수입-지출예산(2019)

[단위: 천원]

수입예산		지출예산	
구분	예산액	구분	예산액
출연금	36,052,524	본부운영비	9,430,541
		고유사업비	26,871,983
협찬수익	200,000	자체사업비	200,000
합계	36,252,524	합계	36,252,524

<표 4-6> 서울관광재단 지출예산내역(2019)

[단위: 천원]

구분		2019년(안)	2018년	증감액
합계		36,252,524	1,342,000	34,910,524
본부 예산	소계	9,430,541	102,000	9,328,541
	인건비	4,682,886	58,025	4,624,861
	경비	3,397,214	43,975	3,353,239
	성과비	290,598		290,598
	예비비	1,059,843		1,059,843
자본 지출 예산	소계		851,000	△851,000
	유형자산(자산취득비)		400,000	△400,000
	무형자산(임차보증금)		450,000	△450,000
	기타자본적지출(재단 기본재산)		1,000	△1,000
고유 사업 예산	소계	26,621,983		26,621,983
	관광시민이 행복한 생활관광 실현	4,643,600		4,643,600
	서울만의 특색있는 관광콘텐츠 발굴 및 관광명 소화	5,304,383		5,304,383
	지속가능한 관광생태계 지원 및 업계역량 강화	1,679,000		1,679,000
	고부가가치 MICE 산업 육성	4,000,000		4,000,000
	글로벌마케팅, R&D를 통한 부가가치 기반 강화	10,995,000		10,995,000
자체 사업 예산	소계	200,000	389,000	△189,000
	서울로7017 관관편의시설 운영 종료	50,000	389,000	△339,000
	서울관광재단 네트워크 홍보강화	100,000		
	국내외 관광·MICE 행사 홍보마케팅	50,000		

자료 : 서울관광재단, 2019년 사업계획 (2018.12.21.기준)

제3절 전북문화관광재단

1. 설립목적 및 근거

- 설립목적
 - 전라북도 문화예술진흥을 위하여 창작역량 강화와 향유기회 확대를 추진하고, 문화 관광 활성화를 위한 다양한 시책 개발 및 지원
- 설립근거
 - 지역문화진흥법 제19조, 민법 제32조
 - 전라북도문화관광재단 설립 및 운영에 관한 조례

2. 주요사업(범위)

- 지역문화·관광 진흥을 위한 사업 개발과 추진
- 지역문화·관광 관련 정책개발 지원과 자문
- 지역문화·관광 전문 인력의 양성 및 지원
- 지역문화예술단체의 지원 및 활성화 사업 추진
- 지역문화·관광 협력 및 연계·교류에 관한 업무
- 지역문화예술의 창작과 보급, 문화예술교육 및 활동 지원
- 지역문화·관광관련 교육·조사·연구
- 예술인 복지사업
- 문화예술분야 기부 및 후원 관련 사업
- 재단의 기금 조성 및 운영 사업
- 지역문화·관광의 국내·외 교류사업
- 지역문화유산의 보존 및 육성

3. 연혁

- 2016.01.02. 문예진흥기금 이관((전라북도→재단)
- 2016.01.04. (재)전북문화관광재단 업무개시
- 2016.01.04. 제1대 대표이사 이병천 취임
- 2016.01.04. 전북문화예술교육센터 지정(문화체육관광부)
- 2016.04.19. 출범식
- 2016.06.30. 지정기부단체 지정(기획재정부)

- 2016.10.31. (재)전라북도문화관광재단 명칭 변경(행정자치부)
- 2017.01.31. 문화바우처 지역주관처 지정(문화체육관광부)
- 2017.04.19. 반연간지 소식지 '마중' 창간호 발행
- 2017.09.14. 재단 조직 개편(홍보팀 신설)
- 2017.12.08. 전문예술법인·단체 지정(전라북도)
- 2018.01.01. 제2대 대표이사 이병천 취임
- 2018.03.02. 전라북도예술인복지증진센터 개소

4. 비전 및 목표



<그림 4-4> 전북문화관광재단의 비전 및 목표

5. 추진사업

- 전북문화관광재단의 2019년 주요 추진사업은 사람과 함께 하는 문화예술, 세대가 조화로운 교육, 문화가 살아있는 관광, 문화가 살아있는 관광, 가치가 실현되는 지역의 4대 추진전략과 8개 전략과제, 29개 세부사업으로 구성됨

<표 4-7> 전북문화관광재단 추진사업(2019)

[단위: 백만원]

추진전략	전략과제	수행사업	사업비	수행부서
사람과 함께 하는 문화예술	문화예술지원 강화와 문화 환경조성	공연장 상주단체 육성지원	652	문예진흥팀
		지역문화예술 특성화 지원	3,098	"
		문화정책 기반강화	40	정책기획팀
		순수 예술작가 아트상품 개발지원	80	문화사업팀
	모두의 문화 향유와 함께하는 문화복지	전라북도 예술인복지증진센터 설치 운영	115	문화사업팀
		전북 메세나 사업	20	"
		통합문화이용권 지원사업	7,951	문화관광팀
	문화소의지역 문화예술공간 발굴육성(*)	500	문화사업팀	
세대가 조화로운 교육	생애주기별 지역맞춤형 문화인력육성	청년문화예술대학 운영	60	문화예술교육팀
		창의적 문화영재 교육프로그램 운영	100	"
		문화예술교육사 인턴십 지원사업(*)	240	"
		유아 문화예술교육 지원사업(*)	300	"
	도민에게 다가가는 문화예술교육	지역문화예술교육 기반구축	1,626	"
		시군 문화 매개인력 재교육 사업	34	"
		국악분야 학교 예술강사 지원사업	784	"
문화가 살아있는 관광	문화와 관광 융합으로 상생하는 공연예술	전북관광 브랜드 상설공연 운영	1,164	상설공연추진단
		공연예술과 함께하는 전북관광 활성화	50	"
		전라북도 거리극 축제 "노상놀이"	100	"
	지역자원 활용 관광콘텐츠 발굴	한옥자원활용 야간상설공연 운영	711	"
		무장애 여행상품 개발·운영(*)	20	문화관광팀
		전북관광 콘텐츠 스팟 찾기	50	"
		전라북도 문화대탐험	10	"
가치가 실현되는 지역	전라북도 자긍심 고취를 위한 지역 브랜드화	문화관광 공간재창조 사업	50	문화사업팀
		전라북도 관광기념품 100선	300	문화관광팀
		문화관광해설사 문화유산답사·워크숍	48	"
	체계적인 마케팅 구축을 통한 관광명소화	전라북도 마이스 유치 상담설명회 및 캠퍼 투어	14	"
		KOREA MICE EXPO 2019 참가 및 전시부스 운영	35	"
		홍보기반 강화	131	홍보팀
		JB문화통신원 운영	46	"
합계		18,329		

주: (*) 신규사업

- 관광분야의 주요 사업을 살펴보면 지역자원을 활용한 관광콘텐츠 발굴 및 활성화 지원, 전라북도 MICE 유치에 위한 프로모션 등 관광객 유입요인을 강화하는 사업들이 추진되고 있으며, 기존 문화재단에서 관광 진흥기구의 일부 기능을 수행하는 형태로 운영되고 있어 관광사업의 비중은 크지 않음 무장애 여행상품 개발 및 운영 : 장애인 및 노약자 등 관광약자를 위한 전라북도의 여행상품과 코스 개발사업으로 휠체어를 이용해 전라북도를 여행할 수 있는 관광코스를 발굴하고 운영할 계획임
 - 여행사연합회(KIAA)와 업무협약 체결 : 전라북도의 우수한 관광콘텐츠를 활용한 전북여행상품개발과 전라북도 관광콘텐츠 홍보, 그리고 전라북도문화관광재단의 문화역사예술관광에 관한 지역 인프라, 여행사연합회의 관광영역을 활용한 관광객 유치를 추진
 - 2019 아름다운 예술시장 : 전라북도 관광기념품 100선 전시와 다양한 공예품 판매를 통해 관광객에게 볼거리와 즐길거리를 제공하고 지역관광 활성화에 기여하고자 추진하는 사업임
 - 대한민국 테마여행 10선 시간여행권역 MICE 팸투어 : ‘문화로, 예술로 떠나는 MICE 여행’을 주제로 PCO(국제회의 전문업체), MICE 관련 기획자, 교수, 관광분야 전문가 등을 초청함



무장애 여행상품 개발 및 운영



여행사연합회와 업무협약체결



2019 아름다운 예술시장

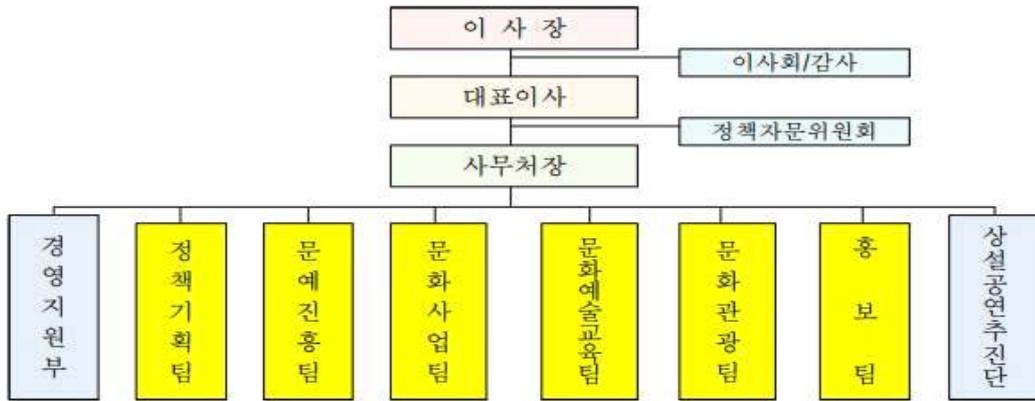


대한민국 테마여행 10선 시간여행권역 MICE 팸투어

<그림 4-5> 전북문화관광재단의 주요 사업

6. 조직 및 인력

○ 조직 : 1부 1단 6팀



<그림 4-6> 전북문화관광재단 조직도

○ 인력현황 : 정원 42명, 현원 34명

<표 4-8> 전북문화관광재단 인력현황

[단위: 명]

구분	직급별 현황								
	계	대표이사	가급(처장)	나급(부/단장)	다급(팀장)	라급(차장)	마급(대리)	바급(주임)	
정원	42	1	1	2	7	12	12	7	
현원	계	34	1	1	2	5	1	11	13
	대표이사	1	1						
	사무처장	1		1					
	경영지원부	6			1			2	3
	정책기획팀	3				1		1	1
	문예진흥팀	3						1	2
	문화사업팀	4				1			3
	문화예술교육팀	4				1		1	2
	문화관광팀	4				1		1	2
	홍보팀	3				1		2	
	상설공연추진단	5			1		1	3	1
결원	△ 8	-	-	-	△ 2	△ 11	△ 1	6	

※ 도 가급/행정4급 1명, 나급/행정5급 1명), 무기계약직(일반행정 15, 시설·경비·미화 6) 별도

○ 부서별 업무현황

- 전북문화관광재단은 기존의 문화재단 조직이 관광 마케팅의 일부 업무를 가져온 형태로 전체 업무부서 중 관광업무는 문화관광팀에서 담당하고 있으며, 관광기념품사업, 테마여행10선, 팬투어, MICE기반구축 등의 사업을 운영하고 있음
- 경영지원부에서 재단 예산과 인사, 감사, 직원복지, 기금 등의 운용 관리 업무를 담당하며, 정책기획팀, 문예진흥팀, 문화사업팀, 문화예술교육팀, 상설공연추진단에서는 문화예술영역의 지원사업과 교육사업을 운영 중임

<표 4-9> 전북문화관광재단 부서별 업무현황

구분	담당업무	
경영지원부	<ul style="list-style-type: none"> · 예산 결산 및 집행 업무(일상경비, 사업비 등) · 각종 세입처리(징수결정 등) · 업무추진비 관리 · 기부금 관리 · 이사회 운영(정관 및 규정 제·개정 등) · 인사업무(직원 채용 및 관리, 교육등) · 근무성적평정 및 직무성과평가 · 맞춤형 복지제도 운영·관리 · 도 감사 대응 · 예산 편성 및 각종 계약 체결 	<ul style="list-style-type: none"> · 금고 지정 및 재단기금 운용 관리 · 재단 자체행사 추진 및 공인 관리 · 재단 주간업무 및 각종 회의자료 작성 · 전산·문서 관리 · 직원급여(시간외수당 포함) · 예술인복지(예술배우 4대 보험 등) 지원 · 예술회관 전시관 대관 · 시설 비품 관리 · 관용차량 관리
정책기획팀	<ul style="list-style-type: none"> · 정책대응 대외협력 · 경영평가 총괄 · 기관장 성과목표 관리 · 연간 경영전략 계획 수립 · 도의회 업무보고·행정사무감사 대응 · 인권경영 계획 수립 및 운영관리 · 한국광역문화재단연합회 업무 · 사업관리카드 관리 	<ul style="list-style-type: none"> · 문화정책 기반강화 사업 운영 · 정책자문위원회 운영 · 소통의 날 운영 관리 · 연차보고서 발간 · 기초통계 자료 구축 · 문화정책 기반강화 사업 운영 · 지역문화 전문인력 양성기관 지정·지원사업 · 공모·기획사업 조사 및 관리
문예진흥팀	<ul style="list-style-type: none"> · 지역문화예술특성화지원사업 · 지역협력형 평가용역 · e-나라도움 및 국가문화예술지원시스템 관리 및 민원대응 	<ul style="list-style-type: none"> · 문예진흥팀 사무업무 · 공연장 상주단체 육성지원사업 업무전반
문화사업팀	<ul style="list-style-type: none"> · 전라북도 예술인복지증진센터 총괄 · 전북 메세나 사업 · 2019 예술동아리지원사업 · 2019 문화가 있는날 '청춘마이크'(공모) · 문화사업팀 도의회업무 · 전라북도 예술인복지증진센터 운영 · 순수예술작가 아트상품 개발 · 문화소외지역 문화예술공간 발굴·육성 지원사업 	<ul style="list-style-type: none"> · 인생나눔교실 운영사업(공모) 행정관리 · 인생나눔교실 운영(기획사업 운영 외) · 인생나눔교실 운영(멘토링참여자관리 외) · 문화사업팀 보도자료 및 홍보물 취합 정리 · 전라북도 예술인복지증진센터 운영 · 순수예술작가 아트상품개발 업무지원 · 문화사업팀 주간 및 월중 보고

<표 4-10> 전북문화관광재단 부서별 업무현황(계속)

구분	담당업무	
문화예술교육팀	<ul style="list-style-type: none"> · 지역문화예술교육 기반구축 사업 · 시군 문화매개인력 재교육사업 운영 · 중앙연계사업 관련 계획 수립 · 한국문화예술교육진흥원 대응 업무 · 경영평가 관련 업무 · 도의회 보고 및 업무자료 정리 · 지역문화예술교육 기반구축 사업 · 국악분야 학교예술강사 지원사업 · 창의적 문화영재 교육프로그램 운영 	<ul style="list-style-type: none"> · 유아 문화예술교육 지원사업 · 지역문화예술교육 기반구축 사업 · 문화예술교육사 인턴십 지원사업 · 청년문화예술대학 운영 · 문화예술교육팀 업무보고 · 지역문화예술교육 기반구축 사업 · 문화과출소 운영사업 실무전담 · 문화예술교육사 인턴십 지원사업 · 유아 문화예술교육 지원사업
문화관광팀	<ul style="list-style-type: none"> · 전라북도관광기념품 100선 사업 · 문화관광 공간재창조사업 · 대한민국 테마여행 10선 시간여행권역 마이 · 문화관광팀 사업 예산 및 회계 업무 · 통합문화이용권 지원사업(나눔티켓 사업) 및 정산 · 전북관광콘텐츠 스캐찾기 사업 · 무장애 여행상품 개발·운영 사업 · 경영평가 관련 업무 	<ul style="list-style-type: none"> · 전라북도 관광 네트워크 및 마이스 기반 구축 · 전라북도 마이스 유치 상담설명회 및 웹투어 운영 · 새만금 인근 3개 시군 웹투어 사업 · 전라북도 문화대탐험 사업 운영 · 통합문화이용권 지원사업 가맹점 관리(나눔티켓 사업) · 문화관광해설사 문화유산 답사 및 워크숍 · 새만금 인근 3개 시군 웹투어 사업 지원
홍보팀	<ul style="list-style-type: none"> · 홈페이지 운영 관리 · 문화캘린더 운영 관리 · SNS 운영 매체 관리(블로그, 페이스북, 포스트, 인스타그램, 유튜브) · 온라인 소식지 '마중 뉴스레터' 제작 관리 	<ul style="list-style-type: none"> · 전라북도를 담은 시집 발간(메세나) · 언론 보도 관리 · JB문화통신원 운영 관리, 오프라인 소식지 '마중' 발간 · 홍보물 제작 및 관리, 재단 홍보 부스 운영
상설공연추진단	<ul style="list-style-type: none"> · 전북대표상설공연(브랜드, 한옥상설) 국내외 홍보마케팅 계획 수립, 추진, 대외협력 · 전북관광브랜드공연 관련 업무협약 계획 및 진행 · 전북관광브랜드공연 관련 후원사 발굴 · 전북대표상설공연(브랜드, 한옥상설) 평가 진행 · 한옥자원활용 야간상설공연 사업 추진 및 정 · 문화예술기관 연수단원 지원사업 추진 · 전라북도 거리극축제 '노상놀이' 사업 지원 (공모선정 및 추진) · 전북관광브랜드공연 제작 진행 · 전북관광브랜드공연 공연장 운영 · 전북관광브랜드 상설공연 기획/제작/운영 등 세부 업무 · 공연예술과 함께하는 전북관광활성화 사업 기획 및 추진 	<ul style="list-style-type: none"> · 추진단 추진사업(브랜드, 연수단원, 공연관광활성화) 관련 회계 및 정산 업무 · 전북관광브랜드공연 객석나눔 등 공익사업 진행 · 전북관광브랜드공연 연계 관광상품 개발 및 마케팅 지원 · 전북관광브랜드공연 관측홍보물 기획 및 제작, 배포 · 전북관광브랜드공연 언론매체 홍보 및 광고 추진 · 전북관광브랜드공연 온라인 매체 홍보 · 전북관광브랜드공연 타 기관 온라인/오프라인 매체 연계 홍보 · 전북관광브랜드공연 제작 지원 및 고객지원

7. 재정규모 : 2019년 예산

- 전북문화관광재단의 2019년 총 예산은 약 210억 원 규모로 전년도에 비해 7.2억 원 정도가 증액되었으며, 2018년 기금 288억 원에서 3.2억 원이 증가한 약 291억 원 규모의 기금조성을 목표로 하고 있음

<표 4-11> 2019년 전북문화관광재단 기금조성계획

[단위: 천원]

2018년도말 조성액 ^a	2019년도 조성계획			2019년도말
	수입 ^b	지출 ^c	증감 $d = b - c$	조성액 $e = d + a$
28,836,163	322,019	0	322,019	29,158,182

<표 4-12> 2019년 전라북도문화관광재단 예산

[단위: 천원]

구분	예산항목		예산액	전년도예산액	증감	
수입 자금	수입자금 합계		21,096,235	21,822,365	△726,130	
	사업 수익	계		70,000	240,000	△170,000
		영업수익	자체사업수익	70,000	240,000	△170,000
		계		20,716,469	21,531,365	△814,896
		영업외수익	이자수익	3,500	3,500	0
			임대료수익	45,000	43,000	2,000
			보조금수익	17,547,600	18,240,560	△692,960
			기부금수익	20,000	50,000	△30,000
			출연금수익	3,097,369	3,191,305	△93,936
			기타영업외수익	3,000	3,000	0
	자본적 수입	계		309,766	51,000	258,766
		자본금수입	자본금	1,000	1,000	0
		자본잉여금수입	잉여금	308,766	50,000	258,766
지출 자금	지출자금 합계		21,096,235	21,822,365	△726,130	
	전북문화 관광재단 경쟁력 강화	계		2,560,406	2,571,336	△10,930
		재단운영	인건비	1,562,107	1,321,260	240,847
			경비	998,299	1,250,076	△251,777
		계		85,463	68,469	16,994
		영업외 비용	성과급	82,963	65,969	16,994
			기타영업외비용	2,500	2,500	0
		계		298,766	70,000	228,766
		예비비	예비비	298,766	70,000	228,766
	사업 운영	계		18,151,600	19,112,560	△960,960
		사업운영	자체사업	534,000	632,000	△98,000
공기관대행사업			17,617,600	18,480,560	△862,960	

제4절 전남문화관광재단

1. 설립근거 및 목적

○ 설립근거

- 민법 제32조, 전라남도문화예술진흥에 관한 조례 제30조
- 지방자치단체 출자·출연기관의 운영에 관한 법률 제4조
- 「전라남도문화관광재단 설립 및 운영에 관한 조례」

○ 설립목적

- 전라남도의 문화예술 진흥 및 관광 진흥에 이바지

2. 주요사업(범위)

○ 지역문화예술진흥을 위한 창작활성화 및 전통예술 전승

- 문화예술의 창작·보급 및 활동의 지원 및 국내·외 교류, 협력사업
- 문화예술교육 지원체계 강화 및 도민 문화예술 향유 여건 조성 사업
- 도립국악단, 남도예술은행 등 주요 문화예술시책 수탁 운영
- 지역문화예술·유산의 발굴·보존 및 재현·전승 활동

○ 국내·외 관광객 유치로 지역관광 활성화

- 전세기·크루즈선 유치 등 국내·외 관광객 유치를 위한 홍보 마케팅
- 휴양형 MICE 유치 및 지역 특화 맞춤형 관광상품 개발 및 활용
- 관광 진흥을 위한 관광자원의 조사 및 정책개발
- 관광 진흥을 위한 국내외 교류·협력 사업

○ 문화예술진흥을 위한 기금조성 및 운용

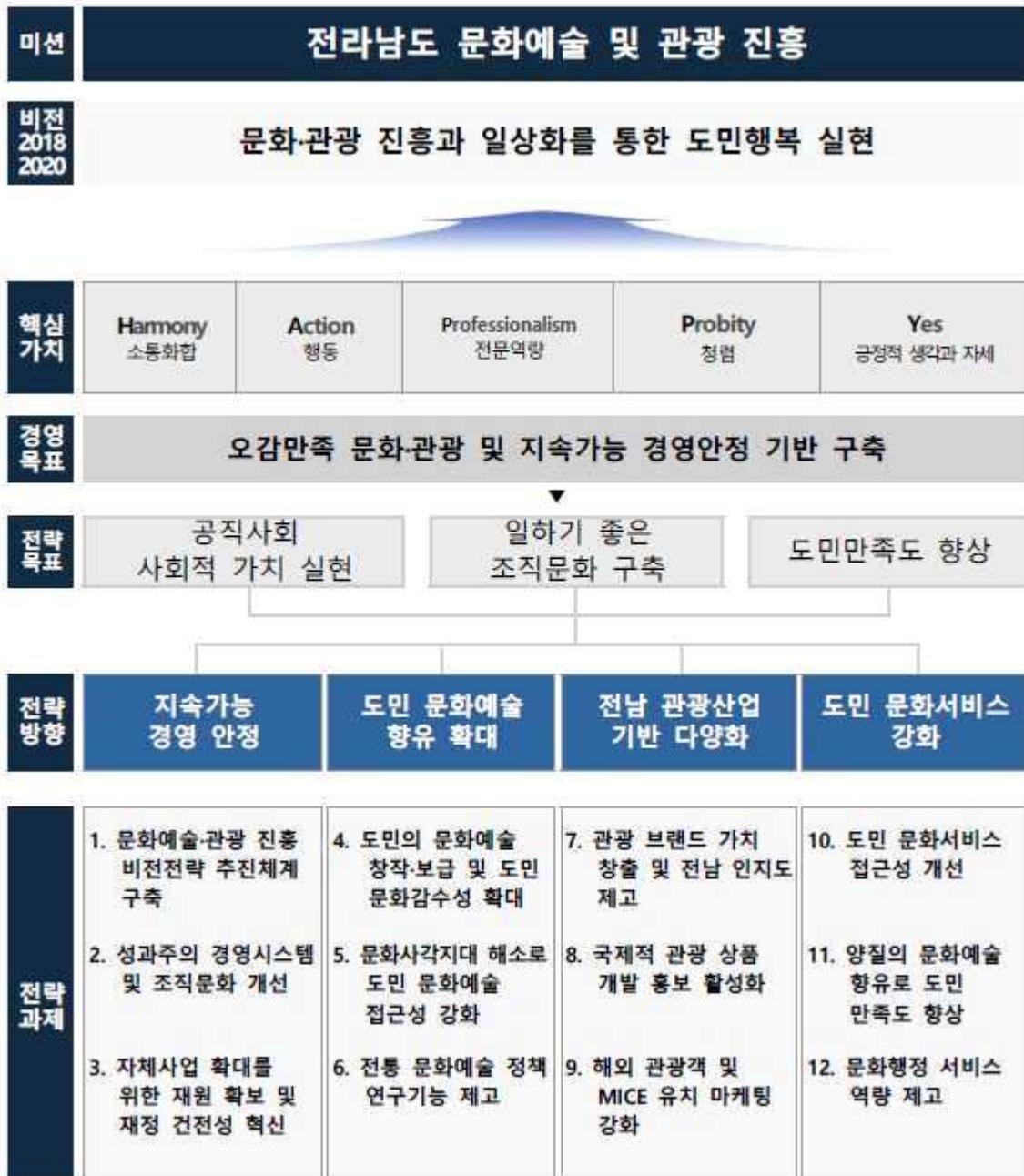
○ 문화예술 및 관광 진흥을 위한 전문인력 양성 및 지원

○ 지역 문화예술 및 관광 진흥을 위하여 도지사가 위탁하는 사업

3. 연혁

- 2008. 05. 16. 전남문화예술재단 설립 기본계획 수립
- 2009. 05. 29. 전남문화예술재단 설립
- 2009. 09. 14. 도립국악단, 남도예술은행 업무 인수
- 2010. 03. 22. 문예진흥기금 및 도립국악단 육성기금 인수(전라남도)
- 2010. 04. 23. 문화바우처 지역주관처 지정(문화체육관광부)
- 2010. 05. 27. 전남문화예술교육지원센터 지정(문화체육관광부)
- 2014. 01. 08. 문화재연구소 개소
- 2015. 05. 29. 조직개편(문화복지팀, 공연장운영팀 신설)
- 2016. 03. 10. 전라남도문화관광재단 설립 및 운영에 관한 조례 제정
- 2016. 04. 07. 기관명칭 변경(전남문화예술재단→전라남도문화관광재단)
- 2016. 04. 15. 전라남도문화관광재단 출범
- 2016. 06. 29. 조직개편(문화복지팀 → 문화예술교육팀)
- 2016. 08. 16. 사무실 이전(전남개발빌딩 11층 → 13층)
- 2017. 08. 01. 전남 국제수목비엔날레 사무국 위탁 운영
- 2018. 08. 20. 조직개편(대표이사 체제 도입)
- 2019. 01. 01. 제1대 대표이사 취임

4. 비전 및 목표



<그림 4-7> 전남문화관광재단의 비전 및 목표

5. 추진사업

- 전남문화관광재단의 2019년 관광분야 주요 추진사업은 전남관광산업 기반 다양화를 추진전략으로 크게 관광 브랜드 가치창출 및 전남 인지도 제고, 국제적 관광상품 개발 및 홍보 활성화, 해외 관광객 및 MICE 유치 마케팅 강화사업 3개로 구분하며, 각 3개 세부사업으로 총 9개 사업이 운영될 계획임
- 의료·웰니스관광, MICE, 크루즈, 주민주도형관광사업을 중심으로 추진되고 있음
 - 지역 의료기관 및 유치업체와 협력해 전남형 특화 의료관광 상품을 지속적으로 개발해운영할 계획이며, 특히 러시아, 카자흐스탄, 미국, 일본 등 중국 외 주요 타깃 국가를 대상으로 유치활동을 확대할 계획임
 - 관광사진공모전사업은 전남 관광자원의 우수성을 알리고, 매력적인 관광지로서 전남을 홍보하기 위해 2007년부터 개최됨
 - 주민주도형관광사업으로 섬 코디네이터 양성교육사업을 운영하고 있으며, 섬 관광 수요 증가에 따라 관광객의 여행 만족도를 충족시켜줄 만한 전문성을 갖춘 인력을 양성함
 - 2018년 제1호 섬 코디네이터 23명 배출 : 여행객에게는 섬 여행 서비스 제공, 지역에는 일자리 창출 효과
 - 해양수산부와 공동으로 타이완 현지마케팅을 펼쳐 2019년 프린세스 크루즈 4항차와 미국 발 월드크루즈 1항차를 여수항으로 유치함



섬 코디네이터 양성사업



크루즈 유치

<그림 4-8> 전남문화관광재단의 주요 사업

출처 : <http://www.jndn.com/article.php?aid=1541499275271098011>

6. 조직 및 인력

○ 조직 : 1처(1부처 6팀 1소), 1단(1팀)

<표 4-13> 전라남도문화관광재단 추진사업(2019)

전략방향	전략과제	주요 핵심사업 도출
지속가능 경영안정 (13개)	1. 문화예술·관광 진흥 비전전략 추진체계 구축	1-① 재단 보수체계 합리화 연구 용역 추진
		1-② 경영평가 대응 역량 강화
		1-③ 전국 광역·기초문화재단 거버넌스 강화
	2. 성과주의 경영시스템 및 조직문화 개선	2-① 화합-성장 조직문화 체계 구축
		2-② 공정하고 투명한 인사제도 정착
		2-③ 직무수행능력 제고를 위한 교육훈련제도 추진
		2-④ 정관·제규정 관리의 공정성 및 투명성 강화
		2-⑤ 재단 내·외부 체계적 감사시스템 확립
		2-⑥ 건전한 직장문화 조성을 위한 청렴·윤리 제도 개선
		2-⑦ 일·가정 양립 문화 정착을 위한 가족친화경영 실천
2-⑧ 재단 인권경영 시스템 구축		
3. 자체사업 확대를 위한 재원 확보 및 재정건전성 혁신	3-① 재정운영 자립을 위한 재원 확보	
	3-② 재정운영 및 자금관리 투명성 강화	
도민 문화예술 향유확대 (13개)	4. 문화예술 창작·보급 및 도민 문화감수성 확대	4-① 지역특성화문화예술 지원사업
		4-② 공연장상주단체 육성 지원사업
		4-③ 지역작가 발굴 및 수도권 진출을 위한 시각예술지원사업
		4-④ 지역문화예술교육 기반 구축사업
		4-⑤ 유아 문화예술교육 지원사업
		4-⑥ 문화예술교육사 인턴십 지원사업
		4-⑦ 문화예술을 융합한 지역공동체 가치 유지·발굴 지원
	5. 문화사각지대 해소로 도민 문화예술 접근성 강화	5-① 전라남도립국악단 토요·초청·찾아가는 국악공연, 국악 강좌 운영
		5-② 남도소리올림터 공연장 활성화 사업
		5-③ 문화소외계층 대상 찾아가는 문화 나눔 지원 및 기획사업
	6. 전통 문화예술 정책 연구기능 제고	6-① 예술인 실태조사 및 복지 기본계획 수립
		6-② 영산강유역 마한문화권 조사·연구사업
		6-③ 문화재 발굴 학술조사 및 용역사업
전남 관광산업 기반 다양화 (9개)	7. 관광 브랜드 가치창출 및 전남 인지도 제고	7-① 전남 청년관광기획자 양성사업
		7-② 전남 관광정책 자료집 「전남 관광포커스 21」 발간
		7-③ 2019 전라남도 관광사진 공모전
	8. 국제적 관광상품 개발 및 홍보 활성화	8-① 2019 의료관광클러스터 조성사업
		8-② 신규 관광상품 개발
		8-③ 남도고택 활용 특화 콘텐츠 개발 및 운영
	9. 해외 관광객 및 MICE 유치 마케팅 강화	9-① 중국 등 해외 관광객 유치 여행사 지원 및 운영
		9-② 전라남도 크루즈 관광 활성화 사업
		9-③ 중·소규모 휴양형 MICE 유치 및 홍보 활성화 사업
도민 문화 서비스 강화 (6개)	10. 도민 문화서비스 접근성 개선	10-① 재단 홈페이지 및 SNS 접근성 개선
		10-② 온·오프라인 이해관계자별 소통채널 활성화
	11. 양질의 문화예술 향유로 도민 만족도 향상	11-① 일상 문화예술 향유로 도민의 삶의 질 향상
		11-② 도민 접점 사업 만족도 향상을 위한 모니터링단 운영
	12. 문화행정 서비스 역량 제고	12-① 체계적 민원처리 프로세스 구축 및 피드백 채널 관리 12-① 임직원 서비스 역량강화 교육



<그림 4-9> 전남문화관광재단 조직도

○ 인력현황

- 정원/현원 : 35명 / 32명
- 정원 외 인력 : 25명(파견공무원 8, 기간제 17) ※ 총원 57명

<표 4-14> 전남문화관광재단 인력현황

구분	계	대표이사	사무처장	5급	6급	7급	8급
계	35/32	1/0	정원 외	15/11		19/21	
기획경영팀	7	공 무 원 파 견	공 무 원 파 견	-	1		
문화사업팀	5			1	1		
문화예술교육팀	1			-	1		
공연장운영팀	2			1	-		
문화재연구소	9			1	1		
관광마케팅	4			1	1		
관광연구개발팀	4			1	1		

* 정원 외 인력 : 25명(파견공무원 8, 기간제 17)

- 파견공무원 : 8명(재단 2, 국제 수목비엔날레 사무국 6)
- 기간제 : 17명(기획경영팀 1, 문화사업팀 4, 문화예술교육팀 4, 공연장운영팀 6, 관광연구개발팀 2)
- * 독립국악단 단원 : 현원 74명(상임 67/비상임(무기직) 7) / 정원 100명(상임 80/비상임 20)

○ 부서별 업무현황

- 전라남도문화관광재단 역시 전라북도 재단과 마찬가지로 기존 문화재단이 전라북도의 관광마케팅 업무를 일부 이관 받아 수행하고 있는 구조를 띠고 있으며, 관광마케팅팀과 관광연구개발팀이 관광업무를 맡고 있음

- 문화재단의 주 업무인 문화사업과 예술교육, 공연장 시설관리 등 운영 및 관리 업무를 담당하는 가운데, 전라남도의 경우 다른 관광재단과 달리 문화재연구 부서가 있으며 관광마케팅팀에서는 크루즈 사업을 다루고 있는 점이 차별점임

<표 4-15> 전라남도문화관광재단 부서별 업무현황

구분	담당업무	
기획 경영팀	<ul style="list-style-type: none"> · 예산, 결산 및 계약업무 · 기금 조성 및 자금 관리 · 재단 경영평가 · 인권경영·사회적가치경영 업무 전반 · 재단 제 규정 및 규칙에 관한 업무 · 대외협력 업무 · 인사, 복무, 복리후생 관련 업무 · 조직관리 업무 및 노무 업무 · 직원 교육업무 전반 · 보수, 4대보험 관련 업무 · 감사관련 업무 전반 · 홍보업무 전반 	<ul style="list-style-type: none"> · 윤리·청렴·가족친화평가 업무 전반 · 이사회 운영에 관한 업무 · 대·내외 요구자료 관리 · 예산집행(출납원), 회계업무 · 신용카드 관리 · 세입, 세출外, 세무업무 · 고객만족경영 업무전반 · 사무실 운영 및 시설관리 업무 · 재단 서무업무 전반에 관한 업무 · 보수, 4대 보험 관련 업무 · 소규모 지출 업무 등 회계 업무
문화 사업팀	<ul style="list-style-type: none"> · 도내·외 문화예술 협력네트워크 · 문화예술진흥을 위한 사업개발 · 문화예술지원사업 및 기획사업 운영·관리 · 남도예술은행 운영사업 	<ul style="list-style-type: none"> · 예술인실태조사 · 2019 무지개다리사업 운영·관리 · G&J 광주전남 갤러리 운영
문화예술 교육팀	<ul style="list-style-type: none"> · 대내외 네트워크 협력사업 추진 · 문화예술교육 지원사업 관리 · 지역문화예술교육기반구축 추진사업 · 유아문화예술교육 · 문화예술교육사 배치 	<ul style="list-style-type: none"> · 찾아가는 영화관 운영사업 · 통합문화이용권 운영사업 · 찾아가는 예술캠프 · 세시풍속지원사업
관광연구 개발팀	<ul style="list-style-type: none"> · 남도고택 체험프로그램 기획, 운영 · 청년관광기획자(관광두레) 기획, 운영 · 관광정책자료집 발간 기획, 운영 예산관리 · 신규 여행상품개발 사업 기획, 운영 · 전남 관광사진 공모전 사업 기획, 운영 · 도내 관광산업 활성화를 위한 공모사업 · 도내 관광콘텐츠 발굴 및 대표상품 개발 	<ul style="list-style-type: none"> · 주민주도형 관광인력 양성 및 관광사업체 육성 사업 운영 · 전남 관광 통합DB 구축을 위한 동향조사 및 실태 분석 · 도내 관광콘텐츠 발굴 및 대표상품 개발 · 대내외 협력업무 및 네트워크 사업 추진 · 관광정책 연구사업 추진

<표 4-16> 전라남도문화관광재단 부서별 업무현황(계속)

구분	담당업무	
관광 마케팅팀	<ul style="list-style-type: none"> · 해외 관광객유치 및 인센티브 사업 기획, 운영, 예산관리 · 국제 크루즈 유치 마케팅 사업 기획, 운영 · 무안공항 활성화 및 인센티브 사업 기획, 운영, 예산관리 · MICE 유치 및 인센티브 지원 사업기획, 운영, 예산관리 · 의료관광 클러스터사업 기획, 운영, 예산관리 · 관광투자유치 및 네트워크 사업 추진 · 국내 MICE 유치 및 인센티브 지원 · 일본구미주동남아 관광객 유치 마케팅 : 기업인센티브, 전세기, 크루즈 등 · 해외 전남관광 인자도 제고를 위한 이벤트 · 지속가능한 경영 TFT 추진 · 재단 관광블로그 운영 	<ul style="list-style-type: none"> · 의료관광 클러스터 사업 운영 : 전남의료관광 홍보 및 해외 마케팅 · 의료관광 코디네이션 교육 양성 · 해외관광객 유치 지정여행사 운영 · 국제 크루즈 유치 마케팅 : 송환여행사, 심포지엄, 인센티브 등 · 기업인센티브 유치 마케팅 : 남해안밴트, 팸투어 지원 등 · 월드와이드 크루즈 동향 파악 · 중화권 관광객 유치 마케팅 : 전세기, 크루즈, 기업인센티브 등 · 중국·대만 마케팅 협력관 운영 · 의료관광 통합지원센터 운영 · 의료관광 코디네이션 교육·양성
공연장 운영팀	<ul style="list-style-type: none"> · 남도소리올림터 운영사업 기획·운영·예산관리 · 남도소리올림터 기획 및 초청공연사업 기획·운영·예산관리 · 남도소리올림터 위탁관리 운영사업 기획·운영·예산관리 · 도립국악단 운영사업 기획·운영·예산관리 · 3·1 운동 및 임시정부수립 100주년 기념국악단 창극제작 및 순회공연사업 기획·운영·예산관리 · 공연장 안전 총괄 관리 · 도립국악단 운영사업 운영·관리 · 3·1운동 및 임시정부수립 100주년 기념국악단 창극제작 및 순회공연사업 운영관리 	<ul style="list-style-type: none"> · 남도소리올림터 운영관리 · 남도소리올림터 기획 및 초청공연사업 · 남도소리올림터 위탁관리운영사업 · 남도소리올림터 홍보 마케팅 업무 · 남도소리올림터 전반 시설물 운영관리 및 시설위탁용역 관리 · 남도소리올림터 공연장 운영관리 : 무대조명, 무대기계, 무대음향 운영관리, 안전관리, 영상 및 통신설비 유지관리 · 공연장운영팀 총괄 자료 관리 · 공연장운영팀 대외 협력네트워크 · 공연장운영팀 윤리경영 관리 및 운영 · 공연장 하우스(로비, 객석) 운영 · 공연장운영팀 일반 사무업무
문화재 연구소	<ul style="list-style-type: none"> · 학술조사 및 조사현장 감독·관리 업무 · 고대문화권 조사 연구 감독·관리 업무 · 문화재기관 및 유관기관 관리 및 업무 · 보고서 감독·관리업무 총괄 · 학술조사 및 조사현장 운영 · 발굴조사 보고서 발간 및 자료수집 · 부서 경영성과 보고서작성 및 지표관리 · 고대문화권 조사 연구 : 함평 금산리 발굴조사, 고분 현황조사, 학술대회, 고분 현황조사 등 · 부서 예산 집행 및 관리 담당 · 문화재청 조사기관 협업포털 관리 	<ul style="list-style-type: none"> · 조사장비 물품 관리 : 자산관리 등록 및 조사용품 관리 운영 · 도서 관리 및 등록·보고서 배포 · 문화재 학술용역 입찰 업무 · 국가귀속문화재 대장 작성 및 관리 · 고대문화권 조사 연구(학술대회) 담당 · 학술논문집(전남문화재) 운영 담당 · 부서 누리집 게시판 운영 및 관리 담당 · 국가귀속문화재 대장 작성 및 관리 · 학술논문집(전남문화재) 운영 · 전남도 공모사업(무형문화재 영상기록화) · 보존처리실 운영 관리 및 보존처리

7. 재정규모 : 2019년 예산

- 전남문화관광재단의 2019년 총 사업예산은 약 225억 원 규모로 보조금 170억원, 출연금 24억 원, 자체수입 6.7억 원, 기타 4천만 원, 이월금 22.8억 원으로 확인됨

<표 4-17> 2019년 전라남도관광문화재단 사업예산 : 세입

[단위:백만원]

계	보조금				출연금			자체수입		기타	이월금
	국비	도비	시군비	기타	도비	시군비	민간	영업	영업외		
22,526	8,028	7,691	1,372	0	2,442	0	0	653	20	40	2,280

<표 4-18> 2019년 전라남도관광문화재단 사업예산 : 세출

[단위:백만원]

계	인건비	물건비	경상이전	자본지출	기타	예비비
22,526	2,383	6,145	11,713	45	1,281	959

- 2019년 기금예산은 약 173.3억 원 규모이며, 문예진흥기금 143.5억 원, 국약단육성기금 약 30억 원으로 조성됨

<표 4-19> 2019년 전라남도관광문화재단 기금예산 : 세입

[단위:백만원]

기금명	수입계획					
	계	도출연금	국고보조금	예치금회수	이자수입	기타 (임장료수입 등)
합계	17,352	200	0	16,723	311	118
문예진흥기금	14,354	200	0	13,878	258	18
국약단육성기금	2,998	0	0	2,845	53	100

<표 4-20> 2019년 전라남도관광문화재단 기금예산 : 세출

[단위:백만원]

기금명	수입계획					
	계	고유목적 사업비	기본경비	예치금	인력운영비	기타
합계	17,352	170	0	17,182	0	0
문예진흥기금	14,354	0	0	14,354	0	0
국약단육성기금	2,998	170	0	2,828	0	0

제5장

국내·외 환경변화 및 관광정책 동향 분석

제1절. 국내외 관광 트렌드의 변화

제2절. 주요 관광정책 현황

제3절. 관광시장 동향

제5장 국내·외 관광 환경변화 및 관광정책 동향분석

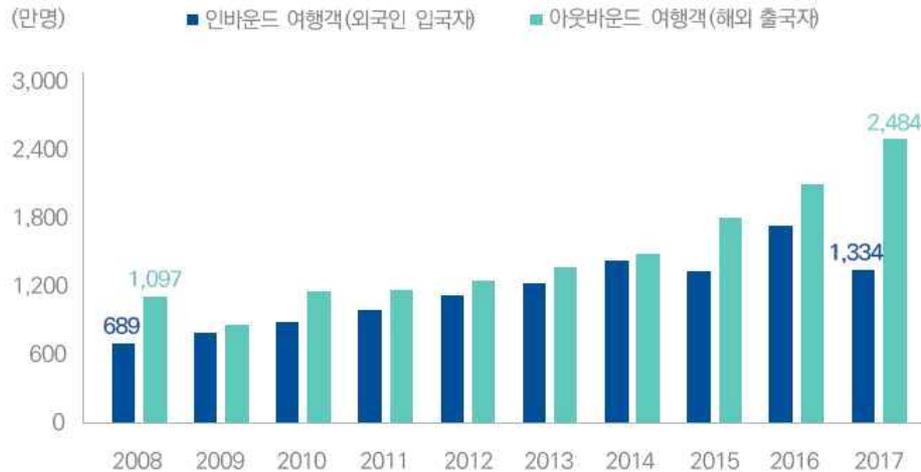
제1절 국내외 관광 트렌드의 변화

가. 관광산업의 국내 메가트렌드

1) 관광여행객의 지속적인 증가 트렌드

(1) 지속적인 인·아웃 바운드 관광객의 증가

- 최근 10년 동안 국내 인·아웃 바운드 여행객 수는 지속해서 증가하고 있는데 2017년 해외 출국자 수는 전년 대비 19.2% 증가한 2,484만 명을 기록함
- 해외로 출국하는 우리나라 국민 수는 2008년부 2017년까지 지난 10년간 연평균 9.5% 수준의 성장세를 보이며, 이 같은 기조에 힘입어 내국인의 홍보관광수요 확대는 지속할 것으로 예상함
- 한국에 방문하는 외국인 여행객을 뜻하는 국내 인바운드 여행객은 2008년부터 2017년까지 연평균 증가율 7.6%를 기록함
 - 2008년 689 만명 수준에 달하던 인바운드 여행객은 2016년에는 1,724 만명까지 확대되어 지난 10년간 역대 최고 수준에 도달함
 - 2017년 인바운드 여행객은 1,334만 명으로 전년 대비 22.7% 감소하였는데 이는 사드(THAAD) 배치 문제와 관련한 갈등으로 방한 금지령 조치를 함에 따라 인바운드 여행객 중 가장 큰 비중을 차지하는 중국 관광객이 대폭 감소한데 따른 영향으로 분석되고 있음



<그림 5-1> 국내 인·아웃 바운드 여행객 수 추이

(2) 방문관광객 국적의 다양화

- 인바운드 입국자를 대륙별로 살펴보면 2017년 아시아권이 전년 대비 27.0% 감소한 1,056만 명을 기록했고, 전체 대륙별 점유율에서는 79.2%로 2016년 83.9%를 점유하던 데 비해 4.7%P 감소함
- 국가별 순위는 중국(31.3%), 일본(17.3%), 대만(6.9%), 미국(6.5%), 홍콩(4.9%), 태국(3.7%) 등의 순으로 나타남
 - 이들 상위 10개국으로부터 방문하는 외국인 방한객 수는 2007년 이래 일반적인 증가 추세를 보임
 - 2007년 224만 명으로 전체 인바운드 여행객 중 34.7%로 가장 큰 비중을 차지하던 일본인 여행객은 2017년 약 231만 명으로 수는 늘어났으나 비중은 17.3%로 중국인 여행객에 밀려 국가 순위에서 2위가 됨
 - 급격히 증가한 중국인 여행객 외에 2007년부터 2017년까지 베트남, 홍콩, 말레이시아, 태국, 대만 등 동남아시아 출신 방한객이 늘고 있는데, 2017년 기준 베트남 출신 여행객은 2007년 대비 5.4배 증가했고, 홍콩 4.7배, 말레이시아 3.7배, 태국 3.4배, 대만 2.8배 등으로 급증한 것으로 나타남
 - 이 같은 동남아시아 관광객의 증가는 동남아시아 주요국의 경제 성장에 따른 중산층 확대, K팝·K뷰티·한국 드라마 등을 통한 한류 영향 증대로 한국에 대한 호감도 상승, 그 외 저비용 항공사의 동남아시아-한국 간 노선 증가로 인한 접근성 증대 등의 요인이 작용한 결과로 파악되고 있음

(천명, %)

	2007년		2012년		2017년	
1위	일본	2,236 (34.7)	일본	3,519 (31.6)	중국	4,169 (31.3)
2위	중국	1,069 (16.6)	중국	2,837 (25.5)	일본	2,311 (17.3)
3위	미국	587 (9.1)	미국	698 (6.3)	대만	926 (6.9)
4위	대만	335 (5.2)	대만	548 (4.9)	미국	869 (6.5)
5위	필리핀	264 (4.1)	태국	387 (3.5)	홍콩	658 (4.9)
6위	태국	147 (2.3)	홍콩	360 (3.2)	태국	499 (3.7)
7위	러시아	140 (2.2)	필리핀	331 (3.0)	필리핀	449 (3.4)
8위	홍콩	140 (2.2)	말레이시아	178 (1.6)	베트남	325 (2.4)
9위	캐나다	98 (1.5)	러시아	167 (1.5)	말레이시아	308 (2.3)
10위	싱가포르	94 (1.5)	싱가포르	154 (1.4)	러시아	270 (2.0)

<그림 5-2> 국내 인바운드 여행객의 주요국적 및 순위

(3) 아웃바운드 관광객의 증가

- 국내 관광객들의 주요 목적지를 분석한 결과, 2016년 일본으로 출국한 우리나라 국민이 가장 많았으며, 일본 다음으로 중국, 미국, 베트남, 필리핀, 태국, 홍콩 등지로 다수가 출국한 것으로 나타남
 - 2015년과 비교하여 2016년에 베트남으로 출국한 국민은 154만 명으로 전년대비 34.0% 증가하며 베트남이 목적지로 인기가 크게 상승한 것으로 보임
 - 전년 대비 대만으로 출국한 국민 수 역시 34.3%로 큰 폭 늘었고, 캐나다 29.6%, 일본 27.2% 순으로 파악됨
- 이처럼 아웃바운드 여행객은 주로 일본, 중국 및 동남아시아 국가 등 우리나라와 비교적 가까운 나라로 향하는 경향을 보이고 있음

		2012		2013		2014		2015		2016	
		출국자 수	증감률	출국자 수	증감률	출국자 수	증감률	출국자 수	증감률	출국자 수	증감률
아시아	일본	2,043	23.2	2,456	20.2	2,755	12.2	4,002	45.3	5,090	27.2
	중국	4,070	-2.8	3,969	-2.5	4,182	5.4	4,444	6.3	4,762	7.2
	베트남	701	30.7	749	6.8	833	11.3	1,152	38.3	1,544	34.0
	필리핀	1,031	11.5	1,166	13.1	1,175	0.8	1,340	14.0	1,475	10.1
	태국	1,164	15.6	1,295	11.3	1,116	-13.8	1,373	23.0	1,464	6.6
	홍콩	1,078	5.6	1,084	0.5	1,251	15.5	1,243	-0.6	1,392	12.0
	대만	259	6.7	351	35.6	528	50.2	659	24.8	884	34.3
	마카오	445	11.5	474	6.6	555	16.9	554	-0.1	662	19.5
	싱가포르	445	7.3	472	6.0	537	13.8	577	7.5	567	-1.8
	말레이시아	284	7.8	275	-3.3	386	40.5	421	9.2	444	5.5
	인도네시아	329	2.6	351	6.7	352	0.2	354	0.5	317	-10.4
	터키	159	6.1	187	17.6	249	32.9	223	-10.5	107	-52.0
미주	미국	1,251	9.3	1,360	8.7	1,450	6.6	1,765	21.8	1,974	11.8
	캐나다	140	-7.3	145	3.3	163	12.4	189	16.0	244	29.6
유럽	독일	208	20.4	229	10.0	254	11.1	297	16.7	318	7.2
	영국	169	20.8	209	23.5	211	0.9	237	12.6	208	-12.2
대양주	호주	197	-0.6	198	0.4	205	3.5	230	12.5	285	23.7
	사이판	129	20.4	140	8.2	142	1.5	183	28.5	132	-27.7
	뉴질랜드	53	0.2	51	-3.6	55	8.8	65	17.1	82	26.8

<그림 5-3>국내 해외여행 주요 목적지별 출국자 수 추이

[천명,%]

(4) 인, 아웃바운드 여행객 증가 트렌드의 배경

- 첫 번째 요인으로 저비용 항공사(LCC : Low Cost Carrier)의 확대 및 국제선취항 증가를 꼽을 수 있음
 - 해외여행을 고려할 때 총 여행 지출액의 상당한 비중을 차지하는 항공료는 소비자에게 부담으로 작용할 수밖에 없는데, 과거에는 값비싼 국내외 대형항공사만이 소비자에게 제한된 선택권으로 주어졌다면, 최근 저비용 항공사가 증가하고 중·장거리 위주의 신규 취항 노선이 확대되면서 소비자들은 더욱 저렴하게 해외여행을 즐길 수 있게 됨
 - 이처럼 저비용 항공사로 인한 항공권의 평균 단가 하락은 인·아웃바운드 여행객의 증가를 이끈 요인으로 작용한 것으로 판단됨
 - 2017년 국내 주요 5개 저비용 항공사를 이용한 총 국제선 여객 수는 1,948만명으로 전년 대비 37% 증가함
- 두 번째 요인으로는 인천국제공항 확장 사업에 따른 영업 환경개선을 들 수가 있는데 이는 한국을 방문하는 외국인 입국자와 관광객 수의 성장세를 지속시키는 동인이 될 것으로 보임

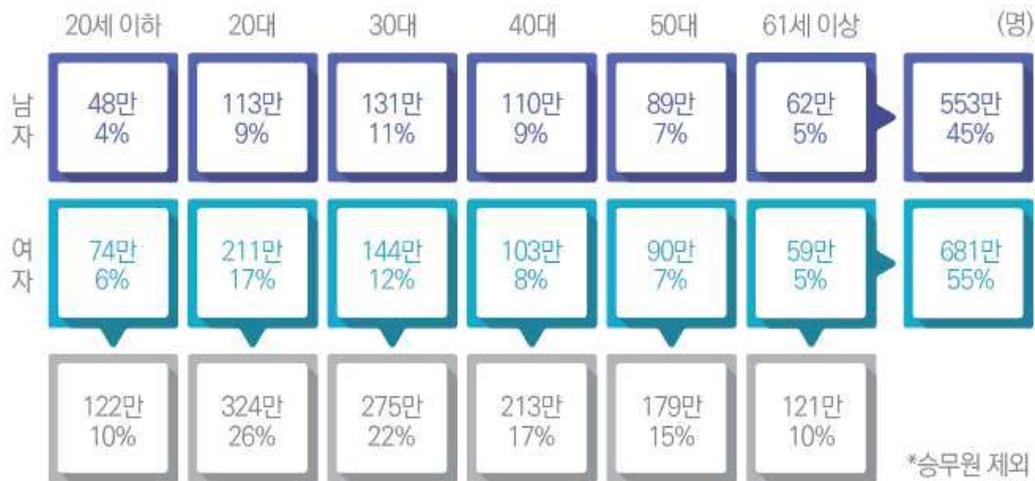
- 2018년 1월 18일, 인천공항 3단계 확장 사업의 일환인 제2여객터미널(T2)가 개항했으며 2016년 기준 인천국제공항 이용 여객 수는 5,715만 명으로 이미 수용 능력을 초과했던 가운데, 제2여객터미널이 연간 1,800만 명을 수용할 수 있으므로, 인천국제공항의 여객 처리 능력은 기존 대비 33.3% 증대될 것으로 기대됨
 - 신설 터미널 설립으로 국내외 여행객의 편의성이 제고될 경우, 출입국자수역시 가파른 속도로 늘어날 것으로 예상함
 - 향후 인천국제공항의 4단계 확장 사업으로 2023년까지 추가로 확장이 이루어지고 최종 단계는 2029년까지 진행되며 본 사업이 마무리될 경우 터미널 3개, 탑승동 1개를 보유하게 되어 연간 1억 3,000여 명의 여객 처리 능력을 갖추게 될 것으로 예측되므로 항공 서비스 여건 개선을 통한 관광객 증대는 계속될 전망이다
- 세 번째 요인으로는 지리적으로 근접한 중국, 동남아시아 주요국의 국민소득증가로 인한 해외여행에 대한 수요확대가 이들 국가 여행객의 방한 증대를 이끈 것으로 파악되고 있음
- 한국도 1인당 GDP가 2천 달러를 넘어선 1983년 이후 해외로 나가는 여행객이 급증했으며, 특히 1983년부터 1993년까지 해외여행을 떠난 내국인 여행객수는 연평균 17.2%의 증가세로 급격히 증가하였음
 - 이러한 맥락에서 중국은 1인당 국민소득이 2006년 2천 달러를 넘어섰으며, 2015년 8,000달러를 돌파했고, 2017년 8,581달러를 기록할 것으로 전망되며 2019년에는 1만 달러를 넘어설 것으로 예상하며 이에 따라 중국인 해외여행객은 더욱 늘어날 전망이다
 - 동남아 주요국인 말레이시아, 태국, 인도네시아 역시 1인 국민소득이 각각 1983년, 1993년, 2007년에 2천 달러를 돌파하였으며, 이들 국가의 2017년 1인당 국민소득 전망은 각각 9,660달러, 6,336달러, 3,859달러 수준으로, 국가별로 차이가 있기는 하나 비교적 빠른 속도로 경제 성장을 거듭하면서 국민소득은 더욱 증가할 것으로 예상함
 - 아울러 현 정부의 “신남방정책” 기조에 맞물려 교류 확대가 증가하면서 이들 국가 국민의 해외여행에 대한 수요도 확대될 것으로 예상되면서 향후 동남아시아 출신 방한 관광객의 증가를 더욱 견인할 것으로 보임

2) 방문 트렌드의 변화

(1) 한류열풍에 따른 트렌드 변화

- 2017년 한국에 입국하는 외국인 관광객을 성별·연령별로 구분하여 분석한 결과, 남성(45%)보다 여성(55%)의 비중이 컸고, 주 연령대는 20대(26%) 및 30대(22%)로 나타남
- 우리나라를 찾는 20·30대 여성 외국인 관광객은 총 356만 명으로 29%를 차지하며, 이들의 비중이 높은 데에는 계속되는 한류 열풍과 쇼핑관광의 인기에 힘입은 것으로 파악되고 있음

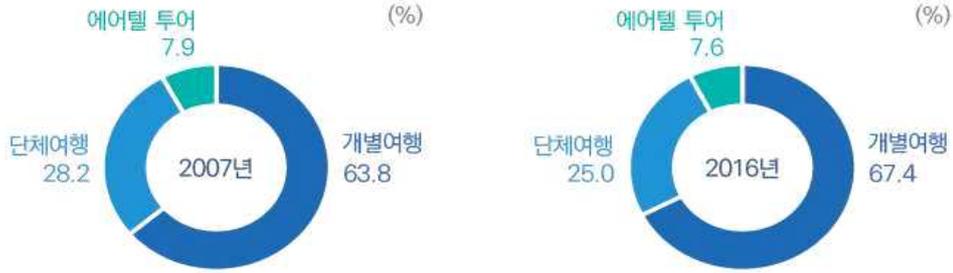
- 그중에서도 특히 한류열풍은 외국인들의 한국에 관한 관심을 끌어올리는 한편 외국인 여행객의 방한을 자극하는 요소 중 하나인데, K팝, K뷰티, 한국드라마 등 한류 열풍이 계속되면서 전 세계적으로 한류 관광을 즐기기 위해 한국을 방문지로 선택하는 외국인이 늘고 있음
- 한국문화관광연구원에서 실시한 외래관광객 실태조사 중 주요 방한 고려 요인을 조사한 결과에서도 이 같은 결과가 나타났는데, 5년 전인 2011년 주요 방한 요인으로 ‘드라마촬영지 방문, K팝·한류스타 팬 미팅’을 1순위로 꼽은 비중은 3.0%로 ‘한류’는 한국을 방문하는 요인 10위에 그쳤으나 2016년 조사에서는 4.1%로 확대되며 순위 역시 6위로 상승함
- 한류는 지금까지 외국인들의 한국에 대한 방문 수요를 결정짓고 견인해 온만큼 한류 열풍이 계속되는 한 한국은 관광지로서 외국인 방문객의 발길을 사로잡을 것으로 예상함



<그림 5-4>성별, 연령별 외국인 관광객 분포(2017년)

(2) 단체여행객의 감소와 개별여행객의 증가 트렌드

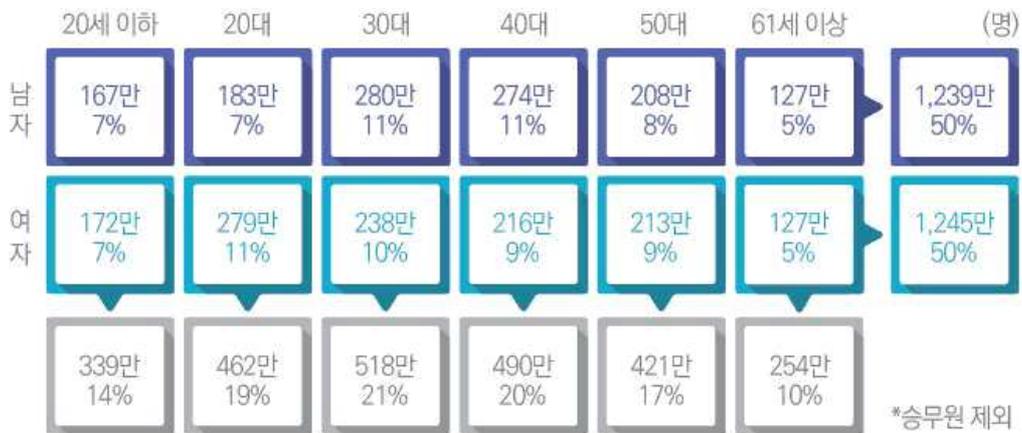
- 최근 한국을 방문하는 외국인 관광객은 획일화된 패키지여행 관광이 아닌 개별 선호도에 맞게 한국의 주요 관광명소를 방문하고 원하는 활동을 할 수 있는 개별여행(FIT : Free Independent Tour)을 선호하는 경향을 뚜렷이 보임
 - 2016년 외래관광객의 방한 시 여행 유형은 개별여행이 67.4%로 가장 높았고, 단체여행 25.0%, 에어텔 투어 7.6% 순으로 나타남
 - 인바운드 관광객의 여행형태를 10년 전과 비교해 봤을 때, 개별여행 형태로 방문하는 비중이 2007년 63.8%에서 2016년 67.4%로 3.6P 늘어난 반면 단체여행 형태로 방문하는 비중은 같은 기간 3.2P, 항공권과 숙박을 함께 예약하는 패키지 투어 형태인 ‘에어텔 투어’의 경우 0.3P 감소함



<그림 5-5>외국인 관광객의 여행형태의 변화

(3) 국내 관광객의 해외여행 트렌드 변화

- 2017년 국민 해외여행 출국자 수를 연령별로 살펴보면 30·40대의 비중이 가장 많은 것으로 나타났으며, 해외여행에 나서는 30대 국민 비중은 21%에 달했으며, 40대 비중은 20%로 조사됨



<그림 5-6> 성별, 연령별 내국인 해외출국 현황 (2017년)

- 해외여행에 나서는 한국인에게 개별여행이 트렌드로 부상하고 있음
 - 과거 배낭여행 혹은 패키지여행 등으로 해외 다양한 국가를 경험한 사람들이 많아지면서 해외여행에 나서는 내국인은 더욱 자유롭고 여유롭게 여행일정을 계획할 수 있는 개별여행을 선호하는 모습을 대두되고 있음
 - 또한, 해외로 나서는 연령층이 과거 대비 낮아진 점 역시 패키지 투어보다 개별여행을 선택하는 비율이 상승한 데 상당 부분 이바지한 것으로 평가되고 있음
 - 2012년 기준 해외여행에 나서는 30세 미만 연령층의 비율은 28.3%였으며, 2016년 동일 연령층의 비율은 31.3%로 3.0%p 늘어남
 - 독립적인 여행을 즐기며 개개인만의 소중한 특별한 경험과 추억을 쌓기를 원하는 젊은 층의 여행 스타일이 여행상품 구매 비중 추이에 반영된 것으로 보임

- 2017년 기준 우리나라 해외여행객의 전체 패키지, 에어텔 투어, 절충형 패키지 등 패키지 상품 구매 비율은 39.9%를 기록했으며, 이는 5년 전인 2013년 패키지 구매 비율 59.2%과 비교해 19.3%p 낮아진 수준이나, 개별여행으로 해외여행을 나서는 국민의 비율은 2013년 39.9%에서 2017년 59.7%로 19.8%p 늘어남
- 이제는 해외여행객의 절반 이상이 자신에게 맞는 여행 일정으로 항공권, 숙박 등을 직접 구매하는 개별여행이 트렌드로 굳혀지는 상황임



Source : 한국관광공사 '2013 국민 해외여행 실태'



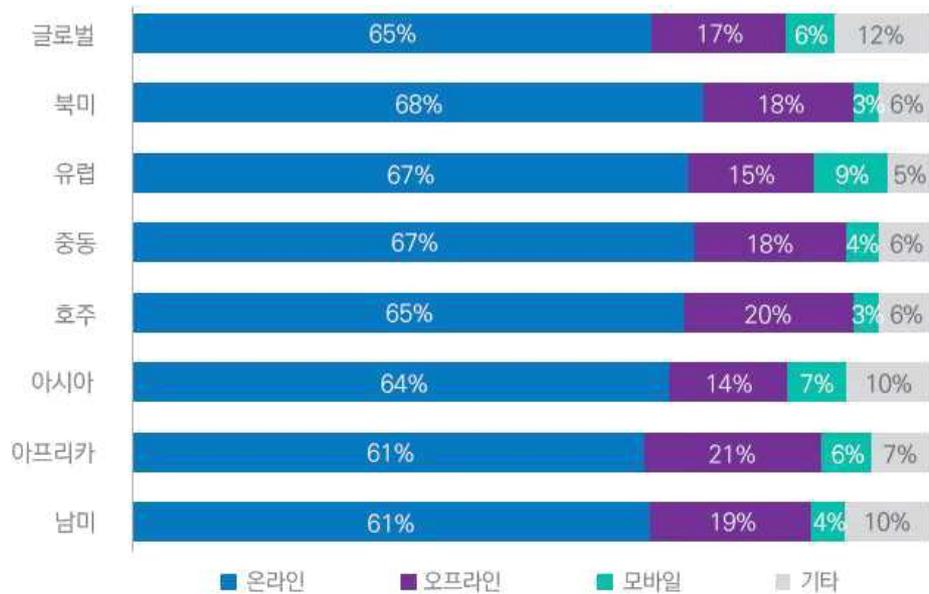
Source : 한국관광공사 '2017 아웃바운드 현황 및 트렌드 전망'

<그림 5-7> 내국인 해외여행객의 여행형태 변화

3) 관광산업의 디지털 트랜스포메이션 시대로의 진입

(1) 디지털 관광객으로 변화하고 있는 관광 소비자

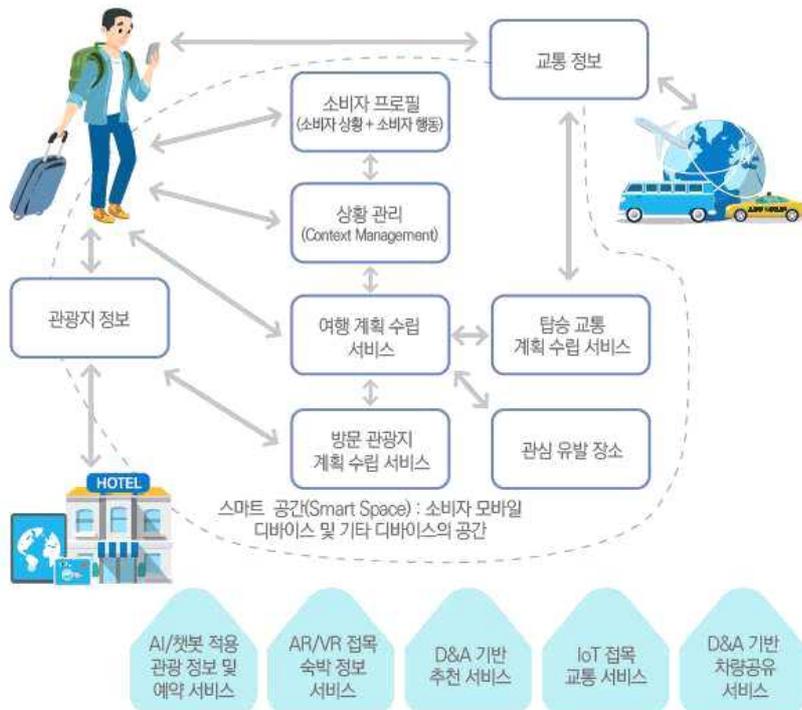
- 4차산업혁명으로 대변되는 기술의 발달, 온라인 플랫폼 구축 등의 변화로 관광 소비자들은 점차 디지털 관광객(DigitalTraveler)으로 변화하고 있음
 - 이제 소비자들은 여행지를 결정할 때 여행 서적이 아닌 검색 엔진과 소셜미디어를 찾으며, 숙소와 여행상품 역시 온라인에서 정보를 파악함
- 전 세계 33개국 3만여 명의 관광객을 대상으로 한 설문 조사 결과 73%의 관광객이 여행지를 결정할 때 온라인 및 소셜 미디어를 활용한다고 응답한 바 있으며, 또한 86%의 여행객은 숙소 결정 시 온라인을 참고하는 경향을 보임
 - 아울러 단순히 여행 정보를 찾아보는 것에 그치지 않고 온라인·모바일을 통해 숙소나 여행상품을 예약하는 관광객이 65%에 이르는 것으로 파악되고 있음



<그림 5-8> 글로벌 관광객의 숙소 예약경로(2016년)

(2) 관광산업의 디지털 트랜스포메이션 가속화

- 이종 기술과 산업 간 융복합이 일어나고 있는 현시점에서 관광산업은 ‘디지털 트랜스포메이션 (Digital Transformation)’되고 있음
 - 기술의 발전에 따라 살펴보면 초기 기계적 시스템은 관광산업의 ‘기계화 (Mechanization)’를 이끌었고 여기서는 관광 인보이스(Invoice)를 팩스로 발송하는 등 기초 단계의 기술이 접목됨
 - 그 뒤 ‘전자화(Electrification)’는 이메일을 통한 관광 서류 발송, 여행사지점에서의 POS(Point of Sales) 활용 등을 가능하게 함
 - 기술의 진보에 따라 ‘디지털화(Digitalization)’ 단계에서는 관광기업이 더욱 연결된 시스템을 기반으로 ERP(전사적자원관리) 등을 통한 결제 및 서비스 제공이 가능해짐
 - 이후 4차산업혁명 시대가 도래하면서 관광산업은 ‘가상물리화’되고 있는 추세로서 이른바 트래블테크(Travel-Tech)가 진일보하였고 이에 따라 관광산업의 초융합, 초지능, 초연결이 실현되고 있음



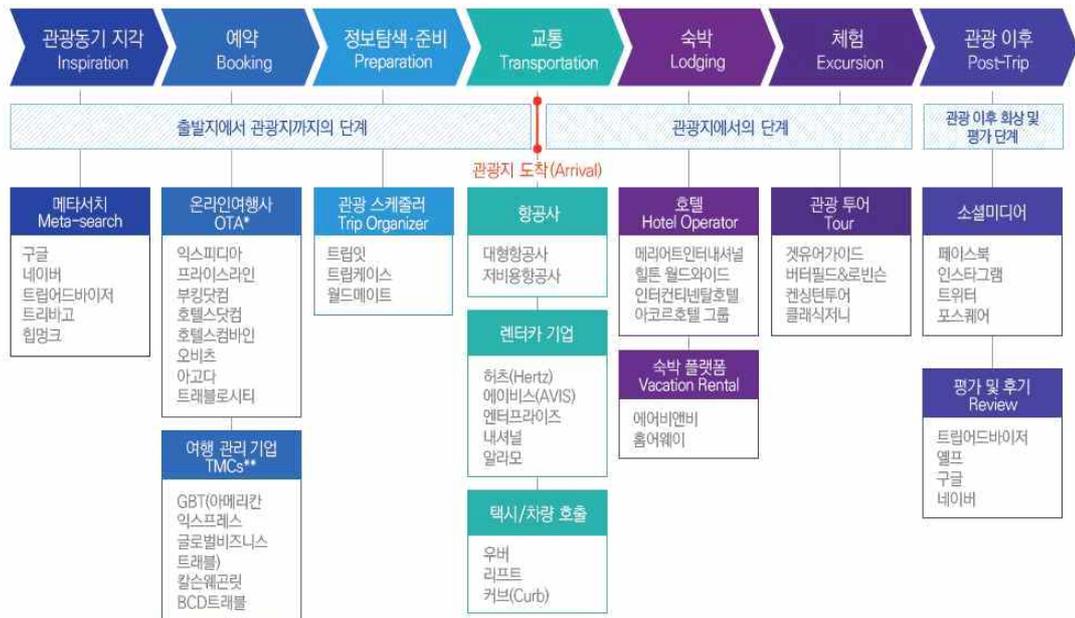
<그림 5-9> 스마트 공간에서의 소비자 및 관광 상품 상호 작용 개요도

- 관광산업의 가상물리화는 ‘사이버물리 정보이동성(CPI : Cyber-Physical Infomobility) 시스템을 기반으로 함
 - 가령 제조업이 4차산업혁명과 만나면서 사이버물리시스템(CPS : Cyber-Physical System) 기술 발전을 기반으로 스마트 팩토리를 구현하듯이, 서비스업인 관광산업에서는 사이버 물리 정보 이동성에 따른 가상 물리화가 활성화되고 있음
 - 관광산업의 가상 물리화란 실제 물리 공간과 가상공간이 밀접하게 결합 되는 부분을 의미하는데, 실제 관광지, 숙소 등의 물리 공간을 디지털화해 가상공간에 투영하고 동기화하며, 공간의 한계를 극복하며 관광산업에 고부가 가치를 더하는 것으로 볼수 있음
 - VR(가상현실)· AR(증강현실)이 접목된 호텔이나 관광지, 호텔에서의 인공지능(AI) 기반 컨시어지, 챗봇을 기반으로 한 예약 서비스, D&A(Data & Analytics)를 통한 고객 맞춤형 추천 서비스, 차량공유 서비스 등이 이와 같은 사례에 해당한다고 할 수 있음
 - 스마트폰 등 모바일 디바이스를 통해 자신의 손안에 스마트 공간(Smart Space)을 만들어 관광상품과 상호작용을 하며 사이버 물리 정보 이동성의 이점을 활용할 수 있게 되는 트렌드로 진화하고 있음

(3) 디지털 트랜스포메이션을 통한 관광산업의 변화

- 관광산업이 디지털 트랜스포메이션 관광산업도 크게 변화하고 있음

- 즉, 관광상품이 최종 소비자에게 전달되기까지 소요되는 모든 단계와 여기에 직간접적으로 관여하는 업체 간의 경제적 이해관계 전반이 새로운 변화의 국면을 맞이하고 있음
- 오늘날의 관광산업 밸류체인은 ‘관광동기 지각-예약-정보탐색·준비-교통-숙박-체험-관광 이후(Post-Trip)’의 단계로 구성할 수 있는데, ICT의 혁신적 발전에 따라, 기존 여행산업에서 중간업자(Middleman)의 역할을 담당했던 기업들의 영역이 약해지고 있다는 점이 새로운 관광 트렌드라고 할 수 있음
 - 최근 관광 소비자들은 관광상품 예약, 정보탐색·준비, 교통편 이용, 숙박, 체험 등의 단계에서 각종 인터넷 매체를 통하여 직접 거래를하며 ‘탈매개화(Disintermediation)’를 추구하고 있음



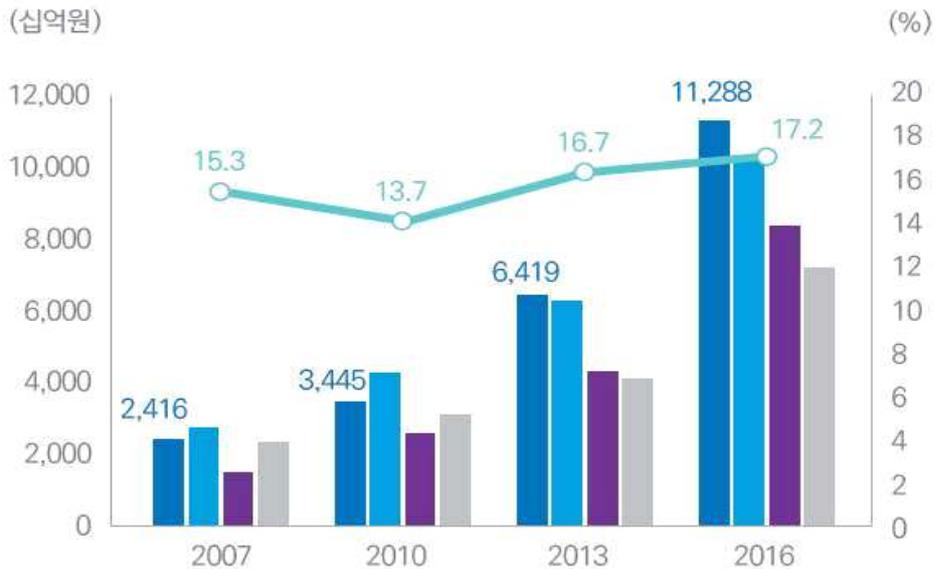
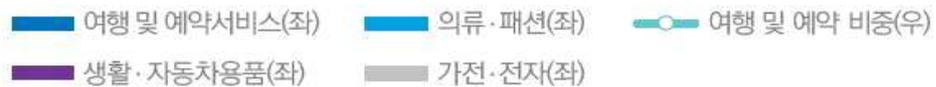
<그림 5-10> 관광산업의 디지털트랜스포메이션에 따른 Value Chain 변화

- 아울러 밸류체인의 첫 단계인 ‘관광 동기 지각’과 마지막 단계인 ‘관광이후’ 단계에서는 전통적 밸류체인 대비 관광 소비자의 적극성이 강화된 모습이 나타나고 있음
 - 최근 관광 소비자의 관광·여행에 대한 니즈는 각종 인터넷 매체 검색이나 후기 열람을 통해 더욱 확대되고 있으며, 또한 여행에 다녀온 뒤인 ‘관광이후’ 단계에서 관광 소비자는 소셜 미디어와 트립어드바이저, 옐프 등의 여러 평가사이트에 여행 후기를 올리며, 다른 소비자의 또 다른 관광 욕구를 촉진하고 있음
- 이와 같은 트렌드의 변화 속에서 관광산업이 지속 가능한 성장을 해나가기 위해서는 디지털라이제이션 속에서의 고성장을 추구하고 있는 관광산업과 이를 뒷받침하는 중앙 및 지역의 관광 거버넌스의 역할을 자세히 살펴볼 필요가 있음

(4) 관광플랫폼 산업의 중요성 가속화

- 관광 소비자가 관광상품과 직접 만나게 되는 형태의 관광플랫폼이 부상하게되면서 과거 관광상품과 소비자 사이에 역할을 하던 중간업자의 역할은 대폭 축소되고 있음
- OTA19)의 활성화로 관광서비스 전반에 걸친 통합플랫폼 역할을 하는 기업들이 급부상하고 있음
 - 2016년 기준 국내 온라인쇼핑 시장 중 ‘여행 및 예약 서비스’의 규모는 11조 2,880억 원에 이르며, 전체 온라인쇼핑 시장 상품군 중 17.2%의 가장 높은 비중을 차지하고 있음
 - 온라인 관광상품에 친숙한 것은 국내 관광 소비자뿐만이 아닌, 한국을 찾는 외국인 관광객이 방한하기 전 한국 관련 관광 정보를 입수하는 경로는 온라인 정보검색이 1위이며, 2016년 외국인 관광객의 74.1%가 방한 전 인터넷으로 관광 정보를 얻는다고 답한 바 있음

▶▶ 국내 온라인쇼핑 시장 상품군별 현황



<그림 5-11> 국내 온라인쇼핑 시장 상품군별 현황

- 글로벌 시장에서는 이러한 OTA 중심으로 빠르게 시장이 변화하고 있으며 전 세계의 크고 작은 온라인 여행사들을 지속해서 인수하여, 호텔 예약부터, 렌터카, 예약 관련 컨설팅 등 여행 밸류체인 전반에 걸쳐 비즈니스를 확장하고 있음
- OTA와 더불어 관광에 대한 각종 정보를 공유할 수 있고, 관광지과 관광서비스에 대한 여러 가지 리뷰 등의 정보를 제공하고 이를 기반으로 부가적인 광고 수입을 취하는 형태의 관광플랫폼 사업자도 지속해서 그 영역을 확장하고 있음
 - 이러한 관광서비스 플랫폼의 확장은 관광서비스 기업이 관광상품을 관광 소비자들에게 단방향으로 소개하고 판매하는 것이 아닌, 플랫폼을 통해서 관광소비자들이 그들의 경험을 공유하고 해당 서비스를 평가하는 환류 과정을 통해 새로운 마케팅이 이루어지면서, 관광 프로슈머²¹⁾ 출현의 기반 역할을하고 있음

(5) 트래블 테크 산업의 급부상

- 국내외 관광기업들은 4차산업혁명의 기반 기술을 관광 비즈니스에 접목하고 있으며, 관광산업에 적용되고 있는 트래블테크(Travel-Tech)로는 D&A(Data & Analytics), IoT(사물인터넷), VR(가상현실) 및 AR(증강현실), 인공지능(AI), 로봇틱스 등이 급부상하고 있음
 - D&A와 인공지능은 특히 예약이나 관광 정보 서비스에 적용되는데, 관광 소비자 개별 맞춤형 소비 패턴을 D&A를 통해 분석하고 관련 서비스를 추천하고 있으며 구글의 트립스앱이 적극적으로 이 분야를 개척하고 있음
 - IoT 기술은 숙박 분야의 트래블테크로서 활발히 도입되는 분야 중 하나로, 엠베서더호텔 그룹은 투숙객이 객실을 IoT 기반 플랫폼으로 제어할 수 있도록 사업을 추진 중이며, 메리어트인터내셔널은 객실 내에서 소비자가 VR이적용된 가상 투어를 경험할 수 있도록 하고 있음
 - 미국 힐튼이나 일본 헨나(Henn-Na) 호텔은 인공지능을 탑재한 로봇을 도입하여 컨시어지 서비스²²⁾ 등에 활용하고 있음
- 트래블 테크의 활용은 효율성 증대와 비용 절감과 함께 관광기업의 혁신적 브랜드 구축 등의 효과를 거둘 수 있다는 기대에 따라 향후 관광산업 전반에 트래블 테크의 도입이 더욱 활성화될 전망이다

	트레블테크 적용 부문	내용
예약 및 관광 정보	맞춤형 관광 정보 제공	· 구글 트립스는 D&A를 활용하여 구글 이용자의 개인별 히스토리를 토대로 관광 목적지 관련 정보 및 레스토랑 등을 맞춤형으로 추천
	관광 상품 구매 패턴 분석	· 익스피디아의 싱가포르 소재 랩(Lab)은 근전도 검사(EMG) 및 시선 추적기술(Eye Tracking)을 사용해 소비자가 어떠한 과정을 거쳐 관광 상품을 구매하는지 패턴 연구
	가상 여행 보조 서비스 제공	· 모바일 여행사 파나(Pana)는 인공지능 기능을 탑재한 가상 컨시어지 서비스를 활용하여 보다 효율적인 예약 방법으로 모바일 앱에서 응답 중이며 여행 가격 알림, 자동 체크인 등의 기능 추가 예정
숙박	VR 경험 객실 서비스	· 메리어트인터내셔널은 호텔 객실 내 엔터테인먼트 옵션으로 VR 룸서비스 제공. 르완다의 아이스크림 가게 및 칠레의 안데스 산맥 가상 투어 등이 해당 서비스로 있음
	IoT 기반 객실 제어 플랫폼	· 엠베서더호텔 그룹과 IoT 플랫폼 기업 인더코어(InTheCore)는 객실 자동화 솔루션에 IoT 기술을 접목한 호텔 전용 플랫폼 '스마트 스테이' 사업 추진 · 투숙객이 객실의 조명, 음악, 온도, 커튼&블라인드, 컨시어지 서비스 등을 스마트폰의 QR코드 스캔으로 제어
	인공지능 컨시어지	· 미국 힐튼호텔은 IBM 인공지능 왓슨을 탑재한 고객 안내 로봇 '코니'를 도입하여 관광객 응대를 위한 컨시어지 서비스에 활용
	음성인식 로봇	· 일본 헨나(Henn-Na) 호텔은 체크인, 짐 운송, 청소 등에 음성인식 기능과 인공지능이 탑재된 로봇을 사용
	챗봇 (Chatbot·채팅로봇)	· 미국의 애플리케이션 개발사 버너(Burner)는 공유숙박 업체를 위한 호스트봇(Hostbot)을 개발 · 집주인이 앱을 다운로드하고 공유숙박을 이용하는 손님으로부터 자주 받는 질문에 대한 답변을 미리 설정해놓으면 챗봇이 숙박객 질문에 자동 답변 가능
교통	IoT 기반 주차 공간 서비스	· 국내 북촌 한옥마을은 주차 문제 해결을 위해 '파킹플렉스' 앱을 도입하여 주차 공간을 서로 공유하도록 함 · 주차장에 설치된 IoT 기반 센서가 주차 가능 여부를 알려줌 · 주차 공간 소유자는 자신이 이용하지 않는 시간에 공간 제공 가능. 일시적 주차를 원하는 사용자는 주차 가능 위치를 실시간 파악

<그림 5-12> 관광업계의 트레블테크(Travel-Tech) 및 추진현황

4) “BRIDGE”로 표현되는 2019년 관광 트렌드

(1) 한국관광공사는 2019년 관광트렌드를 “BRIDGE”로 압축하여 발표하였음

(2) 일상과 여행이 서로 분리되어 동떨어져 있는 것이 아닌, 다리(Bridge)로 연결된 것처럼 일상에서 여행으로, 여행에서 일상으로 쉽게 전환할 수 있고 위에서 언급한 “트레블 테크”를 활용하여 관광 정보와 실시간으로 연결되는 여행이 보편화 되는 트렌드를 반영한 내용임

(3) BRIDGE로 대표되는 관광트렌드 내용은 아래와 같음

- B (Break the Generation Gap) : 이는 다세대 가족여행을 의미하는데, 현재국내 인구 세대분포의 특성에 따라 멀티제너레이션, 즉 베이비붐 세대와 밀레니얼 세대가 함께 즐기는 세대 간 벽을 허무는 여행이 점진적으로 확대될 것으로 보임

- 소셜 미디어에서 국내 여행 관련 키워드로 가족여행에 대한 언급량이 3년연속 증가세를 보이고 국내 주요 여행사들 또한 효도 관광상품 마케팅을 강화하는 추세라고 함
- R (Recreational Activities) : 레저 여행이 트렌드로 주목받는다는 것으로, 축제, 체험, 행사와 같은 레크레이션 관련 키워드가 국내 여행의 목적 및 활동부문 주요 키워드로 지속해서 등장하고 있음
 - 서핑, 루지, 집라인 등 레포츠도 여행지에서의 인기 액티비티로 꼽히고 있는 단순 관광이 아닌 레저활동을 통한 체험 관광이 증가하고 있음
- I (Influential Contents) : SNS 여행콘텐츠의 증가를 의미하는 것으로 특히, 여행지에서 느끼는 다양한 감정들을 사진뿐 아니라 영상으로 남기려는 경향이 증가하고 있으며, 인스타그램, 유튜브 채널 등을 통한 여행지 정보 공유가 대세가 될 것으로 보이며 이를 기반으로 한 리뷰, 마케팅 등이 주류로 자리잡을 전망이다
- D (Delicious Foods) : 맛집 탐방이 하나의 트렌드로 자리잡혀가고 있는데 각종 방송 및 케이블 채널을 통한 정보의 확산이 이를 계속해서 부추기고 있으며, 국내 여행 중 음식 관광의 비율은 2015년 13.2%, 2016년 24.7%, 2017년 34.7%로 연간 10% 이상 크게 증가하는 등 여행의 주요 목적 및 활동으로 맛집 및 카페 투어가 확고하게 자리매김하게 될 전망이다
- G (Go Anytime) : 연중 여행을 의미하는 것으로 골목·시장·거리 등 일상과 가까운 친숙한 곳으로의 여행과 함께 비수기·성수기, 주중·주말 구분 없이 여행을 떠나는 트렌드가 계속될 것으로 예측됨
- E (East Coast) : 강원도를 비롯한 동해안 여행이 트렌드가 될 전망이다, 2018평창동계올림픽 개최를 계기로 KTX 경강선과 서울-양양 간 고속도로가 개통되면서 수도권으로부터의 접근성이 좋아지고, 우수 숙박 시설이 확충되는 등 관광인프라가 전반적으로 개선되었으며, 특히, 수도권 및 서해안이 미세먼지 여파로 기후 여건이 나빠지고 있는 부분도 강원도를 비롯한 동해안권으로 관광 수요가 늘어날 전망이라고 함

나. 관광산업 메가트렌드 분석에 따른 시사점

1) 관광객의 지속적인 증가에 따른 적극적 마케팅의 필요

- (1) 위에서 살펴본 바와 같이 전 세계적으로 관광객은 지속적인 증가를 하고 있으며 개발도상국, 중동국가 등 신흥 관광객이 급부상하고 있음

- 제조업 기지의 이전으로 개발도상국의 소득 수요가 꾸준히 증가하고 있으며 저가 항공사의 출현으로 전 세계적인 관광 중흥의 시기가 오고 있음
- 디지털 기기와 ICT 정보 혁명을 통해 이제는 관광이 일상화, 보편화 되고 있으며, 이를 통하여 관광객의 수는 계속 증가하게 될 것이며 관광산업 또한 지속적인 성장을 할 것으로 예측됨
- 국내 타 지방자치 단체뿐만 아니고 해외 다른 국가들도 지역 마케팅을 위하여 관광 전담기관을 설립하여 적극적인 대외마케팅이 나르고 있음

2) 다국적, 다연령에 대비한 관광인프라의 구축

(1) 기존의 OECD 선진국과 더불어 신흥 관광객 수요를 유치하기 위한 적극적이고 차별화된 관광 및 지역 마케팅이 필요한 시점임

- 국내를 관광지로 선택하는 외국인 관광객 또한, 계속 증가하는 추세이고 한류 문화 등의 영향으로 동남아, 중동 권역 등 신흥 관광객의 수도 증가하고 있으므로 이에 대응할 수 있는 차별화된 관광자원 홍보 및 지역 마케팅이 필요한 시점이라고 할 수 있음

(2) 아울러 관광객의 연령 또한 다변화되고 있으며 가족 단위의 관광객 또한 증가하고 있으므로 이에 대비한 관광인프라의 구축 필요

- 관광객의 국적과 연령이 다변화하기 때문에 해당 관광객의 특성에 맞는 맞춤형 관광프로그램의 개발과 체류형 관광이 가능하도록 하는 기반시설에 대한 확충, 시설 개선 등의 노력이 필요할 수 있음
- 그러므로, 이처럼 변화하는 글로벌 관광 동향 및 관광객의 특성을 신속히 파악하고 민간과 협력하면서 관광인프라를 개선해 나갈 수 있는 적극적인 관광 거버넌스의 역할이 더욱 중요해지는 시점이라 할 수 있음

3) 관광자원과 스토리텔링이 결합 된 관광콘텐츠 개발

(1) 관광자원을 단순히 구경만 하는 관광 시대의 종말

- 전 세계적으로 기존에 알려진 관광지를 단순히 돌아보는 방식의 관광 시대는 점차 종말을 고하고 있으며 숨겨진 관광지 및 관광과 스토리텔링이 결합한 관광콘텐츠가 새롭게 주목받고 있음

- 기존에 존재하고 관광자원 또한 이와 연관된 역사와 문화 등을 하나의 스토리 안에서 체험하고 파악할 수 있는 형태의 관광프로그램이 전 세계적으로 개발되고 있으며 이러한 새로운 관광 트렌드를 고려한 관광자원 인프라 개선 작업이 가속화되고 있음
- 정보기기의 혁명을 통해 관광자원에 대한 정보검색을 누구나 할 수 있게 됨에 따라 관광객들이 기본적인 정보는 다 파악한 상황에서 관광지를 방문하고 있으며 스스로 관광지 내에서 음식, 풍속 등을 체험할 수 있는 관광지를 선호하고 있는 경향이 뚜렷해지고 있음

4) 트레블 테크 활용 기반구축

(1) 정보기기를 활용한 관광 및 여행상품의 선택은 이미 대세임

- 오프라인 여행사를 통한 관광상품의 선택과 예약의 시대는 이미 끝나 가고있으며, 정보기기를 활용한 온라인 여행사(OTA)를 통한 상품예약 및 고객의 선호도를 반영한 숙소 예약 등이 일반화되고 있음

(2) ICT 및 4차산업혁명을 통한 관광상품의 선택 경로 및 관광 정보의 습득 행태는 향후 더욱더 가속화될 것임

- 스마트폰을 활용하여 관광 정보를 얻는 그것뿐만 아니고, 관광지 인프라 자체가 정보기기와 반응을 하면서 실시간으로 관광 정보를 주고받으며, 가상현실 관광 체험을 통한 사전 정보 분석 등 ICT 기반의 관광인프라 기반이 지속해서 확대될 것으로 예측됨

(3) 트레블 기술 기반에 가장 최적화된 콘텐츠를 개발하고 각 지역의 특색에 맞는 ICT 관광플랫폼 구축을 통한 편의 제공을 통해 관광지로서의 매력도를 증가시키고자 하는 노력이 가속화되고 있음

5) 관광 거버넌스의 역할 강화를 통한 종합플랫폼의 구축 필요

(1) OECD 주요국들이나 중국, 동남아 국가들도 국가마다 관광 거버넌스를 통한 관광 행정 및 정책의 변화를 주도하고 있음

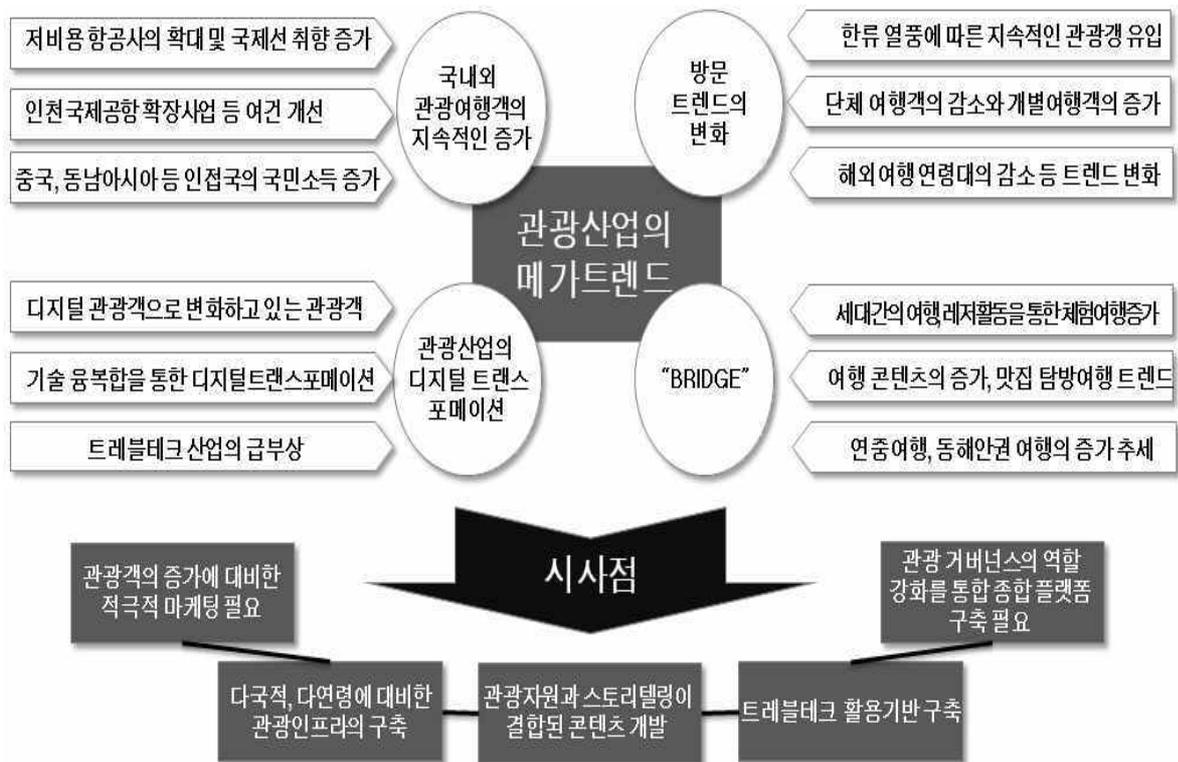
- 주요 선진국들은 일찍부터 해당 지역별, 지역 정부별로 관광 거버넌스 체계를 구축하여 지역 관광자원을 효율적으로 관리하고 대외마케팅을 강화하면서 관광 거버넌스의 전문역량을 높여가고 있음

○ 신흥 개발도상국들도 상대적으로 저렴한 관광비용과 오염되지 않은 자연환경을 바탕으로 관광 거버넌스를 중심으로 한 관광객 유치전략을 추진하고 있음

(2) 국가별, 지역별 관광 활성화를 위한 종합지원 플랫폼 역할의 중요성이 계속하여 높아지고 있음

○ 국가 단위나 중앙정부 차원의 관광 활성화를 위한 정책 집행역할은 점차 축소되어 가고 있으며 지방정부나 지역 스스로 관광객 유치 노력의 중요성이 갈수록 증대되고 있음

○ 지역에 산재해 있는 관광자원의 효율적 관리와 지역 특성에 맞는 개발을 위해 지역 관광을 체계적으로 육성하는 지역 정부와 지역 관광 전담기관이 함께하는 관광플랫폼 구축을 통한 관광 진흥계획 수립 및 추진이 일반화되고 있음



<그림 5-13> 관광산업의 메가트렌드와 시사점 요약

제2절 주요 관광정책 현황

가. 현 정부의 관광 진흥정책

1) 관광 진흥 기본계획

- (1) 2017년 12월에 문화체육관광부를 비롯한 관계부처 합동으로 ‘쉽표가 있는 삶, 사람이 있는 관광’을 주제로 한 관광 진흥계획을 발표



<그림 5-14> 관광 진흥 기본계획 비전 및 추진전략

(2) 세부 과제별 핵심요약

- 생애주기별, 계층별 관광 지원 : 생애주기별 선호, 관광패턴 등을 고려한 수요자 지향형 정책 추진
 - 생애주기별 관광 지원체계 구축
 - 관광교통 패스 도입 : 경제적 부담 없이 대중교통을 이용하여 편리하게 국내여행을 떠날 수 있도록 관광지 할인이 포함된 교통 패스 지원
- 무장애 관광을 통해 누구나 여행을 즐길 수 있는 환경조성
 - 취약계층 관광 지원 : 장애인·임산부·고령층이 제약 없이 여행할 수 있도록 열린 관광지 조성 및 무장애 여행 추천 코스 확대
 - 장애물 없는 관광환경 인증 및 평가제를 도입하여 장애인이 정당한 관광 편의를 받을 수 있도록 제도개선
- 휴가 활성화 및 여행자 보호 : 휴식 있는 문화 조성으로 관광의 생활화
 - 휴일, 휴가제도 개선 및 사용 유도 : 연차휴가 사용문화를 정착하고, 대체공 휴일 확대방안 검토 추진
 - 가족휴가 활성화 기반 조성 : 가족 단위 체류형 휴가를 위해 해남 오시아노 관광단지 내 국민 휴양형 펜션단지 조성 타당성 검토
 - 국내 관광 활성화 캠페인 추진 : 한가위 여행주간을 정례화('17년 시범사업)하여 여름철에 집중된 여행 수요를 분산하고, 명절·연휴를 활용한 국내 여행 촉진
- 국내외 여행자 보호 강화 : 합리적인 관광상품 선택을 위한 정보제공 및 여행 안전성 제고
- 지역 관광역량 및 기반 강화 : 지역 관광 발전이 지역사회의 발전으로 환원될 수 있도록 유도
 - 지역 주도형 관광산업 생태계 조성 : 주민참여형 사업체인 관광두레 활성화 및 특정 지역 내 또는 지역 간 연계된 조직을 통해 민·관·산·학 공동 지역 주도형 관광사업(상품 개발, 홍보 등) 추진 지원
 - 지역 권역별 협의체 활성화 : 3대 문화권, 중부내륙권, 서부내륙권 등 권역별진흥사업 추진 협의체 구성, 관광자원 활용도 제고 및 연계성 강화
 - 지역 관광 품질향상 : 다양한 숙박경험을 제공하기 위한 공유민박업 법적 근거 마련, 캠핑 시설 안전기준 마련, 한옥체험업 제도 정비 등 추진, 민박업 통합관리시스템 구축
 - 수요자 중심의 안내체계 개선 : 내·외국인, 장애인, 노약자 등 여행자 누구나 쉽게 이해할 수 있는 '읽기 쉬운 관광 안내체계' 구축

- 지역 관광서비스 품질개선 : ‘관광품질인증제’를 도입하여 지역의 숙박, 쇼핑 등 관광 서비스품질 체계화 및 관광협회, 협·단체 등 민간 주도로 가격 정찰제 시행캠페인을 벌이고, 지역 관광 접점 친절교육 강화
- 교통연계망 구축 : 주요 철도역 중심, 렌터카, 카셰어링, 시티투어 픽업 존등을 설치하여, “역사 ↔ 숙박·관광지” 이동 편의 제고(국토부, `18년~) 및 수도권-지역, 지역 간 관광지를 연결하는 지역연계 셔틀버스 운영 확대
- 대중교통 이용 편의 제고 : 집에서 자유롭게 여행할 수 있도록 짐 보관·운송 서비스 확산 유도, 외국인 대중교통 예매 시스템 및 열차승차권, 렌터카, 숙박, 주요관광 입장권을 통합 예약할 수 있는 시스템(원티켓 올 패스(가칭) 구축(국토부), 지역형 ‘코리아 투어카드’ 출시, 해당 지역 관광 관련 할인 혜택 제공
- 대중교통 관광 활성화 : 항공-철도 연계 발권 시스템 구축(국토부)을 통해 항공-철도-관광 연계상품 개발, 내·외국인의 지역 관광 활성화 유도, 공항.기차역.터미널 등 관광객 이용 주요 교통거점을 관광명소로 육성하고, 도보 관광지 중심 관광상품 개발

○ 지역특화 콘텐츠 발굴

- 체계적 지역 관광자원 육성 : 광역권 관광 개발 계획의 차질 없는 마무리 및 지역의 체계적 개발을 위한 광역개발 추진, 3~4개 지자체를 연계한 핵심 관광지 대상, 권역 연계상품 개발, 역량 있는 지역의 핵심도시를 수준 높은 관광서비스 인프라 + 고유의 지역성을 갖춘 ‘관광전략 거점도시’로 집중 육성
- 문화적 지역 재생을 통해 도심 관광 및 지역경제 활성화 지원 : 노후 관광시설 등에 문화예술·디자인·최신 IT 기술 등 문화콘텐츠를 접목하여 새롭게 재생, 지역 고유의 문화적 자산을 활용하여 도시 및 지역 자체가 고유 브랜드로 발전할 수 있도록 문화도시, 문화마을 조성, 문화유산을 원천자원으로 활용하여 문화유산관광 기반시설 확충, 지역 내 유희시설인 폐교, 빈집, 폐산업시설 등을 역사성과 이야기를 지닌 매력 있는 관광자원으로 재개발 등 추진
- 숨은 관광지 발굴 및 개방 : 잘 알려지지 않은 국내 여행지 등 새로운 국내 관광명소 발굴, 보존 등을 이유로 개방하지 않는 유적지(창덕궁 인정전, 파주 장릉 등), 공공시설, 자연공원 등 특별 개방
- 세계적 문화관광축제 육성 : 우리나라를 대표하는 문화관광축제를 선별, 집중지원(인력양성, 관광자원 개발 등) 하여 ‘세계적인 축제’로 육성
- 테마별 관광콘텐츠 발굴 : 대학로 공연 페스티벌 등 한국 대표 공연 관광거점을 육성하고 뮤지컬 등 공연 관광 장르 다양화, 미술관, 도서관, 공연장 등 생활 밀착형 문화공간을 전시·공연 관람 등을 연계한 고부가가치 관광자원으로 활용, 문화유산 활용 프로그램의 관광 자원화 등 추진
- 농촌 관광 활성화를 통해 도농 균형발전 도모 : 농촌 특화 음식·숙박·체험 연계 콘텐츠 개발 지원,
- 어촌마을 역량 강화 : 10대 어촌테마마을 조성(`18년, 3개소), 어촌체험 마을 기반 시설을 확충(5개소, 10억 원)하고, 등급제(`18년)를 통한 관광 만족도 제고 추진

- 산림관광 생태계 조성 : 산림관광 10대 명소를 선정하고, 컨설팅* 등을 통해 비즈니스모델 정립('20년), '산림관광스토리북' 개발 및 원스톱 통합예약 시스템 구축('19~'22년)
- 해양관광 활성화 기반 조성 : 「수중레저기본계획」('18년~)과 수중생태 조성·관리방안('20년~)을 마련하고, 해중 경관지구 지정기준 마련 및 시범지구 지정·관리('18년~)를 추진, 해양관광 주간을 신설('18년~)하고, 해수욕장 규제개선, 해안누리길(53개 노선) 정비·지원을 통해 연안 지역 해양관광 활성화모색

○ 방한 시장 전략적 다변화

- 특정 국가 의존도를 낮추기 위한 새로운 시장전략 수립
- 전략적 해외 광고 및 계기별 교류 행사 추진 : 시장별 선호를 반영한 테마별영상 제작 및 디지털 매체 활용확대 및 지역별 광고 시기 다양화
- 비자 제도개선 : 방한 관광객의 비자발급 편의 제고를 위한 지역, 국가별 맞춤형 제도개선 추진 및 비자 제도 완화에 따른 부작용 개선방안 마련
- 출입국심사 간소화 : 자동 출입국심사대 확대 및 자동출입국심사대 상호이용 국가 확대를 통한 외국인 관광객의 출입국심사 절차 간소화
- 방한 중국 단체 관광시장 대상 엄격한 관리제도 시행 : 한중 관광교류 재개 및 한국 관광 집중 홍보 등을 통해 시장 안정화 추진
- 개별여행객 유치 및 고품질 단체상품 개발, 지원 : 다양한 일정, 선호를 반영한 맞춤형 관광코스와 특수목적 관광상품 등을 확충하고 온라인 홍보
- 동북아 관광 활성화로 신시장 창출 : 한·중·일 관광 장관회의 등에서 논의를 통해 단일 관광권역으로서의 역외 이미지 제고 및 역내 관광 활성화 도모
- 전략적 다자협력 및 한국형 관광 개발 협력 모델 추진 : 국제기구 등 주체별특화 분야 협력을 통해 선진국과의 협력 채널로 적극 활용, 세계 관광시장에서 한국 관광 위상 제고

○ 방한 시장 고부가가치, 고품격화

- 한류 연계 관광상품 개발 : 한류스타와 협업, 스타가 추천하는 국내 여행지, 한국 음식, 문화체험 등을 발굴·홍보하여 FIT 한류 팬 방한 관광 확산
- MICE 산업 유치 다양화 및 지원확대 : 숙박·쇼핑·공연 등 연관산업 집적을 위한 국제회의 복합지구·집적시설 지정 및 지원확대
- 외국인 환자 유치확대 및 의료관광 신뢰도 제고 : 현지 네트워크 구축 및 정부 간 의료 교류 확대를 통한 유치 채널 다양화 및 성형 외 다양한 진료과별 의료관광 발굴 및 관광 참여기회 확대
- 특색 있는 웰니스 관광콘텐츠 개발 : 한국형 '웰니스관광' 콘텐츠 확대('17년 25선 → '20년 50선) 및 지역 '웰니스관광 클러스터' 선정·육성('18년~)

- 크루즈 관광 고부가화 및 국적 크루즈 취항기반 조성 : 주요 기항지별 핵심 테마연계 프로그램 지원, Fly&Cruise 관광객 유치확대 및 크루즈 관광 체험단 운영, 국내 모항(준모항) 출항 크루즈 유치 등 수요확대, 크루즈 부두('17. 9 → '20년 13선석), 여객터미널('17. 5 → '19년 7개소) 등 인프라 확충
- 마리나 산업육성 및 수요확대 : 제2차 마리나항만 기본계획(~'20년)을 통한 중장기 산업육성정책 수립
- 고급 관광시장 신규 육성 : 부유층 관광객 선호를 반영한 한국만의 희소성있는 관광 콘텐츠(전통문화, 지역 명인, 문화재, 전통음식, 전통주 등) 발굴 및 업계 간 교류 체계 구축

○ 관광산업 혁신 생태계 구축

- 공공 민간 역할체계 수립 및 협업 강화 : 관광시장 내 민간에 의한 사업모델형성 가능성과 성숙도를 고려한 역할 명확화 및 협업체계 구축
- 관광기업 발굴 및 지원 : 4차산업혁명 핵심기술 접목, 타 산업 융합 등을 통해 미래형 신 관광상품·서비스를 제공하는 기업 발굴·역량 강화(~'22년, 800개) 및 '관광벤처 보육센터'를 통해 관광 분야 중소·벤처기업 대상 인큐베이팅 공간 조성 및 맞춤형 지원 서비스 제공
- 금융지원 및 인력양성강화, 공정한 관광산업 환경기반 조성 : 관광산업 육성펀드 조성 및 크라우드펀딩 지원강화, 공정거래 사례조사, 표준계약서 제작 등 공정거래 기반 조성 추진
- 관광 정보 측정 고도화를 위한 통계 개선 및 빅데이터 관광통계 활용
- 관광콘텐츠 기업지원 기반 조성 : 개별여행객 증가, 생애주기별 여행 등 관광수요 확대·다변화에 부응하는 관광콘텐츠 기업 특화 지원
- 관광플랫폼 활성화 : IT를 기반으로 관광상품·서비스 등의 정보를 매개하는 관광사업체 지원, 관광 정보 집약·유통 활성화
- 스마트관광 활성화 : 관광지 중심 무료 공공 와이파이 존 확대 설치 및 스마트 투어 가이드 서비스 콘텐츠 확충 및 활용 제고

○ 관광산업 규제개선 및 성장 지원

- 관광호텔 부가세 환급제도 개선 및 외국인력 고용 특례업종 편입검토
- 관광기금 용자제도 개선 및 관광지, 관광 단지 개발절차 개선, 관광특구 실효성 제고 정책 추진
- 승합차 운송서비스, 공유민박업 도입, 지역 상생 관광 활성화 규제 발굴 및 개선 추진

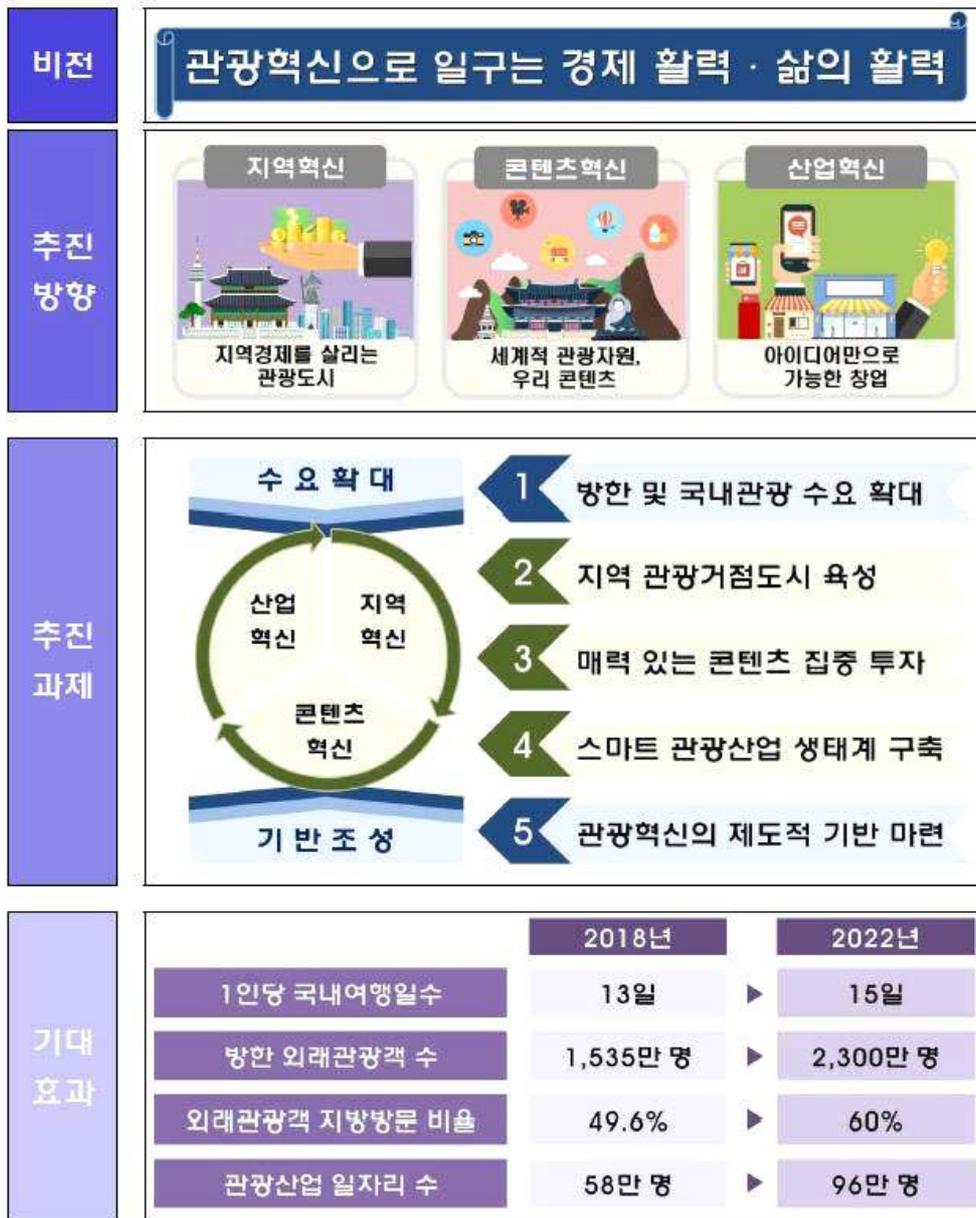
○ 미래를 위한 법, 제도 정비

- 관광기본법을 관광진흥기본법으로 진흥기능을 추가하는 방향으로 확대하고 관광사업, 관광 개발에 관한 관광 법제 개편 작업 추진 및 관광숙박 진흥법 제정 추진

- 국가관광전략회의, 지자체 협력시스템, 민관 상시 소통 채널 구축 등 관광 진흥 협력체계 구축

2) 관광 혁신전략

- (1) 현 정부는 기존의 관광 진흥계획에 더하여 2019년 4월에 관계부처 합동으로 대한민국 관광 혁신전략을 추가로 발표



<그림 5-15> 관광 혁신전략 비전 및 추진과제

(2) 세부 추진과제 요약

○ 방한 및 국내 관광수요 확대

- 비자 제도 완화 등 출입국 편의 제고 : 중국, 동남아, 인도 등 최근 증가하고 있는 국가들에 대한 비자서류 간소화 제도 홍보 강화 및 단체 관광객에 대한 온라인 사이트 비자신청 발급 체계 구축 등 추진
- 중국·일본·중화권 시장 안정적 관리 : 중국, 일본, 대만, 홍콩 등 전통적으로 방문객 수요가 많은 국가에 대한 개별관광객 대상 홍보, 마케팅 추진 및 다양한 방한 수요 창출, 신한류 연계상품 개발 홍보 추진
- 신남방정책 연계 아세안, 인도 대상 특별 마케팅 : 한-아세안 특별 정상회의('19.11월/한국) 계기 K-POP 콘서트 개최, 민간 한류 이벤트 연계 신 남방국가 '한국문화관광대전' 개최 및 현지 대규모 국제관광박람회 참가 및 방한 만족도 향상 및 국가 이미지 제고를 위한 국가 맞춤형 '환대 주간' 운영
- 방한 관광 해외 광고 전략적 송출 : 방한 관광 친밀도 증대를 위해 현지인/현지어를 사용한 맞춤형 광고 신규 제작 및 송출 확대 및 중, 일, 신 남방국가 등 국가별 선호 미디어 분석을 통해 소셜 미디어 콘텐츠(유튜브, SNS 등), TV 프로그램 (다큐, 여행, 미식 등) 제작·송출
- 생애주기별, 계층별 여행 지원 : 청소년, 청년, 근로자, 고령자 등 생애주기별로 관광 아이디어 발굴, 근로자 휴가지원 사업확대, 고령자의 국내 여행 활성화를 위한 프로그램 개발 및 지원
- 국내 여행 활성화 추진 : 여행주간 설정, 휴가문화 개선 등을 통해 국내 여행 분위기를 조성하고 매일 '추천 가 볼 만한 곳'을 선정하고, 계절별로 생애주기별 관심 여행콘텐츠를 소개하는 등 여행 정보제공 강화

○ 지역 관광 거점도시 육성

- 국제 관광 도시 육성 : 서울, 제주 외 글로벌 접근성 및 관광인프라 등 세계적 관광 도시로의 잠재력을 보유한 광역시를 '글로벌 관광 도시'로 육성하여 글로벌 관광의 새로운 목적지로 급부상할 수 있도록 전략적·집중적 홍보·마케팅 및 도시 브랜드관리 지원

<표 5-1> 국제 관광 도시 지원 내용 예시

지원 분야	세부 사항(예시)
글로벌 관광환경 정비	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 외국인 관광객들을 위한 ICT 활용 환경정비, 스마트폰·태블릿PC 활용 다국어 음성통역, 빅데이터 활용 맞춤형 정보제공 및 안내 서비스 ▶ 항공·크루즈 노선 확충, 도시형 공유민박 시범 도입 등 규제 완화
홍보·마케팅 및 브랜딩 지원	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 국제관광 도시 브랜드 확립 및 판촉 대상별 집중마케팅 (국제회의, 의료, 크루즈 등) ▶ 홍보마케팅 네트워킹 구축 및 지원(글로벌 기업 및 재외공관 홍보 항공노선 협력 마케팅 등), 방송·콘텐츠·문화프로그램 활용 도시문화 홍보

- 관광 거점도시 육성 : 일정 수준의 인프라와 매력을 갖춘 도시를 선정하여 인프라·콘텐츠·마케팅 종합지원을 통해 지역 관광 허브로 육성

<표 5-2> 관광 거점도시 지원 내용 예시

지원 분야	세부 사항(예시)
지역 관광 허브 거버넌스 구축	▶ 한국형 DMO(지역관광추진조직) 육성, 지역관광협업지원센터 구축 지원 ▶ 도시별 특화산업과 연계한 관광산업 생태계 구축 지원(지역관광 산관학 연계)
지역관광 거점기능 강화 (관광인프라)	▶ 교통) 국제선 노선 확충 모객 지원, 거점도시 내 관광교통 연계망 구축 ▶ 숙박) 거점도시 숙박시설 리모델링(관광호텔 시설 개보수 등) ▶ 안내) 스마트관광안내소, Wifi 환경 개선 쇼핑, 모바일 결제 시스템 구축
도시관광 콘텐츠 발굴	▶ 거점도시 기반 체류형 관광코스 발굴(교통, 숙박, 맛집, 기념품 연계) ▶ 지역공동체 사업 지원, 거점도시 기반 여행사 연계 지역 한정 여행상품 발굴
홍보·마케팅 및 규제완화	▶ 관광거점 도시 브랜드 구축, 빅데이터 분석 기반 마케팅 수립 ▶ 거점도시 면세지구 및 특산품 면세품목 지정, 공유서비스 시범 적용

- 체류형 여행지 육성 : 고유의 매력을 갖고 있으나 노후화된 관광지를 트렌드에 맞게 재생, 지역의 경쟁력 있는 콘텐츠와 연계한 체류형 여행지 조성
- 지역 혁신을 위한 관광 추진체계 구축 : 관광·문화예술·도시개발·교통·ICT 분야 현장전문가 중심 「(가칭)관광 거점도시 추진위원회」를 구성, 글로벌 관광 도시 및 관광 거점도시 선정 및 협업과제 발굴·지원 기구 역할 부여 및 지역의 특성에 맞는 다양한 사업을 주도적으로 기획·수행할 '한국형 DMO23' 구성, 관광거점 도시 등 해당 지역의 관광 확대를 실질적으로 견인
- 산림, 생태 관광 활성화 추진 : 호수, 습지, 숲 등 특색있는 생태자원과 지역의 역사·문화·이야기를 접목한 체험 관광상품 개발·홍보 지원 및 낙후된 국립공원 주변 재생을 통해 숲 생태야영, 별 관측 마을 등 친환경 체류시설 조성 및 저지대 탐방 콘텐츠 확충
- 지역 체험·체류형 관광프로그램 확충 : 지역 내 관광자원(음식·숙박·농어업 체험 등)을 활용하여 향토색을 반영한 체류형 농·어촌여행 프로그램 개발 및 지역에 장기간 체류(한 달 살기 등) 하며 현지인과 교류하는 체류형생활 관광상품 및 일상의 친근한 소재(중고서점, 3대 맛집 등)를 스토리로 엮은 이야기 생활 여행콘텐츠 발굴
- 스마트 교통 인프라 확충을 통한 지역 스마트 관광환경 조성 : 관광객 관점에서 최적 이동 경로 도출, 다양한 교통수단(버스, 철도, 항공 등) 스케줄 조회, 예약·결제 원스톱 지원 및 코리아 투어카드24) 보급 확대 및 시외·고속버스 예약·결제 시, 해외카드 사용 확대, 간편결제 도입 추진 등
- 스마트 쇼핑·안내 플랫폼 구축 : 외래관광객 모바일 간편결제 사용 편의 제고를 위해 중국 알리페이, 위챗페이와 제로페이와의 제휴 추진 검토 및 쇼핑 컨시어지 모바일 서비스, 핸드프리 서비스 확충, 실시간 문자 채팅을 통해 개별관광객 맞춤형 관광코스, 상품정보를 제공하는 관광 안내 서비스 시스템구축, 위치기반 지도서비스, 주변 관광 정보, 관광 안내, 예약 서비스 등을 제공하는 스마트헬프데스크 확충

○ 매력 있는 콘텐츠 집중 투자

- 한류 대표상품인 K-POP 관광 확대 : K-pop 테마 상품 (콘서트, 팬 미팅, 시상식 등) 개발 및 'K-pop 콘서트*, 체험-숙박-교통' 패키지 상품 개발로 한류 관광 확대, K-pop 페스티벌' 연 2회 상설화('19.10월 시범), K-pop 월드 페스티벌 개최, 광주세계수영선수권대회 등 주요계기 활용 K-pop 콘서트 개최지연
- e스포츠 관광 활성화로 신수요 창출 : e스포츠 상설경기장 신설('20년 3개소, ~'22년까지 5개소) 및 경기장 주변 시설 복합문화 콘텐츠 시설화(팝스토어, e스포츠 스트리밍센터) 및 경기확대, 관련 상품 개발 추진
- 코리아 브로드웨이 조성 : 대학로 차 없는 거리와 연계된 거리공연 확대(연3회), 공연공간 마련 및 외국인 관광객 대상 공연안내 제공 등 해외역 공연테마 역사화 추진 등 대학로 공연 거점화
- 한류스타 연계 관광상품 개발 : BTS 등 한류스타와 관계있는 뮤직비디오·앨범 재킷·영화 촬영지 및 식당·카페 등 관광코스 개발 및 연계상품화 및 현지 온라인 여행사(OTA)를 통한 한류 테마 관광상품 판매, 온·오프라인 매체(트위터, 웨이보) 활용 한류 관광목적지 제공
- DMZ 안보관광을 평화·문화·역사 관광으로 전환 : 국민이 직접 DMZ 걷기를 체험할 수 있도록 민통선 이북지역 일부와 철거 감시초소(GP)를 잇는 평화의 길 조성, DMZ 내로 운행하는 평화관광 테마열차(DMZ train) 경의선(서울역-도라산역) 시범 사업을 상반기에 추진, 판문점 출입절차 완화를 통해 정상회담 장소인 자유의 집, 도보다리 등의 관광코스화, DMZ뮤직 페스티벌, 국제 다큐영화제 등 문화예술행사 개최
- DMZ 관광자원 및 인프라 확충 : 접경지역 지자체 거점센터 설치 (게스트하우스, 카페 등), 교통망, 편의시설 확충 등 관광객 수용 인프라 개선, DMZ 권역별 특성을 살린 전략적인 DMZ 관광거점 육성, 군 유희시설 관광 자원화
- 해양관광 권역별 특성화 추진 : 해역별 특성에 따라 7대 권역을 설정하고, 권역별로 잠재력이 높은 지역을 해양레저관광 거점으로 개발, 우수한 해양치유 자원을 활용하여 건강관리와 휴양서비스를 동시에 제공하여 사계절 해양관광 거점 조성, 해양레저관광 거점, 어촌뉴딜 사업지, 거점 마리나, 해양치유 시설 등 주요관광거점을 연결하는 전국 일주 바닷길 개발
- 크루즈 관광 활성화 : 일본, 대만 및 유럽 주요시장인 독일* 등 다양한 국가의 방한 크루즈 유치확대, 일본과 러시아 뿐 아니라 대만, 홍콩 등 다양한 항로의 크루즈 관광이 가능하도록 국내 모항 운항 확대
- 섬 관광 활성화 추진 : 접안·안전시설 등 인프라 개선, 준공영제·바다로 등 운항 지원, 마리나 이용 등 이동수단 다양화로 섬 접근성 개선, 섬별 테마 선정 및 기초시설 조성 지원, 특화 관광상품 개발, 유무인도 섬 연계 등 추진
- 세계문화유산의 관광 자원화 : 유네스코 등재 10주년 기념행사 개최('19.6월) 및 장기 체류 및 테마 관광이 가능한 조선왕릉 둘레길 조성 추진 및 대표 문화유산축제인 '궁중문화축전' 확대 개최, 유네스코 세계문화 및 기록유산 등을 활용한 관광콘텐츠 개발로 세계유산 향유기회 확대

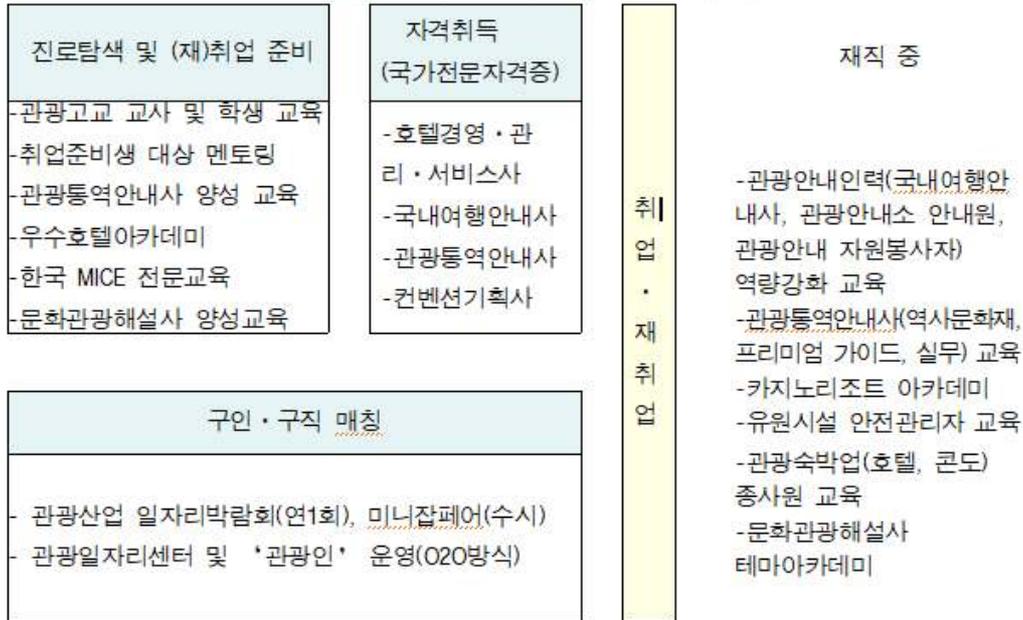
- 지역 문화유산 관광 자원화 및 콘텐츠 활용확대 : 지역 역사문화유산의 회복 및 보존·활용을 통해 교육·전시·체험 등 특화 공간 조성, 지역의 특색 있는 역사문화자원 활용, 문화재 야간개방, 공연, 전시, 체험 행사인 ‘문화재야행’ 확대, 외국인 전문 템플스테이 확대 및 세계문화유산 등재 사찰 외국인 주간 운영, 지역 문화자원과 템플스테이 연계 코스 발굴
- 의료관광 권역별 맞춤형 홍보·마케팅 확대 : 한국 의료웰니스 관광대전 개최, 은행 VIP 고객 등 현지 부유층, 고소득층 초청 및 별도 상담 추진, 중증질환 분야 국비 환자 유치확대 및 의료인 간 학술, 기술교류 등 협력 강화를 통한 의료관광객 송출 채널 확보
- 의료관광 신규시장 창출 : 현지 의료관광 전문 에이전시 발굴을 통한 고소득의료관광객 국내 송출 확대, 의료관광-웰니스관광 결합 상품(미용→스파, 검진→한방 체험 등)* 개발 등 연계 강화를 통한 신시장 창출, 의료목적만으로 입국한 외국인 환자·동반자 대상 관광프로그램 전국 시행, 의료관광안내센터안내기능 강화를 통한 일반관광객을 의료관광객으로 전환
- 의료관광 관련 부처 간 협업 강화 및 지역 의료관광 육성 : 문체부-복지부간 의료관광 협의체 운영(반기별)을 통한 정책효과 제고 및 홍보·마케팅 분업화, 협업과제 지속 발굴, 지역의 특색 있는 관광자원과 우수한 의료·웰니스시설 및 서비스 간 연계 강화를 통해 지역 산업육성

○ 스마트 관광산업 생태계 구축

- 관광 스타트업 기업 발굴 : 융복합 관광기업 창업 활성화 및 예비창업자, 창업도약, 재도전 프로그램을 통하여 성장단계별 맞춤 지원 및 사업화 자금 확대로 관광벤처 자생력 강화, 창업·경영 전문가 양성과정을 신설하여 관광창업 활성화 지원
- 강소형 관광기업 집중 육성 : 민간 엑셀러레이터를 활용, 선발부터 보육, 육성, 투자유치까지 민간 주도형 상장지원, 잠재력을 갖춘 우수 관광기업을 선정, 해외 진출 및 사업 다각화, 홍보마케팅 등 집중지원으로 글로벌 기업으로 성장 지원
- 관광산업에 대한 제조업 수준의 금융지원 확대 : 담보력이 취약한 소규모 관광사업체가 신용보증을 통해 관광기금 용자가 가능하도록 지원, 시설, 운영자금 위주 용자에서 산업자금 등 프로젝트 단위 용자 신설 및 소규모 관광업체 용자조건 개선, 관광기업 육성 펀드 확대 등 추진
- 관광산업 R&D적용 확대 : 서비스 및 콘텐츠 등 소프트웨어 개발 지원 위주에서 시설·장비 등 하드웨어 연관 기술 연구개발까지 관광 R&D 범위 확대, 레저산업을 서비스 R&D의 전략적 지원 분야로 지정하여 서비스 혁신 및 비즈니스모델 창출을 중점지원
- 맞춤형 관광 인력양성 : 맞춤형 교육 추진 통한 현장밀착형 전문인력 양성, 4차산업혁명 대비 예비인력 육성, 직업훈련 확대, 신규직종 육성 및 교육 기관 양성 추진
- 관광기업지원 기반 조성 : 관광기업 지원센터를 통해 맞춤형 컨설팅, 네트워킹, 입주공간 등을 종합적으로 제공, 기업 애로사항 해소, 성장단계별(초기-성장-선도) 관광기업 지원, 기업 금융지원·투자 활성화, 융복합 관광산업 발굴·육성 등 기업 직접 지원기능 확충

○ 관광 혁신의 제도적 기반 마련

- 관광산업 지원범위 확대 : ‘사업’ 중심의 진흥체계를 ‘산업’ 중심의 진흥체계로 전환하고 ‘관광산업’의 개념 및 범위를 규정



<그림 5-16> 취업단계 관광분야 인력 양성 정책 개요

<표 5-3> 관광산업의 범위에 대한 정의

<p>국제적으로 관광산업은 <주요 산출물이 관광의 특성을 지닌 생산활동(93SNA-국제기구 공동 기준)>, <주요 생산활동이 관광 특성활동인 모든 사업체의 산업 활동(TSA 기준)> 등으로 정의, 즉 관광객 또는 관광사업체와의 거래를 주목적으로 하는 모든 산업을 관광 산업으로 봄</p>
--

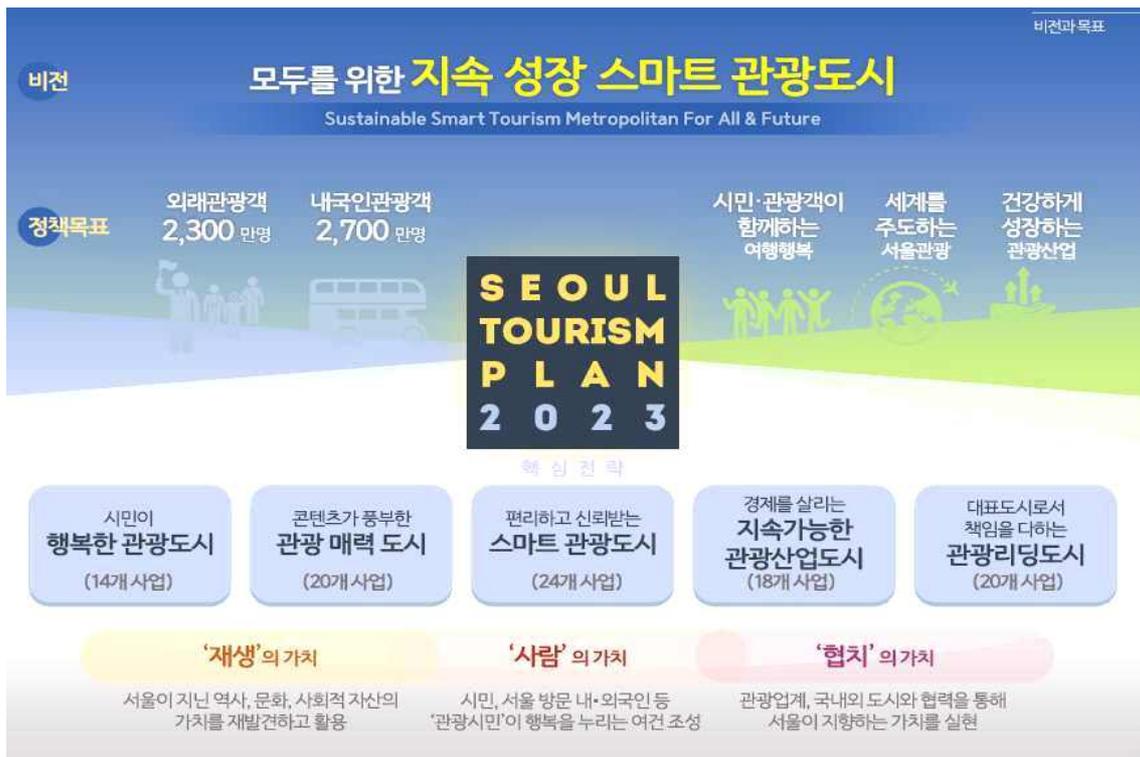
- 관광 신 업종 신설 : 관광진흥법에 규정되지 않은 관광 연관산업 지원을 위한 포괄적 네거티브 방식의 ‘관광 지원서비스업’ 신설, 외국인 개별관광객증가에 따라 1인이나 소규모 통역 및 관광 안내가 가능하도록 신규 여행업(가칭 ‘관광안내업’) 신설, 전문 컨벤션 외 호텔·콘도 등 전문 회의 시설에 준하는 시설까지 포괄하는 ‘국제회의 일반시설업’ 신설
 - 기업·지자체 애로 해소 : 지역 관광 활성화 규제 발굴 및 개선, 관광(단)지 조성·관리에 관한 실태 파악 및 정책모델 발굴, 관광환경 변화에 따라 관광특구 지정요건 완화, 관리기능 강화(취소 권고, 평가 내실화), 지정 혜택 확대
- * 등 실효성 제고, 개별관광객 대상으로 다양한 맞춤형 서비스를 제공하는 여행업 창업을 활성화하기 위해 일반여행업 등록자본금 기준완화(1억원→5천만원)

- 관광산업 통계 정비 : 정확한 관광산업 규모와 경제적 파급효과 분석을 위해 전 세계적으로 활용 중인 관광 위성 계정 (UNWTO 권고사항)을 통한 산업규모 측정, 일반숙박업과 농어촌민박업 등 전체 숙박업을 대상으로 숙박 여행 통계조사 시행
- 공정한 거래 확산 : 미이스(MICE) 분야 공정거래 가이드라인 이행상황 모니터링 및 지역확산, 관광기업과 거래의 공정성 담보를 위한 '공정거래' 제도적 기반 마련 및 이를 기반으로 한 '공정기업' 육성정책 추진
- 지속 가능한 관광 생태계 조성 : 지나친 관광지화로 인한 지역 주민과 관광객 간의 갈등(오버투어리즘25) 해결을 위해 주민 정주권 보호를 위한 방안 ('특별관리지역' 지정 등)에 대한 법적 근거 마련('19년~), 주민주도형 사업체인 '관광두레' 발굴·육성을 통해 관광이 지역 소득으로 연결되는 지속 가능한 선순환 구조 확립 정책 추진

나. 주요 지방자치단체의 관광 진흥 정책 현황

1) 서울특별시

- (1) 2018년 9월 국내외 관광객 5천만 시대를 연다는 목표로 “모두를 위한 지속 성장 스마트 관광 도시”로의 청사진을 발표



<그림 5-17> 서울시의 관광진흥계획 개요

- (2) 서울시는 지난 2013년부터 ‘서울관광발전종합계획(2014~2018)’을 마련·추진한 결과 2014년 외래관광객이 1천만 명을 돌파했고, 2016년에는 역대 최고치인 1,345만 명까지 이르게 되었으며 3년 연속 ‘세계 3위 국제회의 개최도시’로 선정되는 성과를 거둠
- (3) 이런 성과를 바탕으로 서울시민 500 여명, 외래관광객 4천여 명, 375개 업체 관광업체 등의 현장의 의견을 반영하여 5대 전략 및 12개 핵심과제로 구성된 ‘서울관광중기발전계획’(2019~2023)을 수립하여 추진 중
- (4) 서울시의 추진전략별 세부 과제 요약

○ 시민들의 보편적 관광향유권 보장

- 주 52시간 근무제 시행에 맞춰 생활 관광 시대 기반을 구축하고, 신체적·경제적 제약 없이 누구나 누릴 수 있는 관광환경 법제화
- 서울형 여행 바우처 시행 : 한국관광공사가 중소기업 종사자를 대상으로 추진 중인 ‘근로자 휴가지원 사업’의 사각지대에 있는 비정규직 등 사회적약자를 지원하기 위한 취지로서 시행
- 관광 취약계층 지원 : 2023년까지 관광특구를 중심으로 관광 약자를 위한 편의시설(경사로·자동문 설치, 화장실 정비 등) 1,300개소를 확충·개선하고, 휠체어 탑승 리프트가 설치된 특장 버스 총 10대를 도입해 관광 약자들의 여행활동을 지원예정
- 일상 속 여행기회 확대를 위해 생애주기별(어린이, 청소년, 청·장년, 노년층등) 생활 관광프로그램을 새롭게 개발하고, 테마별·시기별 관광 정보를 제공하는 ‘온라인 서울관광 방송국’도 운영예정
- 여행 정보는 물론 날씨, 환율, 교통 등 개별여행에 꼭 필요한 정보를 맞춤형으로 안내·상담해주는 ‘서울 여행 지원센터’도 운영예정
- 서울 인기 관광지·쇼핑·공연 할인 기능을 갖춘 ‘서울시민 관광 할인 카드’도 개발·출시할 예정에 있음

○ 콘텐츠가 풍부한 관광 매력 도시 조성

- 해외도시와 차별화된 ‘서울 스타일’ 체험 관광콘텐츠, 골목길·도시재생 등 총 20개의 ‘서울 MVP(Must Visit Place) 코스’를 새롭게 개발하고 의료관광, 한류·공연 등 관광객의 지출액이 높은 고부가가치 융복합 관광산업도 확대·강화하는 정책 추진 예정
- ‘서울 스타일’ 체험 관광상품 : 익선동 골목길같이 서울의 일상을 체험할 수 있는 명소를 새롭게 발굴하고, 석양이 있는 야경명소같이 시공간이 결합된 관광콘텐츠도 상품화, 아울러, 서울미래유산, 오래가게, 계절별 축제 등 기존 보유 자원도 적극적으로 활용할 예정

- 서울 MVP(Must Visit Place) 코스 : 역사문화, 한류, 골목길, 서울성곽(한양도성), 시티투어, 도시재생 등 총 20개의 대표코스를 개발예정이며 특히, 마포문화비축기지, 돈의문 박물관 마을 등 도시재생 자원을 관광 상품화하기 위해 민간 콘텐츠 기업, 여행사 등과도 협력
- 아시아 최초로 교황청이 공식 승인한 서울 순례길(44.1km)을 비롯해 따릉이, 전통시장, 야간 투어 등 신규 도보 관광코스도 개발
- 융복합 관광상품 개발 : 대학로 공연 콘텐츠를 활용한 아트테인먼트 상품을 새롭게 개발하고, 웰니스(건강, 휴양, 힐링 등) 의료관광 상품 개발 지원
- 의료관광 활성화를 위한 조례제정도 추진하며 전통음식을 테마로 한 미식투어나 템플스테이 같은 고소비 형 관광상품 개발을 위한 민관네트워크를 구축하고, 럭셔리 관광객 유치를 위한 트래블 마트도 개최 추진
- 아울러, 세계 최고의 MICE 도시로 도약하기 위한 노력을 위해 핵심적으로 동남권 일대 MICE 클러스터(국제 교류 복합지구) 조성을 2025년 완료를 목표로 추진, 현재의 4배 이상 규모로 확대할 예정 (6만5,680㎡ → 약 27만이며 MICE 산업 종합지원센터'도 설치해 서울 소재 MICE 업체들에 대한 종합 컨설팅 등을 지원할 예정에 있음

○ 편리하고 신뢰받은 스마트 관광 도시 조성

- 4차산업혁명 기술을 접목한 관광서비스의 목적으로 상암DMC에는 OLED 미디어파사드, 홀로그램 전광판 같은 신기술이 집약된 스마트 엔터테인먼트 체험공간 오픈 예정
- 스마트관광 온·오프라인 통합플랫폼 : 온·오프라인 관광 빅데이터를 수집-가공-분석해 실시간 정보를 제공하는 방식으로 예컨대, 여행 전에는 증강현실(AR)이나 가상현실(VR) 기술을 활용해 서울을 미리 체험해보고, 여행 중에는 사물인터넷(IoT) 기술로 위치기반 안내 서비스를 제공하며 여행 후 이들이 남긴 후기 등을 토대로 관광 정보를 수집·분석해 향후 관광정책에 반영하는 통합플랫폼 운영예정
- ICT 기반 체험형 관광프로그램 운영: 최근 인기 있는 방 탈출 게임의 배경을 서울의 주요 관광지로 옮겨온 것으로, 스마트폰으로 미션을 수행하면서 관광지의 매력을 체험할 수 있도록 기획될 예정
- 혼자서도 여행하기 편리하고 안전한 관광환경이 되도록 쇼핑, 음식, 교통, 숙박, 안내 등 모든 관광 접점에서 편의를 개선할 예정으로 현재 2개 관광특구(종로·청계, 잠실)에서 시행 중인 '가격표시제'를 6개 전체 특구에서 의무화할 계획임
- 관광안내소의 기능을 개편해 단순 관광 안내를 넘어서 환전, 짐 보관 같은 맞춤형 서비스를 제공하고 잠시 쉬어갈 수 있는 편의시설기능으로 개선예정

○ 경제를 살리는 지속 가능한 관광 산업도시 조성

- 서울관광의 지속 가능한 성장을 위해 관광산업 생태계 혁신의 목적으로 '서울관광 R&D 지원센터'를 설립하고 산학 협력을 기반으로 기업의 문제 해결형 연구개발을 지원할 예정

- 관광 분야 국내 최대 B2B 행사인 ‘서울국제트래블마트’는 국내·외 관광산업을 총망라한 ‘서울 관광산업 박람회’로 확대 개최하며, 전문가 양성 ‘서울관광 아카데미’를 운영하는 등 관광 전문인력 발굴·양성 추진 예정
- 서울 공정관광 지원센터 : 도심 및 일부 지역에 관광객이 집중되면서 발생하는 주민-관광객 간 갈등을 중재하는 역할 부여
- 서울 마을 관광 육성단 : 도시에 집중된 관광수요를 서울 전역으로 분산하고 지역 경제 활력으로 이어질 수 있도록 지역 기반형 관광콘텐츠 상품화 추진을 전담하며 25개 자치구별로 마을 관광상품을 개발·운영할 지역 관광 PD도 선발하여 운영할 예정임
- 전문인력 발굴·양성 : 관광통역안내사, 호텔리어 등 전문가를 양성하는 ‘서울관광 아카데미’를 운영하고 관광 관련 구인·구직정보를 종합제공하는 ‘서울관광인 웹사이트’도 새롭게 구축하여 운영예정

○ 대표도시로서 책임을 다하는 관광리딩 도시

- 대한민국의 수도이자 방한 관광객의 약 80%가 방문하는 대표 관광 도시로서 중심 역할을 확고히 하는 동시에, 세계 도시, 관광국제기구와 협력 네트워크를 강화해 글로벌 관광시장에서 서울의 영향력을 확대할 계획
- 아울러, ‘4.27 판문점 선언’을 기념하는 ‘2019년 평화관광 주간’을 운영하여 DMZ, 삼청각 등을 연계한 평화관광코스 체험을 비롯한 다양한 관광프로그램 운영예정
- 글로벌 관광협력 : 유엔 세계관광기구(UNWTO)와 ‘세계 관광 친화 도시협의체’(가칭) 창설을 주도하고 글로벌 평가기관과 공동으로 관광 친화 도시 평가지표를 개발해 ‘세계 100대 관광 도시’를 평가할 계획
- 중국 등 주요 방한 시장 현지에 ‘서울관광사무소’ 설치를 추진하고 국가 별로 차별화된 마케팅 전략을 추진할 예정
- 2020년 도쿄올림픽, 2022년 베이징 동계올림픽 등 이웃 도시의 국제적 이벤트를 계기로 한 협력도 강화
- 서울-지방 상생 관광 : 서울을 찾은 외래관광객의 발길이 지방으로 이어질수 있도록 서울과 지방 도시들이 참여하는 ‘광역관광협의체’(가칭)를 구성해 공동협력사업을 추진하며 지역 관광상품을 공동 마케팅하는 공간인 ‘광역관광센터’(가칭)도 서울 도시에 설치 추진할 계획

2) 부산광역시

- (1) 부산광역시는 2018년도 세계적인 여행잡지인 론리플리닛26이 선정한 “2018년도 아시아 최고 여행지 1위”, “UIA인증27) 국제회의개최도시 세계 7위 및 아시아 4위”달성등의 성과를 바탕으로 “모두가 행복한 유라시아 대표 관광마이스도시 부산”이라는 비전으로 2019년도 관광진흥계획을 발표



<그림 5-18> 부산광역시의 2019년도 관광 진흥계획 정책 비전 및 목표

(2) 위와 같은 비전에 따라 5개의 핵심전략 아래에 13개의 세부 추진 과제를 설정하여 추진중

○ 관광의 생활화 및 복지관광마이스 도시화 추진

- 시민 생활 관광기반구축 : 시민 관광기본권을 관광진흥조례 개정을 통하여 추진하고 사회취약계층을 위한 부산형 관광바우처 신설
- 누구나 누릴 수 있는 유니버설 관광환경 조성 : 장애인, 사회적 취약계층 등약자를 배려하는 “무장애 관광환경”을 조성하여 보편적 관광향유권을 보장하고, 누구나 찾고 즐길 수 있는 관광 도시 조성

○ 개별관광 활성화 인프라 조성

- 스마트 관광 안내 서비스 기반 확충 : 부산광역시와 부산관광공사의 관광홈페이지를 하나로 통합하는 관광 포털로 통합 개편하고, IC 기술이 융합된 스마트 관광서비스 제공 및 소셜 미디어 등을 활용한 온라인 홍보 강화
- 관광 접점에서의 관광객 편의 제공 : 관광 안내체계를 관광객 시점에서 개편하고 시티투어버스 서비스 개선, 관광트렌드에 따른 FIT28), SIT29) 대상 맞춤형 홍보물 제작, 관광현장점검단 운영을 통한 서비스 개선 추진
- ‘오감 만족’ 즐거운 부산여행 만들기: 도심 속 도보 관광 활성화, 체류형관광 육성을 위한 관광명소 육성, 역사콘텐츠 관광 자원화, 영화, 드라마를 통한 관광프로그램 개발, 해양레저관광 콘텐츠 특화상품개발, 낙동강 생태탐방선 운항 활성화 등을 추진

○ 관광 마이스 도시화 촉진

- 부산 관광 글로벌 마케팅 강화 : 국가별 관광객 유치전략 다변화, 중화권 및 일본인 관광객 유치확대 등 추진 예정
- 타깃 그룹별 관광객 유치 활성화 : FIT, SIT 관광객 유치, 무슬림 관광객 유치기반 조성 및 홍보마케팅 강화, 김해국제공항 환승 관광 활성화, 동남권광역관광본부 발족을 통한 유치 활성화 등 추진 예정

- 지역축제 혁신으로 경쟁력 강화 : 지역문화관광축제 혁신, 부산 대표 축제의 유료화 및 축제와 관광을 연계한 콘텐츠 상품화 등 추진

○ 관광산업 육성 및 활성화

- 글로벌 마이스 도시 위상 제고 : 부산 벡스코 전시공간 확충, 국제회의 복합지구 지정, 지식 MICE 도시를 위한 혁신체계 구축, 국제회의 유치 추진 등 지속적인 글로벌 마이스 도시화 추진 예정
- 고부가가치 관광산업 집중 육성 : 의료관광 등 웰니스 관광콘텐츠 개발, 크루즈 관광 고부가화 및 국적 크루즈 취항기반 조성 등 추진
- 지속가능한 관광산업 도시 인프라 확충 : 기장군 남부에 조성되는 오시리아 관광단지 조성사업, 용두산 공원 재정비, 태종대 관광지 명품화, 황령산 전망쉼터 활성화, 장림포구 신규 관광지 조성 등 관광인프라 확충 추진

○ 관광 지원체계 혁신 및 네트워크 강화

- 관광산업 지원체계 혁신으로 기업경쟁력 강화 : MICE 전문인력 양성 및 기업지원을 통한 생태계 강화, 강소 관광 마이스 기업 육성 지원, 지역 관광지원센터 설립, 관광 마이스 수요 다변화에 대응한 인력양성 등 관광산업육성을 위한 지원체계 강화 추진
- 국내, 외 관광협력 및 네트워크 강화 : 국내, 외 관광협력 및 네트워크 강화, 부산 관광마이스 거버넌스 체계 강화 등을 통한 협력 채널 구축 추진

3) 대구광역시

(1) 대구광역시는 대구 장기발전종합계획을 발표하면서 영남권 창조 관광 중심도시로의 비전 및 세부 목표를 발표

(2) 비전 : 영남권 창조 관광 중심도시로의 발전

- 대구가 지닌 도시문화자원과 산업자원을 토대로 경북의 인문·역사·생태자원의 지속 가능한 성장을 견인할 수 있는 창조 관광거점으로 대구를 조성함으로써 영남권의 관광 발전을 선도

- 대구의 편리한 고속교통망을 활용한 숙박·회의·쇼핑 기능의 강화와 영남권의 문화·생태자원을 연계하는 네트워크형 관광거점 조성
- 창조 관광은 전통적인 대중관광이 아닌 대도시가 지향하는 산업기반형 관광 사업을 지칭하는 것으로 일종의 공정여행, 의료관광, MICE 산업, 공연관광, 산업관광, 음식관광, 레포츠관광, 수상레저관광, 캠핑관광, 생태·바이오관광 등

(3) 목표

- (문화융성) 대구 문화·생태 명품관광 구현
 - 정부의 국정 기조 연계로 대구가 지닌 특성화된 문화·생태자원을 활용한 명품관광 콘텐츠 및 명소를 적극 개발
- (창조경제) 대구 창조 관광기반 구축
 - 대도시형 여가·관광기반 조성과 활성화를 위해 타 산업과 융·복합된 창조 관광정책을 추진
- (시민 행복) 여가·관광을 통한 시민 행복 증진
 - 지역 주민과 관광객이 즐겨 찾는 여가·관광명소 조성과 더불어 운영프로그램의 차별화를 통해 문화 향유기회 제공 및 행복 증진에 기여



<그림 5-19> 대구광역시의 관광진흥계획 비전 및 추진전략

(4) 추진전략

- 매력 있는 도시락(都市樂) 명소 조성
 - 대구의 대표적 역사·전통문화와 자연·생태자원을 활용한 대도시형 관광자원을 개발하여 지역 주민의 건전한 여가생활을 지원하고 외지 관광객을 유치
- 고부가가치 융복합관광 육성
 - 대구가 지닌 편리한 접근성과 MICE, 수상레저, 캠핑, 근대유산, 향토음식 등을 연계함으로써 지역 관광의 특성화 도모 및 고부가가치 창출

○ 구석구석 여가생활 공간 조성

- 도시민의 웰빙, 건강, 힐링 트렌드를 반영한 여가생활 공간의 조성을 위해 골짜기(洞, valley) 중심의 관광진흥정책 추진

○ 세계인이 선호하는 관광브랜드 창출

- 영남권 창조 관광의 거점을 조성하기 위한 대구 관광의 내실화 및 세계화 사업을 전개함으로써 도시 브랜드 창출에 기여

<표 5-4> 대구광역시의 관광진흥계획 세부사업 현황

추진전략	사업명	주요내용
매력있는 명소 조성	대구읍성 복원 및 역사가도 조성	· 읍성 성곽 및 말서문, 영남제일관 재현
	경상감영문화 복원	· 경상감영 확대 정비 및 복원 · 경상감영 명칭 찾기 운동 전개
	3대문화권 문화 관광 기반 확충	· 달성역사공원 조성 · 달성습지 탐방나루 조성 · 낙동가람 수변역사 누림길 조성 · 관광진흥 기반 구축
	대구 미래유산 프로젝트	· 대구 미래유산 250 선정 및 활용
	대구 도심 골목문화 세계화추진	· 근대골목 내 근대유산 복원 및 정비 · 근대골목 관광수용태세 정비 및 주간(week)
	외국인 맞춤형 Edu&Fun 체험공간 조성	· 일본·중국·동남아 맞춤형 공간조성
	팔공산 수목원 조성	· 대구경북 테마공원, 국민 여가캠핑장 등
	웃골마을 정비 및 관광명소화 추진	· 전통문화 경관 정비 및 체험프로그램 운영
	수성유원지 복합문화공간 조성	· 특1급 관광호텔, 캐일시티, 테마거리 등
	낙동강 달성관광단지 조성	· 낙동강 비슬산 연계 복합관광공간 조성
고부가가치 융·복합관광 육성	외국인 체류형 의료관광 클러스터 조성	· 외국인 의료관광객 유치 기반 조성 · 의료·휴양 중심형 클러스터 조성
	MICE산업 비즈니스벨트 조성	· 대구 국제회의복합지구 조성 · 대구 MICE 인센티브 투어코스 개발 · DGB MICE Alliance 구축
	도심 속 수상레저관광 활성화 기반 조성	· 낙동강 수변 친수공간 개발 · 낙동강 워터아트밸리 조성 · 동촌유원지 수상레포츠단지 조성 · 봉무공원 창조관광 레포츠파크 조성
	자연친화적 캠핑관광지 조성	· 대도시권 산성 캠핑장 조성 · 도심 속 국민여가캠핑장 조성
	대구권 산업관광벨트 조성	· 대한민국 경제·인물체험 관광루트 개발 · 섬유·안경 테마 산업관광 기반 조성 · 과학·환경 테마 산업관광 추진체계 구축
	대구 특화형 음식관광 육성	· 약선·메뉴개발 및 테마거리 조성 · 대구 10味 테마파크 조성 · 관내 타지역 대표음식 서비스 경진대회 · 대구경북 협력형 '도심 속 와이너리' 운영
구석구석	대도시 동네 여가생활벨트 조성	· 동네 관광여가시설 정비 및 확충

여가생활 공간 조성		· 시내버스 연계 우리동네 투어시스템 도입 · 대구 우리동네골페스티벌 개최
	국립관광여가휴양촌조성	· 상징공간, 체험공간, 숙박공간 등
	대구권 여가 관광 지원체계 마련	· 공동체, 바우처, 가족여가교실, R&D 등
	대구권 강·산 호 둘레길 조성	· 정비 및 전면 개통, DB 및 앱(App) 제작
세계인이 선호하는 관광브랜드 창출	대구 대표 문화 생태 유네스코 등재 추진	· 세계유산 발굴 및 등재 추진
	대구스타일 명품 관광코스 개발 및 DB구축	· 대구 Best of Best 코스 · 대구 시민 강추 코스 및 스페셜 관광 코스
	대구스마트투어 플랫폼 구축	· 도보관광객 전용 관광안내체계 개선

4) 인천광역시

(1) 인천광역시는 시민과 함께하는 관광콘텐츠 개발, 다양한 국내 관광상품개발, 체계적인 해외관광객 유치 및 통합마케팅 추진, 다시 찾고 싶은 관광환경 조성, 매력 넘치는 관광인프라 구축 등의 아젠다를 토대로 2019년 관광 진흥계획을 추진 중임

(2) 시민과 함께하는 관광콘텐츠 개발

○ 월 도심 지역 관광 활성화를 위한 다양한 아이디어 공모, 지원정책 추진

- 우리 동네 숨은 매력 찾기군, 구 테마여행상품 등 개발 지원
- 청년의 아이디어로 바꾸는 인천 관광 관광콘텐츠 공모 지원 사업 추진

○ 인천의 설화 및 역사를 기반으로 한 관광콘텐츠 개발

- 인천의 역사문화콘텐츠를 활용한 관광산업 육성사업 추진
- 모두가 함께하는 열린 관광을 위하여 관광 취약계층 관광 활동 지원 프로그램 운영

(3) 다양한 국내 관광상품 발굴로 경쟁력 제고

- 다양한 관광콘텐츠 발굴 및 명소화 사업 추진
 - 남북화해 분위기를 활용한 평화관광 테마 발굴
 - 수도권 전철, 공항철도, 코레일 연계상품 개발 및 프로모션 추진
 - 섬, 수변 자원 관광 활성화
- 관광경쟁력 강화를 위한 관광기반 구축 사업 추진
 - 소셜네트워크서비스 등을 통한 인천 관광상품 홍보 및 판매
 - 관광콘텐츠 관리 및 기록을 위한 아카이빙 구축\
 - 지역 관광 네트워크 구축 및 관계 기관 펌투어 운영

(4) 체계적인 해외관광객 유치 통합마케팅 추진

- 인천 관광 해외인지도 제고 사업 강화 추진
- 온·오프라인 마케팅 간 연계성 강화 사업 추진
- 현장 중심의 마케팅 선순환 구조 확립
- 지역 관광역량 육성 및 활용 : 해외 관광 마케팅 협의체 운영을 통한 네트워킹 및 협업 강화
- 해외관광객 유치 인센티브 운영 효율화 사업 추진

(5) 다시 찾고 싶은 관광환경 조성

- 관광하기 편리한 환경개선 사업 추진
 - 관광수요자 중심의 안내 표지판 정비
 - 유원 시설업, 야영장 안전관리 실태 점검
 - 전통한옥 체험 프로그램 지원
 - 맞춤형 관광서비스 제공을 위한 관광안내소 운영 등 인프라 개선 추진
- 시민이 함께하는 관광서비스 개선
 - 관광지, 관광시설 등에 대한 개선 및 불편사항 모니터링을 통한 관광 불편근절 서비스지원
 - 관광 수용태세 개선 지원

(6) 매력 넘치는 관광인프라 구축

○ 해상관광 자원화 사업 추진

- 연평도 연평해전 평화기원 등대 언덕 조성사업 추진
- 중구 무의동에 있는 무인도인 사렴도 유원지 개발사업 추진
- 동구 만석동에 있는 무인도인 작약도 유원지 개발사업 추진

○ 강화종합리조트 및 체험공원 등 조성사업 추진

- 강화군 길상면 지역에 강화종합리조트 관광 단지 조성 계속 추진
- 강화군 마니산 일대에 하늘전망대, 단군광장, 개천마당, 단군스토리길 조성이포함된 한겨레얼 체험공원 조성

○ 월미 관광특구 활성화 사업 추진

- 누들 테마거리 조성, 누들 플랫폼 건립, 누들 페스티벌 개최 등이 포함된 아시아 누들 타운 조성사업 추진
- 근대상징 거리, 문화쉼터 조성 및 근대역사 문화 회랑 확충 등 1883 근대 개항장 명소화 사업 추진

5) 대전광역시

- 대전광역시는 제6차 대전권 광역관광개발계획 발표를 통해 대전권의 관광진흥에 대한 종합 청사진을 제시함

(1) 비전 : 상생의 가치를 공유하는 시민이 행복한 녹색·융합 관광 도시

(2) 4대 개발목표

- 상생 관광 도시 : 이웃과 상생하고 지역을 실현하는 공익적 관광자원 개발
- 행복 관광 도시 : 시민의 삶을 행복하고 풍요롭게 하는 어메니티 관광(30)자원 개발
- 녹색 관광 도시 : 친환경적 체험을 일상화하는 자연문화 관광자원 개발
- 융합 관광 도시 : 과학·의학·산업의 융합으로 지역경제에 기여 하는 복합관광 자원 개발



<그림 5-20> 대전광역시의 관광진흥계획 비전 및 목표

(3) 주요전략

○ 도시재생사업과 연계한 도심 관광 활성화 전략 모색

- 대전역에서 옛 충남도청에 이르는 근대문화유산의 가치와 으능정이 LED 거리, 도심 속의 골목길 등 특화 거리를 중심으로 원도심을 관광 자원화 할 수 있는 사업 모색
- 뿌리공원, 오월드, 아쿠아리움 등 보문산 주변 관광자원을 연계한 보문산 관광 벨트를 연계하고, 시티 투어 활성화를 통한 관광객 유치를 위한 전략적사업 발굴 도모

○ 녹색자원을 활용한 사업계획

- 대청호를 비롯하여 계족산, 보문산 등 대전권을 대표하는 대전 관광명소 12선의 자연자원을 활용
- 걷고 보고 느끼는 도보 관광을 대전 둘레산길, 계족산 황톳길, 대청호 오백리길, 대덕 사이언스길 등 도심 속 녹색·생태·웰빙·치유 관광을 활용한 계획수립

○ 유성관광특구 활성화

- 1981년 온천지구와 1994년 관광특구로 지정된 유성지역은 오래된 시설과 신규사업의 부진으로 관광객 유치에 어려움이 있음
- 유성전통시장, 엑스포다리 야경, 야외온천 족욕장, 유림공원, 수통골, 충남대 벚꽃길, 국립중앙과학관, 현충원 등 명소 8경, 연구단지와 연계한 상품 개발 및 수용역량 강화를 위한 전략사업 개발

○ 보문산권 관광시설 연계 및 개발

- 오월드는 중부권 최대 테마공원으로 연간 120만여 명이 방문하는 전국형 관광지이며, 인근에 국내 유일의 성씨(姓氏)를 주제로 한 뿌리공원, 한국족보박물관, 효문화진흥원 등을 아우르는 효월드가 인접
- 뿌리공원, 오월드, 아쿠아리움 등 보문산 주변 관광자원을 연계한 보문산 관광 벨트를 연계시키고, 관광객 유치를 위한 전략적 사업 발굴 도모하여 경쟁력 있는 체류형 관광을 위한 거점으로 조성

○ 명품 관광축제 발굴과 육성

- 도시마케팅 차원에서의 사이언스 페스티벌 등 대전 브랜드 축제를 발굴·육성하고 이를 계기로 춘하추동 연속적인 볼거리를 제공하는 방안 마련
- 대전권에서 개최되고 있는 축제 가운데 체계적인 모니터링과 평가를 통해 선택과 집중 또는 통합으로 경쟁력 있는 문화관광축제로 육성하여 지속 가능한 축제로의 성장동력을 마련
- 이를 통해 대전권을 대표할 수 있는 관광축제를 육성·확대하고, 축제를 통한경제파급 효과를 극대화할 수 있도록 추진하여 전략적으로 축제를 브랜드화

○ MICE 산업 진흥 전략

- 국내 4대 컨벤션 도시로 성장해 가는 추세에 힘입어 엑스포 재창조사업과 무역전시관의 확충
- 대전 MICE 산업의 국제 경쟁력 강화에 부합하는 지식서비스 기반구축, 인프라 및 부대시설 확충 등 전략방안을 구축함

○ 의료관광 활성화 사업

- 대전시 의료관광담당 조직, 대전마케팅공사의 의료관광팀, 지역의 의료기관을 중심으로 지속 가능한 의료관광 생태계를 조성
- 특화 의료상품 개발 및 신규 의료 시장개척을 위한 전략적 해외 홍보마케팅전략 수립

○ 세종자치특별시와 연계한 공생 관광 구축

- 향후 인구 50만 명 규모의 도시인 세종특별자치시 출범에 따른 제반적인 사안에 대해 후견인 적 관계, 협력과 경쟁 관계, 통합관계 등 다양한 측면에서의 공생방안 모색

○ 관광홍보 기능 강화

- 대전의 도시 브랜드를 창출하고 글로벌 경쟁력을 높이기 위해, 효율적이고 전략적인 관광 홍보시스템을 구축

- 신규관광홍보를 위한 콘텐츠를 발굴하는 등 관광홍보 마케팅 관련 사업의 강화 및 저변 확대 추진

6) 광주광역시

(1) 광주광역시는 2018년 12월 광주관광진흥 종합계획을 발표



<그림 5-21> 광주광역시의 관광진흥계획 비전 및 목표

(2) 비전 : ‘아시아 문화관광 중심도시, 광주’로의 비전 선포

(3) 목표

○ 문화예술관광 활성화

- 아시아문화 중심도시 광주의 이미지에 부합하는 문화예술관광 활성화
- 국립아시아문화전당의 자원과 인프라를 활용하고 7대 문화권 사업과 연계하여 추진
- 도시에 산재해 있는 비교우위의 문화관광자원을 선정하고, 이를 집중적으로 육성함으로써 도시의 정체성 강화 및 브랜드 가치를 높이고 문화예술관광 활성화

○ 도시관광 육성

- 호남권 최대도시로서 광주가 보유하고 있는 다양한 도시자원을 활용한 도시관광 활성화
- 수시로 변화하는 환경변화에 유기적으로 대처할 수 있는 대응체계 구축
- 축제/이벤트, MICE 산업의 육성을 통해 역동적이고 매력적인 도시 조성
- 관계 기관 및 주변 지자체와의 유기적 협력 체제 구축으로 관광 활성화에 대한 동력을 확보하고 연계 관광 활성화 도모
- 광주 관광의 인지도 제고와 관광객 유인력을 높이고 관광코스로 구성하기 쉽게 하도록 지역특화 대표 관광지 및 상품 개발 (5대 거점 관광지, 절의 관광 등)

○ 융복합관광 육성

- 융·복합 관광이라는 관광 분야의 트렌드에 맞게 뷰티 의료관광, 음식관광등 융·복합형 관광 활성화

(4) 10대 전략

○ 아시아문화 중심도시 사업과의 연계성 강화

- 국립아시아문화전당 개관에 이은 7대 문화권 사업 등으로 다양한 문화자원이 늘어나고 있으며, 문화관광을 발전시킬 수 있는 계기 마련
- 아시아문화전당을 중심으로 하고 광주 주요 관광거점과 전남을 잇는 연계 관광프로그램을 도입

○ 예술관광 육성

- 주요사업으로 자원 조사 및 아카이빙을 통한 예술관광자원 인벤토리 구축, 관광상품 개발, 예술관광공모전 개최, 예술관광 마을 및 예술관광교육센터등 예술관광거점 조성, 예술관광객 유치에 위한 마케팅 추진, 우수 예술관광상품에 대한 인증제를 도입 및 지원, 예술관광기념품 개발 지원, 레지던시운영을 통한 작가군 발굴, 예술관광형 사회적기업, 마을기업, 협동조합 및 중간지원조직 육성, 예술관광 국제 컨퍼런스 또는 페어 추진, 아트투어 지도제작 지원, 예술관광 기획자와 해설사 육성 등 추진

○ 도시관광 환경변화에 대한 유기적 대응체계 구축

- 관광환경의 변화에 유기적 대응이 가능하도록 시스템을 갖추고 트렌드에 부합하는 상품 개발 추진
- 중국 시장에 대한 의존에서 벗어나 남방시장(인니, 대만, 베트남, 홍콩)이나 신흥시장(인도, 몽골, 러시아 등)으로 해외 관광시장을 다변화하여 관광객 유치 노력 확대

- 해외 관광시장의 다변화, 무안공항 전세기 취항, 시내면세점 유치, 사후 면세점 확대, 여행객 편의성 증진을 위한 홍보물 제작, 문화관광 포털 홈페이지 및 뉴미디어(SNS)를 활용한 최신 관광 정보제공, 이동 안내 트럭 등 다양한 온·오프라인 홍보 강화, 관광안내소 확충 및 해설사 운영 개선, 관광 안내 사이트 개선, 관광홍보마케팅 담당 전담조직 구축 등을 추진함.

○ 축제, MICE 산업육성

- 현재 광주는 전국 광역자치단체 중 가장 축제가 취약한 도시 중 하나이며, 전체적으로 축제가 활성화되지 못하고 있음. 반면 각종 이벤트는 난립하여 예산의 낭비 초래
- 따라서 지역의 정서를 담은 이색적인 축제의 개발 및 육성, 잠재력이 큰 기존 축제의 육성 등 축제/이벤트 분야에 대한 대대적인 정비가 필요
- MICE 산업육성을 위해 지속적인 대규모 국제행사 유치, 컨벤션 뷰로 및 김대중 센터의 기능 강화,
- 광주 MICE 관광산업 경쟁력 강화 및 관련 관광상품 개발, 문화전당 및 혁신도시 입주 기관과의 연계를 통한 회의 및 전시회 개최 증대 추진
- 아시아 프린지 영화제, 도심 물빛 축제, 레인보우 버블축제 등 도입

○ 관계 기관 및 인근 지자체와의 협력체계 구축

- 광주 관광의 가장 큰 문제점 중 하나는 관광 분야의 정책과 사업을 총괄하기 위한 컨트롤 부재로 인한 지역의 관광 현안 등에 대한9 협력적인 정책결정이 이루어지지 못하고 있음.
- ‘광주지역관광공사’, ‘관광재단’, ‘관광협의체’ 등 의사결정에서 통제에 이르기까지 광주 전체의 관광을 주도할 수 있는 조직의 신설이 필요
- 주변 지자체와의 협력체계 강화를 위해 호남권관광진흥협의회 활성화

○ 지역특화 대표상품 개발

- 거점 관광지 등을 통한 광주를 대표할 수 있는 특화된 대표(핵심) 관광지나 관광상품 확보가 필요
- 광주가 가진 문화예술, 생태환경, 역사와 전통 및 문화전당 등 특색 있고 매력 있는 우수 자원을 활용한 킬러 콘텐츠(killer contents) 개발 추진

○ 절의 관광 육성

- 국내에서는 유일하게 Dark Tourism이나 절의 관광 활성화가 가능한 여건 보유
- 임진왜란 의병 활동, 일제강점기 의병 활동, 학생운동, 4·19민주혁명, 5.18민주화운동 등 저항운동의 정비 및 관광 상품화

○ 음식 관광 육성

- 맛집과 시식 방송 등 음식에 대한 관심증대로 음식관광 (Culinary Tourism)의 규모가 커지고 있음.
- 음식의 고장 광주의 이미지, 김치축제, 먹방 열풍 등 강점과 기회를 기반으로 트렌드에 부합하는 음식관광 활성화 추진
- 식 콘텐츠의 체계적 발굴, 대표음식 재선정 및 레시피 개발, 음식을 체험할 수 있는 '거점형 식(食) 플라자' 구축, 음식교육 확대, 김치타운, 음식의 거리 등과 더불어 광주 음식의 연구, 개발 등 추진

○ 뷰티 의료관광 육성

- 외국인을 대상으로 한 광주형 K-뷰티교육 활성화, 뷰티의료분야의 네트워킹, 뷰티 의료관광 클러스터 조성, 뷰티의료 장비 및 기기 산업 활성화, 뷰티스트리트 조성 추진

○ 관광여건 및 수용태세 개선

- 관광객 만족도를 증진 시키고 광주관광 활성화를 위해 이를 저해하고 있는 관광여건 및 수용태세에 대한 전반적인 정비 추진
- 항공 접근성을 중심으로 하는 접근성 개선, 도시의 가장 큰 장점 중의 하나인 우수한 쇼핑여건을 활용한 쇼핑관광 활성화, 다양한 숙박 시설의 도입을 통한 숙박여건 개선
- 기존거점 관광지 및 관광상품에 대한 점검을 통해 자원과 상품에 대한 매력성 부여 방안 추진
- 부족한 관광 분야 전문인력을 양성하고 관광종사자들의 질적 수준을 높이기 위한 교육 기관 확충 및 프로그램 개발 추진

7) 경기도

- 경기도는 '사람 중심 경기 관광 구현'이라는 비전 아래 문턱 없는 경기 관광 도시 조성, 지역 주민과 함께하는 지속 가능한 경기 관광 실현, MICE 산업 등 관광산업 활성화, DMZ 평화축제 및 관광자원 개발 등의 과제를 추진중

(1) 문턱 없는 경기 관광 도시 조성

- 관광 약자를 위한 관광지 편의시설 확충 및 여행 지원 차량 운영

- 화장실, 보행로 등 관광환경 개선, 특장차 임대 등 관광 이동 편의 제공

○ 관광 약자 통합안내체계 구축 및 맞춤형 콘텐츠 개발

- 무장애 관광 가이드 북 제작, 관광지 픽토그램 및 축지도 설치

(2) 지역 주민과 함께하는 지속할 수 있는 경기 관광 실현

○ 주민주도형 생태 관광 거점 마을 조성(6개)으로 일자리 창출 및 주민소득 증대

○ 경기관광대표축제 및 유망축제의 道 지원 확대(15개→31개)

(3) 마이스(MICE)산업 등 관광산업 활성화

○ 경기도 특화 마이스산업 육성

- 경기도 마이스 행사 유치확대 및 시군 지역특화 마이스 육성(3→6개 확대)
- 도내 대학생 40명 대상으로 마이스 아카데미와 기업연수 시행

○ 체류형 관광산업 육성

- 해외 현지 '경기문화관광의 날' 운영 및 한류 관광 상품 개발로 외국인 관광객 유치
- 임진각 야간관광 콘텐츠 조성으로 경기 북부 체류형 관광 활성화

(4) DMZ 세계생태평화축제 개최

○ 세계적 DMZ 평화축제 개최로 한반도 평화번영 의지 함양

- 평화애호가, 북한이탈주민, 외국인 등 전 세계 각계각층 참여 추진
- 19. 9.19. ~ 22, 4일간, 고양 킨텍스 및 DMZ 일원(파주, 김포, 연천) 등에서 개최

○ 다양한 체험형 콘텐츠를 구성하여 축제를 DMZ 관광 자원화

- (전시체험) DMZ 평화주제관, DMZ 역사·생태 홍보관 등
- (부대행사) 평화 염원 걷기 행사, DMZ 사진·미술전 및 공연 개최 등

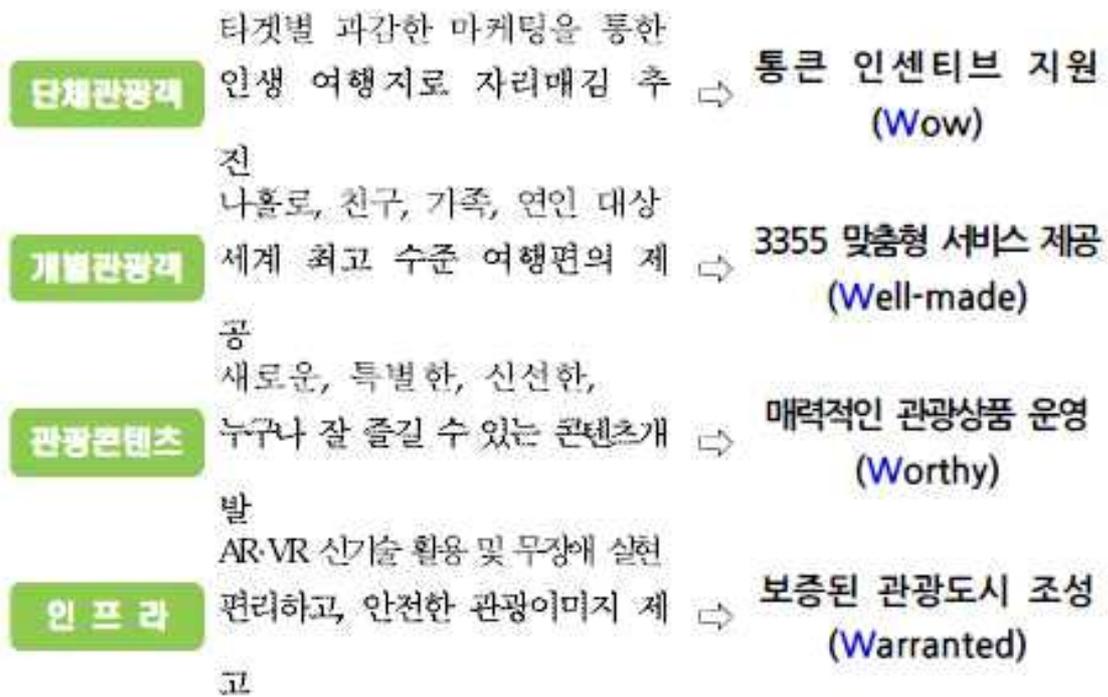
8) 강원도

□ 강원 관광 마케팅 강화계획

(1) 추진배경 및 방향

- 급변하는 관광 트렌드에 맞는 강원 관광정책의 근본적 변화 필요
 - 민간이 주도할 수 있는 시스템구축 및 과감한 인센티브 예산 투자
- 올림픽, 평화, 눈 스키, 문화, 쇼핑 등 강원 관광콘텐츠 다양화 필요
 - 생동감 있는 관광 일선의 의견 수렴 및 정책개발, 현실감 있는 콘텐츠 확충

(2) 추진전략



<그림 5-22> 강원도의 관광 진흥 추진전략

9) 충청남도

- 충청남도는 2020년「충남관광 3천만 시대」를 위한 관광객 유치에 위하여 국내외 관광객 유치를 위한 상품 개발 및 홍보마케팅을 강화하고 민·관 협치강화 및 관광 수용태세 개선으로 관광 만족도 제고를 위한 관광진흥계획을 추진 중이며 관광 전담기관 또한 설립을 추진 중임

(1) 관광객 유치 추진목표 및 계획

- 2018년 2,746만 명 → 2019년 2,883만 명 → 2020년 3,027만 명으로 연차별관광객 유치 목표를 수립

- (국내) 2018년 2,729만 명 → 2019년 2,865만 명 → 2020년 3,008만 명
- (국외) 2018년 17.3만 명 → 2019년 18.1만 명 → 2020년 19만 명

- 세부 추진계획

- 관광객 만족도 향상을 위한 환경개선 및 서비스 수준 제고
- 관광업소 환경개선 및 관광모니터단(165명) 등 운영 활성화
- 국내·외 관광객 유치를 위한 다양한 홍보 추진
- 인센티브제 확대 및 박람회, 설명회, 온·오프라인 등 활용
- 중국, 일본, 동남아 등 국가별 특색에 맞는 홍보마케팅 전개

(2) 충남관광공사 등 관광 전문기관 설립 (공약사항)

- 관광 전문기관 설립으로 지속 가능한 충남 관광산업 발전 선도
- 도- 관광정책 수립 / 공사(재단) - 관광 마케팅, 관광 개발사업 추진
- 2022년 설립을 목표로 추진 예정
- 세부추진계획
 - 관광공사(전문기관) 설립을 위한 T/F팀 운영(2019. 1월~)
 - 지역 관광환경 및 여건 고려, 기관 설립형태 결정(2019. 1월 중)
 - 기본계획안(용역) 마련, 행정안전부 협의 추진 (2019년 말)
 - 2020년 행안부 설립 타당성 심사 → 2021년 道 조례제정 → 2022년 기구 출범목표로 관광 전담기관 설립추진
 - 문화체육부지사를 단장으로 도정현안 T/F팀 운영
 - 충남연구원, 예산담당관실 공조로 행안부 협의 등 적극 대응

(3) 서부내륙권 광역관광 개발사업 지속 추진

- 충남권의 핵심 관광지로서 서부내륙권에 11개 사업에 1,880억 원(국비 839, 지방비 1,041)을 투입하여 2017~2026년(10년간)에 걸쳐서 관광인프라 구축 및 다른 시도 연계 관광상품 개발, 홍보를 추진 예정이며 2020년에는 국비를 약 70억 원 (2019년까지 114.7억 확보) 투입하여 관련 사업 수행예정

- 추진계획

- 기 확정 7개 사업 : 5개 사업 공사발주, 2개 사업 실시설계 착수
- 2020년 국비 확보 : 문체부 방문, 사업설명 및 신규사업 건의 등

(4) 안면도 관광지 개발사업 추진

- 태안군 안면읍 꽃지해수욕장 일원에 2,942km² 부지에 1조 8,852억 원을 투입 하여 1지구(테마파크), 2지구(기업연수원), 3지구(씨사이드), 4지구(골프장)에 이르는 대규모 관광 단지 개발사업 추진

- 2지구에는 기재부 '나라키움 정책연수원'건립공사 발주예정이며 3지구에 대하여는 우선협상 대상자 선정 및 본 계약 체결 예정

- 추진계획

- 2지구 「나라키움 정책연수원」공사발주 : 사업계획 변경 심의 및 건축설계 완료(상반기) 및 공사발주 및 착수(하반기) →2021 준공 추진
- 3지구 등「우선협상 대상자 선정」및 본 계약 체결 : 우선협상 대상자 선정 (5월) → 본 계약 체결(10월) → 2020 하반기 공사 착수 목표로 추진
- 개발사업자 유치 활동 추진 : 국내 및 외국 유망기업(중국, 유럽 등) 대상 투자 유치 활동 전개

10) 충청북도

- 충청북도는 '생명, 자연, 여유! 대한민국 최고의 힐링 관광 충북'이라는 관광진흥계획 비전을 제시

(1) 비전 : 생명, 자연, 여유! 대한민국 최고의 힐링 관광 충북

- 천혜의 자연환경에 첨단기술을 연계한 중부권 힐링 관광의 중심지

- 수도권과 영남, 관동과 호남을 잇는 국토 X축의 걸걸 지로서 이동은 짧게, 감동과 여운은 길게”를 주제로 하는 국민 여가 활동의 최적지



<그림 5-23> 충청북도의 관광 진흥계획 비전 및 전략

(2) 목표

- 선제적 외래관광객 유치
 - 국토 중심 힐링·느린 관광 거점화
 - ‘내륙의 섬, 충청북도’를 국토 중심의 힐링·슬로우관광의 중부권 거점으로 육성함으로써 선제적 외래관광객 유치를 도모함
 - 선제적 외래관광객 유치를 위해 2D 3P 기반의 다양한 힐링 관광지개발, 지정관광지 및 관광특구의 활성화, 경쟁력 있는 테마 명품길 조성 등의 전략을추진함
- 도내관광의 외연 확장
 - 지역별 테마관광 활성화 및 외연 확장
 - 정주권 중심의 생활 관광, 근거리 관광을 활성화함으로써 도민들의 도내관광외연 확장을 추진
 - 도내관광의 외연 확장을 위해 시군별 특화자원 인프라 구축, 도시관광의 활성화, 다양한 테마별 관광코스 개발 등의 전략을 추진함

○ 관광향유를 통한 도민 행복 증진

- 창조적·차별적인 융복합 관광상품 개발과 다양한 홍보 및 마케팅 방식도입등을 통해 도민의 관광에 대한 접근성을 향상함으로써 관광향유를 통한 도민 행복 증진에 기여

(3) 추진전략

○ 국토 중심의 힐링·슬로우 관광 거점화

- 전국으로부터 최적의 접근성을 지닌 국토 축의 중심이라는 이점을 살려, 중부권 대표적 여가 휴양지로서의 이미지를 현실화하고자, 외래관광객의 도내유입을 적극적으로 유도하기 위한 '국토 중심 힐링·슬로우 관광의 거점화'

○ 지역별 테마관광 활성화 및 외연 확장

- 최근의 관광 추세인 키포크(Kinfolk) 라이프31)를 기반으로 한 단거리 여행 증가와 휴일을 활용한 근교 여행 선호, 경제추세를 반영한 칩시크(Cheap-Chic)32) 추구성향의 실속형 관광 소비의 확산 등을 고려하여 근거리 관광기반의 '지역별 테마관광 활성화 및 외연 확장'추진

○ 창조적인 관광 진흥사업 육성

- 창조적인 관광 진흥사업 육성'을 통해, 중부권의 대표적 여가 휴양지로서의충청북도 관광 활성화를 소프트웨어 측면에서 가속화 할 수 있는 다양한 관광상품 및 콘텐츠 개발과 관광 동향에 따른 현실적 홍보·마케팅전략추진

11) 경상북도

- 경상북도는 제6차 관광개발 계획을 통하여 한반도 허리 경제권의 문화관광거점으로 비전과 목표를 천명함

(1) 경상북도 관광 비전과 목표

○ 한반도 허리 경제권의 핵심거점

- 경북의 관광정책 방향은 향후 5년 이내에 새로운 광역경제권으로 가시적 모습을 드러낼 것으로 예상하는 한반도 허리 경제권의 핵심거점을 만드는데 총력을 경주

○ 아시아 최고 수준의 관광지로 도약

- 경북 관광의 비전은 “한반도 허리 경제권의 문화관광 거점 : Asian Top Class 관광지”로 설정하여 현재보다 한 차원 높은 관광지역으로 도약
- 이는 경북이 향후 홍콩, 싱가포르, 상하이, 서울, 방콕 등 아시아에서 나름의 경쟁력을 갖춘 관광 도시에 필적할 수준의 관광지역으로 도약하려는 정책의지의 일환

한반도 허리경제권의 문화관광 거점
- Asian Top Class 관광지 -



시대 흐름에 부응한 **감각, 감성, 감동, 공생**의 가치를 접목하여 목표 설정

<그림 5-24> 경상북도의 관광진흥 계획의 비전과 목표

(2) 목표 및 실현 전략

○ 감각적 자원과 콘텐츠 개발 전략

- 다른 지역과 차별화된 색다른 감각으로 자원과 소프트 콘텐츠를 만드는 데 초점을 두고 ‘이색적 문화생태 관광자원 개발’과 ‘오감 만족 융복합 관광상품 특성화’

○ 경북형 감성 마케팅 전략

- 관광객의 감성을 움직여 경북을 방문하고 싶어지도록 만드는 마케팅 전략으로 ‘도시관광 이미지 재창조’와 ‘스마트 관광 정보 & 홍보시스템 구축’

○ 경북인의 감동 서비스 전략

- 관광객이 경북 사람들의 서비스에 깊은 감동을 할 수 있도록 ‘품격 높은관광 수용태세 확충’과 ‘고객 만족 서비스 정신 함양(Open Mind, Service Mind, Business Mind)’

○ 활발한 공생 네트워킹 전략

- 관광객 유치를 위한 복합적 기능을 완벽하게 갖추지 못한 중소도시의 집합체로 구성된 약점을 보완할 수 있는 공생의 네트워크 전략으로 '항공교통-쇼핑-숙박-도시 간 연계와 협업 강화'와 '광역 관광상품 실효성 제고'

12) 경상남도

○ 경상남도는 웰니스 관광 중심지역으로의 비전을 발표

(1) 비전 : 동북아 사계절 고품격 웰니스 관광 중심지역

(2) 목표

○ 지역 자원을 활용한 경남형 명품관광 도시

- 산악, 강변, 해양(섬), 웰니스 자원을 경남만의 특화된 관광자원으로 정비 및 개발하여 타 지자체와 차별화된 명품관광 도시로 조성

○ 관광 트렌드에 대응하는 창조 관광 도시

- 관광시장의 트렌드에 맞춰 경남의 특성을 극대화할 수 있는 실행 가능한 사업 발굴 및 실행
- 관광과 타 산업을 접목한 신 관광자원의 육성을 통해 다양화된 관광객의 욕를 수용하고 관광산업 활성화를 도모할 수 있는 창조 관광 도시 조성

○ 관광객 밀착형 스마트 관광 도시

- 관광객에서 ICT 기술 등 실시간, 맞춤형 정보를 제공 및 기반 조성을 통해 관광객 밀착형 사업 추진으로 스마트 관광 도시로 조성

(3) 추진전략

○ 국내 관광객이 즐겨 찾아 외래관광객이 찾고 싶은 관광 선순환 구조 확립

- 녹색 생태 관광 기반구축 및 자원화
- 도민 여가 및 복지관광 환경조성

○ 산업·문화·스포츠·관광이 융복합한 창조형 관광상품 개발

- 융복합 신 관광상품 개발
- 산악, 강변, 해양(섬) 관광 특화 개발
- 경남 역사·문화 자원 브랜드화 사업 추진
- 지속 가능한 관광지나 관광 단지 재생

○ 경남발 관광선진정책이 시도 간, 전 국토로 연계·확대되는 광역관광 시스템구축

- 시군 간, 시도 간 관광정책의 연계성을 강화
- 관광교통체계 광역화

○ 국제적 관광브랜드 육성 및 표적 시장 집중 해외 마케팅 추진

- 국제 관광테마도시 육성, 지역축제 및 국제 이벤트 경쟁력 강화
- 선진관광 수요태세 개선

13) 전라북도

○ 전라북도는 2016년에 전북권 관광개발계획을 통하여 관광진흥계획을 발표

(1) 비전 : 한국을 체험하고자 하는 사람들에게 ‘한국적 전통생활문화를 간직한 사람들’과 ‘가장 한국적 문화의 원형’을 만날 수 있는 곳이라는 의미로 ‘한국체험 1번지, 전북 관광’으로 설정



<그림 5-25> 전라북도의 관광진흥계획 비전 및 전략

(2) 추진전략

○ 통합형 관광기반 구축

- 전라북도 및 광역지자체 간 네트워크를 강화하여 전북도민 및 방문객 모두 함께 누리는 선진형 토탈관광체계 구축
- 전북 관광의 경쟁력 제고를 위해 신규 관광기반 시설을 확충하고 관광지 간 물적·인적·기술적 연계 강화를 통한 통합형 연계 관광 실현

○ 융합형 관광자원 개발

- 지역 자원 재해석 및 재발견을 통해 관광자원의 명품화와 고부가 관광상품 경쟁력 확보
- 가장 한국적 관광콘텐츠인 음식, 축제, 공연, 태권도, 생태, 농어촌, 종교 관광자원이 융복합된 관광상품 육성

○ 글로벌 관광거점 조성

- 지역사회 및 경제발전에 긍정적 영향을 미칠 수 있도록 지역이 보유하고 있는 유산의 세계문화유산 등재 추진 및 해양관광지구 거점 육성, 태권도 세계화 추진 등 외래관광객의 효과적 지방분산을 위한 국제관광 거점지구 육성
- 지속해서 증가 추세인 FIT·SIT 관광객의 수요 반영을 통한 MICE 산업육성 및 관광특구 조성 등 방문 외래관광객의 핵심 앵커 기능 확대 추진

○ 전북형 관광상품 육성

- 새로운 시대에 부합하는 신성장 관광산업 발굴 및 육성을 통해 관광산업의 신규 일자리 창출 및 관광경쟁력 강화
- 휴양·힐링 관광, MICE 산업, 한류 관광상품, 레저 스포츠 관광 등 신규 유망사업의 차별화를 통한 관광수요 확대

○ 맞춤형 관광서비스 제공

- 전북관광 정책의 기초인 토탈 관광의 원활한 정착과 활성화를 위해 행정적·재정적 지원 시스템 및 민간협력 거버넌스 구축 강화
- 변화하는 관광트렌드에 능동적으로 대응하기 위해 국내·외 시장 확대, 관광 수용태세 개선, 관광홍보 시스템 강화를 통해 맞춤형 토탈 서비스 제공

14) 전라남도

(1) 해외관광객 유치를 위한 전라남도 대표상품 발굴 및 홍보(미식, 한류 연계)

- 무안국제공항 해외 정기노선 증설로 일본, 대만, 태국 등 시장 다변화에 따라 시장별 여행상품 개발 및 전라도 공동 브랜드 홍보 강화
 - 시장별(일본, 대만, 중국) 전남 대표상품 발굴 및 판매로 전남방문 외래관광객 증대와 관광 브랜드 인지도 확산
 - 일본 : 「食の宝庫、全羅南道」브랜드 확산을 위한 홍보 및 상품 운용
 - 중국 및 대만 : 캐치프레이즈 공동 개발 및 홍보를 통한 상품 운용
 - 추진사항 : 한류스타 이벤트(9월, 오사카), 대만·방콕 설명회 등

(2) 전라남도 스마트 관광 안내 시스템 개발(구축)

- 모바일 사용환경에 맞춘 최신 관광콘텐츠 제공으로 관광객에게 효율적이고 빠른 관광 안내 서비스 제공
- 사업내용 : 관광 안내시스템 구축(「남도 여행 길잡이」개편)
 - 기존 관광홈페이지 개편, 모바일 기반 관광해설 서비스 제공
 - 반응형 웹 개발 및 최신기술 활용 서비스(위치기반, 여행 설계 등) 제공

(3) 광주·전남 관광 할인카드 「남도 패스」발매

- 광주·전남을 찾는 관광객에게 맞춤형 할인 혜택과 차별화된 여행상품 정보를 제공해 통합 관광서비스 플랫폼으로 활용
- 발매일 : 2018. 10. 16.
- 카드 형태 : 실물 또는 모바일 카드(최대 200만 원 충전)
 - 구매처 : 모바일 '코나 카드'앱 또는 광주·전남 KTX역 여행센터(광주, 송정, 여수, 목포, 순천)
 - 모바일은 2~3일 후 우편 수령, '19년 시스템구축 후 인터넷 발매 예정
- 기능 및 혜택
 - 지역에 상관없이 전국 어디서나 결제 가능하고, 광주·전남 숙박, 교통, 레저시설 및 제휴 가맹점 할인 제공 (체크카드와 동일수준의 소득공제 혜택)

(4) 전남 관광지 광역 순환 버스 「남도 한 바퀴」운영

- 철도, 버스 등 주요 장거리 대중교통과 연계한 도내 관광지 순환 버스 운영으로 관광 수요 창출 및 남도 여행 만족도 제고
- 운영 기간 : '19.1. ~ 12.
- 운영 규모 : 26개 상품 / 약 1,200회 ※ 외국인용 상품 포함(2개)

15) 제주특별자치도

(1) 제주특별자치도는 '행복을 키우는 청정휴양 관광 도시, 제주'를 비전으로 올해부터 오는 2023년까지 5년간 추진하게 될 제3차 제주특별자치도 관광진흥 계획을 4월 5일에 발표함

- 관광 수용태세의 개선과 혁신, 청정환경의 지속가능성 향상, 지식기반 마케팅 체계 및 경쟁력 강화, 고부가가치 청정휴양 관광상품 개발과 수익증대, 관광 진흥 가치 재정립 등 5개의 세부 목표를 제시하여 아래와 같은 주요전략 방향을 제시함
 - 관광체계 구성원들의 '행복'을 정책 가치로 지속 반영하고, 관광정책의 관리와 책임성 강화
 - 청정휴양 도시의 품격과 이미지에 맞는 인프라, 소프트웨어, 휴먼웨어의 혁신적 개선 및 확충
 - 제주의 매력과 미래가치로서 청정자연환경의 보호와 투자 및 개발 관련 자연환경과 문화자원의 지속가능성 향상과 지역 주민주도의 관광 확산을 위한 체계 강화
 - 과학적 시장조사, 고부가가치 시장 확대 및 4차산업혁명을 선도적으로 활용하는 마케팅조직의 경쟁력 제고 및 브랜드 이미지 향상
 - 대중관광에서 휴양, 힐링, 웰니스, MICE, 스포츠, 생태, 문화 등이 융·복합 된 고부가가치 관광상품의 개발 및 촉진

(2) 5대 목표를 기반으로 해 141개 세부 과제 제시

- 관광 수용태세의 개선과 혁신 분야는 온라인 홍보·마케팅 역량 강화, 과잉공급 숙박업의 대응 대책, 할랄푸드 도입, 관광 약자를 위한 관광지 환경개선, 허브공항과 항만으로의 접근성 강화 등의 과제 목표 제시
- 청정환경의 지속가능성 향상을 위해 주민주도의 문화관광 육성, 제주형 브랜드공연 제작, 트램 타당성 검토를 통한 제주 관광 일주형 노면전차 등 친환경 교통체계 개선 등의 목표 제시

- 지식기반의 마케팅 체계 및 경쟁력 강화 차원에서, 해외 항공사 유치 및 직항노선 확대, 제주 관광브랜드 개발, 제주 관광 빅데이터 구축 활용, 4차산업혁명과 연계한 지능형 관광 활성화 추진
- 고부가가치 청정휴양 관광상품 개발을 위해서, 제주형 생태관광 글로벌 허브밸리 구축, MICE 복합시설 확충, 제주형 웰니스관광 지원센터 구성, 골프, 승마, 해양 등 레저관광 육성, 제주-북한 연계 평화 크루즈 운영 등 남북교류확대에 따른 중장기 대응 등의 과제 목표 제시
- 관광 진흥 가치 재정립을 통한 관광산업의 자치 역량 강화를 위해서는 송객수수료 및 카지노업 제도개선, 면세 특례제도 확대, 숙박업 과잉공급 규제, 골프장 개별소비세 특례적용 기한 연장 등의 목표 제시

다. 관광 진흥정책 분석 시사점

1) 관광산업의 지역 균형발전 추구

(1) 지역 관광 거점도시 육성을 통한 지역 관광 활성화

- 관광정책을 추진하는 중앙정부나 지역 정부를 막론하고 지역 관광 활성화를 통한 관광의 지역 균형발전을 강력히 추진하고 있음
- 지역 고유의 문화와 결합한 관광자원과 관광상품이 결국은 외래관광객의 유입을 증가시키는 동시에 국내 관광객의 수요 증가에도 직결되고 있다는 인식하에 관광의 지역 간 격차를 줄이고자 노력하고 있음

(2) 수도권, 부산지역에 편중된 관광수요의 분산유도

- 교통편, 숙박 시설 등이 유리한 수도권, 부산지역의 관광수요를 지역으로 분산하기 위한 정책 추진을 강화하고 있음
- 부족한 외국어 안내 표지, 낮은 대중교통 편의성, 불편한 숙박 시설 등 지역 관광수요의 주 장애 요인을 해결하기 위한 노력을 중앙정부 및 지자체별로 심혈을 기울이고 있음
- 관광산업체 또한 서울과 경기권에 집중적으로 몰려있어 이 같은 현상을 심화시키는 것으로 파악되어 지역 거점 집중 육성을 통해 관광객의 지역 분산이 절실한 시점임

2) 국내외 관광객 유치 및 수요를 늘리기 위하여 중앙정부, 지자체별로 다각적인 정책을 추진 중

- 전 세계적으로 관광객이 지속해서 늘어나고 있으며, 국내의 관광객 수요도 늘어나는 상황에 따라 중앙정부, 지자체 모두 적극적인 마케팅을 통하여 관광객 유치 및 수요 증대를 위한 정책을 추진 중
 - 지자체별로 관광 전담기관을 통한 해외 홍보 채널을 구축하여 적극적인 관광객 유치전략을 추진하고 있으며 팸투어 등 지자체 차원의 직접적인 유치 노력의 중요성을 인식하고 관련 정책을 진행하고 있는 상황
 - 기존의 국가 이외에도 새로운 신흥국들의 관광객 수요에도 적극적으로 대응하기 위한 다각적인 정책을 마련하고 있음

3) 지역 관광의 중요성 증대로 지역 고유의 관광상품과 관광콘텐츠 개발에 역점

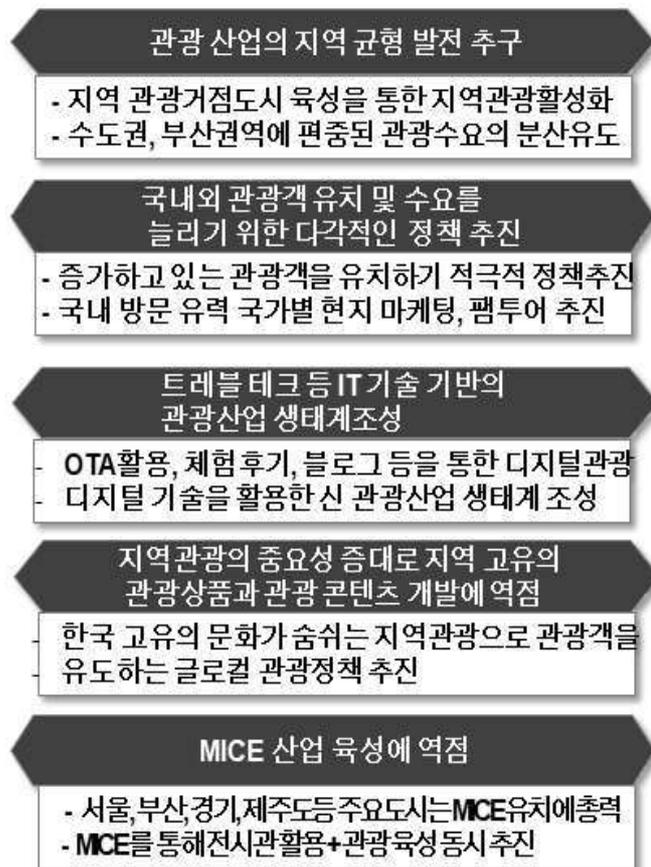
- 중앙정부와 지자체의 6차에 걸친 권역별 관광계획을 통하여 지역의 관광자원을 개발하고 관광콘텐츠를 생산하기 위한 노력을 추진하고 있으나, 하드웨어중심의 관광자원 개발로는 한계에 도달하고 있음
 - 통영 케이블카, 원주 소금산 출렁다리 등 성공한 하드웨어 기반의 관광자원이 유행을 타면서 각 지자체가 경쟁적으로 개발에 몰두하고 있으나, 오히려 지역의 특색을 잃고 관광자원의 유사·중복 문제가 대두되고 있음
- 관광과 문화가 결합한 한국적인 콘텐츠 개발에 각 지자체가 노력을 기울이고 있으나, 외래방문객들에 대한 홍보의 부족, 정밀한 스토리텔링과 연결된 콘텐츠가 아직은 부족한 것으로 파악되고 있으며 이를 보완하기 위한 지자체 차원의 노력이 계속되고 있음
 - 지방의 특색에 맞는 관광자원과 콘텐츠가 지속해서 개발은 되고 있으나, 일회성에 그치는 콘텐츠가 다수이며, 안동 하회마을과 같은 지역의 이미지를 가져올 세계적인 수준의 관광콘텐츠 확충이 필요한 시점이라 할 수 있음

4) 트레블테크, 종합관광 정보제공 시스템 등 ICT 기술 기반의 관광산업 생태계 조성

- 이미 다수의 관광객이 스마트기기를 통한 정보습득을 통하여 자신만의 관광을 기획하고 OTA를 통한 맞춤형 관광을 선호하고 있음에 따라, 트레블 테크와 결합한 관광산업의 지각변동이 시작되고 있음
 - 국내 관광산업이 이러한 융복합 환경에 적응하는 것이 늦어짐에 따라 관광객에게 개인화된 서비스가 부족한 상황이며, 이를 주도적으로 추진할 수 있는 관광 거버넌스의 역할이 필요한 상황이라 할 수 있음
- 중앙정부나 지자체 모두 관광산업의 융복합 중요성을 알고 관련 생태계를 구축하기 위한 정책을 추진 중
 - 현재 지자체에서 운영하는 대부분의 관광 안내 플랫폼은 단순한 관광지에 대한 안내 정보만으로 운용되고 있어 관광 정보제공 + 숙박 + 음식 등 관광활동 전반에 걸친 정보를 제공하고 이를 사용자의 취향과 선택에 따라 바로 예약이 되어 실시간으로 정보를 확인하고 주고받을 수 있는 종합관광 정보플랫폼이 필요한 상황임
 - 중앙정부나 지자체의 관광자원 및 관광콘텐츠 개발 지원 역할과 민간에서 제공하는 각종 관광인프라를 한군데 결합해서 통합적이고 유기적인 사용자중심의 정보를 제공하기 위한 관광 거버넌스의 역할이 중요시 되는 상황임

5) MICE 산업육성을 위한 CVB 역할 강화

- 지자체별로 컨벤션 인프라를 활용하고 컨벤션 유치에 통한 MICE 관광산업육성에 심혈을 기울이고 있음
 - 서울, 부산, 경기 등 대도시권은 컨벤션과 연관된 MICE 관광프로그램 개발에 박차를 가하고 있으며, 이를 통하여 관광산업의 저변을 확장하려는 전략을 취하고 있음
 - 컨벤션 인프라의 관리 조직과 컨벤션 유치 및 MICE 관광 전담조직을 분리 운영하거나 통합하여 운영하면서 시너지를 창출하고자 하는 전략을 취하고있음



<그림 5-26> 관광 진흥 정책 분석 시사점 정리

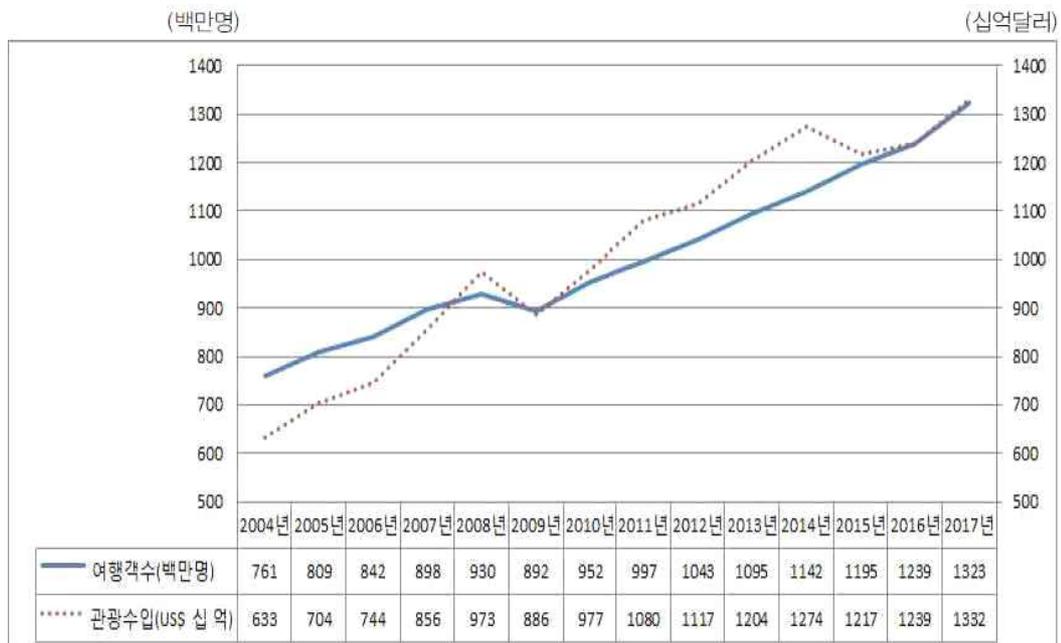
제3절 관광시장 동향

가. 글로벌 관광시장 동향

1) 글로벌 관광시장 개요

○ 지속적인 관광시장의 성장

- 세계관광기구(UNWTO)의 통계에 따르면, 국제관광객 수가 2012년 최초로 10억 명을 돌파한 이래 2017년에는 전년 대비 6.8% 증가한 13억 2,300만 명으로 집계되었음
- 2017년의 국제관광 수입은 전년 대비 4.8% 증가한 1조 3,320억 달러를 기록함



<그림 5-27> 세계관광 성장추이

- UNWTO는 원래 2010~2020년 사이 세계 관광인구가 평균 3.8% 정도 성장할 것으로 예측했지만 실제 2017년 성장세는 이를 훌쩍 뛰어넘은 결과로 나타났음
- 더불어 UNWTO는 2018년에 세계 지역별 성장세를 예측하며 유럽과 미국이 3.5~4.5%, 아시아-태평양 지역이 5~6% 성장할 것이며, 아프리카 지역이 5~7%, 중동지역이 4~6% 성장하는 등 2018년 세계 평균 약 4~5%가 성장할 것으로 기대된다고 밝혔음
- UNWTO가 발표한 2016년과 2017년의 성장세를 비교한 구체적인 자료를 보면 2017년 세계 관광의 성장세는 유럽과 아시아, 그리고 중동이 주도한 것으로 나타났다음

2) 주요 지역별 현황

- 2017년 기준 대륙별 국제관광객 유치 동향을 살펴보면 유럽지역은 전년 대비 8.4% 증가한 6억 7,110만 명의 외국인 관광객을 유치함으로써 전체 대륙 가운데 1위를 차지함
 - 핵심지역은 16년 대비 17년에 13% 성장한 남부 및 지중해 연안 지역과 서유럽이 % 증가한 것 때문으로 풀이되는데 북유럽은 전년 대비 1% 하락한 5%, 중부 및 동유럽은 1% 성장한 5%로 평균치에는 미치지 못하는 것으로 나타남
- 아시아·태평양 지역의 경우 전년 대비 5.6% 증가한 3억 2,320만 명의 외국인 관광객이 방문함으로써 세계 두 번째 관광시장을 대표하듯이 전년 대비 2017년 평균 6% 성장을 달성함
 - 아시아지역 최고 성장률은 남부 아시아지역이 전년 대비 10%, 남동아시아지역이 8%, 오세아니아 지역이 7%, 북동 아시아가 3% 성장한 것으로 나타남
- 중동지역은 2015년 대비 16년에 -2.4%의 역성장을 했지만 2017년 5% 성장한 5,800만 명의 방문자를 기록 성장세에 힘을 보탬으로써, 전체 세계 관광시장에서 비중은 적지만 성장세로 돌아선 기폭제가 된 것으로 평가됨

<표 5-5> 연도별/지역별 세계관광객 수

[단위 : 백만명, %]

구분	관광객 수						성장률		구성비
	2000	2005	2010	2015	2016	2017	16/15	17/16	2017
전세계	680	809	952	1195	1239	1323	3.7	6.7	100.0
유럽	392.9	452.7	487.7	605.1	619.0	671.1	2.3	8.4	50.7
아시아·태평양	110.4	154.1	208.2	284.1	305.9	323.2	7.7	5.6	24.4
미주	128.2	133.3	150.4	193.7	200.7	207.3	3.6	3.3	15.7
아프리카	26.2	34.8	50.4	53.6	57.8	63.0	7.9	9.0	4.8
중동	22.4	33.7	55.4	58.1	55.6	58.2	-4.3	4.6	4.4

○ 미주대륙은 전년 대비 3.3% 증가한 2억 730만 명의 외국인 관광객을 유치함

<표 5-6> 지역별 세계관광수입

[단위 : 십억 달러(US\$), %]

구분	관광수입		성장률		구성비
	2016	2017	16/15	17/16	2017
전세계	1239	1332	2.6	4.8	100.0
유럽	461.7	511.6	1.2	7.8	38.4
아시아·태평양	370.8	389.5	4.1	2.6	29.2
미주	313.7	325.7	2.3	1.2	24.4
아프리카	33.4	37.8	4.8	8.1	2.8
중동	59.0	67.8	1.1	12.9	5.1

○ 아프리카는 전년 대비 9.0% 증가한 6,300만 명의 관광객이 방문하였고, 중동 지역의 외국인 관광객은 전년 대비 4.6% 증가한 5,280만 명으로 집계됨

<표 5-7> 주요 국가, 외국인 관광객 현황

[단위 : 백만 명, %]

순위 (’16)	국가명	방문객수		증가율	
		2016	2017	15/14	16/15
1	프랑스	82.6	-	0.9	-2.2
2	미국	75.9	-	3.3	-2.1
3	스페인	75.3	81.8	5.0	10.5
4	중국	59.3	60.7	2.3	4.2
5	이탈리아	52.4	58.3	4.4	3.2
6	영국	35.8	-	5.6	4.0
7	독일	35.6	37.5	6.0	1.8
8	멕시코	35.1	39.3	9.4	9.3
9	태국	32.6	35.4	20.6	8.9
10	터키	30.3	37.6	-0.8	-23.3

<표 5-8> 주요 국가 관광수입현황

[단위 : 십억 달러(US\$), %]

순위 (‘17)	국가명	관광수입		증가율	
		2016	2017	16/15	17/16
1	미국	206.9	210.7	0.0	1.9
2	스페인	60.5	68.0	7.2	10.1
3	프랑스	54.5	60.7	-6.3	9.0
4	태국	48.8	57.5	12.2	13.1
5	이탈리아	40.2	44.2	2.3	7.7
6	영국	41.5	43.9	3.3	10.8
7	호주	37.0	41.7	9.3	9.3
8	독일	37.5	39.8	1.7	4.2
9	마카오	30.4	35.6	-1.8	17.6
10	일본	30.7	34.1	10.4	14.4

3) 글로벌 관광시장의 현재 이슈

(1) 미국과 중국의 무역전쟁으로 인한 시장위축

- 도널드 트럼프 대통령의 중국과의 무역전쟁은 중국 여행객들에게 올해 미국관광산업에 큰 영향을 줄 것으로 전망됨
- 포워드 키(Forward keys)의 최신 연구결과에 따르면 하루 1,700만 건의 예약거래를 분석하여 중국에서 미국으로의 주간 예약은 2월 마지막 주(설 연휴 이후) 부터 첫 번째 관세가 발효된 3월 23일까지 약 2% 증가하였으나, 그 이후의 데이터는 8월에 전년 대비 8.4% 하락한 것으로 나타났으며, 새로운 라운드의 관세가 발표됨에 따라 더 하락하였음
- 관세가 도입된 이후 미국 달러에 대해 7.5% 하락한 중국통화에 대한 부정적인 영향과 베이징으로부터 미국여행 보안위험에 대한 경고가 그 추세에 더 영향을 미쳤을 가능성을 예측하였음
- Forward keys의 데이터에 따르면 올해 남은 기간 미국으로 향하는 출국 예약은 작년 같은 시기에 비해 9.6% 감소했지만 전 세계 중국 출국 예약은 5.5% 증가한 것으로 나타났음

(2) 오버투어리즘³⁴⁾의 증가 추세에 대비한 관광산업의 공익적 역할 증대

- 지난 4월 보라카이는 6개월간 잠정 폐쇄를 결정하게 되었는데 필리핀 정부는 보라카이의 환경오염이 심각해 관광객을 받지 않고 환경 정화 활동에 힘쓰겠다는 처방을 내림
 - 보라카이는 에메랄드빛 바다와 아름다운 산호 백사장이 눈부신 광경을 연출해 세계 3대 해변으로 불렸으나, 지금 바다에는 정화되지 않은 하수가 그대로 들어가 악취가 진동하고, 백사장에는 관광객들이 버린 쓰레기가 방치되어 훼손이 심각한 수준에 이르게 되면서 필리핀 정부에서 관광 중단을 선언함
- 오버투어리즘이 계속되면서 주민들은 집값이나 전셋값, 사생활 침해를 감당하지 못하고 지역을 떠나는 '투어리스트피케이션(Touristification)'을 겪고 있음
- 오버투어리즘 현상은 이제 더는 외국의 일만이 아니라 국내에서도 서울의 북촌한옥마을, 제주특별자치도 등 여러 지역이 오버투어리즘 지역으로 꼽히고 있음
- 제주의 경우 지난 4월 영국 BBC가 발표한 세계 5대 오버투어리즘 관광지 가운데 하나로 꼽히게 되었는데 지난 10년간 제주도 방문관광객은 3배 가까이 늘어났으며, 작년 기준 1,600만 명이 방문하는 명실상부한 거대 관광지가 되었고, 관광소득 역시 4조 7천억 원으로 추정되었음



〈그림 5-28〉 국내 오버투어리즘 심각지역

- 북촌한옥마을 역시 오버투어리즘으로 인해 주거권을 침해받고 있는데 이곳은 조선 시대부터 현재까지 약 600년간 보존된 아름다운 한옥들과 서울에서 느낄 수 없었던 고즈넉한 분위기에 매일 7,000명이 찾는 유명 관광지로 발전하면서 이른 아침부터 찾아온 관광객들이 주택가를 가득 채우고, 쓰레기 투기, 불법 주정차, 무단침입 등의 문제까지 발생하면서 주민들은 불편을 호소하고 있음

(3) 공정여행의 이슈화

- 생산자와 소비자가 대등한 관계를 맺는 공정무역(fair trade)에서 따온 개념으로, 착한 여행이라고도 하는데 즐기지만 하는 여행에서 초래된 환경오염, 문명 파괴, 낭비 등을 반성하고 어려운 나라의 주민들에게 조금이라도 도움을 주자는 취지에서 2000년대 들어서면서 유럽을 비롯한 영·미권에서 추진되고 있음
- 관광산업은 전 세계적으로 매년 10%씩 성장하지만, 관광으로 얻어지는 이익은 대부분 G7 국가에 속한 다국적 기업에 돌아가기 때문에 공정여행을 통해 현지인이 운영하는 숙소를 이용하고, 현지에서 생산되는 음식을 구매하는 등지역사회를 살리자는 취지를 담고 있으며, 국내에서도 봉사과 관광을 겸하는 공정여행 상품이 등장해 인기를 끌고 있음

나. 국내 관광 동향

1) 외국인 관광객 입국 동향

- 2017년 방한 외국인 관광객은 전년 대비 22.7% 감소한 1,333만 명으로 집계되었음
 - 중국 시장의 경우 2017년 3월 중국국가 여유국의 한국여행 상품 판매 및 방한 단체여행 제한의 영향으로 전년 대비 48.3% 감소한 417만 명으로 집계됨
 - 일본 시장의 경우 전년 대비 0.6% 증가한 231만 명을 기록하였는데, 이는 북한의 미사일 발사 및 핵실험 이슈 관련 한반도 정세 등으로 인해 불안감이 가중되어 방한 심리가 위축된 것으로 보임

<표 5-9> 연도별 외국인 관광객 입국 현황

[단위 : 명, %]

연도	외국인 관광객 수	성장률	연도	외국인 관광객 수	성장률
1996	3,683,779	-1.8	2007	6,448,240	4.8
1997	3,908,140	6.1	2008	6,890,841	6.9
1998	4,250,216	8.8	2009	7,817,533	13.4
1999	4,659,785	9.6	2010	8,797,658	12.5
2000	5,321,792	14.2	2011	9,794,796	11.3
2001	5,147,204	-3.3	2012	11,140,028	13.7
2002	5,347,468	3.9	2013	12,175,550	9.3
2003	4,752,762	-11.1	2014	14,201,516	16.6
2004	5,818,138	22.4	2015	13,231,651	-6.8
2005	6,022,752	3.5	2016	17,241,823	30.3
2006	6,155,046	2.2	2017	13,335,758	-22.7

- 대륙별로는 아시아지역의 경우 전년 대비 27.0% 감소한 1,055만 6,605명으로 전체 방한 외국인 관광객 중 79.2%를 차지함
- 미주지역은 전년 대비 0.1% 증가한 111만 7,107명으로, 우리나라 전체 인바운드 중 8.4%를 차지하였음
- 구주지역은 전년 대비 0.7% 감소한 93만 6,057명으로 7.0%를 차지하였고, 중동지역은 전년 대비 12.4% 증가한 21만 7,538명으로 1.6%를 차지함

○ 기타 대양주, 아프리카주, 교포 및 미상 외국인은 전체 인바운드의 약 3.8%를 차지하는 것으로 나타남

<표 5-10> 국적별 외국인 관광객 입국 현황

[단위 : 명, %]

국적별	외국인 관광객 수		성장률(%)	구성비	
	2016년	2017년		2016	2017
아시아주	14464300	10556605	-27	83.9	79.2
중국	8067722	4169353	-48.3	46.8	31.3
일본	2297893	2311447	0.6	13.3	17.3
대만	833465	925616	11.1	4.8	6.9
홍콩	650676	658031	1.1	3.8	4.9
태국	470107	498511	6	2.7	3.7
필리핀	556745	448702	-19.4	3.2	3.4
베트남	251402	324740	29.2	1.5	2.4
말레이시아	311254	307641	-1.2	1.8	2.3
싱가포르	221548	216170	-2.4	1.3	1.6
인도네시아	295461	230837	-21.9	1.7	1.7
중동	193593	217538	12.4	1.1	1.6
미주	1116157	1117107	0.1	6.5	8.4
미국	866186	868881	0.3	5.0	6.5
캐나다	175745	176256	0.3	1.0	1.3
구주	942673	936057	-0.7	5.5	7.0
러시아	233973	270427	15.6	1.4	2.0
영국	135139	126024	-6.7	0.8	1.0
독일	110302	109860	-0.4	0.6	0.8
프랑스	91562	92347	0.9	0.5	0.7
이탈리아	63906	44080	-31	0.4	0.3
대양주	190547	189557	-0.5	1.1	1.4
호주	151979	150408	-1	0.9	1.1
뉴질랜드	31623	33088	4.6	0.2	0.3
아프리카주	57326	49316	-14	0.3	0.4
남아프리카공화국	13320	11053	-17	0.1	0.1
기타	277227	269578	-2.8	1.6	2.0
교포	276538	268854	-2.8	1.6	2.0
미상	689	724	5.1	0.0	0.0
전체	17241823	13335758	-22.7	100.0	100.0

- 국가별로는 아시아지역의 경우 일본(0.6%), 대만(11.1%), 홍콩(1.1%), 태국(6.0%) 등은 상승세를 기록했지만, 중국(-48.3%), 필리핀(-19.4%), 말레이시아(-1.2%), 싱가포르(-2.4%), 인도네시아(-21.9%) 등은 큰 감소세를 보임
- 미국 및 캐나다는 각각 0.3%의 소폭 성장률을 기록했으며, 유럽지역 국가 중 러시아(15.6%), 프랑스(0.9%) 등은 증가세를 보이고, 영국(-6.7%), 독일(-0.4%), 이탈리아(-31.0%)는 감소세를 보임
- 중국 관광객은 전년 대비 많이 감소했음에도 불구하고 방한 외국인 관광객 1위 국가를 차지하고 있음

2) 국민 해외여행 동향

- 2017년 국민 해외여행객은 26,496,447명으로 전년 대비 18.4%의 성장률을 보였으며, 아웃 바운드 집계 사상 처음으로 국민 해외여행 2,000만 명을 기록한 2016년보다 더 큰 성장세를 보임
 - 저비용 항공사 성장 및 원화 강세로 인한 해외여행 수요 상승 등으로 국제여행객이 증가하여 2017년도 월별 국민 해외여행 출국 현황을 보면 3월을 제외하고 매월 200만 명 이상 출국한 것으로 나타남

<표 5-11> 연도별 국민 해외여행 출국 현황

연도	출국자 수	성장률	해외여행 허용연령 확대단계
1988	725,176	42.0	
1989	1,213,112	67.3	
1990	1,560,923	28.7	
1991	1,856,018	18.9	
1992	2,043,299	10.1	
1993	2,419,930	18.4	
1994	3,154,326	30.3	
1995	3,818,740	21.1	
1996	4,649,251	21.7	
1997	4,542,159	-2.3	
1998	3,066,926	-32.5	
1999	4,341,546	41.6	
2000	5,508,242	26.9	
2001	6,084,476	10.5	45세 이상(1987.9.16.)
2002	7,123,407	17.1	40세 이상(1988.1.1.)
2003	7,086,133	-0.5	30세 이상(1988.7.1.)
2004	8,825,585	24.5	연령제한 폐지(1989.1.1.)
2005	10,080,143	14.2	
2006	11,609,879	15.2	
2007	13,324,977	14.8	
2008	11,996,094	-10.0	
2009	9,494,111	-20.9	
2010	12,488,364	31.5	
2011	12,693,733	1.6	
2012	13,736,976	8.2	
2013	14,846,485	8.1	
2014	16,080,684	8.3	
2015	19,310,430	20.1	
2016	22,383,190	15.9	
2017	26,496,447	18.4	

3) 국민 국내 여행 동향

(1) 2017년 내국인 국내 여행 참가자 수는 전년 대비 3.0% 증가한 약 4,048만 명으로 나타났으며, 당일 여행은 4.8%, 숙박여행은 5.2% 증가함

- 국민 국내 여행 이동 총량은 1월1일부터 12월 31일까지 국내 숙박여행과 국내 당일 여행을 합한 총 일수를 의미하는데, 2017년의 경우 국민 국내 여행이동 총량은 전년 대비 16.3% 증가한 4억 7,967만 3,688일로 나타남



<그림 5-29> 국내 여행 참가자 및 참가 횟수 현황

(2) 국내 관광시장의 이슈

- 한국관광공사에 따르면 지난해 1~12월 누적 기준으로 해외를 방문한 우리국민여행객 수는 26,496,477명인데 이는 지난 2016년보다 18.4%, 2015년보다 37.2% 늘어난 수치로 최근 해외여행객들이 증가한 이유로는 크게 주당 법정근로시간의 단축과 함께 일과 삶의 균형을 뜻하는 '워라벨' 열풍이 주도한 것으로 분석하고 있음
- 이전까지 단연 이슈였던 키워드는 '올로'였는데 이는 "인생은 한 번뿐이다(you only live once)"라는 뜻으로 지난해 2030 세대의 행동과 심리를 대변하는 핵심 키워드로 자리 잡으면서 '힘든 현실에 치일지라도 한 번뿐인 인생을 포기할 수 없다'라는 젊은 세대의 심리를 크게 반영하여 사회 전반에 다양한 영향을 끼쳤고, 여행시장 역시 이러한 영향으로 'YOLO여행'이라는 새로운 트렌드가 형성되고 있음

○ 하지만 올해 들어 ‘올로’의 열풍이 점점 식어가며 ‘소확행(小確幸)’ 및 워라벨이라는 새로운 키워드가 부상하기 시작하면서, ‘작지만 확실한 행복’이라는 뜻으로 올로와는 다소 상반된 개념으로 볼 수 있는 트렌드가 등장하면서 화려하고 자극적인 행복보다 일상에서 얻는 소소한 행복을 찾는것이 그 핵심으로 볼 수 있음

- 최근 새로운 키워드로 불리고 있는 ‘워라벨’은 지난해까지 국내에서 열풍이었던 ‘올로’와 다소 다른 형태로 경제시장 및 관광시장에 반영되고 있음

- 워라벨은 일상과 멀지 않은 가까운 도심 속 호텔에서 휴식을 취하거나 자신만의 시간을 보낼 수 있는 커피숍 방문, 인스타그램 등 SNS에서 유명한 지역을 방문하는 다양한 형태로 나타나고 있음

○ 또한, 음식을 소재로 한 여행 프로그램과 해외여행을 소재로 한 TV 프로그램이 시청자들의 해외여행에 대한 욕구를 지속해서 자극하고 있는 것으로 파악됨



<그림 5-30> 워라벨러스의 다섯가지 유형 분석 도식

제6장

강원관광재단 설립 타당성 분석

제1절. 설립의 필요성

제2절. 비전과 역할

제3절. 강원관광재단 조직 및 인력설계

제4절. 운영 체계 비교

제5절. 경제성 및 파급효과 분석

제6장 강원관광재단 설립 타당성 분석

제1절 설립의 필요성

가. 문재인정부의 국정운영 기조 중 관광복지 확대와 관광산업 활성화에 대응

- 관광복지 확대와 관광산업 활성화
- 주요 추진계획
 - 관광을 통한 지역경제 활성화

나. 제5차 관광진흥 5개년(2018년~2022년) 계획의 방향에 부응

- 관광을 통한 한국경제 및 관광산업발전 기반 마련
 - 국내 경제적 현안으로 양질의 일자리 부족, 소비위축 등 저성장 경제구조의 극복과 함께 고령사회, 1인 가구 증가 등에 대응한 정책제안
- 국민행복 추구하고 관광산업 발전을 통한 일자리 창출
 - 현 정부 정책목표인 일자리 창출과 연계하여 세부계획에서는 관광분야 고용의 양적 확대와 고용의 질을 제고시킬 수 있는 방향을 제시
- 제5차 관광진흥 5개년 계획에 능동적으로 대처하기 위한 실행중심의 조직 필요

다. 지역관광 활성화 방안에 부응

- 2018. 07. 11에 문체부, 국토부, 해수부 합동으로 지역 관광을 활성화시키기 위한 방안을 제시
- 지역주도 관광추진 체계 정비(한국형 DMO : 한국형 지역관광추진기구)를 통하여 지역 사회 스스로 관광 사업을 추진해 나갈 수 있도록 제도를 개선하여 지역경제 활성화로 연결될 수 있도록 유도하고 있음

라. 전국 광역시도 관광기구 운영 및 설립 추진에 부응

- 전국 17개 광역시도 중 관광기구를 설립하여 운영 중인 곳은 9개로 52.9%이며, 울산광역시 및 충청남도는 설립 추진 중에 있음
- 강원지역의 풍부한 관광자원 및 수도권과의 접근성을 살리고, 국내인의 외국 관광 욕구를 지역으로 바꿀 수 있는 전문화된 조직이 매우 필요함

마. 관광패러다임의 변화에 따른 탄력적 대응 필요

- 관광(단지, 관광특구 등 전통적인 관광개발 방식으로 새로운 관광욕구 및 트렌드를 담아내기에 한계가 있어 관광(단지) 조성 등 하드웨어 개발에서 콘텐츠 중심 개발로 전환되고 있는 상황
- 공급자 중심의 관광개발 정책으로는 능동적·창조적 관광활동을 요하는 관광객 수요창출에 한계가 있어 수요자 눈높이를 고려한 수요중심의 관광정책 개발필요
- 이러한 패러다임의 변화 속에 탄력적이고 능동적으로 대처할 수 있는 관광전문 인력 및 조직의 필요성 대두

바. 강원지역의 낙후성을 관광자원으로 극복

- 1인당 GRDP의 경우 2017년 기준 강원도는 28,703천원으로 전국 16개 광역시도(세종시 제외) 중 강원도는 10위를 차지하고 있음
 - 강원도 17개 산업 중 관광업종이라 할 수 있는 숙박 및 음식점업의 매출액은 2011년 기준 11위에 머물고 있음
- 강원도에는 유명한 관광자원이 많아 있어 이를 활용하여 1인당 GRDP를 증가시킬 수 있음
- 따라서 최근 증가하고 있는 관광객을 유인하여 관광업종의 활성화를 기할 경우 강원도의 1인당 GRDP를 증가시킬 수 있으며, 이는 곧 강원지역의 낙후성을 극복하는 것임

사. 국내·외 관광시장 변화에 대한 전략적 대응

- 세계적인 경기불황 속에서 관광시장(특히 중국을 중심으로 한 아시아태평양 시장)은 지속적인 성장세에 있음

- 방한 관광시장은 2018년 15,347천명의 외래 관광객 시대에 돌입한 상황³⁾이며, 강원도를 찾는 관광객은 해마다 늘고 있음⁴⁾
- 증가하고 있는 관광객 수를 지속적으로 유지하려면 이에 부응하는 전문조직이 필요함

아. 강원도를 방문하는 고객들의 만족도 및 재방문 의향도 제고⁵⁾

- 17개 광역시도 중 여행지 만족도에서 강원도는 2016년 이전 2위에서 2018년도에는 7위로 추락
- 강원도 지역 재방문 의향도도 최근 순위가 지속하락하고 있는 것으로 나타나고 있으며, 2018년도에는 5위까지 추락하였음
- 강원도의 풍부한 관광자원과 수도권과의 접근성 이점을 살려 강원도 지역을 방문하는 고객들에게 만족도를 제고하고 재방문 의향도를 향상시키기 위하여 전문화된 조직이 필요함

자. 통합적인 관광진흥사업을 추진할 컨트롤타워 필요

- 관광시장의 성장을 강원도 내로 흡수하고 지역경제 활성화를 도모하기 위해 통합적인 관광진흥사업을 추진할 컨트롤타워로서 지역 내의 전문성과 역량을 결합한 관광전문기구의 역할이 요구됨
 - 도관광마케팅과, 관광개발과, 강원도해양관광센터, 강원국제회의센터 등 중복 업무의 조정과 집행 기능을 주체적으로 수행할 관광전담기구 필요
 - 강원도해양관광센터, 강원국제회의센터 및 강원경제진흥원에서 각각 추진하고 있는 홍보·마케팅 등을 통합·운영하여 시너지 효과 제고

3) 방한 외국인 관광객수

[단위 : 천명]

구 분	2018년	2017년	2016년	2015년	2014년	2013년	2012년	2011년
관광객수	15,347	13,336	17,242	13,232	14,202	12,176	11,140	9,795

4) 강원도 관광객수

[단위 : 천명]

구 분	2018년	2017년	2016년	2015년	2014년	2013년	2012년	2011년
관광객수	125,255	122,646	115,080	101,649	102,048	100,567	89,228	86,238
외국인	4,027	2,246	2,201	1,886	2,115	1,918	1,866	1,569
내국인	121,228	120,400	112,879	99,763	99,933	98,649	87,362	84,669

5) 한국문화관광연구원에서 2009년 이후 매년 실시하는 국민여행조사 결과

차. 강원도 관광산업 육성 의지에 부응

- 민선 7기 도정부는 지역관광활성화를 위한 정책수단으로 관광산업 육성에 대한 강력한 의지를 표명하며, 융복합 관광의 컨트롤타워로서 강원관광재단의 설립을 통해 강원도를 대한민국 관광메카로 성장시킬 계획
- 관광객 유인을 위하여 하드웨어적인 요소도 중요하지만, 프로그램 개발 등 소프트웨어 측면도 중요함. 창의적이고 독창적인 프로그램을 개발할 수 있는 직원으로 구성된 조직 필요

카. 18개 시·군의 관광 활성화에 대한 의지

- 강원도 지역 내 관광환경 변화를 활용하여, 강원지역 브랜드를 강화하고 환경변화에 의해 유발된 관광객을 유치하기 위한 통합적인 마케팅 전문기구의 필요성이 요구되는 상황으로
- 2019.10.14.에 강원도경제부지사와 18개 시·군 부단체장이 참석하여 강원관광재단 운영에 관한 업무 협약식(MOU)을 체결하는 등 관광 전문기구 설립에 대한 갈망이 매우 큼

타. 강원도민의 강원관광재단 설립에 대한 갈망

- 강원도민 1,000명(18개 시·군 인구비례 할당)을 대상으로 강원관광재단 설립에 대한 설문조사 결과 설립에 대한 찬성이 78.6%로 매우 높게 나타남
- 강원도민은 관광 활성화를 통한 지역경제 증대를 위하여 관광재단 설립이 꼭 필요함을 설문조사 결과에 표출한 것임

제2절 비전과 역할

가. 비전 및 목표

- 비전 : 국내·외 최고의 관광만족도 선도 글로벌 국제 관광도시 구현
- 목표 : 관광객 유치 활성화 / 관광 수익모델 개발 / 관광 일자리 창출
- 중점과제 : MICE 및 크루즈 사업 활성화 / DMZ 및 금강산 사업 활성화 / 스포츠마케팅 강화 / 관광 콘텐츠 개발 및 사업화 / 강원관광 홍보·마케팅 강화 / 시·군간 협업 및 지원 / 관광 정책 개발·연구

나. 주요 역할

[MICE 및 크루즈 사업 활성화]

- MICE 유치 및 개최, 민관협력 네트워크 구축, 크루즈 유치 및 개최 지원
 - 기존조직 : (재)해양관광센터, 강원국제회의센터

[DMZ 및 금강산 사업 활성화]

- DMZ 및 금강산 사업 홍보 및 마케팅
 - 기존조직 : -

[스포츠마케팅 사업화]

- 올림픽 레거시 관광상품 및 프로그램 개발, 국내 및 국제 대회 유치 및 개최
 - 기존조직 : -

[스마트 관광 개발 및 홍보]

- 투어패스, 투어앱 관리, 스마트관광 홍보 등
- 국내관광 상품 개발, 한류연계 상품 개발
 - 기존조직 : -

[관광 콘텐츠 개발 및 사업화]

- 특화 관광콘텐츠 개발 및 상품화 지원
 - 기존조직 : -

[시·군간 협업 및 지원]

- 시·군, 공공-민간 등 다양한 관광비즈니스 네트워크 확보 및 지원
 - 기존조직 : -

[관광 정책 개발·연구]

- 국내·외 관광 관련 정보수집·분석 및 조사·연구, 정책사업의 효과 측정 및 진단
 - 기존조직 : -

제3절 강원관광재단 조직 및 인력 설계

가. 역할에 따른 조직 구성

1) MICE 및 크루즈 사업 활성화

- 강원MICE 유치 활성화 및 개최 지원
- MICE 도시홍보 및 기반조성
- 크루즈 유치 및 홍보, 관련 관광상품 개발
- 크루즈 신항로 개발
- 항공 유치 및 홍보, 관련 관광상품 개발
- 항공 신항로 개발
[필요 조직 : MICE팀, 항공·해양팀]

2) DMZ 및 금강산 사업 활성화

- DMZ 및 금강산 사업 홍보 및 마케팅
- 산악관광 상품개발
- 산악관광 홍보 및 마케팅
[필요 조직 : DMZ·금강산팀]

3) 스포츠마케팅 사업화

- 올림픽 레거시 관광상품 및 프로그램 개발
- 드론경기 국내 및 국제 대회 유치 및 개최
- 드론 전문가 양성
[필요 조직 : 스포츠관광팀]

4) 스마트 관광 개발 및 홍보

- 투어패스, 투어앱 관리, 스마트관광 홍보 등
- 국내관광 상품 개발, 한류연계 상품 개발
[필요 조직 : 관광마케팅팀, 홍보팀]

5) 관광 콘텐츠 개발 및 사업화

- 관광콘텐츠 발굴 및 상품화, 신규 수익사업 발굴
- 관광두레 및 한국형 DMO 사업지원
- 관광콘텐츠 스타트업 등
[필요 조직 : 관광콘텐츠개발팀]

6) 강원관광재단 운영

- 기획, 예산, 계약, 대외협력
- 채용, 인사, 징계, 복무
- 감사 및 사정업무, 공직기강, 소송, 제도개선
- 국내·외 관광 관련 정보수집·분석 및 조사·연구
- 정책사업의 효과 측정 및 진단
- 시·군 간 다양한 관광비즈니스 네트워크 확보 및 지원
- 공공-민간 등 다양한 관광비즈니스 네트워크 확보 및 지원
[필요 조직 : 기획예산팀, 경영지원팀, 감사법무팀]

나. 강원도와 강원관광재단 업무 조정 방향

1) 강원 관광 추진체계 개편 방향

- 강원도가 추진하여야 할 관광 진흥 정책과 지역의 관광전문기구가 추구하는 바를 토대로 강원관광재단이 추구해야 할 정책 방향을 제시하면 아래의 표와 같음

<표 6-1> 강원도 관광 추진체계 개편 방향

강원도가 추구해야 할 관광진흥 정책		강원관광재단이 추구해야 할 관광진흥 정책	
1	최근 관광 트렌드의 변화흐름에 대한 통시적 차원의 접근 필요	1	기존 지역 관광진흥기구들의 재편움직임 : 공공성 강조
	<ul style="list-style-type: none"> 강원도 관광마케팅 정책의 부서별 중복성과 비효율성 존재 문화체육관광부의 지역관광 활성화 전략 대응 필요 		<ul style="list-style-type: none"> 서울관광마케팅(수익성) → 서울관광재단(공공부문 역할 강조) 전북 및 전남문화관광재단 : 관광진흥 관련 재구조화 추진 중 한국관광공사 : 공익사업으로 방향성 전환
2	강원도의 정책기획 업무 강화를 위해서 사업실행과 지원성격의 업무를 전문적으로 담당하는 기관으로 업무이관 필요	2	지역 관광 정책은 점차 민간부문이 주도해 나가는 흐름
	<ul style="list-style-type: none"> 관광분야 자치분권 로드맵 대응력 강화 강원도 관광 진흥 전반의 역량 강화 필요 국내외 마케팅 밸런스 유지 및 개발/마케팅의 통합적 접근 필요 강원도(정책기획 및 협의), 통합기구(사업기획 및 실행) 		<ul style="list-style-type: none"> 커뮤니티 기반의 지역관광 활성화 흐름 : 민간주도 확대 민간주도로 발생할 수 있는 위험관리 필요 공공부문과 민간부문의 협력적 파트너쉽 형성이 효율적
3	관광마케팅은 수단·방식의 나열보다 목표달성이 우선	3	민간부문의 전문성을 바탕으로 추진하는 사업범위 확대
	<ul style="list-style-type: none"> 해양(크루즈), MICE, 의료관광, 공연/문화유산, 스포츠 등 마케팅 영역들을 효율적으로 융·복합화 ⇒ 대상지역과 대상자의 관광경쟁력 강화 		<ul style="list-style-type: none"> 공기업/출자·출연기관 중심의 관광객 유치사업→다양한 지역사회 욕구 충족 서울관광재단 : '시민여가 활성화'라는 공공성 부각 - 사례) 유튜브 채널(VisiteSeoul TV) 개국 IoT기반 모바일 앱(i Tour Seoul) 운영, 스타트업 육성 등

2) 강원도와 강원관광재단의 역할 구분

- 강원도청의 관광관련 행정조직(GTA)과 강원관광재단(GTO)간 역할 분담 및 협업체계 개편을 통해 추진주체별 핵심기능에 역량을 집중하여 각 조직별 사업의 전문성과 효율성을 제고함

〈표 6-2〉 강원도와 강원관광재단의 역할 구분

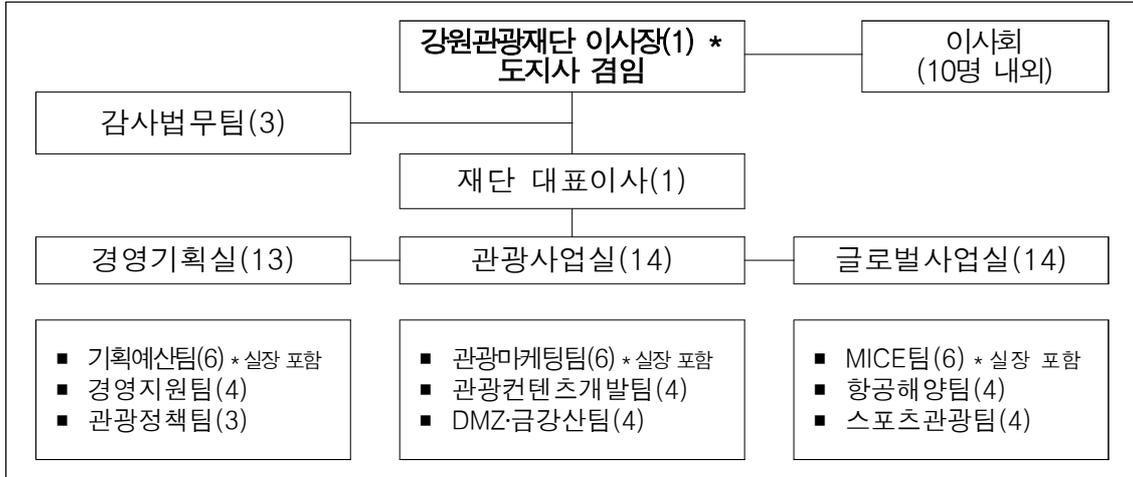
구 분	주요 역할	핵심기능(안)
강원도청	<ul style="list-style-type: none"> 강원관광 정책의 종합 기획 및 조정 강원도의 차별화된 관광자원 개발 체계적인 관광산업 진흥시책을 통해 강원관광경제의 활성화 도모 관광사업 인허가, 규제완화 등 관광 행정기능 수행 	<ul style="list-style-type: none"> 관광정책 기획·조정 관광객 편의증진을 위한 관광환경 개선 지역기반 관광자원 개발과 활성화 국내외 관광협력네트워크 강화 강원관광 품질관리 강화 관광산업 생태계 기반 마련 및 관련 요소 육성 (강원도민 여가관광 활성화 정책 마련 등)
강원관광재단	<ul style="list-style-type: none"> 국내외 마케팅 정책실행 및 모니터링 크루즈&MICE 전문기구 관광자원 개발 및 상품화 등 전망위적인 마케팅 지원 다양한 협업 	<ul style="list-style-type: none"> 국내외 관광시장 조사분석 및 시장별 유치전략 수립 전략 시장에 대한 통합 해외마케팅 크루즈 유치 및 운영 지원 MICE 유치 및 지역관광 연계 관광콘텐츠 발굴 및 상품화 시군, 민간, 기업 등 관광비즈니스 네트워크 확보 및 지원 등

다. 강원관광재단 설립 시 조직(안) 및 부서별 업무

1) 강원관광재단 설립 시 조직(안)

- 현재 가용예산의 범위, 통합조직의 특성, 추가해야 할 사업의 범위 등을 종합적으로 고려함
- 강원관광재단은 기존의 유사 업무, 경영·사무 관리 인원 등의 중복지원을 조정하고, 각 부서의 기능 간 연계를 도모하여 관광사업 시너지 효과 유도를 위한 조직을 구성함
- 3실 10팀으로 구성함
 - 3실과 별도로 감사법무팀 신설
 - 3실은 경영기획실, 관광사업실, 글로벌사업실로 구성
 - 경영기획실은 기획예산팀, 경영지원팀, 관광정책팀 등 3개 팀으로 구성
 - 관광사업실은 관광마케팅팀, 관광컨텐츠개발팀, DMZ·금강산팀 등 3개 팀으로 구성
 - 글로벌사업실은 MICE팀, 항공·해양팀, 스포츠관광팀 등 3개 팀으로 구성
- 강원관광재단이 중장기적으로 ‘강원도 관광 진흥의 중심기구’로써 역할을 하기 위해서는 설립 조직구성(안)을 확대하여 본부체제로 확대하는 방안을 구상해야 할 것임

<표 6-3> 조직-인력구성(안) : 3실 45명(민간 35, 공무원 10)



2) 강원관광재단 설립 시 부서별 업무

○ 강원관광재단 설립 시 부서별 업무는 다음과 같음

<표 6-4> 강원관광재단 설립 시 부서별 업무

부서명		업 무
감사법무팀		◦ 감사 및 사정업무, 공직기강, 소송, 제도개선
경영기획실	기획예산팀	◦ 기획, 예산, 계약, 대외협력
	경영지원팀	◦ 채용, 인사, 징계, 복무
	관광정책팀	◦ 국내·외 관광 관련 정보수집·분석 및 조사·연구 ◦ 정책사업의 효과 측정 및 진단 ◦ 시·군 간 다양한 관광비즈니스 네트워크 확보 및 지원 ◦ 공공-민간 등 다양한 관광비즈니스 네트워크 확보 및 지원
관광사업실	관광마케팅팀	◦ 투어패스, 투어앱 관리, 스마트관광 홍보 등 ◦ 국내관광 상품 개발, 한류연계 상품 개발
	컨텐츠개발팀	◦ 관광콘텐츠 발굴 및 상품화, 신규 수익사업 발굴 ◦ 관광두레 및 한국형 DMO 사업지원, 관광콘텐츠 스타트업 등
	DMZ·금강산팀	◦ DMZ 및 금강산 사업 홍보 및 마케팅 ◦ 산악관광 상품개발, 산악관광 홍보 및 마케팅
글로벌사업실	MICE팀	◦ 강원MICE 유치 활성화 및 개최 지원 ◦ MICE 도시홍보 및 기반조성
	항공·해양팀	◦ 항공 유치 및 홍보, 관련 관광상품 개발 ◦ 항공 신항로 개발 ◦ 크루즈 유치 및 홍보, 관련 관광상품 개발 ◦ 크루즈 신항로 개발
	스포츠관광팀	◦ 드론경기 국내 및 국제 대회 유치 및 개최 ◦ 드론 전문가 양성 ◦ 올림픽 레거시 관광상품 및 프로그램 개발

라. 공무원 정원감축 검토

- 강원관광재단은 설립 전후로 강원도해양관광센터와 강원국제회의센터 해산과 그 업무를 이관하고, 강원도관광협회, 강원도경제진흥원의 도 위탁(대행)사업들을 일원화하여 신설 재단으로 수탁 추진하는 등 재단설립으로 공무원 정원감축계획은 해당사항 없을 것으로 판단됨
- 다만, 강원도해양관광센터 4명 공무원 파견 인원과 강원국제회의센터 2명 공무원 파견 인원 총 6명 인원이 신설 재단 5명 공무원 파견과 비교하여 1명 정도의 정원감축효과가 있을 것으로 판단됨

<강원도해양관광센터, 강원국제회의센터 조직 현황>

- 강원도해양관광센터 : 정원 10명 / 현원 9명(공무원 파견 4, 일반직 5)
- 강원국제회의센터 : 정원 13명 / 현원 13명(공무원 파견 2, 일반직 11)

마. 강원관광재단 설립 시 인력 설계

1) 통합예정 기관 현황

- 강원관광재단 설립 시 향후 통합예정 기관은 강원국제회의센터 및 (재)해양관광센터임
- 강원국제회의센터 및 (재)해양관광센터를 강원관광재단에 흡수할 경우 두 기관은 청산하여야 함
- 강원국제회의센터 및 (재)해양관광센터에 근무하는 기존 인력은 퇴사를 하여야 하며, 강원관광재단에서 채용 시 개인의 의사에 따라 지원을 할 필요가 있음.

<표 6-5>통합예정 기관 현황

강원국제회의센터	(재)해양관광센터
[주요 사업] - 강원 MICE 유치 활성화 - 강원 MICE 개최 지원 - 강원 MICE 도시 홍보 - 강원 MICE 기반 조성	[주요 사업] - 크루즈 관련 유치 및 홍보 - 크루즈 관련 관광상품 개발 - 크루즈 관련 국제행사 유치 - 전문인력 양성
[현원] - 공무원 파견 2명 + 일반직 11명 - 총 13명	[현원] - 공무원 파견 4명 + 일반직 5명 - 총 9명

2) 부서별·직급별 인력(기존, 신규)

- 강원관광재단의 부서별 직급별 인원을 산정하기 위하여 강원국제회의센터 및 (재)강원도해양관광센터의 직급을 참조함
 - 공무원의 직급을 고려하여 결정하며, 1급은 대표이사, 2급은 본부장(향후 조직), 3급은 부장, 4급은 팀장(과장급), 5급은 대리, 6급은 선임, 7급은 사원으로 구성함

<표 6-6> 기관별 직급 비교

기관명	기관별 직급						
공무원	3급	4급	5급	6급	7급	8급	9급
강원관광재단	1급	2급	3급	4급	5급	6급	7급
강원국제회의센터	-	센터장	사무국장	팀장	차~과장	대리	주임
(재)강원도해양관광센터	-	-	센터장	4급 팀장	5~6급	7~8급	9급

- 기관별 현 인원의 직급 구성은 다음과 같음
 - 강원국제회의센터 및 (재)강원도해양관광센터의 경우 공무원 직급과 차이가 날 수 있으며, 연봉 및 각 기관의 직위·직급을 기준으로 검토한 것임

<표 6-7> 기관별 직급별 현원 구성과 공무원 직급과 비교

기관명	기관별 직급						
강원관광재단	1급	2급	3급	4급	5급	6급	7급
공무원	3급	4급	5급	6급	7급	8급	9급
강원국제회의센터	-	센터장	사무국장	팀장	차~과장	대리	주임
	공무원	당연직	1	1			
	전문직			1	1	3	5
(재)강원도해양관광센터	-	-	센터장	사무국장	5~6급	7~8급	9급
	공무원		1	3		1	
	전문직					2	2

주) (재)강원도해양관광센터 : 사무국장은 팀장급임, 무기계약직은 9급으로 표기

- 강원관광재단과 통합 예정 기관의 업무, 조직· 직급, 인력을 바탕으로 강원관광재단의 직책과 직급을 설정하였으며, 각 부서별 인력 계획은 다음의 <표 6-8>와 같음
- 강원관광재단의 경우 총 인원 46명으로 이사장 1명(강원도지사로 당연직), 강원도 공무원 파견 5명(5급 1명, 6급 3명, 7급 1)명, 18개 시·군 파견 공무원 5명(7급), 신규 총원 35명으로 인원을 산정하였음
- 인력 계획 내용은 다음과 같음
 - 공무원 파견 : 강원도에서 5급 1명, 6급 3명, 7급 1명, 18개 시·군에서 5명(7급)
 - 인력 계획(예시)는 인건비 산정을 위한 참조용이며, 상황에 따라 달리 배치할 수 있음
 - 인력 운용
 - 이사장(1명) : 강원도지사 1명(당연직)
 - 대표이사(1명) : 신규 1명
 - 감사법무팀(3명) : 팀장 1명(공무원 6급), 신규 2명
 - 경영기획실(13명) : 부장 1명(공무원 5급),
 - 기획예산팀 신규 4명, 공무원 1명(7급)
 - 경영지원팀 팀장 1명(공무원 6급), 신규 4명
 - 관광정책팀 신규 2명, 공무원 1명(7급)
 - 관광사업실(14명) : 부장 1명(신규)
 - 관광마케팅팀 신규 4명, 공무원 1명(7급)
 - 관광컨텐츠개발팀 신규 3명, 공무원 1명(7급)
 - DMZ·금강산팀 신규 3명, 공무원 1명(7급)
 - 글로벌사업실(14명) : 부장 1명(신규)
 - MICE팀 팀장 1명(공무원 6급), 신규 4명
 - 항공·해양팀 1명(공무원 7급), 신규 3명
 - 스포츠관광팀 신규 4명

<표 6-8> 조직체계 : 이사장 - 대표이사 - 실장 - 팀장 - 팀원 체계

구 분	임직원 구성	운영계획						
이사장	민간전문가(비상근)	초기 강원도지사 겸임 이후 민간 채용						
대표이사	공무원 3급, 4급 또는 민간전문가	초기 국장급 공무원 민간 채용						
실장	공무원 5급 또는 민간전문가	초기 기획경영실장 공무원 파견, 나머지 민간 채용						
팀장	공무원 6급 또는 민간전문가	초기 기획경영실 공무원 파견, 나머지 민간 채용						
부서명	직급별 인원 수							
	1급	2급	3급	4급	5급	6급	7급	계
이사장(1명)								-
대표이사(1명)	1							1
감사법무팀(3명)				1	1		1	3
경영기획실(13명)			1					1
기획예산팀				1	2	1	1	5
경영지원팀				1	1	1	1	4
관광정책팀				1	1	1		3
관광사업실(14명)			1					1
관광마케팅팀				1	2	1	1	5
관광컨텐츠개발팀				1	1	1	1	4
DMZ·금강산팀				1	1	1	1	4
글로벌사업실(14명)			1					1
MICE팀				1	2	1	1	5
항공해양팀				1	1	1	1	4
스포츠관광팀				1	1	1	1	4
계	1		3	10	13	9	9	45

주) 2급은 본부장급으로 향후 조직 확대 시 적용

〈표 6-9〉 인력 운영계획_공무원 파견(예시)

부서명	직급별 인원 수							
	1급	2급	3급	4급	5급	6급	7급	계
대표이사								
감사법무팀				1				1
경영기획실			1					1
	기획예산팀				1			1
	경영지원팀			1				1
	관광정책팀				1			1
관광사업실								
	관광마케팅팀				1			1
	관광컨텐츠개발팀				1			1
글로벌사업실								
	MICE팀			1				1
	항공해양팀				1			1
스포츠관광팀								
계			1	3	7			10

주) 이사장은 파견 제외

〈표 6-10〉 인력 운영계획_신규 충원(예시)

부서명	직급별 인원 수							
	1급	2급	3급	4급	5급	6급	7급	계
대표이사	1							1
감사법무팀					1		1	2
경영기획실								
	기획예산팀			1	1	1	1	4
	경영지원팀				1	1	1	3
	관광정책팀				1	1		2
관광사업실			1					1
	관광마케팅팀			1	1	1	1	4
	관광컨텐츠개발팀				1	1	1	3
	DMZ·금강산팀				1	1	1	3
글로벌사업실			1					1
	MICE팀				2	1	1	4
	항공해양팀				1	1	1	3
	스포츠관광팀				1	1	1	4
계	1		2	7	7	9	9	35

바. 강원관광재단 운영 계획

- 강원관광재단 설립 전 통합 예정 기관의 기존 업무 대비 재단 설립 후 증가하는 업무는 다음과 같음

<표 6-11> 강원관광재단 설립·후 업무 비교

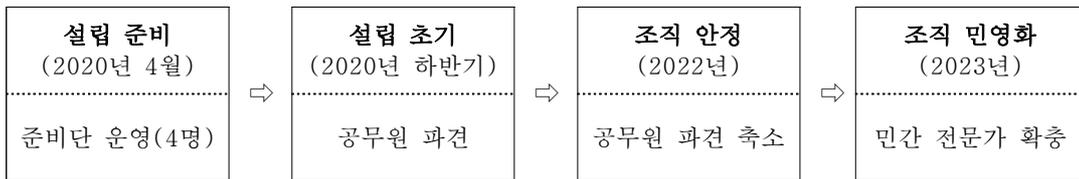
부서명	설립 이전 업무	설립 이후 업무
감사법무팀	-	- 감사 및 사정업무, 공직기강, 소송, 제도개선
경영기획부	- 기획, 예산, 계약, 대외협력 - 채용, 인사, 징계, 복무	- 정책사업의 효과 측정 및 진단 - 국내·외 관광 관련 정보수집·분석 및 조사·연구 - 시·군 간 다양한 관광비즈니스 네트워크 확보 및 지원 - 공공-민간 등 다양한 관광비즈니스 네트워크 확보 및 지원
관광사업부	-	- 투어패스, 투어앱 관리, 스마트관광 홍보 등 - 국내관광 상품 개발, 한류연계 상품 개발 - 올림픽 레거시 관광상품 및 프로그램 개발 - 드론경기 국내 및 국제 대회 유치 및 개최, 드론 전문가 양성 - 관광콘텐츠 발굴 및 상품화, 신규 수익사업 발굴 - 관광두레 및 한국형 DMO 사업지원, 관광콘텐츠 스타트업 등 - DMZ 및 금강산 사업 홍보 및 마케팅 - 산악관광 상품개발, 산악관광 홍보 및 마케팅
MICE추진부	- 강원MICE 유치 활성화 및 개최 지원 - MICE 도시홍보 및 기반조성 - 평창포럼 계획 수립 및 행사운영 - 지역특화 포럼 업무	-
해양항공사업부	- 크루즈 유치 및 홍보, 관련 관광 상품 개발 - 크루즈 신항로 개발 - 항공 유치 및 홍보, 관련 관광상품 개발 - 항공 신항로 개발	-

[수익창출 방안]

- 강원관광재단은 지방자치단체가 출연하는 비영리공익법인(재단법인)의 형태로 운영에 따른 수익 창출을 주요 목적으로 하는 기관은 아니지만, 재단 운영에 필요한 대부분의 비용은 강원도의 출연금으로 충당하므로 재정부담 우려가 있음. 따라서 자체 수익을 창출할 수 있는 방안을 검토함
- 공모·위탁 사업 수행 및 수탁 연구
 - 관광 관련 중앙정부 공모사업 유치 및 관광관련 수탁연구 및 자문을 통한 수익 창출

사. 기본방향

- 설립 초기 강원도해양관광센터, 강원국제회의센터의 기능을 이관하고, 도의 위탁(대행), 보조 사업들을 강원관광재단으로 일원화하여 '통합형 관광기구'로 출범 ⇨ '민간 부분의 전문성'을 바탕으로 사업범위 확대 운영
- 설립 준비, 설립 초기, 조직 안정, 기능 확장 등 단계별 조직 운영



<표 6-12> 단계별 조직구성 및 인력계획

단계별	연도	조직 구성	운영방안 및 주요업무 등
설립준비	2020년	◦ 관광마케팅과 내 준비단 운영 (공무원 4명)	◦ 조례 제정, 세부운영계획 수립, 정관 작성 등 ◦ 준비단 : 4명(3급 또는 4급, 5급, 6급, 7급)
설립초기	"	◦ 3실 45명 * 이사장 제외 (공무원 10, 민간 35)	◦ 대표이사 국장급 공무원 또는 민간전문가 선임 ◦ 법인 기반 확립을 위해 공무원 파견 - 파견: 10명(3급 또는 4급, 5급, 6급, 7급) - 제규정 제정, 예산·회계, 직원채용 등
조직안정	2022년	◦ 3실 34명 (공무원 7, 민간 38)	◦ 조직 안정화에 따라 공무원 규모 축소
조직민영화	2023년	◦ 3실 45명 (공무원 5, 민간 40)	◦ 도·시군과의 교류 최소인원 제외 민간 전문가로 점차 조직 구성

아. 다른 기관과의 유사·중복 기능 여부

○ 강원도에는 17개의 출연기관과 2개의 출자기관이 있음

<표 6-13> 출자·출연 기관 현황

구분	연번	기관명	설립일	주요기능
출연 기관	1	강원신용보증재단	1999.05.31.	소상공인을 위한 신용보증지원 등
	2	강원문화재단	1999.12.28.	문화예술활동 지원, 문화예술 정책개발, 자문 등
	3	강원도 경제진흥원	1997.06.24.	경영 및 창업, 일자리 창출지원, 마케팅 지원
	4	강원도 인재육성재단	2001.10.17.	강원 출신 대학생들에 대한 수학 편의 제공 및 미래인재 육성·지원
	5	한구기후변화연구원	2009.01.29.	기후변화에 대한 정책개발 및 중장기 발전계획
	6	스크립스 코리아 항체연구원	2009.07.10.	항체 및 단백질 분야의 기초 및 응용기술 연구
	7	한국여성수련원	2008.12.11.	여성의 능력 및 인적자원개발을 위한 교육·연수
	8	강원연구원	1994.06.09.	지역발전을 선도하는 정책조사, 개발연구
	9	강원 테크노파크	2003.12.24.	지역전략산업의 기술고도화 및 기술집약적 기업의 창업촉진
	10	강원도 원주의료원	2006.03.16.	지역주민 진료사업, 공공보건의료사업 등
	11	강원도 강릉의료원	2006.09.19.	지역주민 진료사업, 공공보건의료사업 등
	12	강원도 속초의료원	1983.07.01.	지역주민 진료사업, 공공보건의료사업 등
	13	강원도 삼척의료원	2006.09.07.	지역주민 진료사업, 공공보건의료사업 등
	14	강원도 영월의료원	1983.07.01.	지역주민 진료사업, 공공보건의료사업 등
	15	강원 도립극단	2013.11.01.	무대예술사업 및 무대예술분야 조사·연구
	16	강원국제미술전람회 민속예술축전위원회	2014.02.04.	국제미술전람회와 민속예술축전 개최(격년)
	17	강원도 해양관광센터	2015.03.16.	강원도 크루즈 관광산업진흥 및 크루즈 관련 조사·연구
출자 기관	18	(주)강원심층수	2006.03.08.	심층수를 활용한 제품의 연구·개발, 제조·판매
	19	엘엘개발(주)	2012.08.06.	레고를 주제로 하는 테마파크 조성 등

○ 강원도내 유관기관은 2개임

<표 6-14> 유관기관(사단법인 등)

연번	기관명	설립일	주요기능
1	(사)강원국제회의센터	'13.11.05.	MICE 관련 업무 전담기구로 국제회의 유치, 지원 등
2	(사)강원도관광협회	'62.02.26.	관광사업의 건전한 발전과 회원권의 증진을 위한 사업 등

○ 강원도 내 강원관광재단과의 유사·중복 기능을 검토해야 할 대상은 강원도 해양관광센터, 강원국제회의센터, 강원도경제진흥원, 강원도관광협회로 판단됨

○ 강원도해양관광센터와 강원국제회의센터는 강원관광재단 설립 전후 각각 해산하여 관련 업무를 이관할 예정이며, 강원도경제진흥원과 강원도관광협회는 도의 위탁사업들을 수행하고 있으나, 설립될 강원관광재단으로 위탁 일원화 예정임

제4절 운영 체제 비교⁶⁾

- 강원관광재단의 운영체제는 강원도 직영체제, 일반 민간업체 위탁운영 체제, 강원도 출자·출연 형태의 재단법인 체제 등 크게 3가지를 고려할 수 있음
- 강원관광재단의 운영 체제 결정의 여부는 전문성, 경영성, 고객지향성, 지역특성, 공공성 등을 고려하여 운영주체가 결정되어야 하므로 각 운영 체제에 대한 개념 및 장·단점을 검토하여 최적의 운영 체제를 결정하도록 함

가. 강원도 직영 체제

1) 직영 체제 개념

- 운영형태는 상·하수도사업소, 환경사업소 등 지방정부의 사업소라는 형식으로 운영됨
- 이렇게 사업소의 한 형식으로 운영되면 지방자치단체의 정식 행정기구에 소속되므로 정원 기준에 적용을 받고 공무원들이 모든 직무를 수행하게 됨

2) 직영 체제의 장·단점

- 장점
 - 초기 운영에 필요한 재원을 지방자치단체 재정으로 쉽고 안정적으로 조달할 수 있으며, 공공성을 확보하기에 가장 용이함
 - 지방자치단체가 직접적으로 수익을 창출하지 못하는 반면 주민들리 간접적으로 혜택을 보는 경우에 적합함
- 단점
 - 공무원들의 순환이동으로 인하여 전문성과 운영 역량 축적이 어려우며, 이로 인해 우수한 프로그램의 기획 제공이 어렵게 됨
 - 기본 운영비가 지자체 예산으로 편성되고, 직원들은 공무원 신분으로서 운영성과에 따른 성과급 또는 신분변동이 적기 때문에 기본적으로 안일한 운영형태가 정착될 유인이 많음
 - 지역사회의 문화수요와 시설의 이용률이 낮을 경우에는 재정자립도가 낮아지게 되고, 경영지향성의 부족으로 시설 운영비로 인한 지자체의 재정 부담이 가중되게 됨

6) 강원도일자리재단 설립 타당성 검토, 강원도, 2019.05

나. 민간업체 위탁운영 체제

1) 민간업체 위탁운영 체제 개념

- 민간위탁 제도는 법령에 의거하여 원칙적으로 경쟁에 의하여 민간업체를 선정하여 운영을 위탁하는 것임
- 재산권은 발주처인 지자체에서 소유하고, 운영만을 위탁하는 것임
- 지자체와 민간위탁자는 계약에 의하여 일정 계약기간 동안 시설을 위탁 운영하며, 계약에 의하여 책정된 민간위탁 보조금을 총액으로 지자체 재정에서 부담하고, 나머지는 자체수입으로 충당함

2) 민간업체 위탁운영 체제의 장·단점

- 장점
 - 이론적으로 민간의 경영성, 문화적 전문성, 자율성, 경쟁성을 극대화할 수 있는 최상의 방안임
 - 민간의 경쟁시장이 발달되어 있다는 전제가 있지만, 경쟁에 의하여 지자체의 위탁업체의 경험 또는 다른 위탁기관과의 협력 또는 통합 운영을 통하여 전문성 및 효율성 증대가 가능함
 - 일정기간 동안 평가에 의해서 재위탁 여부가 결정되기 때문에 경영성과 극대화를 위해 노력하게 되어 효율성 증대의 효과가 있음
- 단점
 - 이론상 민간의 경쟁시장 발달이라는 전제와는 달리 실질적으로는 경쟁시장이 발달되지 않은 상태로 의도된 효과를 거둘 수 없다는 것이 가장 큰 단점임
 - 민간 위탁업체가 변경될 경우 운영의 노하우 축적이 어렵고, 재위탁을 위한 평가를 위하여 경제성에 초점을 두게 되는 경우가 많아 공공성이 저하될 우려가 있음
 - 위탁비용에 대한 세금 납부, 위탁기관 선정, 평가, 감독 등을 위한 비용 등의 추가로 인하여 오히려 총비용이 상승하는 경우도 발생하므로 민간위탁이 무조건 비용절감 효과를 가져 오는 것은 아님

다. 자치단체 출자·출연 기관 체제

1) 개념

- 재산권은 지자체에서 소유하고 운영만을 위탁하는 형태임
- 민간업체 위탁에 준하여 지자체에서 일정액의 위탁보조비를 지급하고, 나머지는 자체수입으로 충당하도록 하는 것이 일반적임
- 계약에 의한 관계로서 산하단체일 뿐이지 재정에 대한 법적 의무는 없으며, 이러한 점에서 지자체가 채무를 지는 공단과는 다름
 - 즉, 적자가 발생하더라도 지자체 재정에서 추가 부담의무가 없으며, 직원들의 인건비 삭감 또는 감축 등을 통하여 자체 해결하거나 최악의 경우 계약을 해지하고 다른 재단을 설립하여 운영하는 것도 가능함

2) 출자·출연 기관 체제의 장·단점

- 장점
 - 경영성과 문화적 전문성 및 자율성을 잘 조화시킬 수 있다는 점에서 많은 전문가들이 행사의 운영에 대한 대안으로 많이 거론하고 있음
 - 기획 및 무대 스태프 등 전문 인력을 확보, 전문 인력 위주의 운영이 가능하여 수준 높고 다양한 프로그램 제공이 가능함
 - 위탁보조비 내에서 예산을 해결하여야 하므로 자체재원 확보를 위한 노력으로 재정 자립도가 증가함
- 단점
 - 별도의 조직을 설립하여야 하므로 비용절감 효과, 즉 지자체에서 부담해야 하는 비용이 상대적으로 높음
 - 특히 초기 설립 및 정착단계에서는 인력 양성 및 전문성 강화를 위해 투자해야 하는 비용이 많아지게 됨
 - 민간위탁의 장점인 경쟁시장 원리가 배제되고 독점을 하게 되므로 효율성이 낮아지게 될 우려가 있음

라. 운영형태 비교

1) 직영·민간 위탁·출자/출연 기관

- 민간 위탁은 해당 업무의 전문가로 구성된 법인이므로 지자체가 운영하는 것에 비해 효율적이나, 계약 단위로 정책을 수행하기 때문에 다른 공공부문(직영, 전담기관 설립)에 비해 연속성을 갖지 못함
- 공공부문 내에서 직영과 전담기관으로 분류할 수 있음. 지자체의 직접 운영은 담당공무원의 잦은 변경(순환보직)으로 정책연속성이 전담기관인 출연기관에 비해 부족하며, 업무 수행자가 전문성을 갖기 어려운 환경이므로 정책효과 또한 출연기관 운영에 미치지 못함
- 정책 투명성 측면에서 전담기관 설립이 지자체 운영에 비해 불투명하나, 지방자치단체 출자·출연 기관의 운영에 관한 법률에 의해 지도·감독 기능이 보완될 것으로 기대할 수 있음

<표 6-15> 직영·민간위탁·출연기관 비교

	직영	민간위탁	출연기관
정책연속성	△	x	○
정책투명성	○	x	○
정책효과	△	○	○
비용절감	△	x	○
고객만족도	○	x	△

주) ○ : 우수 △ : 보통 x : 나쁨

2) 강원도 관광 진흥을 위한 운영체제

- 강원도의 관광 진흥을 위해서는 정책의 연속성과 정책 효과성이 요구되어지며, 전문성과 운영에 대한 유연성을 갖춘 인력확보와 운영형태가 필요함
- 비용절감이나 고객만족도 향상이라는 미션도 고려하여야 함
- 또한 관광 진흥 정책이 효과적으로 실행될 수 있도록 지원하는 공공성과 책임성이 필요함
- 따라서 민간의 전문적 자원과 공적 영역의 결합을 통한 시너지 제고를 위해서는 자치단체 출연기관의 형태로 설립하는 것이 가장 바람직할 것이라고 판단됨

제5절 경제성 및 파급효과 분석

1. 분석을 위한 가정 및 방법

가. 경제성 분석의 개념

- 강원도관광재단의 설립이 타당한지를 금전적으로 계량화하여 분석하는 단계가 경제성 분석임. 경제성은 수익성과 개념이 다르다고 할 수 있음
- 수익성은 영업이익이나 영업이익률, 당기순이익 등 기업이 얼마나 돈을 벌 수 있는가를 계산하지만, 경제성은 투자기간이나 투자된 현금흐름을 가지고 사업이 타당한지 살펴보는 것임
- 재무적 타당성 분석은 당해 사업으로 인하여 발생하는 수익과 비용을 측정(현금흐름표 활용)하여 사업의 추진 여부 검토 및 합리적 의사결정을 가능하게 하는 과정임
- 경제적 타당성 분석은 공공사업의 비용과 편익을 사회적 입장에서 측정(직접 편익인 수입 뿐 만 아니라 사업을 추진함으로써 사업 추진 당사자가 아닌 강원도민이 혜택을 보는 간접 편익) 하고 이에 따라 경제적 수익률을 계산하여 사업의 타당성 여부를 결정하는 방법임
 - 공익적인 성격의 사업의 경우 경제적 타당성은 공익적인 측면에서의 비용과 편익을 우리나라 전체적(사회적) 입장에서 측정하고 이를 바탕으로 분석하여 경제적 측면에서의 사업 타당성을 측정함
- 따라서 강원도관광재단 설립의 타당성을 검토하기 위하여 경제성 분석을 행하게 됨. 경제성 분석에는 경제적 관점에서 보는 분야(경제적 타당성)와 재무적 관점에서 보는 분야(재무적 타당성) 등 크게 2가지가 있음

나. 경제성 분석을 위한 가정

- 분석기간 : 최소 10년
 - 지방 출자·출연기관 설립기준 '경제성 분석'에서 10년 이상의 장기적 관점에서 분석을 실시

○ 할인율 : 1.072%

- 지방 출자·출연기관 설립기준 ‘경제성 분석’에서 할인율로는 최근 3개년 간 지방채 이자율의 평균값 활용
- 강원도 지방채 발행 이자율 5년 만기 평균 1.072%/년

다. 분석 기법

- 타당성 분석기법은 일반적으로 편익·비용비율법(B/C), 순현재가치법(NPV), 내부수익률법(IRR), 회수기간법, 자본회수율(ROI) 등을 이용하여 투입과 산출의 가치를 비교하는 과정임
 - 본 연구에서는 편익/비용비율법(B/C), 순현재가치법(NPV), 내부수익률법(IRR)을 적용하여 분석함
- 분석기법별 장·단점은 아래와 같음

분석기법	판 단	장 점	단 점
편익/ 비용비율 (B/C Ratio)	B/C >1	<ul style="list-style-type: none"> ○ 이해용이, 사업규모 고려 ○ 비용편익 발생시간의 고려 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 편익과 비용의 명확한 구분이 곤란 ○ 상호배타적 대안 선택의 오류가 발생 가능
내부 수익률 (IRR)	IRR >k	<ul style="list-style-type: none"> ○ 사업의 수익성 측정 가능 ○ 타 대안과 비교가 용이 ○ 평가 과정과 결과 이해가 용이 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 사업의 절대적 규모를 고려하지 않음 ○ 복수의 IRR이 동시에 도출될 가능성 내포
순현재 가치 (NPV)	NPV >0	<ul style="list-style-type: none"> ○ 대안 선택 시 명확한 기준 제시 ○ 장래 발생 편익의 현재가치 제시 ○ 한계 순현재가치 고려, 타분석에 이용가능 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 이해의 어려움 ○ 투자 규모의 차이를 충분히 고려하지 못함

○ 편익·비용비율(B/C Ratio: Benefit.Cost Ratio)법

- 편익·비용비율법은 투자로부터 기대되는 총 편익의 현가를 총비용의 현가로 나눈 값을 의미함

- 즉, 장래에 발생하는 편익과 비용을 현재가치로 환산하기 위해서 할인율(k)로 할인하여, 분석 기간 중 기대되는 총 편익의 현재가치총액과 총비용의 현재가치총액의 비율을 계산하는 지표로서, 다음의 식으로 산출되며, B/C Ratio가 1보다 클수록 그 사업은 타당하다고 판단할 수 있음

$$B/C \text{ Ratio} = \sum \frac{B_t}{(1+k)^t} / \sum \frac{C_t}{(1+k)^t}$$

B_t : 연차별 총편익, C_t : 연차별 총비용
 k, t 는 각각 할인율, 기간을 의미함

○ 내부수익률(IRR: Internal Rate of Return)법

- 내부수익률은 투자로부터 기대되는 총 편익의 현재와 총비용의 현재를 같게 하는 할인율을 말하는데, 즉 어떤 사업(투자 안)의 순현재가치(NPV)를 0으로 만드는 할인율로 다음의 식으로 나타낼 수 있음

$$\sum \frac{B_t}{(1+r)^t} = \sum \frac{C_t}{(1+r)^t}$$

B_t : 연차별 총 편익, C_t : 연차별 총비용
 k, t 는 각각 할인율(내부수익률), 기간을 의미함

- 단일투자(안)의 경우에는 투자(안)의 IRR이 할인율보다 크면 그 투자(안)을 채택하고 그렇지 않으면 기각하며, 상호배타적인 복수의 투자(안)들의 경우에는 투자(안)의 IRR이 할인율보다 큰 투자(안) 중에서 IRR이 가장 큰 투자(안)을 선택함

○ 순현재가치(NPV: Net Present Value)법

- 순현재가치법은 경제성을 가늠하는 척도 중의 하나로서 투자로부터 기대되는 미래의 총 편익을 할인율로 할인한 총 편익의 현재(現價)에서 총비용의 현재(現價)를 공제한 값으로 정의할 수 있음
- 순현재가치는 대안선택에 있어서 정확한 기준을 제시해 주고, 계산이 용이하여 경제성 타당성 분석에 보편적으로 이용되는 방법으로 다음의 식으로 산출됨

$$NPV = \sum \frac{B_t}{(1+k)^t} - \sum \frac{C_t}{(1+k)^t}$$

B_t : 연차별 총 편익, C_t : 연차별 총비용
 k, t 는 각각 할인율, 기간을 의미함

- 단일투자(안)의 경우 투자(안)의 NPV가 0(零)보다 크면 그 투자(안)을 채택하고, 0보다 작으면 기각하며, 상호배타적인 여러 투자(안)들의 경우에는 0보다 큰 투자(안) 중에서 NPV가 가장 큰 투자(안)을 채택함.

7) 개인을 사회의 한 구성원으로 파악하고 이들 구성원들의 경제적 행태에 의해 할인율이 결정된다고 보는 것으로 경제적 분석에서의 할인율은 이 사회적 할인율을 의미함

2. 비용 산정

가. 인건비 및 경비 추정

- 강원국제회의센터 및 (재)강원도해양관광센터 현재의 직급별 연봉을 활용하여 강원관광재단의 연봉을 산정함

[단위 : 천원]

구 분	1급	2급	3급	4급	5급	6급	7급
(재)강원도해양관광센터				49,500	39,000	30,000	25,000
강원국제회의센터			72,500	52,000	39,000	32,000	23,500
결 정	90,000	80,000	72,500	51,500	40,000	32,000	25,000

- 파견 공무원의 연봉을 제외한 강원관광재단의 인건비

- 직원의 직급별 개인별 연봉(수당, 4대 보험료 포함)

[단위 : 천원]

구 분	1급	2급	3급	4급	5급	6급	7급
기본연봉	90,000	80,000	72,500	51,500	40,000	32,000	25,000
수당	23,622	20,997	19,028	13,517	10,498	8,398	6,561
4대보험료	9,068	8,060	7,304	5,188	4,030	3,224	2,518
퇴직급여충당금	7,500	6,667	6,042	4,292	3,333	2,667	2,083
연봉총액	130,190	115,724	104,874	74,497	57,861	46,289	36,162

- 총 직원의 직급별 연봉(수당, 4대 보험료, 퇴직급여충당금 포함)

[단위 : 천원]

구 분	1급	2급	3급	4급	5급	6급	7급	계
인원수	1	0	2	7	7	9	9	35
연봉계	130,190	0	209,747	521,477	405,029	416,598	325,461	2,008,502

- 연도별 운영비 총액

- 인건비 상승률은 2.4% 적용
- 사업비는 소비자물가 상승률 최근 5년간(2014년~2018년) 1.28% 적용

<표 6-16> 연도별 운영비 총액

[단위 : 백만원]

구 분		2020년	2021년	2022년	2024년	2024년
계		7,000	11,500	17,500	20,500	22,000
기본경비	소계	1,400	2,602	3,000	3,500	3,500
	인건비	694	1,421	1,585	1,677	1,717
	제수당비	310	635	708	749	767
	운영비	396	546	707	1,074	1,016
사업비	소계	5,600	8,898	14,500	17,000	18,500
	사업비	5,600	8,898	14,500	17,000	18,500
구 분		2025년	2026년	2027년	2028년	2029년
계		23,100	24,255	25,468	26,741	28,078
기본경비	소계	6,915	7,863	8,865	9,927	11,050
	인건비	1,759	1,801	1,844	1,888	1,933
	제수당비	785	804	823	843	864
	운영비	4,371	5,258	6,198	7,196	8,253
사업비	소계	16,185	16,392	16,603	16,814	17,028
	사업비	16,185	16,392	16,603	16,814	17,028

주) 인원수 : 2020년 35명, 2021년 35명, 2022년 38명, 2023년 이후 40명 기준

주) 인건비는 매년 상승률 2.4% 반영

주) 제수당비는 (강원)국제회의센터 및 (재)강원도 해양관광센터의 사례 참조
(제수당비는 인건비의 26%)

주) 총액은 매년 5% 증가

나. 연도별 소요재원 추정

○ 강원관광재단에서의 수입이란 위탁사업비에 대한 수수료 6%뿐임

<표 6-17> 강원관광재단 수입

[단위 : 백만원]

구 분		2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
계		7,500	11,500	17,500	20,500	22,000
출연금 수입	소계	4,500	5,500	5,500	5,500	5,000
	도비	3,960	4,960	4,960	4,960	4,460
	시군비	540	540	540	540	540
수탁사업수입 (대행사업비)	소계	3,000	6,000	12,000	15,000	17,000
	국비	-	100	300	500	1,000
	도비		5,900	11,700	14,500	16,000
	시군비	-	-	-	-	-
구 분		2025년	2026년	2027년	2028년	2029년
계		23,100	24,255	25,468	26,741	28,078
출연금 수입	소계	5,313	5,579	5,858	6,150	6,458
	도비	4,773	5,039	5,318	5,610	5,918
	시군비	540	540	540	540	540
수탁사업수입 (대행사업비)	소계	17,787	18,676	19,610	20,591	21,620
	국비	1,050	1,103	1,158	1,216	1,276
	도비	16,737	17,573	18,452	19,375	20,344
	시군비	-	-	-	-	-

주)국·도비는 2020년 민간위탁 사업예산(85억원(국 1, 도 84))으로 추정, 2025년 이후부터 매년 5% 증가

<표 6-18> 강원관광재단 순수입

[단위 : 백만원]

연 도	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
수 입	180	360	720	900	1,020
연 도	2025년	2026년	2027년	2028년	2029년
수입	1,067	1,121	1,177	1,235	1,297

주) 수탁사업수입 중 도비의 6% 적용

- 강원관광재단에서 필요로 하는 재원은 운영비에서 수입을 제한 금액으로 다음과 같으며, 이는 곧 현금흐름표(Cash Flow) 임

연 도	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
운영비	7,500	11,500	17,500	20,500	22,000
수 입	180	360	720	900	1,020
필요재원	7,320	11,140	16,780	19,600	20,980
연 도	2025년	2026년	2027년	2028년	2029년
운영비	23,100	24,255	25,468	26,741	28,078
수 입	1,067	1,121	1,177	1,235	1,297
필요재원	22,033	23,134	24,291	25,506	26,781

주) 2020년 운영비에는 자본금 500백만 원이 포함되어 있음

다. 소요예산 및 재정지원 계획

1) 연도별 소요예산

- 설립 초기년도 기준 총 소요예산은 7,500백만원으로 추정
 ※ 출범 시기를 2020년 7월로 가정 연도별 예산 추정
- 기본재산 출연금 5억, 연간 평균 인건비·운영비 15억원

<표 6-18> 연도별 소요예산

[단위 : 백만원]

구 분	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년	비고
합 계	7,500	11,500	17,500	20,500	22,000	
기본재산 출연금	500	-	-	-	-	
기본경비	소 계	1,400	2,602	3,000	3,500	3,500
	인건비	1,004	2,056	2,293	2,426	2,484
	운영비	396	546	707	1,074	1,016
사업비	소 계	5,600	8,898	14,500	17,000	18,500
	사업비	5,600	8,898	14,500	17,000	18,500

<표 6-19> 재원별 소요예산

[단위 : 백만원]

구 분	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년	
합 계	7,500	11,500	17,500	20,500	22,000	
기본재산 출연금	소계	500	-	-	-	
	도비	500	-	-	-	
기본 경비	소 계	1,400	2,602	3,000	3,500	
	인 건 비	도비	694	1,421	1,535	1,677
	제수당비	도비	310	635	708	749
	운 영 비	도비	396	546	707	1,074
사업비	소계	5,600	8,898	14,500	17,000	
	국비	-	100	300	500	
	도비	5,060	8,258	13,660	15,960	
	시군비	540	540	540	540	
구 분	2025년	2026년	2027년	2028년	2029년	
합 계	23,100	24,255	25,468	26,741	28,078	
기본재산 출연금	소계	-	-	-	-	
	도비	-	-	-	-	
기본 경비	소 계	6,915	7,863	8,865	9,927	
	인 건 비	도비	1,759	1,801	1,844	1,888
	제수당비	도비	785	804	823	843
	운 영 비	도비	4,371	5,258	6,198	7,196
사업비	소계	16,185	16,392	16,603	16,814	
	국비	1,050	1,103	1,158	1,216	
	도비	14,595	14,749	14,905	15,058	
	시군비	540	540	540	540	

주) 사업비의 국비 및 도비는 2020년 민간위탁 사업예산(85억원(국 1, 도 84))으로 추정, 시군비는 출연금임

라. 가용투자재원 분석

- 강원도 2020-2024 중기지방재정계획을 기준으로 할 때 강원관광재단설립이 지방재정에 미치는 영향은 다음과 같음
 - 2024년 강원도 재정운용 총 규모 및 투자가용재원은 2019년부터 2023년까지의 증가금액에 비례하여 평균을 적용하여 예상함

<표 6-20> 가용투자재원 분석

[단위 : 백만원]

구 분	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
[1]강원도 재정운용 총규모(세입)	5,355,119	5,761,090	6,145,775	6,488,107	6,942,274
[2]강원관광재단 설립 시 도 출연금	7,500	11,500	17,500	20,500	22,000
[2]/[1] 비율	0.14%	0.20%	0.28%	0.32%	0.32%
[3]투자가용재원 (세입-경상지출)	4,513,209	4,809,184	5,247,914	5,348,010	5,722,370
[2]/[3] 비율	0.17%	0.24%	0.33%	0.38%	0.38%

- 향후 5년간 강원도 중기지방재정 총 규모 대비 도 출연금의 예산 비율은 최대 0.35%에 미치지 못하는 수준이며, 강원관광재단 설립 시 출연금은 매년 강원도 투자가용재원의 0.4% 이하를 차지할 것으로 예상됨
- 따라서 강원관광재단 설립이 강원도 중장기 지방재정에 미치는 영향은 매우 미미할 것으로 판단됨

마. 자본금 산정

- 자본금 규모는 법인을 어떤 식으로 운영할 것인가에 따라 달라짐
- 관광법인의 자본금 사례를 살펴보면 다음과 같음

<표 6-21> 관광법인 자본금 사례

[단위 : 백만원]

법인명	서울관광재단	경기관광공사	인천관광공사	대전마케팅공사
자본금	1	111,280	52,030	302,783
법인명	전북문화관광재단	전북문화관광재단	부산관광공사	제주관광공사
자본금	28,537	5,596	158,300	15,000

- 관광공사인 경우 수익사업을 추진하기 위하여 자본금 규모가 큼
 - 사업 추진 시 채권을 발행할 수 있으므로 자본금 규모가 큼
 - 채권 발행규모는 자본금에 비례함
- 강원관광재단의 경우 비수익 사업을 영위하므로 강원도에서 매년 출연을 하여야 하므로 대규모의 자본금이 필요하지 않음
 - 자본금은 상징적 의미만 갖게 500백만 원으로 함

바. 재원조달 방안

- 18개 시·군에서 매년 각 30백만 원씩 출연하고 나머지는 도의 가용재원에서 출연함

사. 재정지원 계획

- 기본재산 : 2020년 5억원 출연 지원
- 기본경비 : 인건비(제수당 포함) 및 운영비 등 연간 28억원 지원 계획
- 사업비 : 도 위탁 사업과 재단 설립 이후 이관될 강원도해양관광센터, 강원국제회의센터 사업수행 소요되는 사항임

아. 수익 창출 방안

- 강원관광재단은 수익 창출을 주요 목적으로 하지는 않지만 출연금 부담 축소를 위해 수익 창출 방안 검토
 - 관광활성화 관련 중앙부처 공모사업 유치, 도·시군 각종 관광사업 위탁 수행, 수탁 연구 및 자문을 통한 수익 창출 등

3. 편익의 산정

가. 직접 편익

- 직접 편익(수입)은 강원도에서 위탁사업비의 6% 수준의 수수료 및 중앙정부 공모사업으로 확보하는 예산임
 - 중앙정부 공모사업 예산은 확보가 불투명하므로 수입에서 제외함
- 강원도의 위탁사업으로 발생하는 강원관광재단 수입은 아래와 같음

[단위:백만원]

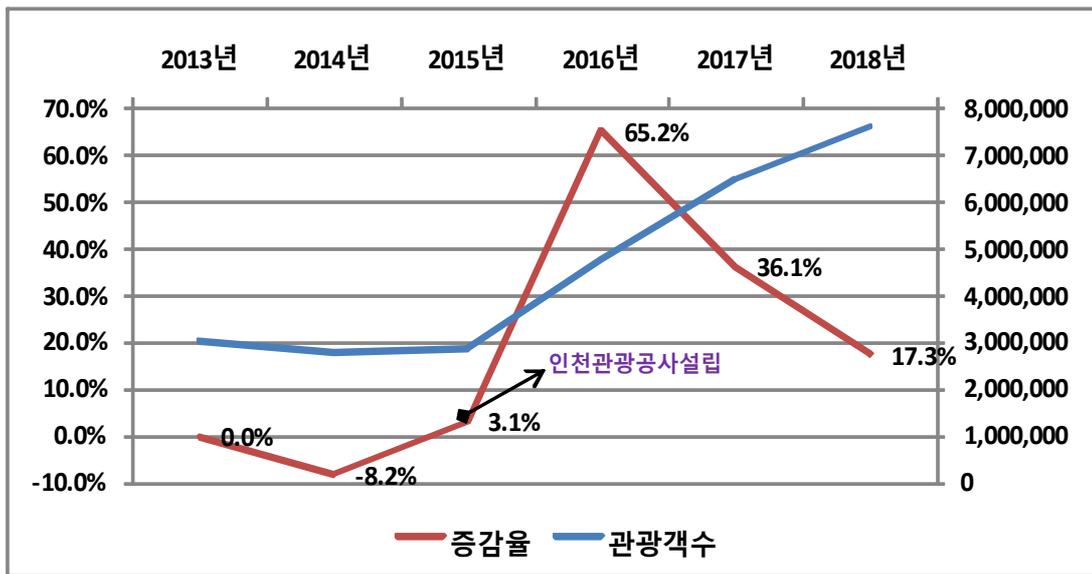
연 도	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
수 입	180	360	720	900	1,020
연 도	2025년	2026년	2027년	2028년	2029년
수입	1,067	1,121	1,177	1,235	1,297

나. 간접 편익

- 강원관광재단을 설립하는 이유는 강원도로 현재보다 더 많은 관광객이 방문하여 많은 돈을 지출 함에 있음
- 관광법인을 설립하여 뚜렷한 효과를 보이고 있는 인천광역시, 전북 및 전남의 사례를 적용하여 편익을 산정하고자 함
- 인천광역시의 경우 관광공사를 설립한 이후 연평균 30.4%의 관광객 증가율을 나타내었음

<표 6-22> 인천광역시 관광객 수

연 도	유료관광객 (명)	무료관광객 (명)	합계(명)	증감율	비고
2007년	8,256,351	10,478,557	18,734,908	22.8%	
2008년	8,657,865	10,321,304	18,979,169	1.3%	
2009년	6,954,384	7,292,679	14,247,063	-24.9%	
2010년	4,542,824	7,636,849	12,179,673	-14.5%	
2011년	7,291,650	29,368,169	36,659,819	201.0%	
2012년	6,929,028	24,560,590	31,489,618	-14.1%	
2013년	1,061,538	1,987,285	3,048,823	0.0%	
2014년	980,135	1,818,436	2,798,571	-8.2%	공사설립
2015년	1,145,985	1,739,075	2,885,060	3.1%	
2016년	2,716,977	2,049,713	4,766,690	65.2%	
2017년	3,626,443	2,859,167	6,485,610	36.1%	
2018년	3,791,266	3,817,393	7,608,659	17.3%	

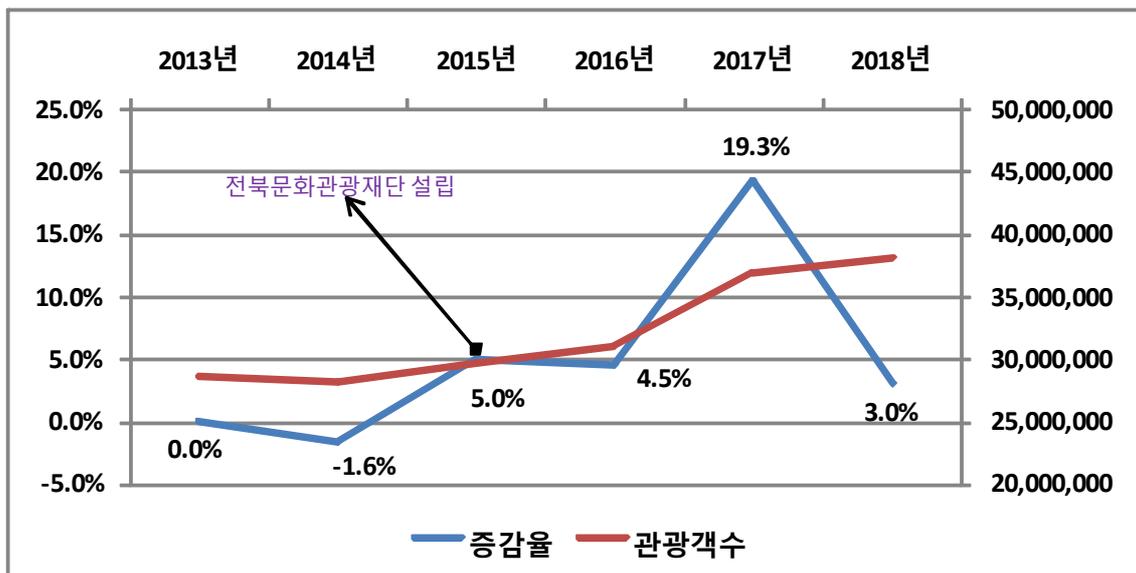


<그림 6-1> 인천광역시 관광객 수 추이

○ 전라북도의 경우 관광재단을 설립한 이후 연평균 11.9%의 관광객 증가율을 나타내었음

<표 6-23> 전라북도 관광객 수

연 도	유료관광객(명)	무료관광객(명)	합계(명)	증감율	비고
2006년	17,231,104	17,856,303	35,087,407	-20.1%	
2007년	13,002,633	26,052,646	39,055,279	11.3%	
2008년	13,980,420	33,471,242	47,451,662	21.5%	
2009년	14,882,790	37,026,244	51,909,034	9.4%	
2010년	15,744,645	47,613,120	63,357,765	22.1%	
2011년	16,080,243	47,466,023	63,546,266	0.3%	
2012년	16,425,434	51,973,822	68,399,256	7.6%	
2013년	17,017,173	11,672,781	28,689,954	0.0%	
2014년	16,014,398	12,225,078	28,239,476	-1.6%	
2015년	15,570,490	14,089,013	29,659,503	5.0%	법인설립 (2015'12.24)
2016년	16,000,866	15,000,292	31,001,158	4.5%	
2017년	18,578,938	18,398,131	36,977,069	19.3%	
2018년	18,455,902	19,637,114	38,093,016	3.0%	

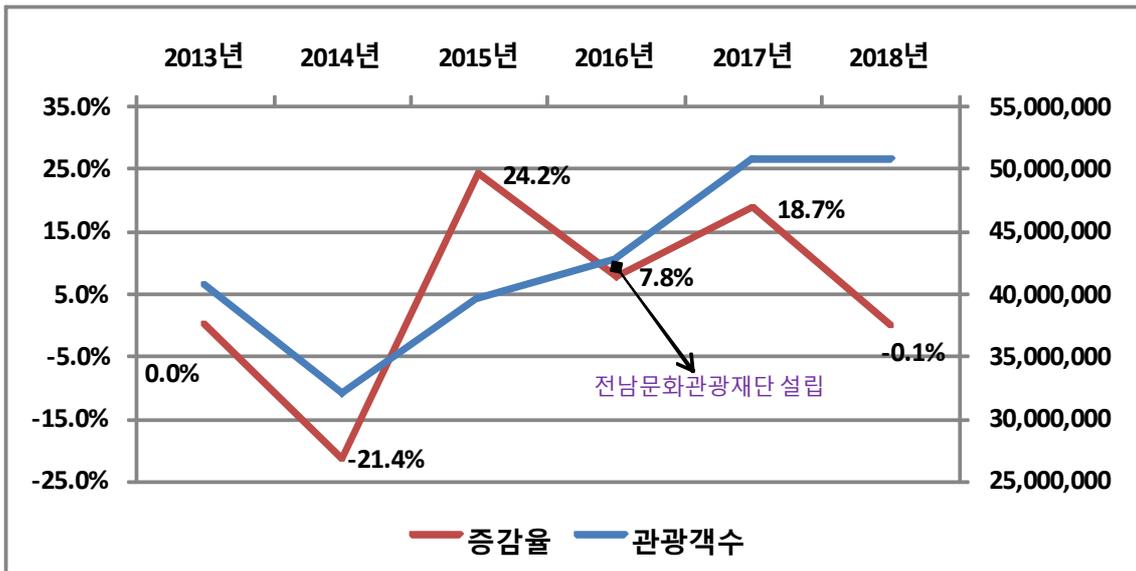


<그림 6-2> 전라북도 관광객 수 추이

○ 전라남도의 경우 관광재단을 설립한 이후 연평균 9.3%의 관광객 증가율을 나타내었음

<표 6-24> 전라남도 관광객 수

연 도	유료관광객(명)	무료관광객(명)	합계(명)	증감율	비 고
2006년	32,574,256	44,220,063	76,794,319	0.0%	
2007년	28,514,497	53,240,687	81,755,184	6.5%	
2008년	31,494,247	58,802,069	90,296,316	10.4%	
2009년	32,417,614	58,408,292	90,825,906	0.6%	
2010년	32,267,660	56,108,358	88,376,018	-2.7%	
2011년	31,867,602	51,773,317	83,640,919	-5.4%	
2012년	31,814,086	64,354,546	96,168,632	15.0%	
2013년	30,796,165	9,881,938	40,678,103	0.0%	
2014년	21,930,530	10,032,095	31,962,625	-21.4%	
2015년	25,021,115	14,667,010	39,688,125	24.2%	
2016년	26,416,304	16,368,781	42,785,085	7.8%	법인설립 (2016.04.07)
2017년	29,046,616	21,744,997	50,791,613	18.7%	
2018년	29,547,547	21,188,721	50,736,268	-0.1%	



<그림 6-3> 전라남도 관광객 수 추이

○ 강원도의 경우 관광재단을 설립한 이후 관광객 증가율을 산정하기 위하여 전라남·북도 사례를 적용하고자 함

- 관광재단 설립(인천,전북,전남) 후 평균 증감율이 19.1%이지만 다른지역에 비해 인천 관광객이 급격히 증가하였기에 전남과, 전북 평균증감율인 8.9%를 예상관광객에 적용

○ 강원도 관광객 자연증가율은 3.8%임

<표 6-25> 강원도 관광객 수

연 도	유료관광객(명)	무료관광객(명)	합계(명)	증감율	비고
2004년	25,803,594	35,840,901	61,644,495		
2005년	44,086,390	37,229,956	81,316,346	31.9%	
2006년	43,995,585	31,189,521	75,185,106	-7.5%	
2007년	40,634,888	42,877,348	83,512,236	11.1%	
2008년	46,462,175	45,674,740	92,136,915	10.3%	
2009년	41,951,365	41,074,885	83,026,250	-9.9%	
2010년	44,398,606	46,932,635	91,331,241	10.0%	
2011년	45,902,441	40,393,777	86,296,218	-5.5%	
2012년	49,439,409	38,801,507	88,240,916	2.3%	
2013년	27,075,273	5,614,290	32,689,563	0.0%	
2014년	30,328,322	7,087,702	37,416,024	14.5%	
2015년	27,061,634	7,069,264	34,130,898	-8.8%	
2016년	31,777,582	8,131,768	39,909,350	16.9%	
2017년	32,991,087	8,459,399	41,450,486	3.9%	
2018년	32,702,403	7,251,391	39,953,794	-3.6%	

<표 6-27> 강원관광재단 설립 후 예상 관광객 수

구 분	자연증가분 예상관광객(명)	관광재단 설립 후 예상관광객 수(명)	증가된 관광객수(명)	비 고
2019년	41,476,013			
2020년	43,056,227			
2021년	44,696,647	48,516,131	3,819,483	
2022년	46,399,567	50,364,570	3,965,004	
2023년	48,167,366	52,283,434	4,116,068	

- 2023년 이후 부터 관광객 수 증가가 정체되었다고 보수적으로 봄
- 2018 국민여행조사⁸⁾ 에 따르면 1회 평균 여행 지출액은 평균적으로 142천원임
- 따라서 강원관광재단이 설립되었을 경우 2021년 이후 관광객이 강원도에서 지출하는 금액, 간접편익은 다음과 같음

<표 6-28> 강원관광재단 설립 시 간접편익

[단위 : 백만원]

연 도	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
지출금액	0	542,366	563,030	584,481	584,481
연 도	2025년	2026년	2027년	2028년	2029년
지출금액	584,481	584,481	584,481	584,481	584,481

8) 2018 국민여행조사(분석편), 문화체육관광부, 2019.5

4. 재무적 및 경제적 타당성 분석

가. 재무적 타당성 분석

- 강원관광재단은 수익을 창출하는 것이 주요 목적이 아니고, 강원도에 방문관광객을 증가시켜서 강원도민에게 간접적인 경제적 도움을 주고자 설립하는 것임
- 따라서 강원관광재단을 재무적 관점에서 타당성을 분석하는 것은 의미가 없으므로 생략함

나. 경제적 타당성 분석

- 10년 동안 순현재가치(NPV)가 +4,689,435백만 원, 편익비율(BC Ratio)가 25.27%, 내부수익률(IRR)이 7,260%로 경제적 타당성이 매우 큼

<표 6-29> 경제적 타당성 분석 결과

연번	연도	할인율	수익합계	수익pv	비용합계	비용pv	할인전 수익-비용	할인후 수익-비용
0	2019	1.0000	0	0	0	0	0	0
1	2020	0.9894	180	178	7,500	7,420	(7,320)	(7,242)
2	2021	0.9789	542,726	531,274	11,500	11,257	531,226	520,017
3	2022	0.9685	563,750	546,002	17,500	16,949	546,250	529,053
4	2023	0.9582	585,381	560,938	20,500	19,644	564,881	541,294
5	2024	0.9481	585,501	555,103	22,000	20,858	563,501	534,245
6	2025	0.9380	585,548	549,259	23,100	21,668	562,448	527,591
7	2026	0.9281	585,602	543,484	24,255	22,511	561,347	520,973
8	2027	0.9182	585,658	537,771	25,468	23,386	560,190	514,385
9	2028	0.9085	585,716	532,120	26,741	24,294	558,975	507,826
10	2029	0.8989	585,778	526,532	28,078	25,238	557,700	501,293
합계							4,999,198	4,689,435

5. 파급효과 분석

가. 경제적 파급효과

- 경제적 파급효과 분석은 바실리 레온티에프(Wassily W. Leontief)에 의해 1930년대에 개발된 산업연관분석 이론에 의한 제반 승수를 활용하여 분석하고자 함
- 산업연관분석은 국민경제의 상호의존 관계를 일람표의 형태로 나타낸 산업연관표를 바탕으로 하여, 이와 관련된 경제의 움직임을 산업 간의 생산기술적 연결구조에 초점을 두고 규명하는 분석 방법으로,
- 다른 경제적 효과 분석기법에 비해 간접 및 유발 효과와 외환 수입, 소득 발생, 고용 창조 등의 경제적 효과 측면에서 다른 산업과 비교를 가능하게 하고, 수요·생산·고용·투자를 예측할 수 있어 유용하게 활용되고 있음
- 따라서 본 사업에 대한 경제적 파급효과 분석은 산업연관표를 이용한 제반승수를 적용하여 강원관광재단 설립 후 운영단계의 경제적 파급효과 분석에 사용되는 생산유발효과, 부가가치 유발효과, 고용창출효과 분석의 제반 승수는 ‘2013년 산업연관표 작성 결과’를 적용하여 분석함
- 소요 예산에 의한 경제적 파급효과는 ‘강원지역의 음식점 및 숙박서비스업’ 부문의 제반승수를 활용하여 최종수요를 가정하고 전방연쇄효과를 추정함

<표 6-30> 산업연관계수

구 분	생산유발계수	부가가치유발계수	취업유발계수 (명/10억원)
강원지역의 음식점 및 숙박서비스업	1.358	0.612	11.5

- 산업연관계수를 활용하여 2021년 기준 생산유발액, 부가가치유발액, 취업유발 인원을 산정하면 다음과 같음
 - 생산유발액 : 15,617백만 원
 - 부가가치유발액 : 7,038백만 원
 - 취업유발 인원수 : 132명

<표 6-31> 경제적 파급효과 분석 결과

연도	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
생산유발(백만원)	10,185	15,617	23,765	27,839	29,876
부가가치유발(백만원)	4,590	7,038	10,710	12,546	13,464
취업유발(명)	86	132	201	236	253
연도	2025년	2026년	2027년	2028년	2029년
생산유발(백만원)	31,370	32,938	34,586	36,314	38,130
부가가치유발(백만원)	14,137	14,844	15,586	16,365	17,184
취업유발(명)	266	279	293	308	323

나. 주민복리효과

- 방문관광객 증가가 지역에 미치는 영향이 매우 크기 때문에 정부에서도 관광객이 증가될 수 있도록 많은 노력을 기울이고 있음
- 방문관광객은 숙박, 식사, 선물, 먹거리 구입 및 유희, 렌트 대여, 택시 이용 등 다양한 소비를 하고 있음
- 2018 국민여행조사⁹⁾에서 발표한 1인 평균 여행일수, 1회 평균 여행일수, 1인 평균 여행 지출액, 1회 평균 여행 지출액은 다음과 같음
 - 만 15세 이상 1인 평균 국내여행 일수는 12.39일로 나타났으며, 국내 숙박여행 일수는 910일, 국내 당일 여행 일수는 3.29일로 나타남
 - 여행 경험자의 1회 평균 국내여행 일수는 1.81일로 나타났으며, 국내 숙박여행 일수는 2.51일로 나타남
 - 만 15세 이상 1인 평균 국내여행 지출액은 959천원으로 나타났으며, 국내 숙박여행 지출액은 722천원, 국내 당일여행 지출액은 238천원으로 나타남
 - 여행 경험자의 1회 평균 국내여행 지출액은 142천원으로 나타났으며, 국내 숙박여행 지출액은 200천원, 국내 당일여행 지출액은 73천원으로 나타남
- 강원도를 방문하는 여행객이 연간 300,000명이 증가할 경우 여행객이 강원도에서 소비하는 금액은 287,700백만 원임
 - 287,700백만 원 = 300,000명 x 959천원/명
- 관광객이 증가할수록 강원도민이 입는 혜택은 매우 크다고 할 수 있음

9) 2018 국민여행조사(분석편), 문화체육관광부, 2019.5

제7장

결론

제7장 결론

- 관광산업은 석유·자동차와 더불어 세계 3대 산업의 하나로 높은 경제적 파급효과를 창출하기 때문에 세계 각국의 정부는 성장과 고용 창출을 위한 신성장 동력으로 관광산업에 매진하고 있음
- 한국은 2000년대 중반 이후 글로벌 경제위기를 거치면서 구조적 저성장 국면에 진입, 저성장의 단계에 진입해 있음. 이에 정부는 경제 전환기 향후 한국경제를 견인할 주력 산업으로 관광산업의 잠재력에 주목하고 의료·MICE·관광 등 고부가·고품격의 융·복합형 관광산업을 집중적으로 육성할 계획을 밝힘
- 관광자원이 풍부한 강원도에 관광 전담기구를 설립하여 관광 활성화를 이룬다면 강원도의 GRDP 뿐만 아니라 강원도민의 삶의 수준도 향상될 전망이다
- 따라서 관광을 전담할 전문기구인 강원관광재단은 아래와 같은 이유로 반드시 설립이 필요함
 - 제5차 관광진흥 5개년 계획에 부응
 - 지역주도 관광추진 체계 정비(한국형 DMO : 한국형 지역관광추진기구)를 통한 지역관광 활성화 방안에 대응
 - 최근 증가하고 있는 관광객을 유인하여 관광업종의 활성화를 기할 경우 강원도의 1인당 GRDP를 증가시킬 수 있으며, 이는 곧 강원지역의 낙후성을 관광자원으로 극복하는 것임
 - 강원도의 풍부한 관광자원과 수도권과의 접근성 이점을 살려 강원도 지역을 방문하는 고객들에게 만족도를 제고하고 재방문 의향도를 향상시키기 위하여 전문화된 조직이 필요함
 - 관광시장의 성장을 강원도 내로 흡수하고 지역경제 활성화를 도모하기 위해 통합적인 관광진흥사업을 추진할 컨트롤타워로서 지역 내의 전문성과 역량을 결합한 관광 전문기구의 역할이 요구됨
 - 2019.10.14.에 강원도경제부지사와 18개 시·군 부단체장이 참석하여 강원관광재단 운영에 관하여 MOU체결
 - 강원도민 1,000명(18개 시·군 인구비례 할당)을 대상으로 강원관광재단 설립에 대한 설문조사 결과 설립에 대한 찬성이 78.6%로 매우 높게 나타남
- 강원관광재단의 운영체제는 민간의 전문적 자원과 공적 영역의 결합을 통한 시너지 제고를 위해서는 자치단체 출연기관의 형태로 설립하는 것이 가장 바람직할 것이라고 판단됨

- 강원도의 관광 진흥을 위해서는 정책의 연속성과 정책 효과성이 요구되어지며, 전문성과 운영에 대한 유연성을 갖춘 인력확보와 운영형태가 필요하고 비용절감이나 고객만족도 향상이라는 미션도 고려하여야 함
 - 또한 관광 진흥 정책이 효과적으로 실행될 수 있도록 지원하는 공공성과 책임성이 필요함
- 강원관광재단의 비전, 목표, 중점과제는 아래와 같음
- 비전 : 국내·외 최고의 관광만족도 선도 글로벌 국제 관광도시 구현
 - 목표 : 관광객 유치 활성화 / 관광 수익모델 개발 / 관광 일자리 창출
 - 중점과제 : 크루즈 및 MICE 사업 활성화 / DMZ 및 금강산 사업 활성화 / 스포츠 마케팅 강화 / 관광 콘텐츠 개발 및 사업화 / 강원관광 홍보·마케팅 강화 / 시·군 간 협업 및 지원 / 관광 정책 개발·연구
- 강원관광재단의 조직은 3실 10팀으로 구성함
- 3실과 별도로 감사법무팀 신설
 - 3실은 경영기획실, 관광사업실, 글로벌사업실로 구성
 - 경영기획실는 기획예산팀, 경영지원팀, 관광정책팀 등 3개 팀으로 구성
 - 관광사업실은 관광마케팅팀, 관광컨텐츠개발팀, DMZ·금강산팀 등 3개 팀으로 구성
 - 글로벌사업실는 MICE팀, 항공·해양팀, 스포츠관광팀 등 3개 팀으로 구성
- 강원관광재단을 운영하기 위해서 소요되는 비용은 2020년 기준 7,500백만 원, 사업비 5,600백만 원임
- 강원관광재단을 운영 시 수입은 2020년 7,500백만 원, 2021년 11,500백만 원, 2022년 17,500백만 원, 2023년 20,500백만 원, 2024년 22,000백만 원임
- 설립초기에는 사업비를 도비 및 18개 시·군 출연금으로 대부분 충당하고 조직이 안정화 될 경우 국비를 확보하는데 노력함
- 가용투자재원을 분석하면, 향후 5년간 강원관광재단 설립 시 출연금은 매년 강원도 투자자용재원의 0.4% 이하를 차지할 것으로 예상됨. 따라서 강원관광재단 설립이 강원도 중장기 지방재정에 미치는 영향은 매우 미미할 것으로 판단됨
- 자본금의 경우 강원관광재단은 주로 비수익 사업을 영위하므로 강원도에서 매년 출연을 하여야 함. 그러므로 대규모의 자본금이 필요하지 않으므로 상징적 의미만 갖게 500백만 원으로 함
- 강원관광재단은 수익 창출을 주요 목적으로 하지는 않지만 출연금 부담 축소를 위해 수익 창출 방안 검토

- 관광활성화 관련 중앙부처 공모사업 유치, 도·시군 각종 관광사업 위탁 수행, 수탁 연구 및 자문을 통한 수익 창출 등
- 경제적 타당성 분석 결과 10년 동안 순현재가치(NPV)가 +4,689,435백만 원, 편익비율(BC Ratio)가 25.27%, 내부수익률(IRR)이 7.260%로 경제적 타당성이 매우 큼
 - 분석기간 10년, 할인율 1.072%
 - 관광재단 설 후 관광객 수 증가(자연증가분 제외)에 의한 지출액을 편익으로 봄
- 강원관광재단 설립 시 경제적 파급효과를 분석하기 위하여 산업연관계수를 활용하며, '강원지역의 음식점 및 숙박서비스업' 부문의 제반승수를 활용하여 최종수요를 가정하고 전방연쇄효과를 추정함
 - 산업연관계수를 활용하여 2021년 기준 생산유발액, 부가가치유발액, 취업유발 인원을 산정하면, 생산유발액은 15,617백만 원, 부가가치유발액은 7,038백만 원, 취업유발 인원수는 132명으로 나타남
- 강원관광재단을 설립할 경우 방문관광객이 증가 크게 증가하며, 관광객은 숙박, 음식, 선물 구입, 레저 등 다양한 분야에서 소비를 하므로 주민복리효과는 매우 크다고 판단됨