



전라북도 산업관광진흥을 위한 기초연구



전라북도 산업관광진흥을 위한 기초연구

2010

국립중앙도서관 출판시도서목록(CIP)

전라북도 산업관광진흥을 위한 기초연구 / 김형오. — 전
주 : 전북발전연구원, 2011
p. ; cm. — (Jthink ; 2010-BR-10)

참고문헌 수록
ISBN 978-89-6612-008-6 93320 : 비매품

산업 관광[産業觀光]

326.393-KDC5
338.4791-DDC21

CIP2011001179

연구진

연구책임 김형오 • 전북발전연구원 연구위원

연구자문 유형숙 • 동의대학교 호텔컨벤션경영학과 교수
 장병권 • 호원대학교 호텔관광학부 교수
 최영기 • 전주대학교 문화관광대학 교수

연구관리 코드 : 10GI08

이 보고서의 내용은 연구진의 견해로서
전라북도의 정책과는 다를 수도 있습니다.

목 차

제 1 장 서 론	3
제 1 절 연구 배경 및 목적	3
1. 연구의 배경	3
2. 연구의 목적	4
제 2 절 연구 범위 및 방법	5
1. 연구 범위	5
2. 연구 방법	5
3. 연구흐름도	6
 제 2 장 산업관광의 이론적 고찰	9
제 1 절 산업관광의 개념	9
1. 산업관광의 정의	9
제 2 절 산업관광의 대상과 유형	12
1. 산업관광의 대상	12
2. 산업관광의 유형	13
제 3 절 산업관광 참여 관광객 추이	18
제 4 절 산업관광 정책동향	21
1. 산업관광 정부정책	21
2. 산업관광 지자체 동향	22
 제 3 장 국내·외 산업관광 사례분석	27
제 1 절 해외 산업관광 사례	27
1. 일본의 산업관광	27
2. 구미주의 산업관광	35
제 2 절 국내 산업관광 사례	42
1. 국내 산업관광 동향	42
2. 산업관광 참여업체	43
3. 산업관광 사례	46
제 3 절 시사점	49

제 4 장 전라북도 산업관광 진흥방안	53
제 1 절 유형별 산업관광자원 현황	53
1. 전라북도 산업관광자원 현황	53
제 2 절 전북 기업 산업관광 추진의지	58
1. 조사개요	58
2. 설문조사 결과 분석	59
제 3 절 전북 산업관광의 기본방향	62
1. 전북 산업관광의 필요성	62
2. 전북 산업관광의 방향	63
제 4 절 전북 산업관광 추진방안	65
1. 산업관광의 기반 조성	65
2. 산업관광코스의 에듀테인먼트화	65
3. 산업관광의 선점화	65
제 5 절 전북 산업관광 진흥방안	66
1. 산업관광진흥을 위한 지역협력체계 구축	66
2. 주변 관광자원과의 연계를 통한 매력성 강화	67
3. 산업관광 스토리텔링 마케팅 육성	68
4. 산업박물관 및 홍보관 건립 지원	70
5. 산업관광 기획 여행사 인센티브 제도 도입	72
6. 산업관광 안내 전문 인재육성	74
7. 산업관광진흥정책 세부추진 방안	75
 제 5 장 결론 및 정책적 제언	79
제 1 절 결론 요약	79
제 2 절 정책적 제언	82
 참고문헌	87
 부 록	91

표 목 차

<표 2-1> 산업관광의 개념	11
<표 2-2> 산업관광대상 소재	12
<표 2-3> 산업관광의 유형 무형자원에 의한 분류	13
<표 2-4> 산업관광의 유형 무형자원에 의한 분류	13
<표 2-5> 산업관광의 유형 무형자원에 의한 분류	14
<표 2-6> 산업관광 활동유형에 따른 분류	15
<표 2-7> 요시다의 분류	17
<표 2-8> 외래관광객 방한기간 중 활동	18
<표 2-9> 방일외국인의 방문목적(산업관광부문)	18
<표 2-10> 국내여행사의 유형별 외래관광객 유치 현황	19
<표 2-11> 선호하는 산업시찰 업종	20
<표 3-1> 기획·코디네이터가 추구하는 효과	31
<표 3-2> 산업관광 정보발신과 이미지 전략	33
<표 3-3> 국가별 산업유산지 수	39
<표 3-4> 산업관광 실시 산업체 현황	43
<표 3-5> 한국관광공사 산업관광 안내 목록	44
<표 4-1> 농원 현황	53
<표 4-2> 자연휴양림 현황	54
<표 4-3> 수목원 현황	55
<표 4-4> 전라북도 공업관광자원 현황	55
<표 4-5> 공항 현황	56
<표 4-6> 전라북도의 다목적 댐 현황	56
<표 4-7> 전라북도 재래시장	57
<표 4-8> 산업관광 장애요인	60
<표 4-9> 산업관광 활성화 방안	61
<표 4-10> 산업관광진흥정책 세부추진 방안	75

그림 목 차

<그림 1-1> 연구흐름도	6
<그림 2-1> 테크니컬 비지트의 위치	16
<그림 3-1> 산업관광 가이드	28
<그림 3-2> 일본의 산업관광유형	30
<그림 3-3> 산업관광 3자간의 Win-Win의 관계	31
<그림 3-4> 산업관광시설과 예상 방문자 관계	32
<그림 3-5> 산업 유산 관광지 안내 표지판	36
<그림 3-6> 포르쉐 박물관 외관	40
<그림 3-7> 포르쉐 박물관 내부	40
<그림 3-8> 하이네켄 박물관 외관	41
<그림 3-9> 하이네켄 박물관 내부	41
<그림 3-10> 현대중공업 해양전경	46
<그림 3-11> 세계최대 유식원유생산선	46
<그림 3-12> 종가집 안심공장투어 일정표	47
<그림 3-13> SK 홍보관 내부	48
<그림 4-1> 산업관광 허가 여부	60
<그림 4-2> 산업관광 허가 범위	60
<그림 4-3> 수용가능한 인원 규모	60
<그림 4-4> 산업관광 사전 절차	60
<그림 4-5> 전라북도 산업관광 추진체계	67



제 1 장

서 론

제 1 절 연구 배경 및 목적

제 2 절 연구 범위 및 방법

제 1 장 서 론

제 1 절 연구 배경 및 목적

1. 연구의 배경

산업관광이란 1차, 2차, 3차 산업의 현장을 대상으로 관광을 하는 행위로서 당해 기업과 지역에서는 부가적인 경제효과가 예상되는 관광형태이다.

대량관광의 시초를 1855년 토마스 쿡이 파리 전시회에 참가할 사람들을 모은 것으로 본다면, ‘산업관광’은 대량관광의 시발점을 출발시킨 관광형태라 할 수 있다. 일반적으로 산업과 관련된 사람들에게만 현장방문을 허용하여 ‘현장견학’의 新관광이라는 흐름 속에서 관광소비자들이 추구하는 고유성과 학습, 교류를 가능하게 해 주는 관광형태로 자리매김하고 있다(김효경, 2008).

그러나 산업관광은 비교적 오래된 여행형태임에도 불구하고 관광분야에서의 관심이 부족하였다. 특히 1970년대 후반 이후 현대중공업, 포항제철 등 특정 대기업을 중심으로 생산현장방문 형태의 산업관광이 이루어져 왔으나 기업정보유출우려 등 기업 자체의 소극성과 적극적인 진흥정책대상에 포함하지 않은 관련 정책의 미흡성에 따라 산업관광의 잠재력에 비해 이제까지 큰 성과를 이루지 못한 것으로 판단된다(김상태, 2009).

최근 정부에서는 제8차 국가고용전략회의(2010.8.15) ‘관광·레저산업 육성방안’에 따르면, 우리나라의 주력산업인 IT, 조선, 제철, 자동차 등 제조업 시설과 한국적 특색이 강한 업체(도자기·김치·막걸리 등) 견학을 관광 상품화할 계획을 발표했다.

산업관광의 필요성에 대해서 관광객은 물론 해당 기업과 지역사회라는 세 가지 차원에서 살펴볼 수 있다. 첫째, 관광객에게는 산업현장을 직접 체험함으로써 학습효과를 거두고 만족도 향상을 도모할 수 있다. 둘째, 관광기업은 기업의 생산현장 및 상품에 대한 견학과 판매를 통하여 수익을 증대하고 기업이미지를 개선하는 효과가 있다. 셋째, 지역사회는 관광상품의 다양화 및 판촉제고를 통하여 경제적 파급효과를 확대할 수 있다.

산업관광은 관광객이 직접 산업생산현장을 방문하여 생산과정을 목격하고 상품의 질적인 측면에 대한 확산을 갖게 함으로써 만족도를 제고시킬 수 있다. 또한 농산물 수확, 치즈만들기 등 관광객의 직접 체험형 프로그램의 운영시 구매로 연결될 수 있는 장점을 지니고 있다. 전북지역은 다른 지역에 비해 산업관광이 상대적으로 활성화 되지 못하고 있는데, 이는 관광객의 행태 및 트렌드 변화를 충분히 감안하지 못한 결과이다.

전북지역의 산업관광을 활성화하기 위해서는 해당 업체로 선발될 경우 공공기관 및 전문가로 구성된 자문단을 운영하여 산업관광객의 수용시설, 안내체계, 쇼핑시설, 편의시설, 홍보실태 등 수용태세에 대한 정비 및 정기적인 모니터링을 실시할 필요가 있다.

이와 같이 산업관광은 관광의 트렌드로 다양한 사회현상과 관광이 복·융합되어 새로운 형태의 관광현상이 도래하고 있기에 전라북도 역시 이러한 트렌드를 반영한 산업관광 활성화를 위한 정책을 실시할 필요성이 있다.

2. 연구의 목적

본 연구는 관광콘텐츠의 다양화를 위한 기초적인 연구로서 산업관광에 대한 선행 연구 고찰과 국내·외 산업관광 사례분석을 통해 전라북도 산업관광의 진흥방안을 모색하고자 한다.

아울러 지금까지 상대적으로 관심이 미약했던 ‘산업관광’을 대상으로 신관광의 관점에서 산업관광의 의미를 파악하는 탐색적 연구로서, 향후 전라북도 산업관광 정책수립을 위한 기초자료를 제공하고자 한다.

제 2 절 연구 범위 및 방법

1. 연구 범위

본 연구의 공간적 범위는 전라북도를 대상으로 하되 사례조사의 경우 국내 사례를 포함한 주요 각국의 현황과 정책 분석을 통하여 산업관광 관련 정책의 활성화 방안을 구체적으로 검토하고자 한다.

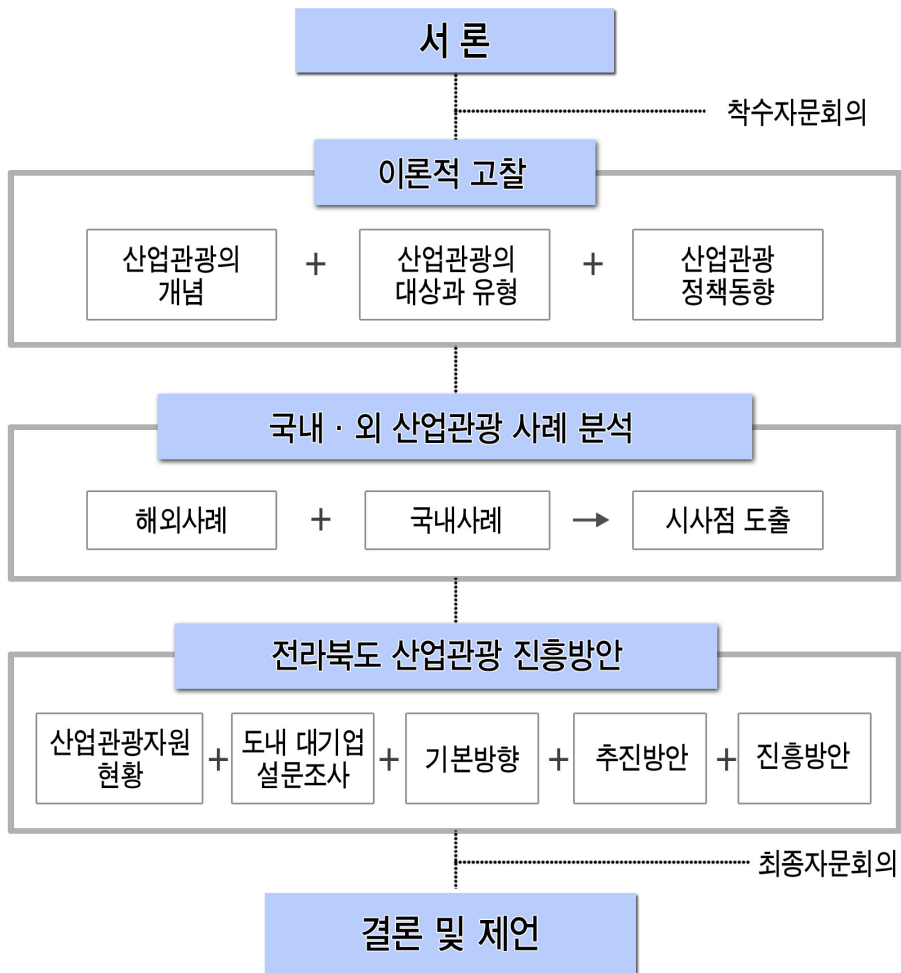
내용적 범위는 산업관광의 유형중에서 제조업 분야를 중심으로 전개하고, 연구의 주된 연구의 범위는 산업관광 참여 관광객 추이, 산업관광 정책동향, 국내·외 산업관광 사례조사, 전라북도 산업관광자원 현황, 전북 도내 대기업 산업관광 의지, 전북 산업관광 진흥을 위한 실천과제 제시 등을 중심으로 전개한다.

2. 연구 방법

본 연구에서 기본적인 연구방법은 문헌자료를 통한 이론적 연구, 관련 전문가 면담, 국내·외 산업관광 사례분석, 전라북도 산업관광자원 현황, 전북 도내 대기업 산업관광 추진의지 등을 통해 분석한다. 또한 기존자료에 대한 재분석 등을 추진한다.

이를 바탕으로 전라북도 산업관광의 기본방향을 제시하고, 향후 전라북도에서 산업관광 활성화를 위한 진흥방안을 모색한다.

3. 연구흐름도



〈그림 1-1〉 연구흐름도

제2장

산업관광의 이론적 고찰

- 제 1 절 산업관광의 개념
- 제 2 절 산업관광의 대상과 유형
- 제 3 절 산업관광 참여 관광객 추이
- 제 4 절 산업관광 정책동향

제 2 장 산업관광의 이론적 고찰

제 1 절 산업관광의 개념

1. 산업관광의 정의

산업관광이란 문자 그대로 산업을 관광의 대상으로 하는 관광형태이다. ‘산업을 본다’는 측면에서 산업관광의 시초는 세계 최초의 박람회인 1851년 런던 박람회까지 거슬러 올라간다(吉田, 2006: 62). 산업관광이 보편화된 계기는 1950년대 프랑스에서 자국의 수출을 진흥하고 산업을 적극적으로 홍보할 목적으로 외국인들을 대상으로 관련 시설 시찰을 허용하고 정비한데서 비롯된다(고상동, 1988: 須田외, 2002). 한편, 1987년 유네스코의 제6회 국제산업유산보존위원회가 회의 주제로서 industrial tourism을 설정하면서 산업유산을 관광대상으로 하는 산업관광이 확산된 것으로 보인다.

산업관광은 이미 오래전부터 이루어졌음에도 불구하고 관광분야에서 산업관광에 대한 연구는 미흡하다.

산업관광에 대한 연구한 Frew(2000)에 따르면 산업관광은 관광자가 아닌 산업지역에 관광객들이 방문한다는 것을 기본으로 하여 산업의 자동화 정도, 제조공정을 관람하는 정도, 방문객이 체험할 수 있는 정도, 제품과 서비스를 판매하면서 제한된 현장 접근만을 허용하는 정도 등의 4가지 차원을 통해 그 특징을 파악할 수 있다.

일본은 산업관광 관련 연구가 가장 활발히 이루어진 국가로 관광학대사전에서는 수동적인 관광자원이 아닌 능동적 형태의 관광이라는 점에 관점을 두고 있다. 또한 견학·체험·학습이라는 체험성을 강조하고 있으며 지역별로는 산업문화재적인 시설을 체험 및 문화 체험공간으로 산업관광을 정의하고 있다.

일본에서 처음으로 산업관광 실천이 제창된 전국산업관광 쉼잇(summit) 아이치·나고야(愛知·名古屋, 2001년)에서는 산업관광을 ‘역사적·문화적 가치가 있는 산업문화재(오래된 기계기구, 공장유구 등의 모든 산업유산), 생산공장(공장, 공방 등) 및 산업제품을 관광자원으로 하고 그들을 통해 물건 만들기 정신’(ものづくりの心)에 접하고 동시에 인적 교류를 촉진하는 관광활동’이라고 정의하였다(國土交通省, 2007).

또한 산업관광이 활발히 진행되고 있는 중경권(中京圏)지역에서는 ‘산업관광은 산업 활동과 그 역사를 관광이라는 관점에서 접근하는 것으로 일상에서 이용하고 있는 상품과 제품을 제작하는 시설, 그 생산 공정의 견학 및 체험을 통해 역사를 학습하는 것, 물건 만들기를 통해 인간이 구축해온 산업문화에 대한 감동과 공감을 음미하는 것으로 정의하고 있다(東海都市ネットワーク協議會, 2009).

2006년에 발표된 산업관광추진회의 보고서는 근래의 산업관광 개념을 다음과 같은 4개의 프로세스로 정리하고 있다(일본 산업관광추진간담회, 2007)

- ① technical에서 industrial로 확장
- ② 제조업에서 모든 산업으로 확장 : 2차 산업에서 1차 산업, 3차 산업
- ③ 산업활동(공장 등과 산업계의 인프라)과 광의의 도시 활동을 포함 : 공장·창고처럼 산업활동을 지지하는 산업계 인프라(철도, 운하, 항만, 공항 등), 산업 활동을 지지하는 노동자와 그들의 가족생활, 도시 활동을 포함하도록 개념을 확장
- ④ 하드자원(유형자원) 외에 소프트자원(무형자원)을 포함 : 산업과 도시 활동을 지지하는 활동의 엔진으로서 기술·기능과 그 결과로서의 제품·디자인·의장(意匠), 각종 사회시스템 등 소프트자원(무형자원 = intangibles)를 포함하는 개념으로 확장

중국의 경우 우리나라와 유사하게 공장 및 기업 등의 제조업과 같은 분야의 산업을 시찰하고 발전을 촉진하는 활동으로 정의하고 있으며, 王宁(2007)는 ‘산업관광을 공장, 기업 회사 및 건축공사 현장 등을 객체로 하는 관광’으로 정의하고 있다. 또한 산업관광은 ‘산업체의 제조과정, 산업체의 구조, 산업체 노동자의 작업 등의 관람과 제품제조 과정의 체험을 통해 관광객에게 지식추구, 쇼핑, 관광 등의 여러 가지 수요를 충족시키는 종합적인 상품’이라고 했다.

王宝恒(2003)은 산업관광을 도시산업관광의 측면에서 정의했다. 그는 산업관광은 ‘도시산업과 관광산업의 공동발전을 촉진하는 활동’이라고 주장했다. 도시발전의 측면에서 도시산업관광은 경제·문화·정치 등의 측면에서 도시 이미지를 개선하고 도시 발전을 촉진하는 원동력으로 보았다.

〈표 2-1〉 산업관광의 개념

분 류	내 용
Yale(1991)	현재의 생산과정을 보여주는 것
Dodd & Bigotte(1997)	소비자들이 생산설비를 방문하는 것으로 설비를 돌아보고 시험도 해보는 교육여행 일환
김효경(2008)	기업이나 지역에서 그들의 산업 활성화 및 지역 활성화를 목적으로 하는 관광활동
김종은(2009)	현대적인 각종 산업시설을 관광대상으로 삼아 자국의 산업·기술수준을 외국인 관광객에게 인식시켜 여러 나라와 경제·무역 및 기술교류에 직접·간접적으로 기여하려는 목적에서 비롯된 관광의 새로운 형태
관광학대사전(일본)	기존의 관광유람과 같은 수동적인 관광자원이 아니라 제조공정의 견학·체험·학습이라는 지적호기심을 채우는 측면을 강조한 활동
스다(2002)	산업관광은 역사적이고 문화적인 가치가 있는 산업문화재(기계, 기구, 공장유적 등), 생산현장(공장, 공방 등), 산업제품 등을 관광자원으로서 해서 인적교류를 도모하는 산업활동
우에다(2002)	전통적이고 근대적인 제조업에 해당하는 생산시설, 설비, 기술, 제품 등을 대상으로 하는 관광, 산업의 고도화 및 기술혁신에 의해 노후화되고 진부화된 광공업생산시설, 설비, 기술 즉, 산업유산 등을 포함하는 관광
王宁(2007)	산업관광을 공장, 기업 회사 및 건축공사 현장 등을 객체로 하는 관광
王宝恒(2003)	도시산업과 관광산업의 공동발전을 촉진하는 활동

자료: 김효경(2008). 연구내용 재인용

제 2 절 산업관광의 대상과 유형

1. 산업관광의 대상

경제적 이익을 위한 재화와 서비스는 끊임없이 생산되고 있어 산업의 범위와 유형은 무한하다. 따라서 산업관광의 대상이 될 수 있는 소재도 매우 광범위하다. Cater(1991)는 핵에너지와 같은 논쟁의 여지가 있는 산업까지 포함해 모든 산업이 산업관광지가 될 수 있다고 주장했다. 산업관광의 소재는 자원의 유형에 따라 유형(tangible)자원, 무형(intangible)자원 및 기타자원으로 분류할 수 있다(日本經濟産業省, 2007).

〈표 2-2〉 산업관광대상 소재

자원유형	내 용
하드자원 (유형=tangible)	① 산업설비·기계 등 공공건물, 발전소, 기계·설비, 창고, 사무소 등을 물건을 만드는 제조회장과 이들 유산
	② 산업·토목계 인프라 산업 활동을 직접 지지하는 운하, 하천, 항만, 철도, 도로, 공항, 통신시설 등
	③ 도시계 인프라 노동자·근로자와 그 가족들이 생활을 하기 위해 필요한 다양한 도시기능·시설 학교, 병원, 사택, 상업·오락시설 등
소프트자원 (무형=intangible)	① 산업과 도시 활동을 지지하는 기술·기능 산업과 도시 활동을 지지하는 생산기술과 기능, 건물의 건축과 보전을 위한 기술 등
	② 산업제품 등의 디자인·의상, 콘텐츠 산업제품 등의 특징 있는 디자인과 의상, 애니메이션, 영화 등의 콘텐츠 등
	③ 인적자원 창업자·기술자 등 역사를 개척한 인물과 그 이야기, 훌륭한 기능재(장인) 등
	④ 산업 활동의 조직·비즈니스 모델 등 각 산업고유의 생산시스템과 그 시대의 획기적인 생산·판매·유통시스템 등
기타 자원	기타 하드, 소프트 각자원에 관계하는 각종기록, 화면, 사진(아카이브), 산업박물관 등도 산업관광의 자원임. 그 밖에 활용의 관점에서 보면 산업관광에 관계된 인재의 축적, 자원 보전·활용을 위한 조직, 활용의 노하우 등의 「매니지먼트」도 중요자원이 됨

자료: 日本經濟産業省産業觀, 光推進懇談會報告書, 2007.

2. 산업관광의 유형

1) 한국관광공사의 분류

한국관광공사(1983)의 분류에 의하면 산업관광은 유형관광자원의 분류에서 산업적 관광자원으로 구분하고 있으며 이러한 산업적 관광자원에는 공업단지, 유통단지, 광업소, 농장, 목장, 백화점 등의 내용이 포함되어 있다.

〈표 2-3〉 산업관광의 유형 무형자원에 의한 분류

분류	구분	내 용
유형관광자원	자연관광자원	천연자원, 천문자원, 동식물자원
	문화적 관광자원	고고학적 유적지, 사적지, 사찰, 공원
	사회적 관광자원	풍속, 행사, 생활, 예술, 교육, 스포츠
	산업적 관광자원	공업단지, 유통단지, 광업소, 농장, 목장, 백화점
	관광·레크레이션자원	캠프장, 수영장, 놀이시설, 어린이 공원
무형관광자원	인적관광자원	국민성, 풍속, 관습, 예절 등
	비인적관광자원	토속신앙, 사상, 철학, 역사, 음악, 가곡 등

자료: 한국관광공사, 1983

2) 김영규의 분류

김영규(2008)는 산업관광의 내용구분을 한국관광공사의 분류와 유사하게 공업단지, 유통단지, 광업소, 농장, 목장, 백화점 등을 포함하고 있으며, 좀 더 구체적으로 농업 관광자원, 공업관광자원, 상업관광자원, 산업기반 시설 등으로 세분하고 있다.

〈표 2-4〉 산업관광의 유형 무형자원에 의한 분류

분류	내용
농업관광자원 (1차산업분야)	- 농업관광자원: 농장, 목장, 농원, 과수원, 주말농장 - 임업관광자원: 자연휴양림, 수목원 등 - 수산관광자원: 관광어촌, 갯벌체험관광 등
공업관광자원 (2차산업분야)	- 제조업의 기계설비, 제조공정, 공장부설연구소, 후생복지시설 - 공업단지, 옥포조선소, 포항종합제철, 대덕연구단지 등
상업관광자원 (3차산업분야)	- 재래시장: 상설시장, 정기시장(장날), 특수시장, 소매상가 등 - 백화점, 쇼핑센터 -면세점, 보세판매점 -박람회, 전시회
산업기반시설 (사회공공시설)	공항, 항만, 발전용 댐, 운하, 고속도로 등

자료: 관광자원론, 김영규(2008)

3) 일본의 경제산업성 분류

일본 경제산업성(2004)에서는 산업관광을 과거, 현재, 미래로 구분하고 있으며 유형으로는 과거의 산업자원을 산업유산활용형 산업관광, 현재의 산업자원을 기존산업활용형 산업관광, 1차 산업활용형, 2차 산업활용형, 3차 산업활용형으로 구분하였으며, 미래의 산업자원을 미래산업활용형 산업관광으로 구분하였다.

〈표 2-5〉 산업관광의 유형·무형자원에 의한 분류

구분	유형	개요
과거	I. 산업유산활용형 산업관광	산업유산(지역을 지탱해 온 산업에 관한 시설과 설비로 지금은 사용하고 있지 않거나 혹은 달리 쓰이고 있는 것)을 활용하고 산업유산과의 만남, 근대산업의 역사와 의의를 배우는 관광
	II. 기존산업활용형 산업관광	지역의 특색 있는 산업을 활용하는 관광
현재	II-1. 1차 산업활용형	농림업을 활용한 체험형 관광(관광농업, 관광어업 등)
	II-2. 2차 산업활용형	① 직물, 도예, 칠기 등 전통적 산업을 활용하고 전통공예를 접하는 산업관광 ② 자동차, 가전, 섬유, 환경산업 등 지역의 특색 있는 산업집적을 살린 산업관광
	II-3. 3차 산업활용형	애니메이션, 영화, 컴퓨터소프트, 음악 등 소프트 산업을 활용한 산업관광
미래	III. 미래산업활용형 산업관광	바이오, 나노테크, IT, 로봇 등 첨단적인 연구개발 거점과 연구소의 지역집적을 살려 최신 과학기술을 접하는 산업관광

자료: 經濟産業省, 2004.

4) 일본의 산업관광추진간담회 분류

일본의 산업관광추진간담회(2008)에서 정리한 분류로 산업관광을 보는 두 가지 관점이 병존하고 있는 바, 기업차원에서는 산업관광을 추진하는 목적인 기업 및 제품홍보, 기술인재 육성, 지역산업의 진흥과 문화계승, 리쿠르팅, 관광사업 등으로 분류될 수 있다. 또 다른 차원인 관광객 참여형태에 따라 연수와 시찰, 비즈니스, 일반관광, 교육 등으로 살펴볼 수 있다. 이러한 기업의 목적과 산업관광객의 참여형태를 조합하

여 산업관광의 유형을 구분해보면 공장견학형, 산지진흥형, 일반관광형, 기술인재육성형, 리쿠르트형 등으로 분류를 할 수 있다. 즉 산업관광에서 관광지 역할을 하는 기업과 이를 소비하는 관광객의 목적을 복합적으로 보는 방식이다.

〈표 2-6〉 산업관광 활동유형에 따른 분류

산업관광유형	내 용
공장견학형	비즈니스와 직결된 거래처와 신규고객 등에게 자사제품 PR의 장으로 활용
산지진흥형	폭넓은 방문자를 수용 산지로서의 PR과 산지브랜드의 연계판매를 목적으로 함
일반관광형	널리 관광객을 수용하여 상품과 기업의 PR, 판매/식음시설로 관광사업을 전개
기술인재육성형	주로 초중학생의 사회과 견학 등을 수용지역과 사회로의 공헌을 지향함
리쿠르트형	취직을 목적으로 하는 학생을 수용기업에 대한 관심을 높이고 인재를 확보하는 것을 목적으로 함

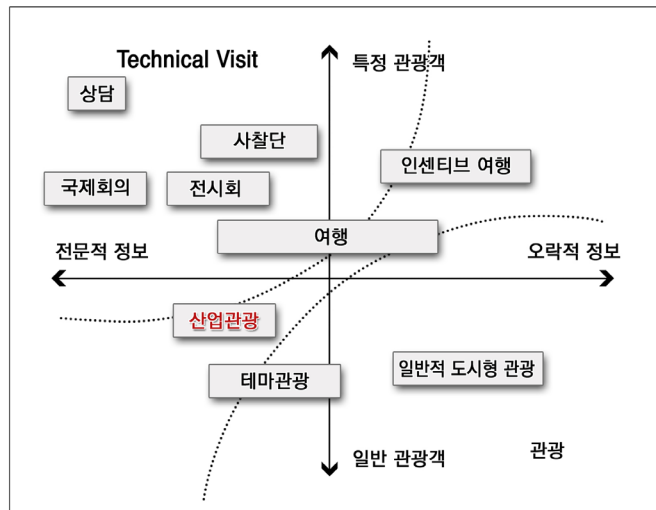
자료: 일본 산업관광추진간담회 보고서(2008)

5) 요시다의 분류

요시다(吉田, 2006)는 산업관광을 구성하는 내용으로 테크니컬 비지트(technical visit), 공장견학, 기업 자료관·박물관, 산업유산관광, 체험형 관광 등으로 분류하고 있다. 이를 정리해 보면 내용은 다음과 같다.

(1) 테크니컬 비지트(technical visit)

테크니컬 비지트는 주로 상용여행자가 선진기술이나 생산시스템이나 근대적 공업 시설 등을 시찰할 목적으로 외국 또는 다른 지역을 방문하는 여행으로 대부분 여행 사보다는 특정 협회가 주선하고 있으며, 여행사는 교통, 숙박, 음식점, 통역 등을 수 배하고 일정 등을 관리하고 있다. 테크니컬 비지트는 특정객이 전문적 정보를 얻기 위한 여행으로 규정하였으며, 산업관광은 불특정다수가 전문적 정보를 얻는 차원으로 정의할 수 있다.



자료: 角野幸博, 테크니컬 비지트의 가능성, 월간관광 2002년 6월호

〈그림 2-1〉 테크니컬 비지트의 위치

(2) 공장견학(테크니컬 비지트 제외)

공장견학의 경우는 업무출장여행이 아닌 관광목적이 가미된 공장견학으로서 테크니컬 비지트가 제외된 여행을 말한다. 공장을 방문하여 시음 또는 시식하고 해당 제품을 구매하는 방식이다. 예를 들면 유리공예, 위스키, 와인 등의 공장이나 농장을 방문하여 시음하고 해당 제품을 쇼핑하는 방식으로 대중 관광의 형태를 갖고 있다.

(3) 기업자료관·박물관

기업부속 자료관이나 기업들이 실질적으로 운영하고 있는 박물관을 견학하는 것이다. 이러한 기업자료관·박물관은 해당기업의 역사와 명예를 전시하는 곳이며 지적인 즐거움 얻을 수 있기 때문에 방문자가 그 분야에 관심을 갖고 있으면 매력적인 방문 시설이 될 수 있다. 또한 지역을 대표하는 기업이라면 그 지역의 문화를 이해하는 수단이 될 수 있고 지역주민에게도 지역에 대한 애착과 자긍심을 가질 수 있게 해 준다.

(4) 산업유산관광(industrial heritage tourism)

산업유산관광은 예전의 유력했던 산업의 공장과 설비 및 창고 등과 철도와 항만 및 운하 등을 관광하는 것으로서 이를 통해 옛날 산업시설이 보존된다. 이와 관련해 20세기 중반 영국에서는 산업고고학이 탄생하였고, 일본에서는 1977년 산업고고학회가 설립되었으며, 1996년에는 등록문화제도가 도입되었다.

(5) 체험형 관광

체험형 관광은 무엇을 보았는가 보다는 무엇을 체험하였는가의 관점을 중시하는 형태로 산업관광을 체험관광으로 바꾸려는 시도이다. 이에 따라 농어촌체험, 산나물 채취 체험, 도예 만들기 여행, slow food 여행 등의 소규모 여행을 일컫는다.

〈표 2-7〉 요시다의 분류

유형	내 용
테크니컬 비지트	상용여행자가 선진기술이나 생산시스템이나 근대적 공업시설 등을 시찰할 목적으로 외국 또는 다른 지역을 방문하는 여행
공장견학	업무출장여행이 아닌 관광목적이 가미된 공장견학으로서 Technical Visit가 제외된 여행
기업자료·박물관	기업에서 운영하는 박물관들을 관광의 목적으로 방문하는 것으로 공장견학 및 산업 시찰 코스에 포함되기도 함
산업유산관광	예전의 유력했던 산업의 공장과 설비 및 창고 등과 철도와 항만 및 운하 등을 관광하는 것
체험형 관광	농어촌체험, 산나물 채취 체험, 도예 만들기 여행, slow food 여행 등 소규모 여행

자료: 요시다(2006)

이상과 같은 산업관광의 개념과 특징을 살펴볼 때, 산업관광이란 “기업이나 지역에 서 그들의 산업 활성화 및 지역 활성화를 목적으로 다양한 관광활동을 통해 과거와 현재, 미래의 산업현장을 경험하는 것”이라고 정의할 수 있다. 궁극적으로 산업관광은 관광자가 해당 산업뿐만 아니라 산업과 관련된 전반적인 사회 환경에 대한 이해를 높이는 역할을 한다.

제 3 절 산업관광 참여 관광객 추이

최근 외래 관광객 실태조사(2007년) 결과, 방한기간 중 활동에서 산업시찰이 5.3%를 차지하고 있다. 이는 방한기간 중 활동으로 쇼핑(65.5%), 관광지 방문(59.3%), 식도락(33.2%)등 상위 순위권의 활동에 버금가는 수준은 아니지만 일단 활동범주로 분류된다는 부분에서 의미를 찾을 수 있다.

산업관광이라는 활동유형 대신에 기업체 방문 및 시찰·견학의 의미에서 산업시찰이라는 유형으로 조사되어 왔다. 이는 2002년 4.6%에서 2005년 7.9%,로 조금씩 증가하는 추세였으나 2006년 7.1%, 2007년 5.3%로 감소하는 추세를 보이고 있다.

산업관광이 우리나라보다 일찍 발달되어 있다고 평가되는 일본의 경우 방일 외국인들의 방문목적에 산업관광은 평균 10위로 5.8%라는 비교적 의미 있는 비중을 나타내고 있다. 특히 중국인의 경우 일본의 선진 산업시설을 견학하기 위한 산업관광 목적이 6위로 방문하는 비율은 9.9%로 나타났으며, 우리나라 관광객들도 일본을 방문하는 목적 중 산업관광이 9위(8.3%)를 차지하고 있다.

〈표 2-8〉 외래관광객 방한기간 중 활동

구 분	연 도	구성비(%)
산업시찰	2002	4.6
	2003	5.6
	2004	7.3
	2005	7.9
	2006	7.1
	2007	5.3

자료: 외래관광객 실태조사, 문화체육관광부(2007)

〈표 2-9〉 방일외국인의 방문목적(산업관광부문)

국 적	순 위	구성비(%)
한국인	9위	8.3
대만인	11위	5.6
중국인	6위	9.9
홍콩인	14위	2.1
미국인	12위	3.2

자료: 방일 외국인 여행자조사, JNTO(2003~2004)

이러한 일본의 상황과 비교할 때 산업관광을 목적으로 방문하는 관광객들의 비율은 우리나라와 일본 모두 5~6%정도 수준이다. 그러나 방문 목적순위와 국가별 분류에 있어서 외국인 관광객들에게 산업관광이 일본의 방문 목적 10위 이내로, 우리나라 관광정책에서 관심을 갖고 있는 중국인들의 방일 목적 중 6위가 산업관광이라는 점은 특기할 만하다.

국내 여행사의 유형별 외래 관광객 유치현황을 살펴보면 스포츠, 문화, 도자기, 보상관광, 산업관광 등 약 10개 유형의 분류에서 산업관광이 구분되어 있다. 여행사가 진행한 산업관광 관련 외래 관광객 수를 살펴보면 2006년 37,379명(1.3%), 2007년 37,539명(1.3%), 2008년 76,593명(2.3%)으로 증가하다가 2009년 50,755명(1.1%)으로 감소하였다. 동 자료는 한국일반여행업협회에서 2006년도부터 산업관광을 포함한 유형별 분류의 조사가 진행되어 정확한 외래 관광객의 추이를 분석할 수는 없지만 여행사를 이용하는 전체 외래 관광객의 약 1~2%정도 수준이라는 점은 확인할 수 있었다.

〈표 2-10〉 국내여행사의 유형별 외래 관광객 유치 현황

(단위: 명, %)

유형	2006년	2007년	2008년	2009년
스포츠관광	40,836	44,506	59,393	35,308
문화관광	838,428	812,245	968,580	1,361,511
도자기관광	83,674	88,951	71,839	54,349
보상관광	193,031	198,584	231,507	349,433
산업관광	37,379(1.3%)	37,539(1.3%)	76,593(2.3%)	50,755(1.1%)
수학여행	37,240	46,042	45,351	37,458
안보관광	109,007	110,994	173,914	121,238
학술관광	20,028	13,673	19,601	14,787
쇼핑관광	847,517	818,248	875,373	1,281,481
사찰	392,914	383,096	424,475	657,392
기타	217,592	282,117	354,980	623,818
합계	2,817,646	2,835,995	3,298,606	4,624,233

자료: 여행통계, 한국일반여행업협회(2009)

따라서 국내 여행사를 이용하는 외래 관광객들의 10개의 유형 중에서 차지하는 비중은 매우 낮으며, 단지 10개의 유형의 분류 중에 하나로 포함되어 있다는 것에 의의가 있다고 할 수 있다.

한국일반여행업협회의 2006년도 자료에 의하면, 여행사가 선호하는 산업시찰 업종은 자동차가 25.3%로 가장 높았으며, 전자, 조선, 제철 등 제조 생산업 분야가 대체적으로 상위권을 차지하고 있는 것으로 파악되었다.

〈표 2-11〉 선호하는 산업시찰 업종

전체	자동차	전자	조선	제철	식품	통신	기타	농장	공항만	화학	섬유
100	25.3	25.3	14.1	8.5	8.5	5.7	4.2	4.2	2.8	1.4	1.4

자료: 외래관광객 산업시찰 현황. 한국일반여행업협회. 2006.

제 4 절 산업관광 정책동향

1. 산업관광 정부정책

산업관광에 대한 정부의 정책적 고려는 이직 미흡하며, 실태조사 조사 수준에 머물고 있다. 2007년 문화관광부가 주체가 되어 산업시찰 방문 코스 네트워크 구축 TF회의를 두 차례 개최한 바 있으며, 2008년도 말부터 산업관광 TF를 발족하여 현장 중심적 정책관련 논의를 진행하고 있다.

2009년도에는 ‘관광산업 제고방안 후속조치 추진 실적 및 계획’ 중 도시 및 산업 부문에 산업체 관광이 포함되어 있다. 이는 관광객이 많이 찾는 도시와 주요명소를 중심으로 도시 관광 여건 강화와 산업체 시찰과 연계 관광프로그램 강화 측면으로 접근하는 것으로 볼 수 있다. 한국관광공사에서는 1월부터 자사 홈페이지에 산업관광 분야를 개설하여 산업관광지를 소개하고 있다.

한편, 문화체육관광부의 「지자체 해외홍보마케팅 지원사업」 예산에서 경기도와 울산광역시에서 추진 중인 산업관광 상품개발 사업의 예산 50%를 국비를 통해 지원하는 사업이다. 본 사업은 ECO, IT, BT 등 첨단산업시찰 상품개발, 대형 기업회의 및 인센티브 단체 유치 기반 조성 등을 내용으로 하고 있다.

또한 문화체육관광부의 「2009~2013 제3차 관광진흥 5개년 계획」에 따르면, 기존 산업체 견학 관광과 연계하여 중국의 공무원이나 기업체를 대상으로 하는 인센티브 시장 확대를 통해 산업관광을 활성화할 계획이다.

제8차 국가고용전략회의(2010.8.15) ‘관광·레저산업 육성방안’에 따르면, 우리나라의 주력산업인 IT, 조선, 제철, 자동차 등 제조업 시설과 한국적 특색이 강한 업체(도자기·김치·막걸리 등) 견학을 관광 상품화할 계획을 발표했다. 모델코스 개발, 전문인력(통역 등), 물품(기념품·홍보자료 등) 지원 등 산업관광 활성화 시범사업을 추진(‘10~’12년/3개소)할 계획이다. 또한 산업관광협의체를 운영(문화부, 지경부, 전경련, 관광공사, 코트라 등)할 계획이고, 국제 막걸리 페스티벌 개최 등을 통해 막걸리를 세계적인 핵심 문화상품으로 육성, 주류(酒類)시장에 한류바람을 조성한다는 목표를 제시하고 있다. 막걸리 칵테일 만들기 체험, 막걸리 양조장 투어 등도 실시할 계획이다.

이외에도 중장기적으로 홍보관·박물관·테마파크(로봇랜드 등) 건립을 지원(장기적

리 용자 등)하여 산업관광 인프라를 조성할 계획이다.

2. 산업관광 지자체 동향

산업관광에 가장 적극적인 울산광역시 “산업교류기반 문화관광도시로 육성”이라는 목표로 울산의 강동권을 중심으로 한 신명, 정자, 주전, 일산, 간절곶 등 해안지역의 산업자원을 활용한 산업교류관광 기능과 해양휴양관광기능 수행을 계획하였다. 이에 따라 현재까지 지속적으로 산업관광과 관련된 ‘울산시티투어’, ‘조선 자동차 팸투어’ 등과 같은 마케팅 및 프로그램들을 진행해 온 것을 확인 할 수 있었다.

서울시의 경우 서울관광마케팅본부가 IT, 전자산업 등을 활용한 특화상품 개발에 적극 나서고 있다. 이미 관련 프로그램을 출시해 해외 지역 판매도 개시한 것으로 전해졌다.

‘디지털 & 환경’은 서울의 첨단산업과 친환경 개발사업 등을 참관할 수 있는 반나절 투어 프로그램으로 특히 동남아 지역 방문들로부터 좋은 반응을 얻고 있다. 일정은 상암동 디지털미디어시티(Digital Media City-이하 DMC) 홍보관, 월드컵 공원 전시관 & 하늘공원, 마포 자원회수 시설 등 3곳을 방문한다.

DMC에서는 DMC 개발 현장 안내 및 영상물 관람하고, e-board/IP-intelligent 등을 직접 체험할 수 있다. 추가로 DMC 내 주요 입주 업체 방문 투어도 요청시 수배 가능하다. 월드컵 공원 전시관 & 하늘공원은 쓰레기 매립지 환경 생태공원으로, 난지도 및 공원에 대한 동영상물, 전시관 등을 관람하고, 하늘공원을 직접 산책해 보기도 한다. 마지막으로 마포자원회수시설에서는 인간, 환경, 기술이 결합된 최첨단 자원회수시설을 견학하는 한편, 회수시설 관련 동영상, 재활용품 전시관, 크레인 조정실, 쓰레기 소각처리 과정 등을 견학한다.

또한 대기업 해외 네트워크를 활용한 관광 서울 홍보도 나선다. 1차로 서울시와 LG전자의 협약에 따라 관광개발팀에서 이와 관련된 프로그램을 진행한다. 이달에는 ‘엘지 모바일 프레스 투어 인 서울(LG MOBILE PRESS TOUR IN SEOUL)’ 행사가 열릴 예정으로, 아시아 및 아프리카 지역 11개국 약 80여명의 언론인이 방문해 LG 연구소 및 서울 시티 투어에 참여하게 된다. 향후 LG 휴대폰의 해외 홍보 및 이벤트

행사에도 적극 참가할 계획이다.

경기도와 경기관광공사는 국내 관광자원의 차별화 전략으로 산업관광을 경기도 관광산업의 성장동력으로 설정, 해외관광객 유치에 마케팅 역량을 집중하고 있다.

이는 그동안의 보는 관광에서 탈피해 경쟁력 있는 경기도 관광자원을 적극 활용하는 마케팅 전략의 변화로 평가된다.

경기관광공사 관계자는 “말레이시아 경기관광설명회를 계기로 기존의 패키지 관광 상품 이외에 경기도가 우위를 점하고 있는 IT, BT, ECO와 같은 첨단산업분야 시설을 적극 활용해 경기도가 첨단산업 관광의 메카로 자리매김하길 기대한다”고 말했다.

경기관광공사는 앞으로 실질적 관광객 유치 성과와 함께 도민 소득을 증대하는데 기여할 수 있는 경쟁력 있는 상품을 개발하고 관광객 유치를 위한 해외 관광마케팅에 전력을 다할 예정이다.

경기도의 첨단산업 관련 상품화 가능 시설로는 삼성전자, 기아자동차 등의 첨단IT 산업 및 제조업 사업장, 에버랜드 환경아카데미, 구리자원회수시설 등의 환경관련시설, 경기바이오센터, 나노소자특화팩센터, 도로공사 상황실 운영 시스템 등이 있다.

또한 말레이시아는 13억 무슬림 관광객 유치를 위한 전략시장으로서, 경기도는 무슬림 관광객 유치를 위한 식당 및 기도시설 정비 등 기반조성과 함께 동남아, 중동 무슬림 관광객 유치에도 박차를 가할 계획이다.

충청남도는 지역 주요 산업현장이 문화유적지 등 주변 관광지와 연계한 관광자원으로 개발할 계획이다.

충남도는 저탄소 그린에너지 생산현장인 태안에너지특구와 고부가가치 석유산업의 본고장인 서산 대산석유화학단지, 국내 최초의 자동변속기 전문회사인 서산 현대파워텍, 700만t급 일관제철소를 건설중인 당진 현대제철, 국내 전력의 5.4%를 생산하는 당진화력발전소 등을 인근 관광지와 연계한 당일 및 1박2일 관광코스로 개발할 계획이다.

제 3 장



국내·외 산업관광 사례분석

- 제 1 절 해외 산업관광 사례
- 제 2 절 국내 산업관광 사례
- 제 3 절 시사점

제 3 장 국내·외 산업관광 사례분석

제 1 절 해외 산업관광 사례

1. 일본의 산업관광

1) 일본 산업관광의 현황

일본은 아시아에서 유일하게 산업혁명을 거친 국가로서 일본에서의 산업관광은 구미주의 산업관광과 유사하게 역사적, 문화적 가치가 높은 산업 유산이나 현재 조업 중인 공방, 공장 등을 관광자원으로 하여 관광객들에게 서비스를 제공하는 관광형태라고 정의하고 있다. 그리고 산업의 범위는 농림수산업, 제조업, 서비스업을 포함하여 전 산업을 포함한다.

일본의 경우도 산업유산지를 방문하는 것이나 가동 중인 공장을 견학하는 방식은 1950년대부터 시작하였으며 공방에서 도자기나 유리세공 등의 공예품을 직접 만드는 체험이나 물건 만들기, 자료관 박물관 등의 방문은 훨씬 이전부터 된 것으로 보인다. 1970년대 전후부터 고도성장 시기에는 노후화된 건물들을 파괴하거나 재건축하였으나 최근 근대 유산의 보존과 활용이 주목받으면서 산업관광이 활성화되기 시작한 것으로 보인다.

일본의 있어서 산업관광이란, 역사적·문화적으로 가치가 있는 공장과 기계 등의 산업문화재나 산업제품을 통하여, 물건을 만드는 장인들의 정신을 접해보고자 하는 목적으로 만들어진 관광으로 일본에서는 동해여객철도(東海旅客鐵道)의 초대회장인 스다 히로시(須田寛)씨가 최초로 소개하고 보급해 왔다(<http://ja.wikipedia.org>).

일본정부의 관광입국행동계획에 의하면, ‘산업에 의한 시설과 기술 등을 자원을 사용하여 지역내외의 사람들과의 교류를 계획하는 관광’ 이라고 정의하고 있다.

또 전국산업관광추진협의회는 산업관광을 체험, 기술, 맛, 재발견, 교류라는 5가지의 단어로 설명하고 있으며, 전국의 산업관광시설을 볼거리, 배울거리, 먹거리, 만들거리, 살거리라는 5개의 카테고리 검색하게 되어 있다(그림3-1).



자료: <http://sangyou.nihon-kankou.or.jp/index.html>

〈그림 3-1〉 산업관광 가이드

아이치 현(愛知縣)을 중심으로 한 동해지방은 예부터 제조업을 중심으로 발전한 지역이기에 다양한 분야의 현장을 직접 체험 할 수 있는 경우가 많아 산업관광이 상당히 발달되어 있다.

(1) 산업관광의 주체별 의의와 매력

• 기업

- ① 소비자의 목소리를 직접 들을 수 있음
- ② 기업과 제품의 PR로 연계됨
- ③ 소비자의 신뢰감을 높일 수 있음
- ④ 새로운 고객의 개척으로 연계됨
- ⑤ 기업의 아이덴티티를 조성
- ⑥ 작업에 대한 이해를 높이며, 장래를 담당하는 인재육성으로 연계됨
- ⑦ 사회와 지역의 공헌으로 연계됨

• 지역·지자체

- ① 기존 산업입지, 기업입지를 활용하여 새로운 관광매력을 창출하는 것이 가능함
- ② 지역 산업진흥에 연계됨
- ③ 교류 인구가 증대됨
- ④ 지역의 아이덴티티를 조성하는 것이 가능함
- ⑤ 시설, 기업, 주민, 지자체간의 연계를 강화하는 수단이 됨
- ⑥ 인 \바운드 진흥에 큰 역할을 함

• 방문자

- ① 지적 욕구의 충족을 얻음
- ② 지역과 역사에 대한 이해를 높이는 것이 가능함
- ③ 다양한 속성(성별, 연령, 국적 등)의 흥미에 대응하여 즐기는 방법이 가능함
- ④ 평상시 즐길 수 없는 산업 특유의 공간과 분위기를 느낄 수 있음
- ⑤ 체험, 한정 상품 등, 산업관광 특유의 즐거움이 있음

(2) 산업관광 추진 목적

기업에 의한 산업관광 추진 목적으로는 기업, 제품PR, 제작 인재육성, 지역산업의 진흥, 문화계승, 리쿠루팅, 관광사업 등으로 분류되고, 방문자의 목적으로는 연수·시찰, 비즈니스(거래처, 소비자), 일반관광, 교육(대학생, 고등학생, 초/중고생)을 포함한 산업관광의 형태로 분류된다.

전국산업관광추진협의회는 2007년부터 산업관광을 통하여 관광마을 만들기를 실천하고, 지역 활성화에 기여한 지자체와 단체 등을 표창하는 “산업관광마을 만들기 대상”을 창설하여 산업관광에 노력하는 행정, 관광협회, 상공회의소, 상공회, NPO, 상가번영회, 기업 등을 대상으로 폭 넓게 모집하고 있다.

2009년 제3회의 수상내역은 北九州市(금상), 函館市(은상), 横須賀市·横須賀集客促進實行委員會 (株) トライアングル(특별상)을 받았다.

방문자 시설·기업요구	연수·시설	비즈니스		일반관광객	교육	
		거래처	소비자		대학생·실업계 고등학생	초·중·고등학생
기업·제품PR	○	◎ 공장 견학형	◎	○	X	X
제작인재육성	○	X	X	X	○	◎
지역사업의 진흥· 문화계승	○	○	◎	○	○	○
채용(리크루팅)	X	X	X	X	◎	○
관광사업	X	X	○	◎	X	X

자료: 산업관광 추천. 중부경제산업국. 2005.

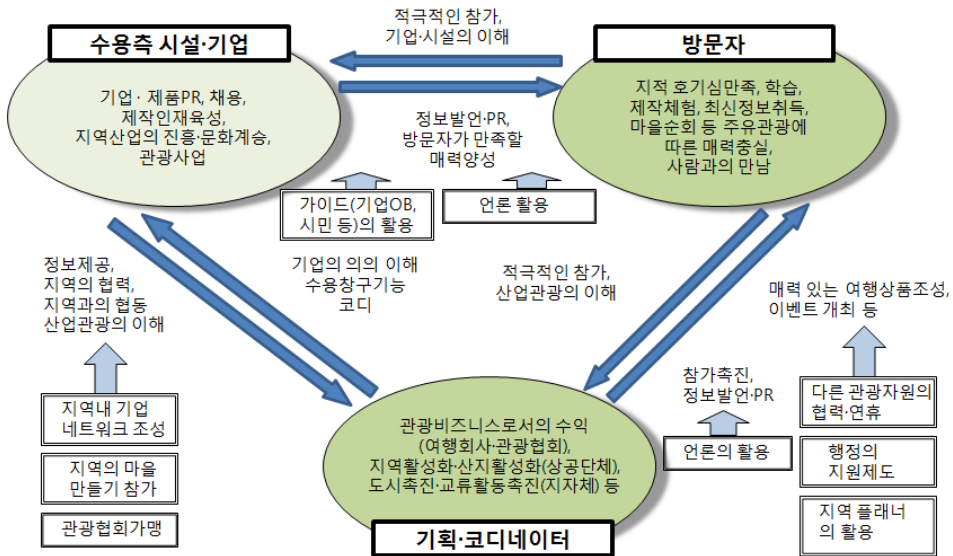
〈그림 3-2〉 일본의 산업관광유형

2) 산업관광 추진전략

산업관광을 추진하는데 있어서 ‘수용측 시설·기업’, ‘방문자’, ‘기획·코디네이터’의 각 담당자의 목표를 달성하고 상호간의 메리트를 도출하기 위한 관계를 구축하는 것이 중요하다.

산업관광은 언제나 대량동원형의 관광 비즈니스모델과 직접적으로 연결되지는 않는다. 관람객이 방문하면 수용측 시설·기업의 목적을 달성 할 수 있는지, 그곳에 기획·코디네이터로서의 지자체, 지역 경제계, 관광협회, 여행사가 어떻게 연계되어 가는가를 3자간의 Win-Win 의 관계를 구축해 나가는 것이 산업관광을 지속가능한 관광의 한 형태로 추진해 가는 것이 전략의 핵심이다(그림3-3).

산업관광촉진의 방향성(Win-Win의 관계의 구축)



〈그림 3-3〉 산업관광 3자간의 Win-Win의 관계

지역에 있어서 산업관광은 기획·코디네이터가 추구하는 효과는 다음과 같다.

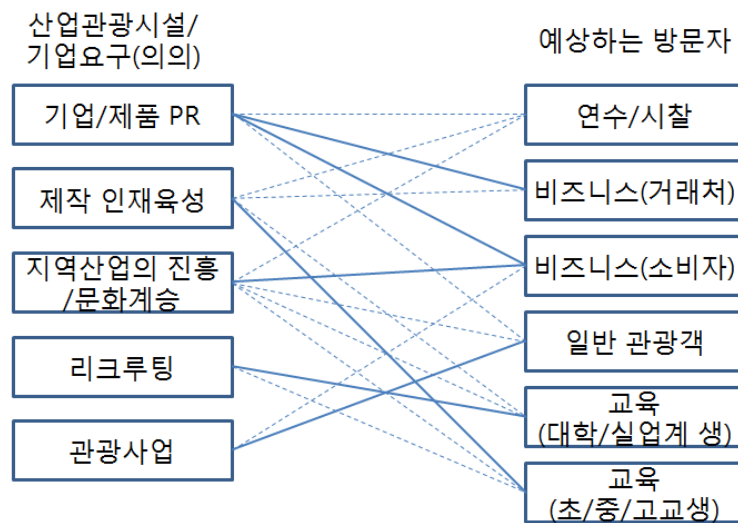
〈표 3-1〉 기획·코디네이터가 추구하는 효과

주요기획/코디네이터	주요 내용	추구 효과
여행사	여행상품 조성(출발지형, 착지형) 주유(周遊)관광으로서의 시스템	수익
관광협회	정보 발신, 주유 플랜 제외(식사와 숙박, 그 외의 관광자원과의 조합)	관련 관광사업자로서의 수익, 지역으로의 집객효과
상공회의소	산업이벤트 개최, 기업으로의 수용창구, 소개, 회의소간 교류	지역 활성화, 산지 활성화, 산지 PR
사업자간 조합	산업이벤트의 개최, 수용 창구의 통일화	산지 활성화, 산지 PR
지자체	평생학습 활동, 시민교류 활동	교류활동 촉진, 도시 촉진, 시민만족
문화교실	강좌로서의 시스템(모집대행)	수익

수용측 시설·기업의 목적·의의에 관해서는 앞에서 언급한 것처럼, 기업·제품 PR, 제작 인재육성, 지역산업의 진흥·문화관광, 리크루팅형, 관광사업 등의 5개로

대분류 된다. 수용측 기업·시설 에 있어서는 1개의 목적뿐만이 아니라, 의의와 목적 달성을 위하여 산업관광에 임하게 된다.

산업관광을 목적달성의 수단으로 하기 위해서는 어떤 내방자가 방문해 주기를 기대하는가, 타깃을 명확히 하고, 정보발신 수단, 집객방안을 검토하지 않으면 안 된다. 예상하는 방문자에 대하여 어떤 서비스를 제공하고, 어떤 매력물을 제공하여야만 만족하는가, 어떻게 하면 예상하는 방문자가 참가해주는가, 참가 프로그램과 그 정보발신/PR방법을 정제해 가는 것이 필요하다.



〈그림 3-4〉 산업관광시설과 예상 방문자 관계

단독의 수용측 시설·기업만의 힘으로 산업관광을 추진하기에는 한계가 있으므로, 기획·코디네이터와의 관계 구축도 중요하다. 관광사업 목적이라면 여행사와의 연계 및 관광협회의 가맹을 검토해 보거나 지역산업의 진흥·문화계승이라는 목적이라면 지역경제계와 지자체와의 연계·협력을 고려해 보거나, 제작 인재육성이라면 지자체와 지역 커뮤니티와의 연계도 필요하다. 그리고 수용측으로부터의 기획·코디네이터에 대하여 언제나 정보제공을 할 수 있는 체제를 만들어 둘 필요가 있다.

산업관광은 하나의 형태이지 않고 각각의 기업의 의의, 목적과 방문자의 목적에 의하여 판매하는 방법과 이미지 전략은 변한다. 앞에서 언급하고 있는 5가지의 산업

관광의 유형을 판매 전략과 이미지 전략을 정리하면 아래의 표와 같다.

〈표 3-2〉 산업관광 정보발신과 이미지 전략

유형	정보발신 도구	정보발신 이미지
공장 견학형	자사 홈페이지 상공단체 홈페이지 문화교실 강좌안내	어른 사회과 견학 산업시찰·연수 제작현장체험·견학
산지 진흥형	상공단체 홈페이지 관광협회 홈페이지, 팸플렛, 관광전, 언론 홍보, 지자체 홍보지	마을탐방, 산지탐방 산업축제(이벤트에 따른 정보발신)
일반 관광형	일반관광정보잡지 관광협회홈페이지, 팸플렛, 관광전 자사 홈페이지	마을탐방 ‘즐거운 도움이 되는’ 어른 사회과 견학
제작 인재 육성형	지역정보지, 지자체홍보잡지 자사홈페이지 상공단체 홈페이지	제작의 마음을 배움 제작 현장 체험·견학 제작문화의 계승
리크루팅형	취업 이벤트 취업 정보잡지 자사 홈페이지	기업 체험 생산현장 공개

3) 주요 산업관광지 사례

(1) 공장견학형 : 本田技研工業(株)혼다 스즈카 제작소(미에현 스즈카시)

혼다 스즈카 제작소는 기본적으로 관광목적 뿐만 아니라 학생들을 위해 견학을 주로 받아들인다(약 80%).

방문자의 목적에 응하여 대응을 하고 있다. 단체학생에 대해서는 기본적으로 전문 가이드에 의한 대응을 하고 있다. 그룹기업인 (주)스즈카서킷랜드와의 연동에 의한 서킷을 창구로 신청하는 것도 실시하고 있다. 특히 수학여행객 유치를 통해 ‘놀이’와 ‘배움’을 보여주고 있다.

스즈카상공회의소가 중심이 되어 미에오토리사이클센터, 스즈카서킷과의 조합에 의한 산업관광투어의 기획에도 협력하고 있다.

(2) 산지진흥형 : (유)마루혼製陶所 마루혼 스리바치관

마루혼제도소는 절구의 국내 생산비율의 60%를 점하는 기업이다. 2000년 창고를 개조하여 마루혼스리바치관 개관했는데, 회사의 상품의 쇼룸으로서 바이어와의 직거래의 장으로 활용하는 이외에 직접 방문하는 일반소비자의 생생한 의견을 듣는 장이며 상품개발 마케팅의 장으로 활용하고 있다.

인기 상품인 ‘낮또사발’은 방문객으로 얻은 힌트로 제작된 히트 상품이며 다이렉트 마케팅의 수단으로 산업관광시설이 활용되고 있다.

피아노 콘서트나 지역 이벤트에 적극적으로 참여하고 있으며, 주변의 가마탐방을 계획하는 등, 지역 브랜드 PR활동에 협력을 아끼지 않고 있다. 또한 지역 초등학교 대상의 교육 프로그램에도 공헌하고 있다.

(3) 일반관광형 : 一廣(株) 타올 미술관ASAKURA (에히메현 이마바리시)

타올 미술관 아사쿠라는 타올 미술관(타올 소재이외에도 다양한 아트 전시), 타올 제조과정의 실연, 타올 판매점, 에히메산 명품을 취급하는 선물가게, 고급 중화요리점, 세련된 카페 등으로 구성되어있으며 연간 30만 명이 방문한다.

‘사용하는 타올’에서 ‘즐기는 타올’을 모토로 고부가가치가 높은 다양한 상품의 타올제품을 생산하는데 힘을 쏟고 있다. 또한 소비자에게 직접 어필함과 동시에 지역 관광거점으로 지역 활성화에도 크게 기여하고 있다.

(4) 제작 인재육성형 : 도요타테크노뮤지엄 산업기술기념관 (아이치현 나고야시)

도요타 그룹은 산업유산으로서 가치가 있는 건물을 이용하여 사회공헌 사업의 일환으로 사업을 개시하였다. 미래에 젊은 인재에 대하여 연구와 창조 정신, 제작의 소중함·즐거움 등을 전달하고 싶은 것이 인재육성의 근본이다.

전시물들은 실제로 움직이는 것들이며 곁에서 보는 실제 기계의 움직임과 조작체험 등이 가능하다. 또한 기계를 실제로 조립하거나 분해하는 등, 체험 이벤트도 실시하고 있다. 초등학교 행사에는 무료입장과 안내서를 배포하는 등 미래의 인재육성에 주력하고 있다.

(5) 리크루팅형 : (주)오쿠마 (아이치현 오구치쵸)

오쿠마에서는 학생들을 대상의 공장견학을 실시하고 있다. 실업계 고등학교 학생이나 대학생들을 대상으로 공장 기계에 대한 설명을 통하여 학생들이 기계에 관심을 갖게 해주며 미래에 오쿠마 기업에 취업을 원하는 것이 가장 큰 목적이다.

학생시절에 오쿠마를 방문한 적이 있는 신입사원은 공장견학 등을 통하여 기업의 실태를 잘 알고 있기 때문에 입사 후에도 빠른 적응력과 일에 대한 만족도가 높다고 한다.

2. 구미주의 산업관광

1) 산업관광의 현황

유럽의 산업관광은 유산관광형태(heritage tourism)가 주를 이루고 있으며 산업 시설형 관광의 경우 사회적 책임(corporate social responsibility)전략의 실행으로 민간 기업의 주도하에 다양하게 전개되고 있다.

1960년대 말 유럽 산업혁명의 선두주자였던 유럽의 전통적 산업지역들이 쇠퇴하기 시작하였다. 이러한 산업으로는 석탄, 철강, 방직 등의 중공업들이다. 유럽의 각국들은 이러한 사양 산업 지역의 활성화를 위한 정책으로서 산업유산관광을 도입하려는 노력을 기울였다.

산업관광지를 방문하는 관광객들의 주요 방문동기로는 향수(nostalgia), 새로움(novelty), 교육(education)등이며 유산 관광지들은 다양한 계층의 관광객들을 유치하여 사양 산업 지역의 고용확대와 지역서비스의 확충을 목적으로 하고 있다.

따라서 산업유산관광의 경우 유럽의 전 지역에서 비슷한 시기에 빅뱅과 같이 동시다발적으로 시작되었으며 대표적인 사례로는 영국, 독일, 네덜란드, 벨기에, 오스트리아, 프랑스, 스페인, 이태리 등이 있다.

최근에는 유럽 내 산업유산관광네트워크(European network of industrial heritage and tourism-WEIKU)와 유럽 산업유산지 루트(European Route of Industrial Heritage-ERIH)가 유럽기금(European fund)을 지원받아 개발되고 있다.

또한 국제산업유산보존위원회(TICCIH)는 2003년 7월 러시아 니주니타길에서 제12차 총회를 개최하였으며 이 회의에서는 산업유산의 연구, 정리, 분류 및 해석을 위한 국제기준을 담은 니주니타길 헌장(The Nizhny Tagil Charter for the Industrial Heritage)을 채택하였다.

2007년 11월에 모인 유럽의회에서는 유럽관광의 강력한 파트너십을 통한 EU관광정책의 개선방안에 관한 회의가 개최된 바 있다. 회의의 주요내용 중 산업 유산의 진흥과 보존에 관한 내용이 포함되어 있으며 유럽의회는 유럽을 단일 관광지 형태로 진흥하고 유럽 여행 위원회, 각국의 국가 관광 진흥기구 및 민간 업체들과 협력하여 다양한 유산 관광지로 개발한다는 내용을 담고 있다.

유럽의회는 문화관광의 활성화를 위해 현재 유럽 문화 루트 위원회 또는 유럽 문화유산 등과 같은 단체들의 유럽 유산 레이블(European Heritage label)과 같은 인증제 개발을 독려하였으며 향후 ‘유럽 유산의 해’를 제정하여 관련 사업들을 진행하는 것에 대한 논의도 하고 있다. 또한 유산 관리를 위해 EU지원 자금을 사용할 수 있도록 각 회원국에 지원 유럽정책 EU안을 수립하고 있다.

유럽 산업 유산지 루트(ERIH)는 유럽 내 산업유산의 네트워크로서 지역 사양 산업의 재활성화, 산업유산에 대한 시민들의 인식을 향상시키기 위한 목적을 가진 기구이다. ERIH는 기존의 사양 산업 지역, 도시 및 유산지를 관광산업을 통해 활성화하여 우수 관광지로 탈바꿈하려는 시도를 하고 있는 좋은 예라고 하겠다. ERIH는 유럽연합 산하 유럽지역개발기금(INTERREG IIC)으로부터 지원을 받아 사업을 진행하고 있다. 유산지 루트에는 10가지의 테마로 산업유산을 구분하고 있는데 세부적으로는 광업, 철강, 방직, 제조업, 에너지 교통 및 통신, 물 관련, 주택 및 건축물, 조경, 서비스 및 레저산업을 포함하고 있다.



자료: <http://www.erih.net/countries.html>

〈그림 3-5〉 산업 유산 관광지 안내 표지판

주요 사업목적으로는 ERIH를 자체브랜드화를 위해 노력하고, 이에 따른 브랜딩 전략을 실행하고, 둘째로 유럽국가들간의 경험을 공유하는 한편 공동 마케팅전략을 개발하여 다국적 산업유산보존 및 마케팅전략을 추진하는 국경 없는 루트화 프로젝트를 진행하고 있다.

2) 주요정책

(1) 브랜딩 전략

- 루트의 브랜드화, 품질인증/보증제 전략 실행
- 공통 루트 네트워크 디자인 개발, 공동 로고 사용 등
- 품질 인증 마크 개발
- 주요 산업유산지의 사인 개발
- 주요 산업유산지를 브랜드 정체성과 전략 : 주요 산업 유산지, 역사적 중요성, 엔지니어링 품질, 유산해설 강화, 관광 인프라 구축(정규 관람시간, 방문객 센터 건설, 관광 정보 제공, 이벤트 개최, 기타 기초 인프라 구축, 다양한 언어로 해설 및 정보 제공)

(2) 마케팅 전략

- 홍보전략, 지역별·국가별 코디네이터 선정, 다양한 언어로 홍보용 책자, 웹사이트 구축, 관광전시회 참가, 특색 있는 지역 주제 루트 개발, 유산지역내 관광산업체 등의 지역 업체와 단체들과의 파트너십 구축, 산업유산 인식제고를 위한 전략 구상
- 주제별 브랜드슬로건 개발
 - 광업: 우리 지구의 유산(The Assets of Our Earth)
 - 철강: 타오르는 용광로의 폭발(Blast Furnaces Glowing)
 - 제조업: 세계를 위한 상품(Goods for the World)
 - 물관련: 파란 황금(Blue Gold)
 - 전기관련: 우리를 움직이게 만드는 것(What makes us go)

(3) 공간개발전략

- 지역 유산 루트 개발: 7개의 시범 지역 유산 루트 개발
- 유산네트워크의 확대
- 웹사이트를 통한 정보 수집
- 우수사례 및 아이디어 교환

등록 유산지는 총 30개국에 산재해 있는 849개이며 이중 45개의 유산지를 핵심유산지로 지정하고 있으며 각국에서 개발하고 있는 산업유산지를 포함하여 약 3,500개의 유산지가 분포하고 있다.

또한 각 유산지역의 역사성·문화적 유산성의 성격을 살린 스토리텔링 전략을 도입하여 실행하고 있으며 지역정부와의 파트너십을 통해 유산 보존·개발을 위해 공동의 노력을 기울이고 있다. 2007년까지 진행한 ERIH II 계획의 주요 파트너로는 독일, 영국, 네덜란드가 있다.

최근 산업유산지를 대상으로 실시한 조사에 따르면 84%(34개)의 주요 유산지가 35,000명 이상의 방문객을 기록했으나 그 외 산업지의 경우는 약 33%만이 35,000명 이상 방문객을 기록하였다.

또한 거의 모든 유산지(80%)가 자체 웹사이트를 구축하였으며 이중 40%정도의 유산지가 방문객통계를 확보하였고 약 20%의 산업유산지 웹사이트는 월평균 5천 명 정도의 방문이 이루어지고 있는 것으로 나타났다. 산업유산지가 지역 관광 마케팅에서 차지하는 비율을 묻는 질문에는 약 40%가 문화관광지 측면이라고 답변하였다.

95%의 산업유산지 관리자들은 향후 산업유산관광의 잠재성을 높게 평가 하였으나 지역 내에서 관광산업과의 공동 마케팅 노력은 실시하지 않거나 외면당하고 있다고 답변하였다. 산업유산지를 찾는 주요 관광객 성향을 묻는 질문에는 당일 방문객(48.6%)의 주를 이루고 단체방문객(43.9%)이 두 번째 시장이라고 답변하였다. 또한 현재 산업유산지 방문을 목적으로 방문하는 관광객들의 지역 내 숙박(6.1%)은 이루어지지 않고 있다고 답변하였다. 향후 잠재적 표적시장으로는 문화/교육관광객(78%), 산업유산 마니아(78%), 당일 방문객(75%), 가족시장(58.1%), 숙박관광객(35%)로 나타나 숙박관광객유치에 대한 적극성은 미미해 보인다.

〈표 3-3〉 국가별 산업유산지 수

국가	산업유산지 수	국가	산업유산지 수	국가	산업유산지 수
영국	214	노르웨이	18	슬로바키아	7
독일	195	핀란드	17	에스토니아	6
프랑스	50	체코공화국	15	루마니아	6
네덜란드	44	덴마크	14	불가리아	4
벨기에	39	스위스	13	룩셈부르크	3
이탈리아	37	그리스	12	리투아니아	3
스웨덴	31	오스트리아	12	라트비아	3
스페인	27	아일랜드	10	터키	2
포르투갈	24	슬로베니아	9	사이프러스	2
폴란드	22	헝가리	9	말타	1

총괄적으로 살펴보면 유럽의 산업관광 정책을 산업관광을 유산관광의 일부로 보는 지엽적형태의 정책실행으로 산업시찰형과 공장견학형 등의 산업관광에 대한 지원정책은 크지 않는 것으로 보이고 역사적 보존성을 중점적으로 부각하는 진흥책을 주로 사용함으로써 실질적인 관광객의 기대에 맞는 관광매력물의 보급은 부족한 것으로 보인다. 또한 유럽일체지원형 정책을 실행하고 있으나 아직까지 민간기업의 참여도는 저조해 보인다.

3) 주요 산업관광지 사례

(1) 포르쉐(Porsche) 박물관

포르쉐 박물관은 포르쉐 본사 부근 슈트트가르트 주프하우젠(Stuttgart-Zuffhausen)에 위치하고 있다. 포르쉐 박물관은 포르쉐의 지난 100여년간 역사 자료와 기업의 철학을 반영한 역동적이고 끊임없는 진보를 의미하는 새로운 박물관을 2009년 1월에 건립하였다. 규모는 28,000㎡이고, 델루간 마이시(Delugan meissi) 건축가가 디자인하였다.

백색의 순수함을 가진 4층 규모의 전시공간은 80개 이상의 서로 다른 형태와 색깔로 이루어져 있고 자동차 전시를 고려하여 다이나믹하게 연출된 거대한 내부 전시공간은 포르쉐자동차와 모터스포츠의 역사 그리고 다양한 콘텐츠 들이 흥미진진하게 전시되어 있다. 로비에서 시작되는 내부공간은 경사진 엘리베이터를 따라 이동 할 수

있으며 1층은 숭과 레스토랑, 2층은 도서관, 사무실, 자료실이 마련되어 있다. 3층과 4층은 넓은 전시장이 두 개 층에 걸쳐서 거대한 테라스식 아레나로 구성되어 있다.

포르쉐의 역사와 제품이 테마공간을 통해 한눈에 볼 수 있고, 전시공간의 컨셉은 포르쉐 아이디어, 생산연혁, 테마공간 등으로 구성되어 있다.



〈그림 3-6〉 포르쉐 박물관 외관



〈그림 3-7〉 포르쉐 박물관 내부

자료실은 2,000m² 공간에 기업의 역사, 미디어자료, 250만개 이상의 자동차분야 이미지와 3000여권의 자동차관련 서적을 갖춘 도서관이 마련되어 다양한 이용객들에게 공개하고 있다. 이벤트 전용구역인 상부는 박물관과 별도로 운영되며 훌륭한 전망을 자랑한다. 이벤트 존에서는 신차 런칭쇼나 프리젠테이션으로 활용되며 카페, 레스토랑, 숭 등이 갖추어져 있다.

(2) 하이네켄 박물관

1864년에 설립되어 현재 170여 개국에 진출해 있는 하이네켄은 연간 1억1천만 헥토리터의 맥주(우리나라 5년 6개월분의 소비량)를 생산하며 6만 여명의 종업원을 거느리고 있는 세계적인 주류회사이다.

1863~1988년까지 하이네켄 양조장으로 사용되던 건물을 개조하여 2001년 하이네켄 익스피리언스로 새롭게 선보였다. 입장할 때 녹색 팔찌와 두 개의 버튼을 주는데 버튼의 개수만큼 맥주를 받을 수 있다.

다양한 영상과 소품, 맥주조정 시설 등을 이용하여 관람객이 그 과정을 더욱 잘 이해하고 흥미를 가질 수 있게 한다. 또한 박물관 안에 마련된 맥주 바에서 하이네켄

맥주도 시음할 수 있다. 하루에 5번 정도 공장 투어가 있으며, 1시간 반 동안 가이드를 따라 하이네켄 맥주회사의 역사와 그 제조과정 등을 견학할 수 있다. 입장료만 내면 견학이 끝난 후에 공장에서 막 만들어낸 맥주를 가벼운 안주와 함께 서너 잔 정도 무료로 시음할 수 있다. 기념품점을 거쳐 출구에서는 모든 입장객에게 하이네켄 글라스를 선물로 나눠주고 있다



〈그림 3-8〉 하이네켄 박물관 외관



〈그림 3-9〉 하이네켄 박물관 내부

제 2 절 국내 산업관광 사례

1. 국내 산업관광 동향

기존의 산업체 관광을 확대하고 국내 우수기업이 참여하는 2.5차형 산업관광을 육성하고 있다. 현재의 산업관광에 대한 정부 지원은 공사사이트에 창원공단, 현대중공업 등의 산업관광지를 소개하고 교통여건 및 주변지역 소개에 수준에 머물러 있다.

현대중공업 산업시찰 관광은 2000년 12월 1200만 명을 넘어선 이후 6년3개월 만에 100만 명의 내외국인 방문객들이 더 다녀가 2008년 총 방문객 누계가 1301만4052명을 기록했다. 현대중공업은 850m²(260평) 규모의 현대식 홍보전시관에서는 지난 35년간의 현대중공업 조선역사와 초대형 선박 모형들, 조감도, 항해체험시설, 미래의 해양도시를 설계한 모형 등을 한눈에 볼 수 있다.

또한 정부는 국내 15개 업체¹⁾가 산업관광 긍정적 수용의사를 밝힌 바, 이들 업체에 전시관 및 설비, 안내원 지원 등을 시범적으로 실시한다고 한다.

특히 수학여행이나 동남아시아, 아프리카 등을 대상으로 하는 산업연수 및 인센티브 관광에 접목할 계획이다.

우리나라의 대표적인 최첨단 분야로 꼽히고 있는 IT(휴대폰, 반도체 등)에 대한 생상현장 및 미래 유비쿼터스 체험관을 관광 상품화하고 있다. 상암 DMC 내 디지털 파빌리온 등 U-IT 체험관 관광 상품으로 연계, 반도체 무균실 체험 등 체험형 공간 마련을 통해 관광효과가 극대화 될 것으로 예상된다.

외래 관광객 선호 국내 산업체를 선정하여 산업관광 네트워크를 구축할 계획이다. 한국관광공사와 전국경제인연합회 간 협의체를 구성하여 여행사의 상품 개발을 지원하여 해당 산업체의 호응을 유도할 계획이다.

또한 중국 기업 인센티브 관광단 확대를 통해 중국인 관광객을 유치할 계획이다. 기존 산업체 견학 관광과 연계하여 중국의 공무원이나 기업을 대상으로 하는 인센티브 시장 확대할 계획이다. 최첨단 하이테크 체험을 겸한 기업홍보관 및 전시장을

1) 산업관광 긍정적 수용 업체 : 한국영상자료원, LG전자, 진로, 농수산물 유통공사, 코엑스, 르노 자동차, 한국가스공사, 남양주 종합촬영소, SK텔레콤, 삼성전자, 영창악기, 한국도로공사, 출판도시문화재단, CJ 그룹, 한국인삼공사

활용하여 관광 상품 개발을 하고, 책자 제작, 현지 주요 기업체 배포, 기업 인센티브 담당자 대상 세일즈 콜 등의 기업 인센티브 관광객 유치를 위한 홍보 및 마케팅을 강화할 계획이다. 또한 기업 인센티브 관광객의 비자발급을 개선할 계획이다.

2. 산업관광 참여업체

문화체육관광부의 「산업시찰 방문코스네트워크 구축계획(2007)」에서 산업관광 참여기업이 총 63곳으로 추정했다. 지역별로는 경기도가 가장 많은 것으로 나타났다. 업종별로 보면 맥주공장, 김치공장, 음료공장 등 식품관련 공장이 17여 곳, 자동차 관련 기업체가 7여 곳, 정유, 조선, 제철, 홍보관 등의 순으로 산업관광을 실시하고 있다.

최근에는 산업관광에 대한 기업체들의 명단을 한국관광공사 웹 페이지에는 테마 여행분류에서 산업관광지라는 카테고리를 분류하고 있다. 이 사이트에서는 산업관광을 시행하고 있는 업체들의 연락처와 방문가능 시간 등의 정보를 제공하고 있다. 이는 자치단체와의 교류 없이 한국관광공사 산업협력팀이 기업들에게 개별적으로 공사 웹 사이트 상에 산업관광 정보를 개시하는 건에 대한 서면동의를 받은 것이다.

〈표 3-4〉 산업관광 실시 산업체 현황

지역	업체명
서울 경기권	기아자동차 화성공장, 남양주 종합촬영소, 농심 안성공장, 농심 안양 공장, 삼성전자 수원공장, 샘표 이천공장, 아무레퍼시픽 수원공장, 안성 강성원 우유목장, 에버랜드 환경아카데미, 진로소주 이천공장, 한국국제전시장 KINTEX, 한국가스공사 평택 가스 홍보관, 한국도로공사 교통 정보 센터, KBS 수원센터, 롯데칠성음료, OB맥주 이천공장, 영창약기, 한국가스공사, 인천가스과학관, GM 대우자동차, 부평공장, 인천 경제 자유 구역, 한국영상자료원, 대한항공, 아시아나, SK텔레콤 T.um
강원	국순당주향로, 종가집 김치 황성공장, 하이트맥주 강원공장, 기아자동차 소하리공장
충북	풀무원 음성 두부공장
대전 충남권	롯데칠성음료, 농심 아산공장, 한국 인삼공사, 현대자동차 아산공장, 현대제철 당진공장, 현대오일뱅크, 현대파워텍 서산공장, CJ 제일제당 해찬들, GM 대우자동차 보령공장, LG 태양광발전소, LG 화학 대산공장
전북	하림, 현대자동차 GM 대우자동차
전남	기아자동차, 한일시멘트, GS 칼텍스
경북	농심 구미공장, 매일유유 경산공장, 포스코역사관, 포스코,
부산 경남권	대우조선해양, 삼성중공업, 종가집김치 거창공장, 한국가스공사 통영가스 홍보관, GM 대우자동차 창원공장, 롯데칠성음료, 농심 부산공장, SK 에너지, 현대자동차 울산공장, 에스오일, 현대중공업

자료: 산업시찰 방문코스네트워크 구축계획, 문화체육관광부. 2007.

〈표 3-5〉 한국관광공사 산업관광 안내 목록

산업관광지		위치	규모 및 수용인원
1	광양제철소	전라남도 광양시 금호동 700번지	450만평
2	포스코 역사관	경북 포항시 남구 괴동동 1번지	부지: 9,917㎡, 건축 연면적: 3,636㎡ 전시면적: 1,983㎡, 수용인원 최대 100명
3	풍력발전단지	경상북도 영덕군 영덕읍 창포리 산 70번지	166.117㎡(1,650kW급 24기)
4	춘천 옥광산	강원도 춘천시 동면 월곡리 241-1번지	150m 길이의 옥조각 동굴, 100평의 마루(동굴 끝부분)
5	대우조선해양(주) 옥포조선소	경상남도 거제시 아주동 1번지	130만 평, 세계 최대 100만톤급 도크/900톤 골리앗 크레인 구비
6	한국방송권학홀 (KBS견학홀)	서울특별시 영등포구 여의도동 한국방송공사 본관	총 전시면적: 493평
7	삼성중공업(주) 거제조선소	경상남도 거제시 신현읍 장평리 530번지	부지 330만㎡, 안벽: 길이 7.8km, 동시계류능력: 23척
8	현대중공업	울산시 동구 전하동 1번지	생산야드: 595만㎡
9	청송발전처	경상북도 청송군 파천면 신흥리 539번지	30만kw급 2기, 60만kw 시설
10	현대자동차 아산공장	충남 아산시 인주면 금성리 123	연간 30만대 규모 중대형 승용차 생산능력 보유
11	칠보 수력발전소	전북 정읍시 칠보면 시산리 210	-
12	평택발전본부	경기도 평택시 포승면 원정리 1-21	발전대수: 9대
13	연천 급수탑	경기연천군 연천읍 차타리 1리	급수탑 높이: 23m (2003년 등록문화재로 지정)
14	당진화력본부	충남 당진군 석문면 교로리 974	총 설비용량: 4,000MW
15	동해화력발전처	강원도 동해시 구호동 231	총 설비용량: 400MW
16	부산북합발전소	부산시 사하구 감천 1동 759-8	시설용량: 1,800MW 수용인원: 100명
17	구좌풍력발전기	제주시 구좌읍 행원리	풍력발전기 15기
18	삼천포 화력본부	경남 고성군 하이면 덕호리 952번지	부지: 67만평(324만 KW)
19	대산공단	충남 서산시 대산을 독곡리 산220	-1단지: 삼성토탈(주)부지: 95만평 -2단지: LG(대지 1,059,793㎡, 건물 126,700㎡) · 롯데대산유화(대지 1,113,991㎡, 건물 74,758㎡) -3단지: 현대오일뱅크(부지 67만 2천평)
20	디지털 파빌리온관	서울 마포구 상암동 1605 디지털 파빌리온 누리꿈스퀘어 내	총 1,956평, 수용인원 최대 270 명
21	울산화력본부	울산시 남구 남화동 1	총 설비용량: 3천MW
22	창원공단	경남 창원시 중앙동	79만평, 수용인원: 최대 80명
23	호남화력발전처	전남 여수시 월내동 280	총 설비용량: 500MW
24	국순당 주향로	강원도 횡성군 둔내면 현천리 81-3	수용인원: 최대 90명
25	안동 하회된장마을	경북 안동시 풍천면 하회리 1053-39	-
26	르노삼성자동차 부산공장	부산 강서구 신흥동 르노삼성자동차	연 30만대 생산능력, 수용인원: 20-180명
27	머루와인동굴	전북 무주군 적상면 북창리 산 119-5	동굴재원: 총연장 579m, 메인스테이지 270m
28	롯데칠성음료 대전공장	대전시 대덕구 문평동 42-1	수용인원: 50-100명
29	SK텔레콤 홍보관 T·um	서울시 중구 을지로 2가 11 SK T-tower	-

산업관광지		위치	규모 및 수용인원
30	GS 칼텍스 여수공장	전남 여수시 월내동 1056번지 GS칼텍스	부지: 약 5,288,000㎡, 수용인원: 450명
31	롯데칠성음료 오폐공장	경기도 광주시 오포읍 양벌리 502-9	수용인원: 40-80명
32	롯데칠성음료 안성공장	경기도 안성시 미양면 구수리 306	수용인원: 30-70명
33	영창약기	인천시 서구 가좌동 178-55	수용인원: 최대 60명
34	KBS 수원센터	경기도 수원시 팔달구 인계동 468	수용인원: 최대 30명
35	샘표 이천공장	경기도 이천시 호법면 매곡리 231	공장면적: 18,968평, 건축면적: 4,365평, 연면적: 6,750평, 수용인원: 35-45명
36	CJ 제일제당 해찬들 논산공장	충남 논산시 연무읍 죽본리 799	수용인원: 30-35명
37	삼성전자 홍보관(딜라이트)	서울시 서초구 서초동 1320-10 삼성전자빌딩	-
38	기아자동차 소하리 공장	경기도 광명시 소하동 781-1	연간생산능력: 35만대, 수용인원: 최대 100명
39	인천경제자유구역 IFEZ홍보관	인천시 연수구 송도동 7-50 송도테크노파크 갯벌타워 21층	수용인원: 30명
40	에버랜드 환경아카데미	경기도 용인시 처인구 포곡읍 전대리 삼성에버랜드	수용인원: 최대 100명
41	SK 에너지 울산공장	울산시 남구 고사동 110	수용인원: 최대 100명
42	매봉산 풍력발전단지 와고랭지채소밭	강원도 태백시 적각동	850KW 풍력발전기 8기
43	현대오일뱅크 대산공장	충남 서산시 대산읍 대죽리 640-6	수용인원: 최대 120명
44	한국인삼공사	충남 부여군 규암면 내리 200	부지: 185,124㎡, 수용인원: 최대 300명
45	종가집 황성공장	강원도 횡성군 황성읍 목계리 43-2	대지: 9,326평, 건평: 5,452평, 수용인원: 35-40명
46	현대제철 당진공장	충남 당진군 송악면 고대리 167-32	면적: 635㎡, 수용인원: 10-50명
47	한국영상자료원	서울시 마포구 상암동 DMC단지 1602 문화콘텐츠센터 한국영상자료원	수용인원: 50명

자료: 한국관광공사 홈페이지

3. 산업관광 사례

1) 현대중공업

- 위치 : 울산 동구 전하동 1번지(052-202-2234~5)
- 규모 : 생산야드 595만m², 종업원 2만 5천여명
- 이용시기 및 이용시간
 - 평일(월~금) - 9:00 ~ 16:00(토, 일, 공휴일제외), 약 10~15분
 - 견학신청은 승합차, 버스를 이용한 단체만 가능(15명 이상)
- 개요

현대중공업은 1972년 조용한 어촌마을에서 창조와 개척 정신으로 조선 사업을 시작하여 세계에서 가장 많은 선박을 건조하는 조선회사로 성장, 한국을 세계1위의 조선대국으로 이끌고 있다.

현대중공업은 조선사업을 통해 축적된 기술로 해양, 플랜트, 엔진기계, 전기전자시스템, 건설장비 사업에도 진출하여 세계적인 종합중공업 회사로 성장, 국가경제발전에 기여하고 있으며 21세기의 급변하는 환경변화에 능동적으로 대처하여 세계 최고의 첨단 기술을 갖춘 종합 중공업회사로 발전하기 위해 노력하고 있다.

현대중공업에서는 각 단체, 친목회, 마을주민, 초·중·고 수학여행단 및 대학생 산업시설 견학단 여러분의 방문을 환영하며, 이를 위해서 사원부인 홍보도우미들이 친절하고 상세하게 회사를 안내하고 있다.



〈그림 3-10〉 현대중공업 해양전경



〈그림 3-11〉 세계최대 유식원유생산선

2) 종가집 횡성공장

□ 위치 : 강원 횡성군 횡성읍 묵계리 43-2

□ 규모 및 수용인원

- 설립년도: 1987년 12월 , 생산능력: 80ton/일, 인원 450명
- 대지면적: 9,326평, 건축물면적: 5,452평
- 수용인원: 개인 및 단체(35명이상 40명 이하/회당, 단 60세 이하의 영리를 목적으로 하지 않는 단체)

□ 이용시기 및 이용시간

- 매주 월~금요일(약 3시간소요)

□ 개요

대상 FNF(주)는 김치, 장류식품 “종가집”, 신선식품 “청정원”, 육가공제품 “참작” 등의 브랜드를 가지고 우리나라 식품문화를 선도

□ 전학코스 및 체험프로그램

종가집 소개 및 홍보영상 관람(전시관) → 김치담그기 실습 → 절임공정 → 위생 설비체험 → 생산공정 관람 → 단체 기념사진 촬영- 허브팜(하절기 4-10월) 또는 장송모 도자연구원(동절기 11-3월) 관광 포함

🌿 **종가집 안심공장투어 하루일정**

오전	10:00 종가집 안심투어 시작해 보아요! 10:00~10:10 영상으로 만나는 종가집! 10:10~11:40 내가 만든 김치! 안심 견학 11:40~12:30 맛있는 추억을 남기며... 12:30~12:50 12:50 13:20~14:00 허브팜/장송모 도자연구원 나들이 (필수경관견학만 해당) 14:00~	종가집 김치공장 도착 육식 및 알장안내 종가집 이야기 듣고, 홍보영화 보기 김치 직접 만들기(포기김치 2kg) 종가집 전시관 및 생산현장 보기 점심식사 기념 사진촬영 종가집 김치공장 출발~ 허브팜(장송모 도자연구원) 관광/ 집으로~
오후	12:00~12:40 허브팜/장송모 도자연구원 나들이 13:10 맛있는 추억 생기기! 13:30~14:20 영상으로 만나는 종가집! 14:30~16:00 내가 만든 김치! 안심 견학 16:00~ 맛있는 추억을 남기며...	허브팜/장송모 도자연구원 관광 종가집 김치공장 도착 점심식사 및 육식 종가집 이야기 듣고, 홍보영화 보기 김치 직접 만들기(포기김치 2kg) 종가집 전시관 및 생산현장 보기 기념 사진촬영/집으로~



• 회사 공장 사정 또는 기상이변 등으로 투어 일정이 변경될 수 있습니다.

• 공장투어 연계 투어는 하절기(4월~10월)에는 **원주 허브팜**, 동절기(11월~3월)에는 **장송모 도자연구원**으로 운영됩니다.

〈그림 3-12〉 종가집 안심공장투어 일정표

3) SK텔레콤 홍보관 T·um

□ 위치 : 서울 중구 을지로 2가 11 SK T-tower

□ 이용시기 및 이용시간

- 이용시간: 09:00~18:00 (1일 4회 투어 운영) 일반 1시간, VIP 견학 30분~1시간
- 주말, 공휴일, 매월 마지막 금요일 휴관

□ 개요

티움(T.um)은 순수한 우리말로 ‘씩을 띄우다’라는 의미와 함께 SK텔레콤의 유비쿼터스 뮤지엄을 뜻하는 말로, 앞으로 다가올 미래를 SK텔레콤의 앞선 기술로 티움에서 쉼을 띄운다는 의미를 지닌 미래형 체험관이다.

4G 체험이 가능하도록 구축된 첨단 IT 환경은 관람객에게 적극적으로 참여하고 즐길 수 있는 체험의 장을 활짝 열어주고 T·um은 일방적인 정보전달이나 기능 위주의 체험에 그치던 기존 기업홍보관의 한계를 탈피해 IT를 중심으로 통·융합되는 산업의 미래상을 제시함으로써 고객에게는 유비쿼터스 세상을 미리 체험하는 즐거움을, 비즈니스 파트너들에게는 협업을 통한 가능성과 미래 비전을 제시하고 있다.

□ 체험프로그램

온라인예약 → T·um방문 → T-Key수령(체험을 위한 관람객 정보를 입력한 T-Key수령 후 착용) → 체험실시(T-Key내의 인공지능 캐릭터 T-me가 안내하는 경로에 따라 체험 실시) → T-Key반납(체험을 마치면 T-Key를 반납) → My T·um 확인



〈그림 3-13〉 SK 홍보관 내부

제 3 절 시사점

해외 사례들을 통하여 국가별 산업관광의 현황과 정책들을 확인할 수 있으며, 사례분석을 통하여 우리나라 산업관광의 방향을 설정하는데 몇 가지 시사점을 도출하였다.

첫째, 국가별 역사 및 주요 산업에 따라 산업관광의 분류 및 범위가 상이하며 이는 우리나라 산업 역사 및 산업의 특징을 우선적으로 검토한 후 정책계획이 수립되어야 함을 시사하고 있다.

일본은 동아시아 지역에서 가장 먼저 산업발전을 이룬 국가로서 산업관광 부문 역시 가장 체계적인 형태를 가지고 있다. 특히 공방 및 식품제조 분야 등에서 일본 특유의 장인문화가 산업관광 발전에 큰 역할을 한 것으로 보인다. 또한 구미주 지역은 산업혁명의 발상지인 만큼 산업유적지를 보유하고 있어 산업유산관광 분야와 관련된 정책이 발전되어 있다.

둘째, 해외사례 검토과정에서 중앙정부 주도로 산업관광 정책이 시행되고 있는 사례는 구체적으로 찾아 볼 수 없었으며 대체적으로 기업들의 자발적 참여 유도 및 지방자치지역의 지역경제 활성화 차원에서 이루어지고 있다.

이는 우리나라가 산업관광 활성화 정책을 효과적으로 수행하고자 할 때 중앙정부 주도의 정책보다는 기업 및 지방자치단체가 중심이 되는 것이 더 효과적인 방안이라는 것을 의미한다.

셋째, 해외 사례 중 우수사례 부분을 우리나라의 산업관광을 활성화 방안으로 적용할 수 있다는 것이다.

일본의 경우에 산업시찰은 경제산업성이 산업유산 및 장인들을 방문하는 유산관광은 국토교통성 산하 관광청이 담당하여 해당 부서가 구체적으로 구분되어 있으며, 산업관광추진협의회 구성, JNTO 홈페이지 내 지역별 산업관광지 안내도와 같은 정책은 우리나라의 상황에도 효과적으로 적용될 수 있는 부분이다. 구미주 지역의 경우 산업관광 지역에 역사성이 부여되어 있다는 부분과 중국지역의 경우 시도별로 산업관광 일일 이용권 등과 같은 기업체 방문 자유 입장권의 제도 등 효과성이 입증되어 있는 정책들 역시 우리나라 산업관광 활성화 방안으로 적용해 볼만 하다.

넷째, 우리나라가 산업관광 분야에서 경쟁국들에 비해 우위를 점할 수 있는 분야를 개략적으로나마 파악할 수 있다. 해외 사례 중 일본은 산업유산관광과 견학 및 시찰관련 관광까지 지자체별로 세분화되어 있는 상황이다. 우리나라가 산업관광에서 경쟁우위를 차지할 수 있는 세부 핵심 대상 분야를 설정하고 차별화하는 방안을 체계적이고 전략으로 모색해야 한다.

제4장



전라북도 산업관광 진흥방안

- 제 1 절 유형별 산업관광자원 현황
- 제 2 절 전북 기업 산업관광 추진의지
- 제 3 절 전북 산업관광의 기본방향
- 제 4 절 전북 산업관광 추진방안
- 제 5 절 전북 산업관광 진흥방안

제 4 장 전라북도 산업관광 진흥방안

제 1 절 유형별 산업관광자원 현황

1. 전라북도 산업관광자원 현황

1) 농업관광자원

(1) 농업관광자원

전라북도의 농업관광자원 중 하나인 관광농원은 총 11개이다. 완주군, 진안군, 장수군, 순창군에 각각 2개소, 군산시, 정읍시, 고창군에 각각 1개소씩 위치하고 있다.

고창군 학원 관광농원은 30여만 평의 청보리밭과 메밀밭, 각종 편의시설 및 숙박시설을 갖추고 있으며 청보리 축제와 더불어 많은 관광객이 방문하고 있다.

〈표 4-1〉 농원 현황

구분	계	농 원	주 소
계	11		
전주	-	-	-
군산	1	신망애 관광농원	군산시 개정면 아동리
익산	-	-	-
정읍	1	백학 관광농원	정읍시 신정동
남원	-	-	-
김제	-	-	-
완주	2	대아관광농원	완주군 고산면 소항리
		청산관광농원	완주군 경천면 경천리
진안	2	구봉관광농원	진안군 주천면 운봉리
		백운 관광농원	진안군 백운면 백암리
무주	-	-	-
장수	2	월강 관광농원	장수군 장계면 월강리
		장안산 관광농원	장수군 계남면 장안리
임실	-	-	-
순창	2	서원 관광농원	순창군 구림면 화암리
		화양 관광농원	순창군 복흥면 화양리
고창	1	학원 관광농원	고창군 공음면 선동리
부안	-	-	-

자료 : 전북도청 문화관광정보 홈페이지, <https://www.gojb.net/>

(2) 임업관광자원

전라북도의 임업관광자원으로는 자연휴양림과 수목원이 있다. 자연휴양림은 총 13개소이며 남원시와 장수군에 각각 3개소씩 위치하고 있으며 수목원은 전주수목원과 대아수목원이 있다.

대부분의 휴양림은 주변의 우수한 자연경관과 함께 산림욕장, 야영장, 광장, 체력단련시설, 물놀이터 등 각종 편의시설을 갖추고 있으며 주변의 관광지와 연계되어 있다.

방화동가족휴가촌은 가족단위 국민휴양지로서 오토캠핑장 시설을 갖추고 있으며 여름철 가족단위 물놀이, 캠프장으로 최적지임. 또한 동부산악권에 잠재되어 있는 천혜의 자연관광자원과 연계 개발하여 지역발전과 주민소득에 기여하고 있다.

순창 회문산 자연휴양림은 한국전쟁 전후에 지리산과 더불어 빨치산의 근거지였던 구림면 안정리 뒷산인 장군봉 아래 87만 평에 조성된 자연 휴양림은 빼어난 절경과 역사의 현장으로 주목되어 주말이면 전국적으로 관광객이 몰려오고 있다,

한국도로공사 수목원은 1974년 한국도로공사 묘포장으로 출발하여 1983년부터 수목원과 자연학습장으로 개발하여 일반인 관광객을 받기 시작하였다.

〈표 4-2〉 자연휴양림 현황

구분	계	휴양림	주 소
계	13		
전주	-	-	-
군산	-	-	-
익산	-	-	-
정읍	-	-	-
남원	3	용궁가족휴양촌	남원시 주천면 용궁리
		남원시 자연휴양림(남원리조트)	남원시 갈치동
		흥부골 자연휴양림	남원시 인월면 인월리
김제	-	-	-
원주	1	고산 자연휴양림	원주군 고산면 오산리
진안	1	운장산 자연휴양림	진안군 정천면 갈용리
무주	1	덕유산 자연휴양림	무주군 무풍면 삼거리
장수	3	방화동 가족휴가촌	장수군 번암면 사암리
		방화동 자연휴양림	장수군 번암면 사암리
		외룡자연휴양림	장수군 천천면 외룡리
임실	2	성수산 자연휴양림	임실군 성수면 성수리
		세심자연휴양림	임실군 삼계면 죽계리
순창	1	회문산 자연휴양림	순창군 구림면 안정리
고창	-	-	-
부안	1	자연생태공원	부안군 줄포면 우포리

자료 : 전북도청 문화관광정보 홈페이지, <https://www.gojb.net/>

〈표 4-3〉 수목원 현황

구분	계	수목원	주 소
계	2	-	-
전주	1	한국도로공사 수목원	전주시 덕진구 반월동
군산	1	전북 대아수목원	완주군 동상면 대아리

2) 공업관광자원

제조업의 기계설비 또는 제조공정 등 공업을 소재로 생산현장 방문 형태의 관광이 이루어지고 있으며 이러한 관광은 대부분 대기업을 중심으로 이루어지고 있다. 따라서 전라북도 내에 위치한 종업원 300인 이상의 대기업을 공업관광자원으로 볼 수 있다.

〈표 4-4〉 전라북도 공업관광자원 현황

구분	계	회사명	생산품	종업원수	주소
계	17				
전주	2	(주)휴비스	폴리스텔	536	전주시 덕진구 팔복동2가339번지
		(주)전주페이퍼	신문용지	781	전주시 덕진구 팔복동2가180번지
군산	5	(주)세아베스틸	특수강, 자동차 부품, 철도용품	1,434	군산시 소룡동 1-6번지
		오씨아이(주)	TDI, PVA	1,111	군산시 소룡동 233번지
		지엠대우오토엔 테크놀로지(주)	자동차	3,388	군산시 소룡동 1589외 10필지
		현대중공업(주)	선박	3,389	군산시 비응도동 5번지
		타타대우상용차 (주)	자동차(대형트럭)	1,272	군산시 소룡동 1589-1번지
익산	5	광전자	반도체 전자 기기	804	익산시 신흥동 802-12번지
		(주)만도	완충장치쇼바	520	익산시 팔봉동 863번지
		한국고덴시(주)	광반도체, 영상표시 부품	771	익산시 어양동 513-5번지
		한국세큐리티(주)	판유리	300	익산시 팔봉동 882번지
		(주)하림	육계, 육가공품	2,228	익산시 망성명 어랑리13-14번지
정읍	-	-	-	-	-
남원	-	-	-	-	-
김제	1	(주)농협목우촌 김제육가공공장	둔부둔육, 햄소세지, 통조림	550	김제시 금산면 9-13
완주	4	솔라월드코리아(주)	태양광모듈	350	완주군 봉동읍 둔산리 855-1
		현대자동차(주)	중대형버스 중대형트럭	4,025	완주군 봉동읍 용암리 800
		(주)KCC전주 2공장	건축용도료	306	완주군 봉동읍 용암리 846
		LS엠트론	트랙터, 사출성형기 등	868	완주군 봉동읍 용암리 778

자료: 2010 시·군별 제조업체 총람, 전라북도

3) 산업기반시설

(1) 공항

군산시 옥서면 선연리에 소재한 군산공항은 1970년 산업발전과 함께 미군비행장에 개항해 서울편을 운항하다가 1974년 석유 절감 차원에서 중단되었다. 1992년 12월 미 군기지 옆 현재의 군산공항이 개항되어 서울, 김포 및 제주 노선을 운항하며 연간 최고 45만 7천 명의 이용객을 기록하고 있다. 공항은 안전과 본래 기능의 확보가 최우선시 되어야 하므로 산업관광자원으로서 적합한지 여부를 신중하게 판단해야 한다.

〈표 4-5〉 공항 현황

구분	공항명	소재지	수용능력	시설현황
군산	군산공항	군산시 옥서면 선연리 385	운항횟수: 140,000회/년 여객: 44만명/년	활주로: 2,743*45, 2,454*23m 여객터미널: 2,852㎡ 주차장: 10,421㎡

자료: 한국공항공사, 항공통계, 공항별 시설현황

(2) 댐

댐은 다목적 댐, 발전 전용댐, 생공용수 전용댐, 농업용수 전용댐 등이 있다. 전라북도에는 금강수계의 용담댐, 섬진강수계의 섬진강댐, 부안댐 등의 다목적 댐이 있다.

〈표 4-6〉 전라북도의 다목적 댐 현황

(단위 : km, 백만 m³, m)

댐명	위치	종류	유역면적	유효저수량	길이	높이
용담	전북 진안군 용담면 월계리	다목적댐	930.00	672.00	498.00	70.00
섬진	전북 임실군 강진면 용수리	다목적댐	763.00	370.00	344.20	64.00
부안	전북 부안군 변산면 중계리	다목적댐	59.00	35.60	282.00	50.00

자료 : 한국수자원공사(2010), 전국 댐 현황

4) 상업관광자원

전라북도 내 정기적으로 열리는 재래시장은 총 44곳이다. 고창군이 6곳으로 가장 많으며 정읍과 임실이 각각 5곳, 익산, 무주, 장수, 순창이 각각 4곳으로 나타났다. 최근에는 재래시장 활성화 추진으로 인해 재래시장 상품권을 발행, 정기 할인 행사 개최, 시설 현대화 추진, 고유 이벤트 개최 및 관광프로그램 개발 지원 등 재래시장을

도민들의 민속 체험의 장으로 운영하는 시스템을 구축하고 있다. 따라서 고정적인 고객과 관광객이 확보된다면 지역경제의 핵심시설로 잠재력이 풍부하다.

〈표 4-7〉 전라북도 재래시장 현황

구분	계	시장	개장일	특산물	비고
계	44				
전주	-	-	-	-	
군산	1	대야장	1. 6	배추, 무	
익산	4	금마장	2. 7	파, 대추	
		여산장	1. 6	고구마, 채소	
		함열장	2. 7	고구마	
		황등장	5. 1	대추, 사과, 복숭아, 포도	
정읍	5	산의장	1. 6	잡곡	
		신태인장	3. 8	쌀, 생필품	
		정읍2시장	2. 7	장구, 쌀	
		칠보장	4. 9	쌀	
남원	3	태인장	5. 1	쌀	
		남원장	4. 9	의류, 한약	
		운봉장	1. 6	채소, 생선	
		인월장	3. 8	이불, 한복	
김제	1	원평장	4. 9	생선	
완주	3	고산장	4. 9	고추, 대추, 감	
		봉동장	5. 1	생강	
		삼례장	3. 8	생선, 딸기, 고추	
진안	3	마령장	3. 8	고추	
		부귀장	1. 6	건어물, 고추	
		진안장	4. 9	고추, 인삼, 채소	
무주	4	무주장	1. 6	버섯, 오미자	
		무풍장	3. 8	이미자, 고추	
		설천장	2. 7	버섯, 마늘	
		안성장	5. 1	사과, 고추, 오미자	
장수	4	번암장	1. 6	고추, 포도, 복숭아	
		산서장	2. 7	마른 고추	
		정계장	3. 8	소, 돼지, 염소	
		장수장	5. 1	농축산물	
임실	5	강진장	2. 7	감	
		관촌장	5. 1	고추	
		신평장	3. 8	고추	
		운암장	4. 9	고추	
순창	4	임실장	1. 6	소, 고추, 마늘	
		구림장	3. 8	꿀, 밤, 고추	
		동계장	2. 7	매실, 밤	
		북흥장	3. 8	배추, 무, 고랭지채소	
고창	6	순창장	1. 6	밤, 고추	
		대산장	2. 7	배추, 대추	
		무장장	5. 10	부추	
		부안장	5. 10	배추, 고구마대	
		상하장	1. 6	조개류, 젓갈류	
		해리장	4. 9	천일염, 세하, 바지락	
부안	1	홍덕장	4. 9	사과, 대추	
		줄포장	1. 6	고추	

자료 : 한국정기시장중앙회. <http://www.minsokjang.com/>

제 2 절 전북 기업 산업관광 추진의지

1. 조사개요

1) 조사목적

전라북도 소재 대기업을 대상으로 산업관광 실태 및 잠재가능성을 파악하여 산업관광 정책을 위한 기초자료로 활용하고자 한다.

2) 조사방법 및 일시

사전에 대상 기업의 담당자에게 조사의 목적, 방법 및 조사 시 유의사항에 대해 전화로 설명 후 팩스로 설문지를 전송하고 설문지에 직접 응답하는 자기기입식 방식으로 작성한 후 회신 받는 방식으로 2010년 10월 4일~10월 8일까지 5일간 조사하였다.

3) 조사설계

조사대상은 「2010 시·군별 제조업체 총람」에 수록된 전라북도에 소재하는 종업원 300인 이상의 대기업 17곳을 대상으로 조사하였다. 수거된 표본 가운데 응답이 불성실하거나 신뢰성이 떨어지는 설문지를 제외한 11부를 유효 표본으로 선정하였다.

4) 조사 내용

산업관광 실시 여부, 허용 범위 및 규모, 기업홍보 제품 제공 여부, 산업관광 장애요인, 활성화 방안 등에 대한 의견 조사이다.

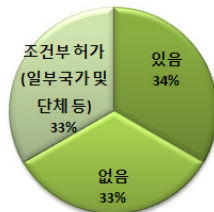
2. 조사 결과 분석

1) 현재 산업관광 허가 여부 및 허가 범위

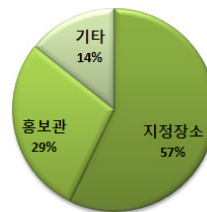
전라북도에 소재하는 대기업 11곳 중 현재 산업관광을 허가하는 기업은 3곳, 조건부 허가 기업 3곳, 허가하지 않은 기업은 4곳이다.

조건부 허가 기업은 내국인은 모두 허용하나 보안 상 외국인 단체는 일부 제한하며 신변의 이상이 있는 경우 또한 제한한다.

산업관광의 허가 범위는 지정장소 57%, 홍보관 29% 순으로 대부분의 기업이 자체적으로 구성된 투어코스와 홍보관을 위주로 진행하고 있는 것을 알 수 있다.



〈그림 4-1〉 산업관광 허가 여부

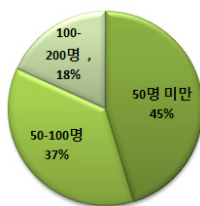


〈그림 4-2〉 산업관광 허가 범위

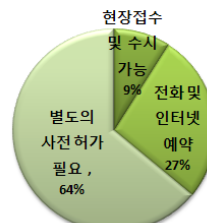
2) 수용 가능한 산업관광단 규모 및 사전 절차

산업관광을 실시한다면 수용 가능한 규모는 50명 미만 45%, 50-100명 37%, 100-200명 18%로 소규모 관광단을 선호하는 것으로 나타났다.

산업관광을 원할 시 사전 절차에 대해서는 별도의 사전 허가 필요 64%, 전화 및 인터넷 예약 27%, 현장접수 및 수시 가능 9%로 사전에 기업체 측에 개별적 허가를 승인 받아야 가능한 것으로 나타났다.



〈그림 4-3〉 수용가능한 인원 규모



〈그림 4-4〉 산업관광 사전 절차

3) 산업관광 시 기념품 및 기업홍보 제품 제공 및 판매

산업관광 후 기념품 및 기업 홍보 제품 제공 또는 판매에 대해서는 있다 27%, 없다 63%로 절반이 넘는 기업체들이 별도의 기념품이나 홍보 제품을 판매하지 않는 것으로 나타났다.

현재 산업관광을 실시하고 있는 기업들 중에서 기념품을 제공하는 기업은 주로 자동차 계열로 공장에서 생산하는 모형의 미니카와 타월 등을 제공하고 있었다.

4) 산업관광 시 장애요인

산업관광의 장애요인을 살펴보면 기밀누설 및 시설 파괴 우려를 선택한 기업이 64%로 가장 많았으며 2순위와 3순위에서는 안내원 등 인력 및 장소 부족을 선택한 기업이 각각 45%, 55%로 가장 높게 나타났다.

〈표 4-8〉 산업관광 장애요인

(단위 : %)

장애요인	1순위	2순위	3순위	4순위
기밀누설 및 시설파괴 우려	64	27	9	-
홍보관 등 견학시설 부족	36	9	27	27
안내원 등 인력 및 장소 부족	-	45	55	-
기념품, 편의시설 등 경비 부담	-	9	9	73
기타	-	9	-	-
합계	100	100	100	100

5) 산업관광 활성화를 위해 필요한 사항

산업관광 활성화를 위해 필요한 사항을 살펴보면 시설물 설치 및 설비 지원을 1순위로 선택한 기업이 55%로 가장 많았으며 별도의 예산지원을 2순위로 선택한 기업이 55%, 관련기념품 제공 등 물품지원을 3순위로 선택한 기업이 64%로 나타났다.

기업의 측면에서 볼 때 산업관광 활성화를 위해서는 산업관광단을 위한 시설물 설치

및 설비 지원 또는 별도의 예산지원 등을 희망하고 있는 것으로 나타났으며 정부에서는 이를 효율적으로 제공할 수 있는 방안을 모색해야 할 것으로 보인다.

〈표 4-9〉 산업관광 활성화 방안

(단위 : %)

활성화 방안	1순위	2순위	3순위	4순위
전문인력지원(통역 등)	18	27	18	36
관련기념품 제공 등 물품지원	0	0	64	36
별도의 예산지원	27	55	18	0
시설물 설치 및 설비 지원	55	18	0	27
합계	100	100	100	100

6) 기타 요청 사항

기업체의 입장에서 산업관광 활성화를 위해서 전라북도에 요청하고 싶은 사항에 대해서는 차량 지원, 견학프로그램에 대한 적극적인 홍보, 해당 기업의 제품을 구입할 의향이 있는 단체의 방문 등의 순이다.

제 3 절 전북 산업관광의 기본방향

1. 전북 산업관광의 필요성

21세기의 새로운 관광의 트렌드로 다양한 사회현상과 관광이 복·융합되어 새로운 형태의 관광현상이 도래하고 있다. 따라서 전라북도 역시 이러한 트렌드를 반영한 산업관광 활성화를 위한 정책을 실시할 필요성이 있다.

타 산업과 마찬가지로 관광산업이 국내·외적으로 경쟁을 하고 있는 상황에서 관광산업의 국제적 경쟁력 강화를 위해서도 산업관광의 활성화는 필수적 요건이 되고 있다. 또한 지역 내 산업을 기반으로 국내·외 관광객의 유치를 통한 지역경제의 활성화에 산업관광이 기여 할 수 있을 것이며, 산업관광을 통한 지역 및 장소 마케팅의 효과가 나타날 것이다.

산업관광이란 1차, 2차, 3차 산업의 현장을 대상으로 관광을 하는 행위로서 당해 기업과 지역에서는 부가적인 경제효과가 예상되는 관광형태이다.

따라서 산업관광의 필요성은 관광객은 물론 해당 기업과 지역사회라는 세 가지 차원에서 살펴볼 수 있다.



1) 관광객 : 체험을 통한 관광객의 학습고·만족도 제고

산업관광은 관광객이 직접 전북 도내 산업생산현장을 방문하여 생산과정을 목격하고 상품의 질적인 측면에 대한 확산을 갖게 함으로써 만족도를 제고시킬 수 있다.

또한 농산물 수확, 치즈 만들기 등 관광객의 직접 체험형 프로그램의 운영시 구매로 연결될 수 있는 장점을 지니고 있다.

2) 해당기업 : 전북 지역기업의 홍보효과

전북지역은 다른 지역에 비해 산업관광이 상대적으로 활성화되지 못하고 있는데, 이는 관광객의 행태 및 트렌드 변화를 충분히 감안하지 못한 결과이다.

그러나 최근 임실 치즈투어, 순창 고추장투어 등 지역산업 현장과 연계된 관광상품의 개발을 통하여 전북 지역산업의 우수성을 홍보할 수 있는 계기가 되고 있다.

3) 지역사회 : 지역경제 파급효과 제고

각 지자체별로 산업관광을 활성화 할 경우 지역 우수 산업관광상품의 판매를 통하여 소득창출은 물론 지역고용(생산인력, 안내인력 등) 창출효과에도 기여할 수 있다.

또한 지역의 산업관광상품의 지속 운영시 지역의 산업경쟁력 확보는 물론 관광객을 지속적으로 유치하는 효과가 있을 것이다.

2. 전북 산업관광의 방향

지역 내 산업관광자원에 대한 자원분류와 타깃마켓을 선정하는 등의 전략적 접근이 필요하다. 전라북도의 경우 산업관광의 자원은 유형의 하드자원과 무형의 소프트자원으로 구분할 수 있으며, 2차 산업(자동차, 선박 공장)과 3차 산업(영화, 애니메이션 등)과 미래에는 바이오, 나노테크, IT, 로봇 등 첨단산업의 연구거점과 연구소의 지역집적을 살려 최신 과학기술을 접하는 등 자원의 계열화를 통한 산업관광 추구될 것이다.

둘째는 지역 내 관광자원과 산업관광의 연계를 통한 산업관광의 매력성 증가가 필요하다.

셋째는 지역 내 산업관광자원 소스에 대한 이야기 발굴 및 확장·가공 등의 산업관광스토리텔링 작업이 필요하다.

넷째는 전북만의 산업관광 비전제시를 통한 슬로건 개발 등의 브랜딩전략의 필요하다.

다섯째는 다양한 산업관광 활동 중 전북은 후발국가들의 테크니컬비지트(T.V) 산업관광의 목적으로 포지셔닝할 필요가 있다.

여섯째는 전북지역의 산업관광을 활성화하기 위해서는 해당 업체로 선발될 경우 공공기관 및 전문가로 구성된 자문단을 운영하여 산업관광객의 수용시설, 안내체계, 쇼핑시설, 편의시설, 홍보실태 등 수용태세에 대한 정비 및 정기적인 모니터링을 실시할 필요가 있다.

제 4 절 전북 산업관광 추진방안

1. 산업관광의 기반 조성

산업관광의 방대성과 복합성 측면에서 또는 보완 문제 등의 한계와 문제점이 있으므로 시장의 성장 가능성과 필요성 측면에서 간과할 수 없는 시장이라는 점을 분명히 해야 한다. 따라서 이러한 인식을 정책 초기에 정책대상 주체들에게 조성하고 확산시켜야 한다.

2. 산업관광코스의 에듀테인먼트화

지금까지 산업관광을 단순한 견학 및 시찰과 같은 개념으로 이해되어 왔으나 이제는 체험성과 엔터테인먼트적인 요소 등을 추가한 새로운 결합모델로서 개발하는 것이 필요하다.

3. 산업관광의 선점화

지금까지 이루어진 산업관광은 조선, 철강, 자동차 등과 같은 제조업 중심의 2차 산업이 중심으로 진행되어 왔다. 그러나 관광적 요소를 부여하고자 하는 측면에서는 3차 산업으로 확대가 필요하다.

제 5 절 전북 산업관광 진흥방안

1. 산업관광진흥을 위한 지역협력체계 구축

1) 필요성

산업관광은 기업체, 지방자치단체, 여행사, 관광객 등 많은 이해관계자들이 함께 활동하여 이루어지는 특징을 가지고 있다. 특히 산업관광 주체가 되는 기업체, 관광객과의 중재와 역할을 하는 여행사, 산업관광에 직접 참여하는 관광객, 산업관광지역을 관할하는 자치단체 등 이들 참여 관계자들 간의 의사소통이 무엇보다도 중요한 분야임에도 불구하고 우리나라에서는 상호간의 네트워크 구축이 전혀 이루어지지 않는 상황이라는 것을 파악할 수 있었다.

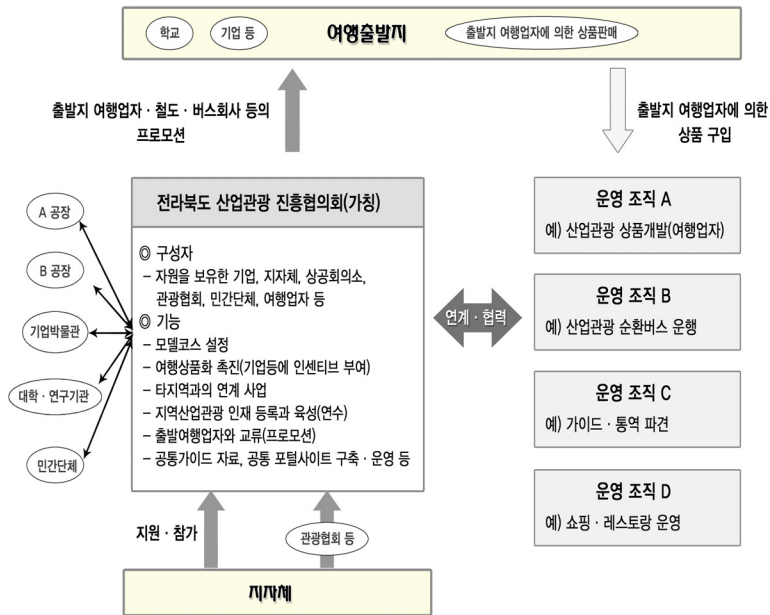
일본의 사례에서 살펴본 것처럼, 이미 전국적으로 산업관광추진협의회의가 구성되어 있으며, 일본 관광협회 측도 산업관광 활성화와 관련된 일에 적극 참여하고 있는 것을 확인 할 수 있었다. 이러한 사례를 토대로 전라북도에서는 산업관광 참여 관계자들 간의 네트워크 구축방안을 검토할 필요가 있다.

2) 실행방안

본 과제는 산업관광 활성화의 가장 기초가 될 수 있는 사업으로 산업관광 참여 기업체, 여행사, 관광객, 지방자치단체 등 관계자들 간의 네트워크 구축이 필요하다.

따라서 전라북도 및 각 시군, 관광협회, 여행사, 기업체, 그리고 대학 등으로 구성된 ‘전라북도 산업관광진흥협의회’를 구성하여 산업관광 육성을 위한 소재발굴, 상품개발, 홍보마케팅 지원, 전문인력 양성 등 다각적인 노력을 경주할 필요가 있다.

전라북도 산업관광 추진체계



〈그림 4-5〉 전라북도 산업관광 추진체계

2. 주변 관광자원과의 연계를 통한 매력성 강화

1) 필요성

우리나라 산업관광 형태는 아직까지 능동적 체험적 요소가 부족하며, 관광의 기본적인 먹거리, 살거리, 볼거리, 쉴거리 등이 포함되어 있지 못하고 있다. 따라서 이를 보완하기 위한 방안으로 주변 관광지와의 연계를 통한 기존 산업관광 상품의 매력 제고화가 필요하다고 판단된다.

반면 일본의 경우 산업관광지를 안내하는 책자에서 산업관광지에 대한 안내뿐만 아니라 관광지의 먹거리, 살거리, 쉴거리, 볼거리 등을 연계시켜 다양하게 제공하고 있어 우리나라와 대조적인 면을 살펴볼 수 있었다.

따라서 새로운 산업관광 상품을 개발하는 것도 중요하지만 그보다 우선적으로 기존에 보유하고 있는 산업관광지에 관광의 기본적 요소부터 보충하고 주변의 관광지와 연계하여 관광 상품으로서의 매력도를 높이도록 하는 것이 우선적으로 고려되어야 한다.

2) 실행방안

관광의 소재는 유형 및 무형 등 다양하나 산업관광은 주로 유형적 소재에 의존하고 있다는 점에서 지역산업 중 관광융복합이 가능한 생산현장을 발굴하는 것이 필요하다.

전라북도 도내 와인투어, 농장투어, 목장투어, 자동차공장투어, 농산물유통단지, 광업소(석재, 보석 등) 투어, 재래시장투어 등 관광과 연계 가능한 산업현장을 발굴하고 이를 체험화, 상품화할 수 있는 지원체계를 구축할 필요가 있다.

이를 위해선 전라북도, 14개 시·군의 웹사이트 상에 산업관광지를 중심으로 한 산업관광코스를 게재하는 방식이다. 전북도청 또는 해당기업이 주체가 되어 지역주민이나 학생 등을 대상으로 한 가칭 “전라북도 산업관광 코스 발굴” 공모전을 검토할 수 있다. 또한 지역여행사에 의한 기획여행 상품을 개발하도록 지원하는 방법이 있겠다. 예를 들면, 전주 한지투어, 임실 치즈투어, 순창 고추장 투어 등 전북 14개 시·군별 최우수 지역산업을 관광과 연계시키는 ‘1시군·1산업 관광상품’을 개발할 필요가 있다. 이 경우 전북도, 14개 시·군에서 해당 여행사에 기획여행을 지원하거나 인센티브를 지원하는 방안을 검토할 수 있으며, 코스에 포함되어 실제로 이익을 얻는 호텔이나 음식들의 일정비용 부담 방안도 검토할 수 있다고 보인다.

3. 산업관광 스토리텔링 마케팅 육성

1) 필요성

스토리텔링 마케팅은 최근 다양한 분야에서 관심을 가지고 있지만, 지역적 차원에서 지역 자원을 이용한 제품의 스토리텔링 마케팅 보다는 관광지나 특정 장소에

대한 스토리텔링 마케팅이 오히려 활발하게 진행되고 있다.

지역에서 생산되는 제품들은 한계가 존재하는 만큼 스토리텔링 마케팅을 이용하여 의미 있는 내용을 가진 제품으로 탄생시킴으로써 이용하는 소비자가 그 제품의 역사와 함께 하고 있음을 긍정적으로 경험할 수 있도록 제품의 가치를 높이는 작업이 필요하다.

대림산업은 시장과 소비자의 변화에 따라 효과적인 마케팅을 전개하기 위한 시도로 스토리텔링 마케팅을 선보였다. 대림산업이 시공한 광주 광천 e-편한세상은 생활이 편리한 신도심과 사업지 인근 광천동 재개발 사업의 미래 비전을 메인 스토리로 정하고, 중대형 평형의 1천여 세대, 전 세대 남향, 지상녹화 최대화 등 상품의 메리트와 압구정동의 축소판으로 ‘큰 부자가 나는 명당’이라는 풍수지리 요인을 서브 스토리로 정해 소비자들로부터 큰 호응을 얻었다.

프랑스 에비앙은 프랑스 혁명이 일어난 1789년 신장결석을 앓던 한 후작이 알프스 산맥의 작은 마을인 프랑스의 에비앙에서 요양 중에 마을 주민들이 얘기하는 약효가 있다는 우물물을 구해 마신 후 병을 고치게 되면서 구전이 되었다. 약효가 있는 우물물을 사들였던 기업이 세계 최초로 우물물에 에비앙이라는 브랜드를 붙이고 단순한 물이 아니라 효험 있는 신비한 약수라는 이야기를 소비자들에게 들려주어 상품화에 성공하였다.

2) 실행방안

스토리텔링 마케팅은 제품 및 서비스 그 자체에 대해서 무미건조하게 소개하는 것이 아니라 제품에 담긴 의미나 개인적인 이야기를 제공함으로써 소비자들로 하여금 몰입과 재미를 불러일으키고 더 나아가 브랜드의 교감을 유도하는 감성 마케팅 활동이라 할 수 있다.

기업이 생산한 제품에 대한 스토리 자체는 기업이 가장 잘 알 수밖에 없는 사업이다. 전북지역의 산업자원을 대상으로 하는 이야기 만들기(storytelling)와 이를 활용한 드림케팅(Dreamketing)²⁾활성화가 필요하다.

2) 드림케팅(Dreamketing)이란 기업이 이야기와 꿈(Dream)을 마케팅에 접목하는 것으로 ‘Dream+Marketing’의 합성어

단계별 전략사업으로는 스토리 발굴단계, 스토리 활용단계, 스토리마케팅 단계로 전개한다. 추진주체로는 전북지역 스토리텔링에 직·간접 관련이 있는 지자체, 학계, 연구기관, 기업, 전문가 등을 망라한 민·관 협력 파트너십과 네트워크 구축이 필요하다.

따라서 전북도에서는 산업체의 협조를 얻어 스토리텔링 작가나 마케팅전문가를 일정기간 고용해 해당사업체별로 이야기를 만들어 주는 방식으로 추진이 가능해 보인다. 본 사업이 성공하기 위해서는 해당 기업이 자발적으로 나서도록 행정 권고를 선행함으로써 관련 예산지출을 절감하거나 스토리의 내용을 풍성하게 할 수 있을 것이다. 또한 한국관광공사에서 진행하고 있는 ‘뻔하지 않은 Fun한 여행 스토리’라는 시티투어 활성화 공모전이 모델로 검토될 수 있다. 전북도에서는 산업체를 대상으로 ‘전북 기업 알리기’ 또는 ‘전북 기업의 숨겨진 이야기’와 같은 이름의 전국공모가 가능할 것이다.

본 사업을 추진하기 위해서는 일정한 예산이 필요할 것이며, 공모전 이후 우수한 스토리텔링을 책자화 해 관련 기업이나 여행사에 배포할 경우 전북 산업관광의 홍보 효과가 높을 것으로 기대된다.

4. 산업박물관 및 홍보관 건립 지원

1) 필요성

2010년은 한국 박물관 개관 101주년의 해이다. 1909년 제실박물관으로부터 시작된 근대박물관의 역사는 이제 새로운 100년을 준비해야 하는 시점이 되었다. 한국의 박물관은 1980년대를 경계로 양적인 팽창을 시작하였고, 2000년대에 들어서는 또 다른 붐이 만들어지고 있다. 최근에 들어서는 문화체육관광부를 중심으로 이루어지던 박물관의 건립이 교육과학기술부, 지식경제부 등 정부의 여타 부처들을 통해서도 다양한 지원이 이루어지고 있다.

이와 같은 박물관의 설립 붐 속에서도 여전히 우리에게 부족한 박물관은 많다. 그 중에서도 한국의 산업기술에 대한 자료를 종합적이고 체계적으로 보여주는 국립산업박물관은 아직 국내에는 없다.

그러나 기업을 중심으로 산업관광으로 일환으로 볼 수 있는 기업 박물관이 문화체험을 통해 지역의 관광명소로 자리 잡고 있다. 최근에는 과거의 기업제품 소개형 전시관에서 제품에 얹힌 과학기술과 문화를 소개하는 체험형 박물관으로 발전하고 있으며 기업들이 시장과 기술의 변화에 맞춰 새로운 투자를 하고 있는 상황이다.

이러한 기업 박물관의 형태는 해외에서 이미 관광명소로 자리 잡은 사례를 쉽게 찾아볼 수 있다. 오스트리아 크리스털 업체인 스와로브스키의 박물관, 미국 코닝의 유리박물관, 포드 자동차 박물관은 해당 도시 관광 명소로 자리잡고 있다.

국내에서는 제주도에 위치한 아모레퍼시픽의 오설록 티 뮤지엄이 2001년 개장 후 20%씩 관람객이 늘어 연간 70만 명이 찾는 제주도의 대표관광명소가 되었다. 또한 서울 코엑스에 있는 풀무원 김치박물관도 외국인들에게 한국문화를 알리는 역할을 하고 있으며 연간 10만 명의 관람객이 방문을 하고 있다.

한편 기업의 역사와 브랜드를 인식 할 수 있는 홍보관의 형태도 살펴볼 수 있다. 삼성그룹의 딜라이트, SK그룹의 T-UM, LG그룹의 사이언스 홀, 포스코 그룹의 포스코 역사관, 금호아시아나그룹의 금호타이어홍보관 등과 같은 자사기업을 알리는 홍보관을 운영하고 있으나, 산업관광의 주 대상이 되는 제조업 분야의 기업들은 홍보관을 보유하고 있지 못한 상황이다.

오늘날 산업기술박물관이나 기업홍보관은 생산제품을 직접적으로 판매하는 행위를 통해 이윤을 창출하는 상업적 성격을 띠기보다는 소비자에게 기업이 가지고 있는 이미지와 기업을 시각화한 비주얼 아이덴티티를 홍보함으로써 믿음과 신뢰를 주어 차후 생길 수 있는 간접이윤에 대한 기대치를 높이기 위한 기업의 마케팅 수단 중 하나이며, 가장 적극적인 광고 전략 중 하나라고 할 수 있다.

이러한 점을 고려할 때 이들의 건립을 위한 재정적 지원에 대하여 적극적으로 고려할 만 하다고 판단된다.

2) 실행방안

산업관광에 대한 적극적인 참여의사가 있는 기업을 대상으로 산업기술박물관 및 홍보관 건립에 관련된 행정적·재정적 지원을 검토해 보는 방안이다. 전라북도 소재 대기업 중심으로 적극적인 참여의사를 가진 기업을 중심으로 박물관 및 홍보관 건립

에 대한 재정적 부담이 높은 기업들이 우선적으로 검토되어야 한다.

본 사업을 추진하기 위해서는 전라북도에서는 사업 대상 기업 리스트를 작성하고, 지원부분에 대한 구체적 검토 및 계획을 마련해야 한다.

5. 산업관광 기획 여행사 인센티브제도 도입

1) 필요성

전라북도에서는 대규모 해외관광객을 유치하기 위해서 ‘해외 관광객 유치 우수여행사 인센티브지급’을 시행하고 있다. 이러한 인센티브 제도는 운영기간을 공시하고 이 기간 동안 일정 인원 이상의 관광객을 유치한 일반여행업체들을 대상으로 지원하고 있다.

특히 외국인 단체관광객 유치나 지방자치단체가 자체적으로 관광객을 유치하기 위해서 여행사들을 대상으로 인센티브를 제공하는 경우를 많이 볼 수 있다. 이러한 관점에서 산업관광을 시행하는 여행업체들을 대상으로 인센티브를 제공하는 방안을 검토해 볼 필요가 있다.

2) 실행방안

산업관광 상품을 운영하고 실적이 좋은 여행사들에 대하여 유치 실적금을 지급하는 것으로 현재 의료관광에서는 실적 보상제 및 지원제 또는 지방자치단체들이 시행하는 관광객 유치 및 외국인 단체관광객 유치 등에 대하여 제공되는 인센티브를 산업관광을 시행하는 여행사들을 대상을 실시하고자 하는 것이다. 외국인 관광객 유치 여행사 실적 보상제는 각 지자체별 조례를 근거로 하여 홍보비 등에서 예산을 책정하고 있는 것을 근거로 할 수 있을 것이다.

이와 관련해서 전라북도 해외 관광객 유치 우수여행사 인센티브 지급계획서를 보면 단체 숙박비 지원, 외국 수학여행단 및 연수단 단체숙박비 지원, 상품개발 홍보비 지원, 문화체험비 지원, 차량임차비 지원, 크루즈 인센티브 지원 등으로 이루어져 있다. 전라북도 산업관광 유치상품을 개발 시 인센티브 지원 제도를 도입해야 한다.

참고자료

<2009년도 전라북도 해외 관광객 유치 우수여행사 인센티브 지급계획>

○ 지원 대상 : 관광진흥법 제3조 및 동법시행령 제2조 제1항의 규정에 의한 일반여행업체 및 외국 여행업체

□ 세부 시행계획

1. 단체 관광객 숙박비 지원

○ 지원 조건

- 외국인 관광객 6명 이상을 전북 도내에 유치하여 관광진흥법에서 정한 도내 소재 호텔이나 콘도에서 1박 이상 유료 숙박할 경우

○ 지원 기준

국내·외 여행사: 1인 1박 : 5,000원, 1인 2박 : 15,000원, 1인 3박 : 25,000원, 1인 4박 이상 : 35,000원

도내여행사: 1인 1박 : 10,000원, 1인 2박 : 20,000원, 1인 3박 : 30,000원, 1인 4박 이상 : 40,000원

예외: 동절기(12~2월) 무주리조트 숙박객 1박당 2,000원(다숙박시 정을 지급)

2. 외국 수학여행단 및 연수단 단체숙박비 지원

- 지원 조건 : 10명이상 외국 수학여행단 및 연수단이 도내 일반숙박시설 및 수련원 연수기관·학교기숙사 등에 유료숙박시

- 지원 내용 : 1인 1박당 2,000원 (다숙박시 정을지급)

3. 상품개발 홍보비 지원

○ 지원 조건

- 전라북도 1박이상 여행상품 개발 후 해외현지 신문, 잡지, TV, 인터넷, 홍보물 제작 등을 통해 홍보 경우

○ 지원 내용

- 일본 200,000¥, 중국 13,000元, 대만·홍콩·싱가폴·구미 대양주 USD 2,500\$ 이내

4. 문화체험비 지원

○ 지원 조건

- 도내에서 1박 이상 숙박한 6인 이상 외국인 단체관광객중 유료 프로그램(5천 원 이상) 체험 참가자

- 지원 내용: 1인당 5천원 지원(1회에 한함)

5. 차량임차비 지원 (도내업체 차량 이용 시에 한함)

○ 지원 조건

- 중국·일본 관광객 10인 이상이 1박 이상 도내에 체류할 경우

※ 단, 연수단의 경우 종일 관광시에 한하여 지원, 수학여행은 지원 제외

○ 지원 내용

- 1일 차량 1대당 25만원 이내 지원(10~18인/20만원, 19인 이상 25만원)

6. 크루즈 인센티브 지원

- 지원 조건 : 군산항에 입항하여 하선시, 타 시도에 입항하여 도내 2개소 이상 관광지

- 지원 내용: 하선인원 1인당 1만원

6. 산업관광 안내 전문 인재육성

1) 필요성

산업관광의 효과로서 미래의 산업에 관계하는 인재 육성의 효과가 필요하다고 전술했지만, 반대로 산업관광을 진흥시키기 위해서는 산업관광을 추진하는 인재를 양성하는 것이 향후 중요한 과제이다.

산업관광은 그 특성상, 학습관광, 체험관광의 요소가 강하기 때문에 산업관광 전문가, 통역 등이 필요하다.

‘관광은 사람으로부터’ 라고 일컬어진다. 또한 ‘지역의 매력을 본다’ 관광해서 지역 매력은 사람의 매력이기도 해서 산업관광에 있어서는 특히 이러한 사람에 따라 성패가 좌우된다. 관광에서 필요한 인재는 호스피탈리티를 지니고 있을 것, 그 지역이나 관광자원에 대한 풍부하고 폭넓은 식견을 가지고 있는 사람, 또한 그 지역에 애착을 가지고 있는 사람이 필요하다.

KATA의 산업시찰에 대한 수요조사(2006)에 의하면 산업관광을 실시하고 기업체에서는 별도의 통역 등의 가능한 전문인력지원(30%)에 대한 요구가 크게 나타났다. 또한 외국인 관광객들의 산업관광 유치를 위해서 산업관광 전문통역인력이 필요한 상황이다.

2) 실행방안

본 사업은 기업체 관련 정보 및 기본 지식을 설명하는 해설사 지원으로 자체적으로 기업안내 홍보 도우미 인력을 확보할 수 없는 기업을 대상으로 한다. 둘째, 산업관광을 하고자하는 외국인 관광객을 위한 통역인력 구축이다. 첫째는 관광객들에게 문화유적 및 관광자원에 대한 상세한 설명을 받도록 전라북도, 14개 시·군 별로 운영하고 있는 문화관광해설사를 산업관광지역에 배치하는 것이다. 또한 별도의 산업관광해설사(가칭)를 육성하여 기업체에 지원을 하는 방안으로 살펴 볼 수 있다.

둘째, 산업관광을 하고자하는 외국인 관광객을 위한 통역 인력 구축을 위해서는 전라북도 관광관련 예산을 편성하고 기업체는 이에 협조하여 산업관광 통역안내원을 채

용하도록 한다. 또한 외국인들을 대상으로 한 산업관광 안내책자를 기업체에 배치하는 것으로 이는 한국관광공사가 현재 진행하고 있는 산업관광 팸플릿 사업과 동일하게 관련 예산을 편성하여 영어, 중국어, 일본어 등의 언어로 제작 및 배포 하도록 한다.

7. 산업관광진흥정책 세부추진 방안

본 항에서는 앞의 1항~6항 산업관광진흥 방안의 세부추진방안을 정리한 것으로 추진단계와 관련 주체를 구분하고자 한다.

〈표 4-10〉 산업관광진흥정책 세부추진 방안

사업명	추진단계			추진주체		
	1단계 2011~12	2단계 2013~14	3단계 2015년 이후	문광부	지자체	기타
산업관광진흥을 위한 지역협력체계 구축	○				○	여행협회, 학계, 기업
주변관광자원과의 연계를 통한 매력성 강화	○				○	
산업관광 스토리텔링 마케팅 육성	○				○	
산업박물관 및 홍보관 건립 지원			○	○		지경부, 기업참여
산업관광 기획 여행사 인센티브 제도 도입		○			○	
산업관광 안내 전문 인재육성		○		○	○	기업



제 5 장



결론 및 정책적 제언

제 1 절 결론 요약

제 2 절 정책적 제언

제 5 장 결론 및 정책적 제언

제 1 절 결론 요약

현재 산업관광에 대한 정부의 정책적 고려는 이직 미흡한 실정이다. 2007년 문화관광부가 주체가 되어 산업시찰 방문 코스 네트워크 구축 TF회의를 두 차례 개최한 바 있으며, 2008년도 말부터 산업관광 TF를 발족하여 현장 중심적 정책관련 논의를 진행하고 있다.

또한 제8차 국가고용전략회의(2010.8.15) ‘관광·레저산업 육성방안’에 따르면, 우리나라의 주력산업인 IT, 조선, 제철, 자동차 등 제조업 시설과 한국적 특색이 강한 업체 견학을 관광 상품화할 계획을 발표했다.

본 연구에는 이러한 사회적 배경의 인식하에 연구가 진행되었으며 관광산업이 국내·외적으로 경쟁을 하고 있는 상황에서 관광산업의 국제적 경쟁력 강화를 위해서도 산업관광의 활성화는 필수적 요건이 되고 있다. 또한 전북 도내 산업을 기반으로 국내·외 관광객의 유치를 통한 지역경제의 활성화에 산업관광이 기여 할 수 있을 것으로 기대된다.

그러나 조사와 사례를 통해 볼 때 산업관광이 지금까지 성장하지 못하고 있는 본문에서 밝힌바 있으나 무엇보다 해당기업들이 산업관광에 대한 참여를 통해 부가적인 편익을 발생시킬 수 있다는 확신에 이르지 못하는 점이 가장 두드러진다.

이러한 기본적인 정책여건을 판단한 후 본 연구에서는 전라북도 도내 산업관광을 활성화시키기 위한 진흥방안을 모색했다.

전라북도 산업관광 추진방안으로는 첫째, 산업관광의 기반 조성이 필요하다는 것이다. 산업관광의 방대성과 복잡성 측면에서 또는 보완 문제 등의 한계와 문제점이 있으므로 시장의 성장 가능성과 필요성 측면에서 간과할 수 없는 시장이라는 점을 분명히 해야 한다. 따라서 이러한 인식을 정책 초기에 정책대상 주체들에게 조성하고 확산시켜야 한다.

둘째, 산업관광코스의 에듀테인먼트화가 필요하다는 것이다. 지금까지 산업관광을 단순한 견학 및 시찰과 같은 개념으로 이해되어 왔으나 이제는 체험성과 엔터테인먼트

트적인 요소 등을 추가한 새로운 결합모델로서 개발해야 한다.

셋째, 전북도는 타 지자체 보다 발 빠르게 산업관광의 선점을 위한 전략을 강구해야 한다는 것이다. 지금까지 이루어진 산업관광은 조선, 철강, 자동차 등과 같은 제조업 중심의 2차 산업이 중심으로 진행되어 왔다. 그러나 관광적 요소를 부여하고자 하는 측면에서는 1차, 2차, 3차 산업까지 포함해 확대해야 한다.

전라북도 산업관광 추진방안으로는 첫째, 산업관광진흥을 위한 지역협력체계 구축이 필요하다는 것이다. 전라북도 및 각 시군, 관광협회, 문화사업자, 여행사, 기업체, 그리고 대학 등으로 구성된 ‘전라북도 산업관광진흥협의회’를 구성하여 산업관광 육성을 위한 소재발굴, 상품개발, 홍보마케팅 지원, 전문인력 양성 등 다각적인 노력을 경주할 필요가 있다.

둘째, 전북 도내 산업관광지와 주변 관광자원과의 연계를 통한 관광상품을 개발해야 한다는 것이다. 전라북도, 14개 시·군의 웹사이트 상에 산업관광지를 중심으로 한 산업관광코스를 게재하는 방식이다. 지방자치단체 또는 해당기업이 주체가 되어 지역 주민이나 학생 등을 대상으로 한 가칭 “전라북도 산업관광 코스 발굴” 공모전을 검토할 수 있다.

셋째, 전북도내 산업관광 스토리텔링 마케팅 육성을 하자는 것이다. 전북도에서는 산업체를 대상으로 ‘전북 기업 알리기’ 또는 ‘전북 기업의 숨겨진 이야기’와 같은 이름의 전국공모가 가능하다. 본 사업에는 일정한 예산이 필요할 것이며, 공모전 이후 우수한 스토리텔링을 책자화 해 관련 기업이나 여행사에 배포할 경우 전북 산업관광의 질적 개선이 일어날 수 있을 것이다.

넷째, 전북도내 기업을 대상으로 산업박물관 및 홍보관 건립 지원을 강구해야 한다는 것이다. 전라북도에서는 사업 대상 기업 리스트를 수립하고, 지원부분에 대한 구체적 검토 및 계획을 마련하도록 한다.

다섯째, 전북도내 산업관광 기획 여행사에 대한 인센티브 제도를 도입해야 한다는 것이다. 산업관광 상품을 운영하고 실적이 좋은 여행사들에 대하여 유치 실적금을 지급하는 것으로 현재 의료관광에서는 실적 보상제 및 지원제 또는 지방자치단체들이 시행하는 관광객 유치 및 외국인 단체관광객 유치 등에 대하여 제공되는 인센티브를 산업관광을 시행하는 여행사들을 대상을 실시하고자 하는 것이다. 전라북도 산업관광

유치상품을 개발시 인센티브 지원 제도를 만들어야 한다.

여섯째, 전북도 중심으로 산업관광지 안내를 담당할 전문 인재를 육성해야 한다는 것이다. 산업관광을 하고자하는 외국인 관광객을 위한 통역 인력 구축을 위해서는 전라북도 관광관련 예산을 편성하고 기업체는 이에 협조하여 산업관광 통역원을 채용하도록 한다. 또한 외국인들을 대상으로 한 산업관광 안내책자를 기업체에 배치하는 것으로 이는 한국관광공사가 현재 진행하고 있는 산업관광 팸플렛 사업과 동일하게 관련 예산을 편성하여 영어, 일본어, 중국어 등의 언어로 제작 및 배포 하도록 한다.

이상과 같이 산업관광 진흥방안을 추진하기 위해서는 전북도 차원의 안정적인 예산 책정과 함께 지속적이면서도 적절한 정책배분이 유지되는 것이 중요한 과제로 판단된다.

제 2 절 정책적 제언

1. 산업관광 비전 수립

산업관광은 본 연구에서도 명확하게 나타난 것처럼 아직 우리나라에서는 명확한 개념은 없다. 그 때문에 효과측정이 아직 이루어지지 않고 있다. 따라서 산업관광이 지역 경제 활성화의 미치는 효과에 대한 비전 제시가 필요하다. 비전 제시로는 선진 사례 연구 등을 기초로 산업관광 모델지구 설정 및 추진방안을 적극적으로 검토해 볼 필요가 있다.

2. 고객 니즈에 적합한 자원 발굴 및 위치설정 명확화

산업관광은 폭넓게 지역에 있는 특색 있는 자원의 재평가를 요청으로 하고 있다. 이것은 실천적이고 구체적으로 추진하려면, 우선 고객에게 맞는 자원의 발굴인가, 수학여행객을 대상으로 할 것인가, 외국인을 대상으로 할 것인가 등에 대한 위치설정을 명확하게 할 필요가 있다. 본 연구에서도 국내외 사례를 통해 확인 할 수 있었던 것처럼 산업 관광을 고객 요구의 명확하게 대응하기 위해서는 지역전체 산업관광 참여 방안을 체계를 만들어야 한다. 그러기 위해서는 산업관광자원의 데이터베이스화와 전라북도가 갖고 있는 자원의 역사적, 사회적 배경을 포함한 체계적인 구상이 선결되어야 한다.

3. 자원 활용 프로그램 및 수용태세 정비

자원의 발굴과 위치설정의 명확화를 검토한 후에 구체적으로 어떤 자원 활용의 방법이 있는가를 검토하여하고, 또 기업이나 시설에서 수용태세의 정비를 갖추어야 한다.

기업 등의 수용태세 정비에 있어서는 관람 범위, 견학 비용, 종사자 확보, 주말 휴업 조정, 관람객 매너 대응 등 구체적인 참여 조건이 포함 된다. 대기업에서는 이미 이러한 체계를 갖추고 있는 사례는 많지만, 전북도내 기업은 이러한 조건을 갖추기는 쉽지 않으므로 국가, 지방정부의 예산 지원으로 체계적인 지원이 필요하다. 또한 산

업관광이 단순한 견학형으로는 재방문 확보에 어려움이 있으므로 체험형 프로그램 개발 및 자원봉사자 양성도 필요하다고 판단된다.

4. 산업관광 모델 코스 정비

산업관광 자원 활용의 전망을 할 수 있어도 개별의 산업관광 자원으로 고객 요구를 충족시키기는 좀처럼 어렵기 때문에 다른 자원들과의 연계 코스를 개발하는 노력이 필요하다. 이 경우 다양한 산업관광자원을 어떻게 스토리텔링 할 것인가, 연계 코스를 어떻게 만들 것인가에 대한 고민이 필요하고, 산업관광소개 거점과 개별 모델 코스의 설정이라는 계층적 소개방법의 정비도 필요하다. 또한 산업관광자원 루트화와 함께, 주변 기존관광자원과 연계한 모델 코스 설정을 강구해야 한다.

5. 정보발신과 추진체계 확립

산업관광을 지역전체로 확산시키기 위해서는 광역적인 지역 연계가 필요로 한다. 이를 위해서는 관련 행정 단체(전라북도, 14개 시·군), 기업, 상공회의소, 여행사 등과의 연계가 필요하다. 이를 위해서는 산업관광의 창구를 명확하게 하고 산업관광 코디네이터나 자원봉사자 등의 인제가 확보가 수반되어야 할 것이다. 또한 산업관광의 원활한 전개를 위해서는 지역 주민과 해당 기업과의 정보발신이 필요하다.

이러한 정보발신으로는 산업관광 캠페인을 전개 과정에서 고객 타깃을 겨냥한 포털사이트, 팸플릿 등의 매체 활용을 적극적으로 활용해야 할 것이다. 또한 (가칭)산업관광추진협의회의 설립을 통해 조직적인 전개가 필요하다.



참고문헌

참 고 문 헌

- 김상태(2009). 산업관광 활성화 방안 연구. 한국문화관광연구원-향토 산업을 중심으로-
- 김효경(2008). 산업관광이 지역브랜드자산 변화에 미치는 영향. 박사학위논문. 경기대학교
- 고상동(1988). 산업관광 진흥방안에 관한 연구. 석사학위논문. 경희대학교
- 김효경·한범수(2008). 신관광의 관점에서 본 산업관광의 의미 해석. 경기관광연구 제11호
- 박석수·우성호(2009). 산업기술박물관 설립기획에서의 정체성 확보방안 연구. 한국문화공간건축학회논문집 제27호
- 박성남(2010). 기업브랜드 활성화를 위한 전시공간에 관한 연구. 석사학위논문. 고려대학교 공과대학원
- 經濟産業省(2004) 産業観光の今後のあり方に關する調査研究
- 上野和彦(2007) 地場産業産地の革新、古今書院
- 國土交通省(2008) 産業観光ガイドライン
- 須田寛(1999) 観光の新分野 産業観光、交通新聞社
- 須田寛(2003) 實務から見た新観光資源論、交通新聞社
- 須田寛(2005) 産業観光讀本、交通新聞社
- 須田寛(2006) 新しい観光、交通新聞社
- 須田寛(2008) 産業観光100選、交通新聞社
- 中部經濟産業局(2006) 中部地域における産業観光インフラ整備に關する調査
- 中部經濟産業局(2006) 産業観光のススメ
- 矢作弘·末松誠(2004) 産業遺産とまちづくり、學芸出版社
- ウィキペディア <http://ja.wikipedia.org>
- 全國産業観光推進協議會 <http://sangyou.nihon-kankou.or.jp>



부
속

■ 광양제철소

□ 위치 및 규모

- 위치: 전라남도 광양시 금호동 700번지
- 규모: 450만평

□ 이용시기 및 이용시간

- 단체견학 - 월~금요일 09:00~15:30, 평일 커뮤니티 센터 견학주차장(1시간 20분)
- 개인견학 - 국, 공휴일을 제외한 매주 일요일 오전 10시, 광양 제철소 복지센터(50분)

□ 개요

- 광양제철소는 1970년대 국가경제가 비약적으로 발전하면서 폭발적으로 증가하는 철강 수요에 대응하기 위해 포항에 이어 우리나라에서 두 번째로 세워진 제철소임
- 포스코역사관의 견학프로그램은 철강 불모지에서 30여 년이라는 짧은 기간에 세계에서 가장 경쟁력 있는 회사로 성장한 포스코의 성공 역사를 소개하고, 역사관을 방문하는 젊은이들에게 꿈과 희망을 줄 수 있는 산 교육장이 될 것으로 기대

■ 포스코 역사관

□ 위치

- 경북 포항시 남구 괴동동 1번지(포스코 역사관 054-220-7720~1)

□ 규모 및 수용인원

- 부지: 9,917m²
- 건축 연면적: 3,636m² (지상 3층 규모)
- 전시면적: 1,983m²
- 수용인원: 최대 100명

□ 이용시기 및 이용시간

- 중학생이상, 평일 09:00 ~ 18:00, 토요일 10:00 ~ 17:00(1시간~1시간 30분소요)
- 일요일, 국공휴일 휴관

□ 개요

- 기업 역사관이나 박물관이 선진국에서는 드문 일이 아니지만, 개별 기업의 역사관이 흔치 않은 우리나라에서 포스코 역사관은 마스터플랜 단계에서부터 많은 주목을 받으며 '포스코의 과거와 현재 그리고 미래가 공존하는 체대로 된 포스코의 기록관'을 만드는 데 가장 큰 역점을 두었음

□ 주요시설

- 창업전사, 창업기, 포항건설기, 광양건설기, 테마존, 창의관, 청암관 등

□ 체험프로그램

- 견학시설 관람 : 창업기, 포항 건설기, 대역사 완성 이후, 청암관 등



〈포스코 역사관〉

■ 풍력발전단지

□ 위치

- 경상북도 영덕군 영덕읍 창포리 산70번지 일원(영덕풍력발전(주) 054-734-5871~2)

□ 규모

- 면적: 166,117m², 39.6 MW (1,650kW급 24기)
- 사업비 및 사업기간: 675억원, 2004.5. ~ 2005.4.

□ 개요

- 영덕읍 창포리 지역은 해안을 끼고 있어 사계절 바람이 많은 것에 착안하여 미래의 대체에너지사업으로 가장 친환경적인 청정에너지에 주안점을 두고 풍력발전기사업을 추진하게 되었음

□ 주요시설

- 풍력발전기 24기, 변전소 1동, 송전선로, 홍보관, 경관조명기 설치(2기) 등



〈영덕 신재생에너지 전시관〉

■ 춘천 옥광산

□ 위치

- 강원도 춘천시 동면 월곡리 241-1번지(033-242-1042)

□ 개요

- 건강을 회복시키고 지켜준다는 체험의 구전과, 의학계의 검증으로 1990년대 초부터 전국적 명성을 얻은 춘천연옥이 최근엔 세계적으로 인기를 얻으면서 옥광산이 관광코스로 부상하고 있음

□ 주요시설 및 체험프로그램

- 옥광산 체험(찜질방)
- 옥제품 전시판매장
 - 옥광산 앞 옥제품 전시판매장이 있음
 - 반지, 목걸이, 팔지, 귀걸이, 펜던트, 컵 등 다양한 제품을 전시/판매



〈옥동굴체험장 내부통로〉

■ 대우조선해양(주) 옥포조선소

□ 위치

- 경상남도 거제시 아주동 1번지(055-680-2114)

□ 이용시기 및 이용시간

- 월~금 9:00~16:00

□ 개요

- 1973년 10월, 한반도 동남쪽 거제도 옥포만에서 기공하여 81년에 종합 준공한 대우조선해양은 각종 선박과 해양 플랜트, 시추선, 부유식 원유생산설비, 잠수함, 구축함 등을 건조하는 세계 초일류 조선해양전문기업임

■ 한국방송건축학홀(KBS건축학홀)

□ 위치

- 서울 영등포구 여의도동 한국방송공사 kbs 본관(02-781-2224~5)

□ 규모 및 수용인원

- 총 전시면적 1,629㎡(493평)
- 2층 164㎡(49평) 중앙 로비, HD 카메라 및 TV유치원 캐릭터 세트
- 4층 944㎡(286평) TV코너, 뉴스코너, 스포츠코너, 홀로그램코너, 입체TV체험관, 크로마 키코너, 캐릭터코너
- 5층 231㎡(70평) 미니박물관, 라디오코너, 아나운서코너
- 입출구계단 290㎡(87평)

□ 이용시기 및 이용시간

- 하절기 (3월 - 10월) 09:30 ~ 17:30(17:00까지 입장)
- 동절기 (11월 - 2월) 10:00 ~ 17:00(16:30까지 입장)
- 휴일: 명절(신정, 설, 추석)연휴, 정기휴관일(매월 첫째주 월요일)
- 관람소요시간: 30~50분

□ 개요

- KBS건축학홀은 1977년 1월 1일 처음 개관하였고 2001년 4월에는 전면적으로 시설 및 전시물을 개선하여 재개관하였으며 그 이후 입체TV체험관, 홀로그램코너, 캐릭터코너 신설 등 전시시설을 개선하여 관람객에게 보다 나은 건축서비스를 제공하기 위해 끊임없이 노력하고 있음

□ 주요시설

- 방송연대표·미니박물관·라디오드라마스튜디오·효과장비·9시뉴스코너·홀로그램관·입체 TV 체험관·크로마키코너 등이 있음

□ 체험프로그램

- 뉴스체험 : 뉴스진행자가 되어보는 코너
- 크로마키코너 : 일기예보 등의 진행자가 되어보는 코너
- 입체영상관 영상관람
- 공개방청 프로그램 방청

■ 삼성중공업(주) 거제조선소

□ 위치

- 경상남도 거제시 신현읍 장평리 530번지(055-630-3114)

□ 규모

- 부지 330만㎡, 안벽: 길이 7.8km, 동시 계류 능력 23척

□ 이용시기 및 이용시간

- 단체견학 -평일(월~금) - 10:00 ~ 16:00(토, 일, 공휴일제외), 약 10 ~ 15분
- 개인견학 -평일 10:30, 14:00(토, 일, 공휴일 제외), 약 10~15분
- 매주 일요일 10:00 출발, 광양 제철소 복지센터(50분)

□ 개요

- 한국조선산업의 중심지 삼성중공업 거제조선소는 지난 1977년 건립 이래 성장을 거듭해 3개의 도크에서 연간 180만톤의 생산능력을 갖추고 있으며 지금까지 360 여척의 선박을 주문받아 다양한 선박들을 제작하고 있으며 해양설비사업은 원유 및 가스 정제설비, 채굴설비 등의 다양한 제작 기술을 바탕으로 해상 발전 플랜트, 해양목장 등으로 사업영역을 확대해 나갈 계획임
- 거제조선소는 그동안 축적된 풍부한 경험과 첨단 기술을 바탕으로 초대형 컨테이너선, LNG선, 드릴쉽, 초고속 여객선 등 고기술, 고부가가치 선박은 물론이고 WIG선 등 차세대 선박과 고품질 경제선형 개발에도 전력을 다하고 있음

■ 현대중공업

□ 위치

- 울산 동구 전하동 1번지(052-202-2234~5)

□ 규모

- 생산야드 595만㎡, 종업원 2만 5천여명

□ 이용시기 및 이용시간

- 평일(월~금) - 9:00 ~ 16:00(토, 일, 공휴일제외), 약 10~15분
- 견학신청은 승합차, 버스를 이용한 단체만 가능(15명 이상)

□ 개요

- 현대중공업은 1972년 조용한 어촌마을에서 창조와 개척 정신으로 조선 사업을 시작하여 세계에서 가장 많은 선박을 건조하는 조선회사로 성장, 한국을 세계1위의 조선대국으로 이끌고 있음

- 현대중공업은 조선사업을 통해 축적된 기술로 해양, 플랜트, 엔진기계, 전기전자시스템, 건설장비 사업에도 진출하여 세계적인 종합중공업 회사로 성장, 국가경제발전에 기여하고 있으며 21세기의 급변하는 환경변화에 능동적으로 대처하여 세계 최고의 첨단 기술을 갖춘 종합 중공업회사로 발전하기 위해 노력함
- 현대중공업에서는 각 단체, 친목회, 마을주민, 초·중·고 수학여행단 및 대학생 산업시설 견학단 여러분의 방문을 환영하며, 이를 위해서 사원부인 홍보도우미들이 친절하고 상세하게 회사를 안내하고 있음

■ 연천 급수탑

□ 위치

- 경기 연천군 연천읍 차탄리 1리(등록 문화재 제 45호/2003년 1월 28일 지정)

□ 개요

- 연천역 급수탑은 1919년 인천-원산간 중간지점에 세워진 철도 급수탑으로 증기기관차에 물을 공급하던 시설이다. 증기 기관차와 급수탑은 1899년 9월 서울-인천간 경인선이 개통되면서 처음 등장하여 교통수단으로서의 기능을 담당하였으나 1950년대 디젤기관차가 등장하면서 사라짐
- 일제시대 세워졌던 연천역사의 시설물들은 한국전쟁시에 폭격에 의해 모두 사라졌으나 급수탑만은 원형대로 잘 남아 있음. 건립 당시에는 기관차 뒤에 달린 탄수차(炭水車)에 물을 공급하는 동안 물물교환 등 상거래가 활발하여 시장의 역할을 하기도 했음
- 콘크리트 구조물로써 형태는 원통형과 상자형으로 각각 다른데 이 원통형 급수탑 안에는 출입구 반대쪽에 계기 조작판이 있으며 세 개의 급수관과 기계장치가 보존되어 있고 급수탑의 높이는 23m로 외부에는 한국전쟁 당시의 총탄흔적이 선명하게 남아있음



〈인천급수탑〉

■ 삼천포 화력본부

- 위치
 - 경남 고성군 하이면 덕호리 952번지
- 규모 및 주요시설
 - 부지 - 67만평
 - 설비용량: 324만kW, 사용연료: 유연탄
- 이용시기 및 이용시간
 - 평일 09:00 ~ 17:00
 - 법정 공휴일 및 사내행사 등으로 견학이 불가능 할 때 휴무
- 개요
 - 국내 최초 대용량 석탄 발전소 국내기술 축적에 기여 (국산화율: #5,6호기 91.3%) 고성능 환경보전설비 구비 세계 최초 해양소수력 발전 준공 1호기 보일러 플라즈마 방식 준공



〈삼천포 화력본부〉

■ 디지털 파빌리온관

- 위치
 - 서울 마포구 상암동 1605번지 디지털파빌리온 누리꿈스퀘어 내
- 규모 및 수용인원
 - 규모: 1층(518평), 2층(520평), 3층(496평), 4층(422평)
 - 수용인원: 최대 270명

□ 이용시기 및 이용시간

- 10:00 ~ 18:00 (입장마감은 16:50까지)
- 매주 일요일, 1월1일, 설날·추석연휴 휴무
- 전시관 관람 : 약 1시간 10분
- 영상관 관람 : 4D영상관 약15분, VR영상관 약20분

□ 개요

- 2008년 4월 30일 개관한 상암동에 위치한 디지털 파빌리온은 IT와 관련된 다양한 40여 개의 체험시설을 갖춘 디지털 미디어 시티 소재 유비쿼터스 생활 체험관임.

□ 주요시설

- 1층 혁신관, 2층 탐구관, 3층 상영관, 4층 영상관

□ 체험프로그램

- IT체험로봇교실, 어린이 IT체험교실



〈IT체험 로봇교실〉

■ 국순당 주향로

□ 위치

- 강원 횡성군 둔내면 현천리 81-3

□ 규모 및 수용인원

- 수용인원: 최대 90명

□ 이용시기 및 이용시간

- 화요일 ~ 토요일 09:00~15:00(1시간 30분~2시간 소요)
- 공휴일, 월요일 휴무

□ 개요

- 주향로란 '술 향기 가득한 길'을 의미하는 국순당 횡성공장 견학로의 이름이다. 맑은 공기와 청정한 자연수, 술 빛는 정성이 조화를 이루는 국순당 횡성공장은 선비가 잔을 대면 맑은 술이 샘솟아 나왔다는 전설 속에 주천강(酒泉江)변에 자리 잡고 있음

□ 견학코스

- 횡성공장도착 - 사진촬영 - 영상실 - 주향로 - 야외견학 - 전통주 시음 - 증정품 배포 - 종료(1시간 30분~2시간)



〈주향로〉

■ 안동 하회된장마을

□ 위치

- 경북 안동시 풍천면 하회리 1053-39

□ 이용시기 및 이용시간

- 연중무휴(09:00~18:00)

□ 개요

- 하회마을 입구 3000여개의 대형 항아리가 풍산들과 어우러지며 장관을 이룸
- 홍보전시장은 방문객에게 된장, 청국장, 청국가루, 간장, 고추장을 시식할 수 있는 코너와 이곳에서 생산품을 한눈에 돌아볼 수 있는 전시관으로 꾸며져 있음.

□ 주요시설

- 홍보전시관, 건조장, 전시판매동, 공장동, 발효실 등



〈하회된장마을전경〉

■ 르노삼성자동차 부산공장

□ 위치

- 부산 강서구 신호동 르노삼성자동차

□ 규모 및 수용인원

- 수용인원: 최소 20명~최대 180명

□ 이용시기 및 이용시간

- 이용시기: 월~금요일(공휴일, 주말 견학 불가), 개인견학은 여름, 겨울 방학기간에만 운영됨
- 이용시간: 10:00~12:00, 13:00~15:30 (1일2회 운영), 1시간~1시간 30분소요

□ 개요

- 르노삼성자동차 부산공장은 입지, 설비, 인력, 제조기술 등에서 세계적인 경쟁력을 갖춘 연간 30만대의 생산능력을 가진 최첨단 미래형 공장으로 전세계 수출의 전진 기지 역할을 담당하고 있음
- 최신 제조설비, 엄격한 품질관리체제, 쾌적한 환경과 함께 세계 최고의 제품을 만들고자 하는 직원들의 열정이 펼쳐지고 SM시리즈는 물론 르노 그룹 최초의 글로벌 프로젝트인 QM5와 최근 출시된 SM3의 본산지임

□ 견학 코스 및 체험프로그램

- 유치부 견학코스: 영상물 상영, 갤러리(1시간소요)
- 초·중·고·대학생 및 일반인 견학코스: 스탬핑 공장, 차체공장, 조립공장, 갤러리(1시간 20분소요)

■ 머루와인동굴

□ 위치

- 전북 무주군 적상면 북창리 산 119-5

□ 이용시기 및 이용시간

- 평일 13:00~18:00, 공휴일 및 주말 11:00~19:00
- 매주 월요일 휴무

□ 개요

- 무주양수발전소 작업터널로 활용하기 위해 1988년 착공하여 1995. 8월 준공된 양수발전소 부대시설임
- 무주산 머루와인의 숙성 및 저장, 판매공간이 될 머루와인터널은 와인 하우스와 머루와인 비밀의 문으로 구성되어 있으며, 지상 2층에 조성된 와인하우스(163.73㎡)에는 반딧불 농특산물 판매장과 와인카페 겸 전통찻집이, 그리고 머루와인 비밀의 문(270m)에서는 와인카페와 와인시음 및 저장고 등을 만나볼 수 있음

□ 주요시설

- 동굴재원: 총연장 579m, 메인스테이지 270m(연중 온도 13℃~17℃)
- 저장와인
 - 4개업체 약20,000병
 - 칠연양조(붉은진주) / 샤폘무주(샤폘무주) / 산림조합(루시올뱅) / 덕유양조(구천동머루와인) / 공동브랜드(로제스위트(머루주))
- 와인키퍼장
 - 동굴내 구입한 미 오픈된 와인을 대상으로 하되 오픈된 경우 1/3이상 남은 와인을 대상으로 보관 의뢰 가능(변질시 책임없음)
 - 보관 가능 수량 : 576병 - 보관기간 : 1년 6개월(무료)



〈머루와인 비밀의문 입구〉

■ 롯데칠성음료 대전공장

- 위치
 - 대전 대덕구 문평동 42-1
- 규모 및 수용인원
 - 수용인원: 50인 이상~최대 100명
- 이용시기 및 이용시간
 - 이용시기: 매년 4~10월까지
 - 이용시간: 화~금요일 오전 10:30~12:00(1일 1회, 약 1시간 소요)
 - 토·일요일 및 회사규정에 의한 공휴일 휴무
- 개요
 - 중앙 통제실에서 전 공정을 자동 통제, 제어할 수 있는 가장 효율적인 시스템을 갖춘 롯데칠성음료 대전 공장은 세계가 인정한 품질경영능력을 갖춘 공장임.
- 체험프로그램
 - 회사소개 → 홍보영화상영 → 생산공장 견학 → 기념사진촬영 → 음료시음 → 선물증정 → 환송인사



〈제품전시관〉

■ GS칼텍스 여수공장

- 위치
 - 전남 여수시 월내동 1056번지 GS칼텍스
- 규모 및 수용인원
 - 부지: 약 5,288,000m²

- 수용인원: 최대 450명
- 이용시기 및 이용시간
 - 이용시간: 월~금요일 09:00~16:00(약 50분~1시간 30분 소요)
 - 토요일, 공휴일은 휴무
- 개요
 - 1969년 6월 원유처리능력 일일 6만 배럴 규모의 정제시설로 출발한 여수공장은 성장을 거듭하여 현재 단일공장으로는 세계 4위의 하루 82만 배럴의 정제시설과 하루 15만 5천 배럴 규모의 중질유분해시설을 보유한 굴지의 정유공장으로 발전하였음
 - GS칼텍스 여수공장에서는 우리생활에 필수품인 석유가 어떻게 정제되고, 어떤 과정을 거쳐 생산되는지 현장에서 직접 확인해 볼 수 있는 기회를 제공하고자 일반인과 학생들을 대상으로 견학프로그램을 실시하고 있으며 석유 및 석유화학에 대해 평소 궁금했던 부분을 세계적 규모의 정유 및 석유화학공장인 GS칼텍스 여수공장을 방문하여, 생산 시설을 직접 둘러보고 확인할 수 있음
- 체험프로그램
 - 견학일정 : 홍보영화(10분) → 사업장 현황설명(20분) → 현장견학(20분)

■ 영창악기

- 위치
 - 인천 서구 가좌동 178-55
- 규모 및 수용인원
 - 수용인원: 최대 60명
- 이용시기 및 이용시간
 - 화, 금요일 10:00~12:00(주 2회, 공휴일 제외, 1시간~1시간 30분)
- 개요
 - 1956년 국내 최초로 피아노를 생산, 대한민국을 대표하는 피아노의 대명사가 된 회사로 2006년 현대산업개발그룹에 편입되었음
- 견학코스 및 체험프로그램
 - 피아노 제조 공정 견학

■ KBS 수원센터(KBS Suwon Studio)

□ 위치

- 경기 수원시 팔달구 인계동 468

□ 규모 및 수용인원

- 수용인원: 최대 30명

□ 이용시기 및 이용시간

- 월요일(10:00, 15:00), 화~금요일(10:00, 13:30, 16:30), 1시간 소요
 - 방문시간 엄수(20분 이상 지연 시 자동 취소)
- 국경일, 공휴일 휴무

□ 개요

- KBS는 드라마 제작과정에 대한 시청자들의 관심과 이해를 돕기 위해 수원센터에 전문 가이드에 의한 촬영장 견학프로그램을 운영하고 있음. 촬영의 무대가 되는 스튜디오·오픈세트장 등 제작시설 중심의 현장견학으로 방송의 생생한 현장을 체험하고 학습할 수 있는 좋은 견학장소임
 - 수원시티투어는 수원시 공식지정 문화관광 상품으로, 세계문화유산‘화성’과 KBS수원센터의 ‘야외촬영장’을 연계한 지역문화 체험 프로그램임

□ 견학코스 및 체험프로그램

- 오리엔테이션 → 방송역사전시관→ TV스튜디오 → 드라마갤러리 → 오픈세트장



■ 샘표 이천공장

- 위치
 - 경기 이천시 호법면 매곡리 231
- 규모 및 수용인원
 - 규모
 - 공장면적 : 62,764㎡(18,986평)
 - 건축면적 : 14,429.66㎡(4,365평)
 - 연면적 : 22,314.11㎡(6,750평)
 - 수용인원 : 35명 이상 45명 이하의 단체, 17세~60세
- 이용시기 및 이용시간
 - 이용시간 : 월~금 10:00~12:30분 (하절기와 동절기는 견학 일정 제한)
 - 점심 식사시 2시간, 점심 식사 포함 2시간 30분
- 개요
 - 샘표식품(대표 박진선)은 국내 최장수 상표인 '샘표' 브랜드로 국내 간장 소비시장에서 절반 이상의 점유율을 차지할 만큼 국민들의 사랑을 받고 있음. ◦ 샘표의 주력 제품인 간장 제조 설비가 들어 서 있는 이천공장은 1987년 연 3만kl의 양조간장 생산 능력으로 가동되기 시작, 2000년 까지 기존의 창동공장 설비를 이전 증설하면서 현재 단일 간장공장 기준 세계 최대 규모인 연 8만kl를 생산하고 있음
- 견학코스 및 체험프로그램
 - 탈지대두-침지/증자→소맥 볶음/분쇄→제국(메주떡우기)→소금물 담금(6개월숙성)→압착→가열살균/냉각→여과→포장

■ CJ 제일제당 해찬들 논산공장

- 위치
 - 충남 논산시 연무읍 죽본리 799
- 규모 및 수용인원
 - 수용인원: 30~35명
 - 30~40대 주부단체(30인 이상 35인 이하) 및 개인(본인포함 3인까지 동반가능)
- 이용시기 및 이용시간
 - 매주 화~금요일(화,수 : 행복한콩 진천공장/ 목,금 : 해찬들 논산공장), 약 3시간 소요

□ 개요

- 해찬들은 CJ주식회사의 장류 전문브랜드로 장류의 세계화를 실현하려는 비전을 가지고 있으며 해찬들 논산공장은 고추장 단일 공장으로는 세계 최고의 자동화 시설을 갖추고 있음. 또한, 지역주민들과 함께 하기 위해 생생한 현장 학습을 할 수 있도록 별도의 견학로 시설도 마련해 놓고 있음

□ 견학코스 및 체험프로그램

- 해찬들 소개 및 홍보 영상 관람 → 홍보관 관람 (전통적인 장의 풍경과 음식문화, 해찬들의 자료 등을 관람) → 1~3층 견학로의 장류 생산 공정과정을 관람 → Food Gallery → CJ에서 생산되는 모든 제품 전시, 공장 견학 후 시식 및 제품 구매 등 진행 → 단체 기념사진 촬영



■ 삼성전자 홍보관(딜라이트)

□ 위치

- 서울 서초구 서초동 1320-10 삼성전자빌딩

□ 이용시기 및 이용시간

- 이용시간: 10:00~19:00(약 1시간 30분 소요)
- 매주 일요일, 공휴일 휴관

□ 개요

- 삼성전자 글로벌 홍보관 '삼성 딜라이트(samsung d'light)'는 서울 서초동 삼성전자 빌딩(강남역 지하철 4번출구에서 직접 연결)에 위치하고 있음
- '딜라이트(d'light)'는 디지털(digital)과 라이트(light)의 합성어로 이는 '디지털 세상을 비

추는 빛'을 뜻하며 동시에 디지털기술이 제공하는 즐거움과 기쁨을 모든 방문객들과 함께 나누고 소통한다는 의미도 담고 있음. 특히 'd'는 digital (디지털)외에도 dynamic (역동적인), dream (꿈), diversity (다양성) 등 의미도 내포하고 있음

□ 주요시설

- '삼성 딜라이트'는 총 3개층의 규모로 단순한 제품 전시 차원에서 벗어나 테마별로 꾸며진 최신 디지털 기술을 통해 새로운 생활패턴을 체험하도록 했음. 지하 1층 디지털 라운지, 지상1층 모바일플라자, 2층 글로벌 갤러리 등으로 관람객들이 직접 참여해 즐길수 있는 다양한 코너들이 마련되어 있음



〈홍보관 내부〉

■ 기아자동차 소하리 공장

□ 위치 및 규모

- 위치: 경기 광명시 소하동 781-1
- 면적: 0만평
- 연간생산능력: 35만대

□ 수용인원

- 수용인원: 최대 100명

□ 이용시기 및 이용시간

- 이용시간: 평일 10:30~11:30, 14:00~15:00 (주 2회, 40~60분 소요), 개인견학 불가
- 공휴일 및 회사 규정에 따른 휴무

□ 개요

- 일괄 생산 체제로 이루어진 국내 최초 종합 자동차 공장으로 20만평의 면적에 연간 생산능력은 35만대이며 주요 생산 차종은 프라이드, 카니발, 오피러스임

□ 견학코스 및 체험프로그램

- 정문→강당, 목련실(공장소개 및 홍보영상)→라인견학(프레스-차체-프라이드-카니발)

■ 인천경제자유구역 IFEZ 홍보관

□ 위치

- 인천 연수구 송도동 7-50번지 송도테크노파크 갯벌타워 21층

□ 규모 및 수용인원

- 수용인원: 약 30명

□ 이용시기 및 이용시간

- 이용시간: 월~금요일 09:00~18:00 , 토·일요일 10:00~16:00(40분소요)
- 사전예약제로 운영함

□ 개요

- 인천경제자유구역이란 한국의 핵심지역인 인천을 국제 비즈니스의 전진기지로 선정하여 국제도시로서 최적의 경제활동이 보장되도록 지원하는 장소임
- 인천이 동북아 비즈니스의 핵심 도시로 공항, 항만, 레저가 함께하는 지정학적 위치와 최적의 첨단 인프라 확충, 외국인 친화적 생활여건을 갖춰 경제자유구역 지정 취지에 가장 부합되는 지역이라는 취지에 따라 선정되었음
- 2003년 8월 국내 최초로 경제자유구역으로 지정되어 자유로운 국제 비즈니스와 기업 경영이 이뤄지도록 정부가 적극 지원하고 있음

□ 주요시설

- 영상관, 모형도(영종, 송도, 청라지구별 개발모형도), 전망대



〈홍보관 내부〉

■ 에버랜드 환경아카데미

□ 위치

- 경기 용인시 처인구 포곡읍 전대리 삼성에버랜드

□ 규모 및 수용인원

- 수용인원: 최대 100명

□ 이용시기 및 이용시간

- 연중무휴 09:30~17:00(30분~1시간 소요), 견학참가비 1,000원/1인

□ 개요

- 에버랜드 환경사업부에 의해 운영되는 환경아카데미이다. 에버랜드, 캐리비안베이에서 배출되는 오수, 폐수(동물원, 화장실수, 식당)를 1등급 수질로 정화하여 재활용하는 과정을 처음부터 끝까지 흥미롭게 지켜볼 수 있음
- 2008년까지 43만 명이 넘는 국내·외 방문객이 환경아카데미를 체험했음

□ 견학코스

- 정수처리시설 → 음식물쓰레기 재활용시설



〈정수처리시설〉

■ SK에너지 울산공장

□ 위치

- 울산 남구 고사동 110

□ 규모 및 수용인원

- 수용인원: 최대 600명
 - 중학생 이상의 10인 단체

□ 이용시기 및 이용시간

- 월~금요일 09:30~16:00(1시간~1시간 30분소요)
- 토·일요일 휴무

□ 개요

- 우리생활에 꼭 필요한 석유가 어떻게 생성되고, 어떤 과정을 거쳐 생산되는지 알고 싶다면, 우리나라 에너지, 화학 산업의 요람인 울산Complex견학으로 석유 및 석유화학에 대한 유익한 지식을 배우고 세계 수준의 시설을 갖춘 SK에너지 울산 Complex의 실제 모습을 감상할 수 있음

□ 주요시설

- 전시관(석유의 생성과 용도 및 생산방법을 소개)
 - 화학전시물 코너: 삼엽충 화석, 암모나이트 화석, 어류 화석
 - 석유의 생성 및 개발코너
 - 석유제품의 생산과정
 - 석유정제 및 석유화학 흐름도
 - 재미있는 석유 이야기
- 대강당/브리핑실

□ 견학코스

- 생산활동 현장견학 (30분) → 공장모형도 관람(10분) → 홍보전시관(20분) → 생산활동 현장견학(30분)

■ 매봉산 풍력발전단지과 고랭지채소밭

□ 위치 및 규모

- 위치: 강원 태백시 적각동
- 규모: 850kW 풍력발전기 8기, 전용선로 13km

□ 개요

- 2003~2005년까지 매봉산 지역에 덴마크 Vestas 사에서 제작·공급한 850kW 풍력발전기 5기를 설치·완료하여 상업 운전 중에 있으며, 2006 년도에 스페인 Gamesa 에서 제작·공급 예정인 850kW 풍력발전기 3기를 설치함
- TV 프로그램 해피선데이의 한 코너인 1박2일 촬영지로 알려지면서 최근 더욱 많은 사람들이 찾고 있으며 파란 하늘을 배경으로 온통 초록색으로 덮인 채소밭 사이사이로 거대한 하얀 풍차가 천천히 돌고 있는 모습은 낭만적이고도 아주 멋진 풍광을 자아냄



〈매봉산 풍력발전단지〉

■ 현대오일뱅크 대산공장

- 위치
 - 충남 서산시 대산읍 대죽리 640-6
- 규모 및 수용인원
 - 수용인원: 최대 120명
- 이용시기 및 이용시간
 - 월~금요일 10:00~16:00(약 50분소요)
 - 주말, 공휴일은 휴무
- 개요
 - 현대오일뱅크는 석유 산업의 이해를 돕기 위해 석유제품이 생산되는 공장을 직접 견학할 수 있는 기회를 제공함
 - 현대오일뱅크의 최첨단 시설을 직접 둘러보고, 실생활에 없어서는 안 될 석유제품과 석유화학제품들이 어떻게 만들어지는지 생생하게 확인할 수 있음
- 견학코스
 - 홍보관 관람(회사 소개 및 생산공정 소개) → 사업장 현황설명(원유도입부터 제품 출하까지 개략적 사전 설명) → 현장견학(석유 제품을 생산하는 정제시설 및 제품출하시설 등 생산시설 직접 보기)

■ 한국인삼공사

□ 위치

- 충남 부여군 규암면 내리 200

□ 규모 및 수용인원

- 규모:
- 수용인원: 최대 300명
 - 전연령 (초교 3년생 이상의 국내외 희망단체. 단, 초교3년생 이하는 보호자 동행 시 견학가능)

□ 이용시기 및 이용시간

- 견학시간 : 월~금요일 10:00, 13:00, 15:00 (1일 3회, 1시간~1시간 30분소요)

□ 개요

- 1978년 충남 부여군에 185,124m² 규모로 준공된 고려인삼창은 자연건조, 정형, 선별 등 전통적 홍삼제조기법과 증삼, 추출, 포장 등 현대적 의약품 제조설비가 결합되어 고품질의 “정관장”제품을 제조하는 최고의 인삼가공 공장임
- 제조시설과 생산규모에서 세계최고수준을 자랑하는 부여 고려인삼창에서 과학적 제조설비와 전통적 홍삼제조기법이 결합하여 최고의 홍삼제품을 생산함. 정관장 고려삼은 현재 40여 개국에 수출되고 있으며 100여년의 전통과 다양한 제품으로 고려인삼의 성가를 인정받고 있음

□ 견학코스

- 인삼박물관 관람, 홍보영상물 시청, 제조현장 견학, 홍삼음료시음, 기념촬영, 기념품증정 등

■ 종가집 황성공장

□ 위치

- 강원 횡성군 횡성읍 묵계리 43-2

□ 규모 및 수용인원

- 설립년도: 1987년 12월
- 생산능력: 80ton/일, 인원 450명
- 대지면적: 9,326평, 건축물면적: 5,452평
- 수용인원: 개인 및 단체(35명이상 40명 이하/회당, 단 60세 이하의 영리를 목적으로 하지 않는 단체)

□ 이용시기 및 이용시간

- 매주 월~금요일(약 3시간소요)

□ 개요

- 대상 FNF(주)는 김치, 장류식품 “종가집”, 신선식품 “청정원”, 육가공제품 “참작” 등의 브랜드를 가지고 우리나라 식품문화를 선도해온 대상그룹의 신선식품 전문 자회사임

□ 견학코스 및 체험프로그램

- 종가집 소개 및 홍보영상 관람(전시관) → 김치담그기 실습 → 절임공정 → 위생설비체험 → 생산공정 관람 → 단체 기념사진 촬영
- 허브팜(하절기 4-10월) 또는 장송모 도자연구원(동절기 11-3월) 관광 포함



〈종가집 전시관〉

■ 현대제철 당진공장

□ 위치

- 충남 당진군 송악면 고대리 167-32

□ 규모 및 수용인원

- 면적: 653만m²
- 매출액: 3조 3,237억원, 생산능력: 606만톤
- 수용인원: 10~50명(초등학교 4학년~65세)

□ 이용시기 및 이용시간

- 월~금요일(약 1시간~1시간 30분소요)
- 공휴일, 당사 휴무일

□ 개요

- 현대제철 당진공장은 총면적 635만m²규모로 크게 A지구와 B지구, 그리고 제철소 건설

을 위한 C지구로 나눠짐

- A지구는 연산 120만톤 철근공장과 철 스크랩을 원료로 해 열연강관을 생산하는 A열연 공장으로, B지구에는 연산 300만톤의 B열연공장으로 구성되어 있음. C지구는 고로를 포함한 일관제철소 건설이 진행되고 있음

□ 견학코스 및 체험프로그램

- 홍보영화 및 제철소 관람

■ 한국영상자료원

□ 위치

- 서울 마포구 상암동 DMC단지 1602 문화콘텐츠센터 한국영상자료원

□ 규모 및 수용인원

- 수용인원: 50명/회

□ 이용시기 및 이용시간

- 시네마테크 - 평일 13:00~22:00, 공휴일 12:00~21:00(월, 1월 1일, 설, 추석 연휴 휴무)
- 한국영화박물관 - 평일 10:00~19:00, 공휴일 10:00~18:00, 수요일 10:00~19:00
(월, 1월 1일, 설, 추석 연휴 휴무)
- 영상자료실 - 평일 10:00~19:00, 토요일. 공휴일 10:00~18:00
(매월 둘째, 넷째 월요일, 1월 1일, 설, 추석 연휴 휴무)

□ 개요

- 한국영상자료원은 필름 보관고, 영화라이브러리, 시네마테크, 영화박물관으로 구성되어 있다. 한국영화 1천편을 디지털화해 VOD서비스하고 있으며, 지금까지 국내에서 출시된 비디오, DVD 영화는 수집 가능한 범위 내에서 모두 갖춰놓았음



〈한국영상자료원 내부〉

Jthink 2010-BR-10

전라북도 산업관광진흥을 위한 기초연구

발 행 인 | 원 도 연

발 행 일 | 2010년 12월 31일

발 행 처 | 전북발전연구원

560-014 전북 전주시 완산구 전라감영로 57(중앙동 4가 1)

전화:(063)280-7100 팩스:(063)286-9206

ISBN 978-89-6612-008-6 93320

본 출판물의 판권은 전북발전연구원에 속합니다.

