

2020

정책연구 2020-23

전라북도 체류형 관광 육성방안

연구진 김형오 · 장재협

Jeonbuk Institute



정책연구 2020-12

전라북도 체류형 관광 육성방안



연구진

연구책임 김형오 · 전북연구원 연구위원

공동연구 장재협 · 전북연구원 전문연구원

자문위원 최영기 · 전주대학교 교수

박정웅 · 한국관광공사전북지사 지사장

선윤숙 · 전라북도관광마케팅종합지원센터 센터장

이정석 · 전라북도 관광총괄과 과장

민동규 · 전라북도 관광총괄과 전문위원

연구관리 코드 : 20JU17

이 보고서의 내용은 연구진의 견해로서
전라북도의 정책과는 다를 수도 있습니다.

차

Contents

제1장 서론 1

Section 1.1 연구의 배경 3

Section 1.2 연구의 구성 8제2장 전라북도 체류형 관광의 실제 15

Section 2.1 체류형 관광이란 17

Section 2.2 전라북도의 여건과 환경 39

제3장 정책 기본방향 및 추진전략 61

Section 3.1 정책 기본방향 63

Section 3.2 정책 추진전략 67

제4장 전략별 계획과제 73

Section 4.1 체류관광 상품 및 콘텐츠 개발 75

4.1.1 지역의 힘: 우리동네 구석구석 방문하기 75

4.1.2 야간관광 콘텐츠 개발 88

4.1.3 전북의 재발견: 숨겨진 관광지 100개소 육성 81

4.1.4 가장 한국적인 고장, 전북 한 달 여행하기 83

Section 4.2 안전하고 안심할 수 있는 체험여행 85

4.2.1 힐링, 치유기반 웰니스 관광 육성 85

4.2.2 농산어촌마을 공정여행 상품 발굴·육성 88

4.2.3 전북에서 즐기는 체험학습여행 지원 91

Section 4.3 모두에게 편리한 관광환경 조성	93
4.3.1 전북 특화형 숙박시설 확충	93
4.3.2 퍼스널 모빌리티(Personal Mobility) 확대	96
4.3.3 인공지능 기반 Double-T 구축	99
Section 4.4 지속가능한 체류관광 정책 지원	102
4.4.1 청소년 수학여행 상품 개발	102
4.4.2 전라북도 관광객 실태조사	105
참고문헌	111

표 목 차 | Contents

【표 1】 체류형 관광 정책 사례	10
【표 2】 체류형 관광콘텐츠 사례	12
【표 3】 체류형 관광 관련 정부 정책 유형화 - 공급자 측면	25
【표 4】 체류형 관광 관련 정부 정책 유형화 - 수요자 측면	26
【표 5】 체류형 관광콘텐츠 사례 - 일주일 살아보기 시즌 2	32
【표 6】 체류형 관광콘텐츠 사례 - 마이 리어 캡이어 시즌 3	33
【표 7】 체류형 관광콘텐츠 사례 - 경남별곡, 경남에서 한 달 살기	34
【표 8】 체류형 관광콘텐츠 사례 - 2020 제주 로캉스 Locance	35
【표 9】 체류형 관광콘텐츠 사례 - 제주 에코파티 2019	37
【표 10】 체류형 관광콘텐츠 사례 - 디지털 노마드를 위한 마을, 카미야마	38
【표 11】 2019년 국민 여행경험률 - 1인 평균 여행횟수	39
【표 12】 2019년 국민 여행경험률 - 1인 평균 여행일수	40
【표 13】 2019년 국민 여행경험률 - 여행 일정	40
【표 14】 2019년 국민 여행경험률 - 1회 평균 여행일수	41
【표 15】 2019년 국민 여행경험률 - 여행 지출액	41
【표 16】 2019년 국민 여행경험률 - 1인 평균 여행 지출액	42
【표 17】 2019년 국민 여행경험률 - 1회 평균 여행 지출액	42
【표 18】 2019년 국민 여행경험률 - 1인 평균 여행지별 여행횟수	43
【표 19】 2019년 국민 여행경험률 - 전라북도 1인 평균 관광여행 횟수 연도 비교 ..	44
【표 20】 2019년 국민 여행경험률 - 1인 평균 여행지별 여행일수	45
【표 21】 2019년 국민 여행경험률 - 전라북도 1인 평균 관광여행 일수 연도 비교 ..	45
【표 22】 2019년 국민 여행경험률 - 1회 평균 여행지별 여행일수	46
【표 23】 2019년 국민 여행경험률 - 전라북도 1회 평균 관광여행 일수 연도 비교 ..	47
【표 24】 2019년 국민 여행경험률 - 여행지별 여행 지출액	48
【표 25】 2019년 국민 여행경험률 - 전라북도 관광여행 지출액 연도 비교	48
【표 26】 2019년 국민 여행경험률 - 1인 평균 여행지별 여행 지출액	49
【표 27】 2019년 국민 여행경험률 - 1인 평균 여행지별 여행 지출액 비교	50

【표 28】 2019년 국민 여행경험률 - 1회 평균 여행지별 여행 지출액	51
【표 29】 2019년 국민 여행경험률 - 1회 평균 여행지별 여행 지출액 비교	52
【표 30】 최근 5년(2015년~2019년) 전라북도 관광객 수	52
【표 31】 2019년 × 2020년 전라북도 서비스업 생산지수 - 분기별	56
【표 32】 2019년 × 2020년 전라북도 주요 서비스업 취업자 - 월별	57
【표 33】 2019년 × 2020년 전라북도 비제조업 BSI 변동 - 월별	58
【표 34】 2019년 × 2020년 전라북도 소상공인 체감경기지수 - 월별	58
【표 35】 2019년 × 2020년 전라북도 소매판매지수 - 월별	58
【표 36】 2019년 × 2020년 전라북도 주요 서비스업 취업자 - 월별	59
【표 37】 지역의 힘: 우리동네 구석구석 방문하기 정책수혜자	75
【표 38】 지역의 힘: 우리동네 구석구석 방문하기 사례	77
【표 39】 야간관광 콘텐츠 개발 정책수혜자	78
【표 40】 역사문화유산 자원 활용 실감콘텐츠 사업 예시	80
【표 41】 야간관광 콘텐츠 개발 사례	80
【표 42】 전북의 재발견: 숨겨진 관광지 100개소 운영 정책수혜자	81
【표 43】 가장 한국적인 고장, 전북 한 달 여행하기 정책수혜자	83
【표 44】 가장 한국적인 고장, 전북 한 달 여행하기 사례	84
【표 45】 힐링, 치유기반 웰니스 관광 육성 정책수혜자	85
【표 46】 힐링, 치유기반 웰니스 관광 육성 사례	87
【표 47】 농산어촌마을 공정여행 상품 발굴·육성 정책수혜자	88
【표 48】 농산어촌마을 공정여행 상품 발굴·육성 사례	89
【표 49】 전북에서 즐기는 체험학습여행 지원 정책수혜자	91
【표 50】 전북 특화형 숙박시설 확충 정책수혜자	93
【표 51】 전라북도 한국형 전통숙박시설 조성 현황	94
【표 52】 전북 특화형 숙박시설 확충 사례	95
【표 53】 퍼스널 모빌리티(Personal Mobility) 확대 정책수혜자	96
【표 54】 퍼스널 모빌리티(Personal Moblity) 확대 사례	98
【표 55】 인공지능 기반 Double-T 구축 정책수혜자	99
【표 56】 인공지능 기반 Double-T 구축 사례	101
【표 57】 청소년 수학여행 상품 개발 정책수혜자	102

【표 58】 전라북도 청소년 수학여행 지원내용 요약	103
【표 59】 전라북도 시군별 수학여행 상품 (1박 2일) 운영(안)	103
【표 60】 전라북도 시군별 수학여행 상품 (1박 2일) 운영(안) (표 계속)	104
【표 61】 전라북도 관광객 실태조사 정책수혜자	105
【표 62】 전라북도 관광객 실태조사 사례	107
【표 63】 전라북도 체류형 관광 육성방안 계획과제 요약 및 추진계획(안)	109
【표 64】 전라북도 체류형 관광 육성방안 계획과제 요약 및 추진계획(안) (표 계속) ..	110
【표 65】 전라북도 체류형 관광 육성방안 계획과제 요약 및 추진계획(안) (표 계속) ..	111

■ 그림목차 | Contents

【그림 1】 연구의 공간적 범위	8
【그림 2】 코로나19 전후 국내관광 트렌드 비교	22
【그림 3】 코로나19 이후 국내관광 주 활동목적	22
【그림 4】 코로나19 이후 국내관광 활동의향 등	23
【그림 5】 정책목표 및 실천과제	66
【그림 6】 퍼스널 모빌리티 (PM) 종류	97
【그림 7】 Double-T 플랫폼 서비스 체계 및 전라북도 Double-T 플랫폼 서비스(안)	100

1

장

서론

Jeonbuk Institute

Section 1.1 연구의 배경

Section 1.2 연구의 구성

제1장 서론

Senction 1.1

연구의 배경

1.1.1 연구의 배경

관광을 통한 지역 자생력 강화 도모, 지방자치단체의 새로운 정책 필요

- 나날이 심화되는 저출산 문제, 급속한 고령사회로의 진입, 1인 가구 증가 등 인구구조 변화는 지방소멸과 같은 시대적 문제 유발의 원인
 - 인구감소, 저성장 기조 장기화, 경기침체 등은 국가의 성장과 같은 문제뿐 아니라 지방소멸이라는 시대적 문제를 유발하는 원인임
 - 특히, 인구구조 변화로 경제활동인구가 감소함으로써 나타난 지역 산업구조 개편 움직임으로 지역 인구 역외 유출이 심화되고 있음
- 이에 따라 지방자치단체는 지방소멸과 같은 문제를 해결하고, 지역의 새로운 성장 및 발전의 기틀을 마련하기 위한 다양한 정책을 시행 중
 - 인구 유출은 지역의 생존과 직결된 문제로 각기의 지방자치단체는 체류인구를 확대시킬 수 있는 제도에 역량을 집중 중임
- 정부는 이 같은 문제를 해결할 수단으로써 지방자치단체가 ‘관광산업’에 집중하고, 이를 적극적으로 활용해 지역의 새로운 성장 및 발전체계를 마련할 수 있도록 권고 중 (관계부처합동, 2018a)
 - 이러한 정부의 정책 권고 사항은 관광산업이 지역경제의 새로운 성장 동력이 될 수 있을 것이라는 기대에 기인한 것으로 보임
 - 관광은 관계된 서비스산업 외에도 제조업, 도·소매업, 운송업 등 다양한 전·후방 산업을 활성화시키는 촉매산업이라고 할 수 있음

- 이러한 이유로 나타나는 산업의 범위 확장은 소득 창출 등 경제적 편익 효과 외에 고용 창출 효과를 기대할 수 있는 긍정적 요소로 관광은 타 산업 대비 일자리 창출에서 효과가 높은 것으로 알려짐
- 특히 관광은 지역에 새로운 인구를 유입시킬 수 있는 효과적 수단이며, 체류시간을 증대시켜 지역경제 활성화라는 긍정적 기대가 가능한 요소
 - 관광에 내재된 주요 가치 중 체류시간은 지역 내의 소비지출액과 높은 상관성으로 경제적 파급효과를 상승시킨다는 긍정적 효과를 유발하는 원인임
 - 또한, 체류시간이 늘어날수록 지역 사회에 대한 관광객 이해도가 높아지기 때문에 사회·문화적 측면에서의 긍정적 파급효과도 기대할 수 있음 (박상곤·김성태·한숙영, 2010)
- 더불어 문재인정부 출범 이후, 나날이 강조되는 지방분권화의 중요성은 지방자치단체로 하여금 지역 자생력 강화 방안을 고민하도록 만드는 요인
 - 각 지방자치단체는 지역의 경쟁력, 자생력을 강화시킬 수 있는 전략적 방안으로써 '관광산업'의 중요성에 집중하는 추세임
 - 지역의 자생력을 강화시키기 위해서 지역의 체류인구 증대를 통한 지역경제 활성화를 고민해야 하며 관광산업에 내재된 특화된 가치가 이때 매우 효과적으로 작용될 수 있기 때문임
- 전라북도 자생력을 강화시킬 수 있는 수단을 구축할 목적으로 체류형 관광의 육성 방안 수립이 필요한 시점
 - 이 연구는 이러한 시대·사회적 배경에서 지역 자생력과 경쟁력을 강화시킬 방안으로 '관광산업'에 주목하고, 관광에 내재된 긍정적인 가치 확장을 통해 지역의 성장과 발전을 촉진할 수 있는 정책의 방향성을 제시하는데 일차적 목적을 두고 있음
 - 특히 지역 인구 역외 유출에 직면한 전라북도의 현실적 대응 방안으로 지역관광 활성화라는 효과적인 정책적 방향을 제시하고자 함

1.1.2 연구의 목적

포스트코로나 시대, 전라북도 지역관광 정책의 실효성 강화 도모

- 2019년 말 급작스럽게 발병한 코로나바이러스감염증-19(COVID-19, 이하 코로나19)는 국가, 지역 및 가계 경제의 심각한 위협으로 작용 중
 - 코로나19의 전 세계적 확산과, 이에 대응할 목적으로 나타난 세계 각국의 이동제한 조치는 각국의 경제적 침체기를 유발한 원인으로 작용함 (한국은행, 2020a)
 - 우리나라의 경우에도 2019년 하반기부터 2020년 초까지 오름세를 이어가던 국가와 가계 경제지수는 코로나19로 인한 극심한 피해로 큰 폭의 하락세를 경험 중임 (컨슈머인사이트, 2020a)
 - 한국은행(2020a)의 분석에 따르면, 코로나19의 확산은 실업, 국가 및 가계 소득 감소를 유발하고, 경제·사회활동의 제약으로 작용해 한 동안 경제적 침체기가 계속될 전망이다
- 더불어 지난 수년간 꾸준한 증가세를 보이던 국제 및 국내관광 수요는 코로나19 확산으로 인해 급격한 침체기 돌입
 - 물리적 공간 이동이라는 구조적 특성을 지닌 관광에서 코로나19로 인한 사회적 차원의 이동 제한 조치는 관광의 필수 요소를 제거함으로써 국제, 국내관광수요에 치명적 위협을 가해함
 - 더불어 타인과의 접촉을 최소화하도록 유도하는 사회적 거리두기 등 제도적 장치는 소규모 집합, 비접촉 행동 등을 추구하도록 유도하여 원거리 및 낯선 곳으로의 이동을 회피하는 이른바 위험회피 행동을 확산시키는 원인이 됨
 - 이 같은 시대·상황적 변화는 국내 관광산업의 막대한 경제적 손실을 촉발하여 서울시의 경우 약 5조원 가까운 경제적 파급효과가 증발한 것으로 추정됨 (한양뉴스포털, 2020)
- 다만, 침체된 국내 관광수요는 일정 기간 이후 회복세 및 성장세가 전망됨에 따라 이에 효율적으로 대응할 수 있는 기반 마련 절실

- 관광은 전염병, 기후변화와 같은 대외적 환경에 매우 민감한 분야이면서도 여행·유통은 쉽게 사라지는 부문이 아니기 때문에, 일정 기간 이후 회복세를 보일 것으로 전망됨 (한양뉴스포털, 2020)
 - 코로나19의 지속에도 국내관광을 영위하려는 의향*이 적지 않은 것으로(약 45.8%) 나타났으며, 코로나19 종식 이후 가장 하고 싶은 여가활동으로 국내관광이 1순위(약 56.1%)로 나타났기 때문임
 - * 한국문화관광연구원(2020). 코로나19에 따른 국내여행 행태 조사 (총 2,061명 대상)
 - 특히 코로나19로 인한 대인접촉에 따른 감염 우려가 관광의 가장 큰 제약요인이기는 하지만(약 66.5%), 그럼에도 3개월 내 관광을 떠나려는 의도가 높은 것(약 32.7%)으로 나타남*에 따라 국내관광 심리는 곧 회복될 것으로 예상됨 (정대영·이수진, 2020)
 - * 경기연구원(2020b). 코로나19 이후 국민여행 실태 및 인식조사 (총 1,000명 대상)
- 특히 코로나19 이후, 관광수요의 패러다임에 변화가 나타날 것으로 전망됨에 따라 이에 효과적으로 대응할 수 있는 지역관광 정책 수립 필요
- 코로나19로 지각된 심리·신체적 위험으로부터 회피할 의도로 기존 관광 명소 위주의 다중이용시설에 집중되던 관광수요는 바이러스프리(Virus-free)에 적합하며, 혼잡보다 독립적이고 안전한 형태의 관광목적지에 대한 수요가 증가할 전망이다 (김형오·장재협, 2020)
 - 소비자 트렌드 조사기관 (컨슈머인사이트, 2020c)에 따르면, 코로나19 이후로 절제된 행동에서 위험을 회피하고, 초단기 일정에서의 관광욕구가 늘어날 것으로 전망됨
 - 특히, 사회적 거리두기, 밀폐된 시설 및 공간 규제, 혼잡한 관광지에 대한 방역 강화 등의 제도적 장치와, 안전(safe)에 대한 시장의 높은 관심으로 향후 비대면·비접촉이 용이한 목적지로 관광수요가 전이될 가능성이 매우 높은 것으로 나타남 (김형오·장재협, 2020)
 - 한국관광공사(2020)는 코로나19 이후 근거리 관광지에서, 공간적·사회적 거리두기가 용이한 아웃도어 레저·캠핑형태의 관광수요가 늘어날 것으로 전망하였으며, 특히 생활권역 내 일상과 연계되는 이른바 생활관광 시대가 도래할 것으로 전망하기도 함

- 따라서 코로나19 이전에 수립된 지역관광 정책의 방향을 수정하여 시대·환경 변화에 능동적 대응이 가능한, 지역 특화 정책방향 제시가 요구되는 시점
 - 이처럼 시대·환경적 변화에 능동적으로 대응할 수 있는 지역관광 정책 및 콘텐츠 발굴·육성이 매우 시급한 문제로 대두됨에 따라서 이 연구는 전라북도 지역관광 정책의 실효성 강화 목적의 체류형 관광 육성 방안을 전략적으로 모색하고자 함
 - 특히 전라북도는 2020년 도지사 브리핑을 통해 ‘착한소비’를 통한 지역경제 안정화 도모가 시급하며, 이때 관광시장의 적극적 활용을 바탕으로 지역의 경쟁력을 강화시켜야 함을 인지한 바 있음
 - 따라서 포스트코로나 시대, 중·장기적 대응 방안으로써 지역관광 경쟁력 제고 및 체류형 관광 콘텐츠 발굴 전략을 수립하며 도내 관광 수요 확대 및 건강한 관광생태계 구축 기반을 제시하고자 함

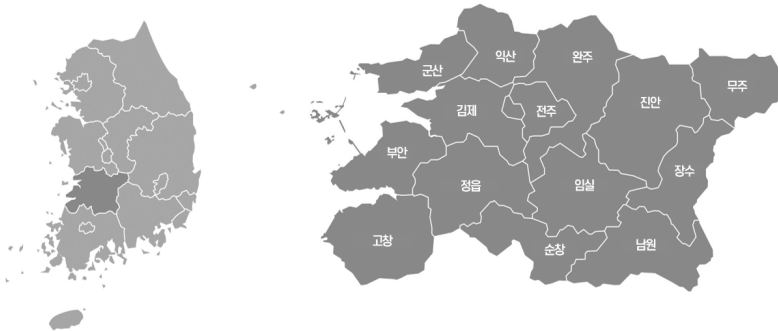
전라북도 관광브랜드 재정립을 통한 지역관광 경쟁력 강화 기반 구축

- 2019년 전라북도는 한국관광공사와 업무협약을 통해 국내·외 관광객 유치 및 지역관광 활성화를 위한 다각적 마케팅 체계 마련 고심 중
 - 기존 지역관광 마케팅 방안은 관광에 내재된 긍정적인 지역경제 활력 가치 및 코로나19로 인한 지역관광 경쟁력 강화 전략 필요성 등 정책과 시대환경 변화에 능동적으로 대응하는데 한계가 있음
 - 특히, 전라북도는 관광객의 체류시간 증대 측면에서 타 지역 대비 경쟁력이 다소 미흡하여 이를 강화시킬 방안이 필요한 시점임
- 이 연구는 관광객이 여가, 관광향유를 목적으로 지역에 체류하는 시간을 연장할 수 있는 기반을 마련하는데 유의미한 방안을 도출하기 위한 시도
 - 급변하는 시대 환경 속에서 지역관광의 경쟁력 강화를 목적으로 관광시장에서의 전라북도 브랜드를 재정립하고, 궁극적으로 ‘오래 머무는 관광목적지’의 이미지를 지역이 소유할 수 있는 정책적인 방향성을 제시하고자 함
 - 정책과 제도적 측면에서 ‘전북형 체류관광 육성 정책모형’을 발굴하는 것이 연구의 궁극적 목적이라고 할 수 있음

1.2.1 연구의 범위

공간적 범위

- 전라북도 14개 시·군 전역



【그림 1】 연구의 공간적 범위

시간적 범위

- 2021년~2025년 (5개년 계획)
 - 기준연도 2019년, 계획연도 2021년~2025년

내용적 범위

- 연구 당위성, 체류형 관광의 개념적 접근, 및 정책적 여건과 환경 검토를 통해 실천 가능하고 지속 가능한 계획과제 발굴 도모
 - 연구 당위성을 제시하고, 체류형 관광의 개념적 접근을 시도하여 실제 현장에서 적용 가능한 계획과제 발굴의 타당성을 제시함
 - 또한, 국가와 지방정부의 정책적 여건, 사회적 환경 등을 검토하여 계획과제의 합리성을 제시하고, 국내·외 선진사례 분석을 통해서 지역에 특화된 정책모형을 구축하도록 함

1.2.2 연구의 내용

시대·사회환경 변화, 체류형 관광 개념 고찰을 통해 당위성 제시

- 현대사회는 일과 여가, 일상생활과 여행의 경계가 모호한 ‘관광의 일상화’의 시대이며, 지역 간 연계 및 접근성 확대로 국토 대부분이 1일 생활권역
 - 개인 삶의 질 제고, 삶에 대한 행복도가 우선인 현대사회에서 일과 여가, 일상과 여행의 경계가 모호해지고, 교통 여건의 변화로 국토 대부분이 1일 생활권에 포함됨에 따라 관광목적지에서 체류시간이 나날이 짧아지고 있다는 것이 현대 관광의 주요 특징임
 - 관광객의 체류시간 감소는 결과적으로 관광의 편익이 지역사회로 환원되는 효과가 미비해진다는 것을 의미하며, 사회·문화적 파급효과 역시 감소한다고 이해할 수 있음
 - 따라서 관광객의 체류시간이 감소한다는 것을 지역 자생력 강화를 목적으로 지역관광 활성화에 정책적인 역량을 집중하려는 정부 및 지방자치단체의 의도를 약화시키는 계기가 될 수 있음
- 더군다나 관광시장에서 전라북도는 ‘스쳐 지나가는 목적지’의 이미지가 강해 이러한 환경적 변화와 맞물려 관광의 편익을 극대화하기에 제약 존재
 - 관광객의 체류시간 증대는 지역 내 부가가치 창출의 효과적 수단이며, 지역 성장을 촉진하기 위해 필히 검토되어야 하는 정책이나, 전라북도는 시장에서 수요자의 욕구를 충족시키기에 다소 무리가 있어 현재 여건에서는 체류시간을 증가시키는데 한계가 따름
 - 따라서 전라북도의 지속가능한 관광경쟁력을 추구하기 위해서 더 오래, 더 많은 관광객이 지역에 머무를 수 있도록 유도하는 구조와 여건 및 환경조성이 시급하다고 할 수 있음
- 급변하는 관광여건·환경 및 국가와 지방자치단체의 정책적 방향성을 고려해 전라북도의 지역 경쟁력과 자생력을 강화시킬 수 있는 방안 검토
 - 이 연구는 궁극적으로 전라북도 관광객의 체류시간 연장을 위해서 다양한 정책과 구조적 여건 마련이 필요함을 인지하고, 관광객의 욕

구를 충족시킬 수 있는 기반을 구축하는데 당위성을 제시하려는 목적성이 있음

- 이를 위해 관련된 선행연구와 문헌 등을 통해 체류형 관광의 정의 및 필요성을 검토하고 국내·외 실제 적용 사례 분석에 근거하여 전라북도가 지향해야 하는 방향성 고찰을 시도하고자 함

체류형 관광 관련 선진정책, 제도 등의 검토를 통해 방향성 설정

- 2019년, 정부는 내수관광 활성화를 목적으로 일부 지역에 편중되는 관광객 쏠림현상을 해소할 목적의 다양한 정책·제도 마련을 예고, 추진 중
 - 정부 주도 관광정책의 방향성 변화는 지역에 특화된 콘텐츠 육성 및 발굴을 통해 지역관광 활성화를 도모하려는 의도로 해석됨
 - 즉, 관광은 지역에 파급하는 긍정적 효과가 매우 높기 때문에 지역 성장, 발전 기반에 유의미한 정책이 될 것으로 기대되므로 정부가 다양한 관련 정책과 제도 마련을 서두르는 것으로 해석됨
- 특히, 관광객의 체류시간 증대 여부가 관광이 지역에 파급하는 긍정적 효과를 기대할 수 있는 중요 요인임에 따라 다양한 정책 및 제도 마련에 고심 중

【표 1】 체류형 관광 정책 사례

구분	항목	세부내용 요약	주체
· 수요자 직접지원	지역체류 지원	· 대한민국 구석구석 일주일 살아보기 · 장기체류형 관광객 숙박비 지원	한국관광공사 전라남도
	지역체험 지원	· 지역문화체험 지원 등	제주관광공사
· 공급자 간접지원	콘텐츠 육성	· 현지 살아보기형 콘텐츠 개발 지원 · 지역주민 주도형 관광사업 육성·운영 · 지역 특화 관광사업 발굴·개발 지원	문화체육관광부
	지역시설 재생	· 유희시설 활용 문화활동공간 도입 등	문화체육관광부
		· 도시재생·주민제안 소규모 재생사업 등	국토교통부
		· 공공 활용을 위한 유희공간 매입자금 지원 등	행정안전부

자료: 김송이(2019)

- 체류형 관광과 관련한 정부 또는 기관(예: 한국관광공사)이 고시한 지원책은 크게 수요 직접지원, 공급 간접지원으로 구분됨
- 수요 차원 직접지원의 형태는 지역체류 지원, 지역문화·자원 체험지원 등으로 구분되며, 공급 차원의 경우 지역 내 관광콘텐츠 육성 지원 및 시설 등의 인프라 개선 등이 추진되고 있음
- 이 같은 정책환경의 변화로 다수의 지방자치단체는 관광객의 호기심을 자극하고 지역으로 유입될 수 있도록 유도 기반 마련을 고심
 - 전라북도 역시 이 같은 환경 변화에 따라 지역에 여건과 환경에 부합된 정책, 계획 및 제도를 마련하여 관광객의 체류시간 증대, 나아가 지역관광을 통한 지역 성장 기반의 재정립이 요구됨
- 따라서 체류형 관광과 관련된 정부를 비롯한 다양한 시도의 정책 등을 검토해 전라북도 여건에 적합하여, 특화된 정책 방향성을 설정 필요
 - 특히, 체류형 관광 내재 가치가 단순히 ‘경관 감상 위주의 스쳐간 관광형태’ 대비 그 영향력의 크기와 범위가 매우 크며, 지역 성장 및 발전의 유의미한 토대가 될 것이라는 기대에 의해, 다수의 지방자치단체는 체류형 관광 육성에 정책적 역량을 집중하는 추세임
 - 이에 따라 정책의 유사 또는 중복, 획일화와 같은 문제가 대두됨에 따라 연구는 사례 검토를 통해 전북형 특화 콘텐츠 발굴의 방향성 제시에 집중하고자 함
 - 더불어 관광객 체류시간 증대를 통한 관광편익의 지역 내 선순환 환류체계의 기반을 마련하고 궁극적으로 급변하는 관광객 수요에 능동적으로 대응할 수 있는 환경 조성 방안을 검토하고자 함

지역 여건과 환경에 부합하는 실천 가능한 특화된 계획과제 발굴

- 관광시장에서 ‘반나절 목적지’, ‘스쳐가는 관광지’라는 인식이 강한 전라북도 관광의 이미지를 개선하고, 경쟁력을 강화할 수 있는 전략적 방안 검토
 - 체류형 관광에 대한 중요성이 강조되고 있음에도 전라북도의 경우, 체류 여건이 미흡하여 시장에서 ‘스쳐 지나가는 목적지’라는 인식이 강해, 지역관광 경쟁력이 다소 부족한 실정임

- 현재 내수시장에서의 체류형 관광은 공유숙박을 통한 ‘한 달 살기’와 같은 프로그램으로 인지되는 경우가 많으며, 이에 따라 다수의 지방 자치단체는 지역 특색이 가미된 콘텐츠를 발굴하는데 주력함
 - 이는 ‘한 달 살기’와 같은 콘텐츠가 1일 생활권 시대에 관광객의 장기체류를 유도할 수 있는 매력적 요소이기 때문임. 다만 유사한 콘텐츠의 난립은 지역관광 경쟁력 제고, 지역관광 활성화의 측면에서 부정적으로 작용하기도 함
 - 전라북도는 이런 현대 관광의 트렌드에 능동적으로 대응하기에는 지역 여건 및 기반 시설에서 경쟁력을 확보하기 어려우며, 따라서 농촌, 생태 등의 테마가 가미된 전북 특화 체류관광 콘텐츠를 발굴하는 등 전략적 접근의 필요성이 요구됨
- 일반적으로 체류형 관광은 장기체재에 큰 의미를 두고 있으나, 단기체류 유도 콘텐츠 역시 관광객의 체재시간을 증가시키는데 유의미한 요인으로 작용
- 체류형 관광은 학술적 측면에서 개념과 정의에 대해 합의된 바는 없으나, 일반적으로 장기체류에 대한 의미에 중점을 둔 개념으로 이해할 수 있음
 - 그러나 일상과 여행의 경계가 무너져, 일상적 관광이 보편화되는 현대사회에서 장소를 수시로 옮겨가며 거주와 여가생활을 동시에 추구하는 생활양식이 하나의 문화로 나타나기도 함

【표 2】 체류형 관광콘텐츠 사례

단기 관점의 체류형 콘텐츠	중·장기 관점의 체류형 콘텐츠
 일본 - Moxy Osaka Honmachi 코워킹 스페이스	 전북 - 한 달 살기

자료: HOTEL & RESTAURANT(2019)

- 따라서 관광시장에서 ‘반나절 목적지’의 이미지가 강한 전라북도는 장기체류 콘텐츠와 별개로 단기체류를 유도할 수 있는 콘텐츠의 확충도 함께 고려할 필요가 있음
- 궁극적으로 이 연구는 전라북도 관광객의 체류시간 연장을 위한 정책·제도 및 시스템 개편에 무게 중심을 두고 있으므로 지역의 여건을 충분히 반영한 계획과제 발굴을 중점적으로 검토

1.2.3 연구의 방법

문헌 및 사례조사

- (문헌고찰) 정부 및 국내·외 체류형 관광 육성과 관련한 정책, 계획 등을 검토하여 전라북도에 적용 가능한 정책모형 고찰
- (사례조사) 서울, 제주 등 국내 체류관광 선진사례, 관련 이해관계자 (정책입안자, 계획집행자 등) 의견청취, 현장조사 등을 통해 차별적 콘텐츠 발굴

자문 및 의견청취

- (자문회의) 연구 논리성, 타당성 등의 확보 및 전북형 체류관광 육성 모형의 정립을 위한 부문별 (문화, 관광, 콘텐츠 등) 전문가 의견수렴 실시
- (의견청취) 실제 현장에서 적용 가능한 계획과제 발굴을 목적으로 관광상품, 콘텐츠 개발 (운영) 관계자 (관광공사, 관광협회, 여행사 등) 그룹 인터뷰 실시
 - 체류형 관광 자원 유형·범주화, 시군별 특화상품 및 콘텐츠, 수요계층별 (생애주기별) 특화 관광상품 및 콘텐츠, 홍보·마케팅 전략 등을 발굴하기 위한 의견청취 과정을 거침

2

장

전라북도 체류형 관광의 실제

Jeonbuk Institute

Section 2.1 체류형 관광이란

Section 2.2 전라북도의 여건과 환경

제2장 전라북도 체류형 관광의 실제

Sanction 2.1

체류형 관광이란

2.1.1 체류형 관광

2.1.1.1 체류형 관광의 개념화 [1]

- 관광은 목적(purpose), 목적지(destination), 활동(performance), 체재기간(residence period) 등의 조건과 환경 조합으로 다양한 형태로 구분
 - 생태관광, 도시관광, 야간관광 등과 같이 각기 다른 목적과 목적지 및 활동 등의 조합에 따라 관광은 다양한 형태로 나타날 수 있음
- 이 관점에 따르면, 체류형 관광은 ‘체재기간’ 측면에서 구분되는 관광의 형태
 - 관광에서 체재기간은 체류기간, 체재시간 등의 용어로 표현되기도 하며 여행, 및 관광행위를 목적으로 목적지에서 머무르는 시간과 기간을 의미함. 광의적 관점에서 ‘출발지에서 목적지, 그리고 다시 출발지로 돌아오는 일정의 총 시간을 의미함
 - 따라서 학문적으로 합의되어 정의된 바는 없지만, 체류형 관광은 ‘목적지에서 오랜 시간 머무르는 형태의 여행, 관광행위’라고 정의할 수 있음 (Anantamongkolkul et al., 2019)
- 물론 이러한 정의는 시간 범위에서 세계관광기구가 정의한 관광(tourism)의 규범적 범주를 벗어난 내용을 일부 포함하는 것이란 지적 존재 (김송이, 2019: 12-13)

[1] 김송이(2019) 연구 보고서를 포괄적으로 인용 및 요약하여 재구성함

- 세계관광기구가 정의한 관광은 ‘거주지를 벗어나 다른 지역으로 이동하는 여행활동 중 **A** 일상생활 공간을 벗어났는가? **B** 거주지로 돌아올 목적이며, 12개월 이하의 시간적 기한을 지나는가? **C** 업무 또는 학업과 같이 보상이나 대가를 받고 있지는 않는가?’와 같은 제약적 범주를 포함하기 때문임
- 체류형 관광은 현상학적으로 행위 주체의 일상생활 공간을 벗어나 목적지의 지역사회, 지역민 등 타인의 일상에서 삶과 문화를 경험하고 체험하는 행위를 의미함
- 그리고 이러한 행위는 통상 단기적으로 ‘숙박관광’ 형태로 나타날 수 있으며, 중·장기적으로 ‘한 달 살기, 1년 동안 머무르기’ 등의 모습으로 나타나기도 함. 그러므로 관광객의 또 다른 일상이라는 측면에서 세계적으로 통용되는 관광의 보편적 개념을 일부 벗어난 개념이라고 할 수 있는 것임
- 물론 행위 주체의 시점에서 타인의 일상생활 공간을 경험한다는 ‘비일상성 경험 가치’가 체류형 관광이므로 세계관광기구의 관광에 대한 규범적 정의에 부합한다는 논의도 보고됨 (김송이, 2019)
- 또한, 특정 지역에 오래 머무르는 체류형 관광은 결국 체재기간과 무관하게 다시 거주 지역으로 돌아간다는 점에서 세계관광기구가 정의한 관광의 한 축으로 이해할 수 있음

• 그러므로 체류형 관광은 ‘어떤 관점에서 접근하고자 하는지’, 또 ‘도출하려는 의미가 무엇인지’에 따라 상이하게 해석, 이해 및 접근이 가능

- 앞서 살펴본 것과 같이 체류형 관광 역시 행위 목적이 여행 또는 관광활동 영위에 목적을 두고 있으므로 이에 대한 정의는 어떠한 관점에서 접근할 것인지에 대한 해석적 차이가 존재할 뿐 규범적으로 해석하기는 어려움
- 그러므로 개념적 정의를 통해 도출하려는 의미 또는 방향이 무엇인지에 따라 체류형 관광의 정의가 광의의 범위 내에서 다양하게 도출할 수 있을 것으로 판단됨
- 앞선 논의를 요약하면, 관광은 목적, 목적지, 활동, 체재시간 등의 다양한 조건과 환경의 조합으로 형태가 복잡하게 나타날 수 있기 때문임 (세계관광기구, 2008; 김송이, 2019: vii 재인용)

- 즉 체류형 관광의 정의는 형태보다 ‘목적’, ‘장소’, ‘체재기간’에 중점을 두고 해석하는 것이 명확한 개념적 정의를 위한 접근
 - 체류형 관광의 활동은 목적과 목적지에 따라 다양할 수 있음. 지역 사회 내에서 특화된 지역의 문화를 체험하거나 해안, 산악지형 등 레저스포츠를 경험할 수 있는 곳을 찾아 머무르기도 함
 - 더불어 체류 관광객은 목적지에 머무르는 기간이 늘어날수록 일과 학업을 병행할 수 있으나 이때 관광객 행위는 체류형 관광의 주된 목적인 일상생활을 벗어난 즐거움을 영위하는데 병행되는 부수적 활동으로 설명할 수 있음
 - 이러한 관점에 따라 김송이(2019)의 연구는 체류형 관광에 대해 ‘일상적 생활에서 벗어나 즐거움을 찾기 위한 목적으로 지역사회, 지역민과의 교류활동을 중심으로 목적지에 1주일 이상(단기 또는 장기적 기간 내) 머무르는 관광형태’라고 정의하기도 함

- 더불어 선행연구는 체류형 관광의 정의를 ‘체재기간’과 같은 형태에 국한되어 접근하는 것은 논리적 허점이 있을 수 있음을 지적 (김동영·이중섭·송용호, 2020)
 - 현대인의 생활영역이 과거와 달리 특정 한 곳에 국한되지 않으며, 지역 간의 왕래와 교류가 자유로운 상황에서 체재기간 또는 체류시간에 의한 정의는 생활인구, 유동인구, 교류인구 등을 관광객과 분류하기 어렵다는 지적이 있음
 - 이에 관련 연구에서는 (김동영·이중섭·송용호, 2020) 체류 관광객을 기간적 범위에서 국한된 관점에서 탈피하여 ‘관광을 목적으로 주민등록지 이외 지역에 방문하여 하루 이상 머무르는 인구’로 접근한 바 있음

- 따라서 이 연구는 선행연구를 근거로 체류형 관광을 정의하는데 있어서 행위 목적성과 행동의도를 우선하며 기간은 부차적 관점에서 해석하여 조작
 - 즉 연구에서 조작적으로 정의하는 체류형 관광이란 ‘여행, 관광의 경험적 가치를 획득하려는 목적에서 주거지를 벗어나 일상적이지 않은 공간에서 단기 1박 이상, 장기 1개월 이상 방문목적에 부합된 행위를 하는 것’으로 정의함

- 한편, 관련 연구는 (김송이, 2019) 체류형 관광객을 정의함에 있어서 단기와 장기를 구분하고 단기 1주일, 장기 1년 이상 시간적 범위를 한정하 바 있음
- 다만 이 연구는 지역에 부합된 실제적이며 효율적인 정책을 발굴하고 필요한 계획을 수립하는 근거로써 활용될 목적성을 지님에 따라 현재의 정책적, 지역적 여건의 범위에서 조작적으로 정의할 필요가 있다고 판단함
- 즉, 전라북도 여건이 장기 체류관광 활성화를 위한 시설 및 인프라 구축에 미흡한 부분이 있으므로 ‘전북형 체류관광’은 단기적 기간 중심으로 논의하며, 이에 더하여 목적지 체류시간을 연장시킬 수 있는 촉진적 요인도 체류관광이란 관점에서 논의하고자 함

2.1.1.2 체류형 관광의 필요성 [2]

현대 관광은 ‘가까운 곳에서, 자주, 단기간에’, 일상적 여행으로 변화 중

- 관광에 대한 가치관 변화, 사회·환경의 역동적 변화로 인해 목적, 활동, 체재시간 등에 있어서 현대 관광은 큰 변화를 겪는 중
 - 주 52시간 근무제도, 일과 삶의 균형 추구 가치의 확산 등 사회적 환경 변화로 현대사회에서 여행은 보편적 문화로 자리매김함
 - 특히, ‘시간을 효율적으로 활용하려는 현대인의 문화적 특성’으로 편의성 추구 경향이 확산되고 있으며, 이는 관광활동에서 변화를 유발하는 원인으로 작용함
 - 유동인구가 많아 발달된 교통여건으로 접근이 용이하고, 식·음료시설, 편의시설 등이 다수 밀집한 도심권역이 목적지로 각광받고 있는데 서울 등 수도권, 부산 등의 대도시가 국민이 선호하는 주요 관광목적지로 선택되는 현상이 이 같은 사회적 환경 변화를 대변하는 것이라고 할 수 있음
 - 즉, 현대 관광은 ‘일상적이고 보편적인 여가활동이고 문화’인 것임. 이는 과거 연례행사와 같이 많은 준비와 계획을 필요로 하던 행동에서 벗어나 일상생활 중 언제든지 영위할 수 있는 경험으로 관광활동의 의미가 변화하고 있음을 의미하는 명제가 됨

[2] 컨슈머인사이트(2020c, 2020d) 분석 리포트를 요약하여 재구성함

- 이러한 관광객 행동은 관광산업의 필요자원을 변화시킨 원인이며, 지역 관광 정책의 변화를 요구하는 목소리를 방증하는 것
 - 즉 현대적 의미의 관광은 '거주지로부터 가까운 곳에서, 짧은 일정으로, 가볍게 즐길 수 있는 먹거리·놀거리·설거리'에 대한 욕구가 강한 행동이라고 정의할 수 있음
 - 이 정의가 바로 '일상적 여행, 관광'의 의미이며, 이와 같은 관광객 태도는 지역의 관광산업, 및 정책적 변화도 유발함
 - 과거 유명 관광명소, 또는 랜드마크를 방문하는 볼거리 중심 행동에서 '잠간의 휴식, 맛있는 음식, 재밌는 소규모의 체험활동' 등의 자원에 대한 관광객 욕구가 점차 커짐에 따라 자연경관 감상 등의 여행은 감소세를 보임. 그리고 이의 반사효과로 일상생활 속 여행이나, 여가활동 욕구는 증가해 과거보다 '더 자주, 많이, 가볍게'를 추구하는 경향이 확대되고 있음
 - 결과적으로 외지인을 많이 유치하여 지역에서의 관광소비를 유도하고 이를 통해 지역경제를 활성화하고자 한 관광정책은 효율적 성과를 도모하기에 많은 제약이 따를 수밖에 없다는 의미임
 - 그러므로 생활권 내에서 일상적 여행 및 관광활동을 영위하려는 지역민 대상의 관광콘텐츠를 발굴하거나, 외부 관광객의 체재기간 확대를 도모할 수 있는 여건 마련에 대한 고민이 필요함

특히 코로나19로 행동 통제가 강화된 지금, 더 안전한 관광 욕구 증가

- 일상적 여행의 확산으로 단기간, 근거리에서 관광욕구를 충족하려던 움직임은 코로나19로 인해 급격히 증가하는 추세
 - 2019년 말 급작스레 창궐해 전 세계인의 행동권을 통제하고 있는 코로나19는 이 같은 일상적 여행의 문화가 빠르고 급속하게 확산될 수 있도록 만든 일종의 촉매제가 되었음
 - 이로 인해 포스트코로나 시대에는 보다 절제된 생활환경 속에서 안전과 안심을 추구하고, 타인과의 접촉을 최소화하면서도 휴식, 심미적 욕구 등의 개인 만족을 추구할 수 있는 관광활동으로 태도가 변화될 전망이다
 - 즉 여행의 일상화와 맞물려 근거리에서, 간편하지만 보다 안전한 관

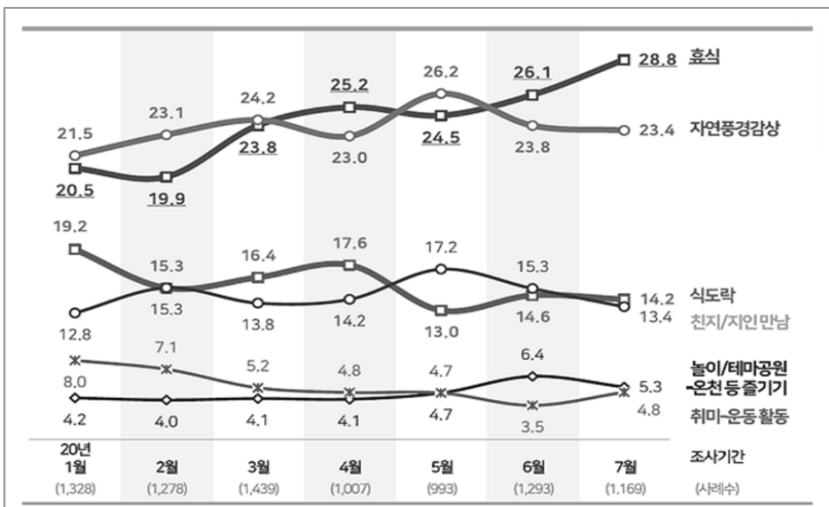
광이 늘어날 것으로 보임. 산, 강, 바다와 같은 자연친화적 환경에서 휴식하려는 비대면·비접촉식 관광이 증가할 것으로 예상됨

- 컨슈머인사이트(2020e) 조사에 따르면, 코로나19 확산 이전에는 자연풍경 감상(약 21.5%), 휴식(20.5%), 식도락(약 19.2%)과 같은 활동이 상위권에 위치하고 있었음. 그러나 코로나19 확산 이후에 휴식의 성장이 뚜렷함에 따라 포스트코로나 시대에는 안전을 추구하는 관광이 확대될 것이라는 추정이 가능한 것임 【그림2】, 【그림3】 참고

키워드	비포 코로나	포스트 코로나
소비 심리	소확행	절제의 생활화
생활 중심	집 안 - 집 밖의 균형화	집 안
주요 동반자	가족, 친구, 혼행	혼행, 스마트폰
여행 가치	자기 만족	위험 회피
여행 모습	일상화 & 여가화	급속한 일상화 & 여가화
여행 기간	단기간 & 당일여행	초단기 & 장기 침체형의 양극화
이동 수단	승용차(자가용, 카셰어링), 열차 & 택시	승용차(자가용)
여행 먹거리	식도락, 매식	맛보다는 청결성, 매식 기피
숙박 시설	호텔 선호	숙박 기피
여행산업 전략	외지인 중심의 연계 & 체류형	현지인 중심의 지금 & 여기

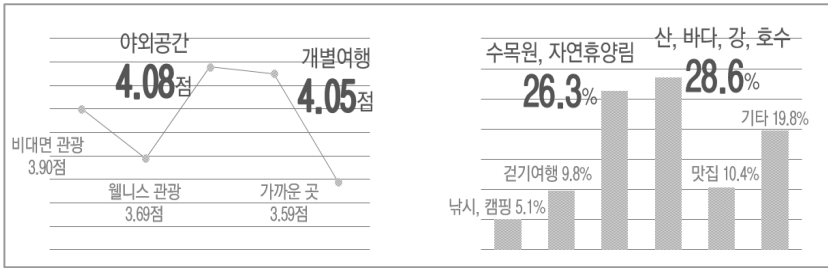
자료: 컨슈머인사이트(2020c, 2020d) 분석리포트를 참고하여 재구성함

【그림 2】 코로나19 전후 국내관광 트렌드 비교



자료: 컨슈머인사이트(2020e)

【그림 3】 코로나19 이후 국내관광 주 활동목적



자료: 정대영·이수진(2020) 연구보고서를 참고하여 재구성함

【그림 4】 코로나19 이후 국내관광 활동의향 등

- 특히 포스트코로나 시대는 초단기 vs. 장기침저 형태의 여행이 확대될 것으로 전망되고, 따라서 체류형 관광콘텐츠가 주목받을 것
 - 코로나19 발생 전에도 점진적으로 증가하던 근거리, 단기간 선호 현상으로 숙박여행은 지속 감소하는 모양새를 보였으며 코로나19 확산으로 그 속도가 급격히 증가하였음
 - 한 동안 코로나19 등으로 낮은 환경, 타인과의 접촉을 최소화하고 위험회피 경향 및 욕구가 확대되어 오랜 기간을 필요로 하는 숙박여행은 제한되어 당일여행 수요가 지속적으로 확대될 것임
 - 그러나 이의 반사효과로 인적이 드물고 외부와의 교류가 불필요한 곳에서의 이루어지는 장기침저형 관광활동도 함께 증가할 것으로 보임 (컨슈머인사이트, 2020d). 코로나19로 억눌렸던 관광심리가 증폭되어 국내여행 수요는 회복될 것임. 그럼에도 심리적인 안정을 위해서 안전을 고려한 행동이 확산될 것으로 예상되며 이때 한 달 살기, 세컨드하우스, 장기임대 등의 자원을 활용해 목적지에 체류하려는 관광객도 증가할 수 있음

코로나 뉴노멀시대, 체류형 관광콘텐츠 확충으로 ‘지금, 여기서’ 추구

- ‘자주, 간단히, 그리고 가까운 곳에서 vs. 안전한 곳에서 장기적으로’ 등으로 변화될 국내관광에 능동적으로 대응하기 위한 기반 마련 필요
 - 코로나 뉴노멀 시대에 국내관광의 모습이 어떻게 변화될 것인지에 대한 전망 및 예측이 어려운 것도 사실임. 다만 일상적 여행이라는 문화가 보편적 현상으로 자리매김하고 있으며, 더불어 코로나19로

인해 그동안 억눌렸던 국민의 관광심리는 언젠든 회복될 여지가 분명함에 따라 이를 사전에 준비하고 대응하는 지역관광의 정책적 방향이 필요한 시점임

- 체류형 관광콘텐츠 확충이 필요한 이유임. 더불어, 생활권 내에서 일상적 행동으로써 관광을 향유하려는 움직임이 증가함에 따라서 외부 유입 관광객 만족도를 증진할 수 있는 정책 외에도 지역민의 욕구도 함께 충족할 수 있는, 그래서 지역경제 활성화를 촉진시킬 수 있는 콘텐츠가 필요할 것임
- 따라서 전라북도형 지역관광 정책은 연계·체류형 콘텐츠 육성을 추구하되 '지금, 여기서 여행하기'를 충족할 수 있는 기반을 마련하려는 의도에 목적성을 두어야 할 것으로 보임

2.1.2 정책적 여건과 국내·외 사례

2.1.2.1 체류형 관광의 정책적 여건 [3]

- 정부는 관광산업이 지역쇠퇴 문제 대응과 지방분권을 위한 지역 자립성 강화에 긍정적 요인이 될 것으로 보고 다양한 정책을 마련 (관계부처합동, 2018a)
 - 관광은 지역에 새로운 인구를 유입시켜 숙박, 음식, 도·소매업 등 산업의 활력을 제고할 뿐만 아니라 고용창출효과도 높아 지역경제 활성화에 매우 긍정적 영향요인으로 작용하기 때문임
 - 정부는 지역발전의 동력으로 각 지방자치단체가 관광산업을 적극 활용할 것을 권고하고 중앙 차원에서 다양한 지원 정책 및 제도를 마련해 이의 성과를 창출하고자 함
- 정부 정책 및 계획 등을 고찰하고, 전라북도 여건에 부합하여 실제 지역 관광 정책을 활용 가능한 제도 선별적 검토 필요
 - 다양한 체류형 관광 관련 정책 및 제도, 지원사업 등을 검토하고 특히 전라북도 여건에 부합하는 정책을 고찰함

[3] 관계부처합동(2018a, 2019a) 발표 자료를 요약하여 재구성함

2.1.2.1.1 체류관광 관련 국가 지원 정책

지역별 매력적 특화 콘텐츠를 통해 관광객 체류시간 확대 도모 [표 3]

- 관광객 체재기간이 관광을 통한 지역성장 촉진을 결정하는 중요 요인이 라는 인식에 근거해 정부는 관련 정책 및 계획을 수립
 - 관광을 통해 지역 발전 및 성장을 촉진하려는 의도는 궁극적으로 경 제 활력 제고를 통해 자립성, 자생력을 강화시키려는 것임
 - 다만 우리나라는 서울, 제주 등 일부 지역에 관광객이 집중된 쏠림 현상이 심각함. 산업체도 특정 지역에 집중되어 지역관광 일자리의 수요·공급 간 불균형*이 심화되고 있음
 - * 2018년 기준 관광사업체 수(관계부처합동, 2018a): 서울(34.1%), 경기(13.1%) 등
 - 정부는 지역사회 중심의 내실 있는 정책을 통해서 관광객 분산을, 체류관광을 바탕으로 지역균형 발전을 도모하고자 함

【표 3】 체류형 관광 관련 정부 정책 유형화 - 공급자 측면

정책 유형	정책 구분	정책 추진방향
공급자원 × 콘텐츠	섬·해안 관광	· 해안산책길, 탐방로 조성, 체험콘텐츠 발굴 (남이섬 짚라인 등)
	어촌어항개발	· U자형 해양레저활동 코스 개발, 해안도로 축 관광루트 개발
	농촌생태관광	· 정원가도, 도시숲, 산림복지시설 (휴양림) 등의 활용방안 확대
		· 인문학 스토리 접목 생태테마 프로그램 발굴 (생애주기·계층별)
		· 낙후 국립공원 주변 재생을 통한 친환경 체류콘텐츠 확충 등
	고유문화상품	· 개별관광객 맞춤형 역사관광상품·코스 개발
		· 지역 전통무예 체험프로그램 발굴 (택견, 태권도, 국궁 등)
	일상관광자원	· 지역 전통시장 특색 (먹거리·살거리·놀거리) 발굴
		· 이야기 생활여행, 우리동네 명소 찾기 등 생활관광 활성화
	지역관광개선	· 지역공연·축제 확대, 전통문화 관광자원화 (문화재야행 등)
공급자원 × 인프라	관광시장확대	· MICE산업 유치 다양화 및 지원 확대
		- 지역 체류형 관광 확대를 위한 지역 공동유치·마케팅 강화
	지역클러스터	· 웰니스·의료, MICE, 마리나·크루즈 등 고부가관광 클러스터 구축
	섬·해안 관광	· 폐교·빈집 등 유휴시설 관광자원화를 통한 섬 관광 활성화
	지역관광개선	· 교통망 확충(철도 기반 등)을 통한 관광객 지역방문 편의 제고
		· 읽기 쉬운 관광안내체계 구축
		· 한국관광 품질인증제 기반 관광 서비스 (숙박, 음식 등) 품질 개선
신일자리창출		· 폐산업시설 등 유휴공간 문화재생을 통한 관광자원 확충
	지역역량강화	· 지역청년 관광벤처 활성화, 지역 관광창업·보육기능 강화
		· 관광두레·사회적 기업 등 지역민 직접 참여 관광사업 발굴 강화

자료: 관계부처합동(2018a, 2019a, 2019b)

지역관광 인프라, 자원 확충을 통한 지역 균형발전 기대 [표 3]

- 편의시설, 자원 등 지역의 부족한 관광역량은 궁극적으로 지역관광 활성화의 제약요인이 됨에 따라 정부는 다양한 정책 수립으로 문제 해결 의지 피력
 - 우리나라 관광객 일부 지역 편중현상은 지역별 매력적 콘텐츠의 부족 문제 외에도 접근 편의가 뒷받침되지 않는다는 지적이 있음. 접근성 및 편의시설 부족 등은 지역 분산의 제약요인이 됨
 - 이러한 이유로 정부는 지역관광의 환경 개선을 위한 다각적 지원 정책을 마련하고 체류관광 활성화의 실질적 성과를 도모하고자 함

국민 여가시간 활용의 선택 범위 확장을 통해 국내관광 활성화 [표 4]

- 국민의 활용 가능한 여가시간은 증가하고 삶의 질 우선 가치 확산으로 늘어난 여행수요를 국내관광으로 유도·촉진하기 위한 정책 마련
 - 정부는 국민의 보편적 관광욕구 및 수요에 대응하고 효과적 지역 분산이 일어나도록 생애주기별·계층별 맞춤형 제도를 마련함. 또한, 목적지에 관광여행을 목적으로 체류하는 시간을 확대시킬 수 있는 정책을 고심해 국내관광, 지역관광 활성화를 도모하고자 함

【표 4】 체류형 관광 관련 정부 정책 유형화 - 수요자 측면

정책 유형	정책 구분	정책 추진방향
수요자원 × 직접형	국내여행지원	· 생애주기별 관광 지원체계 구축 - 교과 연계 청소년 대상 체험학습 여행코스 확대, 진로체험 등 - 청년 설계·발굴 지역관광코스 목적 '청년원정대' 발대·경연 대학생 (휴학생), 취준생 관광 역량강화 교육·실전여행 지원 - 노년층 국내여행 교육·체험프로그램 실시 확대 - 근로자 휴가지원 확대 및 자율참여체계 강화
	국내여행지원	· 생애주기별 관광 지원체계 구축 - 바다로 (섬 여행 할인권) 선사·항로 운임료 할인 확대 등 · 관광교통패스 도입 (관광지 할인 포함 교통패스 지원) - 생애주기·계층별 추가혜택 선별 지원 등
수요자원 × 간접형	숙박경험확대	· 내국인 도시민박 허용, 야영장, 전통한옥 문화·체험프로그램 지원
	지역관광개선	· 관광통역안내전화 서비스 개선, 다국어 무인 관광정보시스템 확대
	대중교통관광	· 지역형 코리아투어카드 출시 × 해당지역 관광 할인혜택 - (18년) 강원 지역, (19년) 남해안 권역 · 대중교통결절지 연계 테마여행 10선 상품 운영 강화

자료: 관계부처합동(2019b)

2.1.2.1.2 전라북도 적용 검토 국가 정책 [4]

체계적 지역 관광자원 육성 【문화체육관광부, 국토교통부】

- (사업목적) 대한민국 테마여행 10선 사업(10개 권역, 39개 지자체) 등을 활용하여 지역 특화관광 자원의 체계적 육성 지원
- (주요내용) 3~4개 지자체 연계 핵심관광지 대상, 권역 간 연계 상품개발 (광역 시티투어 등) 및 관광기반 조성(통합 안내·홍보체계 등) 지원* **
 - * 지방공항·열차역·고속버스터미널 등의 교통결절지 연계 관광체계 구축

계획공모형 지역관광개발 【문화체육관광부】

- (사업목적) 지역 고유 매력을 내재한 자원이나, 조성 및 시설연한 등으로 인한 노후화 관광지를 재생하여 지역 체류형 관광지로의 재활성화 추진
- (주요내용) 중앙·지역협력으로 관광콘텐츠·상품 개발, 지역 일자리 발굴, 관광자원개발 사업을 연계하여 지역경제 활력 제고, 지역 대표 목적지로 개발

항목	세부내용
사업내용	· 계획수립부터 관리·운영까지 단계별 사업비 및 컨설팅 지원 · 3개 유형 사업을 포함하는 지자체 제안성 공모 선정 - 관광상품·콘텐츠 개발, 체험프로그램, 홍보·마케팅, 브랜드 개발 등 - 주민역량강화, 지역 관광인력 양성, 일자리 발굴 등 - 관광상품, 콘텐츠 및 주민 역량강화 등과 연계한 유휴·노후시설 리모델링 등
추진계획	· 지역별 기본계획 수립 (1년차) · 콘텐츠 개발, 실시 설계 등 설계비 지원 (2년차) · 콘텐츠 개발 및 운영, 시설 리모델링 공사 등 공사·감리비 지원 (3~4년차) · 홍보·마케팅 및 콘텐츠 운영 (5년차)

자료: 문화체육관광부(2019b)

- (사업규모) 1개 사업 당 200억 원* 이내(국비 100억 원 지원/5년)**
 - * 지자체 보조(50%) 및 직접 수행(단계별 컨설팅 지원)
 - ** 시설 관련 자본보조 예산 100억 원 이내로 제한(국비 50억 원 내)

[4] 관계부처합동(2019b) 발표 자료를 참고하여 재구성함

폐산업시설 등 유희공간 문화재생 【국토교통부, 문화체육관광부】

- (사업목적) 지역·유형별 특성이 내재되어 있으며, 실질적으로 활용이 가능한 유희공간을 발굴, 문화적으로 재생하여 지역의 상징적 공간으로의 재생 유도
- (사업규모) 유희공간 문화재생 사업 기본계획* 수립 후 15개소 내 지원 예정

* 2019년 기본계획수립(분석 대상지: 남해대교 관광자원화) 이후, 국토교통부 사업화방안 검토를 바탕으로 향후 지원 사업 실시 예정

전통문화유산 활용 프로그램 관광자원화 【문화체육관광부, 문화재청】

- (사업목적) 지역별 특색 있는 문화유산 관련 콘텐츠를 활용하여 관광자원으로 가치를 재해석하고, 이를 바탕으로 지역관광 활성화 도모
- (주요내용) 외국인 관광객, 소외계층 등 수요자 특화형 템플스테이 프로그램, 문화유산 향유 프로그램 전국 확대 추진, 유네스코 등재 세계유산 활용 문화유산의 인지·향유 확산 및 고품격 관광상품 확대 등

항목	세부내용
문화유산	· 문화재 야행: '17년 18개 → '20년 36개 사업 (+100.0%)
향유	· 생생 문화재: '17년 120개 → '20년 159개 사업 (+32.5%)
프로그램	· 향교서원문화재 활용: '17년 87개 → '20년 114개 사업 (+31.0%)
	· 전통산사문화재 활용: '17년 25개 → '20년 38개 사업 (+52.0%)
	· 고택·종갓집 활용: '20년 39개 사업
세계유산	· 문화유산 방문 코스 개발: '20년 5개 → '22년 15개 이상
활용	- 세계유산 축전, 무형문화재 대전 확대 등 문화유산 활용 축제·행사 확대

자료: 문화체육관광부(2019b)

- (사업규모) 2017년 대비 세부사업별 대폭 확대 추진

농촌 특화 음식·숙박·체험 연계 농촌관광 콘텐츠 개발 【농촌진흥청】

- (사업목적) 농업유산, 지역명소, 관광두레 등 다양한 관광자원, 정책과 연계를 통해 농촌에 특화된 관광콘텐츠를 개발·운영하여 국민의 관광활동 유도 촉진
 - * 농촌관광사업자·전문가·현장활동가 참여 협의체 구성, 상향식 농촌관광 추진체계 확산

산림관광 생태계 조성 【산림청】

- (사업목적) 자연휴양림, 산림치유원, 산림문화자산 등 산림관광자원과 지역의 특화된 자원과의 융·복합을 통한 산림관광 생태계 조성 추진
- (주요내용) 산림관광 명소·코스 홍보 강화 및 콘텐츠 개발, 컨설팅 등을 통해 산림관광 비즈니스 모델 정립 추구

항목	세부내용
산림관광 명소·코스 콘텐츠개발	· 산림휴양시설(자연휴양림, 숲속 야영장 등), 산림문화자원 등의 지속 발굴 · 다양한 매체 및 방식을 통한 산림관광 명소·코스 홍보 강화 · 청소년, 소외계층 등 계층별, 계절별, 지역별 테마 반영 홍보·마케팅전략 수립
산림관광 정보전달	· 산림휴양시설, 산림문화자산 등에 대한 One-stop(산림관광플랫폼) 구축 · 플랫폼 ‘숲나들e’ 기반 시스템의 숲 여행 계획정보, 예약서비스 등으로 확장
산림관광 일자리발굴	· 명품 숲의 여행 상품화, 숲 여행 청년기업가 발굴 · 청년 중심 여행업 육성을 위한 숲 여행 청년기업 공모·선발 지원

자료: 문화체육관광부(2019b)

마이스산업 유치 다양화 및 지원 확대 【문화체육관광부】

- (사업목적) 국제회의의 연관 산업의 집적화를 유도하고 한국 대표 유니크 메뉴 확대를 통해 지역 체류관광을 도모함과 동시에 지역경쟁력 제고
- (주요내용) 한국 대표 유니크메뉴 지정 확대 및 대외 홍보를 통한 국가, 지역 이미지 제고, 지역 체류형 관광 확대를 위한 공동유치 및 마케팅 강화

항목	세부내용
유니크베뉴 지정 확대	· 한국 대표 마이스명소(유니크베뉴) 지정 확대: '19년 30개소 → '20년 40개소 - 홍보콘텐츠 제작, 해외 전문매체 홍보, 유니크베뉴 팸투어 지원 등
국제이벤트 개최 지원	· 국제이벤트 유치 및 개최 지원 - 지역특화이벤트 육성 지원 확대: '19년 8억 원 → '20년 20억 원
국제회의 복합지구	· 국제회의 복합지구 활성화 지원 - 복합지구 브랜드, 국제회의시설 경쟁력 강화를 위한 재정 지원 확대 등 - 지구 내 친화환경 등의 조성: '19년 10억, 3개소 → '20년 20억 5개소
지역체류 확대추진	· 국제 이벤트 지원제도 운영 및 신규 이벤트 발굴, 마케팅 강화로 지역체류 유도 · 지역 간 통합마케팅 사업 지속 발굴을 통한 성공모델 창출 및 성과확산 도모

자료: 문화체육관광부(2019b)

특색 있는 웰니스관광 콘텐츠 개발 【문화체육관광부, 해양수산부】

- (사업목적) 특색 있는 웰니스 관광자원 및 주변 자원, 시설과의 연계를 통해 고부가가치 산업을 육성하고 관광객 체재기간 확대로 지역경제 활력 제고
- (주요내용) 웰니스관광 콘텐츠 발굴 및 육성을 통해 지역관광 비즈니스 모델 고도화를 추진하고, 동시에 인력양성 프로그램을 통한 일자리 창출 기여 등

항목	세부내용
웰니스관광 콘텐츠발굴	· 한국형 웰니스관광 콘텐츠 확대: '17년 25선 → '20년 50선 · 지역 웰니스관광 클러스터 선정 및 육성: '18년부터 계속사업 - '18년 경남(산청 등 7개 지자체) → '19년 충북(충주·제천)
해양치유 시범지구	· 완도 해양치유시범센터 착공 및 신규 센터 2개소 조성 추진: '19년 - '20년 신규 해양치유시범센터 실시설계 정부 예산안 편성: 국비 10억 원
지역비즈니스 고도화	· R&D를 통해 마련한 인력양성 프로그램 운영으로 지역 전문인력 양성 강화 - 해양치유관리단 구성·운영을 통한 해양치유자원 및 프로그램 개발 등의 지원

자료: 문화체육관광부(2019b)

지역주민 주도형 생활관광 콘텐츠 개발 공모 【문화체육관광부】

- (사업목적) 지역에 내재된 고유한 문화, 지역민의 일상 및 이야기를 결합해 '지역다움'을 체험할 수 있는 생활관광콘텐츠 중점 발굴·육성 목적으로 추진

- (주요내용) 나들이(골목길, 맛집 등 장소 방문, 체험 중심)·살아보기(장기 체류 바탕 지역민과 일상 공유) 등 2개 유형으로 공모하고 최대 3년 간 프로그램 개발, 홍보·마케팅, 인력 양성 중점 지원*

* 사업의 지속성을 위해 기획단계부터 관광상품화, 실제 운영까지 해당 지자체와 지역기반 사회적기업, 협동조합, 마을기업 등이 협업 하도록 유도

유형	지자체	사업명	주요 소재
현지 나들이형	부산 동구	명란한 동구	· 명란 요리교실, 지역 큐레이터 양성 등
	강원 강릉	시나미~명주 나들이	· 원도심 여행, 골목길투어 등
	충남 서천	장항 6080 뉴트로	· 도보·자전거여행, 청년 여행가이드 등
	경남 하동	하동 水 秀 守	· 섬진강 야간관광 프로그램 운영 등
현지 살아보기형	대구 북구	대구 한 주 살이 여행	· 서원체험·대구시장 및 관광지여행 등
	전남 강진	강진에서 맘 푸소(FU-SO)	· 한옥숙박, 농촌·레저체험 등

해석: 사업명, 주요 소재는 약칭 및 일부 내용 발췌임에 따라 원 내용은 자료를 참고해야 함
 자료: 김송이(2019), 문화체육관광부(2019c)

2.1.2.2 체류형 관광의 콘텐츠 사례

일주일 살아보기 시즌 2 【한국관광공사】

- (사업목적) 장기 체류형 국내여행 문화 향상을 위해서 일반 국민을 대상으로 한국관광공사가 여행비를 지원하는 단기성 이벤트 성격*을 지닌 정책사업

* 이벤트 성격을 지닌 지원사업으로 국내 관광목적지의 매력을 홍보 하고 체류형 국내여행 문화형성에 기틀을 맞이하기 위한 정책 사업

- (주요내용) 숙박중계 관광벤처(시골하루, 스테이폴리오) 및 고캠핑과 연계된* 국내 5개 도시(경주, 영월, 충주, 보성, 남해) 내 숙박시설** 체류권 증정

* 시골하루: 지역문화체험을 중심으로 하는 시골민박 중심 숙박 중계 플랫폼

스테이폴리오: 독특한 매력의 잠자리(로컬스테이)를 발굴·재생하는 숙박 중계 플랫폼

고캠핑: 전국에 등록된 야영장 정보를 통합 제공하는 캠핑 종합 정보채널

** 경주(역사/전통), 영월(친환경), 충주(여름 액티비티), 보성(인생샷), 남해(휴식/힐링) 등의 테마를 지닌 숙박시설 선정

- (운영방법) 일반 국민이 기 선정된 도시 내 숙박시설을 임의 선택한 후, 여행계획서를 작성하여 제출하면 이를 평가하여 10개팀 선정, 숙박권 증정

【표 5】 체류형 관광콘텐츠 사례 - 일주일 살아보기 시즌 2



자료: 한국관광공사(2019a)

마이 리얼 갭이어 시즌3 【한국관광공사】

- (사업목적) 국내여행 활성화 홍보 전략의 일환이자, 학업이나 일을 중단하고* 여행을 통해 흥미와 적성을 찾으려는 청년에게 국내여행 체험의 기회를 제공하기 위한 정책사업
 - * 갭이어(Gap year), 즉 학업이나 일을 잠시 중단하고 여행을 통해 흥미와 적성을 찾으며 앞으로의 진로시간을 설정하는 기간을 의미하는 시간
- (주요내용) 청년에게 최소 14일~최대 90일 장기 국내여행을 통해 의미 있는 갭이어를 체험하고, 동시에 국내여행 경험 기회를 제공해 내수관광 활성화의 전략적 홍보 마케팅 전략으로 활용

- (운영방법) 대한민국 청년이라면 누구나 지원 가능하고, 여행계획서 평가 및 대면 인터뷰를 기준으로 최종 5인을 선정*

* 선정된 참가자는 대한민국 구석구석을 여행하며 느낀 경험 등을 동영상, 사진을 촬영해 제출하는 공사 미션을 수행. 제출 콘텐츠는 공사 운영 SNS 채널 및 여행정보 누리집을 통해 국민에게 제공

【표 6】 체류형 관광콘텐츠 사례 - 마이 리어 캡이어 시즌 3



자료: 한국관광공사(2019b)

경남별곡, 경남에서 한 달 살기 [경상남도]

- (사업목적) 경상남도에서 생활하며 여행하는 장기체류 여행 프로젝트로 국내관광 트렌드가 체류·체류 중심 개별여행으로 변화됨에 따라 지역관광 활성화 기반을 조성하기 위해 시도된 정책사업
- (주요내용) 도내 공모로 선정된 5개 시군별(통영시, 김해시, 하동군, 산청군, 함천군) 특화사업*에 청년, 유튜버, 여행작가, 블로거 및 코로나19 의료진을 대상으로 숙박비 및 체류료 일부 지원
 - * (통영) 문화예술형 체류여행, (김해) 문화예술형 체류여행, (하동) 청년노동형 체류여행, (함천) 청년교육형 체류여행, (산청) 농촌체류형 관광여행 등의 상품으로 구성

- (운영방법) 경남 외 거주 만 18세 이상 일반 국민*이 직접 체험상품을 선택해 신청하며, 프로젝트 참가자에게 하루 5만원 이내 숙박비, 체험프로그램 비용 등을 일부 지원

* 청년, 여행작가, 파워블로거 등 경남관광을 적극 홍보할 수 있거나 코로나19로 심신이 지친 의료진, 자원봉사자 우대

【표 7】 체류형 관광콘텐츠 사례 - 경남별곡, 경남에서 한 달 살기

경남별곡
경남에서 한 달 살기 2020년 5월~11월

조성시대 송강 형질 산방의 안동마을을 돌아보고 전통문화를 체험하고, 경남에서 자신만의 여행을 기획하고 추억을 기록해 남겨보면 어떨까요?

경남 별곡이 한 달 간의 특별한 여행을 선물합니다

#체험 프로그램
#농촌 체험
#다시 여행
#예술 레지던시
#인생 샷 투어

참가방법

STEP 01 신청서 제출
STEP 02 참가자 선정
STEP 03 프로그램 참가
STEP 04 참가비 지원

참가조직

- 동영**
 - 삼마을 살기·생물권 도표집
 - 중앙국제대학에서 즐기는 문화의 공간
 - 농민과 소책 전통 공예체험
 - 통영시 055-650-5552
- 하동**
 - 상일 작가 워크숍지킴이
 - 일포스하동 대학교형
 - 하동군 055-880-2378
- 산청**
 - 한방민속촌 등 대유숙재 체험여행
 - 역사관광지 탐방여행
 - 귀농귀촌 체험여행
 - 산청군 055-970-7204
- 합천**
 - 경산수 주안공으로 살아보기 (한양공산악지대)
 - 디지털 디팩스 체험
 - 행안수대원·역사대지 체험
 - 합천군 055-930-4666
- 김해**
 - 동해이리구 일대마을 Young 리더스트 재지킴이
 - 농촌체험마을 'The 상동'
 - 열기 재해 체험·교육투어
 - 김해시 055-330-4446

자료: 경상남도(2020)

2020 제주 로캉스 Locance (로컬+바캉스) 【제주관광공사】

- (사업목적) 제주도 지역사회, 지역민과 함께하는 다양한 활동 및 체험을 통해 제주 농촌마을의 매력을 경험할 수 있도록 유도하는 여행 프로그램으로, 지역관광 활성화, 지역사회 이해도 제고의 목적을 지닌 정책사업*
- (주요내용) 서귀포시 일대의 농촌체험마을을 중심으로 지역주민, 지역사회 및 지역 농촌자원을 활용해 제주형 농촌관광 상품 개발 및 운영*

* 2020년 프로그램은 신흥2리, 의귀리, 하효마을, 한남리가 대상지이며, 각기 마을별로 체험프로그램의 내용이 상이해 참가자의 흥미 및 체험만족도 증대에 효과적

대상지	운영주체	프로그램
하호마을	하호살롱 협동조합	· 하호맘농가정식, 감귤과즙, 감귤타르트 만들기 등
신흥2리	(사)동백고장 보전연구회	· 동백비누, 동백스킨 만들기 등, 동백비빔밥 등
한남리	머체왓숲길 영농조합법인	· 머체왓숲길 탐방, 한방족욕체험, 한반약차체험
의귀리	의귀리 농촌체험휴양마을	· 승마체험(초보·교육), 트랙터마차, 열쇠고리 만들기 등

자료: 제주관광공사(2020)

- (운영방법) 제주 농촌마을 내의 다양한 활동, 로컬푸드 등을 체험 및 여행하는 프로그램이며 가족단위 소규모 그룹, 개별여행객 단위로 이동·체험하는 형태

【표 8】 체류형 관광콘텐츠 사례 - 2020 제주 로캉스 Locance



자료: 제주관광공사(2020)

제주 에코파티 [제주관광공사]

- (사업목적) 에코파티*는 지역의 고유한 특성과 자원을 활용해, 지역에 새로운 가치를 부여할 수 있는 기회를 제공하기 위한 마을관광 활성화 사업

* 에코파티(Eco-party)는 제주도 마을의 생태, 문화, 로컬푸드, 주민 해설 등의 다채로운 농촌체험·경험을 통해 지역에 대한 이해도 제고, 지역 가치의 확산 등을 도모하는 사업

- (주요내용) 힐링과 휴식의 테마로 제주 마을 속 지역민과 함께 다양한 지역 내 문화체험, 생태체험 및 로컬푸드 경험 등을 관광객에게 제공하고 이를 통해 지역사회에 대한 이해도 제고, 홍보·마케팅 극대화 등을 추구
- (운영방법) 도내 공모로 선정된 에코파티 참여 마을의 체험 프로그램을 제주관광공사가 공고하여 참가자를 모집하고, 지역민이 주체자로 계획된 여행 및 체험프로그램을 운영

항목	세부내용
공모대상	· 제주특별자치도 내 마을(회)
공모조건	· 생태 및 문화적 자원을 지니고 있는 마을 · 5인 이상 사업운영 조직체 구성이 가능한 지역
지원사항	· 생태 해설 경험 있는 마을해설사 2인 이상 보유 지역 · 에코파티 개최 및 운영 컨설팅 지원 · 에코파티 상품 홍보 및 모객 지원 · 에코파티 개최 지원금 지원 (1일 기본 250만 원)
선정기준	· 주민주도성, 타 지역 차별성, 상품 및 프로그램 구성도, 실현가능성 등

자료: 제주관광공사(2019a)

대상지	프로그램
유수암 마을	· 해설사와 함께하는 마을 탐방, 나무볼펜 만들기, 양궁체험, 삼색수제비 로컬푸드
무릉 2리	· 무릉곶자왓 탐방, 과일·초콜릿 활용 풍류 만들기, 무릉 2리 마을 한상 체험
마라리	· 마라도 탐방, 미술·체육시간 체험, 추억의 도시락 체험
한남리	· 머체왓 소롱곶길 탐방, 건강워킹 체험, 한방 족욕체험
선흘 1리	· 추억의 옛놀이 체험, 지역민의 종이인형극, 도토리 만둣국 만들기
하호마을	· 감골꽃 마을 탐방, 감골 과즐 만들기, 하호마을 대표 한상 체험
청수리	· 청수마을 꽃자왓 탐방, 목부작 체험, 타임레터 체험, 청수마을 한상체험
신평리	· 집줄놀이 체험, 빙떡만들기 체험, 제주밭담길 투어, 신평마을 한상 체험

자료: 제주관광공사(2019b)

【표 9】 체류형 관광콘텐츠 사례 - 제주 에코파티 2019



자료: 제주관광공사(2019a)

디지털 노마드를 위한 마을, 카미야마 [일본 카미야마] [5]

- (주요특징) 넷가에서도 잡히는 와이파이(Wi-fi), 유명 IT기업의 위성 사무소 약 20여개, 전통가옥과 방적공장을 리모델링한 저렴한 코워킹 스페이스 구축, 예술가를 위한 다양한 콘텐츠·프로그램으로 인구 유입 촉진
- (등장배경) 저성장으로 인한 인구 유출 문제가 심각해진 마을*이 지역재생, 및 자립성 강화를 위해 IT기술을 이용한 마을 환경을 구축하고 킥 이코노미(Gig Economy)**, 디지털 노마드(Digital Nomad)*** 등의 문화를 수용하여 지역으로 인구 유입 촉진을 도모한 사례

* 2017년 기준, 일본 카미야마 마을은 지역민 6,000명, 지역민의 50%가 65세 이상

** 킥 이코노미는 비정규직 프리랜서 근로의 형태가 확산되는 경제 현상으로 새로운 노동시장 문화(두산백과, 2020; 네이버 지식백과, 2020.6.8.)

[5] MOBIINSIDE(2017.5.4.) 기고 특집기사를 참고하여 재구성함

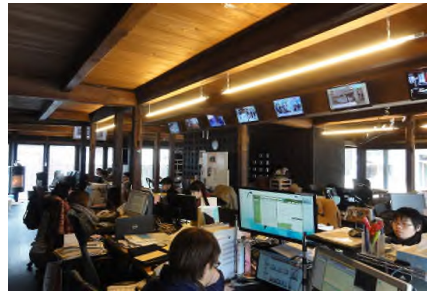
*** 디지털 노마드는 일과 주거에 대해 유목민처럼 자유로운 이동, 창조적 사고방식을 지닌 사람을 의미하며, 일과 여가, 여행 등의 경계가 모호해지는 현대인 생활양식을 나타내는 주요한 사례(한경경제용어사전, 2005.9.16.; 네이버 지식백과, 2020.6.8.)

- (사례특성) 지역 모든 곳에 광대역 망을 설치하여, 마을 어느 곳에서나 편리한 인터넷 이용을 도모하고 유희 전통가옥·방적공장을 개조해 코워킹 스페이스(Co-working space)로 구성하여 일본 내 유명 IT기업의 위성사무소 유치

【표 10】 체류형 관광콘텐츠 사례 - 디지털 노마드를 위한 마을, 카미야마



마을 어디서나 인터넷을 편리하게 이용



유희 전통가옥을 공유 오피스로

자료: 제주관광공사(2019a)

Senction 2.2

전라북도의 여건과 환경

2.2.1 전라북도 체류관광의 실태 [6]

2.2.1.1 2019년 국민의 관광여행 [7]

2019년 국민은 1인 평균 5.81회 관광여행 경험, 전년 대비 +10.5%

- 국민여행조사에 따르면, 2019년 국민은 1인 평균 숙박여행 2.86회, 당일여행 2.95회 등 5.81회 관광여행을 경험
 - 2019년 국민은 1인 평균 2018년 5.26회 대비 +0.55회(+10.5%) 더 많이 경험했었던 것으로 나타남. 숙박여행은 전년 평균 2.86회 대비 +0.01회(+0.2%), 당일여행은 2.41회 대비 +0.54회(+22.7%) 더 많이 경험한 것으로 나타남

【표 11】 2019년 국민 여행경험률 - 1인 평균 여행횟수

(단위 : 회, %)

구분	국내여행			관광여행			기타여행		
	2018	2019	증감	2018	2019	증감	2018	2019	증감
전체	6.92	7.61	+10.0	5.26	5.81	+10.5	1.66	1.80	+8.5
숙박여행	3.63	3.59	-1.2	2.86	2.86	+0.2	0.77	0.72	-6.4
당일여행	3.29	4.03	+22.4	2.41	2.95	+22.7	0.89	1.08	+21.6

자료: 문화체육관광부(2020a)

[6] 문화체육관광부(2020a) 분석보고서를 요약하여 재구성함

[7] 2019년 국민여행 경험률 결과 해석 기준은 아래와 같음

구분	세부내용
관광여행	· 여행의 주된 이동 목적이 '관광·휴양'의 경우
기타여행	· 여행의 주된 이동 목적이 '출장·업무', '단순 귀성, 친구·친지 방문'의 경우
숙박여행	· 거주지 (또는 집)이 아닌 곳에서 숙박을 한 여행
당일여행	· 숙박을 의도하지 않은 여행으로 출발지로 돌아오는 여정이 자정을 넘긴 경우도 해당

자료: 문화체육관광부(2020a)

국민 여행경험률 성장과 맞물려, 1인 평균 여행일수도 함께 증가

- 2019년 기준, 국민의 1인 평균 관광여행 일수는 숙박여행 7.05일, 당일 여행 2.95일 등 10.01일 수준
 - 2018년 평균과 비교하여 2019년 국민 1인 평균 관광여행 일수는 +0.55일(+5.4%) 증가함. 숙박여행은 -0.03일(-0.4%) 감소한 반면 당일여행이 +0.54일(+22.7%) 증가하였음

【표 12】 2019년 국민 여행경험률 - 1인 평균 여행일수

(단위 : 일, %)

구분	국내여행			관광여행			기타여행		
	2018	2019	증감	2018	2019	증감	2018	2019	증감
전체	12.39	12.94	+4.4	9.49	10.01	+5.4	2.90	2.93	+1.1
숙박여행	9.10	8.91	-2.1	7.08	7.05	-0.4	2.01	1.85	-7.8
당일여행	3.29	4.03	+22.4	2.41	2.95	+22.7	0.89	1.08	+21.6

자료: 문화체육관광부(2020a)

우리나라 국민이 선호하는 여행일정은 당일여행, 경험률 50.6%

- 2019년 국민은 관광여행 일정으로 당일여행을 가장 선호하였고(52.7%), 그 외에 1박 2일(31.5%)이 여행 일정의 다수를 차지
 - 2018년 45.6% 경험률을 기록한 당일 관광여행 일정은 2019년의 경우 약 50.6%로 +5.0%p 증가하였음. 당일여행 수요는 증가한 반면 1박 2일(-2.0%p), 2박 3일(-1.9%p), 3박 이상(-1.1%p) 등 장기체류 여행의 수요는 반대로 감소함

【표 13】 2019년 국민 여행경험률 - 여행 일정

(단위 : %)

구분	당일	1박 2일	2박 3일	3박 이상
국내여행	2018년	47.4	33.4	13.9
	2019년	52.7	31.5	11.9
관광여행	2018년	45.6	34.9	14.5
	2019년	50.6	32.9	12.6
기타여행	2018년	53.3	28.6	11.9
	2019년	59.7	26.9	9.5

자료: 문화체육관광부(2020a)

즉, 당일여행 수요의 증가로 국민의 장기체류형 관광은 소폭 감소

- 2018년 대비 여행횟수, 일수 등의 전반적 지표에 의하면 2019년 국민 여행경험률은 증가한 것으로 보이나, 체재기간은 소폭 감소한 것으로 추정
 - 2018년 평균과 비교하여 2019년 국민 1회 평균 관광여행 일수는 -0.08일(-4.4%) 감소하였음. 당일여행은 특성 상 체재일에 변화가 없으나, 숙박여행이 -0.02일(-0.08%) 감소한 것으로 나타남

【표 14】 2019년 국민 여행경험률 - 1회 평균 여행일수

(단위 : 일, %)

구분	국내여행			관광여행			기타여행		
	2018	2019	증감	2018	2019	증감	2018	2019	증감
전체	1.81	1.72	-4.8	1.81	1.73	-4.4	1.76	1.66	-5.7
숙박여행	2.51	2.48	-1.2	2.49	2.47	-0.8	2.60	2.56	-1.8
당일여행	1.00	1.00		1.00	1.00		1.00	1.00	

자료: 문화체육관광부(2020a)

체재기간 감소에도 국민 관광여행 지출액 총량은 전년 대비 증가

- 2019년 국민 관광소비액은 숙박여행 2,658백억 원, 당일여행 1,144백억 원 등 총 3,802백억 원 지출 (문화체육관광부 자료에서 단위를 올림하였으므로 수치는 상이할 수 있음)
 - 2018년 대비 2019년 관광여행 지출액은 +2,819십억 원(+8.0%) 증가하였음. 숙박여행이 -677십억 원(-2.5%) 감소하였으나, 당일여행 지출액인 +3,496십억 원(+44.0%)으로 큰 폭에서 증가함

【표 15】 2019년 국민 여행경험률 - 여행 지출액

(단위 : 십억 원)

구분	국내여행			관광여행			기타여행		
	2018	2019	증감	2018	2019	증감	2018	2019	증감
전체	43,133	44,183	+2.4	35,196	38,015	+8.0	7,937	6,168	-22.3
숙박여행	32,447	30,041	-7.4	27,257	26,580	-2.5	5,190	3,460	-33.3
당일여행	10,686	14,142	+32.3	7,939	11,435	+44.0	2,747	2,707	-1.4

자료: 문화체육관광부(2020a)

- 이 같은 여행 지출액 총량의 증가로 인해 1인 평균 여행 지출액 수준도 소폭 증가하여 2019년 국민의 1인 평균 관광여행 지출액은 840천 원 수준
 - 2018년 평균과 비교해 2019년 국민 1인 평균 관광여행 지출액이 +17천 원(+7.2%) 증가하였음. 숙박여행 지출이 -19천 원(-3.2%) 감소하였지만, 당일여행 지출액이 +76천 원(+43.0%) 증가함

【표 16】 2019년 국민 여행경험률 - 1인 평균 여행 지출액

(단위 : 천 원, %)

구분	국내여행			관광여행			기타여행		
	2018	2019	증감	2018	2019	증감	2018	2019	증감
전체	959	976	+1.7	783	840	+7.2	177	136	-22.8
숙박여행	722	664	-8.1	606	587	-3.2	115	76	-33.8
당일여행	238	312	+31.4	177	253	+43.0	61	60	-2.1

자료: 문화체육관광부(2020a)

그러나 여행 지출액 총량 증가에도 1회 평균 지출액은 오히려 감소

- 2019년 국민 1회 평균 관광여행 지출액은 전년 대비 -1.2% 감소한 148천 원
 - 2018년 평균과 비교했을 때, 2019년 국민의 1회 평균 관광여행 지출액은 -2천 원(-1.2%) 감소함. 당일여행 지출액은 +13천 원(+17.7%) 증가하였으나, 숙박여행 지출이 -5천 원(-2.0%) 감소함

【표 17】 2019년 국민 여행경험률 - 1회 평균 여행 지출액

(단위 : 천 원, %)

구분	국내여행			관광여행			기타여행		
	2018	2019	증감	2018	2019	증감	2018	2019	증감
전체	142	134	-5.6	150	148	-1.2	107	78	-26.8
숙박여행	200	189	-5.8	213	208	-2.0	150	106	-28.9
당일여행	73	80	+9.8	73	86	+17.7	69	58	-16.8

자료: 문화체육관광부(2020a)

2.2.1.2 2019년 국민의 전라북도 관광여행

관광여행 목적으로 국민 1인 평균 전라북도 0.41회 방문

- 2019년 국민은 관광여행 목적으로 1인 평균 전라북도를 0.41회 방문하였고, 숙박여행 0.19회, 당일여행 0.22회 방문
 - 2019년 여행지별 평균 국민의 관광여행 횟수는 0.34회이며, 숙박여행 0.17회, 당일여행 0.17회로 나타남. 국민은 전라북도를 타 지역 평균 대비 숙박여행 +0.02회(+11.8%) 및 당일여행 +0.05회(+29.4%) 더 많이 방문하였음
 - 관광여행 시 국민은 강원(0.81회), 경기(0.80회) 등을 선호하였고, 전라북도는 전국 17개 광역자치단체 가운데 7번째로 높은 수준을 기록함

【표 18】 2019년 국민 여행경험률 - 1인 평균 여행지별 여행횟수

(단위 : 회)

구분	국내여행			관광여행			기타여행		
	전체	숙박	당일	전체	숙박	당일	전체	숙박	당일
전체	7.61	3.59	4.03	5.81	2.86	2.95	1.80	0.72	1.08
지역 평균	0.45	0.21	0.24	0.34	0.17	0.17	0.11	0.04	0.06
서울	0.54	0.15	0.39	0.28	0.10	0.18	0.26	0.05	0.21
부산	0.42	0.24	0.18	0.34	0.20	0.14	0.07	0.04	0.03
대구	0.18	0.08	0.09	0.10	0.04	0.06	0.08	0.04	0.03
인천	0.32	0.12	0.20	0.24	0.09	0.14	0.09	0.03	0.06
광주	0.11	0.06	0.05	0.06	0.03	0.03	0.05	0.03	0.02
대전	0.20	0.09	0.11	0.09	0.04	0.05	0.11	0.05	0.06
울산	0.12	0.05	0.07	0.08	0.03	0.05	0.04	0.02	0.02
세종	0.06	0.02	0.04	0.02	0.01	0.02	0.03	0.01	0.02
경기	1.16	0.33	0.83	0.80	0.22	0.58	0.36	0.11	0.25
강원	0.89	0.63	0.26	0.81	0.59	0.23	0.08	0.05	0.04
충북	0.32	0.17	0.16	0.23	0.11	0.12	0.09	0.05	0.04
충남	0.62	0.29	0.34	0.48	0.22	0.27	0.14	0.07	0.07
전북	0.50	0.23	0.27	0.41	0.19	0.22	0.09	0.04	0.05
전남	0.62	0.31	0.31	0.54	0.27	0.27	0.08	0.04	0.04
경북	0.66	0.31	0.35	0.54	0.25	0.29	0.12	0.06	0.06
경남	0.64	0.29	0.35	0.54	0.25	0.29	0.11	0.04	0.06
제주	0.28	0.24	0.03	0.26	0.24	0.03	0.02	0.01	0.01

해석: 1회 여행 시 여러 시도를 방문할 수 있으므로 각 시도별 합과 전체 결과는 상이할 수 있음

자료: 문화체육관광부(2020a)

- 2018년과 비교하여 2019년 전라북도 관광객의 1인 평균 관광여행 횟수는 약 +20.6% 증가
 - 2018년과 비교하여 2019년 관광여행 목적의 전북 관광객은 1인 평균 숙박여행 +0.05회(+35.7%), 당일여행 +0.02회(+10.0%) 더 많이 방문한 것으로 나타남
 - 2019년 국민의 1인 평균 관광여행 횟수는 2018년 대비 +10.5%, 숙박여행 +0.2%, 당일여행 +22.7% 증가함. 전라북도의 성장률과 비교해 지역의 성장세는 전국 평균을 다소 상회하는 것으로 보임

【표 19】 2019년 국민 여행경험률 - 전라북도 1인 평균 관광여행 횟수 연도 비교

(단위 : 회, %)

구분	2018년 관광여행			2019년 관광여행		
	전체	숙박	당일	전체	숙박	당일
전체	5.26	2.86	2.41	5.81 (+10.5)	2.86 (+0.2)	2.95 (+22.7)
전북	0.34	0.14	0.20	0.41 (+20.6)	0.19 (+35.7)	0.22 (+10.0)

자료: 문화체육관광부(2019a, 2020a)

또한, 국민은 1인 평균 관광여행의 목적으로 전라북도를 0.68일 방문

- 2019년 기준, 국민은 관광여행을 목적으로 1인 평균 0.68일 전라북도를 방문하였으며 숙박여행 0.46일, 당일여행 0.22일 방문 ^{【표20】}
 - 2019년 여행지별 평균 국민의 관광여행 일수는 0.59일이며, 숙박여행 0.42일, 당일여행 0.17일로 나타남. 국민은 전라북도를 타 지역 대비 숙박여행 +0.04일(+9.5%), 당일여행 +0.05일(+29.4%) 수준에서 더 많이 방문하였음
 - 관광여행 시 국민은 강원(1.62일), 경기(1.07일) 등지를 많이 방문하였고, 전라북도는 전국 17개 광역자치단체 중 8번째 수준임
- 2018년과 비교하여 2019년 전라북도 관광객의 1인 평균 관광여행 일수는 약 +33.3% 증가 ^{【표21】}
 - 2018년과 비교하여 2019년 관광여행 목적의 전북 관광객은 1인 평균 숙박여행 목적의 경우 +0.14일(+43.8%), 당일여행의 경우는 +0.02일(+10.01%) 더 많이 방문한 것으로 나타남

- 2019년 국민의 1인 평균 관광여행 일수는 2018년과 비교하여 약+5.4% 증가하였고, 당일여행의 경우에는 +22.7% 증가한 것으로 나타남. 다만 숙박여행은 -0.4% 감소하였음
- 전라북도의 성장률과 비교해 지역의 성장세는 전국 평균을 크게 상회하는 것으로 보임

【표 20】 2019년 국민 여행경험률 - 1인 평균 여행지별 여행일수

(단위 : 일)

구분	국내여행			관광여행			기타여행		
	전체	숙박	당일	전체	숙박	당일	전체	숙박	당일
전체	12.94	8.91	4.03	10.01	7.05	2.95	2.93	1.85	1.08
지역 평균	0.77	0.53	0.24	0.59	0.42	0.17	0.17	0.11	0.06
서울	0.78	0.38	0.39	0.45	0.26	0.18	0.33	0.12	0.21
부산	0.78	0.60	0.18	0.63	0.49	0.14	0.15	0.12	0.03
대구	0.30	0.20	0.09	0.16	0.10	0.06	0.14	0.11	0.03
인천	0.47	0.27	0.20	0.35	0.21	0.14	0.12	0.06	0.06
광주	0.20	0.14	0.05	0.11	0.08	0.03	0.08	0.06	0.02
대전	0.33	0.22	0.11	0.15	0.10	0.05	0.18	0.12	0.06
울산	0.20	0.13	0.07	0.13	0.08	0.05	0.07	0.05	0.02
세종	0.19	0.05	0.04	0.03	0.02	0.02	0.05	0.03	0.02
경기	1.58	0.75	0.83	1.07	0.50	0.58	0.50	0.25	0.25
강원	1.78	1.52	0.26	1.62	1.40	0.23	0.16	0.12	0.04
충북	0.55	0.39	0.16	0.38	0.26	0.12	0.17	0.13	0.04
충남	1.02	0.68	0.34	0.77	0.50	0.27	0.25	0.19	0.07
전북	0.83	0.56	0.27	0.68	0.46	0.22	0.16	0.11	0.05
전남	1.06	0.75	0.31	0.92	0.65	0.27	0.14	0.10	0.04
경북	1.10	0.75	0.35	0.88	0.59	0.29	0.22	0.16	0.06
경남	1.06	0.71	0.35	0.88	0.59	0.29	0.18	0.11	0.06
제주	0.87	0.84	0.03	0.84	0.81	0.03	0.03	0.02	0.01

해석: 1회 여행 시 여러 시도를 방문할 수 있으므로 각 시도별 합과 전체 결과는 상이할 수 있음
 자료: 문화체육관광부(2020a)

【표 21】 2019년 국민 여행경험률 - 전라북도 1인 평균 관광여행 일수 연도 비교

(단위 : 일, %)

구분	2018년 관광여행			2019년 관광여행		
	전체	숙박	당일	전체	숙박	당일
전체	9.49	7.08	2.41	10.01 (+5.4)	7.05 (-0.4)	2.95 (+22.7)
전북	0.51	0.32	0.20	0.68 (+33.3)	0.46 (+43.8)	0.22 (+10.0)

자료: 문화체육관광부(2019a, 2020a)

전라북도 관광객 1회 평균 관광여행을 목적으로 지역에 1.65일 체류

- 2019년 국민은 1인 평균 전라북도를 관광여행의 목적으로 0.41회, 0.68일 방문하여 평균적으로 1.65일 체류
 - 2019년 국민은 관광여행을 목적으로 1회 평균 1.73일, 숙박여행 2.47일, 당일여행 1.00일 수준에서 목적지에 체류함. 관광여행을 목적으로 전라북도를 방문한 국민은 1인 평균 타 지역 대비 숙박여행 -0.07일(-2.8%)을 포함하여 -0.08일(-4.6%) 덜 머무르는 것으로 나타남
 - 관광여행 시 국민은 입지적 특성에 따른 제주(3.23일)를 제외하고, 강원(1.96일), 부산(1.85일) 등지에 오래 머무르며, 전라북도는 전국 17개 광역자치단체 대비 6번째 수준임

【표 22】 2019년 국민 여행경험률 - 1회 평균 여행지별 여행일수

(단위 : 일)

구분	국내여행			관광여행			기타여행		
	전체	숙박	당일	전체	숙박	당일	전체	숙박	당일
전체	1.72	2.48	1.00	1.73	2.47	1.00	1.66	2.56	1.00
서울	1.45	2.56	1.00	1.59	2.64	1.00	1.29	2.40	1.00
부산	1.90	2.54	1.00	1.85	2.46	1.00	2.09	2.99	1.00
대구	1.71	2.53	1.00	1.56	2.42	1.00	1.89	2.62	1.00
인천	1.45	2.22	1.00	1.47	2.22	1.00	1.40	2.22	1.00
광주	1.78	2.45	1.00	1.76	2.45	1.00	1.80	2.45	1.00
대전	1.67	2.45	1.00	1.62	2.39	1.00	1.69	2.50	1.00
울산	1.59	2.39	1.00	1.56	2.35	1.00	1.69	2.50	1.00
세종	1.48	2.46	1.00	1.36	2.17	1.00	1.57	2.64	1.00
경기	1.37	2.27	1.00	1.34	2.22	1.00	1.43	2.38	1.00
강원	1.96	2.34	1.00	1.96	2.32	1.00	1.95	2.65	1.00
충북	1.68	2.32	1.00	1.61	2.24	1.00	1.86	2.49	1.00
충남	1.63	2.35	1.00	1.57	2.27	1.00	1.85	2.58	1.00
전북	1.67	2.45	1.00	1.65	2.40	1.00	1.78	2.71	1.00
전남	1.70	2.39	1.00	1.69	2.36	1.00	1.78	2.60	1.00
경북	1.67	2.40	1.00	1.62	2.33	1.00	1.88	2.67	1.00
경남	1.66	2.42	1.00	1.65	2.39	1.00	1.68	2.55	1.00
제주	3.18	3.40	1.00	3.23	3.42	1.00	2.09	2.92	1.00

해석: 1회 여행 시 여러 시도를 방문할 수 있으므로 각 시도별 합과 전체 결과는 상이할 수 있음
 자료: 문화체육관광부(2020a)

- 2018년과 비교하여 2019년 전라북도 관광객의 1회 평균 관광여행 일수는 약 +7.8% 증가
 - 2018년과 비교하여 2019년 관광여행 목적의 전북 관광객은 1회 평균 숙박여행은 +0.12일(+5.3%) 오래 머무르는 것으로 나타남
 - 2019년 국민의 1회 평균 관광여행 일수는 2018년과 비교하여 약 -4.4% 감소하였고, 숙박여행의 경우 -0.8% 수준에서 감소하였음
 - 전라북도의 성장률과 비교해 지역의 성장세는 전국 평균 감소세와 달리 소폭 증가한 것으로 나타남

【표 23】 2019년 국민 여행경험률 - 전라북도 1회 평균 관광여행 일수 연도 비교

(단위 : 일, %)

구분	2018년 관광여행			2019년 관광여행		
	전체	숙박	당일	전체	숙박	당일
전체	1.81	2.49	1.00	1.73 (-4.4)	2.47 (-0.8)	1.00 (-)
전북	1.53	2.28	1.00	1.65 (+7.8)	2.40 (+5.3)	1.00 (-)

자료: 문화체육관광부(2019a, 2020a)

국민의 방문 횟수 증가와 맞물려 전라북도 관광소비액도 크게 성장

- 2019년 국민은 관광여행의 목적으로 전라북도를 방문하여 2,206십억 원을 지출하였고, 숙박여행 1,382십억 원 및 당일여행 824십억 원 소비

【표24】

 - 2019년 기준 국민은 평균 여행지에서 2,236십억 원을 소비하였고 숙박여행 1,563십억 원, 당일여행 672십억 원을 지출함
 - 타 지역과 비교하여 전라북도는 당일여행 소비액이 +152십억 원 (+22.6%) 많았음에도 숙박여행은 -181십억 원(-11.6%) 수준에서 다소 미흡하여 전체 총량도 -30십억 원(-1.3%) 부족하였음
- 2018년과 비교한 결과, 2019년 전라북도 관광객의 관광여행 지출액 총량은 약 +30.6% 증가

【표25】

 - 2018년과 비교하여 2019년 관광여행 목적의 전북 관광객은 여행 지출액 수준이 크게 증가하여 숙박여행 시 +32.8%, 당일여행의 경우에는 +28.1% 수준으로 관광소비액 규모가 성장하였음

- 2019년 국민의 여행 지출액은 2018년과 비교해 약 +8.8% 증가하였고, 특히 당일여행의 경우 +44.0%가 증가하였지만, 숙박여행의 경우에는 -2.5% 감소한 것으로 나타남
- 전라북도의 성장률과 비교해 지역의 성장세는 전국 평균의 성장률 대비 크게 웃돈다고 할 수 있음

【표 24】 2019년 국민 여행경험률 - 여행지별 여행 지출액

(단위 : 십억 원)

구분	국내여행			관광여행			기타여행		
	전체	숙박	당일	전체	숙박	당일	전체	숙박	당일
전체	44,183	30,041	14,142	38,015	26,580	11,435	6,168	3,460	2,707
지역 평균	2,599	1,767	832	2,236	1,563	672	345	204	159
서울	2,342	1,140	1,201	1,651	911	739	691	229	462
부산	3,097	2,354	743	2,711	2,049	661	386	305	81
대구	831	484	347	525	278	246	307	206	101
인천	1,430	720	710	1,149	613	535	281	107	174
광주	556	360	196	362	231	131	195	129	66
대전	851	492	359	461	269	192	390	222	167
울산	582	349	232	420	249	170	162	100	62
세종	198	93	105	96	42	54	102	51	51
경기	4,495	1,821	2,674	3,511	1,403	2,107	984	418	567
강원	6,517	5,441	1,076	6,180	5,194	985	338	247	91
충북	1,611	1,065	546	1,270	829	441	341	236	105
충남	3,013	1,810	1,203	2,521	1,505	1,016	492	305	187
전북	2,555	1,587	968	2,206	1,382	824	349	205	144
전남	3,683	2,555	1,128	3,347	2,344	1,002	336	210	126
경북	3,450	2,214	1,236	3,045	1,982	1,063	105	232	173
경남	3,440	2,213	1,228	3,129	2,033	1,096	311	179	132
제주	5,531	5,343	188	5,432	5,263	169	99	79	19

해석: 1회 여행 시 여러 시도를 방문할 수 있으므로 각 시도별 합과 전체 결과는 상이할 수 있음
 자료: 문화체육관광부(2020a)

【표 25】 2019년 국민 여행경험률 - 전라북도 관광여행 지출액 연도 비교

(단위 : 십억 원, %)

구분	2018년 관광여행			2019년 관광여행		
	전체	숙박	당일	전체	숙박	당일
전체	35,196	27,257	7,939	38,015 (+8.0)	26,580 (-2.5)	11,435 (+44.0)
전북	1,685	1,041	643	2,206 (+30.6)	1,382 (+32.8)	824 (+28.1)

자료: 문화체육관광부(2019a, 2020a)

- 관광소비액을 국민 1인 평균으로 계산하면 전라북도 관광객은 2019년 기준 관광여행 목적으로 숙박여행 31천 원, 당일여행 18천 원 등 49천 원을 지출
 - 2019년 기준 여행 지출액을 국민 1인 평균으로 살펴보면, 국민은 평균 여행지에서 관광여행 시 49천 원을 지출함. 숙박여행의 경우 35천원, 당일여행 15천 원을 지출한 것으로 나타남
 - 국민 1인 평균 전라북도 관광여행 소비액은 지역 평균과 비교하여 동일 수준이었으나, 당일여행 관광객은 +3천 원(+20.0%) 더 많이 지출하였고 숙박여행 관광객은 -4천 원(-11.4%) 적게 소비하였음

【표 26】 2019년 국민 여행경험률 - 1인 평균 여행지별 여행 지출액

(단위 : 천 원)

구분	국내여행			관광여행			기타여행		
	전체	숙박	당일	전체	숙박	당일	전체	숙박	당일
전체	976	664	312	840	587	253	136	76	60
지역 평균	57	39	18	49	35	15	8	5	3
서울	52	25	27	36	20	16	15	5	10
부산	68	52	16	60	45	15	9	7	2
대구	18	11	8	12	6	5	7	5	2
인천	32	16	16	25	14	12	6	2	4
광주	12	8	4	8	5	3	4	3	1
대전	19	11	8	10	6	4	9	5	4
울산	13	8	5	9	6	4	4	2	1
세종	4	2	2	2	1	1	2	1	1
경기	99	40	59	78	31	47	22	9	13
강원	144	120	24	136	115	22	7	5	2
충북	36	24	12	28	18	10	8	5	2
충남	67	40	27	56	33	22	11	7	4
전북	56	35	21	49	31	18	8	5	3
전남	81	56	25	74	52	22	7	5	3
경북	76	49	27	67	44	23	9	5	4
경남	76	49	27	69	45	24	7	4	3
제주	122	118	4	120	116	4	2	2	0

해석: 1회 여행 시 여러 시도를 방문할 수 있으므로 각 시도별 합과 전체 결과는 상이할 수 있음

자료: 문화체육관광부(2020a)

- 2018년과 비교하여 2019년 전라북도 관광객 1인 평균 관광여행 지출액은 약 +32.4% 증가
 - 2018년과 비교하여 2019년 관광여행 목적의 전북 관광객은 1인 평균 숙박여행 +8천 원(+34.8%), 당일여행 +4천 원(+28.6%)을 더 많이 지출했던 것으로 나타남
 - 2019년 국민의 1인 평균 관광여행 소비액은 2018년과 비교해 약 +7.2% 증가하였고, 당일여행이 +43.0% 증가한 반면, 숙박여행의 경우에는 -3.2% 감소하였음. 전라북도의 성장률과 비교할 때 지역 성장세는 전국 평균을 크게 상회하는 것이라고 할 수 있음

【표 27】 2019년 국민 여행경험률 - 1인 평균 여행지별 여행 지출액 비교

(단위 : 천 원, %)

구분	2018년 관광여행			2019년 관광여행		
	전체	숙박	당일	전체	숙박	당일
전체	783	606	177	840 (+7.2)	587 (-3.2)	253 (+43.0)
전북	37	23	14	49 (+32.4)	31 (+34.8)	18 (+28.6)

자료: 문화체육관광부(2019a, 2020a)

전라북도 관광소비액 증가와 달리 1회 평균 지출액은 성장 폭은 좁아

- 2019년 국민이 관광여행을 목적으로 전라북도에서 1회 평균적 관광소비액은 119천 원으로 숙박여행 161천 원, 당일여행 83천 원 소비 ^{【표28】}
 - 2019년 기준 국민은 1회 평균 여행지에서 숙박여행의 경우 202천 원, 당일여행 92천 원 등 평균적으로 148천 원을 지출함
 - 타 지역과 비교하여 전라북도는 1회 평균 지출 수준이 크게 낮아 숙박여행 -41천 원(-20.3%), 당일여행 -9천 원(-9.8%) 등 평균적으로 -13천 원(-9.8%) 부족했던 것으로 나타남
 - 지리·입지 측면에서 차별화 특성을 지닌 제주(461천 원)를 제외하더라도 국민이 전북과 유사 또는 동질적 특성을 지닌 것으로 판단되는 전남(134천 원), 경남(131천 원), 경북(124천 원)에 비하여 전라북도에서 지출하는 관광소비 수준은 특히 낮은 것으로 이해됨

- 2018년과 비교하여 2019년 전라북도 관광객 1회 평균 관광여행 지출액은 약 +6.3% 증가 ^[표29]
 - 2018년과 비교하여 2019년 관광여행 목적의 전라북도를 방문한 국민은 1회 평균 당일여행 시 +10천 원(+13.7%) 더 많이 소비해 전체 지출액은 +7천 원(+6.3%) 증가한 것으로 나타남. 다만, 숙박여행은 -6천 원(+6.3%) 감소하였음
 - 2019년 국민의 1회 평균 관광여행 지출액은 -1.2% 감소하였으며 당일여행이 +17.7% 증가한 반면, 숙박여행의 경우 -2.0% 감소한 것으로 나타남
 - 전라북도의 성장률과 비교할 때, 지역의 성장세는 전국의 평균을 크게 웃돌지만, 숙박여행객의 감소폭이 전국 대비 크고, 1인 평균 지출액의 증가와 달리 1회 평균 지출액의 성장 폭이 작다는 것이 문제로 보임

【표 28】 2019년 국민 여행경험률 - 1회 평균 여행지별 여행 지출액

(단위 : 천 원)

구분	국내여행			관광여행			기타여행		
	전체	숙박	당일	전체	숙박	당일	전체	숙박	당일
전체	134	189	80	148	208	86	78	106	58
서울	99	169	70	132	202	92	62	104	50
부산	168	221	93	178	230	102	119	173	54
대구	106	133	82	118	157	92	89	110	64
인천	98	133	78	108	147	83	72	86	66
광주	113	139	83	128	160	94	92	111	69
대전	96	122	73	111	145	83	82	103	64
울산	104	147	72	114	164	79	82	112	57
세종	77	109	62	94	131	77	67	96	51
경기	87	123	73	98	138	81	63	88	51
강원	157	183	92	164	188	97	91	115	58
충북	109	140	77	119	158	82	84	101	60
충남	107	138	80	115	153	84	79	93	62
전북	114	152	80	119	161	83	88	114	67
전남	130	178	80	134	186	82	93	121	67
경북	116	157	78	124	174	81	77	87	66
경남	121	169	79	131	183	85	66	90	47
제주	448	479	148	461	487	171	156	228	59

해석: 1회 여행 시 여러 시도를 방문할 수 있으므로 각 시도별 합과 전체 결과는 상이할 수 있음
 자료: 문화체육관광부(2020a)

【표 29】 2019년 국민 여행경험률 - 1회 평균 여행지별 여행 지출액 비교

(단위 : 천 원, %)

구분	2018년 국내여행			2019년 국내여행		
	전체	숙박	당일	전체	숙박	당일
전체	150	213	73	148 (-1.2)	208 (-2.0)	86 (+17.7)
전북	112	167	73	119 (+6.3)	161 (-3.6)	83 (+13.7)

자료: 문화체육관광부(2019a, 2020a)

2.2.1.3 2019년 국민의 전라북도 관광여행 실태에 대한 시사점

국민의 전라북도 관광횟수, 지출액 등이 증가했으나 여전히 미흡

- 전라북도를 여행하고 방문하는 국민의 수, 이로 인한 관광횟수, 일수 및 관광소비액 등 정량 지표는 증가하고 있으나, 여전히 타 지역 평균 대비 미흡
 - 최근 5년(2015년~2019년) 전라북도 관광객 수는 지속 증가세를 보임^{【표 30】}. 국민여행조사(문화체육관광부, 2020a)의 결과, 2019년 기준 전라북도 방문 국민은 관광여행 목적으로 타 지역 평균 대비 +0.07회, +0.09일 많이 방문했던 것으로 나타나 지역관광 경쟁력이 꾸준히 성장하고 있음 ^{【표 18】}, ^{【표 20】} 참고

【표 30】 최근 5년(2015년~2019년) 전라북도 관광객 수

(단위 : 천 명, %)

구분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	연평균 증감
전국	300,445	339,255	376,697	389,462	429,954	+9.4
국민	289,757	325,810	368,101	380,593	419,430	+9.7
외래	10,688	13,446	8,596	8,869	10,525	-0.4
전북	26,660	30,987	36,974	38,088	39,207	+10.1
국민	29,467	30,796	36,595	37,789	38,889	+7.2
외래	194	206	383	335	336	+14.7

해석: 1) 위 자료는 전국 관광지 방문객 보고통계자료의 총합으로 시군별 자료와 상이할 수 있음
 2) 각 지표는 단위(명 → 천 명) 변경을 위해 올림하였으므로 원 지표와 상이할 수 있음
 3) 연도별 조사기준 변경, 일부 시군 자료 누락 등 결측으로 전년대비 증감을 파악은 어려움
 4) 연평균 증가율은 연도별 조사기준 변경, 일부 결측자료 등으로 단순 참고용임

자료: 한국문화관광연구원(2020b)

- 이러한 규모의 성장으로 관광객의 여행 지출액 수준도 증가한 것으로 나타났는데, 2019년 전라북도 관광객의 소비액은 전년 대비 1인 평균 +32.4%, 1회 평균 +6.3% 증가해 총 규모가 +30.6% 성장한 것으로 나타남 [표 27], [표 29], [표 25] 참고
- 다만 여전히 관광소비액은 타 지역 대비 미흡한 것으로 나타남. 1인 평균 관광소비액은 동일했음에도(49천 원), 1회 평균 지출액이 -13천 원(-9.8%) 부족해 -30십억 원(-1.3%) 수준에서 지역 평균에 크게 못 미치는 것으로 나타남 [표 26], [표 28], [표 24] 참고
- 이는 관광객 체재기간에 따른 차이로 이해됨. 전라북도 관광객의 1회 평균 체재기간이 1.65일로 지역 평균(1.73일) 대비 -0.08일 부족하고, 특히 숙박여행이 2.40일로 지역 평균 체류일인 2.47일 대비 -0.07일 부족하기 때문임. 즉 관광객의 체재기간은 소비액의 수준을 결정하고, 그에 따른 관광의 편익 구조를 긍정적으로 변화시킬 수 있는 핵심 요인임 [표 22] 참고

국민의 숙박여행, 즉 체재기간 감소는 관광목적지에 부정적으로 작용

- 관광은 경제적 측면에서 긍정적 효과를 미친다는 점에서 지역 성장 및 발전에 매우 유의미한 산업
 - 국민의 관광활동이 목적지에 경제적 측면에서 편익을 제공한다는 것은 익히 알려진 사실임. 관광소비로 나타나는 편익이 타 산업(예: 제조업)의 경제적 이익 창출 효과와 비교해 매우 크고, 특히 관광은 고용창출효과가 높기* 때문임 (관계부처합동, 2019a)
 - * 취업유발계수(2014 기준, 한국은행), 관광산업 18.9 > 서비스업 17.3 > 제조업 8.8
 - 그러므로 국민의 관광활동이 매년 증가하는 것은 지역적 측면에서 이로운 현상이라고 할 수 있음. 관광소비가 증가할수록 지역경제에 파급하는 긍정적 효과가 확대될 것으로 예상할 수 있기 때문임
- 이러한 배경에 따르면, 관광의 긍정적 파급효과를 기대하기 위해서는 목적지 체재기간 증대가 필요할 것이라는 가정이 가능
 - 전술한 내용에 따르면 관광객이 목적지에 머무르는 기간과 시간이 증가할수록 지역 내 소비활동도 함께 증가될 것이라고 예상할 수 있

기 때문임. 관광객 체류시간 증대가 지역 부가가치 창출에 매우 효과적 방법이라고 정의되는 것도 이의 논리를 뒷받침함 (박상곤·김성태·한숙영, 2010)

- 더불어, 관광객의 체재기간이 늘어날수록 목적지의 문화, 사회 및 환경적 부문에 대한 이해도가 함께 증가하며, 이 같은 태도가 지역사회에 미치는 긍정적 효과 매우 크기 때문임
- 체재기간이 짧은 당일여행의 경우 분명 관광객의 행동 및 태도로 지역에 미치는 파급효과가 존재하지만, 숙박여행보다 그 영향은 미비할 가능성이 더 크다고 할 수 있음

전라북도 자립성 강화를 위해 체류형 관광 활성화에 대한 고민 필요

- 경제적으로 국민의 관광활동은 목적지에 긍정적 편익을 제공하지만, 짧아지는 국민의 여행목적지 체재기간으로 이의 혜택이 감소할 것
 - 국민여행조사에 의하면 2019년 국민 1인 평균 여행일수는 10.01일로 전년 대비 +10.01% 성장하였고, 특히 당일여행객이 +22.7% 증가하여 1인 평균 2.95일을 여행하는 것으로 나타남
 - 더불어, 다수의 전문기관 리포트에 따르면 향후 국내관광은 거주 지역에서 '가까운 곳으로, 더 자주 여행을 하려는 의도'가 강해질 것으로 전망됨 (한국관광공사, 2020). 즉 당일여행에 대한 수요가 증가할 것이라는 예측으로 이는 관광객 목적지 체재기간이 감소할 것이라는 합리적 추론을 가능하게 하는 요소임
 - 전라북도의 예를 볼 때에도 관광객의 체류기간 감소는 궁극적으로 지역 내에서 관광소비액 감소를 유발하는 원인이 됨. 관광의 가장 큰 지역 성장 유발효과는 경제적 편익의 지역 내 환원인데, 관광객 체재기간 감소는 1회 평균 지출액의 감소를 유발하고, 결과적으로 지역 성장 토대 마련을 위한 관광산업 활성화에 부정적으로 작용할 수 있음
 - 그러므로 전라북도의 경우 관광객 체재기간, 즉 체류시간 확대를 위한 기반, 인프라, 콘텐츠 확충을 통해 관광객이 지역에 머무르는 시간을 증대하도록 유도할 필요가 있음

- 특히 정부는 전국적 도시, 지역 쇠퇴 문제 해결을 위해 지역에 내재된 잠재적 가치 확대를 위해 관광의 적극적 활용을 권고 중 (문화체육관광부, 2018)
 - 문재인정부는 ‘고르게 발전하는 지역’의 목표를 위해서 자치분권과 균형발전을 도모하고 있음. 특히, 지역 경쟁력 강화와 자립성장을 목적으로 관광을 통한 지역경제 활성화를 추구함. 이러한 정책적 방향은 궁극적으로 지역사회의 삶의 질 향상을 도모하려는 것임
 - 이의 관점에 근거할 때, 지역관광의 규모적 확대를 추구할 필요가 있으며, 체류형 관광 육성을 통해서 이러한 목표를 달성할 수 있을 것으로 보임
 - 따라서 전라북도는 지역의 성장 기틀 마련, 균형발전 추구 및 지역경제 활성화를 위해 이제 체류형 관광콘텐츠 육성을 고민해야 함

2.2.2 전라북도 서비스산업 분석

- 지역의 관광여건 및 환경을 검토하기 위해서는 국민의 여행실태를 파악함과 동시에 지역 산업 기반, 경기상황 고찰 필요
 - 2019년을 기준으로 국민의 여행경험률은 전년과 비교해 큰 폭의 성장세를 기록함. 특히 전라북도 방문 횟수, 체재기간, 관광소비액 부문에서 어느 정도 성장하였음을 확인함
 - 그러나 전라북도 체류형 관광콘텐츠 육성을 위한 정책적 방향을 논의하기 위해서는 관광객의 행동 및 수요에 대한 고려 외에 현재 지역에 내재된 역량에 대한 검토가 선행되어야 함
 - 이에 따라 전라북도 서비스산업의 생산지수, 고용효과 등을 분석하여 향후 정책의 실효성 및 합리성을 논할 수 있는 근거를 검토하고자 함
 - 특히, 세계적으로 심각한 경제적 위기를 초래한 코로나19 등으로 인해 유발된 현재 시점(2019년~2020년 기준) 산업 실태, 경기를 검토하여 계획과제의 방향성을 고찰하고자 함

상승하던 전라북도 서비스업 생산지수, 취업자 수의 급격한 하락세

- 전년 동기 대비 상승하는 추세를 보인 전라북도 서비스업 생산지수는 2019년 코로나19 확산 시점을 기준으로 큰 폭의 하락세 기록 중 【표31】

- 코로나19로부터 극심한 타격을 받은 서비스업종은 숙박·음식점업으로 2020년 1/4분기의 경우 전년 동기 대비 생산지수가 -18.9% 하락함. 2/4분기에도 여전히 하락하고 있는 것으로 나타남
- 더불어 여가 관련 서비스업은 코로나19의 장기화로 국민의 보편적 이동권이 제한됨에 따라서 2/4분기 하락세로 전환되어 전년 동기 대비 -18.6% 감소하였음
- 그리고 코로나19가 국가 및 지역산업의 전방위적 위축을 야기함에 따라 전라북도 내 운수업, 사업지원서비스업 등의 생산지수 역시 하락세를 경험하고 있음. 특히, 도·소매업의 경우는 2/4분기 긴급재난지원금으로 인해 지역 소비활동이 소폭 개선되면서 생산지수 역시 증가세로 전환되었으나, 약세로 돌아설 수 있는 여지가 있음

· 전년 동월 대비 전라북도 서비스업 취업자 수는 코로나19 이전 증가 추이를 보이다가 2020년 3월 급격한 확산 이후 급감하는 중 ^{【표32】}

- 계절적 특성을 감안해도 전년 동월 대비 취업자 수는 코로나19의 창궐 및 확산 이전 증가세를 보였음. 다만 우리나라가 코로나19의 직접적 영향권에 접어든 2020년 3월 이후, 전라북도 서비스 산업 취업자 수는 급격한 감소세를 보임
- 특히 도·소매업, 숙박 및 음식점업을 포함하여 개인서비스업 등의 감소세가 뚜렷한데 이는 코로나19로 인한 직접적 피해라고 해석됨

【표 31】 2019년 × 2020년 전라북도 서비스업 생산지수 - 분기별 (전년 동기 대비)

(단위 : %)

구분	2019년				2020년	
	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4
총지수	0.10	0.86	1.45	1.98	-0.89	-0.66
도매 및 소매업	-1.12	-1.16	-0.20	0.19	-1.75	0.98
운수 및 창고업	-2.04	-1.39	-0.86	0.48	-14.97	-10.61
숙박 및 음식점업	-2.90	-1.13	-4.84	-2.13	-18.85	-17.09
전문, 과학 및 기술서비스업	-2.63	3.71	4.82	0.08	2.83	-0.94
사업시설관리, 사업지원서비스업	-1.52	-2.00	0.40	6.70	-5.74	-10.43
교육서비스업	-0.69	-1.97	-0.90	-0.79	-2.79	-2.21
보건업 및 사회복지서비스업	6.46	8.08	6.21	5.66	3.54	3.28
예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스업	-1.09	11.55	-1.31	3.12	5.61	-18.62
기타 개인 서비스업	-5.94	-2.68	-2.05	-1.23	-3.38	-4.76

자료: 통계청(2020a)

【표 32】 2019년 × 2020년 전라북도 주요 서비스업 취업자 - 월별 (전년 동월 대비)

(단위 : 천 명)

구분	2019년				2020년					
	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월
서비스업	-7	0	8	20	19	9	-20	-27	-19	-2
도·소매업	4	1	5	8	3	6	8	-5	-9	-2
숙박, 음식점업										
사업, 개인	-9	-2	-1	8	9	3	-28	-20	-13	0
공공서비스업										
전기, 운수	-2	1	4	4	7	0	0	-2	3	0
통신, 금융업										

자료: 통계청(2020b)

악화일로 전라북도 기업경기실사지수와 체감경기지수, 서비스산업 위기

- 2020년 1월을 기점으로 하여 전라북도 비제조업 BSI(기업경기실사지수)*, 큰 폭에서 하락하는 중 ^[표33]

* BSI(기업경기실사지수)는 기업체가 느끼는 체감경기를 나타내며 기업체로부터 향후 경기 동향에 대한 의견을 수렴해 지수화한 것을 의미함. 단기적 경기예측지표로 활용되는데 기업체의 주관적이고 심리적 요소까지 조사되어 정책의 파급효과를 분석하는데 용이함

- 전라북도 비제조업 BSI는 업황, 매출, 자금사정 부문에서 2020년 1월을 기점으로 큰 폭에서 하락하였으며, 5월부터 회복세를 보인 것으로 나타났지만, 전년 동월 수준까지 회복되지 못함으로써 큰 위기에 직면한 것으로 보임
- 특히, 업황보다는 매출 또는 자금사정이 코로나19 등으로 인해서 전년 대비 크게 악화된 상황임. 그러므로 현재의 재난적인 상황이 장기화될 경우에 출도산의 가능성이 매우 높아 심각한 위기라고 할 수 있음

- 더불어 조금씩 회복될 조짐을 보이던 전라북도 소상공인, 전통시장 체감경기지수, 코로나19 상태 장기화로 인해 2020년 2월과 3월 급감, 하락세 ^[표34]

【표 33】 2019년 × 2020년 전라북도 비제조업 BSI 변동 - 월별 (전년 동월 대비)

구분	2019년				2020년					
	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월
업황	-9.1	-1.6	15.5	3.2	6.5	-17.5	-18.0	-5.1	-14.9	-22.9
매출	-10.4	-6.9	-4.2	-6.8	-5.4	-22.2	-28.2	-23.3	-26.3	-28.4
인력사정	1.2	1.2	0.0	1.2	0.0	1.3	-1.2	9.9	5.0	0.0
자금사정	0.0	-1.3	4.1	0.0	5.6	-11.1	-24.7	-25.7	-15.6	-18.7

자료: 한국은행(2020b)

【표 34】 2019년 × 2020년 전라북도 소상공인 체감경기지수 - 월별 (전년 동월 대비)

(단위 : %)

구분	2019년				2020년					
	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월
소상공인	20.7	4.4	-0.6	9.2	22.1	-37.3	-59.9	6.1	-4.3	41.4
전통시장	10.6	0.0	15.9	35.9	39.7	-56.2	-64.3	22.7	66.6	71.5

자료: 소상공인시장진흥공단(2020)

- 또한 대형마트 및 소매점의 경우도 소비 경기 회복세로 상승 조짐을 보이다가 코로나19로 인해 급락
 - 대형마트 및 대형소매점은 정부 재난긴급지원금 대상이 되지 못한 경우가 많아, 코로나19 확산 후 단기 회복이 발생하지 않고 있음

【표 35】 2019년 × 2020년 전라북도 소매판매지수 - 월별 (전년 동월 대비)

(단위 : %)

구분	2019년				2020년					
	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월
대형소매점	-2.0	-8.6	-8.2	-2.6	-8.8	7.0	-23.2	-18.3	-1.8	-4.8
대형마트	-4.3	-10.0	-8.7	-4.6	-9.9	10.1	-18.7	-11.6	1.9	-4.7

자료: 통계청(2020c)

전라북도 소비자심리지수는 코로나19로 인한 하락세 이후 소폭 회복 중

- 장기화된 경기 침체로 하락세를 보이던 전라북도 소비자심리지수는 2020년 1월 전년 동월 대비 +8.0% 상승하여 조금씩 개선의 여지를 보였으나, 코로나19로 인해 2020년 4월 -20.0% 감소함

- 특히 여행비의 경우 전년 대비 -20.0% 수준에서 소비심리가 급감하였으며, 오락·문화, 외식부문에서도 소비심리가 크게 위축되어 지역 서비스산업에 극심한 타격을 입히고 있음

【표 36】 2019년 × 2020년 전라북도 주요 서비스업 취업자 - 월별 (전년 동월 대비)

(단위 : 천 명)

구분	2019년				2020년					
	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월
소비지출	-1.8	0.9	0.0	-0.9	3.7	-2.8	-9.2	-132	-9.4	-14.7
소비자심리지수	-1.2	-1.6	4.2	2.2	8.0	-1.3	-147	-200	-135	-141
내구재	0.0	3.2	0.0	1.0	3.2	-2.1	-112	-116	-7.5	-8.5
의류비	-4.0	2.0	0.0	1.0	2.1	-2.0	-110	-112	-9.2	-8.2
외식비	-2.1	0.0	1.1	1.1	3.3	-1.1	-120	-140	-9.6	-9.6
여행비	-3.3	-4.3	2.2	0.0	4.5	-6.5	-247	-272	-239	-250
교육비	0.0	1.0	1.0	5.2	7.1	2.0	-4.0	-7.1	-2.1	-2.1
의료비	0.0	-0.9	0.9	-2.6	2.7	0.0	-3.5	-4.4	-1.8	-6.0
오락, 문화비	-5.3	-3.2	0.0	-2.2	4.4	0.0	-1.8	-141	-8.9	-138
교통, 통신비	-1.9	1.0	-0.9	-0.9	6.8	1.0	-4.7	-7.5	-8.3	-5.6

자료: 한국은행(2020c)

코로나19로 큰 위기에 직면한 전라북도 서비스산업, 타개책 필요

- 전반적으로 2019년 하반기부터 전라북도 서비스산업은 저성장, 지속된 경기 침체 속에서도 조금씩 회복세를 보였으나, 코로나19로 상승세가 꺾여
 - 특히 지역 서비스산업 가운데 음식·숙박 등 여행, 외식, 및 문화와 여가생활과 관련된 분야가 극심한 피해를 입은 것으로 보임
 - 더불어 지역 소비심리도 여행 및 외식, 문화와 관련된 부문이 크게 위축되어 단기 회복이 어려울 것으로 전망됨에 따라 해당 분야의 구조조정이 예상되기도 함
 - 전통시장이나 소상공인의 경우는 긴급재난지원금으로 단기적으로 경기회복 흐름을 이어갈 수 있었지만 이마저도 코로나19의 장기화로 인해 매출 및 자금 확보에 큰 어려움을 겪고 있음

- 전라북도의 전체 취업자 중 약 58.6%가 서비스산업 종사자로 산업의 기반이 침체될 경우에는 전라북도 고용 시장에 악영향 우려
 - 현재 조금씩 개선 및 회복세를 보이는 고용시장 취업자 수는 실제 유급종사자보다는 무급 가족종사자의 규모가 늘어나는 것이 반영되었기 때문으로 해석됨
 - 즉, 일자리의 양적 성장과 달리 질적 측면이 악화되어 내실화 부문에서 큰 우려가 예상되는 것임

- 궁극적으로 코로나19 이후, 즉 포스트코로나 시대 전라북도 서비스산업 경기 회복을 도모할 수 있는 체계와 기반에 대한 고심 필요
 - 장기화 추세를 보이는 코로나19, 이로 인해 유발된 소비심리지수 하락, 서비스업 경영 악화, 고용효과 감소 등 외부 위협으로 지역 산업이 무너지는 부정적 인과관계의 흐름이 계속되고 있음
 - 과거 경기 수준을 빠른 시간에 회복하기 위해서는 우선 위축된 소비 심리를 개선할 필요가 있으며, 지역 내 자본 흐름이 보다 원활하게 이루어질 수 있는 지역소비 시스템 구축이 필요함
 - 체류형 관광콘텐츠 육성 방안의 모색은 궁극적 해결책이 될 수는 없겠지만, 이를 해결하기 위한 효과적 수단이 될 것으로 보임

3

장

정책 기본방향 및 추진전략

Jeonbuk Institute

Section 3.1 정책 기본방향

Section 3.2 정책 추진전략

제3장 정책 기본방향 및 추진전략

Senction 3.1

정책 기본방향

3.1.1 정책목표 및 핵심가치

전라북도 여건에 부합된 정책방향의 설정을 통해 실제적 성과 도모

- 체류관광은 기본적으로 관광목적지에서 관광객이 머무르는 시간을 연장하는 관광활동을 의미
 - 관광객이 목적지에서 얼마나 오랜 시간, 기간 머무느냐에 따라서 목적지에서 지출하는 소비액의 수준이 달라질 수 있는데 체류형 관광은 이와 같은 인식에서 출발함. 즉, 관광소비액이 증가할수록 관광편익이 지역 내로 유입되는 효과가 커질 것이며, 궁극적으로 이러한 현상은 지역의 성장 및 발전을 촉진하는 계기가 됨
 - 즉, 관광객의 체류시간 증대는 지역 관광산업뿐만 아니라 관련된 전·후방 산업의 활성화를 촉진하는 일종의 촉매제 성격을 지님
 - 이 같은 현상을 ‘관광의 선순환 환류체계’라고 하며, 지역 자생력, 자립성 등을 강화하여 지역의 성장과 발전을 촉진시킬 목적으로 관광산업을 활용하기 위해서는 관광객의 체류시간을 증대시킬 수 있는 전략 마련이 중요하다는 것을 의미함
- 전라북도는 여전히 ‘스쳐가는 관광지’의 성격을 강하게 내재한 지역으로, 이 같은 지역 이미지의 탈피가 우선적으로 해결되어야 할 것
 - 국내관광 시장에서 반나절 목적지의 성격이 강한 전라북도는 지역 이미지를 개선 및 탈피하는 것이 급선무임. 따라서 체류형 관광의 대표적 사례로 인지되는 ‘한 달 이상의 장기체류’ 성격의 정책보다 단기체류를 일시적으로 연장하는 정책·제도적 노력이 선제되어야 할 것으로 보임
 - 전라북도 관광객 평균 여행 지출액은 전년 대비 1인 평균 +32.4%

증가하였고, 1회 평균 +6.3%, 상승해 총 규모가 +30.6% 확대된 것으로 나타남. 그럼에도 여전히 타 지역 대비 -1.3% 수준에서 총 규모가 부족하여 관광의 긍정적 편익효과를 지역이 충분히 수혜 받고 있지 못한 것으로 나타남 (문화체육관광부, 2020a)

- 2019년 국민여행조사에 따르면 (문화체육관광부, 2020a) 전라북도 방문 국민은 타 지역 평균과 비교해 1회 평균 체재기간이 -0.08일 부족함. 특히, 숙박여행의 경우에 타 지역 대비 -0.07일 부족한 것으로 나타났는데 이는 여행 지출액 수준에서도 경쟁력을 약화시킨 원인으로 지목됨

더불어 현대 관광의 트렌드를 적극 반영한 전북형 관광콘텐츠 발굴

- 현대 관광은 과거와 달리 목적지의 환경, 삶과 문화를 체험하거나 경험하는 감성 요소 우선 행동으로 변화 중
 - 과거 관광은 유명한 관광명소, 자원을 찾아가 감상하고 더 빠르게, 더 많은 자원을 찾아다니는 형태가 주류를 이루었음. 그러나 현대 관광은 이 같은 행동을 우선하기보다 개인의 만족을 위한 행동이 우선적 가치로 인식되어 목적지의 특별한 환경, 삶과 문화, 자원을 경험하고 체험하려는 이른바 감성적 행동으로 관광활동의 범위가 확장되는 추세임
 - 즉 현대 관광객은 지역의 차별적 콘텐츠를 소비하기 위해서 관광행위를 추구하거나, 목적지를 결정한다고 할 수 있음. 이러한 사고에 근거하면 관광객의 호기심을 자극하는 지역의 차별화된 콘텐츠와 자원에 따라 목적지 체류시간이 증가할 수 있다고 할 수 있음
- 더불어 지역 간 연계, 접근성 확대 등으로 국토의 대부분이 1일 생활권 역에 포함되어 관광객의 목적지 체류시간은 날로 짧아지는 추세
 - 2019년 국민여행조사에 따르면 (문화체육관광부, 2020a) 작년 한 해 국민은 관광 목적의 숙박여행(49.4%)보다 당일여행(50.6%)의 경험률이 높은 것으로 나타남. 즉 관광이 일상적 문화, 경험으로 인지되는 것이 현대 사회의 관광문화이자 주된 특징인 것임
 - 이미 다수의 연구·분석 리포트에 따르면, 미래 국내관광은 거주지로부터 '가까운 곳으로, 더 자주 여행을 가려는 욕구'가 강해질 것이라

고 예상하였고(한국관광공사, 2020) 이로 인해서 목적지에서 체류하는 시간이 감소하거나, 또는 줄어들 전망이다

- 더불어 교통여건의 발달 등으로 지역 간 연계·접근성이 강화되어 관광객은 목적지가 머무르기에 편안하거나 안전하지 않은 환경일 경우에는 언제든지 다시 출발지로 되돌아 갈 수 있으며, 그러한 의도 또한 내재하고 있다고 할 수 있음
- 그러므로 관광객을 오랜 시간 목적지에 머무르도록 유도하기 위해 관광행위 관련 편의시설(예: 숙박시설 등)을 확충할 필요가 있음
- 이미 전라북도의 여건을 고려했을 때, 관광객의 체재기간, 즉 체류시간 감소는 관광소비액의 감소를 유발해 관광으로 인한 지역경제 활력 제고에 부정적인 영향을 끼치는 것이 증명된 바 있음
- 따라서 지역 성장의 토대를 관광산업 활성화에서 찾기 위해서는 관광객이 보다 편안하고 안전하게 목적지에 머무를 수 있는 기반과 여건이 선제적으로 마련되어야 할 것으로 보임

대내외적 여건 및 환경 변화를 고려한 전북형 체류관광 정책목표 수립

- 대내외적 여건을 고려하여 ‘한 곳 더, 하루 더 즐기는 체류관광 1번지, 전북’이란 전북형 체류관광 육성 방안의 정책목표 수립
 - 이 연구는 궁극적으로 전라북도의 성장과 발전을 위해 관광산업의 효과적인 활용방안을 제시할 목적성을 내재하고 있음. 특히, 전북 관광객의 체류시간 증대를 통해 관광객의 만족도를 제고하고 이를 토대로 지역관광 이미지를 동시에 개선하는데 효과적 방안을 모색하는 것이 연구의 지향점임
 - 연구를 목적의 효과적인 성과를 도모하기 위해 ‘체류관광’에 주목하였고, ‘한 곳 더, 하루 더 즐기는 체류관광 1번지, 전북’이라는 정책 목표를 설정하여 제시함
 - 더불어 정책목표에 부합된 현장에서의 실제 적용 가능한 계획과제 발굴, 지속가능한 정책의 방향을 고찰하여 지역관광 경쟁력 제고를 위한 전략적 계획을 탐색하고자 함
 - 궁극적으로 체류관광 목적지로서의 전라북도 역할 및 기능을 탐색하여, 지역 성장 및 발전의 방안으로 체류형 관광콘텐츠의 가치를 해석하고자 함

한곳 더, 하루 더 즐기는 **체류관광 1번지, 전북**



【그림 5】 정책목표 및 실천과제

3.2.1 기본방향 및 추진전략

3.2.1.1 기본방향 설정

전라북도 관광경쟁력 강화를 위해서 체류관광의 역할 및 기능 조명

- 관광경쟁력 강화를 위해 급변하는 시대 환경 속 지역이 지향해야 하는 방향을 고찰, 지역관광 브랜드의 새로운 방향성 탐색
 - 이 연구는 궁극적으로 전라북도의 관광경쟁력을 도모할 수 있는 방향을 탐색하기 위함임. 이를 위해 ‘체류형 관광’이라는 콘텐츠에 주목하여 지역에 내재된 관광경쟁력을 강화시킬 수 있는 방향성을 탐색하는데 우선적 목적을 지님
 - 급변하는 현대 사회의 관광트렌드, 다양한 정책과 제도 고찰, 사례 검토 등을 통해 전라북도 특화 체류관광 콘텐츠 발굴의 방향성을 제시하고자 함
- 다양한 사례 및 환경, 여건 검토를 통해 지역이 지향해야 하는 4가지의 정책 방향을 설정하고 실제 현장에서 성과를 도모할 수 있는 계획과제 발굴
 - 다양한 여건을 고려하여 전라북도가 체류관광 활성화를 위해 지향해야 하는 정책적 방향을 **1** 오감만족 즐거운 전북여행, **2** 안전하고 안심할 수 있는 체험여행, **3** 모두에게 편리한 관광환경, 및 **4** 지속가능한 전북형 체류관광 기반 확대 등 4가지로 압축함
 - 첫째, 오감만족 즐거운 전북여행의 기회를 제공할 수 있도록 14개 시군별 특화 상품을 발굴, 콘텐츠의 다양성을 추구하고 특히 현대 관광 트렌드를 적극 반영한 구성으로 관광객 체류시간의 연장을 도모하고자 함
 - 둘째, 코로나19 등 대외적 환경 변화로 안전하고, 안심할 수 있는 환경에서 관광경험을 추구하려는 요구가 높아짐에 따라 전라북도

청정 자연환경을 적극 활용한 콘텐츠를 발굴, 시장 수요에 능동적으로 대응하고자 하며, 이를 통해 궁극적으로 지역관광 브랜드의 이미지 제고를 모색함

- 셋째, 체류시간 증대를 위해서는 볼거리, 먹거리, 놀거리 외에도 쉴거리와 접근편의가 중요함에 따라 숙박, 교통 편의를 제고할 수 있는 콘텐츠를 발굴, 급변하는 시장 수요에 대응할 수 있는 방안을 제시하고자 함
- 마지막으로 정책의 실제적 성과를 도모하기 위해서는 계획의 지속가능성이 중요한 문제임에 따라 신규 발굴된 과제의 특화된 가치 외 기 추진된 사업의 범위 확장을 시도, 정책의 일관성을 유지할 수 있도록 함

3.2.1.2 추진전략 수립

오감만족 즐거운 전북 특화상품 및 콘텐츠 개발

- 지역에 내재된 특화 자원의 가치를 재해석하고, 관광객뿐만 아니라 지역민의 체험 및 경험 가치를 제고할 수 있는 방향 모색
 - 현대 관광은 거주지에서 가까운 목적지에서 단기적 일정으로 개인 만족과 경험적 가치를 위한 행동을 변화되는 추세임. 이에 따라서 다수의 분석 리포트는 (컨슈머리포트, 2020c) 외부 관광객 유인을 위한 전략뿐만 아니라 지역민의 경험률도 증진할 수 있는 방향의 모색이 필요하다고 지적함
 - 따라서 모두가 즐거운 경험을 향유할 수 있는 환경을 조성할 목적으로 전북 특화상품 및 콘텐츠 개발 방향을 모색하고자 함. 특히, 크게는 전라북도 전체 권역에서, 그리고 작게는 시군별, 마을별로 내재된 문화, 이야기를 발굴하여 전북형 체류관광 콘텐츠를 개발할 수 있는 근거를 모색함
- 이를 통해 나이, 성별 및 계층에 구애받지 않고 모두 함께 즐길 수 있는 환경을 조성하여 즐거운 관광경험 획득을 목적으로 한 체재기간 증대 도모
 - 전라북도 내 숨은 관광자원을 발굴하고 테마별·세대별로 구분하여 전북형 체류관광 콘텐츠의 다양화를 시도함. 이를 통해 향후 한 곳

에서 오래 머무르며 지역의 문화, 생활, 환경 등을 이해하고 같이 공감할 수 있는 장기 체류형 콘텐츠까지 확장할 수 있도록 여건 마련의 방향을 탐색함

- 또한 야간관광 콘텐츠 등을 발굴하여 관광객의 체류시간 증대를 위한 기반을 마련함과 동시에 긍정적 지역경제 활력 제고를 위해 다양한 기술이 접목된(예: 4차 산업) 콘텐츠를 적극 발굴하여 시장 다양성을 추구함

안전하고 안심할 수 있는 체험여행의 경험 제공

- 코로나19의 장기화로 안전을 염려해 낯선 환경보다 익숙한 장소로의 근거리 여행이 증가 전망
 - 코로나19는 근거리, 단기간 여행욕구와 같은 현대 관광 트렌드의 변화 속도를 더 빠르게 만들어 근거리 여행 수요 증가세는 급격히 증가할 전망이다
 - 더불어, 안전을 염려하고 안심할 수 있는 환경에 대한 욕구가 증가하여 밀폐된 공간보다 개방된 공간, 타인과의 접촉이 최소화될 수 있는 활동, 즉 아웃도어 활동인 레저·캠핑 수요 증가세도 뚜렷할 전망이다(김형오·장재협, 2020)
- 나날이 증가하는 안전·안심 수요에 대응하여 전라북도의 생태문화, 건강·힐링 자원의 융·복합을 통한 특화 자원 발굴
 - 코로나19로 인해 국민의 피로감은 나날이 증가하고, 안전·안심할 수 있는 환경에서 관광활동을 영위하려는 욕구가 높아짐에 따라서 웰니스 관광산업이 성장세가 가파를 것으로 전망됨
 - 따라서 전북형 웰니스 관광거점 구축, 급변하는 관광수요에 적극 대응할 수 있도록 특화된 자연생태자원, 건강 및 힐링 자원의 성장 촉진을 위한 환경 조성의 전략을 검토함
 - 또한 『전라북도 공정관광 육성 및 지원 조례(제4503호, 2017.12.29.)』 제정을 통해 전라북도는 농산어촌 마을의 자원을 활용하여 공정관광이 지역 확산을 도모 중에 있으며, 청소년 동반 가족 체험학습 여행 지원 사업의 소기 성과를 도출한 바가 있음

- 이 같은 사업은 궁극적으로 전라북도 관광객에게 특화된 체험 및 경험을 제공하여 목적지에 머무르는 체재기간을 확대할 수 있는 주요 자원임에 따라 이를 지속 추진할 수 있는 방안을 모색함

모두에게 편리한 관광 환경을 위한 인프라 구축

- 관광객의 체재기간 확대는 ‘얼마나 편리하게 목적지에 머무를 수 있는가’와 같은 질문에 선택 자료가 될 수 있는 기반시설 및 인프라에 따라 상이
 - 체류형 관광을 확장시키고 실제 효과적 성과를 도모하기 위해서는 결국 관광객의 호기심을 자극하는 콘텐츠 외에도 얼마나 편리하게 목적지에 머무를 수 있는가와 같은 기반의 성장도 동반되어야 함
 - 따라서 전라북도 여건을 고려하고 관광 트렌드 변화에 적극적으로 대응할 수 있는 인프라 조성의 방안이 강구되어야 함. 특히, 정부 정책과 연계된 계획과제를 도출하여 지역의 기반시설 및 인프라 확충에 효과적 성과를 도모할 수 있는 방안을 모색함
- 특히 정보탐색, 이동수단 및 숙박시설까지 현대 관광은 과거와 달리 과학기술이 접목된 환경으로 변화됨에 따라 전북형 관광 인프라 구축 도모
 - 최근 다수의 관광지는 관광객의 접근 편의를 제고하고, 관광지 내 이동 편의를 도모하기 위해 퍼스널 모빌리티(Personal Mobility) 도입을 적극 권장하고, 공유경제를 접목한 다양한 시설 및 인프라 구축에 대해 정책적인 검토가 진행되고 있음
 - 더불어 거주지부터 목적지까지 일련의 과정을 원스톱으로 해결할 수 있는 스마트관광의 도입 사례가 발표되고 있으며, 이를 통해서 관광객의 접근 편의 및 목적지 체류편의를 함께 도모하고 있음
 - 따라서 현재 관광객이 편리하게 머무를 수 있는 시설 및 인프라가 부족한 전라북도 내 관광환경을 개선할 수 있는 방안을 모색하여 궁극적으로 전북형 체류관광의 정책적 성과를 효과적으로 도모할 수 있는 방향성을 검토함

전라북도형 체류관광의 지속가능성을 위한 정책

- 체류관광의 지속적 성과를 도모하기 위해서는 콘텐츠, 기반 및 인프라 개선 외 관광객의 행동을 이해하려는 시도가 필수적
 - 체류관광은 궁극적으로 관광객 행동을 유도하고, 통제할 수 있는 환경을 구축하는 것에서부터 시작됨. 즉, 관광객의 호기심을 자극하여 목적지로 유인하고, 편리하고 안전한 환경에서 쾌락적 경험을 획득할 수 있도록 기반 및 인프라가 사전에 조성되어야 성과를 도모할 수 있다는 의미임
 - 이를 위해서는 관광객 행동을 사전에 이해하고, 급변하는 시장의 요구 또는 의도를 파악해야 하는데, 이러한 근거는 데이터로부터 시작됨. 수집된 데이터를 활용해 관광객 의도 변화를 사전에 예측하고, 지역 여건에 부합된 콘텐츠 및 자원 발굴을 위해 외부에서 인식된 지역이미지를 파악해야하기 때문임
 - 그러나 현재 전라북도는 체류관광을 이해하기 위한 기본 데이터가 부재하여(예: 관광객 실태조사), 다양한 마케팅 전략 수립 및 정책사업 발굴 근거가 미흡함에 따라 관련 데이터를 지속 취득할 수 있는 전략적 방안을 모색함
- 더불어 정책의 지속가능성을 위해 성공적 정책 사례를 지속 확장할 수 있는 여건 및 기반 마련 필요
 - 신규 발굴 정책의 성과를 효과적으로 도모하기 위해서는 새로운 계획과제 발굴 외 정책 연속성 및 합리성을 위해 기존 추진사업의 범위 확장을 추구할 필요가 있음
 - 특히, 전라북도의 경우 세월호 사고 등 관광환경을 위협하는 국가·외부적 재난에 능동적으로 대응하여 지역의 자생력을 강화할 수 있는 정책을 발굴하여 성공한 사례가 있음(예: 수학여행 지원사업)
 - 따라서 기 추진사업의 장·단점을 분석하여 신규 발굴 정책의 방향을 접목한 정책 범위 확장을 도모할 필요가 있음, 특히 수학여행 지원사업의 경우 체류관광 특성과 부합되는 부분이 상당함에 따라 이를 활용해 지역 특화 정책 발굴의 방향성을 새로이 모색함

4

장

전략별 계획과제

Section 4.1 체류관광 상품 및 콘텐츠 개발

Section 4.2 안전하고 안심할 수 있는 체험여행

Section 4.3 모두에게 편리한 관광환경 조성

Section 4.4 지속가능한 체류관광 정책 지원

제4장 전략별 계획과제

Senction 4.1

체류관광 상품 및 콘텐츠 개발

4.1.1 지역의 힘: 우리동네 구석구석 방문하기

4.1.1.1 추진목적

- 코로나19 등으로 안전, 안심에 대한 욕구가 확산됨에 따라 향후 국내관광은 ‘익숙하면서 거주지에서 가까운 곳’의 수요 증가가 뚜렷할 전망 (한국관광공사, 2020)
 - 거주지에서 30분~1시간 내 가깝고 친근하며 익숙한 곳을 찾아가 새로운 가치를 발견하려는 마이크로 투어리즘(Micro tourism)이 확산될 것으로 예상됨
- 따라서 전복은 수도권 및 광역 거점을 대상으로 한 마케팅 전략 및 정책에서 탈피, 지역민을 주 수요계층으로 삼는 ‘우리지역을 구석구석 알아가기’ 등의 사업을 발굴, 관광수요계층 확대 시도 필요

4.1.1.2 추진개요

【표 37】 지역의 힘: 우리동네 구석구석 방문하기 정책수혜자

관광접점 수혜자				정책수립 수혜자	
관광객	지역민	지역공동체	관광사업체	전라북도	14개 시·군
○	●	●	○	○	○

해석: ● 주 정책수혜 대상자 ○ 부 정책수혜 대상자

- (정책대상) 지역민 및 지역공동체
- (사업기간) 2021년~2023년 (3개년)

4.1.1.3 추진내용

추진방향

- 동네별 내재된 이야기와 역사, 사람들을 만나는 여정을 통해 우리지역 가치를 재발견하는 ‘지역 알아가기’ 성격의 체류관광 프로젝트
- 도민의 지역 방문을 통해 잊었던 추억을 자극하여 애郷심을 높이는 체류관광 캠페인 프로젝트로 도시와 농산어촌의 보물을 찾아가는 여행

사업내용

- 우리동네 구석구석 방문하기 캠페인 장려
 - 공공기관 및 기업 중심의 우리 동네 찾기 체험활동
 - 특히 지역 공공기관 중심으로 시군을 찾아하는 프로그램 개발하며 각종 세미나 및 회의를 분기별 지역순회 형식으로 진행 유도
- 교육청과 각 대학교의 우리동네 방문 프로그램 개발
 - 초·중·고등학생의 우리 동네 한 바퀴 체험 프로그램 개발 및 실시
 - 기존의 수학여행 상품보다 지역 밀착형으로 구성
 - 도내 대학교 중심으로 우리 동네 홍보 전도사 양성
 - 대학 동아리 중심 프로그램 개발·운영
- 출향민 전복방문 캠페인 및 행사 지원
 - 전국적으로 흩어져 있는 출향민에게 전복방문 캠페인 실시
 - 특히 초·중·고 동창회를 지역으로 적극 유치하는 정책 강구
 - 기존 전라북도와 시·군은 외래관광객 중심으로 각종 인센티브를 제공하고 있으나 출향민도 함께 포함 시키는 정책 필요

4.1.1.4 사례검토

【표 38】 지역의 힘: 우리동네 구석구석 방문하기 사례

KBS 방영 프로그램, '김영철의 동네한바퀴'

· (기획의도) 배우 김영철과 함께 '사람지도'로 돌아보는 아날로그 감성 도시기행 다큐멘터리 '가장 아름다운 드라마의 무대 동네에서, 자세히 보아야 예쁜 작은 것들의 보물찾기! 직진뿐 이던 삶은, 동네 한 바퀴 돌아볼 여유만 있어도 풍요롭다. 속도의 시대 속에서 잊고 있던 동네의 아름다움과 오아시스 같은 사람들을 보물찾기해, 도시가 품고 있는 가치를 재발견해주는 새로운 도시 탐험기!



자료: KBS 홈페이지(2020)

4.1.1.5 추진계획

- 우리동네 구석구석 방문 캠페인 구상 연구 : 2021년
- 우리동네 구석구석 방문 프로그램 시범 운영 : 2021년
- 우리동네 구석구석 방문 프로그램 전면 확대 시행 : 2021년

4.1.2 야간관광 콘텐츠 개발

4.1.2.1 추진목적

- 야간관광이란 일몰부터 일출까지(약 오후 6시~오전 6시)의 시간 동안 즐길 수 있는 관광명소 및 관광콘텐츠, 축제 등을 의미 (한국관광공사, 2020)
 - 야간관광 생산유발효과는 약 7조원으로 승용차 11만 대, 스마트폰 398만 개 생산효과와 유사한 파급효과를 내재하고 있음
- 야간관광은 체류시간 연장에 따른 관광소비, 고용창출효과 등의 긍정적 효과를 보유하고 있어 경제적 파급력을 고려한다면 1인 평균 관광지출액 감소에 대한 효과적 대응책이 될 것

4.1.2.2 추진개요

【표 39】 야간관광 콘텐츠 개발 정책수혜자

관광객	관광접점 수혜자			정책수립 수혜자	
	지역민	지역공동체	관광사업체	전라북도	14개 시·군
●	○	○	○	●	●

해석: ● 주 정책수혜 대상자 ○ 부 정책수혜 대상자

- (정책대상) 전라북도 및 14개 시·군, 관광객
- (사업기간) 2021년~2025년 (5개년)

4.1.2.3 추진내용

추진방향

- 야간관광 인지도 제고 및 기반 마련을 위해 야간관광 상품개발 및 운영, 지역 특화 야간관광 콘텐츠 육성
- 문화체육관광부 여행주간 또는 전라북도 내 시군별 방문의 해 기간 야간

관광 콘텐츠 홍보, 국내관광 활성화를 포함 외래관광객 증진을 위해 체계적인 야간관광사업 운영 확대

4.1.2.4 사업내용

- 전북대표 야간관광 30선 선정 및 운영
 - 침체된 지역경제 회복과 체류시간 증대를 위해 전북대표 콘텐츠 활용 야간관광 30선 발굴
 - 콘텐츠 및 프로그램 선정 시 매력도, 접근성 및 안전·치안 등 관련 종합부문의 빅데이터 분석을 근거로 추진
- 문화재 야행 6개 (문화재청, 2020) 사업 → 10개소 확대

시군	요약	주요 목적 및 내용
전주	문화재술사의 8 야심작	· 유·무형의 전주 문화유산 활용 모색
군산	여름밤, 근대문화유산 빛의 거리를 걷다	· 53개 전시·공연·체험 프로그램 운영
익산	금마저 백제왕궁을 누리다	· 백제왕궁 (왕궁리유적) 일원 야간형 공연 · 문화향유 (전시, 체험 등) 프로그램
남원	광한루의 밤풍경	· 숙박형 관광지로써의 브랜드 확장 도모
김제	징계맹갱 밤사실 가자	· 문화재 연계 체험 프로그램 운영 등 · 야간 상시조명 설치, 문화재 재구성 등
고창	뿌리 깊은 역사·문화 쉼을 담은 고창야행	· 지역민 기획·제작·출연 및 운영 프로그램 · 한반도 첫 수도 고창의 브랜드 확립 도모

- 지역별 역사문화유산 활용 실감콘텐츠 10개 제작 및 운영
 - 문화체육관광부는 실감형 콘텐츠 산업을 통해 문화콘텐츠 활성화 및 지역관광 경쟁력 제고 목적의 다양한 정책사업을 추진 중
 - 대외적 인지도가 부족한 지역의 역사문화유산의 경쟁력 강화 및 관광객 유입을 유도하기 위한 킬러콘텐츠로써 역사문화자원 기반 실감콘텐츠를 발굴
 - 현재 전라북도 주요 관광지 및 중심지 부근에서는 야간 프로그램 부재로 볼거리 부족, 체류시간 감소 등이 문제로 지적됨에 따라서 실감콘텐츠를 활용, 관광객에게 풍부한 볼거리 제공 필요

【표 40】 역사문화유산 자원 활용 실감콘텐츠 사업 예시



고창 모양읍성 홀로그램 맵핑쇼 예시

정읍사 공원 여인상 홀로그램 맵핑쇼 예

4.1.2.5 사례검토

【표 41】 야간관광 콘텐츠 개발 사례

국내·외 야간관광자원 유형

- (호주 비비드 시드니) 2009년 20만 명 방문 → 2019년 2.4백만 명 방문하는 10년 만에 10배 이상 성장, 2019년 비비드 시드니 방문객 수 24백만 명, 관광지출액 1.3조원(1.72억 호주달러), 패키지 판매 수 182,236건(2018년 185,887건), 마케팅에 890만 호주 달러 지출
- (독일 Long Nights of the Museum) 1년에 하루, 베를린 전역 박물관 오전 2시까지 야간 개장, 2017년 32,000명 방문
- (베트남 호이안 Memories Show) 최초의 야간공연 전문 테마파크, 연간 100만 명 유치
- (국내 고궁 야간개장) G20 계기 국민 문화생활 향후 확대 위해 시행, 2010년 첫째 6만 명 관람, 야간 관람 입장 인원 제한
- (국내 문화재 야행) 특색있는 문화재 야간관광 프로그램 운영, 2018년 229만 명 방문
- (국내 밤도깨비 야시장) 서울대표 야시장, 550개 매대 운영, 2018년 428만 명 방문
- (국내 서울 거리예술축제) 거리예술 공연프로그램 제공, 2018년 88만 명 관람



자료: 한국관광공사(2020)

4.1.2.6 추진계획

- 전북대표 야간관광 30선 선정·운영 : 2021~22년
- 문화재 야행 지속적 운영 및 10개 시·군 확대 : 2021~25년
- 역사문화유산의 실감콘텐츠 10개 제작 : 2021~25년

4.1.3 전북의 재발전: 숨겨진 관광지 100개소 육성

4.1.3.1 추진목적

- 코로나19로 인해 밀폐된 공간을 활용한 실내(Indoor) 관광수요는 감소하고, 실외(Outdoor) 레크레이션 수요가 크게 증가할 전망
- 따라서 관광객이 밀집하는 폐쇄형 또는 한 곳에 밀집될 수밖에 없는 제한적 공간 범위의 관광지보다 지역 내에 숨어있는 영적(Spiritual) 관광지, 자연을 벗 삼고 건강회복, 치유, 힐링 등을 체험할 수 있는 디톡스(Detox) 관광지 및 가족 단위 휴식형 캠핑(Camping) 관광지 등의 명소 발굴 필요 (김형오·장재협, 2020)
 - 2020년 11월 현재 전북은 14개 시·군과 함께 43개소 육성 중

4.1.3.2 추진개요

【표 42】 전북의 재발전: 숨겨진 관광지 100개소 운영 정책수혜자

관광객	관광접점 수혜자			정책수립 수혜자	
	지역민	지역공동체	관광사업체	전라북도	14개 시·군
●	●	○	●	●	●

해석: ● 주 정책수혜 대상자 ○ 부 정책수혜 대상자

- (정책대상) 전라북도 및 14개 시·군, 관광객, 지역민
- (사업기간) 2020년~2024년 (5개년)

4.1.3.3 추진내용

추진방향

- 코로나19 영향으로 전라북도는 청정전북 홍보마케팅을 위해 숨겨진 테마별 관광지 43개소 발표, 숨은 전라북도 관광자원 홍보 및 지역관광 활성화 견인

- 기존 숨겨진 관광지를 테마별, 세대별로 구분하여 전북 방문 관광객들의 상품 구성 다양화 및 도민들의 전북도내 여행 활성화 기여

사업내용

- 테마별 숨겨진 관광지 발굴 및 육성 43개소 → 100개소 (2024년) 확대
 - 43개소의 관광지는 힐링, 드라이브, 영화 속 시간여행, 자전거 및 역사 유적, 도보여행, 사진 스폿, 오토캠핑 등 8개 테마로 구성
 - 테마별 숨은 관광지 개소 확대를 위해 기존 8개 테마 외 섬, 해양 및 농촌(상상마을 플러스), 산림휴양자원 등의 테마가 결합된 자원 육성 추진
- 개선사항
 - 전라북도 힐링관광지 홍보자료에 따르면 '군산 청암산 에코라운드'의 경우 단순 자원 및 인근 관광자원(시설) 소개에 국한되어 있어 정보 전달 체계의 개선이 시급
 - 향후 발굴 관광상품의 홍보 강화, 한국관광공사 전북지사 협업을 통해 한국관광공사 홈페이지 노출, 전라북도과 14개 시·군은 편의시설 개선과 인프라 개선 필요
- 실천계획
 - 추가 발굴: 전라북도문화관광재단 (2021년도 사업 진행 예정)
 - 발굴 관광지 진단: 편의시설 개선 및 관광 인프라 개선 사업 실시
 - 100개소 발굴: 전라북도 테마별 숨겨진 관광지 지도 작성

4.1.3.4 추진계획

- 숨겨진 관광지 57개소 발굴 및 육성 : 2021~22년
- 숨겨진 관광지 100개소 홍보마케팅 및 시설개선 : 2023~24년

4.1.4 가장 한국적인 고장, 전북 한 달 여행하기

4.1.1.1 추진목적

- 최근 전국적으로 한 달 살기 프로그램을 적극 도입되고 있으며 전라북도 역시 체류관광을 육성하고자 한 달 동안 전북을 여행하는 프로그램 운영 시도 중
- 한 달 여행하기 사업은 외지인이 특정 지역에서 한 달 가까이 머무르며, 지역의 멋, 맛을 경험하는 것으로 전북관광 브랜드 강화를 위해 지속 운영 필요

4.1.4.2 추진개요

【표 43】 가장 한국적인 고장, 전북 한 달 여행하기 정책수혜자

관광접점 수혜자				정책수립 수혜자	
관광객	지역민	지역공동체	관광사업체	전라북도	14개 시·군
●	●	○	○	○	○

해석: ● 주 정책수혜 대상자 ○ 부 정책수혜 대상자

- (정책대상) 관광객, 지역민
- (사업기간) 2020년~2023년 (4개년)

4.1.4.3 추진내용

추진방향

- 전라북도 관광자원 및 관광시설,接客 서비스 등을 홍보와 체험을 통해 전달하며 개선사항을 도출하는데 유의미
- 전북 주말 살이, 전북 한 달 살이, 전북 1년 살이 등으로 프로그램을 확대하여 개발, 각 유형별 체험프로그램 구축 및 운영

사업내용

- 한 달 여행하기 5개 시·군 (전라북도, 2020) → 14개 시·군으로 확대
 - 2020년 현재 5개 시·군 : 전주, 군산, 고창, 부안, 임실

- 참가대상 : 도외 거주자(주민등록 기준)
- 여행기간 : 최소 1주~최대 1개월 (7~30일)
- 지원내용 : 1인/1일 100천원 내 숙박·체험비, 전복투어패스 지급
- 대상연령 : 만 18세 이상~50세 이하

【표 44】 가장 한국적인 고장, 전북 한 달 여행하기 사례

- (지원혜택) 프로젝트 참가자에게는 7일 이상 30일 이내의 기간 동안 하루 5만 원 이내 숙박비를 지원하고 시군별로 관광과 문화예술, 농어촌 체험 등 다양한 프로그램 참여 기회 제공
- (프로그램) 목포 세일링 요트·해상케이블카, 여수 섬 막걸리투어, 담양 승마체험, 곡성 레포츠 여행, 고흥 편백 치유 프로그램·연호도 미술체험 등
- (참여방법) 광주·전남지역 외 거주자 만 18세 이상이면 누구나 가능. 여행작가나 파워블로거 우대



4.1.4.5 추진계획

- 전북 한 달 여행하기 시범사업 및 성과평가 : 2021년
- 전북 한 달 여행하기 14개 시·군 확대 및 상품 다양화 : 2021~22년

Senction 4.2

안전하고 안심할 수 있는 체험여행

4.2.1 힐링, 치유기반 웰니스 관광 육성

4.2.1.1 추진목적

- 웰니스 관광(Wellness tourism)은 건강 증진과 삶의 질 향상을 추구하는 현대인의 욕구를 충족시킬 수 있는 콘텐츠 (유지운, 2018)
- 힐링과 명상, 건강 활동을 통해 행복을 찾고자 하는 전 세계 웰니스 산업의 규모는 2015~2017년 사이 평균 6.4% 성장하여 4.2조 달러 (약 5,156조 원) 수준 (한국관광공사, 2020)
- 코로나19로 인해 안전, 휴식, 청정 및, 건강추구형 관광 콘텐츠를 선호하는 관광객의 성향이 더욱 뚜렷해지고 있으며 혼잡하지 않으면서 치유와 힐링 등 콘텐츠를 소비할 수 있는 관광 목적지에 대한 수요가 지속적으로 증가
- 전라북도는 웰니스 관광 주요 핵심요소인 청정하고 안전한 지역으로 웰니스 관광의 최적지이면서 다양한 상품 구성 가능

4.2.1.2 추진개요

【표 45】 힐링, 치유기반 웰니스 관광 육성 정책수혜자

관광접점 수혜자				정책수립 수혜자	
관광객	지역민	지역공동체	관광사업체	전라북도	14개 시·군
●	○	○	○	●	●

해석: ● 주 정책수혜 대상자 ○ 부 정책수혜 대상자

- (정책대상) 전라북도 및 14개 시·군, 관광객
- (사업기간) 2021년~2025년 (5개년)

4.2.1.3 추진내용

추진방향

- 웰니스 관광은 성장 잠재력이 높은 관광산업으로 관광객의 '삶의 질' 향상에 기여하는 지역 내 웰니스 관련 요소들을 활용하여 추진
- 지역 생태문화와 건강·힐링 자원 융복합을 통한 전북형 웰니스 관광거점 육성

사업내용

- 전북형 치유관광 상품 개발: 음식, 향기, 소리 콘텐츠의 적극 활용
 - 전북의 핵심자원인 전통문화예술을 치유/힐링 분야로 확장 사업화
 - 전통예술, 전통음식, 명상을 결합한 '전북형 치유산업'으로 육성
- 전북형 치유마을 5개소 조성
 - 장기 거주하면서 생태문화와 연계된 치유를 경험하도록 공간 구상
 - 생태문화와 연계된 명상의 숲, 명상의 길 조성
 - 치유정원, 소리정원 등의 치유콘텐츠 활용 전통정원 조성
 - 치유콘텐츠 관련 물품 판매, 차 등을 마실 수 있는 치유거리 조성
- 순창군 쉼랜드 웰니스 관광 거점 육성
 - 순창군은 미국 타임지(2003)에 소개된 세계적 장수지역으로 건강·힐링 등과 관련하여 지역의 브랜드 가치를 내재
 - * 주요시설: 건강장수연구소, 건강장수체험과학관, 방갈로, 명상관, 식문화실습관 등
 - 교육운영: 노후준비교육 및 힐링 체험사업, 건강장수과학체험 등
 - 연구개발: 순창 농산물 활용 건강기능 식품 및 식단 개발
 - 교육 프로그램
 - * 노후준비 교육: 관계개선 과정, 근육감소 예방 과정, 노후준비 지역 리더자 육성 등

*** 바른식생활교육: 당뇨치유 프로젝트, 바른 먹거리 당뇨학교, 전국 당뇨캠프, 청소년 대상 힐링 교육, 숲 속 심신통합 치유과정 등

4.2.1.4 사례검토

【표 46】 힐링, 치유기반 웰니스 관광 육성 사례

한국관광공사 웰니스 관광

- (사업경과) 문화체육관광부·한국관광사는 힐링과 건강을 위한 시장 수요가 지속 증가함에 따라 2017년부터 2020년까지 웰니스 관광클러스 총 48개 선정·지원
- (지원내용) 웰니스 관광시설 컨설팅 및 외국인 수용 여건개선사업, 국내외 홍보 활동 및 관광상품화 등을 지원
- (사업성과) 2019년의 경우 2018년과 비교해 약 +68.0% 증가한 25만 명 외국인 관광객 방문



자료: 한국관광공사(2020)

4.2.1.5 추진계획

- | | |
|------------------------|------------|
| · 전북형 치유관광상품 개발 | : 2021~22년 |
| · 전북형 치유마을 5개소 선정 | : 2021~22년 |
| · 순창군 쉼랜드 웰니스 관광 거점 육성 | : 2021~25년 |

4.2.2 농산어촌마을 공정여행 상품 발굴·육성

4.2.2.1 추진목적

- 코로나19로 감염으로부터 안전한 곳을 목적지로 선호하는 관광 패러다임이 확산됨에 따라 지역, 사람, 생태 및 문화에 기반 한 마을 공정여행이 급부상
- 국내여행 수요가 급증하는 가운데 관광객의 소비가 지역의 경제적 이득으로 환원되고, 인권, 생명존중이 중심이 되는 공정관광 상품을 지속 발굴·육성
 - 관광편익이 지역사회로 환원되는 선순환 환류체계 구축을 위해서 기반 마련을 추진하고 지역경제 활성화와 새로운 전북형 관광문화 확산을 통해 지역관광 경쟁력을 높이는 기틀을 제시

4.2.2.2 추진개요

【표 47】 농산어촌마을 공정여행 상품 발굴·육성 정책수혜자

관광접점 수혜자				정책수립 수혜자	
관광객	지역민	지역공동체	관광사업체	전라북도	14개 시·군
●	●	●	○	●	●

해석: ● 주 정책수혜 대상자 ○ 부 정책수혜 대상자

- (정책대상) 전라북도 및 14개 시·군, 관광객, 지역민, 지역공동체
- (사업기간) 2021년~2025년 (5개년)

4.2.2.3 추진내용

추진방향

- 사람과 지역, 기술이 공존하며 지속가능한 사회로 발전할 수 있도록 농산어촌마을 공정여행 브랜드 가치 제고 및 지역 공동체 번영 실현

사업내용

· 실천과제

- 공정여행포럼: 국제포럼 운영조직 및 계획수립, 국제포럼 개최
- 공정여행상품: 공정관광 여행학교 운영, 수학여행 지원확대, 1시군 1생태관광지 연계 상품, 시골마을 작은 축제 프로그램 도입 등
- 마을공정여행 가이드: 지역 일자리 창출 일한 마을 가이드 양성

· 향후계획

- 전라북도 공정관광 육성 및 지원조례 제정 : 2017
- 공정관광위원회 위촉 : 2018
- 전라북도 공정관광육성 및 지원 조례 일부개정 : 2020
- 전라북도공정관광상품 발굴 및 운영 : 2021

4.2.2.4 사례검토

【표 48】 농산어촌마을 공정여행 상품 발굴·육성 사례

공정여행 협동조합 '동네봄'

- (배경) '동네를 보면 일상이 여행이 된다.'라는 모토(Moto)로 지역에 산재한 다양한 자원, 콘텐츠를 직접 발굴하는 주민공동체 '동네봄'은 지역 가치를 공유, 지역경제 자생력 제고 목적으로 운영
- (운영) 국가 사적 도자기터와 아트 뮤지엄 연계 지역 예술문화지 소개 및 도자기를 빛는 활동으로 이어지는 '헌 접시 줄게, 새 접시 다오', 경기만 에코뮤지엄 투어 '지붕없는 박물관으로 여행가자', '시흥시티투어', '골목사이 스캐치여행', '여촌운동회' 등의 프로그램 운영
- (이념) 마을 주민이 직접 기획하고 여행안내자 및 디자이너가 되어 지역민이 운영하는 숙소·식당, 상점을 이용하고 이를 통해 마을 경제를 활성화하는데 이바지하는 여행의 확산을 가치로 지역자원을 훼손하지 않고 환경보호와 소통, 공감, 관계를 지향하는 법을 추구하는 여행 토대 마련 도모



자료: 한국관광공사(2020)

4.2.2.5 추진계획

- 공정여행상품 발굴·육성 20개 사업 : 2021~22년
- 공정여행상품 발굴·육성 20개 사업 : 2023~24년
- 공정여행상품 발굴·육성 10개 사업 : 2025년

4.2.3 전북에서 즐기는 체험학습여행 지원

4.2.3.1 추진목적

- 이 사업은 2020년 7월 코로나19 극복을 위한 전라북도 관광서비스산업 지원 정책으로 시작되었으며, 코로나19 종식되기 전까지 계속사업으로 추진 필요
- 특히 코로나19 영향으로 교외가정학습이 증가함에 따라서 초·중·고 청소년 가정을 대상으로 전라북도 우수 관광자원 홍보를 통해 관광객 유치 및 코로나19 종식 이후 수학여행 유치 증대 기반 마련

4.2.3.2 추진개요

【표 49】 전북에서 즐기는 체험학습여행 지원 정책수혜자

관광접점 수혜자				정책수립 수혜자	
관광객	지역민	지역공동체	관광사업체	전라북도	14개 시·군
●	○	○	●	●	●

해석: ● 주 정책수혜 대상자 ○ 부 정책수혜 대상자

- (정책대상) 전라북도 및 14개 시·군, 관광객, 관광사업체
- (사업기간) 2020년~2021년 (2개년)

4.2.3.3 추진내용

추진방향

- 코로나19 등 외재적 위험 요인으로 유발된 학교 단체활동에 대한 안전 우려 및 학교 수업 일 조정 등 전국적으로 숙박형 교육여행 수요 급감에 따른 지원 사업을 추진

- 초·중·고 청소년 동반 가족 체험학습여행 지원을 통하여 전북의 우수한 교육 여행 자원을 홍보하고 2022년 교육여행 유치를 위한 마케팅 일환

사업내용

- 지원대상: 전라북도 외 초·중·고 청소년 동반 2인 이상
- 지원내용: 1인/20천 원 안전여행 꾸러미, 1가족 최대 100천 원 지원
 - 지원기준: 1박/2인 이상. 증빙서류 제출, 성인보호자 동반 필수, 캠핑, 카라반은 지원 제외
 - * 신청서류 : 숙박(예약)확인증, 재학증명서 등, 가족관계증명서, 개인 정보제공 동의서
 - 신청방법: 전라북도관광마케팅종합지원센터 네이버 블로그
 - * 숙박비 지원 : 도내 숙박업소 직접 지급
 - ** 안전여행꾸러미 : 지원 확정 후 택배 발송
 - 지원절차: 여행 7일 전까지 사전신청 → 숙박 및 지원금 확인 후, 안전여행 꾸러미 발송 → 숙박지원금 지급

4.2.3.4 추진계획

- 체험학습여행 상품 지원 및 사업 보완 : 2020년
- 체험학습여행 상품 지원 및 홍보마케팅 강화 : 2021년

Senction 4.3

모두에게 편리한 관광환경 조성

4.3.1 전북 특화형 숙박시설 확충

4.3.1.1 추진목적

- 문화체육관광부에 따르면 국민은 1인 평균 관광여행의 목적으로 전라북도
도를 0.68일 방문하고 있으며 숙박여행 0.46일, 당일여행 0.22일 방문
- 2019년 여행지별 평균 국민 관광여행 일수는 0.59일이며, 숙박여행 0.4
2일 당일여행 0.17일로 전라북도는 17개 광역자치단체 가운데 8번째
수준
- 전라북도 관광객의 체류기간 상위 지역인 강원도나 경기도처럼 상향시
키 위해서는 전북의 특화 전략이 필요하며 이를 위해 민간부문 뿐만
아니라 공공기관에서도 적극적으로 숙박시설 확충을 위한 제반 마련 필요

4.3.1.2 추진개요

【표 50】전북 특화형 숙박시설 확충 정책수혜자

관광접점 수혜자				정책수립 수혜자	
관광객	지역민	지역공동체	관광사업체	전라북도	14개 시·군
●	○	○	○	●	●

해석: ● 주 정책수혜 대상자 ○ 부 정책수혜 대상자

- (정책대상) 전라북도 및 14개 시·군, 관광객
- (사업기간) 2021년~2024년 (4개년)

4.3.1.3 추진내용

추진방향

- 체류시간 연장을 위한 최근 관광 트렌드를 충분히 반영하는 특색 있는 숙박 시설 확충

사업내용

- 시군별 특화 캠핑장 및 야영장 10개소 조성
 - 시군별 지역적 특색에 부합하는 테마(캠핑 본연의 목적* 또는 시설 및 장비 중심 시설)를 활용한 야영장 조성
 - * 캠핑 본연의 목적에 집중한 캠핑: 미니멀 캠핑, 백패킹, 오지 캠핑
시설·장비 중심 캠핑 : 글램핑, 렌탈 캠핑장
- 한국형 전통숙박시설 20개소 → 25개소 (2021년) 확대
 - 전라북도는 『관광진흥법』에 따른 한옥체험업으로 운영 중이거나 운영 가능한 시설에 한해 전통한옥의 신축 또는 개보수 지원 중
 - 전통문화가 그대로 남아있는 전라북도 장점을 활용, 한국형 전통 숙박시설인 한옥 신축 및 개보수 지원 사업 계속 추진

【표 51】 전라북도 한국형 전통숙박시설 조성 현황

대상지	구분	세부내용 요약
장수 주촌마을	사업기간	· 2016년 7월 - 2017년 9월 (17가구)
	총사업비	· 500백만 원 (도비 150, 군비 150, 자부담 200)
	사업내용	· 너와지붕 및 용마루 수리, 담장, 구들장, 화장실, 하수구 등
	추진현황	· 사업자 선정 ('16.4.22.) → 사업 완료 및 운영 ('17.9.)
정읍 소참봉 조선동네	사업기간	· 2017년 6월 - 2018년 10월 (이평면 영원로 1290-118)
	총사업비	· 407백만 원 (도비 100, 군비 100, 자부담 207)
	사업내용	· 전통 황토너와집 3채 신축, 지붕개량 공사 (관광농원 등록)
	추진현황	· 사업자 선정 ('16.4.22.) → 사업 완료 및 운영 ('17.9.)
임실 이랑 한옥스테이	사업기간	· 2017년 9월 - 2019년 12월 (덕치면 회문리 441-6)
	총사업비	· 810백만 원 (도비 200, 군비 200, 자부담 410)
	사업내용	· 한국형 전통한옥 4개동 신축 (한옥체험업 지정)
	추진현황	· 사업자 선정 ('17.9) → 군비 확보 ('17.12) → 사업 완료 ('19.12)

자료: 전라북도 관광총괄과 내부자료(2020)

- 문화체육관광부 ‘지역 특화형 숙박시설 조성’ 공모사업 대응 (예산심의자료, 2020)
 - 숙박시설 자체만으로 지역을 대표하는 관광자원이 될 수 있도록 지역관광 콘텐츠와 연계한 특색 있는 관광숙박시설 조성 사업

사업명	구분	세부내용 요약
지역 특화형	사업규모	· 2021년 지역 특화형 숙박시설 2개소 신규 확충
숙박시설 조성	사업내용	· 설계 및 개보수, 특화 프로그램 운영 컨설팅 등
공모 사업	총사업비	· 2,000백만 원
	지원대상	· 한국종합관광상품 대상 2개 도시 / 50% 지원

자료: 예산심의자료(2020)

4.3.1.4 사례검토

【표 52】 전북 특화형 숙박시설 확충 사례

정선 폐광촌, 마을호텔 18번가

- 골목길이 호텔로 변하는 기적: ‘누워 있는 호텔, 18번가 기적, 꽃으로 덮인 호텔’. 정선군 고한읍 고한18리 골목길에 붙여진 별칭으로 고한파출소에서 고한시장에 이르는 약 500m 구간 거리를 전체 또는 자체가 호텔이라는 의미 내포
- 골목길은 객실로 들어가는 로비이면서 산책로, 횃집, 중국집, 연탄구이집 등 ‘호텔 식당’, 아담한 ‘호텔 카페’ 및 세탁소, 사진관, 이발소, 마을회관은 회의실 겸 기념품 판매점으로 사용



자료: 한국관광공사(2020)

4.3.1.5 추진계획

- 시군별 특화 캠핑장 선정, 한국형 전통숙박시설 조성 : 2021년
- 시군별 특화 캠핑장 및 야영장 조성 : 2022~24년
- 지역특화형 숙박시설 공모사업 대응 : 2021~계속

4.3.2 퍼스널 모빌리티(Personal Mobility) 확대

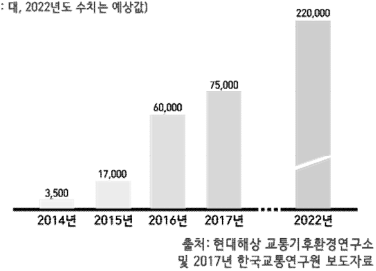
4.3.2.1 추진목적

- 퍼스널 모빌리티(PM)은 친환경 이동 수단으로 전동 킥보드, 전동 스쿠터 등 전기를 동력으로 활용하는 1인용 이동 수단을 의미
 - 국내 퍼스널 모빌리티 시장은 2016년 6만 대에서 2022년 20만 대로 약 3배 이상 증가 예상 (한국교통연구원, 2017.09.06.)



퍼스널 모빌리티 시장 규모 변화

(단위: 대, 2022년도 수치는 예상값)



자료: 한국교통연구원(2017)

- 보관 및 사용의 용이성. 경제성, 환경성 등으로 퍼스널 모빌리티 시장은 주요 도심 관광지를 중심으로 점차 확대되고 있으며, 최근 국내외 주요 관광지에서 관광객 교통수단으로 적극 활용 중임에 따라 도입 확대 추진 필요
 - 다만, 안전 등이 문제로 지적됨에 따라 사전 안정성 확보 후 도입

4.3.2.2 추진개요

【표 53】 퍼스널 모빌리티(Personal Mobility) 확대 정책수혜자

관광접점 수혜자				정책수립 수혜자	
관광객	지역민	지역공동체	관광사업체	전라북도	14개 시·군
●	○	○	●	○	○

해석: ● 주 정책수혜 대상자 ○ 부 정책수혜 대상자

- (정책대상) 관광객, 관광사업체
- (사업기간) 2021년~2023년 (3개년)

4.3.2.3 추진내용

추진방향

- 전라북도 주요 관광지의 도보 이동에 대한 피로감 해소, 보다 광범위한 범위에서의 관광경험 획득을 도모하기 위해 퍼스널 모빌리티 운영 확대

사업내용

- 전라북도 14개 시·군 대표 관광지 및 도심지 중심 퍼스널 모빌리티 확대
 - 심한 교통체증 지역 또는 차량 이동은 가깝지만 도보 이동이 먼 중·중거리 중심으로 대여거점 조성
 - 제주도, 부산 해운대 등 국가의 주요 관광지 내에서 공유서비스가 활발하게 이루어지고 있어 지역관광 활성화 측면에서 적극적으로 도입 필요



자료: 중앙매거진(2019)

【그림 6】 퍼스널 모빌리티 (PM) 종류

- 안전성이 퍼스널 모빌리티 시장의 문제로 지적됨에 따라 규제 및 안전성 강화 목적의 시범사업 또는 사전 유효성 검토 과정을 거쳐 추진
 - 기존 공유 서비스업체들의 의무 보험 가입을 통해 안전성 확보
 - 퍼스널 모빌리티 (PM)의 정의를 새롭게 규정한 도로교통법 개정안에 (2020년 12월 10일)에 의하면, 만 13살 이상이면 면허 없이도 이용 가능하며 자전거 전용도로 주행이 가능

4.3.2.4 사례검토

【표 54】 퍼스널 모빌리티(Personal Mobility) 확대 사례

현대자동차 제주 공유형 퍼스널 모빌리티 시범 서비스 개시

- (서비스 영역) 현대자동차는 제주도에 대표적 퍼스널 모빌리티인 전동킥보드 30대, 전기자전거 80대 투입, 라스트마일 모빌리티 공유 서비스 시작, 제주도 주요 관광지인 ▲이호테우 ▲송악산 지역 등 모두 2곳. 전동킥보드는 송악산 지역에만 30대, 전기자전거는 각각 40대씩 총 110대 공급
- (서비스 내용) 전동킥보드/전기자전거 공유서비스는 현대자동차가 개발한 'ZET'라는 플랫폼 안에서 이루어지며 사용자는 앱스토어를 통해 'ZET' 앱을 다운받아 내 주변에 위치한 공유 기기를 확인할 수 있고 예약, 이용, 주차, 반납, 결제 등 일련의 과정을 스마트폰에서 간편하게 이용 가능



자료: 스마트투데이(2019)

4.3.2.5 추진계획

- 전라북도 퍼스널 모빌리티 도입 검토 : 2021년 6월
- 전라북도 퍼스널 모빌리티 주요관광지 검토 : 2021년 12월
- 전라북도 퍼스널 모빌리티 안전성 검토 및 확대 : 2022~23년

4.3.3 인공지능 기반 Double-T 구축

4.3.3.1 추진목적

- 전라북도 관광객은 전주 한옥마을, 군산 근대역사문화도시 등 일부 유명 시설 중심으로 짧은 층의 수요가 급증하고 있으나, 짧은 체류기간 및 인근 관광지 연계 방문 미흡 등에 의해 경제적 파급효과가 미비
- 따라서 최근 국내에서 크게 주목받은 수요 대응형 모빌리티 서비스를 적극적으로 도입하여 지역 관광자원 간 이동 편의를 개선할 필요가 있으며, 이 목적으로 Double-T(Transport·Travel) 구축 사업 추진

4.3.3.2 추진개요

【표 55】 인공지능 기반 Double-T 구축 정책수혜자

관광접점 수혜자				정책수립 수혜자	
관광객	지역민	지역공동체	관광사업체	전라북도	14개 시·군
●	●	○	●	○	○

해석: ● 주 정책수혜 대상자 ○ 부 정책수혜 대상자

- (정책대상) 관광객, 지역민, 관광사업체
- (사업기간) 2022년~2025년 (4개년)

4.3.3.3 추진내용

추진방향

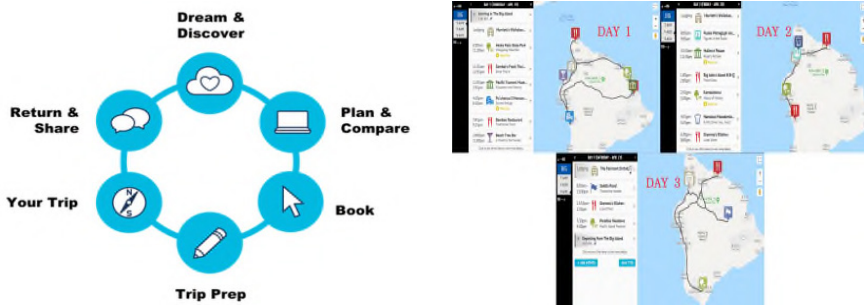
- 전주 한옥마을, 군산 근대문화역사도시 등 전국적 관광목적지를 거점지역으로 기 개발된 관광지 및 미활성화 자원을 연계 개발할 수 있는 정보, 모빌리티 서비스 인프라 구축
- 특히, 관광과 교통을 정보탐색부터 예약과 이용 및 지불까지 원스톱으로 처리하는 솔루션 개발 추진

4.3.3.4 사례검토

【표 56】 인공지능 기반 Double-T 구축 사례

미국 스타트업 Utrip

- (요약) 2011년 미국에서 시작한 Utrip은 모든 사람에게 개인화된 여행계획 수립 및 제공을 목적으로 AI 엔진을 이용한 빅데이터 기반 개인화 서비스 플랫폼 구축
- (과정) 기본 계획부터, 예약, 공유 등까지 여행 일련의 과정을 하나의 체계로 구성하는 연계성을 토대로 6개의 지정된 기본 프로파일링 (경로, 시설, 이동 범위 등) 가운데 수요자가 직접 속성을 선택하도록 하여, '커스텀 마이징된 계획'을 제공
- (문제) 비록 광범위한 데이터 구축에 초기 자본이 과다하게 책정 및 투입되어 2019년 자금난으로 제공 서비스를 중단하였으나, 관광산업의 빅데이터 기술을 적용했던 우수 사례로 주목



자료: 한국관광공사(2020)

4.3.3.5 추진계획

- | | |
|------------------------------|------------|
| · AI 기반 여행가이드 관광 서비스 플랫폼 구축 | : 2022~23년 |
| · 빅데이터 기반 교통 및 관광 서비스 플랫폼 통합 | : 2022~25년 |
| · 주요 관광지 스마트 서비스 인프라 구축 | : 2022~24년 |

Sanction 4.4

지속가능한 체류관광 정책 지원

4.4.1 청소년 수학여행 상품 개발

4.4.1.1 추진목적

- 세월호 사고 이후, 전라북도는 전국 학년별 수학여행단 유치 전략에서 탈피해 보다 안전하고 안심되는 수학여행이 되도록 학급별, 즉 소규모 그룹으로 전환하여 전국적인 모범사례로 주목

연도	유치인원 (명)	유치학교 (개소)
2014	31,933	252
2015	58,630	548
2016	59,344	600
2017	59,786	609
2018	55,280	563
2019	50,134	512
2020.6	54	2

자료: 전라북도 관광총괄과 내부자료(2020)

- 특히, 청소년 대상 수학여행은 숙박을 전제로 하므로 지역관광 경쟁력 강화 및 관광객 체재기간 연장을 위해서 타깃 맞춤형 시군별 상품 개발 추진

4.4.1.2 추진개요

【표 57】 청소년 수학여행 상품 개발 정책수혜자

관광접점 수혜자				정책수립 수혜자	
관광객	지역민	지역공동체	관광사업체	전라북도	14개 시·군
●	○	○	●	●	●

해석: ● 주 정책수혜 대상자 ○ 부 정책수혜 대상자

- (정책대상) 전라북도 및 14개 시·군, 관광객, 관광사업체
- (사업기간) 2021년~2025년 (5개년)

4.4.1.3 추진내용

추진방향

- 전라북도 14개 시군별 강점 자원 및 숙박시설을 활용, 타깃 맞춤형 교육 상품 개발 및 적극적 홍보·마케팅 지속, 관련 인센티브 제고 확대 실시

사업내용

- 전라북도 청소년 수학여행 지원내용 (계속 사업)

【표 58】 전라북도 청소년 수학여행 지원내용 요약

사업명	구분	세부내용 요약
공정 수학여행 지원	사업방향	· 전라북도 내 농어촌마을 1박 이상 숙박 및 체험활동
	지원내용	· 농어촌 숙박비 지원; 1인당 10천 원 (숙박일 비례)
		· 농어촌 야간체험비 지원; 1인당 5천 원 (숙박일 비례)
버스임차료 지원	사업방향	· 1박 2일 이상 도내 체류, 기차 이용 지역 방문 후 도내 버스 이용
	지원내용	· 교육열차; 지도사 미지원 시 200천 원, 지원 시 100천 원
		· 일반열차; 지도사 지원 시 100천 원
		· 항공편; 지도사 지원 시 200천 원
수학여행전담사 지원	사업방향	· 전라북도 방문 초입부터 체류기간까지 전담사 지원
	지원내용	· 수학여행 차량 1대당 전담지도사 1인 배치 지원
공연 등의 체험 지원	지원내용	· 공연, 레크레이션 등의 체험 지원; 1인 1박당 5천 원 (숙박일 비례)

자료: 전라북도 관광총괄과 내부자료(2020)

- 시군별 1박 2일 수학여행 상품 개발 및 운영

【표 59】 전라북도 시군별 수학여행 상품 (1박 2일) 운영(안)

지역	구분
군산시	(1일차) 군산 도착 후 중식 → 근대역사박물관 및 군산 일원 → 선유도 탐방 후 숙소 →
	(2일차) 옥구저수지 트래킹 → 중식 후 귀교

【표 60】 전라북도 시군별 수학여행 상품 (1박 2일) 운영(안) (표 계속)

지역	구분
남원시	(1일차) 남원 도착 후 중식 → 지리산 둘레길 탐방 → 허브밸리 탐방 및 허브제품 체험 → (2일차) 남원 광한루원 및 춘향테마파크 탐방 → 중식 후 귀교
완주군	(1일차) 완주 도착 후 중식 → 술테마박물관 → 대승한지마을 → (2일차) 놀토피아 체험 → 삼례예술창고 답사 및 체험 → 중식 후 귀교
임실군	(1일차) 임실 도착 후 중식 및 치즈만들기 체험 → 전라북도 119안전체험관 → (2일차) 오수익건 공원 탐방 → 관촌망루 → 사선대 탐방 → 중식 후 귀교
순창군	(1일차) 순창 도착 후 중식 → 강천산 탐방 및 발효소스도굴 체험 → 장류체험 → (2일차) 향가터널 탐방 및 출렁다리 체험 → 중식 후 귀교
고창군	(1일차) 고창 도착 후 중식 → 고창읍성 및 판소리박물관 탐방 → 고인돌박물관 및 운곡 람사르습지 탐방 → (2일차) 고창 선운사 → 만돌갯벌체험학습장, 하전갯벌정정보화마을 → 중식 후 귀교
부안군	(1일차) 부안 도착 후 중식 → 채석강 탐방 → 줄포생태공원 탐방 → 누에타운 탐방 → (2일차) 청자박물관 도자기 만들기 체험 → 내소사 → 중식 후 귀교

4.4.1.4 추진계획

- 전라북도 청소년 수학여행 지원내용(계속사업) : 2021~25년
- 시군별 1박 2일 수학여행 상품 발굴 : 2021~22년

4.2.2 전라북도 관광객 실태조사

4.4.2.1 추진목적

- 전라북도 관광객의 체류시간 연장을 위해서는 니즈를 정확히 파악할 필요가 있으며, 이는 통계 데이터를 근거로 이루어짐에 따라 기초자료 확보 필요
- 따라서 급변하는 관광시장에 대한 전략적 접근 및 합리적이면서 과학적 관광정책 수립을 위해서는 전라북도 관광객 실태조사 진행 필요
 - 전라북도 관광객 실태조사는 지난 2011년, 2013년 및 2016년 (재)전북연구원에서 실시한 이후, 최신 자료가 확보되지 않고 있어 이에 대한 대응책 시급

4.2.2.2 추진개요

【표 61】 전라북도 관광객 실태조사 정책수혜자

관광객	관광접점 수혜자			정책수립 수혜자	
	지역민	지역공동체	관광사업체	전라북도	14개 시·군
○	○	○	○	●	●

해석: ● 주 정책수혜 대상자 ○ 부 정책수혜 대상자

(정책대상) 전라북도 및 14개 시·군, 관광사업체, 전문가
(사업기간) 2022년, 2025년(총2회 실시) 3년 주기로 실시

4.4.2.3 추진내용

기본방향

- 전라북도 방문 경험 관광객 대상으로 여행실태를 종합적으로 파악하여 전북 체류관광에 관한 정책수립과 연구 및 분석 등을 위한 기초 자료로 활용
- 관광객 실태조사 결과를 바탕으로 지역의 관광발전을 도모하고 궁극적으로 방문객의 만족도 제고 및 지역경제 활성화 기여

사업내용

- 조사대상 : 전라북도 방문 경험이 있는 만 15세 이상의 대한민국 국민
- 조사방식 : 설문조사 전문기관 의뢰
 - 구조화된 자기기입식 설문지 활용 훈련된 조사원 일대일 대인면접조사는 다양한 설문 항목을 조사할 수 있는 장점이 있으나 비용 부담이 다소 큼에 따라 전문 기관 의뢰가 효과적일 것
 - 온라인 및 모바일 리서치 방법은 비용 부담은 다소 적게 소요되나 많은 항목을 조사하는데 한계가 있지만 가시적 성과에 이점 확보
- 대상표본 : 약 2,000명
 - 지역별 인구 비례 균등 할당
- 조사내용(안) : 전라북도 관광객 실태조사는 여행 준비과정에서 여행 평가까지 포괄적으로 조사
 - 여행의 준비과정 : 목적지, 선택한 이유, 여행 목적지 결정자, 여행 정보획득 과정 등
 - 여행의 행동과정 : 여행행태, 여행 동반자, 여행 간, 전라북도 방문 지역, 교통수단, 숙박시설 등
 - 여행의 평가항목 : 여행 지출액, 관광객 만족도, 재방문 의도, 추천 의사, 추천하지 않는 이유, 전북관광 개선사항 등
 - 일반적 통계사항 : 연령, 성별, 거주지, 직업, 월 가구 총소득 등
- 조사 기관
 - 조사 주관 기관 : 전라북도 관광총괄과
 - 조사 수행 기관 : 전북연구원
 - 조사 대행 기관 : 전문 리서치 회사

4.4.2.4 사례검토

【표 62】 전라북도 관광객 실태조사 사례

2016 전라북도 관광객 실태조사

- (조사대상) 전라북도 14개 시·군 대표관광지를 방문한 만 15세 이상의 관광객
- (조사방법) 자기기입식 방식의 구조화된 설문지를 조사지점에서 응답자 직접 기입, 훈련된 조사원 일대일 대인면접조사
- (조사기간) 2016년 01월 ~ 12월, 총 1년간 분기별 1회, 총 4회 실시
- (조사지역) 전라북도 14개 시·군 대표관광지
- (조사내용) 2016년 실태조사는 총 6가지 항목 28개 설문 문항에 따라 여행 준비과정, 여행 과정, 여행 후 평가 및 전라북도 관광에 대한 응답자 의견 등 관련된 내용을 포괄적으로 조사
- (수집표본) 6,160명을 분기별 1,540명씩 할당한 후, 14개 시·군에 110명씩 균등 분할. 1/4분기(1,540명), 2/4분기(1,540명), 3/4분기(1,540명), 4/4분기(1,540명)



자료: 전북연구원(2013, 2016)

4.4.2.5 추진계획

- 전라북도 관광객 실태조사 : 2022년
- 전라북도 관광객 실태조사 : 2025년

【표 63】 전라북도 체류형 관광 육성방안 계획과제 요약 및 추진계획(안)

계획과제	과제개요	과제요약	추진계획					정책 수혜대상
			2021년	2022년	2023년	2024년	2025년	
(체류관광 상품 및 콘텐츠) 지역의 힘: 우리동네 구석구석 방문하기	· (대상) 지역민, 지역공동체 · (기간) 2021년~23년 (3개년)	· 우리동네 구석구석 방문하기 캠페인 장려 · 교육청, 대학교 우리동네 방문 프로그램 개발 · 출향민 전북방문 캠페인 및 행사 지원	캠페인 구상 연구 프로그램 시범운영 전면 확대시행					● 지역민 - 지역공동체 ○ 전라북도 - 관광객 - 관광사업체
(체류관광 상품 및 콘텐츠) 야간관광 콘텐츠 개발	· (대상) 14개 시·군, 관광객 · (기간) 2021년~25년 (5개년)	· 전북대표 야간관광 30선 선정 및 운영 · 문화재 야행 4개소 확대 · 지역별 역사문화유산 실감콘텐츠 10개 운영	야간관광 30선 선정·운영					● 전라북도 - 관광객 ○ 지역민 - 관광사업체
(체류관광 상품 및 콘텐츠) 전북의 재발견: 숨겨진 관광지 100개소 육성	· (대상) 14개 시·군, 관광객 등 · (기간) 2021년~25년 (5개년)	· 테마별 숨겨진 관광지 57개소 확대 발굴·육성 (테마) 힐링, 드라이브, 영화 속 시간여행, 역사유적, 도보, 사진 스폿, 오토캠핑, 섬, 해양·농촌 산림휴양자원 등	숨겨진 관광지 54개소 발굴 및 육성					● 관광객 - 지역민 - 관광사업체 ○ 전라북도
(체류관광 상품 및 콘텐츠) 가장 한국적인 고장, 전북 한 달 여행하기	· (대상) 관광객, 지역민 · (기간) 2020년~23년 (4개년)	· 전라북도 한 달 여행하기 9개 시·군 확대 운영 (대상) 만 18세~50세 도외 거주자	한 달 여행하기 사업단 및 사업평가 전북 한 달 여행하기 14개 시·군으로 확대 및 상품 다양화					● 관광객 ○ 전라북도 - 지역민 - 지역공동체 - 관광사업체

해석: ● 주 정책수혜 대상자 ○ 부 정책수혜 대상자

【표 64】 전라북도 체류형 관광 육성방안 계획과제 요약 및 추진계획(안) (표 계속)

계획과제	과제개요	과제요약	추진계획					정책 수혜대상
			2021년	2022년	2023년	2024년	2025년	
(안전·안심할 수 있는 여행) 힐링, 치유기반 웰니스 관광 육성	· (대상) 14개 시·군, 관광객 · (기간) 2021년~25년 (5개년)	· 음식, 향기, 소리 콘텐츠 활용 치유관광 상품 개발 · 전북형 치유마을 5개소 조성 · 순창군 쉼랜드 웰니스 관광 거점 육성	전북형 치유관광 상품 개발 및 운영	전북형 치유마을 5개소 선정				● 전라북도 관광객 ○ 지역공동체 관광사업체
			순창군 쉼랜드 웰니스 관광 거점 육성					
(안전·안심할 수 있는 여행) 농산어촌마을 공정여행 상품 발굴·육성	· (대상) 14개 시·군, 관광객 등 · (기간) 2021년~25년 (5개년)	· 공정여행포럼: 국제포럼 개최 등 · 공정여행상품: 여행학교, 수학여행 자원화대, 1사군 1상태관광지 연계상품, 시골마을 작은 축제 연계 등 · 마을공정여행 가이드: 지역 일자리 창출 일한	공정여행상품 40개 발굴·육성				여행상품 10개 발굴	● 전라북도 관광객 지역공동체 ○ 관광사업체
(안전·안심할 수 있는 여행) 전북에서 즐기는 체험학습여행 지원	· (대상) 14개 시·군, 관광객 등 · (기간) 2020년~21년 (2개년)	· 전라북도 체험학습여행 지원사업 확대 추진 (대상) 전라북도 외 초·중·고 청소년 동반 2인 이상 (내용) 1인/20천 원 안전여행 꾸러미 등	학습여행 상품·자원 등		학습여행 상품·자원 등			● 관광객 관광사업체 ○ 전라북도
(모두에게 편리한 관광환경) 전북 특화형 숙박시설 확충	· (대상) 14개 시·군, 관광객 등 · (기간) 2021년~24년 (4개년)	· 시군별 특화 캠핑장 및 야영장 10개소 조성 · 한국형 전통숙박시설 5개소 확대 조성 · 문화체육관광부 지역 특화형 숙박시설 조성 대응	사업 대상지 선정·조성	시군별 특화 캠핑장 및 야영장 조성			지역 특화형 숙박시설 공모사업 대응	● 전라북도 관광객 ○ 관광사업체

해석: ● 주 정책수혜 대상자 ○ 부 정책수혜 대상자

【표 65】 전라북도 체류형 관광 육성방안 계획과제 요약 및 추진계획(안) (표 계속)

계획과제	과제개요	과제요약	추진계획					정책 수혜대상
			2021년	2022년	2023년	2024년	2025년	
(모두에게 편리한 관광환경) 퍼스널 모빌리티 (PM) 확대	· (대상) 관광객, 관광사업체 · (기간) 2021년~23년 (3개년)	· 대표 관광지 중심 퍼스널 모빌리티 도입 확대 (비고) 안전성 강화 및 사전 유효성 검토를 위한 시험사업 우선 추진	도입 효과 검토 등					● 관광객 관광사업체 ○ 전라북도 지역민
			도입 대상지 검토 등	전라북도 주요 대표 관광지 및 도심지역 퍼스널 모빌리티 안정성 검토 계속 및 도입 확대				
(모두에게 편리한 관광환경) 인공지능 기반 Double-T 구축	· (대상) 관광객, 지역민 등 · (기간) 2021년~23년 (3개년)	· AI 기반 여행가이드 관광 서비스 플랫폼 개발 · 빅데이터 기반 교통·관광 서비스 플랫폼 통합 · 주요 관광지 스마트 서비스 인프라 구축	여행가이드 관광 서비스 플랫폼 개발 및 구축					● 관광객 지역민 관광사업체 ○ 전라북도
			교통 및 관광 서비스 플랫폼 통합			주요 관광지 스마트 서비스 인프라 구축		
(지속가능한 체류관광 정책) 청소년 수학여행 상품 개발	· (대상) 14개 시·군, 관광객 등 · (기간) 2021년~25년 (5개년)	· 전라북도 청소년 수학여행 지원 (계속사업) · 시군별 1박 2일 수학여행 상품 개발 및 운영	전라북도 청소년 수학여행 지원 (계속사업)					● 전라북도 관광객 관광사업체
			시군별 1박 2일 수학여행 상품 발굴					
(지속가능한 체류관광 정책) 전라북도 관광객 실태조사	· (대상) 14개 시·군, 관광사업체 · (기간) 2022년, 2025년	· 전라북도 관광객 실태조사 실시 (3년 주기)	실태조사 실시					● 전라북도 ○ 전문가 관광사업체 지역공동체
			실태조사 실시					

해석: ● 주 정책수혜 대상자 ○ 부 정책수혜 대상자

참고문헌

참고문헌

문헌자료

- 경기관광공사(2020). 「코로나19로 바뀐 일상, 요즘 어떻게 지내세요?」. 2020.4.20.
- 경상남도(2020). 「경남 한 달 살이 ‘경남별곡(慶南別曲)’으로 떠나요」. 2020.05.14.
경상남도 보도자료.
- 김동영·이중섭·송용호(2020). 「전북 체류인구 활성화 방안」. 전북연구원
- 김송이(2019). 「체류형관광의 개념 및 특성분석과 정책적 이슈 도출」. 한국문화
관광연구원
- 김형오·장재협(2020). 「포스트코로나 시대, 전북관광 진흥방향」. 전북연구원 이슈
브리핑. 2020.10.22.
- 관계부처합동(2018a). 「지역관광 활성화 방안」. 2018.04.11.
- _____ (2019a). 「대한민국 관광 혁신전략」. 2019.04.02.
- _____ (2019b). 「관광진흥기본계획 2020 시행계획」. 2019.12.10.
- 문화체육관광부(2018). 「제5차 관광진흥 5개년 계획 수립 연구」.
- _____ (2019a). 「2018년 국민여행조사 보고서 - 분석편」.
- _____ (2019b). 「지역 주도 관광 활성화를 위한 관광개발 추진」.
2019.12.19. 문화체육관광부 보도자료.
- _____ (2019c). 「현지인의 일상을 체험하는 지역주민 주도형 생활관광
콘텐츠 개발 - 2019년 생활관광 활성화 공모 사업 6개 지역 선정」.
2019.10.16. 문화체육관광부 보도자료.
- _____ (2020a). 「2019년 국민여행조사 보고서 - 분석편」.
- 정대영·이수진(2020). 「코로나19, 여행의 미래를 바꾸다」. 경기연구원 이슈&진단.
2020.05.26.
- 박상곤·김성태·한숙영(2010). 방한 외래관광객 체류기간의 결정요인-유한 혼합모형
분석을 중심으로. 「관광학연구」, 34(3), 261-282.
- 서울연구원(2019). 「세계도시동향 459호」. 2019.7.1.
- 소상공인시장진흥공단(2020). 「소상공인시장 경기동향조사 결과」.
- 제주관광공사(2019a). 「2019 제주 에코파티 참여마을 공모」. 2019.02.19. 제주
관광공사 공모자료.

- 제주관광공사(2019b). 「따뜻한 봄을 맞는 제주가 돌아왔어요. 제주 마을에서 쉬어 보시는건 어떨까요? - 2019 제주에코파티 4~5월 프로그램 공개」. 2019.04.16. 제주관광공사 보도자료.
- 제주관광공사(2020). 「올 여름 당신의 바캉스에 제주자연을 더하다 - 제주관광공사, 2020 제주 로캉스(로컬+바캉스) 상품 본격 운영」. 2020.07.27. 제주관광공사 보도자료.
- 통계청(2017). 『2017년 사회조사결과(복지, 사회참여, 문화와 여가, 소득과 소비, 노동)』. 2017.11.07.
- 한국관광공사(2019a). 「6박7일간 ‘현지인처럼’ 살아보자 - 한국관광공사, 일주일 살아보기 시즌2 참가자 모집…7일간 국내숙소 지원」. 2019.06.25. 한국관광공사 보도자료.
- _____ (2019b). 「인생의 전환점이 필요한 청년들에게 여행을 선물합니다 - 한국관광공사, 마이 리얼 캡이여 시즌 3 참가자 모집…최대 90일 국내여행 지원」. 2019.06.03. 한국관광공사 보도자료.
- 한국관광공사(2020). 「언택트시대의 여행트렌드(S.A.E.F.E.T.Y)」. KTO 포커스 제8호. 2020.06.15.
- 한국은행(2020a). 「코로나19 이후 경제구조 변화와 우리 경제에의 영향」.
- _____ (2020b). 「전북지역 기업경기조사 결과」.
- _____ (2020c). 「전북지역 소비자동향조사 결과」
- Anantamongkolkul, C., Butcher, K., & Wang, Y. (2019). Long-stay tourists: Developing a theory of intercultural integration into the destination neighbourhood. *Tourism Management*, 74, 144-154.

기타자료

- 통계청(2020a). 『서비스업 동향조사- 시도별 서비스업 생산지수』. 2020.09.20.
Retrieved 15th, Nov, from <https://bit.ly/3fs62pl>
- _____ (2020b). 『경제활동인구조사- 행정구역(시도)/산업별 취업자수』. 2020.11.11.
Retrieved 15th, Nov, from <https://bit.ly/3pVoQCx>
- _____ (2020c). 『서비스업동향조사-17개 시도별 대형소매점 판매액지수』. 2020.11.11.
Retrieved 15th, Nov, from <https://bit.ly/3q4GbbU>

한국문화관광연구원(2020b). 『주요관광지점 입장객 통계』. 2020.11.20. Retrieved 15th, Nov, from <https://bit.ly/3nPTsn1>

컨슈머인사이트(2020a). “코로나19, 개인 경제에 실망·국가 경제에 절망 안겨”. 2020.03.10. 정경식·김민화 연구원. Retrieved 1st, Aug, from <https://bit.ly/38ITtEW>

_____ (2020b). “삶의 질, 망가뜨린 코로나19”. 2020.06.02. 정경식·김민화 연구원. Retrieved 1st, Aug, from <https://bit.ly/3lxc9Lx>

_____ (2020c). “국내여행 트렌드 예측; 비포코로나 vs 애프터코로나”. 2020.06.02. 김민화·정경식·조혜원 연구원. Retrieved 1st, Aug, from <https://bit.ly/35w3Fih>

_____ (2020d). “2019-20 국내여행 트렌드”. 2020.01.29. 김민화·정경식·조혜원 연구원. Retrieved 1st, Aug, from <https://bit.ly/377WHzk>

_____ (2020e). “여행 식도락의 뉴노멀, 배달·포장”. 2020.09.13. 김민화·최수정·조혜원 연구원. Retrieved 1st, Oct, from <https://bit.ly/39cH50f>

한국교통연구원(2017). “퍼스널모빌리티 시장 동향”. 2017.09.14. 한국교통연구원, Retrieved 1st, Aug, from <http://blog.naver.com/koti10/221095667006>

한국문화관광연구원(2020a). “포스트 코로나 시대, 안전을 담보로 한 국내관광 회복이 기대됩니다! - 코로나19에 따른 국내여행 조사 주요 결과”. 2020.05.27. 권태일·정규렬·박근화 연구원. Retrieved 4th, Jul, from <https://bit.ly/38Iveqg>

한양뉴스포털(2020). “코로나19 시대에 바라본 관광산업의 현재와 미래”. 2020.06.08. 정연 기자. Retrieved 4th, Jul, from <https://bit.ly/3lx240X>

HOTEL & RESTAURANT(2019). “경계가 허물어져가는 여행과 일상, ‘체류형 관광’을 통해 지역관광 해답을 찾다”. 2019.06.13. 노아윤 기자. Retrieved 4th, Jul, from <https://bit.ly/2IzJTcT>

MOBIINSIDE(2017). “정예지의 왓츠업 IT - 디지털 노마드를 위한 마을, 카미야마”. 2017.05.04. 정예지 기자. Retrieved 4th, Jul, from <https://bit.ly/37eXxdH>

정책연구 2020-23

전라북도 체류형 관광 육성방안

발 행 인 | 김 선 기

발 행 일 | 2020년 12월 31일

발 행 처 | 전북연구원

55068 전북 전주시 완산구 콩쥐팍쥐로 1696

전화: (063)280-7100 팩스: (063)286-9206

ISBN 978-89-6612-314-8 93320

본 출판물의 판권은 전북연구원에 속합니다.

