

전라북도 관광체류인구 증대 방안

ISSUE BRIEFING 2018

전북연구원 이슈브리핑
2018.06.11 vol.171

www.jthink.kr

연구진
김형오 문화관광연구부 연구위원
김동영 미래전략연구부 연구위원
장세길 문화관광연구부 연구위원

ISSUE BRIEFING 2018

전북연구원 이슈브리핑
2018.06.11 vol.171

CONTENTS

전라북도 관광체류인구 증대 방안

I. 관광체류인구 왜 중요한가?	04
II. 일본 사례 : 살아서 좋고, 방문해서 좋은 지역 만들기	05
III. 관광체류인구, 어떻게 확대할 것인가?.....	09
1. 관광체류인구 유입, 관광지에서 마을까지 확산.....	09
2. 관광객 맞춤형 문화관광콘텐츠로 체류시간 연장	10
3. 체험콘텐츠개발로 신규 관광체류인구 발굴	12
4. 관광만족도 제고를 통한 재방문을 제고	13



발행인_김선기

발행처_전북연구원

주소_전북 전주시 완산구 공취팔림로 1696

TEL_063)280-7100 FAX_063)286-9206

※이슈브리핑에 수록된 내용은 연구진의 견해로서 전라북도의 정책과는 다를 수도 있습니다.

※지난 호 이슈브리핑을 홈페이지 (www.jthink.kr)에서도 볼 수 있습니다.

전라북도 관광체류인구 증대 방안

- 전북연구원 이슈브리핑 2018.4.23. Vol.165 『지역개발 지표로서 체류인구의 필요성』에서는 관광체류인구를 포함한 실질적 계획인구를 도시계획 및 공공인프라 구축, 국가예산사업 투자 등의 지표로 활용하고자 제안함
- 일본은 2016년부터 인구감소·고령화, 소비력 저하, 경제 침체로 이어지는 악순환을 방지하기 위해 관광진흥을 통한 지역 체재·교류인구 증대를 국가 정책 아젠다로 설정하고, 각 아젠다별 세부 시책들이 추진 중이며 몇 가지 사례들은 전북 토탈관광 정책에 시사하는 바가 큼
- 전라북도 체류인구를 확대하기 위해서는 관광객 증가와 함께 현재 2.5계절 관광형의 4계절 관광형 전환과 체류시간 등 체류기간의 연장, 전라북도만의 강점을 활용한 관광체류인구 유입 및 확대를 위해 다음과 같은 추진과제를 제안함
- 관광체류인구 유입 및 관광지에서 마을까지 확산시키기 위해서는 첫째, 주민주도 역량강화사업 ‘관광두레’를 14개 시·군에 주민사업체 100개소로 늘리고, 둘째, 전북관광 체질개선 및 경쟁력 제고를 위해 ‘전북관광 중간지원조직(전북형 DMO) 설립’이 필요함
- 관광객 맞춤형 문화관광콘텐츠로 체류시간 연장을 위해서는 첫째, 전북 관광지 이용객 편리성 제고를 위해 ‘열린 관광지’10개소 조성이 필요하며, 둘째, 문화·예술·체육 ‘이벤트의 확대 및 콘텐츠 강화’를 위해 새로운 축제유형 주제를 개발하고 5·10월에 집중되는 축제시기를 분산해서 개최해야 함
- 체험콘텐츠개발로 신규 관광체류인구 발굴을 위해서는 첫째, ‘실버여행 일번지’전북관광 홍보를 위해 노령 연령대를 세분화한 ‘맞춤형 노인복지여행상품 개발’이 필요하고, 둘째, ‘재외동포의 모국방문 및 한류팬덤’을 활용한 특화콘텐츠를 개발하고, 지속적인 운영이 필요하며, 셋째, 장기체류관광객 확대 기반 조성을 통해 가족, 아이의 생태·문화·예술체험과 연계된 여행의 중심으로서 ‘전북에서 한 달 살기’전략을 마련해야 함
- 관광만족도 제고를 통한 재방문을 제고를 위해서는 첫째, 전북 관광자원의 경쟁력 1순위는 음식으로 국내·외적으로 인지도가 높으므로 경쟁력을 갖춘 음식자원의 관광상품화 및 음식관광 명소화 공간조성을 통해 글로벌 명품 관광상품으로 육성해야 하고, 둘째, 여성들이 보다 안심하고 안락하게 숙박할 수 있는 ‘여성안심숙박인증제 서비스 도입’을 적극적으로 검토해야 함

I. 관광체류인구 왜 중요한가?

□ 지역계획, 거주인구에서 체류인구로

- 전북연구원(2018) 이슈브리핑 4.23.Vol 165 『지역개발 지표로서 체류인구의 필요성』에 의하면 계획일 집중률 2.5계절형(0.0145)과 동시 체재율 5시간(0.77)을 적용했을 경우 2017년 기준 관광객 수 36,977,069명을 기준으로 전라북도 1일 체류인구는 412,849명
- 전라북도는 기존 도시계획기본계획 수립시 거주인구를 지표로 미래 인프라 수요를 파악했으나, 2017년 현재 거주인구 1,854,607명에 1일 체류인구 412,849명을 합한 2,267,456명의 체류인구를 기준으로 공공인프라 수요를 파악할 경우 18%이상의 추가 수요 발생
- 전라북도와 같이 거주인구는 적지만 관광객을 포함한 체류인구가 많은 지역은 거주인구를 기준으로 도로, 환경, 문화재관리, 사회서비스 등의 공공인프라 건립이 실제 체류인구에 비해 부족하거나 관리비용이 더 발생하는 문제가 발생
 - 수도권과 부경권 등 대도시권에 거주인구가 집중하여 분포되어 있지만 거주인구와 관광객 수를 합한 체류인구는 강원도와 경상도, 전라도 등에 집중적으로 분포(전북연구원, 2018)
- 이러한 문제를 해결하기 위해 각 지자체들은 생활인구, 체류인구 등의 새로운 인구개념을 통해 수요를 파악하기 위해 연구중에 있음
 - 프랑스의 경우 거주인구는 파리, 리옹 등 주요도시에 집중되어 있지만, 체류인구는 인구가 적은 인구희박지역에 주로 분포되어 있어 도시계획 인구의 변화 필요성이 제기되고 있음(국토연구원, 2018 재인용)
 - 서울시는 KT와 공동으로 KT기지역별 인구를 집계해 전체 인구를 추정하고, 교통 이용 통계 등 공공데이터를 활용해 시내 1만 9,000여개 집계 단위별로 1시간 단위 인구를 계산하는 방법으로 생활인구를 측정하여 행정서비스대상을 거주인구에서 실제 생활인구로 전환할 예정
- 전라북도 또한 관광체류인구를 포함한 실질적 계획인구를 도시계획 및 공공인프라 구축, 국가예산사업 투자 등의 지표로 활용할 것을 제안

□ 관광체류인구 확대를 위한 특화전략 필요

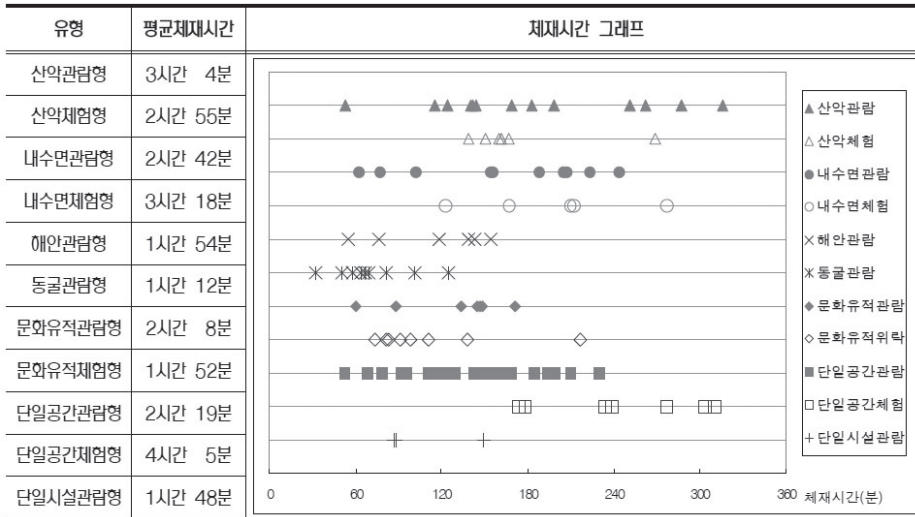
- 전라북도 관광객 체류유형을 보면 당일여행 55.6%, 숙박여행 44.4%(1박 2일 28.9%, 2박 3일 12.0%, 3박 4일 1.7%, 4박 5일 이상 1.8%)¹⁾로 평균체류일수는 1.65일²⁾
- 관광체류인구의 확대를 증가시키는 당일여행객의 체류시간 확대와 숙박여행객의 확대를 통해 평균체류일수를 늘리는 정책 필요
- 현재 2.5계절형인 전라북도 관광유형을 4계절형으로 전환하기 위해서는 해안관광형, 온천휴양형, 문화유적체험형, 단일공간체험형(유원시설), 단일공간관광형(민속촌), 단일시설관광형(박물관, 미술관, 수족관) 등을 확대하는 전략 필요³⁾

1) 김형오 외, 2017, 2016 전라북도 관광객 실태조사, 전북연구원

2) '2016 전라북도 관광객 실태조사'를 바탕으로 당일관광객을 1일, 4박5일 이상은 5일 체류으로 상정

3) 한국문화관광연구원, 2007, 관광공급지표 개발 연구

- 관광객의 체류시간 연장을 위해서는 단일공간의 관광지조성과 체험형관광지 조성이 필요
 - 한국문화관광연구원(2007)에 의하면 체류시간은 경주랜드, 에버랜드 등과 같은 단일공간체험형 4시간 5분, 위도유원지와 같은 내수면 체험형이 3시간 18분, 산악관광형 3시간 4분, 산악체험형 2시간 55분



자료: 한국문화관광연구원, 2007, 관광공급지표 개발 연구

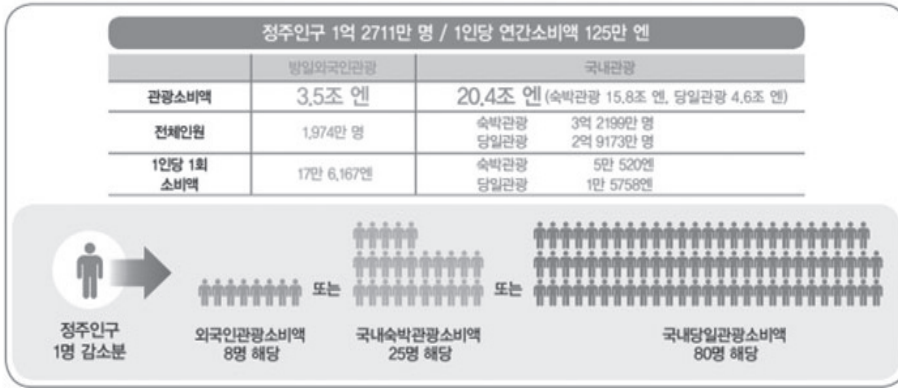
〈관광객 체류유형별 평균체재시간〉

- 결국 전라북도 체류인구를 확대하기 위해서는 관광객 증가와 함께 현재 2.5계절 관광형을 4계절 관광형으로 점진적으로 전환하고 체류시간 및 체류기간을 연장시키는 전라북도만의 특화된 관광체류인구 유입 및 확대 전략이 필요함

II. 일본 사례 : 살아서 좋고, 방문해서 좋은 지역만들기

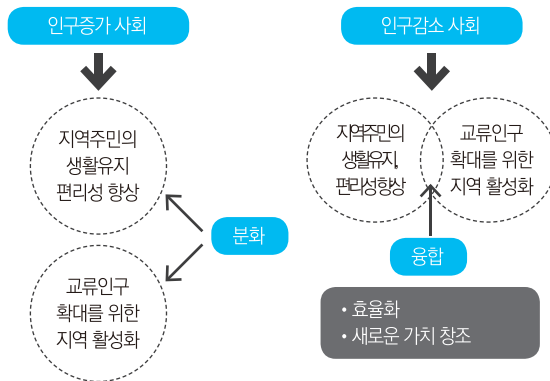
□ 지방소멸의 대안으로 제시

- 일본은 인구감소·고령화, 소비력 저하, 경제 침체로 이어지는 악순환을 방지하기 위해 정주 인구 감소 대응과 관광진흥을 통한 지역 체재·교류인구 증대전략을 강구
 - 관광청(2016)에 따르면, 정주인구 1인당 연간소비액은 125만 엔이며 정주인구 1명에 대한 감소분은 외국인관광소비액 8명, 국내숙박관광소비액 25명, 국내당일관광소비액 80명 해당



자료 : 차미숙, 2016, 인구감소시대, 관광진흥을 위한 지역 체재·교류인구 증대전략, 국토연구원

〈관광진흥을 통한 ‘지역체재·교류인구’ 증대의 지역경제효과〉



자료 : 小林味愛, 2015, 지방창생 발상의 전환, 일본종합연구소 홈페이지 기고문

〈지방창생 시점 이미지〉

□ 관광선진국 전략을 통한 지방창생⁴⁾

- 아베 내각 출범 3년 경과된 시점에서 ‘전략적 비자 완화’, ‘면세 제도 확충’, ‘출입국 관리 체제 충실’, ‘항공 네트워크 확대’ 등 관광 혁신을 단행
 - 그 결과, 방일 외국인 여행자 수는 2배 이상(약200만 명), 외국인 관광소비액 3배 증가로 일본의 자동차부품산업에 근접하는 약 3.5조 엔 달성
 - 세계적으로 내세울 수 있는 자연, 문화, 기후, 음식 등을 관광자원화하여 ‘지방창생(地方創生)⁵⁾’의 기회로 삼으며 GDP600조 엔 달성
- 또한 기존 관광 목표 상향 및 질 높은 관광교류를 가속화시키기 위한 새로운 목표를 설정하여 관광선진국으로 도약

4) 관광청, 2016, 내일의 일본을 지탱하는 관광비전, 내일의 일본을 지탱하는 관광비전구상회의

5) ‘창생(創生)’은 ‘새롭게 만들다’는 의미로, 지방이 근본적으로 변화하지 않으면 소멸할 수 있다는 위기의식의 표현

〈일본 정부의 관광목표〉

구분	2020년	2030년
방일 외국인 관광객 수	4,000만 명(2015년의 약 2배)	6,000만 명(2015년의 약 2배)
방일 외국인 관광소비액	8조 엔(2015년의 약 2배)	15조 엔(2015년의 약 4배)
지방 외국인 숙박객 수	7,000만 명 숙박(2015년의 약 3배)	1억 3,000만 명 숙박(2015년의 약 5배)
외국인 재방문 수	2,400만 명(2015년의 약 2배)	3,600만 명(2015년의 약 3배)
일본인 국내관광 소비액	21조 엔(최근 5년간 평균보다 5% 증가)	22조 엔(최근 5년간 평균보다 10% 증가)

자료 : 관광청, 2016, 내일의 일본을 지탱하는 관광비전

● '관광선진국'비전 실현을 위한 3대 전략 및 10대 추진과제

〈3대 전략 및 10대 추진과제〉

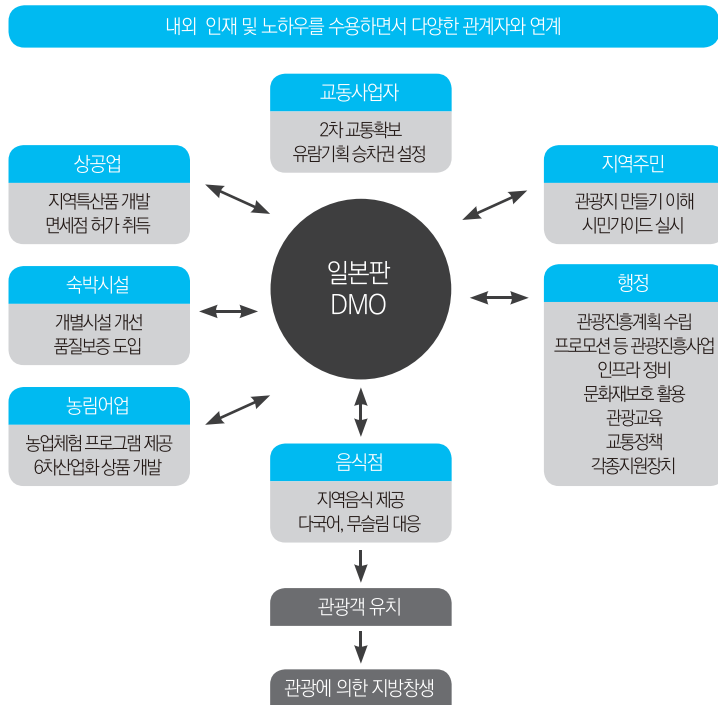
전략	추진과제
관광자원 매력을 높여 지방창생의 기틀 마련	· 매력 있는 공공시설물의 개방 · 문화재 보존 우선에서 관광객 눈높이 이해 및 활용 · 국립공원을 세계수준으로 향상 · 주요 관광지 경관계획 수립 및 아름다운 거리 조성
관광산업 혁신 및 국제경쟁력 제고를 통한 국가 기간산업으로 육성	· 관광관련 규제·제도의 종합적인 개선·정비 · 신규시장 개척 및 장기체제를 통한 소비 확대 · 폐허 온천가 및 지방도시 재생·활성화
모든 여행자가 스트레스 없이 쾌적한 관광을 향유 할 수 있는 환경 조성	· 사회적 생산기반을 개선하여 쾌적한 체제 구축 · 교통 인프라를 완비하여 전국 어디서라도 쾌적한 여행 실현 · 휴가제도의 획기적인 개선

자료 : 관광청, 2016, 내일의 일본을 지탱하는 관광비전

□ 핵심 시책 : 일본판 DMO(Destination Marketing Organization)⁶⁾

- 일본판 DMO(지역 관광마케팅 기관)는 지역의 관광지 만들기 사업에 연계된 다 부처 및 지역주민, 민간 기관이 유기적인 협조 체제 아래 마케팅, 관광지 운영·관리 등을 정부주도로 추진
 - DMO의 후보가 될 만한 법인을 관광청에 등록하고, 등록 법인 및 이와 연계된 사업을 추진하는 관계단체를 정부 부처가 지원
 - 관광관련 행정은 지자체가 담당하고, 관광상품 개발은 민간업체가 담당하는 형태로 추진하며, 행정구역과 형평성에 얽매이지 않고 성과 중심으로 추진
- DMO 성공 및 지역관광 활성화를 위해 2018년부터 DMO 사업비의 1/2보조 예정(총 208억 원), 2020년까지 DMO를 전국에 100개 조직으로 확대할 예정이며 온천세 인상 및 숙박세 도입 등을 통한 자주재원을 지속적으로 확보할 계획

6) UNWTO(2007)는 DMO를 "다양한 기관, 관계자 및 전문가가 집결해 관광지 비전을 달성하기 위해 관광산업을 연계하는 조직"으로 정의



자료 : 관광청 홈페이지, http://www.mlit.go.jp/kankocho/page04_000053.html

〈일본판 DMO 관계자 연계도〉

● 일본판 DMO 지역지원책

- 정보지원·빅 데이터 활용 촉진 : DMO 클라우드 개발·제공, 관광객 숙박 및 숙박 데이터, GPS 위치 정보와 SNS 등의 빅 데이터를 지역 관광 관계자 활용 유도
- 인적 지원 : 해외 전문가 교육, 인재 육성 프로그램 개발·제공, 전문가 지역 매칭 실시
- 재정·금융 지원 : 지방창생교부금을 통해 (KPI7)설정과 PDCA 사이클8)을 확립하며 조직 설립부터 자율적인 운영까지 종합적 지원. 지역 재생법을 개정하고 동법에 근거하여 교부금으로 규정하여 안정적·계속적인 운용. 민관공동펀드, 관계기관, 광역 DMO 등이 연계·참여하며, 규제개혁과 함께 민간에서는 약 1조 엔 규모의 지원 사업 실시

□ 광역관광주유루트 지정과 운영⁹⁾

- 일본의 광역관광주유루트 형성 촉진사업은 외국인 관광객 지방 유치를 위해 복수의 광역관광주유루트를 지정하여 관계부처 시책을 집중 투입하며 지역에서 추진중인 사업을 패키지와 지원하고 해외에 적극적으로 홍보
- 관광청(2015)은 방일 외국인 관광객 지방 유치를 위해 테마·스토리가 있는 관광지를 네트워크화하여 광역관광주유루트 지정. 관광 지역 만들기 전문가팀을 지정 루트에 파견하여 노하우 전수 및 각각의 루트에 맞는 타깃 시장별 마케팅 활동 지원
 - 광역관광주유루트(2017년 기준)는 전국적으로 11개 지정, 모델 코스 31개 지정

7) KPI(key performance indicator) 주요업적평가지표

8) PDCA(plando-check-actcycle) 사이클: 생산관리 및 품질관리 등의 관리 사무를 원활하게 진행하는 수법. Plan(계획)-Do(실행)-Check(평가)-Act(개선)의 4단계를 반복

9) 관광청 홈페이지 <http://www.mlit.go.jp/common/001181057.pdf>

〈일본 광역관광주유루트 현황〉

광역관광주유루트	모델코스	주요 타깃 국가
아시아의 보물, 수려한 자연의 길, 동쪽 홋카이도	·Explore the Wonderland in summer ·Explore the Wonderland in winter	대만
일본의 신비·도후쿠탐험루트	사계가 만들어내는 도후쿠 보물 코스, 도후쿠의 은혜와 부흥 코스, 동해의 아름다움과 전통코스	북미, 대만, 태국
쇼류도	드래건 코스, 노스텔지어 코스, 대자연 코스, 풍속화 코스	중국, 대만, 미국
미(美)의 전설	간사이 세계유산과 절경, 전통과 자연의 미의 경연 간사이 일본 정신문화의 성지와 美의 전승	중국, 유럽
세토우치 바다길	신골드루트~새로운 서일본 발견 여행, 역사와 예술이 만나는 미 푸트, 하늘·섬·바다 연계 자전거 루트	대만, 북미
영적인 섬·시코쿠 순례	시코쿠 영적 코스, 시코쿠 철도 클래식 코스, 시코쿠 대자연 드라이브 코스	유럽, 대만
온천아일랜드 큐슈 광역관광주유루트	철도, 버스로 여행하는 큐슈 매력 만끽 코스, 큐슈 역사·자연을 렌터카 이용 코스, 화산 섬 큐슈 일주 코스	중국, 싱가포르, 영국
일본최북단/홋카이도루트	The Top of Japan 여름, The Top of Japan 겨울, 다도해 순례	대만
광역간토주유루트	태평양 코스, 동해 코스, 에도문화 회랑코스	중국, 미국, 대만
산인 낭만루트	일본의 풍경, 지오파크 및 국립공원 코스	프랑스, 홍콩
오키나와 류큐열도주유루트	생활과 류큐문화, 오키나와 역사와 류큐왕국 탄생 비화	미국, 프랑스, 독일

자료 : 관광청 홈페이지, <http://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kankochi/kouikikankou.html>

- 세부내용으로는 시장조사, 사업계획 수립(5년간) 및 마케팅 지원, 관광수용태세 개선 및 교통접근성 제고, 타깃 시장 정보제공 및 각종 홍보 프로모션 참여 등
- 공모방식으로 지자체, 관광관련 단체, 민간사업자 등이 구성되어 있으며, 광역관광주유루트로 지정되면 타 부처가 추진하는 사업 선정 시 유리하며, 철도, 항만 등 인프라 예산은 정부예산 투입

Ⅲ. 관광체류인구, 어떻게 확대할 것인가?

1. 관광체류인구 유입, 관광지에서 마을까지 확산

□ 주민주도 ‘관광두레’사업 확대

- ‘관광두레’란 주민이 지역 고유의 특색을 지닌 관광사업체를 창업할 수 있도록, 정부가 사업체 발굴에서부터 경영 개선까지 밀착 지원하는 사업임
 - 현재 전국적으로 49개 지역에서 160개 주민사업체, 1,200여 명의 주민 참여
 - 전북 3개 지역 선정 : 익산시(2015년), 군산시(2016년), 장수군(2017년), 정읍시(2018)

- 정부는 2022년까지 1,125개 이상의 주민사업체를 발굴하고 육성해 지역 주민이 중심이 되는 자생적이고 지속 가능한 관광산업 생태계가 조성될 수 있도록 적극 지원
- 전북 관광체류인구를 관광지에서 마을까지 유입할 수 있도록 주민주도 역량강화 사업을 추진하며, 향후 2022년까지 전라북도 14개 시·군 주민사업체 100개소 목표
 - 문화체육관광부는 선정된 지역에 지원자가 관광두레PD로서 관광 분야의 다양한 주민사업체를 발굴하고 육성할 수 있도록 활동비부터 관련 교육, 멘토링, 판로 개척, 홍보 지원 등 최대 5년간 지원

□ 전북형 DMO : 전북관광 중간지원조직 설립

- 문화체육관광부 균특회계내 관광자원개발사업의 상당 부분은 지방분권 강화로 인해 배분, 조정, 편성 권한이 지방정부로 이양될 가능성이 높아짐. 이양이 현실화될 경우 중앙정부의 관광자원개발사업에 대한 정책 수단 및 예산 등은 대폭 감소되거나 축소될 것으로 전망됨
- 지역관광개발 사업 추진을 견인할 기관이나 조직이 거의 부재한 상황에 직면함. 이에 전라북도 관광산업의 경쟁력 제고를 위해 사업의 지속적인 관리 및 운영의 효율성을 높이기 위해서는 중간지원 조직 설립이 필요함
- 중앙 및 초광역 단위 또는 생활권 기반의 기초 단위의 한국형 DMO 조직설립 및 역할 부여를 통해 지역주도형 관광사업 발굴 지원¹⁰⁾
 - (유형) 중앙단위와 초광역 단위는 공설공영형, 기초 단위는 공설민영형
 - (역할) 초광역 단위는 조정, 관리 및 정보제공을 통해 지역관광사업의 지속 관리, 기초단위는 역량구축, 코디네이터를 통해 지자체와 함께 지역주도형 관광사업 집행

2. 관광객 맞춤형 문화관광콘텐츠로 체류시간 연장

□ 방문객을 배려한 '열린 관광지' 조성 확대

- 문화체육관광부는 관광복지 확대를 위해 열린 관광지 조성¹¹⁾사업 공모를 통해 2022년까지 100개소로 조성할 계획
 - 열린 관광지로 선정되면, 무장애 관광코스 개발, 화장실, 편의시설, 경사로 등 시설 개·보수, 장애 유형별 안내체계 정비, 종사자 교육, 무장애 맞춤형 컨설팅, 온·오프라인 홍보 등이 지원
- 열린 관광지 사업은 2015년~2018년까지 총 29개소가 지원 대상으로 선정됨. 매년 장애인을 대상으로 조성이 완료된 열린 관광지에 대한 설문조사 결과, 접근 편리도 등 전반적인 항목에서 만족도 상승
- 관광지 이용 편리성 제고를 위해 5년간 도내 관광지 약 10개소 이상을 목표
 - 전라북도 2개소 선정 : 2016년 고창 선운산도립공원, 2018년 무주 반디랜드

10) 문화체육관광부, 2018, 제5차 관광진흥 5개년 계획 수립 연구

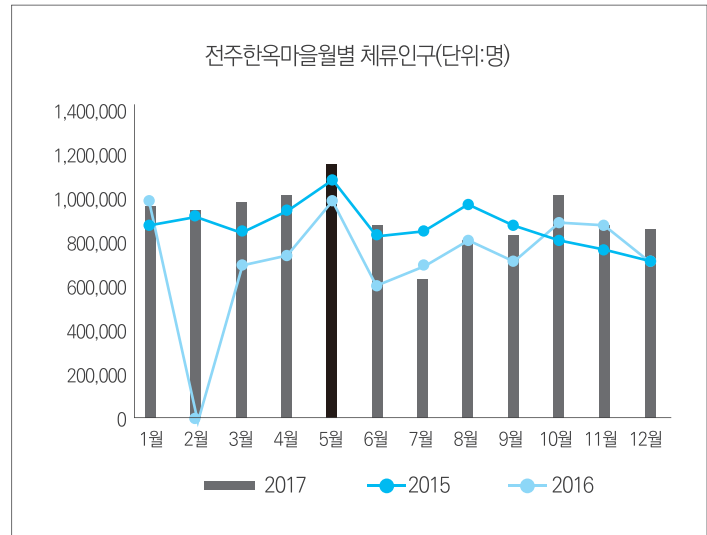
11) '열린 관광지'란, 장애인, 어르신, 영·유아 동반 가족 등 모든 관광객들이 제약 없이 관광 활동을 할 수 있는 무장애(barrier free) 관광지를 의미(문화체육관광부)

□ 문화·예술·체육이벤트의 확대 및 콘텐츠 강화

- 2017년 전주한옥마을 방문객(전주시민 제외)이 1109만 7033명으로 집계.¹²⁾ 2015년(945만 8546명)에 비해 163만 8487명(17%p) 증가

구분	2015년	2016년	2017년
1월	984,581	869,078	961,614
2월	609,01	913,278	947,327
3월	709,034	850,153	978,411
4월	730,301	941,315	1,017,307
5월	1,058,800	1085,571	1,161,105
6월	585,214	828,079	890,152
7월	693,318	854,559	629,206
8월	822,282	975,240	813,495
9월	708,445	882,273	826,386
10월	904,453	820,065	1,011,208
11월	869,336	770,034	884,520
12월	696,092	718,568	864,365
합계	9362,757	10,508,213	10,985,095

※ 전주한옥마을에서 사용한 이동통신기록과 카드이용 등 공공분야 빅데이터를 분석, 관광객 통계를 집계



- 시기별로는 5월이 117만 4621명(10.6%)으로 가장 많았는데, 이 기간에 전주국제영화제와 FIFA U-20월드컵(개막경기) 개최
 - 전주국제영화제와 한지문화축제가 열린 5월초에 방문객 수가 축제 전후에 비해 40%p 이상 증가. 남원 춘향제와 군산시간여행축제 기간에 30%p 이상 증가. 타 지역 축제가 전주한옥마을의 체류인구에 영향
- 지방자치 시행 이후 축제가 급증했으나, 축제난립을 우려하며 일몰제 등 축제를 축소하는 정책을 추진. 관광체류인구 확대를 위해서는 보다 다양한 축제가 다양한 시기에 개최되어야 함
 - 새로운 축제유형·주제의 개발, 5·10월에 집중되는 축제시기의 분산 적극 고려 등
- 타 지역 축제 보다 경쟁에서 우위를 잡기 위해서는 시군별 대표축제의 질적 제고가 필요함. 특히 관광지 수명주기에 따라 정체기에 접어든 시군축제의 재활성화를 위한 혁신전략을 강구

12) 전주시민 외 방문객이 한옥마을에서 사용한 공공분야 빅데이터(이동통신기록, 카드이용내역)를 분석한 결과

3. 체험콘텐츠개발로 신규 관광체류인구 발굴

□ 실버 여행객을 위한 맞춤형 관광상품 개발

- 국내 고령화인구의 증가에 따라 관광분야에서도 늘어나는 고령층을 위한 관광지 ‘베리어 프리(Barrier Free)’ 등 다양한 정책 등이 모색되고 있음
- 2016 국민여행실태조사(2016)에 따르면, 60대 이상 실버층 관광객은 다른 연령층에 비해 상대적으로 다른 양상을 나타냄
 - 1순위 : 정보원(여행사), 동반자 유형(친구/연인), 방문지 선택이유(여행지 지명도), 숙박시설(호텔) 등

경남 김해시는 실버관광 상품을 개발해 지자체 최초로 대한 노인회 복지사업단과 업무협약을 체결함. 업무협약은 고령화 사회의 주요 관광 타깃 층인 실버 관광객을 김해로 유치하기 위한 협약으로 백년해로한 수로왕과 허왕후의 사랑 이야기를 관광 상품화 해 새로운 관광코스로 개발(국제뉴스, 2016.2.25)

- ‘실버여행 일번지’전북 홍보 위해 노령 연령대를 세분화한 맞춤형 노인복지여행상품 개발 필요

□ 재외동포의 한국문화교육과 한류 팬덤 활용

- 외교부가 집계한 재외동포 수는 7,430,664명(2016.12.31.기준). 경제적 목적 외에 동포자녀의 한국문화체험을 위한 모국 방문 증가
- K-DRAMA(1.0)에서 시작한 한류가 20년이 지난 지금, K-POP(2.0), K-CULTURE(3.0)를 거쳐 디지털콘텐츠와 결합된 4.0 시대가 도래. 한류가 한계가 없는 확장을 거듭하며 한국방문의 수요 역시 증가
 - 전라북도에서는 2012년 전북방문의 해 일환으로 K-POP콘서트가 열린 이후 대규모 한류콘서트와 관련된 행사가 마련되지 않음
- 재외동포의 모국방문(한국문화체험 및 한국어교육), 한류팬덤을 활용한 전라북도만의 특화콘텐츠를 개발하고, 지속적인 운영 필요

□ 장기체류관광 확대를 위한 기반 조성

- 최근 각광받는 여행트렌드는 휴식과 힐링을 위하여 한 장소에 오래 머무르거나 장기간 체류하는 스테이케이션(Stay+Vacation)
 - 인터파크투어 통계 : 국외 소재 한 호텔 장기 숙박비중이 2015~2016년 8~9% 수준에서 2017년 5월에 최초로 10%대 기록
- 유럽인들이 대도시 주변 농촌이나 휴양지에서 장기체류하며 휴가를 즐기는 것처럼, 우리나라에서 ‘제주에서 한 달 살기’가 유행

- 자연친화적이며 소박한 일상을 지향하는 생활방식을 뜻하는 키포크 라이프(Kinfolk Life)를 위해 아이 동반 가족(특히 엄마)이 주류
- 세계적으로 경제적 여유를 가진 베이비부머세대가 은퇴하면서 국가별로 이들을 유치하려는 장기체류관광 확대정책을 추진
- 키포크 라이프스타일을 지향하는 가족, 아이의 생태·문화·예술체험과 연계된 여행의 중심으로서 '전북에서 한 달 살기' 전략을 마련
 - 우리나라를 비롯하여 대만의 베이비부머세대, 일본의 단카이(団塊)세대 등의 장기체류관광을 위한 민관협력 고품질 서비스 체계를 구축

필리핀 은퇴청(Philippines Retirement Authority)의 장기체류관광 정책

- 필리핀은 외화 부족을 해결하기 위해 은퇴인자 유치를 적극 추진. 장기체류관광 또는 은퇴인민을 위하여 SRRV Program(특별 은퇴자 거주비자)을 운영하며, 민관 협력(은행, 의료·호텔·교육시설 등)을 통한 고품질 서비스를 제공
- 은퇴자의 장기체류관광 시장에 대한 명확한 조사연구를 바탕으로 타깃 설정
 - 은퇴자 유치목표를 정하기 위해 타깃 시장의 60세 이상 은퇴자와 45세 이상 60세 미만 젊은 은퇴자 수의 통계를 활용

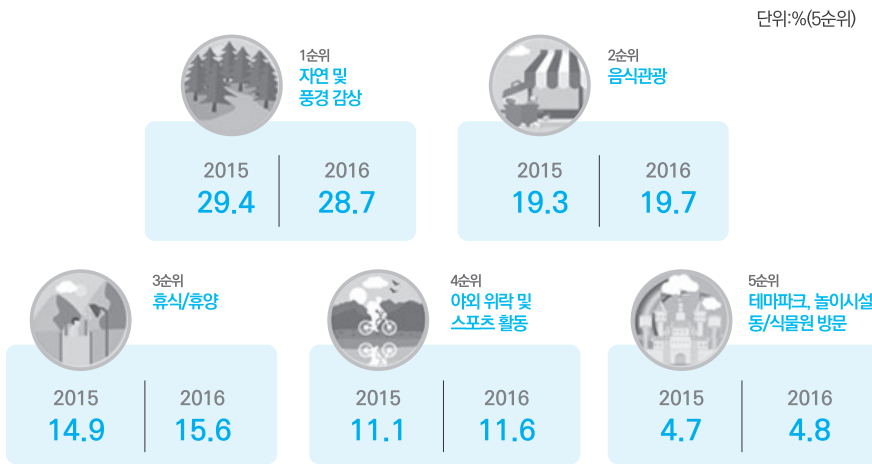
〈타깃 시장 별 은퇴자 수〉 (단위: 천명)

60세 이상	2010년	45~59세	2010년
일본	37,800	일본	24,200
한국	7,400	한국	11,000
대만	3,400	대만	5,200
미국	56,900	미국	64,400
계	354,600	계	443,400

4. 관광만족도 제고를 통한 재방문을 제고

□ 전북 음식 글로벌 명품 관광상품 전략 필요

- 세계관광기구(UNWTO)에 따르면 음식은 국가 브랜드 및 이미지를 형성하는 핵심적인 문화 콘텐츠로서 음식자원을 중심으로 문화체험 기회를 제공하는 문화 매개체의 기능을 담당함
- 2016 국민여행실태조사(2016)에 따르면, 국내 관광여행 주요 활동으로 음식관광이 높은 비중을 차지함
 - 국내 관광여행 활동 : 1순위 자연 및 풍경 감상(28.7%), 2순위 음식관광(19.7%)



자료 : 문화체육관광부 2017, 국민여행실태조사, 한국관광공사

〈국내 관광여행 주요 활동〉

- 전라북도 관광자원의 핵심은 음식으로 국내·외 관광객에게도 인지도가 높으므로 전략적 접근 필요. 경쟁력을 갖춘 음식자원의 관광상품화 및 음식관광 명소화 공간조성을 통해 음식관광 거점 기반 마련
 - 음식별 원조 찾기를 통한 음식 관광 스토리텔링 및 관광 상품·코스 개발

음식에서 원조(元祖)라는 것은 그 시작점, 그 최초의 맛, 그 최초의 원형을 말하는 것으로, 그것에서 나온 다양한 파생 음식이 현재의 다양한 식문화를 이루고 있다고 해도 과언이 아니다. 어떤 음식이 있을 때 사람들은 자연스럽게 원조의 맛을 찾으며, 그 원조집은 언제나 최초의 맛을 즐기려는 사람들도 인산인해를 이루고 있다.(월간 외식경영, 2016.1월호)

□ 여성안심숙박인증제 서비스 도입

- 최근 여성 관련 성범죄 증가와 사회적 안전문제에 대한 관심과 대책이 강구되고 있으나 여성 개개인에 있어서는 불안과 염려의 상존하고 있는 실정
- 관광체류인구 유입에 있어서 가장 중요한 시설은 숙박업소임. 그러나 숙박업소 등급은 시설 규모중심으로 설정되어 있어 여성들이 안심하게 숙박할 수 공간 및 정보 부족
- 여성 친화적 관점에서 새로운 여성안심숙박 인증 서비스 도입이 필요하며, 수요자의 니즈에 부합되는 숙박환경에 대한 개선이 요구
- 여성안심숙박인증제 서비스 도입을 통해 보다 안전하고, 안락한 전북관광 브랜드 구축 및 이미지 제고를 통한 관광 수요 창출
 - 시범사업 도입, 전라북도 여성안심숙박인증마크, 전라북도, 시군 홈페이지 리스트 기재





전북 전주시 완산구 공취팔취로 1696 (효자동3가 1052-1)
대표전화 063.280.7100 팩스 063.286.9206