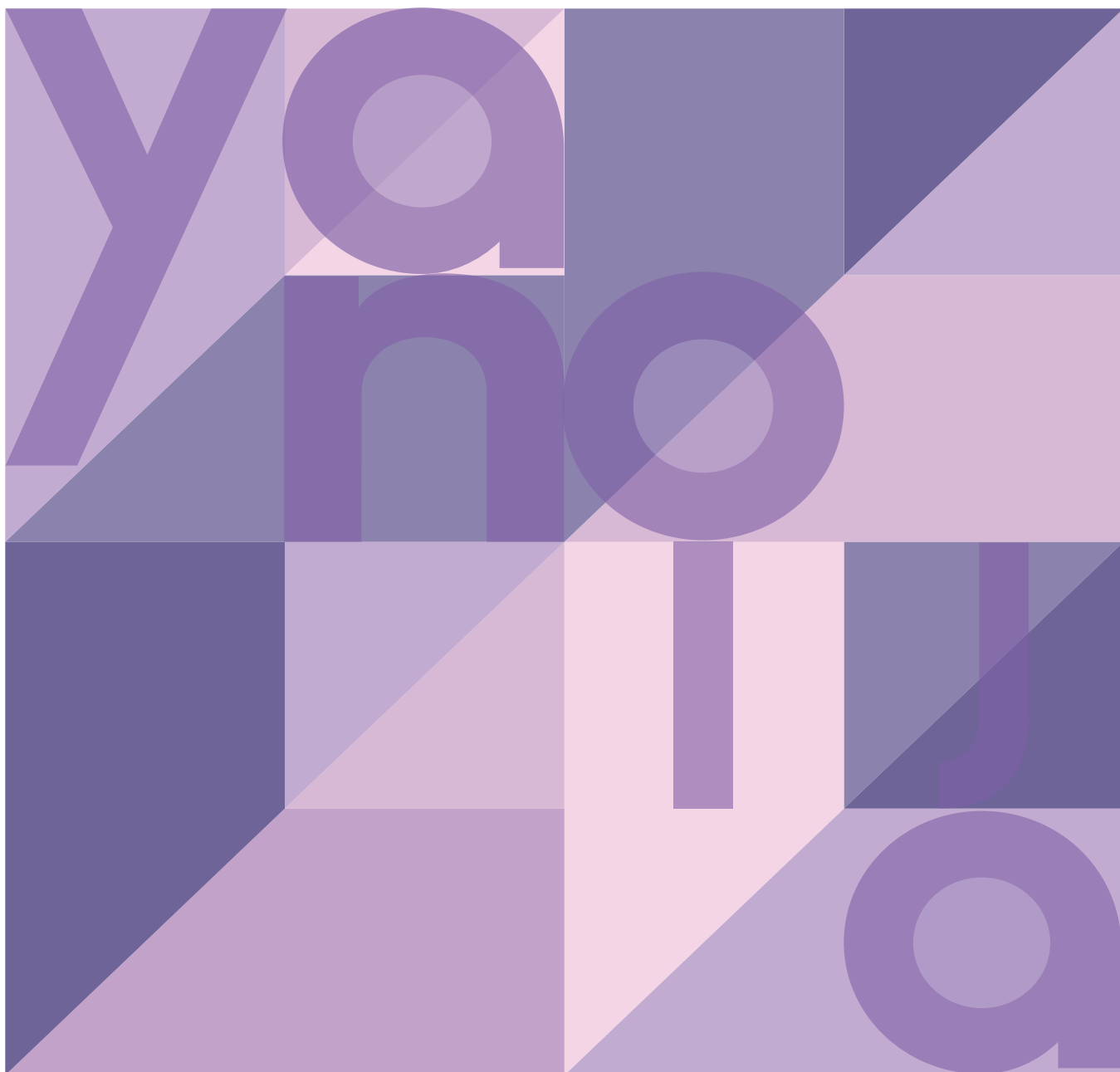


## YANOLJA RESEARCH REPORT

# 지역관광의 경제효과와 활성화 방안





## 연구진

### ○ 연구 책임

이관영 부연구위원

### ○ 공동 연구

안예진 선임연구원

윤효원 선임연구원



## < 목 차 >

I. 서론 .....	1
II. 지역관광 활성화의 경제효과 .....	17
III. 일본의 지역관광 활성화 사례 .....	33
IV. 지역관광 활성화 방안 .....	63



## [ 표 목차 ]

<표 I-1> 권역별 생산가능인구 추이 (단위: 백만 명, %) .....	5
<표 I-2> 권역별 제조업 서비스업 비중 추이 (단위: %, %p) .....	6
<표 I-3> 권역별 전통 제조업 비중 추이 (단위: %, %p) .....	7
<표 I-4> 숙박 서비스, 문화 및 여행관련 서비스, 제조, 서비스 경제유발계수 .....	10
<표 I-5> 지역별 여행 횟수 추이 (단위: 천회, %) .....	13
<표 I-6> 시기별 주요 지역관광 정책 .....	15
<표 I-7> 연구 분야별 내용 .....	16
<표 II-1> 활용 데이터 요약 통계량 .....	21
<표 II-2> 관광객 유입의 지역경제 활성화 효과 .....	22
<표 II-3> 관광객 1인당 1회 평균 17개 광역시·도별 생산유발효과 (단위: 천원) .....	25
<표 II-4> 관광객 1인당 1회 평균 17개 광역시·도별 부가가치유발효과 (단위: 천원) .....	26
<표 II-5> 관광객 1인당 1회 평균 17개 광역시·도별 취업유발효과 (단위: 명) .....	27
<표 II-6> 관광객 증가율 상위 10개 지역 경제 파급효과 .....	29
<표 II-7> 관광객 증가율 하위 10개 지역 경제 파급효과 .....	30
<표 III-1> 관광입국추진기본계획 주요 내용 .....	46
<표 III-2> 내일의 일본 목표 .....	47
<표 III-3> 일본 DMO 등록을 위한 KPI .....	51
<표 III-4> 일본의 관광주유루트 사업 .....	56
<표 III-5> 일본 오미야게 선호도(2021) .....	60
<표 IV-1> 방한 외래 관광객 수 상위 10개국 변화 추이 (단위: 명) .....	68
<표 IV-2> 국제공항별 국제노선 정기/부정기 운항 비중 (단위: %) .....	69
<표 IV-3> 지역별 4~5성급 호텔 비중 순위 (단위: %) .....	72
<표 IV-4> 대한민국이 보유한 관광자원 .....	73
<표 IV-5> 2022년 생활관광 활성화 공모사업 내용 .....	74
<표 IV-6> 제6차 관광진흥기본계획 .....	81
<표 IV-7> 제4차 관광개발기본계획 .....	82
<표 IV-8> 제5차 국제회의산업 육성 기본계획 .....	83
<표 IV-9> 관광 KPI 개발 예시 .....	84

## [ 그림 목차 ]

[그림 I-1] 수도권 vs 비수도권 고령인구 비중 추이 (단위: %)	3
[그림 I-2] 수도권 vs 비수도권 생산가능인구 비중 추이 (단위: %)	4
[그림 I-3] 수도권 vs 비수도권 지역내총생산 비중 추이 (단위: %)	8
[그림 I-4] 관광산업의 세계 경제 기여 규모 및 기여율 (단위: 조달러, %)	9
[그림 I-5] 청년층 산업별 취업 비중 (단위: %)	11
[그림 I-6] 내국인 국내여행 횟수, 인바운드 관광객 수 (단위: 천회, 천명)	12
[그림 II-1] 고정효과모형	20
[그림 II-2] 산업연관분석의 기본 개념 및 해석 방법	23
[그림 II-3] 관광객의 지역경제 파급효과 산출 방법	24
[그림 II-4] 시군구 단위 관광객 수 데이터 산출 과정	28
[그림 III-1] 일반적인 선진국형 관광대국 VS. 일본	35
[그림 III-2] 일본 관광객 수 및 관광 수입 변화 추이 (단위: 백만명, 십억달러)	36
[그림 III-3] 국가별 GDP 성장 대비 관광 수입 성장	37
[그림 III-4] 한일 인바운드 관광객 추이 비교 (단위: 백만명)	38
[그림 III-5] 한일 관광수입 추이 (단위: 십억달러)	39
[그림 III-6] 한일 관광수지 추이 (단위: 억엔, 백만달러)	40
[그림 III-7] 한일 인바운드 관광객 방문율 상위 6개 지역의 방문율 추이 (단위: %)	42
[그림 III-8] 관광청(JTA) 조직도 (2024.03.22. 기준)	43
[그림 III-9] 일본정부관광국(JNTO) 조직도 (2025.01 기준)	44
[그림 III-10] 일본 관광정책 흐름	45
[그림 III-11] 일본의 DMO를 중심으로 한 지역 관계자 참여 체계	48
[그림 III-12] 국가별 방일 관광객 추이 (단위: 만명)	52
[그림 III-13] 일본 공항 개수 및 공항 유형별 비중 (단위: 개, %)	53
[그림 III-14] 일본 면세점 개수 추이 (단위: 개)	53
[그림 III-15] 허브앤스포크 모델	54
[그림 III-16] 도쿄 중심의 허브앤스포크 관광	55
[그림 III-17] 주유루트 중 규슈의 3종 코스	57
[그림 III-18] 니시야마 온천 게이우칸 호텔	57
[그림 III-19] 오이타현 분고타카다시	58
[그림 III-20] 카가와현 나오시마섬	59
[그림 III-21] 돗토리현 사카미미나토시	59
[그림 III-22] 일본의 대표 오미야게	61
[그림 III-23] 47 JIMOTO 프라푸치노 이벤트(2021)	62
[그림 III-24] 포키(POCKY) 지역별 한정판 제품	62
[그림 IV-1] 기존 인프라를 활용한 권역 중심 연계 관광의 예	66
[그림 IV-2] 권역 내 자연자원을 활용한 로드트립 코스 : 화산섬 규슈 일주 렌터카 코스	66
[그림 IV-3] 국내 국제공항별 국제노선 운항 편수 (단위: 편)	68
[그림 IV-4] 외국인 관광객의 대중교통 기반 관광 교통체계	70
[그림 IV-5] 지역별 호텔 객실 수 대비 1일 평균 숙박 방문자 수 (단위: %)	71
[그림 IV-6] 정부·지자체와 민간의 협력을 통한 관광상품 개발 전략	75
[그림 IV-7] 방한 관광객 체재 기간 (단위: %)	76
[그림 IV-8] 방일 관광객 체재 기간 (단위: %)	76



# 연구 요약

## I. 서론

### 1. 연구 배경 및 목적

- 수도권과 비수도권 모두 고령인구 비중이 증가하고 있는 가운데, 생산가능인구 비중의 수도권, 비수도권 간 격차가 점차 확대되는 추세임
  - 인구 고령화 현상이 지방에서 더 빠르고 뚜렷하게 진행 중임
  - 전체 인구의 수도권 집중 현상이 심화되고 있으며, 특히 생산가능인구의 수도권 집중 현상이 두드러짐
- 수도권 제조업 비중이 전국 대비 낮으며, 특히 지역 내 제조업 중 부가가치가 낮은 전통 제조업 비중은 다른 모든 지역에서 수도권보다 높음
  - 지역내총생산에서 제조업이 차지하는 비중을 권역별로 살펴보면 수도권이 21.8%로 전국 대비 낮으며 충청권, 경상권, 전라권은 제조업 비중이 수도권 대비 높음
  - 부가가치가 상대적으로 낮은 전통 제조업이 지역 전체 제조업에서 차지하는 비중을 살펴보면 수도권 28.9% 대비 비수도권에서 비중이 높음
- 인구 구조의 변화와 지역 산업의 구조적 차이가 더해져 지역 경제 불균형 문제가 심화되는 추세로, 2015년 비슷한 수준이었던 수도권·비수도권 간 지역내총생산 비중 격차가 2023년에 6.6%p로 확대됨
- 관광산업이 세계경제에서 차지하는 비중이 증대되고 있으며, 관광산업이 국내 경제에 미치는 긍정적 파급효과가 제조업, 서비스업 평균 대비 크다는 점에서 지역경제 활성화를 위한 대안이 될 수 있음
  - 관광산업의 세계 경제 기여 규모가 증가할 것으로 전망됨
  - 관광 관련 서비스 업종의 국내 생산유발효과가 2015년 대비 2022년 더 커졌으며, 제조업 및 서비스업 평균 대비 관광 관련 서비스 업종이 더 많은 일자리를 창출
    - 관광산업의 생산유발효과, 부가가치유발효과, 취업유발효과가 제조업 및 서비스업 평균보다 높은 수준이며, 특히 취업유발효과가 타 산업 대비 높음

- 생산유발계수 : 숙박서비스, 문화 및 여행관련 서비스 > 전체 서비스업
  - 부가가치유발계수 : 숙박서비스, 문화 및 여행관련 서비스 > 전체 제조업
  - 취업유발계수 : 숙박서비스, 문화 및 여행관련 서비스 > 전체 제조업, 전체 서비스업
- 관광 관련 서비스업의 청년 취업 비중이 제조업 및 서비스업 평균 대비 높고, 최근 몇 년 간 크게 증가했다는 점에서 관광산업이 지역경제 활성화를 위한 대안이 될 수 있음

## 2. 지역관광 현황

### □ 코로나19로 2020년 급감했던 여행 수요가 점차 회복하는 추세임

- 국내 여행 일수는 2024년 1분기~3분기 2.22억 회로 코로나19 직전인 2019년 동기간 2.56억 회 대비 87% 수준임
- 인바운드 관광객 수는 2024년 1분기~3분기 1천 2백만여 명으로 2019년 동기간 1천 3백만명의 94% 수준임

### □ 지역별 여행 수요가 가장 큰 경기, 강원 지역 비중이 증가하였으며, 회복 속도에서 지역간 차이가 확인됨

- 여행 횟수 기준 경기, 강원 지역의 비중이 2023년 30.9%를 기록하였으며, 2019년 26.8% 대비하여 4.1%p 상승함
- 2023년 여행 수요가 코로나19 이전 수준 이상인 지역은 경기, 경남 2개 지역이며, 하위 5개 지역의 2019년 대비 성장률 평균은 -38.1%로 회복 속도 격차를 확인함

### □ 지역관광정책 변화추이를 살펴보면, 2000년대부터 관광개발의 주체가 지방자치단체 중심으로 전환되며 관광사업 지방이양 흐름이 지속됨

- 2004년 관광진흥법이 일부 개정되며 관광지 지정 및 조성 계획의 승인 권한이 중앙정부(문화체육관광부 장관)에서 지방자치단체로 이양됨
- 국가 관광정책 관련 부처 협력을 강화하고 민관 거버넌스 구축을 목적으로 2017년 「국가관광전략회의의 구성 및 운영에 관한 규정」이 제정됨
- 인구 감소 지역에 대한 소규모 관광 단지 지정 및 계획의 승인을 기초자치단체장에 이양하는 관광진흥법 개정안이 2024년 국회를 통과함

[표 요약-1] 시기별 주요 지역관광 정책

시기	주요 관광정책	내용
2000	광역권 관광개발사업 시작	자연·문화·역사자원 등 동일한 특성을 가진 2개 이상 시·도 연계 개발
2004	관광진흥법 일부 개정	관광지 지정 및 조성 계획 승인 권한을 지방자치단체로 이양
2005	관광개발사업 재원 국가균형발전특별회계 이관	관광개발사업 국고보조금사업의 지방이양으로 지역 자치권 강화
2009	국가균형발전특별회계를 광역·지역발전특별회계로 개편	국가균형발전특별법을 바탕으로 개편되었으며, 지역의 특화 발전 및 광역경제권 경쟁력 향상을 지원하는 목적으로 부처별 사업을 포괄보조사업으로 통폐합
2010	포괄보조금 제도 도입	광역·지역발전특별회계 내 예산한도 내에서 관광개발사업을 지방자치단체가 자율적으로 계획 및 시행
2012	관광숙박시설확충을 위한 특별법	호텔 시설 건립 시 건축허가 등 인허가 일괄처리, 용적률 적용범위 확대 등 관광 숙박시설 관련 규제완화 및 행정·재정 지원
2017	국가관광전략회의의 설치 및 운영에 관한 규정 제정	관광산업 경쟁력 강화를 위해 각 부처 장관으로 구성된 국무총리 소속 국가관광전략회의를 설치
2024	관광진흥법 개정안 국회 통과	인구 감소 지역 소규모 관광 단지 지정 및 계획의 승인을 기초자치단체장에 이양하여 행정적 절차를 완화

### 3. 연구 내용

- 데이터를 바탕으로 국내 지역관광 활성화의 필요성을 제시하고, 경제학 모형을 활용해 관광이 지역경제에 미치는 효과를 분석하며, 일본 사례조사 결과를 종합해 지역관광 활성화 방안을 도출함

<표 요약-2> 연구 분야별 내용

분야	내용
연구 배경 및 지역관광 현황 분석	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역경제 불균형 심화에 따른 지역관광 활성화의 필요성 제시</li> <li>지역관광 규모, 관광객 특성, 관광정책 동향 등 관광 전반의 현황 분석</li> </ul>
지역관광의 경제효과 분석	<ul style="list-style-type: none"> <li>관광의 지역경제 활성화 효과를 정량적으로 분석</li> <li>기초지자체 단위 지역관광 활성화 효과 분석</li> </ul>
일본의 지역관광 사례 분석	<ul style="list-style-type: none"> <li>일본 관광업 현황 분석</li> <li>거버넌스 및 관광정책 사례 분석</li> <li>관광 인프라, 상품 및 서비스 사례 분석</li> </ul>
지역관광 활성화 방안 도출	<ul style="list-style-type: none"> <li>경제효과 분석 및 일본 사례 분석 내용을 바탕으로 지역관광 활성화를 위한 방안 도출</li> </ul>

---

## II. 지역관광 활성화의 경제효과

### 1. 관광이 지역경제에 미치는 효과

- 선행연구들은 관광객 증가 및 관광수용능력 개선 등이 GDP와 고용 등 국가 및 지역경제에 긍정적 효과가 있음을 정량적으로 보임
- 본 연구는 패널회귀모형 분석 방법 중 고정효과모형(Fixed Effects Model)을 활용하여 관광의 지역경제 활성화 효과를 확인함
  - (분석모형) 대한민국 17개 광역자치단체 연간 데이터를 활용하여 패널회귀 분석의 일종인 고정효과모형(Fixed Effects Model)을 활용함
    - 17개 광역자치단체는 산업의 구조, 문화적 특성 등 지역별로 고유한 특성을 가지고 있어 이러한 지역 특성을 통제하기 위해 고정효과모형을 활용함
    - 경제 규모가 상대적으로 크고 더 고도화된 도시와 도(Province) 지역간 관광의 지역경제 활성화 효과가 다르게 나타날 수 있어 도시효과를 구분하여 분석함
  - (분석데이터) 국민여행조사, 주민등록인구현황, 지역소득, 전국사업체조사, 사업체 노동력조사 등 데이터를 활용함
- 분석 결과 관광객 유입은 지역내총생산(GRDP), 총업체수, 서비스업 업체수, 서비스업 종사자 수 등 지역경제 전반에 긍정적 영향을 미치며, 도시(특별시·광역시)를 제외한 지방에서 영향력이 더욱 크게 나타남
  - 분석 결과 지역 내 관광객 수가 1% 증가할 때 도(Province) 단위 광역지자체의 경우 다음과 같은 경제적 효과가 나타남
    - 지역내총생산(Gross Regional Domestic Product, GRDP): 0.11% 증가
    - 전체 사업체 수 : 0.09% 증가
    - 서비스업 사업체 수 : 0.15% 증가
    - 서비스업 종사자 수 : 0.11% 증가
    - 관광객 수 증가는 지역 전체 종사자수 증가에는 통계적으로 유의미한 영향을 확인할 수는 없었으나 여전히 양(+)의 계수값이 도출됨

- 특별시, 광역시 등 도시지역의 경우 관광객수가 1% 증가하면 지역내총생산이 0.02% 증가하는 것으로 나타나 지방에 비해 영향이 작게 나타남
- 지역내총생산 : 0.02% 증가
  - 서비스업 사업체 수 : 0.01% 증가
  - 서비스업 종사자 수 : 0.04% 증가
  - 즉 경제 규모가 상대적으로 큰 특별시, 광역시의 경우 관광객 유입 효과가 다소 작게 나타나는 경향이 있었으나 여전히 유의미한 양(+)의 효과 관측됨

<표 요약-3> 관광객 유입의 지역경제 활성화 효과

	GRDP	총업체수	서비스 업체수	종사자수	서비스 종사자수
log 관광객수	0.11** (0.03)	0.09*** (0.02)	0.15*** (0.03)	0.03 (0.02)	0.11*** (0.03)
log 인구수	0.59** (0.18)	1.50*** (0.14)	1.92*** (0.16)	0.86*** (0.12)	1.34*** (0.15)
COVID19 효과	0.05*** (0.01)	0.40*** (0.01)	0.32*** (0.01)	0.12*** (0.01)	0.12*** (0.01)
도시 효과 (log관광객수× 도시더미)	-0.09** (0.03)	-0.03 (0.02)	-0.14*** (0.03)	0.00 (0.02)	-0.07* (0.03)
관측치	85	85	85	85	85
조정결정계수	0.24	0.98	0.98	0.90	0.85

주석: 별표 \*\*\*, \*\*, \*은 각각 추정된 계수가 통계적으로 0.1%, 1%, 5% 수준에서 유의함을 의미함. 괄호 안에서 보고하는 수치는 이분산성과 자기상관에 강건한 클러스터 표준 오차로, 개별 클러스터는 17개 시·도임. GRDP 등 종속변수의 경우 모두 로그를 취하여 분석함.

---

## 2. 기초지자체 지역관광 활성화 효과 사례 분석

- 산업연관분석(Input-output analysis)을 활용하여 관광객 유입의 지역경제 파급효과를 분석한 결과 지역별로 파급효과가 상당한 것으로 확인되며, 특히 인구가 작은 소도시에서 체감효과가 상대적으로 더 크게 나타남
- 경제적 파급효과 산출을 위해 한국은행이 2020년 발표한 2015년 생산자가격 기준 투입산출표와 고용표를 활용하여 산업연관분석(input-output analysis)을 실시함
- 본 연구에서는 한국은행 투입산출표와 국민여행조사 데이터를 활용하여 관광객의 지역경제 파급효과를 분석함
  - 관광객 1인 방문이 지역별로 다른 경제 파급효과를 유발하며 이러한 효과의 시계열 추이가 지역별로 다른 양상을 가짐을 정량적 수치로 보여주어 지역관광 활성화 전략에 기초자료로 활용할 수 있음
- 국내 관광객 1인이 1회 여행 시 해당 지역에 생산유발효과는 코로나19 직전인 2019년 대비 9.6% 증가하였고, 가장 큰 증가율을 보인 제주는 43.4% 증가함
- 관광객의 국내 여행 부가가치유발효과가 2019년 대비 2023년에 10.5% 증가하였고 취업유발효과도 10.7% 상승함
- 관광객 유입의 경제 파급효과를 기초자치단체 수준에서 정량적으로 산출한 결과, 관광의 지역경제 활성화 효과가 상당한 것으로 확인됨
- 기초자치단체(시·군·구) 단위 관광객 수 산출을 위해 국민여행조사의 raw data를 전처리하는 과정을 거침
- 관광객 증가율 상위 10개 지역의 생산유발효과가 많게는 2천억에 육박하며, 취업유발효과 또한 많게는 2천 명 수준으로 관광의 지역경제 활성화 효과를 확인함
- 관광객 증가율 하위 10개 지역에서는 관광객수 감소에 의한 생산유발효과 감소분이 많은 지역에서는 최대 900억 원에 이르며, 취업유발효과 감소분도 900명 이상임

### Ⅲ. 일본의 지역관광 활성화 사례

#### 1. 분석 국가 선정

- 일본은 인바운드 관광의 규모와 관광산업의 경쟁력에 있어 뛰어난 성과를 보여준다는 점에서 선진국형 관광대국으로 평가할 수 있음
  - 다만 이탈리아, 스페인 등 서양의 일반적인 선진국형 관광대국이 규모와 시장점유율, 경쟁력 측면에서 점진적인 성장을 보인 것과 다르게, 일본은 지난 10년간의 급진적인 성장을 통해 선진국형 관광대국의 기준에 부합하는 규모를 달성함
- 이러한 성과의 배경에는 정부의 적극적인 관광산업 육성 전략이 크게 이바지함
  - 1960년대 이후 일본은 고도 경제성장을 이루며 1980년대에는 세계 2위의 경제 대국으로 자리 잡았으며, 이 시기에는 인바운드 관광의 활성화보다 무역흑자를 완화시키는 목적으로 해외여행배증계획(1987) 등의 정책을 추진해 자국민의 해외여행을 촉진
  - 그러나 1985년 플라자 합의 이후 일본의 양적 완화 정책으로 인해 야기된 버블경제가 1990년대 초반 붕괴하면서 경제는 장기적인 침체에 빠지게 되었으며, 일본 정부는 관광산업을 경제 회복의 주요 전략 중 하나로 포함함
  - 이에 따라 일본 정부는 법률 제정, 사업 추진, 조직 개편 등 다양한 전략적 노력을 기울이기 시작함
  - 이 밖에도 국제협력과 파트너십을 통해 일본의 관광 콘텐츠를 해외에 소개하고, 외국인 관광객 유치에 힘썼으며, 이는 인바운드 관광객 수의 증가뿐만 아니라 관광 수입의 급증으로 이어짐
- 일본은 관광산업 육성을 통해 외래 관광수입을 확대하고 일자리를 창출하는 등 관광이 국가 경제 성장에 한 축을 담당하고 있음
  - 2011년부터 2019년까지 일본의 GDP는 연평균 2.4%씩 감소했지만, 외래 관광수입은 연평균 19.6%로 가파르게 성장함
- 한국과 일본의 지리적·문화적·사회적 유사성을 고려하였을 때, 일본의 성공적인 관광산업 육성 정책을 벤치마킹하는 것이 합리적인 전략임



## 2. 일본 관광 현황

- 일본의 인바운드 관광객수는 2014년 이후 급증해 2019년 기준 한국보다 약 1.7배 더 많은 관광객을 유치했으며, 팬데믹 이후에도 빠른 회복세를 보임
- 일본의 인바운드 관광객 수는 1990년대 후반부터 꾸준히 증가하여 2019년에는 약 3,188만 명에 이르렀음
- 2021년 팬데믹으로 인해 약 24만 6,000명까지 급감하였던 일본의 인바운드 관광객 수는 2023년 약 2,507만 명까지 증가하며 팬데믹 이전(2019년)의 약 79% 수준까지 회복함
- 일본은 2010년 이래 인바운드 관광객 수가 증가하면서 관광수입도 크게 늘어 2015년을 기준으로 관광수지가 흑자로 전환됨
- 일본은 꾸준한 지역관광 개발을 통해 도쿄에 편중되었던 관광 수요를 지역별로 분산하는 데 성공함
- 한일 인바운드 관광 수요가 역전된 2015년 일본은 도쿄 외에도 치바현, 오사카부, 교토부의 방문율이 크게 상승함
- 특히 오사카부와 교토부는 최근 10년 사이 꾸준한 방문율 증가세를 보여, 2023년 기준 도쿄 외에도 도도부현별 방문율이 30%에 달하거나 넘는 도시를 세 곳이나 보유하게 됨

## 3. 일본의 관광 거버넌스

- 정부관광행정기관으로서 국토교통성 관광청(Japan Tourism Agency)이 정책의 입안과 추진 등을 담당하고, 정부관광기구로서 일본정부관광국(Japan National Tourism Organization)이 관광 촉진 사업을 펼침
- 2008년 국토교통성 산하의 국·부 수준이었던 관광 조직을 독립시켜 관광청을 설치함으로써 관광 관련 정책을 펼칠 수 있는 독립적인 추진력을 확보함

- 2015년부터 일본정부관광국이 방일 프로모션 사업의 실시 주체로서 해외 사무소 네트워크를 활용해 프로모션 활동, 국제 회의 유치 및 개최 지원 등의 업무를 수행하고 있음

#### 4. 일본의 관광 정책

- 관광을 국가 핵심산업으로 설정하고, 법 및 제도 정비를 통해 적극적으로 관광 진흥을 위한 정책을 수행함
  - 국토교통성 대신을 본부장으로 하여 민관이 협력한 비지트 재팬 캠페인 실시 본부를 설치하고, 일본정부관광국(JNTO)과의 협력하에 일본의 관광 매력을 해외에 알리는 사업을 실시함
  - 2006년 12월 관광입국을 적극적으로 추진하기 위해 「관광기본법(観光基本法)」을 「관광입국추진기본법(観光立国推進基本)」으로 전면 개정하면서 정부 차원의 관광산업 육성이 시작됨
  - 2014년과 2015년, 관광입국추진각료회의에서 각각 ‘관광입국 실현을 위한 액션 프로그램(観光立国実現に向けたアクション・プログラム) 2014, 2015’를 결정함
  - 2016년 ‘세계가 방문하고 싶어지는 일본’을 목표로 새로운 관광 비전을 책정함
- 인바운드 관광객 급증에 대처하기 위해 2015년 관광청의 주도로 「일본판 DMO 후보 법인(日本版DMO候補法人)」 등록 제도를 도입함
  - 일본판 DMO는 프로모션 및 홍보의 업무를 비롯하여 DMO를 구심점으로 관광지 만들기 사업에 연계된 여러 부처 및 민간 기관, 지역주민이 유기적으로 연계되어 사업을 진행함(김정만, 2017:30)
  - DMO 등록 요건을 명시하고, 정보·인적·재정 측면에서 지원함으로써 DMO가 지역 관광 활성화의 주체로 성장할 수 있게 함
  - 개별 DMO의 KPI를 PDCA 사이클을 활용해 평가하고 검증하며, 이에 기반한 성과 관리 결과를 기록한 ‘DMO 사업 보고서’를 매년 관광청에 제출하도록 하여, 3년마다 평가를 통한 등록갱신제도를 운영함

## 5. 일본의 관광 인프라 및 상품·서비스

- 일본은 2013년부터 일찌감치 단기 체재 무비자 입국을 허용하는 동남아 국가를 확대해 적극적으로 외국인 관광객 유치에 나섬
  - 일본은 잦은 지진과 방사능 누출 등으로 외래 관광객 숫자가 10년이 넘도록 정체되어 있었으며, 1,000만 방문객의 고지를 넘지 못하는 상태였음
  - 2020년 도쿄올림픽까지 방일 관광객 2,000만 명 유치를 목표로 삼았으며, 이를 달성하고자 동아시아 방문 비중이 높은 동남아시아 국가들을 대상으로 파격적인 비자 발급 완화 조치를 선보임
  - 그 결과, 방일 동남아 관광객 수는 팬데믹 직전까지 폭발적인 성장세를 보임
- 공항 및 면세점 등 관광 인프라 확충을 통해 지방 접근성을 개선하고 관광지로서의 매력을 강화함
  - 일본의 공항 개수는 1975년 45개에서 2023년 97개로 48년 사이에 무려 52개의 공항이 신설되었으며, 2000년대에만 22개의 국제공항을 건설함
  - 아베 총리는 취임(2012.12) 전 4천여 개에 불과하던 즉시 환급형 사후면세점을 팬데믹 직전까지 5만 4천여 개로 확대했으며, 코로나19 확산 기간 중에는 면세점 수가 소폭 감소하였으나 2023년에 5만 6천여 개로 다시 증가함
- 여행객 친화적인 교통 인프라를 통해 다양한 지역관광지에 대한 접근 부담을 낮춤
  - 주요 관광지와 동떨어진 명소일 경우 지방공항 또는 기차역까지 직행버스를 운영하는 등, 방문객 유치를 위한 접근성 개선을 시도함
  - 관광패스 등 교통비 절감 정책을 통해 유명세가 덜한 지역의 관광 활성화를 이끌어냄
- 일본 관광은 허브앤스포크 모델을 표방하는 예시로, 교통망의 연결과 연계 관광의 개발을 통해 주요 관광도시를 중심으로 주변 소도시가 함께 성장함

- 허브앤스포크 모델은 바퀴의 중심(Hub)과 바퀴살(spoke)을 모방한 모델로, 수십 개의 소도시가 한 개의 허브로 연결되는 양상을 표현함
- 도쿄는 허브앤스포크 전략의 성공적인 적용 사례로 평가할 수 있음
- 일본은 지역별로 보유한 관광자원을 활용해 방문객에게 구체적이고 명확한 관광 테마를 제시하고, 이와 관련한 관광상품 및 서비스를 제공하고 있음
- (자연경관) 일본의 관광주유루트 사업은 지역별 자연경관으로부터 영감을 얻은 관광 테마 및 슬로건을 바탕으로 관광코스를 개발함
- (전통문화·역사유산) 온천 료칸 등 일본의 전통문화나 역사적 내러티브를 상품화해 외지 방문객에게 지역만의 차별화된 관광 경험을 선사함
- (현대문화) 예술작품, 만화 등 현대문화적 요소를 활용해 지속가능한 도시개발을 지향하고, 관광지로서의 브랜딩을 강화함
- (지역특색) 지역 특산물을 개발 및 출시하고 이를 테마화하여 이벤트를 개최하거나, 프랜차이즈와의 협업을 통해 지역 홍보 상품을 출시함

## IV. 지역관광 활성화 방안

### 1. 권역 중심 연계 관광 활성화

- 서울, 부산 등 소수의 지역에 편중된 現 인바운드 관광의 한계와 마찬가지로 경기, 강원 등에 편중되어 있는 내국인의 국내 여행 수요를 극복하기 위해서는 권역별 관광 거점을 조성해야 함
- 코로나19 이후 국내 여행객의 여행 수요의 증가율이 지역별로 다르게 나타나고 있어 지역 균형 발전의 관점에서 권역 중심 연계 관광 활성화가 필요함
- 각 지역의 독특한 매력과 자원을 기반으로 한 거점 육성은 관광객들에게 새로운 경험과 선택의 폭을 넓혀줄 수 있음

- 권역별 관광 루트를 개발하는 등 연계 관광을 활성화하는 것과 우선순위에 따라 권역 관광을 개발하는 것이 필요함
- 일본은 권역별로 특화된 테마를 설정하고 전략 거점 도시를 중심으로 주변 소도시가 함께 성장하는 형태의 지역관광 활성화 전략인 허브앤스포크 모델을 실행함

## 2. 지역관광 인프라 개선

- K-ETA의 실효성 검증을 통해 방한 관광객에 대한 입국 허가 기준 완화 내지 허가제 전면 폐지 등을 검토할 필요가 있음
  - K-ETA란 무비자 대상 국가의 국민이 대한민국에 입국하고자 할 때, K-ETA 홈페이지를 통해 개인 및 여행 관련 정보를 사전에 입력해 여행 허가를 받는 제도임
  - 최근 5년 사이 동남아 국가 국민들은 방한 관광객 수 지분의 20%를 차지할 만큼 중요한 고객이 되었으며, K-ETA로 인한 입국 불허는 국내 관광시장에 큰 타격으로 다가옴
  - K-ETA에 대한 개선을 통해 K-ETA 면제/비면제 국가 간의 불평등을 없애고, 험한 감정을 잠재워 국내 관광산업의 국제경쟁력을 높여야 함
- 지방 공항을 활용한 정기 국제노선 다양화로 비수도권 지역에 대한 외국인 관광객의 접근성을 개선해야 함
  - 현재 우리나라 대부분의 국제노선은 인천공항에 집중되어 있음
  - 또한, 지방공항에서 입·출국하는 정기 국제노선이 매우 한정적이라는 문제가 있음
  - 국내노선 위주인 현재의 지방공항에 대한 국제화 방안을 수립해 지방공항을 활성화 함으로써 수도권 공항에 집중된 여행객 수를 분산시키고, 외국인 관광객의 지방 접근성을 개선해야 할 것임
- 지방 관광지로의 이동 부담 경감을 위한 편리한 교통 인프라가 마련되어야 함
  - 우리나라 교통체계 구조상 방한 관광객이 지방 관광지로 이동하려면 공항 → 관문 도시 → 지방거점 → 관광지 등의 순서를 거쳐야 하며, 이 과정에서 여러 차례 교통수단을 갈아타는 것에 대한 부담이 클 수밖에 없음

- 일본 지방의 교통 인프라를 살펴보면, 유명 료칸이나 주요 관광지에서 자체적으로 공항·기차역·버스터미널까지 셔틀버스를 운행하는 경우가 많으며, 이러한 서비스가 없더라도 관광객들의 교통비 절감을 위한 지역관광패스 등 지역 한정으로 교통비를 할인해 주는 제도를 운영하고 있음
- 우리나라 역시 서울패스, 비짓부산패스 등 다양한 교통편 할인 제도를 보유 중이나, 외국인 관광객을 상대로 충분히 홍보되지 않거나 결제 과정이 원활하지 않아 구매가 어렵다는 문제가 있음
- 교통 정보 수집에 대한 인지적·금전적 부담을 절감하기 위한 교통시설 그리고 교통 서비스 차원에서의 개선이 필요함
- 부족한 지방 호텔 객실 수를 확충하고, 양질의 숙박업소 공급을 확대함으로써 관광지로서의 가치를 제고함
  - 현재 우리나라 지방 호텔 인프라는 양적으로도, 질적으로도 부족한 상황임
  - 지방 호텔 시설 확충을 위해서는 단순 공급 확대뿐만 아니라 수요에 따른 전략적 운영이 필요함

### 3. 지역관광 상품 및 서비스 개발

- 지역 고유의 매력을 극대화하는 관광상품 개발의 핵심은 지역이 보유한 ‘관광자원’을 파악하는 데에서 시작함
  - 현재 우리나라의 주요 관광지는 30년이 넘도록 서울·부산·제주 정도로만 대표되고 있으며, 기타 지역의 경우 상대적으로 접근성이 떨어지거나 관광지로서의 매력이 부족하다는 평이 지배적임
  - 우리나라는 지역별로 다양한 관광자원을 보유하고 있으며, 이를 바탕으로 지역을 대표하는 테마 또는 이미지를 설계해 관광상품을 개발할 필요가 있음
  - 일본 지방 정부는 권역별 관광명소에 테마 및 스토리를 부여해 일본을 찾는 관광객들에게 특별한 경험을 선사하기 위한 광역관광주유(周遊)루트를 개발함

- 정부와 민간이 협력하는 지역관광 상품 및 서비스 개발 전략이 필요함
  - 정부 및 지자체가 지역관광 개발을 위한 기반을 마련하고, 민간은 창의력을 바탕으로 지역 고유의 매력을 살리는 관광상품 및 서비스를 출시해야 함
- (관광상품 개발 예시) 한국의 전통문화·역사유산, 자연경관 그리고 지역특색을 모두 살린 고부가가치 숙박 상품을 개발함
  - 방한·방일 관광객의 체재 기간을 비교해보면, 일본을 방문하는 관광객의 평균 체재 기간이 상대적으로 더 긴 것으로 나타남
  - 일본의 경우 료칸이라는 고부가가치 숙박 상품을 통해 일본의 전통문화를 전세계적으로 알린 바 있음
  - 우리나라의 전통 가옥인 한옥 고택을 활용하여 유사한 방향성의 고부가가치 숙박 상품의 개발을 고려해볼 수 있음

#### 4. 중앙정부를 중심으로 한 협력적 거버넌스 체계 구축

- 관광은 다양한 산업과 연계된 복합산업이므로 중앙정부와 지자체, 관계 부처의 체계적이고 긴밀한 협력이 필요함
  - 정부가 최고 의사결정 조직으로서 중심적인 역할을 함으로써 중앙정부 중심의 협력 체계를 마련해야 함
  - 중앙정부 중심의 협력을 공고히 하기 위해 대통령 주재회의를 통해 범국가적인 실행 동력을 확보하고, 관광 관련 의제를 지속적으로 점검해야 함
- 지역에 존재하는 다양한 지역관광 조직의 역할과 범위를 명시하고, 조직 간 협력 방법을 명확히 정의해야 함
  - 관광 전담 조직들의 설립 및 운영 근거를 점검하고, 역할과 책임을 명확히 함으로써 업무 중복을 최소화해야 함

- 지역별 DMO가 지역관광 주체들 간 협력의 중심이자 중앙정부와 지역 간 협력의 징검다리 역할을 수행해야 함
  - 해당 지역을 가장 잘 아는 DMO가 각 지역에 맞는 관광 정책을 실현하고 추진함으로써 지역 실정에 맞는 관광 사업이 실시되어야 함
  - DMO의 등록과 지원 방안을 체계적으로 마련하여 국가 차원의 공통된 목표와 지역 차원의 세부 실행 목표를 지속적으로 점검하고 보완할 기반을 마련해야 함
- 관광 분야 국가 단위 데이터와 지자체 데이터의 연계성을 강화하기 위해 데이터 수집 방식 등에 대한 국가 차원의 기준을 정립해야 함
  - 지자체 주도의 관광 데이터 집계와 관련하여 표준화된 기준을 정립하여 지자체 집계 데이터의 정합성 및 신뢰성을 확보해야 함
  - 기초지자체 수준에서 정합성 및 신뢰성 있는 데이터가 만들어진다면 지역경제 활성화를 위한 정책 추진에도 도움이 될 수 있음

## 5. 관광 활성화를 위한 법과 제도의 체계화

- 혼재된 법정/비법정 계획 간 체계를 정립하여, 체계화된 법과 제도를 바탕으로 한 관광 진흥 방안을 모색해야 함
  - 「관광기본법」 제3조에 따라 관광진흥에 관한 기본계획이 5년마다 수립·시행되고, 기본계획에 따른 시행계획이 매년 수립·시행되고 있음
  - 「관광진흥법」 제49조에 따라 관광개발기본계획과 권역별 관광개발계획이 수립·시행되고 있음
  - 「국제회의산업 육성에 관한 법률」 제6조에 따라 국제회의산업기본계획이 5년마다 수립·시행되고 있음
  - 법정임의계획으로서 ‘광역권 관광개발계획’이 필요에 따라 수립되고 있으며, 시군별로 법적 근거가 없는 비법정계획으로서 ‘지자체 관광진흥계획’ 등이 수립되고 있음
  - 중앙정부 차원이 관광 전담 조직이 관광산업 관련 법률과 규정을 제정하고 가이드라인을 제시하는 데에 있어 컨트롤 타워로서의 역할을 충실히 수행해야 함



- DMO가 지역관광의 주체이자 중앙-지방 협력의 주체로 성장하기 위해 DMO의 장기 육성 방안과 성과 모니터링 시스템을 마련해야 함
  - DMO의 역량 강화, 안정화, 전문화를 지원하는 장기적인 관점의 지원 제도 보완이 필요함
  - 구체적인 KPI에 기반한 성과 평가 및 관리를 통해 효과적이고 지속적인 운영이 이루어지도록 해야 함
- 나아가 관광산업의 국가 및 지역경제 영향을 정량화하고 구체적 목표 달성을 위해 국가 차원에서 관광산업 평가 기준 및 측정 체계를 구축해야 함
  - 관광 GDP 측정을 최종 목표로 삼고, 이를 구성하는 세부 항목을 설정한 측정 지표를 개발해 소비, 고용, 생산 유발 측면에서 핵심 목표 지표를 개발해야 함



---

# I. 서론

---



## 1. 연구 배경 및 목적

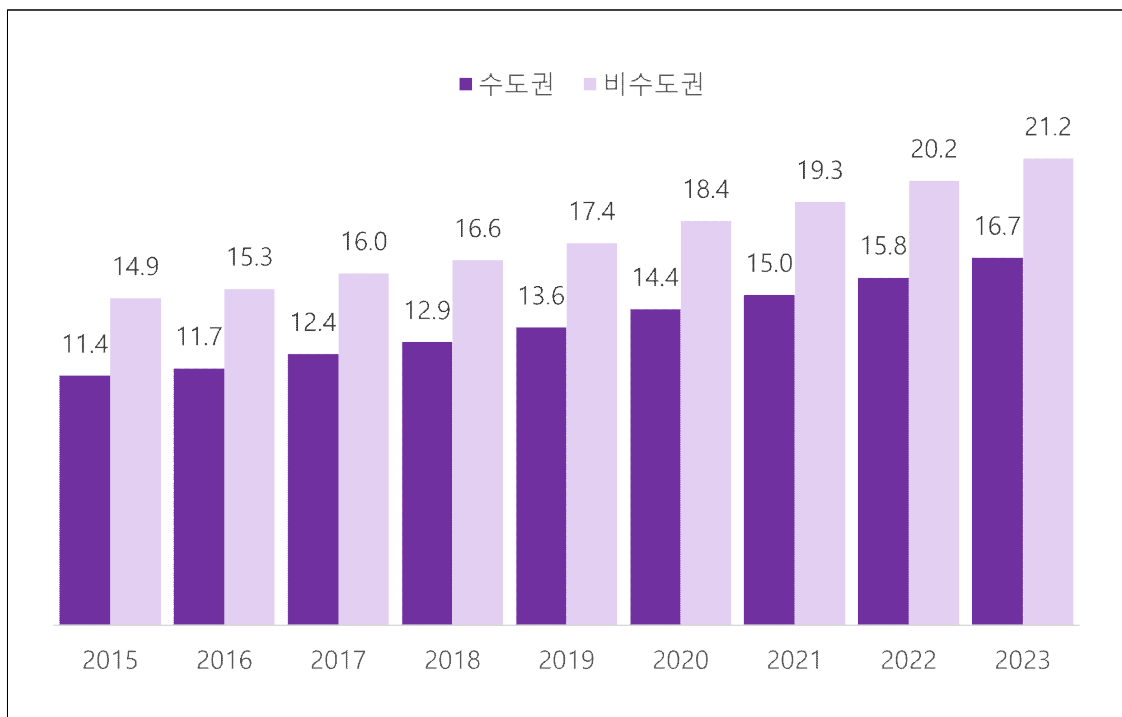
□ 수도권과 비수도권 모두 고령인구 비중이 증가하고 있는 가운데, 생산가능인구 비중의 수도권, 비수도권 간 격차가 점차 확대되는 추세임

○ 인구 고령화 현상이 지방에서 더 빠르고 뚜렷하게 진행 중

- 2023년 비수도권 고령인구(65세 이상) 비중은 21.2%로 수도권의 16.7% 대비 높음
- 수도권 고령인구 비중은 2015년 대비 2023년에 5.3%p 증가한 반면, 비수도권 고령인구 비중은 6.3%p 증가함
- 통계청에 따르면 2024년 세계 인구 중 고령인구 구성비 10.2% 대비 우리나라는 19.2%로 9.0%p 높고, 고령인구 비중이 가장 높은 유럽과 비슷한 수준임

\* 통계청 보도자료 「세계와 한국의 인구현황 및 전망」 (2024.9.23.) : 2024년 기준 고령인구 비중은 유럽(20.5%), 북미(18.1%), 오세아니아(13.5%), 아시아(10.1%), 남미(9.9%)

[그림 I-1] 수도권 vs 비수도권 고령인구 비중 추이 (단위: %)



출처 : 행정안전부, 「주민등록인구현황(각 연도)」 기초로 산출

○ 전체 인구의 수도권 집중 현상이 심화되고 있으며, 특히 생산가능인구의 수도권 집중 현상이 두드러짐

- 전체 인구 중 수도권 인구 비중은 2015년 49.5%에서 2019년 50.0%로 과반을 넘긴 후 2023년 50.7%로 지속적으로 증가함

\* 수도권 인구는 2015년 25.3백만 명에서 2023년 26.2백만 명으로 약 95만 명 증가

- 전체 생산가능인구(15세 이상~64세)는 지속적으로 하락하는 추세를 보이는 반면, 수도권 비중은 2015년 50.7%에서 2023년 52.2%로 지속적으로 상승 중임

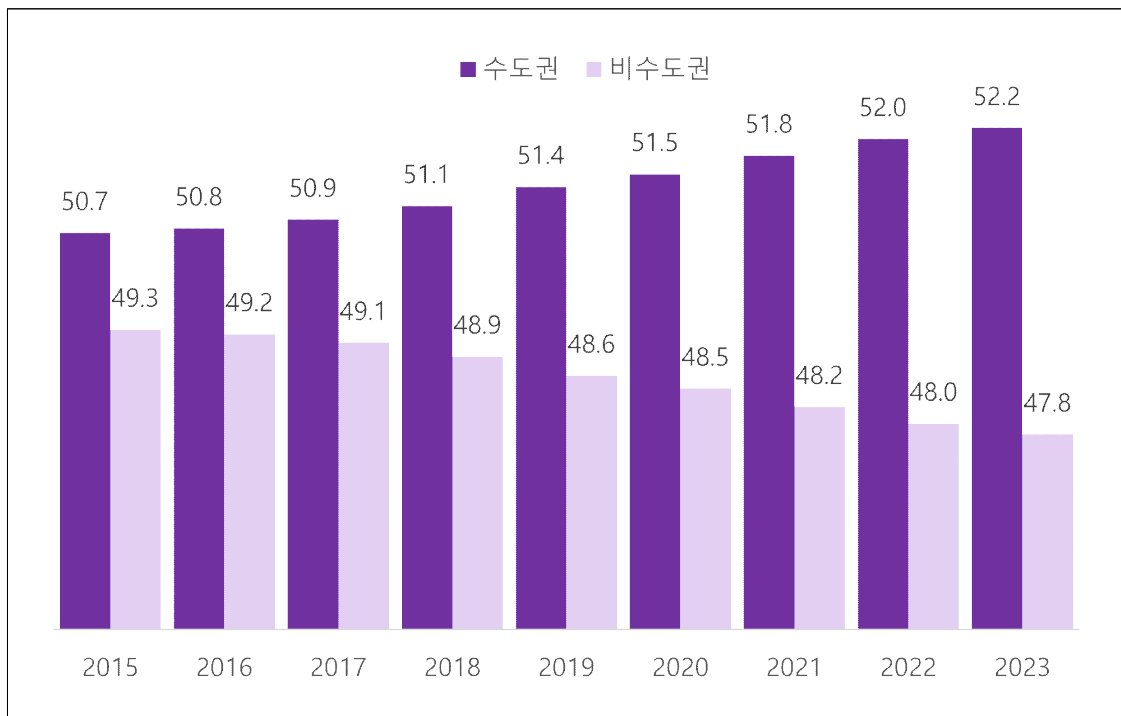
\* 35.0백만 명(2015) → 34.9백만 명(2019) → 34.2백만 명(2023)

- 비수도권 생산가능인구 비중은 지속적으로 하락하여 2023년 수도권, 비수도권 생산가능인구 비중 격차가 2023년 4.4%p로 2015년 1.4%p 대비 확대됨

- 수도권 생산가능인구 수는 2021년부터 감소하기 시작하였으나 비수도권의 경우 2017년부터 감소하기 시작하였고, 2021년부터 2023년까지 최근 3년간 생산가능인구 수 감소 속도도 비수도권에서 더 빠름

\* 2021년 대비 2023년 생산가능인구 증가율 : 수도권 -1.09%, 비수도권 -2.64%

[그림 I-2] 수도권 vs 비수도권 생산가능인구 비중 추이 (단위: %)



출처 : 통계청, 「인구총조사(각 연도)」 기초로 산출

○ 지역별로는 수도권, 충청권, 제주도 지역 생산가능인구가 2015년 대비 2023년에 증가하였고 강원, 전라, 경상권에서 하락함

- 경상권에서 9.2% 감소하며 가장 많이 감소하였고 제주도 지역의 경우 2023년 생산가능인구가 2015년 대비 9.3% 증가함
- 2023년 기준 비수도권 생산가능인구의 74.8%를 차지하는 강원, 전라, 경상 세 개 권역의 생산가능인구가 하락하며 전체 생산가능인구 하락에 영향을 줌

[표 I-1] 권역별 생산가능인구 추이 (단위: 백만 명, %)

	2015 (A)	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023 (B)	증감률 [(B-A)/A] ×100
수도권	17.76	17.86	17.87	17.91	17.93	18.04	18.03	17.89	17.83	0.36
강원권	0.99	1.00	0.99	0.99	0.98	0.99	0.98	0.96	0.95	-4.25
충청권	3.59	3.65	3.68	3.70	3.69	3.72	3.70	3.67	3.67	2.07
전라권	3.33	3.33	3.30	3.28	3.25	3.25	3.22	3.16	3.14	-5.92
경상권	8.96	8.93	8.85	8.76	8.63	8.57	8.43	8.25	8.14	-9.20
제주도	0.40	0.41	0.42	0.43	0.44	0.44	0.44	0.44	0.44	9.30
전체	35.47	35.64	35.57	35.53	35.39	35.50	35.28	34.87	34.64	-2.34

출처 : 통계청, 「인구총조사(각 연도)」 기초로 산출

○ 인구 고령화, 생산가능인구 비중 감소 등 인구구조의 변화는 소비위축, 세수 감소 등과 함께 지역 경제 성장 둔화를 불러올 가능성 有

- 65세 이상 인구의 비중이 1%p 상승하고 30~64세 인구 비중이 1%p 하락할 경우 연 평균 경제성장률은 약 0.38%p 하락함 (국회예산정책처, 2021)

□ 수도권 제조업 비중이 전국 대비 낮으며, 특히 지역 내 제조업 중 부가가치가 낮은 전통 제조업 비중은 다른 모든 지역의 전통 제조업 비중이 수도권보다 높음

○ 지역내총생산에서 제조업이 차지하는 비중을 권역별로 살펴보면 수도권이 21.8%로 전국 대비 낮으며 충청권, 경상권, 전라권은 제조업 비중이 수도권 대비 높음

- 제조업 비중이 가장 높은 지역은 충청권으로 2023년 기준 40.1%로 지역 서비스업 비중인 42.7%와 비슷한 수준임

- 수도권의 서비스업 비중은 65.3%로 제조업 비중 21.8%의 세 배 수준임

- 17개 광역지자체 단위로 나누어 살펴보면, 서울의 경우 4% 수준으로 제주(3.3%) 다음으로 비중이 작으며 제조업 비중이 가장 큰 지역은 울산(51.2%)

[표 1-2] 권역별 제조업 서비스업 비중 추이 (단위: % ,%p)

	제조업				서비스업			
	2015 [A]	2019	2023 <sup>p</sup> [B]	증감 [A-B]	2015 [A]	2019	2023 <sup>p</sup> [B]	증감 [A-B]
수도권	20.2	20.8	21.8	1.7	65.7	65.1	65.3	-0.4
강원권	9.7	9.3	9.1	-0.5	66.4	67.3	69.1	2.7
충청권	38.0	39.9	40.1	2.1	42.6	41.9	42.7	0.1
전라권	28.1	25.5	24.8	-3.3	48.1	51.5	53.7	5.5
경상권	36.2	33.6	32.2	-4.0	45.3	48.7	50.7	5.3
제주도	3.6	3.3	3.2	-0.4	69.4	71.0	72.3	2.9
전국	26.5	26.0	26.1	-0.4	56.3	57.4	58.4	2.1

p: 잠정치

출처 : 통계청, 「지역소득(각 연도)」 기초로 산출



○ 부가가치가 상대적으로 낮은 전통 제조업이 지역 전체 제조업에서 차지하는 비중을 살펴보면 수도권 28.9% 대비 비수도권에서 비중이 높음

- 제조업 중 전기 전자 및 정밀기기 제조업, 기계 운송장비 및 기타 제품 제조업을 제외한 음식료품, 섬유, 화학제품, 금속제품, 비금속제품 제조업 등의 전체 제조업 대비 비중을 산출하여 비교 분석함

\* 전기 전자 및 정밀기기 제조업은 반도체 제조업 등 포함되며 기계운송장비 및 기타 제품 제조업에는 자동차, 조선, 항공우주 등 제조업이 포함

- 제주지역이 72.5%로 가장 높았고 다음이 강원권(67.5%), 전라권(64.1%) 순으로 높은 비중을 차지함

- 비수도권 지역 중 제조업 비중과 전통 제조업 비중이 모두 높은 전라권, 충청권, 경상권의 경우 비중이 각각 64.1%, 41.5% 41.3%로 수도권 대비 높음

- 강원도의 경우 전통 제조업 비중이 2015년 대비 2022년 0.7%p 높아졌고, 전라, 경상, 제주의 경우도 전통 제조업 비중 감소폭이 전체 대비 작은 편임

[표 I-3] 권역별 전통 제조업 비중 추이 (단위: %, %p)

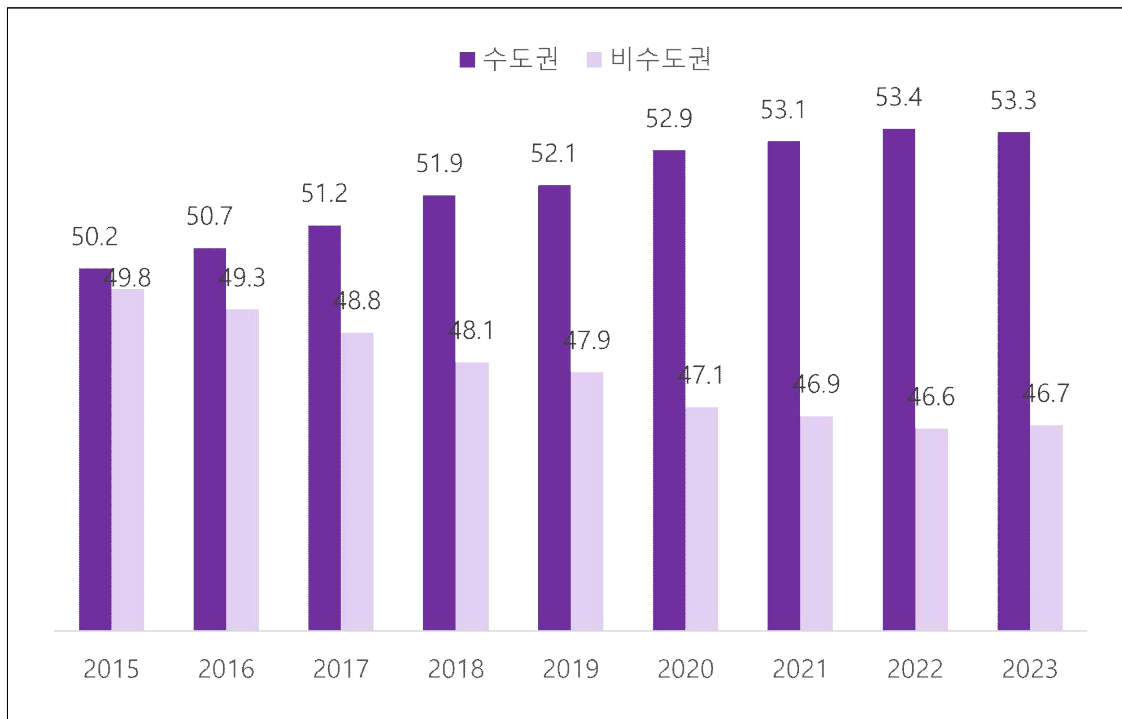
	2015	2016	2017	2019	2020	2021	2022	2023 <sup>p</sup>	증감
	[A]							[B]	[B-A]
수도권	41.9	41.0	39.3	36.5	35.2	32.2	30.1	28.9	-13.0
강원권	66.8	69.8	69.8	68.0	70.2	69.1	70.2	67.5	0.7
충청권	52.7	51.8	49.2	45.8	45.1	42.6	42.4	41.5	-10.3
전라권	68.8	69.1	69.5	68.3	66.6	66.1	64.2	64.1	-4.7
경상권	47.7	47.6	48.7	46.5	45.8	44.8	42.4	41.3	-6.4
제주도	81.3	80.1	79.2	77.9	76.9	75.6	76.3	72.5	-8.8
전체	48.9	48.2	47.3	44.4	43.0	40.8	39.1	38.07	-10.8

p: 잠정치

출처 : 통계청, 「지역소득(각 연도)」 기초로 산출

- 인구 구조의 변화와 지역 산업의 구조적 차이가 더해져 지역 경제 불균형 문제가 심화되는 추세로, 2015년 비슷한 수준이었던 수도권·비수도권 간 지역내총생산 비중 격차가 2023년에 6.6%p로 확대됨
- 수도권 지역내총생산은 2015년 약 926조 원에서 2023년 1,198조 원으로 매년 가파르게 상승 중임
  - 비수도권의 경우 2015년 약 918조 원에서 2023년 1,039조 원으로 2019년 대비 2023년 지역내총생산 증가율은 14.3%로 같은 기간 수도권의 29.3% 대비 저조함
  - 수도권과 비수도권 지역내총생산 비중의 차이는 2015년 0.4%p로 비슷한 수준이었으나 2023년 6.6%p로 격차가 17배 증가함

[그림 I-3] 수도권 vs 비수도권 지역내총생산 비중 추이 (단위: %)



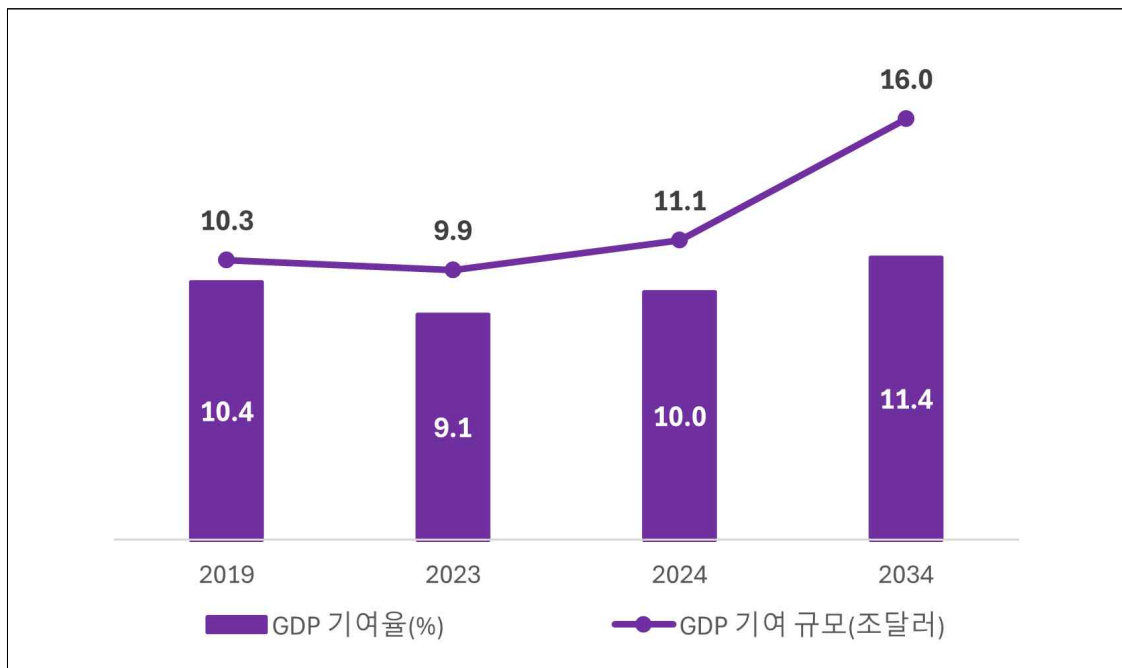
출처 : 통계청, 「지역소득(각 연도)」 기초로 산출

□ 관광산업이 세계경제에서 차지하는 비중이 증대되고 있으며, 관광산업이 국내 경제에 미치는 긍정적 파급효과가 제조업, 서비스업 평균 대비 크다는 점에서 지역경제 활성화를 위한 대안이 될 수 있음

○ 관광산업의 세계 경제 기여 규모가 증가할 것으로 전망됨

- 코로나19 전인 2019년 관광산업은 글로벌 GDP의 10.4% (US\$ 10.3 trillion)를 차지했고, 2023년에는 글로벌 GDP의 9.1%로 회복 중이며 2034년까지 11.4% 전망됨
- 전 세계 기준 2023년 내국인 국내 관광객들의 소비가 전년대비 18.1% 상승하며 2019년 수준을 넘어섰고, 인바운드 관광객들의 소비도 전년대비 33.1% 증가함
- 관광산업 종사자 수는 2023년 3.3억 명으로 전년 대비 9.1% 증가하였으며, 이는 전체 산업 종사자 수의 약 10%에 해당함

[그림 I -4] 관광산업의 세계 경제 기여 규모 및 기여율 (단위: 조달러, %)



출처 : World Travel & Tourism Council 「Travel & Tourism: Economic Impact 2024」

○ 관광 관련 서비스 업종의 국내 생산유발효과가 2015년 대비 2022년 더 커졌으며, 제조업 및 서비스업 대비 관광 관련 서비스 업종이 더 많은 일자리를 창출함

- 관광산업의 생산유발효과, 부가가치유발효과, 취업유발효과가 제조업 및 서비스업 평균보다 높은 수준이며, 특히 취업유발효과가 타 산업 대비 높음

- 생산유발계수 : 숙박서비스, 문화 및 여행관련 서비스 > 전체 서비스업
- 부가가치유발계수 : 숙박서비스, 문화 및 여행관련 서비스 > 전체 제조업
- 취업유발계수 : 숙박서비스, 문화 및 여행관련 서비스 > 전체 제조업, 전체 서비스업
- 숙박서비스와 문화 및 여행관련 서비스업의 생산 부분 파급효과가 제조업 및 다른 서비스업 대비 빠르게 커지고 있음
- 2015년 대비 2022년 숙박서비스, 문화 및 여행관련 서비스업, 제조업, 서비스업의 생산유발계수 증가율은 다음과 같음
  - 숙박서비스 : 9.4% 증가
  - 문화 및 여행관련 서비스 : 17.1% 증가
  - 제조업 : 3.5% 증가
  - 서비스업 : 1.1% 증가
- 관광 관련 서비스의 질적 성장과 플랫폼 경제 확산에 의해 연계된 산업이 다체로워지면서 관광 관련 서비스 제공을 위한 중간재 투입 비중 증가에 영향을 줌
- \* 「문화 및 여행 관련 서비스」 중간재 투입비중 : 44.6% (2015년) → 59.6% (2022년)
- 2022년 부가가치유발계수와 취업유발계수는 제조업 및 서비스업 전반에서 2015년 대비 감소하고 있는데, 여전히 관광 관련 서비스업 부가가치유발계수와 취업유발계수는 제조업 대비 높은 수준을 유지함

[표 I-4] 숙박 서비스, 문화 및 여행관련 서비스, 제조, 서비스 경제유발계수

	생산유발계수		부가가치유발계수		취업유발계수(명)	
	2015	2022	2015	2022	2015	2022
숙박서비스	1.78	1.95	0.90	0.87	16.12	10.99
문화 및 여행관련 서비스	1.76	2.06	0.89	0.81	20.37	15.18
제조업	2.00	2.07	0.66	0.58	8.62	5.94
서비스업	1.76	1.78	0.86	0.83	15.09	10.46

출처 : 한국은행 「산업연관표(각 연도)」 기초로 산출

○ 관광 관련 서비스업의 청년 취업 비중이 제조업 및 서비스업 대비 높고, 최근 몇 년간 크게 증가했다는 점에서 관광산업이 지역경제 활성화를 위한 대안이 될 수 있음

- 관광 관련 서비스업종의 경우 제조업 및 타 서비스업 대비 청년층 취업 비중이 높은 경향을 보임

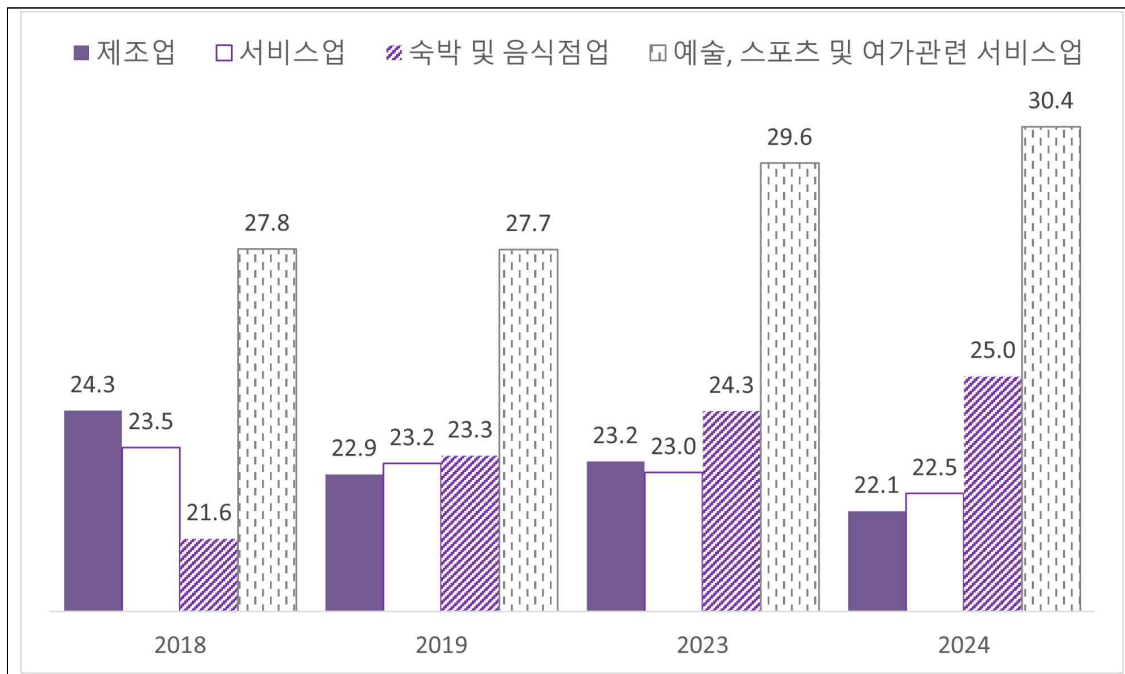
\* 청년층 제조업 취업 비중 : 37.3% (2018년) → 32.9% (2024년)

청년층 숙박 및 음식점업 취업 비중 : 37.1% (2018년) → 41.6% (2024년)

청년층 예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업 취업 비중 : 47.9% (2018년) → 48.9% (2024년)

- 전체 제조업 및 서비스업 내 청년층 취업 비중은 하락 추세를 보이는 반면, 관광관련 서비스업 청년층 비중은 비슷한 수준을 유지함

[그림 I-5] 청년층 산업별 취업 비중 (단위: %)



출처 : 통계청, 「경제활동인구조사(각 연도)」 기초로 산출

## 2. 지역관광 현황

□ 코로나19로 2020년 급감했던 여행 수요가 점차 회복하는 추세임

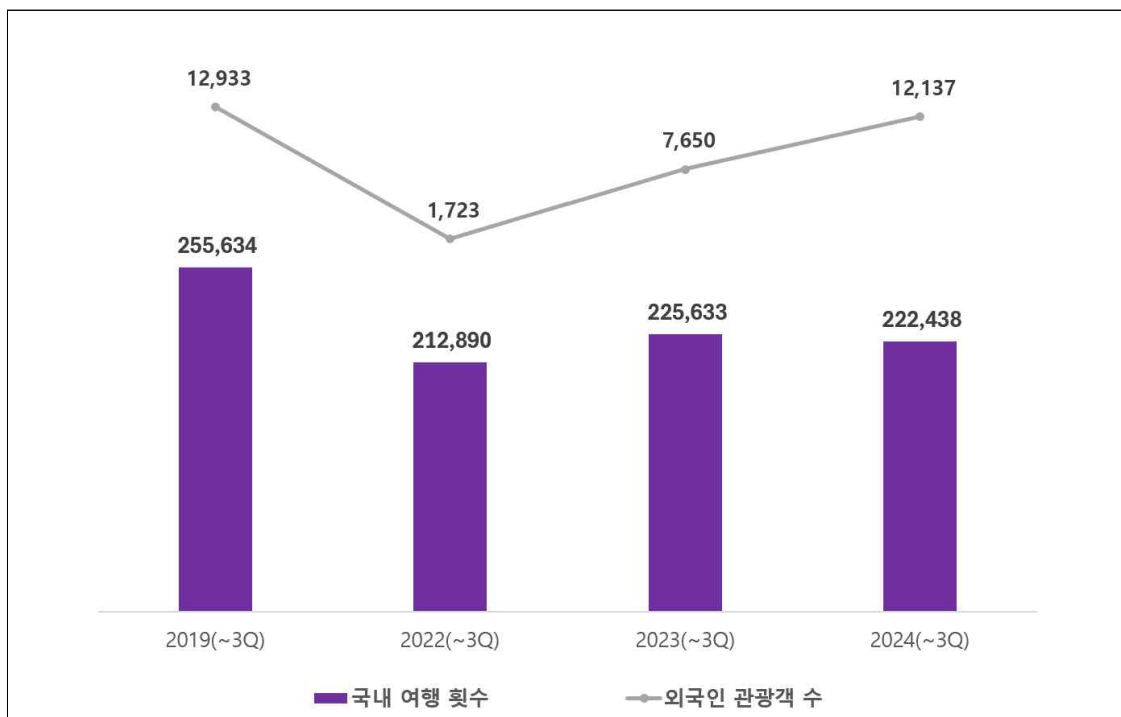
○ 국내 여행 일수는 2024년 3분기 까지 2.22억 회로 코로나19 직전인 2019년 동기간 2.56억 회 대비 87% 수준임

\* 국민여행조사: 2.56억 회 (2019년 1Q~3Q) → 2.13억 회 (2022년 1Q~3Q) → 2.26억 회 (2023년 1Q~3Q) → 2.22억 회 (2024년 1Q~3Q)

○ 인바운드 관광객 수는 2024년 3분기까지 1천 2백만여 명으로 2019년 동기간 1천 3백만명의 94% 수준임

\* 입국관광객통계: 1천 3백만 명 (2019년 1Q~3Q) → 1.7백만 명 (2022년 1Q~3Q) → 7.7백만 명 (2023년 1Q~3Q) → 1천 2백만 명 (2024년 1Q~3Q)

[그림 I -6] 내국인 국내여행 횟수, 인바운드 관광객 수 (단위: 천회, 천명)



출처 : 문화체육관광부, 「국민여행조사(각 연도)」, 「입국관광통계(각 연도)」 기초로 산출

- 지역별 국내 여행객의 여행 수요가 가장 큰 경기, 강원 지역 비중이 증가하였으며, 회복 속도에서 지역간 차이가 확인됨
- 여행 횟수 기준 경기, 강원 지역의 비중이 2023년 30.9%를 기록하였으며, 2019년 26.8% 대비하여 4.1%p 상승함
- 지역별 여행 수요가 가장 작은 5개 지역(대전, 울산, 대구, 광주, 세종)의 2023년 비중은 6.1%로 2019년 8.7% 대비 2.6%p 하락함
- 2023년 여행 수요가 코로나19 이전 수준 이상인 지역은 경기, 경남 2개 지역이며, 하위 5개 지역의 2019년 대비 성장률 평균은 -38.1%로 회복 속도 격차를 확인함

[표 I-5] 지역별 여행 횟수 추이 (단위: 천회 %)

	2019 [A]	2020	2021	2022	2023 [B]	증감률 [(B-A)/A]×100
경기	52365	45496	53400	54979	53850	2.8
강원	40436	22362	25422	34101	39527	-2.2
경남	29076	21398	23508	26805	29528	1.6
경북	29853	16564	22634	25247	27143	-9.1
전남	28197	19603	20129	24340	27103	-3.9
충남	28290	19645	19146	23629	24180	-14.5
전북	22484	13794	13838	16270	18396	-18.2
서울	24607	12769	13259	14804	13952	-43.3
부산	18842	10390	9953	12247	13800	-26.8
충북	14702	10117	10146	12070	12617	-14.2
제주	12549	8469	11097	14251	12515	-0.3
인천	14560	9471	9142	11080	11327	-22.2
대전	8959	5307	4603	4869	5116	-42.9
울산	5636	3949	4194	4729	4737	-16.0
대구	7932	3509	4007	4552	4648	-41.4
광주	4992	2676	1808	1912	2098	-58.0
세종	2591	2326	1883	1795	1750	-32.5

출처 : 문화체육관광부, 「국민여행조사(각 연도)」 기초로 산출

- 지역관광정책 변화추이를 살펴보면, 2000년대부터 관광개발의 주체가 지방자치단체 중심으로 전환되며 관광사업 지방이양 흐름이 지속됨
- 2004년 관광진흥법이 일부 개정되며 관광지 지정 및 조성 계획의 승인 권한이 중앙정부(문화체육관광부 장관)에서 지방자치단체로 이양함
  - 개정 이전은 시·도지사가 신청하면 문화체육관광부 장관이 지정하는 구조였으나 이후 시장·군수·구청장이 신청하고 시·도지사가 승인하는 형식으로 변경됨
- 2010년 포괄보조금 제도의 도입으로 지방자치단체가 지역관광개발사업을 지역특성을 반영하여 자율적으로 계획하고 시행하는 것이 가능해짐
  - 정부가 포괄보조금으로 편성한 사업에 대하여 중앙행정기관 장이 예산을 교부할 때에는 해당 사업 내 세부내역을 구분하지 않도록 하여 지역 자율성을 부여함
  - 관광자원개발사업의 경우 이와 같은 포괄보조금 방식으로 이양
- 국가 관광정책 관련 부처 협력을 강화하고 민관 거버넌스 구축을 목적으로 2017년 「국가관광전략회의의 구성 및 운영에 관한 규정」 제정함
  - 국무총리를 의장으로 13개 부처 장관 등이 참여하는 범정부 관광정책 수립 및 조정을 위한 회의체로 연 2회, 반기에 1회씩 개최를 원칙으로 함
- 2017년 제1차 국가관광전략회를 통해 지역관광 역량강화를 목적으로 지역 주도형 관광산업 생태계 조성을 위한 한국형 DMO 사업 추진함
  - 2020년 문화체육관광부는 한국관광공사와 함께 12곳의 DMO를 선정하여 본격적으로 한국형 DMO 육성함
  - 한국형 DMO는 지역관광사업 기획과 계획, 홍보, 관광자원 관리, 관광사업 지원, 관광 상품 및 서비스의 품질 관리, 교육 및 훈련, 관광시설 관리, 수익사업 추진의 8대 기능을 수행함
- 2024년 관광을 통한 지역 소멸 해소 노력 목적의 관광진흥법 개정안이 국회를 통과함
  - 인구 감소 지역에 소규모 관광 단지 지정과 계획의 승인을 기초자치단체장이 하도록 하여 행정 절차를 완화함
  - 관광 안내, 숙박 등 시설 요건을 자치단체가 지역 여건에 맞춰 자율적으로 조성하게 함



[표 I-6] 시기별 주요 지역관광 정책

시기	주요 관광정책	내용
2000	광역권 관광개발사업 시작	자연·문화·역사자원 등 동일한 특성을 가진 2개 이상 시·도 연계 개발
2004	관광진흥법 일부 개정	관광지 지정 및 조성 계획 승인 권한을 지방자치단체로 이양
2005	관광개발사업 재원 국가균형발전특별회계 이관	관광개발사업 국고보조금사업의 지방이양으로 지역 자치권 강화
2009	국가균형발전특별회계를 광역·지역발전특별회계로 개편	국가균형발전특별법을 바탕으로 개편되었으며, 지역의 특화 발전 및 광역경제권 경쟁력 향상을 지원하는 목적으로 부처별 사업을 포괄보조사업으로 통폐합
2010	포괄보조금 제도 도입	광역·지역발전특별회계 내 예산한도 내에서 관광개발사업을 지방자치단체가 자율적으로 계획 및 시행
2012	관광숙박시설확충을 위한 특별법	호텔 시설 건립 시 건축허가 등 인허가 일괄처리, 용적률 적용범위 확대 등 관광 숙박시설 관련 규제완화 및 행정·재정 지원
2017	국가관광전략회의의 설치 및 운영에 관한 규정 제정	관광산업 경쟁력 강화를 위해 각 부처 장관으로 구성된 국무총리 소속 국가관광전략회의를 설치
2017	한국형 DMO 도입 추진	제1차 국가관광전략회의를 통해 지역 주도형 관광정책 전환을 위한 한국형 DMO 도입 추진
2024	관광진흥법 개정안 국회 통과	인구 감소 지역 소규모 관광 단지 지정 및 계획의 승인을 기초자치단체장에 이양하여 행정적 절차를 완화

출처 : 한국문화관광연구원 「지방분권화에 따른 지역관광 정책 방향」, 문화체육관광부 자료, 법령 자료 등을 기초로 재구성

### 3. 연구 내용

- 데이터를 바탕으로 국내 지역관광 활성화의 필요성을 제시하고, 경제학 모형을 활용해 관광이 지역경제에 미치는 효과를 분석하며, 일본 사례조사 결과를 종합해 지역관광 활성화 방안을 도출함

<표 I-7> 연구 분야별 내용

분야	내용
연구 배경 및 지역관광 현황 분석	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역경제 불균형 심화에 따른 지역관광 활성화의 필요성 제시</li> <li>지역관광 규모, 관광객 특성, 관광정책 동향 등 관광 전반의 현황 분석</li> </ul>
지역관광의 경제효과 분석	<ul style="list-style-type: none"> <li>관광의 지역경제 활성화 효과를 정량적으로 분석</li> <li>기초지자체 단위 지역관광 활성화 효과 분석</li> </ul>
일본의 지역관광 사례 분석	<ul style="list-style-type: none"> <li>일본 관광업 현황 분석</li> <li>거버넌스 및 관광정책 사례 분석</li> <li>관광 인프라, 상품 및 서비스 사례 분석</li> </ul>
지역관광 활성화 방안 도출	<ul style="list-style-type: none"> <li>경제효과 분석 및 일본 사례 분석 내용을 바탕으로 지역관광 활성화를 위한 방안 도출</li> </ul>

---

## II. 지역관광 활성화의 경제효과

---



## 1. 관광이 지역경제에 미치는 효과

- (국내 선행연구) 지역경제 활성화에 대한 관심이 커지면서 인구감소 및 관광 정책 등의 지역경제 활성화 효과를 정량적으로 분석함
- (산업연관분석) 이강욱·최승묵(2003)은 강원도에서 관광의 지역경제 기여효과가 타 지역에 비해 크게 나타났고, 고용창출 측면에서는 제주도의 관광객 지출이 지역경제에 더 크게 기여함을 보임
- (패널회귀분석) 한국문화관광연구원(2022)는 인구감소지역 여행 지출액 증가 시 고용 및 생산에 긍정적 효과가 있음을 보임
  - 인구감소지역 여행 지출액 1% 증가 시 고용이 0.18% 증가함
  - 연령대별로 청년층(30대 이하)과 중년층(4-50대) 고용 효과가 장년층(60대 이상)에 비해 더 크게 나타남
  - 관광 소비 1% 증가 시 지역 생산은 0.13% 증가하는 효과를 확인함
- (이중차분분석) 한국문화관광연구원(2023)은 관광특구 지정이 특구 지역의 경제상황을 평균적으로 5.5% 향상시킨 것으로 추정됨
  - 1994년 관광특구 지정으로 지역 경제상황이 약 10~20% 향상됨
  - 지정 기준이 완화된 1997년 특구 지정은 해당 지역에 유의한 경제효과를 유발하지는 못함
- (해외 선행연구) 주로 회귀모형 분석 방법을 활용하여 관광의 경제효과를 분석함
- (패널회귀분석) Ivanov and Webster(2006)는 지역의 관광숙박시설 수용 능력 강화가 지역 소득 향상에 긍정적 효과를 미침을 보임
  - 지역의 숙박시설 수용 능력이 1% 올라가면 일인당 소득 0.01% 상승함
- (패널회귀분석) Faber and Gauber(2019)는 멕시코의 지역관광 수입의 증가가 고용과 소득에 긍정적 영향이 있음을 밝힘
  - 지역관광 수입 10% 증가 시 고용은 2.5%, 명목GDP는 4% 증가함

- 본 연구는 패널회귀모형 분석 방법 중 고정효과모형(Fixed Effects Model)을 활용하여 관광의 지역경제 활성화 효과를 확인함
- (분석모형) 대한민국 17개 광역자치단체 연간 데이터를 활용하여 패널회귀 분석의 일종인 고정효과모형(Fixed Effects Model)을 활용함
  - 17개 광역자치단체는 산업의 구조, 문화적 특성 등 지역별로 고유한 특성을 가지고 있어 이러한 지역 특성을 통제하기위해 고정효과모형을 활용함
  - 경제규모와 인구밀도가 상대적으로 큰 도시와 도(Province) 지역간 관광의 지역경제 활성화 효과가 다르게 타나날 수 있기 때문에, 도시효과를 구분하여 분석하기 위해 관광객 수와 도시터미간 교호항을 추가함

[그림 Ⅱ-1] 고정효과모형

$$Y_{it} = \beta_0 + \beta_1 \ln(Tour_{it}) + \beta_2 \ln(POP_{it}) + \beta_3 COVID + \beta_4 (\ln(Tour_{it}) \times CITY) + u_i + \epsilon_{it}$$

$Y$ :  $i$  지역  $t$  연도에 지역내총생산(GRDP), 사업체 수, 서비스업 사업체수, 종사자 수, 서비스업 종사자 수 등 지역 경제 관련 독립 변수

$Tour_{it}$ :  $i$  지역  $t$  연도에 방문한 내국인 국내 관광객 수

$POP_{it}$ :  $i$  지역  $t$  연도 주민등록인구 수

$COVID$ : 코로나19 영향 기간인 2020년~2022년인 경우 1, 외 경우 0인 더미변수

$CITY$ : 17개 시·도 중 특별시 광역시인 경우 1, 도(Province)인 경우 0인 더미변수

$\ln(Tour_{it}) \times CITY$ : 관광객 수와 도시효과 간 상호작용효과를 보여주는 교호항(interaction term)으로 특별시, 광역시 등 도시인 경우 관광객 수의 지역경제 효과를 분석할 때  $\beta_1$ 과  $\beta_4$ 를 함께 고려하여 해석

$u_i$ :  $i$  지역의 산업 구조, 문화적 특성 등 지역이 가지는 고유 효과

\* 지역 고유 특성 통제를 위해 R 프로그램에서 plm 패키지를 활용해 고정효과 모형 분석

\* R 프로그램의 vcovHC 함수를 통해 동일 군집 내 상관관계를 통제하여 보다 신뢰할 수 있는 군집표준오차(clustered standard error) 사용

○ (분석데이터) 국민여행조사, 주민등록인구현황, 지역소득, 전국사업체조사, 사업체 노동력조사 등 데이터를 활용함

- (관광객 수) 문화체육관광부 국민여행조사의 여행지별 국내여행 횟수 연간 데이터를 이용하여 연도별·지역별 관광객 수로 활용함
- (인구수) 행정안전부의 주민등록인구현황 데이터 중 행정구역별 주민등록세대수 연간 데이터를 활용함
- (GRDP) 통계청 지역소득통계 중 시도별 경제활동별 지역내총생산 데이터 활용함
- (사업체 수) 통계청 전국사업체조사 중 시도·산업·사업체 구분별 사업체 수 데이터 활용함
- (종사자 수) 고용노동부 사업체노동력조사의 행정구역별 산업별 고용 연간 데이터를 활용함

<표 II-1> 활용 데이터 요약 통계량

	평균	표준편차	최소값	중앙값	최대값
지역내총생산(백만원)	110,640,417	128,674,444	10,423,610	71,344,390	516,358,207
사업체수(개)	312,133	334,000	15,871	206,244	1,514,951
서비스업 사업체수(개)	213,082	232,424	12,129	136,107	992,117
종사자수(명)	1,410,826	1,595,868	115,535	847,692	6,103,213
서비스업 종사자수(명)	779,040	983,823	49,097	407,336	3,982,483
국내여행횟수(천회)	16,729	12,594	1,526	13,838	54,979
인구수(명)	3,042,150	3,278,826	314,126	1,851,549	13,589,432
관측치	85	85	85	85	85

□ 분석 결과 관광객 유입은 지역내총생산(GRDP), 총업체수, 서비스업 업체수, 서비스업 종사자 수 등 지역경제 전반에 긍정적 영향을 미치며, 특별시·광역시 등 도시를 제외한 지방에서 영향력이 더욱 크게 나타남

○ 분석 결과 지역 내 관광객 수가 1% 증가할 경우 도(Province) 단위 지자체의 경우 다음과 같은 경제적 효과가 나타남

## 지역관광의 경제효과와 활성화 방안

- 지역내총생산(Gross Regional Domestic Product, GRDP): 0.11% 증가
- 전체 사업체 수 : 0.09% 증가
- 서비스업 사업체 수 : 0.15% 증가
- 서비스업 종사자 수 : 0.11% 증가
- 관광객 수 증가는 지역 전체 종사자수 증가에는 통계적으로 유의미한 영향을 확인할 수는 없었으나 여전히 양(+)의 계수값이 도출됨

○ 특별시, 광역시 등 도시지역의 경우 관광객수가 1% 증가하면 지역내총생산이 0.02% 증가하는 것으로 나타나 지방에 비해 영향이 적게 나타남

- 지역내총생산 : 0.02% 증가
- 서비스업 사업체 수 : 0.01% 증가
- 서비스업 종사자 수 : 0.04% 증가
- 즉 경제 규모가 상대적으로 큰 특별시, 광역시의 경우 관광객 유입 효과가 다소 작게 나타나는 경향이 있었으나 여전히 유의미한 양(+)의 효과 관측됨

<표 II-2> 관광객 유입의 지역경제 활성화 효과

	GRDP	총업체수	서비스 업체수	종사자수	서비스 종사자수
log 관광객수	0.11** (0.03)	0.09*** (0.02)	0.15*** (0.03)	0.03 (0.02)	0.11*** (0.03)
log 인구수	0.59** (0.18)	1.50*** (0.14)	1.92*** (0.16)	0.86*** (0.12)	1.34*** (0.15)
COVID19 효과	0.05*** (0.01)	0.40*** (0.01)	0.32*** (0.01)	0.12*** (0.01)	0.12*** (0.01)
도시 효과 (log관광객수× 도시더미)	-0.09** (0.03)	-0.03 (0.02)	-0.14*** (0.03)	0.00 (0.02)	-0.07* (0.03)
관측치	85	85	85	85	85
조정결정계수	0.24	0.98	0.98	0.90	0.85

주석: 별표 \*\*\*, \*\*, \*은 각각 추정된 계수가 통계적으로 0.1%, 1%, 5% 수준에서 유의함을 의미함. 괄호 안에서 보고하는 수치는 이분산성과 자기상관에 강건한 클러스터 표준 오차로, 개별 클러스터는 17개 시·도임. GRDP 등 종속변수의 경우 모두 로그를 취하여 분석함.

출처 : 국민여행조사 데이터 등 활용 야놀자리서치 자체 분석



## 2. 기초자치단체 지역관광 활성화 효과 분석

- 산업연관분석(Input-output analysis)을 활용하여 관광객 유입의 지역경제 파급효과를 분석한 결과 지역별로 파급효과가 상당한 것으로 확인되며, 특히 인구가 작은 소도시에서 체감효과가 상대적으로 더 크게 나타남
- 경제적 파급효과 산출을 위해 한국은행이 2020년 발표한 2015년 생산자가격 기준 투입산출표와 고용표를 활용하여 산업연관분석(input-output analysis)을 실시함
  - 한국은행은 지역통계 확충과 다양한 지역경제 연구 수요에 부응하기 위해 17개 시·도로 구분한 지역투입산출표를 5년마다 작성·공표함
  - 산업연관분석의 기본 개념과 주요 용어인 생산유발효과, 부가가치유발효과, 노동유발효과에 대한 해석은 다음과 같음

[그림 Ⅱ-2] 산업연관분석의 기본 개념 및 해석 방법

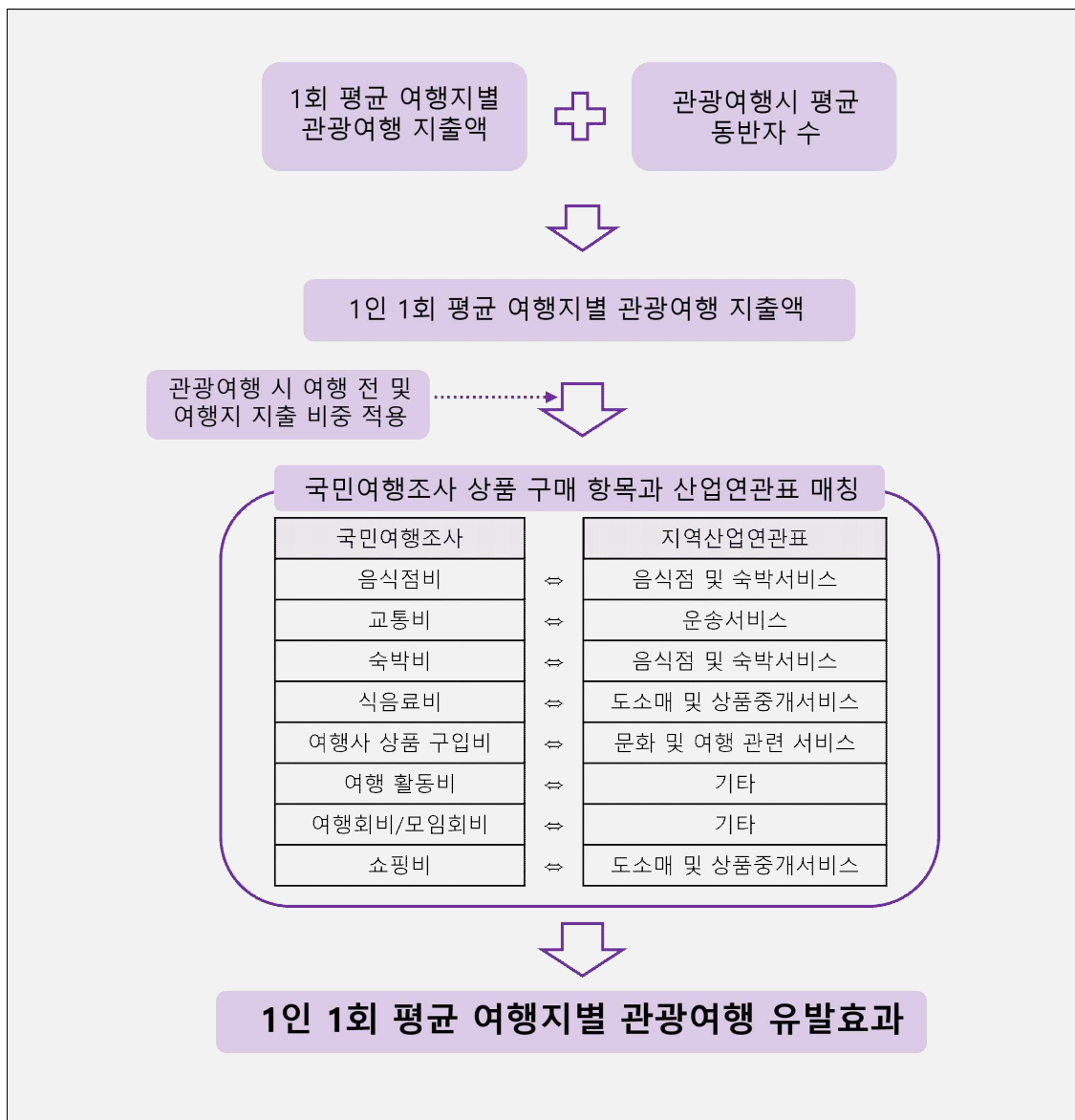
산업연관분석은 방법론이 가진 이론적 정합성으로 인하여 대부분 나라에서 경제구조 분석, 산업연관효과 분석 등 정책수립을 위한 분석 도구로 활용

- 산업연관표는 국민소득통계, 국제수지표, 자금순환표, 국민대차대조표와 함께 국민계정을 구성하는 국가기간통계로 한국은행이 작성하여 공표
- 산업연관분석은 생산활동을 통해 이루어지는 산업 간의 상호연관관계를 수량적으로 분석하는 경제분석 방법
- 가계 소비, 정부 소비, 수출 등 생산된 재화와 서비스가 최종적으로 소비 되는 수요인 최종수요에 의해 발생한 직·간접적인 생산의 크기를 생산유발효과라 하고 이를 계측, 분석하는 것이 산업연관분석의 기본원리이며 주요 개념으로 부가가치유발효과와 노동유발효과를 들 수 있음
- \* 생산유발효과 : 어떤 상품이나 서비스에 대한 최종수요 발생이 직간접적으로 전 산업 생산에 미치는 영향
- \* 부가가치유발효과 : 최종수요의 변동이 국내 생산을 유발하고 생산활동에 의해 부가가치(임금, 이윤 등)가 창출되는 효과
- \* 노동유발효과 : 최종수요 발생이 생산을 유발하고 생산이 다시 노동수요를 유발하는 효과

출처 : 한국은행 산업연관분석해설(2014년판) 자료를 활용하여 정리

- 본 연구에서는 한국은행 투입산출표와 국민여행조사 데이터를 활용하여 관광객의 지역경제 파급효과를 분석함
- 관광객 1인 방문이 지역별로 다른 경제 파급효과를 유발하며 이러한 효과의 시계열 추이가 지역별로 다른 양상을 가짐을 정량적 수치로 보여주어 지역관광 활성화 전략에 기초자료로 활용될 수 있음
  - 관광객의 지역경제 파급효과(생산유발효과, 부가가치유발효과, 취업유발효과)를 다음과 같은 방법으로 산출함

[그림 II-3] 관광객의 지역경제 파급효과 산출 방법



- 국내 관광객 1인이 1회 여행 시 해당 지역에 생산유발효과는 코로나19 직전인 2019년 대비 9.6% 증가하였고, 가장 큰 증가율을 보인 제주는 43.4% 증가함
- 생산유발효과가 가장 높은 지역은 제주(28.5만 원), 부산(8.8만 원), 강원(8.3만 원), 가장 낮은 세 지역은 인천(4.0만 원), 세종(4.0만 원), 경기(4.2만 원) 지역임
  - 관광객들이 제주, 부산, 강원 지역에서 타 지역 대비 평균적으로 더 많은 소비를 하고있고, 이러한 이유로 지역 생산유발효과가 타 지역 대비 크게 나타남

<표 Ⅱ-3> 관광객 1인당 1회 평균 17개 광역시·도별 생산유발효과 (단위: 천원)

	2018	2019(A)	2020	2021	2022	2023(B)	증감률(%) [(B-A)/A]×100
전국	58.29	67.45	70.64	76.05	77.42	73.93	9.6
강원	60.32	70.60	86.73	85.08	83.98	83.09	17.7
경기	37.56	45.30	40.83	40.03	40.82	41.69	-8.0
경남	47.07	58.59	59.32	57.82	57.88	56.95	-2.8
경북	51.27	57.22	58.27	59.77	62.15	63.16	10.4
광주	47.25	58.49	66.55	66.26	55.65	66.27	13.3
대구	43.48	54.08	57.24	61.92	59.93	68.13	26.0
대전	41.68	50.52	50.84	54.87	58.28	51.99	2.9
부산	68.11	77.89	83.69	93.30	91.56	87.74	12.6
서울	54.63	60.33	57.08	62.47	57.52	57.72	-4.3
세종	36.78	44.64	37.94	39.28	38.58	40.41	-9.5
울산	39.38	50.02	49.70	44.33	45.09	45.03	-10.0
인천	38.17	47.26	44.41	46.66	45.51	40.24	-14.9
전남	54.72	58.34	62.29	63.12	67.12	62.95	7.9
전북	44.03	54.68	61.53	60.04	56.55	56.37	3.1
제주	160.25	198.84	253.82	304.20	300.44	285.21	43.4
충남	44.39	52.79	57.31	61.28	56.46	56.85	7.7
충북	45.02	56.38	50.47	62.49	59.44	54.65	-3.1

출처 : 한국은행 산업연관표, 지역산업연관표 등 활용 야놀자리서치 자체 분석

- 관광객의 국내 여행 부가가치유발효과가 2019년 대비 2023년에 10.5% 증가하였고 취업유발효과도 10.7% 상승함
- 부가가치유발효과와 취업유발효과 역시 관광객 1인당 소비 금액이 높은 제주, 강원, 부산이 가장 높았음
  - 부가가치유발효과 역시 관광객 1인당 소비 금액이 높은 제주, 강원, 부산이 가장 높았으며 세종, 인천, 경기 지역이 가장 낮은 수준을 기록함

<표 II-4> 관광객 1인당 1회 평균 17개 광역시·도별 부가가치유발효과 (단위: 천원)

	2018	2019(A)	2020	2021	2022	2023(B)	증감률(%) [(B-A)/A]×100
전국	22.15	25.98	27.56	29.99	30.32	28.70	10.5
강원	25.28	29.89	37.04	36.63	36.01	35.41	18.5
경기	14.38	17.56	16.00	15.84	16.10	16.33	-7.0
경남	18.40	23.20	23.70	23.34	23.29	22.76	-1.9
경북	19.81	22.36	22.94	23.74	24.63	24.87	11.3
광주	18.60	23.32	26.82	26.99	22.54	26.61	14.1
대구	17.18	21.62	23.07	25.20	24.29	27.39	26.7
대전	16.68	20.50	20.84	22.77	24.01	21.17	3.3
부산	26.56	30.71	33.29	37.45	36.68	34.99	13.9
서울	21.13	23.56	22.48	24.79	22.76	22.71	-3.6
세종	13.88	17.16	14.84	15.60	15.18	15.70	-8.5
울산	14.75	18.94	18.99	17.08	17.36	17.30	-8.6
인천	14.65	18.35	17.41	18.46	17.96	15.80	-13.9
전남	20.86	22.49	24.27	24.81	26.32	24.61	9.4
전북	16.05	20.31	23.25	23.01	21.51	21.20	4.4
제주	66.13	82.89	106.91	129.08	127.13	120.21	45.0
충남	16.60	19.95	21.81	23.54	21.66	21.70	8.8
충북	17.32	21.93	19.77	24.72	23.41	21.35	-2.7

출처 : 한국은행 산업연관표, 지역산업연관표 등 활용 야놀자리서치 자체 분석

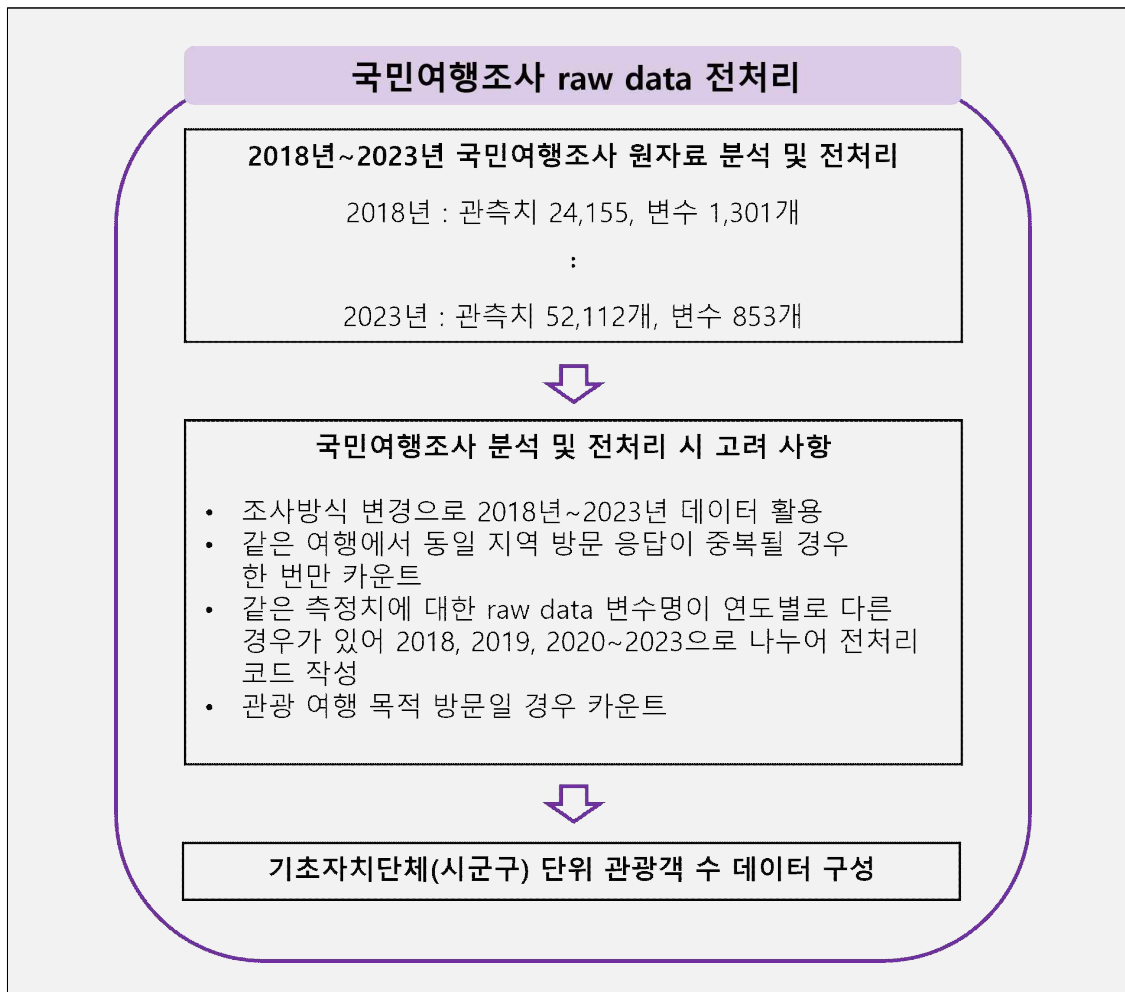
<표 Ⅱ-5> 관광객 1인당 1회 평균 17개 광역시·도별 취업유발효과 (단위: 명)

	2018	2019(A)	2020	2021	2022	2023(B)	증감률(%) [(B-A)/A] × 100
전국	0.00042	0.00050	0.00054	0.00058	0.00058	0.00055	10.7
강원	0.00061	0.00073	0.00093	0.00093	0.00090	0.00088	19.9
경기	0.00036	0.00044	0.00041	0.00041	0.00041	0.00041	-6.6
경남	0.00048	0.00061	0.00064	0.00063	0.00063	0.00061	-0.7
경북	0.00055	0.00063	0.00066	0.00069	0.00071	0.00071	12.4
광주	0.00050	0.00064	0.00075	0.00075	0.00062	0.00073	14.7
대구	0.00050	0.00063	0.00068	0.00075	0.00072	0.00080	26.8
대전	0.00043	0.00053	0.00054	0.00060	0.00063	0.00055	4.3
부산	0.00067	0.00078	0.00086	0.00097	0.00095	0.00090	15.7
서울	0.00050	0.00056	0.00054	0.00060	0.00055	0.00055	-3.1
세종	0.00037	0.00046	0.00040	0.00043	0.00041	0.00042	-7.9
울산	0.00036	0.00047	0.00049	0.00044	0.00044	0.00044	-6.9
인천	0.00032	0.00041	0.00040	0.00042	0.00041	0.00036	-11.8
전남	0.00053	0.00058	0.00065	0.00067	0.00070	0.00065	11.2
전북	0.00047	0.00060	0.00069	0.00068	0.00064	0.00063	5.0
제주	0.00158	0.00199	0.00261	0.00316	0.00309	0.00291	46.0
충남	0.00042	0.00051	0.00057	0.00062	0.00056	0.00056	10.6
충북	0.00046	0.00059	0.00054	0.00069	0.00065	0.00058	-1.6

출처 : 한국은행 산업연관표, 지역산업연관표 등 활용 야놀자리서치 자체 분석

- 관광객 유입의 경제 파급효과를 기초자치단체 수준에서 정량적으로 산출한 결과, 관광의 지역경제 활성화 효과가 상당한 것으로 확인됨
- 기초자치단체(시·군·구) 단위 관광객 수 산출을 위해 국민여행조사의 raw data 를 전처리하는 과정을 거침
- 국민여행조사는 국민의 여행실태를 종합적으로 파악하여 국가 관광에 관한 정책수립과 연구 및 분석 등을 위한 기초 자료를 제공함
  - 2018년 조사부터 연 12회 월간 조사로 변경되었고, 표본 수도 2018년 2만 4천여 명에서 2023년 5만 2천여명으로 증가함
  - 15세 이상 국민을 대상으로 1:1 가구방문 면접조사 방식임
  - 조사항목으로는 여행 횟수 등 여행 총량, 여행 방문지 등 여행 행태, 만족도 등 여행 평가, 소득 등 인구 통계학 특성 등으로 구성됨

[그림 Ⅱ-4] 시군구 단위 관광객 수 데이터 산출 과정



- 관광객 증가율 상위 10개 지역<sup>1)</sup>의 생산유발효과가 많게는 2천 억에 육박하며, 취업유발효과 또한 많게는 2천 명 수준으로 관광의 지역경제 활성화 효과를 확인함
- 가장 높은 관광객 수 증가율을 보인 양양군의 경우에는 2019년 대비 2023년 증가한 관광객의 생산유발효과가 1천 8백 억, 취업유발효과 1,929명
  - 양양군은 2023년 기준으로 인구 27,710명인 소도시 지역으로 이러한 지역에서 2천 명에 가까운 취업유발효과와 2천 억에 가까운 생산유발효과는 지역경제 활성화에 큰 영향 요인임

<표 II-6> 관광객 증가율 상위 10개 지역 경제 파급효과

지역	인구 (2023)	관광객수 (2019)	관광객수 (2023)	증가율 (%)	생산유발효과 (천원)	취업유발효과 (명)
양양군	27,710	1,629,847	3,824,986	135	182,383,482	1,929
파주시	497,753	1,333,016	2,778,774	108	60,266,658	599
화성시	944,342	1,151,233	2,364,168	105	50,561,383	503
담양군	45,373	1,425,111	2,302,396	62	55,221,171	569
양평군	125,238	2,864,669	4,467,187	56	66,801,229	664
평창군	40,659	1,529,751	2,254,735	47	60,235,430	637
포천시	143,323	2,643,300	3,764,473	42	46,736,312	465
포항시	493,033	3,388,104	4,275,238	26	56,032,020	630
강릉시	209,439	7,333,706	8,868,299	21	127,501,899	1,349
순천시	278,137	2,304,442	2,752,864	19	25,538,535	273

출처 : 야놀자리서치 자체 분석

1) 2023년 기준으로 관광객 2백만 명 이상이 방문한 기초자치단체를 2019년 대비 2023년 관광객 수 증가율을 기준으로 상위 10개 지역, 하위 10개 지역의 경제 파급효과를 분석함

- 관광객 증가율 하위 10개 지역에서는 관광객수 감소에 의한 생산유발효과 감소분이 많게는 900억에 이르며, 취업유발효과 감소분도 900명 이상임
- 2019년 대비 2023년 관광객 수 감소율이 10% 이상인 기초자치단체가 6개 지역 (전주시, 여수시, 통영시, 거제시, 보령시, 용인시)
  - 양양군 같이 해변이란 관광자원을 가지고 있고 인구는 6만명 수준으로 소도시인 태안군의 경우 관광객 수 감소는 150억 원 이상의 생산유발효과 감소 효과와 동일함

<표 II-7> 관광객 증가율 하위 10개 지역 경제 파급효과

지역	인구 (2023)	관광객수 (2019)	관광객수 (2023)	증가율 (%)	생산유발효과 (천원)	취업유발효과 (명)
전주시	642,727	3,826,932	2,515,986	-34	-73,893,670	-820
여수시	271,696	5,645,449	4,217,432	-25	-89,887,273	-926
통영시	120,551	3,265,345	2,673,081	-18	-33,730,640	-361
거제시	234,038	4,251,359	3,522,887	-17	-41,487,923	-444
보령시	95,772	3,760,973	3,296,436	-12	-26,408,412	-261
용인시	1,075,566	3,187,860	2,798,070	-12	-16,248,474	-162
태안군	60,784	3,638,695	3,360,136	-8	-15,835,800	-156
단양군	27,701	2,565,982	2,492,165	-3	-4,034,212	-43
경주시	247,489	6,845,148	6,679,620	-2	-10,454,883	-118
가평균	62,302	5,794,123	5,853,776	1	2,486,618	25

출처 : 아놀자리서치 자체 분석



### 3. 소결

□ 관광이 지역소득, 지역 일자리 등 지역경제에 미치는 긍정적 효과 확인함

- 고정효과모형(Fixed Effect Model)을 통한 17개 광역지자체(광역시, 도) 단위 분석에서는 관광객 유입이 지역내총생산, 서비스업체수, 취업자 수, 서비스업 취업자수에 긍정적 영향이 있음을 확인함
  - 지역 내 관광객 수 증가로 인한 서비스업 사업체 수 및 서비스업 종사자 수 증가는 제조업 대비 청년층 취업 비중이 높은 서비스업 특성상 지역 내 젊은 층에 대한 일자리 창출 효과를 기대할 수 있음
  - 특히 관광 관련 서비스업종의 경우 제조업 및 타 서비스업 대비해서도 청년층 취업 비중이 더 높은 경향을 보이기 때문에 청년 일자리 창출 효과를 기대할 수 있음
  - 또한 특별시, 광역시 등 도시지역보다 도(Province) 단위 지자체에서의 지역경제 효과가 더 커, 지방에서 더 높은 지역관광 활성화 유인을 확인함
- 산업연관분석(Input-output analysis)을 통해 관광의 지역경제 파급효과 추이를 분석한 결과 관광객 유입의 지역경제 파급효과의 크기가 증대되고 있음을 확인함
  - 관광객 1인당 생산유발효과는 2019년 대비 2023년 9.6%, 부가가치유발효과는 10.5%, 취업유발효과는 10.7% 상승함
  - 지역별로는 관광객들의 평균 소비 금액이 높은 제주, 부산, 강원 지역의 지역경제 파급효과가 타 지역 대비 높은 수준을 보임
  - 기초자치단체별 생산유발효과와 취업유발효과에 의한 지역경제 활성화 효과가 상당한 것으로 확인되며, 특히 인구가 작은 소도시에서 체감효과가 상대적으로 더 크게 나타남
  - 관광객 증가율 상위 10개 지역의 생산유발효과가 많게는 2천 억에 육박하며, 취업유발효과 또한 많게는 2천 명 수준으로 관광의 지역경제 활성화 효과를 확인함



---

### III. 일본의 지역관광 활성화 사례

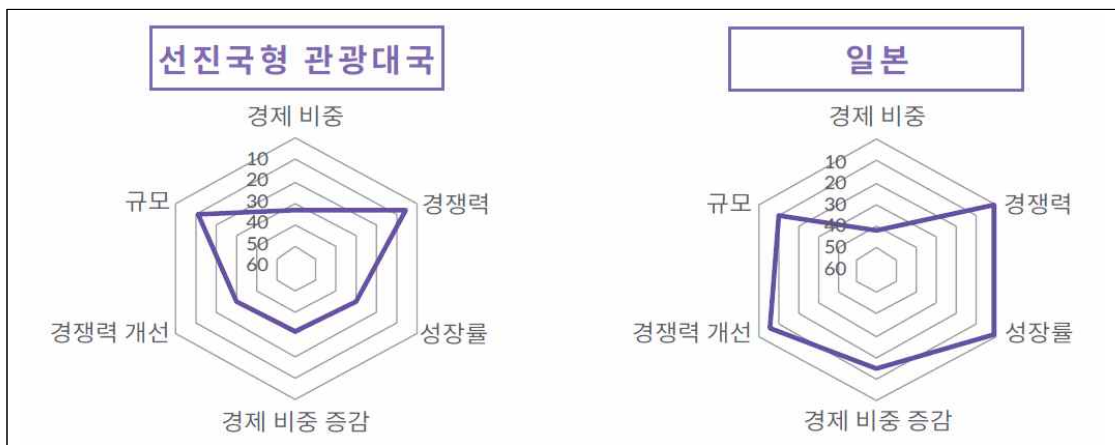
---



## 1. 분석 국가 선정

- 일본은 인바운드 관광의 규모와 관광산업의 경쟁력에 있어 뛰어난 성과를 보여준다는 점에서 선진국형 관광대국으로 평가할 수 있음
- 다만 이탈리아, 스페인 등 서양의 일반적인 선진국형 관광대국이 규모와 시장점유율, 경쟁력 측면에서 점진적인 성장을 보인 것과 다르게, 일본은 지난 10년간의 급진적인 성장을 통해 선진국형 관광국의 기준에 부합하는 규모를 달성함

[그림 Ⅲ-1] 일반적인 선진국형 관광대국 VS. 일본



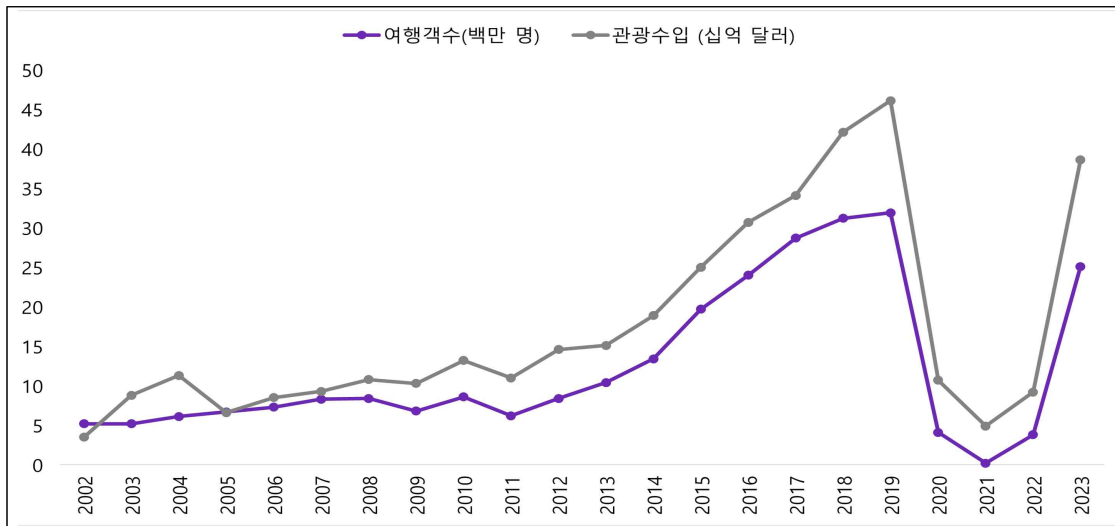
출처 : 장수청 외, 「대한민국 관광대국의 길」 (2024)

- 이러한 성과의 배경에는 정부의 적극적인 관광산업 육성 전략이 크게 이바지함
- 1960년대 이후 일본은 고도 경제성장을 이루며 1980년대에는 세계 2위의 경제 대국으로 자리 잡았으며, 이 시기에는 인바운드 관광의 활성화보다 무역흑자를 완화시키는 목적으로 해외여행배증계획(1987) 등의 정책을 추진해 자국민의 해외여행을 촉진
- 그러나 1985년 플라자 합의 이후 일본의 양적 완화 정책으로 인해 야기된 버블경제가 1990년대 초반 붕괴하면서 경제는 장기적인 침체에 빠지게 되었으며, 일본 정부는 경제 회복의 주요 전략 중 하나를 관광산업으로 포함함
- 이에 따라 일본 정부는 법률 제정, 사업 추진, 조직 개편 등 다양한 전략적 노력을 기울이기 시작함

- 2006년 관광입국추진기본법을 제정해 관광산업 육성을 위한 체계적인 법적 기반을 마련하고, 관광 인프라 확충·관광 콘텐츠 개발·관광 정책 수립·비자 정책 완화 등을 통해 외국인 관광객의 일본 방문을 장려함
- 거버넌스의 측면에서는 관광청을 설립해 관광 정책과 진흥 활동을 담당하는 전담 기구를 마련함으로써, 전국적인 관광 진흥 전략을 체계적으로 추진하고 각 권역의 특색을 반영한 관광 상품 개발 및 지역 맞춤형 마케팅을 수립해 지역관광 활성화에 이바지함

○ 이 밖에도 국제협력과 파트너십을 통해 일본의 관광 콘텐츠를 해외에 소개하고, 외국인 관광객 유치에 힘썼으며, 이는 인바운드 관광객 수의 증가뿐만 아니라 관광 수입의 급증으로 이어짐

[그림 Ⅲ-2] 일본 관광객 수 및 관광 수입 변화 추이



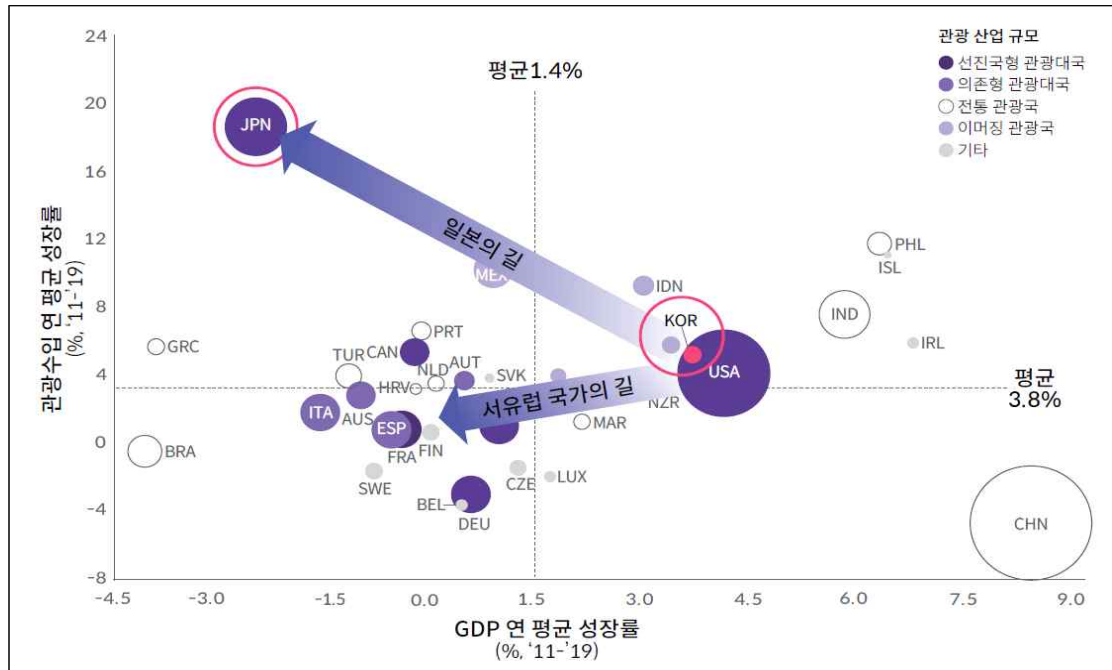
출처 : UNTWO World Tourism Barometer

□ 일본은 관광산업 육성을 통해 외래 관광수입을 확대하고 일자리를 창출하는 등 관광이 국가 경제 성장에 한 축을 담당하고 있음

○ 2011년부터 2019년까지 일본의 GDP는 연평균 2.4%씩 감소했지만, 외래 관광수입은 연평균 19.6%로 가파르게 성장함

- 같은 시기 한국의 GDP는 연평균 3.5%씩 성장했지만, 외래 관광 수입은 연평균 6.6%밖에 성장하지 않아 상대적으로 저조함
- 서유럽의 주요 관광국인 이탈리아와 스페인의 GDP는 각각 1.6%, 0.7%씩 감소했으며, 관광 수입 증가율 역시 1.8%와 3.1%에 그침

[그림 Ⅲ-3] 국가별 GDP 성장 대비 관광 수입 성장



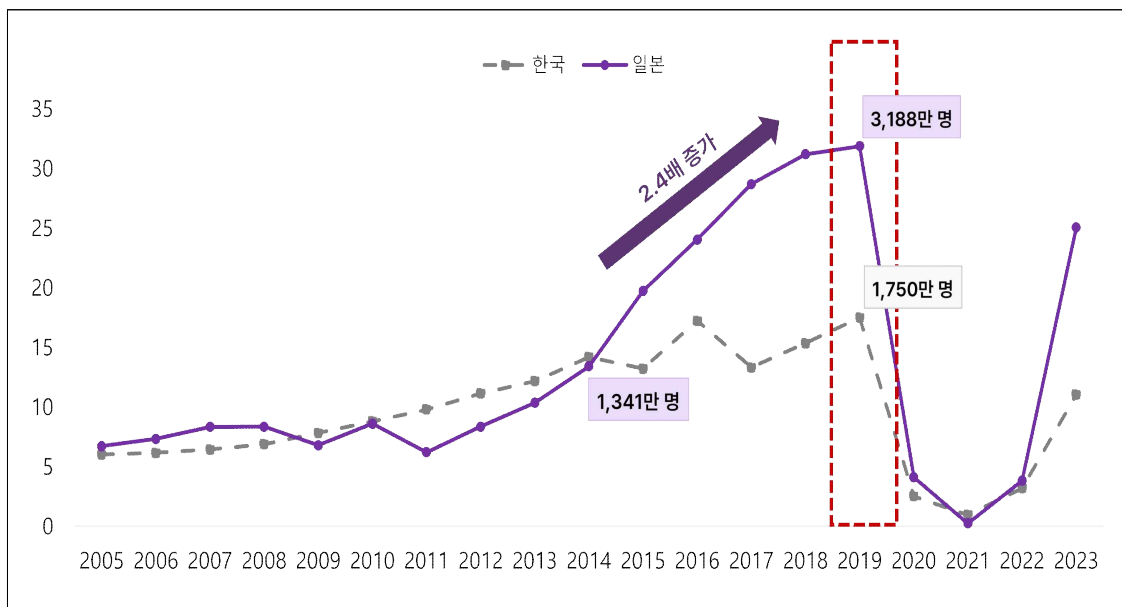
출처 : 장수청 외, 「대한민국 관광대국의 길」 (2024)

- 한국과 일본의 지리적·문화적·사회적 유사성을 고려하였을 때, 일본의 성공적인 관광산업 육성 정책을 벤치마킹하는 것이 합리적인 전략임
- 현재 대한민국의 관광산업은 국가 경제의 핵심 동력으로서의 발전 가능성에 있어 중요한 전환점을 맞이함
  - 정부가 관광을 국가 경제의 핵심 동력으로 삼고 있는 일본 모델과, 경제성장과 함께 관광산업이 일정 수준에 도달한 후 정체기를 맞이한 스페인과 이탈리아 모델 사이에서 방향성을 결정할 시점임
- 한국의 지리적 특성, 보유 관광자원, 주요 관광상품 및 서비스를 고려하였을 때, 서양의 전통적인 관광대국보다는 일본의 사례를 참고하는 것이 우리나라 관광산업의 미래를 그리는 데 도움이 될 것임
  - 서유럽 국가의 경우 관광산업이 정체기를 맞이하고 있으며, 지리적 위치나 보유 관광자원에 있어 한국과 차이가 있기에 벤치마킹 대상으로는 적절하지 않음
  - 일본은 한국의 이웃 국가로서 위치, 자연경관 및 문화·역사적 자원 등이 유사하며, 두 국가 모두 인구 고령화와 지방소멸 등의 사회적 문제를 경험했다는 점에서 관광산업의 벤치마킹 대상으로서 적절하다고 볼 수 있음

## 2. 일본 관광 현황

- 일본의 인바운드 관광객수는 2014년 이후 급증해 2019년 기준 한국보다 약 1.7배 더 많은 관광객을 유치했으며, 팬데믹 이후에도 빠른 회복세를 보임
- 일본의 인바운드 관광객 수는 1990년대 후반부터 꾸준히 증가하여 2019년에는 약 3,188만 명에 이르렀음
  - 일본은 2014년 약 1,341만 명에서 2015년 1,974만 명으로 급증한 반면, 한국은 약 1,420만 명에서 1,323만 명으로 감소함
  - 2019년까지 일본의 인바운드 관광객 수가 지속적으로 증가하는 동안, 한국은 1,300만~1,800만 명 사이를 오가며 격차를 좁히지 못함
- 2021년 팬데믹으로 인해 약 24만 6,000명까지 급감하였던 일본의 인바운드 관광객 수는 2023년 약 2,507만 명까지 증가하며 팬데믹 이전(2019년)의 약 79% 수준까지 회복함
  - 한국의 2023년 인바운드 관광객 수는 약 1,103만 명으로 팬데믹 이전(2019년)의 약 63% 수준까지만 회복함

[그림 Ⅲ-4] 한일 인바운드 관광객 추이 비교 (단위: 백만명)

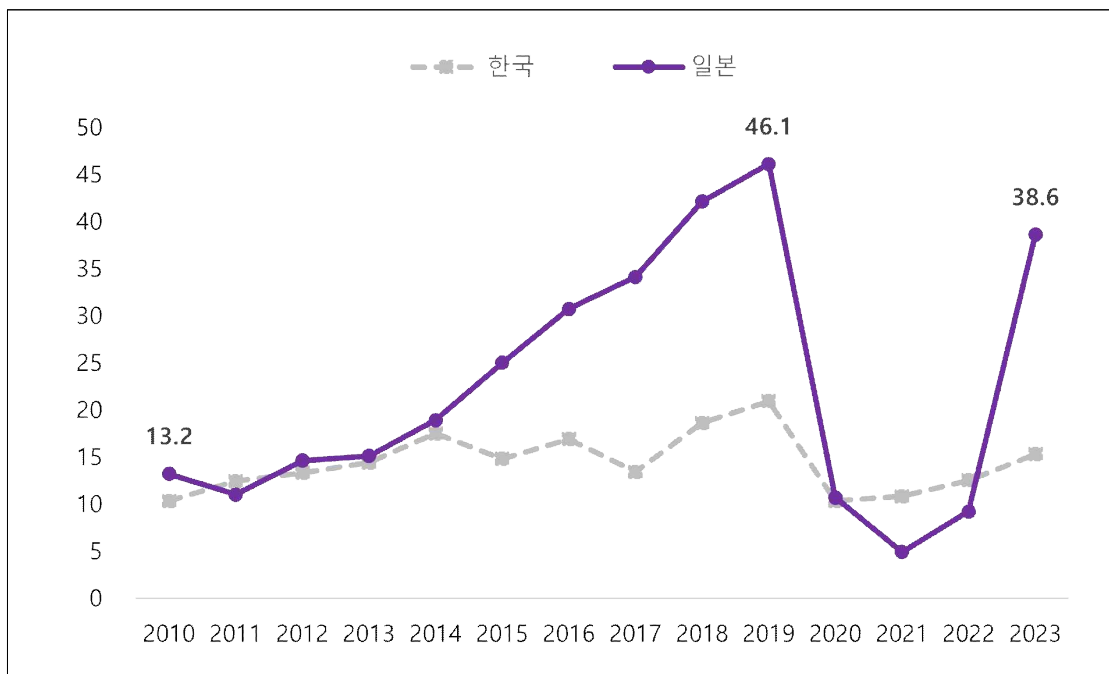


출처 : 한국관광공사, JNTO Statistics



- 일본은 2010년 이래 인바운드 관광객 수가 증가하면서 관광수입도 크게 늘어 2015년을 기준으로 관광수지가 흑자로 전환됨
- 2010년 약 132억 달러였던 일본의 관광수입은 2019년 약 461억 달러로 약 3.5배 증가함
  - 동일 기간 동안 한국은 약 2배의 성장에 그침(2010년 약 103억 달러 → 2019년 약 209억 달러)
- 2021년 팬데믹으로 인해 약 49억 달러로 급감하였던 일본의 관광수입은 2023년 약 386억 달러까지 증가하며 팬데믹 이전(2019년)의 약 84% 수준까지 회복함
  - 2023년 한국의 관광수입은 약 153억 달러로 2019년(약 209억 달러)의 약 73% 수준까지 회복함

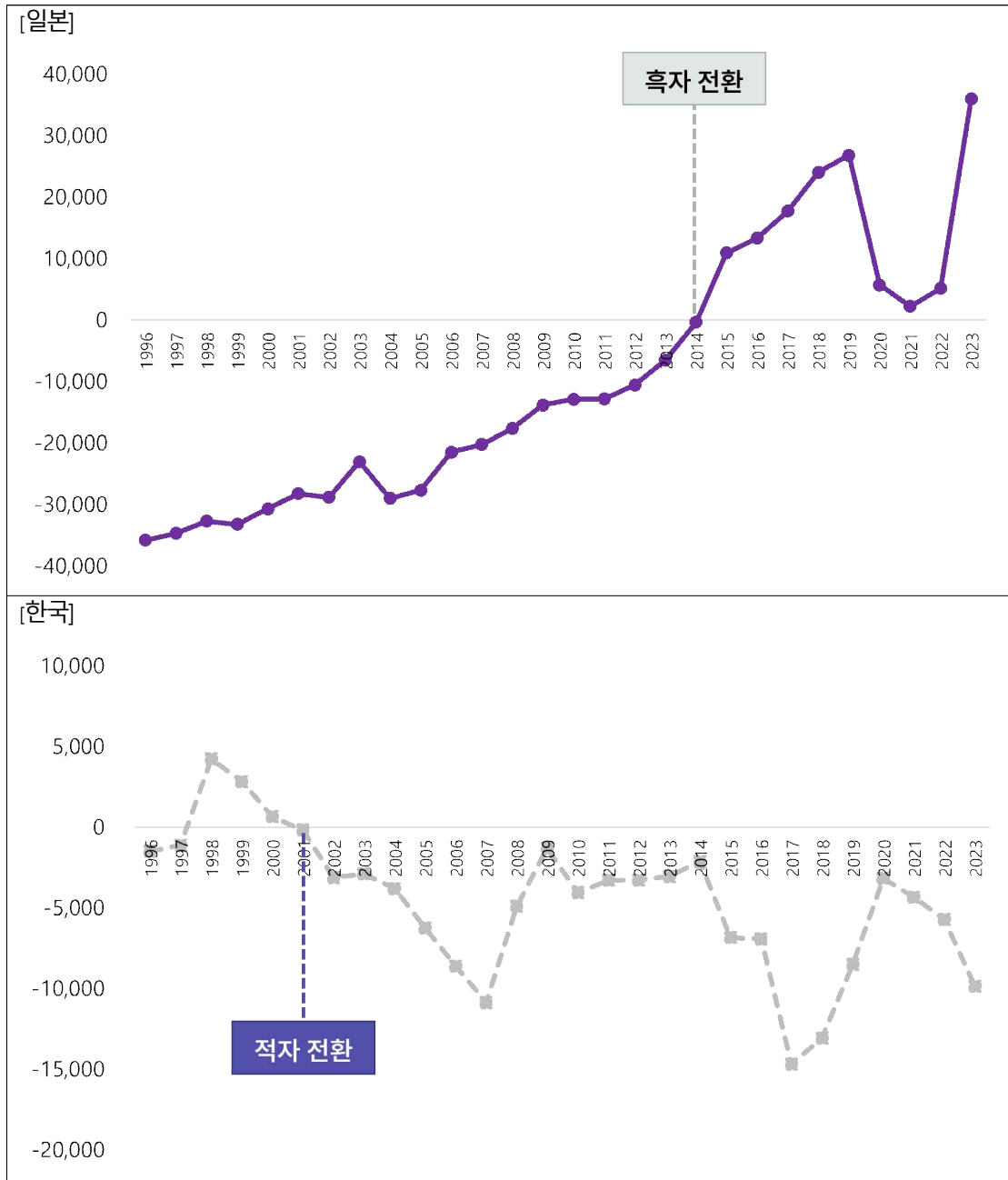
[그림 Ⅲ-5] 한일 관광수입 추이 (단위: 십억달러)



출처 : UN tourism

- 일본 관광수지는 2015년에 1970년 이후 처음으로 흑자 전환을 맞이했으며, 팬데믹 기간을 제외하고 지속적으로 흑자폭이 상승함
  - 반면 한국 관광수지는 2001년부터 지속적으로 적자를 기록 중이며, 팬데믹 기간 이후에도 적자폭을 줄이지 못함

[그림 Ⅲ-6] 한일 관광수지 추이 (단위: 억엔, 백만달러)

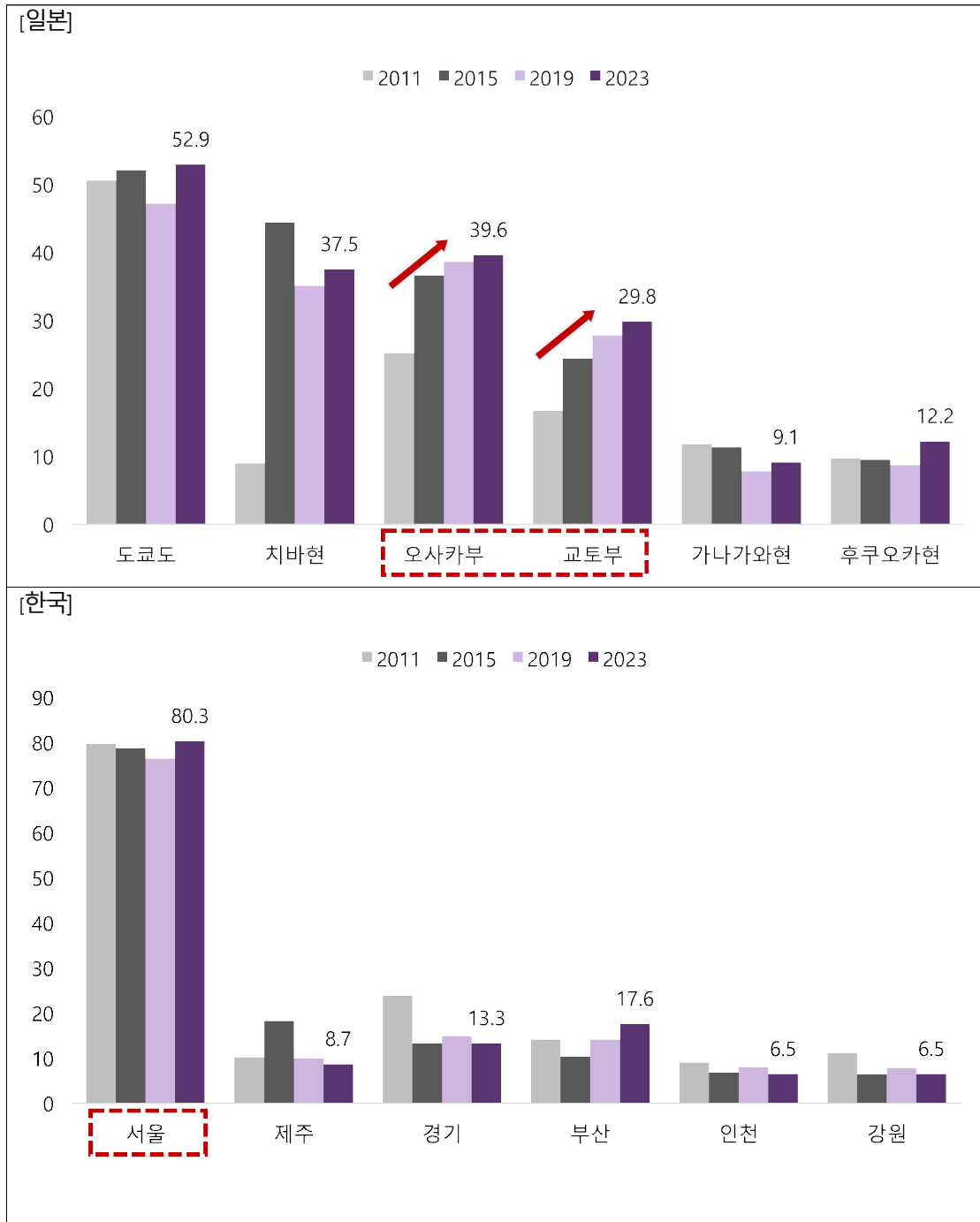


출처 : Bank of Japan, 한국은행

- 일본은 꾸준한 지역관광 개발을 통해 도쿄에 편중되었던 관광 수요를 지역별로 분산하는 데 성공함
- 한일 인바운드 관광 수요가 역전된 2015년 일본은 도쿄 외에도 치바현, 오사카부, 교토부의 방문율이 크게 상승함

- 일본 인바운드 관광객의 2015년 도도부현별 방문율을 2011년과 비교하면, 치바현 9.0%→44.4%, 오사카부 25.2%→36.3%, 교토부 16.7%→24.4%로 도쿄 외 지역의 비중도 크게 상승함
  - 반면 동기간 동안 한국 인바운드 관광객은 약 80%의 인원이 서울에 방문한 것에 비하여, 2011년 경기 23.8%, 2015년 제주 18.3%로 1, 2위 방문 지역 간 격차를 좁히지 못함
- 특히 오사카부와 교토부는 최근 10년 사이 꾸준한 방문율 증가세를 보여, 2023년 기준 도쿄 외에도 도도부현별 방문율이 30%에 달하거나 넘는 도시를 세 곳이나 보유하게 됨
- 일본 인바운드 관광객의 도도부현별 방문율은 2019년 도쿄 47.2%, 오사카 38.6%로 약 8.6%p의 차이를 보였고, 2023년 도쿄 52.9%, 오사카 39.6%로 13.3%p의 차이를 보여 팬데믹 전후로 1, 2위 간 약 10%p 내외의 격차를 보임
  - 반면에 동기간 한국의 외래 관광객은 2019년 서울 76.4%, 경기 14.9%로 61.5%p의 차이를 보였고, 2023년에는 서울 80.3%, 부산 17.6%로 62.7%p 차이를 보여 2023년 방문율 2위를 달성한 부산조차도 서울 대비 22% 수준밖에 되지 않음
  - 2019년 도쿄 방문율(47.2%)은 나라현(11.7%)의 약 4.03배였고, 2023년 도쿄 방문율(52.9%)은 후쿠오카현(12.2%)은 약 4.34배로 팬데믹 전후 1위와 5위 간 약 4배 정도의 차이를 보임
  - 반면에 동기간 한국은 2019년 서울 방문율(76.4%)은 인천(8.0%)의 약 9.55배였고, 2023년 서울 방문율(80.3%)은 강원(6.5%)의 약 12.35배로 일본에 비해 1, 5위 지역 간 차이도 훨씬 큼

[그림 Ⅲ-7] 한일 인바운드 관광객 방문율 상위 6개 지역의 방문율 추이 (단위: %)

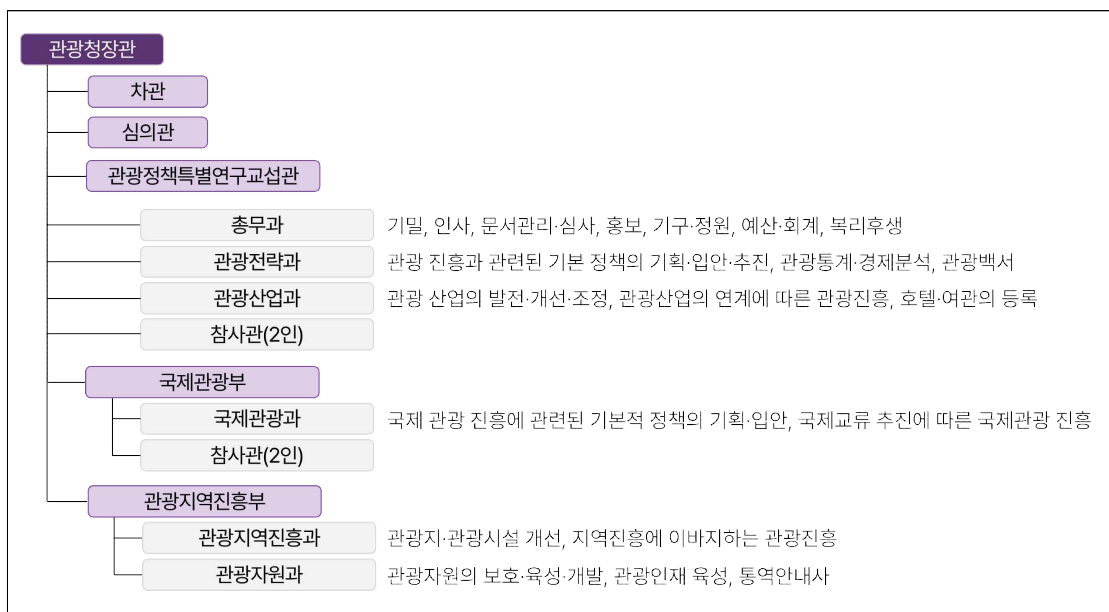


출처: JNTO Statistics, 문화체육관광부

### 3. 일본의 관광 거버넌스

- 정부관광행정기관(National Tourism Administration)으로서 국토교통성 관광청(Japan Tourism Agency)이 정책의 입안과 추진 등을 담당하고, 정부관광기구(National Tourism Organization)로서 일본정부관광국(Japan National Tourism Organization)이 관광 촉진 사업을 펼침<sup>2)</sup>
- 2008년 국토교통성 산하의 국·부 수준이었던 관광 조직을 독립시켜 관광청을 설치함으로써 관광 관련 정책을 펼칠 수 있는 독립적인 추진력을 확보함
  - 여전히 국토교통성 산하이나, 독립된 조직으로서 차관급 인사가 관장하고 있으며 필요에 따라 총리에게 직접 보고할 수 있는 권한을 가짐
  - 내각총리대신이 주재하는 관광입국추진각료회의, 국토교통부 대신을 좌장으로 하는 관광입국추진위킹팀, 관계 부처 전문가가 참여하는 관광입국추진유식자회의를 통해 관계 부처가 하나되어 관광 입국 실현을 위한 시책을 추진하도록 주도함

[그림 Ⅲ-8] 관광청(JTA) 조직도 (2024.03.22. 기준)



출처 : 관광청 홈페이지(연구자 번역)

- 2015년부터 일본정부관광국이 방일 프로모션 사업의 실시 주체로서 해외 사무소

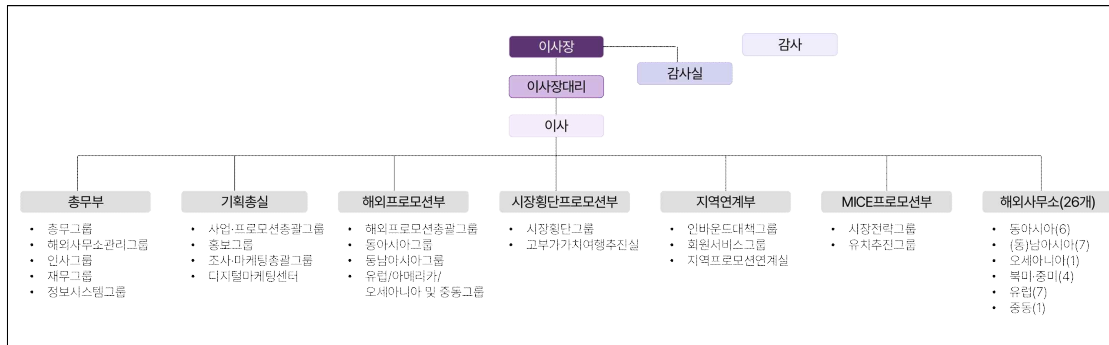
2) 한국은 문화체육관광부가 NTA, 한국관광공사가 NTO로서 기능하고 있음

## 지역관광의 경제효과와 활성화 방안

네트워크를 활용해 프로모션 활동, 국제 회의 유치 및 개최 지원 등의 업무를 수행하고 있음

- 1964년 방일 관광을 장려하고자 설립된 ‘국제관광진흥회’가 2003년 독립행정법인 ‘국제관광진흥기구’로 이행되었고, 2008년 관광청 발족으로 인해 ‘일본정부관광국’이라 통칭하게 됨

[그림 Ⅲ-9] 일본정부관광국(JNTO) 조직도 (2025.01 기준)

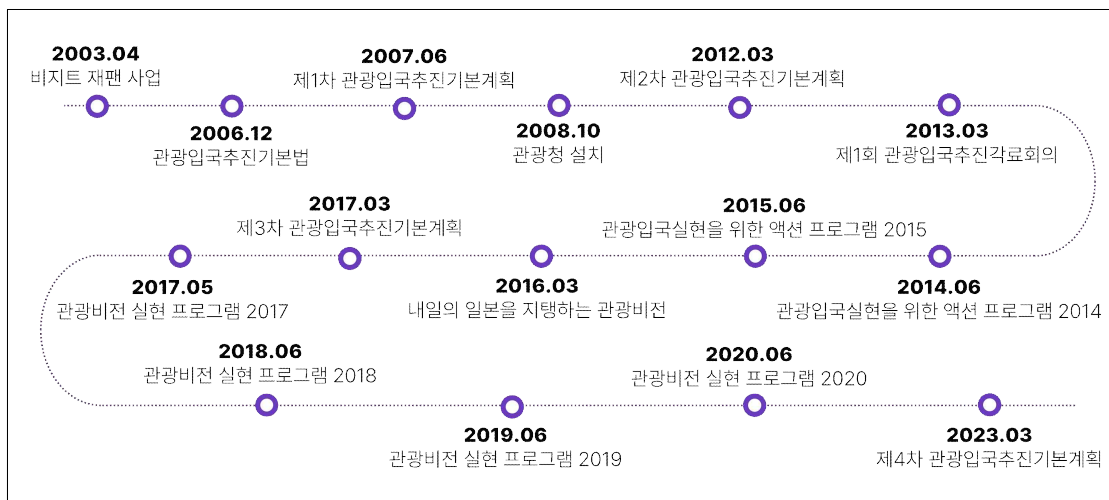


출처 : 일본정부관광국 홈페이지(연구자 번역)

## 4. 일본의 관광 정책

- 관광을 국가 핵심산업으로 설정하고, 법 및 제도 정비를 통해 적극적으로 관광 진흥을 위한 정책을 수행함

[그림 Ⅲ-10] 일본 관광정책 흐름



출처 : 관광청 홈페이지(연구자 번역)

- 국토교통성 대신을 본부장으로 하여 민관이 협력한 비지트 재팬 캠페인 실시 본부를 설치하고, 일본정부관광국(JNTO)과의 협력하에 일본의 관광 매력을 해외에 알리는 사업을 실시함
- 2002년 6월 내각회의에서 결정된 「경제재정 운영과 구조개혁에 관한 기본방침 2002(經濟財政運営と構造改革に関する基本方針2002)」에 따라 책정된 「글로벌 관광전략(グローバル観光戦略)」에 기반하여 2003년 4월 ‘비지트 재팬(Visit Japan)’ 사업을 개시함
  - 방일 외래 관광객이 많은 12개 국가\*를 중점 시장으로 정하고, 각 시장의 특성을 근거로 한 방일 촉진 사업을 펼침
- \* 한국, 대만, 중국, 홍콩, 태국, 싱가포르, 미국, 캐나다, 영국, 독일, 프랑스, 호주
- 추진 사업으로는 여행사 초청 사업, 대상국 여행사와의 공동 광고 사업, 미디어 초청 사업, 광고 선전 사업, 홈페이지를 통한 정보 전달 사업, 여행박람회 개최 등이 있음
  - 2007년부터는 인도, 러시아, 말레이시아를 유망 신흥 시장으로 정하고, 효과적인 프로모션을 위한 전략적 시장 조사를 시작함

## 지역관광의 경제효과와 활성화 방안

- 2006년 12월 관광입국을 적극적으로 추진하기 위해 「관광기본법(観光基本法)」을 「관광입국추진기본법(観光立国推進基本)」으로 전면 개정하면서 정부 차원의 관광산업 육성이 시작됨
- 「관광입국추진기본법」에 따른 법정기본계획(5개년)인 「관광입국추진기본계획(観光立国推進基本計画)」을 수립하고 세부 시책을 규정함
  - 5개년 계획의 실행 중 실무담당자의 변경 가능성이 있으므로 매년 1년 단위의 세부 실행 계획을 수립함

<표 Ⅲ-1> 관광입국추진기본계획 주요 내용

결정 시기	계획 기간	목표
2007년 6월	5년간 (2007~2011년)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 인바운드 관광객 수: 2010년까지 1,000만 명</li> <li>- 인트라바운드 1인당 숙박 수: 2010년까지 연간 4박</li> <li>- 인트라바운드 소비액: 2010년까지 30조엔</li> <li>- 아웃바운드 관광객 수: 2010년까지 2,000만 명</li> <li>- 국제회의 개최 건수: 2011년까지 50% 이상 증가[2005년: 168건]</li> </ul>
2012년 3월	5년간 (2012~2016년)	(2016년까지) <ul style="list-style-type: none"> <li>- 인바운드 관광객 수: 1,800만 명</li> <li>- 인바운드 관광객 만족도: ‘매우 만족’ 비율 45%, ‘반드시 재방문하고 싶다’ 비율 60%</li> <li>- 인트라바운드 1인당 숙박 수: 연간 2.5박</li> <li>- 인트라바운드 소비액: 30조엔</li> <li>- 아웃바운드 관광객 수: 2,000만 명</li> <li>- 지역별 관광객 만족도: ‘매우 만족’ 비율 25%, 재방문 ‘힘들 것 같다’ 비율 25%</li> <li>- 국제회의 개최 건수: 50% 이상 증가[2010년: 741건]</li> </ul>
2017년 3월	4년간 (2017~2020년)	(2020년까지) <ul style="list-style-type: none"> <li>- 인바운드 관광객 수: 4,000만 명</li> <li>- 인바운드 관광객 지역별 연간 숙박자 수: 7,000만 명박</li> <li>- 인바운드 소비액: 8조엔</li> <li>- 인바운드 관광객 재방문수: 2,400만 명</li> <li>- 인트라바운드 소비액: 21조엔</li> <li>- 아웃바운드 관광객 수: 2,000만 명</li> <li>- 아시아 주요국 국제회의 개최 건수 중 차지하는 비중: 30% 이상</li> </ul>
2023년 3월	3년간 (2023~2025년)	(2025년까지) <ul style="list-style-type: none"> <li>- 인바운드 관광객 수: 2019년 수준 초과</li> <li>- 인바운드 소비액: 조기에 5조엔</li> <li>- 인바운드 소비액 단가: 20만엔</li> <li>- 인바운드 관광객 1인당 지역별 숙박 수: 2박</li> <li>- 인트라바운드 소비액: 22조엔 (조기에 20조엔)</li> <li>- 인트라바운드 지역별 연간 숙박자 수: 3.2억 명박</li> <li>- 아웃바운드 관광객 수: 2019년 수준 초과</li> <li>- 아시아 주요국 국제회의 개최 건수 중 차지하는 비중: 아시아 최대 개최국(30% 이상)</li> </ul>

출처: 관광청, 「観光立国推進基本計画」 (연구자가 번역하여 표로 재정리)



- 2014년과 2015년, 관광입국추진각료회의에서 각각 ‘관광입국 실현을 위한 액션 프로그램(観光立国実現に向けたアクション・プログラム) 2014, 2015’를 결정함
  - 2014년, 2020년 올림픽·패럴림픽 개최를 기회로 ‘방일 외국인 2000만 명’을 목표로 하여 구체적인 액션 프로그램을 수립함
  - 2015년, ‘2000만 명 시대 조기 실현에 대한 대비, 지방 창생 기여, 관광을 일본의 기간산업으로’ 하는 것을 목표로 구체적인 액션 프로그램을 수립함
- 2016년 ‘세계가 방문하고 싶어지는 일본’을 목표로 새로운 관광 비전을 책정
  - 내각 총리 대신을 의장으로 한「내일의 일본을 지탱하는 관광 비전 구상 회의(明日の日本を支える観光ビジョン構想会議)」에서 관광 선진국을 목표로 기존 정부 목표를 앞당겨 새로운 목표를 설정함

<표 Ⅲ-2> 내일의 일본 목표

내용	2020년 목표	2030년 목표
인바운드 관광객 수	4,000만 명 (기존 목표: 2,000만 명)	6,000만 명 (기존 목표: 3,000만 명)
인바운드 소비액	8조 엔	15조 엔
	(기존 목표: 2,000만 명이 찾는 해에 4조 엔)	
3대 도시 이외 지역 인바운드 연간 숙박자 수	7,000만 명박	1억 3,000만 명박
인바운드 재방문자 수	2,400만 명	3,600만 명
인트라바운드 소비액	21조 엔	22조 엔

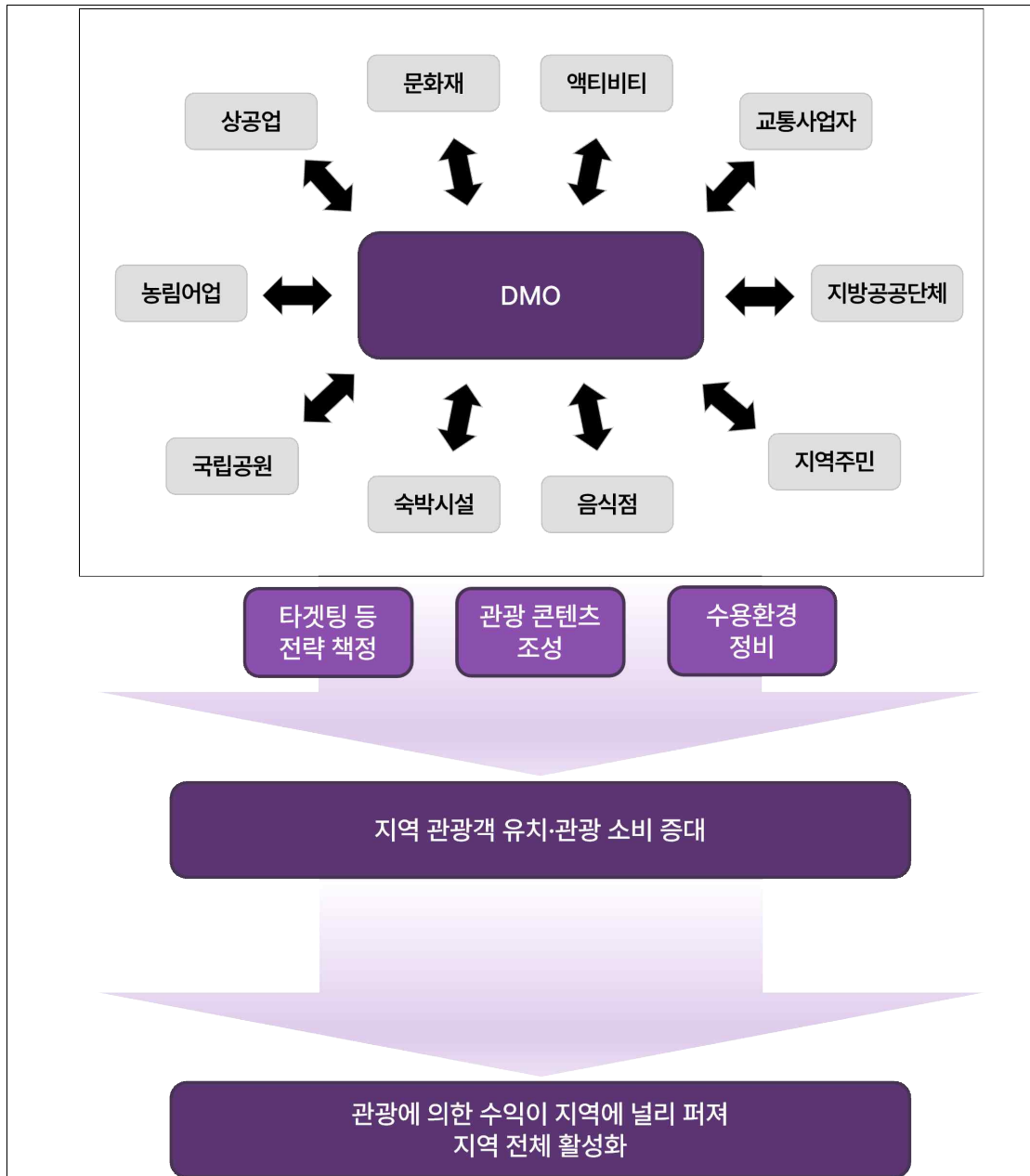
출처: 관광청(연구자 번역)

- 인바운드 관광객 급증에 대처하기 위해 2015년 관광청의 주도로 「일본판 DMO<sup>3)</sup> 후보 법인(日本版DMO候補法人)」 등록 제도를 도입함

3) DMO란 ‘다양한 기관, 이해관계자, 전문가가 집결해 공동의 관광지 비전을 달성하기 위해 관광 사업 파트너십을 촉진하는 선도적인 조직체’(UN Tourism)로, 통상 Destination Management Organization 혹은 Destination Marketing Organization의 약칭으로 사용됨. Destination Management는 여행목적지에 관련된 플래닝이나 마케팅을 수행하는 것과 더불어 여행지의 다양한 관광자원·활동·관계주체를 효과적으로 일체화하는 것을 의미하는 것에 반해, Destination Marketing은 여행목적지의 이미지 제고 및 지역의 여행상품 판매촉진을 의미하는 것으로 전자가 보다 광의의 개념임(이창미, 2017:11)

- 일본판 DMO<sup>4)</sup>는 프로모션 및 홍보의 업무를 비롯하여 DMO를 구심점으로 관광지 만들기 사업에 연계된 여러 부처 및 민간 기관, 지역주민이 유기적으로 연계되어 사업을 진행함(김정만, 2017:30)

[그림 Ⅲ-11] 일본의 DMO를 중심으로 한 지역 관계자 참여 체계



출처 : 관광청 홈페이지(연구자 번역)

4) 일본판 DMO란 ‘지역의 「수익 창출의 힘」을 이끌어내는 것과 동시에 지역민의 거주지에 대한 자부심과 애착을 양성하는 「관광지 경영」의 시점에서 관광지역 만들기의 리더로서: ① 다양한 이해관계자와 협동하며 ② 명확한 콘셉트에 근거한 관광지역 만들기를 실현하기 위한 전략을 책정하는 것과 동시에 ③ 전략을 착실하게 수행하기 위한 조정 기능을 갖춘 법인’으로 정의됨(관광청 홈페이지)

- DMO 등록 요건을 명시하고, 정보·인적·재정 측면에서 지원함으로써 DMO가 지역 관광 활성화의 주체로 성장할 수 있게 함
  - 2020년 4월부터 등록 요건으로 다음 다섯 가지를 규정하고, 5개 요건을 모두 충족한 등록DMO와 충족하지 못한 후보DMO로 구분하고 있음
    - ① DMO를 중심으로 관광 지역 만들기를 하는 것에 대한 다양한 관계자의 합의를 형성해야 함
    - ② 각종 데이터 등을 지속적으로 수집 및 분석하고, 데이터를 바탕으로 명확한 콘셉트에 근거한 전략(브랜딩)을 책정하고, KPI(Key Performance Indicator)를 설정하고, PDCA(Plan-Do-Check-Act) 사이클을 확립해야 함
    - ③ 관계자가 실시하는 관광 관련 사업과 전략의 정합성에 관해 조정하고 구조를 마련해야 하며, 프로모션을 실시해야 함
    - ④ DMO의 조직은 법인격을 취득하고, 의사결정 구조를 구축(최종 책임자 명확화)하고, 데이터 분석에 기초한 마케팅 관련 책임자(CMO)가 전업으로 최소 한 명 존재해야 하고, 운영수지나 안정적인 운영자금 확보 관련 재무책임자(CFO)를 설치해야 함
    - ⑤ 안정적인 운영자금을 확보해야 함
  - 2024년 11월 기준 광역연계DMO 10개, 지역연계DMO 115개, 지역DMO 187개로 총 312개의 DMO가 등록되어 있으며 역할, 목적, 타겟 등에 따라 광역적인 지역부터 소규모 지역까지 다양한 단위의 지역을 관리하고 마케팅한다는 전제하에 세 가지로 구분하여 등록을 실시함
    - ① 광역연계DMO: 지방 블록 레벨(복수의 도도부현)을 하나로 하여 관광지역 만들기를 실시하는 조직
    - ② 지역연계DMO: 복수의 지방공공단체(단독 도부현 혹은 복수의 시구정촌)를 하나로 하여 관광지역만들기를 실시하는 조직
    - ③ 지역DMO: 하나의 기초자치단체(시구정촌)가 단독으로 관광지역만들기를 실시하는 조직
  - 민간이 주도적으로 운영하고 정부기관이 지원하는 체제로 개별 DMO의 독립성과 자율성을 보장하면서 육성을 지원함
    - ① 정보 지원: 2017년 3월 말부터 관광지역 관리 및 마케팅을 지원하는 ‘DMO Net’ 을 DMO 후보 법인에 제공, 관광지역만들기 사례집 및 DMO 대응 사례집 제공, DMO 등 관광 지역 만들기에 대한 창구 일원화
    - ② 인적 지원: 전문 인재 육성 프로그램 책정, 인재 매칭 시스템화, 지역창생

칼리지를 통해 e-러닝 커리큘럼 제공

- ③ 재정·금융 지원: 지방 창생 추진 교부금으로 안정적인 제도 및 운영 확보, 광역 주유 관광 축진을 위한 관광지역 지원 사업 실시

○ 개별 DMO의 KPI를 PDCA 사이클을 활용해 평가하고 검증하며, 이에 기반한 성과 관리 결과를 기록한 ‘DMO 사업 보고서’를 매년 관광청에 제출하도록 하여, 3년마다 평가를 통한 등록갱신제도를 운영함

- 관광청의 2018년 11월 발표자료에 따르면 DMO마다 등록상 필수인 ‘연간 숙박자수’, ‘여행 소비액’, ‘방문자 만족도’, ‘재방문율’ 이외에도 다양한 KPI를 설정하고 있음
- 단순히 관광 사업을 기획하고 실행하는 것을 넘어서, 실제 실행된 프로젝트의 성과를 정밀하게 분석하고, 분석된 결과를 기반으로 향후 전략을 조정하거나 개선하는 과정을 통해 관광지역만들기 사업의 지속적 개선을 가능하게 함
- PDCA 사이클을 통해 지역관광 전략을 다양한 이해관계자들과 공유하고, 이들과의 협력을 통해 전략 방향을 조정함으로써 모든 관계자가 공통된 목표를 향해 협력할 수 있는 기반을 마련함

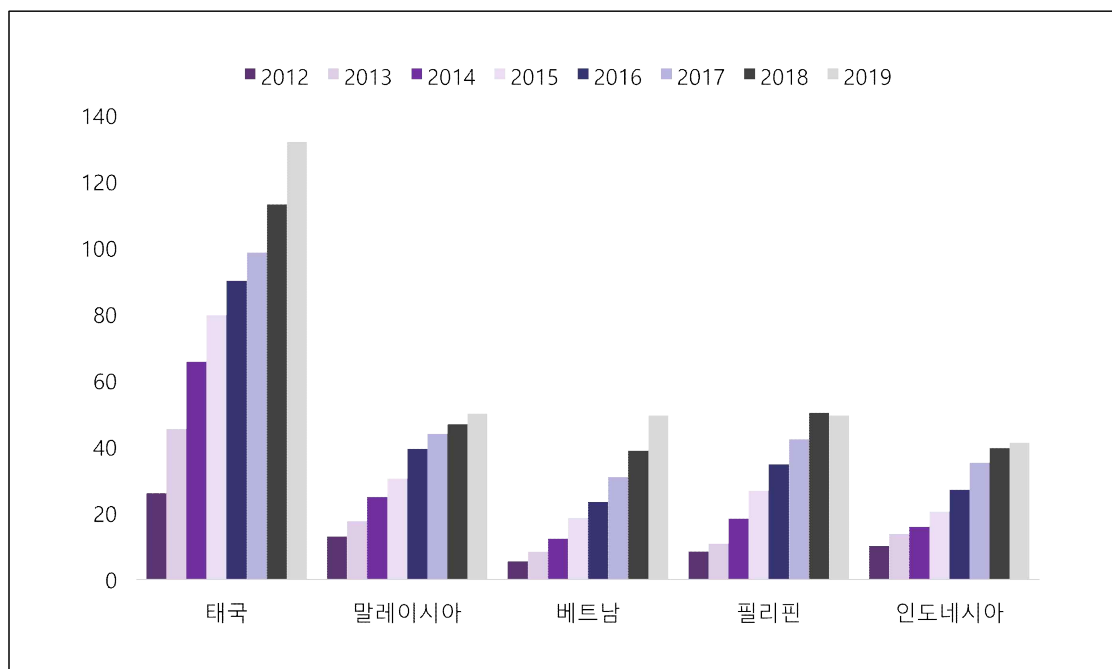
<표 Ⅲ-3> 일본 DMO 등록을 위한 KPI

구분	세부 KPI	
여행 동태	<ul style="list-style-type: none"> <li>관광 입국자 수</li> <li>해당 지역으로의 직접 입국자 수</li> <li>크루즈를 통한 방문객 수</li> <li>방문율</li> <li>지역 내 순환 정도</li> <li>인지도</li> <li>방문 의향도</li> <li>재방문 의향도</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>평균 숙박일 수</li> <li>평균 방문 비율</li> <li>특정 숙박시설의 가동률</li> <li>계절별 여행 소비액</li> <li>방문자 만족도</li> <li>당일 1인당 여행 소비액</li> <li>숙박별 1인당 여행 소비액</li> </ul>
프로모션	<ul style="list-style-type: none"> <li>홈페이지 등 웹사이트 접속 수</li> <li>웹사이트 직방문율</li> <li>페이지뷰 수</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>세션 수</li> <li>미디어 게재율</li> <li>SNS 팔로우 수</li> </ul>
수용 환경 정비	<ul style="list-style-type: none"> <li>가이드자원봉사자 수</li> <li>관광안내소 방문객 수</li> <li>전자 결제 점포 수</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>전자 결제 이용 건수</li> <li>전자 결제 매출액</li> <li>FreeWifi 이용자 수</li> </ul>
콘텐츠 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> <li>체류 콘텐츠프로그램 참가자 수</li> <li>콘텐츠프로그램 사이트 게재 상품 수</li> <li>콘텐츠프로그램 실시 건수</li> <li>지역 내 관광시설 이용자 수</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역 내 관광시설 OTA 등록 수</li> <li>가이드북 제공 관광시설 입장권 판매 수</li> </ul>
교육 여행	<ul style="list-style-type: none"> <li>교육 여행 방문 학교 수</li> <li>교육 체험 여행 수용 수</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>스터디투어 참가자 수</li> <li>대학 등 합숙세미나 여행 수</li> </ul>
국제회의	<ul style="list-style-type: none"> <li>국제회의 참가자 수</li> <li>국제회의 개최 건수</li> <li>국제회의 관계자 숙박 수</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>국제회의 유치에 의한 경제 파급 효과</li> </ul>
특산물	<ul style="list-style-type: none"> <li>우수 지역(현) 생산품 인정 수</li> <li>농산물 직판장 판매액</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>특산품 개발 수</li> <li>특산물 전시회 개최 수</li> </ul>
DMO	<ul style="list-style-type: none"> <li>DMO 회원인 사업자 수</li> <li>DMO에 의한 사업자 지원 건수</li> <li>DMO에 의한 원스톱 창구 취급 건수</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>DMO에 의한 여행업 취급액</li> <li>지역 내 DMO 등록 신청 수</li> </ul>
지역경제 효과	<ul style="list-style-type: none"> <li>취업자 유발 수</li> </ul>	
주민관련	<ul style="list-style-type: none"> <li>주민 만족도</li> <li>해당 지역의 거리 풍경이나 경관에 자부심을 느끼는 시민의 비율</li> </ul>	

## 5. 일본의 관광 인프라 및 상품·서비스

- 일본은 2013년부터 일찌감치 단기 체재 무비자 입국을 허용하는 동남아 국가를 확대해 적극적으로 외국인 관광객 유치에 나섬
- 일본은 잦은 지진과 방사능 누출 등으로 외래 관광객 숫자가 10년이 넘도록 정체되어 있었으며, 1,000만 방문객의 고지를 넘지 못하는 상태였음
- 2020년 도쿄올림픽까지 방일 관광객 2,000만 명 유치를 목표로 삼았으며, 이를 달성하고자 동아시아 방문 비중이 높은 동남아시아 국가들을 대상으로 파격적인 비자 발급 완화 조치를 선보임
  - 2013년 7월 태국과 말레이시아에 대해 각각 15일, 90일 무비자를 시행함
  - 2013년 7월 베트남과 필리핀에 대해 복수 비자 발급 시행함
  - 2014년 12월 인도네시아에 대해 15일 무비자를 시행함
- 그 결과, 방일 동남아 관광객 수는 팬데믹 직전까지 폭발적인 성장세를 보임

[그림 Ⅲ-12] 국가별 방일 관광객 추이 (단위: 만 명)



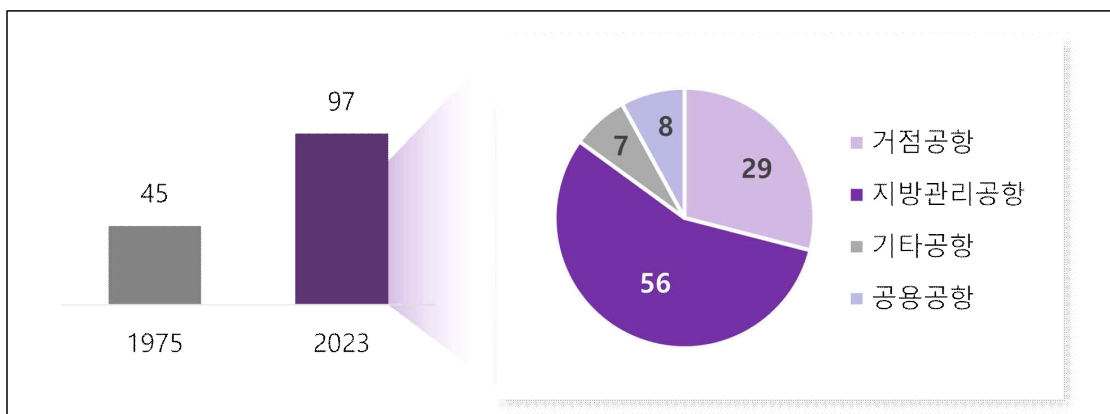
출처 : Japan Tourism Statistics

□ 공항 및 면세점 등 관광 인프라 확충을 통해 지방 접근성을 개선하고 관광 지로서의 매력을 강화함

○ 일본의 공항 개수는 1975년 45개에서 2023년 97개로 48년 사이에 무려 52개의 공항이 신설되었으며, 2000년대에만 22개의 국제공항을 건설함

- 공항 유형별 비중으로는 거점공항 29%, 지방관리공항 56%, 공용공항 7%, 기타 공항이 8%를 차지함

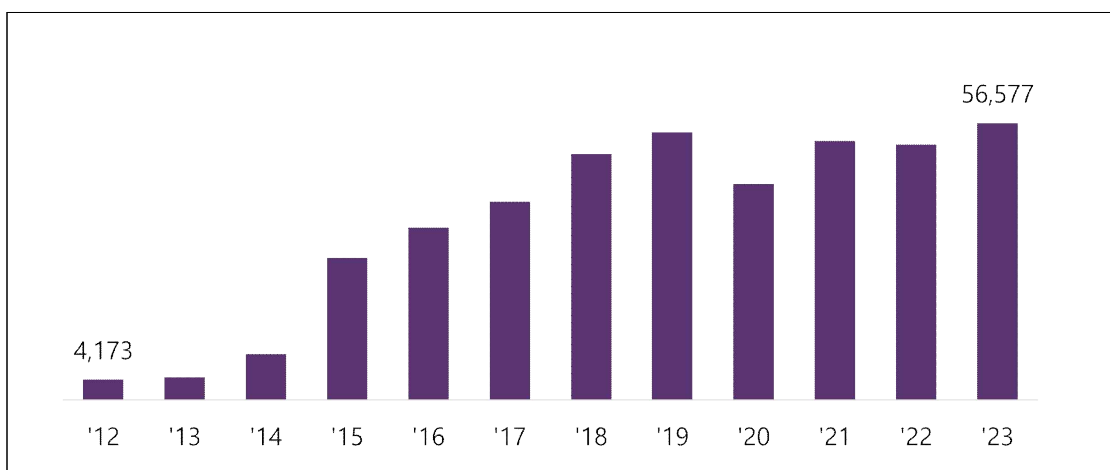
[그림 Ⅲ-13] 일본 공항 개수 및 공항 유형별 비중 (단위: 개, %)



출처 : OECD International Transport Forum, 일본공항의 항공기 소음에 대한 대처(2020)

○ 아베 총리는 취임(2012.12) 전 4천여 개에 불과하던 즉시 환급형 사후면세점을 팬데믹 직전까지 5만 4천여 개로 확대했으며, 코로나19 확산 기간 중에는 면세점 수가 소폭 감소하였으나 2023년에 5만 6천여 개로 다시 증가함

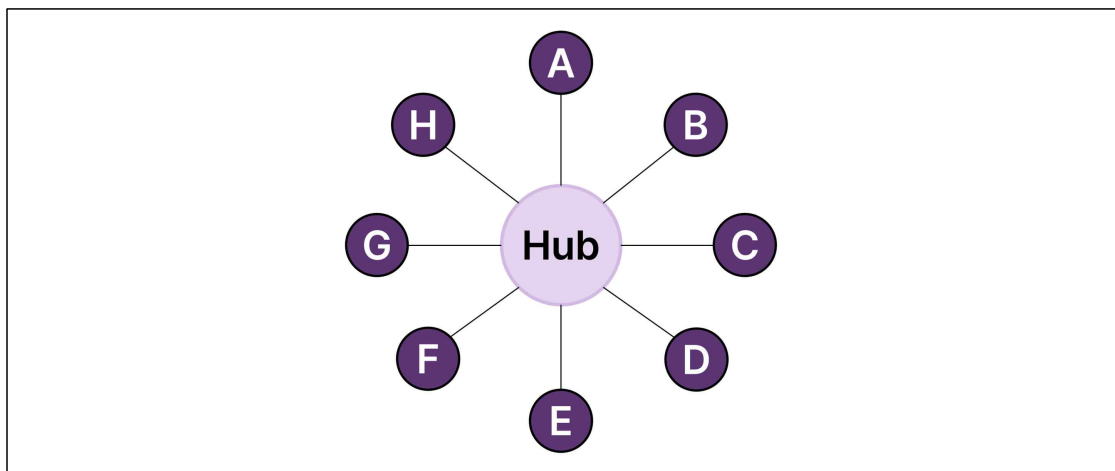
[그림 Ⅲ-14] 일본 면세점 개수 추이 (단위: 개)



출처 : Japan Tourism Corporation

- 여행객 친화적인 교통 인프라를 통해 다양한 지역관광지에 대한 접근 부담을 낮춤
  - 주요 관광지와 동떨어진 명소일 경우 지방공항 또는 기차역까지 직행버스를 운영하는 등, 방문객 유치를 위한 접근성 개선을 시도함
    - ‘바닷가 노천탕’으로 유명한 고가네자키 후로후시 온천은 혼슈 최북단의 외딴 해변에 위치한다는 점이 방문에 큰 장애요인으로 작용함에 따라, 료칸 자체적으로 셔틀버스 서비스를 운영해 40분 내로 아오모리 공항에 도착할 수 있도록 함
  - 관광패스 등 교통비 절감 정책을 통해 유명세가 덜한 지역의 관광 활성화를 이끌어냄
    - 인지도 부족으로 지방 소멸 위기를 겪은 일본 중부 산간도시이자 온천마을인 다카야마는 홍보의 일환으로 교통요금 규제를 완화해 방문객들이 30% 이상 할인된 관광패스로 머무는 동안 무제한 이동이 가능하도록 지원함
- 일본 관광은 허브앤스포크 모델을 표방하는 예시로, 교통망의 연결과 연계 관광의 개발을 통해 주요 관광도시를 중심으로 주변 소도시가 함께 성장함
  - 허브앤스포크 모델은 바퀴의 중심(Hub)과 바퀴살(spoke)을 모방한 모델로, 수십 개의 소도시가 한 개의 허브로 연결되는 양상을 표현함
    - 권역별 전략 거점 도시를 육성하고, 이를 중심으로 주변 소도시가 낙수 효과로 함께 성장하는 전략을 도식화한 모습임
    - 여러 개의 지역을 산발적으로 옮겨 다니면서 비효율적으로 여행하기보다, 허브도시와 주변 소도시 간의 교통망 연결과 연계 관광 상품 등을 통해 주요 관광도시에서 외곽으로 뻗어나가는 관광의 모습을 나타냄

[그림 III-15] 허브앤스포크 모델



출처 : 아날자리서치



○ 도쿄는 허브앤스포크 전략의 성공적인 적용 사례로 평가할 수 있음

- 도쿄는 일본 교통 시스템의 중심지로, 두 개의 공항(하네다, 나리타) 조합으로 국제와 국내 지역에 대한 뛰어난 연결성을 보유하며, 도카이도 신칸센과 도호쿠 신칸센 등 주요 고속철도 노선의 기점으로 전국 각지를 2-4시간 내에 연결함
- 도쿄 도심을 중심으로 주요 관광 활동이 이루어지면서도 요코하마, 하코네, 가마쿠라와 등의 인근 도시를 연계한 투어 프로그램이 마련되어 있음

[그림 Ⅲ-16] 도쿄 중심의 허브앤스포크 관광



출처 : livejapan.com

□ 일본은 지역별로 보유한 관광자원을 활용해 방문객에게 구체적이고 명확한 관광 테마를 제시하고, 이와 관련한 관광상품 및 서비스를 제공하고 있음

- 관광자원이란 관광산업의 기반이 되는 자원으로, 관광객이 즐거움·만족감·흥미·학습 등의 목적을 위해 방문하거나 경험할 수 있는 다양한 요소를 의미하며, 관광 활동의 동기와 매력을 제공함
- 본 연구에서는 관광자원을 크게 ‘자연경관’, ‘전통문화·역사유산’, ‘현대문화’, ‘지역특색’ 등 네 가지 유형으로 구분하고자 하며, 이러한 관광자원을 활용한 일본의 지역별 테마화 사례를 소개하고자 함

□ (자연경관) 일본의 관광주유루트 사업은 지역별 자연경관으로부터 영감을 얻은 관광 테마 및 슬로건을 바탕으로 관광코스를 개발함

○ 관광주유루트 사업(観光周遊ルート事業)은 일본 정부와 지방자치단체가 협력하여 지역관광지 연결을 촉진하고 체류형 관광을 활성화하기 위한 프로젝트로, 정해진 테마 하에 여러 관광지가 연계된 관광 루트를 제안해 방문객의 이동을 유도하는 데 초점을 맞춤

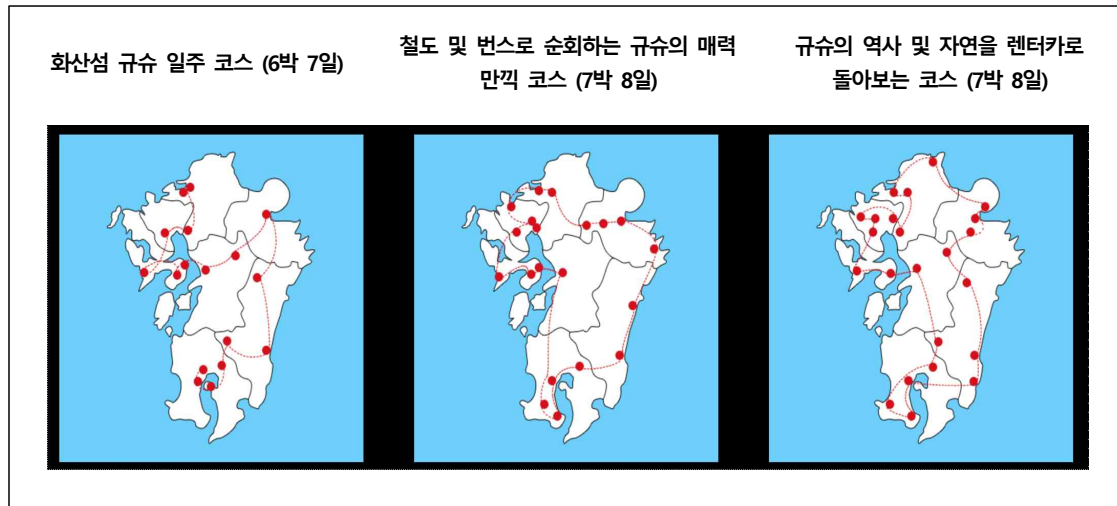
○ 일례로, 규슈는 ‘화산의 섬 규슈 일주’ 라는 테마 하에 온천과 역동적인 자연, 다채로운 음식과 문화를 즐길 수 있는 6~8일 일정의 세 가지 코스를 소개함

<표 Ⅲ-4> 일본의 관광주유루트 사업

코스	슬로건 및 테마	강조 내용
1. 동북해도	아시아의 보물, 유구한 자연	자연
2. 중부 도호쿠	사계절이 빛나는 동북지방의 코스	계절성
3. 승릉도	명상, 세계유산, 알파인대자연, 사무라이 문화	세계유산, 자연
4. 간사이	간사이 세계유산 및 전통의 미	세계유산, 전통
5. 세토우치	서일본의 역사와 자연	역사, 자연
6. 시코쿠	시코쿠 섬 순례, 대자연 드라이브	자연
7. 규슈	화산의 섬 규슈 일주	자연
8. 북부 홋카이도	일본 최고의 여름과 겨울	계절성
9. 도쿄권	태평양/일본해 대회랑과 에도문화 코스	자연, 문화
10. 사마네현	인연의 길과 내셔널파크 액티비티	자연, 액티비티
11. 오키나와	오키나와의 역사와 군도의 야생	역사, 자연

출처 : 일본관광청

[그림 Ⅲ-17] 주유루트 중 규슈의 3종 코스



출처 : LIVE JAPAN

- (전통문화·역사유산) 온천 료칸 등 일본의 전통문화나 역사적 내러티브를 상품화해 외지 방문객에게 지역만의 차별화된 관광 경험을 선사함
- 일본의 대표 고부가가치 숙박업소인 료칸은 다다미 객실, 가이세키 정찬, 유카타 등 일본의 전통 생활양식을 잘 드러내는 관광상품으로, 지방 온천으로 유명한 일본의 권역별 관광을 활성화한 공신이기도 함
  - ‘1,300년 역사의 료칸’으로도 불리는 니시야마 온천 게이운칸 호텔은 705년(일본 연호로 ‘게이운’ : 604~707년)에 최초로 발견된 역사 깊은 온천으로, 2011년 ‘세계에서 가장 오래된 호텔’로 기네스북에 올랐음

[그림 Ⅲ-18] 니시야마 온천 게이운칸 호텔



출처 : LIVE JAPAN

- ‘일본의 경제 황금기’라 불리는 쇼와시대의 모습을 되살린 오이타현 분고타카다시는 시대적 배경의 따뜻한 정취와 레트로 감성을 관광객에게 선사함
  - 분고타카다시는 에도시대(1603~1868)부터 쇼와시대(1926~1989)까지 상업도시로 번영했으나 1950년대부터 인구감소 및 철도 폐선 등으로 점차 쇠퇴한 지역으로, 1992년부터 약 10년의 준비기간을 거쳐 쇼와시대풍으로 상점가를 재정비함
  - 레트로 제품, 장남감, 복고풍 간식 등을 판매하는 상점가와, 쇼와시대 가정집을 모티브로 한 체험 공간은 일본 관광객에게는 향수를 불러일으키며, 외국 관광객에게는 일본 버블 경제 시대 특유의 감성을 생생히 느낄 수 있는 경험을 제공함

[그림 Ⅲ-19] 오이타현 분고타카다시



출처 : JNTO

- (현대문화) 예술작품, 만화 등 현대문화적 요소를 활용해 지속가능한 도시개발을 지향하고, 관광지로서의 브랜딩을 강화함
- 카가와현 나오시마는 현대 미술과 건축의 핵심지로서 일본 내 ‘예술의 섬’으로 알려져 있으며, 섬 내 항구나 주택 등에 예술 작품이 녹아 있어 지역의 정체성이 됨
  - 산업 폐기물로 뒤덮였던 ‘갯빛 섬’에서 1997년 ‘아트 하우스 프로젝트’를 통해 섬에 있는 낡은 집을 현대미술로 재해석한 이후 베넷세 하우스 뮤지엄, 안도 미술관, 지중 미술관 등이 생겨나면서 섬 전체가 예술 거장들의 작품을 감상할 수 있는 미술관으로 거듭남



[그림 Ⅲ-20] 카가와현 나오시마섬



출처 : All About Japan, Tadasu Yamamoto

- 돗토리현 사카이미나토는 인구가 적고 어업을 주로 하는 쇠락한 항구도시였으나, 해당 지역 출신의 유명 만화가인 미즈키 시게루의 요괴 캐릭터를 도시 재생에 활용하면서부터 방문객이 늘기 시작함
- 시 중심가를 ‘요괴들의 놀이터’ 라는 콘셉트 하에 역에서부터 800m가량 이어지는 길에 요괴 동상 153개를 세우고, 가로등, 하수구 뚜껑, 택시 등에도 요괴를 그려 넣었음
- 그 결과 인구 3만 3,000명의 작은 마을을 방문하는 관광객이 연간 300만 명을 넘어섬

[그림 Ⅲ-21] 돗토리현 사카이미나토시



출처 : Japan travel by NAVITIME

- 후쿠시마현 다테시는 다테 마사무네(일본 센코쿠 시대 다테 가문의 당주)와 관련한 유적지가 많이 남아 있는 지역으로, 이러한 역사적 자원을 알리고자 애니메이션 <마사무네 다테니쿠루>를 제작해 상영회, 성우 토크쇼, 패넌 전시 등을 통해 다테시를 홍보함

- 2019년부터 4년 연속으로 <방문하고 싶은 일본의 애니메이션 성지 88>에 선정됨

- (지역특색) 지역 특산물을 개발 및 출시하고 이를 테마화하여 이벤트를 개최하거나, 프랜차이즈와의 협업을 통해 지역 홍보 상품을 출시함

- 일본은 오미야게(お土産: 특정 지역에 다녀온 사람들이 가족이나 친구, 동료 등을 위해 구매하는 지역성 강한 기념품) 문화로 인해 방문한 지역의 고유한 문화와 정서를 전달하는 특산품이 많이 개발되어 있음

- 홋카이도 시로이코히비토(랑그샤 형태의 과자): 과자 속 흰색 크림이 눈이 많이 오는 홋카이도 지역의 모습을 상징해 1969년부터 대표 특산품으로 자리매김함

- 나가사키 카스테라: 16세기 포르투갈 선교사에 의해 처음 일본에 전해졌으며, 서양풍 카스테라와 다른 쫄득한 식감으로 인해 나가사키의 명물이 됨

<표 III-5> 일본 오미야게 선호도(2021)

순위	상품명	내용
1	시로이코히비토 (홋카이도)	랑그샤 형태의 과자로 ‘하얀 연인’이라는 뜻을 가진 하얀 눈이 많이 내리는 지역인 홋카이도의 모습을 연상케하는 흰색 크림이 들어 있음
2	아츠하시 (교토)	쌀가루 반죽에 소를 넣어 만든 전통 과자로 에도시대 중기 교토의 금계광명사라 참배길 찻집에서 참배객들에게 제공하던 것이 유래
3	모미지만쥬 (히로시마)	모미지는 ‘단풍잎’을 의미함 카스테라 반죽에 팥을 넣어 만든 과자로, 명소 주변 여관에 과자를 납품하던 장인이 1906년에 처음 만든 것이 유래
4	카스테라 (나가사키)	16세기 포르투갈 선교사에 의해 나가사키에 처음 전해져 일본식으로 변모 오븐이 아닌 가마에 굽고, 쫄득한 식감이 특징
5	도쿄바나나 (도쿄)	1991년부터 판매된 제품으로, 특산품이 없는 지역이라 일본에서 재배하지 않는 수입 과일을 가지고 개발한 간식

출처 : LINE

[그림 Ⅲ-22] 일본의 대표 오미야게



주) 좌: 시로이코헤비토(훗카이도), 우: 카스테라(나가사키)

출처 : Live Japan, WILLO

- 지역별 특산품을 테마로 축제 등 지역 특색을 확고히 하고 관광객의 방문을 유도하는 이벤트를 기획함
  - 기노카와 과일 투어리즘: 온난한 기후를 가진 일본의 유명 과일 생산지인 와카야마현 기노카와시는 특산물을 테마로한 관광상품을 계획하여 약 한 달 동안 과일 모종 심기, 과일 주스 만들기, 과일 메뉴 시식하기 등의 체험형 이벤트를 개최함
- 스타벅스, 포키(POCKY) 등 프랜차이즈 브랜드 협업을 통해 지역 한정판 제품을 출시함
  - 스타벅스(Starbucks Coffee Japan) : 2021년 현지 론칭 25주년 기념으로 ‘47 JIMOTO(지역) 프라푸치노’ 이벤트를 전개해 일본 47개 지역의 특산물과 대표 기념물을 토대로 해당 지역의 바리스타가 특색 있는 프라푸치노를 개발해 판매함
  - 포키(POCKY) : 훗카이도의 유바리 멜론, 야마가타의 사토니시키 체리, 교토의 말차, 이시카와의 킨토키 고구마, 후쿠오카의 아마오 딸기 등을 테마로 한 지역별 한정판 과자를 선보임
  - 프리츠(PRETZ) : 훗카이도 버터맛, 신슈 사과맛, 긴키 타코야키맛, 규슈 명란마요맛 과자를 개발해 지역 한정 상품으로 출시함

[그림 Ⅲ-23] 47 JIMOTO 프라푸치노 이벤트(2021)



출처 : Starbucks

[그림 Ⅲ-24] 포키(POCKY) 지역별 한정판 제품



출처 : All About Japan



---

## IV. 지역관광 활성화 방안

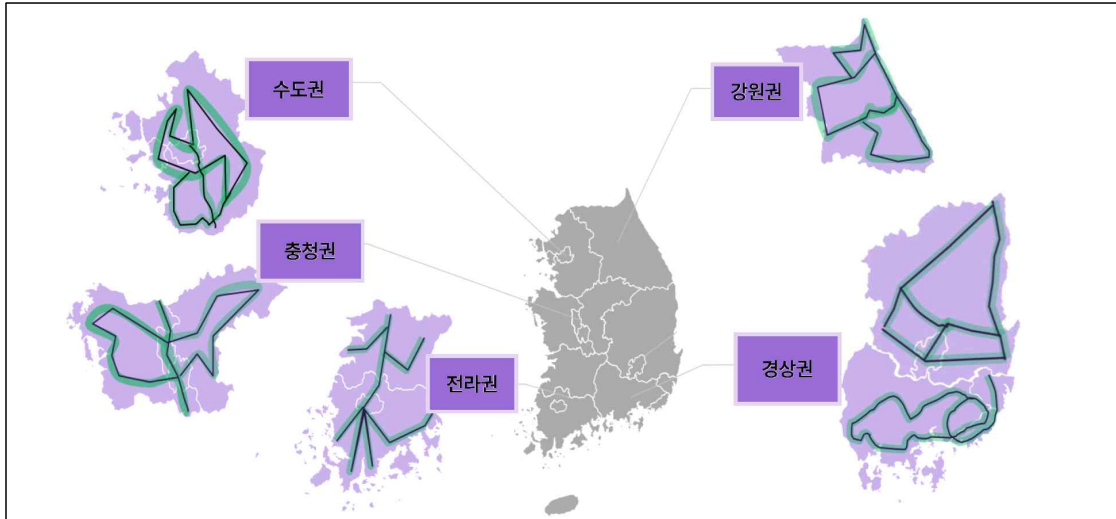
---



## 1. 권역 중심 연계 관광 활성화

- 서울, 부산 등 소수의 지역에 편중된 現 인바운드 관광의 한계와 마찬가지로 경기, 강원에 편중되어 있는 내국인의 국내 여행 수요를 극복하기 위해서는 권역별 관광 거점을 조성해야 함
- 코로나19 이후 국내 여행객의 여행 수요의 증가율이 지역별로 차별화되어 나타나고 있어 지역 균형 발전의 관점에서 권역 중심 연계 관광 활성화가 필요함
  - 여행 횟수 기준, 여행 수요가 가장 높은 경기, 강원 지역의 여행 비중이 2023년 30.9%로 2019년 26.8% 대비 더 커져 지역간 격차가 심화됨
  - 특히 광주, 대구, 대전 등 타 지역 대비 여행 수요가 작은 지역에서 관광객 수요가 느리게 증가하는 경향을 보임
- 각 지역의 독특한 매력과 자원을 기반으로 한 거점 육성은 관광객들에게 새로운 경험과 선택의 폭을 넓혀줄 수 있음
  - 제주도와 강원도의 독특하고 아름다운 자연, 전라도의 미식 문화, 경상도, 충청도가 가진 역사, 문화 유적 등 권역별로 차별화된 매력을 가짐
  - 권역별 매력을 활용한 지역을 넘나드는 연계 관광 코스를 구성하여 관광객들로 하여금 다양한 관광자원들을 경험하게 하여 재방문을 유도할 필요
- 권역별 관광 루트를 개발하는 등 연계관광을 활성화시키는 것과 우선순위에 따라 권역 관광을 개발하는 것이 필요함
  - 권역의 문화, 자연, 역사적 특징을 강조하는 여행 루트, 권역별 대표 음식을 탐험하는 루트, K-pop 공연 관람 및 K-콘텐츠 촬영지 방문 여행 루트 등 권역별 특성을 살린 구체적 테마와 체험이 있는 여행 루트 개발 필요함
  - 인바운드 관광 활성화 전략과의 연계를 고려하여 대도시 중심, 기존의 국제공항 근거지를 활용하여 권역별 통합 관광 거점을 조성할 필요가 있음

[그림 IV-1] 기존 인프라를 활용한 권역 중심 연계 관광의 예



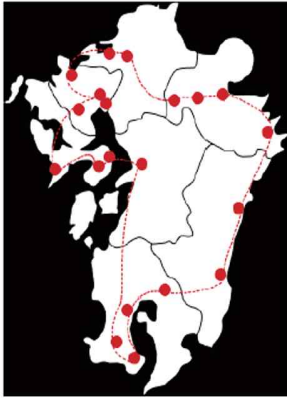
출처 : 아놀자리서치

- 일본은 권역별로 특화된 테마를 설정하고 전략 거점 도시를 중심으로 주변 소도시가 함께 성장하는 형태의 지역관광 활성화 전략인 허브앤스포크 모델을 실행함
  - 허브앤스포크 모델은 권역별 전략 거점 도시를 관광객이 주로 머무는 지점으로 육성하고, 이를 중심으로 주변 도시들이 함께 성장하는 모델임
  - 권역의 거점 도시와 주변 도시들은 자신들만의 독특한 자연경관, 문화 유산을 바탕으로 관광객에게 구체적이고 명확한 체험을 제공함
  - 규슈 지역은 규슈 루트를 통해 관광객들에게 규슈가 보유한 풍부한 역사, 자연, 음식 등을 코스화하여 다양하고 구체적인 체험 기회를 제공함
- \* ‘화산섬 규슈 일주 코스(6박 7일)’, ‘철도 및 버스로 순회하는 규슈의 매력 만끽 코스(97박8일)’, ‘규슈의 역사 및 자연을 렌터카로 돌아보는 코스(7박 8일)’

[그림 IV-2] 권역 내 자연자원을 활용한 로드트립 코스 : 화산섬 규슈 일주 렌터카 코스

**“권역 내 자연자원을 활용한 로드트립 코스”**

- 규슈의 주요 화산, 온천 등 자연자원을 소개하는 6일 간의 주유코스 소개



DAY
DAY 1
사가 국제공항 ▶ 우레시노 온천 ▶ 평화공원 ▶ 구리바엔 ▶ 군현도 ▶ 아시아아미(세계 산 3대 야경) ▶ 나가사키에서 숙박
DAY 2
나가사키 ▶ 온천 온천 ▶ 시마바라성 주변 마을 ▶ 구마모토성 ▶ 스이젠지 조수원 ▶ 스나유(이부스키) ▶ 이부스키에서 숙박
DAY 3
이부스키 ▶ 치텐부게아사키 ▶ 사쿠라지마 ▶ 흑돼지 사브사브 ▶ 기리시마 산궁 ▶ 아오시마 신사 ▶ 아오시마 도깨비[오니]의 빨래 바위 ▶ 미야자키에서 숙박
DAY 4
미야자키 역 ▶ 크루스(십자가)의 바다 ▶ 사이키 초밥 ▶ 벳푸 지옥 순례 ▶ 벳푸 온천 ▶ 벳푸 온천에서 숙박
DAY 5
벳푸역 ▶ 고코노에 “꿈”의 대현수교 ▶ 히타성 주변 마을 ▶ 다자 이후 텐만구 ▶ 후쿠오카 쇼핑
DAY 6
후쿠오카 ▶ 가라쓰시 ▶ 가라쓰 도자기 공방 ▶ 사가에서 숙박

출처 : 장수청 외, 「대한민국 관광대국의 길」 (2024)

## 2. 지역관광 인프라 개선

- K-ETA의 실효성 검증을 통해 방한 관광객에 대한 입국 허가 기준 완화 내지 허가제 전면 폐지 등을 검토할 필요가 있음
- K-ETA란 무비자 대상 국가의 국민이 대한민국에 입국하고자 할 때, K-ETA 홈페이지를 통해 개인 및 여행 관련 정보를 사전에 입력해 여행 허가를 받는 제도임
  - 2023~2024 ‘한국 방문의 해’를 맞아 일본, 대만, 홍콩, 싱가포르, 마카오 등의 아시아 국가는 K-ETA가 한시적으로 면제되었음
  - 그러나 말레이시아, 태국 등 일부 동남아 국가는 여전히 K-ETA가 적용되고 있음
- K-ETA는 일부 동남아시아 국가 국민들의 불법 체류 대응을 위한 조치로써 사용되기도 하였으나, 까다로운 심사와 행정 절차로 인해 입국이 거부되는 등 방한 관광에 걸림돌로 작용하기도 함
  - 이로 인해 태국과 말레이시아는 대한민국과 무비자 협정을 맺은 국가임에도 불구하고 사실상 유(有)비자국이 되었으며, 이에 대해 불만을 가진 이들은 SNS 상에서 한국 불매운동을 전개하기도 함
- 최근 5년 사이 동남아 국가 국민들은 방한 관광객 수 지분의 20%를 차지할 만큼 중요한 고객이 되었으며, K-ETA로 인한 입국 불허는 국내 관광시장에 큰 타격으로 다가옴
  - 실제로 2021년 9월 K-ETA 시행 전후 국가별 방한 관광객 수를 살펴보면, 2019년까지만 해도 47만 방문객으로 7위를 기록했던 태국은 2024년 고작 26만 명이 방문하며 10위로 하락했으며, 2019년 방한 상위 10개국 중 9위를 차지했던 말레이시아의 방한 수요는 순위권 밖으로 밀려남
- K-ETA에 대한 개선을 통해 K-ETA 면제/비면제 국가 간의 불평등을 없애고, 험한 감정을 잠재워 국내 관광산업의 국제경쟁력을 높여야 함
  - 현재 한국은 팬데믹 이후 출입국 정책을 대폭 완화한 일본, 중국 등 주변국에 비해 경쟁력이 약화된 상태임
  - K-ETA 허가 기준 완화 내지 K-ETA에 대한 전문가의 실효성 검증을 통해 관광객 감소를 및 불법 체류 방지 효과 등을 면밀히 따져 허가제 전면 폐지 등을 고민해야 함

<표 IV-1> 방한 외래 관광객 수 상위 10개국 변화 추이 (단위: 명)

순위	2019	2024
1	중국 (501만)	중국 (400만)
2	일본 (276만)	일본 (263만)
3	대만 (107만)	대만 (124만)
4	미국 (88만)	미국 (112만)
5	홍콩 (69만)	홍콩 (47만)
6	베트남 (48만)	베트남 (43만)
7	태국 (47만)	필리핀 (42만)
8	필리핀 (42만)	인도네시아 (27만)
9	말레이시아 (30만)	싱가포르 (27만)
10	러시아 (29만)	태국 (26만)

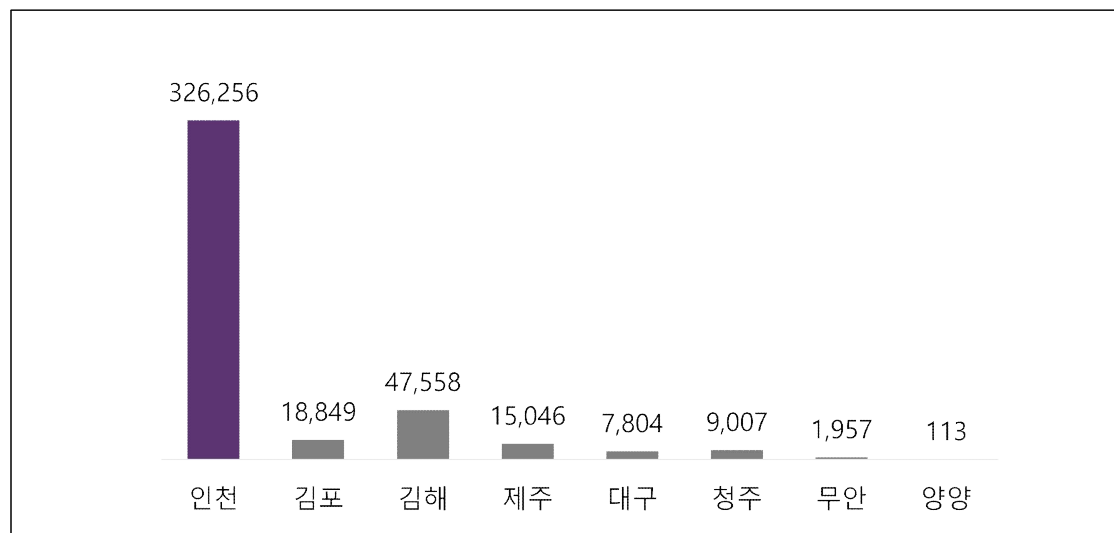
출처 : 한국관광공사

□ 지방 공항을 활용한 정기 국제노선 다양화로 비수도권 지역에 대한 외국인 관광객의 접근성을 개선해야 함

○ 현재 우리나라 대부분의 국제노선은 인천공항에 집중되어 있음

- 우리나라에는 인천(ICN), 김포(GMP), 김해(PUS), 제주(CJU), 대구(TAE), 청주(CJJ), 무안(MWX), 양양(YNY) 등 8개의 국제공항이 있으며, 전체 국제노선 운항 편수 중 인천공항이 차지하는 비율이 76%에 달함
- 수도권(인천+김포) 공항의 합산 비율은 81%이며, 인천공항 다음으로 운항 편수가 높은 김해공항(11%)의 비율을 제외한 나머지 지방 공항의 비율은 8%밖에 되지 않음

[그림 IV-3] 국내 국제공항별 국제노선 운항 편수 (단위: 편)



출처 : 국토교통부

- 또한, 지방공항에서 입·출국하는 정기 국제노선이 매우 한정적이라는 문제가 있음
  - 우리나라 국제공항별 국제노선 정기·부정기 운항 비중을 살펴보면, 무안국제공항의 경우 정기 운항이 39%, 부정기 운항이 61%로 후자가 과반수를 차지하며, 양양국제공항의 경우 정기 국제노선이 없는 것으로 확인됨
  - 김해국제공항을 제외한 대다수 지방공항은 인천공항에 비해 취항 가능한 국가가 일본, 중국, 동남아 등 근거리 위주 노선으로 상당히 한정되어 있음

<표 IV-2> 국제공항별 국제노선 정기/부정기 운항 비중 (단위: %)

	인천	김포	김해	제주	대구	청주	무안	양양
정기	98	99	99	92	96	96	39	0
부정기	2	1	1	8	4	4	61	100

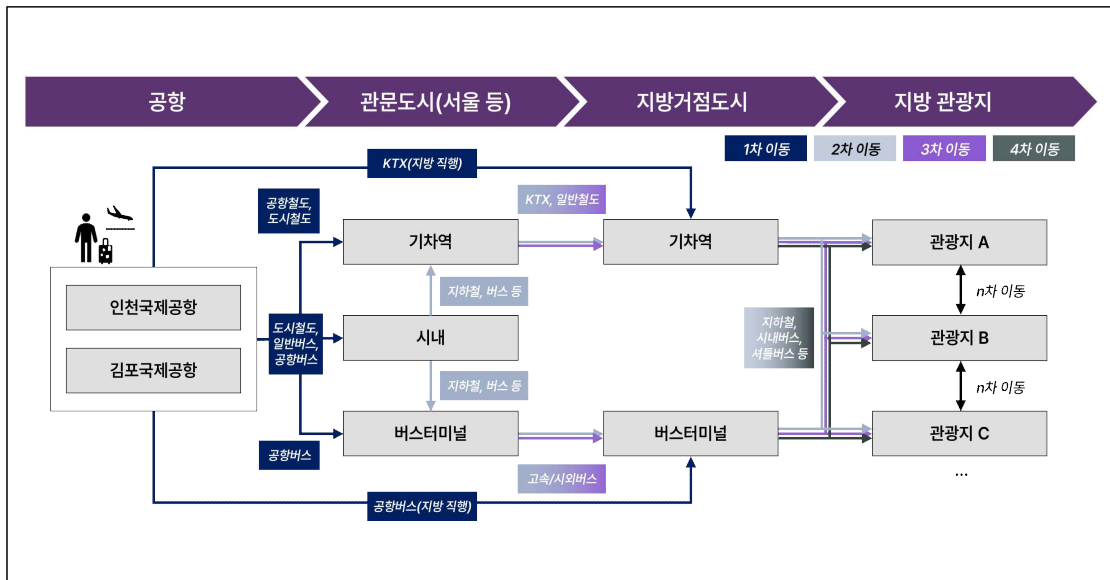
출처 : 국토교통부

- 국내노선 위주인 현재의 지방공항에 대한 국제화 방안을 수립해 지방공항을 활성화 함으로써 수도권 공항에 집중된 여행객 수를 분산시키고, 외국인 관광객의 지방 접근성을 개선해야 할 것임
  - 우선 국토교통부, 지방 국제공항이 소속된 지역의 지방자치단체, 그리고 한국공항공사(KAC) 등으로 구성된 거버넌스 구축을 통해 지방공항 운영 및 관리를 효과적으로 해나갈 수 있는 기틀을 마련함
  - 지역별 예상 수요에 따른 국제노선 확충 계획을 마련하고, 신규 취항 노선에 대한 공항 시설 사용료 일부 면제 등 지방공항 활성화를 위한 유인책이 필요함
  - 또한 육상교통 연계 및 마케팅·홍보 등 지역별 특성을 반영한 공항별 특화 전략을 통해 이용객의 편의를 도모하고, 지역과 연계된 공항의 인지도를 증진해야 함

## □ 지방 관광지로의 이동 부담 경감을 위한 편리한 교통 인프라가 마련되어야 함

- 우리나라 교통체계 구조상 방한 관광객이 지방 관광지로 이동하려면 공항 → 관문 도시 → 지방거점 → 관광지 등의 순서를 거쳐야 하며, 이 과정에서 여러 차례 교통수단을 갈아타는 것에 대한 부담이 클 수밖에 없음
  - 상황별로 이용해야 하는 교통수단이 다를 경우 정보 수집 - 티켓 구매 - 교통수단 이용 등의 단계를 반복적으로 거쳐야 하며, 한국어가 익숙하지 않은 외국인의 경우에는 비용 차원에서뿐만 아니라 심리적으로 피로도가 쌓이기 쉬움

[그림 IV-4] 외국인 관광객의 대중교통 기반 관광 교통체계



출처 : 한국교통연구원 (재구성)

- 일본의 지방의 교통 인프라를 살펴보면, 유명 료칸이나 주요 관광지에서 자체적으로 공항·기차역·버스터미널까지 셔틀버스를 운행하는 경우가 많으며, 이러한 서비스가 없더라도 관광객들의 교통비 절감을 위한 지역관광패스 등 지역 한정으로 교통비를 할인해 주는 제도를 운영하고 있음
- 우리나라 역시 서울패스, 비짓부산패스 등 다양한 교통편 할인 제도를 보유 중이나, 외국인 관광객을 상대로 충분히 홍보되지 않거나 결제 과정이 원활하지 않아 구매가 어렵다는 문제가 있음
- 교통 정보 수집에 대한 인지적·금전적 부담을 절감하기 위한 교통시설 그리고 교통 서비스 차원에서의 개선이 필요함
  - 현재 한국관광공사에서 운영 중인 디지털관광주민증이나 코레일의 농촌투어패스 등 교통요금 절감을 위한 정책 등을 충분히 홍보하고, 버스나 철도 등 교통수단을 포함하는 지방여행 패키지 상품에 대한 기획 및 론칭이 되어야 함
  - 교통 서비스 차원에서는 우리나라 관광 정보 사이트 및 교통시설에서의 외국어 안내 기능을 고도화하고, 매체별로 상이한 표기 방식에 대한 일관성 확보가 요구됨
  - 또한, 외국인 관광객이 대중교통 예약 및 결제 서비스를 쉽게 사용할 수 있도록 본인인증 단계를 단순화하고, 해외 신용카드 결제 오류 등의 이슈를 해결할 필요가 있음

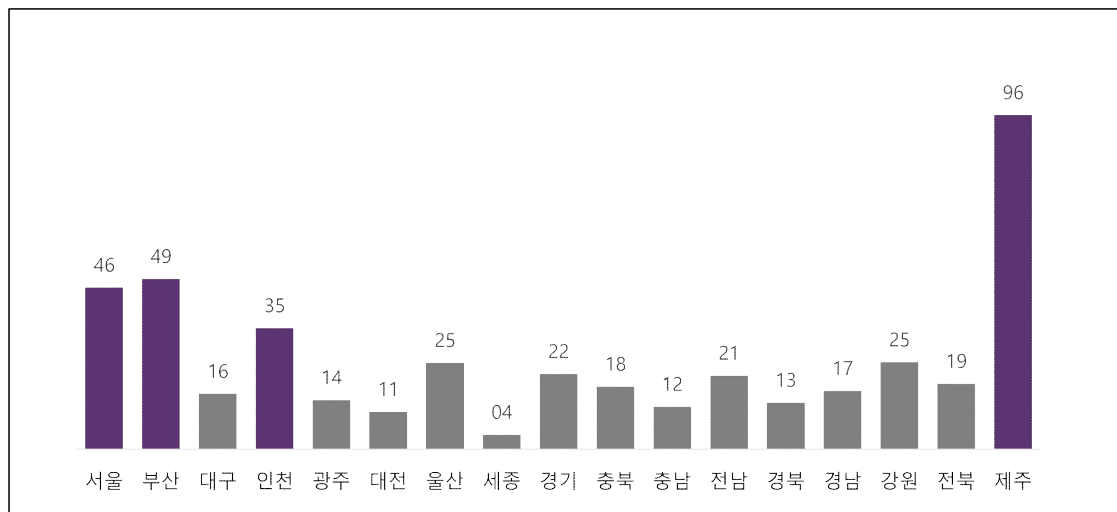


□ 부족한 지방 호텔 객실 수를 확충하고, 양질의 숙박업소 공급을 확대함으로써 관광지로서의 가치를 제고함

○ 현재 우리나라 지방 호텔 인프라는 양적으로도, 질적으로도 부족한 상황임

- 우리나라 17개 행정구역별 호텔 객실 수 대비 1일 평균 숙박 방문자 수를 살펴보면, 서울·부산·인천·제주를 제외한 모든 지역에서 30%도 미치지 못하는데, 이는 3명의 관광객이 하나의 호텔 객실을 사용할 시, 객실이 부족한 지역의 수가 17개 중 무려 13개임을 의미함
- 또한, 국내 4-5성급 호텔 193개 중 37%인 85개가 서울에 위치하고 있으며, 4-5성급 호텔 비중이 가장 높은 1-4위 지역을 제외한 나머지 11개 행정구역의 합산 비중은 전체에서 20% 밖에 되지 않음
- 광주·세종·충북·충남·경남·전북 등 6개 지역은 5성급 호텔이 없는 것으로 확인됨

[그림 IV-5] 지역별 호텔 객실 수 대비 1일 평균 숙박 방문자 수 (단위: %)



주) 2024.11 기준 객실 수 및 숙박 방문자 수

출처 : 한국관광데이터랩

<표 IV-3> 지역별 4~5성급 호텔 비중 순위 (단위: %)

순위	지역 (비중)
1	서울 (37.3)
2	제주 (15.4)
3	경기 (7.9)
4	부산, 강원 (각 7.5)
6	인천 (5.7)
7	대구, 전북 (3.1)
9	전남, 경북 (각 2.6)
11	울산 (1.8)
12	광주, 대전, 경남 (각 1.3)
15	충남 (0.9)
16	세종, 충북 (각 0.4)

출처 : 한국관광데이터랩, 한국호텔업협회

- 지방 호텔 시설 확충을 위해서는 단순 공급 확대뿐만 아니라 수요에 따른 전략적 운영이 필요함
  - 4성급 이상의 호텔을 비롯한 양질의 숙박업소를 위주로 객실 보급을 확대하며, 지속적인 객실 품질 관리로 지역관광객의 편안한 여행을 지원해 체류기간 확대를 유도함
  - 다이내믹 프라이싱과 같이 시즌별로 지역 수요를 분석하고 효율적인 가격 정책을 채택함으로써 수익을 극대화하는 탄력적 운영이 가능하도록 함

### 3. 지역관광 상품 및 서비스 개발

- 지역 고유의 매력을 극대화하는 관광상품 개발의 핵심은 지역이 보유한 ‘관광자원’을 파악하는 데에서 시작함
- 현재 우리나라의 주요 관광지는 30년이 넘도록 서울·부산·제주 정도로만 대표되고 있으며, 기타 지역의 경우 상대적으로 접근성이 떨어지거나 관광지로서의 매력이 부족하다는 평이 지배적임
- 우리나라 지방 관광지의 경우 레일바이크·출렁다리·스카이워크 등이 주로 건설되어 획일화된 모습으로 개발되는 경향이 있으며, 이러한 경향성은 외지인 방문객으로 하여금 특정 지역에 대한 차별화된 경험을 하기 어렵게 만들
- 우리나라는 지역별로 다양한 관광자원을 보유하고 있으며, 이를 바탕으로 지역을 대표하는 테마 또는 이미지를 설계해 관광상품을 개발할 필요가 있음
- 지역별 테마화는 실제 방문객뿐만 아니라 잠재적 관광객에게도 지역 이미지를 각인시킬 수 있는 좋은 수단이며, 이를 바탕으로 관광모델을 설계하거나 기념품 등을 생산 및 판매해 관광지로서의 인지도를 증진할 수 있음

<표 IV-4> 대한민국이 보유한 관광자원

구분	내용
전통문화·역사유산	<ul style="list-style-type: none"> <li>전주 한옥마을, 경주 교촌마을 등 전통 건축양식</li> <li>판소리, 탈춤, 사물놀이 등 전통 공연예술</li> <li>경주 불국사, 수원 화성 등 세계유산 등재 유적</li> <li>서대문형무소 등 독립운동 유적지</li> </ul>
자연경관	<ul style="list-style-type: none"> <li>제주도, 설악산, DMZ 생태평화공원 등 산, 강 그리고 섬</li> <li>벚꽃 축제, 가을 단풍, 겨울 눈꽃 축제 등 계절별 자연 속 구경거리</li> </ul>
지역특색	<ul style="list-style-type: none"> <li>통영 중앙시장, 속초 중앙시장 등 우리나라의 전통시장</li> <li>전주 비빔밥, 순천 꼬막, 부산 밀면 등 지역 특산물 및 지역 맛집</li> </ul>
현대문화·한류문화	<ul style="list-style-type: none"> <li>순천드라마촬영장, 안동 고산정나루터, 강릉 영진해변 등 한류 드라마 촬영지와 K-POP 관련 명소</li> <li>고성 조각미술관 바우지움, 경주 우양미술관 등 현대 미술 및 디자인 관람 명소</li> </ul>

출처 : 아날자리서치

- 일본 지방 정부는 권역별 관광명소에 테마 및 스토리를 부여해 일본을 찾는 관광객들에게 특별한 경험을 선사하기 위한 광역관광주유(周遊)루트를 개발함
- 우리나라의 유사 사례로는 문화체육관광부와 한국관광공사의 ‘생활관광 활성화 공모사업’이 있으며, 2022년에는 속초시, 청주시, 충주시, 포항시, 사천시, 통영시, 함양군, 전주시, 해남군, 하동군 등 10개 대상 지역에 대한 여건분석을 통해 관광자원을 파악하고 이에 기반한 관광 활성화 방안을 도출함

<표 IV-5> 2022년 생활관광 활성화 공모사업 내용

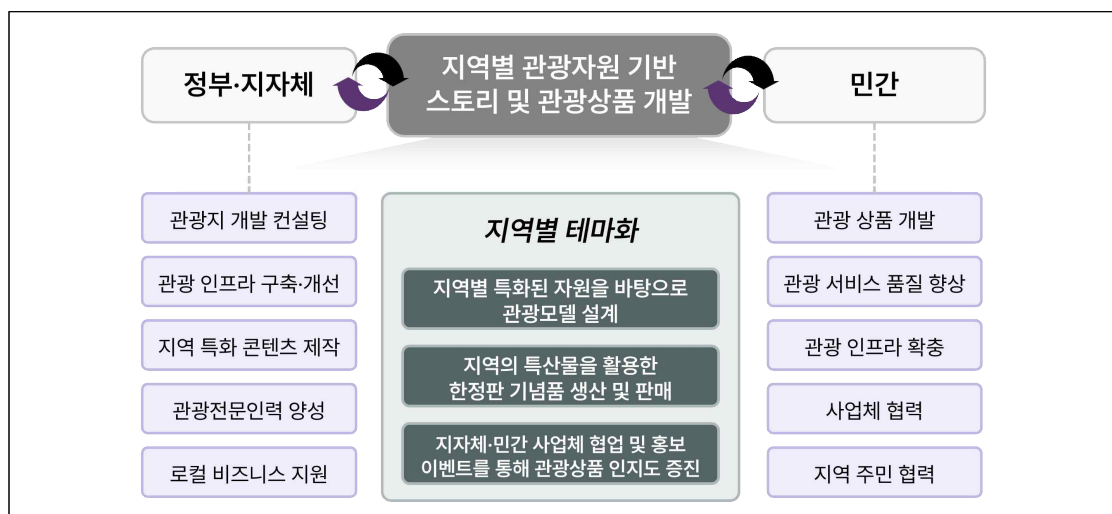
구분	사업명	사업 주체	사업 내용
강원도 속초시	웰니스 도문해(海)	<ul style="list-style-type: none"> <li>속초문화원</li> <li>속초 DMO사업단</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>가이드북 돌담아바이</li> <li>플로깅, 일기키트 매곡</li> <li>문화버스 초초 등</li> </ul>
충청북도 청주시	문의 살아보기 “문의해봄”	<ul style="list-style-type: none"> <li>황금구루마</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>문의열리네요 채류여행</li> <li>문의해봄 미션투어</li> <li>문의애했을래 홍보사업</li> </ul>
충청북도 충주시	반려동물과 더 가까이	<ul style="list-style-type: none"> <li>충주중원문화재단</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>펫티켓 캠페인</li> <li>충주 도시락 투어코스</li> <li>펫굿즈 DIY 상품</li> </ul>
경상북도 포항시	소소한 낭만여행 “흔스럽GO 자연스來”	<ul style="list-style-type: none"> <li>(주)봉좌마을 (마을기업)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>봉좌마을 촌강스</li> <li>한주 숲 치유살이</li> <li>낭만농부 관광해설사</li> </ul>
경상남도 사천시	“별주부전 비토섬” 가볼까? 먹어볼까? 해볼까?	<ul style="list-style-type: none"> <li>주민추진위원회</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>비토 돌아보기 체험 프로그램</li> <li>친환경 어촌체험</li> <li>브랜드 개발 및 홍보</li> </ul>
경상남도 통영시	슬기로운 섬마을 생활	<ul style="list-style-type: none"> <li>이랑협동조합</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>주민참여 체험프로그램</li> <li>섬마을 스토리텔링 투어</li> <li>관광브랜드 구축</li> </ul>
경상남도 함양군	여행을 일상처럼 함양 On 데이	<ul style="list-style-type: none"> <li>함양 On 데이 운영협의체</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>메이킹 개평스토리</li> <li>명가집밥, 남계야연</li> <li>화림풍류 미션투어</li> </ul>
전라북도 전주시	전주 골목길 역사 산책 서학동편 “학동네 이야기”	<ul style="list-style-type: none"> <li>아크빌 (비영리단체)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>전주 골목길 역사산책</li> <li>로컬상품 라이브커머스</li> <li>요가 및 명상 프로그램</li> </ul>
전라남도 해남군	해남에 살러와 땅끝으로 마실나와 “땅끝마실”	<ul style="list-style-type: none"> <li>해남문화관광재단</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>나도 해남 IN 땅끝마실</li> <li>캠핑 및 피크닉</li> <li>해남프리 PASS</li> </ul>
경상남도 하동군	나날이 하동	<ul style="list-style-type: none"> <li>놀루와협동조합</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>매계마을호텔을 중심으로 한 시골마을살이</li> <li>치농가 방문 및 다도체험</li> </ul>

출처 : 한국관광공사

□ 정부와 민간이 협력하는 지역관광 상품 및 서비스 개발 전략이 필요함

- 정부 및 지자체가 지역관광 개발을 위한 기반을 마련하고, 민간은 창의력을 바탕으로 지역 고유의 매력을 살리는 관광상품 및 서비스를 출시해야 함
  - 정부는 관광 인프라 구축 및 개선, 관광지 개발 컨설팅, 지역 특화 콘텐츠 제작, 관광전문인력 양성, 지역 기반 사업체 등을 지원함으로써 지역관광 개발을 위한 밑거름을 마련함
  - 민간은 지역별 테마에 맞춘 관광상품 개발, 관광 서비스 품질 향상, 관광 인프라 확충, 여행업계·요식업계 등 민간 사업체와의 협력, 지역 주민과의 협력 등을 통해 외지인이 즐길 수 있는 관광 매력물을 제공해야 함

[그림 IV-6] 정부·지자체와 민간의 협력을 통한 관광상품 개발 전략

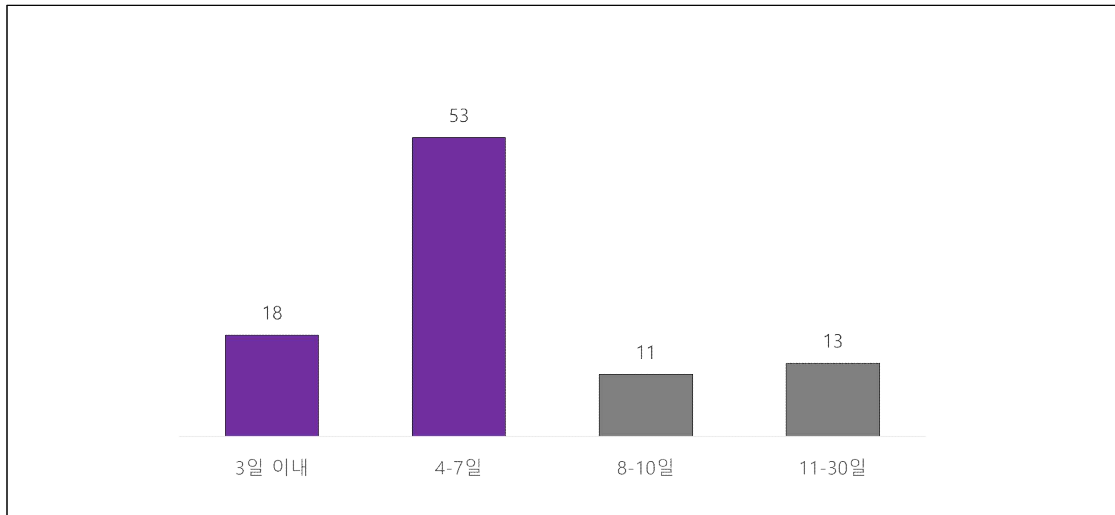


출처 : 아놀자리서치

□ (관광상품 개발 예시) 한국의 전통문화·역사유산, 자연경관 그리고 지역특색을 모두 살린 고부가가치 숙박 상품을 개발함

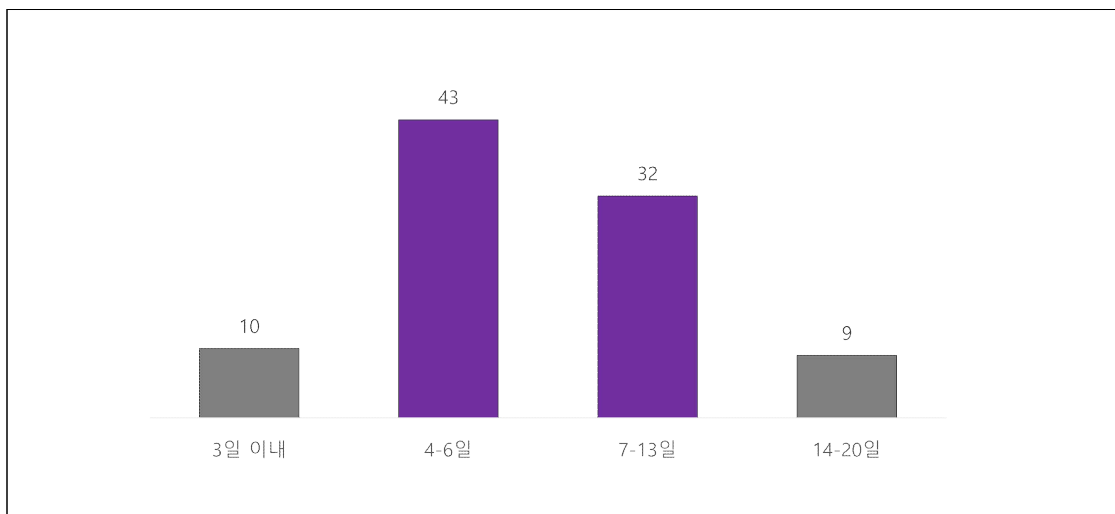
- 방한·방일 관광객의 체제 기간을 비교해보면, 일본을 방문하는 관광객의 평균 체제 기간이 상대적으로 더 긴 것으로 나타남
  - 특히 지방 관광지의 경우 서울 대비 장기 체류를 유도하는 관광 콘텐츠가 부족하므로, 방한 관광객의 지역관광을 장려하고 체제 기간을 늘리기 위해서는 숙소 그 자체가 콘텐츠가 되는 차별화된 숙박 경험을 제공해야 함

[그림 IV-7] 방한 관광객 체재 기간 (단위: %)



출처 : 외래관광객조사(2023)

[그림 IV-8] 방일 관광객 체재 기간 (단위: %)



출처 : 외래관광객조사(2023)

○ 일본의 경우 료칸이라는 고부가가치 숙박 상품을 통해 일본의 전통문화를 전세계적으로 알린 바 있음

- 일본의 료칸은 ‘다다미’로 불리는 일본 전통가옥의 바닥재를 사용한 방을 손님에게 내어주며, 다다미방에서 머무는 기간 동안은 ‘유카타’라는 전통 의상을 입고 지내게 됨
- 료칸에서의 식사는 일식 정찬인 ‘가이세키’를 대접받게 되며, 휴식시간에는 온전한 쉼을 위한 온천이 마련되어 있음
- 료칸에서 근무하는 모든 직원은 극진, 환대를 의미하는 ‘오모테나시(おもてなし)’ 정신을 발휘해 손님이 료칸에 머무는 동안 편안하고 안락하게 지낼 수 있도록 작은 부분까지도 세심하게 신경 쓰는 등 정성을 들여 대접함

- 우리나라의 전통 가옥인 한옥 고택을 활용하여 유사한 방향성의 고부가가치 숙박 상품의 개발을 고려해볼 수 있음
  - 한옥은 전통적으로 ‘채(棟)’라는 단위로 구분되기에 방문객은 팀별로 독채를 사용하는 특별한 경험을 할 수 있으며, 겨울에는 온돌이라는 전통 난방 구조를 통해 추운 날씨에 몸을 녹이고 따뜻한 바닥에서 잠을 자는 한국의 전통 생활양식을 체험할 수 있음
  - 한옥에서 지내는 기간 동안 개량 한복을 입음으로써 우리나라 전통 의상을 경험하되 거동에 불편함이 없도록 할 수 있음
  - 식사로는 한정식을 준비하고, 야식으로는 파전과 막걸리 등 과거 주막에서 판매한 안주 등을 경험할 수 있도록 하며, 지역별로 특산물 또는 특색 있는 요리가 있는 경우 메뉴로 제공할 수 있음
  - 한옥에 머물면서 투호·굴렁쇠 등 마당에서 즐기는 민속놀이를 할 수 있으며, 아궁이 장작불에 고구마를 구워 먹는 등 소소하지만 한국의 옛 문화를 떠올리게 하는 요소를 포함할 수 있음
  - 마음챙김을 위해 한옥을 둘러싸고 있는 자연에서의 산림욕을 경험할 수 있고, 한증막 형태의 한옥 찜질방이나 다도체험 등을 제공할 수 있음

## 4. 중앙정부를 중심으로 한 협력적 거버넌스 체계 구축

□ 관광은 다양한 산업과 연계된 복합산업이므로 중앙정부와 지자체, 관계 부처의 체계적이고 긴밀한 협력이 필요함

○ 정부가 최고 의사결정 조직으로서 중심적인 역할을 함으로써 중앙정부 중심의 협력 체계를 마련해야 함

- 관광객이 소비하는 재화와 서비스는 숙박시설, 항공, 교통, 음식, 액티비티 등 다양하기 때문에 이들을 종합적으로 체계적으로 관리하기 위해서는 문화체육관광부뿐 아니라 외교통상부, 법무부, 농림축산식품부, 보건복지부, 국토교통부 등 다양한 행정 부처의 협력이 요구됨

- 외래 관광객이 한국에 도착하여 관광을 경험하는 모든 과정을 매끄럽게 연결하고 쾌적한 관광 경험을 제공하기 위해서는 관광과 연관된 모든 부처의 유기적 협력이 필요함

○ 중앙정부 중심의 협력을 공고히 하기 위해 대통령 주재회의를 통해 범국가적인 실행 동력을 확보하고, 관광 관련 의제를 지속적으로 점검해야 함

- 일본은 관계부처의 긴밀한 연계를 위해 2013년부터 매년 총리주재로 관광입국추진 각료회의(観光立国推進閣僚会議)를 개최하여 관광 관련 정책을 수립하고 점검함

- 또 일본은 관방장관이 주재하는 ‘관광전략실행추진회의’에 해당 어젠다에 관련된 각 부처의 장관과 전문가들이 참석하여 관광 관련 정책 실행의 효율성을 높임

- 한국의 경우 2017년부터 연 2회를 원칙으로 개최되고 있는 국무총리소속 국가관광전략회의의 실효성을 높여 관광 관련 의제의 실행 동력을 확보할 필요가 있음

□ 지역에 존재하는 다양한 지역관광 조직의 역할과 범위를 명시하고, 조직 간 협력 방법을 명확히 정의해야 함

○ 관광 전담 조직들의 설립 및 운영 근거를 점검하고, 역할과 책임을 명확히 함으로써 업무 중복을 최소화해야 함

- 지방자치단체의 관광담당부서, 지역관광공사, 지역관광재단, 한국관광공사 지역지사, 민관 조직인 지역관광협의회, 민간 조직인 지역관광협회 등의 유사한 역할과 기능을 구분하고 협력 방안을 마련해야 함



- 관광정책 수립, 관광상품 개발, 관광인력 양성 등 역할 구분에 따른 협력 방안을 마련함으로써 상호보완적으로 업무를 수행할 기반을 마련해야 함
- 지역별 DMO가 지역관광 주체들 간 협력의 중심이자 중앙정부와 지역 간 협력의 징검다리 역할을 수행해야 함
  - 해당 지역을 가장 잘 아는 DMO가 각 지역에 맞는 관광 정책을 실현하고 추진함으로써 지역 실정에 맞는 관광 사업이 실시되어야 함
    - 지자체뿐 아니라 관광객 유입에 실제 영향을 받는 상공업, 농어업, 음식점, 숙박 시설, 교통사업자, 지역주민 등 민간의 협력이 필요함
  - DMO의 등록과 지원 방안을 체계적으로 마련하여 국가 차원의 공통된 목표와 지역 차원의 세부 실행 목표를 지속적으로 점검하고 보완할 기반을 마련해야 함
    - 개별 DMO는 정부의 지원하에 지역관광을 실행해나가면서, 지역의 목소리를 정부에 전달하여 중앙정부와 지역 간 지속적인 소통이 이루어지도록 해야 함
- 관광 분야 국가 단위 데이터와 지자체 데이터의 연계성을 강화하기 위해 데이터 수집 방식 등에 대한 국가 차원의 기준을 정립해야 함
  - 지자체 주도의 관광 데이터 집계와 관련하여 표준화된 기준을 정립하여 지자체 집계 데이터의 정합성 및 신뢰성을 확보해야 함
    - 중앙정부 차원에서 집계하는 지역관광 통계와 지자체가 자체적으로 집계한 통계 간의 괴리가 존재하여 데이터 신뢰도 문제가 제기되는 경우가 있음
    - 또한 지역 단위에서 관광정책과 마케팅에 필요한 데이터나 정보가 기초적인 정보에 국한되거나 정보 자체가 충분하지 않음
    - 중앙정부에서 지자체에 정보시스템을 구축할 예산을 지원하고 필수 집계 데이터 리스트 및 수집 방식 등의 가이드라인을 제공할 필요가 있음
    - 정부 차원에서 필수 KPI를 지정하고, 지자체별로 사전에 다양한 KPI를 설정하여 목표에 맞는 관광 관련 데이터를 체계적으로 관리해 나가야 함
  - 기초지자체 수준에서 정합성 및 신뢰성 있는 데이터가 만들어진다면 지역경제 활성화를 위한 정책 추진에도 도움이 될 수 있음
    - 「인구감소지역 지원 특별법」은 지역관광 활성화를 통해 생활인구를 늘리는 다양한 사업들을 추진하고 있는데, 정확한 기초지자체 단위 데이터를 바탕으로 정책이 더 효율적으로 집행될 수 있음

- 「지방교부세법 시행규칙 개정안」은 보통교부세 산정 기준에 생활인구를 반영하도록 하고 있는데, 정확한 생활인구 반영을 위해 신뢰할 수 있는 기초지자체 단위 데이터가 필요함

## 5. 관광 활성화를 위한 법과 제도의 체계화

- 혼재된 법정/비법정 계획 간 체계를 정립하여, 체계화된 법과 제도를 바탕으로 한 관광 진흥 방안을 모색해야 함
- 「관광기본법」 제3조에 따라 관광진흥에 관한 기본계획이 5년마다 수립·시행되고, 기본계획에 따른 시행계획이 매년 수립·시행되고 있음
  - 2017년 「관광기본법」 개정을 통해 관광진흥기본계획이 최상위 법정계획으로 위상이 변경됨
  - 2022년 12월 12일, “K-컬처와 함께하는 관광매력국가”라는 비전하에 제6차 관광진흥기본계획이 수립·발표됨

<표 IV-6> 제6차 관광진흥기본계획

전략	추진 과제
세계인이 찾는 관광매력국가 실현	1. K-관광 매력의 대대적 확산으로 시장 다변화 2. 관광과 K-컬처의 독보적·매력적 융합 3. 입국부터 출국까지 편리한 서비스 제공
현장과 함께 만드는 관광산업 혁신	1. 규제 혁신을 통한 제도약 지원 2. 미래 관광산업 선도기반 구축 3. 고성장 융복합 시장으로 영역 확장
국민과 함께 성장하는 국내관광	1. 국내여행 수요 촉진 2. 누구나 누리는 지속가능한 관광환경 조성 3. 안심하고 즐길 수 있는 관광안전 확립
더 자주 더 오래 머무는 지역관광시대 구현	1. 체류형 관광모델 개발로 지역경제 활력 강화 2. 독창적 매력이 있는 지역관광자원 개발 3. 다양하고 특색 있는 관광콘텐츠 확충

출처: 문화체육관광부

- 「관광진흥법」 제49조에 따라 관광개발기본계획과 권역별 관광개발계획이 수립·시행되고 있음
  - 2021년 12월 30일, ‘제4차 관광개발기본계획(2022~2031년)’이 확정·발표됨
  - 2021년 12월, ‘제7차 권역별<sup>5)</sup> 관광개발계획(2022~2026년)’이 확정·발표됨

5) 경남, 경북, 전남, 전북, 충남, 충북, 강원, 경기, 세종, 울산, 대전, 광주, 인천, 대구, 부산, 서울

<표 IV-7> 제4차 관광개발기본계획

전략	추진 과제
매력적 관광자원 발굴	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 미래유망 기술이 집약된 관광자원 발굴</li> <li>2. 문화 예술 콘텐츠 관광자원화</li> <li>3. 관광트렌드 주도형 관광개발 추진</li> <li>4. 세대별 특화 관광자원 개발</li> <li>5. 융복합을 통한 산업 및 종교관광 활성화</li> </ol>
지속가능 관광개발 가치 구현	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 탄소중립을 지향하는 관광개발 추진</li> <li>2. 보존과 활용이 조화된 생태관광 육성</li> <li>3. 유희자원 재생을 통한 관광자원화</li> <li>4. 오버투어리즘 효율적 관리</li> </ol>
편리한 관광편의기반 확충	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ICT 활용 관광표통 체계 구축</li> <li>2. 숙박시설 관광 명소화</li> <li>3. 식음 쇼핑시설의 명소화</li> <li>4. 안전 안심 관광환경 구현</li> <li>5. 스마트 관광안내체계 구축</li> </ol>
건강한 관광산업생태계 구축	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 주민참여형 지역관광 추진 확대</li> <li>2. 자립형 지역관광 주체 육성</li> <li>3. 관광개발과 지역산업간 연계 강화</li> <li>4. 지역관광 전문성 제고를 위한 역량 강화</li> </ol>
입체적 관광 연계 협력 강화	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 지역관광거점 중심 관광개발 확산</li> <li>2. 지역관광 육성사업 추진체계 구축</li> <li>3. 남북한 및 다자간 연계협력 관광개발 추진</li> <li>4. 범부처 공유관광자원 개발</li> </ol>
혁신적 제도 관리 기반 마련	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 관광지등 관광개발 관련 제도 개선</li> <li>2. 관광개발 위상을 강화하는 법률체계 정비</li> <li>3. 관광개발 정책 지원 확대</li> <li>4. 데이터 기반 과학적 관광자원 관리</li> <li>5. 관광자원의 통합관리</li> </ol>

출처: 문화체육관광부

- 「국제회의산업 육성에 관한 법률」 제6조에 따라 국제회의산업기본계획이 5년마다 수립·시행되고 있음

- 2024년 7월 18일, “지역 상생과 미래 혁신으로 글로벌 국제회의산업 중추국가로 도약”을 목표로 ‘제5차 국제회의산업 육성 기본계획(2024~2028년)’이 발표됨

<표 IV-8> 제5차 국제회의산업 육성 기본계획

목표	주요 정책과제
<ul style="list-style-type: none"> <li>- (UIA) 국제회의 1,400건 개최 *세계 1위</li> <li>- (외국인 참가자 수) 130만 명 달성</li> <li>- (외화획득) 30억 달러 달성 *약 4조원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- (수요창출) 지역 시그니처 국제회의 육성</li> <li>- (글로벌) 국제회의 유치 네트워크 강화</li> <li>- (시설) 국제회의복합지구 제도 개편</li> <li>- (융합) 융복합 국제이벤트 성장지원 확대</li> </ul>

출처: 문화체육관광부

- 법정임의계획으로서 ‘광역권 관광개발계획’이 필요에 따라 수립되고 있으며, 시군별로 법적 근거가 없는 비법정계획으로서 ‘지자체 관광진흥계획’ 등이 수립되고 있음
  - 관광개발기본계획 → 광역권 관광개발계획 → 지자체 관광진흥계획의 단계별 위상에 따라 시행방안이 구체화되는 방향으로 나아갈 수 있도록 계획 간 연계 방안 마련을 위한 법적 근거가 체계화되어야 함
- 중앙정부 차원이 관광 전담 조직이 관광산업 관련 법률과 규정을 제정하고 가이드라인을 제시하는 데에 있어 컨트롤 타워로서의 역할을 충실히 수행해야 함
  - 일본은 관광청에서 ‘관광입국추진기본계획’을 수립하고 실효성 있는 실행을 위해 각 관계 부처로 구성된 ‘관광입국추진각료회의’를 개최하고 있음
  - 또한 ‘관광입국추진기본계획’과 지역 특성에 맞는 관광계획 연계 및 효율적 추진을 위해 ‘관광비전추진 지방블록 전략회의’를 운영함
- DMO가 지역관광의 주체이자 중앙-지방 협력의 주체로 성장하기 위해 DMO의 장기 육성 방안과 성과 모니터링 시스템을 마련해야 함
- DMO의 역량 강화, 안정화, 전문화를 지원하는 장기적인 관점의 지원 제도 보완이 필요함
  - ‘공모형 국고보조사업’은 DMO의 안정성과 지속성을 담보하기 어려우므로 1년 단위로 선정된 DMO를 대상으로 보조금을 지원하는 단발성 재정 지원 형식에 그쳐서는 안 됨
- 구체적인 KPI에 기반한 성과 평가 및 관리를 통해 효과적이고 지속적인 운영이 이루어지도록 해야 함

- 나아가 관광산업의 국가 및 지역경제 영향을 정량화하고 구체적 목표 달성을 위해 국가 차원에서 관광산업 평가 기준 및 측정 체계를 구축해야 함
- 관광 GDP 측정을 최종 목표로 삼고, 이를 구성하는 세부 항목을 설정한 측정 지표를 개발해 소비, 고용, 생산 유발 측면에서 핵심 목표 지표를 개발해야 함
- 이를 바탕으로 핵심 목표의 수행 정도를 지속적으로 평가하여 관광대국의 길로 나아가야 함

<표 IV-9> 관광 KPI 개발 예시

1차 지표	2차 지표	3차 지표	4차 지표	5차 지표
관광 GDP	소비유발	인바운드	관광객 수	핵심 권역
				지방거점
				기타 지역
			1인당 소비	소비 항목
				고부가가치 관광객 비율
				체류 기간
		인트라바운드	체류 현황	재방문을
				권역별 이동
				핵심 권역
			관광객 수	지방거점
				기타 지역
				소비 항목
			1인당 소비	고부가가치 관광객 비율
				체류 기간
				재방문을
				권역별 이동
	고용유발	사업체 수	업종별	숙박업
				관광서비스업
				도소매업
		고용인원	일자리 창출	외식업
				정규직
				청년 일자리
	생산유발	권역별	급여 수준	외국인 일자리
				관광업 전문
				단기 노동자
				서울
		지방권	상품별	경기, 인천
				관광 거점
				전략 거점
				기타 지방
		산업별	서비스별	숙소
				항공편
				액티비티
				패키지
				교통
				유틸리티

출처 : 장수청 외, 「대한민국 관광대국의 길」 (2024)



## [ 참고 문헌 ]

- Faber, B. & Gaubert, C., 「Tourism and economic development: Evidence from Mexico's coastline」 (2019)
- Ivanov, S., & Webster, C., 「Measuring the impact of tourism on economic growth」 (2007)
- JAPAN TOURISM CORPORATION, 「업계정보」(2021)
- World Travel & Tourism Council, 「Travel and Tourism Economic Impact」 (2023)
- 고용노동부, 「사업체노동력조사」 (2018~2022)
- 국토교통성, 「平成20年版 観光白書」 (2008)
- 관광청, 「[https://www.mlit.go.jp/kankocho/seisaku\\_seido/suishintaisei/index.html](https://www.mlit.go.jp/kankocho/seisaku_seido/suishintaisei/index.html)」 (Last Update: 2024.03.22.)
- \_\_\_\_\_, 「[https://www.mlit.go.jp/kankocho/soshiki/soshiki\\_taisei.html](https://www.mlit.go.jp/kankocho/soshiki/soshiki_taisei.html)」 (Last Update: 2024.10.21.)
- \_\_\_\_\_, 「[https://www.mlit.go.jp/kankocho/seisaku\\_seido/kihonho/index.html](https://www.mlit.go.jp/kankocho/seisaku_seido/kihonho/index.html)」 (Last Update: 2024.03.22.)
- \_\_\_\_\_, 「[https://www.mlit.go.jp/kankocho/seisaku\\_seido/suishintaisei/vision\\_koso.html](https://www.mlit.go.jp/kankocho/seisaku_seido/suishintaisei/vision_koso.html)」 (Last Update: 2024.03.22.)
- \_\_\_\_\_, 「[https://www.mlit.go.jp/kankocho/seisaku\\_seido/dmo/dmotoha.html](https://www.mlit.go.jp/kankocho/seisaku_seido/dmo/dmotoha.html)」 (Last Update: 2024.10.08.)
- \_\_\_\_\_, 「[https://www.mlit.go.jp/kankocho/seisaku\\_seido/dmo/toroku.html](https://www.mlit.go.jp/kankocho/seisaku_seido/dmo/toroku.html)」 (Last Update: 2024.04.30.)
- \_\_\_\_\_, 「観光立国推進基本計画」 (2007, 2012, 2017, 2023)
- \_\_\_\_\_, 「観光立国実現に向けたアクション・プログラム 2014」 (2014)
- \_\_\_\_\_, 「観光立国実現に向けたアクション・プログラム 2015」 (2015)
- \_\_\_\_\_, 「明日の日本を支える観光ビジョン」 (2016)
- \_\_\_\_\_, 「DMOに関する取組みの現状について」 (2018)
- 국회예산정책처, 「인구구조 변화가 경제성장에 미치는 영향 분석」 (2021)
- 김진만·최유경·최규완·장수청, 「일본의 사례로 본 지역관광 활성화를 위한 DMO의 역할」 (2024)
- 김현주, 「관광계획 체계화 방안」 (2022)
- 농식품수출정보, 「일본 기업들의 지역 한정제품 출시효과」, 2023
- 대한민국시도지사협의회, 「일본 현지 동향 및 지역활성화 사례」, 2023



문화체육관광부, 「국민여행조사」 (2018~2023)  
 \_\_\_\_\_, 「입국관광통계」 (2018~2023)  
 \_\_\_\_\_, 「외래관광객 실태조사」 (2011, 2015)  
 \_\_\_\_\_, 「외래관광객조사」 (2019, 2023)  
 \_\_\_\_\_, 「관광진흥기본계획 2024년 시행계획」 (2024)  
 \_\_\_\_\_, 「제4차 관광개발기본계획」 (2022)  
 \_\_\_\_\_, 「제5차 국제회의산업 육성 기본계획」 (2024)  
 법무부, 「전자여행허가제(K-ETA)」  
 배만규, 「전통문화 스토리텔링에 기반한 관광기념품 개발에 대한 연구」, 2019  
 서울특별시, 「일본공항의 항공기 소음에 대한 대처」(2020)  
 신동호, 「문화활동을 통한 지역활성화: 일본 시가현 나가하마 이야기」, 2006  
 신용석, 「해외국가 인바운드 정책 및 시장 사례연구」 (2017)  
 이창미, 「일본 관광지경영조직의 추진현황 분석 및 제주적용방안」 (2017)  
 일본정부관광국, 「<https://www.jnto.go.jp/about-us/organization/division.html>」 (확인일: 2025. 01.06.)  
 장수청 외, 「대한민국 관광대국의 길」 (2024)  
 통계청, 「경제활동인구조사」 (2018~2024)  
 \_\_\_\_\_, 「인구총조사」 (2015~2023)  
 \_\_\_\_\_, 「세계와 한국의 인구현황 및 전망」 (보도자료, 2024.09.23.)  
 \_\_\_\_\_, 「전국사업체조사」 (2018~2022)  
 \_\_\_\_\_, 「지역소득」 (2015~2022)  
 한국관광공사, 「일본지역의 관광산업 활용 지방소멸 대응 사례 심층조사」, 2022  
 \_\_\_\_\_, 「2022년 생활관광 활성화 방안 연구용역」, 2022  
 한국개발연구원, 「관광산업 및 문화예술산업 정책연구를 위한 일본 사례조사」 (2019)  
 한국교통연구원, 「외국인 관광객 2천만 시대 지역관광활성화를 위한 관광교통체계 개선방안」(2016)  
 한국문화관광연구원, 「관광특구의 지정효과 분석: 지역경제에 미친 영향을 중심으로」 (2023)  
 \_\_\_\_\_, 「인구감소지역관광객 유입의 경제효과 분석 연구」 (2022)  
 \_\_\_\_\_, 「지방분권화에 따른 지역관광 정책 방향」 (2020)  
 \_\_\_\_\_, 「외래관광객조사」(2023)  
 한국문화관광정책연구원, 「관광산업의 지역경제 기여효과 분석」 (2003)  
 한국은행, 「산업연관분석해설」 (2014)

\_\_\_\_\_, 「산업연관표」 (2015, 2022)

행정안전부, 「주민등록인구현황」 (2015~2023)

---

0 제 목 : 지역관광의 경제효과와 활성화 방안  
0 발 행 처 : 야놀자리서치  
0 발 행 일 : 2024년 12월  
0 연구기관 : 야놀자리서치

\* 동 자료는 무단 전재 및 복제를 금합니다.

---

