

제 출 문

충청남도지사 귀하

본 보고서를 충남 관광비전 중장기 추진과제와 전략의
최종보고서로 제출합니다.

2015년 12월



원 장 강 현 수

목 차

I. 계획의 개요

1. 계획의 배경 및 목적	3
2. 계획의 범위	4
3. 계획의 수립 방법	5

II. 관광환경 및 동향분석

1. 관광환경 변화 및 전망	9
1) 국내외 관광환경 전망	9
2) 국내외 관광동향	13
2. 충남 관광환경 분석	28
1) 관광수용력	28
2) 관광소비력	48
3) 관광정책역량	58
4) 관광환경분석 종합	65
3. 관광정책의 변화	67
1) 국내관광정책	67
2) 전국 권역별 관광개발 계획	73
3) 충남관광정책	75

III. 관광객 설문분석 및 계획과제

1. 관광객 설문조사	79
1) 조사개요	79
2) 조사분석 결과	82
3) 종합 및 시사점	92
2. 종합분석 및 계획과제도출	95
1) SWOT 분석	95
2) 계획과제	99

IV. 기본구상

1. 비전설정의 기준	103
1) 비전의 키워드 도출	103
2) 비전(안)의 설정	105
2. 충남 관광비전(안) 도출	106
1) 충남관광비전(안)	106
2) 목표 및 추진전략	107
3. 관광비전 중장기 추진과제 도출	108
4. 충남 관광객 타겟팅(Targeting)	112

V. 추진전략별 세부과제

1. 편안한 관광기반	115
1) 지역별 관광거점 육성	116
2) 고부가 레저관광자원 발굴	122
3) 지역문화관광 콘텐츠 발굴	129
4) 자연친화적 관광자원 개발	133
2. 즐거운 관광활동	137
1) 융복합 관광자원 개발	138
2) 지역밀착형 관광상품 개발	143
3) 느림 관광상품 개발	147
4) 대표축제 및 이벤트 육성	150
3. 따뜻한 환대서비스	153
1) 충남관광서비스 품질 제고	154
2) 관광수용태세 선진화	157
3) 창의적 관광인재 육성	159
4) 충남형 관광거버넌스 구축	162
4. 매력있는 충남 마케팅	165
1) 관광상품(Promotion)	166
2) 바이럴마케팅(Online)	169
3) 관광안내정보제공(Infomation)	170

VI. 선도사업

1. 선도사업	175
1) 세계유산 관광도시 조성	175
2) 서해 해양관광거점조성	177
3) 유부도 동아시아 철새 생태지구 조성	178
4) 온천의료관광 클러스터 조성	179
5) 지역문화체험형 숙박지 조성	180
6) 메가이벤트 육성	182
7) 관광서비스품질인증제 도입	184
8) 충남 관광수용태세 평가시스템 구축	186
9) 충남 여행상품 경진대회 개최	188
10) 외국인 관광객 유치 관광마케팅	190
2. 선도사업 예산	192

부 록

1. 설문지	195
2. 보고회 및 워크숍 개최 결과	199
1) 착수보고회 결과보고	199
2) 관계자 의견수렴 워크숍 결과	204
3) 권역별(남부권) 순회 워크숍 결과	206
4) 권역별(북부권) 순회 워크숍 결과	212
5) 권역별(서해안권) 순회 워크숍 결과	215
6) 중간보고회 개최 결과	218
7) 최종보고회 개최 결과	225

표 목 차

[표 Ⅰ-1] 계획의 추진경위	5
[표 Ⅱ-1] 세계관광 성장추세	13
[표 Ⅱ-2] 대륙별 국제 관광객 수 추이	13
[표 Ⅱ-3] 세계관광의 고용기여도	14
[표 Ⅱ-4] 2030년 지역별 국제관광객 수 전망	14
[표 Ⅱ-5] 외국인 관광객 및 관광수입 추이	15
[표 Ⅱ-6] 국가별 외국인 관광객 추이	15
[표 Ⅱ-7] 방한, 방일 중국인 추이	16
[표 Ⅱ-8] 한국여행시 방문지(17개 시도)	17
[표 Ⅱ-9] 주요 국가별 충남 방문비율	17
[표 Ⅱ-10] 주요 방한목적	18
[표 Ⅱ-11] 주요 국가별 충남 방문비율	18
[표 Ⅱ-12] 충청지역 방문지	19
[표 Ⅱ-13] 국제선 외래객 실적	20
[표 Ⅱ-14] 목적별 입국 관광객	21
[표 Ⅱ-15] 주요 국가별 이용추이	21
[표 Ⅱ-16] 업종별 지출액 현황	23
[표 Ⅱ-17] 국가별 지출액(관광부문)	24
[표 Ⅱ-18] 시도별 지출액(관광부문)	25
[표 Ⅱ-19] 국민 국내여행 총량(2014년 기준)	26
[표 Ⅱ-20] 1인 평균 여행일수	26
[표 Ⅱ-21] 국내여행 주요 방문지	27
[표 Ⅱ-22] 지역별 방문객 만족도	27
[표 Ⅱ-23] 전국 국립공원 현황(2014년 기준)	29
[표 Ⅱ-24] 전국 자연공원(도립·군립) 현황(2014년 기준)	29
[표 Ⅱ-25] 충남 자연공원 현황(2014년 기준)	30
[표 Ⅱ-26] 전국 자연휴양림 조성현황(2014년 기준)	31
[표 Ⅱ-27] 충남 자연휴양림 현황(2014년 기준)	31
[표 Ⅱ-28] 충남 해수욕장 현황(2014년 기준)	32
[표 Ⅱ-29] 전국 및 충남 문화재 현황(2014년 기준)	33

[표 II-30]	충남 문화재 현황(2014년 기준)	33
[표 II-31]	전국 및 충남 박물관 수(2014년 기준)	34
[표 II-32]	충남 시군별 박물관 수(2014년 기준)	34
[표 II-33]	전국 지정관광지(2014. 12월 기준)	35
[표 II-34]	충남 지정관광지(2014. 12월 기준)	35
[표 II-35]	전국 관광단지(2015. 2월 기준)	36
[표 II-36]	충남 관광단지(2015. 2월 기준)	36
[표 II-37]	전국 관광특구(2014년 기준)	36
[표 II-38]	충남 관광특구	37
[표 II-39]	전국 관광이용시설(2014년 기준)	38
[표 II-40]	충남 관광이용시설(2014년 기준)	39
[표 II-41]	카지노 및 유원시설업, 골프장, 스키장	40
[표 II-42]	충남 시군별 유원시설업 현황(2014년 기준)	40
[표 II-43]	전국 관광축제현황(2015년 기준)	41
[표 II-44]	문화체육관광부 문화관광축제 지정 추이	41
[표 II-45]	충남 지역별 축제(2014년 기준)	42
[표 II-46]	유형별 축제	42
[표 II-47]	관광숙박시설 등록현황(2014년 기준)	43
[표 II-48]	충남 관광숙박시설 등록현황(2014년 기준)	44
[표 II-49]	일반숙박시설 현황(2013년 기준)	44
[표 II-50]	충남 일반숙박시설(2013년 기준)	44
[표 II-51]	전국 관광안내소(2014년 기준)	45
[표 II-52]	충남 관광안내소(2015년 기준)	45
[표 II-53]	관광안내표지 현황(2013년 기준)	46
[표 II-54]	문화관광해설사(2013년 기준)	47
[표 II-55]	충남 문화관광해설사 현황(2014년 기준)	47
[표 II-56]	주요 지점별 관광객 수(2014년 기준)	48
[표 II-57]	충남 주요 지점별 관광객 수(2014년 기준)	49
[표 II-58]	충남 주요 목적지별 관광객 수(2014년 기준)	49
[표 II-59]	전국 문화누리사업 사업비(카드사업/지역주관처 운영비, 2013년 기준)	50
[표 II-60]	전국 및 도평균 관광 사업체수(2013년 기준)	51
[표 II-61]	충남 관광사업체 수 추이(2010-2013)	52
[표 II-62]	전국 및 도평균 관광 종사자수	52
[표 II-63]	충남 관광 종사자수 추이(2010-2013)	53
[표 II-64]	시도별 관광농원 운영 현황(2013년 기준)	54
[표 II-65]	충남 관광농원 운영현황(2014년 기준)	54

[표 II-66] 녹색농촌체험마을 지정현황(2013년 기준)	54
[표 II-67] 충남 녹색농촌체험마을 지정현황(2014년 기준)	55
[표 II-68] 어촌체험마을 지정현황(2014년 기준)	55
[표 II-69] 어촌체험마을 지정현황(2014년 기준)	55
[표 II-70] 산촌체험마을 지정현황(2014년 기준)	56
[표 II-71] 한국 슬로시티 지정현황	56
[표 II-72] 템플스테이 운영사찰 현황(2013년 기준)	57
[표 II-73] 충남템플스테이 운영사찰(2014년 기준)	57
[표 II-74] 관광부문 세부 추진사업	59
[표 II-75] 문화관광자원 개발사업 현황	60
[표 II-76] 관광홍보행사	61
[표 II-77] 온오프라인 홍보	61
[표 II-78] 관광홍보물	61
[표 II-79] 전국 관광예산 비중 추이	62
[표 II-80] 충남 관광예산 비중 추이	62
[표 II-81] 전국 관광관련 공무원(정원 2013년 기준)	63
[표 II-82] 충남 관광관련 공무원(2015년 기준)	63
[표 II-83] 충남 관광관련 학과 학생 현황(2014년 기준)	64
[표 II-84] 시대별 관광정책의 변화	67
[표 II-85] 관광진흥 확대회의 주요내용	72
[표 II-86] 제5차 권역별 관광개발계획 비전 및 목표	73
[표 II-87] 충남권 관광개발계획 비전 및 목표	75
[표 II-88] 충남 시군별 관광목표	76
[표 III-1] 설문조사 내용	79
[표 III-2] 관광객 설문조사 지역	79
[표 III-3] 응답자 연령	80
[표 III-4] 응답자 소득	80
[표 III-5] 관광객 설문조사지역 교차분석	81
[표 III-6] 충남 관광횟수	82
[표 III-7] 지역별 관광목적(중복응답)	83
[표 III-8] 방문지별 관광목적(중복응답)	83
[표 III-9] 여행정보	84
[표 III-10] 여행정보 및 연령 교차분석	84
[표 III-11] 경험 대표관광자원	85
[표 III-12] 지역별 경험 대표관광자원	86

[표 Ⅲ-13] 충남 관광만족도	87
[표 Ⅲ-14] 지역별 관광 만족도	87
[표 Ⅲ-15] 충남 관광 개선점(중복응답)	88
[표 Ⅲ-16] 재방문, 권유, 전체 만족도	88
[표 Ⅲ-17] 충남 대표관광자원(다중응답)	89
[표 Ⅲ-18] 충남 대표관광자원(순위별)	89
[표 Ⅲ-19] 발전 잠재력(중복응답)	90
[표 Ⅲ-20] 관광비전 및 목표(중복응답)	90
[표 Ⅲ-21] 관광 전략(중복응답)	91
[표 Ⅲ-22] 관광발전을 위한 업무	91
[표 Ⅲ-23] 외국인 관광객 유치 전략	91
[표 Ⅳ-1] 충남 계획별 비전	104
[표 Ⅳ-2] 충남 관광객 타겟팅(Targeting)	112
[표 Ⅴ-1] 충남 근대산업유산 목록	118
[표 Ⅴ-2] 항공레저스포츠 관광시범사업(안)	127
[표 Ⅴ-3] 산업관광 활용산업 및 기능(예시)	141
[표 Ⅴ-4] 충남내 고택(대표자원)	145
[표 Ⅴ-5] 관광불편신고 유형별 접수현황(2011-2014년)	156
[표 Ⅴ-6] 관광서비스분야 유망직업 상위리스트	159
[표 Ⅴ-7] 관광분야 정책사업 시스템 연계 분야(예시)	163
[표 Ⅵ-1] 문화체육관광부 전통한옥 숙박시설 지원내용	181
[표 Ⅵ-2] 선도사업 예산	192

그림목차

[그림 I-1] 충남관광비전의 목적	3
[그림 II-1] 청주공항 영향권	20
[그림 II-2] 청주국제공항 이용 외래관광객 선호여행지	22
[그림 II-3] 국가별 매출액	23
[그림 II-4] 관광부문 업종별 매출액	24
[그림 II-5] 국가별, 지역별 매출액 비중	25
[그림 II-6] 충남 관광단지, 관광특구, 관광지 위치도	37
[그림 II-7] 제5차 충남권 관광개발계획 비전 및 목표	58
[그림 II-8] 박근혜 정부 관광정책 방향 및 기조	67
[그림 II-9] 계획의 비전, 목표 및 추진전략	68
[그림 II-10] 제3차 관광개발기본계획 권역구분 및 개발방향	69
[그림 II-11] 2018 관광비전	70
[그림 II-12] 2018 관광 정책목표	71
[그림 II-13] 제5차 충남권 관광개발계획의 목표와 전략	75
[그림 III-1] 충남 관광 키워드	89
[그림 IV-1] 충남관광 키워드도출	104
[그림 IV-2] 충남관광비전(안)	106
[그림 IV-3] 정량목표	107
[그림 V-1] 서천 판교마을	119
[그림 V-2] 원산도 테마랜드 조성사업 종합계획도	119
[그림 V-3] 내포천주교순례길 노선도	121
[그림 V-4] 왜목마을 관광지 개발 구상도	122
[그림 V-5] 충남 마리나 항만 예정지 및 사례	124
[그림 V-6] 인천승마힐링센터(예시)	125
[그림 V-7] 아산 항공레저스포츠제전	127
[그림 V-8] 논산 돈암서원	130
[그림 V-9] 지역별 시장축제	131

[그림 V-10] 유부도 생태공원 조성계획(안)	133
[그림 V-11] 갯벌 세계유산 등재추진 대상지역(2015년 기준)	134
[그림 V-12] 서산 해상낚시터 및 해양휴게시설	135
[그림 V-13] 방문자센터 및 숙박시설	136
[그림 V-14] 온천의료관광연계 기본 모델	138
[그림 V-15] 찾아가는 양조장사업	140
[그림 V-16] 천안 K-뷰티테마파크 조감도	141
[그림 V-17] 계룡 안보체험교육장 조감도	142
[그림 V-18] 충남 맛집 관련 자료	143
[그림 V-19] 야간관광도입의 필요성	152
[그림 V-20] 충남 외국인 유학생 활동	161
[그림 V-21] (예시) 주민자원조사단	161
[그림 V-22] 숙박시설 협동조합 운영모델	164
[그림 V-23] 소셜커머스 관광상품 판매 사례	166

제1장

계획의 개요





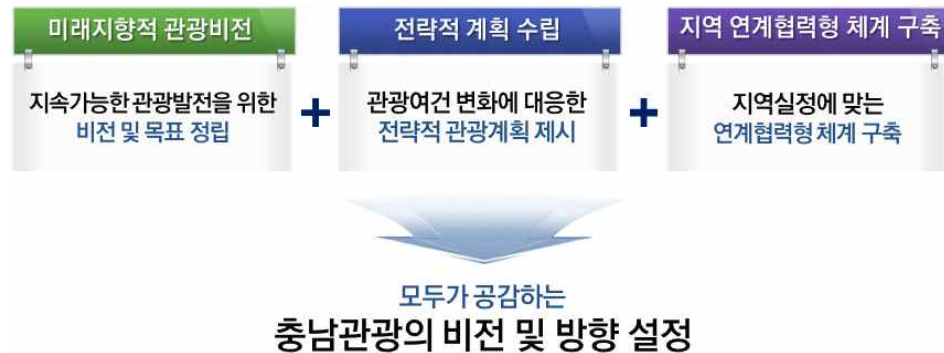
1. 계획의 배경 및 목적

계획의 배경

- 세계적인 경제는 고도성장 이후 구조적 저성장 국면에 접어든 것으로 분석됨에 따라 새로운 성장 동력을 발굴하기 위한 노력이 지속적으로 이루어지고 있음
- 관광산업은 높은 부가가치와 일자리 창출 등의 긍정적 효과를 나타냄에 따라 신성장 동력 산업으로서 주목을 받고 있으며, 중국을 비롯한 아시아 신흥국의 관광객 증가에 따라 지리적으로 인접지인 우리나라의 관광시장의 성장이 이루어질 것으로 전망됨
- 창조경제와 문화융성 등 정부정책의 패러다임 변화에 따라 충남 관광에서도 이를 능동적으로 대응하기 위한 새로운 비전 제시가 필요
- 충청남도는 서해안고속도로와 기타 광역교통의 개선으로 2000년대 들어서 수도권의 관광객을 수용하는 목적지로서 역할을 하고 있고 행정중심복합도시건설과 백제 내포문화권 개발, 내포신도시 이전 등으로 관광객이 증가추세임
- 그러나 다양한 자원이 전역에 분포하고 있음에도 불구하고 국내외 관광시장 변화에 능동적으로 대응하고 있지 못하며, 상품화 및 마케팅에 대한 상품화가 제대로 이루어지고 있지 못하는 실정임
- 또한 충남의 경우 관광목적지로서 인지도가 외국인에게 낮을 뿐만 아니라 내국인에게도 숙박관광지보다는 경유형 단위 관광지로서 방문의 행태가 일반적인 곳으로 나타나고 있어 관광객 유치를 위한 과제를 찾고 대응전략을 마련 할 필요가 있음

계획의 목적

- 본 계획은 충청남도의 관광산업의 현황 및 특성을 분석하고 충남 관광의 가능성과 목표를 검토하여 종합적으로 충남관광이 가야할 비전을 설정하는 것을 목표로 함
- 또한 증가하는 외국인 및 국내관광수요에 대응하고, 다양한 관광여건변화를 통한 모두가 공감할 수 있는 충남의 관광 비전을 제시함
- 이를 위해 그동안 단기적이고 부분적으로 추진되고 있는 충남 관광정책에 대한 면밀한 검토를 통해 충남 관광비전을 공유하며, 중장기 추진과제를 제시함



[그림 1-1] 충남관광비전의 목적

2. 계획의 범위

공간적 범위

- 직접적 범위 : 충청남도 전역(15개 시군)
- 간접적 범위 : 충청남도 인접지역 연계사업 검토

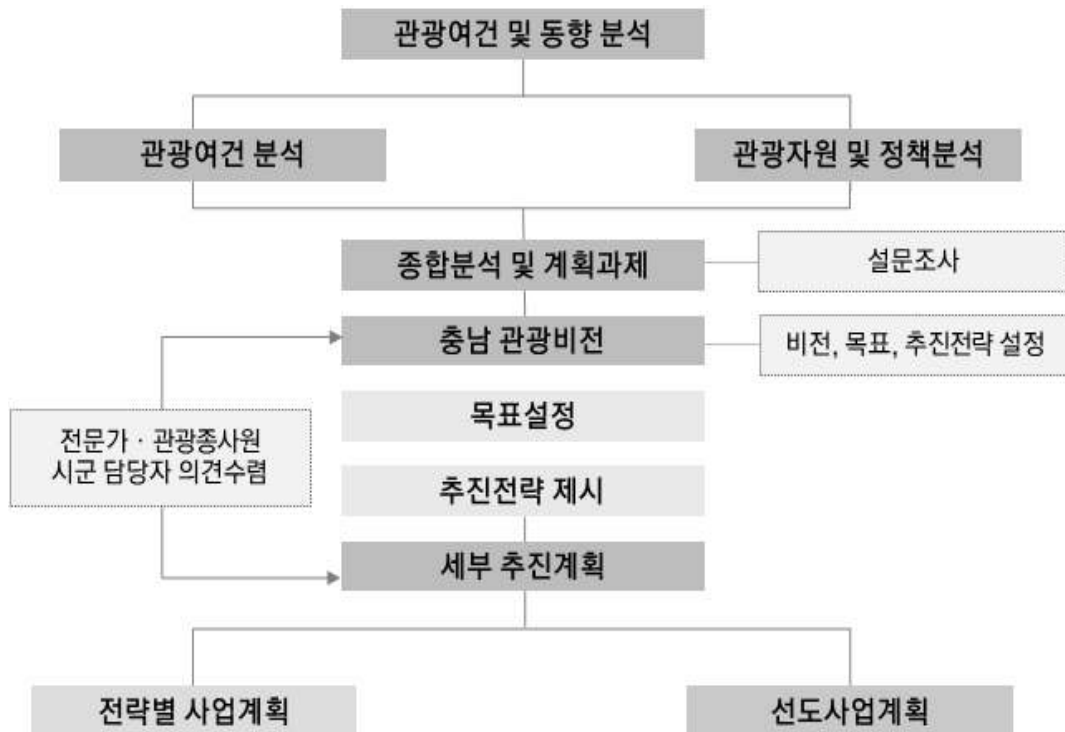
시간적 범위

- 계획기간 : 2016-2025년
- 계획 기준년도 : 2014년
- 계획수립기간 : 2015. 6 ~ 2015. 12

1단계	2단계	3단계
2016-2017년	2018-2020년	2021-2025년
단기계획	중기계획	장기계획

내용적 범위

- 본 계획은 국내외 관광시장 환경의 변화 및 관광의 트렌드, 충남 관광의 실태 분석을 통해 충남 관광여건을 고려한 중·장기 관광비전 제시하고 비전수립을 위한 추진계획을 제시하는 것을 주요 내용으로 함





3. 계획의 수립 방법

계획수립방법

- 연구주관기관인 충남연구원을 중심으로 충청남도 관광시책자문단, 충청남도 관광산업과 및 15개 시군 관광 관련부서의 연구자문 및 의견을 수렴
- 관련 공무원 및 전문가, 충남 관광협회, 충남관광종사원 등 지역 관광을 추진하는 다양한 주체들과의 워크숍을 통한 협력적 계획 수립
- 관광정책 및 비전에 관심 있는 관광종사원들의 다채로운 의견을 수렴할 수 있도록 참여연구 추진

계획추진경위

- 본 계획의 수립을 위하여 지역 의견수렴이 가능한 부문에서 지역의 의견을 적극적으로 검토하여 수렴절차를 거침
- 연구기관인 충남연구원을 중심으로 전문가, 행정기관, 관광객 설문조사, 연구진 회의 등을 개최하였으며, 세부적인 추진경위는 다음과 같음

[표 1-1] 계획의 추진경위

구분	내용	비고
2015년	5월 연구용역 계약(05.27)	
	6월 착수보고회(06.17)	관광시책자문단, 충청남도 관광산업과
	제1차 추진상황 점검회의(06.6)	충청남도 관광산업과
	8월 충남관광객 설문조사(8.7~8.17)	충남 15개 시군 주요 관광지
	9월 제2차 추진상황 점검회의(09.03)	충청남도 관광산업과
	관계자 의견수렴 워크숍(09.23)	충청남도 관광종사원 및 15개 시군 관광공무원
	남부권 워크숍(10.21)	관광시책자문단, 관광산업과, 남부권(공주, 논산, 계룡, 부여, 금산)
	10월 북부권 워크숍(10.22)	관광시책자문단, 관광산업과, 북부권(천안, 아산, 당진, 예산, 청양)
	서해안권 워크숍(10.23)	관광시책자문단, 관광산업과, 북부권(보령, 서산, 서천, 홍성, 태안)
	11월 중간보고회(11.03)	관광시책자문단, 충청남도 관광산업과, 15개 시군 관광공무원
12월	제3차 추진상황 점검회의(12.07)	충청남도 관광산업과
	최종보고회(12.10)	관광시책자문단, 충청남도 관광산업과, 15개 시군 관광공무원

제2장

관광환경 및 동향분석





1. 관광환경 변화 및 전망

1) 국내외 관광환경 전망

국제 관광 환경변화 전망

관광산업의 지속적 성장

- 관광시장은 국가간, 지역간 이동이 급속하게 이루어지면서 새로운 형태의 시장이 급부상하기도 하며, 산업측면에서의 중요성이 커지고 있음
- 21세기 들어서 세계경제는 경제개발의 단계를 넘어 문화의 시대로 진입하였으며, 이와 더불어 여행업 및 관광산업에 대한 중요성이 커지고 있음
- 관광산업은 타 산업대비 외화획득 효과가 크며 내수증진 및 고용창출 부문에 있어서도 경제기여도가 높은 산업으로 높은 성장 잠재력을 갖고 있음¹⁾
- 또한 관광개발은 사회, 경제, 문화, 환경, 정치 등 다양한 제반환경들의 구성요인 또는 요소들과 상호 연관성이 많으며, 각 산업 또는 환경부분간 복용합으로 타 산업의 동반성장을 유도하고, 경제를 견인할 수 있는 전략산업의 선순환 구조 형성에 기여함
- 관광산업이 국가의 경제 활성화에 미치는 영향이 지속적으로 확대됨에 따라 전세계적으로 관광산업을 적극 육성하고 있으며, 국가간·지역간 경쟁이 심화되고 있음

중국관광시장의 성장

- 중국경제의 급성장에 따라 중국인의 해외여행에 대한 수요가 증가하고 있으며, 2012년 기준 중국인 관광객의 해외여행 지출금액은 1천 2십억 달러에 육박하는 등 세계관광시장에서 가장 중요한 위치로 부상하였음
- 특히, 2002년에 취해진 해외여행에 대한 제한 완화 및 수속절차 간소화와 2004년 중국의 해외관광 자유 목적지 확대정책에 힘입어 중국의 아웃바운드 관광시장은 폭발적으로 성장하였음
- 중국과 인접한 우리나라는 관광 산업의 부문에서 중국인 관광객이 차지하는 비중이 높아지고 있으며, 이를 통해 우리나라 관광시장의 발전요인으로 작용하고 있음
- 방한 중국인관광객 증가에 따른 경제적 효과는 2013년 중국인 관광객 총지출로 인한 취업유발효과와 고용유발효과는 각각 24만 798명과 12만 6,456명으로 2010년 대비 약 2.4배의 증가하였음²⁾
- 중국인 관광객 급증에 따라 중국인 관광객 대상 유망상품 개발과 상품의 유통 다각화, 관광객 대상 홍보를 통한 시장개발 방안 마련이 필요

1) 현대경제연구원, 외국인 관광객 증가와 경제적 파급효과 전망, 2015.1

2) 산업연구원, KIET산업경제분석 중국인 관광객 증가가 산업에 미치는 영향과 정책제언, 2014. 8

신흥국가의 관광활동 증가

- 유엔의 세계 인구 전망에 따르면 2020년경 아시아 신흥국의 인구는 약 36억 7000만 명으로 추정되며, 이 중 약 5억8000만 명이 해외 관광을 위해 출국할 것으로 전망되었음³⁾
- 선진국을 중심으로 이루어졌던 관광활동은 아시아 및 태평양지역과 중남미, 중동 등 신흥국가로 전환 될 것으로 전망되며, 이는 신흥국가의 중산층이 확대됨에 따라 관광활동도 함께 증가될 것으로 전망됨
- 국제연합 세계관광기구 UNWTO(UN World Tourism Organization)가 발간한 'Tourism toward 2030' 보고서에 의하면 아시아대륙이 주요 관광목적지로서 지속적인 성장이 이루어질 것으로 전망되고 있으며, 특히 세계 관광 목적지의 편중이 80년대 유럽/미주 중심(86% 점유)에서 2010년 아시아 및 중동의 약진(11% →28%로 성장)체제로 재편되었으며, 2030년 아시아가 유럽시장에 필적하는 Top 2 대륙이 될 것으로 전망됨⁴⁾

스마트 관광생태계 구축

- 세계 인터넷 시장의 확장은 사회전반에 걸쳐 디지털 기술이 도입되는데 큰 역할을 하고 있으며, 스마트폰의 상용화와 함께 더욱 더 가치가 증대되고 있음
- 향후 20년은 첨단 기술력이 여행자의 여행 형태에 혁신적 영향을 미칠 것으로 예상되며 이는 여행 산업의 가장 중요한 쟁점으로 대두될 전망이다
- 관광산업은 국가 또는 지역의 다양한 유무형의 자원(resources)을 기반으로 서비스 생산체계를 구축하고 부가가치를 창출하는 네트워크형 비즈니스 생태계로서 특히, 모바일기술은 관광시장에서 고객서비스 및 행동을 크게 변화시키고 있음
- 관광서비스의 핵심적 요소로서 관광객의 정보접근성이 인터넷과 스마트폰을 통해 급속히 확대되고 있으며, 합리적 가격과 서비스를 제공하는 정보서비스 또한 공급자적 입장에서 확대되고 있음
- 여행 정보에 대한 신뢰도는 기존의 관광청 등 공공에서 제공하는 정보가 가장 높았으나 최근에는 소셜미디어 등에서 제공하는 다수의 소비자 평가에 의존하는 경향이 늘고 있음
- 소셜미디어에서 제공하는 추천, 개인정보를 검색하며, 스마트폰, 태블릿기기의 보급으로 여행 전 정보, 상품, 서비스에 대한 검색을 할 때, 혹은 카메라 기능, 커뮤니케이션 플랫폼, 정보 업로드 등의 각종 여행서비스를 활용하기 위해 모바일 기술을 선호하고 있음
- 관광객의 소셜미디어 이용 증가는 정책 영역에서도 중요한 과제로 대두되고 있으며, 관광산업 전반에서 디지털 및 소셜미디어 시대로의 전환에 대처하기 위한 방안 마련이 요구됨

4) 이응석, 관광산업 성장을 위한 역동요소는? Industry Highlights



국내 관광 환경변화 전망

창조경제를 견인하는 융복합 관광산업 육성

- 2013년에 출범한 박근혜정부는 “국민 행복, 희망의 새시대” 를 국정비전으로 설정하고, 창조경제를 새로운 패러다임으로서 제시하고 있으며, 이와 더불어 관광산업에서도 다양한 분야와의 접목을 통해 영역과 범위를 확대하고 있음
- 전통적인 관광의 영역은 숙박, 항공, 식음료, 여행사, 관광지 등에 국한되어 있었으나, 최근에는 의료, MICE, 스포츠, ICT, 제조업 등 다양한 산업분야와의 융합, 복합, 연계가 강조되고 있음⁵⁾
- 그에 따라 역사문화관광, 생태관광, 산업관광, 의료관광 등 고부가가치 관광산업을 발굴 및 육성하고 있으며, 산업간 연계를 통한 관광자원화 기반을 구축하고 있음
- 관광산업의 융합 및 확대는 ‘새로운 일자리 창출, 융합을 통한 산업영역 확장, 상상력과 창의력 기반의 지속가능한 경제성장’ 등을 지향하는 창조경제의 핵심가치와 맥을 같이하고 있음

국민을 위한 국내관광 활성화

- 주5일 근무제의 확대와 고령화 사회 진입에 따라 국민의 관광수요는 다양한 형태로 변화하고 있음
- 우리나라 외래관광객 수는 2003년 이후 지속적인 증가세를 보이고 있으나 국민의 국내관광 참가 일수가 2007년 이후 답보상태를 유지함에 따라 국민의 국내관광 활성화를 위해 노력하고 있음
- 특히, 국민의 국내관광 활성화를 통한 선순환 구조 확립을 위해 국내관광수요 진작방안을 제시하고 박근혜정부에 들어서 관광진흥확대회의를 통해 국내관광에 대한 여건을 개선하고 관광주관을 신설하는 등 국내여행의 수요확대와 지역관광 활성화 등을 위해 다양한 노력들을 기울이고 있음
- 또한 관광수요의 양적확대를 위한 인프라 개선과 끊임없이 변화하는 관광수요에 대응하기 위하여 지역의 고유의 관광콘텐츠 개발 등 관광상품을 확대하고 있음

지역관광의 증가

- 최근 관광객의 관광소비가 자연, 문화재 등 지역의 명소 중심에서 지역의 거리, 마을, 시장 등 일상생활공간으로 확대되고 있으며, 잘 알려지지 않은 지역을 관광하는 지역관광을 선호하는 경향을 보임
- 이는 장기적인 저성장 기조 속에서 일상에서 작은 만족을 추구하는 소비행태와도 관련이 있다고 할 수 있으며, 관광객의 관광경험의 증가에 따라 획일화된 대량 관광소비에서 다양한 삶과 문화를 체험하는 차별화된 관광을 선호함에 기인한 것으로 보임
- 이러한 과정에서 지방자치단체들은 벽화마을을 조성하고 재래시장을 여행자들이 찾을 수 있도록 조성하는 등 주민의 삶을 엿볼 수 있는 생활밀착형 관광명소를 만들고 있음

5) 심원섭, 안희자, 창조경제시대 산업간 융합을 통한 관광산업 발전방안, 2013

- 지역의 숨겨진 매력을 통한 지역관광 활성화를 도모하기 위해서는 중앙 정부, 지자체, 지역민, 관광사업체 등 관광 주체들 간의 유기적 협력이 지속적으로 구축되어야 함

관광수요계층의 변화

- 수명의 증가와 출산율 저하로 인한 관광수요 계층이 가족여행, 체험학습여행 등으로 점차 변화하고 있으며, 경제력과 시간, 건강을 갖춘 고령 소비층과 어린이를 동반한 가족여행객이 관광시장의 핵심 타겟으로 주목받고 있음
- 관광의 신소비층으로 부상하는 중장년층은 뉴시어세대로 불리는 이들은 정년을 맞은 전후의 베이비붐세대로 여유 있는 자산을 기반으로 한 적극적인 여행 및 관광 소비를 하고 있음
- 특히, 이들은 젊은이 못지않은 건강과 과거에 경험한 문화와 정서에 대한 향수를 바탕으로 여가에 적극적으로 참여하고 있음
- 젊은 세대의 여행 형태인 배낭여행, 옛 향수를 찾는 추억여행, 그리고 특정한 주제를 따라 가는 테마여행에 참여하며, 특히, 토종식물, 전통시장, 박물관, 역사 인물탐방, 생태탐방 등 주제를 찾아다니는 여행이 많아지고 있는 것으로 분석됨
- 중장년층의 여행이 꾸준히 증가할 것으로 전망됨에 따라 주요 관광소비층으로서 중장년층을 대상으로 적극적인 관광자원 및 상품 개발과 마케팅이 요구됨

스스로 여행 DIY

- 한국관광공사의 국내여행에 대한 빅데이터 분석결과를 보면, 여행계획 및 여행기에 대한 데이터가 증가하고 있고 자신이 원하는 일정으로 자유롭게 여행을 즐기는 개별자유여행이 증가하고 있음
- 개별여행객의 증가는 국내 여행업계 환경에 큰 변화를 일으키고 있으며, 이는 소셜미디어나 인터넷을 활용하여 각자가 여행정보에 쉽게 접근할 수 있고 이를 바탕으로 여행자가 계획을 짜고 교통편과 숙소를 예약하는 스스로 여행이 젊은 층을 중심으로 확대되고 있기 때문임
- 또한 젊은 세대들은 더 많은 곳을 여행하고, 여행지에서 더 많이 소비하고, 더 새로운 지역을 찾아 떠나는 경향을 보임
- 단순히 장소를 방문하는 것보다 장소에서의 경험을 중시하고, 정신적·심리적 만족을 추구하는 체험소비가 확산되면서 현지인과 교감을 나누는 경험을 중시하는 크리에이티브 관광이 성장함⁶⁾
- 여가 가치가 증대되면서 색다른 체험으로 자기계발을 하고자 하는 교육관광과 같은 콘텐츠가 확산되고 있으며 개인이 실현할 수 없다고 여겼던 우주여행, 심해탐험 등 '꿈'을 현실화 하는 이색 서비스가 등장하며 관광산업에 새로운 자극을 주고 있음
- 향후 개별관광객의 수요가 점차 증가될 것으로 예상됨에 따라 관광의 기본적인 인프라를 개별관광객에 맞는 체계로 전환할 필요가 있음

6) 최경은, 안희자, 최근 관광트렌드 분석 및 전망, 2014



2) 국내외 관광동향

세계관광동향

국제관광추이 및 전망

- 2013년 기준 국제관광객수는 10억명을 넘어섰으며, 2009년 글로벌 경기 침체와 신종 플루 등의 악재로 2003년 이후 6년 만에 감소하였던 국제 관광객 수는 경기 회복에 따른 소비 심리 회복으로 증가세로 돌아섰음
- 세계관광기구(UNWTO)의 통계에 따르면 2013년 국제관광객 수는 전년대비 5.1% 증가한 10억 8,700만 명으로 집계되었으며, 국제관광으로 인해 관광목적지가 벌어들이는 총수입은 11억 5천 9백만 달러로 전년대비 5.3% 증가하였음

[표 II-1] 세계관광 성장추세

구분	관광객		관광수입	
	관광객수 (백만명)	성장률 (%)	관광수입 (십억달러)	성장률 (%)
1990년	435	7.5	262	21.0
1995년	528	-4.5	403	14.2
2000년	676	7.8	476	4.2
2005년	807	6.2	681	7.4
2010년	948	6.5	930	8.7
2011년	995	4.9	1,043	12.0
2012년	1,035	4.0	1,078	3.4
2013년	1,087	5.1	1,159	7.5

자료: 문화체육관광부, 2013년 기준 관광동향 연차보고서, 2014

- 대륙별로 살펴보면, 2013년 기준 유럽지역의 국제관광객 수는 5억6천2백만 여 명 (51.8%)으로 전체 국제관광객 수의 절반을 상회하였으며, 이 중 아시아태평양 지역의 관광객 수는 2억4천7백만명 전체 시장의 22.8%를 차지하여 세계에서 두 번째로 큰 시장으로 부상하였음

[표 II-2] 대륙별 국제 관광객 수 추이

구분	국제관광객 수(백만명)					
	2000년	2005년	2010년	2011년	2012년	2013년
세계	677	807	949	995	1,035	1,087
유럽	388.0	448.9	484.9	516.1	533.9	562.8
아시아태평양	110.1	153.6	205.1	218.6	233.6	247.7
아메리카	128.2	133.3	150.6	156.0	163.0	168.9
아프리카	26.2	34.8	49.9	49.7	53.1	56.1
중동	24.1	36.3	58.2	54.7	51.8	51.9

자료: UNWTO(2014), World Tourism Barometer

- 2012년 기준 세계 관광산업은 총 GDP를 3% 향상시켰고, 일자리 수는 전년보다 500만개가 증가한 2억 6천만 개 창출하였으며, 전 세계 모든 일자리 11개중 1개는 관광산업이 차지하고 있으며, 2012년 신규 일자리 중 10% 이상이 관광산업에서 발생하는 것으로 나타남

- WTTC(World Travel & Tourism Council)는 2013년 여행 및 관광산업의 GDP 기여도가 3.2% 증가할 것으로 예측하고 있으며, 이는 세계경제 예상 성장률 2.4%보다 높은 수치임
- 2013년 관광산업은 약 2억 6,600만 개의 일자리를 창출하여 기타산업보다 현저히 높은 실적을 올릴 것으로 전망 함

[표 II-3] 세계관광의 고용기여도

(단위 : %, 천명)

구 분	고용기여도				
	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년
총고용자 수(천명)	253,000	257,348	261,394	265,754	272,402
총효과(%)	8.6	8.7	8.7	8.7	8.8
직접고용자 수(천명)	97,779	99,498	101,118	102,364	104,740
직접효과(%)	3.3	3.3	3.3	3.3	3.4

자료: UNWTO, World Tourism Barometer, 2014

- 세계관광시장은 최근 10년간 연평균 4.3%의 성장과 더불어 세계 관광인구가 2030년까지 18억명으로 증가할 것으로 전망됨
- 지역별로는 유럽이 41%로 가장 많을 것으로 예상되며, 아시아태평양 지역이 30%, 아메리카 미주 지역이 14% 등의 순으로 예측됨

[표 II-4] 2030년 지역별 국제관광객 수 전망

구 분	관광객수(백만명)			연평균성장률 (%)		점유율 (%)		
	1995년	2010년	2030년	95-10	95-30	1995	2010	2030
	기준년	잠정치	예측치					
세계	528	940	1,810	3.9	3.6	100	100	100
유럽	304	475	744	3.0	2.6	58	51	41
아시아태평양	872	204	535	6.3	5.5	15	22	30
아메리카	109	150	248	2.1	2.4	21	16	14
아프리카	19	50	134	6.7	5.7	3	5	7
중동	14	61	149	10.5	7.0	3	6	8

자료 : UNWTO, Tourism towards 2030 Global overview, 2011

- 외국인 관광객 2,300만 시대(아시아 신흥국 관광객 1,500만 시대)를 열기 위해서는 첫째, 향후 국내 관광 시장의 주요 고객으로 부상할 중국, 동남아 등 아시아 신흥국 관광객 유치 확대 노력이 필요함
- 둘째, 관광객의 재방문율을 높이기 위해 다양한 상품을 개발하고 품질을 지속적으로 개선해야 하며, 셋째, 관광객 1인당 지출 확대를 위해 특히 개별관광객 공략이 요구됨
- 넷째, 다양한 맞춤형 특화 상품 개발을 통한 지방 관광 활성화를 도모해야 하며, 다섯째, 관광안내정보의 표준화·체계화를 기반으로 플랫폼 및 어플리케이션 개발을 통해 맞춤형 관광서비스 제공을 위한 노력이 필요함⁷⁾

7) 현대경제연구원, 외국인 관광객 증가와 경제적 파급효과 전망, 2015

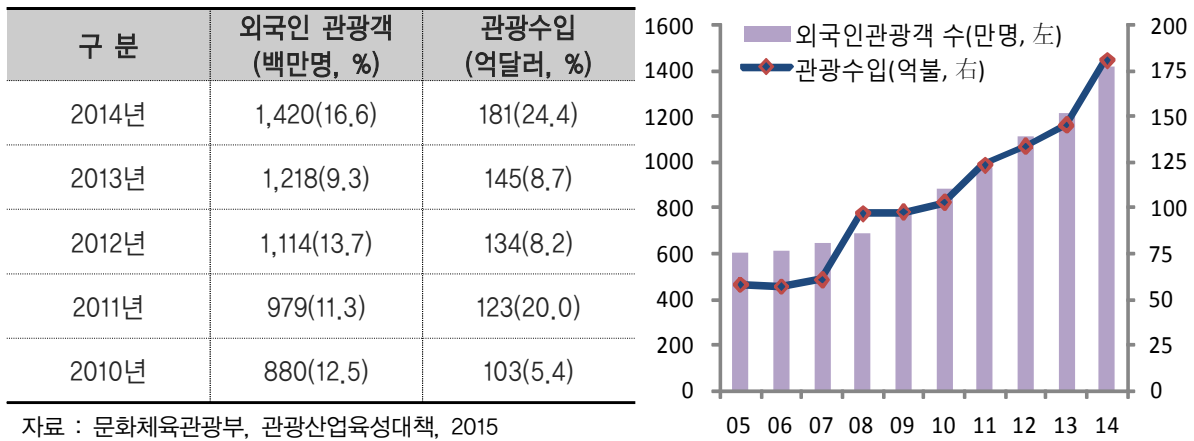


국내관광동향

인바운드시장

- 우리나라를 방문하는 관광객 수가 2014년 기준 1,420만명으로 방한관광객 증가율은 2005년 3.5%에서 2010년 12.5%, 2011년 11.3% 등으로 급증했으며, 2014년에는 전년대비 약 16.6% 성장한 것으로 나타남
- 방한관광객수 증가로 관광수입 역시 증가하면서 2014년 1-11월 누적기준 관광수입은 약 164억달러로 전년 동기 대비 약 23.6%가 급증하는 등 관광수지 적자폭이 감소하는 추세를 보이고 있음

[표 II-5] 외국인 관광객 및 관광수입 추이



자료 : 문화체육관광부, 관광산업육성대책, 2015

- 우리나라를 방문하는 관광객 중 84%가 아시아권으로부터의 역내관광이며, 2005년 78%에서 2014년 84%로 지속적으로 증가하고 있음
- 중국, 태국, 필리핀 등 아시아 신흥국에서의 방문객은 1,170만명으로 56.5%를 차지하는 등 매우 높은 편이나, 아시아를 제외한 기타지역의 방한 관광객수는 2014년 기준 250만명에 그치는 등 방문객의 편차가 심한 편임

[표 II-6] 국가별 외국인 관광객 추이

(단위 : 만명, %)

구분	전체	아시아	아시아					미국	유럽	유럽		호주
			일본	중국	대만	홍콩	기타			영국	러시아	
2005년	518 (100)	405 (78)	242 (47)	59 (11)	39 (7)	16 (3)	50 (10)	59 (11)	35 (7)	7 (1)	6 (1)	6 (1)
2010년	880 (100)	684 (78)	302 (34)	188 (21)	41 (5)	23 (3)	131 (15)	65 (7)	65 (7)	10 (1)	15 (2)	11 (1)
2013년	1,218 (100)	998 (82)	275 (23)	433 (36)	54 (4)	40 (3)	196 (16)	72 (6)	77 (6)	12 (1)	18 (1)	12 (1)
2014년	1,420 (100)	1,186 (84)	228 (16)	613 (43)	64 (5)	56 (4)	225 (16)	77 (5)	85 (6)	13 (1)	21 (2)	14 (1)

자료 : 문화체육관광부, 관광산업육성대책, 2015

- 중국의 경제성장으로 해외여행 수요가 빠르게 증가하면서 중국인의 방한여행 또한 지속적인 성장을 보이고 있음
- 중국의 출국관광객규모는 2014년 기준 약 1.1억명 수준으로, 우리나라는 홍콩, 마카오에 이은 3위 방문지임
- 특히, 2010년 이후 중국인 방한객이 빠르게 증가하고 있으며, 2013년에는 전년 대비 52.5% 성장률을 보이며 432만 6,869명이 방한하여 중국이 일본을 제치고 제1의 인바운드 시장으로 자리매김 하였음
- 이는 우리나라가 지리적 근접성이외에도 경제교류, 쇼핑관광 매력, 크루즈관광 증가, 한류관심층 확대, 비자 발급요건 완화, 개별관광 증가, 청소년·노인 관광교류 증가, 중일 간 영토분쟁에 따른 방일 관광수요의 한국 전환 등이 영향을 미친 것으로 나타남
- 중국인의 방한관광 수요층은 해외여행을 처음 하는 경우나 인센티브 단체, 개별 관광객, 여성층, 가족 단위, 청소년층, 중노년층 등 점점 더 다양화되고 있음⁸⁾

[표 II-7] 방한, 방일 중국인 추이

(단위 : 만명, %)

구 분	2011년	2012년	2013년	2014년
방한 중국인	222 (18.1)	284 (27.9)	433 (52.5)	613 (41.6)
방일 중국인	104 (△26.2)	143 (37.5)	131 (△8.4)	241 (84.0)

자료 : 문화체육관광부, 관광산업육성대책, 2015

8) 문화체육관광부, 2013년 기준 관광동향 연차보고서, 2014



외래관광객 실태조사(2014년)

- 2014년 외래관광객 실태조사를 통해 우리나라를 방문한 외국인 관광객의 충남 방문을 및 목적 등을 살펴보고 이와 대응한 충청남도의 계획과제를 도출하였음

여행 중 방문권역

- 한국 여행 중 방문한 시도 중 '서울' 이 80.4%로 가장 높고, 다음으로 '제주' (18.0%), '경기' (13.0%), '부산' (8.0%) 등의 순으로 나타남
- 연도별로 살펴보면, 2010년 대비 '제주' (13.1% → 18.0%), '경남' (3.0% → 3.6%)은 방문 비율이 증가한 것으로 나타났으나, 충남은 2010년 2.6%에서 2014년 0.9%로 방문비율이 지속적으로 감소하는 것으로 나타남

[표 II-8] 한국여행시 방문지(17개 시도)

(중복응답, 단위 : %)

구분	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년
서울	80.3	79.7	82.5	80.9	80.4
부산	15.7	14.1	12.2	11.7	8.0
대구	4.0	3.5	3.1	2.9	1.2
인천	17.6	9.0	7.7	7.8	5.0
광주	2.6	1.6	1.2	1.3	0.4
대전	4.0	3.1	2.2	2.1	1.1
울산	2.1	2.4	1.8	1.8	1.4
세종	-	-	-	-	0.1
경기	30.5	23.8	21.3	17.9	13.0
강원	11.7	11.1	9.7	9.2	7.1
충북	1.5	1.0	0.9	0.6	0.5
충남	2.6	1.5	1.5	1.7	0.9
전북	2.4	2.0	1.6	1.5	1.2
전남	2.3	1.5	2.2	2.1	1.6
경북	6.1	5.6	4.2	4.0	2.4
경남	3.0	3.4	2.4	1.7	3.6
제주	13.1	10.2	12.0	16.7	18.0
기타	1.2	0.7	0.3	0.6	0.2

자료 : 문화체육관광부, 2014년 외래관광객 실태조사, 2015

- 거주국별로 살펴보면, 충남 방문비율은 인도가 2.8%로 가장 높았으며, 미국 2.5%, 중동 1.9%, 일본 1.7% 등의 순으로 나타남
- 그러나 외래방문객수는 일본과 중국의 관광객 수가 많은 비율이 낮더라도 관광객 수는 타 지역에 비해 많은 편임

[표 II-9] 주요 국가별 충남 방문비율

(단위 : 명, %)

구분	전체	일본	중국	홍콩	싱가포르	미국	영국	독일	러시아	중동	인도
사례수	12,024	2,180	5,379	536	181	696	110	86	158	137	66
충남방문비율	0.9	1.7	0.4	0.7	0.7	2.5	1.9	1.4	1.5	1.9	2.8

자료 : 문화체육관광부, 2014년 외래관광객 실태조사, 2015

주요 방한목적

- 우리나라를 방문한 외래관광객의 주요방한 목적은 여가/위락/휴가 목적이 전체 응답의 58.1%이며, 사업/전문활동 19.9%, 쇼핑이 10.0%의 순으로 나타남
- 연도별로 살펴보면, 2013년 대비 '여가/위락/휴가' (48.2% → 58.1%) 목적은 증가한 반면, '사업/전문 활동' (23.4% → 19.9%)은 감소한 것으로 나타남

[표 II-10] 주요 방한목적

(단위: %)

구분	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년
여가/위락/휴가	51.3	42.4	43.9	48.2	58.1
사업/전문활동	32.2	31.1	24.5	23.4	19.9
쇼핑	-	9.2	11.8	10.6	10.0
친구/친지방문	11.4	10.6	11.1	9.7	6.5
교육	-	4.6	6.5	5.9	3.6
뷰티/건강/치료	0.2	0.3	1.1	1.0	1.0
종교/순례	0.9	0.6	0.9	1.1	0.9
기타	4.3	0.5	0.1	0.1	0.1

주 : 쇼핑, 교육은 2011년부터 추가된 항목임

자료 : 문화체육관광부, 2014년 외래관광객 실태조사, 2015

충청지역 방문지

- 방한목적별 충남의 방문 비율은 교육과 관련한 목적을 가진 방문객이 4.0%로 가장 높았으며, 사업 및 전문활동이 2.4%인 것으로 나타남
- 순수 관광인 여가/위락/휴가의 경우는 0.4%로 매우 낮은 편이며, 쇼핑 또한 0.1%로 관광과 관련한 방문비율은 낮은 비율을 나타냄

[표 II-11] 주요 국가별 충남 방문비율

(단위: 명, %)

구분	여가/위락/휴가	뷰티/건강/치료	종교/순례	쇼핑	친구/친지방문	사업/전문활동	교육	기타
사례수	6,982	122	11	1,201	785	2,387	429	6
충남방문비율	0.4	0.2	0.6	0.1	1.1	2.4	4.0	0.0

자료 : 문화체육관광부, 2014년 외래관광객 실태조사, 2015

- 충청지역을 방문한 관광객 중 충남의 방문지로는 천안(독립기념관)이 14.0%로 가장 많은 방문비율을 보였으며, 아산외암민속마을, 금산 인삼타운 등을 방문한 것으로 나타남
- 거주국별로 살펴보면, 일본 관광객은 천안(독립기념관, 17.2%), 중국 관광객과 미국 관광객은 엑스포 과학공원(각각 21.1%, 23.9%) 방문 비율이 높은 것으로 나타남



- 천안독립기념관을 방문한 주요 국가로는 일본, 싱가포르, 러시아 등이 있으며, 금산인삼타운을 방문한 지역은 중국, 일본, 영국, 미국 등임

[표 II-12] 충청지역 방문지

(단위: %)

구분	전체	일본	중국	홍콩	싱가포르	미국	영국	독일	러시아	중동	인도
엑스포과학공원	21.2	7.5	21.1	0.0	21.3	23.9	18.0	31.3	29.5	28.9	38.0
천안(독립기념관)	14.0	17.2	9.4	8.8	16.3	16.1	14.0	11.2	38.7	9.7	20.7
유성(유성온천)	12.0	9.3	14.1	15.7	49.2	13.0	13.5	32.5	5.1	19.2	8.6
아산(외암민속마을)	10.4	14.1	14.3	24.5	0.0	12.4	10.9	0.0	15.8	10.3	3.9
충주(수안보온천)	10.1	8.1	4.9	0.0	0.0	9.8	17.1	6.7	0.0	6.0	09.2
대청호반	7.3	1.7	8.0	0.0	0.0	8.9	5.4	0.0	0.0	6.0	3.7
금산(인삼타운)	7.6	12.9	17.1	0.0	0.0	1.5	3.2	0.0	0.0	0.0	0.0
기타	17.4	29.2	11.1	51	13.2	14.4	17.9	18.3	10.9	19.9	15.9

자료 : 문화체육관광부, 2014년 외래관광객 실태조사, 2015

- 방한목적별로 살펴본 결과, 여가/워락/휴가 목적은 '금산(인삼타운)' (23.2%), 사업/전문 활동 목적은 '엑스포 과학공원' (22.9%), 교육 목적은 '엑스포 과학공원' (26.8%)에 대한 방문 비율이 높은 것으로 나타남

시사점

- 충남을 방문하는 외래관광객은 천안독립기념관, 아산외암민속마을, 금산인삼타운을 중심으로 방문하며, 일본인과 중국인이 비율은 낮으나 관광객 수는 높은 편임
- 그러나 지역을 방문하는 관광객들은 역사와 관련되거나 건강과 관련된 쇼핑이 가능한 금산인삼타운으로 이루어지고 있으며, 온천을 이용하는 관광객은 대전 유성온천이나 충북의 수안보 온천에 비해 아산의 온양온천, 예산의 덕산온천 등의 방문은 저조한 것으로 나타남
- 이에 따라 지역의 관광자원을 활용한 외래관광객 유치에 타지역과의 관광경쟁력 우위를 점할 수 있는 방안 마련이 필요함
- 또한 중국관광객을 중심으로 이루어지는 쇼핑 관광객을 수용할 수 있는 인프라 및 관광상품 개발이 필요함

청주공항 외래 입국자수 분석

- 외래관광객실태조사의 조사모집단이 국내4개 국제공항(인천국제공항, 김포국제공항, 김해국제공항, 제주국제공항), 2개 국제항(인천국제항, 부산국제항)으로 출국하는 외국인을 대상으로 함에 따라 충청지역에서 가까운 청주국제공항으로 입국하는 외래관광객은 배제됨에 따라 청주공항의 입국 관광객을 중점적으로 분석함
- 청주공항의 영향권은 청주공항 활성화사업 재기획조사(국토교통부, 2014)에서 제시된 영향권을 사용하였으며, 그 결과 충청권(대전, 세종, 충북, 충남), 경기도 남부지역 일부, 서울/전북/경북지역 일부 포함하는 것으로 나타남
- 청주공항은 충청남도와 지리적으로 인접하여 있으며, 환황해권 거점 공항으로서 외래관광객을 유치하는데 중요한 역할을 수행하고 있음



자료 : 국토교통부, 청주공항 활성화사업 재기획조사, 2014

[그림 II-1] 청주공항 영향권

외래객 입국자수

- 청주공항의 외래객 입국자수는 아시아지역 운항 확대로 2014년 기준 189,916명이 입국하여 2010년 23,116명에서 연평균 69.3%의 높은 성장률을 보임
- 이는 전체 외래입국자수의 2010년 0.3%에 불과했으나 2014년 1.3%로 비중이 높아짐에 따라 청주 공항을 이용하는 외래객 입국자수는 증가하고 있음을 나타냄

[표 II-13] 국제선 외래객 실적

(단위 : 명, %)

구분	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	연평균 증가율
전체	8,797,658	9,794,796	11,140,028	12,175,550	14,201,516	12.7
청주공항	23,116	20,287	37,432	70,610	189,916	69.3
(비중)	(0.3)	(0.2)	(0.3)	(0.6)	(1.3)	-

자료 : 한국문화관광연구원 관광지식정보시스템, 출입국관광통계, 각년도



외래객 입국 목적

- 청주공항을 이용하는 외래관광객의 입국 목적은 2014년 기준 94.0%인 178,471명이 관광을 목적으로 입국하였으며 기타(5.9%), 상용(0.04%), 유학연수(0.04%), 공용(0.00%) 등의 순으로 입국 하는 것으로 나타남
- 2010년 관광목적의 관광객은 76.6%였으나 2014년에는 94.0%로 관광을 목적으로 입국하는 관광객은 지속적으로 증가하고 있음을 나타냄

[표 II-14] 목적별 입국 관광객

(단위 : 명, %)

구분	2010년		2011년		2012년		2013년		2014년		연평균 증가율
	관광객	(비중)	관광객	(비중)	관광객	(비중)	관광객	(비중)	관광객	(비중)	
관광	17,707	(76.6)	14,993	(73.9)	36,106	(96.5)	66,953	(94.8)	178,471	(94.0)	78.2
상용	86	(0.4)	51	(0.3)	49	(0.1)	33	(0.0)	83	(0.0)	-0.9
공용	1	(0.0)	1	(0.0)	0	0.0	3	(0.0)	3	(0.0)	31.6
유학연수	155	(0.7)	178	(0.9)	48	(0.1)	104	(0.1)	75	(0.0)	-16.6
기타	5,167	(22.4)	5,064	(25.0)	1,229	(3.3)	3,517	(5.0)	11,284	(5.9)	21.6
전체	23,116	(100.0)	20,287	(100.0)	37,432	(100.0)	70,610	(100.0)	189,916	(100.0)	69.3

자료 : 한국문화관광연구원 관광지식정보시스템, 출입국관광통계, 각년도

국가별 이용 추이

- 국제선 여객은 대외 환경 영향에 따른 여객변화에 따라 많은 영향을 받으며, 특히 2014년에는 무비자 입국제도 시행으로 방한 중국관광객이 급증하였음
- 청주공항을 통해 입국하는 관광객을 국가별로 구분하여 보면 중국 관광객이 2010년 39.8% 수준에서 2014년 98.8%로 비중이 매우 높아졌음
- 반면에 일본은 23.7%에서 2014년 0.02%로 비중이 매우 낮아졌으며, 타 지역들의 입국비율 또한 매우 적은 것으로 나타남

[표 II-15] 주요 국가별 이용추이

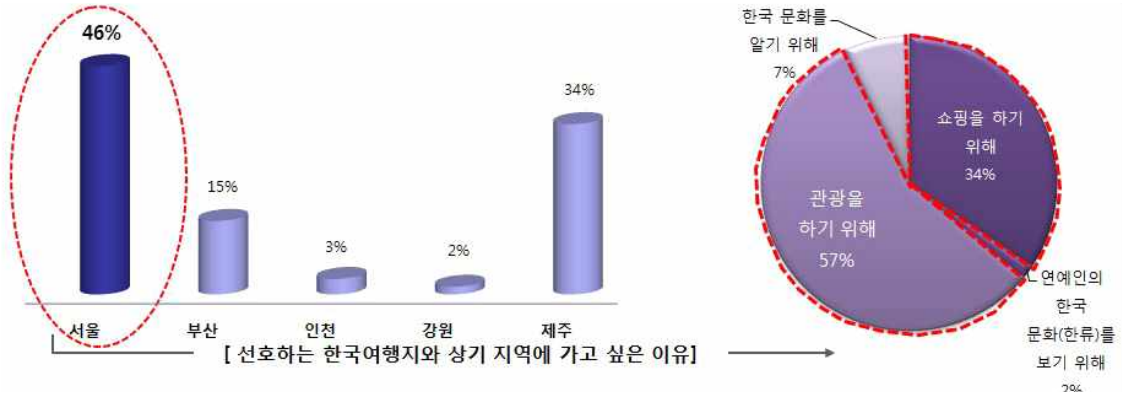
(단위 : 명, %)

구분	2010년		2011년		2012년		2013년		2014년		연평균 증가율
	관광객	(비중)	관광객	(비중)	관광객	(비중)	관광객	(비중)	관광객	(비중)	
일본	5,489	(23.7)	2,394	(11.8)	13	(0.0)	173	(0.2)	32	(0.0)	-72.4
중국	9,194	(39.8)	10,431	(51.4)	31,654	(84.6)	66,724	(94.5)	187,546	(98.8)	112.5
대만	4,604	(19.9)	4,046	(19.9)	4,793	(12.8)	2667	(3.8)	1,476	(0.8)	-24.8
홍콩	2,207	(9.5)	1,248	(6.2)	146	(0.4)	33	(0.0)	83	(0.0)	-56.0
태국	706	(3.1)	1,584	(7.8)	521	(1.4)	548	(0.8)	181	(0.1)	-28.8
미국	152	(0.7)	178	(0.9)	125	(0.3)	147	(0.2)	201	(0.1)	7.2
기타	764	(3.3)	406	(2.0)	180	(0.5)	318	(0.5)	397	(0.2)	-15.1
전체	23,116	(100.0)	20,287	(100.0)	37,432	(100.0)	70,610	(100.0)	189,916	(100.0)	69.3

자료 : 한국문화관광연구원 관광지식정보시스템, 출입국관광통계, 각년도

청주공항이용객 선호여행지⁹⁾

- 청주공항을 이용한 외국인 관광객이 선호하는 여행지는 서울이 46.0%로 가장 높게 나타났으며, 제주가 34.0%로 그 뒤를 차지함
- 선호여행지에 가고 싶어하는 이유는 관광을 하기 위해서가 57.0%, 쇼핑을 하기 위해서가 34.0%순으로 나타나고 있으며, 이는 우리나라를 방문하는 외래관광객의 일반적인 여행목적에 부합하는 결과임



자료 : 국토교통부, 청주공항 활성화사업 재기획조사, 2014

[그림 11-2] 청주국제공항 이용 외래관광객 선호여행지

- 외국인 관광객이 청주공항을 선택한 이유로는 여행상품에 포함된 노선이기 때문에가 57.1%로 가장 높게 나타났으며, 노선 및 운항시간대가 편리하는 응답이 28.6%로 나타남
- 이와 관련하여 중국관광객을 모객하고 있는 여행사는 청주공항이 저렴한 가격 때문에 상품에 포함하고 있는 것으로 나타남

시사점

- 충청남도는 청주공항을 통해 입국하는 외국인 관광객의 타지역 유출을 방지하고 충남 관광지 방문을 촉진하기 위한 적극적 활용방안이 필요함
- 공항과 지역내 관광거점지역을 연결할 수 있는 관광셔틀버스 등의 운영을 통해, 공주, 부여 등의 역사문화권과, 태안, 보령 등의 해양관광권까지의 교통시스템 구축이 필요함
- 무비자 입국공항으로 청주공항을 이용하는 중국인 관광객을 수용할 수 있는 관광 상품 개발로 적극적인 수요를 창출하며, 지역대표 이벤트 및 축제 개발, 역사체험관광, 수학여행단 유치, 체험학습, 음식관광 등의 다양한 상품을 개발하여야 함
- 특히, 근접한 입지적 조건을 바탕으로 해양과 온천 등의 휴양관광지로서의 매력도를 높이고, 충북, 대전, 세종 등 주변지역과 공동상품개발 및 프로모션을 전담하는 관광협력체계 구축을 통해 관광산업을 육성할 필요가 있음

9) 국토교통부, 청주공항 활성화사업 재기획조사, 2014의 외국인 이용객 설문조사를 바탕으로 재정리함



외국인 신용카드 지출액 분석¹⁰⁾

- 외국인의 국내에서 활동하는 관광행태를 분석하기 위하여 문화체육관광부에서 발간한 외국인 신용카드 지출액 분석 자료를 활용함

외국인 신용카드 지출액(전체)

- 2013년 기준 외국인 신용카드 국내사용 지출액은 총 7조 8천억원으로 전년대비 23.8% 증가하였으며, 업종별로는 쇼핑이 전체금액의 38.7%인 3조원으로 가장 높은 지출을 보였음
- 특이할 점은 스포츠에 대한 신용카드 지출액이 전년대비 103.2%로 매우 높은 상승률을 보인 점임

[표 II-16] 업종별 지출액 현황

(단위 : 억원, %)

구분	2012년		2013년		전년대비
	금액	비중	금액	비중	
쇼핑	25,026	(39.5)	30,357	(38.7)	21.3
숙박	18,306	(28.9)	21,034	(26.8)	14.9
음식	4,116	(6.5)	5,797	(7.4)	40.9
병원	2,087	(3.3)	3,341	(4.3)	60.1
이동	2,434	(3.8)	2,774	(3.5)	14.0
스포츠	314	(0.5)	638	(0.8)	103.2
문화체험	460	(0.7)	544	(0.7)	18.2
기타	10,608	(16.7)	13,933	(17.8)	31.3
합계	63,350	(100.0)	78,418	(100.0)	23.8

자료 : 문화체육관광부, 2013 외국인 신용카드 사용 지출액 현황 분석 보고서, 2014

- 국가별로는 중국이 3조 76백억원(48.1%)으로 가장 높은 비중을 차지하였으며 일본 14,535억원, 미국 7,415억원 등의 순으로 나타남
- 중국의 매출액 증가율은 2012년 2조 633억원이었으나 2013년 3조 76백억원으로 전년대비 82.7%의 높은 성장률을 보임

(단위 : 억원)



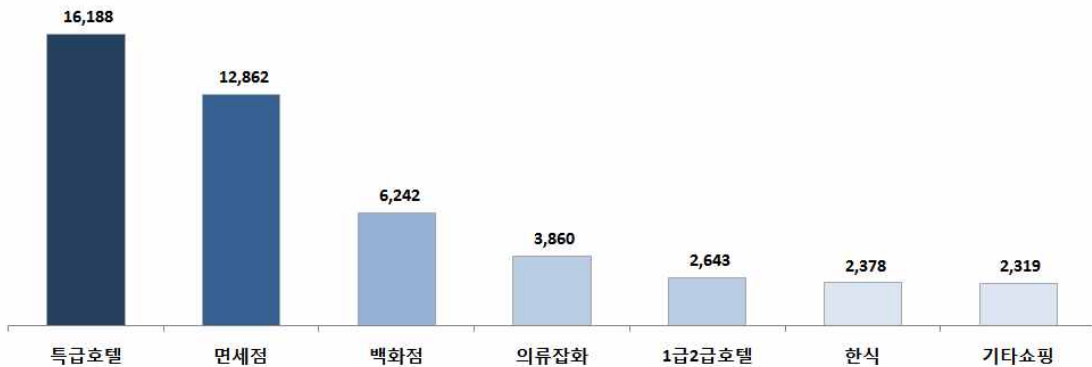
[그림 II-3] 국가별 매출액

10) 문화체육관광부, 2013 외국인 신용카드 사용 지출액 현황 분석 보고서, 2014

관광부문¹¹⁾ 매출액

- 2013년 기준 관광부문 지출액은 57,188억원으로 2012년 47,448억원에서 20.5% 증가세를 보였음
- 업종별로 살펴보면 특급호텔이 1조 62백억원으로 전체의 28.3%를 차지하였으며, 면세점 1조 28백억원(22.5%), 백화점 62백억원(10.9%) 등의 순으로 나타나 외국인 관광객의 쇼핑 부문 지출의 비중이 높은 것으로 분석됨

(단위 : 억원)



[그림 II-4] 관광부문 업종별 매출액

- 국가별로 살펴보면 중국이 3조 9백억원으로 국가별 지출액의 54.1%를 차지하였으며, 일본이 75백억원, 미국이 49백억원 등의 순으로 나타났음
- 중국은 2012년 17195억원에서 2013년 30,919억원으로 전년대비 79.8%가 성장한 반면 일본은 2012년 12,693억원에서 2013년 7,513억원으로 전년대비 40.8%의 감소율을 보였음

[표 II-17] 국가별 지출액(관광부문)

(단위 : 억원, %)

구분	2012년		2013년		전년대비
	금액	비중	금액	비중	
중국	17,195	(36.2)	30,919	(54.1)	79.8
일본	12,693	(26.8)	7,513	(13.1)	-40.8
미국	4,902	(10.3)	4,924	(8.6)	0.5
홍콩	1,622	(3.4)	1,763	(3.1)	8.7
대만	1,291	(2.7)	1,419	(2.5)	9.9
싱가포르	1,138	(2.4)	1,329	(2.3)	16.8
태국	946	(2.0)	1,023	(1.8)	8.1
러시아	631	(1.3)	742	(1.3)	17.5
우크라이나	709	(1.5)	730	(1.3)	3.0
영국	596	(1.3)	684	(1.2)	14.7
합계	47,448	(100.0)	57,188	(100.0)	20.5

주 : 상위 10개국만 표로 작성함

자료 : 문화체육관광부, 2013 외국인 신용카드 사용 지출액 현황 분석 보고서, 2014

11) 관광부문은 쇼핑, 숙박, 음식, 관광여행사 등으로 한정하여 집계함



- 지역별로 살펴보면 서울이 4조 1백억원(70.2%)으로 관광부문 지출액의 비중이 매우 높았으며 인천 41백억원(7.2%) 경기 38백억원(6.7%)등의 순으로 나타남
- 이는 면세점 및 백화점이 수도권에 집중되어 있으며, 쇼핑을 할 수 있는 시설 또한 명동을 중심으로 동대문 등에서 지출이 이루어지기 때문으로 분석됨
- 충남의 경우 2012년 167억원에서 218억원으로 전년대비 30.4%의 성장률을 보였으나 비중의 0.4% 수준으로 전국의 10위 규모를 나타냄

[표 II-18] 시도별 지출액(관광부문)

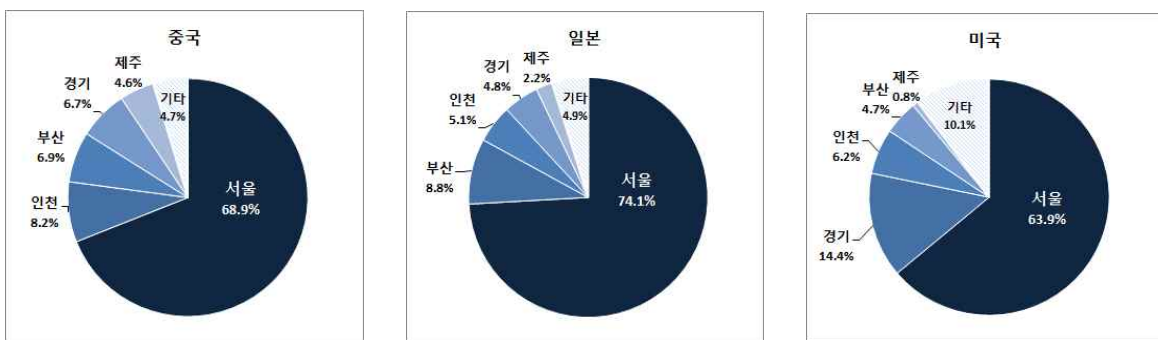
(단위 : 억원, %)

구분	2012년		2013년		전년대비
	금액	비중	금액	비중	
서울	34,377	72.5%	40,127	70.2%	16.7
인천	3,492	7.4%	4,132	7.2%	18.3
경기	2,906	6.1%	3,835	6.7%	32
부산	2,920	6.2%	3,831	6.7%	31.2
제주	1,130	2.4%	1,844	3.2%	63.2
경남	596	1.3%	803	1.4%	34.8
대구	406	0.9%	464	0.8%	14.2
경북	319	0.7%	463	0.8%	45.3
울산	308	0.6%	431	0.8%	39.8
충남	167	0.4%	218	0.4%	30.4
강원	152	0.3%	210	0.4%	38.1
대전	165	0.3%	204	0.4%	23.9
충북	168	0.4%	175	0.3%	4.6
광주	118	0.2%	152	0.3%	28.5
전남	111	0.2%	140	0.2%	26
전북	111	0.2%	126	0.2%	13.6
세종	0	0.0%	0	0.0%	66.6
미분류	0	0.0%	32	0.1%	-
합계	47,448	100.0%	57,188	100.0%	20.5

주 : 세종시의 지출액은 1천만원 이하로 단위상 0원으로 처리됨

자료 : 문화체육관광부, 2013 외국인 신용카드 사용 지출액 현황 분석 보고서, 2014

- 국가별·지역별로 지출액을 교차 분석한 결과 서울에서의 지출 비중이 높으나 지역별로 비중이 상이 한 것으로 나타남



[그림 II-5] 국가별, 지역별 매출액 비중

국민관광

국민여행 총량

- 2014년 국민여행 실태조사에 따르면 2014년 내국인 국내여행 참가자수는 전년대비 2.4% 증가한 약 3,803만 명으로 나타났으며, 당일여행 4.8%, 숙박여행은 2.6%가 증가하였음
- 2013년 기준 국내여행 총 비용은 약 24조 8,457억 원 규모로 추정되며, 국내여행에 대한 총 비용 또한 증가하는 것으로 나타남

[표 II-19] 국민 국내여행 총량(2014년 기준)

(단위: 명, 백만원, 일)

구분	2014년			2013년	2012년
	전체	숙박	당일		
국내여행 참가자수 (명)	38,027,454	32,213,421	30,651,331	37,800,004	36,914,067
관광여행	31,968,762	24,513,932	21,850,674	31,364,363	29,896,150
	31,058,115	21,852,528	22,691,946	29,913,501	29,521,642
국내여행 총비용 (백만원)	24,845,732	16,827,720	8,018,042	23,234,315	23,891,080
관광여행	14,420,559	10,682,428	3,737,731	14,288,340	13,602,714
	10,425,603	6,145,292	4,280,311	8,945,975	10,288,367
국내여행 이동 총량 (일)	397,846,767	269,268,235	128,578,532	389,220,312	365,282,249
관광여행	190,394,184	129,446,189	60,947,995	185,333,237	166,346,863
	207,452,583	139,822,046	67,630,537	203,887,074	198,935,386

주) 2009년을 기점으로 조사 설계 및 총량추정 방법이 변경되었으므로 결과 해석 시 주의가 필요함
 자료: 한국문화관광연구원, 2014 국민여행실태조사, 2015

- 국민 1인당 평균 여행일수는 2014년 기준 만 15세 이상 전국민이 9.03일로 2013년 8.90일, 2012년 8.43일보다 증가한 수치임
- 당일여행의 경우 15세 이상 전국민은 증가하고 있으나 여행 경험자는 당일여행 일수는 감소하고 숙박여행일수는 증가하는 것을 알 수 있음

[표 II-20] 1인 평균 여행일수

(단위 : 일)

구분	2014년			2013년			2012년			
	전체	숙박	당일	전체	숙박	당일	전체	숙박	당일	
국내 여행	만15세 이상 전국민	9.03	6.11	2.92	8.90	5.90	3.01	8.43	5.63	2.80
	여행경험자	10.46	8.36	4.19	10.30	8.30	4.38	9.90	8.08	4.23
관광 여행	만15세 이상 전국민	4.32	12.94	1.38	4.24	2.79	1.45	3.84	2.56	1.28
	여행경험자	5.96	5.28	2.79	5.91	5.11	3.00	5.56	4.93	2.89
기타 여행	만15세 이상 전국민	4.71	3.17	1.53	4.66	3.11	1.55	4.59	3.08	1.51
	여행경험자	6.68	6.40	2.98	6.82	6.63	3.14	6.74	6.55	3.10

주) 2009년을 기점으로 조사 설계 및 총량추정 방법이 변경되었으므로 결과 해석 시 주의가 필요함
 자료: 한국문화관광연구원, 2014 국민여행실태조사, 2015



국민여행 목적지

- 2014년 기준 국내여행 주요 방문지로는 경기도(15.7%)가 가장 많았으며, 서울(11.6%)이 2위, 충남이 10.3%로 3위를 기록하였음
- 숙박여행 목적지로서도 충남은 2013년 5위(9.8%)에서 2014년 3위(10.2%)로, 당일여행 또한 2013년 4위(9.5%)에서 2014년 3위(10.5%) 등으로 2013년 이후 주요 여행지로서 상위권에 포함되고 있음

[표 II-21] 국내여행 주요 방문지

(단위 : %)

구분		1위	2위	3위	4위	5위
국내여행 계	2014년	경기(15.7)	서울(11.6)	충남(10.3)	경남(9.2)	강원(8.8)
	2013년	경기(14.0)	서울(10.0)	경남(10.0)	경북(9.9)	충남(9.6)
	2012년	경기(12.9)	경남(10.8)	전남(9.7)	경북(9.5)	서울(9.2)
숙박여행	2014년	강원(14.4)	경기(12.0)	충남(10.2)	경남(10.0)	경북(9.4)
	2013년	강원(12.7)	경북(11.0)	경기(10.8)	경남(10.1)	충남(9.8)
	2012년	강원(12.2)	경기(11.2)	경남(10.2)	경북(9.9)	전남(9.1)
당일여행	2014년	경기(18.6)	서울(15.0)	충남(10.5)	경남(8.5)	경북(7.3)
	2013년	경기(16.5)	서울(11.9)	경남(9.9)	충남(9.5)	경북(8.9)
	2012년	경기(14.3)	경남(11.3)	서울(11.0)	전남(10.1)	부산(9.5)

자료: 한국문화관광연구원, 2014 국민여행실태조사, 2015

- 그러나 목적지별 관광객 만족도를 살펴보면 충남의 방문 만족도는 가구여행 4.00점, 개인여행 3.95점으로 전체 4.04점, 4.03점에 비해 만족도는 낮은 수준임

[표 II-22] 지역별 방문객 만족도

(단위 : 점)

방문지역	가구여행	숙박여행		개인여행	숙박여행	
		숙박여행	당일여행		숙박여행	당일여행
전체	4.04	4.10	3.99	4.03	4.11	3.97
서울	4.01	4.03	4.01	3.95	4.00	3.93
부산	3.96	4.00	3.93	4.08	4.13	4.04
대구	3.91	4.00	3.90	3.77	3.83	3.75
인천	3.97	3.87	4.02	3.88	3.91	3.87
광주	3.85	4.00	3.76	3.96	3.67	4.03
대전	3.94	4.09	3.92	3.97	4.16	3.87
울산	4.00	3.98	4.01	3.89	3.81	3.92
세종	3.95	4.00	3.95	4.00	4.00	4.00
경기	3.97	3.99	3.96	3.89	4.01	3.84
강원	4.14	4.18	4.02	4.10	4.14	4.04
충북	4.08	4.16	3.98	3.94	3.98	3.93
충남	4.00	4.01	4.00	3.95	4.10	3.90
전북	4.09	4.06	4.11	4.14	4.19	4.11
전남	4.06	4.06	4.06	4.08	4.11	4.07
경북	4.05	4.13	3.96	4.04	4.14	3.99
경남	4.00	4.07	3.94	4.03	4.06	4.01
제주	4.33	4.37	3.95	4.34	4.36	4.10

자료: 한국문화관광연구원, 2014 국민여행실태조사, 2015

2. 충남 관광환경 분석

- 충남관광의 관광의 현황 및 타지역과의 비교우위를 검토하기 위하여 지역관광 경쟁력 지수 및 지역관광발전지수의 지표를 토대로 분석함
- 지역관광발전지수는 지역내 관광부문의 발전에 영향을 미치는 제반요인을 포함하여 관광발전 정도를 종합적으로 파악하고 평가하기 위한 지표체계임¹²⁾
- 세부지표에는 한국관광공사에서 수행하고 있는 관광수용태세 경쟁력지표와 국민관광지표, 국내관광 활성화사업 성과 지표 등이 포함되어 있어 이를 활용하여 충남이 가진 관광환경을 분석하고자 함

1) 관광수용력

- 관광수용력은 지역별 관광특화 발전을 통해 매력적인 관광자원 개발 및 기반시설 확보를 강조하는 지역관광정책의 기초에 맞추어 수용력을 총체적으로 파악하기 위함으로 관광객을 유도하는 매력적인 관광자원의 보유정도와 유입된 관광객에게 편의를 제공하는 관광인프라 역량을 제시함

자연생태자원

- 관광시장에서 중요한 관광매력으로 작용하고 있는 자연생태자원을 파악하고 보전 및 활용가치가 우수한 자원을 세부지표로 설정함
- 국립공원은 자연생태계나 자연 및 문화경관을 대표할 만한 지역으로서 국내외적으로 자연환경과 문화적인 수준을 나타내는 상징적인 자원이며, 자연생태자원에는 자연공원(국립, 도립, 군립공원), 자연휴양림(국립, 공립, 사립), 자연명승지(문화재청 지정) 등이 포함됨

자연공원

- 자연공원은 자연생태계나 자연 및 문화경관이 대표할 만한 지역으로서 지정 주체에 따라 국립공원, 도립공원, 군립공원, 지질공원으로 구분되며, 자연공원의 지정 기준은 자연생태계, 자연경관, 문화경관, 지형보존, 위치 및 이용편의 등을 종합적으로 고려하고 있음
- 국립공원은 1967년 12월 29일 지리산국립공원이 최초로 지정된 이래 2014년말 현재 21개소가 지정되어 있으며 각 시도별로 구분해보면 경북이 6개소로 가장 많으며, 전북 5개소, 경남 4개소 등이 있음
- 국립공원 면적은 2002년 6,447km²였으나, 2003. 8월 국립공원 구역조정결과 132km²이 확대되어 2014년 말 현재 6,656km²에 이르고 있으며, 전국의 도립공원은 30개소 1,138.127km²이며, 군립공원은 27개소 237.794km²인 것으로 나타남

12) 한국문화관광연구원(김윤영), 지역관광발전지수 도입 기초 연구, 2014년



[표 II-23] 전국 국립공원 현황(2014년 기준)

구분	국립공원			비고
	개소	면적km ²		
합계	21	6,656,246		
서울	1	37,345	북한산	
광주	1	47,654	무등산	
대전	1	8,862	계룡산	
경기	1	39,577	북한산	
강원	3	900,253	설악산, 오대산, 치악산	
충북	3	581,813	속리산, 월악산, 소백산	
충남	2	433,492	계룡산, 태안해안	
전북	4	499,978	지리산, 내장산, 덕유산, 변산반도	
전남	6	2,513,047	지리산, 한려해상, 내장산, 다도해해상, 월출산, 무등산	
경북	6	575,631	경주, 속리산, 가야산, 주왕산, 월악산, 소백산	
경남	4	865,262	지리산, 한려해상, 가야산, 덕유산	
제주	1	153,332	한라산	

자료 : 국립공원관리공단, 2015 국립공원 기본통계, 2015

- 전국의 국립공원은 총 30개소 1,138,127km²이며, 제주도에 6개가 지정되어있으며, 전남 5개소, 전북과 경북이 각각 4개소가 지정됨
- 국립공원은 27개소 237,794km²의 면적이 지정되어 있으며, 충남에는 지정된 국립공원은 없는 것으로 나타남

[표 II-24] 전국 자연공원(도립·군립) 현황(2014년 기준)

구분	도립공원			군립공원		
	개소	면적(km ²)	비고	개소	면적(km ²)	비고
합계	30	1,138,127	(중복 3개)	27	237,794	
대구	1	35,365	팔공산	1	13,382	비슬산
울산	1	30,229	가지산	1	11,585	신불산
세종	1	1,949	고북저수지			
경기	3	72,537	남한산성, 연인산, 수리산	2	26,488	천마산, 명지산
강원	3	32,987	낙산, 경포, 태백산	3	6,820	아미산, 대이리, 병방산
충남	3	78,740	덕산, 칠갑산, 대둔산			
전북	4	141,830	모악산, 대둔산 , 마이산, 선운산	2	22,044	강천산, 장안산
전남	5	212,234	조계산, 두류산, 천관산, 신안갯벌, 무안갯벌			
경북	4	177,063	금오산, 팔공산, 문경새재, 청량산	5	56,763	빙계계곡, 보경사, 불영계곡, 덕구온천, 운문산
경남	2	97,49	가지산, 연화산	13	100,712	고소성, 상족암, 호구산, 봉명산, 거열산성, 기백산, 황매산, 웅석봉, 화왕산, 구천계곡, 입곡, 방어산, 월성계곡
제주	6	430,232	마라도해양, 서귀포해양, 성산일출, 추자해양, 우도해양, 제주꽃지알			

자료 : 문화체육관광부, 2013년 기준 관광동향 연차보고서, 2014

- 충남의 자연공원은 2개의 국립공원, 4개의 도립공원, 5개의 시군립 공원 등 총 11개, 567,638km² 보유하고 있음
- 충남의 국립공원은 태안해안국립공원과 계룡산 국립공원이 위치하고 있으며, 도립공원은 논산과 금산에 위치한 대둔산 도립공원과, 청양의 칠갑산,

예산의 덕산 등이 지정되어 있음

[표 II-25] 충남 자연공원 현황(2014년 기준)

구분	소계		국립		도립		시군립	
	개소	면적(km ²)	개소	면적(km ²)	개소	면적(km ²)	개소	면적(km ²)
합계	11	567,638	2	442,354	4	78,744	5	46.54
천안	2	45.48	-	-	-	-	2	45.48
공주	1	65,335	1	65,335	-	-	-	-
보령	-	20,366	-	20,366	-	-	-	-
아산	-	-	-	-	-	-	-	-
서산	1	0.67	-	-	-	-	1	0.67
논산	1	16,384	-	-	1	16,384	-	-
계룡	-	-	-	-	-	-	-	-
당진	-	-	-	-	-	-	-	-
금산	1	8,386	-	-	1	8,386	-	-
부여	-	-	-	-	-	-	-	-
서천	-	-	-	-	-	-	-	-
청양	3	33,34	-	-	1	32,95	2	0,39
홍성	-	-	-	-	-	-	-	-
예산	1	21,024	-	-	1	21,024	-	-
태안	1	356,653	1	356,653	-	-	-	-

※ 태안해안국립공원 면적 377,019km²(보령 20,366, 태안 356,653)

충남 시군립공원 통계 조정 필요

자료 : 충청남도, 2015 충남관광기본자료, 2015

자연휴양림

- 자연휴양림은 주5일 근무제 시행 등으로 인한 여가시간의 증가와 보건휴양 등에 대한 관심의 증가로 지속적으로 확대되고 있으며 질 높은 친환경적 산림문화, 휴양서비스 등을 제공하고 있음
- 자연휴양림은 국민의 정서함양, 보건, 휴양 및 산림교육 등 공익 목적을 달성하기 위하여 1988년 3개소를 시작으로 2014년 기준 162개소 129,819ha가 전국적으로 운영 중임
- 자연휴양림의 유형별로 살펴보면 국유림이 41개소, 공유림 100개소 사유림이 21개소가 운영 중에 있으며, 국가와 지방자치단체 등 공공기관에 의한 운영이 많이 이루어짐을 알 수 있음
- 지역별로 살펴보면 강원도가 29개소로 가장 많으며, 경북이 26개소, 전남 17개소 등의 순으로 나타났으며, 충남은 16개소로 도단위 중 5위를 기록함
- 이용자가 숲을 느끼고 체험할 수 있는 다양한 프로그램을 자연휴양림을 중심으로 운영하고 지역여건, 보유자원 등을 감안한 특성화사업을 추진하고 있음



[표 II-26] 전국 자연휴양림 조성현황(2014년 기준)

(단위 : 개소, ha)

구분	소계		국유		공유		사유	
	개소	면적(ha)	개소	면적(ha)	개소	면적(ha)	개소	면적(ha)
합계	162	129,819	41	106,730	100	21,239	21	1,850
대구	3	454	-	-	2	413	1	41
인천	1	128	-	-	1	128	-	-
대전	2	267	-	-	2	267	-	-
울산	2	1,365	1	1,305	-	-	1	60
세종	1	184	-	-	1	184	-	-
경기	16	6,397	5	3,563	7	2,622	4	212
강원	29	53,636	12	47,465	12	5,762	5	409
충북	18	3,394	3	715	15	2,679	-	-
충남	16	3,252	3	1,298	10	1,606	2	164
전북	13	4,797	4	3,029	7	1,311	2	457
전남	17	3,373	3	1,794	12	1,464	2	115
경북	26	49,886	6	46,637	19	3,116	1	133
경남	15	1,895	2	369	10	1,267	3	259
제주	4	975	2	555	2	420	-	-

자료 : 자연휴양림 조성현황

- 충남에는 국유휴양림 3개소, 공유휴양림 10개소, 사유휴양림 2개소 등 총 15개소가 위치하고 있음
- 지역별로는 보령과 금산에 각각 2개소가 위치하고 있으며, 공주, 계룡, 당진에는 자연휴양림이 없는 것으로 나타남(공주에 위치했던 금강자연휴양림은 2012년 세종시가 출범함에 따라 위치는 세종시, 권한은 충남도가 됨)

[표 II-27] 충남 자연휴양림 현황(2014년 기준)

(단위 : 개소, ha)

구분	소계		국유		도유림		공유		사유	
	개소	면적(ha)	개소	면적(ha)	개소	면적(ha)	개소	면적(ha)	개소	면적(ha)
합계	14	3,000	3	1,298	4	838	6	728	1(2)	136
천안	1	101	-	-	-	-	1	101	-	-
공주	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
보령	2	664	1	164	1	500	-	-	-	-
아산	1	87	-	-	-	-	1	87	-	-
서산	1	991	1	991	-	-	-	-	-	-
논산	1	40	-	-	-	-	1	40	-	-
계룡	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
당진	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
금산	2	357	-	-	-	-	1	221	1(2)	136
부여	1	130	-	-	1	130	-	-	-	-
서천	1	143	1	143	-	-	-	-	-	-
청양	1	73	-	-	1	73	-	-	-	-
홍성	1	191	-	-	-	-	1	191	-	-
예산	1	88	-	-	-	-	1	88	-	-
태안	1	135	-	-	1	135	-	-	-	-

자료 : 충청남도, 2015 충남관광기본자료, 2015

해수욕장

- 2014년 기준 전국의 해수욕장은 총 358개소이며 이 중 충남의 해수욕장은 총 50개소로 14.0%의 비중을 차지하고 있음
- 지역별로는 태안이 30개소, 보령 17개소, 당진 2개소, 서천 1개소가 분포하고 있으며 해수욕장의 길이는 75.5km이며, 태안이 52.7km로 가장 긴 길이를 차지함

[표 II-28] 충남 해수욕장 현황(2014년 기준)

(단위 : 개소, km)

구분	소계		시범		일반		마을	
	개소	길이(km)	개소	길이(km)	개소	길이(km)	개소	길이(km)
합계	50	75.5						
천안								
공주								
보령	17	19.9	2	5.7	2	3.0	13	11.2
아산								
서산								
논산								
계룡								
당진	2	1.4		-	-	1	0.7	1
금산								
부여								
서천	1	1.5	1	1.5	-	-	-	-
청양								
홍성								
예산								
태안	30	52.7	-	-	6	16.6	24	36.1

자료 : 충청남도, 2015 충남관광기본자료, 2015



역사문화자원

- 역사적·문화적으로 가치 있는 자원의 분포는 콘텐츠를 재생산하고 지역마다 차별화된 관광상품을 발굴하여 다양한 관광수요에 부응함과 동시에 지역경제 활성화에 영향을 미치는 주요한 자원임

문화재수

- 충남의 문화재수는 2015년 3월 기준 국가지정문화재 218건, 시도지정문화재 729건, 등록문화재 49건으로 총 996건의 문화재가 분포하고 있음
- 이는 전국 문화재수(12,319건)의 8.1% 수준이며, 경북(15.9%), 경남 13.9%, 서울 12.9%에 이어 문화재를 많이 보유하고 있음

[표 II-29] 전국 및 충남 문화재 현황(2014년 기준)

(단위 : 건)

구 분	총계	지정 문화재 합계	국가지정 문화재									시도지정 문화재					등록 문화재
			소계	국보	보물	사적	명승	천연 기념물	중요 무형	중요 민속	소계	유형 문화재	무형 문화재	기념물	민속 문화재	문화재 자료	
전국	12,319	11,662	3,603	315	1,831	489	109	455	120	284	8,059	3,025	504	1,601	382	2,547	657
충남	996	947	218	27	97	49	3	15	3	24	729	183	46	160	27	313	49
(비중)	8.6	5.3	10.0	2.8	3.3	2.5	8.5	6.1	6.0	9.1	10.0	7.1	12.3	9.0	8.1	7.5	8.1

자료 : 문화재청, 문화재(지정, 등록) 총괄 현황, 2015

- 2014년 기준 충남 자체 집계한 문화재수는 국가지정문화재 236건, 시도지정문화재 735건, 등록문화재 46건 등 총 1,017건이 전역에 분포하고 있는 것으로 나타남
- 시군별로 살펴보면 부여군이 157건, 공주가 155건으로 가장 많이 분포하여 백제 문화권을 중심으로 문화재가 집중되는 것을 알 수 있음

[표 II-30] 충남 문화재 현황(2014년 기준)

(단위 : 건)

구 분	총계	지정 문화재 합계	국가지정 문화재									시도지정 문화재					등록 문화재
			소계	국보	보물	사적	명승	천연 기념물	중요 무형	중요 민속	소계	유형 문화재	무형 문화재	기념물	민속 문화재	문화재 자료	
합계	1,017	971	236	28	107	49	3	15	8	26	735	184	48	163	27	313	46
천안	84	62	14	1	10	1	-	2	-	-	48	8	-	13	-	27	22
공주	155	151	47	16	21	8	1	-	1	-	104	45	6	20	2	31	4
보령	53	52	9	1	3	3	-	1	-	1	43	12	2	7	2	20	1
아산	66	66	15	1	5	3	-	-	-	6	51	8	3	8	7	25	-
서산	68	66	17	1	11	3	-	-	-	2	49	13	4	9	3	20	2
논산	105	95	15	-	9	2	-	1	-	3	80	25	3	15	3	34	10
계룡	8	8	-	-	-	-	-	-	-	-	8	1	1	1	1	4	-
당진	34	34	9	-	4	1	-	1	2	1	25	3	1	13	1	7	-
금산	42	41	5	-	1	1	-	2	1	-	36	8	3	5	-	20	1
부여	157	154	53	4	19	21	1	2	1	5	101	24	6	27	-	44	3
서천	39	39	9	-	3	2	-	1	2	1	30	1	6	8	-	15	-
청양	36	36	10	2	8	-	-	-	-	-	26	6	3	4	4	9	-
홍성	55	54	9	-	4	2	-	-	-	3	45	7	6	10	3	19	1
예산	88	87	18	1	9	2	-	1	1	4	69	18	2	17	-	32	1
태안	27	26	6	1	-	-	1	4	-	-	20	5	2	6	1	6	1

자료 : 충청남도, 2015년 충남관광기본자료, 2015

박물관(전시관 수)

- 2014년 기준 전국의 박물관은 총 809개소이며 이 중 충남의 박물관(전시관)수는 국립 27개소, 사립 14개소, 대학 3개소 등 총 44개소로 전국 809개의 5.4% 수준임
- 전국 박물관 수의 평균은 66개소로 충남은 평균치보다 낮은 수치에 해당하며, 경기 143개소, 서울 122개소, 경북 64개소, 경남 60개소 등으로 수도권과 경상권을 중심으로 박물관이 분포하고 있는 것으로 나타남

[표 II-31] 전국 및 충남 박물관 수(2014년 기준)

(단위 : 개소)

구 분	계	국공립	사립	대학
전국	809	371	336	102
충남	44	27	14	3
전국평균	47.6	21.8	19.8	6.4
도평균	66.0	33.8	26.4	5.8

자료 : 문화체육관광부, 2014 전국문화기반시설 총람, 2015

- 충남도내 44개 박물관을 지자체별로 살펴보면 공주시에 9개소(국립1, 공립3, 사립3, 대학2), 천안시에 7개소(국립1, 공립3, 사립2, 대학1) 등이 분포하고 있음
- 충남 시군별로 살펴보면 역사유산이 많은 공주시와 부여군 등에는 국공립 박물관이 많은 것으로 나타났으며, 공주시, 금산군, 예산군 등은 타 시·군 인구규모에 비해 상대적으로 많은 박물관을 보유하고 있음

[표 II-32] 충남 시군별 박물관 수(2014년 기준)

(단위 : 개소)

구 분	계	국공립	사립	대학	인구십만명당 박물관수
전국	809	371	336	102	1.6
충남	44(5.4)	27(7.3)	14(4.2)	3(2.9)	2.1
천안시	7	4	2	1	1.2
공주시	9	4	3	2	7.9
보령시	2	2	-	-	1.9
아산시	5	3	2	-	1.7
서산시	0	-	-	-	-
논산시	1	1	-	-	0.8
계룡시	0	-	-	-	-
당진시	3	2	1	-	1.8
금산군	4	3	1	-	7.3
부여군	4	4	-	-	5.6
서천군	-	-	-	-	-
청양군	-	-	-	-	-
홍성군	3	2	1	-	3.3
예산군	4	1	3	-	4.7
태안군	2	1	1	-	3.2

주1 : 인구십만명당 기반시설 수 산출식 = 문화기반시설 ×100,000 ÷ (해당연도)인구수

주2 : 2015 문화기반시설 총람(2014년 기준)의 기반시설수를 토대로 2014년 기준 인구수를 활용
해 인구 십만 명당 기반시설 수를 산출함

자료 : 문화체육관광부, 2014 전국문화기반시설 총람, 2015



관광지 및 관광단지

- 지역관광자원의 활용을 촉진하고 관광/휴양 관광객 유치를 가능하게 하는 관광 수용력을 대표하는 지표로서 관광객 유치 및 지역경제 활성화에 영향을 미치는 중요한 요인임
- 관광지 및 관광단지는 인구 1,000명당 지정 관광지 및 관광단지의 면적으로 측정하며, 실제 개발되어 운영이 되고 있는 관광지 및 관광단지를 중심으로 분석함

지정관광지

- 관광지는 자연적 또는 문화적 관광자원을 갖추고 관광객을 위한 기본적인 편의 시설이 설치된 지역으로서, 관광자원이 풍부하고 관광객의 접근이 용이하며, 개발제한요소가 적어 개발이 가능한 지역과 관광정책상 관광지로 개발하는 것이 필요하다고 판단되는 지역이 관광지로 지정됨(관광진흥법 제2조 제6호)
- 전국에는 2014년 기준 총 230개의 관광지가 지정·운영되고 있으며, 강원이 40개소로 가장 많고, 경북 34개소, 전남 28개소, 충남은 26개소가 지정되어 있음

[표 II-33] 전국 지정관광지(2014. 12월 기준)

(단위 : 개소)

구분	총계	세종	부산	인천	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
개소	230 (5)	-	5	2	13	40	22	26	21	28	34	23 (3)	16
(비중)	(100.0)	-	(2.2)	(0.9)	(5.7)	(17.4)	(9.6)	(11.3)	(9.1)	(12.2)	(14.8)	(10.0)	(7.0)

자료 : 문화체육관광부, 2014 전국문화기반시설 총람, 2015

- 2014년 기준 충남에는 총 26개의 관광지가 지정관광지로 지정·운영되고 있으며, 이는 전국의 11.3%의 비중을 차지함
- 천안과 공주가 각각 4개소씩 지정되어 있으며, 보령시와 당진시 3개소 등이 지정되어 있으며, 논산, 계룡, 금산지역은 지정된 관광지가 없음
- 지정관광지 중 가장 큰 면적을 차지하는 지역은 태안군으로 2개소가 지정되어 있으나 면적은 5.585km²로 34.4%의 비중을 차지함

[표 II-34] 충남 지정관광지(2014. 12월 기준)

(단위 : 개소)

구분	합계	천안	공주	보령	아산	서산	논산	계룡	당진	금산	부여	서천	청양	홍성	예산	태안
개소	27	4	4	3	2	1	-	-	3	-	2	2	1.0	1	2	2
면적 (km ²)	16,255	2,991	1,916	2,014	1,115	0,143	-	-	0,521	-	0,323	0,474	0,1	0,166	0,867	5,585

자료 : 문화체육관광부, 2014 전국문화기반시설 총람, 2015

관광단지

- 관광단지는 「관광진흥법」 제2조·제52조, 동법 시행규칙 제58조에 의거해 다양한 관광 및 휴양을 위하여 각종 관광시설을 종합적으로 개발하는 관광 거점 지역으로서

「관광진흥법」에 따라 지정·고시된 곳을 말함

- 2015년 1월 기준 전국의 관광단지는 총 37개소 133.3km²가 지정되어 운영 중이며, 강원도에 12개소, 제주 7개소 등의 순으로 나타남

[표 II-35] 전국 관광단지(2015. 2월 기준)

(단위 : 개소)

구분	총계	세종	부산	인천	광주	울산	경기	강원	충남	전남	경북	경남	제주
개소	37	-	1	2	1	1	1	12	2	4	5	1	7
면적	133.3	-	3.7	0.7	2.7	1.4	2.7	59.9	4.7	18.4	22.0	3.0	14.0
(비중)	(100.0)	(0.0)	(2.7)	(0.6)	(2.1)	(1.0)	(2.1)	(44.9)	(3.5)	(13.8)	(16.5)	(2.3)	(10.5)

자료 : 문화체육관광부, 관광단지 현황, 2015

- 충남에는 총 2개소의 관광단지가 지정되어 있으며, 규모는 4.730km²이며, 전국의 3.5%를 차지함
- 천안의 골드힐카운티리조트는 2011년 12월에 1.704km²로 조성되었으며, 부여군의 백제문화 관광단지는 2015년 3.026km² 규모로 지정되었음

[표 II-36] 충남 관광단지(2015. 2월 기준)

(단위 : 개소)

구분	단지명	위치	지정 및 조성계획	규모	사업비	주요도입시설
천안시	골드힐카운티리조트	천안 서북구 입장면	2011.12/ 2013.6	1,704	4,414	자연치유센터, 스포츠 센터, 골프장 등
부여군	백제문화	부여 규암면	2015.1	3,026	-	-

자료 : 문화체육관광부, 관광단지 현황, 2015

관광특구

- 관광특구는 외국인 관광객의 유치 촉진을 위하여 관광활동과 관련된 관계법령의 적용이 배제되거나 완화되고, 관광활동과 관련된 서비스 안내체계 및 홍보 등 관광여건을 집중적으로 조성할 필요가 있는 지역을 관광진흥법에 따라 지정함
- 전국의 관광특구는 2014년 12월 기준 총 29개소이며 총 면적은 2,631.22km²이 지정되어 운영 중에 있으며, 가장 면적이 넓은 곳은 제주도로 제주도 전역 1,809.6km²이 관광특구로 지정되어 운영 중임
- 충남의 관광특구는 2개소이며 면적은 전국의 0.2%인 6.2km²의 규모임

[표 II-37] 전국 관광특구(2014년 기준)

(단위 : 개소, km², %)

구분	총계	서울	부산	인천	대전	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
개소	29	5	2	1	1	2	2	3	2	2	2	3	2	1
면적(km ²)	2,631.2	4.6	7.3	3.0	5.9	0.9	566.4	57.4	6.2	11.1	84.9	36.2	37.7	1,809.6
비중(%)	(100.0)	(0.2)	(0.3)	(0.1)	(0.2)	(0.0)	(21.5)	(2.2)	(0.2)	(0.4)	(3.2)	(1.4)	(1.4)	(68.8)

자료 : 문화체육관광부, 관광특구 현황, 2014

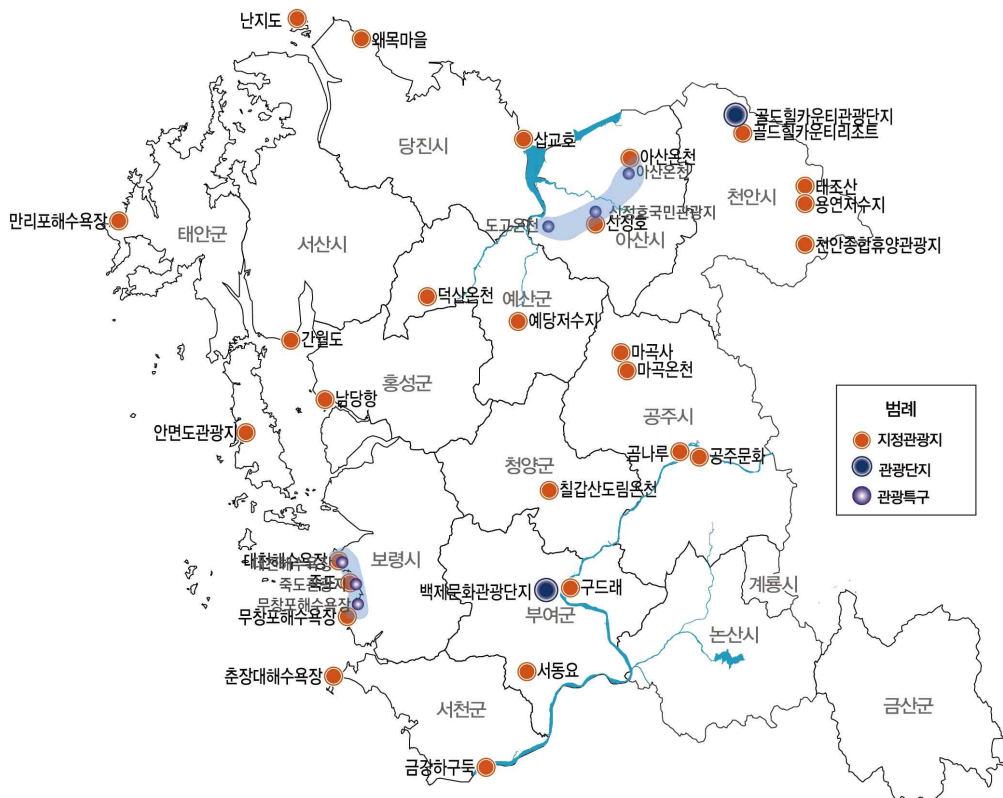


- 충남의 관광특구는 보령의 대천해수욕장과 아산온천 등 총 2개소(6.2km)가 지정되어 있으며, 관광객 유치를 위한 거점 관광자원으로 활용함을 목적으로 하고 있음
- 그러나 관광특구 육성 및 지원과 관련한 계획이 부재하고 예산지원이 형식적인 차원에서 지원됨에 따라 관광목적지로서 관광특구를 육성하기 위한 방안 마련이 필요한 실정임

[표 II-38] 충남 관광특구

구분	보령 대천해수욕장	아산 온천
지정일(변경일자)	1997. 1. 18.(2013.11.11)	1997. 1. 18.
위치	보령시 신흥동, 웅천읍 독산·관당리, 남포면 월전리 일원	온양·도고·아산온천, 신정호 유원지
면적	1,957km ² (감563km ²)	3,710km ²
주요사업	보령시 신흥동 (대천해수욕장) 웅천읍 관당·독산리(무창포해수욕장) 남포면 월전리(죽도 관광지)	미션스탬프투어, 자전거도로 특구상품 관광특구야간축제, 온라인마케팅사업
주요행사	보령머드축제	아산 성웅 이순신 축제 코미디 핫 페스티벌
연계관광	냉풍욕 체험 및 석탄박물관 운영	온양온천 시티투어

자료 : 충청남도, 2015년 충남관광기본자료, 2015



[그림 II-6] 충남 관광단지, 관광특구, 관광지 위치도

관광시설

- 관광시설은 지역 관광산업의 진흥을 촉진하고 운동, 오락, 휴양관광객 유치를 가능하게 하며 변화하는 관광행태에 부응할 수 있는 대표적인 관광자원임
- 관광진흥법에서 제시하는 대표적인 관광시설 유형인 관광이용시설, 카지노시설, 유원시설로 한정하고 있으나 본 연구에서는 골프장, 스키장도 포함하여 제시함

관광이용시설

- 관광이용시설은 관광진흥법 제3조제1항제3호에 의하여 관광객을 위하여 음식·운동·오락·휴양·문화·예술 또는 레저 등에 적합한 시설을 갖추어 이를 관광객에게 이용하게 하는 업으로 정의되고 있으며, 전문휴양업, 종합휴양업, 야영장업, 관광유람선업, 관광공연장업 등으로 분류됨
- 관광이용시설은 2014년 12월 기준 총 233개소가 있으며, 전문휴양업 68개소, 종합휴양업 20개소, 자동차야영장업 98개소, 관광유람선업 41개소, 관광공연장업 6개소가 분포하며, 외국인전용관광기념품판매업은 전국에 분포하지 않는 것으로 나타남
- 지역별로 살펴보면, 제주에 관광이용시설이 52개소로 가장 많이 등록운영되고 있으며, 강원 28개소, 경기 27개소 등의 순으로 나타남
- 충남에는 전문휴양업 4개소, 자동차야영장업 7개소, 관광유람선업 4개소 등 총 15개소의 관광이용시설업이 등록 운영 중으로 이는 전국 6.4%에 해당됨

[표 II-39] 전국 관광이용시설(2014년 기준)

(단위 : 개소)

구분	소계	전문휴양업	종합휴양업	자동차야영장업	관광유람선업	관광공연장업
전국	233	68	20	98	41	6
서울	6	0	2	0	1	3
부산	7	1	1	1	4	0
대구	2	0	1	0	0	1
인천	9	0	0	3	6	0
광주	0	0	0	0	0	0
대전	1	0	1	0	0	0
울산	1	0	0	1	0	0
세종	0	0	0	0	0	0
경기	27	8	3	16	0	0
강원	28	3	6	17	2	0
충북	8	4	1	3	0	0
충남¹³⁾	15	4	0	7	4	0
전북	11	2	1	5	3	0
전남	25	4	1	14	6	0
경북	16	5	1	10	0	0
경남	25	2	2	13	8	0
제주	52	35	0	8	7	2

자료 : 한국문화관광연구원 관광지식정보시스템

- 충남의 관광객 이용시설업은 종합휴양업 2개소, 전문휴양업 4개소, 관광유람선업



4개소, 자동차야영장업(오토캠핑장) 7개소로 총 15개소가 등록되어 운영 중에 있음

- 지역별로 살펴보면 아산이 전문휴양업 2개소, 자동차야영장업 1개소 등 총 3개의 관광이용시설이 있으며, 천안, 공주, 보령이 각각 2개소가 등록 운영 중에 있음

[표 II-40] 충남 관광이용시설(2014년 기준)

(단위 : 개소)

구분	소계	전문휴양업	종합휴양업	자동차야영장업	관광유람선업	관광공연장업
합계	15	4	2	7	2	-
천안	2	-	2	-	-	-
공주	2	-	-	2	-	-
보령	2	-	-	-	2	-
아산	3	2	-	1	-	-
서산	-	-	-	-	-	-
논산	-	-	-	-	-	-
계룡	-	-	-	-	-	-
당진	-	-	-	-	-	-
금산	1	1	-	-	-	-
부여	-	-	-	-	-	-
서천	1	-	-	1	-	-
청양	1	-	-	1	-	-
홍성	1	1	-	-	-	-
예산	-	-	-	1	-	-
태안	-	-	-	1	-	-

자료 : 충청남도, 2015 충남관광기본자료, 2015

카지노 및 유원시설업

- 카지노업은 관광진흥법 제3조에서 전문영업장을 갖추고 특정한 기구 등을 이용하여 우연한 결과에 따라 특정인에게 재산상의 이익을 주고 다른 참가자에게 손실을 주는 행위를 하는 업으로 정의되며, 강원도의 강원랜드를 제외한 나머지 지역의 카지노는 외국인 전용으로 운영됨
- 전국적으로 카지노업은 17개소가 등록되어 있으며, 제주 8개소, 서울 3개소, 부산과 강원도가 각각 2개소, 대구와 인천이 각각 1개소씩 등록되어 있음
- 유원시설업은 관광진흥법에 따르면 유기시설 또는 유기기구를 갖추어 이를 관광객에게 이용하게 하는 업으로 전국에는 총 637개의 유원시설업이 있으며, 충남에는 46개(충남관광기본자료 32개소)의 시설업이 분포함

골프장 및 스키장

- 골프장(회원제 및 대중제 포함)은 전국에 474개소가 있으며, 가장 많은 곳은 경기도로 147개가 분포하고 충남에는 총 21개소로 전국의 4.4% 수준임
- 스키장은 전국에 총 18개소로, 전체의 55.6%인 10개소가 강원도에 집중하여 있으며, 경기도 5개소, 충북, 전북, 경남이 각각 1개소씩 위치한 것으로 나타남

13) 전체적인 통계자료를 살펴보면 전국자료와 충남 자료에는 관광이용시설업 통계는 세부항목별로 차이를 보임

[표 II-41] 카지노 및 유원시설업, 골프장, 스키장

(단위 : 개소, %)

구분	카지노업		유원시설업		골프장		스키장	
	개소	비중	개소	비중	개소	비중	개소	비중
전국	17	(100.0)	637	(100.0)	474	(100.0)	18	
서울	3	(17.6)	27	(4.2)	0	(0.0)	-	
부산	2	(11.8)	22	(3.5)	8	(1.7)	-	0.0
대구	1	(5.9)	19	(3.0)	2	(0.4)	-	0.0
인천	1	(5.9)	19	(3.0)	9	(1.9)	-	0.0
광주	0	(0.0)	10	(1.6)	4	(0.8)	-	0.0
대전	0	(0.0)	22	(3.5)	3	(0.6)	-	0.0
울산	0	(0.0)	25	(3.9)	4	(0.8)	-	0.0
세종	0	(0.0)	5	(0.8)	2	(0.4)	-	0.0
경기	0	(0.0)	168	(26.4)	147	(31.0)	5	(27.8)
강원	2	(11.8)	49	(7.7)	58	(12.2)	10	(55.6)
충북	0	(0.0)	21	(3.3)	37	(7.8)	1	(5.6)
충남 ¹⁴⁾	0	(0.0)	46	(7.2)	21	(4.4)	-	(0.0)
전북	0	(0.0)	16	(2.5)	25	(5.3)	1	(5.6)
전남	0	(0.0)	54	(8.5)	35	(7.4)	-	0.0
경북	0	(0.0)	49	(7.7)	46	(9.7)	-	0.0
경남	0	(0.0)	62	(9.7)	33	(7.0)	1	(5.6)
제주	8	(47.1)	23	(3.6)	40	(8.4)	-	0.0

자료 : 한국문화관광연구원 관광지식정보시스템

- 충남의 유원시설업은 종합유원시설업 5개소, 일반 및 기타 유원시설업 26개소로 총 32개소가 분포하고 있으며, 지역별로는 아산시가 9개소로 가장 많은 것으로 나타남

[표 II-42] 충남 시군별 유원시설업 현황(2014년 기준)

(단위 : 개소)

구분	시군명	업체수	보유 기종수		
			계	안전성검사대상	비검사대상
합계		32	174	118	56
총합	소계	5	81	62	19
	천안시	2	46	40	6
	보령시	2	23	15	8
	아산시	1	12	7	5
일반 및 기타	소계	26	93	56	37
	천안시	3	6	6	
	공주시	1	16	3	13
	보령시	2	6	5	1
	아산시	9	19	4	15
	당진시	1	11	8	3
	금산군	1	2	2	
	부여군	1	1	1	
	서천군	6	18	15	3
	예산군	1	7	7	
태안군	1	7	5	2	

자료 : 충청남도, 2015 충남관광기본자료, 2015

14) 전체적인 통계자료를 살펴보면 전국자료와 충남 자료에는 관광이용시설업 통계는 세부항목별로 차이를 보임



관광축제

- 지역의 독특한 문화와 주제를 배경으로 관광객 유치를 가능하게 하는 관광자원으로서 축제프로그램 등 콘텐츠 개발, 축제의 부가가치 창출효과, 국내외 관광객 유치 등에 영향을 미치는 관광발전지역의 중요한 요인으로 작용
- 관광축제는 문화체육관광부가 지정하는 문화관광축제뿐만이 아닌 지자체에서 지정한 축제 외에도 지자체가 주관하는 축제도 포함하여 제시함

관광축제

- 2015년 기준 전국의 축제는 664개가 개최예정이며, 가장 많은 축제가 개최되는 지역은 서울로 전체 축제수의 17.9%이며, 도단위 지자체에서는 전남이 86건으로 가장 많은 축제가 개최예정에 있음¹⁵⁾
- 충남은 2015년 기준 총 56개의 축제로 전체 축제의 8.4%의 비중을 차지하고 있음. 도단위에서는 전남, 강원, 경기도에 이어 네 번째로 많은 축제가 개최됨

[표 II-43] 전국 관광축제현황(2015년 기준)

구분	합계	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	세종	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
축제수	664	119	39	19	10	6	9	11	2	60	69	38	56	37	86	44	43	16
비중	(100.0)	(17.9)	(5.9)	(2.9)	(1.5)	(0.9)	(1.4)	(1.7)	(0.3)	(9.0)	(10.4)	(5.7)	(8.4)	(5.6)	(13.0)	(6.6)	(6.5)	(2.4)

자료 : 문화체육관광부, 2015년 지역축제 총괄표, 2015

- 문화체육관광부는 매년 문화관광축제를 지정하여 재원을 지원하고 있으며, 2015년 기준 강경젓갈축제(최우수축제), 한산모시문화제, 서동연꽃축제(우수축제), 금강여울축제, 해미읍성역사체험축제, 홍성 역사인물축제(유망축제)가 선정되었음

[표 II-44] 문화체육관광부 문화관광축제 지정 추이

구분	대표축제	최우수축제	우수축제	유망축제
2011년		금산인삼축제 천안흥타령축제	강경젓갈축제	한산모시문화제
2012년		금산인삼축제 천안흥타령축제	강경젓갈축제	부여서동연꽃축제 한산모시문화제
2013년		강경젓갈축제 천안흥타령축제		부여서동연꽃축제 한산모시문화제 해미읍성역사문화축제
2014년		강경젓갈축제	한산모시문화제	부여서동연꽃축제 해미읍성역사문화축제
2015년		강경젓갈축제	한산모시문화제 부여서동연꽃축제(↑)	해미읍성역사체험축제 금강여울축제(신규) 홍성역사인물축제(신규)

자료: 문화체육관광부 보도자료

15) 일정기간(3일 이상) 지역주민, 지역단체, 지방정부가 개최하며, 불특정 다수인이 함께 참여하는 문화관광예술축제(문화관광축제, 특산물축제, 문화예술제, 일반축제 등), 문화체육관광부지정 문화관광축제도 포함
특정계층만 참여하는 행사(경연대회, 가요제, 미술제, 연극제, 기념식, 시상식 등), 단순 주민위안 행사(경로잔치 등), 순수 예술행사(음악회, 전시회 등), 기타 종합적인 축제로서의 성격이 약한 행사는 제외

- 충남의 축제는 보령머드축제와 금산인삼축제 등을 비롯하여 총 56개의 축제가 개최되었거나, 개최 예정 중에 있음
- 지역별로 살펴보면 서천이 9개로 가장 많았으며, 천안, 공주 보령이 각각 6개씩으로 나타났으나, 아산이 1개, 예산은 통계에 집계 되지 않는 등의 통계적 문제 점을 나타냄

[표 II-45] 충남 지역별 축제(2014년 기준)

구분	개수	축제명
합계	56(95)	
천안	6 (5)	천안판페스티벌, 북면위례벚꽃축제, 광덕호두축제, 입장거봉포도축제, 천안성환배축제, 천안흥타령춤축제
공주	6 (12)	백제문화제, 국고개역사문화축제, 계룡산산신제, 마곡사신록축제, 고마나루축제, 공주알밤축제
보령	6 (6)	보령머드축제, 무창포신비의바닷길축제, 무창포주꾸미도다리축제, 대천항수산물축제, 무창포 대하전어축제, 청라은행마을축제
아산	1 (5)	외암민속마을짚풀문화제
서산	5 (7)	서산해미읍성역사체험축제, 서산국화축제, 삼길포우렁축제, 삼길포독살체험축제, 지곡권역갯마을빨간지렁이축제
논산	4(6)	대둔산논산수라계곡얼음축제, 논산딸기축제, 강경발효젓갈축제, 연산대추축제
계룡	1 (1)	계룡군문화축제
당진	2 (15)	기지사줄다리기민속축제, 심훈상록문화제
금산	2 (3)	금산인삼축제, 금강여울축제
부여	3 (5)	부여서동연꽃축제, 백제문화제, 은산별신제소제
서천	9 (7)	서천김축제, 동백꽃주꾸미축제, 자연산광어도미축제, 장항항수산물골잡축제, 한산모시문화제, 춘장대해수욕장여름문화예술축제, 흥원항자연산전어꽃게축제, 달빛문화갈대축제, 마량포해넘이해돋이축제
청양	3 (3)	청양고추구기자축제, 칠갑산얼음분수축제, 세계조롱박축제
홍성	4 (4)	홍성역사인물축제, 광천토굴새우젓광천김대축제, 남당항대하축제, 남당항새조개축제
예산	- (5)	
태안	4 (11)	원두막페스티벌, 몽산포모래조각페스티벌, 모항항수산물(해삼)축제, 솔향기길복불복축제

주 : 괄호안은 충남관광기본자료내 축제개최 수 임
 자료 : 문화체육관광부, 2015년 지역축제 총괄표, 2015; 충청남도, 2015 충남관광기본자료, 2015

- 충남 자체적으로 집계하고 있는 축제 95건을 유형별로 구분하여 보면 관광특산 관련 축제가 59건으로 62.1%의 비중을 차지하였으며 문화예술 16건, 역사인물 축제 건 등의 순으로 개최되는 것으로 나타났음
- 관광특산축제는 수산물과 관련된 축제가 많았으며 딸기, 거봉 등 농산물 축제 등도 개최되는 것으로 나타남

[표 II-46] 유형별 축제

(단위 : 건)

구분	합계	문화예술 및 유산			관광특산	생태자원	체험
		문화예술	전통민속	역사인물			
축제수	95	16	7	10	59	2	1
(비중)	(100.0)	(16.8)	(7.4)	(10.5)	(62.1)	(2.1)	(1.1)

주 : 유형별로 연구진이 분류함
 자료 : 충청남도, 2015 충남관광기본자료, 2015



숙박시설

- 여가시간확대에 따른 국내외 관광수요 증가에 따라 숙박시설은 관광발전지역으로 성장하는데 많은 영향을 끼치고 있음
- 특히, 외래관광객의 지방분산, 국내관광 활성화 측면에서 관광시설의 양적공급 확대와 함께 질적 서비스 제고가 필요한 것으로 사료됨

관광숙박시설

- 관광숙박시설은 관광진흥법 제3조에 의하여 호텔업과 휴양콘도미니엄업으로 구분되며, 관광객에게 숙박(숙박 및 취사)에 적합한 시설을 갖추어 관광객에게 제공하거나 숙박에 딸리는 음식·운동·오락·휴양·공연 또는 연수에 적합한 시설 등을 함께 갖추어 이를 이용하게 하는 업으로 정의됨
- 호텔업은 관광호텔업, 수상관광호텔업, 한국전통호텔업, 가족호텔업, 호스텔업 등으로 구분함. 전국의 호텔업은 총 1,092개 업체로 객실은 104,755개이며, 서울에 234개 업체 34,541객실로 가장 많이 분포하고 있는 것으로 나타났으며, 충남은 21개업체 1,387객실 수를 보유하고 있음
- 휴양콘도미니엄업은 201개에 41,756개의 객실이 있으며, 강원도에 65개 업체 19,025객실이 위치하고 있으며, 충남은 15개 업체 2,764객실을 보유하고 있음

[표 II-47] 관광숙박시설 등록현황(2014년 기준)

구분	호텔업												휴양콘도미니엄업	
	소계		관광호텔업		가족호텔업		전통호텔업		호스텔업		소형호텔업		업체	객실
	업체	객실	업체	객실	업체	객실	업체	객실	업체	객실	업체	객실		
합계	1,092	104,755	837	92,150	103	9,320	5	139	145	3,097	2	49	201	41,756
서울	234	34,541	211	32,749	9	1,429	-	-	14	363	-	-	-	-
부산	66	7,726	56	7,570	-	-	-	-	10	156	-	-	4	1,368
대구	19	1,903	19	1,903	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
인천	86	8,528	72	7,729	1	423	1	44	11	307	1	25	2	336
광주	18	1,234	18	1,234	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
대전	23	2,015	22	1,935	1	80	-	-	-	-	-	-	-	-
울산	11	998	10	963	1	35	-	-	-	-	-	-	-	-
세종	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
경기	110	8,653	106	8,518	2	99	-	-	2	36	-	-	16	3,216
강원	55	5,843	43	5,057	10	741	-	-	1	21	1	24	65	19,025
충북	23	1,764	22	1,712	1	52	-	-	-	-	-	-	8	2,180
충남	21	1,387	18	1,246	2	131	-	-	1	10	-	-	15	2,764
전북	35	3,983	28	1,881	5	2,051	-	-	2	51	-	-	6	769
전남	62	3,167	35	2,502	9	471	2	53	16	141	-	-	8	885
경북	50	4,400	47	4,273	1	90	1	16	1	21	-	-	16	2,931
경남	58	4,055	42	3,181	14	854	-	-	2	20	-	-	12	1,940
제주	221	14,558	88	9,697	47	2,864	1	26	85	1,971	-	-	49	6,342

자료 : 문화체육관광부, 관광숙박업등록현황, 2015

- 충남의 관광숙박시설은 도내에 38개 업체, 4,127개의 객실을 보유하고 있으며, 아산에 10개소, 1,305객실로 가장 많은 업체와 객실 수를 보유하고 있음
- 이외에도 보령 5개소, 천안과 예산에 4개소가 위치하고 있으며, 계룡, 금산,

서천, 청양 등에는 관광숙박시설로 등록된 업체가 전무함

[표 II-48] 충남 관광숙박시설 등록현황(2014년 기준)

구분	호텔업												휴양콘도 미니업	
	소계		관광호텔업		가족호텔업		전통호텔업		호스텔업		소형호텔업		업체	객실
	업체	객실	업체	객실	업체	객실	업체	객실	업체	객실	업체	객실		
충남	38	4,127	18	1,254	2	110	-	-	-	-	-	-	15	2,763
천안	4	461	2	110	1	100	-	-	-	-	-	-	1	251
공주	2	101	2	101	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
보령	5	795	2	154	-	-	-	-	-	-	-	-	3	641
아산	10	1,305	5	581	-	-	-	-	-	-	-	-	5	724
서산	1	114	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	114
논산	3	66	2	66	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
계룡	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
당진	1	45	1	45	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
금산	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
부여	2	362	1	40	-	-	-	-	-	-	-	-	1	322
서천	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
청양	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
홍성	1	47	1	47	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
예산	4	517	2	110	-	-	-	-	-	-	-	-	2	407
태안	3	314	-	-	1	10	-	-	-	-	-	-	2	304

자료 : 충청남도, 2015 충남관광기본자료, 2015

일반숙박시설

- 일반숙박시설은 보건복지부의 공중위생관리법이 적용되는 시설로 등급이 없으며, 사업계획이나 분양 등에 대한 법적근거가 없음
- 공중위생영업소로 등록되어 운영 중인 숙박업소는 2013년 기준 30,640개소이며, 충남에는 2,244개 개소로 전국의 7.3%의 비중을 차지함

[표 II-49] 일반숙박시설 현황(2013년 기준)

(단위 : 개소, %)

구분	총계	서울	부산	인천	대구	광주	대전	울산	세종	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
개소	30,640	3,338	2,321	1,030	1,321	866	891	762	83	4,733	2,286	1,088	2,244	1,466	1,834	2,550	2,886	941
비중	(100.0)	(10.9)	(7.6)	(3.4)	(4.3)	(2.8)	(2.9)	(2.5)	(0.3)	(15.4)	(7.5)	(3.6)	(7.3)	(4.8)	(6.0)	(8.3)	(9.4)	(3.1)

자료 : 보건복지부, 2014 보건복지통계연보, 2014

- 충남의 일반숙박시설은 2013년 기준 총 2,236개소가 있으며, 태안에 21.2%인 474개소, 보령이 272개소로 12.2%의 비중을 차지하고 있으며 이는 태안, 보령, 아산, 서산 등 해안에 위치한 지자체일수록 일반숙박시설이 많이 위치하고 있음

[표 II-50] 충남 일반숙박시설(2013년 기준)

(단위 : 개소, %)

구분	합계	천안	공주	보령	아산	서산	논산	계룡	당진	금산	부여	서천	청양	홍성	예산	태안
개소	2,236	324	123	272	211	162	136	21	109	58	54	88	20	65	119	474
비중	(100.0)	(14.5)	(5.5)	(12.2)	(9.4)	(7.2)	(6.1)	(0.9)	(4.9)	(2.6)	(2.4)	(3.9)	(0.9)	(2.9)	(5.3)	(21.2)

자료 : 충청남도, 충남통계연보, 2014



안내정보

- 관광안내정보는 관광객의 지역방문을 유도하고 지역에 대한 방문정보를 제공함과 동시에 관광편의성 개선에 중요한 역할을 하고 있음
- 안내정보는 온오프라인 관광안내체계 모두가 관광수용력측면에서 해당되며, 관광안내소와 같은 시설과 안내정보를 제공하는 인터넷사이트, 관광안내를 직접 수행하는 사람, 관광안내정보가 담겨있는 안내물 및 안내판 등이 해당됨

관광안내소

- 관광안내소는 관광객들에게 지역의 각종 관광관련 정보를 제공하고 지역 및 지역의 관광기념품, 특산품 등을 전시 판매하는 다목적 복합공간으로 활용되고 있음
- 2014년 기준 전국에는 총 273개의 관광안내소가 분포하고 있으며, 충남에는 총 12개의 관광안내소가 분포함

[표 II-51] 전국 관광안내소(2014년 기준)

(단위 : 개소, %)

구분	총계	서울	부산	인천	대구	광주	대전	울산	세종	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
개소	273	22	19	16	8	4	5	4	-	13	40	12	12	33	31	19	22	13
비중	(100.0)	(8.1)	(7.0)	(5.9)	(2.9)	(1.5)	(1.8)	(1.5)	-	(4.8)	(14.7)	(4.4)	(4.4)	(12.1)	(11.4)	(7.0)	(8.1)	(4.8)

자료 : 한국관광공사 전국관광안내소 자료, 2015

- 충남의 관광안내소는 2015년 기준 총 21개소로 외부지역인 대전에 1개소, 충남 내부에 20개의 관광안내소가 분포하고 있음
- 대부분의 관광안내소는 기차역이나 버스터미널에 위치하여 있어 외부로부터 오는 관광객을 대상으로 안내활동을 전개함
- 그러나 관광안내에 대한 부문이 관광안내책자 증정 및 길안내 등 소극적인 형태로서 접근됨에 따라 서비스 접점으로서의 관광안내소 역할 정립이 필요함

[표 II-52] 충남 관광안내소(2015년 기준)

구분	개소	안내소명
대전	1	대전역 관광안내소
천안시	3	천안역 관광안내소, 천안종합터미널 관광안내소, 천안아산역 관광안내소
공주시	3	공산성 관광안내소, 무령왕릉 관광안내소, 동학사 관광안내소
보령시	3	대천역 관광안내소, 대천해수욕장(신광장, 머드광장)
아산시	3	온양온천역 관광안내소, 천안아산역 아산시시정홍보관, 외암민속마을 관광안내소
논산시	1	논산역 관광안내소
당진시	1	신터미널 관광안내소
금산군	1	금산군 관광안내소
부여군	1	충남종합관광안내소
서천군	1	서천종합관광안내소
예산군	1	예산군관광안내소
태안군	1	당암리 관광안내소

자료 : 충청남도 내부자료, 2015

관광안내표지판

- 관광안내표지판은 관광객과 관광지를 연결하는 중요한 매개체로서 관광객의 원활한 관광활동과 안전에 기여하는 역할을 하며, 관광정보 제공뿐만 아니라 지역의 도시미관 개선 및 관광이미지 상승효과를 제고함
- 2013년 기준 전국 17개 시도의 관광안내표지는 총 13,866개로 집계 되었으며, 충남에는 종합관광안내표지 209개, 관광유도표지, 841개, 관광명칭표지 82개 등 총 1,213개의 관광안내표지가 있는 것으로 나타남

[표 II-53] 관광안내표지 현황(2013년 기준)

(단위 : 개)

구분	종합관광 안내표지	관광 유도표지	관광 명칭표지	관광 해설표지	기타표지	확인불가	합계
서울	87	1	-	-	-	-	88
부산	38	208	-	-	-	5	251
대구	26	246	-	19	-	-	291
인천	120	113	17	14	-	1	265
광주	22	214	-	-	-	27	263
대전	-	151	-	-	-	-	151
울산	53	235	19	49	-	-	356
세종	16	106	12	50	3	-	187
경기	381	800	43	4	12	275	1,515
강원	333	1,585	119	49	-	-	2,086
충북	173	687	51	37	2	33	983
충남	209	841	82	36	1	44	1,213
전북	142	479	24	5	9	356	1,015
전남	399	1,403	64	62	26	188	2,142
경북	223	703	62	16	7	275	1,286
경남	299	809	15	51	22	48	1,244
제주	-	456	-	-	-	74	530
합계	2,521	9,037	508	392	82	1,326	13,866

자료 : 문화체육관광부, 전국 관광안내표지판 실태조사, 2014



관광안내인력

- 문화관광해설사는 관광객의 이해와 감상, 체험기회를 제고하기 위하여 역사·문화·예술·자연 등 관광자원 전반에 대한 전문적인 해설을 제공하는 사람으로 우리의 문화와 전통, 자연·관광 자원에 대한 전문적이고 흥미로운 해설을 제공함으로써 외국인 관광객 유치에 증대하기 위해 도입하였음
- 2013년 기준 문화관광해설사는 총 4,486명이 양성되었으며, 2,703명이 활동하여 55.3%의 활동율을 보임
- 가장 많은 문화관광해설사를 양성한 지역은 경기도로 867명이 양성되었으며, 활동인원 또한 2013년 기준 508명으로 가장 많은 인원이 활동하고 있음

[표 II-54] 문화관광해설사(2013년 기준)

(단위 : 명, %)

구분	양성인원					활동인원				양성 대비 활동
	2001~2010년	2011년	2012년	2013년	합계	2010년	2011년	2012년	2013년	
서울	225	25	23	8	281	207	177	153	169	60.1
부산	130	0	12	0	142	105	99	116	115	81.0
대구	241	0	24	19	284	104	100	123	118	41.5
인천	175	20	3	17	215	105	123	122	101	47.0
광주	141	0	0	0	141	58	64	74	64	45.4
대전	122	0	0	0	122	50	50	50	45	36.9
울산	101	5	0	0	106	41	40	40	37	34.9
세종	0	-	5	0	5	0	0	5	5	100.0
경기	733	51	64	19	867	471	476	573	508	58.6
강원	212	33	20	0	265	137	153	162	145	54.7
충북	242	20	0	11	273	162	172	158	163	59.7
충남	210	17	26	11	264	146	150	138	151	57.2
전북	332	22	42	0	396	192	190	219	193	48.7
전남	291	56	60	25	432	174	195	230	239	55.3
경북	461	0	47	0	508	314	337	338	339	66.7
경남	277	45	14	19	355	181	185	229	183	51.5
제주	230	0	0	0	230	135	101	128	128	55.7
합계	4,123	294	340	129	4,886	2582	2612	2,858	2,703	55.3

자료 : 문화체육관광부, 2013년 기준 관광동향연차보고서, 2014

- 충남의 문화관광해설사는 지역은 총 66개 지역에서 136명이 활동하고 있으며, 공주가 18명, 부여와 논산이 각각 14명이 해설서비스를 제공하고 있음

[표 II-55] 충남 문화관광해설사 현황(2014년 기준)

(단위 : 명)

구분	합계	천안	공주	보령	아산	서산	논산	계룡	당진	금산	부여	서천	청양	홍성	예산	태안
문화관광해설사	136	12	18	7	8	13	14	4	6	6	14	7	5	6	7	9
지역	66	6	5	4	2	6	5	2	3	4	6	7	3	4	4	5

자료 : 충청남도 내부자료, 2015

2) 관광소비력

- 관광소비력 지수는 국가적 차원의 내수시장 활성화 기조에 맞춰 지역으로 유입되는 관광객의 양적성장과 더불어 지역민의 관광활동 잠재력, 관광을 통한 관광산업 발전정도를 총체적으로 파악하기 위함임

관광객 수

- 관광객 수는 지역관광발전을 평가하는 가장 중요한 지표로서 지역 소득 창출, 경제 활성화 등에 영향을 미치는 매우 중요한 요소로 관광지식정보시스템의 주요 관광 지점 입장객 통계의 평균값을 활용함
- 2014년 기준 전국의 1,388개 지점에서 집계된 총 관광객 수는 308,028,080명으로 나타났으며, 이 중 가장 많은 방문객이 방문한 지역은 경기도로 59,057,024명으로 전체의 19.2%를 차지하였음
- 또한 강원도가 37,416,024명으로 12.1%가 방문한 것으로 나타났으며, 충남은 17,520,905명으로 전체의 5.7%로 도단위 광역지자체 중 8번째 규모임

[표 II-56] 주요 지점별 관광객 수(2014년 기준)

(단위 : 명)

구분	관광객 수	비중	지점별 평균값	지점수
합계	308,028,080	(100.0)	221,922	1,388
서울	17,830,075	(5.8)	1,273,577	14
부산	7,100,927	(2.3)	1,014,418	7
대구	6,047,800	(2.0)	377,988	16
인천	2,798,571	(0.9)	147,293	19
광주	1,892,082	(0.6)	378,416	5
대전	4,936,965	(1.6)	448,815	11
울산	1,548,055	(0.5)	110,575	14
세종	552,048	(0.2)	138,012	4
경기	59,057,024	(19.2)	277,263	213
강원	37,416,024	(12.1)	164,105	228
충북	11,505,088	(3.7)	104,592	110
충남	17,520,905	(5.7)	168,470	104
전북	28,239,476	(9.2)	274,170	103
전남	31,962,625	(10.4)	148,663	215
경북	34,326,279	(11.1)	209,307	164
경남	28,528,716	(9.3)	219,452	130
제주	16,765,420	(5.4)	523,919	32

자료 : 한국문화관광연구원 관광지식정보시스템

- 지점별로 나눈 평균값으로 알아보면, 17개 시도의 평균은 221,922명이며, 평균 14개 지점인 것으로 나타남



- 평균값이 가장 높은 지역은 서울로 1,273,577명으로 나타났으며, 충남은 168,470명으로 도 전체 중 경기, 전북, 경남, 경북에 이어 5번째의 높은 평균 방문객수를 보임
- 2014년 기준 충청남도의 관광객 수는 17,520,905명이며, 아산에 2,805,456명으로 전체의 16.0%가 방문한 것으로 나타남
- 지점별 평균값을 살펴보면 천안이 1,091,791명으로 가장 많은 평균 방문객을 보였으며, 아산이 280,546명, 금산 247,435명 등의 순으로 나타남

[표 II-57] 충남 주요 지점별 관광객 수(2014년 기준)

(단위 : 명, %, 개소)

구분	관광객 수	비중	지점별 평균값	지점수
충남	17,520,905	(100.0)	168,470	104
천안	2,183,581	(12.5)	1,091,791	2
공주	2,404,344	(13.7)	184,950	13
보령	407,552	(2.3)	67,925	6
아산	2,805,456	(16.0)	280,546	10
서산	233,587	(1.3)	77,862	3
논산	181,962	(1.0)	45,491	4
계룡	42,173	(0.2)	42,173	1
당진	280,490	(1.6)	56,098	5
금산	989,738	(5.6)	247,435	4
부여	1,401,272	(8.0)	175,159	8
서천	1,106,605	(6.3)	221,321	5
청양	1,397,984	(8.0)	99,856	14
홍성	456,768	(2.6)	38,064	12
예산	1,461,965	(8.3)	292,393	5
태안	2,167,428	(12.4)	180,619	12

자료 : 한국문화관광연구원 관광지식정보시스템

- 가장 많은 관광객이 방문한 목적지는 천안의 독립기념관으로 1,463,722명이 방문하였으며, 예산 수덕사 896,703명, 금산인삼관 832,788명, 서천 국립생태원 710,439명, 아산스파비스 554,861명 등의 순으로 나타남

[표 II-58] 충남 주요 목적지별 관광객 수(2014년 기준)

(단위 : 명, %)

구분	목적지명	관광객 수	비중
1위	독립기념관	1,463,722	8.4
2위	예산수덕사	896,703	5.1
3위	금산인삼관	832,788	4.8
4위	서천 국립생태원	710,439	4.1
5위	아산스파비스	554,861	3.2

자료 : 한국문화관광연구원 관광지식정보시스템

관광복지

문화누리사업

- 사회적, 경제적 제약으로 관광활동이 어려운 취약계층을 대상으로 국내여행을 지원하고, 여행참여 및 관광활동을 제공하는 문화누리 사업은 사회적 취약계층을 대상으로 여행경비를 보조하거나 장애가 있는 국민들을 위하여 기획 여행을 실시하는 등 다양한 복지관광 사업을 실시하고 있으며, 2014년도부터 실시할 문화·여행이용권 및 스포츠관람권이 통합된 통합문화이용권[문화누리카드]사업을 운영 중에 있음
- 충남에서는 여행바우처와 문화바우처가 통합된 통합문화이용권[문화누리카드] 사업을 통해 복지관광을 지원하고 있으며, 2014년 기준 총 41,945명을 목표로 지원함
- 2015년 기준 문화누리카드의 예산은 총 예산 81,754백만원이며 국비 57,500백만원(문예 42,643, 관광 10,627, 체육 4,230), 지방비 24,254백만원임
- 기능별로 살펴보면 사업비 80,614백만원(국 56,360, 지 24,254 / 카드 77,814, 주관처운영 2,800), 운영비 1,140백만원(국 1,140) 등으로 구분됨

[표 II-59] 전국 문화누리사업 사업비(카드사업/지역주관처 운영비, 2013년 기준)

(단위 : 명, 십만원, %)

구분	지원대상자(명)			매칭비율(%)		총사업비	카드사업비	지역주관처		
	기초+차상위	비율	지원가능수	국비	지방비			운영비	홍보비	계
서울	383,982	(15.9)	250,349	65	35	128,024	125,175 (97.8)	2,220	629	2,849
부산	204,799	(8.5)	132,042	71	29	68,282	66,021 (96.7)	1,920	341	2,261
대구	157,331	(6.5)	100,743	71	29	52,455	50,371 (96.0)	1,820	264	2,084
인천	131,749	(5.4)	84,693	69	31	43,926	42,346 (96.4)	1,360	220	1,580
광주	105,694	(4.4)	67,607	73	27	35,239	33,803 (95.9)	1,260	176	1,436
대전	79,164	(3.3)	50,644	71	29	26,394	25,322 (95.9)	940	132	1,072
울산	31,323	(1.3)	19,317	70	30	10,444	9,659 (92.5)	730	55	785
세종	5,790	(0.2)	3,541	66	34	1,931	1,771 (91.7)	150	10	160
경기	382,515	(15.8)	249,572	69	31	127,535	124,787 (97.8)	2,120	628	2,748
강원	101,768	(4.2)	65,069	70	30	33,930	32,534 (95.9)	1,230	166	1,396
충북	79,767	(3.3)	50,646	71	29	26,595	25,323 (95.2)	1,140	132	1,272
충남	95,430	(3.9)	60,885	71	29	31,817	30,442 (95.7)	1,220	155	1,375
전북	155,689	(6.4)	99,848	73	27	51,908	49,924 (96.2)	1,730	254	1,984
전남	150,679	(6.2)	96,790	73	27	50,237	48,394 (96.3)	1,590	253	1,843
경북	162,756	(6.7)	104,159	71	29	54,265	52,080 (96.0)	1,920	265	2,185
경남	155,655	(6.4)	99,866	71	29	51,897	49,933 (96.2)	1,710	254	1,964
제주	37,951	(1.6)	20,516	71	29	11,264	10,258 (90.2)	940	66	1,006
합계	2,422,042	(100.0)	1,554,287 (1,556,287)*	70	30	806,143	778,143 (96.5)	24,000	4,000	28,000

※ 운영비 1,140백만원(문예 1,020, 관광 120) 제외된 금액이며, ()안의 금액은 제주특별자치도계정 100백만원 포함금액임

※ 총사업비(81,754백만원) = 운영비(1,140) + 사업비(80,514 = 국 56,360 + 지 24,154) + 제주계정(100)

자료 : 문화체육관광부, 2013년 기준 관광동향연차보고서, 2014



관광사업체 및 종사자규모

- 지역의 관광산업 규모와 관광이 지역에 미치는 효과를 측정하는데 있어서 대표적인 지표로 관광사업체의 규모를 파악하기 위해 관광사업체 및 관광사업체 고용자수를 파악하고자 함
- 관광사업체와 종사자수는 통계청(국가통계포털)의 전국사업체 조사 결과를 바탕으로 관광과 관련된 사업체수를 파악하였음

관광사업체

- 관광관련사업체는 2013년 기준 총 6,064개소로 전 산업의 4.2%를 차지하며, 전국의 3.2%, 도 평균 3.6%를 상회하는 규모임
- 산업별로 살펴보면 전국의 경우 유원지 및 기타 오락관련 서비스업이 관광산업 중 50.4%로 비중이 높게 나타난 반면 충남과 도평균은 숙박시설 운영업이 각각 50.4%, 40.5% 등으로 숙박시설운영업의 비중이 높게 나타남

[표 II-60] 전국 및 도평균 관광 사업체수(2013년 기준)

(단위 : 개, %)

구분	전국	충남	도평균	경기	강원	충북	전북	전남	경북	경남
전산업	3,676,876	145,998	236,928	773,216	129,403	115,611	139,656	136,889	205,734	248,913
관광관련산업 (비중, %)	118,594 (3.2)	6,064 (4.2)	8,446 (3.6)	21,440 (2.8)	9,479 (7.3)	4,144 (3.6)	4,410 (3.2)	5,577 (4.1)	7,366 (3.6)	9,084 (3.6)
숙박시설 운영업	44,320	3,253	3,921	6,401	6,690	1,679	1,971	3,062	3,546	4,764
여행사 및 기타 여행보조 서비스업	9,435	229	405	1,159	242	212	318	302	322	453
전시 및 행사 대행업	2,993	94	136	330	111	90	106	98	123	138
박물관 및 사적지 관리 운영업	1,221	58	95	193	117	52	71	85	89	92
식물원, 동물원 및 자연공원 운영업	425	37	40	63	56	21	24	49	41	32
기타 도서관, 사적지 및 유사 여가관련 서비스업	27	-	2	2	7	4	1	1	1	-
골프장 및 스키장 운영업	411	16	42	124	28	37	21	36	45	26
유원지 및 기타 오락관련 서비스업	59,762	2,377	3,805	13,168	2,228	2,049	1,898	1,944	3,199	3,579

자료 : 국가통계포털, 전국사업체수조사, 2013

- 충남의 관광사업체 추이를 살펴보면 2010년 총 5,834개에서 2013년 6,064개로 연평균 1.3%씩 증가하였으나 비중은 4.3%에서 4.2%로 소폭 하락하였음
- 가장 큰 증가율을 보인 산업은 전시 및 행사 대행업이 59개 업체에서 2013년 94개 업체로 16.8%의 증가율을 보였으며, 이는 MICE산업의 부상과 함께 산업 부문에서도 사업체가 증가된 것으로 사료됨
- 숙박시설운영업과 유원지 및 기타 오락관련 서비스업의 경우 2010년에서 2013년 까지 비중이 소폭으로 감소하는 것으로 나타나 타 산업의 사업체가 점차 증가하고 있음을 나타냄

[표 II-61] 충남 관광사업체 수 추이(2010-2013)

(단위 : 개, %)

구분	2010년		2011년		2012년		2013년		연평균 증가율
	사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중	
전산업	134,317	(100.0)	140,507	(100.0)	141,212	(100.0)	145,998	(100.0)	2.8
관광관련산업	5,834	(4.3)	5,921	(4.2)	5,881	(4.2)	6,064	(4.2)	1.3
숙박시설 운영업	3,151	(54.0)	3,160	(53.4)	3,125	(53.1)	3,253	(53.6)	1.1
여행사 및 기타 여행보조 서비스업	187	(3.2)	212	(3.6)	212	(3.6)	229	(3.8)	7.0
전시 및 행사 대행업	59	(1.0)	67	(1.1)	86	(1.5)	94	(1.6)	16.8
박물관 및 사적지 관리 운영업	43	(0.7)	51	(0.9)	53	(0.9)	58	(1.0)	10.5
식물원, 동물원 및 자연공원 운영업	32	(0.5)	34	(0.6)	33	(0.6)	37	(0.6)	5.0
기타 도서관, 사적지 및 유사 여가관련 서비스업	1	(0.0)	1	(0.0)	1	(0.0)	-	-	-
골프장 및 스키장 운영업	13	(0.2)	15	(0.3)	16	(0.3)	16	(0.3)	7.2
유원지 및 기타 오락관련 서비스업	2,348	(40.2)	2,381	(40.2)	2,355	(40.0)	2,377	(39.2)	0.4

자료 : 국가통계포털, 전국사업체수조사, 2013

관광종사자

- 관광종사자는 2013년 기준 전국 425,200명으로 전체 사업 종사자의 2.2% 수준이며, 충남의 경우 17,652명으로 충남 전체 산업의 2.3%를 차지하는 규모임
- 이는 도 평균인 2.3%와 대등한 수치이며, 경기(1.9%), 전북(2.2%), 경남(2.0%) 등 지자체에 비해 비중이 높음을 알 수 있음

[표 II-62] 전국 및 도평균 관광 종사자수

(단위 : 개, %)

구분	전국	충남	도평균							
				경기	강원	충북	전북	전남	경북	경남
전산업	19,173,474	777,843	1,213,464	4,259,215	551,182	591,509	624,407	623,801	1,004,067	1,275,688
관광관련산업 (비중)	425,200 (2.2)	17,652 (2.3)	28,377 (2.3)	79,457 (1.9)	36,741 (6.7)	13,574 (2.3)	13,757 (2.2)	17,410 (2.8)	22,823 (2.3)	25,600 (2.0)
숙박시설 운영업	155,472	8,902	11,504	20,848	22,009	5,051	5,694	8,008	9,891	11,630
여행사 및 기타 여행보조 서비스업	44,220	919	1,533	4,464	887	662	1,318	935	1,363	1,716
전시 및 행사 대행업	18,177	293	514	1,802	401	263	315	237	323	475
박물관 및 사적지 관리 운영업	12,081	707	810	1,842	646	509	496	664	876	739
식물원, 동물원 및 자연공원 운영업	8,922	491	750	1,768	938	289	445	804	579	683
기타 도서관, 사적지 및 유사 여가관련 서비스업	148	-	16	3	77	27	1	7	9	-
골프장 및 스키장 운영업	38,034	1,455	3,977	14,174	2,701	2,801	1,501	2,980	3,421	2,786
유원지 및 기타 오락관련 서비스업	148,146	4,885	9,274	34,556	9,082	3,972	3,987	3,775	6,361	7,571

자료 : 국가통계포털, 전국사업체수조사, 2013



- 충남의 관광종사자수 변화 추이를 살펴보면 2010년 16,716명으로 전체 산업의 2.4%에서 2013년 17,652명 2.3%로 비중은 소폭 감소하였으나 종사자수는 연평균 3.5%씩 증가한 것으로 나타남
- 산업별로 살펴보면 전시 및 행사대행업이 2010년 183명에서 2013년 293명으로 연평균 17.0%씩 증가하였으며, 여행사 및 기타여행보조서비스업 또한 750명에서 919명으로 7.0%의 증가율을 보임
- 그러나 식물원, 동물원 및 자연공원 운영업은 555명에서 491명으로, 골프장 및 스키장 운영업은 1,540명에서 1,455명으로 각각 4.0%, 1.9%씩 감소한 것으로 나타남

[표 II-63] 충남 관광 종사자수 추이(2010-2013)

(단위 : 개, %)

구분	2010년		2011년		2012년		2013년		연평균 증가율
	사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중	
전산업	702,560	(100.0)	748,377	(100.0)	742,046	(100.0)	777,843	(100.0)	3.5
관광관련산업	16,716	(2.4)	16,752	(2.2)	16,729	(2.3)	17,652	(2.3)	1.8
숙박시설 운영업	8,258	(49.4)	8,024	(47.9)	8,426	(50.4)	8,902	(50.4)	2.5
여행사 및 기타 여행보조 서비스업	750	(4.5)	900	(5.4)	792	(4.7)	919	(5.2)	7.0
전시 및 행사 대행업	183	(1.1)	192	(1.1)	199	(1.2)	293	(1.7)	17.0
박물관 및 사적지 관리 운영업	616	(3.7)	600	(3.6)	628	(3.8)	707	(4.0)	4.7
식물원, 동물원 및 자연공원 운영업	555	(3.3)	499	(3.0)	374	(2.2)	491	(2.8)	-4.0
기타 도서관, 사적지 및 유사 여가관련 서비스업	6	(0.0)	1	(0.0)	1	(0.0)	-	-	
골프장 및 스키장 운영업	1,540	(9.2)	1,645	(9.8)	1,266	(7.6)	1,455	(8.2)	-1.9
유원지 및 기타 오락관련 서비스업	4,808	(28.8)	4,891	(29.2)	5,043	(30.1)	4,885	(27.7)	0.5

자료 : 국가통계포털, 전국사업체수조사, 2013

- 충남의 관광사업체 대비 종사자수를 살펴보면 관광사업체는 4.2%에 반해 관광 종사원수는 2.3%로 사업체의 규모가 작은 영세사업체가 많음을 알 수 있음
- 이에 따라 관광객을 접하는 관광서비스의 질적 하락이 우려되며, 이에 따른 관광 인력 양성 등의 대책마련이 필요한 것으로 사료됨

관광마을

관광농원

- 관광농원은 농촌의 쾌적한 자연환경과 전통문화, 농림수산물생산기반 등을 농촌체험·관광자원으로 개발하여 국민의 여가수요를 농촌으로 유치함으로써 도시와 농촌의 교류를 촉진하고 이를 통해 농촌 지역과 농업인의 소득증대를 도모하는 사업임
- 2013년 12월 말 기준 479개소의 관광농원이 운영 중이며, 이들 관광농원은 체험 시설 외에도 숙박시설, 체육시설, 휴양시설 등 다양한 시설을 갖추어 이용자 편의를 도모하고 있음
- 관광농원은 고구마·밤 등 농작물 수확체험, 순두부·인절미 등 전통음식 만들기, 연날리기·썰매타기 등 전통놀이체험, 야생화·반딧불이·메뚜기 관찰 등 자연학습(생태관광) 등 다양한 체험프로그램을 마련, 운영 중에 있음

[표 II-64] 시도별 관광농원 운영 현황(2013년 기준)

(단위 : 개, %)

구분	총계	인천	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
개소	479	14	28	87	36	71	24	67	33	90	29
비중	(100.0)	(2.9)	(5.8)	(18.2)	(7.5)	(14.8)	(5.0)	(14.0)	(6.9)	(18.8)	(6.1)

자료 : 문화체육관광부, 2013년 기준 관광동향연차보고서, 2014

- 충남에는 2014년 기준 51개소의 관광농원이 운영 중에 있으며, 태안군 10개소, 아산시 7개소, 논산시 6개소 등으로 분포함

[표 II-65] 충남 관광농원 운영현황(2014년 기준)

(단위 : 개, %)

구분	합계	천안	공주	보령	아산	서산	논산	계룡	당진	금산	부여	서천	청양	홍성	예산	태안
개소	51	2	5	5	7	1	6	-	3	5	2	-	2	-	3	10
비중	(100.0)	(3.9)	(9.8)	(9.8)	(13.7)	(2.0)	(11.8)	(0.0)	(5.9)	(9.8)	(3.9)	(0.0)	(3.9)	(0.0)	(5.9)	(19.6)

자료 : 충청남도 내부자료

녹색농촌체험마을

- 농촌체험마을 사업은 주5일 근무제와 수업제 등으로 증대되고 있는 도시민의 농촌관광 수요를 농촌으로 유치하여 농외소득증대 등 농촌활력증진을 도모하기 위한 목적으로 추진 중임
- 도시민의 다양한 수요에 맞는 휴양·체험공간으로 2013년까지 614개의 (녹색)농촌 체험마을을 조성·지원하여 농촌체험관광 및 도농교류의 거점으로 활용함

[표 II-66] 녹색농촌체험마을 지정현황(2013년 기준)

(단위 : 개, %)

구분	총계	대전	울산	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
개소	659	4	5	64	114	45	95	82	88	71	75	16
(비중)	(100.0)	(0.6)	(0.8)	(9.7)	(17.3)	(6.8)	(14.4)	(12.4)	(13.4)	(10.8)	(11.4)	(2.4)

자료 : 문화체육관광부, 2013년 기준 관광동향연차보고서, 2014



- 충남의 녹색농촌체험마을은 총 120개소가 운영 중에 있으며, 공주와 청양이 13개소로 가장 많이 운영하고 있음
- 충청남도는 2015년에 관광주간을 맞아 농촌체험휴양마을 체험객을 대상으로 2개 낙농체험목장의 체험상품이나 숙박, 농특산물 중 소비자가 원하는 1개 부문에 대해 20% 할인도 제공하는 등 프로모션을 진행하였음

[표 II-67] 충남 녹색농촌체험마을 지정현황(2014년 기준)

(단위 : 개, %)

구분	합계	천안	공주	보령	아산	서산	논산	계룡	당진	금산	부여	서천	청양	홍성	예산	태안
개소	120	5	13	7	11	12	10	1	5	12	4	8	13	9	4	6
비중	(100.0)	(4.2)	(10.8)	(5.8)	(9.2)	(10.0)	(8.3)	(0.8)	(4.2)	(10.0)	(3.3)	(6.7)	(10.8)	(7.5)	(3.3)	(5.0)

자료 : 충청남도 내부자료

어촌체험마을

- 어업 여건의 변화로 어려움 속에 있는 어촌경제를 활성화하고, 증가하는 도시민의 관광·레저 수요에 대응하고 도시민들이 어촌과 바다에서 가족단위로 체험과 휴양을 함께 즐길 수 있도록 어촌체험마을 조성사업을 실시함
- 2013년까지 전국 122개소에 792억 원을 투자하였으며, 어촌체험마을의 서비스 수준 향상 등을 위해 2년마다 운영평가를 실시하고 있음

[표 II-68] 어촌체험마을 지정현황(2014년 기준)

(단위 : 개, %)

구분	총계	부산	인천	울산	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
개소	106	3	3	2	9	7	0	9	7	30	7	2	7
비중	(100.0)	(2.8)	(2.8)	(1.9)	(8.5)	(6.6)	-	(8.5)	(6.6)	(28.3)	(6.6)	(1.9)	(6.6)

자료 : 문화체육관광부, 2013년 기준 관광동향연차보고서, 2014

- 충남에는 총 9개의 어촌체험마을 지정 운영 중에 있으며, 서산 중리체험마을은 2014년 해양수산부가 주관하고 한국어천어항협회가 주최한 제9회 어촌체험마을 전진대회에서 최우수상을 수상한바 있음

[표 II-69] 어촌체험마을 지정현황(2014년 기준)

구분	마을명	지정년도	주요체험프로그램
서산시*	중리마을	2013	
서천군	월하성마을	2002	• 조개잡이, 건강망, 후릿그물, 도예, 생태교육 등
태안군	영목마을	2005	• 독살, 조개잡이, 게잡이, 바다낚시, 유람선, 가두리체험
	만대마을	2005	• 독살, 썩잡이, 염전체험, 망둥어낚시, 갯벌체험 등
	대야도마을	2006	• 해상가두리낚시, 바지락, 고동, 낙지, 독살, 무인도체험 등
	용신마을	2009	• 조개, 바다낚시, 해수욕, 갯바위낚시 등
보령시	병술만마을	2010	• 맛조개, 바지락, 고동, 독살, 갯벌축구, 건강망 등
	무창포마을	2012	• 독살체험, 신비의바닷길체험, 가두리낚시체험 등
	장고도마을	2012	• 갯벌체험, 낚시체험, 낙지잡이, 게잡이, 어망체험 등

주 : 서산시는 충남관광기본자료에 기재됨

자료 : 문화체육관광부, 2013년 기준 관광동향연차보고서, 2014

산촌체험마을

- 충남의 산촌체험마을은 공주시 5개소, 아산시 4개소, 청양군과 홍성군 각각 2개소, 보령, 부여, 서천, 예산에 각각 1개소가 위치하고 있음

[표 II-70] 산촌체험마을 지정현황(2014년 기준)

구분	마을명	지정년도
공주시 (5)	산수박마을	2007
	자연애밤토랑마을	2007
	꽃내미풀꽃이랑마을	2007
	부곡천탑마을	2007
	달빛영근마을	2008
보령시	오서산 산촌생태마을	2012
아산시(4)	거산리산촌생태마을	2000
	종곡리산촌생태마을	2007
	강당리산촌생태마을	2008
	강장리산촌생태마을	2009
부여군	각대마을	2007
서천군	산촌생태마을	2003
청양군 (2)	칠갑산산꽃마을	2006
	바둑골마을	2009
홍성군 (2)	오서산억새풀	2007
	야생화마을	2007
예산군	방산 산촌생태마을	2009

자료 : 충청남도, 2015 충남관광기본자료, 2015

슬로시티

- 슬로시티는 지역의 자연과 전통문화가 비교적 잘 보전되어 있고 먹을거리, 볼거리 등 생활양식에서 느림의 철학을 배울 수 있어 지역민에게는 자긍심을 느끼게 하고 도시민에게는 마음의 고향 같은 이미지를 제공하고 있다는 점을 들 수 있음
- 이처럼 인증된 슬로시티 지역을 활용한 체류형·체험관광을 통해 ‘느리고 여유 있는 삶’의 가치를 체득할 수 있는 새로운 개념의 관광문화를 정착시키는 등 관광자원화하고 있음
- 우리나라에는 총 10곳의 슬로시티가 지정되어 있으며, 충남에는 예산군의 대흥·응봉면이 지정되어 있음

[표 II-71] 한국 슬로시티 지정현황

구분	슬로푸드	전통산업	특징
예산군 대흥·응봉면	황토발사과	황토사과, 민물어죽, 예당쌀	예당저수지, 향교, 동헌, 의좋은 형제이야기, 대흥보존회(주민자치 활동)

자료 : 문화체육관광부, 2013년 기준 관광동향 연차보고서, 2014



템플스테이

- 템플스테이는 우리문화를 대표하는 관광상품으로 5일 근무제, 체험관광과 에코투어리즘, 웰빙 및 명상에 대한 수요증가로 인해 템플스테이는 꾸준히 확산되고 있는 실정임
- 2003년 33개 사찰에서 시작된 템플스테이는 2013년 110개 사찰로 확대되었으며, 사찰의 시설개선과 프로그램 개발, 홍보 및 마케팅에 힘입어 2013년 기준 186,596명이 템플스테이를 체험한 것으로 나타남

[표 II-72] 템플스테이 운영사찰 현황(2013년 기준)

(단위 : 개, %)

구분	총계	서울	부산	인천	대구	광주	대전	울산	세종	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
개소	110	9	3	1	2	2	-	-	-	18	12	4	8(7)	7	15	16	10	3
비중	(100.0)	(8.2)	(2.7)	(0.9)	(1.8)	(1.8)	-	-	-	(16.4)	(10.9)	(3.6)	(7.3)	(6.4)	(13.6)	(14.5)	(9.1)	(2.7)

자료 : 문화체육관광부, 2013년 기준 관광동향연차보고서, 2014

- 충청남도에는 2014년 기준 총 7개의 템플스테이 운영 사찰이 있으며, 공주시 3곳 서산시 2곳, 논산과 예산에 각각 1개소가 운영 중에 있음

[표 II-73] 충남템플스테이 운영사찰(2014년 기준)

구분	사찰명	소재지	창립연대	종파
계	7개소		-	조계종
공주시	갑사	계룡면 갑사로	420년	조계종
	마곡사	사곡면 마곡사로	640년	조계종
	한국문화연수원	사곡면 마곡사로	2004년	조계종
서산시	부석사	부석면 부석사길	신라시대	조계종
	서광사	부춘산 1로	통일신라시대	조계종
논산시	지장정사	노성면 화곡리	1974	법륜종
예산군	수덕사	덕산면 수덕사안길	599	조계종

자료 : 충청남도, 2015 충남관광기본자료, 2015

천주교성지

- 2014년 프란치스코 교황 방문으로 관광객들과 성지순례객들에게 관심을 받고 있는 충남의 천주교 관련 성지는 2015년 기준 총 12개소임
- 각 지역별로는 공주시, 보령시, 당진시에 각각 2개소가 위치하여 있으며, 천안, 아산, 서산, 부여, 청양, 예산에 각각 1개소의 성지가 분포하고 있음
- 가장 대표적인 성지로는 당진의 솔미성지와, 천주교 순교성지인 해미성지가 있으며, 이는 교황이 방문한 대표적인 성지로서 이를 중심으로 한 내포천주교순례길이 조성되어 있음

3) 관광정책역량

- 관광산업에 대한 관심과 의지를 평가하기 위한 것으로 관광정책 및 관광관련 조례, 관광홍보행사 등이 포함

관광정책

관광정책 보고서

- 충청남도의 관광정책 및 계획은 관광진흥법 제49조 규정에 의해 제5차 충남권 관광개발계획을 수립하여 이를 바탕으로 관광정책을 수립하고 있음
- 제5차 충남권 관광개발계획은 [지방관광으로 도민과 관광객에게 희망을 주는 애향 충청남도]를 비전으로 국토중심의 전국민이 찾는 국민관광, 모두가 이용하고 향유하는 복지관광, 구석구석 균형성장하는 산업관광, 글로벌 관광명소가 자랑인 휴양관광 등 4대 목표를 제시함



✓목표	국토중심의 전국민이 찾는 '국민관광'	모두가 이용하고 향유하는 '복지관광'	구석구석 균형 성장하는 '산업관광'	글로벌 관광명소가 자랑인 '휴양관광'
✓전략	• 허니포트형 관광도시 개발과 권역별 연계망 구축 • 지방형 관광지 조성과 주변관광코스 활성화	• 주민과 만남이 있는 착한 여행추진 • 소외계층의 관광휴유 기회 확대와 유·비설 관광지 조성	• 차별화 유무형 관광자원과 녹색관광산업 육성 • 국제적 메가급이벤트와 전략적 이벤트 축제의 육성	• 지역문화권 관광자원화와 국제휴양관광명소개발 • 지역 관광사업체 육성과 맞춤형 관광마케팅 강화

[그림 11-7] 제5차 충남권 관광개발계획 비전 및 목표

- 그러나 이는 관광개발 부문에 초점이 맞추어져 있어 관광마케팅 및 홍보, 기획 부문에서 정책수립 자료로 활용하기에는 한계를 갖고 있음

관광관련 조례제정 및 입안

- 충남의 관광과 관련하여 조례 제정 및 입안건수는 백제유적지구 추진단 설립 및 지원조례 제정(2014.2. 14) 1건이나 이도 관광과 직접적인 관련이 있는 것이 아닌 문화재 측면에서 조례가 제정 된 것이라고 할 수 있음



관광부문 세부 추진사업

- 관광부문 세부 사업비를 살펴보면 관광인프라(97.1%), 인력(0.7%), 상품개발(%), 홍보마케팅 등으로 관광시설 사업 비중이 매우 높음
- 관광인프라부문에서는 태안관광레저형 기업도시 건설사업과 충남권 관광개발계획에 포함된 사업이 가장 큰 비중을 차지하고 있음
- 상품개발부문은 충남 으뜸관광상품과 우수여행상품, 특화상품개발 등 중복성을 띠는 사업이 추진됨에 따라 이를 효율적으로 통합 추진할 수 있는 방안 마련이 필요
- 홍보 마케팅부문은 포지셔닝을 통한 타겟 관광객층을 대상으로 하는 구체적이고 체계적인 홍보마케팅의 전략이 필요
- 인력부문은 현재 문화관광 해설사 양성과 관련한 사업이 추진 중에 있으나 도내 스토리텔러 양성과정이나 관련 학교 강좌 개설 등을 통한 인력양성 등의 사업 추진이 필요함

[표 II-74] 관광부문 세부 추진사업

(단위 : 백만원, %)

구분	사업명	사업년도			연평균 증가율
		2012년	2013년	2014년	
관광부문 세부사업 합계		114,170	98,711	45,061	-37.2%
인력	인력 활용 부문 소계	536	386	318	-23.0%
	문화관광해설사 양성 및 활용사업 추진	536	386	318	-23.0%
인프라	시설 부문 소계	112,942	97,533	43,753	-37.8%
	충남권 관광개발계획 추진	14,400	14,600	10,967	-12.7%
	친환경적인 관광자원 개발사업 추진	43,112	28,973	31,986	-13.9%
	도시관광 활성화사업 추진	3,000	-	-	-
	태안관광레저형 기업도시 건설사업 추진	50,300	52,300	-	-
	솔바람길 조성사업 추진	330	360	200	-22.2%
	안면도관광지(꽃지지구) 개발사업 추진	1,800	1,300	600	-42.3%
상품개발	상품개발 부문 소계				
	한옥체험업 활성화	166	218	104	-20.8%
	충남 으뜸 관광상품 개발사업 추진	30	30	60	-41.4%
	충남관광 브랜드화 사업 추진	67	78	39	-23.7%
	충남 우수여행상품 공모전 추진	50	-	-	-
	힐링관광 활성화 추진	-	10	-	-
	충남관광 특화상품 개발 및 마케팅 추진	-	-	60	-
홍보마케팅	홍보마케팅				
	관광업종사자 환대서비스 개선사업 추진	30	33	20	-18.4%
	국내외 관광객 유치에 위한 홍보마케팅 강화	340	423	537	+25.7%
	충남관광홈페이지 개편 및 온라인 홍보 확대	-	-	170	-
	농어촌 체험관광 홍보마케팅 추진	9	-	-	-

자료 : 충청남도, 충청남도 문화예술발전전략, 2014 재정리

문화관광자원 개발사업 현황

- 문화관광자원 개발은 「관광진흥법」에 의해 지정된 관광지나 관광단지, 「문화재보호법」에 의해 지정된 사적지, 정부가 정책적으로 추진하는 광역권 개발 사업에서 제외된 지역에 소재한 독특한 역사·문화, 레저·스포츠자원 등을 대상으로 소규모 자본을 투자하여 관광자원화 함으로써 다양한 관광수요에 대응하고자 1999년부터 지원한 사업임
- 정부는 2013년까지 1,700개 문화관광자원 개발 사업에 13,604억 원을 지원하였으며, 2014년에는 179개 사업에 1,332억 원을 지원할 예정임
- 충청남도에는 2014년 기준 14개 사업에 8,708백만원을 투입하여 사업을 지원할 예정이며, 이를 통해 테마형 관광상품을 개발·육성하는 기반 조성사업이 대부분을 차지함

[표 II-75] 문화관광자원 개발사업 현황

(단위 : 백만원)

구분	건수	2014 예산	사업내용
합계	179건	133,203	지역계정 176건 131,513백만 원, 제주계정 3건 1,690백만원
충청남도	14	8,708	(논산시)대둔산도립공원오토캠핑장조성, 강경근대역사문화공간 관광자원화, 백제군사박물관테마공원 (계룡시)계룡안보체험교육장조성 (당진시)면천읍성정비복원사업 (금산군)산꽃벚꽃마을관광자원개발사업 (부여군)백마강수상관광기반시설조성, 구드래역사마을조성사업 (서천군)문헌서원전통역사마을조성, 서천해양문화관광조성사업 (청양군)칠갑호관광명소사업, 천장호전망대및산책로조성 (홍성군)홍성고도역사문화관광자원개발 (태안군)별뿔별하늘공원조성

자료 : 문화체육관광부, 2013년 기준 관광동향연차보고서, 2014



관광홍보

- 관광정책 중 관광홍보 및 행사참여 건수를 살펴보면 2013년부터 내나라여행박람회를 비롯하여 총 28건의 설명회 및 팸투어 등을 참가(운영)하였음

[표 II-76] 관광홍보행사

(단위 : 건, 천원)

구분	건수	소요예산	주요 내용
2013년	10	84,086	내나라 여행 박람회, 세종정부청사 공직자대상 충청남도 관광홍보, 서울-타시도 연계 버스자유여행 관계자 팸투어, 현대자동차 아산공장 직원대상 충청남도 관광홍보, 정부대전청사 공직자대상 충청남도 관광홍보
2014년	12	182,737	내나라 여행 박람회, 정부세종청사 2차 입주기관 대상 홍보, 교황방문관련 중앙언론사 초청 팸투어, 제29회 한국국제관광전, SNS 투어단 팸투어(4회)
2015년	6	74,534	내나라 여행 박람회, 다큐멘터리감독 팸투어, 행정사무관 팸투어, 교황따라가기 기차여행 팸투어, SNS 투어단 팸투어(2회) 등

자료 : 충청남도 내부자료, 2015

- 이 외에도 온오프라인을 통해 인터넷과 다양한 매체를 중심으로 홍보활동을 전개하고 있으나 모바일을 활용한 홍보건수는 2015년 1건으로 이를 활용한 홍보방안 마련이 필요함

[표 II-77] 온오프라인 홍보

(단위 : 건, 천원)

구분	건수	소요예산	매체종류
2013년	8	103,900	LCD, 전광판, 홈페이지 배너, 와이드칼라
2014년	16	209,000	LCD 모니터, PVC 스티커, TV CF, 와이드칼라 등
2015년	8	91,500	모바일 cpc, 옥션, 지마켓, 특집기사 등

자료 : 충청남도 내부자료, 2015

- 관광지도 및 영상물, 책자 등 홍보물을 제작하여 관광객을 위한 관광홍보 자료로 활용하고 있음

[표 II-78] 관광홍보물

(단위 : 건, 천원)

구분	건수	소요예산	홍보물
2013년	8	98,107	다국어 홍보책자, 가이드북, 홍보리플릿 등
2014년	8	86,639	다국어 홍보책자, 가이드북, 홍보리플릿 등
2015년	4	20,280	관광안내소 운영지침, 중국어 영상물 등

자료 : 충청남도 내부자료, 2015

- 충남의 관광홍보활동은 기존의 박람회 및 상품설명회 등의 오프라인 행사를 중심으로 추진되고 있으며, 최근의 트렌드로 자리잡은 SNS 및 모바일 홍보 마케팅 활동은 저조한 것으로 나타남

관광예산

- 지자체의 관광부문에 관심도 및 관광환경 조성을 위한 노력을 파악하기 위한 지표로서 지자체의 관광부문의 예산을 파악함
- 지자체의 관광예산은 지역별로 차이가 있으나 경북, 전남, 전북, 강원을 제외하고는 1%에 미치지 못하는 정도로 관광부문에 예산은 적게 책정되고 있음
- 충남은 2015년 기준 23,843,200천원으로 전체 예산의 0.49%가 관광부문으로 책정되었으며, 이는 도단위와 비교하여 볼 때 8개 시군 중 7위에 해당하는 수치임

[표 II-79] 전국 관광예산 비중 추이

(단위 : 천원)

구분	2015년			2014년			2013년		
	전체예산	관광예산	비중	전체예산	관광예산	비중	전체예산	관광예산	비중
서울	25,518,445,000	38,903,045	0.15	24,969,265,756	35,754,437	0.14	24,413,331,750	41,925,605	0.18
부산	8,437,716,407	16,502,738	0.20	7,712,071,342	19,353,115	0.25	7,671,295,091	22,182,316	0.29
대구	5,716,600,000	11,222,400	0.20	5,569,200,000	9,413,250	0.17	5,513,290,000	9,229,150	0.17
인천	4,977,417,426	4,977,417,426	0.17	5,263,812,161	9,988,861	0.19	4,683,331,394	8,663,671	0.18
광주	483,241,154	131,300	0.03	523,801,153	61,200	0.01	450,616,197	96,710	0.02
대전	2,612,699,000	26,025,276	1.00	2,552,150,000	27,512,892	1.08	2,426,987,000	27,563,067	1.14
울산	2,917,153,457	8,728,506	0.30	2,785,106,426	9,038,272	0.32	2,546,179,003	12,441,564	0.49
세종	917,000,000	1,475,943	0.16	760,484,538	1,101,700	0.14	595,404,120	839,625	0.14
경기	15,985,197,805	63,531,400	0.40	14,116,432,383	46,205,550	0.33	13,777,286,802	31,880,046	0.23
강원	4,558,880,000	58,430,200	1.28	3,996,544,000	43,987,346	1.10	3,717,082,420	49,197,819	1.32
충북	3,758,800,731	21,870,363	0.58	3,557,436,027	24,549,181	0.69	3,338,080,798	26,487,758	0.79
충남	4,870,991,000	23,843,200	0.49	4,792,600,000	21,334,100	0.45	3,950,000,000	20,346,750	0.52
전북	4,871,754,403	51,784,129	1.06	4,589,180,221	40,275,000	0.88	4,397,717,793	36,325,932	0.83
전남	5,473,990,734	149,415,062	2.73	5,041,362,520	172,375,087	3.42	4,857,082,838	170,889,387	3.52
경북	7,341,210,000	233,926,120	3.19	6,993,982,000	200,932,296	2.87	6,561,805,000	243,861,922	3.72
경남	6,994,132,697	44,106,440	0.63	6,614,342,045	53,207,464	0.80	6,207,722,910	49,207,464	0.79
제주	3,819,406,206	28,586,639	0.75	3,582,474,011	36,078,180	1.01	3,366,685,162	28,917,338	0.81

자료 : 각 지자체 홈페이지, 기능별 세출총괄(전체)

- 충청남도의 관광예산은 전체예산의 증가와 함께 증가하고 있으며, 2010년 33,563,730천원에서 2011년 14,925,750천원으로 큰 폭으로 감소하였으나 2015년까지 관광예산이 증가하는 것을 알 수 있음

[표 II-80] 충남 관광예산 비중 추이

(단위 : 천원)

구분	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년
전체예산	3,342,700,000	3,582,800,000	3,870,000,000	3,950,000,000	4,792,600,000	4,870,991,000
문화 및 관광	153,479,989 (4.59)	131,589,807 (3.67)	121,510,883 (3.14)	140,538,078 (3.56)	156,016,950 (3.26)	185,670,323 (3.81)
관광예산 비중(%)	33,563,730 (1.00)	14,925,750 (0.42)	14,343,450 (0.37)	20,346,750 (0.52)	21,334,100 (0.45)	23,843,200 (0.49)

자료 : 충청남도 홈페이지, 기능별 세출총괄(전체)



관광인력

관광관련 공무원

- 지자체 관광사업의 추진주체인 담당공무원의 규모와 전문성 정도를 측정하는 지표로 전국의 관광관련 업무를 담당하는 공무원은 439명이며, 서울이 115명으로 가장 많았으며, 강원 40명, 제주 26명, 전북 23명 등의 순으로 나타남
- 충남은 20명으로, 4급 1명, 5급 4명 6급 7명, 7급이하 8명으로 구성되어 있음

[표 II-81] 전국 관광관련 공무원(정원 2013년 기준)

(단위 : 명)

구분	관광주관부서	4급	5급	6급	7급 이하	계약	기능	기타	계
합계	-	23	89	152	140	23	2	10	439
서울	관광정책관	6	20	30	32	21	0	6	115
부산	문화체육관광국 관광진흥과	1	4	12	8	0	0	0	25
대구	문화체육관광국 관광문화재과	1	7	8	9	0	0	2	27
인천	관광진흥과	1	4	9	5	0	0	0	19
광주	문화관광정책실 관광진흥과	1	4	7	6	0	0	1	19
대전	과학문화산업본부 관광산업과	1	4	5	8	0	0	1	19
울산	문화체육관광국 관광과	1	4	7	7	0	0	0	19
세종	안전행정복지국 문화체육관광과	1	1	1	1	0	0	0	4
경기	문화체육관광국 관광과	1	4	6	7	0	0	0	18
강원	문화관광체육국 관광마케팅과, 관광개발과	3	8	14	15	0	0	0	40
충북	문화체육관광국 관광항공과	1	5	7	10	0	0	0	23
충남	문화체육관광국 관광산업과	1	4	7	8	0	0	0	20
전북	문화체육관광국 관광산업과	1	5	8	8	0	2	0	24
전남	관광문화체육국 관광과	0	0	0	0	0	0	0	0
경북	문화관광체육국 관광진흥과	1	5	9	4	1	0	0	20
경남	문화관광체육국 관광진흥과	1	5	8	6	1	0	0	21
제주	문화관광스포츠국 관광정책과	1	5	14	6	0	0	0	26

자료 : 한국문화관광연구원 관광지식정보시스템 관광인력현황(2013년 기준)

- 충청남도 관광산업과는 총 5개 팀으로 구성되어 있으며 2015년 기준 23명이 근무하고 있으며, 관광종합기획, 관광홍보계획, 축제지원, 관광개발 등의 업무를 수행함

[표 II-82] 충남 관광관련 공무원(2015년 기준)

(단위 : 명)

구분	계	4급	5급	6급	7급	8급	9급	비고
계	23/23	1/1	5/5	8/9	9/8	-	0/2	-
관광기획팀	6/7	1/1	1/1	2/3	2/1	-	0/1	-
관광마케팅팀	5/4	-	1/1	2/2	2/1	-	-	-
축제지원팀	4/4	-	1/1	1/1	2/1	-	0/1	-
관광개발팀	4/4	-	1/1	2/2	1/1	-	-	-
안면도개발팀	4/4	-	1/1	1/1	2/2	-	-	-

자료 : 충청남도 내부자료

관광관련학과 설치 학교

- 지역 관광산업의 핵심 역량으로 활용되는 관광인재양성과 관련하여, 관광관련 전공자수를 제시함
- 충청남도내 관광관련학과 설치 학교는 총 18개교로 일반대학 11개, 전문대학 5개, 고등학교 2개교가 있음
- 관광관련 학생 수는 1,542명이며, 관광, 호텔, 항공, 외식 등 다양한 분야에서 관광인력을 배출함

[표 II-83] 충남 관광관련 학과 학생 현황(2014년 기준)

(단위 : 명)

구분	시군	학교	학과	정원
대학교 (11개)	천안시	남서울대학교	관광경영학과	106
		나사렛대학교	호텔관광경영학과	51
		백석대학교	관광경영학과	112
			호텔경영학과	143
			관광통역학과	29
	공주시	공주대학교	관광학부(관광경영학, 관광영어통역학)	74
		공주대 대학원	문화유산대학원	28
	아산시	순천향대학교	관광경영학과	70~80
		선문대학교	국제레저관광학과	40
	서산시	한서대학교	항공관광학과	60
	논산시	건양대학교	관광학과	55
금산군	중부대학교	관광경영학과	50	
홍성군	청운대학교	관광레저경영학과	60	
전문대학 (5개)	천안시	연암대학	외식산업학과	82
		백석문화대	호텔경영학과	87
			항공서비스학과	38
			관광경영학과	59
		호텔관광학과	60	
	당진시	신성대학	관광외국어 계열	중국어: 30 일본어: 30
	청양군	청양대학	호텔관광외식과	49
	홍성군	혜전대학	호텔관광경영과	80
고등학교 (2개)	천안시	천안제일고	관광조리학과	75
		성환고	관광학과	64

자료 : 충청남도, 2015 충남관광기본자료, 2015



4) 관광환경분석 종합

관광자원

- 충남의 관광자원은 타지역과 비교하여 봤을 때 중위권 정도의 수준이나 역사문화 자원은 보유자원이 높은 수준임
- 지정관광지와 관광특구, 관광시설, 관광축제 등도 전국의 평균치에 해당하는 수치이며 특히, 정부에서 지원하는 문화관광축제는 보령머드축제 이후 대표축제가 지정되지 않아 충남을 넘어 우리나라를 대표하는 축제로서 관광상품을 육성해야 할 필요가 있음

관광인프라

숙박시설

- 관광인프라는 국내관광활성화와 더불어 관광객의 체류가 지역경제에 밀접한 영향을 미침에 따라 중요한 요인으로 작용함
- 관광진흥법 제3조에 의하여 등록된 관광숙박시설은 서울과 경기, 제주를 중심으로 집중하고 있으며, 충남은 8개 도단위 지자체 중 가장 적은 숙박시설을 보유하고 있음
- 그러나 일반숙박시설은 전국의 7.3%이며, 태안, 보령, 아산, 서산 등 서해안지역을 중심으로 분포하는 것으로 나타나 관광객들을 유인할 수 있는 대규모 관광숙박시설의 유치가 필요할 것임
- 충남의 관광안내시설은 총 12개소로 이는 강원 40개, 전북 33개, 전남 31개 등과 비교하면 절반에 미치지 못하는 수치이며, 관광안내표지판 또한 이들 지자체와 비교하여 보면 적은 것을 알 수 있음
- 관광안내인력인 문화관광해설사도 8개 도단위 지자체 중 7위에 해당하는 151명이 활동하여, 안내인력의 확대가 필요함
- 관광안내정보는 관광객을 지역으로 유인하며, 관광편의성을 제공하는 중요한 요인으로 작용함에 따라 안내시설 확대가 필요할 것으로 사료됨

관광소비력

유입관광객수

- 2014년 기준 충남의 지점별 관광객 수는 전국의 5.7% 수준인 17,520,905명으로 지점별 평균값으로 살펴볼 때 8개 도단위 지자체 중 6위에 해당하는 수치임
- 충남에서 가장 많은 관광객이 방문한 곳은 독립기념관(1,463,722명)이며, 예산수덕산, 금산인삼관, 국립생태원 등의 순으로 나타남

관광복지

- 문화누리사업을 통해 여행을 지원받는 대상은 총 60,885명이며, 이는 충북에 이어 두 번째로 적은 숫자임

- 사회적, 경제적으로 관광활동이 어려운 취약계층을 대상으로 하는 관광복지수혜 계층 및 예산 확대를 통해 관광복지를 실현할 필요가 있음

관광정책역량

관광정책보고서

- 충청남도의 관광관련 정책보고서는 관광진흥법상 규정에 의한 권역별 관광개발계획을 수립한 것 이외에는 자체적인 주요업무계획에 따라 관광정책을 수립함
- 관광세부추진사업도 관광인프라와 상품개발 등에 예산이 집중되어 있으며, 인력과 홍보마케팅 부문은 비중이 작은 것으로 나타남
- 각 시군에서도 관광개발기본계획을 수립하고 있으나 법정계획이 아니므로 각 지역별로 문화관광비전을 수립하여 각 현안을 계획하는 정도에 그침

관광예산 및 인력 부문

- 충남의 관광예산은 전체예산의 증가와 함께 증가추세를 보이나 비중은 2010년 1%에서 2015년 0.49%로 지속적인 감소추세에 있음
- 2015년 충남의 관광예산 비중은 0.49%로 전체 8개 도단위 지자체 중 경기(0.40%)에 이어 두 번째로 비중이 적음
- 관광관련 공무원 또한 경기 18명, 경북 20명 등으로 8개 도단위 지자체 중 3번째로 적은 인력이 관광업무를 담당하고 있는 것으로 나타남



3. 관광정책의 변화

1) 국내관광정책

국내 관광정책의 변화

- 국내의 관광정책은 살펴보면 1970년대 중반 이전까지는 외래관광객 유치와 외화 획득을 중시하는 국내관광의 발아기였으며, 1975년 관광기본법 제정으로 본격적인 국내관광 조성기를 맞이하였음
- 1980년에서 90년에 이르기까지 관광산업은 국가전략산업으로 인식되기 보다는 소비성 서비스 산업으로서 각종 금융·세제 제재를 가함
- 2000년대 중반에 들어서 문화체육부를 문화관광부로 개편하였으며, 조직을 확대함으로써 관광산업에 대한 성장토대를 마련하고 관광산업을 수출산업으로 인정하는 법적 근거 마련과 관광산업 경쟁력 강화를 위한 제도적 개선의 노력을 시도하였음
- 이후 관광은 국민의 삶의 질 향상과 국가 경제를 선도하는 신성장 동력산업으로서 인식하고 관광산업에 대한 장기적, 체계적, 통합적인 대안을 수립하고 있음

[표 II-84] 시대별 관광정책의 변화

구분	1960~1970년대	1980~1990년대	2000~2010년대	2010년~
정책목표	외화획득, 경제성장 지원	국제관광과 국민관광 확대	국민관광, 지역관광 관광사업 경쟁력	관광경쟁력 복지관광
주요 추진정책	관광수용태세 정비 해외홍보기능 강화 관광산업 환경 개선	대규모 관광자원 개발 관광전담부처 확대 대규모 국제행사 유치 지원 및 인프라 확충	관광산업 신성장동력화 국민관광 활성화 남북관광정책 지역관광활성화	관광산업 규제개혁 관광콘텐츠 육성 관광투자유치 공정관광, 복지관광

자료 : 문화체육관광부, 제4차 관광진흥5개년계획, 2013

박근혜정부 관광정책 방향 및 기초

- 신정부 출범에 따른 정책환경과 관광산업 환경의 변화를 반영하는 「제4차 관광진흥 5개년 계획」의 주요 정책 키워드를 아래 그림과 같이 제시함



[그림 II-8] 박근혜 정부 관광정책 방향 및 기초

제3차 관광개발기본계획(2012-2021)

계획의 배경 및 목적

- 관광개발기본계획은 관광진흥법에 의해 수립하는 법정계획으로서, 우리나라 관광 자원 개발 분야의 10년 중장기 계획이며 관광개발의 근간이 되는 계획임
- 관광개발에 대한 국제적 투자관심·경쟁 심화에 대응하여 글로벌 경쟁력을 갖춘 관광발전 기반 구축 필요
- 지역특성을 고려하고 지역민의 소득증대에 기여하며 지역과 상생발전 할 수 있는 관광개발계획 필요

계획의 비전

- 국가발전에 기여하는 관광개발은 글로벌 녹색시대의 시대적 상황을 수용하여 개방적 사고와 통합된 힘으로 고품격 선진 미래관광을 추구해야할 것임
- 관광개발의 철학 및 계획 기조에 근거하여 향후 10년간 계획 비전을 ‘글로벌 녹색 한국을 선도하는 품격 있는 선진관광’ 으로 설정함
- 비전을 위한 목표로는 한국 문화가 생동하는 창조관광, 관광자원의 보전과 재생을 유도하는 녹색관광, 국민의 생활 속에 스며드는 생활관광, 책임과 참여로 정의사회를 실천하는 공정관광, 성장동력 산업으로 부가가치를 창출하는 경제관광 등을 제시함

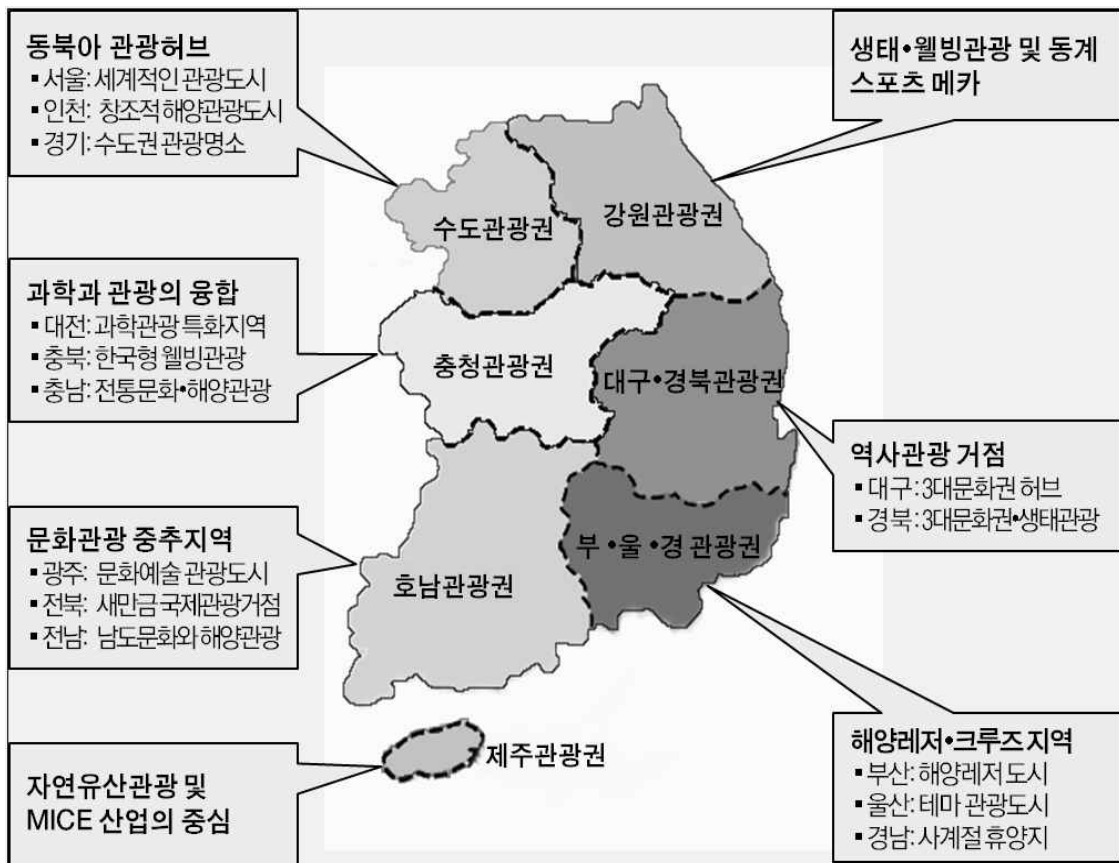


[그림 II-9] 계획의 비전, 목표 및 추진전략



전략별 추진계획

- 글로벌 녹색한국을 선도하는 품격 있는 선진관광이라는 비전하에 이를 달성하기 위해 품격관광을 실현하는 관광개발 정책효율화, 미래 환경에 대응한 명품 관광 자원 확충, 문화를 통한 품격 있는 한국형 창조관광 육성, 국민이 행복한 생활관광 환경 조성, 저탄소 녹색성장을 선도하는 지속가능한 관광 확산, 관광경쟁력 제고를 위한 국제 협력 강화 등 6대 개발전략을 제시함
- 관광권역 설정에 있어 제3차 관광개발기본계획에서는 16개 시·도, 광역경제권, 초광역 개발권 등 변화하는 행정 위계를 반영한 ‘다층적 지역 관광발전 전략’을 도입하여 시·도 관광권과 더불어 5+2 광역경제권을 계획 관광권역으로 설정하였으며 해안을 중심으로 한 동·서·남해안 관광벨트 등 초광역 관광벨트 설정으로 계획권역을 기능적으로 연계·보완함



[그림 II-10] 제3차 관광개발기본계획 권역구분 및 개발방향

- 충청관광권은 세종시와 충청남도, 대전시, 충청북도를 아우르는 지역으로 ‘과학기술과 관광이 결합된 융합관광의 거점’을 목표로 설정하고 미래형 과학관광의 거점, 양한방이 어우러진 한국형 의료관광 육성, 내포-백제-종원 문화권을 연결하는 역사문화관광루트 조성, 해양-하천-산악을 연결하는 녹색문화축 설정 등 4대 전략을 제시함

제4차 관광진흥 5개년계획

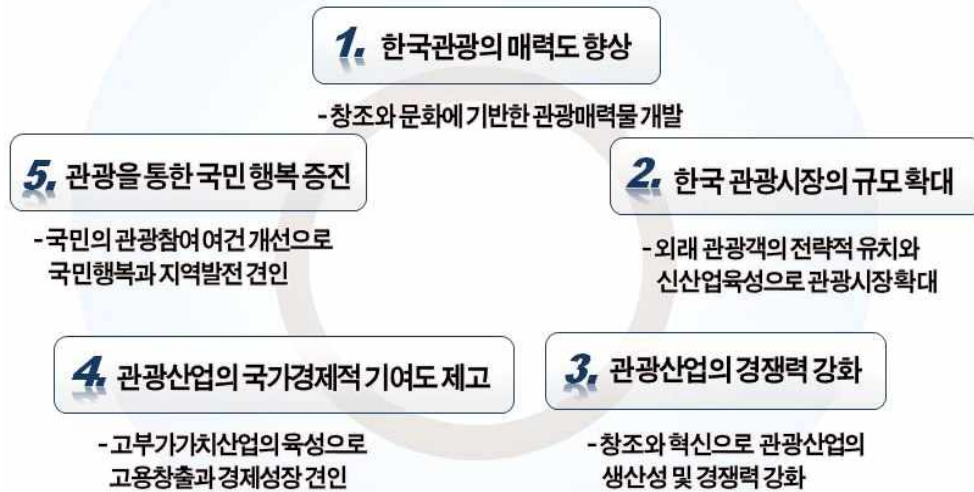
계획의 배경 및 목적

- 제4차 관광진흥 5개년 계획(2014-2018)은 관광기본법 제3조(관광진흥계획의 수립)에 의거하여 수립되며, 향후 5년간 (2014-2018) 관광산업의 발전을 위한 행정계획으로서 활용됨
- 관광진흥계획은 정부의 관광정책방향 설정과 과제를 도출하고 국정목표 달성을 위한 관광비전과 추진전략을 제시하며, 관광정책의 창조적 접근을 통한 추진과제를 발굴하고 이에 따른 국내외 관광경쟁력 강화 방안을 마련함

2018 관광비전 : 관광으로 행복한 국민, 융성하는 대한민국

- 창조와 혁신에 기반한 관광산업 발전을 유도하여 국제경쟁력을 강화하고 새로운 시대 국가발전의 성장동력으로 역할 확대
- 국제적인 매력을 보유한 관광자원과 상품 개발, 고품질의 관광서비스를 제공함으로써 내외국인 관광객에 최고의 경험으로 만족을 높이고 동북아 관광시장을 선도하도록 함
- 관광을 통해 국민이 행복하고, 국가경제가 새로운 활력으로 융성하는 “관광으로 행복한 국민, 융성하는 대한민국” 의 비전을 달성

관광으로 행복한 국민, 융성하는 대한민국



자료 : 문화체육관광부, 제4차 관광진흥5개년계획, 2013

[그림 II-11] 2018 관광비전



관광정책 방향

- 관광비전의 달성을 위해 한국관광의 매력도를 향상시킴으로써 한국 관광시장의 규모 확대하고, 관광산업의 경쟁력 강화를 통해 국가 경제적 기여도를 제고하여 관광을 통한 국민 행복 증진을 이룰 수 있는 관광정책을 확대해 나갈 수 있는 방향 설정
- 창조와 문화에 기반한 관광매력물을 개발하여 한국관광의 매력도를 향상하고, 외래관광객의 전략적 유치와 신산업 육성으로 관광시장을 확대하며, 창조와 혁신으로 관광산업의 생산성 및 경쟁력을 강화함
- 또한 고부가가치 산업인 관광산업의 육성으로 고용창출과 경제 성장을 견인하여 국가 경제적 기여도를 제고하고, 국민 관광참여 여건개선으로 국민행복과 지역발전의 견인을 통해 관광을 통한 국민 행복을 증진함

정책 목표

- 2018년 외래관광객 1,700만명 유치, 관광수입 255억불 달성
- 국민국내관광총량 508백만일 달성, 국내관광참여 일수 11일, 국내관광소비액 32조원 달성, 100만개 관광산업 일자리 창출

	2012년기준	2018년 목표
① 외래관광객 수	1,114만명	1,700만명
② 관광수입	134억 불	255억불
③ 국민 국내관광참여일수	8.4일	11일
④ 국민 국내관광소비액	24조원	32조원
⑤ 관광산업 일자리 창출	85만개	100만개

자료 : 문화체육관광부, 제4차 관광진흥5개년계획, 2013

[그림 II-12] 2018 관광 정책목표

부문별 추진전략

- [관광산업] 관광산업 경쟁력 강화 환경 구축 : 한국관광시장의 규모 확대 및 관광산업의 경쟁력 강화
- [국제관광] 동북아 관광리더 위상 확립 : 한국관광의 위상 강화 및 관광산업의 국가 경제적 기여도 제고
- [지역관광] 품격과 활력있는 지역관광육성 : 지역성과 문화에 기반한 관광매력 향상으로 지역관광 활력 부여
- [융합관광] 고부가 융복합형 전략관광산업 육성 : 관광을 통한 국민행복증진 및 한국관광의 매력도 향상

관광진흥 확대회의

- 정부는 2013년 7월 ‘제1차 관광진흥확대회의’ 에 이어 2014년 2월 박근혜 대통령주재로 ‘제2차 관광진흥확대회의’ 를 개최하였음
- 제1차 확대회의가 외래관광객의 불편 해소 및 고부가가치 융복합 전략 관광산업 육성을 통한 외래관광객 유치에 초점이 맞추어졌다면, 제2차 확대회의는 국내 관광수요 확대를 통한 내수경제 활성화 및 일자리 창출 방안을 주제로 이루어졌음

[표 II-85] 관광진흥 확대회의 주요내용

구분	주요내용
제1차 (2013. 7. 17)	외국인 관광객 불편해소를 통한 ‘여행하기 편리한’ 관광한국 조성 세계 지원 및 규제완화를 통한 관광투자 활성화 복합리조트 및 마이스(MICE), 의료, 크루즈 등 고부가 융복합 관광 활성화 한국만의 특성화된 관광콘텐츠 육성으로 ‘매력있는 관광지’ 도약 관광서비스 인력양성 및 자질 제고
제2차 (2014. 2.3)	[국내관광 활성화 및 관광산업 경쟁력 강화 방안] 창조관광 지원체계 대폭개선 스마트 관광 육성 관광개발 제도 개선 관광서비스 전문인력 양성 관광주변시설, 올해의 관광도시 선정 등 국내관광 수요 창출 철도 5대 관광벨트 구축, 연안해상교통 여건 개선 등 관광교통 인프라 확충 국민편의 및 여가활용 공간 등 유휴공간의 효율적 활용

자료 : 문화체육관광부 보도자료



2) 전국 권역별 관광개발 계획

- 제5차 관광개발계획 관광진흥법에 따라 시·도에서 계획 시안을 수립하면 문화체육관광부장관의 조정과 환경부 등 관계부처의 협의를 거쳐 확정되었음
- 각 지역별로 수립된 권역계획은 각 지역관광의 특성화 및 차별화를 통해 비전 및 목표를 제시하고 관광산업을 발전시키고자 노력하고 있음

[표 II-86] 제5차 권역별 관광개발계획 비전 및 목표

구분	비전	목표
서울	세계인이 찾고 싶은 관광도시, 서울	<ul style="list-style-type: none"> • 목표 : 세계관광경쟁력 Top 15 • 전략 : 열린 서울, 매력 서울, 만족 서울, 활력 서울 • 관광수요(2016년 기준) : 관광총량 110,884천 명(국내 관광총량 : 53,068천 명, 외래 관광총량 : 57,815천 명)
부산	글로벌 해양엔터테인먼트 관광도시, 부산	<ul style="list-style-type: none"> • 목표 : 강·바다 체험 해양 관광도시, 산업·콘텐츠 융합 창조 관광도시, 예술·축제 체험 글로벌관광도시, 스마트 기반 U-관광도시 • 전략 : 해양레포츠 관광시설 확충을 통한 블루투어리즘 기반조성, 저탄소 녹색 생태관광도시기반조성, 신성장 관광산업(영상, 의료, 컨벤션) 기반조성, 역사·문화콘텐츠 개발을 통한 문화관광기반 조성, 시민이 향유하는 여가·복지관광 추진, 4계절 관광자원 및 상품 발굴·육성(쇼핑, 축제 등), U-Tourism 등 관광 수용태세 재정비 및 관광전문 인력 양성, 국내·외 홍보마케팅 강화(목표시장 중심) • 관광 수요(2016년 기준) : 관광총량 31,583천 명(국내 관광총량 : 29,601천 명, 외래 관광총량 : 1,981천 명)
인천	세계인이 교류하는 창조적 해양관광도시	<ul style="list-style-type: none"> • 목표 : 창조 관광도시, 해양녹색 관광도시, 관광교류 거점도시 • 전략 : 인천형 창조관광 진흥, 해양·도시 및 녹색관광 육성, 문화관광거점 조성 및 산업 육성, 국내·외 관광교류 및 네트워크 확대, 관광교통·안내체계 혁신 및 마케팅 활동 정비, 인천형 관광비즈니스 기획과 일자리 창출 • 관광수요(2016년 기준) : 관광총량 21,753천명(국내 관광총량 20,046천 명, 외래 관광총량 1,707천 명)
대구	3대 문화권의 지식관광 중심도시	<ul style="list-style-type: none"> • 목표 : 지역매력 발산, 삶의 질 제고, 자긍심 고취, 부가가치 창출 • 전략 : 대경권 지식관광 중심지화, 도심부 문화정체성 극대화 및 대구 관광 중심지화, 생활관광기능 강화로 살기 좋은 도시 만들기, 대구 관광 브랜드제고를 위한 스마트 마케팅, 지역관광성장을 위한 관광 휴먼웨어 경영, 광역연계 협력으로 지역상생 기회 제공 • 관광 수요(2016년 기준) : 관광총량 16,671천 명(국내 관광총량 : 16,411천 명, 외래 관광총량 : 260천 명)
광주	느끼고 싶은 문화예술관광 도시 창조	<ul style="list-style-type: none"> • 목표 : 국제적인 문화·예술 관광도시 환경조성, 30만 외래관광객 유치, 호남권 관광 허브도시구축, 관광추진시스템 구축 • 전략 : 도시 관광 거점명소 개발, 근교 녹색생태문화관광 자원개발, 관광명소를 연계 한 도시관광 「길」 조성, 예술 공연 및 전시 관광상품 개발, 축제 및 MICE산업 육성, 관광객 유치 및 관광마케팅, 호텔·음식·쇼핑 관광산업 육성, 홍보 및 관광마케팅, 호남권 관광연계 네트워크 구축, 관광 추진 거버넌스 구축, 공정관광 및 일자리 창출, 관광통계 및 관련 DB 구축 • 관광 수요(2016년 기준) : 관광총량 9,640천 명(국내 관광총량 : 9,548천 명, 외래 관광총량 91천 명)
대전	웰빙·창조관광을 선도하는 녹색 과학관광도시, 대전	<ul style="list-style-type: none"> • 목표 : 녹색웰빙 관광도시, 창조과학 관광도시, 체험문화 관광도시 • 전략 : 체험형 녹색관광환경 조성, 대전형 웰빙관광환경 조성, 역사문화자원 연계 관광상품개발, 첨단의료관광산업 육성, 도심관광형 복합치유벨트 조성, 유성복합온천관광단지 조성, 첨단과학관광 테마파크 조성, 성북지구 관광단지 조성, 쇼핑 엔터테인먼트 시설 확충, 관광홍보 및 안내기능 강화 • 관광 수요(2016년 기준) : 관광총량 9,934천명(국내 관광총량 : 9,605천 명, 외래 관광총량 : 329천 명)
울산	체험과 배움, 감동이 있는 감성체험 신(新)관광도시, 울산	<ul style="list-style-type: none"> • 목표 : 생태와 산업이 결합된 브랜드형 신휴관광도시, 울산 1등 관광자원을 활용한 명소형 관광 도시, 산과 바다가 어우러진 체류형 관광도시, 관광 인프라가 체계적으로 구축된 스마트 관광도시 • 전략 : 고래 테마의 관광상품 체계화, 산업관광의 네트워크화, 태화강의 녹색관광 상품화, 기존특화 관광자원의 상품성 강화, 신규 이야기 자원의 명소형 관광자원 육성, 울산 12경 관광상품화, 강동권 국제적인 관광기반 확충, 영남 알프스 산악관광 활성화, 교통 관광상품의 다변화, 숙박시스템의 정비·구축, KTX 개통에 따른 관광시스템 개선, 관광 안내 및 홍보체계 선진화, 도심관광 지원체계 확충 • 관광 수요(2016년 기준) : 8,758천 명(국내 관광총량 : 7,948천 명, 외래 관광총량 : 810천 명)

구분	비전	목표
경기	경기도의 품격을 높이는 창조관광 여건 조성사업 창출	<ul style="list-style-type: none"> • 목표 : 경기도의 다양성을 응집하고 지역성을 강화하는 관광구상, 수도권 관광의 허파 기능강화를 통한 국민관광지지역으로 육성, 동북아 관광경쟁력 강화를 위한 관광사업 구상, 시대적 요구에 대응하는 창조적 관광구상, 효율적 관광실행 체계의 구축 • 전략 : 지역별 공유된 자원을 테마화하여 스토리텔링을 통한 관광이미지의 통합적 실현을 통한 차별화 실시, 삶의 숨골 역할을 할 수 있는 다양한 여가공간의 제공, 동아시아 경제권의 확대 및 중국관광시장 급부상에 따른 경쟁력 확보, 신성장 관광산업의 전략적 육성을 통한 창조적문화관광공간의 구상, 다양한 시설 및 제도로 인프라 개선, 관광개발 사업의 우선순위를 고려하여 실현성 높은 사업에 대한 지원으로 효율적인 실행체계의 구축 • 관광 수요(2016년 기준) : 관광총량 91,960천 명(국내 관광총량 : 90,207천 명, 외래 관광총량 : 1,753천 명)
강원	글로벌 생명·건강 관광 메카 - 동북아 관광휴양 거점	<ul style="list-style-type: none"> • 목표 : 순환과 재생의 발전기반 구축, Emerging Sector 발굴을 통한 지역자원 가치화, 지역어메니티를 살린 관광환경 조성, 글로벌 관광경쟁력 강화 • 관광 수요(2016년 기준) : 관광총량 71,320천 명(국내 관광총량 : 70,285천 명, 외래 관광총량 : 1,035천 명)
충북	백두대간의 중심축, 중부내륙의 보 석테마형 관광충북 실현	<ul style="list-style-type: none"> • 목표 : 21C 친환경 녹색관광의 중심지, 충북관광의 대내외적 경쟁력 제고, 창의적인 관광상품개발 및 효율적인 지원체계 확립 • 전략 : 테마형 친환경 관광체계 구축, 권역별 거점관광 활성화 추진, 특색 있는 관광 자원 발굴 및 관광 상품화, 효율적인 관광 지원체계 확립 • 관광수요(2016년 기준) : 관광총량 23,541천 명(국내 관광총량 : 23,038천 명, 외래 관광총량 : 503천 명)
충남	국민관광으로 도민과 관광객에게 희망을 주는 愛鄉 충남	<ul style="list-style-type: none"> • 목표 : 국토중심 전 국민이 찾는 '국민관광', 모두가 이용하고 향유하는 '복지관광', 글로벌 관광명소가 자랑인 '휴양관광', 구성구석 균형성장하는 '산업관광' • 전략 : 거점 관광도시 육성과 관광권역별 연계시스템 구축, 국민관광지 조성추진 및 관광루트활성화, 소통과 만남의 연대공정여행 추진, 소외계층의 관광사업 강화와 유니버설 관광지, 지역문화권 관광사업화와 국제휴양관광명소 육성, 특색 있는 유무형의 관광상품 개발과 홍보마케팅, 지역자원의 관광자원화로 녹색 산업관광 육성, 지역 정체성 활용을 통한 지속가능 관광도모 • 관광 수요(2016년 기준) : 관광총량 39,521천 명(국내 관광총량 : 39,138천 명, 외래 관광총량 : 383천 명)
전북	21세기 동북아 시대를 위한 한국형 관광수도 전북	<ul style="list-style-type: none"> • 목표 : 관광자원의 폭 확대, 국제적 수준의 관광 인프라 구축, 친시정환경체계 구축, 도내 지역주민 여가활용 기회 확대, 지역주민 삶의 질 향상 • 전략 : 복·융합관광을 통한 관광시장 확대, 고부가 관광을 위한 핵심역량 강화, 친시장관광을 위한 지원체계 구축 • 관광 수요(2016년 기준) : 관광총량 32,906천 명(국내 관광총량 : 32,773천 명, 외래 관광총량 : 133천 명)
전남	동북아 생태·해양 관광의 중심지 전라남도	<ul style="list-style-type: none"> • 목표 : 해안·섬·갯벌이 어우러진 해양휴양관광지대 조성, 청정자연으로 녹색의 힘이 느껴지는 녹색관광 추구, 남도의 맛, 온화한 기후와 복·융합화를 통한 웰빙관광 테마화, 고향의 정, 삶이 풍요로운 한국인의 고향 같은 생활관광지대 • 전략 : 해양도서자원의 휴양·여가지대 기반조성, 저탄소형 녹색관광 특화 및 콘텐츠 강화, 지역간 연계강화 협력 네트워크 구축, 향토자원의 복·융합화를 통한 지역 활성화, 역사문화자원의 관광매력 증진 • 관광 수요(2016년 기준) : 46,012천 명(국내 관광총량 : 45,934천 명, 외래 관광총량 : 78천 명)
경북	전통과 자연, 인간이 빛어낸 한국대표 문화관광지대	<ul style="list-style-type: none"> • 목표 : 글로벌 수준의 명품 관광자원 개발, 누구나 공감하는 관광브랜드 창조, 삶의 질을 높이는 관광일자리 창출, 문화·생태 융합형 Fun 콘텐츠 발굴 • 전략 : 머무는 관광지 조성을 위한 3대 문화권 글로벌화, 시대 흐름을 대비한 관광(단지) 리노베이션, 재미와 감동을 주는 소프트 관광콘텐츠 개발, 新관광트렌드를 선도하는 경북관광 브랜드 발굴, 지역 특화산업 융·복합형 관광 비즈니스 기반 확충, 관광경북 실현을 위한 초광역관광클러스터 구축 • 관광 수요(2016년 기준) : 43,096천 명(국내 관광총량 : 42,552천 명, 외래 관광총량 : 544천 명)
경남	동북아 사계절 관광·휴양 중심지	<ul style="list-style-type: none"> • 목표 : 국제적 수준의 관광지 창출, 꼭 한번 가고픈 경남 - Only One!, 매력과 활력 넘치는 경남 관광, 신산업과 융복합된 관광 창출, 복지관광을 통한 도민의 삶의 질 향상 • 전략 : 동북아 관광의 거점지 구축 외 3개 전략, 한려해상의 수려한 경관을 체험할 수 있는 해양관광 기반 구축 외 3개 전략, 도시 관광 활성화를 위한 기반 구축 외 3개 전략, 로보랜드의 경남 관광랜드마크화 추진 외 3개 전략, 도민 생활체육 기회의 확대 외 2개 전략 • 관광 수요(2016년 기준) : 관광총량 52,389천 명(국내 관광총량 : 52,010천 명, 외래 관광총량 : 379천 명)

자료 : 문화체육관광부, 각 시·도, 제5차 권역별 관광개발계획 최종 시안, 2011년 11월



3) 충남관광정책

충남권 관광개발계획

- 충남의 관광정책은 관광진흥법에 따른 법정계획인 충남권 관광개발계획의 수립을 통해 충남관광의 전체적인 방향을 설정함

[표 II-87] 충남권 관광개발계획 비전 및 목표

구분	비전	목표
제3차	자연, 문화, 환경중심의 21세기 관광 실현	<ul style="list-style-type: none"> • 해양관광거점지역 • 문화관광거점지역 • 생태관광중심지역
제4차	생태, 역사, 해양관광자원의 특화를 통한 서해안 국제관광중심지 창출	<ul style="list-style-type: none"> • 해안해양체험 관광거점지 • 역사문화특화지역 • 체험생태관광중심지
제5차	지방관광으로 도민과 관광객에게 희망을 주는 愛鄉 충청남도	<ul style="list-style-type: none"> • 국토중심의 전국민이 찾는 국민관광 • 모두가 이용하고 향유하는 복지관광 • 구석구석 균형 성장하는 산업관광 • 글로벌 관광명소가 자랑인 휴양관광

자료 : 충청남도, 충남권 관광개발계획, 각년도

- 제3차계획에서는 자연, 문화, 환경중심의 21세기 관광실현을 비전으로 해양관광 거점지역, 문화관광특화지역, 생태관광 중심지역을 목표로 설정함
- 제4차 계획에서는 생태, 역사, 해양관광자원의 특화를 통한 서해안 국제 관광중심지 창출을 비전으로 해안해양체험관광거점지, 역사문화특화지역, 체험생태관광 중심 등으로 목표를 제시함
- 제5차 계획에서는 지방관광으로 도민과 관광객에게 희망을 주는 愛鄉 충청남도를 비전으로 설정하고, 국토중심의 전국민이 찾는 국민관광, 모두가 이용하고 향유하는 복지관광, 구석구석 균형성장하는 산업관광, 글로벌 관광명소가 자랑인 휴양관광을 목표로 설정함

비전

‘지방관광으로 도민과 관광객에게 희망을 주는 愛鄉 충청남도’

(착한 지역관광에 행복하고 정겨운 곳)

✓목표	<p>국토중심의 전국민이 찾는</p> <p style="font-weight: bold; color: blue;">‘국민관광’</p>	<p>모두가 이용하고 향유하는</p> <p style="font-weight: bold; color: blue;">‘복지관광’</p>	<p>구석구석 균형 성장하는</p> <p style="font-weight: bold; color: blue;">‘산업관광’</p>	<p>글로벌 관광명소가 자랑인</p> <p style="font-weight: bold; color: blue;">‘휴양관광’</p>
✓전략	<ul style="list-style-type: none"> •하니포트형 관광도시 개발과 권역별 연계망 구축 •지방형 관광지 조성과 주변관광코스 활성화 	<ul style="list-style-type: none"> •주민과 만남이 있는 착한 여행추진 •소외계층의 관광향유 기회 확대와 유·비설 관광지 조성 	<ul style="list-style-type: none"> •차별화 유무형 관광자원과 녹색관광산업 육성 •국제적 메가급이벤트와 전략적 이벤트 축제의 육성 	<ul style="list-style-type: none"> •지역문화권 관광자원화와 국제휴양관광명소개발 •지역 관광사업체 육성과 맞춤형 관광마케팅 강화

[그림 II-13] 제5차 충남권 관광개발계획의 목표와 전략

시군 관광비전

- 충남의 시군은 각 지역별로 문화관광분야에 대한 목표를 설정하고 관광객 유치를 위한 인프라, 관광상품개발, 홍보 및 마케팅을 하고자 관련 시책을 추진하고 있음

[표 II-88] 충남 시군별 관광목표

구분	비전	문화관광목표	역점시책
천안	시민중심 행복천안	시민 누구나 향유하는 풍부한 문화	<ul style="list-style-type: none"> • 문화관광인프라 구축 및 활성화 - 능소와 박현수스토리텔링 콘텐츠 개발 • 천안 역사문화 돌레길 조성 - 흥타령축축제 2015(10월초) 및 판페스티벌(5월) - 국민여가 오토캠핑장 조성 (20,000㎡, ~2017년) - 온조왕 사당 운영(직산읍 군서리)
공주	도약하는 희망도시 함께하는 행복공주	문화와 관광이 살아 숨 쉬는 희망담은 명품관광 도시	<ul style="list-style-type: none"> • 행복과 감동이 넘치는 고품격 관광 프로그램 개발 • 제6회 백제문화제 성공 개최 및 지역축제 경쟁력 제고 • 수준 높은 문화예술 공연 및 다양한 문화행사 추진 • 지역경쟁력 제고를 위한 고부가가치 관광상품 개발
보령	시민이 행복한 희망찬 새보령	글로벌 인프라를 갖춘 사계절 문화 관광도시	<ul style="list-style-type: none"> • 관광객 유치 및 관광 활성화 사업 • 관광기반시설 확충 • 관광객과 함께하는 축제 및 행사 • 보령머드제품 판매 활성화
아산	기분좋은 변화 활짝웃는 아산	-	-
서산	해뜨는 서산 행복한 서산	문화가 어우러진 국제적 관광도시	<ul style="list-style-type: none"> • 관광객 유치 및 관광시책 홍보 • 관광 기반 조성 • 문화재 보존 및 복원
논산	활기찬 논산 행복한 시민	전통과 문화가 어우러진 문화관광도시	<ul style="list-style-type: none"> • 시민을 위한 휴양 생활체육시설 확충 • 문화자원 개발 및 관광산업 홍보
계룡	민군화합 행복도시 국방수도 계룡	일자리 창출과 경제가 살아나는 관광도시 조성	<ul style="list-style-type: none"> • 「계룡세계군문화축전」 국제행사 유치 • 2015계룡군문화축제의 성공적 개최 추진 • 지역 관광자원 활성화
당진	동북아의 해양중심도시 당진	품격있는 교육문화 [역사와 즐길거리가 있는 관광지 조성]	<ul style="list-style-type: none"> • 성지순례 관광벨트 추진 • 전통문화 및 유적지 적극 개발 • 체험관광 및 테마관광 확대 • 해양레저관광 기반 조성
금산	생명의 고향, 미래의 땅 금산	생활문화형 사계절 관광개발	<ul style="list-style-type: none"> • 생활문화형 관광개발 • 관광특화와 교류의 활성화
부여	군민과 함께하는 행복한 부여	대한민국 대표 역사문화 관광도시 조성	<ul style="list-style-type: none"> • 서동연꽃축제와 백제문화제의 성공적 개최 • 관광객이 다시 찾을 수 있는 특색있는 관광홍보 실시 • 수려한 수변경관을 이용한 관광자원개발
서천	새로운 내일을 여는 행복한 서천	머무는 문화관광	<ul style="list-style-type: none"> • 전통문화 개발과 축제 육성으로 관광 서천 만들기 - 올해의 관광도시 선정 추진, 수학여행단 유치 안심상품 운영, 해양문화관광지 조성사업 추진
청양	위대한 청양, 군민만족시대를 열자	문화·관광·생태도 시 조성	<ul style="list-style-type: none"> • 『문화·관광·스포츠 특구』 조성
홍성	국민이 행복한 충남의 중심홍성	함께하는 문화관광	<ul style="list-style-type: none"> • 역사 문화가 살아 숨쉬는 생태관광 육성
예산	충남의 중심 역동하는 예산	품격있는 문화관광	<ul style="list-style-type: none"> • 예당호 종합관광지 개발을 통한 브랜드 가치 제고 • 수덕사와 덕산온천을 연계한 가족단위 관광지 활성화 • 문화·예술·체육의 활성화로 삶의 질 향상
태안	희망찬 태안 행복한 군민	감동있는 문화관광	<ul style="list-style-type: none"> • 오감이 만족스러운 관광문화레저도시 육성 - 관광진흥 및 관광거점 개발계획 수립 - 대산항 국제여객선 취항에 따른 관광인프라 구축

주 : 역점시책은 2015 주요업무계획을 참고함
자료 : 각 지자체 홈페이지

제3장

관광객 설문분석 및 계획과제





1. 관광객 설문조사

1) 조사개요

조사목적 및 내용

- 충청남도를 방문한 관광객의 설문조사를 통해 관광객의 인식을 파악하여 충남 관광비전 수립을 위한 기초 자료로 활용하고자 함
- 설문내용은 충남을 방문한 관광객의 관광행태를 알아볼 수 있는 관광목적, 동반자, 정보 등의 관광활동과 충청남도의 관광잠재력 도출을 통해 미래상을 제시할 수 있도록 관광키워드, 대표관광자원, 관광객 유치 전략 등의 항목을 도출함

[표 III-1] 설문조사 내용

구분	주요내용
관광활동	충청남도 관광경험, 관광목적, 관광 동반자, 관광정보, 주요교통수단, 숙박계획, 여행경비, 관광만족도 등
충남 관광잠재력	대표관광자원, 관광키워드, 관광잠재력, 관광객유치전략 등

조사방법 및 지역

- 무작위로 추출된 충남 관광객을 대상으로 비확률 표본 추출방법의 하나인 임의표본추출을 이용하였으며, 기입방식은 응답자가 직접 기입하는 자기기입식설문방식을 채택함
- 설문조사 기간은 2015년 8월 7일부터 8월 17일까지 충남 전역의 관광지에서 관광객의 관광경험, 관광행태, 관광잠재력 등을 조사함
- 충청남도를 방문한 타지역 관광객을 대상으로 총 400부의 설문지를 배포하여 총 344부의 설문지가 회수되었으나 불완전하거나 불성실한 내용, 응답이 모호한 설문을 폐기하여 332부의 유효표본이 분석에 활용되었음

[표 III-2] 관광객 설문조사 지역

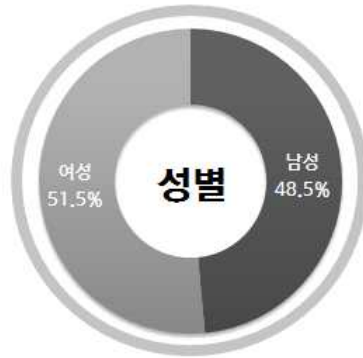
(단위 : 명, %)

구분	응답자수	비중	조사지역
천안	28	8.4	독립기념관, 유관순열사기념관, 광덕산, 테딘테마파크, 직산향교
공주	14	4.2	무령왕릉, 공산성, 계룡도예촌
보령	14	4.2	대천해수욕장, 무창포
아산	27	8.1	외암민속마을, 신정호, 현충사, 장영실과학관
서산	36	10.8	해미읍성, 간월도, 용현계곡
논산	19	5.7	관촉사, 개태사, 탑정호, 대둔산도립공원
계룡	19	5.7	무상사, 문화공원
당진	38	11.4	장고항, 삼교호합상공원, 도비도, 왜목마을
금산	18	5.4	금산수삼센터, 칠백의총
부여	14	4.2	백제문화단지, 서동요테마파크, 부소산성, 궁남지
서천	13	3.9	춘장대, 국립생태원, 월하성,갯벌체험장
청양	19	5.7	찰갑산휴양림, 장곡사, 고운식물원
예산	19	5.7	덕산온천, 수덕사, 추사기념관
홍성	18	5.4	홍주성, 홍주의사총, 김좌진생가, 용봉산자연휴양림
태안	36	10.8	꽃지해수욕장, 만리포해수욕장, 안면도자연휴양림

인구통계

성별 및 연령

- 충남을 방문한 관광객 중 설문조사에 참여한 관광객은 총 332명이며 이중 남성이 48.5%인 161명, 여성이 51.5%인 171명으로 여성의 비율이 높았음
- 응답자의 연령은 40대(40-49세)가 전체 응답자의 25.6%인 85명이 응답하여 가장 높았으며, 30대 24.1%(80명), 50대 20.2%(67명) 등의 순으로 나타남



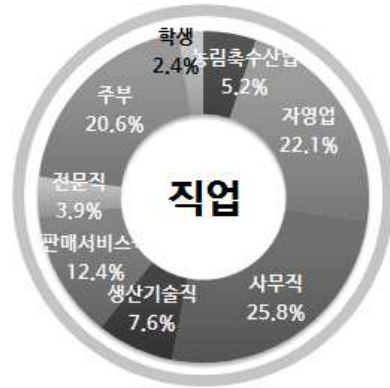
[표 III-3] 응답자 연령

(단위: 명, %)

구분	응답자수	비중
20대(20-29)	55	16.6
30대(30-39)	80	24.1
40대(40-49)	85	25.6
50대(50-59)	67	20.2
60대 이상(60~)	45	13.6
합계	332	100.0

직업 및 소득

- 응답자의 직업은 사무직이 전체 응답자의 25.8%인 85명으로 가장 많았으며, 자영업 22.1%(73명), 주부 20.6%(68명)의 순으로 나타남
- 응답자의 월평균 소득은 400-499만원이 30.1%(100명)로 가장 많았으며, 500-599만원 28.9%(96명), 300-399만원 25.0(83명) 등의 순으로 나타남



[표 III-4] 응답자 소득

(단위: 명, %)

구분	응답자수	비중
100만원 미만	4	1.2
100-199만원	4	1.2
200-299만원	23	6.9
300-399만원	83	25.0
400-499만원	100	30.1
500-599만원	96	28.9
600만원 이상	22	6.6
합계	332	100.0

거주지 및 방문지

- 응답자의 거주지는 대전시가 총 응답자의 23.5%인 78명으로 가장 많았으며, 경기도 20.8%(69명), 충청북도 18.4%(61명), 서울시 10.2%(34명) 등의 순으로 나타남
- 이는 충남에 지리적으로 접근이 용이한 수도권과 대전, 충북 등의 지역에서 많은 방문이 이루어져 비중을 차지함을 알 수 있음



- 방문목적지별로 살펴보면 수도권 및 충청권 등 거의 모든 지역에서 서산, 당진, 태안 등 서해안 인접지에 많은 방문이 이루어지고 있음

[표 III-5] 관광객 설문조사지역 교차분석

(단위: 명, %)

구분	거주지														
	강원	경기	경남	경북	광주	대구	대전	부산	서울	세종	인천	전남	전북	충북	전체
천안	1 (20.0)	4 (5.8)	1 (50.0)	1 (12.5)	1 (50.0)	1 (9.1)	7 (9.0)	1 (33.3)	2 (5.9)	0 (0.0)	1 (50.0)	1 (5.9)	3 (9.1)	4 (6.6)	28 (8.4)
공주	0 (0.0)	2 (2.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	8 (10.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (6.6)	14 (4.2)
보령	0 (0.0)	9 (13.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (2.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (5.9)	2 (6.1)	0 (0.0)	14 (4.2)
아산	1 (20.0)	5 (7.2)	0 (0.0)	1 (12.5)	1 (50.0)	2 (18.2)	7 (9.0)	1 (33.3)	1 (2.9)	0 (0.0)	1 (50.0)	1 (5.9)	2 (6.1)	4 (6.6)	27 (8.1)
서산	1 (20.0)	5 (7.2)	0 (0.0)	1 (12.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	9 (11.5)	0 (0.0)	6 (17.6)	1 (14.3)	0 (0.0)	3 (17.6)	2 (6.1)	8 (13.1)	36 (10.8)
논산	0 (0.0)	4 (5.8)	0 (0.0)	1 (12.5)	0 (0.0)	4 (36.4)	6 (7.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (6.6)	19 (5.7)
계룡	0 (0.0)	6 (8.7)	0 (0.0)	1 (12.5)	0 (0.0)	2 (18.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (11.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (11.8)	1 (3.0)	3 (4.9)	19 (5.7)
당진	2 (40.0)	7 (10.1)	0 (0.0)	1 (12.5)	0 (0.0)	1 (9.1)	10 (12.8)	0 (0.0)	4 (11.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (23.5)	3 (9.1)	6 (9.8)	38 (11.4)
금산	0 (0.0)	6 (8.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (9.1)	3 (3.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (3.0)	7 (11.5)	18 (5.4)
부여	0 (0.0)	6 (8.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (7.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (3.3)	14 (4.2)
서천	0 (0.0)	5 (7.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (3.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (5.9)	3 (9.1)	1 (1.6)	13 (3.9)
청양	0 (.0)	2 (2.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	5 (6.4)	0 (0.0)	3 (8.8)	2 (28.6)	0 (0.0)	1 (5.9)	3 (9.1)	3 (4.9)	19 (5.7)
예산	0 (.0)	2 (2.9)	1 (50.0)	1 (12.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (5.1)	0 (0.0)	3 (8.8)	2 (28.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (6.1)	4 (6.6)	19 (5.7)
홍성	0 (.0)	1 (1.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (3.8)	0 (0.0)	4 (11.8)	2 (28.6)	0 (0.0)	1 (5.9)	3 (9.1)	4 (6.6)	18 (5.4)
태안	0 (.0)	5 (7.2)	0 (0.0)	1 (12.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	5 (6.4)	1 (33.3)	7 (20.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (11.8)	8 (24.2)	7 (11.5)	36 (10.8)
전체	5 (100.0)	69 (100.0)	2 (100.0)	8 (100.0)	2 (100.0)	11 (100.0)	78 (100.0)	3 (100.0)	34 (100.0)	7 (100.0)	2 (100.0)	17 (100.0)	33 (100.0)	61 (100.0)	332 (100.0)

2) 조사분석결과

관광객 관광활동

관광경험

- 응답자 중 이전에 충남을 방문한 관광객은 87.0%인 289명이 방문한 경험이 있다고 응답하였으며, 13.0%인 43명이 처음 방문인 것으로 나타남
- 관광을 목적으로 한 방문이 있는 관광객을 대상으로 방문 횟수에 대한 응답 결과 3회가 18.3%로 가장 많았으며, 2회가 17.0%, 5회가 14.5%, 10회도 11.1%로 지속적인 재방문이 이루어지고 있는 것으로 나타남

[표 III-6] 충남 관광횟수

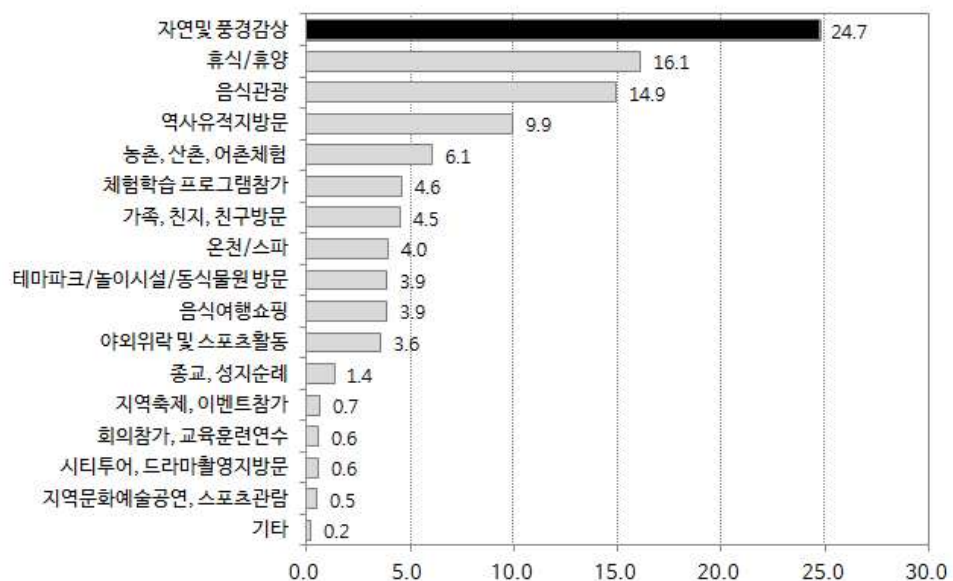
(단위: 명, %)



구분	응답자 수	비중	구분	응답자 수	비중
1회	28	9.7	10회	32	11.1
2회	49	17.0	12회	6	2.1
3회	53	18.3	15회	2	0.7
4회	28	9.7	18회	1	0.3
5회	42	14.5	20회	4	1.4
6회	17	5.9	25회	3	1.0
7회	11	3.8	26회	1	0.3
8회	8	2.8	30회	2	0.7
9회	2	0.7	합계	289	100.0

관광목적

- 이번 충남여행의 목적은 자연 및 풍경감상이 24.7%로 가장 높게 나타났으며, 휴식/휴양이 16.1%, 음식관광(지역 맛집 등) 14.9% 등의 순으로 나타남(중복응답)





- 관광객 거주지별 관광목적은 살펴보면 대부분 자연 및 풍경감상을 꼽았으며, 휴식휴양과 역사유적지방문, 음식관광(지역맛집) 등을 꼽았음

[표 III-7] 지역별 관광목적(중복응답)

(단위: 명, %)

구분	관광목적	응답자 수	비중	구분	관광목적	응답자 수	비중		
강원	1순위	자연 및 풍경감상	5	27.8	부산	1순위	자연 및 풍경감상 휴식/휴양	2	22.2
	2순위	음식관광(지역맛집)	4	22.2		서울	1순위	자연 및 풍경감상	26
경기	1순위	자연 및 풍경감상	50	23.6	2순위		음식관광(지역맛집)	19	17.6
	2순위	휴식/휴양	31	14.6	세종	1순위	자연 및 풍경감상	6	33.3
경남	1순위	자연 및 풍경감상 역사유적지방문 등	각 1	16.7		2순위	농촌, 산촌, 어촌체험	4	22.2
	경북	1순위	자연 및 풍경감상	6	24.0	인천	1순위	자연 및 풍경감상 역사유적지 방문	2
2순위		음식관광(지역맛집)	5	20.0	전남		1순위	자연 및 풍경감상 휴식/휴양	11
광주	1순위	자연 및 풍경감상 역사유적지 방문	각 2	28.6		전북	1순위	자연 및 풍경감상	30
	대구	1순위	자연 및 풍경감상	8	21.6		2순위	휴식/휴양	21
대전		1순위	자연 및 풍경감상	58	24.5	충북	1순위	자연 및 풍경감상	49
	2순위	휴식/휴양	35	14.8	2순위		휴식/휴양	34	17.6
대전	1순위	자연 및 풍경감상	256	24.7	전체	1순위	자연 및 풍경감상	256	24.7
	2순위	휴식/휴양	167	16.1		2순위	휴식/휴양	167	16.1

- 관광객 방문지역별로 대부분 자연 및 풍경감상과 휴식/휴양을 목적으로 방문하나 천안, 부여는 역사유적지 방문을 목적으로 방문하고 있음

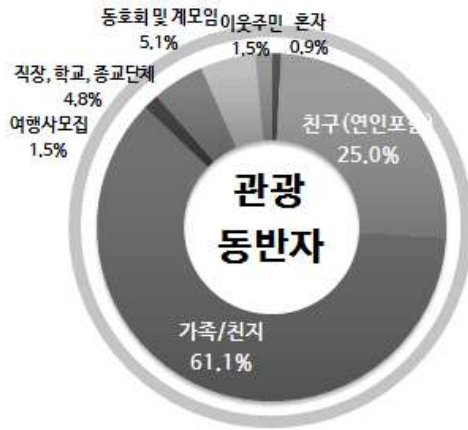
[표 III-8] 방문지별 관광목적(중복응답)

(단위: 명, %)

구분	관광목적	응답자 수	비중	구분	관광목적	응답자 수	비중		
천안	1순위	역사유적지 방문	27	23.5	금산	1순위	자연 및 풍경감상	14	29.2
	2순위	자연 및 풍경감상	26	22.6		2순위	음식여행쇼핑	11	22.9
공주	1순위	자연 및 풍경감상	10	37.0	부여	1순위	역사유적지방문	14	40.0
	2순위	역사유적지 방문	7	25.9		2순위	테마파크 등 방문	13	37.1
보령	1순위	야외유타 및 스포츠활동	13	38.2	서천	1순위	자연 및 풍경감상 음식관광 야외유타 및 스포츠활동	9	22.5
	2순위	자연 및 풍경감상	10	29.4		청양	1순위	자연 및 풍경감상	13
아산	1순위	역사유적지방문	27	25.7	2순위		음식관광(지역맛집)	11	22.4
	2순위	자연 및 풍경감상	25	23.8	예산	1순위	음식관광(지역맛집)	12	24.0
서산	1순위	자연 및 풍경감상	35	29.9		2순위	자연 및 풍경감상	11	22.0
	2순위	휴식/휴양	32	27.4	홍성	1순위	음식관광(지역맛집)	13	23.2
논산	1순위	음식관광(지역맛집)	14	23.0		2순위	휴식/휴양	12	21.4
	2순위	휴식/휴양, 자연 및 풍경감상	12	19.7	태안	1순위	자연 및 풍경감상	34	29.3
계룡		1순위	자연 및 풍경감상	10		22.2	2순위	휴식/휴양	26
	2순위	음식관광(지역맛집)	10	22.2	충남 전체	1순위	자연 및 풍경감상	256	24.7
당진	1순위	자연 및 풍경감상	38	27.3		2순위	휴식/휴양	167	16.1
	2순위	휴식/휴양	35	25.2					

동반자 및 여행정보

- 이번 충남여행의 동반자는 가족 및 친지가 61.0%로 가장 높았으며, 친구(연인)이 25.0%, 동호회 및 계모임이 5.1% 등의 순으로 나타남
- 지역별로 살펴보면 대부분의 지역에서 가족 및 친지의 비율이 매우 높았으나 공주시와 금산군은 친구(연인)의 비율이 전체 응답자의 각각 50.0%, 61.1%로 높았음



[표 III-9] 여행정보

(단위: 명, %)

구분	응답자수	비중
가족, 친지	81	24.4
친구, 동료	57	17.2
인터넷	95	28.6
관광안내서적	16	4.8
기사 및 방송프로그램	14	4.2
광고(TV, 라디오)	17	5.1
과거방문경험	30	9.0
스마트폰등 모바일앱	22	6.6
전체	332	100.0

- 충남여행시 여행정보는 포털사이트 및 홈페이지, 블로그 등 인터넷이용이 28.6%로 가장 많았으며, 가족, 친지로부터가 24.4%, 친구 동료가 17.2%, 과거 방문경험이 9.0% 등의 순으로 나타남
- 연령별로 살펴보면 20대와 30대를 중심으로 인터넷 이용률이 높았으며, 50대는 친구 및 동료, 60대는 가족 및 친지가 여행정보매체로 활용되었음

[표 III-10] 여행정보 및 연령 교차분석

(단위: 명, %)

구분		20대	30대	40대	50대	60대	전체
가족, 친지	응답자수	10	16	17	16	22	81
	비중	18.2%	20.0%	20.0%	23.9%	48.9%	24.4%
친구, 동료	응답자수	8	8	10	21	10	57
	비중	14.5%	10.0%	11.8%	31.3%	22.2%	17.2%
인터넷	응답자수	25	33	26	8	3	95
	비중	45.5%	41.3%	30.6%	11.9%	6.7%	28.6%
관광안내서적	응답자수	4	3	3	5	1	16
	비중	7.3%	3.8%	3.5%	7.5%	2.2%	4.8%
기사 및 방송프로그램	응답자수	2	3	6	2	1	14
	비중	3.6%	3.8%	7.1%	3.0%	2.2%	4.2%
광고(TV, 라디오)	응답자수	1	4	5	4	3	17
	비중	1.8%	5.0%	5.9%	6.0%	6.7%	5.1%
과거방문경험	응답자수	1	5	9	10	5	30
	비중	1.8%	6.3%	10.6%	14.9%	11.1%	9.0%
스마트폰등 모바일앱	응답자수	4	8	9	1	0	22
	비중	7.3%	10.0%	10.6%	1.5%	.0%	6.6%
전체	응답자수	55	80	85	67	45	332
	비중	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%



대표관광자원

- 지역을 여행하면서 가장 좋았다고 느낀 관광자원 중 볼거리, 먹거리, 체험거리로 구분하여 볼거리 118개, 먹거리 101개, 체험거리 46개가 제시되었으며, 이 중 응답률 상위 10개 대표 자원만 표로 제시함
- 볼거리로는 삼길포가 4.5%로 가장 인상 깊었던 볼거리로 제시되었으며, 꽃지해변 (3.9%), 바다석양(3.9%) 등으로 바다와 관련된 응답이 상위권을 차지함
- 먹거리로는 간장게장 및 꽃게장이 12.0%로 가장 많은 비중을 차지했으며, 한우와 회가 각각 7.5%, 계국지 4.5% 등의 순으로 나타남
- 체험거리는 갯벌체험이 25.3%로 높게 나타났으며, 역사문화체험 19.9%, 해수욕 등 바다체험 15.7% 등으로 바다에서 가능한 체험 활동이 높은 비중을 차지함

[표 III-11] 경험 대표관광자원

(단위:%)

구분	볼거리		먹거리		체험거리	
1위	삼길포	(4.5)	간장게장,꽃게장	(12.0)	갯벌체험	(25.3)
2위	꽃지해변	(3.9)	한우	(7.5)	역사문화체험	(19.9)
3위	바다석양	(3.9)	회	(7.5)	바다체험	(15.7)
4위	외암민속마을	(3.9)	계국지	(4.5)	숲생태체험	(8.1)
5위	칠갑산	(3.9)	조개구이	(4.2)	농촌체험	(6.3)
6위	독립기념관	(3.3)	장어구이	(3.9)	온천, 스파	(5.4)
7위	해미읍성	(2.7)	병천순대	(4.2)	둘레길, 등산	(4.8)
8위	부여드라마촬영장	(2.7)	호두과자	(3.6)	민속놀이	(2.1)
9위	금산인삼시장	(2.7)	두부요리	(2.4)	인삼체험	(2.1)
10위	수덕사	(2.4)	두부/두부요리	(2.1)	승마체험	(1.8)

- 지역별 대표관광자원을 살펴보면 지역의 특성 및 특색을 반영한 볼거리와 먹거리, 체험거리가 꼽힌 것을 알 수 있음
- 특히, 서해안 지역의 보령, 서천, 태안, 홍성 등은 서해바다와 관련 있는 바다풍경, 해산물, 바다 및 갯벌 체험 등을 대표 관광자원으로 제시함
- 공주, 부여 등 백제문화권지역은 역사유적과 관련한 볼거리와 체험거리를 대표자원으로 제시함

[표 III-12] 지역별 경험 대표관광자원

(단위:%)

구분	볼거리	먹거리	체험거리
천안	독립기념관(39.3)	병천순대(53.6)	역사문화체험(53.6)
	광덕산계곡(25.0)	천안호두과자(35.7)	숲생태체험(21.4)
공주	무령왕릉(35.7)	공주칼국수(21.4)	역사문화체험(57.1)
	동학사(14.3)	한정식(21.4)	도자기공예 (21.4)
보령	바다풍경(57.1)	꽃게(35.7)	바다체험(100.0)
	대천항(7.1)	조개구이(21.4)	
아산	외암민속마을(48.1)	장어구이(37.0)	민속놀이(29.6)
	신정호수(22.2)	한우(18.5)	숲생태체험(25.6)
서산	해미읍성(25.0)	간장게장&꽃게장(38.9)	갯벌체험(55.6)
	삼길포항(22.2)	서산한우(13.9)	역사문화체험(27.8)
논산	탑정호, 쌍계사, 은진미륵불(10.5)	매운탕(15.8)	농촌체험(36.8)
		오골계백숙삼계탕(15.8)	역사문화체험(21.1)
계룡	계룡대(15.8)	두부요리(10.5)	숲생태체험(31.6)
	괴목정, 모원재(10.5)	도토리묵(10.5)	둘레길, 등산(21.1)
당진	장고항(18.4)	간장게장&꽃게장(50.5)	갯벌체험(68.4)
	왜목마을, 솔피성지(15.8)	우렁쌈밥(23.7)	바다체험(10.5)
금산	금산약초시장(61.1)	인삼튀김(33.3)	인삼체험(55.6)
	칠백의총(16.7)	인삼삼계탕, 추어탕(16.78)	농촌체험(11.1)
부여	드라마촬영장(64.3)	연잎밥(42.9)	역사문화체험(35.7)
	백제유적(35.7)	돌쌈밥(21.5)	숲생태체험(28.6)
서천	해양박물관, 바다/바다풍경(30.8)	생선회(23.1), 조개구이(23.1)	갯벌체험(46.2)
			숲생태체험(23.1)
청양	칠갑산(52.6)	두부요리(26.3)	농촌체험(63.2)
	천장호출렁다리(15.8)	백숙(26.3)	숲생태체험(15.8)
예산	수덕사(42.1)	예산한우(47.4)	온천, 스파(36.8)
	예당호, 덕산온천(10.5)	산채정식(10.5)	역사문화체험(36.8)
홍성	남당항(27.8)	생선회(27.8)	역사문화체험(27.8)
	삼교천(16.7)	한우(22.2)	바다체험(38.9)
태안	꽃지해변(33.3)	계국지(33.3)	갯벌체험(50.0)
	안면도(19.4)	간장게장&꽃게장(19.4)	승마체험(16.7)

주 : 예산한우는 수복갈비(15.8%)포함, 당진에서는 삼길포항이 13.2%로 응답됨



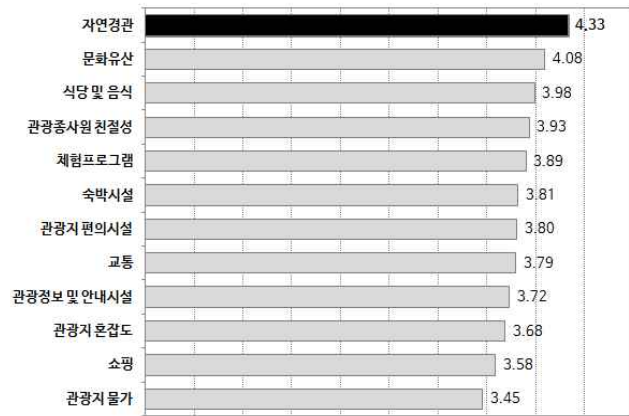
관광만족도

- 충남여행 중 자연경관이 4.33점으로 만족도가 가장 높았으며, 문화유산(4.08점), 식당 및 음식(3.98점), 관광종사원 친절성(3.93점) 등의 순으로 만족도가 높게 나타남
- 그러나 관광지 물가에 대한 만족도는 3.45점으로 타 항목과 비교해 만족도가 낮게 평가되어 있으며, 쇼핑(관광기념품/특산품) (3.58점), 관광지혼잡도 (3.68점) 등의 순으로 만족도가 낮게 나타남

[표 III-13] 충남 관광만족도

(단위 : 명, 점)

구분	응답자 수	만족도	표준 편차
자연경관	332	4.33	0.589
문화유산	332	4.08	0.654
식당 및 음식	332	3.98	0.785
관광종사원 친절성	332	3.93	0.646
체험프로그램	332	3.89	0.756
숙박시설	158	3.81	0.724
관광지 편의시설	332	3.80	0.806
교통	332	3.79	0.688
관광정보 및 안내시설	332	3.72	0.670
관광지 혼잡도	332	3.68	0.587
쇼핑(관광기념품/특산품)	332	3.58	0.727
관광지 물가	332	3.45	0.656



주 : 5점 만점(1점:매우불만족, 5점 매우만족)

- 지역별로 살펴보면 보령시는 타지역에 비해 대부분의 항목에서 만족도가 낮게 나타나고 있으며, 특히, 관광지 편의시설, 물가 부문에서는 불만족한 것으로 나타남

[표 III-14] 지역별 관광 만족도

구분	자연경관	문화유산	교통	숙박시설	식당 및 음식	쇼핑	관광정보 및 안내시설	관광지 편의시설	관광종사원 친절성	체험프로그램	물가	혼잡도
천안	4.46	4.57	3.75	3.67	4.00	3.32	3.64	4.11	4.14	4.07	3.32	4.07
공주	3.93	4.00	3.64	-	3.43	3.29	3.71	3.71	3.93	3.36	3.29	3.57
보령	3.64	3.64	3.86	2.91	3.21	2.93	2.64	2.07	2.71	2.71	2.07	2.43
아산	4.41	4.44	3.52	3.75	3.81	3.26	3.37	3.93	4.00	4.22	3.11	3.89
서산	4.44	3.89	3.53	4.13	4.81	3.78	3.67	3.94	4.08	4.19	3.69	3.67
논산	4.53	4.42	4.42	4.40	4.05	4.05	4.05	4.11	4.11	4.21	3.79	4.05
계룡	4.53	4.16	3.74	3.57	3.95	3.37	3.74	3.89	3.84	3.89	3.63	3.74
당진	4.74	4.05	3.63	3.80	4.71	3.89	3.97	4.16	4.29	4.32	3.71	3.63
금산	4.22	4.11	4.50	4.50	4.17	4.06	4.06	4.00	3.72	4.00	3.67	3.83
부여	3.50	3.57	3.29	3.00	3.14	2.79	3.79	3.71	3.71	3.21	3.07	3.29
서천	3.77	3.38	3.46	2.63	2.46	2.69	3.00	2.08	3.38	3.54	2.38	3.38
청양	4.47	4.16	3.47	4.00	4.11	4.00	3.95	3.79	3.95	3.89	3.79	3.95
예산	4.05	4.11	4.16	3.40	3.53	3.68	3.74	3.63	3.79	3.58	3.68	3.68
홍성	4.39	4.17	4.17	3.67	3.56	3.67	3.72	3.78	3.83	3.44	3.56	3.78
태안	4.42	4.00	3.94	4.12	4.17	3.81	4.03	4.11	4.08	4.00	3.69	3.58

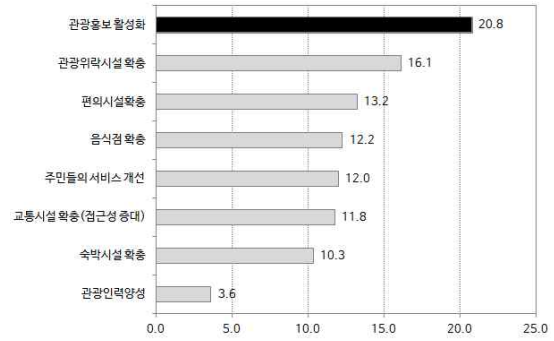
주 : 5점 만점(1점 : 매우 불만족, 5점 매우만족)

관광개선점

- 충남관광의 개선점은 전체응답자의 20.8%가 관광홍보 활성화를 꼽았으며, 관광 위락시설 확충 16.1%, 편의시설 확충 13.2%, 음식점 확충 12.2% 등의 순으로 나타남

[표 III-15] 충남 관광 개선점(중복응답)
(단위 : 명, 점)

구분	응답자수	비중
관광홍보 활성화	173	20.8
관광위락시설 확충	134	16.1
편의시설확충	110	13.2
음식점 확충	102	12.2
주민들의 서비스 개선	100	12.0
교통시설 확충(접근성 증대)	98	11.8
숙박시설 확충	86	10.3
관광인력양성	30	3.6
전체	833	100.0



재방문 및 추천, 전체 만족도

- 충청남도를 관광지로서 재방문 및 타인 추천여부, 전체 만족도를 묻는 질문에 대체적으로 긍정적인 응답의 비율이 높았음
- 그러나 보령시의 경우 방문객의 전체 만족도가 15개 시군 중 유일하게 부정적인 응답률이 높았으며, 재방문과 타인 권유부문에서도 부정적인 답변을 보임

[표 III-16] 재방문, 권유, 전체 만족도

(단위 :%)

구분	재방문				타인 권유				전체 만족도			
	아니다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	아니다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	아니다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
천안	0.0	3.6	82.1	14.3	0.0	21.4	67.9	10.7	0.0	3.6	82.1	14.3
공주	0.0	35.7	64.3	0.0	0.0	21.4	78.6	0.0	0.0	28.6	71.4	0.0
보령	35.7	64.3	0.0	0.0	21.4	35.7	42.9	0.0	42.9	50.0	7.1	0.0
아산	0.0	14.8	85.2	0.0	0.0	44.4	55.6	0.0	0.0	22.2	77.8	0.0
서산	0.0	36.1	52.8	11.1	0.0	8.3	66.7	25.0	0.0	2.8	94.4	2.8
논산	0.0	10.5	68.4	21.1	0.0	15.8	36.8	47.4	0.0	5.3	52.6	42.1
계룡	0.0	31.6	52.6	15.8	5.3	26.3	47.4	21.1	0.0	36.8	36.8	26.3
당진	0.0	34.2	39.5	26.3	0.0	13.2	57.9	28.9	0.0	5.3	92.1	2.6
금산	0.0	11.1	55.6	33.3	0.0	5.6	50.0	44.4	0.0	5.6	61.1	33.3
부여	7.1	71.4	21.4	0.0	0.0	64.3	35.7	0.0	0.0	64.3	35.7	0.0
서천	7.7	76.9	15.4	0.0	0.0	46.2	53.8	0.0	0.0	69.2	30.8	0.0
청양	10.5	42.1	47.4	0.0	0.0	10.5	78.9	10.5	0.0	10.5	84.2	5.3
예산	0.0	89.5	10.5	0.0	0.0	5.3	94.7	0.0	0.0	21.1	78.9	0.0
홍성	0.0	55.6	44.4	0.0	0.0	22.2	77.8	0.0	0.0	5.6	94.4	0.0
태안	0.0	36.1	63.9	0.0	0.0	16.7	72.2	11.1	0.0	8.3	86.1	5.6
전체	2.7	37.0	50.9	9.3	1.2	21.4	62.3	15.1	1.8	17.5	72.3	8.4



관광이미지 및 비전, 전략

대표관광자원

- 충남의 대표관광자원으로 꼽은 총 128개의 자원 중 계룡산이 전체 응답의 13.0%로 가장 높았으며, 2위는 쇼핑이 12.1%, 3위는 백제의 미소가 10.7%로 나타남
- 1순위로 뽑힌 항목은 쇼핑이며, 2순위는 계룡산, 3순위도 계룡산임

[표 III-17] 충남 대표관광자원(다중응답)
(단위 :%)

구분	자원명	응답자수	비중
1위	계룡산	129	13.0
2위	쇼핑	120	12.1
3위	백제의미소	106	10.7
4위	왜목마을	85	8.6
5위	현충사	69	7.0
6위	어항	65	6.6
7위	독립기념관	57	5.8
8위	대전해수욕장	40	4.0
9위	백제문화단지	24	2.4
10위	금산인삼	22	2.2

[표 III-18] 충남 대표관광자원(순위별)
(단위 : %)

구분	1순위	2순위	3순위
1위	쇼핑 13.9	계룡산 13.6	계룡산 13.6
2위	현충사 13.6	쇼핑 13.3	독립기념관 11.1
3위	계룡산 11.7	백제의미소 11.4	쇼핑 9.0
4위	백제의미소 11.7	왜목마을 11.4	백제의미소 8.7
5위	왜목마을 7.5	어항 8.1	왜목마을 6.6
6위	어항 6.6	현충사 4.2	어항 4.8
7위	대전해수욕장 6.0	독립기념관 3.9	현충사 3.0
8위	금산인삼 3.0	대전해수욕장 3.6	백제문화단지 2.7
9위	동화사 2.4	백제문화단지 2.7	대전해수욕장 2.4
10위	독립기념관 2.1	금산인삼 2.4	음식 2.4

충남 관광 키워드

- 충남 관광의 키워드는 응답 결과 총 127개 항목이 제시되었으며, 그 중 가장 중요한 키워드로 제시된 단어는 “백제”로 나타났으며, 휴양, 서해바다, 친절, 가족, 고향 등이 중요한 키워드로 제시되었음



- [천안] 서해바다, 백제, 바다, 청정, 역사, 온정 등
- [공주] 친절, 백제, 가족, 문화유산, 미소 등
- [보령] 백제, 미소, 휴식, 문화, 여유 등
- [아산] 서해바다, 백제, 역사, 바다, 온정 등
- [서산] 백제, 인정, 휴양, 고향, 서해안, 가족 등
- [논산] 여유/여유로움, 가족, 재미, 휴양, 다양함 등
- [계룡] 다양함, 편안한, 행복, 희망, 안정 등
- [당진] 백제, 가족, 고향, 서해바다, 서해안, 친절 등
- [금산] 건강, 여유/여유로움, 재미, 휴양, 친절 등
- [부여] 백제, 여유/여유로움, 친절, 가족, 재미 등
- [서천] 가족, 휴양, 여유/여유로움, 체험, 교육 등
- [청양] 휴양, 고향, 역사체험, 친절, 역사 등
- [홍성] 휴양, 가족, 고향, 희망, 안정 등
- [예산] 휴양, 역사, 고향, 서해바다, 가족 등
- [태안] 휴양, 친절, 안정, 행복, 가족 등

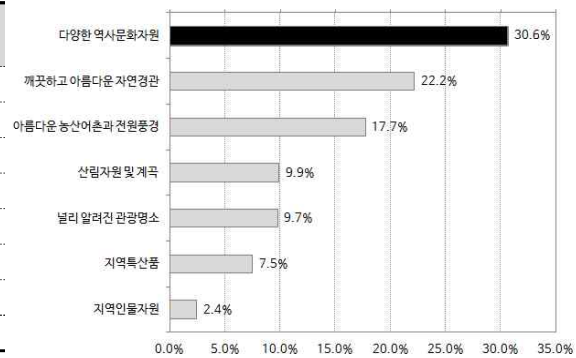
[그림 III-1] 충남 관광 키워드

발전잠재력

- 충남관광에서 발전 잠재력이 높은 것은 다양한 역사문화자원이 30.6%로 가장 잠재력이 높은 자원으로 응답되었으며, 깨끗하고 아름다운 자연경관 22.2%, 아름다운 농산어촌과 전원풍경이 17.7% 등의 순으로 나타남
- 응답자들이 충남관광을 위한 발전 잠재력이 높은 자원으로 뽑은 것은 인공조형물 등의 관광명소가 아닌 자연적으로 형성된 지역의 자연경관과 풍경 등을 꼽은 것으로 나타남

[표 III-19] 발전 잠재력(중복응답)
(단위 : 명, %)

구분	응답자수	비중
다양한 역사문화자원	242	30.6
깨끗하고 아름다운 자연경관	175	22.2
아름다운 농산어촌과 전원풍경	140	17.7
산림자원 및 계곡	78	9.9
널리 알려진 관광명소	77	9.7
지역특산품	59	7.5
지역인물자원	19	2.4
전체	790	100.0

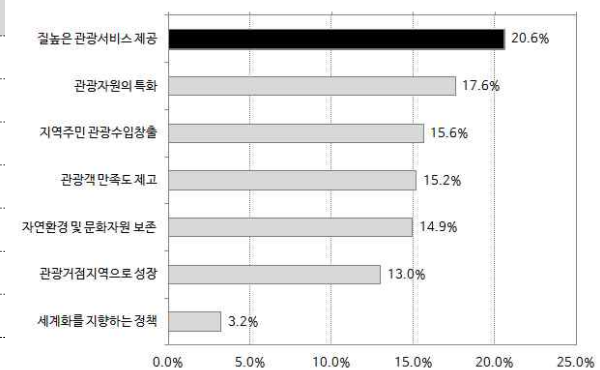


충남 관광비전 및 목표의 주안점

- 충남 관광이 추구해야 할 비전과 목표는 질 높은 관광서비스 제공이 20.6%로 가장 높았으며, 관광자원의 특화 17.6%, 지역주민 관광수입 창출 15.6% 등의 순으로 응답되었음
- 충남관광의 비전 및 목표설정을 위해서는 충남을 찾는 관광객들에게 보다 나은 서비스를 타지역과 차별화된 관광자원을 통해 제공하는 것을 중심으로 설정하여야 함

[표 III-20] 관광비전 및 목표(중복응답)
(단위 : 명, %)

구분	응답자수	비중
질높은 관광서비스 제공	179	20.6
관광자원의 특화	153	17.6
지역주민 관광수입창출	136	15.6
관광객 만족도 제고	132	15.2
자연환경 및 문화자원 보존	130	14.9
관광거점지역으로 성장	113	13.0
세계화를 지향하는 정책	28	3.2%
전체	871	100.0





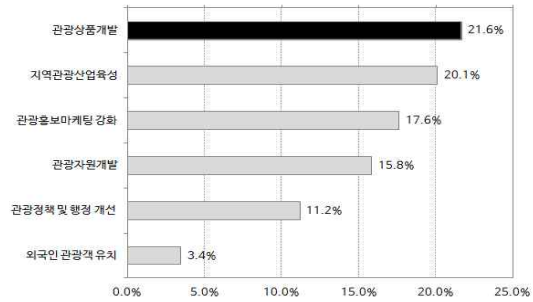
관광전략

- 충남이 앞으로 강화해야 할 관광 전략으로는 관광상품개발이 21.6%로 가장 높은 응답률을 보였으며, 지역관광산업 육성 20.1%, 관광홍보마케팅 강화 17.6% 등의 순으로 나타남

[표 III-21] 관광 전략(중복응답)

(단위 : 명, %)

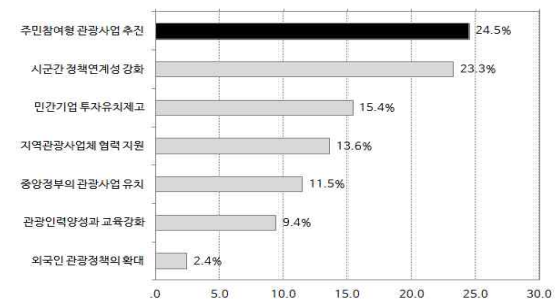
구분	응답자수	비중
관광상품개발	182	21.6
지역관광산업육성	169	20.1
관광홍보마케팅 강화	148	17.6
관광자원개발	133	15.8
관광정책 및 행정 개선	94	11.2
외국인 관광객 유치	29	3.4
전체	841	100.0



- 충청남도에서 앞으로 관광발전을 위한 정책으로서 추진해야 할 업무는 주민참여형 관광사업 추진이 24.5%로 가장 중요한 업무로 꼽혔으며, 시군간 정책 연계성 강화가 23.3%, 민간기업 투자유치제고가 15.4% 등의 순으로 응답되었음

[표 III-22] 관광발전을 위한 업무

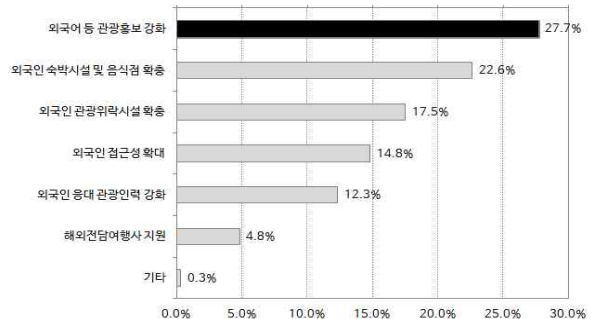
구분	응답자수	비중
주민참여형 관광사업 추진	81	24.5
시군간 정책연계성 강화	77	23.3
민간기업 투자유치제고	51	15.4
지역관광사업체 협력 지원	45	13.6
중앙정부의 관광사업 유치	38	11.5
관광인력양성과 교육강화	31	9.4
외국인 관광정책의 확대	8	2.4
합계	331	100.0



- 외국인 관광객 유치를 위한 전략으로는 외국어 등 관광홍보 강화가 27.7%로 가장 필요한 것으로 나타났으며, 외국인 숙박시설 및 음식점 확충이 22.6%, 외국인 관광위락시설 확충이 17.5% 등의 순으로 나타남

[표 III-23] 외국인 관광객 유치 전략

구분	응답자수	비중
외국인 관광위락시설 확충	58	17.5
외국어 등 관광홍보 강화	92	27.7
외국인 숙박시설 및 음식점 확충	75	22.6
외국인응대 관광인력 강화	41	12.3
외국인 접근성 확대	49	14.8
해외전담여행사 지원	16	4.8
기타	1	0.3
전체	332	100.0



3) 종합 및 시사점

분석 종합

수도권 중심의 방문객이 서해안권을 중심으로 방문

- 관광객 행태분석결과 충남 관광경험자는 87.0%이며, 수도권과 대전권을 중심으로 방문이 이루어지는 것을 알 수 있음
- 특히, 대부분의 관광객은 보령(13.0%), 당진(10.1%)에, 서울은 태안(20.6%), 서산(17.6%) 등 서해안인접 지역으로 관광객이 집중 되고 있으며, 공주, 부여 등 백제문화권의 방문객은 충북과 대전 등의 충청권에서 방문이 이루어지고 있음
- 이는 서해안고속도로 및 대전-당진고속도로의 개통으로 충남관광지의 접근이 용이함에 따른 결과로 분석됨

자연 및 풍경감상을 목적으로 방문

- 충남을 방문하는 관광객은 자연 및 풍경감상(24.7%)을 주목적으로 방문하고 있으며, 휴식/휴양이 16.1% 음식관광이 14.9% 등의 순으로 나타남
- 이를 통해 충남은 체험이나 교육 등의 적극적인 관광활동 보다는 풍경감상, 휴식 휴양 등의 소극적인 관광행태를 보이고 있음
- 또한 지역 맛집의 음식관광이 목적으로 부상함에 따라 맛집 등 관광트렌드 변화에 맞는 관광행태가 이루어지고 있음을 알 수 있음

경험한 대표관광자원으로 향포구, 수산물, 갯벌체험 등을 제시

- 충남을 경험한 관광객들을 지역을 여행하면서 좋았다고 느낀 관광자원으로 삼길포와 간장게장 및 꽃게장, 갯벌 체험 등을 꼽았으며, 이는 서해안과 밀접한 관련을 갖는 관광자원임을 알 수 있음
- 특히, 볼거리에는 1위 삼길포, 2위 꽃지해변, 3위 바다석양으로 나타남에 따라 관광객들이 인상 깊게 생각하는 관광자원으로서 바다와 관련된 자원이 높은 순위를 차지하고 있는 것으로 나타남

쇼핑 및 관광지 물가에 대한 만족도 낮음

- 충남 관광에 대한 전체적인 만족도는 3.9점으로 대체적인 만족도 수준은 높은 편이며, 특히 자연경관에 대한 만족도는 4.33점으로 매우 높은 것으로 나타났음
- 반면, 관광지물가는 3.45점, 쇼핑(관광기념품/특산품) 3.58점으로 이에 대한 만족도는 타 항목에 비해 낮은 것으로 나타남
- 특히, 보령시의 경우 관광지 편의시설과 관광지물가에 대한 만족도가 각각 2.07점으로 불만족의 비율이 매우 높으며, 다른 항목들에서도 타 지역에 비해 만족도가 낮은 것으로 나타남



충남 대표관광자원은 계룡산, 쇼핑, 백제의 미소 등으로 제시

- 충남의 대표 관광자원은 계룡산 13.0%, 쇼핑 12.1%, 백제의 미소 10.7% 등의 순으로 나타났음
- 이 외에도 왜목마을, 현충사, 어항 등 다양한 항목들이 제시되었으며, 이는 관광객들이 방문하는 관광지과 인식하는 대표관광자원은 차이가 있는 것으로 나타나 이에 대한 원인 분석이 필요

충남관광키워드는 “백제”, 발전잠재력 “다양한 역사문화자원”

- 충남의 관광키워드는 총 127개 항목 중 [백제]를 가장 중심이 되는 키워드로 꼽았으며, 휴양, 서해바다, 친절, 가족, 고향 등이 제시되었음
- 충남 관광에서 가장 발전잠재력이 높은 것으로 제시된 항목 또한 다양한 역사 문화자원이며, 깨끗하고 아름다운 자연경관이 두 번째로 잠재력을 가진 것으로 응답됨
- 충남관광을 떠올렸을 때 백제를 가장 먼저 떠올리고 발전 잠재력을 역사문화자원이 높은 것으로 나타났으나, 실질적으로 관광객들이 관광을 목적으로 충남을 방문 할 때는 바다나 휴양 등의 목적을 가지고 관광지를 선택하는 것으로 사료됨
- 이에 따라 비전 및 관광전략을 설정할 때 키워드를 반영하되, 지역을 방문하는 관광객의 행태를 반영한 계획이 수립되어야 할 것임

충남 관광비전은 질 높은 관광서비스 제공을 목표로 함

- 충남 관광이 추구해야할 비전 및 목표는 충남을 방문한 관광객을 대상으로 질 높은 관광서비스를 제공(20.6%)하는 것을 목표로 하여야 한다고 응답됨
- 또한 타지역과 차별화 된 관광자원의 특화(17.6%)와 지역주민 관광수입 창출이 15.6%로 비전으로 추구해야 한다는 응답이 높았음
- 이는 관광객의 방문뿐만 아니라 2차로 이어지는 재방문 및 구전, 방문 권유 등의 기초가 되는 질 높은 관광서비스의 제공을 통해 지역의 관광이미지를 긍정적으로 변화시킬 수 있기 때문임

관광상품개발 및 지역관광산업 육성을 위한 관광전략 필요

- 관광객은 관광상품 개발(21.6%)과 지역관광산업 육성(20.1%) 강화를 통해 관광 전략을 제시하여야 한다고 응답하였음
- 관광발전을 위한 정책으로서 주민참여형 관광사업 추진(24.5%)이 필요하며, 시군간 정책 연계성 강화가 23.3% 등의 순으로 나타났음
- 이는 관광객들이 충남 관광전략 및 발전을 위한 정책으로서 주민과의 협업을 통한 관광산업 육성이 필요하다고 응답한 것으로 풀이할 수 있음

시사점

관광행태와 관광키워드 반영

- 충남을 방문하는 관광객은 대부분 서울, 경기의 수도권과 대전, 세종 충북의 충청권이 주를 이루고 있음
- 이들의 대부분은 충남을 떠올렸을 때 백제를 연상하나 실질적인 관광행태는 해양 관광 위주로 이루어지고 있음
- 이는 충남은 백제에 대한 관광지가 우선시 되거나 타 지역과 차별화된 자원으로서 역할을 하지 못하고 있다는 반증이 될 수도 있음
- 이에 따라 충남관광객이 느끼는 관광자원으로서의 이미지와 실질적 패턴에 따른 이미지를 보완할 수 있는 비전 수립이 마련되어야 함

쇼핑 및 관광지 물가에 대한 만족도 제고 필요

- 충남관광에 대한 만족도 중 자연경관 및 역사자원에 대한 만족도는 높게 나타났으나 쇼핑(관광기념품/특산품) 및 관광지물가에 대한 만족도는 상대적으로 낮게 나타났음
- 쇼핑과 관광지 물가 등은 지역경제와 밀접한 관련을 갖는 항목으로서 이에 대한 만족도를 높일 수 있는 방안 마련이 필요함
- 특히, 충남 여행에서 간직할 만한 관광기념품 등의 개발 및 발굴을 통해 만족도를 높이고 관광상품으로서 관광지역을 기억할 수 있는 차별화가 필요함

지역민과 함께 발전할 수 있는 관광전략 수립

- 관광객이 관광지에서 실질적으로 관광서비스를 체감 할 수 있는 것은 지역민의 서비스 마인드이며, 이에 따른 관광서비스는 관광객의 재방문 및 관광지 권유 등으로 이어짐
- 이에 따라 충청남도, 시군 등의 관주도형 관광전략 수립이 아닌 지역민이 질 좋은 관광서비스를 제공할 수 있는 비전 및 전략 수립을 통해 다시 찾고 싶은 충남으로의 인상을 심어 줄 수 있어야 함



2. 종합분석 및 계획과제도출

1) SWOT 분석

- 지역현황 및 관광현황, 관광정책, 관광트렌드 변화 등의 각종 분석결과에서 제시된 충남만의 내부 강점과 약점, 외부의 기회 및 위협요인을 기초로 SWOT분석을 실시함

강점(Strength)

아름다운 자연경관

- 서해안을 중심으로 하는 해수욕장과 갯벌 등의 바다자원, 계룡산 및 태안해안 국립공원 등의 자연공원, 아산 및 덕산온천 등 다양한 관광자원을 보유함
- 이를 바탕으로 한 관광농원, 농산촌체험마을, 생태체험 등 다양한 체험이 가능한 자연자원을 갖고 있음
- 특히 관광객설문에서도 자연경관에 대한 만족도가 높게 나타남에 따라 충남의 아름다운 자연경관을 보존 및 활용할 수 있는 방안 마련이 필요

풍부한 역사문화자원 보유

- 공주, 부여를 중심으로 한 백제역사문화, 서해안의 내포문화, 논산을 거점으로 하는 기호유교문화 등 다양한 역사문화유산과 유적이 풍부함
- 특히, 공주, 부여의 백제역사유적지구와 당진의 기지시 줄다리기 등은 유네스코 세계유산에 등재에 따라 세계적인 역사도시로서 발돋움할 수 있는 기회가 되었음

우수한 접근성

- 충청남도의 국토의 중심부에 위치하여 수도권과 충청권을 비롯해 전라권, 경상권에 이르기까지 교통망이 연결되어 우수한 접근성을 지님
- 특히 수도권은 우리나라 국민관광의 최대 송출 시장으로서 충남과 인접하여 있고 철도, 고속도로 등으로의 접근이 가능함

배후 관광수요시장 풍부

- 충남도청이전에 따른 내포시 건설과 세종시 등의 대규모 신도시 건설로 인해 충남지역 주변으로 인구가 지속적으로 유입되고 있음
- 또한 세종시로의 정부부처 및 국책연구기관 등의 이전에 따른 인구유입이 이루어짐에 따라 배후 관광시장으로서 충남의 중요성이 부각되고 있음
- 고속도로와 고속철도를 비롯하여 서산의 대산항에서 중국까지 국제여객선이 운항됨에 따라 중국관광객을 유치 할 수 있는 여건이 마련됨

약점(Weakness)

충남 관광이미지 제고 부족

- 충남은 해양자원, 자연경관, 온천, 역사문화 등 다양한 관광자원을 보유하고 있음에도 타지역과 차별화된 관광이미지는 설정되지 않음
- 특히, 충남은 “백제의 고도” 라는 지역의 역사문화는 잘 알고 있으나 이러한 역사문화자원이 실질적인 관광행태로 이어지지 않고 있으며, 해양관광지로 관광객이 치우치는 경향을 보임
- 또한 지역별, 권역별로 차별화된 자원이 있음에도 불구하고 문화관광의 비전과 사업들이 차이가 없으며, 지역별로 뚜렷한 관광이미지를 보여주지 못하고 있음

차별화된 외국인 유치상품 부재

- 충남을 방문하는 외국인의 규모는 전체의 0.9%로 매우 미미한 수준이며, 지역의 역사문화자원과 아름다운 자연경관이 있음에도 불구하고 타 지역과 차별화된 외국인관광객 유치 관광상품이 부재함
- 특히, 중국인 관광객의 증가와 더불어 이를 유치할 수 있는 시설 및 상품이 부재하며, 쇼핑시설과 같은 편의시설 부재로 외국인 관광객 유치가 어려운 실정임

지역소득과 연계된 체류형 관광편의시설 부족

- 지리적, 입지적 여건상 타 지역에서의 접근이 용이함에 따라 충남을 체류형 관광지가 아닌 경유형 관광지로 인식하는 경향이 강함
- 또한 체류관광객을 수용할 수 있는 숙박지가 천안, 아산, 태안 등에 집중되어 있으며 나머지 지역은 체류형 관광을 유도할 수 있는 기반시설이 부족한 실정임
- 지역을 경험할 수 있는 홈스테이 및 민박, 게스트하우스 등의 부재와 지역 밀착형 체류형 관광편의시설이 부족하여 지역주민 소득창출을 위한 시설 마련이 필요

일상을 경험할 수 있는 지역관광지 필요

- 최근의 관광트렌드는 기존의 관광명소를 찾기보다는 지역의 숨겨진 매력을 찾아 소소한 즐거움을 느낄 수 있는 지역관광으로 패턴이 변화하고 있음
- 그러나 충남은 현재까지도 역사문화유적지나 해수욕장 중심의 명소관광을 중심으로 정책과 마케팅이 이루어지고 있음
- 관광개발사업 또한 지역의 역사문화유적지를 중심으로 이루어짐에 따라 지역을 차별화 하고 타 지역과 경쟁우위를 점할 수 있는 관광지로의 성장이 어려움
- 지역의 특색을 반영한 지역관광지 및 지역의 향토 맛집 등을 마케팅 할 수 있는 다양한 콘텐츠 마련이 시급

관광트렌드에 부합하는 관광정책 부재

- 충남 관광정책은 관광진흥법에서 규정한 권역별 관광개발계획 이외에는 관광정책



을 수립하고 있지 않으며, 또한 관광인프라에 관련한 정책으로 충남 관광 전반을 아우를 수 있는 관광정책은 아님

- 또한 5개년 단위로 관광정책이 수립됨에 따라 빠르게 변화하는 관광트렌드에 발빠르게 대응할 수 없음
- 관광객들은 충남 관광비전이 질적 관광서비스 제고라고 응답하였으나 실질적으로 관광부문에서 추진하고 있는 사업은 인프라, 상품개발 등의 관광객 유인과 관련한 사업들이 대부분을 차지함
- 관광객에게 서비스를 제공하고 만족도를 높일 수 있는 관광업 종사자 환대서비스 개선사업이 추진 중에 있으나 재방문 및 전체적인 만족도와 관련한 사업은 부족한 실정임
- 또한 관광상품 개발이나 홍보마케팅 부문도 정확한 타겟팅 설정이 되어 있지 않고 상품 타겟이 모호하여 유사한 상품 개발이 이루어지고 있음

기회(Opportunity)

관광수요의 증가

- 경제성장과 함께 개인의 소득증대가 이루어지면서 관광과 여가에 대한 자연적으로 증가하고 있으며, 이와 함께 인접지인 충남이 관광지로서의 역할이 부각됨
- 메르스 등으로 인한 관광수요의 하락세는 정부의 관광내수창출 노력 등과 더불어 관광주간 등으로 인해 점차 회복세를 유지하고 있음
- 또한 외래관광객의 지속적 성장과 국내 국민관광객의 증가로 인한 관광수요가 증가할 것으로 전망되며, 이는 잠재적으로 지역경제 활성화에 긍정적으로 작용할 것임

해양, 항공 등 레저부문 신규관광 대두

- 여가시간의 증대로 해양경관 관람, 해수욕 등 단편적 활동 중심으로 관광활동이 이루어졌던 육상관광의 대안으로서 해양관광 및 레저가 부각됨
- 특히, 마리나, 크루즈 등 해양관광에 대한 중요성이 부각되고 있으며 강 중심의 수변레저 공간 또한 크게 확대되고 있는 추세임
- 이에 따라 충남이 주변의 서해와 금강 등의 레저 자원을 활용할 수 있는 방안 마련이 모색되어야 함

녹색성장 등 생태관광의 중요성 부각

- 환경친화적 관광자원 개발과 관광활동, 기후변화에 대응한 녹색관광 등 환경적 가치를 존중하는 지속가능한 관광에 대한 논의가 계속되어오고 있음
- 환경에 대한 관심의 증가와 건강을 중요시하는 소비의 확산으로 자전거, 등산 등 친환경 레저스포츠 인구가 지속적으로 증가하는 추세임
- 환경적 가치에 대한 인식이 성숙되면서 자연지역에서의 생태관광 활동에 대한 선호와 수요 또한 지속적으로 증가할 것으로 전망됨

- 충남은 산과 금강, 바다 등 생태적 자원을 활용한 자연친화적 관광개발이 이루어지고 있어 관광목적지로서 관광객의 만족도를 높일 수 있는 기회가 될 것임

정부의 국내 관광시장 내수활성화 사업 추진

- 정부는 국내관광수요 진작의 일환으로 국민의 국내여행을 지원하고 관광주간을 실시하며, 근로자 휴가지원제도, 통합문화 이용권, 대체휴일제 연계를 통한 국민 관광 여건을 개선하고자 노력하고 있음
- 또한 도시의 관광경쟁력 제고와 지역관광 활성화를 위해 기초자치단체를 대상으로 ‘올해의 관광도시’를 선정하고 있으며, 관광의 잠재성이 큰 중소도시를 체계적으로 지원함으로써 지역관광 거점으로 육성함

위협(Threat)

자연재해 및 질병으로 불안정한 관광시장

- 관광산업은 대규모 재난 및 사고 등 외부위기에 의해 영향을 많이 받는 산업으로, “안전”의 확보는 관광의 기본전제 조건이라 할 수 있음(조아라, 2014)
- 최근 세월호 침몰 사고와 태안 해병대 캠프 사고 등 각종 안전사고들이 발생하였는데, 이러한 사고들은 관광산업에 간접적인 영향을 미치며 다양한 인적·물적 피해를 야기함(한국관광공사, 2014)
- 내국인이 여행하는데 있어 우려하는 위험요소는 국내여행과 해외여행에 따라 다소 차이가 나타났는데, 국내여행의 경우 교통사고 > 관광지 사고 > 레포츠 사고 순으로 그리고 해외여행의 경우 치명적인 유행성 전염병 > 교통사고 > 숙소 내 사고 순으로 나타남(한국관광공사, 2014b)
- 이러한 자연재해 및 질병으로 인해 관광객이 급감하고 관광산업이 위축되어 지역의 관광산업을 침체시키는 원인이 됨

자치단체간 마케팅 경합

- 관광이 지역경제를 활성화하는 주요 정책으로 부상함에 따라 각 지역별로 관광사업 및 관광객 유치를 위한 적극적인 마케팅을 실시하고 있음
- 충남에서 추진하는 다양한 관광개발사업은 주변의 인접 도시 뿐만 아니라 원거리에서도 유사 관광사업들의 추진으로 상호경쟁이 이루어지고 있으며, 유치관광객 또한 각 지역별로 분산되고 있음

대규모 관광개발사업 추진의 어려움

- 전국적으로 광역관광개발사업 추진됨에 따라 지역별 유사 및 중복성을 띤 관광개발 사업이 이루어지고 있음
- 또한 국내경기 침체의 장기화에 따라 민간 소비지출의 감소로 관광사업의 실적부진이 야기되고 있어 대규모 관광개발사업의 민간투자가 위축되고 있는 실정임



2) 계획과제

국내관광객 만족도 향상 및 재방문 유도

- 일상형 지역관광형태로 패러다임이 변화함에 따라 충남에서도 대규모 관광지역으로서 각 권역별 관광거점지 외에도 각 시군이 지역의 독특한 문화를 바탕으로 지역으로 끌어 들일 수 있는 일상형 관광지 발굴이 필요
- 이러한 측면에서 충남 고유의 문화와 지역적 특성을 반영한 상품을 개발함으로써 관광경쟁력을 제고하고 변화하는 체험관광수요에 대응하며, 자연이나 사회적 환경을 훼손하지 않는 지속가능한 관광활동이 가능해질 것임
- 또한 관광객 수용태세 정비를 통해 관광서비스의 질을 높이고 관광객의 만족도를 높여 충남에 방문한 관광객을 관광홍보매체로 활용할 수 있는 방안이 필요함

차별화된 외국인 유치상품 발굴

- 외국인 관광객 유치를 위한 서비스 및 수용태세를 점검하고 이에 따른 정비 방안을 모색하여 충남을 방문한 외국인 관광객이 충남 지역을 홍보하고 재방문 할 수 있는 기회를 제공하여야 함
- 중국, 일본, 신규시장 등 지역별로 차별화된 유치 상품의 발굴 및 마케팅을 통한 충남 관광의 홍보 전략 발굴 필요

주민소득 창출 체류형 편의시설 확대

- 충남의 숙박시설은 천안, 아산의 온천관광권과 태안의 해양관광권에 집중하여 대형 및 다양한 숙박인프라가 구축되어 있으나 청양, 논산, 서천 등에는 대규모 숙박시설 부재하며 여관급의 숙박시설이 대부분을 차지하고 있음
- 충남을 체류형 숙박지로 변화하기 위해서는 고급 및 다양화된 숙박시설 인프라를 구축하여, 관광객의 선택의 폭을 넓혀줄 필요가 있음
- 특히, 지역민과 밀착된 숙박시설을 확충함으로써 소득 및 일자리 창출과 직접적으로 관련할 필요성이 있음

충남 관광이미지제고를 위한 홍보마케팅 활성화

- 충남의 관광에 대한 인지 및 홍보를 위한 충남 및 시군간의 연계를 통한 마케팅 인프라를 구축하고 관광목적지에 대한 관광객 유치프로모션을 실시함
- 특히 외국인 및 내국인의 타깃별 관광홍보 마케팅 목표를 설정하고 이에 따른 차별화된 마케팅 방안을 모색함
- 또한 인터넷 및 SNS등의 홍보수단의 다변화를 통해 적극적인 마케팅 수단을 모색하여 다각도로 활용함

신규일자리 창출을 위한 융합관광 육성

- 의료관광, 산업관광 등 기존의 산업에 관광을 융합한 새로운 형태의 관광이 부상함에 따라 충남에서도 기존 충남이 갖고 있는 관광자원과 북부권 제조업과의 연계를 통한 산업관광, 지역의 온천자원 및 의료자원을 융합한 의료관광 등을 육성할 필요가 있음
- 또한 새로운 관광산업을 육성함과 동시에 효과적인 추진 및 서비스의 질 제고를 위한 코디네이터 등을 양성함

충남 관광경쟁력 강화를 위한 관광예산 및 인력확대

- 충청남도의 예산액은 지속적으로 증가추세에 있으며, 문화체육관광 부문에서 관광부문의 예산 총액이 지속적으로 증가추세에 있으나 비중은 2010년 1.0%에서 2015년 0.49%로 감소한 것으로 나타남
- 이러한 예산 비중은 8개 시도에서 경기도 다음으로 적은 수치이며, 관광인력 또한 경기도에 이어 최저 수준임
- 관광정책의 바탕인 예산과 인력의 확대는 보다 나은 충남 관광환경으로 양적 및 질적으로 변화시키고, 타지역과 차별화 될 수 있는 적극적인 홍보 및 마케팅 활동을 수행할 수 있게 됨

지역별 관광정책 특화 필요

- 충청남도의 각 시군은 대부분 [문화와 관광이 어우러진 문화관광도시]를 목표로 제시하고 있으며, 이는 지역의 정체성이 담겨있기 보다는 일반적인 목표에 가까운 실정임
- 지역별로 특화된 자원을 바탕으로 차별화된 관광정책으로서 정책 및 시책을 발굴하여야 하나, 역점시책사업 또한 관광인프라 및 관광객 유치와 관련된 사업이 대부분임
- 이에 따라 지역별, 권역별로 차별화 될 수 있는 관광정책의 특화 및 목표제시가 필요함

제4장

관광비전 기본구상





1. 비전설정의 기준

1) 비전의 키워드 도출

- 충남 관광의 비전은 미래에 실현하고자 하는 충남의 관광미래상을 제시하는 것으로 지역의 전체적인 방향 및 지향하는 바를 비전에 내포할 수 있어야함
- 이에 따라 관광트렌드, 정부 및 충청남도 정책, 지역차원의 여건변화와 전망, 관광객 설문조사를 통한 키워드와 대표관광자원 등을 종합하여 연계가 될 수 있는 핵심이슈를 도출함

충남관광의 현황 및 미래상 반영

- 지역의 역사문화자원과 자연경관자원 등을 바탕으로 충남이 새롭게 성장할 관광의 방향을 제시 할 수 있는 지역발전 차원의 키워드를 제시하고자 함
- 특히 변화하는 트렌드를 반영하기 위해 한국문화관광연구원의 10대 핵심관광트렌드의 키워드를 반영하였음

[10대 핵심관광 트렌드]

중국인 관광, 융복합관광, 3S, 소셜미디어, 아웃도어, 일상생활, 슬로우 소규모, 중장년층, 칩시크

- 또한 충남을 방문하는 관광객이 느끼는 충남에 대한 이미지와 키워드를 설문조사를 통해 도출하였음

[충남관광키워드_관광객]

백제, 휴양, 서해바다, 친절, 가족, 고향, 인정, 재미, 행복 여유, 여유로움 등

- 충남관광의 SWOT분석을 통해 충남관광이 가져가야할 과제를 도출함

[충남관광의 과제]

차별화된 외국인 관광객 유치상품 발굴, 국내관광객 만족도 향상 및 재방문 유도
주민소득 창출형 체류형 숙박시설 증대, 충남 관광이미지 제고를 위한 홍보마케팅
신규일자리 창출의 융합관광 육성, 충남 관광경쟁력 강화

충남 상위 비전

- 충청남도의 전체 비전은 **[행복한 변화, 새로운 충남]**으로 지역전체를 아우르는 지역의 행복을 비전으로 제시하고 있음

행복한 변화, 새로운 충남

- 충남경제비전 2030은 **[골고루 함께 웃는 충청남도]**라는 비전 아래 민주주의 시장경제, 동반성장 균형경제, 지속가능 선순환 경제, 지역밀착 개방경제 등 4개의 가치를

지니고 있으며 이어 창의적 인재와 좋은 일자리, 차세대 성장산업과 혁신생태계, 깨끗하고 품격 높은 생활환경, 함께하는 따뜻한 지역공동체, 환황해 경제권의 중심거점 등 5개의 목표와 10대 추진전략을 제시함

- 충남의 문화예술비전은 [문화로 도민에 행복을, 충남에 미래를]을 통해 모두가 행복한 충남을 구현하고자 하였음
- 위와 같이 충남의 상위계획의 비전은 지역주민의 행복과 관련하여 행복이라는 큰 주제를 통해 충남이 나아가야 할 방향을 제시하고 있음

[표 IV-1] 충남 계획별 비전

구분	비전
충남 비전	행복한 변화, 새로운 충남
충남경제비전	골고루 함께 웃는 충청남도
충남 문화비전	문화로 도민에 행복을, 충남에 미래를

- 충남 관광부문에서는 충남의 관광슬로건이 [넉넉해진 나 자신, 느낌 충남]이 제시되고 있음

충남 관광키워드 도출

- 충남 관광비전은 지역주민의 행복, 충남을 찾는 관광객의 행복이라는 궁극적인 가치를 반영하여 “행복”이라는 키워드를 도출함
- 행복은 지역주민과 관광객이 충남관광을 주도하는 주체로서 경제적 혜택이 지역으로 환원되는 선순환적 관광의 모델로서 충남이 관광으로 행복한 지역으로 변화하는 것임



[그림 IV-1] 충남관광 키워드도출



2) 비전(안)의 설정

- 충남의 주요 관광키워드 및 상위 비전 등을 검토하고 권역별 워크숍을 통해 비전을 제시함

비전 1안 : 여유롭고 넉넉한 마음의 고향, 으뜸 충남

- 주제키워드 : 여유, 고향
- 충남의 기존 이미지인 여유와 휴양의 개념을 강조한 비전 안

1안	여유롭고 넉넉한 마음의 고향, 으뜸 충남	기존 충남의 이미지인 여유와 휴양의 개념을 강조 주요키워드: 여유, 고향
-----------	-------------------------------	---------------------------------------------

비전 2안 : 모두가 행복한 관광, 충남

- 주제키워드 : 행복, 관광객
- 관광객과 지역주민의 행복한 관광의 이미지를 강조

2안	모두가 행복한 관광, 충남	관광객과 지역주민의 행복한 관광지를 강조 주요키워드: 행복, 관광객
-----------	-----------------------	------------------------------------------

비전 3안 : 상상 그 이상의 감동, 두근두근 충남

- 주제키워드 : 행복, 친절
- 자연, 역사를 아우를 수 있는 감동 있는 관광지를 강조
- 기존의 충남의 “두근두근 여행” 의 키워드를 활용함

3안	상상 그 이상의 감동, 두근두근 충남	자연, 역사를 아우를 수 있는 감동있는 관광지 강조 주요키워드: 행복, 친절
-----------	-----------------------------	-----------------------------------------------

비전 4안 : 기분좋은 설레임, 행복한 충남

- 주제키워드 : 친절, 행복, 설레임
- 관광지를 방문하기 전 기대를 표현함

4안	기분 좋은 설레임, 행복한 충남	관광지를 방문하기전 기대를 표현 주요키워드: 설레임, 행복
-----------	--------------------------	-------------------------------------

2. 충남 관광비전(안) 도출

1) 충남관광비전(안)

- 충남은 관광이념을 사람이 함께하는 충남 관광이란 의미의 [휴인(休人, Human in) 충남]으로 제시하며 충남의 관광비전은 제시되었던 (안) 중에서 관광종사원, 권역별 워크숍 등을 통해 관광객과 충남 도민 “모두가 행복한 관광, 충남” 으로 설정함
- 충남의 관광비전은 관광객과 지역민이 함께 만드는 충남관광으로 충남의 관광 매력성 및 만족도를 높이고 재방문을 유도할 수 있는 감동 있는 서비스 제공 측면에서의 비전을 제시함
- 비전을 도달하기 위한 4대 목표로는 편안한 관광기반, 즐거운 관광활동, 따뜻한 현대 서비스, 매력있는 충남마케팅을 통해 모두가 행복한 충남 관광을 구현하고자 함



[그림 N-2] 충남관광비전(안)



2) 목표 및 추진전략

4대정책 목표

편안한 관광기반

- 국내외 관광객의 충남 지역 유치를 위한 관광목적지 조성으로 충남 지역별 관광 거점 조성을 통한 사계절 지속가능한 관광 발전 여건 조성을 통해 언제나 찾고 싶은 충남 관광 실현

즐거운 관광활동

- 충남이 가지고 있는 다양한 자원과 산업을 관광에 접목하여 융복합 관광 상품 개발을 통한 충남만의 새롭고 특화된 관광상품 개발로 차별화된 즐거움을 제공하는 관광지로 조성

따뜻한 환대서비스

- 다시 찾고 싶은 충남 관광을 위해 지역이 가지고 있는 관광서비스 인력과 시설의 관리와 품질제고를 통해 충남을 방문하는 관광객들에게 최고의 만족을 줄 수 있는 여건 마련을 통해 관광객 만족도를 재고할 수 있도록 조성

매력있는 충남 마케팅

- 관광객들에게 잘 알려지지 않은 충남의 관광자원을 다양한 마케팅 수단을 활용하여 고객의 수요와 타겟에 맞는 마케팅 활동을 통한 관광객들이 충남을 찾을 수 있는 여건 조성

정량목표

- 관광비전을 달성하기 위한 정량목표로는 외국인 관광객 비율, 내국인 관광목적지, 관광예산 등을 제시하였으며 외래관광객 비율은 2025년에 2.0%, 내국인 관광목적지로서 2위 달성, 관광예산 부문 1.25% 달성을 목표로 하였음

	2014년	2020년	2025년
외래관광객비율	0.9%	1.5%	2.0%
내국인 관광목적지	10.3% (3위)	12.0% (3위)	13.5% (2위)
[숙박여행]	10.2% (3위)	11.0% (3위)	13.0% (2위)
[당일여행]	10.5% (3위)	13.0% (2위)	14.0% (2위)
관광예산 전체예산 대비 비중	0.49% (23,843,200천원)	1.00%	1.25%

*주: 관광객수는 관광지정별 통계 이후 정확한 통계추산 방법이 제시되지 않아 제외함

[그림 IV-3] 정량목표

3. 관광비전 중장기 추진과제 도출

- 충남 관광비전을 위한 중장기 추진과제는 충청남도의 관련 실과 주요사업 및 각 시군별 관광부문 중장기 추진과제를 취합하여 권역별 워크숍 및 전문가 자문을 통해 제시된 사업을 선정함

편안한 관광기반 마련

- 4개 주요전략별 16개 세부시책 및 사업을 제시하였음. 먼저 지역별관광거점 육성 전략으로 세계유산도시 조성 및 백제왕도 고도 조성 사업 등 4개 사업, 두 번째 고부가 레저관광자원 발굴 전략으로 해양수상레저관광 기반확충, 승마관광인프라 확대, 항공레저파크조성 등 4개 사업, 세 번째 지역문화관광 콘텐츠 발굴 전략으로 서원자원 콘텐츠 발굴 등 4개 사업, 네 번째 자연친화적 관광자원 개발 전략으로 철새 생태지구 조성 등 생태관광 사업 4개 사업을 제시하였음

주요전략	세부 시책 및 사업	비고		
		충청남도	시군	연구진
ST 01. 지역별관광거점 육성	AP 1. 세계유산 도시 조성	●	●	
	AP 2. 근대역사문화벨트 조성사업		●	
	AP 3. 솔미성지 명소화 사업		●	
	AP 4. 서해 해양거점조성		●	
ST 02. 고부가 레저관광자원 발굴	AP 1. 해양수상레저관광 기반 확충	●	●	
	AP 2. 승마관련 인프라 확대			●
	AP 3. 항공레저파크 조성	●		
	AP 4. 금강 수변관광자원 개발	●		
ST 03. 지역문화관광 콘텐츠 발굴	AP 1. 유휴부지 활용 관광명소화 추진	●		
	AP 2. 서원자원 세계유산 등재 및 콘텐츠 발굴		●	
	AP 3. 전통시장연계 투어 프로그램			●
ST 04. 자연친화적 관광자원 개발	AP 1. 유부도동아시아 철새 생태지구 조성	●		
	AP 2. 예당권생태관광 클러스터 조성		●	
	AP 3. 천수만권 생태 관광자원화 사업		●	
	AP 4. 신두리해안사구 생태관광 모델사업		●	



즐거은 관광활동 상품 개발

- 즐거운 관광활동 상품 개발로 4개 전략 16개 사업을 제시하였음. 먼저 융복합 관광자원 개발 전략으로 온천-의료관광클러스터 조성, K-food 관광자원화 등 4개 사업, 두 번째 지역밀착형 관광상품 개발 전략으로 미식투어상품개발 등 4개 사업, 세 번째 느림관광상품 개발전략으로 역사문화종교 둘레길 조성 및 모빌리티시스템 구축 등 4개 사업, 네 번째, 대표축제 및 이벤트 육성 전략으로 메카 이벤트 중장기 개최 계획 추진, 지역 전설과 문화를 활용한 이벤트 개발 등 4개 사업을 제시하였음

주요전략	세부 시책 및 사업	비고		
		충청남도	시군	연구진
ST 01. 융복합 관광자원 개발	AP 1. [의료관광] 온천-의료관광클러스터 조성	●	●	
	AT 2. [음식관광] 충남 음식테마 프로그램 개발			●
	AP 3. [산업관광] 산업관광 거점 조성	●	●	
	AP 4. [안보관광] 안보테마 관광상품 개발	●	●	
ST 02. 지역밀착형 관광상품 개발	AP 1. 충남 맛지도 제작			●
	AP 2. 지역문화체험형 숙박지 조성			●
	AP 3. 종가문화 관광콘텐츠 개발			●
	AP 4. 지역문화관광자원화사업		●	
ST 03. 느림 관광상품 개발	AP 1. 테마가 있는 문화길 조성	●	●	
	AP 2. 둘레길 모빌리티시스템 구축			●
	AP 3. 야생화 마을 및 들꽃트레킹 루트 개발			●
	AP 4. 충남형 관광교통수단 확보			●
ST 04. 대표축제 및 이벤트 육성	AP 1. 메가이벤트 육성	●		
	AP 2. 지역 유망축제 컨설팅	●		
	AP 3. 상설 및 야간 문화관광 프로그램 발굴 지원	●		●
	AP 4. 지역전설 스토리텔링을 통한 명소 육성			●

따뜻한 환대서비스

- 충남 관광수용태세 및 관광인재 육성 등 관련한 사업으로 구성하여 4개 전략에 대한 사업을 제시하였음. 첫째, 충남관광서비스 품질제고 전략을 위해 관광서비스 품질 인증제 도입 등 4개 사업, 두 번째 관광수용태세 선진화 전략으로 통합안내 시스템 구축 등 3개 사업, 세 번째, 창의적 관광인재 육성전략을 위해 관광분야별 코디네이터 육성, 도내 외국인 유학생 관광홍보대상 운영 등 4개 사업, 네 번째, 충남형 관광거버넌스 구축으로 충남 관광포럼 운영, 관광커뮤니티 지원센터 육성 등 2개 사업을 제시하였음

중점시책	세부 시책 및 사업	비고		
		충청남도	시군	연구진
ST 01. 충남관광서비스 품질제고	AP 1. 관광서비스 아카데미 운영	●		●
	AP 2. 관광서비스 품질 인증제 도입			●
	AT 3. 충남관광실태조사 및 통계 구축			●
	AP 4. 충남여행불편 신고센터 확대 운영			●
ST 02. 관광수용태세 선진화	AP 1. 관광수용태세 평가시스템 도입 운영	●		●
	AP 2. 통합안내시스템 구축			●
	AP 3. 스마트 관광특구 시범 운영			●
ST 03. 창의적 관광인재 육성	AP 1. 관광 분야별 코디네이터 육성			●
	AP 2. 해외마케팅 전담 기업 및 인재 육성			●
	AP 3. 외국인 유학생 관광홍보대사 운영	●		
	AP 4. 주민관광자원조사단 활동 지원			●
ST 04. 충남형관광거버넌스 구축	AP 1. 충남 관광포럼 운영	●		●
	AP 2. 충남 관광 사회적협동조합 육성			●



매력있는 충남 마케팅

- 충남 관광자원 및 콘텐츠를 효율적으로 홍보할 수 있는 세부사업 제시로 3개 전략 10개 사업을 제시하였음. 먼저 promotion 전략으로 국내외 소셜커머스 충남관광상품 판매 사업, 충남 여행상품 경진대회 등 4개 사업, 두 번째 Online 전략으로 소셜미디어 이벤트 및 모니터링, 충남 에어비엔비웹구축 등 3개 사업, Information 전략으로 스마트 관광안내 정보시스템 구축 등 3개 사업이 제시되었음

중점시책	세부 시책 및 사업	비고		
		충청남도	시군	연구진
ST 01. Promotion _ 관광상품 개발	AP 1. 국내외 소셜커머스 충남관광상품 판매			●
	AP 2. 지역별, 타깃별팸투어	●	●	
	AT 3. 충남 여행상품 경진대회	●		●
	AP 4.카드사 가맹 관광지 확충			●
ST 02. Online _ 바이럴 마케팅	AP 1. 소셜미디어 이벤트 및 모니터링	●		●
	AP 2. 충남 에어비엔비웹구축	●		●
	AP 3. 관광콘텐츠 생산			●
ST 03. Information _ 관광안내정보제공	AP 1. 스마트 관광안내 정보시스템 구축	●		●
	AP 2. “두근두근충남” 광고개발			●
	AP 3. 통합마케팅 커뮤니케이션 구축			●

4. 충남 관광객 타겟팅(Targeting)

- 충남 관광비전을 달성하기 위해 지역을 효율적으로 홍보할 수 있는 타겟 설정을 우선적으로 하고 이에 맞는 사업을 발굴함
- 충남 홍보마케팅의 타겟은 국내와 국외로 분류될 수 있으며, 국내관광객도 개인, 가족, 중장년층, 노년층으로 구분되어서 홍보마케팅이 이루어져야함
- 외국인 관광객은 가장 빠르게 증가되고 있는 중국인 관광객을 중심으로 충남과 기존의 교류가 이루어진 일본인 관광객, 아시아, 중동에 이르기까지 국가별, 연령 별로 타겟팅이 필요함
- 중점 타겟팅을 통해 추진 사업을 설정하고 팸투어, SNS 등 다양한 관광마케팅을 통해 관광사업을 추진함

[표 IV-2] 충남 관광객 타겟팅(Targeting)

구분	중점유치대상	사업목표
내국인	개인	걷는길, 해양레저여행
	가족	역사체험, 농어촌체험 등
	중장년층	등산, 걷는길 등
	노년층	온천휴양
외국인	일본 여성, 가족, 청소년, 실버층	쇼핑, 미용 등 개별관광객 유치 한류 및 해양레저스포츠 활용 유치 청소년교육여행, MICE 등
	중화권 20-40대 여성, 청소년 노년층 기업체 인센티브	(쇼핑/미용) 고품질 우수상품 개발 지원 중화권FIT유치 확대 노년 및 청소년 교류 확대 중국 2차(내륙)시장 방한관광 홍보 강화
	아시아, 중동 가족, 한류관광객, 기업체 인센티브	계절관광, 쇼핑관광, 산업시찰, 드라마 촬영지 상품 개발
	유럽, 아메리카, 대양주 고소득층, 젊은 FIT 관광, 기업체 인센티브	(의료관광)건강검진 상품 개발 (정신문화) 성지순례 상품개발 SNS활용 온라인 마케팅 박람회, 소비자 행사 활용 홍보 주변국 연계관광 홍보

제5장

추진전략별 세부과제





1. 편안한 관광기반

정책방향

- 관광자의 여가 및 관광욕구의 충족과 주민의 관광 생활권을 보장할 수 있는 관광 활동지 조성
- 국내외 관광객의 지속적인 유치를 위한 주요 지역별 대표 관광거점 육성
- 지역이 보유하고 있는 자연경관, 역사문화자원, 콘텐츠 등의 가치 발굴 및 극대화
- 변화하는 관광 트렌드 및 수요에 부응할 수 있는 고부가 레저자원 발굴

정책목표

- 지속적으로 관광객을 유인할 수 있는 매력있는 지역관광거점 개발
- 여가 및 관광욕구에 부합한 고부가 레저 관광지 육성
- 지역의 유희자원을 활용한 창조적 활용 및 관광자원화
- 청정자원을 활용한 자연친화적 관광자원 발굴 및 활성화

추진전략

- 지역별 관광거점 육성
- 고부가 레저관광자원 발굴
- 지역문화관광 콘텐츠 발굴
- 자연친화적 관광자원 개발



1) 지역별 관광거점 육성

(1) 사업의 배경 및 목적

- 관광자의 여가 및 관광욕구를 충족시키고 지역주민의 근거리 관광 생활권을 보장할 수 있는 지역별 관광거점 육성
- 각 지역별 관광활동의 거점을 조성하여 지역 관광산업의 균형발전을 도모

(2) 주요사업

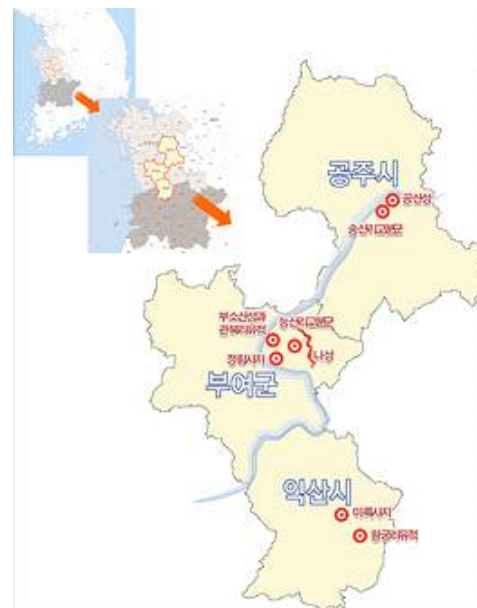
가. 세계유산도시 조성

백제왕도고도 조성¹⁶⁾

- 천년고도로서 백제왕도의 모습을 재현하고 현재 점적인 문화재를 선으로 연결하는 고도 경관축 조성을 통해 관광객의 관광활동 장소로 제공함
- 백제관련 유적의 정비 복원을 통한 백제왕도로서의 이미지를 회복하고 고품격 역사문화도시로 재생함
- 사업범위 : 공주시 6개소, 부여군 15개소, 익산시 5개소 등 총 26개소
- 사업기간 : 2015-2030년

지역	개소	대상문화재
공주시	6개소	공산성, 송산리고분군, 반죽동 당간지주(전 대통사지), 고마나루, 수촌리고분군, 정지산 유적
부여군	15개소	관북리유적, 화지산 일원유적, 정림사지, 부소산성, 부여나성, 청마산성, 능산리고분군, 능안골고분군, 왕흥사지, 능산리사지, 구드래일원, 군수리사지, 궁남지, 정암리 와요지[고도특별보존지구]
익산시	5개소	왕궁리유적, 미륵사지, 제석사지, 익산쌍릉, 익산토성

자료 : 문화재청·국립부여문화재연구소, 백제왕도 핵심유적 복원 정비사업 기본계획 과업지시서, 2015.6



세계유산을 활용한 종합관광홍보

- 백제역사유적지구의 역사적 가치를 고취하고 관광자원으로서의 이미지 제고를 위한 관광명소화 포지셔닝
- 해외현지여행사와 언론인을 타깃으로 집중 홍보를 하며, 국가별 문화적 차이를 고려하여 관광활동과 유형에 맞는 맞춤형 홍보를 실시함

16) 18대 대통령 지역공약(문체부, 문화재청에서 중장기 계획 수립 중)



구분	사업내용
국내외 관광객 유치 마케팅 콘텐츠 개발	· 온라인 : 포털사이트 홍보, 온라인 서포터즈 운영 · 오프라인 : 인센티브제, 홍보대사, 팸투어 및 박람회 참가
관광여행상품 운영	· 시티투어, 명사탐방, 공주역 연계투어(교과서투어)
홍보물 제작	· 관광홍보동영상, 가이드북, 안내지도, 행정봉투 등 제작
국외TV매체 홍보	· 4개 매체(일본2, 중국1, 미국1)
홍보부스 운영	· 대규모 쇼핑센터 등 홍보이벤트
인문학콘서트	· 인지도 높은 강사를 초청하여 인문학 강의 및 공연, 백제유적지 탐방
백제문화체험장 및 스탬프 투어	· 탁본, 복식체험 등 백제문화 체험 · 모바일 스탬프(부소산성 등 10개소)
유네스코 지정 관광안내판 설치	· 유네스코 지정 대형 안내판 설치(6개소) · 고속도로, 인천공항, 서울소재 지하철 및 철도역

백제유적 관광패스라인 구축

- 지역내 관광명소와 연계하여 백제역사유적지구 입장권 및 이용권으로 다양한 관광명소를 둘러볼 수 있는 관광패스시스템을 구축함
- 지역 문화재, 문화시설, 체험마을 등 관광명소를 유적지구와 연계하여 패스로 구성하며, 버스, 기차 등의 교통수단과 자가용 이용객을 위해 주차장, 요금소 등에서도 활용
- 이와 더불어 KORAIL과 연계를 통한 교통패스와 지역의 숙박, 쇼핑, 식음, 공연 등을 저렴하게 이용할 수 있는 할인혜택을 제공함

백제관광상품 개발 운영

- 침체된 일본인 관광객시장 및 증가하는 중국인 관광객을 유치할 수 있는 백제역사 및 백제전통문화 체험이 가능한 충남만의 차별화된 상품개발
- (상품내용) 백제유적지 관광 + 전통문화체험+ 한글 배움

나. 근대역사문화벨트 조성사업

논산 근대역사문화촌 정비

- 강경 근대역사 문화공간 관광자원화 사업으로 조성된 근대역사 문화거리와 연계를 통해 관광자원으로서 시너지 효과 유발
- 주요추진사업으로는 근대문화거리 조성, 게스트하우스조성, 역사문화벨트 프로그램 개발 및 운영 등이 있음[역사문화벨트 조성사업 기본계획 수립 용역(2016년)]
- 또한 벽면, 간판, 도로 등을 근대분위기로 조성하고, 테마전시관, 객주촌내 음악 공연 및 인력거 등의 관광객의 흥미를 끌 수 있는 관광프로그램을 제공함
- 사업기간 : 2016-2019(4년)
- 사업비 : 20,520백만원(국비 10,260, 도비 5,130, 시비 5,130)

구분	주요시설	개발방향
근대역사문화촌 정비	근대역사문화촌 정비 - 근대건축물 복원 및 리모델링	건축물 외관 및 내부복원, 리모델링을 통한 예술인 창작공간, 테마전시관, 농가레스토랑, 카페, 근대를 테마로 한 아트샵 등을 근대건축물 내 조성
	근대 상점거리정비 (가로시설 및 경관정비)	가로시설, 포장패턴, 식재 등 근대시대상을 재현하는 가로경관 이미지 연출
	게스트하우스 설치	관광객의 편의성 제공을 위해 근대건축물을 활용하여 숙박시설 및 부대시설 조성
강경포구마을 조성	객주촌	옛 강경포구의 객주촌을 재현하여 지역 농특산물을 활용한 음식 및 전통주를 즐길 수 있는 공간 조성

자료 : 문화체육관광부, 서부내륙권 광역관광개발 기본구상 및 계획수립, 2015

충남 근대산업유산 관광벨트 구성

- 충남 지역에 산재한 유무형의 근대유산의 가치 증대라는 목표 아래 논산 강경, 서천 장항 등 근대산업유산이 많이 분포하고 있는 지역을 중심으로 근대유산과 문화를 융합해 새로운 관광상품으로 개발함
- 근대기의 급속한 산업화에 따른 산업시설이 조성되었으며, 대부분 항구와 철도를 중심으로 분포하고 있어 이들 자원을 서해금빛열차와 연계한 관광상품을 개발하고 항일 역사와 관련한 스토리텔링화를 통해 관광자원화 함

[표 V-1] 충남 근대산업유산 목록

구분	자원명
천안시	어룡지
공주시	고압선미술학원(충남금융조합연합회관/공주읍사무소/공주시청), 구의당면사무소, 농촌지도소 정안지소, 예술가의정원(공제의원/공주금융조합), 금강철교, 학소교, 문암교, 계룡지(갑사지)
보령시	보령경찰서망루, 진죽지, 청라(청천)저수지, 보령청소역,
아산시	냉정지, 봉재지(둔포지), 염치지, 쌍용지
논산시	박영규가옥(마구평수리조합), 강경젓갈창고(한일은행강경지점, 동일은행 강경지점), 젓갈창고(강경노동조합), 강경중앙장로교회(남선산업주식회사), 구논산경찰서부적지소, 연산역(호남선), 개태사역, 구 다카하시정미소, 대흥리창고, 조일직물, 물류창고(조화양조주식회사), 강격역전미곡창고, 임명순가옥(강경역장관사), 이재흔가옥(강경역 역무원관사), 연산역 금수탑, 강경대교, 하강경교, 강경갑문, 강경제방, 강경정수장, 탑정호양명근, 논산동부농협 두계지소(두계우체국),
금산군	물류창고(농공은행 금산지점), 황풍교, 진산교, 추부터널
부여군	윤의차가옥(홍산금융조합), 구교정미소, 구 부여군청 관사촌, 부여경찰관사촌, 구룡제방, 충화지, 옥산지 대유문, 가화지, 반산지
서천군	LG 금속 장항공장(조선제련주식회사, 장항제련소), 서천농협비료창고(서천역물류창고), 삼호상사(원길리미곡창고), 화랑체육관(창선리 미곡창고), 구 향만준설고사 사택촌, 삼수교, 흥림지, 봉선지, 배다리지, 축동지
청양군	청양인쇄사(청양시외버스터미널), 읍내리 농협비료창고, 읍내리미곡창고, 청양양수장
홍성군	갈산농협창고, 벽정지
예산군	새마을금고(예산호서은행본점, 동일은행예산지점, 조흥은행예산지점, 충청하나은행예산지점), 구 예산교육청, 농업기반공사예산지사(예당수리조합), 삽교농협창고(예산농협미곡창고), 예당저수지, 공주대예산산업과학대학저수조, 동화루화교식당(예산면사무소회의실)
태안군	태안면사무소창고(태안읍사무소) 옹도 등대, 격렬비도 등대, 수룡지, 덕삼지

자료 : 국토연구원, 근대산업유산의 보존, 활용 기본계획 수립을 위한 기초자료연구, 2008



서천군 판교근대문화거리 조성

- 근대의 문화를 간직한 일제시대 건물, 양조장, 폐도정장, 옛 영화관 등 건축물이 다수 분포하고 있어 이를 활용한 근대문화거리 조성
- 구 판교역을 근대역사박물관으로 조성하여 지역의 유희시설 자원 활용



자료 : <https://www.google.co.kr>

[그림 V-1] 서천 판교마을

다. 서해 해양관광 거점조성¹⁷⁾

원산도 테마랜드 조성사업

- 보령과 안면도 연육교 개통에 따라 관광수요를 충족하고 서해안의 해양관광거점으로 북합휴양리조트 조성(2030년), 자연휴양지 및 산책공간 조성
- 증가될 관광수요에 부응하고 서해안의 해양관광거점으로 도서(유인도, 무인도), 깨끗한 어촌 등을 활용한 해양관광 매력도 제고
- 원산도 인근 자섬과 연계한 관광상품 개발 : 효자도, 장고도, 고대도, 삼시도, 호도, 녹도, 소도, 추도, 허육도 등



[그림 V-2] 원산도 테마랜드 조성사업 종합계획도

17) 충청남도, 충청남도 해양수산발전계획, 2015

안면도 관광지 조성

- 태안군 안면읍 승언·중장·신야리 일원(2.993km²)에 호텔, 콘도, 골프장 테마파크, 기업연수마을 등의 관광지를 개발함
- 도입시설 : 호텔, 콘도, 골프장, 테마파크, 기업연수마을 등
- 사업방식 : 사업제안서 공모방식의 민간투자

구분	면적	주요시설	비고
1지구(테마파크)	398,072	테마파크&워터파크, 주차장, 프리미엄 아웃렛, 콘도 488실	오션캐슬 콘도 (248실) 기초성
2지구(기업연수원)	438,849.6	기업연수원 2개소, 상가, 폐기물 처리시설	
3지구(씨사이드)	558,916	호텔 200실, 콘도 280실, 아카데미하우스, 상가, 전망대	
4지구(골프장)	1,597,195	골프장(퍼블릭) 18홀, 클럽하우스, 콘도 290실, 상가	

태안 보물선 테마파크 조성

- 태안 마도 고선박 보물선을 컨셉으로 색다른 수변 문화체험과 다목적 엔터테인먼트가 복합된 시설로 조성
- 보물선 갤러리는 보물선과 관련된 테마의 행사 및 작품을 전시하는 상설기획 전시관을 도입
- 4D체험영상관은 각종 난파선 체험, 탐사체험, 유물발굴체험 등 가상의 공간을 체험할수 있는 시설로 도입
- 테마파크를 중심으로 관광경쟁력을 강화시키고 관광객의 체류시간을 증가 시킬 수 있는 야간경관 및 수산물특화거리 정비, 숙박시설의 조성 등이 필요

도입시설	주요내용
보물선 갤러리	각종 예술관련 행사 개최 및 작품전시를 위한 공간
4D체험 영상관	난파선 체험, 탐사체험, 유물발굴체험 등 가상의 시간과 공간을 체험하게 해주는 가상현실 체험공간
선상낚시공원	선상에서 낚시를 즐기는 공간
낚시정원	낚시를 즐기면 여가 휴식을 즐기는 정원
실회수영장	수변 경관을 배경으로 일광욕 및 수영을 할 수 있는 공간
스파&부피	스파, 사우나, 테라피, 미용 등의 기능을 집적한 공간
연회장	각종 행사 개최 및 가족단위 파티를 위한 공간
카페테리아	수변 경관을 배경으로 한 식음 여가 휴식 공간
레스토랑	아름다운 수변경관을 배경으로 만찬을 즐길 수 있는 공간
크루즈숙박	안락하고 호화로운 호텔급 숙박을 이용할 수 있는 공간
키즈카페	각종 놀이체험 및 이벤트를 즐기는 어린이 전문 카페
옥상정원	수변 경관을 배경으로 한 식음 여가 휴식 공간
다목적홀	각종 행사 개최 및 문화공연을 위한 공간



라. 슬미성지 명소화사업

프란치스코 교황거리 조성(2016-2017)

- 슬미마을 김대건신부 유적은 2014년 9월 국가사적 제529호로 지정되었으며, 우리나라 천주교의 발원지로서 위상을 높이 세우고 천주교 역사문화자원의 가치와 활용도 제고를 위한 체계적인 명소화 추진
- 프란치스코 교황방문을 기념하고 역사적 인물로 재조명하는 계기를 마련하기 위한 교황거리를 1.9km의 규모로 조성하고 민가의 담장 및 옹벽 지역스토토리에 맞게 프란치스코 교황, 소나무 풍경, 천주교 관련 벽화거리 조성
- 사업내용 L: 우강초등학교-합덕사거리(L=1.9km)

충남 천주교 순례길 조성

- 내포천주교 순례길(57.4km)인 슬미성지~신리성지~한티고개~해미성지를 주요 코스로 하는 스토리텔링이 결합된 124.6km규모의 충남의 천주교 순례길 조성
- 부코스(1~6코스) : 1코스(공세리성당~슬미성지, 21km), 2코스(신리성지~여사울, 7.6km), 3코스(홍주성지~홍성성당, 2.1km), 4코스(성거산성지~충북경계, 8km), 5코스(다락골성지~갈매못성지, 25.5km), 6코스(도양골성지~삽티성지, 3km)
- 십자가의 길, 순례길 안내시설, 순례대회, 순례지기 및 노선정비 등의 사업을 포함함



[그림 V-3] 내포천주교순례길 노선도

2) 고부가 레저관광자원 발굴

(1) 사업의 배경 및 목적

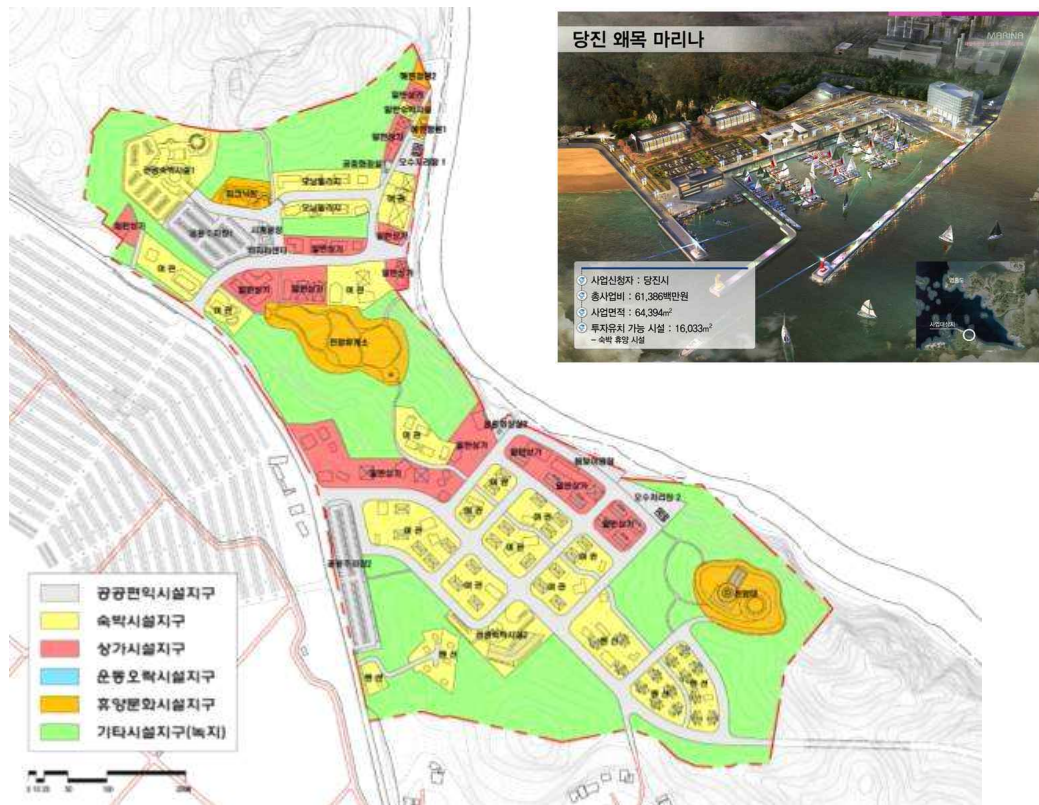
- 전 세계적으로 관광추세는 내륙관광에서 해양관광으로 그리고 레저형태의 관광으로 이동하고 있으며, 관광활동의 패턴은 단순 관광지 관광에서, 의료, 해양, 승마 등으로 관광의 공간적 범위가 확대 추세에 있음
- 관광과 타 산업과의 융합 및 결합을 통해 부가가치를 창출하고 변화하는 관광행태 및 관광수요에 부응할 수 있는 융복합관광자원의 발굴이 필요

(2) 주요사업

가. 해양레저관광 기반 확충

당진 왜목 마리나 복합해양관광단지 조성

- 2002년 관광지로 지정된 왜목마을은 2015년 7월 왜목항이 거점 마리나로 지정됨에 따라 이러한 대내외적 여건을 반영하여 해양레저 관광지로 조성함
- 해양레저관광지에는 해양레저 스포츠체험 지구 조성으로 해양 레저 아이템을 개발하고, 공공편익시설지구, 숙박시설 지구 등을 통해 해양레저 수요를 흡수할 수 있는 기반을 마련함



[그림 V-4] 왜목마을 관광지 개발 구상도

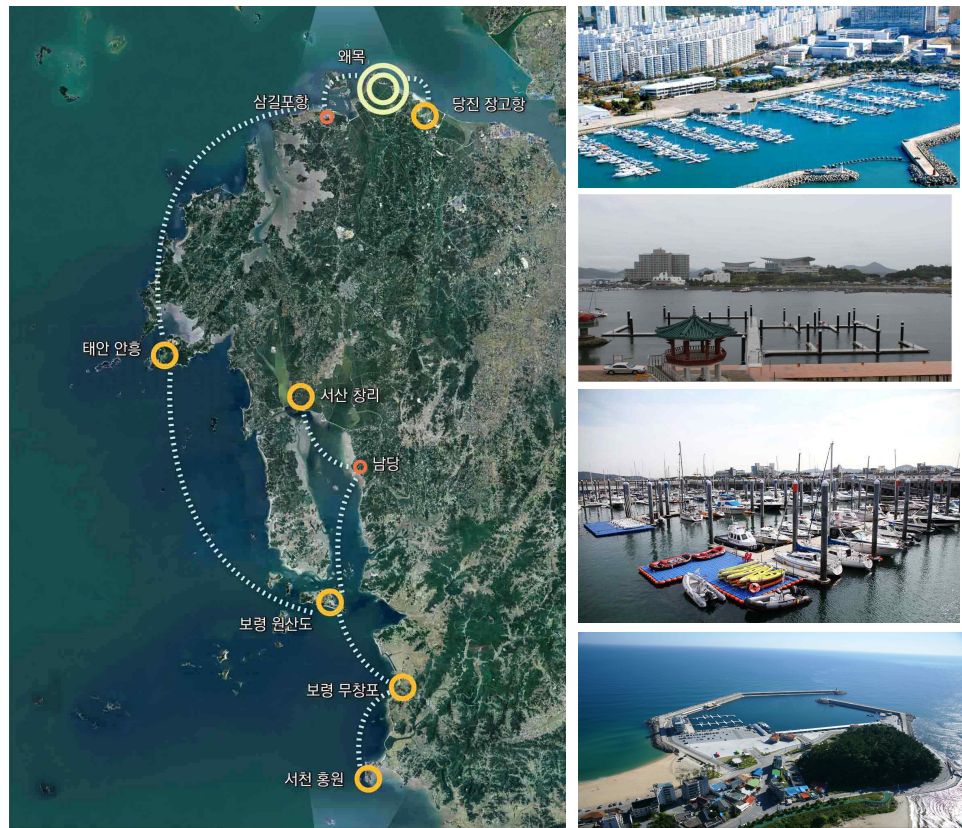


마리나 항만 조성¹⁸⁾

- 국내의 해양레저 관련 정책 동향으로 국토해양부는 마리나, 크루즈, 섬 관광 활성화 방안 강구, 지식경제부는 해양레저장비산업을 전략산업으로, 문화체육관광부는 크루즈, 해양관광 상품으로 육성하고 있음
 - 해양수산부에서 발표한 2015년 제1차 마리나항만기본계획 수정계획에는 충청남도에 거점마리나 1개소(왜목), 마리나 6개소(서산 창리, 당진 장고항, 보령 원산도무창포, 서천 흥원, 태안 안흥)를 고시하였음
- 충남의 7개소 마리나와 어촌역 2개소, 기추진 1개소 항만에 대한 특성을 부여하여 상생의 방안 마련
- 당진 왜목항 : 거점마리나 복합 마리나 항만 개발
 - 어항+마리나+체류 및 숙박+리조트 등 복합 마리나항만 개발
 - 요트 세계일주(김승진 선장), 해수욕장, 당진 8경 등 모티브 및 스토리텔링 발굴, 친수공간과 쇼핑공간, 요트 아카데미, 숙박(휴양)시설 등 복합 마리나 개발
- 보령 무창포, 원산도 : 어촌체험형 마리나
 - 어항+마리나+어촌체험+편익시설 등 어촌 오락형 마리나항만 개발
 - 무창포 : 4계절형, 해수욕장, 신비의 바닷길 체험, 해상가두리낚시터 체험 등 모티브 및 스토리텔링 발굴, 주변 어촌 문화시설과 연계를 통한 친수공간과 요트 체험, 숙박(휴양) 시설 등 마리나 개발
 - 원산도 : 연육교 건설에 해양레저거점으로 주변 도서 연계를 통한 해양레저체험 마리나 육성 : 친수공간과 해양레저 체험, 숙박(휴양)시설 등 복합해양레저마리나 개발
- 서산 창리 : 해양레저교육형 마리나
 - 마리나+해양레저교육+어촌체험 등 복합해양교육형 마리나항만 개발
 - 주변 가두리 양식장과 낚시터, 바다목장과의 연계를 통해 초보자를 위한 해양레저 교육을 중심으로 하는 해양레저교육 마리나 육성, 친수공간과 해양레저 교육, 바다낚시체험, 숙박(휴양)시설 등 해양레저교육마리나 개발
- 당진 장고항 : 거점마리나 배후 시설 보급형 마리나
 - 거점마리나 배후 지역+해양레저교육+선박수리 등 거점마리나 배후 시설보급형 마리나항만 개발
 - 마리나 선박이나 레저시설의 수리, 보수, 정비, 레저 교육을 주요 기능으로 하는 거점마리나 배후 시설 보급을 주요 기능으로 하는 마리나로 개발
- 서천 흥원항 : 가족레저휴양형 마리나
 - 마리나+해양생태+ 놀이시설 등을 연계한 가족레저휴양형 마리나항만 개발
 - 가족단위 관광객을 위한 해양 레저휴양지로 생태교육과 놀이시설을 즐길 수 있는 기능으로 하는 마리나로 개발
- 태안 안흥항 : 해양레저 스포츠형 마리나
 - 마리나+해양휴양+바다낚시 등을 연계한 해양레저스포츠형 마리나항만 개발
 - 고급화되고 있는 해양레저스포츠객 유치를 통해 기존 바다낚시객과 고급화된 해양레저 스포츠를 즐길 수 있는 마리나로 개발

18) 충남연구원(김경태), 충남 마리나 항만 개발방안 및 기본구상, 2015

- 서산삼길포항 : 어촌 체험해양관광 마리나역
 - 서산 마리나-해양레저+어촌체험+해양관광 등을 연계한 소규모 해양레저휴양형 항만 개발
 - 해양레저 활동의 기반이 되는 소규모 마리나 시설로 요트를 비롯한 레저 선박의 보급 및 휴식 등이 이뤄지며 선박을 안전하고 편리하게 수용하는 해상간이역 역할을 함
- 홍성군 남당항 : 복합다기능어항
 - 수산물먹거리체험+마리나+해양레저 연계한 복합다기능 해양레저 마리나 항만 개발
 - 고급화되고 있는 해양레저스포츠객 유치를 통해 기존 수산물 먹거리를 즐길 수 있는 마리나로 개발
- 보령요트경기장 : 요트교육체험형
 - 요트교육+해양레저체험+요트대회를 연계한 학생 및 초보자를 대상으로 하는 요트교육체험형 마리나항만을 개발하고 증가되고 있는 해양레저스포츠객 유치를 통해 교육과 체험을 즐길 수 있는 마리나로 개발



자료 : 충남연구원, 충남 마리나 항만 개발방안 및 기본구상, 2015

[그림 V-5] 충남 마리나 항만 예정지 및 사례

해중레저 거점마을(바닷 속 체험마을) 조성

- 해중레저활동(스킨스쿠버, 해중전망대 등) 수요의 충족이 가능한 해중레저시범사업 추진
- 해중레포츠교육시설, 해중전망대, 해중경관조성 등 해중레저거점 기능 조성
- 해중레저거점 수요 및 타당성 조사를 통해 해중레저거점마을 조성 추진(~2023, 10개소)(해양수산부, 어촌어항발전기본계획, 2014)



- 마리나 네트워크 구축을 통한 요트 관광 활성화 기반 조성 및 국가추진 마리나 항만 개발사업의 부가가치 효과 극대화
- 해양수산부 : 수상레저안전법(해양레저스포츠 체험 프로그램 확대 및 해양·수상 레포츠센터건립), 해상교통안전법, 공유수면관리법 등

나. 승마관련 인프라 확대

- 승마는 국민소득 증대에 따라 성장하는 선진국형 레저산업으로 농촌경제 활성화 및 정서함양에 긍정적인 효과를 미치며, 국민의 삶의 질 향상에도 기여하는 레저 스포츠로서 최근 증가추세에 있음
- 국내 승마인구는 2010년 2.5만명에서 2013년 4.5만명으로 매우 크게 증가하고 있으나 승마장은 366개에 불과하며, 도심에서 멀리 떨어져있고 이용료가 높아 대중적인 레저활동으로 확산되기는 아직 부족한 상황임
- 수도권과 가까운 지리적 여건을 활용하여 타지역과 차별화 될 수 있는 승마관광 프로그램의 개발이 필요함

승마힐링센터 설치

- 승마힐링사업은 정서장애, 신체장애 등을 가진 사람에게 승마치료 또는 재활 치료 및 인지분야, 언어분야, 감각분야 등의 상담·치료 등을 통해 신체적·정신적 회복을 도모하고 건강한 사회생활을 영위할 수 있게 하는 사업으로 한국마사회는 2022년까지 KRA승마힐링센터 30개소 개설을 목표로 하고 있음
- 승마를 통해 우울증 등 청소년 정서장애를 치료하는 승마 힐링(healing)센터를 설립하여 정서장애 청소년을 치료하는 거점 및 승마관광을 위한 시설로 활용함
- 승마힐링센터의 조성을 통해 승마인프라를 확보 하고 주변의 관광자원을 활용하여 연계할 수 있는 방안을 마련함



자료 : <https://www.google.co.kr>

[그림 V-6] 인천승마힐링센터(예시)

승마체험마을 조성

- 단순히 말을 타는 공간의 개념에서 벗어나 말과 관련한 다양한 것을 체험할 수 있는 테마파크를 조성하며, 기존의 농촌 및 어촌체험마을과 연계하여 말 문화 체험마을 조성(문화체육관광부 공모, 사업비 5:5)
- 해변 승마체험장 및 외승 프로그램 등을 통해 4계절 내내 관광과 레저를 즐길 수 있는 4계절 전천후 관광 인프라 확충이 필요

- 태안군에서는 꽃지해변 등에서 우수한 해변경관을 활용한 승마체험프로그램을 운영하고 있음
- 또한 방과 후 프로그램 등 학교 프로그램과 연계한 승마체험 프로그램 + 과일 수확 체험 + 환경생태교육 등으로 구성함

승마 트레킹길 조성

- 승마관광 수요 증가 속도에 맞춰 야외형 승마체험프로그램으로서 강변형과 산악형 등의 승마길을 조성
- 말 트레킹 프로그램 구성(예 :제주도 오름 멩에승마)하며 초보자 대상 말 트레킹은 먼저 말 먹이주기 체험과 간단한 이론교육 등 단계별로 차별화함
- 백제문화에 근거한 스토리텔링을 접목한 승마관광콘텐츠 개발

다. 항공레저파크 조성

- 최근 레저환경의 급속한 변화로 적극적이고 모험적인 레저여가 활동을 하는 인구가 증가하고 있으며, 레저 부문에서도 항공레저스포츠¹⁹⁾라는 용어가 일반화되고 있는 등 새로운 관광활동에 대한 수요가 증가함
- 새로운 관광경험을 원하는 소비자에게 항공레저스포츠 관광은 관심이 높은 분야로 유인력과 경쟁력이 높으나 시설의 양적·질적 부족으로 향후 시장의 확대 및 신수요 창출을 위한 다양한 정책이 필요
- 항공법 개정('14.1.14)으로 항공레저스포츠 및 이착륙장 설치근거 등 제도적, 정책적 기반이 마련되고 있으나, 체험 및 교육시설 등 항공레저와 관련된 관광 인프라 구축은 미흡한 실정임

태안 항공레저 및 R&D파크 조성

- 태안 한서대학교 비행장과 항공관련 교육 및 연구시설, 국방과학연구소 안흥시험장을 중심으로 비행장지검사소 및 해안자원과 연계하여 해양+항공레저산업 콤플렉스 기반(한서대 항공창업보육센터 확충 및 경비행기 운항 위한 활주로 확장) 조성
- 한서대 태안캠퍼스를 기반으로 해양·항공레저스포츠 교육·체험 아카데미와 연구센터가 결합된 해양·항공레저스포츠 에듀테인먼트 단지를 개발하고 초보에서 전문가에 이르기까지 전 계층을 대상으로 한 교육·체험 프로그램을 도입
- 항공레저 기초훈련장, 관제정비시설, 활공장 등 한서대 시설과 협의를 통해 프로그램을 개발 및 확충하며 항공산업의 틈새시장(초경량비행장치, 스포츠플레인 시장)을 개척하여 항공레저와 해양레저의 융복합 기반을 구축함
 - 국토교통부 : 항공법(항공레저활성화 추진계획('12.12) 및 항공레저 지역별 거점 인프라 조성 사업/항공기 제작 및 레저스포츠 분야의 인프라 구축 지원 등), 산업입지 및 개발에 관한법률
 - 산업통상자원부 : 항공우주산업개발촉진법(항공산업발전 기본계획(' 10~' 19))

19) 항공레저스포츠란 취마오락체험교육경기 등을 목적으로 하는 비행(공중에서 낙하하여 낙하산류를이용하는 비행)을 포함' 활동' 이라 정의함.



항공관련 축제 확대 운영

- 항공레저스포츠의 관광 이미지를 제고하기 위해 지역의 항공 축제를 국제대회 수준의 문화관광축제로 발전시킬 수 있는 다양한 상품 개발, 항공스포츠 관련 용품 판매, 프로그램 등의 지원 필요
- 아산의 항공레저스포츠제전과, 공주항공축제 등의 지역에서 개최되는 축제는 체험프로그램 다양화를 통해 확대 운영
- 또한 내포드론축제 등 사회적으로 큰 관심을 끌고 있는 드론에 대한 정보를 제공하고, 조작, 시연 등을 통해 다양한 관심과 호응에 부응할 수 있는 프로그램 개발
- 오시코시 에어쇼, 엑스포 등과 같은 국제적인 항공이벤트의 국내 유치를 통해 지역 인지도 제고 및 관광객유치를 통해 지역경제 활성화를 도모



자료 : <https://www.google.co.kr>

[그림 V-7] 아산 항공레저스포츠제전

항공관광 비행코스 개발

- 항공레저스포츠 관광의 활성화를 위해 항공과 수상, 항공과 육상 등의 복합 종목이나 새로운 종목으로 스펙트럼의 확대가 필요
- 경관관람과 비행 체험을 할 수 있는 프로그램은 충남지역에서도 일부 가능하며 경량항공기뿐만 아니라 수상비행기, 열기구 등 비교적 소규모 인원이 탑승할 수 있는 다양한 소형경량항공기를 활용하여 관광상품화가 가능함
- 항공레저스포츠 관광 정보의 접근성이 용이하도록 체계적인 통합정보시스템 구축이 필요함

[표 V-2] 항공레저스포츠 관광시범사업(안)

구분	분야	관광방식	운영가능지역
경관관람	열기구	수직경관조망(주간)	부여 등 유적지
	경비행기	경관조망(주간), 스카이다이빙체험	비행장 설치지역
	수상비행기	경관조망	아산호 등
비행체험	파라세일	비행체험	강, 호수, 바다 있는 관광지
	모터글라이더	비행체험	비행장 설치지역
	카이트보딩	강습이수	강, 호수, 바다 있는 관광지

주 : 충남지역에 관련된 관광시범사업을 연구자가 분류함
 자료 : 최지은, 항공레저스포츠 관광정책방향, 한국문화관광연구원, 2014

라. 금강 수변관광자원 개발

- 웰빙, 건강에 대한 수요가 급증하며, 캠핑, 자전거 등의 인기 상승 등 여가문화가 변화함에 따라 금강을 중심으로 내수면의 관광활용에 대한 정책적 관심이 증가함
- 또한 새로운 관광레저 수요에 부응하기 위해 정부에서는 해양 및 수변에서의 관광활동의 활성화를 촉진하고 있음
- 백제역사문화, 기호유교문화 등 금강 주변의 역사문화자원과 주변의 풍부한 자연 관광자원을 활용하고 이를 연계하는 관광로(도로, 산책로, 자전거길) 등의 조성으로 지역문화자원 활용도 제고 및 지역경제 활성화

금강 수상관광 Complex 조성사업

- 금강을 중심으로 친수 관광환경을 통해 수변관광의 핵심지역으로 육성하고 다양한 관광의 매력물을 제공하여 수상관광스포츠의 메카로 성장시킴
- 금강을 단순히 강만 바라볼 수 있는 것이 아닌 생태자원과 수상자원, 역사자원을 활용하여 체험할 수 있는 관광매력물을 구성함
- 수상레저 시설, 캠핑장, 이색꽃밭 등 조성(400,000㎡), 에코룻지, 방문자센터, 강당, 식당, 탐방로 등 조성(33,000㎡), 생태체험장 조성(50,000㎡)

금강 누정 관광명소화

- 금강 8정의 경관, 문화, 인물교류 등의 이야기를 원형으로 활용하여 현존 누정 정비 및 훼손된 누정의 복원 추진하여 관광지로서의 기능을 부여하고 지역주민을 위한 휴식 및 레저활동공간으로 활용함
 - 금강 8정 : 원산정(17C초), 안무정(미상), 쌍수정(17C 추정), 사송정(1701년), 벽허정(1749년), 금벽정(미상), 한림정(조선 초), 독락정(1430년)
- 금강의 누정은 역사복원, 역사체험, 관광레저 등으로 구분하며 누정의 역사문화적 특성과 이야기 등을 검토하여 다각화 할 수 있는 방안 마련이 필요
 - 부여 천정대는 백제시대 회의를 관련한 스토리텔링을 통하여 이야기가 있는 금강 누정 관광상품화 할 수 있는 방안을 마련
- 또한 복원된 누정 등은 풍류문화콘텐츠를 활용하여 음악회(국악공연), 시화전, 백일장 등 공연 및 전시프로그램 등의 지역의 문화체험 및 예술 문화공간으로 활용하며 뱃길, 자전거길 등과의 연계를 통해 체험 상품을 개발함

리버관광프로그램 개발

- 리버투어 : 부여의 백마강 수상계류장 등을 활용하여 리버보트를 타고 경관을 관람하는 리버투어 상품 개발
- 갈대배 만들기 : 각 마을에서 주민과 관광객이 함께 만드는 대형갈대배, 관광객들이 체험프로그램으로 만드는 소형 '조각배' 를 금강에 흘려보내는 관광 프로그램
- 금강천리(錦江千里) 소망배 띄우기 : 과거 소통의 수단이었던 배를 응용하여 19개 강유역의 읍면별 주민들의 소망을 담은 다양한 재료의 조각배를 띄워 금강 하구에서 수거함. 수거된 소망배에 담겨진 각양각색의 다양한 소원지를 모아 금강하구에서 태우며 한해의 마무리와 시작을 알리는 홍보이벤트



3) 지역문화관광 콘텐츠 발굴

(1) 사업의 배경 및 목적

- 지역문화와 결합된 관광자원은 관광 수익이 지역으로 이어지는 관광경제 선순환 등의 긍정적 효과를 야기함
- 이에 따라 지역문화를 토대로 한 지역문화관광 콘텐츠를 발굴하고 지역의 전통 문화를 계승하고 도시를 재생할 수 있는 관광상품을 개발함

(2) 주요사업

가. 유휴부지 활용 관광명소화 추진

- 지역에 남아 있는 철도폐선 유휴부지 및 노후 산업단지 등을 활용하여 주민의 문화거점으로 조성하고 나아가 이를 관광명소화 할 수 있는 방안을 마련함

철도 유휴부지 리본(Re-born) 프로젝트

- 최근 철도의 노선변경, 복선 전철화 등으로 폐선 부지가 지속적으로 증가하고 있으며, 장항선은 개량사업으로 08년까지 106.1km, 1,471,981m²의 면적이 폐선 되었으나, 도고온천역이 레일바이크체험장 등으로 활용되는 등 활용성 측면에서 미흡한 실정임
- 국토교통부는 철도폐선을 체계적으로 활용하기 위한 구체적인 지침을 제정하고 보전, 활용, 기타 부지 등의 유형특성에 맞는 활용계획을 수립하도록 규정함(지자체는 관할 지역내 유휴부지를 공원 등 주민 친화적 공간이나 문화관광 등 지역 경쟁력 강화 위해 활용토록 기본방향 제시, 2015.7)
- 이에 따라 충남내의 철도폐선 유휴부지를 활용하여 주민 편의 공간 조성 및 관광 명소화를 추진함
- 철도폐선 유휴부지를 활용하여 지역 주민들이 이용할 수 있는 주민 친화적인 지역 생활환경으로 조성하며 더 나아가 지역의 관광명소로 활용 할 수 있도록 개선함
- 광천역사 이전에 따라 역사를 걸쳐파크 조성, 웰빙공원, 레일바이크 설치, 트레킹 코스 및 자전거 도로 등으로 조성(사업량 : 64,622m²,)
- 도고온천역 : 관광과 문화가 함께하는 도고온천권역 활성화 사업을 통해 도고웃음광장, 추억의거리, 도고천변 산책로 조성 등의 사업을 실시
- 철도문화체험장 조성 : 열차의 역사, 철도안전교육, 어린이 1일 역장체험 등의 체험장 조성
- 마을 찻집 운영(레일카페) : 간이역 및 폐기차를 활용한 마을 찻집 운영으로 지역주민 소득 창출 및 관광객 편의시설 조성

관광열차 시범운영

- 충남지역의 독특한 이벤트 열차 운영으로 열차 내부에 충남 관광의 아름다운 모습과 역사적 이야기를 전시하고 관련된 프로그램을 진행함

- 우선 추진사업으로 장항선 유휴부지인 서천역 부근의 국립생태원과 국립해양생물자원관 7.5km를 연결하는 신개념 관광열차 시범 운행함
- 세계유명기차나 미니트레인(애니메이션 토마스 등)을 활용하여 가족단위 관광객을 대상으로 한 관광상품을 개발함

노후 산업단지 문화재생 사업

- 충남지역에는 2020년 이후 착공된 지 20년이 넘은 노후 산업단지가 21%에 달할 것으로 예상됨에 따라 노후산업단지의 경쟁력 강화 대책 마련이 필요함
- 이에 따라 산업단지 근로자의 정주환경 개선 및 주변지역과의 상생을 위하여 지역 주민이 활용할 수 있는 문화거점지로서 조성하고 프로그램을 운영함(문화체육부·고용노동부, 산업단지 문화재생 공모사업 추진 중)

나. 서원자원 세계유산 등재 및 콘텐츠 발굴

한국의 서원 세계유산 등재 지원

- 충남에는 논산의 돈암서원이 세계유산 등재 자원으로 포함되었으며 세계유산 등재 및 콘텐츠 발굴을 통해 기호유학의 본산지로서 충남의 위상을 제고하고, 이를 활용한 관광객 유치 활성화를 도모하고자 함
- 등재대상 : 돈암서원(사적 제383호)
 - ※ 9개 서원 : 돈암·무성·필암·도동·남계·옥산·소수·도산·병산서원
- 사업비 : 3,195백만원(국비 1,140, 도비 745, 시비 1,310)



자료 : <https://www.google.co.kr>

[그림 V-8] 논산 돈암서원

유교문화체험장 조성

- 충남지역의 유교문화를 발전시키고 유교문화의 활성화 및 진흥을 위한 중심 문화 공간으로서 유교문화체험장 조성
- 가족단위 관광객들이 즐기면서 배울 수 있는 에듀테인먼트(교육+놀이) 공간으로 접근성과 활용성이 우수한 유교문화지역을 우선 선정하여 조성함
- 공주시에 위치한 충청감영내에 유교문화체험장을 조성하여 충청감영 복원 건물인 선화당, 동헌, 포정사의 기존시설에 유교문화 관련시설, 체험장 등을 추가 보완하여 활용하는 방안을 제시
- 유교문화시설 재현, 유교문화자료실, 교육체험장 운영 및 문화행사 개최하고 문화재청 생생문화재 사업과 연계하여 활성화 함



충청 유교문화 기행

- 충남의 유교문화와 관련된 인물 및 이야기를 자원화하여 시대적 의의를 반영하고 역사적 체험을 할 수 있는 기행 프로그램을 개발함
- 유교문화기행은 관광객이 친숙하게 느낄 수 있는 주제를 발굴하여 설정하고 그에 따른 교육프로그램과의 연계를 통해 호응도를 높임
- 지역이 가지고 있는 다양한 문화요소를 활용하여 스토리텔링 사업을 추진하고 유교문화체험공간으로서 전통의례, 풍류문화 등 방문객의 체험이 가능한 프로그램으로 운영
- 호서산림 기행 : 논산 윤증고택(종학당), 청양 모덕사 최익현, 홍성 한원진 유적, 아산 외암 이간(외암마을) 등을 연계한 기행 프로그램 콘텐츠화
- 충청문화권 유현(儒賢) 기행 : 금산의 조현, 논산의 김장생 김집 부자, 옥천과 대전(회덕) 화양동을 중심무대로 하는 송시열, 그리고 대전의 송준길을 중심으로 유교 문화 기행 프로그램 구성

다. 전통시장 연계 투어프로그램

- 전통시장은 자연발생적으로 지역에 뿌리내리고 있는 가치재이자 생활문화적 가치를 담고 있는 잠재적 관광자원
- 전통시장을 지역의 열린 문화공간이자 일상의 관광지로 조성하여 시장의 문화관광자원 가치를 극대화함으로써 지역 재생 및 지역관광 활성화의 구심점으로서의 위상 제고

시장축제 개발(보부상축제)

- 보부상은 상품집산지에서 구입한 일용잡화물을 지방의 시장을 돌아다니면서 소비자에게 판 행상인(行商人)을 말하며, 예산과 홍성지역을 중심으로 보부상 문화가 특화되었던 기록이 있음
- 이를 활용하여 보부상 축제를 개최하고 옛 전통시장의 모습을 재연하고, 상인들의 옛복장, 엽전상품권, 주막서비스 등의 차별화 프로그램을 제공하는 등 재래시장 활성화 및 문화가 있는 시장으로 국내외 관광객 유치 등 효과 거양
- 또한 지역전통문화와 관련된 소규모 농악, 각설이공연 등 신명나는 시장 분위기를 조성하며 투호 등 전통놀이가 가능한 전통 놀이터 조성
- 전통시장에 문화를 접목한 ‘스토리텔링’ 으로 전통시장 커뮤니티 마케팅 개발



자료 : <https://www.google.co.kr>

[그림 V-9] 지역별 시장축제

시장별 콘텐츠 개발

- 전통시장 활성화를 위하여 외국인에게 전통시장체험의 기회를 제공하고, 전통시장의 관광의 즐거움을 줄 수 있는 자원으로 활용함
- 지역 고유문화를 즐기고 관광하는 문화체험장, 야외공연장, 문화창작공간 등으로 개편 지원
- 창의적이고 다양한 문화관광콘텐츠 개발 및 문화공연 등을 지원하며, 상인 참여형 문화콘텐츠 개발 및 프로그램 운영, 시장별 전통과 특성을 활용한 문화마케팅, 문화적 환경 조성 등 지원
- 시장별 대표 음식(별미) 개발 및 대표특산물 등으로 관광객의 시장탐방 동기 부여
 - 대표 먹거리 관련 레시피(조리법)를 상인회에 보급하고, 관광객을 위해 레시피와 관련한 재료들을 시장에서 손쉽게 구매할 수 있는 상품 기획

전통시장투어 상품 개발

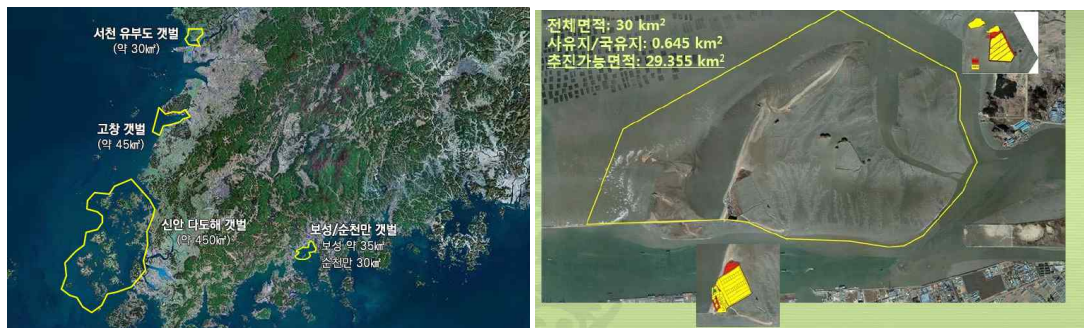
- 지역별로 전통시장에는 지역의 특색을 반영한 음식 및 판매품들이 있음에 따라 이를 특화하여 전통시장 투어 상품을 개발함
- 중소기업청과 시장경영진흥원 등과의 연계사업을 통해 문화관광 기반시설 조성, 문화콘텐츠 개발, 문화공연 진행 등의 전통시장 투어상품 개발을 지원
- 야시장 및 먹거리 장터 등 관광객이 선호할 수 있는 투어상품을 개발하고 지역인 접지에 위치한 주요 숙박업소와 협력한 시장정보안내 및 투숙객 할인행사 개최

갯벌도립공원 추진

- 충남의 갯벌과 유부도 지역을 갯벌도립공원으로 지정을 추진
 - 전라남도의 습지보호지역-신안증도갯벌, 무안갯벌을 지정하여 도에서 관리 및 지원
- 유부도의 도립공원 지정을 위한 지역의 자연생태계, 생물자원, 경관의 현황 및 특성, 지형, 토지 이용상황 등 지정에 필요한 사항을 조사하여 도립공원으로 지정함
- 도시민에게는 갯벌의 소중함을 인식하는 갯벌체험 학습장을 제공하고, 주민에게는 갯벌의 특성을 이용한 관광사업으로 지역경제 활성화에 기여

세계자연유산 등재지원

- 문화재청에서 추진하고 있는 서남해안 갯벌은 세계자연유산 잠정목록에 포함되었으며, 대표적인 철새도래지로서의 국제명소로 조성함
- 세계자연유산 잠정목록 확정 → 2017년 등재 목표 추진



자료 : 서천군, 유부도 국제철새 생태관광지구 조성사업 타당성 조사 및 기본계획 수립 연구 용역, 2013

[그림 V-11] 갯벌 세계유산 등재추진 대상지역(2015년 기준)

나. 예당권 생태관광 클러스터 조성

- 예당호를 중심으로 주변지역의 관광자원을 클러스터화 하고 각각의 zone으로 그룹을 지정하여 특화 관광자원으로 육성함

예당국민관광지 시설 개선

- 예당호 및 주변지역의 부존자원의 연계를 통해 관광활성화를 도모하고 지역자원의 잠재력을 극대화 하여 예산군 관광의 중심지로서 가치를 제고함
- 예당국민관광지 시설 개선 : 산책로, 공원, 주차장 등

산림힐링코어(산림문화휴양타운 조성)

- 봉수산 자연휴양림 및 봉수산 수목원의 연계 육성을 통한 휴양 및 힐링 중심공간 조성
- 임존성 역사문화공원 조성
- 슬로우시티 및 의좋은 형제마을 체험 및 힐링공원 조성

수변힐링코어

- 예당호 수변 산책로(수변데크 : 2km 구간) : 대흥면 의좋은 형제 마을(슬로시티) 앞의 예당호 수변공간에 산책로를 형성하고 수변데크를 조성



- 예당 선셋글로우 레저숙박단지 조성(신속리 대야리 일대)과 중앙생태공원 및 예당 생태 교육관을 활용하여 예당호 경관을 즐길 수 있는 관광자원으로 육성
- 예당호 주변에 위치한 광시한우거리, 황새마을 등을 체험과 먹거리 존으로 구성

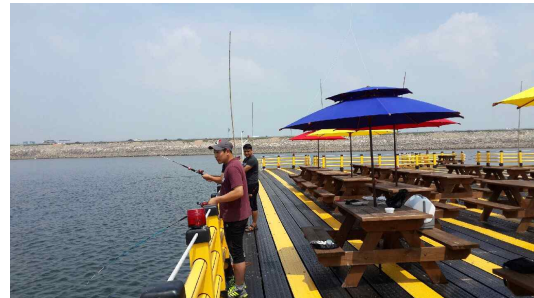
다. 천수만권 생태관광자원화 사업

창조적 마을 만들기 사업

- 서산 천수만 철새도래지는 생태관광지역으로 선정(2013.12, 환경부)되었으며, 해양담수호·만갯벌·산림자원이 함께 어우러진 최고의 관광지로 해 뜨는 공화국 관광 거점지역인 버드랜드 활성화 및 지역소득 증대 사업 필요
- 철새관광마을, 해상관광마을, 농촌관광마을 조성(창리, 간월도리, 마룡리 일원),

해양여가공간 조성

- 천수만 연안 바다목장내에 해상 부유식 낚시터와 낚시와 휴식을 겸할 수 있는 해상휴게시설의 정비 및 조성 필요
- 해상낚시터 및 해양휴게시설 사후관리(부석면 창리



자료 : <https://www.google.co.kr>

[그림 V-12] 서산 해상낚시터 및 해양휴게시설

생태관광형 수학여행 상품 개발

- 기존수학여행을 대체하는 소규모 테마형 생태관광 수학여행 상품을 개발하여 교과과정과 연계한 개별체험이 가능한 학습프로그램 진행
- 소규모 수학여행단을 대대적으로 유치하고, 체험학습강사 및 안전지도사 육성, 수학여행 전 숙박시설 안전점검을 실시하고, 학교에 통보해주는 안심수학여행 서비스를 시행
- 환경부는 교육부, 문체부, 조달청, 생태관광지역 등과 MOU 체결을 통한 수학여행 보급
- 조류탐사과학관 주변에 철새 탐조시설을 설치하여 환경보전의 중요성과 실천의식을 느낄 수 있는 교육적 가치가 있는 공간으로 조성

라. 신두리 해안사구 생태관광 모델사업

생태프로그램 운영

- 신두리사구는 특히 한국관광의 별, 한국생태관광 10대 모델에 선정되는 등 최근 추세인 생태관광의 새로운 소재로 급부상하고 있음
- 갈대숲걷기대회, 사구식물 학습, 생태음악회 개최 등을 통한 지역주민 및 관광객이 사구의 가치를 이해할 수 있는 프로그램 및 관광콘텐츠의 확대
- 지역 생태관광프로그램의 다양화를 꾀하고 지역의 특성을 반영할 수 있는 생태관광 프로그램 컨설팅단 구성(현장 경험이 있는 프로그램 기획인력 등으로 구성), 지역의 프로그램 개발 및 운영관련 컨설팅 실시

생태관광 마을 인프라 조성

- 생태관광을 참여하는 관광객을 대상으로 생태해설에 주민 참여를 확대하고 방문자센터 등의 도입을 통해 주민 수익 사업 등을 지원함
- 보전 지역 주변에 관광시설 지구 조성을 통해 지역주민이 친환경 숙박시설, 식당, 에코숍 등의 시설을 운영할 수 있는 인프라 구축
- 생태 사계절 콘텐츠 공모 및 캐릭터 상품, 생태체험 교재교구, 생태관광 영상물, 친환경 농수특산물 등 다양한 행사 및 전시 등으로 자원과 마을이 함께 상생하는 관광 프로그램 운영
- 교육활동의 일환으로 초·중고등학교 학생 등이 생태관광지와 지역의 어촌체험을 함께 할 수 있는 마을 체험형 프로그램 개발



태화강 방문자센터



장수 십밭달 생태마을 방문자 숙소

[그림 V-13] 방문자센터 및 숙박시설



2. 즐거운 관광활동

정책방향

- 다양한 관광여건변화와 관광행태, 선호 관광상품의 변화에 따라 충남의 관광경쟁력 제고 및 관광지로서의 역할을 강화할 수 있는 융복합 관광산업 발굴
- 주민의 삶과 문화를 반영한 관광상품 개발로 경제적 효과가 지역주민에게 반영될 수 있는 상품 개발
- 충남 고유의 정서인 느림의 미학을 체험할 수 있는 걷기 등의 다양한 관광상품 개발 및 느림과 여유, 섬의 미학을 체험할 수 있는 콘텐츠 육성
- 지역 고유의 문화와 전통을 대표하고 성장 가능성 있는 축제를 지역을 대표하는 축제 및 이벤트 육성

정책목표

- 관광융복합을 통한 관광산업의 고부가가치화 및 성장기반 강화
- 양질의 관광상품 발굴 및 주민친화적 관광상품 개발
- 지역관광활성화를 위한 특색있는 관광자원 확충

추진전략

- 융복합 관광자원 개발
- 지역밀착형 관광상품 개발
- 느림 관광상품 개발
- 대표축제 및 이벤트 육성



1) 융복합 관광자원 개발

(1) 사업의 배경 및 목적

- 다양한 관광여건변화에 따라 관광산업 전반에서 융합, 창조경제, 협력 등이 주요 키워드로 부각되고 있으며, 관광개발의 대상이 전통적인 범위를 벗어나 확장되고 타분야와의 융복합 추세가 확장되고 있음
- 또한 창조경제의 주요한 실현도구로서 관광산업은 새로운 대안으로 떠오르고 있으며, 관광산업의 고용창출, 파급효과 등의 긍정적인 효과에 대한 논의가 계속되고 있음
- 이에 따라 변화하는 관광소비자와 관광환경의 수요에 부응하고 새로운 창조관광 시대를 견인할 수 있는 융복합 관광산업의 발굴이 필요함

(2) 주요사업내용

가. [의료관광] 온천-의료관광클러스터 조성

- 의료관광 산업을 지역의 고부가가치 산업으로 육성하기 위해 경쟁력 있는 특화 의료기술을 혼합한 의료서비스 제공과 관광인프라 개선을 통한 외국인 환자를 유치하고 있음
- 충청남도 외국인 실환자 수는 2012년 기준 1612명으로 타 지자체에 비해 미비한 실적이며(한국보건산업진흥원 2013) 외국인 환자의 99.36%가 천안시에 집중됨
- 진료과별 실환자 비중을 살펴보면 영상의학과(29.8%),내과(12.7%),산부인과(12.7%)순으로 차지하고 있음
- 충남의 의료관광산업은 기존의 지역관광산업과 연계시켜 의료와 관광이 융합된 휴양형 의료관광사업으로의 발전모델 개발이 필요함

온천의료관광 클러스터 조성

- 아산의 온천과 결합한 체류하는 의료관광산업 육성
 - 검진, 미용, 스파, 온천 등 요양 및 휴양 중심의 예방적 의료관광객 유치



자료 : 아산시, 온천의료관광개발 4차학술연구용역, 2014

[그림 V-14] 온천의료관광연계 기본 모델

- 아산온천 : 스파서비스를 중심으로 하는 휴양과 재활치료 프로그램 특성화
- 도고온천 : 숙박시설과 의료시스템 융합을 통한 치유 및 치료 중점의 체류형 스파 프로그램 특성화
 - 금주, 금연 클리닉 스파, 숙면을 위한 슬림 웰 스파, 실버 스파, Fit스파 등
 - * 사후 진단을 서비스 제공을 통해 고객의 재방문 유도
- 온양온천 : 데이스파와 관광, 문화 콘텐츠 연계 프로그램 특화



웰니스 의료관광생태계구축

- 아토피피부염 중심의 웰니스 의료관광 생태계 구축
- 원인규명을 위한 양방 의료검사(혈액검사 등)와 체질검사 등을 시행하며, 금산의 한방아토피 치유센터 및 치유마을에서 아토피학교 1일 캠프 등의 프로그램 운영
- 지역 내에 자연과 융화된 황토펜션, 템플스테이 등을 연계한 관광자원화

해양헬스케어 시범단지 조성

- 해역별 특성화된 해양자원(해수, 해니(머드), 해양염분 등)을 활용하여 해양을 휴양·치유·건강증진의 공간으로 조성
- 보령머드 자원을 활용하여 특화된 해양헬스케어 시범단지 조성하며 권역별 관광 자원과 연계한 프로그램과 질환별 프로그램 개발, 산림·온천·해양을 접목한 복합 해양헬스케어 프로그램도 개발함

의료관광 통합플랫폼 구축

- 고부가가치 관광테마인 의료관광 상품의 등재 및 예약/상담/결제 시스템을 통합한 의료관광의 허브로 구성
- 한국관광공사의 VISIT메디컬코리아(www.visitmedicalkorea.com)의 연계를 통하여 충남의 의료관광정보를 제공하고 플랫폼(포털) 내 의료관광 대상지업계 홈페이지 개설 및 주변 관광지 소개함
- 의료관광 체험담 등 지속적 콘텐츠 생산, 수급을 통한 커뮤니티형 웹서비스 구현 등

나. [음식관광] 충남 음식 테마 프로그램 개발

- 관광 목적지에서 깊이 있고 차별적인 경험에 대한 요구도가 증가하면서 미식경험을 포함한 음식관광의 중요성이 부각되고 있으며, 관광목적지에서 제공되는 음식은 여행경험의 질적 수준을 제고하는 측면에서 가장 중요한 요소임²⁰⁾
- 충청남도농업기술원외국인편의음식점 모범업소 지정관리와, 농림축산분야에서 향토자원 콘텐츠 개발 육성, 농어업 6차 산업화 활성화, 지역특화 수산물 명품화 지원 등의 산업과 관련되어 음식관련 정책을 추진하고 있음
- 이에 보다 음식에 테마를 부여하고 프로그램으로 개발하여 지역의 관광자원으로 활용할 수 있는 경쟁력의 확보가 필요함

충남 국수 테마거리 및 프로그램 개발

- 음식과 자연 및 역사자원을 연계한 관광자원화로 관광객 유치 도모하며 먹거리 상품과 농특상품 소비 촉진을 위한 상품을 개발함
- 충남에는 전국적으로 유명한 공주 칼국수를 비롯하여 예산버들국수, 부여은산소면 등 국수가게와 아산 호박국수 등 국수맛집 등이 위치하고 있음
- 예산에는 3대를 잇는 수제국수가 있으며, 그 국수공장을 중심으로 국수거리가 조성됨에 따라 국수테마거리를 조성하여 관광자원화 함

20) 문화체육관광부, 음식관광활성화 방안, 2013

- 예산지역의 두부, 곱창, 소머리국밥 거리 등과 연계를 통해 지역의 먹거리를 홍보할 수 있는 마케팅 방안을 마련함
- 또한 공주를 중심으로 한 짬뽕과 칼국수 등 면과 관련된 음식자원이 분포하고 있으며 이를 활용한 누들투어 프로그램을 개발함

충남 양조장 탐방(전통주 기행)

- 농림축산식품부 찾아가는 양조장사업과 연계한 체험상품 개발
 - 찾아가는 양조장 사업 : 당진신평양조장(13년), 서천 한산소곡주, 예산 사과와인(14년) 지정
 - 전통양조 체험장 및 전시실 조성으로 누룩만들기, 전통주 빚기 등 체험상품 개발
- 충남 지역내 양조장을 대상으로 양조장 탐방, 전통주명인 만남, 술 맛보기 등을 바탕으로 지역트레킹 코스와 연계하여 운영
- 술과 어울리는 안주(신평양조장 + 간재미회무침, 예산와이너리+파스타)개발로 음식 관광 상품화



자료 : <https://www.google.co.kr>

[그림 V-15] 찾아가는 양조장사업

서해금빛열차 활용 음식테마관광상품 개발

- 코레일과 연계하여 음식관광 테마열차상품 코스를 개발하고 서해금빛열차가 통과하는 홍성, 예산, 서천 지역의 해, 수산물을 활용한 음식관광상품 개발
- 음식관광 목적지의 지역주민, 관련업체와 연계를 통하여 음식관광 상품을 통하여 지역의 음식문화를 깊이 있게 체험할 수 있도록 전문적인 여행상품으로 기획
- 철도관광 상품과 연계한 전통식품 체험 프로그램을 운영함으로써 농축수산업의 발전과 지역경제 활성화 도모

다. [산업관광] 산업관광 거점 조성

- 2012년 기준 국내 335만 여개의 사업체 중 산업관광 시행업체 수는 331개 기업 (민간기업 139개소, 공공기관 192개소)이며, 생산업무 차질과 기업기밀 보안문제로 다수의 기업에서 시행을 꺼려하거나 중단된 상태임
 - 충남에서는 공공기관 17개, 민간기업 14개 업체가 참여 중
- 충남도에는 북부권의 제조업을 중심으로 다양한 산업체가 분포하고 있으며, 일부 업체만이 견학프로그램을 제공하고 있는 실정임



산업관광센터 조성

- 충남 지역의 주요 산업에 관한 전시 및 체험 기능을 부여하여 전시, 체험, 교육 등의 활동이 가능한 산업체험관을 조성
- 북부권 지역에 우선적으로 산업관광거점지역으로 조성
 - 당진시는 2014년 문화체육관광부 산업관광육성 공모사업으로 산업관광방문자센터 조성

[표 V-3] 산업관광 활용산업 및 기능(예시)

구분	활용산업	주요기능
천안	디스플레이, 뷰티화학소재, 자동차부품	역사/기업/기술 전시, 체험, 재미, 비즈니스, 숙박 등
아산	전기전자(디스플레이, 반도체)	역사/기업/기술 전시, 체험, 재미, 비즈니스, 숙박 등
서산	화학소재, 청정에너지, 자동차부품	역사/기업/기술 전시, 체험, 재미, 교육, 판매 등
당진	철강산업	역사/인물/기업전시, 체험/교육/비즈니스

- 기업의 역사를 반영하는 장인, 창업인, 기업인, 경영인 등으로 이들이 가진 기업 성장과정과 성공 스토리 발굴
- 도내 민간기업의 자발적 참여를 위한 지원정책 발굴 및 산업관광 인식 개선을 위한 세미나 및 심포지엄 개최
 - 우수기업 인센티브, 산업관광 투자확대 규제 개선 등

K-뷰티테마파크 조성

- 화장품 전용산업단지조성 및 공장설립으로 제조시설, 원료재배, 쇼핑, 체험활동, 관광이 가능한 화장품 전용단지인 '뷰티 테마파크' 조성
- 산업단지와 연계한 뷰티 관련 관광 상품 개발, 2014 ~ 2017, 1428억원(396,000㎡)



자료 : <https://www.google.co.kr>

[그림 V-16] 천안 K-뷰티테마파크 조감도

놀이식 학습(Edutainment) 산업관광 상품 개발

- 산업관광 선진국처럼 관광객의 참여와 흥미를 유발하는 체험상품 및 프로그램 마련
- 지역자원과 산업관광자원을 연계한 체험상품프로그램(스토리텔링, 축제 등) 개발 하고 청소년 및 가족 등 다양한 표적시장에 부합한 콘텐츠 발굴

- 제품구매와 연계될 수 있는 기념품 개발 및 판매·수익시설 설치

라. [안보관광] 안보테마 관광상품 개발

- 젊은층의 軍입대에 대한 두려움 해소, 기성세대의 논산훈련소에 대한 이미지 개선, 국내외 관광객 유치를 위해 「충남형 안보관광 新상품」 개발

안보체험장 조성

- 안보체험교육장은 국방도시의 이미지를 부각시키고 안보의 중요성을 널리 알리고자, 병영체험장 내에 군(軍)의 노후 장비·무기를 이전 전시하는 안보체험장을 조성함
- 병영 캠핑장, 편의시설(화장실 등) 조성(계룡시 신도안면 석계리 일원(96,367㎡)) 및 육군본부와 연계한 1박 2일 병영체험장 운영, 계룡대 나라사랑 안보투어와 연계하여 병영캠프 운영



자료 : <https://www.google.co.kr>

[그림 V-17] 계룡 안보체험교육장 조감도

논산-계룡 연계 안보관광 프로그램 개발

- 논산훈련도 면회제도 부활에 따른 체험 및 추억 등의 관광수요에 대응하여 논산 육군훈련소 및 계룡대 안보투어의 연계 필요
- 논산 훈련소 이미지에 어울리는 충남형 안보관광 新상품 구상 훈련소 방문객만을 위한 주변 관광지와 연계된 관광상품 개발
- 훈련소와 체험장을 연계하여 1박 2일 상품으로 구성하고, 군대에 대한 추억을 바탕으로 한 중장년층과 중고등학생 체험 프로그램으로 다각화함
- 자랑스런 軍입대 기념과 추억의 훈련소 방문 기념품을 개발하고 함상공원, 해미읍성 등 인근 유명 안보 관광지와 연계 코스개발



2) 지역밀착형 관광상품 개발

(1) 사업의 배경 및 목적

- 지역의 문화관광자원을 활용하고 지역 주민이 관광의 주체가 되는 지역 밀착형 관광상품의 발굴 필요
- 지역의 문화를 체험하고 특색 있는 상품의 발굴을 통한 지속가능한 지역 관광 도모

(2) 주요사업내용

가. 충남 맛지도 제작

- 음식은 여행경험 평가에서 핵심적인 영향을 미치고 있으며, 지역경제 측면에서도 직접적인 영향을 미치는 등 음식은 관광이 중요한 분야로 대두되고 있으며 또한 지역 또는 도시의 문화를 체험하게 하는 관광활동의 주된 목적으로 활용 될 만큼 음식에 대한 관심도가 높아지고 있음
- 이에 따라 관광목적 및 재방문의 측면에서 음식에 대한 대표적인 문화코드로 사용될 수 있는 충남 음식에 대한 관광적 접근이 필요함

충남 음식콘텐츠 발굴 및 맛지도 제작

- 충남 지역별 대표 맛 선정 및 음식관광자원 인벤토리 작성
 - 충남 지역별 음식 인벤토리 구축 및 시군별 음식관련 체험시설, 먹거리 특화지구, 축제, 박람회 등 다양한 자원 인벤토리 구성
 - 기존 이야기가 있는 충남의 맛 책자에 소개된 음식과 더불어 최근에 관광객이 좋아할 수 있는 접근하기 편한 음식 등도 포함함
- 음식관광코스 개발 및 주변 관광 정보 종합적 전달이 가능한 맛지도 제작 배포
- 음식관광코스 추천 및 식당 안내, 음식체험시설 등을 종합적으로 안내 받을 수 있는 충남 지역별 다이닝 플래너²¹⁾ 제작



충남 맛집 관련 책자



충남 농가맛집

[그림 V-18] 충남 맛집 관련 자료

21) 다이닝플래너는 홍콩 관광청에서 운영하는 서비스로 관광객이 체류기간, 방문지역, 선호 음식 유형 선택시 추천 식당리스트를 제공함으로써 다이닝 플랜을 설계할 수 있는 사이트임(전북발전연구원, 전라북도 음식관광 활성화 방안 연구, 2013)

음식투어 전문 업체 발굴 및 지원

- 충남을 음식으로 중심으로 음식투어 운영 여행사 및 여행커뮤니티 등 발굴 등을 통해 전문가 등의 팸투어를 지원하는 등 판촉 프로그램 개발
- 지역 경관과 결합한 음식 테마상품 및 도심의 워킹투어 코스 개발

나. 지역문화체험형 숙박지 조성

- 국민관광의 증가와 더불어 숙박관광에 대한 비중이 증가함에 따라 관광숙박객실의 수급 불균형 현상이 지속되고 있으며, 충남에서도 온천관광지 중심으로 숙박시설이 분포하고 있으나 지역 밀착형 숙박지는 부족한 편임
- 또한 외국인 관광객 모객시 숙박문제가 가장 어려운 것으로 나타났으며, 충남을 방문하는 관광객들 또한 숙박여행의 체류형 관광객보다는 경유형 관광지로서 인식하고 있음
- 이에 따라 관광객들의 숙박관광을 활성화시키고 지역에서 체류하는 시간을 확보하기 위하여 중저가 및 지역의 문화체험이 가능한 숙박시설 확보가 필요

농어촌 Stay 조성

- 농촌은 팜스테이, 어촌은 씨스테이라는 명칭으로 민박, 펜션 등 농어촌 체험과 관련한 숙박지를 조성
 - 어촌 특화민박사업인 Sea stay사업은 노후화된 어촌주거환경 개선과 공공시설에 대해 「어촌리모델링법」 제정(2014.7.15 시행)에 따라 어촌의 주거환경 개선을 위한 법적근거 하여 추진²²⁾
- 농어촌의 빈집을 활용하여 여행자들이 숙박시설로 이용할 수 있도록 리모델링 사업을 추진하며, 마을기업을 통한 조식배달 서비스 구축 등 서비스차원의 자체 B&B시스템 구축
 - B&B시스템 : 지역내 다수의 민박에 대한 조식서비스를 마을기업이 담당하고 반제품 형태의 음식 메뉴를 배달하는 서비스 제공
- 농어촌 민박앱 개발로 농어촌 관광 중 민박 B&B(Bed & Breakfast, 조식 제공이 가능한 농·어촌 민박) 구축을 통한 가치 있는 정보 제공

홈스테이 지원

- 우선적으로 기관 및 민간사회단체의 주요 국제교류행사시 홈스테이를 연계하며 활성화를 위하여 전화 동시통역서비스제공, 인지도 향상을 위한 간판제작비 및 홍보물, 개보수비용 등을 지원함
- 고등교육을 이수한 정년 퇴임자를 대상으로 도시민박업을 신청할 경우 관광서비스 교육 및 운영 매뉴얼, 서비스 물품 제공 등의 혜택을 마련(도시민박업 운영자들이 문화관광해설사로 활용할 수 있도록 문화관광해설사 교육제도 보완)
- 충남 관광정보사이트와 연계를 통한 도시민박예약통합서비스를 구축하여 지역별 홈스테이 DB를 체계화함

22) 아름다운 어촌가꾸기, 어촌특화민박, 어촌 정주환경개선의 추진과제를 통합하여 어촌리모델링사업으로 재편(해양수산부, 제2차 어촌어항발전기본계획 수정계획, 2015.7)



충남 숙박시설 인증제 가칭 “두근두근 Stay” 도입

- 충남의 소규모 숙박시설 인증 브랜드를 도입하여 숙박시설의 국제표준의 경쟁력 확보를 위해 서비스 품질에 따른 분류 및 인증
- 충남의 대표관광지에 인접한 숙박시설을 중심으로 인증 유도
- 숙박업소로 인증 받은 뒤에 지속적인 관리와 종사원 교육을 통해 외국어 서비스를 제공할 수 있는 수준까지 도달하게 되면 바로 ‘굿스테이’ 로 인증 받을 수 있는 교육시스템 도입
- 인증 숙박업소간 네트워크를 형성하며 한국관광공사의 중저가 숙박시설 인증 브랜드인 굿스테이를 참조함

다. 종가문화 관광콘텐츠 개발

고택종택 명품화 지원

- 종가를 통해 우리 문화의 숨겨진 가치와 의미를 재조명하고 충남의 문화관광 브랜드로서 관광자원화 함
- 한옥체험업으로 운영 중인 고택에 박물관 기능을 접목하여 사대부가(士大夫家)의 생활문화가 살아있는 전통문화 체험시설로 조성
- 대표 종가문화(고택, 내림음식, 세시풍속 등) 종합연구 및 연계 체험프로그램 개발 보급
- 외국손님 접대, 다국적 기업 행사 대여 등 다각적인 활용을 통해 전통 및 종가 문화관광 마케팅 강화
- 전통문화가 담긴 고택·종택 등 전통한옥과 종가음식을 연계, 문화와 이야기가 있는 음식 체험프로그램 개발 및 종가 음식 산업화를 통한 음식관광 상품화 추진
- 내림음식 전수 및 체험을 통한 종가 음식문화 전수(예 : 조음식 가옥 양주조씨 종가음식 등)과 종부의 전통이 유지되는 가옥을 중심으로 음식체험, 다례교실 운영

고택 및 종가 숙박시설 개발

- 지역내 전통 주거양식의 고택 및 종가를 숙박시설로 개발하되 관광객 편의시설을 보완하여 숙박이라는 측면보다 삶과 문화를 체험할 수 있도록 관광자원화
- 종가문화체험숙박 네트워크 구축을 통해 관광객의 예약 편의성 증진 및 활용성 제고

[표 V-4] 충남내 고택(대표자원)

구분	위치	객실
외암민속마을	아산시 송악면 외암리 84	독채 14채와 마을회관
명재고택	논산시 노성면 교촌리 306	7개의 객실 (독채 ~ 10인실)
이광명 고택	보령시 주산면 삼곡리 830	4개의 객실
임동일고택	청양군 화성면 화암리 222	8개의 객실
임영기고택	청양군 화성면 기덕리 322	2개의 객실
임승팔고택	청양군 화성면 기덕리 323	6개의 객실
조음식 가옥	홍성군 장곡면 산성리	6개 객실

라. 지역문화관광자원화 사업

- 관광은 지역주민의 참여 및 편익소외 등 지역사회에 미치는 부정적 영향에 대한 비판으로 공정여행 및 공정관광의 움직임이 형성됨
- 지역문화는 지역에서 가장 중요한 고부가가치 산업의 기능뿐만아니라 지역의 관광이미지를 형성하는데 가장 중요한 역할을 하며, 문화콘텐츠 발굴을 통한 지역공간의 관광자원화가 가능함
- 충남관광의 지속적 성장을 위하여 충남지역과 연계된 문화관광자원화 사업을 통해 도민 모두가 행복한 관광지로서의 경쟁력을 도모함

문화예술관광자원발굴

- 시민과 예술인들에게 다양한 문화·예술 공간을 제공하여 삶의 질을 향상시키고 문화향유 욕구를 충족시킬 수 있는 공간이 요구됨에 따라 주변의 관광지와 연계한 예술과 교육, 체험, 관광이 융합된 고부가가치의 문화예술 관광자원을 발굴함
- 서산창작예술촌 등을 중심으로 예술마을, 예술교육센터 등을 특화하여 예술 관광 거점을 지역의 도시재생차원에서 조성함
- 내포신도시에 조성된 독스빌리지를 중심으로 영화와 예술가 등이 활동 및 거주할수 있는 예술마을을 조성하여, 문화를 생산, 전시, 판매할수 있는 생태계를 조성함
- 또한 지역의 게스트하우스조성시 예술가레지던시와 결합하여 예술관광객을 위한 숙박시설을 조성하여 지역의 차별화된 숙박시설로 조성

아트투어프로그램 육성

- 지역자원과 지역의 예술가를 연계한 관광상품으로 한국관광공사 창조관광사업으로 선정되어 예술더하기 여행프로그램이 운영됨
- 충남의 판소리, 춤 등 지역의 예술자원을 활용한 여행상품을 기획하고 주제에 따라 당일, 1박2일, 2박3일 등 일정에 따라 다양하게 구성함
- 도한 지역의 문화예술가의 안내와 해설 및 체험서비스를 제공하는 예술관광해설사를 육성하여 보다 나은 관광서비스를 제공함
- 지역 문화예술을 관광상품으로 개발하고 예술관광과 관련된 교육프로그램 개발 및 운영 등의 전문인력을 양성



3) 느림 관광상품 개발

(1) 사업의 배경 및 목적

- 걷기 열풍의 사회적 분위기를 수용하고 지역의 이야기가 반영된 길 발굴 등으로 수요자 취향에 적합한 자연 관광자원을 발굴하고자 지자체별로 느림 관광상품을 개발 중에 있음
- 그 중 지역내 분포되어 있는 자연, 문화자원을 하나의 트레킹 코스로 연결하여 관광객의 접근성 및 이동성의 편의를 증진하고자 각 지역별로 길 사업에 초점을 맞추고 있음
- 충청남도는 솔바람길, 내포문화숲길, 천주교순례길 등 다양한 길 조성사업과 지역 명사와 함께 걷는 길 등의 특화된 길 사업을 진행 중에 있음

(2) 주요사업내용

가. 테마가 있는 문화길 조성

- 테마가 있는 길 조성으로 체류형 관광객 유치 및 주민 소득창출 등의 높은 경제적 파급효과를 나타냄에 따라 테마가 있는 길은 길의 조성 및 유지관리에 필요한 가이드라인을 제시하고 물리적 조성을 최소화 하며, 지역의 특화된 주제 발굴을 통해 지역의 관광자원으로서 경쟁력을 갖도록 함

동아시아 문명 교류길 조성

- 백제역사문화 속에서 중국과 백제, 일본을 잇는 문명 교류 흔적을 찾아가는 탐방로 구상(중국요서, 산둥- 충남 공주, 부여- 일본 대마도 규슈를 연결)
- 한중일 종교적 성지순례 탐방로 구상 및 연계
 - 천주교, 불교(원효대사), 유교, 도교문화답사 탐방로 등

역사문화둘레길 조성

- 애국선열들의 정신, 사적지, 발자취 등을 테마화 한 기반둘레길 조성함천안 호국충절관광벨트화사업 등을 통해 독립기념관, 이동녕선생기념관, 박문수어사와 관련된 길을 조성함

문학과 함께 걷는 길 조성

- 충남 출신 문학과 관련된 문학과 함께 걷는 길 조성하며 논산 박범신, 청양군 김소월, 공주 나태주 등 지역의 문학명사와 관련된 문학과 함께걷는 테마길 조성
- 시가 있는 길, 노래가 있는 길 등 문학과 관련된 지역별 테마 부여

지역별 골목길 재생

- 보령대천항 골목길, 공주 제민천 골목길, 서천판교마을 등 오래되었지만 지역의 특색을 반영한 관광지 조성
- 인위적인 건물 등의 조성보다는 현재의 건물과 특성을 유지할 수 있는 보존 및 홍보마케팅 방안 제시

나. 둘레길 모빌리티 시스템 구축

- 최근 걷기 및 자전거 등에 대한 관심이 높아지면서 충남뿐만 아니라 전국에서도 트레킹 및 자전거 길이 조성되었으며, 충남의 대표적인 걷는 길로는 '솔향기길' 이 대표적임
- 그러나 길과 관련되어 중앙부처와 충청남도, 각 시군에서 길을 조성하고 관리함에 따라 사업의 중복추진 및 안내상의 혼란을 초래하고 있음
- 문화체육관광부는 걷기여행과 자전거, 카누, 카약 등 레포츠 관광과 융복합 관광에 대한 다양한 수요를 충족시킬 수 있는 친환경 여행정보 네트워크시스템인 코리아 모빌리티 시스템을 구축하였음

모빌리티 시스템 모델 구축

- 트레킹, 하이킹, 사이클링, 산악자전거, 카누 등 인간의 힘만으로 충남을 즐기는 친환경 여행 네트워크 시스템 구축
- 철도, 버스 등 대중교통과 숙박(캠핑 포함), 장비대여 등과의 연계 설계 코스 선정 및 자원 간 연계 방안 제시
- 걷기여행길 포털, 모바일 앱 등 각종 DB 통합 및 연계망 설계
- 포털 운영(앱 포함), 안내판 표준화(외국어 포함) 및 예약 서비스 등 다양한 편의 제공
- 루트를 따라 표준화된 표지판 설치, 레스토랑이나 등 휴게편의시설 조성

트레블트레이너 프로그램 운영

- 스위스관광청은 스위스 여행에 막연한 두려움을 갖고 있는 여행객을 위한 트레블 트레이너(Travel Trainer) 프로그램도 운영하고 있으며, 이들은 트레블 트레이너는 여행객들의 단순한 길 안내 역할만을 수행하는 것이 아니라 여행객의 건강 상태를 진단해주고, 수준에 맞는 맞춤형 하이킹을 도와주는 전문가임
- 충청남도는 내포문화숲길의 길동무프로그램에 트레블트레이너 프로그램 교육을 통해 길 여행객에 적합한 길 안내 및 스토리텔러로 육성

다. 야생화마을 및 들꽃트레킹 루트 개발

- 제2차 관광진흥확대회의에서는 야생화를 관광자원화하는 방안이 논의됨에 따라 야생화 자생지 명소 선정, 야생화를 활용한 농·산촌마을 경관 가꾸기 등과 함께 야생화 군락지나 탐방로를 관광지로 조성하거나 기존의 관광자원과 연계한 야생화 단지를 조성하고, 좀 더 유익한 관광을 위해 전문해설사를 양성하는 등의 노력을 하고 있음

야생화마을 조성

- 여행길 주변 마을 중심공간의 경관 개선과 야생화 재배단지, 체험콘텐츠 개발, 관련 상품 개발 등 마을주민의 소득창출, 주민공동체 강화로 사람과 길, 들꽃이 만나 펼쳐지는 '야생화 특화체험형 생태문화공간' 조성
- 4계절 지역특화 야생화 식재, 해설사 양성 및 스토리텔링 발굴, 마을공간 내 야생화



조경을 통해 생활속 향유기반 마련, 야생화 정원문화 등 지역특화 야생화 콘텐츠를 강화

들꽃트레킹 코스 조성

- 여행길 주요 구간에 들꽃을 심고 가꾸며, 탐방로 마을화단 조성, 들꽃 군락지 조성, 홍주성역사관 옥상 하늘정원 조성, 들꽃 재배단지 육성, 체험 프로그램 및 들꽃 해설사 양성, 홍보마케팅
 - 홍성군의 홍주 천년 여행길에 야생화 단지를 조성하여 문화유산과 스토리가 그대로 묻어 있는 문화생태탐방로를 조성하였음
- 신두리 사구의 두웅습지 일대에 5월말부터 피기 시작해 6~7월경 절정을 이루다가 여름이 끝나갈 무렵은 열매를 맺는 이곳 해당화는 주변의 신록과 어우러진 해당화 군락지가 위치함에 따라 수백여 종의 희귀야생 동·식물이 서식하고 있는 지역을 중심으로 들꽃 트레킹 코스 조성

라. 충남형 관광교통수단의 확보

- 최근 들어 관광지의 관광교통수단은 이동수단으로서의 편리성뿐만 아니라 등산열차, 관광케이블카, 우마차 등 다양한 형태의 교통수단이 활용되면서 교통수단 그 자체가 관광자원으로서의 역할을 수행하고 있음
- 관광교통수단을 지역의 특화 관광상품으로 발전 시켜 지역이 가지고 있는 자연 관광자원과 연계, 관광객의 지역 유인력을 증대시키고 관광지의 매력을 높이는 수단으로 활용함

쉐어링서비스 활성화

- 기차나 버스 등 대중교통을 이용하는 관광객을 대상으로 자동차 및 자전거 등의 쉐어링 서비스 활성화
- 공공기관의 카 쉐어링서비스는 민간기업자와 협약을 통하여 추진하거나 자체적으로 서비스를 제공함(서울, 인천, 수원)
 - 충남에서는 아산 온양온천역에서 코레일 네트워크의 유카를 활용할 수 있음
- 카셰어링 서비스를 대중교통수단의 보조수단으로 보고 비영리로 운영하여 복합 수단의 시행 효과를 기대하는 것이 카셰어링의 확산에 일조 필요

이색교통수단 관광자원화

- 광역셔틀버스나 철도를 이용하려는 관광객들이 관광중심지와 그 주변지역에서 숙박과 음식, 쇼핑 등을 위해 자가용이 아닌 지역내 버스나 택시 등을 쉽게 이용하게끔 하는 교통시스템이 필요
- 또한 자전거 인력거, 마차투어, 세그웨이, 전동보드, 삼륜택시 등 유명 관광지를 대상으로 이색교통수단 도입
- 금강과 서해바다 등에서 활용 가능한 수륙양용차량 등으로 관광상품화
- 관광교통수단 간 연계상품 개발지원을 통해 체험관광 편의성 제고

4) 대표축제 및 이벤트 육성

(1) 사업의 배경 및 목적

- 성장가능성 있는 지역축제를 유형별 선택과 집중 지원을 통해 지역의 문화관광 발전을 도모하고 세계적으로 경쟁력 있는 축제로 육성함
- 지역향토축제의 질적 향상 및 축제의 중장기적인 발전방안을 모색하기 위해 지역의 대표축제 및 이벤트를 육성함
- 충청남도를 대표할 수 있는 축제를 집중 육성하고 이를 통해 관광객의 관심을 집중시키고 유입의 기회로 활용함

(2) 주요사업내용

가. 메가이벤트 육성

- 메가이벤트는 일반적으로 방문객 수가 최소 100만 명 이상이 되고, 미디어를 통한 시청자수가 수억 명에 이르며, 지출경비가 수천 억 원대에 이르는 대형의 국제적 인지도와 명성을 지니고 있는 이벤트로 지역경제 파급효과의 정도가 높음
- 충남은 안면도꽃박람회, 금산세계인삼엑스포, 세계대백제전, 천안국제월빙식품엑스포 등 자연, 역사, 식품 등 다양한 부문에서 메가이벤트를 개최한바 있음
- 충남이 보유하고 있는 다양한 무형문화, 생태, 산업, 해양과 화훼, 농업 등의 자원 가치를 높이고, 지역의 균형발전 도모
- 정기메가이벤트와 비정기 메가이벤트로 구분하여 추진하며 지역적 균형배분을 고려한 개최대상지의 선정
- 정기이벤트는 5-6년을 주기로 개최하며 백제문화제, 금산인삼엑스포, 보령머드축제, 천안흥타령춤축제 등을 정기적으로 개최함
- 비정기 이벤트는 산업박람회 형태의 엑스포 또는 박람회를 충남이 보유한 산업 자원의 가치를 고려하여 엑스포 또는 박람회 형태로 개최함

구분	축제명	장소	비고
2016년	2016 대한민국온천대축제	예산	
2017년	2017 금산세계인삼엑스포	금산군	
2018년	천안흥타령춤축제	천안	
2019년	제65회 백제문화제	공주·부여	
2020년	2020 계룡세계군문화축전	계룡시	
2022년	보령머드축제	보령	
2023년	[가칭]서천 생태관광축제	서천군	
2023년	내포인류무형문화대전	홍성·예산	
2024년	세계해양스포츠포츠&Seafood Fair	보령·태안	
2024년	제70회 백제문화제	공주·부여	백제역사유적 유네스코 등재 10주년
2025년	당진철강자동차 국제박람회	당진	

자료 : 충청남도 내부자료



- 중장기적 메가 이벤트 육성을 통해 지역향토축제의 질적 향상 및 중장기적 축제를 육성하여 국가적, 세계적 관심을 집중시키고 관광객의 유입의 기회로 활용하고자 함

나. 지역 유망축제 컨설팅

- 문화 및 지역고유성, 정체성을 위한 자원발굴로 축제에 대한 관심이 높아지고 있으며 지역별로 전통적 특성과 고유성을 유지할 수 있는 자원으로서 축제 컨설팅이 필요
- 지역의 역사, 문화, 예술과 특화 자원 등에 기반한 경쟁력 있는 주민 주도형 축제 육성을 위한 멘토제 운영 및 현장평가
- 주민주도가 아닌 행정의존 축제로 지역의 특성과 정체성을 반영하지 않는 소규모 유사축제에 대한 통폐합 추진
- 충청남도 축제위원회의 평가체계 강화를 통해 유사테마축제, 개최시기 및 지리적으로 인접한 축제에 대한 통폐합 등을 추진함

다. 상설 및 야간 프로그램 발굴 지원

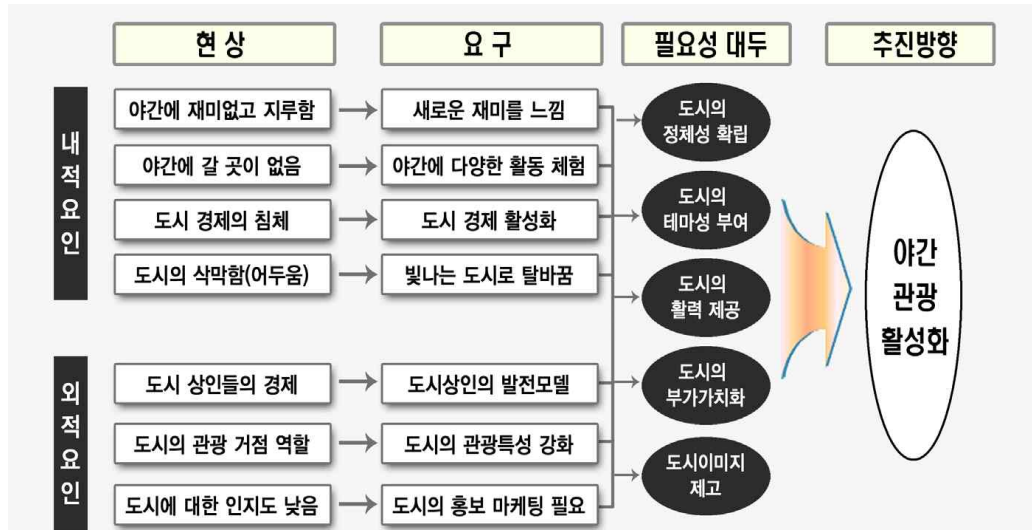
지역별 콘텐츠 발굴 및 상설프로그램 개최

- 전통문화공연예술체험 행사 등을 상설 관광 프로그램으로 개발하여 관광객에 볼거리 제공 및 지역경제 활성화
- 지역축제 및 행사, 여행상품 등 연계 공연프로그램 추진하며 장기적으로 문화체육관광부의 상설문화관광프로그램 사업으로 지원 및 운영
- 문화예술행사로 결성농요 및 금산물떼기농요, 안섬풍어당굿, 황도봉기풍어제, 온양행궁 등의 정기적 시연을 통한 상설 운영 공연
- 부여와 공주 등 백제유적지구는 백제기악 미마지탈춤 등 백제시대의 전통적인 원형공연 및 놀이를 통한 이벤트 발굴하고 새로운 테마공연을 제안해 콘텐츠를 발굴 및 자연스러운 예술문화공연의 자발적분위기를 조성

야간관광 프로그램 개발 및 활성화

- 다양한 방문지의 관광활동에 참여하는 관광객 증가에 따라 야간관광 프로그램 등을 통해 체류객의 소비를 유도하고 관광경쟁력을 확보함
- 충남 야간경관 10선 선정
 - 용봉산 내포신도시 야경, 당진 철강산업도시 야경 등 지역의 아름다운 야간경관 대표 관광지 선정
 - 야경 사진찍기 좋은 곳 선정 및 아름다운 야경 드라이브코스 조성
- 야간관광상품 개발 및 가이드북 제작
 - 북부권 제조업 공장을 대상으로 [공장 야경버스 투어], 백제유적지구의 [별빛달빛 백제 기행] 등 지역의 특색을 반영한 프로그램 개발

- 자연경관을 이용한 실경공연을 구상하여 공간을 재해석하고 활용도를 높임
- 야간관광 가이드북 제작 배포
- 야간관광크루즈 투어 코스 개발
 - 서해안의 관광유람선을 활용해 1시간 정도 소요되는 관광코스로 구성
 - 예 : 서해대교를 중심으로 행담도 등을 코스로 하여 멋진 야경을 볼거리로 제공



자료 : 지방도시 발전에 있어서 관광의 역할 정립 방안(2008)

[그림 V-19] 야간관광도입의 필요성

라. 지역전설 스토리텔링을 통한 명소 육성

- 전통문화유산의 재발견 및 새로운 가치창출을 통해 관광자원으로서의 경쟁력을 확보하며 마을별, 지역별로 이야기를 체계적으로 발굴하여 관광자원화 할 수 있는 아카이브 구축
- 마을별, 지역별 스토리를 관광객의 관심을 유도하도록 재구성, 재현극, 전시, 이벤트 등으로 활용함
- 여행작가, 여행전문기가, 전문해설사, 블로거 등으로 코스개발위원회를 구성하여 코스를 설정하고 답사 등을 통해 검증함
- 지역별 스토리텔러를 육성하여 지역의 생활상을 체험할 수 있는 경험을 제공



3. 따뜻한 환대서비스

정책방향

- 관광목적지로서 지속적인 관광객 유치를 증대하고 관광만족도 및 재방문율을 높일 수 있는 관광서비스 및 품질 관리
- 충남 관광산업의 활성화와 경쟁력 강화차원에서 고용창출 및 창의적 인재육성
- 충남의 관광 정책 입안 및 민자유치 확대를 위한 민, 관, 학, 연 등의 다양한 거버넌스 체계 구축

정책목표

- 내국인 관광객의 만족도 제고 및 재방문 유도를 위한 품질 관리 및 인프라 정비
- 외래관광객의 지속적 증대를 위한 관광수용태세 선진화
- 관광산업의 경쟁력 강화를 위한 창의적 인재 육성
- 관광정책의 효율적 입안 및 수행을 위한 관광 거버넌스 구축

추진전략

- 충남 관광서비스 품질 제고
- 관광수용태세 선진화
- 창의적 관광인재 육성
- 충남형 관광거버넌스 구축



1) 충남관광서비스 품질 제고

(1) 사업의 배경 및 목적

- 지역간 관광개발사업이 치열해지고 마케팅 수단이 활발해짐에 따라 관광서비스에 대한 차별화가 관광만족도를 결정짓는 주요 요인으로 작용하고 있음
- 충청남도는 관광목적지 3위임에도 불구하고 관광지에 대한 만족도는 개인 8위, 가족 10위 정도로 낮게 평가되고 있으며, 이는 관광서비스 품질과도 밀접한 관련이 있음
- 이에 따라 관광접점 종사자의 관광수용태세 혁신을 바탕으로 한 관광만족도 향상 노력 필요하며 충남 관광 만족도 및 재방문 제고를 위한 고품격 관광서비스를 실현함

(2) 사업의 주요내용

가. 관광서비스 아카데미 운영

관광서비스 아카데미 운영

- 관광서비스 특화과정, 글로벌 관광서비스 과정으로 세분화하여 각 분야별 표준화된 서비스 매뉴얼과 콘텐츠의 제작 및 확산하고 시군 지자체, 유관기관과 연계하여 찾아가는 환대서비스 교육 및 컨설팅 실시
- 관광담당 공무원의 기획 및 개발, 마케팅 역량이 지역관광의 경쟁력을 좌우, 공무원들의 관광역량 제고를 위한 교육과정개발, 관련 정보 제공, 네트워크 구축
- 관광아카데미, 주기적 설명회 및 교육훈련 등을 통해 담당 공무원의 역량 강화와 인식 개선 추진

찾아가는 관광서비스 아카데미

- 관광객과의 접촉이 많은 관광업계 각 접점별 종사자들이 알맞은 환대 서비스를 제공할 수 있도록 찾아가는 종사자 서비스 교육을 실시
- 음식, 숙박업소 관광지 등 현장맞춤형 강의 및 실전교육을 진행
- 주민 주도적자발적으로 다시 찾고 싶은 관광지역 만들기(서비스 마인드, 바가지요금 철폐 등) 교육 프로그램 운영 지원
- 교육내용 : 고객응대 마인드, 표정관리, 응대화법, 공감경청, 이미지메이킹 등

“백제의 미소” 캠페인 전개

- 빛이 비치는 방향에 따라 세 불상의 미소 짓는 모습이 각기 달라 ‘백제의 미소’ 라는 애칭으로 우리에게 널리 알려져 있으며, 충남인들의 푸근한 미소와 닮아있어 이를 서비스 측면에서 “백제의 미소” 캠페인을 전개함
- 충남을 방문하는 외래관광객을 친절하게 맞이하고 관광객에 대한 환대분위기 조성 및 범국민 친절문화 확산을 목적으로 추진
- 문화체육관광부의 ‘케이 스마일(K-Smile) 캠페인’ 과 연계하여 지원하며, 충남관광협회, 관광협회 중앙회 등과 연계하여 진행함



나. 관광서비스 품질 인증제 도입

통합적 관광품질 인증제

- 충남관광은 양적성장에 비해 서비스의 질적 관리 및 신뢰성 있는 정보제공의 체계화는 미흡한 상황으로 이에 충남 관광서비스의 질적 성장을 도모하고 관광사업체의 서비스 품질 향상을 위해 충남실정에 맞는 품질 등급제를 마련하고자 함
- 관광서비스 품질 계획 수립은 각 분야에 해당하는 서비스 품질의 서비스사전 점검, 공통 서비스 이행표준, 개별 서비스 이행표준, 상황별 응대요령, 서비스 자가 점검 등을 수립함
- 또한 관광산업 인적자원의 교육훈련 과정 체계화를 통해 직물 단계별 교육이수과정 유도로 관광종사원 육성

관광품질 관리 및 서비스 매뉴얼 제작

- 서비스기본자세, 외국어 인사말 등의 기본서비스 및 숙박업, 여행업, 기념품판매업, 식당업 등 업종별로 관광객들에게 서비스를 제공할 경우 사례별 고객 대응 방법 등이 수록된 매뉴얼 제작(재) 한국방문위원회 현대 서비스 실천 매뉴얼 E-book 참조)

관광품질 모니터링제 운영

- 모니터요원 현장방문 1:1 인터뷰 실시 및 전화 모니터링 등
- 친절도 모니터링 및 방문고객 인터뷰 실시, 성과분석 및 평가, 베스트 친절업소 선정 등
- 관광서비스 품질 인증제는 충남 관광사업체의 경쟁력을 강화하고 관광사업체의 지속적인 서비스 향상을 도모함

다. 충남 관광실태조사 및 통계 구축

충남 관광 실태조사

- 충청남도를 방문한 관광객의 여행실태, 소비실태 및 여행 만족도 등의 평가를 통해 충남 여행의 성향을 파악하고 변화추이를 비교분석함으로써 관광객 성향에 따른 유치방향을 제시하며 관광수용태세 개선 등 관광정책 수립의 기초 자료로 활용함
 - 부산, 경기, 강원, 경남, 전북 등 타지자체에서는 실태조사를 지속적으로 추진하고 있으며, 이를 기초자료로 지역의 관광 특성을 분석하고 있음
- 충남 주요 관광지과 지역 분배를 통해 내외국 방문객을 대상으로 충청남도에 대한 인식, 여행준비과정, 여행기간중 방문지, 만족도, 재방문 여부 등을 포함하여 분기별 조사 실시
- 산출자료를 바탕으로 충남관광의 단기 및 중장기 정책 수립, 시군연계코스 개발, 관광수용태세 개선 등의 기초자료로 활용

충남관광통계 DB구축

- 전국 주요 관광지의 관광객 방문현황을 집계하여 향후 관광객 수요를 추정하거나 소요 관광시설 판단에 기초하여 관광객 수용능력 판단 및 관광자원 개발계획 수립시 효율적인 관광지 관리운영에 활용
- 국가 관광통계와 별도로 시군별 주요관광지점별 관광객 통계를 집계하여 DB화
- 향후 관광 수요에 대처하기 위한 각종 관광정책의 수립 및 민간 부문의 관광사업 시행시, 신뢰성 있고 시의적절한 통계자료를 제공

라. 충남관광불편신고센터 확대 운영

관광불편신고센터 확대 운영

- 특별시장·특별자치도지사·광역시장·도지사 및 한국관광공사사장은 관광불편신고센터를 설치·운영[「관광불편신고센터 운영에 관한 규정」(문화체육관광부훈령 제183호, 2012. 11. 23. 발령·시행) 제3조제1항 본문]하여야 함
- 관광불편센터 확대설치를 통한 불편사항의 즉각적인 처리를 하고 관광정보 및 관광불만사례를 공유하는 커뮤니티 활성화를 통해 관광객 불편사항 서비스 개선

[표 V-5] 관광불편신고 유형별 접수현황(2011-2014년)

유형	2011년		2012년		2013년		2014년		
	건수	비중	건수	비중	건수	비중	건수	비중	
불편사항	쇼핑	254	26.9	324	31.6	337	32.8	320	30.2
	택시	108	11.4	118	11.5	152	14.8	131	12.4
	숙박	101	10.7	86	8.4	95	9.2	118	11.1
	여행사	156	16.5	137	13.4	121	11.8	99	9.3
	공항 및 항공	49	5.2	64	6.3	65	6.3	70	6.6
	음식점	41	4.3	45	4.4	58	5.6	55	5.2
	분실 및 도난	37	3.9	61	6	35	3.4	42	4.0
	철도 및 선박	35	3.7	28	2.7	23	2.2	35	3.3
	관광종사원	36	3.8	32	3.1	32	3.1	30	2.8
	버스	31	3.3	27	2.6	9	0.9	29	2.7
	콜벤	24	2.5	22	2.1	6	0.6	5	0.5
	안내표지판	4	0.4	6	0.6	7	0.7	2	0.2
	기타	68	7.2	74	7.2	89	8.6	124	11.7
소계	944		1024		1029		1060		
불편외 사항	감사내용	77		69		78		94	
계	1021	100	1093	100	1107	100	1154	100	

자료 : 한국관광공사, 2014 관광불편신고 종합 분석서, 2015

- 관광객의 불편사항을 직접 해결해주고 여론을 수렴할 수 있는 충남관광봉사단을 운영하며, 관광자원봉사단의 민간참여를 통해 관광안내의 질적기반을 개선함
- 관광봉사단은 관광통역안내와 장애인 관광 안내 등으로 세분화 하여 운영하며, 충남관광봉사단은 지역의 주요 관광지를 중심으로 관광안내소뿐 아니라 움직이는 관광안내소 현장 운영을 통해 관광객 이용 효율성을 도모함



2) 관광수용태세 선진화

(1) 사업의 배경 및 목적

- 충남 관광산업의 경쟁력을 갖추기 위해서는 관광정책의 질적 성장이 필요하며, 품질 높은 관광서비스의 제공을 통해 관광 목적지로서의 재방문으로 귀결될 수 있음
- 향후 수용태세의 분야별 지표를 구성하여 표준화된 관광 수용태세를 확립하고 집중되는 관광객을 수용할 수 있는 세부적이고 실천적인 방향 마련이 필요

(2) 사업의 주요내용

가. 관광수용태세 평가시스템 도입 운영

관광수용태세 평가시스템 구축

- 관광객을 원활히 수용하기 위해 제공되는 기본적인 시설 또는 서비스교통, 숙박, 관광 및 레저, 식당 및 음식, 관광정보, 안내, 편의시설, 치안안전, 쇼핑, 언어, 지역민의 환대 등의 객관적인 진단체계 구축으로 관광경쟁력 제고
- 관광객 수용태세 개선을 통해 내외국인 관광객의 만족도를 높이고 언어소통, 부당요금, 불친절 등의 불편사항을 해소
- 관광지 수용태세를 구성하는 기본적인 시설 및 서비스로 관광안내서비스, 관광교통서비스, 숙박 및 식음료 서비스, 관광지 서비스 등임(한국관광공사, 2008)
- 방문매력성, S/W관광역량, 방문접근성, H/W관광역량 등 항목별 평가기준 개발하고 인적자원, 관광자원, 기반시설 등 관광수용태세 컨설팅 제공(한국관광공사)

관광수용태세모니터링단 운영

- 관광수용태세 점검을 위한 모니터링단 운영
- 모니터링 요원 선발 기준 및 모집 방법 모색, 체계적인 모니터링단 관리 시스템 구축



나. 통합관광안내시스템 구축

ICT연계 스마트 관광예약시스템 구축

- 관광객의 예약편의 제고를 위해 관광 관련 공공 및 민간 분야의 온라인 예약 서비스를 한곳에서 편리하게 할 수 있는 브릿지 서비스 구축
- 관광객을 위해 다양한 관광상품 및 서비스, 콘텐츠 혜택 등을 적절하게 연계시켜

홍보마케팅 채널을 이원화하고 커뮤니케이션 효과를 증진함

- 또한 여행불편신고센터 등과의 연계기능 제공 및 여행자 보험 서비스 등으로의 연결을 통해 안전서비스 등도 구축
- 관광인프라, 콘텐츠 접근성 주변관광지 등에 대한 전반적인 정보 연계를 통한 관광 시스템 구축을 통해 관광객들에게 양질의 콘텐츠 제공을 통한 관광 편의성 도모

모바일 중심 서비스 강화

- 스마트폰과 무선 인터넷 환경에 대응한 모바일 중심 스마트 정보 제공하며 이용자의 검색 패턴에 따른 맞춤형 정보와 방문관광객의 다변화에 대비한 언어별 관광정보 제공
- 자유여행자들을 대상으로 누구나 쉽게 여행을 계획할 수 있도록 지역관광자원의 시각화를 통해 관광객들에게 제공하는 일정 만들기 시스템(웹, 모바일) 구축
- 홈페이지, 모바일 어플리케이션 및 웹 등에서 여행 정보 및 상품검색, 여행 코스 등의 플래너 기능 구현 및 모바일 앱과 웹에서 가이드북 등 관광객을 위한 관광 홍보물 디지털화

관광산업 판로지원 시스템 구축

- 지역의 관광홍보 홈페이지를 관광업계 비즈니스 장으로 개방하여 홍보비용 절감 및 판로확대 효과를 기대
- 온라인 여행상품 코너 개설로 지역관광을 연계한 관광상품 정보를 제공하고 보다 관광객의 흥미를 집중시킴

다. 스마트 관광 특구 시범 운영

- 국·내외 스마트 폰 국내 36백만명('13.12), 세계 17억명('13.12)으로 폭발적 증가 및 스마트 폰 시장이 성장하고 있으며 개별관광객 증가에 따른 온라인 관광서비스 수요가 증가하고 있음
- 스마트 관광이란 국내외 관광객에게 정보통신기술을 기반으로 실시간, 맞춤형 정보를 제공하는 것을 의미하며 충남에서도 ICT 기반 맞춤형 관광정보 제공을 통해 관광 서비스를 이용할 수 있는 기반 마련이 필요
- 여행정보, 쇼핑, 음식, 숙박 등 스마트 서비스를 체험할 수 있는 스마트 관광특구 운영(문화체육관광부 시범운영 예정)
- 관광과 쇼핑의 편의성을 높이기 위한 와이파이(WiFi) 설치 및 위치기반 관광 쇼핑 정보 서비스, 구매 및 결제 연계 서비스 등 제공
- 관광객이 많이 찾는 지역 명소와 전통시장을 중심으로 위치기반 서비스를 통해 스마트 관광정보 제공



3) 창의적 관광인재 육성

(1) 사업의 배경 및 목적

- 관광객의 지속적인 관광욕구 증가와 SNS, 스마트폰 등의 정보채널 확산에 따른 공급자의 대응능력 강화 등과 함께 서비스의 질에 대한 중요성이 강조되고 있음
- 충남의 관광인력은 문화관광해설사 양성 사업에 불과하며, 관광일자리와 관련된 정책은 미진한 실정임
- 관광객 유치와 관광 활성화로 수준 높은 관광도시로 발돋움하기 위해서는 확고한 관광 서비스 정신과 전문성을 갖춘 관광 전문인력의 육성이 필요

(2) 사업의 주요내용

가. 관광분야별 코디네이터 육성

분야별 코디네이터 육성

- 새로운 관광산업 분야의 인력수요가 증가할 것으로 전망됨에 따라 업종별 노동 시장의 변화를 예측하고 적기에 대응 할 수 있는 인력을 양성함
- 산업관광, 의료관광 등 타분야와 관광의 융합이라는 새로운 관광분야에서 분야별 코디네이터를 육성함
- 이를 통해 산업별 인재 육성의 효율성을 제고하고 지역의 관광경쟁력을 제고하기 위한 기반을 마련함

[표 V-6] 관광서비스분야 유망직업 상위리스트

1. 국제관광가이드	2. 녹색생태관광가이드	3. 의료관광코디네이터
4. 스포츠마케팅전문가	5. 국제관광마케터	6. 골프튜터
7. 국제회의전문가	8. 여행상품기획자(MD)	9. 투어컨설턴트
10. 여가전문가	11. 푸드스타일리스트	12. 호텔리어
13. 테마파크기획자	14. 한식요리사	15. 관광마케팅전문가

자료: 강순희 외 8인(2010), 고용구조 선진화를 위한 서비스산업의 일자리창출 역량제고 방안(II): 문화산업과 관광산업, 한국노동연구원, p.253.

- 관광부문 산학간 협력적 네트워크 구축을 통한 관광산업 인적자원의 수요 및 공급영역간 연계를 강화하고 인적자원의 체계적인 육성의 토대를 마련함

전문해설인력확충

- 관광가이드 자격소지자의 활동을 유발하고 전문해설 인력을 확충하기 위한 프리랜서 관광가이드를 육성하여 충남의 특화코스 개발 및 홍보가이드 역할 수행
- 충남관광홈페이지를 통하여 전문해설인력이 위치한 곳을 홍보하고 차별화된 관광 해설로 관광서비스의 질 향상 도모

나. 해외관광마케팅 전담기업 및 인재육성

해외관광마케팅 전담기업 육성

- 해외관광마케팅 업무의 효율적인 추진과 유관기관의 협력체계 강화를 위하여 시장별 관광객 유치전략 및 관광상품을 개발 판촉 할 수 있는 해외 전담 관광 마케팅 기업 및 인재를 육성함
- 기존에 중국인 단체 관광객 유치 전담여행사 뿐만 아니라 지역별로 세분화하여 핵심시장, 기타 시장 등으로 전담마케팅을 할 수 있는 기업과 MOU 체결

해외마케팅 전담 인력 양성

- 충청남도의 관광산업과의 관광마케팅팀에 해외전담마케팅 팀원을 외부공모를 통해 마케팅 전문가를 영입함
- 충남관광협회, 한국관광공사 등과 유기적인 협력을 통한 우수한 관광전문인력 양성 및 전문성 강화
- 관광우수인력 양성 교육프로그램 운영, 관광취업박람회개최, 관광특성화 대학 연계 프로그램 등의 프로그램을 제공함

다. 외국인 유학생 관광홍보대사 운영

외국인 유학생 관광홍보대사 운영

- 도내에 유학 온 외국인 유학생을 관광홍보대사로 운영하여 유학생의 본국에 충남을 홍보할 수 있는 계기로 활용함
- 도내 대학 외국인 유학생 관광홍보대사 위촉, 팸투어 초청 등 내부고객 홍보 마케팅
- 도내 대학에 재학 중인 외국인 유학생 및 가족대상의 팸투어를 실시하고 귀국 후 충남 관광 홍보 및 한국 문화 전도사 역할 기대
 - 역사와 전통을 알릴 수 있는 체험 위주의 팸투어 프로그램 운영
- 주요 활동
 - 충청남도 관광 팸투어 참여, 충청남도 주관 축제, 행사 참석
 - 충청남도 관광, 축제, 이벤트 소식 등에 대한 홍보
 - 충남 관광발전에 대한 아이디어 제안 등

팸투어_미션투어 실시

- 매년 빠르게 증가하고 있는 방한 외국인 개별관광객들이 쉽게 접근할 수 있는 충남의 새로운 관광목적지를 홍보함
- 사진촬영, 동영상, 인스타그램 실시간 인증사진 등 미션투어를 실시하고 여행 중 촬영한 사진을 온오프라인으로 전시하는 팸투어 실시
- 팸투어단은 전문사진작가, 각 지역별 참가자 모집 이벤트 당첨자, 파워블로거 등으로 다양하게 구성함



유학생 SNS 기자단 운영

- 충남관광 및 축제 등 현장활동을 취재하고 취재활동에 대한 내용을 기사로 작성하며(월 3건 이내) 주요활동으로는- 본국 및 국내 SNS-블로그 등에 게시할 포스트 기획 및 제작, 취재안건 발굴 및 블로그 홍보 아이디어 제안 등임
- 유학생 기자단은 향후 충청남도를 홍보하는 마케터로서 활용하고 인력풀 구축을 통해 지속적으로 관리함



자료 : <https://www.google.co.kr>

[그림 V-20] 충남 외국인 유학생 활동

라. 주민자원조사단²³⁾ 활동 지원

- 대부분의 관광개발 사업이 관주도로 추진됨에 따라 지역주민의 수익특화형 사업의 추진이 어려움을 겪고 있으며, 이를 극복하기 위하여 지역내 자원을 인지하고 지역주민이 참여할 수 있는 지역관광자산 기초 조사를 우선적으로 실시함
- 이와 더불어 관광의 지속가능한 발전을 위해 주민이 직접 참여하여 지역관광자원을 발굴하는 주민자원조사단을 발족하여 운영함
- 지역관광자원은 자연, 전통문화, 역사, 관광시설 등 다양한 관광자원이 포함되며, 지역 특성별로 조사범위를 권역화 하여 권역별 주민관광자원 조사단을 선발함
 - 인문학측면의 스토리텔링에 기반을 둔 자원을 조사하며 지역대학생 및 청년들의 참여를 유도하여 일자리 제공 기능을 부여
- 자원의 자료 취합 뿐만 아니라 지역별 멘토단과 함께 자원 평가과정을 통해 자원을 필터링 하고 지역에 맞는 관광자원화를 통해 사업화를 모색하고 주민자원조사단 활동이 선행된 지역을 관광두레 사업과 연계하여 시너지효과 창출

23) 문화체육관광부, 지속가능한 관광개발을 위한 핵심과제 추진 방안 연구, 2014



자료 : <https://www.google.co.kr>

[그림 V-21] (예시) 주민자원조사단

4) 충남형 관광거버넌스 구축

(1) 사업의 배경 및 목적

- 지역의 지속가능한 관광개발을 위해 지역관광거버넌스는 중요한 요인으로 부상하고 있으며, 지역주민, 지방자치단체, 관광업체, 지역전문가, 지역의 수많은 이익단체 등을 포함하여, 지역의 관광과 관련된 정책 및 제도, 계획 및 실행, 평가 등의 여러 분야에 걸쳐 끊임없는 협력과 조정이 이루어지고 있음(강신겸, 1999; Caffyn & Jobbins, 2003).
- 충남에서는 충청남도의 관광시책자문단 제도를 운영하고 있으나 보다 확대된 범위에서 관광정책의 참여와 소통을 위한 거버넌스를 구축할 필요가 있음

(2) 사업의 주요내용

가. 충남 관광포럼 운영

충남관광포럼 운영

- 충남관광시책자문단을 중심으로 미래트렌드에 대응한 새로운 관광상품 및 분야를 개발하기 위한 워킹 그룹으로 운영
- 주민, 행정, 전문가, 기업(여행사) 등이 참여하는 협의체를 구성하여 충남 지역별 현안에 대한 심도있는 논의를 통해 정책적 반영함

충남 관광민간투자유치위원회운영

- 민간투자사업은 시설의 건설 및 운영과정에서의 민간의 창의와 효율을 중시하며, 민간이 투자와 시설의 건설, 운영을 담당하는 사업임
- 관광인프라 부문에서 시설 투자는 상당부문이 민간투자에 의존할 수밖에 없으며, 안면도 관광지 개발 역시 대규모 관광개발사업의 민간 투자가가 난항을 겪는 등의 어려움이 있었음
- 충남 관광민간투자유치지원위원회의 구성은 충남관광시책자문단 및 민간여행사 대표, 대규모 투자자에 대한 DB 구축 및 각 분야별 전문가를 포함함
- 국내외 민간투자를 유치하기 위한 지원 및 평가 등을 위한 관광부문 투자유치 위원회를 설치



1. 관광 투자유치 관련 주요 정책에 대한 자문
 2. 기업 및 관련 기관 단체 방문을 통한 투자유치 활동
 3. 유치기업에 대한 평가 및 각종 지원시책의 심의
 4. 투자유치 성과금 지급에 관한 사항 심의
- 관광부문 민자유치 종합계획 수립을 통해 장기적인 민자유치 방향, 민간투자 전략지역의 선정 및 육성, 조직의 기능과 업무분장의 검토 등 다각적인 민자유치 방안 마련
 - 민자유치 백서 발간 등 민자유치에 대한 지속적인 모니터링 및 노하우 관리 필요

나. 충남 관광 사회적협동조합 육성

충남 관광사회적 협동조합 육성

- 사회적 협동조합은 해당 부처별로 인가하며, 법 시행 이후 현재까지 문화체육관광부는 총 9건의 신청 중 6건을 인가하였으나('13년 11월 기준) 관광 부분 사회적 협동조합은 미진한 실정이며 사회적 협동조합의 '비영리' 적 특성으로 인한 관광산업 영역에서 접근 상의 한계와 관광 분야에서 사회적 협동조합에 대한 정책 홍보 미흡 등을 들 수 있음²⁴⁾
- 일반 협동조합의 사업 내용을 기준으로, 여행, 숙박, 관광안내 및 정보 등 관광 분야에 해당되는 협동조합을 분류한 결과 총 72개소이며 충남에는 관광분야가 4개소 인 것으로 나타남
 - 알프스마을영농조합법인, 충남공예협동조합, 사단법인한옥체험업협회, (사)해미읍성역사 보존회, 전통예술단 혼 등이 문화, 예술, 관광, 운동 분야에서 활동 중임
- 사회적 협동조합의 영역은 복지관광, 농산어촌관광, 공정관광, 생태관광 등 다양한 정책 영역에서 접근이 가능하며 관광객의 지방 분산을 통한 지역경제 활성화, 지역관광 영역에서의 관광 일자리 창출 등 사회서비스 관점에서 협동조합의 역할이 요구됨
- 관광정책 영역에서 사회적 협동조합 모델 투입이 가능한 분야는 지역관광, 국제관광, 복지관광 등 다양한 분야이며 관광을 하는 소비자가 주체가 되어 관광자원을 찾아나가고, 지역과 함께 자원을 발굴하며, 관광정보를 공유하는 등 관광분야의 새로운 사업 발굴이 필요함
- 사회적 협동조합은 공공서비스 전달체계에서 공공사업의 민간 위탁을 위한 제도권 내에 있다는 특징이 있으므로, 관광공사 및 관련협회에서 접근하기에 한계가 있는 소규모 지역단위 사업 중심으로 추진함

24) 김현주, 안희자, 관광분야 사회적 협동조합 육성방향, 2013

[표 V-7] 관광분야 정책사업 시스템 연계 분야(예시)

사업내용	내용
관광안내소 운영대행	<ul style="list-style-type: none"> · 중앙정부 및 지자체 등 공공 영역에서 운영하고 있는 관광안내소 운영 기능을 사회적 협동조합에 위탁함으로써 관광안내서비스 품질향상 유도 · 단순한 관광안내 기능에서 탈피하여 지방관광 활성화를 위한 거점 시설로 전환
관광지 관리 운영	<ul style="list-style-type: none"> · 공공주도적으로 운영되고 있는 관광지 관리 및 운영 업무를 협동조합에 위탁함으로써 시장의 수요 변화에 대한 대응력 부족 문제 해소 · 관광분야 사회적 협동조합과 연계한 수요자 지향형, 시장 친화형 관광지 리모델링 사업 추진
관광축제 기획 및 운영	<ul style="list-style-type: none"> · 지자체 중심으로 운영 중인 문화관광축제 및 지역관광 축제의 기획 및 운영 · 업무를 관광형 사회적 협동조합에 위탁 · 관주도적 방식에서 탈피하여 수요자의 니즈를 반영한 문화관광축제 운영의 내실화 유도

자료 : 김현주, 안희자, 관광분야 사회적 협동조합 육성방향, 2013

- 관광형 사회적 협동조합의 유형화는 여행상품 개발 모델, 숙박시설모델, 지역 기반형 모델, 관광안내홍보 모델, 관광종사원의 협력적 모델, 관광객간의 협력적 모델, 금융지원 모델 등 총 7가지 형태의 관광분야 사회적 협동조합 운영모델 등에서 접근
- 충남의 경우 숙박시설 모델의 도입을 통해 대규모 관광숙박시설과 차별화되어 개별 관광객을 대상으로 숙박서비스를 제공하는 게스트하우스 및 홈스테이, 지역기반형 민박 등으로 사회적 협동조합을 육성함



[그림 V-22] 숙박시설 협동조합 운영모델

- 관광형 사회적 협동조합은 지역관광 활성화, 방한 외래관광객의 방문유도, 맞춤형 관광상품 제공을 통한 고품질화를 실현 가능



4. 매력있는 충남 마케팅

정책방향

- 충남을 여행하고 싶고 머물고 싶은 관광목적지로 마케팅하여 관광시장 수요 확대
- 기존 충남 관광객층의 관광목적지 강화 및 신규시장 발굴을 위한 차별화된 마케팅 제시
- 새로운 테마와 방식의 국내여행코스 소개 등 지속적인 정보 제공을 통한 수요자 입장의 정보제공 콘텐츠 개선

정책목표

- 국내 관광특성에 맞춘 마케팅 계획 수립 및 마케팅 수단을 활용한 효율적인 충남 관광 홍보
- 충남관광 활성화 분위기 조성 및 여행수요를 창출
- 충남의 관광지로서 대국민 홍보 정보제공을 통한 충남관광 활성화 촉진

추진전략

- 관광상품 개발
- 바이럴마케팅
- 관광안내정보 제공



1) 관광상품(Promotion)

(1) 사업의 배경 및 목적

- 우수한 충남의 관광콘텐츠 개발 및 상품 기획 등을 통해 국내외 관광객을 유치하고 충남 관광에 대한 인식제고 사업을 추진
- 관광마케팅 활동의 적극적 추진을 통해 잠재시장을 발굴하고 충남도의 우수 관광상품에 대한 관심도 및 인지도를 제고함

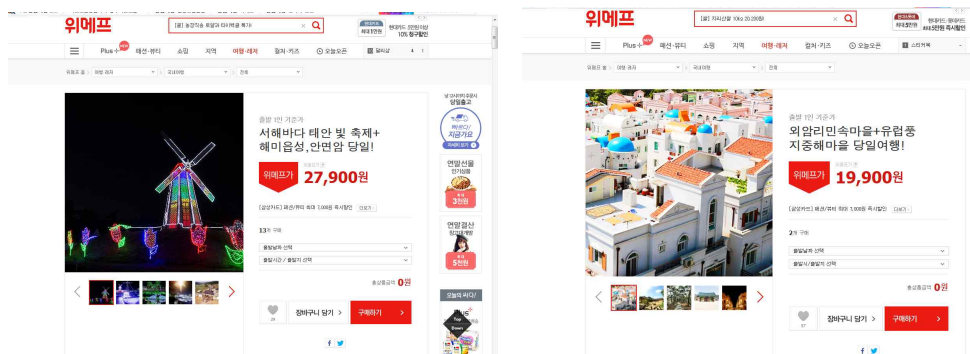
(2) 사업의 주요내용

가. 국내외 소셜커머스 충남관광상품 판매

- 공동구매 형태의 소셜커머스²⁵⁾가 여행상품의 새로운 판매처로 부상하고 있으며, 소셜커머스의 경우 85%가 실제여행으로 이루어지고 있는 것으로 나타남
- 스마트폰의 보급과 함께 관광객들의 소셜커머스를 접할 수 있는 환경이 조성됨에 따라 다양한 계층의 방문 유도가 가능함

소셜커머스 관광상품 개발

- 외국인 관광객 유치를 위해 해외 유명한 소셜커머스와 충남만의 특화된 관광상품 및 관광지 입장권 등을 연계하여 방문을 유도함
- 일반적으로 여행사에 주는 인센티브제도의 일부 예산을 소셜커머스와 연계하여 효율성을 제고함



자료 : 위메프

[그림 V-23] 소셜커머스 관광상품 판매 사례

소셜커머스와 업무 제휴

- 문화, 레저, 여행, 숙박상품 등의 관광상품을 소셜커머스와 연계를 통해 판매하며, 지역의 관광자원 홍보, 특화된 상품 개발 등으로 홍보마케팅 효과를 거양함
- 충남의 관광홈페이지와 소셜커머스 운영사이트간 온라인 연동을 구축하여 보다 많은 관광객이 충남의 관광자원을 접할 수 있는 기회를 제공

25) 소셜커머스는 소셜네트워크서비스를 활용하여 이루어지는 일종의 전자상거래로, 일정 수 이상의 구매자가 모일 경우 파격적인 할인가로 상품을 제공하는 판매방식임



- 경기도는 『2015 온라인 경기그랜드세일』을 개최하는 등 경기도 관광상품의 온라인 판로를 지원하고, 경기도 축제 및 행사 온라인 홍보, 경기관광활성화를 위한 행사 업무 제휴 등을 추진하였음

관광패키지 경매사이트 운영

- 충남관광상품을 대상으로 하는 여행사의 관광패키지를 모아 관광객이 경매에 참여하여 관광상품을 구매할 수 있는 사이트 운영
- 비슷한 유형의 관광패키지를 저렴하게 이용할 수 있도록 하고, 지역의 인기관광지 및 추천 관광지 등의 정보제공을 통해 관광상품을 홍보
- 기존 상품가격의 1/2정도부터 온라인 경매를 실시하여 참여 확대하고 회원제 운영을 통해 충남 관광과 관련한 다양한 정보를 제공함

나. 지역별 타깃별 팸투어

찾아가는 관광설명회

- 해외 현지 및 각 지자체를 방문하여 충남 관광 설명회를 개최하고 관광객 유치 활동을 전개함
- 충청남도의 주요관광지와 테마별 여행코스 등을 안내하고 충청남도 으뜸상품 소개 등의 관광상품을 홍보함
- 이를 통해 충남관광을 보다 쉽게 이해하고 자원을 널리 알림으로써 관광목적지로서 충남을 집중 부각시킬 수 있는 기회로 활용함

중점타깃시장별 팸투어 실시

- 외국인 관광객 및 국내관광객 유치를 위한 타깃별 팸투어를 실시하고 일반관광상품, 기업 인센티브, 실버문화관광, 청소년 문화관광교류 등 다양한 분야로 확대함
- 충남지역은 농촌 및 어촌체험을 특화한 팸투어를 실시하여 지자체의 유명 관광지와 지역의 먹거리를 연계한 “팸투어” 혹은 “빌리지투어”를 개최함

다. 충남 여행상품 경진대회

창조 관광상품 개발 대회

- 충남 관광산업 및 상품에 대한 관심을 제고하고 충남형 관광자원 발굴을 통한 사업화 기반 구축을 위해 창조관광상품 개발 대회 개최
- 한국관광공사와 업무협약을 통해 충남 관광자원을 소재로 하는 상품 개발, 신규 아이디어 등 관광 전반에 관한 아이템 중점 발굴
- 당선작에 대한 추가사업의 타당성 검토를 거쳐 구체화 이후 정책부문에서의 사업화를 추진함
- 대회의 지속적 개최를 통해 아이디어 DB를 구축하고 관광상품 개발 및 관광객 유치 기반을 조성

관광기념품 공모전

- 문화관광도시로서 충남의 이미지를 효과적으로 표현하고 국내외 관광객의 요구를 파악하여 우수한 관광기념품을 개발함
- 공모전을 통해 유망 관광기념품 제조업체를 발굴하고 지원하여 관광산업을 전략적으로 육성함

라. 카드사 가맹 관광지 확대

은론편페이 등 가맹지 확충

- 증가하는 중국인 관광객의 수요에 대응하기 위하여 은론편페이 및 알리페이 등의 가맹지 등의 확대를 통해 결제 인프라를 구축함
- 특히, 주요 숙박시설을 중심으로 가맹지를 확충하고 중국인 주요 쇼핑지역내 환전 편의를 위해 소재지역 은행의 환전정보를 제공하는 팸플릿을 작성·제공

카드사별 관광쿠폰 발급

- 기존 충남 관광웹진을 통해 제공되었던 충남 관광지별 관광쿠폰을 카드사와의 제휴를 통해 제공하여 충남내 주요관광명소 할인 쿠폰서비스를 제공하고 잠재고객들에게 관광지에 대한 정보를 제공하는 등 홍보수단으로 활용함
- 모바일 결제 플랫폼인 앱카드 서비스와의 제휴를 통해 할인쿠폰적용과 이용료 결제서비스를 동시에 이루어질 수 있는 시스템을 구축함



2) 바이럴마케팅(Online)

(1) 사업의 배경 및 목적

- 바이럴마케팅은 콘텐츠의 접근이 쉽고 외부에서도 쉽게 원하는 콘텐츠를 얻을 수 있도록 하는 마케팅 서비스를 의미
- 최근에는 트위터, 페이스북 등 SNS(Social Network Service)를 통한 온라인 소셜 미디어의 영향력 증대이 증대하고 인터넷과 모바일의 이용이 증가함에 따라 포스팅이나 게시글을 이용한 마케팅이 확대되고 있음

Global Online Trends 2 Key words

SNS(Social Network Service)

1인 미디어, 1인 커뮤니티, 정보 공유 등을 포괄하는 개념, 참가자가 서로에게 친구를 소개하여, 친구관계를 넓힐 것을 목적으로 개설된 커뮤니티형 웹사이트 혹은 서비스

Blog, Twitter, Facebook, YouTube etc.

Mobile Service

Smart Phone을 포함한 모든 Mobile Phone과 관련된 서비스를 말함

Mobile Web, Application etc.



- 패러다임의 변화
 - Social Networks
 - 자발적 콘텐츠 생산 → 확산
 - 공유
- 온라인 마케팅 트렌드
 - SNS 활용 저비용 고효과 마케팅
 - Facebook, Twitter 급부상



- 스마트폰 확산
 - 생활 패턴의 변화
 - 시공간 한계 초월
 - 뉴미디어로 부각

자료 : 한국관광공사, 글로벌 온라인 마케팅 실행 제안요청서, 2010

- 검색에서 공유로의 개념 변화에 따라 소셜미디어가 확대되고 있으나 감성적인 콘텐츠 마케팅보다는 정보제공형의 일방향 커뮤니케이션의 마케팅이 지속되고 있음
- 이에 따라 관광콘텐츠의 자발적인 생산, 확산, 공유가 가능한 온라인 네트워크 구축을 통해 충남관광의 홍보마케팅 방안 마련이 필요

(2) 사업의 주요내용

가. 소셜미디어 이벤트 및 모니터링

소셜미디어 이벤트 개최

- Twitter, Facebook 등 SNS의 활용을 통해 관광객과 지역의 커뮤니케이션을 확산시킬 수 있는 콘텐츠 및 이슈 양산이 필요하며 소비자가 직접 콘텐츠를 생산하고 홍보할 수 있는 이벤트를 개최함
- 충남 관광지 중 가장 가보고 싶은 관광명소와 사진을 보내는 이벤트 등을 통해

잠재 관광객의 관심을 끌고 정보를 제공함

소셜미디어 모니터링 및 성과측정

- 소셜미디어 모니터링, 소셜분석, 소셜미디어 위기관리에 대한 관심도가 점차 높아짐에 따라 SNS를 통해 자발적으로 생산확산공유되는 무수한 한국관광 콘텐츠에 대한 동향 및 키워드 변화 등 체계적인 모니터링 또한 필요성이 증대됨
- 모니터링과 프로모션 결과에 대한 성과를 측정하여 향후 마케팅 실행시 약점을 보완하고 전략을 수립할 수 있는 기초자료로 활용

나. 충남 에어비앤비 웹 구축

충남 숙박DB 구축

- 충남의 호텔, 펜션, 리조트 등 숙박지를 지역별·관광지별·숙박 종류별 등으로 재분류해 정보 수요자가 원하는 정보만을 선택·제공받을 수 있는 관광·레저 DB를 구축
- 숙박은 객실별로 특징과 구조, 시설 등을 등록할 수 있는 구조를 갖추며 숙박과 관련한 콘텐츠 구축 가이드라인 및 양식에 근거해 취재하고 데이터베이스화 함
- 에어비앤비 같은 공유서비스는 불법으로 간주되기 때문에 지역 관광특구 등을 중심으로 규제프리존(문화체육관광부 시범사업)을 설정하여 공유숙박업을 시범 도입함

3) 관광안내정보제공(infomation)

(1) 사업의 배경 및 목적

- 관광목적지를 선택하는데 있어서 관광정보는 중요한 역할을 차지하고 있으며, 인터넷등 정보통신의 발달로 인터넷과 모바일이 정보탐색의 주요 수단으로 활용되고 있음
- 특히, 스마트관광시대를 맞아 모바일 관광서비스에 대한 중요도가 점차 높아지고 있으며 지역을 홍보하고 관광객을 유인할 수 있는 충남의 관광지 및 이야기 등 맞춤형 정보제공 시스템 구축이 필요

(2) 사업의 주요내용

가. 스마트 관광안내정보시스템 구축

빅데이터 관광정보 플랫폼 구축

- 스마트폰, 소셜네트워크 서비스 등의 확산으로 인해 일반 사용자가 정보의 이용뿐 아니라 생성에까지 참여하는 프로슈머(Prosumer)의 역할까지 수행하면서 엄청난 규모의 다양한 데이터가 빠른 속도로 생산됨
- 이에 따라 관광 관련 (신용카드 매출정보, 유동인구 정보, 소셜미디어 언급량)



빅데이터 분석을 통해 사용자의 특성(성별, 연령, 방문시기등)에 적합한 맞춤형 관광정보를 제공함

- 충남을 방문하는 관광객을 대상으로 개인별 동선 분석 및 관광객 방문 빈도, 유입지 등의 원시자료의 분석을 통해 각종 이벤트 정보, 관광지 정보, 관광객 밀집 상황 등에 대한 정보서비스를 제공함
 - 맞춤형 추천 여행코스를 기반으로 자신만의 여행 스케줄을 생성함
 - 최종 확정된 여행코스를 지도를 기반으로 인쇄할 수 있음
- 또한 여행객의 불편사항 및 불만사항의 접수처리를 통해 여행불편사항의 신속한 처리 등 빅데이터를 활용하여 실시간 관광서비스를 제공함

나. 관광콘텐츠 생산

여행시뮬레이션게임개발

- 테마를 따라 도시를 이동하며, 미니게임을 플레이하고 지역의 사진을 모으는 등의 [네이버 소셜게임 여행을 가다]를 사례로 하여 충남을 여행할 수 있는 여행 시뮬레이션 게임을 개발
- 지역마다 테마를 부여하고 퀴즈 형태의 미션을 성공할 시 쿠폰 발급 등과 연계하고, 사용자가 직접 찍은 사진을 게재하는 등 쌍방이 소통하는 시뮬레이션 게임을 개발
- 또한 지자체별로 관광명소 및 관광지의 사진 등을 올리고 이야기 등을 게재함으로써 여행하고자 하는 지역의 정보를 제공함

충남여행웹툰 개발

- 충남문화산업진흥원과 연계를 통해 충남 여행에 대한 웹툰을 개발하여 여행지의 에피소드와 스토리 등을 만화로 쉽게 접할 수 있는 기회를 제공함
 - 네이버에서는 웹툰작가들의 몽골여행기를 그린 ‘한살이라도 젊을 때’ 를 연재하여 지역 여행에 대한 사람들의 흥미를 유발하는 도구로 활용함
- 충남 문화관광홈페이지에 연재를 통해 지역의 재미있는 관광지를 소개하고 흥미를 이끌 수 있는 콘텐츠로 활용함
- 지역의 역사, 문화, 예술을 중심으로 웹툰을 개발하여 관광객이 보다 충남에 쉽게 접근할 수 있고 친근감 있는 지역으로 이미지메이킹 함



자료 : 네이버웹툰, 한 살이라도 어릴 때, 2013

[그림 V-24] 여행웹툰 사례

다. 두근두근 충남 광고 개발

대학생 관광광고 공모전

- 충남 관광의 이미지를 정립하고 관광객을 유치하고자 광고를 개발하며, 충남의 아름다움을 소개하는 광고 개발로 해외 및 국내 온라인 광고 실시
- 한국관광공사에서 추진하는 대학생 관광광고대상 공모전과의 협업을 통해 충남 관광에 대한 참신한 아이디어를 발굴하고 정보를 제공할 수 있는 기회로 활용
- 지속적으로 공모전 수상 작품들을 충남 관광 광고와 연계하여 적극적으로 활용하고, 터미널, 기차역 등에서 각종 전시회를 개최하여 관광 인식을 제고함

충남관광이동식쇼룸 운영

- 고정된 소규모 공간에서 고객과 직접 체험하며 소통하던 역할을 하던 관광 팝업 스토어를 이동이 가능한 카페나 사진관, 미술관형태로 구성하여 공격적인 형태의 마케팅 전개
- 전국 주요도시에 트레일러를 이용한 이동식 쇼룸 및 팝업스토어 운영으로 관광 정보를 제공하고 지역의 공연 등을 통해 잠재 관광객의 흥미를 유발함
- 이동식쇼룸에서는 관광지에 대한 사진, 이야기, 지역의 농산어촌 체험 등과 공연을 함께 진행하여 문화행사형태로 운영함

라. 통합마케팅 커뮤니케이션 구축

- 통합마케팅커뮤니케이션(IMC)은 광고에 의해서만이 아니라 PR, 판매촉진, 인적판매 등 모든 다양한 커뮤니케이션 수단의 전략적 역할을 평가하고 메시지를 명확하고 일관성 있게 통합하여 조정·개선하는 개념임
- 여러 마케팅 수단을 통해 전달되는 관광정보 및 광고가 서로 밀접하게 관련되어 일관되는 마케팅을 하는 체계를 구축함
- 충남의 관광마케팅을 통합적으로 수행할 수 있는 전문적인 체계를 구축하며 이는 사회적기업이나 커뮤니티비즈니스체계를 구축하여 마케팅을 전개함

제6장

선도사업





1. 선도사업

1) 세계유산 관광도시 조성

사업의 배경 및 목적

- 세계문화유산으로 등재된 백제역사유적지구의 관리방향이 보존 중심에서 보존을 위한 활용으로 전환됨에 따라 창조적 활용방안에 대한 마련이 요구됨
- 세계문화유산의 보존을 통하여 지역주민의 자긍심을 회복하고 관광객의 만족도를 향상시킬 수 있는 체계적인 계획이 추진될 필요가 있음
- 또한 천년 고도로서 백제 왕도의 모습을 재현하는 고도 옛모습 가꾸기를 통한 점적인 문화재를 선으로 연결하는 고도 경관축을 조성하여 관광객의 관광활동 장소로 제공하고자 함

기본방향

- 백제문화유적의 역사적 인식 및 이미지 제고를 위한 홍보 및 양질의 콘텐츠 제공을 통한 역사관광거점으로 육성

사업개요

- 위 치 : 백제역사유적지구
- 사업기간 : 2015 ~ 2030
- 사업예산 : 72,655백만원
- 사업내용 : 백제왕도 고도 조성, 세계유산 종합관광홍보, 백제유적지구 관광패스라인 구축

사업내용

백제왕도고도조성

- 백제유적 정비 복원을 통한 백제왕도 이미지 회복 및 고품격 역사문화도시 재생
- 백제시대 재현 정림사지 복원사업, 백제유물 상품화를 통한 공예 및 공방 활성화 사업, 백제고도 야경 르네상스 프로젝트 등
- 추진주체 : 백제왕도 핵심유적 복원·정비사업 준비단(문화재청과 충남도·전라북·부여군·공주시·익산시)

백제유적지구 관광패스라인 구축

- 백제역사유적지구인 공주-부여-익산의 유적지 및 관광명소간 관광패스 시스템 구축
- 지역의 쇼핑, 음식, 숙박, 공연 등과 연계를 통한 관광상품의 가치 제고

세계유산 종합관광홍보

- 세계유산의 관광자원 이미지 고취를 위한 관광명소화 포지셔닝 및 역사와 결합한 다양한 콘텐츠 개발을 통한 관광홍보

사업명	사업내용
국내외 관광객 유치 마케팅	· 온라인 : 포털사이트 홍보, 온라인 서포터즈 운영 · 오프라인 : 인센티브제, 홍보대사, 팸투어 및 박람회 참가
콘텐츠 개발	· 스토리텔링, 증강현실앱, 관광기념품 제작
왕가의 나들이	· 백제왕가의 나들이 재현(부소산성 내)
관광여행상품 운영	· 시티투어, 명사탐방, 공주역 연계투어(교과서투어)
홍보물 제작	· 관광홍보동영상, 가이드북, 안내지도, 행정봉투 등 제작
국외TV매체 홍보	· 4개 매체(일본2, 중국1, 미국1)
홍보부스 운영	· 룰렛 돌리기 등 홍보 이벤트(롯데아울렛)
인문학콘서트	· 인지도 높은 강사를 초청하여 인문학 강의 및 공연, 백제유적지 탐방
백제문화체험장 및 스탬프 투어	· 탁본, 복식체험 등 백제문화 체험 · 모바일 스탬프(부소산성 등 10개소)

기대효과

- 백제유적 정비를 통한 위상을 확립하고 지역의 역사문화자원의 관광화로 지역의 미래가치를 높이고 관광경쟁력을 강화함

추진로드맵

사업내용	단기		중기			장기				
	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
백제왕도조성(부여군)										
백제유적 관광패스라인 구축										
세계유산 관광 종합 홍보										



2) 서해 해양관광거점조성

사업의 배경 및 목적

- 보령(원산도)~안면도 연육교 개통에 따른 원산도 및 안면도의 개발 가속화로 관광 수요의 증가가 예상됨에 따라 새로운 관광패턴을 반영한 차별화된 발전방안 요구
- 서해안의 섬과 자연경관을 활용한 특화된 해양관광거점을 구축하고 관광수요 충족 및 지역경제 활성화 도모

기본방향

- 서해안의 천혜의 자연 관광자원을 활용한 관광휴양도시 기반 조성

사업개요

- 위 치 : 보령시 원산도 일원, 태안군 안면읍
- 사업기간 : 2015 ~ 2030
- 사업예산 : 95,100백만원
- 사업내용 : 원산도 테마랜드 조성사업, 안면도 관광지 조성

사업내용

원산도 테마랜드 조성사업

- 복합휴양리조트 조성(~2030년) 및 자연휴양지 및 산책로, 자전거도로의 보행네트워크 구축 및 연계
- 연결도로, 캠핑장, 주차장, 가로등, 수산물 특화단지 등

안면도 관광지 조성

- 호텔, 콘도, 골프장, 테마파크, 기업연수마을 등의 관광지 개발
- 사업제안서 공모 방식의 민간투자

기대효과

- 증가하는 관광수요에 부응하는 관광인프라 확충으로 관광경쟁력을 제고하며, 관광객 유치 활성화의 기반 조성, 지역경제 활성화를 통한 지역주민 삶의 질 향상

추진로드맵

사업내용	단기		중기			장기				
	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
원산도 테마랜드 조성사업										
안면도 관광지 조성										

3) 유부도 동아시아 철새 생태지구 조성

사업의 배경 및 목적

- 충남의 생태서식지에 대한 생태관광 운영의 필요성이 지속적으로 대두되고 있음에 따라 철새 이동경로의 중간기착지인 서천 유부도 지역을 중심으로 서식지의 가치를 보존하고 자연자원을 유지할 수 있는 철새 생태지구 조성함

기본방향

- 멸종위기종 철새의 중간기착지인 유부도를 보전하고 생태관광 브랜드를 강화할 수 있는 생태관광지 조성

사업개요

- 위 치 : 서천군 유부도
- 사업기간 : 2018 ~ 2022
- 사업예산 : 650백만원
- 사업내용 : 철새생태지구 조성, 갯벌 도립공원 지정, 세계자연유산 등재 지원

사업내용

철새생태지구 조성

- 세계적인 조류생태관광의 거점 및 조류 생태관광객 유치에 위한 관광편의시설 조성
- 국제 철새밴딩센터 설립, 철새탐조시설 설치, 생물다양성 관리, 생태관광테마촌 등

갯벌 도립공원 지정

- 충남 갯벌 및 유부도 철새지구 갯벌 도립공원 지정 추진, 갯벌체험학습장 조성 및 갯벌체험지구 조성

세계자연유산 등재지원

- 세계유산 잠정목록 확정에 따른 2018년 등재를 목표로 등재지원, 대표적 철새 도래지로서 국제명소 조성

기대효과

- 생태관광의 메카로 자리매김하고 관광객 유치 증대 효과

추진로드맵

사업내용	단기		중기			장기				
	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
철새생태지구 조성										
갯벌도립공원 지정										
세계자연유산 등재지원										



4) 온천의료관광 클러스터 조성

사업의 배경 및 목적

- 관광행태가 다양해짐에 따라 삶의 질 향상을 추구하는 전문화된 관광상품의 요구도 함께 증가하고 있음
- 이와 더불어 전통관광산업과 결합된 새로운 분야로서 의료와 휴양, 레저 문화 등 관광활동이 결합된 의료관광을 통해 관광경쟁력을 강화함

기본방향

- 충남의 관광자원인 온천을 활용하여 의료와 융합한 휴양형 의료관광사업개발
- 온천의 의료적 효능을 알리고 온천을 활용한 의료·뷰티산업과 연계하여 국내 관광객 및 외국인 관광객을 유치

사업개요

- 위 치 : 온천의료관광클러스터 조성
- 사업기간 : 2018 ~ 2030
- 사업예산 : 20,000백만원
- 사업내용 : 온천의료관광클러스터 조성, 웰니스 의료관광생태계구축,

사업내용

온천의료관광클러스터 조성

- 아산의 온천과 관광자원을 결합한 체류형 의료관광산업 육성
- 검진, 미용, 스파,온천 등 요양 및 휴양 중심의 예방적 의료관광객 유치 및 의료관광플랫폼 구축

웰니스의료관광생태계구축

- 아토피피부염 중심의 웰니스 의료관광생태계구축
- 양방의료검사-금산한방아토피치유센터-아토피1일캠프(템플스테이) 연계 상품 개발

기대효과

- 충남 관광의 영역 및 범위를 확대시키고 관광소비자에게 폭넓은 관광상품을 제공

추진로드맵

사업내용	단기		중기			장기				
	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
온천의료관광 클러스터 조성										
테마온천프로그램 운영										
웰니스 의료관광생태계 구축										

5) 지역문화체험형 숙박지 조성

사업의 배경 및 목적

- 관광객의 소비지출 중 가장 큰 비중을 차지하고 있는 숙박비와 식음료비 등의 지출이 도시지역에 집중되면서 도·농간 관광소득 불균형 현상이 발생하고 있음
- 또한 충남의 숙박시설은 천안, 아산 등 북부권에 치우쳐 있으나 주말을 제외하고 숙박율이 떨어지고 있는 실정이며, 기존 시설 중심의 숙박에서 벗어나 독특한 서비스와 시설을 보유한 충남 고유의 숙박체계 마련이 시급함
- 이에 따라 민자유치가 필요한 대규모 숙박시설과 함께 지역의 고유한 문화를 체험할 수 있는 지역문화체험형 숙박지 조성을 통해 숙박시설의 다양화가 필요함

기본방향

- 숙박수요에 대응하고 주변 관광자원과 연계 발전할 수 있는 지역체험형 숙박시설 조성으로 다양한 유형의 숙박시설 확충

사업개요

- 위 치 : 지역문화체험형 숙박지 조성
- 사업기간 : 2016-2020년
- 사업예산 : 85,000백만원
- 사업내용 : 농어촌체험민박지조성, 고택 및 종가 숙박시설 개발, 충남숙박시설인증제도입

사업내용

충남숙박시설인증제도입

- 지역의 소규모 숙박시설인 펜션, 모텔, 여관 등 기존시설의 인프라 및 서비스를 향상시킬 수 있는 인증제 도입
- 홍콩의 QTS(Quality Tourism Service)인증을 벤치마킹하여 고객을 가장한 불시 점검인 ‘미스터리 쇼퍼 테스트’ 를 통과해야만 인증업소로 등록되거나 자격이 유지되는 등 갱신심사 등이 까다롭게 운영되도록 함
- 숙박업소로 인증 받은 뒤에 지속적인 관리와 종사원 교육을 통해 외국어 서비스를 제공할 수 있는 수준까지 도달하게 되면 바로 ‘굿스테이’ 로 인증 받을 수 있는 보육시스템 도입

농어촌체험민박지조성

- 농어촌의 빈집을 활용하여 여행자들이 숙박시설로 이용할 수 있도록 리모델링 사업 추진
- 마을기업을 활용한 B&B 시스템을 구축하며, 농어촌 민박앱 개발로 농어촌 관광 중 민박 B&B(Bed & Breakfast, 조식 제공이 가능한 농·어촌 민박) 구축을 통한 가치있는 정보 제공



고택 및 종가 숙박시설 개발

- 지역내 전통 주거양식의 고택 및 종가를 숙박시설로 개발하되 관광객 편의시설을 보완하여 숙박이라는 측면보다 삶과 문화를 체험할 수 있다는 면을 강조하여 홍보
- 문화체육관광부, 전통한옥 체험숙박시설 운영지원 「시설 개보수 및 체험프로그램 운영」 사업 지원계획을 참고하여 지원

[표 VI-1] 문화체육관광부 전통한옥 숙박시설 지원내용

구분	지원 가능한 사업	지원 불가능한 사업
시설 개보수 및 편의시설 설치	<ul style="list-style-type: none"> · 기존 한옥의 내·외부시설 개보수 · 화장실, 샤워장, 주방시설, 공동 세탁실 등 이용객 편의시설 설치 · 공사 설계도서 작성 등 설계용역비, 감리비 	<ul style="list-style-type: none"> · 식대, 간식비, 교통비, 물품구입 등 직접적인 관련이 없는 사업 · 원형이 훼손되어 증축 및 객실 확보를 위한 증축 행위 · 찜질방, 정자, 객실 등 기존 대지 안에 새로 조성(신축)하는 행위 · 문화재 복원(행랑채, 별채 등 기존 건물 복원) 행위 · 음식점 등 타 업종으로 운영 중인 시설 · 내·외부 개보수 1식 등의 사업내용 및 근거가 불명확한 사업 <p>(내역사업별 비용 총사업비의 50% 초과불가)</p>

기대효과

- 대규모 숙박시설과의 차별화된 현지생활문화 체험 및 현지인과의 상호작용을 통해 관광만족도 제고

추진로드맵

사업내용	단기		중기			장기				
	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
충남 숙박시설 인증제 도입			■							
농어촌 체험민박지 조성	■									
고택 및 종가 숙박시설 개발	■									

6) 메가이벤트 육성

사업의 배경 및 목적

- 문화 및 지역고유성, 정체성을 위한 자원발굴로 축제에 대한 관심이 높아지고 있으며 충남은 안면도꽃박람회, 금산세계인삼엑스포, 세계대백제전, 천안국제웰빙식품엑스포 등 자연, 역사, 식품 등 다양한 부문에서 메가이벤트를 개최한바 있음
- 중장기적 메가 이벤트 육성을 통해 지역향토축제의 질적 향상 및 중장기적 축제를 육성하여 국가적, 세계적 관심을 집중시키고 관광객의 유입의 기회로 활용하고자 함

기본방향

- 경쟁력 있는 지역축제를 국가차원의 메가이벤트로 전환하기 위한 추진기반을 마련하고 충청남도과 시군, 국가의 기능 분담을 통해 업무의 효율성을 제고
- 공공주도 및 민간주도형으로 구분하여 추진

사업개요

- 사업기간 : 2016-2025년
- 사업예산 : 100,000백만원
- 사업내용 : 대표축제 및 메가이벤트 육성

사업내용

메가이벤트 육성

- 정기 메가이벤트와 비정기 메가이벤트로 구분하여 추진하며, 지역적 균형배분을 고려한 대상지 선정

구분	축제명	개최장소	비고
2016년	2016 대한민국온천대축제	예산	
2017년	2017 금산세계인삼엑스포	금산군	
2018년	천안흥타령춤축제	천안	
2019년	제65회 백제문화제	공주·부여	
2020년	2020 계룡세계군문화축전	계룡시	
2022년	보령머드축제	보령	
2023년	[가칭]서천 생태관광교류전	서천군	
2023년	내포인류무형문화대전	홍성·예산	
2024년	세계해양스포츠&Seafood Fair	보령·태안	
2024년	제70회 백제문화제	공주·부여	백제역사유적 유네스코 등재 10주년
2025년	당진철강자동차 국제박람회	당진	



충남대표축제 육성

- 보령머드축제와 금산인삼축제, 백제문화제 등의 독립된 축제 홈페이지 구축, 언어권별 홍보자료 제작 및 홍보, 해외 축제 설명회 공동 개최, 축제와 인근 관광명소를 연계한 공동 홍보
- 충남축제육성위원회와 더불어 충남축제 참관단 구성을 통한 다양한 의견 수렴을 통한 대표축제 육성

기대효과

- 충남이 보유하고 있는 다양한 무형문화, 생태, 산업, 해양과 화훼, 농업 등의 자원가치를 높이고, 지역의 균형발전 도모

추진로드맵

사업내용	단기		중기			장기				
	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
메가이벤트 육성										
충남 대표축제 육성										

7) 관광서비스품질인증제 도입

사업의 배경 및 목적

- 충남은 으뜸관광상품 등 하드웨어적인 측면에서 상품을 개발하고 있으나 관광의 질적측면인 환대서비스 등에 대한 부문은 관리가 되고 있지 않은 실정임
- 관광 서비스와 상품을 제공하는 목적지로서 충남의 이미지를 강화하고 환대서비스 등의 개선을 통해 지역관광의 발전을 도모함

기본방향

- 충남관광의 질적 관리 및 서비스 신뢰성 회복에 목적을 두고 지속 가능한 관광객 유치를 위한 객관적인 지표 설정 및 평가를 통한 체계적인 정책 도입

사업개요

- 사업기간 : 2016-2020년
- 사업예산 : 900백만원
- 사업내용 : 통합적 관광품질 인증제, 관광품질관리 및 서비스매뉴얼제작, 관광품질모니터링제 운영

사업내용

통합적 관광품질 인증제

- 관광 분야에서의 품질관리는 관광시설, 서비스, 상품을 구매, 생산, 판매(소비자의 접점)하는 전 과정에서 이루어지며, 더욱이 식당, 여행상품, 숙박시설 등 개별적으로 이루어지는 관광서비스에 대한 품질 관리를 통합적으로 추진함
- 관광서비스 품질 계획 수립은 각 분야에 해당하는 서비스 품질의 사전 점검, 공통 서비스 이행표준, 개별 서비스 이행표준, 상황별 응대요령, 서비스 자가 점검 등을 수립함
- 또한 관광산업 인적자원의 교육훈련 과정 체계화를 통해 직물 단계별 교육이수과정 유도로 관광종사원 육성

관광품질관리 및 서비스 매뉴얼 제작

- 사례별 고객 대응방법 등의 서비스 매뉴얼 제작
- 서비스 기본자세, 외국어 인사말 등의 기본서비스 제공 수록

관광품질모니터링제 운영

- 친절도 모니터링 및 방문고객 인터뷰 등을 통한 환대서비스 성과분석 및 평가
- 충남관광은 방문 만족도 및 재방문 유도를 위한 관광서비스에 대한 품질 제고
- 모니터요원 현장방문 1:1 인터뷰 실시 및 전화 모니터링 등



기대효과

- 관광서비스 품질 인증제는 충남 관광사업체의 경쟁력을 강화하고 관광사업체의 지속적인 서비스 향상을 도모

추진로드맵

사업내용	단기		중기			장기				
	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
통합적 관광품질 인증제										
관광품질관리 및 서비스 매뉴얼 제작										
관광품질모니터링제 운영										

8) 충남 관광수용태세 평가시스템 구축

사업의 배경 및 목적

- 관광수용태세란 관광객 관광경험의 질적 수준을 최적 수준으로 유지시키고, 관광객과 지역주민이 관광현상에 대해 상호 긍정적 태도를 가지는 수준에서 관광 목적지가 최대 방문객을 수용할 수 있게 준비된 상태(한국관광공사, 2008)로서 관광객 만족도와 밀접한 영향을 갖고 있음
- 관광객의 관광성향에 맞춘 관광수용태세 개선 사업을 통해 관광서비스의 질적 향상을 도모하고 경쟁력을 강화함

기본방향

- 시군간의 선의의 경쟁을 유도하고 관광수용태세 서비스 수준의 향상을 통해 관광 경쟁력을 제고

사업개요

- 위 치 : 충청남도 전역
- 사업기간 : 2015 ~ 2020
- 사업예산 : 1,000백만원
- 사업내용 : 충남 관광수용태세 평가시스템 구축, 모니터링단 운영

사업내용

충남관광수용태세 평가시스템 구축

- 방문매력성, SW관광역량, 방문접근성, HW 관광역량 등 항목별 평가기준 개발
 - 교통, 숙박, 관광 및 레저, 식당 및 음식, 관광정보, 안내, 편의시설, 치안안전, 쇼핑, 언어, 지역민의 환대 등
- 인적자원, 관광자원, 기반시설 등 관광수용태세 컨설팅을 통한 평가

(식당 및 숙박시설) 환경 및 물품의 청결관리와 친절한 서비스
(공중화장실) 청결하고 위생적인 관리, 주변 환경 정리
(교통인프라) 시티투어버스 운영, 효율적인 대중교통 정보 제공, 택시 및 시외버스, 전세버스 등 차량안전점검 및 서비스 개선
(주차장) 주차장 시설에 대한 명확한 안내와 운영의 표준화
(관광정보안내) 관광정보의 다국어 제공과 통합 안내 체계 구축, 관광지 안내표지판 및 관광안내소 점검
(쇼핑) 살거리 개발과 쇼핑환경의 개선, 합리적인 가격 정책, 원산지표시, 가격 표시제, 성수기 바가지요금 개선

- 평가 결과 부진 시군 관광수용태세 경쟁력 진단을 통한 한국관광공사 관광수용태세 컨설팅 제공



관광수용태세 모니터링단 운영

- 관광수용태세 점검을 위한 모니터링단을 운영하여 관광객 수용과 관련된 정책의 체계적 관리 필요
- 관광불편접수 사례 중심의 수용태세 중점 개선 과제 등을 발굴하는 등 체계적인 모니터링단 관리시스템 구축

기대효과

- 시군의 「관광수용태세」에 대한 객관적인 진단체계 구축으로 손님맞이 체계구축 등 관광경쟁력 제고

추진로드맵

사업내용	단기		중기			장기				
	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
충남관광수용태세 평가시스템										
관광수용태세 모니터링단										

•

9) 충남 여행상품 경진대회 개최

사업의 배경 및 목적

- 외국인 관광객 유치 확대를 통한 충청지역(대전, 충북, 충남)경제 활성화 및 충청 관광 이미지 제고를 위한 여행상품 발굴 필요

기본방향

- 충남만의 특색있는 우수테마 관광상품을 개발하고 도내의 유무형의 관광자원을 활용한 관광상품개발 추진
- 유무형 자원을 활용하여 새로운 관광 수요를 창출할 수 있는 창의적이고 실현 가능한 관광상품 아이디어 공모

사업개요

- 위 치 : 충청남도 전역
- 사업기간 : 2015 ~ 2020
- 사업예산 : 500백만원
- 사업내용 : 충남 여행상품 공모전, 충남 관광기념품 공모전

사업내용

충남 여행상품 공모

- 충남 지역 중심의 관광아이디어 공모 및 사업화하기 위한 대학생 및 일반인, 여행사 등의 분야별 여행상품 공모를 통한 사업화 대상 선정

분 야	평 가 항 목	배점	비고
	합 계	100	
상품성	소 계	40	
	목표 관광객 선호에 맞는 코스구성	10	
	여행상품의 상품화 가능성(현실성)	15	
	모객 확보 가능성	15	
지역성	소 계	20	
	지역관광 특색을 잘 반영한 정도	10	
	지역이미지 향상에 기여하는 정도	10	
경제성	소 계	20	
	지역경제에 대한 기여도	10	
	상품 수준과 가격에 대한 적정성	10	
참신성	소 계	20	
	체험, 역사, 음식여행 등 테마의 참신성	10	
	다른 여행상품과의 차별성	10	

- 충남 여행수기 공모 및 홍보[충남 관광의 달인]



관광기념품 공모전

- 기존 관광기념품 공모전의 확대운영을 통한 특색있는 관광기념품 개발
- 충남 CI 등과 결합한 관광기념품 개발
- 충남 방문 VIP 및 팸투어 대상에게 충남을 함축적으로 나타낼 수 있는 기념품 전달

기대효과

- 지역에 대한 관심 및 인지도를 제고하고 우수 아이디어를 상품화함으로써 관광객 유치 증대에 기여

추진로드맵

사업내용	단기		중기			장기				
	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
여행상품 공모전										
관광기념품 공모전										

10) 외국인 관광객 유치 관광마케팅

사업의 배경 및 목적

- 중국인 관광객 증가에 따른 주변 국가 및 지자체의 마케팅 경쟁이 심화됨에 따라 유치를 강화할 수 있는 적극적 정책의 추진 필요
- 또한 백제문화권을 중심으로 유입되는 일본인 관광객과 동남아, 러시아 등 신규 잠재시장 관광객을 유치하기 위한 홍보 및 상품화 지원 강화 필요

기본방향

- 개별 관광객 시장 세분화(연령, 계층, 테마 등)를 통해 주요 타깃을 설정하고 차별화된 마케팅 전략 강화
- 고부가가치 창출 가능성이 높은 관광객에 대한 차별화된 서비스를 제공
- 가족, 친구, 청소년, 시니어 등 세부 타깃시장별 맞춤형·융복합형 단체관광 상품 개발 지원 및 테마별 관광상품 개발

사업개요

- 위 치 : 충청남도 전역
- 사업기간 : 2015 ~ 2020
- 사업예산 : 2,500백만원
- 사업내용 : 중국인 관광객 유치마케팅, 일본인 관광객 유치 마케팅, 신규 잠재시장 개척

사업내용

중국인 관광객 유치

- 내륙관광객 대상 해양 레저 및 낚시 관광상품개발
- 고급온천코스 상품 개발 등 중국인 관광객 상품 고급화로 차별화
- 정보 제공 및 통역 서비스 중국인 관광객 서비스 역량강화

일본인관광객 유치 마케팅

- 특정테마 활용 상품 개발 및 대전 등 주변 지자체 연계 상품 발굴
- 백제역사유적지구, 한국의 서원, 기지시줄다리기 등 충남내 유네스코 세계유산투어 상품 개발
- 백제와 충남 관광을 결합한 일본(아스카문화) 뿌리 찾기 프로모션 및 대학생 스터디 투어 등 젊은 층을 대상으로 한 상품 개발

신규 잠재시장 개척

- 충남 문화관광 정보 제공 강화 및 신흥시장의 지속적 발굴
- 주요 도시별 주요여행사 연계를 통한 세일즈 콜, 맞춤형 상품개발 온라인 캠페인 전개



- 항공사, 글로벌기업(카드사, 편의점) 등 유관기관 연계 공동 방한 프로모션

기대효과

- 외국인 관광객 수요 촉진 및 시장 다변화를 통한 긍정적 관광 이미지 구축

추진로드맵

사업내용	단기		중기			장기				
	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
중국인 관광객 유치										
일본인 관광객 유치										
신규 잠재시장 개척										

•

2. 선도사업 예산

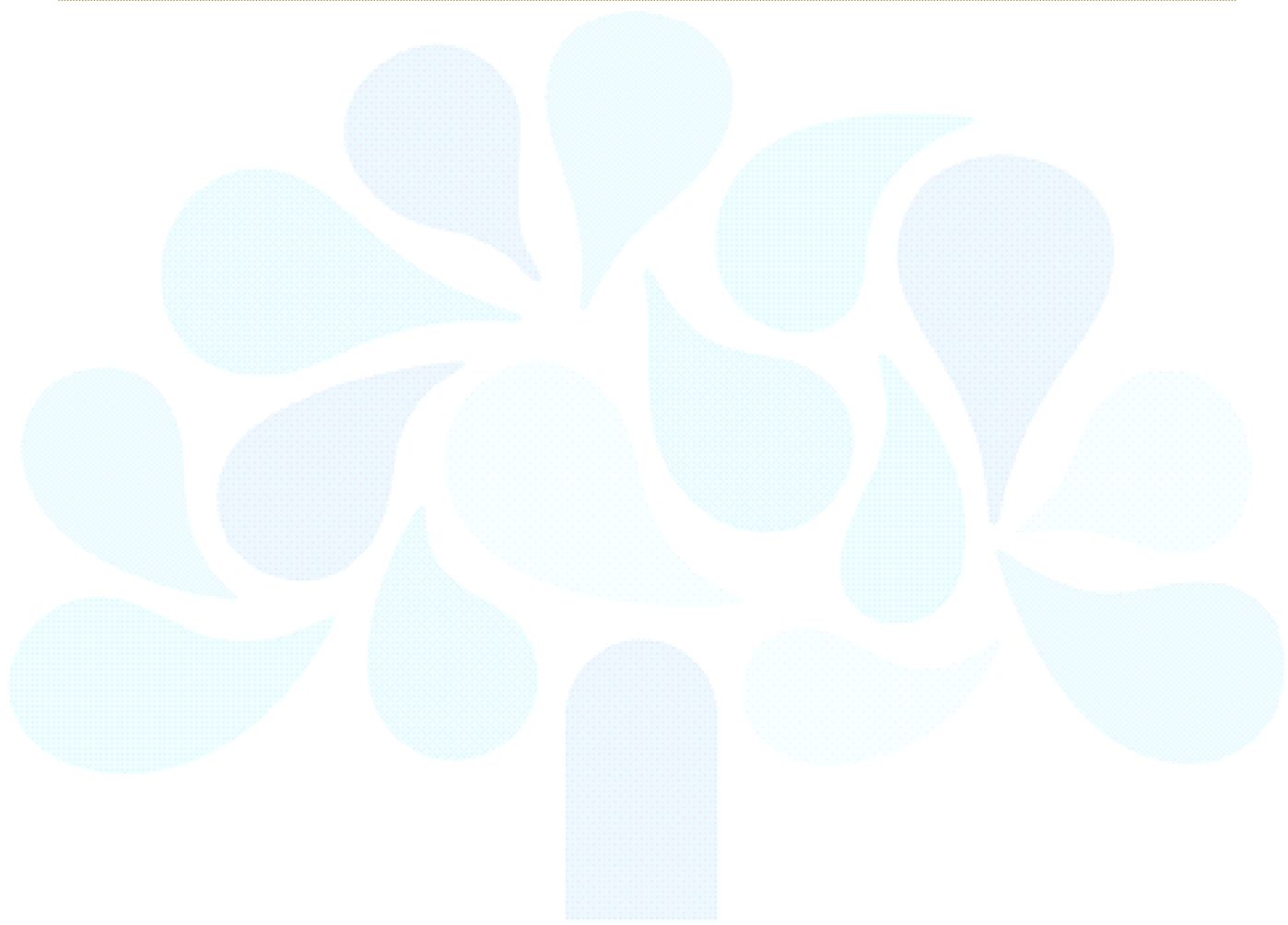
- 선도사업의 2016년부터 2025년까지의 총 예산은 민자부문을 제외한 국비와 지방비 투입액으로 301,805백만원이 소요 될 것으로 나타남
- 부문별로 살펴보면 메가이벤트 육성이 100,000백만원으로 가장 많은 비용이 투자 될 것으로 나타났으며, 서해해양관광 거점 조성 사업이 95,100백만원 등의 순으로 나타났음
- 기간별로는 2020년에 33,800백만원으로 가장 많이 투입되며 19년 26,050백만원 등의 순으로 사업비가 중기에 투입 될 것임

[표 VI-2] 선도사업 예산

(단위 : 백만원)

사업내용	총예산	연차별 예산									
		16년	17년	18년	19년	20년	21년	22년	23년	24년	25년 이후
세계유산도시 조성	72,655	7,135	5,100	3,420	3,000	4,000	5,000	5,000	5,000	5,000	30,000
서해해양관광거점조성	95,100	8,500	8,500	9,400	9,400	9,200	5,000	5,000	5,000	5,000	30,100
유부도동아시아 철새생태지구	650	-	-	200	200	200	50	-	-	-	-
온천의료관광 클러스터조성	20,000	-	-	-	5,000	5,000	5,000	5,000	-	-	-
지역문화체험형 숙박지조성	8,500	1,500	1,500	1,500	1,500	2,500	-	-	-	-	-
메가이벤트육성	100,000	5,000	10,000	7,000	6,000	12,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
관광서비스품질 인증제 도입	900	250	250	150	150	100	-	-	-	-	-
충남관광수용태세 평가시스템구축	1,000	200	200	200	200	200	-	-	-	-	-
충남여행상품경진대회	500	100	100	100	100	100	-	-	-	-	-
외국인관광객유치마케팅	2,500	500	500	500	500	500	-	-	-	-	-
합계	301,805	22,185	16,150	22,470	26,050	33,800	25,050	25,000	20,000	30,000	70,100

부 록



7 이번 충남여행을 할 때 이용하시는 주요 교통수단은 무엇입니까?

① 자가용 ② 버스(시내/시외버스) ③ 기차 ④ 전세차량 ⑤ 택시 ⑥ 기타()

8 이번 충남여행을 할 때 얼마 동안 머무르실 계획이십니까?

① 반나절 ② 하루 ③ 1박 2일 ④ 2박 3일 ⑤ 3일 이상

9 이번 충남여행을 할 때 숙박을 하신다면 이용시설은 무엇입니까?

① 호텔/리조트 ② 펜션 ③ 모텔/여관 ④ 야영/캠핑 ⑤ 친구/친지집 ⑥ 기타() ⑦ 숙박안함

10 이번 여행 중에서 가장 좋았다고 느끼신 대표관광자원은 무엇인지 기재해 주십시오

볼거리 (), 먹거리 (), 체험거리 ()

예시) 볼거리: 일출/00축제 먹거리 : 대하/전어 체험거리 : 농촌체험

11 이번 충남여행의 여행경비는 얼마 정도로 생각하십니까?(집에서 출발해 돌아가기까지)

1) 교통비 ()원 2) 식음료비 ()원 3) 숙박비 ()원
 4) 상품구입비 ()원 5) 유희비 ()원 6) 기타 ()원
 7) 총비용 ()원

12 이번 충남여행중에 다음의 각 항목에 대하여 얼마나 만족하셨습니다?

평가항목	1점 ←-----▶ 5점				
	매우불만족				매우 만족
자연경관	①	②	③	④	⑤
문화유산	①	②	③	④	⑤
교통	①	②	③	④	⑤
숙박시설(숙박여행인 경우)	①	②	③	④	⑤
식당 및 음식	①	②	③	④	⑤
쇼핑(관광기념품/ 특산품)	①	②	③	④	⑤
관광정보 및 안내시설	①	②	③	④	⑤
관광지 편의시설(화장실 등)	①	②	③	④	⑤
지역관광종사원의 친절성	①	②	③	④	⑤
체험프로그램	①	②	③	④	⑤
관광지 물가	①	②	③	④	⑤
관광지 혼잡도	①	②	③	④	⑤

13 다음은 이번 충남관광에 대한 추천과 재방문 여부 및 만족도를 묻는 질문입니다. 해당되는 부분에 ✓ 표시를 해 주십시오.

설문내용	만족도	전혀 아니다	아니다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
이번에 방문한 충남관광지를 다른 사람에게 권유하겠다.	①	②	③	④	⑤	
내년에도 이번에 방문한 충남관광지 재방문 할 것이다.	①	②	③	④	⑤	
나는 전반적으로 충남관광에 만족한다.	①	②	③	④	⑤	



2. 보고회 및 워크숍 개최 결과

1) 착수보고회 결과보고

I 회의 개요

- 일시/장소: 2015. 6. 18.(목) 15:00~17:00/ 소회의실(302호)
- 참석인원: 18명
 - 충청남도 관계자 7인(문화체육관광국장, 관광산업과장, 관광산업과 각 팀장)
 - 관광정책특보, 관광시책자문단 7인, 충남연구원 연구진 4인
- 주요 내용 : **충남 관광비전·마케팅 추진과제와 전략 연구용역 착수보고**
 - 연구의 배경 및 목적, 연구방법, 연구내용 등의 연구계획 발표
 - 유의적인 연구 추진을 위한 연구목표 및 연구내용에 대한 의견 수렴



II 주요논의내용

[김영준 연구위원(한국문화관광연구원 지역관광기획평가센터장)]

- 전략계획 : 전체적으로 권역계획을 수립할 때 충청도정에 있어 장기적으로 방향 설정을 기존까지는 고민 없이 급하게 논의되어왔기 때문에 이런 계기를 통해 비전도 공유하고 전략적 시책을 마련하자는 것이며, 충남의 현안여건들 중 핵심적인 사항들을 뽑아내 비전과 목표와 전략을 제시하는 것임
- 착수보고 자료를 바탕으로 봤을 때는 브랜드 전략계획이지 마케팅 전략계획은 아닌 것 같다 : 기존의 충남도에서 가진 마케팅 수단, 전략, 소모방식, 정책적 기반 등을 시장조사에 의거하여 마케팅 시점을 재조정하고 충남도의 차별화 등 일련의 마케팅 전략으로서의 목차가 제시되어야 함. 마케팅 전략계획은 홍보마케팅 위주로 제시가 되기 때문에 충남시정에서 고려해야 할 부문들은 부문계획이기 때문에 한계가 있음

- 충청남도의 전략계획으로서의 의미를 갖는다고 하면 충남연구원 단독으로 수행이 가능, 마케팅이나 브랜드 계획이라면 자문위원, 협업체계에 대한 고민이 되어야 할 것임

[박정주 충청남도 문화체육관광국장]

- 원래는 전략계획과 마케팅계획, 개발계획을 따로 수립하려 했으나 용역 심의 과정에서 묶이게 되었으나 원칙적으로는 전략계획임
- 전략계획 중심으로 만들어져야 하며 마케팅 계획은 후속작업에 대한 방향설정 정도만 제시되어야 할 것

[이인배 충남연구원 선임연구위원]

- 심의과정에서 시책자문단 회의시 제의된 사항이 권역별계획, 시군과의 시책 등의 연계성과 실행력이 없으니, 현재까지의 충남관광의 문제점을 진단하고 실천력 있는 비전과 목표를 찾고 전문가와 시군, 업체 등의 논의의 장을 만드는 순회워크숍을 개최하고자 하는 점에서 과제가 출발
- 실행력 있는 비전과 목표, 전략을 제시하고 가장 중요한 부문인 마케팅부문의 굵직한 사업 및 계획을 찾아내는 과정이 될 것임
- 공동연구를 위해 시책자문단의 발표와 토론 등을 시책자문단에서 참여를 통해 이 과업을 진행할 계획임

[박정주 충청남도 문화체육관광국장]

- 실제 현장에서 집행하는 도, 시군공무원의 보고서의 이해력 및 실천의 문제가 지속적으로 제기됨에 따라 계획의 초기단계부터 참여를 통해 논의를 하여 이후 이해를 통한 실행력 확보가 가능한 계획이 될 것임
- 도가 가진 전략의 시급성에 따라 과업을 수행하고 있으며, 목표와 전략을 공무원들이 공유해야 실행력을 담보할 수 있어 초기에 도출 단계에서부터 공유하지는 것임

[지진호 건양대학교 교수]

- 시군과의 사업연계성을 높이기 위해 본 과업을 수행하는데 현재까지는 광역지자체가 전략계획에 대한 계획을 수행함에 있어 코디네이터 역할이 제대로 이루어지지 않고 있으며, 계획수립이 된다 하여도 기초지자체에서 구성력을 갖고 지침서로 활용하는 부문 등의 실효성이 과연 있을 것인가?

[박정주 충청남도 문화체육관광국장]

- 과거의 광역자치단체의 기능과 역할이 관광개발계획 등도 협의만 하는 중간의 역할정도를 거쳤으나 보다 적극적으로 그러한 역할을 담당해야 함, 시군과 도의 역할과 기능분담이 강조되고 있음
- 누가 어떤 기능과 역할을 충실히 하느냐의 운영에 대한 부분이지 실제 결과는 다른 역할을 하나에 따라서 엄청난 차이가 날 것임(유네스코, 백제문화권 사업 등에서도 통합적으로 운영) 시군에서는 가지고 있는 태생적 영역의 한계가 있으며 자체적으로 실행하기 어려운 부문들을 도와 협업을 통해 진행하면 성공적이었던 케이스가 있음

[지진호 건양대학교 교수]

- 지자체가 가진 독특한 자원 및 개별지자체가 이러한 계획을 수립해서 진행하고 있는데 협업의 방향으로 가는 것이 좋으나 행정의 낭비 등 이런 것 들이 많아 줄이는 차원에서 도의 기능과 역할을 강화하고 지자체의 적극적으로 참여를 유도하는게 이 계획 성공의 바로미터가 될 것임

[박정주 충청남도 문화체육관광국장]

- 시군에 강조할 부문이 관광은 지역의 모든 것이 자원인데 대규모 관광개발이라든지 무언가가 있어야



관광이 성공할 것이라는 생각들이 있어 이러한 생각의 전환이 필요함

- 지자체에서는 각각의 지역이 가진 특화된 자원을 활용하고 광역이나 타 지자체의 도움이 필요한 부분은 연계를 통해 적극적으로 지원과 협업체계를 구축하는게 필요
- 관광, 농업, 문화재 등을 따로 진행됨에 따라 관광분야의 전략기획을 통해 영역을 정확히 논의하고 보다 적극적으로 도와 시군의 협업체계를 구축

[김시중 우송대학교 호텔관광경영학과 교수]

- 본 과제의 공간적 범위가 2025년까지 향후 10년을 바라봐야 하는 과제로 충청남도 입장에서 보다 큰 그림을 그릴 수 있도록 기초지자체에서는 현실적인 관광의 문제점 등을 발굴하고 연구진에서는 미래 지향적이고 전체 큰 그림을 그리는 있도록 도의 역할이 강조되어야 함
- 전략기획, 마케팅기획, 개발 등의 여러 관점에서 볼 수 있어야 하며, 하드웨어적인 것이 정리가 되지 않은 상태에서 소프트웨어(브랜드, 장기 비전)측면에서 구체적으로 접근하기가 어려움
- p6 관광개발계획을 보면 예측가능한 목표가 제시되어있지 않기 때문에 대상, 수치, 기간 등을 구체적으로 제시하고 측정가능한 정량목표가 설정되어야 함
- p3 충청남도의 관광자원화에서 온천이 총 11개소인데 전국 10대 순위에 포함되는 지역이 5곳으로 웰리스, 치유와 장기체류형 개념으로 접근하여 제시함에 좋을 듯
- 연구진이 모든 것을 보고서에 담을 수 없기 때문에 세부적인 내용에서 선택과 집중이 필요함

[박정주 충청남도 문화체육관광국장]

- 지방이 가진 근본적 고민이 전략기획 수립시 타깃목표를 설정하고 가야하나 현재의 상황을 진단할 수 있는 정확한 통계나 분석이 꽤 많이 있음
- 중국인 관광객의 통계가 정확하지 않고 없어 연구진에서 추세분석을 할 수 있도록 통계부문에 대한 보완이 필요하다면 리스트를 작성해서 도에 제출하면 자료를 구해줄 것

[김영준 연구위원(한국문화관광연구원 지역관광기획평가센터장)]

- 기술적으로 구분이 가능한 것이 이는 기존 raw data를 통해 국적별로 작성이 가능하며 지자체별로 관광객 수에 대한 측정이 가능함
- 조사대상지가 지점별로 이루어지기 때문에 경로가 명확하지 않으며 빅데이터를 이용해 보완, 정확한 숫자를 뽑을 수 있는 기술적 측면에서 가능

[문주현 해전대학교교수]

- 전체적인 느낌은 방향성이 애매하다는 것이며 기존 충남 마케팅은 모두가 행복한 충남관광은 임팩트가 약하고 광고카피나 슬로건처럼 뇌리에 박히는 것은 아님
- 6페이지 5차 충남권관광계획의 비전과 연계가 되지 않고 있으며 방향성이 확실해야 하는데 주요업무 계획에서의 방향성도 맞지 않아 비전을 구체적으로 제시하고 연계성, 하부 방향성이 이후에 제시될 것이며 충청남도의 실천의지와 실행력이 필요하며 이는 가능할 것으로 사료됨
- 연구진에서는 시간적인 측면에서 압박을 받더라도 실현가능한 계획을 제시해야 할 것이며 목표에 대한 세부목표를 제시하고 실현가능한, 성취 가능한 것을 제시

[이병학 한겨레신문 국장]

- 연계성이 부족하다라는 것에 원인분석에 대한 설명이 없으며, 미흡한 점에 대한 분석도 잘 안되어 있음
- 도와 시군에서의 사업이 연계가 되지않아 강화하겠다는 것인지 등 연계가 잘 안됐다면 그것은 무엇인

지가 잘 나타나지 않음

[박정주 충청남도 문화체육관광국장]

- 기존 연구에서 비전을 제시함에 있어 그러한 배경 등이 제시가 되어있지 않으며 문제점 지적에 대한 구체성이 떨어짐에 따라 이러한 내용 보강이 필요함

[박정하 중부대학교 교수]

- 본 연구에 대한 컨셉이 정확치 않으며, 관광경영전략에 대한 것인지? 마케팅 전략인지에 대한 구분이 없으며 체계적인 연구방향을 전략적으로 가기 위해 재원조달, 시군과의 협력 등이 실현가능한가에 대해서 고민해야 할 것임
- 행정과 경영의 차이를 고민하고 경영적으로 접근하여, 시장분석을 하고 전략을 도출하며 타시도와의 경쟁, 수요와 공급 등의 기초적 시장 분석이 필요
- 도가 컨트롤타워 역할을 하고 시군과의 협력체계 구축을 통해 전략을 제시하며 주민태도에 대한 설문 조사하여 지자체-충남도-주민이 협력하는 체계 구축
- 목표를 계량화한 수치로 제시하여야 하고 비전, 목표, 전략, 경쟁우위 등의 체계적인 컨셉을 갖고 전략을 논의해야 할 것

[이인배선임연구위원]

- 정책의 운영과 관광마인드 부분도 경영측면에서 접근되어야 함. 특히, 산업화 측면에서 사업의 경영, 지역의 시스템적 경영, 시스템체계화 측면에서 접근해야 하며 모델처럼, 비전-목표-사업-전략 등의 체계를 가지고 기본적인 틀로 접근 할 것
- 충남 전체적인 현황과 수요트렌드 분석으로 제시하였는데 권역별로 기능과 부문별로 문제점과 대책을 찾아보고 부문별 진단이 필요하며, 권역별 과제 도출. 전체 비전과 키워드를 주민 및 관광객을 대상으로 도출하는 절차를 마련하고, 지역관광지수와 관련하여 지표를 설정함

[박정주 충청남도 문화체육관광국장]

- 연계성, 하부 방향성은 권역별 토론회를 통해 구체화되어야 할 것이며, 연구진들에서 관광지표에 대한 것이 제시되어야 할 것임

[김영준 연구위원(한국문화관광연구원 지역관광기획평가센터장)]

- 현황 및 계획에 대한 성격 및 위상에 대한 정립이 되었으며 전략계획에서도 포커스가 분명해야 하며, 너무 많은 내용이 담길 경우 보고서의 성격이 불명확해짐
- 충남도가 가야 할 장기적 비전을 시군과 고민(시군순회설명회, 전문가 의견조사)하여야 하며 도단위의 계획에서는 접근하지 않아 본 계획이 새로운 접근이 될 것임
- 전략계획은 모든 내용을 다 다루는 것이 아닌 우선순위를 제시하는 계획으로 문제지향적 접근이 필요하며 일반적으로는 관광에 대한 틀, 마케팅, 정책을 공급하는 시스템적인 요소로 계획을 수립하는데 완결성이 필요함
- 시군과의 워크숍, 행정기관 등에서는 많은 내용을 담으려 할 것이나 연구진에서 우선순위를 제시하여 보다 실효성이 있는 계획을 제시하여야 함
- 여러 계획과 충남관광을 보면서 느낀 감정은 비전 제시나 세부전략도 고민이 필요하나 사업의 실행에 대한 부문이 많이 부족했으며 민자유치에 대한 부문은 전반적인 인력과 조직이 가능한가에 대한 검토 필요



- 시군별 연계협력을 위한 기초단위 협의체가 활성화가 되지 않는 원인, 중간지원조직 및 재정전달체계에 대한 접근이 필요(마케팅 주식회사, 제3섹터, NPO 등의 전달체계 마련 필요)
- 공공부문의 전달체계, 시군과의 협력, 주민과의 의견 조율 등에 대한 전략의 우선순위에 대해서 고민이 필요

[안용주 충청남도 관광특보]

- 충남의 이미지는 무엇인가? 5차 관광계획에서는 여유, 양반, 선비, 고향으로 제시하고 있는데 이 키워드가 충남에 방문하고 싶은 구체화된 이미지인가가 고민임
- 관에서는 많은 노력들이 있으나 민의 모습을 띤 계획들은 많이 없어 민들에 대한 인식을 바꿔줄 수 있는가가 중요함(인식전환)- 주민과의 공유 및 인식전환에 대한 참여를 유도가 필요, 거버넌스 형성 필요

Ⅲ

향후 추진사항

- 충남관광의 문제점과 현황을 보다 구체적으로 제시하고 문제점 도출
- 비전과 목표를 보다 현실화 및 실효성 방향 마련
- 다양한 분야의 전문가, 충청남도, 시군의 목소리를 반영할 자리 마련
- 지역 순회 워크숍 준비

2) 관계자 의견수렴 워크숍 결과

I

개요

- 일시/장소: 2015. 9. 23(수) 13:00~14:10/ 온양관광호텔 3층
- 참석인원
 - 충청남도 관광종사자 및 도, 시군 관계자
- 주요 내용 : 충남 관광비전 도출을 위한 관계자 의견수렴
 - 연구의 배경 및 목적, 관광트렌드, 관광키워드 도출을 통한 관광비전(안) 발표
 - 유기적인 연구 추진을 위한 관광비전(안)에 대한 의견 수렴

II

주요논의내용

[충남관광협회]

- 비전 제시도 좋으나 비전을 실현할 수 있는 실행계획 및 예산 등의 구체적 방안이 제시되어야 함
- 제시한 비전이 정체성을 갖고 실행이 되어야하나 비전을 포괄하는 계획이 동반되어야 하며 비전을 만들더라도 이를 실행하지 못한다면 비전은 사장될 것임
- 비전을 세우고 이를 홍보할 수 있는 마케팅방안을 제시하는 것으로 과업의 범위가 제시되고 있으며, 또한 6차 권역권 관광개발계획의 밑거름이 되는 작업으로 비전을 세우고 권역계획에 반영하여 사업이 도출되고 이에 대한 추진계획이 제시될 것임

[충청남도 이원균 팀장]

- 시군의 특색있는 상품(힐링, 종교, 역사 등)을 테마별로 제시하며 권역별로 시군의 장점을 제시할 수 있는 상품을 개발하여 이를 타깃별(중국인, 일본인, 수학여행, 장년층, 노년층 등)로 마케팅 할 수 있는 방안제시가 계획에 담기면 좋을 것이며 이러한 과정으로 개발된 상품을 여행사에서 직접 판매할 정도가 가능하면 더 좋겠음
- 좋은 상품이 많더라도 수요자 측에서 상품구매가 이루어지지 않으면 의미가 없으며, 상품화가 필요
- 후속작업으로 권역별(북부권, 해안권, 내륙권 등 3개 권역) 워크숍을 통해 각 시군의 관광비전 및 관광목표를 바탕으로 시군에서 실행하고자 하는 사업에 대한 의견수렴 과정을 거칠 예정임

[아산시 관광해설사]

- 사색충남으로 제시하였으나 비전에 색이 제시되어 있지 않으며 맛, 멋, 흥, 정은 다른 지역과 차별화 되어 있지 않으며, 막연한 느낌을 갖고 있음
- 충남은 특별한 색이 없으며, 특히, “흥” 부문이 부족, 서해안의 짠맛이라도 어필해서 타 지역과 차별화된 것으로 제시가 필요
- 충남, 서산, 태안을 떠올리며 편안하고 조용한 느낌을 떠올리며, 백제의 미소, 구룡진 산 등으로 인해 부드러운 이미지를 연상하나 “재미” 라는 측면에서의 인상이 적음
- 기존의 이미지를 끌고 갈 것인가 앞으로 새로운 이미지를 제시하여 미래 비전에 포커스를 맞출 것인가



가에 대한 논의도 필요함(장점을 강화할 것인가, 단점을 보완할 것인가에 대한 논의)

[서산시 관광해설사]

- 충남은 갯벌, 백제유적, 온천 등 다양한 자원이 많으며, 가족과 함께할 수 있는 관광으로 외부의 관광객들의 만족도도 높음(중국인 홈스테이 예시)
- 관광트렌드가 여유이며, 관광보다는 여행 쪽의 측면으로 접근이 됨에 따라 여유롭게 가족과 함께 떠날 수 있는 관광비전이 필요하고 타 지자체 및 타 국가와의 관광경쟁력 측면에서 지역이 갖고 있는 관광 강점을 어필할 필요가 있음
- 백제에 관한 충남 전체의 자원을 통합시키고 건축물, 불상, 석탑 등으로 분류하여 테마를 부여하는 방안이 모색되어야 하며 지역에서 개발한 관광자원을 지역 고유의 상품으로 쓸 수 있는 제도적 지원 필요

[충청남도 관광마케팅 허창덕팀장]

- 충남 관광의 키워드가 백제, 고향, 서해안 등이 제시, 그 이외에 친절, 역사 등이 나와있는데 이 비전을 통해 실천전략을 만들고, 관광상품화 및 개발이 이루어져 충남 관광의 토대가 될 것임
- 통계에 따르면 충남의 관광서비스산업은 연 12%씩 성장하고 있으나 메르스 이후의 정체를 하고 있었으나 세계유산 등재 이후에 새로운 관광지로 부상함
- 충남의 비전을 “백제의 멋, 서해의 맛 행복한 관광 충남” 으로 제시함

III

비전(안) 의견수렴 결과

○ 100부를 배포하여 총 40부가 수집(중복 응답)

○ [3안]상상하는 그 이상의 감동이 있는 충남!이 18개로 가장 많은 응답이 높았음

충남 관광비전(안)	선택(V)
[1안] 아름답고 넉넉한 마음의 고향, 사색(四色)충남!	11
[2안] 멋과 맛, 흥, 그리고 정을 선물하는 사색(四色)충남!	12
[3안] 상상하는 그 이상의 감동이 있는 충남!	18

[기타 제안하시는 관광비전]

여유롭고 넉넉한 마음의 고향, 으뜸 충남
모두가 행복한 맛과 멋 충남
백제의 멋, 서해의 맛 행복한 관광 충남
역사의 바다에 빠져보다
역사속의 인물과의 대화
엄마 아빠 손잡고 역사체험으로

3) 권역별(남부권) 순회 워크숍 결과

I 개요

- 일시/장소: 2015. 10. 21(수) 15:00~17:30/ 충남연구원 1층 대회의실
- 참석인원
 - 관광정책자문단(좌장 : 박정하교수, 토론 : 문주현 교수, 윤재진지사장)
 - 충청남도 관광산업과, 남부권(공주, 논산, 계룡, 금산, 부여)관계자
- 주요 내용 : 충남 관광비전 도출을 위한 관계자 의견수렴
 - 연구의 배경 및 목적, 관광트렌드, 관광키워드 도출을 통한 관광비전(안) 발표
 - 유기적인 연구 추진을 위한 관광비전(안)에 대한 의견 수렴



II 주요논의내용

[해전대학교 문주현교수]

- 비전을 다룰 때는 CEO의 철학 및 이념이 담겨져야 추진이 가능
 - 도지사의 관광비전에 대한 의견에 대한 경청을 통해 비전의 방향에 적용이 필요
 - 유네스코 백제유산 등재를 위한 노력이 많이 있었으므로 이에 대한 내용이 포함되어야 함
 - 비전 재정립에서 가장 중요한 키워드는 차별성으로 강한 임팩트를 부여하여야 비전의 차별성이 확보하고 시군의 관광정책 반영은 비전과 연계되는 시군의 관광정책 반영이 필요
 - 충남의 비전 방향성과 시군의 관광사업이 연계될 수 있는 방향으로 제시되어야 함
- 관광여건분석
 - 외국인 관광객 증가임에도 불구하고 충남 관광객은 0.9%에 불과한데 그들이 왜 오는가에 대한 needs 파악 필요, 근본적 이유를 파악해야 함
 - 충남 관광산업과에서 예산부문에서 홍보마케팅에 대한 반영 필요(SNS, 온라인, 오프라인에서 지속적인



홍보마케팅 필요)

- 국내 관광객 3위이나 숙박시설이 부족(호텔 부문 취약)함에 따라 이에 대한 방안 필요하고 축제 관련한 국내 관광객이 많기 때문에 이러한 부문에서 홍보마케팅 홍보가 필요(SNS를 통한 어필 필요)
- 충남의 관광자원은 서해안의 자연관광자원, 문화콘텐츠 자원으로서 백제문화권 등 역사문화자원이 풍부 이러한 자원의 특화되어야 함 그러나 기타 지역의 경우 특화가 되지 않음
- 기타지역은 축제로서 관광이미지 부각(홍성역사인물축제, 당진 슬피성지 등), 지역축제를 부각시켜야 관광자원을 다양화 할 수 있으며 관광목적지로서 충남 관광의 가치를 높여야 함
- 관광사업체의 인프라 부족, 체류시설 부족, 관광여행사는 천안에 대부분이 입지하여 지역별 불균형에 따른 사업체 유인책이 필요함
- 충남 관광 공무원 사기 저하가 매우 큼. 관광분야가 기피 1순위로 관광정책의 새로운 정립 및 방향 제시가 어려움에 따라 동기부여 및 사기진작을 위한 방안 제시 필요하며, SWOT 분석의 경우 잘 되었으나, 환경분석에 권역별 워크숍 내용이 포함되면 내용이 알차질 것임
- 관광만족도는 자연관광, 문화유산 부문이 만족도가 높은 것은 공감, 쇼핑과 물가 등에 대한 관광 만족도가 낮은 것은 관광자원을 활용한 수익성 창출이 어려움을 나타냄

○ 비전도출

- 6개 (안)이 임팩트가 약하며 외식업체의 슬로건 비전 중 예시 : NO rules, just right, Guest is always right 등이 있으니 이를 활용한 간단명료한 비전 제시가 필요
- 비전이 깔끔하게 제시되고, 슬로건 제시, 그에 따른 목표가 제시 될 수 있을 것이며 강한 임팩트가 있는 형용사, 부사에 대한 논의 필요
- 비전에 따른 목표가 결정될 수 있을 것인데 관광 3요소 관점에서 제시 될 수 있을 것
- 유네스코 세계유산 등의 왕도 조성 등이 비전의 연계성 차원에서 연계 필요

[한국관광공사 윤재진 지사장]

○ 비전 및 슬로건

- 비전이라는 것은 이해관계자 및 고객의 요구를 파악하고, 비전에 담아야 할 내용 등을 정하고, 미래에 변화될 영향을 파악하여 앞으로 나아가야 할 방향에 대한 것들이 담겨야 함
- 충남관광의 핵심이슈가 나타나지 않음, 목표의 범위가 너무 커서 비전에 담아낼 수 있는가에 대한 의문이며 키워드도 서로간의 공통성이 도출해 낼 수 있는 의미가 무엇인지? 공통성을 뽑아내는 근거가 무엇인가?
- 제시된 비전(1 안)은 미래지향적이고 적극적으로 추구해서 달성할 수 있고, 구성원들이 듣고 동기부여가 가능하며, 측정할 수 있는 범주의 목표이면 좋을 것임
- 비전이 추상적이며, '상상 그이상의 감동' 이 나올 것, 그 이상도 참신하지 않은 문제점이 있음, 비전 보다는 슬로건 형태(아래 슬로건과의 차별화가 가능한가?)
- 사색충남의 경우 구체적 내용이 전달이 안되는 것이 아쉬움
- 4안, 5안의 경우 관광목적지에 대한 비전인지, 지역브랜드에 대한 비전인지가 구분이 안되며, 6안의 경우 추상적이어서 성과를 측정하기가 어려우며, 전체적으로 많이 비슷한 측면임
- 비전이 개발, 프로모션 등 여러 가지 다른 시각에서 제시되어야 할 것임
- 슬로건을 여러 가지 충남의 관광의 모습이 있을텐데 넉넉해진 나 부문이 휴양 부문에 대한 치중, 여러 부문을 다 담기는 어려움

- 4대 목표는 목표라기보다는 전략에 가까움에 따라 목표가 정량으로 제시가 되어야 하며, 비전, 목표, 전략과제, 액션플랜 등의 순으로 제시되어야 함
- 정량목표는 비전과 어떻게 연계가 되어 있는지, 이 항목을 정량목표로 제시했는가에 대한 설명이 필요하고 비율, 예산에 대한 비율이 어떠한 근거로 늘어나게 되었는지에 대한 구체적인 근거가 있어야 논리적 설득이 가능
- 외래관광객 비중 감소는 타 지자체는 뺏기고 있는 것은 아닌가에 대한 의심 필요

○ 관광객 실태조사

- 마케팅을 위한 시장조사, 방문객수, 관광행태에 대한 기초자료가 있어야 그것을 기반으로 마케팅 전략 수립이 가능이 가능하나 한국문화관광연구원의 자료에 의존하고 있음. 부산, 강원 등은 기초관광실태 조사를 하고 있어 이를 위한 예산반영 등이 필요
- SWOT분석이 충남의 특화된 문제가 아닌 일반화되어 있는 내용으로 충남의 특화된 내용으로 분석을 해야 전략을 도출하기에 가능할 것

[중부대학교 박정하 교수]

○ 3가지의 주요가치를 가지고 상호 유기적으로 갈수 있는 전략 전술이 필요

- 특수성 : 충남이 가지고 있는 매력성을 관광마케팅
- 자생력 : 자생력을 가질 수 있는 시스템을 구축하고 주민이 참여하는 시스템이 중요
- 인프라 확보 : 관광객을 확보할 수 있는 인프라 필요
- 기본 편의성이 갖추어져 있는가?, 관광객의 불편한 점이 검토가 되어 있느냐?, 부족한 부문에서 시설 확충을 위해 노력하고 있는가?, 인적자원 수준 강화를 하고 있는가?에 대한 검토 필요
- 여행 전(설렘), 여행 중(체험), 여행 후(느낀 점)에 따라서 진단할 수 있는 방안 마련
- 관광도시로 지정된 강릉의 경우 강릉시 관광협회의를 만들어서 강릉시민, 강릉관광개발공사로 나누어서 커뮤니티, 인프라, 인력육성으로 나누어서 협의체를 구성
- 커뮤니티 : 문화예술과 관련된 사항, 인프라 : 숙박, 외식 교통 부문, 인력육성 : 마을사람들의 적극적 참여 유도

[충남 관광산업과 임민환 과장]

○ 관광비전에 경제와 관련된 경쟁력 향상부문 제시

- 지역주민 소득과 일자리 등과 연계하여 도와 시군과 같이 협력하여 충남만의 특색 있는 관광상품을 차별성있는 상품을 제시하여야 하고 도와 시군이 협력하여 경쟁력을 갖을 수 있는 부문으로 육성
- 외국인 관광객 유치 자꾸 감소하는 이유는 관광인프라 부재가 이유이며 시설과 인프라의 한계는 점진적으로 유치하여야 하며, 충남만의 차별화된 상품을 개발하고 관광객이 안가면 안된다 하는 상품 개발 필요
- 관광비전에 “충남” 이 들어가야 하는가?에 대한 고민, 비전만 제시해도 충남의 관광비전이라는 것이 차별화 될 수 있는 비전이 필요
- 4대 목표에 홍보마케팅 방안이 제시될 수 있어야 함
- 충남관광비전과 충남경제비전 2030과 연계할 수 있는 방안 필요하며 충남 관광산업 발전 계획 구상 (도지사님 지시사항)
- 홍보예산이 점진적으로 증액을 하고 있고 백제역사유적지구 관련하여 예산 증액하고 있으나 SNS등 적극적 홍보를 위한 전략 필요



[논산시 관광진흥팀장]

○ 타지자체와의 연계 필요

- 아산, 천안, 보령 등은 숙박 인프라가 갖추어져 있으나 내륙권은 숙박 인프라 및 자원이 부족하여 관광객 유치에 어려움에 따라 비전에서 같이 상생할 수 있는 내용 반영이 필요
- 숙박시설 유치 부문에 있어 지자체의 한계가 있어 도 및 관광공사에서 숙박시설 유치와 관련하여 연계할 수 있는 방안 제시 필요
- 공주, 논산은 중국과 일본에서 “육군훈련소”에 대한 관심이 높으나 숙박시설 부재함에 따라 도와 연계 필요

○ 관광 조직 부문

- 관광부서에서 보람을 얻을 수 있는 관광부서의 사기진작 방안 필요하며 함평나비축제의 경우 추진 담당 팀장은 만 6-7년 정도 근무(전문성을 갖고 관광업무)
- (박정하교수) 창원시는 관광학박사를 채용하여 관광분야의 경쟁력 강화
- (임민환과장) 충청남도에서는 마케팅중요하다 보니 마케팅 전문관 제도를 운영하고 있으며 2-3년간 부서 이동 없음, 원하는 부서에 갈 때 인센티브 부여하고 관광에 대한 마인드를 갖춘 관광인재를 행정에서 일괄배치 하는 방안 마련 필요

[공주시 관광진흥팀장]

- 공산성 등 세계유산에 등재되어 역사문화 관련한 사업 등을 추진하고 있으나 예산부문의 어려움이 있음. 마곡사 2018년 세계유산 등재와 더불어 충현서원 등의 세계유산 등재하여 공주의 세계유산 도시로 육성하고자 하며 세계유산에 대한 내용이 비전에 포함되어 제시되어야 함
- 해외관광객 유치를 계획하고 있으나, 관광박람회 등의 참여를 할 때 시군별로 하는 것이 아닌 도에서 권역별 혹은 문화권별로 함께 연계하여 참여할 수 있는 방안 마련 필요
- 관광마케팅 부문에서 도와 함께 연계하여 시너지 효과를 낼 수 있는 방안 및 협조 필요
- 일본인 관광객이 점차 유럽으로 발길을 돌림에 따라 중국인 관광객 마케팅에 중점을 두고 있으며 중국인 전담여행사 팸투어(1박2일)를 실시하였으나, 공주에는 문화자원은 많으나 중국인 관광객이 오기에는 아직은 문제가 있으며, 공주-부여 등 지역별 연계를 통한 관광상품 및 쇼핑과 의료관광 등 관광자원을 포함하여 상품화가 필요
- 공주한옥마을이 있으나 많은 관광객을 수용할 수 없으며, 일본의 수학여행객을 1년에 한번 초청하여 팸투어를 시키나 유성의 숙박시설을 이용할 수밖에 없는 상황이며 도와 시군이 협력하여 숙박시설 인프라 확충 방안을 마련

[충남 관광산업과 이원균팀장]

- 지역의 관광특성상 연계 관광마케팅이 필요하나 지역특성상 현재는 단독 마케팅을 추진하는 지자체가 있으나 박람회 시 홍보부스 등의 경비 절감 등으로 이점이 많아 지속적으로 공동마케팅을 시군과 연계할 수 있는 방안 모색
- 중국인 관광마케팅은 매우 필요함, 타깃과 실제적으로 중국인이 좋아하는 상품개발이 필요
- 충남, 혹은 공주뿐만이 아니 서울-제주 등과 연계하여 상품을 개발하여야 하며 중국인 관광객이 좋아하는 인프라시설이 부재하며 중국인 관광객이 선호하는 상품인 금산 인삼, 부여의 홍삼, 서해의 홍삼, 전횡장군 등으로 차별화된 자원으로 마케팅하여야 하나 여행업의 구조적인 문제점으로 어려움이 있음

- 종교관광도 성지순례길을 연계하여 서산-당진-보령-청양을 연결하여 관광상품화 방안을 모색하고 있음

[금산군 관광개발팀장]

- 온라인공동마케팅 사업이 인삼축제 기간 중에 SNS투어단을 통해 홍보마케팅을 하였으며 각 시군 별로 하기보다는 도비지원을 통해 지속적으로 연계성을 갖고 추진하는 방안 필요
- 인삼축제 기간 이외에도 인삼판매가 이루어지기 때문에 외국인 관광객이 이용할 수 있는 상품 등을 시군간 연계성을 통해 관광상품 개발 필요하며 시군의 잠재자원을 활용하여 시너지 효과 창출

[부여군 관광개발팀]

- 충남관광이 타시도의 사례는 어떠한가가 제시되어야 하며 우리의 차별성을 제시할 수 있는 분석을 통해 비전이 제시되어야 함
- 충남만의 차별화된 비전 제시_ 충남이 041이라는 지역번호를 사용하여 비전에 접목할 수 있는 방안은 어떠한가?
- 관광진흥은 기존의 관광자원을 활용하여 관광객 유치하는 것이 주목적이므로 홍보마케팅이 필요하며 관광개발은 부여는 고도제한구역으로 관광개발이 어려움이 있어 충남도의 사업 및 제도적 협의 필요
- 관광비전의 결과에 대한 확실한 성과 지표 필요하며 지자체의 인프라 구축부문 이후 운영 방안 제시

[계룡시 관광산업]

- 계룡시는 3군 본부가 위치한 군사도시로서 계룡축제가 열리는 장소 옆에 3만평 규모의 병영체험교육장 조성하고 있으며 탱크 11종 14개를 전시, 숙박시설, 야외체험장, 화장실 등을 조성, 해설사 4명 투입 되고 있음
- 병영체험교육장은 수익창출이 안되는 시설로 규정되어 있으며, 체험 또한 무료이나 유지보수에 투입 되는 비용이 계룡시에 전가되는 양상으로 군사사령부, 계룡대지원대 등의 시설사용료만 받을 수 있게 할 수 있게 노력 중임
- 병영체험교육장이 앞으로 시설 유지 및 정비 등에 대해 도비지원이 필요
- (관광기획팀장) 장기적으로 논산육군훈련소 사업과 연계해서 활용하여야 함

[공주시 문화관광해설사]

- 대학교를 중심으로 지역에 유입되는 외부사람을 대상으로 지역 홍보 필요하고 우리 지역에 체류하는 유학생 및 외국인을 대상으로 지역관광 홍보를 통해 외부에 구전 효과를 창출
- 공무원 등 지역민들의 지역관광에 대한 교육 필요하며 지역민 만족도를 향상 시킬 수 있는 방안 마련

[충남 관광산업과 임민환 과장]

- 정책적으로 문화관광해설사에 대한 정책을 축소하는 방향이나 관광의 파수꾼 역할로서 질적인 관광의 만족도를 높일 수 있어 문화관광해설사의 복리 등에 대한 복지 측면에서의 정책 강화 필요
- 세종시 등 주변지역의 관광수요의 창출됨에 따라 이들을 충남으로 유입할 수 있는 방안 필요
- 세종시 주민자치위원 팸투어를 실시했는데 만족도가 높게 나타남에 따라 서산 동부시장, 서천특화 시장 등의 지역자원을 활용한 국내관광객 유치하고 지역내 대학생 등의 관광 구전자로 활용하는 방안 필요

[건양대 여행사]

- 중국인 관광객 유치를 위한 쇼핑시설 및 면세점 부재로 서울로 유치할 수밖에 없는 문제가 발생하여 대전-충남 부문에서 유치가 어려움



- 건양대 병원 등 의료관광 부문에서 관광객 유입은 있을 수 있으나 부여 아울렛 등은 규모면에서 문제점을 보이고 있어 외국인 관광객이 왜 오는가에 대한 근본적 이유를 파악해야함[쇼핑이 중심]
- 충남 관광에 대한 홍보가 잘 안되어 있으며 휴대전화 및 SNS 등을 활용한 홍보가 필요하며 관광적 이슈가 만들어져야 관광객이 유입 될 것임
- 관광객의 만족도를 제고 할 수 있는 주민 서비스 의식 개선 필요하며 축제나 야간관광프로그램을 활용하여 체류형 관광객이 증가할 것

[논산시]

- 한국사람들은 중화권 관광객을 대할 때 일본, 유럽인들과는 다르게 은근히 무시하는 것 같은 느낌을 주고 있음
- 중국인들은 푸짐한 것, 일본인들은 정갈한 것 등으로 차이가 있으나 주민들이 모두다 고객이라는 마음으로 서비스를 제공하는 등의 서비스 의식 함양이 필요

[공주시]

- 관광지에 대한 승인은 이루어지나 민자 유치 개발의 한계점이 나타나 공주문화관광지는 운영 부문은 어느 정도 유지하고 있으나 숙박시설지구 등의 민자유치 부문이 어려운 실정임
- 관광지 및 관광단지를 정책적으로 민자유치를 방안의 제시와 지역별 안배를 통한 민자투자유치 방안도 차원에서 정책적으로 제시 필요

[충남 관광산업과 임민환 과장]

- 공주시 등 숙박시설이 부재한 지역은 타 지역과 연계하여 상품 개발이 필요하며 원산도에 대명리조트가 건립(1,000실)되기로 MOU가 체결되었는데 이는 보령시가 적극적으로 유치한 결과이며 관광객증가에 따라 민자유치가 가능할 것임
- 교통의 이점을 활용한 숙박거점지로 충남을 활용할 필요가 있음

4) 권역별(북부권) 순회 워크숍 결과

I 개요

- 일시/장소: 2015. 10. 22(목) 15:00~17:30/ 아산 온양관광호텔 3층 다이아몬드홀
- 참석인원
 - 관광시책자문단(토론 : 김영준 박사, 이상대 대표이사),
 - 충청남도 관광산업과, 북부권(천안, 아산, 당진, 예산, 청양)관계자
- 주요 내용 : **충남 관광비전 도출을 위한 관계자 의견수렴**
 - 연구의 배경 및 목적, 관광트렌드, 관광키워드 도출을 통한 관광비전(안) 발표
 - 유기적인 연구 추진을 위한 관광비전(안)에 대한 의견 수렴



II 주요논의내용

[주 디이파트너스 이상대 대표이사]

- 향후 트렌드는 웰빙-힐링을 뒤이어 여유롭게 사는 것에 대해 초점이 맞추어질 것이라 예상됨
- 비전에서 충남도가 가야될 키워드를 찾아야 하며 현재까지 추진 된 사업들은 웰빙이나 힐링에 초점 맞추어진 사업이며, 앞으로는 더 큰 키워드를 가지고 비전 수립을 진행해야 될 것이라 생각함
- 북부권은 수도권과 가깝다는 이점이 있어, 향후 많은 사람들의 이주가 기대되며, 리빙 쪽으로의 사업 발굴이 필요하며 북부권에서의 각 시군에서 보유하고 있는 핵심 자원들을 미래 트렌드 키워드와 접목하여 장기적인 사업발굴을 할 필요가 있음
- 2010 세계대백제전사례와 같이 충남에서 행해질 마케팅적인 큰 이슈를 장기적인 관점에서 엮어 나가야함

[한국문화관광연구원 김영준 박사]

○ 충남관광비전

- 충남관광이 가질 수 있는 잠재력이나 미래전략을 파악은 중요하며 본 과업에서는 다양한 (안)의 체계적인 비전 제시가 이루어지고 있으며, 전반적으로 추진방향이 제대로 진행되고 있음



- 전문가, 도민수요조사에 따른 비전 발굴이 실제 지역에서 시행해야하는 사업과 연계되지 않을 수 있어 주의해야 함
- 지역에서 사업을 발굴 할 수 있는 대상과 방식을 조금 더 명확히 밝혀줄 필요가 있으며 지자체에서 많은 아이디어를 갖고 접근해야함
- 비전과 목표의 연계성이 중요하고 정량적 목표가 기술적 통계에 의해 나누어진 것 같은데 얼마나 많은 관광객이 지역에서 유동하는지가 중요하기 때문에 총량으로 접근하는 편이 나올 것 이라 생각함
- 행정의 관광전문 인력에 대해 전문성을 향상시키고 시정이나 군정 등에 관광적 전문지식을 내포할 필요가 있음

○ 충남의 3가지 대표 자원

- 서해안(바다)의 갯벌관광, 먹거리 등의 자원, 백제문화 역사관광 자원, 북부권의 접근성과 온천자원
- 충청권은 전반적으로 관광에 대한 관심이 미흡하다는 단점이 있어 이에 대한 보완이 필요함
- 충남이 보유한 숨겨진 자원을 발굴하고 접근성이 용이하다는 이점을 활용하고 충남관광에 대한 프로 모션 집중을 집중하고 다양한 방면으로 자원홍보가 필요함

[천안시]

- 천안시에는 독립기념관, 유관순열사 등의 자원은 있으나 특징적인 관광자원이 없어 시에서 집중해야 할 관광자원 발굴이 필요하며 천안시 관광자원 중에서 박물관수어사 묘에 대한 반영 필요
- 천안시는 K뷰티 테마파크 조성사업을 통해 산업시설과 연계한 관광콘텐츠 개발, 관광객 유치를 위한 노력 중에 있음
- 중국관광객 유치를 통해 서울, 경기, 제주지역은 호황을 누리고 있으나 충남의 경우 체류를 하고난 뒤 쇼핑이나 미용 등의 인프라가 전무하여 중국관광객 유치가 어려움
- 지역축제 등에 포커스를 맞추기보다는 해외관광객을 타깃으로 하여 북부권에 면세점이나 미용관련 (성형, 뷰티)산업 유치를 통해 관광과 연계 할 필요가 있음
- 도차원에서 중국 투자유치 방안 마련 필요

[아산시]

- 관광도 양극화가 심각한 상황이라고 생각하며, 이를 해소해야 더 큰 시너지효과가 나올 것 이라 생각하며 관광정책에서 축제가 주가 되어있는데 앞으로 일상관광이 활성화 될 필요가 있음
- 충남지역의 흥타령축제, 머드축제 등 상당한 시너지효과들을 낼 수 있는 지역축제들이 있지만, 인프라가 없어 특화가 되지 않고 있음
- 아산시의 주요 관광자원인 온천자원 활용 관광개발 추진이 되어야 하며 파리 등 해외관광객들은 한국의 뷰티산업, 의료관광에 관심이 높음에 따라 따라서 현재까지 진행하고 있는 충남의 역사유적지
- 최근 중국관광객이 이슈인데 그들을 유치하기 위해서는 시장의 흐름을 파악 할 필요가 있는데 중국 현지에서 여행사들이 모객을 할 때부터 서울, 제주 중심의 쇼핑, 관광일정을 잡기 때문에 중국관광객들이 충남 관광을 할 수 있는 여건이 마련되어 있지 않음
- 따라서 중국관광객을 모객하는 중국 여행사를 겨냥한 팸투어가 진행되어야 함
- 중국관광객 유치와 관련하여 방법론적인 부분은 캐릭터가 형성되고 새로운 컨셉으로 특화가 된다면 시장에서 알아서 작용할 것임

[당진시]

- 삽교호 관광지에는 먹거리, 체험거리, 볼거리, 즐길거리 등 다양한 자원이 있지만 특이한 숙박단지가 부재하고 있음
- 솔미성지의 경우 교황 방문이후 세계적으로 유명세를 탔으나 후속사업이 부재하여 아쉬운 면이 있음
- 당진의 관광지가 지정만 되어있을 뿐 예산이 없어 제대로 된 사업이 이루어지지 않고 있음
- 관광상품화, 팸투어 등은 단일지자체만의 노력으로 활성화가 어려워 인접 유사한 특색을 가지고 있는 지자체들간의 협력이 필요함

[예산군]

- 예산의 주요 관광지는 덕산권의 수덕사 등이 있으며 예당저수지 주변으로 생태관광권을 조성하기 위해 계획 중에 있음
- 관광활성화를 위한 예산 및 민자유치의 어려움이 애로사항으로 작용하고 있으며 이에 따라 예산군의 경우 힐링을 하나의 전략으로써 가져가야할 필요가 있음
- 충남은 국보급 관광자원을 다수 보유하고 있지만 제대로 된 개발이 되지 않아 이를 발굴하여 충남 관광자원을 육성할 필요가 있음
- 큰 규모의 프로젝트의 경우 각사군도를 연계하여 진행하며 관광에 전문성이 있는 인력을 배치하고 도지사가 직접 주재하며, 민간 전문인 등이 참여하는 전문자문기구가 필요함

[청양군]

- 청양군 관광자원에 대해 전반적으로 조사해 본 결과, 서울경기에서 오는 사람이 50%이며, 3-40대 인구 층이 가장 많으며 주된 여행 목적은 칠갑산 등 자연경관 여행이나 휴양림, 캠핑장, 농촌체험 등 힐링여행이 많으며 천장호와 칠갑호를 활용한 관광 활성화 계획을 진행 중임
- 청양군은 자연경관 자원 활용과 농촌체험의 육성이 중요한 과제이며 청양군의 자연경관을 관광자원으로서 활용하기 위해서는 길을 내고, 개발해야하는 등 결론적으로 자연을 훼손을 해야 하기 때문에 법적인 관계 등 다양한 어려움이 있음
- 최근 중국인관광객들도 힐링 관광트렌드에 따라 식물원 등의 관광지를 찾고 있으나 중국인 관광객은 쇼핑에 가장 중요한 여행목적을 두기 때문에 쇼핑기반이 전무 한 충남에서는 어려운 실정임

[충청남도 문화관광과]

- 충남에는 쇼핑 및 숙박 등 관광 인프라 시설이 없는 점이 가장 큰 문제임
- 충남의 숙박시설 확충을 위해 안면도, 원산도, 안섬 등에 콘도 및 호텔 등 대규모 숙박시설건립유치를 계획 중에 있음
- 비전이 너무 추상적이기 때문에 구체적인 전략이 부족한 면이 있어 보임



5) 권역별(서해안권) 순회 워크숍 결과

I 개요

- 일시/장소: 2015. 10. 23(금) 14:00~16:30/ 서해안 기후환경연구소 대회의실
- 참석인원
 - 시책자문단(좌장 : 엄서호교수, 토론 : 문주현 교수, 박근수교수),
 - 충청남도 관광산업과, 서해안권(보령, 서산, 서천, 홍성, 태안)관계자
- 주요 내용 : **충남 관광비전 도출을 위한 관계자 의견수렴**
 - 연구의 배경 및 목적, 관광트렌드, 관광키워드 도출을 통한 관광비전(안) 발표
 - 유기적인 연구 추진을 위한 관광비전(안)에 대한 의견 수렴



II 주요논의내용

[배재대학교 박근수 교수]

○ 충남 관광비전

- 6가지 비전 중에서 국내관광부분에 포커스를 맞추어 보았을 때에는 비전 1안 '상상하는 그 이상의 관광이 있는 충남' 이 적합할 것으로 보임
- 관광객의 체계적 관리를 위해 관광 통계관리를 주기적으로 관리·기록하고, 그것을 바탕으로 한 관광 정책 수립 필요
- 충남에서 부족한 면이 외래 관광객 유치 부분인데 충남은 백제문화라는 테마와 이미지를 보유하고 있으며, 이는 일본관광객들에게 상당히 매력적인 테마임
- 장기적인 관점으로 향후 일본인 관광객 수요를 고려해 백제문화 콘텐츠에 대한 관광정책이나 홍보에 집중할 필요성이 있음
- 일본인 관광객을 타깃으로 설정 하였을 때는 비전 6안 '백제의 멋, 서해의 맛 행복한 관광충남' 이 매력적이라 생각함
- 중국 관광객을 겨냥해 장기적으로 카지노, 쇼핑센터, 대산항에 대형크루즈 등을 유치할 필요가 있음

- 대전·충남에 거주하고 있는 중국인들을 개별 중국관광객 수요로 받아들여 맞춤형 관광 상품을 개발 할 필요가 있음
- 솔피성지 등 교황이 다녀간 곳에 대해 각 지자체별 관광 상품화를 시도하고 있어 유럽인등을 타깃으로 한 종교관광 마케팅 필요
- 4대 목표 중 하나인 ‘관광지 매력도 향상’ 보다는 조금 더 구체적으로 관광지 인프라, 휴양 등을 목표전략으로 하는 것도 관철을 것이라 생각됨

○ 충남, 대전, 충북지역 관광 연계

- 충남, 대전, 충북지역을 크게 권역화하여 각 권역별로 강점이 될 수 있는 자원을 연계해 관광객들이 누릴 수 있는 다양한 관광여건을 제공해야함
- 외국인 관광객을 대상으로 내세울만한 관광자원이 부족하여 의료관광이나 쇼핑관광 등은 대전과 연계를 통해 포괄적인 상품화방향 모색 필요
- 청주공항으로 들어오는 외국인 관광객을 유인하기 위한 관광 패키지 상품이 필요함

[경기대학교 엄서호 교수]

- 충남의 향후 관광의 방향과 전략은 2-30대 젊은 층이 선호하는 관광으로 나아갈 필요성이 있음
- 민속촌사례를 살펴보면 SNS 중심의 홍보와 참신한 마케팅(장소에 맞는 사또, 거지 등 역할 마케팅)을 통해 젊은 관광객을 유인하고 있음
- 충남은 관광 타깃을 5-60대로 설정하고 있으나 활기찬 젊은 세대에 맞춰나가야 하며 서해안의 중요 관광자원이 될 수 있는 머드축제, 섬 등을 활용하여야 함
- 서해안 해수욕장의 서비스 등급제 등을 제정하여 전체적인 충남 관광의 질과 서비스를 변모시킬 필요가 있음
- 충남 특유의 농어촌관광 강조가 필요함
- 중장기 추진전략 4대 목표 분류가 간단명료해 만족스러움

[홍성군]

- 충남은 외국인 관광객 수용을 위한 인프라가 몹시 협소하며 인프라 확충을 위해 민간인 투자자들이 투자할 수 있는 여건과 메리트를 제공할 필요가 있음
- 외국인 관광객 유치를 위해 의료관광을 육성하는 것은 장기적으로 보았을 때 비효율적이기 때문에 충남이 가지고 있는 특색 있고, 경쟁력 있는 문화관광자원을 발굴할 필요성이 있음
- 미래를 내다보고 충남 관광 비전을 수립해야하며 역사문화 축제 시 특색 있는 콘텐츠가 부족하여 젊은 층을 겨냥할 수 있는 내실 있는 콘텐츠 발굴이 필요함
- 충남의 강점은 농촌관광이라고 생각하며, 외국인관광객이 한국의 농촌을 경험할 수 있는 콘텐츠 내실화가 필요함
- 농촌관광 활성화를 위해 젊은 인력이 필요하지만 농촌은 대체적으로 고령인구가 많다는 약점이 있음
- 충남의 관광비전은 충남의 정체성, 각 지역만의 정체성을 내포할 수 있어야함
- 충남 관광활성화를 위한 지자체들 간의 협력연계 필요

[보령시]

- 현재 보령 머드축제 활성화를 위해 다양한 체험 프로그램, 콘텐츠 개발에 상당한 노력을 기울이고 있으나 한계에 도달하고 있어 보령머드축제의 중장기적 목표를 수립예정임(원산도에 리조트를 조성 중에 있으며 2019년에 완공예정)



- 최근 관광트렌드가 체험 쪽으로 나아가고 있어(조개캐기, 갯벌체험, 짚라인 등) 대천, 태안, 서산 지역은 바다를 중심으로 바다, 갯벌, 어촌 관광자원을 연계하여 진행 할 수 있는 종합체험환경 조성 필요
- 강화도 스티커투어 사례를 견학하고 보령시 외의 인접 시군과 연계가 필요하다는 생각이 들었으며 지평선축제, 대나무축제 등 다양한 축제 견학을 통해 각 축제에서 착안할 사항에 대해 끊임없이 모색하고 있음

[서천군]

- 충남의 지자체들은 각 시군별로 살아남기 위한 노력들을 많이 하고 있어 각 지자체간 연계가 되지 않고 있어 각 지자체의 특색 있는 관광자원을 연계하여야 하며 서천의 경우 군산과 연계를 통한 관광 활성화 예정임

[태안군]

- 보령시의 원산도 리조트 조성으로 인해 태안군 관광 위축에 대한 우려가 있어 관광비전 설정 시 각 지자체 간의 균형적인 관광발전을 위한 노력이 필요함
- 도에서는 각 시군이 중점 추진 할 수 있는 사업을 선정해주어 시군별 지원을 강화해주어야 함
- 태안군 역점시책인 마도 보물선 유적과 연계한 관광산업 육성이 필요하며 마리나항 역점개발이 요구되며 해수욕장 개발 및 관리에 관한 애로사항이 있어, 충남도의 해수욕장 등급제 추진을 통해 주요 해수욕장에 집중 투자 할 수 있는 여건조성을 희망함

[서산시]

- 관광비전 수립 시 역사문화자연환경에 국한된 것이 아닌 해양환경개발계획, 가로림만관련 계획 등 현재진행하고 있으며 진행하고자 하는 계획 반영을 희망하며 관광 비전 수립 시 관광객 유치에 관한 사항이 보강될 필요가 있음
- 관광인프라가 적은 지자체도 살피며 균형적으로 지원해주는 정책이 필요함
- 숙박시설 협소에 따른 애로사항의 경우 비어있는 대학교 연수원 연계를 통해 단체 관광객 유치가 필요하며 충남의 경우 수도권과의 접근성이 용이하여 관광객 유입이 많기 때문에 먹거리 및 볼거리 관련 콘텐츠 개발이 필요함
- 중국 개별 관광객의 경우 2-30대의 젊은 관광객이 많으며, 문화 콘텐츠를 좋아하기 때문에(드라마, 영화촬영지)그들을 유인하기 위한 방안 마련이 필요함
- 향후 서산 대산항에 여객선이 개항될 예정이어서 이에 유입되는 관광객 활용방안을 마련해야하며, 관광객을 맞이하는 지역주민들의 의식 개선이 필요함

6) 중간보고회 개최 결과

I 개요

- 일시/장소: 2015. 11. 3(수) 14:00/ 충남도청 소회의실(602호)
- 참석인원
 - 문화체육관광국장, 관광산업과장, 관광산업과
 - 관광정책특보(안용주), 관광시책자문단 6인(박정하, 김시중, 김세만, 김은영, 이상대, 양광호)
- 주요 내용 : 충남 관광비전 도출을 위한 관계자 의견수렴
 - 연구의 배경 및 목적, 관광트렌드, 관광키워드 도출을 통한 관광비전(안) 발표
 - 권역별 토론회 결과 반영사항 점검 및 전문가 자문

II 주요논의내용

[안용주 관광정책특보]

- 여가레저부문에 대한 인식개선 필요
 - 6개월 연구보고서라 짧은 시간에 많은 준비가 이루어졌으나, 중간보고 이후 토론이 반영되어 최종 보고에 반영되어야 할 것
 - 관광에서 행복이라는 키워드를 찾은 것이 고무적인 일이며 관광이라는 것은 시간이 많이 소요되는 작업이며, 투자한만큼의 output이 나오지 않고 정답이 없는 작업임
 - 관광이라는 것은 누군가의 욕구를 어떻게 자극하느냐에서 시작, 관광객의 욕구를 어떻게 충족시킬 것인가가 중요
 - 만족도가 낮은 것과 재방문이 낮은 것이 상관관계가 있으며, 이 둘의 만족도를 높이는 것이 충남관광 발전의 기폭제가 될 것 임
 - 2014년 국민여가생활보고서 내 국민의 여가활동 중 휴식활동이 60%, 취미오락이 20%, 관광활동은 2.2%에 불과하며 관광활동을 하는 1.2%를 가지고 16개 시도가제로섬게임을 하는 중임
 - 국가자체가 국민이 어떻게 여가생활을 즐길 수 있는 방향으로 인식을 전환할 것인가에 대한 접근이 필요한데 충남에서 이러한 부문을 선점하고, 레저여가활동에 대한 인식개선 작업이 보고서에 반영되어야 할 것임
 - 일본은 1987년에 국민레저활동보고서를 발표하였으며, 의식주, 여가, 레저생활에 대한 발표를 하면서 3위에 랭크된 레저 여가 활동이 2위로 올라서고 조사 10년 후 97년에 1위에 랭크됨
 - 여가레저생활을 자신의 삶의 최우선으로 생각하는 인식이 1위로 랭크된 것이 1995년쯤임
 - 일본이 버블경제가 깨짐에도 불구하고 레저여가생활이 그들의 삶에서 한번도 의식주와 바뀐 적이 없어 국민 인식자체가 레저여가에 대한 주안점을 두고 있다는 것임
 - 10년짜리 장기비전을 논의 한다는 측면에서 레저, 여가 활동에 대한 부문을 어떻게 확대 할 것인가에 대한 논의 필요



○ p32 SWOT 분석

- 우수한 접근성, 세종시 등 관광시장 풍부이 이것이 내수시장인지 외국인 시장인지에 대한 부문인지에 대해 분명하지가 않음(강점인가에 대한 의문)
- 지금까지 관광공사에서 분석된 자료에 의하면 외국인 관광객의 관광활동이 쇼핑 64%, 자연풍광이 45%, 역사문화탐방 24% 인데 대전-충남-세종-충북이 쇼핑을 충족시켜줄 수 있는 대안이 어디에 있는지에 대한 의문
- FIT 방문이 이루어진다 하더라도 중국에서는 아직까지는 패키지 관광이 우세하며, 우리가 이러한 부문에 대한 생각이 필요

○ 외국인 유학생 활용 방안

- 파워블로거 활용(안)은 이미 많은 부문에서 활용하고 있으며, 선문대학 등 충남소재에 대학 34개에 유학 온 외국인 학생을 중심으로 이루어지고 있음
- 충북에서는 중국인유학생페스티벌 개최
- 대학의 유학생을 활용하여 블로거로서 선전할 수 있는 홍보 방안 마련 필요(자세한), 관-산-학 협력

○ p22 관광부문 주요 사업

- 97.2%가 관광인프라 구축에 집중, 행정부문에서는 관광수용태세 확충 부문에서 하드웨어구축에 치중 되어 있으나, 이러한 부문에 대한 고민 및 대안이 필요

○ 만족도가 낮음, 재방문을 낮은 것은 손님맞이 준비가 안되어있다는 것

- 관광부문에 대한 투자를 해달라고 하나 관광객을 실질적으로 맞이할 준비가 덜 되어 있어 이를 개선할 방안이 필요
- 중국인 관광객에 대한 인식 변화가 필요(문화의 상대성에 대한 이해 필요)
- 일본인 관광객은 여가레저 등에 대한 주안점이 다르기 때문에 타깃별 차이점을 두어야 할 것임

[중부대학교 박정하 교수]

○ 비전-목표-추진전략의 타당성

- 관광부문에 대한 적은 예산 비중으로 제시된 사업을 추진할 수 있는가에 대한 의문이며 예산확보가 관건이 될 것임
- 실현가능한 계획의 반영으로 비전과 목표, 계획이 잘 어우러질 수 있도록 함
- 어떻게 강점을 살리고 약점을 보완하고, 위협요인을 최소화 하는 방안 등이 제시되어야 할 것임

[우송대학교 김시중 교수]

○ 제시된 4대 목표에 대한 전략과제에 대한 배분의 검토 필요

- 관광인프라에 대한 구축이 어느 정도 이루어진 것 같음
- 목적지로서는 3위이나 관광만족도가 8위로 낮게 나타남에 따라 서비스역량제고, 유인할 수 있는 홍보 마케팅의 차별화가 적은 비중이지만 예산적 배분의 검토 필요
- 홍보마케팅, 인력, 상품개발에 대한 비중이 높아져야 할 것임(목표달성에 대한 예산 배분이 이루어져야 할 것)

○ p39 외래관광객 비율에 대한 정량적 목표의 평가가 가능한가?

- 2010년-2013년의 비중이 1.6%였는데 2014년에 0.9%에 불과하다고 2014년을 기준 지표로 갖고 갈 것인가에 대한 조정 필요
- 예산부문도 0.49%로 가장 낮게 나타나지만 지자체별로 예산의 비중이 관광인프라 비중 높았던 지역이 있을 수 있기 때문에 정량적 관광 비중의 출발점에 대한 정리 및 검토가 필요함

○ 제시된 사업의 추진이 연구용역에서 담아내기 어렵지 않은가?

- 전체적으로 큰 비전을 그리는 작업이므로, 여기에서 큰 그림과 기본적 목표, 이에 따른 전략 등 상위 개념에서 방향을 잘 설정하는 것이 본 연구의 목표가 될 것임
- 6차 권역별 관광계획이 있기 때문에 전체 큰 그림에서 방향을 모색하는 것이 좋을 것임

[이창규 문화체육관광국장]

- 예산부문 다른 관광분야에 다른 시도와 비교해서 차이가 나는 것인지, 분야별로 차이가 나는 것인지 관광산업과와 검토가 필요
- 새로운 것을 만드는 것은 어려운 작업이며, 호텔 및 리조트 조성을 위해 민자유치를 하는 방안은 어려움, 기존의 자원을 최대한 활용하는 방안 필요
- 홈스테이 등을 포함하여 시군의 인프라에 대한 DB구축을 계획하고 있어 시군간의 협력이 필요
- 민간협의회, 관광협회, 충청남도, 시군이 협업하여 사업을 추진해야 함(합리적인 역할 분담 방안 모색하고 있음)

[한국관광공사 대전충남협력지사 김세만 지사장]

○ 마케팅의 구체적이고 실질적인 액션플랜 필요

- 관광사업에 대한 과제가 광범위함에 따라 실질적으로 활용 및 실행 가능한 액션플랜이 가능한 사업에 대한 구체화 필요
- 대전-세종시-충북-전북까지 아우르는 충남을 방문하고 주변지역을 가더라도 같이 협력할 수 있는 방안제시가 필요하며 충북과 전북지역이 경합되는 부문이 많으나 마케팅 선점이 우선이 되어야 하므로 폭넓게 제시가 되어야 할 것임
- 마케팅은 디테일로 승부해야 하며, 세부적인 액션플랜 하나가 마케팅이 될 수 있음. 예를 들면 전주한옥마을이 관광지로 급부상할 수 있었던 것은 코레일의 내일로라는 티켓팅을 통한 마케팅을 통해 전주시 한옥마을 방문 프로그램을 만든 것에서 시작한 것을 사례로 실질적으로 현장에서 뛰는 여행업체의 자문, 30세 이하의 젊은 층 자문이 필요

○ 충남지역의 서비스 마인드 제고 플랜 필요

- 두근두근충남 : 충남의 이미지는 편안한 이미지가 많은데 두근두근은 뭔가 활동적인 의미를 가져가니까 내국인들에게 접근이 가능할까?
- 젊은이들과 내국인이 집중될 때 외국인이 방문함에 따라 이들을 유입할수 있는 방안 마련 필요
- 충남의 경우 환대서비스의 개선이 필요하며, 온화한 미소, 백제에서 느낄 수 있는 미소 등을 트레이드마크로 캠페인 전개
- 프랑스의 디소르망이 한국의 가장 대표자원을 “조선백자” 로 꼽음에 따라 조선백자의 원산지가 충남이므로 이를 활용



○ 의료관광분야

- 타깃팅 : 중국내륙도시, 동남아, 인도네시아 등을 타깃팅 하여야 하며 기록된 유럽 및 대항주는 거리적으로 너무 멀기 때문에 가까이에 위치한 중국 및 동남아를 타깃팅 전환이 필요
- 충남의 온천시설 안에 성형외과, 피부과 등을 유치하면 의료관광이 가능 할 것임

○ 한국관광공사 추진사업

- 충남지역 서비스 마인드 향상을 위한 캠페인 제시하고, 중국유학생 팸투어 구체적 검토, 세계유산 3개 시군 연계관광 및 마케팅 방안 등을 한국관광공사에서 협력하여 추진하고자 함

[(주) 디이파트너스 이상대 대표]

- 3차 서해안 관광중심지에서는 하드웨어에서 눈에 보이는 실천적, 5차 때는 애항 충남으로 소프트웨어 적인 비전이 제시되었으나 이에 대한 모니터링 및 평가가 필요
- 두근두근 충남에 대한 비전을 갖는다면, 이를 눈에 보이는 실천과제 중 두근두근 광고개발 등은 눈에 띄는 계획임, 나머지는 지자체 사업 중 분류하여 묶인 느낌이 강하므로 이러한 사업 등은 6차 권역별 계획에서 분류되어 묶일 것이며, 두근두근 충남을 실현할 수 있는 하드웨어와 소프트웨어의 제시가 필요함
- 삼성이념은 사업보국이며 이러한 비전은 바뀌지 않으며, 충남 비전 또한 계속 바뀌어야 하느냐에 대한 생각이 필요, 두근두근 충남이라는 측면에서 사업이 고민이 되고 이를 시군에 배포 하는 등의 작업이 필요
- 제주도와 삼성에버랜드가 자매결연을 통해 도내 서비스업 종사자, 공무원 등 서비스 교육을 통해 서비스 역량을 제고함에 따라 충남에서도 관광서비스아카데미를 도차원에서 만들어서 충남도가 도 차원에서 가장 잘할 수 있는 서비스 목표를 제시하여 서비스역량 제고 등을 집중 발굴 및 단계별 실천이 필요
- 최근 젊은이들이 텐트를 이용하여 마당에 텐트를 치고 화장실을 이용하는 숙박형태가 증가하고 있으며 충남의 “두근두근 스테이” 상품 개발을 통해 두근두근을 활용해 충남관광이미지의 전략으로 활용함

[비틀맵 김은영 대표]

- 정책적으로 인위적 투자를 해서 가시적인 효과를 내는 것은 한계가 있으며 충남에서 왔으면 하는 관광객에게 이익을 제공할 것인가에 대한 고민이 필요
- 관광이라고 하면 관광개발 등의 하드웨어적인 투자가 이루어지지만 콘텐츠가 없다면 텅빈 상자에 불과함에 따라 하드웨어의 투자 보다는 충남 내에 산재한 콘텐츠를 의미있는 시각으로 바라보고 가치를 부여하여 콘텐츠의 발굴이 필요
- “산업관광” 이 중요, 이미 충남에 있는 공장이라는 측면에서 수도권에는 직업체험관이 있으나 충남의 경우 공장이 살아있는 직업체험관이 될 수 있음,(공장방문뿐만 아니라 아트갤러리, 가내수공업 등을 새로운 시각으로 바라보고 콘텐츠화하여 산업관광으로 육성함)
- 연구관련 자문위원에 작가, 시인, 화가, 작사가, 방송국 PD 등을 팸투어 하여 고견을 들을 수 있는 계기를 마련함

[한국영상대학교 양광호 교수]

- 비전과제가 10년을 계획하는 중장기적 과제로 세부적인 과제도출보다는 충남관광이 어떠한 방향성을 가져가야 하는지에 대한 도출이 핵심적인 것이 될것임
- 충남 및 시군이 관광분야에 투자하고 역량을 결집할 때 방향이 되는 부문으로 향후 10년간 충남관광이 가져가야 할 비전을 도출하는 것이 핵심적
- 미래를 예측해야 하며, 트렌드와 충남이 갖고 있는 자원의 적합성, 부합성, 타지역과의 협력 등이 타 지역과 비교하여 비교우위점에 있는 것을 도출하여야 방향설정이 가능할 것임
- 방향성 부문에 있어서 공감대를 형성하고 타당성을 입증하는 것이 필요
- 세부과제가 본 과제에서 중요하지는 않고 비전을 어떠한 수단과 전략으로 도달할 것인가에 대한 부분이 불명확
- 비전의 4대목표가 부문별로 제시했는데 10년 후 충남도의 미래상이 도출되어야 함
- “산악관광” 부문에 대한 법안이 통과됨에 따라 정책변화에 대한 반영 필요
- 관광 추진주체와 관련한 고민도 필요 할 것임

[공주시 관광정책팀장]

- 관광개발 등은 시군의 재량으로는 추진이 어려우며, 민자촉면에서 이루어지고 있어 시군에서 갖고 있는 자원을 활용하고 재방문 할 수 있는 수용태세 부문에 중점을 두어 음식, 숙박, 서비스 등에 대한 역점추진이 필요
- 외국인관광객 중 백제역사가 일본인 관광객에 대한 흥미요소였으나 일본인 관광객이 유럽시장으로 선회하고 있음에 따라 증가하는 중국인 관광객에 대한 쇼핑, 의료 부문에 대한 관심이 많아 공주-부여 및 천안 등과 연계한 계획이 필요함

[보령시 관광진흥팀장]

- 국도 77호선 해저연육교터널이 2018년 환공(25%), 대명리조트 MOU 체결(원산도에 2030년 완공을 목표로 75만㎡, 257,000평을 대상으로 지상 30층, 지하1층의 콘도가 조성될예정임, 객실 1600실(콘도 미니엄 1500실, 특급호텔 100실)규모, 주변 아쿠아월드 및 승마장 등 부대시설 설치 예정) 사업신청 단계에 있으며 이를 계획에 포함
- 대한민국을 대표하는 글로벌 육성 축제가 제외됨에 따라 보령머드축제가 포함되어야 함

[아산시 관광기획팀장]

- 아산은 온천과 의료가 어우러진 융복합의료관광을 중점으로 하고 있으며 도고와 아산온천은 대규모 스파시설로 운영되었으나 중국인 관광객을 대상으로 하는 의료관광에 중점을 두고 있음(10월 의료관광 융복합서비스 지원과 관련하여 용역 수행 중이며 중앙투자심사 예정)

[서산시 관광팀장]

- 제주도를 방문하는 외국인 내국인 관광객의 목적이 상이한데 중국관광객이 집중하는 지역은 한류의 열풍으로 드라마 및 영화 촬영지에 집중하며 내국인은 자연관광지, 박물관에 집중
- 충남권에서 중국인 관광객이 직접적으로 올수 있는 지역은 서산 대신항이며, 중국인 관광객(관광성향을 분석, 충남에서 적용할 수 있는 부문 등) 관련하여 디테일하게 언급 필요
- 기존의 관광개발계획과 해양-생태 등 중첩되는 부문이 많아 새로운 사업 발굴이 필요



- 자연생태 부문이 많이 진행 중이며, 기존의 철새와 관련된 것과 연계할 수 있는 것은 없고 시군별로 구분해 나뉘어져 있음,
- 백제문화권 또한 공주-부여를 중심으로 자원이 분포하나, 내포지역에도 백제문화권임에 따라 클러스터화 하여 자원화하는 방안 등도 제시되면 좋을 것임
- 관광인프라 부문 중 숙박시설이 부족하다는 의견이 많음. 경기도의 경우 숙박시설 조성시 취득세 감면 등의 세제혜택을 주고 있어 이를 벤치마킹하는 것도 좋을 것임(취등록세, 상수도세 감면 등의 세제혜택 필요)

[논산시 관광체육과]

- 관광객 유치는 여행사를 통해서 일시적으로 유치가 가능하나 장기간의 전략 및 전술로 수용할 태세가 준비되어야 함
- 건양대, 순천향대 등 도내 중국인유학생을 타깃별 팸투어를 통해 충남관광에 대해 정보를 제공함 (유학생들에 대한 장기적 대책 마련 필요)
- 충남 에어비앤비 구축시 민박, 호텔, 게스트하우스 등을 망라한 충남숙박포털로 개편하는 방안이 필요

[계룡시 문화관광팀장]

- 계룡시는 관광인프라(볼거리, 먹을거리 숙박)의 부재
- 신도안이라는 큰 관광지가 있으나 이는 계룡대 3군 본부에 포함되어 관광자원화가 어려움
- 논산과 연계한 안보관광투어가 제시되어 있어 머물 수 있는 관광지로서 계룡을 묶으면 좋을 듯 (계룡대의 나라사랑팀이 있어 계룡시를 방문하고 있는데 사격체험 등을 하고 지나가는 관광지로 인식)

[당진시 문화관광팀장]

- 당진에는 삽교천이라는 큰 관광지가 위치하고 있으나 체류형 관광지가 아님
- 산업관광부문에서 현대제철 등과 관련하여 관광자원으로 육성 가능
- 타시도에 비하여 충남이 관광인프라가 부족함

[부여군 관광개발팀장]

- 부여는 백제역사유적지구가 세계유산에 등재되어 공주-익산과 함께 자원으로 활용
- 관광인프라는 구축되어 있으며, 관광마케팅 전략을 수립 중에 있음
- 자연관광은 서해안 중심, 역사문화는 백제역사유적지구를 중심으로 다뤄지고, 충남관광의 키워드도 백제라는 부문에 제시됨에 따라 비중 있게 다루어진 것 같음
- 관광진흥쪽에 포커스를 맞춰 계획을 수립하고 있으며, 외국인 관광객 유치에 대한 경제적인 투자가 이루어지고 있음
- 부여만이 아닌 공주와 익산 등의 구체적인 계획을 통해 분석하여 본 계획에 포함되어 방향을 제시하면 지자체에서 개별적으로 하는 것보다는 효율성이 높을 것임

[서천군]

- 충남 전체적인 부문에서 모든 것을 할 수 없기 때문에 선택과 집중 전략이 필요
- 충남의 색이 타 지역에 비해 뚜렷한 이미지가 없어 관광이미지 강화가 가장 필요할 것임
- 외국인 관광객도 중요하나, 내국인 관광객의 재방문을 유도할 수 있는 계획 마련 필요

[청양군]

- 관광의 현주소 파악이 필요(방문관광객의 성향 파악과 낮은 만족도의 원인 등에 대한 개선점 등이 제시)

[홍성군]

- 충남관광의 과제 중 체류형 숙박시설의 증대 부문은 하루코스로 상품 개발을 하면서 지역경제와 밀접하게 연계 할 수 있는 방안 제시도 필요
- 해외관광객 위주로 유치 방안을 제시하였으나, 국내 관광객도 타깃별로 제시되어야 할 것임

[예산군 관광진흥팀장]

- 내국인 관광객 유치에 초점을 맞춰서 계획 수립
- 예산군 황새공원을 개장, 생태관광 상품을 만들기 위해 노력중임
- 제시된 사업들을 도와 시군이 연계하여 어떻게 풀어 나가는가가 중요함

[태안군 관광기획팀장]

- 안면도, 신두리 사구, 마도 보물선, 슬향기길 등을 활용한 관광객 유치를 중점에 두고 있음
- 안면도 관광지 개발 사업이 표류 중에 있음에 따라 최근 사업자 공모가 추진되고 있는데 관광비전에서 제시되어 조기 추진이 되길 부탁
- 콘텐츠 관련하여 마도에서 고려-조선까지 당시의 유물이 발견됨에 따라 이를 활용한 콘텐츠 활용하여 충남만의 최초 테마공원 조성 방안 포함 필요

[충청남도 관광산업과 임민환 과장]

- 관광동향, 설문분석 등에서 충남관광의 약점이 드러났으며, 문화체육관광국에서 할 수 있는 것과 쇼핑 물가 등은 경제국에서 협업하여 할 수 있는 사업이 있음
- 미래에 중심을 두는 사업이기 때문에 세부실천사업을 할 수 있는 추진체계 도출 필요
- 안면도 관광지 개발과 꽃지해수욕장을 활용한 꽃박람회 등으로 안면도에 대한 인지도가 높아졌으나 행사 이후 운영이나 관리가 이루어지지 않아 관광이미지가 없다는 것이 아쉬움임
- 경제하고 연계하여 일자리창출, 주민소득 향상 등을 궁극적 목표로 하여 충남 경제비전 2030의 비전에도 행복이 포함됨
- 충남의 슬로건 및 도정 정책은 “행복에 부합하여” 서해안비전, 타 부서의 비전과 연계하여 비전 제시가 필요



7) 최종보고회 개최 결과

I 개요

- 일시/장소: 2015. 12. 10(목) 14:00/ 보령 비체펠리스
- 참석인원
 - 문화체육관광국장, 관광산업과, 시군 담당자
 - 관광정책특보(안용주), 관광시책자문단 6인(박정하, 김세만, 박근수, 문주현, 이훈, 홍남기)
- 주요 내용 : **충남 관광비전 중장기 추진과제와 전략 최종보고**
 - 연구의 배경 및 목적, 관광트렌드, 관광키워드 도출을 통한 관광비전 제시
 - 관광비전 달성을 위한 추진전략 및 사업 제시
 - 시군 및 관광시책자문단 자문

II 주요논의내용

[배재대 박근수 교수]

- 내용이 전반적으로 정리되었으며 관광객이 충남을 떠올렸을 때 가장 먼저 생각나는 키워드는 ‘백제’로, 백제라는 키워드를 이념이나 슬로건등에 포함하면 좋을 것 같음
- 충남이나 대전거주 중국인 및 지인을 위한 개별 관광객 확대방안이 필요한데 대신항 방문 중국관광객을 충남권으로 유치하는 방안이 필요하며, 대형 크루즈 유치를 통한 관광파급효과 고민이 필요함
- 관광기반시설 조성(숙박 등)은 시간 및 비용소요가 크기 때문에 대전과 충북을 아울러 연계 협력하는 관광전략이 필요함
- 충남지역 관광객을 대상으로 주기적인 기초 데이터를 조사하는 관광통계 관리가 필요함(매력 있는 충남 마케팅 부문에 언급 필요)

[한양대 이훈교수]

- 중장기계획 속에 모든 것을 담으려고 하다 보니 특색이 눈에 띄지 않는듯하며 충남의 대표 키워드가 한눈에 들어올 필요가 있음
- 비전이 슬로건 같은 느낌이 있어 어떤 느낌으로 충남 관광이 나아갈 것인지 방향성이 담길 필요가 있음
- 최근 관광시장이 변화하고 있어 트렌드 및 흐름을 파악하여 다양한 대안을 제시하고, 다양한 계층의 접근성 확대가 필요함
- 최근 여행자들의 대부분이 2-30대 여성인 것을 알 수 있으며, 소비 및 의사결정에 있어 여성의 비중이 높아 2-30대 여성 유인을 위한 매력요인을 찾아내야함
- 세계적으로 크루즈 관광에 대한 수요가 증가하고 있어 이에 대한 고민이 필요하고 관광활성화를 위해서는 지자체의 관광관련 부서뿐만 아니라 다른 부서와의 협력 필요함
- 외국인 관광객 유치를 위해서는 공항, 크루즈, 쇼핑(대규모 면세점) 기반이 필요하나 충남 단일로는

한계가 있어 인접 도시인 충북, 대전과의 연계가 필요함

- 배낭여행객 및 개별 여행객들이 충남을 관광하기에 교통시스템이 불편한 면이 적지 않아, 교통 패스 시스템 등의 개발을 통해 편리한 관광 교통시스템 제공이 필요함
- 충남 관광 발전을 위해 관련 공무원들의 관광지식, 경험이 매우 중요하기 때문에 공무원들이 관광 활성화를 위해 상징적인 지역들을 반드시 방문할 필요성이 있음

[대전대학교 문주현교수]

- 비전에는 충남관광이 나아가야 할 개량적 성과를 담을 필요가 있으며 관광비전에 포함된 다양하고 많은 사업을 어떤 연계성을 가지고 하나같이에 대한 고민이 필요함
- 본 계획의 4대목표가 목표보다는 전략에 가까우며, 목표에는 관광객에 대한 목표를 삽입 할 필요가 있는데(관광객유치 의지 삽입필요) 앞으로 정부에서는 관광객 친절 불편개선 시스템, K-smile 캠페인과 같은 친절캠페인을 확대해 나갈 것임에 따라 상위국가 정책과 부합한 계획을 수립 할 필요가 있음
- 중국인관광객을 무시하고서는 충남관광활성화를 꾀할 수 없어, 중국인관광객 유치를 위한 관광 정책이 필요함
- 최근에는 중국인 관광객이 증가하는 추세이며, 그와 반대로 일본인관광객은 감소 추세에 있어 중국인 관광객 및 일본인관광객의 개별관광과 관련한 정책 강화가 필요함

[중부대학교 박정하 교수]

- 국가정책적으로 6차 산업에 주목하고 있는 현시점에서 각 시군별 대표 자원을 가지고 6차 산업화하고, 이를 관광하는데 있어 음식과 숙박을 비롯한 전반적인 부문에 활용해야 함
- 각 시군별로 관광트렌드와 SIT에 관심을 가져야 함

[충남공예협동조합 상무이사 홍남기]

- 관광기념품 개발을 통해 지역 소득 및 일자리 창출 효과 기대가 가능하고 충남을 대표 할 수 있는 새로운 관광기념상품 개발하고 기념품을 만드는 공예인들에 대한 지원이 필요함
- 관광지마다 판매대 설치 등을 통해 관광기념품에 대한 판로 확보가 필요함

[태안군 관광진흥과]

- 하드웨어 적인 관광 기반시설 구축도 중요하지만 관광 서비스 수준 향상이 우선적으로 필요함
- 태안관광 리노베이터 협의체인 관광학교 운영을 계기로 관광종사자(관광해설사, 음식, 숙박 등)들 간의 협의체가 구성되어 자체적인 모임이 활성화 되고 있음
- 관광발전을 위해서는 관광 종사자들의 친밀도, 네트워크 형성이 필요함

[예산군 문화관광과]

- 예산군은 현재 예당호 및 주변자원 연계를 통해 관광활성화를 도모하고 있음
- 예산군이 보유하고 있는 지역다움과, 예당호, 지역자원 등의 잠재력 극대화하고 관광가치 제고를 위해 노력하고 있음

[청양군 문화체육관광과]

- 청양군에서는 그동안 인구확보 정책에 집중하였으나 최근 관광개발을 위해 노력을 지속적으로 하려는 움직임을 보이고 있음. 특히, 농촌체험마을이 활성화 되어있으며, 이를 활용한 관광활성화를 도모하고자 함
- 관광활성화를 위해서는 유간기관간의 긴밀한 네트워크가 중요하다고 생각함



- 예를 들어 청양의 알프스 마을의 경우 군과 유관기관, 마을 간의 상호 협조가 마을사업 및 관광의 성공의 기반이 되었음
- 특히, 알프스마을과 같은 선도적인 농촌체험마을 롤모델로 하여 벤치마킹, 교육, 워크숍 등을 시행하여 활발한 의견교류를 하고 관과 민간이서로 연계될 수 있는 합일점을 찾아야함
- 하드웨어적인 관광 인프라도 중요하나 청양 같은 지역에서는 한계가 있어 기초기반을 다질 수 있는 교육, 벤치마킹과 같은 역량강화를 통해 한계를 극복해야 함
- 다른 지역에 비해 관광인프라가 미흡한 청양에서는 고장에 맞는 특색 있는 자원을 찾는 것이 필요함
- 또한 발보다는 가지고 있는 자원을 다듬고 잘 홍보하는 것이 중요함
- 청양관광활성화를 이끌고 나갈 수 있는 리더 양성도 반드시 선행되어야 함

[부여군]

- 부여군은 세계유산 등재 이후 관광객이 80%이상 증가하였으나 대부분의 유적이 풍경 외에는 볼거리 및 즐길거리가 없어 한계로 작용하고 있으며 이러한 한계를 극복하기 위해 다양한 프로그램 개발을 계획 중에 있음
- 줄타기, 백제무예체험, 음악회, 상설프로그램 운영을 통해 부여군은 볼거리와 즐길거리가 있는 지역으로 관광객 인식전환을 모색해야함
- 경주의 경우 야간 프로그램 및 볼거리가 다양하여 많은 관광객이 야간에도 찾고 있음에 따라 이에 부여군도 매력적인 요인으로 작용할 수 있는 야간관광프로그램 개발을 통해 밤에도 환한 도시로 탈바꿈하는 노력 중에 있음
- 최근 외국인 한국을 찾는 외국인관광객이 증가하고 있는 것과 관련하여 공주시, 충청도 등과 연계하여 해외관광객 유치를 위한 계획 확립이 필요함

[금산군 관광개발팀]

- 충남의 경우 관광을 위한 숙박 및 교통이 협소하여 관광활성화에 어려움을 겪고 있어 현재 보유하고 있는 자원을 최대한 활용하여 관광객을 유치할 필요성이 있음
- 각 시군마다 가지고 있는 자원을 최대한 극대화하여 관광객들이 올 수 있는 지원책을 마련하고 지역 자원을 알리기 위한 주요한 수단으로 관광안내 전문요원의 활성화가 필요함
- 단일 지자체 관광자원만으로는 관광객 유치가 쉽지 않기 때문에 지자체간 연계 프로그램을 강화할 필요가 있음

[당진시 문화관광과]

- 관광객 유치에 앞서 관광사업자 유치를 통해 관광인프라를 갖춰 관광객을 유치 할 필요가 있음

[계룡시 문화체육과]

- 계룡시의 경우 관광자원화 할 수 있는 관광자원 및 시설 관광자원이 미흡하나 지리적 이점으로 계룡대가 위치하고 있음
- 군문화체험장 조성을 통한 관광객유치를 위해 계룡대와 협의 중에 있어 향후 관광객 유치 효과를 기대할 수 있음

[논산시 관광체육과]

- 논산시는 관광인프라가 협소하나 밀리터리 파크 조성(서바이벌 게임장), 강경근대화사업 추진(젓갈축제)등을 통해 관광활성화를 모색 중에 있음
- 이 외에도 타시군과 관광인프라 연계를 통한 관광객 유치에 필요함

[서산시]

- 각 시군에서 축제 추진 시 관에서 주도하는 경우도 있으나 축제 위원회 조직을 통해 추진하는 경우가 많음, 따라서 공무원뿐만 아니라 추진위원회 역량강화를 함께 추진할 필요성이 있음

[아산시 문화관광과]

- 중국어로 된 안내 표지판이 부족하여, 설치 확대 및 중국 유명 포털사이트 등에 충남 관광 홍보 강화(배너 광고 등), 주말 및 주중 상시 공연 프로그램 확충이 필요하며, 관광객이 함께 참여하여 소통 할 수 있는 공연이 필요함
- 외국인관광객 인센티브제도(시에서 여행사에 지급)를 시행할 필요성이 있음
- 언어 없이도 외국인이 이해 할 수 있는 다채로운 코미디 공연 활성화가 필요함
- 중국인관광객 유치를 위해서는 쇼핑 인프라 확충이 필요함(관광지, 대규모 쇼핑몰 등)

[보령시 관광과]

- 관광객 유치를 위해서는 기존에 있는 콘텐츠의 개별적인 나열보다는, 사업 간의 연계서비스가 필요함
- 보령시에서는 버스 투어 관련사업의 경우 예산투입대비 효과가 있는지 고민되어 문화관광투어와 연계할 예정임

[공주시]

- 공주시는 세계유산에 등재되었으나 볼거리가 다양하지 않아 관광객들이 직접 체험 할 수 있는 다양한 상품개발을 위해 노력 중에 있음
- 백제춤, 백제기악, 박찬호·박세리 홍보활동 등으로 관광객에게 볼거리를 제공하기 위해 노력 중임
- 사업의 선택과 집중을 통해 우선순위로 사업을 시행할 필요가 있음


참여연구진 및 연구자문

■ 연구 기관 충남연구원

■ 연구 책임	김 경 태	충남연구원 책임연구원
■ 연구진	이 인 배	충남연구원 선임연구위원
	권 영 현	충남연구원 선임연구위원
	임 형 빈	충남연구원 책임연구원
	이 상 준	충남연구원 책임연구원
	권 미 정	충남연구원 연구원
	신 선 하	충남연구원 연구원

■ 연구자문	엄 서 호	경기대학교 관광전문대학원 교수
	박 정 하	중부대학교 교수
	김 시 중	우송대학교 교수
	문 주 현	대전대학교 교수
	지 진 호	건양대학교 교수
	김 은 영	(주) 지오마케팅 대표이사
	이 병 학	한겨레신문 부국장
	이 훈	한양대학교 교수
	이 상 대	(주) 디이파트너스 대표이사
	양 광 호	한국영상대학교 교수
	김 영 준	한국문화관광연구원 연구위원
	박 근 수	배재대학교 교수

충남 관광비전 중장기 추진과제와 전략

- 인쇄·발행 : 2015년 12월
- 발행처 : 충청남도
- 연구기관 :  충남연구원
ChungNam Institute
- 발행처 : 필성인쇄

-
- 본 보고서의 판권소유는 충청남도와 충남연구원에 있음
 - 본 보고서의 내용은 저자의 서면동의를 없이는 복제나 전제가 불가능함