문화경제포럼 발표자료

최근 관광 환경과 변화하는 관광의 역할

2025. 8. 28

심창섭

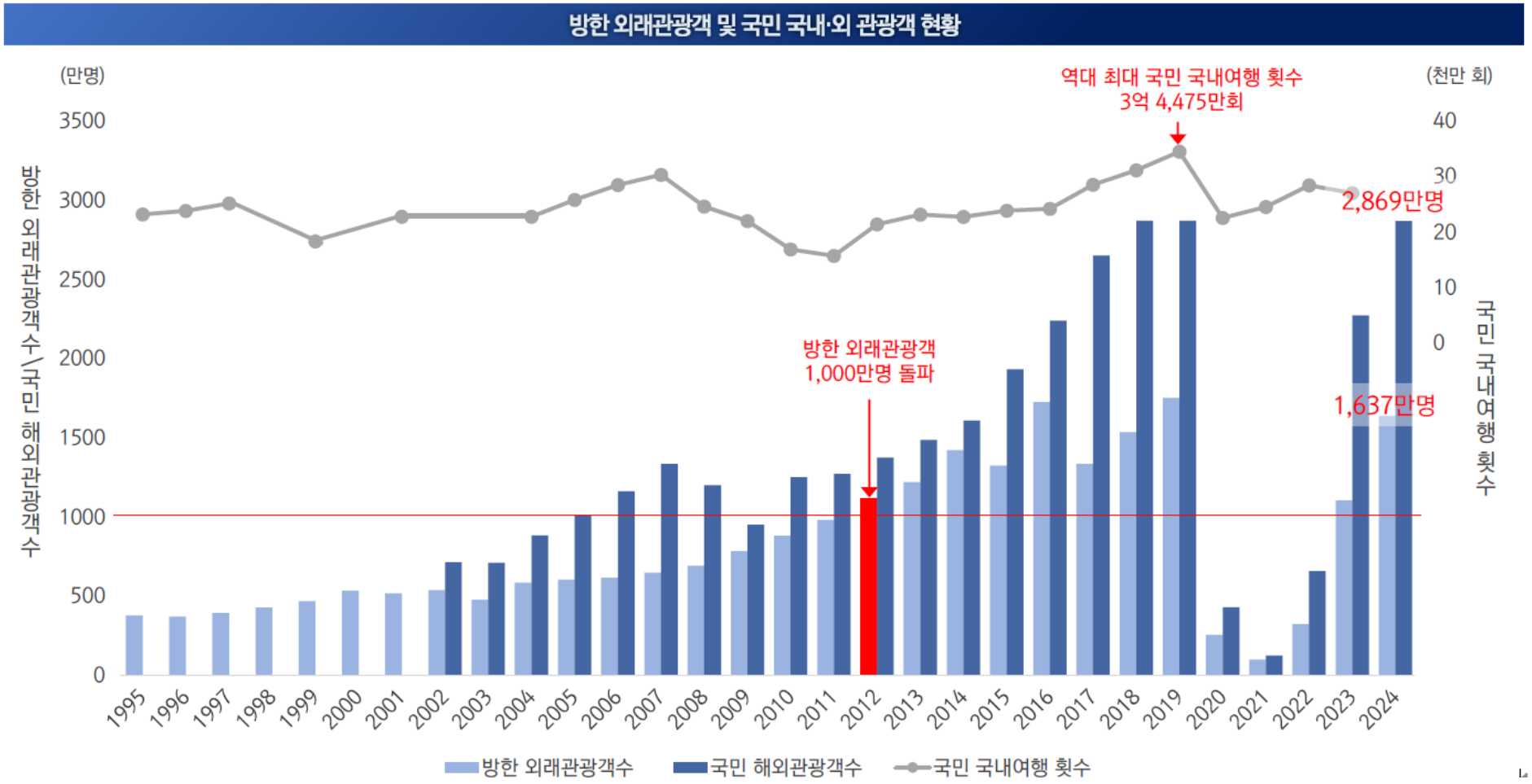
가천대학교 관광경영학과 교수

2025년
한국관광

현재의 한국관광

2025년 한국관광

◈ 국내 • 외 관광객 수 현황



자료 : 이훈(2025)

2025년 한국관광

◈ 시대별 관광의 역할 변화

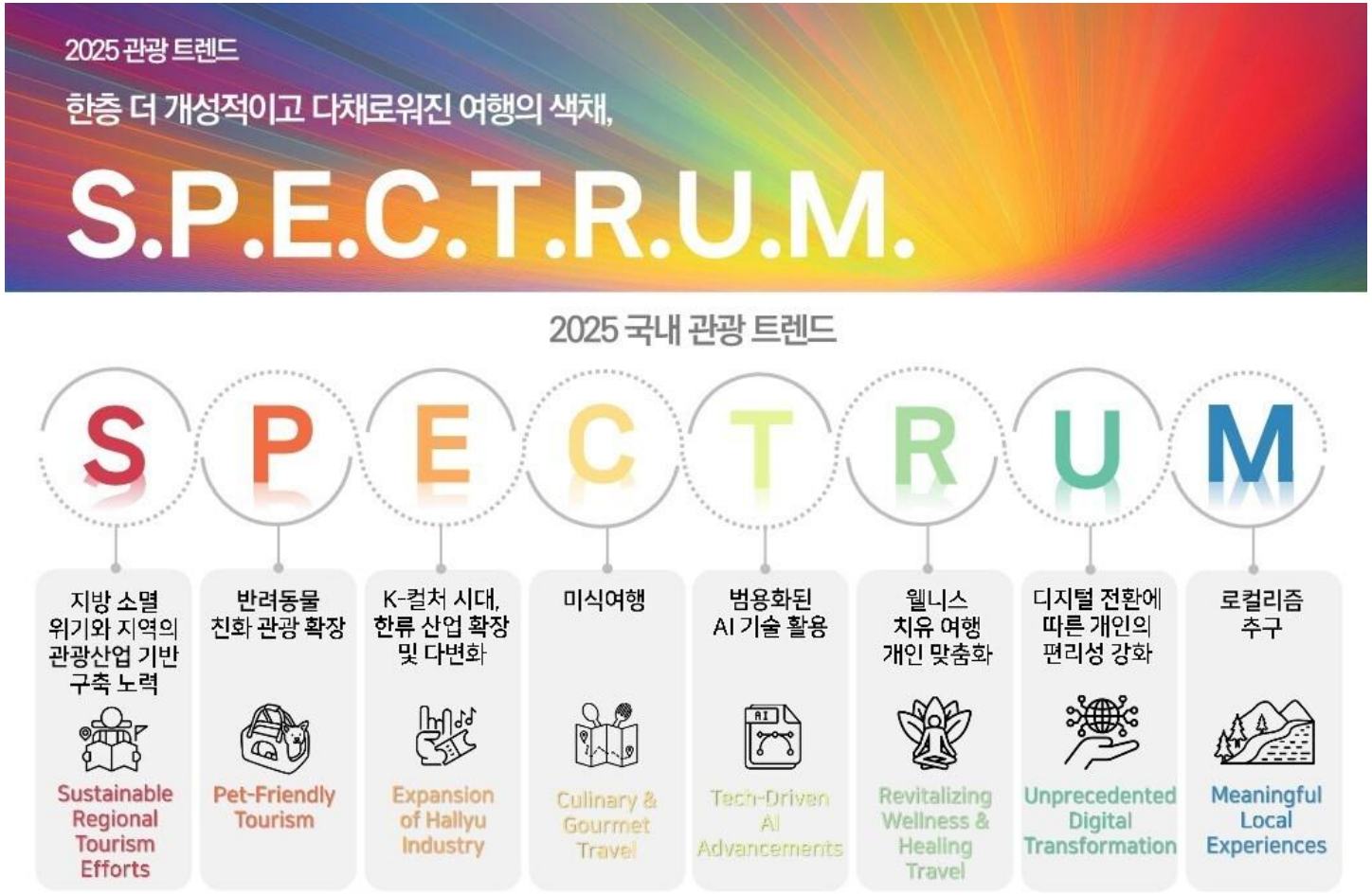
1-6차 관광진흥5개년계획

	비전	전략	핵심요약
1차 (1999~2003)	21세기 관광대국으로의 새로운 위상 확립	• 저비용 고효율 사업 집중 육성 • 고용창출 및 외자유치 • 관계기관 및 민관협력체계 강화 • 지속가능한 관광개발 실현	**외화 유입과 산업 성장** 중심의 경제 수단
2차 (2004~2008)	창의적이고 매력적인 관광한국	• 생활 속에 스며드는 국민관광 • 지역성장과 어우러진 관광 • 내실 있는 관광산업 • 세계인이 매력을 느끼는 관광한국	**지역균형 발전**과 생활 기반 관광으로의 확장
3차 (2009~2013)	동북아 지역의 매력적인 관광부국	• 관광수요의 확대로 산업발전 기반 마련 • 창의와 혁신으로 관광산업 경쟁력 강화 • 녹색성장으로 지속가능한 국가 발전에 기여 • 한국관광의 명품 콘텐츠 창출로 관광매력도 제고	**국가 이미지** 제고 체험 콘텐츠 중심 전략 산업
4차 (2014~2018)	관광으로 행복한 국민, 융성하는 대한민국	• 한국관광의 매력도 향상 • 한국관광시장의 규모 확대 • 관광산업의 경쟁력 강화 • 관광을 통한 국민행복 증진	산업경쟁력과 **삶의 질** 향상을 위한 행복 수단
5차 (2018~2022)	모두를 위한 선진사회로의 도약	• 쉼표가 있는 삶, 관광복지 사회 실현의 시작 • 신성장 역량강화로 관광산업 경쟁력 제고 • 함께하는 지역관광 만들기 • 외래관광객 유치의 다변화, 고도화	**포용과 형평**을 강조한 **관광복지**
6차 (2023~2027)	K-컬처와 함께하는 관광매력국가	• 세계인이 찾는 관광매력 국가 실현 • 현장과 함께 만드는 관광산업 혁신 • 국민과 함께 성장하는 국내관광 • 더 자주 더 오래 머무는 지역관광시대 구현	**K-컬처**와 지속가능한 **일상 문화 경험**

자료 : 이훈(2025)

2025년 한국관광

◈ 관광트렌드

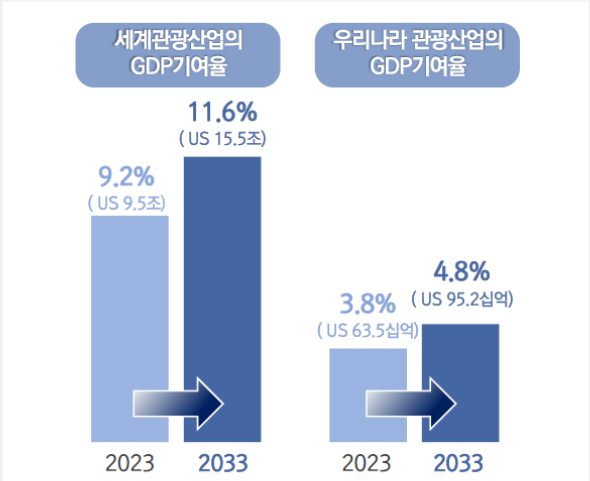


자료 : 한국관광공사(2025)

관광의 경제적 가치

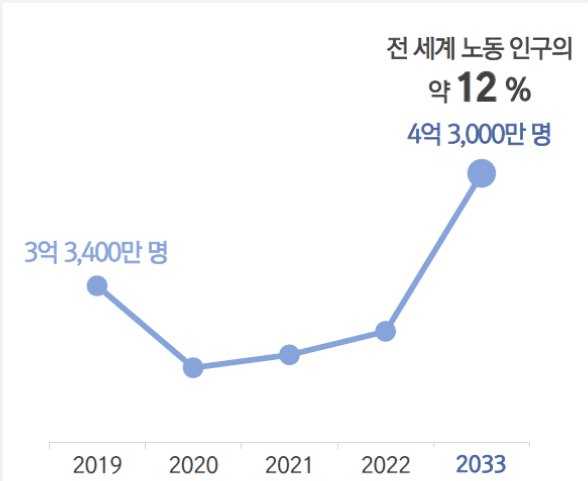
10년 후 세계관광산업 **15.5조 달러(GDP 11.6%)** 규모 성장

세계관광산업의 GDP기여율 및 우리나라 관광산업의 GDP기여율



출처: WTTC(2023.08.15.). Economic Impact Report 2023 Global Trends.

WTTC 세계 관광산업 일자리 수 전망



출처: Bloomberg(2023.08.21.).
Travel Will Represent a $15.5 Trillion Economy by 2033.

- 2024년 외래관광객 수 1,637만 명, 국민해외여행객 수 2,869만 명
- 관광수출 2023년 9조 2,552억 원, 국민국내관광 지출액 40조 941억 원
- 2024년 내국인 해외관광지출액 264억 9,000만 달러
- 세계평균 GDP 관광기여율 2019년 10.4%, 2023년 9.1%

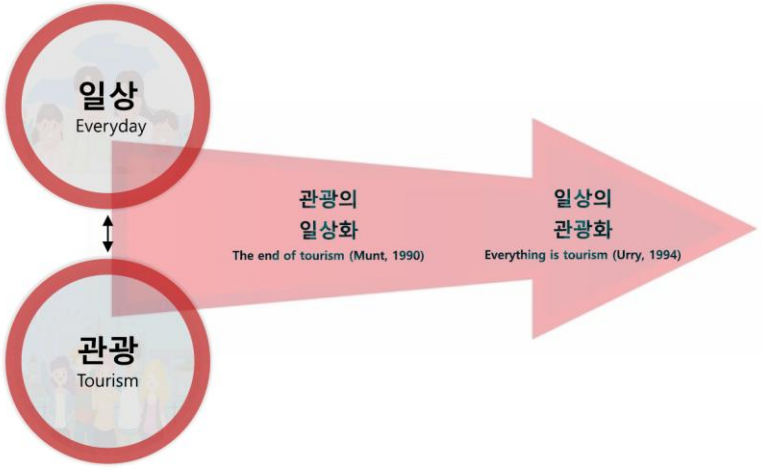
자료 : 이훈(2025)

최근 관광환경

◈ 관광과 일상의 융합

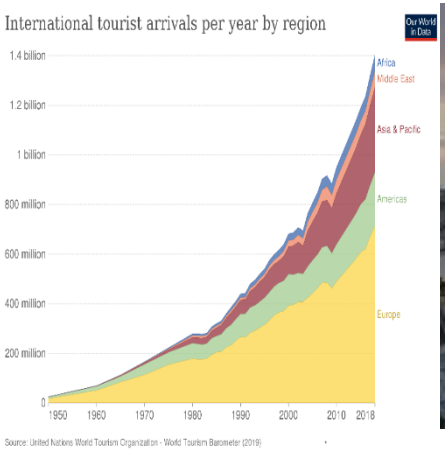
- **현대사회에서 여행은 더 이상 특별한 것이 아닌 의식주와 같은 필수불가결한 일상의 일부가 되었음**
  * 2025년 ¼분기 방한관광객 수 387만명으로 역대 최대
  * 2025년 우리국민의 여행경험율은 95.5%
- **방문지역의 일상을 깊이 경험하고자 하는 관광객의 욕구 증가와 지역의 기존 기능과의 공존 필요성**

자료 : 문화체육관광부 (2025)



◈ 변화하는 관광산업생태계

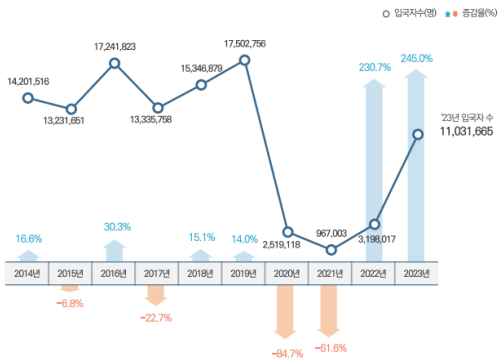
- **확장되는 관광의 범위에 따라 여행, 숙박, 항공 등 전통적 산업 이외에 다양한 분야/산업과 융복합 진행중**
  * ICT, 의료웰니스, K-컬처, 미디어, 음식, 교육, 복지 등
- **관광산업은 인공지능, 빅데이터, 공유경제 등 스마트화가 가장 빠르게 진행되는 최첨단 기술의 각축장**



최근 관광환경

◈ 방한 관광 현황

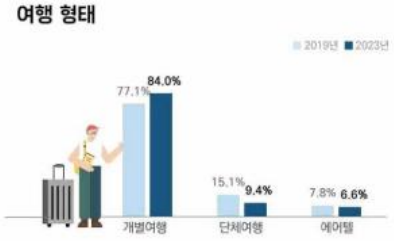
- 2024년 방한외래객 수는 1,637만 명으로 팬데믹 직전인 2019년(1,750만 명)의 93.5% 수준까지 회복
  * 일본은 3687만 명으로 역대 최대치 기록
- 방한외래객 중 85.6%가 수도권을 방문했고 36.0%만 비수도권 방문하는 등 수도권 집중 심각



자료 : 한국관광공사 (2024, 2025)

◈ 방한 외래객 특성

- 방한외래객 중 56.1%가 2회 이상 재방문자이며 84.0%가 개별여행으로 방문하고 있음
- 여성비율(58.8%)과 30세 이하 비율(38.2%)이 높으며 평균 체재기간이 점점 늘어나고 있음
- 주요 참여활동은 쇼핑, 식도락, 자연경관 順



자료 : 한국관광공사 (2024)

최근 관광환경

◈ 지역소멸과 관광의 역할

- **지역소멸의 심화 속에 정주인구 유치의 어려움으로 지역관광 활성화를 통한 생활인구 유입이 점점 중요**
  * 2024년 기준 전국 기초지자체 89개가 인구감소지역 지정
  * 국내여행객 61.5명 방문은 정주인구 1인의 소비감소 대체
- **여행뿐만 아니라 업무, 교육, 치유 등 다양한 목적의 지역방문자에 대한 제도, 인프라, 문화적 환대 필요**

자료 : 한국문화관광연구원(2022), 행정안전부(2024), MBC(2024)

'인구감소지역' 89곳 지정

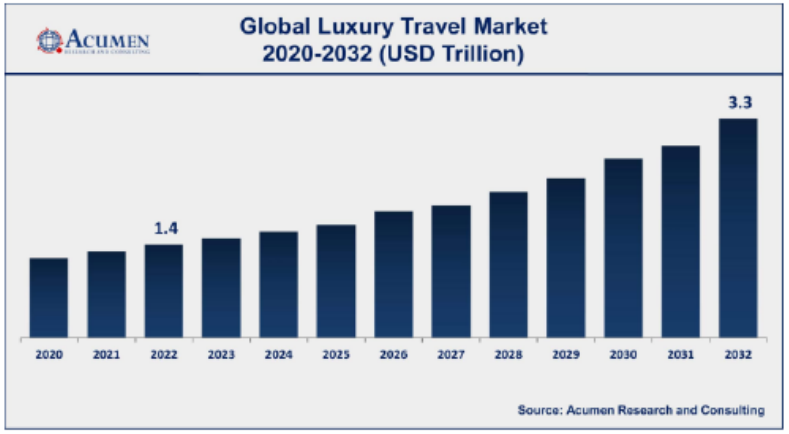
인천 2	강화 옹진
경기 2	가평 연천
부산 3	동구 서구 영도구
대구 2	남구 서구
경남 11	거창 고성 남해 밀양 산청 의령 창녕 하동 함안 함양 합천
경북 16	고령 영양 군위 영주 문경 영천 봉화 울릉 상주 울진 성주 의성 안동 청도 영덕 청송
강원 12	고성 철원 삼척 태백 양구 평창 양양 홍천 영월 화천 정선 횡성
충남 9	공주 서천 금산 예산 논산 청양 보령 태안 부여
충북 6	괴산 영동 단양 옥천 보은 제천
전북 10	고창 순창 김제 임실 남원 장수 무주 정읍 부안 진안
전남 16	강진 고흥 곡성 구례 담양 보성 신안 영광 영암 완도 장성 장흥 진도 함평 해남 화순

(자료: 행정안전부)

◈ 고부가가치 질적관광의 필요성

- **전문가 수준으로 높아진 관광객의 눈높이에 부합하고 지역경제에 실질적으로 기여하는 질적관광 필요**
- **코로나19 이후 소득양극화 심화로 럭셔리 관광시장이 관광산업 고부가가치화를 위한 타깃으로 관심**
  * 럭셔리하이엔드 관광객은 일반관광객의 약 160배 소비

자료 : 한국관광공사(2023)



최근 관광환경

◈ K-투어리즘의 태동

- 전 세계적인 K-컬처 열풍으로 한국문화에 대한 이해가 높아지고 살아있는 한국의 일상경험 욕구 증대
- 보편적인 콘텐츠를 한국의 기술과 감각으로 매력적으로 재탄생시키는 K-투어리즘이 최근 관심

  * 등산관광, 의료관광, 템플스테이, 스크린골프, 글램핑 등

◈ 기본권으로서 관광

- 관광은 더 이상 특별한 사치재가 아니며 국민의 행복과 삶의 질, 건강하고 창조적인 사회의 필수조건
- 장애인, 저소득층, 고령자, 영유아동반 등 관광약자의 제약 해소를 통한 여행향유기회 확대 필요

  * 장애인 등 관광약자비율은 우리나라 전체 인구의 약 29.4%

자료 : 한국관광공사(2024)

최근 관광환경

◈ 시사점

관광객의 높은 눈높이에 부합하는 콘텐츠 및 인프라

- 전문가 수준의 지식을 갖춘 현대관광객의 높아진 스탠다드 부합 필요
- 반복적인 재방문을 유도하는 차별화된 지역브랜드 구축 필요

다양성이 경쟁력이고 지속적 변화가 매력

- 점점 더 확장되는 관광의 대상과 방식으로 인위적 관광개발 불가능
- 관광 및 연관산업 생태계 구축으로 형성되는 다양성, 일상성, 변화 추구

지역주민이 환영하는 고부가가치 질적관광

- 불가피한 관광총량 증가를 대비한 고부가가치 질적관광으로의 전환 필요
- 갈등의 원인이 아닌 지역주민의 지지를 받는 관광산업, 방문자 경제 실현

관광과 일상의 융합

관광과 일상의 융합

일상
Everyday

관광
Tourism

관광의 일상화
The end of tourism (Munt, 1990)

일상의 관광화
Everything is tourism (Urry, 1994)

관광의 일상화 The end of tourism

- 현대사회에서 여행은 더 이상 특별한 것이 아닌 의식주와 같은 필수불가결한 일상의 일부

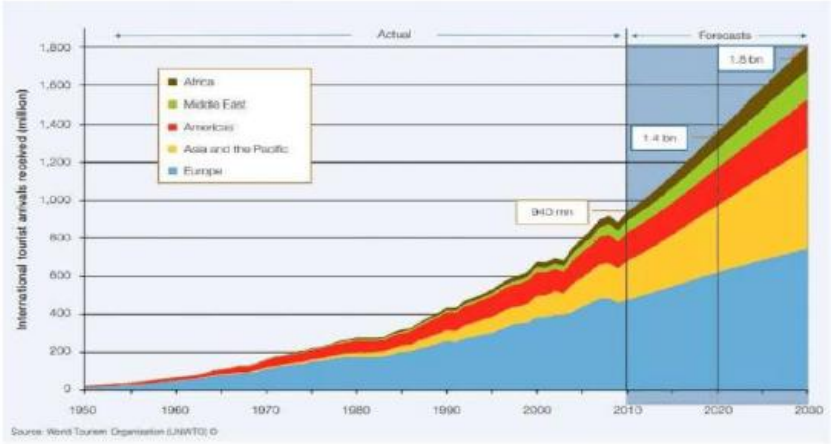
일상의 관광화 Everything is tourism

- 방문지역의 살아있는 일상을 경험하고자 하는 관광객의 욕구 증가와 관광대상의 범위 확장

관광과 일상의 융합

관광의 일상화 The end of tourism

- 현대사회에서 여행은 더 이상 특별한 것이 아닌 의식주와 같은 필수불가결한 일상의 일부가 되었음



2023 저비용 항공사(LCC) 국제선 여객 수 (단위: 명)

순위	항공사		국제선 여객 수
1	JEJUair	제주항공	736만35
2	t'way	티웨이항공	543만5277
3	JINAIR	진에어	504만1261
4	AIR BUSAN	에어부산	363만7586
5	AIR SEOUL	에어서울	151만5148
6	AIR PREMIA	에어프레미아	67만1480
7	EASTAR JET	이스타항공	29만2581

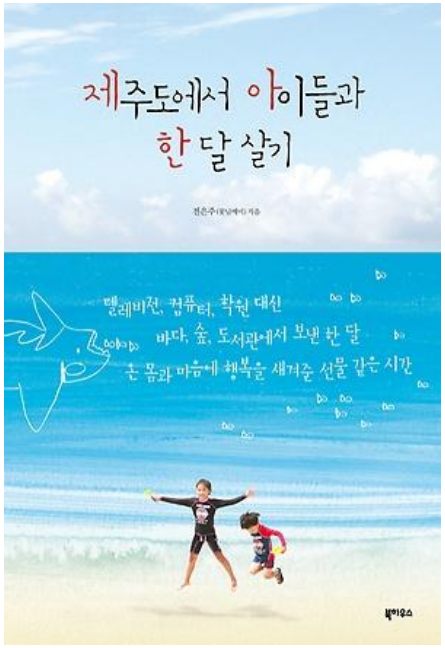
관광과 일상의 융합

◈ 관광의 일상화 - 新순례자

- **나만의 성지를 찾는 Neo-Pilgrim**
  - 한류, 음식, 스포츠, 도시, 취미 등
  - 新순례자 : 오타쿠, 팬덤, 매니아 등
- **레크레이션 전문화와 Serious Leisure**
  - 지속적, 정기적, 반복적 여가활동
  - 취미를 위한 시간과 비용의 투자
- **전통적 관광마케팅의 붕괴**
  - Novelty가 아닌 Familiarity의 추구
  - 1인당 지출 및 재방문비율 높은 고급마켓

관광과 일상의 융합

◈ 관광의 일상화 - 한달살기



- **관광객의 진짜에 대한 욕망**
  - Authenticity 이론, 여행경력패턴 이론
- **관광객이 아닌 현지인처럼 살아보기**
  - 제주를 시작으로 괌, 사이판, 동남아 등
  - 건강, 휴식, 체험, 어학 등 목적 세분화
- **공유숙박(airbnb)의 급성장**
  - "여행은 살아보는거야"
  - "어디에서나 우리집처럼"
- **관광의 영역의 확장?**
  - 관광/휴양/주거/교육/이민의 모호한 경계

관광과 일상의 융합

◈ 관광의 일상화 - 워케이션

- **비대면 커뮤니케이션의 대중화**
  - 비대면기술 발달이라는 코로나19의 역설
  - 언제 어디서든 업무수행이 가능한 시대
- **지방소멸과 관계인구**
  - 인구감소와 불균형발전에 의한 지방소멸
  - 관계인구 전략을 통한 방문자경제
- **기업의 직원복지? 혁신전략?**
  - 워라밸을 원하는 MZ세대 직원 복지
  - 창의적 환경이 만드는 가치창출

관광과 일상의 융합

일상의 관광화 Everything is tourism

- 방문지역의 일상을 깊이 경험하고자 하는 관광객의 욕구 증가와 지역의 기존 기능과의 공존 필요성

관광과 일상의 융합

◈ 일상의 관광화 – 전통시장 관광

스페인 산미구엘 시장

독일 빅투알리엔 시장

스페인 보케리아 시장

스페인 산안톤 시장

영국 코벤트가든 마켓

폴란드 크라쿠프 시장

일본 텐진바시 상점가

중국 예원시장

베트남 벤탄시장

관광과 일상의 융합

◈ 일상의 관광화 – 산업관광과 인프라투어리즘

벤츠 공장 투어 (독일 슈투트가르트)

- 벤츠가 제작한 자동차 및 부품을 코스로 직접 체험
- 벤츠 브랜드 홍보 뿐 아니라 자동차 역사교육 제공

허쉬 초콜릿 월드 (미국 펜실베니아)

- 공장, 호텔, 동물원, 박물관, 테마파크 등 시설 구성
- 기념품상점, 카페, 레스토랑, 4D영상체험, 초콜릿 전문 테이스팅, 공장투어, 나만의 초콜릿만들기 가능

윤데마을 (독일 쾨딩엔)

- 바이오 에너지를 활용한 세계최초 에너지자립마을
- 친환경마을로 명성 획득을 통한 관광객 증가

NASA 우주센터 (미국 휴스턴)

- 우주와 관련된 다양한 체험, 전시, 관람이 가능
- 실내박물관 및 트램투어를 통해 실제 우주선 관람
- 교육프로그램 제공 및 우주비행사와의 만남

CNN 센터 (미국 애틀란타)

- 24시간 뉴스서비스로 유명한 CNN본사 투어
- 가이드투어를 통해 실제 방송제작 모습 관람
- 방송국 스튜디오, 세트장 투어 및 구내식당 식사

유벤투스 스타디움 (이탈리아 토리노)

- 세계적인 축구클럽 유벤투스의 홈구장
- 이탈리아어 및 영어로 진행되는 가이드투어 진행
- 박물관, 그라운드, VIP룸, 라커룸, 미디어센터 등 관람

관광과 일상의 융합

◈ 일상의 관광화 – 인프라투어리즘

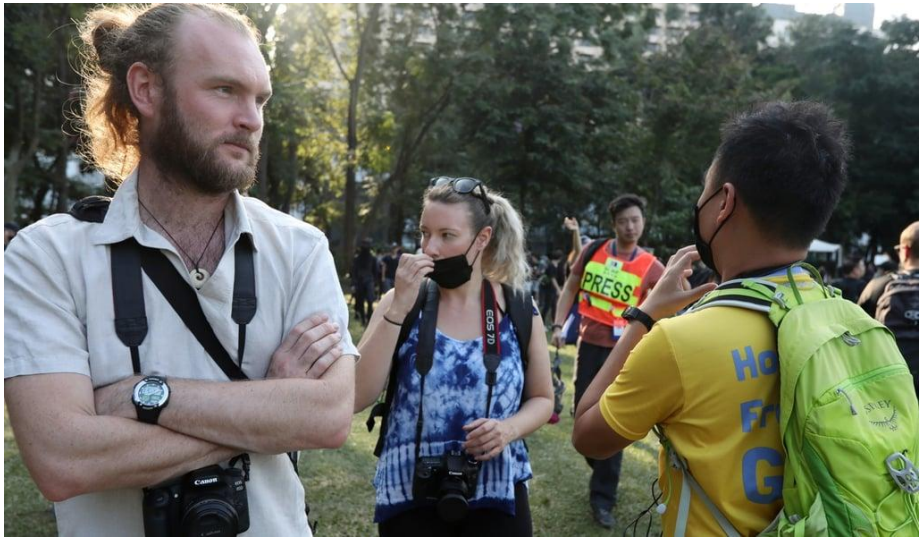
- **인구소멸시대 지역인프라의 존재**
  - 인구감소에 따른 지역인프라의 역할변화
  - 지역주민 + 방문자까지 고려한 계획

- **직접적 관광개발 -> 간접적 관광개발로**
  - 관광지, 관광단지의 실효성 상실
  - 지역적 일상자원에 관광기능을 확보

- **인프라투어리즘의 대상**
  - 토목/건축시설 : 도로, 터널, 댐, 발전소, 소각장
  - 산업시설 : 산업단지, 공장, 사업장, 오피스
  - 문화시설 : 대학교, 종교시설, 경기장, 도서관
  - 공공기관 : 시청, 공기업, 방송국, 언론사

관광과 일상의 융합

◈ 일상의 관광화 – Protest tourism



Article

Tourist Studies
2022, Vol. 22(3) 243–261
© The Author(s) 2022
Article reuse guidelines:
sagepub.com/journals-permissions
DOI: 10.1177/14687976221085729
journals.sagepub.com/home/tou
SAGE

Exploring protest tourism motivations: The case of Hong Kong

Changsup Shim
Gachon University, Korea

Yae-Na Park
Choong-Ki Lee
Young Sik Kim
Kyung Hee University, Korea

Colin Michael Hall
University of Canterbury, New Zealand
Lund University, Sweden
University of Oulu, Finland
Linnaeus University, Sweden

Abstract
Protest tourism is visiting a destination with the major aim of viewing or participating in protests. This qualitative study examined the motivations of Hong Kong protest tourists as a starting point for future exploration of distinctions between this emerging type of tourism and other existing categories. Five primary motivations were revealed. Two push motivations were the desire to (1) have special, new experiences that few others have experienced; and (2) experience tourist offerings first-hand. Three pull motivations were created by sites providing tourists the opportunity to (i) see a one-time historical event; (ii) share the moment with local citizens, even if indirectly; and (iii) experience real-time events with a local guide. The findings point to unique temporal and geographic aspects of the interplay between protest tourist motivations and the unique merging of the subject and object of tourism, shedding light on how different tourism experiences can be framed.

Keywords
Hong Kong, motivations, protest, protest tourism, qualitative research, tourists

Corresponding author:
Choong-Ki Lee, College of Hotel & Tourism Management, Kyung Hee University, 26 Kyungheedae-ro, Dongdaemun-gu, Seoul 02447, Korea.
Email: cklee@khu.ac.kr

도시관광과 오버투어리즘

도시관광의 부상

- **도시(City)는 일상생활의 공간으로서 전통적 관광시스템에서 출발지(Origin) 역할**
  - 관광은 일상(주거, 업무)을 벗어나 비일상(자연경관, 역사유적, 리조트 등)으로 떠나는 행위로 인식

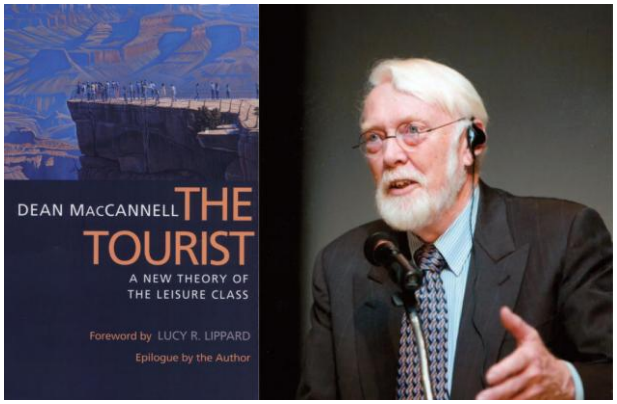
관광

도시 (일상) **비도시 (비일상)**

✓ UN Tourism에 따르면 최근 도시관광객의 증가속도는 전체 관광객의 증가속도의 약 3배
✓ 방문지역의 살아있는 일상경험을 원하는 관광트렌드 + 도시재생전략으로서 관광 활용 증가
✓ 방한 외래관광객 활동 : 식도락(59%), 쇼핑(57%), 자연경관(36%), 역사(27%), K-컬처(16%)

-> 관광(단)지 중심의 관광개발정책에서 관광목적지(Destination)으로서 도시에 대한 정책적 이해 부족

관광에서의 진정성



"관광자는 진정성(Authenticity)을 추구하는 사람"

Dean MacCannell

객관적 진정성(Objective authenticity)	구성적 진정성(Constructive authenticity)
관광대상이 과학적, 권위적, 인지적, 절대적으로 진짜인가?	관광대상이 관광자의 기대, 욕구, 맥락, 환경에 부합하는 진짜인가?
• 보존, 이격, 인증, 연구, 전문성 → **비일상**	• 변화, 활용, 조화, 재해석, 미디어 → **일상**

도시관광과 진정성

- 도시관광의 진정성은 도시민의 일상활동을 통해 형성
- 도시관광의 진정성은 도시를 구성하는 모든 유무형의 요소에 존재
- 도시관광의 진정성은 도시의 끊임없는 변화에 의해 계속 재구성

심창섭 (2012). 도시관광에서의 진정성 개념에 관한 탐색적 고찰. *관광연구논총*, *24*(3), 33-56.

서울의 복합쇼핑몰

"이 곳에서는 현재 한국인들의 모습을 그대로 볼 수 있어요. 그들이 좋아하는 패션, 음악, 음식, 표정까지도요"

Shim, C., & Santos, C. A. (2014). Tourism, place and placelessness in the phenomenological experience of shopping malls in Seoul. *Tourism Management*, *45*, 106-114.

신사동 가로수길

"여기는 올 때마다 달라져요. 가게들도 그렇고 분위기도 그렇고"

심창섭 & 상삼요 (2017). 도시관광에서 현대적 진정성의 의미: 신사동 가로수길의 중국인 개별 관광객에 대한 에스노그라피. *관광연구*, *32*(2), 429-447.

오버투어리즘

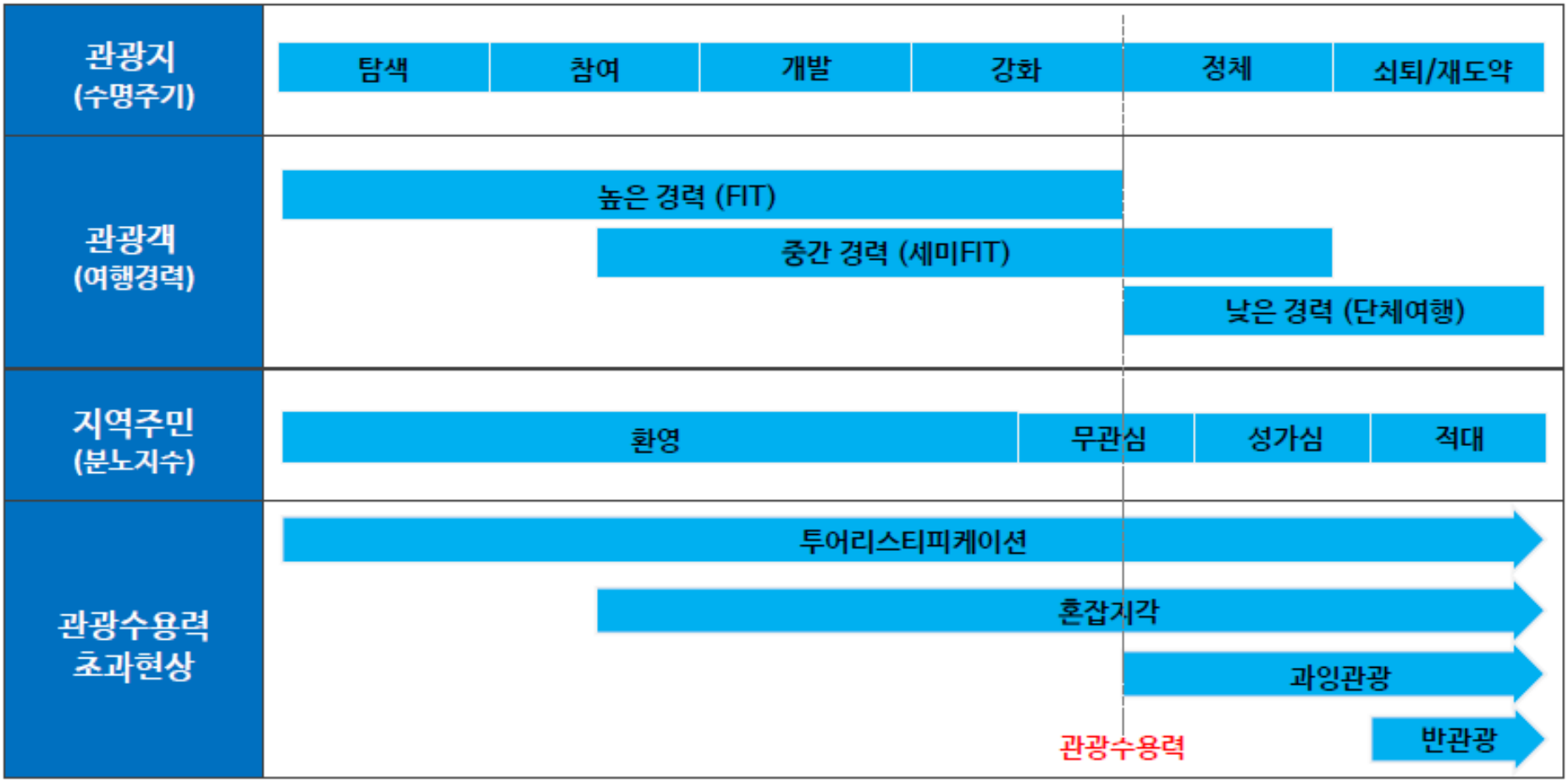
◈ 오버투어리즘 관련 개념

개념	특징
관광수용력 (Tourism Carrying Capacity)	관광목적지의 물리적·경제적·사회문화적 환경을 파괴하지 않고 관광객 만족이 저하되지 않는 범위에서 동시에 해당 지역을 방문할 수 있는 최대 인원
오버투어리즘 (과잉관광, Overtourism)	관광목적지의 물리적·생태환경적·사회심리적 관광수용력을 초과한 수준의 관광객이 방문하여 해당 지역에 부정적인 영향을 미치는 현상
투어리스티피케이션 (관광지化, Touristification)	관광객 증가와 관광개발에 따라 지역의 특성이 지역주민보다는 관광시장의 욕구에 부합하는 방향으로 변해가는 과정
반관광·관광혐오 (Anti-Tourism·Tourism Phobia)	오버투어리즘의 수준이 일정 한계를 넘어서면서 지역주민이 지역의 모든 사회문제의 원인을 관광객의 증가로 돌리며 관광객에 대한 반감과 분노를 표출하는 현상

(출처 : UNWTO (1997), Onghene & Miano (2015), Goodwin (2017), Seraphin et al. (2018) 등을 바탕으로 재구성)

오버투어리즘

◈ 오버투어리즘 관련 이론



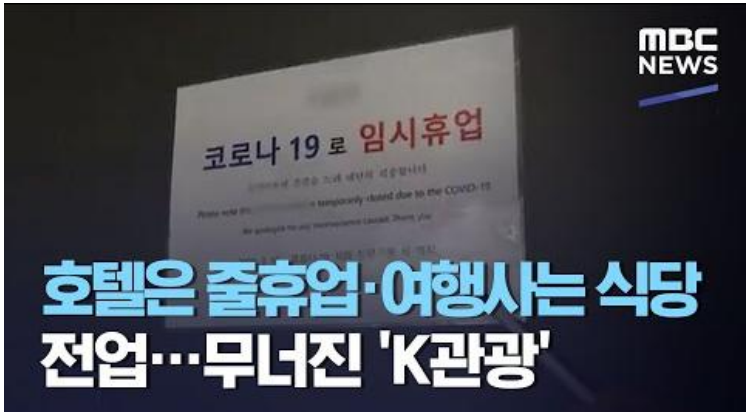
자료 : 한국문화관광연구원(2018)

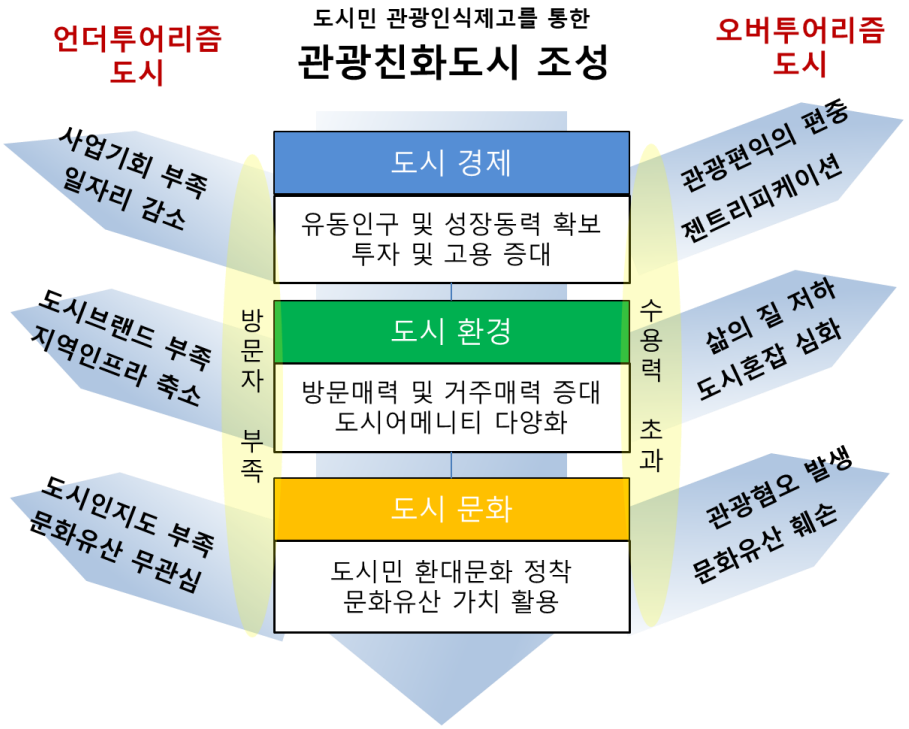
오버투어리즘

◈ 오버투어리즘 - 북촌한옥마을

오버투어리즘

◈ 오버투어리즘과 언더투어리즘





오버투어리즘

◈ 오버투어리즘 개념모형

차원	원인	결과	대안
양	• 방문자 총량의 지속적 증가 • 방문의 시간적 집중 심화 • 방문의 공간적 집중 심화	• 소음, 쓰레기 등 생활환경 악화 • 주차 등 지역인프라의 용량 초과 • 혼잡으로 인한 관광만족 저하	• 생활시간과 방문시간의 분리 • 상점 야간운영시간 자율규제 • 새로운 명소개발로 공간적 분산 • 세부적 구획으로 허용활동 규제 • 입장료, 부담금 등 관광세 부과
질	• 주민들의 낮은 관광산업 관여도 • 경제적 편익의 지역 환원 부족 • 저가 단체관광자의 증가	• 주민의 관광에 대한 반감 증가 • 싸구려 저가상품의 증가 • 차별화된 관광매력 상실	• 지역사회의 관광사업 참여 증대 • 지역정체성이 담긴 콘텐츠 육성 • 고품격, 고부가가치 콘텐츠 육성
속도	• 방문자 수의 급격한 증가 • 임대료의 급격한 상승 • 지역사회 의견수렴 부족	• 상권변화와 주민편의업종 감소 • 주민공동체와 마을문화 변화 • 주민간 갈등 심화 및 관광혐오 • 관광매력 저하와 관광지 수명단축	• 지역사회의 임대료 안정 상생협약 • 변화속도 제어를 위한 지자체 조례 • 프랜차이즈 등 신규업종 제한 • 관광영향평가의 제도화
문화	• 일상공간의 방문자 출연 증가 • 방문자와의 공존에 대한 경험부족 • 무책임한 관광자의 증가	• 존중받지 못하는 주민과 환영받지 못하는 방문자 • 주민/방문자 간 오해와 갈등 증폭 • 관광에 대한 부정적 태도 증가	• 지역사회에 환대문화 정착 • 협의체 구성 및 환대캠페인, 교육 • 사전교육 및 가이드동반 의무화 • 책임관광 및 여행문화 계도, 교육 • TV 등 미디어 활용 인식개선

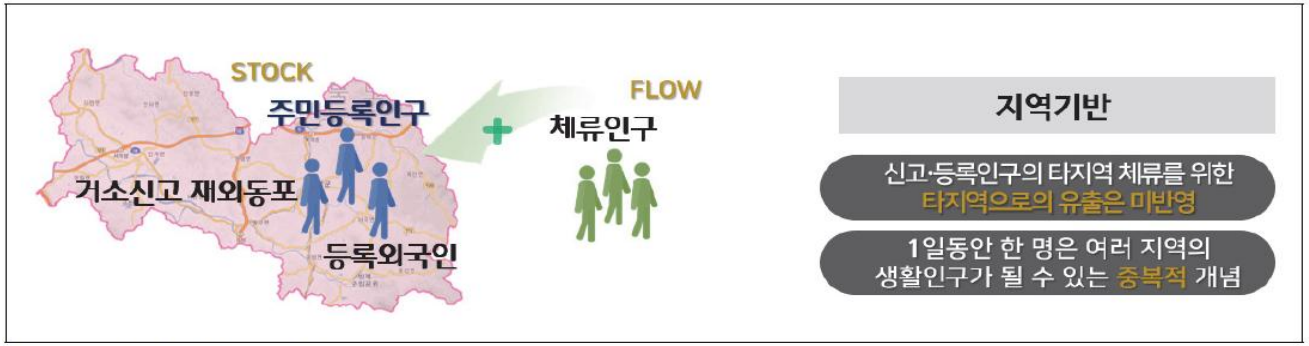
자료 : 심창섭 외 (2025)

오버투어리즘

◈ 방문자경제와 관광친화도시

- 지방소멸 시대의 유일한 해결책으로서 방문인구, 생활인구, 관계인구
- 강릉지역을 찾은 관광객의 체류/소비증대, 재방문 유도
- 관광객을 '일시적 주민'으로 환영하는 문화적, 제도적, 인프라적 환대 필요

생활인구의 정의



자료: 안소현 외 2023, 17인용.

지속가능한 한국관광이란?

관광과 공정성

- **지역주민의 삶에 기여하는 공정관광**
  - 관광개발로 인한 지역이 감당하는 비용
  - 외부유출 : 누구를 위한 관광개발인가?
  - 관광편익의 지역환원과 관광의 지속가능성
  - 지역의 미래에 대한 주민의 민주적 의사결정

- **종사자를 공정하게 대우하는 관광산업**
  - 관광서비스 종사자의 감정노동 스트레스
  - 폭언, 폭력, 성희롱, 반복민원, 환불요구 등
  - 처우개선을 통한 우수인력확보 및 질적향상

관광과 다양성

- **관광참여 : 문화다양성 체험기회**
  - 해외여행 = 서비스수지 악화의 주범?
  - 글로벌 사회에서 문화적 감수성의 함양
  - 개미와 베짱이 신화의 역전

- **관광개발 : 문화다양성 보전수단**
  - 관광개발 = 상업화 + 획일화?
  - 지역정체성 보전과 경제가치의 선순환 구조
  - 관광은 지역문화의 성과이자 매력의 지표

- **관광도시 : 문화다양성 인정**
  - 다양한 가치가 공존하는 코스모폴리탄 도시

관광과 보편성

BARRIERFREE
TOURISM

- **인간의 기본권으로서 관광**
  - 여행은 모든 사회활동 참여의 기본 요소
  - 관광복지 : 보편적 관광향유권
- **모두를 위한 관광**
  - 계층별 관광제약 해소, 무장애관광
  - 장애인, 저소득층, 노인, 유아동반, 임산부 등
  - 일본 "지금아니면 안되는 여행이 있다"
- **관광시장 확대 수단**
  - 고령화 및 저출산 등 사회 변화 고려
  - 관광장벽 제거를 통한 참여확대 유도

참고 : 한국관광정책 제언

자료 : 심창섭(2025) 국회관광산업포럼 제2차 관광정책세미나 발표자료

현재의 관광정책

◈ 한국 관광정책 방향

- 양적관광을 통한 외화벌이수단을 넘어서 융복합과 혁신의 질적관광을 통해 국민을 행복하게 하는 관광
- 선진국 대한민국의 자신감으로 다양한 매력과 편리한 인프라의 K-관광으로 글로벌 관광트렌드를 주도

제4차 관광개발기본계획(2022-2031)

제6차 관광진흥기본계획(2023-2027)

비전	K-컬처와 함께하는 관광매력국가	
방향	ㅇ '관광은 한국' K-관광의 국제관광 주도 ㅇ 헝클어진 관광생태계 회복과 확장을 통한 관광산업 혁신 ㅇ 누구나 어디든 여행할 수 있는 환경 조성으로 국내여행 촉진 ㅇ 독창적이고 매력적인 스토리텔링 기반 지역관광자원 발굴	
목표	ㅇ 외국인 관광객 수 '19년 : 1,750만 명 → '27년 : 3,000만 명 ㅇ 관광수입 '19년 : 207억 불 → '27년 : 300억 불 ㅇ 1인당 국내 여행 일수 '19년 : 12.9일 → '27년 : 15일 ㅇ 국내여행 지출액 '19년 : 44.2조 원 → '27년 : 50조 원	
전략		추진 과제
세계인이 찾는 관광매력국가 실현		1. K-관광 매력의 대대적 확산으로 시장 다변화 2. 관광과 K-컬처의 독보적·매력적 융합 3. 입국부터 출국까지 편리한 서비스 제공
현장과 함께 만드는 관광산업 혁신		1. 규제 혁신을 통한 재도약 지원 2. 미래 관광산업 선도기반 구축 3. 고성장 융복합 시장으로 영역 확장
국민과 함께 성장하는 국내관광		1. 국내여행 수요 촉진 2. 누구나 누리는 지속가능한 관광환경 조성 3. 안심하고 즐길 수 있는 관광안전 확립
더 자주 더 오래 머무는 지역관광시대 구현		1. 체류형 관광모델 개발로 지역경제 활력 강화 2. 독창적 매력이 있는 지역 관광자원 개발 3. 다양하고 특색 있는 관광콘텐츠 확충

변화하는 관광정책의 역할

지역문제를 해결하는 관광

- 고령화와 인구유출로 지방소멸이 현실화되는 상황에서 관광정책은 지역의 생활인구를 유입하고 소비, 일자리, 활력을 증가시키는 주도적 역할을 해야 함
- 수도권으로 집중되는 관광객의 지역분산 촉진을 위해 지역특화관광을 강화하고 수용태세를 글로벌 수준으로 향상하여 내수활성화와 균형발전에 기여해야 함

국민이 행복해지는 관광

- 그동안 관광은 외화벌이를 위한 굴뚝없는 산업으로만 인식되었으나, 경제수준 향상과 여가시간 증대로 관광정책의 지향점의 변화가 요구되고 있음
- 여행기회 확대를 통한 국민의 행복 증진 그리고 글로벌 국가로서 국민의 삶의 질과 관광목적지로서의 매력의 균형점을 찾는 정책적 노력이 필요한 시점임

혁신가치를 창출하는 관광

- 관광산업의 규모 성장하고 관광산업생태계가 복잡해지면서 관광은 다양한 분야 및 최신 기술과의 융합으로 시장을 선도하는 경쟁력을 갖추는 것이 필수적임
- K-culture의 경제적 가치를 더욱 확산하고 급성장할 관광산업의 미래먹거리에 대한 장기적으로 대비하는 법제도 개선 및 지원정책, 과감한 예산투자가 필요함

① 지역문제를 해결하는 관광정책

1. 체류형 지역관광을 통한 생활인구 증대

- 방문한 지역에 더 오래 머물며 지역을 깊이 경험하고 더 많은 소비로 지역에 실질적으로 기여하는 체류형 관광으로의 전환 요구
- 비대면기술, 공유경제 등을 활용하고 규제를 개선하여 체험여행, 워케이션, 교육관광, 치유웰니스 등 체류관광 콘텐츠 및 인프라 육성
  - 빈집, 농가, 폐교 활용 확대, 지역관광산업 단기일자리(리조바) 확대 등

2. 융복합 및 고부가가치 관광콘텐츠 육성

- ‘버킷리스트 한국관광’으로 요약되는 K-일상에 대한 경험욕구 증대로 의료, 뷰티, 교육, 공연 등 다양한 분야를 연계한 융복합관광 요구
- 타부처 협업, 민간투자 인센티브 강화를 통해 다양한 산업의 관광산업 투자를 유도해 다채로운 관광콘텐츠와 세련된 인프라 확충 지원
  - 미식, 문화유산, 명인, 해양레저 등과 연계한 고부가가치 관광콘텐츠 육성 필요

① 지역문제를 해결하는 관광정책

3. 지역관광진흥법 제정

- 지역관광의 중요성이 높아지고 있음에도 각 지역의 특수성을 반영해 자율적으로 지역관광정책을 추진할 법적 근거가 부족함
- 지자체가 지역의 관광산업생태계를 육성하고 정기적이고 체계적인 실태조사 및 맞춤형 정책을 추진하기 위한 법제정 필요

4. 남북관광협력 및 DMZ관광 활성화

- 남북관광협력은 2008년 중단 이후 지속적으로 악화되었으나 UN 대북제재에서 제외된 분야로서 긴장완화를 위해 꾸준한 노력이 필요
  - 갈마해안관광지구(2025년 6월 개장)에 민간기업 투자필요여부 타진 필요
- DMZ 지역은 역사, 생태적으로 전 세계적 희소성을 지녀 글로벌 평화관광명소로 육성하기 위한 지속적 예산투자 및 남북협력 필요

② 국민이 행복해지는 관광정책

1. 국민행복과 지역경제를 위한 관광향유권 확대

- AI기술 발전과 주4일제 논의 등의 분위기 속에 지역으로의 여행을 정책적으로 장려해 통해 삶의 질 제고와 지역경제에 기여 필요
- 남녀노소, 생애주기별 제약을 해소해 누구나 편안히 여행하는 수요자중심 관광환경을 조성하고 여행진작을 위한 캠페인 실시

  – 근로자휴가지원, 여행주간, 숙박쿠폰, 디지털관광주민증 등 기존제도 확대

2. 국민 여가활동 분야 지역관광 인프라 확충

- 국민의 여행참여가 늘어나면서 각자의 관심사와 취미, 취향 등 여가활동과 연계한 방식으로 여행을 하고자 하는 욕구가 증가함
- 다양한 취미 및 관심사와 관련된 공간, 시설, 상품, 지역이벤트, 중소박물관 등의 콘텐츠 및 인프라를 지역에 발굴, 육성 필요

  – 러닝, 걷기, 등산, 마라톤, 낚시, 미술, 음악, 요리, 게임, 독서, 반려동물 등

② 국민이 행복해지는 관광정책

3. 공정관광의 실현과 오버투어리즘 관리

- **관광산업 성장의 가속화와 함께 관광객, 지역사회, 관광산업, 지구환경이 함께 상생하는 공정관광의 실천이 요구됨**
- **'특별관리지역' 제도의 시행과 더불어 관광지화의 속도조절과 환대분위기 정착을 통한 오버투어리즘의 선제적 대비 필요**

– 공정관광 종합계획 수립, 공정관광기업/지역 지원, 관광친화도시 육성 등

4. 관광종사자 처우 및 근무환경 개선

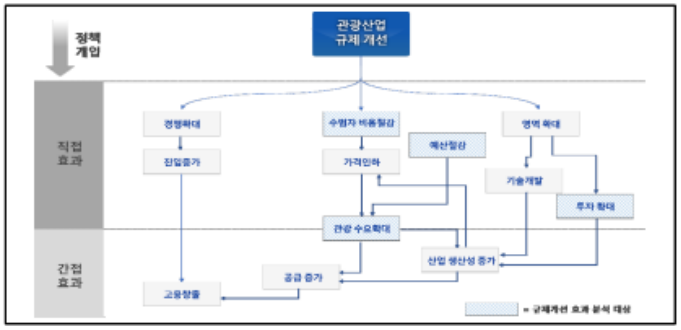
- **관광수요의 급증에도 불구하고 관광산업의 고질적인 저임금구조 및 감정노동, 휴일/주말근무 등 산업적 특성으로 구인난이 심화**
- **관광전공자 등 우수인력이 관광 분야 창업 및 취업을 선호할 수 있는 여건을 조성해 관광서비스의 질을 제고하고 전공교육 기반 유지**

– 2024년 관광기본법 개정으로 관광종사자 근무환경 개선 사항 법제화

– 관광산업 신규채용 보조금, 관광전공자 취업 우대, 전공유학생 비자 지원 등

③ 혁신가치를 창출하는 관광정책

자료 : 헤럴드경제(2021)



자료 : 한국문화관광연구원(2022)

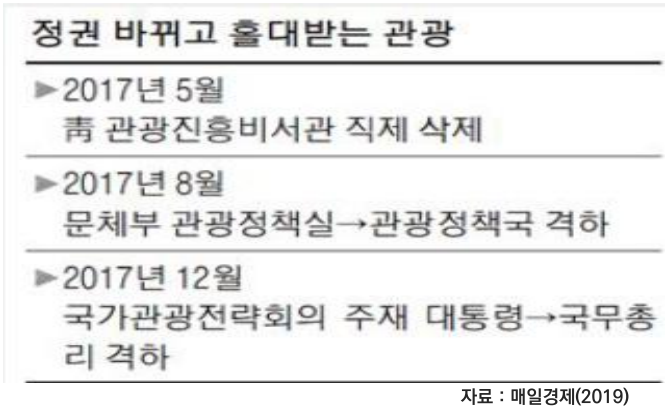
1. 관광혁신을 위한 R&D 및 인재양성 지원 강화

- **관광산업 글로벌경쟁 격화 속에 기업, 대학, 인재가 관광산업 혁신에 참여할 동력이 되도록 R&D 예산을 증액하고 체계적 지원시스템 구축**
  - 관광 분야 예산은 약 1.3조원으로 정부예산의 0.2% 수준 (R&D예산 11.6억)
  - 최신기술을 적용한 관광분야 원천기술 장기지원, 한국관광산업진흥원 설립 등
- **전공 분야 대학이 글로벌 수준의 교육/연구역량을 확보해 우수한 관광인재를 양성하고 혁신을 주도할 수 있도록 산학협력을 지원**

2. 변화를 선도하는 관광산업 규제 개선

- **신기술 등장과 관광산업생태계의 변화에 따라 새롭게 출연한 업종에 대한 진입장벽이나 역차별을 선제적으로 개선하여 지원대상 확대**
- **빠른 변화의 관광산업 특수성을 고려하여 기업과 시장의 불편과 부담을 수시로 진단해 규제를 해소하는 효과적 거버넌스 구축**
  - 규제 샌드박스 확대 적용 및 포괄적 네거티브 규제 흐름 반영

③ 혁신가치를 창출하는 관광정책



자료 : 매일경제(2019)

3. 관광업종 신설 및 관광산업 통계정비

- 관광산업의 빠른 변화 속에 관광사업자 분류체계가 불명확하고 새로운 업종의 등장마다 혼란이 발생하는 등 효과적 지원에 어려움
- 업종신설, 산업통계 정비 등 법제도적 기반을 마련하고 현재 과소평가되고 있는 관광산업의 현실적인 규모 산정 필요

– 우리나라 관광산업의 국가 GDP 기여도는 2.8%로 51개국 중 꼴찌

4. 관광 분야 정부 조직 강화 및 법제 선진화

- 관광산업의 정책적 난이도와 중요성이 점차 높아지고 있음을 고려해 지난 2017년 이후 격하된 관광 관련 정부조직의 기능 강화 필요

– 관광여가부 설립, 관광비서관 직제 복원, 국가관광전략회의 대통령 직속 격상 등

- 1970년대 제정되어 부분개정만 진행되어 온 관광법제를 변화하는 관광환경과 산업생태계를 고려해 분법 등 전면적 개정 필요

감사합니다