

발간등록번호

71-6410073-000162-01

경기평화관광연구회

경기북부

고양, 파주, 동두천, 포천, 연천

관광자원 연계 및 협력체계 구성방안

2021. 8.



경기도의회
Gyeonggido Assembly

제 출 문

경기도의회 의장(경기평화관광연구회) 귀하

본 연구보고서를 귀 의회로부터 의뢰받은

「경기북부(고양, 파주, 동두천, 포천, 연천) 관광자원 연계 및 협력체
계 구성 방안 연구」의 최종보고서로 제출합니다.

2021. 8.

한양대학교 산학협력단

경기북부(고양, 파주, 동두천, 포천, 연천) 관광자원 연계 및 협력체계 구성방안 연구요약

□ 연구의 필요성 및 목적

○ 필요성

- 경기도 북부지역은 무료, 개방관광지 등의 다수 분포로 수익구조가 취약하며, 주로 당일 관광으로 인한 관광객 소비지출이 낮아 이에 따른 관광활성화 정책 필요함. 파주 임진각 중심으로 외국인 관광객이 우세하며, DMZ, 강, 산 등 다양한 관광 활용한 관광프로그램 발굴 필요. 경기북부 관광 진흥 및 활성화를 위한 차별화된 관광콘텐츠를 바탕이 되어야함
- 경기북부는 수도권과 접근성이 양호하며 평화, 생태 관광 등의 관광 거점 역할이 기대되지만, 관광관련 전문가, 전문 조직 등의 부재로 인한 관광상품 개발 및 운영에 어려움이 나타남. 이에 경기북부 관광환경 진단 및 사례 분석을 통한 경기북부형 연계관광 활성화 도모 및 문화관광벨트를 위한 정책 마련 필요함
- 지역 간 관광연계, 조직적 네트워크 구축을 통한 지속가능한 관광 필요. 이에 다양한 유관기관 및 다양한 이해관계자와의 협력, 확대를 위한 공공, 민간, 민-관 등의 관광관련 전문 협의체 구성이 필요함

○ 목 적

- 본 연구는 경기북부 관광협력체계 네트워크 구축을 통한 경기북부 관광진흥 및 활성화를 위해, 경기북부 관광자원 조사 및 분석, 이해관계자 인터뷰, 전문가 조사 등을 통해 경기북부 관광협력체 제시를 목적으로 함

□ 주요내용

○ 연구내용

- 관광자원, 국내·외 관광 협력체계 사례를 조사함. 우선 본 연구와 관련 있는 관광자원, 조직, 협력체계 등의 이론 등을 참고하여 경기북부 5개 시·군 관광자원을 조사 및 분석, 국내외 관련 사례를 살펴보고, 관련자 심층인터뷰 및 전문가 조사를 통하여 분석 및 구체화함
- 심층인터뷰는 5개 시·군 관광정책 담당자를 만나 관광자원 개발 및 활성

화, 관광객 유치, 관광협력 네트워크 활동, 협력체계의 구성 및 운영 방안 등의 내용을 중심으로 조사함

- 전문가 조사를 통하여 경기북부 관광활성화를 위한 연계방안, 관광협력체계, 관광협의체 구성 시 운영방안, 경기북부 홍보마케팅 방안 등 경기북부 관광진흥 및 활성화를 위한 정책방안에 대해 논의함

○ 조사결과

- 경기북부 관광객 방문 목적 안보, 평화, 교육관광 우세, 주로 당일 관광객이며, 경기북부 관광객 장기 체류 확대를 위한 관광상품, 프로그램 보완 및 개발 필요함. 이에 관광자원 연계를 통한 통합 관광 콘텐츠 확충이 필요함. 또한 관광객 모객 및 관광활성화를 위한 지자체간 협력 및 경기북부 증장기 계획 수립 필요
- 경기북부 5개시·군 관광자원은 평화·역사 관광자원, 생태·휴양 관광자원, 축제·문화 관광자원으로 구분할 수 있으며, 이러한 관광자원을 연계하여 코스개발, 야간관광상품 개발 등 관광객 체류시간 확대를 위한 관광콘텐츠 개발 및 운영 필요. 이에 지속적인 관광을 위한 연계 관광정책 수행 및 주도적으로 추진할 전담조직 구성이 필요함
- 경기북부 관광객의 체류시간 확대 및 20~30대의 젊은층의 관광객 유치 활동 필요하며, 2~3개 시·군별 관광자원 연계를 하여 관광상품 개발 하는 것이 효과적임. 지역에서 가장 필요한 것은 홍보마케팅으로, 관광 협력체계 구성 시 우선시 되어야 할 것은 지역 공동 홍보 마케팅이 필요함. 관광 협의체 구성에 있어 초기에는 관 혹은 공공에서 운영이 우선시 되어야 하며, 이후 민간에 이양하는 시스템이 필요함
- 경기북부 관광자원 연계사업을 통한 경기북부권 문화관광 경쟁력 강화가 필요하며, 경기북부 관광진흥을 위해 관광객 체류시간 확대 및 숙박관광으로의 전환, 경기북부 대표 관광브랜드 개발 필요하며, 관광 협의체 구성 시 초기 행정중심의 관주도 형태로 운영, 장기적으로 민-관이 복합형 형태로 운영하는 것이 제일 바람직함
- 관광협의체의 역할은 경기북부 관광 전반의 구체적인 조사 및 빅데이터 자료수집, 분석 등을 통한 경기북부 관광 활성화 전략 도출, 연계 투어패스 개발 등 여행 유통채널과 연계한 관광 상품 개발, 각 시·군 관광자원 연계를 통한 관광코스, 프로그램 개발, 관광세미나, 아카데미 등 정기적 지역 협력 포럼 운영 등으로 볼 수 있음

□ 연구결과

○ 연구결과(요약)

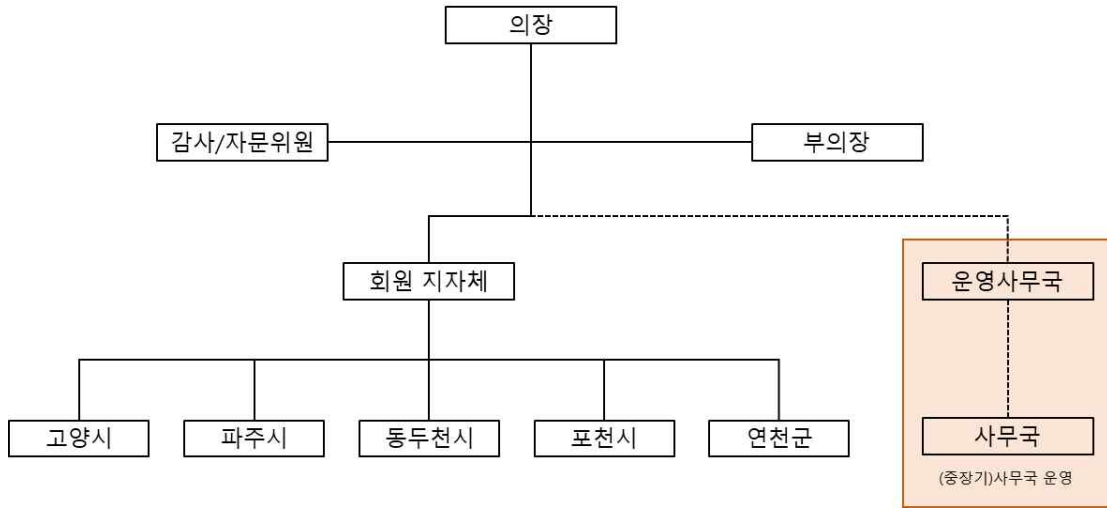
- 경기북부 5개 시·군(고양, 파주, 동두천, 포천, 연천)의 평화·역사, 생태·휴양, 축제·문화 관광자원을 활용한 연계관광 활성화를 위한 관광협력체계 네트워크 시스템을 구축하는 것이 필요함. 이에 경기북부 5개 시·군의 관광협력체계 구성에 있어, 새로운 협력체계 구성하는 「경기북부 문화관광협의체」로 제안하고자 함

○ 정책제언: 경기북부 문화관광협의체 신설(안)

① 기본현황

- 명칭: 경기북부 문화관광협의체
(CTC-NG: The Cultural Tourism Cooperation in North Gyeonggi)
- 목적: 경기북부 관광자원 연계사업을 통한 경기북부권 문화관광 경쟁력 강화
- 회원도시: 고양시, 파주시, 동두천시, 포천시, 연천군
- 주요기능
 - 경기북부 문화관광 육성에 관한 사항
 - 경기북부 문화관광활성화를 위한 관광자원 연계 및 관광사업에 관한 사항
 - 경기북부 문화관광 진흥 및 활성화를 위한 대표 브랜드 개발 및 공동 홍보 마케팅과 관한 사항
 - 그 밖에 협의회에서 필요하다고 인정되는 사항
- 조직(안)
 - (초기)행정중심의 관 주도 형태로 운영
 - (중장기)사무국 운영 등을 통한 민-관 복합 형태로 운영
 - 행정중심의 관 주도 형태로 운영이후 협의체 중장기 계획, 컨설팅 등을 통한 민-관 복합형태 운영, 이후 추진 사업 독립 추진을 위한 문화관광재단 설립 고려
 - 경기북부 문화관광협의체 의장은 회원 지자체 시장·군수로 임기를 정하여 활동하며, 감사는 매년 협의체 간사지역을 선출하고 간사지역 담당자(공무원) 역할 부여

경기북부 문화관광협의체 조직도



경기북부 문화관광협의체 조직도(안)

② 3대 전략 6개의 Action plan 도출

비전	Better tourism for better regions	
목표	경기북부 관광활성화	<ul style="list-style-type: none"> ■ 테마별 관광상품 개발 및 운영 ■ 체류형 관광콘텐츠 확대 ■ 경기북부 캠핑벨리 구축
	경기북부 문화관광벨트화	<ul style="list-style-type: none"> ■ 관광 활성화를 위한 지원제도 개발
	지속가능한 관광생태계	<ul style="list-style-type: none"> ■ 관광 인프라, 플랫폼 확대 개발 ■ 지속적인 협력, 관리체계 구축 ■ 상호 이익을 바탕으로 한 사업지속성 확보
	공동마케팅	<ul style="list-style-type: none"> ■ 지자체 연계 공동마케팅 추진

추진전략 및 방향

추진 전략 및 방향	[전략1] 문화관광자원 연계	<ul style="list-style-type: none"> ■ (ACT1)경기북부 관광자원 연계 콘텐츠 개발·운영 ■ (ACT2)경기북부 캠핑벨리 구축
	[전략2] 관광산업 생태계 육성	<ul style="list-style-type: none"> ■ (ACT3)관광R&D 개발 및 관광위원회 설립 ■ (ACT4)관광산업 기금·펀드 조성
	[전략3] 브랜드 개발 및 공동마케팅	<ul style="list-style-type: none"> ■ (ACT5)대표 브랜드 개발 ■ (ACT6)스마트관광 개발

- 문화관광자원 연계
 - 경기북부 3대 관광자원인 평화·역사, 생태·휴양, 축제·문화 관광자원 연계 관광상품 개발 및 운영 지원
- 관광산업 생태계 육성
 - 경기북부 관광 R&D기구 신설 및 운영 지원
 - 관광위원회 설립 및 지역협력 포럼 운영
 - 경기북부 관광산업 기금 및 펀드 조성
- 브랜드 개발 및 공동 마케팅, 스마트관광 개발
 - 대표 브랜드 개발, 대표 관광상품 홍보 마케팅을 통한 경기북부 관광 이미지 구축지원
 - 경기북부 앱(APP) 기반 홍보마케팅 진행

본문 목차

I. 연구개요	1
1. 연구의 배경 및 목적	3
가. 연구의 배경	3
나. 연구의 목적	4
2. 연구의 범위	4
II. 주요 개념	5
1. 관광자원	7
2. 조직	10
3. 협력체계	11
III. 환경 분석 및 국내·외 사례조사	15
1. 국내 관광환경 분석	17
가. 관광시장 현황	17
나. 관광트렌드	22
2. 경기도 관광환경 분석	25
가. 경기도 관광 현황	25
나. 경기북부 지역 관광 현황	30
3. 연계관광 사례	46
가. 국가 간 교류 사례	46
나. 지역 간 연계 사례	47
4. 관광협력체계 사례	53
가. 해외 사례	53
나. 국내 사례	58

IV. 의견 조사	67
1. 이해관계자 조사	69
가. 조사개요	69
나. 고양시 이해관계자 인터뷰	69
다. 파주시 이해관계자 인터뷰	72
라. 동두천시 이해관계자 인터뷰	73
마. 포천시 이해관계자 인터뷰	75
바. 연천군 이해관계자 인터뷰	77
2. 전문가 조사	79
가. 조사 개요	79
나. 조사 내용	80
V. 정책 제언	87
1. 영역별 시사점 도출	89
2. 경기북부 관광협력체계 구축	90
3. 정책 전략 방안	99
참고문헌	111
1. 국내문헌	113
2. 해외문헌	115

표 목차

표 I-1 과업의 내용적 범위	4
표 II-1 국내 관광자원 관련 연구	7
표 II-2 ORCC(미국관광자원조사위원회)의 관광자원 구분	9
표 II-3 국내 관광자원 분류 연구	9
표 II-4 공공조직과 민간조직의 차이점 연구	11
표 II-5 관광협력 관련 연구	13
표 II-6 관광협력 네트워크 관련 국내 연구	14
표 III-1 국내여행 횟수	17
표 III-2 국내여행 일수	18
표 III-3 여행지별 국내여행 지출액	19
표 III-4 방한 외래관광객 방문지역별 추이	20
표 III-5 방한 외래관광객 주요 참여 활동	21
표 III-6 관광 트렌드 분석 및 전망(2020-2024)	22
표 III-7 2021 관광 트렌드	24
표 III-8 연도별 경기도 여행 형태(내국인)	25
표 III-9 연도별 경기도 방문객 숙박 여부(내국인)	25
표 III-10 경기도 여행 중 활동(내국인)	26
표 III-11 연도별 경기도 여행 형태(외국인)	26
표 III-12 연도별 경기도 여행 일행 유형(외국인)	27
표 III-13 연도별 경기도 방문객 숙박 여부(외국인)	27
표 III-14 경기도 방문 경로(외국인)	27
표 III-15 경기도 여행 중 참여 활동(외국인)	28
표 III-16 경기도 여행 중 참여 활동(외국인)	28
표 III-17 고양시 관광객 수 분석	30
표 III-18 고양시 관광 자원	31
표 III-19 파주시 관광객 수 분석	33
표 III-20 파주시 관광 자원	34
표 III-21 동두천시 관광객 수 분석	36
표 III-22 동두천시 관광 자원	37
표 III-23 포천시 관광객 수 분석	38
표 III-24 포천시 관광 자원	39
표 III-25 연천군 관광객 수 분석	41
표 III-26 연천군 관광 자원	42
표 III-27 경기북부 관광 자원 구분	45

표 Ⅲ-28 EATOF 정기 총회 연혁	46
표 Ⅲ-29 YMCTP 운영위원회 구성 및 역할	55
표 Ⅲ-30 YMCTP 공무원 역할	55
표 Ⅲ-31 경기서부 7길 스탬프투어 코스	59
표 Ⅲ-32 고양관광특구협의회 단계 별 콘텐츠 확충 계획(안)	64
표 Ⅳ-1 고양시 이해관계자 인터뷰(관광산업)	70
표 Ⅳ-2 고양시 이해관계자 인터뷰(관광협의회)	71
표 Ⅳ-3 고양시 이해관계자 인터뷰(기타)	71
표 Ⅳ-4 파주시 이해관계자 인터뷰(관광산업)	72
표 Ⅳ-5 파주시 이해관계자 인터뷰(관광협의회)	72
표 Ⅳ-6 동두천시 이해관계자 인터뷰(관광산업)	73
표 Ⅳ-7 동두천시 이해관계자 인터뷰(관광협의회)	74
표 Ⅳ-8 포천시 이해관계자 인터뷰(관광산업)	75
표 Ⅳ-9 포천시 이해관계자 인터뷰(관광협의회)	76
표 Ⅳ-10 연천군 이해관계자 인터뷰(관광산업)	77
표 Ⅳ-11 연천군 이해관계자 인터뷰(관광협의회)	78
표 Ⅴ-1 관광협력체계 구성방안의 장단점	98

그림 목차

[그림 Ⅰ-1] 경기북부지역 관광분석(한국은행 경기본부, 2012)	3
[그림 Ⅲ-1] 국내여행 방문지 및 선택이유	19
[그림 Ⅲ-2] 방한 외래관광객 추이	20
[그림 Ⅲ-3] 고양시 주요 관광자원	32
[그림 Ⅲ-4] 파주시 주요 관광자원	35
[그림 Ⅲ-5] 동두천시 주요 관광자원	37
[그림 Ⅲ-6] 포천시 주요 관광자원	40
[그림 Ⅲ-7] 연천시 주요 관광자원	43
[그림 Ⅲ-8] EATOF 주요 활동	47
[그림 Ⅲ-9] 대구토탈관광패키지 조감도	48
[그림 Ⅲ-10] 전남 관광 플랫폼	49
[그림 Ⅲ-11] 관광도로 최종 노선	50
[그림 Ⅲ-12] 관광도로 해외 사례	52
[그림 Ⅲ-13] 영국 사우스 웨일즈 관광 파트너십 지역 개관	54
[그림 Ⅲ-14] 전북관광협의체	58
[그림 Ⅲ-15] 경기서부권 관광협의회 주요 사업	60
[그림 Ⅲ-16] 고양시 관광협의회 조직도	62
[그림 Ⅲ-17] 광양시 관광협의회 지역관광기획사업	63
[그림 Ⅲ-18] 고양관광특구 위치	63
[그림 V-1] 경기북부 관광협의체/협의회 조직구성(안)	92
[그림 V-2] 경기관광공사 내 경기북부 관광활성화 관련 TF 조직 구성(예)	95
[그림 V-3] 한국관광공사의 관광두레 운영방식	96
[그림 V-4] 경기북부 문화관광협의체 조직도(안)	100
[그림 V-5] 경기북부 연계관광 콘텐츠(안)	102
[그림 V-6] 평화누리길 코스	103

1. 연구개요

1. 연구의 배경 및 목적

2. 연구의 범위

1. 연구의 배경 및 목적

가. 연구의 배경

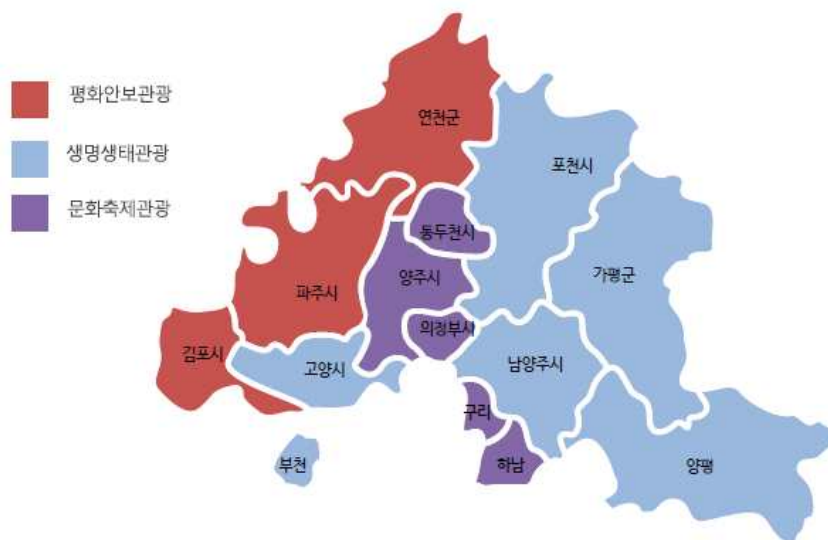
- »지역 간 연계를 통한 지역네트워크 및 협력 형성 필요
- »경기북부의 잠재력을 바탕으로 경기 관광 활성화 도모

■ 차별화된 관광콘텐츠를 바탕으로 관광 활성화 필요

- 경기남부보다 무료, 개방관광지 등 다수 분포로 수익구조가 취약하며, 주로 당일 관광으로 인한 관광객 소비지출이 낮아 이에 따른 관광활성화 정책 필요
- 파주 임진각 중심으로 외국인 관광객이 우세하며, DMZ, 강, 산 등 다양한 관광 활용한 관광프로그램 발굴 필요
- 이러한 관광자원 연계 개발을 통한 경기북부의 특색 있고 차별화된 관광콘텐츠 개발 및 운영 필요

■ 지자체 간 지속가능한 관광 협력의 실천적 수단 필요

- 경기북부는 수도권과 접근성이 양호하며 평화, 생태 관광 등의 관광 거점 역할이 기대됨
- 하지만, 관광관련 전문가, 전문 조직 등의 부재로 인한 관광상품 개발 및 운영에 어려움이 나타남
- 경기북부 관광환경 진단 및 사례 분석을 통한 경기북부형 연계관광 활성화 도모 및 문화관광벨트를 위한 정책 마련 필요
- 지역 간 관광연계, 조직적 네트워크 구축을 통한 지속가능한 관광 필요. 이에 다양한 유관기관 및 다양한 이해관계자와의 협력, 확대를 위한 공공, 민간, 민-관 등의 관광관련 전문 협의체 구성 필요



[그림 1-1] 경기북부지역 관광분석(한국은행 경기본부, 2012)

나. 연구의 목적

■ 경기북부 관광활성화를 위한 관광 네트워크 구축

- 대상 시·군인 고양시, 파주시, 동두천시, 포천시, 연천군의 연계 관광진흥 및 활성화를 위한 관광협력체계 구성
- 국내·외 관광협력체 사례 분석을 통한 경기북부 관광협의체 구성에 있어 시사점 도출
- 이해관계자 및 전문가 의견 수렴을 통해 경기북부 협의체 조직 구성에 있어 추진력 있고 체계적인 계획 수립

■ 네트워크 구축을 통한 연계 관광상품 개발 및 운영

- 기존 고양시, 파주시, 동두천시, 포천시, 연천군 등 경기북부 5개 시·군 관광자원 파악하고 연계협력으로 발전할 수 있는 관광자원 진단
- 경기북부 접경지역의 차별화된 관광상품 개발 및 운영을 통한 지역균형 발전 및 지역 경제 활성화

2. 연구의 범위

■ 시간적 범위

- 수행기간 : 계약일로부터 3개월

■ 내용적 범위

- 본 과업은 크게 경기북부형 관광협의체 구성, 경기북부 5개 시·군 관광자원 연계를 통한 관광활성화의 두 부분으로 구성
- 본 과업을 수행하기 위해 해당 시·군 이해관계자 인터뷰, 정책방안 도출을 위한 전문가 의견 조사 등 병행

» 표 1-1 | 과업의 내용적 범위

구분	내용
경기북부 관광협의체 구성 추진	<ul style="list-style-type: none"> • 국내·외 관광협의체 조사 및 검토 • 경기북부형 관광협의체 제시
관광자원 연계 및 관광활성화	<ul style="list-style-type: none"> • 고양시, 파주시, 동두천시, 포천시, 연천군 등 경기북부 5개 시·군 관광자원 분석 • 관광자원 분석을 통한 연계관광 방안 제시

II. 주요 개념

1. 관광자원
2. 조직
3. 협력체계

1. 관광자원

■ 자원(資源)

- 인간 생활 및 경제 생산에 이용되는 원료(광물, 농림, 산림 등), 노동력이나 기술 따위를 통틀어 이르는 말

■ 관광자원(觀光資源)

- 관광의 주체인 관광객으로 하여금 관광동기나 관광의욕을 일으키게 하는 목적물인 관광대상을 가리키는 말(경남발전연구원, 2008)
- 관광자의 관광동기나 관광행동을 유발하도록 매력과 유인성을 지니고 관광자의 욕구를 충족시켜주는 유·무형의 소재와 관광활동을 원활히 하는 데 필요한 제반요소(국가기록원, 2006)

» 표 II-1 | 국내 관광자원 관련 연구

학자	개념
안종윤 (1972)	“관광자원은 개발함으로써 관광의 대상이 될 수 있는 소재로서 보존, 보호하지 않으면 훼손되고 감소되는 것”
이장춘 (1974)	“인간의 관광동기를 충족시켜 줄 수 있는 생태계 내의 유형·무형의 제자원으로서 보존·보호하지 않으면 가치를 상실하거나 감소할 성장을 내포하고 있는 자원”
김진섭 (1980)	“관광의 주체인 관광객으로 하여금 관광동기나 관광행동을 일으키게 하는 것이기 때문에 관광객에 대하여 매력과 유인성을 가진 것” “목적과 형태에 따라 다양하며, 관광자원의 범위는 비 한정적이며, 자연적 파괴나 인위적 파손을 입기 쉬우므로 보호 필요” “자연 그대로의 관광자원과 인위적으로 개발된 관광자원으로 분류”
김흥운 (1988)	“관광객의 욕구나 동기를 일으키는 매력성을 지닌 것” “관광행동을 유발시키는 유인성과 개발을 통해 관광대상” “자연과 인간의 상호작용의 결과인 동시에 자원의 자연, 인문자원과 유·무형의 자원”
서태양 (1989)	“자연적 매력, 인문적 매력, 관광시설 매력을 포함해 공급처리 시설, 편의시설, 인력, 시간, 여행 등 다섯 가지의 광의의 의미로 정의”
관광개발연구회 (1990)	“관광객이 관광동기나 관광행위를 유발하는 매력과 유인성을 지닌 것” “자연관광자원과 인문관광자원으로 구별 할 수 있음” “보호·보전이 필요하고 관광객이 이용하더라도 소모되지 않으며, 비이동성을 지닌 것”
이근 (1990)	“욕구와 동기를 충족시킬 수 있는 자연적, 문화적 대상의 총체로서 매력성과 유인성을 지닌 소재적 자원”
윤대순 (1992)	“지구상의 자원은 모두 관광자원이 될 수 있음” “인간의 관광욕구의 대상이 되고, 관광행동을 유발시키는 가치를 지닌 유·무형의 모든 것”

자료 : 강윤희(2008). 관광자원의 유형에 따라 실버계층이 지각하는 관광의 위협가능성과 위협결과

1) 관광시장 특성에 따른 분류(Clawson, 1960)

■ 이용자 중심형(user-oriented)

- 일상생활권에 위치
 - 지역주민의 일상적 여가활동이 가능한 위치하며, 일과 이후에 쉽게 접근할 수 있는 소규모 공간, 지역
 - 놀이터, 근린도시공원, 인근 스포츠 센터 등

■ 중간형(intermediate)

- 거주지에서 1~2시간 거리
 - 거주지에서 1~2시간 소요되는 거리에 위치하는 야유회, 낚시, 등산 등의 자연관광지
 - 볼거리, 즐길거리, 놀거리 등이 제공되는 놀이공원 등

■ 자원 중심형(resource-oriented)

- 자원의 매력성을 중심으로 형성
 - 위치보다는 자원의 질(매력성, 가치 등)을 우선적으로 고려하는 지역으로 자원의 질적 가치와 매력의 보호, 보존이 우선인 지역으로 거주지에서 비교적 원거리에 위치
 - 공원법으로 보호하고 있는 산림, 야생지 등 주요 역사 유물, 유적지가 위치한 지역

2) 관광행동 특성에 따른 분류(Gunn, 1979)

■ 주유형 관광자원(touring type)

- 숙박하지 않고 이동하며 즐기는 관광자원
 - 도로변 경관지, 수려한 경관지역, 자연야영장, 축제지역, 문화적 장소, 토속음식지역, 레크레이션, 역사유물, 유적지, 민속지역, 쇼핑지역, 공예전승지, 주제공원, 관광도시 등

■ 체재형 관광자원(destination type)

- 관광지에서 관광객이 숙박을 하면서 즐기는 관광자원
 - 휴양지, 야영장, 집단야영장, 민박지역, 카지노, 낚시, 야영지역, 수상-동계 스포츠지역, 관광목장, 농장, 회의지, 운동경기장 등

3) 관광지역 특성에 따른 분류(ORRC, 1962)

- 미국관광자원조사위원회에서는 관광자의 이용유형, 다양한 관광경험 제공에 따라 자원을 분류하였음
- 지역, 일반 관광지역, 자연환경지역, 특수경관지역, 야생지역, 역사문화유적지역 등 특성에 따라 다음 <표Ⅱ-2>와 같이 크게 6가지로 분류함

▶▶ 표 II-2 | ORRC(미국관광자원조사위원회)의 관광자원 구분

구분	특징	시설활동의 종류	입지	비고
고밀도 관광지역 (High Density)	대단위 투자 필요, 집약적 개발 행락활동의 범위가 다양함	도로망, 주차지구, 일광욕, 해수욕장, 인공호수 등	대도시와 인접, 도시공원 내 위치	도시 또는 국가관리의 행태가 대부분임
일반 관광지역 (General Outdoor)	이용밀도가 HD보다 낮으며, 활동유형과 규모가 상당히 큼	캠핑, 피크닉, 낚시, 등반, 야외운동 등	공원 및 산림지, 스키장, 계곡, 호수 해안 수렵지	민간과 공공기관이 대등하게 운영관리
자연환경지역 (Natural Environment)	자연을 그대로 즐기도록 유도하는 지역(큰 규모)	하이킹, 수렵, 캠핑, 피크닉, 관광 등	국립공원, 도립공원	민간소유지의 개발이 권장됨, 공공소유자가 대부분
특수경관지역 (Unique Natural)	경관이 수려한 지역 자연경관이 특별히 유명한 지역	관찰, 학습 관광 등과 같은 소극적 행락활동	경관, 명소	경관적 가치를 갖는 동일한 지역을 관리하는 공공기구가 필요함
야생지역 (Primitive)	자연자체, 야생상태	사냥, 관찰, 야생경험	일격지, 국립공원	국가가 자연보호 측면에서 관리
역사문화지역 (Historic & Cultural)	주요역사, 문화적 유적	역사유적	도시, 지역별 골고루 분포	공공기관, 민간, 국가가 관리

자료 : 관광학개론(2017). <https://zomzom.tistory.com/2287>

4) 국내 관광자원 분류

- 국내 연구에서는 유형·무형자원, 자연, 문화, 인적, 사회관광자원 등으로 분류함
- 국내 관광자원 분류 연구는 아래 <표 II-3>과 같음

▶▶ 표 II-3 | 국내 관광자원 분류 연구

학자	대분류	중분류	소분류
이장춘	유형관광자원	자연관광자원	“자연보전특별지구, 자연보전지구, 휴양지보전지구”
	무형관광자원	인문관광자원	“문화관광자원, 산업관광자원”
		인적관광자원	“풍속, 습관, 언어, 인심, 예절” 등
안종윤	관광자원	비인적관광자원	“종교, 철학, 사상, 역사” 등
		자연자원	“산악, 평원, 해안, 도서, 하천, 폭포, 계곡, 지질” 등
		문화자원	“미술공예품, 건축물, 조각”
		인적자원	“국민생활, 풍습, 습관, 인정, 가정생활”
김홍운	관광자원	새로운 관광자원 및 기타	“공장, 생산공장, 기술, 공원, 음식, 토산품”
		자연관광자원	“산악, 화산, 하천, 폭포, 산림, 지질, 온천, 동식물” 등
		문화관광자원	“고고학적, 유적, 사적, 유형·무형문화재, 기념물” 등
		사회관광자원	“예술, 교육, 철학, 음악, 음식, 사회형태” 등
		위락관광자원	“놀이시설, 레저타운, 보트, 카지노, 경마장, 클럽” 등
한국 관광공사	유형관광자원	자연관광자원	“천연자원, 천문자원, 동식물”
		문화적 관광자원	“고고학적, 유적, 사적, 사찰공원”
		사회적 관광자원	“풍속, 생활, 행사, 예술, 교육, 스포츠”
		산업적 관광자원	“공업단지, 유동단지, 광업소, 농장, 목장”
		관광레크리에이션	“캠핑장, 수영장, 놀이시설, 어린이공원”
	무형관광자원	인적관광자원	“국민성, 풍속, 관습, 예절” 등
		비인적 관광자원	“고유종교, 사상, 철학, 역사, 음악 가곡” 등

자료 : 박석희(2007). 신관광자원론(4판). 서울: 일신사

1. 조직

1) 조직구조

■ 개념

- 조직구조는 최적화된 조직 산출물의 생산을 위해 조직구성원들 간의 상호작용을 통해 업무의 기준과 절차를 제도화한 체계(강동한·이인재, 2021)
 - 조직의 목표를 달성하고 조직의 산출물을 생산
 - 구성원 간의 영향력 등을 최소화하거나 분화하고 통제할 수 있도록 설계함
 - 조직 활동이 이루어지는 곳으로 조직 구성원간의 권한 행사, 의사결정이 이루어지는 통로

■ 특성

- 외향적 특성
“조직의 목표를 달성하기 위해 인위적, 의식적으로 형성된 유기체로서 회사의 규정이나 직제에 의해 공식화된 체계를 의미”
- 내향적 특성
“조직의 목표를 달성하기 위한 구성원들 간의 행동이나 다양한 요소 간의 영향을 미치는 구조적인 특성”

2) 공공-민간조직

■ 공공조직과 민간조직의 공통점

- 조직의 목표가 사회공익 뿐만 아니라 조직자체의 이익을 추구(은종환, 2013)
- 인사관리, 회계 관리 기능 등 모두 공공·민간 조직에서 가지고 있으며, 민간 관리 기법이 공공부문에 적용(아웃소싱을 통한 수행, 역할 등을 이관)
- 사회적 역량요구 및 일정한 수준의 정책에 순응

■ 공공조직과 민간조직의 차이점

- 공공조직은 민간에 비해 법적인 규제로 인한 제약이 큼
 - 법적 규제의 증가는 공무원들의 자율성을 상대적으로 제약시켜 형식주의(red-tape)의 부작용을 유발
- 공공조직은 외부의 영향(정치적 상황 등)에 영향을 받으며, 이에 운영방침의 변화 연속성을 방해받음
- 공공조직은 미간과 달이 공익이나 공정성, 책임성의 확보를 요구받음
- 자원의 매력성을 중심으로 형성
- 공공조직과 민간조직의 차이점을 연구는 다음 <표 II-4>와 같음

▶▶ 표 II-4 | 공공조직과 민간조직의 차이점 연구

연구자	연구 대상 및 표본	주요 결과
Rainey(1983)	5개 공공조직 및 4개 민간조직 외 253명의 중간관리자	목표명료성에 대한 관리자들의 시각에서 공공-민간조직간 차이 없음
Solomon(1986)	생산/서비스조직의 240명의 최고관리자	민간조직의 직무명료성이 높음
Baldwin(1987)	50개의 공공조직과 12개의 민간조직의 234명의 관리자	공공부문의 목표가 더 모호함
Chubb& Moe(1988)	289개의 공립학교 및 53개의 사립학교	사립학교의 목표가 더 명료함
Lan & Rainey(1992)	120개의 조직에서 92명의 공공관리자와 62명의 민간관리자	공공조직이 더 높은 목표명료성을 갖고 있으나 목표측정도는 더 낮음
Rainey et al(1995)	109개의 공공조직과 83개의 민간조직에서의 최고관리자	목표 모호성에 있어서 공공-민간 조직 간 차이 없음
Chun and Rainey(2005)	115개의 미연방기관	재무적 공공성이 높은 연방기관의 목표모호성이 더 높고 목표수도 더 많음

자료 : 전영한(2009). 공공·민간조직 비교연구 메타분석: Sayre명제의 재검증. 행정논총. 47(2). 61-93.

2. 협력체계

1) 협의체

■ 지방자치 단체 협의체

- 지방단체들의 공통의 이해관계의 극대화를 위해 협력하며, 상호교류와 이익확보를 목적으로 연합조직 구성(정홍상·최승범·하동현, 2017)

■ 지역관광협의체

- 문제를 해결 또는 조정하기 위한 공공부문과 민간부문의 네트워크를 통한 관리방식(김성태, 2012)
- 지역 관광을 활성화시키기 위한 네트워크 조직, 관광과 관련된 각 집단들의 네트워크 참여조직(이익수, 2019)
- 시·군·구를 지역단위로 하여 지역관광의 다양한 이해관계자 간의 협의체로써 참여주체간의 신뢰를 바탕으로 상호협력할 수 있는 조직(문화체육관광부, 2008)

■ 지자체 간 관광협력 전담 집행조직 관련제도

- 지자체 간 연계협력 사업 추진을 위한 전담 집행조직의 유형은 지방자치법에 의한 행정협의회(법 제152조)와 자치단체조합(법 제159조)을 들 수 있음

- “행정협의회(법 제152조) : ①지방자치단체는 2개 이상의 지방자치단체에 관련된 사무의 일부를 공동으로 처리하기 위하여 관계 지방자치단체 간의 행정협의회(이하 “협의회”라 한다)를 구성할 수 있다. 이 경우 지방자치단체의 장은 시·도가 구성원이면 행정안전부 장관과 관계 중앙행정기관의 장에게, 시·군 또는 자치구가 구성원이면 시·도지사에게 이를 보고하여야 한다. ② 지방자치단체는 협의회를 구성하려면 관계 지방자치단체 간의 협의에 따라 규약을 정하여 관계 지방자치단체의 의결을 각각 거친 다음 고시하여야 한다. ③ 행정안전부장관이나 시·도지사는 공익상 필요하면 관계 지방자치단체에 대하여 협의회를 구성하도록 권고할 수 있다.”
- “자치단체조합(법 제 159조) : ①2개 이상의 지방자치단체가 하나 또는 둘 이상의 사무를 공동으로 처리할 필요가 있을 때에는 규약을 정하여 그 지방자치단체의 의결을 거쳐 시·도는 행정안전부장관의, 시·군 및 자치구는 시·도지사의 승인을 받아 지방자치단체조합을 설립할 수 있다. 다만, 지방자치단체조합의 구성원인 시·군 및 자치구가 2개 이상의 시·도에 걸치는 지방자치단체조합은 행정안전부장관의 승인을 받아야 한다. ② 지방자치단체조합은 법인으로 한다.”

■ 지자체 간 관광협력 전담집행조직 관련 사례

- 행정협의회
 - 수도권 관광진흥협의회(서울, 인천, 경기, 강원, 충북)
 - 남해안 시·도 광역관광협의회(부산, 전남, 경남)
 - 호수문화관광권 관광협의회(양구군, 인제군, 춘천시, 홍천군, 화천군) 등
- 자치단체조합
 - 지리산권 관광개발조합(남원, 장수, 구례, 곡성, 함양, 산청, 하동)
 - 강원 남부권 관광개발조합(태백, 횡성, 영월, 평창, 정선)

2) 다지역 관광협력체계

■ 개념

- 다지역 관광협력체계는 광역권을 기반으로 지역관광을 위한 광역 및 기초자치단체간 관광협력 네트워크를 제도화 한 것(한국문화관광연구원, 2009)

- 광역권: 지역을 중심으로 문화, 교통, 자원, 시설 등을 행정경계를 넘어서 동질적인 성격이 존재하거나 동일한 자원을 공유하는 하나의 권역
- 지역관광: 필요에 의해 인접한 자치단체가 상호 이해, 신뢰를 기초로 지역의 이익과 활성화를 도모하기 위하여 지역을 중심으로 한 관광

■ 관광협력

- 한국문화관광연구원(2009)에서는 관광협력을 단체와 단체 사이 혹은 지리적 영역으로 광역시, 도, 시, 군 등을 모두 포함한 2개 이상의 자치단체가 지역의 지속가능한 관광산업 발전과 지원을 위하여 관광산업 및 관광마케팅의 전문가들을 구성하여 공동으로 지지하는 것으로 정의함
- 관광협력에 대한 개념 연구는 다음 <표 II-5>와 같음

▶▶ 표 II-5 | 관광협력 관련 연구

구분	비고
The Global Sustainable Tourism Alliance(GSTA)	“지속가능한 관광 발전을 위하여 시장 지향적으로 접근하는 USAID(the United States Agency for International Development) 미션을 함께 수행하고 지속가능한 관광산업 분야를 선도하는 조직기관들의 연맹”
The Cultural & Heritage Tourism Alliance	“고유하고 진정한 문화와 유산의 홍보를 통해 시·군, 지역, 주의 관광산업 발전을 위한 비전과 도전정신을 공유한 관광마케팅 전문가들의 혁신적 그룹”
The National Tourism Alliance(NTA)	“연방정부의 공통 관심 이슈를 하나의 목소리로 제공하는 호주 관광산업과 현대 산업의 공동체”
Binational Tourism Alliance	“캐나다와 미국의 국경지역 관광지 개발을 지원하기 위하여 연합한 관광 산업의 비영리 기관”
Arizona Tourism Alliance	“관광산업의 발전과 홍보를 통하여 관광산업 인식의 증가와 애리조나 주의 경제발전을 위한 다양한 주주들의 연합체”
Tourism Alliance Victoria	“전문적이고 지속가능한 빅토리아 주의 관광산업”

자료 : 한국문화관광연구원(2009). 관광네트워크 구축을 위한 다지역 관광협력체계 개발

- 다지역 관광협력체계는 광역권을 기반으로 지역관광을 위한 광역 및 기초자치단체간 관광협력 네트워크를 제도화 한 것(한국문화관광연구원, 2009)
- 조직구조는 최적화된 조직 산출물의 생산을 위해 조직구성원들 간의 상호작용을 통해 업무의 기준과 절차를 제도화한 체계(강동한·이인재, 2021)
 - 조직의 목표를 달성하고 조직의 산출물을 생산
 - 조직구성원간의 영향력 등을 최소화하거나 분화하고 통제하도록 설계
 - 조직 활동이 이루어지는 곳으로 조직 구성원간의 권한 행사, 의사결정이 이루어지는 통로

■ 관광협력 네트워크

- 지자체간 협력은 지역에서 수행하고 있는 모든 관광 활동(홍보, 개발 등)이 대상이 되며, 특정한 활동을 중심으로 인접하거나 협력관계가 실질적·구체적으로 형성되어 공동으로 사업화하여 추진하는 것(한국문화관광연구원, 2009)
- 공동기반의 형성
 - 인프라, 인적, 정책 기반 등과 같은 공동기반 공유 필요
 - 기존의 공동 인프라 보완 및 정비를 통한 토대 마련 필요
- 공동기획 체계 구축
 - 관광시장 needs 분석을 통한 새로운 관광상품 개발 및 제시

- 지역 간 연계를 전제로 한 공동 관광상품 개발 필요
- 공동마케팅 시스템
 - 관광객의 편의 및 이미지 부각을 위한 공동 홍보마케팅 체제 구축 필요
 - 조직의 편리성, 비용절감 등의 효과성 제고
- 관광협력 네트워크 관련 연구는 아래 <표 II -6>과 같음

▶▶ 표 II-6 | 관광협력 네트워크 관련 국내 연구

구분	제목
유승각(2010)	“지역관광협의체 활성화와 관광경쟁력 제고 방안”
한국문화관광연구원(2009)	“관광네트워크 구축을 위한 다지역 관광협력체계 개발”
한국문화관광연구원(2008)	“지역관광파트너십을 위한 지역관광진흥협의체 및 운영방안”
김필두(2008)	“시·군구 유형별 민관협력체계 실태 및 발전모형에 관한 연구”
유정우(2008)	“지속관광 가능 관광개발 파트너십 및 네트워크와 관광거버넌스 간의 구조관계 연구”
한국관광공사(2007)	“관광산업 발전 추진체계 조사 및 연구”
정인수(2007)	“지역 파트너십 선진국 사례와 한국 지역노사정협의회 활성화 방안”
김진동·김남조(2007)	“지역 관광협력체로서 로컬 관광거버넌스 형성 요인과 발전 가능성에 관한 연구”
유재일 외(2006)	“지역혁신체계 구축을 위한 중앙과 지방의 역할정립 방안 연구”
대국경북연구원(2005)	“영남권 관광네트워크 구축 기본구상”
한국문화관광연구원(2005)	“지방분권화에 따른 중앙 지방간 협력적 관광정책 추진방안”
한국문화관광연구원(2005)	“지역관광혁신체계 구축방안”
이연택(2004)	“관광정책론”
이종화(2004)	“파트너십에 의한 국립공원 관리방안”
제주발전연구원(2003)	“제주형 관광조직 설립에 관한 연구-제주형 지방관광기구 설립을 중심으로”
차미숙 외(2003)	“지역발전을 위한 거버넌스체계 구축 및 운용방안 연구”
홍성화(2003)	“제주국제자유도시 추진정책에 대한 지역이해집단의 협력방안”

자료 : 경기연구원(2010). 경기도 관광진흥을 위한 추진체계 구축방안

Ⅲ. 환경 분석 및 국내외 사례조사

1. 국내 관광환경 분석
2. 경기도 관광환경 분석
3. 연계관광 사례
4. 관광협력체계 사례

1. 국내 관광환경 분석

가. 관광시장 현황

1) 국내 관광시장 현황

■ 국내여행 횟수

- 국내여행 총량은 “우리나라 국민의 여행행태를 나타내는 주요 항목을 수치로 표현한 것으로 행정구역상 현 거주지(일상생활권)를 벗어나 다른 지역을 다녀온 모든 여행을 의미”함
- 2020년 국내여행 횟수 총량은 225,199천회로 나타났으며, 여행지별로 분석한 결과 경기도가 45,496천회로 가장 많은 총량에 달하였음
- 그 중 경기도의 당일여행 총량은 36,410회로 숙박여행보다 약 4배의 비중을 차지하고 있음

▶▶ 표 III-1 | 국내여행 횟수

단위: 천 회

구분	국내여행			관광여행 ¹⁾			기타여행 ²⁾		
	전체	숙박여행	당일여행	전체	숙박여행	당일여행	전체	숙박여행	당일여행
서울	12,769	2,597	10,172	7,237	1,602	5,635	5,532	995	4,537
부산	10,390	4,621	5,769	7,741	3,701	4,040	2,649	920	1,729
대구	3,509	1,268	2,241	2,335	827	1,509	1,174	442	732
인천	9,471	2,044	7,427	7,012	1,501	5,511	2,459	543	1,916
광주	2,676	1,306	1,370	1,465	798	668	1,210	508	702
대전	5,307	2,304	3,002	2,495	1,106	1,389	2,811	1,198	1,613
울산	3,949	1,407	2,542	2,492	905	1,587	1,457	502	955
세종	2,326	638	1,688	1,008	285	724	1,317	353	964
경기	45,496	9,085	36,410	33,744	6,267	27,477	11,751	2,818	8,933
강원	22,362	14,643	7,719	20,635	13,684	6,951	1,727	959	768
충북	10,117	4,405	5,711	6,945	2,825	4,090	3,202	1,581	1,621
충남	19,645	8,085	11,561	14,952	5,885	9,067	4,694	2,200	2,494
전북	13,794	6,450	7,344	11,132	4,848	6,285	2,661	1,602	1,059
전남	19,603	8,608	10,995	15,662	6,781	8,881	3,941	1,827	2,115
경북	16,564	6,589	9,975	13,595	5,257	8,338	2,969	1,331	1,638
경남	21,398	9,070	12,328	16,421	7,023	9,398	4,977	2,047	2,930
제주	8,469	7,874	594	8,136	7,788	348	332	86	246

자료 : 문화체육관광부(2020). 2020국민여행조사보고서

■ 국내여행 일수

- 2020년 국내여행 일수 총량은 347,876천일로 나타났으며, 여행지별로 분석한 결과 경기도가 총 56,120천일로 여행 횟수에 이어 가장 많은 일수에 달하였음
- 국내 숙박여행 일수 총량은 2019년 대비 47.7% 감소하였으며(문화체육관광부, 2021),

1) 자연감상, 관광 등 여가·위락·휴가 목적 등의 여행을 의미함

2) 단순 귀성, 단순 친구·친지 방문, 단순 결혼식, 장례식 참여, 출장·업무 방문 등 목적의 여행을 의미함

경기도 또한 여행 일수에서 당일여행이 차지하는 비중이 숙박여행의 비중보다 우세하게 나타남

▶▶ 표 III-2 | 국내여행 일수

단위: 천 회

구분	국내여행			관광여행			기타여행		
	전체	숙박여행	당일여행	전체	숙박여행	당일여행	전체	숙박여행	당일여행
서울	16,412	6,241	10,172	9,355	3,720	5,635	7,058	2,521	4,537
부산	17,317	11,548	5,769	13,403	9,364	4,040	3,913	2,184	1,729
대구	5,345	3,106	2,241	3,433	1,924	1,509	1,913	1,181	732
인천	11,981	4,554	7,427	8,655	3,145	5,511	3,326	1,410	1,916
광주	4,399	3,029	1,370	2,434	1,766	668	1,965	1,263	702
대전	8,161	5,159	3,002	3,802	2,413	1,389	4,359	2,746	1,613
울산	5,796	3,253	2,542	3,598	2,010	1,587	2,198	1,243	995
세종	3,083	1,395	1,688	1,311	587	724	1,772	808	964
경기	56,120	19,709	36,410	40,541	13,064	27,477	15,578	6,645	8,933
강원	42,514	34,795	7,719	39,052	32,101	6,951	3,462	2,694	768
충북	15,532	9,821	5,711	10,242	6,152	4,090	5,290	3,669	1,621
충남	30,442	18,881	11,561	22,405	13,338	9,067	8,036	5,543	2,494
전북	22,107	14,763	7,344	16,875	10,590	6,285	5,232	4,173	1,059
전남	30,644	19,649	10,995	23,891	15,010	8,881	6,753	4,639	2,115
경북	25,247	15,265	9,982	20,456	12,112	8,344	4,791	3,153	1,638
경남	32,980	20,652	12,328	25,098	15,700	9,398	7,882	4,952	2,930
제주	24,945	24,351	594	24,467	24,118	348	479	232	246

자료 : 문화체육관광부(2020). 2020국민여행조사보고서

■ 국내여행 지출액

- 2020년 국내여행 지출액 총량은 24,121십억 원이며, 여행지별로 분석한 결과 제주도가 3,669십억 원(숙박여행 3,647십억 원, 당일여행 22십억 원)으로 가장 많은 지출액에 달하였음
- 강원도가 3,355십억 원으로 두 번째로 많은 지출액을 나타냈고, 경기도는 2,872십억 원으로 세 번째에 달하였음

■ 국내여행 방문지

- 2020년 국내여행 방문지는 경기(21.9%), 강원(10.8%), 경남(10.3%), 충남(9.5%), 전남(9.5%), 경북(8.0%), 전북(6.7%), 서울(6.2%), 부산(5.0%), 충북(4.9%), 인천(4.6%), 제주(4.1%), 대전(2.6%), 울산(1.9%), 대구(1.7%), 광주(1.3%), 세종(1.1%) 순으로 나타났음
- 여행지 방문 선택 이유는 ‘볼거리 제공’가 18.6%로 1순위로 나타났으며, 순차적으로 ‘여행지 지명도’(16.4%), ‘이동 거리’(12.6%), ‘여행할 수 있는 시간’(12.4%), ‘여행 동반자 유형’(8.4%) 등으로 나타남
- 여행지 지명도는 2019년 대비 감소하였으며, 이는 코로나19 발발 이후 인파가 몰리는 유명 관광지를 기피하는 현상의 결과로 판단됨

▶▶ 표 Ⅲ-3 | 여행지별 국내여행 지출액

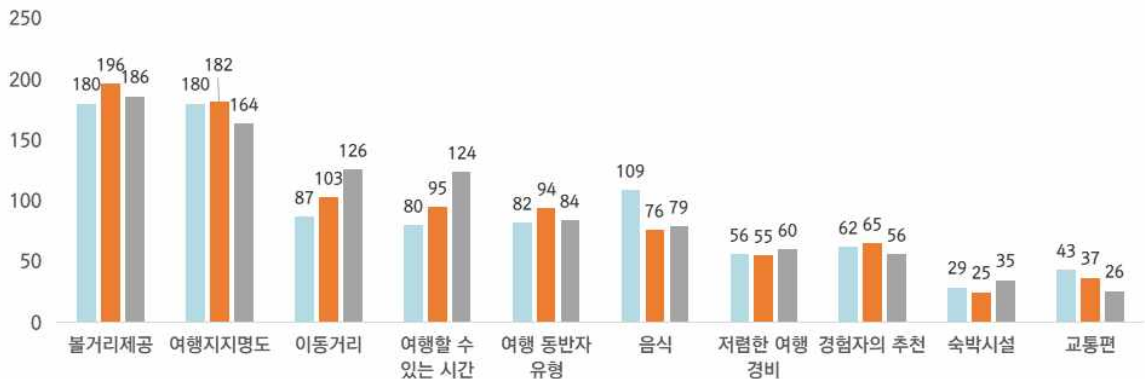
단위: 십억 원

구분	국내여행			관광여행			기타여행		
	전체	숙박여행	당일여행	전체	숙박여행	당일여행	전체	숙박여행	당일여행
서울	1,062	411	651	690	301	389	371	110	262
부산	1,313	903	410	1,139	819	320	175	84	90
대구	337	159	178	226	105	121	110	54	57
인천	707	269	439	547	198	349	160	71	89
광주	288	182	105	163	101	62	125	81	43
대전	445	245	200	214	118	96	231	127	104
울산	323	181	142	217	128	88	106	52	54
세종	134	55	79	62	30	32	72	25	47
경기	2,872	939	1,933	2,283	725	1,558	589	214	375
강원	3,355	2,731	625	3,184	2,608	576	172	123	49
충북	797	451	346	563	311	252	234	140	94
충남	1,785	1,035	750	1,428	826	602	357	208	148
전북	1,406	875	531	1,140	675	465	266	200	65
전남	2,082	1,366	716	1,719	1,119	600	363	247	117
경북	1,562	977	585	1,314	837	476	249	140	109
경남	1,984	1,212	772	1,677	1,048	629	306	164	142
제주	3,669	3,647	22	3,646	3,629	17	23	18	5

자료 : 문화체육관광부(2020). 2020국민여행조사보고서



국내여행 방문지



여행 방문지 선택 이유

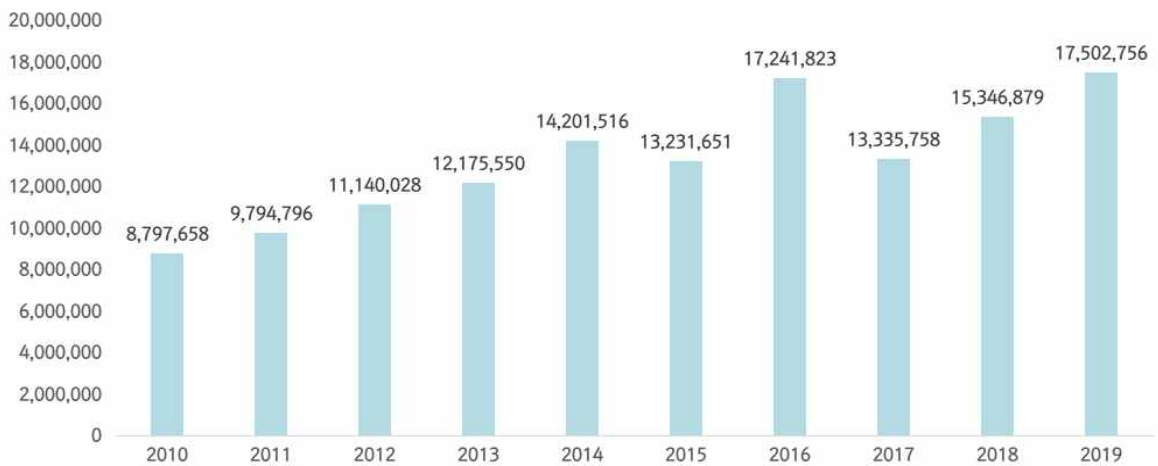
자료 : 문화체육관광부(2020). 2020 국민여행조사보고서

[그림 Ⅲ-1] 국내여행 방문지 및 선택이유

2) 해외 관광시장 현황

■ 방한 외래관광객 추이

- 방한 외래 관광객의 연간 규모는 지속적으로 성장하고 있으며, 2018년 기준 관광 수입은 한류, 중국의 방한 수요 회복, 관광 시장 다변화 정책 등의 결과로 2017년 대비 39.2% 증가한 185억 USD를 기록하였음(한국관광공사, 2019)
- 코로나19 발발 이전 2019년도 방한 외래관광객 입국자 수는 1,750만 명으로 역대 최고 수치에 달성하였으며 2018년보다 14.0% 증가하였음



자료 : 문화체육관광부(2019). 2019 외래관광객조사

[그림 III-2] 방한 외래관광객 추이

■ 방한 외래관광객 지역별 추이

- 2020년 방한 외래관광객의 방문 지역별 추이는 서울이 47.2%로 가장 높고, 경기(25.7%), 경상(24.7%) 등의 순으로 나타남
- 서울, 강원, 제주의 방문 비율은 감소하였지만, 이외 권역의 방문 비율은 증가하였으며 경기는 14.9%에서 25.7%로 증가하였음

▶▶ 표 III-4 | 방한 외래관광객 방문지역별 추이

단위: %

구분	서울	경기	인천	부산	충남	경남	강원	충북	대구	대전	경북	전북	광주	울산	전남	제주	세종
2020	47.2	25.7	11.9	10.5	6.6	6.5	4.7	4.5	4.1	4.0	3.4	3.4	3.0	2.8	2.4	2.4	1.8
2019	76.4	14.9	8.0	14.1	1.4	1.7	7.8	1.1	3.5	1.5	3.1	1.7	1.1	1.0	0.8	9.9	0.4
2018	79.4	14.9	8.3	14.7	1.4	2.3	9.7	0.9	3.1	1.7	2.8	1.1	1.1	1.2	0.7	8.5	0.4

자료 : 문화체육관광부(2020). 2020 외래관광객조사

■ 방한 외래관광객 주요 참여 활동

- 2020년 방한 외래관광객의 주요 참여 활동은 업무수행이 75.2%로 가장 높고, 다음으로 쇼핑(36.4%), 식도락 관광(25.7%), 자연경관 감상(13.9%) 순으로 나타남
- 2019년까지 쇼핑, 식도락 관광, 자연경관감상, 고궁/역사 유적지 방문 관광 활동은 방한 외래관광객의 주요 활동이었으나, 2020년에 전년 대비 감소하였음

▶▶ 표 III-5 | 방한 외래관광객 주요 참여 활동

구분	2016	2017	2018	2019	2020
업무수행	75.7	72.5	17.6	16.7	75.2
쇼핑	51.0	58.2	92.5	92.5	36.4
식도락관광	28.6	25.8	71.3	76.8	25.7
자연경관감상	25.0	23.4	54.4	59.5	13.9
고궁/역사유적지방문	10.5	7.6	42.6	45.3	7.5
연수, 교육, 연구	10.5	7.9	5.0	4.2	6.2
박물관, 전시관 관람	4.9	5.5	19.5	22.6	4.4
유흥/오락	11.4	14.4	32.3	20.9	4.1
뷰티/의료관광	8.5	8.2	9.9	9.9	2.3
기타	15.2	14.3	2.0	0.9	4.3

자료 : 문화체육관광부(2020). 2020 외래관광객조사

나. 관광트렌드

1) 2020-2024 국내 관광 트렌드 분석

- 한국문화관광연구원(2019)은 2020년부터 2024년까지의 향후 5년 간 관광 트렌드 변화에 대한 분석 및 전망으로 'NEXT TRAVEL'의 10대 관광 키워드를 발표하였음

■ 여행 트렌드 세터 Z세대

- 삶의 재미와 만족을 추구하는 Z세대와 밀레니얼 세대의 등장하였으며, 이들은 향후 관광 시장의 변화를 주도할 것임
- 이에 1인 미디어 등장과 활용 증가로 여행 정보가 영상으로 전환되고 정보 생산과 소비의 융합이 진행될 것으로 전망됨

■ 여가 시간의 증대

- 일과 삶의 균형을 추구하는 사회적 움직임과 주 52시간 근무제를 통한 여가시간의 증대로 국민의 여행 경험도가 높아졌으며, 이는 지역의 삶과 문화를 체험하는 일상 공간에 대한 여행 수요가 지속적으로 확대될 것으로 예상됨
- 또한, 단순 방문보다는 능동적 참여를 추구하고 짧고 가까운 여행으로 소유욕을 해소하는 형태가 지속될 것으로 예상됨

■ 4차 산업혁명과 관광

- 4차 산업혁명은 관광시장에도 많은 영향을 미치고 있으며, 관광 관련 기관들과 산업체들은 빅데이터와 AI를 활용하여 관광객 편의를 증진하고 경영의 효율성을 제고하여 관광목적지의 과제를 해결하려는 움직임을 보이고 있음
- 또한, 모바일과 여행 플랫폼 비즈니스의 진화로 여행 중개 플랫폼 활용이 증가하고 있으며, 이는 창조적 융복합 상품이 증가하는 결과로 이어지고 있음

▶▶ 표 III-6 | 관광 트렌드 분석 및 전망(2020-2024)

구분	내용
Xtra time & short travel	<ul style="list-style-type: none"> • 소소한 여행: 소확행, 가심비, 가시비 • 호캉스, 스테이케이션(staycation)등 다양한 형태의 관광 소비 스타일이 부각
Life Tourisssm	<ul style="list-style-type: none"> • 지역주민의 삶과 문화를 체험하고자 하는 여행 수요가 지속적으로 확대 될 것으로 전망
Experiential activity	<ul style="list-style-type: none"> • 관광명소와 랜드마크(landmark) 방문 위주의 관광에서 능동적 참여가 가능한 형태 위주로 변화 • 패키지여행보다 개별 여행을 선호
Tourism for all	<ul style="list-style-type: none"> • 여행이 보편적인 권리로 강조되고 있는 추세로 65세 이상의 고령자는 관광소비시장의 주역으로 부상
New generation	<ul style="list-style-type: none"> • 자유롭고 개성 넘치며 자존감이 강한 M(밀레니엄) 세대와 디지털 환경에서 태어나 삶의 재미와 만족을 추구. Z세대는 여행 트렌드 변화를 이끌어 나갈 핵심 시장 • '혼자 하는 여행', '유티래블(유튜브+트래블)', '여행스타그램(여행+인스타그램)'의 지속적 확산

구분	내용
Vulnerable tourism market	• 남북 관계, 국가 간 외교정세 등 외부환경 요인의 영향으로 국내 인바운드 관광 시장은 매우 역동적으로 급변할 것으로 전망
Responsible tourism	• 관광으로 인한 환경이슈와 아전, 주민-관광객 갈등 문제가 부각됨에 따라 관광의 부작용을 최소화하고자 하는 가치 소비의 증가 • 공정한 관광을 추구하고 여행을 통한 환경적 부담 최소화하는 움직임이 증가
Travel Platform Business	• 4차 혁명에 따른 기술발전으로 여행, 서비스 등의 유통구조가 여행 플랫폼(platform) 기반으로 급속하게 변화 • OTA 등 여행 플랫폼 활용 증가,
AI Tourism	• 빅데이터의 실시간 추적과 분석기술이 발달한 결과로 관광객 편의와 관광 산업 효율성이 높아짐 • 고도화된 개인 맞춤형 여행 정보 제공, 숙박업 부문에선 IOT와 AI의 결합으로 토달케어 서비스로 확대
Expansion of sharing economy	• 전세계 공유경제의 빠른 성장으로 관광 산업에서는 숙박 공유, 모빌리티 공유 등 여행행태에 변화를 초래 • 공유경제 플랫폼 비즈니스를 통해 현지의 '진정성'있는 경험을 추구하고자 하는 경향이 증가

자료 : 한국문화관광연구원(2019). 2020-2024 한국관광 트렌드 전망

2) 코로나19 이후 관광 트렌드 분석

- 코로나19로 인해 소비자들의 행동과 인식이 전환되었으며 이는 관광레저 산업의 트렌드 변화에도 영향을 미치고 있으며, 입국제한에 따른 해외관광객 감소에 대응하여 국내 관광객 위주의 관광상품이 개발되고 있음
- 한국관광공사(2021)는 최근 3년간 소셜미디어, 이동통신사, 카드사 빅데이터를 기반으로 여행시장 변화를 분석하였으며, 2021년 관광 활동 트렌드를 '균열(Break)', '위로(Encourage)', '연결(Tie)', '어디든(Wherever)', '강화(Enhance)', '기대(Expect)', '주목(Note)'의 키워드로 제시하였음

■ 일상 권역의 근교 여행

- 코로나19 직후 안전이 중시되며 일상과 연계되는 생활권 중심의 관광활동과 근교관광이 떠오르고 있음
- 카페와 쇼핑을 목적으로 한 단기여행 패턴이 인기를 얻으며, 광역·시·도가 달라도 거리상으로 가까운 지역들이 하나의 관광 권역으로 묶이는 경향이 관찰됨

■ 야외 활동 및 자연친화 관광 활동 증가

- 모든 관광 활동에 '안전'이 최우선 고려사항이 되면서 전국적으로 '집 근처의 자연친화적 공간에서 가족과 함께 안전하게 야외 활동'을 선호하는 경향이 뚜렷해짐(한국관광공사, 2020)
- 관광지 중심의 여행보다 거리두기가 용이한 아웃도어, 레저·액티비티 등의 관련 지역 방

문객이 증가하였으며, 코로나블루를 극복하는 동시에 위생과 안전을 고려한 ‘언택트’, ‘캠핑’ 키워드 언급량이 증가함

- 이와 함께 코로나 미발생 또는 청정지역 이미지가 강한 지역의 관광 수요가 증가함

■ 새롭고 독특한 여행

- 국내 다양한 여행지에 대한 관심이 증가하고, 기존 봄비는 관광지보다 소도시, 한적한 해안 마을 등 색다른 여행지 수요가 증가하고 있음
- 2020년 4분기 소셜미디어 상에서 ‘무착륙 여행’, ‘한 달 살기’, ‘호텔 재택’ 등과 같은 키워드 언급량이 약 240% 급증함

» 표 III-7 | 2021 관광 트렌드

구분	내용
Break (균열)	<ul style="list-style-type: none"> • 코로나19로 인해 국내 관광지에 대한 관심이 증가, 새로운 형태의 여행에 대한 언급 발생 등을 미루어 보아 관광산업은 위기인 동시에 새로운 관광형태에 대한 수요가 발생하는 기점이 될 것임
Encourage (위로)	<ul style="list-style-type: none"> • 힐링, ‘소확행’ 등 자기자신 시간만을 위해 떠나는 소소한 여행에 대한 관심이 증가하였으며 힐링과 일상여행에 대한 토픽 점유율이 최근 3년간 증가 추세 • 코로나블루를 극복하는 동시에 위생과 안전을 고려한 ‘언택트’, ‘캠핑’ 키워드 언급량 증가
Tie (연결)	<ul style="list-style-type: none"> • 카페와 쇼핑을 목적으로 한 단기여행 패턴이 인기를 얻으며, 광역·시·도가 달라도 거리상으로 가까운 지역들이 하나의 관광 권역으로 묶이는 경향이 관찰됨
Wherever (어디든)	<ul style="list-style-type: none"> • 국내 다양한 여행지에 대한 관심이 증가하고, 새로운 지역에 대한 관심이 부상 • 기존 봄비는 관광지보다 소도시, 한적한 해안 마을 등 색다른 여행지 수요가 증가
Enhance (강화)	<ul style="list-style-type: none"> • 가족, 커플, 친구 등 소수의 유대감이 강한 동반자와의 여행이 선호되고 있음 • 패키지 여행에 대한 토픽 언급량 전년대비 현격히 감소하였으며 코로나19 이후 타인과의 여행에 대해 불안감을 느끼는 것으로 해석됨
Expect (기대)	<ul style="list-style-type: none"> • 코로나19 확산세가 지속되면서 실제 여행을 가지 못하더라도 여행에 대한 잠재적 수요가 존재 • 실제 이동량 및 소비는 감소하였지만 랜선여행, 대리만족, 방구석 관련 버즈량 21% 상승
note (주목)	<ul style="list-style-type: none"> • 급작스러운 사회이슈 및 충격으로 사람들의 라이프 스타일이 변함에 따라 호텔재택, 무착륙 여행 등 새로운 여행 형태가 주목받음

자료 : 한국관광공사(2021). 공사 기획리포트 KTO 포커스-12호

2. 경기도 관광환경 분석

가. 경기도 관광 현황

1) 경기도 내국민 여행 실태

■ 여행 형태

- 2019년 연간 경기도를 방문하는 개별여행 및 단체여행객의 비중은 개별여행이 84.7%로 단체/모임여행 및 패키지여행보다 선호도가 높음
- 주로 '2명', '3~4명'의 단위로 여행하며 여행동반자는 배우자/연인(49.3%), 자녀(36.1%), 친구(32.3%), 가족/친척(16.4%) 순으로 나타남
- 경기도 여행 형태 중 숙박여행은 당일 여행에 비해 매우 적은 비중을 차지하고 있으며, 2019년 연간 당일여행은 85.1%, 숙박여행은 14.7%(기간 1.5일)로 나타남
- 2019년 연간 경기도 방문객들이 이용하는 주요 숙박 시설은 호텔(68.3%)이며, 그 다음으로 친척/친구집(15.1%), 모텔/여관(4.6%), 게스트하우스/민박(3.4%)로 분석됨
- 경기도 숙박 여행자는 용인, 가평, 연천 등에서 주로 숙박하는 것으로 나타남

▶▶ 표 III-8 | 연도별 경기도 여행 형태(내국민)

단위: %.

구분	개별 여행	단체/모임 여행	패키지 여행	인센티브 투어
2019	84.7	15.1	0.1	0.2
2018	87.5	11.4	11.4	0.7
2017	89.8	9.2	9.2	0.1

자료 : 2019 경기관광실태 보고서

▶▶ 표 III-9 | 연도별 경기도 방문객 숙박 여부(내국민)

단위: %.

구분	당일 여행	숙박 여행
2019	85.1	14.9
2018	85.0	15.0
2017	82.6	17.4

자료 : 2019 경기관광실태 보고서

■ 여행 활동

- 2019년 연간 경기도 여행 활동을 분석한 결과, 10명 중 8명의 관광객이 테마/안보 관광지를 방문하였음
- 코로나19 이후 2020년 1분기 여행 활동 분석 결과, 경기도 방문 여행객들은 주로 '테마/안보 관광지 방문'(54.8%), '식도락 관광'(42.8%) 활동을 함

▶▶ 표 Ⅲ-10 | 경기도 여행 중 활동(내국인)

단위: %, 중복응답

구분	2017	2018	2019
테마/안보 관광지 방문	54.4	54.1	61.7
식도락 관광	50.4	53.0	51.1
자연 관광지 방문	47.3	42.6	46.5
체험 관광	23.1	22.1	22.3
문화/스포츠 시설 방문	13.7	15.8	18.8
쇼핑 관광지 방문	18.2	16.5	13.6
역사 관광지 방문	11.5	9.3	13.5
레저/스포츠 체험 활동	7.6	4.3	8.3
일/업무 관련	1.1	0.8	3.1

자료 : 경기관광공사(2019). 2019 경기관광실태 보고서

2) 경기도 외국인 여행 실태

■ 여행 형태

- 2019년 연간 경기도 방문 외국인의 여행 형태는 개별여행(58.7%), 단체관광(36.1%), Air-tel 패키지(5.2%) 순으로 나타남
- 경기도를 방문한 외국인의 평균 여행 인원은 6.4명으로 '3~4명'이 35.2%, '2명'이 28.2% 순으로 나타났으며, 일행 유형은 친구(39.1%)가 가장 높게 나타남
- 외국인 관광객들은 경기도 여행 시 대부분 숙박하지 않고 당일 여행(85.3%)을 하는 것으로 나타남

▶▶ 표 Ⅲ-11 | 연도별 경기도 여행 형태(외국인)

단위: %, 중복응답

구분	개별 여행	단체관광	Air-tel 패키지
2019	58.7	36.1	5.2
2018	65.0	31.9	3.1
2017	60.5	35.1	4.3

자료 : 경기관광공사(2019). 2019 경기관광실태 보고서

▶▶ 표 Ⅲ-12 | 연도별 경기도 여행 일행 유형(외국인)

단위: %, 중복응답

구분	친구	가족/친척	배우자/연인	직장동료	자녀	단체/모임	기타
2019	39.1	31.2	25.1	12.3	12.0	2.8	0.2
2018	36.5	31.4	29.3	11.8	11.6	4.7	-
2017	33.7	37.1	29.2	11.4	16.1	5.1	-

자료 : 경기관광공사(2019). 2019 경기관광실태 보고서

▶▶ 표 Ⅲ-13 | 연도별 경기도 방문객 숙박 여부(외국인)

단위: %

구분	당일 여행	숙박 여행
2019	85.3	14.7
2018	81.8	18.2
2017	75.4	24.6

자료 : 경기관광공사(2019). 2019 경기관광실태 보고서

■ 여행 활동

- 2019년 연간 경기도 방문 외국인의 방문 경로는 ‘서울-경기’가 27.0%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘인천-서울-경기(7.8%)’, ‘서울-경기-서울(7.7%)’ 등의 순으로 나타남
- 경기도 방문 외국인 관광객이 가장 선호하는 참여 활동 분야별 분석 결과, 테마/안보 관광지 방문이 83.2%로 가장 높고, 다음으로 식도락관광(44.1%), 문화/스포츠 시설 방문(38.3%) 순으로 나타남

▶▶ 표 Ⅲ-14 | 경기도 방문 경로(외국인)

단위: %

구분	2017	2018	2019
서울-경기	32.2	31.0	27.0
인천-서울-경기	3.8	5.2	7.8
서울-경기-서울	11.4	12.1	7.7
서울-강원-경기	2.1	2.2	5.8
경기-서울	7.5	5.8	5.3
서울-경기-강원	2.7	2.6	4.9
서울-경기-인천	0.4	3.0	3.9
인천-경기-서울	3.8	1.8	3.6
경기	2.6	3.1	2.0
인천-서울-경기-서울	-	0.4	2.0

자료 : 경기관광공사(2019). 2019 경기관광실태 보고서

▶▶ 표 Ⅲ-15 | 경기도 여행 중 참여 활동(외국인)

단위: %

구분	2017	2018	2019
테마/안보 관광지 방문	67.6	59.3	83.2
식도락 관광	44.2	45.9	44.1
문화/스포츠시설 방문	29.6	35.7	38.3
자연 관광지 방문	29.6	32.0	36.8
체험 관광	42.1	33.6	33.9
쇼핑 관광지 방문	41.2	45.2	28.8
역사 관광지 방문	22.8	18.1	13.4
레저/스포츠 체험 활동	14.3	7.8	6.8
일/업무 관련	3.7	3.1	2.9

자료 : 경기관광공사(2019). 2019 경기관광실태 보고서

3) 경기도 주요관광지점 현황

■ 지역 별 관광객 수 현황

- 경기도 31개 시·군의 주요 관광지점의 평균입장객수를 분석한 결과, 방문객이 주로 방문하는 관광지점은 특정 시·군에 집중되어 있음
- 2020년 연간 평균 입장객수의 상위 5개 지역은 과천시, 오산시, 양평군, 안양시, 파주시가 포함되어 있음
- 코로나19 이전 2019년 연간 평균 입장객 수의 상위 5개 지역은 과천시, 고양시, 용인시, 오산시, 광명시 순으로 나타났으며, 2020년에는 코로나19의 영향으로 상대적으로 방문객 밀도가 높은 관광 시설을 주요 거점으로 포함한 지역의 방문객 수가 전년대비 감소한 것으로 파악됨

▶▶ 표 Ⅲ-16 | 경기도 여행 중 참여 활동(외국인)

단위: 수, 명

구분	2018		2019		2020	
	지점수	평균입장객수	지점수	평균입장객수	지점수	평균입장객수
전체	343	215,282	363	212,211	396	101,365
수원시	11	170,921	11	180,611	21	25,512
성남시	6	193,872	6	196,075	6	41,136
의정부시	4	38,402	5	99,660	13	51,512
안양시	4	180,906	8	164,539	8	169,062
부천시	6	271,925	6	261,400	6	95,350
광명시	6	351,612	6	316,628	6	114,341
동두천시	4	81,892	4	96,277	4	44,144

구분	2018		2019		2020	
	지점수	평균입장객수	지점수	평균입장객수	지점수	평균입장객수
안산시	28	73,296	26	106,453	26	61,381
고양시	22	520,434	25	410,874	25	107,877
과천시	6	1,434,727	6	1,375,054	6	433,179
구리시	2	91,493	2	104,570	2	92,112
남양주시	14	87,200	13	76,366	13	37,762
오산시	1	291,532	1	340,725	1	333,842
시흥시	10	137,228	10	160,410	12	151,051
의왕시	1	143,151	1	130,792	1	22,473
용인시	32	388,132	35	381,496	38	162,921
파주시	23	276,081	29	264,022	29	168,163
이천시	5	201,889	5	204,188	5	102,649
안성시	33	55,176	36	52,496	35	34,526
김포시	13	67,390	13	64,510	15	37,948
화성시	3	163,667	3	161,268	5	75,408
광주시	5	193,557	5	218,250	5	126,785
양주시	6	107,651	7	80,942	7	77,666
포천시	22	192,633	23	172,173	24	149,833
여주시	13	170,885	13	133,300	13	52,784
연천군	13	55,792	15	82,635	20	30,867
가평군	26	143,871	26	146,420	28	75,095
양평군	24	209,345	23	260,639	22	193,169

자료 : 관광지식정보시스템(www.tour.go.kr)

나. 경기북부 지역 관광 현황

1) 고양시 관광 현황

■ 고양시 관광객 수 현황

- 고양시 방문 관광객들의 주요 관광지는 KINTEX, 고양꽃전시관, 고양원마운트, 아쿠아플라넷 일산 등으로 전시 및 문화시설로 집중되어 있음
- 코로나19 발발 이후 2020년 연간 서오릉, 행주산성 등의 역사문화 관광지 수요는 전년 대비 상승 및 유지되었지만, 실내 전시장과 공연장의 수요는 감소했음을 알 수 있음

▶▶ 표 III-17 | 고양시 관광객 수 분석

단위: 명

사군	관광지	2019 관광객 수	2020 관광객 수
고양시	123컨트리클럽	65,181	78,004
	KINTEX(한국국제전시장)	5,705,368	959,565
	고양꽃전시관	601,149	49,388
	고양생태공원	15,061	6,418
	고양아람누리	204,227	37,320
	고양어린이박물관	262,343	48,079
	고양어울림누리	148,746	11,455
	고양원마운트	741,571	113,312
	고양종합운동장	221,350	8,537
	고양체육관	111,854	28,178
	김치스쿨	238,382	19,195
	뉴코리아컨트리클럽	77,545	80,914
	베다골테마파크	104,439	18,561
	서삼릉	59,111	68,995
	서오릉	333,759	374,837
	송학김전시관	211,437	26,329
	아쿠아플라넷 일산	535,596	203,167
	중남미문화원	32,721	15,670
	쥬쥬테마동물원	125,301	70,699
	증권박물관	16,229	1,024
평화누리길4코스	5,956	11,266	
평화누리길5코스	18,980	16,968	
한양컨트리클럽	157,668	160,819	
항공우주박물관	26,364	2,005	
행주산성	248,646	286,223	

자료 : 관광지식정보시스템(www.tour.go.kr)

■ 고양시 관광환경

- 고양시는 남동으로 서울시 도봉구, 은평구, 서대문구, 마포구와 인접하고 있으며 북동으로 양주시, 북서로는 파주시, 남서로는 한강을 가운데에 두고 김포시와 인접하여 있어 타 시·군들과의 접근성이 매우 높음
- 경의선 철도 전철화 개통 공사, 방화대로 연결도로, 서울외곽순환도로, 인천국제공항과 연결되는 신공항고속도로와 제2자유로 등 교통 편의의 이점을 갖고 있으며, 서울시 강남구와 30분 이내로 이동 가능한 광역급행철도 GTX-A를 추진 중임

■ 고양시 관광특구

- 고양시는 한류와 마이스산업을 테마로 ‘고양 신한류 관광특구 진흥계획’을 수립하였으며 이를 토대로 2015년 8월에 경기도 관광특구로 지정됨
- 고양 관광특구는 ‘킨텍스-한류월드-호수공원-라페스타-웨스턴돔’일대의 3.94km²로 경쟁력 높은 관광자원이 밀집해 있어 외래 관광객 유치와 경기북부 관광 활성화의 중심지로서 역할이 기대됨
- ‘경기고양 방송영상밸리’, ‘킨텍스 제3전시장’, ‘CJ라이브시티’ 등 한류문화관광 도시 관련 인프라 구축이 예정되어있음

▶▶ 표 III-18 | 고양시 관광 자원

단위: %

구분	관광 자원
평화안보	평화통일교육전시관, 김대중 대통령 사저 기념관, 평화누리길4코스~5코스
생태자연	장항습지, 정발산, KRA 원당종마목장, 고양생태공원
역사문화	행주산성, 서오릉, 서삼릉, 북한산성
문화예술	고양꽃문화예술관, 고양아람누리, 고양어울림누리, 송학김전시관, 중남미문화원, 증권박물관, 항공우주박물관
레저 엔터테인먼트	123컨트리클럽, 현대 모터스튜디오 고양, 아쿠아플라넷 일산, 고양종합운동장, 고양체육관, 고양 원마운트, KINTEX(한국국제전시장), 호수공원, 스타필드 고양, 한류월드, 김치스쿨, 뉴코리아컨트리클럽, 베다골테마파크, 쥬쥬테마동물원
축제	행주문화제, 행주산성, 해맞이축제, 고양국제꽃박람회, 호수장미페스티벌, 고양가을꽃축제, 고양호수꽃빛축제

자료 : 관광정보지식시스템, 고양시 관광정보책자



김대중 대통령 사저 기념관



행주나루길



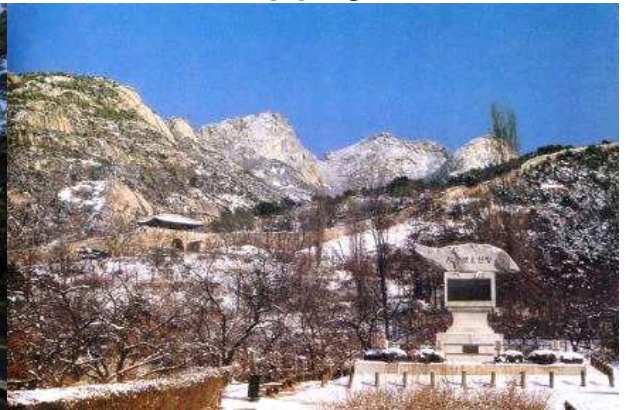
장항습지



고양생태공원



서오름



북한산성



킨텍스



행주문화제

자료: 문화재청, 고양시청, 고양생태공원 홈페이지, 한국관광공사, 킨텍스 홈페이지, 고양행주문화제 홈페이지

[그림 Ⅲ-3] 고양시 주요 관광자원

2) 파주시 관광 현황

■ 파주시 관광객 수 현황

- 파주시의 주요 관광자원 중 평화안보 관광자원인 ‘임진각관광지’, ‘제3땅굴’, ‘통일전망대’ 등의 인지도가 높음
- 이외에도 헤이리예술마을과 마장호수 등 생태 및 문화예술 자원 또한 일정 수준의 수요를 지속적으로 유지함

■ 파주시 관광 환경

- 파주시는 군사분계선을 경계로 북한의 개성시와 장성군과 접해 있어 국내를 대표하는 안보관광지가 집중됨
- 고양시, 서울시, 인천공항 등과 가까운 거리에 위치하고 있으며, 교통축은 자유로와 국도 1호선, 경의선과 함께 남북으로 발달되어 있음
- 그러나 관광객이 이용할 수 있는 관광숙박 시설이 부족하고 주요 시·군 간 인접한 지리적 위치로 당일 관광객이 많음(파주시, 2020)

▶▶ 표 Ⅲ-19 | 파주시 관광객 수 분석

단위: 명

구분	관광지	2019 관광객 수	2020 관광객 수
파주시	감악산	361,381	363,033
	공릉관광지	107,575	108,190
	두루뫼박물관	6,097	986
	마장호수	1,854,283	1,784,161
	베스트벨리	29,958	29,195
	벽초지수목원	241,921	274,368
	산머루농원	49,915	6,624
	서서울컨트리클럽	100,721	103,909
	서원밸리골프클럽	77,059	126,450
	소울원	53,490	34,624
	쇠꼴마을	28,182	3,461
	영집궁시박물관	4,690	2,236
	우농타조농장	17,088	22,131
	울곡이이선생유적지	59,458	52,051
	임진각관광지	2,940,105	1,213,929
	제3땅굴	578,828	8,186
	카트랜드	10,995	0
	통일전망대	366,846	72,022
	파주삼릉	41,533	51,005
	파주영어마을	123,987	45,554
파주임실치즈스쿨	22,174	338	

파주장릉	20,492	24,604
평화누리길 6코스	8,624	20,483
평화누리길 7코스	21,676	34,250
평화누리길 8코스	12,138	26,906
평화누리길 9코스	19,647	96,232
헤이리에술마을	427,673	299,309
황포돛배	24,700	13,247
황희선생유적지	45,216	50,116

자료 : 관광지식정보시스템

■ 평화 안보 관광자원

- 경기도 파주시 문산읍 마정리에 위치하고 있는 임진각 관광지는 안보관광지로서 특색이 뚜렷하며, 주요 시설로는 임진각, 관광안내소, 망배단, 위령탑, 평화의 종, 유원시설 등이 있고 연간 관광객이 약 300만에 이릅니다
- 오두산에 위치한 통일전망대는 이북지역과 비무장지대 폭이 가장 좁은 곳이며, 민족 분단의 역사를 바르게 이해하고 통일 의지를 가다듬을 수 있는 전시공간으로 교육적 역할을 하고 있음

▶▶ 표 III-20 | 파주시 관광 자원

단위: %

구분	관광 자원
평화안보	임진각관광지, 판문점, 제 3땅굴, 도라전망대, 도라산역, DMZ 평화의 길, 오두산 통일전망대, 평화누리길 6코스~9코스
생태자연	감악산, 마장호수, 울곡수목원, 두루미박물관, 벽초지수목원, 쇠꼴마을, 우농타조농장
역사문화	울곡이이선생유적지, 황희선생유적지, 파주삼릉, 보광사, 허준선생묘, 자운서원, 공릉관광지, 영집공시박물관, 파주장릉, 황포돛배
문화예술	헤이리에술마을, 파주출판 도시
레저 엔터테인먼트	파주프리미엄아울렛, 베스트벨리, 산머루농원, 서서울컨트리클럽, 서원밸리골프클럽, 소울원, 카트랜드, 파주영어마을, 파주임실치즈스쿨
축제·이벤트	장단콩축제, 개성인삼축제, 파주북소리, 어린이책잔치

자료 : 관광정보지식시스템, 파주시 관광정보책자



임진각 관광지



제3땅굴



파주이이유적



황희선생유적지



마장호수



벽초지수목원



파주장단콩축제



파주북소리

자료 : 파주시청, 경기관광포털

[그림 Ⅲ-4] 파주시 주요 관광자원

3) 동두천시 관광 현황

■ 동두천시 관광객 수 현황

- 동두천시의 주요 관광자원으로는 평화안보 관광자원인 동두천시 경기북부 어린이 박물관과 자유수호평화박물관이 있으나, 2020년 코로나19의 영향으로 관광객 수가 현저히 감소함
- 그럼에도 생태자연 자원인 소요산 관광지는 2020년에도 일정 수준의 관광객 수를 유지하였으며, 향후 포스트코로나 시대에서 캠핑과 체류형 관광지로서 지역 관광 활성화의 역할이 기대됨

▶▶ 표 III-21 | 동두천시 관광객 수 분석

단위: 명

구분	관광지	2019 관광객 수	2020 관광객 수
동두천시	동두천시경기북부 어린이박물관	142,861	13,414
	소요산 관광지	82,877	79,547
	자유수호평화박물관	85,103	10,766
	티클라우드컨트리클럽	74,267	72,840

자료 : 관광지식정보시스템

■ 동두천시 관광 환경

- 동두천시의 전체 면적 중 임야가 차지하는 면적은 68%로 동북쪽에 소요산, 동쪽에 국사봉과 왕방산, 서쪽에 마차산, 남쪽에 칠봉산과 해봉산으로 둘러싸여 있음
- 동두천시를 대표하는 관광자원에는 자연 관광자원과 MTB로 대표되는 산악레포츠 관광지 있음
- 경원선 철도와 평화로가 서쪽을 관통하고 있으며, 서울 경계부터 의정부-양주-동두천-연천까지의 남북을 잇는 국도 3호선을 단계적으로 개통 중임

■ 동두천 관광특구

- 동두천 관광특구는 경기북부의 명산인 소요산을 중심으로 하는 자연자원(소요동)과 주한 미군 대상의 편의 시설이 들어선 보산동 일대의 상가 지구(보산동)를 포함함
- 보산동은 문화예술, 상가 규제 완화, 내외국민 화합을 중점으로 특구가 운영되고 있으며, 소요동은 체험관광 활성화 측면에 중점을 두고 운영됨
- 해외 주둔군 예산 절감 정책에 따른 보산동 관광특구의 주 방문객이던 주한 미군이 급감하였으며, 이와 같은 문제를 해결하고자 동두천시는 관광 특구 내 월드 푸드 스트리트 조성 사업, 디자인아트빌리지, K-Rock빌리지, 뮤직센터 등 상권 활성화를 위한 다양한 사업을 추진 중임
- 향후 동두천시는 다양한 문화사업을 확장하며 경기북부지역의 문화도시의 중심지 역할을 할 것으로 기대됨

▶ 표 Ⅲ-22 | 동두천시 관광 자원

단위: %

구분	관광 자원
평화안보	경기북부어린이박물관, 자유수호평화박물관
생태자연	동두천 6산(소요산, 마차산, 칠봉산, 해룡산, 왕방산, 국사봉), 동두천계곡(탑동계곡, 쇠목계곡, 왕방계곡, 장림계곡), 동두천 치유의숲, 어등산 힐링 체험 숲, 탑동계곡
역사문화	반야바라밀다심경약소, 삼층단, 6층석탑, 정사호선생묘역
문화예술	두드림뮤지센터, 디자인아트빌리지 & 월드푸드스트리트, 동두천캠프로산 그래피티아트거리
레저 엔터테인먼트	종합운동장, 신천변 자전거도로, 티클라우드컨트리클럽
축제·이벤트	소요단풍제, 청소년 별자리과학축제, 동두천종합예술제, 이담농악단, 동두천민요, 천사마라톤

자료 : 관광정보지식시스템, 동두천시 관광정보책자



자유수호평화박물관



소요산 단풍문화제



디자인아트빌리지



월드푸드스트리트

자료 : 동두천시청

[그림 Ⅲ-5] 동두천시 주요 관광자원

4) 포천시 관광 현황

■ 포천시 관광객 수 현황

- 포천시의 관광 자원 중 포천 아트밸리, 한탄강 하늘다리, 허브아일랜드 등의 생태자연 관광지에 대한 관광수요가 매우 높음
- 2020년 연간 포천시의 주요 관광지 방문객 수는 코로나19가 관광 산업에 미친 부정적인 영향에도 전년대비 감소폭이 매우 적으며, 비둘기낭 폭포와 포천아트밸리의 경우 오히려 관광객 수가 전년대비 소폭 상승하였음
- 이는 코로나 19 이후 자연 관광지에 대한 높은 선호도와 수도권과의 우수한 접근성의 결과로 분석됨

▶▶ 표 III-23 | 포천시 관광객 수 분석

단위: 명

구분	관광지	2019 관광객 수	2020 관광객 수
포천시	국립수목원	370,682	220,832
	몽베르 CC	158,084	176,256
	베어스타운리조트	-	246,750
	베어스타운컨트리클럽	0	0
	베어크리크컨트리클럽	145,656	151,542
	비둘기낭캠핑장	13,452	2,956
	비둘기낭 폭포	277,826	282,720
	산사원	46,327	32,417
	신북리조트 스프링폴	275,076	72,285
	아침햇살 청소년수련원	8,299	500
	아프리카예술박물관	24,107	5,217
	어메이징파크	41,079	36,402
	일동레이크컨트리클럽	77,889	54,443
	평강식물원	194,308	174,340
	포레스트힐 컨트리클럽	121,437	117,447
	포천 한탄강 하늘다리	687,318	680,245
	포천아도니스컨트리클럽	207,303	207,598
	포천아트밸리	397,656	422,667
	포천한과박물관	8,685	4,570
	포천힐스컨트리클럽	134,618	138,532
필로스컨트리클럽	141,298	161,727	
하늘아래 치유의숲	8,292	2,604	
한화리조트산정호수	161,585	66,965	
허브아일랜드	458,994	335,650	

자료 : 관광지식정보시스템

■ 포천시 관광 환경

- 포천시는 지리적으로 서울 근교에 위치해 있고 구리-포천 고속도로가 개통되어 수도권과의 접근성이 우수하며, 서울·경기 지역의 방문객 비중이 압도적으로 높음
- 그러나 대중교통으로의 접근성은 타 경기권역에 비해 현저히 떨어짐
- 포천시내 관광자원은 도시의 북측에 집중되어있으며, 수려한 생태경관을 중심으로 자연생태 관광자원이 다수 포진되어 있고, 그중에서도 유네스코 자연유산으로 등재된 한탄강은 매우 경쟁력이 있는 관광자원임
- 경기북부권역에서 평화 안보 자원이 상대적으로 부족한 편이지만, 2020년도 접경지역 빈집 활용 정주여건 개선 공모사업'에 선정된 오가리 마을에 생태평화관광마을이 조성될 예정임

■ 한탄강 유네스코세계지질공원

- 2020년 7월 유네스코 세계지질공원으로 등재된 한탄강 지질공원은 북한의 강원도 평강군에서 시작되는 한탄강과 그 하류에 위치한 임진강 합수부를 포함하고 있으며 지질명소 24곳이 있음(포천시 493.3km², 연천군 273.3km², 철원군 398.06km²)
- 포천시에는 한탄강에 관한 생태전시관, 지질체험관, 기획전시관이 있는 한탄강 지질공원 센터가 위치해있으며, 포천시의 한탄강은 절반을 차지하고 있어 관광자원으로서의 활용 가치가 높으며 다양한 지질학습체험 프로그램을 운영 중임

▶▶ 표 III-24 | 포천시 관광 자원

단위: %

구분	관광 자원
평화안보	오가리 접경지마을, 을미연꽃마을
생태자연	산정호수, 포천 아트밸리, 허브아일랜드, 국립수목원, 평강식물원, 명성산, 국립산림박물관, 한탄강 유네스코세계지질공원(비둘기낭 폭포 외 7개), 천보산 자연휴양림, 하늘아래 치유의 숲
역사문화	포천역사문화관, 포천반월성지
문화예술	산사원, 아프리카예술박물관, 포천한과박물관
레저 엔터테인먼트	몽베르 CC, 베어스타운리조트, 베어스타운컨트리클럽, 베어크리크컨트리클럽, 비둘기낭캠핑장, 신북리조트 스프링폴, 아침햇살 청소년수련원, 어메이징파크, 일동레이크컨트리클럽, 포레스트힐 컨트리클럽, 포천아도니스컨트리클럽, 포천힐스컨트리클럽, 한화리조트산정호수
축제·이벤트	산정호수 명성산 역사꽃축제, 운악산 단풍축제, 포천 백운계곡 동장군축제

자료 : 관광정보지식시스템, 포천시 관광정보책자



산정호수



아트밸리



한탄강 주상절리길



산사원



베어스파크



반월성지



신북리조트 스프링홀



백운계곡 동장군축제

자료 : 한국관광공사, 포천시청, 문화재청

[그림 III-6] 포천시 주요 관광자원

5) 연천군 관광 현황

■ 연천군 관광객 수 현황

- 연천군을 대표하는 관광지는 전곡리 선사 유적지이며, 2019년 연간 관광객 수는 약 45만에 달하였으나, 2020년 코로나 19의 영향으로 전년대비 약 8배 감소함
- 그럼에도 한탄강에 위치한 연천 재인폭포를 찾는 관광객 수는 2019년 약 13만 명에서 2020년에 22만 명으로 증가하였음

▶▶ 표 III-25 | 연천군 관광객 수 분석

단위: 명

구분	관광지	2019 관광객 수	2020 관광객 수
연천군	나룻배마을	2,614	996
	땅에미소	26,247	25,845
	상승전망대	3,977	21,430
	수레올아트홀	74,224	21,430
	송의전지	19,479	13,474
	승전전망대	3,278	0
	신라경순왕릉	32,664	25,263
	고랑포구 역사공원	-	8,387
	세계캠핑 체험존	-	12,747
	연천호로고루	25,457	28,949
	열쇠전망대	10,548	0
	재인폭포	136,128	221,772
	전곡리선사유적지	449,677	56,145
	전곡선사박물관	111,657	27,663
	조선왕가	5,857	1,630
	태풍전망대	40,649	0
	평화누리길 10코스	-	12,348
	평화누리길 11코스	-	28,029
	평화누리길 12코스	-	6,005
	한탄강관광지 오토캠핑장	297,076	126,649

자료 : 관광지식정보시스템

■ 연천군 관광 환경

- 연천군은 동쪽으로 포천시와 강원도 철원군, 남쪽으로 동두천시, 파주시와 접하며 서쪽으로는 휴전선과 접한 경기도 최북단 지역에 위치함
- 연천군의 임진강은 동남부에서 한탄강을 합류하고 서남으로 파주시와 경계를 이루며, 서북지역은 동남방이 모두 임진강으로 둘러싸여 있어 교통이 불편함
- 서울과의 물리적 거리는 자동차 및 대중교통으로 2시간 권내에 입지하고 있으나 고속도로로 접근이 불가함
- 또한, 연천군 전체 면적의 97.8%가 군사시설보호구역으로 지정되어 있으며 전체면적의 30%가 민북지역으로 지역개발에 장애요인이 있음(연천군, 2019)

■ 연천 전곡리 유적

- 연천을 대표하는 연천 전곡리 유적은 한탄강변에 있는 구석기시대 유적지로 연천군은 ‘전곡리선사유적지 권역 5대 관광 벨트화 사업’ 실행으로 한탄강관광지 조성사업, 전곡리선사유적지 종합정비 사업, 도립 전곡선사박물관 건립 사업 등을 성공적으로 추진하였음
- 연천 전곡리 유적은 무엇보다 경기북부 지역의 관광 콘텐츠를 흥미롭고 풍부하게 하며, 향후 전곡선사박물관, 한탄강 관광지, 한탄강 세계 캠핑체험존을 아울러 연천 관광 거점과 지역 커뮤니티 공간의 역할을 수행하며 지속가능한 관광지로의 발전이 기대됨

» 표 III-26 | 연천군 관광 자원

단위: %

구분	관광 자원
평화안보	고랑포구간, 열쇠전망대, 연강갤러리, 제 1 땅굴, 121무장공비침투로, 태풍전망대, 나룻배마을, 상승전망대, 평화누리길 10코스~12코스
생태자연	한탄강 관광지(10개소), 재인폭포, 허브빌리지, 고대산자연휴양림, 역고드름, 임진강주상절리
역사문화	연천전곡리유적, 전곡선사박물관, 송의전지, 호로구루, 당포성, 경순왕릉, 연천고랑포구역사공원
문화예술	그리팅맨, 수레울 아트홀, 연천군 벽돌공장
레저 엔터테인먼트	조선왕가(한옥체험), 한탄강오토캠핑장, 연천세계캠핑체험존, 어린이교통랜드, 땅에미소
축제·이벤트	전곡리구석기축제, 울무축제, 통일바라기축제

자료 : 관광정보지식시스템, 연천군 관광정보책자



태풍전망대



1.21 침투로



재인폭포



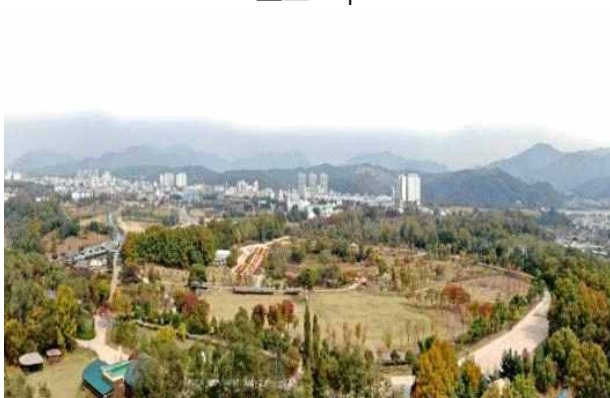
한탄강지질공원



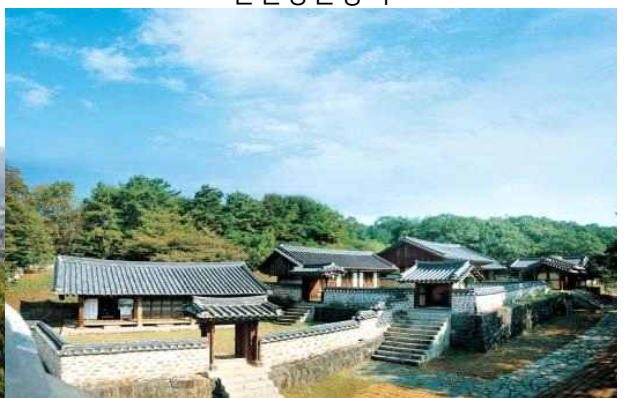
호로그루



한탄강관광지



연천 전곡리유적



승의전지

자료 : 연천군청

[그림 Ⅲ-7] 연천시 주요 관광자원

6) 경기북부 관광자원 특성

■ 평화역사 관광자원

- 경기북부 5개 시·군(고양시·파주시·동두천시·포천시·연천군)에는 접경지역으로서 분단시대의 역사를 담은 평화 관광 자원뿐만 아니라 선사시대의 전곡리 역사 유적 자원과 삼국시대, 조선시대의 역사를 아우르는 자원들이 위치함
- 특히, DMZ는 세계적으로 한반도에 유일하게 존재하여 국제적 관광자원으로서 가치가 매우 크며, 각 지역의 평화역사 관광지의 역사와 문화를 바탕으로 무궁무진한 스토리텔링이 가능함
- 또한, 성곽과 둘레길, 전망대 등으로 구성된 경기북부지역의 평화역사 관광지들의 경쟁력은 실내 관광지보다 안전하게 즐길 수 있다는 점임

■ 생태·휴양 자원

- 경기북부 5개 시·군(고양시·파주시·동두천시·포천시·연천군)은 산악자원 등 자연생태환경이 잘 보존되어 있으며, 수도권과의 접근성을 강점으로 포스트코로나 시대의 신형 자연관광지로 부상하고 있음
- 포천시, 동두천시, 연천군에 위치한 캠핑장과 자연휴양림은 다양한 놀거리와 편의시설이 구비되어 있으며 경기북부 지역의 체류형 관광 활성화를 위한 거점으로 조성이 필요함

■ 축제·문화 자원

- 경기북부 5개 시·군(고양시·파주시·동두천시·포천시·연천군)에는 다양한 축제·이벤트가 개최되고 있으며, 경기관광대표축제에는 고양행주문화제, 파주장단콩축제, 포천산정호수명성산역새꽃축제가 있으며, 문화관광축제에는 연천구석기축제가 있음
- 파주시와 동두천시는 예술가들을 위한 다양한 문화공간을 보유함
- 고양시는 MICE 산업과 한류 관광의 중심지로 문화콘텐츠 개발과 생산을 지원하는 인프라가 위치함

▶▶ 표 Ⅲ-27 | 경기북부 관광자원 구분

구분	평화역사	생태휴양	축제문화
고양시	평화통일교육전시관, 김대중 대통령 사저 기념관, 평화누리길4코스~5코스, 행주산성, 서오릉, 서삼릉, 북한산성	장항습지, 정발산, KRA 원당종마목장, 고양생태공원	고양꽃문화예술관, 고양아람누리, 고양어울림누리, 송학김전시관, 중남미문화원, 증권박물관, 항공우주박물관, 123컨트리클럽, 현대 모터스튜디오 고양, 아쿠아플라넷 일산, 고양종합운동장, 고양 체육관, 고양 원마운트, KINTEX(한국국제전시장), 호수공원, 스타필드 고양, 한류월드, 김치스쿨, 뉴코리아컨트리클럽, 베다골테마파크, 주주테마동물원, 행주문화제, 행주산성, 해맞이축제, 고양국제꽃박람회, 호수장미페스티벌, 고양가을꽃축제, 고양호수꽃빛축제
파주시	임진각관광지, 판문점, 제 3땅굴, 도라전망대, 도라산역, DMZ 평화의 길, 오두산 통일전망대, 평화누리길 6코스~9코스, 울곡이이선생유적지, 황희선생유적지, 파주삼릉, 보광사, 허준선생묘, 자운서원, 공릉관광지, 영집궁시박물관, 파주장릉, 황포돛배	감악산, 마장호수, 울곡수목원, 두루미박물관, 벽초지수목원, 쇠골마을, 우농타조농장	헤이리에술마을, 파주출판 도시, 파주프리미엄아울렛, 베스트벨리, 산머루농원, 서서울컨트리클럽, 서원밸리골프클럽, 소울원, 카트랜드, 파주영어마을, 파주인실치즈스쿨, 장단공축제, 개성인삼축제, 파주북소리, 어린이책잔치
동두천시	경기북부어린이박물관, 자유수호평화박물관, 반야바라밀다심경약소, 삼층단, 6층석탑, 정사호선생묘역	동두천 6산(소요산, 마차산, 칠봉산, 해룡산, 왕방산, 국사봉), 동두천계곡(탐동계곡, 쇠목계곡, 왕방계곡, 장림계곡), 동두천 치유의숲, 어등산 힐링 체험 숲	두드림뮤직센터, 디자인아트빌리지 & 월드푸드스트리트, 동두천캠프보산 그래피티아트거리, 종합운동장, 신천변 자전거도로, 티클라우드컨트리클럽, 소요단풍제, 청소년 별자리과학축제, 동두천종합예술제, 이담농약단, 동두천민요, 천사마라톤
포천시	오가리 접경지마을, 을미연꽃마을, 포천역사문화관, 포천반월성지	산정호수, 포천 아트밸리, 허브아일랜드, 국립수목원, 평강식물원, 명성산, 국립산림박물관, 한탄강 유네스코세계지질공원(비둘기낭 폭포 외 7개), 천보산 자연휴양림, 하늘아래 치유의 숲	산사원, 아프리카예술박물관, 포천한과박물관, 몽베르 CC, 베어스타우리조트, 베어스타운컨트리클럽, 베어크리크컨트리클럽, 비둘기낭캠핑장, 신북리조트 스프링폴, 아침햇살 청소년수련원, 에메이핑파크, 일동레이크컨트리클럽, 포레스트힐 컨트리클럽, 포천아도니스컨트리클럽, 포천힐스컨트리클럽, 한화리조트산정호수, 산정호수 명성산 역사꽃축제, 운악산 단풍축제, 포천 백운계곡 동장군축제
연천군	고랑포구간, 열쇠전망대, 연강갤러리, 제 1 땅굴, 121무장공비침투로, 태풍전망대, 나룻배마을, 상승전망대, 평화누리길 10코스~12코스, 연천전국리유적, 전국선사박물관, 송의전지, 호로구루, 당포성, 경순왕릉, 연천고랑포구역사공원	한탄강 관광지(10개소), 재인폭포, 허브빌리지, 고대산자연휴양림, 역고드름, 임진강주상절리	그리팅맨, 수레울 아트홀, 연천군 벽돌공장, 조선왕가(한옥체험), 한탄강오토캠핑장, 연천세계캠핑체험존, 어린이교통랜드, 땅에미소, 전국리구석기축제, 울무축제, 통일바라기축제

자료 : 관광정보지식시스템, 각 시군 관광정보책자

3. 연계 관광 사례

가. 국가 간 교류 사례

1) 동아시아지방정부관광포럼(EATOF)³⁾

■ 개요

- 동아시아지방정부관광포럼(East Asia inter-regional Tourism Forum)은 관광교류를 기반으로 문화 예술 등 다양한 분야의 교류를 통해 동아시아의 평화와 번영 추구 및 동아시아 지역 관광활성화 도모를 목적으로 2000년에 설립되었음
- 1999년 강원도가 설립을 제안하였으며, 2000년 공식적으로 EATOF가 설립되었으며 제 1회 총회가 대한민국 강원도에서 개최되었음
- 10개의 지방정부가 참여하고 있으며, 국가별 1개 지방정부만 가입이 가능함
 - 세부(필리핀), 강원도(한국), 길림성(중국), 돗토리 현(일본), 사라왁(말레이시아), 튜브도(몽골), 족자카르타(인도네시아), 광닌성(베트남), 루앙프라방(라오스), 씨엠립(캄보디아)
- 총회는 격년제로 진행되고 있으며 상임위원회는 매년 진행되고 있음

» 표 III-28 | EATOF 정기 총회 연혁

구분	개최지역	일시
제1회	대한민국 강원도	2000 ⁴⁾
제 2회	인도네시아 족자카르타시	2001.04.11. ~ 2001.04.13
제 3회	필리핀 세부	2002.09.22 ~ 2002.09.24
제 4회	일본 돗토리현	2004.09.05. ~ 2004.09.07
제 5회	중국 지린성 장춘시	2005.09.02. ~ 2005.09.06
제 6회	말레이시아 사라왁시	2006.09.13. ~ 2006.09.16
제 7회	태국 치앙마이	2007.09.05. ~ 2007.09.07
제 8회	몽골 튜브도	2008.07.21. ~ 2008.07.23
제 9회	대한민국 강원도	2009.09.08. ~ 2009.09.10
제 10회	베트남 광닌성	2010.09.14.~2010.09.16
제 11회	필리핀 세부	2011.09.14. ~ 2011.09.16
제 12회	캄보디아 씨엠립	2012.11.28.~2012.12.04
제 13회	라오스 루앙프라방	2013.10.17. ~ 2013.10.20
제 14회	말레이시아 사라왁시	2014.09.04. ~ 2014.09.06
제 15회	인도네시아 족자카르타시	2016.10.20. ~ 2016.10.23
제 16회	일본 돗토리현	2018.08.10 ~ 2018.08.11

자료 : 보도자료 바탕으로 연구자 작성

3) EATOF 홈페이지 (www.eatof.org)

4) 날짜 정보 없음

■ 주요 활동

- 정기회의 개최를 통한 관광교류 활성화
 - EATOF는 매회 새로운 주제로 아시아 관광 부흥 및 관광교류 활성화를 위한 관광·투자·무역포럼과 상임위원회(실무그룹회의), 지사·성장회의를 개최하고 있음
- 글로벌 유스 리더스 교환 프로그램 운영
 - EATOF에 참여하는 지방정부의 대학생들을 초대하여 강원도를 홍보하고 소개하는 교류 프로그램
- 회원지방정부 공동 홍보 웹사이트, SNS(페이스북, 인스타그램) 운영
 - EATOF에 참여하는 10개 지역의 관광지 및 관광자원을 공동으로 홍보하는 웹사이트와 SNS를 운영함



EATOF 유스 리더스 교환 프로그램

자료 : EATOF 공식 페이스북, 강원도청

[그림 III-8] EATOF 주요 활동

나. 지역 간 연계 사례

1) 지역혁신 통합지원 (코리아 토탈 관광 패키지: KTCP) 사업⁵⁾

■ 개요

- KTCP 사업은 문화체육관광부 등 9개 부처가 추진하고 있는 공모사업으로 수도권에 집중된 외국 관광객을 지방으로 유도하여 지역 관광 활성화를 목적으로 함
- 지난 관광정책 및 사업들이 부처 사업별로 각개로 추진되어 통합적 관점에서 시너지 효과가 미흡한 점을 주요 문제로 제기하며 제안되었음
 - 외래관광객의 68.7%가 인천공항으로 입국하여 서울·경기 위주로 방문함에 따라 지역관광자원이 충분히 활용되지 못하는 문제
- 코리아 토탈 관광 패키지란 외래관광객에게 공항 입국부터 이동, 숙박, 볼거리, 먹을거리, 즐길 거리 등 관련 관광정보와 수단·콘텐츠를 동선에 따라 통합 제공하는 패키지형 모델임
- 지역혁신 통합지원 사업은 여러 부처들과 관련 기관이 유기적으로 협업하고 공동작업을 추진하는데 의의가 있음

5) 한국관광공사(kto.visitkorea.co.kr)

- 문화체육관광부는 국내 5개 공항보유 도시인 부산광역시, 대구광역시, 강원도, 충청북도, 전라남도를 대상으로 공모를 진행하였으며 대구시와 전남도 2곳이 선정됨

■ 대구시

- 대구시는 2021년 KTTTP 공모사업에 선정되었으며, 5개 분야(지방공항입국, 교통체계 이동, 관광지 콘텐츠, 관광기반, 관광서비스), 33개 사업을 중점적으로 추진할 계획임



대구토탈관광패키지(DTTP)

자료 : 한국관광공사 보도자료

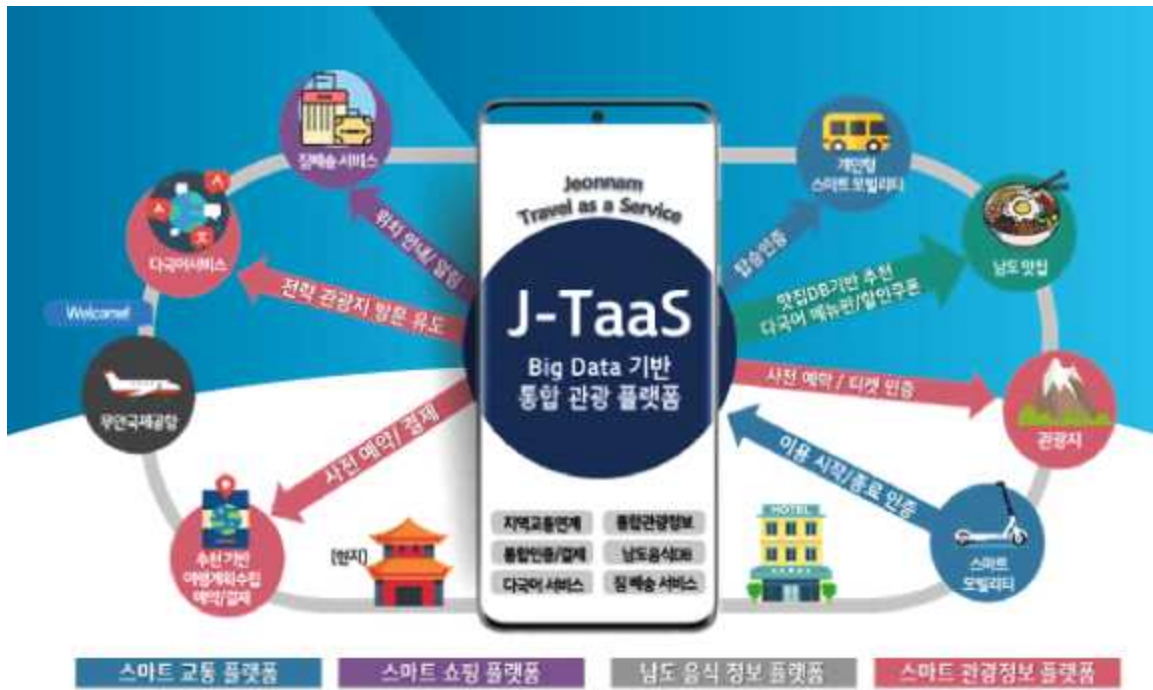
[그림 III-9] 대구토탈관광패키지 조감도

■ 전라남도

- 2021년 KTTTP 공모사업에 선정된 전라남도는 무안국제공항으로 입국한 외래객에게 볼거리, 먹을거리, 즐길거리를 동선에 따라 연계 및 안내해 공항 도착부터 출발까지 지속적인 서비스를 제공할 계획임
- 핵심 사업으로는 무안국제공항 내 관광안내소 및 여행자센터 운영, 관광교통 편의성 제고, 관광-항공 연계 외래객 유치마케팅, 지자체 시티투어 지원, K-POP 관광 활성화, 지역특화 숙박시설 조성, 스마트 관광도시 조성, 스마트 쇼핑 활성화 등이 추진 및 예정
- 이와 함께 해당 지역의 관광 자원을 직접 체험해 볼 수 있는 남도 한식 체험 프로그램 발굴, 특화 해양레저 스포츠 운영, 걷기 여행길 조성, 환승관광 상품 운영 등의 사업을 추진하고, 편리한 여행환경 조성을 위한 주요관광지 스마트 안내시스템 도입, 관광통역 안내사 교육, 다국어 오디오 가이드 웹 서비스 등의 사업도 이뤄질 예정임
- 그중에서도 섬과 해양 등 생태자원과 풍부한 전통문화 등 전라남도의 비교우위 자원을

특화하고 부족한 교통, 숙박, 인프라 기반을 보완한 관광콘텐츠를 개발하여 KTTP의 핵심 사업인 전남관광플랫폼(J-TaaS, 모바일앱)에 연계를 중점으로 함

“스마트관광도시 조성사업은 관광객이 많이 찾는 방문지에 다양한 스마트관광 요소를 집약해 여행 편의를 제공하고 지역관광 경쟁력을 강화해 스마트관광 생태계를 조성하는 사업으로 KTTP 사업을 통해서도 대구광역시와 전라남도도가 선정”, ‘2020 스마트관광도시 조성사업’ 공모를 통해서 인천시가 선정되고, 2021년에는 수원시가 최종적으로 선정되었음



J-TaaS, 모바일앱

자료: 한국관광공사 보도자료

[그림 Ⅲ-10] 전남 관광 플랫폼

- 나아가, 전라남도는 코리아 토탈관광 패키지 사업을 위한 민관 협의체를 구성하였으며, 국토 서남권 국제관문인 무안공항 활성화와 국내외 관광객 유치로 지속가능한 전남관광 생태계를 구축하기 위해 실행 주체 간 업무 협약을 체결함
- ‘전남관광협의체’는 전라남도 관광과와 시·군, 관광공사, 관광재단, 관광협회, 여행호텔업계, 해설사협회, 관련학과 교수 등이 참여한 범 도차원의 추진체임

2) 강원도 관광도로

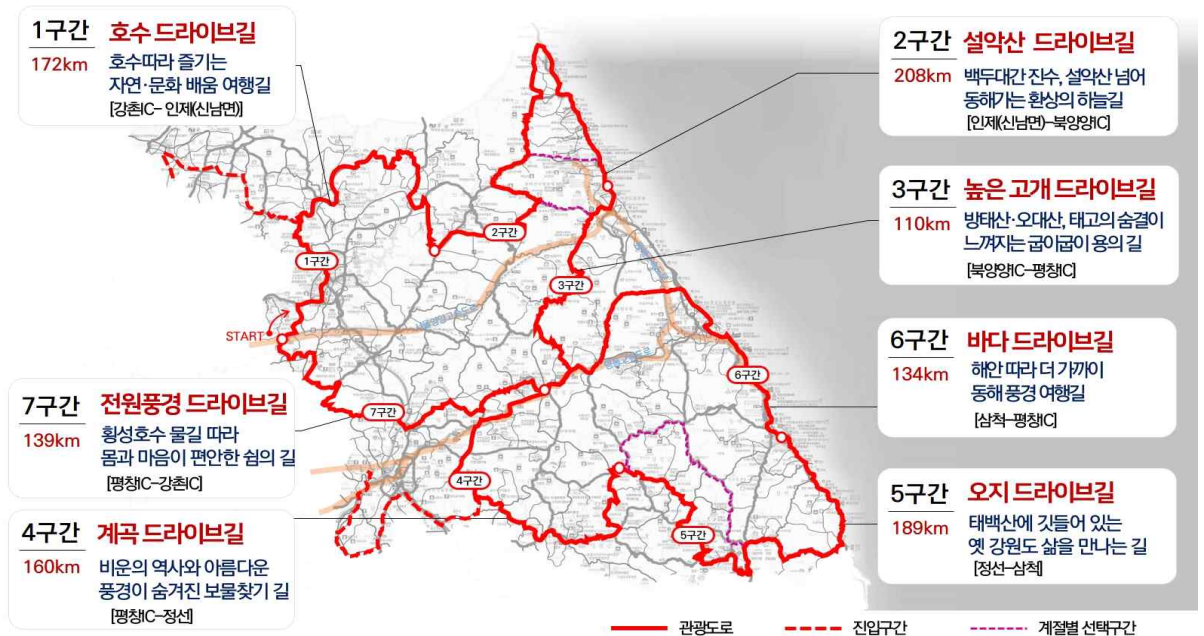
■ 개요

- 강원도는 국내 최초로 국도와 지방도로 이어지는 관광도로를 조성하고자 하며, 이는 비대면 시대 새로운 관광 패러다임을 준비하는 차원에서 진행되고 있음
- 강원도 내륙지역의 경우 경관자원과 역사문화 등의 관광자원을 갖고 있음에도 관광수요와 홍보가 해안도시로 집중되는 문제를 해결하기 위해 추진하게 되었음
- 강원도, 한국관광공사, 원주국토관리청은 총 1,112km의 ‘강원형 관광도로 7개 노선’ 종합 계획을 수립하였음

■ 강원형 관광도로 7개 노선

- 강원형 관광도로 8개 노선은 도내 18개 시·군의 국도와 지방도 1,112km를 1구간 호수길(강춘IC~인제), 2구간 설악산길(인제~북 양양IC), 3구간 높은 고갯길(북양양IC~평창IC), 4구간 계곡길(평창IC~정선), 5구간 오지길(정선~삼척), 6구간 바다길(삼척~평창IC), 7구간 전원풍경길(평창~강춘IC)로 연계됨
- 110km~200km가 한 구간으로 구간 별 2일의 시간이 소요되며 총 13박 14일의 여행코스가 전개됨
- 강원도는 2021년부터 각 구간마다 관광도로 홍보, 판매, 경관 개선 사업을 실행하고 관광도로의 가치를 표현하는 디자인을 설정하여 브랜드 통일화도 진행할 예정임

8자 모양의 관광도로를 통해 강원도 전체를 순환하거나, 북부·남부를 선택하여 여행



자료: 강원도청 보도자료

[그림 III-11] 관광도로 최종 노선

■ 스마트 복합쉼터

- 강원도는 관광도로의 매력을 증진시키는 스마트 복합쉼터를 준공할 예정이며, 제 1호 스마트 복합쉼터는 인제군 남면 하늘내린산채세상 부지가 선정되었음
- 스마트 복합쉼터는 휴식 및 주차공간과 각 지역의 볼거리, 먹거리, 즐길거리에 관한 정보를 제공하는 시설임
- 2022년에는 전 구간에 스마트 복합쉼터와 포토스팟을 추가로 설치할 계획임

■ D.I.T(Drive In&Thru) 시범 사업

- 한국관광공사 강원지사에서는 시범구간인 1구간(춘천-화천-양구)과 6구간(평창-강릉)에 D.I.T(Drive In&Thru)⁶⁾ 여행 상품을 출시하여 6월부터 판매를 진행하고 있음

3) 해외 관광도로

■ 펜실베이니아주 Heritage Rail trail Country Park

- 펜실베이니아주의 요크 카운티 지역은 아름다운 경관을 지닌 지역으로 1992년 176acre 규모와 30마일의 거리에 달하는 헤리티지 레일 트레일을 구성하였음
- 주요 관광지로는 남북전쟁의 역사를 상징하는 하노버 분기점(Hanover Junction), 1935년 모습으로 복원된 신자유열차역(The New Freedom Train Station), 식민지 법원철사(The Colonial Courthouse) 등이 있음
- 2015년 펜실베이니아주의 올해의 길로 선정된 헤리티지 레일 트레일은 자전거, 등산, 걷기, 조깅, 승마 등 액티비티한 요소로 많은 방문객들이 찾고 있음

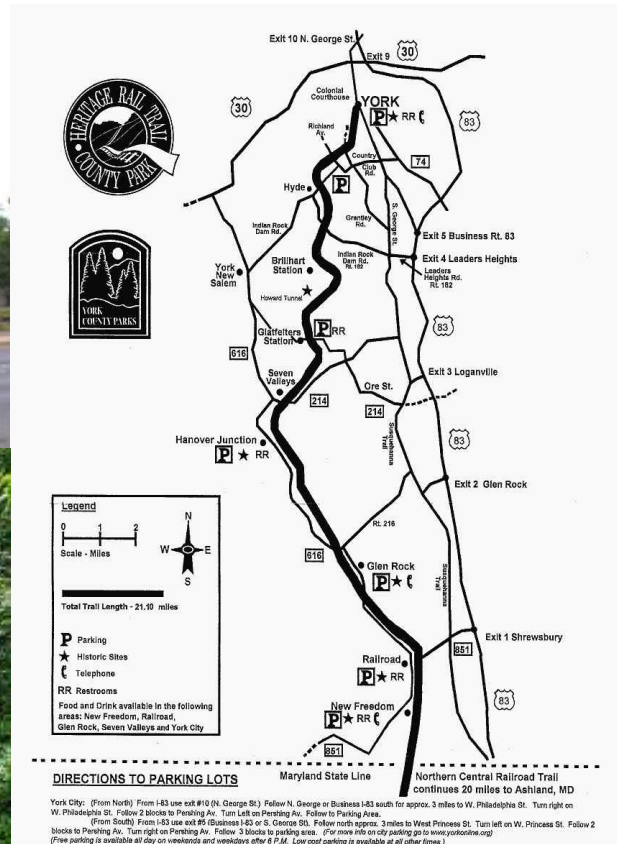
■ 독일 로맨틱 가도(Romantic Road)

- 독일 로맨틱 가도(Romantic Road)는 세계적인 관광도로로 도시와 성곽으로 유명하며, 남부 뷔르츠부르크(Würzburg)와 뤼센(Füssen)을 연결하는 고속도로임
- 1950년대부터 관광자원으로 개발되어 총 길이는 350km이고, 바이에른주(Bayern)와 바덴뷔르템베르크주(Baden-Württemberg) 사이에 위치하고 있음
- 독일의 로맨틱 가도는 16개 마을을 따라 형성되어 있으며 관련 관광 정보를 통합적으로 제공하고 있음

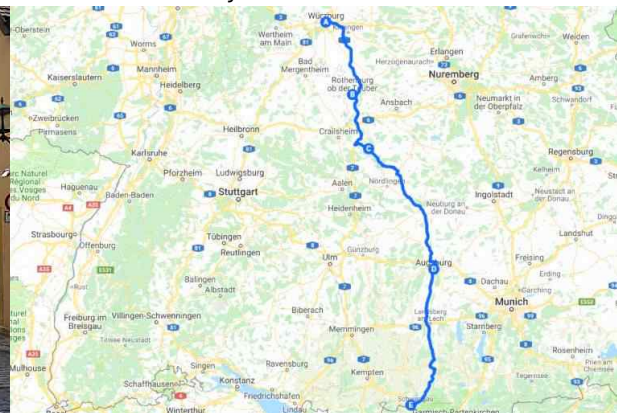
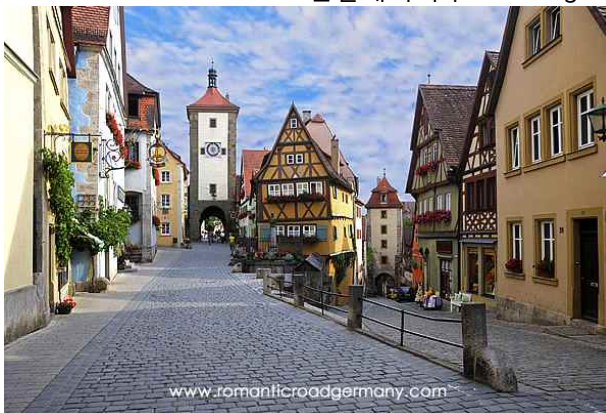
■ 스페인 코스타 델 솔(Costa del Sol)

- ‘태양의 해안’이라는 뜻을 지닌 스페인의 코스타 델 솔 관광도로는 안달루시아(Andalucía) 지방 말라가 주(Province of Málaga)의 해안선을 따라 형성된 339km 코스로 지브롤터(Gibraltar)-말라가(Málaga)-마르베야(Marbella)-카사레스(Casares)-그라나다(Granada)로 이어짐
- 연간 1,730만 명의 관광객이 방문하며 관광도로는 자연경관이 중심이 되어 리조트, 골프장, 회의 및 전시시설이 들어서 있음

6) 자동차를 이용한 숙박을 비롯하여 차안에서 식사, 공연관람, 쇼핑, 체험 등 다양한 활동을 하는 새로운 여행방식



펜실베니아주 Heritage Rail trail Country Park



독일 Romantic Road



스페인 Costa del Sol

자료 : York Country, Romantic Road, Costa del Sol

[그림 III-12] 관광도로 해외 사례

4. 관광협력체계 사례

가. 해외 사례

1) 관주도

(1) 호주 사우스 오스트레일리아주 관광협의회 (South Australian Tourism Commission)⁷⁾

■ 개요

- 호주 남부지역 관광협의회는 1993년부터 운영되고 있으며 현재 호주 남부 12개 지역이 참여하고 있음
 - 참여 지역: Adelaide, Adelaide Hills, Barossa, Clare Valley, Eyre Peninsula, Fleurieu Peninsula, Flinders Ranges & Outback, KANGAROO ISLAND, Limestone Coast, Murray River, Lakes & Coorong, Yorke Peninsula, Riverland
- 협의체의 목적은 관광 마케팅 전략 기획을 바탕으로 호주 남부지역의 관광 산업을 활성화하여 주민의 경제적 및 사회적 이익을 창출하는 것임
 - 호주 남부지역 관광지, 행사, 축제 홍보
 - 관광 산업의 발전과 개선

■ 호주 남부 관광 계획 2030

- 2019년부터 호주 남부 관광 산업을 대상으로 진행되고 있는 계획으로 2020년부터 2030년까지 호주 남부지역의 방문객 시장을 128달러 규모로 성장시키고 16,000개의 일자리 창출하는데 목적을 둠
- 계획은 산업체와 정부 전반에 걸쳐 광범위한 협의를 통해 개발되었으며, 700명의 이해관계자들이 참여하고 있음
 - 마케팅, 체험 지원 개발, 레저 비즈니스 이벤트 등
 - 남부 지역 연계를 통한 드라이브 관광 상품 개발

■ SATC 기업 계획

- 2020년부터 호주 남부 관광 산업을 대상으로 진행되고 있는 계획으로 향후 3년 동안의 SATC의 전반적인 역할과 2030 관광 계획의 세부적인 실행 전략에 대한 내용을 담고 있음

■ 호주 남부 지역 방문객 전략 2025

- 호주 남부지역은 전체 방문자 지출의 48% 이상이 국내 관광객들에 의해 창출되고 있음
- 2025년까지 호주 남부 관광 지역의 방문객 시장을 40억 달러의 규모로 성장시키는 것을 목표로 관광 산업 이해관계자들과 호주 남부 지방 정부 협회, 호주 남부 개발이 협력하고 있음
- 800명 이상의 이해관계자와 11개의 관광지가 참여하여 전략의 우선순위를 지정하였음

7) South Australian Tourism Commission (tourism.sa.gov.au)

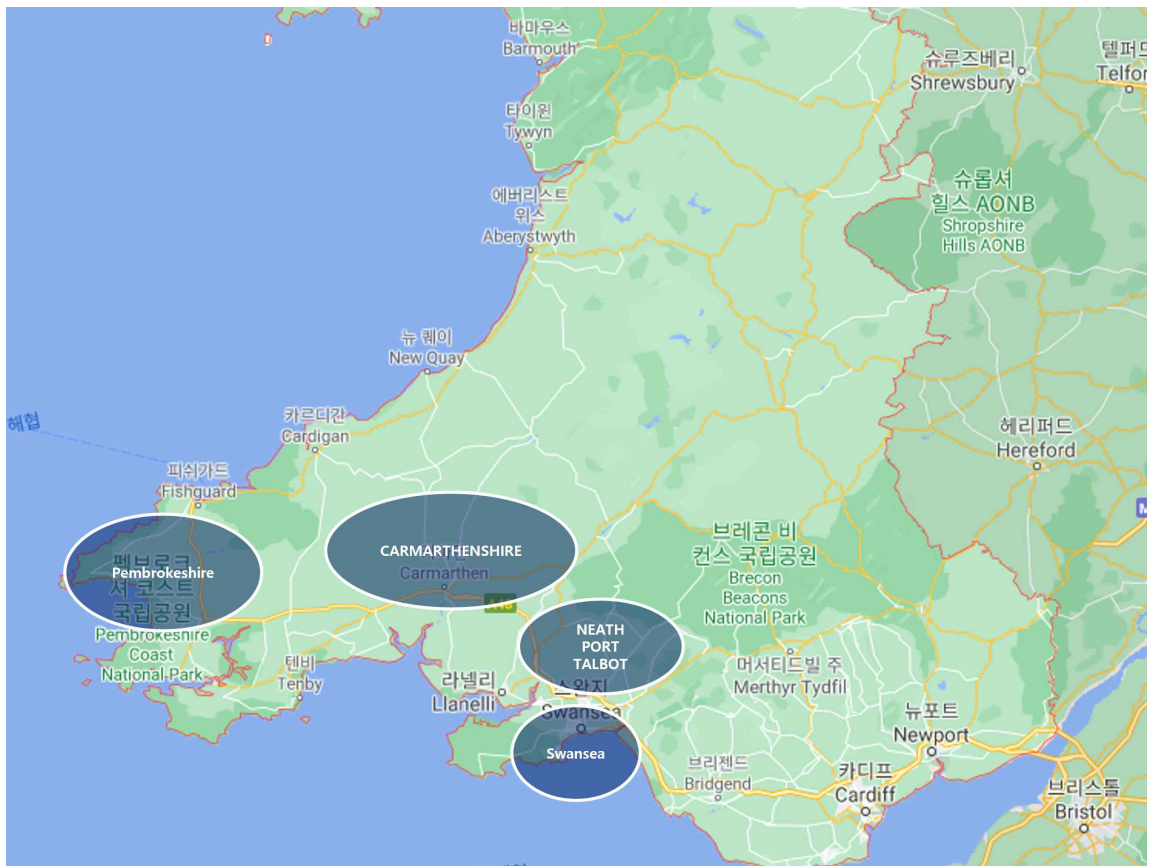
(2) 영국 사우스 웨일즈 관광파트너십(South Wales Tourism Partnerchip; SWWTP)

■ 개요

- 웨일즈 관광청, 웨일즈 지방정부, 남서웨일즈 4개 지역의 관광홍보 및 관광산업 발전을 목적으로 설립됨
- 경제적·환경적으로 지속가능한 관광의 효력을 증진시키는 것을 목표로 함
- 각 지역을 대표하는 관광산업, 레저산업, 호텔산업 등 광범위한 영역에 종사하고 있는 이해관계자들로 구성되어 있음
- 마케팅, 생산투자과 개발, 관광 산업의 전반에 걸친 사업 지원활동 포함

■ 운영 전략

- 지방정부에서 일정량의 공식기금을 모금하여 재원조달하고 지역 의회 파트너십과 무역 협회 네트워크에서 정기적으로 검토하여 Visit Wales에 보고하고 있음



자료: 연구자 작성

[그림 III-13] 영국 사우스 웨일즈 관광 파트너십 지역 개관

(3) 영국 Moors and Coast 관광 파트너십 (Yorkshire Moors and Coast Tourism Partnership)

■ 개요

- 영국 잉글랜드의 요크셔햄버 지역은 Hambleton District Council 등 4개 지역을 아우르는 지역으로 2006년 4월 Ryedale District 지방정부에 의해서 규정된 “Yokshire Moors & Coast Tourism Partnership Constitution”에 근거하여 설립됨

■ 운영 전략

- 본 파트너십은 지방정부에 의해서 수행되던 서비스를 포함하여 운영되고 있음
- 공공부문과 민간부문의 협력 하에 관광전략 및 계획을 개발, 유지 그리고 보완하는 역할을 함
- ① 운영위원회: 민간부분과 공공부분으로 구성됨. 구성원들은 특정한 역할과 책임이 부여됨
- ② 공무원: YMCTP는 지방정부의 공무원이 업무를 배정받아 수행하거나 일시적으로 YMCTP를 위한 업무를 배정받기도 함

» 표 III-29 | YMCTP 운영위원회 구성 및 역할

직책	영역	역할
회장	민간부문	파트너십 관리
부회장	민간부문	파트너십 및 경영관리
총무	민간부문	회계 업무
위원	민간부문	방문객 이용정보, 상품개발, 마케팅
위원	공공부문	파트너십 관리, 경영지원 및 개발

자료 : 한국문화관광연구원(2008), 지역관광파트너십을 위한 지역관광협의체 구성 및 운영 방안

» 표 III-30 | YMCTP 공무원 역할

직책	역할	근무 시간
Business Development Officer	전담	상근
Website Development·Special Marketing Promotionis	전담	상근
Marketing·Product Development	전담 및 보조	상근
Development Technical Support	보조	3일(1주일)
Management·Marketing·Visitor Information·Technical Support	보조	2.5일(1주일)
Business Development Support	보조	1일(1주일)

자료 : 한국문화관광연구원(2008), 지역관광파트너십을 위한 지역관광협의체 구성 및 운영 방안

■ 주요 업무 및 역할

- Hambleton, Ryedale, Scarborough, North York Moors National Park 등 파트너십 지역의 관광개발, 편의시설, 관광자원과 관련하여 사회적·경제적·환경적 이득을 최대화 하기 위한 지원적 역할을 함
- 관광 파트너십은 해당 지역의 관광산업의 성과를 증진시키고 전반적인 지역 산업의 수준을 향상시키고 있음
- 관광산업 관련 홍보·마케팅 활동과 관광서비스 관련 자료를 수집하여 이에 대한 연구를 도맡음
- 중앙(national), 광역(sub-regional), 기초(local)의 관광정책을 수행하고 관리하고, 광역, 중앙정부 뿐만 세계적인 차원의 관광홍보에 적극적으로 참여함
- 공공부문과 민간부문(관광산업)이 협력하여 파트너십의 목적에 부합하고, 협회 구성원들이 관심사항이거나, 지역의 이미지를 제고하기 위한 업무를 수행함
- 파트너십 목적 또는 이외의 부수적인 것들이 이득이 될 수 있는 방향을 업무를 수행함

2) 민간 주도

(1) 일본 유후인 관광 파트너십

■ 개요

- 일본 유후인 지역은 온천관광이 핵심자원으로 유후인, 쓰가하라, 유노히라 등에 온천 지대가 위치함
- 1970년 ‘유후인 고원지대에 골프장 건설계획’에 반발하여 지역 내 여관업자를 중심으로 결성됨
- 이후 「유후인의 자연을 지키는 모임」을 「유후인의 내일을 생각하는 모임」으로 확대 개편하여 「윤택한 마을 만들기 조례」를 제정하여 소프트웨어 지향적인 개발전략을 채택함

■ 유후인 마을 만들기

- 민간과 공공이 긴밀한 협력 하에 추진되고 있는 것이 특징으로, 공공은 민간의 활동을 지원하는 역할을 함으로써 관련업체·단체·협회를 주도로 마을주민 전체가 관광산업 활동에 참여할 수 있도록 함
- 1971년 4월 이래로 ‘내일의 유후인을 생각하는 모임’은 모든 주민이 마을의 비전과 전략을 창출하고 공유하는 장이 시작됨
- 1987년 종합보양지역정비법의 제정으로 유후인 마을까지 리조트 개발의 압력이 영향을 미쳤으며, 이에 대항하여 유후인 마을은 「윤택한 마을 조성 조례」를 제정함
- 이러한 민간중심의 ‘유후인 관광파트너십’은 유후인 마을이 유명한 관광지로 성장하는 밑거름이 되었음

「윤택한 마을 조성 조례」

- 외부자본을 완강히 거절하는 것이 아닌 “유후인에 방문한다면 동료가 되어주세요.”하는 것이 본 조례의 핵심임
- “유후인의 아름다운 자연과 경관, 살기 좋은 생활환경은 지역 고유의 자산이며, 환경 관련 행위는 환경의 보전과 개선에 기여하고 주민의 복지향상을 위하여야 한다.”고 규정하고 있음
- 일정 규모 이상의 마을 내 개발 사업에 대해서는 사전 환경조사와 30일 간 사업 계획 사전 공개, 설명회 개최, 사전협의, 마을만들기 심의회 심의, 공청회를 진행해야 함

(2) 일본 나가사키현 사이카이쵸 마을의 민관 파트너십

■ 개요

- 1998년도부터 「녹색관광모델정비구상」을 수립하여, 관광과 농업을 결합한 관광농업구상을 착수. 지역의 발전을 도모함
- 사이카이쵸에서는 전통적인 농업으로는 지역발전을 선도하는데 한계가 있다는 사실을 인식하고 주변 관광지와 농업을 결합한 발전모델을 구상함(한국문화관광연구원, 2008)

■ 운영 전략

- 마을 중심으로 사람, 자연, 역사, 농림수산물을 활용함
- 지역관광개발 전략수립 및 추진과정에서 다양한 주체들의 적극적인 참여와 합의가 중요하게 작용하여 지역관광과 축제 개발에 성공하였음(한국문화관광연구원, 2008)
 - 지역주민, 지방정부, 관광기업, 대학, 중앙정부 등 여러 조직의 참여 유도
 - 관의 간섭은 최소화하고 지원은 간접적으로 하는 민간주도의 사업방식이 선호되고 있으며, 산·관·학·민간의 긴밀한 협력 체제를 유지함
 - 관련 주체들 간의 협력을 위한 체제구축이 중요한 관건임을 확인할 수 있으며, 지역관광혁신정책의 효과 극대화 및 시너지효과 도모를 위해서 脫(탈)중심적, 개방적, 네트워크화 된 접근이 강조됨
- 중앙 및 지방정부의 적극적 관리 체계에 대한 중요성을 강조함
 - 지역관광개발이 효율적으로 이루어지기 위해 관심과 합의를 도출할 수 있는 조직구조 및 관련 기관과의 적극적 추진체계 확립 그리고 혁신이 이루어지도록 하는 제도적 지원책 등이 필수적임
 - 관광을 주요산업으로 내세우는 지역은 대부분 저개발지역으로서 개발환경이 열악하여 개발지원을 위한 중앙 및 지방정부의 체계적인 노력과 지원이 필수적으로 필요함
 - 관련 주체들 간의 협력 체제구축이 중요한 관건임을 확인할 수 있으며, 지역관광혁신정책의 시너지효과 도출을 위한 탈 중심적, 개방적 접근과 네트워크를 강조되고 있음

나. 국내 사례

1) 관주도

(1) 전북 관광협의체

■ 개요

- 전북 관광협의체는 전라북도를 대표기관으로 하여 14개 시·군이 참여하고 있으며 새로운 특화 관광지 발굴 및 관광객 유치를 위한 공동 마케팅 추진을 목표로 함
 - 전라북도 시·군: 전주시, 군산시, 익산시, 정읍시, 남원시, 김제시, 고창군, 무주군, 부안군, 순창군, 임실군, 완주군, 진안군, 장수군

■ 협의 내용 및 주요 사업

- 개별 및 소규모 관광객 대상 전라북도 특별한 관광지 56개소 발굴 예정
- 2040세대 공약을 목표로 인플루언서 28명을 활용한 전북여행 홍보, 영상 콘텐츠 제작 및 홍보 등 추진
 - 인플루언서는 최소 3만 명 이상의 팔로워를 보유한 자로 선정
 - 선정된 인플루언서는 시·군 별 발굴한 특별 관광자원을 직접 취재하고 포스팅 진행
 - 창의적이고 즐거운 스토리텔링 방식의 영상 14편과 종합 1편의 유튜브 콘텐츠를 제작하여 국내외 홍보 진행



전북관광협의체

자료 : 전라북도청 보도자료

[그림 III-14] 전북관광협의체

(2) 경기서부권 문화관광협의회

■ 개요

- 기존 경기 서해안권 시장협의회와 경기서남부권관광협의회를 통합하여 2019년 출범함
- 안산시, 화성시, 부천시, 평택시, 시흥시, 김포시, 광명시 7개 시가 참여하고 있으며, 경기도 관광 발전 기반 마련과 서부권 관광 활성화를 목적으로 함
- 경기도와 경기관광공사가 협력기관이고, 회장의 임기는 2년임(1회 연임 가능)

■ 주요 기능

- 경기서부권문화관광협의회의 주요기능은 다음과 같음
- 경기서부권 문화관광산업 육성에 관한 사항, 경기서부권 문화관광활성화를 위한 국내외 관광사업에 관한 사항, 경기서부권 문화관광벨트화를 위한 관광상품 개발 및 마케팅에 관한 사항이 있음
- 그 밖에 협의회에서 필요하다고 인정되는 사항을 주요 기능으로 함

■ 협의 내용 및 주요 사업

- 경기도와 함께 경기도 순환둘레길을 연결하고, 역사 문화·생태관광코스 개발하고자 하며, 대표적으로 경기서부7길 모바일 스탬프투어 프로그램이 운영되고 있음
- 스탬프투어는 7개 시 둘레길 및 연계 관광지 21개소에서 펼쳐지며, 올댓스탬프 앱(APP)을 통해 종합 안내가 이뤄짐
 - 관광지 사진, 주요 특징 등 이용 정보 안내, 네비게이션 제공
 - 인증지점 방문 시 GPS를 통한 전자 스탬프 발행
 - 후기등록 후 기념품(모바일 기프트콘) 실시간 지급
 - 안산시 내부 자료에 따르면, 2021년 6월 30일 기준 1,783명이 참여하였으며 총 33명이 투어를 완주함

▶▶ 표 III-31 | 경기서부 7길 스탬프투어 코스

구분	투어 코스
부천시	상동호수공원, 부천시립박물관, 자전거문화센터
안산시	대부광산퇴적암층, 구봉도 낙조전망대, 노적봉공원
화성시	전곡향, 제부교차로, 제부도동대
평택시	한국소리터, 안정리에술안광장, 송탄관광특구 신장지구
시흥시	갯골생태공원, 배곧생태공원, 시흥오이도박물관
김포시	김포장릉, 김포라베니체, 김포 함상공원
광명시	광명동굴, 업사이클 아트센터, 충현박물관

자료 : 연구자 작성

- 자전거길 및 문화유적지 활성화 구상 용역(탐방테마 코스 개발) 실시할 예정이며, 7개 시 문화유적지와 연계한 자전거길 활성화가 주목적임

■ 경기관광공사 협력 사업

- 경기관광공사는 현재 경기서부권 문화관광협의회에 협력하고 있으며, 공동 관광진흥사업 내용으로 통합 브랜드 강화, EG투어버스 서부권 코스 운영, 한류스타 활용 영상 콘텐츠 제작, 둘레길 특화 콘텐츠 제작 및 홍보가 있음
- 경기관광공사 내부자료에 따른 주요 성과는 통합 슬로건 및 키비주얼을 개발하고 공동영상 콘텐츠 및 키트 제작을 통해 공동 마케팅 7개시 브랜드화하고 상품 개발 소외지역이었던 서부권을 대상으로 단독 EG투어버스 노선을 최초로 개발함
- 구체적인 성과는 다음과 같음
 - 서부권 첫 공동 관광진흥사업 추진에 따른 공동 마케팅 7개시 브랜드화: 통합 슬로건 및 키비주얼 개발, 공동 영상 콘텐츠 및 키트 제작 등
 - 경기도 순환둘레길 연계 7개시 둘레길 안전여행 주력 홍보: 홍보(방역)키트 제작으로 코로나19 언택트 여행지로 둘레길+관광자원 동시 홍보, 유명배우, 유튜버와 둘레길 자체 프로그램 제작 ※ 조회수 약 180만 회, 8편
 - 상품개발 소외지역이었던 서부권 대상 단독 EG투어버스 노선 최초 개발(4코스): 서울↔경기도 직행 투어버스 서부권 관광지(12곳) 포함 개발, 코로나로 중단하였지만 향후 서부권 노선 지속 개발 기여
 - 한류스타 활용 시리즈 프로그램 제작을 통한 여행 코스 홍보: '에이핑크' 랜선여행 콘텐츠로 잠재 여행수요 충족 ※ 조회수 약 230만 회, 6편, 코로나19 대응을 위한 언택트 및 온라인 마케팅 전환. 인증지점 방문 시 GPS를 통한 전자 스탬프 발행



통합 키비주얼



둘레길 리플렛

자료 : 경기관광공사 내부자료

[그림 III-15] 경기서부권 관광협의회 주요 사업

2) 민간주도

(1) 경기 고령군 관광협의회⁸⁾

■ 개요

- 경기 고령군 관광협의회는 2017년 2월 전국 최초 지자체 민간주도로 출범하였음
- 가야역사문화 관광 및 주민주도 지역 활성화, 고령 관광의 글로벌화를 목적으로 설립됨

■ 주요 사업

- 대가야 체험 축제 2021년 하반기 실시 예정
- 버스 투어: 대구, 광주, 인천, 대전, 부산 등 전국 대도시 대상 관광고령 버스 투어 운영
- 고령알리기 팸투어: 여행업 관계자, 언론관계자 등을 대상으로 고령의 관광 자원 국내외 홍보
- 창작 뮤지컬 가얏고: 고령 역사문화 콘텐츠를 활용한 뮤지컬 공연
- 부레관광지 운영관리 사무 민간 위탁 사업: 카라반 예약, 카페 운영 등

(2) 고양시 관광협의회

■ 개요

- 관광진흥법 제 48조의9 규정에 의한 ‘지역관광협의회 및 국제회의산업육성에 관한 법률’ 과 제 5조 제2항의 규정에 의한 ‘국제회의 전담조직 설립을 통한 지역관광 진흥’을 목적으로 2016년 11월에 설립됨

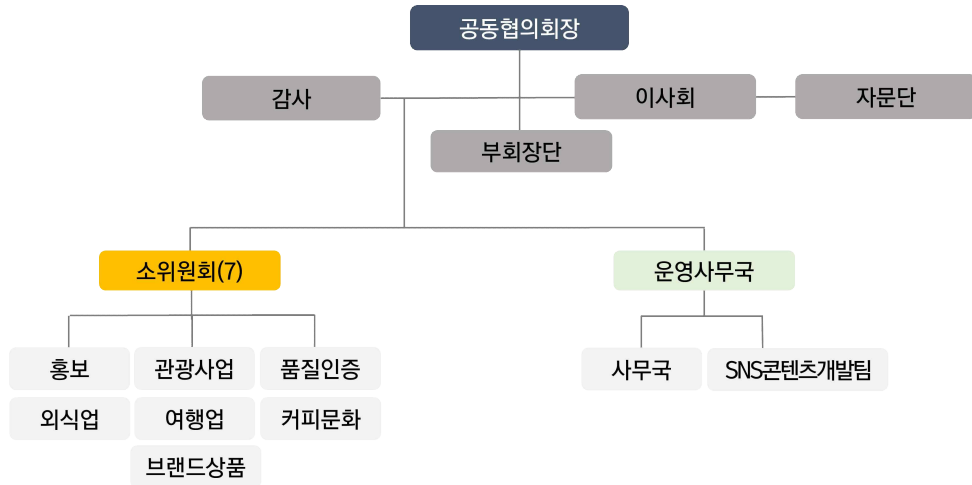
■ 주요 사업

- 관광사업자 및 관광 관련 네트워킹 및 지원 사업
- 고양시 도시 마케팅
- MICE 행사 유치 및 개최 지원
- 고양시장 위탁 업무: 고양관광안내센터 관리·운영, 고양시 브랜드 관광상품의 판매·운영, 고양시티투어 등 관광시설 운영, 문화관광해설사 및 관광워킹가이드 관리 운영, 의료 관광 유치 마케팅 및 전문 인력 양성
- 고양시 관광 산업 발전과 관련된 제반업무 및 부수 사업

■ 고양시 지원 사항

- 고양시는 민간주도 지역관광 육성을 위한 고양시 관광협의회를 부분 지원하고 있으며 지원사항은 다음과 같음
- 맛집 멋집 인증 네트워크
 - 맛집 품질인증 100건(2019년 15건), 비대면 친절서비스 교육 500건, 방역지원 125개소, 지도제작 1000부, 마이스온 앱 가맹업체확보 379개소, 영종일 다국어 메뉴판 제작 155건
- 온오프라인 체험장 조성
 - 플레이고양 체험플랫폼 개발, 소상공인 30개사 체험키트 개발, 회원가입 505명, 설문조사 489명, 팸투어 564명, 홍보영상 90편 제작지원

8) 고령군 관광협의회 (www.grta.co.kr)



고양시 관광협의회 조직도

자료 : 고양시관광협의회 (www.goyangtca.or.kr)

[그림 Ⅲ-16] 고양시 관광협의회 조직도

(3) 전남 광양시 관광협의회

■ 개요

- 광양시 관광협의회는 관광사업자, 관광관련 사업자 및 단체, 시민단체 및 시민 등이 광양 관광 활성화를 위해 참여하고 있는 비영리 민간 주도 협의체로 2020년 창립되었음

■ 지역관광추진조직 육성조직 사업

- 광양시 관광협의회는 문화체육관광부가 주최하고 한국관광공사가 주관하는 2021년 지역관광추진조직 육성조직으로 선정되어 자체기획사업 추진을 진행 중임
- ‘내 고장 광양 관광지 투어’는 지역 내 기관·단체·기업·학생을 대상으로 광양의 자연관광지, 문화 관광지, 역사 관광지를 문화관광해설사와 함께하는 프로그램임
- 광양시 관광협의회는 투어 프로그램에 일부의 버스 이용요금을 지원하고 있음
- 추진 예정 사업으로는 광양시 특성을 반영한 ‘맞춤형 관광상품 개발 운영’, ‘스토리가 있는 광양시티투어’ 등이 있음

■ 스마트관광 플랫폼 운영인력 양성을 위한 MOU 체결

- 광양시 관광협의회는 전남대, 호남대와 스마트관광 플랫폼 운영인력 양성을 위한 MOU를 체결하였음
- 전남대 지리학과/문화관광경영학과, 호남대 관광경영학과는 광주전남 지역혁신 플랫폼 데이터를 기반으로 스마트관광 플랫폼 운영인력 양성을 위한 협력을 협의함
- MOU 사업은 빅데이터 기반 관광 트렌드 및 관광행태 파악을 기반으로 지역 관광 발전의 기대효과를 가짐



내 고장 광양 관광지 투어

자료 : 광양시청 보도자료

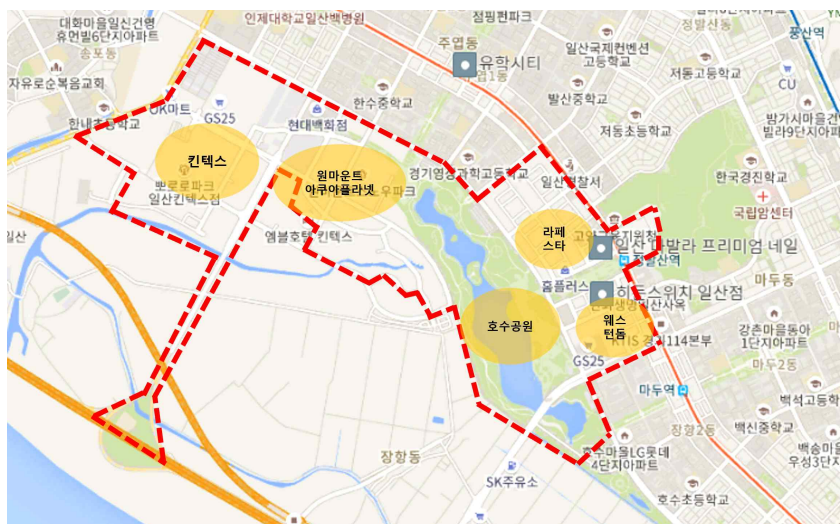
[그림 III-17] 광양시 관광협의회 지역관광기획사업

3) 민·관 협력형

(1) 고양 관광특구 협의체

■ 개요

- 정부의 민·관 협력형 네트워크 강조 및 관광관련 조직의 한계 극복을 위해 고양관광특구 진흥 계획에 따라 고양관광특구 협의체가 출범하였음
- 관광관련 기관, 업체, 전문가 등의 조직적 네트워크를 구축하고 관련부분 컨설팅과 협업을 통한 고양관광특구 활성화를 도모를 목적으로 함
- 2021년 4월부터 지속되고 있으며, 고양시관광특구(라페스타, 아람누리 ~ 킨텍스 부근)를 대상으로 운영됨
 - 고양시 관광특구는 비즈니스·컨벤션·박람회·한류관광이 융합된 일대로 2015년에 지정되었음
 - 박물관(2), 미술관(1), 백화점(2), 관광기념품판매점(2), 대형상가(6), 관광공연장(9), 관광식당(37), 관광유희음식점(8), 주차장(13), 관광표지판(13), 화장실(529)



고양관광특구 위치

자료 : 고양시 관광과 내부자료 참고 연구자 재구성

[그림 III-18] 고양관광특구 위치

■ 구성

- 고양 관광특구 협의체는 고양 관광특구 활성화 협력 민간주도 시스템을 구축하고자 공공 기관, 시민단체, 민간업계, 전문가 4개 분야로 구성되었으며, 20~40개의 단체가 참여 중임
- 공공기관의 주요 역할은 고양시 관련부서, 행사 및 시설 주관임
- 시민단체는 실질적 운영(안)을 모색하며, 민간업계는 국내외 입장객 집계 가능 시설 및 대표 관광시설을 관리함
- 전문가는 관광 마인드 교육, 관광 콘텐츠 및 여행 미식 상품 개발의 역할을 수행함

■ 관광특구 활성화 사업

- 고양 관광특구 협의체는 관광특구 활성화 사업 추진을 계획하고 있으며 세부 내용은 다음과 같음
- (1) 지역관광 주체 양성 및 민관 협력 네트워크 구축 확대, (2) 지역 특색 및 활력 명소 발굴 육성, (3) 지역고유 매력 특화상품 개발 및 온오프라인 홍보, (4) 고양관광산업 일자리 동력 창출
- 본 사업은 관광특구 지역의 한류 클러스터 조성을 목적으로 단계 별 콘텐츠 확충 계획을 수립하였음
- 1단계로 특구 협업 조직 강화를 위한 한류 콘텐츠 기초조사를 진행하고, 2단계에서는 한류 관광의 시작을 위한 거점 역할을 정립하고자 함
- 3단계로 한류 관광 상설 프로그램을 개발 및 운영하고, 4단계에서는 시민참여 플랫폼을 구축하고자 함

» 표 III-32 | 고양관광특구협의체 단계 별 콘텐츠 확충 계획(안)

단계	내용	세부내용
1단계	특구 협업 조직강화 및 한류콘텐츠 기초조사	<ul style="list-style-type: none"> • 방송, 예술, 기업체, 전문가 등으로 관광 기존 네트워크 확대 • 한류 스토리를 더한 관광 특구 내 상가 구성
2단계	한류 관광의 시작 거점 역할 정립	<ul style="list-style-type: none"> • AI 디지털 맵: 관광 안내 및 한류 콘텐츠 개발 • 한류 하이라이트: 한류와 빛을 더한 상징 건물 및 길가 조성
3단계	한류 관광 상설프로그램	<ul style="list-style-type: none"> • 한류위크문화마켓: 일상 속 한류 이벤트, 오디션 개발 등 한류 콘텐츠 지속 발굴 및 육성
4단계	시민참여 플랫폼 구축	<ul style="list-style-type: none"> • 청년기획 콘텐츠 관광 • 청년 스타 공연 및 예술 • 도보 관광 서포터즈

자료 : 고양시 관광과 내부자료 참고 연구자 재구성

(2) 구례군 관광협의회

■ 개요

- 구례군 관광협의회는 구례군의 관광발전을 목적으로 2021년에 구성된 민관 협력 네트워크임
- (공공)부군수와 관광 관련 부서장, 군 의회 의원 등
- (민간)관광관련 단체 및 사업체 대표, 정책결정 단체 등

■ 주요 기능

- 구례군 관광협의회는 대규모 관광산업에 대한 기획, 추진 및 관리를 위한 민관 협력 거버넌스 역할을 수행함
- 주요 관광정책에 대한 자문·심의, 지역관광콘텐츠 육성·홍보, 관광산업과 관련된 이해관계자 간의 연계·협력 및 갈등관리 등의 기능을 수행함

(3) 경기도 관광업계 해외마케팅 협의체 고폼(GOMPA)

■ 개요

- 경기도와 경기관광공사 그리고 관광업계는 국가별 맞춤형 해외마케팅을 수행하기 위한 '경기도 관광업계 해외마케팅 협의체(GOMPA)'를 구성함
- GOMPA는 민·관으로 구성되었으며, 중화권 110만 명·일본 60만 명·태국 30만 명 등 주요국 관광객의 유치 목표 달성을 위해 향후 경기도 관광업계의 니즈에 맞춘 홍보매체 공동 선정 및 홍보, 세일즈콜, 정보교류 등의 역할을 담당함

■ 주요 기능

- 관광객 유치 우수사례 및 국내외 관광업계 정보교류, 업계 맞춤형 목표 시장 설정 및 공동홍보, 쿠폰북 및 홍보물 공동 제작 및 배포, 경기도 해외세일즈 공동참가 및 코리아 그랜드 세일 적극 참가, 국가별 명절 및 연휴 대비 환대캠페인 추진 등의 기능을 함
- 2019년 한 해 고폼는 해외 박람회, 로드쇼, 세일즈콜 총 16건의 해외세일즈에 참가하였으며, FIT 할인쿠폰북(온오프라인)을 제작 및 배포하고 인도네시아, 베트남, 필리핀, 싱가포르를 목표로 인플루언서 공동사업을 진행함

IV. 의견 조사

1. 이해관계자 조사
2. 전문가 조사

1. 이해관계자 조사

가. 조사 개요

■ 연구조사 필요성

- 연구 대상지인 고양시, 파주시, 동두천시, 포천시, 연천군 정책담당자의 관광정책에 대한 평가와, 연구에 필요한 정책 내용 제언
- 각 지자체별 정책 내용에 있어 현황 파악 및 정책 추진에 있어서의 니즈(needs) 및 문제점 파악

■ 조사개요

- 조사일시: 2021년 6월 29일 ~ 7월 1일
- 조사형태: 구조화된 조사지로 각 지자체 관광정책 담당자 경험 및 현장 직접 방문하여 심층 인터뷰 실시

■ 논의사항

- 관광자원 개발 및 활성화 방안
- 관광객 유치 방안
- 관광협력 네트워크 활동
- 관광협의체의 기능, 운영 등의 역할
- 관광협의체 구성의 필요성
- 관광협의체 구성 및 운영방안에 대한 논의
- 경기북부 5개 시·군 홍보마케팅 방안 논의

나. 고양시 이해관계자 인터뷰

1) 조사개요

- 조사일시: 2021년 7월 1일 목요일
- 조사장소: 문화관광과 사무실
- 조사대상: 문화관광과 전문위원, 주무관



2) 조사내용

■ 고양시 관광산업

- 행주산성, 장항습지 중심의 생태관광, 킨텍스, CJ라이브시티 중심의 한류관광 등 생태관광, 한류관광 중심의 관광 정책 추진 중에 있음
- 주 방문객은 가족단위 관광객, 시니어 관광객이 중심이며, 다양한 교통수단으로 주로 당일 관광객임
- 2020년 파주시, 김포시와 함께 관광 상품 개발 추진하였으나 현재 코로나 19로 중단됨

▶▶ 표 N-1 | 고양시 이해관계자 인터뷰(관광산업)

구분	내용
고양시 관광자원	<ul style="list-style-type: none"> • 생태 평화 관광: 행주산성, 한강하구 고양시 대덕 생태공원, 행주산성 역사공원, 장항습지 등이 포함되며 오히려 코로나19 이후 방문객이 증가하고 있음 • 한류 관광: 2024년 준공 예정인 'CJ 라이브시티'는 경기도 고양시 일산동구 장항동 한류월드에 조성되는 한류 콘텐츠 중심 융복합 테마파크로 연간 2000만 명의 방문객을 창출을 목표로 하고 있으며 관광 부분에서도 기대하는 바가 큼 • 코로나에 대응하며 '위드 코로나' 프로그램을 기획 및 진행 중에 있으며 매달 마켓과 영화제 진행 중에 있음
관광객 유치	<ul style="list-style-type: none"> • 고양시보다 일산으로 알려진 지명으로 고양시의 문화관광 도시 이미지 강조 필요 • 현재 고양시는 가족단위 관광객과 시니어 관광객이 주를 이루고 있음
네트워크 활동	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 파주시, 김포시, 고양시 등 3개 시와 상생 협약추진과 관련하여 관광을 연결한 관광 상품(축제)을(를) 공동 개발하고자 하였으나 코로나19로 중단된 상태임 • 민간 주도로 파주-고양 코스와 서울 은평구-파주-고양을 연계한 시티투어가 진행되었었음 • 현재 타 지자체와 정기적인 협의 과정은 없음

■ 관광협의체 관련

- 경기북부 관광협의체 구성 시 주요 역할은 홍보마케팅이 우선시 되어야 함
- 협의체 중심의 객관적이고 전문성 있는 통계 데이터 구축으로 관광객 수요 파악 및 각 시·군의 관광 컨설팅이 필요함
- 관광협의체 구성에 있어 공공기관이 정책 기반 마련, 방향성 제시 등 정책 중심의 틀을 잡고, 협의체 운영은 민간, 민간조직이 도맡아서 진행해야 함

▶▶ 표 N-2 | 고양시 이해관계자 인터뷰(관광협의체)

구분	내용
관광협의체의 역할	<ul style="list-style-type: none"> • 5개 시·군을 연계한 상품 개발은 공통 접점이 없기 때문에 어려울 것으로 보임 • 지자체 간 협력을 바탕으로 한 홍보마케팅이 실질적인 도움이 될 것으로 판단됨 • 관광 협의체에서 코스를 개발한다면 민간의 의견을 바탕으로 맛집 선정 및 스토리 발굴 가능
관광협의체 구성방안	<ul style="list-style-type: none"> • 공공기관 주도의 관광 협의체 운영은 트렌드를 파악하고 형평성을 유지하는데 한계가 있음 • 이에, 공공기관은 정책 기반 마련 및 시·군을 연계한 코스를 개발하는 등 방향성 구축까지 주가 되고 그 외의 현장 관리 및 운영은 민간이 도맡아야 함
관광협의체 구성에 따른 필요성 및 우선순위	<ul style="list-style-type: none"> • 경기북부지역의 공동 홍보마케팅을 진행하여 각 시·군의 기존 관광 자원 활용의 극대화가 필요함 • 지역 내 관광객 수요 파악을 위한 통계 데이터 구축 및 각 시·군의 컨설팅 진행필요

■ 협의체 현황

- 고양시에서는 고양시관광협의회, 행주관광 발전협의체, 2021 고양 관광특구 협의체 등 관광 관련 3개의 협의체가 구성되어 운영 중에 있음

▶▶ 표 N-3 | 고양시 이해관계자 인터뷰(기타)

구분	내용
고양시관광협의회	<ul style="list-style-type: none"> • 민간주도로 운영되며 지역 관광 육성을 위한 고양시관광협의회 부분 지원 • 2015년 관광진흥법 제48조 9에 따라 신설되었으며 현재는 CVB업체를 제외하고 운영 중에 있음 • 맛집 인증 네트워크와 온오프라인 체험장 조성 및 운영에 있음
행주관광 발전협의체	<ul style="list-style-type: none"> • 지역주도형 관광 사업을 추진하기 위한 지역과의 소통 채널을 마련 및 시스템 구축을 목적으로 한 민간주도 지역관광 협력체계 구축 및 운영 중에 있음
2021고양 관광특구 협의체	<ul style="list-style-type: none"> • 고양시 관광관련 조직적 네트워크 구축 및 고양관광특구 활성화 도모를 위한 협의체를 구성하였음 • 공공기관, 시민단체, 민간업계, 전문가의 4개 분야 안에서 20~40개 단체가 참여하고 있음

다. 파주시 이해관계자인터뷰

1) 조사개요

- 조사일시: 2021년 6월 29일 화요일
- 조사장소: 관광과 사무실
- 조사대상: 관광정책팀 팀장



2) 조사내용

■ 파주시 관광산업

- 파주시는 DMZ중심으로 외래관광객 수는 높은 성장세를 보이며, 지역관광이 활성화
- 안보 관광자원에 비해, 임진강, 감악산 출렁다리 등의 다양한 자연생태 관광자원의 인지도가 낮음
- 민간 주도로 주변 지역을 연계한 시티투어가 진행되었으며 인근 김포시, 고양시와 상생협약 추진과 관련해 관광지를 연계한 관광상품, 프로그램, 축제 등 공동 개발 추진
 - 현재 코로나19로 중단된 상태임
- 이후 타 지자체와 정기적인 협의 과정은 없으나, 향후 파주시의 DMZ와 타 경기북부 지자체의 안보관광자원을 연계하여 경기 방문 외래관광객 확보 필요

» 표 N-4 | 파주시 이해관계자 인터뷰(관광사업)

구분	내용
파주시 관광자원	<ul style="list-style-type: none"> • 임진각을 중심으로 한 DMZ 안보관광 활발: 곤돌라, 제3땅굴, 도라전망대 등 • 생태자원 개발 중: 마을체험(모내기/철새), 마장호수 • 문화자원: 헤이리예술마을, 파주출판단지 • 파주의 숨겨진 명소 홍보 필요: 감악산 출렁다리, 임진강 향포돛배
관광객 유치	<ul style="list-style-type: none"> • 수도권 인근의 특성 활용해 당일관광 위주 개발 • 파주의 외래관광객이 경주보다 많음: 수도권 외래관광객 반나절 관광 활발
네트워크 활동	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 파주시, 김포시, 고양시 등 3개 시의 상생협약추진과 관련하여 관광지를 연결한 관광상품(축제)을(를) 공동 개발하고자 하였으나 코로나19로 중단된 상태임 • 민간 주도로 파주-고양 코스와 서울 은평구-파주-고양을 연계한 시티투어가 진행되었음 • 현재 타 지자체와 정기적인 협의 과정은 없음

■ 관광협의체 관련

- 경기북부 관광협의체 구성 시에 홍보마케팅 활동이 주가 되어야 하며, 기존 관광 자원을 연계를 위해 시티투어 버스 운영 방안이 있음
- 관광협의체는 공무원 중심으로 운영되면 업무 부담 및 지자체 간 소통 문제가 발생하는 어려움이 있으며, 이에 경기북부지역의 협의체 구성 및 원활한 운영을 위해선 협의체를 운영하는 별도의 기관이 필요함
- 협의체를 운영하는 전문 조직 구성, 분야별 전문가에 의한 연구PM 방안, 대표 지자체를 선정한 공공 주도 네트워크 방안, 공공과 전문가 중심의 협의회와 민간 중심의 실무협의 회로 운영되는 이원화 방안을 제시

▶▶ 표 N-5 | 파주시 이해관계자 인터뷰(관광협의체)

구분	내용
관광협의체 역할	<ul style="list-style-type: none"> • 관광협의체가 구성된다면, 파주시는 홍보/마케팅 중심 활동이 필요 • 기존 관광자원 연계: 각 지자체의 시티투어버스 연계 필요
관광협의체 구성방안	<ul style="list-style-type: none"> • 공무원 중심 운영 어려움: 업무 부담 및 지자체 간 소통 문제 • 지자체 간 관광산업 규모 차이로 인해 협의체 필요성에 대한 인식이 다름: 협의체 구성이 절실한 시/군이 주도 필요 <ul style="list-style-type: none"> 1안) 협의체를 운영할 수 있는 별도 조직 구성 ex. 지리산권관광개발조합 2안) PM 선정 후 PM에서 공동 홍보/마케팅 진행 ex. 테마 10선 3안) 회장단으로 선정된 지자체에서 운영하며, 타 지자체는 출자 및 협조 (ex. 접경지역 시장군수협의회 등) 4안) 공공, 전문가 중심으로 협의회와 민간 중심의 실무 협의회로 이원화: 민간의 유연성/현장이해도를 활용
관광협의체 우선순위	<ul style="list-style-type: none"> • 경기북부지역 간 공동목표 수립이 필요하며, 우선순위는 안보평화 테마를 활용하는 것임

라. 동두천시 이해관계자인터뷰

1) 동두천시 이해관계자인터뷰

- 조사일시: 2021년 6월 30일 수요일
- 조사장소: 관광휴양과 사무실
- 조사대상: 관광정책팀 팀장



2) 조사내용

■ 동두천시 관광산업

- 동두천시의 대표 관광자원은 소요산 관광지로 연간 200만 명 관광객이 방문하며, 주 관광객은 노년층임
- 보산관광특구는 낙후 지역 개발을 위해 공방 유치 사업과 월드푸드 스트리트를 구성 및 운영 중
- 동두천시는 관광자원 자체가 적어 전반적으로 지역 체류에 1일 이상 소요되지 않으며, 서울과 인접한 문제와 숙박시설이 부족한 문제가 존재함
- 역사 자원이 부족한 문제와 지역 소비에 대한 미군 의존도를 낮추기 위해 예술문화자원으로 콘텐츠 개발하여 20-30대 관광객을 유치하고 지역 내 소비를 유도하고자 함

▶▶ 표 N-6 | 동두천시 이해관계자 인터뷰(관광사업)

구분	내용
동두천시 관광자원	<ul style="list-style-type: none"> • 소요산: 연간 200만 명 관광객 방문하는 대표 관광지로 주 관광객은 노년층이며 관광 숙박 시설로 카라반이 존재하나 수가 매우 부족한 상황임 • 자연 휴양림 놀자 숲 숙박시설 24개 구성 • 보산관광특구: 낙후지역 개발을 위해 거리에 그래피티를 입히고 공방을 유치하기 시작하였으며 거리에 월드푸드 스트리트를 운영 중
관광객 유치	<ul style="list-style-type: none"> • 관광자원 자체가 적어서 하루면 모두 볼 수 있고 연천과 포천이 인접해있지만 서울과 가까워 체류 관광이 활성화되기에 숙박시설이 부족함 • 관광객을 유치하기 위해 경기문화재단에 위탁하여 두드림 뮤직센터에서 주기적인 공연을 개최 중에 있음 • 역사 자원 부족으로 예술문화자원으로 콘텐츠를 개발 및 활용하여 20-30대 관광객을 유치하고 지역 내 소비가 이루어지도록 유도 중 • 미군 의존도가 높음
네트워크 활동	<ul style="list-style-type: none"> • 타 지자체와 정기적인 협의 과정은 없음

■ 관광협의체 관련

- 경기북부 관광협의체 구성 시 주요 역할은 홍보 및 마케팅과 실질적 정책 실행을 위한 기반을 구축하는 것임
- 관광 상품 및 코스 개발은 각 시·군에서 진행하며, 지역 간 연계는 현실적으로 2~3개의 시·군씩 가능함
- 관광 협의체는 컨트롤타워(TF 등)를 별도로 구성하여 운영을 체계화하거나 관광 전문 공공 기관 위탁 운영이 필요함
- 경기북부 관광협의체는 관광자원 활용을 극대화하여 자생력을 강화하는 차원에서 필요하고, 관광협의체는 지원 체계 구축을 위한 기반이 되어야 함

▶▶ 표 N-7 | 동두천시 이해관계자 인터뷰(관광협의체)

구분	내용
관광협의체 역할	<ul style="list-style-type: none"> • 관광 상품 및 코스 개발은 각 시·군에서 진행하되 연계가 필요하다면, 2-3개 시·군씩 묶어서 진행하는 것이 현실적임 • 주 역할은 홍보 마케팅 및 정책 기반 구축
관광협의체 구성방안	<ul style="list-style-type: none"> • 관광협의체 컨트롤타워(TF팀)를 별도로 구축하고 이를 중심으로 운영 체계화 • 관광공사나 문화재단을 중심으로 위탁 운영 • 민간 주도는 전문성이 부족하여 한계가 있으며, 전문가는 자문위원으로 활용 필요
관광협의체 우선순위	<ul style="list-style-type: none"> • 자생력 강화를 위한 관광자원 개발 및 활용 극대화 차원에서 관광협의체가 필요함 • 관광 자원 개발을 위한 금전적 지원 체계 마련 • 관광 상품 및 코스 개발은 각 시·군에서 선정하고 연계가 필요하다면 현실적으로 2-3개 시·군씩 테마 별로 가능함

마. 포천시 이해관계자인터뷰

1) 포천시 이해관계자인터뷰

- 조사일시: 2021년 6월 30일 수요일
- 조사장소: 관광산업과 사무실
- 조사대상: 관광정책팀 팀장



2) 조사내용

■ 포천시 관광산업

- 포천시는 신북면 이북 지역을 중심으로 관광 개발을 진행 중이며, 한탄강 세계지질공원 등 유네스코 생물권 보전지역으로 자연 관광자원이 매우 풍부한 지역임
- 서울에서 한 시간 거리인 지리적 위치와 세종-포천 고속도로 및 7호선 연장 개통 예정 등 개선되고 있는 교통 상황을 반영해 숙박보다는 당일 여행 관광객을 유치하자 함
- 타 지자체와의 네트워크 활동은 부족한 상황이며, 지역 간 연계는 민간 여행사를 중심으로 이루어짐

▶▶ 표 N-8 | 포천시 이해관계자 인터뷰(관광산업)

구분	내용
포천시 관광자원	<ul style="list-style-type: none"> • 신북면 이북 지역을 중심으로 관광 개발 진행 중에 있음 • 국립수목원(광릉숲), 한탄강 세계지질공원 등 유네스코 생물권 보전지역으로 지정된 생태관광자원 (한탄강: 비둘기낭폭포 등 11개 명소, 하늘다리, 돌레길) • 깨끗한 물을 활용한 식도락 관광자원(이동갈비, 막걸리, 전통주, 한과)
관광객 유치	<ul style="list-style-type: none"> • 군사시설보호구역이 위치하고 있어 한화, 베어스타운 리조트 외 대규모 숙박시설 부재 • 펜션과 야영장 등의 소규모 숙박시설 등을 보유 • 동두천, 연천 간 남북 대중교통은 있으나, 동-서 간 (파주, 고양) 대중교통 없음 • 서울에서 한 시간 거리인 지리적 위치, 세종-포천 고속도로, 7호선 연장 개통 예정 등 개선되고 있는 교통상황을 반영하여 숙박보다는 당일여행 관광객을 유치하고자 함
네트워크 활동	<ul style="list-style-type: none"> • 각 지자체는 관내 관광자원 홍보에 초점을 맞추고 있기 때문에 타 지자체와의 네트워크 활동을 부족한 상황임 • 각 지자체 내에 협의체가 있었을 뿐, 통합된 협의체는 지금까지 없었음 • 지역 간 연계는 민간여행사를 중심으로 이루어지고 있음

■ 관광협의체 관련

- 관광협의체 구성 시 주요 역할은 지역 관광 홍보 및 마케팅 지원이 되어야 하며, 그 외로 관광 상품 사례 관리, 공공기획, 운영 등의 사업을 진행 필요
- 경기북부 관광협의체는 5개 지자체 간 유대관계 형성을 우선시해야하며, 이에 의사소통 채널의 다양화가 필요함
- 포천시 관광협의회는 민간사업자에 의해 홍보·마케팅을 목적으로 2018년 조직되었으나, 현재 활동성고가 뚜렷하게 나타나지 않고 있어 향후 관광협의체에는 공공기관 참여의 필요성을 제기함
- 관 주도로 관광협의체를 구성하고 활성화 후 민간에 이양하는 구성 방안이 바람직함

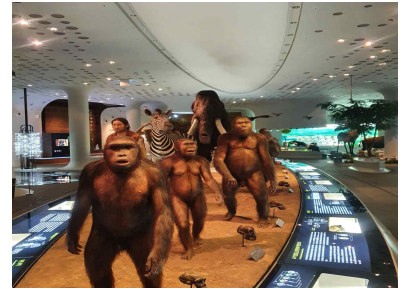
▶▶ 표 N-9 | 포천시 이해관계자 인터뷰(관광협의체)

구분	내용
관광협의체 역할	<ul style="list-style-type: none"> • 지역관광 홍보 및 마케팅 지원: 축제 부스, 관광 안내소에 타 지자체 관광 상품 팸플릿 및 영상자료 비치 • 지역의 관광수용태세 개선, 관광 상품 사례 관리, 공공기획, 운영 등의 사업 진행
관광협의체 구성방안	<ul style="list-style-type: none"> • 포천시관광협의회가 민간사업자에 의해 수익증대, 공동 홍보/마케팅을 목적으로 2018년 조직되었으나(포천시 관광진흥조례 제17조에 의거), 현재 활동성고가 뚜렷하게 나타나지 않고 있음 • 따라서 구성에 있어 공공기관의 참여가 필요 • 위원 구성에 있어 포괄성, 지역 특성 반영 필요: 민/관/연 등 관광산업의 각 분야에서 대표성과 인지도를 가진 인사를 선정하여 30명 내외로 구성 (단, 민간(관광사업자)를 회원의 50% 이상으로 구성하여 지역의 대표성을 확보) • 관 주도 구성 후 활성화되면 민간에 이양
관광협의체 우선순위	<ul style="list-style-type: none"> • 5개 지자체 간의 유대관계 형성이 우선적으로 필요: 의사소통 채널의 다양화

바. 연천군 이해관계자인터뷰

1) 연천군 이해관계자인터뷰

- 조사일시: 2021년 6월 29일 화요일
- 조사장소: 관광과 회의실
- 조사대상: 관광기획팀 팀장



2) 조사내용

■ 연천군 관광산업

- 연천군의 대표 관광자원은 유네스코세계유산으로 지정된 지질공원과 생물권보존지역, 전망대 4개소, 구석기 유적지가 대표적이며 크게 생태자원과 역사유적자원으로 구분됨
- 연천의 접근성은 국도만 존재해 교통이 불편하고 따라서 주변 시·군과의 연계가 어려움
- 철원시와 관광활성화를 목적으로 접경지역 관광활성화 및 상생협력을 위한 업무협약을 체결하였으나, 각 시·군의 요구가 상이하어 소통에 어려움이 있음

▶▶ 표 N-10 | 연천군 이해관계자 인터뷰(관광산업)

구분	내용
연천군 관광자원	<ul style="list-style-type: none"> • 유네스코세계유산으로 지정된 지질공원과 생물권보존지역, 전망대 4개소, 구석기 유적지가 대표적임 • 크게 생태 자원으로 지질공원과 역사유적지원으로 구석기 유산이 중점이 됨 • 관광 자원은 풍부하나 먹거리 측면에서 특산품과 맛집 홍보가 필요함
관광객 유치	<ul style="list-style-type: none"> • 국도만 존재하여 교통이 불편하고 따라서 주변 시·군과의 연계가 어려움
네트워크 활동	<ul style="list-style-type: none"> • 철원시와 관광활성화를 위해 접경지역 관광 활성화 및 상생협력을 위한 업무협약(MOU)을 체결함 • 상호 지역연계 관광을 통한 관광활성화, 관광정보 교환 및 발전을 위한 협력, 대표축제 참여 및 홍보 등에 협력하기로 하였으나 각 시·군의 요구가 상이하어 소통에 어려움이 있음 • 관내에서는 유적지를 관리하는 문화체육과와 협력이 가장 많음

■ **관광협의체 관련**

- 관광협의체의 주요 역할은 5개 시·군 중 인접한 2~3개 시·군이 공동 운영 가능한 관광프로그램 개발이 되어야 함
- 관광협의체는 경기도 의회를 중심으로 공공기관과 민간이 협력하는 조직을 별도로 구축하고 각 집단을 대표하는 핵심위원으로 구성 필요
- 연천군은 민간주도로 고양시, 서울시와 관광투어코스 운영을 추진하였으나 돼지 열병 문제 등으로 인해 현재 중단 중에 있음

▶▶ 표 N-11 | 연천군 이해관계자 인터뷰(관광협의체)

구분	내용
관광협의체 역할	• 5개 시·군 중 인접한 2~3개 시·군이 함께 운영할 수 있는 관광 프로그램 개발
관광협의체 구성방안	• 의회를 중심으로 공공기관과 민간이 협력하는 관광 단체를 별도로 구축하고 각 집단을 대표하는 핵심위원으로 구성
관광협의체 우선순위	• 경기북부지역의 각 시·군의 특색 있는 관광 자원 활용의 극대화 • 정보 공유는 각 시·군의 매력이 상이하기 때문에 의미가 없어 보임
지자체 협의체 현황	• 민간 주도로 고양시, 서울시와 관광 투어 코스 운영을 추진하였으나 돼지 열병으로 중단됨 • 각 시·군은 지원하는 방식으로 참여함

2. 전문가 조사

가. 조사 개요

■ 조사 목적 및 조사 설계

- 전문가를 통한 경기북부 관광협의체 구성 추진에 대한 비전과 전략 수립 논의 및 향후 필요한 정책에 대한 내용 제언

■ 조사개요

- 조사일시: 2021년 8월 3일 ~ 8월 15일
- 조사형태: 전문가 서면조사 *코로나19로 인해 부득이하게 대면조사에서 서면조사로 변경

■ 조사대상 및 중점 논의사항

- 이수진 박사(경기연구원)
 - 관광산업 체계, 경기북부 연계관광 논의
- 심진범 박사(인천연구원)
 - 관광계획, 경기북부 관광 진흥 및 활성화 논의
- 황희정 박사(대구경북연구원)
 - 관광협력체계 구성 및 운영 방안 논의
- 박창환 교수(동서대학교)
 - 관광협력체계의 역할 방안 논의
- 정찬영 박사(한국관광공사)
 - 관광협력체 구성 및 운영 방안 논의
- 김경희 박사(한국관광공사)
 - 지역연계 홍보마케팅 방안 논의

■ 공통 논의사항

- 경기북부 관광활성화를 위한 연계방안 논의
- 관광협의체 구성 및 운영방안에 대한 논의
- 경기북부 5개 시·군 홍보마케팅 방안 논의

나. 조사 내용

1) 관광진흥 및 활성화를 위한 연계 방안

■ 5개 시·군 관광현황 및 활성화 방안

- 경기북부 관광진흥을 위해 체류시간 확대 및 숙박관광으로의 전환필요. 따라서 매력적인 ‘야간 콘텐츠’ 개발이 필요하며, 이것에 수반된 교통 및 숙박 연계 상품구성 필요
- 하지만 현재의 수도권 교통망 인프라에서는 수도권 주민들에게 경기도 내 숙박관광을 기대하기 쉽지 않고, 따라서 체류/숙박 관광 마케팅은 비수도권 중심으로 진행하는 것이 효율적임(현재 경기관광공사에서 비수도권 중심의 숙박관광객 모객 사업 추진 중)
- 경기북부의 산, 강 등의 자연자원을 활용한 캠핑벨리 구축
 - 캠핑과 차박, 캠크닉은 최근 몇 년간 시장 규모가 기하급수적으로 커진 시장이며, 숙박 트렌드로 자리매김 하고 있음. 경기북부는 산, 강 등의 자연경관이 뛰어나며 서울에서 비교적 근접한 위치적 장점을 가지고 있음. 이에 따라 지역을 연계한 캠핑벨리를 구축하고 홍보한다면 경기권의 체류객 증가에 기여할 수 있을 것임
- 경기북부 관광셔틀 도입
 - 경기북부의 교통은 도로가 낙후되고 대중교통 또한 발달되지 못한 실정임. 이에 따라 우선적으로 도로 확장이 필요하며, 관광의 차원에서 관광셔틀 도입을 고려할 수 있음

■ 중점테마 및 관광자원 연계 방안

- 경기북부 관광자원에 따라 관광테마는 평화/역사, 생태/치유, 문화/쇼핑 등 아래 표와 같이 크게 3가지로 볼 수 있음

<ul style="list-style-type: none"> • 평화와 역사 <ul style="list-style-type: none"> - DMZ를 관광자원으로 지니고 있는 장소는 세계적으로 경기도가 유일함. 이를 테마로 한 관광개발은 지속적으로 이루어져야 할 것임 • 생태와 치유 <ul style="list-style-type: none"> - 동두천, 포천, 연천 지역을 중심으로 숲, 계곡 등의 자원을 활용한 생태와 치유를 테마로 개발할 필요가 있음 • 문화와 쇼핑 <ul style="list-style-type: none"> - 파주, 고양을 중심으로 문화와 쇼핑 체험을 테마로 한 관광홍보 마케팅 및 이벤트 필요

- 국내외 방문객별 중점 테마 보완·선정 및 추진 필요
 - 외국인 관광객 대상 ‘안보/평화관광(dark tourism)’, 내국인 대상 ‘생태/자연관광’, 고양, 파주 중심의 ‘문화예술관광’ 전략보완 및 추진 필요
- 경기도는 세계 유일 DMZ 자원을 가지고 있으며 이러한 특성 및 타 지역과의 차별화 측면에서 평화·생태관광의 테마를 가지며 정책 추진필요
- DMZ, 안보, 평화라는 기본 테마를 기반으로 축제이벤트, 공연, 예술, 공간, 각 시·군 라이프스타일 등이 단계적으로 결합되면서 확장성을 갖추는 형태 필요
- 이에 협의체 구성 후 협의체 중심의 경기북부 관광생태계 전반에 대한 구체적인 조사 및 빅데이터 자료 수집, 분석을 통한 전략 도출필요
- 연계 관광자원/상품 개발이 성공하기 위해서는 지자체들의 공통의 자원을 추출하는 것이 우선시 되어야 함
 - ‘평화누리길(자전거길) : 김포-고양-파주-연천

- ‘한탄강 지질공원’과 ‘한탄강 홍수터’ 중심 자연생태관광 및 교육관광 테마 : 포천-연천-철원
- 미군반환공여지 등 군사문화 연계 테마 : 파주, 동두천, 포천, 의정부 등
- 평화와 역사 트레킹 코스 개발 및 마라톤 이벤트
- 코리아세일페스타 등과 연계한 소비 촉진 이벤트 및 지역 상품권 발행
- 주요 여행상품 유통채널과 연계한 연계관광상품 개발(FIT 대상 데일리투어 등)
 - 유사한 자원과 주제를 활용한 공동 축제, 하나의 축제 브랜드를 개발하고, 그 하위 콘텐츠로 시·군별 축제를 포함하는 엠프렐러형(예: 인천애인 페스티벌) 등의 형태 추진
 - 고양호수예술축제, 파주예술축제, 파주북소리, 동두천 락페스티벌 등 ‘문화예술형’ 축제 이벤트 연계
 - 연계협력형 투어패스 개발 : 경기북부 전체 혹은 인접 지자체의 투어 패스 *사례 : 정선평창 투어패스
 - 문체부 웰니스클러스터와 연계한 웰니스클러스터 공동 추진
 - 매주 또는 계절별로 5개 시·군 주요 관광지를 소개하는 사업 추진(경기북부 여행 10선 등)
- 대중교통 활성화 및 홍보
 - 수도권 교통 인프라 중심으로 ‘대중관광으로 즐기는 관광지’ 강조하며, 대중교통 연결체계(셔틀, 렌트카, 공유차 등) 시스템을 확충하는 방안이 필요

2) 관광협의체 구성 및 운영 방안

■ 5개 시·군 관광협의체 구성

- 협의체 구성은 단기적인 측면에서는 민의 경우 예산 책정 등 행정적인 부담이 크므로 행정중심적인 관 주도 형태로 운영하면서 장기적으로는 민과 관이 복합형 형태로 운영하는 것이 바람직함
- 운영 인력으로써 행정은 공무원이 운영하는 것이 조직의 안정성과 지속가능성을 확보할 수 있으며 장기적으로는 민의 역할을 확대하는 방향으로 인력을 구성함
 - 인력은 민·관이 공동으로 참여하며, 협의회장 및 회원으로 구성하는 것이 좋음
 - 간사를 두는 형태는 가능하나, 별도의 인력을 채용하기에는 무리가 있어 보임
 - 매년 협의회 간사지역을 선출하고, 간사지역 담당자(공무원)가 간사 역할을 진행하는 방안이 현실적임
- 예산은 5개 지역에서 재정자립도 및 인구 규모를 고려하여 5개 지자체별로 예산금액을 차등적으로 책정하는 것이 바람직함

- 경북 동북지방행정협력회 : 매년 4개(영주·영양·봉화·울진)에서 10백만 원씩 분담하여 40백만 원의 예산 편성, 매년 의장 시군을 선정하여 공동사업 추진
 - 일부 부족한 예산은 조례 등의 근거에 기반을 두어 지원받는 방안 검토
- 태백시는 태백시 관광협의회 지원에 관한 조례(2021.7.9. 개정)를 제정하여 관광협의회 운영비 지원

- 지역을 연계한 협의체의 체제는 민-관 파트너십에 의한 조직의 구성이 중요할 것임
 - 지역 관광 홍보와 사업 추진을 위해서는 지자체뿐만 아니라 다양한 이해당사자들의 협력이 필수적임. 특히, 민간 사업자들과 NGO들의 참여는 사업의 실효성을 높이는 데에 필수적이기에 이들의 활발한 참여를 위한 기제가 필요함

- 추진 사업을 독립적으로 추진하기 위해서 재단 설립을 고려할 필요가 있음
 - 재단을 설립할 경우, 사업의 전문성을 확보하고 독립적으로 추진할 수 있다는 장점이 있으므로, 재단의 설립도 고려해 볼 필요가 있음
 - 경기북부 5개시·군은 새로운 관광 협력체계 구성이 바람직함
 - 경기북부권 관광활성화를 목적으로 구성하는 협의체이므로 경기 전역을 총괄하는 기존 조직(경기관광공사)를 활용하는 방안은 적절치 않음.
- ① 경기북부권 관광협의체를 자체적으로 구성하고, ② 기존 조직(경기관광공사 등)에서 권역별 관광협의체를 지원하는 기능 수행하는 형태로 추진하는 방안 검토

- 경상북도는 북부권, 동해안권, 중서부권 관광진흥협의회를 구성하여 권역별 관광진흥 업무를 수행하며, 경상북도와 공사에서 지원·협력 업무 추진
 - 북부권 : 안동, 영주, 상주, 문경, 의성, 청송, 영양, 예천 봉화
 - 동해안권 : 포항, 경주, 영천, 영덕, 울진, 울릉
 - 중서부권 : 김천, 구미, 경산, 군위, 청도, 고령, 성주, 칠곡

- 민-관주도형 협력체계로 구성하는 방안 검토
 - 최근 관광은 지역관광 추진역량이 강조되고 있으며, 광역관광사업이 지역관광의 대안으로 재부상되고 있음
 - 다양한 관광콘텐츠 및 서비스역량을 부유한 관광 창업이 활성화되면서 민간의 창의성은 지역관광의 주요 매력요소로 작용함
 - 관 주도 또는 민간주도의 협의체 구성 시, 경기북부 관광활성화를 위한 충분한 기능을 수행하기에 어려움이 있을 것으로 예상(관 주도 시: 민간의 창의성 및 민간차원의 협력사업 누락, 민간 주도 시: 광역관광사업 등의 공동 추진 한계)됨
- ① 민-관주도형 협의체로 구성, ② 협의체 내 분과를 나누어 구성하는 방안 검토(예 : 광역관광 정책(공무원 중심), 공동 관광마케팅, 공동 관광상품 개발 등)
- 민간 주도가 이상적이지만 지역 여건상 공공의 개입이 불가피함
 - 각 지자체 간 관광정책여건상, 이해관계의 복잡성 등 초기에 새로운 협력체계구성에 어려움이 있을 것으로 판단됨
 - 따라서, 초기에는 기존 조직인 경기관광공사 대행사업으로 추진, 지자체가 연계협력사업을 경기관광공사에 위탁(대행사업비 분담 및 사업추진 협력 등)
 - *3대문화권 문화생태관광기반조성사업(광역권 관광개발 사업) 추진 과정에서 공공기관(경상북도문화관광공사, 경상북도콘텐츠진흥원, 대구관광부) 대행을 통해 사업 추진
 - 중장기에는 협력의 성과와 노하우가 축적되는 것으로 전제로 지자체 행정협의회 등 협력체계 구성

- 행정협의회
 - 수도권 관광진흥협의회(서울, 인천, 경기, 강원, 충북)
 - 남해안 시·도 광역관광협의회(부산, 전남, 경남)
 - 호수문화관광권 관광협의회(양구군, 인제군, 춘천시, 홍천군, 화천군) 등
- 자치단체조합
 - 지리산권 관광개발조합(남원, 장수, 구례, 곡성, 함양, 산청, 하동)
 - 강원 남부권 관광개발조합(태백, 횡성, 영월, 평창, 정선)

- 민-관주도(ex. 테마10선 PM, 관광두레 PD 등 전문 인력(업체) 선정 후 운영)의 구성이 이상적이나 지역의 관광산업 생태계 여건 고려 필요
 - 가평(해외마케팅을 목표로 GOMMPA라는 민간주도 협의체가 운영 중임)과 같이 민간업체들이 활성화되어 있다면 민간주도의 협의체 운영 및 지원의 역할이 필요
 - 그러나, 관광관련 업체가 영세할 경우 초기 관주도의 방식에서 점차 민-관주도로 재구성해나가는 단계별 운영방안이 마련되어야 함

■ 관광협의체 주요 역할

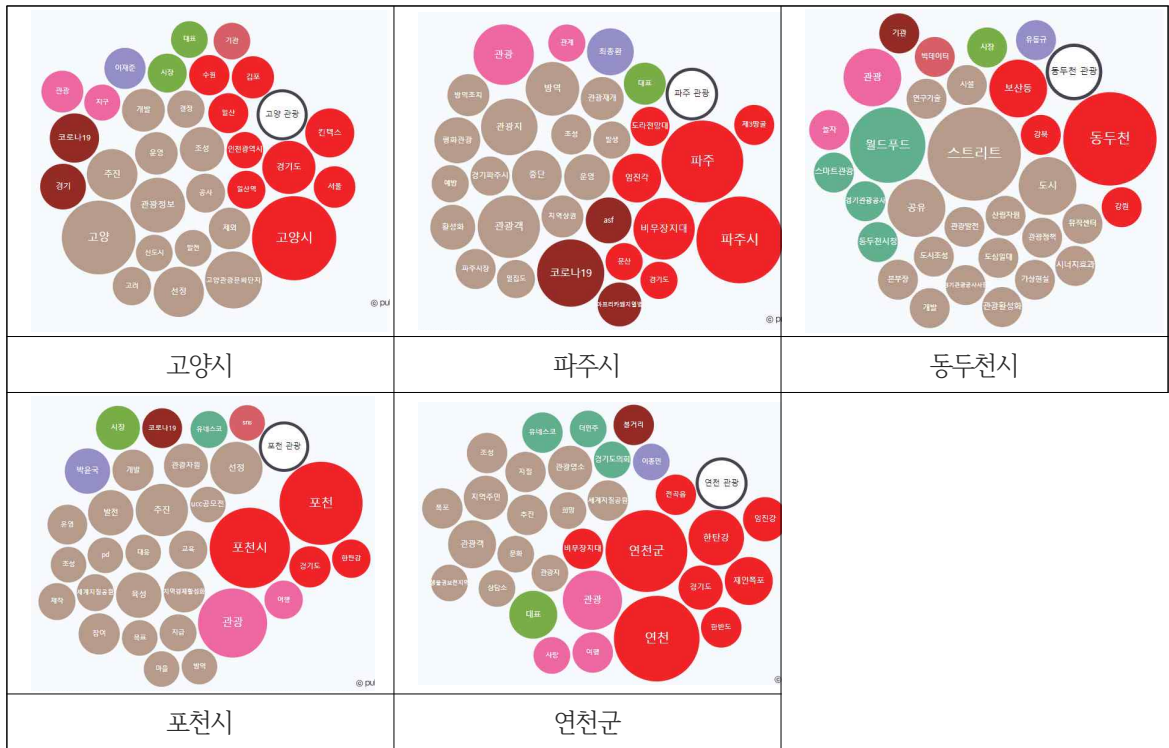
- 관광협의체의 주요 역할은 각 영역에 속한 관광지 모니터링 및 문제점 도출, 협력 방안 모색 등의 역할을 수행해야하며 마케팅, 수용태세, 유니버설 디자인 등 세부 카테고리를 지정해주는 것이 운영하는 하나의 방식이 될 것임
- 관주도의 관광협의체는 일반적으로 연계 관광 프로그램 개발 및 운영, 책자 제작/홍보관 공동운영 등 관광정보 제공, 공동 마케팅 등이 가능하며, 경기도와 경기관광공사 등과의 협업을 통한 사업추진 가능
- 경기북부 관광협의체 역할(예)
 - 기획·거버넌스운영: 광역 연계협력 계획 수립, 공동 사업 기획, 거버넌스 운영
 - 홍보·마케팅: 공동 관광상품 개발, 통합 브랜딩, 마케팅 협력, 공동방문의 해 사업추진, 빅데이터 등 활용 공동시장 분석 등
 - 관광환경 정비 협력: 관광교통체계 협력, 광역 안내체계 협력, 통합품질관리 등
 - 산업생태계 육성: 관광기업 간 협력사업 지원, 대학 등 연계 혁신클러스터 육성
- 지역 협력 포럼(공동 세미나 등) 운영
 - 5개 시·군 대표관광상품 관광홍보마케팅(박람회, 홍보매체 등) 기획 및 운영
 - 5개 시·군 관광인력 육성 아카데미 운영,
 - 5개 시·군 관광세미나 기획 및 운영 등
- 관광협의회의 지속가능성을 위하여서는 공동 관광상품 개발 및 마케팅 역할 외에 시·군이 공동 추진하여야 할 협력사업이 필요

- 경북 동북지방행정협력회: 협력회 공동협력 사업 추진 및 신규사업 발굴을 목적으로 구성되었으며, 2021년 문화체육관광부 웰니스관광 클러스터 구축 공모사업을 공동 추진·선정
- 백두대간권: 백두대간권 4개 시·도 발전공동협의회를 구성하고, 동서남해안 및 내륙권 발전 특별법 근거한 백두대간권 광역연계사업 추진(계획 수립, 초광역사업 공동 추진 등)
- 동해안권: 동해안권 시도지사협의회를 구성하고, 동서남해안 및 내륙권 발전 특별법에 근거한 광역연계사업 추진(계획 수립, 초광역사업 공동 추진 등)

3) 고양, 파주, 동두천, 포천, 연천 홍보마케팅 방안

■ 5개 시·군 연계관광 홍보마케팅 방안

- 경기북부 대표(공동) 관광브랜드 개발이 우선시 되어야 함
 - 관광브랜드는 5개 시·군을 포괄하는 형태로 개발하고, 5개 시·군별 관광이미지 및 특성을 반영한 하위브랜드를 개발하여 경기북부의 공통된 브랜드이미지 전달하는 방안 필요
 - 워드클라우드 분석 결과, 5개 시·군의 관광이슈는 상이한 것으로 나타나 각 시·군의 잠재성 및 매력을 최대한 강조하는 대표(공동) 브랜드 형태가 필요
 - 집계 기간: 2020.8.17.~2021.2.17.
 - 검색어: 고양 관광, 파주 관광, 동두천 관광, 포천 관광, 연천 관광
 - 출처: 펄스케이(PulseK)



- 대표코스를 중심의 하나의 코스라는 연결성을 강조한 공동마케팅 방향성 필요함
- 경기북부 5개 시·군의 경우, 공동 홍보마케팅을 위한 핵심 주제로는 “평화/생태” 중심이 될 필요가 있음
- 대표(공동) 브랜드 개발 후 각 지자체 별 서브 브랜드 선정
 - 예) 고양: MICE, 파주: 평화, 동두천: 월드 또는 스트리트 문화, 포천: 지질관광, 연천: 생태관광 등
- 연계관광 홍보마케팅은 대표코스 구성에 따라 달라지며, 관광지뿐만 아니라 관광자의 스펙트럼도 다양하기 때문에 홍보마케팅의 방식도 스펙트럼을 세분화해서 그에 맞는 전략 수립필요
 - 디지털 마케팅은 10,20대에게는 효과적일 수 있지만 60대에게는 그들에게 보다 효율적인 마케팅 방식이 적용되어야 할 것임
- 농촌 산촌 자원을 활용한 여가관광 홍보

- 경기북부는 산, 강 등의 자연자원이 풍부함. 이를 활용한 캠핑장, 여가활동 등을 주제로 한 홍보마케팅이 중요
- 공동 홍보마케팅 방안수립을 위해 아래와 같은 선결과제가 필요함
 - 1) 우선적으로 5개 시·군의 관광객 실태조사를 실시한 후 문제점 파악
 - 2) 개선방안 도출 후 공동의 마케팅전략 수립하는 것이 필요(현재 5개 시·군의 관광객 행태가 매우 상이).
 - 3) 공동마케팅을 위한 관광객 타켓 시장의 설정이 필요(타켓에 따른 마케팅 방안이 다를 것이며, 이에 국적, 연령대, 성별, 지역 등을 검토)
- 현재 경기북부의 주요 관광객은 교육관광 및 가족단위 관광 수요가 높음으로 이에 따른 마케팅 전략 수립 필요
 - 교육청과의 연계 등을 통하여 교과과정 체험프로그램 운영
 - 가족단위 관광객을 위한 교육관광 코스 및 가이드북 등 개발
 - 교육관광 수요층의 특성을 감안하여 메타버스, AR/VR 등 연계하는 체험형 홍보콘텐츠 도입 필요
- 경기도외 기타 지자체와의 연계 마케팅 추진필요
 - 고양-인천, 동두천-강원 등 주변 지역과의 적극적인 공동 관광마케팅 사업 필요
- 기존 SNS를 활용한 마케팅
 - 경기권은 물론 국내 관광지에 대한 정보탐색은 대부분 인터넷과 SNS를 통해 이루어지고 있는 실정
 - 이에, 경기북부 홍보마케팅 또한 SNS를 중심으로 하고 MZ세대를 대상으로 하는 마케팅 콘텐츠 개발이 필요
- 경기북부 내 명성 있는 기업을 활용한 연계 마케팅
 - 신세계, 롯데 아울렛 등 지역 내 방문객을 대상으로 한 지역 관광지 방문권, 할인권 등 발행을 통한 마케팅
 - 5개 시·군과 주요 여행상품 유통채널과의 파트너십 구축(국내 여행기업, 주요 플랫폼기업 등과의 공동 관광 상품 개발 및 마케팅 협력)
- 치유, 힐링, 웰니스 등을 코로나19 이후 공동마케팅의 핵심 컨셉으로 검토
- ‘서울에서 한 시간, 가볍게 즐길 수 있는 당일관광지’, ‘서울 근교에 소재하며, 역사와 생태가 흐르는 관광지’ 등의 친숙한 이미지 부각필요

V. 정책 제언

1. 영역별 시사점 도출
2. 경기북부 관광협력체계 구축
3. 정책 전략 방안

1. 영역별 시사점 도출

»국내·외 사례, 이해관계자 조사, 전문가 조사를 종합하여 '경기북부 관광자원 연계 및 협력체계 구성'의 방안을 제시함

1) 경기북부 관광환경 진단

- 경기북부 관광객 방문 목적 안보, 평화, 교육관광 우세, 주로 당일 관광객임
- 경기북부 관광객 장기 체류 확대를 위한 관광상품, 프로그램 보완 및 개발 필요
- 대중교통 연계체계 활성화를 통한 관광객 유치 필요
- 관광자원 연계를 통한 통합 관광 콘텐츠 확충 필요(관광자원 간의 연계)
- 관광객 모객 및 관광활성화를 위한 지자체간 협력 및 경기북부 중장기 계획 수립 필요

2) 경기북부 관광자원 분석

- 경기북부 5개시·군 관광자원은 평화·역사 관광자원, 생태·휴양 관광자원, 축제·문화 관광자원으로 구분할 수 있음
- 이러한 관광자원을 연계하여 코스개발, 야간관광상품 개발 등 관광객 체류시간 확대를 위한 관광콘텐츠 개발 및 운영 필요
 - 경기북부의 산, 강 등의 생태·자연자원을 활용한 캠핑밸리 구축
- 지속적인 관광을 위한 연계 관광정책 수행 및 주도적으로 추진할 전담조직 구성 필요

3) 이해관계자 조사

- 경기북부 관광객의 체류시간 확대 및 20~30대의 젊은 층의 관광객 유치 활동 필요
- 2~3개 시·군별 관광자원 연계를 하여 관광상품 개발 하는 것이 효과적임
- 지역에서 가장 필요한 것은 홍보마케팅으로, 관광 협력체계 구성 시 우선시 되어야 할 것은 지역 공동 홍보 마케팅이 필요함
- 관광 협의체 구성 시 초기에는 관 혹은 공공에서 운영이 우선시 되어야 하며, 이후 민간에 이양하는 시스템이 필요

4) 전문가 조사

- 경기북부 관광자원 연계사업을 통한 경기북부권 문화관광 경쟁력 강화 필요
- 경기북부 관광진흥을 위해 관광객 체류시간 확대 및 숙박관광으로의 전환 필요
- 경기북부 대표 관광브랜드 개발 필요
 - 이후, 박람회, 홍보매체를 통한 대표 브랜드, 관광 상품 홍보 마케팅 필요
 - 책자 제작, 홍보관 공동운영 등의 관광정보 제공 필요

- 관광 협의체 구성 시 초기 행정중심의 관 주도 형태로 운영, 장기적으로 민-관이 복합형 형태로 운영하는 것이 제일 바람직하면서, 필요함
- 관광협의체의 역할은 아래와 같음
 - 경기북부 관광 전반의 구체적인 조사 및 빅데이터 자료수집, 분석 등을 통한 경기북부 관광 활성화 전략 도출 필요
 - 연계 투어패스 개발 등 여행 유통채널과 연계한 관광 상품 개발 필요
 - 각 시·군 관광자원 연계를 통한 관광코스, 프로그램 개발 필요
 - 관광세미나, 아카데미 등 정기적 지역협력 포럼 운영 필요

2. 경기북부 관광협력체계 구축

»경기북부 5개 시·군(고양, 파주, 동두천, 포천, 연천)의 평화·역사, 생태·휴양, 축제·문화 관광자원을 활용한 연계관광 활성화를 위한 관광협력체계 네트워크 시스템을 구축하는 것이 필요함

1안) 새로운 협력체계 구성

공공·관 중심의 별도 협의체계 구성

초기. 행정 중심의 공공에서 운영

중장기. 민-관 협력 운영

■ 별도 협의체계 구성

- 관 주도의 운영으로 정책기반 마련, 방향성 제시 등 정책 중심을 잡을 수 있음
- 민간사업자의 수익증대, 공동 홍보·마케팅을 목적으로 설립된 관광협의회는 활동성과가 미비하며, 네트워크 활동의 어려움이 나타남
- 협의체 구성은 단기적인 측면에서 민간의 경우 예산책정 등 행정적인 부담이 큼
- 이에, 행정중심적인 관 주도 형태로 운영하면서 장기적으로 민과 관이 복합형 형태로 운영하는 것이 바람직함
- 관 주도의 운영으로 정책기반 마련, 방향성 제시 등 정책 중심을 잡을 수 있어, 초기 협력체계의 원활한 운영이 가능함
- 대표 지자체를 선정한 지자체 중심으로 운영하며, 타 지자체는 출자 및 협조 형태 등 ex.) 접경지역 시장군수협의회

- 운영인력으로는 행정은 공무원 중심 운영이 조직의 안정성과 지속가능성을 확보할 수 있으며, 장기적으로 민의 역할을 확대하는 방향으로 구성
- 운영예산으로는 5개 지역에서 재정자립도 및 인구 규모를 고려하여, 5개 시·군별로 차등적으로 예산을 책정하는 방향으로 구성
ex.) 경북 동북지방행정협력회(영주, 영양, 봉화, 울진)
- 민간중심의 협의체 구성 시 광역관광사업 등의 공동 추진 한계가 나타나며, 관 주도 협의체 구성 시 민간의 창의성 및 민간차원의 협력사업 누락 등 충분한 기능을 수행하기에 어려움이 나타남. 이에 민-관 주도형 협의체로 구성하는 방안이 필요함
- 민관-주도 협의체 구성 후 협의체 내 분과를 구분하여 구성(광역관광 정책: 공무원 중심, 공동 관광마케팅, 공동 관광상품 개발 등)

• **접경지역시장군수협의회**

- 정의 “강원도 철원군을 포함한 접경지역 기초지방자치단체장으로 구성된 협의체”
- 개설 “접경지역시장군수협의회는 휴전선에 접한 접경지역 강화군, 옹진군, 파주시, 김포시, 연천군, 철원군, 화천군, 양구군, 인제군, 고성군 등 10개 시·군 단체장이 접경지역이라는 특수한 상황이 갖는 지역의 현안과 공동의 문제를 해결하고, 지역민들의 권익과 접경지역의 공동 발전 방안을 모색하기 위한 협의체”
- 목적 “휴전선과 인접한 시·군 지방자치단체 간에 관련된 행정사무의 일부를 공동으로 협의하여 처리함으로써 접경지역의 균형발전과 광역행정의 효율적 추진을 위함”
- 변천 “2007년 10월 18일 철원군청에서 첫모임을 가지며 협의체 구성에 합의. 이후 실무협의회를 통해 협의회 규약을 지방의회와 사전 협의하고, 2008년 4월 29일 창립총회를 개최”
- 현황 “접경지역시장군수협의회는 상대적으로 낙후된 접경지역 주민들의 삶의 질을 제고하기 위해 상호협력하며 접경지역의 균형발전을 위하여 지역 현안을 광역행정으로 대응하고 있다. 2019년에는 하반기 접경지역시장군수협의회 정기회의에서 군사시설보호구역 의무 해제, 대전차 방호벽 철거 비용 분담 협조, 국방 개혁 피해 지역 지방투자 촉진 사업 지원 확대 등 총 13개의 안건을 원안 의결하고 정부에 전달”

• **경북 동북지방행정협력회**

- 매년 4개(영주·영양·봉화·울진)에서 10백만 원씩 부담하여 40백만 원의 예산 편성, 매년 의장 시·군을 선정하여 공동사업 추진
- 일부 부족한 예산은 조례 등의 근거에 기반을 두어 지원받는 방안 검토



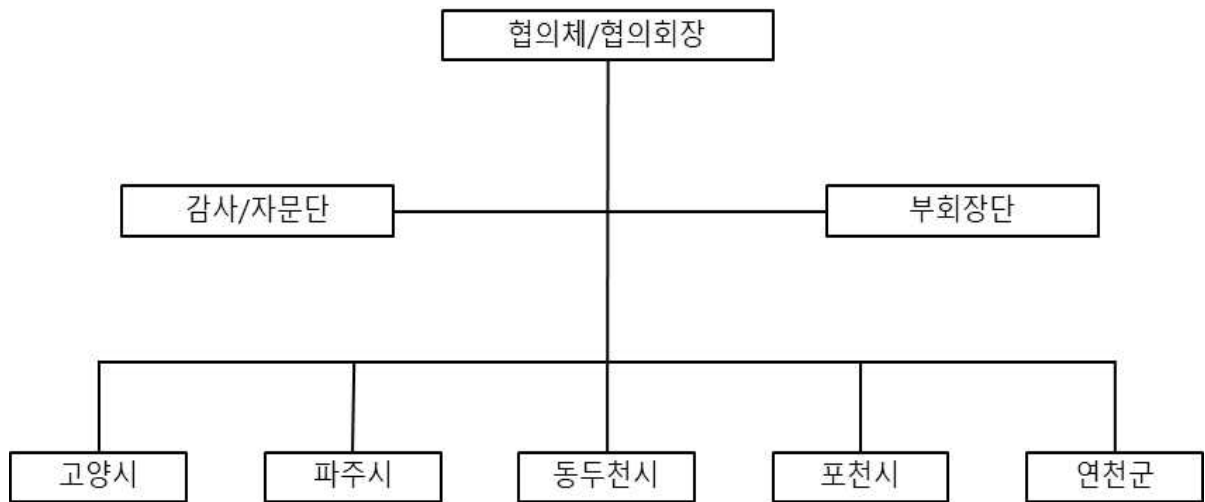
[접경지역시장군수협의회]



[경북 동북지방행정협력회]

자료 : 네이버 지식백과, 접경지역시장군수협의회 [接境地域市場郡守協議會] (한국향토문화전자대전)

- 새로운 조직 구성으로 공공중심의 높은 이해도, 행정 전문가로 운영하는 것이 조직의 안정성 및 지속가능성 확보 가능
- 공공주도의 협력체계 구성 시 협의체장/협의장은 각 회원 지자체의 시장·군수가 역임하며, 감사/자문단, 부회장단을 구성하여, 사업추진에 탄력을 추구함
- 새로운 협력체계를 신설하여 경기북부 관광 활성화를 위한 신설 조직 구성 시 조직(안)은 다음 [그림 V-1]과 같음



[그림 V-1] 경기북부 관광협의체/협의회 조직구성(안)

2안) 경기도 공공기관 활용

경기도 공공기관 대행사업으로 추진

경기관광공사 등 기존 조직을 활용하여 운영

경기도 산하 조직 내 별도 TF 팀 구성하여 경기북부 관광 활성화 추진

■ 위탁운영 방안

- 각 시·군별 관광정책 여건상 이해관계의 복잡성 등 새로운 협력체계 구성에 어려움이 있기 때문에 초기에는 기존 조직인 경기관광공사 대행 사업으로 추진하고 지자체의 연계 협력사업은 경기관광공사에 위탁 운영함

- 경북에서는 북부권 동해안권, 중서부권 관광진흥협의회를 구성하여 권역별 관광진흥 업무를 수행하며, 경상북도 문화관광공사에서 지원, 협력 업무 추진
 - 북부권(안동, 영주, 상주, 문경, 의성, 청송, 영양, 예천, 봉화)
 - 동해안권(포항, 경주, 영천, 영덕, 울진, 울릉)
 - 중서부권(김천, 구미, 경산, 군위, 청도, 고령, 성주, 칠곡)



[경북 북부권 관광진흥협의회의]



[경북 동해안권 관광진흥협의회의]



[경북 중서부권 관광진흥협의회의]



[경상북도문화관광공사]

- 경북 동해안권 관광진흥협의회의 주요 사업
 - 해외 관광홍보 설명회, 해외 관광객 유치 팸투어, 동해안권 관광정보 뉴스레터 제작·발송, 동해안권 테마관광 정보지 제작, 시도 대표 관광상품 벤치마킹, 동해안권 공동 관광열차 상품개발 용역, 동해안권 관광 영상제작·해외 홍보

- 초기에는 기존 조직 경기관광공사 대행사업으로 추진하며, 지자체가 연계협력사업을 경기관광공사에 위탁(대행 사업비 분담 및 사업추진 협력 등) 운영
 ex) 3대문화권 문화생태관광기반조성사업(광역권 개발사업) 추진 과정에서 공공기관(경상북도문화관광공사, 경상북도콘텐츠진흥원, 대구관광부로) 대행을 통해 사업 추진

• 3대문화권 문화생태관광기반조성사업이란?

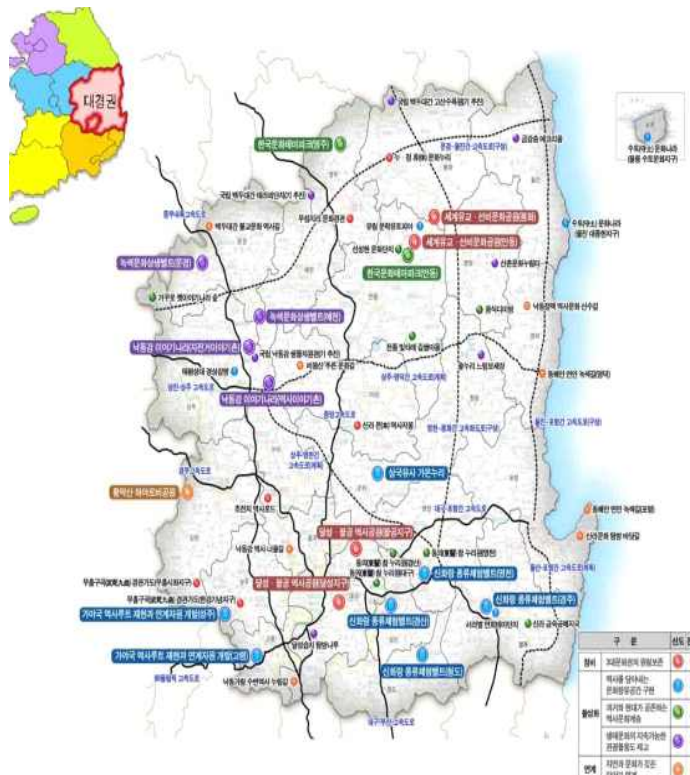
“국가 광역경제권 선도프로젝트의 일환으로서 대경권의 신라·가야·유교 등 역사문화 자원과 낙동강·백두대간권의 친환경 녹색자원의 관광자원화를 통해 지역경제를 활성화하고 국가 관광정책 기조에 부응하는 통합적 관광기반 조성”

• 개요

- 사업 대상지역 : 대구광역시, 경상북도 23개 시·군(10개 시, 13개 군)
- 사업 추진주체 : 문화체육관광부, 환경부, 산림청, 대구광역시, 경상북도
- 사업기간 : 2010~2019년 (10년간)
- 사업내용 : 총 50개 사업 (선도사업 9개, 전략사업 26개, 관광진흥사업 12개, 생태사업 3개)
- 총사업비 : 4조 1,761억원 (국비 2조 1,095억; 지방비 1조 8,174억; 민자 2,492억)

• 3대 문화권 사업 문화·생태 관광기반 조성사업은 총 50개 사업으로 선도사업, 전략사업, 관광진흥사업, 생태사업으로 구분하여 추진

- 선도사업(leading project)은 지역성장을 견인하는 중점사업이며, 전략사업 선도사업을 지원·보완·연계하는 사업
- 관광진흥사업은 지역발전협력체계 구축, 관광상품 개발, 관광기반 조성 등 지역 간 공동연계사업
- 생태관련 3개 사업은 낙동강 생물자원관(상주), 백두대간 고산수목원(봉화)과 현재(2011년) 예비타당성조사를 수행 중인 백두대간 테라피단지(영주·예천)



[3대문화권 조성사업의 위치]

자료 : KDI(2011). 3대문화권 문화생태관광기반 조성사업(총괄요약 보고서)



[그림 V-2] 경기관광공사 내 경기북부 관광활성화 관련 TF 조직 구성(예)

- 경기관광공사 내 새로운 TF팀 설립 혹은 경기북부 관광사업과 밀접한 관계가 있는 DMZ 관광팀 내 TF팀 신설을 통한 경기북부 관광협력 구성

3안) 기존 공공·관 관광사업 활용

기존 문체부, 관광공사 등 관광사업 활용

전문인력(업체) 선정 후 운영

지역 밀접형 관광활성화 추진

■ 테마 10선의 ‘PM’, 관광두레의 ‘관광두레PD’ 등 전문 인력(업체) 선정 후 운영

- 민-관 주도(ex. 테마10선의 PM, 관광두레의 관광두레PD 등 전문 인력/업체 선정 후 운영)의 구성
- 하지만, 관광여건, 지역적 특성의 차이 등 지역마다의 관광산업 생태계 고려 필요

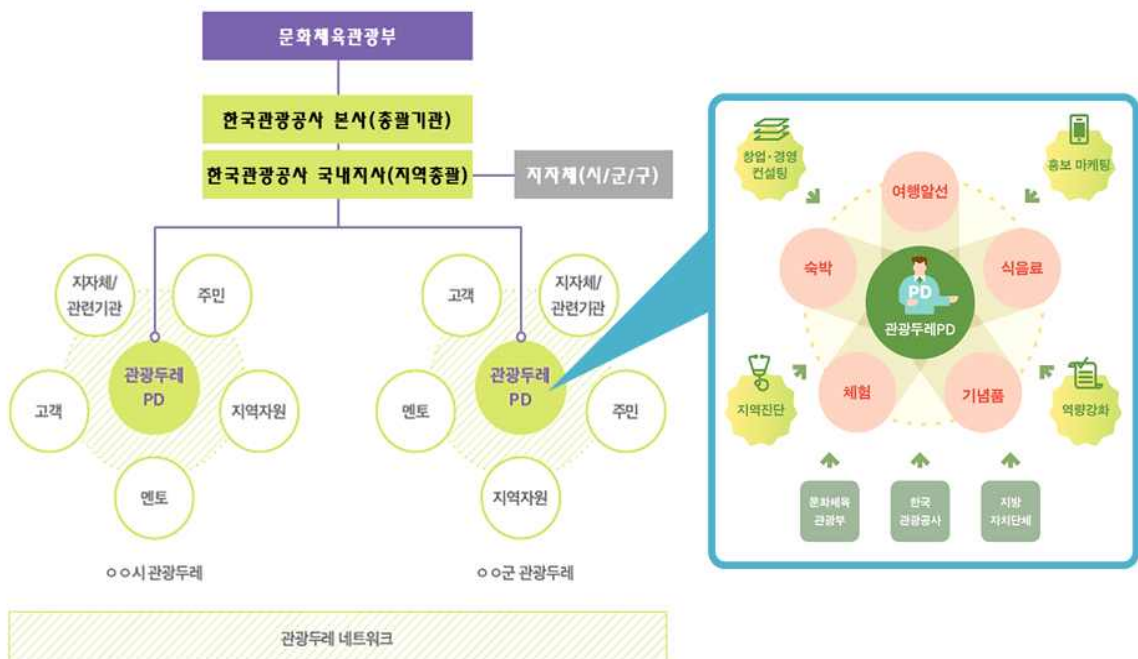
•관광두레

- 주민 공동체 기반의 지속 가능한 관광사업체 창업과 육성
- 지역주민들이 자발적/협력적으로 법인체를 만들어 지역을 방문하는 관광객을 상대로 숙박, 식음, 기념품, 주민여행, 체험 등의 관광사업을 경영하도록 육성

•관광두레PD

- 주민과 함께 관광사업을 꾸려나가는 지역 전문가로 주민조직 발굴, 정보제공, 사업모델 제안 등을 밀착 지원

자료: 한국관광공사(2020), 관광두레의 이해



[그림 V-3] 한국관광공사의 관광두레 운영방식

- 관광의 편익이 지역 내에서 순환하며, 소득과 일자리를 창출하는 지역관광 활성화 사업으로써, 위 [그림 V-3]과 같이 한국관광공사의 관광두레 운영은 각 지역 특성에 맞는 관광정책을 진행할 수 있음
- 관광두레PD의 존재는 지역주민, 지자체, 관을 연결시켜주는 매개체로서 맞춤 컨설팅, 주민주도의 지역공동체 발굴, 지역만의 특색을 살린 관광상품과 서비스 개발에 중심이 됨
- 이러한, 전문 인력, 업체를 활용한 협력체계구축은 지역 내 관계를 확고히 하며, 지역 관광산업 활성화에 받침이 됨

4) 관광협력체계의 장단점

■ 본 연구에 따라 경기북부 관광협력체계 구성은 총 3가지로 도출됨

■ 3가지 구성 방안은 각각의 장단점이 있으며, 내용은 다음과 같음

<p>① 새로운 협력체계 구성</p> <p>공공 관(민-관) 중심의 별도 협력체계 구성</p> <p>② 경기도 공공기관 활용</p> <p>경기관광공사 등 기존 조직 내 TF 팀 신설</p> <p>③ 기존 관(문체부, 한국관광공사 등) 관광사업 활용</p> <p>전문 인력/업체 선정 후 대행 운영</p>

■ 새로운 협력체계 구성

- 관 주도의 운영으로 정책기반 마련, 방향성 제시 등 정책 중심 바탕으로, 관광산업 활성화를 주도적으로 진행가능
- 새로운 조직 구성에 따른 공공중심의 높은 이해도, 조직의 안정성 및 지속성 가능성 확보
- 관 주도형 협력체계 구성 시, 공무원 중심의 업무 부담, 트렌드 파악 등의 어려움이 있음
- 민-관 주도형 협의체 구성 시, 민간의 창의성, 현장성 등 민간의 장점, 공공의 주도성 등을 연계하여 극대화시킬 수 있음

■ 경기도 공공기관 활용

- 경기도 기존 공공기관을 활용함에 있어 운영의 체계화, 자생력 강화, 지역 균형 발전 등 형평성에 맞는 관광정책 실현 가능
- 초기에 경기관광공사 TF신설 등을 통한 대행사업으로 추진하다, 이후 관련 지자체가 연계협력사업을 경기관광공사에 위탁하여 지속성 마련
- 조직 변화에 따른 변동성이 높아, 사업 지속에 대한 어려움이 나타남

■ 기존 관(문체부, 한국관광공사 등) 관광사업 활용

- 공공주도의 사업은 업무부담 및 소통의 문제 등이 나타나며, 이에 중간 매개체 활용에 따른 실용성 확보 가능
- 지역 내 차이, 주민주도의 관광사업 참여를 통한 지역공동체 발굴, 일자리 창출 등 지역 경제 활성화 이바지
- 하지만, 해당 업체/인력의 능력, 의지 등에 사업에 대한 완성도가 변할 수 있는 단점이 나타남
- 관광협력체계 3가지 구성방안의 장단점은 아래 [표 V-1]과 같음
 - 주도성: 사업의 주도성, 행정능력
 - 공동성: 지역, 지역민과의 협력
 - 지속성: 협력체계, 조직의 지속가능성

▶▶ 표 V-1 | 관광협력체계 구성방안의 장단점

구분	주도성	공동성	지속성
공공, 관 중심의 별도 협의체 구성	○	△	○
경기도 공공기관 활용	△	○	△
기존 관 (문체부, 한국관광공사) 관광사업 활용	△	○	●

○: 높음 △: 보통 ●: 낮음

3. 정책 전략 방안

» 경기북부 5개 시·군(고양, 파주, 동두천, 포천, 연천)의 관광협력체계 구성에 있어, 새로운 협력체계 구성하는 「경기북부 문화관광협의체」로 제언하고자 함

가. 추진방향(안)

1) 기본현황

■ 명칭

- 경기북부 문화관광협의체(CTC-NG: The Cultural Tourism Cooperation in North Gyeonggi)

■ 목적

- 경기북부 관광자원 연계사업을 통한 경기북부권 문화관광 경쟁력 강화

■ 회원도시

- 고양시, 파주시, 동두천시, 포천시, 연천군

■ 주요기능

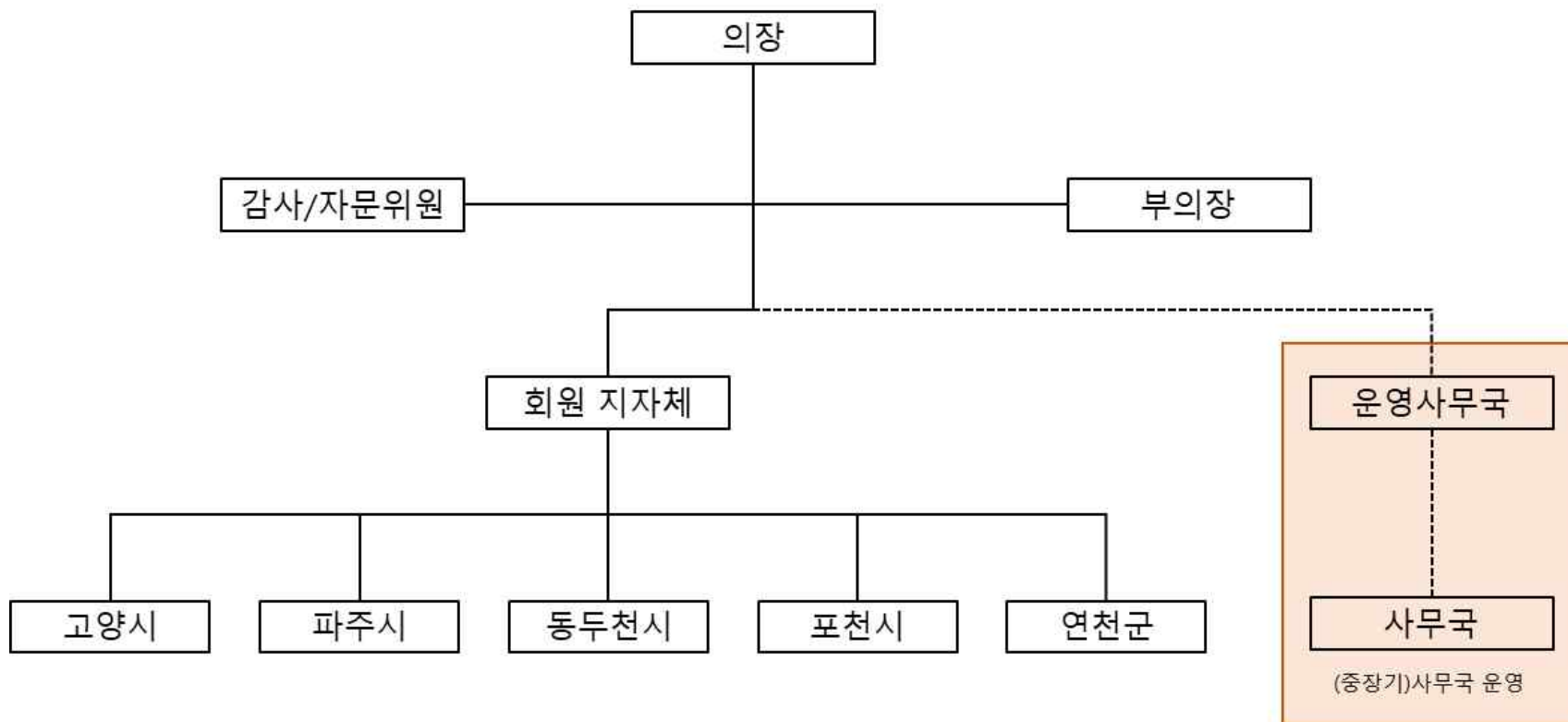
- 경기북부 문화관광 육성에 관한 사항
- 경기북부 문화관광활성화를 위한 관광자원 연계 및 관광사업에 관한 사항
- 경기북부 문화관광 진흥 및 활성화를 위한 대표 브랜드 개발 및 공동 홍보마케팅과 관한 사항
- 그 밖에 협의회에서 필요하다고 인정되는 사항

■ 조직(안)

- (초기)행정중심의 관 주도 형태로 운영
- (중장기)사무국 운영 등 민-관 복합형태 운영
- 행정중심의 관 주도 형태로 운영 이후 협의체 중장기 계획, 조직 운영 방안 등을 통한 민-관 복합형태 운영, 이후 추진사업 독립 추진을 위한 문화관광재단 설립 고려
- 경기북부 문화관광협의체 의장은 회원 지자체 시장·군수로 임기를 정하여 활동하고 감사는 매년 협의체 간사지역을 선출하고, 간사지역 담당자(공무원) 역할 부여
- 운영 인력
 - 행정중심 공무원이 운영하여 초기 조직의 안정성과 지속성을 확보하며, 장기적으로 민간의 역할을 확대하는 방향으로 구성
- 예산
 - 5개 시·군에서 재정자립도 및 인구 규모를 고려하여 5개 지자체별로 예산금액을 차등적으로 책정

CTC-NG: The Cultural Tourism Cooperation in North Gyeonggi

경기북부 문화관광협의체 조직도



[그림 V-4] 경기북부 문화관광협의체 조직도(안)

나. 운영전략

» 경기북부 문화관광협의체 구성에 따른 경기북부 관광 진흥 및 활성화를 위한 문화관광협의체 3대 전략(안) 제언

1) 비전 및 목표

비전	Better tourism for better regions	
목표	경기북부 관광활성화	<ul style="list-style-type: none"> ■ 테마별 관광상품 개발 및 운영 ■ 체류형 관광콘텐츠 확대 ■ 경기북부 캠핑밸리 구축
	경기북부 문화관광벨트화	<ul style="list-style-type: none"> ■ 관광 활성화를 위한 지원제도 개발
	지속가능한 관광생태계	<ul style="list-style-type: none"> ■ 관광 인프라, 플랫폼 확대 개발 ■ 지속적인 협력, 관리체계 구축 ■ 상호 이익을 바탕으로 한 사업지속성 확보
	공동마케팅	<ul style="list-style-type: none"> ■ 지자체 연계 공동마케팅 추진

2) 추진전략 및 방향

추진 전략 및 방향	[전략1] 문화관광자원 연계	<ul style="list-style-type: none"> ■ (ACT1)경기북부 관광자원 연계 콘텐츠 개발·운영 ■ (ACT2)경기북부 캠핑밸리 구축
	[전략2] 관광산업 생태계 육성	<ul style="list-style-type: none"> ■ (ACT3)관광R&D 개발 및 관광위원회 설립 ■ (ACT4)관광산업 기금·펀드 조성
	[전략3] 브랜드 개발 및 공동마케팅	<ul style="list-style-type: none"> ■ (ACT5)대표 브랜드 개발 ■ (ACT6)스마트관광 개발

다. 전략별 추진과제

전략1 문화관광자원 연계

ACT 1. 경기북부 관광자원 연계 콘텐츠 개발 및 운영

ACT 2. 경기북부 캠핑벨리 구축

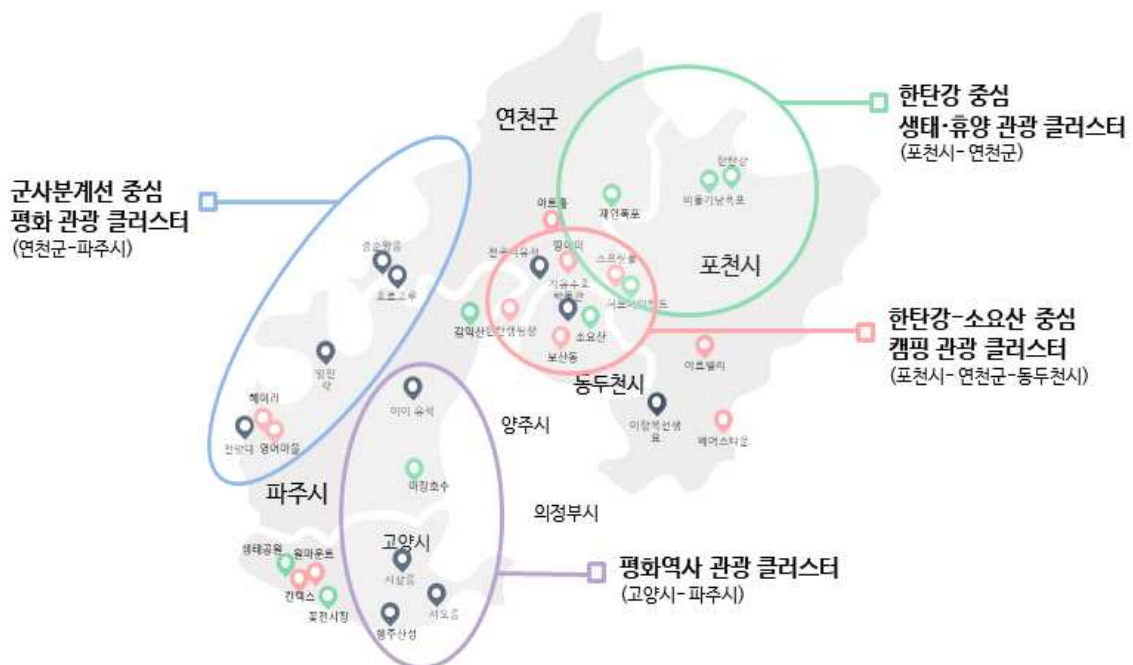
● 사업배경 및 필요성

- 대상 시·군인 고양시, 파주시, 동두천시, 포천시, 연천군의 방문객의 여행 형태는 당일 중심으로 이루어져 있어 체류시간 확대, 숙박 관광 활성화 등을 위한 전략 수립 필요
- 본 연구에서 도출된 5개 시·군의 공통자원을 바탕으로 연계 관광 활성화 및 문화관광 벨트를 위한 실질적 정책 마련 필요

● 실행사업 주요 내용(안)

ACT1. 경기북부 관광자원 연계 콘텐츠 개발·운영

- 경기북부 3대 관광자원인 평화·역사, 생태·휴양, 축제·문화 관광자원 연계 관광 콘텐츠 개발 및 운영 지원



[그림 V-5] 경기북부 연계관광 콘텐츠(안)

■ 평화역사 관광자원 연계

- DMZ의 평화누리길을 연결하는 자전거 코스 개발 및 관광자원화
 - 경기서부 지역과 인접한 평화누리길 4코스~9코스(고양시·파주시)를 중심으로 상품 개발에 소외되어 왔던 관광자원 대상 관광코스 개발
 - 핵심 자전거코스 안내표시 설치 및 안내체계 조성하여 코스 활성화
- 평화·역사 트레킹 코스 개발 및 마라톤 이벤트 개최
 - 경기북부 지역의 평화안보 자원을 이색적으로 체험할 수 있는 트레킹 코스 개발
 - 트레킹 코스 개발의 상시적 운영과 동시에 홍보 및 계절별·규모별 이벤트 육성 및 지원 필요 (예: 마라톤)



자료 : 경기관광공사

[그림 V-6] 평화누리길 코스

- 안보를 주제로 한 관광자원 연계 전략 수립
 - 파주시, 동두천시, 연천군을 중심으로 외국인 대상 안보 관광 상품 개발
 - 외국인 관광객 대상 안보테마 체험 + 명소 + 주제의 체험 관광 상품 구성 및 홍보마케팅 추진
 - 예를 들어, 연천군의 대표 평화안보 관광자원인 제 1땅굴과 121무장공비침투로, 동두천시의 대표 평화안보 관광자원인 자유수호평화박물관, 파주시의 제3땅굴과 판문점을 주요 거점으로 설정하여 외국인 전용 관광안내 리플렛 및 책자 배포

■ 생태·휴양 관광자원 연계

- 한탄강 지질공원, 한탄강 홍수터 중심의 자연생태 관광 및 교육관광(포천, 연천 등)
- 문체부 웰니스 사업과 연계한 경기북부 웰니스 클러스터 개발
 - 문화체육관광부와 한국관광공사는 상품의 발전가능성, 독창성, 친밀성, 지자체 육성이지 등을 평가해 7개의 2021 추천 웰니스 관광지를 선정하고 있음
 - 2021 웰니스 관광지의 주요 테마: 자연·숲치유, 힐링·명상, 한방, 뷰티·스파

■ 축제·문화 관광자원 연계

- 최근 축제는 축제개최장소인 단일지역의 경제적 효과 창출 뿐만 아니라 지역균형 발전을 고려하고 있으며, 축제장의 이원화를 통한 다양한 콘텐츠 도입으로 관광소비지역의 확대와 연계관광을 유도하고 있음(박용민·양희원·송운강, 2016)
- 고양호수예술축제, 파주예술축제, 파주북소리축제, 동두천 락페스티벌 등 각 지역의 대표 문화예술형 축제·이벤트를 연계하여 다양한 경기북부의 문화예술 콘텐츠를 향유할 수 있도록 제공
 - 각 지자체는 대표 문화예술 축제에 참여하여 홍보를 진행하거나 모든 축제에서 공동으로 운영 가능한 대표 프로그램을 개발함
- 5개 시·군 지역축제 방문객 대상 문화 시설 및 쇼핑 관광 지역 할인권 발행
 - 지역 축제 방문객 대상으로 지역 관광지와 쇼핑 및 문화시설 할인권 발행
 - 지역 축제 개최 이전 온라인을 통한 방문 자극 프로모션 진행

☞ ACT2. 경기북부 캠핑밸리 구축

- 캠핑, 차박, 캠크닉 등 최근 몇 년간 시장규모가 기하급수적으로 커지고 있음
- 동두천시의 소요산, 포천시·연천군의 한탄강 캠핑 시설을 활용한 캠핑밸리 구축
 - 체류시간 확대를 위한 캠핑객 대상 야간콘텐츠 및 야행 프로그램 개발
 - 산과 강이 결합된 경기북부의 특성을 활용하여 생태관광 자원을 연계한 콘텐츠 개발
- 서울과의 인접한 위치를 강점으로 내세워 차박 및 장기 숙박 방문객 유도
 - 홍보(방역)키트를 제작하여 코로나19 언택트 캠핑지와 지역 내 관광자원 동시 홍보
 - 각 시설의 QR코드가 삽입된 안내 책자 제작

[사례] 청도시, “캠린이 청도 왔는감”

- 청도군청 캠핑 관광 활성화
 - 경상북도 공모사업에 선정된 캠린이 청도 왔는감 프로그램은 친환경을 주제로 한 캠핑여행 상품임
 - 관광지 연계 투어, 제로웨이스트를 실천하기 위한 목공예 프로그램, 특산물 활용 캠핑 요리 강의 등 다채로운 프로그램으로 구성됨
- 청도군 캠핑장 안내지도
 - 이와 더불어 청도군은 캠핑 관광 활성화를 위한 안내지도를 제작하였으며, 일반 야영장, 글램핑, 오토캠핑장으로 구분하여 장소를 쉽게 찾을 수 있도록 함
 - 등록된 야영장의 QR코드를 삽입해 편리성을 제고함



자료 : 청도군청

전략2 관광산업 생태계 육성

ACT 3. 관광 R&D 개발 및 관광위원회 설립

ACT 4. 관광산업 기금·펀드 조성

● 사업배경 및 필요성

- 관광산업의 지속성장 및 육성을 위한 재원을 확보하는 제도적 뒷받침과 함께 영세한 관광기업에 대한 연구·개발 역할을 수행 할 수 있도록 관광산업 R&D기구 마련 필요
- 경기북부 데이터 허브(hub) 역할을 수행하며, 경기북부 관광정책의 과학적 추진의 근간이 되는 빅데이터 수집하고 분석하기 위한 조직 필요
- 경기북부 미래 관광산업을 추진하고 통합과 조정기능을 강화할 수 있는 위원회, 포럼 필요
- 문화관광산업 육성을 촉진하는 정책금융 역할을 할 수 있는 경기북부 관광기금 설치 및 운용 필요
- 코로나19 등 외부충격 시 대응할 수 있는 경기북부 관광사업체 지원 및 지원체제 구축 필요

● 실행사업 주요 내용(안)

☞ ACT3. 관광 R&D개발 및 관광위원회 설립

- 연구개발, 상품개발 및 브랜딩 등을 지원하는 전담기구 필요

■ 경기북부 관광 R&D기구 신설 및 운영 지원

- 관광업계의 R&D 수요조사를 통해 영세업체의 관광콘텐츠 및 브랜딩 개발, 경영 컨설팅 지원등 경기북부의 관광문제 해결 기구 조직
- 관광기업체와 경기북부 소재 대학의 연계를 바탕으로 수요에 따른 관광 R&D 지원 방향 설정

■ 관광위원회 설립

- 관광생태계혁신을 위한 관련 부처 공무원 등의 정책입안자와 관광산업 실무자들이 소통할 수 있는 ‘(가칭)경기북부 관광혁신위원회’ 구성하여 지역협력 포럼 운영 실시

■ 지역협력 포럼 운영

- 관광인력 육성 아카데미 운영, 관광세미나 기획 및 운영 등 지역 공동포럼 개최 지원
- (가칭)제1회 경기북부 관광활성화를 위한 5개 시·군 공동 포럼 개최 및 운영
 - 경기북부 캠핑밸리 구축의 주제 등 반기 5개 시·군이 순회적으로 부주제를 변경하여 1회씩 개최
- 관광산업 실무자 및 정책관련자들의 지속적인 의사소통 채널 마련 및 각 분야 전문가로 구성된 전문위원을 구성하여 주기적인 회의 진행
- 국내외 추세에 따른 관광산업의 변화에 따라 관광산업 문제점 등 쟁점과제에 대해 관광업계와 전문가, 관광 관련 종사자도 참여하여 정책성과 도출

[사례] 동아시아지방정부관광포럼

- 정기회의 개최를 통한 관광교류 활성화
 - EATOF는 매회 새로운 주제로 아시아 관광 부흥 및 관광교류 활성화를 위한 관광·투자 무역포럼과 상임위원회(실무그룹회의), 지사성장회의를 개최하고 있음
- 글로벌 유스 리더스 교환 프로그램
 - EATOF에 참여하는 지방정부의 대학생들을 초대하여 강원도를 홍보하고 소개하는 교류 프로그램을
- 회원지방정부 공동 홍보 웹사이트, SNS(페이스북, 인스타그램) 운영



자료 : 티티엘뉴스

ACT4. 관광산업 기금·펀드 조성

■ 경기북부 관광진흥기금 조성 및 운용

- 경기북부 관광진흥기금 조례 제정을 통한, 관광사업체 운영자금 지원, 신규 관광시장의 개척, 해외홍보 활동 강화 등 신규 사업지원 실시
- 문화체육관광부에서 운용하는 관광진흥개발기금 운영방식에 한정하지 말고, 경기북부 관광의 정책목표에 맞는 기금의 운영방식 마련

■ 관광산업 맞춤형 육성 지원

- 경기북부 스타트업 역량강화 및 인큐베이팅 창업지원
- 스타트업 시장진입 및 사업화 지원
 - 공모를 통한 사업화 지원, 서비스 고도화 및 온·오프라인 홍보
 - 경기관광콘텐츠 및 서비스 개발 공모전을 시행하고, 공모·오디션 등을 통해 스타트업 선발
 - 콘텐츠 및 서비스 개발에 활용할 수 있도록 경기북부 관광정보 등의 빅데이터 개방, 판로개척 지원, 창업허브 등 사무공간 제공
- 다양한 관광콘텐츠 발굴 및 상품화 지원
 - 경기북부 내 지역 토박이들만 알고 있어 지역 강점을 가질 수 있는 새로운 콘텐츠 자원과 체험 내용에 대한 정보 발굴 및 탑재 지원

전략3 브랜드 개발 및 공동마케팅

ACT 5. 대표 브랜드 개발

ACT 6. 경기북부 스마트관광 개발

● 사업배경 및 필요성

- 경기북부 5개시·군(고양, 파주, 동두천, 포천, 연천)의 협력 및 마케팅 시너지 효과 창출을 위해 브랜드를 개발 필요
- 지역 간 공동마케팅 진행을 통해 온라인 영상 콘텐츠를 제작을 위해 소요되는 인력 및 비용 문제 해결하고자 함
- 브랜드 개발 및 다양한 온오프라인 콘텐츠 제작을 통한 로케이션 명료화 필요

● 실행사업 주요 내용(안)

☞ ACT5. 대표 브랜드 개발

- 경기북부를 대표하는 브랜드 개발하여 공동마케팅을 통한 경기북부 관광 이미지 구축지원
- 경기북부 이미지를 부각함과 동시에 치유, 힐링, 웰니스 등 포스트 코로나와 관련된 핵심 키워드로 선정
 - '잊지 않고 있습니다... 전쟁의 아픔', '다시는 일어나지 않아야 할 비극', '축제와 문화가 즐비한 경기도', '지하철로 떠나는 캠핑' 등 경기북부만의 브랜드 아이덴티티 개발
 - '서울에서 한 시간, 누구나 즐기는 캠핑', '교과서가 한 시간 내에?' 등 수도권 이미지, 친숙한 이미지 부각 등을 통한 슬로건 개발
 - 치유, 힐링, 웰니스 등을 코로나19 이후 공동마케팅의 핵심 컨셉으로 검토
- 대표 브랜드 개발 후 각 시·군별 서브 브랜드 선정
 - 고양: MICE, 한류, 파주: 평화안보, 동두천: World, Peace, Street, 포천-연천: 캠핑메가 등
- 경기북부 안전여행 홍보키트 제작 및 배포
 - 지역 대표 관광지에 브랜드 인증마크 부착 및 홍보물 제작·배포
- 인플루언스(유튜버, 블로거 등)와 콜라보한 브랜드 영상 콘텐츠 제작
 - 각 도시의 특색 및 유명 관광지의 모습을 담은 영상 콘텐츠 제작
 - 신규 관광자원을 중심으로 영상 스토리 구성
 - 제작된 영상은 경기북부 관광 브랜드 광고 및 홍보 자료로 활용

[사례] 경기서부권문화관광협의회

• 통합 키 비주얼

- 경기서부권 7개시 브랜드 슬로건 및 키비주얼을 개발하여 통합 홍보물 제작
- 7개시 브랜드 네이밍 및 이미지를 개발한 슬로건 제작

• 추천여행 코스 리플렛 제작

• 홍보 키트

- 평택호, 평택항, k-55 관광안내소, 정도전사당, 광명동굴, 제부도 및 전곡항 여행스테이션 등 7개시별 자체 배포
- 파우치(1), KF94, 관광안내소, 정도전사당, 광명동굴, 제부도 및 전곡항 여행스테이션 등 7개시 전량 배포



추천여행코스

광명	5.56km/14분	6.02km/20분	
광명동굴	중현박물관	광명전통시장	
부천	6.7km/20분	3.9km/13분	0.9km/3분
부천자연생태공원	부천아트링크B39	웅진플레이도시	한국민화박물관
시흥	4.86km/11분	7.67km/15분	
갯골생태공원	월곶포구	오이도	
안산	23.97km/40분	7.87km/17분	
안산갈대습지	시화호조약발전소	대부해수길	
안성	9.2km/15분	1.5km/25분	
전곡항	제부도	공명항	
김포	11.8km/15분	19.2km/33분	
아라리나라	아트밸리 지오한옥마을	예기봉평화생태공원	
평택	8.67km/15분	11.12km/21분	
평택호관광단지	평택항	해군2함대안보공원	



자료 : 경기관광공사 내부자료

- 대표 관광프로그램과 방문객 특성(성별, 연령)에 맞는 맞춤 마케팅 구축
 - 외국인 대상 김포공항, 서울역, KTX 내 홍보물 발행
 - 10~20대는 디지털 마케팅, 60대 이상은 대중교통, 지하철 내 지면광고 등 진행

ACT6. 경기북부 스마트관광 개발

- 관광객 특성에 따른 스마트기술과 관광자원 접목에 대한 사업 수행

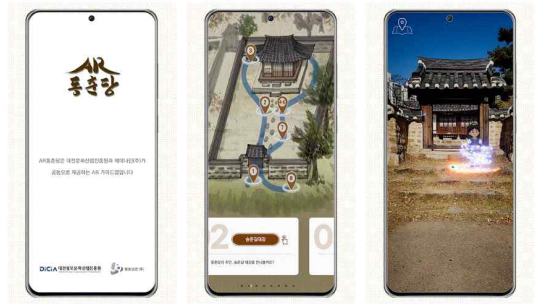
■ 경기북부 투어패스 및 앱(APP)개발

- 투어패스 및 앱(APP)의 기본 기능은 주제별 경기북부관광 종합 안내
 - 지역 및 주제별 안내지도 및 내비게이션 기능 제공
 - 지역해설사의 음성안내가 여행에 동행하는 언택트 도보 안내 서비스 제공

- 경기북부는 풍부한 역사생태자원 및 평화안보자원 등이 집중되어 있어, 교육 목적으로 방문하는 가족단위 관광객이 많이 방문함. 이에 누구나 쉽게 이해, 체험할 수 있는 스마트기술을 활용한 교육관광자원 강화·개발 진행
 - 메타버스와 AR/VR 등 4차 산업 체험 콘텐츠 도입
 - 교육청과 연계를 통한 교과과정 체험프로그램 운영
- 앱(APP) 기반 프로모션 진행
 - 관광지 우수 리뷰(후기) 작성에 따른 사은품 및 기념품을 제공하여 이벤트 참여 활성화
 - GPS를 지원하는 스마트폰 어플리케이션을 활용하여 인증 지점 방문 시 스탬프를 발행하는 등 앱 기반 프로모션을 진행

[사례] 대전관광명소 가이드앱 “동춘당”

- 가이드앱 동춘당
 - (주) 제이앤나와 대전정보문화산업진흥원은 국가지정 문화재 동춘당을 안내 및 소개하는 AR(증강현실) 가이드 앱을 출시함
- AR 안내 서비스
 - 송준길 대감 등 7명의 캐릭터가 동춘당의 역사와 의미를 소개함
 - 동춘당의 건축적 특징(들어열개문, 아궁이 등)을 증강현실로 구현하였으며 한자쓰기와 배례체험 등은 앱을 기반으로 간접 체험이 가능함
 - 동춘당의 내부 모습은 동영상으로 감상 가능함



자료 : 대전정보문화산업진흥원

참고문헌

1. 국내문헌
2. 해외문헌

1. 국내문헌

■ 도서 및 보고서

- 강동한, 이인재(2021). RTO의 조직구조, 조직문화 및 개인역량 간 영향 연구, *Tourism Research*, 46(1), 1-23.
- 강윤희. (2008). 관광자원의 유형에 따라 실버계층이 지각하는 관광의 위험가능성과 위험 결과. 세종대학교 산업경영대학원 석사학위논문.
- 경기관광공사(2019). 2019 경기관광실태 보고서
- 경기연구원(2010). 경기도 관광진흥을 위한 추진체계 구축방안
- 경남발전연구원(2008). 경남지역 관광스토리텔링 활성화 방안
- 고양시정연구원(2019). 고양시 관광산업 구조적 특성 분석 연구
 _____(2020). 고양 관광특구 진흥계획 수립 연구
- 김성태(2012). 관광특구지역의 사회적 자본과 로컬관광거버넌스와의 관계에 관한 연구. 박사학위논문, 한양대학교 대학원.
- 문화체육관광부(2008). 2020 관광레저형 기업도시의 광역관광네트워크 구축을 위한 체류형 통합서비스 기반체계 구축 연구
 _____(2019). 2019외래관광객조사
 _____(2020). 2020국민여행조사보고서
- 박석희(2007). *신관광자원론*(4판). 서울: 일신사
- 연천군(2019). 연천군 농업·농촌 및 식품산업 발전계획(2019~2023)
- 은종환(2013). 공공조직과 민간조직의 직무만족도 비교분석. 석사학위논문. 서울대학교 대학원
- 이익수(2019). 마을 관광협의체가 농촌관광 활성화에 미치는 영향에 대한 비교연구. *한국콘텐츠학회논문지*, 19(1), 187-195.
- 전영한(2009). 공공·민간조직 비교연구 메타분석: Sayre명제의 재검증. *행정논총*. 47(2). 61-93.
- 정홍상, 최승범, 하동현(2017). 광역자치단체장 협의체에 대한 비교연구: 미국, 일본, 한국을 중심으로. *지방행정연구*, 31(2), 33-62.
- 파주시(2019). 제60회 파주통계연보
- 한국관광공사(2020). 관광두레의 이해
 _____(2021). 공사 기획리포트 KTO 포커스-12호
- 한국문화관광연구원(2008). 지역관광파트너십을 위한 지역관광협의체 구성 및 운영 방안
 _____(2009). 관광네트워크 구축을 위한 다지역 관광협력체계 개발
 _____(2019). 2020-2024 한국관광 트렌드 전망
- 한국은행 경기본부(2012). 인접지역과의 연계를 통한 경기북부지역 관광산업 활성화 방안
- KDI(2011). 3대문화권 문화-생태 관광기반 조성사업(총괄요약보고서)

■ 기사 및 온라인 자료

“경산시, ‘경북 중서부권 관광진흥협의회’ 정기회의 개최,” 신아일보, 2014년02월09일, 2021년8월25일 접속, <https://www.newsro.kr/>

“동해안권관광진흥협의회, 해외관광홍보 설명회 등 7개 사업 추진,” 울산매일, 2019년01월30일, 2021년8월25일 접속, <http://www.iusm.co.kr/news/articleView.html?idxno=834086>

“봉화군, 경북북부권 관광진흥협의회 회의 개최,” 경북in뉴스, 2018년09월21일, 2021년8월25일 접속, <http://www.kbin.co.kr/news/articleView.html?idxno=12974>

“접경지역 시장·군수協, 화천서 정기회의,” nate뉴스, 2010년8월31일, 2021년8월25일 접속, <https://news.nate.com/view/20100831n23249?mid=n0404>

“영주, 영양, 봉화, 울진 등 경북 동북지방 행정협력회 출범,” 헤럴드경제, 2020년06월07일, 2021년8월25일 접속, http://biz.heraldcorp.com/village/view.php?ud=202006071229291320070_10

강원도청	www.provin.gangwon.kr
경기관광공사	www.gto.or.kr
경기관광포털	ggtour.or.kr
고령군 관광협의체	www.grta.co.kr
고양시관광협의체	www.goyangtca.or.kr
고양시청	www.goyang.go.kr
관광두레	tourdure.mcst.go.kr
관광지식정보시스템	www.tour.go.kr
관광학개론	zomzom.tistory.com/2287
동두천시청	www.ddc.go.kr
문화재청	www.cha.go.kr
연천군청	www.yeoncheon.go.kr
전라북도청	www.jeonbuk.go.kr
킨텍스	kintex.com
파주시청	www.paju.go.kr
펄스케이	www.pulsek.com
포천시청	www.pocheon.go.kr

2. 해외문헌

■ 온라인 자료

Costa del Sol	www.visitcostadelsol.com
EATOF	www.eatof.org
EATOF facebook	facebook.com/eatof
Romantic Road	www.romanticroadgermany.com
South Australian Tourism Commission	tourism.sa.gov.au
York Country	yorkcountypa.gov

연구진

■ 연구기관 명

연구책임자 : 이 훈 한양대 국제관광대학원 원장

연구원 : 문종효 연구원

연구보조원 : 이소정

■ 경기평화관광연구회

회장 : 김경희 (문화체육관광위원회)

회원 : 고은정 (교육행정위원회)

회원 : 김동철 (문화체육관광위원회)

회원 : 방재율 (보건복지위원회)

회원 : 소영환 (안전행정위원회)

회원 : 손희정 (문화체육관광위원회)

회원 : 오지혜 (기획재정위원회)

회원 : 유상호 (문화체육관광위원회)

회원 : 이 진 (교육기획위원회)

회원 : 이원웅 (경제노동위원회)

회원 : 조성환 (여성가족평생교육위원회)

※ 본 보고서는 한양대학교 산학협력단이 경기도의회의 연구용역 의뢰를 받아 수행한 연구의 결과입니다. 보고서 저작권은 경기도의회에 있으며 보고서의 내용은 연구진의 의견으로 경기도의회의 공식적인 의견과는 다를 수 있음을 알려드립니다.

※ 경기도의회에는 연구단체 연구활동 지원을 위해 토론회(세미나)와 연구용역 예산이 편성되어 있습니다. 경기도의회 의원들의 입법활동 및 다양한 정책개발을 위해 적극 활용하시기 바랍니다.