
도립공원 장춘마을
요식접객업소 활성화 컨설팅 용역
- 최종보고서 -

2017. 06



제 출 문

해남군수 귀하

이 보고서를 [도립공원 장춘마을 요식접객업소 활성화 컨설팅 용역]의 최종보고서로 제출합니다.

2017. 06

연 구 기 관 : 주식회사 남도연구소

대 표	이영은
연구책임자	김상철
수석연구원	김영택
책임연구원	신상국
책임연구원	나용모
선임연구원	정현영
연구보조원	신성호
연구보조원	나승지

<목 차>

제 1장 서론	1
1. 연구의 배경 및 목적	1
1.1.1 연구의 배경	1
1.1.2 연구의 목적	1
2. 연구 범위 및 방법	3
1.2.1 연구범위	3
1.2.2 연구방법	4
1.2.3 연구 수행 체계	6
1.2.4 연구 추진과정	6
제 2장 요식업(접객업)의 개념과 트렌드 변화	7
1. 개념 및 중요성	7
2.1.1 개념	7
2.1.2 요식업의 중요성	14
2. 요식업의 트렌드 변화와 성공요인	17
2.2.1 트렌드 변화	17
2.2.2 관광지 요식업계의 성공요인	17
3. 관광 및 요식접객업 관련 동향	21
2.3.1 세계 음식관광 동향	21
2.3.2 국내 관광 동향	24
제 3장 요식접객업 관련 관광활성화 사례분석	27
1. 국외사례	27

2. 국내사례	38
제 4장 대상지 일반 현황 및 조사	42
1. 대상지 일반현황	42
4.1.1 두륜산 도립공원 개요	42
4.1.2 연혁 및 지구 현황	44
2. 조사개요	48
4.2.1 조사의 목적	48
4.2.2 조사대상 및 표본설계	48
4.3.3 조사내용	48
3. 분석결과	51
4.3.1 요식접객업소 심층인터뷰 결과	51
4.3.2 숙박업소 현장조사 결과	57
4.3.3 방문객 설문조사 결과	61
4. 문제점 도출	74
제 5장 요식접객업소 활성화 방안	77
1. 기본방향 및 목표	77
5.1.1 기본방향	77
5.1.2 발전목표	78
2. 세부 추진과제	80
5.2.1 지역자산의 활용을 통한 가치 창출	80
5.2.2 체감형 관광향유여건 개선	90
5.2.3 지속가능한 성장동력 구현	97
부 록	102

<표 차례>

[표 2.1] 음식관광의 개념 정의	12
[표 2.2] 음식관광의 구성 요소	13
[표 2.3] 관광지 요식업체의 성공 요인	20
[표 2.4] 요식업 활성화를 위한 제안	23
[표 2.5] 숙박관광 패턴변화	24
[표 2.6] 당일관광 패턴 변화	25
[표 3.1] 국가별 사례분석 주요 내용	27
[표 4.1] 두륜산 도립공원 문화자원 현황	43
[표 4.2] 용도지구 현황	45
[표 4.3] 두륜산 도립공원 연도별 방문객 현황 변화	46
[표 4.4] 설문조사 주요 내용	50
[표 5.1] 분야별 관광품질 관리제도	101

<그림 차례>

[그림 1.1] 연구수행체계	6
[그림 2.1] 음식산업의 관광 포트폴리오(예시)	12
[그림 2.2] 관광지 요식업의 기능	15
[그림 4.1] 두륜산 도립공원 연도별 방문객 현황 변화	46
[그림 4.2] 대상지 상부지역	46
[그림 4.3] 하부 식당가	47
[그림 4.4] 진입부 지역	47
[그림 4.5] 방문객 설문조사	61
[그림 4.6] 성별 현황	62
[그림 4.7] 혼인상태	62
[그림 4.8] 방문객 연령	62
[그림 4.9] 교육정도	62
[그림 4.10] 방문객 직업군	63
[그림 4.11] 방문객 거주지	63
[그림 4.12] 방문목적	63
[그림 4.13] 방문지 선택 이유	64
[그림 4.14] 방문지 결정	65
[그림 4.15] 방문지 정보 획득	65
[그림 4.16] 방문 동행자	66
[그림 4.17] 식당 및 음식에 대한 서비스 만족도	67
[그림 4.18] 식당 및 음식에 대한 메뉴 만족도	67
[그림 4.19] 식당 및 음식에 대한 시설 만족도	68
[그림 4.20] 식당 및 음식에 대한 전체 소비자 만족도	69

[그림 4.21] 숙박시설의 서비스 만족도	70
[그림 4.22] 숙박시설 시설 만족도	70
[그림 4.23] 숙박시설에 대한 전체 소비자 만족도	71
[그림 4.24] 재방문 의향	72
[그림 4.25] 타인추천 의향	72
[그림 5.1] 두륜산 도립공원 명품마을 발전목표 및 세부추진전략	78
[그림 5.2] 간이 물놀이 시스템 원리 및 사례	83
[그림 5.3] 나주 금성산 생태 물놀이장	84
[그림 5.4] 관광클러스터 유형별 네트워크화	94
[그림 5.5] 담양군 관광객유치 인센티브 지원 사례(2017년)	100

제 1장 서론

1. 연구의 배경 및 목적

1.1.1 연구의 배경

- **두륜산 도립공원 이미지 형성을 위한 문화 매개체로서의 매력성 부각의 필요성**
 - 세계관광기구(UNWTO)에 따르면 음식은 지역의 브랜드 및 이미지를 형성하는 핵심적인 문화 콘텐츠로서 문화체험 기회를 제공하는 문화 매개체의 기능을 담당
 - 두륜산 도립공원을 방문하는 외부방문객에게 지역의 음식문화 체험기회를 제공하는 중요한 유인 요소로 작용
- **해남군 관광활성화 사업과 연계된 두륜산 도립공원내 상가활성화 방안 필요**
 - 민선 6기 중점추진사업인 '치유음식 개발 특화단지 조성'으로 대흥사권 5개 음식점이 참여하였으나 파급효과가 크지 않은 상황임
 - 숙박업소도 해남군에서 역점적으로 추진하는 '스포츠 마케팅'의 효과로 각종 선수단 중심의 숙박객이 늘고 있으나 관광객 유치에는 한계를 보이고 있음
 - 따라서 두륜산 도립공원 내외의 우수한 자원들 및 향후 추진예정인 사업들과 연계하여 마케팅 전략을 수립하고 이에 부합하는 활성화 방안이 필요함

1.1.2 연구의 목적

- **요식접객업소 활성화를 위한 방향 설정 및 과제 발굴**
 - 이 연구의 목적은 관광산업의 고부가가치화를 위한 대안적 모델로 부각되는 요식접객업(체류형) 활성화를 위한 방향 설정 및 사업 발굴·연계 방안을 제시하는데 있음
 - 연구의 세부목적은 다음과 같음

- 첫째, 지역내 현황분석 및 국내외 사례분석을 통해 두륜산 도립공원내 요식접객업소의 문제점을 극복할 수 있는 방안을 제시함
- 둘째, 요식접객업소 활성화를 통한 관광 수요 창출 및 소비촉진을 유도하기 위한 측면에서 마케팅 전략을 수립
- 셋째, 타지자체와의 비교분석을 통해 해남군내 사업발굴 및 기존 사업과의 연계 방안을 제시
- 넷째, 요식접객업소에 대한 업종별 세부 활성화 방안을 제시

2. 연구 범위 및 방법

1.2.1 연구범위

1) 공간적 범위

- 해남군 삼산면 두륜산 도립공원 명품마을(시설상가) 일원

2) 시간적 범위

- 기준년도 : 2017년
- 목표연도 : 2017년

3) 내용적 범위

- 해남군 및 대상지 여건분석, 대상지 내 요식접객업소 현황분석
- 관광객 만족도 조사
 - 메뉴, 가격, 서비스, 시설 등 주요 분야 만족도 조사
 - 개선 요구사항 등
- 업주 심층 인터뷰
 - 운영 상 문제점, 개선 필요사항
 - 컨설팅 요구사항 등
- 문제점 도출
 - 업종별 주요 문제점 및 개선 시사점 도출
- 활성화 방안 제시
 - 문제점 극복 방안, 마케팅 전략, 세부 활성화 방안 제시
 - 필요 시 관련 전문가 교육 추진(친절, 위생,接客 마인드)

1.2.2 연구방법

- 관련 문헌 고찰 및 통계, 정책 자료에 대한 분석을 통해 요식접객업소 관련 추진 현황을 분석
- 현장조사 및 설문조사 등을 통해 명품마을 요식접객업소의 문제점 및 시사점을 도출
- 전문가 자문 및 국내외 사례분석 등을 통해 문제점에 대한 해결방안을 모색
- 용역사, 요식접객업소 업주, 사업담당자간 정기 회의를 통한 문제해결

■ 현황 및 여건분석

- 지역현황 분석
 - 해남군 및 대상지 주요 현황 분석(입지, 주요 관광지 및 통계분석)
- 도립공원 시설상가 내 요식접객업소 현황 분석
 - 음식점 : 주요 메뉴, 가격, 제공 서비스, 종업원 수, 수용 인원 등
 - 숙박업소 : 가격, 제공 서비스, 종업원 수, 객실 수, 수용 인원, 객실 수준 등
- 국내외 관련 사례 및 문헌조사
 - 요식접객업소 활성화 성공/실패사례 조사
 - 관련 분야 활성화 문헌 조사

■ 관광객 만족도 조사

- 구조화된 설문지를 통해 방문객의 특성 및 만족도 조사
- 방문객 일반 특성 : 인구 통계학적 특성
- 방문 및 관광 형태 : 형태(개인, 가족, 단체 등), 목적, 정보 취득 경로
- 만족도 측정 : 7점 척도로 구성된 만족도 설문
 - 음식점 : 메뉴, 가격, 제공 서비스, 친절도, 청결도, 맛, 차별성 등

- 숙박업소 : 가격, 제공 서비스, 객실 수준, 친절도, 청결도 등
- 기타 개선사항
- 재방문 및 추천의지

■ 업주 심층 인터뷰

- 현재 업소 운영 상 문제점
- 업주가 생각하는 업소 개선 필요사항
- 컨설팅 요구사항 및 기타 요구사항 등

■ 문제점 도출

- 현황 및 여건분석, 관광객 만족도 조사, 업주 심층 인터뷰 등을 통한 제반 문제점 도출
- 도출된 문제점에 따른 시사점 및 마케팅 방향 설정

■ 활성화 방안 제시

- 업종별 도출된 문제점 극복방안
- 업종별 마케팅 전략 제시
- 업종별 세부 활성화 방안 제시
- 연계 활용 가능한 지원 사업/정책 검토

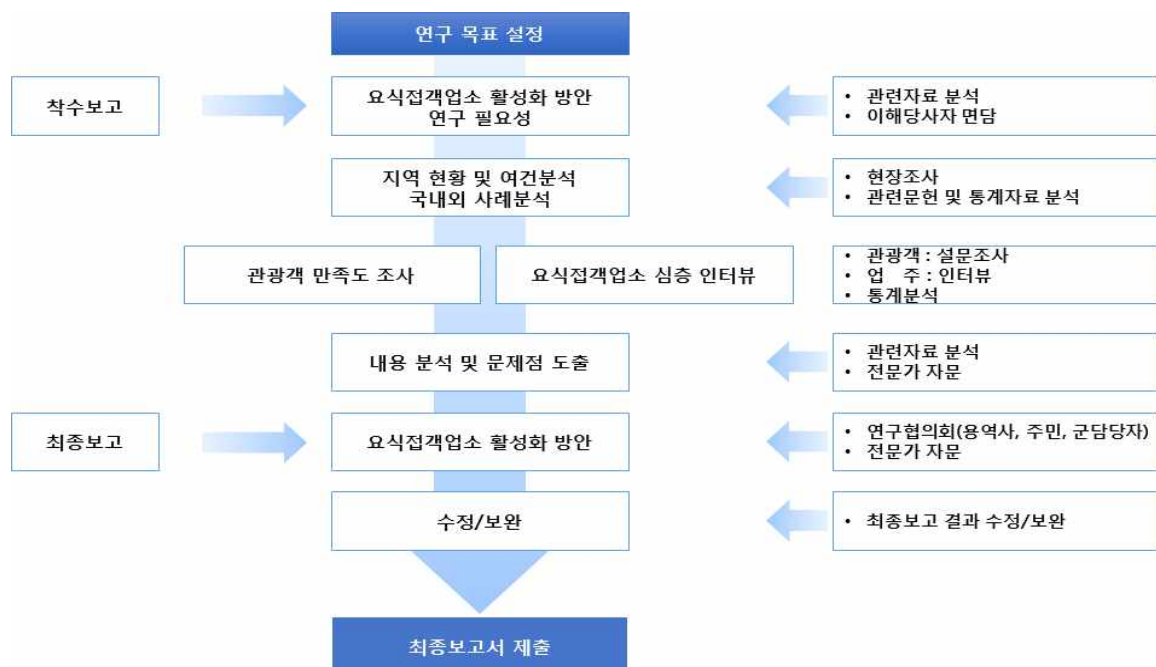
■ 수정/보완

- 최종보고 결과에 대한 요식접객업소의 의견수렴
- 전문가 자문 등을 통해 수정/보완사항 점검

1.2.3 연구 수행 체계

- 주식회사 남도연구소는 연구 수행 전반에 관한 사항을 총괄
- 두륜산 도립공원내 요식접객업소의 업주 참여를 통한 실태조사
 - 지역 특성에 부합하는 활성화 방안 수립
- 관련 분야별 다양한 전문가 집단의 참여를 통한 연구의 전문성 확보
- 체계적인 연구 수행을 위하여 참여 주체별 역할 정립
 - 연구를 수행하는 연구기관은 음식관광 관련 국내외 동향에 관한 종합적 이해를 바탕으로 연구를 진행함
 - 음식관광 활성화를 위한 정책 방안 도출을 위한 현장 전문가 등 의견수렴
 - 지역 현장 관계자를 중심으로 논의를 진행하며, 학계 및 업계 전문가를 대상으로 연구협의회를 실시함

1.2.4 연구 추진과정



[그림 1.1] 연구수행체계

제 2장 요식업(접객업)의 개념과 트렌드 변화

1. 개념 및 중요성

2.1.1 개념

1) 요식업

■ 정의

- [중소·중견기업 기술 로드맵]에서는 요식업을 식당, 주점, 다방 등 접객시설을 갖추고 시설 내에서 직접 소비하도록 음식, 음료 등을 조제하거나 조제된 음식·음료를 구입하여 손님에게 판매하는 식품접객업소로서의 영업활동임. 흔히 혼용되어 쓰이는 외식업은 보다 확장된 개념으로 배달 서비스를 포함한다고 정의
- 한국학중앙연구원에 따르면 식당·주점·다방 등 접객시설을 갖추고 구내에서 직접 소비하도록 음식·음료 등을 조제하여 손님에게 판매하거나, 구입한 조제 음식·음료를 판매하는 식품접객업소로서의 영업활동을 말함
- 「식품위생법」에서는 식품접객업으로 표시하고 있으며, 식품접객업 영업을 하고자 하는 자는 보건복지부령이 정하는 시설기준에 적합한 시설을 갖추어야 한다고 규정하고 있으며, 시설을 갖춘 후 시장·군수 또는 구청장의 영업허가를 받아야 한다고 식품위생법 시행령에 규정

■ 요식업의 유래

- 사람들이 정착생활을 하게 되면서 서로 필요한 물건을 교환 내지 매매하는 시장이 형성됨에 따라 이들 장꾼들을 위하여 음식을 만드는 곳이 생겼으리라 추측
- 더욱이 예로부터 시장이나 큰길가 또는 동네어귀에는 술과 밥을 팔고 나그네에게 잠자리를 제공하던 주박 또는 탄막이라는 것이 있었는데, 이는 원시적인 요식업체가 정착된 것으로 추측

■ 요식업의 역사

- 그러나 확실한 기록으로는 983년(성종 2년)에 성례·낙빈·연령·옥장·영액·희빈이라는 아름다운 이름을 가진 주점을 개설하게 하였다는 기록이 [고려사]에 나타나고 있어, 우리나라 요식업의 역사는 최소한 1,000년이 넘는 것으로 봄
- 19세기 말 개화기에 접어들면서 개항장 등에서 객주회를 중심으로 자본주의의 경제가 싹트면서 상거래관계가 활발해지고 지역간의 왕래가 빈번해짐 따라 숙박 장소로 제공되면 주막이 그 수용능력의 한계로 숙박을 위한 장소인 여인숙과 여관 등이 따라 생기게 됨

■ 현대의 요식업

- 그 동안 요식업은 기본적인 생활욕구충족으로 여겨진 한 수단에서 벗어나지 못하였으나, 1970년대 이후 국가경제발전으로 인한 소득의 증대와 사람들의 기호 변화로 최근에는 외식산업으로 새롭게 인식되고 있으며, 또한 사회가 필요로 하는 문화업종의 한 형태로서의 식당문화로 변화·발전되고 있음
- 우리나라 요식업은 1990년대에서 2010년대에 국민 생활경제와 정부의 적극적인 국민건강 시책의 영향으로 한국을 대표하는 산업으로 급속하게 발전
- 국민생활 경제가 다변화되고 가정중심의 식습관이 직장에서의 식습관으로 바뀌고 중식뿐만 아니라 석식 더 나아가 조식까지도 전부 외식으로 해결

■ 범위

- 요식업 경쟁력 강화서비스는 창업 지원 서비스, 운영 지원 서비스, 폐업 및 업종 전환 지원 서비스를 포함하고, 음식물의 가공 및 가공 음식물의 흐름에 따라 식자재 공급 서비스, 조리 지원 서비스, 주문/배달/판매 지원서비스로 공급망 관점에서 분류 가능함

■ 요식업의 현황

- 개방과 기호 변화에 따라 해외 브랜드의 국내 유입이 현저하게 증가하고 있음
- 종류로는 미국 맥도날드, 버거킹, 일본의 롯데리아 등 햄버거와 미국 펩시코 레스토랑 그룹, KFC, 등의 치킨, 일본의 우동, 미국의 도미노 피자 등의 피자, 일본의 코코스, 미국의 칼슨 그룹의 패밀리 레스토랑 등이 대표적인 사례임
- 또한 우리나라 대기업들이 외식산업에 대거 진출하고 있음

- 1995년 국내 상위 10대 외식브랜드 매출액은 5424억원에 이르며, 점포수는 직영 480점, 가맹점 174점을 합하여 총 654개 점에 이릅니다
- 최근 생활양식이 변하고 식생활양상도 크게 변모되어 외식인구가 증가하게 되었으며, 이에 따라 요식업은 대중화와 함께 고급화가 요청되고 있음

2) 숙박업

■ 개념

- 수수료 및 계약에 의하여 이용자들에게 숙박설비를 제공하는 영업

■ 내용(한국민족문화대백과, 한국학중앙연구원)

- 호텔·여관·여인숙 등이 그 대표적인 것으로, 본래의 기능은 장거리여행자에게 숙식을 제공하는 것이었으나, 경제발전과 국민관광산업의 중요성이 커지면서 더욱 발전
- 우리 나라의 전통적 숙박시설은 그 기능이 조금씩 다르기는 하였지만, 신라시대에는 '역(驛)'이라는 형태로, 고려시대에는 '역'·'객사(客舍)'라는 형태로, 조선시대에는 '역'·'원(院)'·'여각(旅閣)' 또는 '객주(客主)'라고 불리면서 발전
- 뿐만 아니라 장터를 내왕하는 장사꾼이나 나들이를 하는 서민을 위해 길가나 동네 어귀에서 술과 음식을 팔고 나그네를 유숙시키는 '주막'이라는 것도 있었음
- 이러한 초기 숙박업에 관한 사서(史書)의 기록을 보면, 신라 문무왕 때 차득공(車得公)이 지방을 여행하면서 지방 이속(吏屬)의 집에서 유숙하였다는 기록이 <<삼국유사>> 문무왕조에 보이고 있어, 그 당시에 민박과 같은 형태의 숙박시설이 있었음을 알 수 있음
- 숙박제도에 관해서는 <<삼국사기>> 신라본기에 "서방(西方)에 우역(郵驛)을 두고 소사(所司)에 명하여 관도(官道)를 수리하게 하였다."는 최초의 기록
- 1876년(고종 13) 강화도조약 이후 부산 등 개항장을 중심으로 객주 및 여각들의 동업조직인 객주회 등이 구성되어 조합으로서의 기능을 발휘하였고, 영국·프랑스 등 해외열강의 한국진출이 활발해지자 외국인의 숙박은 물론, 직접 외국상품을 거래하는 무역 등의 상업적 기능까지 담당
- 이러한 시기에 서울에는 근대적 여관으로서 추원정(萩園亭) 등 4, 5개가 있었음

며 대부분이 남산 기슭에 있었음

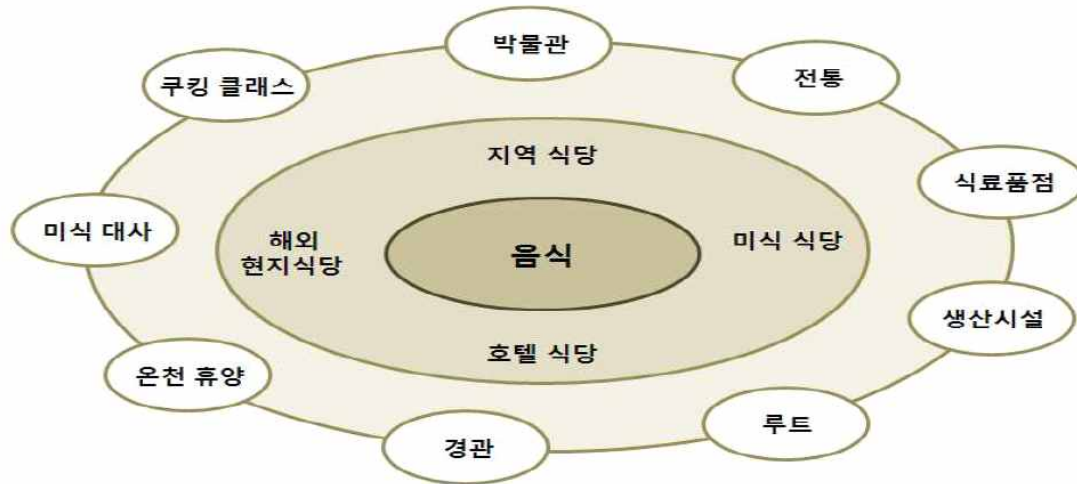
- 1907년경 서울에 있던 1등급 여관은 성관(城館) 외 12개 소, 2등급 여관은 구주관(九州館) 외 12개 소, 3등급 여관은 구분여관(口分旅館) 외 9개 소 등 32개 소가 산재
- 1930년 전후 서울을 중심으로 우리 나라 사람에 의하여 경영되던 100명 이상 수용할 수 있는 여관으로는 제일여관·남선여관(南鮮旅館) 등이 있었음
- 근대호텔로는 1888년에 외국인을 대상으로 한 인천의 대불(大拂)호텔이 최초의 것으로 알려지고 있으며, 서울에 제일 먼저 세워진 양식 호텔은 1902년 독일인 손탁(Sontag)이 정동에 세운 손탁호텔이며, 1909년에는 프랑스인의 소유였던 하남(何南)호텔이 역시 정동에 세워짐
- 1914년에 조선폰텔이 생기고 1936년에는 서구식 형태의 반도호텔이 세워져, 우리 나라 호텔산업의 전환기를 가져옴
- 민영호텔로는 1952년 대원호텔, 1957년 사보이호텔 등이 개관
- 1963년에는 워커힐호텔이 당시 동양 최대의 휴양지 호텔로 문을 열었으며, 1970년대에는 정부의 국민관광진흥책에 따라 관광산업의 발전과 함께 각종 숙박시설이 확충되어왔으며 고급화 추세로 발전
- 한편, 정부에서는 1961년 12월 <숙박업법>을 제정하여 호텔·여관·여인숙·하숙 영업을 허가사항으로 하였고, 1981년 4월에는 법을 개정하여 하숙영업을 삭제하여 자유영업으로 하도록 하였음

3) 유사개념

■ 음식관광

- 음식관광의 등장 배경
 - 관광경험에 대한 수요 다양화, 가처분 소득 및 가용 시간의 확대 등 관광환경 변화가 진행됨에 따라 관광객의 요구가 다변화 됨
 - 특히 관광 목적지에서 깊이 있고 차별적인 경험에 대한 요구도가 증가하면서 미식경험을 포함한 음식관광의 중요성이 부각됨

- 음식관광은 새로운 영역으로 등장하고 있는 분야이며, 관광 소비 규모의 1/3 이상이 음식 분야에 지출되고 있음
- 따라서 음식 체험은 관광 목적지 선택에 있어서 부차적인 동기로서 비중이 증가하고 있으며, 관광 목적지에서 제공되는 음식은 여행 경험의 질적 수준을 제고하는 측면에서 가장 중요한 요소임(UNWTO, 2012)
- 음식관광의 개념 정의
 - 음식관광은 음식관광의 지향 목표, 주요 활동 등을 기준으로 학자에 따라 다양한 관점에서 정의되고 있음
 - Hall과 Sharples(2003)에 따르면 음식관광이란 특색 있는 음식 자원을 보유한 지역을 여행하는 것으로 음식과 관련한 체험 또는 활동이 관광의 주요 동기로 작용하는 것으로 정의함
 - 이는 1.2차 생산지 방문, 미식 축제, 음식 박람회, 이벤트 참석, 농산물 시장, 요리대회 및 시연, 시식 및 음식과 관련된 관광활동을 포함함
 - 이러한 경험적 관광은 실험적인 시도, 타 문화에 대한 이해 제고, 관광 상품 및 그 지역에서 생산 및 소비되는 음식의 특성에 대한 지식을 습득하는 것과 같은 특정 생활양식과 관련됨
 - 따라서 광의의 측면에서 음식관광은 음식을 매개로 한 관광 활동이 특정 관광 목적지를 방문하는 중요한 이유나 동기로 작용하는 경우를 포괄하는 개념임
 - 이러한 관점에서 음식관광은 관광 목적지의 음식을 맛보고 음식과 관련된 활동을 하기 위해 부분 또는 전체적으로 여행을 계획한 관광객을 대상으로 함
 - Halloran과 Deale(2004)는 음식관광이란 새롭게 정의된 틈새시장으로 여행과 음식 및 음료산업의 영향이 교차하는 것으로 관광산업과 음식산업의 융합적 요소를 강조함
 - Shenoy(2005)는 음식관광이란 관광 목적지에서 행하는 관광객들의 음식관련 활동으로 정의하였으며, 여기에서 음식관련 활동이란 식사, 지역 식료품 구입, 독특한 음식 생산지역의 특성 체험 등이 해당됨
 - International Culinary Tourism Association(ICTA)에 따르면 음식관광은 음식을 통해 즐거움을 찾는 것이며, 독특한 음식이벤트, 요리학교, 식료품점 및 레스토랑과 와이너리를 모두 포함한 광범위한 것으로 정의함



[그림 2.1] 음식산업의 관광 포트폴리오(예시)

자료: SETE(2009), Gastronomy in Greek Tourism Marketing을 참고로 연구자 재구성

- 따라서 음식관광은 문화관광의 일부로 고급레스토랑이 아니더라도 방문지역에서의 독특하고 기억할 만한 식도락 경험을 하는 것을 포함함
- Canadian Tourism Commission(CTC)에서는 음식관광을 방문객을 위해서 개발된 다양한 음식과 음료와 지역 음식문화에 관련된 활동으로 정의함
- 음식관광의 범위에 토착민 축제를 포함하여, 농촌관광활동, 요리교실, 주말 농장, 과수원체험, 음식축제, 지역 특산품 구매, 음식/와인/맥주관광, 전통 음식체험, 관광지내 레스토랑에서의 식사, 농산물 직거래장 등을 포함함

[표 2.1] 음식관광의 개념 정의

구분	내용
Hall & Sharples(2003)	음식 자원을 보유한 지역을 여행하는 것으로 음식과 관련한 체험 또는 활동이 관광의 주요 동기로 작용하는 것
Halloran & Deale(2004)	음식관광이란 새롭게 정의된 틈새시장으로 여행과 음식 및 음료 산업의 영향이 교차하는 것
Shenoy(2005)	음식관광이란 관광 목적지에서 행하는 관광객들의 음식관련 활동
International Culinary Tourism Association(ICTA)	음식관광은 음식을 통해 즐거움을 찾는 것이며, 독특한 음식이벤트, 요리학교, 식료품점 및 레스토랑과 와이너리를 모두 포함한 광범위한 것
Canadian Tourism Commission(CTC)	방문객을 위해서 개발된 다양한 음식과 음료와 지역 음식문화에 관련된 활동

○ 음식관광의 구성 요소

- 음식관광의 개념 정의에서 제시한 구성요소를 유형별로 구분하여 살펴보면 전통음식 체험, 음식관련 생산지 방문, 축제·박람회·이벤트 등 행사 참석, 요리학교 및 조리 체험, 식료품점 및 레스토랑 방문 등으로 구분됨

[표 2.2] 음식관광의 구성 요소

구분	내용
Hall & Sharples(2003)	1.2차 생산지 방문, 미식 축제, 음식 박람회, 이벤트 참석, 농산물 시장, 요리대회 및 시연, 시식 및 음식과 관련된 관광활동
Shenoy(2005)	식사, 지역 식료품 구입, 독특한 음식 생산지역의 특성 체험
International Culinary Tourism Association(ICTA)	독특한 음식이벤트, 요리학교, 식료품점 및 레스토랑과 와이너리를 모두 포함한 광범위한 것
Canadian Tourism Commission(CTC)	토착민 축제, 농촌관광활동, 요리교실, 주말농장, 과수원체험, 음식 축제, 지역 특산품 구매, 음식·와인·맥주관광, 전통음식체험, 관광지내 레스토랑에서의 식사, 농산물 직거래장

○ 음식관광객의 개념과 특징

- 음식관광객이란 문화적 소비에 대한 새로운 트렌드에 참여하는 관광객을 의미
- 음식관광객은 음식을 통해서 지역 고유의 속성(authenticity)을 추구하고, 상품의 기원에 대해 관심을 가지며, 사회화, 타인과 인생을 공유하는 공간, 경험을 교환하는 수단으로서 음식의 가치와 중요성을 인식함
- 그들은 평균보다 높은 수준의 지출을 하며, 까다롭고, 감상을 즐기며, 획일화 된 것을 선호하지 않음
- 따라서 음식관광 상품은 차별화 된 특징이나 특색을 보유해야 하며, 고유성을 갖추고 있어야 하며, 이를 확보하지 못했을 경우, 취약하고, 지역화되지 못하여 불순품이 되기 쉬움

■ 미식관광 코스의 개념 정의

- 세계관광기구(UNWTO)에서 정의한 미식관광 코스(gastronomic routes)의 개념은 다음과 같음
- 미식관광 코스는 음식관광 영역에서 가장 발전적인 형태로 일반적으로 브랜드

가 붙여진 테마가 있는 시스템임

- 특정 지역에서 생산되는 특정한 음식, 상품, 요리와 같이 일반적으로 차별화되었거나, 음식의 질, 행사, 활동 등 차별화 된 경험을 할 수 있는 관광상품 혹은 관광지로 구성된 일정으로 정의할 수 있음

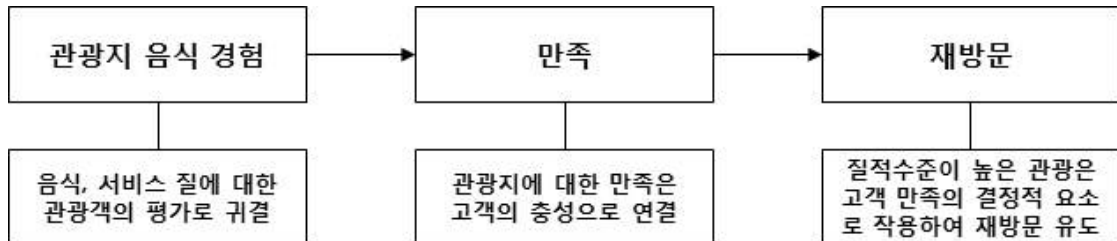
2.1.2 요식업의 중요성

1) 관광 동기적 측면

- 관광 동기는 관광객에게 가치를 배가시켜 주는 상품과 서비스의 설계, 창조를 위한 중요한 개념이며, 소비자 만족과 관련되며 관광객의 의사결정과정을 이해하는 데 중요한 요소로 작용함
- 따라서 관광동기는 신체적·생리적 욕구, 사회·문화적 욕구, 명성에 대한 욕구, 위상, 자아실현의 영향을 받음
- 이는 심미적 상품과 연관된 쾌락적 측면과 실용적·합리적 측면의 동기로 크게 구분할 수 있음
- 첫째, 쾌락적 측면의 동기는 내적 자극 또는 외적 자극으로 심리적·사회적 욕구, 일상으로부터의 탈출이나 가족과의 휴식, 탐험, 사회적 상호작용, 감정적 결합과 같이 자기중심적인 욕구로 인해 관광객이 미식관광지를 여행하도록 이끌어 냄
- 둘째, 실용적·합리적 측면의 동기는 자연·문화적 명소, 행사 및 축제, 관광지에서의 음식과 관련된 경험, 여가·유흥 같은 기회, 가치, 지역주민의 친절, 미식적인 다양함, 접근성 등 관광지 특성이 해당됨

2) 요식업(음식관광)의 중요성

■ 관광지 요식업의 기능



[그림 2.2] 관광지 요식업의 기능

- 음식에 대한 경험은 미식과 관련된 활동이 이루어진 관광지에서 숙박한 후에 음식, 서비스의 질에 대한 관광객의 평가로 귀결되며, 관광객이 경험한 특정한 관광지나 시설에 대한 가치는 다차원적으로 나타남
- 경험 후의 만족도는 관광지의 상품과 서비스의 효율성이나 성과를 가늠하는 중요한 지표가 되며, 관광지에 대한 만족은 고객의 충성으로 이어지며, 더 높은 수준의 의도를 동반한 재방문으로 이어짐
- 질적 수준이 높은 미식경험은 관광객이 경험한 것에 대해 지속적인 기억을 생산해 내기 때문에 고객만족의 결정적 요소가 됨
- 관광지의 경험에 대한 소비자의 기대에 따르면, 충성도·충실도의 수준을 예측할 수 있고 그것이 재구매로 이어지며, 성공여부는 경험을 한 관광객의 재방문에 달려있음
- 관광을 통해 경험한 축제 분위기, 휴양, 비슷한 관심사를 가진 사람들과의 사회적 상호작용은 관광객에게 좋은 경험을 공유하게 함

■ 관광지 요식업의 중요성

- 음식을 기반으로 한 관광(미식관광)은 성장단계에 있는 세계적인 현상으로 관광객이 지역음식 뿐만 아니라 그것의 기원, 생산과정에 대해서도 알고자 하기 때문에 경제, 고용, 지역 유산에 긍정적인 영향을 미침
- 미식관광은 아직 소수의 관광객에 의해 행해지지만, 관광의 주요한 동기로서 확대될 것이라는 잠재력을 가지고 있으며, 이는 질 높은 수준의 상품에 대해 대규모 지출을 동반한 매우 엄선된 부류의 관광객 유인책임

- 마지막으로 미식관광 개발은 관광지에 대한 일반적인 인식 개선에도 기여함

■ 음식관광의 파급 효과

- 미식관광 코스는 다른 역사적 관광지에 대한 정보도 제공하여 그 지역의 경제를 활성화하는 기능을 함
- 미식관광 코스는 다양한 유형의 관광명소와 결합하여 패키지 형태로 제공되기 때문에 관광객의 체류 기간을 연장할 수 있도록 유도함
- 미식관광 코스가 정착되기 위한 발전 과정은 다음과 같음
 - 미식유산 활성화 → 음식관광으로 변환 → 음식자원을 매개로 새롭고 다양한 깊이 있는 경험 추구 → 경쟁에서 차별화
- 미식관광 코스 개발을 위한 전제 조건은 다음과 같음
 - 첫째, 미식이 중심이 된 여행의 동기를 강화시키기 위한 창조나 가치제안은 지속가능성 원칙과 관행에 의해 뒷받침되어야 함
 - 둘째, 미식관광 코스 개발을 위한 추진 체계는 효율적인 민·관 협력시스템으로 조직화되어야 함
 - 두 가지 전제 조건은 불가분의 관계에 있으며, 지역 고용 향상과 파급력이 미치는 지역 내에서 새로운 활동 증진 등으로 식당 및 음식 산업 등 직접적인 공급자뿐만 아니라 관광산업의 간접적인 연관 부문에도 긍정적인 영향을 미침

2. 요식업의 트렌드 변화와 성공요인

2.2.1 트렌드 변화

- 최근의 관광산업 환경은 세계화와 지역 자원에 대한 깊이 있는 경험이 동시에 진행됨
- 따라서 관광 목적지는 강화된 경쟁력을 유지해야 하고 관광시장을 확보하기 위해서 지속적인 노력을 기울여야 하며, 역동적이고 복잡해지는 환경에 대한 대응력을 강화하고 있음
- 세계적으로 개방화 추세가 가속화 되고 있으나 관광객은 특정 지역의 정체성과 문화에 기반한 여행 경험을 추구함
- 이러한 관점에서 음식을 통한 체험은 그 지역의 문화와 생활양식을 파악하는 데 중요한 요소로 작용함
- 미식에는 문화와 전통에 대한 존중, 건강한 생활방식, 진정성, 지속가능성, 경험 등 관광산업의 모든 전통적 가치와 새로운 트렌드가 연관되어 있음
- 미식은 관광산업을 재활성화하고 다양화하는 기회를 대표하며, 지역경제발전을 증진시키고, 생산자, 셰프, 시장 등 전문적인 요소를 포함하며, 주요 부문에 새롭게 이용하도록 유도함
- 관광 목적지를 선택하는 과정에서 미식의 주도적인 역할과 관광 소비는 질높은 수준의 지역 관광상품과 음식관광 시장의 통합을 기반으로 한 미식공급의 성장을 가져옴

2.2.2 관광지 요식업계의 성공요인

- 음식관광 산업은 세계적으로 성장세가 뚜렷하며, 관광시장 중에서 가장 역동적인 잠재력을 보유한 분야임
- 세계관광기구(UNWTO)에서는 음식관광의 성공 요인을 일곱 가지로 구분하여 제시하였으며, 구체적인 내용은 다음과 같음

- 음식관광의 성공 요인은 지역, 상품, 문화유산, 지속가능성, 질, 커뮤니케이션, 협력으로 구분할 수 있음

■ 지역

- 지역은 음식 제공에 있어서 중추적인 역할을 하며, 타 지역과 차별화를 위한 요소로서 지역 정체성의 근원이 됨
- 이는 환경 및 경관으로서의 가치, 역사, 문화, 전통, 전원지대 등 그 지역의 전통 음식을 포함하며, 지역을 음식 경관으로 전환하는 것이 지역이 안고 있는 과제임

■ 상품

- 상품은 음식관광의 기본적인 요소로서 음식관광 활성화를 위해서는 특정 지역의 문화 자원과 자연 자원을 그 지역의 정체성을 확립시키는 관광상품으로 전환하는 것이 중요한 요소임

■ 문화유산

- 문화는 사회를 형성하는 행동, 지식, 관습의 총체이며, 소속감을 기반으로 하는 특징이 있음
- 음식관광 상품 구성 및 사업화를 성공시키기 위해서는 지역의 문화적 특성에 대한 고려가 필요함
- 음식관광은 관광객이 테이스팅, 경험, 구매를 통해서 관광지의 역사.문화적 유산에 접근할 수 있도록 유도함
- 여기에서 역사.문화적 경험은 단순히 관조하는 수준이 아니라 적극적으로 참여하는 방식을 의미함
- 음식과 관련된 전통은 지속적인 진화과정에 있으며, 음식관광객으로 대표되는 문화적 소비자의 요구에 대한 대응력을 강화해야 함

■ 지속가능성

- 음식관광 활성화를 위해서는 음식자원의 개발에 있어서 지속가능한 가치를 지향해야 함

- 음식자원을 단순히 관광화하는 것이 아니라, 음식관광에 관한 새로운 공급을 창출하거나 현 영역의 외연을 확장할 필요가 있음
- 관광객 유치를 위해서 많은 것을 만드는 것보다 지역의 전통음식, 지역 생산품, 제반 서비스, 주변과 연계된 관광체험 등을 연계하고, 고품질의 안내 서비스에 따라 지역 고유의 문화를 체험할 수 있도록 함

■ 질적 수준

- 음식관광을 홍보하는 관광목적지는 질적 수준을 제고하기 위한 측면에서 다양한 노력을 기울일 필요가 있음
- 지역 생산품의 보존 및 인지, 경쟁력 있는 상품 개발, 교육을 통한 음식관광 가치사슬 전망에 관한 인적자원의 전문성 확보, 방문객의 만족을 제고하기 위한 소비자 보호와 수용에 대한 고려가 이루어져야 함

■ 커뮤니케이션

- 음식관광 활성화를 위해서는 관광목적지에서 음식관광에 관한 수준 높은 안내 서비스가 제공되어야 함
- 관광수요가 다양화, 다변화 되면서 관광객이 관광목적지에서 체류하는 기간뿐만 아니라 사전에 여행을 준비하는 단계에서 관련 정보를 수집하고 비교 분석하는 패턴으로 변화함
- 관광객이 관광목적지에서 경험한 것은 관광 후에 사회적 관계를 통해서 평가하고 공유함으로써 완료됨
- 그러한 과정에서 재방문을 유도하기 위한 동기는 셰프, 언론매체, 관광 가이드, 음식 관련 블로그 및 소셜네트워크로 관광지의 이미지를 구축함
- 따라서 음식관광과 관련된 여행 전 단계, 여행, 사후단계 등 모든 경로와 과정을 고려한 접근이 이루어질 필요가 있음

■ 협력

- 음식과 관련한 생산자, 농업인, 목장주, 어업인, 셰프, 레스토랑 경영인, 공공 행정가, 호텔리어 등 주요 행위자에게 음식관광 상품 공급과 관련된 영역에서 역할을 할 수 있도록 협력체계를 구축하는 것이 요구됨

[표 2.3] 관광지 요식업체의 성공 요인

요인	내용
지역	지역은 음식 제공의 중추적인 역할을 하며, 타 지역과 차별화를 위한 요소로서 지역 정체성을 확보
상품	특정 지역의 문화자원과 자연자원을 그 지역의 정체성을 확립시키는 관광상품으로 전환
문화유산	음식관광 상품 구성 및 사업화를 성공시키기 위해서는 지역의 문화적 특성에 대한 고려 필요
지속가능성	음식자원의 개발에 있어서 지속가능한 가치 지향
질적 수준	지역 생산품의 보전, 인적자원의 전문성 확보 등 음식관광 목적지의 질적 수준 제고
커뮤니케이션	관광목적지에서 음식관광에 관한 수준 높은 안내 서비스 제공
협력	음식산업과 관련한 주요 행위자간 협력체계 구축

자료: UNWTO(2012), Global Report on Food Tourism

3. 관광 및 요식접객업 관련 동향

2.3.1 세계 음식관광 동향

1) 조사개요

- 세계관광기구(UNWTO)에서 'Global report on food tourism'발행과 관련해 UNWTO 회원사를 대상으로 음식관광에 관한 조사를 실시함
- 조사 항목은 음식관광 전략, 음식 문화, 관광상품, 마케팅 및 프로모션, 시장, 협력, 경제력 파급력, 주요 권고사항 등으로 구분됨
- 조사 대상은 UNWTO 회원사 중 음식관광과 관련하여 NTO, 컨설턴트 등 다양한 분야를 대상으로 함

2) 조사결과

■ 전략

- 세계관광기구(UNWTO)의 조사 결과에 따르면, 관광목적지의 브랜드와 이미지를 정의하는 데 있어서 음식을 전략적인 요소로 인식하는 비중이 88.2%에 이름
- 이에 반해서 음식 브랜드를 보유하고 있다고 응답한 비중은 67.6%이며, 조사 대상 중 32.3%는 음식 브랜드를 보유하지 못한 것으로 인식하고 있는 것으로 나타남
- 이러한 조사 결과는 향후 성장 가능성을 보유한 음식관광 분야에 대한 정책적 접근이 이루어져야 함을 시사함

■ 음식문화

- 관광지의 음식문화 요소 중에서 홍보캠페인으로서 중요한 역할을 해야 하는 것에 대해, 대다수의 응답자가 질, 다양성, 지역 음식 등을 언급함
- 여기에 부가된 가치로서 유네스코 세계유산 리스트, 건강을 고려한 조리, 지속가능성, 다문화주의와 같은 넓은 개념을 내포함
- 또한 전통과 혁신이 결합된 세계적인 요리로서 그 지역에 확실한 기반을 둔 지

중해식, 오리엔탈, 에스닉 등의 레스토랑을 공급하는 것에 대한 중요성을 강조함

■ 관광상품

- 음식관광 상품과 관련하여 응답자의 79%가 음식행사의 중요성을 인식하였으며, 음식 경로, 요리수업(cooking classes), 워크숍이 응답자의 62%, 지역생산물, 음식 박람회가 59%, 시장 및 생산자 방문이 53%, 박물관 23%, 프레젠테이션이 6%를 차지함

■ 마케팅 및 프로모션

- UNWTO 회원사 중 68%가 음식관광에 기반한 마케팅 및 홍보 활동을 수행하고 있는 것으로 나타났으며, 가장 많이 이용한 마케팅 및 홍보 수단은 다음과 같음
- 주요 홍보 수단으로는 행사 조직 91%, 브로슈어·광고 제작 82%, 음식관광 웹사이트 구축 78%, 관광가이드 61%, 블로그 43%, 언론인 및 관광업자 대상의 팸투어 13%, 소셜네트워크 4% 순으로 나타남

■ 시장

- 최근 음식관광의 동향은 지역적인 현상으로 음식관광 상품 마케팅의 최우선 순위는 지역시장이며 그 다음은 국내 시장, 국제시장 순으로 나타남

■ 협력

- 관광지에서 관광산업 부문과 지역의 생산자, 레스토랑 경영자, 시장 등 음식관련 행위자간 협력의 존재에 관한 질문에 대한 일반적인 견해는, 구체적인 마케팅 활동단계에서 협력이 존재하는 것으로 나타남
- 그러나 지역 레스토랑의 경우, 최근 관광산업 개발 및 홍보를 위한 안정적인 협력기구가 존재하지 않으며, 응답자의 37.5%가 협력이 존재하지 않거나 중요하지 않은 것으로 인식함

■ 경제적 파급력

- 관광지에서 음식관광의 경제적 파급력에 관한 조사 결과, 조사에 참여한 대부분의 기관은 음식관광의 경제적 파급력에 대해 체계적인 분석이 이루어지지 않은 것으로 응답함
- 그러나 관광수입에서 음식분야의 비중이 약 30%로 매우 중요한 분야로 인식하

며, 실제로 관광지에 미치는 경제력 영향력이 큼

■ 주요 제안

[표 2.4] 요식업 활성화를 위한 제안

요인	내용
음식관광 개발	<ul style="list-style-type: none"> 음식관광 개발에 있어 지역 생산품 및 특정지역 음식의 질, 다양성, 독특함을 잘 표현하는 전략적인 수단을 사용해야 함 . 특정 지역에 거주하는 것 같은 경험의 진실성이 있는 관광상품 제공은 반드시 문화적 정체성, 지속가능성, 관광산업 상품 및 서비스의 질, 소비자 보호의 가치에 기반해야 함
마케팅 및 홍보	<ul style="list-style-type: none"> 관광지의 브랜드와 이미지를 구축하기 위한 전략으로서 음식을 체험하는 기회 제공의 중요성을 고려한 홍보가 필요함 . 구체적으로 그 지역의 셰프를 동반하거나 신뢰성 있는 음식분야 전문 가이드 등 신뢰성 있는 홍보 수단 개발, 행사 조직, 언론 및 인터넷, 소셜네트워크 이용 등이 해당됨
개념화 및 상품제공과 홍보	<ul style="list-style-type: none"> 음식관광과 관련한 지역 차원의 주요 주체간 네트워크를 기반으로 한 음식관광 가치사슬의 협력기제 구축이 중요함

- 음식관광 관련 정책 방향 및 홍보와 관련한 정책적 제언은 다음과 같음
- 첫째, 음식관광 개발에 있어 지역 생산품 및 특정지역 음식의 질, 다양성, 독특함을 잘 표현하는 전략적인 수단을 사용해야 함
 - 특정 지역에 거주하는 것 같은 경험의 진실성이 있는 관광상품 제공은 반드시 문화적 정체성, 지속가능성, 관광산업 상품 및 서비스의 질, 소비자 보호의 가치를 기반으로 해야 함
 - 또한 관광시장의 경쟁 관계가 심화되고 있는 상황에서는 시장에 관한 지식이 효율적인 전략의 한 축이 되어야 함
 - 그러므로 음식관광 가이드라인 등 안내서를 개발하기 위한 계획과 음식관광 상품 생산이 우선적으로 이루어져야 함
- 둘째, 마케팅 및 홍보 분야에서 관광지의 브랜드와 이미지를 구축하기 위한 전략으로 음식을 체험하는 기회 제공의 중요성을 고려한 홍보가 필요함
 - 구체적으로 그 지역의 셰프를 동반하거나 신뢰성 있는 음식분야 전문 가이드

등 신뢰성 있는 홍보 수단 개발, 행사 조직, 언론 및 인터넷, 소셜네트워크 이용 등이 해당됨

- 셋째, 개념화 및 상품제공과 홍보 측면에서 생산자, 어업인, 시장, 어시장, 레스토랑, 호텔, 여행업자, 공공행정 등 지역 차원의 주요 주체간 네트워크를 기반으로 한 음식관광 가치사슬의 협력기제 구축의 중요성을 강조함

2.3.2 국내 관광 동향

1) 숙박관광의 패턴 변화

- 국민여행실태조사에 따르면, 숙박관광 여행행태가 휴식 및 휴양 중심의 패턴에서 체험, 축제참가, 식도락관광 등으로 다양해진 것으로 나타남
- 음식관광에 대한 비중은 2009년 8.1%에서 2012년도 15.2%로 증가함

[표 2.5] 숙박관광 패턴변화

구분	2009	2010	2011	2012
자연 및 풍경감상	28.2	30.8	30.1	29.6
휴식/휴양	37.2	36.7	19.0	19.3
음식관광	8.1	9.6	15.6	15.2
야외 위락 및 스포츠 활동	5.4	4.8	7.9	9.5
테마파크, 놀이시설, 동식물원 방문	5.2	3.8	5.4	4.7
역사유적지 방문	5.5	4.8	4.4	4.7
가족/친지/친구 방문	-	-	3.3	2.6
온천/스파(건강 및 보양)	1.9	2.3	2.5	2.4
지역 문화예술/공연/전시시설 관람	0.9	0.9	2.4	2.7
쇼핑	1.2	0.8	1.6	1.9
지역축제참가(이벤트 참가)	1.5	0.9	1.1	1.9

자료 : 문화체육관광부. [국민여행실태조사], 각 연도

2) 당일관광 패턴 변화

- 연도별 당일 관광 여행의 주요 활동을 살펴보면, 야외 위락 및 스포츠 활동, 식

도락관광에 대한 비중이 지속적으로 증가하고 있음

- 음식관광에 대한 비중은 2009년 9.9%에서 2011년도 20.8%로 증가함

[표 2.6] 당일관광 패턴 변화

구분	2009	2010	2011	2012
자연 및 풍경감상	27.7	29.5	31.9	31.5
휴식/휴양	33.6	31.9	12.0	13.5
음식관광	9.9	12.7	20.8	19.1
야외 위락 및 스포츠 활동	4.0	4.3	8.5	9.3
테마파크, 놀이시설, 동식물원 방문	5.1	5.4	5.7	4.9
역사유적지 방문	5.5	4.3	4.8	4.1
지역 문화예술/공연/전시시설 관람	1.3	1.1	2.7	3.7
쇼핑	1.9	2.1	1.7	2.2
지역축제참가(이벤트 참가)	2.3	2.1	1.9	3.9
종교/성지순례	2.2	1.5	2.0	2.0

자료 : 문화체육관광부, [국민여행실태조사], 각 연도

3) 관광정책 구성요소의 변화

■ 관광수용태세 : 빅(big) 수용태세에서 스마트(smart) 수용태세로 전환

- 과거 관광정책은 급증하는 관광수요에 대응하고, 외래관광객을 적극적으로 유치하기 위한 대규모 기반시설을 확충하는데 주안점
- 2000년대 이후 세계경제위기로 관광사업에 대한 신규투자가 위축되었으며, 대규모 관광시설의 경영 비효율화가 부각되면서 관광수용태세를 바라보는 인식이 변화
- 전통적인 수용태세는 하드웨어 중심이라는 관점에서 '빅(big) 수용태세'가 강조되었다면, 미래에는 관광상품과 관광콘텐츠, 스마트인프라 등 소프트웨어적 수용태세인 '스몰(small) 수용태세'가 강조

■ 관광자원 개발 : 하드웨어 중심에서 콘텐츠웨어 중심으로

- 과거 관광정책에서 관광자원 개발은 대규모 관광시설을 건설하는 등 하드웨어 중심의 자원개발이 주를 이룸

- 향후 세계경제 패러다임이 전통적인 제조업 등 하드웨어 중심에서 콘텐츠, 소프트웨어 등 창의력 중심의 창조경제로 진행이 더욱 가속화 될 것으로 전망
- 또한 신규 관광자원개발보다는 기본 관광자원의 재생산전략을 강화하고 관광자원간 연계 및 네트워크를 강화하기 위한 노력이 활발해질 것으로 예상
- 대규모 관광개발사업으로 인한 환경파괴와 전 세계적인 경제위기로 인한 대규모 자본이 소요되는 대규모 개발프로젝트 보다는 지금까지 개발된 관광자원에 대한 재생과 활성화 전략 및 콘텐츠 기반형 관광자원 개발에 대한 논의가 더욱 강조 될 것으로 예상

■ 관광기업 : 탈규제에서 합리적 규제로

- 과거 관광산업은 올림픽, 아시안게임 등 국제적 행사 유치를 위해 한시적으로 지원 및 산업육성정책이 있었으나, 몇몇 정부에서는 관광을 소비성 서비스산업으로 분류하여 금융·세제적인 제재를 가함
- 그러나, 미래 관광산업에 대해서는 무분별한 규제개선보다는 공정거래 시장질서를 해치지 않는 합리적인 규제개선 논의가 더욱 강화될 것으로 전망

■ 관광홍보 및 마케팅 : 개별 관광상품 마케팅에서 통합브랜드전략으로

- 과거 관광정책에서 관광홍보 및 마케팅의 비중은 크지 않았으며, 홍보 및 마케팅 수단은 단편적·일시적
- 향후 차별화된 마케팅 요소를 강조하여 관광매력성을 부각시키고 마케팅 소재의 발굴 및 전략적 유치요소의 발굴을 강조

■ 관광인식 : 오락적 대상에서 여가·교육·복지의 대상으로 확대

- 과거 일부 정부에서는 관광산업을 소비성 산업으로 분류하는 등 '관광'을 오락적 대상 => 관광산업에 대한 정부 정책지원의 걸림돌로 작용
- 그러나 김대중 정부에서 관광을 '여가'의 개념을 바라보고, 복지관광에 관심을 갖기 시작 => 노무현 정부에서는 복지관광과 교육관광으로 정책영역을 확대 => 이명박 정부에서는 복지관광을 통해 관광참여 계층을 확대하기 위해 노력
- 향후 관광의 가치가 위락 내지 오락의 범위에서 벗어나 여가, 교육, 복지 등 국민의 삶의 질과 관련된 분야로 논의 수준이 확대될 것으로 예상

제 3장 요식접객업 관련 관광활성화 사례분석

1. 국외사례

- 주요 국가의 음식을 중심으로한 관광정책 현황에 대한 사례를 분석

[표 3.1] 국가별 사례분석 주요 내용

구분	프로그램 및 특징
일본	<ul style="list-style-type: none"> ○ 관광상품 개발 및 상품화 지원 정책 방안 ○ 산업 및 관민간 연계를 통한 음식관광 활성화 방안
싱가포르	<ul style="list-style-type: none"> ○ 주요 주체간의 연계를 통한 음식관광 정책 방안
홍콩	<ul style="list-style-type: none"> ○ 음식관련 행사 및 이벤트를 통한 관광객 유치 방안
프랑스	<ul style="list-style-type: none"> ○ 관민 협력체계 구축을 통한 관광객 유치 및 수익 증대 방안 ○ 음식의 관광상품화 및 국가브랜드 구축을 통한 지역 이미지 제고 방안 ○ 관광상품간 결합을 통한 관광산업 활성화 도모 방안
영국	<ul style="list-style-type: none"> ○ 민간영역에서의 음식관광활성화 및 연중 관광객 유치를 위한 방안

1) 일본

■ 오사카의 음식관광 활성화

- 산과 바다에 둘러싸인 오사카의 위치는 '쿠이다오레' 문화를 만들었고, 오사카 도시 안의 맛집 거리를 형성함
- '쿠이다오레'는 '파산을 하더라도 맛있는 음식을 먹는다'라는 뜻으로 음식을 중요시 하는 오사카의 식도락 문화를 표현한 단어임
- 오사카의 요리사들은 음식 재료, 조리법에 많은 신경을 쓰고, 조리 기술을 자랑으로 생각하고 있으며, 오사카인은 식도락을 가장 큰 즐거움으로 생각하고 항상 맛있는 음식을 즐김
- 그 결과 오사카에는 맛있는 요리들이 많이 생겨나게 되었고, 전통적인 일본요리 이외에도 여러 나라의 요리가 있고, 저렴한 요리에서 비싸고 고급스러운 요리까지 다양한 요리들이 있음

■ 나니와 구이신보요코초(푸드 테마파크)

- 푸드테마파크란 음식을 특화하여 전문점을 모아놓은 실내형 시설이며, 음식관광의 원스톱 솔루션 시설임
- 신요코하마 라면 박물관 등을 시작으로 테마파크의 형태로 단순히 전문점을 모아놓은 시설은 푸드컴플렉스라고 하지만 통일감 있는 콘셉트로 보통 점포와는 다른 분위기를 가진 곳을 테마파크라 함
- 푸드테마파크 내 전문식당은 전국에서 장르별로 유명한 가게를 모으는 경우와 출점 지역으로 한정하는 경우가 있음
- 푸드테마파크의 하나인 나니와 구이신보요코초는 오사카에 위치하고 있으며, 다양한 오사카 음식과 옛 오사카를 경험할 수 있는 테마파크임

■ 가가와현의 '우동현 여행 Net'

- 2011년 가가와현은'우동현, 이 뿐만 아닌 가가와현' 프로젝트에 맞춰 '마이 트립 가가와'에서 '우동현 여행 Net'으로 가가와현 공식 관광사이트를 리뉴얼 함
- 2012년에는 '우동현 여행 Net' 홈페이지를 중심으로 관광객이 필요로 하고 흥미를 끌 수 있는 정보를 제공함과 동시에 우동현 특설 사이트에서는 영상을 중심으로 관련 사항을 제공함
- 이를 통해서 사누키 우동과 생선 및 닭다리 요리 등 지역 음식을 활용한 이미지 제고 및 유치활동을 전개함과 동시에 현과 연계한 체류형 관광추진을 위한 '가와와 세토우치 아트관광권' 사업 등 관광객 유치 선전사업을 전개함
- 시코쿠 지역내 교류를 활성화하기 위한 숙박촉진사업 및 관광자원으로서의 세토 내해의 매력을 알리기 위한 지역연계 사업을 추진함
- 주요 사업내용
 - 지역활성화를 위한 조직활동
 - 관광객 유치를 위한 교통 편의성 제고
 - 관광지 이미지 제고를 위한 정보제공
 - 관광객 유치를 위한 홍보

■ 일본 음식관광 관련 사업 주체별 현황

- 중앙정부
 - 해외 프로모션
 - 음식관련 이벤트 및 축제 개최
 - 지역의 음식자원 브랜드화
 - 지역의 산업자원 상품 시장화
 - 외래 관광객을 위한 인프라 수용체제 환경 정비
 - 음식과 지역의 산업 연계 지원
 - 관련 업계간 연계 강화 및 타업계간 협업 추진
- 지자체
 - 외래 관광객을 위한 인프라 수용체제 환경 정비
 - 음식관광 추진협의회 및 관련 단체 지원
 - 지역관광 홍보
 - 주변 지역간 연계 강화 및 지역음식 상품화
- 민간(협회 및 기업)
 - 외래 관광객을 위한 인프라 수용체제 환경 정비
 - 음식관광 추진협의회 및 관련 단체 지원
 - 음식관련 안내 인력 양성
 - 업계 연계를 통한 음식이벤트 개최
 - 음식자원을 활용한 관광상품 기획 및 판매
 - 관광상품 판매를 통한 해외 프로모션
- 기타
 - 음식관광 정보제공
 - 인프라 조성

2) 싱가포르

■ 주요내용

- 음식관광 관련 전담부서 설치 등 관광산업을 성장 동력으로 인식
- 음식과 관련된 주요 주체와 연계한 협력적 파트너십 구축
- 싱가포르의 다문화적 특성이 반영된 음식문화의 차별성 확보

■ 추진 주체별 역할 및 사업

- 싱가포르관광청(정부)
 - 정책추진을 위한 조직체계 구성
 - Attraction & Dining & Retail 전담부서 구축
 - 'Tourism 2015' 전략의 주요사업 중 하나로 음식관광관련 정책 추진
 - 음식관련 주체와 협력적 파트너십 구축
 - 싱가포르의 다문화적 음식 홍보를 위한 행사, 요리프로그램, 캠페인 운영(예: SPICE, Global Chef Exchange)
 - 동남아 음식문화 체험 행사 및 이벤트 개최
- SPRING Singapore(정부)
 - 무역산업부 산하로 기업의 생산품 및 서비스
 - 신뢰구축을 위한 기업 육성 담당(음식산업 포함) . 인력개발청(WDA)와 협력하여 기업 서비스교육 지원
 - 이니셔티브 구축 . 고객중심 이니셔티브(Spring's Customer- Centric Initiative, CCI)기금에 식음료산업군 포함 운용
- International Enterprise(IE)(정부)
 - STB, SPRING Singapore와 음식관련 행사
 - 공동주최(예: SPICE, Global Chef Exchange) . 싱가포르기반 기업체의 해외 진출 및 국제무역 증진

- 추진(예: 싱가포르 기업체에 중국 산동성 푸드소싱 및 제조 시찰기회 제공 등)
- 민간 개별산업주체
- 다양한 음식산업주체(셰프, 음식점, 미식가, F&B 기업체 등)의 정부주최 국제 요리 이니셔티브 참여
- 요리시연, 요리법 개발을 통한 해외 홍보 및 교류
- 해외 셰프와 공동작업을 통한 협력체계 구축

3) 홍콩

■ 주요내용

- 세계적인 음식관광 목적지로서 포지셔닝 강화
- 관광산업 재도약을 위한 성장 동력으로 음식관광의 중요성 인식

■ 추진 주체별 역할 및 사업

- 홍콩관광청(정부)
 - 품질 인증체계(QTS) 운영
 - 연간평가를 통해 레스토랑 인증
 - 우수 서비스 제공 영역(요식업자, 서비스 종업원, 소매업자, 관련 업체)에 시상
 - 정보제공(온라인) : 미슐랭가이드 선정 음식점 공개
 - 국내외 홍보를 위한 다양한 음식행사 주관 : Hong Kong Wine & Dine Festival, Best of the Best Culinary Awards 등
- 홍콩생산성위원회(정부)
 - QTS 평가보고서 발간
- 홍콩관광위원회(정부)
 - 해외 홍보 및 마케팅
 - 정부/기관/기타관광주체와 파트너십 구축

- 연구 및 분석 데이터, 산업동향 등 관광통계 제공(PartnerNet)
- 홍콩무역개발위원회(정부)
 - 정부·민간과 협력하여 음식관련 행사 개최 지원 : Hong Kong Food Expo, Hong Kong Wine & Dine Festival
- 행사조직위원회(민간)
 - 축제 등 행사 조직위원회 구축 및 주관
- 개별산업주체(민간)
 - 음식산업체 및 관련업체(예: 글로벌 카드사)의 국제행사 후원
- (음식공급업, 전문가, 음식 비평가, 유명인사 등)개별주체의 전시·이벤트 참여를 통한 상품 판매 및 홍보

4) 프랑스

■ 주요내용

- 2013년 프랑스 관광부는 국가관광브랜드(National Tourism Brands) 웹사이트를 구축하여 관광객 및 관광분야 전문가를 위해 실질적인 관광 정보를 제공하고 관광 서비스의 질 및 접근성을 보장함
- 숙박 및 음식 공급업(catering), 문화유산방문 및 레저, 야외활동 등에 대한 정보 제공
- 본 웹사이트는 주요 내용을 Quality Tourism과 Tourism & Handicap 으로 분류하여 운영함
- Quality Tourism에는 호텔, 관광객 투숙지, 숙박업체, 휴가마을, 캠핑장, 레스토랑, 카페나 펍, 렌탈업체, 관광안내소, 그 외 관광 및 야외활동지가 포함됨
- 그 외에도 프랑스 정부의 관광안내소 공식 웹사이트(France Guide)를 구축하여 와인과 미식 관광을 포함한 방대한 여행 정보를 제공함
- 와인제조장 견학, 와인박물관 방문, 무역전시회 개최, 와인박람회 개최, 경매 참여에 대한 정보 제공

■ 추진 주체별 역할 및 사업

- 프랑스관광부(정부)
 - 국가관광브랜드 육성을 위한 협력체계 구축 : 지역 및 국가차원의 와이너리 지원, 국가·지역·지방단체의 와인관광공동개발
 - 프랑스 미식문화 홍보 및 음식주체 간 교류를 위한 행사 개최 : 국내외 미식산업 종사자 교류 및 정보 공유(예: 프랑스 미식축제 'Feast of Food')
 - 정보제공 및 관광서비스 보장 : 국가관광브랜드 웹구축, 관광안내소 웹구축 및 운영
- 프랑스관광공사(정부)
 - 국가의 와인관광전략 수립 및 사업계획 수립
 - 사업수행을 위한 유관기관 협정 체결(예: 관광엔지니어링기관 AFIT, 각 지역 관광위원회, 기업체 등)
- 프랑스농무부(정부)
 - 국가식량계획에 따라 전 국민 미각교육 지원 : 프랑스 '미각주간' 행사
 - 프랑스 초콜릿 산업 육성정책 : 유관부처와 협력(외교부 지원)하여 대규모 초콜릿 박람회 개최(예: Salon du Chocolat)
- 주정부 브루고뉴와인위원회(주정부)
 - 브루고뉴 와인생산지역별 와인위원회 통합 운영
 - 브루고뉴 와인생산자 및 판매자 이익대변
 - 브루고뉴 와인정책 수립 및 실행 : 기술·경제·마케팅 분야 정책 실행
 - 'Bourgognes Amplitude 2015' 계획 수립 : 기업체 및 관광산업 파트너와 공동사업 창안, 브루고뉴 와인관광 실용정보 안내 제공, 와인관광 인증제도로 네트워크 강화, 가족관광 육성 지원
- 민간요소 개별산업주체(민간)
 - 와인생산지역 내 단체 구축(생산자, 제조장, 숙박업체, 요식업체, 대여업체, 휴가마을 등) : 공공·민간의 와인관광개발사업 참여, 와인생산자와 소비자 연결, 와인

관광으로 지역관광수입 증대

- 와인과 결합한 관광상품 개발 : 지역와인체험 및 자연자원 활용 관광 프로그램 운영(예: 샤토호텔 & 와인 허니문)
- 관련업체 및 전문가(재료생산자, 포장업자, 관련업계 장인, 셰프, 제빵사 등)의 행사 참여

5) 영국

■ 주요내용

- 지역 경제의 25%를 차지하는 콘월의 관광산업은 영국 전체 평균이 4%인 것과 비교하면 고용 창출이 일어나는 중요한 요소임
- 1980년대까지만 해도 런던을 제외한 다른 지역과 마찬가지로 콘월을 찾는 관광객 수는 매우 적었음
- 또한 영국의 음식과 서비스가 열악하다는 인식 때문에 영국인들은 오히려 해외에서 휴가를 보내는 것을 더 선호했음
- 그로 인해 콘월의 지역경제주체(주로 펍, 레스토랑, 호텔 등)의 전통관광자원(바다, 서핑, 여름 등)에 의존한 관광객 유인책은 약화됨
- 이후 음식의 질과 서비스 향상 노력을 통해 여름 한 시즌이 아닌 연중 휴양지로써 콘월의 gourmet food를 찾는 관광객 유치 노력이 시작됨

■ 추진 주체별 역할 및 사업

- 영국관광청(중앙정부)
 - 영국관광요소 중 accommodation, food, drink, attractions 등을 약점에 포함, 영국관광에 대한 인식 형성에 중요 요소로 언급은 하지만 구체적 정책 없음
 - 환경식품농무부(Department for Environment, Food and Rural Affairs)의 사업자문 및 지원금 확보(예: £10m Rural Development Programme) 그러나 콘월지역과는 무관
- 콘월관광청(주정부)

- 콘월관광안내소 운영 : 관광상품 판매 및 관광객 편의 도모, 관광지정보 및 행사정보 제공
- 콘월위원회(주정부)
 - 콘월관광 정책 수립 및 제시
 - 콘월지역 정보 구축 및 제공
- 콘월개발회사(민간)
 - 콘월위원회를 대신해 정책우선순위 및 솔루션 이행
- 콘월투어리즘Ltd(민간)
 - 관광사업체 협력을 통한 콘월관광컨텐츠 개발 : 350여개 사업체가 참여한 콘월패스 개발
 - 정보제공 : 콘월관광매거진 제작 및 무료 배포
- 콘월관광명소협회(CATA)(민간)
 - 관광지에 대한 질적보증 : 질적관리 평가 프로그램 운영, 질적보증 로고 (CATA Quality Assured) 부여 및 회원사 관리
 - 정보제공 : 콘월가이드&맵 제작 및 무료 배포
- Cornwall Food & Drink Ltd(민간)
 - 지역 축제 개최
 - 지역 음식산업체 대상 사업서비스 제공
 - 정부기관과 협업체계 구축하여 지역 사업체에 보조금 지원 매개
 - 지역 행사에 지역전통시장 적극 활용 및 홍보

6) 시사점

■ 산업간 연계를 통한 경제적 효과 제고

- 일본은 양조장을 중심으로 건축가 및 조각가와 연계하여 문화공간을 조성하고, 주변의 레스토랑과 연계하여 지역의 경제적 효과를 도모함
- 싱가포르는 유관산업 연계를 통한 축제 및 이벤트를 개최하여 시너지 효과 제고 및 식품의 해외 수출을 확대하기 위한 고부가가치를 지향함
- 프랑스는 와인에 어울리는 식사, 지역의 관광자원, 관광산업과 연계한 와인루트를 구축하여 관광객 유치를 유도함
- 영국 콘월 지역의 관광업체인 콘월 투어리즘 Ltd는 콘월패스라는 상품을 개발하여, 이에 가입된 관광업체에서 할인된 가격으로 관광콘텐츠를 이용할 수 있도록 관광상품을 개발하여 음식을 비롯한 관광산업의 경제 활성화를 도모함

■ 지역기반형 음식관광 활성화를 위한 민관 협력체계 구축

- 일본은 양조장 관광추진을 위해 관민협의회를 설치하여 술을 관광자원으로 활용하여 관광상품 개발 및 정보제공 등으로 관광객 유치를 도모함
- 일본 지자체 가가와현의 경우에는 우동택시가이드, 우동학교 설립 등 민간영역의 자발적 움직임과 지자체의 홍보정책의 협력으로 지역의 음식관광 활성화를 도모함
- 프랑스 정부는 와인생산지역의 민간단체를 중심으로 와인관광상품 개발 및 정보제공 등에 대한 지원 정책을 시행하여 와인생산 지역 활성화에 기여함

■ 음식관광 브랜드 제고를 위한 홍보 마케팅 지원

- 싱가포르는 싱가포르의 식재료 및 요리를 소개하는 프로그램, 싱가포르 요리 아이디어 공유프로그램을 실시하여 싱가포르 요리에 대한 브랜드에 대한 이미지를 제고함
- 영국 콘월 푸드앤드링크 Ltd는 음식과 관련된 시장에 대한 시장 분석, 마케팅 및 홍보 등에 대한 사업을 통해 콘월 지역의 음식관광 활성화를 도모함과 동시에 콘월지역의 음식관광에 대한 이미지를 제고함

■ 품질 인증제도를 통한 음식관광 이미지 제고

- 홍콩은 레스토랑의 연간 평가를 거쳐 서비스 기준을 만족시킨 상품에 품질인증을 제공하여 음식관광에 대한 이미지를 제고함
- 프랑스 브루고뉴에서는 와인 인증제도를 운영하여 와인관광이 가능하도록 검증된 와인관광 지역을 소개하여 관광객 유치를 확대함

2. 국내사례

1) 문화체육관광부

■ '음식테마거리 관광활성화 지원' 사업

- 문화부는 전국에 산재한 음식테마거리를 외래관광객 유치를 위한 음식소재 관광 활성화 거점으로 육성하기 위한 시범사업을 추진하고 있음
- 한국음식의 대표성과 스토리텔링 및 상품화 가능성이 있는 단일음식거리를 대상으로 선정하여 음식서비스 인프라를 개선하고 연계 관광상품을 개발하는 내용임
 - 음식테마거리 관광인프라 개선사업은 메뉴, 식자재, 시식법 등이 포함된 메뉴판 등의 개선사업과 테마음식 BI 개발, 음식스토리 발굴 및 활용사업 포함
 - 음식테마거리 홍보·마케팅 사업은 테마거리 연계 관광코스 개발, 홍보물 제작 배포 및 팸투어 지원 등의 사업이 포함되어 있음
- 2013년에는 전북 남원추어탕 거리를 비롯하여, 서울 신당동 떡볶이, 대구 안지랑 곱창골목, 강원 초당두부, 부산 민락도 횃집 등 5개 사업을 선정, 추진하고 있음

■ '한국음식 관광산업화' 사업

- 문화부는 한국음식을 소재로 한 관광콘텐츠를 발굴하여, 이를 토대로 관광상품 소재를 발굴하고, 테마형 관광상품을 개발·지원하기 위한 정책을 추진 중임
- 한국음식 관광산업화는 ① 한국음식과 함께 전통문화(K-Culture)를 외국인 관광객에게 소개하여 음식관광 잠재수요 창출에 기여할 수 있는 사업 ② 한류산업(K-Pop, Drama + K-Food 연계 전략) 등 한국음식 홍보 강화를 위한 사업을 대상으로 관광상품 모델을 개발하고 관리, 홍보하는 것을 목표로 하고 있음
- 세부 추진사업은 음식관광 수용태세 개선, 음식관광 홍보마케팅 사업으로 나누어 추진하되, 공모사업을 통해 음식관련 관광콘텐츠를 발굴하고 음식관광산업 활성화를 도모하기 위한 민간참여 유도과 사업효율성 제고를 목적으로 함

2) 농림수산물식품부 및 농촌진흥청

■ 우수 외식업지구 육성사업

- 우수 외식상품, 서비스의 제공이 가능하고 지역경제 활성화에 기여할 것으로 기대되는 지구를 선정하여, 지구내 우수 식재료 소비촉진 사업을 지원
- 2012년부터 추진해오고 있는 우수 외식업지구 육성사업은 시도지사가 지정한 우수 외식업 지구 중에서 지구별 사업계획서를 종합적으로 평가하여 상위 5개 지구를 선정하고 있음

■ '농가맛집' 육성사업

- 농촌진흥청은 지역농업과 문화가 연계된 향토음식을 발굴화하고 상품화하기 위한 "농가맛집" 사업을 추진하고 있음
 - 2007년부터 2012년까지 총 74개소의 농가맛집을 발굴하였으며, 2015년에는 118개, 2017년까지 158개로 농가맛집을 '확대.발굴'할 계획임
- 농가맛집으로 선정되기 위해서는 식재료, 식단, 스토리텔링, 체험 등에서 일정한 자격을 갖추어야 함
 - (식재료) 지역에서 생산한 농산물과 천연조미료만을 사용하는 로컬 푸드이면서 오염이 없는 재료를 사용한 착한음식일 것
 - (식단) 할머니의 손맛을 이어받은 전수자가 전통방식으로 조리한 향토음식, 집 안내력음식, 제철음식을 제공할 것
 - (스토리텔링) 텃밭의 채소, 그것을 가꾸는 농부, 음식에 담긴 이야기, 추억 등 스토리가 있는 음식으로 감동을 선사할 것
 - (체험) 직접 음식을 만들고, 만든 음식을 먹어보는 음식 체험 등 농촌생활·문화를 체험할 수 있는 추억을 제공할 것
- 농촌진흥청은 또한 민·관협력 농촌체험마을 여행상품 개발 보급을 지원하고 있으며, 코레일과 지자체가 공동으로 추진하고 있는 "레일그린"이 대표적임
 - 레일그린 여행상품 이용객은 2012년 5천명 정도로 특히 농촌지역의 음식관광 활성화에 효과를 보이고 있으며, 2017년까지 5만명 규모로 확대할 예정임

3) 지방자치단체 음식관련 정책유형 및 사례

- 지자체에서 추진하고 있는 음식관광정책은 크게 대표음식(음식점) 발굴·지원사업, 음식축제 및 박람회 개최, 음식관광상품 개발 및 지원 등으로 구분됨
- (대표음식점 발굴) 경상북도는 지역음식의 경쟁력 강화를 위해 특화된 대표 음식을 발굴·육성하고 있으며, 평가를 통해 각 시군에 5,000만원씩 연간 3억원의 예산을 지원하고 있음
 - 선정된 시·군에는 지역별 특산물을 활용한 대표음식의 브랜드화 개발 및 보급
 - 경북의 문화자원과 대표음식을 연계한 음식관광 상품화 등 지원
- (음식관광 상품 개발·지원) 대구시의 음식관광상품 개발 및 지원 정책은 전반적으로 성공적으로 평가
 - 대구시 서구에서 추진하고 있는 '웰빙음식 육성사업'은 6개월간 음식점 대표와 요리 전문가들이 14개 대표 메뉴를 만들고, 이 메뉴를 판매하는 음식점 13곳을 '웰빙음식 특화업소'로 지정하여 지원하는 정책임
 - 지역 대표음식을 통한 도시경쟁력 향상과 관광기반 확장에 목표를 두고 정책을 추진한 결과 '대구 연근밥상', '발우비빔밥' 등의 브랜드 제작 및 상표등록 추진하는 성과를 보이고 있음
 - 최근에는 단순 관광상품 뿐만 아니라 음식관련 공간개발, 음식명인 등 인적자원개발 등으로 정책이 체계화되고 확대되는 현상을 보이고 있음
- (음식관광 관련 이벤트 및 국제대회 개최) 최근 많은 지자체에서 가장 적극적으로 추진하고 있는 정책으로, 2012 대전세계조리사대회 등이 대표적임
 - 대구시는 음식관광박람회를 통해 '음식+문화+산업'을 연계하기 위한 정책을 꾸준히 추진해왔으며, 전라북도도 '식품산업+음식+축제' 등의 정책을 추진하고 있음

■ <대구광역시 음식관광박람회>

- 대구광역시는 2013년까지 12회의 음식관광박람회를 개최하면서 지속적으로 음식관광을 발전시켜왔음
- 2012년에는 대구국제식품산업전과 동시개최를 통해 박람회의 시너지 효과를 극대화하였고, 유명 관광지과 음식을 연계한 '누들로드 맛투어' 운영이 호평을 받음

- 2013년 음식관광박람회 기간에는 전국에서 관광객 700명을 선정하여 대구 근대 골목과 육신사, 강정고령보 등을 둘러본 후 서문재래시장의 누른국수, 동곡할매 국수를 체험하는 무료체험 프로그램을 운영하였음
- 골목 음식투어, 세계음식여행, 제과제빵명가관, 아웃푸드-캠핑요리관 운영, 동네 빵 집알리기 프로젝트 등은 대구시의 대표 음식관광상품으로 자리잡았다고 평가됨

4) 시사점

■ 음식관광 추진을 위한 추진체계 선행 정리 필요

- 음식관광 활성화를 위한 민.관.학 TFT, 융복합형 비즈니스 모델이 추진된다고 하더라도 실제 사업을 추진하기 위해서는 소관부처의 문제가 대두되고 있음

■ 지역음식의 정체성에 대한 선행정리 필요

- 지역 향토음식이 지정되어 있다고 하더라도 음식에서 지역간 차별성을 발견하기에 쉽지 않기 때문에 음식에 대한 차별성 확보가 어려움
- 지역의 local food 판매와 같은 마을사업과 대외적으로 브랜딩할 수 있는 자치단체 차원의 음식관광 유형에 차별화가 필요
- 지역문화 측면에서 음식관광이 지역브랜딩 전략과 연계될 수 있도록 정체성 확립 및 지역음식과 관광을 융합할 수 있는 프로모션 전략이 병행될 필요
- 특히, 자치단체 측면에서는 큰 틀에서 관광전략과 음식을 어떻게 연계할 것인지 연계방안 모색이 필요

제 4장 대상지 일반 현황 및 조사

1. 대상지 일반현황

4.1.1 두륜산 도립공원 개요

■ 위치

- 두륜산은 1979년 12월 26일에 지정된 도립공원으로 해남군 삼산면 구림리 산 8-1에 위치한 산
- 남쪽으로 대흥사(사적 제508호)와 인접해 있으며 두륜산 일원(명승 제66호)에 속함
- 해남군 2025 중장기발전계획상 중부생활권에 해당됨. 중부생활권의 발전방향 중 '대흥사 및 윤선도 유적지를 중심으로 한 전통 관광기능의 활성화'가 있으며, 문화관광자원 개발과 마케팅 계획에서 대흥사지구 치유관광거점 조성사업을 계획하였음

■ 개요

- 두륜산(703m)은 해남의 영봉이며 여덟개의 높고 낮은 연봉으로 이루어진 규모 있는 산으로 북서쪽으로 경사가 완만하고 빼어난 경관을 이루며 산행코스가 험하지 않아 2~3시간 정도면 가련봉 정상에 오를 수 있음
- 두륜산은 8개 암봉이 이룬 연꽃형 산세를 이루고 있으며, 가련봉(703m)을 비롯해 두륜봉(630m), 고계봉(638m), 노승봉(능허대 685m), 도솔봉(672m), 혈망봉(379m), 향로 봉(469m), 연화봉(613m)의 8개 봉우리로 능선을 이룸
- 이 여덟 봉우리는 둥근 원형으로, 마치 거인이 남해를 향해 오른손을 모아 든 듯한 형상이며, 오른 손을 가지런히 펴고 엄지를 집게손가락에 붙인 다음 손가락 끝을 당겨 오목하게 물을 받을 듯 만들면 영락없는 두륜산의 지세가 됨
- 두륜산은 대둔산이라고도 불렀는데 이는 산이란 뜻의 '툰'에 크다는 뜻의 관형어 '한'이 붙어 한툰→대툰→대둔으로 변한 것으로 풀이하기 때문에 과거 대둔사는

한듬절로 불리기도 했음

- 대둔사지에 의하면, 두륜산은 중국 곤륜산의 '륜'과 백두산의 '두'자를 따서 두륜산으로 불리다가 나중에 두륜산으로 변했다고 함

■ 자원현황

- 경관자원으로는 8개의 산봉 및 계곡, 온천약수 2개소가 있음
- 문화자원은 총 23개로 국보 1개, 보물 10개, 사적 1개, 명승 1개 등으로 대부분 대흥사내에 위치

[표 4.1] 두륜산 도립공원 문화자원 현황

계	국가지정							지방지정				
	국보	보물	사적	명승	중요 무형 문화 재	중요 민속 자료	천연 기념 물	시도 유형 문화 재	시도 무형 문화 재	시도 기념 물	시도 민속 자료	문화 재자 료
23	1	10	1	1	-	-	1	6	-	1	-	2

■ 생물자원

- 두륜산 도립공원내 총 출현종수는 1,680종이며, 멸종위기 종으로 삶과 팔색조가 있으며, 천연기념물로는 왕벚나무자생지이며, 식물 1,128종이 서식하고 있으며, 박새, 너구리, 고리니 등 552종의 동물이 서식

■ 관리현황

- 두륜산 도립공원에 대한 관리기관은 [땅끝관광지관리사업소]로 총 8명의 관리인이 근무하고 있음
- 관리시설은 관리사무소 1개소, 야영장, 1개소, 주차장 2개소, 화장실 9개소, 쉼터 15개소가 있으며, 탐방로는 총 연장 10.72km에 5개소가 개설되어 있음

4.1.2 연혁 및 지구 현황

■ 연혁

- 1979.12.26. 두륜산 도립공원지정고시(전남고시 제 221호)
- 1985.07.24. 두륜산 도립공원계획결정고시(전남고시 제108호)
- 1986.10.21. 공원계획변경결정고시
- 1987.11.11. 공원기본설계 변경
- 1990.05.11. 공원계획변경결정고시(공원구역조정)
- 1991.09.20. 공원계획변경결정고시
- 1993.02.11. 공원계획변경결정고시(단독시설변경 전망대 1개소)
- 1993.09.13. 공원계획변경결정고시
- 1999.03.04. 두륜산 도립공원계획변경결정고시
- 2003.04.30. 경미한 도립공원계획결정고시
- 2003.12.05. 두륜산 도립공원계획변경결정고시
- 2004.05.17. 경미한 도립공원계획결정고시
- 2005.03.05. 경미한 도립공원계획결정고시
- 2007.12.20. 집단시설지구기본계획
- 2009.08.21. 경미한 도립공원계획결정고시
- 2010.01.27. 두륜산 도립공원계획변경결정고시
- 2010.07.21. 두륜산 도립공원계획변경결정고시

■ 용도지구 현황

[표 4.2] 용도지구 현황

(단위 : ha)

용도지구별	계	공원자연 보전지구	공원자연 환경지구	공원자연 마을지구	공원집단 시설지구	공원문화 유산지구
	3,339	739	2,490	-	35	75
토지소유별	계	국유지	공유지	사유지	사찰지	기타
	3,339	1,042.7	280	1,170.7	845.6	-
행정구역별	계	전라남도 해남군				
	3,339	3,339				

- 요식접객업소는 공원집단 시설지구내 총 54개 내외의 업소가 영업중에 있으며, 이중 숙박업소는 10개 내외이며, 요식업소는 40여개소, 그 외 기념품점 및 택시 등의 업소가 입지하여 있음
- 이중 2~3개 업소는 경매 또는 폐업되어 있으며, 시설방치로 인해 주변 경관을 저해하는 요소가 작용

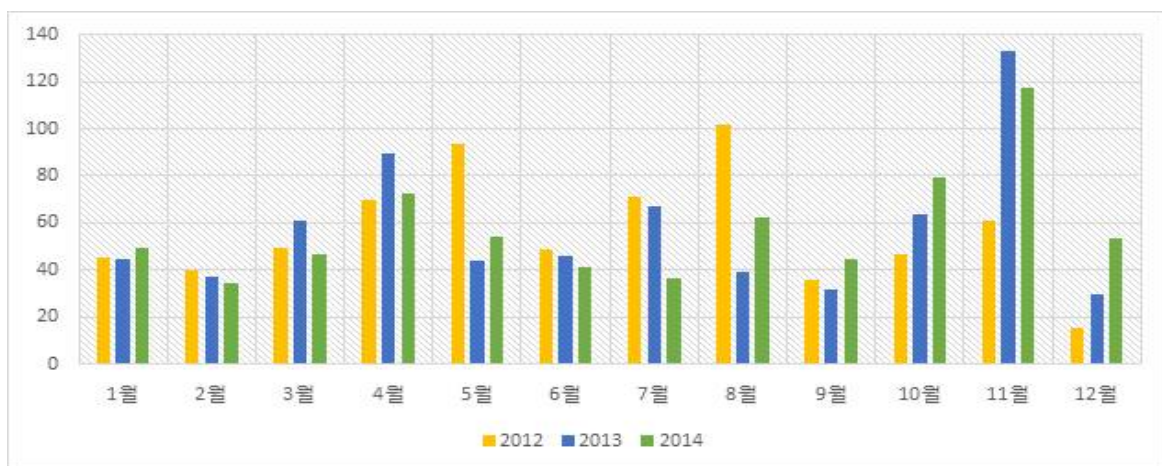
■ 방문객 현황

- 두륜산 도립공원 방문객현황은 아래의 표, 그림과 같이 연간 방문객수가 동일한 수준을 유지하고 있지만 월별 변화가 있는 것으로 나타남
- 특히 2012년에는 주로 4월~8월에 방문객이 많이 분포하고 있었지만, 2014년에는 2012년에 비해 10월~12월 방문객수가 급격히 증가된 것을 알 수 있음
- 이것은 스포츠 시설도입과 함께 동계훈련지로서 지역의 인지도가 상승한 이유로 판단됨
- 그러나 여름철 방문객이 점차 감소하고 있는 문제에 대한 해결책이 필요할 것으로 판단됨

[표 4.3] 두륜산 도립공원 연도별 방문객 현황 변화

(단위 : 천명)

구분	계	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
2009	1008	84.0	96.0	78.0	75.0	99.0	62.0	97.0	98.0	51.0	89.0	94.0	85.0
2010	720	60.0	44.0	54.0	66.0	96.0	44.0	84.0	86.0	37.0	74.0	40.0	35.0
2011	6723	48.5	60.7	54.6	57.5	59.6	51.8	71.2	87.3	40.0	55.3	47.8	38.0
2012	6781	44.9	40.1	49.1	70.0	93.8	48.7	71.4	102.0	35.7	46.6	60.8	15.0
2013	6855	44.3	37.1	61.2	89.1	43.7	46.2	67.0	39.0	31.3	63.6	133.2	29.8
2014	6916	49.5	34.2	46.4	72.5	54.4	40.9	36.7	62.4	44.8	79.3	117.3	53.2



[그림 4.1] 두륜산 도립공원 연도별 방문객 현황 변화

■ 대상지 사진



[그림 4.2] 대상지 상부지역



[그림 4.3] 하부 식당가



[그림 4.4] 진입부 지역

2. 조사개요

4.2.1 조사의 목적

- 본 조사의 목적은 두륜산 도립공원내 요식접객업소의 활성화 방안을 모색하기 위한 기초자료를 확보하는데 있음
- 이를 위하여 요식접객업소 업주 대상으로 심층 인터뷰 및 방문조사를 실시하여 문제점 등을 파악하고, 방문객 1:1 설문을 통해 실태조사를 실시
- 이를 통해 향후 두륜산 도립공원내 요식접객업소의 활성화를 위한 현실적인 방안을 마련하는데 목적을 둠

4.2.2 조사대상 및 표본설계

■ 조사대상

- 요식접객업소 : 요식업주(5명), 숙박업주(5명)
- 방문객 : 두륜산 도립공원내 방문객 150명 내외

■ 조사방법

- 요식접객업소 : 심층인터뷰 및 방문조사
- 방문객 : 1:1 설문조사

■ 조사기간 : 2017년 5월 19일 ~ 5월 31일

4.3.3 조사내용

1) 요식접객업소(업주) 심층 인터뷰

■ 요식업주 대상 인터뷰

- 소비자 유형(방문목적, 유형, 소비자 만족도 수준 등)

- 운영상 애로사항(외부환경, 내부환경, 연계성 부족 등)
- 상가활성화를 위한 노력(식당활성화를 위한 자체노력, 지역 홍보에 대한 노력, 타지역과 차별성, 지역 자원과의 연계성 등)
- 컨설팅 요구사항(메뉴개발, 경영, 서비스, 시설정비 등)
- 업소 개선에 필요한 사항(자체 노력, 정부지원사항, 해남군 지원사항 등)

■ 숙박업주 대상 인터뷰

- 소비자 유형(방문목적, 유형, 시설 만족도 수준 등)
- 운영상 애로사항(외부환경, 내부환경, 연계성 부족 등)
- 상가활성화를 위한 노력(고객 유치를 위한 자체 노력, 지역 홍보에 대한 노력, 지역 숙박업소의 장점 등)
- 컨설팅 요구사항(경영, 서비스, 시설정비 등)
- 업소 개선에 필요한 사항(자체 노력, 정부지원사항, 해남군 지원사항 등)

■ 숙박업소 현장 조사

- 현장조사는 사전 통보 없이 무작위로 조사를 실시
- 숙박업소 현장조사를 통해 객실 내부 시설 상태 등에 대한 조사
- 업주 현장 인터뷰를 통해 운영상의 애로사항 및 개선방향에 의견 수렴

2) 방문객 설문조사

- 설문조사 내용은 크게 방문지 결정 및 형태, 소비자 만족도, 기본 인적사항으로 구성
- 세부 내용은 다음과 같음

[표 4.4] 설문조사 주요 내용

구분	내용	비고
방문 결정과정 및 방문형태	<ul style="list-style-type: none"> ○ 방문목적 ○ 방문지 선택 이유 ○ 방문지 결정자 ○ 방문지 정보 취득 방법 ○ 방문 동행자 	
소비자 만족도	<ul style="list-style-type: none"> ○ 식당 및 음식 <ul style="list-style-type: none"> - 서비스 : 종업원 차림새, 주문응대, 친절도, 메뉴설명 - 메뉴 : 음식의 맛, 음식의 위생상태, 가격의 적절성, 다양성, 차별성, 웰빙 음식존으로서 적합성 - 시설 : 내부 인테리어, 외부 인테리어, 내부시설의 편의성, 시설의 청결상태, 부대시설 - 전체 만족도 ○ 숙박시설 <ul style="list-style-type: none"> - 서비스 : 종업원 차림새, 방문객 응대, 친절도, 숙소 설명 - 시설 : 내부 인테리어, 외부 인테리어, 내부시설의 편의성, 시설의 청결상태, 가격의 적절성, 객실수 - 전체 만족도 ○ 재방문 의사 ○ 타인에게 추천 의향 	
기본 인적사항	<ul style="list-style-type: none"> ○ 성별 ○ 연령 ○ 혼인상태 ○ 교육정도 ○ 직업 ○ 거주지역 	

3. 분석결과

4.3.1 요식접객업소 심층인터뷰 결과

1) 심층 인터뷰 개요

■ 인터뷰 대상자 선정

- 요식접객업소 심층인터뷰 대상자는 식당 및 숙박업소 2그룹으로 나누어 대상자를 선정
- 대상자는 명품마을사업 추진위원회의 추천에 의해 그룹별 대표 5명을 선발
- 인터뷰 참석 인원
 - 숙박업소 : 총 3명
 - 요식업소 : 총 5명
 - 남도연구소 : 총 2명

■ 인터뷰 방법

- 심층 인터뷰는 구조화된 설문지를 제공하는 것보다 자유 토론을 통한 방식을 선택하여 진행
- 이를 통해 현재 도립공원 명품마을 요식접객 업소에 운영 등에 대한 문제와 개선방안, 요청사항에 대한 내용 청취
- 인터뷰 시간은 각 그룹별 1시간 정도 소요

■ 인터뷰 일시

- 숙박업소 : 2017년 5월 19일 14:00~15:00
- 요식업소 : 2017년 5월 19일 15:00~16:00

■ 인터뷰 장소

- 도립공원 관리사무소 2층 회의실

2) 심층인터뷰 결과

■ 숙박업소 인터뷰 내용

구분	내용
소비자 유형	<ul style="list-style-type: none"> ○ 계절에 따라 투숙객의 유형 변화 <ul style="list-style-type: none"> - 봄/여름 : 금·토요일 관광객 위주로 숙박 - 여름 : 해남군 지역 주민 위주의 투숙객(가장 수요가 적음) - 겨울 : 선수단 위주의 단체 숙박(거의 100% 투숙율)_동계훈련 ○ 숙박시설 수준에 따라 투숙객의 만족도 차이가 많음 <ul style="list-style-type: none"> - 시설의 상태가 양호한 업소에 관광객이 편중
운영상 애로사항	<ul style="list-style-type: none"> ○ 폐건물이 많이 있으나 관리계획 규제로 인해 시설보수에 어려움이 있음(특히, 업종 변경에 대한 제약) ○ 도립공원 입구 부근 요식접객업소의 난립으로 기존상가 등에 악영향(소비자 유출 현상)
상가활성화 노력	<ul style="list-style-type: none"> ○ 두륜산 도립공원내 상가는 전남 서남부지역의 중심지역으로 전남지역 주요 관광지와 1시간 정도 거리에 위치하여 입지적으로 우수한 접근성 ○ 또한, 공원내 대흥사 및 체육시설이 위치하고 있어 단체관광객의 수요가 있음 ○ 2~3년 전부터 업소 자체적으로 리모델링 등을 통해 시설을 개보수 ○ 젊은 층을 고려한 모바일 소셜서비스 연계(야놀자, 여기어때 등)
컨설팅 요구사항	<ul style="list-style-type: none"> ○ 정부지원사업 연계를 위한 지원의 편의성 보장(소상공인 지원사업 등) ○ 연계사업추진을 위한 타 지자체 사례 분석 ○ 해남군-지역내주민-방문객이 서로 상생할 수 있는 방안 제시

구분	내용
업소 개선을 위한 요구사항	<ul style="list-style-type: none"> ○ 시설물 환경개선(리모델링 등)을 위한 관광진흥기금 신청 절차가 복잡하고 까다롭기 때문에 이를 간소화하기 위한 지원 필요 ○ 타 지자체의 경우 관광코스에 따라 지원사업이 있으나, 해남군은 이에 대한 지원사업이 거의 없음(현재까지 업소 입구 바닥 매트 지원이 유일) <ul style="list-style-type: none"> - 침구류 지원 등 업소가 체감할 수 있는 지원사업 등이 필요 - 또한, 여름 가족단위 관광객 수요와 대흥사에서 흘러나오는 수질이 양호하기 때문에 이와 연계한 물놀이 시설 등을 유치 및 추진하기 위한 제도 정비 ○ 겨울철 동계훈련 장소로 활용되고 있는 지역의 특성을 강화하기 위해 녹차 밭 등을 활용한 산학훈련코스를 개발(1.5~2.0km) ○ 노후 시설에 대한 개보수를 위한 제도 정비 <ul style="list-style-type: none"> - 일부 숙박시설은 노후화로 인해 누수 및 배관부식 등으로 소비자에게 많은 민원 및 유치에 어려움이 있으므로 시설 리모델링 등이 필요 - 농협-해남군과 연계를 통한 저금리 대출 지원 ○ 일관적인 토지세 조정 <ul style="list-style-type: none"> - 해남군 소유의 땅에 대한 토지세와 대흥사 소유의 부지에 대한 토지세가 일반적으로 3~4배 차이가 있어 갈등요인으로 작용 - 이에 따라 대흥사-군간 협의를 통해 토지세에 대한 비율 조정이 필요 ○ 명품마을의 연중 지속적 운영을 위한 시설 프로그램 도입 <ul style="list-style-type: none"> - 마을내 하천에 대한 정비 : 현재 도하천으로 지정되어 있어 군 자체 계획 및 관리운영에 어려움이 있으나 적극적인 추진의지를 통해 하천정비가 필요 - 또한, 축구장내 워터파크 등을 개설하여 여름철 방문객을 유치할 수 있는 적극적인 자세 필요(영암 기찬랜드, 목포 축구센터 사례)

■ 요식업소(식당)

구분	내용
소비자 유형	<ul style="list-style-type: none"> ○ 단체관광객이 주가 되며, 대부분 고 연령대 관광객 ○ 겨울철 동계 훈련비중이 큼
운영상 애로사항	<ul style="list-style-type: none"> ○ 타지자체의 여행사에 대한 지원으로 관광객 유출현상 발생 <ul style="list-style-type: none"> - 강진, 완도 등의 여행사 지원사업으로 과거에 비해 약 20~30%의 단체 관광객 유출현상 발생 - 남도한바퀴 관광코스가 변경되어 강진 등에서 식사를 해결하는 노선(도립공원내 상가에 악영향을 미침) ○ 현재 여행사에 대한 직접적인 지원이 없어도 강진/완도 등에 숙박시설이 부족하여 해남에서 숙박을 해결하는 경우가 많이 있음 ○ 여행 트렌드의 변화 <ul style="list-style-type: none"> - 과거 모델 및 여관 중심의 숙박형태에서 현재 펜션 문화로 변화하면서 관광객이 식사를 자체 해결하는 방향으로 트렌드 변화 - 도립공원 입구 부근 민박촌 조성후 지역내 상가와 식당 등에 영향 ○ 시설 리모델링에 대한 제약 때문에 시설노후화가 악화됨 ○ 단체 관광객 위주의 소비자 형태로 보편적 음식이 대부분이며, 특화된 음식을 적용하는데 한계가 있음
상가활성화 노력	<ul style="list-style-type: none"> ○ 식당 등에 대한 맛 평가는 양호 하지만, 가격면에서 경쟁력이 있음 ○ 가격 경쟁력과 함께 다양한 서비스를 제공하여 소비자 만족도를 높이는 방향으로 식당 운영 ○ 숙박업소와 연계하여 식당운영(숙박+식당을 함께 운영)으로 가격경쟁력이 높은 서비스 제공

구분	내용
컨설팅 요구사항	<ul style="list-style-type: none"> ○ 마케팅 능력이 많이 떨어지기 때문에 이에 대한 활성화 방안 ○ 각 업소가 특징있는 메뉴로 잘 운영하고 있지만 서비스 부문에 대한 보완이 필요 <ul style="list-style-type: none"> - 식당 업소에 대한 교육이 필요 ○ 가족단위 관광객을 위한 특화음식의 개발(고급화 전략) ○ 적절한 가격책정의 필요성 <ul style="list-style-type: none"> - 식자재값 인상 등으로 가격인상이 필요하지만 매출감소가 우려되어 쉽게 가격을 올릴 수 없는 현실 - 경험상 가격이 싸다고 소비자가 항상 선호하지 않음
업소 개선을 위한 요구사항	<ul style="list-style-type: none"> ○ 단체 관광객 유치 및 이탈 방지를 위한 행정적 지원 <ul style="list-style-type: none"> - 강진/완도 수준의 여행사 지원사업 ○ 시설물 리모델링을 위한 규제 완화 ○ 지역 관광자원 연계를 위한 쿠폰발행 및 일부 부담에 대한 참여 의향이 있음 ○ 점차 식당 운영주의 연령층이 고령화되고 있으므로 이에 대한 대비 필요 <ul style="list-style-type: none"> - 높은 고령화율로 종업원 비율이 높아져 운영에 애로사항 - 컨설팅을 통한 개발 등은 실제 적용하기에 부담이 따름 - 이에 따라 식당 조합을 구성하여 공동식당 운영을 고려 - 이를 통한 인건비 부담을 낮춰 수익성을 높임

■ 인터뷰 사진



숙박업소 심층인터뷰



요식업소 심층인터뷰

4.3.2 숙박업소 현장조사 결과

1) 현장조사 개요

■ 대상업소 선정 및 조사방법

- 숙박업소는 사전 통지 없이 무작위로 선발하여 방문조사 실시
- 현장조사는 숙박업소의 시설 현황에 대해 조사를 실시

■ 조사 일시

- 2017년 5월 20일 10:00~11:00

■ 조사내용

- 숙박업소 내부 시설 현황, 규모, 편의사항, 부대시설 등 시설 위주로 조사 실시
- 업주 인터뷰를 통해 시설 운영에 관한 사항 및 시장 상황 변화 등에 대한 인터뷰

2) 조사결과

■ 시설 유지보수

- 지속적 운영을 고려하고 있는 숙박업소는 대부분 2~3년 전부터 내외부 리모델링을 실시
- 도립공원 상부지역보다 입구부 지역의 시설 리모델링이 활발하며, 다양한 프로모션을 통해 고객유치
- 대부분 자부담을 통해 유지보수(리모델링)을 실시하고 있으나, 투숙객이 점차 감소하므로써 비용 부담 발생
- 유지 보수의 어려움으로 상당수 숙박업소가 폐업하거나, 매물로 나와있는 상태
- 주요 유지보수 내용은 화장실, 배관, 내부시설 등으로 비용발생 부담이 큼
- 시설 리모델링 업소와 그렇지 못한 업소간 고객 만족도 면에서 차이가 큼

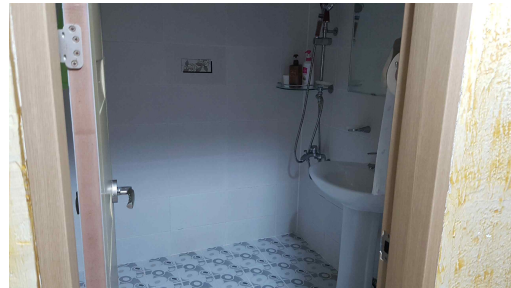
■ 연계사업 및 자체 노력

- 입구지역은 '야놀자', '여기어때' 등의 스마트폰 어플 등을 활용한 고객유치 및 가족단위 고객을 위한 프로모션 시행
- 상부지역은 동계훈련 및 행사 등을 위한 단체위주의 고객 유치
- 숙박시설은 대부분 식당을 함께 운영하므로서 수익을 창출
- 점차 단체 고객에 대한 수요가 감소하므로서 운영상 어려움 발생

■ 현장사진







4.3.3 방문객 설문조사 결과

1) 설문조사 개요

- 두륜산 도립공원내 요식접객업소에 대한 방문객 만족도 등에 대한 실태조사를 위해 구조화된 설문지에 의해 1:1 대면 조사를 실시함
- 조사대상은 요식업과 숙박업으로 나누어 설문을 실시하였으며, 조사지점은 입구와 상부지역 2지점에서 설문을 실시함
- 총 200부의 설문지 중 유효 표본은 156부를 대상으로 분석하였음
- 본 분석에서는 두륜산 도립공원내 요식접객업소를 방문한 소비자들의 방문목적 및 만족도 등을 중심으로한 내용분석을 실시

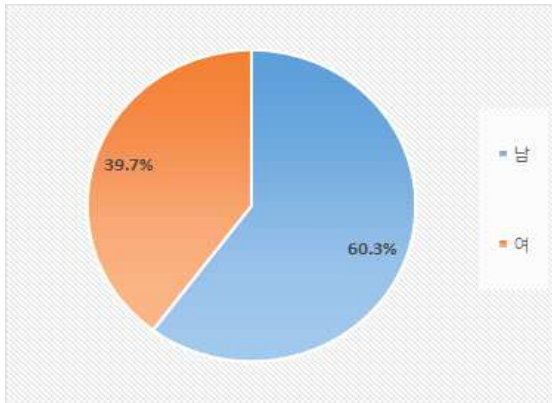


[그림 4.5] 방문객 설문조사

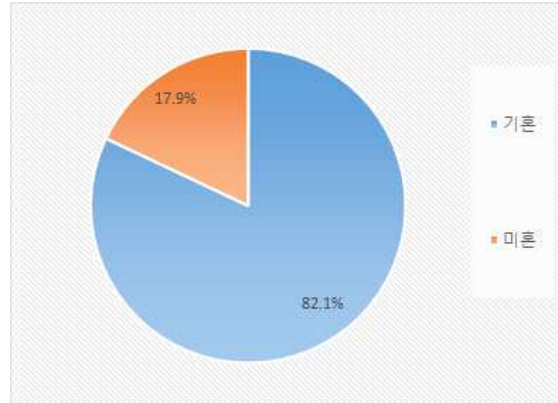
2) 인구통계학적 특성

- 두륜산 도립공원내 방문객 실태조사의 전체 유효표본에 대한 인구통계학적 특성을 분석한 결과는 다음과 같음

■ 성별 및 혼인상태



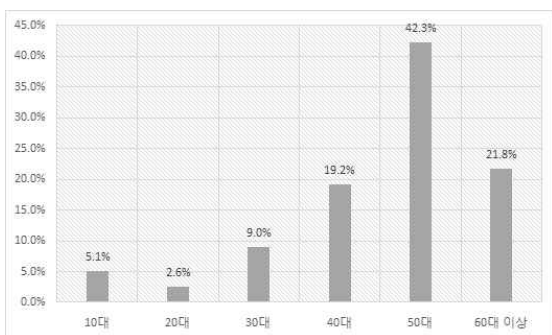
[그림 4.6] 성별 현황



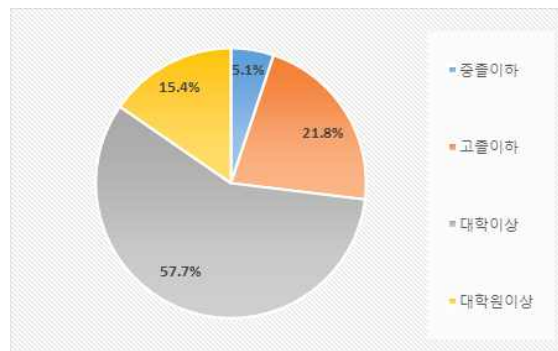
[그림 4.7] 혼인상태

- 성별로는 여자(39.7%)보다 남자(60.3%)가, 미혼자(17.9%)보다 기혼자(82.1%)가 많은 것으로 조사된

■ 연령 및 학력



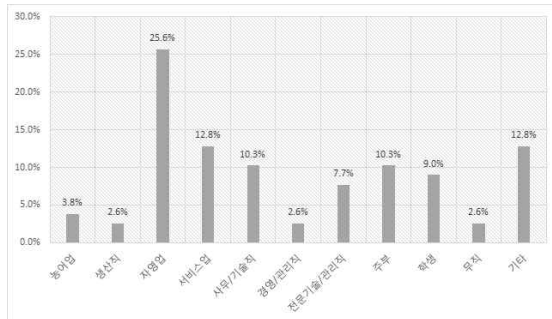
[그림 4.8] 방문객 연령



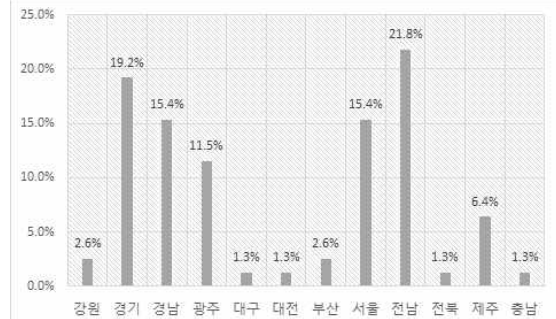
[그림 4.9] 교육정도

- 두륜산 도립공원내 요식접객업소의 방문객의 주요 연령은 50대가 가장 많았으며, 60대 이상, 40대, 30대 순으로 나타남
- 방문객의 학력은 70%이상이 대학이상의 고학력 방문객이 많은 것으로 분석됨

■ 직업 및 방문지



[그림 4.10] 방문객 직업군



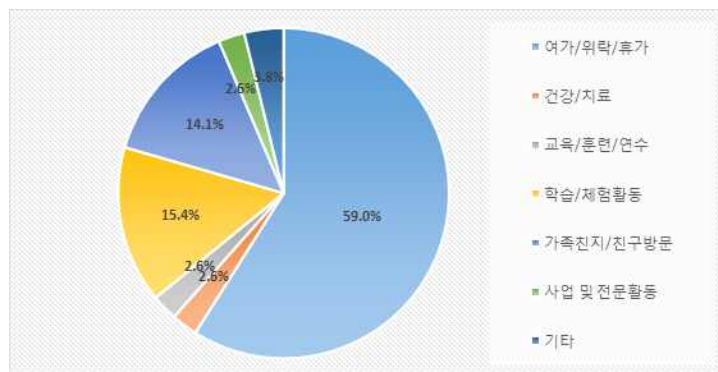
[그림 4.11] 방문객 거주지

- 방문객의 직업별로는 자영업이 가장 많았으며, 다음으로 서비스업, 주부, 사무/기술직, 학생 등의 순으로 분포함
- 방문객의 거주지역은 광주/전남이 30%를 상회하였으며, 다음으로 경기, 서울, 경남지역 순으로 방문객이 지역을 찾아 오는 것으로 나타남

3) 방문결정과정 및 방문형태

■ 방문목적

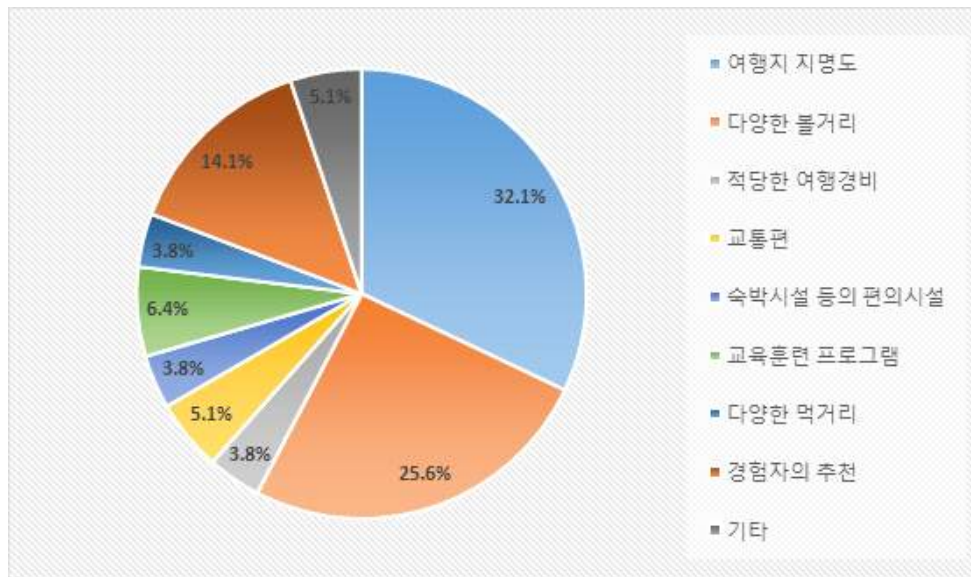
- 방문목적은 '여가/위락/휴가(59.0%)'가 압도적으로 많았고, 이어서 '학습/체험활동(15.4%)', 가족친지/친구방문(14.1%) 순으로 나타남
- '건강/치료(2.6%)', '교육/훈련/연수(2.6%)', '사업 및 전문활동(2.6%)' 목적의 방문객은 3% 미만인 것으로 나타나 절대적으로 적은 비율을 차지함



[그림 4.12] 방문목적

■ 방문지 선택 이유

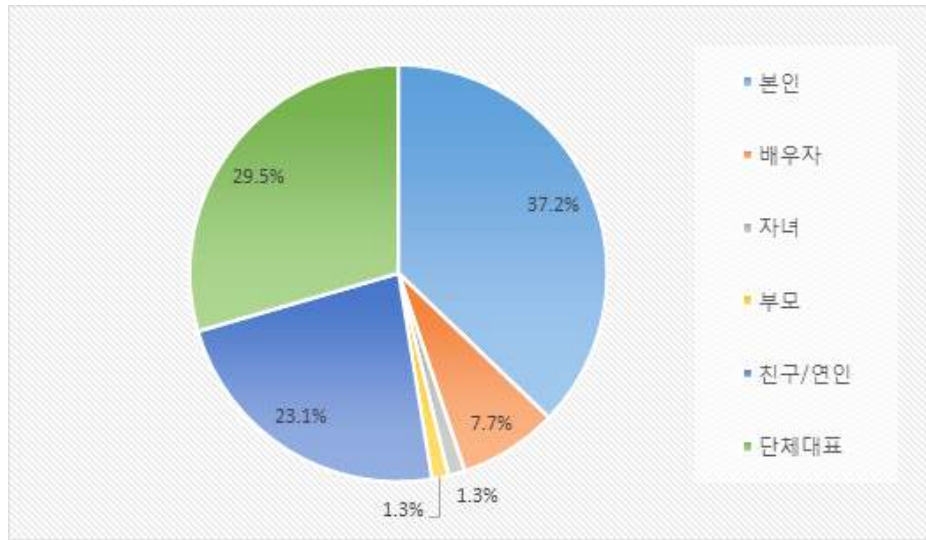
- 방문객이 두륜산 도립공원으로 관광지를 선택한 이유로 '여행지 지명도(32.1%)'를 1순위로 꼽았으며, 이어서 '다양한 볼거리(25.6%)', '경험자의 추천(14.1%)' 순으로 응답이 많았음
- 이에 비해 '다양한 먹거리(3.8%)', '숙박시설 등의 편의시설(3.8%)'에 대한 응답비율은 상대적으로 낮게 나타나, 요식접객업소에 대한 인지도는 떨어지는 것으로 타나남



[그림 4.13] 방문지 선택 이유

■ 방문지 결정자

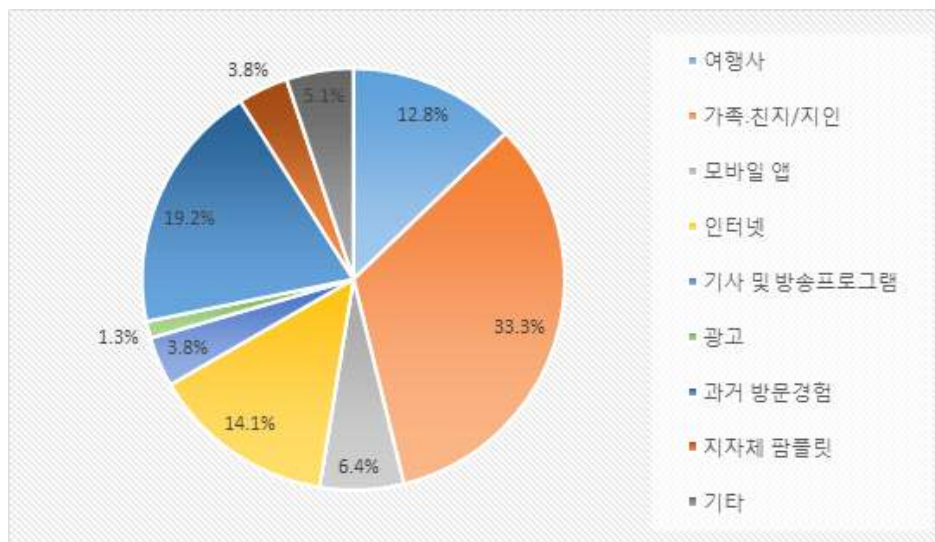
- 두륜산 도립공원으로 방문지를 결정한 사람은 '본인(37.2%)'이 가장 많았으며, 이어서 '단체대표(29.5%)', '친구/연인(23.1%)' 순으로 나타남
- 이러한 설문 결과는 두륜산 도립공원으로 방문객은 2인 이상의 방문객 또는 단체 방문객이 많음을 의미



[그림 4.14] 방문지 결정

■ 방문지 정보 획득원

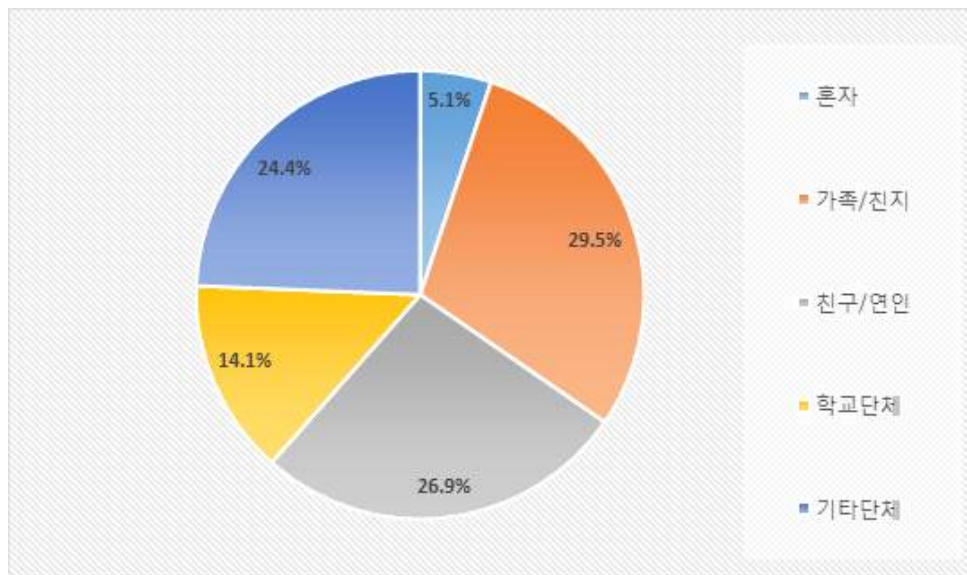
- 두륜산 도립공원에 대한 정보는 '가족·친지/지인(33.3%)'에 의한 정보획득이 1순위이었으며, 이어서 '과거 방문경험(19.2%)', '인터넷(14.1%)', '여행사(12.8%)'순으로 나타남
- 이에 반해 '모바일 앱', '광고', '방송 프로그램' 등에 의한 정보 획득은 미미한 수준으로 나타남



[그림 4.15] 방문지 정보 획득

■ 방문지 동반 유형

- 두륜산 도립공원 방문에 대한 동반자 유형은 '가족/친지(29.5%)' 가장 많았으며, 이어서 '친구/연인(26.9%)', '기타단체(24.4%)', '학교단체(14.1%) 순으로 나타남
- 이러한 결과에 의해 두륜산 도립공원은 가족단위 및 단체 관광객의 수요가 높은 것으로 나타나 이에 대한 홍보마케팅 전략 및 프로그램 등이 필요할 것으로 판단



[그림 4.16] 방문 동행자

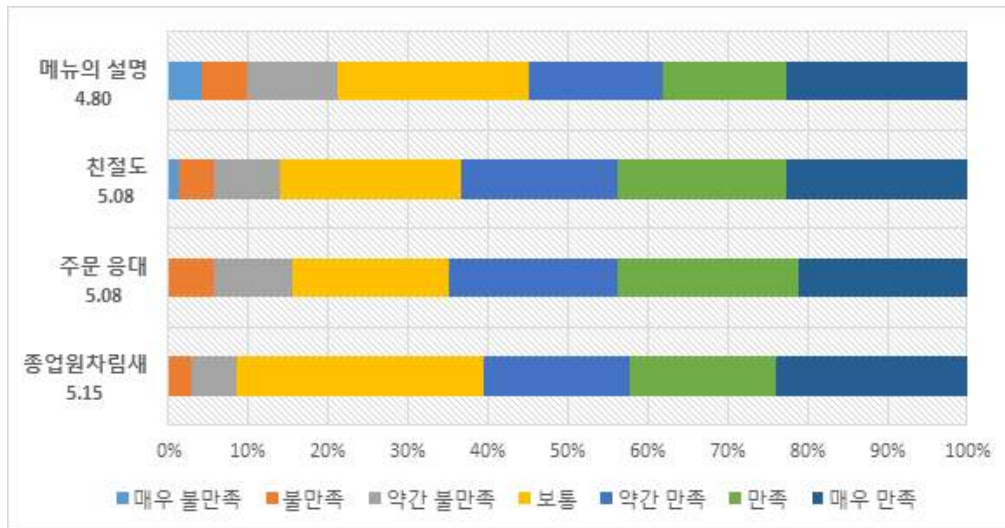
4) 서비스 만족도

- 두륜산 도립공원 방문객을 대상으로한 식당 및 음식, 숙박시설에 대한 만족도 조사는 서비스, 시설 등에 대한 내용으로 매우 불만족(1점)~매우 만족(7점)의 7점 척도로 측정
- '요식업소(식당 및 음식)'와 '숙박업소' 두 개 그룹으로 나누어 설문을 실시한 결과, '요식업소'에 대한 유효표본은 142부였으며, '숙박업소'에 대한 유효표본은 68부로 나타남

■ 요식업소(식당 및 음식)에 대한 서비스 만족도

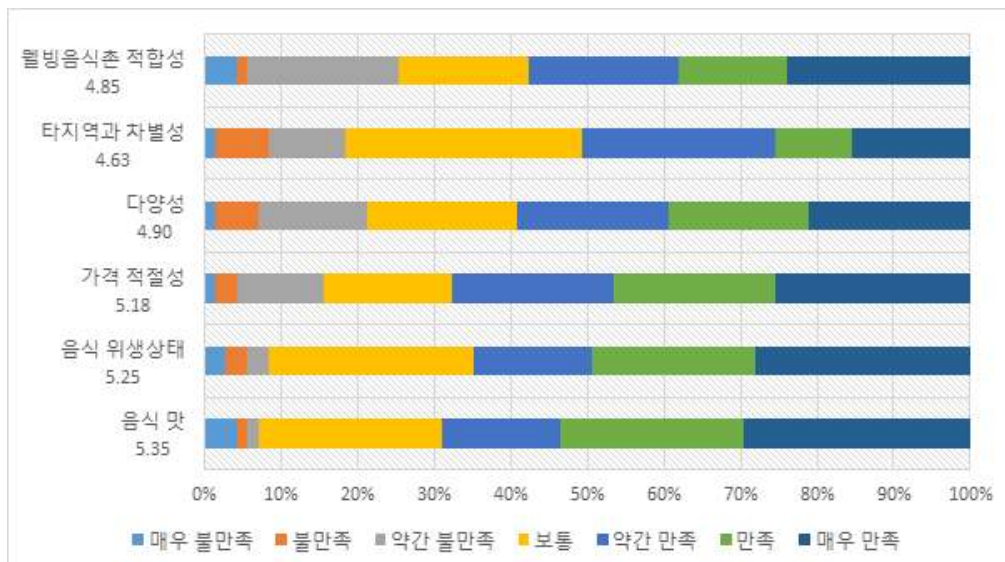
- 요식업소에 대한 서비스 만족도는 총 4개 부분(메뉴설명, 친절도, 주문 응대, 종업원 차림새)으로 나누어 설문을 실시

- 분석결과, 메뉴의 설명을 제외한 3개 부분에서는 평균값이 5이상으로 약간 만족 이상의 결과를 보임
- 이에 따라 메뉴 설명을 위한 설명자료 및 요식업소에 대한 교육이 필요할 것으로 판단됨
- 전체적인 서비스 만족도에 대한 분석내용은 다음 그림과 같음



[그림 4.17] 식당 및 음식에 대한 서비스 만족도

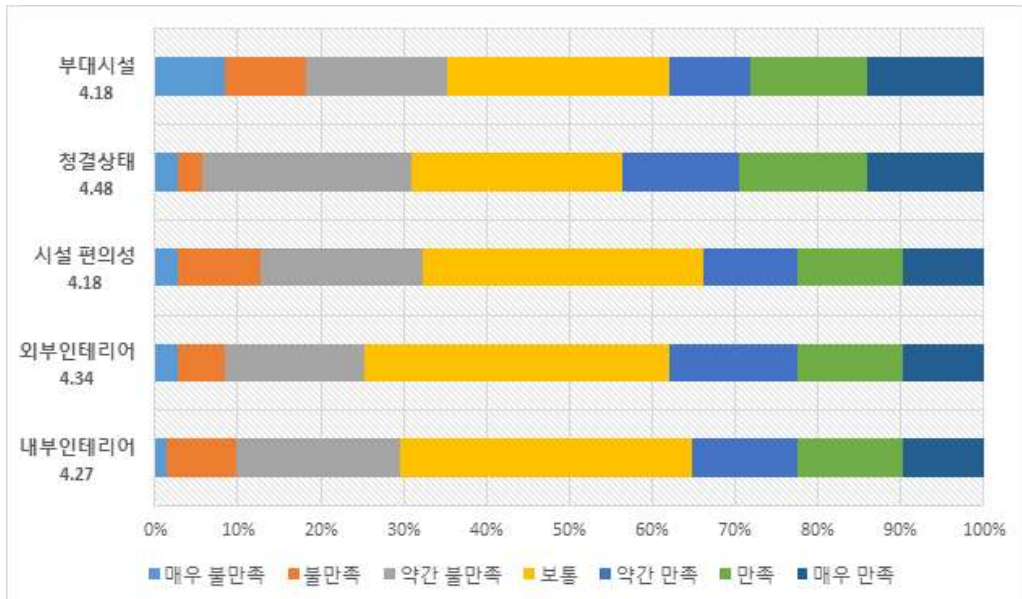
■ 요식업소(식당 및 음식)에 대한 메뉴 만족도



[그림 4.18] 식당 및 음식에 대한 메뉴 만족도

- 요식업소에 대한 메뉴 만족도는 총 6개 부분(음식의 맛, 위생상태, 가격 적절성, 다양성, 차별성, 웰빙음식촌으로서 적합성)으로 나누어 설문을 실시
- 분석결과, '음식의 맛(5.35)', '음식 위생상태(5.25)', '가격 적절성(5.18)'는 약간 만족 이상을 보였으나, '다양성(4.90)', '차별성(4.63)', '웰빙음식촌으로서 적합성(4.85)'은 보통 수준으로 상반된 의견을 보임
- 이에 따라 두륜산 도립공원내 요식업소의 활성화를 위해 음식의 다양성 및 차별성, 해남군에서 추진한 웰촌음식촌으로서의 특성을 강화할 수 있는 메뉴 개발 및 교육 등이 필요

■ 요식업소(식당 및 음식)에 대한 시설만족도



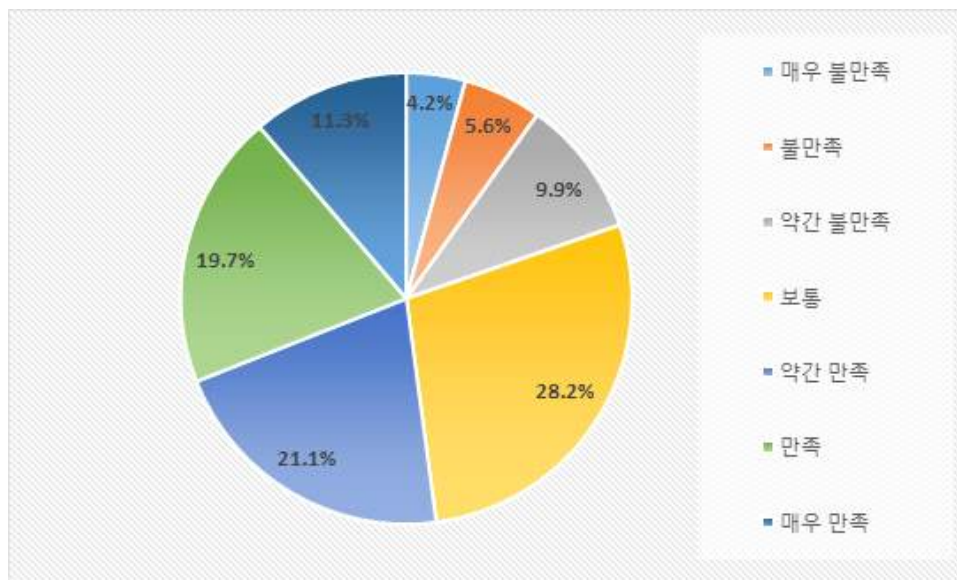
[그림 4.19] 식당 및 음식에 대한 시설 만족도

- 요식업소에 대한 시설 만족도는 총 5개 부분(내/외부 인테리어, 시설 편의성, 청결상태, 부대시설)으로 나누어 설문을 실시
- 분석결과, 대체적으로 서비스 및 메뉴 만족도에 비해 방문객의 만족도가 낮게 나타남
- 이에 따라 소비자 만족도 향상을 위해서는 우선적으로 방문객 취향에 맞는 시설 보완이 필요

- 특히, 가족단위 방문객 및 단체 방문객의 수요가 많기 때문에 이에 대한 시설의 편의성 및 부대시설 확충이 필요

■ 요식업소(식당 및 음식)에 대한 전체 만족도

- 요식업소에 대한 전체 만족도는 4.61로 보통 수준을 보임
- 서비스 및 메뉴에 대한 만족도는 대체로 약간 만족 이상을 보였지만, 시설 만족도에서 보통수준을 나타냈기 때문인 것으로 판단
- 이에 따라 방문객의 요식업소 만족도 향상을 위해서는 소비자 취향 및 현대의 요식업소 트렌드 등을 고려한 시설 보완이 선행되어야 할 것으로 판단
- 또한, 타지역과의 차별성을 강화할 수 있는 웰빙음식촌으로서의 특성을 강화한 메뉴를 적극적으로 도입하고 이에 대해 방문객과 공유할 수 있는 정보를 제공해야 할 것으로 판단

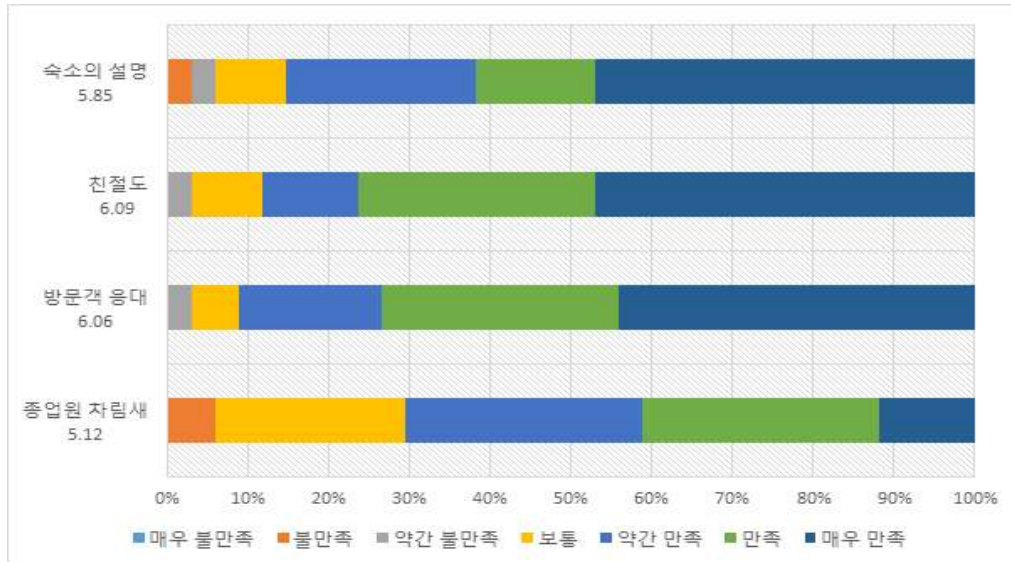


[그림 4.20] 식당 및 음식에 대한 전체 소비자 만족도

■ 숙박업소 서비스 만족도

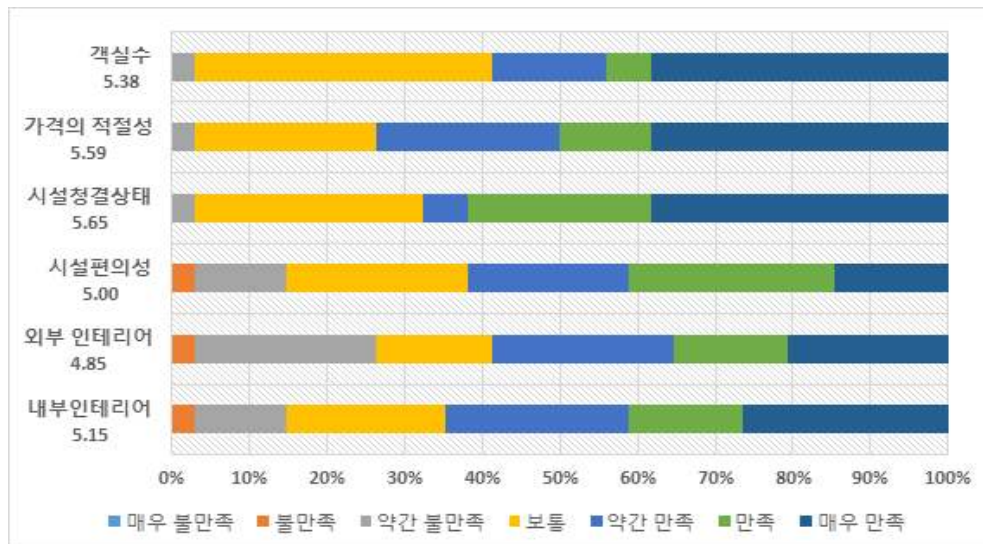
- 숙박업소에 대한 서비스 만족도는 총 4개 부분(숙소 설명, 친절도, 방문객 응대, 종업원 차림새)으로 나누어 설문을 실시

- 분석결과, 4개 부분 모두 5.0의 '약간 만족' 이상으로 방문객의 만족도가 높은 것으로 나타남
- 그러나, '종업원 차림새(5.12)'가 다소 낮게 나타나는 점을 고려하여 숙박업소 운영시 유니폼 등을 착용하므로서 방문객에게 신뢰를 줄 수 있는 숙박업소의 자체 노력이 필요



[그림 4.21] 숙박시설의 서비스 만족도

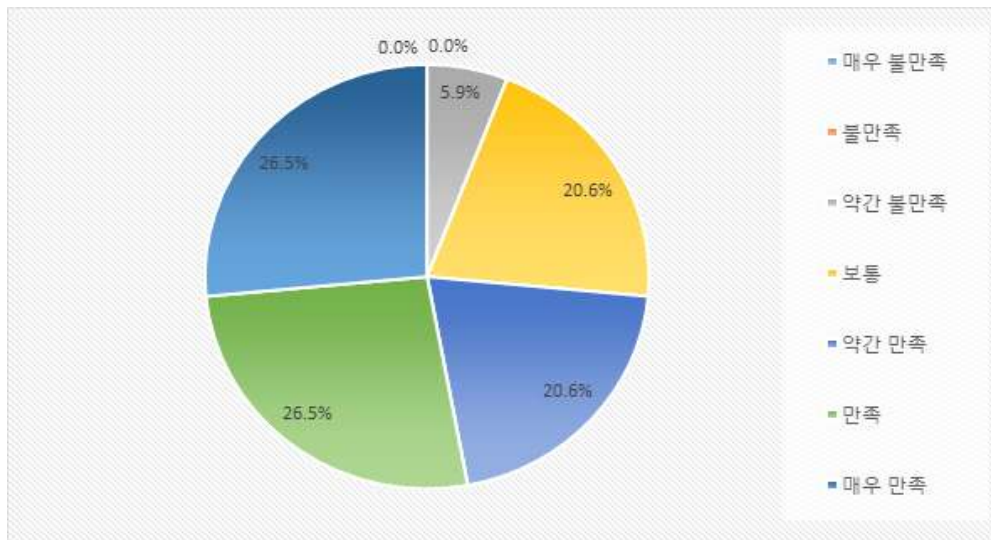
■ 숙박업소 시설 만족도



[그림 4.22] 숙박시설 시설 만족도

- 숙박업소에 대한 시설 만족도는 총 6개 부분(내/외부 인테리어, 시설 편의성, 청결상태, 가격의 적절성, 객실수))으로 나누어 설문을 실시
- 분석결과, 5개 부분에서 '약간 만족(5.0)' 이상의 만족도를 보였으며, 외부 인테리어는 4.85로 보통 수준으로 나타남
- 이에 따라 숙박업소에서는 방문객에게 호감을 줄 수 있도록 최소한의 외관 정비가 필요할 것으로 판단

■ 숙박시설 전체 만족도

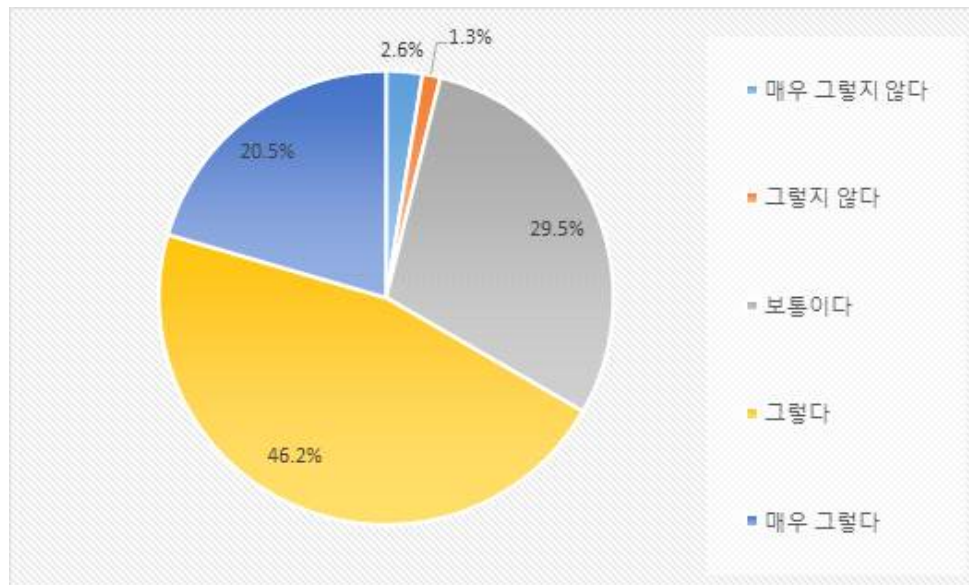


[그림 4.23] 숙박시설에 대한 전체 소비자 만족도

- 숙박업소에 대한 전체 만족도는 '약간 만족' 이상(5.47)으로 요식업소에 비해 높게 나타남
- 특히, '매우 만족'도 26.5%를 차지해 시설에 대한 소비자 만족도 높은 것으로 나타남

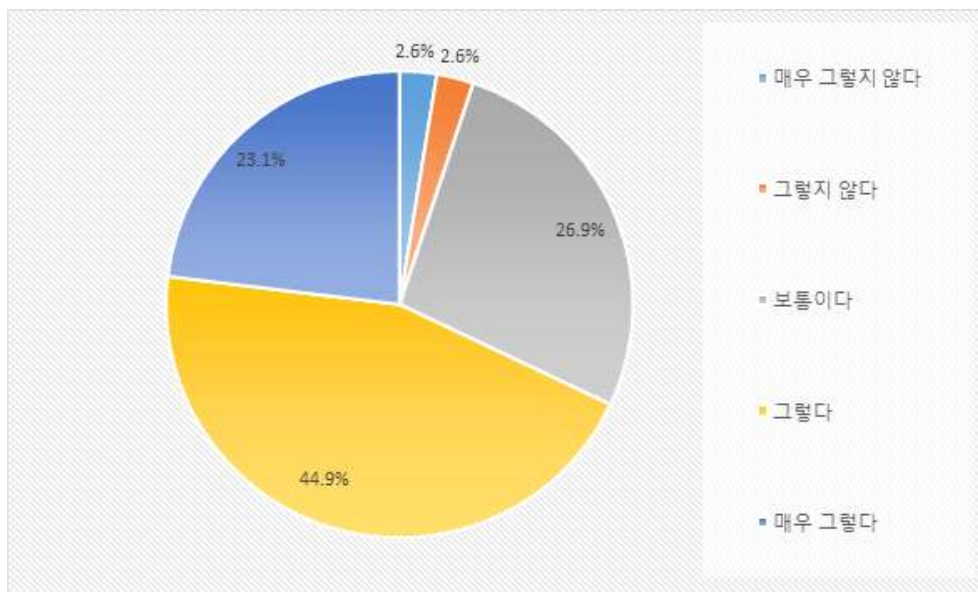
■ 두륜산 도립공원내 요식接客업소에 대한 재방문 및 타인 추천 의향

- 두륜산 도립공원내 요식接客업소에 대한 재방문 및 타인 추천 의향에 대한 방문객 조사는 '매우 그렇지 않다(1점)'~'매우 그렇다(5점)'의 5점 척도로 설문을 실시
- 재방문 의향에 대한 분석결과는 다음 그림과 같이 평균 3.81로 66%이상이 재방문 의향이 있는 것으로 나타남



[그림 4.24] 재방문 의향

- 타인에게 추천의향에 대한 분석결과는 다음 그림과 같이 평균 3.83으로 68%이상이 타인에게 추천할 의향이 있는 것으로 나타남



[그림 4.25] 타인추천 의향

- 이에 따라 두륜산 도립공원내 요식접객업소에서는 신규 방문객을 유치하는 것도

중요하지만, 최초 방문객에게 대한 만족도를 높일 수 있는 전략을 수립할 필요

- 이를 통해 두륜산 도립공원에 대한 소비자 충성도를 높이고, 입소문에 의한 홍보마케팅 전략이 효과적일 것으로 판단

4. 문제점 도출

1) 현황 및 사례 분석

■ 지역자원과의 연계성 부족

- 두륜산 도립공원내 요식접객업소는 두륜산과 대흥사, 계곡, 온천약수, 다양한 문화재 등을 보유하고 있지만 이와 연계한 마케팅 및 활성화 전략이 미비한 실정
- 또한, 해남군 중장기 발전계획상 대흥사지구가 치유관광거점 조성사업을 계획하고 있으므로 지역자원과 발전테마가 유기적으로 연계된 콘텐츠 및 상품화 전략이 필요

■ 음식관광의 중요성 인식

- 관광지에서 음식에 대한 경험은 관광지 상품과 서비스의 성과를 가늠하는 중요한 지표
- 이에 따라 두륜산 도립공원내 요식업에 대한 중요성을 인식하고, 성공요인인 지역, 상품, 문화유산, 지속가능성, 질, 커뮤니케이션, 협력 등에 대한 활성화 전략이 필요

■ 연중 지속적 방문객 확보를 위한 전략 수립

- 두륜산 도립공원 관광객의 변화 추이는 방문객수는 과거에 비해 현저히 줄어들었으며, 과거 여름철에 방문객이 집중되었으나, 현재 10월 이후 방문객이 증가하고 있음
- 이것은 여름철에는 타지역에 비해 방문객 유치를 위한 콘텐츠 및 메리트가 부족하고, 겨울철에는 동계훈련 단체 유치 등을 통한 방문객 유치에 어느 정도 성과를 보이고 있는 것으로 판단됨
- 이에 따라 연중 방문객수가 지속적으로 유지될 수 있도록 비활성화 시기(여름철)에 대한 해결 방안을 모색하고, 활성화시기(겨울철)에는 방문객의 서비스 만족도를 높일 수 있는 방안을 모색
- 또한, 시설 노후화 등으로 곳곳에 방치되어 있는 디스어메니티 시설에 대한 전체적인 보완작업도 함께 이루어져야 함

2) 요식접객업소 심층인터뷰

■ 숙박업소

- 계절별 방문객 수요 편차가 크기 때문에 비활성화시기에 대한 방문객 유치 전략 필요
 - 대흥사 및 체육시설, 지역자원을 활용한 방문객 유치 전략
 - 여름철 가족단위 관광객 유치를 위한 물놀이 시설 유치(기찬랜드 사례)
 - 도립공원내 하천정비를 통한 활용계획 수립 및 운영프로그램 개발
- 겨울철 동계훈련 장소로서 위상 강화를 위한 산학훈련코스 개발
- 소비자 만족도 향상을 위한 숙박업소별 시설편차를 줄이기 위한 시설보완시 제도/규제 완화 검토 방안
 - 시설물 환경개선을 위한 관광진흥기금 등의 신청 절차 간소화 지원
 - 숙박업소 자체 리모델링을 위한 농협-해남군 연계를 통한 저금리 대출 지원
 - 대흥사와 해남군 소유 부지에 대한 일관적 토지세(토지 임차료)의 조정

■ 요식업소

- 단체 방문객 유치를 위한 해남군의 지원 프로그램 확대
 - 여행사 인센티브 지원 등을 인근 지자체 수준으로 확대하여 방문객 유출 방지
 - 전라남도 관광코스 재조정을 통한 관광중심지로서 해남군의 위상 강화
 - 지역 관광자원과 연계 프로그램 개발
- 음식에 대한 소비자 만족도 향상을 위한 시설 보완 및 프로그램 도입
 - 공동 마케팅 전략 및 업소에 대한 서비스 교육
 - 방문객 유형별 특화음식 개발 및 메뉴별 적정 가격책정 컨설팅
 - 요식업주의 고령화에 따른 지속가능성의 문제 해결

3) 방문객 실태조사

■ 남성 장년층에 편중된 방문객

- 방문객의 60%이상이 남성으로 대부분 50대 연령 비율이 높게 나타나, 이러한 계층의 만족도를 높이고, 다른 계층의 유인 효과를 높일 수 있는 프로그램의 도입

■ 방문결정과정 및 방문형태

- 두륜산 도립공원의 방문목적은 대부분 '여가/위락/휴가'를 위해서이며, '여행지 지명도'에 의해 방문지를 선택한 경우가 다수를 차지함.
- 이에 따라 요식접객업소의 발전 테마는 방문객의 목적(여가/위락/휴가)을 충실히 이행할 수 있도록 설정하고, 두륜산이라는 지명도를 활용하여 시너지를 창출할 수 있는 전략 수립
- 방문지 결정자 및 동반유형이 가족단위 이상의 단체 방문객의 수요가 높기 때문에 이를 위한 프로그램 및 유치 방안 등을 강구

■ 기존 방문객에게 대한 양질의 서비스 제공을 통한 재방문의 기회 확대

- 두륜산 도립공원에 대한 주요 정보획득원이 '친구/지인', '과거 방문경험'으로 나타났기 때문에 기존 방문객의 충성도를 높일 수 있는 서비스의 질을 향상
- 두륜산 도립공원에 대한 소비자 충성도를 높이고, 입소문에 의한 홍보마케팅 전략이 효과적일 것으로 판단

■ 요식업소에 대한 소비자 만족도

- 타지역과의 차별성을 강화할 수 있는 웰빙음식촌으로서의 특성을 강화한 메뉴를 적극적으로 도입하고 이에 대해 방문객과 공유할 수 있는 정보를 제공
- 서비스 및 메뉴에 대한 만족도는 대체로 약간 만족 이상을 보였지만, 시설 만족도에서 보통수준을 나타냈기 때문에 요식업소 만족도 향상을 위해서는 소비자 취향 및 현대의 요식업소 트렌드 등을 고려한 시설 보완이 선행

■ 숙박업소에 대한 소비자 만족도

- 방문객에게 신뢰를 줄 수 있는 복장정비 및 최소한의 외관 정비가 필요

제 5장 요식접객업소 활성화 방안

1. 기본방향 및 목표

5.1.1 기본방향

■ 지속가능한 지역 활성화 비전 설정

- 지역경제의 위축, 환경문제 논의 심화, 윤리적 소비활동 확산 등 전 세계적 추세에 대응하고 협력·창조·융복합 등의 사회적 요구를 반영하기 위해서는 관광개발과 연계된 지역발전의 새로운 패러다임 설정이 필요함
- 지역활성화를 위해서는 방문객과 지역주민(업주), 해남군, 대흥사 등 모든 이해당사자의 행복을 추구
- 이러한 배경하에서 방문객과 지역주민이 행복하고, 지역내 환경보전 및 경제활성화 등 지속가능한 두륜산 도립공원내 요식접객업소의 활성화를 기본 방향으로 설정

■ 지속가능한 지역발전 전략의 원칙

- 사회·문화적, 경제적, 환경적 지속성이 순환을 이루면서 지속가능하게 발전
 - 사회·문화적 지속성: 사회적 형평성, 지역사회 참여
 - 경제적 지속성: 지역사회·관광산업 경제적 편익 창출
 - 환경적 지속성: 자연자원 보전, 현명한 이용, 훼손 관리 등
- 사회·문화적, 경제적, 환경적 지속성의 원칙은 자원, 방문객, 지역사회, 관광산업 등 각 요소가 서로 '조화'와 '균형'을 이루어 추진될 때 실현가능

■ 이에 따라 지속가능한 지역관광을 구성하는 자원, 방문객, 지역사회 등의 기본요소를 바탕으로 요식접객업소에 대한 활성화 방안을 설정

5.1.2 발전목표

지속가능한 두륜산 도립공원 명품마을 요식접객업소 활성화					
지역자산의 활용을 통한 가치창출		체감형 관광향유여건 개선		지속가능한 성장동력 구현	
지역자산 재창조형 관광콘텐츠 발굴 및 상품화	지역자산의 활용을 통한 가치창출	수요 만족형 관광 서비스 강화	수요 맞춤형 관광 인프라 조성	융합협력형 추진 조직 구축	효율 강화형 제도적 기반 마련
<ul style="list-style-type: none"> • 웰빙음식 콘텐츠 강화 • 명품마을 맛지도 제작/배포 • 자연환경자원 활용 관광상품화 • 지속가능한 스포츠 이벤트 유산 관광 자원화 	<ul style="list-style-type: none"> • 콘텐츠 융합형 관광 지 업사이클링 • 융합형 음식 상품 개발 • 방문객 금로벌화에 대한 대비 	<ul style="list-style-type: none"> • 요식접객업소 수용 태세 강화 • 적정 가격선의 결정 	<ul style="list-style-type: none"> • 연계 협력형 관광클 러스터 조성 • 방문객 수요 및 트랜 드 변화에 따른 시설 정비 • 지역 육상교통 연계 추진 	<ul style="list-style-type: none"> • 명품마을 공동 관광 브랜드 구축 • 통합적 협력체계 구축 	<ul style="list-style-type: none"> • 여행사 인센티브 확대 • 통합적 관광품질 관리 제도 도입

[그림 5.1] 두륜산 도립공원 명품마을 발전목표 및 세부추진전략

■ 지역자산의 활용을 통한 가치 창출

- 두륜산 도립공원내 요식접객업소의 활성화를 위해서는 대흥사, 계곡, 두륜산, 체육공원 등의 지역자원을 활용하여 4계절 내내 지역내외 방문객이 찾을 수 있는 콘텐츠를 발굴하는 것이 필요
- 이를 통해 지역자산 재창조형 관광콘텐츠화 및 상품화(지역 스포츠·문화자원을 연계한 문화예술 관광 상품화)
- 또한, 지역내 다양한 볼거리, 살거리, 먹거리를 연계한 고부가가치 융합형 상품 개발을 통해 부가가치 창출 기반을 마련

■ 체감형 관광향유여건 개선

- 수요 만족형 관광서비스 강화
 - 관광객에게 다양한 개인적 체험을 보장하고 관광 콘텐츠 구축에 관광객들이 자발적으로 참여·주도하는 서비스 개발 및 인식의 변화가 필요
- 수요 맞춤형 관광 인프라 조성
 - 지역을 대표하는 관광매력물을 중심으로 숙박시설, 음식점, 지역특산품판매점

등 관광 관련 유관시설을 네트워크화

■ **지속가능한 성장동력 구현**

- 지역내 다양한 이해당사자 그룹간 융합·협력형 추진조직 구축 : 두륜산 도립공원 명품마을의 다양한 사업을 통합적으로 이끌 협력체계 구축
- 효율 강화형 제도적 기반 마련 : 지역내 요식접객업소 서비스 강화 및 인프라 정비의 효율화를 위한 제도적 지원 및 기반 강화

2. 세부 추진과제

5.2.1 지역자산의 활용을 통한 가치 창출

1) 지역자산 재창조형 관광콘텐츠 발굴 및 상품화

■ 대흥사와 연계된 웰빙음식 콘텐츠의 상품화

- 음식관광 목적지로 유명한 프랑스, 스페인의 경우 자국의 식문화를 기반으로 와이너리 투어 등을 상품화하여 음식관광 목적지로 자리매김함
- 이에 따라 두륜산 도립공원내 요식업소에서도 지역내 자원인 대흥사의 역사, 문화적 배경을 기반으로 사찰음식과 연계된 웰빙음식을 콘텐츠로 관광상품화
- 특히, 해남군에서 추진한 웰빙음식촌 조성사업과 연계하여 보리밥(쌈밥), 산채음식 등에 대한 특화 및 요식업소의 참여를 높여 먹거리촌으로서 차별성을 강화

■ 두륜산 명품마을의 맛지도 제작 및 배포

- 현재 두륜산 도립공원내 요식업소에 대한 소개자료는 웹사이트 연계를 통한 일부 업소에 한정되어 있음
- 업소별 음식에 대한 특성 및 설명 등에 대한 소비자 만족도가 다른 부분에 비해 미흡하므로 이에 대한 설명 자료를 제작하여 배포함으로써 소비자에 대한 배려 및 홍보
- 특화 상품(웰빙음식)에 대한 효과적인 현재 웹사이트를 중심으로 제공되고 있는 음식관련 정보는 단순 나열식으로 제공되기 때문에 실제 관광목적지 및 관광활동으로 연계하기에는 어려움이 있음
- 지역내 관광코스과 더불어 주변관광정보를 관광객에게 종합적으로 전달할 수 있도록 맛지도 제작·배포함
- 맛지도를 제작하기 위해서는 테마별 음식관광 인벤토리를 구축하는 것이 선행되어야 함
- 음식관광 인벤토리 데이터베이스를 기반으로 관광객에게 맞춤정보를 제공하고

음식별 스토리텔링 개발 및 홍보책자 발간

- 맛지도는 홍보물과 함께 온라인 사이트를 통해 음식관광코스 추천 및 식당안내, 음식체험시설 등을 종합적으로 안내받을 수 있도록 해남군 홈페이지와 연계

■ 자연환경자원을 보전/활용한 관광 상품화

- 새로운 시설 도입을 통한 지역 명소화 전략이 아닌 자연자원을 활용하여 방문객을 유치하는 관광 상품화 방안을 통한 지역내 요식접객업소의 활성화 추진
- 즉 계단식 논처럼 그 지역과 마을만이 가지는 고유한 지형이나 자연재해 등으로 인해 우연히 형성된 경관과 같이 마을의 자연과 역사적 사건을 보존함으로써 관광자원화
- 두륜산 도립공원은 기존의 인지도가 높은 두륜산 케이블카 및 대흥사라는 주요 자원을 가지고 있으나, 당일 방문객의 비중이 높음
- 이에 따라 지역내 요식접객업소의 경제적 파급효과를 높일 수 있는 체류형 방문객 유치를 위해서는 지역자원을 활용한 새로운 콘텐츠 개발이 필요
- 지역내 관리가 잘 이루어지지 않는 계곡을 활용한 체류형 관광객 유치(여름철 지역경제 활성화를 위한 새로운 관광 상품화)



사례 . 영암 기찬랜드

■ 개요

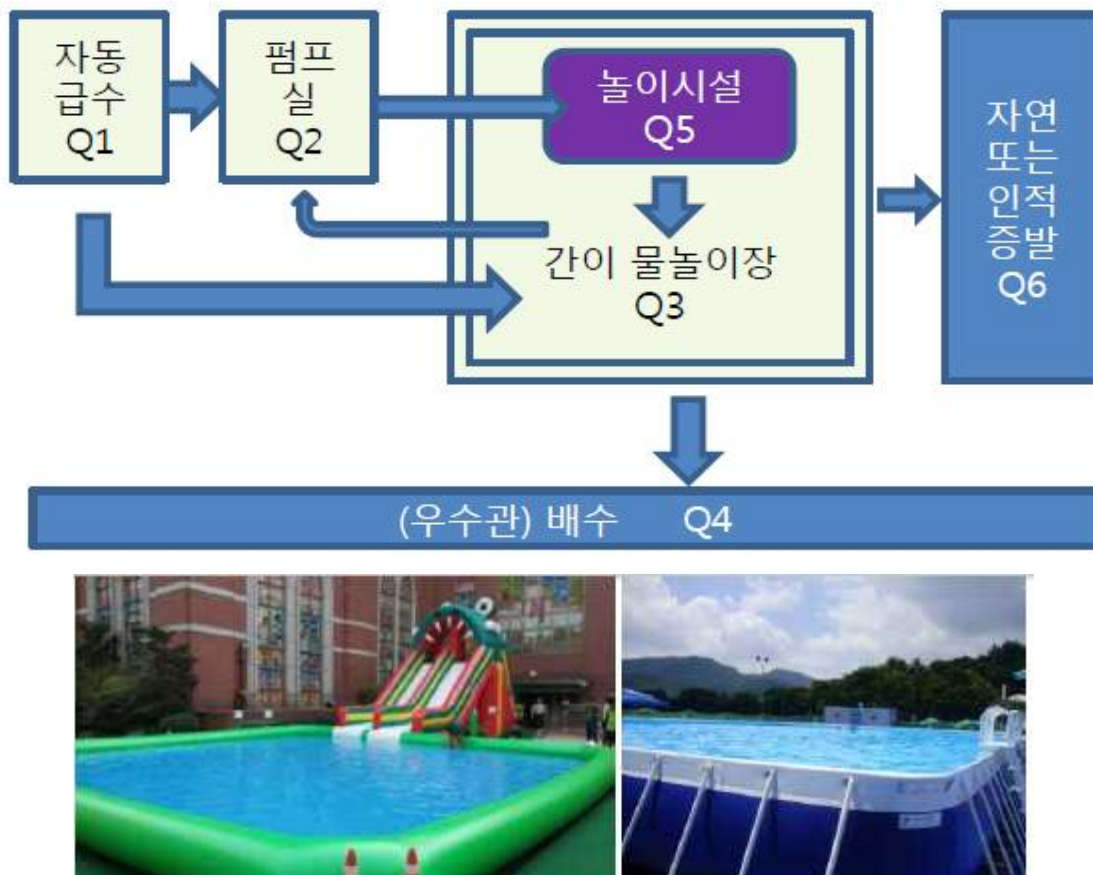
- 월출산 천황봉자락 맥반석에서 나오는 월출산의 기(氣)와 월출산 계곡을 흐르는 청정 자연수를 활용하여 새롭게 조성된 관광명소
- 월출산 기찬랜드에는 가야금테마공원을 조성하여 민족문화를 체험할 수 있으며, 산림욕장, 웰빙 기도로, 자연형 풀장, 기건강센터, 펜션, 체육시설 등을 설치하여 군민은 물론, 웰빙을 추구하는 관광객들이 즐겨 이용

■ 효과

- 여름철 방문객이 약 15만명 이상으로 입장수입만 3억여원, 누적 방문객 115만명
- 영암관내 숙박업소, 마트, 식당 등을 이용하려는 사람들이 늘어나 지역경제 활성화 도움
- 또한, 여름철 안전한 피서지로서 성공적 운영을 위해 안전관리요원을 지역내에서 선발(관내 거주 대학생 약 55명)하여 운영
- 이를 통해 신규 고용창출 효과 및 지역에 대한 자긍심을 기를 수 있는 기회로 활용
- 영암군에서는 월출산과 금정에 조성된 기찬랜드가 가족단위나 친목회 등 단체 피서객으로부터 큰 호응을 얻고 있으며, 부담 없는 가격에 가벼운 마음으로 즐길 수 있는 여름 휴가지로 자연환경 속에서 여름철 무더위를 피할 수 있는 최적의 장소로 자리매김하면서 지역경제 활성화에도 크게 기여하고 있다고 판단



- 여름철 피서지로서 방문객이 선호하는 산과 수변공간을 보유하고 있는 지역환경을 보다 적극적으로 활용하여 비수기(여름철)의 해남군내 주민의 타지역으로의 유출을 방지하고 외부 방문객을 유치하여 지역경제 활성화 유도
- 이에 따라 두륜산 도립공원내 여름철 수변공간 조성을 위한 중장기 전략을 수립하여 실현 가능성 있는 방문객 유치 전략 수립
- 단기전략 : 간이 물놀이 시스템의 도입
 - 간이 물놀이 시스템을 도입하여 여름 한철에만 사용 후 철거
 - 공원내 체육시설은 여름철 활용도가 떨어지기 때문에 간이 물놀이 시스템 도입을 위한 대상지로 선정
 - 물놀이 시스템은 해남군에서 위탁업체를 선정하여 여름철 동안 관리 운영
 - 간이 물놀이 시스템 작동 원리



[그림 5.2] 간이 물놀이 시스템 원리 및 사례

- 장기전략 : 지역내 하천을 활용한 고정형 물놀이 시설 설치
- 영암 월출산 기찬랜드, 나주시 금성산 생태 물놀이장 등과 같이 지역 공원내 하천을 활용한 물놀이 시설 설치
- ‘(가칭)명품마을 관광활성화 협력위원회’를 통해 물놀이 시설 설치에 대한 방향 및 행정적 처리 등에 관한 협의
- 시설설치를 위한 기본계획을 수립하여 하천점용허가 신청 등에 관한 행정적 절차 수행



[그림 5.3] 나주 금성산 생태 물놀이장

- 시설설치후 시설의 관리운영을 위한 해남군내 조례 등의 제정

나주시 금성산 생태 물놀이장 관리 조례

(제정) 2011.01.06 조례 제866호

관리책임부서 : 산림공원과

연 락 처 : 339-7211

제1조(목적) 이 조례는 「지방자치법」 제139조제1항에 따라 나주시 경현동 소재 금성산 생태 물놀이장의 주차료 징수와 그 밖의 운영관리에 대하여 필요한 사항을 규정함을 목적으로 한다.

제2조(정의) 이 조례에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. “주차료”란 금성산 생태 물놀이장 공영 주차장에 차를 주차하고자 하는 자로부터 징수하는 요금을 말한다.
2. 자동차의 정의는 「자동차 관리법」 제2조에 따른다.

나주시 금성산 생태 물놀이장 관리 조례

3. 자동차의 유형별 분류

가. 경차 : 배기량 1,000cc미만인 자동차

나. 소형차 : 승용차, 11인승 이상 15인승 이하 승합차, 최대 적재량 1톤이하 화물차

다. 중형차 : 16인승 이상 35인승 이하 승합차, 최대 적재량 1톤 초과 5톤 미만 화물차

라. 대형차 : 36인승 이상 승합차, 최대 적재량 5톤 이상 화물차

제3조(주차료) 주차료는 「별표 1」과 같다.

제4조(주차료의 징수) ①주차료는 차량이 금성산 생태 물놀이장 공영주차장에 진입시 징수하며 징수한 주차료는 다음날까지 나주시 금고에 납입하여야 한다. ②시장은 시설관리의 필요에 따라 일정기간에만 주차료를 징수하고, 그러하지 않은 경우에는 주차료를 징수하지 아니할 수 있다.

제5조(주차료의 게시) 시장은 주차료를 대중이 잘 볼 수 있는 곳에 게시하여야 한다.

제6조(주차료의 면제 등) ①다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 차량에 대하여는 제3조에 따른 주차료를 면제할 수 있다.

1. 국민, 외교사절 및 그 수행원 차량
2. 공무수행을 위하여 출입하는 차량
3. 「도로교통법」 제2조에 따른 긴급 자동차
4. 「장애인복지법」 제2조에 따른 장애인으로서 장애인 복지카드를 소지한 자 또는 그 보호자가 운전하는 차량
5. 「국가 유공자등예우 및 지원에 관한법률」 제4조에 따른 국가유공자와 그 유족(같은법 시행령 제86조에 따른 국가유공자 또는 유족 증서 소지자에 한함)이 운전하는 차량
6. 「5.18민주유공자예우에 관한법률」 제4조에 따른 민주유공자와 그 유족(같은법 시행령 제86조에 따른 민주유공자증 또는 유족증 소지자에 한함.)이 운전하는 차량
7. 「공직 선거법」에 따라 선거관리위원회가 발급한 투표 확인증을 제출한 자(유효기간 3개월)가 운전하는 차량
8. 그 밖에 시장이 필요하다고 인정하는 차량

② 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 차량에 대하여는 제3조에 따른 주차료를 「별표 2」와 같이 감면할 수 있다.

1. 나주시에 등록된 차량
2. 나주시 명예 시민이 운전하는 차량
3. 제2조제3호 가목에 따른 경차
4. 그 밖에 시장이 필요하다고 인정하는 차량

나주시 금성산 생태 물놀이장 관리 조례

③ 주차료를 면제 또는 감면 받고자 하는 자는 증명서를 제시하여야 하며, 그 증명서는 자동차 등록증, 공무원증, 제1항제4호부터 제6호까지에 따른 신분증명 등으로 한다.

제7조(주차의 거절 및 견인조치) ① 시장은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 차량에 대하여는 주차를 거절할 수 있다.

1. 제3조에 따른 주차료를 납부하지 아니한 차량
2. 자동차의 구조상 주차가 불가능하거나 곤란한 차량
3. 발화성 또는 인화성 물질을 적재한 차량
4. 그 밖에 주차장 관리 운영상 필요하다고 시장이 인정하는 차량

② 시장은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 차량에 대하여는 견인 조치할 수 있다.

1. 제3조에 따른 주차료를 납부하지 아니하고 주차한 차량
2. 5일 이상 주차된 차량
3. 다른 차량의 통행을 방해하여 주차된 차량

제8조(위탁관리) ① 시장은 금성산 생태 물놀이장의 효율적인 관리를 위하여 물놀이장의 관리·운영에 관한 사무의 전부 또는 일부를 법인, 단체 또는 개인에게 위탁 관리할 수 있다.

② 제1항의 규정에 의한 이용 시설의 수탁자 선정은 일반경쟁 입찰에 의하여야 하며, 수탁 기간은 2년을 원칙으로 하되, 2년 단위로 그 기간을 연장할 수 있다.

③ 수탁자는 시장의 동의 없이 목적과 달리하여 사용하거나 그 권리를 양도할 수 없으며, 수탁재산의 원형이 변경되는 대규모 수리 또는 보수를 하고자 할 때에는 사전에 시장의 승인을 받아야 한다. 다만, 긴급을 요하는 경우에는 필요한 조치를 취한 후 지체없이 그 내용을 시장에게 보고 하여야 한다.

④ 위탁 사용 계약기간이 만료되어 반환할 때에는 시장의 검사를 받아야 하며, 시설관리 과정에서 자부담으로 시설한 설비에 대한 소유권 또는 실비변상을 요구할 수 없다.

⑤ 수탁자는 선량한 관리자로서의 주의와 의무를 다하여야 하며 수탁재산 내에서 발생한 안전사고에 대한 책임과 고의 또는 과실로 수탁재산에 손해가 발생한 경우에는 원상복구 또는 보상하여야 한다.

⑥ 수탁자는 금성산 생태 물놀이장 시설의 관리운영과 관련하여 물놀이장 시설안 (주차장, 편의시설 등 포함)에서 발생한 피해에 대한 보상을 위하여 관계보험에 가입 하여야 한다.

제9조(운영지원) ① 시장은 수탁자에게 위탁한 물놀이장 시설 운영에 필요한 경비를 지원할 수 있다.

② 수탁자는 지급받은 경비를 사업목적 외 사용하여서는 안되며, 「지방재정법」 등 회계 관계법규 등에 적합하게 집행하여야 한다.

나주시 금성산 생태 물놀이장 관리 조례

제10조(감독) ① 시장은 필요하다고 인정할 때에는 수탁자에 대하여 물놀이장 시설 운영에 관한 보고를 하게 하거나, 소속 공무원으로 하여금 수탁자의 사무소 및 수탁 운영하는 시설 등에 출입하여 장부, 서류 기타의 물건을 조사 또는 검사하게 할 수 있다.

② 시장은 제1항의 규정에 의하여 보고를 받거나 조사 또는 검사 결과 시정 하여야 할 사항이 있는 경우에 필요한 조치를 명할 수 있다.

제11조(위·수탁의 취소) 시장은 다음 각 호에 해당하는 사유가 있을 때에는 위탁을 취소할 수 있다.

1. 수탁자가 이 조례 규정을 위반하는 경우
2. 수탁자가 수탁 조건을 위반하는 경우
3. 민원발생 등 수탁자의 운영·관리에 문제가 있다고 시장이 판단할 경우

제12조(준용) 주차료의 징수에 관하여 이 조례에 규정되지 아니한 사항은 지방세 징수의 예에 따른다.

제13조(시행규칙) 이 조례 시행에 관하여 필요한 사항을 규칙으로 정한다. 부칙 (2011.1.6. 조례 제866호)

이 조례는 공포한 날부터 시행한다

■ 지속가능한 스포츠이벤트 유산 관광자원화

- 두륜산 도립공원내 요식접객업소의 성수기는 여름철이 아닌 겨울철로서 스포츠 선수들의 동계훈련 장소로 큰 호응을 얻고 있기 때문
- 이에 따라 지역내에서 숙식 및 훈련 등을 모두 소화할 수 있는 시설 및 루트, 프로그램 개발
- 요식접객업소
 - 스포츠 단체를 유치할 수 있는 요식접객업소의 공동마케팅(각 단체에 대한 홍보물 및 인센티브 등의 제공)
 - 숙박업소와 식당간 연계를 통한 할인 제도 도입(업주간 상호 협약 및 협력)
- 자자체

- 스포츠 활성화 및 치유관광 루트 개발(자연힐링형 체험관광 루트, 문화힐링형 체험관광루트 개발, 체력단련형 루트 개발)
- 체육시설 등의 훈련공간의 확대 편성

2) 문화재생형 신 관광공간 창조

■ 콘텐츠 융합형 관광지 업사이클링¹⁾

- 그동안 대규모-대자본-공공주도-시설 중심의 개발 결과, 오히려 자원 간 차별성이 희박해지고, 시설이 제대로 활용되지 못한 채 유향화 된 사례가 빈번히 생김
- 이전 문화체육관광부에서 추진한 관광지 리모델링 사업(2005~2007년)은 기능적 공간 재생 중심으로 진행되어 소프트웨어적 요소와의 연계 추진이 상대적으로 미약
- 노후화된 관광지는 디자인을 가미하여 랜드마크로 재탄생시키고, 관광트렌드 변화로 외면 받는 관광지는 새로운 콘텐츠를 연계하여 활용도를 제고할 수 있도록 제도적 지원이 필요
- 단순히 노후 관광지를 리모델링하는 차원이 아니라, 관광객의 니즈와 환경 변화 등을 반영하여 공간 및 시설의 디자인 요소와 콘텐츠를 구성함으로써 관광지 재활성화를 유도
- 현재 노후화된 지역내 요식접객업소 시설에 대해 시설비에 대한 직접지원보다 지역내 다양한 문화콘텐츠를 활용·접목함으로써 새로운 성공적 모델 제시
- 특히, 두륜산 및 대흥사라는 지역적 특징을 고려한 문화콘텐츠 발굴·기획 지원
 - 문화콘텐츠의 '발굴-기획-접목-운영'까지 논스톱 지원(해남군)
 - 지역의 역사성, 문화성 등을 고려하여 노후시설과 융합시킬 수 있는 고유한 문화콘텐츠 발굴 지원
 - 전통·문화·역사(History), 영화·예술(ART), K-pop·다큐(Pop culture) 등을 활용하여 기보유자원 테마 접목형, 창조형 신규콘텐츠 접목형, 체험형 융합콘텐츠기술 접

1) 업-사이클링(up-cycling)이란? 재활용 재배치의 개념을 넘어서 변화하는 트렌드와 디자인 환경에 대응하고 전략적 목표로 수립된 새로운 가치를 창출하며 새롭게 재탄생 시키는 체계(system)를 구축하는 것

목형, 스토리텔링형 접목형 등을 요식접객업소 노후시설 등에 적용

■ 고부가가치 융합형 음식관광 상품 개발

- 음식자원을 매개로 다양한 볼거리, 먹거리, 살거리를 연계한 고부가가치 융합형 상품 개발을 위한 정책 추진 기반을 마련함
- 공공 및 민간 영역에서 개별적으로 접근한 음식관광 관련 체험 프로그램 및 음식관련 시설 등을 연계하여 음식관광을 통하여 다양한 분야에서 부가가치를 창출하기 위한 기반을 마련함

■ 방문객 글로벌화에 대한 대비

- 최근 외래객의 급증과 더불어 서울 집중에 따른 부작용(숙박난, 교통혼잡, 범죄 증가 등)을 해소하고 지역의 우수한 콘텐츠를 글로벌 관광자원화 하기 위해서는 외래관광객의 지역분산 정책이 추진
- 지역에 방문하는 외래관광객의 규모를 확대하기 위해서는 지역별 독창적인 관광 콘텐츠 확보 및 외래객 친화형 관광수용태세 개선이 필요
- 이에 따라 두륜산 도립공원의 글로벌화에 대비하여 기존 요식접객업소에 대한 수용태세 개선과 매력도 높은 프로그램을 구축
 - 개별 외래관광객이 가장 선호하는 숙박 종류 중 하나인 게스트하우스와 같이 교류형·개방형 숙박시설로의 일부 리모델링 고려
 - 지자체 및 지역대학 중심의 환대교육, 아카데미 사업 추진 및 관광사회적 기업·협동 조합 운영 등에 대한 교육 참여

5.2.2 체감형 관광향유여건 개선

1) 수요 만족형 관광서비스 강화

■ 요식접객업소 수용태세 강화

- 두륜산 도립공원내 요식접객업소는 주로 방문객을 대상으로 영업을 하기 때문에 메뉴판지원 및 음식관광서비스 품질개선을 통해 해남군 관광서비스 수준을 업그레이드가 필요
- 요식접객업소 인프라의 수준을 평가할 수 있는 지표개발 및 평가
 - 두륜산 도립공원내 요식접객업소는 인프라와 역량에 편차가 크기 때문에 방문객의 전체적인 만족도 향상 및 정보제공을 위해서는 객관성을 확보할 수 있는 평가기준이 필요
 - 서비스 및 인프라 정비에 기여한 우수업소를 대상으로 인센티브를 제공하여 자구적인 개선을 유도하고, 특히 외래관광객 수용태세가 열악한 관광현실을 감안하여 외국인 관광수용태세에 대한 지원을 강화함
- 특히, 외국인을 대상으로 한 요식업소의 음식명, 식재료, 요리법 등 외국어 표기법 표준화 및 외국어 메뉴판을 개발 보급하고, 홍보마케팅을 지원·관리함
- 지정식당을 대상으로 주기적인 암행감사와 서비스 평가 및 피드백을 실시하여 자격제도 갱신, 지속적인 품질개선을 유도하고 우수업소에 대해 인센티브 지급
- 서비스 강화를 위해서는 표준상차림 및 인테리어, 복장(한국전통음식점 토탈명품) 개발이 필요
 - 인테리어(한지조명, 전통가구 등과 결합한 실내디자인), 식문화소품(한식식기, 테이블웨어, 메뉴판 등), 서빙복(한복을 활용한 간이복, 모자 등 소품) 등 개발
- 맞춤형 스마트관광 서비스 구축 - (가칭) 스마트 관광도슨트 서비스 개발
 - 현재의 관광정보 전달 방식은 명소 중심의 동선으로 이루어져 식상하기 쉽고 재방문의 가능성이 높지 않음
 - 명소 중심의 일방적인 보여주기 관광 서비스에서 벗어나 관광객에게 다양한 개인적 체험을 보장하고 관광 콘텐츠 구축에 관광객들이 자발적으로 참여·주도하

는 서비스 개발이 필요함

- 두륜산 도립공원내 요식접객업소의 서비스 개선을 위한 해남군의 지원
 - 관광안내지도처럼 숙박 정보만을 전문적으로 보여주는 안내 지도 제작
 - 모든 숙박업소 프론트 입구에 숙박요금표 비치 유도
 - 청결위생만족도(복도 및 벽지, 건물외관, 욕실 세면대 및 변기, 침구류 등)에 대한 지속적 관리 유도
 - 침구류를 매일 교체가능한 포를 사용하도록 유도하며, 별도 예산을 편성하여 해남군 로고 및 명품마을 브랜드가 있는 침구류를 지원하여 시설에 대한 만족도 향상
 - 모든 숙박시설 로비에 쇼파와 컴퓨터, 커피 자판기 등의 편의시설 제공 유도

■ 적정 가격선의 결정

- 두륜산 도립공원내 요식접객업소의 지속성을 확보하기 위해서는 일정 수준의 경제적 수익성이 보장되어야 지속적 운영이 가능함
- 그러나, 과거에 비해 점차 원재료(식재료 및 냉난방비 등)가 상승하고 있어 메뉴에 대한 가격의 상승 없이는 각 업소에 부담으로 작용
- 또한, 방문객 수요 감소에 대한 불안감으로 가격변동에 애로사항을 가지고 있음
- 이에 따라 요식접객업소의 가격책정에 대한 명확한 이해와 객관적인 방법을 통해 적정 메뉴 가격을 재조정
- 객관적인 가격책정 방법은 다음과 같음
- 배수에 의한 가격 산출법
 - 가장 간단한 가격결정법으로 과거의 영업실적 자료를 가지고 있는 레스토랑에서 많이 활용
 - 여기서 배수(Factor)란 어떤 정수의 정수배를 본래의 정수의 배수라 함
 - 즉 정수 a를 0이 아닌 정수 b로 나누었을 때 그 몫이 정수이면 a를 b의 배수라 함
 - 원하는 식재료비 %를 100으로 나눈 factor를 식재료비에 곱하여 산출

① 배수를 구한다.

$$100\% / 40\% = 2.5(\text{배수})$$

② 메뉴가격을 구한다.

$$\begin{aligned}\text{메뉴기준가격} &= \text{실식자재비} \times \text{배수} \\ &= 2,000\text{원} \times 2.5 \\ &= 5,000\text{원}\end{aligned}$$

③ 메뉴가격을 선택 또는 조정한다.

○ 주 원가에 의한 가격 산출법(Prime Cost System)

- 배수를 이용한 가격결정 방법에서는 식료에 대한 전체적인 원가율과 특정아이템에 대한 재료원가를 바탕으로 가격을 계산

① 주 원가를 구한다.

$$\text{주 원가} = \text{식자재비} + \text{직접인건비}$$

$$1,600\text{원} + 300\text{원} = 1,900\text{원}$$

② 주 원가 비율을 구한다.

$$40\% + 10\% = 50\%$$

③ 배수를 구한다.

$$100\% / 50\% = 2(\text{배수})$$

④ 메뉴가격을 구한다.

$$1,900\text{원} \times 2(\text{배수}) = 3,800\text{원}$$

⑤ 메뉴가격을 선택 또는 조정한다.

○ 미국 텍사스 레스토랑 협회에서 개발한 방식을 이용하는 방법

- 이윤을 중요시 한 가격 계산방식으로 기본적으로 요구되는 자료는 과거 영업결과를 정리한 자료와 회원레스토랑에서 제출한 수익률에 대한 통계치를 정리
- 아이템의 가격을 계산하는 데는 식료원가, 인건비, 기타 비용과 이윤 등이 요구

- 손익계산서에서 인건비율, 경비율, 수익률을 모두 합한 숫자를 100에서 뺀 후 메뉴원가를 이 숫자로 나누어 판매가를 결정

예시) 식료원가는 3,000원, 인건비 35%, 운영경비 25%, 수익률 6%인 경우 메뉴가격

- ① 식료원가를 제외한 기타 비용을 구한다.

$$\text{인건비 } 35\% + \text{운영경비 } 25\% + \text{수익률 } 6\% = 66\%$$

- ② 메뉴가격을 구한다.

먼저 100에서 식료원가를 제외한 기타 비용을 빼준 후 메뉴원가를 이 숫자로 나누어 메뉴가격을 결정한다.

$$100 - 66\% = 34\%$$

$$3,000 \div 34\% = 8,823\text{원}$$

- ③ 메뉴가격을 선택 또는 조정한다.

■ 방문객 모니터링

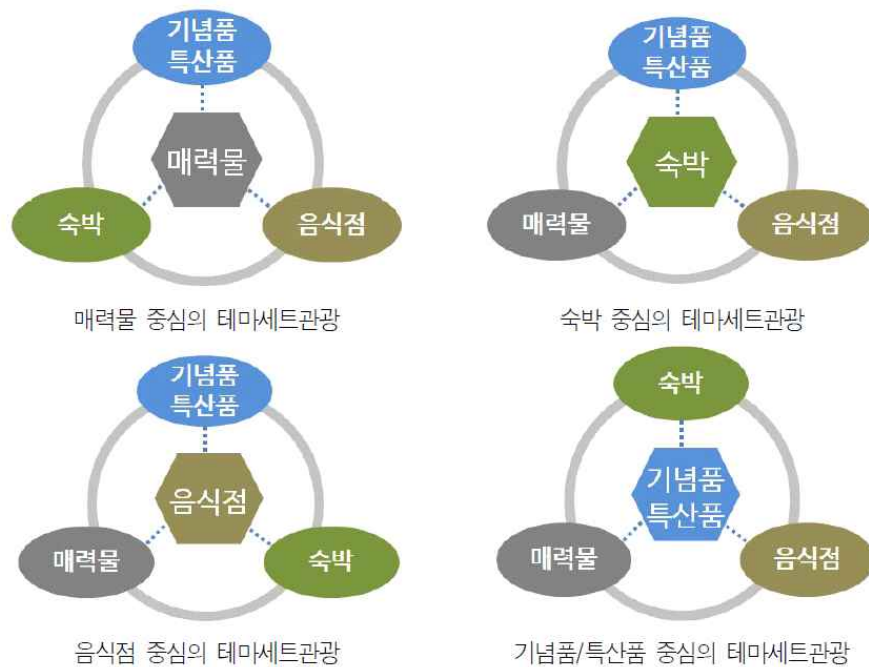
- 두륜산 도립공원의 관리기관인 [땅끝관광지관리사업소] 및 요식접객업소 상가변영회는 주기적으로 관광지 및 장기계획 마련을 위하여 방문객 모니터링을 실시
- 두륜산 도립공원내에서 개발되는 프로그램의 지속적 방문객 모니터링을 통하여 주요 방문객의 행태를 조사·분석하여 이에 적합한 프로그램 및 시설보완 등이 이루어 질 수 있도록 함
- 또한, 방문객의 동선을 파악하여 시너지 효과를 창출할 수 있는 다양한 연계 지역자원을 개발
- 방문객 모니터링을 있어 다음과 같은 주요 내용을 조사하여 DB를 구축하고, 이를 반영한 질적으로 우수한 환경을 조성하여 방문객의 만족도를 높이고 재방문을 유도
 - 인구통계학적 특성
 - 방문행태
 - 방문지 정보 탐색
 - 방문지 평가

- 방문지에 대한 선호도
- 개선 및 건의사항

2) 수요 맞춤형 관광 인프라 조성

■ 연계 협력형 관광클러스터 조성

- 방문객의 관광활동을 살펴보면 대부분 관광매력물이 있는 곳에서 체재하면서 그곳의 음식점을 이용하거나 특색있는 관광상품을 구입 또는 다양한 관광체험을 하려는 경향
- 지역을 대표하는 관광매력물을 중심으로 숙박시설, 음식점, 기념품점, 지역특산품판매점 등 관광 관련 유관시설을 네트워크화



[그림 5.4] 관광클러스터 유형별 네트워크화

- **테마세트관광:** 주로 마을단위로 시행되며, 마을 내에 산재되어 있는 대표적인 숙박시설-음식점-기념품/특산품을 네트워크화하여 하나의 패키지상품을 만들고 이를 적극 홍보

- **문화관광 클러스터**: 문화관광자원이 집적된 곳을 주요 매력물로 보고 대표적인 숙박시설-음식점-기념품/특산품을 네트워크화하여 기술적, 산업적, 공간적 연계성을 강화
- **의료관광 클러스터**: 의료관광의 중심이 되는 병원을 중심으로 대표적인 숙박시설-음식점-기념품/특산품을 네트워크화하여 기술적, 산업적, 공간적 연계성을 강화
- **음식관광 클러스터**: 지역 특산의 음식이 집적된 곳을 중심으로 대표적인 관광 자원-숙박시설-기념품을 네트워크화하여 기술적, 산업적, 공간적 연계성을 강화
- 해남군에서는 두륜산 도립공원 지구를 웰빙음식촌으로 계획하여 홍보마케팅 등을 추진하였으므로 음식을 중심으로 클러스터화 추진

■ 방문객 수요 및 트렌드 변화에 따른 시설 정비

- 숙박시설(콘도, 펜션)의 트렌드는 단순숙박에서 자연과 함께하는 가족여가 문화로의 전환이 가속화 되고 있음.
- 숙박시설의 유형별 다변화를 통해 방문객이 다양한 숙박시설을 이용할 수 있도록 다변화 전략 수립
- 이러한 변화에 대응하여 다음과 같이 숙박시설에 대한 대응 방안이 필요
- 청결한 숙박시설 : 깨끗한 숙박시설을 확충하는 것이 무엇보다 중요하며, 건물의 외관뿐만 아니라 실내인테리어, 방안의 침구, 청소상태에 주의를 기울여야 함.
- 중저가 숙박인프라 구축 : 최근 급증세를 보이고 있는 외국인 개별 자유여행객(FIT)및 백패커(backpacker)를 수용하고 이들에게 양질의 숙박 편의를 제공. 가격이 저렴하고 접근성이 용이하여 외국인 관광객에게 주로 애용되고 있는 게스트하우스, 민박 등의 형태로 일부 시설 변환
- 친밀도가 높은 숙박시설 확대 : 외국인(중국·일본인) 전용 숙박업소의 확충 지원을 위해 리모델링 지원 및 용자, 수도·전기요금감면 등을 지원(지자체_해남군). 지원을 받는 숙박업소는 외국인(중국·일본인)의 생활습관, 언어, 문화 등 제반여건이 구비된 숙소를 운영하고 인증제를 도입하여 서비스품질을 관리
- 또한, 요식업소 가족단위 및 단체 방문객 등의 수요에 대응하여 편의시설 확충 및 인테리어, 시설의 편의성 등에 대한 시설 정비

■ 지역 육상교통 연계 추진

- 두륜산 도립공원내 방문객의 경우, 단체 관광버스 및 자가용 이용 방문객이 대부분으로 대중교통을 이용한 방문객은 극히 드문 실정
- 방한 외국인 관광객의 여행경험이 축적되면서, 수도권으로 관광수요가 집중되는 패턴에서 지방으로 관심이 확산되는 단계로 진화
- 그러나, 개별 내·외국인 관광객을 중심으로 지방관광 수요가 발생하고 있으나, 이를 효과적으로 분산시키기 위한 접근 육상교통체계가 미흡
 - 우리나라 버스교통의 노선 및 운행체계의 경우 도심 내부나 광역권 연결 부문에서는 비교적 잘 이루어져 있는 것으로 평가할 수 있으나 중소도시 관광지로의 연계는 다소 미흡
 - 또한 외국인 관광객들이 고속버스 및 시외버스를 이용한 지역관광을 희망하는 경우 라도 터미널을 포함하여 현장에서 매표, 행선지 운행 버스, 소요시간 등에 대한 정보 및 안내를 받을 수 없는 상황
- 지속가능한 관광개발 방향에 부합되면서 내·외국인의 관광통행 및 관광활동의 편의성을 제고시키고, 활성화시키는 연계교통 시스템으로서 지방지역의 경제에도 도움이 될 수 있는 지역 연계관광교통 시스템으로 개선·구축
 - 관광객의 지역 관광지에 대한 원활한 방문을 촉진하기 위해서는 버스교통, 케이블카 등 지역 관광지 접근 교통수단 중심으로 관광지 순환 버스교통체계 보완
 - 관광객의 대중교통 이용불편해소를 위하여 관광지 교통정보 안내판(오프라인) 및 사이버안내센터(온라인)를 설치
 - 관광객이 고속/시외/ 시내 버스, 도로 등 관광지 간 이동 교통정보를 쉽게 얻을 수 있도록 구성된 이용자 맞춤형 통합교통정보 서비스 제공

5.2.3 지속가능한 성장동력 구현

1) 융합·협력형 추진조직 구축

■ 명품마을 공동 관광 브랜드 구축

- 다른 브랜드와 마케팅 툴을 사용하는 것보다 통합하여 보다 쉽게 관광정보를 획득할 수 있도록 하여 지역의 브랜드 가치를 제고함
- 종합적이고 체계적인 홍보마케팅 계획을 수립하여, 관광객에게 보다 쉽게 정보를 제공할 수 있는 시스템 구축함
- 이를 통해 두륜산 도립공원내 요식접객업소가 중심이 되는 관광 홍보마케팅 계획을 수립
 - 지역관광자원 콘텐츠 조사 및 테마 개발하여 효율적이고 실효성 있는 연차별 계획을 수립
 - 공동 BI 개발 및 활용방안 마련
 - 온라인 홍보매체 연계(해남군 및 전라남도 홈페이지 연계 홍보)
 - 관광 루트내 지역 업소·주민 등 민간의 참여 유도 : 지역내 기업, 요식접객업소 등과 협력하여 관광안내센터의 역할을 할 수 있도록 구축
 - 다양한 관광 홍보물 제작 배포 : 지도(광역권 안내지도, 테마별 안내지도), 모바일앱(길안내, 관광자원에 대한 관광객 평점부여 기능 등)
- 이를 통해 전략적 홍보활동을 전개(언론매체 통합 홍보, 드라마 및 예능 프로그램 유치, 지역 축제 개발 및 육성 등)

■ 통합적 협력체계 구축

- 명품마을은 전라남도, 해남군, 대흥사 등 사업추진주체가 다양하여, 업무처리 등에 문제 발생
- 이에 따라 두륜산 도립공원 명품마을과 연관성을 갖는 다수의 사업추진주체를 하나로 통합한 협력체계를 구축
- 지속가능한 두륜산 도립공원내 요식접객업소의 활성화를 위해 가칭 '명품마을

관광활성화 협력위원회'를 구성하여 정례적이고 체계적인 협의체를 운영

- 각각의 이해당사자간 관련 이슈와 문제점 등을 해결할 수 있는 의사결정체로서 역할 수행
- 두륜산 도립공원 명품마을 활성화를 위한 주요 사업을 발굴 및 선정하고, 사업 추진 및 관리
- 정부지원사업에 대한 컨트롤 타워 및 신청 안내 역할 수행
- 현재 두륜산 도립공원내 요식접객업소는 자체 비용을 통해 리모델링을 통한 시설정비를 시행
- 이에 따라 문화체육관광부 [관광진흥개발기금 용자지원] 정책 등과 같이 연계 가능성이 있는 희망업주가 신청할 수 있도록 지원사업 등에 대해 안내
- 또한, 원활한 신청을 위해 신청서 작성 및 방법 등에 대한 교육 및 작성 지원

2) 효율 강화형 제도적 기반 마련

■ 관련 상품 기획/판매에 대한 여행사 인센티브 확대

- 현재 해남군에서는 여행사 인센티브 제공을 위해 1,000만원(2017년 기준)의 예산을 책정
 - 완도군 여행사 인센티브 : 3,000만원
 - 영암군 여행사 인센티브 : 3,000만원
 - 강진군 여행사 인센티브 : 15,000만원
- 이러한 지원내용의 편차로 인해 여행사를 통한 단체 관광객이 인근 지역으로 유출현상이 심화됨으로써 해남군 뿐만아니라 특히, 두륜산 도립공원내 요식접객업소의 방문객 감소로 인한 지역경제의 위축현상 초래
- 이에 따라 해남군에서도 인근 지역 수준으로 여행사에 대한 재정 인센티브 제공을 확대하고, 충남 공주시의 사례와 같이 여행사 인센티브에 대한 지원조례 제정

사례 . 충남 공주시 [관광진흥 및 문화예술 등의 지원조례 시행규칙(안)] 제정

■ 개요

- 충남 공주시는 2016년 10월 [관광진흥 및 문화예술 등의 지원조례 시행규칙(안)]을 제정, 입법예고하여 단체관광객 등을 유치한 여행사에 대한 제정 인센티브 제공을 추진

■ 지원내용

- 내국인 20명, 외국인 10명, 수학여행단 30명 이상을 확보해 공주시로 관광을 실시한 여행업체에 대해 1인당 최저 3천원부터 15천원까지 차등 지급
 - 내국인 지원내역 : 1인당 당일 3천원, 숙박 12천원(1일기준) 지급
 - 외국인 지원내역 : 1인당 당일 5천원, 숙박 15천원(1일기준) 지급
 - 수학여행객 : 숙박에 한해 7천원 지급
- KTX 공주역 활성화를 위해 단체 관광객이 공주역을 이용할 경우, 단체별 차등 지원
 - 15~20명 : 당일 20만원, 숙박 30만원 인센티브 제공
 - 20~40명 : 당일 30만원, 숙박 50만원 인센티브 제공
- 공주시는 인센티브 제공에 있어 관광지 방문과 더불어 음식점 이용을 필수요소로 포함시키고, 숙박관광객에게 당일 관광객보다 3~4배의 인센티브를 제공함에 따라 실적적인 방문객 유입과 더불어 체류형 방문객에 대한 적극 유치를 통해 지역경제에 보탬이 되는 관광수요 창출 도모

담양군 공고 제2017-282호

2017년 관광객유치 인센티브 지원 공고

국내외 관광객 유치증대로 지역경제 활성화를 도모하고 체류형 관광 확대 및 관광산업 경쟁력 제고를 위하여 관광객 유치 인센티브 지원 계획을 아래와 같이 공고하오니 많은 관심과 참여 부탁드립니다.

2017. 3. 31

담 양 군

I 지원개요

- 사 업 명 : 2017년도 관광객유치 여행사인센티브 지원사업
- 운영기간 : 2017. 4. ~ 11. 30까지(당해연도 예산 소진 시까지)
- 지원근거 : 담양군 관광진흥에 관한 지원조례 제4조
- 지원대상 : 여행업 등록을 필한 여행업체(관광진흥법 제3조 및 제4조)
 - 관내 관광과 숙박이 포함된 관광계획서를 여행 3일전 까지 우리군에 사전통보하여 협의가 된 여행 등록을 필한 여행사
- 지원범위 : 음식 및 숙박업소 이용비 일부지원
- 지원방법 : 서류심사 후, 지원기준에 따라 인센티브 지급

II 지원금액 및 조건

○ 지원금액

구분	지원종류 조건	지원규모(1인당)	지 원 조 건
인문학 투어	내·외국인 20명 이상	1박 2일 : 20,000원 2박 3일 : 40,000원	지정 관광지 2개소 이상 관광 및 관내숙박업소에서 숙박 - 2박까지만 지원 가능 - 회차별 최대 60만원 지원(1박 2일) - 회차별 최대 80만원 지원(2박 3일) - 사전계획서 심의 후 여행일정확정 (문화관광해설사 1인 지원(사전별에 필수))
	수학여행단 20명 이상	1박 2일 : 10,000원 2박 3일 : 20,000원	
전세 버스	외국인 20명 이상	당일 : 300,000원 1박2일 : 600,000원	대나무축제(2017. 5.2 ~ 5.7) 기간 중 축제장 방문 - 외국인유학생 지원가능함 - 회차별 최대 60만원 지원(당일, 1박2일)
해당 확보 촬영	외국인 1명(2명)	2박 3일 : 300,000원 3박 4일 : 500,000원	해의거주 외국인 해당화보촬영 - 세부일정 및 계획서는 관련부서 사전협의 후 일정확정 후 지원
	외국인 2명(4명)	2박 3일 : 500,000원 3박 4일 : 700,000원	회차별 최대 50만원 지원(1명기준) - 회차별 최대 70만원 지원(2명기준)

- 지원조건 : 우리군 관광지 방문 및 숙박이 포함된 여행일정계획서 사전 통보한 여행사
- 지원제외
 - 여행사 관계자 (기사, 안내원 등)
 - 다른 지자체 관광 후 담양군에서 숙박한 할 경우
 - 광역 및 기초자치단체의 재정지원에 의하여 개최되는 행사참여나 팸투어에 의한 관광
 - 정치 및 종교집회 등 특정한 행사에 참석하기 위한 경우
 - 각종 체육대회 참가선수(임직원 포함) 및 그 가족

- 관내에서 식사 또는 숙박 등을 하지 않고 스쳐지나가는 관광인 경우
- 1개 여행업체가 전체 예산의 35%를 초과하여 기 지원을 받은 경우 추가 신청분에 대하여는 지원 제외
- 제출된 서류의 사실 확인이 어렵거나 불분명한 경우
- 관광일정 사전 미통보 및 부정한 방법으로 지원금을 신청한 경우
- 그 밖에 군 관내 관광목적이지 아니라고 판단되는 경우
- 주요관광자원
 - 죽녹원, 메타세쿼이아길, 한국대나무박물관, 한국가사문학관, 소재원, 가마골생태공원, 창평슬로시티, 메타프로방스, 죽화경, 대나무골테마공원, 담양합공 비행체험, 관광테마농원 금강산야, 판다스트리, 이이남아트센터, 아트센터 대담, 미암박물관, 담양온천, 대나무골테마공원, 금성산성, 석영경, 명옥헌원림, 담양우표박물관, 담양전통시장, 창평전통시장 등 (단, 유통관광지 2개소 이상 관광 필수)
 - 담양시장 일원(담양읍 담주4길 40, 담양국수거리 인근 위치)
 - 창평시장 일원(창평면 창평리 107-1)
 - 대전시장(대전시장) 일원(대전면 대전2길 8-5)
 - ※ 숙박업체 : 「관광진흥법」에서 정한 관광숙박업소, 「공중위생관리법」에서 정한 일반숙박업소 및 기타 적법한 절차에 의하여 등록·신고된 숙박시설이나 교육원, 농촌체험마을

- 인센티브 지급
 - 지급시기 : 여행 종료일로부터 1개월 이내
 - 지급방법 : 검토 확인 후 해당 여행사 은행계좌 송금
- 지급신청서 제출(관련 증빙자료 포함)
 - 전라남도 담양군 담양읍 추성로 1371, 담양군청 관광과 제과 인센티브지원 업무담당자 앞 (문의 061-380-3151)
- 접수방법
 - 1차 구비서류 : 사전계획서 전자메일로 제출 (ut2030@korea.kr)
 - 2차 구비서류 : 우편제출(지급신청 서류 원본 또는 원본대조필)

IV 기타사항

- 지원금 신청과 관련하여 제출된 서류는 일체 반환하지 않음
- 기한 내 제출하지 않은 경우 인정하지 않으며 소급 적용하지 않음
- 지원금 신청 및 지급에 관한 이견이 있을 경우, 우리군 방침과 결정에 의함
- 예산을 초과하여 지급신청이 된 경우, 신청순서에 따라 예산한도액까지만 지급함

III 지원신청 및 지급절차

- 신청시기
 - 1차 : 관광객 방문 사전 계획 신청 : 여행 3일전 까지
 - 2차 : 인센티브 지원신청 : 여행 종료일로부터 1개월 이내
- 신청 시 구비서류 : 불입 서식 활용
 - 1차 : 여행계획서, 관광일정표
 - 2차 : 지급신청서, 숙박시설 이용확인서, 관광객 명단, 기타 증빙사진

[그림 5.5] 담양군 관광객유치 인센티브 지원 사례(2017년)

■ 통합적 관광품질관리 제도 도입

- 점차 국내외적으로 관광객이 증대되고 있으므로 이에 대비하기 위해서 관광품질 경쟁력을 제고할 시점에 있음
- 현재 관광품질 관리 방법으로 등급이나 인증제도가 시행되고 있으나 부처별, 기관별로 인증 제도를 운영함으로써 소비자의 혼란을 야기할 수 있음
- 숙박분야는 관광호텔 등급제도, 굿스테이, 코리아스테이 등 각기 다른 기관에서 숙박인증제를 실시하고 있으며, 음식분야도 지자체에서 자체적으로 인증제도를 시행하는 등 중복적 인증

[표 5.1] 분야별 관광품질 관리제도

분야	관광품질 관리제도	지정기관
숙박	관광호텔 등급제	문화체육관광부
	굿스테이	문화체육관광부, 한국관광공사
	코리아스테이	한국관광공사
음식	모범음식점	(사)한국외식업중앙회, 특별자치도·군·구
	농가 맛집	농림축산식품부
	위생등급 평가제	서울시
	원산지 표시 우수음식점	서울시
	부산 향토음식점	부산광역시
관광지	농어촌관광사업	한국농어촌공사
	문화관광축제	문화체육관광부
쇼핑 및 기념품	한국관광명품 인증마크	한국관광공사
	우수쇼핑점 인증	한국관광공사

- 이에 따라 두륜산 도립공원 명품마을에 대한 관광상품 및 서비스를 대상으로 품질 인증시스템의 체계화 모색
 - 다양해지고 있는 관광객의 요구에 부응하면서 기존 관광관련품질인증제도에 대한 통합적인 시스템을 도입함으로써 인증 시스템을 체계적으로 추진할 수 있도록 구축
 - 통합적 관광품질 인증 제도를 운영하기 위해서 '명품마을 관광활성화 협력위원회'를 통해 지속적으로 평가 관리 시행

부 록

1. 도립공원 명품마을 소비자 실태조사 설문지
2. 도립공원 명품마을 요식접객업소 심층인터뷰 참석자 명단
3. 도립공원 명품마을 요식접객업소 최종보고회

1. 도립공원 명품마을 소비자 실태조사 설문지

도립공원 명품마을 요식접객업소 소비자 실태 조사

안녕하십니까?

해남군 땅끝관광지관리사무소와 (주)남도연구소는 도립공원 명품마을 요식접객업소 활성화 방안 마련을 위해 소비자 실태 조사를 실시하고 있습니다. 본 조사는 두륜산 도립공원 명품마을을 방문하는 관광객의 의견을 최대한 반영하여 현실적인 대안을 마련하는데 소중한 기초 자료로 활용될 것입니다.

응답해 주신 내용은 오직 조사연구의 목적으로 활용될 예정으로 익명성이 보장되오니 설문에 적극 협조하여 주시기를 부탁드립니다.

바쁘시더라도 본 설문에 참여해 주시면 감사하겠습니다.

2017년 4월

(주)남도연구소

I 방문 결정과정 및 방문 형태

- 이번 방문의 목적은 무엇입니까?
 ① 여가/위락/휴가 ② 건강/치료 ③ 교육/훈련/연수 ④ 학습/체험활동
 ⑤ 가족·친지/친구방문 ⑥ 사업 및 전문활동 ⑦ 기타()
- 이번 방문지를 선택하신 이유는 무엇입니까?
 ① 여행지 지명도 ② 다양한 볼거리 ③ 적당한 여행경비 ④ 교통편(이동거리)
 ⑤ 숙박시설 등의 편의시설 ⑥ 교육·훈련 프로그램 ⑦ 다양한 먹거리
 ⑧ 경험자의 추천 ⑨ 기타()
- 이번 방문지의 결정은 누가 하셨습니까?
 ① 본인 ② 배우자 ③ 자녀 ④ 부모 ⑤ 친구/연인 ⑥ 단체대표 ⑦ 기타()
- 이번 방문지에 대한 정보를 어디서 얻으셨습니까?
 ① 여행사 ② 가족·친지/지인 ③ 모바일 앱 ④ 인터넷 ⑤ 기사 및 방송프로그램
 ⑥ 광고(TV/라디오/신문/잡지 등) ⑦ 과거 방문경험 ⑧ 지자체 팸플릿 ⑨ 기타()
- 이번 방문 누구와 함께 오셨습니까?
 ① 혼자 ② 가족/친척 ③ 친구/연인 ④ 학교단체 ⑤ 기타단체(직장/동호회 등)

II 소비자 만족도

6. 명품마을 [식당 및 음식]의 "소비자 만족도"에 관한 질문입니다. 다음 항목에 대해 어느 정도 만족하십니까?

항목		매우 불만족		←	보통	→	매우 만족	
서비스	종업원 차림새	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	주문 응대	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	친절도	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	메뉴의 설명	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
메뉴	음식의 맛	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	음식의 위생상태	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	가격의 적절성	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	다양성	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	다른 지역과 차별성	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	웰빙 음식촌으로서 적합성	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
시설	내부 인테리어	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	외부 인테리어	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	내부시설의 편의성	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	시설의 청결상태	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	부대시설(놀이방/화장실 등)	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
전체만족도		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

7. 명품마을 [숙박시설]의 "소비자 만족도"에 관한 질문입니다. 다음 항목에 대해 어느 정도 만족하십니까?

항목		매우 불만족		←	보통	→	매우 만족	
서비스	종업원 차림새	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	방문객 응대	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	친절도	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	숙소의 설명	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
시설	내부 인테리어	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	외부 인테리어	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	내부시설의 편의성	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	시설의 청결상태	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	가격의 적절성	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	객실수	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
전체만족도		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

8. 명품마을내 식당이나 숙박업소를 재방문할 의향이 있으십니까?

① 매우 그렇지 않다 ② 그렇지 않다 ③ 보통이다 ④ 그렇다 ⑤ 매우 그렇다

9. 명품마을내 식당이나 숙박업소를 다른 사람에게 추천하시겠습니까?

① 매우 그렇지 않다 ② 그렇지 않다 ③ 보통이다 ④ 그렇다 ⑤ 매우 그렇다

Ⅲ 기본 인적사항

10. 성 별 : ① 남 ② 여

11. 연 령 : ① 10대 ② 20대 ③ 30대 ④ 40대 ⑤ 50대 ⑥ 60대 이상

12. 혼인상태 : ① 기혼 ② 미혼

13. 교육정도 : ① 중졸이하 ② 고졸이하 ③ 대학이하 ④ 대학원이상

14. 직 업 :

① 농어업 ② 생산직 ③ 자영업 ④ 서비스/판매직 ⑤ 사무/기술직
⑥ 경영/관리직 ⑦ 전문기술/관리직 ⑧ 주부 ⑨ 학생 ⑩ 무직 ⑪ 기타()

15. 거주지역 : ()시/도 ()시/군/구

2. 도립공원 명품마을 요식접객업소 심층인터뷰 참석자 명단

도립공원 장춘마을 요식접객업소 컨설팅 심층인터뷰 참석자 명단

◎ 일시 : 2017년 5월 19일 14:00~16:00

◎ 장소 : 득륜산 도립공원 관리사무소 2층 회의실.

연번	성명	소속(점포명)	연락처	서명
	박 병국	신채호텔	010 4635 2059	박병국
	위 노현	해남호텔	010 4110-3111	위노현
	서재웅	에이호텔	010 8449 8288	서재웅
	서흥우	대정식당	903/09 5422	서흥우
	이상희	해남식당	010-792-5184	이상희
	정영복	숙이네식당	010- 5644-3220	정영복
	심상환	산바두리	010 2628 2490	심상환
	김성환	전주식당	010-7649 7695	김성환

3. 도립공원 명품마을 요식접객업소 최종보고회

■ 참석자 명단

도립공원 장춘마을 요식접객업소 컨설팅 및 브랜드개발 최종보고회 참석자 명단

◎ 일시 : 2017년 6월 23일 15:00~

◎ 장소 :

연번	성명	소속(점포명)	연락처	서명
	서재웅	에이스문래	010-8441-2888	서재웅
	이기주	양차이	010-8420-2456	이기주
	김순라	대흥해물민	110-4171-1551	김순라
	김금색	상위	010-5631-1955	김금색
	이명숙	두류가	010-2436-2371	이명숙
	조현옥	삼도편육	010-4492-2246	조현옥
	최연수	두라간	010-5625-4466	최연수
	강미련	한모백년	010-6640-5429	강미련
	정영숙	숙이테이크	010-5649-3220	정영숙
	조명애	호남식당	010-3613-5200	조명애
	이상희	해남식당	010-9292-5584	이상희
	서두용	제정식당	010-8339-5402	서두용
	김영보	산림호텔	(06)535-3131	김영보

■ 사진대지

