
신설 해남역사(驛舍) 관광기지화 방안 마련 연구 용역

최 종 보 고 서

2021. 06

제 출 문

해남군 귀하

본 보고서를 「신설 해남역사 관광기지화 방안 마련 연구용역」의 최종
보고서로 제출합니다.

2021년 6월 15일
폴인사이트



목 차



I. 배경 및 목적	2
1. 과업의 목적 및 필요성	
2. 제안범위	
3. 비전과 목표	
II. 기본방향수립	4
1. 국내·외 관광시장 여건분석 C19에 따른 국내관광현황	
2. 국내·외 역사 관광활용 사례조사	
3. 국가 및 전라남도 관광 육성정책 및 동향 분석	
4. 신설 해남역 현황조사	
5. 메타데이터를 활용한 해남군 관광현황	
6. 해남역 관광기지화 추진 컨셉 도출	
III. 중점추진사항	25
1. 기본전략	
2. 추진전략	
3. 관광발전 계획	
IV. 사업화계획	73
1. 사업추진계획	
2. 투자계획	
3. 재원조달계획	
V. 파급효과	81
1. 정성적 파급효과	
2. 정책적 파급효과	

I

배경 및 목적

1. 과업의 목적 및 필요성

- 2023년 개통예정인 경전선(보성 ~ 임성리간 철도)의 역사(驛舍)가 우리 군 계곡면 일원에 신설됨에 따라, 해남역의 선제적인 관광기지화 방안 마련
- 교통망 확충으로 접근성이 개선됨에 따라 지역특성을 살리고 해남역사(驛舍)와 연계된 차별화된 관광전략을 도출하여 관광도시로의 변모 기대

2. 제안의 범위

가. 공간적 범위: 해남군 일원

나. 시간적 범위: 착수일로부터 5개월

다. 내용적 범위

주요과업	내 용
기본구상 및 추진전략 수립	① 해남역 관광기지화를 위한 정책 방향(비전과 목표), 추진전략 수립 ② 핵심과제 발굴 및 세부과제 도출 <ul style="list-style-type: none"> ○ 관광객 증대를 위한 지원방안 등(현 추진되는 사업 개선안 등) ○ 해남역 및 경전선 운영 활성화를 위한 지원방안 및 과제 발굴 등 ○ 추진과제별 이행방안 및 관계기관(해남군-한국철도시설공단-주민) 고유의 역할과 협력 사항 등 추진체계 마련 ○ 과제별 세부 추진계획 수립(지원과제, 추진예산(안), 추진체계 등 구체적 계획 및 이행계획 수립)
사례조사를 통한 시사점 도출	① 국내·외 관광시장 여건 분석 및 시사점 도출 <ul style="list-style-type: none"> ○ 관해남업 동향, 관광트렌드 분석 등 ② 국가 및 전라남도의 관광 육성정책 및 동향 분석 <ul style="list-style-type: none"> ○ 관광정책 추진방향에 따른 연계방안 마련 ③ 국내·외 기차역 관광 사례 조사 <ul style="list-style-type: none"> ○ 우수사례 조사 분석을 통한 우리 군에 접목 가능사업 도

주요과업	내 용
현황 조사 및 타 역사와의 차별화 전략 수립	① 신설 해남역 주변 현황 조사 및 분석을 통한 시사점 도출 ② 타 역사와의 차별화를 통한 해남역의 관광자원화 방안 마련 ○ 관련기관(한국철도시설공단)과의 협력 사업 발굴
연계 관광상품 및 사업 발굴	① 지역의 역사.문화.자연생태 관광자원 연계상품개발 및 해남역 주변 개발 로드맵 제시 ② 서비스 유형별, 대상별, 계절별 체험 프로그램 개발 및 관광 코스 연계방안 마련 ③ 경쟁력과 실행력 있는 관광 상품개발 및 지속가능한 관광발전 방향 제시
실현방안 모색 및 파급효과 분석	① 구체적인 실현방안 도출 및 해남역사 관광전략을 통한 파급효과 분석

3. 비전과 목표

공급자(지역자원)와 수요자(관광객) 요구의 조화로운 접목
 신역사 관광기지화로 최신 트렌드 반영의 조화로운 융복합 관광거점화
 문제점을 개선하고 미래를 준비하는 신설 해남역사 관광의 새로운 성장동력 필요



철도이용 관광수요 창출

남해안 관광벨트 기반조성에
따른 지역개발 촉진

신역사 기지화를 통한
장기적 발전방향
제시필요



신설 해남역사(驛舍) 관광기지화 (2021~2025)



균형적인 지역관광
발전 정책마련

관광활성화를 위한
전략사업 발굴

미래지향적인 해남군
신역사 비전정립

단계적인 발전방향 제시
및 실현 가능성 확보

II

기본방향수립

1. 국내·외 관광시장 여건분석_C19에 따른 국내관광 현황

가. 코로나19에 따른 국내여행 조사

- 한국문화관광연구원은 2020년 4월 27일부터 5월 9일까지 전국 국민 2,061명을 대상으로 코로나19에 따른 국내여행 조사를 실시하였음
- 코로나19 확산 이후 국내여행 경험 여부, 현 상태 지속 시 국내여행 의향, 포스트 코로나 시기의 여행 관련으로 구성되었으며 결과는 아래와 같음
- 코로나19 확산 이후 국내여행을 다녀온 국민은 약 22.5%(2020년 2월~4월 기준)로 나타났으며, 여행횟수를 줄이거나 대면접촉을 최대한 피하는 형태로 여행 계획을 변경하였음
- 코로나19 지속 시에도 국내여행을 희망하는 국민은 약 45.8%로 나타났으며, 방역지침을 준수한다면 안전할 것이라고 생각하는 비율이 약 75.7%로 나타남
- 코로나19 종식, 포스트 코로나 시대에 가장 하고 싶은 것은 국내관광(56.1%)으로 해외관광(33.6%)보다 높게 나타났으며, 여행 형태 역시 방역지침 준수(67.0%)와 함께 대면접촉을 줄이는 여행 형태를 희망하는 것으로 나타남

나. 여행형태

- 여행 행태로는 선호 숙박유형에 ‘호텔’ (35.7%), 숙박시설 선택 조건 ‘철저한 위생관리’ (42.9%), 참여 관광활동에 ‘자연 및 풍경감상’ (70.1%)과 ‘휴식/휴양’ (64.7%) 등으로 높게 나타났으며, 코로나19 이후 관광패턴으로 ‘실내다중이용시설보다 야외공간 선호’와 ‘개별여행 선호’ 등이 높게 나타남

다. 시사점

- 코로나19 지속 또는 이후에도 국내여행을 희망하는 질문에 45.8%(문광연), 3개월 내에 여행 희망 여부는 50.8%(경기연구원)로 나타났으며, 이는 코로나19 상황 하에서도 근시일 내에 국내여행에 참여하고 싶은 국민의 비율이

약 50%에 달하는 것으로 볼 수 있음

- 또한 국내여행에 참여 시 국민들이 중요하게 생각하는부분은 주로 ‘방역지침 준수’, ‘위생관리’, ‘대면접촉 최소화’ 등으로 요약할 수 있으며, 코로나19 감염에 주의하기위해 ‘실외’, ‘개별여행’, ‘비대면’ 등의 항목에 높은 응답율을 보임
- 코로나19로 인해 2020년도 해외여행에 대한 기대감은 국내여행에 비해 상대적으로 낮게 나타났으며(33.6%, 문광연 조사 결과), 포스트 코로나 시대의 관광행태는 ‘안전’을 기반으로 한 국내여행을 중심으로 재편되면서 기존의 행태와는 달라질 것으로 전망됨

2. 국내·외 역사(驛舍) 관광활용 사례조사

가. 역내시설 운영사례

① 코레일 여행센터

○ 운영역사(전국 19개소)

- 서울역, 용산역, 영등포역, 청량리역, 수원역, 천안아산역, 대전역, 동대구역, 부산역, 울산역, 마산역, 익산역, 광주송정역, 목포역, 순천역, 여수엑스포역, 제천역, 영주역, 동해역

○ 운영내용

- 철도여행상품 판매 (할인된 결합상품 형태)
- 항공권, 공연티켓, 문화·스포츠 티켓 발매(일부역 제외)
- 철도여행 및 지역 관광명소 등 여행안내
- 단체 승차권, 입장권 발권(API 연동 대행사 발권)



② 스마트 관광안내시스템(키오스크)

○ 운영역사(전국 5개소)

- 서울, 부산, 동대구, 목포, 용산 5개 역사에서 먼저 시범 운영
※ 영어, 중국어, 일본어 등 4개 외국어 제공

○ 운영내용

- KTX 시간표와 항공 스케줄 등 교통정보나 GPS를 기반으로 한 주변 관광지 정보, 목적지까지 최단거리 경로 검색, 관광통역전화 등 다양한 서비스 제공
- 외국인을 위한 철도이용권 ‘코레일패스’ 나 관광열차에 대한 소개, 역 시설 안내 등 다양한 철도 이용 정보도 함께 제공
- KTX 시간표와 제공되는 철도 교통이나 기타 관광 정보를 터치스크린 방식으로 검색



③ 보관센터, 모바일 타워

○ 운영역사(전국 6개소)

- 부산역, 대전역, 울산역, 강릉역, 여수역, 순천역

○ 운영내용

- 부산역: 짐캐리(짐보관, 운송서비스, 제휴호텔 할인) / 모바일타워 (보조배터리 대여) / 관광기념품공모전 전시회(지역작가 레시던스)
- 대전역: 관광안내소
- 울산, 강릉역: 특산품 판매
- 여수역: 관광안내센터, 시티투어 버스연계, 무인자전거 여수랑 대여

- 순천역: 역사 내 무인자전거 대여 후 자전거투어, 모바일타워(보조배터리 대여)



④ 해외 역사 관광기지화

○ 운영역사

〈스위스 기차역〉

- Luuggage service
 - 오후 7시 이전에 기차역에서 짐을 붙이면 이틀 후 오전 9시부터 원하는 기차역에서 짐을 찾을 수 있음
(25kg 이하 짐 1개당 12프랑)
- Express luuggage service
 - 오전 9시 이전에 기차역에서 짐을 붙이면 당일 오후 6시부터 원하는 기차역에서 짐을 찾을 수 있음
(25kg 이하 짐 1개당 12프랑 + 익스프레스 차지 30프랑 추가)

〈로마 테르미니역〉

- 외래 관광객이 이용할 수 있는 현지 유심 구매 통신사 업체들이 있음
- 2층 관광버스 회사 부스가 마련되어 있어 관광버스 이용이 용이함
- 짐 보관소, 렌터카 업체, 인포메이션 등이 있음

나. 티켓·패스 운영사례

① 내일로 패스

○ 티켓 할인서비스

- ‘내일로 두 번째 이야기’ 서울~부산 KTX 왕복 12만원 → 5만원 (만 34세 이하)
- KTX 1일 1회 총 2회, 일반열차(새마을, 무궁화) 1일 2회

○ 무료숙박 서비스

- 청량리역, 용산역, 광주송정역, 순천역, 부산역, 동해역 등 지정 역사에서 내일로 발권하면 게스트하우스 기본 6박 무료
(춘천, 부산, 여수, 광주 등 전국 각지)
- 도착역에서 숙박증 발급받아 게스트하우스 제출
- 사전 예약 필수
- ※ ‘팔도레일패스’, 수능 수험생 전용 철도패스 ‘패스n패스’ 등
- ※ ‘코레일톡’ 종합여행플랫폼, 외국인 관광객을 위한 ‘나만의 기차여행 만들기’ 다국어 서비스 제공



다. 관광기지화(플랫폼) 사례

① 분천역 산타마을

○ 추진배경

- 백두대간협곡열차, 낙동강세평하늘길, 분천역 주변 경관자원 등을 연계한 차별화 된 관광아이템 발굴 필요에 따라 2014. 12월 경상북도, 봉화군, 한국철도공사, 산림청, 마을주민 협업을 통해 조성 및 운영

○ 주요시설

- 체험관광: 산타열차(O,V-Train), 산타눈썰매장, 풍차놀이터, 산타레일바이크, 당나귀꽃마차, 산타우체국, 산타슬라이드, 이글루 소원지, 삼굿구이
- 볼 거 리: 산타시네마, 산타조형물, 크리스마스 트리 및 장식, 크리스마스 거리
- 공연행사: 분천역앞 관광객 쉼타 주말공연
- 먹 거 리: 산타빌리지 푸드코트 운영, 농특산물 판매장, 산타카페 운영

② 홍성역, 보성 득량역

- 홍성역 천년 여행길 운영
 - ‘홍주성 천년 여행길’ 홍성역-홍성 전통시장-홍주의병기념탑-들꽃 사랑방-홍주향교 코스
 - 9월에는 걷기대회가 열려 관광객 유치
- 보성 득량역 추억의 거리 운영
 - S-트레인과 무궁화호가 하루에 10번 왕복하는 간이역
 - 70~80년대 읍내 모습을 재현한 거리

③ 곡성 섬진강 기차마을, 군산 경암동 철길

- 곡성 섬진강 기차마을
 - 증기기관차와 레이바이크
 - 구 역사 주변 영화세트장 구성, 2004년 근대문화유산으로 지정
- 군산 경암동 철길
 - 역사 이전으로 도시재생을 통한 근대문화유산 골목으로 변함
 - 경암동철길 관광안내소 운영, 스탬프투어 진행

④ 논산 연산역, 서울역, 광주송정역

- 논산 연산역 철도 문화체험
 - 급수탑 견학, 전호(깃발신호)체험, 기관사체험, 선로 전환기 체험, 철도 안전 교육, 통일호 방송 승차권 발권 체험 운영
- 서울 문화역서울 284
 - 구 서울역사 ‘문화역서울284’ 문화복합공간으로 재탄생
- 광주 송정역
 - KTX광주송정역 앞 1913야시장 위치
 - 국내 최초 역사밖에서 실시간 열차 정보를 확인할 수 있는 전광판설치
 - 무인 물품 보관소가 있어 짐을 두고 시장 투어 진행

⑤ 해외 관광기지화 사례

구분	세 부 내 용
일본 아오야마 고쇼 후루사토관(코난역)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 돗토리현에 있는 코난역 - 역사부터 시작하여 온통 마을이 코난으로 테마파크처럼 보임

구분	세 부 내 용
일본 에키벤	<ul style="list-style-type: none"> ●에키벤은 그 지역의 특산물을 이용해 만드는 한정판 도시락을 말함 <ul style="list-style-type: none"> - 에키벤은 일본열도 전국 철도역 해당역 구내에서 판매 - 일본에서는 2,500종이 넘는 정도로 다양한 에키벤 판매
런던 킹스크로스 역	<ul style="list-style-type: none"> ●영화 해리포터에서 호그와트 마법 학교로 가는 열차를 탈 수 있는 9와 3/4 플랫폼이 있는 곳 ●지역이었던 킹스크로스는 도시재생사업으로 변화를 주어 많은 사람들의 주목을 받음, 역사 내 해리포터 기념품숍 인기
취리히 중앙역	<ul style="list-style-type: none"> ●스위스의 최초 철도 개통시기에 생긴 역이며 스위스내에서 가장 큰 규모의 역사임 ●다른 도시와의 연계가 잘 되어 있어 모든 여행의 시작의 끝이 되어 여행의 거점임 ●취리히 중앙역 인근에 주요 관광지가 몰려있고 다른 지역으로 가는 버스와 트램 연계가 잘 되어 있어 취리히 여행은 취리히 중앙역에서 부터 시작하는 경우가 대다수임
타이페이 허우통역	<ul style="list-style-type: none"> ●기차역 근처에 무인자전거대여 시스템인 유바이크가 있음 ●역사 근처에 광부역사관, 디젤 기관차 차고를 개조한 카페, 탄광 박물관, 기념품점 등 볼거리가 있음 ●허우통역은 고양어 마을로 고양어 마스크트를 만들어 역을 꾸며놓음 ●역 내부와 주변에 고양어 마을이 조성되어 있음, 하지만 석탄을 잘 쓰지 않게 되면서 해남은 문을 닫고, 그 빈자리들을 고양어들이 채우기 시작

3. 국가 및 전라남도 관광육성정책 및 동향분석

가. 2021 관광진흥기본 추진계획(관계부처 합동)

[추진배경]

- 정부는 관해남업 경쟁력 강화를 위해 「관광진흥기본계획('18~ '22)」을 발표하고, '18년부터 시행계획 수립·추진
 - * 관광기본법 제3조에 따라 기본계획 및 연도별 시행계획 수립
- ‘쉽표가 있는 삶, 사람이 있는 관광’ 이라는 비전 하에 5개의 추진 전략을 수립, 총 9개 핵심과제와 60개의 세부과제 추진 중
 - * 61개 과제 중 ‘관광호텔 부가세 환급제도 개선’ 완료('18년)
- ‘20년 시행계획 추진성과를 점검하고, 관광업계, 지자체, 관계기관 및 전문가 의견 등을 반영하여 '21년 시행계획 수립
- 동향분석에 따라 신설 해남역사에 적용가능한 사업검토

〈관광진흥기본계획 추진 체계〉

비 전	침표가 있는 삶, 사람이 있는 관광				
정 책 방 향	<ul style="list-style-type: none"> ○ 국민들이 한 달에 한 번은 여행을 떠날 수 있는 환경 조성 ○ 관광객들이 다시 방문하고 싶도록 매력적인 콘텐츠와 편의 제공 * 1인당 국내 여행일수 ('16) 9.4일 → ('22) 12일 * 재방문 외래관광객 수 ('16) 665만명 → ('22) 1,500만 명 				
	국민 중심	지역주도	균형발전	질적 성장 산업 혁신	민·관·지·자·체 협치(거버넌스)



추진 전략	핵심 과제
여행이 있는 일상	<ul style="list-style-type: none"> ○ 생애주기별 · 계층별 관광지원 ○ 휴가활성화 및 여행자 보호
관광으로 크는 지역	<ul style="list-style-type: none"> ○ 지역관광 역량 및 기반강화 ○ 지역 특화 콘텐츠 발굴
세계가 찾고 싶은 한국	<ul style="list-style-type: none"> ○ 방한시장 전략적 다변화 ○ 방한시장 고부가가치 · 고품격화
혁신으로 도약하는 산업	<ul style="list-style-type: none"> ○ 관해남업 혁신 생태계 구축 ○ 관해남업 규제개선 및 성장지원
미래를 위한 법·제도 정비	○ 관광법제 개편 및 추진체계 정비

[추진과제별 추진계획]

추진과제	2021년 추진계획
전략 1. 여행이 있는 삶	
1. 생애주기별 계층별 관광지원 (문체부, 해수부)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 취약계층 청소년 체험여행 지원(6,000명) ○ 청년관광 공모전 개최, 체험여행 및 역량향상 교육(100명 내외) ○ 바다로 연중권 본격 출시, 참여선사 확대('20년 46개 → '21년 47개) ○ 바다로 가족권 본격 출시 ○ 기간을 한정하여 특정지역의 여행객선을 사용할 수 있는 바다로지역특화 할인권 출시 검토 ○ 근로자 휴가지원(10만명) ○ 고령자 꿈꾸는 여행자 교육 프로그램 운영(12기수 360명) ○ 열린관광지 조성(20개소), 무장애관광정보 제공(1,000건), 무장애 여행코스 개발(150건), 나눔여행추진(300명) ○ 소외계층 대상 해양레저스포츠체험캠프 추진(강원, 경기 등 4회)
2. 휴가활성화 및 여행자 보호	

추진과제	2021년 추진계획
(1) 휴가사용 및 국내 관광활성화 (문체부, 교육부)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 휴가문화 개선 캠페인 추진(연중) ○ '여행의달'과 연계한 단기 휴업활성화 권장·안내 ※ 코로나-19 감염증 상황에 따라변경 가능 ○ 2021 여행의달 실시(6.1~6.30)
(2) 국내외 여행자 보호강화 (문체부, 외교부)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 여행 소비자 보호를 위한 여행업 등록(보험가입) 정보 제공(16,000개사) ○ 여행안전교육(온라인) 실시 ○ 안전여행 캠페인(우수여행상품) 실시 ○ 여행불편신고 처리(1,500건), 여행 불편처리 사례집 제작·배포
전략 2. 관광으로 크는 지역	
3. 지역관광 역량 및 기반 강화	
(1) 지역관광 역량 강화 (문체부, 행안부, 농식품부, 환경부)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 관광두레 신규지역(18개소) 및관광두레 주민사업체(215개) 선정 ○ 관광체험형 마을기업 발굴(10개소) ○ 지속가능한 생태관광을 위해사회적 경제기업 지속 육성(2개소) ○ 주민주도 상향식 농촌관광 사업체계 구축 지원 지속 추진 ○ 지역관광 추진조직 신규 선정(12개소) 지원 및 관광거점도시(5개소) 지속 지원
(2) 지역관광 품질 향상 (문체부)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 야영장 활성화 프로그램 지원(5개) ○ 전통한옥 브랜드화 사업 선정지원(30개소 내외) ○ 내국인 허용 도시민박 도입을위한 법적근거 마련 추진 ○ 민박업 통합관리시스템 DB현행화 지속, 온라인모니터링(연중) ○ 지역특화형 숙박시설 조성(2개소) ○ 읽기 쉬운 관광안내체계 지역공모 선정 및 사업 추진 ○ 무인 다국어 관광안내시스템확대('20년 30개→'21년 50개) ○ 한국관광품질인증 신규 인증분야(음식점업) 시범사업 지속 추진 ('20.12월~21.4월)
(3) 지역관광 접근성 제고 (국토부, 문체부)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 철도, 지자체 관광택시, 기존교통수단 연계를 위한 통합예약서비스 확대 추진 ○ (일반철도 고속화) 준고속열차(EMU-260) 운행 대비 경전선·중부내륙선 승강장 및 차량검수시설 등 설계·공사 추진 ○ 코로나19 상황에 따라 코리아고토치 셔틀 '20년 선정된 4개코스 운영 ○ 지방공항 연계 관광교통 개선사업 추진(2개 권역) ○ 코리아투어카드 제휴처 확대및 홍보 강화 ○ 코로나19 상황을 모니터링하며 항공-철도 연계발권 시스템 시범 운영 검토

추진과제	2021년 추진계획
4. 지역특화 콘텐츠 발굴	
(1) 특색있는 관광자원 발굴 (문체부, 국토부, 환경부, 문화재청)	<ul style="list-style-type: none"> ○교통거점 연계 대한민국 테마여행 10선 상품 운영(80개) ○관광거점도시 통합 홍보마케팅및 컨설팅 등 사업 추진 ○근대역사문화공간 재생 활성화사업 지속 추진(근대역사문화공간 2개소 내외 등록 추진) ○문화재 활용 제고를 위한 고택연차적 매입(2개소) ○남해안 명품전망공간 조성(3개소)설계 및 해안경관 도로 정비 (소규모 쉼터 등/단, '21년 신규예산 확보 시) ○남해대교 관광자원화 기본 및실시설계 (안전진단/ 단, '21년도 신규예산 확보 시) ○숨은관광지 발굴(분기별 6개 내외) ○생태관광지역 추가 발굴 지정, 친환경 도시락 서비스 및 에코마마 확대 등 특산물 판매 지원 강화 ○제7회 궁중문화축전 개최(5월, 10월/ 연2회 개최) ○궁궐 활용프로그램 야간 프로그램 신설 및 확대 운영 (17개 프로그램 - 덕수궁 밤의식조전, 창경궁 야연 등 신설) ○제2회 조선왕릉문화제 확대 개최 (9~10월/25개 프로그램 확대)
(2) 매력적인 지역관광 콘텐츠 육성 (문체부, 행안부, 환경부, 해수부, 문화재청)	<ul style="list-style-type: none"> ○코로나19 새일상에 대비한 비대면축제 시범사업 지원, 축제 아카데미 운영(온라인 과정 개발 등) ○대학로 공연 관광 페스티벌 개최(10월/대학로 일대) ○방문코스 기존 7 + 신규 3코스발굴·홍보 ○Korea on Stage 봄,여름,가을코스 연계 3회 개최 ○문화유산 전시·홍보 : 두바이엑스포(10월), 도쿄올림픽(7월)등 국제행사 및 박람회 참가 ○국민참여(가칭 '나도 방캠 크리에이터') 영상콘텐츠 제작 ○세계유산축전(4개소, 제주, 안동,백제역사유적지구, 수원화성) ○지역문화재 활용사업 확대(문화재야행 42개소, 향교·서원 활용 116개소, 고택·종갓집 40개소) ○제2회 섬의 날 행사 개최('21.8.8.) ○「Tour de DMZ 2021 국제자전거대회」 개최('21.8.27.~8.31.) ○「제4차 도서종합개발계획」사업지속 추진 ○「한국섬진흥원」설립 추진 ○평화누리길, 한탄강 주상절리길콘텐츠 제작·홍보 ○DMZ 평화의 길 거점센터(10개소)리모델링 추진 ○DMZ 평화의길(10개 노선) 프로그램 운영, DMZ실감미디어체험관 콘텐츠 운영('21.3월~),평화 주제 ICT 공연 개최(12회) ○국립공원 생태 문화·교육 플랫폼구축 ○설악산국립공원 계곡탐방로 개방 ○하늘탐방로, 전망대 등 무장애탐방시설 조성 ○탐방로 혼잡도 예보, 스마트 탐방안내소 등 코로나19에 안전한 국립공원 실현 ○마음치유 프로그램 운영 ○디지털 트윈 국립공원 플랫폼 구축 ○해양생태관광 지역거점 구축을위한 가로림만 해양정원 조성추진 ○보호지역 생태관광 활성화 기반마련을 위해 갯벌생태해설사,갯벌 생태관광인증 제도 등 도입 ○람사르습지도시 후보지의 총회인증 추진

추진과제	2021년 추진계획
(3) 농산어촌 관광 활성화 (농식품부, 해수부, 산림청)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 농촌 특화 음식, 숙박, 체험 연계콘텐츠 개발 지원(12개소) ○ 계절·테마별 농촌여행코스 선정(매월), 농촌 여름휴가 캠페인(7월) ○ 초등학생 농촌현장체험학습 개편,중학교 자유학년제 연계 유망 직종확대(10개→15개) ○ '21년 어촌뉴딜300사업 확대(신규 60개소) ○ 어촌 고유자원 활용한 어촌테마마을 선정, 어촌체험 콘텐츠 개발 등 어촌관광 활성화 대책 마련 ○ 해양레저체험교실 운영(12개 지자체) ○ 국제해양레저워크(8월, 부산, 포항) ○ 제15회 전국해양스포츠제전(8월포항) ○ 카누, 드래곤보트 등 각종 해양레저스포츠대회 개최(8월) ○ 해수욕장 운영 개선 및 이용활성화를 위한 통합지침 마련 ○ 우수해양관광상품공모전 지속및 체험단 운영 ○ 산림관광 조사·컨설팅단 운영 ○ 산림관광 명소·코스발굴 ○ 산림관광 스토리북 제작·보급 ○ 산림관광 통합 플랫폼 구축 ○ 숲길연결망·숲관광 자원조사 DB구축·개방
전략 3. 세계가 찾고 싶은 한국	
5. 방한관광시장 전략적 다변화	
(1) 방한관광시장 관리 체계화 및 국가별 홍보 마케팅 효율화 (문체부, 외교부)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 코로나19 대응 비대면 마케팅,쇼핑관광객, 온라인 박람회 추진 ○ 방한시장 상위 2개 국가의 지속적성장 기반 유지를 위한 집중홍보 추진 ○ 코로나19 위기극복을 위한 국제사회 협력 강화
(2) 국가간 관광교류 기반 조성 (문체부, 법무부, 국토부)	<ul style="list-style-type: none"> ○ '21년 한중일 관광장관회의(일본 개최 예정)를 통해 역내관광 활성화 방안 및 한중일 관광공동 홍보체계 구축 방안 등 논의 ○ OECD 글로벌 관광정책 포럼개최 등 전략적 다자협력을 통한 방한 관광 활성화 ○ KOPIST 관광지도자 연수 지속추진을 통한 한국 이미지 제고 ○ 관광 ODA 프로젝트 사업 실시(몽골 관광종합교육센터 건립및 인적역량강화 사업, 스리랑카 중부·동북부 지역사회 기반관광개발 사업) ○ 방역신평국가와 트래블버블 체결등을 통한 Post- COVID 대응 및 국제항공 네트워크 복원 추진
전략 4. 혁신으로 도약하는 관해남업	
7. 관해남업 혁신 생태계 구축	
(1) 사업 유형 공통 지원 체계 구축 (문체부)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 혁신적 관광벤처기업(180개)발굴·지원 ○ 서울 관광기업 지원센터 입주공간 40여 개 운영 ○ 미래형 관광인재 교육(100명),신중년 관광일자리 창출 교육(100명), 우수호텔 아카데미(90명) 등 교육 ○ 관광통역안내사 고충처리센터운영(연중) ○ 관광 빅데이터 플랫폼 고도화및 데이터 분석·제공 서비스 운영
(2) 사업유형별 특화 지원 (문체부)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 산학연관 협력 지역관광프로젝트7개 지원 ○ 지역관광기업지원센터 4개소·구축운영(기존 4개소) ○ 상생협력기업 20여 개 발굴

추진과제	2021년 추진계획
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 관광 R&D 중장기 기술로드맵수립 및 융복합 관광서비스 사업화지원, 다부처 협업 공간정보기반실감형 콘텐츠 제공 기술개발사업 지원 ○ 스마트 관광도시 조성지 3개소확대, 스마트 관광도시 발생 데이터 수집·공유 시스템 마련 ○ 스마트 투어가이드 관광거점도시포함 주요관광지 콘텐츠 확충 및 기타 어권(베, 태, 인니 등)콘텐츠 제작, 온·오프라인 홍보 실시
8. 관해남업 규제개선 및 성장지원	
(1) 조기회복 및 기업 애로해소(문체부)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 관광특구 활성화 지원 사업 추진 ○ 관광특구 평가 실시
(2) 신산업 활성화를 위한 규제 개선 (국토부, 문체부, 행안부)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 내국인 허용 도시민박 도입을위한 법적 근거 마련 추진 ○ 사업자 제공 시설(글램핑) 소재다양화를 위한 개선방안 마련및 관광진흥법 시행규칙 개정 추진 ○ 게임물로 한정되던 유기기구콘텐츠를 영화·비디오물까지 확대허용 (관광진흥법 시행규칙 개정 중) ○ 일시적 수요 증가 지역, 대중교통미흡지역 여행객들의 교통 편의를 위해 관계자 간담회 개최 등을 통한 승합 렌터카 이용 협력 추진 ○ 규제 지속 발굴 및 개선
전략 5. 미래를 위한 법제도 정비	
(1) 관광법제 개편 (2) 관광진흥 협력체계 구축 (문체부)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 국회 등 대외 업무 협의, 여론조성 등 통해 법 개편안 통과를 위한 노력 지속 ○ 17개 시·도 관광정책회의, 민관소통 간담회 및 국가관광전략회의 지속 개최

[관광진흥개발기금 집행계획]

(단위: 백만원)

사업명	'21년 계획	집행시기			
		1/4	2/4	3/4	4/4
계 (35개 사업)	1,324,372	486,236	369,960	336,073	132,103
○ 관광자원 기반조성	33,513	11,716	9,373	4,861	7,563
○ 전통문화체험 지원	32,616	16,000	0	16,616	0
○ 핵심관광지 육성	10,295	7,800	20	2,450	25
○ 한국형 생태녹색관광 육성	14,204	8,945	0	5,259	0
○ 도시관광 및 산업관광 활성화	39,900	24,600	0	15,300	0
○ 관광안내체계구축지원	8,381	3,000	2,448	2,933	0
○ 문화관광해설사육성	9,956	4,000	5,956	0	0
○ 문화관광축제지원	4,281	2,996	0	1,285	0
○ 국내관광 역량 강화	41,784	14,614	11,692	8,500	6,978
○ 스마트관광 활성화	30,172	21,120	9,052	0	0
○ 국내여행 활성화 지원	41,800	0	0	20,000	21,800
○ 융복합 관광서비스 사업화 지원(R&D)	2,901	2,000	901	0	0

사업명	'21년 계획	집행시기			
		1/4	2/4	3/4	4/4
○ 공정보반살형콘텐츠융합및협업제공기(KEC)	1,095	765	330	0	0
○ 출국납부금 징수위탁	21,191	6,103	5,870	4,895	4,323
○ 보세판매장 특허수수료 제주관광진흥기금 전출	7,066	7,066	0	0	0
○ 관해남업 융자지원	599,000	200,000	220,000	100,000	79,000
○ 외래관광객유치 마케팅 활성화 지원	56,510	19,778	15,823	15,257	5,652
○ 한국관광 해외광고	31,958	15,368	0	16,590	0
○ 한국관광공사 운영지원	84,647	34,647	25,000	25,000	0
○ 고품질 관광기반 조성	21,671	7,585	6,075	8,011	0
○ 해외관광문화센터 건립	15,510	8,000	7,510	0	0
○ 한스타일 육성지원	10,567	7,844	0	2,723	0
○ 한국문화관광연구원 운영지원	12,311	7,387	0	4,924	0
○ 문화시설활용 외래관광객 유치	2,437	2,437	0	0	0
○ 문화예술 해외교류	2,745	1,105	1,027	585	28
○ 재외 한국문화원 거점별 특화사업	5,971	4,504	1,067	400	0
○ 관해남업활성화를 위한 영화 로케이션 시범지원	384	0	280	0	104
○ 공예관해남업 육성	5,896	4,000	1,896	0	0
○ 관광활성화 기반구축	25,531	6,566	13,132	5,833	0
○ 국민여가캠핑장조성	4,038	1,150	1,600	720	568
○ 관해남업 인재발굴 및 전문역량 강화	10,751	3,800	3,200	2,222	1,529
○ 관광사업 창업 지원 및 벤처 육성	74,504	10,000	10,000	50,000	4,504
○ 의료 및 웰니스 관광 육성	10,151	3,560	2,840	3,751	0
○ MICE산업육성지원	30,257	10,580	9,068	10,580	29
○ 한국관광콘텐츠 활성화	20,378	7,200	5,800	7,378	0

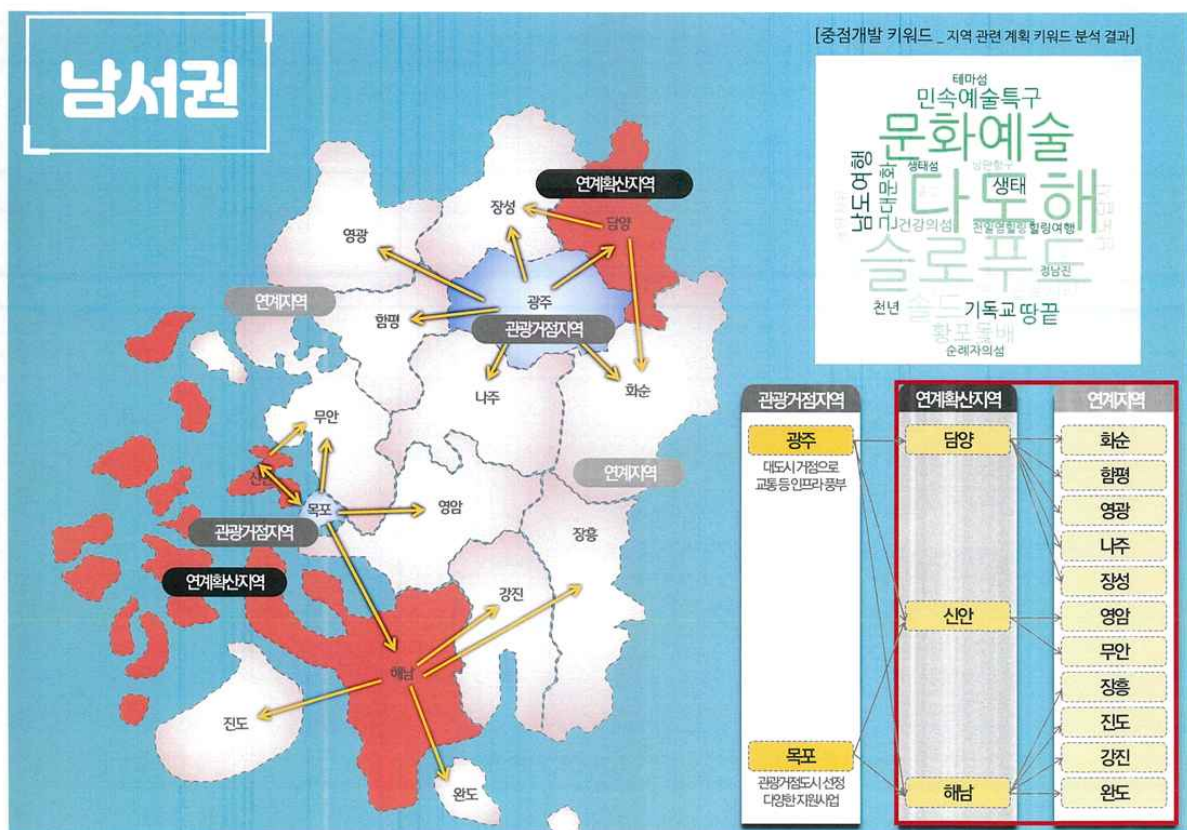
※ 기금운영비 제외

나. 남부권 관광개발 기본구상 수립연구(한국문화관광연구원)

- 남해안 신성장 관광벨트를 포함한 전남권 광역관광개발사업, 마한 역사문화권 정비사업을 문체부의 국가계획에 반영
- 문체부는 현재 ‘남부권 관광개발 기본구상’ 용역을 통해 전남을 비롯해 광주, 부산, 울산, 경남 등 남부권 5개 시·도를 중심으로 서남권, 남중권, 동남권 등 3개 권역으로 광역관광권을 정해 지역 핵심 거점 구축의 융복합거점사업과 지역 연계협력사업을 발굴
- 5월까지 용역을 완료하고 구체적 사업계획을 세운 후 권역별 우선순위를 정해 기획재정부와 예산협의를 할 계획

- 문체부의 남부권 관광개발 기본구상에 ‘남해안 신성장 관광벨트’의 이순신 호국관광벨트 조성, 해양웰니스 토탈힐링 치유관광거점 조성 등 18개 융복합거점사업(서남권 10개·남중권 8개) 반영을 요청
- 광역 관광연계 교통망 시스템 고도화 등 연계협력사업(6개)으로 5천 300억 원 규모의 24개 도 발굴사업 반영
- 기본구상 종료 후 타당성이 확보되면 기본계획으로 전환

〈남서권 개발 구상도〉



다. 다도해 광역관광개발계획 기본구상용역(전라남도)

- 계획수립의 전제
 - 남해안의 장소적 매력을 극대화하여, 주력 콘텐츠인 해양관광과 다양한 장소자산을 결합한 블루오션 토탈투어로 확대
 - 기존 남해안 신성장 관광벨트를 확대하여, 4대 발전전략 및 20대 핵심 콘텐츠로 사업영역 레퍼토리의 확장
 - 동·서해안과 차별화되는 남해안만의 다양한 지역특화 관광 매력성

개발을 통해 글로컬 명품 해양관광 랜드마크 육성

○ 기본방향

- 갯벌 등 천혜의 자연생태 및 천년 남도문화가 어우러진 고유의 차별화된 관광자원에 기반한 남도특화 관광거점 조성
- 국내외 인지도를 갖춘 남해안권 고품격 명품 관광자원에 대한 글로컬 장소마케팅을 통해 세계적인 해양관광허브 조성
- 남해안의 청정 해양자원을 바탕으로 미래 관광트렌드를 반영한 융복합형 해양관광 선도거점 조성

○ 개발목표

- 세계적 고품격 “토탈힐링 관광지대”
 - 격조 높은 자연 속에서의 문화적 감성과 낭만의 여행, 치유와 휴양이 어우러진 힐링·웰니스 중심지대 조성
 - 청정한 자연환경 속에서 즐기는 여유로운 휴식과 힐링 체험이 가능한 복합치유 거점지대 조성
 - 新관광소비자의 욕구를 충족시키는 미래지향적인 휴양·치유 체험 등 최신 관광트렌드의 선도지대 조성
- 남도문화체험 “인문감성 관광지대”
 - 고즈넉한 자연환경 속에서 문화를 체험할 있는 감성여행 관광명소 조성
 - 문화예술콘텐츠 기반형 새로운 관광체험요소의 발굴 및 관광 상품 개발 등 문화예술 SIT형 관광명소 조성
 - 감성체험 여행시대를 선도하는 진정성 있는 관광매력물 창조로 남해안의 매력관광지대 조성
- 남해안 지역특화 “해양생태 관광지대”
 - 남해안을 따라 해양레저, 해양치유 등 블루투어 체험형 해양 관광 거점지대 조성
 - 남해안권의 풍부한 생태적 가치의 보전과 지속가능한 이용을 통한 세계적인 생태관광 체험명소 조성
 - 해양, 섬 등을 활용한 다양한 해양레저 체험활동이 가능한 해양액티비티형 휴양문화 관광지대 조성

4. 신설 해남역 현황조사

가. 보성~임성리간 철도건설 사업개요

- 노 선 명: 경전선
- 사업내용: 보성 ~임성리간 철도건설 / 여객 및 화물열차
 - 경부선 호남선 미 연결 부분을 연결하여 남해안 동서축 간선 철도망 구축
 - 설계속도 200km/h, 단선건설, 1일 12회 운행(여객 11)
- 사업기간: 2002년 ~ 2022년
- 총사업비: 1조 5,854억 원
- 해남역(정거장) 신설 위치: 계곡면 반계리 산57-1번지 일원
- 개통예상: 2023년 이후

〈보성~임성리간 철도 구간도〉



나. 신설 해남역사 현황

- 위 치: (구)국도13호선과 군도15호선 사이 구릉지
- 규 모: 승강장 6.m × 151m, 광장 5,170㎡
- 주요시설: 해남역, 주차장(44면), 버스정류장, 택시승강장



다. 신설 해남역사 디자인

- 주민의견, 전문가 의견 반영을 통한 디자인 선정으로 신설 해남역사의 정체성 확보

[공단 대안 1]



- **고인돌**을 형상화한 패턴

[공단 2]



- **해남다도해**를 형상화한 패턴

[공단 3]



- **돌**을 형상화한 패턴

[공단 4]



- **공룡**을 형상화한 패턴

[해남군 의견 제시 1]



- **LED미디어** 연출을 통한 영상물 노출

[해남군 의견 제시 2]



- **공룡 발자국**을 형상화한 패턴

라. 구내 영업장 주요사항 (순천역 참조)

구 분	업 종 형 태	주 요 기 능
역사 구내 영업장	편의점 (중,소도시 코레일 직영)	식료품, 일용 물품(잡화) 등 다품종, 소규모 단위의 상품을 판매하는 영업장
	전문점 (매출액의 20%선)	의류점, 음식점, 약국 등 전문노하우가 필요한 업 종으로서 매출액에 대하여 약정된 종합원가를 지 급하는 방식으로 운영하는 영업장
	자동판매기	고객이 직접 조작하여 물품을 구입하도록 역구내에 설치된 판매기기
	공익영업장 (별도 상의 후 결정)	농수산물 판매, 중소기업, 소상공인 보호 등 공익적인 목적에 위하여 별도로 지정된 영업장

마. 신역사 개통시 1일 여객(인) 예상표

- 사업의 직접영향권 인구는 2021년 기준으로 목포시 인구가 220,651명으로 가장 많은 것으로 나타났으며, 강진군의 경우 41,153명으로 가장 적음.
- 통행자 개개인의 통행 행태 특성을 파악하여 수단 분담률을 예측하는 개별 통행형태모형 중 로짓 모형을 적용하면 일일 예상 1,400여명

구분	A		B		증감률 [(B-A)/A]	
	(참조) 기본계획(2000.12)		(참조) 21세기 국가철도망구축 기본계획수립연구(2004.12)			
교통량	여객	화물	여객	화물	여객	화물
	5,002인/일	900톤/일	1,438인/일	798톤/일	-71%	-11%
B/C	0.7 (단선 전제시 1.04)		0.61		-	

5. 메타데이터를 활용한 해남군 관광현황

가. 땅끝과 공룡화석지 관광객 감소 대책 마련 시급

- 해남군의 주요관광지 방문객 수를 보면 2018년 135만 명 대비 2019년 약 200만 명으로 방문객이 늘었으나 2020년 코로나로 인해 관광객 9% 감소
- 유료관광지 중 2018년까지 증가폭을 보였던 대흥사, 흑석산자연휴양림, 우수영, 고산윤선도유적지 등은 2020년 코로나로 관광객 수 대폭 감소 - 방문객 수가 점차 증가추세였던 만큼 코로나19 회복 및 자연환경과 여행에 대한 욕구 증가와 함께 곧 회복될 것으로 전망

[표1] 2019년 대비 2020년 주요관광지점 방문자 수

구분	관광지	2019년	2020년	전년대비 방문 객수 증감	전년대비 증감률
입장권	공룡박물관	165,972	159,056	▼ 6,916	▼ 4%
	땅끝전망대	298,257	263,776	▼ 34,481	▼ 12%
	오토캠핑장	11,962	11,483	▼ 479	▼ 4%
	우수영	109,847	71,585	▼ 38,262	▼ 35%
	두륜미로파크	24,574	25,513	△ 939	△ 4%
	고산유적지	79,471	46,026	▼ 33,445	▼ 42%
	오시아노	37,685	54,753	△ 17,068	△ 45%
	자연사박물관	36,369	31,766	▼ 4,603	▼ 13%
	흑석산휴양림	25,159	6,304	▼ 18,855	▼ 75%
	파인비치 골프장	96,634	114,802	△ 18,168	△ 19%
소계		885,930	785,064	▼ 100,866	▼ 11%
무인수 계기	남도수목원	52,762	102,618	△ 49,856	△ 94%
	대흥사	237,939	162,547	▼ 75,392	▼ 32%
	미황사	103,751	80,453	▼ 23,298	▼ 22%
	오소재	25,316	19,329	▼ 5,987	▼ 24%
	케이블카	251,335	211,762	▼ 39,573	▼ 16%
	땅끝모노레일	216,905	156,037	▼ 60,868	▼ 28%
	동해김치마을	54,685	9,158	▼ 45,527	▼ 83%
	금강골약수터	94,401	151,459	△ 57,058	△ 60%
	도솔암	0	43,294	△ 43,294	—
	목포구등대	0	24,988	△ 24,988	—
	주작산입구	0	1,308	△ 1,308	—
	주작산정상	0	2,024	△ 2,024	—
소계		1,037,094	964,977	▼ 72,117	▼ 7%
합계		1,923,024	1,750,041	▼ 172,983	▼ 9%

* 자료 : 해남군 관광과 관광통계(2021)

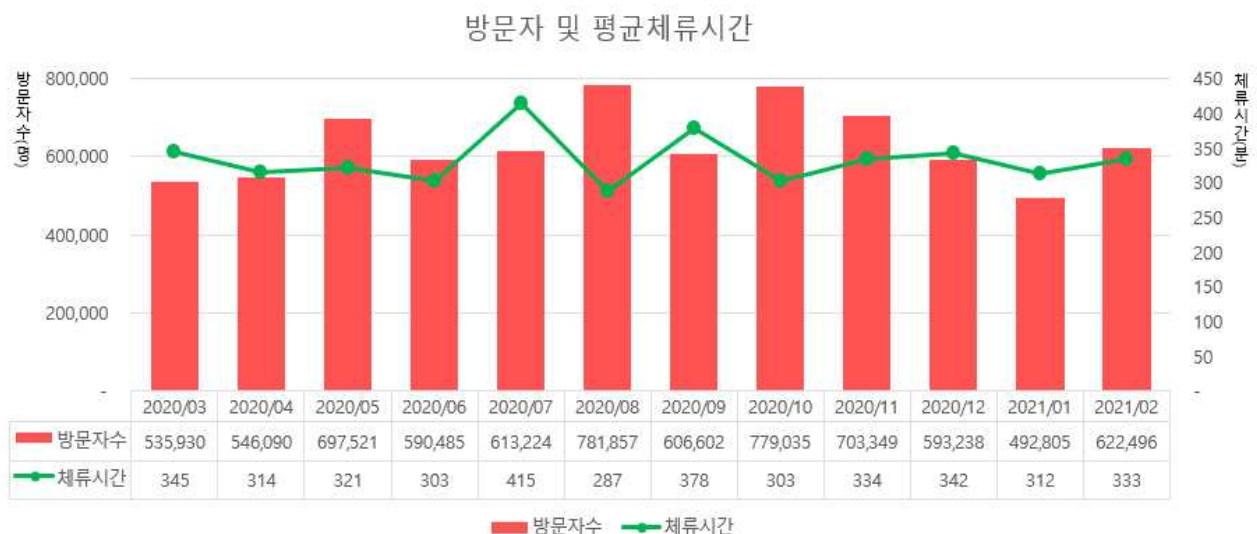
나. 해남군의 주요 관광지인 땅끝관광지와 우항리 공룡박물관은 코로나19 이전인 2019년에도 관광객 감소 추세였기에 두 중요 관광지의 관광객 유치를 위한 특단의 대책이 마련되어야 할 것으로 판단됨.



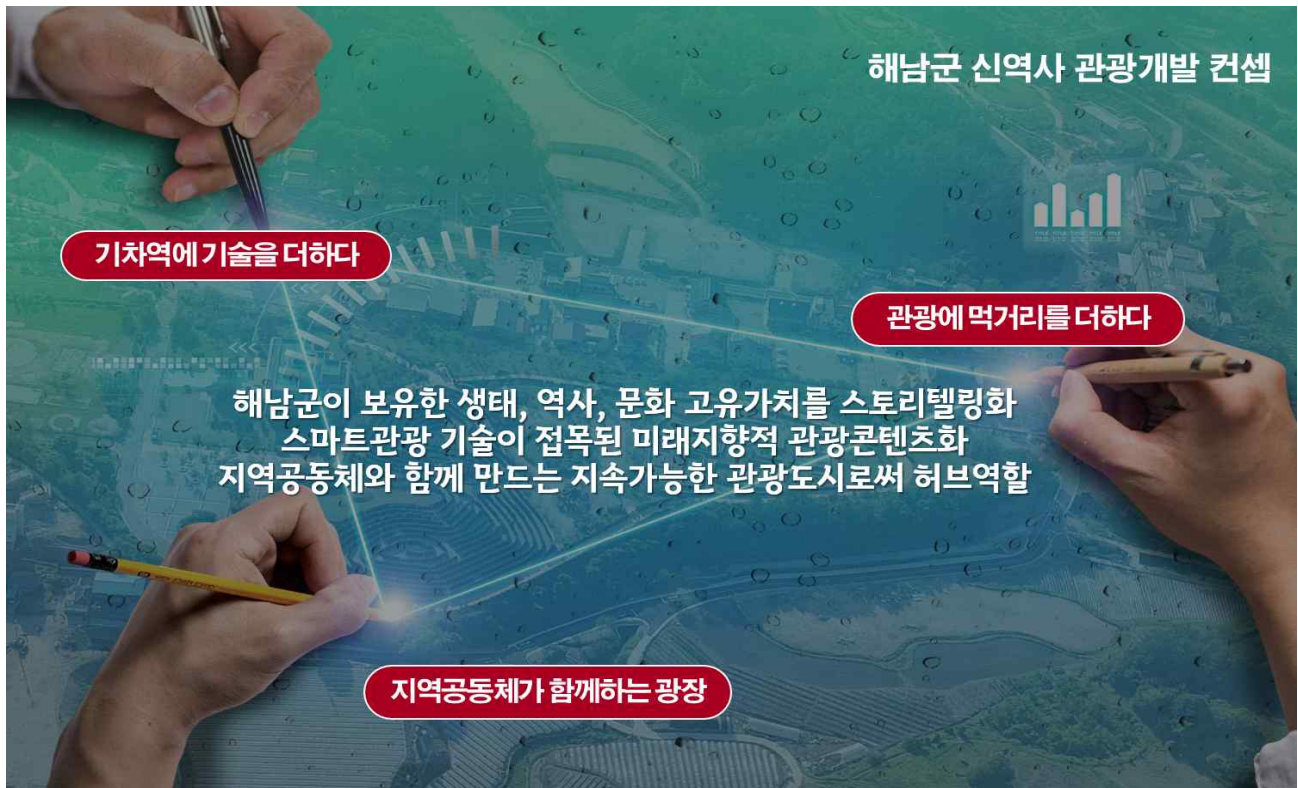
- (주)케이티의 통신데이터를 기준으로 해남을 방문하는 외부 방문자는 5월, 8월, 9월에 방문이 증가하는 경향을 보임.
전년 대비 2019년에는 방문객수가 5.16% 증가하며 상승추세를 보였으나, 2020년 다시 5.22% 감소하여 2018년 이전 수준
이는 코로나19로 인한 사회적 거리두기의 영향이며, 특히 코로나19가 크게 확산되었던 2020년 2월, 3월, 9월 방문자가 크게 감소함.
- 코로나19의 지속으로 인해 비대면 관광이 유행하고 있으며, 비활성화된 관광지를 찾는 수요도 증가하고 있어 유명 관광지 이외에 새로운 관광자원 발굴 노력도 필요
- 한국관광공사 ‘언택트 관광100선’에 선정된 우수영과 두륜산, 섬관광 등 활용 가능한 자원을 적극 발굴하는 것이 중요
- 두륜산 케이블카, 땅끝 오토캠핑장, 오시아노 캠핑장 등 주요 유료관광지의 관광객 유입을 위해 산재한 관광지를 연계하는 상품 개발과 체류형 관광객 유도를 위한 숙박시설 확충 및 야간관광지 개발 필요

다. 해남군 방문자 분포 및 이용패턴

- 지난 1년(2020년 3월 ~ 2021년 2월)간 해남군을 찾은 방문자는 (주)케이티 사용자 기준 7,562,632명이며, 월평균 630,219명이 방문
- 특히 휴가철인 8월과 추석연휴 직후인 10월의 방문자가 각 78만명 전후로 평균보다 15만명 가량 더 많이 방문함.



6. 해남역 관광기지도 추진 컨셉도출



비전	해남 신역사가 지니는 다양한 자원을 토대로 새로운 문화와 미래를 지향		
목표	지역 관광산업 발전 및 주민 경제 활성화를 위한 전진기지로써 해남역사 활용		
주요 추진 과제	기존자원의 강화	신규자원을 활용한 콘텐츠화	지역연계 및 주민공동체 협업
	역사 인근 숨은 관광지 강소형 관광지(포레스트) 기존자원의 트렌드에 맞는 강화사업개발	해남군 꽃 작물 특화사업 공공형 이동수단 다양화 ESG 지속가능 관광 내외부 경관사업	지역과 지역을 연계하는 관광허브 구축 지역특화 관광상품 개발 주민참여 행사, 서포터즈

- 목표 1. 해남군의 오래된 고유가치를 스토리텔링 및 기존 콘텐츠의 스마트화
 - 해남군 내 각 읍면에 특화된 자원을 탐구하여 스토리텔링화하고, 해당 스토리 텔링에 기반한 콘텐츠에 첨단기술을 접목하여 기차 여행객의 관문인 역사에 새로운 미래 가치 창출
- 목표 2. 여행왔다 오래 머물고 싶은 친환경 디지털 관광도시 이미지 구축
 - 디지털노마드형 관광 도시로 거점 구축 및 스마트 기술을 접목한 도보관광활성화를 통한 에코투어리즘 구현

□ 목표 3. 포스트코로나 소규모 개별관광 수요대응 로컬콘텐츠 구축

- 스마트 기술을 통한 예약, 정보 취득 등의 서비스로 감염병으로부터 안전한 개별 맞춤형 편의와 서비스를 제공하고, 생활여행자 및 SIT 관광객 앞 다양한 연계형 로컬기반의 관광상품 제시
- 문화예술 레지던시를 활용한 조형물, 고구마 상징 캐릭터형 엠블럼을 활용한 한국형 순례길 도보여행 등 해남만의 관광브랜드를 알릴 수 있는 프로그램 제시

□ 목표 4. 지역공동체와 함께 만드는 ESG형 지속가능한 관광도시의 관문으로써
해남역 브랜딩

- 신역사에 입주 및 참여 관광기업과 주민간의 협업 및 리빙랩사업 추진으로 주민 거버넌스를 완성하고, 지역주도형 ESG 관광도시 공동체 구현

□ 목표 5. 역사 내외부 경관조성 및 거점형 관광지 개발

- 단순히 표를 발권하는 공간을 넘어 여행객들이 쉽고 함께 새로운 콘텐츠를 경험하고, PM 활용 자율이동여행, 수요맞춤형 셔틀버스 등 기차여행만의 특징점을 살리는 인프라 구축
- 해남군만의 스마트관광 체험, 로컬투어 참여, 인센티브 지급을 위한 웰컴센터 신설

III

중점추진사항

1. 기본전략

전략 1		해남역사 [내부] 관광자원화 추진	비고	
과제	1-1	역 구내 영업장 조성 방안 • 상업시설, 해남 미식관련 점포 구성 - 편의점, 지역특상품전문점, 자동판매기 등	단기	●
			중장기	
	1-2	미디어파사드 관광콘텐츠 구성 • 실감콘텐츠인 미디어월 설치 - 지역작가 참여 - 미디어 크리에이터 작품 선정	단기	●
			중장기	
	1-3	스마트 관광콘텐츠 체험 ZONE • 미디어 포토존 (AR) • 인공지능 모션인식 트레이닝 키오스크 설치 • ICT 스탬프 투어 발급기 설치	단기	●
			중장기	
전략 2		해남역사 [외부] 관광자원화 추진		
과제	2-1	관광지를 연결하는 ‘교통 연계성 강화사업’ MaaS플랫폼 • 스마트모빌리티 플랫폼 구축 • 투어패스 연계 수요응답형 셔틀버스(DRTT)도입 - 기존 시티투어(남도한바퀴) 버스 운영 연계	단기	
			중장기	●
	2-2	역사외부 경관농업 사업 • 몸과 마음을 치유하는 힐링해남으로써 화훼단지조성 - ‘달에서 보는’ 세계 최대 꽃마을 사업 일원인 황산면 재배 꽃 작물을 활용한 역사 앞 가로경관 조성	단기	
			중장기	●
	2-3	해남역 웰컴센터 구축 • 통합 여행센터(여행자 플랫폼) 구성 - 해남투어패스 판매, 교통정보 제공 및 예약, 해남역 굿즈 판매, 피크닉 세트 대여, 해설사 배치 • 스마트 캐리어보관소 신설 - 여행자 짐 보관/ Pick-up형 배송 시스템 • 개인형 이동장치(Personal Mobility) 렌탈서비스	단기	
			중장기	●
	2-4	스마트 푸드그리드 마켓 시범사업 • 역사 외부 웰컴센터 앞 터치형 푸드그리드 디스플레이 설치 - 해남군 주요 농특산물의 구독형판매, 즉석가공후 배송	단기	●

		연계, 특화식품선물세트(밀키트) 구매 - 해남군 관광후 발부된 리워드(해남사랑상품권)의 사용증대	중장기		
	2-5	해남역 광장에 정기 주말 야시장 개최 • 각 읍면별 주민자치회 중심 농수산물 장터 운영 • 미래형 청정 농식품 전시 • 주민체험 프로그램 시행	단기		
			중장기	●	
전략 3 지역특화 관광상품개발					
과제	3-1	야영장 연계 관광상품 개발 지원 공모사업 추진 • 관내 야영장(캠핑장) 연계 관광객 모객 서비스 확대 • 해남역 연계 캠핑장 프로그램 개설시 인센티브 지원	단기	●	
			중장기		
	3-2	부분선 설치 시 관광열차 도입을 통한 관광 인프라 개선 사업화 • 호남권역 당일 웰니스 여행 상품 • 체류형 야간관광 콘텐츠 개발 • 5인 이하 관광열차 패키지 상품 개발 - 지역 여행사 참여시 상품개발비 지원	단기		
			중장기	●	
	3-3	기차 연계 관광상품 개발 • 해남 신역사 인근 자원 스토리텔링 + 인문역사 융합 상품 - 두륜산, 대흥사, 고산 윤선도 유적지, 우수영코스 • 해창막걸리 체험 + 달마산 등산 트레킹 코스 - 트레킹하며 즐기는 해남 미식여행 컨셉 • 한국의 산티아고 순례길 투어 - 해남 신역사에서 시작하여 전기자전거 이동 -> 사구미해변부터 땅끝마을까지 8km 완주 코스 • ICT 스탬프와 함께하는 달마고도 일주 트레킹 코스 - 모바일 스탬프 투어와 달마고도 트레킹을 접목한 스마트 관광상품 출시 (최종 수료자 상품권증정)	단기	●	
			중장기		
	3-4	땅끝관광 루트개발(해남역사~땅끝마을) • 한국고갯길 투어 IN ‘해남’ 트레킹 코스 제안 - 기차길에서 시작하는 체류형 트레킹코스 개발 - 모바일 기반 트레킹 안내 서비스 구축	단기	●	
			중장기		
	전략 4 해남역사 홍보 마케팅 개발 사업				
	과제	4-1	해남역사 홍보마케팅 사업 • 기차 여행 및 연계관광 활성화를 위한 인플루언서 (Influencer) • 자체 SNS 채널 개설 및 해남역사 스토리텔링 • 주민 리포터 및 소셜 서포터즈 활동 추진	단기	●
			중장기		
4-2		해남형 ESG 관광 캠페인 모빌리티셰임(Mobility Shame) • 무탄소 배출 관광 코스 제안	단기	●	

		<ul style="list-style-type: none"> · 자전거 길 구축 및 공공 전기자전거 렌탈 - 자전거 연계관광코스 - 역사에서 시작하는 공공형 자전거 렌탈 - 모바일 앱 대여·반납 서비스 시행 	중장기	
	4-3	해남역에서 개최하는 ‘지속가능 여행 ESG 포럼’ 개최 <ul style="list-style-type: none"> · 나누는 공유(co-experience) 여행, 환경을 존중하는 무동력 여행, ‘No news, No plastic’ 여행 이슈화 · 오버투어리즘에 반대하는 부끄럽지 않는 여행자되기 · 포럼기간 역사방문 관광객 앞 안내서 배포 	단기	●
			중장기	

2. 추진 전략

가. 단기 추진 과제(4개 분야 10개 과제)

구 분	시책·사업 추진 과제
해남역사 내부 관광자원화	<ul style="list-style-type: none"> · 역 구내 영업장 조성 · 미디어파사드 관광콘텐츠 제작 · 스마트 관광콘텐츠 체험 ZONE 개설
해남역사 외부 관광자원화	<ul style="list-style-type: none"> · 스마트 푸드그리드 마켓 시범사업
지역특화 관광상품개발	<ul style="list-style-type: none"> · 야영장 연계 관광상품 개발 지원 공모사업 추진 · 기차 연계 관광상품 개발 · 땅끝관광 루트개발(해남역사~땅끝마을)
해남역사 홍보 마케팅 개발 사업	<ul style="list-style-type: none"> · 해남역사 홍보마케팅 사업 · 해남형 ESG 관광 캠페인_ 모빌리티셰임(Mobility Shame) · 해남역에서 개최하는 ‘지속가능 여행 ESG 포럼’ 개최

나. 중장기 추진 과제(2개분야 5개 과제)

구 분	시책·사업 추진 과제
해남역사 외부 관광자원화	<ul style="list-style-type: none"> · 관광지를 연결하는 ‘교통 연계성 강화사업’ MaaS플랫폼 적용 · 해남역 웰컴센터 구축 · 해남역 광장에 정기 주말 야시장 개최 · 역사외부 경관농업 사업
지역특화 관광상품개발	<ul style="list-style-type: none"> · 부분선 설치 시 관광열차 도입을 통한 관광 인프라 개선사업화

3. 관광발전 계획

가. 단기추진과제 구성내용

1) 해남역사 [내부] 관광자원화

1-1 | 역 구내 영업장 조성 방안

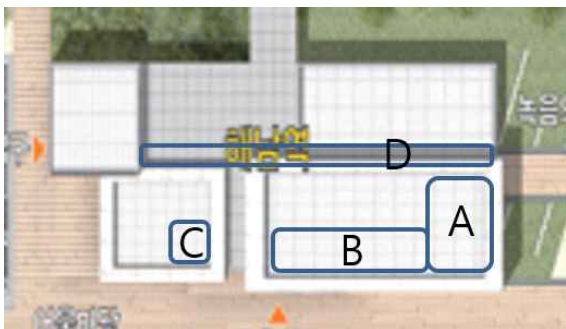
① 사업개요

- 대상성격 : 신역사 거점 단기추진사업
- 사업주체 : 코레일 관광개발 & 공공
- 사업시기 : 2023~2024년
- 총사업비 : 200백만원

② 사업배경 및 목적

- 해남역사내 유휴공간을 활용한 상업시설 마련 및 미식관련 점포 구성으로 지역민 일자리 창출 사업화
- 해남 특산물 매장 및 무인 판매대 구축으로 내점 관광객 앞 편의시설 구축

③ 기본구상



A 해남 특산물 매장

: 해남을 각인 시키는 고구마빵, 해창조주 막걸리

B 해남 복합 문화카페

: 해남의 작가의 작품이 전시되는 카페 공간

C 편의점 : 여행자 편의 제공

D 자동판매기 : 지역민 수익사업 연계 사업화

- 역사내 구성은 코레일유통과 논의해야할 사항이지만 타 개발 역사 내 주요 시설을 참고로 현실적 대안을 제시해보면,
 < 해남 특산물 판매장, 해남 복합 문화공간, 편의점> 총 세가지 추천
- 일반 관광객 실시간 이용 가능한 무인 판매대 및 자동판매기 설치

1-2 | 미디어파사드 관광콘텐츠 구성

① 사업개요

- 대상성격 : 신역사 거점 단기추진사업
- 사업주체 : 해남군
- 사업시기 : 2023~2024
- 총사업비 : 150백만원(군비)

② 사업배경 및 목적

- 해남군의 역사, 전통, 문화 영상을 제공할 수 있는 역사스토리형 벽화를 미디어 파사드로 조성하여 해남군의 이미지 제고
- 해남군의 역사, 전통, 문화 등의 테마를 영상으로 제작을 통한 해남 관광의 경제적, 문화적 가치 공유
- 해남군의 홍보영상, 역사 스토리 영상을 제작 및 재생하여 해남군의 역사적 가치 인식 제고하는 미디어융합콘텐츠 적용
- 도심야간관광 콘텐츠를 통해 마음을 힐링하고 머무르는 체류형 관광상품 개발로 경제적 유발효과 기대

③ 기본구상

- ‘여행 안내센터’ 내부 공간적 한계를 벗어나고, 정보 전달과 해남 홍보를 위한 플랫폼으로써 역사 내 미디어월(실감콘텐츠) 설치 제안
- 잠재 방문객들을 유인할 수 있는 매력적인 소재 발굴을 통한 영상 제작
- 지역의 특성을 반영하여 잠재 방문객에게 매력적으로 접근 가능한 소재검토
- 콘텐츠 예시
 - 퍼블릭 프로젝트(아트트리) : 주민들이 함께 참여하는 공동프로젝트
 - 빛무리 퍼레이드 : 읍면 작품제작을 통해 퍼레이드
 - 스트링 아트: 끈을 이용하여 하나의 의미있는 조형물 제작

- 영화상영, 플리마켓, 다문화 프로그램, 음식참여프로그램
- 야간경관콘텐츠 : 라이트트리, 아트터널, 실감형 콘텐츠 개발
- 공연콘텐츠 : 야간 실감형 공연 콘텐츠, 빛 라이트쇼 등

④ 세부사업화계획

○ 영상 콘텐츠 기획/개발/제작/연출

- 역사 내 입구를 포함한 내부 벽면 일부에 프로젝션 맵핑, 키네틱, 인터랙티브 등을 활용한 몰입형·반응형 미디어아트 콘텐츠 기획/개발
- 콘텐츠 제작을 위한 테크니컬 가이드라인 제시
- 주변 환경 여건을 고려하여 역사적 장소성을 외부인들에게 알리는 시그니처 콘텐츠 개발 및 구성
- 전시 콘텐츠는 전체 콘텐츠 연출 시간을 합하여 총 30분 이상 제작

○ 플랫폼(H/W), 영상시스템, 기계장치 등 설계/제작/구축/설치 등

- 플랫폼(H/W) 설계/제작/시공/설치 등
- 영상시스템(빔 프로젝트 등)은 역사 내 환경에 적합하도록 향온향습 기능이 반영된 디바이스 및 함체, 부스 구성을 실시

○ 콘텐츠 서비스 및 운영 시스템 구축 등

- 통합 미디어 컨트롤 솔루션 구축
 - : 운영 S/W, 통합 시스템, 전기/통신 네트워크 등 일체 제시 및 구축
 - : 운영, 관제 시스템, 실시간 안전/활동 모니터링 시스템 등 구축·운영
 - : 관리자가 손쉽게 운영할 수 있는 프로젝트 맞춤형 서버 GUI 구축

⑤ 사례검토

○ 아이라이트 싱가포르

- ‘아이 라이트 싱가포르 iLight Singapore’ 는 싱가포르 정부가 추구하는 그린네이션 Green Nation 정책의 일부로 도시재개발국 URA(Urban Redevelopment Authority)에서 주관한 대대적인 설치 예술 행사임.

- 주요 랜드마크마다 3D 맵핑영상쇼와 홀로그램 분수쇼가 벌어지고 인터랙티브조명 설치물이 세워져, 시민들의 저녁을 즐겁게 한다. - 2010년부터 매년 진행



1-3 | 스마트관광콘텐츠 체험존 설치

① 사업개요

- 대상성격 : 신역사 거점 단기추진사업
- 사업주체 : 공공(문화체육관광부)
- 사업시기 : 2023~2024년
- 총사업비 : 200백만원(국비 200백만원 / 국비공모)

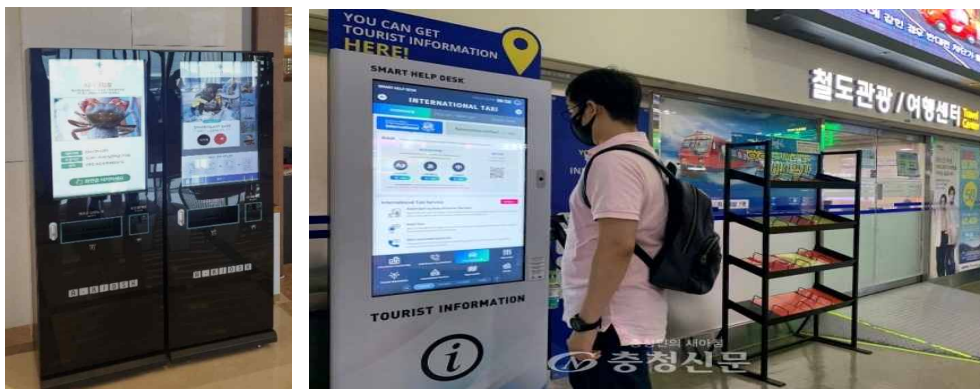
② 사업배경 및 목적

- 해남역사내 유휴공간을 활용해 스마트 관광콘텐츠를 체험하는 관광자원화
- 스마트 관광콘텐츠를 적용한 키오스크 및 디지털 사일리지 구축사업은 기존 정보제공형 미디어기기의 한계를 뛰어넘고, ICT 기술이 결합된 관광 플랫폼으로써 대안을 찾을 수 있으며 고객 참여형 콘텐츠 사업 구축으로 변화된 관광지형에 맞는 대응전략으로 떠오르고 있음
- 역사내에 기차 대기 시간동안 다양한 체험을 할 수 있는 편의시설 및 오락 시설 구성을 통해 해남역을 명소화 필요

③ 기본구상

- (1)키오스크형 스마트관광 콘텐츠 개발 (키오스크 운영 S/W 활용)
 - 해남 통합 관광시스템, 3D관광지도, 맛집정보, OTA 채널 예약정보, 주변 시설물 AR 정보등

- 서울, 부산, 동대구, 목포, 용산 5개 역사에서 먼저 시범 운영, 영어, 중국어, 일본어 등 4개 외국어 제공
- KTX 시간표와 항공 스케줄 등 교통정보나 GPS를 기반으로 한 주변 관광지 정보, 목적지까지 최단거리 경로 검색, 관광통역전화 등 다양한 서비스 제공
- 외국인을 위한 철도이용권 ‘코레일패스’ 나 관광열차에 대한 소개, 역사 시설 안내 등 다양한 철도 이용 정보도 함께 제공
- KTX 시간표와 제공되는 철도 교통이나 기타 관광 정보를 터치스크린 방식으로 검색
- 운영 S/W 및 이벤트 운영
 - : 키오스크(KIOSK)를 제어하는 관리자용 페이지 운영 관리
 - : ICT 게이미피케이션 오픈 및 참여자 운영 관리
 - : 외부망 / 내부망을 통하여 원격제어 및 전원관리



- (2) 역사 내 대기 고객 앞 인공지능형 헬스 트레이닝 서비스 제공
 - 신체의 포즈를 정확히 판단하여 트레이닝 함으로써, 운동의 효율 극대화 하는 스탠드 바 설치
 - 인공지능 모션인식 기술 이용 움직임 형태 추적
 - : 모션트래킹 통해 신체인식 후 움직임, 신체 구조, 활동량 등 체크
 - : 정확한 동작을 취하고 있는지 확인 후 퍼센트에 따라 정확도 노출
 - : 올바르게 트레이닝중인지 실시간으로 확인하며 대기 고객의 참여율 증대

○ (3) 해남 VR가상투어 존 운영 (메타버스 관광형)

- 시간과 공간을 넘나드는 특별한 경험을 제공하며 왜군을 물리친 이순신 장군의 일대기를 명량대첩 등의 테마로 상상해 볼 수 있는 가상의 해남 투어 서비스
- 올바른 역사관을 정리하는 뜻 깊은 시간여행을 VR로 떠나는 실감콘텐츠 제작
- 해남군 내 마을 12개소 360도 사진 / 동영상 특수촬영을 통해 2차원 공간의 이미지가 아닌, 3차원 형태의 콘텐츠 제작 및 서비스화



[목포 근대역사거리 360촬영 예시]

- VR 콘텐츠 제작 통한 실감나는 과거와 현재 체험, 각 거점별 VR체험공간을 마련하여 해당지역에서만 볼 수 있는 특색있는 콘텐츠 제작 및 제공



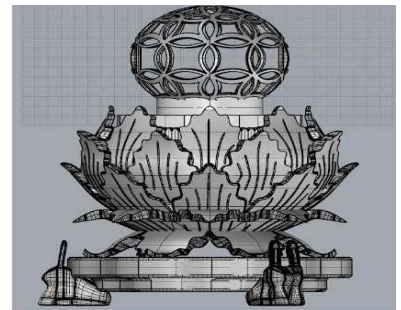
[다중접속방식으로 여러명이 동시에 체험]

- 해남 핫플레이스를 Web(모바일/PC)에서 거리 제한 없이 접속하여 이용, 박람회/ 전시회 형태로 제공하여 해남 역사를 방문을 계획 중이거나 미리 체험할 수 있도록 함



[Web(PC/모바일)에서 관람할 수 있는 360 전시 콘텐츠]

- (4) AR, 디지털 사이니지형 미래기술 전시존 “퓨처 인사이드”
 - 해남에서 생산되는 ‘해남청자’ 를 AR로 구현하여 디지털 전시와 직접 세공까지 체험하는 3D시물레이션 체험 제공



[AR기술 연계 3D 시물레이션 게임 예시]

- 드론촬영, 3D 스캐닝 등 기법을 통해 해남의 모습을 그대로 구현하는 실감 수준콘텐츠 제작
- 역사 안쪽에 곡면 디지털 사이니지를 설치하여, 무대에서 연출하는 퍼포먼스와 어울어지도록 콘텐츠 구현
- 3D 가상현실마을을 차용한 ‘해남크라프트마을’ 공간 콘텐츠를 게시
현실방문자가 가상공간 내 캐릭터로 동시 접속되는 멀티현실 구현

구분	AS - IS / To- BE
As - Is	<div data-bbox="341 322 912 645" data-label="Image"> </div> <div data-bbox="932 383 1398 580" data-label="List-Group"> <ul style="list-style-type: none"> - 실외 무대만 설치되어 있는 상태 - 별도의 연출을 위한 시스템, 설비가 없어 관광 서비스 구현이 어려움 - 디지털 사이니지와 시민 참여형 문화 공간으로 변화 절실 </div>
To -Be	<div data-bbox="341 658 912 958" data-label="Image"> </div> <div data-bbox="469 954 777 990" data-label="Caption"> <p><디지털 사이니지 예시></p> </div> <div data-bbox="341 990 912 1294" data-label="Image"> </div> <div data-bbox="481 1290 764 1326" data-label="Caption"> <p><디지털 담벼락 예시></p> </div> <div data-bbox="932 743 1402 1232" data-label="List-Group"> <ul style="list-style-type: none"> - 디지털 사이니지, 미디어 월, 음향 시스템 설치 - 해남의 역사, 생태, 맛의 타임라인을 표현한 콘텐츠 연출 - 관광객 모바일을 통해 해남 시간여행 후기를 담은 디지털 담벼락으로 소통의 공간으로 활용 - 단순 정보제공형 미디어 플랫폼이 아닌 디지털 아카이빙 콘텐츠, 스토리텔링 퀘스트, 접속자 게임미션 등을 실시하는 커뮤니케이션 공간으로 활용 </div>

④ 기대효과

- 콘텐츠 관광자원의 하드웨어적 복원에 그치지 않는, 가상현실 및 증강현실을 통한 관광 콘텐츠 만족도 향상
 - 스마트관광 모델 기초설계, 지역형 콘텐츠 제작, 스마트 관광체험인프라 조성
 - 디지털 기반의 스토리텔링을 통한 해남역사만의 특별한 이미지 브랜딩
- 디지털 노마드 실현을 통한 스마트 관광의 테스트 베드 조성
 - 지역 상권 참여를 통한 지역경제 활성화
 - 지역관광역량 강화 (공공기관 + 관광사업체 + 지역민 참여 마케팅)
- 고객 맞춤형 경험과 콘텐츠를 융합한 선진 관광 생태계 조성

2) 해남역사 [외부] 관광자원화

2-1 | 교통연계성 강화 Maas 플랫폼

① 사업개요

- 대상성격 : 신역사 거점 중장기추진사업
- 사업주체 : 공공 + 민간
- 사업시기 : 2024 ~ 2026년
- 총사업비 : 300백만원(도비 200백만원 / 민간투자 100백만원)
- ※ 관광형 통합 Maas 플랫폼은 현재 전남도청에서 개발중인바 이후 상용화 실시가 가시화되면 해남권역과 연결시키고, 남도한바퀴 등의 기존 교통수단과 연계사업화가능함

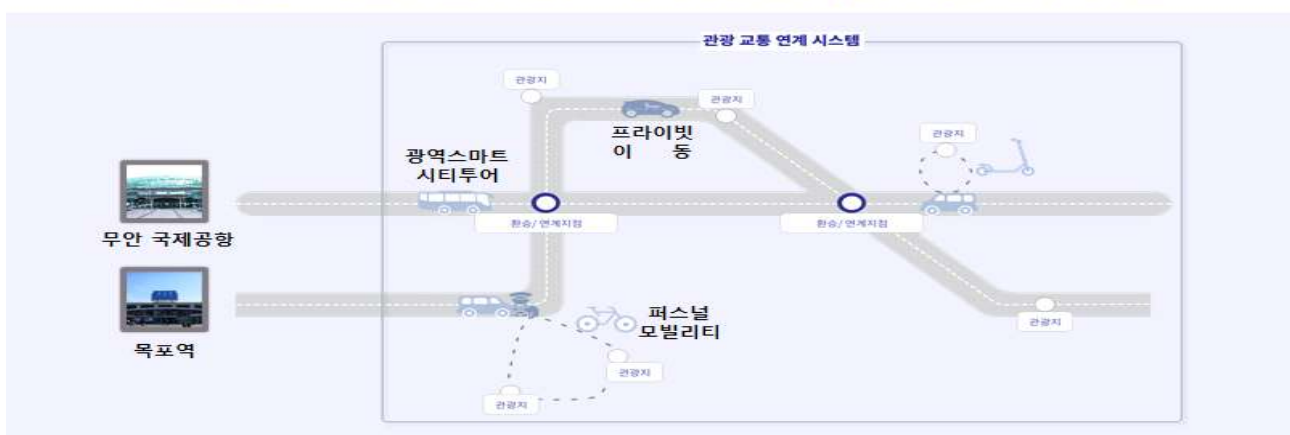
② 사업배경 및 목적


- 기차역에 방문하는 고객 특성상 2차 교통수단에 대한 니즈가 발생하며 해남읍 원도심 도로를 단체 관광 버스 중심에서 1인 교통·수요맞춤형 셔틀버스 중심으로 전환 필요
- 해남읍은 읍내 교통이 부족한 상황으로 주민들은 읍내버스 이용을 희망하고 있으나 도로가 협소하고 버스회사의 수익성 악화로 운행을 기피하고 있어 관광지를 연결하는 스마트 모빌리티 플랫폼 구축 등의 사업을 확대할 필요

③ 기본구상

관광형 통합 MaaS 플랫폼 개념도

- 항공/철도 ↔ 퍼스널 모빌리티 ↔ 시티투어 등 통합/연계한 이동 서비스 -



세부 사업명	사업내용	예시(사례)
스마트 차량 매칭 플랫폼 연계	<ul style="list-style-type: none"> · (사업비 및 추진방식) 지역운송업체&관광벤처기업 · (주요내용) <ul style="list-style-type: none"> - KTX 예매, 이동차량 예매 플랫폼 연계 - 스마트 차량 매칭 서비스 무브(MOVV)연계 <ul style="list-style-type: none"> * 기사가 배치된 차량 렌탈 서비스 - 지역 렌터카 업체 유희 차량 및 기사를 활용, 공급자 & 수요자 매칭 서비스 - 모바일 플랫폼으로 예약경로&다국어 설정 등 외래객 대상 서비스 지원 	



○ 지역 상품 가격 경쟁력 확보를 위한 필수 조합, 현 플랫폼 구축 중




○ 거점(목포역, 무안공항) 지역내 관광택시 이동까지 원스탑 예약 솔루션




○ 퀵보드, 전기자전거 연계 (무제한 탑승: 이동 데이터 확보)


④ 세부사업화계획

KTX로 주요거점역까지 빠르게 이동하고





KTX역에서는 무브로 편안하고 자유롭게 이동



- 전라남도에 소재한, 기사 포함 차량 서비스를 제공하는 중소형 렌터카 파트너와 협업
 - 렌터카 파트너사에 예약/배차/관제 시스템 제공 및 연동
 - 공항, 항만, 역사등지역 거점 중심 전 일정 차량 제공
 - 사전에 신용카드 결제를 통해 투명한 요금체계 구축

- 일정 관리, 기사 호출 기능을 통해 언어 소통의 불편함 해소
- 무브(MOVV) 도입 외 해남투어패스 연계 수요응답형 셔틀버스인 DRTT 도입으로 관광형 통합 MaaS 플랫폼 적용

⑤ 사례검토

- 무브(MOVV)
 - 내외국인들이 전용기사와 전용차량으로 편안하고 안전하게 대한민국 구석구석을 여행할 수 있는 글로벌 모빌리티 플랫폼
 - 전용기사/전용차량을 이용한 프라이빗 모빌리티 서비스 플랫폼
 - 앱기반으로 여행의 전체 여정을 함께하는 프라이빗 모빌리티 서비스 플랫폼
 - 스마트폰 앱으로 언제 어디서나 손쉽게 예약 및 실시간 기사호출 가능
 - 서비스 이용시 다수의 목적지를 선택할 수 있으며 실시간 일정 및 경로 변경 지원
 - 택시와 같이 불특정인이 산발적으로 이용하는 일회성 이동이 아닌 전용기사(신분 보장)가 있는 전용차량(품질 보장) 제공으로 중장거리까지 편안하고 안전하게 이동
 - 중소 렌터카 업체와 상생협력을 통해 이용요금 혁신
 - 언어소통의 불편함이 없는 기사와 고객간의 상호 커뮤니케이션 시스템
 - 목적지설정 및 일정변경 등 여행자의 모국어로 입력하면 현지 기사 모국어로 연동
 - 국내외 글로벌 모빌리티 플랫폼으로 5개국 17개 도시 운영 (지속 확장중)
 - 한국/베트남/대만/태국/필리핀 운영중
 - 중국/일본/말레이시아 등 확장중
 - 토탈 교통패스 플랫폼 구축: KTX 및 무브 서비스 원스탑 예약 가능
 - 코레일 예매파트너 선정으로 최대 50% 할인가격으로 KTX예매 가능
 - 공항/항만/기차역 연계교통으로 목적지까지 Door to Door 서비스 제공
 - AI 데이터 기반의 콘텐츠 연계 스마트 모빌리티 서비스 (디지털 가이드)
 - 장소 및 동선추천 등 AI 데이터 기반의 혁신적 모빌리티 서비스 제공 (장소추천 알고리즘 및 누적 동선 빅데이터 활용)
 - 확보, 누적된 이동 데이터(방문지, 체류시간 등)를 기반으로 콘텐츠가

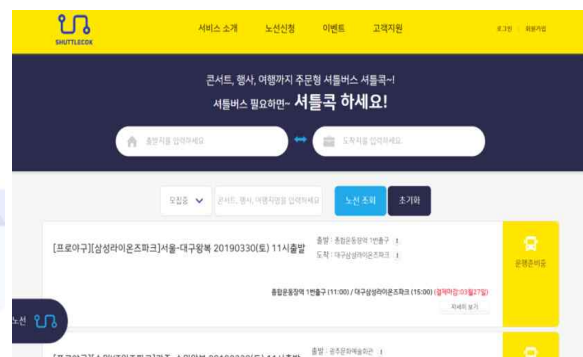
있는 스마트 모빌리티 플랫폼으로 확장

- 현지 지리가 익숙치 않은 여행객의 전체 일정 동선을 탄력적으로 최적화하여 상황에 적합한 실시간 지능형 장소 추천
- 여행자 차량 탑승 시 자동 탑승자 인식 및 목적지 여행 정보 스트리밍 등 언택트 서비스를 통해 디지털 여행 가이드의 역할 제공
- 비대면 언택트(untact) 차량 서비스
 - 차량예약부터 서비스 이용 종료까지 기존 여행 서비스 보다 접촉을 최소화 해 안전성을 높인 서비스
 - 분야별 컨시어지 및 기사 교육으로 언택트 상황에 맞는 서비스 극대화 (기사는 앱을 통한 커뮤니케이션 등 고객과의 최소한의 소통으로 철저한 안전관리)
 - 코로나 이후 철저한 위생 관리 및 차량 소독



○ 수요응답형 셔틀버스 제공 앱 [셔틀콕]

- 고객(관광객)의 수요, 요청이 있는 경우에 운영되는 수요응답형 셔틀버스인 셔틀콕은 운행대상을 출퇴근에 한정하지 않고, 출발지와 도착지가 유사한 사람들이 모여 버스를 공유할수 있는 플랫폼으로 각광을 받고 있음.
- 최근 기획재정부에서 발표한 [공유경제 활성화 방안(서비스산업 혁신)]의 일부분중 모바일 등 온라인 플랫폼을 통한 전세버스 탑승자 모집이 허용되는바 해당과 같은 DRTT를 활용하여 지역관광지, 축제, 해변으로 보다 편하고 빠르게 이동할 수 있음.



⑥ 기대효과

- 지역렌터카 파트너사에 예약/배차/관제 시스템 제공 및 연동하여 수익창출화
- 공항, 항만, 역사등 지역 거점 중심 전 일정 차량 제공과 할인서비스 제공으로 여행편의 증대
- 사전에 신용카드 결제를 통해 투명한 요금체계 구축
- 일정 관리, 기사 호출 기능을 통해 언어 소통의 불편함 해소

2-2 | 역사외부 경관농업 사업

① 사업개요

- 대상성격 : 신역사 거점 단기추진사업
- 사업주체 : 공공
- 사업시기 : 2024~2026년
- 총사업비 : 500백만원 (경관보전직접지불제 + 농림축산식품부 공모신청)

② 사업배경 및 목적

- 경관농업은 농촌체험과 연계, 지역특산물 판매·관광수입 증대, 일자리 창출 등 경제적 효과를 동시에 거둘 수 있어 농촌의 미래산업으로 재인식되고 있는 추세로 각 도시의 역사앞 광장에 미니 단지를 조성하는 경우가 늘어나고 있음
- 해남군은 2020년 지난해 10월 농업 생산과 연계한 경관관광지 조성을 위해 황산면 연호리 일원을 사업대상지를 선정해 11월부터 타당성 조사 및 기본계획 수립을 위한 용역을 진행하고 있는 중에 있으며 황산면 일대로 세계 최대 꽃 단지가 조성 예정인 바 이를 홍보하고, 확장할 수 있는 공간으로 역사외부 광장을 활용할 필요가 있음.

③ 기본구상

- 황산면의 대표 경관농업 콘텐츠인 ‘라이스아트’의 일부분을 역사의 광장에 조성

- 해남역사 ~ 계곡면 흑석산자연휴양림 방향으로 이동하는 방향의 꽃길과 걷기 길 조성 5km 구간
 - 주민들이 직접 참여하는 방식의 추진체계 구축
 - 토양과 기후조건에 맞고 주민 소득과도 연계할 수 있는 작물 선정
 - 꽃단지 인근지역 가공산업과 연계
 - 관광지 연계 비대면 관광 상품 개발
- 주요 제안 프로그램 및 상품화 예시



④ 세부개발계획

- 개발명: 경관트레일로드(꽃길, 걷기길, 자전거길 조성사업)
- 공간분석
 - 대상지 위치: 해남역사 ~ 계곡면 흑석산자연휴양림 방향꽃길과 걷기길 조성 5km구간
- 구간별 식재계획
 - 1권역: 해남역사→가학산자연휴양림 입구 5km 구간 꽃길조성
 - 계절별 개화 경관 작물 식재: 유채, 구절초, 국화, 코스모스
 - 2권역: 해남역사 앞 반계리 일대 161,603m² 구간
 - 계절별 개화 경관작물 식재: 유채, 라벤다, 해바리기
 - 3권역: 덕정리 일대 165,188m² 구간
 - 계절별 개화 경관작물 식재: 유채, 라벤다, 해바리기
 - 4권역: 여수리 일대 76,569m² 구간
 - 계절별 개화 경관작물 식재: 유채, 라벤다, 해바리기



- 우선적으로 경관트레일코스부터 식재를 시작해 향후 방문추이를 보고 권역별 식재계획 수립
- 개발명: 미니 ‘라이스아트’ Spot 구성
- 황산면의 대표 특산물인 쌀을 활용한 라이스아트를 역사 광장앞 전시
 - 기존 제작 면적의 1/5크기로 광장앞 공간에 전시
 - 반기별로 차등있는 그림컨셉 지정 및 작품교체로 방문객 앞 볼거리 제공

⑤ 사례검토

- 고창 보리농장 학원농장
 - 2004년 제 1회 축제 27만명내방이래 방문자가 계속 증가하여 연간 50만명대의관광객이 꾸준히 내방하고 있음
 - 입장료, 주차장은 무료이나, 학원농장 내 주 생산물인 보리와 메밀을 원재료로 하는 음식을 제공하는 직영식당과 차,음료, 간식, 농산물(보리

차, 보리미숫가루, 메밀차, 메일국수)판매를 통해 관광수입을 얻고 있음

		
봄철 청보리밭	여름철 해바라기	가을철 메일꽃

○ 합천 핑크쿨리, 작약

- 핑크물리2ha(6천평/20,000제곱미터), 식재 비용 4억 / 합천군 가회면 황매산공원길331 황매산오토캠핑장
-> 경제적 유발효과는 연간 6만명정도 방문
- 작약 2ha(6천평/20,000제곱미터), 식재 비용 3천만원 / 합천군 핫들생태공원 / 뿌리가 약재용으로 쓰이나 경관용으로 조성

	
핑크물리 밭	작약 생태공원

2-3 | 해남역 웰컴센터 구축

① 사업개요

- 대상성격 : 신역사 거점 중장기추진사업
- 사업주체 : 해남군
- 사업시기 : 2024~2026년
- 총사업비 : 2,500백만원(군비)

② 사업배경 및 목적

- 해남역 인근 지역의 역세권 개발이 필요한 상황에서, 복합웰컴센터 건립 등 문화의 거리를 조성하여 해남 관광의 거점으로 조성할 필요
- 코로나 19 이후 생활여행자 증대로 소도시 여행객 앞 관광정보 안내 및 로컬 관광상품 안내를 위한 허브공간 마련 필요
- 해남군 내 문화관광해설사(별도 모집) 배치 및 지식가이드 운영
- 기차로 이동하는 관광객의 여행용 캐리어 및 수화물을 보관해주는 프론트형 짐 보관소의 개설 필요
- 해남군을 방문하는 관광객 앞 여행 컨시어지 서비스 제공
- 기존 해남군 내 지역 관광정보 취득 및 여행사 안내를 위한 플랫폼 역할 부재
- 해남역의 위치특성상 인근관광지로 도보여행이 어려운바, 이동이 편하고, 속도감 있는 여행을 위한 개인형 이동장치(Personal Mobility)의 필요성 증대

③ 기본구상

- 주요시설 : 웰컴안내센터, 프론트형 짐 보관소, 로컬푸드점, 개인형 이동장치 대여 장소 등



- 해남관광 관문 및 문화관광벤처 창업허브 조성
- 철도 연계 체류형 관광상품 통합 패키지 개발
- 해남 특산물 가상체험 및 로컬푸드점 운영
- 관광해설사, 안내물·표지판 제조, 스마트 관광 개발 등 창업기업 지원
- 관광 홍보·체험·전시 프로그램 운영
- 크로마키 : 방문객이 직접 현장에 가지 않고도 관광명소 체험
- AI 통역 : 해남 주요 관광지 및 코스 각국 외국어 안내

④ 세부사업화 계획

○ 캐리어 및 수화물 보관 서비스를 위한 프론트 구축 및 운영

- 대상지 : 해남역사 내 일부공간
- 예약 페이지 : 자체 홈페이지 및 SNS페이지(신설)
- 서비스비용 :
캐리어(가방 포함)
1개당 _ 5천원(당일보관 기준)
※ 단체 예약 : 10명이상 단체 예약시 1천원 할인 적용
- 운영시간 : 매주 화~토 / 10시 ~ 19시
- 운영인력 : 프론트 내 상주인력 1명



· 명칭 : [말기랑개] ->

“말기라니까”라는 전라도 방언을 활용하여 누구나 친근하게 다가가도록 여행자 짐 보관 서비스 플랫폼 이름을 말기랑개로 지정함

- 여행자 짐(캐리어, 수화물) 수거 후 땅끝, 주요 관광지 앞 픽업 서비스 진행
 - 캐리어(짐 가방)로 불편함을 겪는 여행자 앞 기차역에 도착시 짐을 수거하고, 숙소까지 운반해주는 픽업서비스 실시
 - 지정된 숙소에 투숙하는 여행자 앞 체크아웃시 캐리어 수거 후 해남 역으로 가져다 주는 운송서비스 실시
- 서비스비용 : 캐리어 1개당 _ 7천원

(관련이미지) KRT 홈 픽업서비스	(관련이미지) GOOD LUGG 서비스
<p>문을 나서시는 순간 여행은 시작된다. 오직 여행만 KRT만의 무료 홈픽업 서비스</p> <p>홈픽업</p> <p>출발지 또는 도착지에서 바로 신청 4인 이상 자차 고객 신청 가능 2인도 신청 가능 (최대 2인, 2인차, 2인차, 2인차, 2인차) 새벽 출발도 걱정 없이 온 가족 이동도 걱정 없이 원-종량 가격 서비스</p>	<p>Drop-Off 짐 맡기고 사진 올리기 2020/01/06 13:43:05</p> <p>Pick-Up 배송기사님이 짐 수거 2020/01/06 17:44:46 기사님이 고객님의 짐을 픽업했습니다</p> <p>Arrived 목적지에 짐 도착 2020/01/06 18:42:35 짐이 도착하는 목적지(호텔/공항)에 도착했습니다</p>

- 해외관광객 상담 및 물품 대여
 - 여행가을주간 내 실시되는 투어상품 및 해남 트래킹 상품 참여자 모집
 - 특정기간 할인 쿠폰 증정
 - 1+1 이용 쿠폰 증정
 - 국제전화카드, 유심칩(Traveller sim) 판매
 - 코로나 방역 마스크 판매
 - 우비, 우산 대여서비스 등
- 해남형 PM 렌탈업(세그웨이, 전기자전거, 전동킥보드) 체계 구축
 - PM 기기 대여·반납·수거·정비 시스템 구축, 모바일 어플리케이션 활용하여 대여와 반납의 편의성 증대
 - 개인형 이동장치 (세그웨이, 전동킥보드) 유료 대여 사업 추진

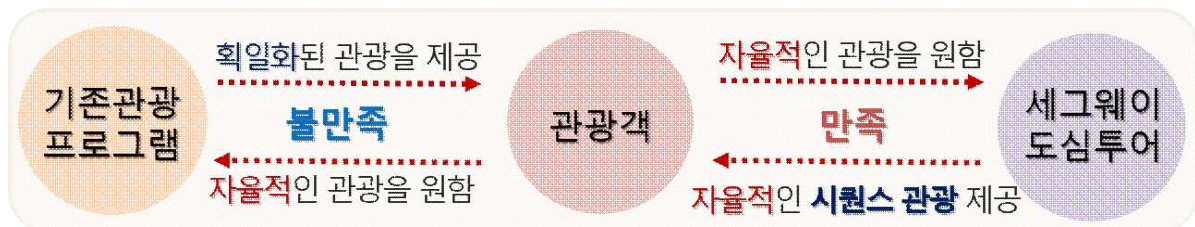
PM은 국내 도로교통법상 제2종 원동기장치자전거면허, 그 이상의 면허가 필요하기 때문에 사전에 이를 명시하여 체험자를 받고, 이후 세그웨이 주행에 필요한 관련 법규를 숙지시켜 안전한 투어를 즐길 수 있도록 안전장치를 제공 (헬멧, 보호대, 야간주행 안전등 등)

○ 세그웨이를 활용한 도심투어 진행

- 국내 세그웨이 투어 : 제주도, 전주한옥마을, 대명리조트 세그웨이 투어 참조

제주도	전주 한옥마을	대명리조트
		

- 시퀀스 관광형 세그웨이 투어 운영
- 단순히 도심 내 이동수단으로 쓰였던 세그웨이를 도심투어에 접목 → 이색 여행 콘텐츠로 활용, 기존의 관광 상품과 달리 획일화, 규격화되지 않은 방법을 통해 관광객의 상상력 자극 및 흥미 유발



⑤ 사례검토

- (웰컴안내센터) 영남알프스 복합윌컴센터 및 순천시 관광안내소



- (캐리어 및 수화물 보관 서비스) (주)베이팩스 & 부산역 짐캐리



- (개인형 이동장치 대여서비스) 시흥시 모토벨로 & 제주 서귀포 호텔 라운지



2-4 | 스마트푸드그리드 마켓 시범사업

① 사업개요

- 대상성격 : 신역사 거점 단기추진사업
- 사업주체 : 공공
- 사업시기 : 2022~2024년
- 총사업비 : 300백만원(국비 200백만원 / 군비 100백만원 / 국비공모)
※ 스마트팜 조성 지원사업(농림축산식품부)

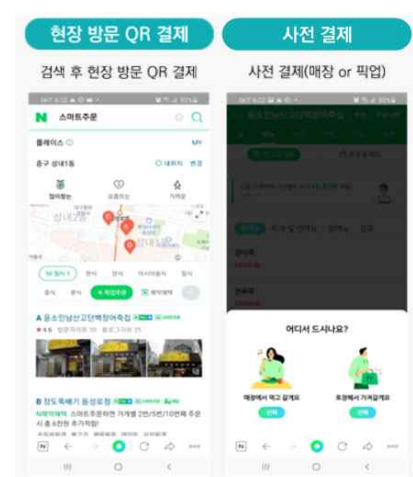
② 사업배경 및 목적

- 농촌의 역사·문화·자연환경 및 지역자원 등을 소재로 하는 주민 주도의 농촌 축제를 지원하여 지역 공동체 활성화, 도농교류 증진 및 농촌 가치 제고

- 농어업인 삶의 질 향상 및 농어촌 지역개발 촉진에 관한 특별법」 제33조(농어촌의 문화예술 진흥), 제35조(도시와 농산어촌의 교류확대)
- 4차산업혁명 기술인 빅데이터, 인공지능 등을 활용해 농식품 유통정보의 실시간 공유는 물론 생산자와 소비자의 즉시 대응이 가능한 유통 고도화 푸드그리드 확산 전망
- 해남 농특산물을 최종 도착지인 해남역에서 구매할 수 있는 온라인 쇼핑물 구축은 지역 경제 활성화를 위한 스마트 푸드그리드 사업으로 활용가능함

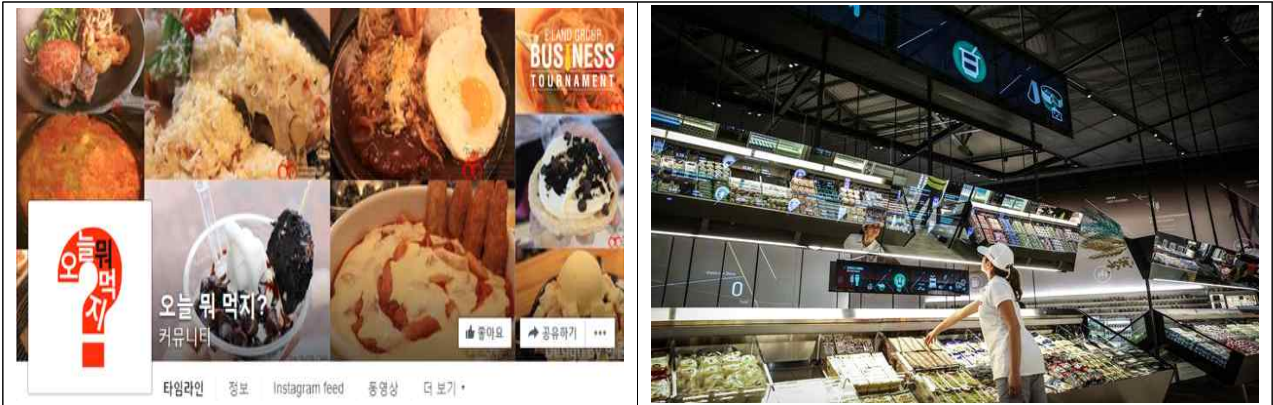
③ 기본구상

- 스마트 로컬푸드 직매장을 통한 자동주문과 수·배송을 연결하는 효율적인 푸드 그리드 유통시스템 구축 **“소비자가 직접 들고가지 않고, 특산물 자동배송”**
- (기존 온라인 쇼핑과 차별점)
해남을 떠나기전 마지막으로 웰컴센터에 들러 친환경 제품들을 직접 보고 (쇼루밍), 스마트미러 & QR코드형 주문 결제(지역상품권연결) 서비스를 실시하는 바 O2O 쇼핑 관광효과를 극대화 시킬수 있음
- 해남신역사 내 푸드그리드 연동형 마켓 1개소 도입
- 해남군 ‘쿡켓마켓’ 개설 및 푸드미디어 사업 전개



④ 사례검토

- 푸드그리드 스타트업 [그리드잇] / 이탈리아 밀라노의 터치형 슈퍼마켓 COOP



⑤ 기대효과

- 효율적 푸드 유통시스템을 통해 산지에서 생산된 농·축수산물품을 빠르고 정확하게 소비자에게 전달해 농가와 관광객(소비자)를 직접 연결하는 O2O 유통 시스템 완성
- 해남군 옥천면에 설립 예정인 ‘콜드체인 스마트 물류단지’의 유통시스템과 병합하여 지역 단위 푸드플랜 선도를 위한 먹거리 선순환체계 구축 설계 효과



[그림1] 콜드체인 물류시스템

2-5 | 해남역 광장 정기 주말 야시장 개최

① 사업개요

- 대상성격 : 신역사 거점 중장기추진사업
- 대상규모 : 역사 앞 광장
- 사업주체 : 해남군, 공공(문화체육관광부)
- 사업시기 : 2025~2026년
- 총사업비 : 200백만원(국비 100백만원 / 군비 100백만원 / 국비공모)

② 사업배경 및 목적

- 야시장 축제의 기획·준비·운영 단계에서 주민의 참여가 높고, 주민(지역공동체)이 주도하여 개최·운영되는 축제 개최 필요
 - 행사 전 과정(조직구성, 역할분담, 행사참여 등)에 주민 참여
 - 주민참여를 위한 교육 및 컨설팅 계획 포함
- 야시장 축제를 통한 주민화합, 지역 공동체 활성화 추진
- 주말 방문 고객 앞 해남신역사만의 고유 콘텐츠 제시

③ 기본구상

- 신역사를 비롯 인근 권역이 가진 천혜의 자원환경과 자원을 활용한 주말 야시장 개최
- 기존 생태자원을 관광자원화의 확장성을 가진 확대형 페스티벌 추진
- 신역사를 정서적, 신체적, 감성적 치유의 공간으로 주민 체험 프로그램 진행
- 체류형 축제 개최를 위한 야간 프로그램 활성화(야간음악회 등)

④ 세부 개발계획

- 야시장 축제개발을 위한 기본계획서 수립
- 지방투자심사를 위한 계획수립
- 자체예산 수립

⑤ 사례검토

- 국내 최초 최대 규모 웰니스 페스티벌 ‘원더러스트’
 - 국내 최초, 초대형 규모로 개최되는 원더러스트 코리아는 요가, 필라테스, 스피닝, 크로스핏, 트램폴린 피트니스, 서아프리카 댄스, 러닝, 페인팅 테라피, 사운드 배쓰 명상 등 총 8개의 스테이지 및 스튜디오에서 무려 45개의 힐링 프로그램을 운영



- 운수대통마을 “休” 백중축제(야시장병행)
 - 축 제 명 : 운수대통마을 “休(휴)” 백중축제
『함께 어울려 놀아나 보세!』
 - 축제테마 : 지역자원 · 경관 및 전통문화 체험축제
 - 위 치 : 전남 담양군 대덕면 운산운수대통마을 평화광장 일원
 - 추진연혁 : 2008년 마을백중잔치로 시작하여 ‘2019’년이 12회째
 - 축제내용
 - 개최시기 : 2019년 8월17일 (1일간)
 - 행사장소 : 전라남도 담양군 대덕면 운산2길 평화광장일원
 - 주요 프로그램
 - : 농사장원 선발 및 축하연, 대동한마당, 닥나무 줄다리기, 운수대통 전통문화체험(한궁, 풋살, 비석치기 등), 마을부녀회 찻집운영 및 체험, 추억의 마을 사진전 운영, 나눔 · 먹거리 장터 등
 - 공연 프로그램 : 마당극 ‘운산에 살으리랏다’, 마을 가족장기자랑, ‘화목한’ 다듬이 소리 공연, 마을 풍물단 한마당 공연.

3) 지역특화 관광상품 개발

3-1 | 야영장 연계 관광상품 개발 지원 공모사업 추진

① 사업개요

- 대상성격 : 신역사 거점 단기추진사업
- 대상규모 : 땅끝오토캠핑장, 해남오시아노관광단지 캠핑장 일원
- 사업주체 : 공공
- 사업시기 : 2023년
- 총사업비 : 50백만원(국비 50백만원 / 국비공모)

② 사업배경 및 목적

- 전국적으로 ‘집 근처의 자연친화적 공간에서 가족과 함께 안전하게 야외 활동’을 선호하는 경향이 뚜렷해지면서, 생활권역 내에서 일상과 연계된 관광을 즐기는 이른바 ‘생활관광’ 중심으로 관광활동이 재편
- 수도권·대도시 주변 ‘근거리’ 관광수요증가
- 아웃도어 레저 및 캠핑 수요증가
- 가족과 함께하는 일상관광 확대
- 코로나를 피해 청정지역 관광수요 증가

③ 기본구상

- 캠핑을 와서 단순히 음식과 숙박 형태를 벗어나 다양한 체험형 프로그램 도입으로 활성화 구축
- 다양한 프로그램 개발 운영을 통한 캠핑장 인지도 확산
- 특화 프로그램 운영을 통한 재 방문 확대
- 지역 내 여행사(12개사)와 캠핑 야영장간의 협업상품 개발시 홍보/마케팅비 지원 실시

④ 세부 개발계획

- 오락(五樂)가락(加樂) 감성캠핑
(一樂 일락) 반려견과 함께하는 펫티비티 캠프 ‘동행’

- 목 적: 반려인구 천오백만 시대 반려견과 함께하는 캠프 진행으로 반려동물 동반여행 콘텐츠를 관광자원화하고 이를 통해 여행지로써의 역할 기대
- 기 간: 9. ~ 10. 중
- 참가대상: 가족 및 MZ세대 등 반려견 가족
- 내 용: 반려견과 함께하는 펫티비티, 간식클래스 체험, 최고의 견생샷 등

(二樂 이락) 외국인과 함께하는 ‘화려해남’

- 목 적: 역사문화자원과 캠핑을 더한 글로벌 캠핑
- 기 간: 2022. 9. ~ 10.
- 참가대상: 한국에 거주하는 젊은층 외국인
- 내 용: 오아시노 캠핑장 연계 프로그램, 캠핑 DIY, 한식프로그램, 통문화배우기(국궁) 프로그램 등

(三樂 삼락) 인생샷 스냅투어 ‘해남 별빛사진관’

- 목 적: 스냅 사진작가와 함께 캠핑을 즐기며 참가자들과 여행을 기록하는 캠핑 스냅 프로그램, SNS를 통한 홍보효과
- 기 간: 9. ~ 10. 중
- 참가대상: 2030 MZ세대
- 내 용: 리딩교육, 세부프로그램 작가캠핑진행, 위치별 스냅샷 프로그램 진행 등

(四樂 사락) 아웃도어 ‘파라다이스 액티비티 캠핑’

- 목 적: 캠핑장 주변 자연자원을 연계한 라이딩, 수상레저, 트레킹 연계 운영을 통한 액티비티 프로그램 활성화
- 기 간: 9. ~ 10.
- 참가대상: 2030 MZ세대
- 내 용: 트레킹, 요가, 바이크라이딩, 수상레저 운영

(五樂 오락) 가족과 함께하는 ‘이색 캠핑요리 클래스 캠프스토랑’

- 목 적: 가족과 캠핑을 하며 이색체험을 통해 추억을 쌓을수 있는 기회마련
- 기 간: 9. ~ 10.
- 참가대상: 30~40대 가족
- 내 용: 셰프와 함께하는 이색 캠핑요리 배우기, 아빠요리경연대회, 전통 문화배우기 등

○ 사업비 산정

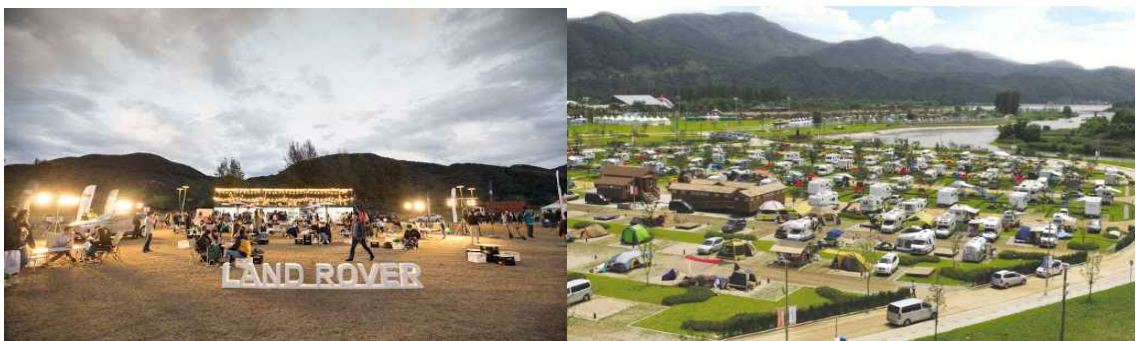
- 문화체육관광부(관해남업정책과) 2021 등록야영장 지원사업 중 야영장 활성화 프로그램 지원공모 신청을 통한 국비확보
- 국비 미 확보시 자체예산 수립을 통한 자생력확보
- 관광벤처, 관광서비스업 민간기업과의 협업구조 구축
- 세부사업비 내역

구분	단가(천원)	수량	사업비(천원)	비고
캠프동행	14,000	1회	14,000	
외국인캠프	14,000	1회	14,000	
해남별빛캠핑	12,000	1회	12,000	
액티비티캠핑	10,000	3회	30,000	
가족캠프	15,000	2회	30,000	
총계			100,000	

⑤ 사례검토

○ 자라섬 오토캠핑장

- 경기도 가평의 아름다운 북한강변에 위치한 자라섬 캠핑장은 2008년 가평세계 캠핑캐라바닝대회 개최지로서 수도권 최대, 최고의 시설을 자랑하는 친환경 레저시설이다.
- 자라섬 캠핑장 내 시설로는 모빌홈, 캐라반, 캐라반사이트, 오토캠핑장 등의 야영시설이 있으며 공동시설로 취사장, 화장실, 샤워실, 세탁실이 있어 편리하게 이용할 수 있다. 모든 시설은 예약제로 운영되며 인터넷 홈페이지에서 사전 예약이 가능하다. 캠핑장 바로 옆에는 생태공원 이화원, 그리고 인기리에 방영되었던 드라마 아이리스 세트장이 있고, 매년 10월이면 자라섬 국제 재즈페스티벌이 열리는 등 다양한 볼거리가 있다.



3-2 | 부분선 설치 시 관광열차 도입 등 연계관광 활성화사업

① 사업개요

- 대상성격 : 신역사 거점 중장기추진사업
- 대상규모 : 해남역사
- 사업주체 : 코레일관광개발, 해남군
- 사업시기 : 2025 ~ 2026년
- 총사업비 : 300백만원(국비 200백만원 / 군비 100백만원)

② 사업배경 및 목적

- (관광교통체계) ‘관광교통’은 목적지까지의 모든 여정에 걸쳐 관광객이 이용하는 철도, 버스, 택시 등 다양한 교통수단으로 관광만족도와 직결
- 관광객은 지역을 연결하는 교통편 부족*을 지역관광 장애 요인으로 생각하고 있으므로 다양한 교통수단 활용, 연계된 교통망 구축 필요
- 외래관광객의 수도권 외 지역의 관광 장애 요인('19년) : ‘관광지 정보 탐색 어려움(37.0%)’, ‘지역 간 연결 교통편 부족(36.5%)’, ‘언어 소통 어려움(36.5%)’, ‘대중교통 이용 편의성 부족(25.0%)’ 자가용 이용 여행비율이 늘고 있지만, 20대의 경우에는 58.7%가 자가용 외 기차환승을 이동수단으로 여행할 수 있다는 답변을 주었음.
- 코레일은 철도-자전거 연계 관광 활성화를 통해 녹색 생활문화사업 창출의 선두주자로 자리매김 해 나가고 있음. 철도-자전거 연계관광상품의 운영을 정부정책, 지자체 사업, 민간단체의 자전거 이용활성화 노력과 연계함으로써, 철도가 관광분야를 비롯해서 일상생활에서도 자전거 이용을 증진시키는 데 크게 공헌
- 해남역의 부분선 설치 추진

③ 기본구상

- 해남역의 부분선 설치 추진에 따른 관광열차 운영 실시
 - 패키지형 기차여행인 철도관광상품 유치로 광주~목포~해남으로 이어지는 포괄요금형 투어프로그램 운영
- ‘철도-자전거 관광서비스 제공’의 기반을 마련하고 에코투어(Eco-Tour) 환경 조성으로 서비스 질의 향상을 통한 고객만족 및 철도의 녹색이미지를 제고

- 환승체계를 활용한 연계관광 상품 출시
 - 해남역으로 정차하는 관광객이 자신의 기호와 관심에 맞추어 관광 도중에 이동수단을 변경하거나 경로를 다르게 하는 것이 가능하도록 다양성을 고려한 상품운영 방식 도입
 - 건강테마형 여행문화와 여행자 요구가 급속히 확산되고 있는 것에 주목하여 건강테마형 SIT(special interest tourism)상품을 해남만의 기능성 여행으로 브랜딩 실시

④ 사례검토

- 정동진 해돋이 관광열차상품(국내)
 - 정동진 해돋이 관광열차상품의 성공요인으로 첫째, 드라마 ‘모래시계’의 테마를 부여한 점이다. 둘째, 승무원의 안내방송을 통해 철도 여행경로상의 명소 및 사연소개 등을 통해 이색매력을 부각시켰고 홍천역과 나한정역 사이에 스위치 백(switch back)을 운행했다. 셋째, 표적시장을 중장거리 여행이 용이한 청소년층으로 설정했는데 젊은세대의 높은 호응도를 얻어냈다. 넷째, 이용율이 가장 높은 무궁화호열차를 이용한 무박 2일 코스로 관광객의 비용을 최소화하여 가격의 적정성을 유지함
- 환상선 눈꽃순환열차상품(국내)
 - 환상선 눈꽃순환열차의 성공요인으로 첫째, 소비자 행동특성을 정확하게 판단하였고, 둘째, 시장세분화, 상품세분화, 상품명의 호기성, 여행사와 연계하지 않은 저렴한 가격, 홍보활동의 강화 등 마케팅믹스 요소가 잘 조화된 사례라 볼 수 있다
- 그랜드캐년 철도여행(국외)
 - 아리조나 서부의 숲과 평야를 달리는 향수로 여행을 즐기도록 제공하며, 스위스의 「브린츠 로트호른 관광열차」와 같이 관광열차를 주변환경과 어울리는 동화식 미니열차로 제작하여 큰 관심과 성공을 이끌어 냈다.



3-3 | 기차 연계 관광상품 개발 (지역 여행사+수도권 기업 연계)

① 사업개요

- 대상성격 : 신역사 거점 단기추진사업
- 대상규모 : 해남군 일원(관광지 포함)
- 사업주체 : 코레일관광개발, 해남군
- 사업시기 : 2023~2024년
- 총사업비 : 300백만원(국비 200백만원 / 군비 100백만원)

② 사업배경 및 목적

- 코로나19 이후 소규모 개별여행객(FIT) 증가
 - 2020 MBC 뉴스데스크/코로나가바꾼국내여행집중현상
 - 단체 여행을 기피하고 소규모 개별 여행 활용이 급증하고 있음
 - 주민이 관광가이드가 되어 만드는 관광자원 및 대표 관광 상품 부재
- 지역 여행사의 자체 상품 개발능력 부재 및 아웃바운드형 영업 집중에 따른 수도권 기업과 협업 모델 구축 어려움
 - 대규모 패키지 여행이 중단된 20년부터 지역 여행사의 고사 문제가 심각하게 대두됨
 - 해남신역사를 통한 기차 연계 관광상품을 지역 여행사가 주도하되 수도권 기업과 협업할 수 있는 공동 추진조직화를 실시하고, 마케팅 비용 지원, 우수업체 보상 제도를 실시할 필요성 부각됨
- 관내 여행사(12개소)의 여행상품 개발 교육 및 코로나 이후 관광트랜드 적응을 위한 육성 프로그램 및 제도 부재
- MZ세대 관광을 리드하는 주소비층으로 급부상 (2020 뉴스1/주목MZ세대)
 - MZ세대 고객(20~30대)을 만족할 수 있는 현지 가이드 및 대표 관광 콘텐츠 부재
- “해남군 현지 특화 상품 및 현지 가이드 부재”
 - 서울 및 수도권 여행사에 편중된 지역 관광 상품 및 관광객 유입 한계.
 - 해남군 전체 여행사 중 80%이상 아웃바운드 상품 취급
 - 특화 상품 및 현지 가이드 부족 (2021 KATA 회원사 기준)
 - 지역주민이 현지 가이드가 되어 특화 관광상품을 만드는 로컬 크루 모집 및 양성 필요

③ 기본구상

- 지역이 주도하는 지역관광 서비스 혁신 추진
- (지자체 동참유도) 지자체의 자체 기금 등을 활용, 우수업체 보상 제공 및 환경 개선 등 관광수용태세 적극 개선 노력
- (당일 세계문화유산 탐방 기차여행) 해남 신역사 인근 자원 스토리텔링 + 인문역사 융합 상품 - 두륜산, 대흥사, 고산 윤선도 유적지, 우수영코스
- (별별 맛 해남 미식 여행) 해창막걸리 체험 + 달마산 등산 트레킹 코스 - 트레킹하며 즐기는 해남 미식여행 컨셉
- (전라도 짝쓰리 기차 기행) 해남 각 관광지 및 목포 또는 강진 관광을 결합한 2박 3일 코스 제안
- 한국의 산티아고 순례길 투어 - 해남 신역사에서 시작하여 전기자전거 이동 -> 사구미해변부터 땅끝마을까지 8km 완주 코스
- ICT 스탬프와 함께하는 달마고도 일주 트레킹 코스 - 모바일 스탬프 투어와 달마고도 트레킹을 접목한 스마트 관광상품 출시 (최종 수료자 상품권증정)

④ 세부 개발계획

- 인접지자체와 지역의 계절·축제 연계 상품개발 및 홍보
- 세부 사업은 대표 상품 개발 및 운영(공공주도 상품 발굴, 운영 관광벤처 기업 및 로컬 여행사 공모 상품개발 및 운영, 공동 홍보마케팅 추진)의 사업으로 구성
- 해남 시티투어 운영 필요! 광주출발-나주경주-해남관광 / 목포출발-해남관광 / 해남집결-진도-완도 코스·모객은 수도권 여행사, 포털, OTA / 운영은 현지여행사, 전남 거점을 연결하는 시티투어 지원 필요 - 향후 신역사 연계

○ 상품 개발 예시

① 해남군 세계문화유산&역사 기행 코스안

시간	일 정	비고
07:40~09:22	용산역 출발 → 광주송정역 환승 → 해남역 도착	KTX
09:40~11:00	두륜산 대흥사 중식지 이동	연계차량
11:00~11:50	중식제공(맛도 좋고 건강에도 좋은 보리쌈밥)	
11:50~14:30	유네스코 세계문화유산! 한국의 산사 대흥사 관람 - 2018년 6월 30일 한국의 산사 산지승원으로 등재 - 서산대사의 의발, 영정이 모셔져 충의의 사찰 - 13대 종사&13대 강사가 배출. 선과 교를 겸비한 팔도의 종원	
14:30~14:40	고산 윤선도 선생 유적지 이동	
14:40~15:50	고산 윤선도 선생 유적지 녹우당 관람 - 사적 제 167호 지정된 조선시대 상류주택 형식 - 녹우당의 상징 은행나무& 500년 비자나무 숲	
15:50~16:20	우수영 이동	
16:20~17:50	명랑대첩 승전지 해남 우수영 관람 - 임진왜란 당시 13척의 배로 133척의 왜선을 물리친 곳 - 새로운 해남의 관광명소 울돌목 스카이워크 관람	
18:00~19:10	해남역에서 -> 광주송정역 이동	
19:29~21:15	광주송정역 출발 → 용산역 도착	KTX

② 별별 맛 해남 미식 여행코스

구분	시간	일 정	비고
1일	09:22~10:57	용산역 출발 → 광주송정역 환승 -> 해남역 도착	KTX
	11:10~12:10	해남 중식지 이동	연계차량
	12:10~13:10	중식제공(해남의 맛! 닭요리 정식)	
	13:10~13:20	해남 은행다원 이동	
	13:20~14:20	녹차와 꽃차를 마시면서 나만의 시간 보내기	
	14:20~14:50	4est수목원 이동	
	14:50~16:40	전국 최대 규모 수국천국! 4est수목원 관람 - 200종의 품종이 4천여 그루가 넘게 있는 수국천국 - 3만평 정도의 넓은 숲길을 걸으며 코로나여 안녕	
	16:40~17:10	땅끝마을 이동	
	17:10~18:30	삼천리 금수강산의 시작! 여기가 바로 땅끝 마을 - 여기가 바로 삼천리 금수강산의 시작점 땅끝	
	18:30~20:00	석식제공(사계절 싱싱한 바다제철 음식)	
2일	20:00~	숙박지 이동 후 숙박	
	08:00~09:00	조식제공	
	09:00~09:30	두륜 미로파크 이동	
	09:30~10:30	신나는 미로탈출! 두륜 미로파크 즐기기	
	10:30~11:00	두륜산 대홍사 이동	
	11:00~13:00	유네스코 세계문화유산! 한국의 산사 대홍사 관람 - 2018년 6월 30일 한국의 산사 산지승원으로 등재	
	13:00~14:00	중식제공(맛도 좋고 건강에도 좋은 보리쌈밥)	
	14:00~15:30	두륜산 절경을 한눈에 볼 수 있는 케이블카 관광	
	15:30~15:40	해창 주조장 이동	
	15:40~16:40	100년의 역사를 품고 있는 해창 막걸리 체험	
	16:40~17:10	해남역 -> 광주송정역 이동 후 자유시간	
	17:10~19:00	광주송정역 출발 → 용산역 도착	KTX

③ 달마고도 일주 트래킹 코스 여행

구분	시간	일 정	비고
1일	09:22~10:57	용산역 출발 → 광주송정역 환승 -> 해남역 도착	KTX
	11:10~12:10	해남 중식지 이동	연계차량
	12:10~13:10	중식제공(해남읍내)	
	13:10~13:50	해남 사구미해변 이동	
	13:50~17:50	한국의 아름다운 해안길! 땅끝 길 걷기 - 사구미 해변에서 땅끝 마을까지 8km구간 걷기 - 삼천리 금수강산 처음이자 마지막인곳 땅끝 - 땅끝 전망대, 땅끝 탑 관람	
	17:50~18:30	석식지 이동	
	18:30~20:00	석식제공(해남의 별미 닭요리 정식)	
	20:00~	숙박지 이동 후 숙박(남도호텔)	
2일	07:00~08:00	조식제공	
	08:00~08:30	미황사 이동	
	08:30~16:30	대한민국 명품 등산코스! 달마고도 일주 트래킹 - 맑은 공기와 숲이 주는 상쾌함을 느껴보세요 - 바다를 배경으로 12개의 암자를 끼고 있는 숲길 - 총 길이 17.74km 대한민국 최고의 명품 길 - 달마고도 완주하시면 인증서&메달을 드립니다 (약 2주후에 택배로 배송) ※ 해남 지역 특산품으로 만든 도시락&간식제공	
	16:40~18:10	해남역 -> 광주송정역 이동 후 자유시간	
	18:23~20:08	광주송정역 출발 → 용산역 도착	KTX

④ 2박3일 전라도 짹짹리 기행 코스

구분	시간	일 정	비고
1일	09:22~10:57	용산역 출발 → 광주송정역 환승 -> 해남역 도착	KTX
	11:10~12:10	해남 중식지 이동	연계차량
	12:10~13:10	중식제공(해남 읍내)	
	13:10~13:40	땅끝항 이동	
	13:50~16:00	고산 윤선도 선생 유적지 보길도 여행	
	16:10~18:00	삼천리 금수강산 시작점! 땅끝 전망대&땅끝 탑	
	18:00~18:30	석식지 이동	
	18:30~20:00	석식제공(해남의 별미)	
	20:00~	숙박지 이동 후 숙박(남도호텔)	
2일	08:00~09:00	조식제공	
	09:00~09:30	녹우당 이동	
	09:30~11:00	녹우당 관람	
	11:00~11:30	강진 중식지 이동	
	11:30~12:30	중식제공	
	12:30~12:40	백련사 이동	
	12:40~15:00	백련사 숲길을 걸어 다산초당 까지	
	15:00~15:20	가우도 이동	
	15:20~16:30	강진 가우도 해안길 걷기	
	16:30~17:30	숙소 이동 후 휴식(프린스호텔)	
	17:50~19:00	석식제공(회춘당)	
	19:00~20:00	강진 사의재 관람 후 숙박	
3일	08:00~09:00	조식제공	
	09:00~09:30	장흥 우드랜드 이동	
	09:30~11:30	머리까지 시원해지는 장흥 우드랜드 편백숲 걷기	
	11:30~12:00	중식지 이동	
	12:00~13:30	중식제공(장흥 삼합)	
	13:30~14:00	강진다원 이동	
	14:00~15:20	초록의 싱그러움 강진다원 관광 및 차마시기	
	15:20~16:20	해남역 -> 광주송정역 이동 후 자유시간	
	16:37~18:31	광주송정역 출발 → 용산역 도착	KTX

⑤ 사업화계획

- 사업비 산정
 - 국비공모사업
 - 지속적인 연차별 예산확보
- 세부사업비 내역

총 사업비 (A+B)	정부지원금 (A)	자부담금		
		소계(B)	민간기관	참여기관1
300,000	200,000	100,000	80,000	20,000
(100 %)	(67 %)	(33 %)	(26 %)	(7 %)

⑥ 기대효과

- 신역사를 중심으로 지역 간 연계를 통해 관광 시너지 효과 도출 가능. 연계 지역을 활용한 관광상품 개발로 해남역사로 방문해야하는 유인 효과를 달성
- 신역사를 거점으로 한 남해안권 연계 관광상품 운영 및 공동 홍보를 통하여 해남 관광 인지도 제고 및 관광 체류 기간 증대 도모
- 지역연계 네트워크형 상품을 발굴하는 ‘해남허브 대표상품 개발 운영’, 함께 소통하고 사업을 추진할 ‘해남형 관광 네트워크 및 통합 DMO 구축 운영 사업’ 도입에 수도권 기업 참여 성과화

3-4 | 땅끝관광(남서) 루트개발

① 사업개요

- 대상성격 : 신역사 거점 단기추진사업
- 사업주체 : 해남군
- 사업시기 : 2023년
- 총사업비 : 50백만원(군비)

② 사업배경 및 목적

- 신설 해남역사를 관광거점으로 한 해남 관광지로의 유입을 통한 체류화 루트 상품 개발
- 한반도 여행의 시작이라는 브랜드 네이밍 강화
- 기차 연계상품 연계를 통한 다양한 패키지 상품 구축
- 남쪽 땅끝을 권역으로 하는 중간 경유지, 최종 기착지 상품개발
 - 해창먹걸리, 현산 4est수목원, 미황사, 달마고도, 송호 해변, 땅끝관광지 패키지화
 - 1박2일, 2박3일, 일주일살기, 한달살기 다양한 프로그램 구성
- 서쪽 땅끝에 관광 테마를 발굴해 명소를 만들고, 해양관광의 거점으로서 오시아노 관광단지를 활성화하여 체류관광객 확보와 체류시간 증대

③ 기본구상

- 관광객들에게 땅끝마을이 가진 진정한 의미를 보여줄 수 있도록 하드웨어 시설은 지양하고 야간체류형 관광프로그램 지속운영
- 해남군민에게는 해남의 서쪽 땅끝이 남쪽 땅끝 못지않게 중요한 의미가 있으며, 서쪽 땅끝은 다도해와 낙조 경관이 매력적인 관광지로 서남해안 신성장 관광벨트로 육성 중
- 아름다운 해안과 섬들을 보유한 해양관광의 보고 매월리-오시아노 구간에 오시아노~수류미등대 해넘이길둘레길, 등대박물관 등 조성으로 서남해안 거점 관광지로 육성 필요
- 해남의 교통 접근성은 획기적으로 개선될 전망으로, 단계적으로 목포시, 부산시, 제주도 방문객을 유치해 해남에 체류하는 전략 추진 필요

④ 여건분석

○ 남쪽 땅끝마을 현황

- 해남 땅끝마을(갈두마을)은 해남군 송지면 송호리에 위치한 대한민국 육지의 끝(북위 34도 17분 21초) 마을로 옛 지명으로는 토말(土末)이라고 불리었으며 갈두항을 중심으로 완도 보길도 등으로 향하는 여객터미널이 운영 중이고 1986년 땅끝국민관광지로 지정되었음
- 주요 시설 및 관광자원으로 땅끝전망대, 땅끝탑, 땅끝모노레일, 땅끝캠핑장, 땅끝희망공원, 땅끝해양자연사박물관(신축 이전) 등이 있으며 모노레일은 위탁업체가 운영 중이고 기타 시설은 군 관광지 관리사업소에서 관리·운영 중에 있음
- 기존의 모든 관광시설 노후화가 심해 오래되고 낡은 땅끝마을 이미지를 형성하고 있으며 관광객 설문조사 결과 음식 및 숙박의 요금이나 서비스에 대한 불만족이 높게 나타나 전반적인 개선 및 정비가 필요한 지역으로 판단됨

○ 서쪽 땅끝 오시아노 현황

- 해남 화원면의 대표적인 관광지인 오시아노 관광단지는 2010년 골프장 개장을 시작으로 캠핑장 등이 조성되어 있으며 투자 기반의 어려움으로 개발이 정체되어 있음. 최근 한국관광공사에서 국민휴양마을(펜션단지)로 활용하는 방안을 수립하여 추진하고 있으며 전라남도는 서남해안 해양관광 중심으로 육성하기로 함
- 또한 정부 국가균형발전 프로젝트의 일환으로 남해안 신성장 관광벨트 사업이 예비타당성 면제사업으로 선정되어 1단계로 국도 77호선 단절 구간(신안 압해~해남 화원, 여수 화태~백야) 연결이 추진될 예정으로 이러한 전반적인 사회적 여건변화에 대비한 화원면 지역 관광적 활용 방안 모색이 필요한 시점임

⑤ 세부 개발계획

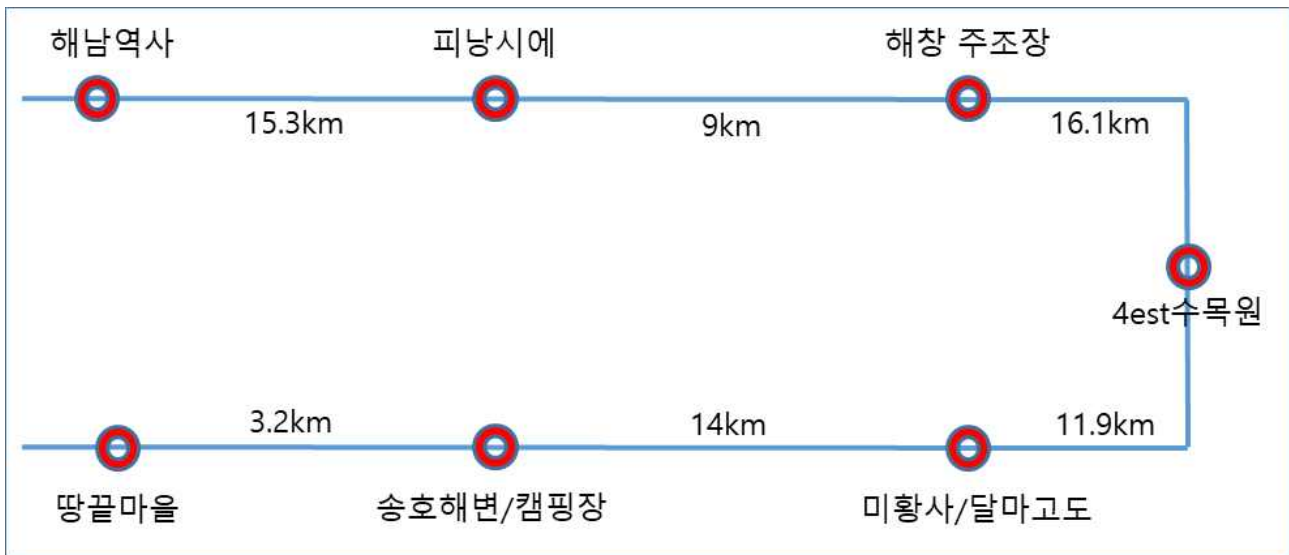
○ 해남역사를 관광거점화하여 남서쪽 땅끝의 관광자원 연계코스 루트개발

- 본 사업을 통해 제안하고 있는 읍내 잠재 관광자원의 효율적인 활용을 위하여 기본적인 방문코스를 설계하여 관광객들의 편의를 도모할 수 있도록 구상함
- 코스 설정은 각 자원별 위치정보를 활용하여 단일 경로상 연계가 가능한 범위내에서 순차적으로 연결될 수 있도록 설정하였으며 개별관광객

을 위한 대중교통 연계 및 도보이용 편의성 등을 고려하고 안내하는 체계로 설정

- 잠재 관광자원 연계코스 구상안은 향후 실질적인 개발이 진행된 후 여건 변화에 따라 변동이 가능하며 해남관광 관광안내체계 정비사업, 홍보 및 마케팅 사업이나 시티투어버스 운행사업과 연계하여 활용할 수 있도록 함

〈남쪽 땅끝마을 연계코스 루트〉



〈서쪽 땅끝 오시아노 연계코스 루트〉



⑥ 사업화계획

- 사업비 산정

- 해남역사 관광루트개발 사업비는 총 200백만 원으로 계획함
- 세부사업으로 관광자원루트 발굴사업 50백만 원, 해남역사 거점 관광자원 연계코스 사업 150백만 원으로 구성하며 자원 발굴 및 현황파악 후 정비사업 시행시 비용은 변동이 가능함

○ 사업비

사업비 내역	금액(천원)	비고
총계	200,000	
관광자원 루트 개발	50,000	
연계코스 사업	150,000	

4) 해남역사 홍보 마케팅 사업

4-1 | 해남역사 홍보마케팅 사업

① 사업개요

- 대상성격 : 신역사 거점 단기추진사업
- 대상규모 : 신역사 인근 관광지
- 사업주체 : 해남군
- 사업시기 : 2023~2024년
- 총사업비 : 160백만원(균비)

② 사업배경 및 목적

- 신역사 인근 역사문화, 자연생태, 음식, 전통시장, 골목, 농촌 등 연계 관광지 등을 다양한 매체를 통해 노출하고 관광소비가 증가하도록 추진

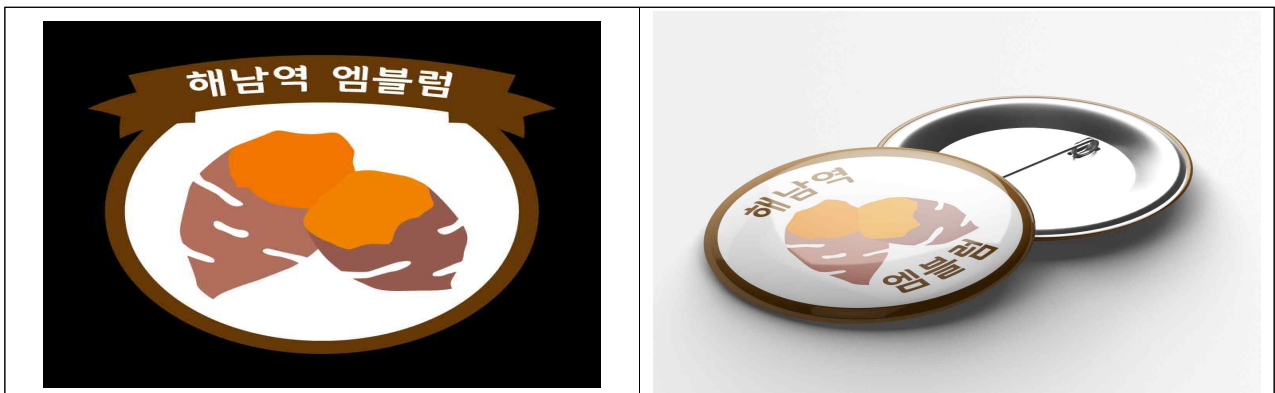
③ 기본구상

- 지역에 잠재해 있는 전국적 지명도가 낮은 관광자원으로 생활관광을 추구하는 신역사의 관광 인지도 향상
- 신역사 관광자원에 대해 관심·흥미를 유발하여 관광객 유치 및 재방문 확대, 교류인구 증대로 지역에 활력·활기 고취, 나아가 지역경제 활성화로 연계함

- 관광 트렌드가 개인의 지적 호기심이나 관심으로 생태, 경관, 역사, 문화, 음식·맛 등을 찾아가는 개별관광·착한여행으로 변화하면서 이에 대응하여 관광자원의 정보취득 편의성 및 공급자와의 커뮤니케이션 향상이 필요함
- 신역사 관내 관광지의 개별 안내에 대한 다양한 홍보물과 채널이 부족한 상황
- 지면활용과 다양한 카드뉴스 제작을 통한 관광지 안내체계 개선 필요

④ 세부 개발계획

- 시나리오를 구성하여 스토리가 있는 홍보 영상 제작
 - 영상제작 : 개별 5편(1분 내외), 합본 1편(2분 내외) 제작
 - 설문조사 및 추천을 통한 관내 숨은 관광지 발굴
 - 사전답사 및 제작회의를 통한 영상 컨셉 및 연출기획
 - 드론 등 촬영 장비를 이용한 감각적인 영상 제작
- 홍보추진 : SNS광고
 - 인스타그램, 페이스북 및 해남군 홍보채널 영상 홍보
 - ex) 대한민국 어디든 가자고(페이스북 47만명), 엑스크루 플랫폼(앱 50만명) 노출
 - (SNS마케팅) 해남군의 홍보채널을 활용하여 여행 트렌드를 반영한 핫플레이스, 주요 이벤트, 관광정보 등 국가별 선호 콘텐츠에 맞춘 타킷 맞춤형 홍보·마케팅 실시
- 관광지 안내 스토리북 및 해남역 굿즈(엠블럼)제작
 - 신역사 관내 다양한 관광지 및 도심공원, 골목등 코스별 스토리를 구성해 이야기가 있는 관광지 소개 책자 제작
 - 해남고구마를 상징한 굿즈(엠블럼) 제작으로 역사방문객 대상 배포
 - : 해당 배지 부착한 기차여행객에 여행지별 추가 할인서비스 제공



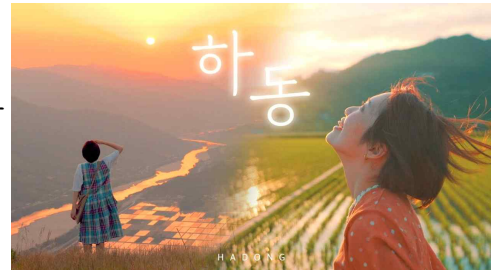
⑤ 사업화계획

- 관광지 홍보영상, SNS광고, 책자제작의 사업비는 160백만원으로 산정함
- 세부사업비

사업비 내역	금액(천원)	비고
총계	160,000	
홍보영상 제작	50,000	
SNS 광고 노출	50,000	유명인플루언서 연계
스토리북 제작	30,000	
엠블럼 제작	30,000	

⑥ 사례검토

- 경상남도 하동군 영상 홍보
 - 초록성애자를 위한 여름여행지 끝판왕, 하동
 - 외주업체 : 여행에 미치다
 - 유튜브 주소 : <http://youtu.be/NRWHNFcykkYQ>
- 강원도 영월군 홍보 영상
 - 영화야? 영월이야
 - 외주업체 : Kuung6Flim
 - 유튜브주소 : <http://youtu.be/3unoFtFp68>



4-2 | 해남형 ESG 관광 캠페인 모빌리티셰임(Mobility Shame)

① 사업개요

- 대상성격 : 신역사 거점 단기추진사업
- 사업주체 : 공공, 해남군
- 사업시기 : 2023~2024년
- 총사업비 : 200백만원(국비 100백만원 / 군비 100백만원 / 국비공모)

② 사업배경 및 목적

- 스웨덴 출신 16세 환경 운동가 그레타 툰베리(Greta Thunberg)는 ‘플라이트

세임(Flight Shame)’ 이라 불리는 운동에 힘을 불어넣기위해 여행을 무동력 요트와 자전거로만 실시하였음

- 몰디브에 위치한 길리 랑칸푸시(Gili Lankanfushi Maldives)는 2018년 트립어드바이저가 선정한 ‘몰디브 최고의 리조트’ 1위, ‘세계 최고의 리조트’ 5위로 꼽힌바 있는데 말레 공항에서 섬으로 이동하는 약 20분 동안, 이곳에 머무는 동안, 리조트에 머무는 동안 완전한 자연인이 되기 위해 신발을 신어서는 안 되며, 외부의 뉴스는 일제 접하지 않는다는 ‘No News No Shoes’ 라는 리조트 이용수칙으로 관광 ODA를 실천한바 있음
- ‘지식과 문화가 주도하는 관광(tourism driven by knowledge and culture)’ 및 ESG를 지키는 경험이 더 큰 가치를 낳도록 깨달은 바를 나누는 공유(co-experience)여행, 현지인들의 삶과 문화, 환경을 존중하고 여행 과정에서 일어나는 소비를 지역 경제에 도움이 되는 방향으로 돌리는 책임(responsible) 여행은 코로나 이후 국내외 여행산업의 화두가 될 것이다.

③ 기본구상

- 자전거 레저이용 촉진, 국내 및 국제 자전거 프로그램 개발, 지역의 역사문화자원과 연계한 자전거 관광 상품개발로 역사를 방문하는 관광객 앞 제공
- 지자체 고유의 자연환경과 역사자원 관광 상품과 연계하여 생활형/레저형 자전거 이용자 활성화를 도모 및 지역경제 활성화 도모
- 해남역사에서 시작하는 공공 자전거 렌탈 및 모바일 앱 대여·반납 서비스로 ESG중 ‘E’ 를 적극지키는 관광문화 공지
- 다양한 이용객을 고려한 노선 개발
 - 가족중심형, 자연친화형, 관광테마형 노선 개발
- 주요지점의 자전거 이용 접근편의성 완결 및 주요 대중교통 지점의 자전거 보관시설 정비
- 친환경 모빌리티 수요자를 위한 자전거 코스(도로) 및 편의시설 안내 서비스를 위한 모바일 플랫폼 구축

④ 세부 개발계획

- 신역사 친환경 모빌리티 구간 설정 구상도 수립
- 구간별 편의시설 확충구간 설정 및 거리표기 및 정책방향 수립

- 다양한 이용객을 고려한 노선 개발
 - 가족중심형 노선 : 도심공원, 여가활동 공간 연계
 - 자연친화형 노선 : 바다, 강 등 하천수변공간을 활용
 - 관광테마형 노선 : 지역문화, 관광명소의 연결
- 생태문화체험 자전거도로, 트레킹 자전거도로, 수변경관자전거 도로 등의 다양한 자전거도로 개발
- 지역경제 활성화를 위한 레저형 자전거 개발 및 보급
 - 기존 관광지에 민간이 운영하는 레저형 자전거와 연계된 공공자전거 도입
 - 공공자전거 운영 시 지역 민간 임대업자를 활용한 차별화 전략을 수립하여, 2인4인 자전거 혹은 어린이 자전거 등을 유도하여 레저형 공공자전거로 활용하며, 지역경제 활성화 도모

4-3 | 해남역에서 개최하는 지속가능여행 ESG 포럼이벤트

① 사업개요

- 대상성격 : 신역사 거점 단기추진사업
- 사업주체 : 공공
- 사업시기 : 2023년
- 총사업비 : 50백만원(국비 50백만원 / 국비공모)

② 사업배경 및 목적



- 우리나라는 ESG를 반영한 지배구조 보고서 보고대상을 내년부터 자산총액 1조원 이상, 2024년까지는 5000억원 이상으로 확대한 뒤 2026년까지는 코스피 상장사 전체에게 적용할 방침이다.

- ESG기준에 따른 경영은 이제 기업들에게는 더 이상 선택이 아니며 기업의 의사결정권자는 기존의 경영체계를 ‘ESG 경영체계’로 재편하고 기업의 비전 역시 ESG기준에 맞춰 재정리되고 있음.
- ESG를 함께 실현하는 [광화문 ONE-TEAM] 설립 사례
 - 기업과 정부, 지방자치단체, 비영리 기관이 ESG 가치 실현을 위한 TF구성을 완료하고, 광화문 지역의 소상공인과 상생할 수 있는 프로젝트를 시작으로 장애인 취업 지원, 다회용 컵 사용 캠페인 등 지역 상생과 환경 문제 해결을 위한 프로젝트를 실시중에 있음
- ESG 활동에 ‘지역자지단체’의 참여 역시 필수이며 공정여행을 당면한 과제로 사회적 책임과 가치 실현을 위한 방안 마련이 필요함

③ 기본구상

- 신역사 내 유휴공간을 활용하여 ‘해남 ESG 라운드 테이블 포럼’ 개최
- 초청대상: 공공기관 · 민간기업 · 비영리단체 임직원, 해남역 방문 관광객
- 주요내용: ESG(Environmental Social Governance)+value 전문가 강연 및 토론

④ 사례검토

- 201 지역사회공헌 인정제 멤버십 라운드 테이블 포럼

2021
지역사회공헌 인정제
멤버십 라운드 테이블 포럼 1차
1st Membership Round Table Forum



ESG(Environmental Social Governance)+value
2021. 5. 31.(월) 오후 1시 유튜브 ▶ [온라인생방송](#)

SSN 한국사회복지협의회 국민일보 KSA 한국전문협회

2021년 5월 31일 지역사회공헌 인정제		2021년 5월 31일 지역사회공헌 인정제	
시간	내용	시간	내용
14:00 ~ 14:30	개회식	14:30 ~ 15:00	주요 강연 1: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
14:30 ~ 14:45	주요 강연 2: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	15:00 ~ 15:30	주요 강연 3: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
14:45 ~ 15:00	주요 강연 4: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	15:30 ~ 16:00	주요 강연 5: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
15:00 ~ 15:15	주요 강연 6: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	16:00 ~ 16:30	주요 강연 7: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
15:15 ~ 15:30	주요 강연 8: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	16:30 ~ 17:00	주요 강연 9: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
15:30 ~ 15:45	주요 강연 10: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	17:00 ~ 17:30	주요 강연 11: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
15:45 ~ 16:00	주요 강연 12: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	17:30 ~ 18:00	주요 강연 13: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
16:00 ~ 16:15	주요 강연 14: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	18:00 ~ 18:30	주요 강연 15: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
16:15 ~ 16:30	주요 강연 16: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	18:30 ~ 19:00	주요 강연 17: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
16:30 ~ 16:45	주요 강연 18: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	19:00 ~ 19:30	주요 강연 19: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
16:45 ~ 17:00	주요 강연 20: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	19:30 ~ 20:00	주요 강연 21: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
17:00 ~ 17:15	주요 강연 22: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	20:00 ~ 20:30	주요 강연 23: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
17:15 ~ 17:30	주요 강연 24: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	20:30 ~ 21:00	주요 강연 25: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
17:30 ~ 17:45	주요 강연 26: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	21:00 ~ 21:30	주요 강연 27: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
17:45 ~ 18:00	주요 강연 28: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	21:30 ~ 22:00	주요 강연 29: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
18:00 ~ 18:15	주요 강연 30: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	22:00 ~ 22:30	주요 강연 31: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
18:15 ~ 18:30	주요 강연 32: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	22:30 ~ 23:00	주요 강연 33: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
18:30 ~ 18:45	주요 강연 34: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	23:00 ~ 23:30	주요 강연 35: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
18:45 ~ 19:00	주요 강연 36: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	23:30 ~ 24:00	주요 강연 37: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
19:00 ~ 19:15	주요 강연 38: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	24:00 ~ 24:30	주요 강연 39: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
19:15 ~ 19:30	주요 강연 40: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	24:30 ~ 25:00	주요 강연 41: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
19:30 ~ 19:45	주요 강연 42: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	25:00 ~ 25:30	주요 강연 43: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
19:45 ~ 20:00	주요 강연 44: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	25:30 ~ 26:00	주요 강연 45: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
20:00 ~ 20:15	주요 강연 46: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	26:00 ~ 26:30	주요 강연 47: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
20:15 ~ 20:30	주요 강연 48: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	26:30 ~ 27:00	주요 강연 49: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
20:30 ~ 20:45	주요 강연 50: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	27:00 ~ 27:30	주요 강연 51: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
20:45 ~ 21:00	주요 강연 52: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	27:30 ~ 28:00	주요 강연 53: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
21:00 ~ 21:15	주요 강연 54: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	28:00 ~ 28:30	주요 강연 55: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
21:15 ~ 21:30	주요 강연 56: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	28:30 ~ 29:00	주요 강연 57: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
21:30 ~ 21:45	주요 강연 58: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	29:00 ~ 29:30	주요 강연 59: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
21:45 ~ 22:00	주요 강연 60: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	29:30 ~ 30:00	주요 강연 61: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
22:00 ~ 22:15	주요 강연 62: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	30:00 ~ 30:30	주요 강연 63: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
22:15 ~ 22:30	주요 강연 64: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	30:30 ~ 31:00	주요 강연 65: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
22:30 ~ 22:45	주요 강연 66: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	31:00 ~ 31:30	주요 강연 67: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
22:45 ~ 23:00	주요 강연 68: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	31:30 ~ 32:00	주요 강연 69: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
23:00 ~ 23:15	주요 강연 70: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	32:00 ~ 32:30	주요 강연 71: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
23:15 ~ 23:30	주요 강연 72: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	32:30 ~ 33:00	주요 강연 73: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
23:30 ~ 23:45	주요 강연 74: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	33:00 ~ 33:30	주요 강연 75: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
23:45 ~ 24:00	주요 강연 76: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	33:30 ~ 34:00	주요 강연 77: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
24:00 ~ 24:15	주요 강연 78: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	34:00 ~ 34:30	주요 강연 79: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
24:15 ~ 24:30	주요 강연 80: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	34:30 ~ 35:00	주요 강연 81: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
24:30 ~ 24:45	주요 강연 82: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	35:00 ~ 35:30	주요 강연 83: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
24:45 ~ 25:00	주요 강연 84: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	35:30 ~ 36:00	주요 강연 85: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
25:00 ~ 25:15	주요 강연 86: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	36:00 ~ 36:30	주요 강연 87: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
25:15 ~ 25:30	주요 강연 88: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	36:30 ~ 37:00	주요 강연 89: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
25:30 ~ 25:45	주요 강연 90: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	37:00 ~ 37:30	주요 강연 91: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
25:45 ~ 26:00	주요 강연 92: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	37:30 ~ 38:00	주요 강연 93: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
26:00 ~ 26:15	주요 강연 94: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	38:00 ~ 38:30	주요 강연 95: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
26:15 ~ 26:30	주요 강연 96: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	38:30 ~ 39:00	주요 강연 97: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
26:30 ~ 26:45	주요 강연 98: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	39:00 ~ 39:30	주요 강연 99: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
26:45 ~ 27:00	주요 강연 100: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	39:30 ~ 40:00	주요 강연 101: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
27:00 ~ 27:15	주요 강연 102: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	40:00 ~ 40:30	주요 강연 103: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
27:15 ~ 27:30	주요 강연 104: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	40:30 ~ 41:00	주요 강연 105: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
27:30 ~ 27:45	주요 강연 106: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	41:00 ~ 41:30	주요 강연 107: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
27:45 ~ 28:00	주요 강연 108: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	41:30 ~ 42:00	주요 강연 109: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
28:00 ~ 28:15	주요 강연 110: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	42:00 ~ 42:30	주요 강연 111: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
28:15 ~ 28:30	주요 강연 112: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	42:30 ~ 43:00	주요 강연 113: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
28:30 ~ 28:45	주요 강연 114: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	43:00 ~ 43:30	주요 강연 115: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
28:45 ~ 29:00	주요 강연 116: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	43:30 ~ 44:00	주요 강연 117: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
29:00 ~ 29:15	주요 강연 118: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	44:00 ~ 44:30	주요 강연 119: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
29:15 ~ 29:30	주요 강연 120: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	44:30 ~ 45:00	주요 강연 121: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
29:30 ~ 29:45	주요 강연 122: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	45:00 ~ 45:30	주요 강연 123: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
29:45 ~ 30:00	주요 강연 124: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	45:30 ~ 46:00	주요 강연 125: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
30:00 ~ 30:15	주요 강연 126: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	46:00 ~ 46:30	주요 강연 127: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
30:15 ~ 30:30	주요 강연 128: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	46:30 ~ 47:00	주요 강연 129: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
30:30 ~ 30:45	주요 강연 130: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	47:00 ~ 47:30	주요 강연 131: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
30:45 ~ 31:00	주요 강연 132: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	47:30 ~ 48:00	주요 강연 133: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
31:00 ~ 31:15	주요 강연 134: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	48:00 ~ 48:30	주요 강연 135: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
31:15 ~ 31:30	주요 강연 136: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	48:30 ~ 49:00	주요 강연 137: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
31:30 ~ 31:45	주요 강연 138: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	49:00 ~ 49:30	주요 강연 139: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
31:45 ~ 32:00	주요 강연 140: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	49:30 ~ 50:00	주요 강연 141: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
32:00 ~ 32:15	주요 강연 142: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	50:00 ~ 50:30	주요 강연 143: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
32:15 ~ 32:30	주요 강연 144: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	50:30 ~ 51:00	주요 강연 145: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
32:30 ~ 32:45	주요 강연 146: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	51:00 ~ 51:30	주요 강연 147: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
32:45 ~ 33:00	주요 강연 148: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	51:30 ~ 52:00	주요 강연 149: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
33:00 ~ 33:15	주요 강연 150: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	52:00 ~ 52:30	주요 강연 151: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
33:15 ~ 33:30	주요 강연 152: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	52:30 ~ 53:00	주요 강연 153: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
33:30 ~ 33:45	주요 강연 154: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	53:00 ~ 53:30	주요 강연 155: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
33:45 ~ 34:00	주요 강연 156: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	53:30 ~ 54:00	주요 강연 157: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
34:00 ~ 34:15	주요 강연 158: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	54:00 ~ 54:30	주요 강연 159: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
34:15 ~ 34:30	주요 강연 160: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	54:30 ~ 55:00	주요 강연 161: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
34:30 ~ 34:45	주요 강연 162: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	55:00 ~ 55:30	주요 강연 163: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
34:45 ~ 35:00	주요 강연 164: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	55:30 ~ 56:00	주요 강연 165: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
35:00 ~ 35:15	주요 강연 166: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	56:00 ~ 56:30	주요 강연 167: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
35:15 ~ 35:30	주요 강연 168: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	56:30 ~ 57:00	주요 강연 169: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
35:30 ~ 35:45	주요 강연 170: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	57:00 ~ 57:30	주요 강연 171: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
35:45 ~ 36:00	주요 강연 172: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	57:30 ~ 58:00	주요 강연 173: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
36:00 ~ 36:15	주요 강연 174: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	58:00 ~ 58:30	주요 강연 175: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
36:15 ~ 36:30	주요 강연 176: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	58:30 ~ 59:00	주요 강연 177: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
36:30 ~ 36:45	주요 강연 178: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	59:00 ~ 59:30	주요 강연 179: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
36:45 ~ 37:00	주요 강연 180: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	59:30 ~ 60:00	주요 강연 181: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
37:00 ~ 37:15	주요 강연 182: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	60:00 ~ 60:30	주요 강연 183: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
37:15 ~ 37:30	주요 강연 184: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	60:30 ~ 61:00	주요 강연 185: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
37:30 ~ 37:45	주요 강연 186: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	61:00 ~ 61:30	주요 강연 187: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
37:45 ~ 38:00	주요 강연 188: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	61:30 ~ 62:00	주요 강연 189: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
38:00 ~ 38:15	주요 강연 190: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	62:00 ~ 62:30	주요 강연 191: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
38:15 ~ 38:30	주요 강연 192: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	62:30 ~ 63:00	주요 강연 193: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
38:30 ~ 38:45	주요 강연 194: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	63:00 ~ 63:30	주요 강연 195: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
38:45 ~ 39:00	주요 강연 196: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	63:30 ~ 64:00	주요 강연 197: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
39:00 ~ 39:15	주요 강연 198: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	64:00 ~ 64:30	주요 강연 199: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
39:15 ~ 39:30	주요 강연 200: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	64:30 ~ 65:00	주요 강연 201: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
39:30 ~ 39:45	주요 강연 202: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	65:00 ~ 65:30	주요 강연 203: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
39:45 ~ 40:00	주요 강연 204: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	65:30 ~ 66:00	주요 강연 205: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
40:00 ~ 40:15	주요 강연 206: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	66:00 ~ 66:30	주요 강연 207: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
40:15 ~ 40:30	주요 강연 208: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	66:30 ~ 67:00	주요 강연 209: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
40:30 ~ 40:45	주요 강연 210: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	67:00 ~ 67:30	주요 강연 211: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
40:45 ~ 41:00	주요 강연 212: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	67:30 ~ 68:00	주요 강연 213: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
41:00 ~ 41:15	주요 강연 214: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	68:00 ~ 68:30	주요 강연 215: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
41:15 ~ 41:30	주요 강연 216: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	68:30 ~ 69:00	주요 강연 217: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
41:30 ~ 41:45	주요 강연 218: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	69:00 ~ 69:30	주요 강연 219: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
41:45 ~ 42:00	주요 강연 220: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	69:30 ~ 70:00	주요 강연 221: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
42:00 ~ 42:15	주요 강연 222: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	70:00 ~ 70:30	주요 강연 223: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
42:15 ~ 42:30	주요 강연 224: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	70:30 ~ 71:00	주요 강연 225: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
42:30 ~ 42:45	주요 강연 226: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	71:00 ~ 71:30	주요 강연 227: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
42:45 ~ 43:00	주요 강연 228: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	71:30 ~ 72:00	주요 강연 229: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
43:00 ~ 43:15	주요 강연 230: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	72:00 ~ 72:30	주요 강연 231: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
43:15 ~ 43:30	주요 강연 232: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	72:30 ~ 73:00	주요 강연 233: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
43:30 ~ 43:45	주요 강연 234: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	73:00 ~ 73:30	주요 강연 235: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
43:45 ~ 44:00	주요 강연 236: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	73:30 ~ 74:00	주요 강연 237: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
44:00 ~ 44:15	주요 강연 238: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	74:00 ~ 74:30	주요 강연 239: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
44:15 ~ 44:30	주요 강연 240: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	74:30 ~ 75:00	주요 강연 241: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
44:30 ~ 44:45	주요 강연 242: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	75:00 ~ 75:30	주요 강연 243: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
44:45 ~ 45:00	주요 강연 244: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	75:30 ~ 76:00	주요 강연 245: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
45:00 ~ 45:15	주요 강연 246: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	76:00 ~ 76:30	주요 강연 247: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
45:15 ~ 45:30	주요 강연 248: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	76:30 ~ 77:00	주요 강연 249: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
45:30 ~ 45:45	주요 강연 250: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	77:00 ~ 77:30	주요 강연 251: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
45:45 ~ 46:00	주요 강연 252: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	77:30 ~ 78:00	주요 강연 253: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
46:00 ~ 46:15	주요 강연 254: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	78:00 ~ 78:30	주요 강연 255: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
46:15 ~ 46:30	주요 강연 256: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	78:30 ~ 79:00	주요 강연 257: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
46:30 ~ 46:45	주요 강연 258: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	79:00 ~ 79:30	주요 강연 259: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
46:45 ~ 47:00	주요 강연 260: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	79:30 ~ 80:00	주요 강연 261: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
47:00 ~ 47:15	주요 강연 262: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	80:00 ~ 80:30	주요 강연 263: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
47:15 ~ 47:30	주요 강연 264: ESG 경영의 중요성과 실천 방안	80:30 ~ 81:00	주요 강연 265: ESG 경영의 중요성과 실천 방안
4			

IV

사업화계획

1. 사업추진계획

가. 기본방향

1) 해남역사 주변의 현실성 고려

- 시설 해남역사의 관광기지화의 현실적인 추진을 위하여 사업별 특성 및 향후 실행성을 고려한 추진계획을 마련함
- 이에 사업별 특성에 따른 사업 추진주체, 기대효과, 필요성 등을 검토하고 사업별 투자비 규모 및 채원조달 방안 등을 작성하여 전체 사업 시행에 대한 로드맵 및 가이드라인을 제시함

2) 단기, 중장기 사업선정

- 해남역사의 관광기지화를 통해 해남군 관광의 발전과 관광도시로써의 여건을 갖추기 위해 사업 효과를 극대화 할 수 있는 핵심사업을 선정하여 추진함
- 또한 사업의 현실성을 고려하고 단기간 내 결과를 도출하여 시행이 가능한 우선 순위 사업을 선정하여 추진함

3) 단계별 추진을 통한 효율성과 지속성 확보

- 사업 추진의 현실성과 더불어 효율적인 사업 추진이 가능하도록 각 사업별 사업 시기를 설정하여 사업의 지속성을 확보함
- 사업간 지속적인 관리운영과 사업 안정화가 이루어질 수 있도록 중장기 사업과 연계 추진을 통한 시너지 효과를 창출함

나 단계별 사업추진

1) 연도별 로드맵 작성

- 전략사업별 계획된 사업기간 및 사업비 투자계획에 따라 5년간 추진해야 할 관광기지화의 발전계획 로드맵을 작성함
- 사업시기에 따라 단기, 중기, 장기 사업으로 구분하고 각 사업별 추진 시점과 중점에 대한 로드맵을 제안함

- 단기사업은 비교적 짧은 기간 내에 추진할 수 있는 사업을 중심으로 설정하고 중기사업은 선행사업의 지속사업이거나 연계시너지를 창출할 수 있는 사업으로 관광객 집객을 목적으로 하는 사업을 선정함
- 장기사업은 단기 및 중기사업의 안정화를 도모하고 해남역사 관광기지화 관광 마스터플랜을 완성할 수 있는 사업을 선정함

2) 단계별 우선순위

- 우선순위 사업은 사업추진주체 및 재원조달, 사업유형(하드웨어 및 소프트웨어), 사업 기대효과의 세 항목을 중심으로 선정함
- 우선순위 사업 중 해남관광의 새로운 출발을 위하여 가장 먼저 추진해야 하는 사업을 핵심사업으로 선정하여 추진함
- 사업추진주체 및 재원조달은 공공, 민간, 공공·민간 협업을 통한 추진의 세 유형으로 구분하여 사업추진의 용이성과 현실성을 판단함
- 재원확보 측면에서 공공사업이 현실적인 추진가능성이 높을 것으로 판단되며 콘텐츠의 다양성 및 지역주민 참여 측면에서 민간참여를 유도할 수 있는 사업을 우선적으로 시행함
- 사업유형에 따른 기준의 경우 사업추진이 용이하고 상대적 효과가 큰 관광수용 태세 개선 성격의 소프트웨어 사업 등을 우선순위 사업으로 고려하였음
- 사업별 기대효과는 사업 실행에 따른 방문객 집객력, 대외적 화제성, 상징성 등을 비롯하여 정책적·행정적 시급성을 판단기준으로 설정함

〈단계별 사업추진 우선순위 사업〉

구분		단기			중기		우선순위
		22	23	24	25	26	
해남역사[내부]관광자원화 추진							
1	역 구내 영업장 조성 방안						
2	미디어파사드 관광콘텐츠 구성						우선
3	스마트 관광콘텐츠 체험 ZONE						핵심
해남역사[외부]관광자원화 추진							

구 분		단기			중기		우선순위
		22	23	24	25	26	
4	관광지를 연결하는 '교통연계성 강화사업' Mass플랫폼						핵심
5	역사외부 경관농업 사업추진						우선
6	해남역 웰컴센터 구축						우선
7	스마트 푸드그리드 마켓 시범사업						
8	해남역 광장 정기 주말 야시장 개최						
지역특화 관광상품 개발							
9	야영장 연계관광상품 개발 지원 공모사업 추진						우선
10	부본선 설치 시 관광열차 도입을 통한 관광 인프라 개선사업화						지속
11	기차연계 관광상품 개발						핵심
12	땅끝관광 루트개발(해남역사~땅끝마을)						
해남역사 홍보마케팅 개발 사업							
13	해남역사 홍보마케팅 사업						우선
14	해남형 ESG관광캠페인_모빌리티셰임(Mobility Shame)						핵심
15	해남역에서 개최되는 '지속가능 여행 ESG포럼'개최						

2. 투자계획

가. 총사업비

- 총 15개 사업의 사업비는 약 5,460백만 원으로 추산되며 이중 웰컴센터 구축 및 경관조성, 미디어월 사업비가 전체의 70%이상을 차지하는 대규모 하드웨어 사업으로 계획함

<총 사업비>

(단위: 백만원,%)

구 분		사업비	구성비
1	역 구내 영업장 조성 방안	200	3.5%
2	미디어파사드 관광콘텐츠 구성	150	2.7%
3	스마트 관광콘텐츠 체험 ZONE	200	3.5%
4	관광지를 연결하는 '교통연계성 강화사업' Mass플랫폼	300	5.3%
5	역사외부 경관농업 사업추진	500	8.8%
6	해남역 웰컴센터 구축	2,500	44.2%
7	스마트 푸드그리드 마켓 시범사업	300	5.3%
8	해남역 광장 정기 주말 야시장 개최	200	3.5%
9	야영장 연계관광상품 개발 지원 공모사업 추진	50	0.9%
10	부본선 설치 시 관광열차 도입을 통한 관광 인프라 개선사업화	300	5.3%
11	기차연계 관광상품 개발	300	5.3%
12	땅끝관광 루트개발(해남역사~땅끝마을)	50	0.9%
13	해남역사 홍보마케팅 사업	160	5.3%
14	해남형 ESG관광캠페인_모빌리티세임(Mobility Shame)	200	3.5%
15	해남역에서 개최되는 '지속가능 여행 ESG포럼'개최	50	0.9%
총계		5,460	100%

나. 연차별 사업비

- 연차별 사업비 산정결과 각 사업별 기본계획 및 구상을 수립하는 2022년~2023년 도는 사업을 준비하는 기간으로 전체 사업비의 11.9%인 655백만원으로 계획함
- 중장기 계획으로 수립한 웰컴센터 구축 사업과 Mass 플랫폼 구축 및 경관농업 조성사업은 국가공모사업 선정등을 통해 국비추가 확보 등의 이슈가 발생할 수 있는 상황을 고려하여 기본구상 및 계획을 수립하고 사업 기반을 마련한 뒤 추진되어야 함
- 부본선 설치 시 추진 가능한 사업안에 대해선 향후 코레일과 사업승인 등의 결과를 검토 후 추진해야 함

〈연차별 사업비〉

(단위: 백만원,%)

구 분		2022	2023	2024	2025	2026	계
1	역 구내 영업장 조성 방안		100	100			200
2	미디어파사드 관광콘텐츠 구성			150			150
3	스마트 관광콘텐츠 체험 ZONE		100	100			200
4	관광지를 연결하는 '교통연계성 강화사업' Mass플랫폼			100	100	100	300
5	역사외부 경관농업 사업추진			100	200	200	500
6	해남역 웰컴센터 구축			1,000	1,000	500	2,500
7	스마트 푸드그리드 마켓 시범사업			200	100		300
8	해남역 광장 정기 주말 야시장 개최				100	100	200
9	아영장 연계관광상품 개발 지원 공모사업 추진		50				50
10	부본선 설치 시 관광열차 도입을 통한 관광 인프라 개선사업화				150	150	300
11	기차연계 관광상품 개발		150	150			300
12	땅끝관광 루트개발(해남역사~땅끝마을)		50				50
13	해남역사 홍보마케팅 사업		80	80			160
14	해남형 ESG관광캠페인_모빌리티셰임(Mobility Shame)		100	100			200
15	해남역에서 개최되는 '지속가능 여행 ESG포럼'개최		25	25			50
계		-	655	2,105	1,650	1,050	5,460
구성비(%)			14.03	38.59	28.94	18.42	100

3. 재원조달 계획

가. 기본방향

1) 공공재원을 중점 한 사업추진 실행 필요

- 과업 추진 결과 해남역사의 새로운 관광여건 마련을 위한 기반사업과 홍보 및 수용태세 개선 등의 세부사업이 중점적으로 도출

- 도출된 사업 대부분 공공재원을 활용한 사업추진이 중점적으로 이루어져야 할 것으로 판단되어 중앙정부 및 각 부처별 관련예산, 해남군 예산을 활용한 예산확보가 적극적으로 검토되어야 할 것임

2) 유관부서 편성예산에 대한 연계성 제고 재원확충노력

- 관광사업의 특성상 관광분야 이외 농촌관광, 안전도시, 한국철도공사 등 다양한 유관부서와의 밀접한 연계와 협업이 필요함
- 사업별 유관부서에 편성된 예산 활용의 연계성을 제고시켜 전략적인 재원마련에 대한 노력이 필요함

3) 민간투자 유치여건마련

- 공공재원의 적극적인 투자로 인한 관광사업의 성공과 지속성 확보가 중요하며 이를 통해 관광활성화를 위한 여건을 마련할 필요가 있음

나. 공공재원 조달방안

1) 공공재원 검토

- 공공재원의 경우 크게 중앙정부 차원과 지방정부 차원에서 집행되는 공공자금으로 구분됨
- 공공부문에서 조달 가능한 관광개발 관련 투자재원은 지방세, 세외수입 등의 자체 재원과 지방교부세, 국고보조금, 지방보조금 등 중앙정부로부터의 이전재원, 지방채 등의 공채 재원, 전입금 등의 기타 재원으로 구분됨
- 지방정부의 관광관련 사업에 대한 지원은 국고보조금 지원이 주를 이루고 있으며 지방교부세, 지방보조금에 대한 지원은 재원의 특성상 일반회계의 경상비 성격이 강해 관광부분에 대한 지원은 미미한 수준임

2) 부처별 관련 국고보조금 사업검토

- 문화체육관광부에서 발표한 2021년도 공모사업을 검토하고 도출된 사업별 연계 가능한 예산을 확보할 수 있도록 준비하여야 함
- 매년 사업계획 변경에 따라 지원사업 명칭이 변경되거나 예산 규모가 달라질 수 있으므로 관련 지침 및 가이드라인을 확인하여 지원해야 함

3) 사업별 주요 부처 공모사업

- 중앙 부처별 국고보조금 사업을 검토한 결과 본 계획에서 제안한 사업과 관련한 지원 가능한 사업은 다음과 같음
- 비교적 소규모 예산이 소요되는 홍보 및 마케팅 사업 등 관광진흥 관련 사업은 군비로 충당하여 진행하도록 하며 대규모 예산의 경우 특별회계로 편성되는 예산과 해남군의 예산을 활용하는 것이 유리할 것으로 판단됨

구 분	관련국고보조금/ 자체예산	관계부처
역 구내 영업장 조성 방안	한국철도공사/해남군	
미디어파사드 관광콘텐츠 구성	자체예산	
스마트 관광콘텐츠 체험 ZONE	스마트관광활성화	문화체육관광부
관광지를 연결하는 '교통연계성 강화사업 Mass사업		
역사외부 경관농업 사업추진	경관보전직접지불제	농림축산식품부
해남역 웰컴센터 구축	자체예산	
스마트 푸드그리드 마켓 시범사업	스마트팜 조성	농림축산식품부
해남역 광장 정기 주말 야시장 개최	자체예산/스마트팜 연계	
야영장 연계관광상품 개발 지원공모사업	야영장 프로그램 지원	문화체육관광부
부분선 설치 시 관광열차 도입을 통한 관광 인프라 개선사업	코레일 관광개발/해남군	
기차연계 관광상품 개발	코레일관광개발/해남군	
해남역 홍보마케팅 사업	자체예산	
해남형 ESG 관광캠페인 모빌리티세임	열린관광지 조성사업	문화체육관광부
지속가능 여행 ESG포럼 개최	자체예산	
해남군 상징캐릭터 앰블런 제작, 굿즈제작	자체예산	

V

파급효과

1. 파급효과

가. 정성적 파급효과

- 해남역사 관광기지화에 따른 초광역관광벨트 확립
 - 땅끝해남이라는 고정적인 이미지에서 탈피하여 새로운 관광거점의 해남 관광 이미지를 확립할 것으로 판단됨
 - 더 나아가 중심사업인 기차여행, 관광기지화 관광개발 조성사업을 통해 확장형의 해남관광의 정체성을 명확하게 설정하고 체류형 관광의 전환점 마련
 - 해남역사 관광기지화 방안 연구를 통을 통해 해남군 관광기능을 강화하고 각 거점을 특화하여 이색적이고 매력있는 사업을 추진함에 따라 더 오랜 시간동안 머무르며 관광할 수 있는 해남군 관광 기반을 조성함
 - 이에 따라 경유형 관광에 머물던 해남군 관광의 체류기반을 강화한 도시로 전환될 것으로 예상되며 인접 지자체와의 주변 지역관광을 선도하는 허브 거점으로써 역할을 수행할 것임

나. 정책적 파급효과

- 서부권 거점허브 도시로 성장
 - 해남역사 관광기지화의 체계적인 수행을 통하여 해남군 관광의 전환점을 마련하고 새롭고 이색적인 관광도시로의 발전은 물론 이를 기반으로 서남해남해안 관광허브 중심의 거점도시로 성장할 수 있는 여건을 마련할 수 있음
- 원활한 사업추진 체계 구축
 - 관광사업 특성상 사업의 원활한 추진을 위하여 관광과 이외 건축, 도시, 교통, 공원, 문화예술 등 관련 유관부서와의 협업 및 소통이 매우 중요하게 작용함
 - 이번 계획을 통해 도출된 비전과 전략적 목표를 바탕으로 사업 실행 시 이를 로드맵으로 한 체계적이고 효율적인 부서간 협업 진행과 원활한 사업추진이 가능할 것으로 사료됨.