

# 땅끝 조각공원 확장 및 활성화

(최종보고서)

2021. 9.

해남군

## 제 출 문

---

해남군 군수 귀하

본 보고서를 「땅끝 조각공원 확장 및 활성화」 연구 용역의 최종 성과품으로 제출합니다.

2021년 9월  
관광연구협동조합  
이사장 류광민

---

본 과업은 아래의 연구진에 의해 수행되었습니다.

## 연구진

---

### 관광연구협동조합

---

연구책임   류 광 민 이사장(관광연구협동조합)

공동연구   박 용 순 교수(경기대학교)

김 현 정 교수(가천대)

## < 차 례 >

I. 과업의 개요 .....	1
1. 과업 목적 및 배경 .....	3
가. 과업 배경 .....	3
나. 과업 목적 .....	3
2. 과업 범위 .....	4
가. 과업의 시·공간적 범위 .....	4
나. 과업의 내용적 범위 .....	5
3. 과업수행 체계 및 기대효과 .....	6
가. 수행체계 구성 .....	6
나. 기대효과 .....	6
II. 현황분석 .....	7
1. 입지 현황 분석 .....	9
가. 교통체계 및 접근성 분석 .....	9
나. 해남 관광자원 분석 .....	11
다. 땅끝 조각공원 확대 사업 후보지 분석 .....	18
2. 땅끝 조각공원 현황 분석 .....	20
가. 조각 배치 및 운영 현황 분석 .....	20
나. 땅끝 조각 공원 접근성 및 인근 개발 현황 분석 .....	21
3. 이해관계자 인터뷰 분석 .....	23
가. 인터뷰 대상 선정 및 방법 .....	23
나. 인터뷰 주요 내용 분석 .....	23
4. 집행 환경 분석 .....	25
가. 상위 발전 계획 분석 .....	25
나. 지역 발전 계획 분석 .....	25
다. 대상지 주변 발전 계획 분석 .....	26
라. 개발 관련 법규 분석 .....	26



마. 집행환경 분석 시사점 .....	28
5. 관광 트렌드 분석 .....	28
가. 한국문화관광연구원의 관광트렌드 분석 .....	28
나. 한국관광공사의 관광트렌드 분석 .....	29
다. 관광트렌드 변화 예측에 따른 시사점 .....	30
<b>Ⅲ. 사례 분석 .....</b>	<b>33</b>
1. 해외 사례 분석 .....	35
가. 노르웨이 비겔란 조각공원 .....	35
나. 일본 하코네 조각의 숲 미술관 .....	36
다. 미국 뉴욕 스톤 킹 아트 센터 .....	37
라. 덴마크의 루이지애나 미술관 .....	38
마. 영국 요크셔 조각공원 .....	39
바. 이탈리아 타로 조각공원 .....	40
사. 스페인 구엘공원 .....	41
아. 영국 딘숲 조각 오솔길 .....	42
2. 국내 사례 분석 .....	43
가. 평강식물원 .....	43
나. 하슬라 아트월드 .....	44
다. 뮤지엄 산 .....	45
라. 제주 조각공원 .....	46
3. 조각공원 사례 분석 시사점 .....	47
<b>Ⅳ. 기본구상 .....</b>	<b>49</b>
1. 땅끝 조각공원 SWOT 분석과 추진 전략 .....	51
가. 종합분석 결과 .....	51
나. 추진 전략 .....	51
2. 땅끝 조각공원 확장 및 활성화 기본 구상 .....	52

가. 땅끝 조각공원 개발 컨셉 및 비전 .....	52
나. 땅끝조각공원 주요 표적 시장 .....	53
다. 땅끝 조각공원 확대 및 활성화 계획 과제 .....	54
라. 땅끝 조각공원 활성화를 위한 도입 시설 검토 .....	55
마. 땅끝 조각공원 공간 배치 구상 .....	59
3. 땅끝 조각공원 수요예측 .....	62
가. 땅끝 조각공원 관광 수요 예측 방법 검토 .....	62
나. 땅끝 조각공원 수요예측 결과 .....	64
4. 땅끝 조각공원 주요 시설 개발 규모 .....	66
5. 땅끝 조각공원 개발 사업 비 산정 .....	68
6. 땅끝 조각공원 개발계획 .....	71
가. 토지이용계획 .....	71
나. 동선배치계획 .....	72
다. 시설배치계획 .....	73

## V. 땅끝 조각공원 활성화 방안 ..... 77

1. 활성화 방안 추진전략 .....	79
2. 활성화 추진 로드맵 .....	80
3. 단계별 추진 과제 .....	81
가. 공원 운영체계 구축 .....	81
나. 축제 및 이벤트 활성화 .....	84
다. 홍보마케팅 활성화 .....	87
4. 투자계획 .....	89
가. 연차별 시설개발 및 투자계획 .....	89
나. 재정 확보 방안 .....	91
5. 기대효과 .....	92

## I. 과업 개요

1. 과업의 배경 및 목적
2. 과업의 범위
3. 과업 수행체계 및 기대효과



## 1. 과업 목적 및 배경

### 가. 과업 배경

#### 기 조성된 땅끝 조각공원 활성화 방안 마련 시급

- 2003년에 준공된 땅끝 조각공원은 국내 중견 조각가들의 26여점의 작품을 전시하고 있음
- 많은 관광객들이 찾는 곳으로 기대하고 개발하였으나 방문객 수는 매우 저조
- 준공 이후 활성화를 위한 대안 마련이 필요하다는 지역 사회의 많은 지적이 있어 왔음

#### 땅끝 관광지를 대표하는 랜드마크로 발전할 수 있는 발전 방안 마련 필요

- 땅끝 관광지와 인접하여 땅끝 관광지 일대의 관광유인력을 높일 수 있는 관광시설로의 발전 가능성이 높음
- 기 확보되어 있는 공유지와 연계한 5만여평의 부지에 관광지로 개발하는데 법적 제약조건이 거의 없음
- 땅끝 관광지의 지역경제 파급효과를 높이기 위해서는 현재 짧은 시간 방문하는 명소에서 벗어나 체류할 관광지로 발전하기 위한 토대 마련이 시급한 과제가 되고 있음
- 땅끝 조각공원 활성화 방안 연구는 해남군 관광발전의 전략적 필요성과 입지조건을 고려하여 해남군 관광 발전에 기여할 수 있는 땅끝을 상징하는 랜드마크로 개발하기 위한 방안 마련이 요구되고 있음

### 나. 과업 목적

#### 땅끝 조각공원 확장을 통한 땅끝 랜드마크로 발전할 수 있는 땅끝조각공원 활성화 방안 마련

- 침체되어 있는 땅끝조각공원의 활성화 방안 마련
- 확장을 통하여 땅끝관광지의 범위의 확대 및 땅끝 랜드마크로 발전할 수 있는 활성화 방안 마련

## 2. 과업 범위

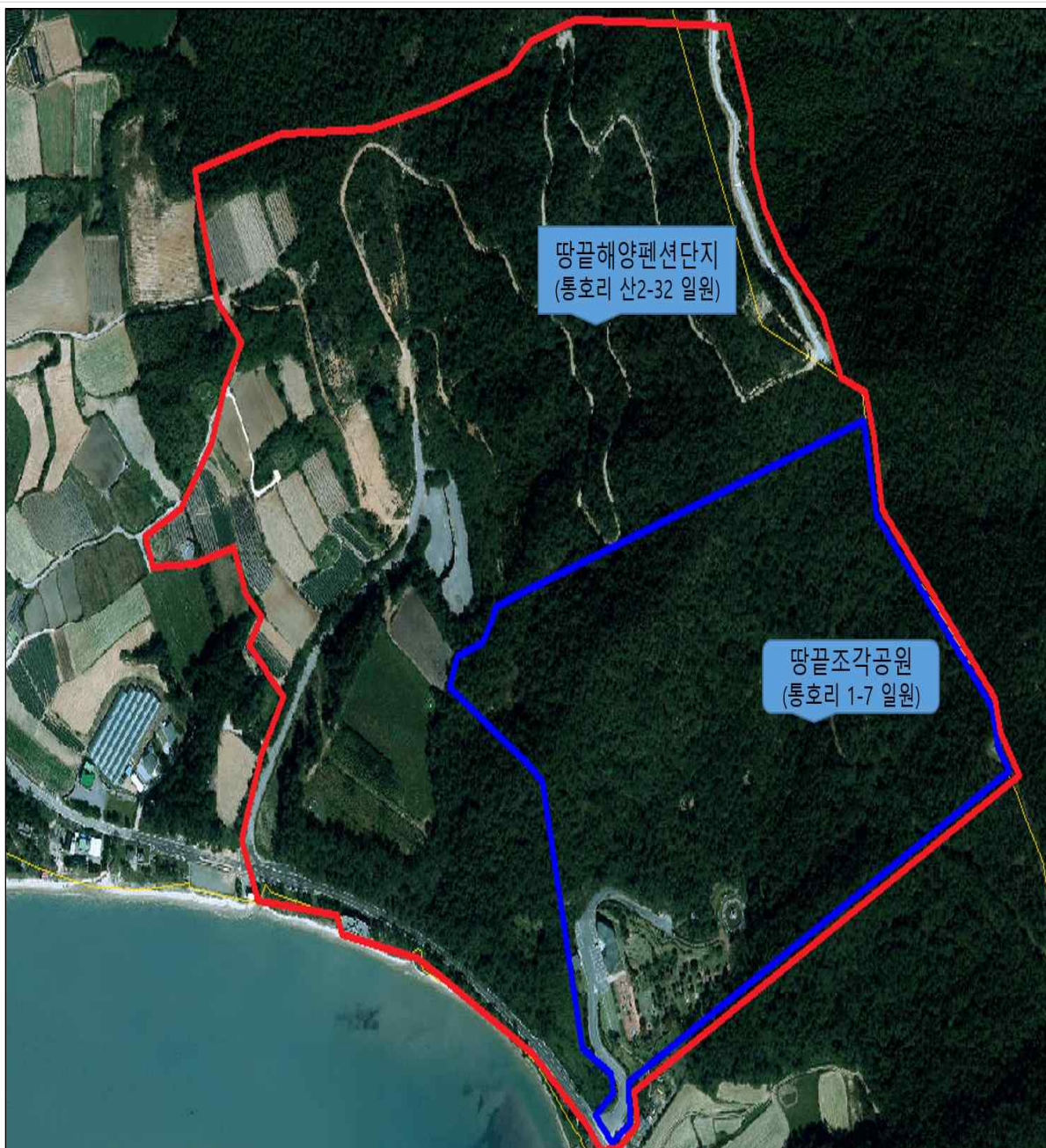
### 가. 과업의 시·공간적 범위

◇ 공간적 범위 : 해남군 송지면 통호리 1-7번지 및 산2-32번지 일원

- 송지면 통호리 1-7, 통호리 산2-60, 통호리 산2-34
- 송지면 통호리 산2-32 일원

◇ 시간적 범위 : 2021 ~ 2025년

### 과업 대상지



## 나. 과업의 내용적 범위

### 대상지 현황 및 여건 분석

- 자연지리적 현황, 인문사회적 현황, 산업·경제적 현황, 생활환경 등
- 사업추진 여건 분석
- 인적자원 역량 파악
- 종합분석(SWOT)

### 기본계획 수립

- 비전·발전목표 제시
- 기본구상 계획, 예산 추진체계, 방문객 수요예측
- 땅끝조각공원 활성화 방안 및 관리계획
- 땅끝조각공원 확장 계획 및 활성화 방안
- 땅끝조각공원과 해양펜션단지를 연계한 활성화 방안

### 연차별 투자계획 및 민간투자 방안 제시

- 연차별 투자계획에 따른 재원조달 계획 및 민간투자 활성화 방안 수립

### 기대효과 분석

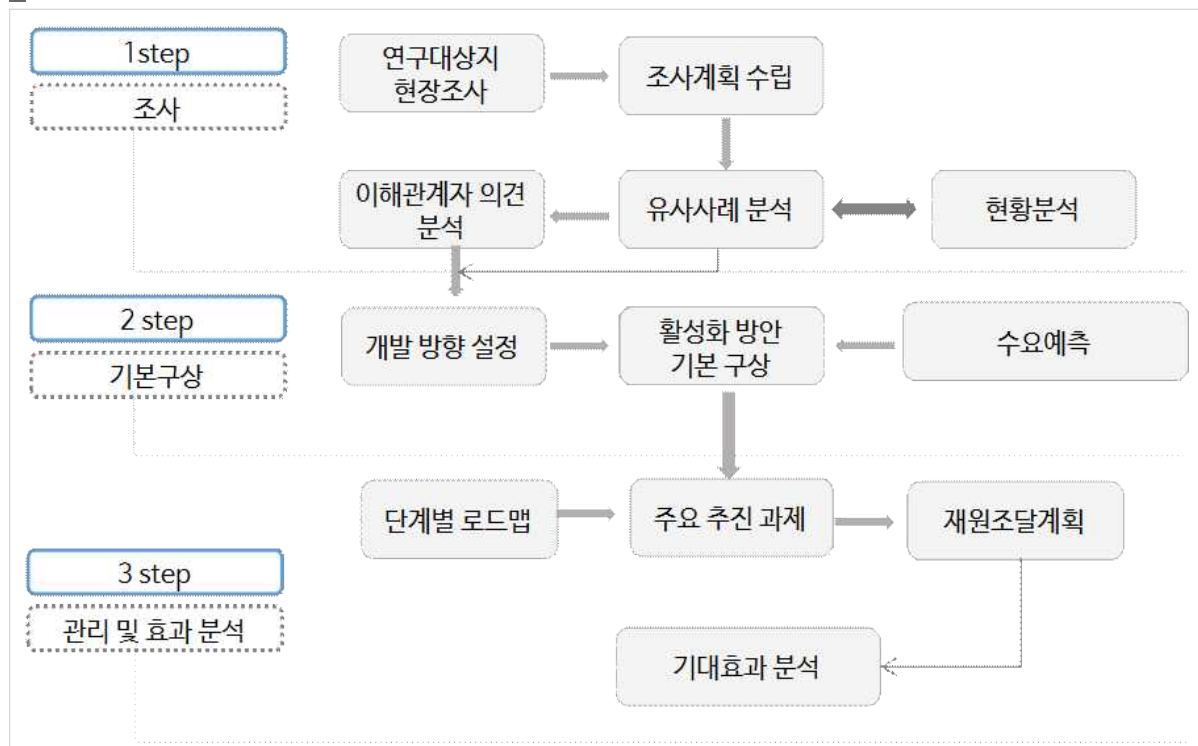
- 일자리 창출, 관광여건 개선, 지역발전 효과 등

### 3. 과업수행 체계 및 기대효과

#### 가. 수행체계 구성

- 용역의 성공적인 수행을 위하여 현장조사, 이해관계자 조사, 사례조사, 발주처 협의, 그리고 보고 등을 추진함
- 다양한 주체와의 협력을 통해 보다 객관적이고 현실적인 연구 결과 도출 도모

#### 과업 수행체계 구성



#### 나. 기대효과

- 땅끝 조각공원 활성화를 통한 휴양지로서의 땅끝 이미지 개선
- 땅끝 조각공원 활성화와 해양펜션단지 등과의 연계 발전
- 땅끝 조각공원과 땅끝 일대 관광지의 관광매력도 향상을 통한 지역경제과 급 효과 확대
- 땅끝 조각공원의 명품화를 통한 해남의 문화적 자긍심 증대



1. 입지 현황분석
2. 땅끝조각공원 현황분석
3. 이해관계자 인터뷰 분석
4. 집행환경 분석
5. 관광트렌드 분석



## 1. 입지 현황 분석

### 가. 교통체계 및 접근성 분석

#### ◇ 광역 교통망 분석

- 해남군은 남북축 국도 13호선과 동서축 국도 18호선을 통해 인근 도시인 영암, 완도, 진도, 강진을 연결하고 있음
- 남해고속도로 강진 무위사IC가 30분 내 거리에 인접해 위치해 서해안고속도로와 연결
- 현재 고속도로나 고속열차 등이 해남을 직접 통과하지 않아 인근 대도시인 광주, 대구, 부산, 창원 등으로부터 접근성 환경이 우수하지 않음

#### ■ 해남 광역 교통망



출처 : 해남군(2019). 해남군 관광종합 발전계획 수립 용역 최종보고서

#### ◇ 광역교통망 개발 계획 분석

- 2023년 개통을 목표로 남해안 고속철도 건설사업 중 목포 임성리-보성 구간 철도 공사 진행 중이며 해남 역이 설치될 계획임



- 경계지역인 완도 노화도, 횡간도, 흑일도 주민과 관광객 등 연간 27만여명이 방문하는 해남의 유일한 여객 터미널인 땅끝 여객선 터미널이 2021년 4월에 준공되었음
- 넓도 노선은 (주)해광운수에서 3회 노화농협에서 2회, 완도 산양(보길, 노화) 구간 노선은 노화농협과 (주)해광운수에서 각 1일 12회 운항되고 있으며 보길도 등을 연결함
- 여객선터미널은 땅끝 일출의 이미지를 형상화 했고 건물 옥상에 설치된 반원 모양의 미디어글라스는 62개의 진공 유리판으로 만들어 LED를 통해 다양한 콘텐츠 구현과 홍보영상 연출이 가능해 야간에도 다양한 볼거리를 제공하는 땅끝의 대표적인 명소가 될 것으로 기대되고 있음

## 나. 해남 관광자원 분석

### ◆ 해남군 관광주요 자원 현황 분석

- 해남군은 대흥사를 중심으로 두륜산 도립공원, 고산 운선도 유적지 권역과 땅끝 관광지를 중심으로 한 미항사, 달마고도를 포함한 땅끝 권역 그리고 우수영 관광지와 공룡 박물관 및 오시아노 관광단지를 포함한 우수영 권역으로 크게 구분 가능함

### ■ 해남 주요 관광자원 분포 현황





### ◆ 해남군 대표 관광자원에 대한 지역주민과 관광객 인식 비교 분석

- 해남군민은 해남 대표 관광자원으로 대흥사 권역을 1순위로 우수영 관광지를 2순위로 인식하고 땅끝 관광지는 7순위로 인식하고 있음

#### ▮ 해남 대표관광자원에 대한 지역주민 인식

구분	지역주민(N=472)							
	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통	중요하다	약간 중요하다	매우 중요하다	평균점수 (순위)
대흥사(세계유산)	2	2	3	78	168	23	196	5.67(1)
두륜산 도립공원	3	2	3	119	156	47	142	5.40(2)
우수영 관광지	1	6	11	149	140	45	120	5.19(3)
미항사	4	4	10	153	130	54	117	5.18(4)
우항리 공룡 박물관	2	8	8	148	138	59	109	5.17(5)
달마고도	3	6	12	139	14	59	105	5.15(6)
땅끝 관광지	3	8	13	154	152	22	120	5.10(7)
두륜산 케이블카	3	10	11	159	134	57	97	5.05(8)
고산 윤선도 유적지	4	4	17	166	140	59	82	4.99(9)
가학산 자연 휴양림	5	14	26	189	120	62	56	4.73(10)

출처 : 해남군(2019). 해남군 관광종합 발전계획 수립 용역 최종보고서

- 반면에 관광객은 “땅끝 마을”이 대표 이미지로 생각하고 있으며 지역주민이 대표관광자원 1위로 인식하는 대흥사는 2순위, 우수영은 순위에 포함되어 있지 않음

#### ▮ 관광객이 인식하는 해남 대표관광자원

구분	10대	20대	30대	40대	50대	60대 이상	전체	
							빈도(명)	비율(%)
해남 땅끝마을(전망대, 매킴 등)	31	38	35	34	22	20	180	54.5
대흥사(일지암 등 세계문화유산)	8	2	9	9	11	17	56	17.0
두륜산 립공원(케이블카)	3	4	5	8	14	10	44	13.3
달마산(달마고도)	1	4	1	1	2	3	12	3.6
미항사	3	1	1	0	4	1	10	3.0
기타	10	5	5	2	3	3	28	8.6
계							330	100.0

출처 : 해남군(2019). 해남군 관광종합 발전계획 수립 용역 최종보고서

### ◆ 해남군 관광 이미지와 대표 맛에 대한 인식 분석

- 관광객에게 해남군은 “땅끝마을”이라는 이미지로 인식되고 있으며 고구마, 해산물, 전복 등과 같은 음식을 대표 음식으로 생각하고 있음

#### ▮ 관광객이 인식하는 해남군 대표 이미지와 맛



출처 : 해남군(2019). 해남군 관광종합 발전계획 수립 용역 최종보고서

- 이러한 이미지는 해남군은 청정하고 건강한 곳으로 생각하게 하는 반면에 재미, 다양성의 측면에서는 낮은 평가를 보이고 있음

#### ▮ 관광객이 인식하는 해남군 이미지 형용사

구분	1	2	보통(3)	2	1	구분
청정한						오염된
다양한						단조로운
한국적인						이국적인
건강한						해로운
재미있는						지루한
동적인						정적인

출처 : 해남군(2019). 해남군 관광종합 발전계획 수립 용역 최종보고서

### ◆ 해남군민이 인식하는 해남관광 문제점과 대안 분석

- 해남 군민은 해남군 관광 문제점으로 접근성, 매력있는 관광프로그램 및 콘텐츠, 차별화된 관광명소, 숙박 및 쇼핑 시설 문제를 주요 문제로 인식하고 있음

## ▶ 해남 군민이 인식하는 해남 관광의 문제점

구분	지역주민(N=472)		
	빈도(명)	비율(%)	순위
도로, 철도 등 접근성	332	70	1
호텔, 쇼핑 등 관광시설	304	64	4
정부나 지자체의 지원	266	56	7
차별화된 관광명소	313	66	3
매력있는 관광 프로그램 및 콘텐츠	319	68	2
해남만의 관광 기념품	280	59	6
관광지(업소)의 서비스 질	280	59	6
관광객, 여행사에 대한 홍보, 마케팅	289	61	5
기타의견	14	3	-

※복수응답으로 다중응답 분석

출처 : 해남군 관광종합발전계획(2019)

- 해남 군민들은 해남 관광활성화를 위한 요건으로 홍보 체계 확립과 휴양관광지 개발, 음식테마관광 육성을 중요한 활성화 요건으로 인식하고 있음

## ▶ 해남 군민이 인식하는 해남 관광 활성화 요건

구분	지역주민(N=472)		
	빈도(명)	비율(%)	순위
바다를 활용한 해양·휴양관광지 개발	303	64	2
문화재를 활용한 역사·문화관광지 조성	263	56	4
지역 특산물을 활용한 음식테마관광 육성	288	61	3
농어촌 체험 인프라 구축 및 프로그램 개발	224	47	8
산림자원을 활용한 숲 치유 관광 확대	208	44	9
차별화되고 이색적인 축제 개발 및 육성	253	54	6
이색 레포츠 시설을 활용한 모험형 관광지 개발	179	38	11
해남군을 기념할 수 있는 관광 기념상품 개발	259	55	5
숙박, 식음료, 쇼핑 등 관광 인프라 확충	253	54	6
해남을 제대로 즐길 수 있는 여행상품 개발 및 홍보체계 확립	314	67	1
관광 전문가 및 리더 육성	207	44	9
기타의견	12	3	-

※복수응답으로 다중응답 분석 실시

출처 : 해남군(2019). 해남군 관광종합 발전계획 수립 용역 최종보고서

- 관광객은 해남관광 발전을 위해 추가로 개발되어야 할 관광시설로 전망대 등 경관시설, 레저 액티비티, 식음료 시설, 숙박시설 등을 중요 순위로 꼽았음



### 관광객 재방문시 필요한 관광시설 및 상품

구분	10대	20대	30대	40대	50대	60대 이상	전체	
							빈도(명)	비율(%)
전망대 등 경관시설	23	23	19	20	13	28	126	19.1
레저 액티비티시설	23	33	18	21	13	13	121	18.3
식음시설과 메뉴	17	21	18	21	24	19	120	18.2
호텔/ 펜션 등 숙박시설	13	14	13	19	21	17	97	14.7
생태체험 프로그램 및 상품	12	10	22	9	21	13	87	13.2
쇼핑상품 개발(관광기념품)	11	4	7	6	5	6	39	5.9
농촌문화체험	9	0	4	5	9	8	35	5.3
교육체험 프로그램 및 상품	4	2	11	7	5	4	33	5.0
기타	0	1	0	0	1	0	2	0.3
계	112	108	112	108	112	108	660	100.0

주: 중복응답

출처 : 해남군(2019). 해남군 관광종합 발전계획 수립 용역 최종보고서

- 지역주민은 홍보와 휴양지를 매우 중요한 발전 요인으로 인식하고 있는 반면에 관광객은 실재 방문 시 즐길 수 있는 다양성과 재미 요소를 강조하고 있으며 동시에 숙박시설도 매우 중요한 요인으로 생각하고 있음

### 해남군 주요 방문지 관광객 분석

- 2015년부터 2019년까지의 방문객을 평균하면 가장 많은 관광객이 방문하는 곳은 두륜산 케이블카이며 인접한 대흥사가 2위로 나타났음
- 반면 관광객의 대표 이미지인 땅끝 관광지는 3위로 나타났음
- 우항리 공룡박물관은 지속적으로 4위를 기록하고 있음
- 이러한 특징은 해남 관광객들이 대흥사권을 방문한 후에 땅끝 관광지로 연결하는 경향을 보이는 것으로 해석할 수 있음
- 코로나 19로 관광객이 감소한 2020년에 해남은 전남에서 유일하게 방문객이 증가한 군으로 대부분의 주요 관광지에서 높은 증가율을 보이고 있음
- 이러한 증가로 인하여 2020년에 땅끝 관광지가 방문객 수 1위로 변화되었으며 2019년까지 평균 1위와 2위를 하였던 두륜산 케이블카와 대흥사가 각 2위로 3위로 변화되었음
- 이는 해남의 청정 이미지가 관광객에게 코로나 19로 인한 적절한 관광지로 인식되었음을 의미하는 것으로 해석할 수 있음
- 코로나 19로 해남은 청정 휴양지로서의 이미지가 높아지고 있음

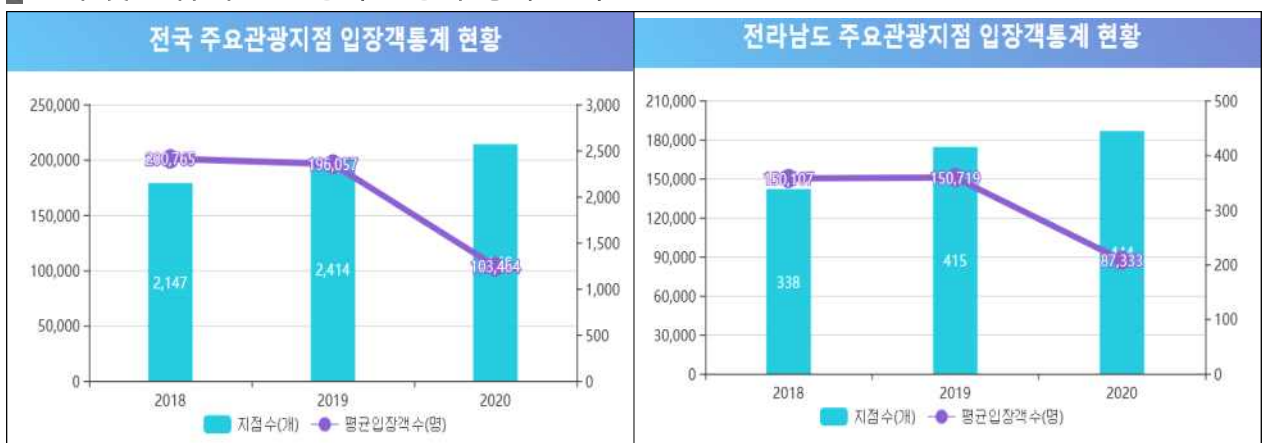
## ■ 해남 주요 관광지 방문객 수 변화 분석

관광지	(2015년 ~ 2019년)							2020년		
	2015	2016	2017	2018	2019	평균	순위	방문객	증가율 (%)	순위
가학산자연휴양림	23,996	26,205	22,392	19,297	22,486	22,875	11	6,304	—	16
고산윤선도유적지	29,570	27,434	26,746	24,326	26,346	26,884	10	46,026	71.2	10
금강골					94,401	94,401	5	151,459	60.4	5
달마산 도솔암								43,294	—	11
대흥사				132,989	237,939	185,464	2	162,547	-12.4	3
두륜미로파크			12,041	7,864	9,492	9,799	14	25,513	160.4	12
두륜산오소재약수터					16,723	16,723	12	19,329	15.6	14
두륜산 케이블카					251,335	251,335	1	211,762	-15.7	2
땅끝 오토캠핑장					11,962	11,962	13	11,483	-4.0	15
땅끝관광지	175,970	209,542	185,389	160,395	147,428	175,745	3	263,776	50.1	1
목포 구 등대								24,988	—	13
미황사&달마고도				47,325	103,751	75,538	6	80,453	6.5	7
오시아노 캠핑장					35,992	35,992	9	54,753	52.1	9
우수영	45,866	45,243	53,997	39,383	45,359	45,970	8	71,585	55.7	8
우항리공룡박물관	126,467	128,780	130,945	100,004	90,779	115,395	4	159,056	37.8	4
파인비치 골프링크스				52,021	96,634	74,328	7	114,802	54.5	6

출처 : www.tour.go.kr/ 자료를 토대로 연구자 재구성

- 전남을 포함한 전국의 주요 관광지는 코로나 19로 인하여 방문객 수가 약 절반 정도 감소하였음
- 전국은 평균 2019년 196,057명에서 2020년 103,464, 전남은 2019년 150,719명에서 2020년에는 87,333으로 전국과 비슷한 비율로 감소하였음

## ■ 전국 및 전남 주요 관광지 입장객 통계 변화



출처 : www.tour.go.kr/

- 반면에 전남에서 유일하게 해남은 2019년에 비해 관광객 측정 지점의 평균 관광객 수가 증가한 것으로 나타났다

#### ■ 전남 및 주요시군 관광객 측정 지점 수 및 평균 관광객 수 변화

년도/지역	전남	해남	완도	강진	신안
2020년	444/87,333	16/90,446	19/70,229	12/88,479	27/50,738
2019년	415/150,719	14/85,045	14/95,983	12/164,742	19/110,005
2018년	338/150,107	9/64,845	7/133,001	12/172,031	14/69,892

참고 : 측정 지점 수/지점의 평균 관광객 수 , 출처 : <https://www.tour.go.kr/>

- 코로나 19로 인하여 타 시군의 절반 정도로 방문객이 감소하였던 것에 비해 해남 방문객이 증가한 것은 매우 획기적인 현상이며 해남의 청정 관광이미지가 새롭게 부각되는 기회가 될 것으로 판단됨
- 해남은 관광유인력이 높은 전남 Top 10 관광지를 가진 적이 없음
- 해남 관광발전을 위해서는 유인력 높은 관광지 개발이 매우 시급한 과제가 되고 있음을 의미하는 것으로 해석할 수 있음
- 그 중심지는 관광객에게 해남을 대표하는 땅끝 관광지 일대가 되어야하며 이를 통해 파급효과를 극대화시킬 수 있음

#### ■ 전남 Top 10 관광지 변화

	2018년	2019년	2020년
1위	순천만국가정원	순천만국가정원	여수 엑스포해양공원
2위	여수엑스포해양공원	여수엑스포해양공원	순천만국가정원
3위	여수 오동도	여수 오동도	여수 오동도
4위	광양 청매실농원	광양 청매실농원	광양 청매실농원
5위	여수 돌산공원	여수 돌산공원	여수 돌산공원
6위	담양 죽녹원	담양 메타프로방스	담양 메타프로방스
7위	여수 아쿠나플라넷	여수 낙안읍성	목포 해상케이블카
8위	영광 불갑산 관광지	담양 죽녹원	담양 죽녹원
9위	순천 낙안읍성	광양 백운산등산로	장성 내장산국립공원
10위	여수 향일암	영광 불갑산 관광지	광양 백안산등산로

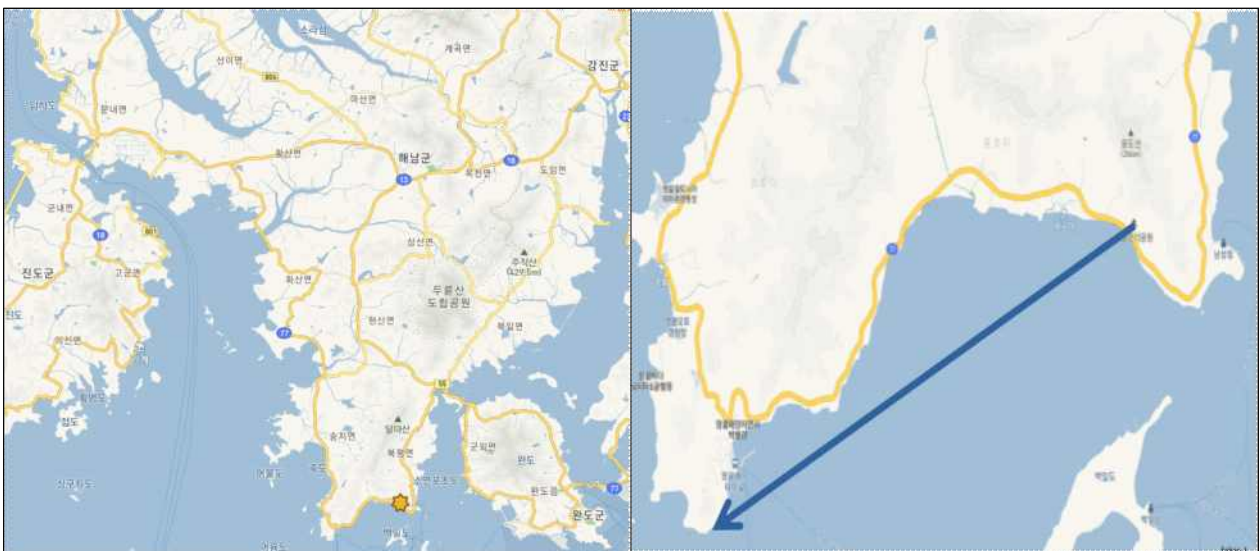
출처 : <https://www.tour.go.kr/>

## 다. 땅끝 조각공원 확대 사업 후보지 분석

### ◆ 해남 땅끝 조각공원 입지 분석

- 해남군청에서 자동차 거리로 약 40여 km 남쪽에 위치
- 땅끝 전망대로부터 동쪽으로 해안선을 따라 약 9km 떨어져 있음
- 인근에 사구미 해수욕장과 남성항 위치
- 땅끝 전망대를 조망할 수 있는 곳에 위치
- 풍경 좋은 해안도로가 통과하는 곳에 위치

### ■ 해남 땅끝 조각공원 입지

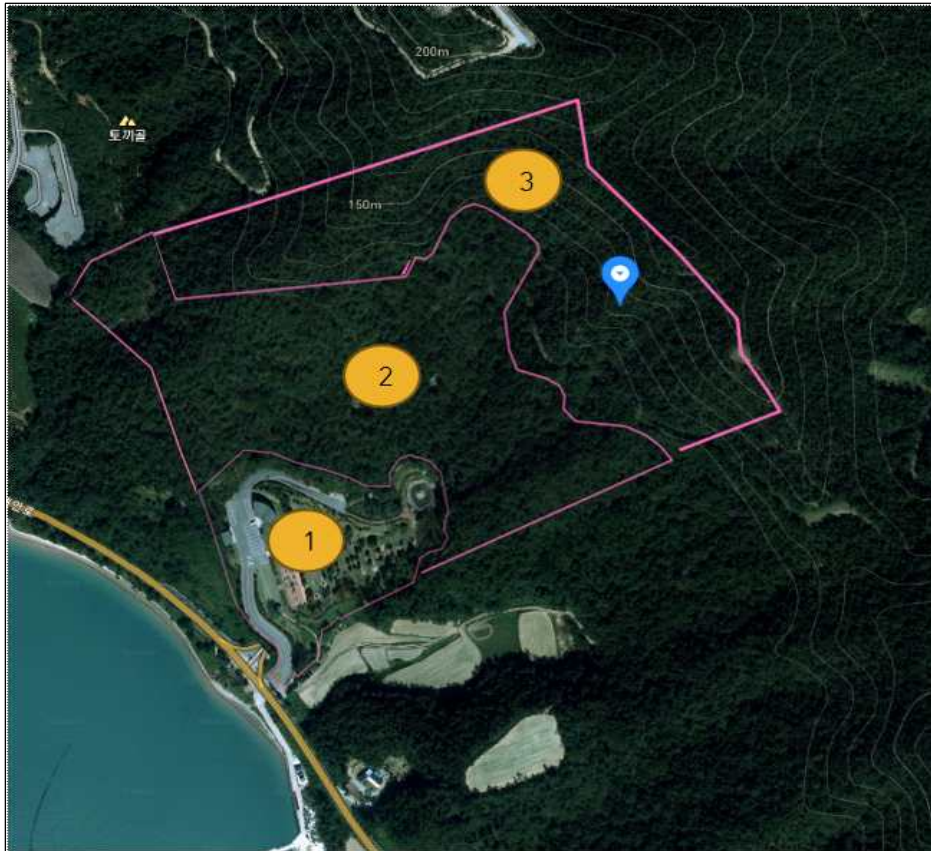


### ◆ 사업개발 구상 대상지역 면적 및 소유자 현황(조각공원 확장 후보지)

주소	면적(m <sup>2</sup> )	소유자
통호리 1-7	23,640	해남군
통호리 산 2-60	73,242	백선오 외 1인
통호리 산 2-34	65,912	해남군
계	162,794	



### ■ 해남 땅끝 조각공원 활성화 부지 지적 현황



1번 부지 : 현 조각공원  
 2번 부지 : 통호리 산 2-60(사유지)  
 3번 부지 : 통호리 산 2-34(해남군 소유)



사업대상지는 관광휴양  
 개발진흥지구로 지정되  
 어 있음 - 관광지로  
 개발하는데 가장 큰 법  
 적 제약조건이 없는 상  
 태

확대 후보지는 경사도  
 15도 이상되는 산림지  
 역인 점을 고려한 개발  
 방식 도입 필요

## 2. 땅끝 조각공원 현황 분석

### 가. 조각 배치 및 운영 현황 분석

#### 2003년 해남에 머물러 있는 재미없는 조각공원

- 전체 조각품들은 각공원이 개장 당시에 설치된 작품들로만 구성되어 있음
- 대부분 작품들은 해남이나 땅끝 의미나 역사성을 보여주고 있음
- 재미 요소나 감동, 신기성을 가진 작품들이 없기 때문에 조각공원 내 전시물에 대한 관광객에게 관심을 끌지 못하고 있음

#### 조각예술품 전시장이 아닌 풍경 전망하기 좋은 공원

- 전시실이 존재하나 상설 전시실이 아니고 대부분 전시장으로서의 기능을 가지고 않고 있기 때문에 관광객의 시선을 끌 수가 없음
- 관광객의 관심을 끌만한 색다른 조각품들도 없기 때문에 방문객들은 대부분 주변 풍경을 즐기며 정자에 앉아 휴식을 취하고 있음
- 현재 조경을 위해 식재되어 있는 나무들이 개장 이후 성장을 하여 조각품들을 돋보이게 하기 보다는 가리고 있어서 일반 공원 분위기가 강화되고 있음
- 일부 구간에서 관람객의 시선을 끌기 위한 장미터널 등을 만들고 있으나 방문객의 시선을 끌만한 조경도 부족함

#### 전문 관리주체가 없는 예술 조각 공원

- 전시실 운영, 많은 조각품 배치 등을 통해 조각공원으로서의 기능을 가질 수 있는 최소한의 기반시설을 갖추고 있음
- 뮤지엄과 같은 상설 전시 및 해설 프로그램 운영등과 같은 전문예술 기능을 발휘하고 발전시킬 수 있는 관리주체가 없어서 일반 공원이 가지는 휴식 기능만 작동하고 있음
- 결론적으로 공원으로서의 기능과 예술품 전시 기능 중 어떠한 기능도 충분하게 발휘되지 못하고 있는 상태로 관리되고 있음

## 나. 땅끝 조각 공원 접근성 및 인근 개발 현황 분석

### 대중교통 접근성 분석

- 해남터미널에서 남창을 거쳐 가는 농어촌 버스와 송지면 등을 거쳐 가는 농어촌버스 15개 노선이 운영 중이며 평균적으로 2시간 이상이 소요됨
- 조각공원에서 땅끝 관광지까지는 농어촌버스로 25분 정도 소요됨
- 조각공원 앞에는 농어촌버스 정류장이 없어서 인근의 통호리와 사구미 정류장에서 하차하여 약 1km 정도 걸어가야 함
- 대중교통을 이용하여 조각공원까지 직접 방문하기에는 어려운 여건임

### 땅끝 해양펜션단지 조성사업 지구 현황 분석

- 땅끝 조각공원과 인접한 통호리 산2-32번지 일원에 콘도 1동(76실)과 펜션 34동(73실), 상가, 공원시설로 구성될 계획인 땅끝 해양펜션단지 사업지구(143,543㎡)가 위치
- 공공 40억원과 민자 584억원을 투자할 계획으로 토지매입과 건축허가가 남
- 일부 부지조성이 되어 있고 공공부분의 32억원이 기 투자되었음
- 사업지구는 제2종 지구단위계획수립(관광휴양개발진흥지구)이 되어 있음
- 시행사 자금 부족 및 토지소유권 상실로 인하여 사업추진이 어려운 상황
- 현 토지소유자(초원발전(주))에게 사업 시행을 촉구하고 있으나 사업추진을 강제할 방법이 없음
- 토지 소유자가 변경되었지만 현재 기존 사업구상을 재추진할 만한 새로운 동력과 여건이 존재하지 않은 것으로 판단됨
- 땅끝해양펜션단지 사업의 재추진을 유도하기 위해서는 사업자가 새롭게 사업을 추진할 수 있는 우호적 환경 조성이 우선되어야 함
- 산 정상까지 임시도로가 개설되어 있으며 전기 등 기반시설이 공급되어 있음
- 땅끝 조각공원 확대 부지와 인접하게 되어 땅끝 조각공원이 활성화될 경우, 서로 연계하여 활성화가 가능할 수 있을 것으로 보임
- 새로운 개발로 인한 환경문제 등을 최소화할 수 있으며 땅끝 조각공원 활성화와 땅끝 해양펜션단지가 서로 발전할 수 있는 연계 발전 구상 필요
-



▶ **해남 땅끝 조각공원 연계 해양펜션단지 사업구상도 및 부지 현황**



◆ **사구미 해수욕장**

- 땅끝 조각공원 앞에는 사구미 해수욕장 및 체험 마을이 존재
- 공용 주차장 및 데크, 화장실 및 샤워장 등이 구비 되어 있음
- 여름철 해수욕장으로 유명했던 곳이었지만 지금은 방문객이 감소하여 상점이나 민박집이 영업을 하지 않고 있음
- 주말을 중심으로 해변에서 휴식을 취하고자 하는 젊은 가족 방문객들이 있음
- 해수욕장에는 국내 최장의 부유식 부두가 있으며 땅끝 조각공원 및 땅끝 전망대를 한눈에 조망할 수 있음

◆ **남성항**

- 땅끝 조각공원에서 남창 방향으로 풍경있는 해안도로가 시작되는 지점에 작은 항구인 남성항 위치
- 남성항 부두 앞에 있는 작은 무인도 및 주변 풍경이 아름답고 낚시 여행객들이 주로 방문하고 있음
- 어촌 뉴딜 300사업으로 선정되어 향후 많은 관광객들이 찾는 미항으로의 발전이 기대됨



## 2. 이해관계자 인터뷰 분석

### 가. 인터뷰 대상 선정 및 방법

#### ◆ 인터뷰 대상 선정

- 해남군청 관계자 추천과 연구기관 협의에 따라 인터뷰 대상자 선정함
- 인터뷰 대상자는 예술문화 분야 전문가, 해당 지역의 기초 의원, 광역의원, 사업지구 마을 이장, 해당 사업 지구 토지 소유자 등으로 선정함

#### ◆ 인터뷰 진행 방법

- 인터뷰 대상자와 2시간 내외의 일대일 대면 인터뷰를 수행
- 인터뷰 내용은 땅끝조각공원 활성화에 대한 희망 사항과 비전 등을 중심으로 진행됨

### 나. 인터뷰 주요 내용 분석

#### ◆ 인터뷰 주요 내용

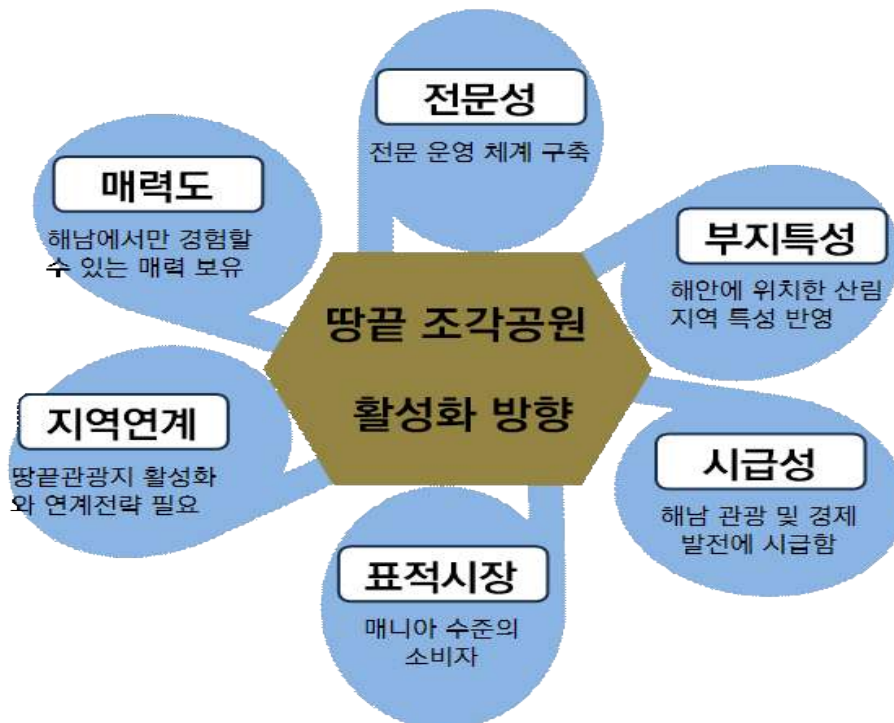
인터뷰 대상자	인터뷰 주요 내용
박 00(군의원)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 20 여 년 간 관심을 두지 않았던 조각공원에 대하여 최근에 군 의회에서 활성화를 위한 관심을 두고 있음</li> <li>· 많은 군 예산이 들어갔지만 기대한 효과를 충분히 발휘하지 못하고 있음</li> <li>· 조각공원 활성화를 위한 대안 마련이 시급한 상태임</li> </ul>
김00(문화예술인)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 조각공원 활성화를 위해서는 해남에서만 볼 수 있는, 가보고 싶은 곳이 되어야 함</li> <li>· 전문성을 확보할 수 있어야 하며 관람객을 유인할 만한 수준의 작품이 있어야 함</li> <li>· 매니아들로부터 관심을 받을 수 있는 조각공원이 되어야 함. 매니아 타겟 전략의 관점에서 활성화 방안 마련이 필요함</li> <li>· 예술 작품의 신비성, 진품의 가치를 활용함으로써 대중을 유인할 수 있어야 함</li> <li>· 전시시설에 대한 운영관리의 전문성을 높이기 위한 큐레이터가 필요</li> <li>· 예술교육과 연계한 활성화 프로그램 운영 등도 고려할 필요</li> <li>· 조각공원 활성화는 땅끝 일대 활성화라는 전략적 관점에서 고려되어야 함</li> </ul>
조00(도의원) 조00(사구미 이장)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 땅끝 관광지와 연계할 수 있는 활성화 방안 필요</li> <li>· 과거 박준영 전남도지사 시절 펜션단지 개발에 대한 사업구상이 논의되었던 곳임</li> <li>· 땅끝이라는 우수한 브랜드가치를 확장시킬 수 있는 방안 필요</li> <li>· 사업부지는 따뜻한 기후와 산림을 이용하여 숲의 관광자원화 방안 고려 필요</li> <li>· 사구미 체험마을과 연계한 활성화 방안 마련 필요</li> </ul>
김00(전 도의원)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 20여년 전 작품으로만 되어 있으며 현재는 조각공원으로서의 기능 상실</li> <li>· 조각공원 활성화를 위한 방안 마련과 적극적인 추진 필요</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 조각 작품의 전시 및 판매 등이 가능할 수 있는 방안 고려 필요</li> <li>· 과거 예술인촌을 만들려는 구상도 있었으나 추진되지 못하였음</li> </ul>
--	---

### 이해관계자 인터뷰 시사점

- 땅끝 조각공원 활성화는 지역 관광 및 경제발전을 위해 시급한 과제
- 땅끝 조각공원 활성화는 수준 높은 해남에서만 경험할 수 있는 유인력 높은 자원 개발을 목표로 진행되어야 함
- 땅끝 관광지 활성화와 연계할 수 있는 전략적 관점에 기반하여 활성화 방안 마련 필요
- 사업부지 특성을 활용한 발전 방안 마련 필요
- 매니아를 타겟으로 하는 발전 방안 필요
- 운영의 전문성과 활성화를 이끌어 갈 운영조직 체계 구축 필요

### 이해관계자 인터뷰와 땅끝 조각공원 발전 방향



### 3. 집행 환경 분석

#### 가. 상위 발전 계획 분석

##### 상위 발전 계획 주요 내용

- 해남이 속해 있는 전남과 해남을 중심으로 계획되어 있는 상위 발전계획의 주요 내용을 정리해 보면 아래와 같음

##### 해남 땅끝 조각공원 활성화 관련 상위 발전 계획 주요 내용

발전계획	해남 관련 주요 내용
제5차 국토종합계획 (2020-2040)	전남 : 남해안 시대를 선도하는 미래형 신산업 및 글로벌 섬-해양관광 중심지 : 남해안 신성장 관광벨트를 통해 섬-해양관광중심지로 육성
제3차 전라남도 종합계획 수정계획(2012-2020)	비전 : 동북아의 물류, 관광, 미래 산업 선도 지역 기본목표 : (4) 신 해양관광 중심지로서 동북아의 해양 문화관광 거점 육성 발전목표 : 국제휴양레저도시 - 해양과 역사문화자원을 연계한 국제적 수준의 관광휴양기반 구축 발전계획 : 서남권 해양 레저, 문화관광 중심 땅끝 해남
제6차 전남권 관광개발계획(2017-2021)	해양 휴양 중심지, 다도해 해양관광

- 상위 발전계획을 요약해 보면 해남은 글로벌 수준의 미래 해양휴양 중심지로 발전을 목표로 하고 있음을 알 수 있음

#### 나. 지역 발전 계획 분석

- 해남군의 발전 계획 중 관광 관련 내용을 정리해 보면 아래와 같음

##### 해남 땅끝 조각공원 활성화 관련 지역 발전 계획 주요 내용

발전계획	해남 관광관련 주요 내용
2025 해남군 관리계획	관광 발전 목표 : 전통과 문화예술을 체험하는 문화 관광 도시
2035 해남군 기본계획	땅끝 마을 거점 육성
2030해남군 종합발전계획	오래 머무는 체류관광 인프라 확충 땅끝 관광지 관광콘텐츠 활성화 해양레저 관광 육성
해남군 2025 중장기 발전 계획	기본 목표와 방향 : 역사문화 관광도시, 매력적인 융복합 관광산업 육성, 관광브랜드와 관광상품 가치 혁신

해남군 관광종합발전계획( 2019)	비전 : 글로컬 체류 관광도시, 해남 땅끝 일원 : 거점 관광권역으로 발전
---------------------------	--

- 지역 관광 발전계획을 요약해 보면 땅끝 일원은 관광브랜드와 관광 상품 가치를 혁신할 수 있는 융복합 관광산업 발전을 통한 체류형 거점 관광 권역으로의 발전 비전을 가짐

## 다. 대상지 주변 발전 계획 분석

- 사업 대상지 인근의 발전 계획 중 관광 관련 내용을 정리해 보면 아래와 같음

### ■ 해남 땅끝 조각공원 활성화 관련 대상지 주변 발전 계획 주요 내용

발전계획	해남 관광관련 주요 내용
2030 해남군 종합발전계획	땅끝 관광지에세계의 땅끝 공원 조성 송호리, 사구미 해수욕장, 통호리에 해양레저 관광 육성
땅끝 관광지 체험시설 개발기본계획(2020)	땅끝 체험시설 개발
어촌뉴딜300사업	남성항 : 해양치유쉼터, 해양치유공원 조성, 여객선 이용객 편의시설, 부잔교

- 사업대상지 인근 지역의 개발 계획 주요 내용을 요약해 보면 땅끝 브랜드 가치를 높이기 위한 즐길거리 확대와 해양 레저시설의 확충으로 요약할 수 있음

## 라. 개발 관련 법규 분석

- 현 사업 예상부지는 관광진흥을 목적으로 개발이 가능한 관광휴양개발진흥지구로 지정되어 있으며 신규 개발면적은 14만㎡ 이하임
- 관광진흥법 제2조 1항에 해당하는 사업 추진이 가능하며 환경영향평가 대상 규모 이하임

### ■ 해남 땅끝 조각공원 활성화 개발 사업 관련 법규 주요 내용

구분	주요 내용
국토의 계획 및 이용에 관한 법률 검토	지구단위 계획(법 제49조, 50조) : 관광휴양 등 지구단위계획구역의 지정 목적에 따라 개발가능하도록 지정. 지구단위 계획구역 및 지구단위 계획은 도시·군 관리계획으로 결정. 설치 가능한 시설은 1) 「관광진흥법」 제3조제1항제2호부터 제7호까지의 규정에 따른 관광사업을 영위하기 위하여 설치하는 시설 2) 체육시설의 설치 · 이용에 관한 법률」에 따른 체육시설 3) 농어촌정비법」 제2조제16호 가목 및 나목의 사업을 영위하기 위한 시설
관광진흥법	제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다. 1. “관광사업”이란 관광객을 위하여 운송·숙박·음식·운동·오락·휴양 또는 용역을 제공하거나 그 밖에 관광에 딸린 시설을 갖추어 이를 이용하게 하는 업(業)을

	<p>말한다.</p> <p>제3조(관광사업의 종류) ①관광사업의 종류는 다음 각 호와 같다.</p> <p>2. 관광숙박업 : 다음 각 목에서 규정하는 업</p> <p>가. 호텔업 : 관광객의 숙박에 적합한 시설을 갖추어 이를 관광객에게 제공하거나 숙박에 딸리는 음식·운동·오락·휴양·공연 또는 연수에 적합한 시설 등을 함께 갖추어 이를 이용하게 하는 업</p> <p>나. 휴양 콘도미니엄업 : 관광객의 숙박과 취사에 적합한 시설을 갖추어 이를 그 시설의 회원이나 공유자, 그 밖의 관광객에게 제공하거나 숙박에 딸리는 음식·운동·오락·휴양·공연 또는 연수에 적합한 시설 등을 함께 갖추어 이를 이용하게 하는 업</p> <p>3. 관광객 이용시설업 : 다음 각 목에서 규정하는 업</p> <p>가. 관광객을 위하여 음식·운동·오락·휴양·문화·예술 또는 레저 등에 적합한 시설을 갖추어 이를 관광객에게 이용하게 하는 업</p> <p>나. 대통령령으로 정하는 2종 이상의 시설과 관광숙박업의 시설(이하 “관광숙박시설”이라 한다) 등을 함께 갖추어 이를 회원이나 그 밖의 관광객에게 이용하게 하는 업</p> <p>다. 야영장업: 야영에 적합한 시설 및 설비 등을 갖추고 야영편의를 제공하는 시설(「청소년활동 진흥법」 제10조제1호마목에 따른 청소년야영장은 제외한다)을 관광객에게 이용하게 하는 업</p> <p>4. 국제회의업 : 대규모 관광 수요를 유발하는 국제회의(세미나·토론회·전시회 등을 포함한다. 이하 같다)를 개최할 수 있는 시설을 설치·운영하거나 국제회의의 계획·준비·진행 등의 업무를 위탁받아 대행하는 업</p> <p>5. 카지노업 : 전문 영업장을 갖추고 주사위·트럼프·슬롯머신 등 특정한 기구 등을 이용하여 우연의 결과에 따라 특정인에게 재산상의 이익을 주고 다른 참가자에게 손실을 주는 행위 등을 하는 업</p> <p>6. 유원시설업(遊園施設業) : 유기사설(遊技施設)이나 유기기구(遊技機具)를 갖추어 이를 관광객에게 이용하게 하는 업(다른 영업을 경영하면서 관광객의 유치 또는 광고 등을 목적으로 유기사설이나 유기기구를 설치하여 이를 이용하게 하는 경우를 포함한다)</p> <p>7. 관광 편의시설업 : 제1호부터 제6호까지의 규정에 따른 관광사업 외에 관광 진흥에 이바지할 수 있다고 인정되는 사업이나 시설 등을 운영하는 업</p>
농어촌정비법	<p>제2조</p> <p>16. “농어촌 관광휴양사업”이란 다음 각 목의 사업을 말한다.</p> <p>가. 농어촌 관광휴양단지사업: 농어촌의 쾌적한 자연환경과 농어촌 특산물 등을 활용하여 전시관, 학습관, 지역 특산물 판매시설, 체육시설, 청소년 수련시설, 휴양시설 등을 갖추고 이용하게 하거나 휴양 콘도미니엄 등 숙박시설과 음식 등을 제공하는 사업</p> <p>나. 관광농원사업: 농어촌의 자연자원과 농림수산 생산기반을 이용하여 지역특산물 판매시설, 영농 체험시설, 체육시설, 휴양시설, 숙박시설, 음식 또는 용역을 제공하거나 그 밖에 이에 딸린 시설을 갖추어 이용하게 하는 사업</p>
환경영향평가법	<p>환경영향평가 대상 : 관광진흥법 제2조 제1호에 따른 관광사업 중 사업면적이 30만 m<sup>2</sup> 이상인 것</p> <p>사후 영향 조사 대상 : 산지 전용허가면적이 20만m<sup>2</sup> 이상인 사업</p>

## 마. 집행환경 분석 시사점

- 개발 방향 : 글로벌 수준의 해양휴양레저 관광지
- 개발 전략 : 땅끝 관광지일원의 체류형 관광거점으로 기능 강화
- 개발 시설 : 관광진흥법에 의한 시설 중심으로 사업 진행

## 4. 관광 트렌드 분석

### 가. 한국문화관광연구원의 관광트렌드 분석

- 한국문화관광연구원의 2020-2024 관광트렌드 예측 연구 결과 중 본 연구와 깊은 관련성이 깊은 내용을 중심으로 관광트렌드를 분석할 필요가 있음
- 새로운 관광자원 개발 및 연계성 강화 전략과 관련이 있는 트렌드 키워드는 “가심비”, “가시비”, “MTE”, “Z세대”, “여행가치”로 요약할 수 있음
- 이를 요약하여 재구성해보면 “여행할 만한 충분한 가치와 기억에 남을 경험을 제공해주는 관광지간의 연계를 통해 심리적 만족과 시간적 효율성을 추구하는 새로운 세대(Z세대)가 주도하는 관광트렌드”가 중요해짐

#### 2020-2024 관광트렌드(한국문화관광연구원) 주요 내용

관광트렌드	주요 내용
소소한 여행 : 소확행, 가심비, 가시비	여가시간이 증가하고 저성장 경제기조가 지속됨에 따라 물질적 소유를 대신해 짧고 가까운 여행으로 소유욕을 해소하는 행태가 계속될 전망이다, 소확행(작지만 확실한 행복), <b>가심비(가격 대비 심리적 만족을 추구하는 소비)</b> , <b>가시비(가격 대비 원하는 시간 소비)</b> 등의 소비트렌드와 연결됨
일상에서 만나는 비일상 여행	여행객들의 여행 경험도가 높아지면서 마을, 골목, 시장 등 지역주민의 삶과 문화 등을 체험할 수 있는 일상 공간에 대한 여행 수요가 지속 확대될 전망이다. 새로운 여행 공간을 찾으려는 관광객 욕구와 도시재생사업이라는 정책적 지원 등이 맞물려 지역주민들의 일상 공간이 새로운 관광목적지로 부각될 전망이다
경험소비, 여행 액티비티 전성시대	<b>관광에서 기억할만한 경험(Memorable Tourism Experience: MTE)</b> 을 추구하는 경향이 강해지면서 관광명소나 랜드마크 방문 위주의 관광에서 여행객의 능동적 참여가 가능한 형태 위주로 변화할 전망이다
누구나 즐기는 여행 : 은퇴부터 100세까지	특정 세대뿐 아니라 모든 세대가 여행을 즐기게 됨에 따라 여행이 보편적인 권리로 대두되고 있으며, 시니어계층의 경우 구매력과 디지털 적응력을 갖춘 시장 및 독거노인과 같은 사회적 취약계층으로 양극화되는 현상을 보일 것으로 전망됨.
여행트렌드 세터, 뉴 제너레이션	자유롭고 개성 넘치며 자존감이 강한 밀레니얼 세대와 디지털에 능숙하고 SNS를 중시하며 <b>삶의 재미를 추구하는 Z세대</b> 가 향후 여행 트렌드 변화를 주도할 것으로 전망됨.
다이내믹 방한시장, 유동성과 다변화	한·중일 외교 정세, 남북 관계 등 외부환경 요인에 따라 방한 관광시장이 급변함과 동시에 향후 동북아를 벗어나 아세안 국가들과의 문화 관광 교류가 보다 활성화될 것으로 전망됨.

관광시민, 여행 가치를 생각하다	관광활동으로 인한 다양한 환경 이슈와 관광 안전, 주민-관광객 갈등 등의 문제가 부각됨에 따라 여행으로 인해 발생할 수 있는 문제를 최소화 하려는 인식이 증가할 것으로 전망됨.
모바일과 여행 플랫폼 비즈니스의 진화	관광 소비자의 글로벌 OTA 등 여행 플랫폼 활용이 더욱 증가함에 따라, 정보 탐색-상품 예약-경험 공유의 변화가 강화되는 한편, 창조적 융·복합 여행상품에 대한 기대와 소비를 가속화시킬 것으로 전망됨
빅데이터가 여는 AI 관광시대	빅데이터의 활용성이 강화되고 인공지능 플랫폼 기술이 발전함에 따라, 개인 맞춤형 여행이 집단지성 등 여행 정보 획득 경로의 재편뿐 아니라 여행 상품의 콘텐츠 및 소비 방식에도 변화를 초래할 것으로 전망됨
공유, 여행공간이동경험을 잇다	전 세계적으로 공유경제가 빠르게 성장하면서, 관광부문에서도 숙박 공유, 모빌리티 공유, 경험의 공유 등 국내 여행행태에 변화를 초래할 것으로 전망됨.

출처 : 문화관광연구원(2019). 관광 트렌드 분석 및 전망 : 2020-2024

#### 나. 한국관광공사의 관광트렌드 분석

- 한국관광공사의 2020 국내 여행 트렌드를 “REFORM”으로 요약하여 발표
- 땡썰 조각공원 발전과 관련성이 높은 트렌드 내용은 “**쾌적한 여행지**”, “**새로운 관광명소의 발굴**” 등이 될 수 있음

#### ■ 한국관광공사 관광트렌드 분석(2020)

[ 2020 국내여행 트렌드 : R.E.F.O.R.M ]	
<b>R</b> egional Creator	• 지역 관광명소를 발굴, 소개하는 유튜버 크리에이터의 성장
<b>E</b> njoy & Critique Food	• 식사종료는 별점과 함께 여행자모두가음식 비평가
<b>F</b> ind My Trips	• 초개인화시대, 세분화된 취향에 맞는 나만의 여행 찾기
<b>O</b> ther Destinations	• 사람이 붐비는 인기 여행지에서 쾌적한 숨은 여행지로
<b>R</b> edesign With Technology	• ICT 인프라 진화로 인한 여행의 디지털화 가속
<b>M</b> ake Trips Nearby	• 짧게 자주 떠나는 일상과도 같은 여행 스타일 지향

- 안전 이슈 부각에 따른 관광트렌드 변화와 관련된 내용으로는 **청정지역 관광 수요 증가와 가족 중심의 관광 확대**가 될 수 있음



## 한국관광공사 코로나 19 이후 관광트렌드 분석



출처 : 한국관광공사(2021). 빅데이터와 함께하는 똑똑한 컨설팅 보고서

### 다. 관광트렌드 변화 예측에 따른 시사점

- 해남 땅끝 조각공원 개발 방향과 전략 : 심리적 만족과 기억할만한 경험을 제공할 수 있는 새로운 관광명소로 개발
- 표적 주요 시장 : 재미를 추구하는 Z 세대와 휴양을 원하는 가족단위
- 관광지 연계 전략 : 매력적인 방문지와 휴양지간의 연계성을 높임으로써 시간과 비용의 효율성을 제고



■ 관광트렌드 변화와 땅끝 조각공원 발전 방향

관광트렌드 변화와 땅끝 조각공원 발전 방향

**개발방향**

심리적 만족  
기억한 만한 경험  
새로운 관광명소

**주요 표적 시장**

재미추구 Z 세대  
휴양을 위한 가족

**관광지 연계 전략**

매력 방문지 연계  
시간과 비용의 효율성  
제고



1. 해외 사례 분석
2. 국내 사례 분석
3. 조각공원 사례 분석 시사점



## 1. 해외 사례 분석

### 가. 노르웨이 비겔란 조각공원

- 비겔란 조각공원은 노르웨이 수도 오슬로의 9만 8천여 평(320,000m<sup>2</sup>)의 Frognerf(프로그네르) 공원 안에 조성되어 있음
- 비겔란(1869-1943)의 조각 212개가 14년에 걸쳐 길이 850m의 관람 동선을 따라 배치되어 있음
- 일년에 150만명 정도의 관광객이 방문하는 노르웨이의 랜드마크가 되고 있음
- 비겔란의 작품에 대한 시민들의 인기가 높아 시는 비겔란의 조각품을 모아 공원을 조성하기로 하여 현재의 조각공원이 만들어졌음
- 비겔란 조각공원에는 사람의 탄생과 죽음까지에 이르는 일생을 표현하는 작품들로 채워져 있음
- 공원을 대표하는 모노리텐이라는 작품은 무게 260톤, 높이 17.3m의 거대한 화강암 기둥에 121명의 정상을 향해 기어오르기 위해 안간힘을 쓰는 다양한 인간 모습을 담고 있음
- 세계에서 가장 큰 화강암 조각품으로 하나하나 생생한 사람 모습을 담고 있어서 관광객들에게 깊은 감명을 주고 관심을 끌기에 부족함이 없음

■ 노르웨이 비겔란 조각공원



## 나. 일본 하코네 조각의 숲 미술관

- 하코네 조각의 숲 미술관(箱根彫刻の森美術館)은 일본 가나가와현 아시가라시 모군 하코네정에 위치
- 부지면적은 7만 m<sup>2</sup>이며, 일본 최초로 1969년에 개장한 야외 미술관임
- 계절에 따라 다양한 모습으로 변하는 정원을 가짐
- 야외 조각품들은 잔디 위에 배치함으로써 산책하는 기분으로 예술작품을 만날 수 있어서 미술 전문가부터 어린이까지 편안하게 즐길 수 있음
- 근현대를 대표하는 로댕, 부르델, 무어 등 명작 120여점을 전시하고 있음
- 헨리 무어 이나 파블로 피카소와 같은 유명 작가들의 작품을 만날 수 있는 실내 전시장과 휴식을 즐길 수 있는 천연 온천 족탕(아시유,足湯), 방문객을 위한 카페, 레스토랑, 쇼핑몰도 운영
- 피카소 전시실에는 피카소의 작품 300여점이 전시되어 있음
- 운영은 공익재단법인 조각의 숲 예술문화재단이 담당하고 유료로 운영

### 일본 하코네 조각의 숲 미술관



출처 : <https://ko.wikipedia.org>/출처 : <https://www.hakone-oam.or.jp/ko/about/?id=2>



### 다. 미국 뉴욕 스톰 킹 아트 센터

- 스톰 킹 아트 센터(Storm King Art Center)는 뉴욕의 Hudson Valley에 500 acre(약 60만평)의 부지를 가진 야외 뮤지엄임
- 넓은 푸른 초원을 무대로 하여 130여개의 조각 작품들을 전시하고 있으며 풍경과 조각작품이 어우러져 어디에서 보기 힘든 공간을 연출하고 있음
- 스톰킹 아트센터는 1960년 랠프 E. 오젠과 H. 피터 스톰에 의해 설립되기 시작하여 마운틴 빌의 경치, 스톰킹 아트센터의 분위기와 어울리는 작품을 중심으로 조각품을 구입하고 설치하여 지금의 모습을 가짐
- 넓은 대지 때문에 방문객들은 직접 걸어 다니거나 셔틀버스를 이용하여 작품들을 관람할 수 있음
- 도보로 아트센터를 돌아다니는 경우 숨어 있는 작품들을 찾아내는 기쁨을 누릴 수 있음

미국 뉴욕 스톰 킹 아트 센터



출처 : <https://stormking.org/>

## 라. 덴마크의 루이지애나 미술관

- 루이지애나 미술관은 덴마크와 스웨덴 사이의 오레선드 해협이 내려다 보이는 루이지애나에 위치
- 쿤스 젠슨은 1956년에 자신이 소장한 작품을 대중에게 공개할 수 있는 미술관을 건립하기 위해 토지를 매입하면서 시작
- 3,500여 점의 작품을 보유, 1945년부터 현대에 이르기까지의 작품을 보유
- 야요이 쿠사마의 대표 작품 “Gleaming Light of the Souls”이 2008년도에 설치. 사방이 거울로 덮인 이 방에서 이미지가 무한적으로 생산되는 우주와 같은 광경을 보여주고 있어 미술관을 대표하는 작품이 되고 있음
- 예술작품과 더불어 아름다운 풍경이 어우러져 방문객들은 자연과 예술 속에서 휴식을 취할 수 있으며 2015년도 기준 72만 명이 넘는 방문객이 찾고 있음

### ■ 덴마크의 루이지애나 미술관



출처 : <https://louisiana.dk/>



### 마. 영국 요크셔 조각공원(Yorkshire Sculpture Park)

- 연간 50만 명이 방문하는 영국 잉글랜드 웨스트요크셔주 웨이크필드의 웨스트브레턴에 있는 요크셔 조각공원은 1977년에 개장
- 아름다운 경관을 자랑하는 부지에 스페인 조각가 하우메 플렌사(Jaume Plensa)가 제작한 “누리아와 이르마(Nuria and Irma”):라는 남녀 두 얼굴의 조각은 아름다운 자연관광과 더불어 공원 시선을 이끌고 있음
- 1990년대 이후 실내 전시관도 생겼고 최근에는 지하 전시관도 생겼음
- 부지 면적은 200만m<sup>2</sup> 정도로 이 넓은 부지 위에 놓아져 있는 조각 작품들이 풍경식 정원과 완전히 하나가 되어 있음
- 헨리 무어, 안토니 고틀리, 엘리자베스 프리נק, 안소니 카로 등의 작품은 정원 및 주변의 자연경관과 어우러져 실내의 폐쇄된 공간 및 일률적인 배경에서는 느낄 수 없는 분위기를 자아내고 있음

#### ■ 영국 요크셔 조각공원



출처 : <https://m.blog.naver.com/PostView.naver?isHttpsRedirect=true&blogId=jo1heon&logNo=90185240947>

## 바. 이탈리아 타로 조각공원

- 파리의 퐁피두센터 앞의 스트라빈스키(Stravinsky) 분수를 만들었던 니키 드 생팔(Niki de Saint Phalle)(1930-2002)이 만든 타로 조각공원(Tarot Garden)은 이탈리아 카발비오(Capalbio)에 위치
- 생팔이 직접 만들고 남편과 마지막 삶을 살았던 곳으로 1998년에 개장
- 이 조각 공원은 생팔이 스페인 바로셀로나에 있는 Antoni Gaudí의 구엘 공원 등에서 영감을 받아 만들었으며 20년 여간의 작업을 거쳐 2ha의 부지에 완성
- 타로 카드에 등장하는 22개의 형상을 자신의 해석에 따라 만들어 낸 조각들이 전시되어 있으며 이 공원에서 부활된 신화와 전설은 고전적 영웅의 시선이 아니라 동화적이면서 유아적인 괴물의 시선으로 복원
- 주변 풍경과 환상적이며 칼라폴한 조각품이 어우러져 꿈의 세계로 이끔
- 생팔은 ‘꿈을 꾸는 장소, 기쁨과 상상의 공원’을 만들었고 이를 통해 그는 공원이 예술 치유 기능으로 작동하기를 희망했음

### 이탈리아 타로 조각공원



출처 : <http://ilgiardinodeitarocchi.it/en/about/video-clips/>



## 사. 스페인 구엘공원

- 1984년 유네스코 세계 유산에 등록된 구엘 공원은 스페인 바르셀로나에 위치
- 안토니 가우디의 작품 중 하나이며 모자이크 장식 건축물들, 인공석굴 등에서 가우디가 좋아하던 곡선의미를 잘 보여주는 건축물로 구성되어 있음
- 자금 부족으로 미완성으로 남아있던 것을 1922년에 바르셀로나 시의회가 사들여 공원으로 바꾸어 1926년에 완공하였음
- 면적은 17.18 헥타르 (51,540여평)에 이르며 연간 320만명이 찾음
- 구엘 공원은 도자기 또는 유리 조각으로 모자이크를 만드는 트렌카디스 (Trencadis) 기법의 정점을 보여주고 있음

■ 스페인 구엘 공원



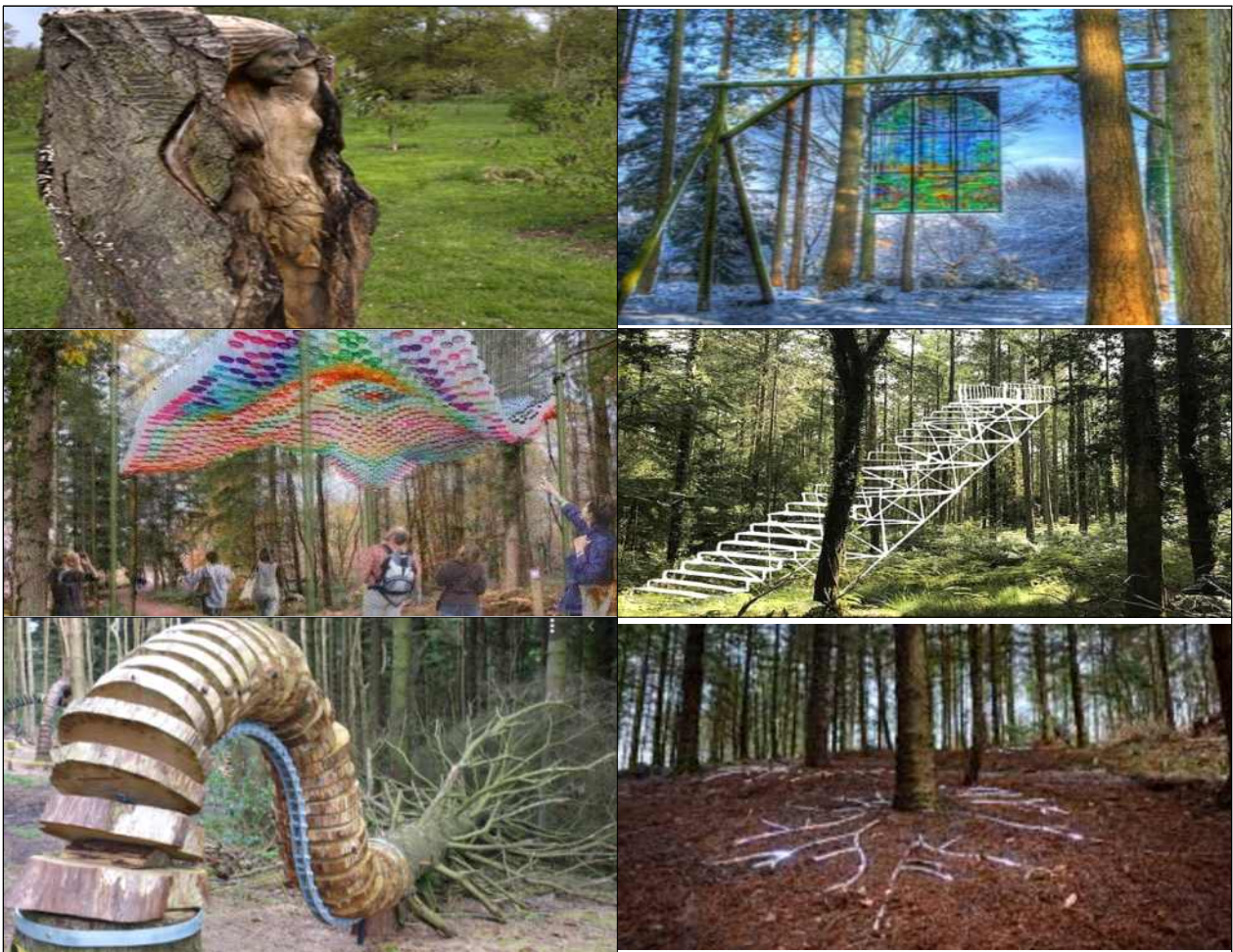
출처: <https://krems.tistory.com/78>



## 아. 영국 딘숲 조각 오솔길(Forest of Dean Sculpture Trail)

- 영국 남서부 글로스터셔 주의 콜퍼드(Coleford) 타운의 와이벨리(Wye valley)의 딘의 숲(Forest of Dean)에 위치
- 이 공원은 1986년에 브리스톨(Bristol)의 현대 아트갤러리와 공동으로 20점 이상의 영구설치조각을 시범적으로 운영하였으며 지금 연간 30만명이 방문하는 명소로 발전
- 숲의 오솔길 7.2km에 걸쳐 조각을 설치, 과거의 산업과 나무, 숲, 야생동물과 관련된 영감에서 조각. 대부분의 소재는 이 지역에서 나오는 나무와 돌 등의 천연재료로 구성
- The Forest of Dean Sculpture Trust가 관리. 관리와 추가 조각품 설치를 위해 자금을 모으고 있음(입장료는 무료. 주차비만 유료)

### 영국 딘숲 조각 오솔길



출처 : <https://blog.naver.com/jo1heon/90187089462>

## 2. 국내 사례 분석

### 가. 평강식물원

- 경기도 포천시 영북면에 위치한 식물원으로 연면적 8만 m<sup>2</sup>이고, 총 7,000여 종 350만여 본의 식물과 4,103종의 수목유전자원을 보유하고 있음
- 2019년도 기준 194,308명 방문
- 버려진 폐목재를 활용하여 작품을 만드는 업사이클링 아티스트인 덴마크 아티스트 토마스 담보(Thomas Dambo)의 "마운틴 트롤(Mountain Troll)"은 북유럽 신화에 나오는 괴물 트롤(Troll)을 유쾌하고 재치 있는 캐릭터로 해석한 조각품으로 평소에 사람들이 찾지 않는 낯설고 인적이 드문 자연 속으로 사람들을 불러 모음
- 어른들에게는 잊혀졌던 동심을 일깨워주고 아이들에게는 꿈을 키워주는 소중한 기회를 제공하고 있음

#### 평강 식물원



출처 : <http://www.peacelandkorea.com/>



## 나. 하슬라 아트월드

- 예술가 두명이 동해안 바다가 내려다보이는 강릉시 정동진의 절벽 산 위 3만 3천여평 대지에 호텔과 뮤지엄과 야외 조각공원을 조성, 연간 21만여명 방문 (2019년 기준)
- 매년 국제레지던시를 통해서 전 세계 예술가들을 초청하고, 세미나, 컨퍼런스를 통해 관객들의 참여를 유도하는 등 광범위한 문화 교류 활동도 수행
- 어린이에게는 체험학습과 예술에 대한 관심과 이해도를 높이기 위한 프로그램도 운영
- 바다가 아름답게 보이는 해안 절벽 위에 조성된 자연 속에 예술정원으로서 각각의 테마 속에 녹아든 조각 작품과 대지 미술 작품을 감상할 수 있음

### 하슬라 아트월드



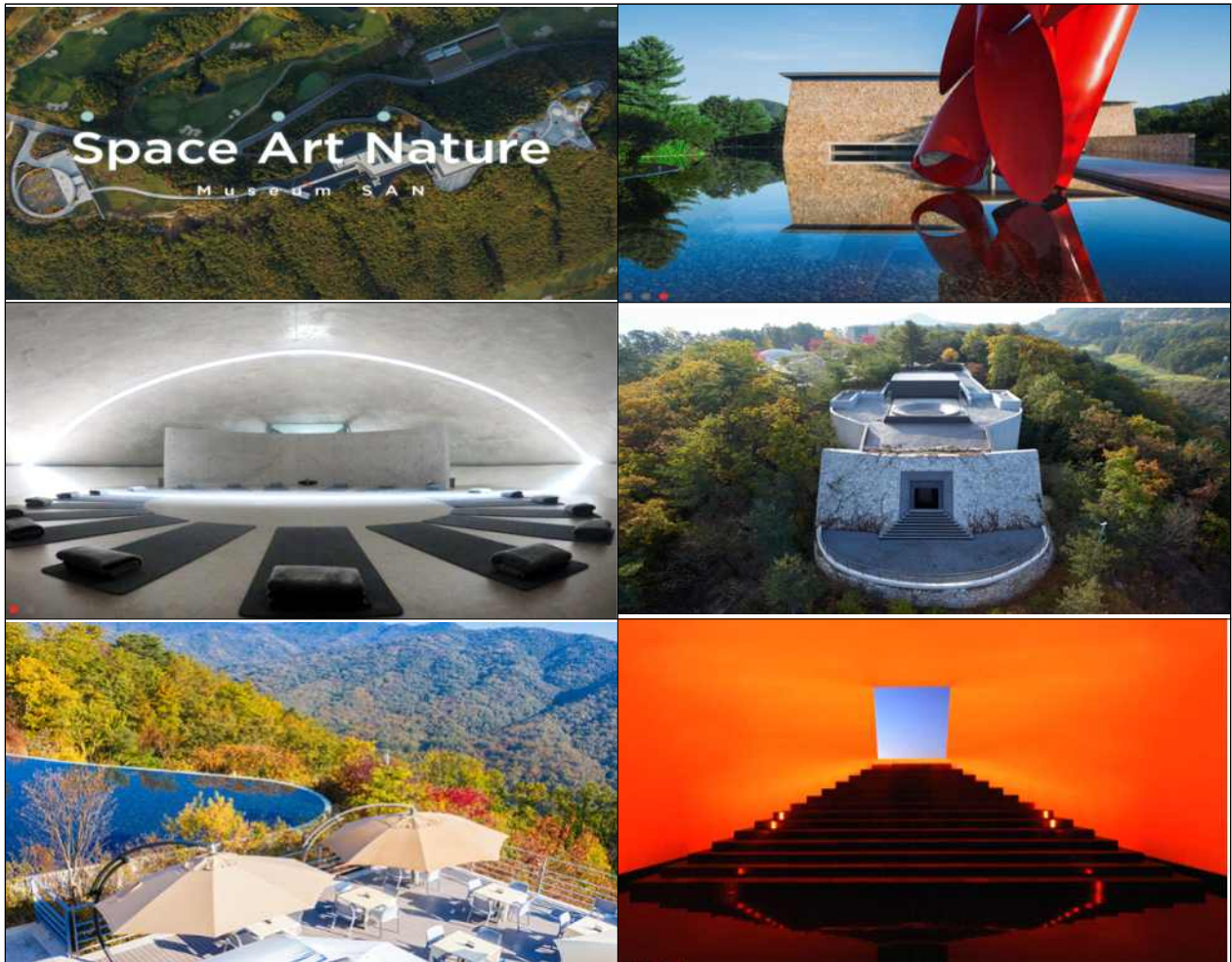
출처 : <https://museumhaslla.com/park>



### 다. 뮤지엄 산 Museum SAN(Space Art Nature)

- 2013년5월 개관한 한솔문화재단의 Museum SAN은 강원도 원주에 '안도 타다오'의 설계로 만들어졌고 한솔뮤지엄에는 21만여명 방문(2019년도 기준)
- 오솔길을 따라 700m에 걸쳐 웰컴 센터, 잔디주차장을 시작으로 플라워가든, 워터가든, 본관, 명상관(2019), 스톤가든 그리고 제임스터렐관으로 이어져 있음 있는 휴식과 자유 그리고 새로운 창조의 계기를 경험할 수 있음
- 제임스터렐관은 빛과 공간의 예술가인 제임스 터렐의 대표작품 5개(스카이 스페이스, 디비전, 호라이즌 룸, 간츠펠트, 웨지워크)를 볼 수 있는 특별 전시장임 인문학프로그램과 명상관의 상설 프로그램, 판화공방 프로그램 등 다양한 프로그램 운영
- 매주 금요일과 토요일 저녁에 진행되는 Colorful Night 프로그램 진행 제임스 터렐의 작품과 특별한 만남을 가질 수 있음(1회 5만원 고가)

#### 뮤지엄 산

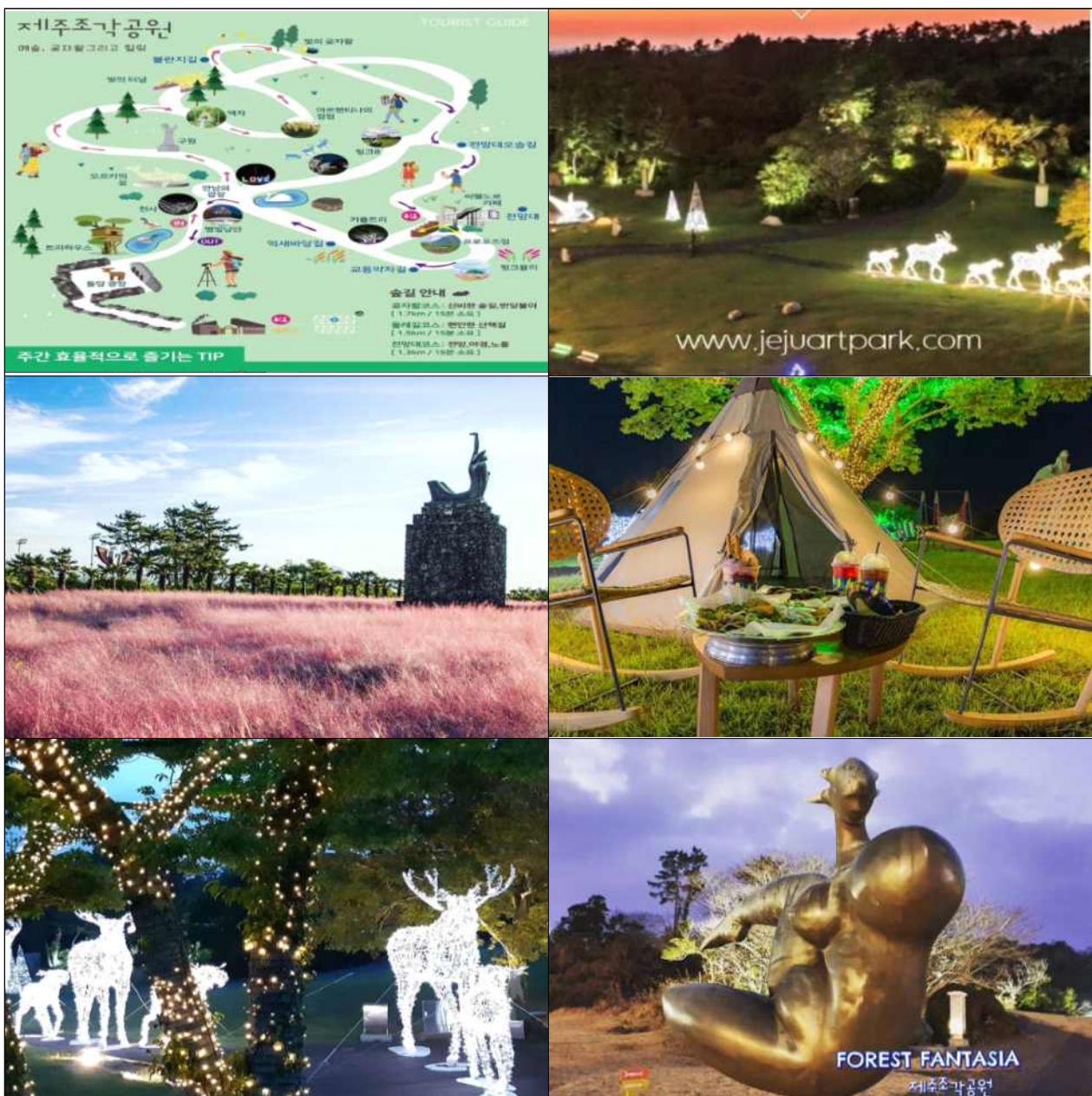


출처 : <http://www.museumsan.org/>

## 라. 제주 조각공원(Jeju Art Park)(포레스트 판타지아)

- 서귀포시 산방산 동북 쪽에 위치한 제주조각공원은 1987년 10월에 개관
- 13만여 평의 제주 원시림 속에 조성되어 있으며 자연과 예술과 인간의 만남을 주제로 하여 국내의 유명원로 및 중견작가(109명)들이 출품한 160여 점의 조각 작품이 주변의 아름다운 경치와 조화롭게 전시
- 최근에 야간 경관 명소로 유명해지고 있으며 자연과 예술품과 함께 야간 캠핑을 즐길 수 있는 서비스를 제공

### 제주 조각공원



출처 : <https://www.instagram.com/p/B8V59zDAAeM/>



### 3. 조각공원 사례 분석 시사점 - 관광유인력 중심으로

#### ❖ 조각 작품 주제의 공감력 확대

- 특정 지역 가치나 주제가 아닌 인류가 보편적으로 공감할 수 있는 주제나 새로운 시대에 부합하는 가치를 표현하는 주제가 많은 방문객들의 가치 있는 경험을 제공해주고 있음

#### ❖ 야외 자연과 조각 작품의 조화로운 배치

- 부지가 단지 조각 작품을 전시하는 전시장이 아닌 서로 하나가 되어 그 자체로 조각품이 되는 공원 구성은 방문객들에게 그 장소에서만 느낄 수 있는 경험을 제공함

#### ❖ 공원을 대표하는 수준 높은 조각 혹은 전시품 설치

- 관광객들로부터 사랑을 받는 조각공원이나 뮤지엄은 모두 대중들로부터 사랑을 받는 작가들의 작품을 보유하고 있음
- 전시된 작품 수보다는 수준 높은 작품이 조각공원 매력도와 유인력을 높이는 데 효과적인 수단임
- 이를 통해 꼭 가보고 싶은, 한번은 가 봐야할 조각공원으로 발전

#### ❖ 지속적인 운영과 콘텐츠 개발 및 서비스 제공을 위한 전문성 확보

- 모든 성공 사례는 운영자가 작가이거나 전문 운영조직을 갖추고 있음
- 이 조직을 통해 다양한 콘텐츠 개발과 서비스 제공 및 관리가 이루어짐으로써 방문자에게 편안함과 동시에 다양한 즐길거리를 제공할 수 있음

#### ■ 사례분석이 시사하는 땅끝 조각공원 개발 전략





## IV. 기본 구상

1. 땅끝 조각공원 SWOT 분석과 추진전략
2. 땅끝 조각공원 확장 및 활성화 기본구상
3. 땅끝 조각공원 수요예측
4. 땅끝 조각공원 주요 시설 개발 규모
5. 땅끝 조각공원 개발 사업비 산정
6. 땅끝 조각공원 개발 계획





## 1. 땅끝 조각공원 SWOT 분석과 추진 전략

### 가. 종합분석 결과

#### 땅끝 조각공원 활성화 사업에 대한 종합분석(SWOT)

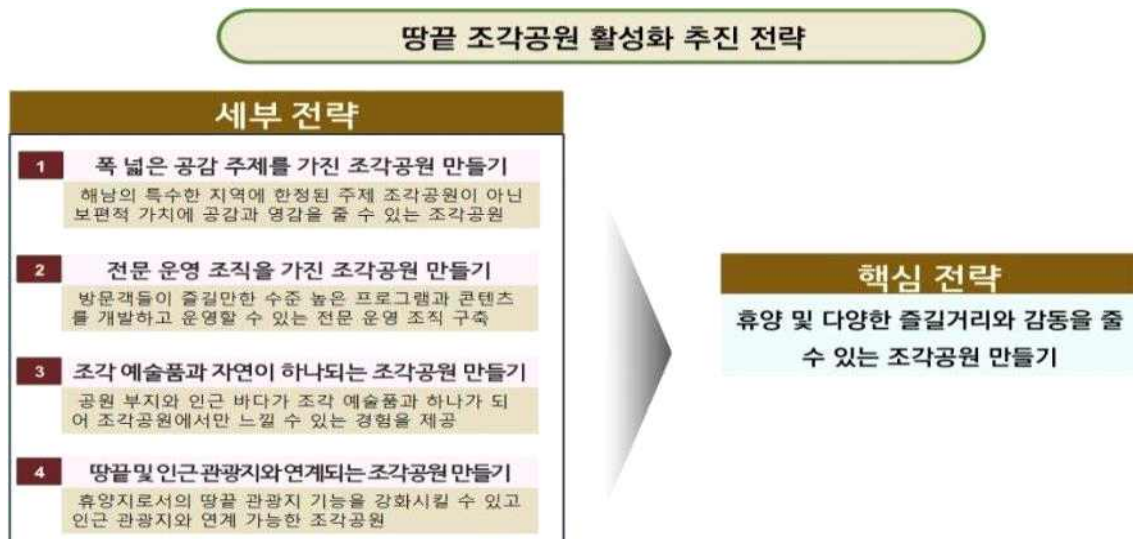
내부 요인		외부요인	
강점	휴양지로서의 입지 우수성 땅끝 관광지와 연계 발전 가능 휴양지로서의 이미지 강화	인근 대도시로부터의 접근성 향상 경험 소비 관광객 증가	기회
약점	전문 운영 조직 부재 조각품의 제한된 주제와 즐길거리 부재	인근 지역의 체류 관광지로 발전	위기

### 나. 추진 전략

#### 땅끝 조각공원 활성화 핵심 전략과 세부 추진 전략

- 핵심 전략 : 휴양 및 다양한 즐길거리와 감동을 줄 수 있는 조각공원 만들기
- 추진 전략 1 : 보편적으로 공감할 수 있는 주제를 가진 조각공원 만들기
- 추진 전략 2 : 프로그램 및 콘텐츠 개발과 운영 전문 조직을 가진 조각공원 만들기
- 추진 전략 3 : 해남 바다와 산이 조각 예술과 하나가 되는 국제적 수준의 조각공원 만들기
- 추진 전략 4 : 휴양지로서의 땅끝 관광지 기능을 강화시키고 인근 관광지와 연계성 강화에 기여할 수 있는 조각공원 만들기

#### 땅끝 조각공원 활성화 추진 전략



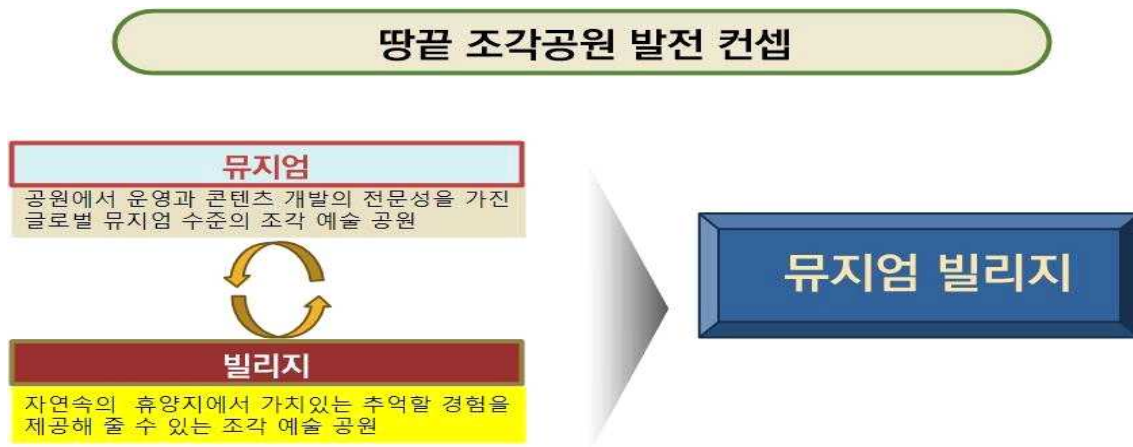
## 2. 땅끝 조각공원 확장 및 활성화 기본 구상

### 가. 땅끝 조각공원 개발 컨셉 및 비전

◆ 개발 컨셉 : 뮤지엄 + 빌리지 -> 뮤지엄 빌리지

- 뮤지엄 : 기존 조각 공원의 기능을 조각이 배치된 공원에서 운영과 콘텐츠 개발의 전문성을 가진 글로벌 뮤지엄 수준의 조각 예술 공원으로 발전
- 빌리지 : 자연 속에서 다양한 종류의 조각 예술품을 만나 자연 속의 휴양지에서 가치있는 추억할 경험을 제공해줄 수 있는 휴양 마을 같은 조각 예술 공원으로 발전

#### ■ 땅끝 조각공원 발전 컨셉

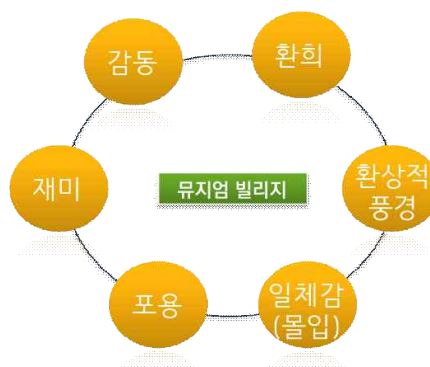


◆ 비전

자연, 사람, 예술이 하나 되는 글로벌 휴양 예술 공원

◆ 조각공원 개발 중심 요소

- 감동과 환희, 동화적 상상력과 기쁨, 시선 조작을 통한 환상적 풍경과 일체감, 다양한 재미, 즐기기 편안한 관광지



## 나. 땡끝조각공원 주요 표적 시장

## ◇ 1. 삶의 재미를 추구하는 Z세대

- 1990년대 이후 태어난 30대. 새로운 경험할 만한 관광지를 찾는 경향이 강하며 인터넷이나 SNS 활용에 적극적인 세대
- 추억에 남길만한 사진 명소를 찾아가며 구전 활동에 적극적인 세대로 최근 관광트렌드를 선도하는 세대임
- 인터넷과 SNS를 통한 구전에 의한 방문객 유도를 이끌어내는 핵심 계층

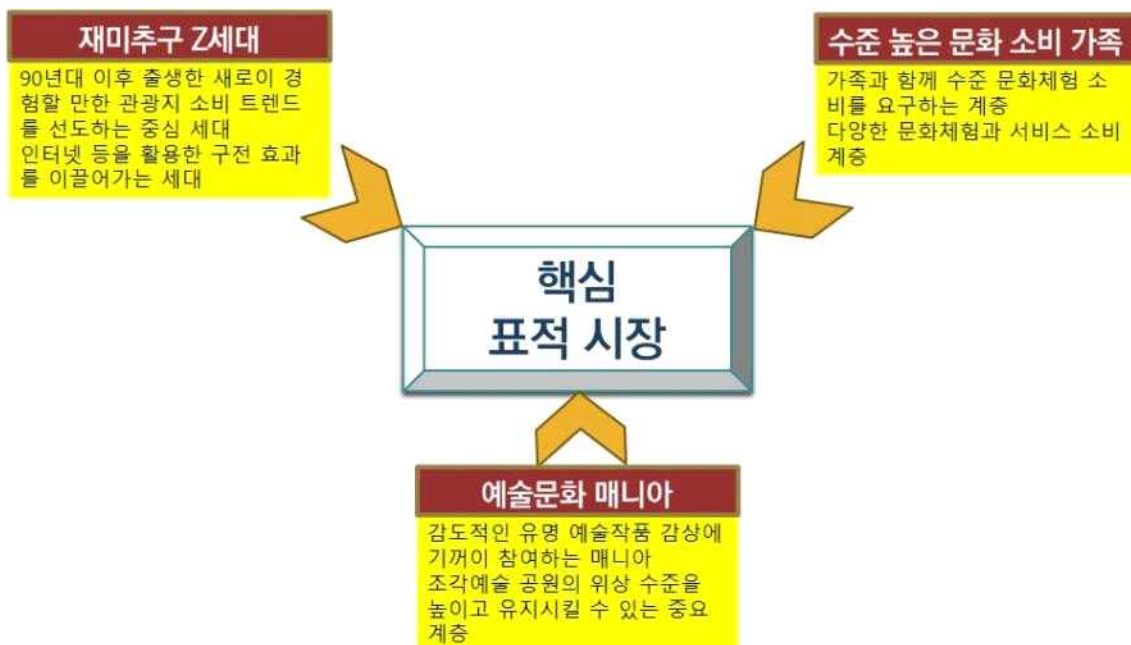
## ◇ 2. 추억할 만한 문화 경험을 추구하는 가족 관광객

- 문화자본 수준이 높으면서 가족과 함께 추억할 만한 문화경험을 추구하면서 휴양지를 찾는 가족단위 관광객
- 공원에서의 다양한 문화 체험 및 휴양과 여가 서비스를 요구하는 계층

## ◇ 3. 문화예술 경험 수준이 높은 매니아

- 감동적인 유명 조각 예술 작품 경험에 기꺼이 많은 시간과 돈을 소비할 수 있는 매니아
- 세계적 수준 높은 콘텐츠 소비를 요구하는 계층으로 땡끝 조각공원의 소비 위상을 높일 수 있는 중요 계층

## ■ 땡끝 조각공원 핵심 표적 시장



## 다. 땅끝 조각공원 확대 및 활성화 계획 과제

### 글로벌 수준의 휴양 및 체류 시설 도입

- 땅끝 조각공원을 단순한 예술공원이 아니라 땅끝 관광지 일원의 새로운 명소 이면서 체류 관광지로서의 이미지 형성할 수 있는 시설 도입 필요
- 산속에서 휴식을 즐기면서 해안, 땅끝 전망대를 조망할 수 있는 구역에 머물고 싶은 수준의 숙박시설 도입 필요

### 폭넓은 공감대와 매력과 재미가 있는 조각공원 재조성

- 기존의 해남 관련 주제를 담고 있는 조각공원을 인류 보편적 가치를 담고 있는 조각품이 중심이 될 수 있도록 조각공원 재조성 필요
- 기존 조각품들은 새롭게 재배치하고 새롭게 도입되는 조각품들이 중심이 되도록 조각공원 재조성
- 조각예술 공원에서 관람객들이 즐기며 힐링할 수 있는 숲 속에서 조각예술 관람 트레일 및 휴식 시설 도입 필요
- 넓고 경사가 있는 조각공원에서 편안하게 관람할 수 있는 친환경 이동수단의 도입 필요

### 전문성 높은 조각예술 공원 운영 조직 및 시설 도입

- 수준 높은 조각품이나 예술품을 상시 관람할 수 있는 실내 전시관 도입 필요
- 조각예술 프로그램 개발과 운영을 담당할 운영조직 필요

### 해양펜션단지 및 인근 관광지와 연계 가능한 조각공원 활성화 방안 마련

- 확장될 조각공원 시설과 인접한 해양펜션단지 개발 사업의 재 추진에 긍정적인 영향을 줄 수 있도록 연계 발전을 위한 공간 구상 필요
- 해양펜션단지가 완공될 경우 체류객들이 이용 가능할 수 있는 편의시설과 공간적으로 연계시킴으로써 향후 해양펜션단지에서의 체류 매력도를 높일 수 있는 방안 마련 필요

## 라. 땀끝 조각공원 활성화를 위한 도입 시설 검토

### ◆ 땀끝 조각공원 활성화를 위한 시설 도입 방향

- 땀끝 조각공원의 새로운 컨셉에 부합하고 이미지를 강화시킬 수 있는 시설을 중심으로 도입 방안 검토
- 도입될 시설의 성격과 관광객 유인력 및 이동 동선 등을 고려하여 배치 계획을 구상함
- 도입 시설은 1) 조각공원 관련 시설 2) 체류 및 휴양 관련 시설로 구분할 수 있음
- 조각공원 관련 시설에는 뮤지엄 및 기획 전시실(실내), 야외 조각공원 및 조각 트레일, 야외 조각공원 탐방을 위한 이동시설 등 도입이 검토되어야 함



- 체류 및 휴양 관련 시설에는 숙박시설 및 자연 속에서의 힐링 시설과 방문객들이 즐길 수 있는 카페 혹은 레스토랑, 전망대, 캠핑 야영장 등의 도입을 검토함



- 공동으로 필요로 하는 공동시설에는 주차장, 종합 안내소, 시설 운영을 위한 전문관리 조직 등이 있음



## 조각공원 관련 시설 도입 방향 검토

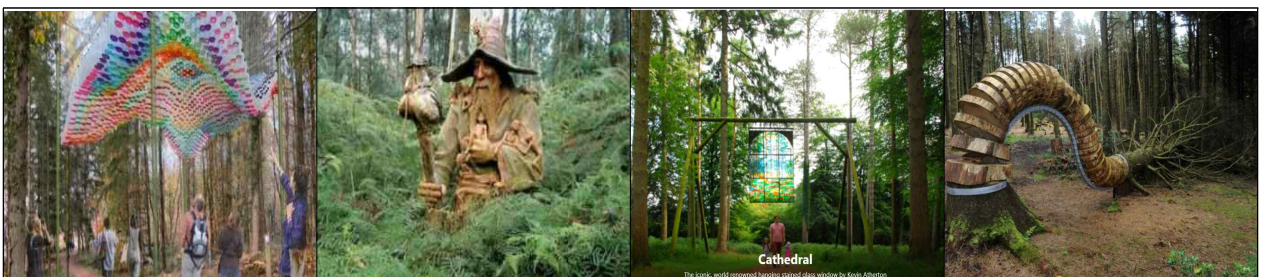
- 야외 조각공원 : 경사가 있는 산림을 이용하면서 설치될 조각예술품과 하나의 풍경을 만들 수 있는 수준 높은 유명 조각품을 선정하여 설치. 지형 특성 상 관람객들이 편안한 관람이 가능하도록 탐방 이동 수단을 도입하고 탐방로가 무장애 동선이 되도록 개발. 휴식을 위한 벤치 등도 예술품이 되도록 개발하여 설치



- 뮤지엄 및 실내 기획 전시관 : 조각공원에 꼭 방문하고 싶은 정도의 예술품을 상설 전시할 수 있는 뮤지엄을 개발하고 다양한 전시이벤트 개최가 가능한 실내 전시관을 개발



- 조각 탐방 트레일 : 산림 지대에 개발된 조각공원을 편하고 안전하게 탐방할 수 있도록 루트를 설정하고 루트에 조각품을 설치함으로써 조각품을 찾아내고 즐기는 기쁨을 맛 볼수 있도록 개발



- 조각 예술 탐방 이동 수단 : 교통약자를 포함하여 조각공원 관람에 소외되는 사람이 없도록 무장애 탐방 루트를 따라 이동할 수 있는 친환경 전기 카트 등을 도입하여 운영할 수 있음. 향후, 기술발전에 따라 무인 안내 전기 이동수단



도입이 가능할 경우, 운영비가 절감될 뿐만 아니라 다양한 해설 및 안내서비스가 가능한 탐방 이동수단 도입을 우선적으로 고려할 필요가 있음



#### ◇ 조각공원의 체류 및 휴양 관련 시설 도입 방향 검토

- 숙박시설 : 조각 예술 공원과 별도의 시설이 아닌 부속시설인 동시에 해남 땅끝의 수준 높은 숙박 시설로서의 이미지를 가질 수 있도록 개발. 객실과 외관 모두 예술품으로서의 가치를 가질 수 있어야 하며 숙박 경험 자체가 하나의 예술적 경험이 될 수 있도록 개발함



- 카페와 레스토랑 및 전망대 : 자연 속에서 해양을 조망하면서 색다른 느낌을 경험하고 휴식을 취할 수 있는 이색적인 휴식 시설로 개발.



- 캠핑 야영장 : 가족이나 연인들이 야간 숲 속에서 편안한 휴식을 취함으로써 청정 해남에서 유일하게 느낄 수 있는 경험을 제공할 수 있는 편의시설 개발



### ◆ 시설의 도입 적절성 평가

- 도입할 시설의 적절성을 평가하기 위해 각 시설의 입지 적합성, 시설의 차별화 가능성, 시설의 발전 및 확장 가능성, 시설 도입의 필요성 등을 종합적으로 판단함
- 각 평가항목 중 5점을 최고점으로 하여 총점 25점 만점 중 20점 이상을 우선 도입 시설로 하고 그 이하 시설은 2차 개발 시설로 함
- 우선 도입 시설로는 조각공원 관련 시설(야외 조각공원, 뮤지엄, 탐방트레일, 전시실, 탐방용 이동수단)과 체류 및 휴양 관련 시설(전망대, 숙박시설, 카페, 캠핑 야영장)이 모두 20점 이상을 받았음

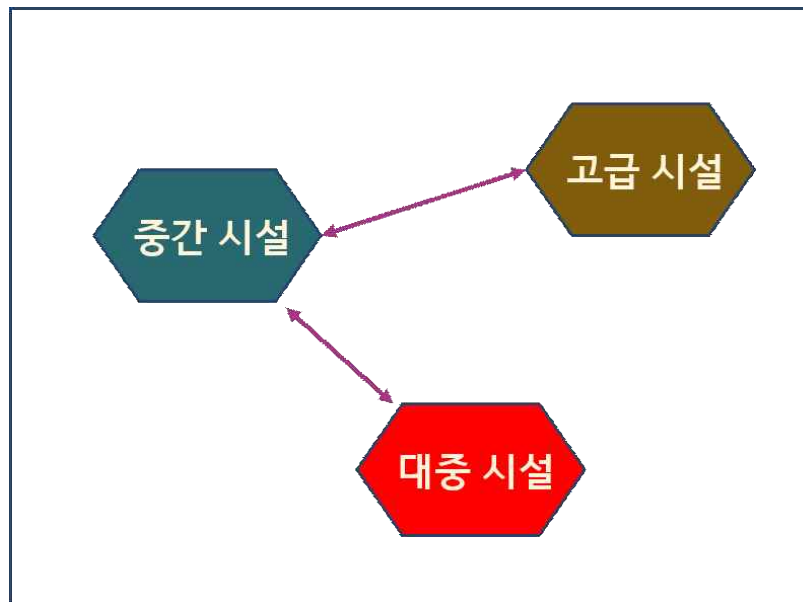
시설 구분		입지 적합성	차별화 가능성	발전 및 확장 가능성	도입 필요성	도입 시급성	총점
조각예 술공원 관련 시설	뮤지엄	4	5	4	5	5	23
	전시실	4	4	4	5	5	22
	야외 조각공원	5	5	4	5	5	24
	탐방 트레일	5	4	4	5	5	23
	탐방용 이동수단	4	3	3	5	5	20
체류 및 휴양 관련 시설	숙박 시설	4	5	4	5	5	23
	전망대	5	5	4	5	5	24
	레스토랑	4	4	4	4	4	20
	카페	4	4	4	5	5	22
	캠핑 야영장	5	3	4	4	4	20

### 마. 땀끝 조각공원 공간 배치 구상

#### ◆ 시설의 소비 계층 성격에 따른 배치 전략 구상

- 관광시설은 주요 표적 소비 계층에 따라 분리와 연결 전략에 따라 배치됨
- 상류 계층 시설은 상류계층 시설간 연결이 원활하도록 배치되고 대중 시설은 대중 시설간 연결이 원활하도록 배치됨
- 상류 계층과 일반 대중 소비 계층이 동시에 이용하는 시설들은 두 시설 집단 간을 동시에 연결하는 기능을 가짐
- 이러한 관점에서 공간 배치 구상은 아래 그림과 같음

#### ■ 시설의 소비계층 특성과 공간 배치



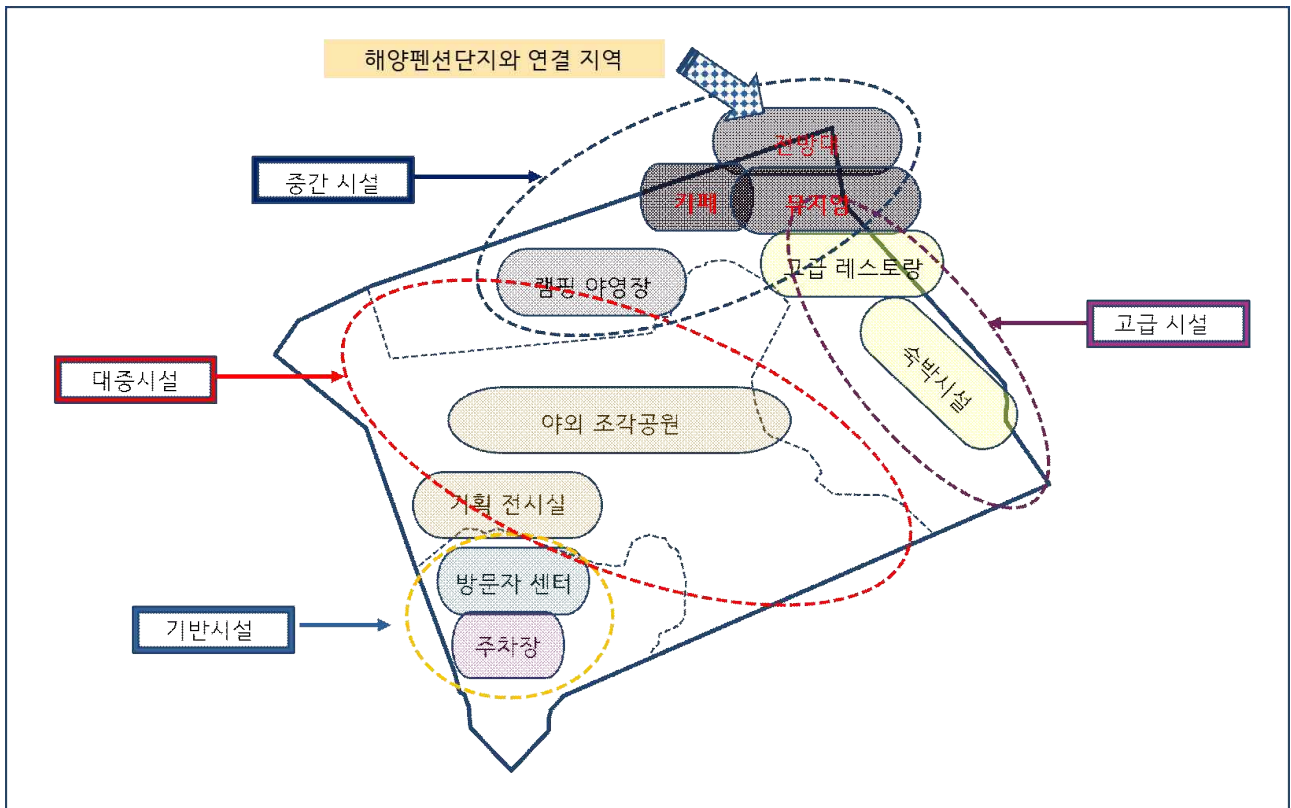
#### ◆ 시설의 소비 성격 평가

- 고급 시설 : 숙박시설, 고급 레스토랑
- 중간 시설 : 전망대, 카페, 야외 캠핑, 뮤지엄
- 대중 시설 : 야외 조각공원, 기획 전시실
- 기반 시설 : 주차장, 방문자 센터

## ◆ 시설의 공간 배치 구상(안)

- 시설별 소비 주요 타겟에 따른 배치 전략 구상에 따라 공원 입구에는 기반 시설인 주차장과 방문자 센터를 배치함
- 방문자 센터는 모든 방문객에게 필요로 하는 정보와 서비스 예약 및 관리 업무를 담당
- 가장 많은 수의 방문객을 유인할 핵심 시설인 야외 조각공원은 공원 입구에 해당하는 하단부부터 산 중간 지점까지의 구역에 배치
- 동시에 다양한 이벤트 및 기획 전시와 체험 프로그램 등을 운영할 기획 전시실은 방문자 센터와 인접하거나 연계하여 개발
- 중간 소비 계층을 겨냥하는 시설 중 가장 높은 고도를 필요로 하는 전망대를 부지 내에서 가장 높은 지역이면서 폭 넓은 시야를 확보할 수 있는 위치에 배치하여 개발

### ■ 땅끝 조각공원 개발 시설 배치 전략



- 전망대로 제안된 지점은 해양 펜션단지 상부에 이미 개발되어있는 산악도로와 연계가 용이함
- 이 지역을 통해 두 지역이 연계될 경우, 해양 펜션단지에 새로운 관광명소와



시설이 입지 하는 효과를 가지게 됨으로써 해양 펜션단지 개발 환경에 긍정적 기여를 할 수 있음

- 뮤지엄은 세계적인 수준의 예술품을 전시하는 곳으로 구상하고 있기 때문에 매니아 수준의 방문객을 유인하는 곳임. 따라서 소비 수준이 높은 시설로 상정할 수 있음. 그러므로 가장 비싼 비용으로 소비해야 하는 고급 숙박시설과 인접할 수 있는 위치에 배치함
- 고급 레스토랑과 숙박시설은 고급 시설에 해당하며, 일반적으로 고급 시설은 대중적 접근은 제한되는 지역에 배치함. 이를 통해 고급 이미지를 제고할 수 있음

#### ▶ 땅끝 조각공원 공간 배치 구상



### 3. 땅끝 조각공원 수요예측

#### 가. 땅끝 조각공원 관광 수요 예측 방법 검토

##### 기존 관광수요 통계자료가 없는 신규 관광시설 수요 추정 방법론을 적용

- 관광수요 예측은 정량적 분석방법과 정성적 분석방법으로 나눌 수 있음
- 정량적 분석 방법은 수요 추정을 위한 통계자료가 존재할 경우에 사용
- 본 연구에서는 정성적 분석 방법 중 박물관, 미술관 등과 같은 관광시설물 개발 시 수요 추정에 주로 사용하는 유사 사례 비교 방법을 활용하여 추정함

##### 관광 수요예측을 위한 사례는 땅끝 조각공원 개발 컨셉과 유사 시설로 선정

- 조각공원과 유사한 실내 및 실외 전시시설을 중심으로 개발된 시설과 숙박시설을 갖춘 시설을 사례에 포함함
- KT&G 상상마당 춘천아트센터는 실내 전시시설과 호텔을 함께 운영
- 썬크루즈 조각공원은 호텔과 야외 전시시설을 함께 운영
- 하슬라아트월드도 호텔과 야외 및 실내 전시시설을 함께 운영
- 삼탄아트마인은 실내외 전시시설을 운영
- 각 시설의 대략적인 면적과 입장객 수는 아래 표와 같음

 국내 유사 시설의 면적 및 입장객 수(단위 : m<sup>2</sup>, 인)

관광지	면적 (m <sup>2</sup> )	지역	2016년	2017년	2018년	2019년
KT&G 상상마당 춘천아트센터	31,000	강원도	320,402	314,622	306,793	227,661
썬크루즈조각공원	114,000	강원도	236,057	276,393	279,718	183,665
하슬라아트월드	108,000	강원도	260,079	198,875	147,654	162,584
삼탄아트마인	36,600	강원도	71,035	49,083	36,202	32,948

\*참고 : 입장객 수는 [www.tour.go.kr](http://www.tour.go.kr) 자료를 토대로 연구자 재구성. 면적은 관련 자료 및 지도에서 부지 면적을 추정한 대략적인 수치임

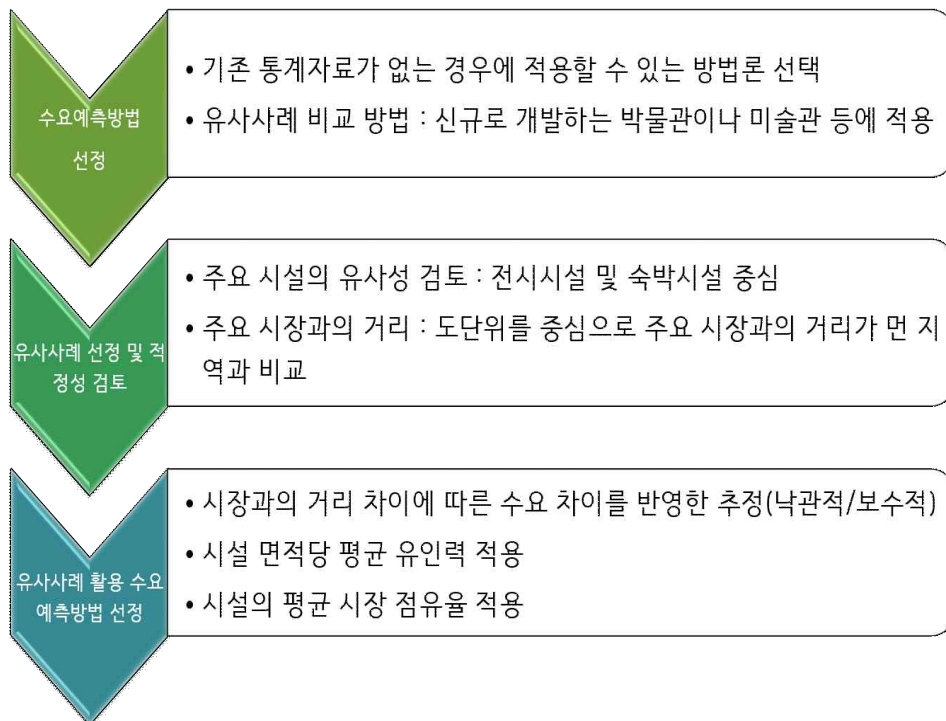
##### 유사사례의 적정성 및 적용 방법 검토

- 유인 시장 관계 분석 : 사례에 포함된 “KT&G 상상마당 춘천아트센터”는 관광 시장 규모가 가장 큰 수도권과 가까운 춘천에 위치하고 있으며 다른 3개 사례는 서울에서 상대적으로 먼 거리에 위치. 따라서 “KT&G 상상마당 춘천아트센터”를 사례에 포함한 경우와 뺀 경우를 비교할 필요가 있음



- “KT&G 상상마당 춘천아트센터”를 포함한 낙관적 수요와 제외한 보수적 수요를 함께 추정함
- 개발 예정 시설의 시장 유인력 분석 방법 : 유사사례에 포함된 시설의 유인력이 어느 정도인지를 분석하기 위해서 단위 면적당 평균 관광객 수를 구하여 적용함
- 개발 예정 시설의 시장 점유율 적용 방법 검토 : 유사사례의 시장 점유율 평균을 적용하여 땅끝 조각공원의 관광 수요 추정함

#### ■ 수요 예측 방법 및 절차



## 나. 땅끝 조각공원 수요예측 결과

### 낙관적 수요와 보수적 수요 추정을 위한 면적당 유인율과 시장 점유율 추정

- 낙관적 수요 추정은 춘천에 소재하고 있는 “KT&G 상상마당 춘천아트센터”를 포함하여 주요 시장과의 거리에 따른 유인효과를 긍정적으로 평가하게 됨
- 반면에 보수적 수요 추정은 춘천에 소재하고 있는 “KT&G 상상마당 춘천아트센터”를 제외함으로써 주요 시장과의 거리에 따른 유인 효과가 거의 같은 3개 시설만으로 함으로써 주요 시장과의 거리에 따른 유인 효과를 보수적으로 평가하게 됨
- 각 시설의 평균 방문객은 2016년부터 2019년도까지의 방문객 평균임
- 각 시설의 면적당 인원은 방문객 평균(인)/면적(m<sup>2</sup>)으로 구함

#### 사례별 방문객 평균 인원 및 면적당 인원

사례	면적 (m <sup>2</sup> )	지역	방문객 평균(인/년)	면적당 인원(인/m <sup>2</sup> )
KT&G상상마당 춘천아트센터	31,000	강원도	292,370	9.4313
썬크루즈조각공원	114,000	강원도	243,958	2.1400
하슬라아트월드	108,000	강원도	192,298	1.7805
삼탄아트마인	36,600	강원도	47,317	1.2928

- 시장 점유율을 구하기 위해 도단위 관광총량은 아래 표와 같음

#### 전남과 강원도 관광총량(단위 : 인)

구분	2016년	2017년	2018년	2019년	평균(인)
전라남도(인)	42,785,085	50,791,613	50,736,268	62,548,280	51,715,312
강원도(인)	39,909,350	41,450,486	39,953,794	41,561,085	40,718,679

출처 : 전남 관광재단 자료 참조하여 연구자 재 작성

- 유사사례의 시장 점유율은 “사례의 방문객 평균 인원×100/도 단위 평균 인원”으로 계산함
- 유사사례의 유인률은 각 시설의 면적당 방문 인원의 평균 값으로 계산함
- 시장 점유율과 유인률 계산 시, 앞에서 언급한 바와 같이 주요 시장과의 거리가 다른 사례보다 가까운 춘천 사례를 포함한 경우 낙관적 관광수요가 되고 이를 제외한 경우에는 본 연구 사례와 가장 유사한 경우에 해당되므로 보수적 관광수요가 됨
- 이러한 계산 방법과 논리에 따라 추정된 땅끝 조각공원 방문객 수요는 다음

표와 같음

- 보수적으로 관광수요는 약 20만명에서 낙관적 수요는 40만까지 다양한 것으로 나타남
- 본 연구에서는 보수적 관광수요의 평균 값인 약 24.3만명을 땅끝 조각공원 관광수요 추정 값으로 채택함
- 본 연구에서 추정된 관광수요는 유사사례와 비슷한 정도의 관광매력도를 가진 시설로 개발되었다는 가정을 토대로 함

#### ■ 땅끝 조각공원 관광수요 분석결과

구분	시장점유율 (%)	유인률 (인/㎡)	시장점유율 적용 (인/년)	유인률 적용 (인/년)	평균(인)
낙관적 관광수요	0.4764	2.4442	246,374	397,905	322,140
보수적 관광수요	0.3959	1.7378	204,723	282,900	243,811

#### ◆ 숙박 관광 수요 및 필요 숙박시설 규모 추정

- 숙박 관광 수요 추정을 위한 관련 데이터는 2020년 국민여행조사 보고서를 참조하였음
- 전남 지역의 숙박관광 비율은 43.3%
- 땅끝 조각공원에 개발될 숙박시설은 고급호텔이나 리조트 수준의 시설로 개발되는 것을 전제로 수요를 추정함
- 숙박여행객 중 호텔이용(10.7%), 리조트 이용(11.4%) 비율 합인 22.1%가 땅끝 조각공원 내에 개발될 숙박시설 이용 비율로 추정함
- 숙박시설 이용 총 수요는 “숙박관광총량(방문총량(243,811명)×숙박관광비율(43.3%))×숙박시설 이용비율(22.1%)”로 계산함
- 숙박관광 수요에 대응할 수 있는 적정 객실 수는 적정 객실 점유율(60%), 객실당 수용 평균 인원 2명, 운영일 수 365일로 가정하여 계산함

#### ■ 땅끝 조각공원 숙박 관광수요 및 필요 객실 수 추정 결과

방문총량(인/년)	숙박관광 총량(인/년)	숙박시설 이용 수요(인/년)	필요 객실 수
243,811	105,560	23,329	53

참고 : 전남 숙박관광비율 43.3%, 유사 숙박시설 이용 비율 22.1%, 적정 객실 점유율 60%, 객실당 평균 인원 2명, 운영일 수 365일을 적용

## 4. 땅끝 조각공원 주요 시설 개발 규모

### 주요 시설의 개발 규모 산출 방법

- 시설 개발 규모에 사용되는 방법, 원단위 및 각각의 지수는 문화관광부 (2007). 관광공급지표 개발 연구를 활용함
- 각 시설의 동시 최대 이용객 수를 추정하여 적정 개발 면적을 추정함
- 계획일의 이용객수 = 시설 연간 총 이용객 수 × 계획일 집중률(3계절형 0.015 적용)
- 계획일의 동시 최대 이용객 수 = 계획일의 이용객 수 × 동시체재율
- 동시체재율 1시간형 0.16/2시간형 0.31/3시간형 0.47/4시간형 0.62 중 선택하여 적용
- 개발 면적 = 계획일 동시 최대 이용객 수 × 개발시설 원단위(각 시설별 원단위 적용)

### 전시관(뮤지엄) 개발규모 산정

- 전시관(뮤지엄) 방문객은 전체 방문객의 30% 적용
- 전시관(뮤지엄) 총 방문객 수 = 73,143
- 전시관의 시설 원단위는 박물관 원단위 7㎡/인을 적용

▶ 땅끝 조각공원 전시관(뮤지엄) 개발 규모

구분	1시간형	2시간형	3시간형	4시간형
동시최대이용객수	176	340	516	680
동시체재율	0.16	0.31	0.47	0.62
관람시설개발규모(㎡)	1,229	2,381	3,610	4,762

### 주요 시설의 적정 개발 면적 산정

- 야영장과 카페 및 레스토랑 방문객은 전체 방문객의 5%로 산정함
- 야외 조각공원 방문객은 전체 방문객으로 산정함
- 전망대 방문객은 전체 방문객의 10%로 산정함
- 이러한 가정 하에 산출된 주요 시설의 적정 개발 면적은 아래 표와 같음

#### ▶ 땅끝 조각공원 주요 시설 적정 개발면적

시설/구분	이용비율	계획일 집중률	계획일 동시 최대 이용객 수(인)	적정 원단위 (㎡/인)	적정 개발면적 (㎡)	비고
야영장	0.05	0.015	183	17	3,109	1일 이용 적용
야외조각공원	1	0.015	1,719	40	68,755	3시간형
전망대	0.1	0.015	113	5.5	624	2시간형
카페 및 레스토랑	0.05	0.015	57	12	680	2시간형

#### ◆ 숙박 시설 및 주요 시설의 개발 사업 부지 산정

- 숙박시설을 건설하기 위한 부지 규모에 사용되는 원단위는 고급 호텔 원단위를 적용
- 전시관(뮤지엄) 개발 적정 부지에 사용되는 원단위는 박물관 부지 원단위를 적용
- 안내센터를 포함한 사무실 개발에 사용되는 부지는 500㎡로 산정함

#### ▶ 땅끝 조각공원 주요 시설 개발 사업 부지

구분	적정원단위(㎡)	수량(인,개)	부지면적(㎡)
숙박시설 부지	150	53	7,989
전시관(뮤지엄) 개발부지	17	516	8,766
안내센터 등 사무실 부지	500	1	500

#### ◆ 주요 시설별 개발 부지 면적 합계

- 본 사업에 포함된 주요 시설을 개발하는데 필요로 하는 부지면적은 90,423㎡로 추정됨
- 사업부지 전체 면적 162,794㎡의 55.5% 정도임
- 나머지 부지는 주차장, 도로 및 자연공원 부지로 활용됨


#### ▶ 땅끝 조각공원 주요 시설 개발 부지 면적 합계

시설구분	숙박시설	전시관(뮤지엄)	야외조각공원	전망대	레스토랑	야영장	안내센터 등	합계
부지면적(㎡)	7,989	8,766	68,755	624	680	3,109	500	90,423

## 5. 땅끝 조각공원 개발 사업 비 산정

### 주요 시설 개발 사업비 산정


- 숙박시설 단가는 최고급 호텔 개발을 가정하고 객실 당 1억5천만원을 단가로 산정함
- 그 이외의 단가는 조달청(2018). 공사비 정보 분석체계 최종보고서의 공공건물 공사비 단가를 적용함. 건축물 공사비 원가에는 일반 건축물 공사비 및 부대 시설 공사비가 포함되어 있음
- 야외 조각공원 부지 조성의 단가는 위 보고서의 조경 공사 단가를 적용
- 야영장 조성 단가는 야외조각공원 부지 조성의 2배를 적용함
- 시설개발에 필요로 하는 기초 공사비는 약 383억 원 정도로 추정됨

 땅끝 조각공원 주요 시설 개발 사업비 합계

개발비	숙박시설	전시관 (뮤지엄)	레스토랑	야외조각공원 부지조성	전망대	안내센터	야영장	이동수단	합계
단가 (백만원)	150	2.5	2.5	0.2	2.5	2.5	0.4		
면적,개	53	3,610	624	68,755	624	500	3,109	1조	
사업비 (백만원)	7,950	9,024	1,558	13,751	1,559	1,250	1,243	2,000	38,336

### 신규 토목공사 사업비 산정

- 본 사업에서 신규로 해야 할 토목공사비 산정을 위해 전체 사업부지에서 계획 시설 사업부지와 기존 사업부지를 제외한 면적은 신규로 수행해야 할 토목공사 사업부지 면적으로 계산함
- 토목공사 단가는 조달청(2018). 공사비 정보 분석체계 최종보고서의 토목공사 평균 단가를 적용함
- 이를 통해 계산된 신규 토목공사비는 약 48억7천만원 정도로 계산됨

 땅끝 조각공원 신규 토목공사비

전체사업부지 (m <sup>2</sup> )	계획시설 사업부지(m <sup>2</sup> )	기존 사업부지(m <sup>2</sup> )	신규토목공사 사업부지(m <sup>2</sup> )	단가(만원/m <sup>2</sup> )	사업비(백만원)
162,794	90,423	23,640	48,731	10	4,873



### ❖ 부지 매입 및 콘텐츠 구입에 필요로 하는 예산 추정

- 본 사업 추진을 위해 신규로 구입해야 하는 토지 면적은 73,242 m<sup>2</sup>임
- 본 사업 전체를 공공에서 주도할 경우에는 전체 토지를 매입해야 함
- 현재 사업대상 부지에서 사유지는 공공이 주도적으로 운영해야 할 시설이 들어 가야 할 부지임
- 반대로 해남군이 소유하고 있는 부지 중 상단 지역은 민간이 운영해야 할 시설이 들어 가야 할 부지임
- 해남군이 전체 사업부지를 매입하고 나서 협력 업체에게 매각하는 방식과 협력업체가 사유지를 매입하고 해남군과 교환하는 방식을 고려할 수 있음
- 전자 방식은 전체 사업 추진에 해남군이 주도권을 가지면서 상대적으로 안정적인 사업 추진이 가능
- 반면 후자의 방식은 신뢰성 높은 협력 민간업체가 없을 경우 사업 추진에 상당한 어려움이 발생할 수 있으나 부지 매입 예산 절감 및 운영 안정성에 기여할 수 있음
- 사유지 매입을 전제로 필요로 하는 부지매입비 추정은 국토교통부가 2020년에 발표한 임야 공시지가 현실화율 전국 평균 62.7%를 적용
- 사업에 포함시켜야 할 사유지의 공시지가는 733원/m<sup>2</sup>이며 이를 평균 현실화율을 적용한 토지 매입비는 약 8천6백만원 정도로 매우 낮게 평가됨
- 이를 보완하기 위해 적정 구입 단가를 m<sup>2</sup>를 15,000원 정도(평당 5만원 수준)으로 계산 할 경우 약 11억원 정도로 추정됨
- 본 연구에서는 적정 구입 단가 적용에 의한 토지매입비를 사업 추진 예산안으로 채택함

▶ 땅끝 조각공원 사유지 매입 비용

구분	구입토지 면적	공시지가(원)	현실화율 평균(%)	추정 실거래가(원)	토지매입비(원)
공시지가 활용	73,242	733	62.7	1,169	85,624,220
적정 구입단가 적용	73,242	15,000			1,098,630,000

## 사업비 집계

- 시설 개발 및 토목공사, 토지매입비의 합계는 약 423억원 정도임
- 이 예산에 국제 수준의 전시물을 구입하는 예산을 포함해야 전체 사업비가 됨
- 본 연구에서는 약 100억 정도를 이와 관련된 예산으로 책정함
- 이러한 가정하에 전체 사업비는 약 523억원 수준에 이르는 것으로 추정됨

### 땅끝 조각공원 개발 사업비 집계(전체)

구분	시설개발비	토목공사비	토지매입비	조각품 및 전시물 구입비	합계
사업비 (백만원)	38,336	4,873	1,098.6	100,000	54,308

- 이러한 예산을 공공 부문과 민간 부문으로 구분하면 아래 표와 같음
- 공공에서 담당해야 할 사업비는 약 420억원, 민간 추진 사업비는 123억원 정도로 추정됨. 단 이 예산에는 공공이 사유지 매입을 선 추진하는 것을 가정하고 있음

### 땅끝 조각공원 개발 사업비 공공과 민간 구분

구분	공공부문	민간부문	합계
사업비(만원)	42,000	12,308	54,308

## 6. 땅끝 조각공원 개발계획

### 가. 토지이용계획

- 땅끝 조각공원을 활성화하기 위해서는 기 계획되어 있는 해양펜션단지 구역과 연계성을 도모하고 조각공원 자체의 시설과 기능의 확장을 위해서는 기존의 계획관리지역 외에 농림지역도 포함되는 토지이용계획의 수립이 필요함
- 조각공원의 전체적인 토지이용은 산의 경사면을 활용하기 때문에 가능한 기존의 경사면을 활용하되, 일부 공간에 시설을 배치하는 자연친화형으로 토지이용 계획을 수립

#### 토지 이용계획



- 땅끝해안로와 연결해 있는 진입공간에는 기존의 주차장과 전시관을 활용하고, 방문객을 위한 인포센터, 화장실 등의 편의기능을 집중적으로 배치하는 편의 시설지역으로 계획
- 인포센터를 통해 조각 공원 내로 들어오면 기존 구성되어 있는 조각공원을

조형공원으로, 신규로 조성되는 공간에는 감동 있는 스토리텔링형 야외조각공원을 조성하는 산책 및 예술감상지역으로 계획

- 조각공원 위쪽으로는 본 대상지와 연접해 있는 해양펜션단지 구역의 주차장에서 접근할 수 있도록 신규 도로를 개설하고, 캠핑지역과 상업지역으로 계획
- 상업/휴게지역은 조각공원 전체와 넓게 펼쳐진 바닷가를 조망할 수 있는 경관 감상이 뛰어난 경사면에 조성하고, 기존 임도와 연결되는 지역에는 방문객이 체류할 수 있는 숙박 시설 지역으로 계획

## 나. 동선배치계획

- 조각공원을 방문하는 도시민은 휴식·휴양을 목적으로 방문하는 체류형 유형과 조각공원 내 예술조형물의 감상과 간단한 산책을 위해 방문하는 경유형 측면으로 구분해볼 수 있음

### 동선 배치 계획



- 이러한 방문 유형에 따라서 차량동선을 분리할 필요가 있는데, 당일 경유형으로

방문하는 도시민의 경우 주 진입공간인 땅끝해안로를 통해 주차장으로 접근할 수 있도록 하고, 체류를 하기 위해 방문한 도시민의 경우 해양펜션단지 구역의 주차장에서 숙박시설 지역의 입도와 연결되는 별도의 차량동선을 마련

- 방문객의 주 보행동선은 주차장에서 인포센터를 통과하여 해남군의 과거와 현재, 미래를 표현해 놓은 스토리텔링형 야외조각공원, 조형공원, 그리고 주변의 뛰어난 경관을 감상할 수 있는 전망대까지 이어지는 주 보행동선으로 계획
- 야외조각공원에 원형으로 조성되는 주 보행동선은 관광객이 도보 또는 별도의 이동수단을 활용할 수 있도록 이원화하여 관람객의 편리성을 도모할 수 있도록 계획
- 주 보행동선 주변으로는 보조 보행동선을 배치하여 방문객이 산책과 조각작품을 감상하면서 휴식을 취할 수 있도록 계획하였으며, 보행동선의 경우 주로 야외조각공원을 중심으로 배치함

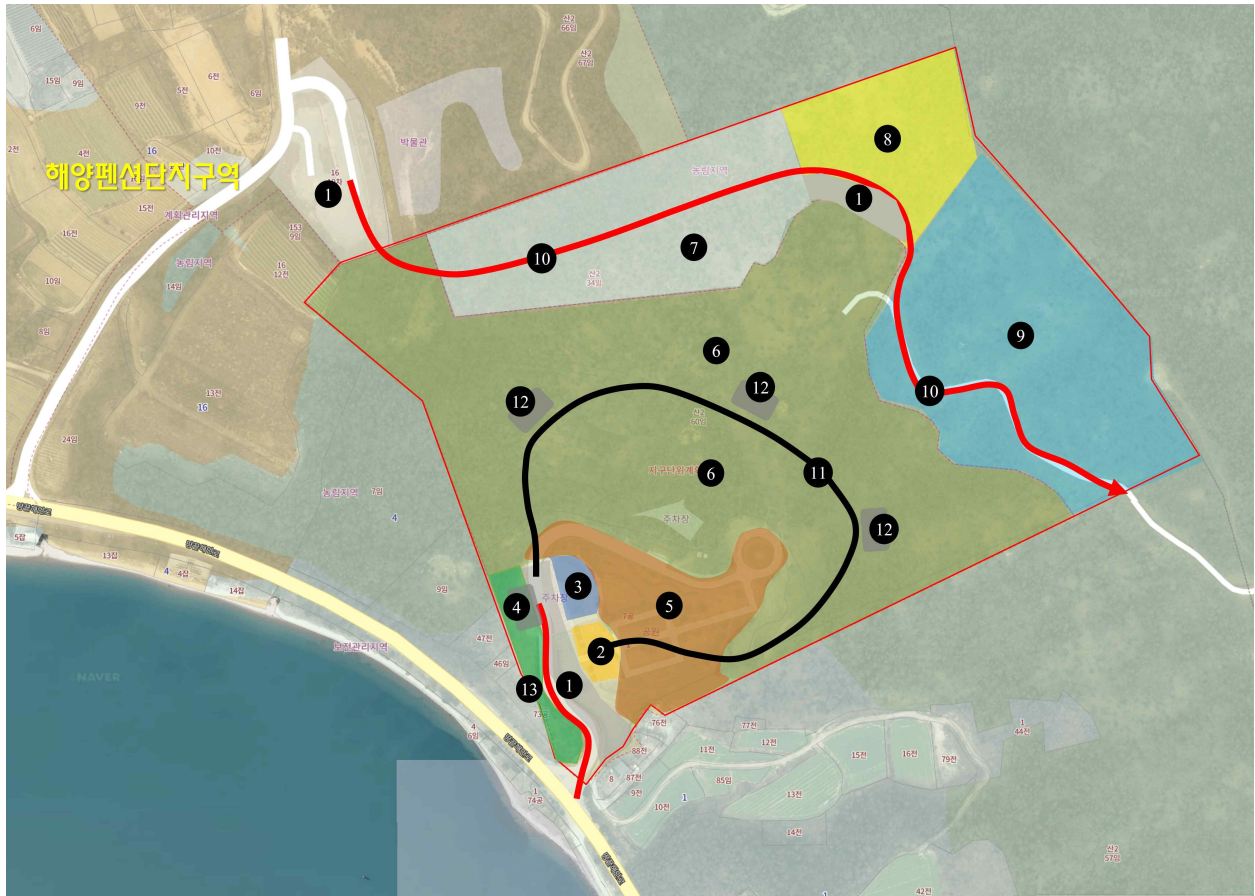
#### 다. 시설배치계획

- 땅끝조각공원 시설배치는 기존에 구성되어 있는 조각공원을 최대한 살리면서 상부로 확장된 공간에 공원의 기능과 체류형 시설을 확장하여 조각공원 전체를 활성화시키는 것을 목적으로 하고 있음
- 이를 위해 진입공간에 위치한 주차장과 편의시설(화장실), 미술관의 시설은 존치시키되 기능을 보완하는 차원에서 주차장의 경우 오른쪽으로 진입도로를 개설하여 진·출입부를 구분
- 운영이 잘 안되고 있는 땅끝미술관은 리모델링을 진행하여 조각·조형과 관련한 기획전시관으로 조성하되, 방문객이 담소와 간이 식음을 즐길 수 있는 카페형 전시공간으로 조성,
- 기획전시관 옆으로는 방문객을 위한 안내, 해설, 정보를 제공하는 인포센터를 별도로 조성하고, 조각공원뿐만 아니라 주변에 있는 주요 관광자원과 시설을 안내하는 종합정보센터로서 역할을 수행
- 현재 구성되어 있는 조각공원은 훼손되거나 관리가 부실한 일부 조각작품은 철거하고, 조각의 시대적 트렌드를 반영한 조형공간으로 조성하고 야간 경관 조명을 설치하여 지역의 주·야간 관광명소로 조성
- 확장된 공간에 위치하게 되는 야외 조각공원은 해남군의 과거와 현재, 미래를



보여줄 수 있는 스토리텔링형 공간으로 구분하고, 각각의 공간별로 시대를 대표하는 해남군의 상징조형물을 설치

## 시설 배치계획



- |               |                       |               |
|---------------|-----------------------|---------------|
| ① 주차장         | ⑥ 야외 조각공원             | ⑪ 주 보행도로      |
| ② 인포센터(방문객센터) | ⑦ 캠핑장                 | ⑫ 미니트램 정차장/쉼터 |
| ③ 기획전시관       | ⑧ 전망대(카페, 레스토랑, 야외전망) | ⑬ 토피어리원       |
| ④ 편의시설(화장실)   | ⑨ 숙박시설                |               |
| ⑤ 조형공원        | ⑩ 연결도로(차도)            |               |

- 주 보행동선에 해당하는 원형의 보행로에는 충분한 도로폭(6m)을 확보하여 보행도로와 단선형 미니트램을 설치하고, 각각의 공간별로 미니트램이 정차할 수 있는 정류장 겸 쉼터를 조성
- 보조 보행동선은 방문객이 각각의 스토리가 있는 공간을 산책하면서 기분전환을 도모할 수 있는 산책로(트레일) 코스로 조성하되, 보행도로 폭이 1.5m를 넘지 않도록 조성
- 캠핑장은 해양펜션단지 구역의 주차장에서 전망대로 이어지는 차도를 최소 차로폭(3.50m)으로 조성하고, 차로 양안으로 차박이 가능한 캠핑장을 조성

- 땀끝조각공원의 가장 상부에 위치한 공간에는 당일 및 체류형 관광객이 주변 경관을 감상할 수 있는 전망대와 주차장을 조성하고, 1층은 카페 2층은 레스토랑과 야외 전망공간 등을 조성
- 숙박공간은 기존에 설치되어 있는 임도를 정비하여 차량 통행로로 활용하고, 숙박시설은 주변의 자연환경과 조화되도록 개인별장형의 독립된 시설로 조성
- 숙박시설은 가족단위(4인)를 기본형으로 하여 2인부터 소규모 세미나 및 워크숍(최대 15인)이 이루어질 수 있는 다양한 형태로 구성

#### 종합시설 배치도





## V. 땅끝 조각공원 활성화 방안

1. 활성화 방안 추진전략
2. 활성화 추진 로드맵
3. 단계별 추진 과제
4. 투자계획
5. 기대효과





## 1. 활성화 방안 추진전략

### 국제수준의 조각공원 활성화를 위한 전문 조직 운영체계 구축 및 역량 강화

- 땅끝조각공원의 현황분석 결과, 전시시설에 대한 운영관리 전문성이 부족하였으며 이는 전문 운영조직이 부재한 것이 가장 큰 원인으로 파악되었음
- 땅끝조각공원의 전문성과 지속가능성 확보를 위한 전문운영 조직 구축을 통해 전시시설에 대한 운영관리 전문성을 제고하고 지속적인 콘텐츠와 서비스의 제공 및 관리를 도모할 수 있음
- 또한 땅끝조각공원의 지속가능한 운영 및 발전을 위해서 지역주민의 문화예술 역량을 강화하여 지역의 지속적인 참여를 유도할 필요가 있음

### 지역주민과 관광객이 함께 참여할 수 있는 조각예술 공원 활성화 추진

- 야간에도 즐길 수 있는 야간콘텐츠 개발을 통해 땅끝조각공원의 야간경관을 강화하고 해남군의 대표 야간관광 자원으로서 관광객의 지역 체류를 유도함
- 지역 예술가의 작품을 전시하고 지역주민도 즐길 수 있는 다양한 이벤트를 통해 땅끝조각공원을 마무리하고 즐길 수 있는 공원으로 활성화함

### 관광트렌드를 반영한 홍보마케팅 추진

- 다양한 홍보전략을 통해 땅끝조각공원의 관광공간 이미지를 확산함
- 방문객의 정보를 수집하여 땅끝조각공원의 적극적인 홍보마케팅을 활성화함

공원 운영체계 구축	<ul style="list-style-type: none"><li>• 땅끝 조각공원 전담조직 구성</li><li>• 지역 문화예술역량 강화 지원</li></ul>
축제 및 이벤트 활성화	<ul style="list-style-type: none"><li>• 야간 콘텐츠 활성화</li><li>• 파티 및 피크닉 활성화</li><li>• 사진 및 영상 활용 활성화</li></ul>
홍보마케팅 활성화	<ul style="list-style-type: none"><li>• 스마트홍보 활성화</li><li>• 빅데이터 활용 마케팅 활성화</li></ul>

## 2. 활성화 추진 로드맵

### 사업별 우선순위에 따른 단계별 추진체계 모색

- 땅끝조각공원의 원활한 활성화와 실현 가능성을 확보하기 위해 다음과 같이 준비(단기), 성장(중기), 확장(장기) 3단계 구분 체계를 적용하여 추진함
- 1단계는 관광공간 탈바꿈 준비 단계로 사업 1년차~2년차, 2단계는 관광공간 콘텐츠 강화 단계로 사업 3년차~4년차, 3단계는 관광공간 이미지 확산 단계로 사업 5년차 이후로 구분함

### 준비단계(단기, 사업 1년~2년차) : 관광공간 탈바꿈 준비 단계

- 준비단계는 땅끝조각공원이 글로벌 휴양 예술 공간공간으로 탈바꿈할 수 있도록 환경을 구축하는 단계로, 조직운영체계를 구축하고 주민역량을 강화함

### 성장단계(중기, 사업 3년~4년차) : 관광공간 콘텐츠 강화 단계

- 성장단계는 땅끝조각공원이 실질적으로 관광공간으로서 기능을 강화할 수 있도록 다양한 콘텐츠를 추진하는 단계로, 축제 및 이벤트를 활성화함

### 확장단계(장기, 사업 5년차 이후) : 관광공간 이미지 확산 단계

- 확장단계는 다양한 홍보마케팅 활성화 전략을 통해 땅끝조각공원의 이미지를 확산하는 단계

## 활성화 추진 로드맵

### 준비(단기)

사업 1년~2년차

1

- 관광공간으로서의 기능을 위한 전담조직 구축 및 지역 예술 역량 강화

조직운영체계 구축 및  
지역 예술 역량강화 전략 중점

2

- 도입시설 조성 및 운영을 통한 관광공간 역할
- 다양한 콘텐츠의 추진을 통한 관광기능 강화

축제 및 이벤트 활성화 전략 중점

3

- 다양한 홍보전략을 통한 관광공간 이미지 확산
- 관광공간으로서의 안정기

홍보마케팅 활성화 전략 중점

### 3. 단계별 추진 과제

#### 가. 공원 운영체계 구축

##### 1) 땅끝 조각공원 전담 조직 구성

###### 사업 개요

- 위 치 : 해남군
- 사업기간 : 사업 준비기(1년차~2년차)
- 사업주체 : 해남군, 지역주민, 지역예술가 등

###### 추진 방향

- 공간 및 시설의 효율적 관리운영은 통합관리운영조직을 통해 가능
- 현재 땅끝조각공원의 관리 주체가 부재하여 전시 및 예술기능을 발휘하지 못하고 있으며 정체성이 미흡함
- 땅끝 조각공원의 지속적인 운영 관리를 통합적으로 추진할 수 있는 별도의 관리운영조직을 구축할 필요성이 있음

###### 사업 내용

- 국제적 수준의 땅끝 조각공원 운영을 위한 전문적인 전담조직 구성
- 해남군, 지역주민, 지역예술가와 함께 하는 땅끝조각공원 운영 전담조직 구축
- 단계별 운영 조직 확대를 통한 점진적 전담조직의 전문성을 확보함

###### 전담조직 구성안 검토

- 전담조직 구성안은 해남문화관광재단을 활용하는 방안과 지역주민과 지역 예술가들이 중심이 되는 전문 운영단을 신설하는 방안 2가지를 고려해볼 수 있음
- 전자 방식인 해남문화관광재단을 활용하는 방안은 업무 지속성과 전문성이 높으면서도 여타 해남군 내 관광자원 및 운영 프로그램과의 연계성과 공공성 확보가 비교적 용이하다는 장점이 있으나 지역 예술가와의 네트워크 약화 우려가 있음
- 후자 방식인 ‘(가칭)땅끝조각공원 운영단’을 신설하는 방안은 지역주민과 지역 예술가들의 예술적 활동의 활성화를 기대할 수 있고 운영의 자율성을 확보할 수 있다는 장점이 있으나, 땅끝조각공원의 공공성 훼손 우려가 있으며, 시설운영 지속성 및 안정성이 낮고 인건비 등의 재정적 부담이 높다는 단점이 있음

- 땅끝조각공원의 현황분석 결과 지속가능성과 전문성의 확보가 미흡한 것이 그 간 운영 미진의 주요 원인으로 파악되었으므로, 공공성과 전문성의 확보도 가능하면서 지속가능한 운영이 가능한 ‘해남문화관광재단’을 활용하는 방안이 적합할 것으로 판단됨
- 이와 함께 1안의 단점 보완 정책으로 땅끝조각공원 운영에 있어 지역 예술인 주도 전문 해설사를 양성하고 운영하는 프로그램을 통해 지역주민의 참여 확대와 지역문화역량을 강화하고 지역 예술인과의 네트워크를 강화하는 방안을 고려할 수 있음

## 전담 조직 구성안 비교 분석

1안	해남문화관광재단 활용 방안	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 업무지속성 및 전문성이 높음</li> <li>• 여타 관광지원 및 마케팅과의 연계성 확보 용이</li> <li>• 공공성 확보 비교적 용이</li> <li>• 효율적 조직구조 및 인건비 문제 해소</li> <li>• 민관협력을 통한 운영의 유연성</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지자체에 대한 높은 자원 의존 상황 발생가능성 존재</li> <li>• 운영의 자율성 미흡</li> <li>• 지역예술가와의 네트워크 약화 우려</li> </ul>
2안	‘(가칭)땅끝조각공원 운영단’ 신설 방안	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역주민과 예술가들의 예술적 활동 활성화 기대</li> <li>• 운영의 자율성 확보</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 공공성 및 상징성 훼손 우려</li> <li>• 시설운영 지속성 및 안전성 낮음</li> <li>• 인건비 등 재정적 부담</li> </ul>

- 해남문화관광재단을 활용하는 방안은 다음과 같이 재단 내 땅끝조각공원 운영 단 부서를 마련함
- 운영단 하에 전시기획과팀, 홍보마케팅팀, 시설운영관리팀을 구축하고 다음과 같은 업무를 담당함
- 전시기획과팀 : 땅끝조각공원의 실내외 전시를 기획하고 운영하는 업무를 담당
- 홍보마케팅팀 : 대내외적으로 땅끝조각공원을 홍보하고 마케팅하는 업무 담당
- 시설운영관리팀 : 땅끝조각공원의 실내외 시설을 실질적으로 관리하는 업무 담당

## 땅끝 조각공원 운영 조직 구성 체계(안)

### <조직구성체계(안)>

전시기획과팀      홍보마케팅팀      시설운영관리팀

\* 해남문화관광재단의 땅끝조각공원운영단만 제시

## 2) 주민역량강화 지원

### 사업 개요

- 위 치 : 해남군
- 사업기간 : 사업 준비기(1년차~2년차)
- 사업주체 : 해남군

### 추진 방향

- 땅끝 조각공원의 지속가능한 운영 및 발전을 위해서 지역주민의 참여와 땅끝 조각공원의 문화예술 기능과 관광활성화를 견인할 수 있는 추진 주체의 역량 강화가 매우 중요함
- 조각공원에서의 다양한 관광콘텐츠 및 관광서비스의 제공을 위한 지역주민의 관광역량강화를 위한 지원

### 사업 내용

- 문화예술 아카데미 운영 : 공예, 그림 등 지역주민의 예술활동을 지원하는 아카데미를 운영하여 장기적으로 지역주민의 예술작품을 전시할 수 있도록 함
- 관광서비스 교육 : 도입될 콘텐츠(뮤지엄, 상업시설, 해설 등)의 운영을 위한 지역주민 관광서비스 교육 진행
- 문화예술 관광해설사 양성 : 문화예술 작품을 설명할 수 있도록 작품 및 해남 관광에 대한 교육 진행

#### 관련 사례 : 강원 문화예술아카데미

- 강원 문화예술아카데미는 강원도 내 문화예술인 및 문화예술 단체, 강원도민 등의 대상을 세분화해 맞춤형 프로그램을 제공하는 교육 프로그램
- 도내 지역주민의 문화예술 역량을 강화하여 강원도 문화예술활성화 기반을 마련하고, 지역 내 문화예술 인적자원 발굴 및 도민의 문화예술 이해도를 높이기 위한 목적을 지님
- 문화예술 분야 관계자를 대상으로 온라인 콘텐츠 기획 및 제작 실습, 문화예술 기획과 마케팅, 무대 전문인력으로서의 역량 향상 교육을 실시하며, 일반도민을 대상으로는 일상 속 문화예술의 중요성과 문화예술 향유의 가치에 대한 교육을 실시함



출처 : 강원문화재단 홈페이지



## 나. 축제 및 이벤트 활성화

### 1) 야간콘텐츠 활성화

#### 사업 개요

- 위 치 : 조각공원 일대
- 사업기간 : 사업 중기(시설 운영기)
- 사업주체 : 해남군, 지역주민

#### 추진 방향

- 해남군의 체류형 관광활성화를 위한 야간 콘텐츠 강화
- 야간 조명 및 미디어를 활용한 조각공원의 야간 경관 강화
- 다양한 예술적 스토리를 경험할 수 있는 야간 산책 콘텐츠 제공

#### 사업 내용

- 스토리 기반 야간 콘텐츠 개발 : 조명 및 미디어아트 등의 시설을 구축하고 공원의 예술작품의 스토리를 기반으로 야간 콘텐츠 개발
- 야간 미션관광 콘텐츠 개발 : 기존 숲을 활용하여 숲미션로드를 조성하여 야간 산책과 미션관광 개발

#### 관련 사례 : 싱가포르 레인포레스트 루미나

- 싱가포르의 레인포레스트 루미나는 싱가포르 동물원의 열대우림을 따라 조성된 야간 산책로로 싱가포르 동물원 내에 마련된 10개의 인터랙티브 체험존에서 경관을 감상하고 체험할 수 있는 야간 콘텐츠를 제공함
- 낮에는 동물원이었던 곳이 동물원 관람시간이 끝나는 야간에는 야간 콘텐츠 산책로인 루미나로 활용되어 멀티미디어를 활용한 빛, 음악, 스토리를 다양한 테마 콘텐츠를 제공함



출처 : 레인포레스트 루미나 공식 홈페이지(<https://rainforestlumina.wrs.com.sg/>)

## 2) 파티 및 피크닉 활성화

### 사업 개요

- 위치 : 조각공원 일대
- 사업기간 : 사업 중기(시설 운영기)
- 사업주체 : 해남군, 지역주민

### 추진 방향

- 조각 공원을 걸으면서 조각을 감상하는 공간에서 머무르면서 조각과 함께 체류하는 공간으로 전환 필요
- 가족 관광객을 타겟으로 피크닉을 경험할 수 있는 어린이놀이터를 예술작품과 함께 조성

### 사업 내용

- 땅끝조각공원의 산책, 예술감상지역 공간을 활용한 파티형 플리마켓, 피크닉 데이 등을 개최하여 관광매력도를 높임
- 파티형 플리마켓 : 지역예술가의 작품을 전시, 판매하는 플리마켓을 파티형식으로 추진하여 지역주민과 관광객이 상호작용할 수 있는 공간으로 조성함
- 피크닉 데이 개최 : 매주 토요일 관광객과 해남군민을 위한 피크닉 데이를 개최하여 관광객 뿐만 아니라 지역주민이 즐기는 공원로서의 기능을 강화함

#### 유사 사례 : 문호리 리버마켓, 라이프플러스 벚꽃 피크닉 페스티벌

- (좌측 사진) 문호리 리버마켓은 2014년부터 시작된 북한강변을 따라 열리는 정기적 플리마켓으로, 문호리 지역에 정착한 지역주민들이 중심이 되어 시작되었으며 지역예술가 작품 및 먹거리를 판매하며 많은 관광객들을 유입함
- (우측 사진) 라이프플러스 벚꽃 피크닉 페스티벌은 한강공원에서 즐기는 시민을 중심으로 한 피크닉 중심의 뮤직 페스티벌로 시민들에게 공원을 즐길 수 있는 경험을 제공함



출처 : <https://ggtour.or.kr/>, <https://www.donga.com/news/Economy/article/all/20180813/91503788/1>

### 3) 사진 및 영상 활용 활성화

#### 사업 개요

- 위 치 : 조각공원 일대
- 사업기간 : 사업 중기(시설 운영기)
- 사업주체 : 해남군, 지역주민

#### 추진 방향

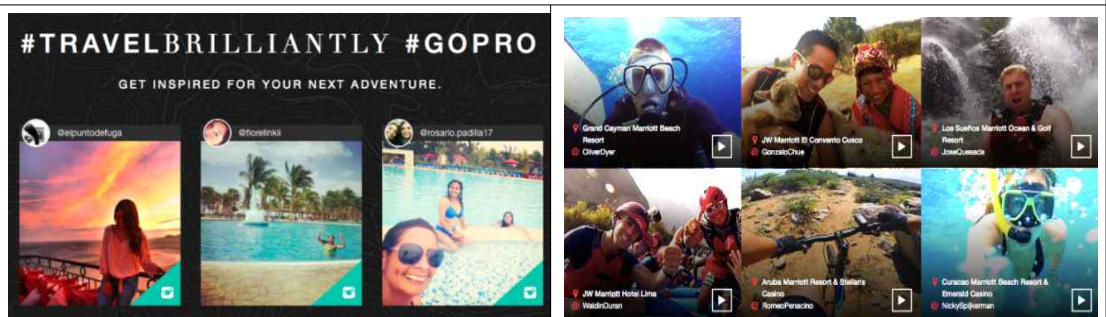
- MZ세대는 여행을 기록하고 기록물을 SNS등 온라인에 공유하는 여행 패턴을 선호함
- 최근 관광트렌드인 영상촬영을 지원할 수 있는 장비 및 프로그램을 도입하여 조각과 함께 인생샷을 남길 수 있도록 함
- 사진 뿐만 아니라 동영상을 촬영할 수 있는 환경을 조성함

#### 사업 내용

- 야간 조명 설치 : 야간 촬영 명소가 될 수 있도록 조명 설치
- 영상 장비 대여 : 마이크, 이동식 조명, 드론 등을 지역주민이 대여사업을 추진할 수 있도록 지원함
- 영상 콘텐츠 강화 : 관광객들이 찍은 동영상 및 사진 콘테스트 등을 통해 영상 콘텐츠화를 추진함

#### 유사 사례 : 메리어트 호텔 고프로 액션캠 대여 프로그램

- 메리어트 호텔은 액션캠 기능의 고프로 카메라 브랜드인 고프로와 협력하여 메리어트 호텔을 이용하는 고객에게 카메라를 대여하는 체험프로그램을 제공함
- 투숙객은 액션캠을 사용해 촬영한 사진이나 영상을 SNS를 통해 공유하고, 이를 대상으로 콘테스트를 진행하여 경품을 제공하여 고객과 소통을 유도하는 동시에 메리어트 호텔의 홍보효과를 거두고 있음



출처 : Marriott International Latin America 유튜브

## 다. 홍보마케팅 활성화

### 1) 스마트홍보 활성화

#### 사업 개요

- 위 치 : 조각공원 일대
- 사업기간 : 사업확장기
- 사업주체 : 해남군, 지역주민

#### 추진 방향

- 스마트 기술 및 정보통신 기술을 기반으로 한 홍보마케팅을 통해 신속하고 정확한 관광정보, 이벤트 정보를 제공하여 젊은 관광객 유입
- 영상관광콘텐츠와 결합하여 관광객의 사진, 동영상 등 눈에 홍보될 수 있는 콘텐츠 개발

#### 사업 내용

- V-log 콘테스트 개최 : 관광객이 촬영하여 동영상 플랫폼에 업로드하고 이를 콘테스트 형식으로 활성화하여 관광객 간 정보를 공유하고 재생산을 유도함
- 홍보영상 촬영 : 여행 유튜버를 활용한 홍보영상 촬영을 통해 잠재 관광객의 관심을 끌고 홍보를 활성화함

#### 관련 사례 : 관광브이로그 공모전

- 다양한 지역 및 관광지는 대상지를 콘텐츠로 한 관광브이로그 공모전을 개최하여 관광객의 경험을 업로드하고 이를 홍보 콘텐츠로 활용함
- 다음 사례와 같이 대구 동구 관광브이로그 공모전, 제주 돌문화공원 사진공모전 등을 개최하여 잠재 관광객의 관심을 끌고 출품된 콘텐츠를 통해 정보를 공유하고 홍보함



출처 : <https://www.thinkcontest.com/Contest/ContestDetail.html?id=26848>

## 2) 빅데이터 활용 마케팅 활성화

### 사업 개요

- 위치 : 조각공원 일대
- 사업기간 : 사업확장기
- 사업주체 : 해남군

### 추진 방향

- 방문한 관광객의 정보를 수집하여 이를 활용한 과학적 마케팅 활성화
- 뮤지엄, 캠핑장 등 도입시설을 사용한 관광객의 정보인 방문시간, 체류시간, 동반자 정보 등을 파악하고 선호 예술작품 분석, 구매품목 분석 등을 통해 다음 구매 패턴을 예측하고 예술작품 큐레이팅 마케팅 등에 활용

### 사업 내용

- 도입시설 회원제 운영 : 회원제 운영을 통해 회원 정보를 활용하여 지속적인 방문을 유도하고, 다양한 혜택을 제공함
- 빅데이터 분석 연구 : 해남군 전체 또는 조각공원에 방문한 관광객의 빅데이터 분석 연구를 매년 실시함

#### 관련 사례: 노먼 로크웰 미술관

- 노먼 로크웰 미술관은 주고객층의 고령화 문제를 해결하고 젊은 관객을 유입하기 위해 고객이름, 주소, 구매품, 금액 등을 분석하여 선호제품을 파악하고 다음 구매 패턴을 예측하여 마케팅에 활용하였으며 매출액을 극대화함
- 고객을 대상으로 테스트 메일 발송 후 고객의 광고 클릭패턴을 분석하여 선호하는 콘텐츠 등 성향에 맞는 쿠폰혜택을 제공하고, 여러 구매데이터와 연계하여 1:1 맞춤 가격대 추천



출처 : [https://www.cinecafe.kr/?mid=gallery&document\\_srl=261279](https://www.cinecafe.kr/?mid=gallery&document_srl=261279)



## 4. 투자계획

### 가. 연차별 시설개발 및 투자계획

#### 연차별 시설개발 계획

- 본 계획의 개발은 5개년으로 기준으로 설계함
- 공공 운영시설과 민간 운영 시설이 복합적으로 운영되는 특성을 반영한 연차별 개발 계획 수립이 필요
- 공공이 기반 시설 및 기초 시설을 먼저 착공하고 민간 투자자가 2단계로 개발에 착공함으로써 민자 유치 및 운영의 효과성을 높일 필요가 있음
- 1단계 착공은 편의 시설과 예술공원 시설을 중심으로 시작됨
- 이와 같은 구상을 토대로 연차별 공사계획을 수립하면 아래 표와 같음
- 단, 공공 부분의 착공도 인허가를 득하고 하게 되며 이때 2단계 사업에 대한 투자자 확정 및 계획 확정을 토대로 시작할 필요가 있음
- 이는 공공 투자의 실패 및 운영 부담을 줄이는 동시에 민간 투자자의 요구를 반영한 세부 계획 수립 등의 장점을 가질 수 있어서 민간투자의 우호적 환경 조성에도 도움이 될 수 있음

#### 연차별 공사 계획

시설구분	세부시설	공사 기간				
		1년	2년	3년	4년	5년
1단계 착공	편의 시설	방문객 센터				
	예술 공원 시설	기획전시관 조형공원				
2단계 착공	캠핑 장	캠핑장				
	상업 휴게 시설	전망대 (카페, 레스토랑)				
	숙박 시설	호텔				

### 연차별 투자 계획

- 연차별 개발 계획을 기반으로 사업 기간에 소요되는 비용을 정리해 보면 아래 표와 같음
- 연차별 투자계획에서는 착공 전에 이루어지는 토지 매입비와 세부 추진계획을 위한 기획비용 등은 연차별 계획에 포함시키지 않음
- 공공부분에서는 인허가 단계에서 토지매입 비용이 투자되고 착공 1년차에는 안내센터와 토목공사 비용의 50%, 2년차에는 전시관과 조각공원 비용의 10%, 안내센터와 토목공사 비용의 50%, 3년차와 4년차에는 각각 전시관, 조각공원의 30%를 투자함. 그리고 5년차에는 조각공원과 전시관의 30%를 투자하고 전시물 구입 및 이동수단 도입 예산의 100%를 투자함
- 민자 부분에서는 4년차와 5년차에 걸쳐 관련 사업 예산의 50%를 투자하는 것으로 구상함

#### 연차별 투자 계획(공공과 민자)

투자 구분	토지매입	공사 기간					합계
		1년	2년	3년	4년	5년	
공공(백만원)	1,098.6	3,061.6	5,339.1	6,832.5	6,832.5	18,832.5	41,996.8
민자(백만원)	0				6,155.6	6,155.6	12,311.2
합계(백만원)	1,098.60	3,061.6	5,339.1	6,832.5	12,988.1	24,988.1	54,308.0

## 나. 재정 확보 방안

### 국비 및 도비 확보 방안

- 본 사업 예산을 지자체만의 예산으로 추진하기에는 부담이 큰 사업임
- 따라서 국비나 도비 확보 방안을 고민해야 함
- 현재 예산 체계에서는 “문체부 관광진흥기반 확충 사업”에 본 사업계획이 포함되는 것이 국비 예산확보에 가장 좋은 방법인 것으로 판단됨
- 두 번째로는 일부 시설에 대하여 “문체부 계획 공모형 지역관광개발 사업”에 공모하는 것임. 사업에 선정되면 현재 기준으로 4년간 국비 60억원을 지원 받을 수 있음
- 도비를 지원받기 위해서는 본 사업계획과 가장 유사한 전남 핵심전략 사업에 포함되는 것이 효과적인 도비 확보 방안임. 현재 계획 상에서는 “전남 체류형 생태관광중심지(섬, 숲, 해안연계 생태체류관광단지) 조성 사업”에 포함되도록 하는 것임

### 민자 유치 방안

- 추진 전략 : 투자기반 조성과 투자 환경조성 지원을 통해 투자 유치 우호 환경조성을 통한 전략적 투자자 유치
- 투자기반 조성 : 인프라 구축(도로, 수도, 전기 등)은 공공 시설에 대한 투자를 통해 민간 투자자의 투자 비용을 줄임으로써 투자 환경 조성에 기여할 수 있음. 동시에 본 계획에서 계획하고 있는 공원 관련 시설의 공동 이용 계획 등도 숙박시설 중심의 민자 투자 유치에 우호적 환경 조성에 도움이 될 수 있음
- 투자 환경 조성 지원 : 숙박 시설 중 일정 부분에 대한 이용권 매입을 지원해 줌으로써 운영자의 운영 위험도를 낮춤으로써 투자 환경 조성을 가능하게 할 수 있음. 이를 위해 지역 내 기업들과 관련 기업들의 참여 유도를 지원할 필요가 있음
- 투자자에 대한 전략적 선정 : 투자자는 본 계획 컨셉과 가장 유사한 시설을 운영하고 있거나 관심을 가지고 있는 관련 기업이나 지역 출신 기업들을 중심으로 선정할 필요가 있음. 유사 시설 운영자로는 하슬라, ES리조트 등이 있으며 본 계획의 문화 시설과 숙박시설 운영에 관심을 둘 만한 기업으로는 한화,

(주)호반호텔&리조트 등 등이 있을 수 있음

■ 민자 유치 추진 전략

투자 기반  
조성

인프라 구축 : 도로, 수도, 전기 등  
운영 환경 조성 : 홍보, 공원 시설 공동 이용

투자 환경  
조성 지원

투자 및 운영 지원 : 기업(권내 및 관련기업) 이용권 매입 지원(10개실 수준)

투자자  
선정

1. 유사 시설 운영 리조트(하슬라, ES리조트 등)
2. 문화시설 및 리조트 투자 관심 기업(한화, (주)호반호텔&리조트 등)
3. 지역 출신 기업

## 5. 기대효과

### ◇ 관광여건 개선

- 해남의 해양 체류 관광지로 발전할 수 있는 전략적 토대 마련
- 땅끝 및 땅끝 일대 관광지 연계 관광활동 활성화 토대 마련

### ◇ 지역사회 문화 발전

- 지역의 문화 자산 및 인력 확충
- 지역 문화 활성화
- 해양펜션 단지 개발 우호적 환경 조성으로 개발 추진 기대

### ◇ 일자리 및 경제적 발전

- 땅끝 조각공원 운영 및 활성화로 인한 일자리 창출 등 경제 파급효과 기대