

문화자원을 이용한 적극적인 마케팅과 서비스를 통한  
**안동관광활성화 대토론회**





# 목 차



**좌장.** 안동과학대학 관광일어과 교수 **윤 선 희**

## **발표 1.**

**맞춤형 고택 활성화 전략 / 한국문화관광연구원 책임연구원 김 효 정**

- ▶ 토론 1. 안동대학교 한국문화산업전문대학원 교수 **유 동 환**
- ▶ 토론 2. 문화재청 근대문화재과 사무관 **김 정 남**

## **발표 2.**

**농어촌 관광활성화 방안 / 한국농어촌공사 도농교류센터장 문 대 곤**

- ▶ 토론 1. 공주대학교 지리학과 교수 **정 환 영**
- ▶ 토론 2. 농림수산식품부 농촌사회과 사무관 **김 춘 기**

## **발표 3.**

**안동지역 관광네트워크 구성 필요성과 계획 / (재)안동축제관광조직위원회 사무처장 권 두 현**

- ▶ 토론 1. 안동시의회 의원 **김 수 현**
- ▶ 토론 2. 목원대학교 산학협력단 교수 **박 동 진**

# 두근두근 기억에 남는 관광만동을 만들어 갑시다!

가

가

10

(接賓客)

(奉祭祀)

가

(接賓客)

가

가

가

가

가

가

가

가





# 시 간 계 획

시 간	세부일정	세 부 내 용	비 고
14:00 ~ 14:10	인사말		권영세(안동시장)
14:10 ~ 14:30	기조발표 1	맞춤형 고택 활성화 전략	김효정(한국문화관광연구원 책임연구원)
14:30 ~ 14:50	기조발표 2	농어촌 관광 활성화 방안	문대곤(한국농어촌공사 도농교류센터장)
14:50 ~ 15:10	기조발표 3	지역 네트워크 구성 필요성과 계획	권두현((재)안동축제관광조직위원회 사무처장)
15:10 ~ 15:20	휴식		
15:20 ~ 15:40	기조발표 1 토론		유동환(안동대학교 한국문화산업전문대학원 교수) 김정남(문화재청 근대문화재과 사무관)
15:40 ~ 16:00	기조발표 2 토론		정환영(공주대학교 지리학과 교수) 김춘기(농림수산식품부 농촌사회과 사무관)
16:00 ~ 16:20	기조발표 3 토론		김수현(안동시의회 의원) 박동진(목원대학교 산학협력단 교수)
16:20 ~ 17:00	질의 및 응답		



발표 1



# 맞춤형 고택 활성화 전략

한국문화관광연구원 책임연구원 김효정







**이에는 이, 눈에는 눈!**  
**맞춤형 고택활성화 전략**

2011.5

한국문화관광연구원 김효정

# 고택, 활성화!!

## 이것이 최선입니까?

---

개성시대와 고택

고택의 현재와 미래

맞춤형 고택전략

**오늘은 개성시대,  
고택은 **고택!**일 뿐이다?**

## 지금은 개성시대, 新인류 출현!

그루밍족, 루비족, 노무족, 신레옹족, 인스피리언스, 다운시프트족, 웰빙족, 호모워커스, 골드엔트족—, 사람들의 관심범위가 보다 다양화되고 트렌드화되고 있으며, **새로운 유형의 신인류가 생겨나고 있다**—(이코노믹리뷰, 2011.5.2)



## 신인류가 시장을 바꾼다

백화점 디자이너 부터고 퇴출... 신세계백화점 강남점은 8월초 '앙스모드', '제이알', '끌리오', '마담포라' 등 4개 디자이너 부띠끄 브랜드 매장을 정리했다. 백화점 본점은 9월 가을 디자이너 부띠끄 매장 2곳 퇴점할 계획이다. 현대백화점 본점도 가을 MD계편을 앞두고 2개의 부띠끄 매장이 정리되었다... **루비족이 백화점 주요 고객으로 등장하면서 기존 부띠끄 브랜드들의 매출 부진 등으로 퇴출되고 있다**... (문화일보, 2009.8.17)





## 新 인류의 시대에 고택 년 뭐니?

한옥이란 기둥 및 보가 목구조방식이고 한식기둥틀로 된 구조로서 한식기와, 냇짚, 목재, 흙 등 자연재료로 마감 된 우리나라 전통양식이 반영된 건축물 및 그 부속건축물을 말한다(건축법 시행령 개정안 2조16항)

### ● 전통한옥

전통목구조 + 자연재료 + 목조한옥지붕

### ● 현대한옥

전통목구조 + 현재재료 + 목조한옥지붕

콘크리트 벽체 + 목조한옥지붕

콘크리트 벽체/지붕 + 한식기와

현대목구조 + 개량지붕 + 한식기와



건축 정보	
위치:	충청 영암군 송암리
대지면적:	660㎡ (200평)
연면적:	123㎡ (37.5평면)
건축양식:	한옥(일식 지붕 형태)
외벽 마감:	외벽 마감
내벽 마감:	황토벽돌 + 황토대리석
지붕재:	점토기와



●고택 = 오래된 가옥?!



선교사촌 대전1950



대상과 범위를 생각해야 되지 않을까?

●안동의 고택은?



탐동궁택



남songong택



안동지역



탐동궁택



금포고택

역사와 전통을 자랑하는 --문화적 가치가 있는-- 그야말로 고택--너무 많다. [www.gotaek.kr](http://www.gotaek.kr)



# 고택, 투자 대상? 신형 문화상품?

## 한옥가치, 투자대상으로 부각

**한옥 르네상스: 가화삼청-안국계동 일대  
투자보다는 실 거주 목적 많아 3.3㎡당 최고  
3500만원 매물도 거래 맨 게 보수대출 체크**

"가격은 작년부터 꾸준히 오른 뒤 최근에는 정체를 보이고 있어요. 주목할 만한 점은 투자용보다 어르신들이 실거주 목적으로 많이 찾습니다. 한옥에서 살고 싶다는 얘기를 많이 듣습니다."(가회동 K부동산 대표)



문화상품/문화성발현공간으로 부각

이날 색다른 음악회를 즐기려 많은 시민들이 찾아와 일상의 바쁜 일정을 잠시 벗어나 목사꽃 아경을 배경으로 아름다운 선율을 감상했다.

영남체질관광연구소 이순자 소장은 "이번 음악회를 통해 오는 8월 대구세계육상선수권대회를 찾는 방문객들에게 벽불고택에 스며있는 문화적 가치를 알리고 관광명소화에 앞장서 우리문화의 우수성을 널리 세계에 알리는 계기가 되길 바란다"고 말했다.

이재만 구청장은 "수백년동안 사람들의 삶과 역사의 흔적을 온몸으로 담아온 고택을 활용한 공연 문화를 활성화함으로써 우리고장의 전통문화를 전 세계에 알리는 큰 행사로 자리매김 하길 바란다"고 말했다. [hr2510@newsis.com](mailto:hr2510@newsis.com)

## 전통문화 체험장 및 숙박시설로 새롭게 조명되면서 지역경제 관광상품 차원에서 급부상

### 한옥체험, 관광객 11만명 돌파 "대박"

◇ 경북지역의 '전통한옥 체험숙박'이 관광객들로부터 큰 인기를 누리고 있다. 사진은 영주 선비촌의 모습이다. © 경상북도

경상북도의 '전통한옥 체험숙박'을 이용한 관광객이 11만여명을 돌파한 것으로 집계됐다.

18일 경북도에 따르면 지난해 전통한옥 체험숙박을 이용한 관광객은 11만2523명으로 2009년 6만8376명보다 165%가 증가했으며, 2008년 4만5958명보다는 245%나 늘어난 것으로 조사됐다.

특히 지난해 전통한옥을 이용한 관광객 중 외국인은 1만639명으로 전체 10% 수준을 유지했다.

지역별 관광객은 안동시가 5만6000여명으로 전체 관광객의 절반 이상을 차지했으며, 예천, 영주, 봉화 등을 포함한 경북 북부권이 76%의 점유율을 기록했다.

경주시는 2만여명의 관광객을 유치해 전체의 18%를 차지했고, 고령, 경산 등 경북 남부권은 24%를 유지했다.

### 전통문화체험/교육장으로 각광



안동시가 주최하고 사)경북미래문화재단에서 주관하는 이번 체험프로그램은 조선시대 교육기관인 서당에서 선비들의 일과를 체험해보고 선비정신이란 무엇인지를 알아보는 고학체험 프로그램이다. 7월부터 시작한 선비체험캠프는 현재 3회차를 맞이하고 있으며, 앞서 2회 체험을 통해 많은 어린이들이 안동의 서당에서 선비들의 생활을 체험하며 특별한 여름방학의 추억을 만들어 돌아갔다. 이번 선비체험은 해당복지촌 장애우들을 대상으로 하고 있다. 장애우들에게 맞는 체험프로그램을 구성하여 장애우들도 편견에서 벗어나 체험을 즐기며 전통문화를 배울 수 있다는 것을 보여주려고 한다.

선비체험캠프는 1박 2일 체험프로그램으로 1박 2일 동안 서당에서 입학전, 생활예절배우기, 탁구체험, 인형극, 동화구연, 안동의 놀래미 만들기, 갈인심방 등을 체험하게 된다. 특히 선비들이 여름철 물가에 앉아 앞을 담그고 책을 읽어보던 학죽체험은 다른 여름 날 가장 인기 있는 체험프로그램이다. 그리고 이번 3회 체험프로그램부터는 인형극과 동화구연을 새롭게 선보인다.

앞으로 1회가 남은 선비체험캠프는 9월에 진행될 예정이다. 선비문화체험을 통해 한국정신문화의수도 안동의 안식을 드높이며, 안동의 서당, 고학 등 전통한옥을 알려고자 한다. 안동시에서는 우리의 전통을 체험할 수 있는 다양한 고학체험프로그램을 개발·운영하고 있어 안동시의 고학체험 활성화와 관광력 증대에 기여할 것으로 기대 된다.

<장재우/기자>



# 그러나, 아...무서워!!

## 화재



### 왕곡 마을 이용률 50% 인해

고성왕곡마을 문화체험시설(숙박시설)의 이용률이 인화되고 비수기에는 50%까지 합인된다.

3일 고성군에 따르면 열악한 왕곡마을 숙박시설을 감안해 기와집과 초가집, 면적별로 적용하던 이용료를 체험가족별로 단순화하고, 과다하게 책정된 이용료도 현실에 맞게 낮춰 적용하기로 했다.

3개의 객실을 갖춘 체험가족은 초가와 와가로 나눠 각각 10만 원에서 8만 원으로, 15만 원에서 10만 원으로 낮추고, 독채는 최소 10만 원에서 5만 원으로 인하하기로 했다.

이 같은 이용료는 성수기인 7~8월 2개월간 적용되며, 나머지 비수기에는 50%의 할인 적용을 받는다.

이에 앞서 군은 국가지정 중요민속자료 235호 문화재인 왕곡마을의 군청 소유 가옥 8채 10실을 숙박시설로 이용하기 위해 총 2억8000여만 원을 들여 전기온돌을 설치하고 숙박에 필요한 가구와 침구류 등을 갖추고 지난해 4월 시범운영을 거쳐 7월부터 본격 운영에 들어갔다. 그러나 지난 12월말까지 6개월간 숙박객이 71회에 걸쳐 총 305명에 불과했고, 대부분 여름 성수기인 7~8월에만 집중되는 등 전반적으로 숙박시설 체험이 관광객들에게 호응을 얻지 못한 것으로 고성군은 분석했다.

특히 왕곡마을의 전통가옥이 국가지정 중요민속자료로 지정돼 화재 위험성 때문에 숙박시설 내부에서 취사가 불가능하고, 화장실과 세면실이 별채에 마련돼 있어 불편함이 크기 때문인 것으로 파악되고 있다. 고성/김진영

지난 4일 안동 하회마을내 번남고택에서 화재가 발생해 목조기와집 24칸중 절반인 12칸을 태운 사건은 정확한 화재원인이야 어찌됐든 평소 문화재에 대한 관리부재에서 비롯했다고 여겨진다. 지난 2008년 2월 토지보상에 불만을 품은 한 어리석은 백성이 저지른 어처구니 없는 방화사건으로 국보1호인 송례문(남대문)이 소실돼 전 국민을 충격 속으로 몰아넣었고, 또 지난해 말 여수의 조계종 고찰인 향일암이 화재로 소실돼 문화재 보존관리의 중요성이 제기됐는데도 불구하고 이번 하회마을에 화재가 발생한 것은 문화재 관리당국의 평소 안이한 자세

## <보물 자랑요? 도둑 무서워서 꼭꼭 숨겨요>

## 도난/훼손

"옛날 우리 집에 이런 보물이 있다. 유물이 있다 자랑하던 시절이 있었습니다. 하지만 지금은 자량이 화로 돌아옵니다. 우리가 모시고 있던 영장도, 현판도 도난당했습니다. 도난당하기 직전에 구해낸 것이 하나 뿐이 아닙니다. 대형궁고를 산소절단기로 썰어가는 도둑도 있던군요. 땅 속에 있는 것도 파 내가는 세상에 땅 위에 있는 것이 남아있습니까. 보물을 잃어버린 심정, 당해보지 않은 사람은 모릅니다."

경북 문경 장수 황씨 사절공파 종택의 종손 황규욱 씨는 몇 번이고 당부했다. 유물이 어디에 있는지 정확한 주소를 표기하지 말고 사진도 가급적이면 박물관에 전시돼 있는 모조품 찍은 것을 썼으면 한다고 했다. 괜히 알려줬다간 전문 도굴꾼의 표적이 될 뿐이란다. 황씨 종택엔 조선후기를 대표하는 서예 대가 유헌지(兪漢芝)의 글씨가 달린 현판이 있었지만 도난당했다.



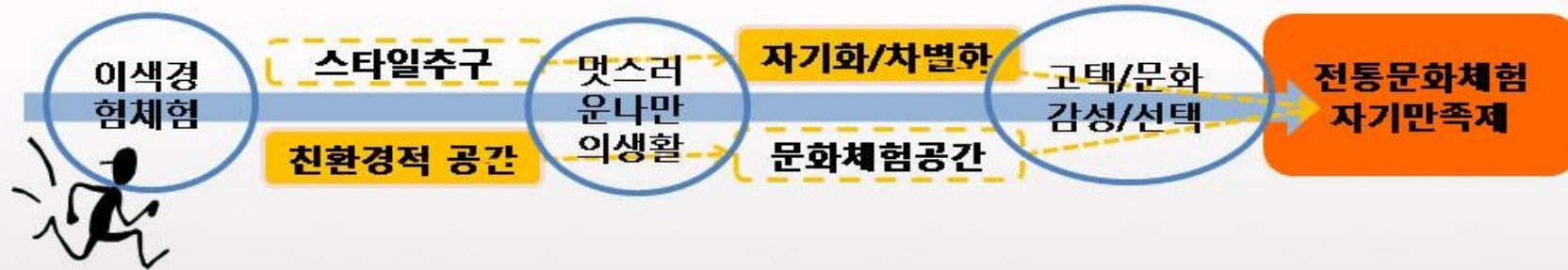
영양 남씨 난고종택 만취현

예전의 예전 권씨 초간종택도 비슷한 화를 겪었다. 아름다운 장식이 새겨져 있는 감실을 도난당했다 겨우 찾았다. 감실은 신위를 보관하는 장이다. 종택에는 보물 그 이상의 가치를 지니는 물건이

해럴드경제, 2010.11.24

## 고택, 新인류와 새로운 유행을 만나다!

고택, 지금이다! 新인류와의 관계 속에서 새로운 도약을 꿈꾼다!

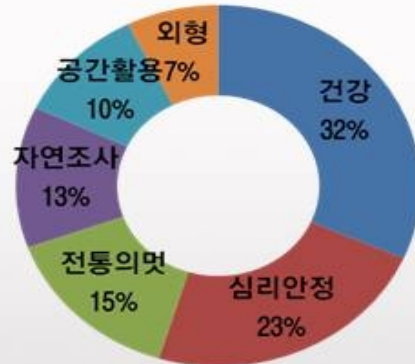


고택(한옥)은 현대인/도시인의 제2의 문화체험장소이자 호기심 장소로 떠오르고 있다. 새로운 형태의 고택활용지도들 만들고 있다

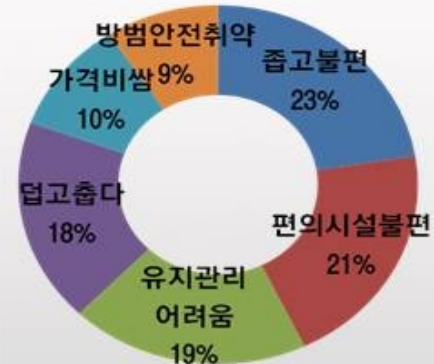
**“고택의 현재와 미래:  
새로운 유행, 고택의 부활”**

## 고택, 한옥에 대한 생각?

“건강을 생각한다면...”



“그러나 불편해”



살기는 좀--그렇고, 가끔...체험 정도?

자료: 산천옥마을 세립세입 사항방향 및 기준마련을 위한 연구, 한국토지주택공사, 200009



그래서, 새로운 길을 찾아 나서다

## “새로운 활용도를 찾다”

레스토랑이나 카페, 동사무소나 병원, 박물관이나 미술관은 왜 안돼?

- **수연산방**  
1933년 건립  
전통찻집으로 사용

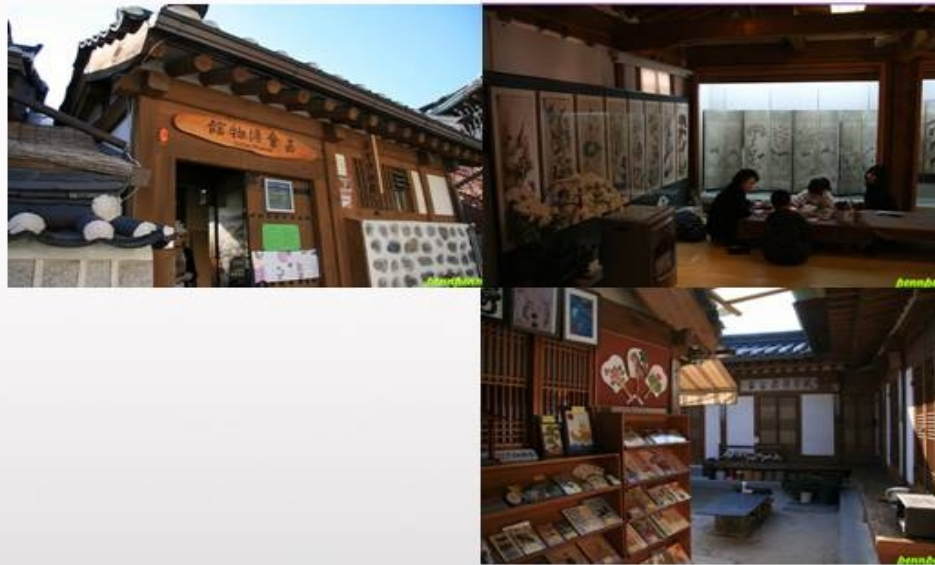


● **민가다현**  
1938년 건립  
퓨전레스토랑사용





● **가회박물관**  
민화, 부적, 전적 등  
조선시대유물전시



- **혜화동사무소**  
1930대건립  
2006 주민센터리모델링



# “전통문화체험 바람을 타고...”

글로벌시대에 대응한 지역회의 열풍은 한옥체험으로 이어지고....



## ● 성읍민속마을(제주)

6채 내부 리모델링

전통민박체험

2인기준(4-8만원)



● **선교장(강릉)**  
 150여년 된 한옥  
 단지형 숙박  
 1인 (20,000만원)



숙박 형태	건물명	집의 모양	내부 구조	수용 인원	가격
단체	전통문화 체험관	기외집 ㄷ형	지상:온돌침실6실/응점실2실/준배실 지하:현대화장실/샤워실/주방/식당/세탁실	최대 40명	100만원 기준
	중사랑	기외집 ㅡ형	객실2개/대청/외부화장실	최대 16명	1인 2만원 / 1실 8인기준
	연지당	기외집 ㄴ형	객실 大 1대/小 2개/대청/외부화장실	최대 8명	1인 2만원 / 大실 4인 / 小실 2인 기준
	행랑채	기외집 ㅡ형	객실 10개/외부화장실	최대 20명	1인 2만원 / 1실 2인기준
개인	홍예헌 1관	기외집 ㅡ형	객식 3개/응점실/내부화장실(샤워실)	최대 10명	독립 건물로 20만원
	홍예헌 2관	기외집 ㄴ형	객식 3개/응점실/내부화장실(샤워실)	최대 12명	독립 건물로 25만원
	초가 1관	초가집 ㄴ형	객실 2개/주방/내부화장실(샤워실)	최대 6명	독립 건물로 15만원
	초가 2관	초가집 ㅡ형	객실 2개/주방/내부화장실(샤워실)	최대 6명	독립 건물로 15만원

● **사양정사(산청)**

1920년대 조성  
농촌전통테마마을조성연계  
민박1인(10,000만원)





● **괴헌고택(영주)**

1779년 조성(경북민속자료262호)  
7개방, 안채(200,000원),  
사랑채(100,000원)  
종가음식 1인당 8,000원



- **아름지기(함양)**  
150여년 된 한옥  
호텔형한옥숙박  
4인기준(400,000만원)



- **락고재(북촌)**  
 1880년 조성  
 2004한옥게스트하우스  
 안방2인기준(250,000만원)





**“정책적 지원도 팍~팍?”**

## 1. 제도·정책적 지원

# “관광 상품성 강화 vs 보존·관리 지침”

“정부/지자체 정책으로 한옥마을 프로그램 구축 및 한옥숙박단지 조성사업추진”



동해시는 망상동 일원에 2011 관광특구활성화사업에 따라 국비9억 시비9억을 들여 기와, 황토, 초가 등 전통가옥 5채 신축

“전통가옥에 대한 관리 및 활성화 방안 마련”

2011.4.14 문화재청 50주년을 맞아 고궁박물관에서 “전통가옥 보존·관리기준 마련 공청회” 진행, 전통가옥의 보존과 거주자의 생활편의증진을 위한 설치기준마련 안 제시 및 논의



2010. 12.29 문화재청 근대문화재과 “전통가옥 및 민속마을 활용 활성화 연구용역” 최종보고회 진행  
- 전통가옥보존현황및 실태조사, 전통가옥 소비특성및 수요전망, 해외사례, 전통가옥 활성화를 위한 비전 및 목표, 과제 등

## 2. 법적 규제 완화

---

# “전통문화건축물 건폐율 30%완화”

“현행 20% 이하로 제한된 전통문화건축물 건폐율 30%로 완화될 전망”

- 한나라당 전통문화발전특위 소속 조윤선의원 5월 2일(2011) 국회정론관에서 기자회견을 갖고 “전통문화유산과 이를 보전 관리해야 하는 시설에 대한 이중 삼중 규제로 지속적인 사용·활용에 장애가 있다”며 “전통문화 건축물의 건폐율을 완화하고 증·개축 허용범위를 확대하는 방안 추진키로 했다”고 밝혔다.
- 보존관리가 필요한 전통문화 건축물에 대해서는 건폐율을 완화하기로 하는 한편 개발제한구역 및 도시자연공원구역 내에 있는 전통사찰, 향교, 서원, 고택 등의 증·개축시 부과되는 보전부담금도 전통문화건물은 50% 감면하기로 했다.
- 특위는 이러한 내용을 골자로 한 전통문화재 건물 규제완화 방안의 세부 실행 계획을 조만간 당정 협의를 통해 구체화하기로 함

“**맞춤형 전략,  
우리에게 없는 것 채우기**”

# 1. 원칙이 없다: 고객을 디자인하다

## 1 고객과 상품을 짝 짓다

야놀자티켓, 호텔 예약과 소식이 뭉쳤다

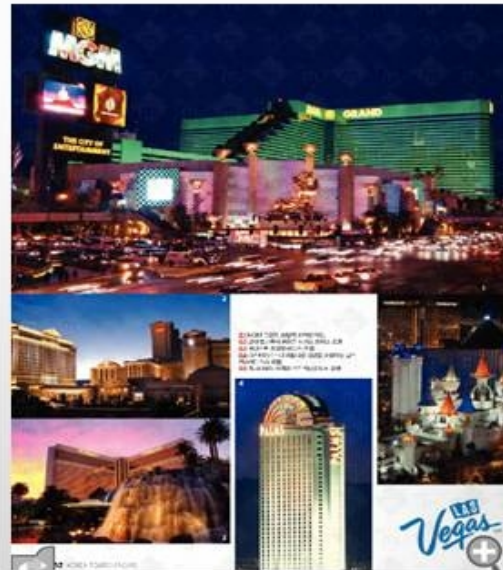
동아일보 신문 / 기사전송 2011-04-21 13:52 | 최종수정 2011-04-21 13:54



[동아닷컴]

아직도 무작정 저 값 내고 호텔을 이용하세요? 호텔 이용에도 전략이 필요한 시대, 부띠끄 호텔에 소식과 예약이 뭉쳐서 더욱 강해졌다. 전국 80만 회원을 보유한 야놀자 (www.yanolja.com)가 그 허당이다. 이제 야놀자를 알고 있다는 사실 하나만으로 객실요금 할인과 시간연장 등 다양한 혜택을 누리자.

**선입권 패권, 호텔예약에 도전장, 차별화된 시설, 뽕준화된 서비스로 자신만의 영역 확보**



호텔마다 화려한 쇼, 즐거움을 선사하는 액티비티, 스릴 넘치는 게임, 입맛을 사로잡는 음식, 세계의 패션 한자리에, 트렌드를 이끄는 스포츠, 사막에서 즐기는 골프(아색체험)으로 세계 관광의 대명사

→ 티켓 고객 설정 및 분석  
: 맞춤형 프로그램 개발



## 2 고택 등급제를 적용하다 (고택에는 금액 없이도 서비스에는 왔다)

### ■ 객실정보 및 요금정보

구분/면적	객실수	비수기		성수기		입실인원	
		주중	주말	주중	주말	기본	최대
1호실	1	120,000원	120,000원	120,000원	150,000원	6명	7명
2호실	1	150,000원	200,000원	150,000원	200,000원	12명	15명
3호실	1	80,000원	80,000원	100,000원	100,000원	2명	4명
4호실	1	80,000원	80,000원	100,000원	100,000원	2명	4명
5호실	1	80,000원	80,000원	100,000원	100,000원	2명	4명
6호실	1	40,000원	40,000원	50,000원	50,000원	2명	2명
7호실	1	40,000원	40,000원	50,000원	50,000원	2명	2명

### [성수기]

6월 1일 ~ 8월 31일

- 15인실 1실 7인실 1실, 4인실 3실(각호실에 화장실속조식치) 2인실 6호실 7호실은 5월-9월까지 예약가능(6호 7호실은 화장실, 샤워실공동사용) 휘사장은 한옥건물인 관계로 옆에 위치한 주방(40평, 에어컨, 화장실 설치완료)에서 공동으로 사용하여야합니다 휘사장에는 모든집기류(발수, 그릇, 그팔, 등)준비 되어있으니 별도로 가지고 오실필요가 없습니다 신용카드가맹점 - 이용일로부터 7일전 취소시 숙박요금의 90%환불 - 이용일로부터 5일전 취소시 숙박요금의 70%환불 - 이용일로부터 3일전 취소시 숙박요금의 50%환불 - 이용일로부터 1일전 취소시 숙박요금의 20%환불 - 이용일로부터 당일 취소시 숙박요금의 0% 환불 - 환불은 입금자확인후 입금자의 계좌로 보내드립니다. ※ 연휴기간이나 주말에는 미리예약하시면 좋습니다. 주말적용은 금요일 토요일 입니다 ※ 추가요금: 성인 1인당 10,000
- 주말요금 적용은 금요일-토요일까지입니다 성수기 적용은 6월1일-8월31일까지입니다

안채, 사랑채, 땡 크기에 따라 요금 산정(인경당/경안)

### 농어촌 민박·체험마을 호텔처럼 등급 매긴다

#### 2013년부터 품질·서비스 수준 평가

오는 2013년부터 전국 농어촌체험휴양마을 관광농원 농어촌민박을 선 택할 때 호텔과 같이 별(★) 표시로 등급을 확인할 수 있게 된다.

농림수산식품부는 4일 농어촌체험휴양마을 등의 품질·서비스 프로그램 수준을 평가, 등급을 부여하는 제도를 도입한다고 밝혔다. 2010년 현재 농 어촌관광사업 시설은 농어촌체험마을 1,675곳, 관광농원 458곳, 농어촌민 박 1만9,000여곳 등 모두 2만1,000여곳에 이른다.

등급제가 시행되면 이들 시설은 최우수·우수·보통·미흡 등 4등급으로 나뉘게 된다. 최우수 등급에는 별 5개, 우수는 별 4개, 보통은 별 3개가 주 어진다.

등급은 2년마다 하는 평가에서 얻은 점수로 결정되는데, 숙박·음식 체 험 등 각각에 대한 유형별 등급제와 이를 합산하는 종합등급제가 같이 운 영된다. 다만 유형별 등급에는 로그인 별 표시가 없고 종합등급만 별 표시 가 부여된다. 농식품부는 미흡 등급은 공개되지 않되 개선대책을 적용하 기로 했다.

농식품부는 등급제 도입을 위해 이달부터 '도시와 농어촌간 교류 촉진 에 관한 법률' 개정 작업에 착수했다. 또 농어촌관광사업자와 전문가의 의 견을 수렴하고 연구용역을 거쳐 각 관광사업 유형별로 객관적인 평가지표 를 만들 계획이다.

정황근 농식품부 농촌정책국장은 "평가지표를 만들어 사전에 알리고 나서 이를 충족한 사업자부터 신청을 받아 단계적으로 평가하는 등 등급 제가 원활하게 정착되도록 탄력적으로 운영할 방침"이라며 "평가결과 우 수업체에는 행정적, 재정적 인센티브를 줄 계획"이라고 말했다.

→고택(숙박)에 ★ 적용, 적에 맞는 서비스 제공

: 평가지표 개발 필요



경당종채/안인어씨 종채/북촌대/락고제



### ● 이용안내 / 예약하기

1. 해당 방을 클릭하시면 방 내부를 보실 수 있습니다.
2. 전통 사대부가의 격식을 갖춘 방, 가구, 개인용 이부자리가 구비되어 있습니다.
3. 모든 요금은 전통 방과유기 늦그릇으로 제공되는 아침 포함 금액입니다.
4. 난방은 군불을 지펴 드립니다.
5. 각 방에 냉장과와 생수, 음료가 마련되어 있습니다.
6. 취사나 고상방가는 금합니다.

\* 다음날 아침 약 1시간에 걸쳐 주손으로부터 하회역사, 북촌역사에 대한 영상물 시청과 한옥구조에 대한 설명이 있습니다.

### ● 시설 및 요금안내

<b>북촌유거 / 큰사방</b>	독특한 구조의 밭田지형 6칸 곁방과 사랑전채 600,000원 (1박 4인 기준) 최대 10인까지 가능, 1인 추가시 추가비용 각 100,000원
<b>화경당 / 중사방</b>	300,000원 (1박 3인 기준)
<b>수신와 / 작은사방</b>	200,000원 (1박 2인 기준)
<b>안채 / 안방</b>	독특한 구조의 밭田지형 4칸 곁방 600,000원 (1박 4인 기준) 최대 6인까지 가능, 1인 추가시 추가비용 각 100,000원
/ 횃상방	200,000원 (1박 2인 기준)
/ 아랫상방	200,000원 (1박 2인 기준)
× 안방, 횃상방, 아랫상방 모두 6칸 안채형 사용가능	

### 숙박 (저녁식사,아침식사 포함 부가세 별도)

	안방	권년방	정지방	별채
기준인원	2인	2인	1인	4인
방	방1	방1	방1	방2
가격	250,000	250,000	180,000	450,000

- ◎ 기준인원 초과시 1인당 100,000 원 추가
- ◎ 저녁 식사를 하지 않는 경우 숙박비 10% 할인 제공

## 2. 디테일이 없다: 작게 작게 더 작게 크게 보자

### 1 나만의 매뉴얼을 갖다

- 활용에 대한 스스로의 원칙과 매뉴얼 설정
- 가끔은 상식을 벗어나더라도 나만의 서비스 제공



【뉴스엔 김채현 기자】

편견에서 미용사가 머리로 해준다?

6일 방송된 KBS 2TV 'VJ특공대'에서는 '이색속소 X파일-산중계곡 미용실 편견'이 눈길을 끌었



#### 대장금 한방의료체험

경유과목 : 미용실, 재봉 실감, 한방차 처방, 침, 뜸, 부항, 한약, 한방차 처방.

- 만성 피로, 요통, 견배통, 두통 등 통증 질환 치료
- 체질 분석에 따른 한방차 처방과 생활 지도
- 소화기 장애, 불면증, 시지 저림 등 소관 장애 질환
- 생리통, 불임, 경년기 등 여성 질환
- 피부 노화, 턱부 비만 등 피부질환, 다이어트 관련 질환
- 주점실 얼굴 축소 등 한방성형, 한방다이어트, 상담

'학교재 대장금 한방의료체험'은 '학교재'의 건강관 환우, 원시 보정계 의료비환우들의 '대장금' 원년과 함께하는 전통한방의료체험으로 한국의 '전통 한의학'의 '건강관 예방'으로 알지 못할 수학과 감동을 여러분에게 전사할 것입니다. 의료상에 결연함으로써, ASAH TV에도 소개한 의료비환우들은 한방미용, 침, 뜸, 부항, 비만관리나 등으로 상담하며, '대장금 센터'에서는 건강관 의료 기술과 시스템으로 '학교재'와 함께 여러분이 건강관 아름다움 및 취미에 최선을 다하겠습니다.





## 2 깨알 같은 치밀함을 연출한다

▣ 작은 것 하나가 감동을 가져온다



### 3. 주인이 없다: 무엇을 고택이라 하는가?

#### 1 고택의 격을 세운다

- 대대로 우리자연과 문화, 생활방식을 유지해온 주거
- 활용은 하되 고택이 지니고 있는 품격은 유지

사랑채(특실)

객실명	객실정보	인원		비수기		성수기	
		기본	최대	주중	주말	주중	주말
사랑채(특실)	단체형	6	10	180,000	250,000	250,000	300,000

00 도문화재지료279호

플아래방

객실명	객실정보	인원		비수기		성수기	
		기본	최대	주중	주말	주중	주말
플아래방	가족형	4	6	120,000	150,000	150,000	180,000

## 2 최선을 선택한다

- 다양한 형태로의 사용방안이 도출되고 있지만 한옥은 거주하는 공간일 때 그 가치가 발현
- 계방과 비계방, 보존과 활용 간의 선택과 균형 유지

[아... 멋져요, 이런데 살면 얼마나 좋을까요..부럽습니다. 잘 보존하세요...여기는 꽃을 심구요  
이끼도 심구요.. 별리비전, 화인병은 어우릴지 알아오...한복을 입으시죠...]

관광객들의 주문도 주문이지만 개인 사생활이 그대로 노출이 되어 버린다.

안팔까지 몰려다 보아 직성이 풀리고 그 속에 사는 사람들은 항상 카메라의 피사체로 노출이 되고.. 소유자들의 입장에서 보면 인권의 문제가 아닐 수 없는 어려움이자 고통이다.



조종식 가족을 지키고 있는 조한웅이사님의 경우도 마찬가지다.

옛날 같으면 할만큼도 많고 시키기만 했어도 되는 지엄한 풍순의 자리가거늘...  
보존에 신경을 쓸 시간보다 먹고 살아야 하는 일에 쫓길 수밖에 없는 입장이다.

[Blog.naver.com/hang025](http://blog.naver.com/hang025)



국가/지방 민속자료 00호 등 역사문화적  
가치→훼손위협존재→새로운 활용 모색  
→ 선택 → 균형

# “우리의 과제”

## 고택 활성화를 위해서 앞으로...

---

### 1 이슈를 만들어라

---

- 광고보다 이슈화로 관심 촉발
- 국내외 관련 세미나, 보도 등을 통해 고택의 현황 등 노출

### 2 이야기를 만들어라

---

- 고택보다 좋은 이야기 소재는 없다. 유구한 세월을 이야기(집/인물/사건 등)
- 서비스의 내용과 질 등 새로운 이야기 창출

### 3 서로 연결하고, 구분하라

---

- 하나보다 둘이 강하다. 상호연결하고 공동대응(홍보, 교육, 정책대응, 매뉴얼 개발 등)
- 서로의 다름을 인식하고 차별화(등급제 적용 등)

**감 사 합 니 다**



발표 2



# 농어촌 관광활성화 방안

한국농어촌공사 도농교류센터장 문대곤





# 농어촌관광 활성화 방안

2011. 5



## 설명 드리는 순서

- I 농어촌의 미래와 새로운 비전
- II 관광트랜드변화 및 관광효과
- III 농어촌 관광 활성화 사례
- IV 도시와 농어촌의 교류 활성화
- V 농산업 도농교류지원본부

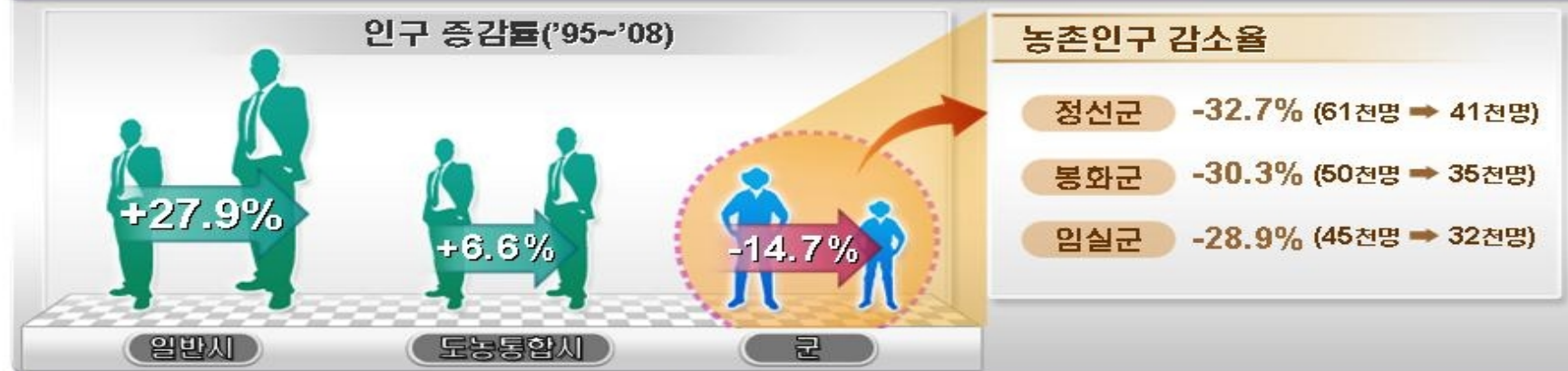
# 1. 농어촌의 현실과 새로운 비전





# 1. 농어촌의 현실

## 농어촌 인구 급감 추세



## 농어촌 초고령사회 진입



**인구감소와 고령화 등 총체적 어려움 직면**



## 2. 농어촌관광의 비전

### 농어촌관광 수요의 변화전망

### 농촌관광의 양적 확대전망

- 주 40시간 근무제 확대의 영향
  - 주 40시간 실시 근로자 증가  
: 2004년, 13% → 2009년에는 48%
  - 여가시간 증대로 인한 농촌방문 수요확대  
: 주 40시간 근무도입시 개인별 농촌방문 횟수 68% 증가
- 농촌관광에 대한 인지도 변화
  - 실제 농어촌관광을 경험한 숫자는 약 15% 수준인 것으로 추정  
: 도시민들의 약 40% 이상은 농촌관광이라는 용어 알고 있음
- 농촌관광의 상품(서비스 유형)과 소비특성 변화
  - 농업활동 및 농산품 구매 → 농촌문화체험, 체험프로그램, 휴식  
: 소비계층 자녀을 둔 30~40대 : 교육, 정서, 농촌의 가치 인식

시 사 점

농어촌체험 등의 수요는 더 늘어날 전망

5

## 국내관광의 변화추세

### 1980년대

- 단체관광 위주
- 단거리
- 정적관광(감사, 휴식)
- 대중교통수단(버스)
- 단순관람, 감사형

### 1990년대

- 소집단 관광지향
- 중, 장거리
- 정적, 동적활동 병행
- 개별 교통수단 지향
- 지역특성 상품형

### 2000년대

- 가족단위 관광 정착
- 전국 구석구석
- 동적관광[여행]
- 개별 교통수단(자가용)
- 체험관광형

# 국내관광 및 농촌관광의 규모

## (1) 국내관광의 규모('09)

### 여행 인원

- 국민[15세 이상]들의 총 여행 인원 **219,586천명**  
- [숙박여행] 112,893천명 / [당일여행] 106,693천명

※ 연 1회 이상 여행인원은 15세 이상 국민[41,524천명]중 31,201천명

### 여행 경비

- 국민이 지출한 여행비용은 **16조 3,645억원**  
- [숙박여행] 11조 9,292억원 / [당일여행] 4조 4,354억원

### 여행 목적

- 여행의 주된 목적은 '여가/위락/휴가'가 가장 많았음  
- [숙박여행] 87.2% / [당일여행] 92.2%

· 출처 : 2009 국민여행실태조사(문화체육관광부)

## (2) 농촌관광 규모 및 전망

- 주5일제 정착, 여가·휴양에 대한 관심증대로 농촌관광 수요 확대  
- 2017년도에는 국내관광 총량의 17%까지 확대될 전망





# 농어촌관광 공급현황

## (1) 체험마을 조성현황

- 농어촌체험마을은 5개부처 9개사업 1,625개마을조성
  - 녹색농촌, 어촌체험, 전통티마, 산촌생태, 문화역사, 아름마을, 정보화마을 1,625개 마을조성됨
- 체험마을을 통한 방문객 및 매출액 지속적 증가
  - (09) 방문객 363만명 ⇒ (10) 557만명 : 전년대비 53.44% 증가
  - (09) 매출액 445억원 ⇒ (10) 615억원 : 전년대비 38.20% 증가

## (2) 농어촌체험 · 휴양마을지정현황

구분	계	인천	대전	울산	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주	
마을수	337	1	2	3	35	120	10	28	15	28	50	44	1	
유 형	체험	337	1	2	3	35	120	10	28	15	28	50	44	1
	숙박	318	1	1	0	27	120	10	26	15	27	46	44	1
	음식	231	1	2	0	15	81	9	11	15	28	32	36	1
	체험지정율	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
	숙박지정율	94%	100%	50%	0%	77%	100%	100%	93%	100%	96%	92%	100%	100%
	음식지정율	69%	100%	100%	0%	56%	68%	90%	39%	100%	100%	64%	82%	100%

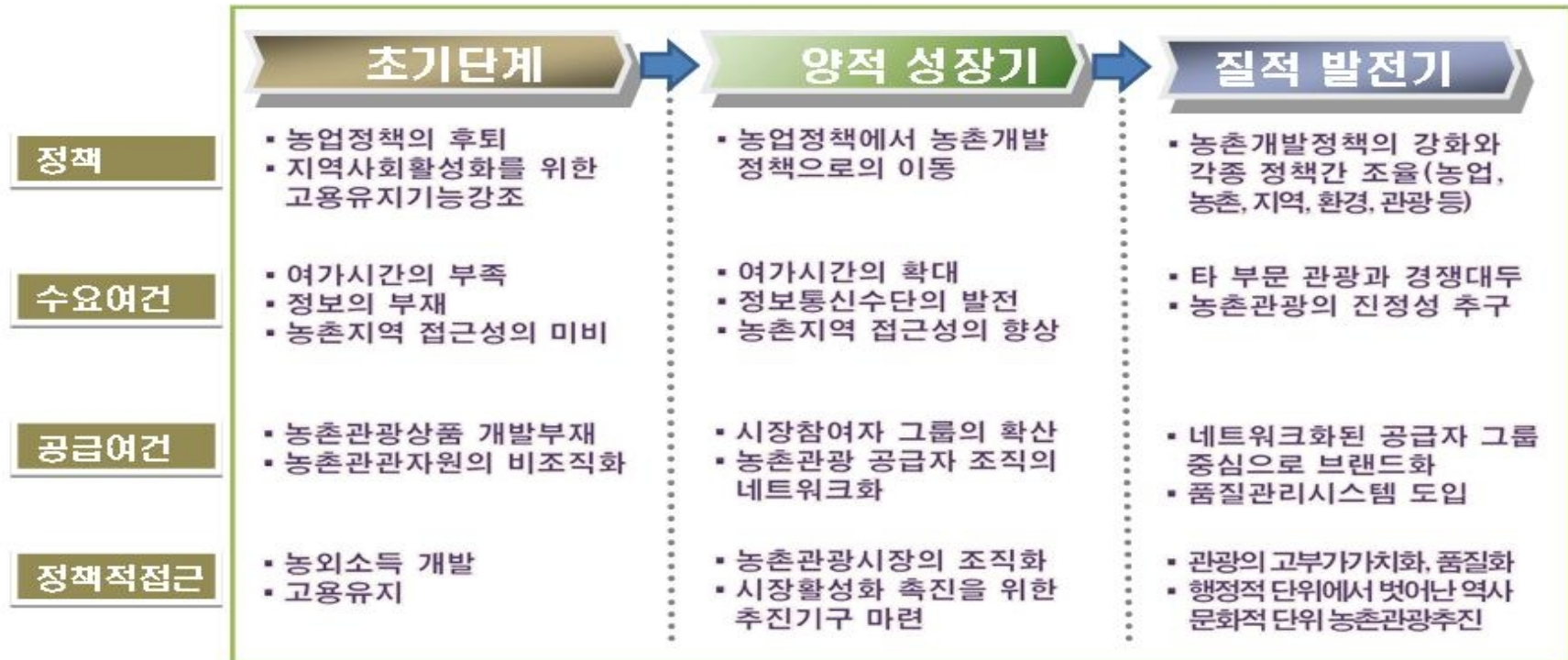
## II. 관광트랜드 변화 및 농어촌 관광 효과





# 1. 농어촌관광의 시장발전단계

## 농어촌관광의 시장발전단계 전망



## 2. 최근의 관광트렌드 변화 및 전망

### 건강을 생각하는, Health-Tourism의 확산

- 여행과 건강을 한꺼번에, well-bing 관광 확산
- 웰빙관광과 휴양문화의 조화(쉽&치유)
  - \* 웰스투어리즘 관련 소재 발굴 및 치유상품 개발, eco-healthing 관광 콘텐츠 개발

### 뉴 시니어, 핵심 관광소비계층으로 부상

- 경제적으로 여유 있는 시니어 관광의 본격화
- 소극적 실버관광을 넘어, 본격적인 실버 복지관광 시대 도래
  - \* 베이비 붐 세대 : 714만명(1955~1963)



### 체험추구 관광소비자, 트라이투어슈머의 부상

- 체험기반 가치소비 관광(value-based tourism)의 확산
- 감성기반 체험관광의 확산 및 스토리텔링 관광의 확대
- 디자인과 스타일(문화, 이미지, 상징의 조합) 관광의 주도
  - Trytoursumer : Try+Tourism+Consumer의 합성어로 새로운 서비스, 제품, 맛 등을 직접경험하길 원하는 체험적 소비자를 뜻함



### 소셜네트워크(SNS) 주도 관광의 시대 도래

- 호모 모빌리쿠스(Homo Mobilicus) 확산
- 모바일 기반 어플리케이션 개발 경쟁 가속화
- 온라인 네트워킹을 통한 생산적 여가관광 활동의 증가



(모바일 기반 TGIF시대 도래)



### 3. 농어촌관광의 효과

**국민소득 수준 향상 및 주 5일제 정착**  
= 여가와 휴양에 대한 관심 증대로 농어촌체험관광 활성화=

#### 비 경제적 효과

- 농촌 가치 재인식
- 도시민에게 여가·휴양공간 제공
- 청소년 체험학습의 장 제공
- 농어촌 공동체 복원
- 도시민 정주유도

#### 경제적 효과

- 지역특산품 개발 및 판로확대
- 농가소득 증대
- 지역경제 활성화
- 신규 고용기회 창출
- 인구감소 방지
- 외부자본 투자기회 증대

### III. 농어촌관광 활성화 사례





# 1. 농어촌 관광 활성화 사례

## (1) 함평나비대축제

- 
**지역 특성을 살린 자연생태계와 연계한 관광 활성화**
  - 
**『나비대축제』 농촌관광객 20만명에서 300만명 이상**



# 나비와 꽃으로 함평만의 독특한 농촌관광 활성화

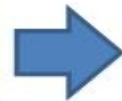


## 함평의 과거와 현재 농촌관광이 어떻게 진행되었는가?

- 함평의 선택과 집중! 모든 곳을 나비와 꽃으로 브랜드화

### 축제이전

- 인구감소와 고령화
- 특징없는 관광자원
- 주곡위주의 단순한 농업 소득원과 규모의 영세성
- 지역 특산물 지명도 약화
- 연간 관광객 20만명 미만
- 하드웨어 관광자원 전무



### 축제이후

- 지역 리더육성 및 역량강화
- 함평나비 대축제로 지역브랜드 육성
- 브랜드를 이용한 농산물 판매 연계  
- 자운영쌀, 나비쌀 브랜드 연계
- 하드웨어 관광자원 개발  
- 천수변공원, 유채꽃단지, 친수공간 및 나비의 고장 랜드마크화
- 연간 관광객 300만명 이상



## (2) 전남 담양 운수대통마을



**귀농인들과 주민들이 뚝뚝 뭉쳐 마을을 변화시켰다.**

- 농촌의 고령화 현상에도 불구하고 여긴 40대 젊은층이 13세대로 기존 주민들과 잘 융합하고 조화



**전통적 향약을 통한 주민 화합을 통한 체험마을 활성화**



## 운수대통마을의 성공 요인

- 화백제도의 원리를 도입한 주민화합과 도시민 Needs에 맞는 체험 프로그램 도입

### 포인트

- 주민 간의 화합을 최우선으로 한다.
  - 마을자치규범인 향약을 중심으로 뚝뚝 뭉치 협동심
  - 화백제도의 원리를 도입한 주민들의 화합
  - 젊고 다양한 마을 인적자원의 활용
- 체험화폐 발행으로 부드럽고 정이 느껴지는 사업 전개
- 맞춤형 체험프로그램 운영
  - 일곱가지의 각종 고객 맞춤형 프로그램 운영  
[1.친환경 농업 2.저탄소 녹색성장프로그램 3.자연체험 4.역사체험 5.문화예술 6.음식문화체험 7.녹색 성숙을 향한 체험]
- 체험학습농장 운영으로 많은 학생들의 교육현장으로 활용
- 친환경 농산물 생산, 가공, 판매 연계





### (3) 경북 고령 개실마을



마을 전통문화를 재현하여 농촌관광 활성화 기여

● 마을의 전통과 유교문화를 농촌관광자원으로 활용



마을자원의 재 발견으로 새롭게 눈을 뜨게한 마을





## 개실마을의 성공 요인

- 지역 전통문화 보존을 새로운 관광 테마로 성공한 농촌관광

### 포인트

- 마을 자원의 발굴활용을 통한 소득의 다양화
  - 전통한옥보존, 고택, 유품, 추우재, 화산재, 칠점반상 등
  - 양반체험, 전통혼례 등 조선시대 미풍양속과 관련된 자료를 수집하여 마을 상품화를 위한 지속적 개발
- 대가야 탐방 코스를 통해 교육적 효과 극대화
- 마을주민의 인식변화
  - 주민 교육 참여 확대 및 정기적 주민교육과 전문학습과정 등 지원  
(삼성에버랜드 서비스아카데미 전문과정 수료율 위한 지원)



## (4) 시사점

- 주민의 화합 및 적극적인 참여
- 주민의 지속적인 역량강화 교육이 필요
- 새로움을 창조하는 것 보다 지역에 내재되어 있는 문화를 찾는 것이 중요
- 농촌관광은 “보는 관광” 에서 “체험하고 참여하는 관광” 에 대한 대비를 해야하며 당일관광에서 숙박관광으로 유도
  - 관광객 약 70%이상 당일관광에 거치고 있다. 따라서, 다양한 체험프로그램 개발을 통해 숙박가능한 관광으로 변화필요
  - 숙박관광은 당일관광의 여행경비의 3배이상 효과
- 마을이름을 지역 브랜드와 연계
  - 예) 운수대통마을, 치즈마을, 토고미마을, 부래미마을, 다랭이마을 등

## 2. 안동 농촌관광 활성화를 위한 과제

### (1) 지역 전통문화를 바탕으로 선택과 집중



**안동 고유의 유교문화를 활용한 관광 홍보효과 극대화**

● 문화재, 서원, 향교, 불상, 인물 등 다양한 소재를 갖추어진 안동



- 가장 한국적인 안동은 한국역사에 중요한 인물과 이야기가 있는 곳이며, 이런 문화를 가진 지역은 많이 있지 않다.
- 전통문화를 체험할 수 있는 음식, 체험, 숙박 등의 체계적 시스템 필요
- 서원, 향교, 불상, 인물 등에 대한 역사교육 스토리 및 역사탐방 코스 개발



## (2) 축제와 연계한 지역 다양한 코스 개발



**안동에는 대한민국이 인정한 축제가 있다.**

- 국제탈춤페스티벌, 봉정사 국화축제, 안동한우불고기축제 등



- 안동 국제탈춤페스티벌을 찾아오는 관광객이 150만명이나, 숙박관광객이 전체의 30%미만이다. 70% 당일관광객을 숙박으로 옮겨갈 수 있는 정책
- 보는 축제에서 참여하고 체험하는 축제로 다양한 프로그램 개발

### (3) 안동전통 먹거리 코스(조식, 중식, 석식)



**안동에는 전통한식 코스가 있다.**

- 영국의 엘리자베스 퀴로드, 헛제사밥, 안동찜닭 등 먹거리를 고객



- 안동의 볼거리, 먹거리, 체험거리, 한옥체험 등을 패키지 상품화
- 음식을 만드는 과정과 레시피(Recipy)제공 및 함께 만드는 과정을 통해 안동 전통과 역사를 배우는 과정을 상품화



#### (4) 안동을 알리기 위한 체계적인 홍보



**국내 관광객과 외국인 관광객 유치에 차별화.**

- **[국내관광]** 한옥을 이용한 **네트워크화** 및 **국내 홈쇼핑**을 통해 **안동체험관광 패키지(Package)** 판매
- **[국외관광]** **대형마트**가 아시아 지역에 진출하고 있다. 이를 통해 **납품되는 우리나라 상품에 안동을 소개** 또는 **이벤트**

- **선택과 집중**을 통한 홍보가 절실히 필요 : 외국여행 담당자는 외국인 관광객들 대다수가 경주 또는 제주도만 방문
- 당일여행에서 숙박할 수 있는 패키지 상품 개발
- 안동은 그 동안 단점이었던 **접근성 부족**에서 **고속도로 개통**으로 향상
- 지역의 국제교류를 통한 **글로벌화** : 해외 자치단체와 국제교류 활성화

## (5) 사람이 일어서야 한다.

 가장 중요한 것은 바로 사람(人)이다.

- 농촌관광 활성화를 위해 가장 중요한 것은 지역에 내재되어 있는 인적 역량 강화
- 정기적인 주민교육과 주민들의 화합이 농촌관광의 핵심
- 지역 인재를 찾아내고 키우는 것이 지역 발전의 힘이다.

## (6) 지역 소프트 및 브랜드 마케팅

 개성있는 지역 문화와 매력있는 브랜드 창출

- 고성장시대는 대규모 획일적 개발에서 소규모이며서 개성 있는 지역 문화와 매력을 창출하여 경쟁력 있는 브랜드 개발이 바로 지역성
- **잘원핵** 철저하게 지역의 고유한 장소 및 향토자산을 바탕으로 개발



## IV. 도시와 농어촌의 교류 활성화



# 1. 농어촌체험마을 활성화 지원

- 농어촌체험마을의 품질을 유지하여 고객에게 수준 높은 서비스 제공  
- 체험마을 평가 및 인증 등 지속적인 관리
- 농산어촌에서 체험 활동 중 발생할 수 있는 안전사고에 대비토록  
마을 보험 가입비 지원(연간 보험료 50%, 최고 100만원)
- 농산어촌 체험마을이 사업추진 과정에서 외부 전문가의 도움을 받을 수 있도록 지원(프로그램, 운영 등 종합자문, 세무 관련 자문 등)





## 2. 체험마을 협의회 구축

- 체험마을 상호간 정보교류 등을 통해 인적 네트워크 구축지원



단계	추진내용	연속적인 모니터링을 통한 지원
1단계	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>도 단위 협의체 구성</b></li> <li>- 농어촌체험·휴양마을이 일정수 이상 지정되어 있는 도중심으로 도 단위 협의회 구성</li> </ul>	
2단계	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>시·군 단위 협의체 구성</b></li> <li>- 도 단위협의체가 자체적으로 시·군 협의체 구성</li> <li>- 체험마을 자원조사, 체험 프로그램 개발 등 시범사업 실시</li> </ul>	
3단계	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>전국 협의체 구성</b></li> <li>- 설립된 단위 협의체 중심으로 구성</li> <li>- 정관 마련, 매뉴얼 제작, 세미나 개최 등 활성화 방안 추진</li> </ul>	



### 3. 도농교류 사회적 관심 유도

- 도시민이 도농교류를 생활화하고 참여할 수 있도록 다양한 홍보 추진
  - TV, 신문, 지하철, 온라인 등 활용한 다양한 홍보와 캠페인 전개
- 도농교류 정부포상 : 도농교류에 공이 큰 도시민, 단체, 기업인을 선정 포상하여 도농교류에 대한 관심을 높이고 동기를 유발하기 위함
- 농촌마을 가꾸기 경진대회
  - 우수한 체험 휴양마을을 선정하여 시상하고 선의의 경쟁 촉진



## 4. 『 농어촌 여름휴가 』 페스티벌 개최

- 여름휴가를 농어촌으로 유도함으로써 농어촌체험 · 관광활성화를 도모하고 농가 소득증대 기여

### 행사내용

- 행사명 : 농어촌 여름휴가 페스티벌
- 기간 및 장소 : ' 11. 6. 23 ~ 6.26(4일간) AT센터
- 참가규모 : 약 208부스(3,798㎡, 1,148평) , 체험마을137여 개소
- 집계목표 : 10만명(' 10년 97,600명)
- 소요예산 : 700백만원(국고 650, 부스판매비 50)





## 5. 체험관광 글로벌화를 R-20 프로젝트 추진

- 농어촌 체험관광의 글로벌화를 통한 농어촌관광 활성화 도모
- 국내외 박람회, 국제행사 참가자 등 외국인을 대상으로 농어촌체험마을 상품소개를 통한 농어촌관광 글로벌화

### 사업내용

- 사업내용 : 홍보콘텐츠 제작 및 외국인 체험단 운영
- 추진체계 : 계획수립 ⇒ 대상지역 선정 ⇒ 홍보콘텐츠제작 ⇒ 체험단운영
- 타 당 성 : 체험마을의 콘텐츠 강화 및 서비스 경쟁을 통한 농어촌관광활성화 필요성이 높고 최근 여행의 추세가 보는관광에서 체험관광으로 변화



## 5. G-20 농어촌체험관광 글로벌화

### 추진목적

- 외국인 관광객 유치를 통해 농어촌 체험관광 신규 수요 창출
- 체험관광의 품질 향상 및 체험마을 발전유도



### 추진내용

- **글로벌 여행 콘텐츠 개발**
  - 21개 지역 44개 여행코스 개발
  - 코스 안내 음성, 동영상, 브로셔 제작
  - R-20 홈페이지 구축
  - 한중일영 4개국어로 대외접근성 확대
- **외국인 체험단 운영**
  - 총 82회, 2,470명 운영
  - FAO, 미국대사 등 VIP 투어 210명

### 추진성과

- 농어촌 체험관광 활성화를 통한 체험마을 소득 증대 기여
  - 소득창출효과 : 1,012백만원
- 체험마을 간 경쟁유도로 체험마을의 운영내실화 기여
  - 특화된 여행코스, 보험/교육/인력활용 등 운영개선으로 체험마을 모범사례 제시





## 6. 팜스쿨(Farm-School)사업

- 미래의 농산물 소비자인 학생들에서 농업·농촌의 체험을 생활화하고 이를 학습과 연계하여 농어촌 가치와 중요성 교육
  - 학교는 결연을 맺은 체험마을을 방문(연간 1~2회)하고 교내에 소규모 체험공간(상자텃밭 등)을 만들어 교육에 활용



## 7. 농어촌 유학 사업

- 농어촌의 자연, 역사, 문화 등 체험 통한 도시 학생의 인성함양 및 농촌 사랑
  - 농어촌의 작은 학교 살리기 통한 지역활성화 및 도시민의 생태 환경교육 수요 대응
  - 농어촌 유학 지원 수 : 5개소 지원



## 8. 농어촌의 다양한 축제 지원

- 농어촌 다양한 축제를 지원하여 전통을 계승하고 보전
  - 발전 가능성이 있는 마을축제를 발굴하여 예산지원 및 홍보
  - 지원축제 : 매년 20 ~ 30개
  - 지원금액 : 30~50백만원(지방비 50%)





## 9. 도농교류협력사업

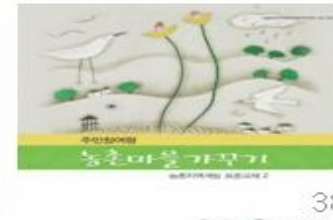
### ● 도농교류공모사업

- 도시 소비자 단체, 체험마을 등 민간단체의 도농교류 참여 지원
  - \* 농어촌체험, 농어촌알리기, 농어촌지키기 등 공모
  - \* 체험마을 사업참여로 도시민의 참여범위 확대 및 공모방법 다양화
- 도시민 소비자 유인 및 학생들의 체험학습 효과, 농어촌의 가치 확산



# 10. 마을주민, 지역리더의 역량 강화

- 체험마을, 농어촌지역개발 활성화를 위한 현장중심 맞춤형 교육
  - 농어촌마을 리더, 사무장 양성, 체험·휴양마을육성, 신문화공간조성 동기화 과정 운영(4개 과정)· '05 ~ '09년까지 27천명 교육 완료
- 수요자 중심의 특화과정 운영
  - 농어촌유학, 외국인 유치, 이민여성농업인 농촌 정착지원과정, 농산업 코디네이터 및 사업설계자 과정 운영· 농어촌유학, 외국인유치과정 신설





# 11. 도심속에서 농어촌을 종합적 홍보

- **도농교류안테나숍 운영**
  - 도심속에 농어촌 홍보를 위한 농특산물 전시 판매, 지역정보, 귀농귀촌 상담 등 도시민의 농어촌 유치 지원



## 12. 농어촌 알리기 위해 다양한 홍보

전동차를 활용한 『홍보 전동차』를 운영하고 있습니다.

### 추진 목적



### 사업 내용

- **운행구간**
  - 4호선(오이도 ↔ 당고개(48개역))
  - **운행횟수 : 1일 10회**
- **운행기간 : 총 5개월**
  - 1차 : 10.11~12월(2개월)
  - 2차 : 11.04~06월(3개월)
- **소요예산 : 216백만원(마사회 특별 적립금)**

### 기대 효과

- **전동차 이용객을 중심으로 한 브랜드 노출 효과**
  - **도농교류와 공사의 역할, 브랜드를 알리는 계기**
  - **노출효과(추정) : 연간 1억 8천만명(123만명/일)**
- **출·퇴근시 정기 이용시민에게 반복과 집중을 통한 각인 효과**
  - **도시민의 농어촌 체험유도로 소득증대 및 일자리 창출 기대**





# 11. 웰촌포털에서 농어촌의 모든 정보 제공

## (1) 웰촌포탈 운영



www.welchon.com 검색

### 체험/관광

- \* 전국 농산어촌체험 마을 소개
- \* 체험행사, 축제 등 지역여행 정보
- 여행상품 제공



### 전원/생활

- \* 전원생활 소개
- \* 교육, 주택설계도면 등 이주단계별 정보 제공



### 지역정보

- \* 지자체 정보 홍보
- \* 농산어촌지역 개발 정보 제공



### 부가서비스

- \* 농산어촌 삶의 질 서비스 맵
- \* 투어맵 등 지도 서비스 제공



## (2) 웰촌포탈 활성화를 위한 신규 서비스 확충

### 추진현황

- Rural-20 체험마을 등 50개마을 모바일용 아이폰 앱(App)개발 서비스 제공
- 『웰촌교육정보 시스템』 서비스 구축(교육이력관리 등)
- 마을주민 등이 다양한 전문가 지원을 받을 수 있도록 “지역개발전문가” DB 구축 제공(60개 업체)
- 농어촌정보 빈집정보 안내 서비스(170개 시·군 연계)
- 웰촌 GIS 지도찾기 검색기능을 체험마을과 연계
- ⇒ ‘10년 스포츠조선 고객만족도 대상 1위 선정(2년 연속)



<아이폰 앱 서비스>

### 향후계획

- 고객니즈에 맞는 시스템 개발 및 잠재고객(초중생 등)을 위한 다양한 신규 서비스 강화로 포털 인지도 제고



### (3) 농어촌체험 여행상품 개발

- 농어촌 체험마을과 주변의 관광자원을 결합하여
  - 국내 최초로 체험마을 여행 상품을 개발하고 판매 서비스 개시

#### 추진현황

- 체험마을과 주변관광지를 연계한 농어촌체험여행상품 개발 및 판매
  - '09년 30개마을 100개 상품개발
  - '10년 40개 체험마을 100개 체험여행 상품 개발

#### 홍보·판매

- 하나투어, 모두투어 등 여행사
  - 국내 최대 G마켓과 제휴를 통한 상품 홍보·판매
  - ⇒ ' 10년도 3,200명 모객(판매액 300백만원)
  - ※ 농가 실질소득 기여액 : 60백만원(20%)



<체험여행상품 서비스>

## (4) 농어촌주택 설계도면 무료 제공

- 70여종의 다양한 농어촌 주택 설계도 개발하여 보급
  - 전국 지지체, 공사 지역본부, 지사 등 배포(5,900개소)
  - \* 총 168천회 조회, 28,004건 도면 복사 (약 840억원 비용 절감)
  - \* 공사의 지사를 방문하거나 웰촌포털에서 다운로드하여 사용





## V. 농산업 · 도농교류지원본부



# 1. 도농교류 중심역할을 수행합니다.

정부 - 지자체, 농어촌 - 도시민 - 기업, 단체 등 네트워크를 구축하여 도농교류를 활성화합니다.



### 농어촌

- 도농교류 인프라 구축
- 도농교류 계획수립/실행
- 지역리더 역량강화 교육
- 체험마을 육성, 사후관리
- 1인1촌전문가, 세무상담 지원

### 민간단체

- 도농교류협력사업
- 도농교류문화사업

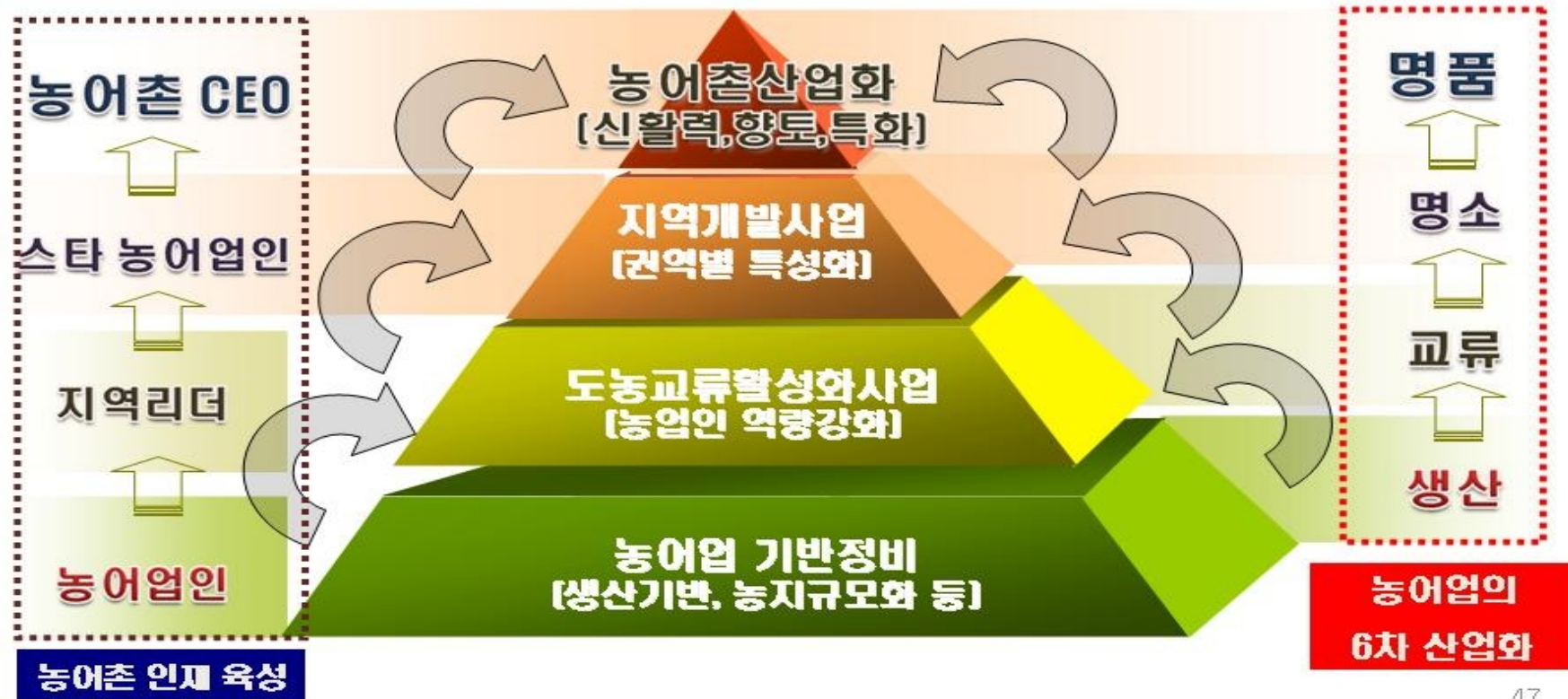
### 도시민·기업

- 여름휴가페스티벌 개최
- 도시민유치지원 사업
- 농산업박람회
- 사회적기업육성
- 향토산업, 지역특산물 육성



## 2. 돈버는 농어업, 살맛나는 농어촌을 만듭니다.

돈 버는 농어업, 살맛나는 농어촌



### 3. 도농교류 예산

전년대비 32억원 증가(15.1%)한 243억원 확보

구 분	2009	2010(A)	2011년(B)	(B-A)	B/A
합 계	19,300	21,098	24,275	3,177	15.1%
도농교류활성화사업	16,600	18,340	16,914	△1,426	△ 7.7%
농촌활력증진사업	2,700	2,758	2,314	△444	△1.6%
농어촌공동체 활성화지원	-	-	1,485	1,485	신규
연계협력사업	-	-	3,562	3,562	신규

공사 자체자금, 마사회 적립금, 부처 협력사업 등으로 추가 예산 확보

- 도농교류 홍보, 문광부 협력사업, 안테나숍 운영 등

# 스님에게 빗을 팔아라.





난,  
땡초요~



빛을 생산하는 공장에..... 4명의 판매원이 있었다.

사장은... 이들에게 **절에 가서 스님들에게 빛을 팔 것을** 지시했다.

결과가 뻔한(?) 상황을 맞았으나...

4명의 판매원의 취한 행동도 결과도 매우 다양했다.



저희는 빛이 필요 없습니다^^

처음에 절에 판매하러 간 판매원은 빈손으로 돌아왔다.  
그리고 겪은 일을 말했다.  
절에 있는 스님들은 모두 뺨뺨머리여서 빛이 필요없다라고 했다.



두피 마사지가  
건강에 좋아요~ ^^

그런데 두 번째 절에 간 판매원은 수십 자루를 팔고 왔다.

그는 스님들이 비록 빡빡머리이긴 하나,  
수시로 머리를 빗고, **빗으로 머리를 눌러주면 혈액 순환이** 잘 되어  
건강하게 수도를 할 수 있다고 설득시켰다는 것이다.





세 번째 판매원은 수완이 매우 좋은 사람이었다. 단번에 몇 백 자루나 팔았다.

그는 주지스님에게 참배객들이 향을 태우다 보면 머리에 향의 재가 묻게 되는데 이 때 절에서 빛을 준비해두었다가 그들에게 공급하게 되면 자신들의 작은 곳까지 챙겨주는 것을 아주 고맙게 생각하며~ 참배객들이 더 자주 절을 찾을 것이라 했다는 것이다.



네 번째로 절에 간 판매원은 아예 대량 주문을 받아가지고 돌아왔다.

그는 참배객들에게 **빛을 기념품으로 증정하되~**  
빛의 한 면에는 참배객들이 좋아하는 연 꽃을 새겨 넣고,  
다른 한 면에는 「길선(吉善)빛」이라 새겨 놓으면,  
**절의 이미지가 크게 올라갈 것이라 설득했다는 것이다.**

똑같은 제품인데도 사람에 따라  
매출 상황이 판이하게 달라지는 것은  
경영사상이 다르기 때문입니다.

이처럼 우리 주위에서도  
얼마든지 주위를 조금만 살피고 뒤집어 바라보면  
새로운 상황과 새로운 시장은 얼마든지 있습니다.

사업가였던 고 정주영 회장의 어록을 보면 더욱 자명해집니다.  
“길거리에 나가면 돈 벌 것 들이 눈에 즐비하다”는 것입니다.

“우리 농촌에도 즐비하다.”



한국농어촌공사가 농업인과 함께합니다.

행복과 희망이 넘치한 **welchon 웰촌**을 만들기 위해  
농림수산식품부와 한국농어촌공사가 노력하고 있습니다

농어촌 일자리 창출 및 소득증대



도시는 꽃, 농어촌은 뿌리!

경청해 주셔서 감사합니다!



발표 3

# 안동지역 관광네트워크 극성 필요성과 계획

(재)안동축제관광조직위원회 사무처장 권두현







# 안동시 관광네트워크 구성을 위한 검토

권두현 \_[재]안동축제관광조직위원회



# 1. 관광네트워크 구성 취지

## 지역 관광의 현황

- 국내 관광활성화에 대한 중앙정부의 관광정책 전환
- 지역 관광성장의 자립기반이 부재 - 수요층
- 중앙 및 외부 자본의 유입을 통한 관광개발의 사고 팽배
- 지역 특화를 위한 내부 역량 부족 - 인바운드 관광기업, 업체 부족
- 관광 실행조직의 부재로 인한, 시장에 유연한 대응력 부족
- 행정중심의 관광 프로그램운영으로 인한 기업활성화 부재 [관광은 경영]

1. 관광네트워크란 무엇인가?





## 관광네트워크의 필요성

- 지방자치제, 지방분권화에 따라 민관협치(governance)가 요청됨
- 자치단체와 민간을 가교 역할을 통해 관광정책 효율적 시행
- 관광개발에 관광정책에 지역 관광사업자의 참여욕구 증가
- 관광은 경영, 산업영역으로 민간 사업으로 추동될 때 활성화
- 소규모 관광사업의 경우 공공의 자원과 유기적 결합이 필요
- 공공역할의 보완과 효율적인 정책실현 주체로써 관광네트워크 필요

1. 관광네트워크란 무엇인가?

## 관광네트워크 조직 위상

- 자치단체 발전에 부합되는 맞는 관광정책 개발과 추진 핵심 주체
- 중앙-광역-자치단체의 정책을 구체적으로 수행할 수 있는 추진체
- 시민들의 관광에 대한 참여를 보장하고, 시민적 합의를 이끄는 중심 기구
- 경제, 문화, 건설, 등 전분야 네트워크를 통한 효율적, 능률적 관광개발 추진체
- 도시경쟁력, 시민마인드가 관광경쟁력인 시대에 대응하는 협치기구

1. 관광네트워크란 무엇인가?



## II. 관광네트워크의 해외 사례



## 영국의 Moor and Coast 관광협의회

### 설립

- 2006년 영국 요크셔햄버 지역 지방정부 Yorkshire Moors & Coast Tourism Partnership Constitution에 근거하여 설립

### 목적

- 관광개발, 관광객 편의시설, 사회,경제,환경 이익을 최대화하기 위한 지원
- 지역의 관광이익을 대변하고, 공공과 민간의 협력과 전략 개발.유지.보완
- 관광 뿐만 아니라 지역산업 전반의 수준을 향상시키는 역할
- 홍보활동, 관광서비스, 자료수집과 연구, 정리
- 중앙, 광역, 기초 자치단체의 관광정책을 수행하고, 관리
- 세계적인 관광 차원의 관광홍보
- 공공, 민간의 협의, 지역 이미지를 제고하기 위한 협력 업무
- 기타 관광, 지역에 이익이 될 수 있는 업무를 수행함

## II. 관광네트워크의 해외 사례





## 영국의 Moor and Coast 관광협의회

### 구성\_ 민간부문+공공부문 \_조례에서 이를 규정

- 민간부문 : 북요크셔 국립공원, 지역의회, 관광연합, 관광포럼, 병원[의료관광] 숙박, 식당, 카페, 쇼핑, 교통 관련인력 + 주요 이해관계자
- 행정기관 : 3인 전담요원 + 보조요원 3인

### 활동

- 지방정부에 의해서 마련된 정책 수행과 관광서비스
- 목적에 따른 활동 [관광서비스 개선과 관광 홍보마케팅에 주력]
- 연합위원회 6주 정기적인 모임을 가지며,
- 실무 위원회는 한달 정기모임 개최



## 영국 남서웨일즈(South West Wales) 관광협의회

### 설립

- 관광홍보, 관광산업 발전을 위한 관광청과 웨일즈 지방정부가 설립

### 목표

- 관광 사업 실행과 성과 향상
- 홍보 마케팅의 성과와 재조명
- 민관의 효율적인 협력과 이를 통한 관광사업 효율성 향상
- 자료의 축적과 이를 통한 새로운 관광사업, 도시 창의활동

### 구성

- 의회, 무역협회

## II. 관광네트워크의 해외 사례



## 일본 유후인 관광협의회

### 설립

- 1970년대 유후인의 '자연을 지키는 모임' 이후 "윤택한 마을 만들기" 구성

### 구성

- 여관업자, NGO단체, 윤택한 마을 만들기 조례제정 후 협의회 결성

### 활동

- 공공기관의 후원과, 민간 중심으로 활동과 사업 진행

### 구성

- 유후인 관광협의회는 가장 빈한한 유후인을 큐슈 가장 유명관광지로 성장시킨 동력

## II. 관광네트워크의 해외 사례



## 일본 나가사키현 사이카이쵸 관광협의회

### 설립

- 1998년 '녹색관광모델정비구상' 이후 농업과 관광 협력 네트워크 구성

### 구성

- 농업관련 기업, 관광기업, 테마파크, 축제 추진기구, 대학 등이 연합하여 조직

### 활동

- 공공분야, 특히 중앙, 지방정부가 파트너십을 적극 지원,
- 공공기관 관리, 제어로 지역개발체계보다는 공공부문의 지원 후 관광개발 진행

### 성과

- 관련주체간들의 개방적 협력 시너지 효과 극대화

## II. 관광네트워크의 해외 사례





## 해외 사례의 시사점

### 유럽의 경우

- 실무운영조직 중심으로 조례제정, 운영기획 등 기능 중심으로 접근
- 관광 분야에 한정하지 않고 지역발전을 위한 산업, 자본가, 의회 등이 포진
- 자원 조달에 기부, 모금, 정책자금, 등 지역관광발전을 위한 공직활동 자금유치

### 일본의 경우

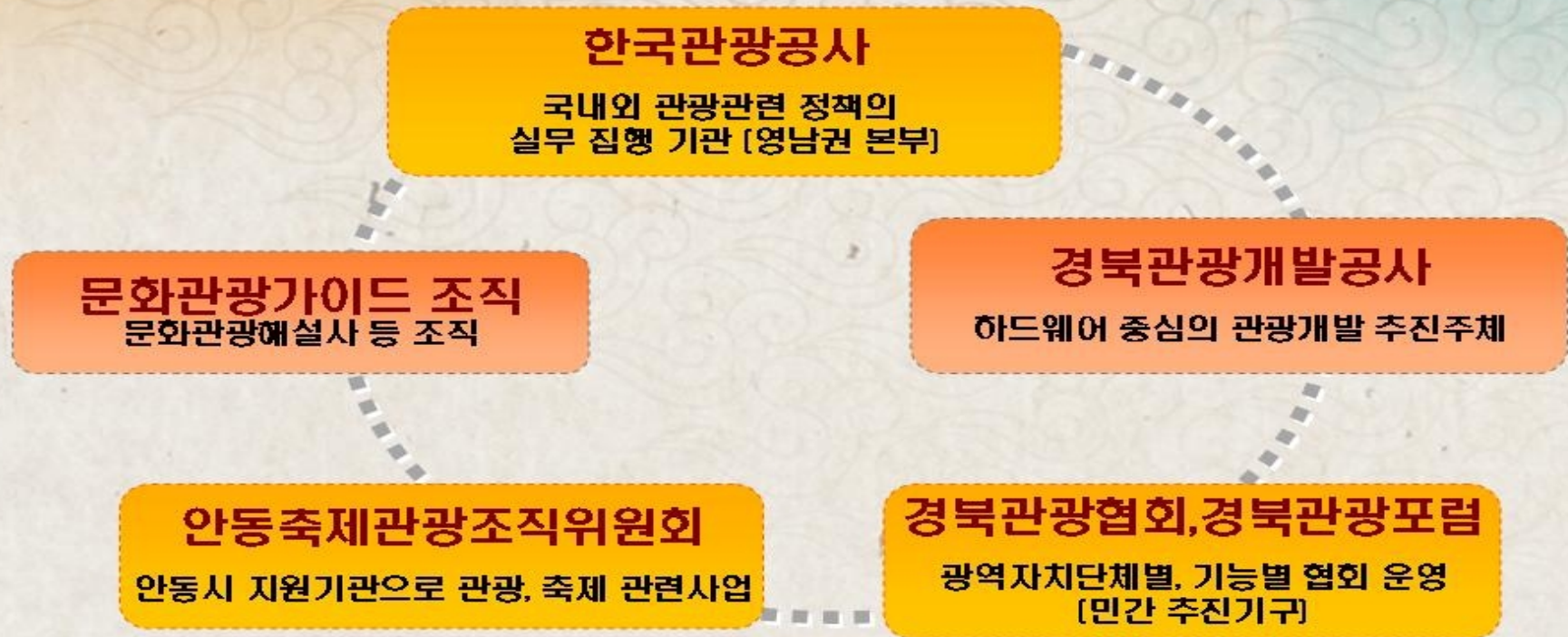
- 자치단체 지원하에 지역주민과, 사업체가 협력 추진하는 구도
- 기업을 중심으로 지역 주민 전체의 참여로 합의와 추진
- 관광개발시 지역주민들의 교육, 마케팅 프로모션, 도시경쟁력 중시

# III. 한국 내 관광조직과 활동





## 국내 관광조직과 활동 - 안동시 관련조직



### III. 한국 내 관광조직과 활동



## 국내 자치단체 설립 관광조직 사례

### 광역권 특수 목적 관광 조직

- 경기관광공사 : 관광상품, 관광객 유치, 홍보를 위하여 2002년 설립
- 서울관광공사 : 관광서울을 위하여 2007년 설립
- 제주관광공사 : 제주웰컴센터 설치 운영, 면세점 400억 매출달성
- 웰컴투 강원 : 자치단체, 관광사업체 중심 민간주도형 99년 조직

### 기초자치단체 관광조직

- 축제를 중심으로 이루어진 조직위원회 성격 ▶ 관광으로 활동력 이전
- 횡성군, 부곡관광협의회 등 30여개 이상 자치단체 관광협의회 결성
- 전국적으로 관광협의회 구성이 촉진되고 있음

### Ⅲ. 한국 내 관광조직과 활동



## 경상북도 내 관광 조직 - 안동시 연관 조직

### 경북포럼

- 설립 : 2008년, 2007년 한국방문의 해 사업 추진의 실적에 추동 관광진흥간담회, 업계 간담회 등을 거쳐 9개월 준비후 설립
- 조직 : 4개분과 150여명의 위원
- 활동 : 아이템 발굴과 정책발굴을 중심으로 한 세미나로 진행

### 경북관광개발공사

- 설립 : 1975년 경주관광개발공사에서 1999년 경북관광개발공사로 변경
- 조직 : 공사형 조직
- 활동 : 하드웨어 개발 사업에 치중, 안동문화관광단지, 보문단지 등 운영

### 안동축제관광조직위원회

- 설립 : 2006년 [98년 축제조직위 조직, 99년 문화관광가이드 설치 결함]
- 조직 : 재단법인 형태 [안동시장, 민간인 공동조직위원장, 4개분과] 사무처 [축제사무팀, 관광정보팀, 회계팀 구성]
- 활동 : 안동국제탈춤페스티벌 등 지역내 이벤트, 전시, 문화행사 안동시홈페이지, 문화관광해설사, 관광뉴스레터, 책자 등 발간 운영.

### III. 한국 내 관광조직과 활동



## 평가와 과제

### 비판 평가

- 공사, 자치단체 설립으로 조직의 경직성 여전히 상존
- 관광사업체 이익을 대변하는 역기능도 존재하며, 효율성이 부재
- 지역 여론과 지역시민이 다양하게 참여하지 못하고 있음

### 과제

- 지역의 다양한 인력,사업체 참여, 구체적인 지역 발전을 위한 협력체
- 민관 파트너십을 형성하기 위한 인적 역량 등을 확보
- 시장중심의 관광산업 육성 정책의 실행력 미흡

### III. 한국 내 관광조직과 활동





## 시사점과 방향

### 민관의 협력 네트워크

- 네트워크 협의기구로 정책결정과, 시행의 민,관,시민 가교 역할
- 정책결정을 효율적으로 실행하는 민간 전문 조직
- 비 관광사업 종사자들의 이해와 불편을 해소하는 시민협력기구

### 다양한 인력, 사업체, 기관의 참여 유도

- 지역 발전의 명제[도시발전 정책] 속에서 관광발전이 도모 되어야 함
- 다양한 인력, 사업, 기관 참여를 통한 지역통합형 관광 발전
- 시장우선과 시민중심의 안동만의 관광산업, 문화산업 진흥 활동 진행

### Ⅲ. 한국 내 관광조직과 활동

## IV. 안동 관광네트워크 구성 방향





## 안동 관광네트워크(협의회) 조직화 방향

- 중앙정부와 경북의 안동시 관광정책을 효율적 연결, 실행하는 기구
- 안동시 외부, 내부의 네트워크 체계 구축과 연계
- 관광주체들의 관광발전을 위한 역할 수행 기구
- 안동지역의 특성에 맞는 관광 프로그램과, 조직시스템 구성
- 안동시 삶의 질을 제고하고, 문화안동을 도모하는 실천적 기구로 구성

### IV. 안동시 관광진흥협의체 조직 구성



## 안동 관광네트워크(협의회) 추진

- 기존 관광프로그램과 정책에 대한 전면적 효율성 평가 후 진행
- 안동축제관광조직위, 생체협회, 공예조합 등 기존 관광관련 조직력 활용
- 안동시 발전방향에 대한 목표치를 선정 후 점진적 추진
- 안동시 관광정책에 부합되는 실천 프로그램을 우선 실행 -전통산업과
- 조례의 제정 등을 통해 법적 구속력을 확보하는 방안 검토

### IV. 안동시 관광진흥협의체 조직 구성



## 안동 관광네트워크 참여주체 1 \_산업연관표상 관광산업 분야

관광산업 명칭	지역산업연관표상 분류	산업 분야
도소매(관광쇼핑)	129. 도소매	- 관광객의 관광기념품 구매, 농산물, 섬유가죽 제품 등 유통마진 등이 해당
식음료	130. 음식점	- 음식점, 유흥음식점, 주점업등
숙박	131 숙박	- 관광숙박업 호텔업 및 여관업 - 고가숙박체험 농촌형태마숙박 - 컨벤션, 회의장대여
여객운송(관광교통)	132. 철도운송 /133.도로운송 135. 수상운송 /136. 항공운송	- 육상운송, 내항 운송, 외항운송 등
운수보조	137. 운수보조서비스	- 여객 자동차 터미널 주차장 운영업
차량임대업	154. 기타사업서비스	- 일반 및 국외여행업, 여행보조 및 예약서비스업 - 관광 관련 자동차 임대 등
문화·예술공연	161. 문화서비스	- 영화, 공연, 박물관, 연극, 음악, 문화관광가이드
운동경기 오락유흥	162. 오락서비스	- 경기장운영, 스포츠 서비스, 골프장/스키장게임장, gambling 등

### IV. 안동시 관광진흥협의체 조직 구성



## 안동 관광네트워크 참여주체 2 \_도시발전 추진 주체

- 지방자치단체 + 시의회 : 정책의 중심에 있으며 관광정책을 입안
- 관광관련 연구인력과 기관 : 자료의 집적과 평가, 컨설팅
- 관광관련 활동단체 : 지역 이벤트, 관광관련 홍보 프로그램 운영
- 관광관련 시민동력 : 관광자원봉사, 가이드, 안내센터 등 활동
- 지역상권, 언론방송 등 : 협력 개발프로그램으로 운영
- 농업, 상업, 예술단체(기업), 문화단체(기업) 등 협력 네트워크

### IV. 안동시 관광진흥협의체 조직 구성





## V. 안동 관광네트워크 활동과 사업

## 모니터링 활동\_ 평가 후 피드백을 위한 자료화

- 대학, 전문연구기관을 활용 문화관광 컨설팅, 아카데미 : 문화가 아닌 관광
- 리더 아카데미 ; 지역 리더들의 자기주도 학습 프로그램 , 관광 이해기반 [경기리더아카데미]
- 관광모델링 사업 발굴 : 지역진흥전문가에 듣는다 - 교토 사례
- 지역재생 매니저사업 : 실무노하우를 가진 기업, 인력을 지역재생 매니저로 선정 컨설팅
- 관광르네상스 사업 : 일본관광청 사업
- 지속적 정기적 전략회의 : 교토교통공사의 아칸호 온천 활성화 전략회의

### V. 관광진흥협의체 활동



## 관광지표화 사업 - 성과중심의 효율적 관광사업 지표 설정

지향성	• 안동의 도시목표와 관광개발이 합치, 도시민의 삶의 질 향상
능률성	• 투입대비 산출의 비율
효과성	• 목표달성 관광, 안동시 개발과 연계, 미래, 발전지향성의 정성,정량적평가
대응성	• 시민들의 선호와 가치, 의견 반영, 실행방식의 효율적 제안, 선도
형평성	• 관광종사자, 참여계층, 비 관광종사 계층과의 폭 좁힘
합법성	• 관광법규의 제정, 규제지향적인가, 진흥지향적인가에 대한 성격
효용성	• 사회적 공익성, 문화적 가치 공개념, 국제관광사업 등 국가적 경제성 등
문화성	• 안동지역의 문화적 가치를 반영정도, 문화예술 활성화 프로그램화

### V. 관광진흥협의체 활동



## 일상사업 - 시장 대응과 도시경쟁력을 확보 사업

### 관광주체의 협력시스템

- 농업+관광 문화+관광 이벤트+관광의 효율성 제고 (각 분야가 협력파트너쉽)
- 중앙, 광역, 자치단체 관광관련 정책협력, 실행조직으로 기능
- 정례적인 운영을 통해 정책개발, 효율적 실행 시스템 마련

### 홍보 마케팅

- 캠페인 : 안동시 관광서비스를 위한 시민 교육프로그램, 리더쉽 프로그램
- 마케팅 : 안동시민이 주체가 되는 관광 마케팅 프로그램
- 선전광고 : 안동시민들의 자발적 홍보 광고 프로그램 운영

### 관광상품 개발

- 다양한 관광상품 개발을 지원하고 기획, 컨설팅 사업 -농산품,특산품,기념품
- 관광객의 서비스 지원시스템 개발과 메뉴얼화, 자료화
- 인바운드 관광을 위한 다양한 패키지 프로그램 개발

## V. 관광진흥협의체 활동



## VI. 몇가지 사족

## 나머지 의견들

- 관광은 안동 발전과 개발 방향에 따른 부문 전략
- 문화, 예술이 바탕이 된 관광인력을 위한 교육 투자- 대학 등과 연계
- 관광사업자를 위한 투자, 컨설팅, 제도적 지원, 마케팅 지원이 이루어져야 함
- 문화관광의 경우 시민참여형 관광이 되지 않을 경우 실패확률이 높음

### VI. 나머지 의견들







(재)안동축계관광조직위원회 관광활동 소개







# (재)안동축제관광조직위원회 관광활동 소개

## I. 목 표

- 안동지역 관광전문가 조직으로 재단 활동을 자리매김
- 안동시 관광정책과 재단의 관광활동을 파급시킬 수 있는 안동지역 관광인력 네트워크 구성을 통하여 안동관광의 실천조직 구축
- 국제, 국내 관광전문가 그룹들에게 관광정보 서비스 제공
- 관광홍보, 관광상품 개발 및 관광객 유치 프로그램 기획

## II. 사업영역

- 관광활동 인력 네트워크
  - 안동관광네트워크 구성 : 지역 관광관련 단체, 개인
  - 문화관광해설사 운영, 관광안내자원봉사자, 관광지통역안내원
  - 관광택시 운영
- 관광정보서비스, 홍보
  - 온라인 홍보
    - 안동시청 내 문화관광분야(tourandong.com) 운영

- 2011년까지 모바일 홈페이지 구성(2011년 8월까지)
- 웹매거진 발행- 월 1회 (<http://webzine.tourandong.com/>)
  - 전국 8,000여명에게 발송
- 거점 관광 홈페이지 제작 및 운영 인계
  - 도산서원(<http://www.dosanseowon.com>), 제비원(<http://www.jebiwon.net>), 병산서원(<http://www.byeongsan.net>)
- 안동고택체험장 포털사이트 '안동의 고가' 운영 및 홍보
  - <http://gotaek.kr>
- 오프라인 홍보
  - 문화필(계간지) 발행
  - 관광홍보책자 발행 : 안동문화관광해설자료집

## □ 관광객 유치

- 국제 관광객 유치활동
  - 일본관광객 패키지 모객 프로그램
  - 동남아 관광객 유치활동
  - 홍콩 관광박람회 참가
- 국내 관광객 유치활동
  - 내나라여행박람회
  - 대구 국제관광박람회
  - 서울 국제관광박람회
  - 부산 국제관광박람회
  - 경북관광가족체험여행

□ Gite Korea 설립

- 한국문화체험 숙박공동브랜드 국제적 네트워크 구축

### Ⅲ. 세부사업

□ 안동관광네트워크

- 구성
  - 지역 관광산업 관련 기관 및 사업체 네트워크화
  - 학계, 언론, 관광상품, 여행사, 숙박, 식당, 교통 등 관광산업 종사자를 대상으로 네트워크 구성
- 활동
  - 관광상품 활성화 주제로 포럼 개최 추진(5월 20일경)
  - 정례모임을 통해 관광활성화를 위한 시민협력 시스템 마련

□ 관광인력 운영

- 문화관광해설사
  - 인력 : 53명
  - 활동 : 국내 : 45만, 국외 : 5만 = 총 50만명 안내  
국내외 관광관련 인력 명함 수집후 기초자료 활용
- 관광안내자원봉사자
  - 인력 : 9명
  - 활동 : 경북종합관광안내소 자원봉사 안내



- 관광지 통역안내원
  - 인력 : 6명
  - 활동 : 하회마을, 도산서원을 중심으로 외국인 가이드
- 시민통역봉사단
  - 인력 : 70명
  - 활동 : 탈춤축제 기간동안 외국인 관광객에게 통역 활동

□ 관광택시 운영

- 현황 : 3대 운영
- 활동 : 맞춤형 관광안내 교통수단, 재단과 연계관리 시스템
- 목표 : 관광전문 교통수단으로 모범사례 창출 - 재단지원

□ 친절관광 아카데미 교육

- 대상 : 지역의 숙박, 관광식당 운영자 및 종사자
- 교육 : 숙박, 식당 맞춤형 교육 실시 및 선진사례 현장 답사
- 목표 : 지역 관광네트워크 회원으로 구성 지속적인 발전 방향 모색

□ 온라인 홍보

- 안동관광홈페이지 운영(www.tourandong.com)
  - 운영 : 'www.tourandong.com' 운영
  - 방문자수 : 130만명
  - 목표 : 2011년 150만명 확대

- 내용 : 안동시청 관광홈페이지 년 중 관리 및 운영
- 활동 : 스마트폰 앱 개발  
분기별 이벤트 시행  
맞춤형 정보서비스(예약),  
디자인 및 관광정보 업데이트(매일)

■ 웹진 발행

- 발행 : 월간(한, 영, 일, 중 - 4개국어로 발송)
- 발송 : 7,060명 발송
- 목표 : 10,000명 확대
- 내용 : 국내, 국외 언론, 방송, 여행사 관광관련전문가  
웹진을 통한 안동관광이미지 개선과 정보 제공

■ 블로그 마케팅(<http://beyondsky14.blog.me/80127158964>)

- 운영 : '길냥이의 안동사랑' 운영
- 방문자수 : 210,177명(2010. 6 ~ 2011. 4. 4 기준)
- 목표 : 500,000명 확대(2011년까지)
- 내용 : 관광·축제 프로그램 팸투어 실시 및 온라인 홍보

□ 오프라인 홍보

■ 안동문화필 발행

- 발행 : 분기별 3,000부 (총12,000부 발행), 40쪽내외
- 발송 : 전국 도서관 및 지역민, 관광객 제공
- 목표 : 15,000부 확대
- 내용 : 안동지역 관광이벤트, 관광정보, 서비스 정보

■ 관광책자 발행

- 경과 : 도산서원, 하회마을(일본어),  
관광화보(국, 영, 일, 중), 안동문화관광안내서  
안동의 제사, 안동의 박물관, 안동의 고가 발행
- 내용 : 안동관광화보, 리플렛, 관광책자 제작(안동시협력)

□ 외국 관광객 유치

■ 일본 패키지 관광객 모객

- 경과 : 2010년 2100
- 목표 : 2,500여명 모객 유치
- 활동 : 일본여행사+한국관광공사와 협력체제

■ 동남아 관광객 유치활동

- 목표 : 동남아 관광객 패키지 프로그램 운영
- 활동 : 한국관광공사와 협력 홍보, 모객

■ 홍콩 관광박람회 참가

- 목표 : 홍콩, 중국 심천, 광주 관광객 유치
- 활동 : 한국관광공사와 협력 홍보 모객

□ 국내 관광객 유치

■ 이벤트 홍보 프로그램 운영

- 내나라여행박람회
- 대구 국제관광박람회



- 서울 국제관광박람회
- 부산 국제관광박람회
- 경북관광가족체험여행
- 활동 : 안동관광 브랜드 이미지 + 패키지 홍보 프로그램

□ 한국형체험숙박 공동브랜드 Gite Korea 설립

- 목적 : 안동 중심의 한국 문화체험 숙박 브랜드 개발
- 추진
  - 출범식 : 6월경 (안동) - 재단 주최로 구성
  - 사무실 구성 : 6월경 (경상북도 지원-안동에 구축)
- 운영
  - 국제 Gite와 협력체계 구축
  - 템플스테이, 팜스테이, 고가체험숙박, 3영역으로 구성
- 협력
  - 경상북도, 문화재청, 문화관광부 협력 시스템으로 운영
  - 재단+지역문화단체와 협력체제로 사무국 운영

 (재)안동축제관광조직위원회

760-110 경북 안동시 육사로 239 (운흥동 300-15)

Tel. 054-841-6397 Fax. 054-852-9230