ISSUE BRIEFING
2020. 10. 28
Vol. 232

2020

ISSUE BRIEFING

연구진
김형오_사회문화연구부 연구위원
장재협_사회문화연구부 전문연구원

포스트코로나 시대, 전북관광 진흥방향

CONTENTS

Chapter. 1 코로나-19로 인한 관광시장 동향 ····· 02
Chapter. 2 코로나-19로 인한 관광트렌드 변화와 전망 ····· 04
Chapter. 3 코로나-19로 인한 전라북도 서비스산업 및 지원현황 ····· 06
Chapter. 4 포스트코로나 시대, 전북관광 추진방향과 과제 ····· 08

Jthink 전북연구원
Jeonbuk Development Institute

Chapter. 1 코로나-19로 인한 관광시장 동향

1.1 국내 관광서비스 산업 현황

- 코로나-19 발생으로 막대한 피해를 입은 1차 부문은 국제항공운송 노선 감축에 따라 인바운드 관광객과 아웃바운드 관광 수요가 급감한 '관광산업'이라고 할 수 있음
  - 한국문화관광연구원에 따르면, 2020년 1~4월까지 관광·레저 소비 지출액은 전년 동기 대비 21.2% (약 11조원) 감소하였으며 상반기에만 최소 17조원 이상 감소 추정
  - 특히 4월에는 여행업△93.5%, 면세점△91.6%, 항공사△85.3%, 관광숙박업△72.5% 등 주력업종 소비지출 감소가 더욱 심각
- 2009년 신종플루, 2015년 메르스 사태 당시에도 인바운드 및 국내여행에 큰 피해가 발생한 사례가 있으나, 이번 코로나-19의 경우는 아웃바운드까지 영향을 미쳐 전 관광서비스분야에 걸친 '관광공백기' 현상을 유발함
- 한국관광공사 한국관광통계(2020.8) 공표에 따르면, 금년 8월 방한 외래관광객은 전년 동월 대비(1,585,299명) 약 △95.7% 감소한 68,797명이며, 출국한 국민 해외관광객은 전년 동월 대비(2,427,634명) 대비 약 △96.3% 감소한 88,888명으로 나타남
  - 중국: 항공사별 1개 노선 외 한·중 전 노선 운항중단으로 전년 동월 대비 △97.2% 감소
  - 일본: 양국 간 무비자 입국금지 및 비자발급 제한 조치로 전년 동월 대비 △99.6% 감소
  - 아시아·중동(중국, 일본 제외)은 전년 동월 대비 △94.5% 감소
- 한국관광협회중앙회 발표「2020년 2분기 관광사업체 현황조사」에 의하면, 1분기(1~3월) 대비 2분기(4~6월) 여행업체 수는 감소한 반면, 야영장업체는 증가한 것으로 나타남
  - 관광사업체 조사 결과, 2분기 전체 관광사업체는 총 3만6802개 업체로 1분기 대비 410개소가 감소하였고, 여행업은 총 2만1620개 업체로 1분기 대비 △2.2% (495개) 감소
  - 반면 일반 야영장업(캠핑장)은 1,924개 업체에서 40개 증가한 (2.1%) 1,964개 업체가 운영 중으로 타 관광사업체에 비해 다소 증가

1-2 정부 관광지원 정책

- 문화체육관광부는 2020년 4월부터 코로나-19로 급격히 위축된 여행업계의 위기대응 역량 강화 및 체질 개선 등 여행업 경쟁력 강화를 목적으로 부처·업계·전문가 등이 참여한 협의체를 구성하고 업계와의 소통을 통한 현안 문제 파악 및 해결 방안을 논의함

• 또한, 코로나-19로 인해 어려움을 겪고 있는 관광업계를 지원하기 위해 2월~4월 15일까지 총 21건의 대책*을 마련하여 현재 추진 중에 있음

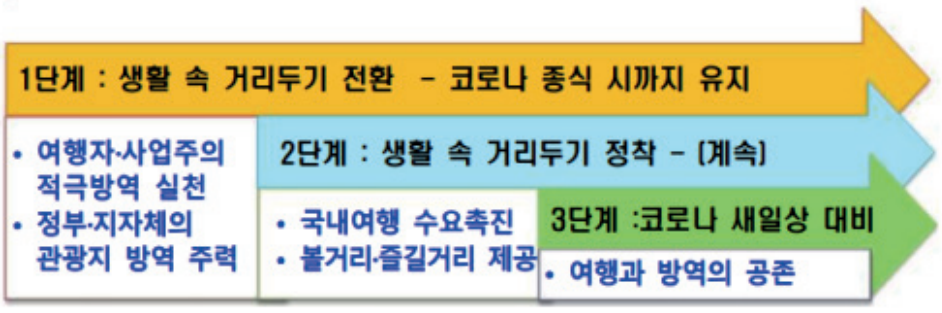
* 주요 대책 : 무담보 특별융자 시행 (총 1,000억), 관광기금상환유예 (총 2,000억), 일반융자 규모 확대 (4,800억→5,250억), 특별고용유지 업종 지정 (여행업, 관광숙박업), 호텔등급제도 유예, 유원시설 안전성검사 수수료 감면, 방역물품 지원 등

〈표 1〉 코로나-19 관련 문화체육관광부 관광업계 지원사업 내용

구분	주요 지원내용
금융지원	1. 관광기금 신용보증부 특별융자
	2. 관광기금 일반융자 운영자금 확대 및 조기 지원
	3. 관광기금 융자원금 상환의무 유예
	4. 제주관광진흥기금 특별융자 및 융자상환유예
	5. 소상공인 12조원 초저금리(1.5%) 금융지원 패키지
	6. 긴급경영안정자금 신규융자, 만기연장, 상환유예
	7. 긴급경영안정자금 신규 융자, 만기연장, 상환유예
	8. 힘내라 대한민국 특별운영자금
고용지원	1. 고용유지지원금 지원확대
	2. 4대 사회보험 납부유예 및 감면지원

출처 : 문화체육관광부(2020). 코로나-19 대응 관광기원 지원안내 자료집 (요약)

• 정부는 관계부처 합동(2020.5.26.)으로 「케이(K) 방역과 함께하는 관광 내수시장 활성화 대책」을 발표함. 대책은 크게 3가지의 전략적 원칙에 근거하여 추진되며 1단계(안전여행), 2단계(내수시장회복), 3단계(코로나-19 새 일상 대응)로 구분함



〈그림 1〉 케이(K) 방역과 함께하는 관광 내수시장 활성화 단계적 추진전략

Chapter. 2 코로나-19로 인한 관광트렌드 변화와 전망

2.1 코로나-19 이전과 이후의 변화 전망

- 코로나-19의 전 세계적 확산에 따라 사회적 활동이 위축되고 감염의 우려가 높아지면서 발생하는 스트레스와 불안감에서 오는 우울증과 공포감, 무기력함을 '코로나 블루'라고 명명함
  - 인쿠루트 × 알바콜(2020) 설문조사 결과에 따르면, 코로나 블루를 경험한 사람은 전체 대상 총 3,903명 중 약 54.7%가 코로나 블루를 경험
- 지난 수십 년간 지속적 성장을 보인 국제관광 및 국내관광은 코로나-19 사태를 계기로 새로운 패러다임의 전환(BC(Before Corona)→AC(After Corona))을 경험할 것으로 전망됨
  - BC와 달리 AC 관광트렌드는 다중시설보다 야외 지향적이고 바이러스프리(Virus-free)에 적합한 관광지를 선택하고 혼잡과 밀집보다는 독립되고 안전하며, 해외보다 가족단위로 국내 코로나청정 관광지가 각광받을 것으로 예상
- 여행·관광업계 트렌드 조사기관 컨슈머인사이트(Consumer Insight)에서는 2015년부터 실시한 「주례 여행 행태 및 계획 조사」를 기초로 2019년 관찰된 변화와 2020년 예상되는 변화를 모아 「2019-20 국내여행 트렌드」를 발표하였나 1월말 코로나-19의 본격적 확산 및 팬데믹 현상으로 모든 예측과 전망은 무의미해짐

〈표 2〉 비포 코로나와 애프터 코로나 여행 키워드 비교

부문	비포 코로나 (BC, Before corona)	애프터 코로나 (AC, After corona)
여행소비 심리	소확행	절제의 생활화
생활의 중심	집 안-집 밖 균형	집 안
주요 동반자	가족, 친구, 혼행	혼행, 스마트폰
여행의 가치	자기만족	위험 회피
여행의 모습	일상화/여가화	급속한 일상화/여가화
여행 기간	단기간/당일여행 증가	초단기-장기 칩거형 양극화
이동수단의 선택	승용차 외 열차/택시 이용증가	승용차 선호, 차종 다양화
여행 먹거리	식도락, 매식	맛보다 청결 중시, 매식 기피
보건과 수박	호텔 선호	숙박 기피
여행산업 전략	외지인 중심 연계-체류형	현지인의 '지금-여기' 중심 소비

출처 : 컨슈머인사이트(2020). 국내여행 트렌드 예측: 비포코로나 vs 애프터코로나. 2020.6.22.

- 특히, 사회적 거리두기 정책, 국제관광의 무비자정책 후퇴, 밀폐된 시설 및 공간의 규제, 혼잡 관광지에 대한 규제 강화, 출입국 규제 강화, 고용위기 및 소득감소 등으로 인해서 코로나-19 이전과 이후는 큰 변혁기를 맞이할 것으로 전망됨

2.2 언택트(Untact) 시대의 안전한 여행

- 코로나-19로 인해 안전을 염려하여 장거리 관광목적지보다 수도권 및 지방 도시 주변을 중심으로 한 근거리 관광수요가 지속 증가할 것으로 예측되며, 2020년 1~5월까지 국내여행 이동 현황 비교 분석에 따르면 수도권 대도시 근교의 관광수요 증가 폭이 큰 것으로 나타남

  - 수도권 도심근교 (상위 3곳): 하남 17%, 남양주 9%, 옹진 6% 상승
  - 지방권 도심근교 (상위 2곳): 전주 도심 근교 임실 18%, 부산 도심 근교 기장 4%

출처 : KT 이동통신데이터(2020). 2020년 1월 3주차~5월 4주차 비교.

- 더불어 아웃도어 활동인 레저 및 캠핑 수용의 증가세도 계속될 것으로 전망되는데, 대도시 근교의 캠핑장을 중심으로 이용객이 증가하고 있는 것으로 보이며, 이는 타인과의 접촉을 최소화하기 위해 별도 독립적 공간을 선호하는 트렌드가 반영된 것으로 추정됨

  - 전년 대비 캠핑장 수요 증감률은 전국 평균 73% 상승
    - 광역: 강원 141%, 전북 133%, 충남 125%, 경기 80%, 충북 78%, 대전 76% 상승
    - 기초: 영월 470%, 함양 412%, 군산 402%, 양양 377%, 서천 340%, 부안 327% 상승

주석 : 전년 대비 방문자 총량 증감률을 기초하여 분석된 자료임
출처 : SKT T맵 교통데이터(2020). 2020년 2~4월 전년 대비 비교 가능 지역 대상.

- 그러나 기존 인기 관광목적지 중심의 수요는 변동이 감지되어, 서울 종로구, 인천 중구, 전주 한옥마을, 제주 중문관광단지 등 전통적 관광목적지 방문객은 급감하고 있는 것으로 나타남

- 한국관광공사는 코로나-19로 인해 변화할 국내여행의 모습을 '안전(Safety)' 이슈에 주목하여 생활관광 중심으로 나타날 것이라고 전망함

  - 한국관광공사 보고서는 집 근처의 근거리(S) 관광지에서, 사회적 거리두기가 용이한 야외활동(A)인 아웃도어 레저·캠핑을 가족(F)과 함께하는, 일상관광으로 청정한 공기(E)를 마시며, 인기 관광지(T)를 기피하는 관광행동 확산이 최우선 고려사항으로, 생활권역 내 일상과 연계된 여행을 즐기는, 이른바 생활관광 시대 도래할 것으로 전망

출처 : 한국관광공사(2020). 언택트 시대의 여행 트렌드. 2020.6.16.

〈그림 2〉 언택트 시대의 여행 트렌드 (S.A.F.E.T.Y)

Chapter. 3 코로나-19로 인한 전라북도 서비스산업 및 지원현황

3.1 코로나-19로 인한 전라북도 서비스산업 현황

• 전라북도 서비스업 생산지수는 2019년 전년 동기 대비 상승하는 추세를 보였으나, 코로나19 발생 시점 기준으로 큰 폭으로 하락하고 있음

〈표 3〉 전라북도 주요 서비스업 생산지수 변동 (전년 동기 대비)

부문	'19.1/4	'19.2/4	'19.3/4	'19.4/4	'20.1/4	'20.2/4
총 지수	0.10%	0.86%	1.45%	1.98%	△0.89%	△0.66%
도매 및 소매업	△1.12%	△1.16%	△0.20%	0.19%	△1.75%	0.98%
운수 및 창고업	△2.04%	△1.39%	△0.86%	0.48%	△14.97%	△10.61%
숙박 및 음식점업	△2.90%	△1.13%	△4.84%	△2.13%	△18.85%	△17.09%
전문, 과학 및 기술서비스업	△2.63%	3.71%	4.82%	0.08%	2.83%	△0.94%
사업시설관리, 사업지원서비스업	△1.52%	△2.00%	0.40%	6.70%	△5.74%	△10.43%
교육서비스업	△0.69%	△1.97%	△0.90%	△0.79%	△2.79%	△2.21%
보건업 및 사회복지서비스업	6.46%	8.08%	6.21%	5.66%	3.54%	3.28%
예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	△1.09%	11.55%	△1.31%	3.12%	5.61%	△18.62%
기타 개인 서비스업	△5.94%	△2.68%	△2.05%	△1.23%	△3.38%	△4.76%

출처 : 통계청(2020). 서비스업 동향 조사 - 시도별 서비스업 생산지수.

- 코로나-19로 큰 타격을 받은 업종은 숙박 및 음식점업으로 2020년 1분기에는 전년 동기 대비 생산지수가 약 △18.9% 하락하였으며, 2분기에도 하락 추세가 지속
- 장기화되고 있는 코로나-19로 인해 여가 관련 서비스산업이 2분기에 하락세로 전환되어 전년 동기 대비 18.6% 하락

• 전라북도 소비자심리지수는 2020년 1월 107.1로 전년 동월 대비 8.0% 상승하여, 소비심리가 개선되는 것처럼 보였으나, 코로나-19로 2020년 4월 80.6까지 하락

- 가장 소비가 위축된 분야는 여행비로 전년 대비하여 20% 이상 하락
- 특히, 오락·문화 분야, 외식 분야의 심리가 크게 위축, 서비스산업 매출에 큰 타격
- 다만, 여행 분야를 제외하고는 소비심리지수가 조금씩 개선되고 있으며 평년 수준의 소비 심리 수준으로 회복하기 위한 정책 지원 필요

〈표 4〉 전라북도 소비자심리지수

부문	2019년				2020년							
	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8
소비자심리	100.4	100.5	104.0	103.1	107.1	100.9	87.5	80.6	86.7	87.7	90.8	95.1
소비지출	108	107	109	108	112	105	99	92	96	93	98	100
내구재	97	98	96	97	97	95	87	84	86	86	88	92
의류비	96	101	100	99	99	97	89	87	89	90	92	93
외식비	92	91	94	93	94	91	81	80	85	85	85	88
여행비	89	89	92	91	93	87	70	67	70	69	73	73
교육비	98	98	99	101	105	101	96	91	94	95	95	93
의료비	113	111	113	112	116	113	111	109	111	109	111	113
오락·문화	90	91	93	91	94	92	81	79	82	81	82	83
교통·통신	103	106	106	105	110	106	102	98	100	102	100	102

출처 : 한국은행(2020). 소비자 동향조사.

- 전반적으로 전라북도 서비스산업은 2019년 회복세에 있었으나, 코로나-19 발생으로 추세가 꺾여 빠른 회복을 위한 정책 지원이 필요한 상황임
  - 서비스업 중 가장 큰 타격을 받은 분야는 음식·숙박 등의 여행, 외식업과 문화·여가산업
  - 지역 소비심리 역시 여행 및 외식, 문화 분야에서 크게 위축되고 있어 단기 회복이 어려울 것으로 보이고 있어 해당 분야의 구조조정 발생 소지 분명
- 코로나-19 이후 전라북도 서비스산업의 경기를 과거 수준 정도로 빠른 시간에 회복시키기 위해서는 위축된 소비 심리를 개선할 필요가 있으며, 특히 관광업계가 심각한 타격을 입고 있기에 지역 내 자본 흐름이 원활하게 이루어질 수 있도록 지역소비 시스템을 구축해야 함

3.2 코로나-19 극복을 위한 전라북도 관광서비스산업 지원 정책

- 전라북도 관광업계 활성화를 위해 홍보마케팅 지원(42억), 관광식당 경영지원을 위해 음식점 시설개선 사업 지원조건 완화(80석 이상→40석 이상) 및 31억 규모의 예산을 지원하고 있음
- 또한, 신규 정책사업으로 단체관광객 유치여행사 인센티브, 전북도 여행객에게 숙박비를 지원하는 청소년 동반 가족여행 지원사업 등을 추진 중에 있음
  - 청정전북 이미지 마케팅 활성화를 위해 숨겨진 관광지 발굴(8분야 43개소) 및 여행체험 후기 공모전(2.5일 휴가제 운영) 등 SNS 홍보를 강화함. 또한, 도내 관광명소 7대 비경을 선정하고 관광객유치 증대를 목적으로 전북관광 전국 사진 공모전(7월), 역·터미널 등 다중이용시설 전시(8월) 추진
- 도산 위기에 직면한 관광업계 활성화를 목적으로 포스트코로나 대비, 신규 관광상품 개발비용 지원(29억), 관광지 방역·수용태세 개선지원 사업비 지원(국비 19억), 예비비 편성을 통해서 도내 관광업계에 마스크, 소독제 등 방역물품 지원 정책도 함께 추진 중임
- 기타 간접지원 사업으로 소상공인 지원특례보증 지원, 긴급경영안전자금 특례보증 지원, 관광기금 특별융자 등이 있음

〈표 5〉 코로나-19 관련 전라북도 관광업계 지원사업 내용

지원사업	사업기간	사업비	지원대상	지원기준
관광업계 홍보마케팅 지원	'20.3~12	4,197백만 원 (도비 1,679, 시군 2,518)	도내 관광업 1,399개소	종사자수(1,4,7) 기준 2.5~4.0백만 원
음식점 시설개선사업	'20.3~12	3,167백만 원 (도비 570, 시군 1,300, 자부담 1,267)	52개소	40석 이상 입식 관광식당
단체관광객 유치 여행사 인센티브	'20.3~12	300백만 원 (도비)	국내관광객 8인 이상	1박 이상 숙박 관광객 모객·방문
청소년 동반 가족여행 지원사업	'20.7.20 ~예산 소진시	180백만 원 (도비)	도외 청소년 동반 가족	숙박비 1인당 2만원 (최대 10만원)

지원사업	사업기간	사업비	지원대상	지원기준
여행체험 수기 공모전	'20.7.9~9.30	5.6백만 원 (도비, 민간위탁)		
전북관광 전국사진공모전 운영	'20.6~12	92백만 원 (도비 90, 자부담 0.2)		
포스트코로나 대비 관광상품 개발 지원 (3회 추경)	'20.9~12	2,881백만 원 (도비 1,152, 시군 1,729)	관광업계 1,252개소	
관광지 방역·수용태세 개선지원(3회 추경)	'20.9~12	2,106백만 원 (국비)	102 관광지 방역요원 302명	
코로나 19 대응 관광업계 방역물품 지원 (예비비)	'20.9~12	165백만 원 (도비)	관광업계 1,252개소	

출처 : 전라북도 내부자료(2020).

Chapter. 4 포스트코로나 시대, 전북관광 추진방향과 과제

- (사람 중심) 도민과 방문객들이 편하게 이용할 수 있는 선진 관광환경 조성을 추진
  - 장애인, 노약자, 외국인 등 관광약자를 위한 전북관광 환경 조성 방안 강구
  - 전북도민과 방문 관광객에게 편익 제공 및 홍보·마케팅 강화 체계 구축
- (안전 중심) 안심하고 안전한 관광상품을 통한 전국 으뜸 관광지로 성장
  - 전국 최초 생태관광 통합브랜드 홍보 및 청정 전북관광 상품 개발 추진
  - 전북 동부권 휴양·힐링 거점 마련을 위한 웰니스 관광상품 개발 및 육성 추진
- (콘텐츠 중심) 문화·관광자원의 재해석 및 재발견을 통한 고품격 관광상품화를 육성
  - 국내·외 관광객에게 전북 여행의 가치를 경험할 수 있는 명품 콘텐츠 개발·육성 및 제공
  - 개인의 삶의 질 추구 및 1인 가구 증가 등 소비·라이프스타일 변화에 능동적으로 대응

4.2 추진과제

전북의 재발견: 숨은 관광지 43개소 ⇨ 100개소 발굴

- 국내여행 트렌드 변화를 예의 주시하며, 전라북도 내 관광시설 발굴 및 정비 추진이 필요함
  - 전라북도의 경우에는 타 광역시도에 비해 코로나-19 확진 빈도가 낮고 14개 시·군으로 대규모 확산이 발생하지 않았다는 점에서 향후 수도권 등 외지인 관광수요 유치에 긍정적 이점 내재
- 코로나-19로 인해 밀폐된 공간 등 인도어(Indoor) 수요는 감소하고, 아웃도어(Outdoor) 레크레이션 수요가 증가할 것으로 전망됨

- 경기침체, 저성장 기조 등으로 소비심리가 위축되고, 지불 가치 중시 경향, 가성비 또는 가심비를 추구하는 소비문화 확산으로 관광수요 역시 변화가 일어날 것으로 전망

• 특히 다수의 관광객이 밀집하는 폐쇄형 또는 한 곳에 밀집될 수 밖에 없는 제한적 공간 범위의 관광지보다 지역 내에 숨어있는 영적(Spritual) 관광지, 자연을 벗삼고 건강회복, 치유, 힐링 등을 체험할 수 있는 디톡스(Detox) 관광지, 가족 단위 휴식형 캠핑(Camping) 관광지 등의 명소 발굴이 시급함

• (실천과제) 테마별 숨어 있는 관광지 발굴 및 육성; 43개소(2020년) ⇨ 100개소(2024년)발굴
관광지 및 관광상품의 적극적 홍보; 한국관광공사 홈페이지 노출 등발굴 관광지
내 편의시설 개선 및 인프라 개선 등

로컬의 힘: 우리 동네 구석구석 방문하기

• 코로나-19로 인해서 현대관광 트렌드는 '친숙한, 근거리 관광지'에 대한 수요 증가로 나타날 가능성이 매우 높을 것으로 예상됨(한국관광공사, 2020)

• 이 같은 대외적 환경변화는 거주지에서 30분~1시간 내 근거리 여행, 특히 친근하고 자신이 이미 알고 있는 곳을 찾아가 새로운 가치를 발견하려는 목적성을 내재한 관광형태인 '마이크로 투어리즘(Micro tourism)' 확산의 원인으로 작용함

• 따라서 전북은 코로나-19 이전까지 수도권과 타 지역을 대상으로 한 지역관광 홍보 및 마케팅 전략을 고수하던 정책에서 탈피하여, 지역사회, 지역민을 대상으로 하는 '우리지역을 구석구석 알아가기'와 같은 관점으로의 변화가 필요함

• (실천과제) 우리 동네 제대로 알아보기 캠페인, 초·중·고등학생의 우리 동네 한바퀴 체험지역
대학생의 우리 동네 홍보 전도사 체험공공기관 및 기업의 우리 동네 찾기 체험활
동전북도민 여행 바우처(지역 내 이용) 활성화, 출향민 전북방문 캠페인 등

웰니스 관광: 힐링, 치유기반 웰니스 관광지 조성

• 웰니스 관광(Wellness tourism)은 건강 증진과 삶의 질 향상을 추구하는 현대인의 욕구를 충족시킬 수 있는 콘텐츠(유지윤, 2018)[1)]

• 코로나-19로 인해 안전, 휴식, 청정 및 건강추구형 관광 콘텐츠를 선호하는 관광객의 성향이 더욱 뚜렷해지고 있으며, 혼잡하지 않으면서 치유와 힐링 등의 콘텐츠를 소비할 수 있는 관광

1) 유지윤(2018). 웰니스관광 클러스터 모델개발 연구. 한국관광공사·한국문화관광연구원.

목적지에 대한 수요가 지속적으로 증가하는 추세임

- 문화체육관광부, 한국관광공사는 힐링과 건강을 위한 시장의 수요가 지속적으로 증가함에 따라서 2017년부터 2020년까지 웰니스 관광클러스터를 총 48개소 선정·지원
- 주로 자연/숲치유, 뷰티(미용)/스파, 힐링/명상, 한방 콘텐츠 등의 테마로 구분

• (실천과제) 전북형 치유관광 상품 개발; 음식, 향기, 소리 콘텐츠의 적극 활용융복합 관광상품 개발 및 홍보 체계 구축, 웰니스 관광 전문인력 양성 등

■ 순창군 '쉴(SHIL)랜드'

• 순창군은 미국 타임지(2003)에 소개된 세계적 장수지역으로 건강·힐링 등과 관련하여 지역의 브랜드 가치를 내재하고 있음
- 주요시설 : 건강장수연구소, 건강장수체험과학관, 방갈로, 명상관, 식문화실습관 등
- 교육운영 : 노후준비교육 및 힐링 체험사업, 건강장수과학체험 등
- 연구개발 : 순창 농산물 활용 건강기능 식품 및 식단 개발

출처 : 순창군 쉴(SHIL)랜드 내부자료(2020).

전국 생태관광 1번지: 생태관광 브랜드의 전국적 확산 도모

• 코로나-19의 장기화로 인해서 국민이 체감하는 피로감은 높아지고, 결과적으로 코로나 블루와 같은 심리적 불안감, 우울감을 경험하는 국민이 늘어가는 추세임

- 여행·관광은 치유, 휴식과 관련된 활동으로 심리적으로 고립감을 경험하는 국민 개개인의 심리적 안녕감 회복, 재충전의 시간 등 긍정적 기회를 제공할 것으로 전망

• 전라북도는 타 지역과 비교하여 환경적으로 지역 내 생태자연자원 보전이 잘 되어 있는 곳으로 특히, 2014년부터 1시군 1생태관광지 지정 및 천리길 조성 등 환경과 지역민, 관광객 등이 함께 상생할 수 있는 다양한 정책을 시도 중임

• 따라서 코로나-19로 인해 국민 개개인의 심리적 불안감, 우울감은 높아지고 이와 함께 고립감 또한 높아져, 여행·관광수요가 회복될 것으로 전망되고, 더불어 안전하고 청정한 지역에 대한 욕구가 증가함에 따라 전북형 생태관광 콘텐츠를 이에 대응하는 전략으로 삼을 필요가 있음

• (실천과제) 전라북도 생태관광지 브랜드 구축생태관광 해설사 양성, 마을단위 생태관광 축제 및 이벤트 개최관광약자(장애인, 노약자, 임산부 등)가 참여 할 수 있는 천리길 조성 등

〈그림 3〉 전라북도 생태관광지 현황

〈그림 4〉 전라북도 천리길 현황

출처 : 전라북도생태관광육성지원센터(2020). http://www.jb-ecotour.org/page/page6

공정관광 바로미터: 전북형 공정관광 기반 및 콘텐츠 강화

- 코로나-19로 인해 해외여행이 통제되고, 반대 급부로 국내여행에 대한 수요가 증가함에 따라 지역 내에서의 환경보호, 착한소비 등 공정관광 관련 기반 구축 및 콘텐츠 개발이 중요해질 것으로 전망됨
  - 공정관광은 관광으로 파생되는 다양한 유·무형의 편익이 지역민 및 지역사회에 공정하게 분배 및 환원되고, 관광객의 관광향유권을 보장하는 한편 지역민의 정주여건 개선, 관광 목적지의 생태자연·도시환경 등의 훼손을 최소화 하는 형태 (전라북도 조례 제4503호)
- 따라서 전라북도 공정관광 브랜드의 정립 및 콘텐츠 개발·육성 등을 통해 향후 기대되는 국내관광 수요에 능동적으로 대응하는 한편, 관광객과 지역민이 상생하고 같은 즐거움을 추구할 수 있는 기반 마련이 필요한 시점으로 보임
- (실천과제) 공정관광 캠페인 및 세미나 개최, 공정관광 인증제 도입, 공정관광 지원센터 설립 공정관광 프로그램 육성, 공정관광 디자이너 등의 전문인력 양성, 주민공동체 기반 관광두레 확대

전북관광 회복: 포스트코로나 극복 전략 수립

- 문화체육관광부는 2020년 4월 여행업 경쟁력 강화를 위한 상생협의체(TF)를 구성하고, 국내여행업의 혁신전략, 지원방안, 거래구조 개선 및, 규제 개선책을 강구하고 있음
- 전라북도의 경우에도, 시·군, 산업계, 연구기관 및, 학계 전문가가 함께하는 '전북관광 경쟁력 회복을 위한 상생협의체'를 구성하고 포스트코로나의 단계별 지역관광발전 방안을 현상학적, 실무적 등의 관점에서 강구할 필요가 있음
- 다가올 정부의 코로나-19 종식 선언에 앞서, 전라북도의 코로나-19 청정지대 홍보 및 마케팅 전략을 수립, 추진하여 향후 2021년 전북관광 매력도를 제고할 수 있는 방안을 강구하는 것이 시급해보임. 국민 국내여행 활성화 방안을 함께 모색함으로써 지역관광의 경쟁력 증진을 도모하기 위한 전략 마련이 필요함

16
9 772508 688004
ISSN 2508-688X
www.jthink.kr

ISSUE BRIEFING
2020. 10. 28 Vol. 232

jthink 전북연구원
55068 전라북도 전주시 완산구 콩쥐팥쥐로 1696 Tel 063-280-7100 Fax 063-286-9206

발행인_김선기
발행처_전북연구원

※ 이슈브리핑에 수록된 내용은 연구진의 견해로서 전라북도 정책과 다를 수 있습니다.
※ 지난 호 이슈브리핑을 홈페이지(www.jthink.kr)에서도 볼수 있습니다.

OPEN 공공누리 출처표시 상업용금지 변경금지 공공저작물 자유이용허락